

퓨전디자인의 학제적(學際的) 기반연구  
Multidisciplinary Base Study on Fusion Design

박규현(Kyu-Hyeun Park)  
대구대학교 산업디자인학과

1. 서론

2. 퓨전문화와 퓨전정보

3. 퓨전디자인의 학제적 기반

- 3-1. 과학과 퓨전
- 3-2. 경제와 퓨전
- 3-3. 문화와 퓨전
- 3-4. 사상과 퓨전
- 3-5. 교육과 퓨전
- 3-6. 사회와 퓨전
- 3-7. 인류와 퓨전
- 3-8. 민족과 퓨전
- 3-9. 지리와 퓨전
- 3-10. 기호와 퓨전
- 3-11. 정보통신과 퓨전
- 3-12. 생태와 퓨전

4. 결론

참고문헌

(要約)

퓨전이란 무엇인가? 21세기에 이르러 정치, 경제, 사회, 문화, 역사, 종교, 정보통신 등 모든 부분에서 급격히 일어나고 있는 퓨전을 우리는 어떻게 수용해야 할 것인가? 또 퓨전이란 단순한 퓨전 당사자간의 화학적 '융합(compound)'인가? 아니면 물리적 '섞임질(Mixture)'인가? 그리고 퓨전의 세력에 있어서는 퓨전 당사자간의 공평한 융합인가? 아니면 우세한 집단의 역량이 열세한 집단의 것을 흡수해버린 것인가? 퓨전의 의의와 지금까지 진행되어온 과정을 정확하게 이해하지 않고서는 퓨전의 해답을 찾기는 계속해서 어려울 것이다. 본고는 이러한 퓨전의 문제를 학문적 기반에서 짚어나가면서 최종적으로는 퓨전으로 인한 21세기 지구문명의 급격한 변동에도 우리의 삶의 질이 결코 훼손되어서는 아니 된다는 책임의식으로 우리 모두가 동참하여야 함을 상기하고자 한다. 미래는 문명의 중심국가도 문명의 변두리 국가도 없다. 그것은 퓨전으로 인하여 모든 국가들이 하나의 문명으로 서서히 통합될 것이 분명하기 때문이다. 그렇지만 통합이 결코 바람직하지 않은 것들이 아직은 너무나 많다. 또 결코 통합되어서는 아니 되는 부분들도 남아있어야 한다. 아니 그런가? 결코 통합이 능사만은 아닐 것이다. 학제적 기반연구를 통하여 퓨전이 앞으로 얼마나 우리에게 더 광범위하게 펼쳐질 것인지, 또 그러한 퓨전의 한계가 과연 어디까지여야 하는지를 탐구해보는 것은 매우 흥미 있는 일 가운데 하나임이 틀림없다.

(Abstract)

What is 'Fusion'? And how should we accept it, which has been appeared before us with an irresistible force in the 21 century through the whole area of scientific branches? And does it mean a mere physical 'mixture' or a chemical 'compound' among the fused parties? And is it an impartial Fusion among the parties or a partial Fusion absorbed by the stronger party? We cannot give a right answer without full comprehension of the meaning and process of Fusion. In this respect, I would like to touch upon many of these matters on Fusion and stir a attention to the fact that our life quality must not be damaged by the sudden appearance of Fusion in this era. In the future, there will be a bigger Fusion in so many a field than now between the advanced and the underdeveloped countries of the world. Nevertheless, it doesn't always follow that Fusion gives us the best way of arriving to happy lives. There are still too many undesirable things in it. And then, I conclude that it is through the multidisciplinary research and its systematic analyses that we can solve many negative problems on Fusion.

(Keyword)

Fusion, Multidisciplinary Study, Cubic Problem-solving

## 1. 서론

우선 퓨전과 관련된 본 주제인 디자인 속성을 논하기 전 우리가 잘 알고있는 앨빈 토플러(Alvin Toffler)의 <제3의 물결(The Third Wave)>, <미래의 충격(Future Shock)>, <권력이동(Power Shift)> 등이 주는 제목의 의미를 살펴보는 것이 필요하다. 그가 미래를 내다보고 쓴 이 세 권의 책의 내용은 한마디로 정보의 중요성을 다루어 정리한 내용임에 틀림없다. 즉 앞으로 세계를 지배하게 되는 제3의 물결은 정보의 '물결(wave)'인데 - 제2의 물결이 산업화의 물결이었음에 비해, 이것이 미래에 주는 '충격(shock)'은 엄청난 것이며, 그래서 앞으로의 권력은 물리적 힘을 행사하는 군인이나 정치가 집단들의 파워게임에서 나오는 것이 아니라, 또는 금융계를 주름잡는 기업가에게서 나오는 것이 아니라 순전히 누가 질 좋은 고급의 정보를 가지고 그것을 창의적으로 이용하느냐에 따라 그것을 잘 행사하는 사람에게 '이동(shift)'된다는 사실이다. 인터넷의 한 예를 들어보자. 온라인의 전자상거래에서 "정보중개업자(Infomediary)"<sup>1)</sup>들의 활약이 앞으로 더욱 증가하게 될 것임이 사실화되고 있는데 이는 소유한 정보의 적절한 활용만으로도 하나의 훌륭한 직업이 되고있음을 나타낸다. 사실 정보중개업자(Infomediary)의 등장은 디자인경영 방향을 앞으로 어떻게 해야 할 것인가에 대한 문제를 제기해 주는 것이나 다름없다. 정보중개는 인터넷 마케팅시대에 필요한 일이며, 과거 오프라인 상에서 기존의 유통업자들이 누리던 힘(Power)이 서서히 정보중개업자에게 이동(Shift)되고 있음을 의미한다. 이러한 사실은 이미 전자시대의 출발과 함께 예견되었던 것이고, 다만 앞으로 더욱 더 예견되는 것은 어떤 정보중개업자가 더 고객의 대변자역할을 잘 하는 방법을 개발하느냐에 있을 것이다. 디자인기술기반도 여기에 초점을 맞추어 제품을 개발해야 하며, 정보중개업자는 고객의 욕구에 가장 적합한 제품이나 서비스를 탐색하는 비용을 절감하고 가장 합리적인 가격을 찾아주는 기능은 물론 고객의 프라이버시와 개인정보를 보호하는 역할을 동시에 충족시켜 주어야한다. 요제프 슈페터(Joseph Schumpeter)의 "창조적 파괴(Creative Destruction)"<sup>2)</sup>는 이 모든 변화의 모습은 잘 나타내주고 있다. 그에 의하면 모든 것은 기존의 구조와 관습적인 것, 친숙하고 따뜻하게 느껴지는 것 - 제품이든 서비스가든 제조공정이든, 기술군이든, 개인과 개인의 사회적 관계든, 또는 조직 그 자체든 간에 - 이라면 무엇이든 체계적 폐기(Systematic abandonment)가 전제로 형성되어있다는 것이다. 그렇다면 정보를 바탕으로 한 디자인기술기반도 새로운 정보를 바탕으로 변화되지 않을 수 없을 것이다. 경영학의 석학 피터 드러커(Peter F. Drucker)는 <21세기 지식경영>에서 앞으로 새로운 지식혁명이 일어남을 예고하고 있는데 이것은 그가 아니더라도 앞으로의 정보사회의 결과를 예견하기에 충분한 말이다. 위 석학들의 견해를 바탕으로 우리는 우리의 수준을 스스로 진단하고 평가할 줄 알아야 할 것이다. 예를 들어 우리가 정보산업의 하드웨어적 기술에서는

다소 우수하다고 하나 소프트웨어적 연구성과에서는 상당히 뒤쳐져있음을 발견할 수 있음도 앞으로 우리 스스로를 어떻게 변화시켜야 할 것인가에 대한 참고가 될 것이다. 그런데 이러한 정보세계에서 요즘 한창 세인에 화자되는 화두의 하나는 퓨전(Fusion)정보이며 그것은 앞으로의 정보는 과거처럼 하나 하나의 개별적 정보가 아니라 많은 정보들이 서로 복합되어 나타나 이것이 우리의 문화생활에 심대한 영향을 줄을 의미한다. 그래서 '퓨전정보에 의한 새로운 퓨전문화의 생성'이 학제적(學際的) 차원에서 21세기의 새로운 과제영역으로 떠오르고 있다. 그렇지만 퓨전으로 인해 인식체계가 혼란스러워지거나 가치기준의 기틀이 건전하지 못한 방향으로 흐를 우려가 있음도 사실이다. 본고는 퓨전에 나타나는 여러 학문의 종합적 기반연구를 통하여 퓨전으로 인한 위험과 폐해를 덜어주고 이를 논리적으로 질서화 하려는 데 그 의의가 있다.

