

碩士學位論文

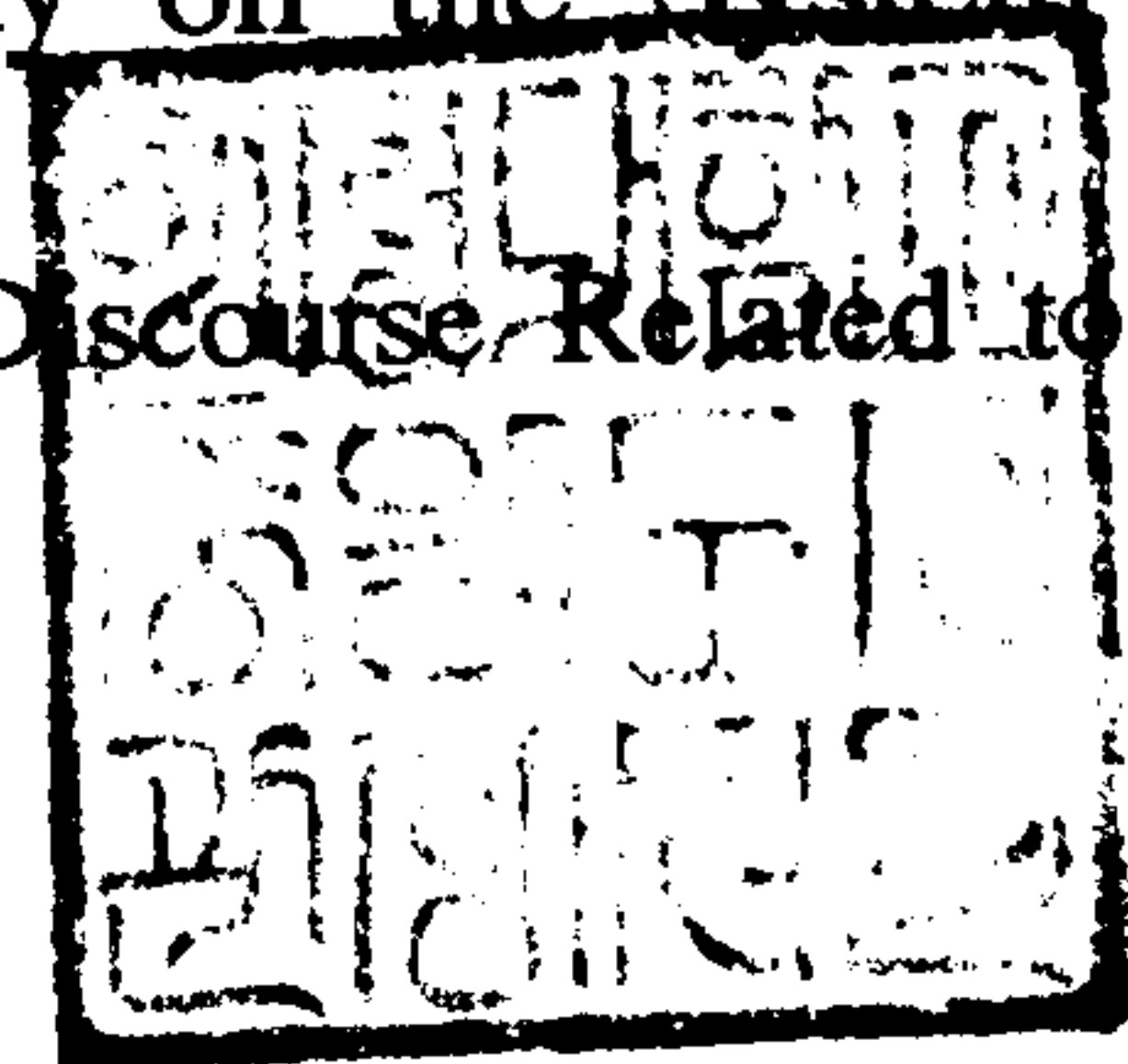
指導教授 高英蘭

# 디자인의 의미체계에 대한 개념적 고찰

— 욕망, 상징, 신체와 관련된 문화적 담론을 중심으로 —

A Conceptual Study on the System of Meaning in Design

—In terms of Cultural Discourse Related to Desire, Symbol and Body—



2000 年 8 月 日

漢城大學校 藝術大學院

産業디자인學科

空間演出디자인專攻

李 剋 鍾

碩士學位論文

指導教授 高英蘭

# 디자인의 의미체계에 대한 개념적 고찰

— 욕망, 상징, 신체와 관련된 문화적 담론을 중심으로 —

A Conceptual Study on the System of Meaning in Design

—In terms of Cultural Discourse Related to Desire, Symbol and Body—

위 論文을 美術學 碩士學位 論文으로 提出함

2000 年 8月 日

漢城大學校 藝術大學院

産業디자인學科

空間演出디자인專攻

李 剋 鍾

李剋鍾의 美術學 碩士學位 論文을 認定함

2000年 8月 日

審査 委員長 印

審査 委員 印

審査 委員 印

## 국문초록

이 논문은 일상 삶에 관련된 디자인 담론이 가지는 이론적 한계성을 인식하면서 시도되었으며, 새로운 디자인 담론의 가능성을 탐구하는 데 그 목적이 있다.

일상은 질서가 존재하면서 동시에 변화를 내포하고 있는 장이다. 하지만 주류 디자인 담론이 바라보는 시각은 객관성과 정태(靜態)성을 전제하고 있으며, 변화는 부차적인 상태로 여겨지고 있는 것이다. 이에 반해 본 논문은 질서와 변화를 동등하게 취급하는 방법을 모색한다. 들뢰즈가 「의미의 논리」에서 보여준 구조적인 방법론은 연구자의 의도에 부합하여 논문의 개념적 틀을 이룬다.<sup>1)</sup>

담론은 항상 소통을 가능하게 하는 조건으로 구성되어 있다. 일반적인 디자인 담론은 객관적인 코드로 조건짓는 반면 논문에서는 '생성'의 차원을 조건으로 수렴한다. 욕망, 상징, 신체개념과 관련된 디자인의 의미 조건을 기존 디자인 담론과 비교하여 각각 생성과 관계된 차원으로 기술한다. 마지막으로 후속 연구를 위한 스케치를 간략히 했다.

Ⅱ장에서 기존 디자인 담론을 생산개념과 수용개념으로 나누어 정리하며, Ⅲ, Ⅳ, Ⅴ장에서 취할 입장을 기술한다. 생산개념 중심의 디자인 담론은 생산에 대한 추상적 관념으로 이루어져 있으며 오늘날도 중요하게 작용하고 있다. 수용개념의 디자인 담론은 생산개념보다 비교적 역사가 짧다. 수용개념은 포스트모더니즘이 대두되는 시기에 등장했으며 문화이론으로 적용되었다. 하지만 결국 수용자도 기

---

1) 프랑스 후기구조주의 철학자로서 푸코의 뒤를 잇고 있는 들뢰즈는 명제를 파악하는 작용으로 지시작용, 현시작용, 기호작용을 들고 있으며, 마지막으로 '의미'의 차원을 각 작용에 관계하는 것으로 제시한다. 질서와 변화를 한쪽으로 치우침 없이 파악하며 커다란 전체적 틀로 사고하는 본 논문에서의 생성개념은 그의 네 번째 명제인 의미의 차원과 관련된 것이다.

호의 재생산을 하는 또 다른 생산자일 뿐이라는 인식은 생산과 수용의 범주를 제한적 틀로써 인식하며 전일적 관점으로 설명될 수 있는 '생산과 수용담론을 바라보는 새로운 담론'으로 이끈다.

Ⅲ장 '욕망과 디자인의 의미'에서는 우선 가장 보편적으로 거론되는 성적욕망을 논의함으로써 욕망 구조에 대한 개념을 고찰한다. 패션몰의 잡지광고를 예로 들면서 생산적 욕망과 생성적 욕망을 설명하며, 욕망은 항상 동일한 코드로 파악되지 않음을 논한다.

Ⅳ장 '상징과 디자인의 의미'에서는 상징개념이 사회적으로는 비교적 명확하지만 일상 생활에서는 불안정한 상태가 존속함을 제시한다. 상징은 어느 정도의 범주가 존재함에도 불구하고 항상 머무르지 않고 변화한다. 이를 논문에서는 '상징체계의 변화'라고 설명하였다. 그 변화는 기계적 변화가 아니며 생성적 변화인 것이다. 논문에서 '상징 효과'는 그런 생성적 변화의 전체적인 면모를 지칭한 것이다.

Ⅴ장 '신체와 디자인의 의미'에서는 오늘날 신체에 대한 담론이 코드화 되고 있다는 설명을 한다. 하지만 몸이 갖고 있는 '신체-현상'<sup>2)</sup>을 고려해 볼 필요가 있다. 일상에서 신체는 객관적 담론화로 이루어지고 있으며 대중매체는 이를 더욱 가속화시킨다. 이런 여건에서 기존 디자인 담론은 벗어나지 못하고 있다.

Ⅵ장에서는 생명력이 의미 체계와 관련되어 디자인 담론에 새롭게 작용할 것이라는 제시를 한다. 결국 생산개념을 고찰하면서 계속 강조한 것은 의미생성인 것이다. 생산개념과 공존하는 생성은 고정된 입장이 아니다. 디자인 담론은 생명력이 개입된 생성개념과 함께 새로운 논의가 될 수 있다고 사료된다.

---

2) '순수 사건'의 작용과 함께 이루어지는 현시작용의 차원이다. 신체에 직접 주어지는 현상에 대해 선험적인 면과 주관으로 수렴되는 상태이며 신체가 생성작용을 이루는 상태이다.

# 목차

## 국문초록

<b>I. 서론</b> .....	1
1. 연구의 배경 .....	1
2. 연구의 목적과 방법 .....	3
<b>II. 디자인의 의미체계</b> .....	5
1. 생산개념 중심의 디자인 담론 .....	6
1) 생산과 생산물 .....	6
2) 생산의 코드화 .....	9
2. 수용개념 중심의 디자인 담론 .....	10
1) 수용과 디자인 .....	10
2) 수용자의 생산 .....	13
3. 생산과 수용담론의 한계 .....	15
1) 생산과 수용담론의 동일성 .....	15
2) 생산과 수용담론을 바라보는 새로운 관점 .....	17

<b>III. 욕망과 디자인의 의미</b> .....	20
1. 욕망의 개념과 디자인의 의미 .....	20
2. 욕망의 생성과 디자인의 의미 .....	22
3. 욕망의 차이와 디자인의 의미 .....	28
<b>IV. 상징과 디자인의 의미</b> .....	30
1. 상징의 개념과 디자인의 의미 .....	30
2. 상징작용과 디자인의 의미 .....	35
3. 상징효과와 디자인의 의미 .....	43
<b>V. 신체와 디자인의 의미</b> .....	45
1. 일상에서의 신체 담론 .....	45
2. 대중매체에서의 신체 담론 .....	47
3. 신체의 생산적 의미와 '신체-현상'의 개념 .....	57
<b>VI. 디자인의 새로운 의미체계를 위한 작은 담론</b> .....	61

**VII. 결론** ..... 66

**참고문헌** ..... 69

**ABSTRACT**..... 76

## 그림목차

<그림1> 수용의 관점에서 디자인 보기 .....	13
<그림2> V-EXCHANGE 잡지 광고 (왼쪽 페이지) .....	24
<그림3> V-EXCHANGE 잡지 광고 (오른쪽 페이지) .....	25
<그림4> 건물의 외벽에 배치된 사물들 1 .....	32
<그림5> 건물의 외벽에 배치된 사물들 2 .....	32
<그림6> 대학 축제 풍경 1 .....	33
<그림7> 대학 축제 풍경 2 .....	33
<그림8> 지하철 차량 내 노선도와 광고들 .....	40
<그림9> 지하철 차량 밖의 광고 .....	40
<그림10> 지하철 보도 공간의 광고들 .....	40
<그림11> 페퍼(A. Pepper) portrait card(1860) .....	52
<그림12> 블룬트(Sir E. Blount, 1873) .....	52
<그림13> 보리스 엘친 러시아 대통령 건강 상태 (1999.11.27. 조선일보) .....	54
<그림14> ‘생체칩’ 관련기사 (2000.2.28. 동아일보) .....	54
<그림15> ‘사이버 가수’ 관련기사 (2000.2.28. 동아일보) .....	56
<그림16> ‘사이버 앵커’ 관련기사 (2000.4.11. 조선일보) .....	56
<그림17> 제프리 쇼의 ‘함께 동굴 만들기’ (2000.2.28. 동아일보) .....	60

# I. 서론

## 1. 연구의 배경

거인의 경지로 드높아 가는 인간은 스스로 자기 문화를 전취(戰取)하며, 신들에게 인간과 결속하도록 강요한다. 인간은 자기 스스로 얻어낸 지식을 가지고 신들의 목숨을 수중에 넣고 그들을 규제한다.<sup>1)</sup>

이는 19세기말 니체가 「비극의 탄생」에서 인간의 과도한 이성적 논리에 비유하여 언급한 귀절이다. 일반적으로 우리는 '거대담론의 장'에 서양의 중세시대가 기독교에 대해 그랬던 것처럼 자연스럽게 동화되고 있다. 주지하다시피 보편적인 '디자인 史'에서 모더니즘은 합리적 이성을 그 정점으로 하는 커다란 그릇이다. 우리 나라에서는 1980년대 일명 '포스트모더니즘'이 부상하여 사회·문화적 담론으로까지 거론되어 현재까지 이어지고 있다. 포스트모던 문화는 상당히 정교하여 일상 속에서 마치 자연적 현상인 듯 작용하고 있다. 하지만 포스트모던 문화가 대두되기 이전 우리는 '사회'라는 용어에 익숙했으며 그것을 기억하는 일은 그리 어려운 것이 아니다. 20세기가 막 지난, 이 시점에서 세기말의 '문화'가 새겨진 꼬리표를 달고 그 익숙한 기억의 흔적에 다시금 요동치는 우리자신의 모습은 어찌면, 인간의 생물학적 조건이 아닌 우리가 스스로 만들어낸 조건에 적응해야 하는 존재론적 딜레마를 안고 있는지도 모른다.

---

1) Friedrich Nietzsche, 「비극의 탄생/바그너의 경우/니체 대 바그너」, 서울: 청하, 1995, p.74.

하지만, 분명한 것은 그러한 거대담론이 애초부터 어떤 치밀한 계획 하에 전개되어 편집증적으로 거듭나기를 계속하지는 않는다는 점이다. 예를 들어 모던디자인의 형성과정을 보면 그 원점이 보통 바우하우스로 지칭되는데 그것이 비록 혁신적이었는지는 몰라도, 또는 그들이 공통적으로 품은 이상과 포부가 아무리 높았다고 할지라도 그 당시부터 거대한 것은 아니었다. 너무 당연한 논리 같지만 이러한 사실이 현재 우리에게 중요한 의미를 던져주는 이유는 전체 역사의 과정-단절이든 지속적이든 상관없이-에서 우리자신은 엄밀한 의미에 있어서 타자가 아니었고, 날마다 거대담론이 재생산되고 있는 현 상황에서 볼 때도 마찬가지로 입장이기 때문이다. 위대한 이야기를 만들어 나가는 상황에 있어서 이미 우리는 일종의 동반자인 것이다.

그렇기 때문에 우리는 역사의 과정에 참여하고 있고 지난날도 그래왔으며 오늘날도 마찬가지로 고정된 존재가 아닌 살아있는 존재로서 가치를 갖는다. 항상 변화가 존속하는 유기체들이 형성하는 역사의 과정은 거대담론이 위치 이동을 하는 각각의 유기적 계기들의 집합체라 할 수 있다. 하지만 작금의 일반적인 문화담론은 철지난 유행처럼 또 다른 사항을 명분으로 포장하고 있다. 이러한 상황을 니체적인 발언-「비극의 탄생」에 등장하는 명제로-으로 번안해 본다면 이렇게 말할 수 있겠다. ‘아폴로적인 것’이 기술과 만나 고도로 정교화 되었으며 그것은 거울의 상태로 ‘디오니소스적인 것’을 완벽 혹은 과잉 반영함으로써 ‘희극’이 무한하게 펼쳐질 것 같은 착각 속에 관객의 호응을 부단히 유도하고 있는 것이다.

이는 분명히 우리 대중 문화의 일반적인 모습이며, 디자인에 관한 담론은 대부분 이 범주에서 기술되고 있다. 이러한 시점이 디자인 담론의 대안 개념으로써 부각된 지 그리 오래되지 않은 ‘일상과 관련된 디자인 담론’에 대해 디자인의 의미체계와 연관된 논의의 다양함을 위하여 보다 진지한 성찰이 필요한 때이다.

## 2. 연구의 목적과 방법

일반적으로 서술되고 있는 디자인 담론의 성향은 '생산'개념에 관련된 것과 '수용'개념에 관련된 것으로 구분될 수 있다. 그러나 대부분 '생산'개념의 담론이 주류를 이루며 산업·경제적인 측면에서 직접적으로 중요한 작용을 하고 있다. 최근에는 '수용'개념을 중심으로 한 담론이 일상의 새로운 일면을 부각시키고 있다. 그러나 디자인 담론은 '생산'과 '수용'의 관점에서만 고찰 될 수 있는가, 그것은 어떤 조건 하에서 설정되는 개념인가, 그리고 분리가 아닌 좀 더 유기적인 방법으로 그것을 설명할 수 있다면, '보다 넓은 범주에서 디자인 담론을 펼 수 있는 가능성이 있지 않은가'라는 근본적인 의문은 디자인의 의미체계를 재구축 하는데 있어 건설적인 비평의 구실을 담당할 것이 분명하다.

본 논문의 목적은 바로 이런 질문에 대한 탐구인 것이다. 핵심적인 내용은 대량 생산과 대량소비의 결과로 코드화 된, 현대사회에 있어서의 문화적 담론의 주요한 쟁점으로 부각 되고있는 욕망, 상징, 신체를 중심으로 앞의 질문에 대한 관련 사항을 각각 심도 있게 다룰 것이다. 왜냐하면 주요한 쟁점이 되는 사항을 다루어 살펴봄으로써 비교점이 확연히 드러나기 때문에 분명한 결과를 얻을 수 있고 후속연구와도 연결이 되기 때문이다.

세 가지 명제 욕망, 상징, 신체와 관련된 문화적 담론-그 개념에 있어 역사적인 변화가 있지만-은 오늘날뿐만 아니라 지속적으로 언급되어온 꽤 오래된 개념들이라 할 수 있다. 위 개념들의 일반적인 속성은 현대 대중문화 범주에서 항상 보편적인 담론으로서만 논의되는 상황을 반복하고 있으며, 또한 디자인 담론구성에 있어서 불변의 구조를 구축하는 결과를 초래하고 있는 것이다. 따라서, 우리가 위의

세 개념과 관련된 디자인의 의미를 숙고하여 이견을 제시할 수 있다면, 그것이 비록 작은 시도라 할지라도 기존의 구조적인 응고성을 용해/재구성하는데 있어 디자인 담론의 촉매작용을 하게 될 것이라고 사료된다. 그 내용을 간략하게 축약시켜 보면 아래와 같다.

II장에서는 본격적인 논의에 앞서 일반적인 디자인 담론에 포함되는 생산과 수용개념에 대해 간략하게나마 짚어보고 그것을 넘어서는 디자인 개념을 이 글의 중심 논의를 위해서 제시한다.

III장에서 '욕망'개념은 결핍이나 대리충족보다는 '의미의 생성'과 관련되며; IV장의 '상징'은 그 자체의 의미보다 '상징체계 틀의 변화'를 고찰하며; '신체'는 V장에서 객관적으로 '담론화 된 신체'에 대해 다른 시각을 제시한다. 하지만 각각의 논의는 유사한 구조로 되어 있으며 본 논문에서 추구하는 논거 또한 그 구조적인 상황에서 유사성으로 드러나게 될 것이다. 마지막으로, 이렇게 도출된 논점에 대해 VI장에서는 생명력에 입각한 담론 가능성이 전체 논의를 포함하는 범위 내에서 후속연구로써 제안될 것이다.

## II. 디자인의 의미체계

‘서양의 신 중심 세계관을 지닌 중세를 지나 인간의 존재를 정신으로 수렴시킨 데카르트의 합리주의적 사상은 뉴턴과 더불어 계몽주의 시대에 이성을 인간능력의 하나로서 가능하게 만든 요인이다. 또한 ‘새로운 대륙의 발견’을 동반한 유럽의 세계일주는 결국, 팽창주의를 야기함으로써 유럽을 막강한 세계무역의 중심으로 부상하게 하는 역할을 담당하였다. 이런 가운데 토마스 맬서스의 주장을 무색케 하는 세계무역을 암묵적 바탕으로 한 산업혁명이 영국에서 그 서막을 드러내게 되었다’라고 다소 상식적인 선에서 세계사의 일면을 단축시켜 나열해 봄으로써 생각할 수 있는 측면은 현대에서 당연시 되고있는 현상에 대한 반성이다. 이를 디자인 담론에 비추어 볼 경우 특히, 보편적인 디자인 사를 놓고 볼 때 ‘과연 새롭게 여겨질 만한 것이 있는가’라는 의문을 가질 수 있다.

‘왜 디자인 사의 시초가 산업혁명이어야 되는가’하는 종류의 질문은 이 논의에서 빗겨간 것이다. 왜냐하면 디자인 사 안에서만 항상 되풀이되는 상황을 가정하기 때문이다. 우리는 또 다른 생각 즉, 역사적 구분에 의해 형성된 담론들이 ‘하나의 틀’이었다는 생각을 하게 된다면 다음과 같은 가정에 이르게 된다. 즉, 그 틀 안에서 아무리 새로운 논의를 해도 그 틀을 벗어나기 힘들다는 설정이 그것이다. -이는 역사적인 개별문제를 쟁점으로 하는 것이 아니며 틀 안에서 이루어지는 담론이 그릇 되다고 하는 것도 아니다. 다만 새롭게 볼 수 있는 가능성을 찾기 위한 가설을 의미한다.-

우리의 실질적인 상황은 다음과 같은 질문에서부터 도출된다. 왜 우리는 그 논

의 범주 밖에서 논의하면 안 되는가, 그것은 절대적인 것인가? 다시 이 질문은 이렇게 전환된다. 디자인에 대한 사유는 디자인을 '생산'하는 입장의 위치에서만 가능한가? 왜 그 위치를 이탈해서 고찰하면 안 되는가? 우리의 관심은 관찰자가 '진짜 디자인에 직접 관련된 사람인가, 그렇지 않은가'의 차원이 이미 아니다.

