

전술적 실천으로서의 디자인:  
미셸 드 세르토의 일상생활론을 중심으로  
Design as a Tactical Practice:  
Focusing on the Concept of  
'Everyday Life' by Michel de Certeau

장희원, 안영주  
Jang Heewon, Ahn Youngjoo

현대자동차 Hyundai Motor Company  
홍익대학교 초빙교수 Visiting Professor, Hongik University

투고일 2022년 12월 31일 / 심사일 2023년 1월 15-31일 / 게재확정일 2023년 1월 31일  
Received Date 31 Dec, 2022 / Reviewed Date 15-31 Jan, 2023 / Accepted Date 31 Jan, 2023  
p-ISSN. 2765-2572 / e-ISSN. 2765-7825

- 서론
- 세르토의 전술적 실천으로서의 소비와 디자인
  - 사용(use)행위 중심의 수행성(performativity)
    - 전유(appropriation)의 전술
    - 가발쓰기(wig)로서의 소비
  - 동시대 디자인의 전술적 실천 양상
    - 사용(use)행위 중심의 수행성(performativity): 성정기
    - 전유(appropriation)의 전술: 소동호
  - 가발쓰기(wig)로서의 소비: 알렉산드라 데이저 킨스버그, 브랜달리즘
- 결론

\* 이 논문은 장희원의 홍익대학교 석사학위논문(2023)을 요약·수정한 것임

PP:124-137

---

## 요약

'디자인'은 일상 어디에나 존재하지만, 소비를 촉발한다는 측면에서 오랫동안 저평가되어 왔다. 그러나 자본주의 원리 속에 예술적 실천을 편입시키는 열등한 결과물로 정의되어 온 디자인은 세르토(Michel De Certeau)의 일상생활론을 기점으로 새로운 논의의 지평을 맞게 된다.

세르토는 권력 주체의 힘이 미치는 '전략'의 논리를 무력화하는 일상생활의 '전술'적 실천으로 '소비'를 이해한다. 개인은 소비를 통해 능동적 '사용자'가 되며 일상생활 전반의 맥락을 확장하고 장소 전략에 대한 저항 전술의 주체로 존재한다. 이때 소비자의 다양한 전술적 가능성을 담지하고 제시하는 디자인은 세르토의 일상생활론에 주요하게 등장하는 '사용 중심의 수행성', '전유', '가발쓰기'의 양상을 내포한다.

이 논문은 세르토의 3가지 전술적 개념에 따라 동시대 디자인의 사례를 살펴봄에 디자인의 사회문화적, 미학적 가능성을 새롭게 제시한다. 그럼으로써 현대 소비사회의 일상 행위소 하나하나를 구성하는 디자인이 전략 주체의 의도를 그대로 주입하는 행위가 아닌, 사용자로 하여금 다양한 함의의 책략을 추동하고 일상의 전술을 일깨우는 실천임을 밝힌다.

## 핵심어

미셸 드 세르토, 디자인, 전술, 전략, 소비, 일상

## Abstract

'Design' exists everywhere in everyday life, but has long been undervalued in terms of triggering consumption. Design has been defined as an inferior result of incorporating artistic practice into the principle of capitalism, and the theory of Michel de Certeau paves the way for new discussions.

Certeau understands 'consumption' as a tactical practice of everyday life that attacks the logic of 'strategy' exerted by agents with will and power. Individuals become active 'users' through consumption, expand the overall context of everyday life, and exist as resistant tactical subjects to strategies. In this context, design encapsulates various tactical possibilities of consumers and presents signifiers, embodying the aspects of 'Performativity', 'Appropriation', and 'Wigs (perruque)', which are central to Certeau's theory of everyday life.

By examining contemporary design cases based on Certeau's three tactical concepts, this study proposes new socio-cultural and aesthetic possibilities of design. The purpose of this study is to reveal that design, which constitutes each and every daily activity in contemporary consumer society, is not a mere act of injecting the intentions of strategic agents but rather a practice that stimulates users to engage in diverse tactical maneuvers and awaken the tactical vibrations of everyday life.

## Keywords

Design, Tactic, Strategy, Michel de Certeau, Consumption, Everyday Life

## 1. 서론

이 논문은 예술을 자본주의 원리 속에 편입시킨다는 비판 아래 오랫동안 평가절하되어 온 ‘디자인’의 새로운 미학적 가능성을 이론적 층위에서 논의한다. ‘순수미술의 순수성을 훼손시키는 상업적 산물’로 간주되어 온 디자인에 대한 편향된 관점을 프랑스의 이론가 세르토(Michel de Certeau, 1925-1986)의 『일상생활의 실천(The Practice of Everyday Life)』<sup>1)</sup>에 등장한 ‘전술적 의미의 소비 개념’을 토대로 비판적 읽기를 시도하고자 한다.

상품미학 비판가 하우크(Wolfgang Fritz Haug)<sup>2)</sup>는 디자인이 상품을 미적으로 추상화하여 교환가치의 전달자로 작동하면서 사용가치를 미적 가치로 바꾸는 역할을 하고 있다고 보았다. 그 결과 디자인이 소비자를 현혹하여 능동성을 상실하도록 이끈다고 분석했다. 그에 따르면 인간은 상품미학에 포섭된 수동적 존재로 자본주의 상품생산과 맺는 관계의 윤곽 속에서만 자신을 표현하며, 디자인은 각양각색의 상징과 아우라를 조작하여 소비사회 구조와 관계의 왜곡을 지탱하고 있다. 포스터(Hal Foster) 역시 디자인이 일상과 예술의 경계를 허물고, 나아가 상품과 공간이 하나로 발현되는 현상에 대해 비판한다. 디자인된 상품의 이미지를 자본주의 모더니티로 바라보며 ‘일상생활 속 저항’의 대척점에 디자인을 위치시킨다.<sup>3)</sup> 포스터는 디자인을 정치, 경제, 사회 속 일종의 전략게임에 의해 결정된 형식으로 보았고, 건축, 예술이 하나로 통합되면서 자본주의 체제 아래 비평과 성찰의 가능성이 사라지게 되며, 미래의 모든 투쟁 지향이 차단된다고 보았다.<sup>4)</sup>

