

## 공포의 방(Chamber of Horrors)

1852년 영국에는 «공포의 방»이라는 전시가 있었다. 디자인 사학자 스가 야스코(Suga Yasuko)는 «공포의 방» 전시를 빅토리아 시대 소비와 취향에 대한 도덕적 담론이 어떻게 만들어졌는지 살펴보기 위한 최적의 예로 꼽았다.<sup>1</sup> 산업 디자인의 역사에 등장하는 ‘취향’을 분류하는 잣대가 옳고 그름(right or bad)에 있었다는 사실은 매우 흥미롭다. 디자인을 복잡다단한 사회적 산물로 보는 시선에서도 도덕성은 생소한 단어이기 때문이다. 도덕성이라는 추상적인 개념이 구체적인 사물에 어떻게 덧입혀졌을까? 올바른 취향을 갖춘 사물은 무엇이 다를까? 사람들은 그것을 어떻게 알아볼 수 있을까? 이런 의구심이 든다면 다음에 나열하는 사건에서 단서를 찾을 수 있을지도 모른다.

영국은 1835~6년 예술과 제조업에 관한 특별위원회(The Select Committee on Arts and Manufactures)를 열어 ‘디자인’을 안건으로 상정하고 국립디자인학교(Government School of Design, 현 RCA) 설립을 이끌어냈다. 취향을 개인의 선택으로 인정하되 그에 앞서 전 국민의 문화적 소양을 높일 수 있는 방안을 모색하는 적극성은 공리주의와 결합하며 디자인 저작권, 만국박람회, 사우스켄싱턴 박물관 설립과 같은 결과물을 만들어내는 데 성공하였다. 19세기 영국 디자인 개혁 운동을 주도한 헨리 콜(Henry Cole)과 그의 동료들은 『디자인 제조업 저널(Journal of Design and Manufacture)』을 편찬하고 매스미디어의 힘을 빌려 소비를 지향하는 방향으로 취향의 담론을 이끌어 나갔다. 좋은 물건을 골라낼 수 있는 안목을 가진 소비자의 탄생이 제조업의 변화를 만들어 낼 수 있다는 믿음, 이를 위해 콜은 전례 없는 국제 페어를 준비한다. 1851년 만국박람회를 기점으로 대중들은 자신들이 새로운 시대의 주역이 되었음을 자각하였다. 때를 같이하여 영국 정부는 국립디자인학교를 개혁하며 기초 드로잉 교육을 강화하기 시작하였고, 후속 전시를 기획하여 체계적인 시각 훈련 체제를 구축하였다. 똑바른 선을 그릴 수 있는 학생은 곧 좋은 작품을 볼 줄 아는 관람객이었고, 이들이 상점에서는 착한 소비자로 거듭난다는 개혁자들의 논리는 장식미술박물관에서 선보인 «공포의 방» 전시에서 공격적인 태도로 사람들을 압도하였다.

소비의 시대에 접어든 빅토리아 사람들에게 좋은 디자인이 무엇인지

가장 확실하게 보여주는 방법은 무질서를 공포의 방식으로 표출하는 것이었다. «공포의 방»은 취향에 도덕의 미묘한 뉘앙스를 첨가하여 대중의 의견을 조작하고 규제하는 데 큰 역할을 하였으며 그럼으로써 취향의 기준을 가시화하기에 이르렀다. 그 기준은 «공포의 방»에서 올바른 취향을 찾을 수 없다는 메시지를 제대로 읽어낸 자(의식을 갖춘 소비자의 다른 말)에게만 보이는 암호로 구성되어 있었기에 모호할 수밖에 없었다. «공포의 방»에 들어선 대다수의 사람들이 전시장 언저리를 맴돌며 출구를 찾아 헤메는 모습을 우리는 연상할 수 있다. 다음은 스가 야스코의 글 「Designing the Morality of Consumption: “Chamber of Horrors” at the Museum of Ornamental Art 1852-53」에서 «공포의 방»을 묘사한 부분을 번역한 것이다.