이에 관한 본격적인 답소는 이 논문 전체에서 각각 다른 요소로서 다루어질 것이다. 그러나 그것에 앞서 본 장에서는 디자인의 의미파악과 관련되어 언급되고 있는 담론의 개념인 '생산과 수용의 담론'을 논하는 가운데 그에 대한 새로운 관점을 제시함으로써 본 논문의 논의 방향에 대한 기초를 마련하고자 한다.

## 1. 생산개념 중심의 디자인 담론

### 1) 생산과 생산물

생산은 사전적 의미로 '자연물에 사람의 힘을 가하여 경제 생활에 유용한 재화를 만들어 내거나 증가시키는 일'이라 정의된다. 그런 의미로서의 생산개념은 근대 이후 오늘날까지 중요하게 작용하고 있다. 우리 주변에서 흔히 볼 수 있는 대중사회의 생산물은 생산개념에 따른 기획과 제작에 의해 나타난다. 이는 인간의 근본을 제작과 관련지어 생각하는 공작인의 이해가 바탕을 이룬다. 베르그송은 공작인에 대해 이렇게 말한다.

인간은 본질적으로 공작인(工作人)이다. 자연은 인간에게, 예를 들어 곤충들이

소유하는 바와 같은 기성의 도구를 부여하지 않는 대신 그에게 지성이라는 무한히 도구를 발명하고 제작할 수 있는 능력을 부여했다. 제작된 사물이 아무리 단순하더라도 그것은 지각되거나 상상된 모형을 따라서 제작된 것이다. 모형 자체 혹은 그 제작 도식에 의해 한정된 양식은 실재적이다.<sup>2)</sup>

그는 인간 지성의 제작성을 주어진 본질적인 능력으로 간주한다. 디자인의 일반론 또한 제작관념을 중요하게 생각하고 있으며 전반적인 디자인 기획과 관련된다. 그러한 면은 정신적 욕구의 측면에서 감수성과 연결되는데 허버트 리드는 「디자인론」에서 다음과 같이 주장한다.

인간은 움막을 지어야 하고 도구와 무기를 만들어야 하며 의복을 짜야하는 등등, 이러한 관점에서 볼 때 인간은 근본적으로 공작인(工作人; maker)이다. 인간의 정신적인 욕구란 너무 복잡한 것이어서 좌우간 그것의 외적형태와 표현은 시대에 따라 다양하다. 그러나 근본적으로 말해서 인간생활에 있어서 이 측면이야말로 감정(feeling)을 불러일으키고 반응(response)을 유발하는 것이다.<sup>3)</sup>

이와 같은 두 가지 의견에서 공통의 기본적 태도를 추론해낼 수 있다. 그 첫째는 '생산'의 개념에 생산물을 종속시키는 것이며, 둘째는 그에 따라 모든 생산물은 인간의 통제 속에서 관리된다는 점이다. 한마디로 생산물은 인간의 추상적 생산개념에 의해 통일성을 부여받는다라는 것이다. 이러한 인간의 제작개념은 문명의 밝은 면만을 장식하는 것 같아 보이지만 꼭 그런 것만은 아니다. 전 지구의 인공세계화를 지향하는 계몽적 생산개념에 대해 한나 아렌트는 다음과 같이 경고하기도 한다.

---

2) Henri Bergson, 「사유와 운동」, 이광래 옮김, 서울: 문예출판사, 1994, p.72.

3) Herbert Read, 「디자인론」, 정시화 옮김, 서울: 미진사, 1992, p.36.

호모 파베르의 작업인 제작은 사물화로 이루어진다. 모든 사물, 심지어 가장 약한 사물에까지 내재하는 견고성은 작업이 가해진 재료에서 생긴다. 그러나 이 재료 자체는, 단순히 채집하는 까닭에 자연을 변화시키지 않고 내버려 둘 수 있는 들의 곡식이나 나무의 과실처럼 단순히 주어지는 것이 아니다. 재료는 이미 인간 손의 생산물이다. 목재를 얻기 위해 나무를 파괴하는 경우처럼 생명과정을 없애거나 또는 지구의 모태에서 철과 돌과 대리석을 채굴하는 경우처럼 자연의 느린 과정을 중단시킴으로써, 인간 손은 재료들을 그것이 원래 있던 자연적 환경으로부터 떼 놓았다. 이런 침해와 폭력의 요소는 모든 제작에 존재한다. 그리고 인공세계의 창조자인 제작인은 언제나 파괴자였다.<sup>4)</sup>

이와 같은 방식으로 표출된 생산에 대한 문제가 18세기 후반부터 가시화되기 시작한 산업혁명시기에는 민감한 쟁점으로 나타난 바 산업화 초기에는 '러디즘(luddism)'<sup>5)</sup>과 같은 마찰이 있었고, 급기야 19세기 중반에는 맑스와 엥겔스가 공산당 선언을 하기에 이른다. 하지만 오늘날까지 공작인의 생산개념은 유효하게 작용하고 있다. 바우하우스는 디자인에 대해 공작인의 생산개념을 바탕으로 한 체계적인 개념을 정립함으로써 디자인된 제품이 현대적 대량생산으로 나타날 수 있게끔 하였다. 그리고 대량생산과 대량소비의 논리에 의한 디자인의 추상적 생산개념의 성립은 러시아 구성주의와 미국의 포디즘이라는 양대 경제체계에 대한 디자인적 적용 방식을 거쳐 현재까지 이어지고 있는 것이다.

---

4) Hannah Arendt, 「인간의 조건」, 이진우/태정호 옮김, 서울: 한길사, 2000, pp.196-197.

5) 서구 산업화 초기에 나타난 노동자 집단의 대응 형태인 기계파괴행위를 말한다.

## 2) 생산의 코드화

인간이 특정한 목적을 가지고 생산물을 제작했을 때 그 생산물은 일종의 기호로써 일상에서 의미작용을 하게 된다. 디자인의 기호생산에 있어 일정한 규칙을 적용한 생산개념의 통합논리를 구체적으로 실천한 것은 바우하우스라고 할 수 있다. 오늘날까지 그 여파가 역력한 20세기 모던 디자인의 시초라 할 수 있는 바우하우스는 종합으로서의 건축을 향한 통합논리를 내세웠는데 이는 그로피우스의 바우하우스 선언문과 바우하우스 목적에 잘 나타나 있다. 각 내용의 주요부분은 다음과 같다.

모든 조형미술의 궁극적인 목표는 건축에 있다. …… 그 전의 미술학교들은 이러한 통일을 성취할 수 없었다. 그 까닭은 미술이란 가르칠 수 있는 것이 아니기 때문이다. 이제 미술학교들은 다시 공방(工房)과 통합되어야 한다. 디자이너와 응용미술가의 단순한 도안과 회화의 세계는 다시 건축의 세계로 바뀌어야 한다.<sup>6)</sup>

바우하우스는 모든 창조적 노력을 하나의 전체로 통합하고 조각·회화·수공예·공예 등 모든 실용미술의 교육을 새 건축에 꼭 필요한 요소로서 다시 결합하고자 힘쓴다. 바우하우스의 궁극적인 목적은 비록 요원하긴 하지만 기념적인 미술과 장식적인 미술의 구별이 없는 통일된 미술작업, 즉 대건축에 있다.<sup>7)</sup>

바우하우스의 통합원리는 대건축이라는 커다란 개념아래 조직적으로 잘 짜여진 계획으로 여겨질 수 있으며 그 핵심에는 기계와 관련된 생산개념을 포함하고 있었

6) 권명광 엮음, 「바우하우스」, 서울: 미진사, 1994, p.6.

7) Ibid, p.7.

다. 이에 관해 데이비드 하비는 바우하우스를 다음과 같이 설명한다.

1919년 창설된 유력한 독일디자인 기구인 바우하우스(Bauhaus)는 초기에는 모리스가 창설한 '예술공예운동(Arts and Crafts Movement)'의 영향을 받았으나 머지않아 1923년에 '기계는 디자인의 근대적 매체'라는 입장으로 선회하였다. 바우하우스는 기계의 효율성을 이용해 미학적으로 흡족한 성질을 갖춘 상품을 대량생산해내는 기술을 '장인공예기술(craft)'로 재정의 함으로써 생산이나 디자인에 영향을 미칠 수 있었다.<sup>8)</sup>

기계에 의한 대량생산은 대량소비의 호응으로 이어졌고 그런 과정으로 나타난 수많은 상품들이 사회에서 다양한 기호로 나타나게 되었다. 인간의 삶 속에서 상품의 기호는 커뮤니케이션 측면에 있어 중요한 요소로 작용하며, 상품광고에 의한 다양한 약호들은 더욱 복잡한 커뮤니케이션을 가능하게 한다. 상품은 물질적 기능의 가치와 더불어 광고에 의한 새로운 이미지가 또 다른 실재적 가치로서 작용하는 것이다. 디자인은 상품의 기획에서부터 제작, 마케팅에 이르기까지 총괄적으로 관여하며 상품의 종합적 이미지를 창출한다. 따라서 오늘날 생산개념의 통합원리에 의한 상품은 총체적인 기호로써 파악되며 하나의 코드로써 작용한다.

## 2. 수용개념 중심의 디자인 담론

### 1) 수용과 디자인

---

8) David Harvey, 「포스트모더니티의 조건」, 구동희/박영민 옮김, 서울: 한울출판사, 1994, p.43.

후기산업사회 이후 대중매체에 의한 소비현상이 가속화되면서 수용자는 더 이상 수동적이지만 많은 존재로 인식되기 시작했으며 수용자가 생산물을 변형하고 놀이의 대상으로 여김으로서 오늘날 소비는 능동적인 개념으로 파악되기에 이르렀다. 수용이론의 등장과 개념에 대해 존 에이 워커는 「디자인의 역사」에서 다음과 같이 설명한다.

수용 미학은 1960년대 말부터 등장했다. 그것은 원칙적으로는 문학과 관련되어 발전한 것으로서, 이론가들이 텍스트가 다양하게 독해되는 데에, 그리고 과거 해석에 대한 지식으로서의 예술작품에 대한 현대적 체험을 하는 데에서 부분적으로 작용하는 독자의 주관적 반응에 관심을 기울이면서 발전되었다.……해석과 평가는 텍스트나 제품자체의 본성에 의해서만 결정되는 것이 아니라, 수용자나 소비자의 성격에 따라 결정된다는 논지를 편다.……수용이론은 독서 혹은 독해가 예술작품의 동화 작용과 결부되고 있다고 가정하며, 거기에서 주체는 수동적이지 않고 적극적인 몫을 맡는다는 것이다.<sup>9)</sup>

수용이론에 있어서 일종의 해석은 중요한 개념이다. 특히 우리 나라에서 ‘생산’ 개념을 주축으로 하던 디자인 개념에 비해 ‘수용’개념이 중심이 되는 담론은 그 역사가 얼마 되지 않았으나 그 가운데 오창섭이 주장하는 수용개념은 두드러진다. 그의 책 「디자인과 키치」는 분명 많은 사람에게 신선한 관점에서 디자인의 의미에 대해 논의하는 계기를 마련하였다. 왜냐하면 그 이전까지는 디자인 담론에 있어 수용이론을 전면적으로 내세운 사람이 없었기 때문이다. 그는 키치에 대한 삶의 진실함을 이야기하면서 기호학적 개념을 은연중 포함시킨다.

---

9) John. A. Walker, 「디자인의 역사」, 정진국 옮김, 서울: 까치, 1995, p.223-240.

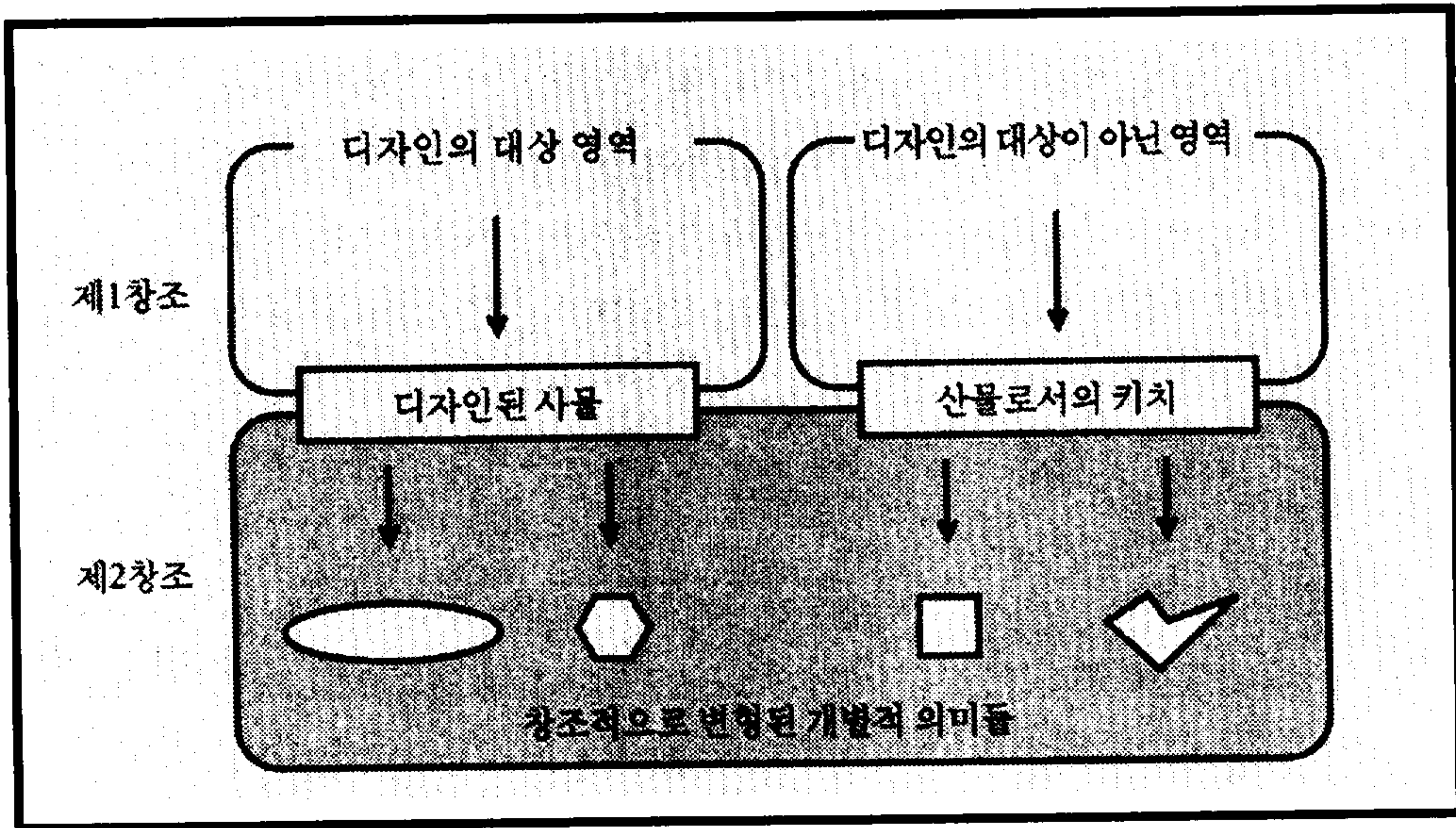
생산 중심적 디자인 보기라는 관점에서 보았을 때, 수용자의 존재는 통계에 의해서 정의되는 수치화 되고 고정된 존재일 뿐이었다. 디자이너들은 수용자를 그들이 제시하는 대로 사물을 사용하는 수동적 존재로 가정하였다. 그러나 수용의 관점에서 디자인을 보았을 때 수용자는 다르게 정의된다. 그들은 생산의 영역에서 디자인을 볼 때와 같은 수동적이고 평균화된 존재가 아닌, 개별성을 가지고 창조성을 지닌 존재로 다시 태어난다.<sup>10)</sup>

위의 구절에서 드러나는 것은 생산담론을 비판함으로써 수용자의 입장을 부각시키고 있으며, 사물들은 수용자의 해석에 의해 다양한 의미로 배열될 것이라는 점이다.

이는 「디자인과 키치」에 있는 다이어그램을 살펴볼 때 더 쉽게 이해할 수 있다 (그림1). 제 1창조의 위치는 ‘생산 중심적 디자인 보기’의 위치이다. 그 위치에서는 수용자(제 2창조의 위치)를 정해진 규칙에 의해서만 움직이는 수동적 존재로 파악한다. 제 1창조의 위치는 ‘디자인의 대상 영역’과 ‘디자인의 대상이 아닌 영역’을 나누어 생각한다. ‘디자인의 대상 영역’은 자주 보는 회사의 로고나 TV광고, 제품 등의 영역이고, ‘디자인의 대상이 아닌 영역’은 극장 간판이나 값싼 기념품 등의 영역이다. 반면 ‘수용의 관점에서 디자인 보기’라는 제 2창조의 위치에서는 제 1창조의 위치에서 보는 입장과 다르게 일상 삶의 범주에서 디자인의 대상 영역과 대상이 아닌 영역을 동등하게 바라본다. 모든 인공물이 삶과 융화되는 의미로 해석되는 것이다.<sup>11)</sup> 따라서 제 2창조의 위치에서는 일상에 있는 인공물이 ‘창조적으로 변형된 개별적 의미’로 파악되는 것이다.

10) 오창섭, 「디자인과 키치」, 서울: 토마토, 1997, p.43.

11) 인공물은 제 1창조의 위치에서 정해놓은 기능대로 항상 사용되는 것이 아니기 때문이다. (관련사항과 그림은 「디자인과 키치」의 1장 참고.)



<그림1> 수용의 관점에서 디자인 보기<sup>12)</sup>

## 2) 수용자의 생산

“사물은 수용의 영역에서 객관적이고 보편적인 의미체로 존재하는 것이 아니라 수용자들의 자유로운 해석과 의미부여의 과정을 통해서 실제적 의미가 드러나는 것이다. 여기서 수용자는 사물의 실제적 모습을 완성시키는 새로운 창조자가 된다.”<sup>13)</sup> 따라서 수용자는 제 2창조의 주체이며 생산개념의 담론에서 담지 할 수 없

12) Ibid, p.50.

13) Ibid, p.45.

는 의미가 수용자에 의해 새로운 기호로 거듭남으로써 그는 제 2의 디자이너가 된다고 할 수 있다. 그렇기 때문에 수용자는 또 다른 기호의 생산자인 것이며 생산담론에서처럼 주로 전체의 통합원리를 지향하는 것이 아니라 개별성을 지향한다. 드 세르토의 주장을 언급한 박명진의 「문화, 일상, 대중」은 「디자인과 키치」와 비슷한 논점을 지니고 있다.

문화 소비자들은 TV를 시청하는 동안 프로그램을 주어지는 대로 수용하고 즐기지만 하는 것이 아니라는 점이다. 프로그램의 시청 행위와 시청 내용으로 피지배 집단의 이해와 직결되는 이차적 생산을 하게 된다는 것이다. 예컨대 아내들은 가부장적인 내용의 드라마 시청 행위를 가부장적 남편에 저항하는 행위로 전환시킬 수 있을뿐더러 선전적 내용의 보도 프로그램은 선전 효과를 내기보다 선전 전략과 의도를 노출시켜 선전에 저항하는 무기로 만들어 버리기도 한다는 것이다. 이처럼 대중문화의 향유자들은 대중 문화를 생산 수준에서 통제할 수 있는 힘은 갖고 있지 않지만 그것의 소비, 즉 향유하는 방식을 통해 통제할 수 있다는 것이다. 그는 대중 문화의 수용이 상당히 창조적인 방식으로 이루어지며, 그 향유자들이 겉보기에는 지배집단의 이해 관계에 동조하는 것 같지만 실제로는 지속적으로 그들 자신의 이해에 봉사하는 수용 방식을 찾아내고 있음을 강조한다.<sup>14)</sup>

따라서 「문화, 일상, 대중」에서 언급한 ‘이차적 생산’은 「디자인과 키치」의 ‘제 2창조’와 같은 맥락에서 이해될 수 있는 것이다. 수용자의 생산은 현대의 전자 미디어에서 더욱 잘 드러난다. 왜냐하면 멀티미디어 전자공간에서는 생산자와 수용자가 동일한 조건하에 텍스트를 변화시키는 상황이 있기 때문이다. 그런 상황에서는 텍스트의 의미구축과 전개에 있어서 생산자의 절대적인 위치가 쇠퇴하고 사

---

14) 박명진 외 편역, 「문화, 일상, 대중」, 서울: 한나래, 1996, p.23.

용자의 재량에 의한 통제의 폭이 커지는 것이다.<sup>15)</sup> 결국 이렇게 본다면 ‘생산-주체’의 기호생산성과 ‘수용-주체’의 기호재생산은 과연 무엇이 다른가라는 질문에 도달하지 않을 수 없다.

### 3. 생산과 수용담론의 한계

#### 1) 생산과 수용담론의 동일성

계몽주의와 산업혁명은 합리주의적 이성과 함께 기계적 생산성의 진보에 긍정적이었다. 그런 면을 계승한 바우하우스는 대량생산에 합리주의적 생산성을 적용시켰다. 현대 대중사회와 함께 나타난 소비문화는 물질적인 면보다 그를 이루는 여러 가지 이미지의 기호작용 측면에서 생산성의 여러 모습을 보인다. 그러나 생산과 소비의 문제가 상대적으로만 취급될 수는 없는 것인 바, 보드리야르는 다음과 같이 주장한다.

생산과 소비는 ‘생산력과 통제의 확대된 재생산이라는 단 하나 똑같은 거대한 과정논리’에 관련된다. 체계의 명령인 이 지상명령은 ‘반대의’ 형태로, 즉 욕구의 해방, 개인의 개화(開化), 향수, 풍요 등의 형태로 사람들의 정신상태 속에, 일상적인 윤리 및 이데올로기 속으로 들어간다 - 이것은 대단히 교묘한 것이다. 지

---

15) Ibid, p.11.

