

## 핑크와 블루 색의 물건, 그리고 성적 정체성

글. 박영택  
경기대 교수, 미술평론

Text by Park Young-teak

동물원과 자연사박물관을 거쳐 내곡동 주민, 인사동에 위치한 가게의 주인들을 기록해온 윤정미가 2000년대 중반에 선보인 사진은 이른바 '핑크&블루 프로젝트'였다. 이전 사진에서 가게를 가득 채운 물건들과 함께 포즈를 취한 가게 주인을 찍은 것과 동일한 맥락에서, 핑크와 블루색의 물건들을 가득 소유한 아이들의 방을 촬영한 사진이었다. 이후 일정한 시간의 경과 속에서 그 아이들이 지닌 물건과 선호하는 색상의 차이를 대비시켜 보여주고 있는 것이 근작이다. 예전에 촬영한 아이의 방을 2009년에 다시 찾아가 이전과 동일한 상황 설정을 한 후 촬영했다. 작가에게 있어서 우선적으로 중요한 점은 그 공간을 물건, 그것도 특정 색채를 지닌 물건으로 가득 채우는 일이다. 그러한 일종의 공간 연출은 사진 촬영에 앞서 상당한 시간을 들여 마무리한다. 보통 서너 시간에 걸쳐 그 아이의 모든 물건, 소유물을 분류하고 배치하는데 앞쪽은 작은 것들로 채우고 뒤로 갈수록 커다란 물건을 배열한다. 일단 물건이 압도적으로 들어 차 있고 특정한 단색으로 공간을 물들이고 있다는 느낌이 들어야 한다. 그런 후에 그 물건의 주인인 아이는 그 가운데 어디쯤에 자연스럽게 위치한다. 그 아이의 성격, 기호, 물건과의 조화, 느낌이 잘 맞을 때까지 기다리다가 촬영한다. 마치 벼룩시장에서 온 듯하다. 아이들이 사진의 주인공인지 아니면 그들이 소유하고 있는 이 단색의 온갖 물건들이 중심인지 잘 가늠이 가지 않는다. 특정 색에 대한 강박과 집착인지 혹은 상품, 물건에 대한 과도한 욕망인지 그 구분도 역시 애매하다. 사람들은 일단 엄청난 숫자의 물건들에 놀라고 다음으로는 크게 핑크나 블루 색상으로 구분되는 색채에 주목하게 된다. 다소 연하고 진한 차이가 있지만, 그리고 부분적으로는 보라색 계열도 섞여 있지만 대부분은 핑크, 블루로 나뉜다. 아이들은 오로지 그 두 개의 색채만을 적극적으로 소비하고 있다는 인상이다.

윤정미는 자신의 아이들을 양육하고 그들과 함께 생활하는 과정에서 아이들이 특정 색채를 선호하고 있음을 흥미롭게 보았던 것 같다. 그것이 '핑크&블루 프로젝트' 작업의 시작이다. 자신의 딸아이가 일곱 살 이전까지는 일종의 공주병에 걸려서 온통 핑크에 집착하고 전형적인 여성상, 공주상을 모방하고 동일시하면서 자란데 반해 남자아이는 대부분 파랑색의 물건, 옷을 소유하고 있음을 우연히 발견한 것이다. 그런데 그것은 또래 아이들에게 비교적 공통적으로 엿볼 수 있는 현상이다. 아울러 전 세계 아이들에게도 어느 정도의 공통성이 있다. 그러던 아이들이 초등학교에 입학하는 순간 이전까지 좋아했던 핑크나 블루 색상이 다소 촌스럽고 유치하다고 여기면서 다른 색으로, 다른 물건으로 취향의 이동 경로가 달라지기 시작한다. 여전히 핑크와 블루가 이어지기도 하지만 보라나 또 다른 색채로 점진적인 이동이 일어난다.

이처럼 특정한 색채의 옷과 물건을 착용, 수집하고 있는 아이들은 작가가 뉴욕과 서울에서 만난 이들이다. 그리고 미국인 가정과 한국인 가정에서 자라는 아이들이다. 미국은 다문화 사회이기에 다양한 인종들이 있지만 윤정미의 사진 속에는 한국 교민의 자제와 미국 백인의 자녀들이 들어 있다. 작가는 거리에서 아이들을 캐스팅했다. 길가나 지하철 혹은 쇼핑몰의 남자, 여자아이 상품 코너에서 말이다. 아이들은 대개 부모와 함께 그들이 원하는 물건을 사고 있는 중이다. 이들은 대부분 중산층 이상, 그러니까 아이들에게 비교적 풍족한 물건을 구입해줄 경제적 능력이 있는 가정인 셈이다. 따라서 여기에는 어느 정도의 경제적 여건이 불가피하다. 그런데 이 여자아이와 남자아이들의 색채 선택은 이미 그 사회가 사회적, 관습적으로 규정하고 구분한 성별에 의해 판매, 유통되는 색을 다시 그 부모들이 인습적으로 선택한 것이기도 하다. 동시에 대중매체와 광고를 통해 남자, 여자아이들의 성적 정체성이 규정되는 측면도 있을 것이다. 그러니까 선천적으로 타고난 형질과 이른바 후천적으로 획득한

