문화산업에 대한 재인식과 디자인 정책의 역할 연구

A Study on New Appreciation of Cultural Industry and the Role of Design Policies

주저자: 정봉금 (Jeong, Bong Keum)
Carnegie Mellon University
Human-Computer Interaction Institute and School of Design

"이 논문은 본인의 2006년도 홍익대학교 박사학위논문을 부분적으로 발췌하여 재정리한 것이며,
논의를 발전시킬 수 있도록 조언해 주신 심사위원님들께 감사드립니다."

1. 서 론

1-1. 연구목적 및 배경
1-2. 연구방법 및 범위

2. 문화산업의 일반적 고찰

2-1. 문화산업의 개념과 범위
2-2. 문화산업과 디자인

3. 디자인 정책 현황 분석

3-1. 국내 디자인 정책 현황
3-2. 해외 디자인 정책 현황
3-3. SWOT 분석 및 주요 발견

4. 조사목적 및 방법

4-1. 조사목적
4-2. 조사방법
4-3. 조사대상

5. 조사결과 및 해석

5-1. 연구문제 검증결과 및 연구함의
5-2. 정책조사 분석결과 종합

6. 결 론

참고문헌

(要約)

21세기를 사는 우리에게 디자인은 더 이상 산업적 부가 가치로서 생산과 소비를 활성화하는 행위가 아니라 보다 넓은 사회적 문화적 실천행위로 인식되고 있다. 본 연구의 목적은 문화생산의 주체적 발신자로서 디자인 역할의 확대와 디자인 그 자체가 문화로서의 자족성을 가져야 함을 주장하는 것이다. 연구문제는 문화산업의 중심에는 무엇보다도 디자인 행위가 있어야 할 것이라는 가정으로부터 출발한다.

연구의 범위는 거시적으로 문화산업과 디자인 정책에 대한 문헌연구 및 현황과 사례분석, 그리고 미시적으로 한국. 미국. 영국이라는 3개국 디자이너의 정책인식에 대한 비교조사 및 분석으로 진행하였다.

조사의 방법은 한국·미국·영국에서 양적연구(quantitative research)로서 설문조사를 실시하였으며, 디자인 정책의 과거 사실뿐만 아니라 현재의 현상에 대해서도 설명하고자 질적연구(qualitative research)로서 심층면접(intensive interview)을 병행하였다. 설문조사는 3개국의 디자인 전문가를 대상으로 비교하였으며, 심층면접은 한국에서 의사결정권을 가진 관리자급의 디자인 전문가 및 정책담당자들을 대상으로 하였다. 조사를 위한 설문지가 적절하게 설계되었는지를 알아보기 위해, 3차에 걸친 예비조사(pilot study)와 사전검사(pre-test)를 실시하였다.

연구문제 검증에서도 확인하였듯이, 한국이 20세기의 꽃으로 등장했던 문화산업 등에서 도구적 이성의 견제 없는 질주가 여전히 역사성을 넘어서지 못하고 현재성을 지니게 된다면, 우리는 정신의 시대에 진입하지 못하고 낙후된 주변국이 될 수밖에 없을 것이다. 21세기 문화산업에서 우리가 판단하게 될 디자인의 가치는 계몽의 원리에 대한 '역사성'과 '현재성'의 변증법에 달려있는 것이며, 새로운 철학, 새로운 문명, 새로운 세계를 열어가는 것이다.

(Abstract)

Design, to all of us living in the 21st century, is not just an action that revs up the production and consumption as an added value of an industry, but it is recognized as a broader social and cultural action in practice. The purpose of this study is to broaden the role of design as a principal body producing culture, and to proclaim that design itself has to have self-sufficiency as culture.

The study starts from a hypothesis that the action of design should be at the core of cultural industry.

The study includes studying the documents on and analyzing the current status and case studies of cultural industry and design policies for macro view. Comparative research and analysis of how designers from three countries, Korea, United States and England, perceive policies is a microscopic part of this study.

The methods for this study include survey for quantitative research in Korea, United States and England, and intensive interviews for qualitative research to explain past facts and the current situation of design policies. The survey compares design professionals of three countries, and the intensive interviews are done with manager level design professionals who are both decision makers and policy makers. In order to prove the appropriateness of the survey structure, three pilot studies and a pre-test were carried out.

As shown in the verification of the subject of study, if, in the cultural industry which was considered to be the blossom of 20th century, the blind running without intervention of reason still keeps its former state and is unable to go beyond history, we will not be able to enter the age of mentality and fall behind. The value of design that we shall judge depends on the dialectic of 'past' and 'present' regarding the principle of enlightenment, and it will open up a new philosophy, a new civilization and a new world.

(Keyword)

Culture Industry, Design Policy, Dialektik der Aufklärung

1. 서 론

1-1. 연구목적 및 배경

21세기를 사는 우리에게 디자인 일반은 더 이상 산업적 부가가치로서 생산과 소비를 활성화하는 행위가 아니라 보다 넓은 사회적, 문화적 실천행위로 인식되고 있다.

본 연구의 목적은 21세기 문화산업의 새로운 틀을 정립하기 위해서는 문화생산의 주체적 발신자로서 디자인 역할의 확대와 디자인 그 자체가 문화로서의 자족성을 가져야함을 주장하는 것이다. 이것을 위해 우리나라는 국가 주도의 디자인 진흥전략이 요구되며, 진흥을 위해 필요한 지원시스템에 관하여 제안하는 것이 목적이다. 그 배경을 살펴보면 다음과 같다.

한국은 정보화 사회에 들어서면서 문화적 가치가 산업의 경쟁력을 좌우하여 부가가치를 결정할 것이라는 인식이 생겼으며, 점차 문화상품의 개발과 진흥에 대한 관심이 고조되어왔다. 그러면서 한국의 문화는 시장경쟁원리에 따라 상품이라는 재화의 가치로 포장되고 있다. " 어떻게 문화를 산업화하고 상품화 할 것인가? " 하는 경제적 차원의 전략적 개념으로 등장하고 있는 것이다.

이것은 20세기의 꽃으로 여겨졌던 문화산업이 그 당시에 비판 받았던, 도구적 이성의 견제 없는 질주가 여전히 역사성을 넘어서지 못하고 '현재성'을 지니고 있는 것으로 해석된다. 그것은 20세기의 역사성, 즉 아도르노(Theodore Adoron)와 호르크하이머(Max Horkheimer)가 '현대적 야만'이라고 불렀던 계몽의 원리로부터 우리가 여전히 자유롭지 못하며, 문명·산업·물질의 편에 서 있었던 디자인이 여전히 '관리되는 사회'의 지배구조에 종속되어 있다는 것을 의미이다.

본 연구는 이들의 철학적 인식을 '21세기 문화산업의 개념적 접근'으로 수용하였다. 그것은 20세기 문화산업과 21세기 문화산업이 다르다는 관점이다. 이후에 문화산업의 개념은 다양하게 논의되었는데, 대표적으로 영국의 '창조산업(Creative Industries)'과 미국의 '정보산업(Information industry)'이 있다. 일본은 문화산업이 독자적으로 분류되어있지 않고 제조업과 서비스 업종에 분산되어 있었다가 2005년부터는 '지적재산추진계획'을 통해 콘텐츠 기반 '문화창조국가' 건설을 밝히고 있다. 그러나 문화산업은 그 의미와 범주가 유동적이어서 논란의 여지가 있다고 한다. 따라서 각국마다 그 나라의 사회·문화적 배경에 따라 문화산업을 해석하고, 정의하여 이를 바탕으로 개념을 세워야 할 것이다.

이제 디자인 개념에 대한 재정립이 요구되고 있다. 자연보다는 문명의 편에, 문화보다는 산업의 편에, 정신보다는 물질의 편에 서 있었던 디자인은 자신의 행로에 대한 책임을 질 때가 온 것이다. 오늘날의 환경문제와 새로 등장하는 산업의 문제들을 두고, 주변학문 분야들이 그것에 대처해 나가는 가운데 디자인 역시 예외일 수는 없는 것이다. 그렇다면 우리는 디자인을 어떤 관점에서 바라보아야 할 것인가? 이 논의가 중요한 이유는 어떤 관점에서 디자인을 보느냐에 따라 국가 디자인 정책의 방향이 달라지기 때문이다. 그리고 디자인 정책의 개념 또한 디자인에 대한 관점과 추구하는 목적에 따라 여러 가지로 정의될 수 있기 때문이다.

한국의 문화산업은 문화상품이 특성화되어 있는 각 지역과의 적극적인 협력과 더불어 한국 정체성을 가진 '디자인 강국'으로 성장함을 목표로 구성되어야 할 것이다. 이러한 창의적 한국 문화산업의 생존전략과 미래구상이 성공하려면, 단기적인 가시적 효과보다는 길고 멀리 보아야 할 것이다. 그렇다면 문화산업에서도 공공영역의 '디자인'에 대한 국가적인 정책지원이 필요한 것은 자명한 일이다. 그리고 국가에서 공공디자인을 위한 정책을 세우거나 진흥을 추진할 때, 디자인 관계자들이 생각하는 인식과 정책의 이해에 대한 현실적인 문제가 점검되어야 할 것이다.

