

웰빙의 계보학: 한국 디자인의 문화적 정체성으로서의 '심신일원론'

The Genealogy of Well-being: 'Body-mind Oneness' as a Cultural Identity of Korean Design

고영란

한성대학교 미디어디자인컨텐츠학부

이순종

서울대학교 디자인학부

박인석

한국예술종합학교 미술원 디자인과

민경우

명지대학교 산업디자인학부

송복희

한국기술교육대학교 디자인공학과

채승진

연세대학교 디자인학부

• Key words: Well-being, Cultural Identity, Body-mind Oneness

1. 서론

최근 우리나라에 '웰빙 (well-being)' 바람이 거세게 불고 있다. 혹자는 한국 특유의 냄비처럼 끓어오르는 작금의 웰빙 열풍을 빗대어 '웰빙 폭풍,' 심지어는 '웰빙 권하는 사회'로 희화 화 하기도 한다. 하지만, 근자에 회자되는 웰빙의 개념 속에는 '행복'과 '안녕'이라는 사전적인 의미를 넘어, 좀 더 나은 삶을 위한 마음의 평안과 정신적인 풍요로움을 중시하는 라이프스타일을 총체적으로 암시하고 있음에 주목할 필요가 있다. 본 고의 목적은 현재 우리나라에서 대중적인 인기를 누리고 있는 웰빙의 문화적 의미를 계보학적 관점에서 탐사하는 가운데 목도하게 되는 좁게는 한국, 넓게는 동아시아의 탈이원론 적 정체성에 대한 일종의 메타 담론이다.

웰빙의 날 익은 내부의 적은 언제나 그렇듯이 상품화, 도구화 된 웰빙의 유사 이데올로기이다. 웰빙으로 향하는 우리의 시선은, 그러므로, 이중적이어야 한다. 한편으로는 '사이버 웰빙'을 의심의 눈초리로 압박하면서, 다른 한 편으로는 주제적인 기의로 치환시킬 가능성을 열어두는 가운데 웰빙을 적극적으로 고유 콘텐츠 화 시키는 복합전략이 그것이다. 결국 문제는 한낱 마케팅 전략으로 전락한 웰빙의 '상품미학'을 어떻게 한국의 문화적 정체성을 보유한 대안적인 디자인 담론으로 승화시켜 우리나라 디자인 콘텐츠의 고유모델로 자리매김하느냐는 것이 과제인 바, 이를 위해서는 웰빙이라는 보편적 기호가 담지하고 있는 양질의 문화 콘텐츠로서의 가치를 향한 이론적인 정공법이 요구된다.

2. 본론

2-1. 웰빙 현상:

'웰빙 현상'을 몇 가지 원인으로 환원해서 규명하는 일은 불가능하겠지만, 인과관계의 개연성을 여러 관점에서 점검하는 일은 가능할 것이다. 우선, 웰빙 현상은 고도 자본주의 사회가 겪는 일종의 '성장 통'으로 해석될 수 있다. 맹목적인 경제성장의 의미에 대한 방향감 상실과 산업 생산양식의 부작용으로 인해 야기된 환경문제에 대한 안티테제로 '삶의 질' 문제가 사회적으로 중요한 의제로 등장하는 것이다. 이와 함께 '이데올로기의 종언'이라는 정치적 모멘텀도 거론하지 않을 수 없다. 포스트-냉전시대의 도래는 대사회적 거대담론에서 벗어나 건강이나 웰빙 같은 탈-이념적이며 개인적인 차원의 문제에 주목하게 만들었다. 탈-이념적 추세를 가속화 시키는 경제사회적 요인으로는 역시 세계화 추세를 빠트릴 수 없다. 세계화가 만연될수록 개인이 사회를 변화시킬 수 있는 전망은 위축되기 마련이며, 상대적인 무력감을 극복하기 위한 일종의 방어기제로서 개인의 정체성을 구성하는 마지막 노선인 몸에 대한 탐닉이 웰빙으로 표출되는 양상을 상정할 수 있다. 몸의 감각에 대한 부활은 비 물질화 경향의 사이버 문화에

대한 일종의 심리적 조절 기제로도 설명될 수 있는 데, 육체가 지닌 생명력의 재 영도화 작업을 통해 인간의 정체성을 확인하려는 성향이다.

