

# d.issue

디자인 이슈리포트

October 2020 Vol.49

## 미래사회를 위한 국가 디자인 정책의 방향

디자인 이슈리포트 49호는 한국디자인진흥원 50주년사에 수록된 외부필진의 글입니다.

이순종 · 서울대학교 명예교수, (사)한국미래디자인연구원 대표

## 미래디자인 환경

### 미래디자인의 비전 필요

일찍이 20세기 디자인 거장 레이먼드 로위는 제품에 ‘스트림라인(Streamline)’이라는 새로운 조형을 제안해 1920년대 미국 경제불황을 탈피할 전기를 마련했다. 이탈리아는 1, 2차 세계대전 패망 후, 국가 경제의 부흥정책으로 패션과 가구에 그들의 찬란했던 문화를 기반으로 한 디자인을 접목함으로써, 단기간 내에 경제를 회복시키고 오늘날의 디자인 강국이 되었다.

이렇듯 디자인 역사를 돌아보면, 급변하는 시대마다 그 맥락과 사회적 요구를 통찰하고 자성적 디자인 의식과 실험을 행하며 이를 사회와 연결시킨 디자인 선진국들은 풍요로운 경제와 사회 발전을 거듭했다. 우리나라 또한 짧은 디자인의 역사에도 불구하고 디자인 교육, 산업, 관련 기관의 부단한 노력으로 세계가 주목하는 디자인 강국으로 발전하고 있다.

20세기 초부터 산업사회와 함께 본격적으로 성장해온 디자인 분야는 정보사회를 지나 지식 창의사회로 변화하는 과정 속에 있다. 급변하는 사회 속에서 디자인 분야가 성장하고 국가 발전에 이바지하기 위해서는 시대 맥락에 부응할 수 있는 디자인의 역할과 국가의 디자인 정책에 대한 새로운 비전이 필요하다.

### 미래는 개념 창조, 디자인 시대

미래학자 다니엘 핑크가 지적하였듯, 이미 사회는 산업사회와 정보화사회를 지나 창의사회로 변화하고 있다.<sup>1)</sup> 산업사회가 석유 등의 에너지와 하드한 물질이 주요 자원이었다면, 정보사회에서는 컴퓨터나 네트워크를 통한 정보와 통신이 자원이 되고, 창의사회는 신개념과 지식의 창조를 자원으로 하며 이를 유통하는 사회이다.

특히 창의사회는 단순히 정보를 소유하는 것을 넘어 정보와 지식을 전과 다른 새로운 것으로 재조합, 재창조하는 예술가, 디자이너 등 우뇌형 사고가 지배하는 사회이다. 미래학자 롤프 옌센(Ralf Jensen)도 “미래 창의사회는 상상과 이미지, 예술과 디자인이 중시되는 드림 소사이어티(Dream Society)”<sup>2)</sup> 라고 하였다. 창의사회에 들어 이미 예술과 디자인이 경제와 사회적 가치 창조의 중심이 되어가는 현상은 여러 곳에서 나타나고 있다.

일례로, 혁신과 창조의 아이콘인 애플사는 디자인 혁신을 통하여 1997년 665달러에 불과했던 주가를 2018년 시가 총액 1조 달러로 올려 미국 기업사상 최고의 성장 신화를 기록했다. 애플사는 R&D 투자 규모가 미국 내에서도 낮은 수준이었지만, 이를 신기술 개발보다는 디자인에 집중적으로 투자함으로써 인간 필요 기반의 시장 주도형 혁신을 이루었고 세계 최고의 혁신기업이 되었다. 이처럼 디자인은 신개념과 가치 창조의 중심이다.

1) 다니엘 핑크, 『새로운 미래가 온다』, 김명철 옮김(한국경제신문사, 2012).

2) 롤프 옌센, 『드림 소사이어티』, 서정환 옮김(서울: 리드리드출판, 2005),

## 미래의 디자인 환경: 전일적, 비물질적, 융합화, 조화의 세계관

미래학자들은 표준화와 물질적 가치가 중시되던 산업사회와는 달리, 지적 가치와 창의성이 중시되는 미래사회에서는 1) 물질과의 균형적 사고에 의한 ‘정신성’, 2) 지역의 고유한 문화에 바탕을 둔 ‘가치관의 다양성’, 3) 이 가치들을 컴퓨터와 통신 네트워크로 연결시키는 ‘유기적 융합화’, 4) 시스템과 환경의 서로 다른 구성요소들을 거시적 관점에서 동일하게 생각하는 ‘전일적, 전체적 사고’가 보다 중시될 것으로 본다.

