

디자인의 글로벌리즘과 문화적 아이덴티티

Design Globalism & Cultural Identity

이재국

청주대학교 산업디자인학과 부교수

1. 서론

2. 글로벌디자인의 특징

- 2.1. 사회적 배경
- 2.2. 다품종 소량생산
- 2.3. 새로운 문제들

3. 디자인의 문화적 아이덴티티

- 3.1. 버나쿨러 디자인
- 3.2. 전승과 전파
- 3.3. 전통과 혁신

4. 결론

참고문헌

ABSTRACT

A matter of primary concern about all the design is concentrated on how to create more valuable things to allow people to live an affluent life. However, it is very difficult to achieve the goal because every design work is changed in accordance with given situations.

Situations are changeable, so is design. There is no progress without change, but change is not necessarily progress. It is highly desirable that their changes be beneficial to mankind. Our main problem is to be able to discrimination between which should be discarded and that which should be kept, built and improved.

Viewed at this aspect, it is significant to study the relation between globalism and cultural identity of design, because every design has been constantly influenced by global trends and local characteristics.

The paper is composed of four parts : Introduction, Characteristic of global design, Cultural identity of design and Conclusion.

In Introduction, the purpose and background of the study are presented. In Chapter1, social back ground, multi-kinds small-production and new problems and searched. In Chapter2, vernacular design, transmission and propagation and tradition and innovation are considered. In Conclusion, some suggestive words on the subject are mentioned.

1. 서론

요즘 우리나라 디자인계에서 '한국적인 것이 세계적이다' 또는 '가장 한국적인 것이 가장 세계적이다'라는 말이 널리 유행하고 있다. 그러나 아무도 이 말을 실증적으로 증명할 수 있는 구체적인 디자인을 제시하지 못하고 있다. 그럼에도 불구하고 이 말이 대단한 위력을 갖고 모든 사람들에게 어필하는 것은 그럴만한 이유가 있기 때문일 것이며, 그것은 아마도 최근 디자인의 문화적 가치에 대한 관심이 한층 고조되고 있기 때문이 아닌가 생각된다.

그렇다면 디자인의 문화적인 가치는 무엇이며, 어떻게 창출할 수 있는가. 또한 우리나라의 고유한 문화적인 가치가 국제적인 사회에서 받아들여지기 위해서는 어떻게 활용되어야 하는가에 대한 의문은 당연한 것이다. 더구나 최근 디자인의 국제적인 양상은 크게 변하고 있으며, 이러한 변화에 민감하게 반응하여 빠른 대처방안을 마련하지 못하면 국제사회에서 낙오자로 전락할 수밖에 없는 것이 냉혹한 현실이다.

이와 같은 상황에서 디자인의 글로벌리즘과 문화적 아이덴티티에 대한 관계를 고려하여 디자인의 새로운 가치를 창출할 수 있는 근간을 마련한다는 것은 매우 유의한 일일 것이다. 더구나 현재 디자인이 '해야만 하는 것'과 '하고 있는 것'과는 상당한 차이가 있다는 점들이 나타나고 있으며, 이러한 사실도 대부분은 디자인의 국제적인 동향과 각 나라들이 갖고 있는 고유한 문화적인 가치의 부조화에서 비롯되고 있다.

이에 본 논문은 디자인의 글로벌리즘과 문화적 아이덴티티의 관계를 재조명해보고, 다가오는 세기의 디자인 방향을 예측해 봄으로써 우리나라 디자인계의 발전을 도모하는 데 그 목표를 두고자 한다.

2. 글로벌 디자인의 특징

2.1. 사회적 배경

모든 디자인은 어떠한 경우에도 사회와 시대에 따라 독특한 양상으로 발전되어 왔다. 따라서 디자인은 사회적인 인식에서 출발하여 사회적인 행위로 이루어져야 하며, 디자인의 중요성은 시대상황에 기반을 둔 사회의 특성과 얼마나 조화를 이루면서 가치를 발휘할 수 있는냐에 관심을 두어야 한다. 즉 디자인은 사회와 시대에 의해 제약을 받는 동시에 서로 다른 사회와 시대적인 배경은 그 사회와 시대를 위해 가장 적절한 디자인을 창출할 수 있는 근원이 된다는 것이다.

또한 모든 디자인은 상황에 따라 그 목표가 정해지고 행위와 결과가 나타나게 된다. 즉 모든 디자인은 주어진 상황에 따라 천차만별의 양상을 띠게 되며, 그 상황은 디자인 방향을 결정하는 데 중요한 요인으로 작용하게 된다. 다시 말해서 디자인에 있어서의 상황은 제약과 가능성을 동시에 내포하는 것을 의미하는 것이기 때문에 상황을 배제한 디자인은 상상하기조차 어렵다.

디자인에 있어서 상황의 문제는 1960년대 초 Edgar Kaufmann Jr.

가 전문적인 디자이너는 반드시 상황을 디자인해야 된다고 하고 '디자인 상황(design of situation)'이라는 용어를 처음으로 사용함으로써 대두되었다." 그 후 디자인과 상황은 불가분의 관계로 이해되어 왔으며, 디자인에 있어서 상황의 문제는 디자인 상황이 내포하는 의미가 너무 다양하기 때문에 그 복잡성은 날로 더해가고 있다.

이런 의미에서 R.Caplan은 "우리의 모든 문제는 상황적인 것이다."³⁾라고 한마디로 요약하고, C.Alexander는 "상황은 문제를 규정짓는다."⁴⁾라고 했으며, Edinburgh공작은 영국의 품격 높은 디자인을 선정하는 기준으로 문제의 경제적인 해결과 시대상황의 인식을 채택하고 있다.⁴⁾ 이러한 관점에서 볼 때 디자인은 주어진 상황과 사회적인 환경에 따라 서로 다를 수밖에 없고, 서로 다른 시대상황과 사회적인 배경은 서로 다른 흐름을 형성하게 된다는 것을 알 수 있다.

현재 세계적으로 유행하고 있는 디자인의 큰 흐름은 포스트 모더니즘⁵⁾의 대두로 인하여 독특한 양상을 띠고 있다. 포스트 모더니즘은 20세기 후반부 미국을 중심으로 일어났고 용어도 미국의 것이지만 그 현상은 세계적으로 영향을 미치고 있다. 분야에 있어서도 가장 두드러지게 모습을 드러낸 건축양식으로부터 문학, 미술, 연극, 영화, 무용 등, 문화 전반에 골고루 퍼진 문화양식이다. 그리고 이런 양식의 저변에 흐르는 철학이나 비평 이론들은 당대의 정치와 살아가는 삶의 방식에까지도 영향을 미쳤다.⁶⁾

한 시대의 예술방식이면서 동시에 삶의 패턴으로 자리를 잡은 포스트 모더니즘의 전형적인 특성에 따라 J.A.Walker는 다음과 같이 요약하고 있다.

"첫째, 각 시대는 오직 하나만의 양식을 갖는다는 모더니즘의 이념은 양식의 다양성이 존재한다는 이념에 의해서 거부된다. 오직 하나의 양식만이 지배적으로 나타나지 않는다. 둘째, 역사와 전통(모더니즘의 역사를 포함하는)은 다시 유용하게 되고, 그래서 '인용'을 사용하는 레트로 양식과 여러가지 옛날의 양식들을 재순환시키거나, 풍자적으로 개작하는 페로디, 혼성하고 모방하는 것 등에 관련되는 콜라주 테크닉이 유용하게 된다. 셋째, 장식과 꾸밈은 다시 수용된다. 넷째, 복잡 다단함과 모순(로버트 벤추리의 책 제목) 그리고 애매함이 간결성, 순수성, 합리성을 대신하는 가치이다. 고급문화와 저급문화, 순수미술과 상업미술의 양식이 혼합되어 교양과 지식이 다른 여러가지 수준의 관객에게 호소하는 다양한 층의 읽을거리로 순용할 수 있는 건물을 제시하는 방법이 장려된다. 다섯째, 포스트 모더니스트는 의미에 관계한다. 다시 말해서 이들은 모든 종류의 여러가지 설명을 작성하는 데에 사용될 수 있는 언어로써 건축과 디자인을 취급한다."⁷⁾

예술과 문화 전반에 걸쳐 나타난 포스트 모더니즘 경향이 모더니즘에 대한 반발과 반성 그리고 탈피로부터 시작되었듯이 디자인에 있어서의 포스트 모더니즘의 경향은 기능주의로 대변되는 모더니즘 디자인에 대한 반발로부터 시작되었다. 즉 '급진적인 디자인(radical design)' '반 디자인(anti design)' 또는 '역 디자인(counter design)'이라고 불려지는 포스트 모더니즘 디자인 운동은 그 이름이 의미하는 것처럼 모더니즘 디자인에 대한 철저한 반기를 들었다. 따라서 이 운동은 적어도 이론적으로는 자본주의의 및 과시적 소비와 밀접하게 연결된 현상에 대한 하나의 해독제가

(도표 1) 산업주의와 후기 산업주의

산업주의(Industrialism)	후기 산업주의(Post-Industrialism)
경제적인 성장	인간적인 성장
무한한 성장	선택적 성장
합리성	직관성
기계적 대량생산	도구적 소량생산 및 주문생산
고용주에 의해 제공되고 정의 내려진 형태의 산업적 작업개념	스스로 정의내리고 사회적으로 유용한 직업인으로서의 후기 산업적 작업개념
자본집약적	노동집약적
이득을 위한 노동	만족을 위한 노동
이윤을 위한 생산	사용을 위한 생산
강요된 소비·획일, 양자택일	건강한 소비-선다형선택
전문화	자족화
거대조직, 전문지식의 의존	독립적, 자기존
양적가치 우선	질적가치 우선
집중화	비집중화
도시화, 집중적 주거패턴	지방으로 분산된 주거패턴
자연에 대한 지배	기술에 의한 지배
자연과의 소외	자연과의 통합
자원을 낭비하고 자원을 가지고 일하는 사람들을 지배하며 공해를 발생하는 테크놀로지	환경과 자원의 자원 공급력, 인간의 필요에 적절히 대응하는 테크놀로지
이윤지향의 기술혁신	필요지향의 기술혁신
문학과 단절된 과학기술	문학과 통합된 과학기술
전문엘리트에 의해 이루어진 테크놀로지	모든 사람에 의해 이루어진 테크놀로지

되었으며, 또한 그것은 대중들의 기호 특징을 기본적 요소로 포용하는 보다 환경적이고 인간적인 디자인 철학을 제시하려는 데 주력했다.⁸⁾

이 운동의 독보적인 선구자는 Ettore sottsass Jr.⁹⁾ 이었으며, 그가 주축이 되어 설립한 Memphis¹⁰⁾ 는 포스트 모더니즘 디자인을 가장 잘 대변하는 그룹으로 간주되고 있다. 즉 Memphis 그룹은 모더니즘 디자인의 고립된 입장에서 새로운 대안을 심각하게 주장하여 기성사회에 충격과 자극을 주었다. 또한 그들은 자본주의의 폐단인 소비지향적 윤리를 거절하며, 소비와 동격이 되는 디자인을 부정하였기 때문에 아직은 하나의 대안으로 제시되고 있다. 그럼에도 불구하고 그들의 작업이 현재 디자인계에 던져 준 충격과 자극은 엄청나게 큰 것이었다.¹¹⁾

