

문화의 시대
디자인 정책의 새 패러다임

-디자인코리아 2020-

2008. 8

문화체육관광부·한국문화관광연구원

연구진



■ 연구책임자

이윤경(한국문화관광연구원 책임연구원)

■ 자문위원

김상규 (한국디자인문화재단 사무국장)

강성중 (건국대학교 디자인학부 교수)

맹형규 (경기도 공공디자인 총괄 본부장)

박인석 (한국예술종합학교 미술원 디자인과 교수)

송해룡 (성균관대학교 신문방송학과 교수)

오창섭 (건국대학교 디자인학부 교수)

이경석 (한경대학교 디자인학부 교수)

이경현 (성균관대학교 디자인대학원장)

이어령 (중앙일보 고문)

정강화 (건국대학교 디자인학부 교수)

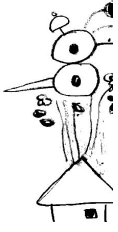
정국현 (삼성전자 부사장)

정영웅 (이웅 대표이사)

채민규 (명지대학교 디자인학부 교수)

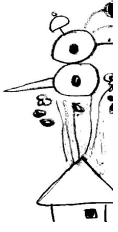
■ 참여연구원

김효정 (한국문화관광연구원 위촉연구원)



목차

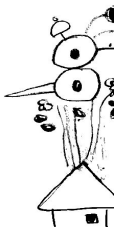
제1부 디자인에 대한 새로운 시선	1
1. 디자인 개념의 변천	2
2. 디자인 개념의 특성	4
3. 기존 디자인 개념의 정의 및 진단	6
4. 디자인 새로운 정의와 분류체계	12
4.1 필요성	12
4.2 디자인의 정의	12
4.3 디자인의 분류체계	15
제2부 대한민국 디자인 현황과 과제	19
1. 한국 디자인 산업 현황 진단	20
2. 한국 디자인 정책 현황 진단	21
3. 한국디자인을 둘러싼 환경변화와 당면과제	25
3.1 패러다임의 변화와 당면과제	25
3.2 글로벌 환경의 변화와 당면과제	26
3.3 기술환경의 변화와 당면과제	27
3.4 산업환경의 변화와 당면과제	28
제3부 질적도약을 위한 정책비전 설정	31
1. 대한민국 디자인 SWOT 분석	32
2. 디자인 정책 패러다임의 전환	33
2.1 디자인정책 기조의 전환	33
2.2 디자인정책 대상 및 방법의 전환	34
2.3 디자인정책 범위의 전환	35
2.4 디자인정책 체계의 전환	36
3. 패러다임 전환을 통한 대한민국 디자인의 미래상	37
4. 대한민국 디자인이 새로운 비전	39
제4부 비전전개를 위한 주요정책과제	41
부록 주요국가의 디자인정책 방향	80



제 1 부

디자인에 대한 새로운 시선





1. 디자인 개념의 변천

□ 미술활동을 위한 발상으로 출발한 디자인, 문화디자인으로 발전

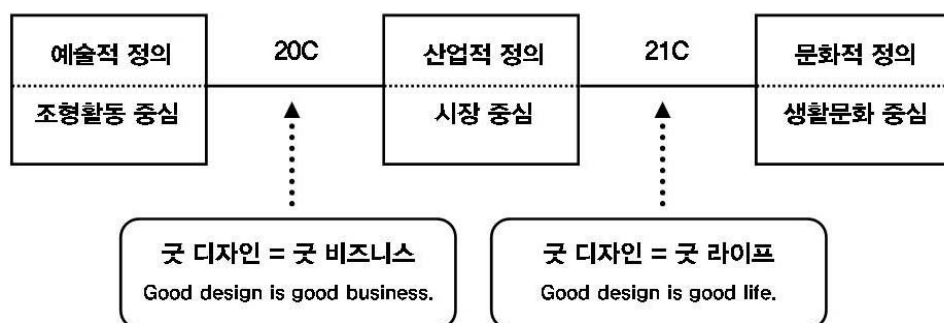
≫ 디자인은 시대적 환경과 요구에 따라 그 개념과 역할을 달리해 왔음

※ 디자인의 포괄적인 역사에는 디자이너와 디자인된 상품들만이 아니라 디자인개념의 진화도 포함시켜야 한다.(존 에이 워커)

시대	디자인개념	내용
산업혁명 이전	미술가 활동의 일부 디자인예술품	조각이나 회화의 pre-production 단계에서 발상과 그 개념을 구체화 하는 일
1830 장식미술	미술+제조업 미술+공예 디자인=장식	제품의 표면 장식(장식문법) 산업초기에 디자인은 곧 장식이라는 인식과 함께 디자인을 진흥시킨다는 것은 제품장식을 위한 패턴을 법적으로 보호하는 일이었음: 디자인보호법(영국, 1839년) 대중예술(예술은 노동의 표현)William Morris
1920 산업미술	생산을 위한 조형 디자인=기능적형태	기계기술의 발달에 의해 대량생산이 용이해지자 독일에서는 Herman Muthesius가 독일공장연맹(DWB)을 통해 표준화(Standard)를 통한 대량생산을 주도 형태는 기능으로부터 유래한다.(기능주의) 기계생산에 적합한 조형연구(모더니즘의 시작)
1950 상업디자인	판매를 위한 디자인 디자인=판매	디자인은 판매로부터 유래, 전문디자인사무실 탄생 Raymond Loewy(유선형디자인/코카콜라병), 노먼 벨 게데스
1980 문화디자인	디자인을 통한 생활제안 디자인=문화	Sony(Workman), Apple(i-pod) 영상시각콘텐츠, 게임, 캐릭터 등에 디자인의 핵심적 역할 예술의 보편적 대중화 경향

[표1] 디자인 개념의 변천

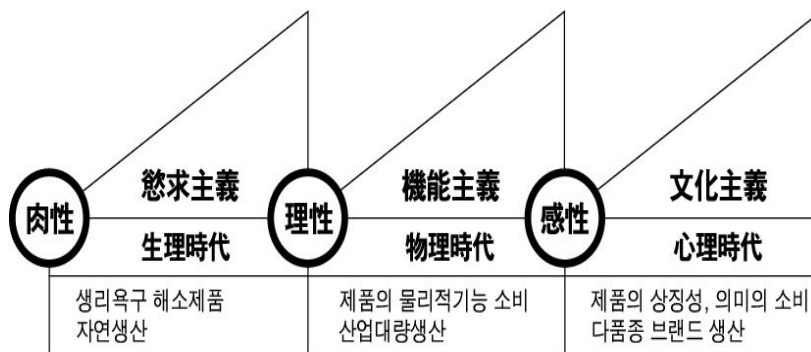
≫ 현대에는 예술적 정의, 산업적 정의를 넘어서 디자인의 문화적 정의 필요



□ 시대의 변화, 문화예술이 바탕이 된 창조적 디자인을 요구

» 시대가 변화함에 따라 문화예술이 바탕이 된 창조적 지식 분야로 핵심가치가 이동

- ※ 오늘날 세계는 미술과 건축에서부터 최첨단 패션과 일용품의 디자인에 이르기까지 전례 없이 강한 시각적 자극으로 뒤덮여 있다. 시각적 서사가 문학적 서사를 압도하는 세상, 즉 MTV의 시대이다. ...종락, 시각언어가 지배하는 세상에서 경쟁력은 기술 및 예술교육에서 나올 것이다. (John Naisbitt)
- ※ 지식을 기반으로 한 변화와 속도의 시대는 미래를 제한하고 예측하는 창의적인 사고의 중요성이 커짐에 따라 문화예술분야의 부각이 예견된다. (Alvin Toffler)
- ※ 생리시대(농업생산에 의한 키우기growing 기반)→ 물리시대(만들기making를 기반으로富力 창출)→심리시대(알기knowing와 생각하기thinking와 같은 창조적 지식을 기반으로富力 창출)

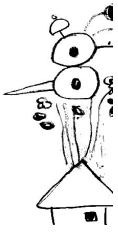


[그림1] 시대 변화와 생산소비 특징

» 의미와 상징을 파는 시대에 있어서 물질적 특성 속에서 직관적이며 심미적인 만족감을 창조하는 디자인은 문화적인 속성이 강조

- 디자인의 가치는 조형적 변용에서 창조적 아이디어 개발로 전환되어 제품의 기능이나 경제적 가치보다는 사용자의 정신적 감응에 초점을 맞춤
- ※ 디자인은 기업의 영혼이다. (Tom Peters)
- 디자인 산업은 제조, 서비스, 문화 등이 융합되고 이념과 문화, 제도와 시스템, 산업과 경제를 포괄하는 '지식기반 서비스 산업'
- 비즈니스 과정 전체를 총괄하는 지식서비스, 조형성과 심미성을 넘어선 새로운 비즈니스 모델, 신 창조산업의 중심





2. 디자인 개념의 특성

□ 복합적이고 포괄적인 특성을 가진 디자인의 개념

» 디자인 단어의 의미적 포괄성과 통합성이 디자인 개념에 반영되어야 함

- 디자인이 단편적 개별 분류에 의한 개념정의 보다는 하나의 관련적 체계 속에서 접근해야 함
- 디자인은 단편적 지식으로 할 수 없으며 다양한 학문, 기술분야 간의 통합적 접근이 필요
- 생산과 소비가 하나가 되고 산업과 문화가 만나는 상황 속에서 디자인은 창조와 혁신이라는 이름으로 그 중심에 서 있음
- 디자인이라는 단어의 의미 포괄성은 '창의적인 전 과정'의 '폭 넓은 적용성'에 있기 때문에 다음과 같은 개념을 반영해야 함

- ① 새로운 경험을 불러일으킬 수 있는 새로운 생각
- ② 생각을 효과적으로 실현할 수 있도록 하는 과정의 계획이나 설계
- ③ 계획되거나 설계되어진 것의 적절한 조형적 표현
- ④ 문제해결을 위한 통합적 전 과정

» 다양한 분야에 복합적으로 사용되고 융합되어지는 현상을 디자인 개념에 반영해야 함

- 기계설계나 시스템설계, 프로그램설계, 반도체설계, 회로설계 등 엔지니어들은 디자인을 '설계'라는 의미로 폭 넓게 사용하고 있음
- 건축이나 조경분야에서도 건축설계 Architecture Design, 조경설계 Landscape Design으로 사용
- 2000년대 이후에는 화훼나 미용 분야에서도 디자인이라는 단어를 화훼디자인, 헤어디자인, 네일 디자인 등과 같이 접미어로 사용
- 최근에는 공공조형물, 건물(특히 상업건물), 거리간판, 스트리트퍼니처 등의 공적 환경부분에 대하여 공공디자인이라는 말로 폭 넓게 지칭하고 있음
- '디자인'의 의미는 단순히 외형의 미적 측면을 지칭하는 의미부터 치밀하게 계획된 설계, 비즈니스를 위한 창조적 아이디어, 또는 개인 생활자의 생활양상을 다루는 부분부터 한 국가의 정체성을 다루는 문화에 이르기까지 매우 포괄적이고 복합적

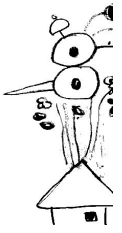
□ 기술의 발달에 따라 디자인은 새로운 영역으로 확산 중

- » 디자인이 역사적 상황에 따라 그 개념을 달리해 왔다는 것을 고려해야 함
 - 디자인은 가변적 열린 개념이며 사회변화에 따라 새로운 의미 규정이 필요하고 새로운 분야의 폭 넓은 수용이 가능해야함
 - 다른 분야와 마찬가지로 특히 컴퓨터와 인터넷 기술을 기반으로 한 디자인 영역의 확장은 새롭게 정의해야 할 중요한 부분임
- » 디지털 기술의 발전에 따라 확장 융합되어지는 디자인 분야를 반영해야 함
 - 컴퓨터 기술의 발달과 더불어 시각문화의 융성은 디자인과 컴퓨터기술의 연관성을 더욱 밀접하게 하여 웹디자인, 게임디자인, 인터페이스디자인 등의 IT 관련 새로운 디자인분야를 창출
 - IT 분야에서 또한 디자인이라는 명칭은 시각영상콘텐츠의 제작과 인터페이스분야에서 폭 넓게 사용하고 있음
- » 네트워크와 인터페이스를 중심으로 한 플랫폼의 변화로 인해 누구나 참여하고 생산하는 디자인 환경이 도래
 - 개방형 서비스 구조를 기반으로 사용자의 참여를 통해 핵심가치를 창출하는 WEB 2.0의 시대에는 사용자가 생성하는 여러 가지 콘텐츠가 조합되고 파생되어 파급되는 현상이 일반화 됨
 - 사용자가 효과적인 커뮤니케이션을 위해 전방위적인 디자인 행위를 수행하고, 디자이너는 이러한 창작활동을 위한 구조를 예견하고 만들어내는 역할을 담당

□ 관점에 따라 다양한 개념으로 정의되어질 수 있는 유연성

- 디자인은 그것이 갖는 자체적인 의미 뿐 아니라 관련된 분야와 비교 구별되는 의미도 있기 때문에 디자인의 정의는 관점에 따라 다양함
- 이는 디자인 자체가 복합성과 관계성을 가지고 있으며 모든 분야를 아우르는 통합적이고 혁신적이어야 하는 예술적인 창조적 사고이기 때문임
- 디자인의 정의에서 언급한 바와 같이 디자인은 그것이 갖는 자체적인 의미 뿐 아니라 디자인이라는 용어의 쓰임 상황에 따라 다양한 의미를 포함
- 이는 디자인분류가 디자인의 개별적 개념에서 출발하기 보다는 관련적 개념에서 출발하는 것이 타당하다는 것을 의미함
- 국부적인 디자인의 정의에서 바라보기 보다는 통합적 관점에서 하나의 체계로서 파악하는 것이 적합





3. 기존 디자인 개념의 정의 및 진단

3.1 한국의 디자인관련법의 디자인 정의

3.1.1 산업디자인 진흥법

□ 디자인 개념 정의

- » 수출포장의 효율화를 위하여 1977년 제정된 ‘디자인·포장진흥법’이 ‘산업디자인진흥법’으로 개정되어 디자인을 다음과 같이 정의하고, 디자인을 크게 제품디자인·포장디자인·환경디자인·시각 디자인 등 4가지로 분류

제2조 (정의) 이 법에서 "산업디자인"이라 함은 제품 등의 미적·기능적·경제적 가치를 최적화함으로써 생산자 및 소비자의 물질적·심리적 욕구를 충족시키기 위한 창작 및 개선행위를 말하고, 제품디자인·포장디자인·환경디자인·시각 디자인 등을 포함한다.

□ 디자인 개념의 문제점

- » 디자인 정의가 디자인 영역을 포괄하지 못함
 - ‘산업디자인’이라는 용어는 기계생산에 의한 산업제품이나 그것을 디자인 하는 것 또는 산업 디자인이라는 산업영역을 지칭하는 용어로 산업디자인진흥법이 정의하고 있는 4가지 영역 중 제품디자인을 제외한 다른 영역을 포괄하지 못함
- » 확산되고 있는 신 디자인 분야를 포함하지 못함
 - 변화하는 환경 가운데서 새롭게 생겨난 디자인분야를 전혀 포함하지 못하고 있기 때문에 산업전문인력의 활동과 생산은 있으나 산업분야는 없는 결과를 초래
 - ※ 2007년 9차 개정된 한국표준산업분류에서도 나타나는 오류로, 교육기관에서 디자인관련 전공을 학습하고 디자이너의 기본적인 직능을 수행하는 전문인력이 진출하여 활동하고 있는 디지털 콘텐츠 산업 분야를 전혀 수용하지 못하고 있음

3.1.2 디자인보호법

□ 디자인 개념 정의

- » 디자인보호법 제1조에서 나타난 바와 같이 디자인보호법의 목적은 ‘산업발전을 위해 창작을 장려’ 하는 것이라고 명시하여 디자인이 창작활동이라는 개념
- » 제2조에서 디자인은 ‘글자체를 포함한 물품의 형상·모양·색채 또는 이들을 결합한 것’ 으로 시각적 미감을 일으키게 하는 것으로 정의

제1조 (목적) 이 법은 디자인의 보호 및 이용을 도모함으로써 디자인의 창작을 장려하여 산업발전에 이바지함을 목적으로 한다. [개정 2004.12.31] [[시행일 2005.7.1]]

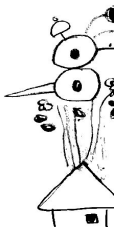
제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. [개정 95·12·29, 97·8·22, 2001.2.3, 2004.12.31] [[시행일 2005.7.1]]

1. "디자인"이라 함은 물품[물품의 부분(제12조를 제외한다) 및 글자체를 포함한다. 이하 같다]의 형상·모양·색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것을 말한다.

□ 디자인 개념의 문제점

- » 디자인의 창의적 직무를 반영하지 못함
 - 디자인은 디자인보호법 제2조에서 언급하고 있는 형상·모양·색채 이외에도 산업적 가치가 있는 새로운 방법이나 구조(단순한 형상이 아닌), 발상 그 자체도 직무로 수행하고 있음
 - 위와 같은 창의적 디자인 직무에 대해서는 현재의 디자인보호법이 포괄하지 못하는 것으로 보임





3.1.3 문화산업진흥기본법

□ 디자인 개념 정의

» 문화산업진흥 기본법 제2조는 직접적으로 디자인에 대하여 정의를 하고 있지 않으나 디자인 개념과 관련하여 참고해 볼 필요가 있음

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. [개정 2003.05.27, 2005.3.24, 2006.4.28, 2007.4.11 제8362호(「중소기업창업 지원법」), 2008.2.29 제8852호(정부조직법)]

1. "문화산업"이라 함은 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업으로서 다음 각목의 1에 해당하는 것을 포함한다.

가. 영화와 관련된 산업

나. 음반·비디오물·게임물과 관련된 산업

다. 출판·인쇄물·정기간행물과 관련된 산업

라. 방송영상물과 관련된 산업

마. 문화재와 관련된 산업

바. 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업

사. 디지털문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업

아. 그 밖에 전통의상·식품 등 전통문화 자원을 활용하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업

2. "문화상품"이라 함은 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성(이하 "문화적 요소"라 한다)이 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화(문화콘텐츠, 디지털문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠를 포함한다)와 서비스 및 이들의 복합체를 말한다.

3. "콘텐츠"라 함은 부호·문자·음성·음향 및 영상 등의 자료 또는 정보를 말한다.

3의2. "문화콘텐츠"라 함은 문화적 요소가 체화된 콘텐츠를 말한다.

4. "디지털콘텐츠"라 함은 부호·문자·음성·음향 및 영상 등의 자료 또는 정보로서 그 보존 및 이용에 효율을 높일 수 있도록 디지털 형태로 제작 또는 처리한 것을 말한다.

5. "디지털문화콘텐츠"라 함은 문화적 요소가 체화된 디지털콘텐츠를 말한다.

6. "멀티미디어콘텐츠"라 함은 부호·문자·음성·음향 및 영상 등과 관련된 미디어를 유기적으로 복합시켜 새로운 표현 및 저장기능을 갖게 한 콘텐츠를 말한다.

6의2. "공공문화콘텐츠"라 함은 「공공기관의 정보공개에 관한 법률」 제2조제3호의 규정에 따른 공공기관 및 「박물관 및 미술관 진흥법」 제3조의 규정에 따른 국립박물관·공립박물관·국립미술관·공립미술관 등에서 보유·제작 또는 관리하고 있는 문화콘텐츠를 말한다.

6의3. "에듀테인먼트"라 함은 문화콘텐츠를 유기적으로 복합시켜 기획 및 제작된 것으로 교육적으로 활용될 수 있는 것을 말한다.

□ 디자인 개념의 문제점

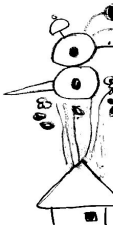
» 산업디자인 진흥법을 의식한 상대적 분류체계로 실제 문화산업영역 디자인 분야를 포괄하지 못함

- 문화산업의 영역에 하위개념으로 ‘디자인’을 포함시키고 있는데, 문화산업진흥법 제2조 1항 비에 ‘만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공연·미술품·공예품’이라고 열거한 항목에 같은 분류 수준으로 ‘디자인’이 언급될 수 있는 것인가?, 또한 디자인에서 ‘산업디자인’만 제외할 수 있는 것인가?
- ‘산업디자인은 제외한다’는 문구는 정상적인 디자인 정의에 근거하여 한 분류라기보다 ‘산업디자인진흥법’을 의식한 상대적인 분류로 보임
- 문화산업의 영역으로 분류한 제2조 1항의 산업영역 중에 대부분이 디자이너의 직능과 직무에 관련되어 있을 뿐 아니라 그 분야에 디자인 전문인력들이 종사하고 있음

문화산업영역	디자인산업 관련 내용
가. 영화와 관련된 산업	영상특수효과를 위한 컴퓨터그래픽(합성, VR 등)
나. 음반·비디오물·게임물과 관련된 산업	비디오의 컴퓨터그래픽, 게임 그래픽
다. 출판·인쇄물·정기간행물과 관련된 산업	북일러스트, 북디자인, 편집디자인
라. 방송영상물과 관련된 산업	방송타이틀, 방송콘텐츠 중 비주얼제작
마. 문화재와 관련된 산업	
바. 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트 모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업	산업디자인은 포함하고 공연·미술품은 제외한 제시된 전 부분이 디자인 전문인력의 직무와 직능에 해당
사. 디지털문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업	웹을 기반으로 한 각종 디지털콘텐츠 뿐 아니라 비디오, 영상, 모바일, 아케이드게임, 등 다양한 멀티미디어콘텐츠에서도 디자이너들이 종사
아. 그 밖에 전통의상·식품 등 전통문화 자원을 활용하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업	디자인을 통한 전통문화자원의 복원, 활용

[표2] 문화산업진흥기본법의 문화산업 영역과 디자인산업 관련





3.1.4 문화예술진흥법

□ 디자인 개념 정의

» 문화예술진흥법에서 나타나는 디자인관련 용어는 다음의 제2조 1항에 있는 ‘응용미술’임

제2조 (정의) ①이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “문화예술”이란 문학, 미술(응용미술을 포함한다), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예(演藝), 국악, 사진, 건축, 어문(語文) 및 출판을 말한다.
2. “문화산업”이란 문화예술의 창작물 또는 문화예술 용품을 산업수단에 의하여 기획·제작·공연·전시·판매하는 것을 업(業)으로 하는 것을 말한다.
3. “문화시설”이란 공연, 전시, 문화 보급, 문화 전수 등 문화예술 활동에 지속적으로 이용되는 시설을 말한다.

②문화시설의 종류는 대통령령으로 정한다.

