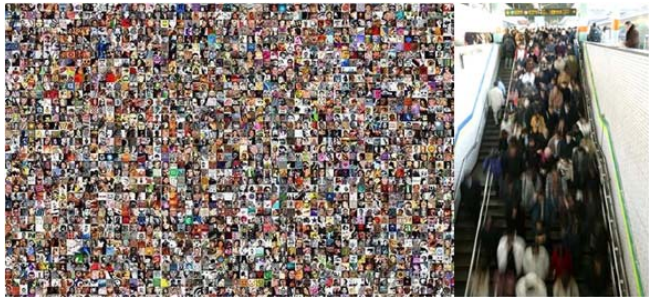


디자인의 사회적 현상과 대중성의 관점

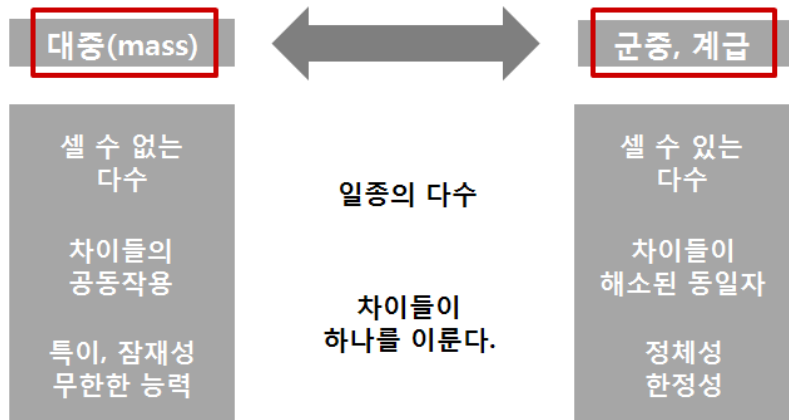
계명대학교원 실내디자인전공 박사과정
오르미00008 민승기

[대중의 정의와 표현]

대중이란 지위, 계급, 직업, 학력, 재산등의 사회적 속성을 초월한 보통집 다수의 사람들로 이루어진 집합체를 말한다. 대중에 대한 다양한 정의가 존재하지만 질베르트 시몽동이 제기한 전개체적인 존재 즉, 모든 개체는 대중이 개체화(individualization)된 집이라는 개체 이전에 대중이라는 의미가 존재하고 있다고 볼 수 있다.



대중은 군중, 계급이라는 단어와 비슷한 의미를 지니고 있다. 이 단어들은 전부 일종의 다수를 의미하는 표현으로 차이들이 하나를 이루는 공동적인 집합체로서의 의미를 지니고 있다. 하지만 대중은 셀 수 있는 다수이며 무한 잠재가능성을 지니고 있다는 점에서 군중, 계급과의 차이를 보인다. 대중이 하나의 정체성으로 통일되는 것은 특이성과 다양성을 잃었다는 것이며 대중이 셀 수 없는 존재, 다시 말해 계산 가능한 존재가 되었다는 것은 잠재성이나 능력을 잃었다는 것으로 간주할 수 있다.



[대중과 혼용되는 단어와의 차이]

대중의 표현은 대중적(popular)이라는 용어로서 표현이 되고 있다. 사회학자인 케이트 윌리엄슨 이를 4가지로 정의하고 있다.

1. 많은 사람들이 좋아하는 것
2. 일정한 작풍들
3. 사람들의 신화에 일부러 맞추는 작풍들
4. 사람들이 사실상 자신들을 위해 만들어낸 문화



[디자인 분야에서의 대중적 표현]

이 중에서도 오늘날의 대중적이라는 표현의 의미는 그 의미가 퇴색된 것도 있지만 더 나아가 한층 발전되어 그 의미가 점점 사회적 현상과 밀접한 관계를 가지게 되었다. 특히, 디자인분야에서의 대중의 표현은 모더니즘에서 포스트 모더니즘으로 전환되는 1960년대를 기준으로 볼 수 있다. 소수가 누리던 엘리트 중심의 의미에서 상업적 역할의 변화와 함께 문화적 입장을 고려한 다수의 대중을 중심으로 의미가 전환되었다.



