

디자인문화 확산을 위한 국내 디자인진흥정책의 유형과 변화에 관한 연구

Changes and Developments of Design Culture Diffusion Policies shown in Domestic Design Promotion Comprehensive Plans

Author 박병민 Park, Byung Min / 정회원, 건국대학교 건축전문대학원 실내건축설계학과 박사과정
심은주 Shim, Eun Ju / 정회원, 건국대학교 건축전문대학원 실내건축설계학과 교수*

Abstract Since 1993, Korea Institute of Design Promotion has carried out Design Promotion Comprehensive Plan every 4 years and due to the institutes founding purpose the plans are mainly focused on enhancing quality of merchandise goods. However due to social and economic changes now enhancing quality of cultural living through design is becoming important as ever. The purpose of this paper is to find our characteristics and changes in design policies and programs to diffuse design culture in the plans. The researchers have inquired proceeding studies on cultural and design policies and also looked into cases that were carried out in Europe to diffuse design culture. By analyzing EU's Cultural Policies four means were found: Education, Exchange, Participation, and Sharing. The results are as follows. First, in the beginning main focus was to educate people about the importance of design and what good design is, in bureaucratic ways. In the Secondary plan, reaching out to local regions begin to show in order to diffuse design culture that was and still is mainly centered around Seoul. Thirdly plan shows more exchanges but not only limited to domestic regions but international wide. In the Forth plan, participation programs and those engaging design to solve social problems are shown but still not much attention is payed to sharing.

Keywords 디자인문화, 디자인정책, 문화정책, 디자인교육, 디자인교류, 디자인참여
Design Culture, Design Policies, Cultural Policies, Design Education, Design Exchange, Design Participation

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

문화란 인류가 하나의 집단으로 생활하기 시작하면서 형성되어 온 삶의 모습을 의미하기에 피상적이거나 관념적인 개념이 아니라 구체적으로 피부에 생생하게 와 닿는 구체적인 실체이다. 특히 기계주의적 세계관이 유기적 세계관으로 발전되고 성장 및 제품 중심의 경제에서 지속가능한 체험 중심의 경제로 자연스러운 전환이 일어나고 있는 지금, 문화는 고정된 것이 아닌 흐름과도 같은 것을 의미한다. 문화란 그 어느 때 보다 중요한 의미를 갖게 되었다. 그리고 인간이 의도적으로 만들어내는 총체적 활동이자 삶 그 자체라 할 수 있는 디자인이야

말로 문화의 중심 유형이라 할 수 있다.

제품중심의 경제패러다임에서 체험중심의 경제패러다임으로 전환되는 오늘날 사회문화적 개념과 가치로서의 디자인은 그 어느 때보다 중시 되고 있다. 이는 단순히 인간의 사회적 생활의 편의를 위해 만든 결과물로서의 디자인 개념이 전반적인 유무형의 삶을 조형하는 매개체로서 디자인으로 전환을 의미하는 것이기도 하다. 즉, 현대 사회에서 디자인문화의 개념은 물질적이고 비물질적인 인공 세계의 생산과 소비를 형성하는 네트워크와 상호관계를 포함¹⁾하는 의미를 지닌다. 뿐만 아니라 이러한 디자인문화는 우리 삶의 진행 과정 속에서 물질, 공간, 추상적인 요소로서 역사적, 정치적, 경제적, 예술적, 기술적 관계들 속에 자연스럽게 형성되고 있다.

이제 한 국가의 운명은 굴뚝산업이 아니라 문화경쟁력

* 교신저자(Corresponding Author); eshim@konkuk.ac.kr

1) Guy Julier, 디자인문화, 박주영 역, (주)디자인네트, 2008, p.13

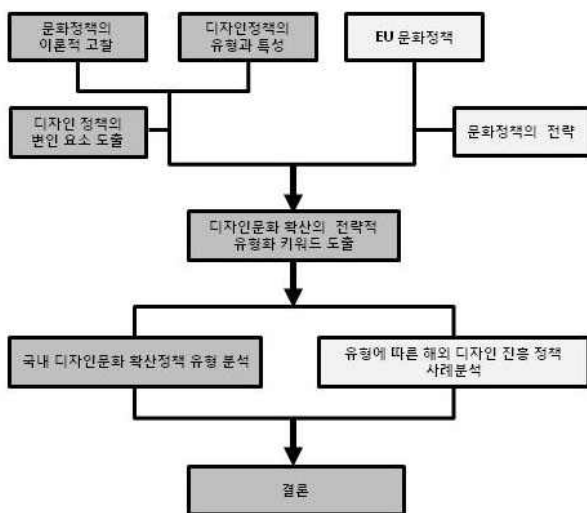
에 달려있다고 해도 과언이 아니며 디자인문화 강국을 위한 원동력으로 모든 사회인들의 삶 속에 녹아있는 문화로서 디자인의식 향상이 전제되어야 가능한 일이다. 또한, 디자인문화는 교육, 정치, 경제, 예술, 복지 등에 이르기까지 모든 분야를 통하여 시민의 의식증대와 적극적인 참여 등으로 확산될 때 비로소 국가 경쟁력 및 사회 전반의 질적 성장의 원동력이 되는 것이다. 따라서 모두를 위한 미래지향적 필요 대안으로서 디자인문화의 확산은 실행력을 갖춘 디자인 정책과 유기적으로 연계될 때 효과적 성과를 거둘 수 있다.

디자인문화 확산은 산업중심 사회에서 문화중심 사회로의 변화, 국민 삶의 질적 향상, 그리고 지속가능한 사회의 기초를 이루는 고도보 역할임에도 불구하고 지금까지 디자인문화 확산의 개념과 방법에 대한 연구는 미약한 실정이었다. 따라서 본 연구의 목적은 디자인문화 확산을 위해 유럽의 디자인 정책을 고찰하여 그 의미와 유형을 이해하고 그 동안 국내 디자인문화 확산을 위해 제안되었던 정책을 분석하여 그 특성을 파악하는데 있다. 더 나아가 문화 선진국으로서의 위상강화를 위한 다양한 정책들을 고찰하고 디자인문화 확산의 필요성과 정책적 제안의 중요성을 널리 공유하여 성숙된 디자인문화를 모두가 향유할 수 있는 방안을 모색해 보는데 의미가 있다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 국·내외 출판된 저서 및 연구논문을 통하여 디자인 문화와 확산에 대한 이론적 고찰과 유형화 전략을 도출하고 해외 다양한 디자인 정책들을 고찰하였다. 도출된 유형화 전략을 통하여 국내 디자인문화 확산에 따른 계획 및 정책들을 분석하였다. 그 구체적인 연구방법은 다음과 같다.

첫째, 디자인문화 확산을 위한 이론적 토대를 마련하기 위해 문헌연구를 통하여 문화정책과 디자인 정책에



<그림 1> 연구 흐름도

대한 일반적 개념과 유형 및 특성을 파악하고 정책 유형에 따른 변인요소를 도출하여 디자인문화의 대중적 확산 방법에 대한 의미와 방법을 고찰하였다.

둘째, 디자인문화 확산 유형화 작업의 기초를 형성하기 위해 유럽연합(EU)의 문화 정책에 대한 연구와 문화 확산을 위한 유형화 전략에 대해 분석을 진행하였다. 유럽연합의 문화정책을 선정한 이유는 경제적 통합만으로는 진정한 연합이 이루어지지 않음을 경험한 이후, 보다 적극적인 문화 확산 정책들을 펼치고 있기 때문에 그 접근 방법들은 충분히 연구할 만한 가치가 있다고 판단되었기 때문이다.

셋째, 앞에서 도출한 유형화 전략을 바탕으로 유형별 해외 디자인정책 사례들을 분석하여 보다 구체적인 적용 방식에 대해 이해하고자 하였다.

넷째, 국내 현황을 파악하기 위해 제1차에서 제4차에 이르는 산업디자인진흥종합계획²⁾의 배경과 역사를 고찰하고 유형화 전략을 바탕으로 디자인문화 확산에 관련된 각 사항을 정리하여 통시적 관점에서의 변화와 각 유형별 특성 등을 분석하였다.

