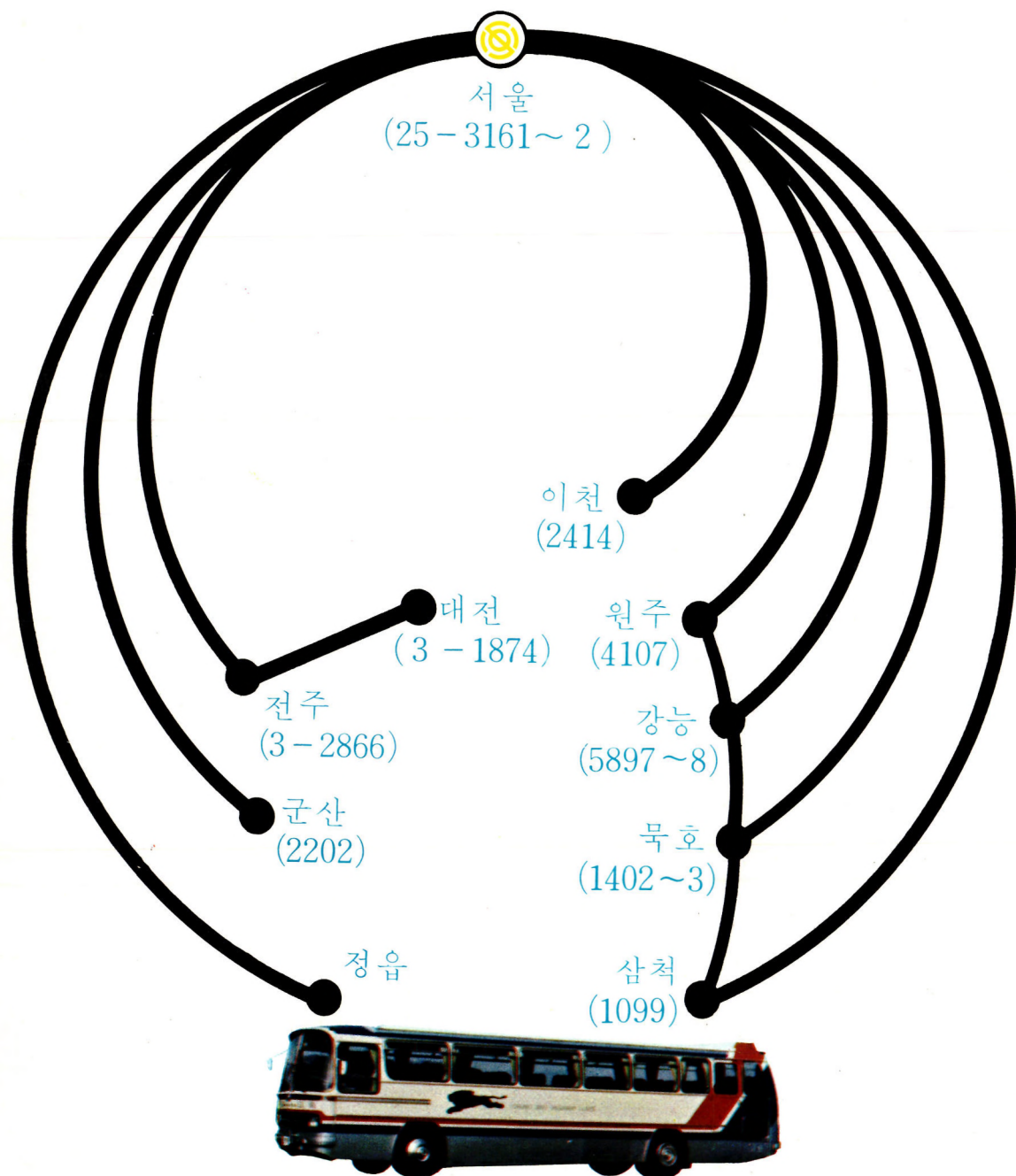


中央高速은 여러분의 激励와
声援속에서 成長하고 있습니다。



중앙고속

CHUNG ANG HIGHWAY LINES

서울·東大門터미널 電話 25-3161~3163



通卷 第 25 號

4 月號

● 卷頭言 / 張盛煥

■ 特輯 / 工業디자인

- 5 工業디자인의 發展過程과 그 方向 / 崔大錫
14 輸出增大를 위한 工業디자인의 役割과 質的 問題 / 閔哲泓
18 工業디자인 教育의 實際와 効率化方案 / 李順嫻
22 日本 工業디자인의 發展과 그 背景 / 編輯室

28 디자인 칼럼

Design, Design, Design / 李化洙

34 韓國디자인의 座標② / 李慶成

39 Corporate Image⑥

Label Identity / 朴在進

46 DECOMAS① / 金德謙

60 DECOMAS 事例 - 趙英濟 디자인展 - / 編輯室

64 韓國傳統紋樣

工藝④ / 林永周

74 工藝材料의 研究④ / 張潤宇

83 韓國現代工藝의 形態와 機能 / 洪明淑

90 莞草製品 디자인 / 南相教

97 近代 韓國刺繡디자인의 變遷과 特性 / 金順燮

108 李朝十長生紋樣의 社會性과 造形性 分析 / 金在源

124 優秀製品디자인 紹介 / 河泰文

132 디자인 話題와 消息 / 河泰文

144 디자인 隨想

❖ 멋쟁이를 위한 디자인 / 李英蘭

❖ 幕內의 期待 / 申瓚均

❖ 디자이너 친구 A. B. C. / 任世淳

❖ 眠目과 見聞 / 李規用

151 第11回 大韓民國商工美術展覽會 開催公告



卷 頭 言

理事長 張 盛 煥

世界를 휩쓸었던 不況도 가시고 이제 國際經濟의 景氣가 回復되어 감에 따라 우리 나라 經濟는 活氣를 더해 가고 있으며 아주 밝고 고무적인 展望을 보이고 있습니다.

3 月 末 현재 輸出実績은 14억 1 천 2 백만 달러로 前年 同期에 비해 47%나 增加했으며 특히 輸出信用狀 來到額이 3 月中에 7억 2 천 3 백만 달러를 記錄하는 好調를 보였습니다.

그러나 이와 같은 經濟動向에도 불구하고 輸出品 販賣戰略 現況 調査 結果 外貨 稼得額의 提高를 위하여는 質向上에 의한 高級品化를 期하도록 促進하여야 한다는 點이 指摘되었습니다.

이 問題와 關聯하여 디자인 포장의 機能과 役割의 重要性을 다시 한번 強調하지 않을 수 없습니다. 商品의 質 및 高級化에 있어서 디자인 포장이 차지하는 比重과 關係는 너무 크고 密接하기 때문입니다.

디자인 포장은 販賣를 위한 手段이며 마케팅 活動의 重要な 一部로서의 商品性을 지니고 있습니다. 다시 말하자면 디자인 포장은 商品 그것 自体이며 商品의 一部로서 機能的으로도 販賣促進의 面을 지니고 消費者의 購買動機를 刺戟하는 힘이 있습니다.

그러므로 消費者에 對한 購買訴求力을 增大시켜서 販賣高를 높이기 위해서는 使用의 便利性, 安全性, 審美性, 獨創性, 經濟性 등 디자인 포장의 複合的인 諸 機能이 잘 갖추어져야 優秀 디자인 포장의 役割을 하게 되며 商品의 디자인 포장은 그렇게 開發 改善될 것이 要求되고 있습니다. 그래서 高級品일 수록 디자인 포장의 商品性은 높은 것이며 優秀 디자인 포장의 開發 改善을 強調하는 理由도 여기에 있다 하겠습니다.

이와 같은 일은 디자이너의 使命感과 役割에 의해 끊임없이 追求되어야 할 課題입니다. 國家的 時代의 要求와 期待에 副應하여 輸出産業界가 渴望하는 훌륭한 디자인 포장을 開發하는 일에 加一層의 努力과 精誠을 傾注할 것을 우리 모두 굳게 다짐해야겠습니다.

그리고 이와 같은 努力의 一端은 우선 오는 6 월에 開催되는 第 11回 商工美展을 통해 보여지기를 바라며 出品者 여러분의 훌륭한 創意開發과 알찬 成果가 있기를 期待하는 바입니다.

工業디자인 發展過程과 그 方向

The development process and its trend of industrial design.

崔 大 錫

弘益大 工藝學科 專任講師

1. 序 論

Industrial Design(이하 ID라 칭함)은 곧 모든 디자인의 중심적 위치에서 발전해 왔으므로 디자인史를 더듬어 보는 과정에서 그 발전과정은 규명될 수 있다. 따라서 根源的인 디자인의 史的 考察은 넓게는 文明發達史의인 觀點에서 살펴 봐야 하며 그 발전과정 중에서도 古代, 中世, 近世를 거쳐오는 동안은 造形文化史를 주로하여 그 思潮의 파악에 역점을 두고 合理主義와 資本主義 體制의 확립과 더불어 産業化社會의 필수 불가결한 한 장르를 차지하기에 이르러 그 직접적 成立과 展開를 보게 된다. 많은 앞으로의 과제와 미해결의 문제를 내포한채 급속도로 발전해 가는 ID가 시대적 요망에 따라 전문화된 분야로서의 직접적 계기를 맞아 비로소 탄생되었던 것이다. 따라서 그 내용 또한 다양하게 다각도로 다루어 지지 않으면 그 본질적 의미의 파악이 어려울 뿐만 아니라 내일의 사회가 요구하는 바를 그 方向感覺 마저 잃을 수 있기 때문에 이 문제는 더욱 중요시 되어야 할 것이다. 그것

은 時代精神을 올바르게 보는 태도는 물론 특히 우리가 처한 사회적, 경제적 상황 하에서의 필연적 발전을, 내일의 사회가 요구하는 方向에 따라 이끌어 갈 수 있기 때문이다. 여기에서 우리는 ID를 우리 나름대로 어떻게 발전시켜 가야 하는가의 문제 해결방안을 모색해 볼 수 있을 것이다. —ID에 관한 내용은 그동안 디자인·포장지 通卷 19號에서도 特輯으로 다루어졌고 그 외에도 다수 수록된 것으로 안다. 또한 特輯으로 “디자인 교육의 本質과 그 韓國의 展開”(弘益美術 2號 1973, 弘益大)에서도 종합적으로 다루어 졌었다. 따라서 필자는 여기서는 새삼 ID의 정의나 대상, 전문화된 ID로서의 발전과정만의 문제는 생략하기로 하고, 디자인의 思潮 파악에 주안을 두고 論하기로 한다.

2. 本源的 意味로서의 ID의 發生

——近代 디자인의 發生까지——

디자인 하는 動物

인류는 이 세상에 그 모습을 나타내자 곧 그들의 생활을 영위하기 위한 어떤 모양의 도구를 만들기 시작하였다. 그래서 인간은 도구를 사용

하는 동물이라고 일컫는다. 그들은 그들이 필요로 하는 생활용구를 만들 때 될 수 있으면 편리하고 아름다운 것으로 만들려는 본능이 작용하였을 것이다.

인간은 끝없는 인류 역사를 통해서 인간만이 지니는 창의력을 발휘하여 생활용구들을 만들어왔고 이때의 “만든다”는 것은 곧 디자인 한다는 것과 같은 것이었으며 매일의 생활 속에서 필요한 생활필수품들을 만들 때 거기에 디자인 한다는 행위가 있게 되는 것이다. 그러므로 인간은 디자인 하는 동물이라 할 수 있다.

이렇게 인간이 존재하는 곳에는 반드시 디자인이 있으며 인간이 가지는 문화적 본능의 하나가 바로 디자인이라고 할 수 있는 것이다. 이와 같이 무명의 디자이너로부터 디자인만 전담하는 디자이너라고 하는 직업이 나타나기까지 성장하여온 ID는 인류 역사 속에 전혀 새로운 시대를 만들었으며 대중의 생활 속에 깊이 침투하여 대중으로부터 의식, 무의식 중에 지지되고 있는 것이다. 이처럼 ID는 원천적으로 모든 디자인의 중심적 위치에서 발전해 왔던 것이다. 물론 현대적 의미의 ID의 탄생은 역사적으로 짧은 연륜을 가졌다고 볼 수 있겠으나 그 根源은 인간생활의 시작에서부터 비롯되었다고 볼 수 있겠다.

그러나 “디자인”이라는 용어가 近代用語로서 일반에게 쓰이게 된 것은 유럽의 Renaissance 이후부터라고 할 수 있는데 그러나 이 용어도 시대나 나라에 따라서 반드시 통일되어 쓰여온 것은 아니다.

우리 나라에 있어서도 디자인이라고 하면服飾이나 자동차의 Style, 色彩, 포스터의 내용에 이르는 넓은 의미로 인식되고 있다. 그러나 현재의 디자인은 大量生産에 의해서 合目的的으로 물건의 機能이며 構造 등의 屬性을 종합적으로 造形計劃하는 경우에 쓰이고 있는 것이라고 보아야 하겠다. 따라서 이러한 디자인의 올바른 의미와 더불어 그 대상 영역도 미국의 디자이너 Raymond Lowey의 「루즈로부터 기관차까지」라는 말처럼 오늘날에 와서는 大量生産의 製品은 물론이고 더욱 확대하여 不特定多數의 大衆을 대상으로 하는 一品性的 製品까지를 포함시켜 그 대상영역으로 하고 있다. 예를 들면 公共施設 등은 물

론 우리들의 생활을 둘러싼 세계는 막대한 수의 ID로 둘러 쌓여 있다고 해도 좋을 것이다.

이러한 디자인의 발전과정도 時代와 지역에 따라 그 나라 고유의 風土와 사회에 의하여 독특한 것으로 육성된 것이다. 그러나 지역적, 시대적으로 공통의 특색을 발견할 수 있는데 그것은 인간이 물건을 보는 견해, 造形の 素材, 技術이 有機的으로 결부되어 시대적, 지역적으로 생겨난 것이다. 先史時代 이래 古代, 中世, 近世를 거쳐 近代 유럽에서 産業革命이 일어나기까지 그 이전의 디자인 활동은 그 성격상 주로 造形文化의 歴史를 중심으로 하여 다룰 수 있는 성질의 것이며 주로 手工藝的, 一品性的 大衆을 전제로 하지 않은 造形藝術品의 성격을 간직한 것이 주였었고 일반서민과는 동떨어진 것이었다고 볼 수 있겠다.

中世 유럽의 경우 기독교와 봉건제도가 완전히 지배해 있었으나 얼마 후 이 重壓으로부터의 해방과 인간성의 회복을 갈망하게 되었으며 인간 중심의 진실로 자유로운 인간적 文化를 요망하게 되었다. 中世에서는 寺院을 중심으로 종교적인 造形에 중점이 놓여 있었으나 Renaissance 이후는 왕족 귀족들의 궁전이나 저택 등 세속적 건축을 중심으로 실내가구 기타의 공예 전반에 화려한 발전을 나타냈다. 각국은 약간의 年代差와 樣式도 일정하지는 않지만 그 基調에는 풍부한 Humanism의 정신과 古典美를 理想으로 하는 엄격하고 단정한 질서와 조화가 있는 표현이 일반적인 특색이었다.

한편 1789년에 일어난 프랑스 혁명은 이제까지 사회의 지배계급이었던 귀족들을 몰락시키고 새로 부르조아 계급이 사회의 지도적 지위에 진출하는 계기가 되었으며 영국에서 시작된 産業革命은 모든 생산분야에 있어서 機械生産方式을 촉진시키는 동시에 과학기술의 발달을 자극한 결과 生活이나 文化의 영역에 있어서 인간의 理性을 중시하는 合理主義的 思考方式을 보급하기에 이르렀다.

또 오랜 동안 궁정, 귀족, 교회같은 소수의 권력자들에 의해서 독점되어 오던 예술이나 공예는 사회의 실질적인 지배계급이된 부르조아의 손에 쥐어지게 되고 造形藝術에 있어서는 作品

이 궁전의 실내를 장식하는 장식적 요구로부터 해방되어 그것 자체의 순수한 형식의 美가 추구되는 경향이였다.

한편 공예 디자인 분야에서는 실생활에 적합한 機能性과 合理的인 構造가 중요시 되게 되었던 것이다. 19세기 전반의 유럽의 조형의장은 그리스 로마의 古典에 대한 憧憬으로부터 古典主義가 流行한 반면 그것에 대항해서 中世의 Gothic 美術이라든가 近東의 異國情緒에 憧憬되는 浪漫主義도 유행했다. 19세기 후반이 되어서는 건축이나 실내장식의 분야에서는 주로 樣式이 消失하고 디자이너들은 사회의 급격한 변화에 대처하는 정당한 인식을 가질 수 없고 다만 과거의 樣式을 부활하던지 그것들을 통일도 없이 모방하는 경향이 강하였으므로 樣式의 혼란은 대단한 것이었다.

工藝디자인 분야에서는 市民階級의 경제적 진출에 수반해서 생활공예품의 수요가 증대한 결과 지금까지의 手工藝的 生産方式은 機械的 生産方式으로 대체 되었다. 機械製品의 質的 저하와 市場의 俗惡한 工藝品이 범람한 상황에 대해 영국의 工藝家 William Morris는(1834~1896) 市民을 위한 實用工藝品의 質的向上을 목표로 디자인의 改革運動을 추진했다. 이 운동은 英國뿐만 아니라 후에 유럽대륙에도 절대적 영향을 주어 세기 말에는 벨기에나 프랑스를 중심으로 Art Nouveau 라고 하는 디자인 近代化를 위한 運動이 展開되게 되었다.

近代디자인의 發生

① 유럽의 近代는 영국에서 시작한 産業革命에 의해서 그 막이 열렸다. 19세기는 이 산업혁명에 따라 경제를 중요시하는 새로운 合理主義의 世界觀이 形成되었다.

또 지금까지의 科學의 發展은 이 時代가 되어서 처음으로 큰 技術로서 열매 맺게된 것이다. 이것은 종래의 手工業(Manufacture)에 대신해서 새 공장제도(機械制生産制)와 蒸氣의 利用에 의해서 大量生産의 基礎가 확립된 것이다. 그런데 工場制度和 大量生産에 의한 영향은 注文生産으로부터 예측생산을 촉진하게 되었다. 그 때까지는 Master(匠人)의 손으로서 상품이 個性을 지

닌 것으로 만들어졌으나 산업혁명에 따라 상품은 공장 속에서 分業되어 製作되게끔 변화해 온 것이다.

산업혁명에 의해서 실현된 工場制 大量生産은 영국으로부터 유럽 전역에 파급되어 現代의 資本制 生産樣式의 출발점으로서 극히 중요한 의의를 지니고 있는 것이다. 한편 공업의 진보는 인구의 증가를 필요로 하고 도시인구의 증가는 또 농업, 상업분야를 자극하여 국내시장은 증대일로를 걷는 결과가 되었다.

이와 같은 폭발적인 변화 가운데, 영국에서는 새로운 技術에 따른 새로운 생활을 찬미하는 런던 萬國博覽會가 1851년에 개최되었다. 그 가운데서도 大展示館의 水晶宮(crystal palace)은 당시 영국의 번영과 기술의 先進性을 가장 상징적으로 표현하고 있다. 17세기가 理性의 時代이고 18세기를 啓蒙의 時代라고 부른다면 19세기는 機械를 대표하는 科學技術 萬能의 時代라고 할 수 있을 것이다.

그러나 이 19세기에 생각하던 과학은 현재 우리들이 이해하고 있는 科學觀과는 큰 차이가 있었던 것이다. 中世까지 유럽 사람들을 지배하고 있던 絕對의 神은 Renaissance를 지나서 부정되었으나 그 神 대신에 과학이 등장하게 되었다. 18세기 중엽으로부터 1세기에 걸치는 산업혁명은 近代産業을 成立시키는 동시에 近代社會의 새로운 발족을 촉진하게 되었다. 資本主義 生産樣式이라고 불리는 工場에 있어서의 大量生産은 이 시기로부터 시작되었다. 산업혁명이 완성된 19세기 중엽 경에는 Victoria女王 밑에서 영국 최후의 黃金期를 맞아 一般大衆은 물질상의 한없는 번영과 진보에 큰 기대를 걸고 있는 時期이기도 하였다. 산업혁명의 결과 生産의 증대에 따라 지금까지 高價였던 商品이 싼값에 입수되게 되었다. 반면에 공장 노동자의 임금이나 노동조건은 악화되고 家內工業에 종사하는 이들의 생활도 곤란하게 되었다.

상품의 품질을 중요시하던 手工作의 匠人은 과거 1세기 사이에 소멸되고 工業製品의 形態나 外觀 등은 “工場 企業家”라고 불리는 예술에 무관한 사람들의 손에 맡겨졌다. 그 결과 工場制 生産物은 낮은 工藝的 價値를 지닌 것이 되었

다. 예를 들면 당시의 製品은 제봉틀에 唐草紋樣을 장식하거나 엔진에 그리스 건축에서 볼 수 있는 것과 같은 장식을 보이며 어떤 재료의 특질을 다른 재료에 모조하는 일도 성했다. 유리로서 大理石과 같은 패턴을 내든가 나아가 침대를 낫쇠로 만들어서 디자인은 木製의 것을 완전히 모조하는 것도 있었다. 1851년의 런던 萬國博覽會場은 이와 같은 종류의 전시물로서 넘쳐 있었다.

John Ruskin(1819~1900)에 의하면 裝飾藝術의 本質은 장식을 붙이는 대상의 재료와 장소와 역할이 일치하도록 가능한한 아름답게 처리하는 것이며 그 때문에 관찰을 통해서 자연물 가운데 있는 여러 가지의 아름다운 線을 표현하는 일이었다. 여기에는 近代디자인의 機能的 思考方式이 엿보인다. 또 그의 著書 “베니스의 石”(The stone of Venice)에서는 건축을 통해서 그 속에 있는 工藝家의 思想이 중요하다는 것을 지적하고 있다. 이 일은 오늘날의 디자인의 입장에서 評價하지 않으면 안된다. Ruskin은 美術, 社會評論家로서 近代 디자인史 가운데서는 思想的인 선구자의 위치에 있다고 하겠다.

