

The Changes of the Notion of Design in Editorial Introductions from the First Issues of Design Magazines: Based on Reviews of Design Magazines' First Issues Published from 1960 to 2012

Goeun Park¹, Chang Sup Oh²

¹ College of Art and Design, Konkuk University, Seoul, Korea

² College of Art and Design, Konkuk University, Seoul, Korea

Background The term of “design” has been used for around sixty years from a variety of mass media by forming many discourses. The discourses also have influenced how people identify design. The identification of a design depends on not only how the society defines design but also how the design itself defines the design and the designer. Editorial introductions in design magazines are considered as appropriate objects because they are critical references to comprehend a current design community.

This study focused on the changes transitions of editorial introductions in various design magazines published.

Methods This study examines the editorial introductions in design magazines published between the from 1960's and the until 2000's in South Korea by comparing and analyzing the notion of design. To fulfill this examination, both social and linguistic analyses that help to understand the circumstances of each period were applied. The linguistic analysis is an interpretation of the terms and sentences describing design, and the social analysis is a clarification of the design circumstances at the time of the issue's publication.

Results A first result shows that the design was implemented as a method to enhance economic development that at the early stage. However, as time goes by, the design demonstrates a characteristics of publicity and a culture in this community, and it is closely related to the everyday human life in the 2000's.

Second result is sheds light on criticism that deals with reality in design society people try to stimulate a development of the design community caused by the absence of the spirit before 2000. This criticism, however, shifts its main target towards excessive external influences like government-led design polices in the later 2000's.

Conclusion The study supports that the term of “design” found of editorial introductions influences how people recognize design. Also, the result shows that the idea of a particular design is connected with the circumstances and objectives of the ‘design’.

Keywords Notion of design, design magazine, editorial introduction to the first issue

Corresponding author: Goeun Park
(ggdesign@gmail.com)

Received Aug. 07. 2012 Reviewed Sept
06. 2012 Accepted Jan. 30. 2013
pISSN 1226-8046
eISSN 2288-2987

Copyright : This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted educational and non-commercial use, provided the original work is properly cited.

Citation: Park, G., & Oh, C. (2013). The Changes of the Notion of Design in Editorial Introductions from the First Issues of Design Magazines: Based on Reviews of Design Magazines' First Issues Published from 1960 to 2012. *Archives of Design Research*, 26(2), 109-125

1. 서론

1.1. 연구배경 및 목적

일반적으로 잡지의 창간사에는 해당 잡지에 대한 발행 주체의 인식이 드러나게 마련이다. 디자인 잡지 창간사도 예외가 아니다. 거기에는 잡지발행 주체의 디자인에 대한 이해와 상황인식은 물론이고, 발행 당시 디자인의 개념은 무엇이었는지, 그 시대가 디자인에 요구하는 내용은 무엇이었는지, 더 나아가 그러한 요구에 해당 잡지는 어떠한 입장이었는지 등이 나타나 있다. 때문에 디자인 전문 잡지들의 창간사를 분석하는 것만으로도 디자인 인식의 변화과정을 어느 정도는 밝힐 수 있는 것이다. 이러한 맥락에서 본 연구는 1960년대부터 2010년대까지 발행된 디자인 전문잡지들의 창간사를 통해 잡지가 발행될 당시 발행 주체의 디자인에 대한 인식이 어떠한지를 파악하고 그 변화과정을 고찰하는데 목적이 있다.

1.2. 연구 범위 및 방법

본 연구의 대상은 1960년대부터 2010년대까지 발간된 디자인 전문잡지의 창간호다. 국내 첫 디자인 전문잡지는 1966년에 창간된《포장기술》이지만, 현재까지 접근가능한 창간사가 남아 있지 않다. 때문에 한국잡지협회와 국립중앙도서관이 보유하고 있는 가장 오래된 잡지의 발행 시점인 1969년부터 분석을 시작하였다. 선정된 잡지들은 창간연도 순으로 정렬하고 잡지의 기본 정보들과 발행기간, 창간사에서 밝힌 앞으로 잡지가 다루고자 하는 분야, 잡지 성향, 창간에 쓰인 주요 단어들을 사용 빈도수와 함께 정리하고 분석하였다. 여기서 잡지성향은 창간사에서 밝힌 내용을 토대로 해당 잡지가 집중하고있는 내용이나 역할(성향)을 말한다. 잡지성향 분석은 이나리(Lee, 2004)의 연구에 제시된 다음 5가지 기준(Table 1)에 따라 이루어졌다.

Table 1 Standards of magazine trends analysis

정보제공	디자인 산업 관련 종합적인 정보 제공
시사적이슈	시사적 이슈에 관한 심층적인 기사 게재
최신정보제공	디자인에 관련된 새로운 기법, 신기술, 재료, 도구 등에 관한 최신 정보 제공
흐름파악	각종 전시회나 공모전 등을 통해 디자인계의 경향이나 흐름을 파악할 수 있는 기회제공
비평	이상 취재 정보를 해설하거나 비평하는 기능

정보제공	디자인 산업 관련 종합적인 정보 제공
시사적이슈	시사적 이슈에 관한 심층적인 기사 게재
최신정보제공	디자인에 관련된 새로운 기법, 신기술, 재료, 도구 등에 관한 최신 정보 제공
흐름파악	각종 전시회나 공모전 등을 통해 디자인계의 경향이나 흐름을 파악할 수 있는 기회제공
비평	이상 취재 정보를 해설하거나 비평하는 기능

