

디자인과 아비투스

이화여대 정보디자인학과

교수 김 영 기

1. 서 론

나는 앞으로 디자인 분야에서 지금은 생소하지만 “아비투스”라는 용어가 매우 중요한 용어가 될 것을 확신하며 이 연구의 일단을 발표하려고 한다. 아비투스(Habitus)는 우리말의 ‘성향’이라는 뜻으로 영어로는 habit이다. 부르디외는 미셸 푸코, 루이 알튀세르에 이어 프랑스를 대표하는 지성이자 사상가이다. 그에 대한 세계 학계의 평가는 포스트모더니즘 선봉을 일으킨 푸코만큼 뜨겁다. 프랑스에서는 이미 70년대부터 부르디외학파가 등장, 비판사회학계를 주도하고 있다. 미국에서도 92년 그가 시카고대학 경제학자, 버클리대학 인류학자들과 벌인 대담을 정리한 <답변들>이 출간되면서 본격적인 연구가 이뤄지고 있다.

이같은 관심은 <구조와 행위의 이분법을 지양한 제3의 방법론 모색>이라는 그의 야심찬 지적 모험에서 비롯된다. 철학에서의 <주체와 객체>, 사회과학에서의 <자원주의와 구조주의>의 대립은 서양 지적전통에서 영원히 풀리지 않는 숙제다.

특히 세계의 사회과학계가 인문학적 상상력 위에서 현실을 해부하는 기든스, 하버마스, 푸코등 사변적 사회철학자들과 경험적 연구를 토대로 한 사회공학적 사회과학자들로 양분되어 있지만 부르디외만은 독자적인 위상을 구축하고 있다. 그가 구조와 행위의 통합을 모색하면서 사용하는 개념이다. <아비투스>는 인간행위에 영향을 미치는 무의식적 기제나 사물을 지각하는 방식 문화적 기호등을 의미한다. 구조에 의해 일방적으로 인간행위가 결정되는 것이 아니라 아비투스는 구조와 행위를 매개하고 상호작용한다.

이제까지 디자인에서 논의되어온 중요한 관심중의 하나는 “한국의”라는 언어가 내포하고 있는 의미를 이해하고 이 의미를 어떻게 디자인 작업에 부여하느냐 하는 것이었다고 본다. 우리는 이러한 논제를 어떻게 인식하여야 하는가에 대하여 많은 고심을 해 왔으며, 이해하려는 노력으로 많은 세미나와 심포지움이 계속 되고 있는 것이 사실이다.

이 발표는 이제까지의 논의와 다른 차원에서 “한국의”를 인식하려는데 목적이 있다. 이런 인식의 새로운 접근은 부르디외(Pierre Bourdieu)의 아비투스 이론을 바탕으로 접근하는 것이다. 혼돈을 일으키는 과학에서 부르디외는 “사회학은 끊임 없이 자신의 과학성의 문제를 대면해야 하는 서글픈 특권을 갖고 있다”고 했다. 이러한 서글픈 특권 때문에 사회학은 사회과학으로 인식하게 되는 것이며 이를 서글피 여

기는 측면에서는 사회철학으로 인식하려 한다. 이를 한마디로 말한다면 “사회과학은 부정확한 과학이다”라고 말할 수 있다. 이에 따라 해석 한다면 디자인에서 과학성과 논리성을 말한다 해도 그것은 어디까지나 부정확한 과학이며, 따라서 논리의 한계를 극복할 수는 없다. 그러므로 “디자인 역시 끊임 없이 자신의 과학성과 논리성의 문제를 대면해야 하는 서글픈 특권을 갖고 있는 미술이라고 말할 수 있다” 우리는 여기서 이 말이 내포하고 있는 두가지 의미에 대하여 깊이 생각하여야 한다. 두가지 의미는 첫째로, 디자인 뿐만 아니라 인식에 있어서 과학성과 논리성이며, 둘째는, 이 서글픈 특권 보다는 과학성과 논리성에 대하여 “서글픔”을 품어야 한다는 것이다. 만일 이 “서글픔”이 없다면 과학과 논리가 신앙이 되어 디자인의 창조성이 매마르게 될수 밖에 없기 때문이다. 즉 창조적 행위가 논리적 구조의 틀안에서 이루어 지기 때문이다. 디자인의 창조성을 시험에 들게하는 과학과 논리는 도대체 무엇일까?