1-2. 연구방법 및 범위

이 연구는 문화산업 등에서 근대 계몽주의의 도구적 이성이 불러온 문제점을 비판하고, 21세기 문화산업의 발전을 위해 디자인 정책이 추구해야 할 방향성에 대한 문제제기와 방법론을 탐구한다. 이것을 위해 첫째, 문화산업에 관한 일반적 고찰과 함께 디자인 정책의 범위를 정해서 문헌조사를 하였다. 둘째, 정책에 대한 디자인 관계자 인식을 조사하였는데 양적조사와 질적조사의 2가지 방법론으로 진행하였다.

21세기를 문화의 시대라고 한다. 그렇다면 왜 21세기에 문화인가. 왜 선진국들은 자국의 문화를 앞세워 국가 경쟁력을 높이고자 하는가. 왜 문화가 단순한 문화 활동에서 끝나지 않고 문화산업이라는 담론으로 확장되는 것인가. 그리고 이 시점에서 디자인 패러다임의 전환에 따른 새로운 개념정의가 필요하게 된 배경은 무엇인가.

이것은 20세기의 역사성으로서 문화산업에 대한 반성적 성찰과 함께 21세기 문화산업의 중심에는 무엇보다 디자인 행위가 있어야 할 것이라는 가정에서 출발한다. 즉 기존 디자인 개념에서 보다 더 적극적인 의미의 디자인 개념인 문화적 상징을 해석하고, 그 해석에 의해 새로운 창조가 가능한 의미를 포괄하는 '데시그나레(designare)'를 받아들이고 실천함으로써 21세기 문화산업의 새로운 틀을 세우는 것이다. 그리고 그것은 문화산업과 디자인과의 관계, 문화산업에서도 공공 영역의 디자인에 대한 중요성 인식과 디자인 관계자의 인식을 수용하는 국가 정책 설정을 통해서 가능할 것이다.

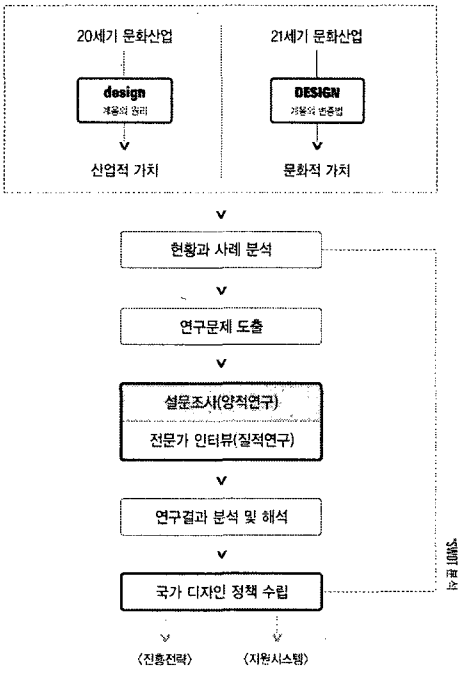
그렇다면 디자이너들은 디자인 정책에 대해 어떻게 평가하고 있을까. 문화생산자로서 디자이너들은 그들 직종에 대해 어떻게 생각하는가. 정책의 중심부가 될 수 있는 민간기구로서 전문단체 활동의 평가는 어떠한가. 문화산업의 중심에서 디자인 행위를 어떻게 해석하고 있는가. 디자인의 문화적 가치에 대한 동의정도와 지적재산권으로서 디자인의 중요성 인식은 어떤 관계가 있는가. 그리고 이와 같은 정책의 전반적인 인식이 강력한 국가 주도의 디자인 진흥을 전개해온 나라와 전문 디자이너협회 및 민간 디자인기관을 중심으로 진흥을 전개해온 나라와는 어떤 차이가 있을까.

연구문제를 검증하기 위해 디자인 분야 전반에 걸쳐 디자이너 및 정책관계자들을 대상으로 디자인 정책과 문화산업에 대한 그들의 인식과 의견을 조사하였다. 조사결과 및 해석을 통해 21세기 문화산업을 위한 국가 디자인 진흥전략과 지원시스템의 제안에 반영하였다. 그들이 디자인계와 문화산업이라는 경험의 중심에서 국가 디자인 정책을 어떻게 인식하고 실행하는가를 파악함으로써 정책개발 관계자들과의 인식과 의견 차

이에 대한 간극을 조율할 수 있다. 결과적으로 현재 그들의 디자인 정책에 대한 긍정과 부정의 평가를 파악하여, 향후 21세기 문화산업을 위한 디자인 진흥 방향의 수립과 지원체계에 대한 모델을 제시할 수 있다.

연구방법은 '문화산업'에 대한 이론적 배경으로 문헌연구를 하였으며, 이것을 통해 '20세기 문화산업과 21세기 문화산업은 다르다'는 철학적 관점을 이끌어 내었다. 그 다음, 제시된 연구목적을 기반으로 디자인 정책현황을 조사 분석하여 정책적 대안 도출을 위한 기초 자료를 구성하였고, 한국 디자인 정책의 문제점을 파악하기 위해 실질적인 구조를 직접 조사하였다. 그리고 디자인 정책 현황과 사례 분석에서는 문헌연구를 통해 정책의 개념을 이론적으로 정리하는 것에서 시작하였다.

그림 1. 연구모형



한국의 디자인 정책 현황에서는 문제점을 찾아 분석하였고, 해외의 디자인 정책 사례분석에서는 벤치마킹 요소를 찾아 우리의 정책 방향으로 제시하였다. 따라서 본 연구의 범위는 거시적으로 문화산업과 디자인 정책에 대한 문헌연구 및 현황과 사례분석, 그리고 미시적으로 한국·미국·영국이라는 3개국 디자이너의 정책인식에 대한 비교조사 및 분석으로 진행하였다.

조사방법은 양적연구의 부족한 점을 보완하기 위해 디자인 전문가 및 정책개발자 대상 심층인터뷰의 질적연구를 병행하였다. 이러한 전문가들의 의견수렴을 통해 현 디자인 정책에 대한 평가 및 향후 정책 방안을 찾을 수 있었다. 조사를 통해 20세기의 꽃으로 등장했던 문화산업 등에서 디자인의 가치를 높이기 위한 정책적 배려가 균형 있게 이루어졌는지, 문화생산자로서 그들이 디자이너라는 직종에 대해 얼마나 만족하는지, 정책의 중심부가 될 수 있는 민간기구로서 디자인 전문단체들의 활동은 어떠했는지, 새로운 신산업의 등장으로 발생하는 법률과 지적재산권에 대한 인식은 어떠한지를 분석하였다.

이것을 통해 문화산업과 디자인의 역할이라는 그들의 인식과 이해에 대한 현실적인 문제를 점검할 수 있었다. 결국 공공디자인에 대한 국가의 지속적이고 강력한 정책 의지와 문화산업의 중심에 디자인이 있다는 문화의식이 있어야만 진흥에 대한 뚜렷한 성과가 기대될 수 있을 것이다.

2. 문화산업의 일반적 고찰

2-1. 문화산업의 개념과 범위

'문화산업'이라는 개념을 학문적 용어로 사용한 학자는 호르크하이머와 아도르노였으며, 두 사람은 독일 프랑크푸르트 학파의 핵심 인물이었다. 이들은 공동 집필한 '계몽의 변증법'(1947)에서 문화산업에 대해 처음으로 논의하였다. 두 사람이 미국의 새로운 문화적 현상을 목격하고 이에 대한 철학적 입장을 '계몽의 변증법'에서 밝혔는데, 당시 '새로운 문화적 현상'이라고 하는 것은 라디오, 텔레비전, 영화의 활성화를 말한다. '계몽의 변증법'이 미국에서 영어로 번역되어 출간된 1970년 이후부터 문화산업이라는 용어가 보편적 개념으로 널리 사용되기 시작했다. 당시의 문화산업에 대한 개념은 '대중을 기만하는 계몽주의의 이데올로기'로 규정한 것이었으며, 오늘날과 같은 문화·경제학적 차원의 전략적 개념은 아니었다. 그것은 자본주의적 문화생산이 가져올 수 있는 폐허와 모순에 대한 인식을 토대로 형성된 개념이었다.

1947년 초판 발행이후, 1969년 재출판 될 때[1] 저자들이 밝힌 "이 책의 적지 않은 생각들이 오늘날에도 유효"하다는 판단은 21세기에 새롭게 등장하는 신산업들과 디자인의 역할 확대에서도 필요한 이유와 같다. 아도르노와 호르크하이머 이후 문화산업의 개념은 다양하게 논의되었다. 미국의 경제학자 메치럽(F. Machlup)은 '지식산업'을 제안했으며, 독일의 철학자 엔젠스베르거(H. M. Enzensberger)는 '의식산업', 컴퓨터, 전산통신, 텔레비전, 유선방송, 인공위성 등을 망라하는 '정보산업'을 문화산업의 개념으로 규정하였다. 그리고 특정한 아이템을 다양한 미디어로 전환시켜 고부가가치를 창출하는 문화콘텐츠 산업 등이 문화산업의 개념을 대체하거나 보완하는 용어들로 사용되었다. 한국은 '서울문화이론연구소'를 중심으로 1990년대 이후부터 문화산업에 대한 연구가 진행되어 왔다.