본문에 쓰인 단어 분석은 사용빈도가 높은 단어 10개와 그 사용 횟수를 기록하여 시행하였고, 빈도수가 높지 않더라도 문맥에 따라 중요하다고 판단되는 단어는 표에 별도로 기입하였다. 디자인에 대한 인식은 ‘디자인’을 묘사하거나 서술하는 단어, 문장 등을 주목하는 방법을 사용하여 분석하였다. 하지만 텍스트의 일부 표현에만 치우쳐 해석이 왜곡될 수 있는 가능성을 낮추기 위해 당시 디자인의 상황 및 잡지 발행 주체의 지향점을 분석하는 사회, 역사적 접근을 동시에 사용하였다.(Table 2)

Table 2 Structure of research methods

연구대상	연구방법	연구목표
창간사	언어적 접근 :창간사 단어, 문장 사회, 역사적 접근 :디자인적 현실인식 :발행주체 지향점	디자인에 대한 인식 분석

디자인 인식연구는 서민경(Seo, 2010)의 연구에서 제시한 틀에 따라 영역을 나누고(Table 3), 그것을 토대로 연구대상을 분석하였다. 또한 앞서 분석한 결과를 토대로, 해당 담론을 얼마큼 중요하게 인식하였는지를 부가인식 (○)과 주된 인식(◎)으로 나누어 표시하였다.

Table 3 Category of Magazine Discourses key words

디자인-경영·산업·방법론	산업의 맥락에서 이해 : 국부론, 경영, 마케팅
디자인-예술·창조	예술의 맥락에서 이해 : 창조성, 심미성
디자인-역사·교육·비평	역사와 개념, 논의
디자인-뉴미디어·디지털	사용자 이론 중심으로 이해 : 정보디자인, 인터랙션, 인터페이스
디자인-문화·공공성	문화 현상으로 이해 : 공공디자인, 유니버설 디자인, 그린디자인

2. 디자인 전문잡지 창간사 분석

Table 4 analysis of Magazines

잡지	분석 정보	
계간 디자인	기간	1969년 8월 - 1970년 ?월
	분야	상품 및 포장 디자인
	잡지성향	최신정보제공
	창간사 단어	디자인(4), 연구(3), 개발(3), 국가(2), 생산(2), 수출(2), 발전(2), 국가, 상품, 포장
디자인	기간	1976년 10월 - 현재
	분야	실내디자인
	잡지성향	최신정보제공
	창간사 단어	디자인(8), 경제(2), 품위(2), 안락(2), 연구(2), 개성(2), 필요성(2), 장식, 정보, 창의력
꾸밈	기간	1977년 1월 - 1990년 11월
	분야	생활인을 위한 종합 디자인지
	잡지성향	정보제공
	창간사 단어	생활(5), 디자인(4), 미(4), 디자이너(2), 한국, 세계적인, 보편화, 생활문화, 질적향상, 대중교육
시각디자인	기간	1987년 2월 - 1988년 3월
	분야	시각디자인, 디자인 전반
	잡지성향	정보제공, 시사적 이슈, 비평
	창간사 단어	디자인(28), 관심(5), 발전(5) 정보(5), 사회(3), 경제(3), 가치(3), 폐쇄성(2), 풍요로운(2), 청년기(2)
CO.S.MA	기간	1989년 10월 - 1994년 8월
	분야	디자인 전반
	잡지성향	정보제공, 최신정보제공, 비평
	창간사 단어	디자인(22), 정보(7), 사회(6), 문화(5), 비평(4), 다양(3), 실험적(2), 선진적(2), 해외(2), 정론지(2), 새로운(2)
디자인+공예	기간	1991년 3월 - 1992년 7월
	분야	디자인, 공예
	잡지성향	최신정보제공
	창간사 단어	디자인(21), 공예(15), 독자(7), 전문지(4), 정신(4), 생활(3), 산업(2), 편집(2), 필요(2), 통합
정·글	기간	1996년 5월 - 1999년 봄
	분야	서체 디자인
	잡지성향	최신정보제공
	창간사 단어	디자인(5), 서체(4), 말, 제작, 단편적인, 이야기, 서술, 능력, 발전, 관심

Design Net	기간	1997년 10월 - 현재
	분야	디자인 전반
	잡지성향	시사적 이슈, 비평
	창간사 단어	디자인(125), 감각(31), 정보(30), 문화(28), 세계화(22) 연구(20), 네트(20), 전통(17), 질(16), 선진국(15)
Web Design	기간	2000년 8월 - 2004년 6월
	분야	웹디자인
	잡지성향	정보제공
	창간사 단어	디자인(7), 새로운(6), 그래픽(6), 정보(5), 의욕(5), 새롭게(4), 전문지(3) 정보지(3) 외국(2), 자본(2)
Design db	기간	2001년 7월 - 2004년 1월
	분야	디자인 전반
	잡지성향	나타나 있지 않음
	창간사 단어	디자인(10), 새로운(10), 질(8), 삶(7), 시대(5), 제품(4), 소유(4), 영역(4), 개념(3), 일상(3)
Graphic	기간	2006년 12월 - 현재
	분야	그래픽디자인
	잡지성향	시사적 이슈
	창간사 단어	잡지(7), 디자인(6), 디자이너(5), 문화(2), 태도(2), 예술(1), 기능(1), 세계관(1), 신념(1), 현장(1)
Public Design	기간	2008년 1월 - 2008년 7월
	분야	공공디자인
	잡지성향	나타나 있지 않음
	창간사 단어	디자인(19), 짓다(11), 잡지(7), 공공디자인(6), 문화(3), 인간(3), 환경미화(2), 마음(2), 역사(2), 형태(2)
D+	기간	2009년 3월 - 2010년 3월
	분야	디자인, 미술, 문화 전반
	잡지성향	나타나 있지 않음
	창간사 단어	잡지(31), 디자인(13), 기관(7), 재단(4), 공공(4), 공적(3), 노동(3), 존재(3), 문화(3), 권력(2)
g클론	기간	2010년 6월 - 현재
	분야	디자인 전반
	잡지성향	디자인(25), 문화(9), 정체성(7), 리뉴얼(5), 한글(5), 탐구(3), 한국디자인(3), 매체(3), 고민(3), 실천(3)
	창간사 단어	시사적 이슈, 비평