즉, 1970년 디자인계는 'Memphis 공해'라는 말이 나올 정도로 그 영향력이 명백했고 파급효과도 컸다. 이와 같이 현대 디자인에 지대한 영향을 미친 Memphis 디자인에 대해 1981년 이 그룹의 대변인이었던 안드레아 브라지는 새로운 디자인의 목적을 다음과 같은 5가지 방향에서 디자인하는 것이라고 말했다.¹²⁾

첫째, 전체보다는 부분적인 것에 대한 자유로운 불연속성을 강조하는 것. 둘째, 가능한 한 불가사의한 디자인, 그리고 새로운 의미를 갖는 새로운 언어적 '표현' 특질을 탐색하는 것. 셋째, 우리들의 생활경험 속에 지금 유통되고 있는 가능한 관용어를 재순환시키는 것. 넷째, 자유의 기호와 창조적인 발명의 숭고함으로써 장식과 색채를 회복하는 것. 다섯째, 에르고

노믹스의 한계를 넘어 인간과 그들이 사용하는 물건과의 정서적 관계를 회복하는 것.¹³⁾

한편 포스트 모더니즘 디자인을 좀더 정확히 이해하기 위해서는 그 사회적인 배경을 이해하는 것이 무엇보다도 필요할 것이다. 다시 말해서 산업사회의 배경에서 모더니즘 디자인이 탄생했듯이 포스트 모더니즘 디자인은 후기산업사회에 그 뿌리를 내리고 있다. 이러한 현상은 A.Toffler의 말대로 1960년대부터 선진국에서 서서히 나타나기 시작했으며, 그 여파는 전 세계로 급속하게 확산되어 가고 있다.

이와 같이 서로 다른 사회적인 배경은 서로 다른 디자인의 특징을 형성하게 하는 기본적인 토대가 됨을 알 수 있다. 따라서 한 시기의 디자인을 이해하기 위해서는 그 시대의 사회적인 배경을 보다 철저히 파악하는 것이 필요하다. J.Robertson은 <The Sane Alternative>에서 산업주의와 후기 산업주의를 도표1과 같이 명확히 구분함으로써 포스트 모더니즘 디자인의 사회적인 배경을 명쾌히 설명해주고 있다.

이러한 측면에서 볼 때 현재 세계적으로 유행하고 있는 글로벌 디자인의 특징을 이루게 하는 사회·시대적인 배경은 획일화·전문화·표준화 등으로 대변되는 산업사회 디자인의 특징을 탈피하여 보편화·다양화·다변화의 양상을 띠고 있음을 알 수 있다. 따라서 디자인의 가치도 양적 가치 보다는 질적 가치에 보다 많은 관심을 갖게 되고, 또한 생산방식도 개인적인 취향과 세분화된 소비자의 다양한 욕구를 충족시키기 위한 방법이 다각으로 모색되고 있다.

2.2. 다품종 소량생산

사회적인 배경과 사회적인 상황에 의해 형성된 글로벌 디자인의 가장 큰 특징의 하나는 다품종 소량생산이다. 그것은 디자인 개념이 정립되고 디자인 제품이 일반화되면서부터 디자인 분야에서 가장 미묘한 문제로 대두되고 있는 것은 수요와 공급의 균형을 유지해야 한다는 데 그 원인이 있다.

수요와 공급의 문제는 경제활동에 있어서 핵심적인 것이며, 일반적으로 경제생활의 문제는 크게 첫째, 무엇을 얼마만큼 생산할 것인가 하는 생산의 문제, 둘째, 어떻게 생산할 것인가 하는 기술상의 문제, 셋째, 누구를 위하여 생산할 것인가 하는 분배의 문제로 집약할 수 있다. 이러한 세가지 문제는 인류가 의 식 주의 문제를 해결하고 생활을 영위하기 위해서 필요한 절대과제이다. 왜냐하면 물질의 문제를 해결하지 않고 정신의 문제를 해결한다는 것은 환상에 불과한 것이기 때문이다.¹⁴⁾

만일 디자인이 음악을 듣는대거나 문학작품을 읽는 것과 같이 완전히 개인적이고 정신적인 것과 관련이 있다면 수요와 공급의 문제는 그렇게 심각한 것이 아닐 수도 있다. 그러나 디자인은 생산자가 물건을 만들어 내고 소비자가 그것을 사용해야만 성립되기 때문에 생산과 소비에 관련된 여러가지 상황이 디자인을 결정짓는 중요한 변수로 작용하게 된다.¹⁵⁾

즉 생산과 소비의 상관관계에 의해 실행되고 있는 다품종 소량생산은 사회적인 배경과 시대적인 상황에 의한 것이며, 또한 소품종 소량생산은 보다 잘 이해하기 위해서는 그 이전 수요와 공급의 근간이 왜곡된 소품종 대량생산에 대한 고찰이 필요하다.

소품종 대량생산은 산업사회에서 주로 행해졌던 생산방식이었으며, 그 당시의 디자인 개념은 G.Paulsson의 말처럼 '보다 좋은 용품을 생활에', '값싸고 훌륭한 품질의 실용제품을 일상생활에', 제품의 선택이 생활양식의 선택¹⁶⁾이라는 기본 명제 아래 보다 많은 제품을 보다 많은 사람들에게 제공한다는 것이었다. 따라서 이러한 문제를 해결하기 위해서는 기계에 의한 대량생산 방식을 채택할 수밖에 없었고, 또한 그 당시의 사회적 배경은 보다 많은 사람들의 물질 소유를 가능하게 해준다는 데 가장 큰 의미가 있었다.

그러나 소품종 대량생산은 보다 많은 사람들에게 물질적인 혜택을 주었음에도 불구하고 서로 다른 사람들의 특징을 무시하는 결과를 초래함으로써 후기 산업사회로 접어들면서 비판의 대상이 되었다. 그것은 마치 소품종 대량생산이 수공예 생산방식의 반발과 발전의 개념으로 나타났듯이 후기 산업사회에서 다품종 소량생산으로 전환되지 않을 수 없다는 것을 의미한다.

이것은 디자인 가치의 기본이념은 일관되게 인간중심 사상에 그 뿌리를 내리고 있지만 그 열매는 토양과 기후에 따라 서로 다른 양상을 띠게 된다는 것을 나타내 주는 것이다. 즉 디자인은 주어진 조건에 따라 그 가치의 색깔도 달라진다는 것이다. 이러한 측면에서 볼 때 디자인의 가치는 절대적인 개념에서 출발하지만 그 실체는 상대적인 개념으로 이루어진다고 볼 수 있다.¹⁷⁾ 따라서 다품종 소량생산 방식도 사회의 변화에 따라 나타난 한 유형에 불과하며, 그것이 전체적인 가치를 지닌 것으로 간주되거나, 또는 가장 좋은 생산방식이라는 보장은 없다.

다품종 소량생산의 사회적 배경인 후기 산업사회는 물질적인 풍요로움만 중시하던 산업사회의 생활풍조에서 점차 마음의 풍요로움을 중시하게 되었고, 이에 따른 생활패턴과 가치관의 변화는 사람들의 생활을 더욱 다양화시킴으로써 디자인의 다양성을 요구하게 되었다. 그러나 복잡한 사회에서 다양한 소비계층을 골고루 만족시킨다는 것은 그리 쉬운 일은 아니다. 소비자가 디자인을 선택할 때에는 개개인이 자신의 사회적 지위를 인식하거나, 또는 현재의 사회적 위치와 역할에 대한 기대에 부응하려는 경향이 있다. 이러한 기대들은 그 자체가 개인의 사회적 행동과 구매행위의 반영이기 때문에 모든 디자인은 기본적인 필요를 충족시켜주는 것 외에 소비자의 취향과 사회적 상징물로서 심리적인 욕망의 대상물로서 호소력을 지녀야 한다.¹⁸⁾

이와 같이 '물질' 중심에서부터 '정신' 중심으로 변화하는 라이프 스타일(Life style)은 'PANTS'현상에 기인한다고 볼 수 있다.¹⁹⁾ 또한 개인적인 가치와 생활이 강조되고 있는 현대사회에서 개인의 취향, 취미, 기호를 모두 포함하는 '테이스트(taste)'에 대한 올바른 이해가 필요하게 되었다. Edith Wharton에 의하면 테이스트의 본질은 어울림이다(The essence of taste is suitability).²⁰⁾ 또한 Emily Post는 테이스트를 개성(personality)이라 했고, Russel Lynes는 테이스트는 단지 이해와 기쁨을 대신하는 것이며, 그것은 교육(education), 감수성(sensibility), 도덕(morality)에 의해 형성된다고 했다.²¹⁾

한편 Thomas L.Peacock는 테이스트는 유행에 기존하는 것이며, 유행에 따르는 테이스트는 항상 존재하는 것이라고 주장함으로써 테이스트

는 다양하게 분포하는 것임을 시사해주고 있다.²²⁾ 이와 같은 관점에서 볼 때 취향, 취미, 기호는 개인의 물질적인 면과 정신적인 면의 복합적인 관계에서 우러나오는 심리상태의 한 현상이나 또는 살아가는 태도라고 볼 수 있다. 그리고 이러한 현상은 개인은 물론 대중, 기업, 사회의 성격과 경향을 파악하는 데 매우 중요한 역할을 한다. 따라서 테이스트는 비즈니스에 많은 영향을 미치며, 비즈니스 성공의 지름길인 판매를 효과적으로 수행하는 데 필수적인 요건이 된다.