□ 디자인 개념의 문제점

» 디자인에 대한 정의규정 없이 디자인의 창의적 기능과 조형적 요소의 예술적 경향만을 지칭

- ‘응용미술’이라는 용어가 산업 초기 단계에서 지칭된 디자인개념을 말하는 것인지 분명치는 않으나 2항의 산업적 견해를 고려한다면 현재의 복합적이고 포괄적이며 애매한 디자인 개념을 지칭하는 것으로 생각되며 문화예술의 산업적 활용이라는 측면에서 문화산업의 범주 안에 디자인을 포함시키고 있는 것으로 해석할 수 있지만 디자인이라는 용어가 구체적으로 언급되지 않음
- 그러나 전반적인 맥락에서 산업적으로 응용되고 있는 디자인의 창의적 기능과 조형적 요소의 예술적 경향을 지칭하는 것으로 해석할 수 있음

3.2 다양한 관점의 디자인 정의

» 외형 중심의 기능적 정의에서 콘텐츠, 서비스, 개발 프로세스 등을 포함하는 포괄적인 디자인으로 정의

“디자인은 어떤 과정(디자인하는 행위 혹은 실기)을 가리키기도 하며, 이런 과정의 결과(디자인, 스케치, 시안도면, 모델), 혹은 어떤 디자인의 도움으로 만들어진 제품(디자인상품), 혹은 제품의 생김새나 전반적인 형태(나는 저 드레스의 디자인이 마음에 들어요)를 가리키기도 한다.”¹⁾ (John A. Walker)

“‘디자인’하면 ‘외관’을 떠올리기 쉽다. 그러나 **솔루션과 경험, 꿈의 실현을 파는 사람**이라면 디자인이 **영혼의 거처**임을 깨달아야 한다.. 우리는 디자인을 ‘마무리 가공’ 썸으로 여긴다. 하지만 고도의 디자인 민감도는 부수적인 속성이 아니라 **기업전략의 핵심**이 되어야 한다.”²⁾ (Tom Peters)

» 커뮤니케이션 수단으로서의 새로운 디자인의 가치를 정의

계속해서 발전하는 경제체제에서 기업이 보유할 수 있는 핵심 경쟁력 중 하나는 바로 디자인과 창의성이다. 미래에는 아마도 이러한 능력이 유일한 경쟁력이 될 것이다. ...중략, 디자인은 영혼을 더한다. 외양은 차별성을 부른다. 디자인은 여러분 사업의 문장紋章이다. 어떤 상품은 모든 문화권에서 받아들여지는 디자인으로 메시지를 전한다.”³⁾(John Naisbitt)

‘미술에서 건축에 이르기까지, 그리고 가구에서 그래픽에 이르기까지 21세기의 디자인은 범지구적 현상이 됐다. 커뮤니케이션을 위한 수단으로든, 표현을 목적으로 사용되든, 새로운 고객을 만들기 위해서든, 오래된 고객을 만들기 위해서든, 어디에나 디자인은 존재한다. ...중략, 디자인은 우리 모든 존재에 스며들어 일상생활에서 빠질 수 없는 부분이 됐다.’⁴⁾ (Lakshmi Bhaskaran)

» 일상생활 속에서 인간을 중심으로 포괄적으로 확산되는 디자인의 변화를 정의

모든 사람이 디자이너이다. 거의 모든 시대마다, 우리가 행하는 모든 것이 디자인이다. 디자인은 모든 인간 활동의 기초이다. 욕구하고, 예측 가능한 결과를 향한 모든 행위의 계획과 조직이 디자인과정을 구성한다.”⁵⁾(Victor Papanek)

1) 디자인의 역사, 존 에이워커, 정진국 역, 까치, 1995, 42쪽

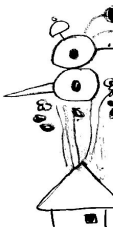
2) 디자인, 톰 피터스, 정성물역, 21세기북스, 2006, 14쪽

3) 마인드 세트, 존 나이스비트, 안진환·박슬라 역, 비즈니스북스, 2006, 180~199쪽

4) 한권으로 읽는 20세기 디자인, 락시미바스카란, 정무환 역, 시공아트, 2007, 8쪽

5) 존 에이워커/정진국역, 디자인의 역사, 까치, 1989, 53쪽





4. 디자인 새로운 정의와 분류체계

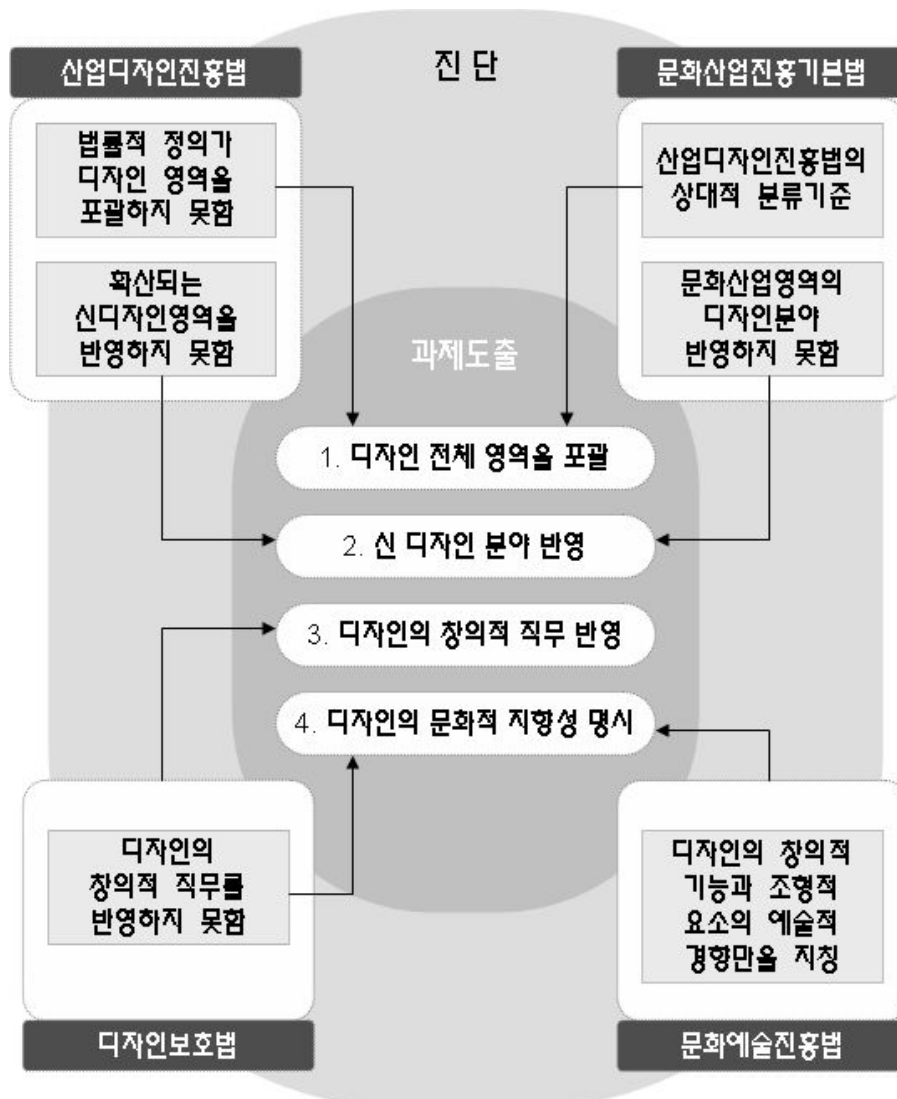
4.1 필요성

- » 현재 국내 디자인 정의와 분류체계는 법률의 근거나 국가의 표준에 비추어 보았을 때 합리성과 일관성이 없어 정책을 효율적으로 집행하기 위한 기초적인 데이터베이스조차 구축이 어려운 실정
- » 디자인의 정의 및 분류는 모든 생산주체들이 사회경제문화 활동을 수행할 때 일정한 분류원칙과 기준에 따라 체계적으로 유형화 되고 통합될 때 효율적인 생산, 관리 및 지원이 가능하게 됨
- » 국가적인 차원에서 디자인의 진흥은 국가 경쟁력 강화를 위한 시대적인 요구이기 때문에 산업과 문화경쟁력의 확보, 지속가능한 발전과 삶의 질 향상 등의 대의를 달성하기 위하여 디자인에 대한 올바른 정의에서부터 시작하는 대대적인 인식전환이 필요하고 통합적인 관리를 위한 표준을 수립하는 것이 무엇보다 시급한 과제

4.2 디자인의 정의

4.2.1. 디자인의 새로운 정의를 위한 과제

- » 산업디자인진흥법, 문화산업진흥기본법, 디자인보호법, 문화예술진흥기본법 등 기존 법률에서 규정하고 있는 디자인은 지향가치와 직무의 범위에서 차이가 있기 때문에 국가디자인 발전을 위한 포괄적인 개념규정이 필요함
- » 국가에서 보호하고 지원해야 할 디자인의 개념을 수립하기 위해서는 전체 디자인 영역을 포괄할 수 있고 새롭게 등장하는 신디자인 영역을 반영할 수 있어야 하며 디자인의 창의적 직무를 고려한 문화적 가치를 지향하는 개념이어야 함

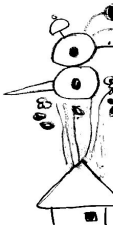


4.2.2 디자인의 새로운 정의

□ 디자인의 정의

- » “디자인” 이라 함은 문화적 가치, 경제적 가치, 환경적 가치 등의 향상을 위해 이미지, 제품, 공간 등의 개념, 구조, 기능, 배치, 형태 등을 종합적으로 개선하거나 창작하는 행위이자 그 산물을 말함





□ 디자인 문화의 정의

- » 문화란 인류에서만 볼 수 있는 사유(思惟), 행동의 양식(생활방식) 중에서 유전에 의하는 것이 아니라 학습에 의해서 소속하는 사회(협동을 학습한 사람들의 집단)로부터 습득하고 전달받은 것 전체를 포괄하는 총칭하는 것으로 무형의 디자인이 중심이 됨
- » 문화와 디자인 관계 : 국민의 삶의 질 향상, 국가문화역량 강화를 목적으로 함
- » “디자인문화” 라 함은 사용자가 디자인 행위의 산물인 이미지, 제품, 공간 등을 사용하는 과정과 그 과정에서 파생되는 디자인으로, 역사적 가치, 사회적 가치와 함께 고유한 생활양식과 의미들을 만들어 내는 것을 말함
- » 문화로서의 디자인은 저작권법이 주가 되어 보호되어야 함

□ 디자인 산업의 정의

- » 산업이라는 용어는 모든 분야의 생산적 활동 전반을 지칭하는 것인 동시에 전체 산업을 구성하는 각 부문, 다시 말하여 각 업종을 지칭하는 것으로 유형의 디자인이 중심이 됨
- » 산업과 디자인 관계 : 디자인을 통한 산업경쟁력의 강화를 목적으로 함
- » “디자인산업” 이라 함은 경제적 가치창출을 주목적으로 행해지는 디자인 기획, 개발, 제작, 생산, 유통 및 이와 관련된 산업을 말함
- » 산업으로서의 디자인은 디자인보호법(구 의장)과 상표법으로 보호되고 있으며, 이 두 가지 법률은 공업소유권으로써, 산업디자인이 산업(공업) 분야임을 증명함

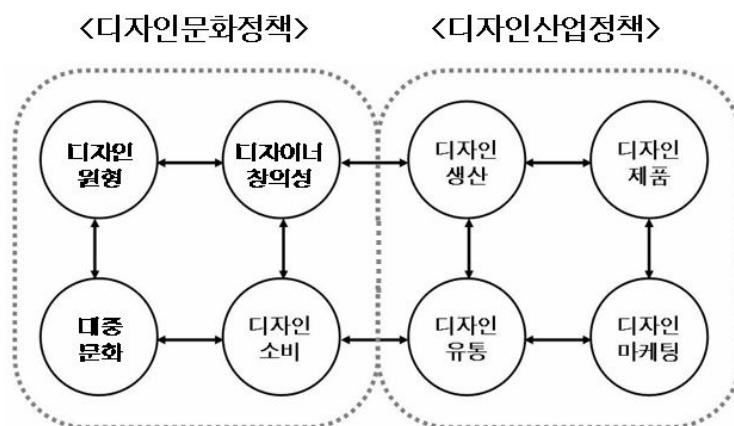
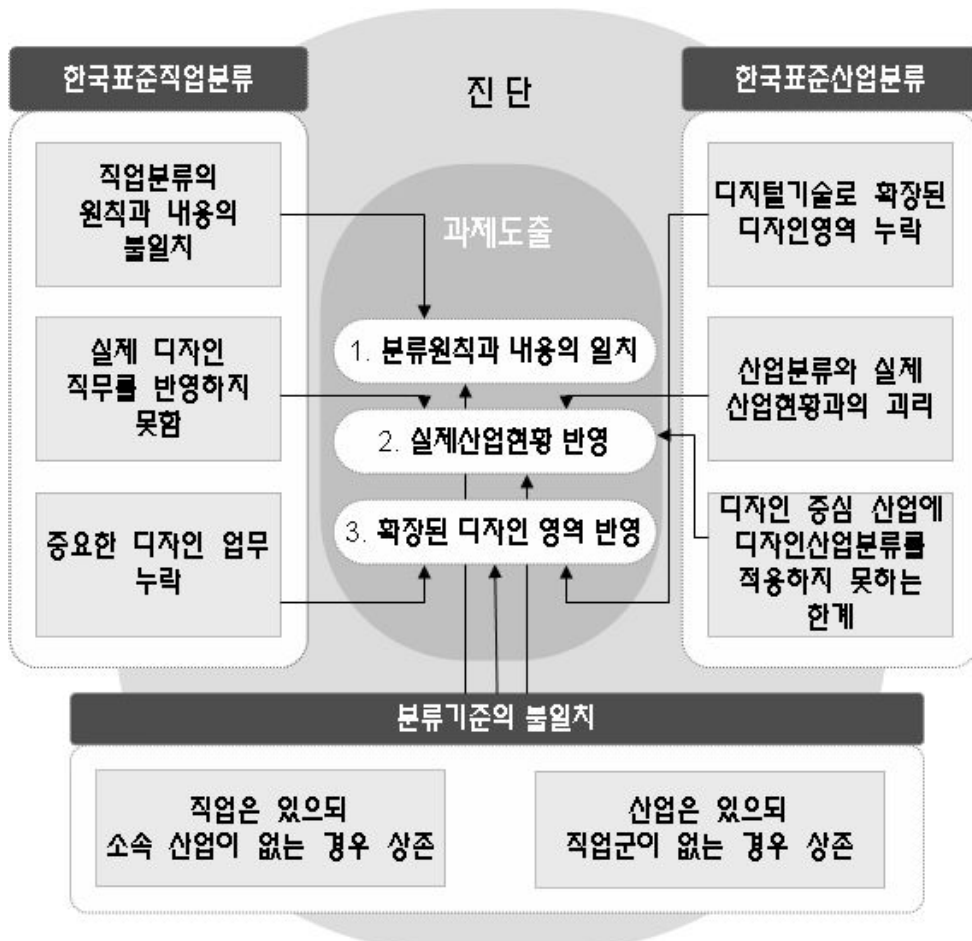


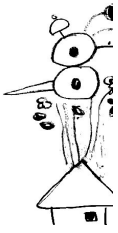
그림 11 디자인 문화정책과 산업정책

4.3 디자인의 분류체계

4.3.1. 디자인의 새로운 분류를 위한 과제

- » 한국표준직업분류와 한국표준산업분류는 디자인 발전을 위한 기초적인 DB 분류기준으로서의 한계를 가지고 있으며, 특히 두 분류기준이 불일치하면서 직업과 중사하는 산업에 괴리가 나타나는 현실
- » 기존 분류체계의 한계를 극복하기 위해서는 분류의 원칙과 내용을 일치시키는 논리적 개선성이 필요하고, 실제 산업현황을 반영하고 확장된 디자인 영역을 포괄하는 새로운 분류체계 도출이 필수적





4.3.2 디자인의 새로운 분류체계

□ 지향하는 가치에 따른 분류

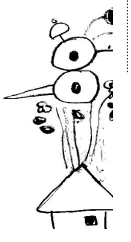
- ≫ “산업디자인” 이라 함은 경제적 가치 창출을 위해 이미지, 제품, 공간 등의 개념, 구조, 기능, 배치, 형태 등을 종합적으로 개선하고 창작하는 행위
- ≫ “공공디자인” 이라 함은 창조적이고 문화적인 국민 생활환경을 창출하기 위해 공공기관이 기획하고 실행하는 디자인과 이와 관련된 활동
- ≫ “그린디자인” 이라 함은 생태적 가치 향상을 위해 이미지, 제품, 공간 등의 개념, 구조, 재료, 기능, 배치, 형태, 유통방식 등을 종합적으로 개선하고 창작하는 행위
- ≫ “유니버설디자인” 이라 함은 사회적 약자들의 보호를 위해 이미지, 제품, 공간 등의 개념, 구조, 기능, 배치, 형태 등을 종합적으로 개선하고 창작하는 행위

□ 취하는 대상에 따른 분류

- ≫ “제품디자인” 이라 함은 삼차원적 제품의 개념, 구조, 기능, 배치, 형태 등을 종합적으로 개선하거나 창작하는 행위이자 그 산물로 공예디자인, 자동차(운송기기)디자인, 조명기기 디자인, 가구디자인, 패션디자인 등의 하부 영역을 가짐
- ≫ “시각디자인” 이라 함은 이차원적 이미지의 개념, 구조, 기능, 배치, 형태 등을 종합적으로 개선하거나 창작하는 행위이자 그 산물로 포스터디자인, CI디자인, 영상디자인, 편집디자인, 사인디자인 등의 하부 영역을 가짐
- ≫ “공간디자인” 이라 함은 공간의 개념, 구조, 기능, 배치, 형태 등을 종합적으로 개선하거나 창작하는 행위이자 그 산물로 실내(인테리어)디자인, 외부공간(익스테리어)디자인, 전시디자인, 건축디자인, 조경디자인 등의 하부 영역을 가짐
- ≫ “뉴미디어디자인” 이라 함은 디지털기술을 바탕으로 새롭게 등장하는 미디어의 개념, 구조, 기능, 배치, 형태 등을 종합적으로 개선하거나 창작하는 행위이자 그 산물로 웹디자인, 게임디자인, 인터랙션디자인, 인터페이스디자인 등의 하부 영역을 가짐

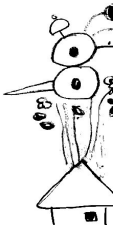
.....





제 2 부
대한민국 디자인
현황과 과제





1. 한국 디자인 산업 현황 진단

재정규모 : 약 7조 2백억 원

디자인 전문기업 매출액 : 1조 3,080억원, 일반기업의 디자인 재정규모 : 5조 7,092억원

관련 업체 수 : 약 40,000개 업체

디자인 전문기업 : 2,245개, 디자인 관련 일반기업 : 38,384개

인력규모 : 약 111,680명

디자인 전문기업의 디자인 인력 : 8,509명, 일반기업의 디자인 인력 : 103,172명

» 디자인 분야 국제 경쟁력 약화 추세(UN무역개발협의회, 2008)

- 전 세계 디자인 수출 평균 증가율 9.1%(2000년~2005년), 한국 디자인 수출 평균증가율 -7.2%
 - ※ 인도 22.8%, 터키 19.5%, 브라질 17.9%, 중국 17.1% 증가율 기록
- 한국 디자인 분야 세계 시장점유율 0.8%
 - ※ 인도(2.8%), 대만(1.6%), 말레이시아(1.2%) 등에도 뒤짐

» 대부분의 디자인 전문회사가 영세기업, 창의적 디자인 개발 한계

- 영세전문회사들의 과당경쟁으로 인하여 국제수준의 디자인 기업의 출현이 어려우며 디자이너의 고용안정·전문성 배양에 역효과
- 국내 제조업의 70% 이상이 독자적 디자인 개발이 아닌 해외에서 디자인된 OEM 제품의 수주 생 산하면서 대부분의 디자인 전문회사가 영세하여 가격경쟁이 격화되고 활동기반이 취약해지면서 연구개발비의 투자가 취약하고 창의적 디자인 개발 한계
 - ※ 업체당 평균 매출액 2.4억원, 종업원 10명 이하 기업이 전체의 90%
 - ※ 기업의 매출액대비 디자인 투자비를 0.9%에 불과(선진국은 3% 수준)

» 디자인 인력 시장의 초과공급 및 질적 수준 저하

- 세계 2위 수준의 인력공급 국가이며 신규 배출과 공급의 지속적 증가추세에도 불구하고 인력구조의 질적 성장 미비
 - ※ 디자인학과 설치 대학 400여개(재학생수 12만명), 5년간 평균 27% 증가율
 - ※ 디자인 대학 교육의 실무 기여도에 대한 만족이 9%에 불과
- 세계 최고수준의 양적 공급에 비해 영역별 인력 편중 심화
 - ※ 국내 제품디자인 인력의 편중 : 전체 인력의 48%(1999년)→60%(2004년)

» 사적영역 디자인과 공적영역 디자인의 불균형 심화

- 삼성, LG 등 대기업의 경우 세계적 권위를 가진 디자인상 다수 수상 (IDEA, Red Dot, IF), 공적 영역의 디자인은 여전히 낙후

2 한국 디자인 정책 현황 진단

□ 무분별한 성장 위주의 육성으로 디자인의 질적 수준 저하 초래

» 한국 디자인 정책은 산업정책의 한분야로 다루어지면서, 물량과 외형적 실적 위주 육성 정책으로 추진

- 디자인을 산업발전의 수단으로 보고 물질적 측면의 부가가치 위주 정책을 추진하여 왔기 때문에 디자인에 대한 다양하고 균형 잡힌 관점이 결여되어 있음

디자인 전문기업 인증제도 : 디자인 기업의 규모 및 수준을 제한함으로써 창의성 증진보다 외형적 성장에 주목, 창의적인 선도 디자인 기업의 주목을 끌지 못함

- 세계 최고수준의 디자인 인력배출규모에도 불구하고 디자인 전문 인력의 창의력과 질적 역량이 떨어지는 결과가 초래

» 디자인의 근간인 ‘문화적 가치’가 배제된 정책의 장기화로 디자인산업의 자생력 강화를 위한 근본처방에 실패

- 국내 제조업의 70% 이상이 독자적 디자인 개발이 아닌 해외에서 디자인된 OEM 제품의 수주 생산하는 구조로 수십 년간 디자인 산업 지원정책에도 불구하고 구조적인 개선을 달성하지 못함
 - ※ 대부분의 국내 대기업 대부분이 디자인을 해외로 발주하는 현실(사례:LG, 삼성, 현대 그룹 CI 디자인 외국 업체 의뢰)

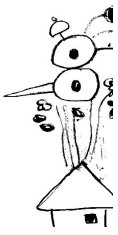
» 중앙집권적인 정책결정구조로 민간과 정부의 의견수렴이 약화되고 부처간 협조와 조정이 이루어지지 못해 정책 일관성 및 효과성 저하

- 중복적 디자인 정책과 무차별한 사업에 의한 국가적 자원의 낭비적 소모 현상 심화
- 디자인에 대한 정부부처의 관심고조와 분절적 디자인 지원정책의 확대를 반영하여 상위개념의 디자인 정책기구 통합적인 관리 방안을 필요함에도 불구하고 제도적 근거가 없음
 - ※ 기존 산업디자인진흥법은 산업디자인 영역만, 문화산업진흥기본법은 산업디자인을 제외한 디자인 산업을 규정함으로써 디자인 정책의 통합적 체계 구축 및 정책의 일관성, 효율성 확보에 혼선 초래

