

d.issue

디자인 이슈리포트

March 2020 Vol.42

1980년대 우수디자인(GD)과 국가의 디자인 정책

디자인 이슈리포트 42호는 한국디자인진흥원 50주년사에 수록된 외부필진의 글입니다.

김상규 · 서울과학기술대 디자인학과 교수

정부 기관에서 새로운 제도를 제정하고 운영하는 과정은 당대의 상황과 그에 따른 요구를 담는다. 우수디자인(GD)제도(GD마크)와 같이 ‘좋은’, ‘우수함’을 판별하는 경우는 대외적으로 설득할만한 기준이 필요하다. 그 기준은 제도가 만들어진 당대의 요구를 반영한 것이므로 오늘의 시각에서 판단하는 것은 무리가 따른다.

그러므로 이 글에서는 우수디자인(GD) 제도가 제정된 시점을 전후로 하여 제도가 한국의 디자인 정책과 어떻게 맞물리는지 살펴보고자 한다. 구체적으로는 1980년대 한국 사회의 상황 중에서 디자인 정책에 영향을 미친 사항들을 중심으로 당대의 의미를 추적하고 오늘의 시각에서 우수디자인(GD) 제도와 디자인 정책의 관계를 생각해보려 한다.

우수디자인(GD) 제도의 시작

우수디자인(GD) 제도는 1985년에 시작되어 현재까지 이어지고 있다. 특정한 분야의 강력한 요구에 의해 제도가 제정되는 경우도 적지 않지만 이 제도는 다분히 당시 정부 정책의 기초에 직접 연결된다. 전두환 정부는 산업합리화 정책을 내세웠고 그에 따라 기업 구도가 재편되기 시작했다. 이에 특정한 산업을 주도하는 일부 기업들에 대한 지원책이 실시되었는데 유망 기업 특별자금지원 정책과 같은 자금 지원책과 함께 디자인 지원책이 만들어졌다.

우수디자인(GD)은 국가가 기업 상품의 디자인 품질을 보증하는 제도로 추진되었으며 정부 디자인 정책이 구체적인 제도로 시행된 대표적인 사례다. 당시 디자인포장센터에서 발행하던 『산업디자인』지 80호에 이 제도의 취지가 명확하게 담겨있다.

우리나라 상품의 디자인 수준이 선진국에 비하여 크게 뒤떨어져 있음은 한국무역협회가 1983년 6월 우리나라 상품을 수입하는 각국의 바이어들을 대상으로 실시한 설문조사에 잘 나타나 있다. 이 조사에 따르면 ‘우리나라 상품의 디자인이 타국의 상품보다 우수하여 구매한다’ 고 한 답은 불과 2.4%뿐으로, 우리나라의 상품을 구매함에 있어 디자인 측면보다는 다른 요인에 의한 구매가 절대적이었음을 말해주고 있다.

이와 같이 낙후된 상품의 디자인 수준은 과거 값싼 제품을 대량으로 수출하여 수출의 신장을 꾀하던 때와는 달리 수출 타산성이 맞는 고급품을 수출하는 데에는 큰 장애요인이 되고 있다. (...) 이와 같은 시대적 요구에 부응하여 국내 유일의 디자인 및 포장 분야의 진흥정책 기관인 당 센터에서는 디자인 진흥 정책의 일환으로 선진국의 예를 참고하여 GD마크제를 실시하게 되었다.¹⁾

위 인용문에서 먼저 눈에 띄는 것은 이 제도가 국내 소비자가 아니라 해외 바이어를 염두에 두고 있다는 점이다. 현재 국내 상품이 해외 유수의 디자인 어워드 마크와 GD마크를 나란히 광고에서 내세우면서 내수 시장에서 홍보하는 모습과는 무척 다른 것이다. 이 점을 이해하기 위해서는 1980년대 상황을 파악할 필요가 있다.

1) 「우수디자인상품 선정제/GD마크제」, 『산업디자인』 80호 중.

1980년대 상황과 디자인 호황기

한국 사회에서 1980년대를 바라보는 것은 민주화 운동을 비롯하여 정치적인 관점을 앞세우게 된다. 하지만 디자인 분야만 떼어놓고 보면 1980년대는 그야말로 황금기였다. 당시의 특정한 상황이 호재였던 것이다. 디자인 분야에서 작성된 각종 연표에서 1980년대를 채운 사건이 컬러TV 방송, 86아시아게임, 88서울올림픽 유치인 것은 당연하다.