2. 디자인문화 확산에 관한 이론적 고찰

2.1. 문화시대의 도래와 문화정책

21세기가 ‘문화의 세기’라고 불릴 만큼, 문화는 이제 예술문화의 영역을 벗어나 사회적 영향력으로 평가될 만큼 광범위한 개념으로 발전하였다. 특히 문화의 경제적 부가가치가 특정한 지역이나 특정 영역에 한정되지 않고 국가 경쟁력의 척도로까지 인정되면서³⁾ 문화는 사회 구성의 중요한 요소로 자리잡고 있다. 사무엘 헌팅턴(Samuel Huntington)은 그의 저서 ‘문명의 충돌’에서 정치·경제 패러다임이 이제는 문화·문명의 패러다임으로 전환되어 문화정체성이 경제보다 우선하게 될 것이라고 언급하였다. 이와 유사하게 프랜시스 후쿠야마(Francis Fukuyama)는 지금까지 정치·경제 원리로 풀지 못했던 각종 이슈들을 문화의 원리로 극복해야한다고 언급하고 있다. 또한 프랑스의 비평가인 기 소르망(Guy Sorman)⁴⁾조차 국가운명은 이미지 즉 문화가 좌우한다고 강조하고 있다.

국제연합(UN, the United Nation)이 2001년을 ‘세계 문명 간 대화의 해’로 설정한 사실도 그만큼 문화가 국제적인 이슈의 중심이 되었음을 시사한다. 또한 오늘날

2) 상공부, 제1차 산업디자인진흥종합계획, 1993

3) 김복수 외 5명, ‘문화의 세기’ 한국의 문화정책, 보고서, 2003, p.47

4) 기 소르망, 프랑스의 저명한 미래학자, 문명비평가, 프랑스 총리실 산하 전망위원회 위원장을 지냈고, 파리 교회 불로뉴 빌랑쿠르시 부시장을 역임. 2000년 전경련과 한국기업메세나협회가 주관한 ‘기업과 문화예술의 연대를 위한 국제 심포지엄’의 내용 중에서 발제함.

세계 각 국가들이 문화정책에 대해 관심을 두는 주된 요인들은 정치·경제적 논리에 의해 주도된 20세기의 한계, 세계화의 진전에 따른 국가정체성 확보의 문제, 국민에 대한 삶의 질 향상을 위한 문화복지 등의 다양한 문제들의 대안으로 문화를 꼽고 있기 때문이다. 즉, 21세기는 문화의 시대라는 점은 모두가 직시한 가운데 미래학자들이 21세기에 문명사적 대전환이 이루어질 것이라고 예견하고 있으며, 문화의 사회경제적 역할과 기능의 확대 및 문화에 대한 보다 적극적인 의미에서의 정책적 개입의 필요성을 강조하고 있는 것이다.⁵⁾

정책이란 정부가 사회 각 분야별 가치, 규범, 형태, 환경 등을 포함한 사회적 상태나 조건들을 유지하거나 변경시키고자 할 때 사용하는 개입(Intervention)수단이다.⁶⁾ 조금 더 구체적으로 살펴보면 공공과 관련된 정책은 사회에서 어떤 목적을 달성할 권한을 가진 행위자들이 목적들과 이것을 실현할 수 있는 수단들을 선택하는 일련의 의사결정을 의미한다.

이러한 의미에서 문화정책이란 1967년 UNESCO 주최로 모나코에서 열린 ‘문화정책에 관한 원탁회의 보고서’에 언급되었듯이 문화발전에 관련된 계획을 수립하는 행위⁷⁾라고 말할 수 있다.⁷⁾ 1988년 한국문화예술진흥원에 따르면 문화정책이란 ‘주어진 시간 내에 사회에 적용할 수 있는 모든 육체적 내지 인적자원의 효율화를 통해 어떤 특정한 문화적 필요성에 부응할 수 있도록 지각있고 사려 깊은 통찰력과 한 사회 내에서 행위 또는 행위의 결여에 대한 총체를 의미’하는 것으로 파악하고 있다. 또한 ‘중앙정부, 지방정부 또는 공공기관이 국민의 문화적 삶의 질과 국가 경쟁력의 향상을 위하여 문화의 생산, 소비, 분배에 개입하는 일련의 행위 및 상호작용’으로 규정할 수 있다.⁸⁾ 보다 구체적으로는 문화활동과 관련된 체계 속에 물량화 할 수 있는 중·장기적인 목표와 하위목표, 그리고 이를 뒷받침 할 수 있는 인적·재정적·법률 제도적 수단의 총체라고 이해할 수 있다.

이러한 문화정책은 흔히 두 가지 유형으로 나누어지는데 하나는 자유주의 정책이고 다른 하나는 구성주의 정책이다. 자유주의 정책은 어떠한 문화적 욕구가 대두 되었을 때 별도의 정책적 개입없이 경제발전에 상응하는 문화구조가 자율적으로 형성된다. 구성주의 정책은 정부의 정책적 결정을 통해 자율적 작용을 조정하는 역할뿐 아니라 문화적 목표를 설정하고 이를 달성하기 위한 수단과 도구를 선택하고 집행하는 방식이다.⁹⁾ 그리고 이러

한 두 가지 유형을 보다 세분화된 특징으로 나누어 본다면 중앙 정부 주도형, 지방자치단체 주도형, 민간단체 주도형, 혼합형의 4가지로 나눌 수 있다.¹⁰⁾

2.2. 디자인정책의 유형과 변인

문화정책이 ‘정부, 공공기관이 국민의 삶의 질 향상과 국가 경쟁력 및 문화의 생산, 소비에 개입하는 행위에 대한 상호작용’이라고 정의할 때 문화와 디자인은 하나의 공통된 개념으로서 동일한 의미에서 해석이 가능하다. 과거와 달리 생산과 소비가 하나가 되고 산업과 문화가 만나는 상황 속에서 디자인은 창조와 혁신이라는 단어로써 표현되며 다양한 학문과 기술간의 융합, 그리고 폭넓은 적용성에 있어 포괄적인 의미로서 작용된다.

특히 그 중심가치가 문화로 이동하는 현대 사회에서 한 시대의 문화를 반영하는 키워드로서의 디자인은 매우 중요한 요소로 부각되고 있다. 문화와 디자인의 선순환 구조는 한 국가를 발전시킬 수 있는 기반을 조성하고, 세계화 정보화의 흐름을 따르고 있는 현 시점에서 독창적이고 다양한 디자인은 세계화 속에서 국가 경쟁력의 원천이 되며, 세련되고 다양한 디자인의 향유는 국민의 생활양식을 변화시켜 질 높은 디자인을 창조할 수 있는 문화적 원동력이 된다.¹¹⁾

따라서 국민 삶의 질 향상과 국가 문화역량 강화를 목적으로 하는 ‘디자인문화’는 제작자와 사용자 모두가 디자인 행위의 산물인 이미지, 제품, 공간 등에 참여하는 과정에서 파생되는 역사적, 사회적 가치와 함께 고유한 생활양식으로서 의미가 있다. 전반적인 디자인문화의 확산은 창의경제, 복지경제 활성화를 위한 중요한 밑거름이 되기에 디자인정책의 수립, 실행 및 평가는 매우 중요하다.

문화 확산의 배경이 되는 디자인정책이란 ‘전반적인 시민의 문화 활동을 바탕으로 문화적 가치성과 경제적 가치 획득을 위한 정부의 중장기적 목표의 형성과 그 목표 달성을 위한 의도적이며 계획적인 행동 및 행동 지침’을 의미한다.¹²⁾ 또한 디자인정책은 디자인을 통한 문화적, 경제적 가치 창출을 위한 정부의 의도적이며 계획적인 행동 및 그 절차라고 할 수 있다.¹³⁾ 이러한 디자인정책은 문화 확산이 추구하는 시민과의 조우를 통하여 사회적 가치 창출을 지원하며 다양한 시각에서의 접근과 복합적인 여러 요소들 간의 상호작용을 통해 지속가능한 사회 발전에 기여한다.

