

성찰로서의 그래픽 디자인사

- 그래픽 디자인 서술의 세 가지 관점을 중심으로 -

Graphic Design History as an Introspection Process

- Focused on the three points of writing graphic design history -

조현신

국민대학교 테크노디자인 전문대학원

Hyun Shin Jo

Graduate School of Techno Design, Kookmin University

* 본 논문은 국민대학교 2007년 신진교수 연구지원비에 의한 것임

1. 문제제기

2. 디자인 지식의 특성

- 2.1. 예술적 창조성 ; 세계의 형성
- 2.2. 기술 공학적 특성 ; 세계의 응용
- 2.3. 인문과학적 특성 ; 인간 세계의 발견

3. 디자인 이론의 두 가지 범주

- 3.1. 디자인 행위론
- 3.2 디자인 성찰론

4. 그래픽 디자인 역사 서술의 세 가지 관점

- 4.1. 조형적 특성 중심
- 4.2 디자이너의 창조성과 업적 중심
- 4.3. 사회문화적 요인 중심

5. 결론

참고문헌

논문요약

디자인 지식은 예술, 인문과학, 기술공학적 지식의 특성을 갖추고 있다. 이러한 지식 특성은 디자인 행위를 위한 이론으로 적용될 때 디자인 행위의 발전 및 개발을 위한 디자인 행위론과 디자인의 의미와 가치에 대해 질문을 하는 디자인 성찰론으로 분류될 수 있다. 디자인 역사는 이 두 가지 범주 중 성찰적 영역에 속한다. 본 논문은 이러한 시각을 전제로 그래픽 디자인 역사가 어떤 시각에서 쓰여 질 때 현 시대가 요구하는 디자인 지식의 역할을 할 수 있는가를 고찰하고 있다. 그래픽 디자인의 역사 기술에 있어서 주로 기술되는 요인은 조형적 측면이며, 다음으로 디자이너의 활동, 아이디어의 표현 방법, 사회문화적 요인이다. 본 논문은 이 세 가지 중 사회문화적인 시각이 어떤 그래픽 디자인 결과물을 서술하더라도 등장해야 할 기본적인 요소이며, 그간 그래픽 디자인 역사 서술에서 강조된 창조적, 조형적, 업적 중심 시각을 넘은 사회적 언어로서의 디자인을 보는 성찰적 시각만이 우리시대가 요구하는 디자인 지식의 역할을 담당할 수 있다는 결론을 제시하고 있다.

주제어: 디자인 지식, 그래픽 디자인 역사, 성찰적 지식, 사회문화적 관점

Abstract

This article argued about design knowledge in first chapter. It is categorized of artistic knowledge, human science knowledge and natural science & technological knowledge. Design theory is based on these three area of knowledge, and it also categorized in two distinguishable area. One is 'Theory within design practice', the other is 'Theory on design practice' which we can call in the area of introspecting reason. Design history is sited in this area. This writing discusses the causes which design historians cite in graphic design area. They are aesthetic factors, designer's talents, and social causes. This writing argues the most basic and critical factors should be social causes. So this article concluded when design history is described on the base of social causes can have the appropriate role in this era. For design is asks for doing more social role in human history, in the environmental and ethical issues.

Keyword : Design Knowledge, Graphic Design History, Introspecting Knowledge, Social & Cultural Perspective

1. 문제제기

디자인은 형상과 색채, 물성과 인터랙션을 통해 인공의 세계를 만드는 기획에서 결과물까지 일상의 필요한 기능을 확장시키거나 해소해주는 기본적인 행위이다. 디자인은 사회적 언어이므로, 그 결과가 당연히 사회적인 맥락에서 검토되어 적합한 기능을 하고 있는가에 대한 반추의 기회를 가져야 한다.

현재 디자인 결과는 마케팅 도구로서의 경제적 효율성에 치중되어 평가받고 있다. 물론 자본주의 경제 순환 속으로 들어간 모든 결과물들은 자본력의 상승이 일단 판단 기준이 된다. 어떤 물건이라도 대중의 눈길을 못 받고 시장에서 먼지가 쌓인 채 놓여 있다면, 그 디자인은 사회성에서 기본적으로 실패한 것이다. 하지만 더 이상 자본 간의 경쟁, 새로움과 새 상품의 효율적인 순환만이 디자인 결과를 평가하는 기준이 될 수 없는 것이 현재 상황이다.

인공 환경이 초래하는 전 세계적인 문제에 대한 동참과 해결책이 디자인에 요구되고 있는 것이다. 지구 생태계 문제는 일상적 삶의 해결방식의 도구, 창조성의 실현과 그 결과로서의 부의 축적의 경계를 넘어 디자인을 바라볼 것을 요구하고 있다. 또한 실체를 상실하고, 오로지 기호로만 증식하여 우리의 일상을 뒤덮는 디자인 결과물들의 범람은 이제 인간 고유의 상징과 각 물체들이 지닌 유일한 개별 가치들마저 위협하고 있다. 더구나 진품도 아닌 모조품 등이 표식으로서만 개인의 삶에 깊숙이 자리 잡고 있는 실정은 진정한 삶의 측면에서 볼 때 인격적인 존엄성을 상실한 모습이라고 지적¹⁾ 되기도 하며, 할 포스터(Hal Foster)가 지적한 대로 개인이 선택과 실천의 자율성을 상실한 채 시체에 둘러싸인 듯 한 기괴함²⁾이라고 할 수 있다.

본 논문은 디자인 지식의 본분과 기능을 디자인사의 서술방법의 구체적 예시를 통해 제시함으로써, 현 시대가 요구하는 디자인 지식의 본령을 제기함을 연구 목적으로 삼고 있다. 연구 방법으로는 문헌 연구에 의존하였으며, 1980년대 이후 서구 디자인 역사서를 주된 연구 대상으로 삼았다. 연구 1장에서는 디자인 지식의 유형과 특성을 제시하였다. 2장에서는 디자인 지식이 디자인 행위에 적용될 때 사용되는 이론의 두 가지 특성에 대해 고찰한 그 범주에서의 디자인 역사의 위상을 제시하였다. 3장에서는 디자인 역사 서술의 세 가지 예를 비교분석 하였으며, 결론에서는 어

1) New Design, Can Designer Save the World?, Sep. Oct. 2001, pp.29-30

2) 할 포스터, <디자인과 범죄>, 시지락, 2006

떤 관점의 디자인 역사 서술이 당대가 요구하는 디자인 성과와 실천에 적합한 지식의 유형인가를 제시하였다.