2-1-1. 한국의 문화산업

한국은 문화산업을 포괄적인 개념으로 접근하며, 경제적 측면을 많이 강조하고 있다. 한국의 문화산업 개념은 '문화예술진흥법'과 '문화산업진흥기본법'[2]에 정의되어 있다 '문화예술진흥법' 제2조 2항에서는 "문화예술의 창작물 또는 문화예술용

1) '계몽의 변증법' 초판은 1947년 암스테르담의 퀘리도에서 출판되었다. 1969년 재판이 출판될 때 저자들은 이 책이 재출판 되어야 하는 이유를 "이 책의 적지 않은 생각들이 오늘날에도 유효하며, 그 후에 나온 우리의 이론적 노력에 이 책이 지대한 영향을 끼쳤다는 믿음 때문이다."라고 밝히고 있다.

2) 문화관광부는 2001년 9월 7일 열린 문화산업진흥기본법 개정안 공청회에서 혼돈을 방지하기 위하여 지식기반경제의 핵심어로 떠오른 '콘텐츠'를 법으로 규정하기로 했다고 밝혔다. 이 법에서는 콘텐츠의 개념을 '부호, 문자, 음성, 음향 및 영상 등으로 표현된 모든 종류의 자료 또는 지식 및 이들의 집합물'로 규정하고, 문화산업을 '문화상품의 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업'으로 정리하였다.

품을 산업의 수단에 의하여 제작·공연·전시·판매를 하는 업"으로 문화산업을 규정하고 있다. 1999년 2월 제정된 '문화산업진흥기본법' 제2조 1·2항에서는 "문화상품의 생산·유통·소비와 관련된 산업"으로 정의하고 문화상품을 문화적 요소가 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화와 서비스 및 이들의 복합체로 규정하고 있다. '문화예술진흥법'에서 규정하고 있는 산업의 수단에 의한 문화산업이나 '문화산업진흥기본법'에서 문화적 요소가 경제적 부가가치를 창출하는 것으로 규정한 것을 보면, 한국이 문화산업의 해석에서 얼마만큼 경제적 측면을 많이 강조하고 있는지 미루어 짐작할 수 있다.

최근 디지털기술의 광범위한 적용에 의한 환경변화를 반영하여 '문화산업진흥기본법'을 개정하고 있는데, 이 개정안에서는 문화산업을 '문화상품의 개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업으로서 영화·음반·게임·방송 등과 관련된 산업'으로 확대하였다. 또한 디지털콘텐츠산업에 대한 정의를 신설하여 '디지털콘텐츠를 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업'으로 규정하고 있다.[3] '문화산업진흥기본법' 개정안에서는 문화산업의 범위를 세분화하여 문화상품의 개발·제작부문 및 서비스 관련 산업도 포함하고 있으며, 디지털기술의 영향에 의한 문화콘텐츠산업의 지원을 위해 '디지털문화콘텐츠산업'을 문화산업에 포함하여 정의하고 있다.

한국과 문화적으로 가까운 일본은 문화산업이 독자적으로 분류되어 있지 않고 제조업과 서비스업종에 분산되어 있다. 비교적 제조업보다는 서비스업 분류에 관련 업종들이 많이 포함되어 있다. 일본 서비스업은 개인대상, 사업소대상, 사회공동대상으로 분류된다. 개인대상 서비스업에는 오락과 여가관련 업종으로 영화와 비디오 제작을 제외한 오락제공업이 들어있다. 사업소대상의 문화산업 관련업종으로는 지식 정보산업으로 분류된 영화방송제작업, 광고업, 정보서비스업 등이 포함된다.[4] 그러나 최근 일본도 2005년 '지적재산추진계획'을 통해 콘텐츠 기반의 '문화 창조국가' 건설을 밝히고 있다.

2-1-2. 영국의 창조산업

한국의 문화산업과 유사한 개념으로 영국의 '창조산업'이 있다. 영국은 창조산업을 "개인의 창의성, 기술, 재능 등을 이용하여 지적재산권을 만들고 이를 상업적으로 활용함으로써 경제적 부가가치와 고용창출을 가져오는 모든 산업 활동"으로 정의한다. 그리고 창조산업에 광고, 건축설계, 미술품 및 골동품 수공예, 디자인, 영화, 쌍방향소프트웨어(게임용 및 교육용 소프트웨어), 음반, 공연예술, 출판, 텔레비전과 라디오 방송 등을 포함시키고 있다. 영국은 디자인 산업을 예술문화산업·디지털영상·CG 등의 중요한 근간산업이자 창작산업으로 인식하고 있다. 영국 디자인의 강점은 디자인 종주국으로서 축적된 디자인 및 디자인 진흥에 대한 노하우를 들 수 있으며, 국제 사회의 높은 신뢰를 바탕으로 디자인 비즈니스를 전개하는 기회가 확대되고 있다. 영국 디자인 전문회사들이 전 세계를 상대로 디자인 서비스를 제공하는 사례가 늘어나고 있다.

2-1-3. 미국의 정보산업

한국의 문화산업과 유사한 개념으로 미국에서는 '정보산업'을 들 수 있다. 미국은 세계에서 자유경쟁 체제가 가장 잘 구현된 국가로서 디자인 분야 역시 예외가 아니다. 미국은 최근 정보서비스의 중요성을 반영하여 출판, 영화 및 음반, 방송 및 통신, 정보처리서비스 등을 정보산업으로 분류하여 문화산업의 정보콘텐츠화 추세를 반영하고 있다. 이와는 별도로 미국의 지적재산권연맹은 저작권산업에 신문, 잡지, 서적출판, 라디오 및 텔레비전방송, 케이블TV, 녹음 및 테이프, 영화, 광고 및 컴퓨터소프트웨어, 데이터처리 등을 포함시켜 저작권산업과 문화산업의 긴밀한 관계를 나타내고 있다.

2-2. 문화산업과 디자인

디자인과 문화의 관계는 20세기 전반에 걸쳐 많은 우여곡절을 겪었다. 그러한 와중에 디자인은 20세기 문화를 거울처럼 반영하면서 내적인 변화요인으로 작용해왔다. 디자인이 발달과정에서 변화와 수정을 거친 것은 문화의 발달을 반영하는 한편, 그 발전을 결정한 것이기도 하다. 예를 들면 정치사상이나 다양한 사회, 문화 활동, 혹은 경제현실 속에 나타나 있는 모든 종류와 차원의 문화적 가치관은 어떠한 수단을 통해서든 디자인된 인공물 속에 침투하기 마련이며, 그러한 인공물은 감지할 수 있는 시각적 형태로 그 가치관을 전달한다.[5]

21세기에 들어서면서 디자인은 지식산업의 중요한 키워드로 우리 앞에 등장하기 시작했다. 디자이너는 미디어 환경을 읽고 문화를 움직이는 존재들이다. 문화산업이 요구하는 디자이너의 새로운 역량은 디자인을 넘어서 문화를 디자인하는 것이 된다. 보편적인 의식은 개별적인 의식들의 모임으로 구성된다. 보편적 의식으로 인해 모든 내재성들이 서로 소통하게 된다.[6]

산업혁명으로부터 태동했던 산업적 가치의 디자인은 20세기 전반에 걸쳐 기계혁명의 대량생산 방식에 걸 맞는 형식을 마련하고자 고투하여왔다. 그러나 디지털의 영향으로 전자혁명, 정보혁명을 맞이하면서 디자인의 패러다임은 변하고 있으며, 디자인은 새로운 산업으로 문화산업을 위한 경이로움과 문화적 긴장을 함께 만들어가고 있다.

최범(2005)이 밝혔듯이, 앞으로 디자인은 산업과 국가만이 아니라 사회와 문화 전체를 자신의 클라이언트로 개발할 필요가 있다. 이것을 위해 정부 및 디자인계 외에 일상을 살아가는 시민들의 시각 전환 또한 필요하다. 공공디자인 분야의 발전이야말로 디자인을 문화로서 인식하는 첫 단계이다. 공공디자인은 공간을 디자인하고, 도시를 디자인하며, 그 안에서 사는 사람들의 삶의 패턴을 이끌어 나가는 보이지 않는 요소이기 때문에 더욱 절실하다.

3. 디자인 정책 현황 분석

3-1. 국내 디자인 정책 현황

3-1-1. 디자인 정책의 개념

디자인 정책을 설명하기 위해 디자인이 함축하고 있는 몇 가지 성격을 이해할 필요가 있다. 첫째는 문화적 가치성이며,

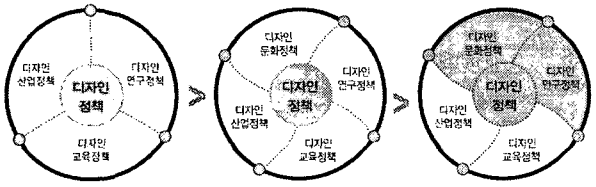
3) 문화관광부, 2001 문화산업백서, 2001, p.5
4) 문화관광부, 앞의 책, p.6
5) 페니 스파크, 최범, 20세기 디자인과 문화, 시지락, 2003, p.286
6) 피에르 레비, 누스페어, 생각의 나무, 2003, P.243

둘째는 부가가치 창출로 나타나는 경제적 요소의 의미를 포함하는 실제성이다. 디자인 정책을 설명하기 위해서 문화적 가치성과 실제성이라는 두 가지의 중요한 맥락에서 디자인을 파악한다. 본 연구는 그중에서도 특히 문화적 가치성에 중심을 두고 있으며, 그것이 장기적으로는 경제적 부가가치로 환원되어 돌아오는 것에 뜻을 두고 있다.