해당 기간 동안의 연구대상을 기간, 분야, 성향, 빈출단어에 따라 분석한 결과는 Table 4와 같다. 다음은 각 잡지별 성향과 특징에 대한 구체적인 내용이다.

계간《디자인》

계간《디자인》은 국내 최초의 디자인진흥기관이라고 할 수 있는 한국공예디자인연구소에서 발행한 디자인 잡지다. 먹고 사는 문제가 시급했던 1960년대 국가 예산을 들여 일반인의 계몽을 위한 디자인센터를 설립하였다는 사실은 그 자체만으로도 가치 있는 일이었다. 이 잡지는 “수출 증대를 위한 적극적 시책의 하나”로 디자인을 표현하는 부분이나, ‘국가’, ‘수출’과 같은 단어들의 사용빈도가 높은 것으로 보아 국가 발전을 위한 도구로 디자인을 인식하는 모습을 보여주고 있다.

“상품 및 포장디자인의 기술을...(중략) 향상시킴으로써 상공업의 진흥과 국가산업발전에 기여하려는 우리들의 영원을 싣고 디자인 지는 창간되었다.”

위의 문장은 국가의 지향점과 잡지의 지향점을 동일시하고 있는 모습을 보여주고 있다. 상공부 산하기관인 한국디자인센터에서 발행되었던 잡지인 만큼, 디자인을 국가발전의 도구로서 인식하고 있는 표현과 내용들이 창간사뿐만 아니라 잡지 곳곳에 나타나고 있다.

월간《디자인》

월간《디자인》은 창간 당시 실내디자인 전문잡지를 표방하였다.

“급진적인 경제성장으로 시대 감각에 부응하며 품위있고 개성있는 실내 디자인과 장식의 필요성이 절실히 요구되고....”

디자인은 ‘품위 있고 개성 있는 실내 디자인과 장식’이라고 묘사되고 있다. 이러한 이해는 1960년대 이후 급속한 경제성장의 영향으로 출현한 중산층과 관련지을 수 있다. 부르디외(Bourdieu, 2006)에 따르면 새로운 계급의 출현은 출현과 동시에 타 계급과의 거리감을 유지하려는 욕망에 사로잡힌다고 한다. 경제력을 갖춘 중산층에게 ‘품위’와 ‘개성’이란 단어는 자신을 다른 계급과 구별짓는 하나의 아비투스로서 기능하였다. 창간사의 마지막 문장인 ‘품위와 개성, 창의력이 있는 월간지’와 “쾌적하고 안락한 환경을 창조”하는데 이바지 하겠다는 지향점 또한 중산층과의 관계성을 포함하는 문장으로 볼 수 있다. 이러한 맥락에서 월간디자인은 디자인을 계급을 구분하는 요소로 인식하였다고 볼 수 있다.

《꾸밈》

《꾸밈》지가 내건 슬로건은 ‘디자이너와 생활인을 위한 종합 디자인지’이다. 계

간 《디자인》지와 비슷한 시기에 창간된 잡지임에도 불구하고 아래와 같이 ‘대중 교육’, ‘생활문화’라는 표현이 사용되고 있다는 점에서 기존과 다른 변화된 기쁨을 담고 있는 잡지였음을 어렵듯이 짐작할 수 있다.

“현실적으로는 디자이너의 창의력과 산업생산의 실질적인 협력을 목적으로 디자인에 대한 대중교육과 생활문화의 질적 향상을 도모하고자 하는 것입니다.”

잡지의 대상인 생활인에 대한 구체적인 정의는 창간사에 나타나 있지 않다. 하지만 ‘디자인에 대한 대중교육과 생활문화’라는 표현에서 일상적인 디자인 문화를 추구하는 사람이라고 유추할 수 있다. 또한 이를 바탕으로 디자인을 대중이나 생활과 밀접한 분야라고 인식하고 있음을 알 수 있다. 하지만 이러한 새로운 접근에도 불구하고 창간사 마지막 문장을 통해 산업생산에 실질적인 협력이 본 잡지의 현실적인 목적이었음을 보여주고 있어, 잡지에 나타난 디자인에 대한 이해가 모순적임을 알 수 있다.

《시각디자인》

“80년대에 들어 급변하는 국제 경제환경 속에서 고도 성장을 지속하고 있는 국내경제의 활기 속에서 부가가치를 높이는 수단인 디자인에 대한 산업계 및 일반의 관심은 최고도로 고조되고 있다고 할 수 있다”

위 문장 알 수 있듯이 《시각디자인》은 디자인을 ‘경제성장을 지속시키고 부가가치를 높이는 수단’으로 이해하고 있다. 하지만 창간사의 후반에 나타난 아래 질문은 디자인을 시대에 부응하기 위한 적절한 태도를 문제삼고 있다는 점 또한 드러내고 있다.