이러한 관점에서 볼 때 현대 디자인의 가치를 논할 때 상업주의의 편승이나 사회적인 현상과 분리해서 생각할 수 없다. 그것은 디자인 자체가 사회적인 필요에 의해 생성되고 사회적인 행위로 이루어지는 사회적인 산물이라는 속성 때문이다. 즉 디자인의 가치는 인간을 위한 것이어야 한다는 불변의 목적을 갖고 있지만 그 방법은 사회적인 현상이나 시대적인 상황에 따라 무한히 변화하기 때문에 디자인의 가치로 부단히 변화하게 된다는 것을 나타내주는 것이다. 따라서 산업사회의 소품종 대량생산이나 후기 산업사회의 다품종 소량생산도 이러한 맥락에서 그 진가를 정확히 알 수 있다. <도표 2>

<도표2> 산업디자인과 후기산업디자인

산업디자인(Industrial Design)	후기산업디자인(Post-Industrial Design)
제품: 전문화, 일시적, 대체적 단일목적적, 대량생산 짧은 수명, 표준화 최저적	제품: 보편화, 소량생산 다목적적, 다양화 수명이 길다, 만족적 수리를 통한 기능 회복
프로세스: 독자적, 배타적 내면화, 집약적이다 공동체의 가치, 습관을 흡수하는 방식 경직되어 있다	프로세스: 만족적, 포괄적 외면화, 광범하다 공동체의 가치, 습관을 발사하는 방식 융통성이 있다.
디자이너: 창의적, 전문적 개인적	디자이너: 협력적, 참여적 익명적

한편 현대사회의 생산방식이 다품종 소량생산으로 특징지어진다고 해도 이러한 방식이 모든 나라에 똑같이 적용될 수는 없다. 예를 들어 선진국에서 채택하고 있는 방식을 개발도상국이나 후진국에서는 과학기술의 낙후나 또는 다른 여러가지 이유로 인해서 채택할 수 없을 수도 있다. 따라서 디자이너는 자신이 활동하고 있는 국가나 조직체의 사회상황과 과학기술의 수준이 어느 정도인지 정확히 파악하고 디자인에 임할 때 보다 나은 결과를 창출할 수 있다.²³⁾

2. 3. 새로운 문제들

글로벌 디자인의 특징은 현재 수행하고 있는 디자인 과정을 고찰해봄으로써 그 실체를 더욱 정확히 알 수 있다. 일반적으로 디자인 전개과정은 문제해결과정으로 요약할 수 있으며, 그 과정은 문제의 발견이 선행되어야

가능하다. 즉 문제의 발견이 없으면 문제의 해결이 있을 수 없고, 문제가 정확히 규명되지 않으면 해결된 결과에 대한 신뢰를 할 수 없다. 그러나 문제해결 과정은 그리 쉽지 않다. 그것은 문제란 사회적인 배경과 시대상황에 따라 끊임없이 변하기 때문이다. 결국 새로운 문제는 새로운 디자인 과정과 사고를 필요로 하게 되고, 글로벌 디자인의 개념도 새로운 사회에서 야기되는 새로운 문제를 해결하는 과정과 결과에 그 근거를 두고 있다.

이것은 디자인이 어떠한 경우라도 연속된 문제해결 과정을 중시해야 한다는 것을 의미하며, B.Archer교수는 디자인이 "목적 지향적인 문제해결 활동(Design is a goal-directed problem-solving activity)"이라고 한마디로 요약함으로써 그 개념을 명확히하고 있다.²⁴⁾ 즉 디자인은 한 목표를 세우고 그 목표에 도달하면 새로운 상황에 부딪혀 새로운 조건이 발생하며 그것은 새로운 문제, 즉 도달해야 할 새로운 목표로 전환하게 된다. 따라서 어떠한 유형의 디자인이라도 문제에 대한 정확한 이해가 부족하면 디자인을 성공적으로 수행하기가 어렵다.

G.Chardwick에 의하면 문제란 목표 + 그 목표에 이르는 장애(Problem = Goal + Impediment to the Goal)라고 정의하고 목표를 추구하는 주체(조직, 개인)와 그 주체의 환경이미지 사이에 존재하는 긴장상태를 문제라고(the definition of his image of a problem as a state of tension between the ends pursued by a subject and image of the environment) 바꾸어 해석하고 있다.²⁵⁾ 또한 문제는 목적이 설정되어야만 제기되는 것이고, 제기된 문제는 해결가능한 수단이 강구되어야 하기 때문에 디자인은 무엇보다도 우선 추구하는 목표의 설정과 그 목표에 이르기 까지 야기되는 장애요소를 해결하는 수단이 중요한 쟁점으로 대두된다.

디자인이 목적과 수단을 주축으로 한 문제해결 과정이라면 디자인은 우선 이 두 가지 관점에서 생각해볼 필요가 있다. 첫째, 디자인의 목적에 대해서 A.J.pulos는 다음과 같이 말하고 있다. "디자인이란 인간의 물질적인 욕구와 심리적인 욕망을 충족시킬 수 있는 생산제품과 제품시스템의 창의적인 개념을 의미한다... 디자인은 그들과 같은 시대에 사는 인간들을 위하여 창작하는 제품과 환경의 실용성과 아름다움을 취급하는 것이다."²⁶⁾

둘째, 디자인의 수단에 대해서 L. Moholy-Nagy는 다음과 같이 말하고 있다. "...디자인은 재료와 프로세스를 가장 생산적이며 경제적으로 조직하고, 어떤 기능을 창조하기 위하여 필요한 모든 요소들이 조화를 이룰 수 있도록 통합시키는 행위이다. 그것은 단순히 외관만을 다루는 것이 아니며, 제품의 총체적인 내용을 대상으로 하는 복합적인 것이다. 또한 디자인은 사회적·기술적인 요소, 생태학적인 필연성, 재료·형태·색채·분류·공간의 심리적인 효과 그리고 이들의 상호관계를 이루게 하는 사고를 통합시키는 행위이다."²⁷⁾

전자는 무엇을 디자인해야 하는가(what to design)의 문제이고, 후자는 어떻게 디자인해야 하는가(how to design)의 문제이다. 이러한 관점에서 볼 때 디자인에 대한 근본적인 접근은 디자인의 목적과 수단의 관계를 보다 정확히 파악함으로써 가능하고, 또한 이것은 보다 훌륭한 디자인 결과를 낳게 하는 원천이 되며, 목적과 수단의 관계에 대한 규명은 디자인

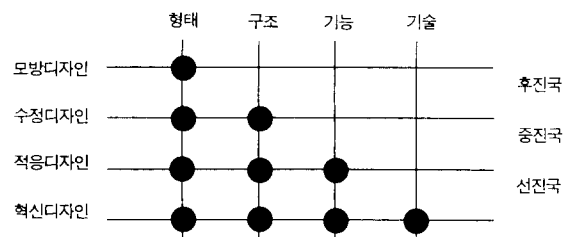
과정과 방향을 결정하는 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있다.

한편 디자인 문제해결 방법은 디자인 문제의 성격에 의해 좌우되지만 모든 디자인의 기본원리는 K.R.Popper의 다양한 문제해결을 위한 기본 패턴에서 출발한다고 볼 수 있다. 즉 모든 디자인 문제해결 과정은 우선 현존하는 문제(P1:current problem)를 인식하고, 그 문제에 대한 잠정적인 해결방안(TS:tentative solution)을 강구하며, 잠정적인 해결방안에서 나타난 잘못된 점은 제거(EE:error elimination)하면 문제가 해결되는데, 그 해결된 결과는 곧바로 새로운 문제(P2:new problem)로 전환됨으로써 끊임없이 반복되는 문제해결 과정으로 이루어지는 것이 그 기본 패턴이다.²⁸⁾

디자인이 문제해결과정을 근간으로 한 창조활동이라면 디자인에 관련된 여러가지 사항은 문제발생 근원에 관한 것과 문제를 해결하는 디자이너의 자세에 대해 검토해 볼 필요가 있을 것이다. 디자인 문제란 단순히 외부로부터 오는 것만은 아니며, 문제의 내용은 디자이너가 가지고 있는 이상과 가치관에 따라 어느정도 달라질 수 있다. 따라서 디자인 문제는 외부로부터 오는 것과 함께 디자이너가 활동하고 있는 사회적인 배경과 시대적인 상황에서 어떤 문제의식을 갖고 있느냐가 중요한 쟁점으로 대두된다.

예를 들어 과학기술은 한 나라의 디자인을 국제화시키는 데 중요한 역할을 하는 동시에 각 나라마다 그 나라의 과학기술 수준에 걸맞는 디자인을 개발하도록 하는 강제력을 발휘하기도 한다. 다시 말해서 한 나라의 과학기술 수준은 그 나라에서 할 수 있는 디자인의 범위를 물리적으로 정해 주기 때문에 각 나라에서 활동하는 디자이너는 정해진 범위내에서 디자인할 수밖에 없다. 좀더 구체적으로 말한다면 후진국의 디자인은 외관에 관련된 형태와 구조에 관심이 집중되어야 하고, 중진국의 디자인은 기존 기술에 의한 새로운 기능개발에 초점을 맞추어야 하며, 선진국의 디자인은 새로운 기술에 많은 관심을 기울여야 한다.(도표 3)

〈도표 3〉 유형별 디자인과 제 요소와의 관계



새로운 문제해결 과정에 의한 글로벌 디자인의 특징도 결국은 과학기술 수준과 깊은 연관을 맺고 있다. 고도로 발달된 정보산업사회에서 가장 지배적인 역할을 하는 과학기술의 특징은 현대역사를 이해하는 데 중요한 요인이 되고 있으며, 최근 디자인 역사에 대한 초점은 산업혁명 이후 산업화가 야기시킨 변화로 집중되고 있다. 즉 과학은 모든 사물을 연구하는 데 가장 많이 사용하게 되었고 과학적인 방법에 의하여 거의 모든 사물들의 존재가 가능해졌으며, 과학에 대한 지식은 계속 추구하고 응용하게 되었

다.²⁹⁾ Max Gluckman은 과학은 지금 세대의 바보가 이전 세대의 천재보다 똑똑해질 수 있는 분야라고 함으로써 과학이 현대사회에서 차지하는 비중을 잘 대변해주고 있다.³⁰⁾

그러나 아무리 과학이 발달하고 과학적으로 문제를 해결했다 해도 그것이 최상의 방법이라든가 또는 최고의 가치를 지니고 있다고 단정할 수는 없다. 그것은 디자인이 추구하는 최고의 가치는 인간의 생활을 위해 필요한 도구를 창출하는 것이기 때문이다. 따라서 인간의 필요에 의해 발생된 문제를 어떻게 적절히 해결하느냐가 주된 관심사이고, 또한 그것이 문제 발생의 근원이 되는 것이다.

이러한 필요에 의해 Victor Papanek은 다음과 같이 말하고 있다. “기억하자. 필요한 것은 사람들로부터 나오는 것이다. 디자이너의 머리카락의 책임자로부터 나오는 것이 아니다. 문제가 잘못 설정되면 그 해답은 잘못된다. 이와 같은 잘못된 해답은 인간의 품격을 떨어뜨리고 비인간화를 가속화하게 된다. 현재 사용하고 있는 수많은 제품들은 인간에 대한 고려를 너무 등한히하고 있다.”³¹⁾

즉 필요라는 것은 강요되는 것이 아니라 요구되는 것이며, 이러한 요구는 당연히 인간의 기본적인 욕구인 의식주를 해결하는 것으로부터 시작되며, 사회적인 변화와 시대상황에 따라 그 양상을 달리하면서 새로운 문제를 야기시키는 주된 요인이 되는 것이다.