특히 사회는 기술의 발달로 빠르게 유기체적 융합화와 종합적이며 전일적인 세계관으로 전환되고 있다. 또한 인간의 생활관은 산업사회의 성숙기를 맞아 경제적 충족 같은 물질주의적 생활관에서 점차 지적관심이나 문화, 창작 등의 취미 활동, 자연보호나 지역사회 봉사 등 다양한 의미 추구하고 가치 충족을 위한 ‘탈물질주의적 생활관’으로 옮겨가고 있다.

그리고 대량생산과 유통, 소비패턴에서 유발된 에너지와 자원의 고갈, 환경오염의 전 지구적 심각성에서 비롯된 사회의 이념과 인간의 생활방식은 ‘절약적 발전’과 ‘자연과의 조화’로 그 방향이 전환되고 있다. 이와 같은 ‘전일-전체’, ‘융합-통합’, ‘비물질-정신’, ‘균형-조화’는 미래사회의 핵심가치로서, 미래디자인 가치의 새로운 방향이 될 것이다.

## 미래사회의 새로운 디자인 관점들

### 디자인 가치와 내용: 통합과 비물질

무엇보다도 지난 산업사회의 디자인의 가치가 물질, 기능, 보편, 혁신에 바탕을 둔 부분과 분리적 개념의 가치 창조였다면, 이제 지식·창의사회의 ‘디자인의 가치’는 전체적 전일적 관점에서 물질과 비물질-정신, 기능과 의미, 보편과 다양, 변화와 지속을 공존시키는 ‘통합’의 가치가 중시될 것이다.

특히 20세기까지 문명의 중심은 물리적 실체가 있는 사물이었으나, 미래 지식·창의사회는 비물질적, 비가시적 가치 자본이 중요하게 되어, ‘디자인의 내용’ 또한 과거의 하드웨어와 물질 중심에서 ‘소프트한 비물질적 비가시적 요소’, 즉 창의성, 감성, 개인 경험, 지혜, 문화, 전통의 해석 등 인간 내면의 가치와 보이지 않는 정신, 의미와 스토리, 서비스와 지속 가능한 가치가 더욱 중요해질 것이다. 그리하여 디자인 분야는 과거의 가시적 물질과 산업 분야를 넘어, 비가시적 콘텐츠와 사회 도시 분야 등 디자인의 통합적 역할과 개념의 확대로 과거보다 디자인의 기회가 더욱 증대될 것이다.

### 디자인 영역, 방법, 목표: 확산, 융합, 균형과 조화

미래의 ‘디자인 방법’은 제4차 산업혁명이 몰고 오는 인공지능, 빅데이터, 사물인터넷, 로봇 등 신기술의 가속화로 인간과 로봇, 이동수단과 주택, 정보기술과 도시의 결합 등 새로운 인간의 삶과 첨단기술을 엮는 ‘융합 디자인’이 더욱 활발하게 펼쳐질 것이다. 그리하여 다양한 전문성이 연결되는 ‘오픈네트워크의 창조 방법’이 확산될 것이다.

‘디자인의 영역’ 또한 산업사회의 제품 개발과 경제 성장을 위한 단편적 산업 경제 영역을 넘어 지역사회, 도시, 국가와 환경 등 인간 삶과 사회 환경 시스템의 전 영역으로 더욱 확대될 것이다. 실제로 디자인 활동은 지금까지의 ‘기술 기업 경제’ 중시에서 장애, 빈곤, 지역 재생, 환경문제 등 ‘인간·사회·환경’의 영역으로 빠르게 확대되고 있어, 사회 참여와 공공의 발전, 환경과의 공존을 위한 디자인의 역할이 더욱 중요해지고 있다.