Morris는 Ruskin의 思想을 이어받아 그 理念을 의욕적으로 실행했다. 工藝家로서 俗惡한 製品으로부터 大衆을 구하기 위해서는 우선 사회적 사명으로서 손으로 만들어진 製品을 사회에 내놓는 일이라고 생각했다. 그리하여 그는 機械文明과 그 制度정신을 비판하였고 우수한 工藝人은 사람들을 둘러싼 生活환경의 美를 만들어 내고 그것이 社會생활의 개선에 관계하는 것이라고 생각했다. 이러한 Morris들의 手作製品은 일부의 상류계층의 생활에 영향을 미치게 하였으나 널리 大衆에게 보급되지는 못하였다. 이점에서는 Morris의 理念과 사회에 대한 實現方式이 資本主義時代의 조건에 모순되는 것이었다. 그러나 Morris作品의 流動感은 후에 벨기에, 프랑스를 중심으로 하는 Art Nouveau 運動의 계기로 되었다. Morris의 뜻을 이어받은 건축가, 공예가에 의해서 1880年代에는 많은 그룹이 조직 되었는데 Morris를 기점으로 이 1880年代까지의 운동을 총칭해서 Arts & Crafts 運動이라고 부르고 있다. 이러한 큰 영향을 준 Morris가

先覺者로 되어 近代 디자인 운동은 발족했다.

[2] 1890年代로부터 벨기에, 프랑스를 중심으로 시작한 造形中心의 Art Nouveau 運動은 유럽에 널리 국제적 유행을 가져왔다. 1890年으로부터 20년 간은 프랑스를 중심으로 유럽에서는 건축, 실내장식, 포스터, 장신구에 이르기까지 유행적인 곡선과 화려한 색채에 의한 장식이 넘쳐 있었다. 이 운동의 선구자의 한 사람인 Henri van de Velde(1863~1926)는 명확한 이론을 가진 우수한 지도자였었다. 그의 장식은 製品이나 部品의 기능을 설명하는 것이었고 그에 의하면 製品의 論理的 구조와 材料의 사용에 있어서의 타협이 없는 論理와 工作過程을 솔직하게, 자랑스럽게 나타내는” 정신이였었다. 그러나 이 운동도 결국은 장식 자체에 목적을 가졌던 예술을 위한 예술을 벗어나지는 못했다.

3. 近代 ID의 成立과 展開

20세기 후반의 디자인 활동은 19세기의 近代合理主義의 경향을 다시 일보 전진시킨 機能主義로서 나타난다. 이 시대는 그 밑바탕에 自然法的 世界觀을 思想의 前提로서 自由競爭에 기인하는 資本主義의 산업질서와 개인주의적 民主主義의 사회질서와를 主體로 해서 구성되어 있다.

산업은 미국에 있어서는 Conveyer system을 채용한 大量生産에 들어가고 자동차 생산은 T型 Ford에 의해서 지금까지의 사치품-을 필수품으로 전환할 수 있었던 것이다. 이 Ford에 따른 Conveyer 着想的 배후에는 인간도 일개의 기계로서 능률의 測定對象으로된 것이다. 無人格의인 기계로서의 인간이 이 시대로부터 의식되게끔 되었다.

Le Corbusier의 말을 빌리면 “집은 살기 위한 기계”였었다. 그러므로 아름다운 것이 아니면 안된다고 생각했다. Corbusier와 같은 디자이너에 있어서는 合理主義는 機能主義와 같은 의미로 쓰면서 그의 合理性은 기계의 構造로서 나타나는 Mechanism이 가지는 合理性도 의미하고 있었던 것이다. 이와 같이 造形的 활동은 주로 科學的 合理性의 추구에 중점이 놓여져 機能이야말로 결과로서는 美로서 생각되어 있었던 것

이다.

19세기의 Morris에 있어서는 美는 보이지 않는 神에게서 구하고 藝術의 再認識이 디자인 운동으로서 특색을 이룬 것이지만 20세기가 된즉, 機械가 造形의 Model로서 받아들여 저서 우리들이 기계와 協調해 나가는 일을 중요시 하게 되었다. 다시 이 시대의 특징할 만한 특색은 大量生産에 의해서 만들어지는 상품이 이미 최저의 수요를 넘어서 다시 새로운 욕망을 충족시키는 상품으로서 시장에 내놓아지게끔 되었다는 점이다.

예를 들면 Ford의 경우 1920年 이래 구매자는 “快適함, Style, 安定性” 등 실용적인 기능과 저렴한 가격 이 외에 무엇인가 새로운 의미를 상품에 요구하게 되어 생산자는 그것을 반영한 상품을 시장에 내놓지 않을 수 없게끔 되어온 것이다.

여기에 職能으로서의 “Industry”에 있어서 디자인이 등장할 필요성이 출현한 것이다. 大衆에 맞는 디자인은 製品의 市場을 증대시켜 기업의 의도에 맞는 것이 되었다. 디자인의 合理主義는 ID분야에서는 점점 제품의 속성 가운데서 技術的, 감각적 측면이 추구되는 반면 Morris의 “디자인의 생활 속에서의 역할”을 잃어, 思想을 잃어버린 것으로 되어 갔다.

[1]

Art Nouveau가 유럽 각지에 널리 퍼진 1897年 오스트리아의 “빈”에서는 과거의 傳統樣式으로부터의 분리를 目的으로 한 운동이 美術, 건축의 분야에 걸쳐서 일어났는데 이것이 Secession이다. 이 운동을 추진한 지도자는 건축가 Otto Wagner(1841~1917)였다. Secession의 理論은 Wagner에 따르면 과거의 樣式으로부터 “예술은 단지 필요에 의해서만 지배된다”라고 하는 주장으로부터 “必要樣式”을 제창, 目的의 파악과 만족, 재료의 선택, 경제구조를 충족시키는 형태로서 合目的性, 直線의 강조에 따른 造形을 추진하였다.

Secession은 Art Nouveau와 함께 傳統으로부터의 분리를 주제로 하면서 Wagner도 Van de Velde도 機能主義的인 方式을 강조하고 있는 점은 공통된다.

[2]

20세기 독일의 München에 독일工作聯盟(DWB)이 결성된 것은 1907年이었다. 이 독일工作聯盟이야말로 近代 ID를 成立시키는 중요한 계기를 마련해 주는 것이었다. 機械文明을 적극적으로 긍정하면서도 大量生産 가운데서 좋은 品質의 製品을 만드는 일이었다. 이 연맹은 종래의 예술가, 사상가를 중심으로한 집단은 아니고, 現在 디자이너와 기술자와의 유기적 결합이 강조되고 있는 것과 같이 예술가, 건축가, 공예가, 교육자, 기술자를 위해 있는 기업 밑에 통합시켜서, 生産의 良質化를 도모하는 것이 그 目標였다.

건축가 Hermann Muthesius(1861~1927)는 이 운동의 지도자였다. 그는 영국으로부터 귀국 후 유럽工藝界의 낙후를 통감하므로서 독일의 手工業과 工業의 協力을 역설하는 함께 경제적인 고려를 중요시한 강연을 하였다. 이것을 계기로 Berlin工業 경제문제協會의 大會가 개최되어 드디어 독일工作聯盟의 成立을 본 것이다. 이 운동의 초점이었던 良質生産은 一品製作은 아니고 증대하는 量産 가운데서 規格化야 말로 質을 向上시키는 해결 방법이며 동시에 실제로부터 판매까지 종합적인 취급방식도 중요하다고 생각되었다.

또 당시의 기술을 적극적으로 끌어 들여서 이것을 예술과 결합시키므로서 새로운 樣式을 創造하려고 하는 의도도 있었다. 독일공작연맹은 실제의 製作活動, 論爭, 기관지 “Die Form”의 발행, 전람회 개최를 통해서 기계에 따른 良質生産의 긍정을 계몽하여 ID운동의 막을 열었다. 그 결과 유럽에서는 오스트리아(1910), 스위스(1913)에 工作聯盟이 생기고 영국에서도 1915년에 ID協會가 결성되었다. 독일공작연맹은 1933년에 일단 해산했으나 1950년에 再建되었다.

[3]

1919年, 독일工作聯盟의 일원이었던 건축가 Walter Gropius에 의해서 독일의 Weimar에 創立된 綜合造形學校 Bauhaus는 藝術과 機械技術, 人間과 技術, 藝術과 人間 사이의 문제를 해결해서 예술과 生活樣式과의 통일을 건축상에 실현하는 일을 최후의 理念으로 했다. 거기에는 기계에 의한 大量生産方法을 적극적으로 긍정하는

새로운 예술을 大量生産을 위한 原型으로 만드는데 적합한 인간을 양성하는 일을 목적으로 했다. 우선 현재 사회의 기초로 되는 기본적인 특성을 분석해서 거기서 얻은 인식을 造形의 創造力과 결합시킬 수 있는 인간이 필요하다고 생각하였다. 따라서 독창적인 종합에 기인하는 造形教育을 고찰하여 理論의인 측면과 工房에 있어서의 실기교육과의 융합을 도모했다.

Weimar에서 Dessau로 옮겼을 무렵에는 이 二元的 교육을 폐지하고 “美術家며 동시에 工匠이고 또 Industrial Designer”라고 하는 새로운 교육 방침을 Gropius의 理想으로 했다.

나치에 의해 1924년 폐쇄되었다가 1925년 재건되었으나 1933년 Mies Van der Rohe에게 Bauhaus는 다시 해산되어 Gropius, Moholy Nagy 등 많은 사람들이 미국에 건너가 New Bauhaus 운동을 일으켜 그 곳에 큰 영향을 주었다.

이와 같이 Bauhaus는 民族이나 국가를 초월한 “인간” 그것에 근거를 둔 국제적인 造形思想이었다. 1919년에 시작되어 1933년에 해산할 때까지의 14년 간 전개되어 육성된 Bauhaus의 思想과 理論은 오늘날의 ID에는 물론 모든 디자인 분야에 큰 기초가 되었다.

서부독일에서는 1953년에 新독일 Bauhaus로서 Ulm에 造形大學이 만들어져 Dessau Bauhaus시대의 Max Bill이 지도하고 있었다. 이것도 戰後 사회의 大量生産 體系와 옛 Bauhaus 理念과의 조화에 성공 못한 대로 1967년에 재정상 폐쇄되지 않으면 안되게 되었다.

이렇게 近代디자인 운동의 스타트를 끊은 것은 영국이었고 거기에 자극되어 독일에 工作聯盟 運動이 다시 발전해서 Bauhaus 運動으로 되어 독일은 1930年代에 이르기까지 世界 디자인 운동에 앞장섰다.

④ Industrial Design의 成立

미국의 산업은 1851년의 제1회 런던 만국박람회 이래 기계나 가구제품의 실용적 기능성이 유럽에서 주목을 받고 있었다. 특히 20세기에 들어가 미국의 산업은 남북전쟁에서의 軍需製品의 생산을 계기로 정밀공학 기계가 급격히 발달해서 大量生産의 기반을 형성했다. 大量生産에 즈음하여 規格化와 정밀함은 필수조건이었다.

Henry Ford의 단일 Model의 T型 자동차 생산(1909)의 경우, Conveyer belt의 도입에 따라(1914) 생산이 System化된 결과는 가격을 약 반액에까지 인하할 수 있었다. 이러한 Ford會社の 생산 System化의 배경에는 Data에 따른 工場管理 體制의 成果도 크게 공헌하고 있었다.

미국의 산업은 독립 이후 일관해서 현실주의의 입장에서부터 기능과 경제성을 추구해 왔다. 그 점 유럽에 있어서는 전통적인 것으로부터의 탈피를 목표로 하면서 항상 전통 가운데서 해결의 方法이 모색되었다. 그러므로 Louis Sullivan과 같은 形態는 機能으로부터 規定된다고(Form follows function)하는 주장은 미국의 역사적 조건으로부터 처음으로 가능하였다.

미국은 대량생산의 출발에 유럽과 같은 藝術性이 논의되지 않은 대신 현실생활의 創造가 社會의 요구라고 하는 말로 바뀌므로써 동시에 격심한 경제전쟁 가운데 産業을 널리 여러 사람에게 인식시키는 결과가 되었다.

제1차 세계대전 후 미국의 산업은 고도의 大衆消費時代에 들어 갔는데 경제적으로는 1920년부터 경제공황의 상태에 들어 갔다. 지금까지의 生産主義는 販賣主義로 옮겨 졌다. 이 20年代 말기(1927)에 近代의 Industrial Designer가 출현했다는 것은 단순한 우연이 아니고 不況時代에 産業界에서 차지하는 디자이너들의 위치가 중요하다는 사실이 갑자기 인식되기 시작하였기 때문이다. 기업인들은 구매가 急落하는 것을 보고 새 구매욕 자극의 수단을 필사적으로 찾았다. 여기에 Industrial Designer의 등장이 있게 되는 필연성이 있었다.

ID라는 말이 처음으로 나타난 것은 1919년이었다. 이 시기의 中産階級の 형성, 도시 및 교외인구의 폭발적 증가에 따라 자동차, 개인주택, 가정용 耐久財, 고급 식품에 맞는 大衆市場이 거의 확립되었고, 이제 판매중심의 산업은 실용적 기능과 낮은 가격의 제품만으로서 경쟁에 이기는 일이 불가능하게 되었다. 이미 General Motors는 발족 당초부터 개성적 제품을 생산하고 있었으나 1926년부터 회사의 조직 중에 Art & Color section이라고 하는 디자인 분야를 두었다.

1927년 Norman Bel Geddes는 세계 최초의 ID 사무실과 연구실을 열었고 Walter D. Teague도 이 분야에서의 활동을 시작했다. 이어 Henry Dreyfuss, Raymond Loewy, Harold van Doren 등도 차례 차례 사무실을 개설하여 새로운 기관차, 열차, 자동차, 금속가구가 시장으로 나왔다. 그런 가운데서도 시각적 이미지에 호소한 流線型은 기관차의 디자인으로부터 시작했다.

1928년에 Geddes가 발표한 流線型 기관차는 실현은 보지 못했지만 유명하게 되어 “Stream-line”의 유행을 만들었다.

ID분야는 “루즈로부터 기관차까지, 성냥으로부터 도시계획까지”라고 불리울 정도로 확대해 왔다. 이렇게 해서 ID는 인간 보다는 소비자라고 하는 시장을 대상으로 해서 발족했다.

1930年代의 미국은 資本主義의 高度化에 연이어서 산업계는 극도의 번영을 맞게 되어 금속, Plastic, Fiber, Plywood, 有機유리 등의 새로운 재료가 종횡으로 구사되어 점차 새로운 공업제품이 생산되어 갔다. 또 그것에 수반해서 판매경쟁은 점점 더 격렬해지고 광고활동은 더욱 더 활발해져 갔다. 다시 그들 새 상품에 자극되어 종래의 상품에서도 디자인의 필요를 느끼게 되었다. 이렇게 하여 Industrial Designer의 등장을 촉진하는 기반이 미국 산업계에서 차차 성숙해온 것이다.

4. 現代 ID의 動向

제2차 세계대전 후의 디자인 활동은 세계 각국이 전쟁으로 중단되어 있던 民需産業이 軍需産業으로부터의 전환을 계기로 활발해 졌다.

이런 가운데서 미국과 같이 국토가 戰火와 멀었던 나라는 戰後 民間産業의 生産力을 급속히 확대할 수 있었다. 戰時中에 산업이 축적한 새로운 기술, 새로운 재료이용, 加工方法의 응용을 新製品의 개발에 반영시켰기 때문에 디자인 활동도 발전시킬 수 있었다.

한 편 북유럽諸國은 오랜 점령하에 있어서 주변으로부터 고립되므로서 自國의 자원과 노동력에 의해서 전통적, 독자적인 디자인을 Handicrafts의 분야에서 발전시켜 나갔다.

이 두 지역을 제하면 1940년부터 1950년에 걸쳐서 디자인의 세계는 전쟁의 영향을 받아 큰 진전이 없었다.

1950年代 후반으로부터의 디자인은 공통으로 디자인 분야의 확대와 그 경계가 부정되어 그 구별이 현실적이 아니게 되어 왔다.

디자인 분야에서 역사적으로 구별되어 오던 분야 외에 환경디자인 등이 등장하여 非視覺의 인 요소를 중요시하는 설계분야도, 예를 들면 System設計, 情報처리방법 등도 취급하도록 되어 왔다. 그것과 함께 종래의 전통적 분야는 그 경계 주변에서는 구별이 없어져 가고 있다.

기업의 확대는 당연히 개발생산의 과정이 복잡화 하고, 大型化해 가기 때문에 거기에 관계하는 디자이너도 기업의 내외를 불문하고 Project의 일원으로서 점점 더 조직 내에서 분업화 하는 경향이 강해졌다.

예를 들면 Styling과 Coloring과 같은 分業이 자동차 사업에서는 일반적으로 되었다. 산업의 경쟁은 일찌기 보지못한 정도의 격렬한 것이 되어 디자인 기술에 관계하는 盜用이 문제가 되었다. 산업에 있어서, 디자인은 제품의 “機能보다 形態”의 과정이 분리되어 “Style” 그것에서 市場性을 찾는 현상도 많아지고 있다.

디자인의 理論은 19세기 후반의 Morris로부터 20세기의 Bauhaus에서 보는 것과 같은 인간에게 있어서의 藝術, 造形, 나아가서는 디자인에 대한 哲學이 혼란해 지므로서 디자인의 技術的인 方法이 보다 강조되고 있다.

5. 現代 ID의 課題와 未來의 展望

(1) ID의 展望

戰後의 미국에서는 산업이 戰時中에 축적했던 軍需技術을 利用해서 많은 工業製品을 生産했다. 그 후 기술혁신은 점점 성해지고 그 중에서도 工業材料와 그 加工기술의 진보는 디자인 영역을 質, 量에 걸쳐서 확대하게 되었다.

산업의 생산력은 급속히 증대해서 1920年 이래의 판매를 최대 목표로한 製品開發과 그 生産方法은 기업의 운명을 결정하는 중대한 과제로 되어 왔다. 그 해결방식은 현재 세계 ID의 성격

을 크게 반영하고 있다.

① 劃一化로부터의 회피

미국 자동차 산업이 T型 Ford의 생산을 못하게 된 배경에는 G·M의 複數의 個性化한 제품이 제품에 대한 많은 요구를 반영하여 생산했던 데 기인한다.

디자인은 거기서부터 Styling의 개념과 이미지의 개념을 낳았다. Styling은 항상 새로운 욕망을 낳는 수단으로서 Model Change의 관습이 일반화해 버렸다. 한 편 상징성은 제품의 성격을 상징화 하는 車名과 디자인으로 보증하였다.

그러나 현대의 생활양식이 다양화 하는데 따라서 소비자가 즐겨하는 것을 종래의 제품이나 디자인의 종류로서는 충족 불가능하게 되었다. 이것을 해결하는 방법으로서 현재로서는 部品の多樣性을 가지는 Unit化와 Conveyer system 가운데서 많은 종류의 製品을 注文에 응해서 適時에 生産하는 方法으로 변화했다.

Unit化는 자동차산업 뿐만 아니라 건축, 가구, 가정용품에 이르기까지 보급되었다. 생산자측에서 본다면 部品の 다양화와 그 規格化가 문제이고 그 組合는 소비자에게 의존하는 方法이 있다. 자동차의 경우는 주문에 응해서 이미 공장 내에서 組合되므로 이 일은 디자인으로서 새로운 영역을 개척했다고 평가할 수 있다.

지금까지의 디자인이 Hard Ware라고 불리는 구체적인 것에 디자인의 주안이 놓여 있는데 대해 Unit에서는 쓰는 법이라고 하는 눈에 보이지 않는 Soft Ware를 디자인에 고려하는 사상이 명확하게 되었다. 精密機械의 대표로서 카메라의 경우, 획일화의 회피는 System化라고 하는 方式으로서 다양한 수요에 대해 탄력성을 가지게끔 되었다. 예를 들면 카메라의 Body를 핵으로 해서 교환 렌즈群, 스트로보 후렛슈의 조명群, 복사용기群의 가운데서 자유로 선택의 가능성을 남기고 있다.

이상의 Unit化, System化라고 하는 方式은 단일의 기능을 가진 제품을 다시 종합화 하는 方向을 낳았다. 특히 부엌, 위생관계의 機器개발은 기능, 에너지, 공간을 종합해서 생활의 어떤 단면을 디자인하는 方式으로 발전해 왔다. 기업은 단일제품의 개발로서 디자인을 생각할 뿐만

아니라 보다 종합적인 디자인 정책이 요구되게끔 되었다.

② 生活의 變革

ID가 낳는 제품은 우리들의 일상생활 가운데서 사용되고 있다. 이러한 제품은 넓은 의미의 道具의 역할로 생각할 수 있다. 그러나 도구는 본래 인간이 쓰는 물건이면서 습관은 도구가 인간을 규정한다고 하는 면도 무시할 수는 없다. 그것 때문에 가정제품은 무의식 중에 우리들의 생활을 변혁하는 힘을 가지고 있다.

㉠ 힘의 절약

유럽文化의 전통 중에는 노동에 대한 혐오감이 강하다. 기계文明은 그 해결로서 힘을 절약하는 것을 목표로 하고 있다. ID 중에서 가정電化製品은 그 대표적인 경향을 표시하는 것이다. 여기엔 다음의 두 가지 특색이 있다.

㉠ 人力으로부터의 해방(에너지의 절약)

㉡ 情報의 처리

이들의 조건을 해결한 대표적 機器로서 全自動 洗濯機, 電子レンジ 등이 있다.