[디자인 분야에서의 대중적 표현]

[대중의 사회적 특징]

우선적으로 대중의 사회적 특징은 문화영역과 시장영역의 일치에 따른 것으로 볼 수 있다. 대중이라는 의미는 상업적으로 경제적인 소비의 의미를 띄게 되었으며 시장논리에 따른 입장을 가지게 되었다. 또한 시장에서의 자본투자에 따른 이윤추구로 대량생산에 따른 대량소비의 입장을 보이고 있다.

둘째로는 문화적 소비에 따른 대중화로 볼 수 있다. 모든 사람이 누리는 문화가 된 대중은 대중매체의 발달과 확산으로 문화적 소비라는 의미로 발전되었으며 정보의 전달이라는 하나의 사회적인 특징을 가지게 되었다. 이러한 현상은 평범한 예술의 대중화를 이루게 되었으며 특징정보와 경험에 접근이 용이하게 되면서 문화적 유행과 흥을 선도하게 되었다. 최근에는 새로운 매스미디어의 등장으로 네트워크와 커뮤니케이션이라는 차원에서 대중의 사회적 흥이 고조화되어가고 있다.



[매스미디어와 대중]

세 번째로는 문화의 대중화는 문화의 민주화라는 차원에서 설명할 수 있다. 이는 일부 지배계층만이 누리던 대중문화의 도진 과정에서 매체되어 대중적인 정보매체를 통한 문화 혜택을 누리는 것을 말한다. 모든 대중이 누릴 수 있는 경험과 고품을 통한 의식의 함양과 지식공구의 증대는 대중이 사회적으로 밀접하게 연관되어 질 수 있는 가장 큰 원동력이라고 할 수 있다.

마지막으로는 대중문화 관념의 체계화를 들 수 있다. 대중문화의식의 체계는 엘리트와 서민의 입장으로 나누어 보던 기존의 이분법적 관념을 탈피하게 되었으며 이는 포스트모더니즘과도 같은 맥락적 흐름을 가진다고 볼 수 있다. 그 예로는 의도적인 연출을 통해 대중문화로의 전환을 가져온 팝아트를 통해서 잘 나타내어진다. 사회적으로 다다이즘(Dadaism)의 맥락에서 볼 수 있는 일상성과 비소속성의 특징을 지닌 팝아트는 대중적 예술의 의미로서 현대사회에서의 대중의 특징을 그대로 대변해 주고 있다. 팝아트는 대중과의 연관성을 통해 삶과 예술의 통일을 시도하는 주제성과 개방, 개성등을 표현하고 있다.



[팝아트 통한 대중의 사회적 표현]

[현시대에서의 대중의 사회적 표현]

1. 주제성 강화 - 대중이 주체가 되는 사회 그리고 문화 그 속에서 디자인

현 시대의 대중은 사회적 주체로서의 책임을 가지고 있다. 대중의 의미는 오늘날 대중의 분명한 영향력을 통한 사회적 책임의식 발생으로 더욱 회고적이며 도전적이며 윤리적인 의식 속에서 그 책임을 다하고 있다.



[사회적 주체로서의 책임을 가지는 오늘날의 대중의 사회적 표현]

또한, 대중은 문화적 주체로서의 확립을 보여주고 있다. 대중의 왜곡해진 입장은 비판의식의 확립을 통해서 객관적인 입장을 사회에 어필하고 있으며 냉소적 입장에서의 대중은 냉정한 평가를 통해 더욱 분별력을 가지는 문화적 가치를 드러내게 하는 원동력을 가지고 있다.



[문화적 주체로서의 확립을 가져오는 오늘날의 대중의 사회적 표현]

2. 다양성의 존중 - 실용성의 입장, 쾌락, 개성의 존중, 관용적인 시선

대중은 오늘날 사회적으로 개방을 통한 실용적인 입장을 고수하고 있다. 이러한 이유는 대중의 입장에서 대중이 생산하고 소비하는 데 필요한 요소로서 사회가 대중을 바라보고 있기 때문이다. 문화의 다양성 확대와 상호적 입장의 절충은 도자성이 우려되는 단점을 보이게 하지만 큰 비중의 흐름에 따른 실용적인 입장에서는 필수적인 입장을 가지고 있다. 한일 대중문화 개방과 같은 경우는 다른 입장의 문화적 대중성 수용을 통한 대중문화의 사회적 확산이라는 사회적 표현을 보여준다.