이와 같이 미래에는 지역사회, 공공, 서비스, 나눔, 지속 가능성 등 모두를 위한 디자인, 사회 정의와 균형적 발전을 위한 공익적 디자인 활동의 비중이 커질 것이다. ‘디자인의 목표’는 인간 사회 환경이 함께 공생하는 균형과 조화의 디자인을 구현하기 위한 노력으로 더욱 나아갈 것이다.

디자인	과거	미래
가치	분리	통합
내용	물질	물질과 비물질
영역	산업 경제	사회 환경 시스템
방법	개인, 닫힌	융합, 오픈네트워크
목표	혁신과 차별	개선과 조화
역할	조형전문가	목표와 전략 수립, 코디네이터

디자인 기능의 변화

### 디자이너 역할: 목표 설정과 코디네이터

창의사회의 도래와 함께 미래사회는 빅데이터, 정보통신 네트워크, 3D 프린터 등 디자인 창조를 돕는 기술의 발달로 일반인들이 창조적인 활동에 쉽게 참여할 수 있어 일반인과 전문디자이너의 경계가 모호해지는 ‘모두가 디자이너’가 되는 환경으로 진화될 것이다. 따라서 미래에 전문 디자이너의 역할은 과거의 조형가와 같은 전문성에서 벗어나 미래의 인간 생활과 그 환경 시스템의 비전과 가치를 제시하고 창조의 바람직한 길을 안내하는 ‘코디네이터와 조력자’로서의 역할이 요구될 것이다.

이에 따라 ‘디자이너의 임무’에서는 창조의 목표 설정과 전략적 역할이 더욱 중요해질 것이다. 지금까지의 디자이너가 핸드폰의 형태와 인터페이스를 디자인하고 게임의 흥미로운 이미지와 스토리를 만들어냈다면, 앞으로는 어린이나 인간에게 해악이 없는 올바른 삶을 안내하는 핸드폰과 게임을 위해 ‘제품 목표와 핵심 가치’를 디자인하는 것으로 변환될 것이다.

살펴본 것을 다시 정리하자면, 디자인이 중시되는 창의사회에 접어들면서 디자인의 관점이 급격하게 전환되고 있다. 디자인 영역은 도시와 사회시스템으로 확장되고, 디자인 내용은 물질과 비물질이 통합된 가치를 추구하면서 비물질적 가치가 더욱 중요해지고 있다. 디자이너의 역할은 코디네이터와 목표 그리고 전략 수립 역할이 강조되고, 디자인 창조의 방법은 더욱더 초학제적 융합이 중시되고, 디자인 가치나 목표는 조화와 지속 가능한 가치창조를 지향해가고 있다.

이러한 맥락 속에서 우리나라의 디자인 분야가 미래산업과 사회 혁신의 가치 창조를 선도하는 중차대한 임무를 수행하기 위해서는, 위와 같이 변화하는 디자인의 제 가치들을 인식하여야 한다. 그리고 디자인 분야와 국가는 발전의 핵심을 이루는 미래의 디자인 교육, 연구, 산업, 사회를 위한 총체적인 디자인 정책을 마련해야 한다.

## 국가 디자인 정책의 미래 방향

### 디자인교육: 창조적 리더십 함양과 초학제 특성화 교육

미래 인재를 양성하는 대학의 교육은 인류의 행복한 삶을 위한 신문명 가치 창조의 중심이어야 한다. 따라서, 디자이너가 21세기 창의사회에서 인류의 삶과 사회 가치를 디자인하기 위해서는 고등 ‘디자인 교육의 목표’가 창조적 리더십과 특성화된 디자인 인재를 육성하는 방향으로 나아가야 한다. 이를 위해서 ‘디자인 대학 교육’에서 초학제 융합 교육(다양한 학문을 통합 융합한 문제 해결), 특성화(대학과 지역사회의 요구에 기반), 기업가정신(신 비즈니스와 사회혁신을 위한 실제적 교육), 그리고 국제화(국제사회에 공헌과 협력)이 강조되어야 한다.

