

The Possibility of Design Aesthetics through Phenomenology

Yeon Sill Park*

The former Incheon University, Faculty of liberal Education, Seoul, Korea

Abstract

Background Experimental trend of the latest aesthetic theory is that premises and conditions about importance of experience has been studied in a context of phenomenology as philosophy. This study researched the Design Aesthetics to establish the possibility of design aesthetics by combining phenomenology and design. The study researched 3 methods based on 1)phenomenology through sense 2)hermeneutics as the relations between idea and material expression 3)Aestheticizing in the relations with a context everyday life gives as the framework of design aesthetics.

Methods This study researched *La phénoménologie de la perception* of Maurice Merleau-Ponty and *Art as Experience* of John Dewey as the first literature, and researched *Aesthetics of the Imagination in Design* of Mads Nygard Forkmann, *Grenzgänge der Ästhetik* of Wolfgang Iser, and *The Politics of Aesthetics: The Distribution of the Sensible* of Jacques Rancière as the second literature. In addition, the study researched literature and thesis of Peter-Paul Verbeek as the third literature.

Result Sensible-phenomenological platform gives the present form as ‘an abundance of an appearance at the moment’ by using the Somaesthetics. About conceptual-hermeneutic platform, a method of meaning and understanding like an idea is suggested as a physical objet, especially utopian vision is suggested. About contextual-discursive dimension platform, aestheticizing is discussed as a sensory style to distributing experience of stimulation by the design media. In addition, about design aestheticizing, the relations between design and reality are deduced through ‘experience and existence’ of people.

Conclusions This study deduced that modern aesthetics deviate from a boundary of traditional art so expand to everyday design through aestheticizing that sensible phenomenology, hermeneutics of meaning, and context of everyday life give. Therefore, the organized principle of design aestheticizing needs to examine the principle of ‘the filtering’ in a meaning of diversity to recognize a difference. Design aestheticizing gives the ability to deliberate ‘experience and existence’ of people, so gives a role to infer the relationship with world reality.

Keywords Design Aesthetics, Phenomenology, Hermeneutics, Aestheticizing, The Aesthetic, Method of Design

*Corresponding author: Yeon Sill Park (machiko58@hanmail.net)

Citation: Park, Y. S. (2016). The Possibility of Design Aesthetics through Phenomenology. *Archives of Design Research*, 29(1), 169-181.

<http://dx.doi.org/10.15187/adr.2016.02.29.1.169>

Received : Oct. 30. 2015 ; **reviewed :** Nov. 13. 2015 ; **Accepted :** Jan. 11. 2016
pISSN 1226-8046 **eISSN** 2288-2987

Copyright : This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted educational and non-commercial use, provided the original work is properly cited.

1. 연구의 배경 및 목적

본 논문에서는 미학의 기초를 현상학과 해석학, 그리고 일상의 미학 세 가지로 분리, 각각의 기초에 따라 디자인 일반을 적용하여, 디자인 미학의 의미를 생각해보고, 그 기반을 마련하기 위하여 매즈 니가드 포크맨(Mads Nygaard Folkmann)의 이론을 참고 하였다. 최근의 미적 이론에서 실험적인 경험들은 현상학의 맥락에서 경험의 중요성에 대한 기본적인 전제와 조건들을 표명하고 있다. 경험의 이론으로서 현상학은 경험에 관계하는 미적인 국면들을 감각적 외양으로 어떻게 표방하는가? 그것이 쟁점이다. 연구자는 디자인에서 감각적인 성질들에 대한 논의를 위하여 메를로 폰티(Maurice Merleau-Ponty) 현상학 이론을 이용할 것이다. 그래서 주체에 의한 결과만이 아니라 이런 결과를 부상시키는 ‘객체적 힘’, 즉 디자인에 대한 이해에 접근해 볼 것이다. 그리하여 첫 번째는 현상학의 기본 골격인 감각을 통한 현상학, 두 번째는 이데아와 물질적 표명 사이의 관계로서 개념적 의미를 이해하는 해석학, 세 번째는 일상생활이 주는 맥락과의 관계에서 심미화의 논의를 통해서 디자인 미학을 살펴볼 것이다. 그러한 디자인 미학에서 통상 생각할 수 있는 것은, 첫 번째 감각적인 외양의 전략에 의해서 어필되는 것, 두 번째는 이론의 골조에 의해 선택한 디자인을 이해하는 것, 그리고 세 번째는 디자인 매체를 통한 심미화에서 ‘미적인 것’의 분할이라고 할 수 있다. 이런 이론은 우리가 일상의 미적 경험을 통하여 여과한 디자인 양상에 대한 결과라고 본다.

2. 감각적 - 현상학적 기초

디자인 미학에 대한 논의의 첫 번째 방법은 감각적 성질을 파악하는데 있다. 18세기에 바움가르텐이 ‘감성적 인식학’으로 미학(Aesthetics)을 정의한 것은 고대 그리스에서 ‘느낄 수 있다’는 *aistheta*가 *aisthesis*로 변화된 것에서 기원한다. 통상적으로 보았을 때, 디자인 오브제는 감각을 통하여 주체의 어필을 끌어내는 인공물인데, 주체는 디자인의 물리적 형식을 통하여 디자인 오브제와 관계하며, 그 첫 번째 인상은 시각적 평가를 통해서 숙고하게 된다. 외양의 형식은 사물을 이해하는 미적 의사소통의 접점으로 경험과 연결되어 있다. 1990년 이래로 예술작품에서 감각적 경험에 초점을 둔 연구자들로 리처드 슈스터만(Richard Shusterman, 1992/2000), 마틴 시얼(Martin Seel, 2000, 2007) 그리고 거노투 보머(Gernot Böhme, 1995, 2001)와 프라사드 보라카(Prasad Boradkar, 2010)가 있는데, 연구자는 그들의 문헌과 논문에서 필요한 요점들을 기술하려고 한다.

슈스터만으로 대표되는 프라그마티스트 미학의 핵심적 아이디어는 예술에 대한 맥락에서 진화하는 미적 경험에 있다. 미적 경험은 특별한 오브제의 성질(quality)과 상호작용 하는 주체의 정서로부터 유래하며, 경험의 전 영역에 걸쳐 있다. 경험 연구의 조부격인 존 듀이는 경험을 “통합된 하나의 완벽한 경험”(Dewey, 1980, p.41)으로 기술하였고, 경험의 양상에 대한 구조로서 일관성, 균형, 평형, 조화, 통합과 같은 성질들에 대해서 강조한 바 있다. 듀이의 미적 이론에서 경험은 주관과 객관 사이에서 또 단순히 물리적인 것도 아니고 단순히 정신적인 것도 아닌 것 사이에서 상호작용에 의해 구성된다(Dewey, 1980, p.55); 더 나아가 “미적 경험이란 욕망과 사고, 실용적인 것과 지성적인 것, 감각과 의미를 통합하는 것이다”(Dewey, 1980, p.55). 한편 미적 경험을 복돋아 주는 수단과 가공물도 중요한데, 예술작품의 경우, 진기한 주제가 낯설어서 경험을 즉각적으로 구체화 하고, 또 확대하는 것에 비해서, 일상적 경험은 늘 익숙해서 보통 무감동, 무기력, 틀에 박힘으로 전해진다(박연실, 2014, p.175). 그래서 일상의 경험은 미적 관계의 기초에서 집중력을 낮춰준다. 그러나 프라그마티스트 미학은 미적인 관계의 고유한 부분을 탐구하기 위해 열린 구조이다. 그리하여 주체와 경험은 상호간에 영향을 주어, 그 관계는 정지하지 않는 것으로 본다. 그리고 “미적 경험은 예술의 영역에 국한시키지 않으며, 인간이 관여한 어떤 영역에서도 발생할 수 있다”(Dewey, 1980, p54)고 주장한다. 연구자는 듀이가 언급한 그 어떤 영역 중 디자인 매체에 한정하였으며, 미적 경험에서 몸미학(Somaesthetics)으로 살, 분위기, 피부라는 물리적 역할에 대한 반응을 언급할 것이다.