이러한 관점은 현대사회에서 일상의 소비활동과 밀접한 관계 속에 등장하는 ‘디자인’의 사회문화적 논의의 확장을 차단한다. 또한 소비자를 주어진 자본체계의 전략과 미적 가상에 현혹되는 수동적이고 무력한 존재로 국한시킨다. 이에 소비를 추동한다는 이유로 디자인이

예술에 비해 일상생활의 열등한 산물로 인식되어야 하는가에 대한 의문에서 시작하여, 세르토의 ‘전술적 소비’ 개념을 토대로 디자인이 어떻게 일상 속에서 문화적 실천을 위한 전술이 될 수 있는지 알아보고자 한다. 일상의 전술적 변주와 확장의 폭을 넓히는 디자인의 사회문화적, 미학적 가능성을 탐색하고, 대중에게 다양한 함의의 전술적 실천을 일깨워야 하는 존재로서 디자이너 역할의 중요성을 함께 재고하고자 한다.

## 2. 세르토의 전술적 실천으로서의 소비와 디자인

자본주의가 문화와 결합하게 되면서 예술의 순수성을 타락시킨다는 소비의 개념과 디자인에 대한 비판은 세르토의 일상생활론을 기점으로 새로운 해석의 지평을 맞게 된다. 세르토는 수동성과 타성의 영역으로 간주되어 온 ‘일상생활’을 창조적인 해방이 실현되는 공간으로 이론화한다. 그는 지배 권력의 작동방식과 일상적 실천의 작동방식 간 이질성을 드러내기 위해 ‘전략(strategy)’과 ‘전술(tactics)’ 개념을 구분하는데, 이때 전략은 권력주체가 행사하는 힘의 관계에 대한 계산을 뜻하는 반면, 전술은 예측 불가능한 일상의 실천을 의미한다. 전략이 외부를 대상화하고 타자를 만들어 내는 ‘장소(place)’를 가정하는 것과 달리, 전술은 모호하고 임의적인 양상으로 존재하며, 한 곳에 고정되지 않는 불안정한 타자의 성질로 정의되는 ‘공간(space)’을 생성한다. 전술은 전략과 거리를 두고 맞서기보다 전략이 통제하는 장소 안에서 공작활동을 펼치고, 전략의 균열을 포착하고 타격을 가하는 전복적 기술이다.<sup>5)</sup> 행위들에 대한 계산가능성과 감시가능성을 확보하며 외부를 대상화하고 타자를 만들어내는 전략과 달리, 불안정성, 주변성, 이동성으로 규정되는 전술은 전략이 구성해내는 예측가능성을 무너트리고 일상의 실천에 정치적 차원을 제공한다.<sup>6)</sup>

걷기, 말하기, 쓰기, 읽기, 시장보기, 요리하기

등 많은 일상의 실천들이 전술적 유형에 속하지만, 세르토는 특히 '소비'를 생동하는 일상적 전술로 이해하며 소비의 영역 안에서 전술적 저항과 투쟁의 가능성을 발견한다. 세르토는 소비자를 수동적 주체가 아닌 능동적인 '사용자'로 보고 소비행위를 하나의 '사용(use)'으로 정의한다.<sup>7)</sup> 시스템에 직접 저항하는 것이 아니라 소비라는 시스템 내부에서 그에 맞서 행동하는 법을 만들어내는 게릴라 전술이 펼쳐진다. '사용자'는 소비를 통해 유동적이고 다차원적으로 일상생활 전반의 맥락적 의미를 확장하고, 장소 전략의 계산에 포착되지 않는 저항적 주체로 존재한다.<sup>8)</sup> 소비와 상호 불가분의 관계로 추동되는 디자인은 우리의 일상적 삶에 개입하는 감각적 경험의 형태로서 소비를 통해 전술적 실천을 이끌며 정치적 차원을 제공한다.<sup>9)</sup> 디자인의 전술적 실천 양상을 세르토의 일상생활론에 주요하게 등장하는 개념인 '수행성', '전유', '가발쓰기'를 토대로 살펴보자.

## 2.1. 사용(use)행위 중심의 수행성(performativity)

세르토가 정의한 일상의 전술적 실천행위에는 공통적으로 '수행성(performativity)'의 개념이 중심에 있다. 이러한 수행성 개념은 주체를 행위의 원인이 아닌, 행위를 통해 수행적으로 구성되는 존재로 인식하게 한다. 소비자는 애초에 부여된 디자인의 생산적, 기능적 목적을 뛰어넘어 직접 디자인 결과물을 '사용'하면서 디자인의 공백을 채워 넣거나 불확실한 의미의 틈을 채워 새로운 디자인을 실현한다. 디자인은 소비자가 '사용'하는 순간 새로운 의미를 갖기 시작하며 정체성을 확보한다. 소비자의 능동적 사용행위를 통해 새로운 정체성을 형성하는 디자인은 지배계급의 전략게임에 의해 결정된 형식이 아니며, 사용자의 참여는 새로운 의미의 디자인을 탄생시키는 생산행위가 되는 동시에, 사용자 스스로의 유동적 정체성을 형성하는 행위가 된다.<sup>10)</sup> '수행성' 개념을 토대로 디자인은 전략적 체계의 법칙이 지배하는