“하지만 우리 디자인계가 과연 이러한 사회의 관심과 기대에 부응할 수 있는 자세를 갖추고 있는가?”

1980년대 후반에는 산업을 위한 디자인뿐만 아니라 소비가 중심이 되는 대중문화가 활성화되면서 디자인에 대한 기대감도 높아졌다. 1980년대 초부터 일반인을 대상으로 한 계몽 움직임이 나타났다. 하지만 대중적인 차원에서 디자인에 대한 관심이 확대되기 시작한 것은 정치, 경제적 맥락에서 큰 변화가 있었던 1987년 이후의 일이다. 이런 상황에서 발간된 《시각디자인》은 디자인계 스스로 사회, 문화적 관심에 부응할 만한 태도를 갖추었는가라고 질문함으로써 디자인계의 성찰을 촉구하고 있다. 디자인을 형식과 능력의 문제로만 다뤘던 과거

와 달리, 디자이너들의 자세를 언급하고 자아성찰을 촉구하는 것은 디자인계가 국가, 수출 등과 같은 디자인계 외부의 상황에만 집중되어 있던 시각에서 내부적인 성찰로 눈을 돌릴 수 있을 만큼 성장한 것이라고 평가할 수 있다.

《CO·S·MA》

“시시각각으로 변화하는 사회환경 속에서 보다 창조적인 사고로 높은 수준의 크리에이티비티를 창출해야 하는 우리 디자이너들에 평면적이고 깊이없는 편집은 그다지 도움을 주지 못했기 때문입니다.”

월간《CO·S·MA》는 크리에이티비티를 창출하는 사람으로 디자이너를 정의하고 있다. 이는 디자인은 크리에이티브를 창출하는 분야라는 이해로 확대된다. 디자인에 대한 이러한 시각은 ‘실험적이고 선진적인’ 잡지가 되고자 하는 아래와 같은 지향점으로 이어지고 있다.

“기존 디자인 전문지들의 획일적이고 구태의연한 사고에서 탈피, 실험적이고 선진적인 디자인 문화를 이끌기 위해 저희의 피와 땀은 모여졌습니다.”

《디자인+공예》

“예컨대 공예의 진보적 해결점은 디자인적으로 해결됩니다. (중략) 이 전통적인 재료나 정신은 현대 공예가들에 의해 새롭게 가치를 높일 수 있어야 합니다.”

《디자인+공예》지는 위와 같이 디자이너를 현대의 공예가라고 표현함으로써 공예와 디자인을 다른 분야로 설정하지 않고 있다.

“일본이 자동차가 세계를 달리는 것은 일본다운 공예정신을 바탕으로 한 일본식 사고의 결과물인 것입니다. 어떤 제품에서도 이 정신을 빼놓고는 경쟁에서 이길 수 없습니다.”

인용문에서도 알 수 있는 것처럼 《디자인+공예》에서는 공예에는 존재하는 정신이 디자인에는 부재하다고 판단하고 있다. 김종균(Kim, J., 2008)은 이와 같은 공예에 대한 관심과 공예의 정신에 가치를 두는 행위는 디자인을 “더 이상 기존의 사회 실천적 기능, 욕구 분출의 통로, 혹은 정치 이데올로기의 표현 수단 이 아니라 소비의 대상, 상품으로” 바라보는 변화된 시각과 관련이 있다고 설명한다.

1990년대는 세계화의 물결의 영향이 강했던 시기이다. 국내 디자인계 또한 ‘가장 한국적인 것이 세계적인 것’이라는 슬로건 아래 세계문화와 전통문화의 관계를 재설정하기도 하였는데 이러한 영향 중 하나가 바로 공예에 대한 관심이었을 것이다.

“고객이 원하는 인기있는 상품, 기업이 만나고자 하는 디자이너 혹은 공예가, 로열티가 있는 제품, 생명력이 있는 국제적인 상품 개발, 철학으로 무장하고 생활에 기여하며 산업에 이바지하는 것을 《디자인+공예》발행의 사명으로 삼겠습니다.”

위 문장의 ‘상품’, ‘산업’ 등의 단어사용 등은 결국 디자인에 정신이 필요한 근본적인 이유가 김종균(Kim, J., 2008)이 언급한 “전통문화의 현대화라는 논리를 통해 전통문화, 민족문화의 경쟁력을 확대하고 상품시장으로 편입시켜 부가가치 창출을 위한 도구로 활용”하기 위함이라는 주장을 뒷받침하고 있다고 볼 수 있다.

《정·글》

국내 최초의 서체디자인 전문잡지인 《정·글》의 창간사에는 디자인에 대한 이해와 디자인 상황인식을 유추할 수 있는 내용이 드러나 있지 않다. 이러한 현상은 디자인에 대한 이해나 공유가 필요 없을 만큼 시대적으로 디자인 분화의 시대를 맞이하였고, 전 세계적인 문화에 관한 관심의 확산이 국내까지 영향을 미친 것으로도 볼 수 있다. 하지만 그 원인은 무엇보다 서체라는 특수한 분야를 대상으로 하는 잡지였기 때문이라고 할 수 있다. 《정·글》 창간사에서는 아래와 같은 발행주체의 지향점만이 간단하게 드러나 있다.