㉢ 作業의 均一, 確實性

인간의 숙련에 따라 작업의 良否가 나오고 동일한 사람이라도 때에 따라서 일에 차이가 따른다. 가정제품 중에서 작업의 균일이나 확실성을 보증하기 위해서는 기계의 人間化가 요구된다. 自動電化製品은 이런 종류의 質을 보충하기 위해 개발되었다. 자동調理器, 電氣연필깎기도 그 일례다.

㉣ 小型化, 輕量化

제품의 기능을 손상하지 않는 한 小型, 輕量化 경향이 강하게 되었다. 기술의 진보와 小型化와는 비례관계에 있다고 할 수 있다. Transister 제품이 이것이다.

㉤ 複合機器의 開發

기존의 도구를 보다 高度의 기능적인 것으로 할 뿐 아니라 기존의 단일기능의 機器를 組合해서 새로운 기능을 開發해가는 경향도 차차 많아지고 있다. 예를 들면 시계와 작업機器와를 組合해서 시간에 따르는 自動制御의 作業機器를 결합한 세탁기나 정보처리와 作業과를 결합한 無人電話機 등은 녹음기와 전화와의 組合으로 개발된 것이다.

◎ 専門用具의 一般化

지금까지 전문가의 職種에 한정되어 있던 도구나 공구가 인건비의 상승과 人力부족에 따라 일반사람도 그것을 사용하지 않으면 안되게 되어서 大量生産의 대상으로된 것이다. 木工用具와 그 電化製品 등은 현재 일상화한 典型이다. 이 밖에 조리용구 등도 들 수 있다.

◎ 人間性的의 문제

이것은 사회생활 중에서 가장 중요시 되고 있는 과제인데 造形上의 처리로서 부드러움, 따뜻함이 形態나 Coloring로서 내 놓아질 뿐이고 아직 本質的인 方法이 본격적으로 시도되지 못하고 있다. 인간성의 요인은 그 시대나 지역의 여러 사람들의 사는 방법과 밀접한 관계가 있다. 풍부함, 便利함, 아름다움, 달콤함 등에 대해서 디자이너는 高度의 식견과 감각을 몸에 지니고 있는 것이 중요하다.

◎ 安全性

인간은 경험한 일로부터 創造活動을 행하고 있다. 인간성이 高度로 요구되는 文明에 처해, 디자이너는 보다 넓은 생활경험을 갖는 일이 중요하다. 지금에 와서야 사회적 의무로서 산업계는 製品의 安全性을 지키지 않으면 안되게 되었다. 이 일은 단지 공업규격에 限하지 않고 製品의 生産工程에서 나오게 되는 公害를 위해서 造形上의 위험성, 제품자체의 사회에서의 영향을 포함시켜서 고려할 책임이 명확하게 되었다.

◎ 公共性

ID는 그 歷史的 발생으로부터 일반 大衆社會의 각각의 成員을 대상으로 하는 경우가 많으나 1930年代 Geddes나 Loewy의 기관차가 디자인 되면서부터 디자인 영역으로서 인식되게 되었다. 디자인에 있어서 公共性的의 파악방법은 흔히 시각상의 외형적인 것에서 끝나는 경우가 많으나 무엇보다도 社會라고 하는 全體를 파악하는 비전과 인간의 행동이나 價値觀을 이해하는 눈이 중요하다.

未來의 ID의 方向

21세기의 산업은 이미 20세기의 상태를 무시하고서는 發展할 수 없는 것으로 되어 버렸다. 자본주의가 성립한 산업혁명 당시로부터 20세기

의 후반까지는 자유경쟁에 의해서 기계文明은 발전을 계속해 왔다.

디자인의 세계에 있어서도 그와 같이 기능주의, 合理主義를 구가하며 分業, 専門化 되어 갔다. 그러나 산업은 벌써 지금과 같이 公害를 경시하고 자기 企業의 利益만을 추구하는 것은 허용할 수 없게 되었다. 자유방임의 경쟁은 종말을 고하려 하고 있다. 그리고 인간사회 전체의 목적에 맞춰서 금후의 산업은 계획되고 관리되어지지 않으면 안되게끔 되어가고 있다. 이러한 상황에서 디자인도 “누구를 위하여” “무엇을” “어떻게”할 필요가 있는가? 반성하는 시기에 도달했다고 할 수 있겠다. 여기에는 인간생활의 실태를 통해서 항상 사회에 새롭게 제안, 창조해 나가는 시야가 필요하게 되는 것이다.

디자이너의 역사를 뒤집어 보면 예술가나 작가로부터 출발해서 현재는 전문 직업으로서의 역할로 변화해 왔다. 그 대신 디자인의 분야는 제품을 생산하는 과정에서 그 하나의 톱니바퀴에 지나지 않게 되어 버렸다.

그러나 디자인의 基本으로 되는 造形の 本質을 볼 때 금후의 디자이너는 보다 종합적인 입장에서부터 계획과 설계를 행할 Director의 역할을 사회 속에서 그 목표로 하고 나가지 않으면 안될 것이다. 디자이너는 “물건”을 통해서 부단히 文明을 창조해 나가지 않으면 안되기 때문에 그 책임은 하나의 企業, 하나의 職種에 대해서 지는 것이 아니고, 인간사회에 대해서 지는 것이라고 하는 자각이 없으면 안될 것이다.

그러나 종래의 디자인계는 “물건”을 만드는데 전념할 뿐이고 뒤에는 무관심 하였다. “물건”의 가치는 구체적인 생활 가운데서 評價되어야 할 것임에도 불구하고 판매실적이나, 달려있는 디자인계의 경험적인 판단에 큰 비중을 가지고 있었다. 그 때문에 디자인된 것이 사회생활 속에서 의도와 일치하는 효과를 가지고 있었는지 판단할 수도 없는 현상이었다.

디자이너는 디자인한 후에도 항상 제품이 생활 속에서 어느 정도 살려져 있는가 끝까지 관찰하는 것이 중요하다. 여기에 인간생활에 대해서 또 다른 새로운 제안이 생기게 되는 것이다.

輸出増大를 위한

工業디자인의 役割과 質的問題

The role of industrial design and quality control for increasing exports.

閔 哲 泓

서울대 美大 應美科長

100億弗 輸出을 達成하기 爲한 온 國民의 努力이 이제 그 結實의 문턱에 다가서고 있다. 더우기 70年代에 들어서 輸出의 大宗을 이루는 商品의 Pattern이 점차로 工產品으로 그 면모를 달리해 가고 있다. 이는 工業立國을 指向하는 國家의 使命이 達成되 가는 徵候이기도 하여 慶賀할 일이다.

本是 商品의 構成要素는 製品의 品質과 價格으로 일컬어 왔다. 그러나 近代의 概念은 거기에 디자인을 不可缺한 要素로 간주하게 되었고, 심지어는 디자인이 商品의 特性을 左右하기에 이르렀다. 여기서 工業디자인의 本質과 産業에 있어서의 位置와 役割 그리고 디자인의 質的問題를 考察함으로써 工業디자인이 産業製品에 미치는 影響과 더 나아가서 輸出増大에 寄與할 수 있는 실마리를 풀어보려 한다.

工業디자인의 特性

工業디자인은 工業製品의 形態의 特質을 決定짓는 것을 目的으로 하는 創造活動이라고 定義

한다면, 形態의 特質이 없는 製品은 디자인이 없는 製品이라고 말할 수 있다. 同時에 디자인이 결여된 製品은 開發의 素地도 없을 뿐더러 獨創性도 없다할 것이다.

工業디자인의 形態의 特質이란 製品의 外形의 造形性만을 뜻하는 것은 아니다. 거기에는 本質의으로 하나의 System을 生産者와 消費者의 어느 側面에서 보나 表裏가 一致하는 統一體로 만드는 構造的, 機能的 모든 關係를 뜻한다. 따라서 工業디자이너는 立案된 內容을 다듬는 過程에서의 技能工으로 간주해서도 안되며, 嚴密한 意味에서 Stylist로 轉落시켜서도 안된다. 勿論이 問題는 디자이너의 質的 水準과도 關係되는 것이기도 하나, 本質의으로 디자이너는 該當 産業乃至 企業의 Design Policy 樹立에 至大한 影響을 주고 또한 實踐하는 相關關係에 놓이게 된다.

한 例로 디자이너는 주어진 課題의 解決者이기 보다는 源泉의으로 무엇이 어디에, 어떻게 必要로 하는가에서 出發하는 것을 Design Process의 始發點으로 생각하는 것을 Motto로 삼는 職

業이라고 할 수 있다. 여기서 確實히 해둘 것은 디자이너는 萬能이 아니며 科學技術이나 工學者의 領域을 마스터 하는 것을 本領으로 하지도 않는다. 그러나 어떤 原理나 System을 構造와 機能 또는 形態的으로 理解하고, 特히 디자인의 要素인 合目的性和 經濟性 그리고 審美的 造形性和 獨創性を 디자인에 반영시키는 것이 디자이너의 役割이다. 上記 過程에서 技術上的 問題로 Engineer와 協議가 이루어지는 것이 通例이고 바람직하다.

工業디자이너의 役割中 一般에게 잘 理解가 안 돼있는 것이 있다면 그것은 製品의 機能의인 質을 向上시키는 일을 들 수 있으며, 이는 形態的 質을 높이는 것보다도 오히려 디자이너의 任務中에서 上位에 屬하는 것이라 하겠다. Louis Sullivan의 「Form Follows Function」이라 한 말은 機能主義的인 見解라기 보다도 이를 지적한 함축성 있는 表現이라고 볼 수 있다.

工業디자인에 있어 機能에는 一次的으로 內藏된 機能이라 하는 製品의 作動이나 出力, 耐久性 등 性能에 該當되는 機能이 있으며, 이는 科學技術分野의 領域에 屬한다. 디자이너의 領域에 屬하는 機能에는 作動에 必要한 裝置, 操作을 必要로 하는 部品の 位値와 形態, 材料, 色彩計劃, 材質感 등 視覺的, 感覺的, 心理學的 機能과, 體位, 規格, 形狀, 動作의 範圍, 安樂性 등 人間工學的 機能이 있다. 뿐만 아니라 經濟性和 生産性を 높이는 工程上的 問題를 비롯하여 製品의 運搬, 保管, 設置, 運營, 修理 등 副次的 機能까지도 디자인상의 要素로 되어 있다.

以上과 같은 諸條件들이 計劃段階에서부터 完成에 이르기까지 一貫되게 디자이너에 依해 檢討되고 디자인에 반영되지 않는다면 完璧한 디자인을 期待하기 힘들 뿐 아니라 Good Design 이랄 수 없는 것이다. 「Good Design」이란 그것이 이루어진 時點에서 더 이상 어떤 期待를 걸 수 없을 만큼의 機能의 形態的 完璧性を 말하는 것이라 할 것이다.

産業에 있어서의 位置와 役割

우리 나라의 輸出이 急進的으로 上昇하게 된 데

는 政府의 施策과 産業界를 비롯한 한 國民의 努力을 나타내는 努力의 代價라고 함에는 의문의 여지가 없을 것이다.

그러나 最近의 重化學部門을 除外한 輕工業分野나, 特히 脚光을 받고 있는 電子分野는 거의 勞動集約的인 産業이라고 보아야 되고, 그것이 바로 海外競爭力의 要因이 되었다 하여도 過言은 아닐 것이다. 特히 現代는 情報社會이며 特殊分野를 除外한 科學技術은 世界的으로 普遍化되어 가고 있는 現象이다. 따라서 앞으로의 競爭은 人的 物的 資源의 確保에도 달렸다 하겠지만 이를 극복하는 길은 디자인이 관가름해줄 것이 確實하며, 디자이너의 責任 또한 크다 하겠다.

昨今の 우리 나라 工業디자인의 現況은 分野가 日淺하다는 것도 理由이겠으나 本軌道的이랄 수 없는 實情에 있는 것이 事實이다.

이는 分野의 責任도 있겠으나 다음과 같은 事由에 起因한다.

첫째, 工業디자인은 디자인 單獨으로 形成될 수 없는 宿命이 그 特色이다. 元來 關聯分野끼리는 相互步調가 맞아야 相乘作用으로 發展하게 마련이며 獨步的으로 앞서도 實効가 없다. 工業디자인은 産業과 不可分의 關係에 있을 뿐더러 産業構造에 至大한 影響을 받는다. 지금까지 우리 나라 産業構造는 솔직히 말하여 技術導入期라고 할 수 있으며 獨自의 製品開發에는 力不足이었다고 해도 과언은 아니다. 이러한 時期에 디자이너는 별로 必要性을 인정받지 못한 때라고 할 수 있다.

둘째, 勞動集約的 産業構造는 輸出에 至大한 發展을 가져왔으나 디자인의 發展이나 振興을 위해서는 오히려 지연을 초래했다고 판단된다. 그 理由는 Order made가 工產品의 大宗을 이루어 實質的으로 獨自의 開發能力 啓發에 등한한 結果를 招來한 것이다. 同時에 輸出稼得率도 比較的 낮으며 이러한 品種은 漸次的으로 國際舞臺에서 低廉一邊倒를 걸게 마련이다. 이러한 實情은 디자이너에게 新規開發에 專念할 수 있는 機會를 주지 못했고 그 만큼 發展이 늦어지게 되었다고 판단된다.

세째로, 디자이너의 力量과 디자인의 態度에

도 原因은 있다.

豊富한 情報과 資料蒐集, 綿密한 分析和 計劃, 洞察力 있는 진취성 등 디자이너가 갖추어야 할 具備要件이 충실히 이행되었는가도 問題가 될 것이다.

上記 事由를 立證하는 事例를 여러 가지로 찾아 볼 수 있다.

10회를 거듭한 商工美展의 秀作들이나 作家가 企業의 無關心으로 別로 빛을 보지 못하거나 발탁되지 못한 것을 비롯하여 I.D. Designer의 Group 展에 企業人의 발자취를 찾기 힘든 것, 한국디자인포장센터의 디자인 진흥을 위한 努力이 實質的으로 企業의 反應을 불러 일으키기 힘들었다는 點과 企業에 몸담아 있는 一線 디자이너들이 자기들의 役割에 懷疑를 느끼는 경우가 많다는 것 등을 들 수 있다.

이러한 事例들은 實質的으로 디자이너에게 應分の 役割을 다하지 못하게한 主要 原因이 되었으며, 綜合的으로 評價할 때 企業의 디자인에 對한 收容態勢가 確立되지 못해 있었음을 보여준다. 여기에는 피치못할 理由가 있는 것으로 보아야 될 것이다.

그것은 앞서 지적하였듯이 製品의 獨自의 開發에 필수된 技術上의 問題와 技能工의 不足, 크게는 產業의 遠대한 포부와 計劃性 있는 對處가 미흡한 데도 起因한다 할 것이다.

外國의 事例를 들어 보면 1920年代인 工業디자인이 生成되었다고 보는 時期에 工業디자인이라는 職能에 先覺的으로 눈뜬 Kodak社를 비롯하여, 1932년의 K.C.A. 放送 커뮤니케이션部, 1940년의 Dictaphone社 등, 1920年代에서 1940年代에 이미 工業디자인의 Consultant나 디자이너를 導入한 것을 알 수 있으며, 특히 企業內의 機構組織에 있어서도 디자인 擔當副社長 또는 重役을 編制로 하는 強力하고도 獨立된 獨自의 機構를 設定하고 現行 生産計劃은 勿論 遠대한 計劃의 一環으로 理想郷을 追求하는 別途의 Part를 設置하는 등 일찌기 디자인에 對한 認識과 重要性을 간파하였다.

디자이너의 質을 向上시키는 手段으로서는 企業內에서 디자이너의 教育에도 注力하고 있다.

工業디자인이 輸出增大에 寄與할 수 있는 方案

「必要는 生産의 어머니다.」라는 말을 빌리지 않더라도 지금의 우리 實情은 이미 디자이너의 必要性을 認識하기에는 그 때를 놓친 憾 마저 있으나 앞으로의 企業은 有能한 디자이너의 確保가 企業의 死活을 左右할 것이고, 지금이야말로 디자이너를 必要로 하는 時機라고 斷言할 수 있을 것이다.

現在도 有數한 몇몇 大企業은 디자이너를 確保하고 있으며 해마다 增員을 하고 있다. 이는 아직 獨自의인 開發時機에 미치지 못한 企業이라 할지라도 未來指向의인 配慮로 보더라도 極히 妥當한 處事로 보며, 디자이너에게 보다 많은 研究와 經驗을 쌓게 하는 機會를 주는 것으로 바람직하다.

그러나 디자인의 解決은 企業內에 디자이너를 두는 것만이 捷徑은 아니다. 統計에 依하면 日本의 JIDA의 경우 Freelance 디자이너가 35%, 企業內 56%, 教育, 行政 9%의 比率이고, 美國의 IDSA는 Freelance 56%, 企業內 33%, 教育行政 11%의 比를 보여 주고 있다.

디자인을 依賴하는 경우 上記 各 職種은 그 나름대로의 長短點을 갖는다. 企業內 디자이너는 一貫된 Design Policy 밑에 Corporate Image를 形成해 나가는 데는 長點이 있으나, 自社의 機構上의 System 이나 人情, 특히 Engineer와의 密着된 關係에서 양보를 하지 않을 수 없는 경우 등에 依해 獨特한 디자인에로의 進取性이 弱化될 우려가 短點으로 지적된다. 反對로 Consultant나 Freelance의 경우는 Corporate Image 形成에는 Handicap이 있으나 자유분방한 立場에서 周圍事情에 拘애받지 않는 新鮮하고 Attractive한 獨創性을 期待할 수 있어 널리 活用되는 경우가 많게 된다.

어떤 形態의 디자이너이든 數的인 것이 반드시 實效를 갖는 것은 아니다.

미국의 G.M.C의 경우는 디자인 部門에 250名이라는 대식구가 있다. Dictaphone社는 單 1名の

디자이너 밖에 없다. 또한 한 사람의 디자이너도 雇傭하지 않은 企業도 있다. 會社의 規模나 業種에 따라 다른 量과 內容의 디자인 業務가 必要로해지는 것은 當然한 일이다.

그러나 美國의 경우는 생각보다 디자이너가 數적으로 적은 것이 特色이다. 役員이 17萬을 넘는 IBM社도 工業디자이너는 43名에 不過하며, GM의 250名도 많은 쪽은 아니다. 人員이 적다고 充分한 成果를 못올리는 것은 아니고 모든 製品은 그들의 손에 依해 誕生되지 않는 것도 아니다. 質的인 면에서도 世界一流水準으로 認定 받는 것도 勿論이다.

어떻게 하여 이러한 일들이 可能한가를 알아 보면 다음과 같다.

① 企業의 製品計劃이 能率적이고 허실이 적다. 거기다가 I.D에 대한 認識이 깊어 有效하게 運營되고 있다.

② Design Process가 Systematic 하여 能率의 이다.

③ 디자이너 自身이 디자인의 能率과 質에 關한 自覺이 强하다.

④ 責任의 所在와 權利主張이 明確하다.

⑤ 철저한 디자인 管理가 이루어져 있다.

⑥ 디자인 資料, 分析데이터 등이 能率적으로 入手될 수 있다.

⑦ 디자이너 自身の 經驗이 豊富하며, 充分한 能力을 갖추고 있다.

⑧ 디자인 用具를 갖추고 能率을 向上 시키기 위해 많은 費用을 쓰고 있다.

이러한 理由들의 大部分은 工業디자이너 自身보다도 이를 둘러싼 環境에 依한 것이 크다. 다시 말하면, 經營上의 能率의 差라고 할 수 있다.

흔히 말하는 資本의 自由化에 直面하고 있는 오늘날에 있어 디자이너의 立場에서도 이러한 事實들은 잘 認識해 두어야 할 줄 안다.

특히 요즈음의 日刊紙에도 報道가 되고 있듯이 適正賃金制度에 對한 關心이 높아져 勞動集約의 産業構造는 더 以上 期待하기 어려워질 것으로 보이며, 이는 勞務者의 社會保障이라는 觀點으로 볼 때에 極히 妥當한 措置로 보아야 할 것이다. 따라서 Buyer Model이나 Order made에 依存하는 經營方針은 無意味한 것이 될 것이며, 海外競爭力도 鈍化될 것이다.

이러한 時點에서 工業디자인의 役割은 자못 큰 것이라 할 것이며 製品의 質 卽, 機能的 質과 形態的 質을 向上시키는데 자못 큰 役割을 擔當해야 될 것이다. 製品의 機能的인 質 다시 말해서 性能을 높이는 데는 經營의 合理化를 비롯하여 充分한 科學技術의 情報과 技能工의 確保 등 自力에 依한 生産能力의 向上이 前提되어야 實効가 있을 것은 두 말할 必要가 없을 것이다.

다음으로 디자인의 質을 向上시키는 일로서는 첫째, 디자이너의 活動을 뒷받침하는 制度的 環境改善과 位置의 保障, 多少의 試行錯誤가 있을지라도 信任하고 勇氣를 잃지않게 해주는 心理的 위축의 解消 등을 들 수 있을 것이며, 有能한 디자이너의 確保가 더욱 重要하다 하겠다. 이를 위해서는 디자인 教育機關 및 研究機關의 확충을 비롯하여 디자인 振作을 위한 상공미전이나 Design Competition의 開催, 한국디자인포장센터를 비롯한 디자인 振興機關의 育성과 활약에 보다 많은 理解와 期待를 거는 것이 切경이라고 해야 할 것이다.

工業디자인 教育의 實際와 效率化方案

Training methods in industrial design and management techniques.

李 順 燦

梨花女大 生美科 助教授

이미 工業디자인 教育의 現況과 諸問題點에 關하여서는 本誌 “디자인·포장”을 通해서 여러 關係者들의 고견으로 多様な 측면에서 高찰된 것으로 안다.