2. 객관적 구조와 성향의 불일치

우리는 과학 기술의 발전과 함께 자본주의 체제에서 형성된 디자인의 객관적 구조와 아비투스에 대하여 고찰하지 않을 수 없다. 자본주의에 의하여 형성된 객관적 구조와 한국인의 아비투스 사이에는 일치할 수 없는 관계가 있다. 자본주의 경제 체제는 다른 문명에 의해 객관화된 유산, 즉 축적된 경험, 보수 부여와 상품화의 기술, 등 그 자본주의의 우주 속에서 투신하며, 생존하기 위하여 그것의 규칙은 제3세계에 속하는 개발 도상 국가들에게서는 모든 유추에도 불구하고 자본주의 규칙과는 그 기원이 판이한 상황에서 전개되는 것이다. 이러한 경우는 디자인에서도 나타난다. 모던 이즘 운동의 실체인 조형의 민주화는 물 역사와 개성의 획일화 된 대중주의 접근과 자본가들에 의하여 주도된 대량생산 대량판매를 위한 합리화, 객관화가 각각의 문화와 역사, 이를 만들어 온 축적된 그들의 경험과 인류학적 “아비투스”을 소외시켜 버린 결과를 낳게 하였다.

디자이너들은 자본주의 경제가 가능하기 위해서 경제인의 속성에 묵시적으로 협력하여 온 것이 사실이며, 이러한 결과로 사회적, 역사적, 개인적 조건들을 보편적 범주의 틀 속에 넣어 생각하는 경향이 지배적이 었다 하겠다. 이것은 결국 개인적이며, 집단적인 기원을 무시하는 결과로 나타나게 되었다.

객관적 기대는 경제에 관한, 보다 일반적으로는 시공간에 관한 일정한 “아비투스”를 갖춘 행위자에 의해서만 실현될 수 있는 것이다. 따라서 “행위자”의 의식구조는 객관적 구조에 대하여 특수 구조로 인식된다. 그런데 이 특수 구조들이 모여 집단화된 사회는 “어

면아비투스”로 인식되며, 나타나게 된다. 예를 들면 “한국인은 이러이러한 아비투스가 있다” “일본인들은 이러이러한 아비투스가 있다”라는 것은 집단적 구조의 성질이지만, “나는 이러한 아비투스가 있다”고 한다면 이것은 개인의 특수한 구조를 나타내는 말이다. 즉 논리적 사고의 행위와 아비투스적 사고의 행위 간에는 일치하지 않는 간격이 있다. 나는 “한국인의”에 대하여 하위 개념의 존재이지만 나라는 행위자를 통하여 한국의 디자인도 획득 되는 것이기 때문에 “나의 아비투스”는 “우리의 아비투스”로 이해되어야 한다. 여기서 “우리의”는 “나의”에 대하여 객관적 구조가 아니라, 보편적 구조로서 자본주의가 이성으로 추구하는 객관적 구조의 의미와는 다른 것이다. 여기서 구조와 행위의 불일치를 경험하게 된다. 그러나 아비투스는 구조와 행위간의 관계를 주도적으로 매개하므로 불일치를 조정하는 것이다. 아비투스는 과학과 논리로 짜여진 객관적 구조와는 관계 없이 행위자를 이끌어 간다 하겠다.

3. 디자인 아비투스와 장 그리고 게임군(群)

아비투스와 대단히 상관적인 또하나의 개념으로 장(場)을 말한다. 이 “장”은 그 공간의 구조를 지키거나 변형시키려는 행위자들 간에 경쟁하고 투쟁하는 게임군(群)들이 사회화된 조직으로서 게임에 참여하여 활동할 수 있는 능력과 성향을 동시에 내포한 일련의 기질, 즉 아비투스다. 이러한 분석의 틀을 디자인 분야에 갖다 대면, 우리가 디자인의 행위자로서 구조를 지키는 자들과 변화시키려는 자들 사이에 경쟁하고 투쟁하는 게임들을 이끄는 능력과 그 활동력은 어떠한 게임군들에게도 적용될 우리들만이 지니는 일련의 기질인 아비투스가 있는 것이다.