» 단시간에 효과적인 지원과 성과도출이 가능한 사업위주 지원으로 디자인보호제도나 디자인 요율체계와 같은 창의적 디자인 개발을 위한 제도적 기반 미비

- 국내 디자인의 경우 디자인보호법 및 상표법에서 보호를 받을 수 있으나 심사기간이 길고 제소 시에도 절차가 까다로우며 보호대상 또한 모호하여 실질적인 보호제도로서의 역할을 담당하지 못함
 - ※ 국내 디자인 산업 종사자 불법복제 피해를 선진국의 2배
- 국가차원의 디자인 요율 체계의 기준이 없어 창작행위에 대한 의욕을 저하시키는 요인이 됨





□ 정부의 비효율적 시장 개입으로 디자인 산업 경쟁력 약화

- » 디자인 기업의 경제활동에 미시적·직접적 개입을 함으로써 디자인 산업의 역동성 및 자생력 저하, 디자인을 공산품 생산도구로 인식하는 전근대적 사고의 지속을 가져옴

산업자원부의 디자인 혁신기술 개발 지원 사업

디자인 제품개발 사업을 공공부문(KIDP)에서 직접 주도함으로써 시장의 자율적 경쟁체제 저해
디자인 가격 하락 등 부작용 초래 (디자인 업체들의 반발로 '07년부터 사업 폐지)

- » 민간에서 담당해야 할 역할을 국민의 세금으로 운영되는 정부가 경쟁적으로 수행하고 있어 시장 구조를 왜곡하고 있음

- 한국디자인진흥원은 국내의 유일한 정부지원 디자인 진흥기관임에도 정부예산지원의 문제로 재교육, 개발 등 수익사업 등에 관심을 가짐
- 현행 산업디자인진흥법에서 한국디자인 진흥원이 전시나 출판·홍보사업, 교육연수사업 등 민간에서 해야 하는 영역 중 상당수를 한국디자인진흥원의 사업으로 규정하고 있음

산업디자인진흥법 제11조 4항

제27조(한국디자인진흥원의 설립 등)

④진흥원은 디자인산업과 산업디자인에 관한 각호의 사업을 행한다

1. 개발지원사업
2. 전시사업
3. 출판 및 홍보사업
4. 정보화 사업
5. 교육연수사업
6. 지방의 디자인 산업 진흥을 위한 사업 등
7. 국제교류협력사업
8. 정부의 위촉사업
9. 기타 대통령령이 정하는 사업

- 이들 전문적 사업들은 과감하게 디자인교육기관, 연구기관 및 산업체, 그리고 민간단체들에게 이관하여 보다 전문성을 바탕으로 민간화, 다각화를 기할 필요가 있음

- » 국가기관이 디자인 진흥원에 디자인 용역을 의뢰하고, 진흥원은 업체에 디자인 용역공모를 하고 일정비용의 커미션을 취하는 형태로 시장에게 돌아가야 할 이윤이 디자인 진흥기관의 운영비로 사용되고 있음

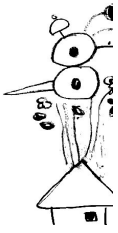
□ 디자인 진흥기관 외형적 확대에도 불구하고 성과 미진

- » 디자인 진흥을 위한 투자액은 세계적인 규모지만 그 성과가 미진
 - 1994년부터 2005까지 약 9,015개 과제, 약 1,175억 원의 예산을 지원했으나 세계적으로 내세울 만한 국내 디자인 전문기업이 없음
 - 1970년 이후 산업디자인 담당 부서 10여 차례 변경으로 정체성과 전문성 부족
- » 디자인 진흥을 위해 지원되는 정부의 예산이 시행기관의 설립과 운영, 관리 인력의 고용, 기계와 장비의 구입 등으로 소모
 - 디자인 진흥조직이 비대해지면서 진흥보다는 인력운영을 위한 사업에 집중
 - 건물의 규모나 소속인원수에 있어 세계 최대의 디자인진흥센터
 - ※ 2007년 산자부 산하 한국디자인진흥원 지출액의 약 50%가 운영경비(임대관리비, 인건비, 일반관리비 등)
 - 지역 디자인 지원이 장비, 건물 등 물리적 인프라지원에 치우쳐 디자인 연관 지원 산업의 자생적 성장 저해
 - ※ 한국디자인진흥원 예산 중 지역디자인센터 건립비용 : 전체예산의 37%(2006년)

□ 단발성 행사 위주의 정책집행으로 디자인 역량강화로 이어지지 못하는 한계

- » 진흥과 지원의 효과를 단기적으로 가시화 할 수 있는 영역 위주의 지원
 - 가시적 성과위주 정책으로 유사사업의 단기적 중복 시행
 - ※ 매년 시행하는 산업디자인전, 초중고 디자인전, 굿디자인전 등의 수많은 전시사업 들은 전문분야나 사회에 반향이 없는 단순 전시행사들로 그치고 있고 실효가 적음
 - 소액다수 지원방식으로 인한 효과 미흡
 - ※ 1994년부터 2005까지 지원건수당 평균 지원액 1,300만원 수준
- » 디자인기반 및 기술연구사업들의 경우 주제의 발굴과 연구의 시행이 단편적, 단기적으로 기획 집행되고, 연구결과의 분야확산이 미흡하여 실효가 적음
 - 중요 R&D 사업 의 발굴 및 선정을 위한 조정기능 미약하여 배분형 사업관리로 실효적 결과 도출 미흡
 - 주제발굴과 연구방법, 기간, 예산 등이 장기적 통합적으로 재검토 조정되고, 사업집행의 결과가 다양하게 보급 축적되어, 분야의 지식구축과 교육 및 산업계의 창의의 뿌리역할로 전환해야 함
- » 정부의 막대한 자금지원으로 지역별로 대학에 설립된 Design Innovation Center(DIC) 경우, 예산지원이 지속적으로 이루어지지 않아 사업운영상 어려움을 겪고 있음
 - 장기적 전략적 측면에서 DIC가 각 대학 및 지역의 전문화된 연구 및 지식창조의 산실이 되어 지역분야에 적극 기여할 수 있도록 평가와 함께 지원방안을 마련하여야 함





□ 편중된 디자인 육성 정책으로 디자인 역량의 균형발전 저해

- » 세계 최대 규모의 디자인 인력에도 불구하고, 디자인 영역별 인력 편중 심화
 - 제조업 중심 육성정책으로 인해 한국 디자인산업 역량의 불균형 초래
 - ※ 2007년 대한민국디자인대상, 굿 디자인, 코리아 디자인 페어 등 각종 포상 대상 및 행사 참가자 대부분이 제품디자인 분야에 집중
 - ※ 국내 제품디자인 인력: 전체 디자인 인력의 48%(1999년)→60%(2004년)
- » 대기업과 중소기업간의 불균형 발전
 - ※ 디자인 전문기업 업체당 평균매출액 2.4억원, 종업원 10명이하 기업의 전체의 90%
- » 사적영역 디자인과 공적영역 디자인의 불균형 심화
 - 삼성, LG 등 대기업의 경우 세계적 권위를 가진 디자인상 다수 수상 (IDEA, Red Dot, IF), 그러나 공적영역의 디자인은 여전히 낙후
 - 대기업의 경우에도 첨단제품이나 몇 개의 산업에 편중된 디자인 역량을 보이며 생활전반에 포진되어 있는 디자인 실태는 낙후되어 있음
 - ※ 휴대폰은 잘 만드는데 전화기는 중국 디자인을 생산하는 현실
 - 이것의 원인은 중소기업이 디자인 정보, 디자인 능력 및 혜택을 공유할 수 있는 문화 인프라의 부재와 일반국민의 디자인 인식 부족이 그 원인으로 여겨짐

□ 공공영역의 디자인 발전을 위한 기본적 장치가 미비

- » 디자인 비용과 관련된 근거규정이 없어서 좋은 디자이너를 고용하여 좋은 디자인을 개발하기 위한 비용집행이 원천적으로 봉쇄되어 있어 디자인이 다른 산업영역의 보조적인 수단으로 전락하는 현상을 초래
 - ※ 현재 공공영역의 비용규정에 따르면, 개념적으로 설계비에 디자인 비용이 포함되어 있어 엔지니어 업체가 용역을 수주 받아 디자인인 업체를 고용하게 되는 과정을 거치기 때문에, 공공영역의 디자인의 경우 사전기획(Plan) 없이 디자인행위(Action)만 할 수 밖에 없는 현실
 - ※ 예를 들면, Street furniture 제작 시 최저입찰제도로 인해 철공소(디자인 마인드가 없는 제조업체)가 디자인하고 제작하는 경우
- » 공공기관의 디자인 용역과 관련해서 조달청에 설계입찰을 하기 때문에 클라이언트의 요구가 반영될 수 없고 좋은 디자인을 고를 수 있는 기회가 없기 때문에 단순한 행정공식에 의해 디자인이 수행되고 있음
- » 디자인이 잘 수행되었는지 감리할 수 있는 권한이 건축업체에게 있어, 디자이너가 디자인을 평가할 수 있는 제도적 장치가 필요함

3. 한국디자인을 둘러싼 환경변화와 당면과제

3.1 패러다임의 변화와 당면과제

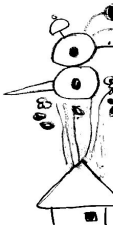
□ 산업 패러다임에서 문화 패러다임으로

- ≫ 경제적 가치의 중심이 “농업경제→산업경제→서비스경제→경험경제”로 진화함에 따라 지식정보 중심의 ‘컴퓨터 & 커뮤니케이션(C&C) 시대’에서 감성콘텐츠 중심의 ‘문화 & 창의성(C&C)’ 시대로 전환
 - ※ 21세기는 문화산업에서 각국의 승패가 결정될 것이고 최후 승부처가 바로 문화산업이다(Peter Drucker)
- ≫ 문화산업은 창구 효과(Window Effect)와 OSMU(One Source Multi Use) 등으로 생산 유발, 경제영향력, 고용유발 등 전후방 산업연관효과가 큰 신성장동력임
 - ※ 문화산업의 전후방연관효과 타산업보다 약 20% 높음(연세대 도시교통과학연구소, 2004)
- ≫ 주요선진국은 지식정보사회를 넘어 아이디어와 콘텐츠로 무장한 창조적 계급과 창조산업이 경제를 이끌어가는 문화기반 경제로 이동 중
 - ※ 세계 창조산업 연평균 증가율 8.8%
 - ※ 미국의 스마트 파워전략 : 군사력경제력 등 ‘하드파워’와 문화와 가치, 정책 등의 ‘소프트파워’를 결합한 ‘스마트 파워’를 초당적으로 키우기 위해 스마트파워위원회를 조직
 - ※ 일본의 21세기 비전(2005) : 외국과의 연대를 강화한 ‘문화창조국가’를 실현하고, 여유를 추구하는 ‘시간부자’ 사회를 만들어 나갈 것임을 발표(이를 위해 애니메이션, 패션, 먹거리 등 문화적인 매력을 키우는 전략 수립)
- ≫ 자국의 문화예술과 콘텐츠를 육성하는 국가간 소프트파워 경쟁 심화
 - ※ 미국의 실리우드(Sillywood), 영국(World Creative Hub), 중국(Entertainment Industry 육성) 등 국가차원의 소프트파워 제고

□ 당면과제

- ≫ 디자인을 ‘조형성과 심미성의 추구’와 ‘경제적 가치의 추구’에서 ‘질적 삶의 추구’와 ‘사회문화적 가치를 추구’할 수 있도록 지원정책의 전환
 - 기능기술 중심의 디자인에서 창의성 중심의 디자인 개념으로 전환
 - 미적으로 아름다운 디자인에서 더 나아가 사회를 위한 가치를 위한 디자인 지향





3.2 글로벌 환경의 변화와 당면과제

□ 글로벌리즘에 입각한 문화적 관점의 디자인으로 전환

≫ 세계화(globalism)와 지역화(localism)의 동시진행 속에서, 세계문화의 보편성 추구하고 더불어 국가고유의 정체성을 반영하는 문화적 디자인정책 요구

- 선진국 정책 양성성장의 산업적 지원정책에서 문화적 지원정책으로 전환
 - ※ 영국 ‘디자인카운슬’의 산업지원 기능을 대폭 구조조정, 문화부 산하에 디자인을 통한 삶의 질 개선을 목표로 ‘CABE(Commission for Architecture and the Built Environment)’ 설립
- 중앙집권적인 정책결정구조에서 지방정부주도의 지역문화정책이 강조
 - ※ 네덜란드 ‘산업디자인 진흥센터’ 폐지, 문화부 주도의 ‘네덜란드 디자인 재단’ 및 ‘프렘젤라 디자인 재단’ 설립, 아카이브 및 전시 작품 상품화 등 지원
 - ※ 프랑스 생테티엔느시 의회가 주도하는 ‘생테티엔느 디자인 비엔날레’는 국제적으로도 중요한 디자인문화 행사로 자리 매겨 지역중심 디자인 부흥을 선도
- 단일 정부 기관 중심 사업들은 다각적인 변화를 수용하는 다원화된 정책으로 분산
 - ※ 프랑스는 중앙정부 내에서도 디자인 진흥정책이 산업부와 문화부로 이원화되어 디자인 진흥정책을 위한 부처 간의 공조가 이루어짐
- 디자인 진흥을 위한 민간단체 역할 강화
 - ※ 영국은 디자인카운슬 중심 디자인 정책을 추진하고 있지만 BDI(British Design Initiative)와 DBA(Design Business Association) 등 민간단체의 역할 확대
 - ※ 미국의 경우 디자인 진흥활동은 ISDA(Industrial Designers Society of America), CDF(Corporate Design Foundation) 등 민간 전문단체가 주도

≫ 국가의 정체성을 반영한 국가 브랜드 전략 추구

- 세계 주요국에서는 디자인을 세계와 소통하는 커뮤니케이션 방법으로 정의하고 국가 이미지를 확립하기 위한 경쟁력 강화방안으로 집중 육성
- 도시의 역사성과 지역적인 정체성 그리고 문화적인 맥락을 반영한 국가 브랜드 전략을 표방하는 선진국의 정책들이 증가
 - ※ 일본의 전통문화와 근대적인 디자인 기능을 접목시켜 새로운 일본 브랜드를 형성하기 위한 2005년부터 「신 일본양식 : Neo Japanesque」을 추진해 오고 있음
 - ※ 영국의 경우 “창조적인 영국만들기(Create Britain)” 사업을 추진하면서 “Cool Britainia” 이미지를 구축하기 위해 디자인의 중요성을 강조

□ 당면과제

≫ 국내 디자인 정책 역시 한국적인 정체성을 찾아 디자인 문화의 토대를 구축하여 한국고유의 소프트 역량을 바탕으로 고급화 차별화

- 역사적 가치를 보전하고 국가의 정체성을 유지 발전시키는 디자인의 역할 정립

3.3 기술환경의 변화와 당면과제

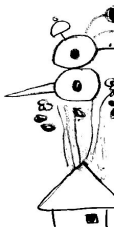
□ 융합환경 도래에 따른 디자인 장르의 융합

- » 콘텐츠의 디지털화, 산업간 융합, 디자인 프로세스의 변화 과정에서 디자인의 융합과 분화가 동시에 진행되며, 21세기 신기술로서 디자인기술(DT) 부상
 - 21세기 신기술(IT, BT, NT, ET, CT, ST) 등장으로 산업 간의 기술 융합 가속화와 함께 커뮤니케이션을 설계하는 디자인기술(DT)이 핵심가치로 부상(디자인산업발전기획단, 2004)
 - ※ 디자인은 기술개발에 비해 19배의 효과를 창출하는 고부가가치 산업 (산업자원부, 2004)
 - ※ 세계일류상품을 만들기 위한 핵심 키워드는 “우수한 기술과 감성의 융합” (삼성경제연구소, 2003)
- » 기존 디자인 개념은 디지털 컨버전스 환경에 따라 융합되고 분화되는 등 다양하게 변화
 - 콘텐츠의 디지털화, 산업간 융합, 디자인 프로세스의 변화를 겪게 되고 이로 인해 디자인의 융합과 분화가 동시에 진행
 - 현행 매체별 분류방식은 결과물을 기준으로 하는 생산 중심적 구분이므로, 디자인 패러다임 변화(Design for Business ⇒ Design for Life) 반영에 한계가 있음
 - 디자인은 이용자와 정보 기술을 중심으로 새롭게 통합되고 소통되는 사회 패러다임을 반영하고 각 영역이 유기적으로 결합하여 가치를 창출하는 개념으로 변화
 - 디지털 융합(Convergence)현상이 확대되고 융합미디어가 발전하면서 장르별 진흥보다는 다양하고 우수한 사전기획기능(Plan)이 중요해짐

□ 당면과제

- » 사람과 정보기술을 중심으로 새롭게 통합되는 디자인 영역에 적극적으로 대응
 - 디자인이 각 산업의 기획과 초기제작에 참여하면서 융합되고 있는 산업의 연결 및 조정의 역할을 담당할 수 있는 다각적 이용구조(OSMU) 구축





3.4 산업환경의 변화와 당면과제

□ 디자인의 영역 확장으로 디자이너의 역할 변화

» 디자인의 목적은 경제적 가치 창출에서 삶의 질 제고로 이동

- 시민들의 일상적인 삶을 둘러싼 사물, 공간, 이미지는 모두 디자인의 결과물이기 때문에 디자인은 시민의 삶의 질과 직결되어 있다고 할 수 있음

※ “디자인은 욕구를 충족시키고 삶에 의미를 부여하기 위해 환경을 변화시키고 창조하는 인간 고유의 능력(John Heskett)”

- 과거에는 시장을 통해 공급되는 상품의 소비를 통해서만 수동적으로 삶의 모습을 만들어 갔으나 최근에는 국민들이 직접 자신의 라이프스타일에 맞는 디자인을 추구하는 과정에서 시민들이 문화적 주체로 등장

※ UCC, DIY(Do-It-Yourself), 프로슈머(prosumer) 등 향유자, 사용자 및 소비자 중심의 새로운 생활문화 출현에 디자인이 결정적 역할

※ “디자인의 선택은 곧 생활양식의 선택”(Gregor Paulson)

※ IDEA와 같은 세계적인 디자인 회사들은 시장조사에서부터 상품 및 서비스 기획, 생산과정, 마케팅 등 전과정에서 혁신 컨설턴트로 활동하고 있음

» 디자인 패러다임이 생활문화의 질적 도약으로 변화함에 따라, 디자인의 가치가 조형상·경제성에서 사회성·문화성으로 확산

- 외관상의 조형적 세련미 제공에서 나아가 문화적, 역사적, 심리적, 인간공학적 측면과 기능적, 심미적 요소를 함께 고려한 통합적 디자인 기능으로 확장

» 네트워크와 인터페이스를 중심으로 한 플랫폼의 변화로 인해 누구나 참여하고 생산하는 디자인 환경이 도래

- 개방형 서비스 구조를 기반으로 사용자의 참여를 통해 핵심가치를 창출하는 WEB 2.0의 시대에는 사용자가 생성하는 여러 가지 콘텐츠가 조합되고 파생되어 파급되는 현상이 일반화 됨

- 사용자가 효과적인 커뮤니케이션을 위해 전방위적인 디자인 행위를 수행하고, 디자이너는 이러한 창작활동을 위한 구조를 예견하고 만들어내는 역할을 담당

- 디자이너는 사회시스템의 구축과정에 참여하고 문화지형을 바꾸어 나가는 중심세력으로 역할 변화

» 디자이너라는 용어 역시 직업적 활동에 국한되지 않고 인간의 삶의 질을 변화시키고, 새로운 문화적 가치를 창출해내는 활동을 하는 모든 사람으로 확대되고 있음

- 전문기능인으로서의 디자이너에서 단순한 직업으로 분류되기 어려운 복합적인 위상으로 변화

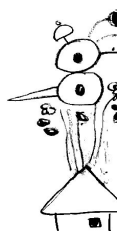
※ ‘한국표준산업분류(2007년 개정)’의 9가지 대분류 중에 디자이너는 관리자(대분류 1)과 전문가 및 관련종사자(대분류 2)에 모두 속함

※ “인간이 만드는 모든 것이 디자인이고, 따라서 모든 사람이 디자이너이다”(Victor Papanek)

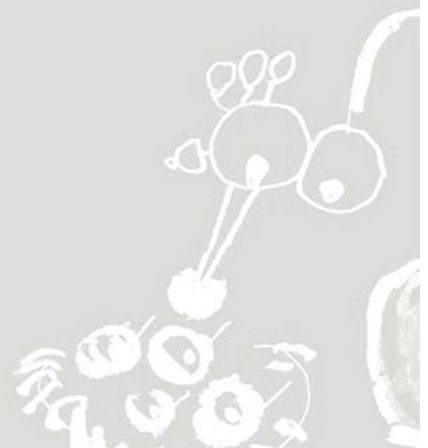
□ 당면과제

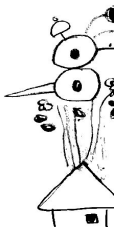
» 인문학적 창의성과 삶의 질을 고려하는 문화복지적 디자인 기획능력 육성