1983년 학원 자율화 조치와 3저 호황으로 대학이 팽창하던 시기에 거의 모든 대학에서 디자인학과를 신설했고 대기업들은 앞다투어 디자인 조직을 만들었다. 1983년에는 대우전자 디자인실, 금성사 디자인종합연구소, 삼성전자 디자인연구소가 한꺼번에 설립되었다. 이것은 가전회사를 주축으로 한 기업 간의 경쟁 구도가 심화되면서 기술력과 디자인 역량을 앞세우려는 전략이었다.

이것이 디자인 분야를 키워나간 동력이 되었다고 추론할 수 있다. 먼저 디자인학과 졸업생에 대한 수요가 많아지면서 대학에서 디자인학과 지원자가 많아지고 대학의 디자인 관련학과 개설이 늘어나면서 교수 충원이 이뤄지는 순환 고리가 빠르게 형성된 것이다. 대학의 팽창은 대학의 학과 명칭, 전공 세분화, 학위와 학회에 대한 수요 증대로 이어졌고 급기야 박사학위까지 생겨났다.

1980년대에 디자인 전문직의 분야별 조직이 꾸준히 구성되었는데 처음에는 같은 영역에서 일하는 디자이너들이 교류하고 의견을 수렴하는 창구 역할에서 출발하였다. 1983년에 한국광고협회와 한국일러스트레이션협회가 발족되었고, 이듬해인 1984년에 한국그래픽 디자이너협회(KOGDA)가 발족되었다.

이후 이해관계에 따라 분화되는 양상을 보이다가 점차 대외적인 발언, 그리고 권익 보호를 위한 공동 대응 등의 실질적인 필요성이 대두되면서 단체들이 통합하는 현상이 나타났다. 대표적인 예로, 1993년에 KSID, INDDA, KIDCA를 통합하여 한국산업디자이너협회(KAID)가 발족되었다.

암울한 시대였지만 1980년대는 문화 시대이기도 했다. 1980년에 ‘메아리 2집’이 제작되었고 1984년에는 ‘노래를 찾는 사람들 1집’이 발매되었다. 더구나 그때는 문화소비력이 왕성해지던 시기이기도 했다. 출판 시장도 활성화되었을 뿐 아니라 맥도널드와 롯데월드도 생긴 것도 이 시기였다. 디자인 분야도 전방위적인 시도와 실험이 가능했던 시기였다.

한국 사회와 디자인

한국적 디자인에 대한 이야기는 최근까지 여러 차례 언급되었으나 논의의 핵심은 조금씩 변해왔다. 초기에는 내셔널리즘으로서 전통성을 중요시했고 해외 제품의 외형을 모방하는 것에서 벗어나서 고유 모델에 대한 요구로 이어졌다. 이것이 다시 세계시장에서 경쟁력을 얻기 위한 차별화 전략으로 발전하였다.

여기에는 《국풍 '81》이라는 대형 행사가 큰 역할을 했다. 관제 행사라는 비판이 있었으나 《한국의 미》 전(1981), 《한국의 색》 전(1981)부터 《한국의 멋》 전(KOGDA협회전, 1988)에 이르기까지 1980년대 디자인 분야의 움직임과는 잘 맞았다. 정시화가 《한국의 색》전에 대해 쓴 글에서 당시의 분위기를 살피볼 수 있다.

81년 5월 14일부터 19일까지 미도과화랑에서 열린 한국시각 디자인협회(KSVD)의 제9회 정기전인 ‘한국의 색’전은 “과연 우리 한국인 모두에게 관통하고 있는 색깔과 톤의 조화는 어떤 것이냐를 검토해보고 제시해보자”는 취지에서 마련되었다. (...) 유근준 교수는 이 전시회에 대해 “현장의 시지각이나 경험으로서가 아니라 역사적 사실속에 있는 색이기 때문에 이들이 본 소재로서의 색 역시 박물관이나 민속관에 있는 색이지 생명이 약동하는 오늘의 장의 색으로는 파악되지 않는 것이다.”라고 평가했다. (중략) 본격적인 컬러시대를 맞이해 ‘한국의 색’에 대한 논의를 디자이너들 스스로 시작했다는 것은 이 전시회의 의의였다.²⁾

한국의 정체성을 고민하는 것은 한국 사회의 변화와 관련되었고 이것은 디자인과 사회의 관계에 관한 생각이기도 했다. 디자인 매체에서도 ‘디자인과 사회’를 주제로 하는 기사가 등장하기도 했으나 1980년대 초기에는 한국의 전통에 치우쳐 동시대적인 사회적 인식이 추상적인 수준에 머물렀다. 그러다가 1980년대 후반에는 학생운동의 연장선에서 사회·참여적인 활동이 나타났고 자본주의에 반하는 디자이너의 사회적 역할과 책임을 논하는 분위기도 형성되었다.