## 2. 퓨전문화와 퓨전정보

그러면 이러한 우리의 수준과 정보의 세계적(global) 추세가 우리의 문화와 어떤 관계에 있는가 하는 점을 살펴봐야 한다. 그리고 퓨전된 정보는 문화에 어떤 영향을 끼치며 이것이 문화상품 개발과 관련해 어떤 연구의 가치가 있는 것인지도 살펴봐야 한다. 우선 문화의 정의부터 살펴보는 것이 중요하다. 문화는 정신활동을 바탕한 소산물이라 할 수 있다. 인간이 원시상태를 벗어나 인지가 발달하고부터 정신활동은 고양되어왔다. 토인비(Arnold J. Toynbee)는 "문화란 영원히 초유적인 인간성이 원시적 심령상태로부터 강한 영혼을 깨어나게 하여 영혼 그 자체를 존재의 높은 부분으로 이끌어 낼 때 생겨난 것"<sup>3)</sup>이라고 하였다. 이러한 토인비의 문화에 대한 정의는 오늘날 제3의 정보물결 충격이 일어난 지금의 문화에 대한 정의와 비교해볼 때 매우 한가한 고전적 정의에 해당될 수밖에 없다. 지금 급격한 광속의 정보화 물결 속에서, 지구 전체의 시·공간(時·空間)이 하나의 고속광문화(高速光文化) 속에 녹아 들어있는 환경에서, 또 갖가지 헤아릴 수 없이 많은 정보들이 서로 퓨전되어 전혀 새로운 정보를 창출하는 상황에서 우리는 우리 스스로의 삶과 생존을 위해 '퓨전된 새로운 정보', '퓨전된 창의적인 정보', '퓨전된 고급의 우수한 정보'를 준비하지 않으면 아니 되게 되는 재기에 이르렀다. 스스로 준비하지 않는 자는 앞서 토플러 교수의 말대로 그들의 '힘(power)'은 준비된 다른 사람(혹은 집단, 국가들)에게 '이동(shift)'되어 가버리게 될 것이다. 말이 이동이지 그것은 빼앗기는 것이나 다름없음을 분명히 직시하지 않을 수 없다. 강대국들의 세계화정책은 그들의 우수한 기술과 자본을 바탕으로 한 일종의 '강자주도의 약자구속형 퓨전정책(Fusion Policy)'에 다름 아니라고 볼 수 있다. 문화의 힘이 강한 내용은 문화의 힘이 약한 내용에 영향을 주고 그래서 때로 약한 것은 강한 것에 흡수된다. 그래서 오늘날 세계화에서 퓨전(Fusion)문화의 작용은 엄청난 결과를 초래하고 있다. 20세기에 들어서서 빠른 속도로 변화된 문명사회는 21세기에 이르러 초자유주의(超自由主義)사상에 바탕한 정치, 경제의 변화에 힘입어 지금까

1) 고객과 생산자를 연결시켜주는 에이전트(agent)로서 고객정보를 획득하고 이를 상업적인 목적으로 이용하는 중개업자를 말함.

2) Peter F. Drucker, Peter Drucker on the Profession of Management (이재규 옮김), 한국경제신문, 1999, P.189.

3) Arnold J. Toynbee, A Study of History. Vol. I. Oxford University Press, London, 1973, P.128.

지와는 전혀 다른 새로운 문화양식을 배태하는 기틀이 되었다. 그것은 모든 분야에서 세계화로 인한 전통적 양식이 급격히 변화, 쇠퇴하면서 '섞임질'의 문화양식이 새롭게 형성되게 되었다. 전통과 현대가 만나고, 동양과 서양이 만나고, 남녀의 성을 구별짓기 어려운 혼성성(混同性)이 생겨나는가 하면, 고급문화와 저급문화가 아무런 구애 없이 나란히 혼재해 있기도 하다. 오히려 저급문화가 고급문화 속에서 자신을 드러냄으로서 고급문화를 떠받치는가 하면 스스로도 그러한 떠받침 속에서 자신의 정체성을 확보하는 계기를 만들기도 한다. 그것은 고급과 저급이 나란히 병렬함으로써 자기들의 가치를 동시에 높이는 계기가 되기도 한다. 이것이 퓨전이 갖고있는 매력이기도 하다. 키치(Kitsch)가 일상생활의 존재상태를 전복시킴으로서 기존의 문화를 지탱해온 골격들이 뒤흔들리지 않을 수 없게도 되었다. "키치가 사회전체가 풍요로워지기 시작한 시기에 다른 어떤 시기보다도 번영의 시기였다"<sup>4)</sup>면 이 풍요의 시기는 바로 퓨전으로 인한 상호가치의 극대화 추구에서 비롯되었을 수도 있기 때문이다. 퓨전의 도래로 인한 가치의 혼란이 온 것이다. 그런데 이것도 그 현상을 살펴보면 그렇게 된 변화의 원류는 결국 앞에서 얘기한 국제화와 세계화의 과정에서 도래된 필연성일 수밖에 없는 것이다. 강대국들, 특히 초자유주의를 부르짖는 다국적 기업문화의 횡포에 의해 저질러지는 멀어 부치기 식의 세계화정략은 그렇지 못한 국가들에 무국적의 혼란과 가치관의 상실, 진정한 자아회복의 결핍, 문화의 종속화와 퇴락화, 이종교합의 악영향, 정체성의 상실 등에 대해 풀어야 할 많은 과제를 던져주고 있다. 즉 세계화에 기인한 퓨전에 대해 강한 반성과 비판의 제기가 언달아 올라옴이 사실이다. 그렇지만 현실의 정황에 대한 거부는 이미 때늦어버린 것이나 다름없다. 퓨전은 우리의 대중문화에 가장 주목받고 있는 화두가 이미 되었기 때문이다. 예술과 문화, 정치, 경제, 종교, 네트워크, 산업제품, 심지어 경영의 기법과 요리, 음악에 이르기까지 퓨전현상은 이미 깊숙이, 그러면서도 어떤 부분에서는 퓨전이 결코 나쁘지 않은 대상으로 자리잡아가고도 있다. 그래서 퓨전은 이미 잡종과 혼합으로 이루어진 경멸의 대상이 아니라 세계화에서 받아들일 수밖에 없는 대상이기도 한 것이다. 그리고 이러한 것은 다음 장의 여러 가지 과학의 영역에 영향을 끼치게 되었음을 알 수 있다.

### 3. 퓨전디자인의 학제적 기반

#### 3-1. 퓨전과 과학적 실험주의

퓨전이 과학적으로는 디자인에 여기 저기서 실험주의적 도전을 유발하게 하였을 알 수 있다.

오늘날 과학의 많은 부분에서 학제적(學際的/Multidisciplinary) 연구가 활발히 이루어지는 것은 과학의 각 영역들이 서로간의 교합을 통해 퓨전(Fusion)의 효과를 보자는 것이다. 그렇게 하기 위하여 많은 부분에서 갖가지 방법으로 온갖 과학의 실험이 도전적으로 이루어지고 있다. 디자인도 이제는 그 조건에서 과거부터 교과서처럼 인식되어온 (과학적)합목적성, (경제학적)경제성, (예술학적)독창성, (미학적)심미성, (사회학적)대중성 등의 매우 제한된 학문적 바탕에

서만 인식할 것이 아니라,

- 정치적으로는 민주성(民主性)이 요구되며,
- 문화적으로는 계몽성(啓蒙性)이 요구되며,
- 공학적으로는 기술성(技術性)이 요구되며,
- 종교적으로는 섭리성(攝理性)이 요구되며,
- 심리적으로는 안락성(安樂性)이 요구되며,
- 철학적으로는 질서성(秩序性)이 요구되며,
- 지리학적으로는 범세계성(凡世界性)이 요구되며,
- 역사적으로는 당대성(當代性)이 요구되며,
- 인간공학적으로는 편의성(便宜性)이 요구되며,
- 환경공학적으로는 무공해성(無公害性)이 요구되며,
- 기호학적으로는 인지성(認知性)이 요구되며,
- 건축학적으로는 공간성(空間性)이 요구되며,
- 행태학적으로는 반응성(反應性)이 요구되며,
- 생태학적으로는 조화성(調和性)이 요구되며,
- 정보통신학적으로는 전달성(傳達性)이 요구되며,
- 상품학적으로는 시장성(市場性)이 요구되며,

그리고 미래에 요구되는 어떠한 다른 학문들도 모두 디자인과 학제적으로 연관된 요구를 하고있음<sup>5)</sup>을 알 수 있다. 오늘날 이제는 과학의 어느 한 분야만으로는 모든 대상들이 복잡하게 얽혀있는 세계의 다극화현상(多極化現狀/Multi-Polarity) 문제에 효과적으로 대처할 수가 없다. 그것은 학문은 분석(分析)도 필요하지만 분석된 여러 가지 내용을 효과적으로 종합(綜合)하여 예견되는 새로운 문제에 슬기롭게 대처하는 지혜를 더 필요로 함을 의미하는 것이다. 분석은 한정된 방법과 기술을 필요로 하지만 종합은 그것이 인간생활의 효용을 위해 어떻게 쓰일 것인지에 대한 지혜를 가지게 해준다. 당연히 디자인도 여러 과학의 특성을 디자인 결과에 종합할 줄 아는 지혜를 필요로 하게 된다. 그것은 디자인이 종합에 의한 과학의 여러 분야와 퓨전을 시도함으로써 보다 효율적인 디자인 콘텐츠(Contents)를 계속해서 개발할 수 있기 때문이다. 즉 콘텐츠의 개발이란 '여러 가지 과학의 현상들의 종합적 퓨전'에 다름아님을 증명하고 있는 것이다.