[대중문화의 개방과 사회]

또한, 오늘날의 사회는 대중의 개성을 존중해주는 사회적 다양성의 표현을 보여주고 있다. 오늘날의 대중은 개성을 파괴하게도 하지만 존중하고 흐름을 어필하기도 한다. 이는 사회적으로 다양한 측면과 효과를 발생시키며 대중을 쥐고 흔들리게 한다. 대중의 개성은 사회적으로 무차별성과 특이성을 발생시킨다. 사회는 이를 비판적 입장에서 보는 것이 아닌 경이하게 받아들임과 동시에 나아가고 있다.

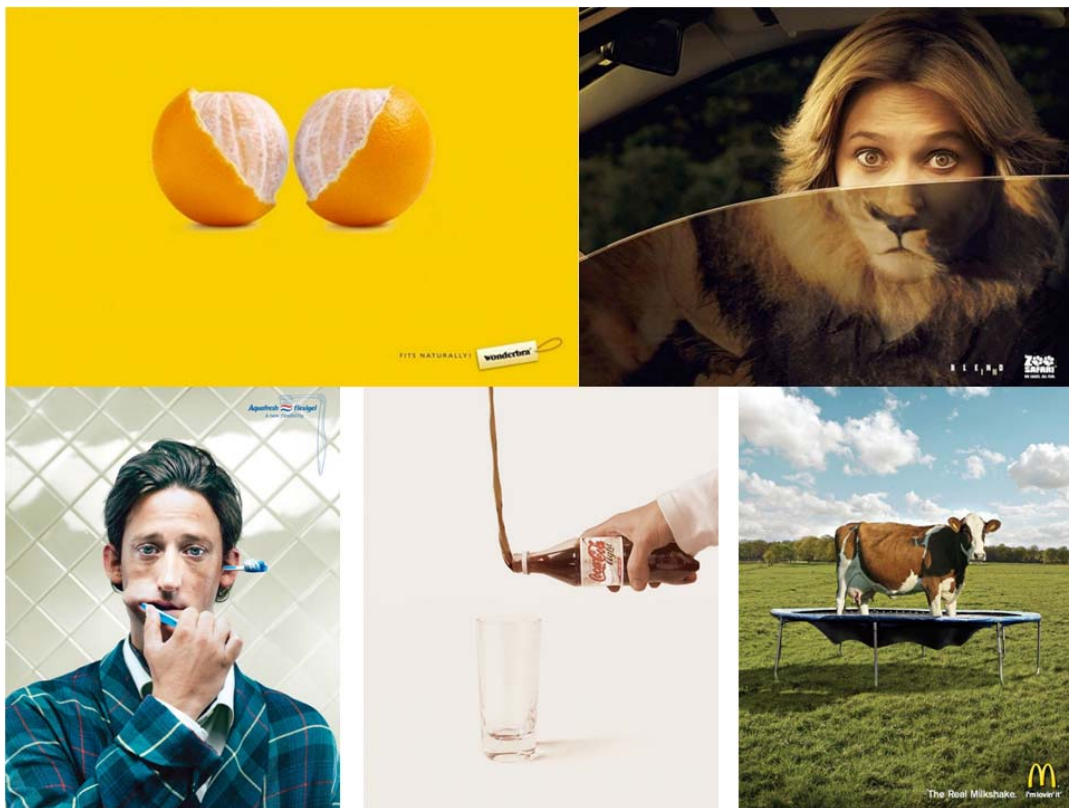


[대중의 개성과 사회전 다양성의 영]

대중의 다양성을 통한 사회적 표현은 포괄적이며 관용적인 시스템에 나타난다. 대중매체의 영향과 기술적으로 발달된 네트워크와 디지털 기술은 오늘날의 사회에서 대중성 확보를 위한 필수적인 입장을 가지고 있다. 이는 상호작용적 차원과 요구의 자그마한 대중의 입장과 일맥상통한다. 오늘날 대중매체 중에서 광고의 표현은 대중의 요구를 자그마치 나아가는 사회적 표현의 대표적인 예 시라고 볼 수 있다. 광고는 다양한 표현방법을 통해서 사회적으로 이질하고 있으며 사회문제의 영과 현상을 대변해서 보여줄 수 있는 매체로서의 입장을 가지고 있다.