2. 1. 미학과 감각적 관계

메를로 폰티 미학은 경험된 세계로부터 경험하는 주체를 분리시키는 것은 불가능하다고 보며, 그런 면에서 혁신적이다. 주체와 객체는 상호적으로 얽혀 있어서 감각하는 주체는 감각적인 물질로부터 분리될 수 없다. 즉 무언가를 보는 사람은 보는 것에 참여함으로써 보는 것에 의해 영향을 받는 것으로부터 분리될 수 없다는 것이다. 이처럼 감각으로 보는 주체는 느껴지고 보이는 자신일 수밖에 없어서 하나의 객체가 된다. 이런 방식으로 메를로 폰티는 주체와 객체라는 전통적인 2분법을 해체한다. 더군다나 폰티는 이런 해체 제스처에서 육체의 걸모습인 살(la chair)로 경험의 지속성을 언급하는데, 보는 사람과 객체(오브제) 사이에서 의사소통의 한 수단으로써 살의 밀도(l'épaisseur de chair)를 언급하고 있다. 즉 “육체는 상호작용(경험)을 통하여 사물의 질서 속에서 참여하고 있으며, 세계는 보편적인 살”(Merleau-Ponty 2002)로 표현하고 있다. 메를로 폰티의 현상학에서 경험이란 살이란 보편적인 물질을 통하여 발생하는 주체와 객체 사이에 진행되고 있는 교환으로 본다(Folkmann, 2013, p.35).

‘살’에 대한 메를로 폰티의 개념을 수용한 거노트 보머는 사물들이 놓인 상황, 우리에게 어필하는 주변의 방식을 분석하기 위하여

분위기(Atmosphère)란 개념을 내놓았다. 보머는 주체와 객체 사이의 관계로 분위기를 정의하면서 주체와 객체란 2원론을 폰티 이론처럼 해체하고 있다. 요점은, 한 주체가 경험하는 도중에 분위기가 발생할 수 있다는 것이다. 그래서 분위기는 주체의 고유한 부분이 아니며, 차라리 객관적 객체로서 사물의 특별한 성운(constellation)에 의해서 일깨운다는 것이다(Bheme 1995, 33). 그리하여 보머에게 있어서 분위기의 개념은 “지각의 일차적 대상”(48), 지각의 조건에 대한 중요 지시자가 되고 있다. 명백하게도 분위기란 주체의 현실적인 지각으로 경험되며, 지각자의 성질과 존재 안에서 상호 조정된다. 그래서 분위기란 주체와 객체 사이에서 관계 그 자체이다 … 우리들에게 있어서 분위기란 주체와 객체가 분리될 수 없으며, 즉 하나가 된 지각의 첫 번째 리얼리티(Bheme 2001, 54-56)라는 것이다.

이런 맥락에서 보머 미학의 3가지 국면들은 중요하다. 첫째로, 미학에서 분위기란 주관과 객체의 지각적인 상호존재에서 오는 본질적인 리얼리티이다. 두번째로, 분위기란 하나의 일관적인 전체로서 경험되고 또 표현되는 것이다. 그래서 감각적인 경험의 다양한 국면을 하나로 통합하는 공감각(synaesthesia)의 미적인 개념을 논의할 수 있다. 그리고 세 번째로, 분위기란 경험되는 어떤 것일 뿐만 아니라 만들어지는 또는 다루어질 수 있는 어떤 것(Folkman, 2013, p.35)인데, 보머는 “미적인 작업”으로 언급한다. 가령 무대작업, 광고, 예술, 건축, 디자인 등 창조적인 영역을 조정된 방식으로 어필시키기 위한 의도는 특별한 것을 허용하기 위해서이다. 이는 말기 모던 사회에서 우리 주변에 대한 국면들을 심미화(aestheticizing) 하는 전략이 경험경제와 관련되어 있어서 그 심각성을 ‘맥락적 논의’에서 살펴보려 한다.

2. 2. 외양의 구조로서 디자인

살펴본 것처럼, 메를로 폰티와 거노트 보머의 미적이고 철학적 기초는 주관적인 이해력과 객관적인 모습 사이에 감각적 경험의 관계를 개념화 하고 있다. 그러나 미학적으로 각색되고 디자인된 외양의 구조를 논의하기 위해서 프라사스 보라카는 감각적이고, 물질적으로 대면하는 요소로서 “피부(skin)”란 제안을 하였다. 보라카는 오브제의 특별한 성질로 주체와 객체의 이원론을 협정하기 위하여 피부의 메타포를 사용하였으며, 피부의 표면은 “사물의 내면과 바깥 세계 사이에서

경계선”을 구성하는 점점으로 보며, “미적인 경험을 일으키는 그 자리에서 보여질 수 있음”(158)을 언급하고 있다. 디자인 오브제들은 피부의 표면에서 사용자의 시선에서 계획될 수 있는 형식의 문제, 상징적 가치, 기능이 소통될 수 있다. 디자이너들은 사용자들이 욕구하는 미적 경험을 위하여 형식의 표면 특징, 윤곽, 재료, 텍스처를 모색한다. 사물들의 이런 물리적인 모습은 미적 경험들을 창조하기 위하여 노력하는 디자이너들의 독점적인 전유물들이 결코 아니다. 왜냐하면 소비자들도 가격, 수행, 포장, 광고, 보증서, 그리고 그 외 다른 요소들을 표면에서 찾았기 때문이다. 제품의 이런 다수의 속성들은 표면에 ‘표시된다’. 디자인 오브제의 피부는 바로 인간의 피부가 인간 육체의 미적 층을 보호하고 소통하도록 작용하는 것처럼, 그렇게 작용한다.

보라카가 피부의 다양한 타입들을 보호하기 위한 정보자원, 기술적이고/지적인, 그리고 신비적/주술적인 부분으로 차별화 한 것은 문화적 분석과 더불어 형식의 구체적 문제와 연결된다(Folkmann, 2013, p.37). 이는

오브제의 표면과 피부는 문화적 논리에 따라 어필되고, 또 그 안에서 작용하기 때문이다. 보라카는 다양한 문화적 차이점을 모색함으로써 도구적 유형학을 제공한 셈이다. 가령 1990년 말기에 애플은 아이맥의 카비넷 디자인에서 피부를 투명하게 디자인하여 예전에는 접근하기 어려운 내부를 보이는 제품으로 만들었다. 이런 디자인은 사용자들로 하여금 창조적 개입을 유도하여 그에 따른 성공적인 결과를 낳았으며, 특별한 방식의 디스플레이 없이도 효과적인 조작으로 디자인이 마술일 수 있다는 신비를 주었다. 아이팟은 마술적인 효과로 사용가치를 “브랜드 가치와 주술 가치의 종속”으로 이끌었다(156). 아이팟의 표면은 살이 자 ‘피부’로서 물질적이고 감각적으로 어필하는 텍스처이며, 내면의 테크놀로지와 바깥 세계 사이에 전송과 의사소통의 접점이다. 음원의 경우, 피부는 사용자가 조작하고 개입하는 의미와 상호작용하는 구조이다. 따라서 피부는 객관적인 어필과 주관적인 관심의 정확한 접점에서 세계에 대한 감각적이고 인지적 이해의 의미를 귀속시키는 표면이다.

