

디자인과 권력 - 독일 제 3제국의 디자인

Design and Power - Design in the German Third Reich

이병종

연세대학교 디자인학부 산업디자인과

LEE, BYEONG-JONG

Dept. of Industrial Design, School of Design,
Yonsei University

• Key words: 국가사회주의(Nationalsozialism), 권력구조(power structure), 노동의 아름다움(Schoenheit der Arbeit)

1. 서론

제 3공화국에서 시작된 군사권위주의와 산업성장 위주의 문화로부터 오늘날 우리의 산업사회가 이루어졌다 해도 과언이 아닐 것이다. 박정희 정권에서부터 시작된 “조국 근대화” 사업과 그 뒤를 이은 군사정권의 시대에 관주도의 산업성장 위주의 경제정책은 “한국적 현실”에 맞게 재해석된 “서구”를 모델로 추진되었다. 이후 문민정권의 시대에도 이러한 방향으로의 움직임은 더욱 강고해져 왔다. 산업성장만을 꾀하는 “과학기술” 개발 일반도의 정책이 기조를 이루는 가운데, 기술관료 층은 나날이 비대해져가고 있다. 이러한 흐름 속에서 디자인 또한 “과학기술”로 탈바꿈하려는 수많은 시도들을 보이고 있다.

우리의 성장모델이 되어왔던 서구를 보면, 산업사회에 들어서면서 특히 권력 중심적 권위주의 체제에서 기술과 디자인에 큰 관심을 보여 왔다. 이는 기술과 디자인이 권력을 획득하고 반대세력을 침묵시키며 대다수의 사람들을 자신의 지지자로 확실히 끌어들이기에 가장 효과적인 수단으로 이해되었기 때문이다. 특히 독일 제 3제국 시대에 국가사회주의자들이 권력획득과 권력기반 확장을 위해 추진하였던 기술과 디자인 개발정책은 가장 체계적인 대표적 사례로 손꼽힌다. 이는 “조국 근대화”의 상징으로 이야기되는 고속도로 및 중화학공업단지 건설 및 “국민차”로 널리 홍보되었던 현대 포니 등의 정책 사업에서 벤치마킹하였던 대표적 모델로 우리에게도 널리 알려져 있다. 그러나 독일 제 3제국의 산업진흥정책과 그에 따른 기술과 디자인 개발은 오늘날 민주사회를 위협하는 가장 위험하고 문제가 많은 것으로 비판되고 있다.

2. 독일 제 3제국의 기술과 디자인

독일 국가사회주의 시대에 기술적인 가능성들의 영향이 없었더라면 히틀러의 단시일 내에 정치적 대 성공을 기대할 수 없었다. 따라서 국가사회주의자들은 기술과 그 결과를 표출하는 디자인에 남다른 관심을 보였다. 이시기에 산업화 과정을 통해 새로운 계급으로 성장하던 엔지니어 그룹은 독일 엔지니어 협회(Verein der Deutschen Ingenieuren, VDI)를 구성하고 자신들의 사회적 지위를 공고히 하기 위해 국가사회주의자들과 손을 잡았다. 이로부터 급부상한 기술관료 층은 제 3제국의 정치기반을 조성하는 중추적 역할을 수행하였다.

2-1. 국가사회주의적 민족문화 이데올로기

히틀러는 라디오를 그의 정치선전에 적극 활용하였고, 선거운동을 위한 전국 순회에서 비행기를 최초로 이용한 정치인

이었다. 그는 단기간 내에 개인 자가용을 갖을 수 있게 하고 고속도로망을 건설한다는 공약을 통해 대중을 그에게 끌어들이는데 성공하였다.

이처럼 기술-경제적인 수단을 통해 대중을 끌어들이기 위해서는 기술과 기술적 진보에 대한 성공을 정치적 목적에 맞춰 미화시켜야만 하였다. 그리고 이의 실현은 문화적 특성과 밀접하게 결합된 형태미적 조형이라는 수단을 통해서만 가능한 것이었다. 국가사회주의자들은 “민족문화(Volkskultur)”를 자신들이 내세우는 “혁명”의 주 목표로 선전하였는데, 그것에는 단지 문화 창조의 전통적 분야만이 아니라 “민족의 문화발전”을 위한 기술과 산업생산 또한 열거하였다. 거기에서 현대 기술은 새로운 기술적 이상으로 제시되었고, 동시에 인종주의적인 민족 이데올로기와 민족의 의무로 설정되었다. 국가 사회주의자들의 시각에 따르면, 민족에 봉사하는 기술은 오로지 자신 특유의 성질을 갖으면서도 자연에 근접한, 즉 “생물학적(biologisch)”으로 설정된 기술을 일컫는 것이다. 이러한 비오테크닉(Bio-Technik)은 “문화적으로 값진” 것으로 설명되었다. 자연의 형식적 귀범을 따르는 것이라면, 그것은 자연에 내재하는 유기적인 원칙을 드러내게 되는데, 그 원칙이란 “기술적 문제들에 대한 의미 깊고, 함목적적이고, 경제적이고 조화로운 디자인은 아주 일반적인 자연 필연의 법칙에 따라 이상적이고 최적의 해결안을 추구하는 과정을 통해서 비오테크닉적인 해결안으로 결과되어진다(Alf Giessler, “Deutsche Technik”, 1937)는 것이다. 이러한 논리로 민족과 기술을 “민족문화”의 틀 내에서 하나로 보았다. 기술과 디자인 또한 불가분의 하나로, 서로 떨어뜨려 생각할 수 없는 것이라고 하였다. 여기서 디자인은 비오테크닉의 체계 내에서 “자신만의 특유의” 함목적성을 갖는 “조화로운” 외적 조형의 “자연적인” 종속성으로 정의 되고, 곧바로 국가사회주의적 세계관에 따른 기준에 맞추어졌다.