특히 창조적 리더십을 위한 대학 교육은, 연구, 산업, 사회 간의 벽을 제거하고, 미래 인간 삶을 위한 연구 개발, 신비즈니스, 사회 혁신의 베이스로서 실질적인 문제해결과 전체 프로세스를 체험하는 역할을 더욱 강조하여야 한다. ‘디자인 교육의 프로그램’은 지금까지의 자동차, 제품, 그래픽, 공예 등 도구와 영역 중심에서 벗어나, 미래 인간, 산업, 사회에서 중시될 커뮤니케이션 미디어, 정보서비스, AI, 콘텐츠, 오락, 놀이, 건강, 노인, 교육, 사회, 공공, 생태 분야 등 다양한 주제를 중심으로 한 초학제적 팀 맞춤형 프로그램으로 강화되어야 하고, 각 디자인 대학은 이러한 주제 중심의 특성화 교육으로 전환되어야 할 것이다.

또한 3D 프린터, 빅데이터, 통신 네트워크 등 모든 사람이 디자이너가 될 수 있는 환경이 도래함에 따라 일반인의 창조성과 문제 해결 능력을 함양시키기 위한 디자인 교육이 중요한 과제가 될 것이다. 영국, 덴마크 같은 디자인 선진국들에서는 이미 비디자이너를 교육하는 다양한 프로그램이 활성화되고 있다.

## 디자인 연구: 인간과 디자인 중심 연구 개발과 스타트업 프로그램 강화

애플의 연구개발비 총액은 경쟁사 대비 1/2에 그쳤지만, 대부분을 디자인과 마케팅에 투자하여 21세기의 세계적인 혁신기업이 되었다. 반면 통계에 의하면 한국을 비롯한 아시아의 디자인 연구개발비 비율은 미국과 유럽에 비해 1/10에 불과하다. 이제 지식 창의 시대를 맞아 AI, IoT, 로봇 등 4차 산업혁명의 신기술을 인간 중심의 신시장 기회로 만들기 위해, 정부는 신기술을 인간의 미래 생활 가치와 융합시키는 연구 등 ‘디자인 중심의 연구 개발’에 투자해야 한다. 디지털 기술 기반의 미래 주거, 교육, 작업, 휴식, 이동 등 미래 라이프스타일 시나리오 연구는 신비즈니스와 산업을 개척하는 원동력이 될 수 있다.

나아가 미래사회에 더욱 부각될 노인, 건강, 안전, 에너지, 그린 등은 신기술과 융합하여 초학제적으로 연구해야 할 사회적 혁신의 중요한 주제가 될 것이다. 또한 물질문화에서 정신문화 사회로의 전환에 따른 ‘인간과 디자인 중심 신산업 창출을 위한 스타트업 연구’ 프로그램이 필요하다.

이미 에어비앤비, 유튜브, 핀터레스트, 위워크 등 많은 성공적인 실리콘밸리의 스타트업 사업은 물론 국내의 배달의 민족, 뽀로로, BTS 등 디자인 주도형 스타트업들은 21세기 인간 중심의 뉴비즈니스의 중요성을 잘 제시하고 있다. 통계에 의하면 디자인 연구 개발 투자비는 기술 투자비의 1/20이지만 시장화의 성공 확률은 4배가 높은 것으로 나타난다.

## 디자인산업: 디자인산업의 시야 확대, 전략적 통합적 활동 조직 전환

이제 디자인은 AI와 디지털 가상공간 등 신기술로 인한 역할 증대뿐만 아니라, 그 역할이 산업에서 지역사회와 도시재생 등 사회 혁신의 방향으로 확산되고 있다. 확대되는 디자인의 사회 기술적 요구를 디자인산업의 발전으로 연결하기 위해서는 ‘디자인산업의 시야 확대’가 필요하다. 즉 디자인산업을 기존의 제품과 인터랙션, 홍보와 서비스 등의 단편적인 영역에서 도시, 농업, 해양, 관광, 교육 등 지역사회와 국가적 차원으로 더욱 확산하고, 영역과 주제에 따라 전문화시켜야 한다.

한편 ‘산업에서의 디자인 기능’은 과거의 형태 위주의 작업을 넘어, 문제와 관련된 신비즈니스 개념과 전략 개발 등 지적 활동이 강조되고, ‘디자인의 범주’ 또한 신비즈니스 개념 제안에서 제품개발, 홍보, 서비스에 이르는 전체 비즈니스의 창조 과정을 통합하는 역할로 확장되고 있다. 따라서 미래디자인산업의 통합적 활동을 이끌기 위해 ‘디자인 조직’에는 비즈니스 창조의 전 과정을 총체적으로 관리할 수 있는 초학제적 조직과 협업 네트워크가 요구될 것이다.