아버투스를 통해 세계와 타자를 받아들이고 자신이 속한 사회에 적응해나간다. 여기에는 한 개인의 미적 취향과 기호, 선호하는 색상, 디자인과 형태, 심미관 등 역시 복잡하게 얽혀 있다. 타고난 성(性)이라는 형질의 차이와 사회적 성(젠더)과 관습의 차이, 그리고 자본주의 소비사회가 만들어낸 특정 상품에 대한 욕망 등에 의해 광범위하게 노출되어 있는 아이들, 그리고 그들이 선호하는 색과 사물 간의 여러 관계가 무척이나 촘촘히 얽혀 있는 그런 사진이다. 여기서 한 개인의 정체성은 다분히 시각 이미지와 공모 관계를 형성하면서 진행되고 표상화되는 셈이다.

사진 속에는 아이들과 그들이 소유한 물건의 목록들이 백화점 진열대 마냥 혹은 박람회장에 온 듯이 가득 펼쳐져 있어서 대개 그 물건의 상표와 캐릭터, 색상들이 한눈에 조감되는 편이다. 전일적인 시선 속에 내려다보면서 한눈에 온전히 파악하게 만드는 구도다. 한정된 공간에 물건들만이 가득 들어 차 있다. 사물로 이루어진 왕국이다. 여자 아이와 남자 아이의 방은 분명 다르다. 여자아이들은 공주 이미지, 대중문화의 스타들이 자리하는가 하면 남자 아이들의 방에는 스포츠 스타들의 사진이나 자동차, 운동기구들이 우선적으로 많다. 그들은 자신의 성적 정체성에 합당하다고 여겨지는 것들을 갖고 논다. 그렇게 교육받기도 하고 그렇게 태어나기도 했다. 이 구분은 무척 모호하다. 그러나 글로벌한 브랜드에서 생산해낸 온갖 물건, 캐릭터, 애니메이션, 영화 등이 전 세계 아이들의 감성과 취향, 기호와 소유물을 동일하게 동질화, 평면화시키는 것도 사실이다. 특정한 상표와 기호를 소비하고 그로 인해 유사성으로 재편되는 것이다. 동시에 아이들은 그 물건들을 통해 유년을 기억하고 추억을 쌓아간다. 아이들에게 물건, 기호품이란 결국 그것과 관련된 어떤 시간을 저장하고 내재화하는 것들이다. 아이들에게 그 물건들은 아버지나 어머니에게서 혹은 할아버지나, 할머니, 고모나 삼촌, 친구들과로부터 특정한 날에 받은 선물들일 것이다. 아이들은 그렇게 시간과 추억을 쌓아두면서 자신의 유년을 기억한다. 따라서 일정한 시간이 지나면 그 물건이 비로소 빛바랜 지난 시간의 소멸된 흔적을 부각시켜 주는 결정적인 존재가 된다. 아이들은 그 장난감이나 선물을 쉽게 버리지 않을 것이다. 물론 장난감에 이내 질려하고 흥미를 잃을 수도 있겠지만 말이다. 어쩌면 윤정미가 찍은 이 사진은 그 주인공들에게는 자신의 유년시절, 특정한 시간을 기분 좋게, 아름답게 추억화시켜주는 그런 사진이다. 그것은 이내 사라져버릴 순간을 기억하게 해주는 동시에 일정한 시간이 지남에 따라 달라지고 변화하는 자신의 취향과 기호의 목록 역시 저장해준다.