- 1) 포스트 모더니스트, 후기구조주의자, 탈식민주의자 등으로 평가받는 세르토는 이 저서에서 개인의 일상에 주목하며 다원적인 관계가 교차하고 작용하는 공간으로서의 일상 개념을 구축했다. 이 저서의 원제목은 '일상생활의 창조(L'invention du Quotidien)'(1980)였으나, 1984년 렌달(Steven Rendall)에 의해 영역되면서 '일상생활의 실천(The Practice of Everyday Life)'으로 출판되었다. 이 논문은 영역분을 참고하였으며, 따라서 '일상생활의 실천'으로 표기한다.
- 2) 볼프강 F. 하우크, 『상품미학비판』, 김문환, (이론과 실천, 1991), pp.81-83
- 3) 할 포스터, 『실재의 귀환 : 20세기말의 아방가르드』, 이영욱, 조주연, 최연희, (경성대학교 출판부, 2003), p.176
- 4) Hal Foster, *The Art-Architecture Complex*, (Verso, 2011), p.xii  
할 포스터, 『컴플렉스(미술을 소비하는 현대 건축의 스펙터클)』, 김정혜, (현실문화연구, 2014), p.69
- 5) Michel De Certeau, *The Practice of Everyday Life*, Rendall Steven(trans), (Los Angeles and Berkeley: University of California Press, 1984), p.36
- 6) Michel De Certeau, 같은 책, p.19
- 7) Michel De Certeau, 같은 책, p.31
- 8) 마크 포스터, (2006), 『포스트모더니즘의 새로운 문화사』, 조지형 옮김, 이화여자대학교 출판부, pp.180-181
- 9) 안영주, 「디자인의 정치: '감각 변용'으로서의 디자인」, 『현대미술사연구』, 38집, (현대미술사학회, 2015), p.148
- 10) Kin Wai Michael Siu, "Users' Creative Responses and Designers' Roles", *Design Issues*, vol.19 no.2, (2003), p.66

‘장소’가 아닌, 오직 실천이 수행되는 유동적 ‘공간’으로 일상을 구성한다.

## 2.2. 전유(appropriation)의 전술

세르토는 일상적 실천행위인 ‘글 읽기’에서 독자가 텍스트의 의미를 전복시키고 비틀어 가는 접근방식에서 ‘전유’의 책략을 발견한다. 전유는 지배적인 문화의 구성원들이 구축해 놓은 의미를 교묘하게 비틀고 전복시키는 전술을 의미한다. 독자들은 저자의 의도와 무관하게 본인만의 해석으로 텍스트에 새로운 의미를 부여하며 예측 불가능한 전술의 이동궤적을 만들어낸다. 이런 시적(문화적) 책략들은 의미의 무한한 다원성을 확보해내고 저자는 독자의 반응을 의도한 대로 통제할 수 없게 된다.<sup>11)</sup>

‘글 읽기’가 텍스트를 읽는 방식에 따라 의미가 달라지도록 해석하는 창조의 과정이듯, 디자인의 ‘사용’은 그 사용방식에 따라 의미를 새롭게 창출해 내며 일상생활의 창조적인 본성을 자극한다.<sup>12)</sup> 사용자의 목적에 따라 디자인 결과물이 변용되는 ‘디자인 전유(design appropriation)’ 행위는 수용자의 적극적인 사용 행위와 의지의 개입을 포용하며 사용자는 그 과정에서 디자인을 자기 것으로 전유한다. 디자이너는 일상생활의 공간에 전술적 가능성의 장을 열기 위해 기술과 함께 기존 관습과 규칙에 적극적으로 도전하는 동시에, 사용자들이 그들 나름의 커뮤니케이션 방식을 창조할 수 있도록 디자인의 권한과 책임을 위임한다.<sup>13)</sup> 사용자는 전략 주체의 의도에서 벗어나 주어진 기능과 목적의 행간을 자기 세계에 비추어 읽어내며 디자인의 미적, 정치적 가치를 확장한다.

## 2.3. 가발쓰기(wig)로서의 소비

동시대 디자인은 나아가 ‘소비(사용)행위’를 통해 소비사회의 허점을 찌르는 가발쓰기 전술을 보여준다. 세르토의 ‘가발쓰기’<sup>14)</sup> 개념은 지배적인 사회적 질서를 이용하여 이를 벗어나지 않으면서도 그로부터 도피하는

전술을 뜻한다.<sup>15)</sup> 디자인은 자본주의에 대한 위협보다는 오히려 지지하는 것처럼 부르주아적 가치에 대한 사회적 충성을 보여줌으로써 오히려 강자의 의표를 찌르는 가발쓰기 전술이 된다. ‘가발쓰기’의 전술은 디자이너를 조형언어의 문법을 토대로 상품문화의 가발을 쓴 채 이에 저항하는 은밀한 스파이이자 에이전트로 만든다.

디자인을 통해 소비사회의 문제점을 찌르는 전술 이외에도, 시스템의 교묘한 균열을 발견하고 이를 전유하는 소비자의 디자인 사용도 가발쓰기 전술에 해당한다. 직접적으로 병폐를 지적하는 전술이 아닌, 소비사회의 전략적 체계 안에서 구조가 가진 빈틈을 파고 드는 방법이다. 디자인이 자본주의 경제 시스템을 유지하기 위해서만 작동되는 것처럼 가면을 쓴 채 그 시스템의 전략을 비틀고 침투하도록 사용자의 일상적 실천을 이끄는 것이다. 디자인은 마르크스주의적 관점에서 처럼 오로지 사용가치와 교환가치에 의해서만 구분되지 않으며, 일상생활의 공간에서 전략적 체계의 가발을 쓴 채 구조가 가진 피해를 교묘히 비틀어 고발하는 이중적 양상을 보여준다. 예를 들어 현대 미술가이자 디자이너인 크루거(Barbara Kruger)가 1987년 제작한 포토몽타주 작품 〈Untitled(I shop therefore I am)〉에서도 가발쓰기의 형적이 발견된다. 크루거는 모든 존재의 의미가 소비에 의해 규정되는 현대사회의 병폐를 소비사회를 대표하는 캔버스인 광고매체 속 타이포그래픽 디자인으로 비판하는 이중적 전술을 펼친다.

