

디자인에 있어서 문화적 정체성 탐색 방향에 관한 연구

A study on the way to research of cultural identity in design

김종균

서울대학교

Kim, Jong-Kyun

Seoul National University

• Key words: Cultural Identity, universality, tradition

1. 서론

‘21세기-문화’라는 화두를 내걸고, 한국의 디자인계는 우리문화의 정체성 탐색이라는 수렴적 방향과 함께, 동아시아 삼국의 보편적 특질에 기반하여 범세계적 보편성을 획득하고자 하는 원심력적인 방향을 동시에 취하고자 노력하고있다. 정책적 유도과 많은 연구, 디자인작업등의 노력과 아울러, 월드컵과 같은 행사를 계기로 더욱 박차를 가할수 있는 호기를 맞은 셈이다. 하지만, 많은 수의 작업이 전래의 고유문화를 흉내낸 모조품을 생산하거나, 혹은 비논리적인 연구과정을 통한 자의적인 결과를 도출이 비일비재한데, 이는 디자인분야에서 문화에 관한 선행연구가 부족하여, 타분야의 연구방법, 혹은 연구물들을 차용해 오는 경우가 많기 때문이다. 고유 건축물, 문화재, 생활등의 분류, 나열을 통한 조형요소, 혹은 키워드 추출을 통한 문화연구에는 피상적인 형태의 차용이 주된 방향인바, 이에 문화정체성연구 혹은 작업물에 있어서 문제점을 짚어보고, 나아가 방향에 관하여 생각해보기로 한다.

2. 왜 문화인가?

양극화체제가 붕괴되고 나타난 양상이 다극화이며, 이러한 경향을 가속화시킨 원동력이 디지털 테크놀로지의 보급이다. 또 사상, 이념적으로 양분되던 세계문화는 그 중심점을 잃고, 또 자본주의라는 일방향적인 경쟁체제로 전환함으로써 경제적으로 지배, 종속되는 경향이 나타나게 된다. 이러한 경향에 대한 반대급부로 불어져 나온 것이 문화와 정체성의 논의이다. 자본주의체제를 뒤늦게 이식한 제3국가, 구 공산권국가들은 동일선상에서 미국이나, 유럽, 일본등과 같은 경제대국을 극복할 가능성이 극히 희박하고, 오히려, 그들의 경제식민지로 전락할 위기에 처해있다.

이러한 현상속에서 자국의 정체성을 유지하고, 경제적으로 그들에게 대응할수 있는 길은 ‘문화’라는 자국만의 차별성을 구가하는 것이다. 문화란 본질적으로 등가의 개념이며, 오히려 경제대국 ‘미국’에 있어서는 문화라고 부를수 있는 자원이 전무한 상황인바, 충분히 경쟁력을 확보할 수가 있는 것이다. 또한 디지털 기술의 확대보급으로 그 하드웨어적인 경쟁력은 미약하나, 콘텐츠면에 있어서는 문화가 풍부한 국가가 오히려 경쟁력이 강할수 있다. 단적인 예로, 문화대국 프랑스에서는 “하드웨어는 일본, 소프트웨어는 미국, 콘텐츠는 프랑스”라는 슬로건을 내걸고, 자국의 문화적 자긍심의 고취와 디지털 시대의 대응전략을 세워나가고 있다. 우리나라도 21세기의 경쟁력으로 소프트웨어와 콘텐츠를 들고있으며, 각종 게임의 부흥과, 정보기반인프라의 구축등 다각적으로 심혈을 쏟고 있다.

3. 문화와 문화상품

근래에 디자인분야에서 활발히 회자되고 있는 ‘문화적 디자인’, 혹은 ‘문화적 정체성’이란 말은 문화상품이라고 칭하는 것이 옳을 것이며, 무한경쟁시대의 자본주의식 논리에 대응할수 있는 하나의 도구일 것이다. 하지만, 이러한 부분에 있어서도 이미 강대국의 발빠른 행보가 이루어져 있는데, 가령 일본의 경우에 있어서는 동양이라고 한다면, 일본을 떠올릴만큼 자국의 문화를 소프트웨어