“그동안 서체(書體) 디자인을 해오면서 그냥 물어버리기에선 하고픈 말들이 많았다. 그래서 서체를 디자인하거나 이용하는 사람들에게 도움이 되고자 「정·글」은 만들어졌다. 이 잡지는 서체 디자인과 그 제작 과정에 대한 단편적인 여러 이야기들을 서술하여 풀어놓은 것에 불과하다.”

위의 문장에서 발행주체는 서체를 이용하는 사람들을 지목하고 있는데 이는 당시 타이포그래피가 의미 있는 영역으로 부상하였다는 점, 그에 따라 관련 디자이너들이 활발한 활동을 보이기 시작하였다는 점을 드러낸다.

《Design Net》

“현대 디자인은 우리에게 문화의 전통이 있음을 증언하는 실체이다.”

《Design Net》은 창간사에서 한국의 문화와 예술은 새로운 시대의 감각인 디자인으로 다시 태어나야 한다고 주장하고 있다. 이러한 주장은 앞서 분석한 《디자인+공예》가 지향하고자 하는 공예의 산업화와 연결되고 있다. 이렇게 한국과 세계의 ‘차이’를 만들어내야 한다는 인식은 한국이 G7과 같은 선진국의 네트워크에 합류해 ‘한국다움-선진국-세계화’의 도식을 완성하는 지향점으로 이어진다.

“이제 디자인 네트(DESIGN NET)는 이런 시대적 사명을 수행하면서 디자인 사회의 풀어진 그물들을 정교하게 짜나가는 여론을 이끌어야 하며, (중략) ‘한국다움-세계화-선진국’ 디자인으로 성장하는 데 큰 몫을 담당할 것 이라고 기대한다.”

《Web Design》

1990년대는 디지털 문화가 확산되면서 웹디자인이라는 새로운 영역이 탄생하였다. 이러한 새로운 영역의 탄생이 본 잡지 창간의 밑거름이 되었지만 아래와 같은 문장에서 웹디자인의 새로운 성장을 필요로 하는 상황에 처해 있음을 알 수 있다.

“(중략) 하지만 지금 2000년은 웹 디자인이 비약적으로 성장하고 전자출판과 컴퓨터 그래픽은 성숙된 모습으로 새롭게 자리매김할 시기이다.”

‘새로운’, ‘의욕’과 같은 진취적인 태도를 보여주는 단어사용과 동시에 조심스러운 태도를 취하는 모습 또한 당시 변화된 디자인의 필요성에 대해 잘 보여주고 있다.

“...새로 창간하는 두 얼굴은 보다 넓어진 그래픽디자인 및 웹디자인 시장과 이천년대의 새롭고 의욕에 찬 독자들 앞에 보다 친근하고 편안한 마음으로 다가가려 한다.”

《Design db》

《Design db》에서는 주로 산업적인 영역으로 다뤄지던 디자인이 아래와 같이 일상의 영역으로 인식되는 모습을 보여준다. 이것은 발행주체가 아닌 발간주체의 인식을 드러낸 것이라 할 수 있다.

“우리를 스쳐가는 시각적, 촉각적, 청각적 세계들, 이런 모든 것들이 바로 디자인의 영역이라고 할 수 있습니다.”

오창섭(Oh, 2009)은 2000년대 초 시대적 분위기를 “디자인이 우리 삶과 동떨어진 것이 아니라 일상 문화의 영역에서 존재한다는 것을 보여”주던 시기였

다고 보고 있다. 이 시기에 출간된《Design db》는 그러한 흐름을 반영하고 있다. 하지만 디자인이 삶의 질을 높이고, 모든 것이 디자인이라는 이름으로 설명 될 수 있다는 것에서 과도한 희망과 기대감 또한 엿볼 수 있다.

“디자인의 개념은 더욱 확대되어야 합니다. 그동안의 좁은 그릇으로 ‘삶의 질’을 추구하는 새로운 패러다임을 담아내기에는 역부족인 듯 싶습니다.”

하지만 기존의 디자인의 개념이 변화된 디자인의 모습을 담아내기에 부족하다는 평가를 내리고 있다. 이러한 평가의 원인은 국내 디자인 역사의 특수성에서 발견 할 수 있다. 국내 디자인은 국가의 인위적인 정책으로 인큐베이팅 되었다고 할 수 있다. 김종균(Kim, J., 2008)에 따르면 ‘국가주도하의 디자인 정책은 “산업자원으로서의 디자인 역할론, 디자인 국부론만을 강조”하고 1980년대 이후 전통문화와 대중문화에 대한 담론이 활발한 시기에도 디자인 문화에 대한 담론은 소외되는 결과를 만들어 내었다’고 설명하고 있다. 이렇듯 수출 정책의 일환으로만 다루어진 디자인은 일상문화와의 연결지점이 빈약했고 《Design db》이러한 비판적 시각을 창간사 곳곳에 드러내고 있다.

“‘삶의 질’을 높이고 일상문화를 소박하게 담아내는 그러한 책”, “물질의 중요성을 강조하면서도 자유로운 정신으로 새로운 세상을 다양하게 해석”

《Design db》의 지향점은 위의 문장에서 알 수 있듯이 삶의 질을 높이고 일상문화를 소박하게 담아내는 것이다. 하지만 마지막 문단에서 ‘물질의 중요성’과 ‘자유로운 정신’이라는 단어사용을 보아 위 잡지가 모순적인 개념이 절충적으로 엮여 있는 상황에서 창간을 맞이하였음을 짐작할 수 있다.

