

디자인 진흥 기관으로서의 디자인 박물관

The Design Museum as a Promoter

주 저 자: 최정아

패러다임 아트 어소시에이트

Choi, Jeong Ah

Paradigm Art

공동저자: 김현중

이화여자대학교 디자인학부 교수

Kim, Hyun Joong

Ewha Womans University

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 범위 및 방법

2. 디자인 박물관의 개념 정의

3. 디자인 박물관의 역할 변화

4. 디자인 박물관의 디자인 진흥 활동

- 4-1. 창조적 원천으로서 디자인 컬렉션의 자원화
- 4-2. 담론의 장으로서 디자인 전시의 다양화
- 4-3. 경험의 장으로서 디자인 교육 프로그램의 대중화
- 4-4. 디자인 저변 인구 확대를 위한 디자인 홍보의 극대화

5. 결론

참고문헌

(要約)

1852년 영국 런던에 세계 최초의 디자인 박물관이 설립된 이후, 디자인 박물관의 상업화와 권력화에 대한 비판에도 불구하고 서구 디자인 선진국들은 디자인 박물관을 중심으로 디자인 산업을 보호하고 육성함으로써 디자인 정체성을 확립하고 그 우수성을 홍보하며 국가 경쟁력과 삶의 질을 향상시켜왔다. 21세기 문화 경제 시대를 맞아 고부가 가치를 창출하는 디자인의 중요성에 대한 인식이 높아짐에 따라 한국 디자인 발전을 주도할 디자인 박물관 설립에 대한 필요성이 제기되고 있다. 본 연구는 디자인 박물관 관련 연구가 미비한 현 상황에 한국 디자인 박물관 설립을 위한 기초연구로서, 시간축을 중심으로 수직적인 통시적 접근을 통해 해외 디자인 박물관이 디자인 발전을 위해 어떠한 역할을 수행하여 왔는지를 살펴보고, 수평적인 공시적 접근을 통해 현재 디자인 박물관이 성공적인 역할 수행을 위해 어떠한 활동을 하고 있는지를 알아봄으로서 한국 디자인 박물관의 역할과 방향을 제시하였다.

(주제어)

디자인 박물관, 디자인 진흥, 디자인 교육

(Abstract)

After the establishment of the world's first design museum in London, design museums have - despite the criticism regarding commercialization and centralization - contributed to improving both the quality of life and the national competitiveness in establishing a design identity and promoting the excellence of design by preserving and cultivating the design industry. With the increase in the value of design in the cultural economy of the 21st century, the need for Korean design museums has been growing. Given this, the purpose of this study is to serve as a fundamental basis in introducing a new role and direction for future Korean design museums. In order to provide a foundation for such innovation, the evolved role and the promotional strategies of design museums are examined through the diachronic and synchronic approaches.

(Keyword)

Design Museum, Design Promotion, Design Education

1. 서론

1.1. 연구 배경 및 목적

21세기 문화 경제 시대를 맞아 고부가 가치를 창출하는 디자인의 중요성에 대한 세계의 인식이 높아지고 있다. 이러한 시점에 세계 각국은 산·학·연·관의 협력 하에 창조적인 디자인 개발을 통해 국가 경쟁력을 강화하려는 다양한 노력들을 펼치고 있다. 우리보다 반세기 앞선 디자인 역사를 가지고 있는 유럽과 미국의 경우, 그 디자인 진흥의 중심에 디자인 역사를 수집, 보존, 연구, 전시, 교육, 홍보해온 디자인 박물관이 있다. 세계적으로 권위 있는 디자인 잡지 <I.D.>사가 2005년 1월 '세계 디자인을 이끄는 영향력 있는 인물 40'에 뉴욕 현대 미술관 디자인 부서의 큐레이터를 1위로 선정한 사례는 서구 디자인 발전에 디자인 박물관이 얼마나 중추적인 역할을 하고 있는지를 극명하게 보여준다.

이에 비해 한국은 그와 같은 전략적 활동을 통해 디자인 발전을 이끌 디자인 박물관이 전무한 실정이다. 따라서 세계적으로 디자인의 위상이 높아지고 있는 이때, 한국 디자인 진흥을 주도할 디자인 박물관 설립에 대한 필요성이 대두되고 있다. 본 연구는 디자인 박물관 관련 연구가 미비한 현 상황에 한국 디자인 박물관 설립을 위한 기초 연구로써, 한국 디자인 박물관의 역할과 방향 제시를 그 목적으로 한다.

1.2. 연구 범위 및 방법

본 연구를 수행함에 있어 연구자는 먼저 연구 대상인 디자인 박물관의 개념을 정의한 후 해외 디자인 박물관에 관한 국내·외 문헌, 연구 논문, 박물관 웹사이트, 연례보고서, 2000년 이후 최근 신문 및 잡지 기사 검색을 통해 디자인 분야 발전에 활발히 기여하고 있는 디자인 박물관의 사례를 조사하고 그 설립과 활동을 시간 축을 중심으로 수직·수평적으로 구조화하였다. 먼저 수직축을 중심으로 한 통시적 분석을 통해 시대 변화에 따른 디자인 박물관의 역할 변화를 살펴보고, 수평축을 중심으로 한 공시적인 접근을 통해 새로운 역할을 수행하기 위해 현재 디자인 박물관이 어떠한 활동을 벌이고 있는지를 범주화하여 공통되거나 차별화된 전략적 방법을 도출하였다. 해외 자료 조사 시에는 언어적 한계에 의해 영어권 자료가 주를 이루므로 본 연구의 범위는 주로 미국과 영국의 사례가 중심이 되었다. 특히, 본 연구가 전반적인 디자인 산업의 활성화를 위한 독립

된 운영체계를 갖춘 디자인 박물관에 관한 것이므로 패션 박물관, 자동차 박물관과 같은 특정 디자인 분야를 위한 박물관이나 그 명칭에 장식미술, 응용미술, 공예를 사용한 박물관, 그리고 디자인 관련 부서를 가진 박물관들은 연구 범위에서 배제되었다. 그러나 뉴욕 현대 미술관의 경우 독립된 디자인 박물관이 아님에도 디자인 부서의 역사적 의미와 그 활동이 디자인계에 끼치는 영향이 큰 관계로 예외적으로 연구 범위에 포함시켰다. 또한 본 연구는 디자인 박물관의 물리적 시설, 규모, 운영 조직 등과 같은 하드웨어적인 측면은 배제하고 소프트웨어적인 프로그램 중심적으로 논의하였다.