## 3. 동시대 디자인의 전술적 실천 양상

세르토의 일상생활론을 토대로 분석한 ‘사용 행위 중심의 수행성’, ‘전유’, ‘가발쓰기’의 개념이 전개되는 양상을 동시대 디자인 사례들을 통해 살펴보고자 한다. 동시대 디자이너들은 인간과 사물의 관계를 매개하고 일상의 전술적 실천을 추동한다. 사회적 제도와 질서에 따라서 대중이 무엇을 해야 할지를 규정하는 것이 아닌, 그들이

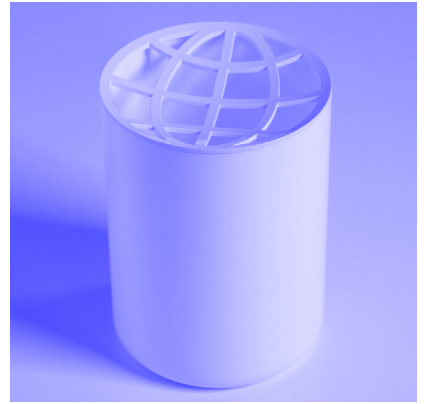
‘생각하는 방식’을 제시하는 역할을 한다.<sup>16)</sup> 전술적 디자인은 완결되고 변하지 않는 솔루션을 생산하는 것이 아니라 디자이너의 작업물을 사용하게 될 누군가와 끊임없는 양방향 소통을 통해 탄생하며, 소비자 역시 사용과정에서의 행동과 실천<sup>17)</sup>으로 정체성을 새롭게 구성한다.

### 3.1. 사용(use)행위 중심의 수행성(performativity):

#### 성정기

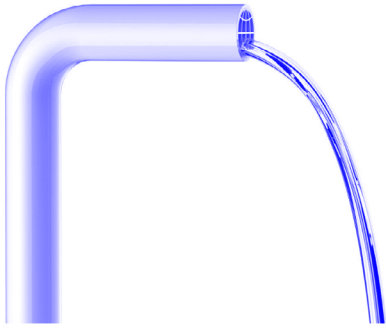
디자인은 사용자들이 채워 넣을 수 있는 전술적 변주의 틈(gap)을 허락하고, 사용자 중심의 참여를 디자인 개발 과정에 포함한다. 소비자는 디자인을 ‘사용’하며 일상의 전술적 실천 범주를 확장해가며 생산의 주체가 된다. <생각을 만드는 디자인(Thinking Design)>(동대문디자인플라자(DDP), 2021.11.11-24)에서 성정기 디자이너는 한국인 최초로 세계적인 디자인 회사 IDEO의 콘셉트디자이너로 활동한 그의 새로운 제품디자인 방법론과 합목적성 및 미적 충족을 넘어선 전술적 디자인의 가능성을 제시한다. 그의 사용자는 디자이너에 의해 의도된 생각을 강요받는 것이 아닌 스스로 디자인에 담긴 생각을 이해하고 새로운 생각의 변주를 경험하게 된다.

<쓰레기통(Trash Bin)>[그림 1]은 지구본 모양의 그물처럼 생긴 뚜껑이 쓰레기통 위를 덮고 있는 디자인을 보여준다. 보편적으로 쓰레기통은 쓰레기를 버리는 행위를 더 쉽고 편리하게 만들기 위해 디자인된 반면, 이 작품은 ‘쓰레기 폐기’라는 제품의 기능을 충족하는 동시에 사용자가 그 행위를 수행하는 것이 불편하게끔 디자인되었다. 사용자는 지구본 모양으로 디자인된 뚜껑에 쓰레기를 버리는 행위를 수행하면서 불편함을 겪고, 동시에 본인이 마치 지구에 쓰레기를 버린다는 생각에 이르게 된다. 쓰레기를 버리는 행위에 담긴 다양한 생각과 의미의 변주 가능성을 확장할 뿐만 아니라, 쓰레기의 의미를 규정하는 주체가 바로 사용자라는 점을 환기시킨다. <수도꼭지(Faucet)>[그림



[그림 1] 성정기, <쓰레기통(Trash Bin)>, 2012 (사진 출처: 성정기)

- 11) Michel de Certeau, 같은 책, p.168
- 12) 존 피스크, 『대중과 대중문화』, 박만준, (커뮤니케이션북스, 2016), pp.34-35.
- 13) 릭 포이너, 『No More Rules : 디자인의 모험』, 민수홍, (홍디자인, 2010), p.7
- 14) 프랑스어 원문표현은 ‘la perruque’로 ‘가발’을 의미한다. ‘가발을 쓰다(faire de la perruque)’라는 프랑스어 속어는 ‘회사의 자재를 빼돌리다’란 관용적 의미로 사용된다. 박만준은 존 피스크의 『대중문화의 이해』에 등장한 세르토의 ‘la perruque’ 개념을 ‘위장 부업(본업과 무관하게 남몰래 하는 장사나 위장)’으로 번역했다. (존 피스크, 『대중문화의 이해』, 박만준, (경문사, 2002)) 이 논문에서는 『The Practice of Everyday』에서 번역한 ‘wig’를 동일하게 표기하며 ‘la perruque’가 뜻하는 다양한 용례와 의미를 참고하여 ‘지배계층의 눈을 교묘히 피해 훔치고 빼돌리는 행위’로 정의했다.
- 15) 장세룡, (2016), 『미셸 드 세르토, 일상생활의 창조』, 커뮤니케이션북스, pp.43-66
- 16) 존 피스크, 같은 책, pp.37-50
- 17) 클레이 서키, 『끌리고 쏘리고 들끓다: 새로운 사회와 대중의 탄생』, 송연석, (웅진씽크빅:갤러온, 2008), p.119