[대중매체의 사회적 흐름]



[광고의 사회적 영 현]

3. 이상성의 대가 - 무의식적 반응, 변형성과 특수성, 평범성

오늘날 대중의 사회적 표현은 이상성의 표현에서 나타나고 있다. 대중이 자신의 감성에 호소하는 무의식적 반응, 행동은 사회가 긍정의 방향으로 대중을 이끌 수 있다는 장점을 가지고 있다. 사회가 대중의 무의식을 자유롭게 만들어줌으로써 사회적 행동을 이어나갈 수가 있는 것이다. 매스미디어가 대중 속으로 침투되어 생기는 반응도 이에 해당되며 이러한 현상은 프로이트의 정신분석학과도 연관성을 가지고 있다.



[대중의 무의식적 심리와 사회적 행동]

최근의 대중은 변형성과 특수성이라는 상반된 입장에서 대중의 모습이 시대적 변화해왔다. 오늘날 대중의 입장은 둘 사이의 경계에서 신중히 고려하고 판단하여 나아가는 균형과 조화로운 입장을 가지고 있다. 특히, 문화적 입장에서의 중요성을 가지며 대중의 현실화를 방지하고자 하는 사회적 모습을 담고 있다.



[대중의 사회적 변형성과 특수성의 입장]

또한, 대중의 가장 내면적인 위치에서 존재하는 평범성은 오늘날 비범한 효과로서 나타내어 사회적으로 표현되고 있다. 외부의 영향 없이 시대적으로도 꾸준한 특징을 가지고 있던 대중의 평범성은 오늘날의 사회에서는 중요한 영향력을 가지게 되었으며 그 비범한 능력은 대중의 영향력을 가장 잘 나타내고 있다.

[예술 및 디자인에서의 대중의 사회적 표현]

1. 창조성

예술 및 디자인에서의 가장 큰 사회적 표현력은 창조성에서부터 나온다. 이는 상업적 측면에서 생산과 소비의 과정에서 출발되어 온 예술과 디자인이 컨셉 및 아이디어를 통해 대중이 요구하는 것에 초점을 맞추면서 사회적 의미를 지니게 되었다. 팔아트와 탄생과 끊임없는 키치의 인기 또한 마찬가지로의 입장을 가지고 있다.



[디자인의 컨셉과 아이디어를 통한 대중의 사회적 표현]

특히 대중적인 사물 지마극상부터 지상극상까지 계단에 꾸며진 이미지는 디자인의 창조적 표현을 통한 사회적 연감을 보여주고 있다. 회사의 비전과 역사를 타이포그래피, 일러스트레이션의 다양한 기법으로 형상화 한 이 작업은 기업의 창조적 컨셉과 아이디어가 대중이 향유하는 공간 디자인과의 만남을 보여주는 좋은 사례로 볼 수 있다.



[대중적인 창조적 디자인 사례]

2. 사회적

예술과 디자인은 사회, 문화적인 입장을 대변하고 있다. 다양한 입장을 관찰하고 사회에 공헌하고자 하는 예술과 디자인은 현대의 사회, 문화적 입장을 반영하고 발전가능성 및 앞으로의 입장을 생각하고 있다.



[사회적 입장을 나타내는 예술과 디자인]

또한, 예술과 디자인 영역은 사회를 향해 도전하고 개입하며 발언할 수 있는 능력을 가지고 있다. 디자인의 텍스처와 컬러를 논하는 건 이상을 가지는 예술과 디자인은 사회를 향해 주체적인 입장을 보여준다. 얼마 전 사회진영 문제가 제기되었던 광우병 발생과 축분시위집회는 디자인의 사회적 역할을 보여주는 좋은 사례로 볼 수 있다.