출, 향수, 무(無)계산(non-calcul)(지금 물건을 구입하십시오. 그리고 추후에 지불하십시오)이라는 주제들은 절약, 노동, 재산이라는 '청교도적'인 주제들과 교체된 것들이다. 하지만, 거기에는 인간혁명이라는 외견에서만 관계된다: 사실, 일반적 과정과 근본적으로 변화되지 않은 체계의 틀 속에서 상대적으로 효력이 없어진 가치체계를 다른 가치체계로 내적 용도로 대체된 것이다.<sup>16)</sup>

그는 전체적인 틀이 변한 것이 아니라 그 틀의 유지를 가능하게 하는 요인만이 바뀐 것으로 설명하고 있다. 가치가 그 외적인 것만 바뀌었을 뿐 바탕이 되는 실제적인 작용은 변함이 없다는 것이다. 이런 논리가 생산과 수용담론의 관계성에 그대로 대입되었을 때 동일성의 문제는 의외로 쉽게 해결된다. 우선 오창섭이 「디자인과 키치」에서 바라본 생산담론의 비판적인 측면 두 가지를 알아보자. 첫째는 디자인 담론이 제한되고 있다는 것이며<sup>17)</sup> 둘째는 “디자인에 나타나는 이분법적 구분이다. 그것은 디자인하는 사람으로써 권위를 가진 디자이너와 그렇지 않은 사람, 디자인된 사물과 되지 않은 사물, 디자인이 되는 것과 안되는 것을 구분하고 후자를 열등한 것으로 가정하는 것이다.”<sup>18)</sup> 수용담론이 이처럼 생산담론의 한계점을 지적했지만 근본적인 문제를 공유함으로써 생산담론의 한계와 같은 상황이 또 다시 반복되는 결과를 초래했다. 생산담론과 수용담론이 공유하는 근본적인 문제란 무엇인가.

생산담론에서는 통합논리에 의한 기호생산을 언급했으며, 수용담론에서는 수용자의 기호재생산을 다루었다. 기호생산의 담론과 기호재생산의 담론은 서로 위치를 달리하여 해석하는 것일 뿐 기호생산에 있어서는 공통점을 보인다. 그것은 양쪽 모두 생산성을 중심으로 하고 있기에 가능한 것이며 생산과 수용담론이 공유하

---

16) Jean Baudrillard, 「소비와 사회」, 임문영 역주, 대구: 계명대학교출판부, 1998, p.114.

17) 오창섭, 「디자인과 키치」, 서울: 토마토, 1997, p.28.

18) Ibid, p.33.

는 근본적인 문제란 바로 이러한 점이다.

## 2) 생산과 수용담론을 바라보는 새로운 관점

생산과 수용담론이 생산성을 중심으로 하기 때문에 그 논의 범주에 있어 한계가 있음은 이미 지적한 바이다. 그것은 의미의 생성보다 연속적인 정태(靜態)성을 갖는 수준에서 기호를 생산한다. 구조적인 문제에 있어 유기적인 변화가 아닌 2, 3차원적 구축에서 차이를 반복함으로써 동일한 차원으로 환원시켜버리는 것이다. 즉 생산과 수용담론의 전체적인 틀 속에서 이루어지는 차이가 생산과 수용담론의 범주 안에서는 다양하게 나타나지만 보다 전체적인 시각에서 볼 때는 그 차이 또한 반복적인 것으로 비추어지는 것이다. 이러한 상황을 극복하기 위해 본 논문에서는 생성의 문제를 기존 담론의 구조와 함께 고려한다.

일상에 대해 마르쿠제나 아그네스 헬러는 단조로운 현상이 반복된다고 말한 바 있지만 과연 그런가. 그것은 하나의 관점일 뿐 절대적인 기준은 아닌 것이다. 그들이 보다 높은 차원의 세계를 이상적 모델로서 가정했기에 일상을 단조롭게 보는 담론이 가능했던 것이다. 이는 권위적인 입장에서 일상을 바라보는 시각이다. 이렇게 볼 때 일상은 목적을 위한 도구적인 차원으로 전락하고 만다. 본 논문에서는 일상을 목적이나 수단이 아닌 그 자체로 인식하고자 한다. 일상은 유기적인 변화가 일어나는 곳이며 명료하지 않은 무규정적 상황을 포함하는 지평이다. 일상은 지배적인 담론에 의해서 정확히 재단되어 있는 생산물이 아닌 것이다. 푸코가 「지식의 고고학」에서 '언설의 복잡한 장'이라 했던 것과 들뢰즈가 「의미의 논리」에서 '선형적 장'이라 한 것은 본 논문에서 일상을 거론하는 입장을 비추어 볼

때 유사한 의미를 지닌다. 그 내용은 각각 이렇다.

책이 우리 손안에 있는 대상으로서 주어진다 해도 사정은 마찬가지이다. 그것이 그를 테두리 짓고 있는 이 작은 직사각형 안에 압축된다 해도 역시 마찬가지이다. 그의 통일성은 가변적이고 상대적인 것이다. 그것은 言說의 복잡한 場 un champ complexede discours으로부터 출발해서만 지시되고 구성될 수 있는 것이다.<sup>19)</sup>

의미의 선형적 장은 인칭적인 것의 형태만이 아니라 [기호 작용에 관련해] 일반적인 것의 형태와 [지시 작용에 관련해] 개체적인 것의 형태를 배제해야 한다. 왜냐하면 인칭적인 것은 단지 현시되는 주체만을 특성화할 뿐이며, 일반적인 것은 기호 체계화된 객관적 속성들(propriétés)과 집합들(classes)만을 특성화할 뿐이며, 또 개체적인 것은 (개체화시키면서 지시하는 그 자체 주관적인 관점들에 의지함으로써) 객관적인 방식으로 개체화되는 지시 가능한 체계들만을 특성화하기 때문이다.<sup>20)</sup>

마지막으로, 미셸 마페졸리는 일상에 대해 이렇게 주장한다.

일상이 시대의 스타일 속에서 차지하는 위치는 본질적으로 두 가지 면을 갖는다. 한편으로 그것은 공리주의 단순한 도구적 이성으로 환원되지 않는다. 다른 한편으로 일상은 근대이래 강요된 구획 짓기와 분리에 종언을 고한다. 물론 이 두 측면은 서로 연결되어 있어서 그들 사이에는 일종의 가역성이 항상 존재한다.<sup>21)</sup>

---

19) Michel Foucault, 「지식의 고고학」, 이정우 역, 서울: 민음사, 1997, pp.46-47.

20) Gilles Deleuze, 「의미의 논리」, 이정우 옮김, 서울: 한길사, 1999, p.188.

21) Michel Maffesoli, 「현대를 생각한다」, 박재환/이상훈 옮김, 서울: 문예출판사, 1997, p.94.

이런 의미로써 본 논문에서는 일상을 '일상-장'이라 하고 있다. 그리고 '생산과 수용담론을 바라보는 새로운 관점'은 생산담론과 수용담론의 차원을 각각 구조의 계열로써 파악하며, 항상 '일상-장'의 주변에서 발생하는 의미로서 관계된다. '생산과 수용담론을 바라보는 새로운 관점'이란 결국, 기존 디자인 담론의 범주가 아닌 항상 유기적으로 변하는 범주에서 나타나는 위치라고 할 수 있다. 그것은 디자인을 전체적인 틀적 변화로 파악하는 방법이다. 이러한 주요 내용은 들뢰즈에게 적지 않은 빛을 지고 있다.

### Ⅲ. 욕망과 디자인의 의미

#### 1. 욕망의 개념과 디자인의 의미

오늘날 사회 문화적 담론에서 욕망의 유형은 보편화되고 있다. 욕망은 주류의 사회현상과 맞물려 동일한 코드로 취급되는 경향이 있기 때문이다. 욕망과 관련해서 무엇이 떠오르는가, TV에 나오는 인물들인가, 성적 욕망인가, 아니면 구매욕인가, 욕망은 단조로운 생활로 생각되는 또 다른 얼굴인가, 다양한 얼굴의 욕망이 일반 사회론에 흡수됨은 어제오늘의 일이 아니다. 그렇다고 지명도가 있는 지식인의 욕망에 관한 정의가 꼭 정답이 될 수는 없다. 모두 그 정의가 정답이라고 한다면 그 또한 일종의 이데올로기를 형성할 뿐이기 때문이다.

주로 개인적 혹은 사회적 관점에서 성적 욕망에 대해 이야기한다. 아무리 그것이 대중매체에서 과중한 표현으로 나타나도 성적 욕망의 ‘은밀함’<sup>22)</sup>은 사라지는 법이 없다. ‘은밀함’은 이제 모두의 공통감각이 되어 버렸으며, ‘은밀함’은 성적욕망의 구성요소로서 내적인 문제로 작용한다. 억압이란 비교적 표면으로 잘 드러나지 않으나, 성적 욕망에 있어 대부분의 담론은 ‘억압’과 관련지어 생각하고 있다. 영화 ‘노랑머리’, ‘거짓말’ 등이 뉴스거리로 되면서 억압은 더욱 보편성을 취하는 사회적 인성의 태도를 드러내고 있다. 그러한 억압은 권력을 염두해 두는 것이지만 “근본을 파헤쳐 보면 권력은 절대 존재하지 않는다. 힘의 관계의 일방성도 결코 존재하지 않는다. 힘의 관계의 일방성을 토대로 해야만 권력의 ‘구조’와 권력의 ‘실재’,

---

22) 현대대중사회와 함께 형성된 성적 억압에 대한 무의식적 저항을 가리킨다.

그리고 권력의 영원한 움직임의 '실재'가 확립될 수 있을 것이다. 그것은 이성에 의해 우리에게 부과되는 바 그대로의 권력이 갖는 꿈이다.”<sup>23)</sup> 즉 저항과 권력이 어느 쪽의 입장을 취하든 간에 계몽적 생산성을 그 근본으로 삼는 결과를 낳는다. 그것은 이성의 생산성을 중심으로 삼는 것이므로 상보적 관계로서 설명될 수 있는 것이다. 이렇게 볼 때 '은밀함'과 억압은 내적인 생산 요소로서 성적욕망을 생산하고 있는 것이라 할 수 있다. 그런 생산은 일종의 사회적 코드로서 바로 우리 삶에 기호작용을 하기 때문에 긴요하게 생각되는 것이다. 기호작용은 일종의 패턴으로 환원되며, 생산개념 중심의 디자인 담론에서는 객관적 질서 속의 원활한 생산을 위한 규칙으로 삼고, 수용개념 중심의 디자인 담론에서는 해석 모델로 파악되어 개별적 사항으로 환원, 분배되어 간다.

본능의 억압에 의거하는 분석과 욕망의 법에 의거하는 그것을 구별짓는 것은 충동의 성질과 역학을 이해하는 방식일 뿐이지, 권력을 이해하는 방식은 아니다. 이 두 가지 분석은 다같이 권력에 대한 공동의 표상을 기반으로 하는데, 그러한 표상은 권력이 사용되는 방식과 욕망에 대해 권력이 갖는다고 인정되는 지위에 따라 두 가지 대립적인 귀결에 이른다. 다시 말해서 권력이 욕망에 대해 외적인 영향력만 갖는다면 <해방>의 약속에 이를 것이고 권력이 욕망 자체를 구성한다면 해방의 단언에 귀착할 것이다. 이를테면, 여러분들은 언제나 이미 덧에 걸려 있다. 게다가 이러한 권력의 표상은 성에 대한 권력의 관계를 문제삼는 이들에게 고유한 것이라고 상상하면 안 된다. 그것은 실제로 훨씬 더 폭넓게 퍼져 있다.<sup>24)</sup>

이런 미셸 푸코가 한 주장에 비추어 보면 마찬가지로 우리는 억압과 '은밀함'을

23) Jean Baudrillard, 「유혹에 대하여」, 배영달 옮김, 서울: 백의, 1996, p.69.

24) Michel Foucault, 「성의 역사」, 이규현 역, 서울: 나남출판, 1997, pp.97-98.

동시에 갖고 있으며 스스로 권력을 생산해낸다고 할 수 있다. 푸코의 말대로 전체 사회구조에 있어서 억압과 은밀함에 관련된 권력의 표상은 사회적 담론에 보편성으로 자리잡고 있는 것이다. 이는 프로이트의 담론에 자신을 등록시킬 때마다 오랜 전통을 지닌 '생산력'을 바라보는 시점으로 고정시키는 양상이다. 따라서 '디자인의 개념은 항상 이런 논의의 범주에서밖에 순환할 수 없는가'라는 의문으로 귀착된다.

## 2. 욕망의 생성과 디자인의 의미

'욕망은 디자인과 어떤 관계를 맺는가'에 대한 응답으로 '그것은 판매를 위한 술책에 불과하다' 또는 '욕망의 결핍을 채우려는 끝없는 관계일 뿐이다'는 모두 맞는 말이지만 '일상-장'<sup>25)</sup>의 지평에서 볼 때 지극히 일반적 약호로 구성된 것, 혹은 이미 알고 있어서 오히려 즐기고 있는 것이다. 일반적인 디자인 담론을 생각하며 좀 더 접근해 보자.

행위와 관련된 일련의 모든 상황은 욕망과 거의 관련된다. 예를 들어 무엇을 먹고 싶은 것, 말하고 싶은 것, 보고 싶은 것, 생각하고 싶은 것, 소리 지르고 싶은 것, 잠자고 싶은 것, 듣고 싶은 것 등등은 인간의 감정에 다양하게 관련되어 있다. 그러나 통상 거론되는 디자인에 관련된 욕망은 물질성에 바탕을 둔 생산적 기호작용의 차원을 포함하는 개념이다.<sup>26)</sup> '신화'<sup>27)</sup>적 인식의 가상공간'과 '물질적 욕망' 그

---

25) 질서와 카오스가 복잡하게 움직이고 있는 장이며 일상을 단조롭게 보지 않는 관점에서 해석된 것이다. 본 논문 p.17 참고.

와 관련된 디자인에 대한 이해가 생산력을 중심으로 펼쳐지고 있는 것이다. 그러면 <그림2>와 <그림3>을 살펴보면서 논점을 정리해 보자. <그림2>와 <그림3>은 잡지에서 좌우 두 페이지를 꽉 채운 V-EXCHANGE라는 멀티샵의 광고이다. <그림2>의 하단에는 INFORMATION이 있고 각 층마다 무엇이 있는지 구별하여 단어를 나열하고 있다. INFORMATION의 내용을 보면 이렇다:

5F Palette Restaurant 도미노 피자 · 유턴포크 · 꼬레후라이드라이스 · 사노라면 · 회락 · 캘리포니아롤하우스 · 홍콩반점 · 찹스틱 · 빼에스몬떼 · 미스프로스티 · 왓슨델리 4F Easy & Jean casual MF · 마루 · tea · 보이런던 · 야 · 탁터마틴 · 스톱 · 닉스 · 제임스던 · 텍스이노베이트 · F-4D · 고인돌 · 딸기 · 키티랜드 3F Men's & Woman's character & Underwear man 제스 · 쉬퐁 · 레노마 · 인터메조 · 미찌꼬런던 · 이지오 women 아이얀타타 · NT-1PUM · 매드믹스 · 로리스 · 커밍홈 · 무제 Underwear 제임스던 · 주얼리티파니 · EveNail 2F Character Casual & Shoes 에폴드파리 · 미니멈 · 앳숨 · 아니베F · MINE · 윈 · 오브제 · 돔 · 캐서린햄넷 · 데무 · 바이올렛 · 죠디 · 고세 · 오브엠 · 미스J · 파피루스안경 1F Young casual 오즈세컨 · SYSTEM · SJ · 아이꼬 · 롤롤 · 쇼비즈 · 쿠기 · 개그 · 지지배 · 오조크 · MK · 랫세 · 꾸찌 · 향수 · 두벨주어리 B1 Genderless 보브 · 폴휠러 · XIX · 이기 · 무크 · 다다데코레이션(꽃/포장코너)

INFORMATION은 현대의 대중매체에 익숙한 사람이라면 단순히 설명의 차원을 넘어 신화적 가상공간의 인식을 할 수 있다. 여러 명제는 각각의 브랜드마다 다른 이미지로 떠오르고 표상된 건물 안에서 각 층으로 분리된다. 각 명제는 지시작용을 하면서 나아가 기호로서 시니피앙과 시니피에를 구성한다. 더 나아가 기표와

26) 생산개념에 바탕을 둔 욕망과 관련된 개념이다.

27) “정의됨으로서 존재하는 이 세상의 모든 의미구조와 그것의 상징작용(signification)을 신화(神話: myth)라고 부른다.” (조종혁, 「커뮤니케이션과 상징조작」, 서울: 성균관대학교출판부, 1994, p.79.)

# VARIETY FUN & FASHION V-EXCHANGE



## INFORMATION

이 서비스는 회원들끼리 옷과 액세서리를 교환할 수 있는 기회를 제공합니다. 회원들은 자신의 옷과 액세서리를 교환할 수 있는 기회를 제공합니다. 회원들은 자신의 옷과 액세서리를 교환할 수 있는 기회를 제공합니다. 회원들은 자신의 옷과 액세서리를 교환할 수 있는 기회를 제공합니다.



<그림2> V-EXCHANGE 잡지 광고 (왼쪽 페이지/ 인 매거진, 1999.6.)



<그림3> V-EXCHANGE 잡지 광고 (오른쪽 페이지/ 인 매거진, 1999.6.)

기호는 서로 작용하며 V-EXCHANGE의 통합적인 체계로써 제각각 물질적 욕망을 표상 한다.<sup>28)</sup> <그림3>은 <그림2>와 관련된 이미지로서 INFORMATION의 표상과 일련의 연합체계를 형성한다. 이미지 코드들이 훨씬 정교하게 앞서 나타난 물질적 욕망과 이미지를 또 하나의 욕망적 모델로 전환시킨다. 결국, 그 과정은 계속되는 총체적인 구조로서 작용하며 우리가 생산적인 의미작용을 하는데 직접 관련된다. 이러한 기호의 구조적 작용은 생산개념 중심 디자인 담론에서는 기호를 생산하고, 수용개념 중심 디자인 담론에서는 재생산을 하게 되는 순환체계라 할 수 있다.<sup>29)</sup>

이 세계에서 모든 단일 사물들은 이 인위적 세계에 와서 거주하다가 여러 세대들의 교체와 더불어 항상 교체될 수 있는 것이다. 더욱 이 사람들이 사용함으로써 이들 대상은 반드시 소모될 운명이지만, 그러나 이 종말은 모든 소비물에 내재하는 파멸과 동일한 종말은 아니다. 사용을 통해 소모되는 것은 지속성이다.<sup>30)</sup>

위의 한나 아렌트의 말처럼 변화하는 것보다 지속하는 것, 객관적인 것에서 일종의 안정감을 갖는다. 생산성이 중심이 되는 디자인 담론은 그런 항상성이 바탕을 이루어 왔다. 그렇지만 꼭 정태(靜態)적인 관계로만 기준 삼아 거론하는 것은 맹목에 가까운 습관일 뿐이다. 흄은 다음과 같이 주장한다.

어떤 사태나 실재 존재에 대한 모든 믿음은 기억이나 감각에 현재하는 어떤 대상으로부터만, 그리고 그 대상과 어떤 다른 대상 사이의 습관적인 결합으로부터

---

28) 항상 그런 순서로 이루어지는 것은 아니다.

29) 본 논문에서는 이런 체계에 대하여 부정의 입장으로 나가려는 것이 아니라 오히려 끌어안는 상태에서 상대주의를 배제할 것이다.

30) Hannah Arendt, 「인간의 조건」, 이진우/태정호 옮김, 서울: 한길사, 2000, p.194.

터만 이끌어져 나온다.<sup>31)</sup>

흠이 말한 습관적인 결합은 인공세계의 표상이 습관적 경험의 요소로 작용하는 한에서, 오늘날 지배적인 디자인 담론의 주된 현상으로 나타난다. 그런 습관적인 결합으로 인해 <그림2>와 <그림3>에서 생산적 의미작용이 일어난다. 하지만 그 가운데 결핍되었다고 느끼는 것은 무엇이 완전히 사라졌다가 나타나 채워지고 없어지는 기계적인 것이 아니라 이미 존재하지만 동시에 존재하지 않는 것으로서 중성적 가능태<sup>32)</sup>이다. 존 듀이가

우리들은 괴로운 세계 한 복판에서 완전한 존재를 동경한다. 우리들은 완전의 개념에 대해 의미를 주는 것이 동경을 자아내는 사건들이며, 그들과는 관계없이 하나의 '완전한' 세계는 하나의 변하지 않는 무감각의 존재하는 물건을 의미할 것이라는 것을 망각한다<sup>33)</sup>

라고 하는 망각의 의미에서 파생적 욕망<sup>34)</sup>들이 생산되는 것이며, 생성하는 것은 생산되는 파생적 욕망들의 관점에서 결핍으로 보여지는 것이다. 결과적으로 모든 존재는 결핍과 충족의 관계를 갖고있는 것이 아니라, '중성적 가능태'를 내재하고 있는 것이며, 그것은 들뢰즈의 용어로 '순수사건'<sup>35)</sup>에 비유될 수 있다.

다시 말해서 <그림2>와 <그림3>을 볼 때 처음부터 현시작용<sup>36)</sup>이나 기호작용으

---

31) David Hume, 「인간오성의 탐구」, 김혜숙 옮김, 서울: 고려원, 1996, p.72.

32) 쉽게 이야기하자면 잠재되어 있는 것이며 생산성을 중심으로 한 객관적인 상황에서는 잘 파악되지 않기 때문에 그 관점에서 보면 부재하고 선험적 입장일 때는 존재한다. 하지만 여기서는 이 모두를 구조로서 가정한다. 그렇기 때문에 중성적 가능태는 본 논문에서 순수사건 혹은 빈칸이라고도 한다.

33) John Dewey, 「경험과 자연」, 신득렬 역, 대구: 계명대학교출판부, 1982, p.70.

34) 과잉 실재의 의미로 여기서는 생성적 욕망과 구분된다.

35) 들뢰즈의 「의미의 논리」에서 이정우는 '순수 사건'이란 '잠재적 사건, 아직 현실화되지 않은 사건이다'라고 한다.

로 파악하지 않는다. 그것은 반성작용이라 할 수 있지만, 명백하지 않은 상태(하지만 명백한 상태), 전술어적인<sup>37)</sup> 상태에서 출발한다. 최초의 명제에서 일어나는 사건이란 구체적인 작용을 하기 전이다. '일상-장'은 그런 사건이 일어날 수 있는 여건이며 이런 생각을 바탕으로 해서 볼 때 <그림2>와 <그림3>의 상관하는 현상은 지각과 함께 생성/생산을 하는 것이다. 따라서 <그림2>, <그림3>과 관련된 총체적인 구조는 2, 3차원의 의미작용을 함으로서 생산작용 하는 것뿐만 아니라, 새로운 축인 시간<sup>38)</sup>이 도입되어 생성작용과 함께 하게 된다.