2. 디자인 박물관의 개념 정의

디자인 박물관에 대한 시대적 요구가 높아지고 있음에도 불구하고 디자인 박물관은 '디자인'이라는 용어가 지닌 모호함으로 인해 그 정체성의 혼란을 겪어 왔다. 디자인을 둘러싼 오해와 편견 속에 있는 디자인 박물관을 논의하기 위해 디자인 박물관의 개념 정의가 선행되어야 한다. 디자인 박물관은 용어 그대로 '디자인'과 '박물관'이라는 두 개념이 결합된 용어인 만큼 각각의 개념을 살펴 볼 필요가 있다.

먼저, 서구에서 들어온 개념인 디자인의 경우, 동사와 명사로 사용되는 용어적 특성, 예술과 과학의 중간에 위치한 영역적 특성, 학제간 연구가 필요한 교차 학문적 특성으로 인해 개념 정의에 어려움을 겪어 왔다. 이같은 어려움에도 불구하고 디자인 이론가들은 디자인을 정의하기 위해 다양한 노력을 기울여왔다. 다양한 시도 속에서 많은 이론가들은 디자인과 문화 창조의 상관관계를 주목해 왔다. 홍콩 폴리테크닉 대학 교수인 헤스켓 존(2002)은 디자인을 "변화하는 자연적, 사회적, 기술적 환경에 적응하기 위한 인간의 본능적인 창조능력으로 정의하며 그 능력이 우리의 문화를 형성해 왔다"(p.6-7)고 하였다. 이는 디자인을 문제 해결 과정으로 정의한 영국 왕립 예술 학교의 브루스 아처(1965)의 정의와도 밀접한 연관성을 가진다. 두 정의를 종합해 보면 디자인이란 문제 해결을 통해 변화하는 환경에 적응하려는 인간의 문화 창조 능력으로 정의 할 수 있다. 따라서 문화 창조 능력에 의해 만들어진 디자인 오브제들은 그 환경과 시대적 가치를 반영한 문화적·역사적 상징물이 된다.

한편, 박물관에 관한 많은 정의 중 가장 보편적으로 받아들여지고 있는 국제 박물관 협회의 박물관 정의에 따르면, 박물관이란 '연구, 교육, 향유를 목적

으로 인간과 그를 둘러싼 환경의 물리적 증거를 수집, 보존, 연구, 전시, 교육, 홍보하는 대중에게 개방된 비영리 영속기관¹⁾으로 정의 된다.

이러한 두 개념에 기초하여 디자인 박물관을 정의해 보면 디자인 박물관은 인간의 문화 창조 능력이 디자인 능력을 육성하기 위해 그 창조 활동의 결과물이자 한 시대의 문화적 상징인 디자인 오브제를 수집, 보존, 연구, 전시, 교육, 홍보하는 대중을 위한 비영리 영속기관이라고 정의할 수 있다.

3. 디자인 박물관의 역할 변화

언어학에서 시작된 통시적 접근은 하나의 대상이 시간의 흐름에 따라 변화하는 모습을 연구하는 방법²⁾으로 디자인 박물관의 역할 변화를 살펴보기에 적합한 방법이라고 할 수 있다. 따라서 연구자는 본장에서 통시적 접근방법을 통해 최초의 디자인 박물관이 설립된 이후부터 현재까지 디자인 박물관의 역할이 어떻게 변화해 왔는지를 살펴보고자 한다.

산업혁명 이후, 1851년 런던 하이드 파크에서 개최된 세계 만국 박람회의 성공에서 얻어진 재정적인 수입과 디자인 옹호자인 콜 헨리경의 노력에 힘입어, 그 이듬해인 1852년 영국 런던에 세계 최초의 디자인 박물관인 제품 박물관 현 빅토리아 앨버트 박물관 (이하 빅토리아 앨버트) 이 열린 대중 교육의 장으로서 생산자와 소비자의 디자인 감각과 그 수준을 향상시키기 위해 설립³⁾되었다. 당시 디자인 분야를 선도하며 시장 우위를 점하고 있던 영국의 디자인 박물관 설립은 다른 유럽 국가와 미국에 지대한 영향을 미치게 된다.

이후 유럽에서는 각국의 근대 이전의 장식미술 컬렉션을 기반으로 디자인 박물관이 디자인의 전근대적인 용어라 할 수 있는 응용미술이나 장식미술이라는 명칭 하에 건립되기 시작⁴⁾한다. 대표적인 예가 1864년 북유럽의 디자인 거점으로 영국 제품 박물관을 모델로 만들어진 오스트리아 비엔나의 응용미술 박물관이다.⁵⁾ 오스트리아 정부가 설립한 이 박물관은 이후 응용미술학교와 합병되어 디자이너를 양성하기 위한 고등교육기관 역할을 하게 된다. 그 후 1873년 핀란드 헬싱키에 예술공예학교의 연구 컬렉션으로서 핀란드 응용미술 박물관이,⁶⁾ 1890년 덴마크

코펜하겐에 산업협회 주도로 덴마크 장식미술 박물관이,⁷⁾ 또한 1905년 프랑스 파리에 장식미술협회에 의한 프랑스 장식미술 박물관이⁸⁾ 순차적으로 설립된다. 한편, 미국 뉴욕에는 1897년 쿠퍼 유니온 예술 공과대학이 순수예술의 위계 속에서 디자인을 하나의 독립된 장르로 분리시키고, 또한 디자인전공 학생들을 위한 교육의 장으로 활용하기 위해 쿠퍼 유니온 장식미술 박물관을 설립⁹⁾하게 된다.