[사회적 주체로서의 책임을 가지는 예술과 디자인]

3. 접근성

대중이 사회적 표현으로 가는 접근적인 방법은 크게 3가지로 나뉘어 볼 수 있다. 그걸 기반으로 한 문제해결방식의 접근을 토한 이성적 접근, 감정이입을 통한 호감을 증가, 포용적 가치 증대를 이르는 감성적 접근, 저소득층 영위해왔던 반복적인 일상 속의 무의식적 상황들의 자각을 통해 나아가는 무의식적 접근이 있다. 오늘날의 예술과 디자인은 감성적 접근의 한계에서 벗어나서 다양한 접근을 통한 사회적 관계를 이끄고 있다. 그 속에는 대중의 입장을 고려하고자 하는 표현이 내재되어 있기 때문이다.



[예술과 디자인의 다양한 접근을 통한 대중과 사회]

4. 트이스성

예술과 디자인은 다른 분야와는 다르게 사회적으로 트이스성을 가지고 있다. 그 예로 모순성과 융합성을 들 수 있다. 모순된 대립적인데서 절충된 방향성을 가지게 된 예술과 디자인은 사회적 인식의 전환을 가져오게 하며 개인과 공동의 입장을 동시에 반영하게 되었다. 진정한 사회적 가치의 의미를 일깨우게 하며 다양한 융합성을 통해 새로운 길이 발견시킬 수 있는 원동력이 되기도 한다.



[인식의 전환이 가져온 사회적 트이스성]

5. 저항성

마지막으로 예술과 디자인은 새로운 전환, 모션을 가져올 수 있게 하는 저항성을 가지고 있다. 행위, 연출가의 의도와 그것을 향유하는 대중과의 소통은 사회적으로 하나의 돌파구를 갖게 하며 미래지향적으로 나아갈 수 있는 발판을 마련한다. 대중에게 주목 받지 못했던 것들이 다시 모션되어지며 대중과의 친밀감 이질 어내어 사회부의 또 다른 발판을 마련한다. 결국에는 대중에게는 또다른 예뻐이 돌아가는 길이며 사회는 새로운 전환을 불러일으킬 수 있는 것이다.



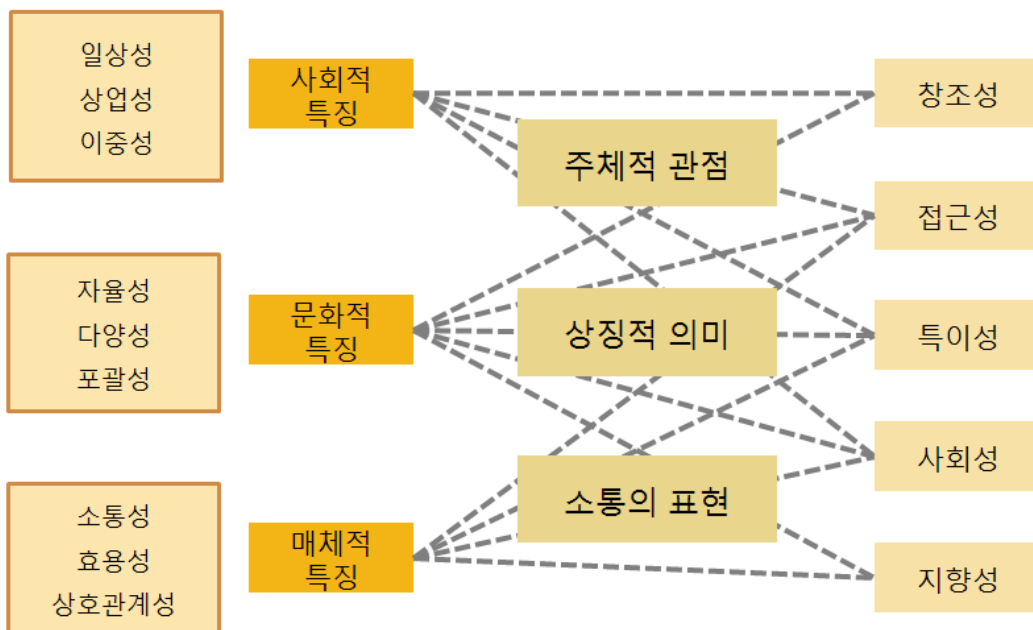
[디자인의 새로운 인식과 전환]