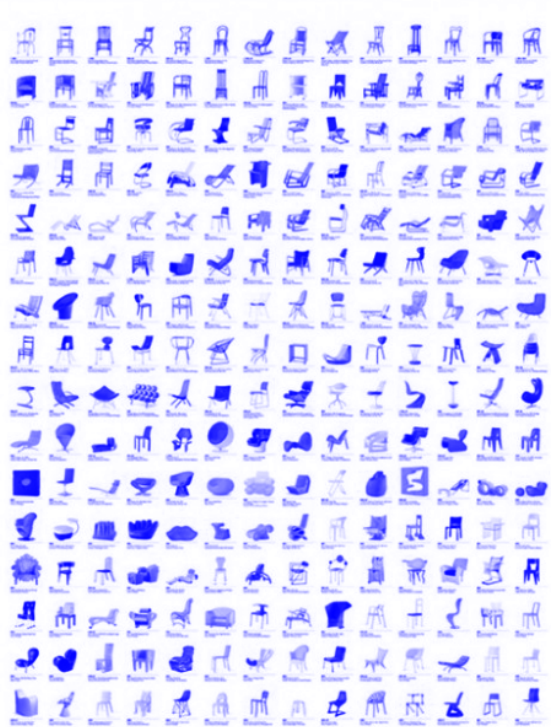


[그림 2] 성정기, <수도꼭지(Faucet)>, 2012  
(사진 출처: 성정기)

2]는 지구본 모양 디자인의 수도꼭지 단면에서 물이 왈칵 쏟아지도록 디자인되었다. 이때 사용자들은 물이 조금씩 조절되어서 나오는 수도꼭지에서보다 지구 모양의 단면에서 왈칵 물이 쏟아질 때 의식적으로 물 사용을 줄이게 된다. 디자이너는 소비자에게 직접적으로 ‘쓰레기 버리거나 물을 낭비하는 행위를 지양해야 한다’는 메시지를 주입시키지 않고, 소비자가 제품을 ‘사용’하면서 직접 스스로의 행동을 반추하고 환경에 대한 생각의 지평을 열 수 있는 가능성을 제시한다. 소비자의 새로운 사고의 가능성, 일상적인 실천의 ‘가능성’을 열어주며, 소비자의 이용을 통해 디자인 제품의 의미를 새롭게 정의한다.

### 3.2. 전유(appropriation)의 전술: 소동호

디자이너가 제시하는 ‘변주의 틈’은 사용자에게 의해 전유적 실천으로 채워지곤 한다. ‘전유의 전술’은 비트라디자인뮤지엄(Vitra Design Museum)의 <의자 컬렉션(The Chairs Collection)>(2014) 포스터[그림 3]를 오마주한 소동호 디자이너의 <서울의 길거리 의자들(Street Chairs of Seoul)>(2018)[그림 4]에서 발견된다. 수년간 흥미로운 형태나 재료의 사용, 쓰임의 변화가 돋보이는 길거리의 의자를 수집하여 기록해온 소동호 디자이너의 <서울의 길거리 의자들(Street Chairs of Seoul)> 포스터에는 여러 층위의 ‘전유’가 나타난다.



The Chairs Collection

Vitra  
Design  
Museum

[그림 3] 비트라디자인뮤지엄, <의자 컬렉션(The Chairs Collection)>, 2014 (사진 출처: 비트라디자인뮤지엄)



The Chairs Collection

COPYRIGHT © 2018  
SODONGHO DESIGN  
ALL RIGHTS RESERVED

HOMAGE TO THE VITRA DESIGN MUSEUM CHAIR COLLECTION. ALL CHAIRS ARE CREATED EQUAL.

Street  
Chairs  
of Seoul

[그림 4] 소동호, <서울의 길거리 의자들(Street Chairs of Seoul)>, 2018(사진 출처: 소동호)



먼저 포스터 속 오브젝트인 서울의 길거리 의자들[그림 5]은 사용자들에 의해 '전유'되어 탄생한 결과물이다. 서울 거리에 놓인 의자들 대부분은 벤치를 제외하고는 실내용으로 제작되었지만 사용자에게 의해 망가지고, 부서지고 본래의 실용성을 잃은 채 누군가에 의해 전혀 의외의 재료들로 수선되면서 새롭게 재탄생하였다.<sup>18)</sup> '주차금지' 표지판 기능을 하는 포스터 속 의자[그림 5]에는 '앉는다'는 본래의 기능적 목적이 아닌, 사용자의 맥락에서 본래의 목적이 전유되어 새로운 예술적 가치가 부여된다. 의자의 본래 생김새나 기능, 형태를 아예 알 수 없거나, 기존에 부여된 효용 가치와 전혀 다른 목적으로 사용되며, 일반적인 디자인 프로세스를 따랐을 때보다 사용자에게 의해 더 창의적이고 조화로운 디자인이 등장하게 된다. 또한 전략적 차원의 기능적 충족을 우선하는 일반 디자이너라면 절대 사용하지 않을 재료들이 조합되어 사용자 맥락에서 재탄생된 의자들은 세상에 하나밖에 없는 디자인 제품이 된다. 주차 노동자가 만들어낸 '네모난 식용유 깡통 의자'[그림 5]가 그 예이다. 식용유 통 위에 폭신한 발포지를 얹고 테이프를 두른 모양의 의자는 마땅히 앉을 데도 없고 또 의자를 갖고 다닐 형편이 되지 않는 주차업무 노동자가 전혀 의외의 재료를 조합하여 디자인해낸 결과물이다. 보통 45cm 정도 다리 높이를 가진 의자보다 훨씬 낮은 이 의자는 길거리 벤치 밑에 보관할 수 있게 실용적으로

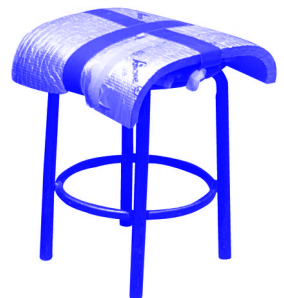
디자인 되었다. 사용자의 필요에 의해 다양한 재료를 변주하여 새로운 형태의 의자가 탄생한 것이다.