장식미술박물관(사우스켄싱턴 박물관, 현 빅토리아 앨버트 박물관)에서는 사람들을 계도할 목적으로 ‘나쁜 취향’을 가진 물건을 하나의 갤러리에 전시하고 그곳을 “장식의 잘못된 원리를 보여주는 예(Examples of False Principle in the Decoration)”라고 이름 붙였다. 이 전시는 취향에 대한 동시대의 담론을 정의하는데 핵심적인 역할을 수행하였다. 일반적으로 «공포의 방»이라 알려진 이 의문의 전시는 소비의 도덕성에 대한 사례와 담론을 통해 소비를 조정하려는 최초의 시도였다고 볼 수 있다. 박물관학에서는 이 전시를 통상 열외로 두지만 «공포의 방»은 취향의 논쟁을 생산의 관점에서 소비를 지향하는 관점으로 전환시켰다는 점에서 만국박람회보다 더 큰 중요성을 가지고 있다.

«공포의 방»은 소비자와 생산자 모두에게 영향을 미쳤다. 소비자들은 역풍을 맞았다. 몇몇 사람들은 박물관에서 나쁜 취향의 물건들을 전시하는 역설적인 행동을 보고 메시지를 완전히 잘못 이해한 나머지 ‘나쁜 원리들’을 경외하였다. 메시지를 제대로 이해한 사람들은 정체성의 위기에 직면하였다. 무엇보다도 그들은 ‘나쁜 취향’이라고 분류된 것에 자신이 둘러싸여 산다는 사실에 격노하였다. 찰스 디킨스(Charles Dickens)는 주간 잡지 『Household Words』에 이 전시를 풍자적으로 묘사하였다. 이야기는 박물관을 방문하기 전까지 행복했던 중산층 계급의 남자 크림펫씨가 ‘취향의 올바른 원리들’을 접하면서 발생한 위기로 시작한다. 그는 자신이 ‘자연의 재생산’이라고 불리는 것들과 함께 살아왔음을 깨달았다.

카탈로그를 가지고 갤러리에 들어섰을 때, 그는 ‘자신의 바지 패턴과 똑같은 것이 공포의 하나로 그곳에 진열된 것’을 보고 부끄러움을 느꼈다. 불쾌한 경험을 한 박물관에서 돌아온 후 그는 이 시간까지 내가 공포에 휩싸여서 살아왔다는 것을 집에 돌아온 뒤 알게 되었다. 응접실에 있는

벽지에는 다리와 탑, 4종류의 낙원의 새들이 표현되어 있다는 사실을 알게 되었다. 친구 집에 방문한 크럼펫은 벽지의 원근법 패턴과 카펫의 꽃과 과일 무늬가 자연을 모방하는 것에 시달렸다.

그는 찻잔 바닥에서 자연주의적 드로잉을 발견했을 때 거의 기절할 뻔하였다. “내 컵 속에 나비가 날라 다녀! 고오오오옹포오!” 소비자들이 사물의 진열 방식 너머에 있는 것을 이해하려고 시도하자 또 다른 종류의 혼란이 나타났다. 한 남성은 『The Observer』에 다음과 같이 기고하였다. “젊은 여성 한 무리는 전시장에 들어서며 ‘정직함이 최고의 방법’이라고 새겨진 작은 손수건을 보았다. 그 손수건 너머에는 이 손수건을 가리키며 ‘잘못된 원리’라고 명시한 단어가 있었다. 여성 중 한 명이 울음을 터뜨렸다. ‘만약 정직함이 최고의 방법이라는 것이 잘못된 원리라면, 우리는 여기에서 우리 주머니를 조심해야해.’ 방문자의 대부분이 잘못된 원리의 기분 나쁜 표식에 혼란을 느꼈다. 이런 혼돈을 이해한 사람일지라도 아름답게 복제된 장미가 잘못된 것인지 이해하는 것은 어려웠다. 그리하여 그들은 예술과 그것의 의미에 대해 처음으로 생각하기 시작하였다.”

위의 예에서 알 수 있듯 전시의 호응도는 높았으나 나쁜 취향에 대한 진지한 접근은 많은 풍자를 낳았다. 하나의 변치 않는 교훈이 있다면 그것은 소비자들이 (이 전시를 통해) 스스로 올바른 선택을 해야 한다는 강한 인식을 가지게 되었다는 점이다.

1 Suga Yasuko, "Designing the Morality of Consumption: "Chamber of Horrors" at the Museum of Ornamental Art 1852-53," *Design Issues*, Vol. 20, No. 4 (Oct. 2004), pp. 43-56.