그 후, 1932년 뉴욕 현대 미술관 (이하 모마)에 세계 최초로 건축 및 디자인 학예부가 창설¹⁰⁾되는 역사적인 사건이 일어나게 된다. 시대 변화에 대응한 한 시대의 예술 형태로서 디자인을 인정한 모마의 디자인 부서 설립은 박물관 컨텍스트 안에 본격적으로 디자인이라는 용어가 쓰이는 결정적인 계기가 되고, 이후 설립된 디자인 박물관과 부서의 명칭에 지대한 영향을 미치게 된다. 1969년 쿠퍼 유니온 장식미술 박물관이 재정 위기를 극복하기 위해 스미소니언에 합병된 후 그 명칭을 쿠퍼 휴이트 박물관, 스미소니언 부설 국립 디자인 박물관(이하 쿠퍼 휴이트)으로 개명¹¹⁾한 것이 대표적인 예라고 할 수 있다.

1980년대에는 세계적으로 일어난 디자인 붐과 함께, 현대적인 의미의 디자인 박물관이 세계 곳곳에 동시 다발적으로 세워지게 된다. 1989년 봄, 런던 디자인 회사 콘란의 창업자 테란스 콘란이 템즈강 근처에 디자인 대중교육을 위한 디자인 박물관(이하 런던 박물관)을 설립하였다. 같은 해 11월에는 세계적인 가구회사 비트라의 창업자 랄프 펠바움이 독일 바일 암 라인에 자사의 디자인 개발에 영향을 준 디자이너들의 컬렉션을 기반으로 비트라 디자인 박물관 (이하 비트라)을 개관하게 된다.

디자인의 사회적, 문화적, 경제적 가치가 대두되는 2000년 이후에는 기존의 디자인 관련 박물관들이 디자인이라는 용어를 명칭에 포함시키기 위해 개명을 하거나, 시대적 요구에 부응하기 위한 시설 확장 계획이나 새로운 디자인 박물관의 설립 계획이 붐을 이루게 된다. 2002년 미국 공예 박물관은 박물관이 다루는 다양한 예술 형태를 포함하기 위해 디자인 미술관으로 이름을 바꾸는 동시에 새로운 확장 계획을 발표하였고¹²⁾, 같은 해 핀란드 응용미술 박물관도

¹⁾ <http://icom.museum/definition.html>

²⁾ <http://dic.searchnaver.com/searchnaver?query=%C5%EB%8D%C3%0%FB>

³⁾ http://www.vam.ac.uk/collections/periods_styles/history/brief_history/index.html

⁴⁾ Chamy Daniel, 2005:47

⁵⁾ Betsky Aaron, 1999:41

⁶⁾ <http://www.designmuseum.fi/main.asp?sid=2&sivu=17&kpl=2>

⁷⁾ <http://www.kunstindustrimuseet.dk/Default.asp?ID=1215>

⁸⁾ <http://www.paris.org/Musees/Decoratifs/>

⁹⁾ Rees Helen, 1994:156 157

¹⁰⁾ http://www.moma.org/collection/depts/arch_design/index.html

¹¹⁾ 이는 1994년 긴 명칭을 줄이기 위해 쿠퍼 휴이트 국립 디자인 박물관으로 재개명하게 된다.

디자인 박물관으로 그 명칭을 개명하게¹³ 된다. 또한 쿠퍼 휴이트는 2004년과 2006년에¹⁴, 비트라는 2006년에 각각 새로운 확장 계획을 각각 발표하게 된다. 한편, 이탈리아는 2002년 세계적인 디자인 도시 밀라노의 도시 개발 계획의 중심에 디자인 박물관을 위치시키는 계획안을¹⁵, 이스라엘은 2004년부터 홀란에 최초의 국립 디자인 박물관을 설립하기 위한 계획을¹⁶ 추진하고 있다.

[표 1] 디자인 박물관의 설립년도, 주체 및 주대상

연도	국가	도시	박물관명	주체	주대상
1852	영국	런던	제품디자인박물관	정부	대중
1864	오스트리아	비엔나	응용미술박물관	정부	전문가
1873	핀란드	헬싱키	응용미술박물관	학교	전문가
1890	덴마크	코펜하겐	장식미술박물관	협회	전문가
1897	미국	뉴욕	쿠퍼 유니온 장식미술박물관	학교	전문가
1905	프랑스	파리	장식미술박물관	협회	전문가
1932	미국	뉴욕	현대미술관	재단	대중
1969	미국	뉴욕	쿠퍼 휴이트 국립디자인박물관	정부	대중
1989	영국	런던	디자인박물관	기업	대중
1989	독일	바이알라인	비트라디자인박물관	기업	대중
추진	이탈리아	밀라노	디자인박물관	정부	대중
추진	이스라엘	홀란	국립디자인박물관	정부	대중

[표 2] 디자인 박물관의 역할 변화

시대	19세기 중반	▶	20세기 중반
주체	정부, 학교, 협회	▶	정부, 기업, 재단
대상	디자인 전문가	▶	일반 대중
역할	디자인 교육 기관	▶	디자인 진흥 기관

앞서 살펴 본 바와 같이 시대 변화에 따른 디자인 박물관의 역할은 이익집단이자 권력집단인 설립 주체와 그 주이용 대상과의 관계를 통해 보다 자세히 살펴 볼 수 있다. 그 관계를 횡렬 시간축으로 정

