키치 문화취향과 성별 아비튀스의 이데올로기적 연관성 연구

양민석*

〈차 례〉

1. 머리 글
2. 키치와 문화취향에 대한 문제의식
3. 키치 상품의 물신화와 키치취향의 성별성
4. 키치 취향과 여성 아비튀스
5. 키치 성별취향의 이데올로기적 재구성과 상징폭력
6. 맺는 글

【국문초록】

본 논문은 '개인'의 결정이라 생각되는 문화취향의 미적 가치평가가 성별 간의 사회적 관계에 어떤 의미로 작용하는지 분석한다. '취향'이란 사회적 구조와 개인적 실천 사이의 변별적인 매개 속에서 이데올로기적으로 작용한다. 그리고 이때 이데올로기란 불평등의 은폐와 위장, 정당화뿐만 아니라 이 불평등의 재생산과 관련된 포괄적인 개념으로 이해될 수 있다. 문화산업이 환상에 대한 추구와 대체욕구의 부단한 생산을 키치를 통해 이루어 내고 있는 점과, 허구적 위안을 주는 키치가 대중의, 특히 여성의 감각과 취

* 이화여자대학교 교양교육원

향에 좀 더 밀접하게 관여하고 있다는 점들이 키치 산업의 자본제적 특성과 여성취향 성립의 특수성 속에서 분석된다. 본 논문에서는 저급한 취향으로서의 키치에 대한 평가가 키치감각을 내면화하는 인간에 대한 판단으로 전환되는 사회적 맥락이 성별위계관계의 정당화에 기여하는 바를, 한 편으로는 '키치상품의 물신화'을 통한 이데올로기적 효과와, 다른 한 편으로는 키치취향에 대한 '차별적 구별짓기'의 측면에서 포착하고자 한다. 논문에서는 예를 들어 통독 직후 구 동독의 한 여성잡지가 서구의 대중매체와 소비풍조에 적응하면서 얼마나 급격하게 변신했는가를 여성의 성별 아비튀스(Habitus)와 연결하여 보여준다. 상품 물신성 속에 감춰져 있으면서 동시에 소비자들의 취향판단에 영향을 미치는 문화산업의 이데올로기적 기능이 여성의 아비투스와 관련하여 어떻게 구체화되고, 성별 의식과 시민성에 대한 그 정치적 함의가 무엇인지 살펴본다.

주제어: 키치, 젠더, 문화취향, 상징폭력, 이데올로기, 구별짓기, 물신성, 시민성

1. 머리 글

문화적 소비는 개인의 다양한 취향을 통해 이루어지며, 차별적인 취향을 드러내기도 한다. 명절이 되면 백화점은 연일 장사진을 이룬다. 그러나 아이들이 몰려있는 장난감 코너는 분명한 성별적 취향 구분을 통해 구획되어 진다. 예컨대 작고 앙증맞은 인형과 동물들, 그에 부속된 이런 저런 의상과 가구들 앞의 공간은 대부분 소녀들의 차지가 된다. 남자아이가 그 가운데 함께 끼어 열중하고 있다면 멀지 않은 곳에서 난감한 표정으로 바라보고 있는 그

의 부모를 발견할 수 있다. 자다가 일어나도 자동차를 찾고 로보트를 찾아야 소년으로서 '정상적'인 취향을 갖고 있다는 발상은, 지극히 개인적인 차원으로 이해되고 있는 취향이 초기부터 '성별적'으로 다르게 구성되고 있다는 사회적 개입의 단초를 읽게 해준다.

일반적으로 취향 판단이 지극히 개인적 차원의 선택으로 이해되고 문화영역에 국한되는 문제로 받아들여지고 있지만, 개인의 문화취향이 어떤 메커니즘을 통해 성립되고, 취향의 계급 간, 성별 간 차별성 속에서 드러나는 사회적 구별짓기의 의미를 파악해본다면 개인의 문화취향, 또는 성별 간 문화취향은 그 사회적 맥락을 떠나 이해될 수 없다. 즉 개인과 성별 취향의 차별성은 단순한 문화적 규정성을 넘어 문화적 헤게모니와 사회적 관계를 둘러싼 상징권력의 차원에서 이해될 필요가 있다.

이런 점에서 볼 때, 문화영역은 문화의 이데올로기적 작용과 함께 그 안에 사회적 관계의 불평등한 구조가 상징적으로 은폐되어 있다는 점에서 중요하게 주목되어야 한다. 따라서 현대사회의 문화연구는 문화의 현상형태 뿐만 아니라 사회적 관계 속에서 문화가 갖는 상징적 작동 메커니즘을 파악해야 할 것이다. 특히 예술을 포함한 미학적-심미적 영역에 대한 분석이 일상생활과 밀접한 관련성을 갖고 이루어질 때, 문화에 있어 지배 이데올로기의 형태와 작용 뿐 아니라, 사회적 지배관계가 상징적 차원으로 변형되는 것 또한 파악될 수 있을 것이다.

그러므로 심미적 텍스트들이 만들어지고 특정인에게 취해지는 현상 또한 자본주의 소비사회의 이데올로기적 형태가 생산되는 측면과, 그것을 소비하고 수용하는 주체의 사회적 관계와 정체성 등 체화된 사회적 환경을 연관시켜 파악해야 한다. 개별 주체로서의 개인은 생산된 물질적 재화뿐만 아니라 주어진 삶의 관계들도 함께 자기 것으로 만들어가기 때문이다. 개인이 사회적 관계를 자기 것으로 만들어 간다는 것은 주어진 사회적 조건과 틀에 따라 개인

들의 위치와 성향이 정해진다는 의미에서 사회적 재생산을 의미한다. 여기에서 중요한 것은 전제된 사회구조와 사회적 관계가 노정하는 불평등의 문제점들이 겉으로는 드러나지 않으나, 실상은 문화-상징적 차원 속에서 더욱 심화되어 갈 수 있다는 것이다. 이 점에서 개인의 문화적 행위에 대한 분석은, 문화가 사회적 관계의 상징적 재생산을 매개하고 있다는 것을 보여주며, 문화와 문화적 실천행위가 기존 사회구조의 객관적 차이를 나타내고 재현한다는 것을 설명해준다고 볼 수 있다.