디자인에 함축되어 있는 문화적 가치성을 상기할 때, 디자인 정책의 개념을 설명하기 위하여 거시적 관점에서 문화정책에 대한 개념을 살펴보는 것이 도움이 될 수 있을 것이다. 즉, 문화정책은 좀 더 구체적으로는 문화 활동과 관련되어 일관된 체계 속에 결합되어 있는 장기적 최종 목표와 중·단기적이고 물량화가 가능한 중간목표 및 하위목표, 그리고 인적 재정적 법률 제도적 수단의 총체라는 개념으로 이해할 수 있다.[7]

한국에서 디자인 정책은 경제정책 중에서 산업정책의 한 분야로 다루어져 왔다. 디자인 정책에서 산업·교육·연구정책은 분야의 중요도에 따라서 산업정책, 교육정책, 연구정책으로 나누어 관리되었다. 이제, 정책이 다뤄야 할 범위에서 문화정책은 중요한 가치로 등장했다. 그러나 과거와 달리 정책의 분야는 어느 한 곳에 편중되기보다 서로 유기적으로 어우러져야함을 전제한다.(그림 2. 참조)

그림 2. 디자인 정책이 다뤄야 할 범위



3-1-2. 디자인 정책 현황

한국의 디자인 정책이 경제적 산업정책의 한 분야로 다루어져오던 과정에서 도출된 문제는 정책이 물질적 측면의 부가가치를 추구했을 뿐, 한국문화 정체성과 그를 통한 문화적 주체성 확립이라는 정신적 측면을 간과해왔다는 점이다.

한국에서 디자인 진흥에 대한 관심과 정책의 필요성을 생각하게 된 것은 1960년대 수출산업 정책을 추진하는 과정에서 수출상품의 디자인 가치문제가 제기되면서부터이다.

1965년 9월 청와대에서 열린 수출진흥확대회의에서 '미술수출'의 기치를 내걸고 디자인 진흥기관의 설립과 디자인 전람회 개최를 결정하였다. 이것이 한국 디자인 산업정책 결정의 시작으로 볼 수 있다. 그동안 디자인 정책의 실천 및 입안을 주도해온 KIDP는 디자인 진흥정책과 시대에 따라 한국포장기술협회, 한국수출디자인센터, 한국수출품포장센터, 한국디자인포장센터, 산업디자인포장개발원, 한국산업디자인진흥원으로 바뀌어 왔다. 전통적으로 한국사회는 중앙집권적인 정책결정 구조를 이루어 왔기 때문에 국가 차원의 포괄적인 문화정책이 주류를 이루어 왔으나 지방자치가 실시되면서 문화 분야에 있어서도 분권화의 추세와 함께 지방정부주도의 지역문화정책이 강조되고 있다.[8]

7) 한국문화예술진흥원, 문화정책, 1988, pp.11~12

3-2. 해외 디자인 정책 현황

3-2-1. 영국의 창조산업과 디자인 정책

영국디자인의 국가적 진흥은 1915년에 최초의 디자인 진흥기관인 디자인산업협회(Design and Industries Association: DIA)가 설립되면서부터이다. 이후의 1932년 예술산업위원회(Committee on Art and Industry), 1934년 예술산업협의회(Council for Art and Industry)를 거쳐 1944년 2차대전 전시정부의 무역위원회Borad of Trade 위원장이었던 달튼(Hugh Dalton)에 의해서 산업디자인카운슬(Council of Industrial Design: ColD)이 설립되었다. 이것을 최초의 진흥기관이라고 볼 수 있는 것은 현재 영국의 대표적 진흥기관인 디자인카운슬의 전신임과 아울러 '영국제품의 디자인 개선'을 목표로 실제적인 활동을 하였기 때문이다.

우리가 영국에 대하여 관심을 갖는 것은 정부주도의 디자인 진흥정책이 필요한 우리의 현실에서 영국이 좋은 벤치마킹 사례로 생각되기 때문이다. 또한 본 연구의 정책관계자 인터뷰를 통해서도 실제 "우리나라는 디자인 정책을 영국에서 배웠다"라고 하는 것을 확인하였다. 영국은 디자인카운슬(design council) 주도의 디자인 진흥을 그 특징으로 하고 있다. 영국의 창조산업(Creative Industries) 지원정책은 런던과 남동부 지역이 창작산업의 중요한 지역이나, 고용기회 창출, 부흥전략 등을 추진함으로써 북아일랜드, 스코틀랜드, 웨일즈, 그리고 다른 영국 지역들에서 그 중요성이 부각되고 있다.

3-2-2. 미국의 정보산업과 디자인 정책

미국은 세계에서 자유경쟁 체제가 가장 잘 구현된 국가로서 디자인 분야 역시 예외가 아니다. 국가주도로서 디자인 진흥정책 추진을 위한 기관은 존재하지 않고 순수 민간 디자인 단체가 조직적으로 잘 구성되어 디자인의 권익확보와 발전을 위하여 공공성격의 디자인 진흥사업을 일부 수행하고 있다.

미국은 전문디자인 기관이 주도하고 정부 및 민간부문에서 자금을 지원하는 디자인 촉진의 형식을 취하고 있다. 개별 유럽연합 회원국가와 미국을 비교한다면 규모의 차이가 다소 존재한다. 따라서 향후 조사에서 유럽연합의 디자인 정책 및 촉진 구조가 자리를 잡을 때 미국과 유럽연합 자체를 비교하는 것이 좀 더 바람직할 것이다. 산업디자인의 분야에서 민간협회인 미국산업디자이너협회(Industrial Designers Society of America: IDSA)는 1965년 설립된 전국 규모의 조직으로서 회원들의 회비와 수익사업을 바탕으로 마련된 재원으로 민간차원의 디자인 진흥사업을 전개하고 있다. IDSA는 민간단체이지만 다른 국가들의 민간단체와 달리 조직이 잘 정비되고 자립기반을 갖춘 단체이다. 한국이 디자인 진흥의 지속적인 추진과 자립기반을 갖춘 자생력 있는 기관으로서의 역할을 담당하고자 한다면, 국가진흥기관으로서 성공적인 역할을 하고 있는 영국의 디자인카운슬을 벤치마킹할 수 있다. 또한 스스로 자립기반을 마련하여 효율적으로 운영되고 있는 미국의 IDSA는 향후 한국의 디자인 정책이 나아갈 방향을 제시해주는 훌륭한 벤치마킹의 대상이 될 수 있을 것으로 판단된다.

8) 이기혁, 도시문화정책과 결정요인에 관한 연구, 호남대학교 행정학과, 박사논문, 1999

3-3. SWOT 분석 및 주요 발견

본 연구에서 실시한 정책관계자와의 인터뷰에 의하면, 그동안 한국의 디자인 정책은 영국에서 배웠다고 한다. 그리고 그 정책은 세계시장에서 성공사례로 평가받으며, 또 다른 제3의 국가들이 한국을 벤치마킹한다고 한다. 무엇보다 정책의 환경, 정책의 형성, 정책의 집행에는 우리만의 철학이 분명해야 할 것이다. 디자인 정책의 특성에서 고려할 요소는 국가 주도적 혹은 민간 주도적, 경제성장을 지향하는 양적인 접근, 혹은 문화수준과 삶의 질 향상을 지향하는 질적인 접근, 자금지원의 주체가 어디인가이다. 유리오소타마[9]는 지나치게 정부정책 일변도로 추진되어 온 그 나라 디자인 정책의 타성을 비판하기도 한다. 그는 지나치게 정부중심의 국가디자인 정책이 연구를 통한 디자인 신지식기반 구축 필요성을 이해하지 못하고 있다는 것과 기존 지식을 촉진하는데 지나치게 집중하고 있는 것을 비판하고 있다. 여기서 '지나치게' 정부중심이라는 용어에 주목하자. 이것은 '관리되는 사회'의 지배구조에 편입시키지 않으면서 디자인 본질로 다가갈 수 있도록 하는 국가적 차원의 배려를 말한다. 국가디자인 정책은 중요하며, 이것은 우리만의 철학을 바탕으로 정책이 형성·집행되어야 할 것이다.

우리가 디자인의 경쟁력을 확보하기 위해서는 전략의 중요성, 정책의 사회적 책임성, 그 핵심에는 계몽의 변증법이라는 철학적 배경을 둔다. 본 연구에서는 그것을 21세기 문화산업에서 아직도 현재성으로 존재하는 계몽의 변증법에 두었고, 그것은 문화적 가치와 소통된다. 문헌연구에서 유럽의 여러 나라들은 디자인 정책을 산업적인 면보다 문화적 가치 측면에서 접근하고 있음을 알 수 있었다. 무엇보다도 그들은 디자인을 문화, 예술로 인식하고 있으며, 기술의 예술적 이해와 활용을 통한 '디지털시대 문화 만들기'에 대한 관심이 높았다.