3. 디자인의 문화적 아이덴티티

3.1. 버나클러 디자인

디자인이 추구하는 최고의 가치는 생존을 위한 도구를 창출하는 것이다. 이와 같은 도구창조 행위가 모든 디자인 가치창출의 근본적인 배경이 된다는 것에 대해서는 재론의 여지가 없다. 왜냐하면 모든 디자인 행위는 어떤 이유를 막론하고 우선 인간의 생존을 도와줄 수 있는 물건을 만드는 데 그 기본 개념을 두어야 하고 또한 인간은 도구의 사용을 통하여 인간과 나머지 세계와의 사이에 새로운 연관관계를 형성할 수 있기 때문이다.³²⁾

다시 말해서 도구의 진화는 디자인 발전의 모체가 되고, 도구발전의 역사가 디자인 발달의 역사가 된다. 따라서 디자인과 도구를 분리한다는 것은 상상조차 할 수 없으며, 또한 인간과 도구 중에서 어느 편이 먼저인가 하는 문제는 순전히 아카데미한 것에 불과하다. 즉 인간이 없는 도구가 있을 수 없고 도구를 사용하지 않는 인간은 없다. 인간과 도구는 동시에 존재하기 시작했으며, 상대적으로 고도로 발달한 한 생명체가 자연적인 대상을 활용함으로써 비로소 인간이 되었고, 자연적인 대상은 그러한 활동에 의하여 도구가 되었다.³³⁾ 이것이 바로 인간과 도구와 디자인의 관계이다.

디자인이 인간의 기본적인 욕구인 의식주를 해결하는 수단의 일환인 도구 창출로부터 시작되었다면, 디자인은 당연히 지역적인 특성을 띠게 되고 그 특성에 따라 고유한 문화적인 아이덴티티를 나타내게 된다. 왜냐하면 사람들은 그들이 살아가는 공간이나 방식에 따라 사용하는 도구가

다르고, 그 도구는 서로 다른 독특한 생활양식을 나타내주기 때문이다. 다시 말해서 디자인은 어떠한 경우에도 인간의 생존에 도움을 주는 것이 가장 중요하며, 이러한 도구는 거의 모두 인간의 생존과 직결된 것이기 때문에 지역에 따라 생존하는 방법과 생활풍습이 서로 다를 수밖에 없다. 즉 사람들은 서로 다른 생존방법에 따라 사용하는 도구가 다르기 때문에 서로 다른 문화권을 형성하며, 생존을 위해 해결해야 하는 문제도 서로 다르다는 것이다.³⁴⁾

생존을 위한 디자인의 중요성에 대해 R.Neutra는 다음과 같이 설명하고 있다. “디자인은 인텔리 계층을 위한 사치품이나 상거래의 활성화를 위한 유행유 역할을 하기 보다는 인류의 생존을 위해 기여하는 것이 훨씬 중요하다.”³⁵⁾ 또한 그는 개체의 생존이 무엇보다도 중요함을 다음과 같이 설명하고 있다. “생존은 인간의 어떤 주어나 사상보다도 가장 뿌리 깊은 원초적인 삶의 목표이다. 더구나 개인의 생존은 민족의 생존보다도 대부분의 사회에서 더욱 가치있는 것으로 받아들여지고 있다. 만일 자살자들은 그들의 행위가 전체 종족의 소멸을 초래한다고 생각한다면 아마 그들의 행위를 중단할 것이다.”³⁶⁾ 이런 의미에서 생존을 위한 디자인은 모든 디자인의 기본적인 근거가 됨을 알 수 있고, 또한 그것은 인간의 가장 기본적인 ‘필요’의 문제를 해결하기 위한 도구창조 행위로부터 출발한다는 것을 알 수 있다.

인간의 기본적인 필요를 충족시켜 주기 위하여 창출된 도구는 대부분 산업사회 이전인 농경사회에서 쓰였던 생활도구에서 그 근원을 찾아볼 수 있으며, 실제로 그 시대에 사용되었던 많은 물건들은 현재까지 독특한 전통양식으로 잔존하면서 강한 문화적인 특성을 나타내고 있다.

대개 이러한 물건들은 전통적인 의미를 함축하고 있는 ‘공예품’의 개념으로 이해되고 ‘수공예’에 초점을 맞추게 된다. 특히 이와 같은 것은 귀족공예나 개인공예보다는 대중을 대상으로 하고, 실용을 목적으로 한 ‘민예품’의 성격을 띤 것이 주류를 이루게 된다. 즉 이러한 것들은 일상적인 생활이나, 관습적으로 만들어진 ‘민속품’의 개념으로 이해되며, ‘민속과 민예’의 모든것을 함축하고 있는 포괄적인 의미의 ‘버나클러 디자인(vernacular design)’³⁷⁾ 개념으로 설명될 수 있다.

만일 어떤 물건의 의도적으로 계획되고 연구되어 개발되지 않았거나 또는 드로잉이나 모델제작 방법을 사용하지 않고 만들어졌다면 그것은 버나클러적이라고 설명하는 것은 매우 논리적이라고 볼 수 있다. 이러한 버나클러 디자인은 전문적인 훈련을 받은 디자이너의 작업에 의해 이루어지는 것이 아니고, 일상적인 생활에 기반을 두고 무엇을 만들거나 짓거나 하는 것이며, 건물의 예를 들면 건축가와 그 건물에서 생활하는 사람을 분리시킬 수 없는 것이다. 일반적으로 버나클러 전통을 지닌 물건들은 누가 디자인했는지 모르며, 수백년 또는 수천년을 거치면서 조금씩 그 형태가 변형되어 왔고 적절한 재료들이 사용되어 왔다. 또한 버나클러 디자인의 전통은 작업자가 어떤 물건을 사용함으로써 자신의 고된 노역을 경감시키거나 생활을 윤택하게 할 수 있는 수단으로 사용했기 때문에 생존과 생활의 측면에서 볼 때 디자인의 전통적인 특성을 강하게 지니게 된다.³⁸⁾

일반적으로 디자인 개념에 대한 기본적인 사고는 소박한 생활용구의 제작과 원시적인 건축기술 또는 풍습이나 환경에 적합하게 발달된 여러가

지 도구를 생각하게 한다. 그러나 현대적 사고에 의하면 디자인의 태동은 산업사회가 시작되면서 물건의 제작이나 새로운 생활환경에 대한 실천으로 간주되어야 한다. 왜냐하면 디자인은 산업혁명 이후 생산방식의 전환에 따라 물질세계를 새롭게 인식하고 더 나아가서 그러한 세계를 올바른 방향으로 유도하기 위해 나타난 지적 활동의 한 유형이라고 볼 수 있기 때문이다. 이것은 디자인은 어떠한 경우라도 복잡한 문화적 양상에 그 배경을 두고 발전된다는 것을 나타내 주는 것이며, 상품의 논리와 깊은 관련이 있다는 것을 암시하는 것이다.

이러한 측면에서 볼 때 디자인의 가치에 대한 고찰은 당연히 산업사회의 독특한 문화적 현상과 시장경제의 관계에서 출발해야 한다는 것을 알 수 있다. 그럼에도 불구하고 디자인의 가치에 대한 문제는 항상 산업사회 이전으로 거슬러 올라간다. 비록 디자인이 기계발달에 의한 대량생산 시스템에 의해 탄생되었다 할지라도 한 물건의 가치는 그 물건이 인간을 위해 얼마나 유용한가에 따라 결정되기 때문이다. 따라서 가치있는 물건의 창출을 모색할 때 버나클러적인 물건을 고려하게 되는 것은 너무나 당연하다. 왜냐하면 이러한 물건들은 대부분 일상생활에 필요한 기본적인 것들을 충족시켜 주기 위해 가장 쓸모있게 만들어졌기 때문이다.

이러한 의미에서 인간의 지나온 발자취를 추적함에 있어서도 그들이 사용했던 물건은 가장 소중한 자료가 되고 있으며, 물건의 발달에 따라 인간의 생활양식이 변형되어 왔음을 알 수 있고, 물건의 종류에 따라 생활형태도 독특한 유형으로 구분하게 된다. 또한 물건은 단지 그것이 지니고 있는 실용적인 이유에서만뿐만 아니라 인간에게 주는 심리적인 영향 때문에 더욱 중요하게 다루어져 왔다. 그것은 하나의 물건이 물질적인 충족을 위한 수단으로서만 존재하는 것이 아니라 정신적인 만족과 정서적인 풍요로움을 가능하게 해주기 때문이다.³⁹⁾

인간은 태고적부터 수많은 물건을 만들어 왔으며, 그 물건들의 대부분은 일상생활에 직접 사용된 것들이다. 비록 그러한 물건들이 엄밀한 의미에서 디자인적인 사고방식에 의해 제작된 것은 아니지만, 그것들은 추구하는 목적에 따라 가장 적절한 방법에 의해 재료를 이용하고 제작방식을 개발함으로써 디자인 가치추구의 초석이 되고 있다. 또한 이때 사용되었던 물건들은 현재 난무하고 있는 수많은 물건보다 훨씬 중요한 의미를 지니는 것들이다. 왜냐하면 당시에 사용되었던 물건들은 한결같이 생존과 생활에 직결되는 필수품이었기 때문이다.

현재 각 나라에서 치열한 무역경쟁에서 승리하기 위하여 디자인의 문화적인 요소를 상업주의적인 측면에서만 이해하려는 것은 잘못된 생각이다. 그대신 디자인의 근본목적인 인간의 생존과 생활에 직결되는 물건이 함유하고 있는 문화적인 가치를 인식하고 인정할 때 디자인은 보다 높은 차원으로 발전될 것이며, 더 나아가서 그러한 정신과 독특한 문화적인 요인들이 어우러져 세계화될 때 국제적으로 인정받을 수 있는 디자인을 창출할 수 있을 것이다.

3. 2. 전승과 전파

디자인에서 문화적인 요소를 가장 많이 함유하고 있는 것은 아마 지역적

인 특성을 가장 많이 띠는 디자인일 것이다. 왜냐하면 디자인의 목적은 인간의 생활을 도와주는 도구창출에 있으며, 이러한 도구들은 생활양식에 따라 다양하게 개발될 수밖에 없고, 가장 적합한 도구들은 특정지역의 독특한 양식이나 문화현상과 밀접한 관계가 있기 때문이다. 따라서 디자인은 그 어떤 것도 물리적으로 갑자기 생겨나는 것이 아니며, 모든 것이 시대와 지역과 사회환경의 가치기준에 의한 인위적인 산물이고 변화와 개선의 결과로 이루어진 문화의 소산으로 이해된다.