2-2. 기술과 디자인

국가사회주의자들은 기술과 디자인을 통해 일상생활의 이데올로기적인 획일화를 이루고자 노력하였다. 국가의 기술관료들이 주축이 되어 “비 아리아 인종 예술가들의 제거(Entfremdung nichtarischer Kuenstler)” 등과 같은 법령의 제정, 또는 “노동의 아름다움(Schoenheit der Arbeit)”을 위한 기관이나 “제국주택공사(Reichsheimstaetenamt)” 등과 같은 새로운 기관들을 설립하였다. 그 목표는 새로운 “민족문화”를 창달하는 것이었다.

국가사회주의자들이 이데올로기적으로 선전하였던 기술과

디자인의 결과물들은 명백하게 역설적이었지만, 반면에 그것들은 모두 한결같이 국가사회주의 이데올로기에 중요한 기능을 수행하였다. 그럼에도 불구하고 결과로 나온 형태는 목적에 따라 토속양식이나 역사주의 양식 혹은 모던한 형태를 적용시키거나 조합한 것이었기에, 어떤 경우에도 국가사회주의의 고유한 양식이라 말할 수 없는 상태였다.

독일 제 3제국 시대에 주도적이었던 양식은 크게 두 가지로 양분된다. 하나는 지배 권력을 표출하는 과시적 양식으로, 주로 공공건물과 그 인테리어 및 차량 등에서 기념비적인 사이비 고전주의가 지배적이었다. 그 사이에 고급스런 아르데코 양식의 차용 또한 빈번히 이루어졌다. 또 하나는 국가사회주의 이데올로기의 중심축을 이루는 로젠베르크(A. Rosenberg)의 “피와 기반의 이데올로기(Blut und Boden Ideologie)”를 공고히 하였던 “민족문화” 양식으로, 여기서는 고향양식(Heimatstil)이라는 안장모양의 삼각지붕을 얹은 소형 단독주택처럼 농촌풍의 촌스러운 양식과 독일공작연맹과 바우하우스에서 추구하였던 기능중심의 즉물적 양식이 혼재해 있었다. 이 “민족문화” 양식은 소시민적인 편안함과 풍족함을 느끼게 하는데 유용하였을 뿐 아니라 전쟁준비의 연장선에서 국가사회주의적인 경제정책과 분배정책에도 요긴하였다. 그래서 1935년 이후부터 철이 오로지 무기산업에만 투입되는 동안, 가구들은 결국 나무나 합판으로 만들어지게 되었다.

국가사회주의자들은 공작연맹과 바우하우스를 해체시켰지만, 그 곳에서 추구하였던 기능주의적 양식은 대량생산에 적합할 뿐 아니라 “민족문화” 이데올로기에도 적합하였다. 그래서 수많은 독일공작연맹 회원들과 바우하우스 사람들은 국가사회주의적인 “독일문화를 위한 투쟁연맹(Kampfbund fuer Deutsche Kultur)”에 받아들여졌으며, 나머지 사람들 역시 자진해서 순응적인 존재로 살아남기를 기도하였고, 나중에는 거의 대부분 “노동의 아름다움을 위한 기관”에 들어갔다.

3. 국가사회주의적 “민족문화” 창달의 대표 사업

고속도로(아우토반, Autobahn)와 국민차(폭스바겐, Volkswagen) 및 국민라디오(폭스엠펜어, Volksempfänger)는 독일 제 3제국 시대에 “민족문화” 창달의 가장 대표적인 사업으로 선전되고 권력지지기반 형성에 지대한 역할을 하였다.