그러나, 우리나라의 웰빙 열풍은 위에서 열거한 보편적인 잣대로는 설명되지 않는 사각지대가 존재한다. 냉전구도의 마지막 타자인 우리나라의 경우, 오히려 냉전 시대의 구습인 좌우 이데올로기를 재생산 내지 강화하려는 집단적 욕망이 문화적 변화를 유도하는 주요 변수로 작용하고 있음을 발견할 수 있다. 웰빙에 열광하는 작금의 현상은 불안한 사회구조에 대한 무력감이 '자기애'적인 방식으로 표출되는 사회심리적인 반응으로도 볼 수 있다. 한국 사회의 특수성은, 주지하듯이, 획일적 사회라는 점이다. 사회 구성원의 하나로 동화하고자 하는 집단주의적 무의식이 '웰빙 권하는 사회'를 초래한다고 해도 과언이 아니다. 무엇보다 웰빙은 경기침체를 돌파하기 위한 마케팅 키워드로서 선택되었다. 기능의 평준화 현상을 타계하기 위한 마케팅 전략으로 '웰빙이슬정수기' 같은 새로운 캐치프레이즈가 요구되는 것은 당연하다.

한편, 웰빙과 '웰루킹 (well-looking)'의 관계도 짚고 넘어가야 할 부분이다. 우리 사회에 만연된 '루키즘 (lookism)'의 문제는 몸이 가지는 함의는 도외시키고 이미지만 쫓는 외모지상주의가 웰빙의 진정한 가치를 저지한다는 것이다. 루키즘과 더불어 건강에 대한 강박관념을 재생산하는 웰빙의 유사 기호 역시 오주의 대상이다. '건강 염려증'의 문제는 웰빙을 단지 개인적 이슈로 한정 시킴으로써 그것이 공적인 차원의 사회적 어젠다로 발전될 수 있는 가능성을 조급하게 차단하며, 기껏해야 상품미학 적 유사 이데올로기의 영역으로 귀착 시키는 결과를 초래한다는 점이다.

2-2. 웰빙과 한국의 문화적 정체성:

웰빙 현상에 대한 다각도의 분석에도 불구하고, 그것이 지닌 여전히 모호한 문화적 의미의 커는 소위 계보학적 시각에 의해 발굴될 수 있다. "인간을 자연의 한 부분으로 보고, 자연과의 교감 속에서 몸과 마음이 본질적으로 원하는 최적의 상태로 돌보자는 움직임"¹⁾으로서의 웰빙을 최신의 트렌드 내지는 마케팅 논리로 접근함으로써 탈-역사화 시키는 대신에, 그것의 원형을 한 때 현재였던, 동아시아의 심신일원론 적 성향에서 발견함으로써 웰빙에 관한 전체 그림이 돌연히 떠오를 수 있는 계보학적 잠재성에 주목할 필요가 있다.²⁾

웰빙에 대한 찬반 여부 보다 더 중요한 사실은 웰빙이 이미 우리 사

1) "'웰빙' 터렁에 '웰빙' 망칠라," <한겨레21> 2004.02.26. http://news.empas.com/issue/news_list.html/1168/

2) 푸코는 과거, 현재, 미래에 연결고리가 없고, 연속성이 없다고 생각하였다. 그에게 있어 과거는 일종의 계보학에 불과하였으므로 역사를 고고학이라고 불렀다.

회의 영향력 있는 대중적인 담론으로 자리 잡았으며, 그 자체가 하나의 문화적 사건이 될 개연성이 존재한다는 점이다. 웰빙의 사전적 의미는 '행복'과 '안녕'이지만 문자 그대로 '잘 사는 것'이다. 잘 사는 것의 의미가 절대빈곤의 상태에서 "우리로 한 번 잘 살아 보세"를 외쳤던 1960년대 식 물질문화로부터 "과연 어떻게 사는 것이 잘 사는 것인가"를 고민하는 2000년대 식 라이프스타일 형 문화로 이행해 가는 언저리에 웰빙이 끼어 들 가능성이 있다면 더욱 그러하다. 탁석산은 <한국의 정체성>에서 한국의 정체성을 가름하는 기준으로 현재성, 대중성, 주체성이라는 준거 틀을 제시하고 있는 데,³⁾ 웰빙은 그 세 가지 기준을 동시에 만족시켜 주는 콘텐츠라고 할 수 있다.