디자인은 물질적이고, 철학적이고, 문화적 맥락에서 표면과 구조화된 외양의 수단으로 중요하다. 즉 우리의 지각과 인지 안에서 ‘세계’를 의미화 시키기 때문이다. 이와 관련된 디자인 사례는 촉각적인 상호작용을 일으키는 철도선 시계(rail way clock, 1974년 출시)를 들 수 있다. 스위스 엔지니어이자 디자이너 한스 힐피커(Hans Hilfiker)가 디자인한 이 시계는 시간의 기능적 경험에 대한 단계를 장착시켰고, 시간의 규칙성에 대한 ‘특징’으로써 분의 중요성을 강조하며, 표면에서 움직이고 있다. 이 시계에는 Stop 2Go라는 기능이 있는데, 1분이 58초로 나뉘어 있어 빨간 초침이 58초에서 정확하게 2초간 멈춘 후 분침과 함께 다시 정상 회전을 한다. 분침은 일분이 지나칠 때 유일하게 움직이는 것이다. 이 메커니즘은 기차의 도착 시간을 정확히 알려주기 위한 장치였으나 일상생활에서는 마치 시간이 잠깐 멈춘 것 같은 착각을 불러 일으킨다. 일반적으로 시계는 시간의 구조를 소통한다. 즉 시간의 흐름 속에서 구조적으로 시간을 디자인한 이 제품은, 주체가 시계 양식의 경험으로 인해서 세계를 보는 방식을 시사한다. 그것은 정확한 약속과 효용성이다.



Figure 1 Rail way clock 1974

이처럼 경험의 조건과 경험에 대한 오브제의 기여 방식은 표면인 살과 피부에서 분석될 수 있는 것이다. 분위기에 대한 디자인의 사례는 주체와 객체 사이의 관계를 설정해준 덴마크 디자이너 베르너 판톤(Verner Panton)의 프로젝트 <비전아II>이다.



Figure 2 Visiona II 1911

이 작품은 햄버그에 있는 슈피겔을 위한 인테리어 디자인이다. 초현실주의자 야망과 환각적인 모습의 종합 예술작품으로 보인다. 판톤은 공간에 환경의 지각과 개념을 형성하고, 재고하도록 보여준다. 특히 <비전아II>는 독일 화학사와의 협업으로 드라론과 아크릴 석면재료를 사용하였으며, 이벤트를 상연하고, 제품을 광고하고 브랜딩 하기 위한 사례였다. 실내는 빨강과 초록색의 복합성을 보이고, 딱딱한 플라스틱 거품과 유기적이면서 보풀이 있는 카펫이 표면에 디스플레이 된 48평방미터의 공간이다. 유기적 버섯의 형태로 된 방에는 플라스틱 펜던트 램프와 반짝이는 메탈 요소들이 요동치는 가운데 유저들은 다양한 위치에서 앉거나 누울 수 있다. <비전아II>는 소리와 향기를 담지 않았으나, 모든 감각들에 대한 긴장한 어필을 의미하고, 판톤의 회고전에서 종종 소개된다. 판톤의 인테리어 디자인은 기하학의 다양성과 판톤 시대에는 진기하였을 특별한 재료들의 조직과 텍스처, 강렬한 색상들로 분위기를 내고 있다.

마틴 시얼은, 판톤의 공간은 “찰나의 순간에 외양의 풍부성”(Folkman 2013, p.41)을 주어 일상적 지각에서는 접근할 수 없는 순수한 현재의 모습을 준다고 언급하였다. 이는 미적 지각이 ‘외양에 대한 높은 집중력’을 보임으로써 상황의 현존에 대한 고양된 감각과 더불어 색상, 재료, 형식과 같은 감각적 수단들로 ‘디자인이 고안한 것(designerly)’을 현장에서 특별히 현존의 고양된 감각으로 지각하기를 바라며, 반성적으로 지시하는 것이다. 결과적으로 강렬한 분위기의 디자인은 집중력을 끌어들이 의미를 만드는 장소로서 반성적으로 지시하고, 사용자와 관객 양자를 동시에 참여시켜 분위기를 조성한다.

3. 개념적- 해석적 기초

3장에서 미학은 감각적 국면 보다는 의미와 이해의 문제에 관여한다. 디자인에서 의미의 층들은 논리적 과정에 호소하여 이해되기도 하고, 혹은 이해할 수 없는 저항이 기술될 수 있다. 가령 물리적 오브제에서 구체적으로 보이는 형식은 의미나 이해의 방식을 드러낸다. 그래서 판톤의 인테리어 디자인은 벽에 모피가 덮인 아이디어가 감각적으로 소통하여 이해할 수 없는 형식으로 보일 수도 있다.

학문으로서 해석학(Hermeneutics, hermeneuein)은 이해에 따라 새로운 의미를 구성하고, 귀결시키는 과정을 완성시킬 수 없다는 가정에 근거한다. 그래서 해석의 행위와 이해는 동적인 과정들이며, 각 부분들은 전체적인 구성과 관련되며(Gadamer 1960), 이해의 과정은 비이해에 대한 반대의 국면을 함축하여 의미의 복수성이 인정된다(Hirsch 1998). 이런 맥락에서 해석의 장치는 이해력에 따른 접근과 거부를 다루며, 미적 코딩으로 적용될 수 있다. 미적인 코딩은 특별한 내용과 확장된 개념적 수준으로 논의되며, 또한 디자인 내용의 수사학적 질의를 다루고 있어서 의미를 각색하는 방식과 형식, 재료, 색의 감각적 국면들을 물리적으로 장착하고, 그 현존의 의미를 반영하는 디자인 방식이다. 그래서 디자인은 우리의 이해를 어떤 방식으로 전달하는가? 어떤 것은 쉽사리 이해되고, 어떤 것은 이해에 저항하는가? 그래서 의미와 관계한 오브제의 방식은 어떤가?를 논의할 수 있다.

메를로 폰티(1964)는 “보이는 것은 명료하게 드러나면서도 또 은닉한다는 식의 보이는 것과 내면적인 결속 [l'armature intérieure], 살과 이데아의 결속”을 언급한 바 있다. 폰티에게 있어서 이데아(idea)는 감각적인 것의 반대가 아니라 감각적인 것의 이중성과 그 깊이로 의미한다(193). 이는 이데아가 비록 감각적인 것의 부분이라 하더라도 직접적인 표명의 표면에 도달할 수 없음을 뜻한다. 대신에 이데아는 “감각적인 것 뒤에서 투명성”으로 조정하여(194) 표면에 도달함으로써 그 자체를 역설적으로 감추거나 교체한다. 메를로 폰티의 현신주의는 ‘감각적’이고 ‘이데아적인’ 것의 변증법 안에서 공상적인 형이상학이나 후기 플라톤적 개념을 파기하고 있다.

연구자는 감각적인 표면과 실체라는 이데아 사이의 관계를 아도르노의 난해한 의미층을 바탕으로 다소 복합적으로 체현된 이데아의 해석을 시도하여 볼 것이다.

3. 1. 미적 오브제에서 '여분'의 의미

아도르노는 『미학 이론(Asthetische Theorie)』에서 주어진 것(the given)의 리얼리티에 대응하는 동시에 초월하려는 잠재성으로 유토피어나 혹은 전복을 증명하려는 새로운 의미를 보여준다. 이런 초월성은 주어진 것의 조건을 초월하는 그 구조 없이는 하나의 패러독스이다. 비록 예술이 주어진 것 외에 '다른' 형상을 감싼다 하더라도 그것은 주어진 것의 근거 하에 있어야 한다. 보통 아도르노의 미학은 이해할 수 없거나 혹은 재현할 수 없는 어떤 것이거나, 혹은 재현할 수 있는 방식을 개념화 하는 난해한 수준을 보인다. 그런 의미에서 아도르노 미학은 의미에 대해 파악할 수 없는 '여분'에 대한 매체로서 기능해 왔다.