#### 3-2. 퓨전과 경제학

퓨전이 경제학적으로는 기업 간의 많은 인수합병(引受合併)을 일으키게 하였다.

오늘날의 세계경제는 과거와 같은 기존개념으로는 도저히 감당할 수 없을 만큼의 빠른 퓨전으로 이루어지고 있다. 다임러 벤츠와 크라이슬러의 합병은 세계를 놀랄만하게 한 퓨전의 대표적 사건이었다. 오늘 마이크로소프트사와 인텔간의 경쟁이 내일 합병으로 퓨전화 됨을 갑자기 보여줄 수도 있음이 작금의 현실이다. 이것은 서로의 경영전략과 방침을 통합이나 인수합병의 형태로 퓨전함으로써 서로간의 출혈경쟁을 막고 공존을 모색하자는 타협에서 나온 교육책이다. 그래서 다음과 같은 몇 가지 퓨전에 의한 새로운 흐름이 세계경제의 패러다임에 생겨났다. 즉,

- 첫째, 다국적 경제활동의 상호 퓨전에 의한 통합자본(統

4) Abraham Moles, *Psychologie du Kitsch*, (엄광현 옮김), 시각과 언어, 1996, P.11.

5) 박규현, 제품디자인의 만족요인 분석에 관한 연구, 한양대학교 대학원 학위논문, 1994, P.4.

合資本)은 국가주의를 이기고,  
 · 둘째, 다국적 경제활동의 상호 퓨전에 의한 세계주의(世界主義)는 지역주의를 이기고,  
 · 셋째, 다국적 경제활동의 상호 퓨전에 의한 시장효율(市場效率)은 저축을 이기고,  
 · 넷째, 다국적 경제활동의 상호 퓨전에 의한 자유시장경제(自由市場經濟)는 중상주의를 이기고,  
 · 다섯째, 다국적 기업활동의 상호 퓨전에 의한 세계화(世界化)와 첨단기술(尖端技術)은 규제를 이긴다는 사실이다.<sup>6)</sup>  
 여기서 제시된 자본, 세계주의, 시장효율, 자유시장경제, 세계화와 첨단기술은 모두 퓨전으로 인하여 생겨난 것들이고 국가주의, 지역주의, 저축, 중상주의, 규제 등은 퓨전이 일어나기 이전에 이미 있었던 전근대적 내용들을 알 수 있다. 앞으로 <첨단산업>의 디자인은 전자(前者)의 내용들을 민첩하게 다루어 나가야 할 것이지만 <굴뚝산업>의 디자인에 속하는 후자의 내용들도 적절히 전자와 퓨전하여 균형있게 다루어 나가야 할 것이다. 디자인이 바람직한 지식산업이 되기 위하여서 양자의 퓨전은 매우 중요한 사항임이 틀림없다.

### 3-3. 퓨전과 문화

퓨전이 문화적으로는 디지털<사이버> 지향적 계몽사상과 결합하게 되었다.  
 사실 과거의 아날로그만이 갖고있는 느린 전달체계상태로서는 지금의 높은 고속광문화(高速光文化)의 욕구를 대신할 수는 없다. 따라서 직접 현장에서 현상을 체험해야만 하는 <Tangible> 아날로그적 방식으로는 시간과 경비, 장소 등의 문제로 인하여 충분한 효과를 진척시키기란 어렵다. 그래서 발명된 것이 실제공간(實際空間)이 아닌 가상공간(假象空間/Virtual Reality)이고 그것의 간접 체험방법이다. 그러나 너무 디지털 지향적인 가상체험 문화는 현실세계를 도외시키고 현실에 부적응하는 폐단이 있으므로 적당히 기존의 아날로그 문화와 퓨전되는 것이 좋을 듯 하다. 제설통합주의(諸說統合主義/Syncretism)가 추진과 방법에 있어서 어려움이 있는 것이 분명해듯이 이것도 쉽지만은 않을 것이다. 하지만 아날로그 문화를 경시하고 너무 디지털 쪽으로 만의 진행은 사람들로 부터 현실감을 상실케 하여 실제생활에 괴리되는 불행을 가져오게 된다. 많은 정신병리학자들이 우려하는 것은 미래의 지나친 디지털문화의 심취로 인한 대인기피증과 현실 부적응성이라고 일컫는다. 그러므로 앞으로의 디자인은 사이버세계의 영역과 현실세계의 영역을 마찰없이 적절히 퓨전된 양상으로 발전시켜야 하는데 있다.

### 3-4. 퓨전과 사상

퓨전이 사상적으로는 헤겔(Hegel)의 “통합사상”<sup>7)</sup>을 이루는 계기가 되었다고 볼 수 있다.

6) Business Week,  
 7) Reuben Abel, Humanistic Pragmatism: The Philosophy of F.C.S Schiller, The Free Press, New York, 1966, P.124.  
 헤겔은 진리(Truth)와 현실(Reality), 논리(Logic)와 형이상학(Metaphysics)을 분리하지 않고 함께 보았다. 퓨전의 의미자체는 이미 그것이 진실이든 아니든 이 모든 것들이 분리되지 않고 한데 융합(融合)하는데 있기 때문이다.

헤겔의 관점에서처럼 진리(眞理)와 현실(現實), 논리(論理)와 형이상학(形而上學) 등을 분리하지 않고 하나로 보기 위하여서는 이것들의 상호통합이 이루어지지 않으면 아니 될 것이다. 말하자면 일종의 사상의 퓨전화의 성립이라고 해도 좋을 것이다. 실제로 모든 사상에 있어 그 토대가 퓨전화로 인한 통합이 이루어지지 않으면 점점 다원화, 다변화, 다극화되어 가는 오늘의 현실을 슬기롭게 대처하며 살아갈 수 없다. 현실 대처는 어쩔 수 없이 이질적인 것들의 상호 퓨전화로서만이 가능하다. 그렇다고 그것은 자기사상이나 자기주장의 포기나 아니다. 오히려 남의 것을 폭넓게 수용함으로써 자기사상이나 자기주장을 보다 적극적으로 확대할 수 있다는 것의 의미이다. 그래서 퓨전은 오히려 퓨전을 먼저 제외한 쪽에 유리할 수 있게 된다. 왜냐하면 그럴 수밖에 없는 것이 먼저 제외한 쪽의 입장에서는 제의 이후의 예측되는 문제발생부분에 대해서 충분한 사전 조사와 연구를 바탕으로 할 것임이 분명하기 때문이다. 사실 퓨전이란 원래 우세한 쪽에 더욱 유리하게 되어지는 속성을 가지고 있다. 그것이 또한 퓨전의 매력이기도 하다. 예를 들어 서양사상과 동양사상이 오늘날 퓨전화되어 혼재해 있지만 우세했던 서양사상이 동양사상보다 더 유리하게 모든 부분에서 작용하고 있음이 오늘의 사실이다. 즉 퓨전이 이루어져도 강한 사상은 약한 사상을 흡수하는 경향이며, 강한 사상은 그러한 퓨전을 통하여 더욱 더 강한 자기 내용을 창출한다는 것이다. 이것이 퓨전의 철칙이며 매력이다. 그래서 오늘날 약소국가나 개발도상국가들의 디자이너들이 자기 나라의 전통적 디자인 문화마인드를 소홀히 하고 자꾸만 선진국 디자인을 모방하는 것은 사실은 모방이 아니라 우세한 선진국 디자인문화에 흡수되어가는 - 퓨전되어가는 - 과정을 나타내주고 있는 것이다. 안타까운 일이지만 그것은 사실이다. 가장 전통적인 것이 가장 세계적이라는 슬로건으로 자존심이 있고 그나마 깨어있는 후진국이나 개발도상국 디자이너들의 활동이 그래서 돋보이지만 그러나 여간해서 이미 선진국 디자인문화로 흡수된 세계화 내용을 무너뜨리기란 쉽지 않음을 보여주게 된다. 그렇다면 방법이 하나 있다. 현명한 기업이라면 자기나라의 전통사상과 이에 따르는 자기 디자인을 확실히 보존 연구하면서 오히려 선진국 보다 더 철저히 미래의 세계화 연구에 투자함으로써 변화와 경쟁에 대응해나가야 할 것이란 점이다.