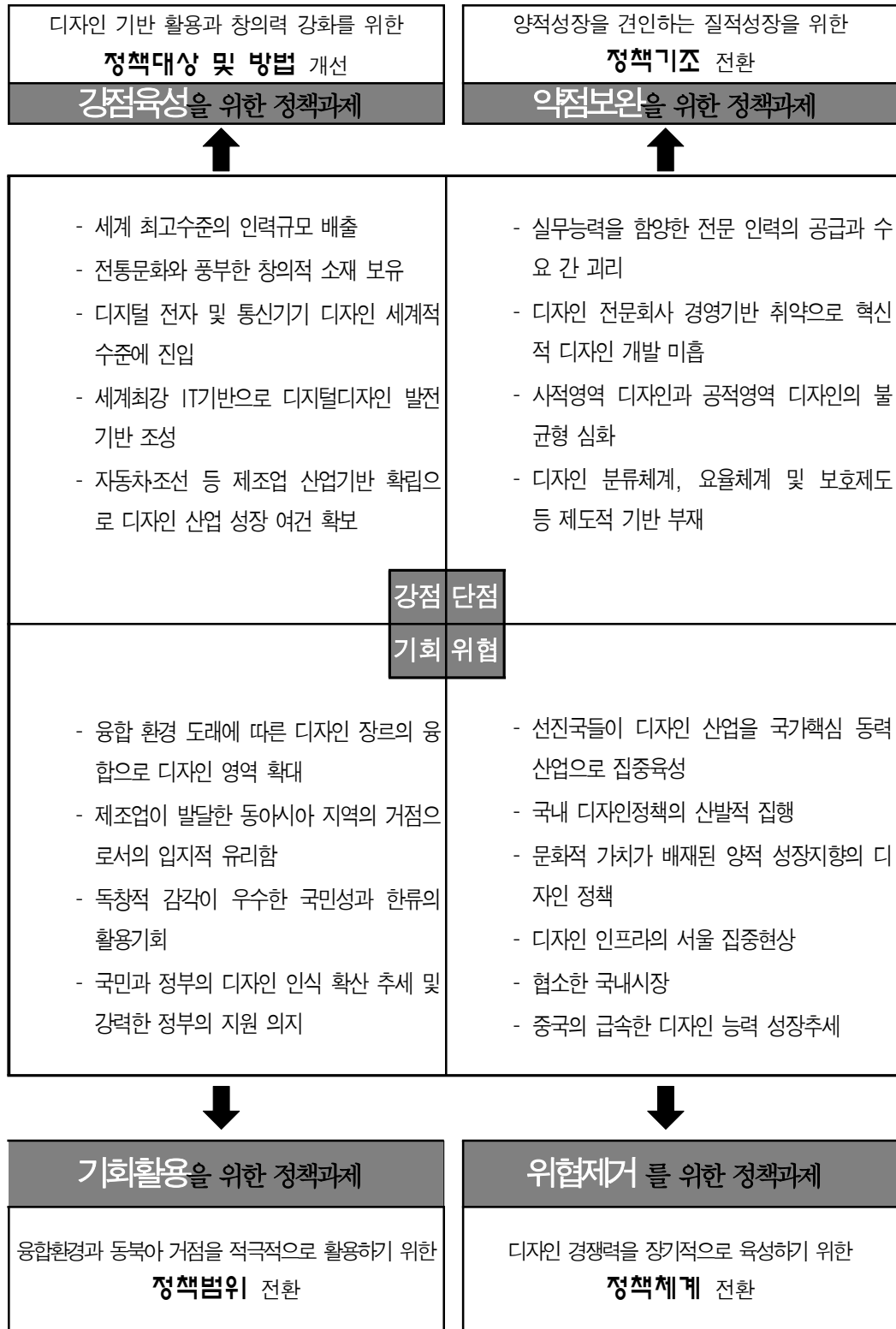


제 3 부
질적 도약을 위한
정책 비전 설정





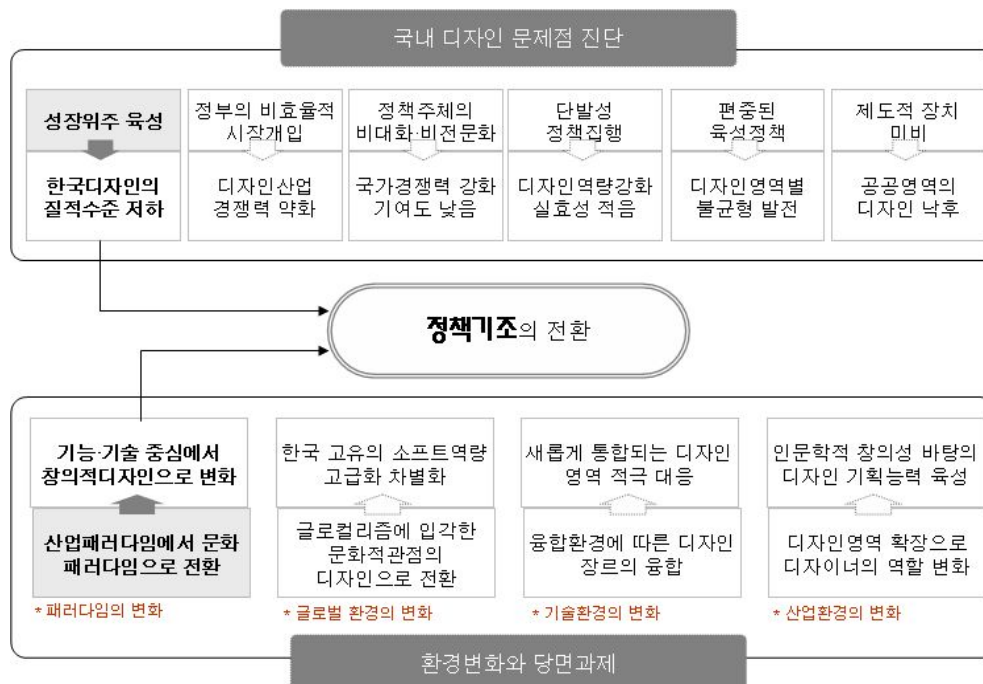
1. 대한민국 디자인 SWOT 분석



2. 디자인 정책 패러다임의 전환

2.1 디자인정책 기조의 전환

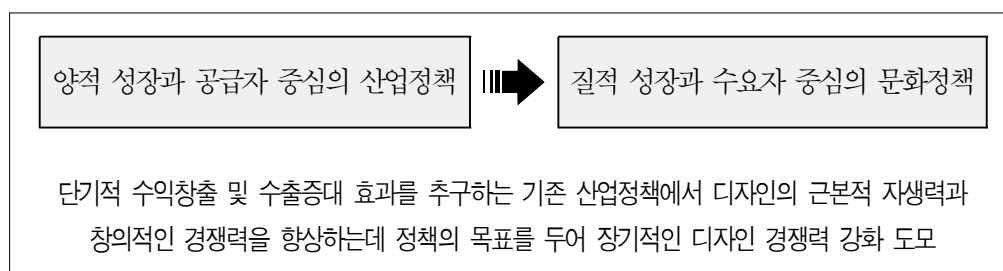
□ 전환배경

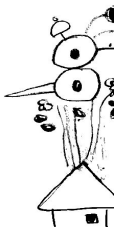


» 문화적 가치가 배제된 산업정책의 한 분야로 다루어지던 정책으로 질적 역량이 저하되어 있는 현실과 문화 패러다임으로 전환되는 환경변화에 적극적으로 대처

- 소품종 대량생산에서 다품종 소량생산으로의 시대 변화하면서 산업기술의 국가간 균등화 현상으로 제품의 경쟁력이 디자인의 창의성에 의해 좌우
- 21세기 핵심 키워드인 '창의성'은 생활문화(일상적 환경)속에서 발현되며, 이를 위한 디자인 진흥 정책 마련 시급

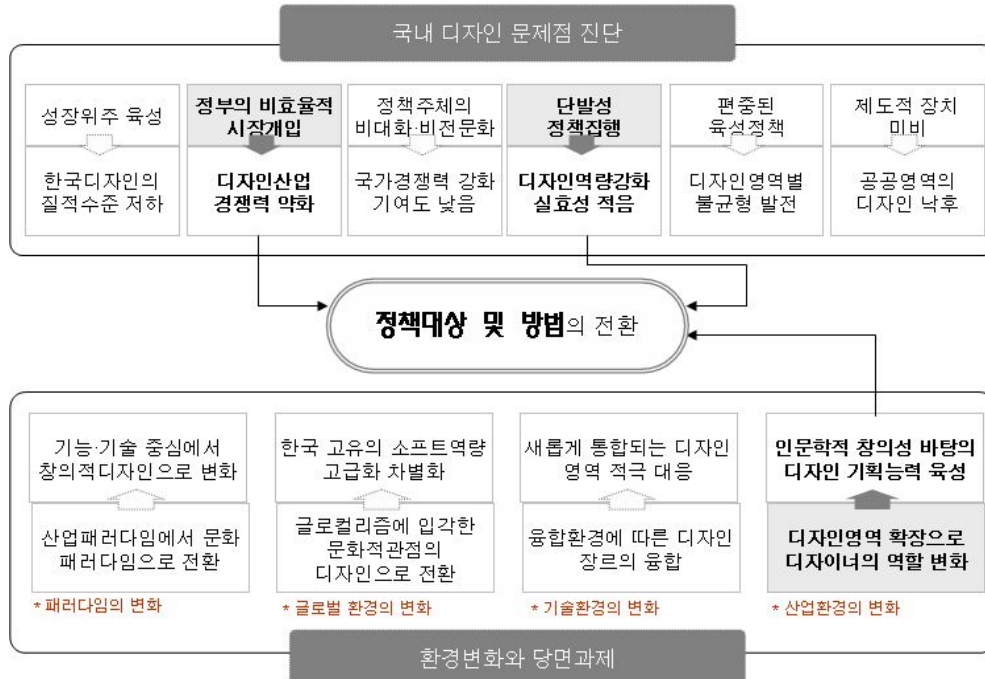
□ 전환방향





2.2 디자인정책 대상 및 방법의 전환

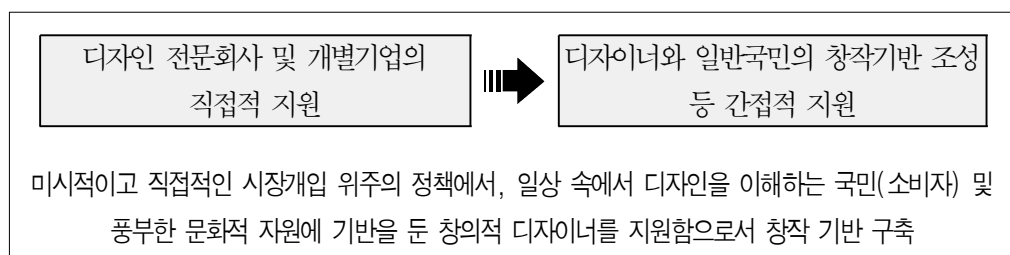
□ 전환배경



» 디자인 산업의 역동성 및 자생력이 저하되고 있는 현실을 개선하고, 디자이너의 역할이 변화하고 있는 환경에 대처하기 위해 정책대상 및 방법의 전환이 요구됨

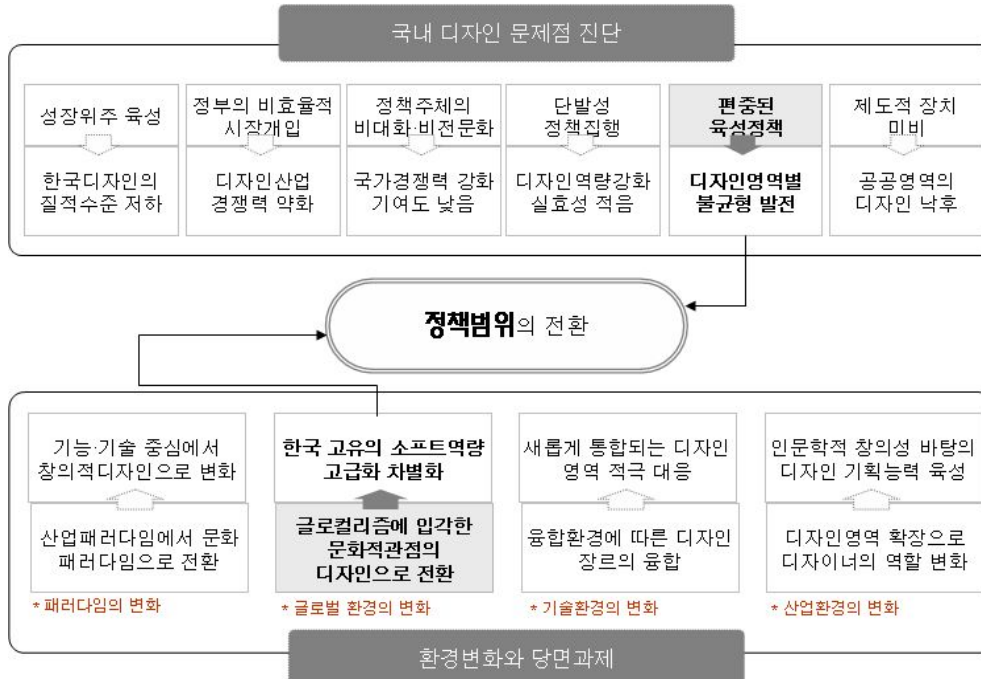
- 정부가 디자인기업의 경제활동에 직접적으로 개입하거나 업계·교육계에서 담당해야 할 역할을 경쟁적으로 수행하는 지원해왔던 관행을 불식시키는 것이 필요
- 정부는 기업을 직접 지원하기 보다는 디자이너와 일반국민의 창작역량을 간접적으로 지원하고, 업계·교육계에서 담당해야 할 역할은 과감히 민간화·다각화 하여 진흥기관의 운영비를 산업발전을 위해 환원하는 등 디자인 지원 방법의 변화가 필요
- 디자이너가 직업적 활동에 국한되지 않고 문화적 가치를 창출해내는 모든 사람으로 확대되고 있는 만큼 디자인 정책 대상의 전환이 필요

□ 전환방향



2.3 디자인정책 범위의 전환

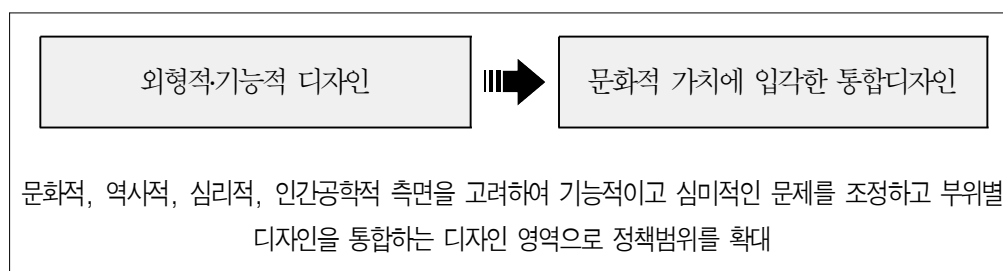
□ 전환배경

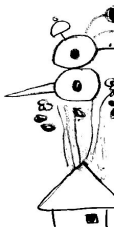


» 정부의 편중된 디자인 육성정책과 디자인 영역의 불균형 발전을 개선하고, 문화적 관점의 디자인으로 전환하고 있는 선진국의 전략에 적극대응하기 위한 정책범위의 전환이 요구됨

- 제품디자인 위주 지원과 제품디자인 위주 인력배출, 사적영역과 공적영역의 불균형 및 대기업 중심의 인하우스 디자인 위주 발전 등 편중된 디자인영역의 균형발전을 도모하기 위해서는 디자인 지원범위의 확장이 필요함
- 세계문화의 보편성과 국가고유의 정체성을 지향하는 선진국 정책방향의 변화에 대응하여 국가의 이미지와 브랜드 가치를 제고하기 위해서는 디자인의 통합적 접근이 필요함

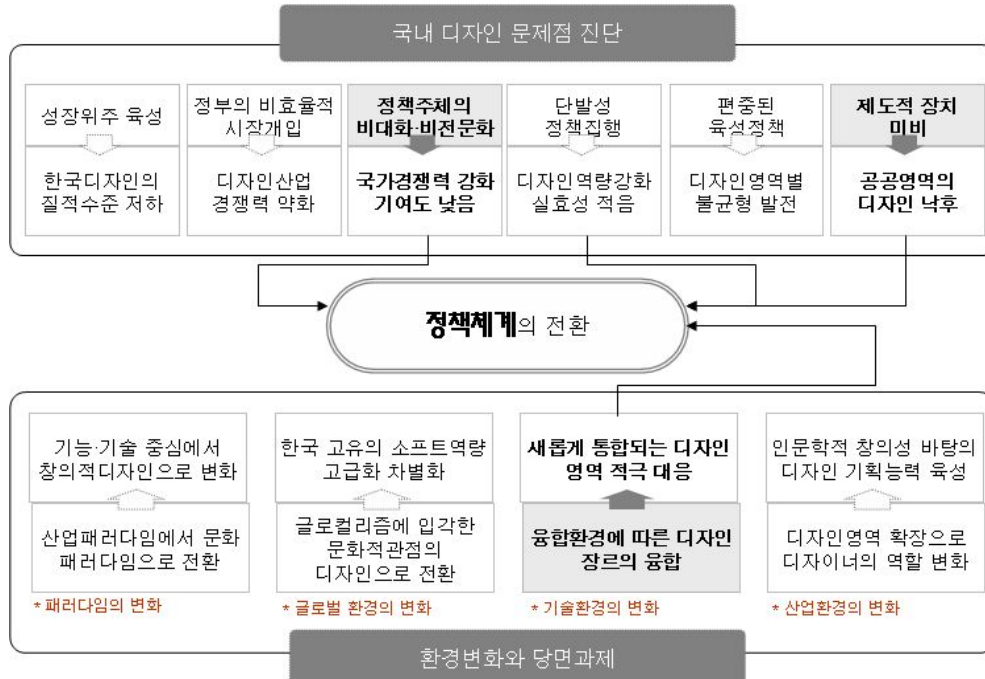
□ 전환방향





2.4 디자인정책 체계의 전환

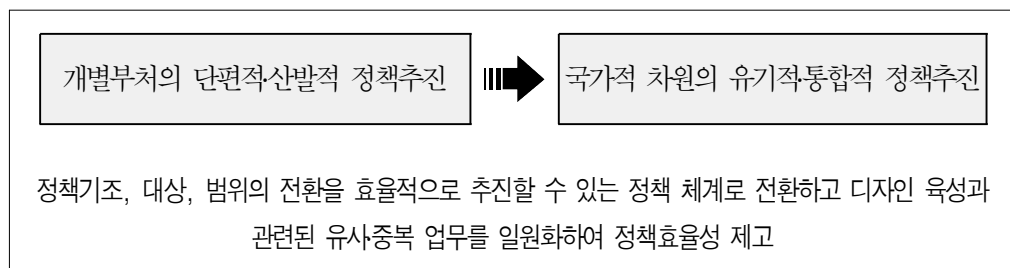
□ 전환배경



» 디자인 진흥을 위한 투자액과 지원시설에도 불구하고 성과가 미진했던 원인을 극복하고 새롭게 융합되고 분화되는 디자인영역에 적극적으로 대처하기 위해서는 정책체계의 전반적인 정비가 필요함

- 정부가 디자인 산업을 지원하기 위한 전문성을 강화하고 다각화되어가는 디자인 변화에 적극적으로 대처하기 위해서는 범부처가 협력할 수 있는 정책체계가 전환되어야 함
- 장기적인 안목에서 국가 디자인 전략의 인프라를 정비하고 거시적 정책과 미시적 정책의 긴밀한 연계 및 분야별 전문성 확보를 위해서는 국가차원의 시스템이 구축되어야 할 필요성이 있음

□ 전환방향



3. 패러다임 전환을 통한 대한민국 디자인의 미래상

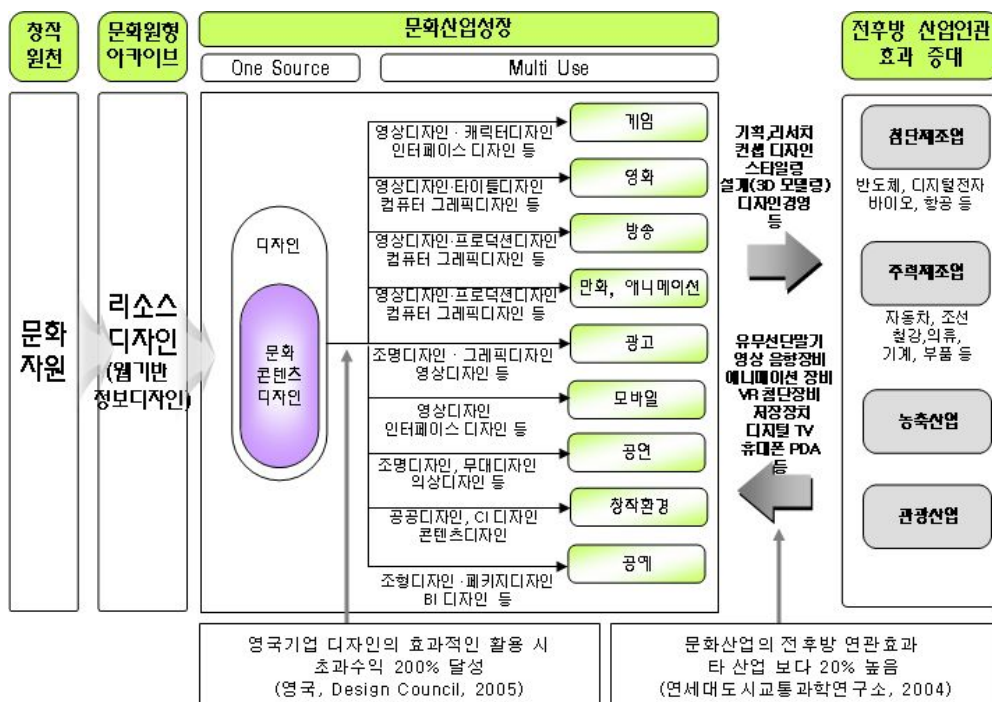
□ 문화적 관점의 디자인 육성으로 국가 전략산업의 고부가가치화 촉진

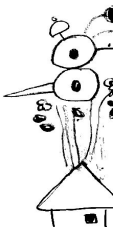
» 예술과 문화의 시대에 디자인은 문화산업으로 인간과 사회의 문화 창조에 이바지 함

- 문화적 맥락에서 구축된 창의력은 국가전략산업으로 내세우고 있는 문화산업 성장에 직접적 영향을 줌
- 문화산업 분야의 기획 및 초기제작을 담당하는 디자인의 OSMU효과는 기술과 산업의 융합에 따라 영향력이 증대됨
- 디자인과 문화산업의 동반성장은 문화콘텐츠의 질을 높여 고부가가치를 창출하고 전체 문화산업 성장을 견인
- 문화산업에서 디자인은 게임, 영화, 방송, 만화애니메이션, 광고, 모바일, 공연, 공예 등 문화산업을 구성하는 각 장르로 활용되면서 전체 문화산업발전의 핵심동력 역할을 담당

» 디자인을 중심으로 성장한 문화산업은 국가 전체 산업의 성장을 도모

- 문화적 관점에서의 디자인 육성은 기획, 리서치, 컨셉디자인, 스타일링, 모델링, 디자인 경영 등으로 이루어진 창작단계의 노하우와 기술의 집적을 제공하여 국가 전략 산업의 고부가가치화를 촉진
- 이를 통해 투자와 소비지출의 유발뿐만 아니라 고용효과, 생산유발효과, 부가가치 창출효과를 발생시키고 국민 소득을 증대시켜 국가 발전을 위한 장기적인 토대 마련