2. 디자인 지식의 특성과 분류

디자인은 행위로서 완결되는 인간의 본능이면서 동시에 그것이 사회적, 계획적 과정을 거친다는 면에서 생물학적 본능과는 구별되는 인간적인 고유한 행위라고 할 수 있다. 맑스가 “새가 만든 어떤 아름다운 집보다도, 인간이 만든 추한 집이 오히려 가치 있다.”라고 하였듯이 환경을 극복하여 자신의 터전을 만들고자 하는 행위는 본능이라고 하는 면에서 동물과 같지만, 이것을 의지와 계획으로 한다는 면에서 이 행위는 동물의 본성과는 구별되는 것이다. 이러한 의지와 계획적 행위를 위해 인간은 방대한 지식 체계를 발전시켜 왔다.

지식은 어떤 것에 대한 앎, 현상의 내면에 대한 이해와 그 이해의 과정을 지칭하는 것으로 그것이 어떤 기능으로 쓰이느냐에 따라 세계를 형성하는 예술적 지식, 세계의 보편성을 개인적 차원에서 발견하는 인문과학적 지식, 물질계의 보편적 법칙을 발견하는 자연과학적 지식 및 그것을 인간 생활에 효과적으로 이용하는 기술 및 공학적 지식의 세 가지 유형으로 나누어진다고 볼 수 있다.³⁾ 현재 디자인 지식에 대한 연구는 국내와 해외에서 학회나 개인 연구자를 중심으로 전개되며, 발표되고 있다. 아직 그 학문적 토대나 지적기반에 대해 디자인계 전체에 공유된 함의가 없으나⁴⁾ 본 장에서는 그간의 연구를 기초로 디자인 지식의 특성을 제안하였다.

2.1. 예술적 창조성; 세계의 형성

인공의 세계를 만들고 창조를 한다는 의미, 현재 존재하는 모든 것의 경계를 확장하고 넓혀 간다는 의미에서 디자인 지식은 새로운 세계를 형성하는 것을 목적으로 하고 있다. 결과물이 유형의 것이든, 무형의 것이든, 그것은 이 세상에 존재하지 않았던 것을 창조하여 세상의 어떤 목적에서라도 기능케 한다는 면

3) 본 지식의 유형의 범주는 2007년 독일 큐뮐러스 디자인 학회 때 주제 발표자였던 독일 철학자 잔 쉐(Jan Tenuen)의 지식의 범주 구분을 바탕으로 연구자가 발전시킨 것이다.

4) 디자인에 대한 지식의 축적을 하나의 학문으로 정립하기 위한 연구는 현재 다각적으로 진행 중이다. Design Annual 2000년 가을 호의 A Matter of Degrees; The Ph. D in Design 논문에 이어, 디자인 연구자인 리처드 부캐년의 4가지 지식, 빅터 마콜린의 디자인의 인문학적 정의 등과 더불어, 국내 디자인학회에서는 디자인학의 연구 방법 등에 대해 워크 샵을 개최하는 등 현재 디자인학의 지형도를 세우려는 작업은 해외와 국내에서 꾸준히 진행 중이다.

에서 예술적 창조의 특성을 갖는다. 하지만 이 과정이나 결과가 예술과 부합되는 것은 아니다. 예술은 행위의 과정과 향유, 결과물의 감상 그 자체에서 일어나는 어떤 변화를 목적으로 한 무목적적인 기능을 갖는다. 창조를 통해 세계의 영역을 확장시키되, 그 창조의 과정과 그 결과를 대중과 공유하는 과정에서 공감과 감동을 이끌어 내는 것이며, 실질적이며 합목적적인 기능을 갖지는 않는다. 하지만 디자인은 그 과정에서 세계의 발견 및 유용화, 개인적 발견 등에 필요한 지식을 필요로 한다는 면에서 예술과 구분되며, 합목적적이고 실질적인 목적 지향의 행위라는 기능을 갖고 있다. 또한 한 개인이나 집단에 호소하여 보편적 타당성, 실질적인 기능성을 지니고 있는 결과물을 형성해야 한다는 특성이 있다. 즉 예술적 특성의 본성인 창조성을 기본적인 지식의 근간으로 하되, 그 창조성의 유형과 결과물은 일반 예술품과는 다른 지향점을 갖는 것이다.

2.2. 기술 공학적 특성 ; 세계의 응용.

자연과학적 지식의 발견은 자연히 그것을 일상생활에 유용하게 사용할 수 있는 공학적 지식으로의 발전으로 연결된다. 디자인에서의 지식은 그 기능이 단지 추상적이고 공상적이며 개인적인 감정의 소산이 아닌 합리적이고 객관적인 방법론과 적합성을 지니고 진행되어야 한다는 면에서 세계의 발견, 사실의 발견이라는 특성을 지녀야 할 필요성이 있다. 자연과학이 자연에 존재하는 보편적인 법칙을 발견하여 그것을 기술로 전환하여 일상에 유용한 것으로 전환시키는 기본 바탕이 되듯이, 디자인 역시 자연과 인간세계에 있는 보편적 법칙을 찾아내는 과정이 필요하다.

이것은 디자인이 단지 하나의 오브제나 형상으로서 존재하는 것이 아니며, "자연적 사물에 대해서는 단지 설명을 하고 묘사를 할 수 있지만, 인공물은 그렇게 되어야 만하는 어떤 것 (how things ought to be)" 이며 "규범적인(normative) 어떤 것"⁵⁾이라고 주장한 허버트 사이먼(Herbert Simon)의 명제로 명확해진다. 과학적인 프로세스로 디자인을 하는 방법은 디자인 방법론의 여러 가지 형식을 거쳐 발전해 왔으며, 특히 인간의 물리적 특성, 생물학적 특성에 기반한 안전을 최소한의 지식을 기반으로 해야 하는 제품 디자인에서 이러한 방법론은 필수적이다.

유비쿼터스 환경을 지향하는 현재 디자인 현실에서 볼 때 기술공학적 지식은 디자인에서 근간 지식이라고 할 수 있다. 자연히 전 세계의 디자인 교육은

기술에서 디자인의 미래를 보고 디자인과 과학기술의 결합을 가장 큰 교육 목표로 삼고 있는 상황이다.⁶⁾ 이러한 지식은 디자인의 글로벌리즘에 바탕을 둔 에코 디자인, 유니버설 디자인, 유비쿼터스 디자인, 인터페이스, 인터랙션 디자인에서 중심 역할을 한다.