### 3. 욕망의 차이와 디자인의 의미

대중매체에 의해 더 괜찮아 보이는 것, 지금은 내게 없어 갖고 싶은 것 등은 사회적으로 성행하는 욕망이며, 일반론은 그런 방향으로 흐르고 있지만 앞서 예를 든 <그림2>, <그림3>에 관한 글과 같이 다양한 다층적 계열의 의미는 통상적인 상황을 아우른다. 그것은 다양한 생성을 유도함으로서 열린 가능성의 구조를 제시하는 것이기 때문에 욕망의 생성적 차이를 가능하게 하는 것이다. 왜냐하면 통상 일반론은 생성적 차이를 사라지게 하기 때문이다. 그것은 주변환경에서 인공물의 디자인적 의미가 정지된 상태로써 생동감이 없다는 것이다. 생성적 차이의 함몰과 생산적 차이만을 중심으로 하는 디자인 담론은 욕망의 정태(靜態)적 개념으로서

36) 항상 주체가 인식의 중심을 이루는 작용을 말한다. 반면 기호작용의 차원은 객관적인 사항이 인식의 중심을 이룬다.

37) 전반성적 상태를 말한다.

38) 물리적 시간과 인간의 내적 시간 모두를 포함한다.

계몽적 규범의 범위에서 벗어나지 않는다. 「시뮬라시옹」에서 보드리야르는 이렇게 주장한다.

현재로서 가장 재미있는 광고의 모습은 특수한 형태로서 아주 간단히 매체로서 사라지고 묻어지는 것이다. 광고는 더 이상 의사소통 혹은 정보전달의 수단이 아니다. (또 그런 적은 있었는가?) 혹은 광고는 매순간 스스로를 절대적인 것으로 인정하도록 하고, 따라서 자기자신을 우스꽝스럽게 흉내내는 과잉 발달한 시스템들의 특수한 광기에 사로잡힌다. 과거에는 상품이 자기자신의 광고였다면(다른 광고는 없었다.), 오늘날 광고는 자기자신이 상품이 되었다.<sup>39)</sup>

보드리야르는 코드화된 사회구조 속에서 광고는 그 스스로가 사회의 구조적 환경으로 하나의 모델로서 위치를 갖는다는 것이며, 한편으로 그의 의견은 공허한 고백형식으로서 욕망의 생산적 차이를 수반하는 현상이라고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 광고에서 비롯되는 욕망적 여건들 또한 앞서 논의한 것과 마찬가지로 디자인 담론에서 생산적 욕망 혹은 파생적 욕망으로만 재개될 수 있는 것이 아니다. 따라서 욕망과 관련된 디자인의 의미는 인간 삶에서 생성적 의미<sup>40)</sup>의 차원과 함께 다양한 차이가 형성되는 역동적인 가능성을 갖는다.

---

39) Jean Baudrillard, 「시뮬라시옹」, 하태환 옮김, 서울: 민음사, 1996, pp.158-159.

40) '순수 사건'의 작용을 가리킨다.

## IV. 상징과 디자인의 의미

### 1. 상징의 개념과 디자인의 의미

일상에서 표출되는 것은 단순한 제시이든 복잡한 의례이든 상징과 관련되지 않는 것은 없다. 이미 살펴본 욕망도 어떤 형태로 표현되었든지 간에 상징과 상관적이다. 상징은 그만큼 자연스러울 정도로 삶에 넓게 깊숙이 개입되어 있다. 모호성에도 불구하고 상징은 사회의 규범, 질서를 표상 하는 측면이 있는 것이다.

사전에서 상징은 '추상적인 사물을 구체적으로 나타내는 것'<sup>41)</sup>이라고 하지만 사전에서 의미하는 내용부터 애매 모호하다. '구체적'이란 개념은 과연 기준이 무엇인가, 정말 그것은 제 각각의 판단에 맡겨야 하는 것은 아닌가. 폴 리쾨르는 다음과 같이 말하고 있다.

'상징개념'이 담화의 두 가지 차원 좀 더 심하게 말하자면 두 종류의 세계(universe), 즉 언어적 세계와 비언어적 질서의 세계를 모두 가지고 있다는 점이다. 상징의 언어적 특성은 상징의 의미로 말하자면 상징의 구조를 의미나 의미작용의 개념으로 설명하는 이론이 실제로 가능하다는 사실에 의해 입증된다. 그러므로 우리는 상징이 이중-의미, 또는 일차적 의미와 이차적 의미를 함께 가진다고 말할 수 있다. 그러나 비-언어적 차원도 언어적 차원만큼이나 명백하다.<sup>42)</sup>

41) 신기철/신용철 편저, 「새 우리말 큰사전」, 서울: 삼성출판사, 1980, p.1778.

42) Paul Ricour, 「해석 이론」, 김윤성/조현범 옮김, 서울: 서광사, 1998, p.99.

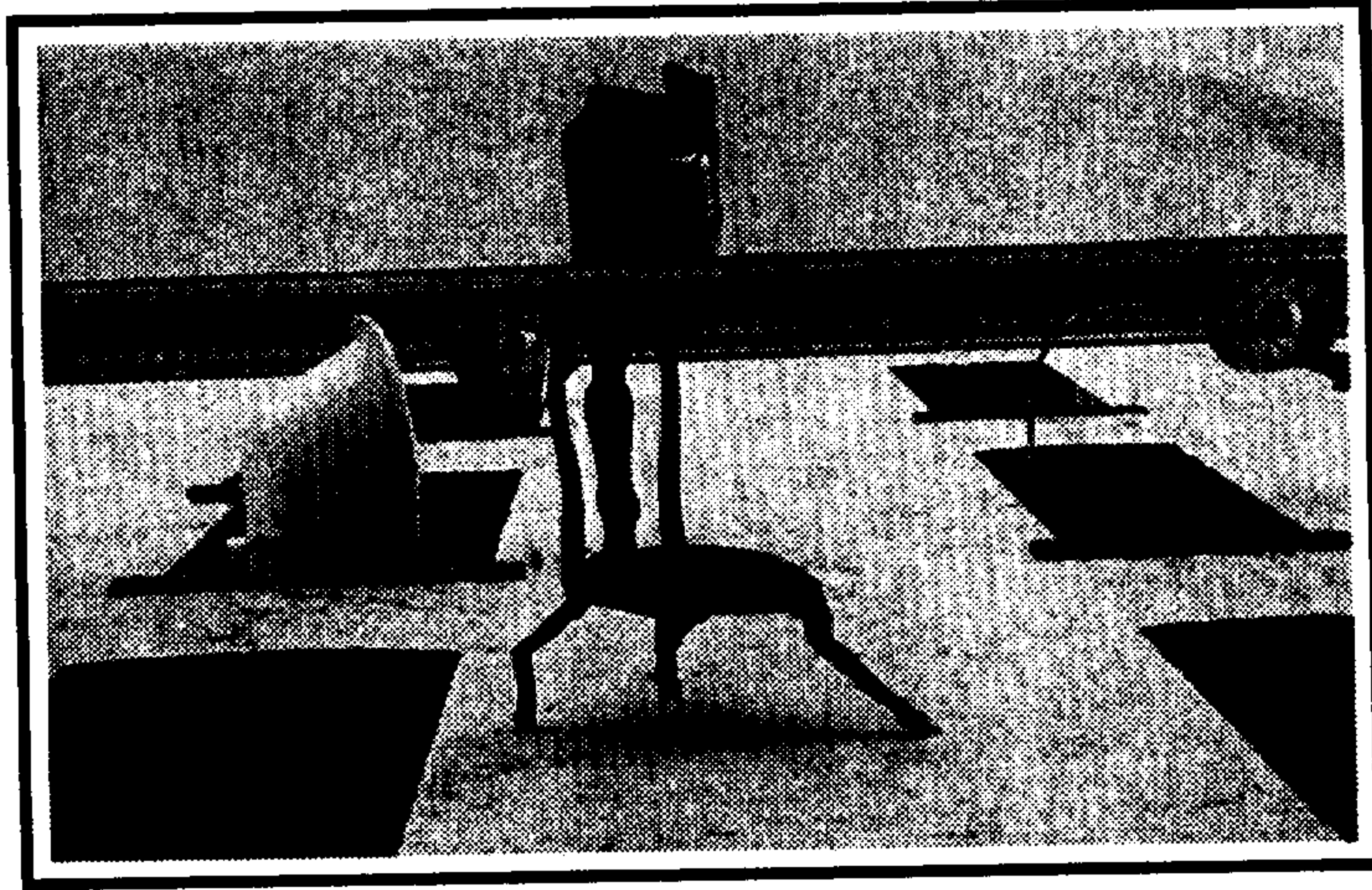
상징은 이처럼 이중전략을 가지고 있기도 한 것이다. 그러한 연유로 상징은 새로운 해석을 낳으며 변화가능성을 내포하고 있다. 디자인은 그러한 상징의 의미를 적극 수용하는 생산물이며 주변환경과 직접 관련성을 갖기 때문에 사회에 많은 영향력이 있다. 수용자가 능동적인 의미재생산을 하는 이유 중 하나는 상징적으로 드러나는 디자인이 효과적인 표현력을 갖기 때문이다. <그림4>와 <그림5>는 건물의 외벽에 가구들과 전화기, 시계가 배치되어 있다. 평상시에 알고 있던 생산물의 의미가 환기되면서 새로운 의미작용을 한다. 기존의 상징적 의미는 실내 분위기에서 친숙함을 보였던 반면, 이제 그 사물들은 여건의 변화와 함께 ‘상징적 의미의 틀’<sup>43)</sup> 자체가 변화한 것이다. ‘상징적 의미의 틀’이 <그림4>와 <그림5>에서는 직접 제시되었지만 사실 ‘일상-장’에서 언제나 ‘상징적 의미의 틀’이 변하는 것을 경험하고 있다.<sup>44)</sup> 다만 주의 깊게 보지 않는 습관과 보편적인 상황 때문에 지나치고 있는 것이다. <그림6>과 <그림7>은 대학축제의 풍경이다. <그림6>은 매우 강렬한 인상을 받는다. 청바지만 입고 있는 상태에서 바지마저 거의 온전치 못하며 등에는 글을 써놓았다. 바지의 변화된 의미와 몸에 써넣은 글자는 수용자의 능동적인 의미표현과 함께 전체적인 새로운 상징성도 보여준다. 또, <그림7>은 얼굴에 별 모양을 페인팅하고 있다. 이런 예들은 수용자 의미생산을 주로 다루고 있지만 ‘생산-수용’의 문제는 어디까지나 하나의 이항대립적 대비효과라는 점에서 누가 수용자이고, 누가 생산자인지 근본적으로 볼 때 모호하다고 할 수 있다.<sup>45)</sup>

한편, 중세교회의 상징에 대해 피터 게이는 이렇게 말한다.

43) 상징은 사회적 규약으로서 해석될 때 어느 정도 범주가 분명하지만, 그렇지 않을 경우 다양하게 해석된다. 전자와 후자 모두 상징에 관련된 범주가 엄밀히 말해 뚜렷한 경계는 아니지만 적절히 설정되는데 이 범주를 지칭하는 것이다.

44) 앞의 그림에서는 직접 제시되었지만 수동적 파악이었다. 이는 능동적으로 파악을 의미한다.

45) 생산과 수용에 대해서는 본 논문의 II장을 참고.



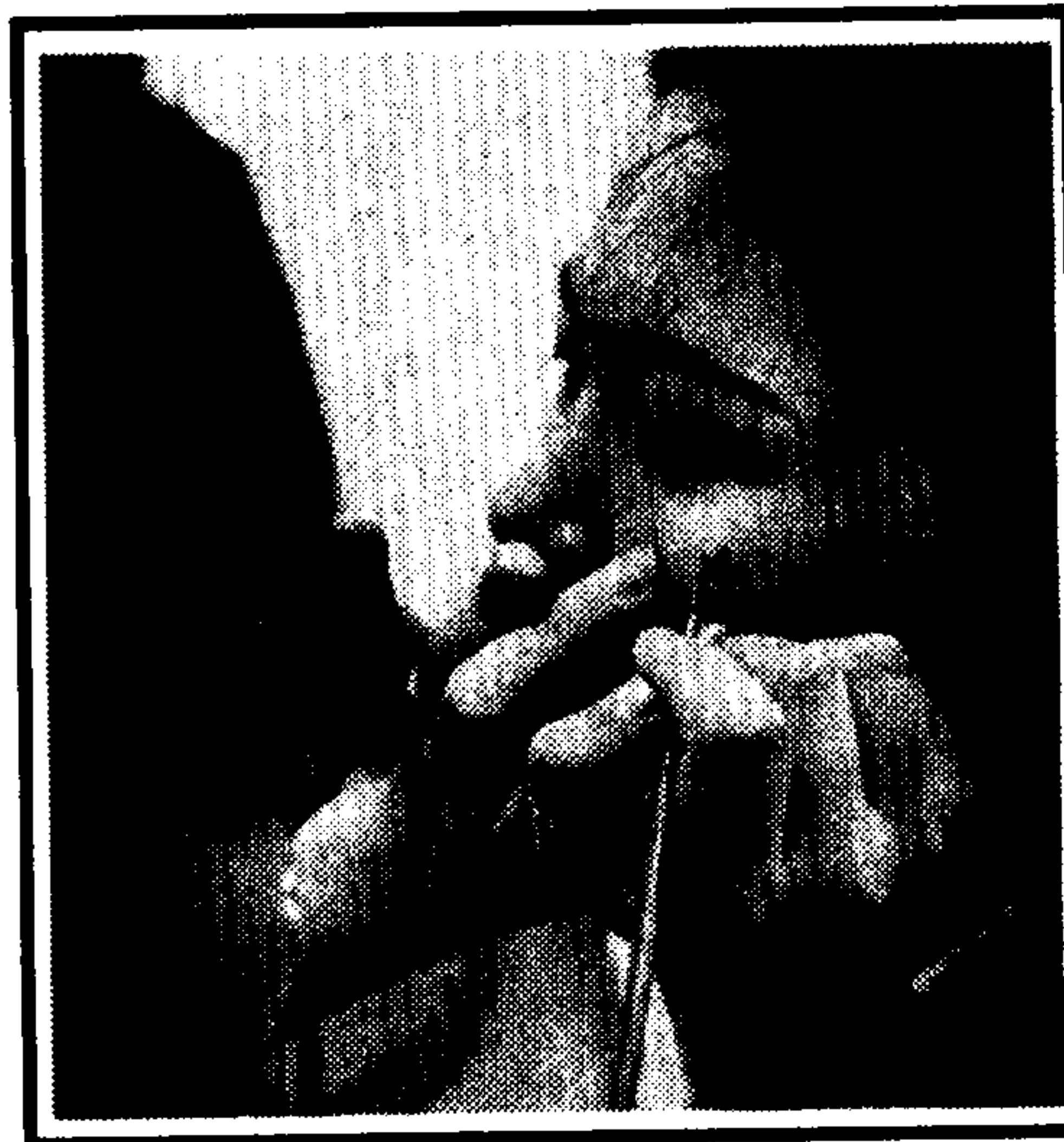
<그림4> 건물의 외벽에 배치된 사물들 1 (PAPER, 1997. 6. , vol.19)



<그림5> 건물의 외벽에 배치된 사물들 2 (PAPER, 1997. 6. , vol.19)



<그림6> 대학 축제 풍경 1 (Neolook, 1996. 6., vol.17, p.45.)



<그림7> 대학 축제 풍경 2 (Neolook, 1996. 6., vol.17, p.47.)

교회건물은 십자형으로 생기고 동쪽을 향하며, 스테인드 글라스 창문과 조각 장식이 있는 성가대석을 갖추고 있었는데, 그것은 신자를 감각과 죽음의 세계 너머로 인도하기 위한 목적을 갖고 고안되었기 때문이다. 중세의 교회는 돌 속에서 하는 침묵의 설교와 종교극이라고 불려왔다. 그러한 이름은 적절한 것이다. 교회의 기초는 한 무더기의 돌세공 이상의 뜻을 가지고 있었기 때문이다. 그것은 상징적 의미를 잔뜩 지고 끄끙거리고 있었다. 성당의 상징적 뜻을 해석하기 어려울 때가 종종 있었다. 왜냐하면 어느 정도 학식이 필요했기 때문이거나, 그 뜻은 계속적으로 또는 권위주의적으로 정해진 것이 아니었기 때문이다. 거기에 나타난 심상은 해석하는 방법을 일러주는 지침서가 없었다. 그리하여 해석의 여러 형식은 지역의 관습이나 상상력이 풍부한 주교에 달려있는 경우가 많았다. 성자들에게는 유행이 있었다. 어떤 인물상의 의미를 놓고는 이러쿵저러쿵 혼동이 있었다. 어떤 교회에서는 꽃을 새긴 것을 보고 성처녀를 머리에 떠올린다. 그러나 다른 교회에서는 단지 그 자체로 즐긴다. 그러나 물론 자연 그 자체는 좀 더 넓은 창조물의 일부였기 때문에 가장 가정적인 표현은 설사 그것이 분명히 성스러운 의미를 가지고 있지 못하다 할지라도 어떤 점에서 상징적이었다.<sup>46)</sup>

여기서 흥미로운 점은 서구의 중세에 모든 상징물이라 지칭되는 것이 모두 그 방향에 있어 의도적이건 아니건 간에 신을 향한 해석들이었다는 점이다. ‘침묵의 설교와 종교극’을 오늘날 사회의 일면과 비교해 생각해 본다면, 만약 오늘날이 현대적 중세라고 지칭될 수 있다면 그로피우스의 바우하우스 선언문 중 “우리 다 함께 건축과 조각과 회화를 하나의 통일 속에 포용하고 또 언젠가는 새로운 신앙의 상징처럼, 수많은 일꾼들의 손으로부터 하늘나라로 올라갈 새로운 미래의 건축을

46) Peter Gay, 「계몽주의의 기원」, 주명철 옮김, 서울: 민음사, 1998, pp.361-362.

회구하고 상상하며 창조하자”<sup>47)</sup>라는 구절은 예언자적인 발언이었다고 할 수 있다.

오늘날 상징은 중세와 다른 형세를 띠지만 비슷한 점이 있다. ‘신’ 대신 수많은 대중매체는 신화를 형성하면서 상징적 커뮤니케이션을 원활하게 하고 대중들도 역시 신화 형성에 적극 참여한다. 이러한 현대 대중문화의 형태들은 디자인과 생산적 의미로서 관계를 맺으며 우리 삶에서 실재를 이루는 하나의 차원이다.

## 2. 상징작용과 디자인의 의미

화려한 외관의 건물, 편리한 주차시설, 쾌적한 환경, 겨울이거나 여름이거나 항상 안정적인 실내온도, 유혹적으로 디자인된 사물들의 천국, 이는 깨끗이 정제된 것 같은 백화점이다. 이와는 다르게 지하철역 공간을 상기해 보자. 조금은 칙칙한 듯한 분위기 더욱이 지하철 안에서 벌어지는 사건은 너무나 묘한 것이다. 지하철이 달릴 때 창문 밖과 실내의 풍경을 비교해 보면 대부분 창문 밖은 콘크리트 벽으로 보여지고, 실내는 다양한 광고가 이미지와 함께 의미소통을 위한 준비를 하고 있다. 어떤 때는 한 회사의 광고물로 지하철 한 량을 모두 장식하고, 보통은 각기 다른 광고가 비교적 질서 있게 배열되어 있다.

여기서 정말 흥미로운 사실은 지하철 공간과 백화점이 지하공간으로 연결되고 있다는 것이며 더구나 그 공간에는 다양한 상징물이 인공광의 광휘로 가시화 되어 소기의 목적을 달성하려는 듯 배치되어 있다는 것이다. 백화점과 지하철 공간은 ‘사이의 공간’으로 인하여 절단을 면하고 있음에도 불구하고, 항상 일반론은 분리

---

47) 권명광 엮음, 「바우하우스」, 서울: 미진사, 1994, p.7.

된 체계가 우선시되는 경향이 있다.

보드리야르에 의한 드럭스토아(drugstore)<sup>48)</sup>분석은 다음과 같다.

드럭스토아는 상품을 종류별로 늘어놓지 않고, 소비의 기호총체의 부분적 장(場)으로 간주된 재화의 모든 종류의, 즉 '기호의 혼합'을 수행한다. 드럭스토아에서는 문화센터가 상업센터의 통합적 부분이 된다. 드럭스토아에서 문화가 '타락되어 있다'고 이해하지 마시다: 그것은 너무 단순하다. 문화는 드럭스토아에서 '교양을 쌓게 된다.'……드럭스토아에는 그 모든 것들을 만화경(萬華鏡)식으로 보여주고 있다. 만일에 백화점이 장터와 같은 광경을 보여 준다면, 드럭스토아는 소비의 섬세한 리사이틀을 제공하는데 이 리사이틀의 모든 '예술성'은 정확하게는 모든 사물들의 애매한 기호에 따라 연주되고 있다. 또 사물의 유용성 및 상품으로서의 지위가 승화되어 '분위기'의 게임: 보편화된 새로운 문화가 되는 것 속에 존재한다. 이 새로운 문화에서는 고급 식료품 점과 화랑, 「플레이보이」지와 「고생물학개론(古生物學概論)」 사이에는 아무런 차이도 없다.<sup>49)</sup>

앞서 기술한 지하철과 백화점을 객관적으로 압축시켜 해석하려 했다면 보드리야르의 논의는 그대로 적용된다. 그러나 그의 과잉 논리에서 '사물들의 애매한 기호'는 마치, 그 순환만을 위해서 있는 것 같아 보인다. 결국은 차이가 사회의 기호 총체적 작용에 의해 그 커다란 구조 속에서 무화(無化)된다는 것이다.

그런 것은 주변환경과 밀접한 상황에서 이루어지는 것인데 오늘날의 현대적 환경이 있기까지 우리 나라도 서구와 마찬가지로 현대적 도시화의 과정을 거쳐왔다. 이런 조건 속에서 문화는 자연적으로 변화를 겪지 않을 수 없었을 것이다. 이에 따른 서구 대중문화의 유입은 어쩌면 자연스러운 결과였는지 모른다. 이제 현대

48) "신문, 잡지, 문방구, 약, 화장품, 담배 등을 판매하며 식당과 다방을 겸하고 있는 새로운 상업센터이다." (Jean Baudrillard, 「소비와 사회」, 임문영 역주, 대구: 계명대학교출판부, 1998, p.54.)

49) Ibid, pp.15-16.