뮐러가 지적한 것처럼 “개인적 집단적 행위자들은 그들의 물질적 이해를 추구하기 위해서, 또한 그들의 관념적 이해를 관철시키기 위해서 문화를 상징자본으로 활용한다.”(Müller, 1995: 929)

본 연구에서는 전적으로 ‘개인’의 결정이라 평가되는 문화취향의 미적 판단과 평가를 젠더적 관점에서 접근하여, 문화취향의 미적 가치평가가 성별 간의 사회적 관계에 어떤 의미를 줄 수 있는지 분석한다. 구체적으로 성별에 대한 이중적 고정관념이 규정하는 ‘여성성’이 심미적 차원에서 ‘키치’를 중심으로 어떻게 확장, 재생산되며, 개별 여성의 문화적 실천이 불평등한 성별 관계의 재생산과 사회구성원으로서 여성의 시민성에 어떤 관련과 영향을 주는지 살펴보고자 한다. 고급문화와 저급문화의 경계가 불분명해지고, 개인의 다양한 성향과 취향이 강조되고 있는 포스트모던의 문화지형 속에서 문화분석 역시 문화 소비자와 수용자의 주체적 실천에 주목하고 있다. 그러나 본 논문에서는 개인적 문화실천의 다기한 변화양상을 추적하기보다는 주로 문화취향의 성립과 그에 대한 사회적 평가를 중심으로 한 문화의 이데올로기적 측면에 초점을 둔다. 이것은 문화 수용자의 주체적 실천 능력을 억압하고 저해하는 문화적 상징폭력의 메커니즘을 강조해서 밝히기 위함이다. 더불어 그동안 예술영역에서 주로 논의 되어왔고, ‘저급한’ 취향을 반영하는 문화로 규정되어 온 키치의 사회적 연관성을 드러내고, ‘성별취

향과 상징권력'을 매개하는 키치의 의미와 작용력에 대한 논의를 인문사회과학의 융복합적 관점에서 확장시키는데 본 연구의 또 다른 목적이 있다.

2. 키치와 문화취향에 대한 문제의식

20세기 이래 산업생산의 발달과 소비 가능성의 증가와 함께 일상생활 전반에서 키치의 광범위한 확산이 이루어졌다. 키치는 그동안 일상의 모든 영역에서 자신의 영토를 확장시켜 왔는데 오늘날 우리는 일상의 소소한 소비상품에서부터 갖가지 기념품이나 사치품들 그리고 미술관에 전시되어 있는 키치 예술품에 이르기까지 다양한 경험을 할 수 있다. 그 누구도 이러한 키치로부터 절대적으로 자유로울 수 없다. 더욱이 현대사회에서 키치가 한 방울도 섞이지 않은 예술은 없다. 그럼에도 불구하고 예술과 키치 사이에 근본적이고도 본질적인 차이가 있다는 의견이 아직도 논쟁적으로 제기되고 있다. 그리고 키치는 허접한 것 또는 쓰레기와 같은 부정적 의미와 함께 미적 영역 속에서 "나쁜 취향"으로 규정된다. 키치의 개념적 핵심 속에 항상 내재되어 있는 것은 몰르(A.Moles)의 말처럼 평가절하된 의미와 키치란 단어가 초기에 갖고 있던 부정적 뉘앙스[1]이다.

---

1) 키치 개념에 대한 언어학적 분석에서 보면 독일 서부지역 전역과 역시 독일어권인 스위스에서 보편적으로 사용되는 'verkitschen'이란 단어는 '팔다', '판매하다'라는 뜻에서 '신속하게 팔아 치우다', '헐값으로 후려치다'라는 뜻으로 의미가 바뀌었다. 키치 생산물을 만드는 사람은 구매자에게 그 생산물, 즉 키치를 제공하는데 있어 최소한의 노동력과 생산도구만을 사용하고 그 이외의 것들은 투자하지 않는다. 그러므로 verkitschen이란 말의 표현에는 이미 키치생산물의 가치저하가 포함되어 있다. 19세기 후반 뮌헨의 예술가와 예술품 거래상들은 그런 3등급의 물건들, 그러니까 잽싸게 날림

이런 부정적 의미를 중심으로 키치는 많은 학자들에 의해 유사 예술, 사이비 예술 또는 가상예술로 파악되었는데, 여기에서 키치는 예술이고자 하지만 예술로서 인정받지 못하는 그 무엇인가를 의미한다. 데쉬너(K.H. Deschner)에 의하면 키치는 그러니까 "진짜가 아니고, 진실이 아닌, 마치 예술인 듯한 것"이다(Fröhlich 1991: 23). 브로크(H.Broch)는 키치에 대한 이런 부정적인 규정을 더욱 심화시킨다. 그는 키치가 "예술의 가치체계에 있어 위악적 존재"라고 한다. 그 이유는 키치가 키치를 사랑하는 인간, 예술품 생산자로서 기꺼이 키치를 만들어내려는 인간, 또는 예술품 소비자로서 언제라도 키치를 사들이고, 더욱이 그것을 위해 비싼 값을 지불할 준비가 되어 있는 인간 등, 다시 말해서 키치적 인간형을 조장해 내기 때문이라는 것이다

여기서 우리는 키치에 대한 평가가 키치상품과 같은 문화텍스트, 문화대상에 대한 평가를 넘어서, 키치를 수용하고 키치취향을 갖는 문화주체에 대한 평가로 그 역할과 기능이 확장되고 있음을 알 수 있다. 이 점을 주목하며 본 논문에서는 키치와 성별적 문화취향의 연관성을 다음과 같은 문제의식 속에서 정리해보고자 한다.

우선 키치는 미적 현상일 뿐만 아니라 하나의 사회적 현상이다. 키치는 그 간 산업화나 계층 형성, 소비사회 그리고 대중의 여가시간의 증가와 같은 사회의 중요한 발달과정과 맥을 같이 해왔다. 또한 키치의 작용과 기능은 사회적 조건들의 변화과정에 따라 달라져 왔다. 이런 점들을 고려해볼 때 예술과 키치 사이에 정말 객관적으로 평가할 수 있는 본질적인 차이가 있느냐는 것이다. 이러한 문제의식은 우선 아방가르드와 키치에 대한 논쟁 속에서 살펴

으로 제조해낸 예술품들을 욕구나 기대수준이 높지 않은 관광객들에게 주로 팔았다. 이것으로부터 키치라는 단어가 윤리적 사고의 결핍과 몰락의 준거, 숭고한 것에 대한 부정성의 준거로서의 의미를 갖게 되었다.

볼 수 있다. 아방가르드 예술은 그것이 나타나는 매 시기마다 예술을 바라보는 기존 틀에 대한 자발적인 거리두기의 형태로 표현되는데, 그러한 형식적인 과격함은 사회적으로 인정되는 기존의 규범적 내용들을 과감하게 해방시키는 행위로 해석된다. 또한 그것을 통해서 미적, 사회적 가치를 획득하기도 한다. 반면 키치는 사회적으로 인정받고 있는 예술, 다시 말해서 자신의 영역을 부단히 경계 짓고 확보해 가려고 하는 예술에 도발적으로 문제제기 하는 측면이 있음에도 불구하고 유사예술 또는 사이비 예술로서 규범적 예술의 영토로부터 '나쁜' 취향으로서 항상 배제되어 왔다. 그러나 현재의 아방가르드 예술은 키치와 아무런 상관이 없는 것일까? 미적 가치의 적법성은 무엇에 근거하는 것일까? 이에 대한 답변은 창의적 도전으로 바라볼 수도 있는 키치취향을 저급한 취향으로 폄훼시키고, 키치적인 것을 취향으로 내면화하는 인간을 진실을 구분할 판단능력을 갖지 못한 존재로 규정하는 사회적 맥락을 규명하는 것과 연관되어 있다.[2] 성별적으로 수용되고 평가되는 키치 문화취향에 대한 이해 또한 이러한 사회적 맥락에 대한 분석을 통해서 가능하다.