2.3. 인문사회과학적 특성; 인간 세계의 발견

디자인 행위는 그 분야마다 요구되는 지식의 역할 비중이 다르다. 자연과학적 지식과 그것의 이용인 공학적 지식은 특히 인공물이 우리 일상의 안전과 쾌적함을 담보로 하는 것일 때, 인공물과의 인터페이스, 인터랙션 등의 과정에서 최우선 순위로 중요하다고 볼 수 있다. 하지만 이러한 지식만을 가지고 인공 환경이 제작되는 것은 아니다. 산업 사회 초반, 건축에서의 인터내셔널리즘 양식은 혁명적 변화를 겪은 서구에서 진보성과 삶의 변혁을 추구한 하나의 철학적 사유가 만들어낸 스타일이었다. 이것을 아무런 맥락적 유사점을 지니지 못한 제 3세계가 무차별하게 수용하거나 실험의 대상이 되면서, 그 지역의 삶의 정서구조의 파괴는 물론 문화적 다양성을 축소시킨 결과가 초래된 것은 디자인사가 가르쳐 주는 하나의 교훈이다.

보편성과 일반성을 지향하는 기술 공학에 바탕한 인공 환경이 가속될수록 디자인에서의 인문학적 지식은 더욱 핵심 가치로 등장할 수밖에 없다. 이러한 공학의 정당성과 의미, 효용의 목적 등에 질문을 하게 하는 의식이 인문학적 인식이기 때문이다. 디자인에서의 인문학적, 사회학적 접근은 하나의 과정과 결과물에 대한 그 디자인을 수용하는 사회의 역사와 문화, 사회를 고려한 맥락적 사고와 산업 가치를 넘는 문화가치, 개인적 삶의 의미에 대한 문제제기까지 광범위하다. 보편성과 더불어 구체성에 기반한 한 집단의 특수성, 고유성의 수호가 없다면 인간이 긴 역사동안 발전시켜온 문화의 다양성은 파괴되기 때문이다. 인문과학의 디자인적 응용은 한 사회나 집단의 정서구조⁷⁾의 이해를 바탕으로 하고 있다.

6) 2007년 세계 디자인 교육자, 디자이너, 디자인 산업 공동의 Cumulus 학회의 핵심 주제는 Crossing Boundries 였으며 그 중에서도 주요 연설은 뇌과학자의 초청으로 이루어져서 과학에서 디자인의 미래를 읽는 모습을 확인시켜 주었다.

7) 정서구조 : 우리는 한 국가나 집단의 어떤 객관적인 사실을 분석할 때 흔히 경제구조, 정치구조, 문화 구조 등의 표현으로 그 나라의 면모를 확인하고는 한다. 하지만 이러한 객관적이며 통계위주 적인 구조 분석과 지표는 그러한 현상 밑에서 각 집단이나 개인이 어떤 방식으로 느끼고, 생활하고 어떤 것을 주된 가치관으로 삼고 일상을 진행하고 있는지에 대한 사실은 전달하지 못한다. 이러한 사회학적 구조가 만들어 내는 정서의 구조, 즉 일정한 틀을 가지고 진행되는 개인의 정서의 흐름과 열개를 정서구조라고 할 수 있으며 이러한 정서구조에 대한 연

5) Margolin, Victor, 『The Politics of the Artificial』, Chicago, 2002 pp.108-109

3. 디자인 이론

위에서 언급한 디자인 지식은 디자인 교육 현장과 산업현장에서 다양한 디자인 이론으로 분화되어 사용되고 있다. 디자인 이론은 크게 디자인 내에서의 이론(Theory within Design)인 디자인 행위론과 디자인에 대한 이론(Theory on Design)인 디자인 성찰론으로 구분할 수 있다.

3.1. 디자인 행위론

인간의 행위는 그 결과를 볼 때 뚜렷한 목적성을 갖는 사회적 행위와 아무런 실용적 목적을 지니지 않은 자연발생적 행위로 구분된다. 자연발생적 행위는 인간의 생존을 위한 행위, 기본 욕구, 유희성, 표현성 등에 근거하며 대부분 몰입의 형태로 나타난다. 이러한 자연발생적인 행위의 저변에는 삶의 방법을 개발하여 삶을 적극적으로 더 잘살려고 하는 욕구가 존재하며, 현재보다 더 나은 환경을 구축하려는 의지를 보여준다는 특성을 갖는다. 이 행위의 저변에서 움직이는 이성을 화이트 헤드(White Head)는 실천이성이라고 규정지었다.⁸⁾ 이 실천이성은 삶의 방법을 좀 더 정교하고 세세한 작용들의 총합으로 이끌고 있으며, 목적을 효과적으로 완수했을 때는 그 역할을 완수한 것으로 보고 행위를 종결짓는다.

디자인 행위론은 이러한 자연발생적 행위를 대상으로, 즉 그 행위 내에서(Within Design) 그 연구 과정을 찾고 문제를 해결해 나가는 과정이므로, 실천이성을 기반으로 하고 있다. 지식의 영역에서 보면 예술적, 기술공학적 지식의 특성이 디자인 행위의 근간 지식이 된다. 이러한 디자인 행위론에 의해 탄생되는 것이 '디자인의 내면적 가치'라고 칭할 수 있다. 이는 디자인의 미적 쾌감, 창의성, 경제성, 효율성, 기능성 등의 효율을 높이는 것을 목적으로 하고 있으므로 특정 물질, 혹은 정보, 플래닝 과정 자체까지 디자인을 "어떻게(How?) 할 것이냐"의 방법론이라고 요약할 수 있다. 디자인 행위론은 기술론(how to design), 창조론(조형론, 색채론, 재료학, 디자인이론), 비즈니스론의 세 가지 유형으로 구분된다.

3.2. 디자인 성찰론

자발적이고 자연발생적인 행위를 보강하고 이끄는 디자인 이론의 영역을 디자인 행위론으로 규정한다면 인간 행위의 또 하나의 속성인 사회성에 기반한 이

구는 곧 디자인을 유기적 결과물로 인식하는 새로운 디자인관을 요구한다.