'전유'의 전술은 포스터 속 의자뿐만 아니라, 포스터 자체의 그래픽디자인 방법론으로서도 행해진다. 소동호 디자이너는 비트라디자인뮤지엄의 <의자 컬렉션> 포스터 속 저명한 디자인체어의 자리에 서울의 길거리 의자를 배치하여, 미적 권위를 인정받은 디자인체어의 장소를 비틀어 새로운 예술적 공간을 만들어 낸다. 비트라디자인뮤지엄의 소장품이 된 224개 디자인체어의 사진이 배치된 포스터의 '장소'적 맥락에 서울의 길거리 의자를 교묘히 투입시켜 디자인체어의 권위를 기습하고 일상의 사물에 새로운 미적 가능성을 부여한다. 도시공간에서 재탄생한 길거리 의자를 세계적 권위를 인정받은 디자인 체어의 위치에 배치하는 소동호 디자이너의 전유적 조형언어 표현은 일상생활의 사회문화적 가치의 충위를 한 겹 더 새롭게 쌓아 올린다.

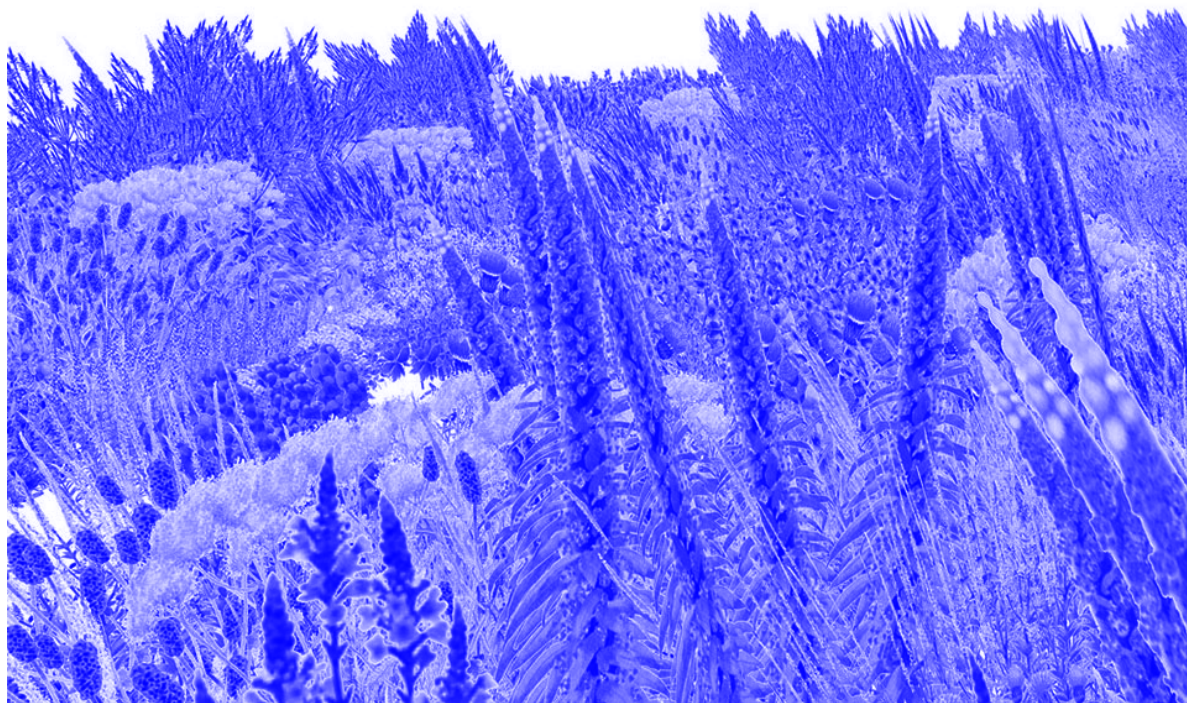
### 3.3. 가발쓰기(wig)로서의 소비:

#### 알렉산드라 데이지 긴스버그, 브랜달리즘

디자인은 사회의 지배적 체계를 표면적으로 승인한 상태에서 독자적으로 시공간을 확보하는 '가발쓰기'의 소비를 수행하도록 이끈다. 가발쓰기로서의 소비는 '소비에 대한 비판을 소비'로 수행하는 양상과 '지배 시스템을 따르되 그 교묘한 균열을 발견하고 전유'하는 두



[그림 5] <서울의 길거리 의자들(Street Chairs of Seoul)> 속 의자 사진(사진 출처: 소동호)



[그림 6] <수분 매개자> 디지털 렌더링 이미지, 알렉산드라 데이지 긴스버그, 2021(사진 출처: Alexandra Daisy Ginsberg)

가지 양상으로 나타난다.