본 논문에서는 이러한 사회적 맥락을 한편으로 '키치상품의 물신화'를 통한 이데올로기적 효과와, 다른 한편으로 키치취향에 대한 '차별적 구별짓기'의 측면에서 포착하고자 한다. 이러한 과정에서 여성들이 쉽게 경도되고 있는 키치취향이 사회적으로 성별 위

2) 시몬-쉐퍼(R. Simon-Schäfer)는 키치가 "기본적으로 판단능력이 없는 대중을 상대로 한 비창조적인, 다시 말해서 생명력이 없는, 즉 스스로 발전능력이 없는, 진짜 예술에 대한 모방"에 불과하다고 규정한다(Simon-Schäfer 1980: 44). 그러나 이 점에서 시몬-쉐퍼는 대중을 미적 판단능력이 있는 사람들과 없는 사람들로 굳이 나누려고 하는 것도 사실은 문제가 있다고 지적한다. 왜냐하면 이러한 판단능력이라고 하는 것이 실상은 사회적으로 이미 규정된 판단, 즉 편견에 근거하고 있기 때문인데 이와 같은 고정관념이 사람들로 하여금 더 이상 스스로 사고할 수 없게 만들고, 개인적인 판단을 내리지 못하게 만든다는 것이다.

계관계의 정당화를 위해 어떤 사회적 작용력을 갖는 지 설명될 수 있을 것이다.

첫째, '키치상품의 물신화'를 통한 이데올로기적 효과의 측면에서 먼저 주목해야 할 것은 키치현상의 일상적 형태들이다. 일상 속에서 키치는 상품으로서 생산되고 소비된다. 뿐만 아니라 키치적 산물들을 지향하는 행동방식이나 감각과 욕구들은 키치 소비자들의 일상의식을 통해 드러나게 된다. 미헬(K.M.Michel)은 키치가 키치를 즐기는 사람들에게는 "영혼의 휴일"과 같은 것이라고 했다. 키치 소비자들의 '키치적' 감각을 대상으로 삼고 있는 키치생산은 감각을 자극하는 신선한 충격과 같은 키치상품들을 만들어 낸다. 상품의 생산과 교환이 주도하고 있는 사회에서 키치는 키치감각을 매개하는 물신성을 갖는다. "물신으로서의 키치"는 실제로 생생한 이데올로기적 환상을 통해서 관철된다. 이러한 환상 속에서 사람들은 미적인 가치들로 잘 포장된 사물들을 통해서 자신의 미적 욕구에 대한 대리만족을 하게 된다. 아도르노는 문화산업에 대한 그의 분석을 통해 미적으로 보이는 사물들의 물신성을 설명한다. 키치와 연관 지어서 우리는 다음과 같은 의문을 가질 수 있다. 상품화된 키치가 부추기고 있는 감각의 물신성이란 것이 왜곡된 일상의식과 맺고 있는 진정한 관련성은 무엇인가? 키치취향의 성별적 수용행위의 이데올로기적 연관성을 이해하기 위해서는 일상 속에 녹아 있는, 자본제적 상품물신성과 연결되어 있는 키치현상들의 이데올로기적 측면들을 살펴볼 필요가 있다.

둘째, 키치취향에 대한 '차별적 구별짓기'의 측면에서는 키치의 미적 판단에 대한 문제를 주목해야 한다. 문화권력을 중심으로 한 사회계층 간 대립 관계가 형성되어 있는 사회 속에서 키치에 대한 미적 평가가 사회적으로 어떤 기능을 하고 사회적 관계에 어떻게 작용하고 있는지 분석하는 것은 자칫 미학적 차원에만 머무를 수 있는 키치에 대한 인문학적 논의를 확장 발전시킨다. 이것은 키치

와 같은 대중적 취향, 그 중에서도 성별취향이 갖는 사회적 의미를 파악할 수 있도록 해준다. 여기서 중요한 것은 키치의 사회적 차별화 기능과 다른 한편으로 키치취향에 대한 차별과 배제이다. 시몬-쉐퍼가 언급했듯이, 어떤 대상을 키치로 규정하는 것은 그것의 예술품으로서의 성격을 박탈하는 것을 의미한다. '키치'는 그 대상에게 있어서는 예술품으로서의 사형선고나 다름이 없다. 또한 키치를 아름답다고 느끼고, 그것을 기꺼이 구입하고 소장하는 사람들에게는 그들의 취향에 대한 사형선고와 같은 것이다. 키치에 대한 이와 같은 미적 판단이 함유하고 있는 사회적 의미에 대한 해석은 다음과 같은 질문들을 추적하면서 보다 구체화될 수 있을 것이다. 이른바 키치라는 규정은 누가 내리며, 키치를 어느 정도까지 '나쁜' 취향으로 규정할 수 있는가? 현대사회에서 키치판단의 사회적 차별화 기능은 무엇에 기여하는가? 성별적 키치취향에 대한 가치평가와 문화적 구별짓기의 메커니즘에 대한 추적은 키치취향이 성별적으로 형성되는 과정과 그 사회적 기능 및 작용을 파악할 수 있게 해줄 것이다.

아래에서는 이와 같은 문제의식을 좀 더 구체적으로 다루어 보겠다.

3. 키치 상품의 물신화와 키치취향의 성별성

상품사회에서 인간의 사회적 관계들은 흔히 상품에 의해 매개되거나 사물의 형태와 동학에 따라 파악되기도 한다. 사물의 움직임은 조정 불가능한 것으로 보이며 사물을 움직이는 것은 사물 자체가 갖고 있는 고유한 특성으로 인식된다. 그리고 이러한 관계 속에서 사물이 취하는 형태는 사물의 본연적 형태인 것처럼 받아들여진다.

이런 호도된 인식은 미적, 예술적 상품에도 반영되어진다. 흔히들 예술작품의 탁월함은 예술작품 고유의 완벽한 특성에서 비롯된다고 믿으며 예술작품은 그 무엇에도 얽매이지 않은 '자유로운' 예술가의 능력과 영감, 즉 그의 천재성에 힘입어 만들어진다고 생각한다. 그러나 이러한 인식은 결국 예술작품을 사회적 생산과정과 가치증식과정으로부터 분리시키는 것이며 예술작품이 결국 고유의 탁월한 본성을 지니는 것처럼 여겨지는 물신성을 기반으로 예술작품을 그 사회적 연관성과 무관하게 환상적이고 비현실적인 영역에 방치하는 상황을 초래한다.

다른 상품들과 마찬가지로 키치상품의 물신적 현상형태에는 '노동영역'과 '비노동영역'의 대립이 존재한다. 노동영역에서의 열악한 상황은 인간으로 하여금 부단히 탈출구를 모색하게 하며 개인적인 삶의 만족과 자아실현을 비노동영역에서 이루고자 하는 욕구를 갖게 한다. 이것은 현실에서 이루어낼 수 없는 다양한 경험에 대한 욕구충족이나 상상 속에서 가능한 완벽한 자기충족과 자아실현에 대한 간절함의 표현이다. 그에 따라 일상적 삶의 공백을 메울 수 있는 일련의 자극을 수용하고자 하는 바램이 생기게 된다. 키치는 이러한 비현실적인 위안을 주는 일종의 도피처를 제공한다. 즉 키치의 대체만족을 통하여 비현실적 조건과 환상에 대한 간절한 추구는 항상 새롭게 생성된다. 이런 점에서 키치적 사물과 키치취향에 대한 유혹과 이끌림은 인간의 무력감과 불확실성을 기반으로 하고 있다.