우리나라 SWOT 분석은 정책, 직종, 전문단체, 문화산업, 법률과 지적재산권이라는 5가지 측면을 중심으로 이루어졌다. 먼저 내부적인 자원이 갖고 있는 강점과 약점을 파악한 후, 이것을 바탕으로 외부 상황을 더하여 기회요인과 위협요인을 규명하는 방식으로 분석하였다. 이 분석에서는 문헌연구와 인터뷰 내용이 유용하게 활용되었다.(표 1. 참조)

표 1. 한국 디자인 정책 SWOT 분석

강점	약점
• 풍부한 인력 • 산업적 디자인 진흥전략 실태 양호 • 다양한 디자인 전문단체	• 인력수급의 불균형 • 문화시대의 대비 준비 안됨 • 전문단체의 국제교류가 약함 • 영세한 디자인 단체의 규모
기회	**위협**
• 국제적 디자인 환경의 개선 • 국가의 지속적인 관심과 지원의지 확대 • 국가차원에서 문화산업의 중요성 인식 • 공공디자인에 대한 중요성 인식	• 국제디자인비즈니스 경쟁 심화 • 선진국의 자국중심적인 저작권 보호가 강화됨 • 선진국들이 문화산업 전략을 강화시킴 • 국제적으로 문화산업 인프라 확산되고 있음

9) Yrjo SOTAMAA, rector, professor of UIAH, president of CUMULUS 헬싱키예술디자인대학 총장, 가상커뮤니티의 개발과 Lume Media Center 건축에 참여하였으며, 국가디자인정책 개발과 핀란드 이노베이션시스템 구축에 힘쓰고 있다. 그의 강연과 글은 디자인전략, 디자인매니지먼트, 정보사회의 혁명 등에 대한 것들이 있다.

4. 조사목적 및 방법

4-1. 조사목적

국가에서 문화산업 발전을 위한 정책을 세우거나 진흥을 추진할 때, 디자인 관계자들이 생각하는 문화산업에 대한 인식과 정책의 이해에 대한 현실적인 문제가 점검되어야 한다.

이 연구의 조사목적은 디자인 전반에 걸쳐 디자이너 및 정책관계자들을 대상으로 디자인 정책과 문화산업에 대한 그들의 인식과 의견 분석을 통하여 국가 디자인 진흥전략과 지원시스템을 세우기 위함이다. 그들이 디자인계와 문화산업이라는 경험의 중심에서 국가 디자인 정책을 어떻게 인식하고 실행하는가를 파악함으로써 정책개발 관계자의 인식과 의견 차이점에 대한 간극을 조율할 수 있다. 결과적으로 현재 그들의 디자인 정책에 대한 긍정과 부정의 평가를 파악하여 향후 디자인 정책방향 수립과 지원체계에 대한 모델을 제시할 수 있을 것이다. 이 연구는 21세기 문화산업의 중심에 두었보다도 디자인 행위가 있어야 할 것이라는 가정으로부터 출발한다.

조사를 통해 20세기의 꽃으로 등장했던 문화산업 등에서 디자인의 가치를 높이기 위한 정책적 배려가 균형 있게 이루어졌는지, 그들이 디자이너라는 직종에 대해 얼마나 만족하는지, 민간기구로서 디자인 전문단체들의 활동은 어떠했는지, 새로운 신산업의 등장으로 발생하는 법률과 지적재산권이 대한 인식은 어떠한지를 검증하였다.

이 연구는 다음의 5가지 연구문제에 기초해 있다.

연구문제 1: 디자인 전문가들이 보는 정책의 평가는 어떠한가?
RQ 1-1: 각국마다 정책의 평가는 다른 견해를 보일 것이다.
RQ 1-2: 정책 만족도는 관련분야와 유기적 협력관계에서 상관관계가 있을 것이다.

연구문제 2: 디자인 전문가들의 직종에 대한 만족도는 어떠한가?
RQ 2-1: 각국마다 디자인 교육기관 종사자와 디자인 산업현장 종사자의 직무만족도가 다르게 평가될 것이다.
RQ 2-2: 각국마다 디자인 직무에 대한 적성만족도와 경제적 보상에서 만족도는 서로 다르게 판단될 것이다.
RQ 2-3: 해외에서의 디자인 활동경험이 있는 사람이 직무만족도가 높을 것이다.

연구문제 3: 디자인 전문가들이 보는 전문단체 활동의 평가는 어떠한가?
RQ 3-1: 디자인 전문단체 활동의 참여가 높을수록 단체의 역할에 대해 긍정적으로 평가할 것이다.
RQ 3-2: 디자인 교육기관 종사자가 디자인 산업현장 종사자보다 전문단체의 활동에 더 적극적일 것이다.

연구문제 4: 문화산업의 중심에서 디자인 행위는 어떻게 해석되고 있는가?
RQ 4-1: 각국의 문화와 사회적 배경에 따라 디자인을 해석하고 정의하는 것이 다른 견해를 보일 것이다.
RQ 4-2: 각국마다 디자인 전담기구의 바라는 위상이 다르게

판단될 것이다.
RQ 4-3: 문화산업에서 디자인의 중요성에 대한 인식이 높을수록 문화적 가치에 대한 동의정도가 높을 것이다.

연구문제 5: 디자인의 문화적 가치에 대한 동의정도와 지적재산권으로서 중요성 인식은 어떤 상관관계가 있는가?
RQ 5-1: 각국마다 디자인 창작물에 대한 불법복제 피해경험 대비 저작권 분쟁의 경험이 다를 것이다.
RQ 5-2: 디자인의 지적재산권에 대한 동의정도와 법률(저작권법)의 진화에 대한 기대는 상관관계가 있을 것이다.
RQ 5-3: 디자인의 지적재산권 가치에 대한 동의정도와 디자인 창작물의 저작권보호는 상관관계가 있을 것이다.

4-2. 조사방법

본 연구는 한국·미국·영국 3개국에서 양적연구(quantitative research)로서 설문조사를 실시하였으며, 디자인 정책의 과거 사실뿐만 아니라 현재의 현상에 대해서도 설명하고자 질적연구(qualitative research)로서 심층면접(intensive interview)을 병행하였다. 설문조사는 3개국의 디자인 전문가를 대상으로 하였으며, 심층면접은 한국에서 의사결정권을 가진 관리자급의 디자인 전문가 및 정책담당자를 대상으로 하였다. 설문지가 적절하게 설계되었는지를 알아보기 위해, 한국에서 3차에 걸친 예비조사(pilot study)와 사전검사(pre-test)를 실시하였다.

1차는 포커스 그룹(focus group)을 중심으로 5명의 가상 응답자들과 함께 설문지를 논의하였다. 사전검사에 참석한 구성원은 디지털미디어학자 1명, 인지심리학자 1명, 기호학자 1명, 방송영상학자 1명, 산업현장의 전문 디자이너 1명이었다. 2차 검사에서는 통계전문학자 1명과 산업현장의 통계전문가에게 설문지를 논의하였으며, 이 과정에서 전체 설문문항 중 3개를 역코딩 질문으로 교체하였다 3차 검사에서는 광고디자인학자 1명, 디자인정책 전문가 1명, 지적재산권법 정책전문가 1명과 함께 설문지를 논의하였으며, 이 과정에서 질문이 읽기 쉽고, 이해하기 쉽도록 내용의 일부를 수정하였다.

특별히 해외조사는 응답자가 연구자에게 질문을 할 수 없기 때문에, 읽기 쉽고 이해하기 쉽도록 구성하기 위해 미국에서 1차의 예비조사(pilot study)를 실시하였다. 자료처리는 SPSS 12.0 통계 패키지 프로그램을 이용하여 여러 가지 통계분석(χ^2-test, 교차분석, t-test, 신뢰도 검사, 분산분석ANOVA 등)을 실시하였다. 개방형설문은 내용분석 기법으로 분석하였다. 이와 같은 분석을 통해 문화산업을 바라보는 그들의 인식과 각국의 도출되는 문제들을 종합하여 정리하였다. 이것은 그들이 디자인계, 문화계라는 현장의 중심에서 어떻게 인식하고 실행하는가를 파악함으로써 정책개발 관계자들과의 인식과 의견차의점에 대한 간극을 조율하고자 하는데 의도가 있다.

4-3. 조사대상

양적연구를 위한 조사대상은 국가별 비교연구를 위해 '문화산업'이라는 비슷한 개념을 가지고 있으면서 서로 다른 디자인 정책의 구조를 가지는 한국·미국·영국 3개국의 디자이너들이다. 미국과 영국은 경제적 선진국이면서 동시에 디자인 선진국이기에 우리가 벤치마킹할 수 있는 국가로 보았다.

표집방법은 편의표집 방식에 의거하였으며, 디자인 분야 종사자를 대상으로 각 나라 별 200명씩 총 600명의 응답자들에게 설문지를 발송하였다. 이 중에서 분석에 적합하지 않다고 판단되는 30여부를 제외한 설문지의 회수율은 33.8%로, 응답자 203명의 의견이 반영되었다. 그것은 한국 112명으로 56.0%, 미국 49명으로 24.5%, 영국 42명으로 21.0%이다.

연령은 21~30세, 31~40세, 41~50세, 51~60세 이상의 4개 그룹으로 나누었다. 이것은 현재 디자인을 한창 배워가고 있는 그룹과 산업 및 교육현장에서 활발하게 활동 중인 그룹, 관리자 그룹, 의사결정권을 가진 최고위관리자 그룹으로 분류한 의도이다. 학력은 5개 그룹으로 분류했는데 전문대졸, 4년제 대학졸업, 대학원석사졸업, 대학원박사재학, 박사졸업이다.

최근 들어서 디자인학과 박사과정이 전 세계적으로 개설되고 있으며, 본 연구가 국가 디자인 정책이라는 고도의 전문영역을 다루고 있다는 점에서 고학력 분류를 구분하였다.