《Graphic》

“기능이자, 예술이며, 문화이기도 한 그래픽에 대해 오랫동안 누군가 언급했지만 사실은 누구도 전면적으로 대면하지 못했다는 것.”

《Graphic》지는 그래픽 디자인이 단지 디자인의 영역에만 국한된 영역이 아니라 기능, 예술, 문화의 영역으로까지 확대되어 이해되고 있음을 보여준다.

“복잡다단한 디자인 환경과 빠르게 갱신되는 디자인 트렌드를 따라가기 보다 크리에이터로서 그래픽 디자이너의 삶에 천착해 생각의 편린 하나까지 음미해 보고 싶은 것 또한 편집자의 소박하지만 원대한 꿈이다.”

위의 문장에서 알 수 있듯이 발행주체 스스로가 디자이너를 편집자이자 크리에이터라고 정의하는 것에서 2000년대 초반 활발했던 작가주의 영향을 엿볼 수 있다. 또한 발행주체는 지금까지 그래픽 디자인을 전면적으로 대면하지 못했다고 판단하고 있는데, 여기에서 소외되었던 디자이너의 삶을 이야기하려는 의도를 볼 수 있다. 결과물에만 집중되어 있는 디자인 담론에서 디자이너 개인의 삶과 열정으로 시선을 옮기고 그것을 분석하고자 하는 의지가 엿보인다는 점에서 《Graphic》지가 앞선 잡지들과 구분된다고 판단할 수 있다.

“디자인 현장 속에 뛰어들어가 생동하는 이야기로 뜨겁게 공감을 이끌어내는 소임”

이러한 맥락에서 《Graphic》지의 발행주체는 디자이너의 삶을 음미하는 것이 ‘꿈’이라고 이야기한다. 그리고 디자인 현장과 디자이너 개인의 삶에서 나온 이야기를 매체를 통해 전달하는 것을 지향점으로 삼고 있다.

《Public Design》

“전통이 없는 디자인은 통속이다. 철학이 없는 디자인은 치장이다. 문화가 없는 디자인은 형식이다. 사랑이 없는 디자인은 구속이다. 인간이 없는 디자인은 없다.”

위 문장에서 전통, 철학, 문화, 사랑, 인간은 디자인을 디자인답게 만드는 요소들로 인식되고 있다. 하지만 그중에서도 ‘인간’이란 디자인에 있어서 꼭 고려해야 하는 요소로 인식하고 있다.

“공공디자인은 물건을 만들어내는 것이 아니라, 역사를 만들어가는 것입니다. (중략) 디자인은 형태를 만들지만, 형태는 행태를 만들고, 행태는 문화를 만들며, 문화는 역사를 만듭니다.”

《Design Public》지의 창간사에서 발행주체의 구체적인 지향점은 드러나 있지 않지만 공공디자인의 핵심을 역사성이라고 표현한 문장에서 역사성을 담은 디자인을 만들고자 하는 지향점을 우회적으로 드러내고 있음을 알 수 있다.

《D+》

2000년대에는 서울시의 디자인 정책과 대중문화로서의 디자인의 필요성이 고조되어 역사상 디자인 활동이 가장 활발한 시기로 꼽힌다. 하지만 이러한 디자인에 대한 높은 관심은 결국 국가와 지자체의 입김에 휘둘려 다양성을 확보하지

못하고 획일적인 디자인 접근방법과 결과물을 만들어 내었다. 아래는 이러한 디자인의 상황을 비판하는 문장이다.

“하지만 여기에서 경계할 것은 시각의 다양성이 원천적으로 봉쇄되는 것이 아닐까요? 조금 다른 시각의 주장, 그리고 상업성을 담보하지 못한다는 이유로 창의적인 콘텐츠가 공적인 지면을 얻지 못하는 것은 불행입니다.”

《D+》또한 문화체육관광부 산하기관인 한국디자인문화재단에서 발행하는 잡지였기 때문에 디자인이 정책의 일환으로 다뤄지거나 성과주의에 대한 압박이 존재했다. ‘원천적으로 봉쇄’, ‘지면을 얻지 못하는’과 같은 표현에서 다양성을 표출하기 어려운 디자인적 현실 속에서 잡지를 창간하기 위한 발행주체의 어려움을 엿볼 수 있다.

이러한 상황에도 불구하고 잡지 창간주체는 《D+》가 ‘세대를 넘어 다양한 시각을 담은 매체’가 되길 희망하고 있다.

《g 콜론》

《g 콜론》은 ‘디자인이 물질적 가치관의 잣대가 되는 이 판국에 반대하며’ 디자인을 문화라는 토대 위에서 이야기해야하는 영역으로 이해하고 있다. 《g 콜론》에서 이해하는 디자인 문화란 다음과 같다.

“디자인문화에 대한 실천으로, 태도와 의미는 좋으나 주목받지 못하는 이들의 이야기를 들려주고, 동시대의 디자인이나 디자이너에 대한 글쓰기는 산업주의와 작가주의 모두를 수용하면서 시의적인 맥락을 놓치지 않을 방법을 고민했다.”

이러한 디자인 문화에 대한 욕망은 디자인 스스로의 정체성을 밝히고자 하는 지향점과도 연결된다.

“...매체의 저널리즘은 확대되어야 할 것이고, 무엇을 말하는 매체인지, 어떤 아우라가 발현되는 매체인지, 그 정체성을 분명히 밝혀 제 기능을 발휘해야 할 것이기 때문이다.”