이와 같은 빈번한 論議는 급격히 發展하는 産業과 더불어 조속한 民族的 自立의 기틀을 다져 나가고자 하는 우리 나라 현실 속에서 의 工業디자인 教育이 차지하고 있는 比重이 至大한 것으로 認知되고 있음에 비추어 아직까지 工業디자인 (Industrial Design)이 나아가야 할 뚜렷한 目標가 設定되지 못한채 從來의 지엽적인 美術로서의 圖案的인 개념에서 벗어나지 못한 教育方法보다도 實際의인 효율 방안이 모색되지 않은 아쉬움의 表出에 기인된 것이라 해도 과언이 아니리라 믿는다.

물론 工業디자인이란 産業과 直結되는 것으로 科學文明이 急變하는 산업사회 속의 表現상을 論理的인 이해력과 技術的인 能力을 傳達해서 얻은 범위 내에서 完全하게 結合해서 人間에게 기여하게 하는 活動이라고 이미 1967年 世界 인더스트리얼 디자이너協會 (ICSID) 會議에서 結論지은 바 있고 이어서 1973年 ICSID 日本 京都會議 教育分科에서는 急變하는 現代會社에 있어서 디자인 教育은 어떻게 대처해 나가야 하느냐보다도 디자인이 갖는 本質을 규정짓고 새로운

哲學을 構築하지 않으면 안된다고 강조한 바 있다.

이와 같이 오늘의 工業디자인은 産業發達에 무작정의 편승보다도 그 社會 속에서 보다 安全한 人間化의 形成이라는 문제로, 先進産業社會의 教育으로서 重視되고 있지만 앞에서 지적한 바 우리 나라의 경우 이러한 哲學的인 새로운 分野를 追求해 나가야함은 勿論이겠지만 더욱 重視되어져야 하는 것은 論理的인 理解力의 증진과 技術的인 能力의 開發이 보다 時急한 디자인 教育의 課題라고 지적하지 않을 수 없다.

이러한 觀點에서 볼 때 디자인 教育은 生活者의 일방적인 享受活動 뿐만이 아니고 순환체제의 구축이라는 필요성에 의한 一般的인 생활을 통한 基礎造形教育과 專門家 양성을 위한 전문계 학교 교육, 그리고 一線 디자이너의 再教育이라는 세 가지 分野로 區分하여 實際의인 재현상과 효율화 문제에 대하여 편견적인 소견으로나마 전개시켜 보고자 한다.

生活經驗을 통한 基礎教育

一般的으로 생활경험을 통한 造形教育이라면 情緒教育으로서의 기초적 단계를 들 수 있다. 즉, 감각을 수반하는 감정이나 충동 등이 感性에 의해서 그것을 表出하는 創意的인 습성은 생

활자로서의 교양으로 重要할 뿐더러 미래 전문가가 되기 위한 첫걸음이라 할 수 있다. 이와 같이 重要的 계기가 될 수 있는 기초적 단계는 인간이 세상에 태어나서 事物를 접하고 對象을 어느 정도 認知할 수 있을 때부터 出發하여 完全한 成人으로 成長하는 과정에서 생활과 교육에서 얻어지는 경험과 지식의 축적이 하나의 완전한 個性을 形成하고 창조적 조형행위가 이루어져야 하는 것이라고 볼 때 오늘날 우리의 현실은 다소 잘못된 의식 속에서 너무 조급하게 工業디자인 教育의 成長만을 부르짖는 것같은 생각이 들기도 한다.

일반적으로 디자인의 結果 即, 製品을 대하는 消費者들은 獨自的인 반성에 앞서 단순히 享受의 活動이라는 일방적인 측면에서만 받아들여지는 경우가 허다 하다고 볼 수 있다. 비근한 例로 國民學校 학생들의 방학과제물인 공작물, 표본제작 등을 들 수 있다. 학생들에게 이와 같은 造形과제가 제시될 때에는 일정한 기간 동안에 경험한 여러 가지 事物를 독자적인 창의성에 의해서 綜合된 새로운 또 하나의 造形世界로 이끌어 가자는데 목적을 둔 것은 몇 편의 금액으로 대치되는 현상이라든가 成人들의 무반성적인 時代的 流行에서 自己를 상실한채 남의 享受活動을 그대로 받아 들이려고 하는 자세 등은 디자인 教育에 있어서의 기초적 교양교육이 확립되어 있지 않는데 있다고 할 수 있다. 또한 우리나라는 역사적으로 볼 때 文化民族으로서 찬란한 藝術을 자랑하고는 있지만 李朝時代의 朱子學을 근간으로한 유교는 思想, 政治, 文化는 물론 一般生活의 內面에까지 스며들게 되었으며 특히 造形分野에 있어서는 崇文賤技의 思想이 反映되어 비록 民衆에 가까워진 민족적, 풍토적 특색이 나타나는 固有的 單純美를 창조하였다고는 하나 앞에서 말한 崇文賤技의 思想은 오늘에까지 그 殘念이 남아 있어 디자인 教育을 저해하는 요소의 하나로서 상존해 있음을 지적하지 않을 수 없다.

이미 앞에서 例示한 바와 같이 自己 경험 활동을 돈으로서 대치하려는 철없는 兒童들의 생각이나 成人들의 自我를 상실한 남의 추종 등은 安易한 사고에 기인하는 것이라 할 수 있지만

한 편 일체의 조형 활동은 소위 선천적인 재주를 가지고 있는 사람들만의 活動分野로만 착각하고 있는 데서 이러한 오류를 범하고 있다 할 수 있다.

또 하나의 例로 선진 유럽제국에서는 어린이들의 옷을 대개가 어머니들의 손에 의해서 만들어지는 것이 상식화되고 있음을 들었다. 特히 프랑스나 독일의 中流家庭의 어린이들에게도 거의가 어머니의 손에 의해서 個性에 맞는 그리고 몸에 맞는 옷을 해 입힘으로서 거기서 어릴 때부터 自我意識의 싹을 배태시킬 수 있는 환경을 조성시켜 주며 옷을 만드는 어머니들로 하여금 生活의 새로운 지혜를 창조할 수 있는 계기를 만들게 되는 것이라 할 수 있으며 이러한 일들이 오랫동안 쌓이고 쌓여서 하나의 역사적 전통적 오리지날을 형성하게 되는 것이라 할 수 있으며 이러한 현상은 곧 公업디자인을 육성할 수 있는 밑거름이 된다는 것을 自覺해야 할 것이다.

디자이너 양성을 위한 教育

디자이너 양성을 위한 교육의 단계로서는 앞에서 지적한 정서교육의 단계로 소급해 나갈 수 있지만 一般的으로 學院, 研究所, 專門學校, 大學, 大學院 등의 과정으로 들 수 있겠으나 우리나라의 경우 學院이나 研究所 등에서는 제 기능을 발휘하지 못하는 實情이며 대부분 專門學校, 大學 등의 교육과정에 그 重點을 두고 있다 해도 과언이 아니라고 생각한다. 이러한 專門課程을 밟고 배출되는 디자이너들도 이제는(정확한 統計는 算出되어 있지 않지만) 상당수에 달하고 있으며 이들이 一線產業에 투신하면서 처음 느끼는 것은 학교 교육과정과 실사회에서 전문직으로서 要求하는 바와는 상당한 거리가 있음을 시사하고 있다.

이러한 현상은 비록 디자인 분야만이 아닌 기타 全學問分野에 이르기까지 理論과 實際의 거리감에 對해서 거론되어온 사실이지만 디자인 교육에서는 이러한 사실을 그대로 묵과할 수 없는 것이라고 본다. 즉, 전문학교나 대학에 있어서의 디자인 교육이란 디자인의 原理, 原理의 追求, 創造性的 開發, 應用實務 디자인의 訓練

場이어야 한다고 본다면 보다 폭넓은 교과과정과 착실한 기술교육 과정이 수반되어야 할 것이다. 그러나 현금의 우리 나라 전문교육의 현실로서는 급변하는 産業에 미치지 못하고 있는 실정이라 할 수 있다. 즉, 産業의 구조나 기술은 선진국에서 導入하여 단기간에라도 育成될 수 있다고 볼 수 있지만 教育이라는 것은 그렇게 쉽게 변형되지 않는 歷史의 배경이 있어야 한다고 볼 수 있다. 여기서는 專門學問으로서 選擇하는 學生들의 자세로부터 教育시설, 教科內容 教授方法 등에 있어 장기간의 연구결과에 의한 知識이나 경험적 기술의 축적이 수반되어야 하기 때문이다.

이러한 諸要因이 作用하여 教育이라는 次元에서 하나의 專門人을 육성한다고 할 수 있다.

그러면 우리 나라의 디자인 교육과정에 나타나는 몇 가지 실제적인 문제점들을 추출해 보기로 한다.

첫째, 工業디자인을 전문적으로 택하고자 하는 학생들의 준비적 자세를 들 수 있다. 最近에는 社會적으로 디자이너의 수요가 급증하는 산업구조의 영향으로 비교적 디자인에 대한 관심도가 높아져서 많은 지망현상을 보이고 있음은 希望의이라 하겠다. 그러나 그들이 과연 전문분야로서 택하기 위한 제반 정서적 表現기술의 능력을 위해서 얼마만한 時間과 경험을 쌓았느냐 하는 데 있다. 대개 전문기관으로서의 전문학교는 2年, 大學이라야 4年이다. 이러한 기간 동안에 과연 전문교육 과정에서 요구하는 제능력과 지식을 쌓고 나아갈 것이겠느냐에 있는 것이라 하겠다.

둘째, 전문교육기관의 교과내용을 들 수 있다. 물론 先進國 전문교육기관의 교과내용에는 비할 수 없지만 最近에는 대폭 교과내용이 확대된 것으로 안다. 1967年 9月 7일부터 10日間 美國 시라큐스大學이 주최한 ICSID 교육위원회에서 行한 세미나의 報告書에 의하면 디자인의 기초적 연구영역을 情報(Information), 造形(Formation), 傳達(Communication) 등 3분야로 설정하고 각 분야마다의 세분화된 교과과정을 배정하고 있지만 우리 나라의 경우 교과과정은 앞에서와 같이 크게 3분야로 나누어서 생각해 본

다면 우선 情報교과에 관한 학문에서는 확실한 열세를 보이고 있으며 보강되어야 할 문제인 것이다. 특히 정보교과를 통한 他學問과의 연관성을 소홀히 다루는 결과로서 오늘날의 디자인을 綜合科學的 학문이라는 意義를 약화시키는 결과를 초래하고 있다고 하겠다. 그러나 造形, 傳達과정에서는 論理的인 體系를 이루고 있지 못하고 있는 반면에 表現과정에서는 우세를 보이고 있어 感覺的인 면에서는 별로 손색을 찾아볼 수 없지만 체계없는 表現技術에서 범하기 쉬운 즉, 보기 좋은 製品은 만들 수 있지만 쓰기 편하고 견고한 製品은 만들 수 없는 결과를 초래할 우려를 가지고 있다 할 수 있다.

세째는 專攻教科를 이수할 수 있는 時間의 문제를 들 수 있다.

대개의 專門學校에 있어서의 專攻교과시간 및 전공이수 學點을 볼 것 같으면 (인덕예술공과전문학교 요람 공업디자인과 참조) 2年 동안에 이수 해야할 學點은 106학점 중 교양이 20학점, 전공이 86학점으로서 전공이 전 학점의 80%를 차지하고 있어 전문인 양성을 위한 내면적인 면에서는 忠實을 기하고 있다고 할 수는 있지만 첫번째에서 제기된 바와 같이 배우려고 하는 학생들의 자질적인 문제가 重視되어야 할 것이며 또한 이 짧은 기간 내에 과연 얼마만큼 自己專攻에 대해서 자신을 가지고 社會에 임하게 될 것이냐가 문제시 되고 있다.

한편 대학교육의 과정을 보면 4年 동안에 이수해야할 학점수는 140점이며 일반적으로 전공 과목은 75學點 內外로서 오히려 전문학교의 전공학점수보다 열세를 보이고 있으며 아울러 실제적인 실습교육을 통한 과정의 未備(여기서는 실험, 실습시설미비 실습시간의 불충분으로 인한 기술습득의 열세)는 곧 이론적인 지식으로만 가득찬 巨頭의 人間만을 배출하는 현상을 빚을 우려를 갖게 하고 있다.

네째로 教授方法의 문제를 들 수 있다. 즉, 교수방법이란 자기 전공분야의 교수들에 의해서 그 方法이 다양하리라고 보지만 여기서 지적해 둘 것은 특히 工業디자인 分野에 있어서의 相互 정보교환의 자세를 들 수 있다. 물론 商工美展이나 그룹展 또한 기타 개인전을 통한 作品發表

形式에 의한 정보교환의 방법도 중요하지만 나아가서 교육과정상에서 일어나는 제반 要因에 對한 검토 및 학문적 연구결과 등을 교환할 수 있는 계기가 마련되고 있지 못한 실정이다. 또한 각 教育機關마다 교수진이 부족한 현상임에도 과다한 수업을 進行해야 하는 결과로 실제적으로 접근하고 연구하여야 할 企業에 對한 關心이 감소됨에 따라 야기되는 產學協同이라는 과제를 소홀히 다루게 되는 要因이 된다고 할 수 있다. 이상에서 디자인 전문교육이 안고 있는 실제적인 문제에 대해서 간략히 고찰해 보았다.

디자이너의 再教育

교육과 社會의 不一致라도 애매한 자신을 안고 투신한 一線 디자이너들에게는 그 產業體制 속에서 새로운 교육을 이수해야 함은 당연한 현상이라 보겠지만 일단 실무에 接하게 되면 흔히들 그 범주 속에서 확대된 세계를 탐구하려는 의지적 노력이 미약해지는 경우를 볼 수 있다. 물론 각자가 自己職場에 대해서 또는 自己職業에 대해서 애착을 갖고 充實히 온 정력을 경주하다 보면 보다 넓은 세계를 바라 볼 수 있는 시간적 여유가 없을 수는 있지만 디자이너 자신의 발전을 위해서는 새로운 정보 및 기술교육에 接할 수 있는 계기를 마련해야 할 것이다. 물론 各職場마다 여러 가지 형태로써 海外派遣 및 海外技術習得 또는 자체적인 교육을 進行하고는 있지만 실제로 이와 같이 再教育의 과정을 밟고 있는 디자이너의 수가 어느 정도일까 하는데는 의문을 품지 않을 수 없다. 또한 이미 「디자인·포장」誌(에세이적 디자인論, 정시화 씀 1971, 12호)에서 밝힌 바와 같이 產學協同의 일환으로서 教育과 社會라는 有機的 關係를 가지고 상호 정보의 교류자세를 갖추어야 할 것이며 이러한 事業을 주관할 수 있는 한국디자인포장센터의 기능을 더욱 강화하여야 하겠다. 아울러서 企業의 번영과 디자이너의 자질을 育成하기 위해서는 企業人들로 하여금 보다 적극적인 자세로 디자이너로 하여금 직접 生産에 참여할 수 있도록 기회를 부여해 주어야 함은 물론 그들의 능률적 디자인 活動을 위해서는 충분한 참고도서의 공급, 연관 工業의 제분야와

함께 연구할 수 있는 분위기 조성과 시설을 갖추어 주므로써 여러가지 技術과 結合할 수 있는 능력을 배양하고 폭넓은 관찰을 통해 競爭에서 승리할 수 있는 製品을 기대할 수 있으리라 믿는다.

結 論

이제까지 편견적인 소견으로 방대하고 난해한 工業디자인 教育의 실제적인 문제점들을 고찰해 보았고 이러한 類의 문제점들을 다음 몇 가지로 정리해서 그 効率化 方案으로 대신해 보고자 한다.

① 전문교육 이전의 一般的 정서교육으로서 디자인 교육의 확립을 위해서는 生活經驗을 토대로 한 기초 조형교육의 과정을 강화해야 할 것이다.

② 消費者 및 使用者의 일방적인 享受指向의 活動보다도 실제 造形活動을 通하여 새로운 生活環境을 창조할 수 있는 教養教育 및 제물을 강화 해야 할 것이다.

③ 종래의 지엽적이고 고립적인 專門教育을 止揚하고 보다 적극적이고 폭넓은 綜合學問으로서 그 영역을 확대하여 교과내용으로서 量보다 質에 역점을 두어야 할 것이다.

④ 실습시설의 완비와 充分한 실습시간을 부여 하므로써 재료에 대한 정확한 인식과 숙련된 기술을 습득케 하므로써 理論만이 담겨진 巨頭的 디자이너의 배출을 止揚해야 하겠다.

⑤ 教授의 보다 적극적인 企業의 理解와 학문적 연구가 進行되어 學生과 企業間에 만족한 架橋의 역할을 담당하여 產學協同精神을 고취할 수 있는 계기를 造成해야 할 것이다.

⑥ 현실적으로 정규교육에 의해서 배출된 디자이너의 感覺의인 表出이 技術의으로 解決되지 못하고 있어 한편으로는 技巧家 즉, 기능공 양성에 역점을 두어야 하겠다.

⑦ 디자인教育은 전문교육기관에서만 담당해서 해결된 문제는 아니고 企業人들의 적극적인 教育에 對한 理解와 아울러 끊임없는 후원으로서 前進 發展할 수 있는 터전을 造成해야 하겠다.

⑧ 정부 및 디자인 관련 團體에서는 디자이너의 社會的 지위의 확보, 제반 정보의 공급, 연구 지원, 產學協同의 계기 造成 등에 각별한 관심을 부여해야 할 것이다. ;

日本 工業디자인의 發展過程과 背景

Origin and development of Japanese industrial design

編

輯

室

工業디자인은 디자인의 여러 分野가운데서도 經濟發展의 寄與
度에 있어 重要的 位置와 比重을 차지하고 있기 때문에 그 發展
이 크게 強調, 促求되고 있다.

工業化에 의한 近代化의 터전을 이룩한 우리 나라에 있어서 工
業디자인의 發展을 加速化하여 그 水準의 國際化 實現을 앞당기
는 일이야말로 우리의 當面課題라 하겠다. 특히 工業디자인의 發
展은 工業技術의 近代化를 背景으로 하는 것임으로 우리 나라보
다 먼저 近代化된 日本에 있어서는 工業디자인이 어떠한 過程을
거쳐 發展했으며 그 背景은 무엇인가를 살펴본다.

1. 工業디자인의 背景

技術導入과 設備投資

日本에서 工業디자인이 急速히 發展한 背景으
로 생각되는 點은 過去 約 1世紀에 걸쳐 그리고
現在도 進行되고 있는 西歐化와 그것을 具現하
는 手段으로서의 인더스트리얼리즘, 工業技術의
近代化일 것이다. 특히 第 2次 世界大戰後 日本
의 工業力은, 平和産業으로의 轉換과 先進工業
國으로부터 技術導入의 積極化에 의해 生産力
및 그 質을 向上시켰다.

近代化를 促進한 技術導入과 함께 設備投資의
擴張도 急速하게 이루어지고, 初期에 있어서의
海運, 鐵鋼, 石炭, 電力 등 四大重點産業의 設
備投資를 비롯하여 化學, 纖維, 自動車, 電氣機
器 등 工業에 있어서 各 産業의 相互誘發效果를
隨伴하여 生産性を 飛躍적으로 向上케 됐다.

基幹産業部門은 말할 것도 없고, 家庭電器關係

에서는 消費大衆의 旺盛한 需要를 背景으로하여
TV, 트랜지스터 라디오 등 電子應用 機器 및
洗濯機, 冷蔵庫 등의 量産體制 整備를 위한 增
設擴充 및 專用工場의 新設이 活發해지고 機械
工業, 自動車工業 全般에 걸쳐서는 製品의 高密
度化, 高速化, 自動化, 大型化, 코스트 節減에
對한 努力이 傾注되어 品質向上이 크게 이루어
졌다.

機能主義思想의 背景

工業디자인 成立의 必然的 條件은, 機械生産
手段에 의하는 量産이며, 그 때문에 反復性, 復
製化, 單純化, 標準化라고 하는 諸 特性에 있어
機能主義와 連結되어 있음은 論及할 必要가 없을
것이다. 특히 1940年代의 建築界는 機能主義論
爭이 活發해져, 이는 工業디자인계에도 적지않
은 影響을 미치게 했다.

컵(cup)은 마신다는 것 以外에 넣는다, 清潔,
安定, 보인다 등 無數한 機能이 있다. 建築에 있

어 그所有者와 使用者의 立場에 따라 建築에 對한 要求는 顯著하게 달라진다. 많은 機能主義의 建築家は 現代生活의 快適, 居住하기 좋은 條件을 機能으로 追求하고 있으나, 實은 그와 같은 生活手段으로서의 機能에 對한 經濟的인 制約, 그리고 가장 典型的인 경우 利潤追求의 手段으로서의 機能과 크게 對立하고 있다. 이 對立을 如何히 解消하느냐 하는 것은 建築과 마찬가지로 住宅計劃에 있어서도 그 主要한 問題點이 되고 있는데, 디자인의 發生은 機械生産에 의한 造形, 良質主義를 主張하는 유럽의 合理主義에서 부터 始作된 것이나, 現實的인 場所로서는, 디자인 活動이 美國으로 옮겨지자 大量生産, 大量供給, 大量消費라고 하는 방대한 美國産業을 背景으로 하여 商品을 어떻게 하면 많이 팔 수 있느냐 하는 目的達成을 위한 手段으로 바뀌었다. 美國을 經由해서 導入된 日本工業디자인 活動의 諸樣相은 이러한 點에서 거의 美國化되고 있다 하겠다.

즉, 日本의 디자인 活動의 思想的 背景은 유럽의 로고스와 美國의 액션과 日本의 現實이 合成되어 이루어진 新機能主義의 새로운 형태라고 볼 수 있다.