아도르노(1970)에게 있어서 예술이란 잉여생산(Herstellung des Mehr)을 일깨우는, “그 이상”의 어떤 산물이며, 예술작품이란 “표현의 외양을 통하여 현실화 되도록 허가하는 것”이다; 예술은 경험의 다른 것들 일뿐 아니라, 경험 안에서 다른 것으로 전환한다(126)는 것이다. 예술은 예술작품의 구조로부터 분리되고, 역설적으로 옮겨진 다른 것들로 표현하기 위해 온다는 것이다. 이는 새로운 방향에서 커뮤니케이션을 일으켜 이해에 도전하는 시도로 현재의 이해라는 파라다임을 파괴하기도 한다.

아도르노의 사고라인을 따라서 마틴 시얼은 인간 지각의 기능에 초점을 맞추면서 예술의 능력을 다른 것과 직면하는 과정에서 “재현할 수 없는 상황을 고대하는” 의미의 '여분'으로 주장한다. 시얼의 견해에서 예술 작품들은 “이해의 결과로 해서 나온 것이 아니라 이해의 과정에서 발생하는 경험에 대한 하나의 매체이다. ... 예술을 이해한다는 것은 우리 자신을 지각하는 가운데 다른 불가능한 가능성과 함께 불가능한 회합에 관한 그 이상”(Folkmann, 2013, p.46), 즉 여분으로 표현하고 있다.

해석학적 측면에서 미적인 매체와 직면하여 갖게 되는 '비이해성'과 '불가해성'의 국면들은 새로운 이해에 우리를 참여시키는 것과 마찬가지로이다. 즉 이해에 대한 프리즘, 세계와 회합하는 방식들에 참여하는 반성적인 면들은 이해와 지각의 새로운 패턴들일 수 있다. 그리하여 미적인 오브제들은 일상의 지각을 초월하는 이해와 새로운 지각에 대한 도식으로서 기능할 수 있다. 이 점이 새로운 종류의 '보는 문제'로 이끄는 것이다.

더군다나 아도르노는 예술작품에서 상반되고 미결정적이고, 그래서 수수께끼 같은 국면뿐만 아니라 동시에 파악 가능한 확실성, 결정성의 국면들을 함유하는 예술작품의 능력을 지시하고 있다. 예술작품들이란, 직접적으로 표현할 수 없는 진실을 지시함으로써 “물음표”로 활동하며, 하나의 분열뿐만 아니라 하나의 방향을 제시한다. 아도르노에 따르면(1970), “예술작품은 하나의 상을 기술할 수 있는 곳에서 즉 예술작품이 부러진 곳에서(188) ... 그런 방향에서” 구절이 지시된다. 그리하여 “예술작품의 수수께끼는 부러진 존재라는 것이다 (Abgebrochensein)”(191). 이런 반성에서 추론할 수 있는 의미의 가치는 의미의 현존이 미적인 매체 바깥에 거주함에 의미의 불가능성을 설명한다. 그러나 그 불가능한 의미는 그 능력 바깥 한 지점에 초점을 맞추는 미적인 매체의 에너지로서 재현의 종류를 얻고 있다. 미적 매체는 반성하는 과정에서 가능성의 경계선과 한계를 간접적으로 지시한다. 아도르노는 매체의 기초를 지시하면서 예술의 수수께끼를 해결하고자 외관상 패러독스한 형식에서 이런 언급을 하였다: “예술의 해석에서 수수께끼를 해결하기 위하여 예술작품에 대한 응시(gaze)는 작품의 구경꾼을 보는 것이다”(185). 보는 사람이 하나의 오브제를 이해하는 것은 안전한 위치를 유지하는 것보다 우리와 만나는 의미에 상처를 주고, 그래서 조망을 바꾸어 동적인 관계를 만들려고 노력하는 것이다. 메를로 폰티는 모든 것을 감싸는 살(flesh)의 개념을 통해서 제시하였다. 보는 위치를 바꾸면 다른 조망이 제공되어 의미의 교체에 따라 다른 의미와 이해의 경계선이 제공된다. 이런 방식으로 우리는 간접적으로 의미의 바깥을 일견할 수 있다는 것이다.

디자인 매체에도 구조의 차이에 따른 유사한 질문을 할 수 있다. 즉 하나의 매체로서 디자인이 꺾이는 방향에서 지시하는 것은 무엇인가? 즉 기존의 개념에 도전함으로써 이해의 경계선에서 지시하는 것은 무엇인가? 즉 물리적 표면과 이데아의 관계에서 그에 따른 리얼리티와의 관계를 디자인 오브제에게 질문해 보는 것이다.

가령 판톤의 디자인에서 의사소통적 구조의 미학에 관한 개념적 기초로서 다른 수준의 질문을 해보는 것이다. 우선, 판톤 디자인에서 분위기의 감각적 효과에 관한 질문 보다는 새로운 양식에 따른 삶과 존재의 유토피안적 비전을 이데아 내용으로 읽는 것이다. 판톤 디자인은 1960년대 역사적이고 문화적인 맥락에서 삶의 대안적인 방식들을 제시하고, 문화적 순응에 대한 도발적인 반응으로 읽을 수 있다. 즉 판톤의 디자인은 광범위한 이데올로기적인 맥락에서 감각으로 삶에 대한 새로운 모델을 제안하였다. 판톤 디자인은 그 충분한 확장을 통해서 디자인의 의미와 이용 방식에 대한 제안을 한 것이다. 즉 판톤의 디자인에 따라 살아가는 것은 어떤 것인가

가?를 물어볼 수 있다. 두 번째, 판톤의 디자인은 세계를 경험하는 새로운 질서와 만남을 제안한 방식에서 혁신적 디자인으로 평가할 수 있다. 그 혁신은 순수한 아이디어를 포함할 뿐만 아니라, 유토피안적 잠재성을 수행하고 실행한다. 판톤의 디자인은 물리적 명료함을 통해 다르게 살아가는 강력하고 이데올로기적으로 편향된 아이디어가 표현되고 있다. 요약하면, 그의 디자인은 디자인의 실현과 소개가 있기 전에 상상하기 어려웠던 새로운 방식의 삶을 살아갈 수 있게 우리에게 ‘제공’하였다. 이런 의미에서 그의 디자인은 전과 후를 방관할 수 없는 함축의 차원이 포함되며, 두 번 다시 같은 디자인을 경험할 수 없는 방식으로 기존의 디자인의 이해에 도전을 하며, 새로운 삶의 존재를 알렸다고 보는 것이다.

3. 2. 이데아에서 의미의 역할

연구자는 디자인에서 물리적 형식으로 나타내는 의미의 역할과 그 반영의 방식인 의미의 ‘여분’이 미적 기능과 어떤 방식으로 관련되는 지에 대해서 생각하려 한다. 이런 의미에서 디자인 미학은 의미의 차원에 초점을 맞추어 해석하며, 그래서 의미와 구성에 따라 디자인을 읽는 것이다. 그러나 디자인의 양대 목표로 거론하는 미와 기능 중에 기능은 의미의 역할이기도 하여, 디자인의 이데아에서 그 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않을 것이다.

앞서 밝힌 것처럼, 판톤의 디자인은 1960년대 유행의 중심에서 디자인 이데아로 가능한 삶의 방향성을 제안하였다. 즉 몸미학으로서 살과 피부, 분위기로 삶의 다른 방향을 지시하여 이데올로기적 수준에서 의미의 ‘여분’을 만들어냈다.