창간사 마지막에서 디자인의 정체성을 밝히고자 하는 욕망은 실천과 연결되어야만 실효성을 발휘한다고 설명한다. 때문에 구체적 실천에 있어 창작, 소비, 재생산이라는 세 가지가 디자인에 있어 매우 중요한 요소임을 밝히고 있다.

3. 디자인에 대한 인식 변화 분석

1960년대부터 2010년대 디자인 전문잡지의 창간사에서 드러난 디자인에 대한 인식 변화는 아래의 table5와 같다.

Table 5 Analysis of changing perceptions of Design in terms of periods

시기	잡지	디자인에 대한 이해	경영 산업 방법론	예술 창조	역사 교육 비평	뉴미디어 디지털	문화 공공성
1960's	계간 디자인	수출을 위한 도구	◎	○			
1970's	월간 디자인	계급구분을 위한 아비투스	○	◎			
	꾸밈	생활 속의 미	○				○
1980's	시각 디자인	자세와 태도의 문제	○				
	코스마	실험적, 선진적		◎			
1990's	디자인+공예	진보적인 영역	◎	○			
	정·글	-	-	-	-	-	-
	Design Net	전통문화 실현	◎		○		○
	Web Design	-				○	
2000's	Design db	삶의 영역				○	◎
	Graphic	기능, 예술, 문화					○
	Public Design	인간 고려			○		◎
	D+	-			○		○
	정글클론	문화					◎

디자인 인식에 있어서 가장 큰 변화는 디자인을 경영, 산업, 방법론적인 관점에서 인식하던 것이 2000년대를 기점으로 인간과 일상을 중심에 놓는 문화와 공공성의 영역으로 옮겨간 것이다. 특히 1960년대부터 1990년대까지는 디자인을 ‘경제’, ‘국가’, ‘발전’ 등과 같은 단어로 묘사하였지만, 2000년대로 넘어오면서 ‘문화’, ‘인간’, ‘역사’ 등의 단어가 디자인을 수식하는 것을 알 수 있다.

두 번째 변화로는 디자인 현실을 비판하는 시각의 방향 변화이다. 2000년대

이전에는 사회적인 요구에 부응하지 못하는 디자인계의 미진함이나 정신의 부재를 비판하며 내부적인 성장을 촉구하였다면, 2000년대 이후에는 다양성, 역사, 문화가 배제된 경제 논리 등 외부적이고 거시적인 차원에 매몰된 디자인 담론을 비판하는 모습을 보였다. 이러한 변화와 더불어 다수의 잡지에서 공통으로 발견된 점 한 가지가 있다. 바로 우리나라가 선진국이 되고자하는 열망이다. 다수의 잡지는 창간사에서 선진국의 반열에 합류하기 위해 그들의 디자인을 분석하고 방안을 모색할 정도로 선진국이 되고자 하는 열망을 강하게 드러내고 있다. 이러한 열망은 두 가지 양상으로 나타난다. 첫 번째는 한국이 선진국의 대열에 합류하기 위해 그들의 디자인에 관한 정보와 방법을 적극 받아들여야 한다는 것이며 두 번째는 선진국을 무작정 따라하는 것이 아닌 그들과 견줄 수 있는 한국다운 디자인을 개발해야 한다는 입장이다.

4. 결론

본 논문은 1960년대부터 2000년대에 창간된 디자인 전문잡지의 창간사를 통해 디자인에 관한 인식이 어떻게 변화해 왔는지 살펴보았다. 그 결과 디자인을 경영, 산업, 방법론적인 관점에서 인식하던 것이 2000년대를 기점으로 인간과 일상을 중심에 놓는 문화와 공공성의 영역으로 인식하는 것으로 변화하였고, 디자인을 바라보는 시각의 방향이 디자인계 내부에서 외부로 변화한 것을 알 수 있었다. 이렇게 디자인 전문잡지 창간사를 통해 디자인에 관한 인식의 변화를 살펴보았을 때, 디자인은 창간사라는 언어로 다양하게 표현되고 그러한 언어 사용이 디자인에 관한 인식을 설명하고 있다는 사실을 알 수 있었다. 하지만 창간사는 공적인 글임에도 불구하고 개인의 생각이나 언어 습관을 그대로 드러내어 잡지의 인식, 지향점 등을 파악하기에 다소의 어려움이 있었다. 향후 이에 대한 보완 연구가 필요할 것으로 보인다.