즉 디자인은 보다 나은 삶을 위해 의식적이고 의도적으로 필요한 것을 생각하고 만들고 사용함으로써 발달했으며, 그 결과가 문화유산으로 존중한다는 것이다. 따라서 디자인 문화창조에는 그들의 생활공간이 지닌 자연 지리적 조건이 매우 강력하게 작용했다는 것이다. 예를 들어 유목문화, 해양문화, 대륙성문화 등이 그것이다. 이와 같이 서로 다른 조건에서 발달한 문화는 그 형성과정에서 서로 다른 도구를 사용했음은 당연한 일이다. 그러나 한 가지 분명한 사실은 어떤 조건에서 사용된 도구라도 삶의 요청에 의해 만들어졌다는 것이며, 또한 그 도구는 인간 생활을 풍요롭게 해줌은 물론 그 문화를 형성하는 데 지대한 영향을 미쳤다는 것이다.⁴⁰⁾

W.W.Grasparsi에 의하면 "인간은 수천만년 동안 문화를 창조해 왔으며, 그것을 규명하는 데는 인간이 창조하여 그 안에 살고 있는 환경을 떠나서는 상상조차 할 수 없다. 인간의 문화는 단순히 인간이 만들어낸 가공물에 의한 것이고, 인간 자신은 인간 스스로 만들어낸 인위적인 세계의 가장 중요한 가공물이라 할 수 있으며, 그 가공물은 인간의 지식과 과학기술, 예술 그리고 신념 등 모든 것을 포함하고 있다."⁴¹⁾ 다시 말해서 다양한 생활환경은 다양한 문화를 형성하게 하고 그 문화를 규명하는 데 가공물은 가장 중요한 자료가 된다는 것이다. 또한 이러한 가공물, 즉 생활도구는 문화적인 아이덴티티를 강하게 나타내게 된다.

디자인의 다양성과 지역적인 특성을 띠고 있는 가공제작된 대상물을 살펴보면 그것은 대부분 여러가지 물질적 수단들로 이루어져 있음을 알 수 있다. 즉 의식주를 근간으로 한 노동의 수단, 또는 새로운 문명의 이기들에 의한 생활수단이 그것이며, 이러한 것들은 디자인 문화의 존재를 가능하게 한다.⁴²⁾ 한편 다양한 구성물들은 비록 그것이 통합된 일치를 이루지는 않는다고 할지라도 서로 조화를 이루고 있고 새로운 과학기술과 예술형식에 의해 의미대사의 수단으로 끊임없이 창출되어 왔다. 또한 이러한 수단들은 직선적이고 연속적이며 개인적인 전달방식에서 다원적이고 동시적이며 대중적인 생산과 수용으로 전환되었으며, 그 수단의 주체인 가공물은 관념형태나 행동양식과는 달리 일단 제작되면 객관적이고 실재적인 성격이 강한 항구적·보존적 성격을 띠게 된다.⁴³⁾

보존성을 지닌 디자인 결과물은 그것이 만들어진 당시의 상황을 대변하게 되며, 그로 인해 그 결과물에서 독특한 문화를 감지하게 된다. 이러한 디자인물의 특성에 대해 Jay Doblin은 고대 유물을 통해서 그 시대의 문화를 알 수 있듯이 하나의 제품은 그 제품이 속해 있는 문화를 나타내주는 '냉동된 정보(frozen information)'⁴⁴⁾라고 함으로써 디자인 가공물의 문화유산으로서의 소중함과 그 특성을 명확히 해 주고 있다. 이와 같은 사실은 현대사회에서 디자인의 대상이 제품에서 환경, 환경에서 커뮤니케이션으로, 커뮤니케이션에서 상황으로 변하고 있으며 디자인이 하나의

문화적 요소(cultural ingredients)를 결정짓는 것으로 확대 해석되고 있는 것과 그 맥락을 같이하는 것이다.⁴⁵⁾ 따라서 상황에 따른 문화적 요소로 간주되는 디자인 결과물이 서로 다르게 구체화되고, 서로 다른 특징을 나타낸다는 것은 당연하다.

그렇다면 디자인 문화의 속성은 무엇이며, 그 근본적인 근거는 어디에 있는가. 그것은 이미 언급한 바와 같이 창조된 가공물에서 그 특징을 규명할 수 있고, 또한 그 가공물이 만들어지는 데 고려되어야 할 여러가지 조건들의 복합적인 영향이 근원적인 배경을 이루게 된다. 다시 말해서 디자인 문화의 속성과 근거는 가공물을 떠나서는 존재할 수 없고 그 가공물이 특정한 사회와 시대의 디자인 문화척도의 지표가 된다는 것이다.

더 나아가서 디자인 문화유산이 한 시대를 대변해주는 보다 근본적인 이유는 인류역사상 그 어느 시대 어느 사회도 문화적·역사적 배경을 갖지 않은 사회는 없고 또한 문화적·역사적 배경에서 분리된 순수한 사회란 있을 수 없으며, 인류문화의 역사는 도구사용에 의해 획기적인 전환을 가져왔다는 데 있다. 즉 인간은 도구사용에 대한 지식을 터득하고 그 이용 방법을 깨닫기 전에는 육체적인 힘의 한계로 인하여 사고와 행동에 많은 제약 받고 생활의 질도 상대적으로 낮았기 때문에 문화창조 활동은 위축될 수밖에 없었다.

그러면 도구는 항상 문화발전에 긍정적인 역할만 했는가. 그건 그렇지 않다. 도구가 끊임없이 인류문화의 변화요인으로 작용한 것은 사실이지만 그 도구는 직면한 상황에 따라 긍정적으로 사용되기도 했고 부정적으로 사용되기도 했다. 다시 말해서 도구는 사람들의 생활을 보호하기도 하고 발전시키기도 하는 반면 생활을 억압하고 파괴하는 양면성을 지니고 발전해 왔다. 이러한 도구의 양면적인 성질을 띠고 있는 디자인 문화는 도구의 속성에 대한 정확한 이해와 올바른 사용에 의해서만 점진적으로 발전할 수 있다는 전제 조건을 부여받게 된다.

이러한 관점에서 볼 때 디자인 문화의 발전은 대항적 사회관계에서보다는 협동적 사회관계에서 활성화되고 디자인 활동의 매개물인 도구도 협력적이고 유기적인 관계에 의해 개발될 때 문화형성에 보다 많은 기여를 할 수 있게 된다.⁴⁶⁾ 또한 디자인물은 문화의 전승과 전파에 의해 새롭게 변화하고 그 양상을 달리하기 때문에 전통문화의 계승과 외래문화의 유입을 어떻게 조화롭게 발전시키느냐가 매우 중요하다.⁴⁷⁾

결국 디자인에 의한 문화창조 활동이란 바로 그 자체가 사람들의 생활 과정이며 또 삶의 현실을 투사한 반영물이라 할 수 있다. 왜냐하면 디자인에 대한 사고와 행위는 사람들의 생활과 분리되어서는 아무 가치가 없고 디자인된 결과물은 인간의 삶을 위한 보조물이기 때문이다. 이러한 사실은 디자인 문화는 생활방식에 따라 천차만별의 양상을 띠고, 사고와 행위에 의한 가시적인 실체에 의해 그 성격이 규정되는 것을 의미하고 있다. 즉, 삶과 생활의 의미내용인 메시지(message)는 적절한 매체를 통해서 전달하게 되며 그 전달수단은 메시지에 의해 구체화되기 때문에 디자인 문화는 메시지로서의 매체적 특징을 나타내게 된다.⁴⁸⁾

3.3. 전통과 혁신

디자인의 문화적 아이덴티티는 디자인의 전통적인 가치와 혁신적인 가치가 조화롭게 융화될 때 그 특성을 강하게 나타낸다. 이 두 가치는 디자인이 사회의 변화와 더불어 변화한 문화의 소산이라는 측면에서 고찰해볼 때 서로 분리될 수 없는 긴밀한 관계를 이루고 있음을 알 수 있다. 과거부터 현재까지 인간사회는 끊임없이 변화되어 왔으며, 사회변화에 가장 큰 영향을 미친 것 중의 하나는 인간의 생존과 생활을 위해 사용했던 '물건'이라고 볼 수 있다.

물건은 단지 그들이 지니고 있는 기능적이고 실용적인 이유에서만 아니라 인간에게 주는 심리적인 영향과 역사의 증거로서 매우 중요하게 다루어져 왔다. 따라서 어느 시대이건 물건을 만드는 사람은 그 사회의 독특한 환경에 따라 작업을 수행하면서 사회에 기여해 왔으며, 또한 지속적으로 새로운 물건을 만들어냄으로써 자신이 속해 있는 사회를 보다 바람직한 방향으로 이끌어 왔다.⁴⁹⁾

이러한 과정에서 서로 다른 사회는 그 사회의 독특한 전통적인 가치를 수립하게 되고, 또한 새로운 과학기술에 의한 사회의 변화는 새로운 가치를 추구하게 된다. 즉 전통이 없는 혁신은 존재할 수 없고 혁신이 없는 전통은 더 이상의 발전을 기대할 수 없는 정지된 상태로 머무르게 된다. 디자인도 마찬가지이다. 전통이 없는 디자인은 고유한 문화적 아이덴티티를 갖지 못하고, 혁신이 없는 디자인은 시대에 뒤떨어질 수밖에 없다. 이것은 디자인이 전통과 혁신의 적절한 조화에 의해서만 보다 가치 있게 창출될 수 있다는 것을 의미한다. 따라서 전통과 혁신에 대한 관심은 디자인 가치창출의 중요한 배경이 된다.

전통은 한 지방의 자연과 풍토를 '고향'으로 하고, 역사와 습속을 '집'으로 하여 자라나게 된다.⁵⁰⁾ 또한 여러 세대의 경험이 누적되어 귀중한 지혜가 자라고 계승되며, 그 지혜가 곧 전통이 되는 것이다. 전통은 세월과 더불어 발전을 계속한다. 즉 여러 세대에 걸쳐 많은 사람들이 서로 협력해서 창조한 것이 전통이다. 옛날 사람들은 이와 같은 전통에 이끌려서 일했다.⁵¹⁾ 이것은 전통적인 물건들이 지역에 따라 양식에 차이가 생기고 그 제작기법이 독특할 수밖에 없는 당위성을 나타내주는 것이다. 또한 전통은 다채롭게 변형하여 민족의 고유한 공예를 형성하게 된다. 전통은 말하자면 율법이었고, 인간의 체험이 귀납한 법칙이었다. 그리고 어떤 물건은 어떻게 만들어야 하고, 어떻게 만들어서는 안된다는 지침이었다.