[예술 및 디자인과 대중의 관계]

현시대의 대중의 특징과 디자인에서의 대중의 표현은 사회로의 수많은 연결고리를 가지고 있다. 현시대의 대중의 특징을 종합해보면 주체성과 다양성 그리고 일상성으로 대표될 수 있으며 디자인에서의 대중의 표현은 도가지의 입장인 창조성, 접근성, 특이성, 사회성, 지향성으로 볼 수 있다. 이 근가지 입장에서의 키워드를 연관시켜서 종합해보면 크게 소통과 정체성 그리고 가능성으로 볼 수 있으며 대중적인 입장을 표현한 사례를 연구하고자 할 때에는 이 3가지의 의미로서 나눠져 분석할 수 있다.

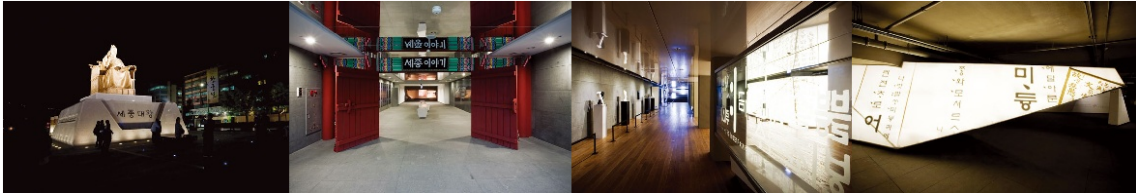
현시대의 대중의 특징

예술, 디자인에서의 대중의 표현



[현시대의 대중의 특징과 예술과 디자인에서의 대중의 특징 관계]

[사례분석 - 세종이야기]



주제적 관점

이 곳은 세종대왕의 인성이 공간디자인에 활용되어 세종의 빛이 흐르다 라는 컨셉으로 진행되었다. 세종의 빛 이라는 컨셉은 대중간의 소통을 통하여 하나가 된다는 의미를 전달하고 있어 세종의 빛 이 퍼져나가 그 의미가 근 1세기의 대중들에게 그 의미가 자연스럽게 전달되었을 하고 있다.

상징적 의미

우리 문화, 특히 한글의 창조성과 우수성을 시각적 이미지와 감성을 통해 전시공간에 반영하여 수도 서울의 중심에 자리잡고 있는 공간이 전세계의 사람들에게 널리 알릴 수 있도록 그 가능성을 열어둔 것이다. 특히, 정치, 문화, 예술, 과학, 천문학등의 세종의 업적이 강조되어 그 우수성을 오늘날의 현재 분야의 입장과 결부시켜 다양한 입장에서 그 발전가능성을 엿볼 수 있다.

소통의 표현

지하에 위치한다는 단점을 극복하기 위해 크기의 충실함을 두어 대중의 접근성을 높였으며 내부공간에서 비정형적인 형태의 간 이벽을 사용하여 자유로운 소통의 공간이 가능하도록 하였다. 또한, 디지털과 전통의 조화가 이루어져 대중에게 그 느낌을 전달하였으며, 특히 체험적 요소가 가미된 전시연속개념이 강조되어 대중의 행동을 유도할 수 있도록 계획하여 대중의 주체적인 행동을 유도하고 있다.

[사례분석 - 나이키 타운]



주체적 관점

뛰어난 기업 정체성, 그리고 스포츠 전문주의 브랜드 이미지가 굳건하게 관계하는 브랜드인 나이키는 2011년 이후 나이키타운을 통해서 대중들에게 더욱 발전하는 스포츠 브랜드의 모습을 보여주고 있다. 스포츠를 통한 도시의 중심역할을 나타내고 있으며 전 세계의 문화 코드를 스포츠라는 하나의 공통모수를 통해 동일시키고 있다.