리하면 위의 [표 1]과 같고, 이를 분석하면 [표 2]와 같다. [표1, 2]에서 볼 수 있듯이, 기계 산업 시대인 19세기 중반 최초의 디자인 박물관이 정부에 의해 대중을 위한 디자인 교육 기관으로 설립되었음에도 불구하고, 이후 정부, 학교, 디자인 협회 주도하에 디자인 박물관이 세워지며 폐쇄적인 접근성으로 인해 대중 보다는 디자인 전문 인력의 디자인 능력을 향상시키기 위한 디자인 교육 기관으로서의 역할을 수행하여 왔음을 알 수 있다. 그러나 20세기 중반부터 디자인 붐과 정보화라는 시대 변화와 함께 디자인 박물관의 설립 주체가 정부, 사립재단, 기업으로 전환되면서 디자인 박물관에 대한 대중의 접근이 용이해졌고 그 역할 또한 대중들에게 한 국가나 기업의 디자인 우수성을 교육적이고 홍보적인 방법을 통해 알림으로써 디자인 분야의 활성화에 힘쓰는 디자인 진흥 기관으로 변화하였음을 알 수 있다. 따라서 현재 디자인 박물관은 새로운 문화 창조의 원동력이 되는 디자인 능력을 향상시키기 위해 과거, 현재, 미래를 이어주는 권위 있는 디자인 정보기관으로 대중의 신뢰를 받으며 디자인 분야의 여러 활동 주체들의 입체적 네트워크의 중심에서 다양한 디자인 진흥 활동을 벌이며 국가나 기업의 디자인을 보호하고 육성함으로써 정체성을 확보하고 그 우수성을 홍보하는 국제적 교두보¹⁷ 자리매김하며 디자인 발전을 선도하는 역할을 수행하고 있다.

4. 디자인 박물관의 디자인 진흥 활동

공시적 접근 방법은 한 시기의 수평적 시간 축에서 하나의 연구 대상의 현상을 살펴보는 방법¹⁸이므로 현재 디자인 박물관이 디자인 진흥을 위해 어떠한 활동을 벌이고 있는지 알아보기에 적합한 방법이라고 할 수 있다. 따라서 본 장에서 연구자는 디자인 박물관이 디자인의 대중화와 활성화를 위해 어떠한 다각적인 노력들을 하고 있는지 살펴보고자 2000년 이후부터 현재까지의 제한된 시기 동안 세계 주요 디자인 박물관이라고 할 수 있는 쿠퍼 휴이트, 모마, 빅토리아 앨버트, 런던 박물관, 비트라 등 5개 박물관의 대중 매체에 나타난 활동 사례를 수집한 후 박물관의 주요 활동인 수집, 보존, 연구, 전시, 교육, 홍보로 범주화하여 다음과 같은 디자인 진흥 활동을 도출하였다. 그러나 본 장에서는 미국과 유럽이라는 지역적 차이와 각 박물관의 성격, 시스템, 규모, 예산이 다른 점을 고려하여 박물관 간의 상호

12 Museum of Arts & Design, 2003:5-7

13 Aav Marianne, 2005:7

14 Pogrebin Robin, 2006,05.25:E.1

15 Roth Luigi, 2004:2

16 Charny Daniel, 2005:47

17 Ibid. 47

18 <http://kr.dic.yahoo.com/search/kor/result.html?p=%B0%F8%BD%C3%0%FB&pk=12137&subtype=&type=kor&field=>

비교나 우위 평가는 배제하고 박물관 간의 공동되거나 차별화된 전략적인 디자인 진흥 활동을 도출하는데 초점을 맞추었다.

4.1. 창조적 원천으로서 디자인 컬렉션의 자원화

디자인 컬렉션은 디자인 박물관 존속의 당위성을 부여하는 가장 궁극적인 요소인 동시에 디자인 분야 발전을 위한 중요한 자원이 된다. 디자인 박물관은 대량 생산되는 허먼 밀러사의 사무용 가구에서부터 한정 생산된 드록 디자인의 서랍장에 이르기까지 그 미적 수준, 창의력, 신기술 등에 의해 역사적, 개념적으로 중요한 가치가 있는 디자인 오브제와 그를 이해하는데 필요한 문서, 드로잉, 모형, 광고물에 이르는 광범위한 오브제 관련 보충물, 디자인 관련 서적, 카탈로그, 문서, 드로잉, 사진 등을 포함한 디자인 정보 컬렉션을 수집하고 있다. 디자인 박물관에 수집된 디자인 컬렉션은 그 시대의 상징물로서 보존, 연구, 전시, 교육, 홍보됨으로서 현세대에 뿐만 아니라 후세에게까지 창조적인 영감을 불러일으키는 원천이 된다. 그러므로 디자인 박물관의 수집 활동은 단순히 디자인 역사를 기록하기 위한 수동적인 행위가 아니라 새로운 디자인 역사를 창조하기 위한 능동적 행위가 된다.

미국의 쿠퍼 휴이트나 영국의 빅토리아 앨버트는 자국의 디자인 컬렉션은 물론 타국의 디자인 컬렉션에 이르기까지 재료별, 주제별, 지역별, 시대별로 다양하고 광범위한 디자인 컬렉션으로, 모마와 런던 박물관은 최초의 디자인 운동인 미술공예운동부터 현재에 이르기까지 시대적으로 전문화된 디자인 컬렉션으로, 비트라는 가구 디자인 분야에 특화된 디자인 컬렉션으로 유명하다. 각 디자인 박물관의 컬렉션 현황을 정리하면 아래의 [표 3]과 같다. 현재 각 디자인 박물관들은 공통적으로 창조적 원천이 되는 디자인 컬렉션에 대한 대중들의 접근성을 높이고자 학예부서, 연구센터, 보존부서, 도서관간의 긴밀한 협조 하에 온·오프라인을 통해 디자인 컬렉션을 자원화하고 있다.