예컨대 정보화 기술 뿐 아니라 성형기술의 발달은 여성들의 불안한 욕망을 조장하고 자극한다. 사회적으로 여성들에게 요구되는 '아름다움(美)'이란 여성들의 개성적 취향을 허락하지 않는다. 이에 따라 "여성의 미의 기준이 획일적이며, 용모에 신경 쓰는 여성들은 '자기만족 때문'이라고 말하지만, 설문결과에 따르면 42%가 남편이나 애인의 의견이 자기외모판단의 기준이 된다고 답하고 있

다"(정재철, 2007:304). 여성들 사이에서 아름다움의 서열이 그들의 사회적 지위로 전환되는 사회에서는 성형상품을 구매해서 경쟁력을 가져야 된다는 광고가 설득력을 가질 수밖에 없다. 이제 성형미인의 아름다움을 전형적으로 보여주고 있는 성형상품은 그 차체로 물신화 된다.

키치의 이러한 특성은 키치 산업과의 연관성을 생각해볼 때 더욱 명확해진다. 소망이나 바램에 대한 허구적 충족이 현실적인 것들의 자리를 차지한다. 대리충족의 욕구는 상품생산자들에 의해 포착되고 이러한 욕구를 반영한 상품은 물신화한다. 사람들의 욕구를 반영한 상품이 생산되고, 그에 대한 소비욕구 역시 선병질적으로 증폭해가는 상황이 도래하며[3], 키치는 이와 같은 상황에 대한 해답을 준다. 현대의 키치산업은 이러한 바램과 욕구에 대한 열망으로부터 이윤을 획득한다. 왜냐하면 키치산업은 이러한 바램들을 진정으로 충족시키지 못하며 오히려 실망감을 상승시키고, 그에 따라 사람들은 만족감을 줄 수 있는 또 다른 수단들을 찾고자 하기 때문이다. 그러나 이러한 행위는 또 다른 실망으로 연결되어 반복되고, 결국 키치산업을 재생산시킨다. 이렇게 키치는 소비자들의 기대와 실망의 연속적인 고리 속에서 진전되고 순환된다.[4]

---

3) 몰르(A.Moles)에 따르면 키치는 근대적 과잉생산과 소비사회의 발전단계와 일정한 맥을 같이 한다. 키치가 자신의 모습을 본격적으로 드러내기 시작한 것은 시민사회의 문명이 발전하는 과정에서 사회가 풍요로움의 성격을 갖는 순간부터라고 한다. 사회가 풍요로워지면서 인간의 욕구보다 그 욕구를 충족시켜줄 수단이 더욱 광범위해지고 많아지기 때문이다. 또한 몰르는 키치가 부르조아 계급이 자신들의 규범을 강제하는 예술품들을 생산하는 자본축적의 시기부터 맹렬한 기세로 등장하였음을 강조한다. 다시 말해서 몰르는 사회가 풍요로워지면서 인간의 소비욕구가 더욱 증가하며, 키치는 이러한 소비사회의 미(美)적인 문제들에 있어 피할 수 없는 운명과 같은 것이라고 보았다.

4) 미헬(K.M.Michel)도 상품생산 사회에서의 키치의 물신성을 환기시킨다. 다시 말해서 키치는 소비자들의 키치적 감각을 매개하며, 생산을 거듭하면서 그러한 감각을 조장해간다는 것이다.

키치는 그 허구적 속성을 은폐한 채, 자극적 위안을 필요로 하는 대중취향을 반영한다. 환상적이고 주술적인 의도와 내용을 담고 있는 표현들을 직접적이고 통속적인 경험으로 환치시키는 표현형태를 통해서 키치는 복잡함을 단순화시킨다. 대중문화 속에서 키치는 그 효과를 발휘할 수 있는 토대를 발견하며, 일상을 규정한다. 그것은 키치가 대중들의 요구를 충족시키는 유희적이고, 종교적이며, 정치적이고, 또한 성애적인 반응들을 끌어낼 수 있기 때문이다. 키치는 대중들에게 어떤 특별한 도덕적이고 심미적인 경험을 하고 있다는 느낌을 준다. 특정한 욕구나 소망으로부터 자극되는 환타지가 키치에 있어 사실적인 것들을 대치하고 있지만 실상 키치는 새롭게 찾는 것도, 발견하는 것도 그리고 제시해주는 것도 없다. 예컨대 '미용성형' 역시 '여성의 아름다움'이란 기존의 틀 속에서 이루어지고 있기 때문에 '키치'라 볼 수 있다. 도처에 널린 스타들의 이미지를 모방하는 '레디메이드'에 불과 한 것이다. 키치는 원하는 것을 정리해주고, 단순화하며, 통일시키고 그리고 물신화한다. 그러므로 그것은 전통적이고 관습적인 것을 두드러지게 하여 고착시키며 소망과 기원의 환타지를 담고 있는 종교적인 것을 일상생활의 통속성으로 전이시켜준다.[5]

이렇듯 키치는 소비자들의 개별적 감각과 바램들 그리고 지향성들과 밀접한 연관성 속에 놓여 있다. 키치 현상들은 나쁜 취향의 키치물들의 생산과 소비 뿐만 아니라 이것을 받아들이는 사람들이

---

5) 근대사회에서 키치의 허상적 실체를 주목했던 위딩(G. Üding)은 키치를 "부르주아 문화의 주요한 경향을 나타내주는 결절점"이라고 파악했으며, 근대적 시민국가 안에 반영되어 있는 키치의 허상적 세계를 지적하였다. 위딩은 실제적인 욕구와 그것의 허상적 충족을 키치를 통해서 이데올로기 비판적으로 유추해내면서, 키치를 근대사회 개인들의 사적 감각체계에 조응하는 거짓된 욕구충족으로 받아들인다. 그러나 그는 키치의 감상적인 부분을 비판하는 반면, 키치로 표현되는 욕구들을 정당한 것으로 인식한다. 현실이 있는 그대로가 아니라, 어떠해야한다 라는, 그 원하는 실재의 모습에 대한 욕망은 정당화될 수 있다는 것이다.

이러한 키치물들과 맺게 되는 태도나 의지, 그리고 그 안에서 추구되는 감정들, 충족되는 기대들을 포괄한다.

"키치는 그것이 대상화된 물건, 개인들의 관계 그리고 문화적 형태들의 표면에만 머무는 것이 아니다. 키치는 개별 인간의 개인적 특질 속으로 파고 든다. 키치는 전적으로 그에 대한 느낌을 만들고 표현한다. 뭔가 '느끼는' 것으로서 떠올려지는 것들은 환타지를 통해서 일반적이고 보편적인 것으로 표현된다. 이렇듯 키치는 페티쉬가 되어 확산되어져야만 하는 전형적인 것으로 또한 일상 속에서 그것이 어떻게 사용되어지는지에 대한 지침으로서 파급된다. 감각의 물신화와 함께 키치는 인간적인 것의 사물화와 시장화의 과정에 기여한다."(Mongardini, 1985:88, 90)

키치 상품의 물신화를 통해서 키치는 개인의 감각과 욕구 그리고 애착들이 반영되는 일상의식에 작용하며, 이것은 개인들의 행위를 동기화한다. 이 점에서 우리는 키치취향과 여성 아비튀스를 주목해야 한다. 키치취향의 성별성과 그것이 개인적인 특질로 체화되는 과정을 살펴볼 수 있기 때문이다.