한편으로, 1980년대는 한국 사회에서 디자인에 대한 관심이 급격히 고조되는 시기였다. 정부를 향한 디자인의 중요성 외침이 있었는데 그것은 다름 아닌 텔레비전 프로그램이었다. KBS 1TV에서 1983년 1월 초부터 7주간 월요기획 프로그램으로 ‘세계는 디자인 혁명 시대’를 방영한 것이다. 선진국 산업디자인의 현장을 취재하여 5주간 방영한 다음, 마지막 주에는 국내 산업디자인의 문제점을 다루었다.

대기업에서는 독자적인 디자인 개발의 중요성을 인식하여 디자인연구소, 디자인센터를 설치하기 시작했고, 일반 대중들도 ‘디자인’이라는 용어를 친숙하게 사용하게 되었다. 이것이 정책에도 충분히 영향을 미쳤고 디자인 육성을 강조하게 되었으리라 짐작할 수 있다. 말하자면, 텔레비전의 영향력이 큰 당시로서는 대중매체를 통한 국민 계몽 효과가 크게 나타난 것이다.

2) 정시화, 「월간 디자인 20년을 통해 본 한국디자인 1976~1995」, 월간 『디자인』 1996년 10월호 중.

국가 이벤트의 디자인프로젝트

1980년대에 디자인이 호황을 누린 이유로는 88올림픽을 비롯한 국가 이벤트를 빼놓을 수 없다. 여기에는 올림픽을 어떻게든 성공적으로 개최하고 싶었던 정부의 입장이 있었다. 그리고 그 미션을 수행해야 하는 정부 기관들은 동원할 수 있는 모든 역량이 필요했고 디자인도 그중 한 부분이었다. 실제로 당시 프로젝트에 참여한 이들의 이야기를 들으면 권위적이던 기관의 담당자들이 디자이너의 요구에 몹시 적극적으로 협조해주었다고 한다.

그런 이유로, 올림픽 유치가 시작된 시점부터 국가 이벤트에는 늘 대규모 디자인 프로젝트가 따랐는데 1980년대는 특히 시각, 제품, 환경 등의 디자인 분야가 골고루 특수를 누렸고 올림픽 관련 전시와 특집이 많이 소개되었다. 81년에 『디자인』 11월호, 12월호에서 특집으로 올림픽을 다루었고 1988년에는 3개월에 걸쳐서 올림픽을 대대적으로 보도했다. 1982년에 열린 제17회 대한민국 산업디자인 전람회는 아예 《서울올림픽을 위한 산업디자인전》으로 개최되었으며 1984년에는 올림픽 기념품 전시회 및 제14회 전국 공예품 경진대회도 열었다.

정부는 1982년에 ‘88서울올림픽 디자인전문위원회’를 구성했고 1983년에는 ‘올림픽 상품 디자인개발위원회’를 구성했다. 정치적으로 암울한 시대에 정부에서 급조한 스포츠 정책이 국가 이벤트로 이어졌다는 점에서 당시의 디자인계 자체는 부정적으로 평가받을 수밖에 없다. 그러나 광고 분야의 사업이 확장되고 디자인 역량이 진일보한 것도 사실이다.

우수한 디자이너 발굴

우수디자인(GD) 제도를 제정한 정부 차원에서 우수한 디자인이 중요했다면 디자인 조직을 구축하기 시작한 대기업에는 우수한 디자이너가 필요했다. 앞서 언급했듯이 대기업들이 국내외에 연구소를 설립하고 공모전을 개최했다. 1983년 월간 『디자인』의 기사를 보면 기업의 공모전이 어떤 목적을 두었는지 알 수 있다.