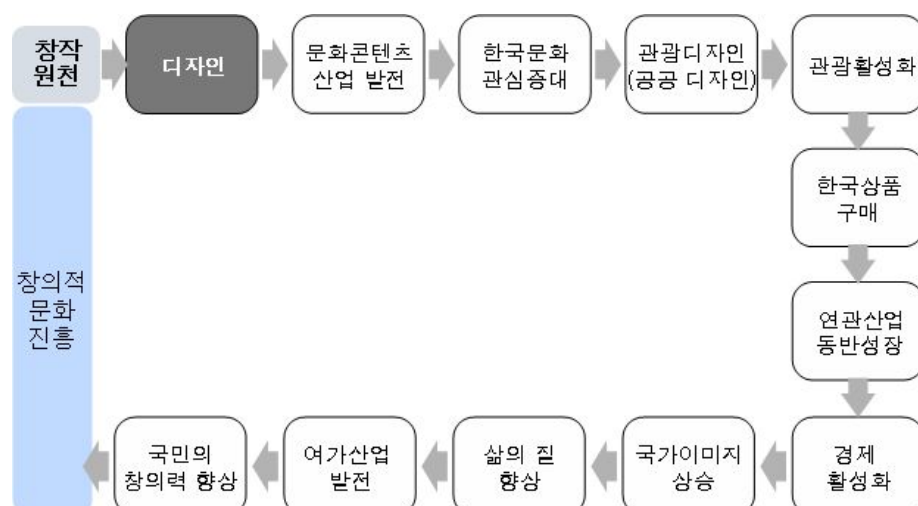


□ 창의적 디자인 문화육성으로 국가역량의 균형 있는 발전

- » 디자인의 육성은 좋은 디자인을 만드는 기업과 디자이너의 역할도 중요하지만, 좋은 디자인을 인식하고 선호할 수 있는 사용자의 디자인 의식도 중요함
- » 21세기 핵심 키워드인 ‘창의성’은 생활문화(일상적 환경)속에서 발현하기 때문에, 창의적인 디자인 문화는 국민과 디자이너 기업이 일상생활에서 디자인이 갖는 의미를 깊이 이해하는 균형을 이루게 하는 기반
- » 『디자인은 대중이 문화를 수용하는 가장 보편적 형식』이므로 창의적 디자인 문화 육성은 시민의 능동적 참여 문화(Citizen Created Culture)를 조성하고 사회 구성원간의 의사소통 활성화를 촉진함으로써 공동체 삶의 질 제고

□ 국가 이미지를 상승시키고 국민의 삶의 질을 향상시키는 선순환 구조 구축

- » 디자인 강국의 열쇠는 창의력이며, 창의력은 문화에서 발현하기 때문에 문화적 관점에서의 디자인 진흥이 본질적인 선순환 구조를 구축할 수 있음
 - 디자인의 발전을 통한 문화콘텐츠 산업의 발전과 이로 인한 한국문화 관심증대 및 관광활성화, 연관산업동반 성장 등의 호순환 고리는 국가 이미지를 상승시키고 국민의 삶의 질을 높이며 더 나아가 국민의 창의력을 향상시키는 요소로 작용함
 - 디자인과 긴밀한 연계를 가지고 국민의 삶을 향상시키는 문화콘텐츠산업, 관광산업, 여가산업은 문화관광부의 담당영역으로 고용 없는 성장시대 돌파를 위한 국가 핵심동력



4. 대한민국 디자인이 새로운 비전

비
전

디자인으로 부강하고 행복한 나라
디자인코리아 2020

중
점
과
제

일상공간의 문화적
디자인을 통해 삶의 질 향상

디자인환경

디자인 기초역량강화
및 핵심전문인력 양성

교육

디자인산업의
선순환구조 구축

산업

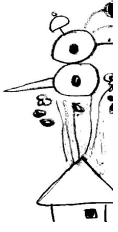
디자인 R&D
역량강화

연구

기
반
구
축

디자인 창작기반 마련
디자인 정책 추진체계 정비

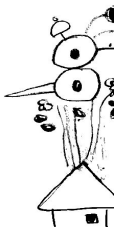




제 4 부

비전전개를 위한 주요정책과제





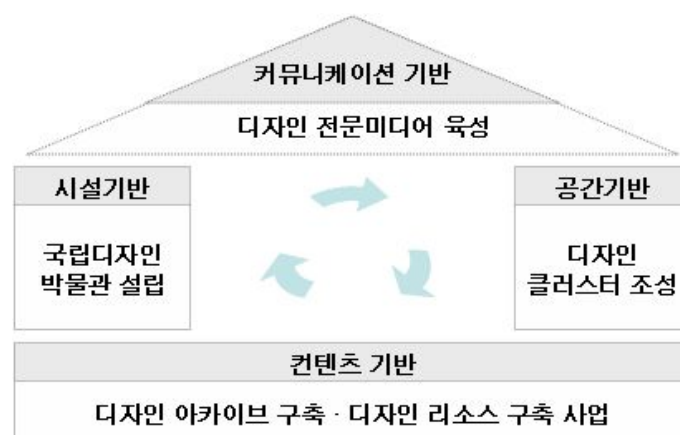
1. 디자인 창작기반 마련

1.1 현황 및 개선점

- » 전형성이 부족한 한국 디자인의 역량강화가 시급한 시점
 - 한국의 디자인 문화는 역사적인 특성으로 인해 서구의 디자인이 변형적으로 이식되는 과정을 거침
 - 한국의 문화적 정서구조를 반영하고 발전적으로 이끌기 위해서는 창의적 디자인을 위한 인프라 구축이 필요함
- » 산업정책으로서의 디자인 정책집행으로 제조업 중심 직접지원 성격을 지원정책의 편중으로 디자인 창작기반 구축을 위한 지원이 필요함
 - 2006년 한국정부의 디자인 지원금액은 483억원(영국 120억원)인데도 불구하고 디자인창작을 위한 기반구축이 미흡한 실정

1.2 정책 기조

- » 디자인을 통해 감동과 공감을 동반하는 감성가치 창조를 위해 문화적 가치를 활용한 창작기반 확립이 필요
- » 매력적인 국가 브랜드 구축을 염두에 둔 디자인 창작기반 구축을 위해 문화적 힘을 활용한 콘텐츠 기반, 시설기반, 공간기반, 커뮤니케이션 기반 별 체계적 지원이 필요함



□ 정책의 목적

- » 디자인 사료 및 콘텐츠를 국가차원에서 장기적이고 체계적으로 수집·관리함으로써 한국의 전통문화와 미래를 연계하여 새로운 디자인 지식창출에 기여하는 국가 디자인 인프라 확보

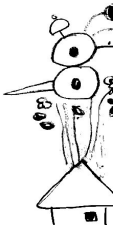
□ 현황 및 개선점

- » 국내 디자인문화유산 아카이브의 경우 문화원형아카이브 사업, 지경부의 통합적 구축 및 관리가 미흡한 실정
 - ※ 독일 바우하우스 아카이브 : 디자인 분야에 걸쳐 바우하우스가 예술계·교육계·건축계·디자인계에 남긴 업적을 기록하고 디자인 흐름에 대한 정보를 분류, 축적하고 있음

□ 추진방향

- » 사용자 중심의 디자인 아카이브 구축
 - 활용도와 실용성을 높일 수 있는 특화된 영역의 디자인 아카이브 구축
 - ※ AIGA 디자인 아카이브: 미국 그래픽디자인협회(American Institute of Graphic Arts, AIGA)가 해마다 개최하는 그래픽 공모전의 수상작들의 데이터베이스로 사용자 중심(정보의 색인화를 위해 구글의 검색기능 이용, 하이퍼텍스트처럼 관련 콘텐츠간의 연계성이 강화된 인터페이스, 작품 임시 보관)의 아카이브 구축
 - ※ 웹디자인을 위한 Onehead Inspiration 아카이브: 영국의 인터넷 사이트로 사용자가 영감 받으며 찾으려 하는 이미지들을 쉽게 찾을 수 있음
 - 아시아의 역사와 신화, 전통 등의 문화원형을 발굴하는 '아시아 문화원형 창작소재 개발('09~'20, 80개)' 사업과 연계하여 시너지 창출
- » 디자인문화재단의 주요사업으로 아카이브 구축사업 기획
 - ※ 네덜란드 프렘젤라 디자인 재단(교육문화과학부와 암스테르담 시의회 설립)에서 디자인 유산을 소장하기 위한 디자인 아카이브 운영





세부정책 2 문화적 가치를 반영한 디자인 리소스 구축

□ 정책의 목적

- » 디지털화의 새로운 환경변화 속에 문화적 가치를 반영한 창작원천자료의 개발을 중장기적으로 시행함으로써 국가차원에서 문화적 개성과 창조력 확립

□ 현황 및 개선점

- » 선진국의 경우 문화적 특성을 반영한 색상표준체계를 개발하여 전세계에 유통
 - 미국의 Pantone과 일본의 DIC(DAINIPPON INK AND CHEMICALS, INCORPORATED) 등 고유의 색채 번호만으로 의사소통이 될 뿐만 아니라 국가 아이덴티티도 반영
- » 이미 수행된 창작 원천자료 제공 사업의 결과물이 실제 디자인 실무에 사용되지 못하는 한계가 존재
 - 한국색채표준화사업('96~'98, 20억원), 산업색채공동기반구축사업('97~'99, 48억원) 산업색채전문인력양성('98~'00, 7억원)
- » 국내에서 사용되는 디자인 리소스 표준은 서양의 문화적 토양에서 개발된 원천자임
 - ※ 토담색, 겨자색, 쪽빛과 같은 한국적 색채와 관련된 표준이 부재하여 산업적 활용이 미비

□ 추진방향

- » 색상 리소스 구축사업 : 문화적 특성을 반영한 색상 표준 체계 개발 지원
 - 한국적, 지역적 특성을 반영한 한국적 색채 중심의 색상표준 체계 개발지원
- » 활자 리소스 구축사업 : 문화적 정체성을 반영한 서체디자인(활자꼴) 개발 지원
 - 한글의 세계화, 활자꼴 개발과정, 폰트 에디터, 활자꼴 저작권 보호에 대한 중장기 연구
 - 한글의 산업화 기반 구축을 위한 서체 디자인 개발 사업 추진(공공기관의 표준 활자 체계 구축, 영상디자인에 맞춘 활자꼴 개선 사업 추진)
 - 한글상품 전시 및 세계 문자 비교 등을 위한 '한글문화관' (~'12년 건립계획)에 서체디자인 전시관 운영
- » 문양 리소스 구축사업 : 한국의 전통문양에서 현대문양까지의 디자인 표준 수립

□ 정책의 목적

- » 한국 및 세계의 디자인을 집대성하여 교육, 체험, 연구할 수 있는 복합공간을 조성
- » 디자인 문화를 체험하고 미래에 대한 비전을 경험함으로써 일반인의 상상을 키우는 디자인 창작 공간 확충

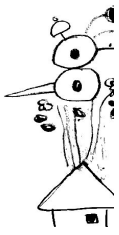
□ 현황 및 개선점

- » 선진국의 경우 정부주도의 디자인 박물관을 통해 디자인 역사를 수집, 보존, 연구, 전시, 교육, 홍보해 오는 등 디자인 진흥의 중추적인 역할을 하고 있음
 - ※ 영국 빅토리아앨버트박물관(1852), 미국 쿠퍼휴이드 국립디자인박물관(1897), 이탈리아 이스라엘 국립디자인 박물관 추진 중
- » 한국의 경우 디자인 진흥을 주도할만한 국가차원의 디자인 박물관이 전무한 실정

□ 추진방향

- » 근대산업유산의 문화적 활용을 위해 당인리 발전소에 디자인 박물관을 설립
 - ※ 독일 에센지역 Zollverein의 Red Dot디자인 박물관은 제철소 건물을 개조, 전시의 창의성 높임
- » 창조적 원천으로서 디자인 컬렉션의 자원화
 - 오프라인상의 디자인 컬렉션 열람, 온라인 디자인 컬렉션 데이터베이스(디자인 문화유산 아카이브 사업과 연계) 구축
 - ※ 미국 국립디자인박물관, 뉴욕 현대미술관, 영국 빅토리아앨버트박물관 온라인 데이터베이스 활용 중
- » 대중적 접근이 용이한 디자인 진흥 프로그램 운영
 - 담론의 장으로서 디자인 전시의 다양화, 디자인교육프로그램의 대중화, 디자인 관련 인쇄 및 전자출판기획, 디자인박물관 웹사이트 운영, 디자인스토어 및 레스토랑 운영, 디자인 관련 행사 주최, 우수디자인디자이너 포상제도 기획
 - ※ 호주 파워하우스박물관(1988) 터치 방식의 스크린 컴퓨터, 비주얼 3D 극장 등을 자유롭게 사용 가능하며 교육 프로그램이나 강의 등의 시청각 교육 개설





□ 정책의 목적

- » 디자인 교육, 전시, 창작, 판매, 참여가 동시에 일어나는 복합공간을 구축하여 분야 간 연계효과 모색하여 디자인 경쟁력을 확보

□ 현황 및 개선점

- » 디자인은 국가전략사업으로 활성화 하고 있는 해외의 경우, 디자인 클러스터 조성
 - 독일 칼스루에 시의 ZKM은 탄약공장을 개조하여 디자인 클러스터를 조성, 지역 활성화는 물론 창의적 디자인의 산실로 자리매김
 - 2006년 타이페이에 설립된 xuexue는 아시아에 설립된 디자인 클러스터의 선도 모델

□ 추진방향

- » 디자인 클러스터 조성 계획 수립
 - 국가경쟁력 제고 차원에서 디자인 클러스터 선정과 관련된 지원·조정·체계적 관리 계획 수립
 - 기업유치를 위한 임대료 지원계획이나 각종 부담금의 면제 및 인허가 면제 등 법률적 기반 확보
 - 디자인 클러스터 심의위원회를 구성하고 심의기준을 확정
 - ※ 기존 문화산업진흥지구 지정 사업의 정책모델 도입
 - 지역의 입지적 특성을 고려하고 지원예산이 물리적 인프라에 편중되었던 기존 지원방식을 탈피
- » 디자인 클러스터 선정 사업의 추진
 - 10개 내외의 자생적 클러스터를 구성 유도하여 디자인 관련기업 및 대학, 연구소 등 집적화를 통한 디자인 영역의 창작활동, 영업활동, 인력양성, 공동제작 등을 장려하고 촉진
 - 인프라 지원(전시, 홍보, 판매관, 정보자료관 등 공동사용시설 및 장치의 구입·설치 등)과 사업비 지원(유통활성화, 기술컨설팅, 유치기업 활성화, 판로 및 마케팅, 인력양성)의 균형
 - 디자인 클러스터를 관광상품화 할 수 있도록 디자인 스트리트 조성을 지원

□ 정책의 목적

- » 국가차원에서 지속적으로 디자인 정보를 생산·수집·유통하고 디자인 현상의 종합적 분석을 통한 비전을 제시하는 소통 방안 확립
- » 한국의 디자인 역량을 객관적으로 분석하고 디자인 담론을 생산하여 세계시장에 홍보할 수 있는 국제적인 미디어 네트워크 형성

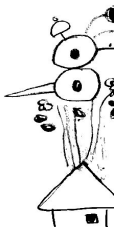
□ 현황 및 개선점

- » 국내 다양한 디자인 미디어는 디자인 전문가 및 디자인 산업을 위한 활동을 중심으로 전개 되고 있음
- » 한국 및 세계디자인 현상에 대한 조명과 비전을 제시하고 디자인 문화를 확산시키는 영역의 미디어가 필요함
 - ※ 독일 디자인 전문지 ‘도큐먼트’의 경우 지하철 가판대나 소규모 서점에서도 손쉽게 구할 수 있는 사용자 중심의 미디어로 자리매김

□ 추진방향

- » 지속적으로 디자인 정보를 생산, 수집, 유통하는 역할을 담당하는 디자인 미디어 육성
 - TV 방송, 인터넷 방송, 웹사이트, 잡지 등을 통하여 국제적인 미디어 네트워크 형성
 - 국내 디자인 현상에 대한 비평 및 수준 높은 해석을 통한 미래비전을 제시하는 역할
 - 국내 디자인 현황을 세계시장에 홍보함으로써 한국디자인 위상 제고
 - 발달된 정보기술을 바탕으로 디자인 콘텐츠를 확산
- » 국가가 구축하는 디자인 커뮤니케이션 시스템 구축
 - KTV 등을 이용한 디자인 프로그램 방송 실시로 생활 속의 디자인 문화 확산
 - 디자인 전문 매체 및 프로그램 지원

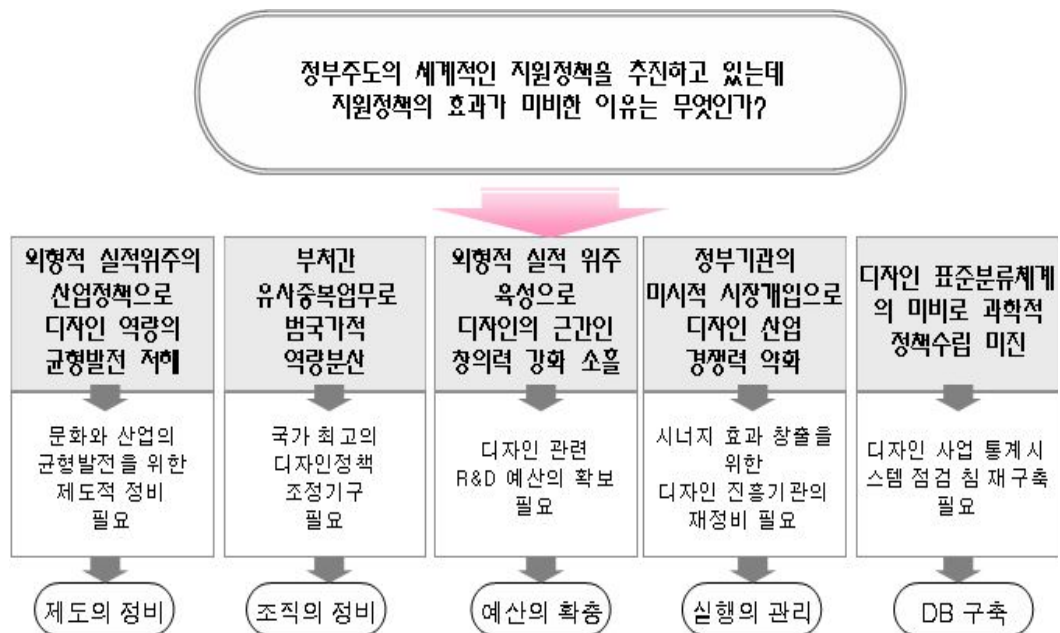




2. 디자인정책 추진체계 정비

2.1 현황 및 개선점

» 세계적 수준의 지원정책을 추진하고 있는데 반하여 성과가 미진한 현상



2.2 정책기조

» 국가 디자인정책의 낭비제거와 효율을 증대시키고 일관성 있는 디자인 종합정책을 통한 디자인 강국을 실현하기 위한 디자인 정책 추진체계의 전면적인 정비

- 제도의 정비 : 디자인 관련법령 정비
- 조직의 정비 : 대통령 소속의 국가디자인위원회 설치
- 예산의 확충 : 디자인 연구 개발기금 확충
- 실행의 관리 : 디자인 정책 담당기관 정비
- 데이터베이스 구축 : 디자인 산업 통계시스템 점검 및 재구축

□ 정책의 목적

- » 디자인 문화교육산업 등 각 분야를 포괄하는 범정부적 디자인 정책을 수립하고 추진하기 위하여 디자인과 관련된 각종 법령을 정비

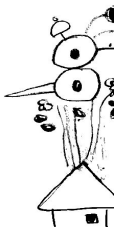
□ 현황 및 개선점

- » 디자인 진흥을 위한 법률인 “산업디자인진흥법”은 산업적인 관점에서 디자인 생산을 지원하기 위한 법률로, 문화교육 등을 포괄하기에 근본적인 한계가 존재
 - 산업디자인은 제품디자인, 환경디자인, 시각디자인을 포함한다고 정의하고 있어 발전하는 디자인 개념을 포괄하지 못함
 - 통합적이고 거시적인 관점에서의 디자인기본법의 제정 필요
- » 디자인 기본법 수립을 통해 근본적인 국가경쟁력 차원에서 디자인 종합계획의 수립 및 시행, 관련제도 개선 및 공공기관지자체민간 차원의 업무 협약조정이 필요함

□ 추진방향

- » 디자인기본법 제정
 - 08년 내 제정 목표로 정부입법 추진
 - 삶의 질을 향상시키기 위한 디자인의 목적 및 기본이념을 천명하고, 디자인의 정의와 분류기준을 명확히 함으로서 디자인 지원을 위한 기초 토대 마련
 - 타 법률과의 관계를 명확히 함으로서 디자인 관련 업무의 혼선을 방지
 - 대통령 소속의 국가디자인 위원회 설치 근거를 마련
 - 디자인 종합계획을 수립주체 및 실무지원단의 운영원칙을 제시
 - 다부처의 디자인에 대한 다양한 시각을 반영하며 각 부처의 영역과 역할을 아우를 수 있는 법적 근거 마련
- » 산업디자인 진흥법 개정, 공공디자인 관리 및 진흥에 관한 법률 제정
 - 디자인 기본법의 원칙에 부합하도록 기존 산업디자인 진흥법을 개정하고, 공공영역의 디자인 진흥을 위한 ‘공공디자인 관리 및 진흥에 관한 법률’을 제정하여 제도적인 체계를 완성





□ 정책의 목적

- » 국가 최고의 디자인 정책 조정기구를 설립함으로써 국가의 디자인 비전과 전략을 통합적인 관점에서 제시하고 부처별 디자인 정책에 대한 타당성을 종합적으로 검토하고 이견을 조정하여 디자인 경쟁력 확보에 이바지

□ 현황 및 개선점

- » 관련 부처간 유사중복업무로 범국가적 차원의 역량이 분산되는 현상을 통합하고 조정할 필요성이 증대되고 있음
 - ※ 문화관광부(08 공공디자인 시범사업), 지식경제부(08 공공디자인 개발사업), 국토해양부(08 살고싶은 도시 만들기 사업), 행정안전부(08 살기 좋은 지역만들기 사업)
- » 현정부의 ‘디자인 코리아프로젝트’는 ‘국가건축정책위원회’ 산하에 ‘건축도시분과’를 두고 디자인 업무를 수행하는 계획을 밝힘으로서 구조로 건축도목분야의 한 부문으로 디자인 정책이 다루어질 소지가 있음
- » 국가 디자인정책은 중장기적으로 국가의 미래를 고려하여 개발하고 지속적인 관리가 필요하며, 문제 발생시 해법을 제시할 기관이나 기구가 필요.