대중문화의 수많은 상징들에 둘러싸여 생활하고 있는 것이 실재로서 받아들여지며 상징적 규칙들에 너무나 익숙해져 가고 있는 것이다. 가수, 연기자 등 연예인은 일종의 상징으로 항상 대중매체의 이목을 집중시킨다. 대중매체는 새로운 상징적 코드를 계속 빠르게 산출함으로써 사람들의 관심을 유지하려 하며 대중들도 적극적인 반응을 하는데 그들의 “기호학적 생산성 semiotic productivity은 팬 문화에만 나타나는 특수한 것이라기보다 대중문화에 전반적으로 나타나는 특성이다.”<sup>50)</sup>

「계몽의 변증법」에서 호르크 하이머와 아도르노는 두 회사의 자동차디자인이 근본적으로 차이가 없다고 주장한다.

일련의 과정들이 얼마나 도식화되어 있는가 하는 것은, 생산물들의 기계적인 차이란 궁극적으로 똑같은 것이라는 사실에서 잘 드러난다. 크라이슬러의 모델과 제너럴 모터스의 모델들의 차이란 근본적으로 환상에 불과하다는 것은 작은 차이에 열광하는 어린아이조차 알고 있다. 전문가들이 무엇이 장점이고 무엇이 단점이라고 떠들어대는 것은 경쟁과 선택가능성이라는 가상을 영구화하는데 기여할 뿐이다.<sup>51)</sup>

호르크 하이머와 아도르노의 말은 오늘날 보수적인 발언으로 비추어지기 마련이다. 왜냐하면 그들이 비판하는 내용이 실재적 가치로써 자리잡고 있기 때문이다. 그래서 「계몽의 변증법」에 대해 마크 포스터는 이렇게 비판하기도 한다.

요컨대 아도르노는 언어적 현상인 신문, 라디오, 텔레비전 등의 커뮤니케이션의 구조를 이론화하지 못하며, 그 현상이 메시지의 수용자를 구성하게 되는 방

---

50) 박명진 외 편역, 「문화, 일상, 대중」, 서울: 한나래, 1996, p.195.

51) Max Horkheimer und Theodor W. Adorno, 「계몽의 변증법」, 김육동/주경식/이상훈/윤희, 서울: 문예출판사, 1995, p.173.

식, 즉 수용자가 미디어의 영향을 받는 방식을 검토하지 못한다.<sup>52)</sup>

하여간 호르크 하이머와 아도르노가 ‘환상’, ‘가상’이라고 했던 것은 오늘날 사회적으로 중요하게 작용한다. 그렇다 하더라도 호르크 하이머와 아도르노의 글에서 세밀하게 짚고 넘어갈 문제가 내포되어 있는데, 그것은 ‘그들이 말한 ‘환상’, ‘가상’이 실재가 아니라고 생각한 것에서 발상을 한 것이라면 무엇을 실재라고 여기고 있었던 것인가’라는 의문에서 출발한다. 호르크하이머와 아도르노는 또 다음과 같이 강력한 주장을 하는데 ‘경직된 개인’에 주목을 할 필요가 있다.

절대적인 것은 아니지만 적어도 경직된 사회에 대항해서 더 나은 사회를 대변할 수 있는 것은 경직된 개인이다. 그는 개인이 더 이상 존재하지 않는 사회에서 일어나고 있는 것, 또는 집합적인 체계가 개개인에게 매일매일 가하고 있는 불의에 대한 수치심을 간직할 수 있는 것이다. 자아를 더 이상 갖고 있지 않은 오늘날의 「말 잘 듣는 인간들 yesman」은 예전의 짜증스러운 약장수, 열광적으로 장미 가꾸는 사람, 정치적 불구의 후예다.<sup>53)</sup>

그들의 주장은 대중문화의 ‘환상’과 ‘가상’에 사람들이 수동적이며, 그에 비해 ‘경직된 개인’은 그 대안이 될 수 있다는 것이다. 「계몽의 변증법」에서 ‘환상’과 ‘가상’은 이미 우리 현실에서는 실재로서 일반적인 차원으로 여겨지고 있으니 ‘경직된 개인’에 대해 다시 말하자면, 현대의 실재와 함께 하는 또 다른 실재적 차원의 가능성이 있는 셈이다. ‘경직된 개인’을 그들 의도와는 조금 다르게 본 논문의 취지<sup>54)</sup>에 비추어 해석해 본다면, 한마디로 ‘창조적인 개인’<sup>55)</sup>을 뜻한다고 할 수 있다.

52) Mark Poster, 「뉴미디어의 철학」, 김성기 옮김, 서울: 민음사, 1994, p.72.

53) Max Horkheimer und Theodor W. Adorno, 「계몽의 변증법」, 김옥동/주경식/이상훈/ 옮김, 서울: 문예출판사, 1995, p.329.

54) 생산과 생성을 전체 구조의 차원에서 취하려는 것이다.

그리고 호르크노 하이머와 아도르노의 논의에서 저항이란 항상 분명하게 상대적인 커다란 측면으로 드러나야 한다는 생각이었겠지만<sup>56)</sup> 그럴 경우 ‘경직된 개인’은 또 다른 경직된 사회로 전환되고 말 것이다. 따라서 ‘창조적인 개인’이란 상대적인 개념이 아니라, 단순히 배치가 바뀌는 것이 아니라, ‘생산’과 ‘수용’의 일방적인 관계가 아닌 ‘유동적인 상관체’<sup>57)</sup>로서의 의미이다. 그러므로 ‘창조적인 개인’은 사회적 환경의 많은 상징들의 의미에 대해 순응도 하지만 동시에 변화시키는 능력을 지닌 자라고 할 수 있겠다. 그렇다면 도대체 어떻게 변화시킨다는 것인가, 그것은 광고물과 상징체계 틀의 변화로서 서사적 질서와 관계된다. 거리의 광고물을 보고 지나칠 때 텍스트 속의 상징적 광고 내용만 인지하지 않는다. 주변의식은 주제를 놓치고 있는 것이라 생각하기 때문에 쉽게 간과되고 있다. 윌리엄 제임스의 ‘주변의식’<sup>58)</sup>을 계속 염두하면서 논의를 진행시켜보자.

<그림8>과 <그림9>, <그림10>은 지하철 공간에서 흔하게 볼 수 있는 풍경들이다. <그림8>에서 지하철 노선과 광고물은 같이 배치되어 있다. 서로 다른 코드를

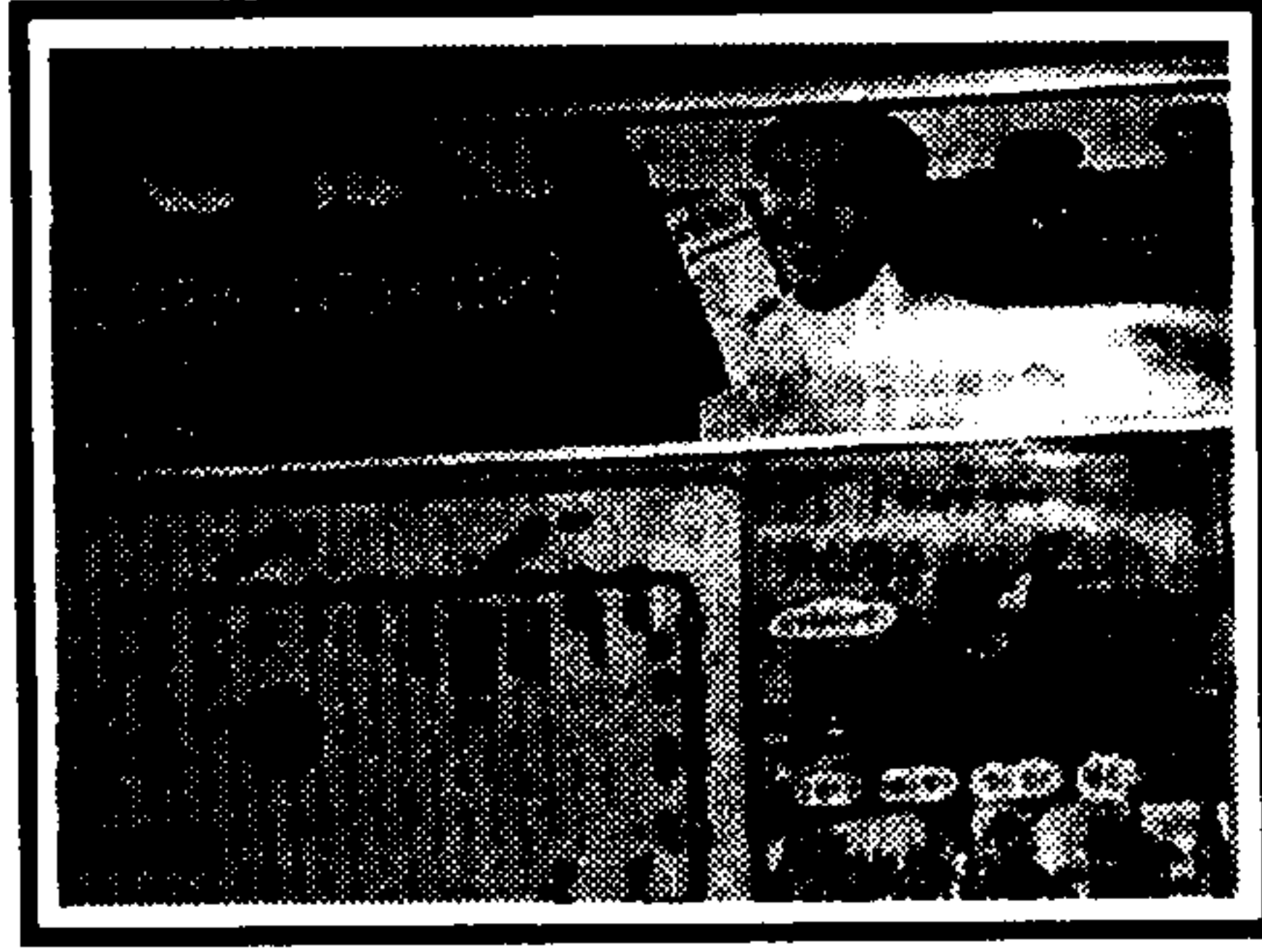
55) 수동적이 아닌 능동적인 개인의 개념이다.

56) 그것은 거대담론만이 중심을 이룰 것이라는 생각이다.

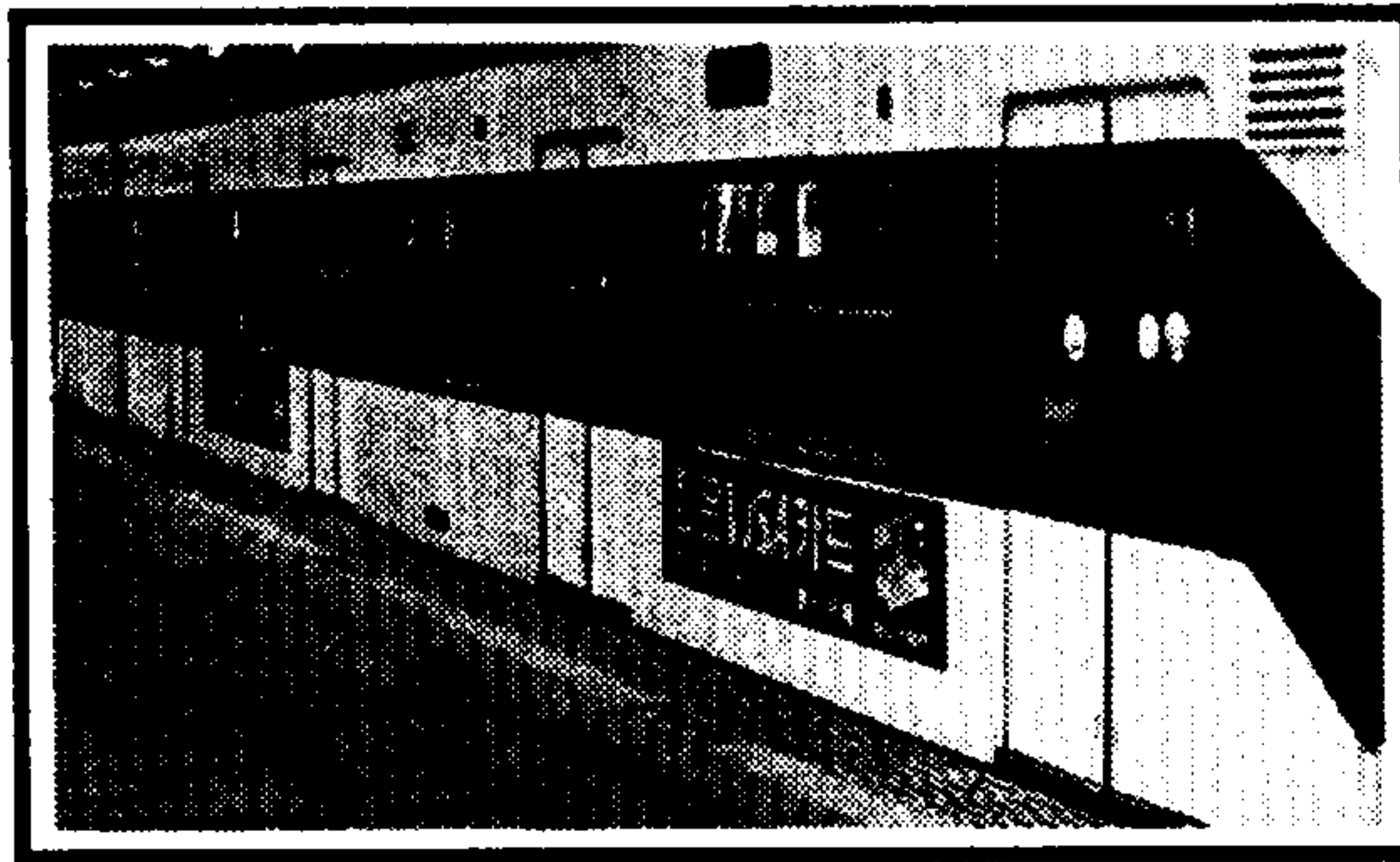
57) 머무르지 않고 계속 움직이면서 상관하는 존재라 할 수 있다.

58) 아론 쾰비치는 「의식의 장」에서 다음과 같이 제임스의 ‘주변의식(fringes)’을 설명하고 있다.

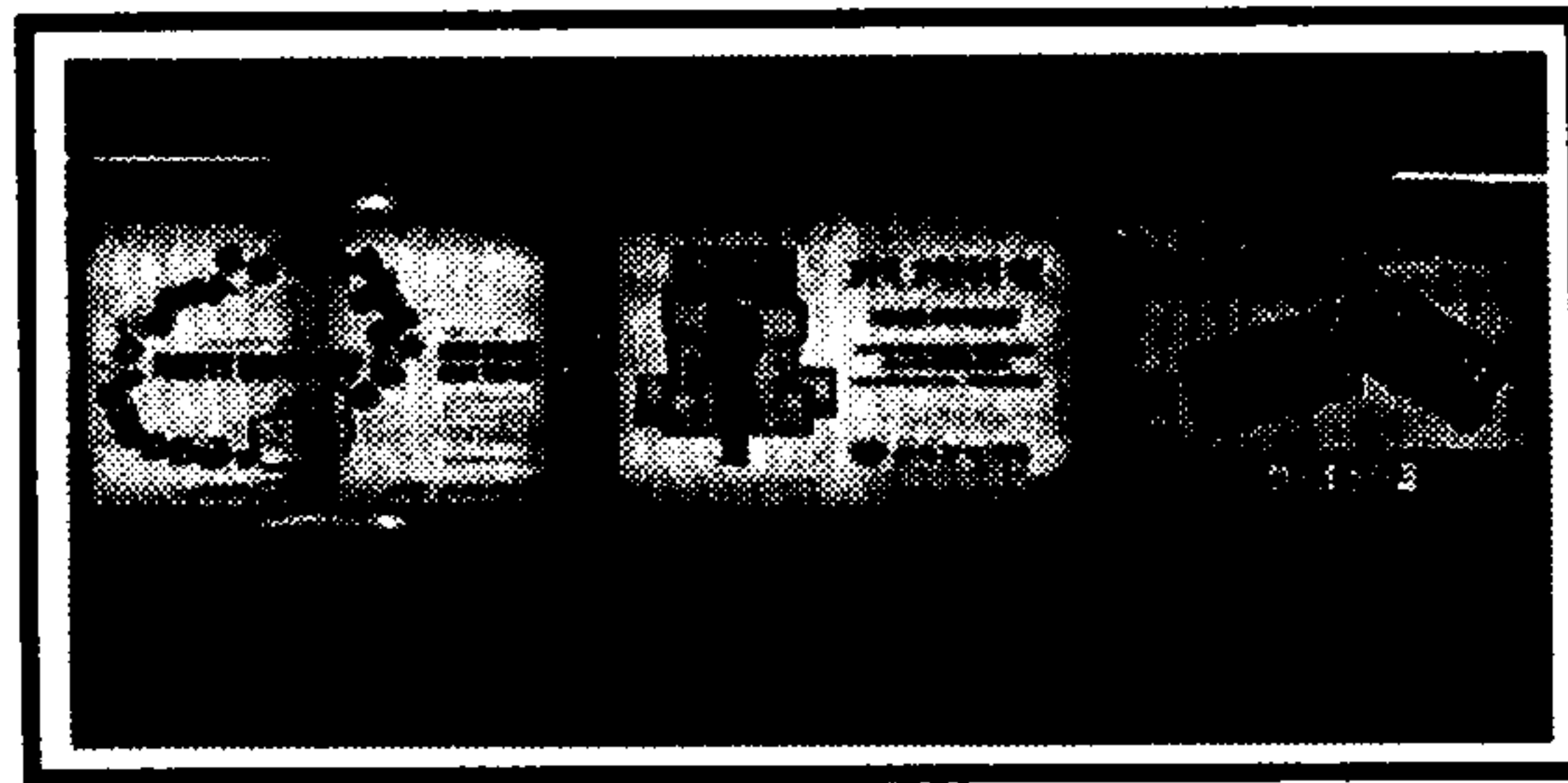
“주변의식은 “轉移的인 狀態” 일반에 속한다. … 주변외식은 그것이 “親和性的의 意味”-주관적인 의식 흐름의 가장 흥미로운 특징 중의 하나-를 전달하고 있다는 한에서 전이적인 상태의 특별한 부류의 하나이다. ‘친화성’은 어느 순간 우리의 마음을 차지하는 것, 즉 주제와 우리의 정신이 집중하는 것, 즉 주제와 우리의 정신에 우연히 떠오르는 단어, 어구, 이미지, 표현 사이에서 존재한다. 모든 화제나 주제는 언제나 단지 불분명하고 모호한 자각만을 갖고 있는 지시관계, 그리고 지시의 후광, 즉 주변외식에 의해 둘러싸여 있다. 우리의 정신에 떠오르는 어구나 이미지, 관념들이 그러한 주변외식의 후광 혹은 체계 속에 자리를 차지하고 있는 한, 그것들은 주제에 相關的인 것으로 체험된다. “친화성의 의미”는 그러한 주제를 둘러싸고 있는 주변외식에 속하는 이미지나 주어짐의 경험 바로 그 속에 있다. 이 조건을 충족시키는 어구나 이미지가 우리의 사유 속으로 들어온다. 그러한 어구나 이미지들로 넘어 가면서 전이는 부드럽고 연속적으로 된다. 우리의 사유는 주제를 둘러싸거나 주제에 따라 다니는 주변외식에 의해 그려지는 지침을 따라 움직인다.”(Aron Gurwitsch, 「의식의 장」, 최경호 옮김, 서울: 인간사랑, 1994, pp.367-368.)



<그림8> 지하철 차량 내 노선도와 광고들 (POP SIGN, 1998. 5. , p.111.)



<그림9> 지하철 차량 밖의 광고 (POP SIGN, 1997. 2. , p.92.)



<그림10> 지하철 보도 공간의 광고들 (POP SIGN, 1997. 2. , p.93.)

함축하고 있으면서도 이웃하여 위치한다. 보통 각각 함축코드의 생산적 의미작용 이외에 더 특별한 의미가 없다고 생각하는 경향이 있다. 움베르토 에코 또한 이렇게 말한다.

광고의 모든 메시지가 연루시키는 이데올로기는 소비의 이데올로기이다. 즉 <이 제품을 사십시오. 어차피 당신은 무언가를 소비하기 때문에 우리는 이미 당신이 알고 있는 설득 메커니즘을 통해 우리의 제품을 권장합니다.>가 그것이다.<sup>59)</sup>

과연 광고에 대한 모든 메시지는 소비로만 직결되는가. 그렇다면, 우리가 <그림 8>을 지각하는 상황에 있을 때 살아있는 생물체가 아니라, 소비만을 지향하는 고정된 기계라도 된다는 것일까. 분명 우리는 그 광고 코드를 해독한다. 하지만 이것이 필연적으로 광고 메시지에 각 개인의 해독이 하위단계로서 예속되어 있음을 뜻하는 것은 아닐 것이며, 더 나아가서 <그림 8>에서 지하철 노선그래픽과 광고물들 간의 상징체계의 움직임은 ‘전이’<sup>60)</sup>를 통한 또 다른 상징체계의 틀을 이루고 있는 것이다.

<그림 9>과 <그림 10>은 각각 지하철 차량과 지하보도에 있는 광고물이다. 이번엔 <그림 8>의 상황과 다르게 사람이 이동하면서 그것들을 지각한다고 생각해 보자.<sup>61)</sup> 지하철 공간에서 차량과 지하보도에 있는 광고물은 흔히 지각되는 것들이다. 그것은 일종의 작은 역사로서 여겨질 수 있는데<sup>62)</sup> 그 작은 역사를 상징체계의 변화로써 구조적인 측면에서 바라볼 수 있으며 또한 ‘상징의 서사적 질서’를 이룬다.

---

59) Umberto Eco, 「기호와 현대예술, 김광현 옮김, 서울: 열린책들, 1998, p.353.

60) 앞의 주에서 언급했던 윌리엄 제임스에 관한 내용 참고.

61) 이것은 이전과는 좀 다른 그러나 우리가 이 단락에서 목표하는 것이 잘 나타날 수 있는 상황이다.

62) 전체적인 종합으로서 정신적인 승화를 이야기하는 것이 아니다.

에코가 말했던 광고에 연루되는 것의 상황을 포함하면서 동시에 순수 사건을 공존시키는 의미이다. 본 논문에서 '상징의 서사적 질서'가 뜻하는 바는, 작은 역사가 하나의 물리적인 시간에 관계하는 역사인 것과 동시에 '내적 시간'의 역사로서 '상징체계의 틀'의 생성적 변화와 직접 관계하는 것이다. 이런 주장에 대해 단지 인간의 단편적인 심리 현상만을 가지고 너무 과장시켜 논점을 삼는 것이 아니냐는 논박이 있을 수 있다. 하지만 이런 종류의 책망은 이 논문에서 논박으로의 가치를 획득할 수 없다. 왜냐하면 이 글의 논지가 상대적인 사항에 대한 문제를 넘고있는 것이기 때문이다.