5) 전계서, p.22

6) 노화준, 정책학원론, 박영사, 2007, p.4

7) 1967.12.18~22일 모나코에서 개최된 UNESCO의 ‘문화정책에 관한 원탁회의’(The Round-table Meeting on Cultural Policies)에서 언급함.

8) 정선기, 지역문화정책의 방향과 과제, 대전발전포럼, 2004, 12호, p.39

9) 김여수, 문화정책의 이념과 방향, 문화예술논총 제1집, 한국문화예

술진흥원 문화발전연구소, 1988, p.23

10) 김복수 외 5명, ‘문화의 세기’ 한국의 문화정책, 보고서, 2003, p.31

11) 이윤경 외 3명, 문화적 관점에서 본 디자인 산업 지원 정책 개발, 한국문화관광정책연구원, 2006, p.1

12) 정경원, 사례로 본 디자인과 브랜드 그리고 경쟁력, 웅진북스, 2004, p.127

13) 이일규·김태완, 디자인 정책, 세계디자인경영연구원, 2009, p.61

에리조나주립대학교의 교수인 기라드(Jacque Giard)는 디자인정책의 유형을 ‘국가통제, 중도주의, 위임, 간접형의 4가지로 형태로¹⁴⁾ 분류하고 있으며 각 유형을 살펴보면 다음과 같다.

(1) 국가통제형 디자인 정책 유형은 정부가 기업을 소유하고 디자인 정책이 정부에 의해 고안된다. 주로 동유럽이나 구소련의 공산주의 국가에 해당되는 유형이다.

(2) 중도주의적 형태는 중앙집중형이라 할 수 있으며 중앙정부 내 주요 부처에서 디자인 정책을 수립·입행한다. 디자인을 산업정책의 일환으로 국제 경쟁력 강화 차원에서 산업계의 디자인 역량을 강화하는데 상당한 재원을 투자한다. 주로 대만, 한국, 싱가포르 등이 이러한 유형을 띄고 있다.

(3) 위임적 형태는 분산형과 동일하며 주로 민간위임 원칙으로 정부 대행기관이 중요한 역할을 수행한다. 다만 디자인에 대한 총체적인 정책은 부재한다. 독일, 스웨덴, 핀란드 등 대부분의 유럽 소재 디자인기관이 속해있다.

(4) 간접형은 분권형 또는 혼합형이라고 하며 중앙집중형이 분산을 사안별로 선택하여 채택하고 정부 부처간, 혹은 정부와 지자체간 협조 하에 주요 디자인 정책만 결정하고 집행하며 디자인이 국민의 이익에 부합되는 범위 내에서 정부가 관여한다.¹⁵⁾

이러한 디자인정책의 유형은 각 정부의 참여 방법과 수립기관, 그리고 실천기관 및 진흥방향에 따라 국가마다 달리 채택하고 있으며 그 나라의 역사·정치·문화적 환경에 따라 조금씩 변화하게 된다. 현재는 다원화된 정부 및 민간주도 병행 형태의 디자인 진흥체계를 갖고 있으며 다각화 되어 발전하고 있다.

디자인정책의 유형과 문화정책의 유형은 형태적으로 비슷한 분류유형을 띄고 있는데, 이것은 앞서 언급한 대로 문화와 디자인은 하나의 공통된 개념으로 해석 가능하기 때문에 정책의 유형에서도 비슷한 형태를 띄고 있다. 전반적으로 정부의 개입정도와 수준의 변화에 따라 구분할 수 있으며, 구체적으로는 수립 주체와 목적, 그리고 실행 대상과 범위, 실행 주체에 따라 분류할 수 있다. 이러한 유형을 세분화하여 종합해본 결과 디자인 정책이 여러 가지 유형을 나타낼 수 있는 이유는 구체적으로 5가지의 변인 요소인 목적과 주체, 범위, 대상과 방법으로 나타낼 수 있으며 이에 따라서 정책의 유형이 달라진다는 것을 알 수 있다. 따라서 이러한 5가지 변인들이 정책의 유형에 따른 분석 요소로서 작용하는 것을 알 수 있다.

2.3. 디자인문화와 대중적 확산의 필요성

14) 김종균·장호익, 선진국 디자인 진흥체계의 유형과 한국의 발전방향 연구, 디자인학 연구 한국학술대회발표집, 2009, p.21 재인용

15) 전계서, p.21과 이일규·김태완, 디자인정책, 세계디자인경영연구원, 2009, p.61의 국가디자인정책 유형에 대해 혼합하여 정리함.

브루스 마우(Bruce Mau)는 디자인문화의 개념을 미래 세계 변화를 향한, 새로운 정보의 교차로의 방법을 알려주는 시도, 기후변화, 사회적 소외감 그리고 가난에 극복하는 것을 지도할 수 있는 생명-그리고 물질 기술의 행동변화로 지적하였다.¹⁶⁾

그 동안 세계화의 급속한 성장과 방대한 규모는 독립적인 문화적 정체성을 저해하고 상업적 측면만 강조되는 불균형적 발전으로 이루어져 대중들과는 어울리지 않는 보여주기 식의 디자인 풍조가 만연되어 있다는 부정적 시각도 많다. 또한 많은 변화가 급속하게 진행되는 도시의 복잡성에 대응하기 위해 필요한 문화적 정체성이 사람들의 라이프스타일과 연관성이 없는 획일화된 양상의 디자인으로 전락하여 문화아이콘으로서의 정당성을 잃어가고 있다는 지적 또한 일고 있다.¹⁷⁾ 결국 마우가 언급했던 것처럼 디자인의 문화적 가치에 대한 인식과 실질적 삶속에서 체험되는 디자인의 본질적 의미에 대한 회복이 절실한 시점이다.

그러나 위와 같은 디자인문화의 대중적 확산은 디자인 전문가뿐만 아니라 국가와 시민이 적극적으로 참여할 때 비로소 발전과 성장으로 포괄적인 의미를 갖게 된다. 아울러 디자인문화의 확산은 우리의 디자인 정체성에 바탕을 두고, 다양한 분야와 대상에 대한 유기적 네트워크 관계 속에서 지속적이고 독자적인 사회 발전의 기반으로 지속가능한 디자인문화 발전이 가능하다.

프랑스의 문화부장관이었던 앙드레 말로(Andre Malraux)는 일부 특권 계층에게만 허락되어 있었던 예술 향유의 권리를 모든 시민에게 동등하게 접할 수 있는 기회를 제공한다는 문화민주화 강령을 발표하였는데, 이는 문화를 예술분야로만 국한시켰고 대중의 눈높이를 맞추지 못했다는 부정적 평가도 있으나¹⁸⁾ 예술문화를 대중에게 전파하여 모두가 활동에 참여함으로써 문화국가의 주체가 국민이 되는 자율적인 문화시민으로서 성장할 수 있는 기반을 마련하고자 하는 의도에서 그 의미가 크다고 할 수 있다. 문화 행정가 오귀스탱 지라르(Augustin Girard)가 주창한 ‘문화민주화’도 문화 확산을 지원하고 국민을 참여시키고자하는 강력한 의도로 프랑수아 올랑드(François Hollande)프랑스 대통령의 ‘모두를 위한 문화’ 정책에 영향을 주었다.¹⁹⁾

이러한 문화 확산은 시민의 자각을 고취시키며 문화 주체자를 특정인에서 대중으로 확대시킴으로써 국민 스스로가 문화 의식을 고취시키고 사회적 결속력을 이끌어낸다. 이와 같은 맥락에서 디자인문화 확산이란 디자인 민주화의 개념으로 디자인 의식, 생산, 소비, 향유 등 중

16) Guy Julier, 디자인 문화, 박주영 역, ㈜디자인네트, 2008, p.22

17) Davide Report 2011

18) 황혜진, 국가주도형 프랑스 문화정책과 시사점, 유라시아연구 제 7권 통권16호, 2010.3, pp.341-342

19) 권영결, 문화융성의 기초 문화기본권, 서울신문, 2013.03.08

합적인 대중적 전파를 통해 모두를 위한 디자인이라는 강력한 사회적 메시지를 담고 있는 것이다.