□ 추진방향

- » 대통령 소속의 국가디자인위원회 설치
 - 위원장 1인을 포함한 25인 이내의 위원으로 구성
 - 국가적 차원의 중장기적 디자인 비전 제시
 - 디자인 종합계획의 심의를 담당
 - 위원회의 사무를 처리하기 위하여 문화체육관광부에 사무처를 설치(디자인 정책국 신설과 연동)
 - 실행력과 실행조직을 갖춘 실질적 의미의 기구로서 역할 담당

□ 정책의 목적

- » 국제적 주도권을 갖는 디자인 강국으로의 도약을 위해 국가성장 동력산업과 공조를 통해 시너지 효과를 낼 수 있는 시스템 구축
- » 국가 R&D 예산 중 디자인 분야 예산을 조기에 확보하여 국가 및 지역 대표 브랜드 연구개발이 필요

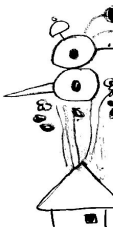
□ 현황 및 개선점

- » 획기적으로 증가하고 있는 디자인 전문기업은 그 규모의 영세성으로 인한 연구개발비의 투자가 취약한 실정
- » 사회 전반적인 디자인에 대한 관심과 정부차원의 관심도에 비해 실제적인 투자가 미미한 실정
 - 국가 R&D 예산 7조 8천억('05), 디자인 R&D 예산 193억원
 - 디자인 R&D 예산 감소 238억원('03)→193억원('05)
- » 디자인은 자원 투입대비 효과측면에서 효율적인 성과를 보이고 있기 때문에 국가차원의 전략개발과 연구개발비의 지원이 필요
 - 자원대비 효과 : 기술개발이 약 5배, 디자인은 약 19배

□ 추진방향

- » 기술, 문화, 환경, 산업을 포괄하는 국가전략 차원에서의 연구 진행
 - 문화적 측면에서의 디자인 정책, 국가 이미지 및 브랜드 구축을 위한 디자인 연구개발, 지역별 역사와 문화를 대표하는 디자인, 디자인 기술 강화 위한 연구 등
- » 디자인 구현을 위한 기술 기초 연구 진행
 - 지속성기술(Sustainable technology), 혁신적기술(Disruptive technology) 연구의 지속적 투자





세부정책 9

디자인정책 담당 기관 정비

□ 정책의 목적

- » 디자인 진흥기관의 역할 및 핵심 업무를 명확히 정비하여 효과적인 정부지원체계의 구축

□ 현황 및 개선점

- » 디자인 유관기관의 산발적인 디자인 진흥업무로 세계적 수준의 디자인 지원규모에도 불구하고 그 성과가 미진
 - 1998년부터 2002까지 약 4,767개 과제, 약 567억 원의 예산을 지원했으나 세계적으로 내세울 만한 국내 디자인 전문기업이 없음
- » 각 기관별 핵심지원업무에 집중하지 못하는 분산된 정책집행으로 민간이 해야 할 역할과 정부가 해야 할 역할의 혼재를 초래

□ 추진방향

- » 한국디자인진흥원(현 지식경제부 소속), 공예진흥원 간 업무조정을 통해 중복된 디자인정책 지원·연구기능 정비
 - 디자인 산업진흥의 역할을 한국디자인진흥원으로 집중
 - 디자인문화재단은 디자인 네트워크 구축 및 포럼 운영 전문기구로 특성화하여 국가 디자인 정책을 제안하고 소통하는 통로로서의 역할 담당
 - 공예진흥원은 전통디자인상품 개발로 특화
 - 지역 디자인 센터(RDC), 디자인혁신센터(DIC) 등 지역진흥단체는 지역디자인 기반 조성 담당
 - 한국고등디자인연구원 신설로 중장기 연구의 집중화
- » 「기능중심 편제와 유사기능 광대역화」를 지향하는 정부조직 개편 방침에 부응, 소프트웨어 산업 주무부처인 문화관광부에 디자인정책국 신설
 - 디자인정책과, 디자인산업지원과, 공공디자인진흥과, 디자인문화과 등 4개과 36명
 - 예술국, 문화산업국(문화콘텐츠 담당)과의 유기적 관계 구축

□ 정책의 목적

- » 지식기반 산업인 디자인산업을 통합적인 서비스 산업으로 인식하고 성장시키기 위해, 디자인 기획·개발·홍보·유통에 이르는 디자인 영역에 대한 통계적 기반 마련
- » 일정한 분류원칙과 기준에 따라 체계적으로 구축된 국가적 차원의 DB와 디자인 정책 영역간의 상호보완적인 체계 구축

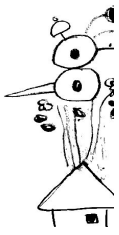
□ 현황 및 개선점

- » 한국표준산업분류 및 한국표준직업분류의 디자인 관련 기준과 분류결과가 상이하며, 실제 디자인 실무환경을 반영하고 있지 못함
- » 디자인 업무의 분류 및 보수에 관한 조사가 부족하여 ‘디자인 비용 계상’ 과 관련된 기본적인 DB 구축이 미흡한 상황

□ 추진방향

- » 디자인 산업 관련 표준산업분류 및 디자인 전문인력 관련 한국표준직업분류체계 개선 방안 및 중장기적 관점의 인력양성 방안 마련
 - 디자인 기본법 및 산업디자인 진흥법, 공공디자인 진흥법의 정의규정과 산업분류체계의 통일
 - 통계시스템 구축과 지원정책의 통합적 관리 체계 구축
- » 연차별·직종별 디자이너 임금에 대한 전국적 조사 지원
 - 디자인 관련 협회가 연차별 디자이너 임금에 대한 정기적인 조사를 수행하게 함으로서 ‘디자인 사업대가기준’ 의 객관적이고 합리적인 수립을 도모 .디자인 관련 법률 고시에 반영
 - ‘디자인 업무 및 보수기준’ 정립을 통해 디자이너의 등급 및 자격기준을 수립할 수 있는 근거를 마련함으로서 ‘디자인사업대가기준(실비정산가액 방식)’ 에 반영





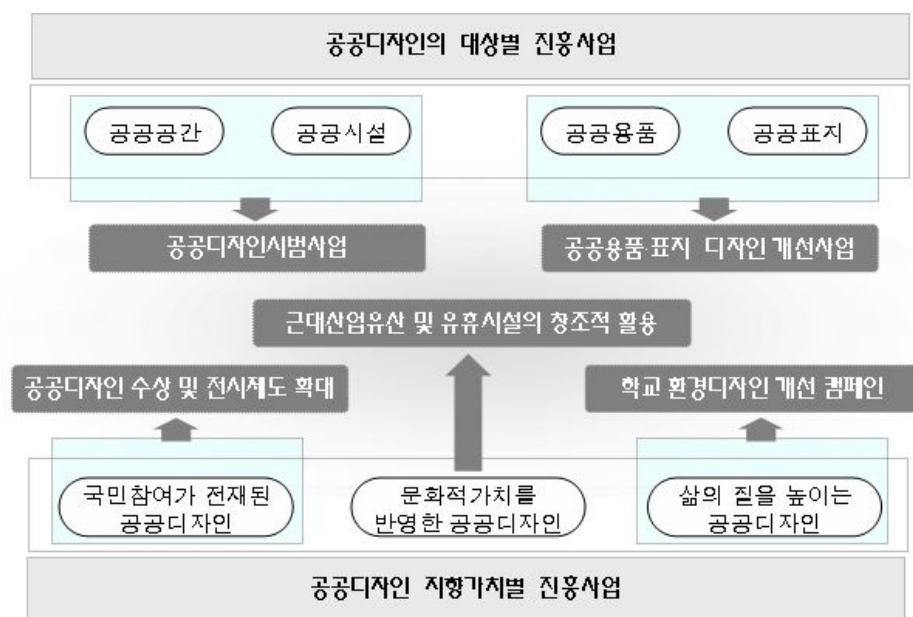
3. 일상공간의 문화적 디자인을 통한 삶의 질 향상

3.1 현황 및 개선점

- » 제도적 개념과 영역이 불투명하기 때문에 공공디자인 대상에 대한 통합적 관리 부재
 - 제도적 개념과 영역설정이 불투명하여 공공디자인 진흥을 효율적으로 지원하고 관리할 수 있는 기초적 토대 부재
 - 공공디자인 대상별 설치, 관리, 운영하는 주체가 산발적이어서 사용자의 혼란을 가중시키고 도시의 기능적 역할을 저해
- » 공공디자인 지향가치의 부재로 문화적 요소가 결여되어 있는 구조물의 난립
 - 건축의 부산물로 이해되는 건설위주의 공공디자인 인식으로 디자인과 무관한 업체에 시설물을 발주하거나, 문화적 맥락을 반영하지 못한 대형구조물이 건설되는 현상
 - 공공디자인이 지향해야 할 사회문화적 가치를 반영하여 지역과 국가의 문화적 구심으로서의 공공환경 구축이 필요

3.2 정책기조

- » 공공디자인 개선을 위한 대상별 진흥사업추진과 더불어 공공디자인이 지향해야 할 가치를 반영한 정책 추진으로 심미적 측면에서의 환경개선뿐만 아니라 구성원 상호간의 배려와 소통강화의 문화적 환경개선을 달성



□ 정책의 목적

- » 생활공간의 질, 국민의 문화적 감수성, 도시 이미지, 나아가 국가경쟁력을 결정하는 중요 변수인 공공디자인의 모범사례 정립 및 확산

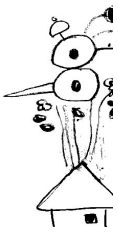
□ 현황 및 개선점

- » 문화체육관광부 주도로 서울 영등포구, 경기도 안양시 만안구, 대구시 중구 동성로 사업, 부산시 광복로 사업 등을 건축 및 디자인 분야의 민간전문가, 지역주민 대표, 문화체육관광부와 지자체의 공무원으로 구성된 추진위원회를 추진
- » 그러나 부처간 중복되어온 공공디자인 시범사업은 주민들이 참여와 자발성이 도외시되고 정부가 지자체와 주민에게 시혜를 주는 형식으로 지속성의 동력이 떨어지고 있어 지역주민의 창의성과 자발성을 중점으로 한 시범사업의 확대가 필요

□ 추진방향

- » 공모를 통한 경쟁체제로 디자인 컨설팅 비용 및 전문가 연계 지원을 중점 추진
- » 정부주도의 시혜적 관점을 벗어나 지역성과 생활문화를 기반으로 한 한국적 공공디자인 연구 및 시범사업 확대
 - 권역별 공공디자인 시범도시 구축('08, 3곳 → '20년 15곳)
 - 건물 가로 전면공간(全面空簡)의 문화적 활용지원(금천구 가로시범사업, '08.11)
 - ※ 일본 롯본기, 파레 다치카와, 가나자 등 시민 참여로 공공디자인 사업 진행, 주변 환경과의 조화 및 시민들과 합의된 작품들을 이용
 - ※ 프랑스 공공디자인 퍼블릭 아이덴티티(Public Identity) 구축: 공공의 개념과 공간의 개념을 통합하여 지역적 정체성이 부각될 수 있도록 계획
- » 권역별 문화도시·문화거리 조성
 - 문화예술과 콘텐츠가 결합된 문화거리 조성('08, 경주전주 등 4개 → '20년 20개)
 - 생활권에 위치한 전통시장 거리, 돈화문로 국악의 거리 조성 등을 통해 주민의 문화향수 확대 및 관광객 증가 유도





□ 정책의 목적

- » 정부의 정책과 국민이 만나는 최 접점인 대민 서비스 용품에 대한 디자인을 문화적 관점에서 개선함으로써 국민과의 소통을 원활히 하고, 국가와 지역에 대한 자긍심을 고취

□ 현황 및 개선점

- » 공공용품은 “국가가 직접 사용하기 위해 제작된 물건과, 일반국민과 공동으로 사용하기 위해 국가가 제공하는 동산’ 을 의미하며, 공공물품, 공공서식, 대민서비스 용품을 의미
- » ‘07년 여권디자인개선사업을 바탕으로 공공용품·표지 개선사업을 순차적 실시 중
- » ‘08년 국가문장 디자인 개선사업을 건의하여 국가 이미지 제고를 위한 상징적 디자인 개선을 추진 중

□ 추진방향

- » 국민에게 친근한 공공서식 디자인 개선사업
 - 읽기 쉬운 법정민원 서식(안내서, 위임장, 각종 등본, 대장 등) 만들기 캠페인
 - 공공서식 디자인 개선을 위한 공모전
 - 민원증명서류 한글 활자꼴 기본규정 수립
 - 지방자치단체별로 차별화된 활자꼴을 유도하여 한글 타이포그래피 유통시장의 활성화 도모
- » 창의력을 높이는 교과서 디자인 개선사업
 - 활동중심, 대화중심의 능동적 학습활동을 유도하는 유기적 질서를 부여한 국정, 검정, 인증 교과서의 디자인개선사업 실시
 - 교과서 디자인 개선을 위한 추진위원회 구성(관련부처, 교사, 학무보, 학생, 교재 제작업체 등으로 구성)
 - 그리드체계(판영과 지면), 활자꼴, 지면계획, 색상계획, 문맥과 패턴디자인 계획 수립

□ 정책의 목적

- ≫ 공공디자인의 중요성을 정부차원에서 직접 홍보하고 공감대를 확산하기 위해 공공디자인 수상 및 전시를 강화하여 아름다운 환경조성에 기여

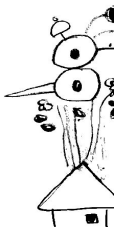
□ 현황 및 개선점

- ≫ 대한민국 공간문화대상 제정 운영('06~)하고 있으나, 공공공간 외의 공공디자인이 제외되어 있음
 - 건축물, 공원, 일상장소, 생활공간 등을 대상으로 시행
- ≫ 공공디자인 엑스포 ('07~)의 질적 확대를 통해 공공디자인 문화확산 효과 파급력 강화
 - 대한민국 공공디자인대상 시상 등의 우수 디자인 발굴

□ 추진방향

- ≫ 지자체 및 공공기관 간 경쟁을 유도하기 위해 연 1회 대통령 표창의 공공디자인상 제정
 - 문화관광부의 공간문화대상을 공공디자인상으로 확대실시
 - 심사위원 강화 및 홍보강화를 통한 공공디자인상의 가치제고
 - 해외선진 Award 벤치마킹을 통한 추진제도 및 예산 보완
 - ※ 세계 3대 디자인상:
 - 독일 iF Product Design Award Competition-공공디자인/인테리어 분야
 - 독일 Red dot Design Award: 우승제품은 레드닷디자인 박물관에 전시
 - 미국 IDEA: 미국 산업디자인 협회와 비즈니스 시사회가 공동 주최
 - 선정 대상에 대한 추가적인 지원방안 확대
 - ※ 수상주체의 경우 국가차원에서의 적극적 홍보, 국내외 전시회 참여시 우대, 정부의 정책자금 지원 시 우대 등
- ≫ 공감대 형성 및 인식 제고를 위해 공공디자인 엑스포를 연 1회 실시, 공공디자인 학술대회를 동시에 진행하여 학계 및 업계, 공공기관 간 연계의 장 마련
 - 07년 제 1회 개최, 08년 계획에 대한 지자체의 문의 증가
 - 엑스포 결과물을 공공기관에 적용함으로써 확산효과 유도
 - 지역 전략권을 대표하는 문화디자인 발굴 유도





세부정책 14 근대산업유산 및 유희시설의 창조적 활용

□ 정책의 목적

- » 전국에 산재해 있는 근대산업문화유산을 창의적 지역문화허브로 조성하여 공공환경을 개선하고 지역활성화 도모

□ 현황 및 개선점

- » 전국에 산재해 있는 근대산업유산은 등록문화제 제도에 의거 문화재적 가치를 부여보존하고 있으나 지역활성화로 연결시키지 못함
 - ※ 공장역사공공시설 등 등록된 근대 산업 유산 373개소
- » 해외의 경우 근대산업유산을 활용하여 지역 경쟁력 강화를 위한 핵심 거점으로 전환시킨 성공사례가 다수 존재함
 - ※ 빌바오 효과: 스페인 빌바오시가 경쟁력을 잃은 조선소 자리에 초현대식 구겐하임 미술관을 짓고 예술문화도시로 거듭나 연간 400만명이 찾는 관광도시로 탈바꿈시킨 개혁 프로그램을 지칭
 - ※ 테이트 모던 미술관: 영국의 문 닫은 화력발전소를 현대미술을 중점적으로 다루는 문화공간으로 탈바꿈시킴
 - ※ 오르세 미술관: 파리의 오르세 기차역을 개조하여 미술관을 만들어 루브르 박물관과 함께 대표적인 명소로 거듭남

□ 추진방향

- » 지역재상을 위한 산업유산 보존 및 활용 기본계획 수립
 - 산업유산 실태조사목록화, 입지적 특성 및 활용가치 지도화(mapping)하고 창의적 문화 예술 활동이 이루어지는 지역문화허브로 조성하기 위한 기초연구 실시
- » 산업유산 문화공간 조성 사업 시범사업 실시 및 확대
 - 당인리 화력발전소를 디자인 박물관으로 조성
 - 구서울역사를 복합문화공간으로 조성
 - 기무사를 현대사박물관으로 조성하고 덕수궁 동관을 근대미술관으로 조성 등
- » 창의적 문화공간 구축사업 세부 지침 개발
 - 문화예술 창작공간으로 조성 후의 운영과 홍보계획 지침 수립
 - 주변의 문화적 특성과 자연환경을 연계한 계획수립 지침 개발

□ 정책의 목적

- » 유년기때 창의력을 기를 수 있는 환경을 접함으로써 디자인과 친숙해질 수 있는 경험을 창출하고 디자인을 통한 비람직한 소통과 창의력 향상에 기여함으로써 삶의 질 향상

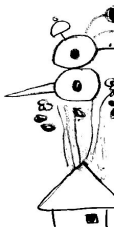
□ 현황 및 개선점

- » 국내 초등학교 녹지율 전체 교육과정 중 최하수준으로 창의력을 저해시키는 교육환경
- » '08년 추진예정인 학교공간개선사업 등의 주제별 공간개선사업을 놀이터, 커뮤니티 시설 등으로 확대가 필요함
 - ※ 영국 디자인 진흥기관인 디자인 카운슬(Design Council)이 주도적으로 시행하고 있는 '학교환경개선캠페인'은 디자인전문가와 학부모, 학생, 교사가 협력하여 학생들의 잠재력을 실현할 수 있도록 학습환경 디자인을 개선하는 프로젝트로 학생의 실제 학습효과를 증진시키는 성과를 보였음

□ 추진방향

- » 효율적인 학습환경구축을 위한 사용자 중심 디자인 프로세스 구축
 - 정부와 학교당국 교구업체 및 학생, 학부모로 구성된 실무프로젝트 팀 구성
 - 심미적 학습환경개선과 더불어 근본적인 교육시스템과 프로세스 개선을 디자인에 반영할 수 있는 기초 연구 추진
 - 학교환경 개선 디자인 기획과정 모델링
- » 초등학교 환경디자인 개선 시범사업 시행 및 확산
 - 초기 3년 10개 학교와 협력 작업, 이후 점진적 확대





4. 디자인 기초역량 강화 및 핵심 전문인력 양성

4.1 현황 및 개선점

» 디자인 인력 배출에 있어서 세계적인 수준(인구비례 세계 1위)인데 반하여, 그 성과가 미진한 상태

- 핵심인력이 창의력을 바탕으로 한 고부가가치 창출능력 선진국 대비 현저히 저하되고 있으며 교육의 실무기여도도 낮은 수준

※ 서비스 산업의 1인당 부가가치 : 한국(18,643), 미국(66,729), 일본(66,704), 영국(45,548)
(삼성경제연구소, 2004)

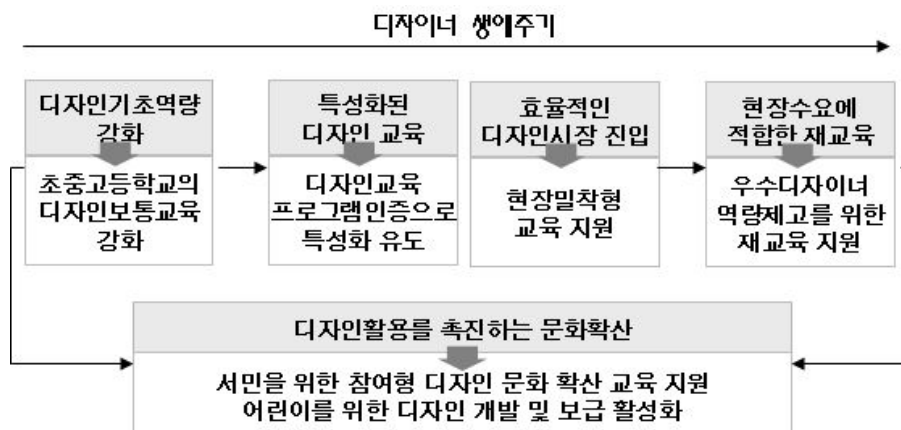
※ 실무자들의 대학교육 기여도가 높다고 평가한 비율 9.1 %

인력규모는 세계적인 수준인데 반해
디자인 역량은 세계적인 수준에 도달하지 못하는
이유는 무엇인가?