직업군은 교육계와 산업계라는 크게 2개의 그룹이 나누어지며 이것은 다시 6개의 세부 분류로 나누어진다. 교육계는 학생과 교수라는 2개의 분류가 되고, 산업계는 기업디자이너·디자인 전문회사 디자이너·프리랜서 디자이너·기타 등 4개가 분류된다. 해외 디자인 활동경험에서는 없음과 유학·디자인실무·디자인교육·기타 등, 5개로 나누었다. 이것은 크게 해외활동 경험이 있음과 경험이 없음이라는 이분법적 설문으로 다시 나눌 수 있다. 이 조사는 디자인계·문화계라는 현장의 중심에서 디자이너의 해외활동 경험이 그들을 어떻게 인식하게하고, 실행하게 하는가를 파악하기 위함이다.

이 연구는 양적연구만으로는 그 한계가 지적되었기에 심층면접이라는 질적연구를 병행하였다. 산업계는 관리자급의 디자인 실무자와 경영자들, 교육계는 디자인을 가르치는 교수들을 대상으로 하였다. 그리고 한국디자인진흥원(KIDP)과 한국문화콘텐츠진흥원(KOCCA)에서 정책을 실행하는 주체로서 정책개발자들을 조사대상으로 하였다.

5. 조사결과 및 해석

5-1. 연구문제 검증결과 및 연구함의

5가지 연구문제에 대한 13가지 가설을 통계분석으로 검증하였다. 그 분석결과와 연구함의를 요약하면 다음과 같다.

연구문제 1: 디자인 전문가들이 보는 정책의 평가는 어떠한가?

q.4 정책에 대한 인식, q.5 정책에 대한 만족도, q.6정책의 유기적 협력관계에 대한 인식의 3개 문항들을 묶었다. 그 평균값으로 신뢰도(Cronbach's α) 0.6이상의 정책평가라는 지수를 구성하여 분산분석을 하였더니, 각 국가별 정책평가는 서로 다른 견해를 보였다. 또한 사후분석 결과 한국·영국 간, 미국·영국 간에서 정책평가는 서로 다른 견해를 보였다.

경제적 선진국이면서 동시에 디자인 선진국인 미국과 영국이 서로 다른 정책의 구조를 가지고 발전해왔다는 점에서 볼 때, 정책평가가 미국·영국 간에서 서로 다른 견해를 보였다는 결과는 의미가 있다. 반면 그동안 한국은 영국의 디자인 정책을 벤치마킹해 왔었는데, 한국·영국 간에서 정책평가가 다른

견해를 보였다는 것은 향후 디자인 정책의 방향에서 우리의 문화적 특성과 철학을 바탕으로 정책이 세워져야 할 것임을 시사한다. 정책의 만족도와 주변 관련분야 간의 유기적 협력 관계에 대한 인식은 한국, 미국, 영국의 사례 모두에서 다소 높은 정적상관관계를 보였다. 이것은 분야 간 융합이나 유기적 협력관계가 중요해졌음을 의미할 것이다. 그리고 정책의 민간의견 수렴에 대한 인식이 상당히 높았다는 것을 볼 때, 향후 디자인 정책은 민간이 함께 참여하여 정책을 디자인하는 구조여야 할 것이다. 이것은 과거 정책을 세운다는 개념에서 더 진화하여 정책을 디자인한다는 개념으로 접근하는 것이다.

디자인은 새로운 미디어 환경에서 다양하게 진화하고 있으며, 따라서 디자인 정책도 진화해야 한다. '장기적인 디자인 정책'과 같이 디자인도 '미래를 연구'해야 한다. '정책디자인'이 필요한 것이다.

연구문제 2: 디자인 전문가들의 직종에 대한 만족도는 어떠한가?

통계분석 결과를 보면, 각국마다 디자이너라는 자신의 직업과 일에 대한 직무적성 만족도는 상당히 높다. 그러나 한국은 선진국(미국·영국)과 비교하여 사회적 지위나 경제적 만족도, 근무환경 등에서 상대적으로 불만족하는 것으로 나타난다. 이것은 우리가 디자이너의 사회적 인식을 높일 수 있는 방안을 찾아야 한다는 것이며, 다양한 홍보 전략이 구사되어야 함을 뜻한다. 디자이너의 사회적 인식고취는 디자인의 사적 영역보다는 공공 영역에서 실현될 수 있을 것이다.

국제적인 교류나 전시행사 개최 등도 그 대안이 될 수 있다. '디자인경영 연구소'와 같은 특화된 연구기관을 통해 디자인 요율연구나 공공디자인의 경제적 부가가치 연구에 대해 지원가능하다. '국가홍보전략본부'와 같은 국가기관을 통해 디자인의 대 사회적 인식을 높일 수 있다.

연구문제 3: 디자인 전문가들이 보는 전문단체 활동의 평가는 어떠한가?

각국마다 자국의 디자인 전문단체 활동이 디자인계의 발전에 많이 기여한다고 인식하였지만, 한국이 미국·영국과 비교하여 전문단체 활동의 기여도에 대한 인식이 상대적으로 약했으며, 참여도 역시 낮은 것으로 나타났다. 최근 추세를 보면, 동아시아권을 중심으로 하는 국제디자인 단체들이 그 활동을 다양하게 펼쳐가기 시작한 것으로 보인다. 국제적 역량을 겸비한 인적자원의 지원 측면에서도 국제적인 디자인 단체 교류에 지원을 아끼지 말아야 할 것이다. 국제적인 그래픽디자인 단체인 이코그라다와 Icsid 소속기관 및 단체를 중심으로 단체 간 상호 네트워크가 보다 더 강화될 필요가 있다. '동북아 디자인연구소'와 같은 아시아권의 국제교류에서부터 확대하여 연구기구 중심의 단체 간 교류도 이어갈 수 있다.

연구문제 4: 문화산업의 중심에서 디자인 행위는 어떻게 해석되고 있는가?

통계검증을 통해 각국마다 문화산업에서 디자인의 중요성에 대한 인식이 높을수록 디자인의 문화적 가치에 대한 동의정도가 정적상관관계를 이루었다. 이러한 실천을 위해 한국은 사적 영역의 디자인에 비교하여 불균형 상태에 있었던 공공 영역의 디자인에 대한 인식과 국가 지원이 확대되어야 한다. 그리고 역할이 확대된 디자인 전담기구의 위상을 요구하게 한다. '디자인 카운슬'이나 '지적재산추진전략본부'와 같은 새로운 기구 설립을 통해 전담기구의 위상을 높여야만 역할이 확대된 디자인 개념에서 그 정책실행의 의지를 담을 수 있다.

연구문제 5: 디자인의 문화적 가치에 대한 동의정도와 지적재산권으로서 중요성 인식은 어떤 상관관계가 있는가?

각국마다 디자인의 지적재산권에 대한 가치정도와 디자인 창작물의 저작권 보호 간에는 다소 높은 정적상관관계를 보였다. 한국은 선진국과 비교했을 때, 디자인 창작물에 대한 불법복제 피해경험이 많은 편이었다. 그들 주변에서 저작권분쟁의 경험 역시 상대적으로 많았다. 한국 디자이너들은 창작물의 불법복제에 대한 피해의식은 있으면서도 이것을 어떻게 법적으로 보호받을 수 있는지에 대한 대처방안은 막연해하였다.

획일적 세계화를 넘어서 선진국들이 새로운 국가 정체성을 추구해가고 있는 이때, 한국이 디자인의 저작권보호에 대한 인식이 부족한 것은 큰 문제점으로 지적된다. 또한 한국이 미국·영국과 비교하여 디자인 창작물에 대한 법률적·제도적 보호 장치가 미흡한 것도 우리가 시급히 해결해야 할 과제이다.

세계적으로 디자인의 지적재산권 가치에 대한 인식이 생겨나고 있으며, 디자인 창작물이 법률적으로 보호받아야 한다는 인식도 높아지고 있다. 디자인 창작물에 대한 지적재산권보호는 사회적 인식도 중요하지만 국가가 제도적으로 해결해주어야 할 부분이다. 그래서 국가디자인 정책이 필요하다. 미디어의 진화 및 신산업의 등장과 맥락을 같이하여 법의 진화가 따라주어야 한다. '디자인 법 연구소'와 같은 특화된 연구기구를 설립하여 법률(저작권)의 진화에 대처해나갈 수 있다.

이상으로 종합해보면, 미국·영국과 달리 한국의 디자인 전문단체들은 독립적인 활동만을 거듭해 왔을 뿐, 상호 유기적인 관계에서 발전을 이끌어 내지 못하였음을 발견하게 된다. 디자이너 1인이 2-3개, 혹은 3-4개까지의 학회나 협회에 소속되어 있다는 점을 볼 때, 단체 간의 유기적인 교류는 큰 발전을 이끌어 낼 수 있다. 다양한 업무를 효율적으로 수행하기 위해서는 각 분야의 노하우를 축적한 전문 인력관리가 매우 중요하다. 이들의 활동을 잘 이끌어내기 위해 구조 기능적인 조직구성과 효율적인 관리운영이 필요하다. 즉 디자인을 위한 국가의 정책 수립 시 정책의 합리성뿐만 아니라 디자인의 여러 분야와 기관 및 단체 간의 횡적인 교류와 조화를 이루는 지혜가 필요하며, 현실적으로 이것이 디자인 정책에서 우리가 해결해야 할 과제이다.