4. 키치 취향과 여성 아비튀스

광범위하게 확산되어 있는 여성에 대한 이데올로기 중 하나는 사적영역에서의 여성의 위치를 강조하는 것이다. 가정에서의 안락함, 행복, 조화 그리고 가정을 지키는 일들이 여성에게 무엇보다 적합하고 중요하다는 인식이다. 이러한 이데올로기는 여성들의 일상 속에서 심미적 매개를 통해 더욱 강고해지기도 한다. 개별 여성의 개인적 바램, 열망, 기대, 희망 그리고 기억들에 있어, 키치와 연관된 여성적 미학은 실재적이고 근원적인 역할을 담당한다. H. 캠프-얀센은 현실적으로 존재하는 "키치에 대한 여성들의 근접성"

을 여성에 대한 특정한 성역할과 여성들의 심미적 사회화와 연관시켜 설명하고 있다.

“여성들이 일상 속에서 키치에 더욱 가까운 것은 가정을 비롯한 사적영역에 대한 역할이 사회, 역사적으로 주어지고 강조되어온 것과 관련이 있다. 또한 이것은 특별한 성별적 사회화를 받아온 성향과도 관련이 있는데 예컨대 사물에 대한 감성, 사회적 민감성, 분명하게 각인된 평화지향성 등이 강조가 되어왔다. 키치의 생산은 이렇게 사회화되는 여성들의 성향에 힘을 입는다.”(Kämpf-Jansen, 1987:340)

통속예술적인 경향성은 미에 대한 소녀들의 사회화 과정에서 이미 구축되어왔다. “귀엽고 앙증맞은 것을 좋아하고, 꽃, 하트, 화환들에 애착을 갖고, 장신구들을 좋아하거나 끊임없이 ‘소소한 것들’에 매료되면서 치장하고 가꾸고 꾸미는 것, (…) 자그마한 그림들을 모으거나 헝겊인형들을 즐기는 것, 매듭실장식이나 날염 염색천, 작은 그릇들 그리고 자수나 뜨개질 같은 여성적인 수공예 물품들”(Kämpf-Jansen, 1987:332)처럼 그리고 소녀들의 심미적 관심을 유도하는 대상물들을 똑같이 찍어내거나 부단히 재생산하는 것은 사회화 과정 속에서 여성들의 심미적 성향과 예술적 취향을 규정하는 배경이 된다.

이와 같이 통속예술적인 소녀들의 세계는 여성의 아비튀스를 성별적으로 특수하게 규정한다. 문화예술적인 인식과 의미체계들은 이미 초기에 ‘여성성’과 ‘남성성’의 전형적인 유형들에 의해서 성별적으로 획득되고 체화되는 것이다. 성별적으로 각인된 아비튀스는 개인의 사회적 정체성의 주요한 부분이 된다. 이것은 개인에게 천성처럼 작용하는데 이러한 성별화된 아비튀스의 형성과정은 인식방법과 가치판단 등 개인의 행동과 감각적인 인식을 부단히 검증하게 하고 개인의 주체적인 가능성을 차단한 채 성별적 경험을 추동한다(Krais, 1993:218-219). 여성들의 미적 취향은 이처럼 어려

서부터 키치와의 연관성 속에서 구축된다.

그럼에도 불구하고 여성들의 통속예술적인 취향과 키치에 대한 애착은 여성들이 애초에 갖고 태어나는 본질적인 성향인 것처럼 이해되고 있다. 캄프-얀센이 지적하듯이 여성은 이와 같은 '본질' 규정 속에서 스스로 독창적인 존재로 인식되기 힘들다.

"이런 본질 규정에 의하면 여성들은 천성적으로 의지박약하고 남성적 시각에 의해 여성적인 것으로 어느 정도 적절하다고 평가되는 미학적 생산물들에 경도되는 '왁스로 만든 것처럼' 유약한 자아를 갖고 있다는 것이다. 반면 여성들이 전적으로 강한 의지를 지닌 존재로 받아들여지는 경우가 있는데, 그것은 요부나 팜므 파탈처럼, 이브나 매춘부처럼 남성을 유혹하는 에로틱한 역할을 수행할 때이다."(Kämpf-Jansen, 1992:5).

캄프-얀센(Kämpf-Jansen)은 여성들의 주체적 문화실천과 관련된 측면보다는 그에 대한 사회적 규정성만을 강조하는 한계를 보인다. 여기서 중요한 것은 그가 언급하고 있는 '여성성'과 '여성적 정체성'에 대한 이데올로기적 규정성을 고찰하는 것이다. 주목해야 할 것은 '여성성'의 고유함이 여성 존재의 본성에서 비롯되는 것이 아니라 다양한 사회적 맥락과 각각의 사회관계 속에서 사회역사적으로 규정된다는 것이다,. 여성들의 행동, 감각, 인식유형, 취향판단 등은 성별에 따라 특수하게 형성되는 아비튀스와 연관되어 있다. 여성의 아비튀스는 성역할에 대한, 또는 '여성성'과 '남성성'과 관련된 사회적으로 유효한 문화구성에 따른 사회화나 분업에 대한 사회적 규정성을 통해서, 그리고 그에 근거한 가치평가의 틀을 통해서 형성된다.

후기근대 사회의 많은 여성들이 통속예술적 경향성을 띠는 현상들은 이러한 성별적으로 특화된 아비튀스에 근거한다. 왜냐하면 이러한 아비튀스는 키치에 대한 애착에 명확히 연결되어 있기 때문이다. 키치 취향의 '여성성'은 한 편으로 남성적, 여성적 독특성

의 양면적 체계를 통해서 다른 한 편으로 '예술'과 '키치'의 차별적 취향 판단을 통해서 사회적으로 수용되고 있으며, 여성의 '본질적 특성'으로 이데올로기화 한다. 게다가 문화산업은 '여성적 미(美)'에 대한 물신화를 통해서 키치에 애착을 갖는 '여성성'의 이데올로기적 기능을 확대시킨다. 지배관계로서의 성별관계는 이렇게 문화의 상징적 차원에서 재현되고 재생산된다. 이러한 문화 재생산 과정은 의식하지 못하는 사이에 사회적 관계 속에서 불평등한 위계질서와 차별적 권한 분배를 '자연스럽고 당연한 것'으로 관철시키는 상징권력이 확장되는 과정이기도 하다.[6)]

결국 여성의 키치 취향과 그에 대한 사회적 평가는 단순한 문화적 차원의 문제만이 아니라 사회적 지배질서의 정당성 확보를 위한 주요한 토대가 되는 것이다. 키치와의 근접성을 노정시키는 여성의 성별 아비튀스는 다양한 경로를 통해 구성되는데 문화산업의