특성화가 결여된 획일적 교육제도	미술위주의 교육 편중화	디자인교육의 학제적 접근 미흡	산업과 괴리된 교육 내용	인문학적인 관점의 디자인 연구 미흡
다양화된 디자인 수요를 충족시키지 못함	멀티미디어 인터랙션 등 신디자인영역 역량 저하	산업간 경계가 허물어지는 산업환경 대응력 부재	디자인인력의 현직 적응력 저하	단순기법을 습득학 인력배출로 창의력기반 부재

4.2 정책기조

» 기존에 수행되어 왔던 단편적인 인력양성 정책을 개선하여 디자이너 생애주기에 따른 단계별 교육지원 체계 구축으로 선순환발전구조를 지향하는 중장기적 관점의 인력양성 시스템 구축하여 종합적인 시너지 효과 창출



□ 정책의 목적

- » 정규교육과정에 교양교육으로서 디자인 과목을 신설, 실습형 교육을 통한 디자인 감각 배양하여 일반적 국민의 디자인 수용능력을 향상시키고 일상적 측면에서 디자인 소비를 촉진하여 디자인 발전을 견인

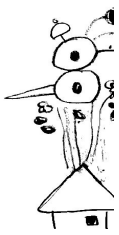
□ 현황 및 개선점

- » 미술교육의 일부로 인식되어온 초·중·고등학교의 디자인 교육을 정상화하기 위해 디자인에 직간접적으로 관계하는 직업군을 모두 포괄하여 단계별 교육프로그램 개발

□ 추진방향

- » 유아초등학교 디자인 교육 집중 활성화
 - 문화시설 내 유휴 공간 활용한 어린이 전용 디자인 공간 확충 및 미취학 아동 문화예술 프로그램에 디자인 분야 반영
 - 교재연구, 연력양성('08), 시범교육('09), 정규과목화('10)
- » 디자인 교육인력 확보
 - 교육인력 확보 시 기존 미술교사 재교육과 신규 채용의 적정 비율 검토
 - 학교 예술 강사 제도('08, 2300명)에 디자인 분야 반영 및 지원확대
- » 디자인에 대한 사회적 인식 전환
 - 디자이너가 참여하는 일일교사 프로그램 운영
- » 인문학적 교양강화를 통한 창의력 배양 프로그램 개발
 - 인문학적 교양과 시각적 기술의 결합을 통해 색·형태·물성을 전달하는 디자인 교육에서, 디자인을 접한 사용자의 고양된 감성을 사고하는 교육 프로그램으로 전환





세부정책 17 디자인 교육 프로그램 인증제

□ 정책의 목적

- » 전문 인증기관을 통해 교육기관의 획일화된 디자인 교육과정과 환경 및 성과를 합리적으로 평가하여 교육프로그램의 특성화를 유도하고 국제적인 인증을 교환함으로써 교육의 내실화와 특성화를 달성

□ 현황 및 개선점

- » 국내에 수많은 디자인 전문 교육기관이 존재함에도 불구하고 교육프로그램에 대한 적당한 인증제도가 없어 교육기관의 평준화 경향 유발
 - ※ 국내 디자인 관련 300여개 정규교육기관과 재학생 10만명으로 추산
 - ※ 코리아디자인센터에서 디자이너 교육 인증제 및 Quality Control(QC) 제도 도입
- » 학생의 실질적인 능력향상에 초점을 맞추어 교육성과를 평가함으로써 대학의 표준화보다 특성화를 유도하는 인증제 개발이 필요

□ 추진방향

- » 대학의 특성화를 유도하는 인증제도 개발
 - 교수·학생·교육목표·교육환경·교육조건 등에 대한 합리적인 평가 기준 수립
 - 교육수요자에게 객관적이고 공정한 정보제공
- » 한국디자인교육인증원 설립
 - 교육기관의 획일화된 디자인 교육과정과 성과를 합리적으로 평가하여 교육프로그램의 특성화를 유도하고 국제적 인증을 교환하여 한국 교육제도의 품질을 제고
 - ※ 한국공학교육인증원 : 공학분야 인증제도를 주관하는 기관으로, 인증받은 학교의 졸업생이 취업에 유리하도록 하는 장치를 마련
 - ※ 미국 NASAD : 세계 최초의 디자인 교육관련 인증기관으로 미국산업디자이너 협회(IDSA)와 교육협의회(NASAD)의 공동평가를 통한 교육인증을 시행

□ 정책의 목적

- » 현장 맞춤형 교육 프로그램과 디자인 교육의 내실화를 도모함으로써 실무능력을 갖춘 창의적 디자이너 집중 육성

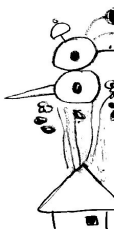
□ 현황 및 개선점

- » 대학의 디자인 교육이 국내 디자인 기업의 업무에 적절하게 활용되지 못함
 - ※ 대학교육의 활용성에 관한 설문조사(한국디자인진흥원, 2006) : 긍정응답 24.7%
 - ※ 대학교육의 활용성이 떨어지는 이유 : 대학교육이 너무 이론적임(1위)

□ 추진방향

- » 산학연계를 도모하는 ‘한국형 파브리카(Fabrica)’제도를 운영·지원함으로써 실무중심형 인재 배출 지원
 - ※ 영국 세인트마틴스스쿨, RCA(Loyal college of Arts)는 기초과정이 1년이고 나머지는 실무에 가까운 실질적인 내용 교육
 - ※ 미국의 산업디자인협회(IDSA)는 국립 미술 및 디자인학교협회(NASAD)와 공동으로 대학평가 프로그램을 운영
- » 지역문화산업연구센터(CRC)를 통한 학제적, 현장중심적 디자인 프로젝트 지원
 - 디자인리서치과정과 지역특성에 따른 실무 중심의 현장 심화 교육과정을 추가하고, 대학 디자인학과와의 통합 학제적(인문사회학+공학)연구기능 강화 : 특산품 개발에 지역 디자인대학의 참여기제를 마련하여 지역적 디자인 개발 지원, 지역 문화 디자인 생산의 중심기지화
 - ※ 스탠포드 대학의 D-School : 산업디자인 전문회사와 연계하여 기계공학, 전산학, 경영학, 디자인의 학제적 통합을 통한 프로젝트 중심 교육과정
- » 전문계 특성화 고등학교(마이스터교)로 디자인 전문고등학교를 설치하고, 창업 인큐베이터를 병행하여 대학진학과 창업 중 선택의 기회 부여





세부정책 19 우수 디자이너 역량 제고 사업

□ 정책의 목적

- » 기업체 디자인 인력의 재교육을 지원하고 전통과 미래를 잇는 글로벌 핵심인재 양성을 지원함으로써 디자이너의 전문성 제고를 통한 디자인 산업의 발전 도모

□ 현황 및 개선점

- » 디자인 재교육을 보유하고 있지 못한 중소기업을 대상으로 맞춤형 재교육 필요
 - 중소기업의 69%가 예산 및 인력부족으로 재교육 경험이 없음
- » 획일적인 교육연한과 프로그램으로 현장 디자이너의 재교육에 적합한 교육과정이 부족함

□ 추진방향

- » 현대를 이끄는 디자이너의 맞춤형 재교육 지원
 - 최신디자인기술, 디자인기획 및 경영기법, 최신 디자인 정보 등을 제공하는 교육프로그램 지원
 - 디지털 콘텐츠 산업 등 디자인 실무축척이 미흡한 분야의 선진 기술 및 지식 이전형 교육 지원
- » 전통을 잇는 문화 아이덴티티 전문 글로벌 인재 양성
 - 외국 디자이너와 공동작업 및 상호교류를 지원하는 전통문화디자인을 위한 해외레지던스 프로그램 운영
 - 한국적 전통을 활용한 현대적 디자이너 양성 및 해외진출을 지원하는 '한 디자인 프로젝트'
- » 미래를 이끄는 차세대 디자이너 양성
 - 디자인 해외마케팅 전문가, 디자인교육 기획자 등 핵심·희소인력 양성 → 중국이나 인도 등 디자인 개도국과의 디자인 격차 및 기술격차를 유지하는 핵심 엘리트 양성
 - '젊은 디자이너' 제도를 통해 가능성 있는 신진 디자이너에 대한 장학제도 마련 및 유학 지원

□ 정책의 목적

- » 사용자의 디자인 마인드 제고를 통해 소비확산을 통한 디자인 진흥을 선도함과 더불어 국민의 창의력을 증진시키고 디자인 문화에 대한 인식을 확산시켜 디자인이 사회 커뮤니케이션에 미치는 문화적 순기능을 확산

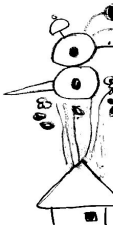
□ 현황 및 개선점

- » 한국 디자인계는 대학과 디자이너 집단으로 이루어져 있어 인력의 수요와 공급이라는 밀접한 관련을 맺으며 디자인의 공급 측면에 편중된 정책환경을 조성
- » 이로 인해 국내 디자인 정책은 산업 환경에서 디자인을 생산을 활성화 하는 지원형 육성정책이었으나 공감과 소통의 문화가 중요해지는 현재에서는 일상적 측면에서 디자인 소비를 촉진하는 수요 유발형 정책이 필요함

□ 추진방향

- » 지역 생활문화공간을 활용한 방방곡곡 디자인문화 프로그램 운영
 - 공공도서관, 박물관미술관, 문예회관, 지방문화원, 폐교·폐동사무소 등의 디자인 문화확산을 위한 맞춤형 프로그램 운영
 - 디자인 관련 작업을 할 수 있는 디자인 공방을 마련하고 개발 장비 및 소프트웨어 지원
 - 개발된 우수디자인 및 아이디어를 디자인 문화 콤플렉스에서 전시하고 상품화 지원
- » 디자인 코리아 캠페인
 - 범국민적 체계적 대국민 홍보 전략을 통해 디자인 생활문화를 촉진하고 대외적으로는 한국의 디자인 매력을 발신
 - 언론, 기업, 일반대중을 대상으로 광범위한 언론홍보 프로그램 기획
 - ※ 핀란드는 'Finnish Design Year 2005!' 프로그램을 통해 핀란드 디자인에 대한 인식제고 및 기업의 디자인 활용증대를 목적으로 한 광범위한 홍보를 전개





□ 정책의 목적

- » 어린이들을 위한 디자인의 개발 및 보급·확산을 통해 어린이들의 안전하고 건강한 성장발달이 가능한 생활환경의 창출

□ 현황 및 개선점

- » 어린이들의 안전사고를 예방하고 호기심을 충족시킬 수 있는 디자인에 대한 개발 및 지원의 부족
 - ※ 어린이 디자인 체험관 ‘디키빌’ (2008): 전국 최초로 광주시에서 국시비 지원으로 어린이들이 디자인을 체험할 수 있도록 신설
- » 어린이를 위한 디자인 개발 및 추진을 위한 전문 조직 결성 및 관련 인식 제고의 필요
- » 안전하지 않은 놀이기구, 허술한 관리, 관리주체 부재로 어린이 놀이터는 안전 사각지대
 - ※ 어린이 놀이시설 안전사고 발생현황(소비자보호원, 2006): ‘05년 294건으로 ’02년부터 지속적으로 증가하고 있는 추세
 - ※ 독일은 어린이의 안전을 위해 놀이시설에 모서리가 없도록 디자인하게 하며 6개월 단위로 의무적으로 모래를 교체하도록 함

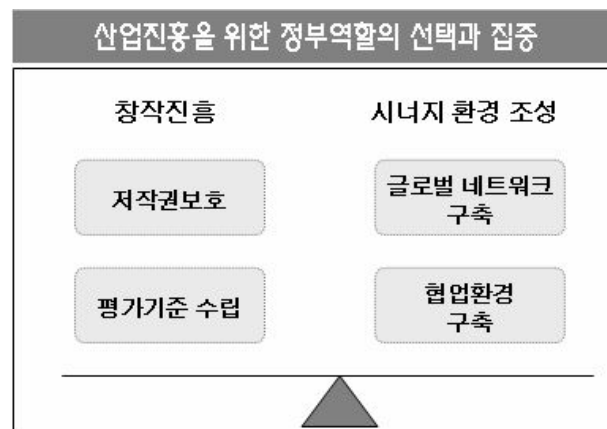
□ 추진방향

- » 어린이 디자인 협회 조직 및 연구 활동을 통해 어린이를 위한 디자인 연구의 발달 지원
 - 어린이들의 호기심과 신체, 행동의 특성을 파악하고 반영하여 아이들의 생활에 맞춰 디자인된 환경 구축
 - 어린이들이 안전하게 활동할 수 있는 주변 생활환경 설계
 - ※ 일본 경제산업부 ‘키즈 디자인 협의회’: 2006년 발족하여 60개사 넘는 기업, 단체, 지자체, 관청, NPO등이 참가하여 활동하며 연구회 활동은 ‘아동사고 감독연구회’, ‘아동 신체특성 계측연구회’, ‘아동 주공간 연구회’, ‘아이 돌보기 기술 연구회’, ‘차세대 육성 프로그램 연구회’ 등으로 구성
- » 어린이 디자인 상 및 디자인 마크를 부여하여 기업의 적극적인 참여를 유도하고, 어린이의 안전하고 건강한 성장이 가능한 생활환경 창출
 - 어린이 디자인에 대한 개인 및 단체, 기업의 관심을 유도하고 우수한 디자인 개발
 - ※ 일본 경제산업부 ‘키즈 디자인 마크(KD)’: 어린이들의 생활환경을 둘러싼 모든 것을 대상으로, 어린이 눈높이에 맞고 안전하게 디자인된 제품에 KD마크의 사용을 인정하여 소비자들이 인식할 수 있게 함

5. 디자인 산업의 선순환 구조 구축

5.1 현황 및 개선점

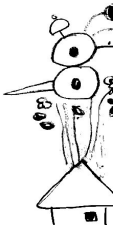
- » 디자인 산업을 통해 산업구조의 대변환을 대비해야 하는 시점
 - 제조업 비중의 지속적 축소 32%('88)→28.7%('05), 고부가가치 산업으로 이행해야 하는 구조적 필연성
 - 각 기업의 브랜드를 구축하지 못하고, 중국을 비롯한 브릭스(BRICS) 국가들과 가격경쟁에서 밀리는 상황
- » 디자인 산업진흥을 위한 국가 역할의 변화를 모색해야 함
 - 국가가 디자인 산업에 미시적, 직접적으로 개입하던 정책을 지양하고 디자인 산업의 역동성과 자생성을 육성할 수 있는 핵심 산업 환경 구축에 역량을 집중
 - 산업체와 교육기관에서 담당해야 하는 역할은 과감하게 민간에게 이양하고 디자인 분야의 공생적 협업이 이루어지는 환경 마련에 집중
 - 전통적 관점에서의 산업분류가 깨어지고 있으며 산업 간의 경계가 허물어지고 있기 때문에 산업을 위한 디자인 패러다임에서 과감히 벗어나 디자인 자체의 역량강화에 중점을 두어야 국가의 경제 문화에 장기적으로 강력한 긍정 효과를 발휘할 수 있는 역할에 집중



5.2 정책기조

- » 왜곡된 디자인시장 정상화를 통한 신 발전체제 구축을 위한 정부정책의 역량 집중화
 - 저작권 보호 : 창의적 디자인 개발을 위한 디자인 권리 보호제도 개선
 - 평가기준 수립 : 디자이너 및 디자인 기업 전문성 인증제도 수립
 - 글로벌 네트워크 구축 : 디자인 사업해외진출 지원, 글로벌 디자인 네트워크 형성
 - 디자인 협업 환경 구축 : 디자인 OSMU 환경 구축, 디자인 거래 활성화를 위한 디자인 페어 개최





□ 정책의 목적

- » 저작권법과 디자인보호법의 사각지대에 놓인 디자인 영역을 조사, 효과적으로 보호할 수 있는 제도개선 방안 모색
- » 디자인 관련 지적재산권 보호강화로 상표 및 의장 등의 안전하고 효율적인 거래를 활성화하여 새로운 국가자원의 창출

□ 현황 및 개선점

- » 국내 디자인 출원 세계 4위 수준으로 디자인 보호제도의 활용증가를 반영하여 디자인 보호제도가 개선되었음
 - ※ 디자인 산업의 양적팽창에 따라 디자인 출원이 매년 5~6% 이상 증가추세
 - ※ 의장법이 디자인 보호법으로 개정('05년)되어 화상디자인, 글자체를 포함한 디자인 영역 확대
- » 그러나 실질적인 디자인 보호가 이루어지고 있지 않은 실정으로 저작권에 대한 의식 낙후
 - ※ 실무 디자이너 90% 디자인 모방 경험(디자이너 잡, 2005년 조사)
 - ※ 밀라노 디자인 박람회 등 일부 부스에서 한국 방문객의 출입 제한(디자인 모방국의 오명)

□ 추진방향

- » 디자인보호법 개선과 함께 분쟁 시 법률상담·지원을 위한 법률 지원센터 마련
- » 국제 지적재산권 분쟁 대책반 구성
 - 국내 실정에 맞는 기준과 체계를 마련하는 등 보호정책 추진해서 국내 디자인 지적재산권 적극 보호
- » 디자인 보호제도 연구
 - 디자인 분야 지적재산권(불법복제 등) 보호제도 구축 등
- » 디자인 저작권 관리기반기술 개발 연구 지원
 - ※ Water Making, Digital Object Identifier 등 암호화 기술 개발

□ 정책의 목적

- » 디자이너와 디자인 기업의 능력을 합리적이고 객관적으로 평가할 수 있는 합리적이고 실질적인 제도를 개발하여 디자인 서비스의 고도화 도모

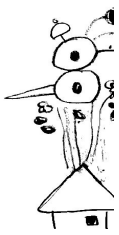
□ 현황 및 개선점

- » 국내 디자이너의 경우 전문성을 인정받지 못하고, 디자인 전문기업의 경우 품질로서 공정하게 평가받지 못하는 과다경쟁 상태
- » 현행 지식경제부에서 시행하는 ‘전문회사제도’는 우수기업을 선별하는 제도가 아님에도 지자체가 사업참여를 위한 인증제도로 활용하고 있어 부작용 발생
- » 공공영역에서는 공공 디자인 회사에 대한 디자인 감리 및 통제 방법이 없어 공공디자인 품질유지가 어려움
 - (예) Street furniture 제작 시 최저입찰제도로 인해 철공소(디자인 마인드가 없는 제조업체)가 디자인하고 제작하는 현실

□ 추진방향

- » 실질적이고 합리적인 디자이너 및 디자인 기업 인증제도
 - 디자이너의 자격을 합리적이고 객관적으로 평가할 수 있는 제도 개발하고 등록을 제도화
 - 우수 디자인업체 인증기구를 설치하고, 신용보증기금 등 금융기관에 객관적인 신용평가 자료를 제공(인증 결과를 신보의 신용평가시 반영하도록 유도)
 - 외국과 서비스를 교환하고 경쟁하기 위한 품질기준의 설정이 중요
- ※ 일본 디자인 진흥기관 지드포(JIDPO)의 기업디자인 평생관리 시스템 : 전 세계 대학의 단기과정을 이수한 일본 중견디자이너들이 소속된 기업을 인증, 정부·산업·학교·국제를 연결하는 조율자(Liaison) 역할





□ 정책의 목적

- » 지금까지 조형작경제적 관점의 산업디자인 부문에서 탈피하여 공공디자인이나 문화관광 레저스포츠 등 다양한 디자인 영역과 연계하여 전후방 연관효과를 극대화하는 시스템 지원

□ 현황 및 개선점

- » 선진국의 경우 디자인을 문화산업의 핵심동력으로 평가하고, 창의산업이라는 범주 속에서 문화산업과 유기적인 발전 정책을 추진
 - ※ 영국 Creative Industry(1998~) : 영화, 미술, 공예, 출판, 음악, 방송, 광고 등 문화산업 영역과 함께 디자인을 포함시켜 종합적인 진흥정책을 수립
- » 지식집약적인 문화산업의 경우, 초기 기획 및 제작단계에서 디자인 업무가 창의력과 기획력이 기반이 되는 경쟁력을 좌우하기 때문에 디자인과의 협업이 중요함
 - 문화적 자산을 창조적인 기획력을 바탕으로 재창조하는 디자인 과정은 문화산업 전체의 성장을 견인할 One Source로서의 역할
 - 지식집약산업의 경우 콘텐츠를 중심으로 장르간 영역이 붕괴되고 있기 때문에 콘텐츠 디자인에 대한 강화는 급속한 파급력을 보임

□ 추진방향

- » 선진 OSMU 사례조사 및 한국형 방법론 연구
 - 애니메이션, 영화, 방송 등 성공한 문화상품을 대상으로 선진국 디자인의 OSMU 사례를 수집하고 정보화하여 경험치 정보 확산하고 디자인의 OSMU 효과 극대화를 위한 비즈니스 표준 수립
- » 디자인 문화콘텐츠 타 장르 활용촉진지원
 - 캐릭터, 테마디자인 등의 One Source를 게임, 방송, 애니메이션 등 문화산업과 연계지원
 - 성공한 문화상품(드라마, 영화 등)을 대상으로 한 Multi-Use 디자인 개발지원
 - 국내외 마케터를 대상으로 문화산업에서의 디자인 상품 투자 설명회 및 사업 설명회 개최

□ 정책의 목적

- » 최신 정보와 지식을 전달하며 디자이너 및 디자인 전문 업체와 기업간의 거래를 강화하고, 각 기업의 디자인 경쟁력을 향상시키기 위해 디자인과 산업 간의 긴밀한 연계 도모

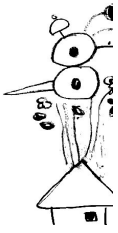
□ 현황 및 개선점

- » 대기업은 자체적으로 디자인 전문 부서인 'In-house Design'을 운영하고 있어, 디자인 거래의 활성화가 미비함
 - ※ 대기업 자체 디자인 경영 강화로 2006년 1,432개의 디자인 관련 전문회사 2007년 1,058개로 급격한 감소(한국디자인진흥원, 2007)
 - ※ 안 마리 부탱 프랑스산업디자인진흥원(APCI) 원장 인터뷰: 프랑스 디자인 강한 이유는 독립 디자인 회사가 많기 때문이며, 대다수 한국 기업들 내부(In-house) 디자인 인력에 의존하는 것과 달리 프랑스에서는 디자인 아웃소싱이 보편화되어 있다고 언급
- » 디자인 전문 부서를 내부적으로 두고 있지 않는 중소기업의 경우, 경쟁력 있는 디자인에 접할 수 있는 기회를 주고 더 나아가 디자인전문회사와의 연계가 필요

□ 추진방향

- » 디자인 수요자인 중소 제조업자와 디자이너간의 새로운 시장을 형성
 - 국내외 디자인 정보교류 활성화 및 디자인 아웃소싱 등 비즈니스 기회 확대
 - ※ 뉴욕 디자인 박람회(SURTEX): 디자인 최신 트렌드 정보를 제공하고, 비즈니스 활동의 장으로서 기업과 디자이너간의 네트워크 역할
- » On-line과 Off-line 방식을 병행하여 기업과 디자인 회사간의 효과적이고 원활한 거래를 지원
 - 적절한 디자인과 정보를 온라인과 오프라인에서 동시에 나눌 수 있도록 인프라 구축
 - 실질적인 네트워크 구축 및 효과적인 비즈니스 실현 기회 확대
 - ※ 한국 '디자인 코리아' 바이어매칭 상담 프로그램, 오프라인으로는 부재
 - ※ 한국 '임신출산유아인터넷 박람회' 온라인상에서 개최: 장소 및 시간에 구애 받지 않고 접할 수 있음
- » 중소기업중앙회와의 연계를 통해 다양한 중소기업의 참여를 도모하여 디자인 페어의 파급력 강화
 - 여러 중소기업의 적극적인 참여 지원 및 각 기업의 디자인 경쟁력 강화 도모
 - ※ 중소기업중앙회 후원 '서울기프트쇼': 중소기업의 적극적 참여 및 비즈니스 기회 부여





□ 정책의 목적

- » 개별기업의 해외진출을 돕는 지원형 육성을 지양하고 해외진출 공동기반구축을 추진함으로써 디자인 해외진출의 선진화 촉진

□ 현황 및 개선점

- » 시장규모에 비하여 지나치게 많은 디자인 기업의 수와 국내 제조업 규모의 감소로 국내 산업의 위축세로 글로벌 시장의 개척이 중요
 - ※ 영국의 경우 제조업의 침체와 디지털 기술에서 세계경쟁력을 잃어가면서 디자인 수출에 눈을 돌린 결과 현재는 영국 기업의 34%가 해외에 진출해있고, 해외수주액도 지속적인 증가세
- » 국내 디자인 업체의 증가추세에도 불구하고 국내 디자인 업체 해외진출 실적 미비
 - ※ 국내 업체의 해외진출은 제대로 된 지사나 현지법인 형태를 갖춘 해외진출이라기 보다 해외에서 의뢰한 것을 수행하는 소극적인 형태로 전개

□ 추진방향

- » 국내 디자인의 해외 진출 촉진을 위해 해외 문화원, 관광공사 지사 등 해외의 문화 외교채널 활용
 - 디자인 관련 공동기획, 마케팅 및 투자유치 지원을 위해 재외문화원을 해외진출전략키지인 ‘코리아센터’로 전환(2008, 5개소)
- » 동아시아 내수시장화를 위한 인프라 구축
 - 중국, 일본 등 전략시장에 디자인 진흥원 브랜치를 설립하여 디자인 시장의 정보를 수집하고 R&D 기능 강화
 - 디자인 현지화 정보 지원체계 구축 : 국가별, 분야별, 주제별 핵심 보고서 DB 구축, 전략지역내의 라이프스타일, 디자인트렌드, 감성체계, 스테레오 타입, 의식주 정보 등을 지속적으로 제공

□ 정책의 목적

- » 해외에 한국디자인의 매력을 적극적으로 홍보하고 네트워크를 구축하여 글로벌마케팅 활동을 위한 정부차원의 적극적인 협력 체계 구축

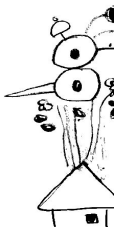
□ 현황 및 개선점

- » 한국의 경제적 발전대비 한국 브랜드가 저평가 되어 있음
 - 한국 이미지의 가치가 GDP 대비 34% 수준
- » 선진디자인의 유입과 관련된 소극적인 디자인 네트워크 형성에서 나아가 한국 디자인의 해외시장 개척을 위한 능동적 협력체계 구축이 필요함