[표 3] 디자인 박물관의 컬렉션 현황¹⁹

디자인 컬렉션 박물관명	오브제 컬렉션	정보 컬렉션
쿠퍼 휴이트	250,000이상	70,000이상
모마	7,000이상	2,000이상
빅토리아 앨버트	500,000이상	750,000이상
런던 박물관	1,000이상	관계자와의 열람금지
비트라	4,000이상	6,000이상

[표 4] 디자인 박물관 컬렉션의 온라인 자원화 현황

온라인 컬렉션 박물관명	오브제 컬렉션	정보 컬렉션	
		전시 알카이브	도서관
쿠퍼 휴이트	有	有	有
모마	有	有	有
빅토리아 앨버트	有	有	有
런던 박물관	無	有	無
비트라	無	有	無

먼저 각 디자인 박물관은 보존을 고려한 일정 절차를 통해 오프라인 상으로 대중들이 디자인 컬렉션을 직접 열람하도록 허용하고 있다. 뿐만 아니라, 인터넷이 보편화된 후 박물관을 직접 방문하지 못하는 대중의 컬렉션 활용을 향상시키고자 이미지와 텍스트로 이루어진 온라인 디자인 컬렉션 데이터베이스를 구축하고 이를 인물별, 재료별, 시대별, 주제별, 지역별로 검색할 수 있도록 단순 검색과 상세 검색 기능을 제공하고 있다. 이러한 디자인 박물관의 온라인 자원화 현황은 위의 [표 4]와 같다. [표 4]에 나타난 바와 같이 현재 쿠퍼 휴이트, 모마, 빅토리아 앨버트 등 3개 박물관이 디자인 컬렉션의 자원화를 통해 온라인 데이터베이스를 효과적으로 활용하고 있음을 알 수 있다. 이렇듯, 자원화된 디자인 컬렉션은 디자인을 이해하고자 하는 대중에게 열린 창조적 교육자원으로 활용되며 디자인 분야 발전에 기여하고 있다.

4.2. 담론의 장으로서 디자인 전시의 다양화

관람객이 오브제를 직접 경험할 수 있는 기회를 제공하는 박물관 전시는 가장 강력하고 권위있는 커뮤니케이션 방법이다.²⁰ 따라서 디자인 전시는 대중

¹⁹ 디자인 컬렉션 현황은 각 박물관에 보낸 이메일 문의에 대한 응답을 토대로 작성 하였다.

²⁰ Lord Barry and Lord, 2002:15

에게 디자인에 관한 담론을 불러일으킬 수 있는 가장 효과적인 수단이 된다. 아래의 [표 5]에서 볼 수 있듯이, 2004년²¹ 이후 각 디자인 박물관 전시 현황을 살펴보면 쿠퍼 휴이트가 전관을 사용하는 기획전을 연평균 2.3회, 모마의 경우 건축 및 디자인 학예부 기획전을 3.3회 개최했다. 또 빅토리아 앨버트는 별도의 웹사이트를 구축하는 규모의 전시를 3회, 런던 박물관 10.3회, 비트라 1.6회 개최한 것으로 나타났다. 또한 아래의 [표 6]에서 보이는 바와 같이 그 전시 주제를 살펴보면, 공통적으로 과거와 달리 박물관이라는 장소적 특수성과 연관된 역사적 연구 중심의 전시에서 벗어나 오늘의 디자인을 보여주기 위해 시대적 이슈나 최신 경향을 주제로 한 전시가 다양해졌음을 알 수 있다.

[표 5] 디자인 박물관의 전시 현황

박물관명	전시수	연평균	3년간
쿠퍼 휴이트		2.3회	7회
모마		3.3회	10회
빅토리아 앨버트		3회	9회
런던 박물관		10.3회	31회
비트라		1.6회	5회

[표 6] 디자인 박물관 전시의 주제별 현황

박물관명	전시주제	역사적 연구	오늘의 디자인
쿠퍼 휴이트		2회	5회
모마		0회	10회
빅토리아 앨버트		5회	4회
런던 박물관		1회	30회
비트라		2회	3회

(1) 시대적 이슈

많은 공감과 논쟁을 불러일으킬 수 있는 시대적 이슈에 관한 전시는 다양한 대중들의 관심과 호응을 불러일으키기 좋은 전시 방법이다. 쿠퍼 휴이트는 '디자인은 예술이 아니다(2005)'라는 역설적인 제목으로 디자인과 예술의 경계에 의문을 던지는 전시²²

21 본 절의 연구 범위는 자료 수집의 한계에 의해 2004년 이후로 하였으며 전시 주제는 전시되는 오브제의 제작 연도를 기준으로 역사적 연구는 주로 과거 디자인 오브제로 이루어진 전시를, 오늘의 디자인은 주로 1990년대 이후 디자인된 오브제를 포함하는 전시로 구분하였다.

를 개최한 바 있으며, 모마는 '안전하게 (2005)'라는 전시를 통해 현대 디자인에 있어서 안전성이라는 주제를 다룬 전시²³를, 빅토리아 앨버트의 경우, 글로벌 시대의 다양한 문화 충돌들이 현대 디자인 발전에 어떠한 영향을 미쳤는지를 다룬 '수출 수입전 (2005)'등을 기획²⁴하며 디자인 분야의 시대적 이슈를 흥미롭게 다룬바 있다.

(2) 최신 경향

디자인 분야의 기술적 혁신, 예술적 발전, 문화적 영향 등의 최신 경향을 소개하기 위해 미국의 쿠퍼 휴이트는 2000년부터 국립 디자인 트리엔날레²⁵를, 영국의 런던 박물관은 2003년부터 디자인 비엔날레인 유럽 디자인쇼를 주최하고 있다. 특히 런던 박물관의 경우, 보다 적극적으로 오늘의 디자인을 소개하기 위해 같은 해부터 매년 런던 디자인 페스티벌과 연계한 '디자인 마트'전²⁶을 선보이고 있다.