올해로 창립25주년을 맞은 금성사가 국내 기업으로서는 최초로 「산업디자인 공모전」을 가졌다. (...) "이러한 시점에 산학 협동 체제를 확립하고 우수한 산업 디자이너의 발굴 육성과 그 진흥을 위해 금성사가 우리나라의 대기업으로선 최초로 「산업디자인 공모전」을 개최했다는 것은 부진한 우리나라 산업디자인의 발전을 위해 대단히 뜻깊은 일이라 하겠습니다. 한편 이번 공모전에서 많은 출품자들이 좋은 디자인을 위해 의욕적이고 진지한 노력을 기울였다는 것은 매우 흐뭇한 일입니다."³⁾

3) 특집 「금성사 산업디자인 공모전」, 월간 『디자인』 1983년 12월호 중

기업에서 창의적인 디자이너 발굴에 관심이 있었다면 기관에서도 디자이너의 자격을 관리하려는 움직임이 있었다. ‘디자인의 전문성 강화와 적극적 지원’을 위한 등록제가 실시된 이래 간헐적으로 디자이너의 자격 요건에 대한 문제와 디자인 수수료 산출의 공식화가 거론되었다.

1984년에 ‘디자인의 전문성 강화와 적극적 지원을 위해’ 디자이너등록제가 실시되어 558명이 등록했다. 『산업디자인』에서는 다음과 같이 이 제도의 취지를 설명하였다.

본 제도의 근본 취지는 일정 수준 이상의 경력과 능력을 보유하고 있는 디자이너에 대해 전문 디자이너로 인정하고 이를 사회적으로 널리 공지함으로써 디자인의 전문성을 강화하며 이들의 활동을 적극 지원하여 우수한 디자인 개발을 적극적으로 유도하는 데 있다. 이 제도의 효율적인 운영을 위해 사계의 전문가 12인으로 구성된 디자이너 등록 심의위원회가 설치되어 이를 정점으로 심의위원회에서 의결된 디자이너등록 규정에 따라 등록 자격 심사 등 전반적인 업무를 수행해가고 있다.⁴⁾

1980년대 이후의 우수디자인(GD) 제도

정부 정책으로 우수디자인(GD)을 인증하는 형식은 시간이 지날수록 새로운 평가 방식, 인증 제도와 경쟁하게 되었다. 독일의 IF 같은 해외 수상제도에서 선정되는 것이 대단히 어려웠던 적이 있었는데 그래서 더 도전할만한 대상이 되었다. 대기업들이 GD마크를 외면하지 않았지만 해외 수상제도를 부가적으로 받는 경향이 점차 늘어났다.

한편, 국내에서도 민간에서 제정한 수상제도가 하나둘 생겨났다. 1997년에 제정된 한국산업디자인상이 첫 번째 사례다. 당시 한국산업디자이너협회(KAID)는 다음과 같이 산업디자인상 제정 취지를 설명했다.

한국산업디자인상은 한국 디자이너에 의해 디자인되거나 한국기업이 생산하는 제품을 대상으로 그 고유한 디자인 가치를 발굴하여 기림으로써 대외적으로 제품의 경쟁력을 제고함은 물론, 산업디자인을 통해 삶의 질을 높이고 국가 산업발전을 도모하려는 목적으로 1997년 한국산업디자이너협회에 의해 제정되었다.⁵⁾ ‘디자인 가치’, ‘삶의 질’이라는 표현이 등장했음에도 여전히 국가 산업발전을 염두에 둔다는 점에서 10여 년 전에 제정된 GD와 다를 바가 없었다. 결국 산업디자인상 제정이 마찰을 일으킨다는 기사가 나오기도 했다.

한국산업디자이너협회의 한국산업디자인상 제정방침에 대해 유관단체들이 월권행위라며 강력반발하고 있다. (...) 이에 대해 KIDP는 KAID가 산업디자인계의 대표성을 담보하는 기관도 아닌데도 GD상을 무시하고 한국산업디자인상 시행을 강행하는 것은 어폐가 있다고 반발하고 있다.

4) 「디자이너등록제도의 의의와 운영 방향」, 『산업디자인』 78호 중.

5) KAID 홈페이지의 ‘한국산업디자인상 개최 개요’ 중.