2.4. 유럽연합의 문화정책 전략과 방법의 이해

디자인문화 확산은 문화 확산의 연장선상에 있는 개념이기에 그 방법적 전략을 이해하기 위해서 가장 밀접한 관련이 있는 유럽연합(EU)의 시민통합을 위한 문화정책에 관한 사례를 통해 유형을 도출할 수 있다.

1950년대부터 시작된 유럽연합은 경제공동체라는 기본 속성으로 인해 다양한 정치·경제적 문제점들에 봉착하게 되었고 이러한 문제들을 해소하고자 1992년 시민의 문화교류 협력 프로그램이라는 조항을 탄생시켰다. 이는 유럽공동체에 문화라는 강력한 도구를 사용하여 정치·경제의 논리로 해결할 수 없었던 사회 저변에서부터의 지속가능한 통합을 의미하는 것이다.

본 연구에서는 유럽의 문화정책의 전략적 틀을 이해하기 위해 유럽 문화정책에 관한 선행 연구에서 추출한 ‘사회적 포용’, ‘문화 간 대화’, ‘글로벌라이제이션(Glocalization)’의 세 가지 아젠다를 인용하고자 하며 이에 대한 구체적인 설명은 다음과 같다.²⁰⁾

첫 번째 아젠다인 사회적 포용은 가난과 사회적 배제에 관한 문화적 해결책을 모색하고 있는데, 경제적 불평등보다 확장된 사회적 불평등을 지칭하기 위해 도입되었다. 이는 단순히 빈곤층이나 장애인과 같은 소외 그룹들 뿐만 아니라 여러 차원에서 사회 구조와 이탈된 상태에 있는 사람들까지 포함한다.

이러한 문제점을 해결하기 위해서는 경제·사회적 조치

가 필수이지만, 문화적 조치가 복합적으로 병행되어야만 진정한 의미의 포용이 이루어질 수 있다는 것이다. 사회적 배제가 다차원의 복합적인 요소로 작용하는 것인 만큼 극복 또한 복합적이고 다차원적인 조치가 필요하다.²¹⁾ ‘사회적 포용’ 대표적 전략으로는 교육을 들 수 있는데 사회적 시스템으로 구현된 다양한 교육프로그램을 통해 사회적 배제나 주변화를 막고 개인의 성취감을 충족시킬 수 있으며 제도권 내에서 공교육뿐만 아니라 다양한 형편에 놓인 사람들에게 문화교육을 포함한 평생교육을 지원하고 있다.

두 번째로 문화 간 대화이다. 문화 간 대화에서는 지역의 문화적 차이를 존중하면서 포괄적인 소통을 전제로 문화의 다양성에 대한 이해와 수용으로 문화 간의 대화를 통해 문화의 창의성, 혁신, 번영을 위한 원천으로 역할을 하게 하는데 목적이 있다.

따라서 상호간의 진실한 대화 장려, 상호 문화 간의 소통 기술의 향상, 예술가들의 다른 지역에서 활동할 수 있는 환경조성 등을 구체적 과제로 삼고 있다. 또한 문화 2007, 2008프로그램을 통하여 시민들의 참여와 통합을 도모하고, 에라스무스 프로그램(Erasmus Program)을 통하여 교육 교류정책 장려하고 문화 간 소통의 기술을 증진시키는 방향을 제시하고 있다. 이를 통해 주변국은 물론 다양한 국가와의 교육과 학습 프로그램을 통해 상호 협력을 강화하고 있다. 이는 다층적 교류를 통해 상호발전을 꾀하고자 하는 의도로 볼 수 있다.

세 번째 아젠다인 글로벌라이제이션 프로그램은 다양성과 고유성을 띄고 있는 각 국 또는 지역의 다양한 문

<표 1> 디자인정책 유형화를 위한 유럽연합의 문화정책 전략의 이해

문화정책 구분	문화정책 분석 요소					전략유형
	목적	주체	범위	대상	방법	
사회적 포용 (Social Inclusion)	가난과 사회적 배제에 대한 해결 및 자의적 삶의 권리에 동참. 문화 소외 계층의 사회 참여 기회 확대.	유럽연합, EU집행위원회, 사회적포용위원회(1997), 그 외 각 유럽국가	기초 교육, 삶의 질 교육, 노동 창출	사회적 주변인, 소외계층, 빈곤층, 장애인, 실업자, 외국인 계층	평생학습프로그램, 집시 문화에 관한 프로그램, 사회적 협력자들 참여 공동체 행동 프로그램 운영	교육을 통한 사회적 참여, 나눔을 통한 사회적 참여
문화 간 대화 (Intercultural Dialogue)	문화적 다양성의 존중과 소통을 통한 발전 상호 협력체계를 통한 시민 참여 유도	유럽연합, EU집행위원회	문화분야, 시청각분야, 다언어주위분야, 청소년분야, 연구분야, 통합분야, 대외관계분야	문화·예술인, 창작자, 연구기관과 전시관, 공연기관, 문화단체	만화경사업, 아리안 사업, 라파엘 사업, 문화 2000, 문화2007프로그램, 문화 간 대화해 지정	공존을 위한 교류, 교류를 통한 다양한 계층 간의 문화적 참여, 교류와 나눔, 시민의 참여와 통합
글로벌라이제이션 (Glocalization)	문화적 정체성과 권리의 보호, 공존을 위한 방안모색 조화로운 공존을 위한 상호 교류	유럽연합주체, 문화관련 민간회사, 비영리 문화예술 협회, 개별 시민단체	문화행사, 각종 공연 및 전시, 시상식, 다양한 교육 협력, 상호 도시 교류를 통한 경험과 비전 공유	개인 및 단체, 청소년 및 문화 관련 종사자, 그 외 모든 사회 구성원	상호문화도시 프로젝트, 알테에고 프로그램, 블록주변의 문화프로그램	상호 교류를 통한 경험과 비전의 교류, 문화적 참여와 교류 참여와 나눔을 통한 협력 및 공존
종합	개인의 삶부터 국가 전체의 발전까지 통합된 사회 문화 구현	국가에서부터 시민까지 점차 확대됨	개인의 기초적인 삶의 교육부터 사회 문화 교육 전반에 이르기까지 폭넓은 범위	사회적 소외층, 개인, 단체, 전반적인 사회의 모든 구성원	자율적 방관이 아닌 프로그램을 통한 체계적 시스템 구축	교육, 교류, 나눔, 참여를 통한 사회적 기여

20) 홍종열, 유럽연합(EU)의 문화산업과 문화정책, 한국외국어대학교 출판부, 2012, pp.51~52의 내용을 인용함.

21) 오광수, 사회적 배제 개념을 활용한 문화예술정책의 새로운 방향성 모색, 한국문화예술위원회, 2008, p.19

화를 기반으로 문화적 다양성과 창조성을 증진시키는 방안이다. 전체성과 지역성이라는 상반된 개념을 동시에 추구하기 위해서는 문화적 정체성과 권리의 보호가 전제되어야 한다. 따라서 각각의 고유한 문화를 인정하며 동시에 서로 조화롭게 공존할 수 있는 방안을 모색해야 하며 이것이 글로컬라이제이션의 중요한 모토이다.²²⁾

이상의 유럽문화정책의 세 가지 아젠다에 따른 문화 확산 전략유형을 파악하고 디자인 정책의 변인 요소인 목적, 주체, 범위, 대상 그리고 방법 등의 5가지 세부 사항을 기준으로 분석하면 <표 1>과 같이 분석할 수 있다. 각 유형화 전략을 살펴보면 상호 비슷한 형태의 키워드들이 문화정책 전반에 걸쳐 영향을 미치는 것을 확인할 수 있는데, 이러한 문화정책의 전략을 종합적으로 크게 분류하여 나타내 보면, 교육, 교류, 참여, 나눔의 4가지로 유형화시킬 수 있으며 단일 전략으로서 또는 상호 연관된 전략을 통하여 문화 정책 전반에 걸쳐 다양한 방향으로 작용한다.