이런 원리는 영국계 덴마크 디자이너 루이-캠벨(Louis Campbell)이 디자인한 의자들에서도 관찰된다. 그의 의자들 중 <정직(1999)>과 <빌은 선에 간다(2003)>, <베리라운드(2006)>는 이테리 자노타에서 한정판으로 제조되었다. 전자의 두 의자 재료는 서양 물푸레나무이며, 후자는 2mm의 파우더가 코팅된 강철 시이트 프레임이다. 세 개의 의자들은 같은 원리로 기획되어 구조적인 면에서 동일한데, 작은 규모의 원층은 중심 초점 주위로 회전하고 있다. 결집된 층들은 3차원 원 구조로 확장되어, 원리의 완벽성과 구성을 보이며 마루바닥에 설치되어 있다.



Figure 3 Bill goes zen



Figure 4 Honesty



Figure 5 veryround

사진에서 보듯이, 가장 최근의 제품 <베리라운드>의 전체적 윤곽선은 둥글며, 세부적인 수준에서 다른 크기로 된 260개의 동일한 원 모듈로 쌓여 있다. 캠벨의 의자들은 구성과 형식에서 유희의 즐거움을 주며, 의자의 형식은 착석 행위를 이성적 기능의 전제로 삼지 않았다. 그 보다 2개의 원구조의 실험적 원리를 따르며, 일상의 삶에 색다른 추상적 이데아를 주면서도 만질 수 있는 재료들로 감각적으로 디자인하여, 실제 공간에서 현존을 요구한다. 보통 디자인에서 감각적 성질들은 디자인의 여분적인 요소로 산출되며, 종종 마음에 수용할 수 있는 ‘미적인 것’으로 이야기를 담게 된다. 앞의 2개의 의자는 재기에 넘치는 수공예의 모습을 보이며, 베리라운드는 순환 형식의 비기능적 원리로 이데아인 의미의 ‘여분’을 보인다.

판톤과 캠벨의 제품은 물리적 명시와 이데아의 완벽한 통합을 보인다. 이데아의 관건은 작품으로 실현되는 것인데, 형식에 대한 물리적 표현은 의미의 내용이나 이데아가 없이는 불가능하기 때문이다. 따라서 이데아의 표현이 디자인에서 미학의 특징이라고 본다. 판톤 디자인의 경우, 디자인을 통해서 이데아가 조정되는 방식은 감각에 따른 직접적이고 적극적인 어필로 유토피안적 이데아를 지시하며 수행하고 있다고 하였다. 반면 캠벨

의자에서 이데아는 형식의 순수성이 섬세한 실험을 보이며, 전체적으로 형식적이고 비기능적 원리가 지배적이다. 이데아가 디자인에 반영될 수 있는 방식, 즉 의미의 ‘여분’을 창조할 수 있는 방식은 디자인 미학과 또한 디자인 과정에서 반성에 대한 연장으로서 사용될 수 있다. 베리라운드는 수준 높은 마무리 가구로서 세계 유통시장에 정상에 있으며, 그 디자인은 획일적인 라이프스타일에 맞추지 않은 실험성을 보인다. 실험적인 의자의 시리즈에서 볼 수 있는 캬멜의 디자인 미학은 이데아와 물리적 표명의 관계를 메틀로 폰티가 내면적 구조를 표명하거나 은닉하는 것처럼, 외관의 대화를 끊임없이 감추거나 드러낸다.

논의한 현상학과 해석학의 이론적 기초는 디자인 미학의 논의와 분석으로 사용될 수 있다. 가령 필립 스타크의 쥬시 셀리프를 소장한 사람들은 그 제품을 어디에 놓는가? 그 제품은 레몬 짜는 기능을 이데아로 반영하지 않았다. 따라서 반드시 주방에만 설치할 필요가 없다. 대신에 그 제품은 기능보다는 의미의 ‘여분’을 담고 있다. 기능과 의미 사이에 관계는 거칠게 표현해서 일치할 수 있는 특징이 있다. 가령 “경험에 입각한 기능적 접근이 없이 테크놀로지는 없고, 그렇다고 테크놀로지의 경험은 순수하게 기능적인 것이 아니다. 반대로 기능적인 오브제들은 기능을 초월하여 의미를 얻는다”(Feenberg, 2009, p.3)는 팬베그(Andrew Feenberg)의 주장은 시사하는 바가 크다. 가령 집은 피난처를 제공하는 기능이 있지만 그런 기능으로만 집을 환원하지 않는다. 그 외 자동차나 그 밖의 많은 다른 기술적인 오브제들도 마찬가지이다. 테크놀로지 철학자 피터 폴 버빅은 기능과 의미는 기본적으로, 분석적으로 구분할 수 있는 테크놀로지의 차원으로서 서로를 상보적으로 보고 있다. 그가 디자인에 대한 숙고에서 지적한 것처럼, 테크놀로지의 중재적인 역할은 그 기능면에서 현재 시점이며, 그리고 의미와 독립된 기능성으로 적용되는 분리된 사인이 아니다. 가령 과속 방지턱(a speed bump)은 현재 시점에서 교통량을 천천히 몰아 속도 저감효과의 기능이 있을 뿐만 아니라, 도로 사용자들과 그 주변 공간의 관계를 중재하고, 그들의 안전을 지켜줌으로써 도로바 공간을 의미화 시키는 것이다.

미학은 실용적인 수준에 따라 ‘미적인 것’의 도전을 다룰 필요가 있는 디자이너들에게 정보를 줄 수 있다. 디자인에서 미학의 두 가지 국면들 - 감각적 외모의 구조로서 디자인과 의사소통의 행위로서 디자인은 미적인 코딩이 물리적 방법의 다양성 속에서 반영되어 의미 내용이나 이데아를 담는 것이다. 이는 디자인의 과정에서 미적인 문제들에 이론적인 초점을 맞추는 것이다.

4. 맥락적- 논의적 기초

경험에 입각하여 현상학과 관련된 세 번째 구조의 모델은 디자인 오브제가 그것의 영향력 있는 맥락에 초점을 두며 확장된다. 현대 미학은 그 내용이 예술의 영역에 국한하지 않고, 현실이 지닌 근본적인 구조와 관계하면서, 연구의 영역을 확장시키고 있다. 디자인의 편재성이 현실을 점령하고 있는 현재, 어떤 방식으로 디자인 오브제들이 경험을 형성시키고, 조건지어 주는가? 연구자는 볼프강 벨슈 미학에서 일상 삶의 ‘미적인 것’을 디자인과 연관시켜 논하면서 비심미화(anaesthetization)로 무감각과 마비의 정서란 상황에 대해서 언급할 것이다.

4. 1. 심미화의 전략

심미화란 “미적 매체로 인한 자극에 대한 경험을 분할하는 감각성의 양식을 말한다”(Folkmann, 2013, p.57). 이 개념은 매체를 통한 과정의 전달과 미적 코딩에 따른 감각적 어필과 관련된 수용적 개념이다. 디자인 매체도 심미화를 통해 디자인 방식에 대해 반성하며, 그 의미를 찾을 수 있다. 일반적으로 매체는 주어진 내용의 순수한 운반책으로만 작동하는 것이 아니라 일정한 데이터로 전송하기 위해서 내용의 의미에 영향을 준다. 이런 맥락에서 디자인 오브제들, 인터리어들, 매스 미디어에 관한 심미화를 논의할 수 있다.

‘미적인 것’이란, 볼프강 벨슈에 의하면, “변화 가능한 것으로 감성적인, 즐거운, 예술적인, 외양적인, 허구적인, 산출적인, 가상적인, 유희적인, 구속력이 없는 등등”(Wolfgang Welsch, 1996, 35) 의미한다. 현대 사회에서 심미화는 현실이 지니고 있는 근본적 구조와 관계하는데, 이를 테면 새로운 재료공학들에 의한 물질적 현실과 매개적 연관에 따른 사회적 현실의 근본적인 구조를 들 수 있다. 가령 마이크로 전자에 의한 물질성은 특정인에게 독점되지 않고, 유저 누구에게나 원하는 것과 상관없이 정보를 분할해 준다. 누구나 똑같이 휴대폰

으로 인터넷을 검색하여 정보를 산출하고, TV 프로그램을 시청하며 슬픈 정서를 느끼고, 게임을 통해서 가상의 재미를 즐길 수 있다. 유저는 원하는 대로 프로그램을 선택하고 변화시키고, 조정가능하고, 피할 수도 있다. 마음에 들 때까지 피부를 터치하여 이리저리 화면을 바꿀 수도 있다. 심미화란 통시적이고 공시적인 견해로 존속해 왔다.