상징적 의미

날개를 추상적으로 표현한 기업의 이미지는 나이키 공간에서 그에 걸맞는 스펀지를 전달해내고 있다. 대표적으로 스포츠 영웅들을 상징물로 표현하여 대중에게 희망과 용기를 주며 업적적인 브랜드 상품 이미지의 모습은 대중에게 친취적인 상을 제시하고 있다. 브랜드의 이미지와 정체성을 절묘하게 나타내어 시너지효과를 창출하고 있다.

소통의 표현

매체를 통한 광고를 통해 대중에게 도착적인 슬로건을 알려 크게 성공을 거둔 과거의 명성과 더불어 다양한 방법을 통해 대중과의 관계를 나타내고 있다. 특히, 대중의 창조적 행위나 참여도를 통해 대중과 소통하고자 하는 기업의 방향성이 효율적으로 나타난다. 공간에서는 기존에 볼 수 없었던 새로운 환경을 통해서도 소통의 기준을 마련하고 있다.

[사례분석 - 애플 스토어]



주제적 관점

최첨단 사회의 기술이 역량을 하는 애플 스토어는 현재의 라이프스타일을 그대로 보여주고 있다. 대중의 관심을 전환시키고 새로운 이 상징 모습을 나타내는 만큼 사회, 문화적 현상의 변화를 주도하고 있다. 하지만 반복화적이고 이상주의적 관점에 치우쳐 있기도 하는 만큼 사회에서 맹목적 현상을 초래하기도 하는 약점에 노출되기도 한다.

상징적 의미

브랜드인 애플의 상징은 대중에게 의식과 무의식의 경계를 넘는 또 다른 차원의 인식을 표현하고 있다. 강력한 브랜드의 상징은 대중의 열정을 유도해내고 있으며 이미 애플의 상징컬러로 자리를 잡은 흰색은 디자인 모티브의 일환으로서 애플만의 고유한 브랜드가치를 나타내며 공간에서도 마찬가지로 디자인의 통일되고 자유로운 행을 연출하여 그 모습을 나타내고 있다.

소통의 표현

브랜드의 이미지를 활용한 온, 오프라인에서의 다양한 소통에 비중을 두고 있다. 오프라인에서는 플래그십 스토어에 진정한 마케팅을 가지고 대중과의 관계를 이길어 나가고 있으며 그 시대의 진정한 시대적 관점에서의 소통을 찾기 위한 노력을 기울이고 있다. 최첨단 기술을 선보이고 쉬운 인터페이스를 활용하며 요강을 자그 하는 세련된 디자인을 추구하는 양상이 눈에 띈다.

[사례분석 - 스타벅스 커피]



주제적 관심

한잔의 커피를 파는 것은 하나의 새로운 문화를 판다는 영감처럼 나타내는 스타벅스 커피는 커피문화라는 새로운 현상을 나타낸다. 대중에 일상에서 일어나는 안되는 필수적인 요소가 되어 커피의 보편성을 새로운 특수성과 결부되어 나아가는 이중적 모습을 보이고 있다. 스타벅스라는 기호를 통해 대중이 소비한다는 자율적인 영감을 발생한다고 볼 수 있다.

상징적 의미

스타벅스의 강철 벼이나 가벼운 샌드백을 띤 카운터의 나무, 그리고 머리를 길게 늘어뜨린 여인의 모습은 스타벅스만의 특유의 일관성 있는 이미지 스타일을 보여주고 있다. 특유의 자연스럽고 환경친화적인 이미지는 오늘날의 현대적인 모습의 조화와 대조가 절묘하게 교차하여 나타내며 공간에서 또한 그러한 분위기로 편안하게 오랫동안 머물고 싶은 충동을 느끼게 한다.

소통의 표현

문화적 소통의 공간으로서의 스타벅스 커피는 다른 전문점들과는 다르게 특유의 컨셉으로 대중과 소통하고 있다. 특히, 대중의 강성적 소통을 자극하며 공간 내,외로 다양한 마케팅 요소를 앞서 선보이면서 대중과 대중간의 상호소통을 원활하게 이끌어내고 있다.