한국에서 가장 큰 문제는 정책범위의 협소함이었다고 조사를 통해 밝혀졌다. 설문지 설계를 위한 사전검사에서 정부가 그동안 시행해왔던 디자인 정책에 대해 얼마나 만족하는지를 물었을 때, 많은 응답자들이 그동안 정부가 디자인 진흥을 위해 어떠한 일들을 했는지 잘 모르겠다는 답변을 했다. 이것을 보면 한국이 국가 디자인 정책에 대한 저변 인식이 부족했음을 알 수 있다. 그래서 '정부의 디자인 정책'이라는 용어 대신 'KIDP가 그동안 해 왔던 일들'이라고 다시 제시했을 때, 지금

까지 한국이 산업디자인 중심의 정책 지원이었다는 답변들을 했다. 이것은 선행연구에서도 조사결과로 밝혔던 논증을 재확인한 것이 된다. 그동안 한국정부의 디자인 정책범위가 산업디자인 중심으로 협소하였으며, 이것이 한국 디자이너의 정책 만족도에서 불만족의 빈도가 높은 이유로 해석된다.

5-2. 정책조사 분석결과 종합

5-2-1. 설문 문항별 검증결과의 요약

정책조사 설문의 범주별 각 문항을 교차분석(Cross-tab) 및 분산분석을 통해 한국·미국·영국 국가별 비교를 하였다. 각 문항별 검정결과를 종합하면 다음과 같다.(표 2. 참조)

표 2. 설문문항별 검정결과

		설문문항	검정결과
디자인정책조사	QⅠ. 디자인 정책에 대한 인식	q.1 디자인 분야	국가별 디자인 분야 분포확인
		q.2 디자인 수준	가장 높은 결정요인 ◦ 시각디자인: 경쟁성, 디지털디자인: 감성만족도 ◦ 한국: 감성만족도, 경쟁성, 미국: 기능성, 영국: 차이 없음
		q.3 디자인 경쟁력	영국(m=4.07) > 미국(m=3.69) > 한국(m=3.15)
		q.4 정부정책 인식	영국(m=3.19) > 한국(m=2.29) > 미국(m=1.92)
		q.5 정부정책 만족도	영국(m=3.67) > 미국(m=2.76) > 한국(m=2.36)
		q.6 정책의 협력관계	영국(m=3.71) > 미국(m=2.60) 한국(m=2.32)
		q.7 민간의견 수렴	영국(m=3.86) > 한국(m=2.66) 미국(m=3.57)
	QⅡ. 디자인 직종에 대한 만족도 조사	q.8 디자인 조직 소속	국가별 디자인 조직 소속의 분포확인
		q.9 직무의 적성 만족도	한국(m=4.06) 미국(m=4.04) 영국(m=4.12)
		q.10 사회적 만족도	미국(m=3.45) > 한국(m=2.47) 영국(m=3.40)
		q.11 경제적 만족도	영국(m=3.24) > 한국(m=2.32) 미국(m=2.39)
		q.12 근무환경의 만족도	영국(m=3.76) > 한국(m=2.68) 미국(m=3.40)
		q.13 직종의 발전을 위한 정책의 지원	개방형 질문
	QⅢ. 디자인 전문단체	q.14 전문단체의 활동에 대한 인식	영국(m=2.95) > 미국(m=2.45) 한국(m=2.77)
		q.15 전문단체 활동의 기여도	미국(m=3.81) > 한국(m=3.20) 영국(m=3.60)
		q.16 전문단체 활동의 참여도	미국(m=3.73) > 영국(m=2.45) 한국(m=2.27)
		q.17 전문단체를 위한 정부의 지원	한국(m=4.31) > 미국(m=3.80) 영국(m=3.36)
		q.18 전문단체와 정부와의 관계	영국(m=2.69) > 한국(m=2.26) 미국(m=2.07)
		q.19 국제 디자인 전문단체	개방형 질문
	QⅣ. 문화산업과 디자인의 역할	q.20 디자인의 중요성	한국(m=4.66) > 영국(m=4.31) 미국(m=4.59)
		q.21 산업적 가치와 문화적 가치	한국(m=3.33) 미국(m=3.70) 영국(m=3.33)
		q.22 디자인 정책의 필요성	한국(m=4.52) > 영국(m=4.00) > 미국(m=3.08)
		q.23 정부 정책의 육성 측면	한국(m=3.46) 미국(m=3.60) 영국(m=3.40)
		q.24 지역 디자인 특성화 정책	한국(m=4.29) > 미국(m=3.79) 영국(m=3.88)
		q.25 문화산업의 범위	개방형 질문
		q.26 문화산업의 발전 요인	국가별 요인간의 빈도차이 있음
		q.27 디자인 역할의 방해 요인	국가별 요인간의 빈도차이 있음
		q.28 정부기구의 위상	국가별 요인간의 빈도차이 있음
		q.29 정책담당 정부부처	국가별 요인간의 빈도차이 있음
		q.30 디자인의 역할 기대	개방형 질문
	QⅤ. 법률과 지적재산권	q.31 불법복제	분포의 경향차이 있음
		q.32 저작권 분쟁	한국, 미국의 요인간의 빈도차이 없음, 영국은 빈도차이 있음
		q.33 지적재산권	한국(m=4.54) > 미국(m=4.20) 영국(m=4.07)
		q.34 법률적 보호	한국(m=4.64) > 영국(m=3.95) 미국(m=4.39)
		q.35 법률의 진화	영국(m=3.79) > 한국(m=2.98) 미국(m=3.53)

※" > "은 평균의 유의미한 차이를 나타냄($p<0.05$)

관리자급의 디자인 전문가 및 정책관계자 심층인터뷰를 통해서는 보다 다양한 정보를 구할 수 있었다. 디자인 전담기구의 위상을 높일 수 있는 정부조직의 모델 구성을 위해 일본의 사례를 분석하였다. 일본은 최근 '지적재산추진전략본부'라는 조직을 두어 '유식자'라고 하는 대학교수와 글로벌 기업의 대표들, 변리사와 같은 민간인들을 정책결정에 참여시키고 있었다. 이 기구의 본부장은 내각총리대신이 담당하고 있으며, 부본부장으로 각 정부부처의 장관들이 역할담당을 하고 있었다.

한국의 문화산업에서 디자인의 중심적인 역할과 새로운 실천방안을 담아내기 위해 현 디자인 정책을 객관적으로 분석하고, 디자인 선진국이 실행하는 정책분석을 통해 한국 정체성으로서 문화산업 이미지 강화방안을 찾을 수 있을 것이다. 무엇보다 각국 문화산업의 모습과 디자이너의 인식에 대한 확실한 조사와 분석으로 평가해야 할 것이다. 그리고 한국 공공디자인 관련 프로젝트에 관한 조사연구 및 용역수행 현황에서 문제점을 분명히 파악하고, 그 문제점의 원인과 대책을 제시할 때, 한국만의 공공디자인을 위해 국가 디자인 진흥전략 및 지원체계에 대한 현실적인 정책을 마련할 수 있을 것이다.

6. 결 론

조사를 통해 도출된 내용을 보면, 앞으로는 디자인이 문화산업에서 중심이 될 것이라는 점에 대해 반문의 여지가 없을 것이다. 문화로서 디자인 역할의 확대와 그 중요성에 대한 인식이 매우 높았음을 알 수 있었다. 이것은 전문 디자이너 및 정책개발 관계자와의 인터뷰를 통해서도 역시 확인되었다. 따라서 한국의 공공디자인을 위한 진흥정책 전략도출에 있어 그 철학적 배경은 20세기 문화산업과 21세기 문화산업은 다르다는 관점에서 출발한다.

그림 4.는 안상수 외(2004)의 '문화콘텐츠 디자인 정책 연구'에서 새롭게 정의를 내렸던 '문화콘텐츠(cc) 디자인'의 개념에 본 연구 '21세기 문화산업을 위한 공공디자인 정책 연구'에서 아도르노와 호르크하이머의 '계몽의 변증법'이라는 철학적 이론을 가져왔으며, 이것을 공공디자인 정책 전략도출의 철학적 배경으로 재구성하였다.(그림 4. 참조)