2. 工業디자인의 導入

工藝指導所에 工業意匠課 設置

世界 第2次 大戰後 海外 工業디자인의 눈부신 發展相에 刺戟을 받아 日本의 工藝指導所(1952년에 産業工藝試驗所로, 1969년에 現 製品科學研究所로 改稱됨)에서는, 1948년 頃부터 海外의 디자인 實態調査와 資料를 蒐集하여 이를 一般에게 紹介하는 事業에 注力했다. 當時의 工藝 뉴우스를 통한 弘報活動 가운데 “디자인과 企業特輯”(1950年 9月號) “現代 美國工藝”(1949年) 등은 特히 好評을 받았고 많은 影響을 불러 일으켰다고 한다.

또한 1950年 神戶에서 開催된 日本貿易博覽會의 인더스트리얼·디자인 部門의 特設展示에서는, 海外의 디자인 資料 및 工藝指導所の 研究試作品, 日本國內의 새로운 디자인 製品 등이 展

示되어 日本에 있어서의 디자인 動向을 보여주어 一般의 知識을 높게 했다. 이러한 工業디자인의 活動에 뒤이어서 1952年 工藝指導所에 工業意匠課가 設置되고 12名の 要員에 의해서 工業디자인의 本格的 研究가 始作되었다.

工業디자인 過程의 研究

새로 設置된 工業意匠課가 取扱한 最初의 研究主題는 「工業디자인은 어떻게 推進시켜야 하는가?」即, 디자인 過程의 研究였다. 그 때만해도 디자인 分野가 미개척 상태였으므로 디자인의 專門用語까지에도 定義를 내리고 翻譯을 하지 않으면 안되었던 것이다. 디자인의 最初의 아이디어를 어떠한 형태로 表現해 가느냐라든가, 이러한 過程을 거쳐 어떠한 方法으로 修正해 가느냐라든가, 렌더링은 어떠한 技術로서 完成시키느냐라든가, 模型은 어느 段階에서 製作 提示하느냐, 生産技術上的 點檢은 어떻게 하느냐 등등 디자인 技術과 過程에 關해서 冊本에서만의 研究 뿐만 아니라 여러 가지 케이스·스터디를 통한 實驗과 研究가 되풀이 됐다.

디자인 過程 研究의 實施

工業디자인의 試作研究는 이미 1949年 頃 小型 트럭의 外裝 및 座席, 氣壓計 등에 對한 디자인 改善이 試圖했는데 1952年 工藝指導所の 工業意匠課에서는 이들의 工業디자인 作業이 實際의 生産工場에서 行해질 때의 作業過程을 檢討하기 위해 T電氣株式會社와 提携해서 共同研究를 實施했다. 이 研究에서는 工藝指導所側에 意匠, 機構, 色彩塗裝의 各 그룹이 編成되었고, 會社側에서도 事業部長, 工場長, 各 課主任 등으로 된 그룹이 編成되어 이 兩 그룹이 共同으로 市場調査資料 및 圖面의 檢討에서부터 最終 디자인의 決定, 生産管理, 販賣成果의 確認에 이르기까지 全作業에 責任을 갖고, 말하자면 디자인 事務所와 디자인 依頼者로서의 生産會社가 제후한 모델 케이스를 形成했다. 이 共同研究에서 다른 扇風機는 長期間 쓰이던 “검은 原型”을 打破하고 새로운 디자인의 탄생을 보아 市場에서도 큰 反應을 보이게 했다는 것이다.

一般의 움직임

工業디자인의 導入期에 있어서 工藝指導所는 多角的인 活動을 展開했는데, 同時에 言論界, 教育界, 産業界 등에서도 活潑한 움직임을 보였다. 當時 디자인 教育者 및 評論家는 將次的 産業社會에 있어서 工業디자인의 必要性을 強調하고 外國文獻 紹介, 翻譯, 評論, 또는 디자인 教育體系의 確立에 힘썼다.

教育分野에서는 1949年, 千葉大學 工學部에 工業意匠科, 東京藝術大學에 工藝計劃科가 新設되어 本格的인 工業디자인 教育이 실시되었고, 이어서 私立大學 및 各級 學校에서도 디자인 專門學科가 設置되었다.

産業界에서는 6·25 韓國動亂이 일어남과 함께 産業合理化運動이 推進되었으며, 이러한 狀況을 背景으로 하여 業界에서도 차츰 工業디자인에 關心을 갖기 始作했다. 東芝電氣 K.K.에서는 美國으로부터 工業디자이너를 顧問으로 招請하여 工藝指導所와 共同으로 家庭用 電氣機器의 디자인 改善을 꾀하고 있었는데, 企業組織에 디자인課라고 하는 것을 新設한 것은 松下電器 K.K.의 製品意匠課가 最初였다(1951年). 그 後 이같은 것의 成功에 刺戟된 다른 大電氣 메이커들도 차차 디자인部門을 設置하여 自社製品의 디자인 改善에 발벗고 나서게 되고 日本 産業界에서 工業디자인은 먼저 家庭用 電氣器具에서부터 開花하게 됐다.

3. 工業디자인 活動의 體系化와 擴大

日本은 工業디자인의 導入期를 거쳐 漸次 그 體系를 整備하면서 現在도 그 擴大過程에 있다. 그러면 日本의 디자인 活動은 어떻게 體系化되고 있는가를 分野別로 살펴 보기로 한다.

行政活動

日本의 디자인 行政活動의 發端은, 디자인 盜用問題에 있었다고 할 수 있겠다.

1957年 頃 輸出이 伸張되어 日本에서 輕工業品, 雜貨製品이 大量으로 海外에 輸出되었는데, 디자인 盜用이라는 不名譽가 크로즈업 되었다.

當時의 外務大臣 藤山愛一郎씨가 英國을 訪問했을 때 記者會見에서 日本은 英國製 나이론 양말과 꼭 같은 Out Package를 만들어 이것에 日本製品을 넣어 팔고 있다는 事實, 그리고 英國製 폴·베아링의 外箱子 商標와 똑 같은 日本製品이 팔리고 있다는 事實에 對해 記者團으로부터 추궁을 받았다. 또한 거의 같은 時期에 通産省에서는 外務省을 통해 오스트리아 駐日公使館으로부터 디자인 盜用에 對한 抗議文을 받았다 한다. 그것은 香港市場에 輸出되고 있는 日本의 纖維製品 가운데 15 種類에 對해 오스트리아·한멜社의 디자인이 盜用되고 있다는 事實을 指摘하고 日本政府의 善處를 要望하는 것이었다.

한편 日本 國內에서는 製造業體間の 意匠 트러블도 그치지 않았고 意匠法의 盲點을 틈타서 不正行爲가 續出했다. 이 때문에 日本 特許廳에서는 意匠法 改正案을 作成하여 1957年 12月の 通常國會에서 立法化시켰다. 이것은 1912年 以來의 大改正으로 그 때까지 없었던 權利者의 保護規定을 設定한다든가, 外國刊行物의 模倣을 할 수 없도록 하는 등 디자인 保全에 對해 抜本的인 防止策을 講究한 것이다. 그리고 海外로부터의 디자인 盜用, 크레임 件數는 1957年 : 23件, 1958年 : 42件, 1959年 : 79件, 1960年 : 36件, 1961年 : 35件 이라는 推移를 나타내고 있었는데 다음에 記述하는 디자인課의 新設을 통한 行政活動에 따라 크레임 件數는 줄어들었다 한다. 以上은 日本이 海外의 製品意匠을 模倣했다는 事例이지만 그 후 日本의 工業디자인은 世界의 水準에 到達하게 되어 오히려 日本製品의 意匠이 外國에서 模倣되는 事例가 發生할 만큼 됐다. 이와 같은 狀況下에서 1958年 4月 通産省 通商局에 디자인課가 設置되어 디자인 行政이 一元化된 業務를 始作하게 됐다. 디자인課의 業務는 디자인 盜用に 對한 受動的인 行政 뿐만 아니라, 輸出振興을 爲主한 前進的인 디자인 振興政策을 立案하는 業務도 擔當하고 있다. 디자인課가 發足하여 行한 디자인 盜用防止策은 1959年 9월에 施行된 “輸出品 디자인法”의 制定이다. 同法이 制定된 以後, 特定輸出品目에 對해 通産大臣이 指定하는 認定機關의 認定을 받지 않으면 輸出할 수 없도록 措置가 取해짐으로써 디자인

인 盜用에 따른 크레임 件數는 減少되고 國際信用을 回復하게 되었다. 디자인課 新設에 따라 從來 特許廳 所管이었던 意匠獎勵審議會는 通産省으로 移管되어 委員長을 包含한 20名の 委員으로 再編成케 됐다.

디자인課의 디자인 振興政策 가운데 一般에게 잘 알려져 있는 活動은 굿 디자인 商品의 選定일 것이다. 이것은 通稱 “G 마아크制度”라고 부르며 一般 消費者에 對해 優秀 디자인이란 어떤 것인가를 實物에 의해 啓蒙하려는 것으로서, 同時에 이의 選定을 通해 企業의 디자인에 對한 關心과 意義를 深化시키는 것을 目的으로 하고 있다. 選定은 1957년부터 實施되고 있으며 “G” 마아크 證紙貼布에 의해 選定物임을 表示하고 있다.

研究活動

디자인을 管掌하는 國立試驗研究機關으로는 製品科學研究所(1292년에 開設된 工藝指導所가 1952년에 産業工藝試驗所로, 1969년에 製品科學研究所로 改稱됨)가 있다.

同 研究所에 있어서의 工業디자인의 研究活動은 調查研究, 試作研究, 分析研究의 셋으로 大別할 수 있다. 工業機器를 對象으로 하는 實際의 試作研究는 이미 1949年 頃부터 工業디자인의 過程, 技術, 方法 등과 함께 小型트럭의 外裝, 座席, 氣壓計, 扇風機, TV受像機, 電氣 스토브 등에 對하여, 1952年 自轉車에는 輸出用 自轉車의 意匠改善을 위한 研究가 있었고, 이것도 輸出用 自轉車로서 業界에 널리 普及되어 그 生産實施를 指導하기도 했다. 또한 1952년에 “受託研究制度”가 생겨 企業으로부터의 디자인 依頼를 받아 萬年筆, 卓上計量器, 電動미싱 등의 디자인을 改善했다. 이 같은 研究는 그 대부분이 特定 生産業者에 의해 商品化되는 個個의 商品 디자인이었으며, 日本의 工業디자인 導入 初期 段階에 있어서 啓蒙, 指導라고 하는 立場에 큰 意味가 있는 것으로 評價되고 있다. 그러나 얼마 있지않아 工業디자인이 職業으로서 成立되고 民間에서 工業디자인을 職業으로 하는 디자인어가 생기게 됨에 따라, 國家의 研究機關은 業界 全般의 디자인 向上을 꾀하기 위하여 보다 基礎

的인 機能, 構造 등의 問題究明이 先決되어야 한다는 결론을 얻고 工業機器의 프로트·타이프에 關한 研究에 重點을 두게 되었다. 一例를 들면, 1954年 當時 디자인 면에서 뒤떨어져 있던 暖房器具를 課題로 取扱하여 日本內 市販品の 副射, 對流, 反射型에 對해 각각 燃燒, 放熱效果 또는 副射分布와 反射板狀의 關係 등을 分析하고 反射板 材料 및 그 表面處理, 反射板과 스텝톤의 關係 등에 共通的 設計 데이터를 얻어 그 데이터를 基礎로한 프로트·타이프를 作成하게 됐다.

그 밖에 電話器, 食器類, 椅子 등에 關한 對人 機能研究 및 海外製品과 國產品을 機能 면에서 比較分析하여 改善點을 찾아내기 위한 商品分析의 研究 등 機能分析 面의 研究에 重點을 두었다. 이 같은 一連의 研究推移에 의해 人間工學의 研究에 中心을 두었다. 1964年 工業디자인에 關한 人間工學의 研究는 國家가 해야할 重要研究로서 指定되었다.

以上과 같이 1952년부터 本格的으로 始作된 디자인 研究는 初期에는 프로세스 研究, 디자인 改善, 다음 段階에서 프로트·타이프의 研究에서부터 機能實驗研究 더 나아가서 人間機能 面을 中心으로한 對人機能研究, 人間工學研究로 그 內容을 바꾸어 오늘날에 이르고 있다.

不過 10餘年 사이에 이 처럼 디자인 研究의 內容이 바뀐 것은 日本의 一般 디자인 活動의 急速한 成長을 단적으로 말해 주며, 그 活動 規模와 層이 두텁고, 質적으로는 高度化되어 있음을 나타낸다고 하겠다.

振興活動

1951년에 貿易振興을 促進시키기 위한 官民一體의 一元的인 機關으로서, 海外市場調查委員會(現 日本貿易振興會: JETRO)가 設立되고, 輸出振興, 海外市場調查 등에 큰 役割을 擔當했는데 디자인 振興 면에서는 디자인課를 두고 活動했다. Japan Design House는 1959년에 JETRO의 附屬 機關으로서 發足되며, 이것은 1971년부터 日本 産業디자인振興會(JIDPO)에 移管됐다.

JIDPO의 主要業務는 優秀디자인 製品의 選定 및 展示, 內外 디자인 調查와 資料의 整備, 카

트·시스템에 의한 디자인 情報提供, 디자인 研修, 産業디자인 改善, 研究員의 海外派遣, 機關誌의 刊行 등 事業을 하고 있다.

1960년에 大阪府 大阪商工會議所에 의해 大阪 디자인 하우스(名稱이 現 大阪디자인센터로 改稱됨)가 設立되었다. 業務內容은 JIDPO와 거의 비슷하다.

機械디자인센터는 1959년에 輸出品 디자인法에 따른 認定機關으로서 發足, 14개 品目の 特定貨物(特定輸出品) 디자인 登錄, 認定業務를 行함과 同時に 機械器具의 디자인 開發獎勵에 關한 事業을 하고 있다. 同 센터가 設置케된 것은 前述한대로 디자인 盜用問題 때문이었는데, 同센터가 活動을 開始함에 따라 디자인 紛爭事件은 激減되고 業界의 디자인 創作意慾이 向上되고 디자인 尊重의 道義心이 높아졌다. 디자인 登錄이란 特定貨物(카메라, 8m/m 攝影機, 映寫機, 테이프·레코더, 照明器具 등)에 對해서 輸出業者가 미리 自己의 디자인에 對해 登錄을 해두는 것이며, 이에 따라 他人이 이와 同一한 것 또는 類似한 것의 디자인을 使用해서 認定을 받을 수 없도록 保全이 約束되는 것이다. 디자인 認定은, 特定貨物의 디자인 模倣을 防止하며 國際信用을 높이고 輸出을 伸張시킴에 目的이 있는데 이는 輸出品 디자인法의 根幹을 이루는 것이다.

以上과 같은 業務의 必要에 따라 同센터에는 世界 各國의 特許公報가 資料室에 整備되어서 關係 業界 및 一般에게 供覽되고 있다.

디자인 開發獎勵를 위해 1960年 以來 年 1回の 機械디자인 콩쿨을 開催, 젊은 工業디자인의 發掘, 登龍을 꾀하며 1962년부터는 中小企業을 對象으로 하여 디자인 巡廻 現場指導를 하고 있다.

日本輸出雜貨센터는 1959년에 設置되어(1973年 日本雜貨振興센터로 改稱) 輸出品 디자인法에 따른 特定貨物中 萬年筆, 家具, 鹽化비닐 玩具, 喫煙具, 硝子製品 등의 雜貨品에 對해 機械디자인센터와 같은 디자인의 登錄, 認定 및 輸出檢査에 關한 業務를 하고 있다. 그리고 디자인 向上을 促進시키는 事業으로서 雜貨品 디자인 콩쿨, 디자인 巡廻指導, 디자인 相談과 함께 技術指導 面에서 品質管理, 生産技術講習會, 專用機

械試作 등을 行하고 있다. 常設展示館에는 優秀雜貨製品을 常設展示해 놓고 外國 바이어와 國內業者에 對한 情報提供과 去來斡旋도 하고 있다.

그 밖에 陶磁器意匠센터, 纖維意匠센터가 있는데 위와 거의 같은 內容의 活動을 하고 있다.

民間活動

日本 政府의 行政, 振興面의 積極的인 活動과 함께 民間에 있어서도 디자인에 關한 活動은 活潑하였다. 1952年, 毎日新聞은 70周年 記念事業으로서 工業디자인의 啓蒙에 발벗고 나서게 되어 當時의 産業工藝試驗所(現 製品科學研究所)와 共催로 第1回 新日本工業디자인展을 開催, 工業디자인의 意義를 크게 高揚시켰다. 이어서 1953년에, 工業디자인 콩페티션을 企劃, 日本의 一流 메이커들이 제각기 課題商品을 提示하고, 이 條件에 알맞은 優秀디자인의 應募가 있으면 그것을 自社에서 量産한다는 契機를 마련케 되어 큰 關心을 불러 일으켰다. 그 후 이것은 每年 開催되는데 1955년부터는 毎日工業디자인賞이 設置되어 디자인의 發展에 貢獻하고 있다.

디자인에 關한 展覽會로서 큰 발자취를 남긴 것은 1954年, 京橋美術館에서 열린 “바우하우스展”과 1958年 같은 美術館에서 열린 “20世紀의 디자인展”이었다.

이것은 뉴욕 近代美術館이 오랫동안 蒐集한 近代 디자인의 流行中 重要한 意味를 갖는 作品, 製品으로서, 그것을 時代, 種別로 區分하여 現代 디자인이 歷史의 으로 어떻게 變遷해 왔는가를 그 運動의 精神과 文化的 意義를 說明한 點에서 日本의 디자인界에 큰 影響을 주었다는 것이다.

또한 工業디자인의 個人作品展으로서 1954年, “小杉二郎 工業디자인展”이 最初の 것이었고 “柳宗理 工業디자인研究室展”이 1956年 東京에서 開催되었다.

특히 1954年, 産業工藝試驗소가 “디자인과 技術展”을 開催함으로써 近代 日本風潮의 디자인 運動과 함께 海外에서의 日本風潮 붐의 導火點이 되었다. 商業베이스의 디자인展은 해를 거듭할 수록 活潑해지고 大百貨店은 競爭的으로 商品 交換을 하면서 프랑스展, 스웨덴展, 덴마크

굿 디자인展 등을 開催하게 되었으며 굿 디자인 商品의 特設 코너를 常設하기에 이르렀다.

産業界에 있어서의 디자인 活動은 1951年, 松下 電氣産業KK에서 製品意匠課를 設置한 것을 最初로 하여 각종 産業部門 企業內에 漸次 디자인 部署를 두게 되었다. 特히 電氣機器, 自動車, 光學機械 등의 分野에서는 디자인 向上이 현저하게 되었고 大企業에서는 100餘名이 넘는 스테프 • 디자이너를 갖기에 이르렀다. 프리랜서(Freelancer)의 事務所도 年次로 增加傾向에 있다.

한편 日本의 工業디자이너들은 1949年 頃부터 團體結成의 움직임을 보이고 있었는데 1951年 美國의 工業디자이너 레이몬드 • 로이氏가 日本에 가서 피스 담배갑 디자인에 約 150萬円을 要求한 것 등이 契機가 되어 드디어 業界 및 一般에게도 디자인에 對한 認識이 깊어지게 되고, 工業디자이너에 의한 職能團體結成의 氣運이 높아져, 1951년에 그래픽 • 디자이너團體인 “日本宣傳美術會”의 結成에 이어 1952년에는 日本 인터스트리얼 디자이너協會(JIDA)가 結成됐다.

工業디자인事務所로는 1953년에 KAK디자인事務所, 柳宗理工業디자인研究會, 皆川디자인事務所가, 그리고 GK 디자인事務所가 1954년에 發足되었다.

그리고 디자인 教育, 評論을 中心으로 하는 “디자인學會”도 1953년에 結成되었다. 이어서 1957년에는 JIDA와는 立場과 內容을 달리하는 이른바 文化團體의 性格의 “日本國際디자인協會”가 建築家, 그래픽 디자이너, 인테리어 디자이너, 크라프트 디자이너, 工業디자이너, 디자인 評論家에 의해 結成되었다. 그리고 1960년에는 世界디자인會議가 東京에서 開催되었는데 이를 契機로 해서 結成된 디자인 學生의 組織體인 “디자인學生聯合會”는 1961년에 第1回 合同展을 東京에서 開催, 디자인教育 세미나와 作品交換展을 개최하고, 1964년에는 디자인을 배우는 學生

들에 의해서 최초의 全國의인 會議로 “日本디자인學生會議 京都大會”를 開催했다.

