

한국적 디자인 Identity구축의 필요성에 관한 연구

A Study on the needs for Identity of Korea Design

주철우

Joo Cheol-woo

동서대학교 디지털디자인대학원

Graduate school of professional Design Dong-seo University

\Keywords : identity, korea, culture

1.서론

인류는 James Watt가 1765년 증기기관을 발명한 이후, 산업사회로 본격적으로 진입하게 된다. 기계동력을 바탕으로 한 대량생산체제는 공급의 잉여현상으로 다 품종 소량생산체제로 전환하였고, 과학기술의 발전과 인터넷의 보급으로 인해 정보공유화는 세계를 빠른 속도로 디지털기술이 기반인 지식정보화 사회로 재편되게 하고 있다. 디지털기술체계는 정보의 탈 지역화, 글로벌화, 탈 이데올로기화를 가속시켰고, '지구촌'이란 말을 점점 현실화되게 하고 있다. 세계가 비로서 하나가 되는 현실인 것이다. 그러나 이 이면에는 어떤 이상이나, 체제에 의한 논리도 통하지 않으며, 냉철한 경제논리만이 존재하는 무한경쟁체제가 도사리고 있다.

2.본론

2-1.새로운 패러다임

산업혁명으로 인한 산업사회의 본격적인 진입은 '수요의 창조' 라는 전환기적 혁명을 맞이하였고, 현대기술과 자본주의의 발달로 인해 소비 지향적인 물질문화를 맞이하면서 필요에 의해 거의 모든 물건을 다 가질 수 있는 편리한 생활이 창조되었다. 하지만 그것으로 인한 폐해-환경오염, 가족의 붕괴, 윤리의 붕괴 등-가 갈수록 심각한 사회문제로 대두되기 시작하였고, 과학기술과 자본주의의 한계와 문제점이 부각되어 물질적, 영리적 가치를 추구하던 20세기 소비미학은 삶의 의미와 정신적인 분야로 관심이 옮겨가고 있는 것이다. 이러한 새로운 흐름은 사회, 경제구조 전반에 걸쳐 재편의 당위성을 증대시키고 있다. 더구나 인적, 물질 자원을 필요로 하는 산업분야에서의 수정은 불가피한 것으로 이러한 것들의 대안으로 '인간'에 대한 재해석과 '인간의 삶'과 직관된 '문화'의 재해석을 통해 '인간'의 새로운 역할과 책임을 탐색하고 자신들의 일을 물질적인 가치에만 두는 것이 아니라, 새로운 의미를 발견할 수 있는 장으로 인식하려는 노력이 절실하게 요구되고 있는 것이다. 이것은 곧 '경제가 문화를 이끌던 것에서 문화가 경제를 이끄는 새로운 패러다임'으로의 전환을 뜻한다.

2-2.문화의정의

문화란 무엇인가? 문화(文化)는 사전적 의미로 '진리를 구하고 끊임없이 진보, 향상하려는 인간의 정신활동, 또는 그에 따르는 정신적, 물질적 성과를 이르는

말'로 동아 새 국어사전 -김기수, 동아출판사, 1994-에 명기 되어있다. 이것은 인간이 공동사회를 이룩하여 그 구성원이 함께 누리는 가치 있는 삶의 양식 및 표현 체계로서 언어·예술·종교·지식·도덕·풍속·제도 등이 구체적인 예이다. 일반적으로 문화를 정신적·지적인 것으로, 문명은 물질적·기술적인 것으로 구분하고 과학문명이 지적 노력 없이 이루어질 수 없기에 그 정신적인·지적인 노력이 문화창조의 원동력으로 보는 시각이 오늘날 지배적이다.

2-2.문화와 디자인

프랭클린(B.Franklin)은 인간을 '도구를 만드는 동물'로 정의하였다. 이것은 창조행위의 주체로서 인간을 정의 내린 것이다. 또한 도구는 인간생활을 획기적으로 개선시킬 수 있는 유용한 문화의 한 부분인 것이며, 실체인 것이다. 디자인은 인간생활 향상을 위한 인공적 환경을 만들어 내는 총체적인 행위의 한 요소이고, 독특하고 뛰어난 인간행위이다. 또한 창조행위로서 그 결과물이며, 문화의 가장 창조적인 도구인 것이다.

2-3.새로운 패러다임과 디자인 정체성

정체성(正體性)을 한자어로 풀면, 몸의 바른 성질을 뜻한다. 이것은 변하기 전의 본래의 형체(形體)를 말하는 것으로 자신의 행위를 어느 정도 구성하는 상황에서 어떤 독자성을 표현 성취하고자 하는 개인의 시도를 말한다. 따라서 역사에 있어서의 정체성은 각 민족의 고유한 환경, 지리적 특성, 문화 등에서 그 민족만의 고유한 경험의 축적결과 형성된 본질을 정체성이라 한다. 그리고 자기 자신이 속한 문화의 이념과 특징, 장, 단점 등을 잘 알고, 긍지를 가지면서 더욱 발전시키려고 하는 의식을 문화정체성이라고 한다. 그러면 디자인에서의 정체성은 어떤 것일까?

디자인에서의 정체성은 행위의 주체로서 디자이너 개인의 개인적 정체성(Personal Identity), 그리고 디자이너가 속한 회사의 정체성(Corporation Identity), 더 크게 그 회사가 속한 국가적 정체성(National Identity)등이 모든 영역이 포괄된 것이라 할 수 있다. 이것은 곧 문화적 정체성으로 귀결됨으로 디자인정체성의 근간은 문화적 정체성이라 할 수 있다. 문화적 정체성은 앞에서 언급한 것처럼 민족만의 고유한 본질인 것이다.