8) 화이트 헤드, 이성의 기능, 통나무, 1998

론체계를 생각해 볼 수 있다. 디자인 행위를 사회 내의 의미 있는 행위, 구체적인 관계성 속에서 조망하는 디자인 이론체계를 통칭하여 디자인 성찰론이라고 할 수 있다. 사회성이라는 단어가 의미하듯이 이는 객관적이며 관계적인 시각을 요구한다. 성찰이란 자신의 행위를 일정한 거리를 갖고 조망하는 자세이며, 행위를 하는 자기 스스로를 점검하고, 철학적 반추를 하며, 관조적 호기심을 갖고 바라보는 자세이다. 이러한 관망적 성격의 이성을 화이트 헤드는 사변적 이성이라고 칭하고 있다. 그는 사변이성은 삶의 경험을 이해하는 것이며 모든 개별적 사건들을 그 본성의 원리로 설명하고 또 일반원리를 설명하는 것으로서 이해할 수 있다는 확고하고 궁극적인 신념에 의해서 앞으로 진행한다고 했다. 이 이성은 자신의 행위에 대한 이해가 도달되었을 때 그 기능을 완성한다.⁹⁾ 이와 같이 사변이성은 경험을 의미의 시각으로 변환시키는 역할을 한다.

디자인 성찰론은 어떻게의 방법론을 묻는 것이 아닌 왜?(Why?) 그리고 무엇을 위해?(For What?) 디자인을 할 것이냐고 묻는 디자인 행위, 결과물의 가치에 대한 이론 (Theory on Design)이다. 이는 자연히 디자인 행위 주체에 대해 성찰적 문제를 제기하므로 그 성찰 자체가 인문학적 특성을 갖는다. 이는 디자인의 내적 가치를 떠나 디자인을 둘러싼 여러 사회적 가치문제를 조망하는 작업으로 '디자인의 외향적 가치'를 연구하는 학문이라고 할 수 있다. 디자인 성찰론은 디자인 평론, 디자인 역사, 디자인 사회학, 디자인 철학, 디자인 지역학의 네 가지 범주로 나눌 수 있다.

4. 그래픽 디자인 역사 서술의 요소

후기 모던 시기를 지나면서 영웅과 지배자, 남성, 서구, 중앙 중심의 역사에서 탈피하여 대중, 여성, 변두리, 일상생활, 타자들(the others), 해석자, 수용자 중심의 역사 기술이 요구되는 이유는 현재의 상황이 역사주체에 대한 재인식을 요구하고 역사적 시각의 변화를 요구하기 때문이다. 이러한 변화는 역사의 기술이란 사실 자체의 기록만이 될 수 없는 역사가의 주체적인 시각과 입장을 표명하는 도구가 되는 것임을 입증해주는 변화라고 할 수 있다.

디자인 사가 존 위커는 디자인 역사가에게 기본적인 질문 몇 가지를 하고 있다. 디자인사는 누구를 위해 쓰여져야 하는가, 일정한 관점의 디자인사에서

9) 화이트 헤드, 앞의 책 참조

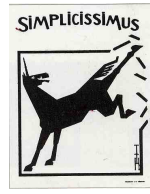
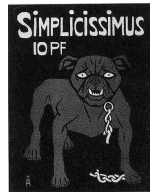
이익을 얻는 사람은 누구인가의 질문이다.¹⁰⁾ 역사는 과거의 한 사건이 아닌 그 사건의 의미를 찾는 작업이 의미가 미래를 규정한다. 하지만 의미를 찾아내는 작업은 무에서 시작되는 것이 아니며 사실로서 존재하는 객관적 대상물에서 시작된다. 역사가들은 '이러한 객관적 사실들의 연관성, 잊혀진 채로 발견되지 않고 흩어져 있던 것들의 연관성을 찾아내는 역할을 하는 사람들이다.'¹¹⁾

본 장에서는 그래픽 디자인 제품의 역사 기술에 있어서 역사가들이 거론하는 세 가지 결정요소를 분석하면서, 어떤 시각의 서술이 성찰적 디자인 지식의 역할을 수행할 수 있는가에 대한 연구를 진행하고 있다. 역사가들의 서술 형식을 또 다시 분석하는 메타 메타 담론적인 본 연구는 한 시대에 필요한 적절한 디자인 역사 연구 방법을 찾아내고자 하는 자세와 연결되며 동시에 성찰적 디자인 사유의 단초를 제기할 것이다.

4.1. 조형적 요소

디자인 비평가인 조지 프라스카라 (George Frascra)는 그래픽 작품이 예술인 것처럼 제작되고 해석되는 것에 대해 문제를 제기하고 있다. 그는 엘리시스키(El Lissiski)의 작품을 평하면서 '그의 작품은 예술적 형태만 중요시되며, 그래픽 디자인의 측면에의 커뮤니케이션과 사회적 의미에 대한 고려없이 오로지 미적 측면에서만 고찰되고 있다' 라고 하였다.¹²⁾

그가 하나의 예시를 들면서 평한 이런 태도는 특히 그래픽 디자인에서 단지 미적 쾌감의 정보전달 효율성만을 평가하는 태도와 관계가 있다. 그래픽 디자인의 궁극적인 목적은 그것을 보는 수용자의 행위의 변화를 목적으로 하고 있다. 알기 쉬운 예는 금연사인으로 이 사인은 금방 담배를 피려하던 어떤 사람도 그 사인 있는 곳에서는 담배를 피지 못하게 하는 행위 변경을 목적으로 제작되는 것이다. 이 장에서는 그래픽 디자인의 본령은 커뮤니케이션을 통한 행위의 변화를 목적으로 한다는 시각을 기반으로, 그래픽 디자인의 역사 서술 방식에서 조형적 요소를 중심으로 기술한 역사서를 분석하고 있다. 조형적 요소 중심의 서술은 형태, 색채, 레이아웃, 타이포 그래픽 등 그래픽 기본언어가 자아내는 미적 쾌감 및 차별성에 초점을 둔 역사서를 지칭한다.