3-1. 고속도로와 국민차

기계에 의한 대량복제문화가 대도시를 중심으로 확산되었던 바이마르 시대부터 이미 사람들은 개인 교통수단이 가져다 줄 새로운 자유를 갈망하였다. 이에 포드 T와 같이 소시민들을 위한 소형차의 개발이 본격화되었고, 포르쉐(F. Porsche) 또한 이러한 시대적 경향에 부응하여 유선형의 소형차 개발을 하였다. 그러나 그가 개발한 시제품은 자동차회사들에서 수익성이 낮다거나 자체개발 프로젝트와 유사하다는 등의 이유로 거절되었다.

1920년대부터 자동차 보급의 확산으로 교통량이 급속히 증가함에 따라 도로 재정비사업과 함께 자동차 전용도로인 아우토반(고속도로) 건설이 계획되었다. 그러나 국가사회주의자들은 이 계획을 정치적 선전을 위한 일자리 확보조치로서, 전략적으로는 전쟁준비의 일환으로서 즉각 실행에 옮겼다. 이러한 맥락에서 포르쉐의 프로젝트 또한 적극 지원하게 되었다.

국가사회주의자들은 고속도로와 국민차의 유선형을 독일인과 독일 기술의 우수성을 상징하는 “바이오 형태(Bioform)”라고 대대적으로 선전하였다.

그러나 당시 유선형 연구와 개발의 선구자는 유태인인 롬플러(E. Rumpler)로 대다수의 유선형 개발을 주도하였으며, 국민차를 비롯해서 당시 유선형 연구와 개발에 지대한 영향을 주었다. 국가사회주의자들에게 의한 박해가 시작되자 롬플러는 스위스로 이주하였으나, 그곳에서 제 3제국의 유선형 개발사업의 위탁연구를 지속적으로 수행하였고 “바이오 형태”의 궤거로 선전되는 수많은 차량들의 유선형을 개발하였다.

3-2. 국민라디오

“독일의 모든 가정에 라디오를!”이라는 슬로건은 국가사회주의자들이 내건 가장 중요한 정책 중 하나이다. 그들은 이미 일찍부터 라디오가 대중을 자기편으로 끌어들이는데 가장 중요한 현대적 선전매체라는 사실을 인식하여, 1933년 1월 30일 집권하자마자 국민 누구나 라디오를 갖고 언제나 국가사회주의 당의 정치선전을 접할 수 있도록 하는데 총력을 기울였다. 그리고 그해 8월 18일 베를린에서 열리는 전파박람회에서도 일차 10만대의 국민라디오 VE301을 선보였다. VE301은 1밴드 3관식 소형 진공관 라디오로 당시 유사제품의 절반 값 이하인 76 제국마르크(Reichmark)이었다. 이 라디오는 첫 출시 당일엔 전량이 판매되었고, 그해에만 65만대가 생산되었으며 1934년에 84만대를 돌파하는 대성공을 거두었다. 그 후에는 더욱 값싼 38 제국마르크의 국민라디오 DKE38을 개발하여 언제 어디에서나 라디오를 들을 수 있도록 하였다.

그러나 국민라디오 또한 세계 대경제공황기에 시장개척을 위한 지구책으로 라디오 제작사들 사이에서 개발되어졌던 것이었다. 국민라디오 VE301의 디자인은 케어스팅(W.M. Kersting)이 개발하여 이미 1928년 전파박람회에 공개되었고 1밴드 3관식 고성능 저가형 소형 라디오 또한 여러 회사들에서 이미 개발하여 놓았었다. 국가사회주의자들은 국민라디오라는 이름으로 이의 대량생산을 주문하였고, 1939년에는 1천 2백만 대 이상을 판매하는 대 성공을 거둬으로써 생산업체에게 큰 이익을 가져다주었다. 또한 국가사회주의자들에게도 국민라디오는 그들이 내세우는 소비와 여가의 정치 비전을 단적으로 입증해주는 소비제품이 되었던 한편, 또 다른 한편으로는 그들의 정치구호를 전국 방방곡곡에 전파되게 하는 가장 중요한 선전도구가 되어주었다.

4. 결론

독일 제 3제국 시대에 사람들은 몇몇 정책적 소비제품들을 통해 다가온 물질적 풍요를 누리면서, 그 디자인을 통해 국가사회주의에 이데올로기에 빠져들며 정치적 지지층을 이루었다. 그들은 소시민적 문화에 안주하여 주변에서 벌어지는 심각한 사회적 문제에 무관심하거나 등을 돌려 외면하였다.

물질적 풍요 속에 소시민적 문화가 팽배해 있는 오늘날 우리사회에서 권력 중심적 권위주의 체제가 지속되고 “조국 근대화” 사업 이후에도 산업성장 일변도의 “과학기술” 개발정책이 그 세를 더해가는 것을 볼 때, 독일 제 3제국 시대는 우리에게 타산지석(他山之石)으로 이해된다. 무엇보다 특히 우리 디자인의 현실을 재고해보는 좋은 거울이 되어줄 것이다.