教育活動

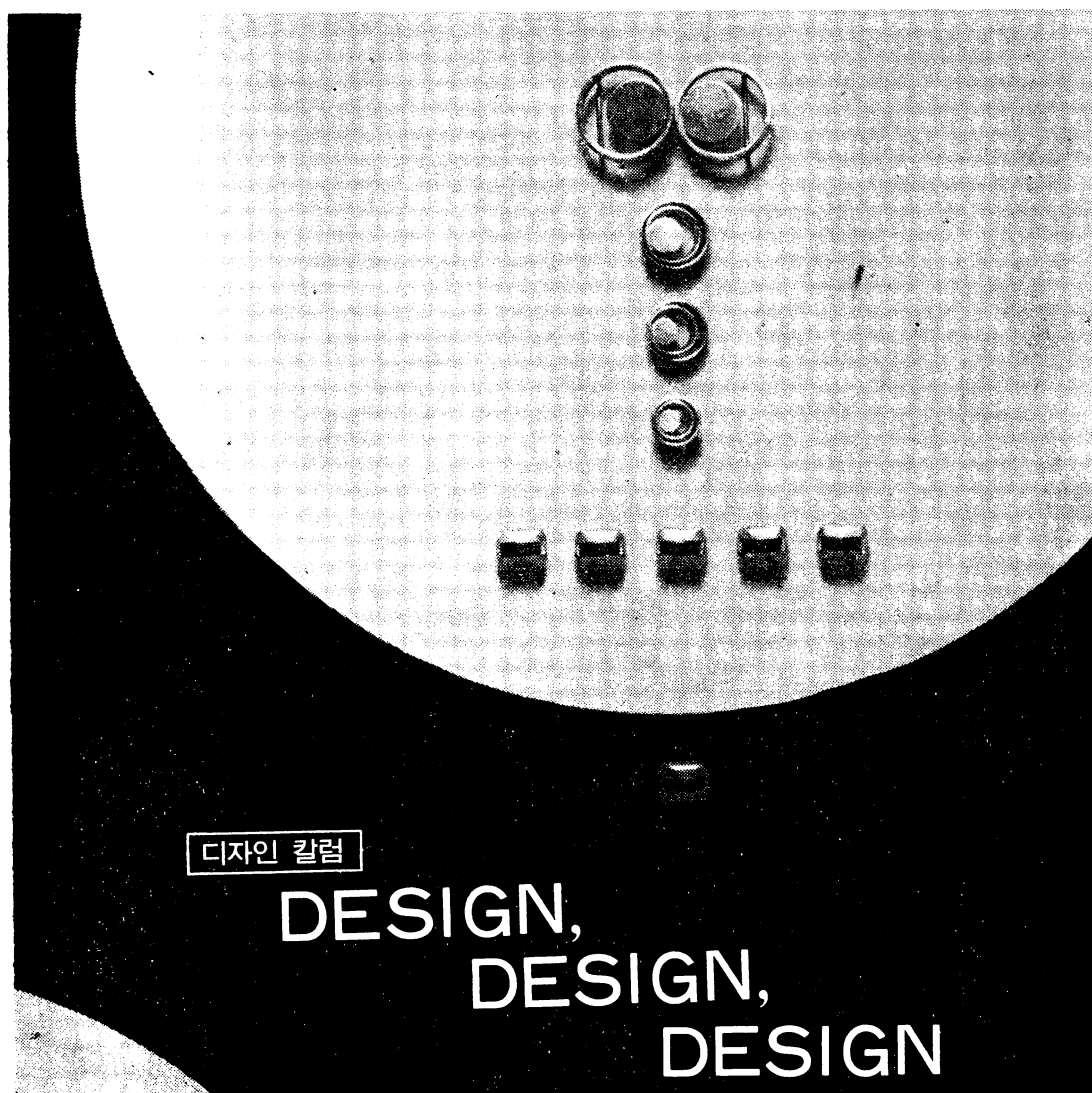
工業디자인의 教育活動 面에서는 1949년에 東京教育大學이 構成學의 授業을 開始하여 디자인의 基礎教育을 시작했고, 같은 해 千葉大學 工藝部에 工業意匠科, 東京藝術大學에 工藝計劃科가 新設되어 本格的인 디자인 教育이 이루어졌다. 그 後 1954年, 京都工藝纖維大學에도 意匠工藝學科가 設置되고 多摩美術大學, 日本大學, 金澤美術大學, 女子美術大學 등에서도 각각 工業디자인 교육을 실시했다.

1955年 國家補助金에 의한 留學生 制度가 생겨 JETRO가 그 實務機關이 되어 纖維, 雜貨, 陶磁器, 輕機械 關係에서 各 1名이 選拔된 4名の 留學生이 渡美한 것을 시작으로 以後 每年 海外派遣을 계속하고 있다. 産業工藝試驗所에서도 1956年 디자인 留學의 旅費를 認定케 되어 1964년까지 合計 16名の 所員이 歐美의 教育機關, 研究所에 滞在하면서 디자인研究를 해왔다. 其他 私費, 企業派遣 등은 그 數가 相當히 많을 것으로 推定된다. 한편 海外로부터의 디자인 專門家를 招請하여 講習會를 연 것은 1956년부터 産業工藝試驗所가 實施했는데 그 중 工業디자인에 關한 것은 1957年の G • 넬슨(量產家具의 디자인), 1959年の J • 다브린 • D • 자프만(디자인의 發想, 製品意 計劃 등), 1963年の J • 단롭프(人間工學과 工業디자인) 등의 講習會, 세미나 등이 好評을 받았고, 日本의 工業디자인界에 큰 成果를 가져온 것으로 간주된다고 한다.

參考資料

- 工業デザインの基礎(金原出版社)
- 海外디자인包裝 振興機關實態調査 報告書(韓國디자인包裝센터)
- 海外研修結果報告(韓國디자인包裝센터)

Design column



디자인 칼럼

DESIGN,
DESIGN,
DESIGN

李 化 洙

同德女大 教授

1. 디자인의 領域

우리 나라에서 디자인이라는 用語가 불리우게 된 것은 世界 2次大戰이 종식되고 8.15解放을 맞이하면서부터 였는데 일반적인 社會通念 속에서 어느 정도 이해하게 되기까지는 근 30년이라는 긴 세월이 필요로 했다.

지금도 더러 쓰이는 말에 圖案, 意匠이라는 우리 말이 있기는 하지만 디자인이라는 억양에서 풍기는 뉴앙스와는 약간의 거리감을 느끼게 하였음인지 이제는 原語 그대로 流行語처럼 통용되고 있는 것이다.

그러나 디자인은 디자인이라 는 낱말과 함께 일반 보급에 가장 뛰어나게 尖兵 역할을 한 것은 服飾界일 것이다.

그것은 6.15動亂을 前後로 海外에서 밀려온 風物中에서 가장 손쉽게 받아들인 것이 바로 패션 디자인이었는데, 時代的인 氣運을 타고 연달아 문을 열게 된 洋裁學院과 드레스 메이커는 재빨리 디자인이라는 낱말을 사용하게 됨으로써 일반 대중들에게 土着化된 셈이 되었다.

따라서 아직도 일부에서는 「디자인」하면은 衣裳의 디자인을 뜻하고 「디자인너」는 의태裁斷師로 속단하여 디자인 本然의 뜻을 오해한 나머지 모오드雜誌의 카피나 스타일畫의 대명사처럼 치부되고 있는 것이다.

물론 Costume design 은 디자인의 領域 속에 중요한 비중을 차지하고 있음은 두 말할 나위도 없지만 디자인의 영역은

보다 광범하고 다양한 것이다. 우선 여기서 系列別로 크게 나누어 보자면 다음과 같다.

- Graphic Design (商業廣告, 宣傳, 情報傳達)
- Industrial Design (工業, 産業, 工藝)
- Design of Architecture (建築, 室內裝飾)
- Costume Design (服飾關係)

① 그래픽 디자인

하나의 商品이 市場을 거쳐 소비자의 손으로 들어 오기까지의 과정은, 企業人들의 남모른 피나는 노력의 소산일 것이다.

원래 디자인의 목표는 條件消化에 본래의 使命이 있다고 하는데 오늘날 廣告와 관련을 맺지않는 商品計劃이란 語不成說이다.

두 말할 나위도 없이 商品消費에 있어서는 매스커뮤니케이션에 依한 廣告 방법이 가장 위력을 발휘하는데 利用되는 媒介體는 대체로

- 新聞 雜誌
- 포스터, 傳單, 캘린더, 다 이렉트메일
- 屋外廣告 (看板, 네온사인)
- TV, 映畫

등이 있는데 커머셜은 목적달성을 서둘러 나머지, 때로는 사람들에게 쉼을 끼치는 경우도 있는 것이다. 따라서 이를 디자인의 本質로 삼는다는 것은 一考의 여지가 있다라는 일부 說도 있지만 현재 소비자에 대한 서어비스 문제를 주요시 하는 마당에 있음으로 上記한 分野中 커머셜은 계속 中心的인 역할을 하지 않을까 기대된다.

그러나 한 편으로는 아직도 「消費者는 王이다」라는 말이 무색할 정도로 오늘의 現實은 王은 生産者 입장에 놓여 있으며, 디자인 면에 아무런 관심과 신경을 쓰지 않는 在來式 生産體가 도사리고 있는 것이다.

② 인더스트리얼 디자인

보통 工業디자인으로 불리어 왔는데 요즘에 와서는 産業, 혹은 工藝 面에도 통용되고 있다. 최근 유난히 近代化, 工業化라는 말이 자주 쓰이는데 진정한 의미에서 우리 나라의 近代化 路程은 고작 20년이 채 못되지 않나 생각된다.

본래 人間이 삶을 영위하고 거기에 사용되는 生活器具라는 그 하나 하나가 工藝品的인 것이 아니라면, 디자인이란 것도 생활의 터전에서 이미 자취를 감추었어야 했을 것이다.

「인더스트리얼 디자인이란 大量으로 같은 물건을 염가로 사회에 제공하고, 또한 生産者側에는 만들기 쉽고 팔기 쉬운 물건을 제공하는 일이다」라고 한 때 그럴듯한 定義가 내려진적도 있었지만 불과 20餘年 前을 도리켜 보건데 우리 나라의 近代化가 얼마나 뒤떨어져 있었다는 사실을 想起시켜 주는 말에 불과하다.

後進과 零細性を 면치 못하는 初創的인 手工業的 風土 위에 인더스트리얼 디자인은 教育의 터전마저 荒蕪地에 다름 없었던 그 당시의 양상이 통감되는 것이다.

그러나 다행히도 그 後 情勢의 안정과 國家의 近代化 政策이 진척됨에 따라 工業을 바탕으로 사람들의 생활이 펼쳐 나

왔고 기계기술을 중심으로 한 사회환경 속에서 처음으로 인더스트리얼 디자인은 그 필요성을 인식하게 되었던 것이다.

어떤 면에서 보자면 인간의 역사는 잡다한 造形素材와의 싸움이었다고 볼 수 있다. 우리의 조상들은 흙을 빚어서 土器를 만들었고 돌을 갈아서 칼을 만들었다. 그리고 그칠줄 모르는 가능성을 지니고 모든 素材를 소화하는 능력은 그 민족의 발전과 권력을 기약했던 것이다.

인더스트리얼 디자인은 과거 피라미트, 스피ং크스가 만들어졌을 때처럼 어느 특정인을 위해서 존재하는 것이 아니다. 그것은 보다 인간생활에 주체성을 두고 꾸준히 변함없는 造形追求의 세계라고 말할 수 있다.

이제는 製品의 형태나 빛깔만을論하는 시대는 이미 지났으며 물건 하나를 뽑아서 그 가치를 云云하고 추구하는 때도 아니다. 말하자면 인간사회의 종합적인 생활개발을 목적으로한 計劃行爲이어야 할 것이다.

③ 建築디자인

살기 편하고 일하는 데도 편리하다는 것은 室內裝備가 잘 갖추어진 중요한 조건의 하나임으로 이는 곧 사람이 사는 장소로서 建築과 裝飾은 분리해서 생각할 수는 없는 일이다. 따라서 建物안에 室內이 있고, 空間이 있는 이상, 室內을 생각한다는 것은 당연하며, 근본적으로 住宅의 근원과 인간생활의 실태가 잘 검토되어야 할 것이다. 그리하여 生活空間

으로서의 室內을 工學的으로나 社會的인, 나아가서 造形的인 측면에서 각각 전문분야에서 검토가 가져져야 할 것이다.

室內裝飾, 室內裝置 혹은 室內構成, 室內裝備 이렇게 지금까지 같은 뜻으로 사용되어 왔지만, 이러한 말들은 자기 말이 다르듯이 그 뜻도 시대의 변천에 따라 변질되어지고 있다.

먼저 요즈음 가장 많이 쓰이는 室內裝飾은 벽면의 장식이랄지, 커튼 혹은 마루에 까는 카펫트나 매트 배려를 연상케 하는 다분히 평면적인 인상을 주는데 비해, 室內裝置나 室內構成 등은 住宅空間에 대해서 立體的인 감을 부여한다. 그런 뜻에서 空間裝備는 우리들의 생활기능을 기반으로한 生活空間, 住宅空間을 보다 살기 좋게 하기 위한 일종의 건축적 행위라고 말할 수 있다.

물론 그것은 단순히 室內을 장식하는 일에 그친다고 볼 수는 없다. 말하자면 근대과학이 산출한 새로운 각종의 材料로서 구성된 住宅과 近代工業디자인에 따라 생산된 주택관계의 여러 기구와 家具, 집기 등으로 생활기능에 적합한 室內을 꾸미는 일이라고 본다.

지금으로부터 120餘年前 1851年, 이 해는 19世紀의 工業技術과 造形的 歷史에 커다란 가능성을 보여준 해로서 기억에 남을 것이다.

硝子와 鐵材로 형성된 巨大한 建築物 크리스털 파레스는 지금까지 서민들 생활양식에서는 도저히 상상도 할 수 없을 정도로 素材의 활용범위를 단숨에 넓혀 新紀元을 수립했었다.

그 밖에도 1889年 巴里博覽會

에 임해서 에펠塔의 建立은 에밀 조라로 하여금 「今世紀 最惡의 造形物」이라는 혹평도 있었지만 鐵의 素材가 지닌 무한한 조형의 가능성을 여지없이 具現시킨 점에서 볼 때 우리人類에게 꿈과 현실을 안겨준 가치있는 성사라고 여겨진다.

④ 服飾디자인

1950年, 이해는 우리 民族이 영원히 잊을래야 잊을 수 없는 동족살상이라는 悲運의 해이기도 하다. 그 처절한 6.25動亂이 폭발하던 해 우리 나라 美術教育의 嚆矢인 서울大學校 美術大學 第1回 卒業生이 사회에 배출되었는데 筆者도 거기의 한 사람이지만 당시 디자인을 專攻한 學生數는(지금은 應用美術科로 稱하지만 당시는 圖案科이었음) 고작 대여섯 명에 불과했었다. 그 후 몇 해가 지나 弘大와 梨大에서 美術科를 설치한거로 미루어 약 십오륙年前만 하더라도 全國의 大學을 통털어 디자인 專攻의 學生數는 百名을 넘지 못했을 것이다.

더우기 사회적인 여건은 아직도 手工業的인 零細性을 면치 못하고 게다가 의식수준이 낮은 前近代的 감각으로 經營을 일삼아온 企業人들은 디자인하면 의래 外國의 것을 모방하는데 그쳐 韓國의 디자인界는 宇宙의 葉兒처럼 浮遊했었다.

그러나 다행하게도 纖維産業의 붐이 到來하여 海外輸出의 꿈이 실현되고 TV세트에서 흘러나오는 CM송이 우리의 생활을 밝은 방향으로 진입되자 화려한 꿈은 패션 디자인이라는 用語를 일반에게 심어주게 되고 디자이너하면 服飾관계자이려

니 하는 概念이 생긴 것이다.

이상으로 系列別로 크게 디자인을 나누어 본 셈인데 앞으로 디자인이라는 말을 쓸 경우에는 일단 이러한 넓은 視野에서 現代의인 概念으로 사용되고 받아드려야 할 것이다.

2. 디자인의 根源

여기서 우선 디자인이라는 단어의 근원을 살펴 보기로 한다.

디자인은 물론 英語이지만 語源的으로 보자면 繪畫에서 素描를 뜻하는 프랑스語의 Dessin과 마찬가지로 羅典語의 Designare에서 파생된 것이며 원래는「記號를 써서 計劃을 나타낸다」라는 뜻을 지닌다.

따라서 넓은 의미에서 엔지니어가 기계를 設計하는 경우도 Design에 포함되지만 대체로 이러한 工學的인 기계설계나 繪畫의인 소묘를 뜻하는 것이 아니다.

보편적으로 앞서 말한 바와 같이 주로 商業宣傳, 工業工藝, 建築室內裝飾, 服飾分野에 걸쳐 일정한 용도와 목적을 지닌 것을 形成하려고 할 때, 그 목적과 용도에 가장 적합하고 造形美를 가미시켜 計劃하여 創作하는 일이 디자인인 것이다.

디자인이라는 용어가 쓰이기 시작한 초창기 시절에 비한다면 지금은 그 낱말이 지닌 뜻과 쓰여지는 방법 또한 상당한 변화를 가져왔음을 느끼게 될 것이다. 그것은 단순히 형식적인 표면상의 변화를 말함이 아니라 그 근원에 있어서도 사회적인 變革과 막중한 연관성을 지니고 있다는 사실을 우리는 재삼 깨달아야 할 것이다.

여기서 좀 더 구체적으로 디자인의 概念을 설명하기 위해 衣服을 例로 條件을 생각해 보기로 한다.

① 用途 디자인 하려는 衣服을 어떤 사람이 어떤 경우에 입을 것인가, 紳士服, 유니폼, 스포츠服, 이브닝드레스 등 사용 목적을 염두에 두고 季節도 고려해야 한다.

② 機能 運動服이라면 스포티하고 경쾌하게, 作業服이라면 튼튼하고 능률적으로, 夜會服이라면 우아하고 氣品있는 배려가 따를 것이다.

③ 材料 어떠한 服地와 부속이 그 衣服의 목적에 적응할 것인가를 검토한다.

④ 技術 裁斷과 바느질은 어떤 방법으로 처리할 것인가.

⑤ 價格 그 衣服의 알맞은 코스트를 책정한다.

⑥ 傳統과 流行 환경과 습성에 수반되는 傳統과 개성을 살린다. 그리고 시대의 첨단을 가는 유행은 물론 현대적인 감각도 살려야 한다.

⑦ 造形美 어떠한 패턴과 빛 같이 아름답고 인상적인 조화를 이룰 것인가를 집약시킨다.

이와 같이 디자인은 일정한 목적을 향하여 만들려는 造形計劃임으로 上記한 조건들이 작용해서 비로소 衣服의 디자인은 자기의 사명을 다하게 된다.

여기서 이러한 계획의 발생 과정을 살펴 보자면 우선 디자이너의 마음 속에서 창작의욕과 함께 어떤 구체성 있는 發想이 떠오를 것이다.

이러한 정신활동이 바로 아이디어인데 좋은 아이디어가 떠오르지 않는 한 훌륭한 디자인을 바랄 수는 없다. 그러기에

디자이너는 보다 넓은 지식과 풍부한 감수성, 독창적인 개성과 예리한 思考力의 소유자이어야 한다. 그러나 아이디어는 그것이 製品 혹은 作品으로서 구체화될 때까지의 과정을 근본 이념으로서 지배하게 되지만 이는 어디까지나 創案으로서 사고의 범위에 한정되어, 실제의 조형활동과는 다르다. 단지 無形의 아이디어를 시각적인 형태로 이렇게 저렇게 스케치를 해보면서 검토하는 것을 뜻한다.

그리하여 그 아이디어를 바탕으로 목적에 적응된 造形으로서 구체화를, 말하자면 實現化를 서둘러 과정이 디자인이다. 따라서 디자인은 아이디어의 목표에 따라서 前記한 여러 조건을 감안하여 아름다운 造形の 作業으로 임하게 되고, 圓面과 模型으로서 표시된 디자인은 다른 造形과 마찬가지로 線, 方向, 形, 크기, 材質, 色彩 등 이러한 시각적인 요소에 따라서 구성되어 진다.

이리하여 마침내 디자인은 아이디어가 그 열매를 맺어, 이미지로서 디자이너의 뇌리에서 그려진 創案이 具象的인 형태와 색채를 보유하게 되는데, 디자인의 기본적인 요소도 결국은 造形の 견지에서 볼 때, 이러한 시각적 요소에 집약되어지는 것이다.

3. 디자인과 美術의 限界

요즈음도 더러 畫廊이나 展覽會場에서 知人을 만나면「美術과 디자인의 差異」에 대해서 물어보는 경우가 많다. 대체로

전문자들은 「오늘의 美術은 이해하기 힘들다」라는 말과 함께 우리 일상생활 주변에 點在하는 디자인과 一見 共通性을 발견하고 있는 것이다.

이 문제에 대해서는 과거에도 여러 論議의 대상이 되어왔지만, 時代的인 변천에 따라 그 見解가 달리 평가되는 경우도 있어, 이번 機會에 함께 再考해 보았으면 싶다. 물론 여기서 어떤 結論의 歸結을 바란다는 처사는 무모한 일이며, 다만 그 동안 오고 갔던 이야기들을 요약해서 편의상 對話式으로 펴보기로 한다.

A : 우리처럼 소위 순수 藝術을 한답시고, 밤낮으로 열심히 그림을 그리지만 영 생활이 되질 안해요. 거기에 비한다면 디자인하는 친구들은 깃발 날리거든.

D : 그렇지...디자인도 디자인이 아니냐.

A : 아니야, 내 아는 후배녀석이 있는데, 뭐 별로 센스도 감각도 없어 보이는 데두, 생활은 꿈잘 나보단 한결 낫거든.

D : 자네보단 재치가 있는 모양이구먼 노력도 더 하구.....

A : 아니래두, 그 친구 처음엔 동양화 전공이었는데, 안되겠던 모양이지 方向을 바꿨는데 뭐 일러스트레이션을 한다나? 더우기 XX會館의 디스플레이를 맡았다는데 목돈이 들어온데요. 그리고 나더러 거들어 달라잖겠어.

D : 거들어 주지 그래.

A : 내가 할 수 있을까? 경험도 없는데.....

D : 규모가 어떤 것인지 모르지만, 가능해. 요는 자네 머리가 워낙 돌매가리가 되어서

그것이 걱정이지만 하하하.

A : 옛끼 이 사람.

그저 웃어 넘기기에는 한가닥 未備된 사항들이 숨어 있을 법하다. 물론 디자인과 美術은 표현 면에서는 도달점이 공통성을 지녔다 하더라도 동일한 것이 아니며, 機能性과 不機能性이라는 등의 二元論만으로도 「미술과 디자인의 差位」는 해결을 보지 못할 것이다.