3. 유형화에 따른 해외 디자인 진흥 정책

3.1. 교육과 참여: 영국의 DOTT 07의 ‘지속가능한 개발’을 위한 디자인증진 교육 프로그램

영국의 디자인 혁신 프로젝트인 DOTT 07²³⁾은 영국의 디자인 카운슬(Design Council)이 일반 국민들에게 디자인 가치의 중요성을 널리 알리고 삶의 질 향상을 위해 디자인이 어떤 역할을 제공하는지 시민들의 직접 참여를 통한 ‘디자인 효과의 경험’에 초점을 맞춘 캠페인이다.

총 3개의 프로그램으로 구성되어 있으며 ①디자이너 및 시민들과의 파트너십 구축을 통해 일련의 공공 프로젝트와 관련된 디자인 프로세스 분야를 담당하는 공공디자인 분야와 ②디자이너들의 역량 제고 및 소비자들의 디자인 인지도 제고를 책임지는 교육프로그램분야, ③최고의 디자인을 각종 행사와 전시를 통해 해당 지역에 도입하는 디자인 쇼로 나눌 수 있다. 그 중 교육 분야와 관련된 부분을 살펴보면 다음과 같다.

교육의 경우 학교장과 대학생, 교사, 지역 커뮤니티가 디자인 개선과 관련된 공동 프로젝트에 참여한다. 가장 큰 목적은 디자인이 일상사를 어떻게 개선시킬 수 있는가에 대해 지역기관과 시민들이 함께 공동의 장을 마련하여 고민하며 개선해 나간다. 이런 과정 속에서 미래를 이끌어 나갈 젊은 학생들에게 디자인의 중요성을 일깨워

주며, 이에 따른 디자인과 관련된 새로운 툴과 테크닉을 효과적으로 습득하기 위한 프로그램이다. 즉 바람직한 문제의식과, 변화와 개선이 필요한 부분에 대한 규명 및 대처, 적절한 디자인개선 관련 제안을 어떻게 가질 것인가에 대한 개선안, 여러 전문가를 한데 모아 팀을 어떻게 구성하고 어떤 방식으로 연구 과제를 도모하는 과정 및 해당 프로젝트의 재원마련과 관련 프로젝트의 성공 여부를 어떻게 판단할 것인가에 대한 효과적인 리서치 툴과 디자인 테크닉을 습득하도록 도움을 주는 데 주력한다. 그중 ‘ECO Design Challenge’는 담당교사들을 워크숍에 초빙해 디자인을 통한 지속가능한 환경이란 주제하에 ‘생태학적 발자국’과 ‘탄소 발자국’(carbon footprint: 일상생활을 통해 환경에 어느 정도의 폐해를 미치는지 측정하는 방식)과 관련된 주요 사례들을 논의하고 학생들이 스스로 문제해결을 위해 무엇을 할 수 있을지 여러 방안을 모색한 뒤 디자인 측면의 다양한 제안서를 도출한다. 그 후 담당 교사 및 학생들은 유명디자이너와 협조하에 보다 개선된 아젠다를 수립하고 이를 해당 학교나 지역 사회에서 직접 실행에 옮기며 이후 그 결과를 측정한다. 결국 교육을 통한 사회적 문제 및 환경 개선에 대한 대응책을 학생스스로 디자인의 과정을 통해 모색하고 해결책에 대한 참여를 통하여 실천한다.

3.2. 참여와 교류: 독일의 ‘모두를 위한 문화’(Kultur fuer alle)

독일의 ‘모두를 위한 문화’²⁴⁾는 정부의 일방적인 제도 변화가 아닌 시민단체에 의해 2008년도에 나온 안건으로 시민재단이 주가 되고 정부는 이 프로젝트를 공동으로 수행하는 지원자 역할을 한다. 2010년 1월부터 시행된 독일 연방 공화국 바덴-뷔르템베르크 주 수도인 슈투트가르트 정부와 시민단체로부터 공동 운영되고 있는 ‘모두를 위한 문화’는 문화를 통한 사회통합을 목적으로 시작한 프로젝트이다. 이 프로젝트의 특징은 문화와 사회복지관 전문가들로 구성된 시민재단을 주축으로 활동하며 시장 및 140여 명의 재단 후원가들의 지원으로 예술, 문화, 청소년, 복지, 학문, 교육, 연구, 건강, 스포츠, 자연, 환경을 지원하는 것이 목적이다. 주변지역의 공동체 마인드와 사회책임감을 강화하기 위한 시민에 의한 시민을 위한 재단이다. 문화생활을 누리기 힘든 사회적 계층에게 문화 참여의 기회와 권리를 제공하며, 문화를 모든 시민들이 한자리에 공유할 수 있도록 지원한다. 시민들의 자발적인 참여를 통하여 문화가 더 이상 특권층이 누리는 향유가 아닌 일반 시민들에게 대중적 교류의 장을 마련하고 지원한다는 것이 가장 큰 목표이며 이를

22) 홍종열, 유럽연합(EU)의 문화산업과 문화정책, 한국외국어대학교 출판부, 2012, pp.53~61과 홍종열, EU의 문화정책 아젠다 속에 나타난 글로컬라이제이션, 한국외국어대, 2011의 논문을 참고로 인용함.

23) 한국디자인진흥원 정책개발팀, 디자인을 통한 사회문제해결 DOTT07 번역본, 해외디자인정책자료, 2010.와 <http://www.designcouncil.org.uk/our-work/challenges/Communities/Dott-07/> 자료를 인용하여 재구성함.

24) 한국 문화관광연구원, 2010동향분석(10호), 해외동향분석_문화정책과 사회통합 외, 2010, 자료를 인용함.

통해 문화 복지 개념을 실천하고 있다.

3.3. 교류와 나눔: 영국의 'RED' 프로그램²⁵⁾

디자인 혁신을 통한 공공서비스와 시스템 개혁을 통해 미래형 공공서비스 창출을 목표로 디자인적 사고에 입각하여 사회·경제적 문제들을 해결한다. 영국 디자인 카운슬의 주도하에 해당 지역의 유관 기관 또는 지역 카운티 위원회와 기타 협력기관의 네트워크 등 커뮤니티 차원에서 협력한다. 주로 프로젝트나 세미나를 통하여 사용자에게 편의를 제공하기 위한 방법을 찾아내고 새로운 형태의 서비스를 디자인하여 일상에 적합한 동기를 부여하고자 한다. 주요 특징은 시스템에 대한 접근이 아닌 개인에 대한 접근을 하고 사용자의 니즈를 이해하기 위해 디자인 리서치 테크닉을 사용, 콘셉트 및 프로토타입 개발을 위하여 디자인 방법을 사용한다. 디자인 혁신 프로세스 중심에 서비스 사용자들을 직접 참여 시켜 프로토타입의 제작과 피드백 확보, 아이디어의 구체화 과정을 보다 빠르고 실용적으로 수립한다. 총 6개의 프로그램으로 구성되고 신속한 프로토타이핑 시스템을 통한 아이디어의 구체화에 따른 리스크를 최소화 하는 것이 핵심이다. 그 중 건강에 관한 프로그램인 'Open Health'에서는 환자와 치료자가 협동하여 아이디어와 브레인스토밍, 콘셉트와 토론, 개발과정에서 테스트와 개선안을 제안하는 등 상호 교류에 의한 개선안을 통하여 전반적인 서비스 개선안을 제안한다. 또한 행동과 실천에 중점을 둔 'Do Tank' 캠페인을 통해 사회·경제적 문제에 대한 새로운 사고 패러다임과 실천 방법을 모색하였다.