### 3-5. 퓨전과 교육

퓨전이 교육학적으로는 에듀테인먼트(Edutainment)를 가능하게 하였다. 오늘날 교육(Education)은 오락과 엔터테인먼트(Entertainment)와 퓨전되지 아니하고 과거와 같은 전통적 방식에서만 행해질 경우 학습자로 하여금 흥미유발을 상실하여 교육적 효과를 높이기 어렵게 되었다. 단순한 암기나 틀에 박힌 고식적 문제풀이, 혹은 주입식의 고착된 교육방법으로는 학습자들의 외면을 사고 맡게 된다. 그것은 다양한 교육방법이 개발되면서 여러 가지 오락기구나 재미를 겸한 놀이방법들이 흥미유발을 통한 자발적 참여교육을 이끌어 그것이 기존의 교육에 퓨전되어 살아 생동하는 심신한 교육의 장으로 변화해야 하기 때문이다. 그래서 교육교재 기구의 디자인개발도 이러한 에듀테인먼트의 효과를 볼 수 있어야 한다. 디자인의 목적이 소비자에게 최대한의 만족을 주는데 있다면 당연히 교육

교재 기구의 디자인개발도 이러한 에듀테인먼트의 교육목적을 달성시키기 위한 만족스런 퓨전이 담겨있어야 된다.

### 3-6. 퓨전과 사회학

퓨전이 사회학적으로는 대중의 혼란을 불러일으키는 동기가 되었다.

기존의 대중적 가치와 질서가 퓨전으로 인하여 매우 큰 사회적 혼란을 불러일으켜 왔다. 퓨전으로 인한 20세기 후기의 사고를 “복수성(複數性), 혼성성(混姓性), 탈확정성(脫確定性)”<sup>8)</sup>으로 규정지음은, 그리고 그것이 포스트모더니즘의 내용과 특성이라 규정지음은 그만큼 퓨전으로 인한 사회문화의 기초가 급변했음을 의미하기 때문이다. 사회문화의 기초의 급변으로 인해 고급과 저급이 같이할 때 고급은 이제 구태여 고급의 위신을 내세우지 않는다. 내세우지 않더라도 저급과 자연스럽게 대비됨으로서 고급의 가치는 나타나게 된다. 한편 과거의 저급이라고 생각했던 것들은 이제는 수치나 부끄러움의 대상이 아니다. 단지 급간과의 “상황차별”<sup>9)</sup>에 기인한 인식대상의 변화에 불과하므로 저급은 이제 당연한 자기 정체성의 확신을 주장하고 있다. 그래서 사회적 대중성이란 용어도 결국 퓨전에 따라 의미가 수정되어야 할 것 같다. 그것은 종래의 가진자와 가지지 못한 자, 배운 자와 배우지 못한 자, 등의 이분법적 사회적 지표 사이에 있는 보편적인 것에 대한 성질만을 대중성<종적인 대중성>이라 할 것이 아니라 (가진 자와 가지지 못한 자 대신에) 배우는 자와 배플지 못하는 자, (배운 자와 배우지 못한 자 대신에) 지혜로운 자와 지혜롭지 못한 자 등의 (사회적 지표가 아닌) 인간적 지표 사이에 있는 보편적인 것에 대한 성질도 대중성<행적인 대중성>이라 할 수 있어야 한다. 이러한 ‘행적인 대중성’의 구분이 있어야 앞서의 ‘상황차별’은 더욱 값지고 의미 있게 될 것이다.

### 3-7. 퓨전과 인류학

퓨전이 인류학적으로는 선천적 유전적 기질에 후천적 삶의 경험들이 합쳐짐을 의미한다.

그것은 퓨전으로 인하여 각각의 기질들에 특색 있는 상호작용이 일어나게 되었고 거기다 퓨전으로 인한 ‘교차문화의 다양성(Cross-Cultural Variation)’<sup>10)</sup>은 배타적 종족주의를 벗어나게 하는 계기가 되었으며 상호 교류에 의해 인류의 특성을 점점 흥미롭게 진전시키는 계기가 되었다. 그리고 그러한 교류에 의한 진전에 따라 과학과 문화의 소산물들이 상호 퓨전되면서 오늘날 전자시대의 도래로 인한 새로운 네티즌세대의 등장을 보게 되었으며 수많은 정보를 처리할 수 있는 능력과 기술이 개발되어 기존의 아날로그 기술과 함께 이제는 변화를

두려워하지 않는 “신인류(新人類)”<sup>11)</sup>의 탄생을 보게 되었다. 그래서 오늘날의 신인류가 갖는 의미는 다음과 같다.

· 첫째, 신인류는 정치에 대해서는 매우 관심이 없다. 오직 문화에 관심이 많다. 그들의 문화인자는 상호 퓨전될 것이며 지성과 감성의 끊임없는 개발로 새롭게 변형되어갈 것이다.

· 둘째, 신인류는 타종족과의 결합을 혐오하지 않는다. 타 종족의 문물을 이해하며 평화롭게 살기를 원한다. 그럼에도 불구하고 일부 신인류들이 반문화적 저항세력으로 비추지는 것은 그들이 그렇게 된 배경과 원인을 철저히 분석해보지 못한 데 기인한다고 본다. 예를 들어 현재의 미국의 젊은이들이 대체적으로 인디언들이나 타종족과의 인종분리에 과거 세대들만큼 그렇게 강렬하지 않은 이유는 갈수록 문화와 종족의 퓨전 현상에 자연스러움을 가지고 있기 때문이다.

· 셋째, 신인류는 솔직하다. 거짓을 싫어하고 오직 진실에 가치를 부여하고 싶어 한다. 신인류는 기존의 양식과 틀을 무조건 거부하지 않는다. 가끔 기존의 양식과 틀에 대해 강한 반발과 저항을 가지는 것은 과거 기성세대들이 저절러 온 위신과 부정직함이 그들의 문화와 정신배양에 방해를 주기 때문이다. 이의 책임은 애초에 기성세대에 있었음은 말할 것도 없다.

· 넷째, 신인류는 반드시 세상을 바꿀 것이다. 그들이 비록 경제적 풍요 속에서 자라는 세대들로서 때로 과소비의 주범으로 지적 받기도 하지만 이들은 돈보다는 오히려 자신의 개성 추구와 자기만족을 더 우선시 하고있다. 그리고 기성세대들의 고정된 인식체계에서 벗어나 시장의 구매선호상품도 그들의 취향에 따라 이루어지며 그들만의 상품문화가 존재하고 있다. 물론 빠른 기업들은 미래에 세상을 바꿀 이들 잠재고객들에 대한 취향연구를 게을리 하지 않고 있다. 신인류야말로 미래의 기업에 중요한 손님으로 다가오고 있기 때문이다.

· 다섯째, 신인류들이 단순한 것을 싫어하고 키치(Kitsch)적 잡동사니 문화에 심취해 보이는 것은 그만큼 다양한 정보의 총량들이 그들의 정신문화를 공격하여 퓨전화 하였기 때문이다. 만일 그들의 키치적 잡동사니 문화를 기성세대들이 혐오한다면 그것 역시 그렇게 되도록 그들의 환경에 영향을 준 기성세대 스스로임을 밝혀야 할 것이다. 현재의 모든 현상은 과거에 바탕을 두지 않은 것은 하나도 없음을 인정해야 한다. 신인류들의 신문화 역시 이에 예외될 수 없다.