또한 컴퓨터, 통신 네트워크, 생산 기술 등의 발달로 제품 생산, 유통, 서비스가 용이해지면서 고부가의 디자인 스타트업 비즈니스의 기회가 증대될 것이다. 이미 거론하였듯 디자인스타트업은 투자 대비 성공 효율이 높은 지식 문화 산업의 중심으로, 이 분야의 투자 확산을 통해 디자인 분야와 국가의 발전을 도모할 수 있다. 한편, 제한된 우리나라의 산업과 경제 규모를 고려할 때 디자인산업의 해외 진출은 필연적이어서 디자인산업의 해외 진출을 위한 체계적인 방안이 요구된다.

## 디자인과 사회, 국가: 국가디자인위원회, 아시아 디자인 허브

디자인 분야는 산업 경제, 사회 환경, 문화와 국가 이미지의 창조와 밀접하게 관계해 국가 발전의 정책적 차원에서 다루어져야 한다. 그리하여 디자인 선진국들은 일찍이 지식, 문화, 디자인 시대를 준비하기 위해 국가적인 차원에서 다각적인 노력을 기울이고 있다.

특히 “디자인이 아니면 사표를 쓰라(Design or Resign)”라는 일화로 유명한 마거릿 대처 총리의 국가 정책 ‘디자인을 통한 경제 재생(Revival, 1980)’ 이후, 영국은 2018년 5-16세 공교육 커리큘럼에 ‘디자인과 기술, 예술과 디자인 교육’, ‘미래 엔지니어, 과학자, 디지털 선구자 디자인 교육’, ‘전공을 넘는 통합 디자이너 교육’ 등 디자인 교육 정책을 강화하고, 영국 통합 디자인 정책(A UK Design Action Plan) 등 디자인 대국을 위한 토대를 구축하였다.

덴마크 또한 ‘2020 덴마크 디자인 비전 위원회(2020 Denmark Design Vision Committee)’를 통해 산업 및 사회 혁신 동력으로서의 디자인을 강조하고, 디자인을 초등학교에서 고등학교까지 필수 교과로 지정하거나 공학과 경영대학에 디자인을 필수적으로 가르치고, 덴마크 디자인을 국제적인 브랜드로 진흥하기 위한 국가 브랜드 전략을 수립하는 등 다양한 국가 디자인 전략을 펼치고 있다.

싱가포르 또한 ‘2015년 디자인마스터플랜 위원회(Design Masterplan Committee 2015)’를 설치하여 ‘어린이 대상 디자인 역량 강화 교육’, ‘지역 및 공공 부문 서비스디자인 강화’, ‘디자인을 국가기술표준으로 편입’, ‘싱가포르 디자인 브랜드 진흥’ 등을 진행하고 있다.

일본의 경제 산업성은 2017년 디자인, 패션, 관광, 전시 등을 아우르는 산업군 관련 쿨 재팬 정책과(Cool Japan Department)’를 신설하여 통합적인 디자인 정책을 계획하고 있다. 이와 같이 선진국들은 공통으로 국가 디자인 위원회를 설치하며 ‘디자인 교육 강화’, ‘제품 및 사회 혁신을 위한 디자인 역할 확대’, ‘국가 브랜드 이미지 증진’ 등 국가 차원에서 디자인 역할을 확대하기 위한 정책들을 하나둘 펼치고 있다.

우리나라 또한 1966년에 발족된 한국수출디자인센터를 기반으로 1970년에 국가기관이 통합된 KIDP가 출범했다. 이곳은 정부적 차원의 디자인 진흥을 본격적으로 실행해 왔고, 현재는 산업통상자원부 이외에도 문화부와 건설부 등 여러 정부 부처에서 디자인 관련 업무를 집행하고 있다.