한편 수많은 상품들로 가득한 그곳은 다름 아닌 낙원이고 유토피아다. 그렇다면 이 사진 속 아이들 역시 아주 일찌감치 자본주의형 인간으로, 소비사회의 욕망에 의해 구조되는 그런 아이들일 것이다. 그로 인해서 매력적이고 새로운 상품의 디자인과 색채에 대한 시각 경험 역시 훈련된다. 그것은 분명 대중매체의 위력 속에서, 광고의 힘에 의해서 우선적으로 가능한 일이다. 집요하게 네트워크로 연결된 세계에서 자신도 모르게 집단 사고에 물들고 있음을 보여주는 징후이기도 하다. 전자 매체의 확산에 따라 전파를 타고 도착한 화면들은 뜻과 목적이 같은 개인들끼리 서로를 찾아내도록 한 통일된 준거를 제공했다. 같은 취향이 생기고 동일한 욕망이 창궐한다. 어쨌든 이 아이들은 그렇게 자신이 소유한 사물들과 함께하면서 자신이 어떤 존재인지를 은연중 발화하고 있는 셈이다. 그 물건, 색채가 나를 또 다른 나로 변신시켜 주리라는 약속(허영의 약속)이야말로 자본주의가 우리에게 하는 약속이다. 여기서 그 사물의 소비 행위는 결국 기호의 소비이고 그것은 타인과 구별되고 싶은 욕구의 표출에 해당한다. 현대 도시인들은 다양한 방식의 소비 행위를 통해 자신들의 고유성을 드러낸다. 타인으로부터 자신을 구별 지으려는 인간의 허영심과 그것을 이용한 산업 자본주의의 소비사회의 논리가 결합한다. 소비자의 소비 욕망을 불러일으키는 일은 산업 자본의 입장에서선 선택의 문제가 아니라 사활이 걸린 문제다. 새로운 상품을 효과적으로 홍보하기 위해 만들어진 장치가 아케이드, 백화점, 잡지, 신문, 인터넷과 대중매체, 그리고 영화와 같은 대중예술이다. 대중매체의 유혹에 쉽게 넘어간 소비자들이 기호 가치가 옳아간 새로운 상품을 계속해서 사들인다. 그것은 목숨을 담보로 하는 '시각 경험'이다. 이른바 소비사회는 필요 이상으로 상품을 구매하도록 하는 환각의 체계이다. 사물이 가장 중요하게 되었다는 것, 그것이 바로 현대 소비사회의 특징이다. 사물에 대한 욕구에는 특정한 대상이 없다. 나는 어느 특정의 물건을 좋아하는 것이 아니라 그것을 넘어서는 어떤 것을 욕망한다. 사물 그 자체가 아니라 사물을 대신하거나 재현하는 그 무엇이 바로 기호다. 예를 들어 우리는 옷/사물이라는 실제의 물건이 아니라 가상의 혹은 허구의 이미지를 욕망한다. 소비 역시 하나하나의 기호들(소비들)을 배열하고 통합하여 하나의 커다란 의미를 만들어내는 의사소통

이 수단이며 교환의 구조인 것이다. 이처럼 개인의 소비 행위는 그 사회의 코드화된 교환의 체계 안에 들어간다. 앞서 언급했듯이 소비는 타인과 구별되고 싶은 욕구의 표출이다. 사회에서 인간은 그 자체로 의미 있는 존재가 되는 게 아니라 다분히 그가 소유한 자본, 물건이 그/그녀를 대신한다. 여기서 “취향은 사회적 방향 감각으로 기능”(부르디외)하는 것이다.

사진 속 아이들은 자신이 소유하고 있는 물건들 앞에서 행복해 보인다. 그들은 그 물건, 색깔을 통해 변신의 욕망을 추구한다. 그것들과 함께해온, 하고 있는 현재의 순간을 증거한다. 그 물건은 따라서 아이들을 행복하게 해주는 거의 결정적인 존재들이다. 물건이 없다면 아이들은 없다. 자본주의 사회에서 아이나 어른들 모두 너무 많은 물건에 의지해서 살아가야 한다. 물건이 없다면 그들의 존재 역시 부재하다. 자신이 소유하고 간직하고 있는, 착용하고 있는 물건이 그/그녀가 누구인지를 비로소 말해주는 징표가 된다. 그것은 상징체계다. 누군가의 정체성은 물건이 대신한다. 그것이 소비 자본주의 사회에서 개인의 정체성이다. 아이들 역시 자본주의, 소비사회에서 은연중 길들여져 가고 있다. 그들 역시 자본주의의 소비욕망을 학습 받고 있는 것이다.

생각해보면 윤정미의 작업은 지금까지 일관되게 특정 공간에 놓인 존재, 물건들에 대한 관심을 지녀왔다. 한정된 공간에 어떻게, 어떤 물건들이 배치되고 연출되어 있는가? 그것은 그 존재의 형성에 어떤 영향을 끼치는가? 그런 질문은 다분히 문화인류학적인 접근, 혹은 시선을 드러낸다. ‘핑크&블루 프로젝트’ 단지 어린아이의 방을 보여주는 데서 멈추는 것이 아니다. 인간의 성적 정체성이 선천적이냐 후천적이냐, 그리고 사회적 성(젠더)은 또한 어떻게 이루어지고 있는가? 선천적 형질과 아비투스와의 관계는 무엇인가? 아이들이 소유하고 있는 물건과 그들의 취향과 기호, 감각이란 보편적인가 아니면 개별적인가? 등과 같은 여러 질문들이 꼬리를 문다. 우선적으로 시각적인 볼거리를 강렬하게 안겨주는 화려한 사진 속에 이런 문제의식들이 고구마줄기처럼 수북하다는 사실이 더없이 흥미로운 것이다.