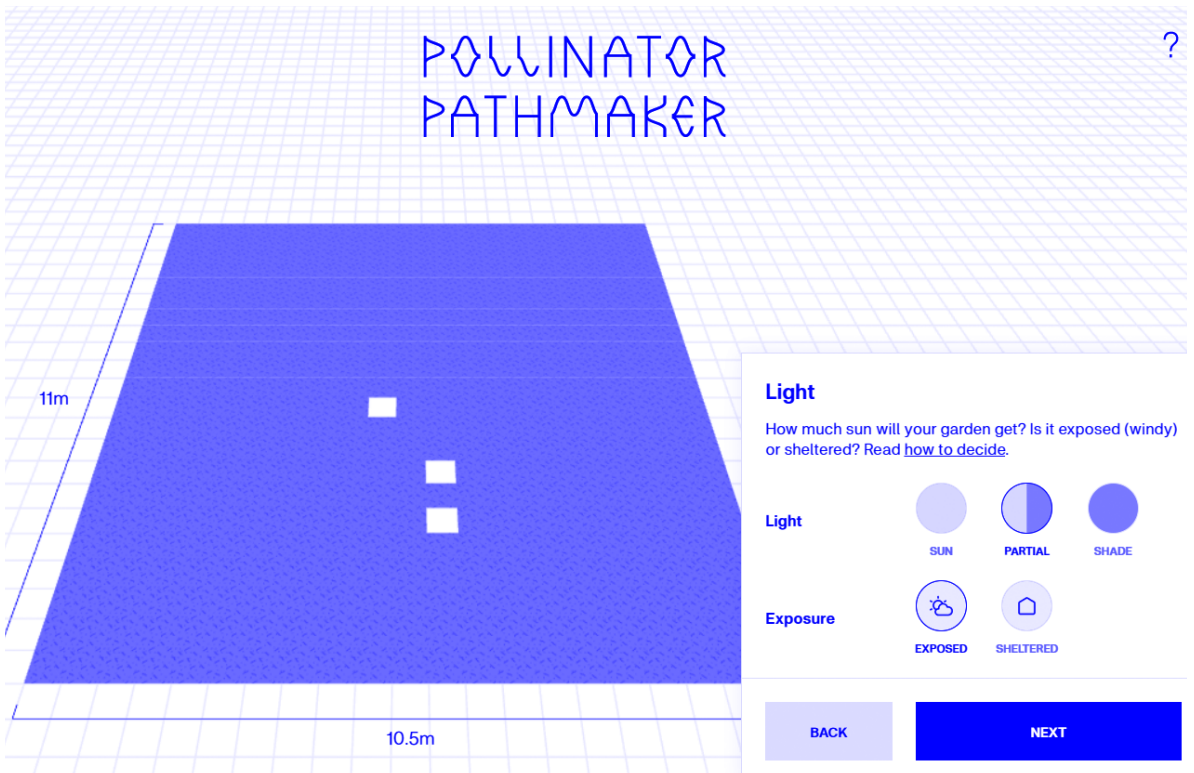
긴스버그(Alexandra Daisy Ginsberg)의 <수분(受粉) 패스메이커(Pollinator Pathmaker)>(2021)[그림 6]는 사용자가 디자인을 이용하면 할수록 소비사회가 야기한 생태계 파괴 문제에 대해 인지할 수 있도록 추동한다. ‘수분(Pollinator)’은 수술의 화분이 암술에 옮겨붙는 일을 의미하는데, 긴스버그는 수분 매개자인 벌, 나비 등의 관점에서 가장 다양한 종이 서식할 수 있는 정원을 디지털 식물 그림으로 디자인한다. 이 디자인은 실제 킹스턴 정원에 구축되었는데, 공간을 이용하고 횡단하는 공원이용자들은 인간중심의 도시전략 체계가 아닌 식물과 식물을 매개하는 자연물의 시점에서 정원 공간을 새롭게 바라보게 된다. 또한 긴스버그는 웹사이트에서 누구나 자신만의 3D 정원을 만들어낼 수 있는 <수분

- 18) 서정민, 「세상에 단 하나뿐인 흥미로운 디자인의 ‘서울 의자’, 중앙일보, <https://www.joongang.co.kr/article/23583017#home>, (2022.4.18)

패스메이커> 웹 페이지를 디자인한다. [그림 7]  
 디자이너는 수분 매개자들이 생태계와 종의 다양성을 위해 얼마나 중요한지, 그리고 인간이 야기한 서식지 파괴, 살충제, 외래종, 기후 변화로 인해 수분 매개자의 개체수가 감소하고 있다는 점을 사용자로 하여금 수분 매개자의 시점에서 체감할 수 있도록 디자인한다. 수분 매개자의 관점으로 직접 조경 계획을 세우거나 계절마다 다른 색을 보면서 자연 보존의 중요성을 환기하게 된다.<sup>19)</sup> 디자인 결과물을 이용하고 소비할수록 사용자들은 자본주의 사회 체계가 야기한 환경적 피해를 인지하며, 소비 행위를 통해 소비사회의 병폐의 이면을 파헤치게 되는 ‘가발쓰기’를 수행하게 된다.

한편 예술가 단체 브랜달리즘(Brandalism)은 옥외광고라는 소비사회의 전략적 매체에 충실히 따르는 듯 가발을 쓴 채, ‘전복(subvertising)’이라는 전술을

통해 자본주의가 만들어내는 사회, 환경적 정의 문제를 응시한다.<sup>20)</sup> 전략적 장소가 지정해 준 옥외광고라는 시공간 내에서 권력의 시선을 피해 교묘하게 독자적인 실천 영역을 구축한다. 특히 2015년 제21차 유엔 기후변화협약 당사국 총회 때 프랑스 파리 거리의 버스광고판 600여 개에 게시한 이미지들은 지배적 사회 질서를 벗어나지 않으면서도 그로부터 도피할 수 있는 가발쓰기의 사례가 된다. 브랜달리즘의 에어프랑스 광고 포스터를 디자인한 매트 보너(Matt Bonner)는 대외적으로 기후위기에 대해 경각심 있는 ‘척’하는 기업들의 전략을 교묘하게 비틀기 위해 마치 브랜드를 홍보하는 광고인 ‘척’, 광고 형식의 자리에 기후위기에 대한 기업의 태도를 그래픽디자인으로 고발했다. [그림 8] 기후위기로 인해 침몰하고 있는 파리의 모습을 뒤로 한 채 기내에서 안대를 쓰고 있는 승객 주위로 배치된 “기후 위기의 혼돈



[그림 7] <수분 매개자(Pollinator Pathmaker)> 웹사이트, 알렉산드라 데이저 긴스버그, 2021(사진 출처: Alexandra Daisy Ginsberg)

속으로 눈감은 채 비행중”, “모든 것은 괜찮아요, 잠이나 자러가세요”라는 문구는 이 광고를 소비하는 이용자들로 하여금 기후위기의 문제의 이면을 눈감지 않고 실천하도록 추동한다. 브랜달리즘의 디자인은 가발쓰기 전술을 통해 사용자들에게 일상 속 숨겨진 전략체계의 힘을 드러내고 새로운 문맥을 읽어내고 만들어가도록 이끈다. 상품미학의 시스템을 이용해 그 근원이 된 소비문화의 비판적 작동방식을 흔드는 가발쓰기의 전술적 디자인은 하나로 포착될 수 없는 생동하는 일상의 삶을 구축한다.