어, 하드웨어의 보급과 병행해서 보급시키는데 성공했는데, 예를 들자면, 닌자, 스모, 선(Zen)등과 같은것들이다. 닌자는 자객이 아닌, 동양의 신비주의적 정신세계와 무술이 합해진 대표자로 다가갔고, 스모는 정신력을 겨루는 경기, 혹은 신비스러운 종교의식이 첨가된 고급문화로, 선은 일본의 고유의 정신문화인양 보급되었는데, 이러한 결과는 일본의 정책적인 노력의 결과였다. 미국은 전통이 없는 대신, 새로운 문화를 창조해내고 있는데, 할리우드와 디즈니랜드등을 들수 있다. 환상과 유희(시물라시옹)를 생산하고 있으며, 이는 전세계의 문화를 한데 아우르고, 현대의 입맛에 맞게 재가공해낸 새로운 전통이라 할수 있다. 금개는 광부나, 카우보이보다는 미키마우스와 마돈나, 마이클잭슨이 더욱 미국적이며, 현대에 입맛이 맞는 전통이라 할 것이다. 캐케국은것의 복원보다는 변화, 응용, 적용이라는 현대적 해석이 미국의 문화라고 말할수 있을 것이다. 사실상 보편적인 현대문화란 미국문화를 일컫는것과 진배없기도 하다.

한국을 비롯한 동아시아에 있어서는 세계의 보편적 특성이라 부를만큼 영향력을 가진 아이템 개발이 미비하다. 경제력이 뒷받침되어주지 못한 탓도 있겠지만, 산업사회의 생리)와 동아시아의 전통과는 사뭇 다른 문법을 구사한탓에 융합되지 못한 면이 없지 않으며, 또 의도적으로 제국들에 의해 배제되어 온타도 있을 것이다. 하지만, 디지털 시대에 있어서는 디지털의 특성)상 동아시아와 맞아떨어지는 부분이 많다.

4. 동아시아의 지역적 정체성.

동아시아 삼국의 보편적 특질이라고 한다면, 유불도의 정신문화적이며, 우리문화의 정체성이라고 한다면, 이와 더불어 친자연적인 성향을 가졌었다는것을 들수 있을 것이다. 하지만, 이러한 전통은 산업사회의 발달과 더불어 소멸되어가는 전통이며, 더 이상의 정체성논의에 있어서, 자연주의적 사상을 논하기 힘들게 되었다. 30여년간의 식민생활에서 한국적 정체성을 상실하였다고 한다면, 또 해방이 국적불명의 월드컵마스코트

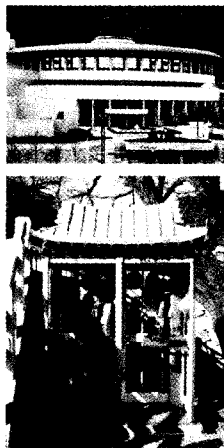


1 산업사회의 생리라고 한다면, 그것은 단연 자본주의와, 그 결과인 물질주의를 들것이다. 물(物)성 그자체가 변화한 것이 아니라, 그것에 투사되는 사회적 가치가 변화되었다. 물건이 가지는 용도와 기능 이상의 의미를 부여하는 현대에 있어서는, 순수한 물성보다는 그것이 가지는 아우라가 그 물질에 대한 가치를 결정한다. 이미 사회는 너무 변화하여서, 과거의 신화적 속성을 되살리기에 이미 사회가 정신적으로 변화하였으며, 환경 또한 이미 당시로의 복귀로는 불가능할 정도로 체제나 제도, 환경등이 변화되었다. 가장 극심한 변화는 유교적 봉건사회에서 자본주의로의 변화에서 기인한것일 것이다. 과거의 조형물은 상부계급에 의해 발전되었으나, 현대에 있어서는 자본에 의하여 이러한 작업이 수행된다. 권력이 어디에 귀속되어 있는나에 따라 정신적, 물질 환경은 변화될 수밖에 없다.

2 디지털기술이란 본질적으로 무형의 기호이며, 시물라크르이다. 물리적 실체는 없고, 모두 정신적인 요소라 할수 있는 기호와 환상, 투영의 기법이며, 이러한 속성은 산업사회보다는 기호사회인 동아시아의 생리와 더 맞아 떨어진다. (필자주)

후의 미군정과 미국문화 이식에 의해 아시아적 정체성도 상실하였다고 본다. 근래에 있어 한국의 정체성을 논의, 연구하는 것은 문화의 복권이라기보다는 앞서 말한바와 같이 **문화상품의 개발**논리가 우선한다. 서방세계에 없는 한국고유의 아이템을 선별하고, 문화상품으로 둔갑시켜 이윤을 남기고자 하는 논의가 활발한 상황에서 한국적 디자인의 정체성을 찾고 싶은 것인지, 고부가가치의 문화상품을 개발하고 싶은것인지를 명확히 할 필요가 있다.