References

- 1 Bourdieu, P. (2006). 구별짓기 *La Distinction Critique sociale de jugement*, Seoul, Saemulgyel.
- 2 Chae, S.j. & So, J.A. (2009). 이미지와 텍스트의 관계를 통해 본 디자인 잡지 저널리즘 [The Relationship between Text and Image in Design Magazine *Journalism*]. *Journal of Korean Society of Design Research*, 25(2), 1-11
- 3 Choi, M.H. (1968). 창간사 [editorial introduction to the first issue]. *Quarterly Design*, 1
- 4 Gu, Y.H. (1987). 창간에 붙여 [editorial introduction to the first issue], *CO·S·MA*, 1, 23
- 5 Kang, H.J., Kim, S.K., Kim, Y.C., & Park, H.C. (2005). 한국의 디자인 *Korean Design*, Seoul, Sigirak.
- 6 Kim, G.C. (2006). 에디토리얼 [Editorial], *Graphic*, 1, 12
- 7 Kim, S.K. (2009). 잡지의 기쁨 [Joy of Magazine], *D+*, 1, 5
- 8 Kim, J.G. (2008). 한국디자인사 *Korean Design History*, Seoul, Mijinsa.
- 9 Kim, S.S. (1987). 청년디자인 [The Youth Design], *Graphic Design*, 1, 18-21
- 10 Kim, Y.G. (1997). 전통과 현대성을 잇는 디자인정보 네트워크의 고속화 [High Speed of Design Information net linked between tradition and modernity], *Design Net*, 1, 18
- 11 Lee, C.H. (2010). 자율성의 미학 [Aesthetics of Autonomy], *Gcolon*, 1, 12
- 12 Lee, Y.H. (1991). 혁신을 위한 제2의 창간 [The Second foundation for innovation]. *Craft and Design*, 1, 29
- 13 Lee, Y.J. (1976). 창간사 [editorial introduction to the first issue]. *Monthly Design*, 1, 2
- 14 Lee, N.R. & Paik, J.K. (2003). 매거진아이덴티티 분석 틀을 통한 디자인 잡지 유형분석 연구 [A study on the type analysis of design magazine through analyzing tool of Magazine Identity]. *Journal of Korean Society of Design Research*, 17(1), 15-24
- 15 Oh, C.S., etl. (2009). 2009 디자인백서 2009 [Design Report], Seoul, Korea Craft & Design Foundation.
- 16 Park, I.H. (2008). 쏘에서 공을 끌어, *Public Design*, 1, 13
- 17 Shin, G.Y. (2004). 한국의 계급과 불평등 [Class and discrimination in Korea], Seoul, Eulyoo.
- 18 Seo, M.K. (2010). 디자인 담론에 나타난 개념어 연구 [A Study on the Concept Words that Appear in Design Discourses]. *Journal of Korean Society of Design Research*, 24(3), 449-458
- 19 Yang, N.Y. (2001). 새로운 세상을 여는 디자인 [Design opened new world], *Design db*, 1, 9
- 20 Yoo, I.H. (2000).[Editor's Note], *Web Design*, 1, 49
- 21 Yoon, Y.G. (1993). 창간호를 세상으로 내보내면서 [editorial introduction to the first issue]. *Junggle*, 1
- 22 창간사 [editorial introduction to the first issue]. *GGumim*, 1, 8

디자인 전문잡지 창간사를 통해 본 디자인에 대한 인식 변화 : 1960년 ~ 2012년까지 창간된 디자인 전문잡지를 중심으로

박고은¹, 오창섭²

¹건국대학교 대학원 디자인학과, 서울, 대한민국

²건국대학교 예술디자인대학 디자인학부, 서울, 대한민국

배경 본 연구는 디자이너들의 목소리를 담고 있는 매체인 디자인 전문잡지의 창간사를 대상으로 디자인의 인식 변화를 고찰하였다. 디자인 전문잡지 창간사는 디자인 주체가 디자인을 어떻게 인식하는지 그 변화를 알기에 적합한 텍스트라고 할 수 있다. 창간사에는 발행 당시의 디자인을 향한 시대적 요구뿐만 아니라 잡지발행 주체의 디자인에 대한 이해와 상황인식, 지향점 등이 공식적인 언어로 드러나 있기 때문이다. 이와 같은 맥락에서 본 연구는 1969년부터 2010년 사이에 창간된 디자인 전문잡지의 창간사를 주목하였다.

방법 1969년부터 2010년 사이에 창간된 디자인 잡지를 창간연도 순으로 정렬하고 잡지의 기본 정보들과 발행기간, 창간사에서 밝힌 앞으로 잡지가 다루고자 하는 분야, 잡지 성향, 창간에 쓰인 주요 단어들을 사용 빈도수와 함께 정리하고 분석하였다. 하지만 텍스트의 일부 표현에만 치우쳐 해석이 왜곡될 수 있는 가능성을 낮추기 위해 당시 디자인의 상황 및 잡지 발행 주체의 지향점을 분석하는 사회, 역사적 접근을 동시에 사용하였다.

결과 디자인 인식에 있어서 가장 큰 변화는 디자인을 경영, 산업, 방법론적인 관점에서 인식 하던 것이 2000년대를 기점으로 인간과 일상을 중심에 놓는 문화와 공공성의 영역으로 변화한 것이다. 특히 국내에 디자인이라는 용어가 생겨난 1960년대부터 1990년대까지 디자인을 ‘경제’, ‘국가’, ‘발전’ 등과 같은 단어로 묘사하였지만 2000년대로 넘어오면서 ‘문화’, ‘인간’, ‘역사’ 등의 단어가 디자인을 수식하는 것을 알 수 있다. 두 번째 변화로는 디자인 현실을 비평하는 시각의 방향변화이다 2000년대 이전에는 사회적인 요구에 부응하지 못하는 디자인계의 미진함이나 정신의 부재를 비판하며 내부적인 성장을 촉구하였다면, 2000년대 이후에는 외부적이고 거시적인 차원에 매몰된 디자인 담론을 비평하는 모습을 보였다.

결론 이렇게 디자인 전문잡지 창간사를 통해 디자인에 관한 인식의 변화를 살펴보았을 때, 디자인은 창간사라는 언어로 다양하게 표현되고 그러한 언어 사용이 디자인에 관한 인식을 설명하고 있다는 사실을 알 수 있었다.

주제어 디자인에 대한 인식, 디자인 전문잡지, 창간사