이 사건은 정부가 주도하는 인증제도에 대한 문제를 우회적으로 드러낸 것이었고 직접적으로 기준을 문제 삼는 글도 공개되었다. 월간 『디자인』 1996년 1월호의 「굿디자인의 기준, 문제 있다」는 글에서 오창섭은 GD의 최종 목표가 국민 생활의 질적 향상이라고 밝히면서도 생산자의 입장에서 하나의 경쟁력의 도구로서만 디자인을 바라보는 모순을 지적한 바 있다.⁶⁾



우수디자인(GD) 제도의 정책적 의미는 무엇인가

이렇듯, 우수디자인(GD) 제도가 시행된 시점부터 정착되기까지 시행착오가 있었을 것이고 그 이후에도 적지 않은 비판을 받았다. 그렇다면 지금의 우수디자인(GD)이란 무엇인가. 디자인 분야에서는 국내의 우수디자인(GD) 제도가 일본 사례를 따른 것이라는 인식이 컸다. 일본은 1957년에 일찌감치 우수디자인(GD) 제도를 시행했는데 그 배경에는 일본의 수출 상품이 다른 나라 디자인을 모방한 것이 아니라 일본에서 개발한 독자적인 상품임을 보여야 하는 절박함이 있었다.

이것은 한국도 예외가 아니었다. 당대의 필요성에 따라 제정되었고 시간이 지나면서 변화된 시대 상황에 맞는 형식으로 분야와 기준을 개정해왔다. 그렇다면 오늘날 이 제도는 어떤 의미를 가지는 것일까. 현재에는 대량 생산되는 상품의 질적 수준만이 아니라 먹거리, 서비스에도 여러 인증 제도가 시행되고 있다. 개인들이 일일이 판단하기 어려우니 공신력 있는 기관이 적절한 기준을 관리해주길 바라는 요구, 그리고 생산자 입장에서 어떤 면에서든 우수한 점을 객관적으로 입증하려는 기업들의 요구가 맞아떨어졌기 때문에 이러한 제도들이 만들어졌을 것이다.

6) 『서울경제신문』 1997년 5월 28일 자 중.

그러나 인증 관리 주체의 ‘공신력’ 있음을 확인하기 어렵고 그 기준이라는 것도 사용자, 소비자의 눈높이와는 다를 수 있어서 다중 지성의 힘을 빌리기도 한다. 이마저도 개인의 평가를 빙자한 기업의 마케팅인 경우가 많아서 결국 공공기관이든 민간이든 반신반의할 수밖에 없다.

그럼에도 제도가 유지되고 GD 상품 선정을 위해 신청이 이어지는 것은 효용이 있기 때문이다. 확실히 이 효용은 1980년대의 효용, 정당성과는 사뭇 다르다. 그래서 당시의 논리로 오늘의 우수디자인(GD) 제도를 설명할 수 없으며 새로운 효용을 인정하고 ‘공신력’ 있는 기관이 더 나은 디자인을 위해 담당할 역할로 재편할 필요가 있다.

아울러, 1980년대 상황을 복기해보자. 한국 디자인에서 어쩌면 디자인의 사회적 요구가 강했던 첫 기회였고 역량을 발휘할 좋은 시기에 디자인 분야는 철저히 자기증식에 집중했다. 덕분에 내부 시스템은 규모를 갖추고 갖가지 조직이 형성되었으나 도전과 실험, 성찰도 없이 다분히 안정적으로 1980년대를 지났다. 이것은 1990년대 이후 새로운 사회에 변화된 정책으로 대응하지 못하고 처절한 실패를 겪은 이유이기도 하다. 중앙정부와 지자체에서 모처럼 디자인 정책에 관심을 가지게 되었을 때도 정말로 삶의 질을 높이고 좋은 디자인의 비전을 한국 사회에 제시할 기회를 놓쳤다. 그런 면에서 오늘의 우수디자인(GD) 제도에 대한 인식은 1980년대에 국가 정책과 연동된 디자인 정책의 틀에서 크게 더 나아가지는 못한 것 같다.

김상규 · 서울과학기술대 디자인학과 교수

서울대학교 산업디자인과와 국민대학교 대학원 공업디자인학과를 졸업했다. 현재 서울과학기술대 공업디자인학과 교수로 재직 중이며, 저서로 『어바웃 디자인』, 『한국의 디자인 02』(공저), 『&FORK』(공저), 『의자의 재발견』 등이 있으며, 역서로 『사회를 위한 디자인』, 『디자인아트』 등이 있다.

2020년 3월 제 42 호

디자인 이슈리포트

발행인 윤주현
발행처 한국디자인진흥원
기획 및 주관 디자인혁신실 윤성원, 임은지, 정슬지
발행일 2020년 03월

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.