디자인에 있어서 한국문화의 정체성을 논하기 위해서는 과거의 조형질서와 원리에 관한 논의가 우선되어야 한다. 풍수를 미신으로 치부하면서, 과거 목조건물을 답습하거나, 음양오행을 이해하지 못하면서 오방색을 차용하는 것은 모두 공허한 일이다. 문화상품개발이라는 미명하에 과거 조형물의 스타일을 카피해내거나, 재현, 복구해 내는 일은 모조품의 생산 이상의 의미를 가질수 없을 것이다. 양식상의 세련미를 추구하기에는 완성도높은 여러 오브제에 길들여져 있어, 전통조형물들이 진부하다는 인식만 심어주고, 정신세계를 추구하기에는 현대사회의 생리와 상통하지 않는다.



위: '갯모양을 차용한 지붕' 아래: '기와지붕모양 전화부스'

한국적인 이미지를 내포하기 위하여 부단히 노력하였다더라도, 전통조형물의 스타일을 차용한 디자인 사례들은 현대적이지도 전통적이지도, 혹은 세련되지도 못한채 끝난 경우가 많다. 한국적, 혹은 동양적인 형태는 가졌으나, 키치의 재생산일 따름이며, 전통의 현대복원이 곧 문화적 정체성을 확인하는 것이 아님이 확실하다. 또한 부적절한 문법의 구사(스타일만의 차용)이 전통의 계승이라는 식의 사고 또한 고려되어야 할 부분이다.

과거 19세기말에 진행되었던 유럽의 역사주의 양식³⁾에서 이미 이러한 시도가 실패를 보여주고 있고, 생활주변에서 발견하는 여러조형물에서도 이를 확인할 수가 있다. 벤자민이 대량복제시대의 예술품⁴⁾에 대해 지적하는 것과 유사한 관점에서, 디자인의 형식상 차용(재현)은 원본의 가치, 권위를 따라갈수 없으며, 키치적 속성으로 전락한다. 이해되지 못한 전통양식의 타자화된 모방은 더더욱 그 결과가 자명하다. 현대에 있어서 동아시아적, 혹은 한국적 디자인의 정체성을 탐색하고, 더불어 세계적 보편성까지 획득하기 위해서는 전통적 사상과 정신을 충분히 이해하고, 이를 현대적 문법을 빌려 표현하는 재해석의 과정이 필요하다. 피상적인 형태상의 차용은 우연히 걸작품이 비롯된다고 하더라도 영속성이 없으며, 일회적인 자기위로로 그친다.

5. 문화적 정체성확립을 위한 디자인 방향.

한국적 혹은 동양적 정체성이 발현된 디자인이 가능하기 위해서는 문화에 대한 이해가 전제되어야 한다. 우선, 동아시아적인,

3 "19세기 말과 20세기에 (중략) 디자인사의 발전 과정 가운데에는 끊임없이 역사주의로 회귀하려는 경향이 나타났다. (중략) 역사주의는 당대의 예술가들이 그들 시대의 정신에 맞는 새로운 것을 개발하고 혁신하며 발전시키려는 진취적인 자세보다는 과거의 것, 그것도 피상적인 양식을 모방하고 부흥하며 재현시키는 절충적 경향을 나타내었던 것이 대부분이었다." (산업디자인150년.정시화.미진사,1998. P60 ~ 61.)

4 벤야민은 복제, 특히 대량복제는 그 원본의 아우라를 강화시켜줄뿐 그 자체로서는 가치를 인정받지 못하고, 저급한 하위문화만을 계속적으로 생산해나간다고 보았다. 부적절한 곳에 사용된 부적합한 이미지는 통상 키치로 취급된다.

혹은 한국적인 디자인이 가능하기 위해서 충분히 자기문화에 동화되어야 한다. 단절된 문화전통의 피상적인 관찰을 통한 타자화된 '홍내내기'가 아닌, **자문화에 대한 이해와, 독자적이고, 현대 환경에 적합한 문법을 구사할 때**, 한국적인, 혹은 동아시아적 정체성이 발현되는 디자인이 가능하다고 보여진다. 안도다다오, 김개천, 이사무노구찌등은 현대의 문법을 소화하며, 동양적 정신세계를 담은 작품으로 문화의 세계화에 기여하고 있다. 전세계적 보편문화를 담아놓으면서도, 또 자기들의 이야기를 하는것이다.