#### 4. 결론

이 연구는 세르토의 ‘전술로서의 소비’ 개념에 기대어 디자인이 펼치는 전술적 실천행위를 탐구하며 디자인의 사회문화적 위상을 높이는 이론적 층위를 제시하였다. 소비행위는 능동적 ‘사용’으로 정의할 수 있으며 디자인은 지배집단의 도구가 아니라 전략과 소비자 사이에서 일어나는 치열한 투쟁을 추동하는 전술적 실천이다. 세르토의 일상생활론은 유토피아적 이상주의라는 비판적 시선의 대상이 되기도 하지만, 마르크스주의적 관점이 주목하는 소비사회의 결함과 염세주의에서 벗어나 시스템이 나아갈 진보적 방향성의 단초를 제공한다.

디자인의 전술적 실천 양상은 ‘사용 행위 중심의 수행성’, ‘전유의 전술’, ‘가발쓰기로서의 소비’를 중심으로 분석되었다. 먼저 ‘사용 중심의 수행성’은 소비자의 능동적 소비행위를 통해 디자인의 의미와 정체성이 재구성된다는 것을 의미한다. 이때 디자인은 고유한 목소리나 안정성이 존재하지 않는 오직 실천이 수행되는 유동적 공간으로 존재하게 된다. 두 번째로, 사용자의 목적에 따라 디자인 결과물이 변용되는 ‘전유의 전술’은 글 읽기가 독자에 따라 의미가 달라지는 창조의 과정이듯, 소비자 역시 디자인을 사용하는 방식에 따라 의미를 새롭게 창출해내며 자기만의 것으로 전유한다는 분석을 담고 있다. 수용자의 적극적인 사용 행위와 의지의 개입을



[그림 8] 브랜달리즘, 에어프랑스 포스터, 2015 (사진 출처: Matt Bonner)

- 19) Alexandra Daisy Ginsberg 홈페이지, <https://www.daisyginsberg.com/>, (2022.11.22); 이서영, 수분 매개자를 위한 알고리즘 정원: 수분(受粉) 패스메이커, Designflux 2.0, <https://designflux.co.kr/>, (2022.11.22) 함께 참조
- 20) Brandalism 홈페이지, <http://brandalism.ch/>, (2022.4.18)

---

포용하는 ‘전유의 전술’이 만들어내는 이동계적은 예측될 수 없다. 마지막으로 ‘가발쓰기로서의 소비’는 지배적인 사회 질서를 이용하여 이를 벗어나지 않으면서도 그로부터 도피하는 전술을 의미하는데, 디자이너는 상품문화의 가발을 쓴 채 소비사회의 병폐를 지적하고 저항하는 게릴라 전술을 수행한다.

연구자는 소비 비판론이 지적하는 자본주의 사회의 다양한 사회경제적, 문화적 폐해를 소비 행위로 비판하는 이중적 전술로서 디자인의 가발쓰기를 분석했다. 더불어 각 전술적 실천양상에 따른 동시대 디자인 사례를 함께 살펴보며 디자인의 새로운 사회문화적, 미학적 함의를 고찰했다. 현대 소비사회의 일상 행위소 하나하나를 디자인하는 디자이너는 전략 주체의 의도를 그대로 제시하는 것이 아닌, 사용자에게 다양한 함의의 책략과 전술적 실천을 일깨우는 일상의 은밀한 브로커이자 창조적 일상의 지평을 여는 존재이다. 이러한 측면에서 디자이너의 역할은 단순히 소비할 수 있는 제품이나 재현적 형태의 대상을 창출하는 것에만 한정되지 않으며, 소비(사용)행위를 통해 문화의 권력 공간과 관계를 비판적으로 성찰할 수 있는 사유의 프레임, 태도를 제공할 수 있다는 가능성 또한 열어두어야 할 것이다. ㉞

---

## 참고문헌

- 릭 포이너, (2010), 『No More Rules : 디자인의 모험』, 민수홍, 홍디자인
- 마크 포스터, (2006), 『포스트모던시대의 새로운 문화사』, 조지형, 이화여자대학교 출판부
- 볼프강 F. 하우크, (1991), 『상품미학비판』, 김문환, 이론과 실천
- 장세룡, (2016), 『미셸 드 세르토, 일상생활의 창조』, 커뮤니케이션북스
- 존 피스크, (2016), 『대중과 대중문화』, 박만준 옮김, 커뮤니케이션북스
- 존 피스크, (2002), 『대중문화의 이해』, 박만준, 경문사
- 클레이 서키, (2008), 『끌리고 끌리고 들끓다: 새로운 사회와 대중의 탄생』, 송연석, 웅진씽크빅:갤리온
- 할 포스터, (2003), 『실재의 귀환 : 20세기말의 아방가르드』, 이영욱, 조주연, 최연희, 경성대학교 출판부
- 할 포스터, (2014), 『컴플렉스(미술을 소비하는 현대 건축의 스펙터클)』, 김정혜, 현실문화연구
- Hal Foster, (2011), *The Art-Architecture Complex*, London: Verso
- Michel De Certeau, (1984), *The Practice of Everyday Life*, Rendall Steven(trans), Los Angeles and Berkeley: University of California Press
- 안영주, (2015), 「디자인의 정치: '감각 변용'으로서의 디자인」, 『현대미술사연구』, 38집
- Kin Wai Michael Siu, (2003), "Users' Creative Responses and Designers' Roles", *Design Issues*, vol.19 no.2
- 서정민, 「세상에 단 하나뿐인 흥미로운 디자인의 '서울 의자」, 중앙일보, <https://www.joongang.co.kr/article/23583017#home>
- 수분(受粉), 표준국어대사전, <https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/fc6a9653fd584139925f8ca094ddf461>
- Alexandra Daisy Ginsberg 홈페이지, <https://www.daisyginsberg.com/>
- 이서영, 수분 매개자를 위한 알고리즘 정원: 수분(受粉) 패스메이커, Designflux 2.0, <https://designflux.co.kr/>
- Brandalism 홈페이지, <http://brandalism.ch/>