역사적으로 흘러간 통시적 반영 속에서 심미화란 후기 모더니즘, 특히 대중문화의 상승과 더불어 디자인과 특히 관련이 있다. 마이크 페더스톤(Mike Featherstone)은 『소비문화와 포스트모더니즘(Consumer Culture and Post-Modernism), 1991』에서 심미화는 역사적 과정의 결과로 고급문화와의 경계선을 허물었고, 예술의 장치와 레퍼토리는 일상 삶의 영역으로 들어왔다고 밝혔다. 그 중에서 특기할 것은, 모더니티는 새로운 문화로 상업적 이미지를 만들어, 19세기 파리에서 광고매체를 통하여, “이미지들의 끝없는 욕망의 재작업”으로 수반한 “일상 삶의 도시화된 구조의 광경과 퍼포먼스, 디스플레이”(Walter Benjamin, 1929, 1940)의 거대한 효과를 지적하였다. 당시 소비사회도 물질주의를 독점하지 않았고, 욕망을 심미화 하는데 있어서 현실감을 상실한 꿈-이미지들로 언급하였다. 당시 심미화는 대중들로 하여금 이미지의 역할과 힘에 의존케 함으로써 리얼리티의 개념들을 교체시켰으며, 페더스톤은 이미지와 리얼리티 사이에서 차이점을 줄여가면서 이미지의 독점적 효과에 대한 새롭고 초리얼한 피상적인 삶의 ‘심미화’ 해석을 하고 있다. 이런 이데아에서 심미화는 “소비문화에 따른 ‘꿈 세계’의 직접적인 인상들, 감각과 이미지들”(Folkmann, 2013, p.57)로 파악된다. 그런 심미화의 조직적인 원리는 기초 없음, 불안정성, 생산적 행위의 주장들로 표시가 된다. 하나의 사례로 네온사인 매체를 들 수 있다. 네온사인의 유리튜브에는 네온가스가 들어있어서 비현실적 물질의 현존과 물질성을 일깨운다. 네온사인은 도시경관을 배경으로 욕망과 희망의 메시지를 방출한다. 가령 코카콜라의 “즐거라”는 슬로건은 대중의 의식을 반영한 거울로서 코카콜라가 의도한 의미의 질서를 낳았다. 그러나 소비자의 입장에서 즐길까 욕망은 달성될 수 있는 것이 아니어서 마케팅이 가정한 의미의 레벨은 성취될 수 없고, 더욱 갈증만 가중될 것이다. 네온사인은 열려진 공간에서 가스로 기인한 불안정성을 주면서도, 심미화를 통해서 코카콜라의 즐거운 주장의 힘을 분할해 준다.

페더스톤은 일상의 심미화에 대한 메커니즘의 분석에서 미적인 전략의 결과로 상품의 심미화(Warenästhetisierung)뿐만 아니라 ‘대중들의 삶’에서도 미적인 전략의 결과가 일어나는 것을 토로하였다. 현대 사회에서 심미화는 바람직한 감각적 어필을 목적으로 전도유망한 인공적 문화와 그 영향력 보다는 리얼리티와 관계된 새롭고 과도 리얼한 수준을 생산하는 문제로 대두된다. 가령 리얼리티와 반대로 시뮬레이션 된 테마파크, 그리고 광고로 인한 획일화된 라이프스타일을 들 수 있다. 심미화에는 감각적으로 어필되기 위하여 미적인 코딩을 적용하고, 경험에 영향을 미치는 전략으로서 인터페이스의 방식을 검토하는 그 이상의 문제이다.

심미화는 경험의 방식에서 경험의 조건을 변화시켜 의미를 분할하고, 각색하는 것에 관한 실제적이고 신뢰할 수 있는 점에 대한 하나의 거리두기(a distance)이다(Folkmann, 2013, p.58). 현재 심미화는 주변 일상의 새로운 매체들에 끊임없이 스며들고 있다. 가령 가정의 인테리어와 도시의 풍경, 스마트폰, 테이블 컴퓨터까지, 기능에 따른 디자인 원리와 미적 어필에 따른 서비스의 조직, 광고의 영역으로 특히 금융상품은 특정인에게 국한되지 않는다. 차라리 세계의 일반적인 모습과 조직화에 따른 구조적 변화와 관계있다. 가령 휴대폰은 심미화의 도구이다. 검색장치를 통해서 유저가 원하는 정보구조를 경험의 조건과 과정에 맞춰 ‘초속도’로 도움을 줄 뿐만 아니라 ‘현상의 순간성’을 경험하게 한다. 오늘날 우리는 감각적으로 어필하는 사물들에 의해서 둘러싸여 있을 뿐 아니라 하드웨어에 의존하여 실현되기 위한 소프트웨어, 물질적인 오브제들에 의존하는 비물질적으로 조정하는 전자세계에 둘러싸여 있어서 심미화는 편재되어 있다.

이와 관련하여 콘라 폴 리스만(Konrad Paul Liessmann, 2010)은 “우리는 가벼운 물질의 시대에 살고 있다. 사물들은 근대 생산의 테크놀로지를 통해서 무게와 물질성을 잃어버렸다. ... 마치 모든 재료는 형식의 통치 속으로 변화되어 왔음”(Folkmann, 2013, p.59)을 언급하였다. 자유로운 변화와 움직임, 그리고 가벼움은 전자세계의 ‘미적 성질’인 것이다. 그러나 우리는 사물의 형식과 물질의 유희 속에서 우리의 현존과 관련성을 얻기 위하여 심미화에 기만되지 않아야 할 것이다. 현대 사회에서 심미화는 경제적인 목표로 이용되기 때문에 심미화의 분야는 ‘미적인 것’의 정도에 따라 경계선을 가지며, 그곳에서 미적인 것은 지나치거나 때로는 충분하지 않다. ‘미적인 것’의 반대 국면은 볼프강 벨슈에 의해서 *비심미화(anaesthetic, non esthetic)*로 기술하고 있다. 벨슈에 의하면, 비심미화는 “미적인 것의 기초적 상태이며, 느끼는 능력이 거부된 무감각성이다”(Wolfgang

Welsch, 1996, p.203). 비심미화는 ‘미적인 것’의 부정이 아니라 ‘미적인 것’을 논증하기 위한 변증법적인 분야로서 ‘미적인 것’의 조건과 경계선으로서 본다. 이런 개념에서 ‘비심미화’는 “제로 현상으로부터 미적인 것의 하이퍼 현상까지 범위가 있다.”(Ibid., p.68) 그리하여 비심미화는 심미화가 초과될 때 감지되거나 지나친 세부성으로 디자인된 사물들에 의해서도 압도된다. 그곳에서의 심미화는 혐오감이 되는 것이다. 존 듀이는, 비심미화를 지나친 열정으로 인한 균형과 조화의 요소가 결핍되어 통일된 관계성이 없을 때(Dewey, 1980, p.49)로 언급하고 있다. ‘미적인 것’의 결핍은 특별한 어필이나 코딩이 없을 때, 그리고 모든 것이 시시하고 평범할 때도 발생한다. 그리하여 ‘비심미적인 것’은 과도강화나 비강화의 정도에 따라 발생된다. 가령 지나치게 디자인된 라이프스타일 트렌드나 테마 파크, 틀에 박힌 일상을 예로 들 수 있다. 그 곳에는 끝없는 집중력의 유인으로 현기증을 유발시키고, 혹은 익명의 디자인으로서 일상의 평범한 오브제들은 주목을 받지 못하여 지각할 수 없는 것이다.