그러나 국가 차원의 디자인에 대한 관심 부족과 국가 전체를 위한 디자인 정책과 각 부처 간의 디자인 정책 조정 역할의 부재로 창의·디자인 시대에 중차대한 디자인의 역할이 산업은 물론 사회와 국가 전반에 파급되지 못하고 있다. 따라서 각 부처 간에 산재해 있는 디자인과 관련된 기능들을 통합해 장단기적인 국가의 디자인 정책을 기획하고 효율적으로 관리하기 위한 범정부적 차원의 ‘국가디자인위원회’ 설립이 무엇보다 시급하다.

또한 우리나라 디자인이 세계를 선도하고 ‘아시아 디자인의 허브’가 되기 위해서는 신기술과 미래 삶의 상상이 융합되고, 디자인 교육, 연구, 개발, 유통 기능이 집결되고, 아시아디자인박물관 등 미래디자인을 통찰할 수 있는 ‘디자인 특화 도시’의 설립이 필요하다.

이미 2010년에 계획한 헬싱키 아라비아 지구(Arabia District)의 신도시계획은 UIAH(현 알토 대학교)와 지역 사회 기능을 중심으로 한 ‘예술, 미디어, 디자인 도시 창조 종합계획안’으로서, 분야 간 장벽을 허물고 교육과 산업, 사회를 디자인 특화 도시에 융합시킨 좋은 예다.

정책 구분	정책 내용
교육	창조적 리더십, 초학제적 특성화 교육
연구	인간 디자인 중심 연구 개발, 스타트업 프로그램
사회, 국가	국가디자인위원회, 아시아디자인허브, 디자인 특화 도시

미래디자인 정책 방향

미래사회는 4차 산업혁명의 신기술 등 급변하는 사회 환경 속에서 인간의 새로운 삶의 비전을 제시해야 하는 창의·디자인시대이다. 이미 반세기가 넘은 1967년에 박정희 대통령은 한국수출디자인센터를 방문하여 ‘미술 수출’이라는 휘호를 남기며 국가적인 차원에서 디자인의 중요성을 역설한 바 있다. 다시금, 창의시대에 융합과 창조의 핵심인 디자인을 통한 산업과 사회 국가혁신을 위하여 범국가적인 차원의 디자인 정책이 절실한 때이다.

**이순종 · 서울대학교 명예교수, (사)한국미래디자인연구원 대표**

서울대학교 미술대학과 미국일리노이공과대학 디자인대학원(IIT)을 졸업했다. 국민대학교 공업디자인학과와 서울대학교 디자인학부에서 교수로 재직하였다. 또한 세계디자인학회(IASDR)를 설립하고 한국디자인학회 회장, 광주디자인비엔날레 초대 디자인총감독 등을 역임했다. 미래디자인예측과 디자인전략, 기업 아이덴티티 및 문화디자인, 다학제 통합디자인, 창의디자인도시 등 다양한 기업 연구를 수행하였다. 벤처 및 디자인 인증제, 통합창의디자인, 미래창의교육, 미래디자인예측, 한국의 디자인 등과 관련된 다수의 저서가 있다. 우리나라 디자인 발전에 기여한 공로로 산업포장(2001)을 받았다.



2020년 10월 제 49 호

---

## 디자인 이슈리포트

**발행인**            윤주현  
**발행처**            한국디자인진흥원  
**기획 및 주관**     디자인혁신실 윤성원, 임은지, 정슬지  
**발행일**            2020년 10월

**주소**              13496 경기도 성남시 분당구 양현로 322 한국디자인진흥원  
**TEL**               031 - 780 - 2022  
**FAX**               031 - 780 - 2040  
**웹사이트**        www.designdb.com

### < 디자인 이슈리포트 **d.issue** >

본지에 실린 이미지는 비영리 목적으로 쓰여졌으며 출처는 이미지 하단 혹은 참고문헌에 명시하였습니다.

본지에 실린 콘텐츠는 한국디자인진흥원의 디자인 포털 사이트 (<http://www.designdb.com>)를 통해서도 제공되며, 관련하여 의견이 있으신 분은 위 연락처로 문의하여 주시기 바랍니다.

Copyright © KIDP All rights reserved



한국디자인진흥원이 창작한 저작물은 "공공누리 출처표시 + 상업적 이용 금지 + 변경금지" 조건에 따라 이용할 수 있습니다.