광고물에 대한 지각의 최초 사건을 생각해 보면서 간단히 논점을 정리해 보자.  
흠은

그러므로 우리는 좀 자유롭게, 더 생생한 지각들을 인상(impression)이라 부르기로 하자. 이것은 인상이라는 단어의 일상적인 의미와는 조금 다른 것이다. 따라서 나는 인상이라는 용어를 우리가 듣거나 보거나 느끼거나 사랑하거나 미워하거나 원하거나 의지하거나 할 때의 보다 더 생생한 지각들 모두를 의미하는 것으로 사용할 것이다<sup>63)</sup>

라고 하는데 여기서 '인상'은 우리가 매순간마다 경험하는 것이며 본 논문에 비추어 생각해 볼 때 '상징적 체계의 틀'이 변하게 되는 계기로서 작용하는 것이라 할 수 있다. 상징적 체계의 틀이 변하는 작용은 각각의 객관적으로 형성된 의미에 대해 '또 다른 차원의 의미'를 가능하게 하는 여건이 되는 것이며 그것은 '순수 사건' 작용의 차원이다. 따라서 '일상-장'에서 대면할 수 있는 상징은 작용으로서 하나의 체계를 이루는 가운데 '틀적인 변화' 즉, 생성을 한다.

---

63) David Hume, 「인간오성의 탐구」, 김혜숙 옮김, 서울: 고려원, 1996, p.31.

### 3. 상징효과와 디자인의 의미

순수 사건과 관계하는 상징체계의 변화는 외연에 있어 하나의 '상징효과'라고 할 수 있다. '상징효과'는 텍스트의 불안정성에서 가능성을 찾을 수 있으며, 그 열린 가능성에서 상징에 관련된 디자인의 의미 또한 생각할 수 있다. 이제까지 상징에 관련된 디자인의 의미는 객관적 코드화가 중심이 되는 상황에서만 논의되어 왔다. 객관적인 코드화는 무척 복잡하고 정교해서 우리의 생생한 경험과 같이 움직이고 있음에도 불구하고 객관적 코드화만이 중심적인 문제로 여겨진 것이다.

조르주 깡길렘은 객관적인 사회현상과 유기체를 비교하면서 다음과 같은 결론을 내린다.

사회적 기관들은 사회의 전체 속에서 한쪽이 다른 한쪽의 목적이며 다른 한쪽이 한쪽을 위한 수단이라 해도 한 기관이 다른 기관에 의해 존재하는 것이 아니며, 인과관계의 상응을 위해 전체에 의해 존재하는 것도 아니라는 사실이 오늘날 새삼 주장될 필요가 없다. 조직체에서의 사회적 기관들의 외재성은 어떤 기계에서의 부분들의 외재성과 다를 바 없다. 사회적 조정은 유기적 조정의 방향을 향해 그것을 자주 모방한다. 그럼에도 불구하고 기계적으로 합성된다는 점은 없어지지 않는다.<sup>64)</sup>

깡길렘은 사회전체를 놓고 생각한 것이지만 적어도 일반적인 일상문화와 관련되는 대중매체를 중심으로 한 사회를 생각해 볼 때도 그의 주장은 적절하다고 할 수 있다. 그만큼 유기적 상황과 유사한 대중매체의 일반적 질서들은 무척 빠르게 회전을 하고 있다. 그렇지만 결국 인간은 유기체이기 때문에 인간이 관계하는 현상

---

64) Georges Canguihem, 「정상과 병리」, 이광래 옮김, 서울: 한길사, 1996, p.268.

에 대한 이해로써 객관적인 질서가 전부는 아니며, 따라서 디자인 담론에 있어서도 항상 그런 방향으로만 논의된다는 것은 합당하지 않다고 할 수 있다. 이런 이유 때문에 디자인에 대한 논의를 더 넓게 할 필요가 있는 것이며 이에 '상징에 관련된 디자인 의미'는 새로운 열린 가능성으로 제시될 수 있다.

## V. 신체와 디자인의 의미

### 1. 일상에서의 신체 담론

도덕 교과서 혹은 전승되는 윤리들은 역사의 변화와 함께 신체가 문명화되는 것에 바탕을 이루어 왔으며 더구나 현대에는 신체의 문명화가 코드화된 담론으로 소통되기에 이르렀다.

공동세계의 조건에서 실재성을 보증하는 것은 이 세계를 구성하는 사람들의 '공통적 본성'이 아니라, 다양한 입장과 관점에도 불구하고 모든 사람은 언제나 같은 대상에 관심을 갖는다는 사실이다.<sup>65)</sup>

위의 한나 아렌트 주장에서 '언제나 같은 대상의 관심'이 칭하는-우리가 공유하는- 최소한의 사회적 지향의 사실에서 전제가 되는 개념 중 하나는 문명화된 신체일 것이다. 왜냐하면 문명화된 신체는 보편적으로 볼 때 일종의 객관적인 사항으로도 분류될 수 있기 때문이다. 하지만 신체는 너무 익숙한 것 같으면서도 실제로 가장 접근하기 난해한 주제 중의 하나임이 틀림없다. 앞서 논했던 욕망, 상징도 신체와 관계하지 않는다면 한갓 뜬구름에 불과할 수 있다. 노르베르트 엘리아스가 '상징해방(Symbol emancipation)'이라고 한 개념이 신체의 문명화에 지렛대 역할을 한 것이라고 주장했다면 오늘날에는 역으로 정교한 코드화를 부추기는 정태(靜態)적인 측면을 포함시키는 개념으로 해석된다.

---

65) Hannah Arendt, 「인간의 조건」, 이진우/태정호 옮김, 서울: 한길사, 2000, p.111.

현재 이런 상황이 보편화되기에는 산업혁명과 대량생산의 영향이 컸으며 모던 디자인의 역할이 비중을 많이 차지했고 이미 흔하게 불리는 ‘포스트모더니즘’이란 사조는 결코 그 상황에서 연장선 바깥에 위치하지 않는다.<sup>66)</sup> 크리스 실링은 「몸의 사회학」에서 신체 담론의 변화에 대해 이렇게 설명한다.

근대로의 발전이 이루어지면서 개인을 구성하는 데 지대한 영향력을 행사해 왔던 담론이 점유했던 사회적 공간에 일대 전환이 이루어졌다. 이러한 전환에는 담론의 대상, 목표 및 범위의 변화가 포함된다. 담론의 대상은 육(肉)으로서의 몸(flesh body)이 정신에 관심의 초점을 양보하면서 변화한다. 담론의 목표는 죽음의 문제에 몰두하던 상태에서 삶의 구조화에 대한 관심으로 바뀐다. 또한 담론의 범위도 익명의 개인들에 대한 통제에서 다원화된 인구(population)를 관리하는 차원으로 변화한다. 우선 담론의 대상에 변화가 야기된다. 더 이상 육(肉)으로서의 몸이 직접 담론을 구성하지 않는다. 담론은 몸을 ‘정신적인 몸’(mindful body)으로 구성함으로써 간접적으로 통제한다. 정신적 몸은 단순히 육적(肉的) 대상이 아니라, 의식과 의도 및 언어를 소유한 것으로 정의되며, 전통사회에서처럼 힘에 의한 통제가 아닌 감시와 자극에 의한 통제가 주로 이루어진다.<sup>67)</sup>

이와 같이 ‘정신적인 신체’는 일종의 기호로 규정되어 소통되며 대중문화에서 드러나는 신체에 관한 현상도 대부분 그런 코드의 범주에서 설명되고 있다. 이는 디자인 담론에 있어서도 예외는 아니다. 보드리야르는 또한 이렇게 말한다.

더 이상 생산수단의 소유에 의해서가 아니라 코드의 지배에 의해서 모든 사

---

66) 그렇다고 모더니즘과 포스트모더니즘을 구분할 필요가 없다고 주장하는 것이 아니라 다만 어떤 측면에서 그렇게 볼 수 있다는 것이다.

67) Chris Shilling, 「몸의 사회학」, 임인숙 역, 서울: 나남출판, 1999, pp.116-117.

회관계들을 상징적으로 파괴하는 것이 문제이다. 이것은 중요성에 있어서는 산업혁명과 동등한 자본주의적 체계의 혁명이다. …… 형식/기호는 사회의 전체과정을 함축하며, 대체로 무의식적이다.<sup>68)</sup>

보드리야르의 통찰이 유효하다면, 대중매체에서 드러나는 무의식적인 사회체계에  
서 표현된 신체는 어떤 의미를 갖는 것인가.

## 2. 대중매체에서의 신체 담론

다니엘 벨이 주장하는 대중사회 개념은 단순한 듯 싶지만 반세기가 지난 현재에 있어서도 일정수준 유효하다. 특히 이 단락의 주제인 대중문화의 커뮤니케이션과 관련해 볼 때 더욱 그러하다. 다니엘 벨은 대중사회 개념을 이렇게 풀이하고 있다.

<대중사회>의 개념은 다음과 같이 요약될 수 있을 것이다. 즉 교통과 커뮤니케이션 혁명이 인간 상호간의 접촉을 보다 밀접하게 하고 새로운 방법으로 사람들을 연결시켰으며, 한편 사회적 분업은 상호의존성을 더한층 높였고, 이로 말미암아 사회의 일부에서 일어나는 진동은 사회 전반에 걸쳐 영향을 미치게 되었다. 그러나 이러한 상호의존이 증대했음에도 불구하고 개개인은 서로 더한층 소원해지게 되었다.<sup>69)</sup>

우리 나라에서도 이미 20세기초에 영화가 등장했으며<sup>70)</sup> 전화는 19세기말~20세기

---

68) Jean Baudrillard, 「생산의 거울」, 배영달 옮김, 서울: 백의, 1994, p.119.

69) Daniel Bell, 「이데올로기의 종언」, 이상두 역, 서울: 범우사, 1991, p.26.

70) 이원곤의 「영상기계와 예술」 참고.

초에 소개되었고, 국내 가전제품은 20세기 후반에 생산되었다. 그리고 지난 세기말 우리는 휴대폰이 유선전화를 추월하는 놀라운 커뮤니케이션 매체의 변화를 경험하였다.<sup>71)</sup> 이렇듯 기계에 대한 역사는 단순한 기계모델의 교체가 아닌 그 이상의 내용을 포함한다. 다니엘 벨의 말대로 커뮤니케이션 매체의 혁명은 대중사회의 특성을 형성하는 주된 현상인 것이다. 다시 말하자면, 대중매체에 의한 커뮤니케이션 혁명은 대중문화를 이루는 근간이 되었다. 더욱이 20세기 후반에는 그러한 경향이 더욱 뚜렷히 드러나게 된다. 박성봉은 「대중예술의 미학」에서 이렇게 대중문화의 개념을 풀이하고 있다.

20세기 후반 현대 산업사회의 문화를 한마디로 규정하라고 한다면 대부분의 사람들은 '대중문화'라는 용어를 선택합니다. 영어의 'mass culture'에 해당하는 이 용어는 어쩌면 지난 반세기 이상 계속된 논란 속에서 그 신선미를 상실했을 지도 모릅니다. 또한 이 용어가 너무 지나치게 좋고 나쁨의 가치판단에 몰들어 있다고 생각하는 사람들도 있습니다. 그럼에도 불구하고 이 용어는 여전히 현대 문화상황의 핵심을 건드립니다. 상황은 단추 하나만 누르면 외모, 부, 지위, 지성 등과 상관없이 다채로운 문화산물들이 쏟아져 들어오는 상황입니다. 언제 어디서 우리가 원하기만 하면 접근할 수 있는 숭한 문화산물들 …… 그리고 많은 경우 이 상황은 우리가 원하지 않더라도 일종의 문화적 대기권으로서 그러한 문화산물들에 속절없이 노출될 수밖에 없는 상황입니다. 필자가 이해하는 대중문화는 이렇듯 하나의 상황개념입니다. 이러한 상황 속의 문화산물들은 대체로 대량생산, 대량전달 그리고 대량소비로 특징지을 수 있습니다.<sup>72)</sup>

그가 말하는 '문화적 대기권'이나 '상황'같은 용어는 현실을 대변하는 면이 없지

71) 「한국경제신문」, 1999. 12. 20. 참고.

72) 박성봉, 「대중예술의 미학」, 서울: 동연, 1995, p.29.

않지만 분명 쉽게 접근할 수 있는 문제는 아니다. 더구나 인터넷을 통한 소통을 고려해 볼 때 논의는 복잡해지기 마련인 것이다. 하지만 사회에서는 대체로 적절한 기준을 지니고 생활하게 된다. 그 기준은 무엇이라고 생각할 수 있는가, 그것은 신문인가, TV인가, 아니면 너무도 개인적인 관심인가. 이에 대해 시미즈 토모히사의 의견은 다음과 같다.

오랜 세월이 걸쳐 갈고 닦아져 온 문화에는 축적된 기준이나 표준 혹은 척도가 생겨나고, 또 그것들을 자유자재로 구사하는 전문가나 권위자가 생겨나기 마련이다. 그러한 사람들이 이것은 좋고, 저것은 나쁘다라는 식의 판정을 내린다. 그러면 나머지 사람들은 대개가 그 판정에 따르게 된다. 대중문화의 세계에는 그러한 기준이나 표준이 적다. 있다고 하더라도 별로 믿음직스럽지 못한 게 보통이다.<sup>73)</sup>

그의 '기준의 논리'는 무시되어서는 안될 것이나 어느 정도의 고립을 전제로 한 계층간의 문제로만 한정시키고 있기 때문에 그리 적절하지 못하다고 할 수 있다. 한편, 리오타르에 따르면

자기는 대단치 않지만 고립되어 있지 않으며, 그 어느 때보다도 더 복합적이고 유동적인 관계 조직망 속에 놓여 있다. 자기는 항상 남녀, 노소, 빈부를 막론하고 의사 소통 회로의 '교차점들'(noeuds)-비록 미세할지언정-에 위치해 있다. 그리고 자기는 발화자, 수화자 혹은 지시대상으로 자신을 위치시키면서 통과하는 메시지들에 대해 결코 불리하거나 무력하지 않다<sup>74)</sup>

라고 하는데, 이는 더 이상 개인이 계급적인 담론에 국한되어 있는 것이 아니라는

---

73) 清水知久, 「팝문화의 끝과 독」, 박시중 옮김, 서울: 개마고원, 1993, p32.

74) J-F. Lyotard, 「포스트모던적 조건」, 이현복 옮김, 서울: 서광사, 1992, p.45.

것을 표현하는 것이다. 리오타르의 구조적인 담론은 대중문화의 조건을 은연중 담고 있으며, 일종의 사회적 기준으로서 우리가 당면한 대중매체의 일면적 구조를 보여주고 있다.

영화 ‘킬러’<sup>75)</sup>의 의미부여와 해독의 복잡한 해프닝은 더 이상 개인의 몽상적인 리얼리티로만 가능한 것이 아니다. 오히려 총체적인 잠재세력으로 사회생활에 마치 넷가에 물이 흐르듯이 우리에게 인식론적 혼동을 연출하게끔 한다. 그래서 롤랑 바르트는 “모든 것은 마치 이미지가 자연적으로 개념을 유발시키는 것처럼, 시니피앙이 시니피에에 자연적인 토대를 제공하는 것처럼 일어난다”<sup>76)</sup>라고 말한다. 이와 유사한 상황에서 최근의 대중매체 이미지는 가히 몽상적이라 일컬을 수 있다. 하지만 그런 상황에 익숙해진 현재의 우리들은 바르트와 같이 거리를 두고 생각하지 않는다.

대중사회에서 차용되는 대중매체 이미지들은 언제부터 본격적으로 태동하게 되었는가. 이원곤의 「영상기계와 예술」에 의하면 19세기에 이미 다양한 환영을 생산하는 영상 실험이 있었고, 1900년 파리만국박람회에서 여러 가지 영상기계가 선보였다고 한다.

19세기에는 과학기술, 통신, 교통의 발달로 인해, 개개인이 느끼고 인식할 수 있는 세계가 급속하게 확대해 갔던 시대라고 할 수 있으며, 개인의 의식과 세계와의 거리를 좁히고, 팽창하는 세계를 가시화 시키기 위해, 모든 것을 시각의 대상으로 보고자 한 시대였다.<sup>77)</sup>

위의 견해가 현재의 상황과는 확실히 다르지만, 그 당시 유럽의 일반적인 진보에

---

75) 올리버 스톤 감독의 영화. 본래의 제목은 ‘Natural Born Killers’이다.

76) Roland Bathes, 「신화론」, 김 현 옮김, 서울: 현대미학사, 1995, p.49.

77) 이원곤, 「영상기계와 예술」, 서울: 현대미학사, 1996, p.28.

대한 절대적인 의식을 논외로 친다면 현대 전자통신의 발달에서 느끼는 속도감과 크게 다르지 않다고 해도 과언이 아니다. 그리고 그 책에서는 오늘날 대중매체 이미지에서 흔히 보는 포토몽타주가 19세기 후반에 벌써 등장했다는 것도 아울러 설명하고 있다(<그림11>, <그림12>).

로빈슨은 『사진의 회화적 효과』(Pictorial Effect in Photography, 1869)에서 사진의 형식적 요소들을 조작하는 다양한 방법을 제시했다. 그러나 그가 말하는 것처럼 이들 요소들을 하나의 화면 속에 공간적인 통일체로서 조정하는 것은 매우 어려운 것이었다. 왜냐하면 그의 작품은 여러 장의 사진으로부터 선택된 이미지를 잘라서 하나의 그림에서 합성함으로써 완성되는 것이지만, 각각의 사진이 원래부터 가지고 있는 스케일, 포커스, 톤, 광원 등이 모두 다르므로, 이처럼 제각각의 요소들이 한 장의 그림에 모여져서 화면전체가 하나의 공간에 있는 것처럼 느껴지도록 조정한다는 것은 지극히 힘든 일이었기 때문이다. 19세기의 회화에서 화면전체가 하나의 원근법적인 공간으로 통일되어야 한다는 것은 거의 본질적인 요소로 간주되고 있었기 때문에 이러한 이질적 형식과 기법의 병치가 예술가에 의한 표현으로 받아들여지지 않았음은 당연한 일이다.<sup>78)</sup>

앞의 내용처럼 19세기로 들어오면서 서구사회는 이전시대의 전통적인 사회로부터 대중사회, 산업사회로 나아가고 있었으며<sup>79)</sup> 이 시기는 오늘날 대중매체 이미지의 직접적인 기초가 되는 때였다. <그림11>과 <그림12>는 현대인에게는 새롭다기보다 흔히 볼 수 있는 익숙한 대중매체의 이미지와 흡사한 느낌으로 다가온다. 사진 속의 신체는 오늘날의 그것과 어느 면에서 연속선상에 놓여 있다고 볼 수 있다. 단순히 이미지가 유사하다는 공통점이 있는 것이 아니라, 전술했듯이 현대 대중사

78) Ibid, pp.100-101.

79) 김문환 외 지음, 「19세기의 문화의 상품화와 물신화」, 서울: 서울대학교출판부, 1998, p.10.



<그림11> 페퍼(A. Pepper) portrait card(1860)<sup>80)</sup>



<그림12> 블룬트(Sir E. Blount, 1873)<sup>81)</sup>

---

80) 이원근, 「영상기계와 예술」, 서울: 현대미학사, 1996, p.100.

81) Ibid, p.101.


회로의 본격적인 진입 시점이 서구에서는 19세기부터였다는 점에서 공감대를 느낄 수 있다. 역시 그랜트 맥크래켄에 의하면 19세기에 이미 '소비'가 대중화되었다고 한다.<sup>82)</sup> 아무리 그렇다고 하더라도 <그림11>과 <그림12>는 오늘날의 이미지들과 동등한 의미로 이해될 수 없다. 후기산업사회라는 문턱을 넘은 우리에게 있어서 그것은 순진하게 조차 보여진다. 그런 환상적인 이미지는 이제 또 다른 실재로서 작용하고 있으며 신체 또한 보드리야르의 견해를 따르면 코드화된 담론적 질서로서 작용하는 것이다. <그림13>을 보면 러시아 대통령의 신체가 우선 보여지고 있으며, 그의 건강상태가 몸의 기관과 증상에 따라 기술되어 있다. 병원에서 우리 몸의 증상을 화상으로 볼 수 있는 것과 마찬가지로 엘친의 증상이 하나의 역사처럼 연출되는 것이다. 아니 그것은 차라리 실제 기관과의 관련보다 신체이미지, 글의 상징성, 분위기가 하나의 입체적인 상황처럼 관념적 코드와 함께 서사를 연출한다. 그의 건강상태는 실제인 것만 같으며, 하나의 현실적인 차원에서 소통된다. 그러한 코드의 소통은 단지 그래픽 이미지를 통해서만 떠오르는 것은 아니다.

<그림14>는 과거의 만화영화나 600만불의 사나이, 소머즈 그리고 오늘날의 많은 공상과학영화에서 보여지는 이미지들이 더 이상 공상만은 아니라는 것을 보여준다. 인체세포와 전자회로의 결합은 전자적 소통이 신체와 직접적으로 관계하는 상황이다. 만약, 인간이 생체칩을 보편적으로 사용하는 상황에 이른다면 컴퓨터 바이러스는 인간에게 더 이상 간접적인 문제만은 아닐 것이다.

우리는 거실로부터 멀어지고 공상과학 소설에는 가깝게 되었다. 그러나 한 번 더 이 모든 변화-모던 시대에 있어서 대상과 환경의 결정적인 변화-는 변경 불가능한 세 가지 사항의 경향에서 비롯되었다는 것을 알아야 한다. 이 세 가지 사항은 (1) 각 요소와 그 기능을 형식적이고 작용적인 면에서 좀 더 위대하게

82) Grant Mcracken, 「문화와 소비」, 이상률 옮김, 서울: 문예출판사, 1996. (참고)

### ◆ 보리스 옐친 러시아 대통령 건강상태

<p><b>출생</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1월 7일 (1931년 1월)</li> <li>• 2월 (1971년 2월)</li> <li>• 금강산 휴양지 (1985년 5월)</li> <li>• 자카르타 입원 (1992년 11월)</li> </ul>		<p><b>심장</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일차적 심장발작</li> <li>• 바이패스 수술 (1992년 11월)</li> </ul> <p><b>허수</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 수핵탈출 디스크 수술 (1992년 4월)</li> </ul> <p><b>장</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 수술받은</li> </ul> <p><b>신장</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능이상</li> </ul>
<p><b>간</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 콜레스테롤 증가</li> <li>• 경련</li> </ul>		
<p><b>두뇌</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 뇌성 척수염 (1992년 11월)</li> </ul>		
<p><b>감기</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 고열로 입원 (1992년 10월)</li> </ul>		

<그림13> 보리스 옐친 러시아 대통령 건강 상태 (1999.11.27. 조선일보)

## 인체세포+전자회로 '생체칩' 개발

#### 미국 네블라다 연구진 제기

인체세포의 극소형 전자회로를 개발한 '생체칩(Bio-chip)'이 미국 네블라다 연구진에 의해 개발에 성공했다고 이 연구진이 발표했다고 밝혔다.