### 3-8. 퓨전과 민족

퓨전이 민족학적으로는 민족주의(民族主義)와 국수주의(國粹主義)가 쇠퇴함과 동시에 “상호작용주의(相互作用主義/Transactionalism)”<sup>12)</sup>를 일으키게 하는 동기가 되었다. 사실 지역간 민족간의 상호작용은 좋은 일이다. 그래서 그러한 상호작용에 의해 무국적의 소산물이 혼재하는 것처럼 보이는 것이 오늘의 현실이기도 하다. 그러나 퓨전으로 인해 민족적 정체성까지 사라져야 할 것은 아니라고 본다. 글로벌 시대에 있어 과거와 같은 민족주의나 국수주의가 주는 폐해들이 사라져야 한다 할 뿐이지 그들의 갖고있는 정신적 바탕은 오히려 튼

8) 李春燮, 20世紀 後期 室內디자인의 表現的 特性에 관한 研究, 홍의 대학교 대학원 (박사학위), 1998, PP.374-414.

9) <상황차별>이란 과거 경제적 이유 때문에 일상생활에서 저급을 사용할 수밖에 없었던 것에서 벗어나 이제는 상황에 따라 고급과 저급을 그때그때 사용함을 말한다. 예를 들어 공식회이나 만찬에 초대되었을 때는 값비싼 정장을 입고 나가지만 그렇지 않을 경우 일상생활에서 간편한 값싼 옷을 입는다고 해서 그의 존재의 본성이 영합받는 것은 아니다. 이렇게 ‘의도된 <상황차별>’은 당연히 자기 정체성을 확립시켜준다.

10) Carol R. Ember & Melvin Ember, Anthropology, A Simon & Schuster Co., Engliwood Cliffs, New Jersey, 1993, PP.394-395.

11) 여기서 신인류(新人類)란 ‘새로운 종의 탄생’으로서의 인류가 아니라 ‘새로운 지성과 감성의 탄생’으로서의 인류를 의미한다.

12) Frederic Barth, Ethnic Group and Boundaries, London, Allen and Unwin, 1969.

튼히 더욱 강화되어지고 있다고도 볼 수 있다. 소위 '전통적인 것의 세계화'라는 슬로건 하에 각국은 더욱 자기 것에 대한 자부심과 긍지로 민족적 우수성을 지켜나가려 하고 있음이 그 예이다. 예를 들어 독일인들이 자기들이 만든 상품에 과거의 'Made in Germany'가 아닌 'German Made'를 붙여 차별화하고자 하는 것은 세계화 속에서도 그들만의 순수한 상품혈통을 지키겠다는 의도이다. 세계적 다국적 기업들이 온갖 나라에서 온갖 물건을 다 만들어 이제는 특별히 독일에서 만들었다고 해서 과거처럼 순수한 독일기술에 의한 독일제품이란 인식을 소비자들이 하지 않게 되었기 때문에 그래서 고안한 것이 특별히 독일인이 독일의 재료와 기술로 만든 순수독일상품임을 강조하기 위한 'German Made'의 사용이다. 이것은 민족주의와 국수주의가 겉으로 사라졌을 뿐이지 그들이 갖고있는 정체성은 내부에서 아직 강하게 작용하고 있음을 증명하는 것이다. 또 상업적으로는 상품에 'German Made'의 라벨이 들어가게 차별화 함으로서 독일 상품이 세계화로 인해 재료와 기술이 다른 나라의 그것들과 혼용되지 않았음을 전세계소비자들에 인식시키고자하는 의도이기도 하다. 즉 민족적 자존심과 정체성은 여간해서 변질될 수 없음을 보여주는 예라고 볼 수 있다. 사실 정체성마저 변해 모든 나라나 상품이 특색 없이 꼭 같이 하나로 단조롭게 되어진다면 그것은 지루한 삶이 될 것임에 틀림없다. 이것은 진정한 의미에서의 퓨전은 아니다. 정치 사회적으로 다극화(多極化)는 극복되어야겠지만 문화적으로 다양화(多樣化)가 사라져서는 진정한 의미에서의 삶의 행복은 아닌 것이다. 퓨전의 목적은 다극화의 극복에 있지 다양화의 지양에 있지 않다. 퓨전은 퓨전에 의해서 다양화를 더욱 극대화하는데 가치가 발생된다. 이것은 상품디자인에 있어서도 마찬가지이다. 특히 신세대들에 있어서는 색다르고 이국적인 것에 대한 호기심으로 과감하게 복합문화상품(複合文化商品/Multi-cultural Merchandise)을 수용하는 편이다. 금속과 가죽, 섬유 등의 소재의 혼합이나 옛 전통문양과 현대적 이미지의 혼합, 컴퓨터와 TV의 이미지, 여러 가지 기능의 혼합 등 여러 유형으로 나타나고 있다. 당연히 이들은 과거 교조적이었던 국가관이나 민족관에는 큰 흥미를 느끼지 않는 세대들이므로 그들이 사용하는 상품의 디자인에 자연히 여러 나라의 복합문화 요소가 퓨전되어 있는 것에 거부감을 느끼지 않는다. 이러한 이유는 기성세대들보다 이들이 연령상 보다 쉽게 이질적 요소와 잘 어울릴 수 있는 그들의 친화성과 유연성에 기인한다고 본다. 사실 민족주의나 국수주의 그 자체는 곧 친화성과 유연성의 거부를 뜻하는 언어적 기호였음이 사실이다. 민족주의나 국수주의의 언어적 기호가 나타나는 상품의 개발은 세계화 시대에 바람직하지 않다고 할 수 있다.<sup>13)</sup>

### 3.9. 퓨전과 지리학

퓨전이 지리학적으로는 탈경계화(脫境界化)를 이루었다. 2차 대전 이후 초자유주의가 대두하면서 냉전의 종식과 함께 각국의 장벽이 무너지면서 정치적 이념은 물론 무역, 금융, 노동, 자본 등의 경제적 생활에 이르기까지 급격히 교류가 확대되게 되었음은 주지의 사실이다. 하드웨어적으로 볼 때 당연히

중전의 국가적 영토가 갖는 엄격한 금근기는 살아있어도 소프트웨어적으로는 완전히 세계는 하나가 된 셈이다. 무역, 금융, 노동, 자본 등이 소프트웨어에서 완전히 하나일 때 국가적 경계는 완전히 무의미해져 버렸다. 상품디자인 역시 '전통적인 것의 세계화 제품'인지 아니면 아예 처음부터 '세계화 유형의 제품'인지를 차별화 시켜 전략을 세우는 것이 유리하게 되었다. 문화상품은 전자의 전략에 해당되었지만 일반소비자제품은 후자의 전략에 해당되게 하여야 할 것이다. 전통과 기술이 있는 중·소기업이라면 문화상품으로 '전통적인 것의 세계화 제품'을 만드는 것이 유리하겠지만 대기업들은 전 세계에 걸친 조직과 판매망을 이용해 당연히 '세계화 유형의 제품'을 만들어 파는 것이 유리할 것이다. 지리적 탈경계화의 기준은 이렇게 기업의 생산전략에 어떤 것이 자사에 더 유리하게 하는지를 가능하게 해주는 바로미터인 셈이다. 물론 이러한 바로미터는 앞서 민족적 상호작용주의와 연관을 맺고있음이 사실이다. 민족적 상호작용주의가 작용하지 않는 지역에서는 탈경계화가 순조롭게 이루어지지 않으므로 여기에서는 '세계화 유형의 제품'을 만들어 팔 수도 없고 그러한 마인드도 서지 않았다는 증거가 된다. 그러나 민족적 상호작용주의가 작용하는 지역에서는 탈경계화가 순조롭게 이루어지고 있으므로 여기에서는 '세계화 유형의 제품'을 만들어 파는 것이 장점이다. 이런 곳에서는 '전통적인 것의 세계화 제품'을 만들어 판다는 전략은 아예 세우지 않는 것이 현명하다.

### 3-10. 퓨전과 기호학

퓨전이 기호학적으로는 "표상(表象)의 재현들"<sup>14)</sup>에 기인하게 된다.