<그림1,2> 심플리시시무스,포스터, 1896

<그림3.> 에스콰이어 잡지 표지. 1964

4.1.1. 심플리시시무스 (Simplicissimus) 표지

"하나의 사상을 전달하고자 할 때 시각적 은유를 사용하는 것은 정치 만화에서는 아주 보편적인 현상이다. 하지만 포스터에서 이런 기법은 보기 드문데 만약 이용되려면 가장 강력하고 영향력 있는 효과를 미치게 될 것이다. 토마스 하인에 의해 제작되어진 독일의 풍자적인 주간 잡지 심플리시시무스의 두 가지 색채를 이용한 포스터가 그러한 역할을 하고 있다. 까만 바탕에 빨강색의 개가 독자를 쳐다보고 있다. 목에는 부러진 사슬을 하고 있으며, 그 한 쪽이 개의 앞발에 떨어져 있다. 눈과 아래 턱에 두드러진 이빨, 체인의 흰빛은 그냥 단순히, 심플리시시무스 그 말을 전달할 뿐이다. 흰색의 사용, 인쇄 되지 않은 종이, 검은색의 반대편인 흰 빛 이런 것들이 현재 그래픽 디자인을 확장시키는 전통적인 수법이 되고 있다."¹³⁾

이러한 서술은 디자인 결과물의 미적인 요소만을 강조하는 태도를 보여주고 있다. 역사가는 오직 디자인의 내적인 가치인 레이아웃, 타이포 그래픽, 색채 등만을 길게 설명하고 있다. 이 작품은 1896년에 독일에서 제작되었다. 하지만 이 서술에서는 이 작품이 만들어진 시대적인 배경에 대해서는 언급이 없으며, 작품의 핵심이 되는 개의 사슬이 왜 끊어져 있는가에 대한 설명도 없다. 이 작품 밑에 실린 똑같은 잡지의 표지에는 유니콘이 자신이 갇힌 울타리를 웃으며 부수는 판화가 실려 있다. 이 두 가지 작품의 공통적인 주제인 속박과 그 파괴의 의미에 대해 디자인사가는 그 의미를 해독하지 않고 단지 그 형식과 표현 양식의 의미에만 역점을 둔 것이다. 이에 대한 또 하나의 서술을 보자.

"심플리시시무스는 현재의 인기 좋은 대중 스토리, 스캔들, 정치적 만화 어떤 것보다도 풍자적이다. 토마스 하인의 이 포스터와 일러스트는 현재까지 창의적이다."¹⁴⁾

이 서술에서 우리는 저자가 서술한 이 잡지의 정

10) 존 에이 워커, 디자인의 역사, 까치, 1995, pp.31-40

11) Jenkins, Keith, Re-thinking History, p.13, Routledge, 1991

12) Frascra, Jorge, Graphic Design: Fine Art or Social Science?, in The Idea of Design, edited by Victor Margolin and Richard Buchanan, The MIT Press, 1995

13) Hollis, Richard, Graphic Design, Thames and Hudson, 1999, p.14

14). Barnicoat, John, A concise history of Design and Culture in the 20th Century, Allen and Unwin, 1986, p.xxi

치적 시각에 대해 어떤 단서도 얻을 수 없다. 역사가는 이 표지 그림이 다른 것에 비해 특별히 창의적이라고 서술하고 있으나 그것이 다른 작품에 비해 “어떤 면에서” 창의적인지에 대한 언급은 없이, 색채, 레이아웃 등의 특성만을 강조하고 있을 뿐이다. 자연시 독자는 그 시대의 상황이나 색채 사용에 비해서 막연히 그렇다고 추정을 할 수 있을 뿐으로 시대나 장소성에 대한 맥락 제시 없이 디자인의 내면적 가치에 대한 역사가의 시각만을 제시하고 있는 것이다.

4.12 잡지 에스콰이어 표지

미적 요소인 색채와 시각적 요인의 강조하는 자체의 서술은 다음과 같은 예시에서도 드러난다.

“에스콰이어 잡지 표지를 읽을 때 가장 시선을 끄는 것은 색깔이다. 세피아로 표현된 케네디의 사진은 회고적 느낌, 나아가 가족사진의 한 장을 보는 듯한 느낌을 준다. 손은 우리 독자들의 것일 수도 있다. 만약 이 사진이 칼라로 되었다면 그 생생함으로 눈물의 감성은 사라져 버렸을 것이다. 디자이너인 조지 로이스는 1960년대의 새로운 광고 기법을 사용해서, ‘눈물 없는 케네디’라는 카피와 이미지가 하나의 아이디어로 수렴되게 하였다.”¹⁵⁾

이 서술에서 우리는 색채가 어떤 효과를 내고 있는지에 대한 이해는 얻을 수 있다. 하지만 독자는 다음과 같은 질문을 가질 수밖에 없다. 케네디 대통령의 눈물을 닦아주는 행위는 무엇인가? 왜 그는 독자의 위로를 원하는가? 이 당시 이 잡지의 주된 이슈는 무엇이었는가? 오래된 이미지, 세피아 색조의 역할은 가정 이미지의 부활인데 그 목적은 무엇인가? 마지막으로 디자이너는 이 사진으로 무엇을 독자에게 이야기하려고 하는 것인가? 등등 이러한 질문에 대한 답은 그 당시 미국의 대통령이었던 케네디의 정치적 상황에 대한 간략한 설명 한 문장으로도 가능할 것이다. 이러한 기본적인 설명이 없다면 설명 미국의 독자라고 하더라도 한 세대만 지나도 이 포스터가 지닌 메시지를 이해하는 것은 불가능한 것이 되고 만다. 즉 커뮤니케이션의 실패인 것으로 역사가는 역사적 사실의 연관과 의미 규정이라는 역사가로서의 본분을 못한 것이다.

디자인 역사가가 이와 같이 디자인 결과물의 심미적인 효과에만 치중하여 색채, 형태, 레이아웃 등에만 초점을 맞춘다면 이는 역사서라고 하기보다는 그래픽 디자인 제작 방법론에 속할 것이다. 이런 시각

에서라면 오히려 역사가 스스로가 하는 창의적이거나 파격적이라고 하는 주관적인 평가는 오히려 작품의 창조성을 저하시키는 역할을 하게 된다. 물론 이러한 서술은 디자인의 기술, 스타일 방법의 향상을 위한 상상력을 증가시킬 수 있다. 하지만 어떤 맥락도 없이 제시되는 이러한 서술은 단지 그럴 듯한 양식이나 표현 방식의 모방이나 흉내만을 초래하는 위험성까지 지니고 있다.