대안으로 제안할 수 있는 것은, 우리가 경험한 세계의 접점에서 ‘차이’와 ‘다양성’을 인식하여(Wolfgang Welsch, 1996, 70-71) ‘여과된 것(the filter)’을 유자에 따라 등급별로 초점을 맞추는 것이다. 이런 맥락에서 디자인은 우리를 위한, 우리의 행위의 조건을 형성하는 심미화의 구조로 기능할 것이다. 이런 ‘미적인 것’의 영향력을 조직하는 방식과 원리를 특성화 하는 것에 대한 디자인의 논의로 들어가 보자.

4. 2. 디자인과 심미화

심미화에 대한 조직적인 원리의 검토는 디자인 오브제가 어떤 방식으로 ‘미적인 것’의 영역에 영향을 주는가? 라는 논의와 연관되었다. 그리고 ‘미적인 것’은 어떻게 조직화에 기여하고, 의미와 지식의 분할에 기여하는가? 연구자는, 현대 디자인은 물질성의 확장이거나 비물질성의 확장이기 때문에 물질성과 비물질성이란 이분법과 관련시켜 표방하려 한다. 디자인에서 물질성은 디자인의 수단(방법)들과 관계하며, ‘미적인 것’의 영역으로 들어간다. 즉 디자인의 방식은 ‘미적인 것’으로 들어가는 작동에 있으며, 다양한 장치를 통해서 이 영역의 구조화에 기여한다. 그리하여 디자인 오브제는 어떤 방식의 조건으로 경험을 형성하고, 어떤 방식으로 미적인 물질의 분할에 따르는가?

이런 논의는 피터 폴 버빅의 행위자-네트워크 이론(actor-network theory)에서 확인할 수 있으며, “물질미학”(Verbeek 2005)의 개념에 강조를 두고 있다. 그의 미학은 예술작품 보다는 ‘유용한 오브제들’(210)에 초점을 두어, 그런 오브제들과 육체적 상호작용을 끌어내었다. 그는 디자인에서 미학의 의미는 양식과 아름다움뿐만 아니라 사람과 제품 사이에 관계성을 포함시켰다. 무언가와 관계를 이해하려는 것은 사고하는 것이며, 철저한 사고의 양상은 지력의 차이에 달려있다. 버빅은, 제품이 사람과 세계 사이에 관계정신을 상호형성 하여, 디자인 오브제들은 아름다운 세계를 만들 뿐만 아니라 인간의 “경험과 존재”(211)에 대한 특성과 특별한 형태에 대해서 기본적으로 숙고하는 역할을 끌어내었다: “인공물은 인간과 세계 사이에 관계를 나타내며, 인간은 인공물에서 그 관계를 추론해낸다”(218). 인간은 인공물에서 경험을 형성할 수 있는 중심적 역할을 이끌어내고, 오브제들은 윤리적 고려로서 도덕적 차원은 변형되고, 형성되고, 또는 인계받는다(216). 버빅은 오브제의 방식에서 윤리의 영역을 이렇게 표현하고 있다.

“사물은 윤리를 옮겨준다. 왜냐하면 인간은 의식적으로 혹은 무의식적으로 사물을 형성시키는 방법에서 세계와 자신의 존재가 조직한 것을 경험하기 때문이다 ... 디자인은 윤리적 차원에서 두 가지 타입을 가지고 있다. 첫 째, 디자인된 산물은 인간의 윤리적 고려로 숙고하는 역할을 준다. 두 번째, 디자인 과정은 이런 숙고하는 역할에 대하여 윤리적 선택을 할 수 있게 한다(Folkmann, 2013, p.61).

이로써 버빅은 오브제의 물리적 충격, 즉 감각적인 충격을 경험의 조건이라는 윤리와 관련시켜서, 외모의 스타일링이라는 ‘미적 골격(aesthetic cage)’을 빠져나갈 수 있는 방식을 논증한 셈이다.

디자인 미학의 통합적 부분은 감각적 형식으로 경험을 숙고하기 위한 능력이며, 마치 판톤의 인테리어는 광범위한 윤리적 함축과 더불어 경험의 새 비전을 제시한 것처럼 보는 사람 각자가 상호작용 함으로써 새로운 방식을 구성한다. 그러나 버빅이 간과한 것은 디자인에서의 비물질성에 대한 반성이다. 물론 모든 비물질적 디자인은 하나의 물질적 표형임을 환기해야 한다. 디자인은 감각적으로 주어진 형식뿐만 아니라 또한 비물질적 이데아, 그리고 지식을 각색하고 유포하는 담론이기도 하다.

현재 디자인은 컴퓨팅과 네트워킹 되어서 그 영역이 확산되고 있다. 가령 디지털, 미니어처화, 가끔은 전선 없는 테크놀로지가 정보의 비물질화된 흐름을 탄생시키기 위해 이용되며, 그래서 우리의 환경을 재구성하고, 지식의 새 분할을 창출한다. 지식은 데이터의 흐름에서 비물질적으로 지속할 뿐 아니라 또한 보이지 않는 장치와 정보의 구조에 의해서 숙고되고 또 형성된다. 이런 방식으로 비물질성은 매체와 관련하여 정보화가 이뤄진다. 편재하는 컴퓨팅은 인간 상호작용을 넘어서 함께 소통하며, 오브제들은 서로 간에 소통한다. 문화 비평가 다렌 워슬러(Darren Wershler, 2010)는 다음과 같이 언급하였다:

셀폰, 글로벌 포지셔닝 시스템(GPS), 매트릭스 코드(즉 2차원 코드), 메타데이터(metadata), 라디오 프리 컨시 아디테그(RFIDs)들은 사물들의 인터넷과 연관된 구성물들이며, 형식적으로 침묵하는 오브제들 자체를 암시하며, 그들을 상황하게 만든다. 이런 테크놀로지들과 적합하게 연결해 놓으면 보이고 들리는 영역 바깥에서 코드와 기계적인 언어로 이해할 수 없는 속도로 사물들은 끊임없이 상호간에 이야기를 한다 (Folkmann, 2013, p.62).

현재 데이터의 네트워킹은 주변과 우리의 관계를 변화시킨다. 즉 물리적이고 디지털적인 상호작용을 하면서 보이지 않는 작품 속의 숨은 뜻(subtext)을 주입한다. 그러나 동시에 물질적 터치 포인트의 시리즈는 필요하다. QR코드나 숫자로 된 “짧은 코드”(Wershler 2010, 209) 기능은 정보의 디지털 흐름에 대한 입장 지점이며, 한편 QR 코드에 대한 스캐닝 장치가 있는 스마트폰은 코드화된 메시지를 물질적으로 해독하는 수단으로 제공한다. 네트워킹은 행위자의 프로그램을 통해서 구성되며, 이런 프로그램은 인간과 인간의 연장에 의해 형성된 하이브리드의 행위 속으로 변안된다. 사물들 각자는 조작과 다름을 노출시켜, 독점적인 태도를 유지하지만 테크놀로지는 사물과 같은 태도를 전제하는 동안에도 독점되지 않게 모든 종류의 과업이 수행되게 디자인되었고, 또 사회적인 맥락에 따라 다른 의미가 수행된다.