다른 문제는 외래어인 웰빙이라는 비-자생적인 단어가 어떻게 우리나라의 문화적 정체성의 내용이 될 수 있는가라는 질문이다. 답을 찾기에 앞서 서구 문명 역시 비-서구적 문화 요소들을 적극적으로 수용해 왔음을 상기할 필요가 있다.⁴⁾ 결론부터 말하자면, 문화의 시원과 문화의 정체성은 필요충분 조건은 아니다. "위대한 문명은 순결한 고립이 아니라, 강력한 잡식성에서 창조되는 것"⁵⁾임을 인식할 때, '이식 문화론'과 '내재적 발전론'이라는 이분법적 경쟁 모델은 극복될 수 있다. 창조와 이식이라는 이분법적 도식을 극복하는 문제는 한 때는 현재이었을 과거의 역사뿐만이 아니라, 미래의 과거인 현재의 웰빙 현상 같은 대중문화에 있어서도 예외가 아니다. 현재 우리나라의 대중문화의 어떤 면에 가중치를 부여하고 그 것의 진수를 녹여내 한국의 문화 콘텐츠를 주체적으로 창조하느냐 하는 문제는 현재를 살아가는 우리들에게 역사가 남긴 몫이다.

2-3. 웰빙의 계보로서의 심신일원론:

서구의 철학을 관통하는 큰 골격은 정신-물질, 선-악, 영혼-육신, 형이상학-형이하학으로 분리하는 이원론적 사상이다. 이원론적 사상은 분리적일 뿐만 아니라 위계적인 사고방식을 의미한다. 현실 공간을 차지하는 육체나 물질 보다 정신이나 영혼, 사고가 더 중요한 가치를 지녔다는 인간 존재에 대한 자의적인 의미부여는 서구 휴머니즘의 근저를 이루어 왔다.

심신일원론과 대비되는 동아시아의 지적 전통의 핵심적인 성향이라 불리는 심신일원론 적 사유체계는 현상과 본체, 육체와 정신, 자연과 인간을 하나로 융합하여 총체적으로 파악하려는 성향이다. 육체와 정신의 관계는 분리될 수 없는 하나라는 사상은 그것이 '도'로 불리던 또는 '선'으로 불리던 인간의 몸을 포함한 삶의 모든 국면을 실제 생활 속에서 직접적, 주관적으로 체험하려는 태도를 지칭한다. 서구 철학에서는 현실에서의 경험과 유리된 형이상학의 안전한 세계가 중추역이라면, 동아시아 철학이 강조하는 것은 경험의 물질적 수용 통로인 몸을 통해 주위의 환경과 부단히 상호교류 함으로서 우주의 한 부분인 인간으로서의 존재이유를 직접적으로 자각하는 일종의 '몸 철학'이다.

동아시아의 철학적 대 전제에서 주목할 만한 관점은 현상과 감각경험 사이의 절대 평등의 일원론적 세계인식 방법이다. 사실, 웰빙은 동아시아 문화의 전통만큼이나 오래된 클래식한 개념이다. 극단적인 해석을 가하자면 웰빙은 '자연의 도'를 따르는 생활태도라고 해도 과

3) 탁석산, <한국의 정체성> (서울: 책세상, 2000), pp. 103-111.

4) 동양이 어떻게 서양 사상 및 문화 발전에 견인차 역할을 해 왔는가를 동서양의 교류사를 통해 드러내고자 하는 흥미있는 서적들이 최근에 속속 발간되고 있다. J. J. 클라크, <동양은 어떻게 서양을 계몽했는가> (서울: 우물이 있는 집, 2004); C. A. Bayly, *The Birth of the Modern World, 1780-1914: Global Connections and Comparisons* (Oxford: Blackwell Publishers, 2004) 등이 그 것이다.

5) 최원식, <한국근대문학을 찾아서> (서울: 인하출판부, 1999); "이식문화론과 '내재적 발전론'을 넘는 '이식과 창조의 변증법'" <교수신문> 제178호, 2000.04.24. 10면에서 재인용.