이러한 미적 서술에 치중하는 역사 서술에는 디자인 자체 내에 본질적인 자율성이 있다는 관점이 들어 있다. 이는 페니 스파크가 이야기 한 대로 “어떤 특정한 디자인 흐름과 관계있는 사회적 의미를 무시하여 디자인을 일상의 시각이 아닌 영웅적 행위로 환원시키는 태도”¹⁶⁾이다. 각각의 시대는 그 당대의 일상을 반영하는 디자인 요소를 요구하고 있으며, 그래픽 디자인은 사회 내에서의 커뮤니케이션을 시각으로 전달하는 분야이다. 당연히 그 디자인 결과물이 당대의 독자와 교류하기를 원한다면 커뮤니케이션이 무엇을 의미하는 것이며, 궁극적으로 무엇을 달성하고자 했는가 역사가 기록되어야 한다. 이와 같은 관점은 “순수 회화이건 포스터이건, 시각적인 전달 방법에서는 공통이라 할 수 있다. 하지만 포스터는 특히 그것이 궁극적으로 수용자의 내부에서 어떤 변화를 목적으로 한다는 것이 항상 상기되어야 한다”¹⁷⁾라고 하는 주장으로 요약될 수 있다. 그래픽 디자인 역사 서술에서 미적 요소는 가장 기본적인 요소라고 할 수 있다. 하지만 이러한 미적 우수성이 그래픽 디자인의 본령을 완수하는 것은 아니라는 면에서 이러한 역사 서술 방식은 한계를 지니고 있다.

4.2. 디자이너의 창조성과 업적

디자인 역사서 뿐 아니라 디자인 전문서 혹은 일반 대중잡지에서도 디자이너의 창의성에 대한 평가는 많은 비중을 차지하고 있다. 본 장에서는 세계적인 디자인 담론지인 디자인 이슈스(Design Issues)에 게재된 조지 하이만(George Heimne)의 헝가리 그래픽 디자이너 이머 크네르(Imer Kner)의 작품에 대한 서술을 살펴보고, 이어서 프랑스의 그라푸스(Grupus) 그룹에 대해 서술한 역사서 분석을 통해 디자이너의 창의성 서술이 지닌 의미를 제시하였다.

4.2.1. 이머 크네르(Imer Kner) 작품

16). Sparke, Penny, An Introduction to Design and Culture in the 20th Century, Allen and Unwin, 1986, p.xxi

17). Ansley Jeremy, Graphic Design, in Design History, edited by Conway, Hazel, Routledge, 1987, p.141

15). Hollis, Richard, Ibid. p.23

조지 하이만은 이머 크네르의 작품이 헝가리양식의 타이포 그래픽을 전승했다는 점에 초점을 맞추어 서술하면서, 이머 크네르의 기하학적 그래픽 디자인 특성을 강조하고 있다.

"이머 크네르는 단순한 전통으로의 복귀도, 외국 사조를 좇기를 원하지도 않는다. '나는 진실로 예술적인 해결은 현대적 생산 방식, 기계에 의해 이루어진다고 보며, 이러한 것들이 책이 가장 아름다웠던 시대와 결합될 수 있으리라고 본다.' 1910년부터 이머 크네르는 좀 더 객관적으로 그의 시대의 기술과 물질성이 조화를 이룬 북 디자인을 가르치기 시작하였다.... 그는 과거를 아는 것, 그리고 과거와 미래와의 연속성을 만드는 것이 중요하다고 믿었다."¹⁸⁾

위의 인용문에서 독자는 디자이너가 자신의 문제 해결을 위해 그가 어떤 방식을 이용했는가에 대해 알 수 있다. 즉 이머 크네르는 헝가리 그래픽 디자인의 차별적 특성을 사용했다는 것이다. 하지만 이 서술은 왜 이 디자이너가 그 당시에 그러한 태도를 보이고 있는가에 대한 설명이 없다. 어떤 표현도 한 개인의 철학적, 시대적 근거 없이 발현되지는 않는다. 역사가는 디자이너의 철학적 입장을 강조하고는 있지만 왜 그가 그 당시 헝가리의 전통을 이용했는가에 하는 점, 즉 1900년대 초 헝가리의 사회, 정치적 상황과 헝가리 그래픽 디자인의 전반적인 상황에 대한 언급을 하지 않고 작품을 하나의 자율적인 텍스트로 보고서 서술했기 때문에 디자이너의 작품은 사회적 맥락과는 동떨어진 고립된 개인적 언어가 되는 것이다. 특히 이러한 태도는 전통의 역할이 무조건 긍정적이며 단지 하나의 차별성만을 위한 도구로 사용될 수 있다는 전통의 피상적 도구화를 정당화시키는 서술로 읽혀질 수도 있다. 하나의 양식은 그것이 시대에 부응하는 것이건, 시대를 역행하는 것이건, 당대의 사회적 맥락 속에서 탄생되는 것이며, 맥락 속에서 해석될 때 오히려 시대를 뛰어넘는 보편성과 특수성까지 거론할 수 있기 때문이다. 특히 서구의 모던 디자인의 유입을 일방적으로 받아들여야해야 했던 제 3세계에서는, 전통 양식의 부활에 대한 사회적 의미가 제시해야 만이 오히려 그 가치가 인정될 수 있다는 시각의 부재를 드러내고 있는 것이다.

4.2.2. 그라푸스 (Grapus) 그룹의 포스터

1970년대 프랑스 그래픽 디자인 그룹의 이단아라 불린 그라푸스의 포스터 서술을 살펴보자.



<그림 4. 5> 이머 크네르. 책 표지. 삼화 (1907,1921.)

<그림6>그라푸스 그룹, 극단 안내 포스터, 1977년

"1970년에 그들은 '사회, 정치, 문화적'인 도발적 이미지를 생산하기 시작했다. 충분한 디자인비를 지불할 수 없는 분야를 선택하면서 그들은 광고의 달콤한 독을 사용하지 않고, 전통적인 수사의 경직된 언어들에 대해 저항했던 것이다. 그 작품들은 직접적이며, 비전문적으로 보이고 장난스럽다. 많은 헤드라인이 투박한 손글씨체로 쓰였으며 이미지는 붓 자국, 튀긴 자국, 얼룩 자국 등 어린아이들것 같은 것으로 인해 사진의 권위를 조롱하고 있다. 이 사진을 욕을 하고 농담을 하면서 매력적이고 충격적이다....그들의 작품에는 일관성이 있는데 그것은 테크닉이 아니라 그들의 태도이다. 그것은 반응을 요구하고, 때로는 질문을 때로는 단지 이미지의 즐거움만을 보여줄 뿐이다."¹⁹⁾

이 역사가는 그라푸스 그룹의 태도를 '도발적'이라고 하면서 설명하고 있지만 이 분석은 포스터의 시각적 효과만을 이야기 하고 있다. 즉 그라푸스 그룹이 보였던 기법의 변화를 통한 전위성은 서술하고 있지만 정작 이 포스터의 남자가 등을 보이는 이유, 짧게 깎은 머리의 의미, 양복, 귀가 노랑색으로 되어 있는 이유 등 막상 포스터 그 자체의 예를 통해 그들의 전위성을 설명하지는 않고 있다.