디자인에서는 형식의 감각적인 외모로 경험에 충격을 주고, 그런 방식들로 인한 영향력은 정보 지식이란 물질적이고 비물질적인 구조의 스펙트럼을 보인다. 디자인은 타입에 대한 의존과 물질적 확장으로 여러 방식들에서 ‘미적인 것’의 영역에 들어가 있다. 그래서 경험의 감각적인 각색과 지식과 의미의 정보화된 세팅으로 디자인에서 ‘미적인 것’은 심미화에 의한 의미의 분할의 과정이 되게 할 수 있다.

5. 결론 및 제언

일반적으로 디자인은 물질적이고, 철학적이고, 문화적인 맥락이 혼재되어 있어 그 상호관계를 야기하며 논의된다. 그러나 본 논문에서는 분석미학의 관점에서 최대한 그 세 가지 영역을 분리하여 논하였다. 물질적인 맥락으로 ‘감각적-현상학적 기초’는 표면과 구조화된 외양의 몸미학으로 중요한 논의를 할 수 있다. 통상 외양의 형식은 주체자의 감각을 통해서 지각하고 인지하는 노선에서 살(폰터), 분위기(보머), 피부(보라카)라는 유기적 언어로 기술하였다. 감각적 디자인은 ‘찰나의 순간에 오감을 만족시키는 풍부성’으로 고양된 감각을 주어서 바로 현재의 분위기를 강렬하게 시사한다. 정서적 디자인의 첫 단계인 본능적 디자인과 그 현재적 성격이 일치되는 공통점이 많다.

철학적 맥락에 따라 ‘개념적-해석학적 기초’는 물리적 오브제로 이데아의 의미와 이해의 방식을 제시한다. 해석학은 이해의 과정에 따라 새로운 의미를 구성하고, 최종적인 결론은 거부하는 성격을 띤다. 그래서 해석의 행위와 이해는 동적인 과정들로서 전체 구성과 유기적으로 관련되고, 이해는 비이해라는 반대 국면을 함축하여 의미의 복수성이 인정된다. 이는 기존의 디자인 의미에 도전하는 ‘미적인 것’의 기초 안에서 경험에 호소하는 물질적인 조건이 논의된다. 이는 감각적 표면과 실체화된 이데아 사이에 관계를 조명하여 다소 복합적으로 체현된 이데아의 이해를 기술하는 문제이다. 정서적 디자인에서 3차원인 반성적 디자인과 관련이 있으며, 대상과 주체의 관계와 경험이 반성되면서 해석된다.

현대 문화와 관련된 ‘맥락적-논의적 기초’에서는 심미화와 디자인을 연관시켜 논의하였다. 심미화란 미적 매체로 인한 자극에 대한 경험을 분할하는 감각성의 양식을 수용하는 입장이다. 그래서 심미화는 경험의 방식

에서 경험의 조건을 변화시켜 의미를 분할하고, 각색하는 것에 관한 실제적이고 신뢰할 수 있는 점에 대한 하나의 거리두기이다. 현대에서 심미화는 여러 미적 매체에 적용되는데, 특히 휴대폰과 TV매체에서 볼 수 있는 상업적 심미화는 현실감을 상실시킨 꿈-이미지들로 대중의 삶 속으로 분할되고 있다. 그 곳에서 심미화는 더 이상 심미화가 아닌 무감각과 마비의 성질로서 비심미화가 되어 있다. 비심미화는 '미적인 것'의 기초상태이며, '미적인 것'을 논증하기 위한 변증법적인 분야로서 '미적인 것'의 조건과 경계선으로 본다. 문화적인 맥락에서 심미화는 '다름'과 '차이'에서 오는 다양성을 여과시켜 '미적인 것' 안에서 포함시킬 것을 제안한다. 왜냐하면 '미적인 것'에는 인간의 '경험과 존재'에 대한 해석이 나올 수 있기 때문이다.

References

- 1 Adorno, T. W. (1979). *Asthetische Theorie*. Hong, S. (Trans). Seoul: Moonji Publishing.
- 2 Dewey, J. (1980). *Art as Experience*. New York: Perigee Books.
- 3 Feenberg, A. (2009). *Peter-Paul Veerbeek: Review of What Things Do*. Pennsylvania: The Pennsylvania State University press.
- 4 Folkmann, M. N. (2013). *The aesthetics of imagination in design*. London: The Mit Press.
- 5 Haapala, A. (2005). *On the aesthetics of the everyday. Familiarity, strangeness, and the meaning of place*. New York: Columbia University press.
- 6 Louise Campbell Studio. (n.d). Retrieved from www.louisecampbell.com.
- 7 Merleau, P. M. (2002). *Phénoménologie de la perception*. Ryu uigeun. (Trans). Seoul: Moonji Publishing.
- 8 Park, Y. S. (2014). The Aesthetics of Design through aesthetic experience of everyday lives. *Design Convergency Study*, 13(5), 175-177.
- 9 Rancière, J. (2008). *The Politics of Aesthetics: The Distribution of the Sensible*. O, Y. (Trans). Seoul: Book publication b.
- 10 Verbeek, P. P. (2005). *What Things Do: Philosophical Reflection on Technology, Agency, and Design*. Pennsylvania: Pennsylvania State University press.
- 11 Welsch, W. (2005). *Ästhetisches Denken*. Sim, H. (Trans). Seoul: Symposium.

현상학을 통한 디자인 미학의 가능성

박연실*

전 인천대학교 기초교육원, 서울, 대한민국

초록

연구배경 최근의 미적 이론에서 실험적인 경향은 현상학의 맥락에서 경험의 중요성에 대한 전제와 조건들을 연구하는 것이다. 본 연구는 디자인 미학의 가능성을 다지기 위해 현상학과 디자인을 융합시켜 디자인 미학을 연구하였는데, 매즈 니가르 포크만의 논의를 참고하면서 연구자의 의견을 첨부하며 각색하였다. 내용은 1)감각을 통한 현상학 2)이데아와 물질적 표명 사이의 관계로서 해석학 3)일상생활이 주는 맥락과의 관계에서 심미화를 바탕으로 한 3가지 방식을 디자인 미학의 기초로 연구하였다.

연구방법 경험론과 현상학의 주제인 존 듀이의 『경험으로서 예술』과 메를로 폰티의 『지각의 현상학』을 1차 문헌으로 연구하여, 그런 주제를 바탕으로 연구한 매즈 니가르 포크만의 『디자인에서 상상력의 미학』과 볼프강 벨슈의 『미학의 경계를 넘어』, 자크 랑시에르의 『감성의 분할』을 2차 문헌으로 연구하였다. 그 외 피터 폴 버빅의 문헌과 그에 관련된 논문들을 3차 문헌으로 연구하였다.

연구결과 감각적-현상학적 기초는 몸미학을 동원하여 ‘찰나의 순간에 외모의 풍부성’으로 현재의 모습을 준다. 개념적-해석적 기초는 물리적 오브제로 이데아라는 의미와 이해의 방식이 제시되는데, 특히 유토피안적 비전이 제안된다. 맥락적-논의적 기초는 미적 매체로 인한 자극에 대한 경험을 분할하는 감각성의 양식으로 심미화가 논의되고, 디자인 심미화는 인간의 ‘경험과 존재’를 통해서 디자인과 현실의 관계성이 나온다.

결론 본 연구에서는 감각적 현상학, 의미의 해석학, 일상생활의 맥락이 주는 심미화를 통해서 현대 미학은 전통예술의 경계를 벗어나 일상의 디자인으로 확장함을 알았다. 따라서 디자인 심미화의 조직적인 원리는 다름과 차이를 인정하는 다양성의 의미로서 ‘여과된 것’의 원리를 검토할 필요를 준다. 디자인 심미화는 인간의 ‘경험과 존재’를 숙고하는 능력을 주어, 세계의 리얼리티와의 관계성을 추론하는 역할을 준한다.

주제어 디자인 미학, 현상학, 해석학, 심미화, 미적인 것, 디자인 매체