연구진이 생체칩의 전자는 나노미터 크기의 인공신경망이신경 세포와 비슷한 나노미터 크기의 인공신경망이신경 세포를 사용하여 인공신경망의 기능을 향상시킬 수 있다고 밝혔다.

이 연구진은 생체칩의 기능을 향상시킬 수 있다고 밝혔다.

#### 시각각광에 기능회로 추가

생체칩은 시각각광에 기능회로를 추가하여 인공신경망의 기능을 향상시킬 수 있다고 밝혔다.

이 연구진은 생체칩의 기능을 향상시킬 수 있다고 밝혔다.



연구진은 나노미터 크기의 인공신경망이신경 세포와 비슷한 나노미터 크기의 인공신경망이신경 세포를 사용하여 인공신경망의 기능을 향상시킬 수 있다고 밝혔다.

#### '인공신경망' 사나이' 탄생할 수도

이렇게 될 경우 인공신경망의 기능을 향상시킬 수 있다고 밝혔다.

이 연구진은 생체칩의 기능을 향상시킬 수 있다고 밝혔다.

이 연구진은 생체칩의 기능을 향상시킬 수 있다고 밝혔다.

<그림14> '생체칩' 관련기사 (2000.2.28. 동아일보.)

추상화하는 것과 유일한 실질적인 효율화과정에서 이들 요소와 기능을 동질화하는 것, (2) 신체적인 이동과 그 효과를 전기적인 명령이나 전자적인 명령으로 전환하는 것, (3) 실제 장면(더 이상 장면이라고 할 수도 없지만)-각 요소와 기능을 창작하는 최소한의 기억과 화면으로서의 실제 장면-의 과정을 시간과 공간에 있어서 축소화하는 것 등이다.<sup>83)</sup>

위에서 제시한 보드리야르의 3가지 사항에 적절한 사례로는 가상 이미지를 갖는 대중매체를 들 수 있다. TV, 컴퓨터, 휴대폰 등이 만연되어 있지만 좀 더 구체적으로 보드리야르가 통찰한 사항을 입체적으로 현실감 있게 보여주는 것 중 하나가 '사이버 인물'과 관련된 상황일 것이다. 우리 나라에서도 이미 등장한 바 있지만 <그림15>에서 예로 든 가상 인물은 신체적으로나 음악적으로나 합성으로 만들어졌다. 3차원 컴퓨터그래픽 이미지이므로 합성으로 제작하는 것이 당연한 일이겠지만, 그것은 단순히 기술적인 측면을 넘어서 유명가수의 이미지와 현대의 이상적인 신체가 결합되어 완벽한 이미지를 생산하는 것이다.

사이버 인간은 컴퓨터와 TV 등 여러 대중매체 화면에서 다양한 담론을 파생시켜 왔다. <그림16>은 최근 있었던 '4.13 총선' 개표방송을 할 때 함께 하던 사이버 인물들이다. 이미 컴퓨터와 텔레비전, 영화 등에서 보아온 지라 그리 낯선 풍경이 아니었음에도 불구하고 사이버 앵커와 인간 앵커가 함께 하는 개표장면은 색다른 느낌을 주었다. 인간과 사이버인물이 공생하는 화면 속에서 2가지 객관체의 이중성, 즉 '절대적인 객관성'과 그것을 가능하게 하는, 아니 더 효과적으로 만드는 조건으로서의 객관성을 볼 수 있다. 마치 그것은 영화 '블레이드 러너'에서 '로이'와

---

83) Jean Baudrillard, "커뮤니케이션의 무아경", 윤호병 옮김, 「반미학」, 서울: 현대미학사, 1993, p.203.

### 특 사이버 가수 '이사이어스' 유럽서 인기 폭발

**리키 마틴등 톱스타 얼굴 합성  
매일 E메일 편지터 100여통**

사이버 남자 가수 '이사이어스(E-Cyber)'가 요즘 독일 오스트리아 스위스 등에서 폭발적인 인기를 끌고 있다고 영국 BBC방송이 최근 보도했다.

독일 ID 미디어사가 개발한 이사이어스는 매일 100여통의 E메일을 받고 있다. 데뷔곡 '아 유 리얼(Are You Real)'은 데프노 음악의 본고장인 독일에서 인기순위 40위권이 진입했다. 이사이어스는 4월 영국에서 같은 곡으로 데뷔한다.



이사이어스는 3차원 그래픽 합성 기술로 탄생했다. 외모는 영화배우 키아누 리브스, 가수 리키 마틴, 가수 조지 마이클을 합성해 만들었고 목소리는 유럽 가수의 백 코러스로 활동하는 몇 사람의 목소리를 합성해 만들어냈다. ID 미디어사에 한 관계자는 "앞으로 사이버 인간들이 TV 앵커, 회사 홍보원, 광고 모델, 온라인 상담사로 활동할 것"이라고 전망했다.

(김태윤기자)  
terrence@donga.com

<그림15> '사이버 가수' 관련기사 (2000.2.28. 동아일보)

### TV 개표방송 '사이버 캐릭터' 총 출동

이번 국회의원 선거 개표 방송은 사이버 캐릭터들의 '대리 전쟁'이 될 것 같다. TV 3사는 개표방송을 앞두고 사이버 캐릭터들을 내세워 홍보전이 한창이다.

KBS는 총선 개표 방송을 위해 '알리앙'이란 사이버 캐릭터를 개발했다. '알리앙'은 우리 말을 재미있게 바꿔 이목을 지은 이 캐릭터는 진짜 사람처럼 '30세, 키 175cm, 몸무게 70kg'이라는 프로필까지 갖췄다. MBC는 뉴스 앵커로 시청자들과 친숙했던 임기영 보도 여사를 모델로 캐릭터를 만들었다. 목소리는 임 이사와 흡사한 선우 김영준씨가 대신 맡았다. SBS는 '머니 센스'에서 활동하던 캐릭터 '나팔난 박사'를 데려와 '나팔난의 총선 만점' 코너를 새로 만들었다.

이런 사이버 캐릭터들은 가상 스튜디오에서 실제 앵커들과 대화를 벌이거나 함께 개표 결과를 지켜보며 총평을 던져 자칫 딱딱하고 지루해질 수 있는 방송에서 조미료 역할을 맡는다.

(임현우기자) hahan@chosun.com



◇알리앙
◇임기영
◇나팔난 박사

<그림16> '사이버 앵커' 관련기사 (2000.4.11. 조선일보.)

‘데커드’의 결투 끝에 나타난 의미회전 상황과 유사한 효과이다.

마찬가지로 이동연은 「문화연구의 토픽들」에서 가꾸기(shaping), 변형하기(transforming), 유지하기(maintaining)의 3가지 육체 관리유형을 제시하고 담론화하는 가운데 이렇게 주장한다.

주체는 사회적 대상에서 떨어져 있는 것이 아니라 그 안에서 구성되는데 이때 그 구성조건이 무엇인가를 따져보는 것이 주체형성을 이해하는 관건이다. 우리가 육체관리의 매커니즘을 검토해본 데서 알 수 있었듯이 주체의 형성은 제도와 이데올로기와 떨어져서는 결코 이해될 수 없다. 육체의 관리방식은 전적으로 사회적 제도의 체계화된 틀 안에서 결정되며 그 제도적 체계의 재생산을 보장해주는 이데올로기적 조건에 의해 수축, 팽창, 조절된다.<sup>84)</sup>

이동연의 관점은 광고에서나 혹은 다른 대중매체에서의 신체에 대한 문제를 앞에서 제시한 것과 같은 맥락에서 총괄적으로 설명하고 있다. 하지만 ‘신체가 하나의 대상적인 질서로만 다루어질 수 있는 것인가’ 혹은 ‘신체는 생산적 의미로만 담론화 될 수 있는 것인가’에 대한 의문은 여전히 남겨져 있다.

### 3. 신체의 생산적 의미와 ‘신체-현상’의 개념

일반적으로 생산적 코드의 상황은 확실한 것, 믿어 의심치 않는 것으로 이해되며 인간의 신체도 생산적 코드의 상황 속에서 소통되어야만 그 의미를 가질 수 있다고 생각된다. 그러나 일반적인 소통방법이 유일한 잣대가 될 수만은 없다. 아래의

---

84) 이동연, 「문화연구의 새로운 토픽들」, 서울: 문학과 과학사, 1997, p.93.

인용문은 1920년대 미국의 광고 속에 나타난 신체와 관련된 내용이다.

1920년대 광고의 청춘에 대한 지속적인 약속은 신체 외모에 대한 대중의 관심과 접합하는 방식으로 나타났다. 젊은이들처럼 빛나는 외모를 보여주고 이를 약속하는 광고들이 대중으로부터 큰 관심을 끈 것이다. '젊음'이라는 추상적 개념은 이제 '건강한 육체'라는 보다 구체화된 이미지로 자리바꿈을 했다. '깨끗하고 빛나는 젊은 피부'는 소비자들의 당연한 선망의 대상인 것처럼 비춰졌다. 그리하여 당시의 레지놀 비누광고는 그것을 사용하면 전혀 '새로운 사람'처럼 보이게 될 것이라고 소비자들을 유혹했다. 힌즈 크림의 광고도 마치 '아이의 피부와 같은 피부를 갖게 해 줄' 것이라고 했으며, 다른 광고는 팜 올리브 비누를 사용하면 '여학생의 피부와 같은 뽀얀 피부를 갖게 될 것'이라고 소비를 조장했다.<sup>85)</sup>

'젊음'이나 '건강한 육체'와 관련된 추상적 개념의 확대 재생산은 지금도 더욱 첨예하게 추진되고 있으며, 생산과 소비의 구분이 모호한 상태에서 신체의 생산적 의미가 산출되고 있다. 그렇다면 우리가 욕망, 상징에서 계속 이야기하던 '순수 사건'은 어느 지점에서 겹쳐지는가. 신체에 관련된 순수사건은 세계를 파악하기 이전에 '나'는 항상 주어져 있는 것으로 파악한 메를로 폰티의 이론에서 취할 수 있다. 그의 '신체-주체'에 의한 '선술어적인 반성상태', '노에마적 반성상태', '객관화되기 이전의 상태' 등<sup>86)</sup>은 '순수 사건'과 연관되는 개념이다.<sup>87)</sup>

한편, 김병환은 그의 논문 「메를로-폰티의 현상학에서 신체와 언어에 대한 연

85) 강현두/원용진/전규찬 지음, 「현대 대중문화의 형성」, 서울: 서울대학교출판부, 1998, p.89.

86) 일종의 선형적 상태를 지칭한 것이다.

87) 여기서 메를로 폰티의 이론을 상세히 언급한다는 것은 분명 능력을 넘는 일이지만 그의 개념을 응용할 수 있을 것이다. 그래서 본 논문에서 제시하는 '신체-현상'은 메를로 폰티의 '신체-주체'에 대한 변형이라고 할 수 있다. 하지만 메를로 폰티의 방법론은 결국 주관으로 되돌아가 통일성이란 미명하에 생산적 의미를 포함하는 주관론의 범주로 취급되는 경향이 있다.

구」에서 다음과 같이 피력한다.

메를로-퐁티는 시간의 주체로서 존재하는 신체-주체의 인식활동 가운데에서 지각의 우위를 주장하지만, 지각적 믿음(*la foi perceptive*)이 우리 삶의 각 의미가 그 자신의 의미 내용을 지각으로부터 지니기 시작하는 바로 그 의미의 토대라고 주장하지 않는다. 이것은 우리의 지각이 의미와의 관계에서 의미를 발생시킨다는 근거로서 주어진다 뜻이지, 우리의 삶에 있어서 모든 의미의 근거가 오로지 지각이라는 뜻은 아니다.<sup>88)</sup>

그의 논문에서 주장하듯, '신체-주체'의 신체 지각작용이 우선시되지 않다 하더라도 결국은 스스로 주어진 현존재로부터 세계에로의 향함이다. '신체-주체'와 관련된 메를로 퐁티의 현상학을 본 논문이 지향하는 디자인의 의미체계와 관련지어 응용해 본다면, 어떤 부분에서인가. 메를로 퐁티의 지각개념은 하나의 중성적인 상황으로서 본 논문이 앞에서 기술한 '현시작용'으로 포함되는 개념이다. 주어진 주체와 보다 직접적인 관련을 맺어 나아가는 지향성을 지닌 지각개념은 암묵적인 주관에 의한 자기-실현이라고 할 수 있다. 그리고 이러한 구성은 구조적인 관점에서 다차원적 위상을 상징할 때 현시작용에 속하므로 하나의 차원으로 영입될 수 있다. 따라서 '신체-주체'에 주어지는 애매함은 '순수 사건'의 작용에 비유될 수 있으며 여기서 '순수 사건'의 작용과 함께 이루어지는 현시작용의 차원을 '신체-현상'이라 일컫는다. 신체와 관련된 디자인 담론은 '생산적 의미'와 빈칸<sup>89)</sup>의 작용과 더불어 즉, '신체-현상'과 함께 새로운 담론의 가능성을 갖는 것이다.

'제프리 쇼'의 작품인 '함께 동굴 만들기'라는 <그림17>은 이에 적절한 이미지 일 것이다. 글자터널 사이에 위치한 신체가 기존 담론의 객체적인 상황과 '신체-현상'

88) 김병환, "메를로-퐁티의 현상학에서 신체와 언어에 대한 연구", 부산대, 박사학위논문, 1997, p.22.

89) 본 논문 p.25 참고.

의 어울림으로 해석될 수 있다. 그것은 빈칸의 위치에서 끊임없이 생성하는 것이며 동시에 생산을 하는 것으로서 본 논문 전체를 관통하는 핵심 개념이다.

오늘날 대부분의 디자인 담론에서 신체는 생산적인 의미로 소통되고 있으나, 이렇듯 '신체-현상'의 가능성도 함께 고려될 개념인 것이다.



<그림17> 제프리 쇼의 '함께 동굴 만들기' (2000.2.28. 동아일보.)

## VI. 디자인의 새로운 의미체계를 위한 작은 담론

비록 경제적 주도권이 세계대전을 기점으로 유럽에서 미국으로 옮겨졌지만 이미 서구의 선진국가들은 근대부터 세계무대에서 기득권을 획득하기 시작했으며 냉전 시대를 지나 현재에까지 이르고 있다. 그 과정에서 20세기 서구 선진자본주의의 총체적 신화모델은 국가발전의 표상으로써 그들의 성공을 따르려는 개발도상국의 표준 모델로 자리 잡았던 것이다. 그로 인해 수입된 서구의 디자인 가치관을 중심으로 하는 디자인 개념은 개발도상국의 국가경제 재건으로 초점이 맞추어 졌으며, 그것은 나름대로 유효했다고 할 수 있다.

그러나 서구 가치관의 변화와 함께 디자인에 있어서는 기능주의 디자인에 이의를 제기하는 등 포스트모던 현상은 주로 이미지가 중요하게 취급되고 있다. 그에 따라 더 이상 서구 디자인 가치관에 대한 답습 단계는 한계상황에 직면하게 된 것이다. 다음은 프랑스 문예비평가 기 소르망의 문화 이미지에 대한 의견이다.

옛날에는 왕들이 나라의 운명을 좌우했다. 오늘날은 그 기능에 있어서 이미지가 왕을 대체했다. 지금 지구촌은 디즈니의 스튜디오에서 제작되는 만화영화처럼 단순하게 채색된 이미지의 세계라고 분석할 수 있다.<sup>90)</sup>

또한 그는 우리 나라가 대외적으로 갖고 있는 이미지에 대해서 직선적으로 다음과 같이 소견을 밝히고 있다.

---

90) 조선일보, 1998. 1. 15. (10면).

한국은 일본과 전혀 다르다. 밖에서 볼 때 한국은 막연히 일본적이기도 하고 막연히 중국적이기도 한 혼혈 문화처럼 비쳐진다. 한국의 독창성은 일반적으로 인정되지 못하고 있다. 한국의 경제적 성공은 몇 가지 상표 혹은 싸구려 상품이라는 중간 매개를 통해 서구에 인식돼 있을 뿐이다. 강력한 이미지를 갖고 있는 일본과는 달리 한국은 이미지가 없거나 아주 미미하며 그나마 싸구려 이미지를 갖고 있다.<sup>91)</sup>

기 소르망의 말대로 라면 왜 답습 단계가 유효하지 못한지는 분명해 진다. 답습의 효과는 그의 의견대로 고유의 이미지를 사라지게 하는 결과만을 낳을 뿐인 것이다. 디자인의 문화적 주체성의 의지는 주변에서 서서히 담론화 되어 가시적으로 나타나고 있다. 그 가운데 김영기는 「NATIVE DESIGN」에서 이렇게 주장한다.

다시 말해 모든 디자인 경쟁의 그라운드에서 '이태리 스타일', '프랑스 스타일', '영국 스타일', '일본 스타일', '아메리칸 스타일'에 이어 '한국의 스타일'이 없다면 디자인 월드컵에서 메이저리그(이미 세계의 ND<sup>92)</sup>를 인정받은 선진국들)에 참가할 수도 없을 뿐 아니라 제값을 받지 못하는 마이너리그(어느 정도의 완화된 게임의 룰이 합법적으로 적용되는 개발도상국들)에서 벗어날 수가 없는 것이다. 이것을 넘어 선진국으로 가려면 우리의 기질과 성향을 바탕으로 하여야 한다.<sup>93)</sup>

---

91) Ibid.

92) "ND는 'Native Design'의 약어이다. 우리말로는 '태어난 나라가 있는 디자인' 혹은 '모국어를 가지고 있는 디자인'이라는 의미다. ND는 어느 특정한 나라에 한정된 의미로 사용되는 용어가 아니다. 이 용어는 디자인부터 생산에 이르기까지 그 상품을 만든 나라를 표기하는 'Made in' 시대를 거쳐 브랜드 시대에서 브랜드를 보유하고 있는 나라들과 생산지가 다른 'product in' 시대를 지나 디자인이 태어난 나라를 표기하는 'design in' 시대의 디자인을 의미하기 위하여 사용되는 새로운 용어이다." (김영기, 「NATIVE DESIGN」, 서울: 월간 디자인네트, 2000, p.20.)

93) Ibid, p.53.

‘우리의 기질과 성향을 바탕으로’ 디자인해야 한다는 그의 의지는 본 논문이 지향하는 가치의 부분을 이룬다. 디자인은 말로서만 이루어지는 것이 아닌 구체적 실천까지 포함하는 것이다. 하지만 디자인의 어원에 ‘계획하다’라는 의미가 있는 것처럼 디자인에 있어 또 다른 개념의 도출은 새로운 행동의 씨앗이 될 수 있는 것이다. 본 논문의 연구 기획과 방향은 그런 의미를 염두해 두고 시도된 것이다.

17세기 서양의 역학적 세계관은 그들이 창조한 ‘주체’개념과 함께 현재까지 많은 변화를 거치기도 했지만 일정 부분 이어지고 있는 것이 사실이다. ‘생산 중심적 디자인 지식’은 서양 세계관의 흐름에 관련되어 있다. 그러나 ‘생산 중심적 디자인 지식’ 또한 거부의 대상일 필요는 없다. 오히려 지양해야 할 것은 ‘생산 중심적 디자인 지식’에 대한 맹목성인 것이다. “어떤 상황아래서도 요구되는 것은 균형 감각”<sup>94)</sup>이란 고영란의 화두처럼 우리에게 진정으로 필요한 것이 있다면 전체적인 시각이라 할 수 있다. 인공세계의 환경 속에서 기존 디자인의 담론에만 중점을 둔다면 이미 존재하는 지배적인 담론의 장에 항상 귀속될 것이다. 그것은 결국 정체로 이어질 것이며 변화를 기대하기는 어려워질 전망이다. 반면 본 논문에서는 욕망, 상징, 신체에 관련된 디자인의 지배적인 의미에 대해 생성의 문제를 개입시킴으로써 역동적인 의미체계를 제안한다. 각 주제와 관련된 디자인의 개념에서 살펴본 의미체계의 조건은 ‘일상-장’의 지평과 함께 여러 위상에서 공시적이며 통시적인 현상을 드러낼 수 있을 것이다. 결국 디자인 담론의 결정론적인 ‘위치 바꾸기’ 상황에서 생성작용은 넓은 시야를 제공함으로써 보다 더 미시적이며 보다 더 거시적인 담론의 사태를 유도한다. 화이트헤드의 다음과 같은 진술은 본 논문의 생성작용을 대변한다.

---

94) 고영란, “디자인 지식의 또 다른 존재방식”, 한국디자인연구회, 「디자인과 지식」, 1999, p.50.

사건은 생성하고 소멸한다. 그것은 그 생성에 있어서 직접적이며, 그 후에 과거로 소멸한다. 그것은 이미 지나가 버린 것이고, 소멸해 버린 것이다. 이제는 더 이상 있지 않으며, 비존재로 이행하고 만 것이다.<sup>95)</sup>

또한 그의 '유기체적 담론'<sup>96)</sup>에서 고정된 가치보다는 '과정'으로 이해해야 한다는 점을 통찰하고 있다. '일상-장'에서 인공물의 세계는 고정된 의미만을 생산하는 것이 아니라 인간과 함께 생성작용을 수반하는 가치로써 존재한다. 그 전체적인 구조적 작용을 좀더 세밀하게 연구한다면 '일상-장'에서 생성작용의 가치는 디자인의 의미로 서서히 드러날 것이다. 더 나아가 그것은 살아 움직이는 과정으로 중요한 가치를 가지는 생명력과 연계되어 디자인의 새로운 의미체계로써 다양한 유기적 가치가 탐구되는 장의 의미로 폭 넓은 연구를 가능케 할 것으로 사료된다.