시각물은 색이나 형상, 레이아웃을 통해 자신의 본성을 드러낸다. 또한 한 사회 내에서의 디자이너나 디자인 그룹이 차지하는 의미는 그 사회와의 상호관계 내에서 설정되어야 한다. 그래픽 디자이너는 크라이언트의 필요를 시각 커뮤니케이션으로 해결해 주는 문제 해결자로 불린다. 하지만 "크라이언트의 문제 해결은 비주얼 커뮤니케이션의 산물이 아니다. 그것은 그 결과물을 대하는 사람들의 태도와 해독능력에 따른다"²⁰⁾는 프라스카라의 말처럼 그래픽 디자인은 커뮤니케이션의 사회적 동의에 대한 반응이다. 수용자와 디자이너는 디자인 결과물을 통해 커뮤니케이션의 사회적 동의를 공유하는 것이지만, 한 집단의 창의성 자체가 사회적 동의를 얻는 것은 아니다.

디자이너의 창조성은 디자인 지식에 있어 가장 기

18) Gyorgi, Hainam, Imer Kner and the Revival of Hungarian printing, in Design History, edited by Dennis P. Doordan, The MIT Press, p.53

19). Hollis Richard, Ibid, pp196-197

20) Frascra, Jorge, Ibid. p.51

초적인 것이며 이것이 없이는 디자인 자체가 성립되지 않는다. 하지만 “디자인을 창조적인 관점에서만 서술하는 것은 일시적으로는 디자이너의 중요성을 부각시킬 수 있다. 그러나 궁극적으로는 디자인을 그것이 속한 사회와 유리된 행위로 격하시킬 뿐이다.”²¹⁾는 아드리언 포티(Adrian Forty)의 단언과 같이 디자이너의 창조성이 한 사회의 대중들의 욕구에 어떻게 수용되는가에 대한 쌍방적인 관찰이 있어야만 그 창조성에 의미가 부여된다고 할 수 있다.

4.3. 사회적 맥락과 의미

디자인에서의 의미 형성은 구조와 체계 없이 그냥 이루어지는 않는다. 어떤 것이든 의미는 여러 가지 관계의 그물 속에서 형성되는데, 여기서 사회적 맥락이라는 것은 그래픽 디자인은 특히 개인적인 디자이너의 능력과 창의성의 결과로 이루어지는 것이 아니라 그것들이 발휘될 수 있는 특정 사회 구조들의 힘과 특수성을 의미한다. 이는 또한 ‘개인들이 사회적 존재라고 하는 것에 역점을 둔다는 말이다. 그러므로 당연히 역사 서술의 관점은 개인의 의지나 특성보다는 사회 경제적 상황과 같은 특정 힘으로 옮겨진다.’²²⁾

4.3.1. 럭키 스트라이크 담배갑 디자인

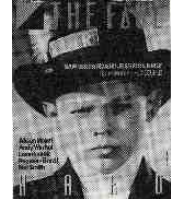
디자인 역사가 아드리언 포티에 따르면 디자인에서의 사회적 요소들은 세계와 사회관계에 대한 디자이너의 입장이며, 당연히 디자인 결과물은 이런 특정한 디자이너의 세계관이 형상화된 것이다. 그는 럭키 스트라이크 담배갑 디자인을 통해 디자이너의 세계관과 디자인의 상관성에 대해 서술하고 있다.

“우리가 이 담배갑의 디자이너를 모른다고 가정을 해보자. 이러한 상황에서 우리는 대부분 이 디자인이 디자이너에게 성공을 가져다 준 원인을 생각하기 보다는 이 디자인이 무엇을 의미하는가를 생각하는 것이 상식적이다.... 당시 이미 퍼져 있던 청결과 미국성 사이의 상관성을 상기한다면 이 담배갑은 당연히 미국적 이미지를 갖게 되고, 이 이미지는 국내 시장의 수요를 보장해주는 요소였던 것이다. 어떤 나라의 사람이라도 담배갑의 그 뚜렷한 청결함 덕분에 럭키 스트라이크를 미국 담배로 인식하게 될 것이며, 이 담배를 사는 순간 우리는 미국문화의 일부를 느끼게 될 것이다.”²³⁾

그는 럭키 스트라이크 담배갑 디자인의 성공은 사



<그림 7> 럭키 스트라이크 담배갑, 1940



<그림 8> 페이스 잡지표지, 1985.

회적인 요인, 즉 그 당시 만연해있던 청결한 미국이라는 미국성에 대한 표현이 미국 시장에서 받아들여진 것이라고 말하고 있다. 물론 그러한 미국성이라는 것을 어떻게 효과적으로 시각화하느냐 하는 문제는 디자이너의 창의성에 달려 있지만, 이 담배갑의 디자이너인 레이몬드 로위(Raymond Loewy)의 신화적 탈렌트의 강조로는 이러한 사회적 성공요인을 설명하지 못한다는 것을 강조하고 있는 것이다.

4.3.2. 페이스 잡지 표지 디자인

본 항목에서는 페이스 (Face) 잡지 표지 디자인에 대해 두 가지 다른 서술에 대해 비교하고자 한다.

“페이스 잡지는 영국 1980년대의 가장 영향력 있는 그래픽 디자이너인 네빌 브로디의 주요 작품이다. 이 작품에서 브로디가 바꾼 것은 단지 그래픽 디자인 뿐만이 아니었다. 그는 인물 사진과 같은 것의 내용까지 바꾸어버렸다.”²⁴⁾

우리가 이 서술에서 알 수 있는 것은 네빌 브로디(Neville Brody)의 업적이다. 그가 단지 형식의 변화를 통해 그래픽계의 새로운 반향을 일으킨 것은 아니고, 형식의 변화를 통해 전달되는 것의 감성적 내용까지 바꾸었다는 것을 알 수 있다. 하지만 내용이 무엇인지에 대해서는 거론하지 않으므로써 디자인의 내적가치의 변화와 디자이너의 창조성만이 강조되는 서술의 한계를 보여주고 있다. 이런 정보는 디자인 역사에 있어 무엇이, 어떻게, 어떤 식으로 바뀌어 네빌 브로디가 그래픽 디자인 역사의 분기를 마련하는 디자이너로 기록되는 지에 대한 단서는 알 수 없다. 이에 대비되어 다음의 서술은 구체적으로 이 사진이 형식적 변화를 통한 내용의 전달이 되고 있는지를 나타내고 있다.