---

6) 부르디외(P.Bourdieu)는 상징권력은 지배관계와 그것에 근거한 사회적 규범 습속들이 개인 또는 집단의 역사 속에서 자연스러운 것으로 체화되어 피지배자가 자신이 권력에 의해 지배당하고 있다는 점을 인식하지 못하고 자발적으로 순응하고 행동하는 '오인 메커니즘', 즉 '아비튀스(habitus)'를 통해 발현된다고 설명한다. 이러한 오인 메커니즘은 사회적으로 정당하다고 인정된 질서와 규범 등의 사회적 의al가 개인의 육체에 각인되며 형성되고 개인의 판단과 행동의 근간이 되는 인지체계로 작동한다. 이러한 '육화된 질서'는 끊임없이 개인들의 성향체계를 재생산하고 상징적 권력관계가 용해되어 있는 사회의 질서를 재생산한다. 이렇듯 상징권력은 개인이 사회적 의미를 '인정'하는 것을 전제로 하는 권력이며, 이때 인정이란 지배자를 통해 행사되는 폭력의 양태를 오인하는 과정을 의미한다. 즉, 이것은 인위적이고 자의적인 것을 정당하고 자연스러운 것으로 승인해주는 과정이며, 결국 폭력을 폭력으로 인식하지 못한다는 점에서 상징폭력의 과정이라 할 수 있다(Bourdieu, 1982). 그러나 오인 메커니즘은 사회의 질서를 유지하는 요인에 머물지 않고 행위자들 사이에 갈등과 경쟁을 유발하는 요인이기도 한다. 왜냐하면 사회공간은 행위자들의 수많은 전략이 만나는, 경쟁과 갈등이 있는 일종의 게임의 공간이며 사회질서는 고정된 것이 아니라 변화가능성을 내포하고 있기 때문이다. 그러므로 행위자들 사이에 존재하는 경쟁과 투쟁은 정당성을 획득하기 위한 투쟁, 즉 상징적 권력투쟁으로 기능한다(현택수, 1998).

이데올로기적 효과에 따른 의식형태들의 생산과 수용 과정을 정치적 맥락 속에서 파악해보면 상징권력의 의미와 상징폭력의 작동방식을 보다 용이하게 이해할 수 있다.

5. 키치 성별취향의 이데올로기적 재구성과 상징폭력

성별 아비튀스의 근간으로 작용하는 '여성성'은 사회적 변동기에 같이 변화되고, 새로운 사회의 요구들에 따라 가공되기도 한다. 예컨대 독일에서는 통일이 진행되었던 1990년대 초반에 여성과 관련된 시각매체에 있어 '여성성'이 통속예술적 경향성을 띠며 재현되고 있었다. '여성성'의 물신화와 차별화가 키치 취향을 매개로 여성들과 남성들의 일상의식에 작용하고, 상징적 성별위계 속에서 상징폭력으로 작용되었던 것이다.

사회구조의 격변은 개개인의 일상에 대해 다양한 작용력을 갖는다. 그에 있어 강고한 문화적 가치평가 모형과 의미모형이 개인적으로 그리고 공공 영역에서 새롭게 변형된다. 우선 전통적이고 상징적인 성별위계는 시각적 이미지를 매개로 여성표상과 남성표상에 중요한 영향력을 미친다. 그림이나 사진처럼 시감각적 형태의 형상물들은 이미지로서 세상을 의미화 하고, 특정한 문화적 인식-의미체계에 따라 구조화하며 그것의 시각적인 형태들 속에서 세계관에 대한 규범을 매개하기 때문이다.

뢸링(I.Dölling)은 독일 통일의 격변기 전후의 구 동독 잡지 「너를 위하여(Für Dich)」에 나타난 여성 표상들을 분석한다. "통독 전에 「너를 위하여」에 그렇게 많았던 직업여성들에 대한 사진들은 아주 드물게 나타난다.(…) 반면 패션 관련 사진처럼, 여성성과 남성성에 대해 명시적으로 통용되는 표상을 담은 사진들이 제시되고 있다. 일상생활과 관련한 사진들 보다 이러한 사진들에서 여성들

또는 여성의 몸은 '성별'에 관한 전형적인 표상들을 감각적이고 시각적으로 확산시키는데 보다 직접적으로 기여하고 있다. 그에 따라 이러한 표상들로부터 출발하는 규범적 압박들 또한 본질적으로 강고해진다."(Dölling, 1993: 46)

이렇듯 여성에 관한 표상은 '현실적인 존재로서의 여성'으로부터 사회적으로 요청되는 이상적인 표상의 재현으로 대체되었다. 여기서 매개되고 전달되는 메시지는 "여성은 아름다워야 한다"는 것이다. 개인적인 상황의 차이에도 불구하고 "여성은 '여성적'이어야 한다"는 것이 강조된다. 그에 상응하여 표지에도 더 이상 '현실적'이고 '평범한' 여성은 눈에 띄지 않는다. 대신 여성적이고 유혹적인 미를 갖춘 젊은 모델들이 등장한다. 이와 같이 여성에 대한 그림들이 '여성성' 또는 '여성적 미와 섹시한 유혹의 능력' 이란 절대적 유형에 따라 변화하는 경향을 보인다. 이것은 구 동독의 여성 뿐 아니라 대다수 남성들도 기본적으로 갖고 있던 남녀평등에 대한 일상의식을 파괴했다. 이제 달라진 인식과 행동 가능성에 맞춰 전통적 가치들에 대한 재평가가 요구되었다. 아름답고 화려한 그림들은 불확실성이 점점 커져가는 현실세계로부터의 도피 가능성이나 위안을 줄 뿐만 아니라, "새로운, 완전히 다른" 여성상을 제시한다.

독일 사회적 격변기의 여성에 관한 시각 매체에 있어 주목해야 할 것은 총체적인 사회변동 속에서 '여성성'에 관한 문화적, 미학적 표상과 현상 형태들이 어떻게 다루어졌는가, 그리고 어떤 활동공간 속에서 여성들의 사회적 역할이 규정되었는가 하는 것이다. 여성들의 활동공간은 직업적이고 공적인 영역에서 가정적이고 사적인 영역으로 전환되었다. 구동독에서 "사회적 지향목표를 충족시키기 위해 쉬지 않고 작업하는 일하는 여성의 자리를 자신과 자신의 아름다움을 더 생각하는 소비자로서의 여성상이 대체했다.

키치는 이때 통속미학적인 백일몽과 그 물신화의 맥락에서 중요한 역할을 담당한다. 바로 그 안락한 백일몽 속에서 근본적이고

통속미학적인 전형을 발견할 수 있는 것이다. 그리움의 계기가 되는 사랑, 남성에 대한 성애적 권력을 꿈꾸는 여성의 아름다움 등은 우리가 통속미학적인 그림들에서 찾아볼 수 있는 전형적인 표본들이다. 마치 최면처럼 불안한 현실에서 눈을 돌릴 수 있는 백일몽과 직접적이고 원시적인 환타지의 물신화는 격변기 이후의 「너를 위하여」 잡지에서 더욱 자주 등장하게 된다. 예컨대 웨딩드레스를 입고 꽃을 든 여성이 감각적인 포즈로 오토바이의 뒷좌석에 앉아 있고, 이 오토바이는 보디가드처럼 믿음직하고 세련된 의상 감각이 있는 청년이 몰고 있다. 사진 아래에는 "행운을 향한 출발" 이라는 타이틀이 자리잡고 그 여성은 자신이 전적으로 행복하다는 인상을 마음껏 전달하고 있다.