---

95) A. N. Whitehead, 「관념의 모험」, 서울: 한길사, 1996, p.368. 화이트헤드에게 있어 '비존재'라는 것은 흔히 생각하듯이 '주체-객체'의 이원적 관계로 검토되는 것은 아니다. 그것은 후속 하는 생성의 또 다른 객체적 여건을 조성하는 것이기 때문이다.

96) "화이트헤드는 철학은 근본적으로 경험에 대한 기술(記述)이라고 생각했다. 그래서 그는 자신의 '우주론'의 체계를 배경으로 하여 인간경험을 적절히 설명하고자 전력을 기울였다. 한편으로, 화이트헤드에 따르면 경험은 곧 실재(reality)이다. 그리고 실재론자로서의 화이트헤드에게 있어서 세계는 단순한 주관적인 관념(표상)이 아니라 '실재적으로 있는' 본질로써, 이 계기들은 동시에 존재 전체의 총체와도 연결되어 있다. 그리고 그런 의미에서, 존재하는 모든 것들은 '느끼고 있다.' 계속해서 서로 영향을 미치고 있는, 일종의 역동적인 통일체인 것이다." (윤자정, "A. N. Whitehead의 유기체철학 내에서의 미적 경험에 대한 연구", 서울대, 박사학위논문, 1996.), 국문초록에서 인용.

## 〈논문 전체구성에 대한 이해〉

	기존 디자인담론의 범주 (정적인 관점)	본 논문의 가설 (동적인 관점)
II. 디자인의 의미체계	‘생산과 수용’을 분리하여 취급	‘생산과 수용’을 함께 넓은 관점에서 봄
III. 욕망과 디자인의 의미	저항과 억압을 상대적인 입장으로 설명한다 (생산적 디자인의 의미)	생산적 욕망과 생성적 욕망의 공존 (동적인 디자인의 의미)
IV. 상징과 디자인의 의미	상징적 범주(미시적, 거시적) 그 자체가 중심이 됨	상징적 범주(미시적, 거시적) 생성적 변화
V. 신체와 디자인의 의미	신체가 객관적인 코드화로 의미됨(생산적 의미)	기존 디자인 담론과 ‘신체-현상’이 포함된 의미
	<b>정적인 구조</b> 디자인 담론의 한계	<b>역동적인 구조</b> 디자인 담론의 열린 구조: 생산과 생성이 함께 하는 구조
VI. 디자인의 새로운 의미체계를 위한 작은 담론	생성작용이 인간 삶에 있어 생명력과 관련됨 후속연구를 위한 ‘작은 담론’ 제안	

## VII. 결 론

바우하우스는 현대적 대중문화가 시작되는 시기에 등장하여 대량생산과 대량소비의 환경 속에서 부각될 수 있었다고 할지 모르지만 분명 훌륭하다. 이는 단순한 바우하우스 극찬이 아니라 그들이 개념을 고안해냈다는 측면에서 보면 틀림없이 그렇다. 길지 않은 디자인의 역사라고 말하지만 시간적인 길이에 의해 디자인 담론의 정체가 한정되어서는 안될 일이다. 논의는 항상 어느 정도의 범위가 있기 마련이라고는 하나 이미 정해진 범주 속에서 영속을 꾀한다면 그 범주 이상의 신선함은 더 이상 도출되기 힘들 것이다.

현재 만연되어 있는 디자인 담론은 대중사회와의 본격적인 접근을 시도하고 있다. 그리고 대부분 문화를 매개로 풀어나가는 경향이 있으며 그 주제는 오늘날에 있어 마치 새로운 현상인 것처럼 대접받고 있다. 마치 최신유행의 옷을 걸친 것처럼 여겨지고 있지만 문화는 인간이 존재하는 한 항상 있어 왔다. 그리고 앞으로도 마찬가지일 것이다. 우리에게 보다 필요한 것은 문화를 단편적으로 보는 것이 아닌 전체적인 시각인지도 모른다. 그 점이 바로 이 논문의 취지와 맞닿아 있는 부분이다.

대담하게 보는 시각에 의하여 열린 체계로서의 새로운 가능성을 기대할 수 있을 것이다. 이러한 시도의 일환으로써 본 논문은 현대 대중사회의 관심인 욕망, 상징, 신체에 관련된 담론을 살펴보았으며, 그에 대한 새로운 개념적 가능성을 고찰해보았다.

우선, II장에서는 III, IV, V장을 논하기에 앞서 기존 디자인의 의미체계를 생산

개념과 수용개념 중심의 디자인 담론으로 나누어 고찰하며 새로운 시각을 제시했다. '생산개념 중심의 디자인 담론'에서는 통합논리에 의한 추상적 생산개념이 코드화되어 일상 생활에 깊이 관여되어 있음을 알아보았다. '수용개념 중심의 디자인 담론'에서는 후기산업사회가 도래되면서 등장한 수용개념이 문화이론으로 적용되었다는 것과 디자인 담론에 있어서는 「디자인과 키치」가 두각을 나타내어 간략히 짚어 보았다. 하지만 수용자도 기호재생산의 측면에서 본다면 또 다른 생산자이다. '생산과 수용담론을 바라보는 새로운 관점'은 생산과 수용의 상대적 관점을 극복해보려는 시도라 할 수 있다.

Ⅲ장 욕망과 디자인의 의미에서는 사회에서 일반적으로 거론되는 성적욕망을 표본으로 대중문화의 욕망구조를 개념적으로 파악해 보았으며 패션물의 잡지광고를 분석하면서 욕망의 생산적 의미와 생성적 의미를 알아보았다.

Ⅳ장 상징과 디자인의 의미에서는 일상생활에서 상징적 커뮤니케이션이 이루어지고 있으며, 그와 더불어 상징체계가 틀적인 변화로서 생성작용과 함께 한다는 것을 살펴보았다.

Ⅴ장 신체와 디자인의 의미에서는 문명화된 신체가 오늘날 코드화된 담론으로 소통되고 있으며 대중매체에서는 더욱 다양하게 전개되고 있다고 기술해 보았다. 그리고 '신체-현상'도 같이 고려할 때 디자인 담론의 논의범위가 넓게 될 수 있을 것이라 제시했다.

마지막으로 Ⅵ장에서는 앞서 Ⅲ, Ⅳ, Ⅴ장에서 논했던 현상이 생명력과 함께 다루어질 수 있다는 작은 담론을 기술했다.

결국, 본 논문은 기존 문화적 디자인 담론이 아우르고 있는 범주에 비해 한층 폭 넓은 상황을 제시한 것으로써 디자인에 대한 개념을 제안하는데 좀 더 자유로와 질 것이라고 사료된다. 그 내용을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 단순히 디자인의 비평적 차원이 아닌 좀 더 조밀한 디자인 이론 구축을 위한 결과가 기대된다. 최근 디자인에 관련된 비평적 담론이 등장하고 있다. 다양한 시도를 하려하고 있지만 좀 더 진지한 개념적 성찰이 필요하다고 생각된다.

둘째, 이원적인 논리로 환원되어 행해진 일반적인 디자인 담론과는 달리 일원적으로 접근할 수 있는 여건을 마련한다.

셋째, 생산과 수용에 대한 개념이 이항대립적으로 고정된 것이 아닌 동전의 양면과 같은 개념일 수 있다는 가정을 통해 그 이외의 다른 시각이 도출될 수 있는 계기를 제공한다.

마지막으로, 삶으로부터 해석될 수 있는 디자인의 의미가 결정론적이 아닌 만큼 그 차이가 다각도에서 비추어 질 수 있는 해석은 다양성을 가능하게 한다.

디자인에 대한 담론이 앞으로 더욱 다양화될 것임에 반해, 구체적인 개념을 제시하기란 디지털 문화의 세력이 확장됨에 따라 점점 더 어려워질 전망이다. 하지만 디자인의 의미체계에 있어서 절대적 아나키즘은 본 논문이 추구하는 바가 아니다. 오히려 ‘열린 개념’이란 질서가 존재하기에 비로소 가능한 담론이기 때문이다. 본 논문에서 제시한 생성과 관련된 ‘열린 개념’이 우리 삶에 있어 고유한 가치를 디자인적 의미로 고찰하는 중요한 계기가 될 것이다. 그에 따른 ‘일상-장’에서의 생성 작용이 살아있는 과정으로써 생명력과 같이 거론되어 디자인 담론으로 전개되는 것은 앞으로의 연구과제로 남아있다.

## 참고 문헌

- 강현두 외, 「현대 대중문화의 형성」, 서울: 서울대학교출판부, 1998.
- 김경용, 「기호학이란무엇인가」, 서울: 민음사, 1994.
- 김문환 외, 「19세기 문화의 상품화와 물신화」, 서울: 서울대학교출판부, 1998
- 김민수, 「모던디자인 비평」, 서울: 안그라픽스, 1994.
- , 「21세기 디자인 문화탐사」, 서울: 솔출판사, 1996.
- 김영기, 「NATIVE DESIGN」, 서울: 월간 디자인네트, 2000.
- 김영필, 「생활세계의 담론」, 서울: 태일출판사, 1995.
- 김우창/성완경 외, 「이미지는 어떻게 살고 있는가」, 서울: 생각의 나무, 1999.
- 김형효, 「베르그송의 철학」, 서울: 민음사, 1995.
- 권명광 엮음, 「바우하우스」, 서울: 미진사, 1994.
- 디자인 문화실험실기획·편집, 「디자인 문화 비평/우상·허상 파괴」, 서울: 안그라픽스, 1999.
- 문창욱, 「화이트헤드과정철학의 이해」, 서울: 통나무, 1999.
- 미술비평연구회, 「상품미학과 문화이론」, 서울: 눈빛, 1995.
- 박성봉, 「대중예술의 미학」, 서울: 동연, 1995.
- 박홍규, 「윌리엄모리스의 생애와 사상」, 서울: 개마고원, 1998.
- 오창섭, 「디자인과 키치」, 서울: 토마토, 1997.
- 윤효녕/최문규/고갑희, 「19세기 자연과학과 자연관」, 서울: 서울대학교출판부, 1994.
- 이동연, 「문화연구의 새로운 토픽들」, 서울: 문화과학사, 1997.
- 이두원, 「커뮤니케이션에 대한 기호학적 접근」, 서울: 성균관대학교출판부, 1994.

- 이원곤, 「영상기계와 예술」, 서울: 현대미학사, 1996.
- 임영호 편역, 「스튜어트 홀의 문화이론」, 서울: 한나래, 1996.
- 안병직 외, 「유럽의 산업화와 노동계급」, 서울: 까치, 1997.
- 정시화, 「산업디자인 150년」, 서울: 미진사, 1996.
- 조종혁, 「커뮤니케이션과 상징조작」, 서울: 성균관대학교출판부, 1994.
- 한국디자인연구회, 「디자인과 지식」, 서울: 월간디자인 네트, 1999.
- 한전숙, 「현상학의 이해」, 서울: 민음사, 1994.
- 최범 외, 「디자인 텍스트」, 서울: 홍디자인출판부, 1999.
- 
- Arendt, Hannah, 「인간의 조건」, 이진우/태정호 옮김, 서울: 한길사, 2000.
- Barthes, Roland, 「신화론」, 정 현 옮김, 서울: 현대미학사, 1995.
- , 「이미지와 글쓰기」, 김인식 편역, 서울: 세계사, 1993.
- Baudrillard Jean, 「사물의 체계」, 배영달 옮김, 서울: 백의, 1999.
- , 「소비의 사회」, 임문영 옮김, 대구: 계명대학교출판부, 1998.
- , 「생산의 거울」, 배영달 옮김, 서울: 백의, 1994.
- , 「기호의 정치경제학 비판」, 이규현 옮김, 서울: 문학과 지성사, 1998.
- , 「유혹에 대하여」, 배영달 옮김, 서울: 백의, 1996.
- , 「시물라시옹」, 하태환 옮김, 서울: 민음사, 1996.
- Bell, Daniel, 「이데올로기의 종언」, 이상두 역, 서울: 범우사, 1991.
- Bergson. Henri, 「물질과 기억」, 홍경실 옮김, 서울: 교보문고, 1991.

- , 「사유와 운동」, 이광래 옮김, 서울: 문예출판사, 1994.
- Berlin, Isaiah, 「계몽시대의 철학」, 정병훈 옮김, 서울: 서광사, 1992.
- Canguihem, Georges, 「정상과 병리」, 이광래 옮김, 서울: 한길사, 1996.
- Cassirer, Ernst, 「계몽주의 철학」, 박완규 옮김, 서울: 민음사, 1995.
- Debord, Guy, 「스펙타클의 사회」, 이경숙 역, 서울: 현실문화연구, 1996.
- Deleuze, Gilles, 「칸트의 비판철학」, 서동욱 옮김, 서울: 민음사, 1997.
- , 「의미의 논리」, 이정우 옮김, 서울: 한길사, 1999.
- , 「들뢰즈의 푸코」, 이정임/윤정임 옮김, 서울: 새길, 1995.
- Deleuze, Gilles & Guattari, Felix, 「철학이란 무엇인가」, 이정임/윤정임 역,  
서울: 현대미학사, 1999.
- , 「앙띠 오이디푸스」, 최명관 옮김, 서울: 민음사, 1997.
- Dewey, John, 「경험과 자연」, 신득렬 역, 대구: 계명대학교출판부, 1982.
- Eco, Umberto, 「기호학 이론」, 서우석 역, 서울: 문학과 지성사, 1996.
- , 「기호학과 언어철학」, 서우석/전지호 역, 서울: 청하, 1997.
- , 「기호와 현대예술」, 김광현 옮김, 서울: 열린책들, 1998.
- Foucault, Michel, 「말과 사물」, 이광래 역, 서울: 민음사, 1980.
- , 「광기의 역사」, 이광래 역, 서울: 인간사랑, 1997.
- , 「담론의 질서」, 이정우 역, 서울: 서강대학교출판부, 1998.
- , 「지식의 고고학」, 이정우 역, 서울: 민음사, 1997.
- , 「성의 역사」, 이규현 역, 서울: 민음사, 1997.
- Freud, Sigmund, 「정신분석 입문」, 민희석 옮김, 서울: 두로, 1992.
- , 「꿈의 해석」, 윤 정 옮김, 서울: 배제서관, 1995.
- Gay, Peter, 「계몽주의의 기원」, 주명철 옮김, 서울: 민음사, 1998.

- Gurwitsch, Aron, 「의식의 장」, 최경호 옮김, 서울: 인간사랑, 1994.
- Harvey, David, 「포스트모더니티의 조건」, 구동회/박영민 옮김, 서울: 한울출판사, 1994.
- Horkheimer, Max und Adorno, Theodor W., 「계몽의 변증법」, 김옥동/주경식/이상훈/ 옮김, 서울: 문예출판사, 1995.
- Hume, David, 「인간오성의 탐구」, 김혜숙 옮김, 서울: 고려원, 1996.
- Husserl, Edmund, 「순수 현상학과 현상학적 철학의 이념들」, 최경호 옮김, 서울: 문학과 지성사, 1997.
- , 「데카르트적 성찰」, 이종훈 옮김, 서울: 철학과 현실사, 1993.
- , 「시간의식」, 이종훈 옮김, 서울: 한길사, 1998.
- , 「현상학의 이념, 엄밀한 학으로서의 철학」, 이종훈 옮김, 서울: 서광사, 1993.
- , 「경험과 판단」, 이종훈 옮김, 서울: 민음사, 1997.
- Jung, Carl G., 「무의식의 분석」, 권오석 옮김, 서울: 홍신문화사, 1990.
- , 「사람과 상징」, 정연목 옮김, 서울: 까치, 1995.
- Lacan, Jacques, 「욕망이론」, 하태환 옮김, 서울: 민음사, 1996.
- Lyotard, J-F., 「포스트모던적 조건」, 이현복 옮김, 서울: 서광사, 1992.
- Maffesoli, Michel, 「현대를 생각한다」, 박재환/이상훈 옮김, 서울: 문예출판사, 1997.
- Marcuse, Herbert, 「일차원적 인간」, 이희원 옮김, 서울: 육문사, 1993.
- Mcracken, Grant, 「문화와 소비」, 이상률 옮김, 서울: 문예출판사, 1996.
- Merleu-Ponty, Maurice, 「현상학과 예술」, 오병남 옮김, 서울: 서광사, 1990.

- Nietzsche, Friedrich, 「비극의 탄생/바그너의 경우/니체 대 바그너」, 서울: 청하, 1995.
- Poster, Hal, 「반미학」, 윤호병 외 옮김, 서울: 현대미학사, 1993.
- Rasmussen, D. M., 「상징과 해석」, 정석만 옮김, 서울: 서광사, 1991.
- Read, Herbert, 「디자인론」, 정시화 옮김, 서울: 미진사, 1992.
- Sparke, Penny, 「20세기의 디자인과 문화」, 이순혁 옮김, 서울: 까치, 1997.
- Shilling, Chris, 「몸의 사회학」, 임인숙 역, 서울: 나남출판사, 1997.
- Spinoza, B., 「에티카」, 강영계 옮김, 서울: 서광사, 1990.
- Turner, J. H., 「사회학 이론의 구조」, 김진균 외 옮김, 서울: 한길사, 1997.
- Vico, Giambattista, 「이탈리아인 태고의 지혜」, 이원두 역, 서울: 동문선, 1996.
- Walker, John. A., 「디자인의 역사」, 정진국 옮김, 서울: 까치, 1995.
- Whitehead, A. N., 「과학과 근대세계」, 오영환 역, 서울: 서광사, 1989.
- , 「과정과 실재」, 오영환 역, 서울: 민음사, 1997.
- , 「관념의 모험」, 오영환 역, 서울: 한길사, 1996.
- , 「열린 사고와 철학」, 오영환 역, 서울: 고려원, 1992.
- , 「상징작용: 그 의미의 효과」, 오영환 역, 서울: 서광사, 1994.
- Zaner, Richard. M., 「신체의 현상학」, 최경호 옮김, 서울: 인간사랑, 1993.
- 清水知久, 「팝 문화의 꿀과 독」, 박시종 옮김, 서울: 개마고원, 1993.

## <논 문>

- 김기용 , “비코G.Vico의 사상에 나타난 환타지아(Fantasia) 연구”, 홍익대, 석사학  
위논문, 1998.
- 김병환 , “메를로-뵘띠의 현상학에서 신체와 언어에 대한 연구”, 부산대, 박사학  
위논문, 1997.
- 양우석 , “맑스의 욕망 구조에 대하여”, 동아대, 석사학위논문, 1992.
- 윤자정 , “A. N. Whitehead의 유기체철학 내에서의 미적 경험에 대한 연구”, 서  
울대, 박사학위논문, 1996.
- 채조병 , “Cassirer의 「상징형식의 철학」에 관한 연구”, 승전대, 석사학위논문,  
1986.
- 홍소연 , “스피노자의 『에티카』에 나타난 욕망과 자유”, 이화여대, 석사학위논  
문, 1995.

## <정기 간행물>

- 인 매거진, 1999. 6.  
PAPER, 1997. 6.(Vol.19)  
Neolook, 1996. 6.(vol.19)  
POP SIGN, 1997. 2.

-----, 1998. 5.

조선일보, 1998. 1. 5.

-----, 1999. 11. 27.

-----, 2000. 4. 11.

동아일보, 2000. 2. 28.

# ABSTRACT

## A Conceptual Study on the System of Meaning in Design

—In terms of Cultural Discourse Related to Desire, Symbol and Body—

Lee, Geuk-Jong

Major in Space communication Design

Dept. of Industrial Design

Graduate School of Art

Hansung University

This thesis is prepared to study the new potential discussion of design with the attempt to recognize logical limitation of design related with our life.

Our daily life has order but includes change. But from the view point of main design discussion, it is assumed that objectivity and stationariness of design is premised and that change is subsidiary. Contrary to the above phenomenon this thesis is seeking a method in which order and change are treated equally. As the structural methodology shown in 「Logique Du Sens」 by Gilles Deleuze accords with the writer's intention of this thesis, it forms the ideal frame of this thesis.<sup>1)</sup>

---

1) As a philosopher of French post-structuralism, Gilles Deleuze who is following Michel Foucault presents us function of designation, function of manifestation, function of sign as the functions by which a proposition may be understood and lastly suggests that the levels of 'sense' are related with each function. The creative idea in this thesis that order and change are to be recognized equally and that they should be thought to be a great frame is related with his proposition of the level of sense.

Discussions are always composed of conditions available to communicate with each other. General design discussion is premised as a objective code meanwhile the dimension of 'creation' is extorted as a premise in this thesis. Meaning condition of design related with desire, symbol, and physical conception is compared with the traditional discussion so that design may be described in the level of creation. lastly, a brief sketch for the following study is made.

In chapter II, the existing discussions on design are classified into productive conception and consumption conception to describe the standing point in chapter III, IV, V. As the design discussions centered on productive conception are composed of abstract ideas, they are functioning significantly even nowadays. The design discussion of consumption conception has comparatively shorter history than that of productive conception. The accepting concept of design has made its appearance around the time when post-modernism was on the rise and it has been applied as a cultural theory.

However, the recognition that a consumer is another producer who reproduces our hobbies leads a 'new discussion which views productive and consuming design discussion' desirable which can be described as uniform view point.

In chapter III, regarding 'Meaning of Desire and Design', the sexual desire which is most commonly talked about is discussed so that the concept of desiring structure may be considered. With the samples of magazine advertisements in fashion malls, productive desire and creative desire are explained in order to discuss that desires can not be seized in a same code.

In chapter IV, regarding 'Meaning of Symbol and Design', the concept of

symbol is comparatively clear in social meaning but it is suggested that the meaning keeps unsecure condition in usual life. Symbol is always changing in spite of some level of the existence and this is explained as 'Change of Symbolic System' in the thesis. And the change is creative one not mechanical one. The 'Symbolic Effect' in the thesis indicates total features of the creative changes.

In chapter V, regarding 'Meaning of Physical body and Design', it is explained that today's discussions on physical body is coding. But 'physical body-phenomena'<sup>2)</sup> is required to be considered. In common life, physical body is composed of objective discussions, which is accelerated by mass communications. The existing discussions can not get out of this situations.

In chapter VI, it is suggested that power of life will be applied to the design discussion due to its relation with meaning systems. In conclusion, creation of meaning with the consideration of production idea is emphasized. The creation commonly existing with production idea cannot be a fixed situation. Therefore, a design discussion can be a new discussion with the creative idea intervened by the power of life.

---

2) This means the level of manifestation function achieved with function of 'Pure Accident'. Regarding the phenomena directly offered to physical bodies, it is the condition obtained in apriori state and collected in subjectivity state and simultaneously it means the condition in which a physical body achieves creative functions.