3.4. 나눔과 참여: 도쿄 문화발신 프로젝트의 '아트 포인트 계획'

이 프로젝트²⁶⁾는 '아트로 사람, 마을, 활동을 연결 한다.'는 취지로 도쿄도와 도쿄 역사 문화재단이 예술문화 단체와 아트 NGO 등과 협력하여 실시하는 프로젝트의 일환으로 도쿄 각지에 문화 창조 거점을 형성하고 어린이, 청소년들에게 창조체험 기회 및 일반 시민들에게 문화 창조에 주체적으로 관여할 수 있는 환경을 제공해 나간다. 무수한 아트 포인트가 모여 커다란 문화 파워를 창조하며 사람·거리·활동을 예술로 연결함으로써 도쿄의 다양한 매력을 창조·발신하는 것을 목표로 아티스트들과 시민들과의 협동으로 이루어진다. 아티스트들의 예술적 재능을 나눔으로써 시민들의 참여를 유도하고 이를

통해 거리에 있는 다양한 지역자원과 엮어가는 아트프로그램과 교육 및 방재, 산업, 환경, 복지 등 다양한 분야와 협동하는 아트 프로그램을 전개함으로써 시민들에게 새로운 발견과 창조의 계기를 마련해 준다. 이 프로젝트의 가장 큰 특징은 아트 포인트가 일상생활의 장소로서 연결되어 있다는 것이다. 따라서 평소 문화예술에 관심을 갖지 않는 일반 시민들에게 자연스럽게 행사에 참여할 수 있는 계기를 만들어주고 예술가들의 재능을 시민들과 함께 나눔으로서 예술에 대한 시민들의 적극적인 참여를 유도한다.

4. 국내 디자인문화 확산정책의 유형분석

4.1. 국내 디자인 진흥정책의 배경

국내의 디자인정책은 산업경제가 급속도로 발전하면서 취약한 부분으로 지적되었던 디자인과 포장부분에 대한 정부의 관심 및 투자를 위해 한국디자인포장센터의 설립과 함께 시작되었다.²⁷⁾ 1977년 산업디자인포장진흥법이 1997년 산업디자인진흥법으로 개정되었으나 아직도 산업 활성화 수단으로서 디자인에 대한 시각은 여전했다. 2000년도에 들어와서야 한국디자인진흥원으로 명칭을 바뀌었고, 산업디자인의 영역이 공공과 문화의 영역으로 확장되고 있으나 산업디자인진흥법이라는 명칭은 아직까지 이어져 오고 있는 실정이다.

각 시대별 디자인정책의 특징은 1960년대부터 근래에 이르기까지 국가 산업정책의 일환으로 시대별 산업 특징에 맞는 디자인 정책이 주관을 이루었으며, 1990년대 디자인이 산업의 중요한 요소로 등장함으로써 그동안 지도와 개발에 치중해왔던 정부의 정책도 진흥업무로 개선되어²⁸⁾ 실질적인 디자인 문화 정책이 활성화된 시기라고 할 수 있다. 1993년부터는 디자인정책의 구체적인 집행을 위한 디자인진흥종합5개년 계획이 시작되었으며 이를 시작으로 2012년까지 총 4차에 걸친 디자인 진흥종합계획이 발표되었다.

디자인문화 확산에 대한 분석의 대상은 디자인이 산업에 중요한 요소로 대두되어 디자인에 대한 정부의 관심이 고조되기 시작한 1993년대부터 2012년까지 시행된 디자인진흥정책의 프로그램들로 한정하였고, 앞의 이론고찰에서 분류한 교육, 교류, 나눔, 참여의 4가지 전략과 방법, 목적, 주제, 범위, 대상 등 5가지 변인들의 관계 속에서 각 시기별 특성을 이해하고자 한다.

4.2. 국내 디자인진흥정책에서 디자인문화 확산정책의 특성

27) 이일규·김태완, 디자인 정책, 세계디자인경영연구원, 2009, p.145

28) 전게서, p.147

25) <http://www.designcouncil.info/mt/RED/> 와 한국디자인진흥원 정책 개발팀, 2010년 혁신국가 디자인하기(<http://goo.gl/kgGG9>)의 자료를 토대로 재구성함.

26) http://www.metro.tokyo.jp/KOREAN/PROFILE/policy10_3.htm 와 한국 문화관광연구원, 2010동향분석(10호), 해외동향분석_문화정책과 사회통합 외, 2010, 자료와 <http://www.bh-project.jp/kr/about/tabid/246/Default.aspx> 를 인용하여 재구성함.

(1) 제1차 디자인진흥종합계획(1993~1997)²⁹⁾

1993년은 국민들에게 디자인에 대한 새로운 인식을 심어주는 전환점이 된 출발점이기도 하다. 이 시기 제안된 정책들과 시행된 프로그램들을 살펴보면 디자인 의식에 대한 변화를 주 목적으로 일반인들에게 디자인의 중요성을 환기시키고 이를 전달하는 것에 비중을 두고 있다. 1990년대 이전의 수출위주의 생산시대에서 1990년대 디자인이 산업의 중요한 요소로 등장함에 따라 정부와 한국디자인진흥원 주체로 디자인에 대한 의식을 고취하고자 ‘디자인 주간’, ‘디자인의 날’ 등의 범국민 디자인 의식 향상을 위한 행사를 진행하였고, 각종 문화 행사 및 전시회, 세미나 등을 개최하여 국민에게 디자인에 대한 인식을 심어주는 기회로 삼았다. 또한 초·중·고생을 대상으로 산업디자인 전람회를 개최하여 디자인에 대한 인식을 확대시켰다.

(2) 제2차 디자인진흥종합계획(1998~2002)³⁰⁾

1차 디자인진흥종합계획에 이어 보다 적극적인 디자인에 대한 국민의 인식변화를 위해 정부와 한국디자인진흥원 그리고 지방자치단체까지 협력하여 디자인에 대한 인식을 각 지역마다 확산시키고자 하였다. 이는 전체와 지역의 조화를 추구한 디자인문화의 균등한 발전을 위한 목적도 있으나 지역 간 교류 및 협력을 증진시켜 디자인문화로부터 소외된 계층이 없도록 저변확산의 노력 또한 담겨있다. 디자인에 대한 가치를 인정하고 기업은 물론 일반 국민들에게도 일상생활 속에서 디자인의 가치를 확산시키고 체험하기 위하여 우수디자인제품(Good Design) 제도를 시행하기도 하였다. 또한 2001년을 디자인의 해로 선포하여 각종 세계대회를 유치하는 등 국내디자인문화의 국제적 교류와 국내디자인의 세계화 기틀을 마련하였다.

(3) 제3차 디자인진흥종합계획(2003~2007)³¹⁾

디자인이 국가정책으로 대두되면서 문화 확산의 주체가 민간단체에까지 확대되는 계기가 형성되기 시작하는 시기라 하겠다. 특히 디자인문화의 확산 전략에 있어서 2차 디자인진흥종합계획과 가장 차이점은 시민들이 디자인을 직접 체험하고 교육 프로그램의 대상이 어린이에게까지 확대된 것이다. 그 예로 2004년에 개관한 디자인 체험관은 2008년까지 약 6만 여명이 관람하고 체험하는 등 디자인 문화 확산에 기여하였으며, 그 가운데 각종 어린이 대상의 교육 프로그램들을 개발하고 교육함으로써 디자인 조기 교육의 필요성을 인지하고 대상을 확대하는 등 디자인 문화 확산에 대한 계기를 마련하였다. 또한 2차에 비해 보다 구체적으로 지역별 특성화 사업과

특화 디자인 육성 등의 프로그램들이 등장하면서 문화적 정체성과 국제화 속에서 지역화를 추구할 수 있는 방안에 대한 모색이 시작되는 계기가 되었다.

(4) 제4차 디자인진흥종합계획(2008~2012)³²⁾

이 시기의 가장 큰 특징은 디자인의 개념이 사회 시스템과 본격적으로 결합되어 네트워크화 되기 시작한다는 점이다. 다양한 사회 문제의 해결 방안으로서 디자인의 공공성에 대한 연구가 시작되고 공공성과 복지로서 디자인문화는 이제 본격적으로 보편화된 디자인문화로 인식될 수 있는 기회를 마련하기 시작하였다는데 그 의미가 있다. 특히 앞서 1차에서부터 3차 디자인진흥종합계획에 이르기까지 시민의 문화의식 확산과 교육 및 문화 교류에 중점을 두고 있었다면, 4차에 이르러서는 사회적 문제 해결에 대한 고민과 공동체로서 의식이 확산되는 것을 볼 수 있다. 또한 주체의 범위가 확대되어 다양한 분야의 주체들이 상호 유기적인 관계 속에서 정책을 이끌어 가는 점도 주목할 부분이다.