표상이란 우리의 지각에 각인된 갖가지 상들이 대뇌피질에서 상호 결합작용을 일으키면서 복합적인 새로운 상의 형성을 일으키며 밖으로 나타남을 말하는 것인데, 이것을 일컬어 <퓨전화된 상의 도출>이라고 이름해도 무방할 것이다. 다시 말해 표상이란 지각의 직접적인 종합이며 개괄로서 과거에 감지한 사물의 형상이 기억에 재현된 것을 말한다. 그러므로 퓨전에 있어서 표상의 재현이란 개방화와 세계화로 인한 많은 시각정보의 총량들이 자주 서로에게 공유되면서 그것이 대뇌피질의 기억으로 읊어오는 과정에서 기존의 표상들이 갖고있는 내용들과 융합함을 말한다. 그래서 기호학에서의 표상이란 이러한 형상들이 퓨전화된 기호로서 작용함을 말한다고 할 수 있다. 그러므로 여기서 표상이란 기호학적 "내포적 의미(內包的意味)"<sup>15)</sup>를 떠올 수밖에 없는데 그것은 내포(內包)야말로 앞서 얘기한 여러 상들의 상호 결합을 완벽하게 나타내는 상태이기 때문이다. 예를 들어 여러 가지 의미가 퓨전된 <내포적 의미>에서 자동차의 경우 벤츠는 고급의 기호를 가지는가 하면 BMW와 대비될 때는 속도와 순발력보다 오히려 안전과 중후함의 기호를 가진다. 또 제규어(Jaguar)와 대비될 때는 즉각 다른 기호를 가지게 된다. 이렇게 한 표상에서 의미가 복합되게 내포된<퓨전된> 상태를 복합기호(複合記號/Complex Sign)라고 말할 수 있다. 예를 들어 십자가에서 표상이 재현되는 의미는 여러 가지이다. 창세기에서 십자가는 야곱의 사다리처럼

13) 박규현 외, 1990년대 한국 신세대문화의 속성과 제품디자인 경향 비교연구, 디자인학연구 37호, 한국디자인학회, 2000, P.206.

14) 한수영, 대중을 위한 철학, 한길사, 1989, P.324.

15) 김광현, 기호인가 기만인가?, 열린책들, 2000, PP.60-61.

림 생명의 나무이며 하늘과 땅을 연결하는 기호였다. 그러므로 초기 기독교인들에게 십자가는 그리스도의 수난을 상기시키는 것이 아니라 <신의 영광의 상징>이었다. 그것이 헤롯왕 시대에는 수많은 유대인들이 독립과 국가의 자존심을 위해 투쟁하며 십자가형이란 가혹한 <고통의 상징>으로 받아들여졌다. 꼭 같은 십자가가 복합기호를 가지며 장소와 때에 따라 상이한 '표상의 재현'을 보여주는 예인데 이것은 비단 십자가에서 뿐만이 아니라 여러 다른 많은 기호에서도 쉽게 찾아볼 수 있다.

제품개발디자인에서도 이러한 현상은 예외 없이 적용된다. 즉 제품의 형태를 사용자가 좋아하는 어떤 기호로 인지하고 있느냐에 따라 디자인은 결정짓게 된다. 물론 여기에도 여러 가지 '내포된 의미'의 기호가 작용함으로써 밖으로 '표상의 재현'은 이루어진다.

디자인은 내용에 있어서는 의미(意味)가 중요하지만 형식에 있어서는 곧 개인에게 자기가 좋아하고 인식하는 표상이 갖는 기호의 재현(記號再現)이 중요하다고 말할 수 있다.

### 3-11. 퓨전과 정보통신

퓨전이 정보통신학적으로는 실시간(Real time)의 즉효를 보게 되었다.<sup>16)</sup>

퓨전은 전 세계적인 전자 네트워크의 구축으로 온라인 상에서 실시간으로 이루어지고 있다. 과거처럼 오프라인 상에서의 아날로그적 방식이 아니라 온라인 상에서의 디지털 방식으로 해결되므로 그만큼 빠르게 퓨전이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 고속광문화(高速光文化)에서 실시간의 효과에 의해 매우 빨리 이루어짐과 같은 말이다. 제품의 디자인 개발에 있어서 퓨전디자인을 해결하여야 할 경우 이러한 온라인상의 실시간의 장점을 잘 이용할 때 더욱 효과적인 디자인결과를 볼 것이다. 그리고 앞서 예를 든 온라인 상의 정보중개업자(Infomediary)의 경우는 이러한 실시간이 주는 즉효성을 소비자에게 잘 전달시켜 인식시켜 줌으로서 불필요한 시간과 경비를 절감하게 하고, 또 유사정보의 내용을 군집으로 분류하여 목적에 따라 서로 필요한 것들간의 퓨전으로 새로운 정보를 창출할 수도 있게 된다.

### 3-12. 퓨전과 생태학(生態學)

퓨전이 생태학적으로 적응(適應/Adaptation)과 조화(調和/Harmony)를 이루어야 한다. 생태는 생물과 환경과의 연관을 살피는 과학이다. 이제 이것은 학문으로서만 남는 것이 아니고 생태주의(生態主義)라는 이데올로기로 자리잡아가고 있다. 그만큼 환경에서의 생태의 중요도가 실질적으로 중요해졌다는 것을 말해주고 있다. "지구 생태계를 하나의 집<에코>으로 파악하는 이 논리<로고스>는 집<에코>을 지배하는 <노모스> 기법으로서의 에코노미(경제학)와 자주 맞서게 되었다."<sup>17)</sup> 그것은 무엇보다 에콜로지가 기술문명에 드러내는 적의(敵意) 때문이다. 이와 같은 의미에서의 에콜로지가 급속도로 변화가

는 현대산업사회에서 쏟아내는 엄청난 양의 배설물과 부작용은 오늘날 현대인들의 인식에 생태학적으로 잘 적응(適應/Adaptation)하고 조화(調和/Harmony)해야만 한다는 책임을 던져준다. 이것은 실로 커다란 지구적 당면문제라고 해야 할 것이다. 공기, 바람과 통풍, 햇빛, 물, 그늘, 온도, 식물, 동물, 밀립의 숲, 습기 등 여러 가지 환경이 갖는 생태적 요소들은 현대 디자인에 있어 서로 조화롭게 적응해야만 할 운명을 가지고 있다. 생태(生態)란 글자 그대로 '생물이 살아가는 모양'을 말하며 생물이 살아가는 데는 위와 같은 공기, 햇빛, 물, 그늘, 온도 등의 모든 요소들이 우리의 환경에 잘 조화되어<퓨전되어>야 함을 말하는 것이다. 제품디자인에서의 생태학적으로 고려한 디자인제품을 생산하기 위한 공장의 입지에서부터 제품의 생산과 하역, 분배, 소비에 이르는 전 과정이 일괄되게 생태계의 파손 없이 이루어져야함을 말한다. 비단 건축이나 실내환경디자인에 있어서만의 생태적 고려란 매우 협의의 고려라 할 수 있다. 모든 디자인부분에서 생태학적으로 밀접히 퓨전된 디자인이 오늘날 무엇보다도 절실히 요청된다. 살아 생동하고 숨을 쉬는 디자인은 생태와 잘 퓨전된 디자인이다. 그렇지 못한 디자인은 죽어있는 디자인이라 할 수 있다. 돈을 아무리 많이 들여서 하드(Hard)하게 구조적 멋을 지녔다 할지라도 만일 소프트(Soft)하게 생태적 내용을 해결하지 못했다면 그것은 곧 디자인이라 할 수 없다. 딱딱하게 굳어 죽은 디자인인 것이다.

## 4. 결론

지금까지 퓨전의 순기능과 역기능에 대해 살펴보았다. 주로 순기능에 대한 고찰이라고 해야 옳을 것이다. 그러나 퓨전에 반드시 순기능만 작용하지는 않는다. 역기능도 많이 작용한다. 퓨전현상의 옹호자만큼이나 순수성 유지의 옹호자에게도 퓨전을 싫어할 권리가 주어져야 할 것이다. 또 퓨전이 세계화에는 적합할지 몰라도 토착화의 가치보존에는 별로 도움이 되지 않을 수도 있을 것이다. 퓨전에 의해 문화의 역량이 떨어지게 되고, 정신적 가치가 쇠퇴하게 되고, 도덕적 지성이 낮아지게 된다면 우리의 지성은 황폐해질 수밖에 없는 상황이 올 것이다. 이것은 곧 퓨전이 바람직하지 않다는 증거이다. 그래서 신세대 사고를 가지지 않은 연령층에서는 무분별한 퓨전에 대한 저항은 더욱 커질 것이다. 퓨전에 의해 세대간의 격차조정, 전통과 아방가르드간의 불협화음은 퓨전의 수용과 거부간의 마찰을 더욱 심화시킬 것이다. 퓨전의 진정한 목적은 이러한 서로 다른 이질적인 요소들이 각자 고유한 색깔을 유지하게 하면서도 융합과정에서는 하나의 공통된 새로운 시너지효과(Synergic Effect)를 창출해 내어야 하는데 있으므로 퓨전의 수용은 매우 신중하게 다루어져야할 문제임이 틀림없다. 그럼에도 불구하고 오늘날의 퓨전은 기존의 가치에 대한 깊은 사고나 진지한 목적의식이 없이 매우 경솔하게 이루어지는 경향이 짙음을 발견할 수 있다. 부적절한 퓨전의 감각스런 등장은 우리를 부당스럽게 하고 거기에 마지못해 적응하는 데에는 얼마간 자기의 가치기준을 포기해야만 되는 상황이어야만 한다. 내 의사와는 관계없이 퓨전은 나의 가치와 삶의 질을 다른 쪽으로 바꾸어놓는 원인이 되기도 할 것이다. 그러나 이제 퓨전은 20세기를 거쳐 21세기에 이르렀고 하나의 사회문화현상으

16) 박규현, 퓨전디자인의 속성에 관한 연구, 디자인학연구 37호, Vol.13, No 3, 2000, P.219.