디자인의 시점이 미래인 것을 고려했을 때 오늘의 디자인에 비중을 둔 디자인 전시는 디자인의 미래를 만들기 위한 디자인 진흥 활동과 직결된다고 할 수 있다. 이렇듯, 디자인 박물관은 대중에게 디자인 오브제와 연관된 미적 체험을 제공하는 다양한 주제의 전시를 기획하여 디자인의 가치와 위상을 보여주며 디자인 진흥에 이바지 하고 있다.

4.3. 경험의 장으로서 디자인 교육 프로그램의 대중화

컬렉션, 전문 인력, 교육 공간 등 양질의 교육 자원을 보유한 박물관은 최적의 대중 교육 기관이다. 디자인 박물관 역시 박물관 본연의 임무를 다하기 위해 어린이, 성인, 가족, 학생, 교육자 등 폭 넓은 교육 대상의 디자인 능력 향상을 위한 다양하고 심도있는 온·오프라인 디자인 교육 프로그램²⁷을 제공하고 있다.

(1) 오프라인 교육 프로그램

디자인 박물관은 관내·외에서 이루어지는 갤러리 투어, 강연, 디자이너와의 대화, 심포지엄, 컨퍼런스, 세미나, 시연 및 워크숍, 스튜디오 방

22 <http://www.cooperhewitt.org/EXHIBITIONS/past.asp>

23 <http://www.moma.org/exhibitions/2005/index.html>

24 http://www.vam.ac.uk/exhibitions/past_exhibs/index.html

25 <http://www.cooperhewitt.org/EXHIBITIONS/past.asp>

26 <http://www.designmuseum.org/exhibitions/previous-exhibitions>

27 연구의 범위가 디자인 박물관에 대한 대중의 접근성 향상에 관한 것이므로 디자인 전문가집단을 위한 인턴쉽이나 석사 과정 등에 관한 디자인 전문 교육 프로그램은 본 연구에서 제외되었다.

문, 여름 교사 연수 프로그램, 인턴쉽 등 각 교육 대상별로 적합한 디자인 교육 프로그램을 운영하고 있다. 쿠퍼 휴이트는 커뮤니티를 대상으로 한 워크숍 '이웃의 도시'²⁸를 통해 지역 주민과 디자이너가 함께 시대적 이슈를 반영하며 지역의 미래를 제시하는 참여형 디자인 교육 프로그램으로 대중의 관심을 모으고 있다. 또한 모마는 디자인 컬렉션을 중심으로 1주일에 한번 10주간 권위있는 디자인 전문가가 진행하는 아카데미 프로그램 '모던 디자인 1900 - 1972'²⁹을, 비트라는 파리 퐁피두센터와 공동으로 매년 프랑스에서 유명 디자이너와 학생들이 함께 1주 동안 하나의 주제로 디자인 프로세스를 경험하는 보아스부체 디자인 워크숍³⁰을 주관하고 있다.

(2) 온라인 교육 프로그램

쿠퍼 휴이트는 2006년 가을 웹사이트 개편을 통해 디자인 박물관 웹사이트를 디자인 교육 자원으로 활용하고자 수업시간에 응용할 수 있는 디자인 교육방법, 시청각 자료, 참고서적 등의 관련 자료를 웹사이트내 '교육 자원 센터'³¹를 통해 제공하고 있다. 또한 빅토리아 앨버트는 온라인상의 정보 접근성을 향상시키기 위해 2001년 웹사이트 개편을 시작³²으로 현재 웹사이트 활용의 극대화를 위한 2006-2009 국립 박물관 온라인 교육 프로젝트를 추진³³하고 있다. 모마는 컬렉션을 중심으로 일방향 강의형식의 모던 아트와 모던 티쳐, 쌍방향 형식의 레드 스튜디오를 운영³⁴하면서 사용자가 디자인 관련 지식을 습득하고 디자인 프로세스에 참여하며 디자인에 대한 이해를 높일 수 있는 온라인 교육 프로그램을 운영하고 있다.

이렇듯 디자인 박물관은 대중이 디자인 과정을 직·간접적으로 경험할 수 있는 다채로운 교육 프로그램을 제공함으로써 단기적으로 디자인 컬렉션과 전시에 대한 대중의 이해를 높여 교육 효과를 증대시키고, 장기적으로는 디자인 가치에 대한 대중의 인식을 고양시킴으로써 디자인 분야 활성화에 일조하고 있다.

4.4. 디자인 저변 인구 확대를 위한 디자인 홍보의 극대화

디자인에 대한 보다 많은 대중들의 관심과 호응을 불러일으키기 위해 디자인 박물관은 다음과 같은 전략적 홍보 방법을 통해 디자인과 대중의 간격을 좁히려는 노력을 하고 있다.

(1) 디자인 관련 인쇄 및 전자 출판

박물관에서 대중적, 학술적인 인쇄 및 전자 출판 활동을 벌이는 것은 박물관 컬렉션과 프로그램을 기록하고 그 도달 범위를 확장함으로써 예술 작품에 대한 이해를 넓히는데 효과적인 홍보 방법이다.³⁵ 각 디자인 박물관은 박물관을 직접 방문한 관람객 뿐만 아니라 잠재된 관람객에 이르기까지 그 타겟의 범주를 확장시키기 위해 디자인 컬렉션, 전시, 교육 활동을 기록하고 홍보하는 카탈로그나 책 등의 인쇄 출판과 CD나 영상물 등의 전자 출판 활동을 벌이고 있다. 모마는 타 예술분야에 비해 수적으로 열악한 디자인 관련 서적을 출판하기 위해 박물관 활동 관련 서적은 물론 디자인에 대한 일반 정보를 담은 '디자인 백과사전(2004)'을 출간하는 등 디자인에 관한 대중의 인식을 높이기 위한 저술 활동을 활발히 펼치고 있다. 한편, 전자 출판의 경우 빅토리아 앨버트가 2003년 아르데코 전시 홍보를 위해 BBC방송과 함께 '아르데코 이야기'라는 방송 프로그램을 제작한 바 있으며, 같은 해 런던 박물관이 역시 BBC와 함께 올해의 디자이너상과 관련된 방송 프로그램을 공동 제작³⁶하여 홍보를 극대화 하였다.