여성들의 경우, 공적 영역과 사적 영역의 영역교체가 사회적으로 발생하는 것을 통해 직업을 갖고 있는 여성들의 역할에 대한 정당성이 경시되고, 사적 영역으로 활동공간이 위축되었다. 사적영역은 공적영역에 비해 사회적 '인정'이 훨씬 약화되어 있다. 키치산업을 통해 통속미학적인 여성 표상의 이데올로기적인 성격이 일상의식 속에서 점점 더 큰 영향력을 확보해가며, 여성들의 미적 취향은 통속미학적이고 키치적인 것으로 한정되어 저급한 평가를 받게 되고, 동시에 사회적으로 인정된 예술적 감각과는 배치되는 것으로 평가되고 배제된다.

여성들의 이와 같은, 공식적인 예술감각의 영역에서 정당성이 거부된 취향이 여성들의 고유한 본성적 특질이라는 판단은 사회적 관계 속에서 일반적으로 상징폭력으로 작용한다. 변화한 사회적 조건의 압력 하에 특정한 행위와 특성, 권한 등등에 대한 지표들이, 상징-위계적 성별질서의 범주 속에서 규정되고 구축된다. 상징적 성별질서 속에서 '본질'로부터 유추된 위계가 성별분업에 대한, 그리고 권한을 행사할 수 있는 행위와 지위에서 배제되는 것에 대한 설명력을 강화시키는데 기여한다. 예컨대 통독 이전의 구 동독

사회에서 대부분의 여성들은 사적 영역에 국한되지 않는 자신의 사회적 삶을 유지해갈 수 있었으나, 통독 후의 악화된 구조조정의 상황 속에서 여성들은 가장 먼저 사회적 일자리를 상실하고 집으로 돌아와야 하는 존재로 인식되었으며, 2등 국민의 정체성 속에서 혼돈을 거듭해야 했다. 여성들의 키치성향의 문화적 감각은 여성들을 사적영역에 가깝게 만들었으며, 문화적 이데올로기는 이를 정당화 시키는 기제가 되고 있다. 저급하고 신뢰하기 힘든 키치취향이 마치 몸에 딱 맞는 옷처럼 여성들의 본질적 특성으로 오인될 수 있었기 때문이다.

이처럼 「너를 위하여」란 잡지에 실린 여성과 남성의 재현과 같이, 그 속에서 발견되는 상징적 성별 질서가 사회 전반적인 문화와 일상의식 속에 재생산되면서 문화적 위계, 나아가 사회적 관계의 위계는 자연스러운 것으로 정당화 되어간다.

6. 맺는 글

본 논문에서는 키치 취향의 성별적 구조화와 그 이데올로기적 가치평가를 살펴보고, 문화 취향의 성별적 수용 및 실천과정과 사회적 관계의 재생산을 연관적으로 설명하고자 했다. 여기에서 취향으로 표현되는 일상문화가 사회적 차별화와 구별짓기의 결정적 요소가 될 수 있음이 드러난다. 이것은 문화 취향을 둘러싼 가치평가, 그리고 일상의 문화적 행위들이 성별을 중심으로 한 사회불평등 구조를 문화-상징적 차원에서 어떻게 재생산시키는가를 밝히는 작업이었다. 이러한 이데올로기적 과정은 사회구성원간의 불평등한 위계관계를 조성하거나 정당화 시킬 수 있다.

사례로 들었던 구 동독의 여성잡지가 통일을 배경으로 한 사회적 격변기에 사진과 같은 시각매체를 통해 보여주었던 여성 재현

은 여성들의 개인적 욕구와 감각들을 '여성적' 환타지의 물신화를 통해 통속미학적으로 고착화해가는 것이었다. 살펴보았듯이 여성들의 키치에 대한 경도 현상, 그리고 그들의 키치 취향은 성별적으로 특화된 아비튀스를 기반으로 하고 있으며, 이것은 문화산업을 통해 부단히 조장되는 키치 취향이 유년기에서부터 '여성성'의 주요한 부분으로 맥락화한 배경을 설명해준다.

이 점에서 파악될 수 있는 것은, 키치 취향에 대한 '여성성'과 '여성적 정체성'은 여성들의 본질적인 '자연스러운 특성'으로 이데올로기화하여 저평가되고 있다는 점이다. 또한 이렇게 규정된 '본성'으로부터 유추된 상징적 차원의 성별 위계질서가, 성별분업과 불평등한 성역할의 토대를 마련하고 있다는 것이다.

이러한 인식 속에서 분명해지는 것은 일상의식에 영향을 미치는 성별 구별짓기의 "이데올로기적 효과"는 키치 산업의 통속미학적인 여성 재현에서 뿐만이 아니라 여성의 미적 취향의 의미를 '키치적'인 것으로 저급하게 규정하는 사회적 평가를 통해서도 드러나고 있다는 것이다. 키치를 중심으로 한 성별적 문화 취향은 이처럼 특정한 "이데올로기적 효과" 통해서 추구되어지는 반면, 다른 한편으로는 키치를 대중적이고 통속적인 것으로 규정하는 부정적 가치평가를 통해 여성의 성별 취향을 '정통성' 있는 예술영역 밖으로 배제하는 구별짓기가 이루어진다. 사례에서도 증명되었듯이, 통일 이후에 구 동독 여성잡지에서 사진들을 통해 공공연하게 재현해갔던 '여성성'은 통속미학적 경향성을 농후하게 띠었으며, 여성의 이러한 키치 취향에 대한 물신화와 차별적 가치평가는 일상의식과 상징적 성별 위계 속에서 상징폭력으로서 작용했던 것이다.

이렇듯 문화취향의 성립과 평가는 개인적인 차원을 넘어서는 사회적 맥락을 갖고 있다. 앞에서 언급했듯이 본 논문은 문화 수용자의 주체적 문화실천 능력을 회의하는 것이 아니라 오히려 그것을 억압하는 감춰져있는 상징폭력의 메커니즘을 드러내주기 위해

기획되었다. 문화를 사회적 관계를 비롯한 사회적 연관성 속에서 이해해야만, 성별 간 문화취향의 차이가 본성적으로 주어진 성별 특성에서 비롯되는 것이 아니며, 여성의 '키치 취향이 그 자체에 문제가 있는 것이 아니라 그런 감각을 한편에서는 이데올로기적으로 조장하고, 다른 한편에서는 저급한 것으로 평가 절하하는 구별 짓기의 사회적 작용력이 문제라는 점이 인식될 수 있는 것이다. 이러한 문제의식 속에서 앞으로 '키치'에 대한 미적 가치평가 또한 단순히 저급한 취향으로 규정되는 차원을 넘어서 다양한 시각으로 접근되어 해석될 필요가 있다.