□ 추진방향

- » 해외디자인박람회 전시참가를 지원하고, 국제 디자인 박람회를 적극적 유치
 - 국내 디자인 기업에게 세계 유수의 디자인 전시회 및 컨벤션 쇼 참가를 지원
 - 한국의 문화관광을 연계한 종합적인 국가 브랜드(디자인 코리아) 홍보를 위한 콘텐츠 및 예산(부스 임차비 및 장치비) 지원
- » 디자인 포럼 및 해외 로드쇼 개최
 - 국내외 디자인관련 언론인, 국내외 외국 주재관 등을 대상으로 국내 디자인 산업의 홍보를 위한 디자인 포럼 개최
 - 전략적 진출 유망국을 대상으로 디자인 로드쇼를 개최하여 한국 디자인을 적극 홍보하고 디자인 수요기업과의 협력을 지원
- » 해외 디자인 인적 네트워크 구축
 - 전략적 진출 유망국가의 디자이너 초청 연구사업 지원
 - 재외 한인 기업인, 교수, 연구원 및 유학생 등 진출유망국가 별 디자인 전문가 네트워크 구축





6. 디자인 R&D 역량 강화

6.1 현황 및 개선점

- » 한국이 보유하고 있는 역사적, 문화적 자원을 긍정적인 국가이미지로 승화시킬 수 있는 국가적 차원에서의 통합적, 장기적 연구가 필요
 - 2004년 KOTRA의 조사결과에 따르면 한국의 대표적인 이미지는 여전히 '분단국가'
 - 한국의 브랜드 자산 가치 GDP 대비 36%
- » 디지털융합환경에 따라 산업간 장르간 경계가 사라지면서, 모든 지식집약산업의 초기기 확산기에 해당되는 디자인의 경우 학제적인 접근의 필요성이 증가
 - ※ 타 분야와의 지식 교류 필요성 조사(한국디자인진흥원, 2006) : 76.9%가 지식교류 필요성 인식
- » 취업을 위한 기법위주의 직업교육이 중심이 되어 교육기관마다 디자인 이론에 대한 기본 골격이 상이하여 디자인의 학문적 지식 정립이 필요함

6.2 정책기조

- » 통합적 · 장기적 연구지원을 통한 성과 향상
 - 디자인 관련 첨단기술의 집중화
 - 문화적 가치를 담은 디자인 기획개발 기반 구축
 - 학제 간 연계 강화로 시너지 효과 창출



□ 정책의 목적

- » 한국의 이미지를 개선하기 위한 디자인 정체성 연구 기반 강화로 매력적인 국가 이미지, 제품의 구매동기로까지 이어지는 프리미엄 국가 브랜드 구축

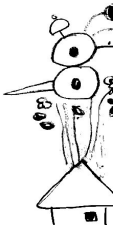
□ 현황 및 개선점

- » 국가 이미지의 통합적 관리가 필요함
 - 2004년 KOTRA의 조사결과에 따르면 한국의 대표적인 이미지는 여전히 ‘분단국가’
 - 2007년 한국 산업정책연구원(IPS)이 세계 40개국 브랜드 가치 조사한 결과 한국의 국가 브랜드 가치는 일본·중국에 비해 크게 낮음
 - 한국이 보유하고 있는 역사적 문화적 자원을 긍정적인 국가 이미지로 승화시키지 못하고 있음
- » 국가경쟁력과 디자인경쟁력은 양의 선행관계를 가지고 있음
 - 짧은 역사에 비약적인 성장을 해온 나라, IT 강국, 디지털 제품을 비롯한 전자제품을 잘 만드는 나라, 한류열풍 등의 이미지를 형상화 할 수 있는 방안 필요

□ 추진방향

- » 한국적 문화원형 연구·개발로 우리 고유의 디자인 자원 확보
 - 한브랜드 R&D(한국어, 한식, 한복, 한지, 한옥, 한국학) 강화
 - ※ 전주 한스타일 사업 중 중심도시 역할 노력
 - 일본은 Neo Japanisque 사업을 통해 일본적 디자인 발전정책 추진
- » 국가이미지 통합프로그램 연구
 - 지역적으로 개발되고 있는 공공디자인의 종합적인 디자인 전략 수립
 - 국가 이미지 및 브랜드 조식환경, 교통환경, 교육환경 등의 이미지 전략 연구
 - ※ 2006년 산업정책연구원의 ‘국가 브랜드 맵작성 연구’에 의하면 한국의 긍정적 이미지는 첨단기술 전문성





세부정책 29 디자인기술 연구와 문화 연구의 통합

□ 정책의 목적

- ≫ 국가적 차원에서 첨단디자인기술개발을 중장기적으로 주도함으로써 디자인 기반을 강화하고 학제 간 산업간 공동 디자인 개발을 촉진하여 상승효과 극대화

□ 현황 및 개선점

- ≫ 디자인 실무자들은 타 분야의 지식 교류 필요성을 절감하고 있는 현황
 - ※ 타 분야와의 지식 교류 필요성 조사(한국디자인진흥원, 2006) : 76.9%가 지식교류 필요성 인식

□ 추진방향

- ≫ 디자인기술로드맵 작성
 - 디자인기술의 연관성과 발전전망을 도식화 하여 효율적인 정책지원 기반 구축
 - ※ 핀란드는 'The Industrial Design Technology Program'을 통해 디자인 연구개발 향상을 위해 체계적인 기술개발 향상을 기획
 - 개발된 기초기술을 업계와 공유하고 최신 트렌드 소개 위한 전시회 및 세미나 개최
- ≫ 색채, 재료 등의 제조기술 이외에도 오감 체험형 문화기술(CT)과 감성 등의 문화요소를 결합한 연구과제 추진
 - 광고, 에듀테인먼트, 게임, 모바일 분야 등의 문화콘텐츠연구와 디자인을 결합한 인터랙션 디자인 연구
- ≫ 고감성 디자인 구현을 위한 학제적 접근 확대
 - 제조기술, 소재, 감성공학, 색채, 트렌드 예측, DTI(Digital Textile Printing) 디자인 기초 기반 기술 및 선도기술 개발 지원
- ≫ 디지털 콘텐츠 산업과 연계된 디지털 디자인 분야 정보망 구축
 - 엔지니어링 기반 3D 디자인, UI(User Interface), 가상현실(VR) 등 디지털 콘텐츠 개발을 위한 기초 디자인 기술 확보

□ 정책의 목적

- » 디자인 기초지식의 심화와 융합지식의 개발을 위한 기초연구를 장기적·지속적으로 수행함으로써 디자인의 학문적 정립과 더불어 사업과 교육, 정책간의 긴밀한 연계 도모

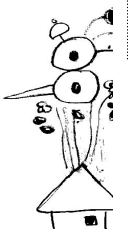
□ 현황 및 개선점

- » 취업을 위한 기법위주의 직업교육이 중심이 되어 교육기관마다 디자인 이론에 대한 기본골격이 상이하여 디자인의 학문적 지식 정립이 필요함

□ 추진방향

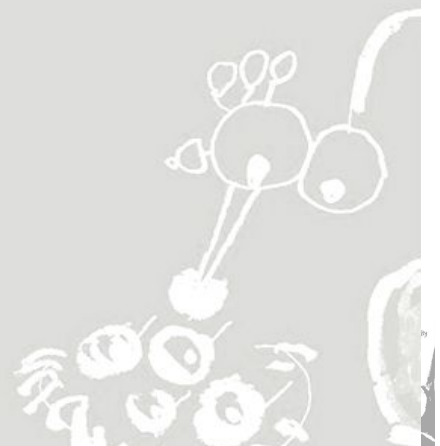
- » 디자인 기초지식의 심화와 융합지식의 개발을 위한 기초연구를 장기적, 지속적으로 수행하는 연구기관 설립
 - 디자인 교육과 산업을 위한 기초연구를 지속적이고 일관성 있게 수행
 - 상근연구원과, 산학관에서 참여하는 단기 연구원으로 구성하여 장·단기 연구를 효율적으로 수행
 - ※ 프랑스 콜레즈 드 프랑스 : 학생이 없고 연구에만 집중하는 교육연구기관
- » 산·학·관 긴밀한 협력을 통한 기초역량 강화
 - 국가와 협력하여 디자인의 장기정책을 수립하고 국가적인 디자인 지침 수립을 위한 정책연구 담당
 - 산업과 협력하여 단기 맞춤 교육 및 산·연 공동프로젝트 수행
 - 대학교 협력하여 교육프로그램 연구 및 파견교류를 통한 공동연구 확대
- » 디자인 윤리 연구를 통한 미래비전 수립
 - 디자인이 환경문제, 인류의 생존에 미치는 영향과 책임에 대한...
 - 인공물생태계의 지속가능을 책임지는 균형자·조율자 역할 연구
- » 해외 선진 연구기관과의 긴밀한 협력체계 구축

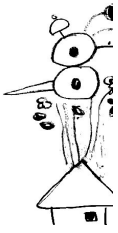




부록

**주요국가의
디자인 정책 방향**





1. 창조산업의 육성을 위한 디자인 역량강화 - 영국

□ 창조산업의 혁신방안으로 디자인의 중요성 인식

- » 우리나라의 '문화산업'의 범주와 비슷하지만 그 범위가 훨씬 넓은 창조산업(Creative Industry)을 문화미디어스포츠부(DCMS)를 중심으로 국가전략산업으로 집중 육성
- » 1997년 블레어 정부는 창조산업 Task Force를 통해 광고, 건설, 디자인, 패션, 영화, 소프트웨어, 음반, 공연, 출판, 방송 등을 포함하는 창조산업 실태조사 및 육성정책(수출, 교육, 재정, 세제, 규제, 지적재산권)을 수립
- » 디자인은 창의력을 혁신으로 이루기 위한 핵심 기반으로 파악하고 "영국 창조산업 프로그램(Creative Industry Programme)" 수립

□ 디자인을 활용한 국가 이미지 확립 정책 추진

- » "창조적인 영국 만들기(Creative Britain)" 사업을 적극 추진하면서 "Cool Britain" 이미지 구축을 위해 디자인의 중요성 강조
 - 1997년 수상관저에서 개최된 디자인 전문가 대상의 워크샵에서 실시된 국가 이미지 강화 방안
 - 영국관광공사, BBC, 문화투자청, 영국문화원, 외무성 등이 참석하여 이미지 제고를 위한 조정회의 개최

□ 중앙정부가 관리하는 지역 디자인 센터 축소 및 지방정부 권한 강화

- » 영국 경제에 활력을 불어넣기 위해 디자인 진흥의 패러다임이 전환되어야 한다는 인식 아래, 산업 전반 및 디자인 컨설턴트에게 직접적인 서비스를 제공하던 디자인 카운슬(Design Council)이 자문을 제공하고 영향력을 행사할 수 있도록 구조개편
- » 국내 디자인진흥원의 역할을 하는 지역 디자인 카운슬 지점들을 철수시켜 지역적으로 실시되던 서비스 중지
- » 지역의 디자인 정책은 각 지역의 지역정부기관에서 담당하고, 디자인 웨일즈(Design Wales)와 같은 지역 디자인 자문 서비스 기관을 설립하거나 지역산업 발전기구에서 지역디자인의 직접적 지원 담당

□ 민간기관 중심의 디자인 정책 실행

- » 정부가 직접 사업에 개입하기 보다는 사업 구조의 형성에 집중하고, 디자인 정책의 현실적 필요사항을 잘 알고 있는 민간단체들의 활동을 측면 지원
 - 영국 건축환경위원회(CABE; Commission for Architecture & the Built Environment)는 건축가, 기획자, 설계자, 개발자와 고객들이 참여하는 조직으로, 디자인을 통한 삶의 질 개선으로 목표로 여러 정책에 디자인 요소가 가미되도록 총괄·조정

2. 다원화된 디자인 특성에 적합한 다원적 협력체계 구축-프랑스

□ 다양한 기관 및 지자체 중심의 분권관리를 통한 협력체계 구축

- » 프랑스의 디자인정책은 정부주관 중앙집권식 관리체제의 한국과는 달리 다양한 기관 및 지자체 중심의 분권관리체제를 운영하고 있음
 - 프랑스 '생테티엔느 디자인 비엔날레(Saint Etienne Design Biennale)' 는 시의회가 주도, 국제적 행사로 발돋움
- » 지역의 디자인센터가 자생적으로 설립되고 각 센터들이 모여 중앙정부의 디자인센터를 형성하면서 지방정부간, 지방정부와 중앙정부간 협력체계 구축
 - 프랑스에는 낭트, 낭시, 비에르종, 리옹에 지방정부와 협력체제로 운영되는 지역 디자인 센터가 있으며, 이 4개 기관들은 'Design France'라는 이름으로 한달에 한번씩 모여 회의 개최

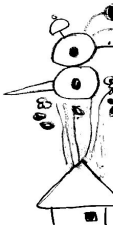
□ 산업부와 문화부로 이원화된 프랑스 디자인 진흥정책

- » 산업부는 중소기업과 지역산업 발전의 견인차로서의 디자인 진흥에 역점 둔 정책을 담 당하고 문화부에서는 차세대 디자이너 지원 등 창의적인 활동을 격려하는 정책에 중점
 - 문화부 산하에 '조형예술진흥청' 을 두어 디자인 진흥을 위한 문화적 토대 구축을 위한 여러 가지 활동을 조직화·규정·증재함
 - 개별 기업의 디자인개발에 대한 직접 투자보다는 디자인관련 기술을 보급하는 것이 프랑스 디자인 정책의 핵심과제
- » 정부의 디자인진흥 활동의 파트너로는 프랑스산업디자인진흥청(APCI), Design France, Dizajn, ENSCI, VIA, 지역디자인센터 및 디자인조합(디자인전문가 모임) 등으로 분산
 - 이는 KIDP(한국디자인진흥원)라는 단일 조직으로 통합된 한국의 상황과는 차이가 있음

□ 디자인의 문화적 측면 강조

- » 'Made in France'가 부착된 상품이 프랑스의 문화적 가치를 담고 있다는 시각을 가지 므로 디자인에 문화적 가치를 부여하고자 노력
 - 문화부 중심의 전시회와 디자인상을 재정하고 디자인에 대한 관심을 고취시키는 사업 수행
 - 산업적 측면보다는 창조성, 문화적 이미지 등이 강조됨에 따라 프랑스 디자인 또한 자유로운 형태표현이 그 특징으로 꼽힘
- » 창작활동을 기반으로 한 모든 분야의 산업을 문화정책성을 형성하는 문화 산업으로 정의하고 중앙 집중적인 문화유산 아카이브 제도 구축
 - 16세기의 도서와 회화 등 다양한 문화콘텐츠들을 국가가 종합관리하기 위한 강제적 문화정책으로 '의무납본법' 을 시행





3. 전통문화를 활용한 디자인 정책으로 국가 브랜드 구축 - 일본

□ 전통적 문화와 디자인 산업의 연계

- » “디자인은 국가 브랜드 확립의 길”이라는 가치아래 전통적 문화와 디자인 산업의 연계를 통한 ‘신 일본양식; Neo Japanesque’ 추진
- » ‘신 일본양식’은 일본의 전통문화를 기초로 현대적 디자인과 기능을 도입하여 현대의 생활에 적합하도록 재 제안하고자 하는 목표
- » 민간중심의 민관 공조체계 구축
 - ‘신 일본양식’ 협의회는 토요타 자동차, 후지쯔 등 10개 회사가 이사진을 구성하고, 52개의 민간회사, 대학은 포함하는 22개의 단체와 29개의 사업체로 구성되고 있으며, 경제산업성, 외무성, 국토교통성, 문화청의 공무원이 참관인 자격으로 참석하는 민간 중심의 협의회
- » ‘신 일본양식’은 일본 제품이 품질에 비해 감성적 관점에서의 경쟁력이 부족함을 인지하고, 국가 브랜드 확립을 통해 일본 제품과 기업의 수준 향상을 도모하기 위해 시작
- » ‘신 일본양식’은 경제적 효과뿐만 아니라 일본의 문화, 감성, 정신 등 일본 고유의 자산을 요소로 한 종합적 우수성을 구축하고, 일본이 가진 가치를 통해 세계로 진출하고자 하는 의도

□ 브랜드 확립을 위한 디자인의 전략적 활용 지원

- » 기술혁신에 의한 차별화가 곤란한 제품분야를 중심으로 브랜드화를 염두에 둔 디자인의 창조활동을 지원하여 부가가치 향상을 도모하는 지원책 위주의 디자인 진흥정책 수립
- » 2003년 경제산업성 제조산업국 ‘전략적 디자인 활용 연구회’에서 일본이 전개해야 할 디자인 정책의 방향 및 실행방안 정리한 ‘디자인 정책 르네상스’ 공표
 - ‘디자인’ 활동을 ‘제품과 일체가 되어 제품의 이미지 및 브랜드 형성에 기여하는 활동’까지 포함시켜 디자인 개념에 브랜드 구축 영역 및 문화적 영역까지 포함

□ 국가 브랜드를 총괄하는 실행력 있는 구심력으로 디자인을 관리

- » 일본 디자인은 ‘지적재산’을 핵심으로 일본의 국제경쟁력을 강화하고자 내각총리를 본부장으로 하는 ‘지적재산전략 추진 본부’에 의하여 국가 브랜드 구축차원에서 관리
 - ‘지적재산전략 추진 본부’는 국가 경쟁력 강화를 중앙부처, 지방공공단체, 대학 및 민간 사업자의 협력을 근본 취지로 하고 있으며, 지적재산의 창조, 보호, 활용에 관한 정책을 계획적이고 집중적으로 검토할 수 있는 토대 마련

4. 공공영역 중심 디자인 문화확산 정책 - 네덜란드

□ 문화에 기반을 둔 디자인 진흥을 위한 공공기관과 민간의 적극적 협력

- » 초기 네덜란드 디자인은 예술의 대상으로 접근하였고 디자인 정책 또한 문화정책에 기반하고 있으며, 경제와 연관된 디자인 정책은 상대적으로 적음
 - 네덜란드 정부는 디자인 진흥을 목적으로 각종 지원과 연구 프로그램, 직접적인 홍보 등을 통해 디자인을 지원하였고 현재 디자인 정책 수립은 교육, 문화과학부(the Ministry of Education, Culture and Science; OCW)에서 담당
 - ‘산업디자인 진흥센터’ 폐지, 문화부 주도의 ‘네덜란드 디자인 재단’ 및 ‘프렘젤라 디자인 재단’ 설립, 아카이브 및 전시 작품 상품화 등 지원
- » 디자인의 영역을 산업디자인, 패션디자인, 인테리어 디자인, 그래픽디자인, 응용예술, 디지털 미디어 디자인으로 정하고, 새로운 테크놀로지와 여러 전문분야들의 협동 작업으로 이들 영역 간 경계를 허물고자 하는 정책을 집행
- » 국영기업이나 단체가 출산하여 창의적인 디자인 영역들을 사업화하면서 일반인들의 생활문화 속에서 디자인 산업 진흥

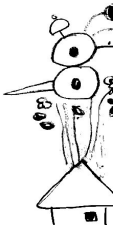
□ 공공부문 디자인 위주 정책

- » 국민의 심미적 감성을 키우는 가장 효과적인 방법은 아름다운 환경을 구축하는 것이라는 생각 아래 다른 서구 국가들 보다 공공부문의 디자인에 많은 노력 기울임
 - 공공장소, 공공기물, 공공문서 등 공적인 삶의 요소를 디자인하는데 관심을 기울여 공공기관이 출산하여 디자인 문화 창출위해 노력
 - 사적 이익보다 공적 이익을 우선하는 공공디자인 위주의 정책이지만 디자이너의 아이디어나 개성을 ‘공공’의 이름으로 억압하지 않고 고무시키는 정책
- ※ 네덜란드의 화폐는 국가적 영웅이나 힘의 상징으로 디자인 된 것이 아니라 새, 해바라기, 등대 등으로 디자인 되어 있고, 이러한 모티브에 관한 제안을 디자이너에게 받고 있음

□ 디자인 문화 확산을 위한 기초적인 토대 구축

- » 창의적인 디자인 문화 확산을 위해 시장에서 디자이너를 보호하는 기금사업 운영
 - 시각문화·디자인·건축재단 기금: BKNB Fund
- » 네덜란드 디자인 재단(PREMSELA)은 “디자인 태도”의 변화를 추구하는 목표를 수립하여 디자인 창출을 위한 인식형성에 노력
- » 네덜란드 디자인의 저변에는 “디자인이란 외관이나 스타일 영역에서 더 나아가 한 물체의 전체”라는 시각을 전 분야에서 확보해 나가면서 전 국가에서의 디자인 문화 형성과 더불어 네덜란드 디자이너의 자질 높이 사고 있음





5. 간접지원을 통한 시장주도, 민간주도형 진흥-미국·독일

□ 미국 : 시장 주도형 디자인 산업 육성을 통한 간접 지원

- » 순수 민간단체가 구성되어 디자인 진흥사업 수행
- » 국가주도의 디자인진흥정책 추진을 위한 국가기관 성격의 디자인진흥기관은 존재하지 않으며 연방정부 차원의 디자인 진흥 활동이 매우 미약함
- » 비영리기관들이 중심이 되어 디자인 산업을 지원하고 있으며 이들 기관들은 국제적인 권위를 확보하고 있음
- » 민간단체이기는 하나 다른 국가들의 민간단체와 달리 조직이 잘 정비되고 자립기반을 갖춘 단체가 많음
 - 미국산업디자이너협회(IDSA; Industrial Designers Society of America)는 산업디자인에 대한 가치를 사회와 비즈니스, 정부 등과 교류하기 위해 조직된 미국 최대의 산업디자인 진흥단체
 - 디자인경영학회(DMI; Design Management Institute)는 디자인 경영의 학문적 체계 정립과 경영자들과 정책입안자들의 디자인 마인드 제고를 목적으로 설립

□ 독일 : 연방정부가 아닌 지역 정부 주도의 디자인 진흥사업 수행

- » 실용주의 정신이 사회 곳곳에 배어 있으며 지방분권과 전문 분야의 분화에서 나오는 전문성이 특히 발달
- » 전국차원의 디자인 진흥 센터와 13개 지역 디자인 센터 존재
 - 전국차원의 디자인 진흥센터인 German Design Council이 존재하지만 13개 디자인 센터를 총괄하는 기능을 하지는 않음
 - 각 지역별 센터는 독특한 역사와 전통, 제도와 재정구조를 가지고 독자적으로 운영
 - 각 디자인센터 간 정기적 미팅인 Conference of German Design Centers 운영
- » 지역 차원의 디자인 진흥의 두드러진 성과
 - 세계적인 디자인 공무전인 레드닷(Res dot), IF Design Award 등은 모두 지역 디자인 센터서 개최하고 있음
 - ※ 레드닷(Res dot) Design Award : Nordrhein-Bestfalen 디자인 센터
 - ※ IF Design Award : Hannover 디자인 센터