이상과 같이 1차에서 4차에 이르는 디자인진흥종합계획을 문화 확산과 관계된 프로그램들로 추출하여 분석한 결과 <표 2>와 같이 디자인문화 확산의 전략과 특성을 나타낼 수 있다.

5. 결론

본 연구에서는 문화중심의 시대를 맞이하여 문화 확산을 위한 국내 디자인정책을 이해하기 위해 문화정책, 디자인정책에 대한 문헌고찰을 시행하여, 그 구체적인 방법 도출을 위해 유럽연합의 문화정책을 통하여 살펴보고 그 결론은 다음과 같다.

첫째, 일반적으로 문화정책에는 교육, 교류, 참여, 나눔의 전략들이 동원될 수 있으며 목적, 주체, 대상, 범위, 방법 등의 다양한 변인들과 연계되어 시행되고 있다. 국내 디자인 정책의 경우 1993년부터 2012년까지 4차에 걸쳐 시행된 디자인진흥종합계획 속에서 문화 확산에 관련된 프로그램을 분석해본 결과 각 시기별로 목적과 전략적 방법 그리고 특성의 차이가 나타나고 있다. 이는 정책이라는 특성상 각 시기의 주요 사회현황과 연결되어 있기 때문으로 추측되는데 이러한 통시적 정책변화의 연구는 디자인의 사회사적 측면을 이해하는데 도움이 됨을 알 수 있다.

둘째, 목적적 측면을 살펴보면 1차 디자인진흥종합계획에서는 디자인에 대한 개념과 시민의식 변화를 위한 환기적 프로그램들이 제안 또는 시행되었음을 알 수 있고 2차 디자인진흥종합계획에서는 디자인의 지역적 균형 발전을 위해 지방 단체와의 교류가 시작되었다. 3차 디

29) 상공부, 제1차 산업디자인진흥종합계획, 상공부, 1993의 내용을 정리함.

30) 산업자원부, 제2차 산업디자인진흥종합계획, 산업자원부, 1998의 내용을 정리함.

31) 산업자원부, 제3차 산업디자인진흥종합계획, 산업자원부, 2003의 내용을 정리함.

32) 지식경제부, 제4차 산업디자인진흥종합계획, 지식경제부, 2008의 내용을 정리함.

<표 2> 국내 디자인문화 확산을 위한 정책

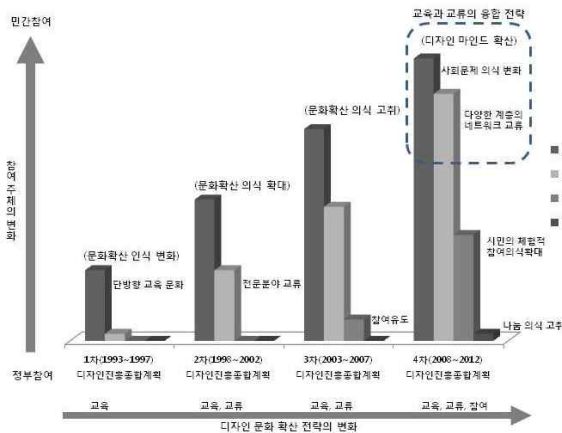
구분	디자인 문화 확산을 위한 유형화					
	전략	방법	목적	주체	범위	대상
제1차 디자인진흥종합계획 (1993~1997)	교육	·디자인 주간 ·디자이너의 날 ·코리아디자인센터 건립 ·제값 받는 디자인 운동 추진 ·전시회 및 특별 강연 ·초·중·고 산업디자인 전람회	·디자인에 대한 인식 변화 ·일반인들의 디자인에 대한 관심 유도 ·초중고생들의 산업디자인 관심 유도	정부 한국디자인진흥원(KIDP)	·문화행사 ·각종 전시 ·세미나 ·공모전(초중고)	·기업경영인 ·일반시민 ·초중고생
제2차 디자인진흥종합계획 (1998~2002)	교육	·산업디자인 정보화 프로젝트 추진 ·디자인의 날 기념 제정 ·디자인의 해 선포 ·우수디자인제품 (Good Design) 제품선정 ·포탈사이트 design db.com 구축	·디자인에 대한 범국민적 인식 제고 ·디자인 인프라 구축	정부 한국디자인진흥원(KIDP)	·진흥대회	·관련단체 ·업계 ·학생
	교류	·2001년 디자인의해 선포 ·지역디자인센터(RDC) 건립 ·세계그래픽 디자인대회 및 세계디자인총회 유치 및 전시회, 세미나 및 문화행사 관련 프로그램 개발	·범국민적 행사 유도, 디자인 저변 확대	한국디자인진흥원(KIDP) 조직위원회구성 (관련단체, 업계, 학계, 정부)	·국제행사	·관련단체 ·시민
제3차 디자인진흥종합계획 (2003~2007)	교육	·디자인개발체험과 구축 ·디자인 조기교육 프로그램 개발 ·청소년 디자인 캠프체험 및 초·중·고생을 위한 세계디자인체험 기획	·디자인에 대한 시민의식 고취 ·디자인의 인식 제고 및 확대 ·디자인 조기 교육	정부 한국디자인진흥원(KIDP) 지방자치단체 디자인관련단체 민간(학계)	·조기교육 ·다양한 교육프로그램지원 ·산학협력 ·국제행사 ·국제 디자인교류	·초중고생 ·시민 ·관련종사자 ·기업
	교류	·지역별 디자인특성화 사업전개 ·디자인 인프라를 연계한 Hub & Spoke 체제 구축 ·한국고유 특화디자인 육성 ·디자인교류협력위원회 구성 ·동북아 디자인포럼 창설 및 역할 수행	·디자인이 정책의 국가 정책의 일환으로 대두됨 ·디자인의 세계화 추진 및 교류 강화	국가 주도디자인 정책에서 민간으로 확대	·기술교류 ·민간 디자인 교류 협력	·관련종사자 ·기업 ·학계
제4차 디자인진흥종합계획 (2008~2012)	교육	·도시 인프라구축을 위한 공공디자인 계획 ·범죄예방 공공디자인사업연구 ·디자인 정보기반 구축 ·디자인 마인드 확산 교육 ·일반시민 대상의 디자인체험 교육추진 ·디자인 조기교육 프로그램개발 ·디자인저변확대 및 지식 확산 교육 프로그램	·디자인을 통한 사회문제 해결 ·디자인 마인드 확산 ·국민을 위한 체험형 디자인 ·교육을 통한 시민의식 성숙 ·지속가능한 복지국가 성립	정부 한국디자인진흥원(KIDP) 지역디자인센터(RDC) 디자인혁신센터(DIC) 지방자치단체 관련단체 및 전문가, 민간(학계)	·디자인 대중화 교육 ·연구 및 참여기회 확대 ·문화교류 ·지식교류 ·지역특화 디자인 ·공공디자인	·지역전문가 ·시민 ·기업 및 공무원 ·초중고생
	교류	·디자인클러스터 활성화 라인구축 ·해외홍보사이트 (global.designDB.com)개설 ·언론과 연계하여 홍보활동 개발 및 추진	·디자인의 구체화 ·디자인 수출 및 협력 수단으로 활용	정부 한국디자인진흥원(KIDP)	·지식교류 및 참여기회 확대	·시민 ·학계 ·기업 및 관련 종사자
	참여	·시민체험 아카데미 프로그램 개발 보급 ·시민참여 우수디자인제품 (Good Design) 체험과정 운영 ·길거리 디자인 체험행사	·체험을 통한 디자인 참여 기회 확대	정부 지방자치단체 공공기관	·체험을 통한 디자인 참여	·시민

자인진흥종합계획 시기에는 이러한 지역화가 더욱 확대되어 지역주민들이 체험할 수 있는 디자인문화 확산을 위한 사업들이 시행되었음을 알 수 있다. 사회적 네트워크 속으로 디자인문화가 스며들 수 있는 방법들을 모색하는 시기가 4차 디자인진흥종합계획의 특성 가운데 하나인데, 예를 들어 모든 이들이 디자인 교육을 받을 수 있도록 정규교육 과정에 디자인 교육의 도입을 제안하거나 공공성과 디자인의 중요성을 일반인들에게 환기시키기 위한 범죄예방을 위한 디자인사업연구 등이 있다.