옛날 사람들에게는 전통은 밝은 등불이었다. 그들은 그 등불 밑에서 망설임 없이 일을 할 수 있었다. 아니 그들이 일을 했다기보다는 오히려 전통이 그들을 일하도록 만들었다고 보는 편이 옳을 것이다. 그들 자신은 미약하고 지혜가 부족할지라도 그들이 이어받은 전통은 위대하고 지혜로 충만한 경험과 이지의 결정이었다. 거기에서 그들이 배워야 하는 것은 새로운 개발을 필요로 하는 것이 아니라 이미 정리된 형식으로 잘 보존되어 있는 것들이다. 전통에 의지한다는 것은 그들에게 있어서 해방이요, 구제의 방법이었다.⁵²⁾

전통이란 민족이 그 선조로부터 이어받은 커다란 자산이다. 사람들은 흔히 창조는 전통의 반대인 것처럼 말하지만, 전통이야말로 민족의 역사

가 창조한 것이라고 볼 수 있다. 참다운 창조는 전통을 부정하는 데 있는 것이 아니라, 전통을 긍정적으로 수용하고 그 위에 진실한 발전을 추구하는 데 있다고 할 것이다. 이러한 관점에서 볼 때, 전통의 정수를 더욱 더 활용하고 심화하는 것이 전통을 이어받은 디자이너의 사명이라고 볼 수 있다. 따라서 전통을 경시하면 디자인은 독자적인 아이덴티티를 갖기 어려워지며, 한 민족의 문화적인 특징을 나타낼 수도 없게 된다. 또한 전통은 민족을 결합하는 원리이며, 모든 문화 창달의 토대를 이루기 때문에 전통문화가 없는 디자인이란 그 기반이 매우 허약할 수밖에 없다.³⁴⁹

한편 전통이 모든 디자인의 기초가 된다면 혁신은 논리·경험·모든 기술의 적용에 의하여 새롭고, 진기하고, 특별한 아이디어나 제품을 발명하는 것이기 때문에 현대 디자인의 주축을 이룬다.³⁵⁰ 또한 혁신은 과학기술의 뒷받침 없이는 불가능하기 때문에 과학기술은 모든 혁신적인 디자인의 원천이 된다. 즉 현대사회에서 가장 지배적인 역할을 하는 과학기술의 특징은 현대역사를 이해하는 데 중요한 요인이 되고 있다.

이러한 현상은 디자인에 있어서 과학기술의 중요성을 강조하게 되었고, 과학기술을 디자인에 최대도 적용하여 새로운 디자인 제품, 즉 혁신적인 디자인 제품의 생산을 가능하게 했다. 또한 과학기술에 의한 디자인의 혁신은 계속적인 발전을 거듭하고, 거듭된 발전과정은 과거의 디자인 개념과 사고를 끊임없이 수정하거나 완전히 변형시켜 급속히 변화하는 사회에 대체할 수 있는 방향을 제시함으로써 새로운 디자인의 가치를 예고하고 사회변화와 시대상황에 부합할 수 있는 합리적인 디자인 전개 방법을 모색하게 하여 혁신적인 디자인의 가치를 창출할 수 있는 단계를 이루었다.

René Dubois에 의하면 현대의 가장 독특한 특징은 인간이 과학적인 지식을 자유자재로 이용하여 자연을 인간의 목적에 알맞게 개발하고 지배할 수 있다는 믿음이다.³⁵¹ 또한 F. Bacon에 의하면 현재 쓰이고 있는 과학이란 말은 실용적인 분야로 생각하는 게 보통이며, 또한 과학은 인간에게 실용적인 이득을 주기 위해 자연을 정복하는 가장 중요한 방법이라는 것이다.³⁵² 이러한 관점에서 볼 때 인간의 역사는 과학발달의 역사라고 볼 수 있으며, 사회와 과학기술의 관계는 닭과 달걀의 관계라고 해도 그리 놀라운 일이 아닐 것이다.³⁵³

그럼에도 불구하고 현재 과학적인 지식을 이용한 디자인 개발에 지나치게 몰두하는 데 대하여 반작용을 나타내고 있다. 이것은 초기 기계시대의 사람들이 기계에 대하여 부정적인 견해를 나타냈던 것과 같은 현상으로 볼 수 있다. 초기 기계시대에는 모든 것이 처음 발명되거나 발견된 것들이 많았고 과학기술에 의한 여러가지가 인간의 목적에 과도하게 적용되었던 시기였다. 현재도 초기 기계시대와 유사한 현상이 나타나고 있다. 즉 현대는 과학기술이 창조해낸 많은 위험요소들과 열악한 생활환경 때문에 어려움을 겪고 있으며, 이러한 이유로 인해 초기 기계문명이 급격하게 대두되었을 때 부정적인 반응을 나타냈던 것처럼 모든 것이 기계화되는 데 대하여 쉽게 거부 반응을 나타내게 되는 것이다.

그러나 현대문명은 과학기술의 산물이기 때문에 과학기술을 경시할 수는 없다. 또한 역사적인 진행을 뒤엎고 비기술적인 문화를 창조한다는 것은 비실용적이다. 기계는 현대문명의 정상적인 도구이다. 도구는 이용

하는 것이지 그것의 노예가 되거나 비인간화를 위해 사용되면 안된다. 어떠한 경우에도 과학기술 이전의 단순성으로 되돌아가는 방법은 없다. 과학과 기술의 성장은 너무 엄청나서 멈출 수가 없다. 인간은 기술적인 진보에서 오는 편리함을 포기할 수도 없고, 포기해서도 안된다.³⁵⁴ 따라서 디자인도 과학기술에 의한 혁신적인 디자인을 계속 강구해야만 한다.

산업혁명 이후 과학기술에 의한 산업사회의 출현은 필연적인 것이었고, 사회의 변화와 함께 발전해 온 디자인이 과학기술에 의존하지 않을 수 없다는 것도 이 시대의 가장 독특한 현상이다. 과학기술은 변화의 원인이 될 뿐만 아니라 변화의 해답도 된다³⁵⁵는 J.K.Galbraith의 말처럼 과학기술에 의한 디자인도 마찬가지이다. 이러한 상황에서 디자인의 새로운 가치 정립은 과학기술에 의한 급격한 사회변화에 대한 대처 방안을 강구하고 과학기술을 능동적으로 활용하여 디자인에 응용함으로써 가능하다.

한 시대의 디자인 가치란 그 시대와 사회를 대변함은 물론 현재의 디자인이 미래 디자인 방향을 결정하는 데 전통적인 가치의 성격을 띠고, 또한 탐구의 대상이 된다는 점을 감안한다면, 현재 진행되고 있는 모든 디자인 활동은 새인식되어야 하며 미래의 혁신적인 디자인의 가치가 현재의 상황에 좌우된다는 점이 강조되어야 한다. 디자인은 정지된 것이 아니며 끊임 없는 변화의 소산이며, 항상 새로운 것을 추구하는 사회활동이며 정신작용이다.³⁵⁶ 따라서 디자인의 전통적인 가치와 혁신적인 가치는 서로 분리될 수 없다. 즉, 디자인의 가치창출은 전통과 혁신에 대한 관심에 달려 있고 또한 전통과 혁신이 조화를 이룰 때 디자인은 보다 차원 높은 문화적 아이덴티티를 함유할 수 있을 것이다.

4. 결론

현재 국제적인 디자인의 배경은 대부분 포스트 모더니즘과 깊은 연관을 맺고 있다. 다시 말해서 후기 산업사회에서 대두되고 있는 포스트 모더니즘의 특징들, 즉 신 사실주의(Neo-Realism), 신 합리주의(Neo-Rationalism), 신 기능주의(Neo-Functionalism)라든가 또는 역사주의, 다원주의, 감성주의, 다채색주의, 다양성 등이 그것이다. 따라서 이러한 배경에 대한 정확한 이해가 없으면 국제적인 감각에 맞는 디자인을 하기가 어렵다.

그럼에도 불구하고 보다 나은 디자인 결과를 얻기 위해서는 국제적인 동향의 파악만으로는 부족하다. 왜냐하면 사람들이 사는 세계는 지역에 따라 기후와 풍토가 다르고, 인종에 따라 체격과 습관이 다른 물론 각 나라마다 고유한 전통과 문화가 다르기 때문이다. 따라서 국제사회에서 받아들여질 수 있는 디자인을 창출하기 위해서는 각 나라가 갖고 있는 문화적인 가치를 국제적인 감각에 맞게 디자인하는 것만이 최선의 방법일 것이다.

결국 한국적인 것이 세계적이 되려면 한국적인 것이 반드시 국제화되어야 하며, 중요한 것은 이러한 것을 누가, 어떻게 실현시키느냐 하는 것이고, 그것이 바로 수출의존도가 높은 우리나라 디자인계가 풀어야 할 숙제라는 것을 알 수 있다.

참고문헌

- 김건, 김명자 역. 엔트로피, 서울: 정음사, 1987.
- 김옥동 편. 포스트 모더니즘의 이해, 서울: 문학과지성, 1990.
- 김재하. 산상품학, 서울: 진명문화사, 1984.
- 김충기 역. 뉴마케팅론, 서울: 나남, 1988.
- 도정일. 문화 산업론, 서울: 나남, 1983.
- 미술비평연구회. 상품미학과 문화이론, 서울: 눈빛, 1992.
- 이재국. 디자인 가치론, 청주대학교 출판부, 1992.
- 이주동, 안성찬 역. 모더니즘과 포스트 모더니즘의 변증법, 서울: 녹진, 1991.
- 임재해. 민속문화론, 서울: 문학과지성, 1986.
- 정진국 역. 대중매체 시대의 예술, 서울: 열화당, 1987.
- 주명건. 새 경제학 원론, 서울: 박영사, 1982.
- 최성관, 이병진 역. 예술의 사회학, 서울: 한길사, 1984.
- 한종석 역. 예술과 사회, 서울: 흥성사, 1982.
- 허균. 전통미술의 소재와 상징, 서울: 교보문고, 1991.
- Archer, Bruce L. Design Awareness,
• London: The Design Council, 1974.
- Bayley, Stephen. In Good Shape, NY: Van Nostrand Co., 1979.
- Beitler, E.J. & Lockhart B. Design for You,
• NY: John Wiley & Sons Inc., 1969.
- Caplan, Ralph. By Design, NY: McGraw - Hill Co., 1982.
- Dreyfuss, Henry. Designing for People, NY: Simon and Schuster, 1955.
- Evans, Helen, M. Man the Designer, N: Macmilian Publishing Co., 1973.
- Gord, Peter. Living by Design, NY: Whitey Library of Design, 1979.
- Heskett, John. Industrial design, NY: Oxford Univ. Press, 1980.
- Jervis, Simon. Dictionary of Design and Designers, NY: Penguin Books, 1984.
- Lynes, Russell. The Tastemakers, NY: Dover publications Inc., 1980.
- Madsen, Stephen. T. Sources of Art Neaveau, NY: Plenum publishing Co., 1975.
- Mumford, Lewis. Arts and Technics, NY: Columbia Univ. Press, 1952.
- Naylor, Gillion. The Arts and Crafts Movement, Norwich: Fletcher & Son Ltd., 1980.
- Neutra, Richard. Survival Through Design,
• London: Oxford Univ. Press, 1977.
- Papanek, Victor. Design for the Real World, NY: Pantheon Books, 1971.
- Pevsner, Nicolaus. Pioneer of Modern Design, NY: Penguin Books, 1975.
- Toffler, Alvin. The Third Wave, NY: Bantan, 1980.