애당초 美術의 分身으로서 디자인이 탄생한 것은 사실임으로 미술과 디자인을 명확히 구별할 수도 있을 법한 일이고 또한, 떨어질래야 떨어질 수도 없는 그러한 면도 있다 하겠다.

美術의 分身으로서 現代디자인은 그 以前에는 오히려 디자인의 分身이 美術이었던 시기도 있었던만치 史的으로 본 「美術과 디자인」의 관계는 오늘날에도 Analogy(類似)로서 공통적인 概念은 잃고 있지 않지만, 새삼 지금 따지기에는 너무나 많은 것들이 우리 앞을 스쳐갔고 또 내일도 새로운 일들이 발생할 것이 틀림없다.

이 경우 「美術」이란 것이 어떤 美術을 말하는 것인지, 또한 「디자인」에 대해서도, 가령 建築과 都市計劃, 그래픽이나, 인더스트리얼 디자인 등 제각기 機能的으로 分化되어 있어 그 중에서도 당연히 문제의식의 취급방법에 따라 양상을 달리할 것이다.

A : 디자인이 미술과는 달리 사용 면에 있어서 목적 기능이 분명하다는건 짐작이 가구먼, 가령 都市計劃은 최소한도 數世紀의 발전과정을 미리 예상하고 계획되어 질 것이고 건축도 보통 50년에서 100년의 제

반 목적 기능을 다해야 할테니까.....허지만 건축이나 인더스트리얼 혹은 그래픽 등은 물론 系列別로는 다르겠지만, 기능적인 면에서는 연합체와 같은 有機體를 형성하고 있는 그런 느낌이 드는데.....

D : 바로 그거야, 디자인이 오늘의 인간생활, 사회적 기능, 자연의 모든 환경 속에서 전개되는 자네가 말한 기능적 연합, 혹은 機能複合體라는 狀況을 만들어 내고 있다고 보면 되요. 가령 인더스트리얼 디자인은 사회생활을 하는 인간의 잡다한 조건을 公營생산 아래 계획이 이뤄져야 하고, 그래픽 디자인은 나날의 정보전달이라는 기능을 유지로 그 계획이 실현을 거두게 될테니까 말이야.

A : 하기야 今世紀 初에 출현한 바우하우스의 운동이나, 루·콜부제가 提唱한 기능주의의 개념은 이러한 방향을 더듬어 갔다고 볼 수 있으니까.

D : 미술의 분신으로서의 디자인은 말하자면, 「기능개념」을 설정함에 따라 성립되어 「類似」에서 「實體」로 座標가 전환된 셈이지.

A : 그러나 비단 미술만이 아니라 일반 예술분야에 있어서도 기능이라는 개념이 있을 법하거든.

D : 그야 당연하지, 하지만 디자인 建築 면의 기능이란 「생활을 한다」라는 일상행위에 의하여 필연적으로 구분되어지는 것으로 보는데.....이래서 W·벤자민은 예술적 기능을 「禮拜的 價值」 「展示의 價值」라는 말을 썼는지 모르지만, 오랜 시일을 두고 우리들의 창조적 작

업은 이 「기능」을 제 나름대로 한정시키므로서, 거기서 발생하는美學을 탐구하는 그러한 태도였다고 생각되요.

A : 여기서 잠깐 생각이 나는데, 소위 「기능주의적인 건축」의 표본이라는 뉴욕, 시카고의 巨大한 建築들은 건축상으로 기능주의의 頂點이라고 말할 수 있을런지.

D : 그렇지, 조셉·백스톤의 硝子와 鐵材로 꾸민 巨大한 크리스털파레스 등은 기능에 변화를 주입시킨 융통성 있는 공간, 또는 보편적인 공간이며, 생활공간의 변화에 대응하는 순수한 공간만을 제공한 셈이지만 결과적으로는 기하학적인「4角의 상자」를 차곡차곡 싸올린 것에 불과하다고 볼 수 있어.

A : 4角의 상자라면?

D : 원리적으로 무엇이든지 사용될 수 있다는 융통성을 主體로 삼고 있다는 뜻이다.

A : 요는 사무실도 되고, 주택도 되고, 식당으로도 둔갑된다는 말인가?

D : 물론이지. 그 밖에도, 책상이나 캐비닛, 의자도 될 수 있다는 이야기인데, 참여하는 방법 여하에 따라서 변화를 가져올 수 있지만 「形態에 機能」이 따르게 되는」點에 있어서는 頂點임과 동시에 4角의 상자는 기능주의의 崩壞를 뜻한다고도 볼 수 있어요.

A : 알고보니 디자인계도 그리 순탄한 길이 아니었구먼, 그렇다면, 철과 유리의 기계화 시대는 공업주의의 상징적인 존재로 남겠구먼.

D : 최근에 電子工學, 微視的인 物生學이 조성하는 정보와 환경시대에 있어서의 소위 「複合機能」이라고 말하는 多元化 속에서 理想主義의 종말을 고하게 될런지도 모를 일이야.

A : 그러나 「기능」은 역사의 흐름에 따라 변천하는건 당연지사이고, 科學이라는 것도 인간 자신의 생존 목적에 적용하는 한 기능은 보편적인 것이 아닐까? 가령 아까 말한 鐵材와 硝子로 구성화된 일련의 건물들이 단일기능시대의 상징적 작업이라 할지라도……

D : 하지만 현대의 디자인은 그러한 단일적인 기능에 만족하지 않고 機能分化 속에서 기능을 취하려고 들며, 기능자신이 당연히 불확정한 요소를 지니고 있음을 깨닫고 「不確定要素」로서 단정하고 「機能概念」을 再編成하려고 든다 그 말씀이야.

A : 옳아 그래서, 전자공학 등의 극도로 발전한 기술을 기반으로 정적인 기능에서, 다이내믹한 기능으로 개발시킨다 그 말인가? 그러다가는 앞으로 집이 춤을 추는 시대가 오게 되겠구먼. 하기가 전망이 좋은外國의 건물들은 屋上의 라운지가 시간에 따라 동서남북으로 視界가 바뀌지지 않던가.

D : 日本만 하더라도 어느 銀行의 天井 부분에서 「빛과 소리」로 재미있는 프로세스를 구경할 수 있어요. 컴퓨터를 이용해서 빛과 음향이 서로 交叉하고 대처하는데 左右의 스피커에서 電子音樂이 光源을 리

이드 하는 모양이다.

A : 그건 새로운 것도 없어요. 아 우리 동네 라디오 가게에서도 규모는 작지만 음향에 따라서, 光彩가 명멸하더구먼. 여하튼 디자인계는 電子時代를 맞이해서 새로운 里程碑 앞에 섰다고 할까……鐵과 시멘트의 산업시대에서 전자시대, 정보시대라고 불리운 현 시점에서 디자인은 새로운 낱말을 찾아내야 할 것이다. 그것은 試圖임과 동시에 출현하는 성질을 띄우고 있을 것이다.

그것은 畫家가 캔버스에다 인체 모델을 그리고, 詩人과 文學家가 책상 위에서 원고를, 作曲家가 오선지에 악상을 옮기는 그러한 작업과는 달리, 물체와 환경 등을 자기 스스로 형성시켜 나가야 하기 때문이다.

작년 겨울 空間社 主催로 前衛的인 성격을 내세운 일련의 音樂, 美術, 舞踊人들이 하나의 舞台를 설정하고, 同時性을 시도한 적이 있었다. 성공 여하는 잘 모르지만, 渾然한 進行이 이어진 거기에는 한 순간이나마 각 분야별의 藝術의 한계를 제지시켰으리라 믿는다.

「美術과 디자인의 差異」는 엄연히 區分도 되겠지만 그것이 현대에의 발전으로 본다면 당연히 同次的인 성질의 것일 것이다. 더우기 이러한 미술의 동향들이 電化된 藝術, 움직이는 藝術, 빛의 藝術로서 다양하게 전개되어 나간다면 디자인은 현대를 발견하는 의미에서 그들과 다시 결합될 것이다.

韓國디자인의 座標②

—그의 現實的 性向—

The co-ordinates of Korean design. ②

—Its practical trends—

李 慶 成

弘益大 博物館長

1

前號(韓國디자인의 座標①)에서는 주로 그의 특색을 중심으로 史的 및 美學的 見地에서 문제를 세우고 그것에 대한 해답을 찾아내려 노력하였다.

따라서 여기에서는 그와 같은 論調를 바탕으로한 한국 디자인의 현실적 樣相과 현실적 性分을 考察하므로써 한국 디자인의 座標에 있어서의 현실적 문제를 確定하고자 한다.

여기서 現實的 性向이란 것은 첫째, 근래 한국에서 생산되는 공예품을 지배하고 있는 造形의 原型을 樣式的으로 파악하는 것이다.

둘째, 그와 같은 形의 디자인이 이루어 놓은 생산적 공예의 배경에 깔려있는 여러 경제적인 조건을 알아차리는 것이다.

그리고 세째는 그와 같이 이루어진 디자인들이 오늘의 한국인들과 어느 생활적인 공간에서 일치되며 의미를 갖고 있느냐는 것이다.

이와 같은 세 가지 문제를 設定하고 그것에 대한 하나 하나의 답을 풀어 보고자 한다.

2

〈근래 한국에서 생산되는 공예품을 지배하고 있는 造形의 原型을 樣式的으로 파악하는 것이다.〉

우선 이 문제는 두 가지 측면에서 생각할 수가 있다.

그 하나는 근래 한국에서 생산되는 공예품이고 또 하나는 공예품을 지배하는 조형의 원형을 양식적으로 파악하는 것이다. 오늘날 한국에서 생산되는 공예품은 크게 나누어서 두 가지로 본다. 즉, 예술적 생산과 실용적 생산이 그것이다. 예술적 생산이라는 것은 말할 것도 없이 工藝家 또는 디자이너라는 전문적인 미술가들에 의해서 이루어지는 공예품으로 그것은 보통 국전 공예나 상공미전 공예 또는 공예 개인전과 같은 예술형식을 통하여 발표되고 매매되는 수가 많다. 이 경우 하나의 예술 행위이기 때문에 그곳에서는 공예의 성격인 미적가치와 용도 중에서 미적가치를 높게 평가한다. 그것을 만든 물건이 문제가 아니라 누가 만들었느냐는 것이 문제이기 때문에 그것은 보통 우리들이 말하는 상품과는 엄

청나게 다른 경제적 가치를 지니고 있다. 이와 같이 예술 행위으로써 이루어지는 예술적 생산도 전통에 입각한 말하자면 옛날의 디자인과 기법을 그대로 답습하여서 오늘에 이어오는 방법과, 전통적 디자인이나 기법과는 관계없이 전혀 새로운 창작적 방법으로 이루어 놓는 방법이 있다.

말하자면 현대적 창조라는 입장에서 반전통적인 태도를 지니고 있는 것이다. 또 하나 실용적인 생산은 앞에서 이야기한 예술적 생산과는 달리 용도를 위주로 하는 생산행위이다. 그것은 손쉽게 말해서 상품의 생산인 것이다.

오늘날 생산되고 있는 우리 나라 상품들의 디자인 원형을 분석하여 보면 실용을 바탕으로 하고 있지만 그것에는 여러 가지 요소가 혼합된채 존재하고 있다. 가장 많은 것이 근대화의 물결을 타고 들어온 유럽적인 디자인이고, 다음이 일본을 통해서 들어온 디자인이고, 그 다음이 가장 핵심이 되어야 할 한국적인 디자인이다.

한 마디로 유럽적 디자인이라고 하지만 그 곳에는 미국적인 것이 제일 많고 그 다음이 프랑스, 영국, 이탈리아 등이 된다. 이들 유럽적 디자인은 수입된 외래품을 제조업자가 그 나름대로 모방한 것이다.

따라서 그것은 우리의 풍토와 조건을 넘어서는 이질적인 감각이 있다. 다음 일본적인 것으로 순수한 일본의 전통적인 것은 현재의 민족적인 감정으로 보아서 유행되지 않고 다만 일본화된 유럽의 상품들이 그것 역시 액면 그대로 모방되고 있다. 일본이라는 이질체를 한 번 거쳐서 들어왔기 때문에 그것의 외양은 좋게 이야기 하면 국제적이지만 나쁘게 이야기 하면 국적이 없는 것이다. 그래도 이와 같은 디자인의 상품들이 우리 시장에 범람하고 있음은 상인들의 약삭빠른 계산에서 나온 것이다.

그 다음이 전통적인 한국적 디자인이다. 이것은 주로 전승 공예품에서 볼 수 있는 특색이다. 고려청자, 이조백자, 나전칠기, 유기 등 옛날의 공예품을 그대로 되살리는 일련의 움직임이 바로 이것이다.

서울 시내 일류 백화점이나 외국 관광객을 위한 토산품 판매점에 가득 쌓여 있는 공예품들은 바로 이와 같은 전승적인 의도로 이루어진 것으로서 여주, 이천 그리고 인천 등은 전승 도자기

의 생산지로서 그것 자체가 하나의 관광지로 되었다.

전승 공예품의 문제는 그것 자체가 전통과 창조의 문제를 아울러 갖고 있기 때문에 그리 쉬운 문제는 아니다. 가령 안동소가 만든 전승 도자기나, 유근형이 만든 고려청자의 재생품이 비록 창작성은 없다손치더라도 그들이 나타내고 있는 한국 공예의 대표적인 성격으로 미루어 보아서 먼 훗날 한국 공예의 표본이 되지 말라는 법도 없다.

오히려 현재 미술대학이나 이른바 공예예술가들에 의해서 만들어진 창작 도예에 비하여 오히려 국적이 뚜렷하고 성격이 뚜렷하기 때문에 다분히 한국적인 성격을 지니고 있다.

이와 같은 사람으로서는 앞에서 이야기한 안동소, 유근형 이 외에도 지순택, 고영재 등이 있다. 그리고 나전칠기 부문에서도 김태희, 김봉룡, 강창원 등은 그와 같은 전통과 창조 사이를 왕래하고 있는 사람들이다.

이와 같이 한국에서 생산되는 두 가지 공예품을 지배하는 조형의 원형을 양식적으로 파악한다는 것은 사실상 어려운 일이다. 그것은 이미 앞에서 언급한 것처럼 서양적인 것과 일본적인 것, 그리고 한국적인 것이 서로 엇갈린채 혼재되어 있기 때문이다. 따라서 이 문제는 여기에서 추상적으로 이야기할 성질의 것이 아니고 상품 하나 하나의 예를 들어서 구체적으로 이야기해야 할 문제이기여 여기서는 생략하겠다.

3

<한국적 디자인이 이루어 놓은 생산적 공예의 배경에 깔려있는 여러 경제적인 조건을 알아차려야 한다.> 이 문제의 해결을 위하여 우선 무엇이 한국적 디자인이냐는 것을 설정할 필요가 있다. 그리고 나서 그 공예의 생산을 촉구하는 배경 즉, 한국 사회의 경제적인 조건에 대해서 이야기 해야 되는 것이다. 무엇이 한국적 디자인이냐 하는 것은 이미 前號의 「한국 디자인의 특질」에 대하여 이야기 하였기에 거듭 되풀이하지 않겠다. 다만 그 한국적 디자인의 핵심을 이루고 있는 고유한 것 즉, 한국적인 것과 외래적인 것 즉, 국제적인 것이 어떻게 어울리고 충돌

하였느냐는 것이 문제되는 것이다.

한국의 경우 그가 차지하고 있는 지리적 조건 때문에 중국 대륙을 비롯하여 아시아적인 북방 요소가 깊숙하게 영향을 미친 것도 사실이다. 거기에는 해양에 돌출하고 있는 반도적인 성격 때문에 남방에서 밀어 닥치는 남방적 요소도 무시할 수 없는 것이다. 이렇게 자주적인 것을 중심으로 북방 아시아적인 것과 남방적인 요소가 어울린 것이 선사시대로부터 이조에 이르기까지 한국 공예의 중심을 흐르고 있는 기본적 성격인 것이다.

이와 같은 한국적 디자인이 근대라는 지점에서 깔려있는 경제적인 조건은 과연 무엇인지... 흔히 말하기를 한국의 역사에는 근대가 없다고 한다. 이 말은 봉건적인 이조 사회에서 갑자기 격동하는 현대로 비약하였다는 것이다. 18세기부터 밀어 닥치는 유럽 세력의 아시아적인 침공의 소용돌이 속에서 한국도 그의 오랜 쇠국의 꿈을 깨트린 것이다. 꿈이 깨자 우리 앞에 가로놓인 것은 일본의 식민주의라는 무서운 힘이었다. 따라서 사회적으로 보아서는 올바르게 성장할 수 있는 바탕을 송두리채 잃어버리고 말았다. 한국의 역사에 근대가 없다는 것은 바로 이것을 형용한다.

이렇게 기형적으로 시작된 한국의 근대화도 역사적 배경이 다른 일본인에 의해서 이루어지고 그들의 식민지 정책에 따라 한국적인 것은 점차 말소되어 갔다. 그와 같은 암흑의 연대가 약 36년 간 지속되었다.

그러자 1945년 8월 15일 해방을 맞이하였던 것이다. 이 해방이야말로 일제 36년을 가로 질러서 이조사회와 직결하는 한국 역사의 연결 작용이었던 것이다. 진정한 한국의 현대화는 이 시점에서 시작하였던 것이다. 뒤늦은 근대화 과정에서 많은 문제들이 한꺼번에 해결되고 그와 같은 혼란된 양상은 1950년의 한국 동란으로 말미암아 더욱 더 심각해졌다. 그러나 갑자기 밀어 닥친 8·15해방과 6·25는 한국 현대사의 비약적인 계기가 아닐 수 없다.

그와 같은 한국사회가 뒤늦게 치른 역사적 계기로 말미암아 한국의 근대화는 이루어지고 그 결과 한국 사회의 합리화와 논리화가 형성되었던 것이다.

미술사적 견지에서 볼 때 한국의 현대적 출발

은 1957년으로 보고 있다. 그것은 1953년의 정부 환도와 그에 따르는 자세의 정립 그리고 국제 미술의 파급과 섭취 및 교류를 계산해 넣는 연대설정인 것이다.

이와 같이 출발한 한국 현대 디자인의 바탕이 된 경제적인 여러 조건은 과연 무엇일까. 정부가 내세운 건설, 증산, 수출의 3대 목표야말로 근대적인 한국 사회를 현대어로 전환시키는 계기였던 것이다. 전쟁으로 파괴된 도시와 농촌의 재건은 물론 새로 마련된 국토 디자인의 계획에 따라 국가를 여러 가지 계획권으로 설정하고 있다. 이 건설은 외향적인 건설로부터 시작해서 내적인 정신자세의 건설에 이르기까지 광범위하다.

그리고 증산 역시 국민소득의 증대를 제일 목표로하는 생산의 증대를 의미한다. 합리적인 노동의 조건과 방법에 의하여 같은 인원과 같은 조건으로 보다 많은 수확을 거두고 그와 같이 증산된 결과로 말미암아 국민소득을 증대 시킴으로써 국민생활의 안정을 기하고, 국가사회의 일원으로서 위치를 확보한다. 특히, 1961년 5·16 이후 거듭되는 경제개발 5개년 계획의 결과로 이루어지는 온갖 증산적 현상은 국민소득을 비약적으로 향상시킴으로써 생활의 안정을 성취하였다.

수출은 그 중에도 중대한 경제적 과업으로서 온갖 국가적인 시책이 마련되고 또 수행되었다. 수출상품의 품질개량과 그 상품의 국제사회에의 확대, 그리고 그 수출상품의 포장에 이르기까지 세심하게 배려되었다.

한국디자인포장센터의 설립과 그의 활약이 상공부 산하에서 이루어졌으나 그것은 구체적인 행위에서부터 상공미전의 개최에 이르기까지 광범위하게 다루어졌다. 그리하여 수출고는 매년 증대되고 수출국도 전세계에 분포되어서 대한무역진흥공사의 발자취는 온 지구를 누비고 있다.

이와 같은 경제적 조건은 유신체제를 수립한 1972년 유신체제의 확립과 더불어 한국적인 방법이 강구되어 그 후 효율적인 생산의 방식과 소비·통제에 따르는 경제 배경이 마련되었던 것이다. 이와 같은 경제적인 조건 속에서 눈에 띄는 디자인의 문제는 수출 공예품 특히 전승 공예품의 증산과 그의 보급을 들 수 있다. 그것은 다분히 관광 붐과도 관련되어서 밀어닥치는 일본을 비

롯데 서구의 관광객이 사서 가지고 가는 한국의 토산품으로 등장되었거니와 적극적으로 해외시장을 개척하여 한국의 특유 공예품으로서 세계 시장에 그 모습을 나타냈던 것이다. 그러나 이전승 공예품의 문제는 앞서서도 여러 번 언급했듯이 그의 성격이나 앞으로의 가능성에 대해서는 좀 더 깊은 미학적 고려가 이루어져야 할 것이다. 그 후의 한국적 공예 디자인의 가능성에 대해서는 다음 기회에 언급하겠다.

4

<한국적 디자인이 오늘의 한국인들과 어느 생활적인 공간에서 일치되며 의미를 갖고 있는느냐는 것이다.>

이 문제는 말을 바꾸어서 표현한다면 현재 이루어지고 있는 디자인들이 직접 우리들 생활 속에 어떻게 작용하며 그 조화와 충돌의 양상이 무엇이나는 것이다. 이 문제를 풀기 위하여 나는 잠시 현재의 한국 사람들의 생활에 대하여 그것도 衣・食・住에 걸쳐서 이야기를 해야겠다.

경제생활의 구조가 달라져 貨幣, 金融制度가 달라지고 商品流通의 광장인 시장의 근대화, 그것에 따르는 새로운 생활 환경이 마련되어 衣・食・住의 변모가 일어나고 가족 제도의 변화에 따르는 生活單位의 변동, 그리고 과학의 진전에 의한 交通・運輸・通信의 開發 및 醫藥學의 근대화 등이 지적된다. 한편 宗教生活이 다양해져 民間信仰, 불교・유교・천도교・천주교・기독교 등이 精神世界로 스며들고 사회 변동에 따라 국토, 인구, 도시와 농촌, 사회계층 및 職業觀이 크게 움직이기 시작했다.