17) 대구외인조각회, Ecology+사전 팸플릿, 대구동성로 갤러리 전시장, 2000년 11월 6일~11월 12일,



로 계속해서 각광받을 것임이 틀림없다. 그것은 이미 거부할 수 없는 하나의 사회현상적 목결이다. 그렇지만 한가지 희망적인 것은 우리가 보존을 원하는 전통적인 것들이 모두 퓨전의 남용과 오용에 의해 쉽게 사라지리라고는 아무도 생각하지 않을 것이라 짐이다. 수 천년 동안 지탱해오던 삶의 가치와 덕목들이 퓨전의 급습으로 인하여 하루아침에 변질되어서는 아니 된다는 것이 그들의 생각이라면 이것 역시 환영할 만한 일이라 할 수 있다. 그래서 오히려 퓨전에 대한 반대급부적 생각이 전통적인 것에 대한 보호의식을 더욱 강화하게 할 수 있을 것이다. 이것은 좋은 일이다. 그래서 필자는 퓨전에 대한 다음과 같은 몇 가지 결론으로 본 장을 마감하고자 한다.

· 첫째, 퓨전은 자연스럽게 이루어져야만 한다. 의도적으로 강요되거나 거부되는 상황이나 과정에서 이루어져서는 아니 된다. 퓨전 그 자체는 융합(融合)을 의미하므로 그것은 문자 그대로 서로 간의 거부감이나 마찰 없이 자연스럽게 동화됨을 뜻한다. 간혹 장르와 장르간, 이종(異種)들간의 부조화한 퓨전을 발견할 수 있는데 이 경우 퓨전의 의미는 그 만큼 퇴색된다. 퇴색될 뿐만 아니라 오히려 부조화로 인하여 새로운 분쟁을 야기하는 원인이 되기도 한다. 미국이 아프리카의 흑인들을 강제로 노예로 데려갔기 때문에 오늘날 그것은 진정한 <용광로(Melting Pot)>의 구실을 하지 못하고 <원충장치가 없는 인종대립>만을 계속 일으키고있는 것이다. 애초에 그것은 바람직한 퓨전이 아니었기 때문이다. 이것은 한낱 인종적인 사례에 불과하지만 오늘날 각국의 정치, 경제, 사회, 문화, 종교, 과학, 역사, 기술 등의 제반 문제에서 상호 퓨전의 역할은 엄청난 중요성을 발휘하고 있다. 그리고 이러한 엄청난 중요성의 힘은 퓨전이 강요나 거부되는 상황에서 이루지는 것이 아니라 화합과 자연스러운 순로(順路)의 과정에서 이루어진다는 것이다. 그렇다면 디자인의 문제도 여기에 예외가 아님이 틀림없다.

· 둘째, 일단 퓨전된 내용에 대해서는 당장 수용(收容)이나 거부(拒否)나 의 자세를 취할 것이 아니라 그것이 과연 하나의 독립된 내용으로 계속 가치있는 것으로 존재하게 되는지 시간을 두고 지켜보아야 한다. 시간이 경과함에 따라 퓨전된 내용이 더욱 효과를 강화하는 것이 있는가 하면 그렇지 않고 퓨전의 내용이 퇴색해지는 것들도 있다. 이때 더욱 효과가 강화되는 퓨전에 대해서는 어떤 연유로 그렇게 되는지에 대해 여러 가지 측면에서 분석해볼 필요가 있을 것이다. 분석을 통해 우리는 바람직하지 못한 퓨전의 문제점에 대해서 대처할 수 있게 된다. 그러한 대처를 통해 우리는 퓨전으로 인해 발생하지도 모를 여러 가지 문제들을 사전에 방지할 수 있게도 된다. 지나친 퓨전을 경계하거나 억제함으로써 삶의 질이 파괴되고 분열됨을 사전에 막을 수 있다면 그것은 바람직하지 못한 퓨전에 대한 훌륭한 대처이다. 사무엘 헌팅턴(Samuel P. Huntington)이 우려하며 제기하고있는 "문명충돌(文明衝突/ The Clash of Civilizations)"<sup>18)</sup>도 알고 보면 실제로 동·서양간의 정치, 경제, 문화, 종교, 정체성 등에 있어서 퓨전이 부재한 데에 원인이 있음을 알 수 있다. 조화로운 퓨전은 거부감

없이 상호 동질성을 느끼게 해줄 것이다. 반대로 조화롭지 못한 퓨전은 당연히 이질적 거부감을 느끼게 해줄 것이다. 동·서양간의 퓨전이 조화롭게 이루어진다면 문명충돌은 한낱 우려에 지나지 않음을 확신할 수 있다.

· 셋째, 퓨전은 강자에게는 흡수(吸收)이며 약자에게는 종속(從屬)이라는 지배관계를 형성하기 쉽다. 사실 글로벌 세계에 있어 앞으로 점점 동양의 문화와 서양의 문화가 서로 퓨전되어 갈 것이지만 계속해서 흡수(吸收)와 종속(從屬)의 관계에서 퓨전이 이루어진다면 그것은 대단한 불행이며 또 불행한 일이 아닐 수 없다. 토착화(土着化/Localization)는 이러한 흡수와 종속의 개념을 불식시켜줄 대안이다. 토착화는 한 나라의 전통문화가 왜해나 이탈 없이 그대로 보존되거나 보존시키는 것을 말한다. 그리고 그러한 전통문화를 바탕으로 한 지식정보는 그 나라의 정체성을 유지·발전시켜주는 데 중대한 역할을 한다. 또한 자기문화에 대한 자긍심을 높여주는 견인차적 역할을 해주게 된다. 그렇다고 물론 토착화가 전적으로 편협화(偏狹化)나 쇠국화(鎖國化)를 의미하는 것은 아니다. 오히려 "시장경제에 대해 사회자본을 증식시키고, 과학기술의 진보에 대해 문화적 역량을 강화시키며, 물질적 상품에 대해 정신적 가치를 함양시키고, 인지적 지성에 대해 도덕적 지성을 배양하는 것이 토착화"<sup>19)</sup>이다. 그래서 토착화는 의지만 있으면 국제화나 세계화에 방해받지 않고 항상 정착시킬 수 있는 것이며, 또 지역문화의 보존과 정체성의 확보를 위하여 존재해야 할 가치가 있는 것이다. 따라서 토착문화의 내용이 서양의 우세한 문화에 퓨전되어 버림으로서 기존의 전통 문화의 틀에 익숙한 사람들의 삶의 질이 파괴되는 일은 없어야 한다. 하지만 퓨전이란 강자에게는 흡수(吸收)이며 약자에게는 종속(從屬)이라는 지배개념이 그 자체의 생리이기도 하다. <불고기버거>는 어디까지나 버거에 흡수된 불고기이지 불고기에 흡수된 버거는 아니다. 즉 불고기는 버거에 종속된 것이다. 이때 퓨전의 주체는 여전히 버거문화를 가져온 서양의 문화이지 동양의 문화는 아니다. 그래서 이러한 퓨전의 생리적 속성이 가진 법칙에 의해 재래의 가치 있는 전통문화가 우세한 외래문화나 정체불명의 잠종문화에 밀려나게 되고, 정신적 가치와 도덕적 지성이 쇠퇴하게 된다면 그것은 바람직한 퓨전이라고 할 수 없을 것이다. 우리는 그러한 퓨전을 경계해야 한다. 그러나 <불고기버거>는 이미 퓨전음식의 결과물이 되어있다. 그것을 다시 부정할 수는 없다. 해결책은 불고기문화를 세계화시켜 적극 홍보하고 개발하여 세계인들이 오직 버거 속의 불고기 맛을 즐기기를 위하여 찾는 것으로 발전시킨다면 그것은 형식에 있어서는 버거에 흡수되었다고 볼 수 있지만 내용에 있어서는 불고기가 버거를 수용했다고 할 수 있다. 그렇다면 그것은 양쪽 다 흡수(吸收)적 퓨전도 아니고 종속(從屬)적 퓨전도 아닐 것이다. 디자인에서도 주체성을 상실한 무분별한 퓨전으로 인해 국적불명의 내용으로 소비자들을 파고드는 것은 우리의 정체성과 가치관을 스스로 떨어뜨리는 우려해야할 사회병리현상이고 결국 토착문화에서 유리된 빈 껍질만의 종속문화라고 할 수 있다. 여기서는 하루 빨리 종속적 퓨전에서 벗어나는 것이 바람직하다고 할 수 있다. 수평적 퓨전은 평화를 가져오지만 종속적 퓨전은 자존심의 상실과 함께 (그것을

18) Samuel P. Huntington, The Clash of Civilizations and The Remaking of World Order, Samuel P. Huntington of Georges Borchardt, New York, 1996.