셋째, 전략적 측면으로는 초기 디자인 개념이 확산되기 이전에는 교육적 측면이 강조되고 있으나 2차 디자인진흥종합계획 시기에는 국내 다른 지역과의 교류의 개념이, 3차 디자인진흥종합계획에서는 국내외 디자인 교류의 전략들이 채택되고 있으며 가장 최근에 들어서는 참여를 통한 적극적 체험의 전략이 등장하기 시작하여 보다 적극적이고 상호소통적인 디자인문화 확산 정책을 펴하고 있다.

넷째, 전략적 측면과 더불어 내용적인 측면에서의 디자인문화 확산을 위한 유형별 특징은 국내에서는 아직 미시적인 접근으로 인하여 국내 사례 보다는 해외 디자인 정책의 유형별 특징을 통하여 유형화 전략의 특징을 분석해 볼 수 있다. 교육적 측면에서는 영국의 DOTT 07의 '지속가능한 개발'을 위한 디자인증진 교육프로그램과 같이 단방향의 일방적인 주입식 교육이 아닌 사회구성원 전반에 걸친 양방향의 상호 교류적 차원의 교육을 통하여 스스로 문제해결을 위한 대안을 마련하고 사회전반에 걸친 디자인의 가치에 대한 인식의 재고를 목적으로 변화하고 있다. 특히 상호 지속적인 교육과 교류의 확대를 통해 사회문제 해결방안으로서 교육의 범위가 확대되고 있다. 교류적 측면에서는 영국의 'RED' 프로그램과 같이 기존의 산업 및 전문분야의 교류에서 벗어나 새로운 협력 차원의 일반 시민과 비전문가를 포함한 사회 구성원들의 네트워크를 통하여 사회 전반에 걸쳐 문

제점 해결 논의와 서비스 네트워크를 통한 삶의 질 향상을 위한 방법으로 교류의 차원이 포괄적인 범위로서 확대 되었다. 참여의 전략으로는 도쿄의 문화발신 프로젝트 '아트 포인트 계획' 에서 볼 수 있듯이 국가적 차원의 일방적 주도적 계획에서 벗어나 포괄적인 범위로서 주체가 확대되고 다양한 주체와 대상, 그리고 시민들이 지속적으로 참여할 수 있는 기회를 제공한다. 따라서 시민 스스로가 문화의 주체로서 활동하고 참여하여 문화 확산을 위한 매개체로서 문화 창조에 주체적으로 관여할 수 있는 환경을 구성해 나간다. 나눈의 측면으로는 독일의 '모두를 위한 문화' 에서 볼 수 있듯이 후원자들의 지원으로 문화생활을 누리기 힘든 사회적 계층에게 참여의 기회를 제공하며 모든 시민들이 누릴 수 있다양한 분야를 지원하여 시민들에게 대중적인 교류의 장을 마련하고 있다.



<그림 2> 디자인문화 확산을 위한 디자인 진흥정책 유형 변화

이상의 네 가지 결론을 바탕으로 디자인문화 확산을 위한 디자인 진흥정책의 변화를 살펴본 결과 <그림 2> 와 같이 디자인 문화 확산을 위한 전략적 측면은 점차 다양화되고 정부에서 민간으로 참여의 기회가 확대되어 가는 것을 볼 수 있다. 다만 내용적인 측면에서는 해외 사례에 비해 다소 부족한 면이 있지만 최근 지속적인 교육을 통하여 교류와 참여의 확대가 점차 나아질 것으로 예상된다. 또한 국내의 디자인 정책은 아직까지도 관 주도의 교육적 성격이 강하게 나타나고 있으나 점차 서서히 민간 즉 전문가단체나 시민단체 등이 주도하는 참여와 교류 전략들이 조금씩 나타나 디자인문화의 지속가능한 발전에 대한 가능성이 보인다는 것은 매우 바람직한 현상이라고 보겠다. 물론 본 연구에서는 지식경제부(현, 산업통상자원부) 산하에서 산업부흥을 위해 발족된 한국디자인진흥원의 태생적 속성으로 인해 국내 디자인문화 관련된 정책들에 대한 부분적 고찰밖에 볼 수 없다는 한계가 있다. 그러나 이러한 고찰이 앞으로 산업으로서의 디자인을 넘어서 진정한 문화현상으로서 국내디자인이

발전하는데 조금이나마 도움이 되기를 기대해 본다.

참고문헌

1. 김복수 외 5명, '문화의 세기' 한국의 문화정책, 보고서, 2003
2. 노화준, 정책학원론, 박영사, 2007
3. 오광수, 사회적 배제 개념을 활용한 문화예술정책의 새로운 방향성 모색, 한국문화예술위원회, 2008
4. 이일규 · 김태완, 디자인 정책, 세계디자인경영연구원, 2009
5. 정경원, 사례로 본 디자인과 브랜드 그리고 경쟁력, 웅진북스, 2004
6. 홍종열, 유럽연합(EU)의 문화산업과 문화정책, 한국의국어대학교 출판부, 2012
7. Guy Julier, 디자인문화, 박주영 역, (주)디자인네트, 2008
8. 홍종열, EU의 문화정책 아젠다 속에 나타난 글로컬라이제이션, 한국의국어대학교 박사논문, 2011
9. 김중균 · 장호익, 선진국 디자인 진흥체제의 유형과 한국의 발전 방향연구, 디자인학연구 한국학술대회발표집, 2009
10. 김여수, 문화정책의 이념과 방향, 문화예술논총 제1집, 한국문화예술진흥원 문화발전연구소, 1988
11. 이윤경 외 3명, 문화적 관점에서 본 디자인 산업 지원 정책 개발, 한국문화관광정책연구원, 2006
12. 정선기, 지역문화정책의 방향과 과제, 대전발전포럼, 2004, 12호
13. 황혜진, 국가주도형 프랑스 문화정책과 시사점, 유라시아연구 제7권 통권16호, 2010
14. 한국문화관광연구원, 2010동향분석(10호), 해외동향분석_문화 정책과 사회통합 외, 2010
15. 권영걸, 문화융성의 기초 문화기본권, 서울신문, 2013.03.08
16. 상공부, 제1차 산업디자인진흥종합계획, 상공부, 1993
17. 산업자원부, 제2차 산업디자인진흥종합계획, 산업자원부, 1998
18. 산업자원부, 제3차 산업디자인진흥종합계획, 산업자원부, 2003
19. 지식경제부, 제4차 산업디자인진흥종합계획, 지식경제부, 2008
20. 한국디자인진흥원 정책개발팀, 디자인을 통한 사회문제 해결, Dott07 번역본, 해외디자인정책자료, 2010
21. 한국디자인진흥원 정책개발팀, 혁신국가 디자인하기, 2010 ([http:// goo.gl/kgGG9](http://goo.gl/kgGG9))
22. Davide Report 2011
23. <http://www.designcouncil.org.uk/our-work/challenges/Communities/ Dott-07/>
24. <http://www.designcouncil.info/mt/RED/>
25. http://www.metro.tokyo.jp/KOREAN/PROFILE/policy10_3.htm
26. <http://www.bh-project.jp/kr/about/tabid/246/Default.aspx>

[논문접수 : 2013. 03. 31]
 [1차 심사 : 2013. 04. 22]
 [게재확정 : 2013. 06. 07]