2-3.역사 속에서의 한국의 디자인 정체성

우리민족은 5000여년의 유구한 역사에 비해 비교적 잠깐의 짧은 문화적 단절기(일제 식민기(植民基), 미국의 군정기(軍政基))가 있었다. 하지만 이 파급효과는 엄청난 것이었다. 일제의 민족문화말살정책으로 무수한 문화재들이 일본으로 밀 반출되거나 파괴되었고, 오랜 세월동안 전해 내려오던 고유의 가치관은 황국(皇國)적 가치관에 억압당해야 했다. 조상들의 지혜와 빛나던 문화가 한순간에 미개하고 가치 없는 것으로 전락되었던 것이다. 그리고 곧 이은 미국에 의한 군정기는 한국적 가치관과 정체성이 채 정립되기도 전에, 서양문화의 무차별적, 무비판적 수용을 가져 왔다. 이 무차별적 수용의 한 부분에 한국 디자인의 현 주소가 있다. 현대 한국의 디자인은 전통문화와의 단절 속에 과거의 다양했던 문화유산을 계승, 발전시키지 못하고 민족정서와 문화가 배제된 채, 일방적인 외부문화의 수입에 익숙해져 창조보다는 모방하는 습관에 길들여져 있는 것이다. 이러한 현상은 정체성의 부재가 원인이 된 것이다.

2-4. 한국적 Identity에 관한 선행연구

근래에 들어 한국적 디자인의 가치관과 그 정체성에 대한 의문과 정립의 방향에 대한 연구가 활발하게 진행되어지고 있다. 그러나 그 연구의 대부분이 디자인 행위 이전의 원론적인 부분-디자인정체성-에 관한 것 보다는 유형적 유물의 분석과 디자인적용방법론 또는 결과물을 목적으로 두고 있어 그 한계성이 문제로 제기된다. 전통문화와 디자인의 접목은 그 출발점이 유형적 문화와의 접목에 두기보다는 유형문화가 창출 될 수 있는 근간인 한국적 정체성에서 출발해야 할 것이다. 정체성의 정립이 없는 결과물에 관한 연구는 자칫 사상누각(砂上樓閣)이 될 우려가 있다. 이것은 병산의 일각을 보고 병산을 정의 내리는 것과 같은 위험이 있는 것이다.

3.결론 및 향후 연구과제

앞에서 언급한 것처럼 세계는 더 이상 피아(彼我)의 구분이 없는 철저한 경쟁체제로 급박하게 변화하고 있다. 이미 경제적 우위를 차지하고 있는 선진국들은 자국문화의 디자인화를 통해 문화의 상품화로 다음세대의 경제적, 문화적 우위를 차지하기 위해 경쟁하고 있는 것이다. 우리의 경우에도 이미 한국적 가치관과 그 정체성 확립의 중요성을 인식하여 많은 선행연구가 있어 왔다. 그러나 문화라는 너무 폭 넓은 영역을 하나의 이론적 체계로는 설명이 불가능한 제약점이 있어서 그 진도와 방향성에 많은 문제가 있었다. 단편적인 디자인관점에서의 외형분석은 디자인 결과물의 질적 저하와 일회적인 연구 결과물을 가져 왔다. 이제는 편향적인 외형적 탐구가 지녔던 많은 문제점을 극복해야

할 시기가 온 것이다.

디자이너가 외형적 관점에서 전통문화유산을 분석하고 평가하면, 역사학자들이 그에 따른 제반사료(史料)들을 연구하고, 문화인류학자들은 그들 나름대로의 시각에서 연구를 하며, 그 외의 분야에서도 해당 연구자들 나름대로의 연구영역에서 한국적 Identity의 정체성과 그 계승, 발전방향에 대해 총체적인 관점에서 연구가 이루어 져야 하는 것이다. 그리고 이러한 통시적인 관점에서의 문화정체성의 연구결과를 통합하여 Data Base화하고, 이러한 고유영역을 뛰어넘는 서로 교류된 연구결과를 기초로 디자인이 나왔을 때, 가장 한국적 디자인이 창출되어 세계시장에 내세울 수 있으며, 이는 다음세대의 새로운 경제적, 문화적 가치 창출의 유용한 도구로서 무한 경쟁시대를 이겨나갈 수 있을 것이다. 따라서 향후 연구과제로서 이러한 한국적 정체성을 디자인에 도입하기 위해서 문화전반의 포괄적인 연구조직체를 어떻게 하면 구축할 수 있고, 그 방향성은 어떻게 가는 것이 바람직한 것일까'에 대한 연구를 제시한다.

참고문헌

- 산업디자인진흥원-전통문화와 산업디자인 관한 연구 I 산업디자인 no.161~167
- 212디자인 우리 제품 문화의 산업디자인적 분석을 통한 객관적 고유성 발견과 적용 방안에 관한 기초 연구, 1997
- 한국적 디자인의 정체성과 주체의 문제, DESIGN NET no.65
- 이정옥 ; 국적있는 디자인을 위해 DESIGN NET no.50
- 최문화 ; 문화상품이 수출상품이다 DESIGN NET no.53
- 최봉영 ; 한국문화의 성격 , 사계절, 1998
- 최준식 ; 한국인에게 문화가 있는가, 사계절, 1998
- 한국인에게 문화가 없다고?, 사계절, 2000

참고자료

<http://www.indiworld.com/fileupload/twinty/design/1/.htm>