또 반대의 순서로, **현대적 문법에 대한 온전한 이해 이후에** 전통적 문화 혹은 아이템이 적용되어도 가능하다. 플레이스테이션이라는 첨단 디지털게임기속에서 펼쳐지는 일본문화는 익살스럽게 혹은 웅망하게, 신비스럽게 스모선수, 남자, 검도, 가라데 등을 펼쳐보이며, 세계인들에게 다가서고 있다. 디지털게임기라는 현대문화의 문법을 빌려 자국의 문화에 대한 메신저역할을 하고 있는 셈이다. 문제는 그 디자인 혹은 제품의 속성이 현대의 취향을 제대로 반영하면서 전통적인 속성을 구사하는것이나 하는것이다. 으레 미국적인 문화, 디즈니적인 특성으로 인식되고있는 라이온킹은 소재는 아프리카 정글이고, 일본에서 '데츠카 오사무'에 의해 '정글대제'라는 이름으로 창작되어 보급되었고, 미국에서 '라이온킹'이란 이름으로 새로이 개작됐었는데, 이는 아프리카적인것인가? 일본적인것인가? 미국적인것인가? 디즈니만화의 정신(권선징악, 가부장적 사회, 애국심)이 이입된 미국적인, 범세계적인 문화로 정착되었다. 결국은 가장 현대적 문법을 구사하면서, 자국의 정신을 담아낸쪽으로 인정되는것이라 본다.

6. 결론.

전통은 전통너름대로 유지, 발전시켜나갈 때 제 가치를 발휘하게 된다. 어설픈 접목은 원본의 권위를 떨어뜨리고 문화로도, 상품 가치로도 인정받지 못하게 된다. 현대는 현대에 걸맞는 새로운 문화를 창조하는 것이 옳다. 어설픈 홍내내기와 접목이 오히려 전통을 좀 먹고, 현대문화 발전에 덧이 된다. 씨름은 씨름대로, 건축은 건축대로, 다도는 다도대로, 승려는 승려대로 가장 제모습을 가지고 있을 때, 가치가 있고, 그 너름대로의 빛을 발한다. 현대에 있어서 그것들을 억지스럽게 접목시킬 필요는 없다. 원래 문화란 자연발생적이며, 서서히 사회속에 접목되어 나가는 것을, 시대와 환경이 다른 것을 이종교배시키는 것은 역사의 생태계를 변화시키는 우를 범하는것일지도 모르는 일이다.

세계 보편적 문화에 대한 우선 이해와 자기문화의 접목을 시도하건, 자기문화에 대한 이해 이후 보편적 적용을 시도하건 우선은 각각의 문화에 대한 이해가 선행될 필요가 있다. 문화를 이해하지 않고, 산업경쟁력, 혹은 문화상품개발의 논리로서 접근하는 디자인 분야의 노력은 헛될 수가 있다. 하회탈 모양의 열쇠고리나, 장신구를 개발해 판매하는 것보다, 하회탈의 원형을 복구하여 전통적인 방식으로 생산하는 것이 더욱 선호되고 소장 가치를 가질 것이며, 반대로 첨단전자제품속에 혹은 고급한 문화영상물속에, 이벤트속에 하회탈이 등장하고, 자연스럽게 스며들 듯 전파되는 것이 영향력이 더 클것이 자명하다. 월드컵이라는 이벤트속에서 억지스럽게 장승을 세우고, 청사초롱을 내거는 일보다, 붉은 악마가 더욱 한국적인 현대의 한국문화이고, 뉴욕 브록클린에서 '명성황후'가 공연되는 것이 더욱 한국의 문화를 전파하는 방법으로 효과적일것이다. 억지스럽게 전통적인 요소를 차용하고, 접목시키는 것으로 문화적 정체성을 확인할것이지 아니라, 그 자체의 **원성도**를 높임으로써, 보편성과 우수성을 인정받고 난 연후에 정체성은 자연스럽게 배어나올수 있게 하여야 한다. 문화정체성이란, 의도적으로 정의하고 이입시키는 것이라기 보다는, 스스로 형성되고 발전되어 나가는것이기 때문이다.