후주

- 1) Ralph Caplan, *By Design*(NY : McGraw - Hill, Inc. 1982). p.135.
- 2) Ibid. p.14.
- 3) Christopher Alexander, *Notes on the Synthesis of Form* (Cambridge: Harvard Univ. Press, 1964). p.15.
- 4) *Pentagram: The Work of Five Designers*(London: Lund - Humphries, 1972). p.7.
- 5) 현대 예술과 문화 전반에 걸쳐 지대한 영향을 미치고 있는 모더니즘이 정확히 언제부터 시작되었느냐에 대해서는 의견이 분분하다. 그러나 일반적으로 포스트 모더니즘은 1949년 Joseph Hundnut에 의해 'Postmodern' 이란 용어가 처음 사용된 이래, 1954년 Arnold Toynbee 는 이 용어를 우리의 다윈론적 시대에 포괄적으로 적용하였고, 또한 1964년 Philip Johnson과 1966년 Nicolaus Pevsner에 의해 계속 사용되면서 하나의 전문 술어로서 자리를 잡게 된 이 새로운 운동은 조형예술의 측면에서 볼 때 기존의 재료와 형태의 개념에 일대 혁신을 가한 모험적인 것이었다.
특히, Charles Jencks는 그의 저서 <포스트모던의 건축 언어(The Language of Postmodern Architecture, 1977)>에서 "다행히 우리의 근대 건축의 사망일자를 시간적으로 정확히 알 수 있었다"고 주장하고 있다. 즉 그는 "1972년 7월 15일 세인트루이스의 미조라에서 근대건축은 사망했다" 라고 서술하고 있다. C. Jencks는 이 글에서 1951년에 세워졌던 프루이트 이고에 고층 주거 블록(Pruitt-Igoe Highrise Blocks)이 불과 약 20년 만에 붕괴된 사건에 주목하고 있다. 즉 근대건축의 이상에 충실했던 프루이트 이고에와 같은 건축 유형의 확산은 사회적 상황을 통해 볼 때 더 이상 바람직하지 못하다는 근대건축에 대한 반감과 함께 그 종언을 선언하고 있다. 새로운 건축 어휘에 대한 모색은 두 가지 관점에서 파생되었다. 그 첫째는 근대건축은 그것이 가히 혁명적이라고 느꼈을 때와 "적은 것이 더 많은 것이다(Less is more)" 라는 경구가 주장되었을 당시에 관목할 만한 기여를 했으나 그 이후에는 그렇지 못한 점이고, 둘째는 사회공학(social engineering)을 통하여 생활의 개선을 실현시키고자 했던 근대건축의 주요 목표는 여러가지 측면에서 실패로 끝났다는 점이다. 따라서 1960년대 중반과 1970년대 초반에 이르면 근대건축은 신선미 없는 흔해 빠진 것으로 격하되며, 좀더 개인주의적인 세대들에 의해서 쇠퇴되고 배척당한다. 또한 디자인뿐만 아니라 건축에서 '팝'은 포스트모던 미학 쪽으로 유도되었다.
이러한 관점에서 볼 때 디자인에 있어서 포스트모던 경향은 1960년대부터 서서히 나타나다가 1970년대에 매우 활성화되어 오늘날까지 지대한 영향을 미치고 있다고 볼 수 있다.
- 6) 권덕경, *포스트 모더니즘이란 무엇인가 - 자연주의에서 미니멀리즘까지*(서울: 민음사, 1990). p.12.
- 7) John. A. Walker, *Art in the Age of Mass Media: 정시화, 산업디자인 150년 - 디자인사의 주제*(서울: 미진사, 1991). pp.269 - 270.

- 8) Penny Sparke외, 편집부 역, *현대 디자인의 전개*(서울: 미진사, 1990). p.180.
- 9) Ettore Sottsass Jr.는 1917년 인스부르크에서 건축가의 아들로 태어나, 1939년 Turin Polytechnic을 졸업했다. 군에서 제대한 후, 1946년 밀라노에서 건축업무를 개시하였다. 그는 가구와 도자기를 디자인하였고, 1959년대는 Olivetti전자 사업부의 디자인 컨설턴트가 되었다. 그는 Driade, Zanotta, Artemide사에 많은 디자인을 해주었다. 1961년 인도 여행을 계기로 그는 동양의 신비주의 철학에 관한 흥미를 발전시켜 나갔다. 1972년 뉴욕 현대미술관이 주최한 'Italy: The New Domestic Landscape'에, 휴대할 수 있고 가변성을 지닌 플라스틱 쉘터(shelter)를 선보였다. 이때부터 한편으로는 올리베티사에 보수적이면서도 다채로운 새로운 스타일을 전개시켰다. 이 새로운 것은 1950년대 대중 스타일을 많이 반영하고 있으며, 때때로 너무 부르고 과장된 비평에 의해 지명되기도 하였다. 이같은 그의 작품들은 알키미아 스튜디오에서 제작되었으며, 1981년 봄부터는 자신의 밀라노 소재 Memphis에서 같은 뜻을 지닌 포스트 모더니스트들인 M.Graves, T. Jones, H. Hollein 등의 작품들과 함께 그의 가구와 조명기구들을 선보이고 있다. (Simon Jervis, *Dictionary of Design and Desingers*, pp.457 - 458.)
- 10) 1980년, Sottsass Jr.는 자택에서 뜻이 맞는 여러 젊은 건축가들과 함께 그들의 새로운 회사 창설을 의논하였다. 그들의 논리를 세상에 보급하고 문화적 아이덴티티를 확립하기 위한 실험실이자 판매가게를 설립한 다음: 대 모두 의견이 일치하였다. 오디오에서 흘러나오는 볼덜런의 노래 가사에서 'Memphis' 라는 표제를 따 이 회사를 멤피스라고 부르기로 하였다. 멤피스는 부르스, 테네시, 로큰롤, 미국, 이집트의 도시 Path 신의 신성한 거리... 등의 이미지를 함축하고 있어 그들의 취향을 잘 반영해주었다. 1981년 9월 18일 밀라노의 멤피스 가게에 55점의 신작 가구, 시계, 조명기구, 도기, 카펫 등이 전시되었고, 2,500여 명이 관람하였다. 이 전시회는 전 세계를 강악시켰다. Sottsass Jr. 외에는 대부분 30세 미만의 젊은 디자이너들이 디자인한 자유분방하고 과격한 이들 디자인의 새로운 기능과 자유를 강조한 것으로 평가되었다.
- 11) 서병기, "현대 포스트 모더니즘과 Ettore Sottsass Jr.의 디자인 세계", *산업디자인 78호*(서울: 산업디자인 포장 개발원, 1925). p.40.
- 12) 정시화, *산업디자인 150년 - 디자인의 주제*(서울: 미진사, 1991). p.264.
- 13) Richard Horn, *Memphis: 정시화, 산업디자인 150년 - 디자인의 주제*. pp.264 - 267.
- 14) 주명건, *새 경제학 원론*(서울: 박영사, 1983). p120.
- 15) 이재국, *디자인 가치론*(청주: 청주대학교 출판부, 1992). p.110.
- 16) 박대순 역, "파울슨과 스웨덴의 굿 디자인 운동", *현대 디자인 이론의 사상가*(서울: 미진사, 1933). pp.145 - 150 <참조>.
- 17) 이재국, "굿 디자인 창출에 관한 고찰", *청예논총 제3집*(청주: 청주대학교 예술문화연구소, 1989). p.53.
- 18) 이재국, "디자인 윤리에 관한 분석적 고찰", *청예논총 제1집*(청주: 청주대학교 예술문화연구소, 1987). pp.42 - 43.

19) P는 'personal'의 첫자로 개성화 경향을 의미한다. 사람들의 교육수준이 높아지고 각자는 뚜렷한 가치관을 갖게 되면서 개인주의 경향이 높아지게 되었다. 성숙된 사회에 있어서 일종의 가치관의 다양화, 집단화 현상이라고 볼 수 있다. A는 'Amusement'의 A로서 유희를 즐기는 경향을 나타낸다. 이것은 물질의 충족만이 아닌 정신의 풍요로움을 채워줄 수 있는 기분이나 여흥을 중시하는 현상이다. N은 'Natural'의 첫자로 자연화 경향을 일컫고 있다. 인공보다는 자연이, 옥내보다는 옥외가, 도시보다는 시골이 더 좋다는 자연지향적 또는 건강·스포츠 지향의 현상을 말한다. T는 'Transborder'의 T로 무 경계화 경향을 의미한다. 집에서 입는 옷과 밖에서 입는 옷의 구별이 없고, 남자 것과 여자 것이 따로 없으며, 추위에도 시원한 것을 찾는 등 경계선이 없어지는 추세를 말한다. S는 'Service'의 첫자로 서비스화 경향을 나타낸다. 귀찮은 일은 자기가 하지 않고 시간이나 노력을 줄이려는 현상으로 상품에 이런 요구를 충족시킬 수 있는 어떠한 서비스가 부가되면 상품의 가격이나 가치가 높아지게 된다. (김낙희 역, "일본 비즈니스 경향과 소비자 변화", 사보 제일기획, 1985, p.20)

20) Russei Lynes, The Tastemakes: The Shaping of America Popular Taste(NY: Dover Publication, Inc., 1980). p.180.

21) Ibid, pp.335 - 340.

22) Tastes-they depend on the fashion. There is always a fashionable taste : a taste for driving the mail-a taste for acting Hamlet-a taste for philosophical lectures-a taste for the marvelous-a taste for banditti-a taste for ghosts-a taste for the devil-a taste for French dancers and Italian singers and german Whiskers-a taste for enjoying the country in November, and wintering in London till the end of the dog-days-a taste for making shoes-a taste for pictures quetoures-a taste for itself, or for essays on taste : but no gentleman would be so rash as to have a taste of his own, or his last winter's taste, or amy taste, my love, but the fashionable taste(R. Lynes, Tastemakers, p.334).

23) 이재국, "디자인의 예술적인 창출과 과학적인 접근에 관한 고찰", 청예논총 제6집(청주: 청주대학교 예술문화연구소, 1992). p.16.

24) Bruce L. Archer, Systematic Method for Designers(London : Council of Industrial Design, 1965). p.17.

25) Andreas Faludi, Planning Theory(England: Pergamon, 1976). p.82.

26) Arthur J. Dulos, Opportunity in Industrial Design(SkoKie: VGM Horizons, National Text Book Division, 1978), p.4.

27) Laszlo Moholy - Nagy, Vision in Motion(Chicago: Paul Theobald Co. 1969), p.57.

28) 모든 디자인 방법은 디자인의 성질에 따라 다양한 방법으로 전개 되지만 모든 방법의 기본원리는 K.Popper의 문제 해결을 위한 기본패턴에 그 근거를 두고 이루어 진다고 볼 수 있다. 즉, P1 - TS - EE - P2 과정으로 이루어지며, 이 과정은 연속적으로 순환하여 디자인의 제기된 문제를

해결 함으로써 디자인 문제 해결과정은 완결된 상태로 끝나는 것이 아니라 끊임없이 계속되는 프로세스라는 것을 나타내 주고 있다.

· P1(current problem): P1은 현재 나타난 문제를 의미한다. 이 경우 문제를 해결하기 위하여 문제 해결자는 문제에 대한 정의를 내리게 되며, 해결은 개인에 의할 수도 있고, 여러 사람들로 구성된 팀워크에 의해 이루어질 수도 있다.