한국의 디자인은 이를 성취 할 아비투스를 지니고 있는 사람들이 있어야 한다. 이성은 객관적 자아로서 아비투스와는 별개의 행위를 지시하거나, 이끌어갈 수 있으며, 행위자의 “입장들”을 무시하거나, 소외시킬 수도 있는 것이다. 한국의 디자인은 “우리들의 장의 아비투스”를 지니고 있는 디자이너에 의하여 창조 되는 것이다. 한국의 디자인 아비투스는 사회적 문화적 역사적 조건의 산물이다. 아비투스가 다른 문화의 사람들과 그들에 의하여 창조된 디자인은 서로 다른 아비투스에 의하여 새로운 스타일의 감각을 접하게 되고 경험하게 되며 복합적인 상대간에 좋은 게임효과를 나누게 된다. 즉 일본의 디자인과 독일의 디자인, 독일의 디자인과 이탈리아의 디자인들이 게임군이 되어 경쟁하면서 상대에 대하여 좋은 효과를 주게 된다는 뜻이다. 여기에는 내가 있고 상대가 있으며, 내가 상대에게 줄 수 있는 효과가 무엇인지를 이해 하여야만 상대로부터 어떤 효과를 경험 할 것인가를 알

게 된다고 생각한다. 그래서 나의 기질, 성향을 알아야 한다.

내가 만일 나라고 말하였을 때에는, 나라고 말하는 사람이 바로 나라는 사실을 알아 한다. 다른 게임군들로부터 구별되는 우리의 디자인 아비투스는 우리의 아비투스라고 말하는 사람이 나라는 사실을 인지 하지 않으면 않된다. 장의 아비투스는 행위자로서 디자이너에 의하여 이끌어 가게 된다. 이것은 나의 디자인 아비투스가 우리의 디자인 아비투스가 됨을 의미하는 것이다. 세계화는 바로 우리의 디자인 아비투스를 인증 받은 “게임군(群)”으로 함께 경쟁하는 수준에 이르는 것을 말하는 것이다.

4. 결 어

디자인 아비투스는 디자인 능력이 사용되는 조건은 이른체 단순히 디자인 하는 능력만을 중요시하여 왔던 이제까지의 디자인 인식에 중요한 문제 해결의 실마리를 제공하는 것이다. 감각이나, 아니면 이성이나? 서구적 접근이나, 아니면 한국적 접근이나? 객관적인 것이나, 아니면 주관적인 것이나? 하는 인식이 아니라 이 대립적 관계를 매개하고 조정하는 아비투스를 회복하는 것이 문제 해결의 길이 된다는 것이라고 하겠다.

우리는 우리만의 예술언어 시장을 가지고 있으며 이 시장은 우리가 좋아하거나, 아름답다 라고 말하고, 느끼고, 사랑하는 가운데 우리들의 정신과 마음의 세계 뿐만 아니라 의식의 세계와 더 깊은 무의식의 세계에 이르기 까지 지배하고 있는 언어 지배력이 살아 있는 시장이다. 이때 예술언어 시장은 예술언어 재산과 동의어가 되는 것이다. 즉 웨익스 피어의 예술언어의 주 시장은 영국이며, 그 언어의 지배력은 영국을 넘어 유럽과 온세계로 지배력이 확장 되어 언어 재산의 가치가 상승되고 있는 것이다. 그래서 그의 문학이 지닌 예술언어 아비투스는 언어 지배력에 의하여 그 아비투스가 다른 시장(즉 우리나라의 문학이 지니는 예술언어의 재산에 영향을 주고있음)에 효과를 주기도하고 역효과를 주기도 한다. 디자인도 마찬가지로의 문제를 안고 있는 것이다. 한국의 디자인은 논리적 접근이나 방법론에 의하여 성취된다기 보다 한국인의 아비투스가 디자인 아비투스로 인식되어지는 것을 의미하는 것이다.

참고문헌

1. 피에르 부르디외, 문경자역, 혼돈을 일으키는 과학, 숲, 1994.
2. 피에르 부르디외, 최종철역, 자본주의의 아비투스, 동문선, 1995.