“1985 년 봄 페이스 표지는 난해하다. 사진의 어린 남자는 카메라를 똑 바로 쳐다보면서, 환히 빛나는

21). Forty, Adrian, Objects of Desire, Thames and Hudson, 1995, p.245

22). Walker, John, Ibid. p.130

23). Forty, Adrian, Ibid. p.244

24). Dormer, Peter, Design since 1945, Thames and Hudson, 1995, p.110

얼굴로 독자의 시선에 도전을 하고 있다. 페리츠와 그의 청중들은 시선의 맞닥뜨림으로 교감을 하고 있는 것이다. 이 언설적인 이미지는 그 잡지 속에 그저 그렇게 제시되고 있는 1980년, 3월의 영국의 주요한 유행의 흐름으로 들어가는 관문인 것이다.”²⁵⁾

어린남자아이의 시선과 독자와의 정서적 교감에 대해 예시로 역사가가 말하고자 하는 것은, 1980년대 당시 영국에서 그 잡지를 구독하는 남성들의 사회적 상황이다. 즉 그 당시 영국 남성 사회에서 이슈가 되었던 남성들의 동성애적 경향과 그것의 물리적 형상화인 패션 표현에 대해 사회적 맥락 안에서 서술하고 있는 것이다. 즉 간단한 문장 하나로 개별적 디자인 형상이 걸쳐져 있는 더 큰 그물, 사회적 맥락을 제시함으로써 디자인 형상 너머의 배경을 보여주는 시각을 유지하고 있으므로, 자연히 형상 너머의 무엇을 당대의 디자인이 추구하고 있으며, 추구해야 하는가에 대한 물음을 서술에서 제기하고 있는 것이다.

디자인 결과물이 한 특정 세대의 사회적 요구, 문제와 어떤 연관성을 지니고 있는가, 그리고 이것이 보편적인 디자인 내적가치를 어떻게 담지하고 있는가에 대한 서술이 공존될 때 디자인은 성찰의 대상이 된다. 이 단계에서 성찰적 지식으로서의 디자인 역사의 관문이 열리는 것이다.

근래에 들어 한국에서는 지나치게 역사적, 사회적 맥락만이 강조되는 역사서가 출간되는 경향이 있다. 하지만 유의할 점은 '전경(디자인)과 후경(사회적 맥락)'²⁶⁾ 사이의 연관성이다. 사회적인 관점만이 강조된다면 디자이너의 창의성, 디자인 결과물의 내재적 가치를 인지하는데 실패한다. 사회적 맥락과 의미가 어떤 창의적 조형성을 통해 발현되는가를 수용하는 관점이 성찰적 도구로서의 디자인사로서의 역할을 할 것이다.

V. 결론

화이트 헤드는 인간 지성의 역할을 등애를 때려 없애는 쇠꼬리로 비유하였다. 등애를 없애기 위해 끊임없이 자신의 몸을 치듯이 인간의 지성 역시 자신이 속한 사회를 지속적으로 각성시키는 귀찮은 역할을 하고 있다는 것이다. 이때의 지성은 자신의 행위를 거리를 갖고 관찰하고 여러 맥락 속에서 사유하는 성찰적 이성의 영역이다. 현재 세계적으로 제기되는 새로운 문제점 중 전 세계가 공유하고 있는 것은 디자

인이 더 이상 선택이나 대안의 문제가 아니라 인류의 생존과 연결된다는 인식이다. 그간 모더니즘 100여년을 이끌어 왔던 새로움에 대한 전진과 유토피아적인 사회 구축을 위한 이상적, 효율적 형상의 추구 등의 디자인 인식으로는 이러한 문제에 대비할 수 없다. 이러한 시점에서 디자인 지식에 대한 점검과 그 역할에 대한 논의는 필수적이다. 미학적 쾌감과 기술의 사용이 생태 문제와 부합되느냐에 대한 문제제기, 지역 간의 정체성이나 문화의 다양성을 위해 어떤 디자인이 산출되어야 하는 문제, 개개인의 존엄성과 창의성을 보장하는 디자인 결과물의 형성에 대한 문제제기 등이 있으며 답변 또한 다각도로 요구되고 있다.

본 연구에서는 이러한 새로운 문제에 대한 답변의 하나로, 디자인 지식의 특성과 기능을 살펴보고, 디자인 지식의 도구적, 방법적 특성이 아닌 성찰적 특성의 필요성을 강조하였다. 특히 이러한 성찰적 지식의 한 예를 디자인 역사라고 설정하여, 어떤 시각의 디자인 역사 서술이 성찰적 지식의 역할을 할 수 있는가에 대해 논지를 제시하였다.

본 논문의 디자인의 미적 쾌감, 창의성 등이 사회적인 요구와 맥락 속에서 논의 되어야만 성찰적 지식의 역할을 수행할 수 있을 것이라는 결론은 결국 현대 디자인계가 안고 있는 문제점인 생태, 디자인 윤리, 디자인 지역성에 등에 대해 디자인 역사가 및 디자인 교육가의 성찰적 고찰이 필요하다는 논지로 이어질 것이다. 이러한 성찰적 지식과 문제 제기만이 우리 시대의 디자인이 공통으로 추구해야 할 디자인 지식의 기본 유형이다.

참고문헌

1. 존 워커, 디자인의 역사, 까치, 1998
2. 라치드 홀리스, 그래픽 디자인의 역사. 시공사.
3. Aynsley, Jeremy, Graphic Design, in Design History: a students handbook, edited by Conway, Hazel, Routledge, 1987
4. Barinicoat, John, A Concise History of Posters, Thames and Hudson, 1972
5. Butler, Frances Eating the Image: The Graphic Designer and the Starving Audience, in *Design Discourse*, edited by Margolin, Victor, The University of Chicago press, 1986
6. Dormer, Peter, Design Since 1945, Thames and Hudson, 1993, pp.90-115
7. Forty, Adrian, Objects of Desire, Thames and Hudson, 1995
8. Frascars, Jorge, Graphic Design: Fine art or Social Science?, in The Idea of Design, edited by Margolin, Victor and Buchan, Ricahrd,

25). Mort, Frank, Cultures of Consumption, Routledge, 1996, p.54

26) 존 에이 워커, 앞의 책, p.181