· TS(tentative solution): TS는 기존문제에 대한 잠정적인 해결 방안을 의미한다. 잠정적인 해결방안은 형태의 변형에 의할 수도 있고, 새로운 과학·기술·원리의 도입에 의할 수도 있으며, 기존 제품의 개선에 의할 수도 있고, 새로운 발명에 의할 수도 있다.

· EE(error elimination): EE는 잠정적인 해결방안에서 나타난 모순들을 여러가지 방법을 통하여 수정함으로써 잘못된 점은 제거해 나가는 과정을 의미한다. 이 과정은 실질적인 모델이나 추상적인 모델의 실험과 분석을 통하여 이루어진다.

· P2(new problem): P2는 P1에서 제기된 문제를 해결한 후에 필연적으로 나타나는 새로운 문제를 의미한다. 이와 같은 새로운 문제들은 의도적으로 생성되는 것이 아니며, 사회의 변화에 따라 발생하는 새로운 관계에서 나타나게 된다. 실제로 사회는 매우 복잡하게 이루어져 있고 빠른 속도로 변화하기 때문에 변화에 의한 모든 새로운 관계를 예상한다는 것은 매우 어려우며, 어떠한 문제해결 방안도 미래에 발생될 예상밖의 문제에 효과적으로 대처한다는 것은 매우 어렵고 중요한 일이다.

29) John F. Pile, Design - purpose, form & meaning(Amherst: The Univ. of Mass. Press, 1979). p.51.

30) Theodore Roszak, Where the Wasteland Ends(NY: Doble / Anchor Books, 1973). p.139.

31) Victor Papanek, Design for Human Scale (NY : Van Nostrand Reinhold Co., inc, 1983). p.91.

32) 이재국, 디자인 가치론, p.6

33) 김성기 역, 예술이란 무엇인가(서울: 돌베개, 1984), pp.31 - 32.

34) 이재국, "디자인의 국제성과 지역성에 관한 고찰", 청예논총 제7집(청주: 청주대학교 예술문화연구소, 1993), p.38.

35) Richard neutra, Survival Through Design(London: Oxford Univ. Press, 1954). p.5.

36) Ibid, p.218.

37) 사전은 'vernacular'라는 용어를 교육에 의해서 정제된 언어나 표준어와 비교하여 일상언어, 매일 사용되는 언어와 - 'book Latin'과 비교하여 'street Latin'-사투리로 정의하고 있다. John A.Kouwenhoven은 그의 저서 <Made in america>에서 이 용어를 광범위한 개념으로 사용하고 발전시켰으며 건축이나 건물뿐만 아니라 다른 분야를 설명하는 데도 사용하였다. 따라서 이 용어는 디자인에 적용될 때는 의식적인 사고나 계획적인 것으로 그 의미가 전달될 여지도 있지만 대개 '일상적인' 개념이나 또는 습관적인 방법에 의한 것으로 이해되어야 한다. 이러한 개념으로 유추해 보면 버나클러적인 것은 훌륭한 교육을 받은 예술가들이 성취한 업적에 비교하면 민속예술이라고 말할 수 있을 것이다. 예술에 있어서 '민속'

이라는 개념은 전통의 의미를 함축하고 있으며 - 대부분 농부들의 전통 - 대개 이와 같은 전통은 매우 특징적인 양상을 나타내고 때때로 장식적인 스타일로 표현되고 있다. 이러한 분야와 관련되면 항상 '수공예'에 초점을 맞추어 생각하게 되는데, 물론 수공예가 버나클러 디자인과 관련이 있지만 버나클러 디자인은 보다 산업적인 제조방법에 의해서 제작되는 것도 있을 것이며, 반면 어떤 것은 너무 가공하지 않고 천연 그대로인 경우도 있기 때문에 수공예가에 의해서 제작되었다고는 거의 믿을 수 없을 정도의 것도 있다. 따라서 버나클러 디자인은 이 모든 것을 포함하는 개념으로 이해되어야 하며, 그것이 디자인 전통의 주축을 이루게 되는 것이다.

38) John F. Pile, Design - purpose, form & meaning, pp.40 - 41.

39) 이재국, "굿 디자인 창출에 관한 고찰", 청예논총 제3집, p.53.

40) 이재국, "디자인의 국제성과 지역성에 관한 고찰", 청예논총 제 7집, p.44.

41) Wojciech W. Grasparski, "A Designing Human Society: A Change or A Utopia", Design Theory and Practice(UK: The Design council, 1984). p.161.

42) 문화란 말은 본래 문명개화의 준말로, 문명이란 말은 문체가 나고 밝다는 말이며 개화 역시 인지가 열려 사물이 밝게 된다는 말이다. 즉, 문명개화한다는 것은 사람이 모든 사물을 보아 명백하게 인식할 수 있게 되는 것을 말한다. 여기서 문화란 말과 문명이란 말의 뜻을 살펴볼 필요가 있다. 한문적인 용어에서는 문화란 말이 문명 개화에서 유래한 것으로 보면 문명과 문화는 본래 동일한 말로 사용되었다고 할 수 있다. 그러나 서양에서는 culture 와 civilization은 어원을 달리하는 상이한 개념이었다. 영·불어의 culture나 독일어 kulture는 라틴어의 cultus, cultura, 즉 밭을 경작한다는 말에서 유래하여 배양·훈련 그리고 주로 정신적 개명을 의미하는 데 사용하는 경향이 많았고, 영어의 civilization, 불어의 civilisation, 독일어 zivilisation은 모두 라틴어의 'civis', 즉 '도시의'라는 말에서 유래되어 도시화 내지는 도시생활의 물질적 개명을 표현하는 데 사용하는 경향이 많았다. 그러므로 culture를 문화로, civilization을 문명으로 번역하여 사용하는 것이 과연 적절한가 하는 것은 의문의 여지가 있다.

43) 일반적으로 항구적이고 보존적인 문물을 거론할 때 예술작품과 디자인 결과물을 동일시하는 경향이 있으나 예술작품과 디자인 결과물은 전혀 별개의 것으로 구별되어야 한다. H.Read의 견해에 의하면 예술은 생활의 목적을 위한 것이고, 디자인은 생활의 수단을 위한 것이다. 그러므로 예술과 디자인은 서로 영향을 미치기는 하지만 그 기본 발상은 완전히 다르다. 그러나 디자인 된 제품이 그 쓰임새를 다하고 하나의 물체(object)로 존재하게 될 때에는 한 시대와 사회를 대변할 수 있는 예술작품의 성격을 띤 문화유산으로 남게 된다. 예를 들어 현재 박물관에 진열되어 있는 많은 유물들이 제작 당시부터 전시만을 위한 예술품으로 만들어졌다기보다는 그 시대의 사회 환경에 따라 실용적인 생활수단으로 생산되었다는 것을 알 수 있다. 또한 1931년부터 뉴욕 현대미술박물관에 디자인 컬렉션(The Museum of Art, Design Collection) 파트를 두어 기계에 의해 대량생산된 디자인 제품들을 소장하고 있는 것도 이러한 측면에서 이해되어야 한

다. 후세의 사람들은 이와 같은 제품들을 20세기의 문화유산으로 간주할 것은 너무나 자명한 일이다.

44) Jay Doblin, "Information and Design-The Essential Relation", Information and Design Journal. Vol.1, 1980, pp.150 - 160. <참조>

45) Ralph Caplan, By Design, p.184.

46) 인류의 진보·발전이 생존경쟁이라는 대항적 사회관계에 의해 주도되었다고 보는 C.R.Darwin의 견해(Origin of Species, 1859)와 상호부조라는 협동적 사회관계가 인류의 진보·발전을 주도했다는 Kropotkin의 견해(Mutual Aid, 1902)는 서로 상반된 입장을 취하고 있다. 그러나 생존경쟁이라는 것도 외부에 대항하기 위하여 내부적으로는 더욱 협동을 강화하였다는 사실을 간과해서는 안 될 것이다. 이러한 사실에 비추어볼 때 인간이 사용한 도구도 생존을 위해 파괴와 살상을 위한 수단으로 사용되기보다는 인간의 육체적·물리적 힘의 한계를 극복하기 위한 생존과 생활을 위한 수단으로 이용했을 때 보다 큰 의의와 가치가 있을 것이며, 그것이 도구에 의한 문화발전의 주류를 이루었을 가능성은 매우 높다.

47) 시간축에 따른 종적인 전달을 문화의 전승이라고 하고, 또 지역적·형적인 전달을 문화의 전파라고 부른다. 그러나 디자인에서 전승과 전파를 확연히 구분하기란 매우 힘들다. 그것은 전승은 대부분 전통과 민속에 의존하게 되고, 전파는 상대적으로 우수한 문화의 영향에 의해 이루어지게 되는데 디자인은 이 두 가지 요인의 복합된 작용에 의해 발전되기 때문이다. 즉 전승에 의한 디자인 물은 새로운 문화에 의해 더욱 발전적으로 개선될 수 있고, 전파된 새로운 물은 수용하는 측의 문화적 배경에서 재조정되어 독특한 문화적 요소가 가미될 때 보다 가치있는 디자인으로 재창조될 수 있을 것이다.

48) 디자인에서 메시지와 매체를 동일시한다는 것은 매우 중요한 의미를 갖는다. 그것은 디자인은 결과만을 대상으로 하는 것이 아니라 과정으로 이해하는 근본이 되기 때문이다. 다시 말해서 하나의 디자인 물은 사용된 후에 문화적 유산으로 존재하지만 디자인은 쓰임새에 그 근본 목적이 있기 때문에 사용되는 동안에 보다 가치가 있고, 그 사용되는 과정에서 끊임 없는 매체를 통해 메시지를 전달하게 되며, 그것이 디자인의 문화 형성과 발전에 요체가 되는 것이다. 즉, 이것은 디자인 물은 전달하고자 하는 의미 내용을 함축하고 있는 메시지로서의 매체적 역할을 한다는 것이다.

49) 이재국, "산업디자인, 산업디자인 - 기능과 역할", 디자인 5월호(서울: 디자인하우스, 1983). p.101.

50) 민병산 역, 공예문화(서울: 신구문화사, 1976). p.177.

51) Ibid, p.176.

52) Ibid, pp.177 - 178.

53) 이재국, 디자인 가치론, p.132.

54) G.C Beakley, E.G. Chilton, Design-Serving the Need of Man(NY: Macmillan Publishing Co., Inc., 1984). p.21.

55) Ren'e Dubois, the dreams of Reason : Science and Utopias(NY: Columbia Univ. press, 1961). p.16.

56) 김광명 역, 예술과 인간 가치(서울: 이론과 실천, 1987). p.374.

57) Ed, N. Cross, "Technology and Society", Man-Made Futures

(London: the Open Univ. Press, 1974). p.13.

58) 김광명 역, 예술과 인간 가치, pp.386 - 387.

59) Ed, N.Cross, "Technology and Society", Man - Made Futures,
p.14.

60) 이재국, 디자인 가치론, p.137.