19) 두웨이밍(杜維明), 하바드대 교수 대담, 조선일보, 1997,7,3, P.35.

지키고자 하는 한에서) 앞서처럼 문명충돌(文明衝突)을 야기할 구실을 주게 된다. 이 점을 우리는 늘 경계해야 한다.

· 넷째, 오늘날 퓨전에서 가장 우려되는 것은 퓨전과 관련된 정보의 문제라고 할 수 있다. 사실 오늘날의 모든 정보는 단순 정보라고 할 수가 없다. 그리고 한 분야만의 정보라고도 할 수가 없다. 여러 분야의 정보들이 한데 섞이어 전혀 새로운 정보가 창출되어 나타나는 것이 오늘의 현실이다. 이것을 우리는 복합정보(複合情報), 혹은 퓨전정보(Fused Information)라고 한다. 21세기 지식정보의 네트워크 시대는 어느 한 분야만의 정보로 문제를 해결할 수 없다. 예를 들어 철강회사의 문제는 금속공학뿐만이 아니라 기계, 전기, 전산, 경영 등의 여러 분야에 걸친 복합정보의 문제인 것이다. 그렇지만 여기에 우려되는 것은 정치가나 경제·기업의 엘리트들이 서로 연합하여 이러한 복합정보<퓨전정보>를 독점하거나 오·남용하고있음을 중경 볼 수 있음이다. 일반대중과 함께 해야할 퓨전 정보들이 권력이나 지식집단 쪽으로 연합되어 편중되어지면 불행해지게 된다. 정보는 공유되어야 하고 그 혜택도 골고루 돌아가도록 해주어야 한다. 대중의 삶에 보편적 문화기반의 확충을 위하여서는 이는 반드시 필요하다. 예를 들어 게놈연구는 DNA와 유전인자의 염기배열(鹽基配列)과 더불어 21세기의 매우 복잡한 퓨전정보(Fused Information)의 하나임을 우리는 알고 있다. 또한 “나노테크(Nano-Tech)”<sup>20)</sup>는 거기다 원자단위의 극미세 로봇의 생산기술을 가능하게 하여 게놈연구와 퓨전됨으로서 인간의 모든 질병을 마침내 극복할 수 있게 곧 실용화를 앞둔 정보들의 총아임을 알고있다. 그러나 일부 선진국들이 이러한 최첨단 퓨전정보의 연구결과를 독점하고 이를 상용화할 경우 다른 나라들은 심각한 타격을 받을 수 있다. 퓨전정보가 선진국이나 특수집단에서 독용(獨用)될 경우 경제적으로 부익부(富益富) 빈익빈(貧益貧) 현상의 심각성뿐만 아니라 결국 인간을 위해 존재해야할 모든 과학기술이 결국은 인간의 삶의 질을 불평등과 영망으로 만드는 괴물임을 견제해야 할 것이다. 디자인은 이러한 점을 감안하여 관련정보기술 분야와 조화로운 발전을 모색해야 하며, 그렇기 때문에 오늘날 성공한 기업에서 엔지니어링 따로, 디자인 따로, 마케팅도 서로서로 따로라는 인식으로 ‘퓨전을 무시한’ 기업들은 찾아볼 수 없음이 상식이 되어가고 있다. 기업의 각부서가 타 분야와의 정보교류 없이 자기분야의 고유목표만을 추구할 경우 결국은 전체의 목표달성에 효율을 높이지 못한 채 심한 침체의 늪에서 허덕거림을 발견할 수 있다. 그래서 디자인 부서도 퓨전된 공동 부서에서 관련 팀들과 연구를 함께 하는 것이 체질화되면 오히려 과거처럼 단독의 독립된 부서에서 연구하는 것보다 훨씬 더 효율적일 수 있음이 확실하다. 학문에서 학제간의 공동연구가 각광을 받고 좋은 결과를 거두어들이듯이 디자인도 여기에 예외될 수 없을 것이다.

· 다섯째, 21세기가 안고있는 새로운 키워드는 ‘입방문제(立方問題/Cubic Problems)’<sup>21)</sup>라고 할 수 있는데 이는 과거처럼

지구 남반부의 빈국과 북반구의 부국 사이에서 일어난 경제적 갈등인 ‘남북문제(南北問題/South-North Problem)’도 아니며, 또는 지구 서반부의 민주 이념국가와 동반부의 공산 이념국가 간에 일어난 정치적 쟁점인 ‘동서문제(東西問題/East-West Problem)’도 아니다. 즉 동서와 남북이 가진 사방(四方)의 평면에서 이루어진 이차원적 문제가 아니라, 오히려 퓨전의 총량적 공세로 인하여 파생되는 여러 가지 어려운 해결점들을 지구 전체공간(全體空間)에서 모두가 <입방적(立方的)으로 해결해야할 문제>로 다가와 있는 것이다. 끝.

#### 참고문헌

- 김철환, 21세기 정보와 산업혁명, 문원, 1995.
- 박규현·김윤경, 퓨전디자인의 속성에 관한 연구, 디자인학연구 37호, Vol 13, No.3, 2000.
- \_\_\_\_\_, 1990년대 한국 신세대문화의 속성과 제품디자인 경향 비교 연구, 디자인학연구 37호, Vol 13, No.3, 2000.
- \_\_\_\_\_, 제품디자인의 만족요인 형성에 관한 연구, 한양대학교대학원 학위논문, 1994.
- 이희승, 국어대사전, 민중서림, 1994.
- 이춘섭, 20세기 후기 실내디자인의 표현적 특성에 관한 연구, 홍익대학교 대학원, 1998.
- 사노 히로시(佐野 寛), 21세기 디자인, (현동희, 강화선 옮김), 태학원, 1998.
- 조선일보 편집국, 세계석학들이 본 21세기, 2000.
- 존하젤 3세 마크 싱어, 정보증가와 전자상거래, (이경전 옮김), 세종서적, 2000.
- Arnold J. Toynbee, A Study of History, Vol.1., Oxford University Press, London, 1973.
- Carol R. Ember & Melvin Ember, Anthropology, A Simon & Schuster Co., Engliwood Cliffs, New Jersey, 1993.
- Frederic Barth, Ethnic Group and Boundaries, Allen and Unwin, London, 1969.
- Georges Nataf, Symbols Signes et Marques, Berg International, Paris, 1981.
- Hans Peter Martin & Harald Schumann, Die Gaobalisierungsfalle, Rowohlt Verlag, GmbH, Reinbek bei Hmburg, 1996.
- Maurice Allais, Combat pour l'Europe, 1992-94.
- Peter J. Buckley, The Multinational Enterprise, The Macmillan Press Ltd., London, 1995.
- Pierre Lasserre, Long-Term Cotrol of Exhausting Resources, Harward Academic Publishers, Chur, Switzerland, 1991.
- Richard J. Barnet, Global Reach, Simon & Schuster, New York, 1994.
- Samuel P. Huntington, The Clash of Civilizations and The Remarketing of World Order, Samusl P. Huntington c/o Georges Borchardt, New York, 1996.

20) 물체를 1/10억m의 원자 혹은 분자단위로 제조할 수 있는 기술. 나노기술이 상용화되면 눈에 보이지 않을 만큼의 작은 단위의 나노로봇을 제작, 상상을 할 수 없을 만큼의 여러 가지 혜택을 누린다.

21) 정치, 경제는 ‘동서’와 ‘남북’이 합쳐서 <사방(四方)>의 수평적 문제이지만, 정보는 실시간(Real Time)으로 전 지구공간의 방향을 모두 포함하는 <입방(立方)>의 문제라고 할 수 있다.