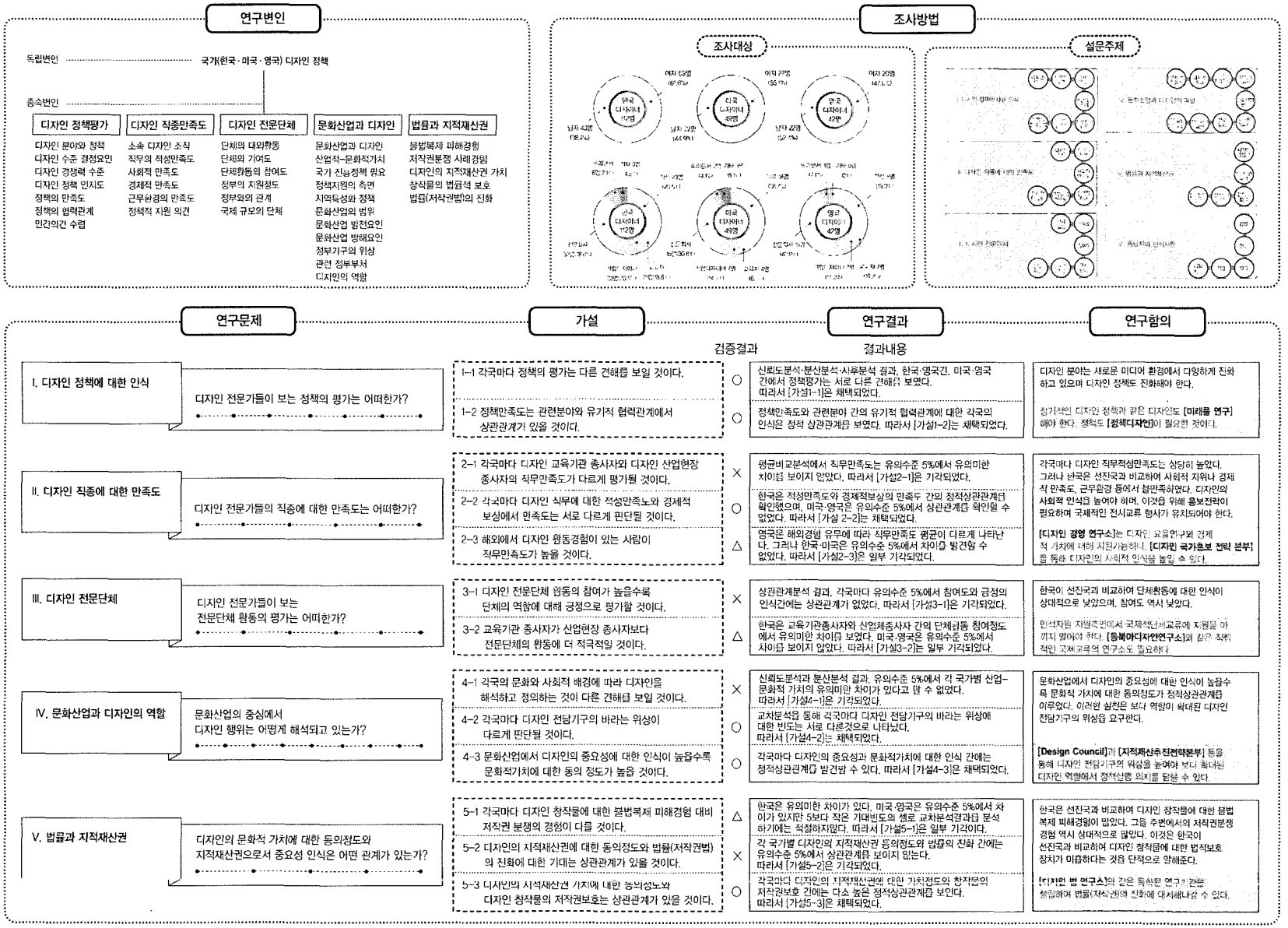
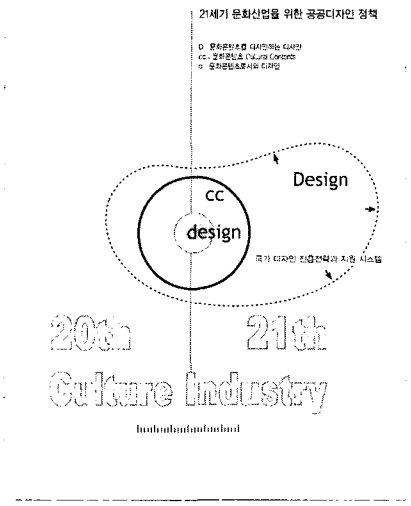


그림 3. 연구문제의 검증 결과 요약

그림 4. 정책 전략도출의 철학적 배경



세계는 단일체제와 문화로 묶여가고 있으며, 지역과 민족 고유의 문화정체성은 위기에 처한 듯하다. 때문에 세계화에 반하여 지역화라는 반작용도 나타나고 있다. 글로컬라이제이션(Glocalization=Globalization+Localization)이라는 말에서 보듯이 세계화(Globalization)와 경제블록을 중심으로 한 지역화(Localization)가 동시에 진행되고 있다고 한다. 글로벌리즘과 로컬리즘의 문제는 기존의 이분법적 구조를 넘어서 새로운 정체성의 추구가 해결과제로 제기된다.

국경은 이미 소멸해가고 있으며, 우리가 어떤 정신적 시대에 살고 있는가가 중요해졌다. 21세기 문화의 시대는 새로운 철학, 새로운 문명, 새로운 세계를 열어가는 것이다. 벌써부터 중심부 국가들은 자국의 문화상품과 지식정보 생산에 열을 올리고 있었는데, 그 이유는 그러한 문화적 인프라와 소프트웨어 산업이 중요해졌기 때문이다. 그리고 이러한 문화와 관련하여 온갖 분야의 창조형태는 경제적 차원을 갖는다. 그러나 주변적이고 낙후된 지역들은 역사성으로서 '계몽의 원리'에서 벗어나지 못한 채, 중심부 국가들이 문화산업을 독점화할 수 있는 가능성마저 발생시킨다.

경제적 선진국이면서 동시에 디자인 선진국인, 유럽과 구미의 국가들은 벌써부터 디자인 패러다임을 산업적 가치에서 문화적 가치로 전환하여 그 정책적인 실현을 해 왔다. 그러나 중심부 국가들과 달리 사적 영역의 디자인과 공공 영역의 디자인이 불균형 발전을 이룬 한국은 공공성의 실현 여부가 중심부 국가로 편입될 수 있는 중요한 척도가 될 것이다.

본 연구의 설문조사와 인터뷰조사에서도 확인하였듯이, 한국이 20세기의 꽃으로 등장했던 문화산업 등에서 도구적 이성의 견제 없는 질주가 여전히 역사성을 넘어서지 못하고 현재성을 지니게 된다면, 우리는 정신의 시대에 진입하지 못하고 낙후된 주변국이 될 수밖에 없을 것이다. 21세기 문화산업에서 우리가 판단하게 될 디자인의 가치는 계몽의 원리에 대한 '역사성'과 '현재성'의 변증법에 달려있는 것이며, 새로운 철학, 새로운 문명, 새로운 세계를 열어가는 것이다.

국가적 차원에서 전략적으로 공공디자인을 진흥시켜야 하는 필요성이 증대되고 있다. 온갖 분야의 창조형태가 결국은 경제적 차원을 갖는다는 점에서, 문화적 가치로서의 디자인이 장기적으로는 산업적 가치로 전이되어 기업의 경쟁력을 강화시켜주는 수단이 되기도 하지만, 한 나라의 이미지를 형성하는 데 있어서는 문화가 매우 중요한 역할을 하기 때문이다.

따라서 유용성과 효율성을 가진 공공디자인 정책이 수립되어야 한다. 이러한 창의적 한국 문화산업의 전략과 미래 구상이 성공하려면, 단기적인 가시적 효과보다는 길고 멀리 보아야 한다. 그렇다면 문화산업의 중심에 있는 디자인에 대해 국가적인 정책지원이 필요한 것은 자명한 일이다. 장기적인 국가 디자인 진흥정책은 결국 순환의 원리로써 경제적 부가가치로 환원되어 돌아올 것이다.

참고문헌

- 금진우, 디자인 정책의 발전 방향에 관한 연구, 대전대학교 행정학과 、 공공행정전공 박사학위논문, 2000
- 박선희, 문화상품의 시장 활성화 방안 연구: 아트샵의 문화상품을 중심으로, 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문, 2002
- 안상수 외 5인, 문화콘텐츠 디자인 정책 연구, 문화관광부·한국문화콘텐츠진흥원, 2004
- 윤민희, 프랑스의 문화적 정체성과 디자인 정책, 디자인학연구집, Vol.2 No.1, pp.130~151, 한국디자인문화학회, 1997
- 이기혁, 도시문화정책과 결정요인에 관한 연구, 호남대학교 행정학과 박사학위논문, 1999
- 정봉금, 21세기 문화산업을 위한 공공디자인 정책 연구: 국가 디자인 진흥전략과 지원 시스템에 관하여, 홍익대학교 대학원 광고홍보학과, 박사학위논문, 2005
- 스티븐 헬러 · 카렌 포메로이, 강현주 역, 디자이너 세상을 읽고 문화를 움직인다, 안그라픽스, 2001
- 아도르노 · 호르크하이머, 노명우 역, 계몽의 변증법, 살림출판사, 2005
- 페니 스파크, 최범 역, 20세기 디자인과 문화, 시지락, 2003
- 피에르 레비, 김동윤 외 2인 공역, 누스페어, 도서출판 생각의 나무, 2003
- ATA 디자인 프로젝트, 김경균 역, 21세기 일본을 디자인한다, 시지락, 2002
- Apelog, Phillippe, Jean Widmer, Baseline, no. 45, 2004. pp.17~24.
- Berkeland, Janis. Design for Sustainability. Earthscan, 2002.
- Biankini & Parkinson(eds.). Cultural Policy and Urban Regeneration, Manchester University Press, 1993.
- Hugh Aldersey-Williams, Nationalism and Globalism in Design, New York: Rizzoli, 1992
- M. Horkheimer & T.W. Adorno, The Culture Industry: Enlightenment As Mass Deception, The Dialectic of Enlightenment(London: allen Lane, 1973), p.135
- Mizzoeff, Nicholas. An Introduction to Visual Culture. Routledge, 1999.
- Special Issue: Brand Madness. EYE. no. 53, vol. 14, 2004. pp.18~43.