(2) 디자인 박물관 웹사이트

박물관의 웹사이트는 박물관이 가진 물리적 한계를 넘어 '벽 없는 박물관'을 실현 할 수 있는 홍보 방법이다.³⁷ 디자인 박물관의 웹사이트는 가상공간에서 또 다른 활동의 주체가 되어 시·공간적 제약을 넘어 보다 많은 대중들에게 디자인 박물관에 관한 일반 정보와 전시, 교육, 이벤트, 디자인 연구소, 디자인 스토어 등에 관한 활동 정보, 그리고 디자인 컬렉션, 도서관 및 알카이브 등 디자인에 관한 전문 정보 등을 제공하고 있다. 현재 각각의 디자인 박물관은 물리적인 확장 뿐만 아니라 가상공간의 확장 계획을 통해 과거의 단순한 데이터베이스 시스템이었던 웹사이트를 역동적이고 권위있는 디자인 정보 네트워크 중추로 변환시키기 위한 다양한 노력을 하

²⁸ <http://www.cityofneighborhoods.org/>

²⁹ <http://www.moma.org/education/courses.html>

³⁰ <http://www.design-museum.de/design/workshops/index.php?sid=0cdb5c231180232cfc2b70950703f20f>

³¹ <http://www.educatorresourcecenter.org/>

³² http://www.vam.ac.uk/files/file_upload/4105_file.pdf

³³ http://www.vam.ac.uk/about_va/online_learning/index.html

³⁴ <http://www.moma.org/education/>

³⁵ Association of Art Museum Directors, 2001:12

³⁶ Bumpus Judith, 2003:32

³⁷ Sarraf Suzanne, 1999:238

고 있다. 웹사이트를 통한 활발한 디자인 홍보 활동은 연관된 각각의 절에서 언급하였다.

(3) 온·오프라인 디자인 스토어 및 레스토랑

박물관과 무관한 대중을 박물관으로 끌어들이는 매개체가 되는 박물관 스토어와 레스토랑은 관내 컬렉션 및 전시와 대중간 간격을 좁히는 새로운 홍보 방법이다. 특히, 박물관 스토어는 박물관에서 얻은 교육 경험을 기억할 수 있는 상품을 관람객들에게 제공함으로써 교육 효과를 극대화할 수 있다는 점에서 박물관 관계자 사이에 그 중요성을 인정받고 있다.³⁸ 비트라의 경우, 선구적으로 관내 컬렉션과 동일한 재료와 구조를 가진 미니어처 컬렉션 라인을 상품화하여 교육 및 홍보 효과를 높이고 있다. 쿠퍼 휴이트 또한 관내 스토어와 상품의 가치에 주목하여 2004년 물리적 시설을 확장하는 한편 컬렉션과 전시와 연관된 상품을 개발하는 등 홍보를 위한 스토어의 역할을 강화³⁹하였다. 모마 역시 유동인구가 많은 타 지역에 위성 디자인 스토어를 운영하며 대중들이 혁신적인 디자인 오브제를 접할 수 있는 기회를 최대화하였다. 또한 각 디자인 박물관은 온라인 스토어를 운영하여 대중에게 수준높은 디자인 오브제를 제공함으로써 대중의 디자인 인식과 스탠다드를 향상시키는데 힘쓰고 있다. 관내 스토어와 함께 관내 레스토랑 또한 관람객이 박물관을 찾는 또 다른 목적이 되고 있다.⁴⁰ 레스토랑 방문자는 관내 레스토랑을 이용하기 위해 박물관의 주 출입구를 통과해야 하는 만큼 관내 레스토랑 또한 새로운 관람객을 유치하기 위한 홍보 전략으로 유용하다. 런던 박물관 레스토랑 '블루 프린트 카페'가 대표적인 예라고 할 수 있다.

(4) 우수 디자인/디자이너 포상 제도

우수 디자인/디자이너 포상 제도는 디자인에 대한 대중의 인식을 향상시키고 디자인의 질적 수준 향상에 기여하는 디자인 박물관 본연의 임무를 수행하기 위한 또 다른 전략적 홍보 방법이다. 미국 쿠퍼 휴이트는 1997년부터 국가디자인상을⁴¹, 영국 런던 박물관은 2003년부터 올해의 디자이너상을⁴² 제정하여 운영하고 있다. 이러한 디자인상은 단순한 수상뿐만 아니라 디자인 전시와 교육으로 연계되어 디자인과 일상생활과의 관계를 대중들에게 인식시킴

으로써 디자인 가치 제고에 이바지 하고 있다.

(5) 디자인 관련 행사

디자인 박물관들은 디자인 저변 인구확대를 위해 보다 많은 관람객을 유치할 수 있는 다양한 디자인 관련 행사를 기획하고 있다. 쿠퍼 휴이트와 빅토리아 앨버트는 매주 금요일 밤이나 여름과 같은 특정 시기에 관내 공연 관련 이벤트를 열어 대중의 일상에 박물관을 스며들게 하려는 시도를 하고 있다. 또한 쿠퍼 휴이트는 디자인에 대한 대중의 관심을 높이고자 2006년 처음으로 10월 셋째 주를 국가 디자인 주간으로 정하고 대중을 위한 다양한 디자인 관련 프로그램을 실시하였다. 그 일환으로 '대중의 디자인상'을 제정하여 대중이 우수디자인상을 선정하기 위해 직접 후보를 추천하고 투표하는 색다른 방식의 상을 신설⁴³하며 디자인에 대한 대중의 관심과 참여를 유도하기 위한 활동에 힘쓰고 있다.