언이 아니다. "돈 주고 사는 게 아니라 생활에, 요리에, 몸에 조금씩 입혀나가는 것"⁶⁾이라는 웰빙 라이프스타일은 '심신통합의 수행 가능성'⁷⁾을 함의한다. 현대의 과학적 심신일원론이 정신과 육체적 현상 사이에서 발견되는 보편적인 상관관계를 규명하는 것이라면, 동아시아의 그것은 개인의 수련에 따라 학습되거나 개발될 수 있다는 전제 아래 심신일체의 깨달음의 과정에 초점을 맞춘다. 동아시아의 일원론적 사상과 조형의식 속에 이미 자리하고 있는 심신 통합의 '수신' 개념의 흔적을 추적함으로써 시각뿐 아니라 미각, 후각, 촉각, 청각 등의 공감각의 고양을 통해 자신의 참 모습을 각성시키려는 현재의 웰빙 현상의 계보를 동아시아 사유 전통에서 목도할 수 있다.

3. 결론

물질적인 가치나 명예를 얻기 위한 삶 보다는 몸과 마음이 건강한 삶을 행복의 척도로 삼는 웰빙은 우리나라를 포함한 전 세계인의 생활코드로 이미 정착되고 있다. '젠 스타일'이 특정 국가의 디자인 스타일을 환기시키는 다소 좁은 의미의 양식적 접근이라면, 그 후속편 격인 웰빙은 비서구적 삶의 태도를 수용하는 일종의 대안 담론과 연루된 좀 더 넓은 의미의 문화적 오리엔탈리즘으로 해석된다. 설령, 그것이 동양에 대한 진정한 이해라기보다는 '오리엔탈리즘 (Orientalism)'으로 신비화된 '미국적인 타자'를 창조하는 것이라고 하더라도 상관없을 것이다. 서양이 동양을 타자화 시키기 전에 동양이 먼저 현재의 웰빙을 포함한 오리엔탈리즘의 내재적 가치를 우리의 정체성으로 대내외적으로 주체화 시키고자 하는 의지가 중요하다.

흥미롭게도, 웰빙 이라는 화두는 그간 한국의 디자인 담론에서 하나의 이념적, 인식론적 지향 점으로 작용해 왔다. <인터디자인 '99 서울>의 주제가 'Design for Body and Mind (몸과 마음을 위한 디자인)'이었다는 것과 <2001 서울 세계산업디자인대회>의 주제가 '어울림'인 점을 상기할 필요가 있다. 특히, 새로운 세기에 부합하는 산업 디자인의 위상과 산업디자이너의 정체성을 지시해 줄 모종의 담론을 이끌어내려는 데 그 목적이 있었던 '2001 industrial Designers' Declaration (2001 산업디자이너 서울 선언)'은 심신일원론에 기초하는 웰빙의 개념을 구체적으로 거론하는 주체적인 디자인 담론이 우리나라에서 이미 시작되었음을 알려주는 신호탄이었다.⁸⁾ 지난 세기 서구 중심의 이원론적 패러다임에 대한 반성을 토대로 새로운 인식과 상상력을 수반하는 21세기적 가치를 모색해야 하는 성찰의 시대에 존재의 균형감과 전일성을 지향하는 웰빙이 국내외 디자인계에 던져주는 잠재력은 실로 무한하다고 하겠다.

6) "웰빙시대," <조선일보> 2004.04.19. D1.

7) Tomas P. Kasulis, Intro. to *The Body: Toward an Eastern Mind-Body Theory* by Yasuo Yuasa, (Albany: State University of New York Press, 1987), p. 3.

8) Industrial Design will no longer aspire only to material well being _ Challenge (산업디자인은 더 이상 물질적 차원에서만 행복을 구하지 않는다 _ 도전)

Industrial design shall strive to arrange mutual, equal and holistic relationships between people; people and objects; people and nature; and the mind and body by searching for the place of harmony between 'subject' and 'object' _ Mission (산업디자인은 '주체'와 '객체'의 합일을 추구함으로써 정신과 몸, 인간과 인간, 인간과 사물, 그리고 인간과 자연의 상호 조화로운 유기적 관계를 도모해야 한다 _ 사명)

We, as enlightened industrial designers, shall promote a life blessed by the rediscovery of the deeper values and meanings concealed in everyday existence, instead of provoking endless human desires _ Renewed Calling (우리 산업디자이너들은 인간의 욕망을 재생산하기 보다 일상생활 속에 숨겨진 의미들의 가치를 재발견함으로써 삶을 축복으로 이끈다 _ 새로운 소명)