참고문헌

갠스, J. H.,『대중문화와 고급문화』, 나남출판, 1998.
구마 피터슨, T. 외,『페미니즘 미술의 이해』, 시각과 언어, 1998.
김혜련,「문화산업과 예술의 키치화」,『인문학연구』, 미디어아트연구소, 2010, pp. 141-164.
몰르, A.,『키치란 무엇인가?』, 시각과 언어, 1995.
미술비평연구회,『문화변동과 미술비평의 대응』, 시각과 언어, 1994.
백충용,「한정 경험의 인식적 함의에 대한 사회철학적 접근-물신성 개념의 분석을 토대로」,『시대와 철학』, 한국철학사상연구회 , 2008, pp. 103-134.
양은경 외,『문화와 계급』, 동문선, 2002.
오창섭,『디자인과 키치』, 시지락, 2002.
이경돈,「취미라는 사적 취향과 문화주체 '대중'」,『대동문화연구』57, 대동문화연구원, 2007, pp. 233-259.
이영철 엮음,『21세기 문화 미리 보기』, 시각과 언어, 1996.
이화여대 기호학 연구소,『성과 젠더 그리고 문화』, 호영, 2000.
정재철,「한국 여성 몸 담론에 관한 비판적 연구」,『언론과학연구』7-1, 한국지역언론학회 , 2007, pp. 292-318.

현택수 외,『문화와 권력』, 나남출판, 1998

Bischoff, J./ Maldaner, K. (Hrsg.), *Kulturindustrie und Ideologie Teil 1 und 2,* Hamburg:VSA, 1982.

Bischoff, J./ Maldaner, K., "Alltagsbewußtsein und Lebenswelt", in: *Prokla* 53/1983, Muenster:Westfälisches Dampfboot, pp. 22-37.

Bischoff, J./ Lieber, C./ Otto, A., "Fetischismus und Entfremdung in der Kritik der politischen Ökonomie", in: *Sozialismus* 11/1988, Hamburg:VSA, pp. 29-35.

Bourdieu, P., *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Frankfurt/Main:Suhrkamp, 1982.

Bourdieu, P., "Die historische Genese einer reinen Ästhetik", in: Gebauer, Gunter/Wulf, Christoph (Hrsg.), *Praxis und Ästhetik. Neue Perspektiven im Denken Pierre Bourdieus,* Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1993, pp. 14-32.

Broch, H., "Einige Bemerkungen zum Problem des Kitsches", in: Dorfles. Gillo, *Der Kitsch*, Tübingen:Wasmuth, 1969, pp. 49-67.

Dölling, I., "Gespaltenes Bewußtsein - Frauen- und Männerbilder in der DDR", in: Helwig, Gisela/Nickel, Hildegard Maria (Hrsg.), *Frauen in Deutschland 1945-1992,* Berlin:Akad.-Verl., 1993, pp. 23-52.

Eagleton, T., *Ideologie,* Stuttgart:Metzler, 1993.

Fröhlich, G./ Mörth, I., "Lebensstile als symbolisches Kapital? Zum aktuellen Stellenwert kultureller Distinktionen", in: Mörth, Ingo/Fröhlich, Gerhard (Hrsg.), *Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kultursoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu,* Frankfurt/Main; New York:Campus, 1994, pp. 7-30.

Hecken, T., "Der Reiz des Trivialen. Idealistische Ästhetik, Trivialliteraturforschung, Geschmackssoziologie und die Aufnahme populärer Kultur", in: Hecken, Thomas (Hrsg.), *Der Reiz des Trivialen. Künstler, Intellektuelle und die Popkultur,* Opladen:

Westdt. Verl., 1997, pp. 13-48.

Herkommer, S. u.a., Alltag, Bewußtsein, Klassen, Hamburg:VSA, 1984

Kämpf-Jansen, H. (1987): “Kitsch - oder ist die Antithese der Kunst weiblich?”, in: Barta, Ilsebill/Breu, Zita/Hammer- Tugendhat, Daniela/Jenni, Ulrike/Nierhaus, Irene/Schöbel, Judith (Hrsg.), *Frauen, Bilder, Männer, Mythen,* Berlin:Reimer, 1987, pp. 322-344.

Kämpf-Jansen, H., “Nicht die Kunst ist weiblich, sondern der Kitsch. Zum Zusammenhang von Weiblichkeit und Kitsch”, in: Evangelische Akademie Bad Boll (Hrsg.): *die Kunst ist weiblich!…? Zum gesellschaftlichen Stellenwert der Kunst von Frauen heute*, Bad Boll, 1992, pp. 1-22.

Krais, B., “Geschlechterverhältnis und symbolische Gewalt”, in: Gebauer, Gunter/Wulf, Christoph (Hrsg.), *Praxis und Ästhetik. Neue Perspektiven im Denken Pierre Bourdieus*, Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1993, pp. 208-250.

Mongardini, C., “Kultur, Subjekt, Kitsch. Auf dem Weg in die Kitschgesellschaft”, in: Pross H. (Hrsg.), *Kitsch. Soziale und politische Aspekte einer Geschmacksfrage, München*, 1985, pp. 83-94.

Müller, H.-P., “Differenz und Distinktion. Über Kultur und Lebensstile”, in: *MerkurStuttgart:Klett-Cotta,* H.9-10 1995, pp. 927-934.

Pross, H. (Hrsg.), Kitsch. *Soziale und politische Aspekte einer Geschmacksfrage*, München:List, 1985.

Simon-Schäfer, R., “Kitsch und Kunst”, in: *Allgemeine Zeitschrift für Philosohie,* 2/1980, pp. 37-52.

Vogt, L. von, “Kunst oder Kitsch: ein »feiner Unterschied«? Soziologische Aspekte ästhetischer Wertung”, in: *Soziale Welt Baden-Baden: Nomos-Verl.-Ges.,* Hf.3/1994, pp. 363-384.

Wolf, W., *Die Phänomenolügie des »Kitsches«,* Osnabrück:Oidipus-Verl., 1980.

A Study on Ideological Relation between Kitsch Cultural Taste and Gender Habitus

Yang, Min-Suk

This article is an analysis on the relationship between women's tastes and the kitsch images that have been overflowing in everyday culture as the cultural industry develops. "Tastes" operates ideologically as a discriminating mediation between social structures and personal practices. And the ideology, here, can be understood as an inclusive concept that conceals, disguises, justifies and/or reproduces inequality. Cultural industry produces the pursuit of fantasies and incessant alternative desires through the kitsch. The kitsch becomes solace, and therefore can be more deceptive, and by being so, it gets more closely involved in women's sensibility and tastes. Paying attention to these, this paper analyzes kitsch industry in terms of its capitalist characteristics and the particularities of the construction of women's tastes. This paper especially investigates on how a particular women's magazine in former East Germany has been transformed by adapting itself to the western mass media and consumerism after Refunification, and analyzes that transformation in relation with women's gender Habitus. More specifically, the analysis examines how the mediating and manipulating functions of cultural industry are realized in connection with women's Habitus, and explores what political meanings theses functions might have for women's consciousness and citizenship.

Key words: kitsch, gender, cultural taste, symbolic violence, ideology, distinction, fetisch, citizenship

양민석
소속: 이화여자대학교
주소: 서울시 송파구 잠실동 우성아파트 7동 909호
전화번호: 010-9211-7562
전자우편: netzyang@naver.com

이 논문은 2013년 10 월 30 일 투고하여
2013년 12 월 09 일까지 심사 완료하여
2013년 12 월 31 일 게재 확정함.