디자인 박물관은 본 절에서 서술된 전략적인 진흥 활동을 통해 디자인에 대한 일반의 관심과 인식을 높이고 디자인의 위상과 가치를 높이는데 공헌하고 있다.

5. 결론

1852년 영국 런던에 세계 최초의 디자인 박물관이 설립된 이후, 디자인 박물관의 상업화와 권력화에 대한 비판에도 불구하고 서구 디자인 선진국은 디자인 박물관을 중심으로 디자인 산업을 보호하고 육성함으로써 디자인 정체성을 확립하고 그 우수성을 홍보하며 국가 경쟁력과 삶의 질을 향상시켜왔다. 이러한 세계적인 흐름에 동참하고 디자인에 대한 대중의 관심과 요구에 부응하기 위해 향후 설립될 한국 디자인 박물관은 산·학·연·관 등 다양한 활동주체의 중심에 서서 디자인 능력 향상을 위한 통합적이고 전략적인 진흥 활동을 통해 국내·외적으로 한국 디자인 발전을 주도할 원동력이 되어야 할 것이다.

이 같은 역할을 성공적으로 수행하기 위해 한국 디자인 박물관은 다음과 같이 연구를 통해 도출된 서구 주요 디자인 박물관의 진흥 활동을 벤치마킹할 필요가 있다. 첫째, 창조적 원천이 되는 디자인 컬렉션을 자원화하고, 둘째, 디자인의 가치와 위상을 보여주는 다양한 주제의 전시를 기획하며, 셋째, 그 디자인 컬렉션과 전시에 관한 올바른 해설과 변론을 할 수 있는 대중 교육 프로그램을 제공하고, 넷째,

38 Schwarzer Marjorie, 1999:45

39 http://www.cooperhewitt.org/_docs/genral/shop_051404.pdf

40 Collins Glenn, 2004.10.27:F.1

41 <http://www.cooperhewitt.org/NDA/index.asp>

42 <http://www.designmuseum.org/exhibitions/previous-exhibition>

43 http://www.cooperhewitt.org/_docs/press/ndw_081806.pdf

디자인 관련 인쇄 및 전자 출판, 디자인 박물관 웹사이트, 온·오프라인 디자인 스토어 및 레스토랑 운영, 우수 디자인/디자이너 포상 제도, 디자인 관련 행사 개최 등 디자인 박물관에 대한 대중의 접근성을 극대화하기 위한 전략적 진흥 활동을 벌여야 할 것이다.

연구자는 본 연구를 통해 현재 해외 디자인 박물관들이 디자인 진흥을 위해 어떠한 활동을 하고 있는지 개괄적으로 살펴보았다. 그 과정에서 각 장이나 절이 하나의 연구 주제가 될 만한 범위임에도 불구하고 개관 연구를 위해 많은 부분이 생략된 점과 자료 수집의 한계에 의해 박물관 예산과 활동간 관계를 연구에 포함시키지 못한 점은 본 연구의 한계라고 할 수 있다. 그러나 본 연구는 디자인 대중화와 활성화를 위한 연구로서 의의를 가지므로 그와 연관된 디자인 박물관에 관한 다양한 후속 연구를 기대하며 본 연구를 마친다.

참고문헌

- Aav, Marianne. (n.d.). *The Role of National Design Museums in the Globalized World*.
<http://www.edu-design.net>
- Association of Art Museum Directors. (2001). *Professional Practices in Art Museum*. New York:Association of Art Museum
- Betsky, Aaron. (1999). *Who Needs Design Museum*. *Blueprint*, 166, 40-42.
- Bumpus, Judith. (2003). *Deco fabulous*. *Art Newspaper*, 13, 32.
- Charny, Daniel. (2005). *Collection of Thoughts*. *Blueprint*, 226, 47-50.
- Collins, Glenn. (2004, 10. 07). *A Destination for Food*. *New York Times*.
- Heskett, John. (2002). *Design: A Very Short Introduction*. Oxford:Oxford University Press.
- I.D. (2005). *I.D. Forty*. *I.D.*, 52(1), 53-93.
- Lord, Barry and Gail Dexter Lord. (2002). *The Manual of Museum Exhibitions*. Walnut Creek: Altamira Press.
- Museum of Arts & Design. (2003). 2001-2002 Annual Report. New York:MAD.
- Pogrebin, Robin. (2006, 05. 25). *Cooper-Hewitt Chooses a New, More Modest Design for Growth*. *New York Times*, E1.
- Rees, Helen. (1994). *The Culture of Consumption*. Abercrombie, Nicholas, Keat. (Ed.), *The*

- Authority of the Consumer* (pp. 154-165). New York:Routledge
- Roth, Luigi. (2004). *Method notes on the philosophy, management and communication of a great local work*. *Domus*, supp, 2.
- Sarraf, Suzanne. (1999). *A Survey of Museums on the Web*. *Curator*, 42(3), 231-243.
- Schwarzer, Marjorie. (1999). *Schizophrenic Agora*. *Museum News*, 78, 40-47.
- <http://dic.search.naver.com>
- <http://icom.museum>
- <http://www.cooperhewitt.org>
- <http://www.designmuseum.fi>
- <http://www.designmuseum.org>
- <http://www.kunstindustrimuseet.dk>
- <http://www.moma.org>
- <http://www.naver.com>
- <http://www.paris.org>
- <http://www.vam.ac.uk>