이와 같은 생활 방식의 변모는 工藝의 기본이 되는 衣・食・住에서 더욱 커다란 근거를 발견한다. 우리 옷의 원형은 북방식 窄袖肢體形으로서 그의 구조는 衣・袴・裳으로 갈라져 있다. 이러한 옷의 원형은 그 동안 漢民族・蒙古族 등의 영향을 받아 적지 않은 변천을 거듭했는데 특히 그 영향은 冠服에 현저히 나타나 있다.

개화기에 들어 전통적인 衣服制度에 大改革을 가한 것은 大院君이었다. 그는 물질의 낭비와 허례, 사치의 폐풍을 금지시키고 검소하고 간편한 의복을 장려했으며 그 개혁 정신은 1884년과

甲午更張 때의 衣服制度 개혁으로 계승되었다. 한편 서구와의 修交가 시작되면서 서양 의복 즉, 洋服이 수입되어 유행되었으며 여자의 한복도 1910년대부터 활동적인 짧은 통치마에 길이가 길어진 저고리가 널리 착용되었다. 한편 食生活은 菜食을 주로 하는 우리 나라의 食品構造가 확립된 것은 고려 후기부터였으며 이조 중기에 이르러 고유의 調理法과 加工法이 마련되었다. 그같은 전통적인 식생활 양식은 開港 이후부터 급격하고 다양한 변화를 가져왔다.

즉, 外來食品의 도입, 교통과 도시의 발달에 따른 鄉土飲食의 보편화, 조리법의 과학화 등이 그 예이며 또한 일제 침략에 의한 식량 사정의 악화, 사회적 계급의 타파로 인한 계층별 음식의 평준화 등도 식생활의 도구로서 온갖 도자기, 금속공예 및 목공예 등을 변천시키는데 큰 영향을 주었다.

한국인의 住生活은 원래 북방적인 온돌 형식을 바탕으로 하는 목조, 기와의 건축이었던 것이 개화기 이후 서양식 건축이 들어와서 벽돌로 쌓는 양관이 세워지게 되었던 것이다.

이상과 같이 衣・食・住에 걸친 한국인의 디자인 감각은 근대에서부터 현대에 이르는 동안에 많은 변모를 가져왔다. 그와 같은 변모의 핵심은 앞에서 이야기한 근대화 즉, 서양화를 바탕으로 하는 체질의 개선이기도 하다.

자기 것인 한국적인 것을 중심으로 그것을 변모시켜 서양적인 것으로서 만드는 탈피과정은 비단 한국만이 아니라 근대화에서 뒤떨어진 아시아 대륙의 여러 나라와 미주대륙의 여러 나라가 서두르고 있는 고민의 하나이기도 하다. 한국인의 의복생활에 있어서 한복이라는 고유의 것과 아울러 양복을 함께 입는 것도 바로 그와 같은 현상의 발로인 것이다.

이 점 현재의 의복 디자인에 있어서는 아무런 충돌없이 그런대로 잘 조화 처리되고 있다고 본다. 활동적인 양복에 비하여 비활동적인 한복은 노인층이나 여자층에서 많이 입고 있는 것도 하나의 특색이다. 이렇게 한국의 의복 디자인은 양복과 한복이 잘 어울려 생활공간 속에서 일치되고 있다.

식생활에 필요한 모든 도구 특히 도자기나 금속공예에 있어서의 문제는 이미 앞에서 이야기

한 것처럼 재래의 한국적 디자인과 외래의 서양적 디자인이 동일 공간에 같이 있고 어울려서 얼핏보기에는 어떤 것인지 분간하기 어려울 정도의 혼동된 양상으로 존재하고 있다. 특히 최근에 와서 모든 생활도구가 전기화됨에 따라 생활방식의 혁명은 재래적인 것을 누르고 새로운 디자인의 것들이 우세를 보이고 있다. 재래적인 것은 민예적인 것을 현대화한 일부 지식층의 취미와 전통 발굴의 의도밑에서 한국적인 것의 재확인과의 통용이 이루어지고 있다.

그렇게 보면 여기서 문제가 되고 있는 한국적 디자인이 오늘의 한국인들과 어느 생활적인 공간에서 일치되며 의미를 갖고 있느냐는 것은 그 나름대로의 순조로운 진행을 보고 있다고 대답할 수가 있다.

5

〈한국적인 디자인의 좌표〉라는 주제하에 그 두 번째의 문제제기로서 현실적 성향을 세 가지 견지에서 다루어 보았다. 여기서 문제되었던 것은 지금 우리 생활 주변에서 진행되고 있는 모든 현실적인 디자인의 문제들을 집약적으로 고찰의 대상으로 삼았다.

일상 생활에서 일어나고 있는 사실을 새삼 일깨워서 학문의 대상으로 한다는 것은 쉬운 것 같

으면서도 어려운 과제이다. 왜냐 하면 그것은 객관적으로 바라다 볼 수 있는 거리와 시간이 없기 때문이다. 너무나 가까운 일 그리고 너무 쉬운 일이기 때문에 불점을 놓치는 수도 있고 잘못 보는 수도 있는 것이다.

한국 디자인의 현실적인 성향이라고 하고서 몇몇 일상생활적인 공예디자인에만 언급한 것도 바로 그와 같은 그릇 판단의 하나인지도 모른다.

그러나 여기서 이야기의 중점은 한국 디자인의 전부에 걸치는 객관적인 거리가 없는 현실이기에 그의 국부적인 현상의 노출 및 관찰로서 전부를 연구의 바탕으로 삼고자 하는 의도가 다분히 깔려 있다.

따라서 한국 디자인의 좌표라는 문제는 그의 첫 번째 과업으로서 특질 고찰을 마치고,

두 번째 과업으로서 현실적 고찰을 마치고, 그리고 다음 세째 번 문제제기로서 약간 어려운 문제이긴 하지만 그의 가능성 고찰에 주목할까 한다.

이렇게 하므로써 한국 디자인은 무엇이 어떻게 그리고 어디로 가느냐는 방향제시를 할 수 있고 그리 하므로써 전체적인 한국 디자인의 흐름에 따르는 좌표 설정에 다소의 도움이 되리라고 믿는다. 이와 같은 일련의 문제제기와 해답은 곧 새로운 한국 디자인의 창조에 보탬이 되고 전통의 의미를 확정하는데 커다란 의미가 있다고 본다.

- 성실한 봉사속에 싹트는 서정채신
- 무심코 하는 일에 민폐없나 살펴보자

LABEL IDENTITY

朴 在 進

中央大 藝大 講師

지금까지 몇 회에 걸쳐 코퍼레이트 이미지를 설명하면서 3大基本要素와 슬로건을提示한 바 있다.

原則을提示한 이상 마땅히 그應用을例示해야 하리라 생각한다. 먼저 생각할 수 있는 것이 레이블(Label)이다.

레이블은 코퍼레이트 이미지의 3大要素와 슬로건이具體의이고도 가장集約的으로 그리고 가장端的으로投影되는 곳이기 때문이다.

Label 의 由來

레이블의起源은 흔히「브랜드 마아크」라고說明된다. 옛날에는 桶이나 馬具 등에 불에 닳은 인두로烙印을 찍어 그製品의製造元을 밝힌다든가 他社製品과의識別을期했다.

그러다가烙印대신에 실크의平面印刷가 개발되어 잉크捺印時代가 되었다가印刷機械의 발달로 종이에印刷하여 그것을附着하는 오늘날의레이블이 탄생되었다고 믿어진다.

또 하나의假說은烙印으로 이뤄진 브랜드 마아크의思考方式은 지금도 embleme 즉, 상징으로 남아있어 실크나印刷에 의해個性이補完되었다는說明도 있다. 그發展過程이야 어떻든 옛날에는 Package 나 Label 에 관한一定한 개념이 없었던 것같고 各人各색의 아이디어에 의해서製品表示를 해오다가技術의發達 내지는進歩에 의해서 그리고레이블에 관한研究의 발달에 의해서 그概念이統一되기에 이른 것이다.

Label 의 Check point

따라서 오늘날의레이블에 관한 개념의成立은印刷技術의發達以後로 보는 것이 타당하다. 여기에는 머천다이싱의思考方式이投影되어 그중요성이 더욱 증대되었다고 할 수 있다.

레이블의 개념을說明하기 위하여筆者는 다음과 같은레이블의 체크 포인트를例示하고자 한다. 아마도 이것이레이블의理解를 돕는 데는 물론 그應用에도 아주效果的인指針이 될 것이기 때문이다.

레이블에 관한 체크 리스트

(1) 容器와의 관계

- ① 레이블의 基本 스페이스는 너무 크지 않은가?
- ② 혹은 지나치게 작지 않은가?
- ③ 附着位置는 容器의 形態를 安定시키고 있는가?
- ④ 너무 위에 붙어있지 않은가?
- ⑤ 또는 너무 아래에 붙어 있는가?
- ⑥ 두 가지 레이블이 있을 경우 均衡은 잘 되어 있는가?
- ⑦ 左右의 길이는 어떤가?
- ⑧ 正面에서 봤을 때 視覺的인 不自然스러움은 없는가?
- ⑨ 옆에서 보았을 때의 느낌은 어떤가?
- ⑩ 大量陳列했을 때의 느낌은 어떤가?
- ⑪ 紙質이 不透明해서 그로 인한 不便은 없는가?
- ⑫ 透明한 紙質은 어떤가?
- ⑬ 印刷는 容器에 알맞는가?
- ⑭ 文字나 마아크를 잘라냈을 때는 어떤가?
- ⑮ 레이블을 붙임으로 內容物의 魅力을 저하시키지 않는가?
- ⑯ 內容物이 透明할 때 側面 혹은 裏面의 純物이 보이지 않는가?

- ⑰ 전혀 다른 材質에 特殊印刷를 하는 것은 생각해 볼 수 없는가?

(2) 必要한 記入事項

- ① Brand name
- ② Brand name의 Logo type
- ③ Brand mark
- ④ Trade mark
- ⑤ Company name
- ⑥ Company name의 Logo type
- ⑦ Company mark
- ⑧ Symbol mark
- ⑨ Company address
- ⑩ 販賣所의 表示
- ⑪ 價格表示
- ⑫ 法定記入事項
- ⑬ 用法
- ⑭ 効能
- ⑮ 製造年月日
- ⑯ 登録番號
- ⑰ 許可番號
- ⑱ 檢印
- ⑲ 其他

(3) 디자인 關係

- ① 디자인의 注目率은 어떤가?
- ② 興味를 끄는 디자인인가?

(그림 1)



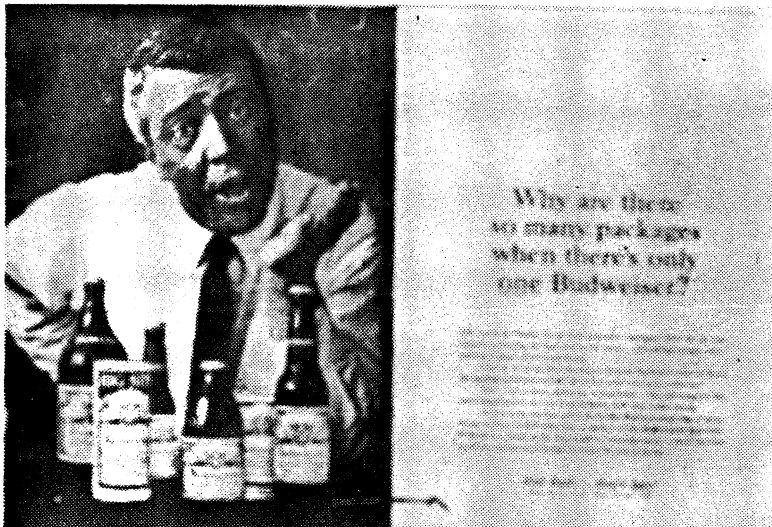
- ③ 다른 競爭製品과 識別이 容易한가?
- ④ 디자인된 마아크는 明確한가?
- ⑤ 특히 Brand name 은 읽기 쉬운가?
- ⑥ Brand mark (또는 Trade mark) 는?
- ⑦ 디자인은 Simple 한가?
- ⑧ 디자인의 統一性은 충분한가?
- ⑨ 內容物을 디자인이 象徵하고 있는가?
- ⑩ 적절한 位置에 使用方法을 明示하고 있는가?
- ⑪ 디자인은 코퍼레이트 이미지를 잘 表現하고 있는가?
- ⑫ 注目을 받는 이미지가 다른 미디어의 廣告와 統一되어 있는가?
- ⑬ 레이블의 사진이 다른 미디어에 使用될 때 技術的으로 未熟한 곳은 없는가?
- ⑭ 코퍼레이트 컬러 아이덴티티는 어떤가?
- ⑮ 디자인 포맷은 좋은가?
- ⑯ 다른 미디어의 광고와 통일되고 있는가?
- ⑰ 슬로건의 아이덴티피케이션은 어떤가?
- ⑱ 大量展示 내지 大量陳列했을 때 전체적으로 어떤 이미지를 줄 것인가?
- ⑲ 其他

(4) 세일즈 프로모션과의 關係

이 分野는 業種의 性格에 따라 觀點의 差異가 많으므로 省略하겠다.

그러나 大局的으로 基本을 두어야 하는 것은

(그림 2)



Sales point 와 Appeal point 를 明確하게 設定한다는 점이다.

以上에서 레이블의 체크 리스트를 살펴 봤지만 이들 중에는 企業側의 또는 製作참여인의 主觀에 따라 그 結論이 달라질 수 있다는 사실을 항상 염두에 두어야 한다. 따라서 레이블의 결정에는 消費者의 客觀的 反應을 恒常 留意해야 한다는 것은 새삼 說明할 必要가 없으리라 믿는다.

Label 을 利用한 廣告패턴

오늘날의 레이블 趨勢는 대체로 어떻게 말할 수 있는가? 또는 어떠한 아이덴티티計劃이 樹立되고 있는가? 이런 궁금증을 풀어보기 위하여 몇 가지 실례를 들어 보겠다.

우리 나라에서 맨 먼저 本格的 레이블 整理를 마친 OB 麥酒에 대해서 생각해 보자. 1974年 1월부터 새로운 레이블이 선보였는데, 이것은 閔哲泓・趙英濟 教授팀에 의해서 完成된 것이었다. (그림 1)

익히 아는 바와 같이 OB의 商標는 방패꼴을 바탕으로 斜線에 의한 左右分割이 이뤄졌으며 OB 두 글자는 link 되어서 선명한 白色으로 표시되고 있다.

이 심볼 마아크가 主軸을 이룬 레이블에는 文字는 極度로 節約되었으며 角과 圓이 콘트라스트

트를 보여준다. 傳統보다는 비교적 現代感覺을 살린 것 같으며 따라서 깊은 맛보다는 강력한 어필을 目的으로 한 것으로 풀이된다.

대체로 우리 나라의 경우는 모든 디자인에서 文字를 忌避하는 傾向이 있다. 그것은 한글이 갖는 視覺의 美感이 덜하고 아무래도 自信이 없는 탓이라고 說明된다. 따라서 모든 디자인은 첫 눈에 드는 것으로 所任을 完遂했다는 思考方式이 支配의인데 이것은 時代가 要求하는 狀況即, 單純・스피드 등을 強調한 탓이기도 하지만 消費者側에서 보면 商品을 사서 視線을 오래 끌어들이지 못한 愛情缺乏을 招來하기도 한다.

現代人은 아무리 바쁘고 쫓기는 생활을 한대 해도 때로는 자기가 산 물건을 자세히 살피고 뜯어보는 무료하고 한가한 時間도 갖고 있다는 것을 한번쯤 생각해 주었으면 한다.

이것은 OB와 關聯을 지어서 하는 얘기는 아니다. 외국의 경우에는 캐치프레이즈까지도 들어있어 물건을 손에 들 때마다 그것을 피부로 느끼게 하는 것을 때로는 좋게 볼 수도 있기 때문이다.

다음에는 Package와 Label을 테마로 한 雜誌廣告를 外國의 實例를 들어 說明하고자 한다.

이것은 個個의 레이블을 널리 알림과 동시에 일반적인 다른 광고와의 아이덴티티 계획을 併行하는데 매우 有効한 方法이다.

그림(2)은 Anhuser Busch 社의 Budweiser 麥酒의 廣告이다.

「Budweiser는 오직 하난대 왜 이렇게 많은 패키지가 있는가?」라는 Head copy가 보인다. 그 다음에 잔글씨는 다음과 같이 적혀 있다.

「패키지가 적어지면 물론 더욱 알기쉬울 것이다. 혹시라도 瓶이나 罐통 또는 박스 등 일련의 세트를 파는 것에 흥미를 갖고 있다고는 생각지 마시기 바란다. 오직 세계에서 가장 뛰어난 맥주를 만드는 데만 관심이 있는 우리는 Budweiser를 만드는데 온 精力을 기울이고 있으며 패키지의 選擇은 오로지 당신에게 맡기고 있다. 키가 큰 것이든 작은 것이든 瓶이건 罐통이건 어느 것이라도 맥주의 王子 Budweiser를 드리고 싶을 뿐이다.」

Budweiser의 레이블의 特徵도 그림으로 보아서도 알 수 있듯이 容器의 크기나 포름에 關係없이 모두 統一된 레이블을 使用하고 있다. 罐통의 경우 上下의 디자인이 약간 다르지만 이미지상으로 보아 모두 같은 것임이 금방 느껴지며 實物의 색깔도 흰바탕에 赤과 靑으로 調和를 이룬 똑 같은 패턴인 것이다.

다음에 Avon을 살펴 보자. 그림(3)을 보면 모노크롬으로 색깔은 짐작할 수 없겠지만 패키지의 레이블은 모두 흰바탕에 붉은 색 Avon이라고 쓰여 있다.

(그림 3)

A



B





있어 先進國인 美國에서도 술에 관한한 맹렬한 追擊戰이 불가피하다는 생각이 든다. main copy도 바다의 반대 쪽 즉, 英國에서 볼 때 바다 건너는 美國이니까 美製라는 것을 強調하고 있다. 「It was born on the wrong side of the ocean.」 鄭重한 本文 카피 그리고 美製의 우월감을 은근히 펼쳐 보이는 文脈은 그 構圖와 함께 品位로써 英製에 도전하는 모습을 잘 보여주고 있다.

위스키는 Softball이라는 캐치프레이즈를 가지고 있는지, Soft whiskey로 만든 하이볼은 소프트볼이라고 불린다는 명쾌한 文章으로 끝냈다.

以上 보아온 바와 같이 레이블의 아이덴티티에는 여러 가지 方法이 있고 또 그것을 利用한 廣告의 패턴도 多樣하지만 일단은 製品과 消費者와의 相關關係가 바탕에서 깊이 研究되지 않으면 적절한 廣告 내지는 레이블이 出現하기 매우 어려운 일이다.

Label의 改革作業

以上에서 살펴 본 것은 이미 完成된 것들이지만 모든 레이블이 반드시 永久하게 디자인을 변경치 않는다는 保證은 없다.

끊임없이 變革하는 社會狀況에 對應하여 때로는 部分的으로 혹은 全面的으로 改革되어지는

예는 흔한 일이다.

美國 凍結食品業者 중에서 단 하나의 브랜드商品을 武器로 마켓의 激甚한 變動 속에서도 1世紀를 잘 克服해온 McNeill & Libby라는 食品加工會社가 있다.

이 會社가 레이블을 바꾸려고 생각한 理由는 지금까지의 消費者追從에서 消費者를 리드하고 誘導하는 積極적 立場으로 營業 方針을 바꾼다는데 있었다.

다시 말하자면 새로운 레이블로 마케팅 계획을 強力하게 推進하면서 現在 市場에 나돌고 있는 一聯의 製品에 販賣促進을 行한다는 것이었다.

새로운 패키지가 수퍼마켓 陳列臺에 陳列되고 家庭의 부엌에까지 新風을 불어 넣을 수 있다면 얼마나 근사할 것인가?

디자인 變更計劃은 美國을 비롯 120個所의 外國市場에서 販賣되고 있는 300個 以上の 製品을 對象으로 하였다. 이와 같은 全面的인 디자인 變更計劃은 Libby社로서는 처음 일이었다.

이計劃은 컨설턴트로서 월터 랜더社를 選任하고 本格的 作業에 들어갔다.

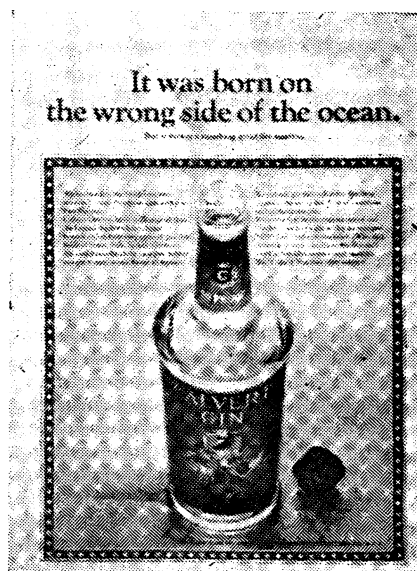
最初의 作業은 파인애플의 포장디자인이었다. 여기에 要求되는 條件은 첫째가 새로운 技術改革에 의해서 新鮮한 맛이 強해진다는 것이었고, 둘째로는 競爭商品보다 뛰어난 레이블 즉, 強烈

(그림 6)

A



B



하게 눈을 끄는 디자인이었다. 특히 그 디자인은 Libby의 全製品(캔·박스·봉투 등 全製品 포함)에 어울리는 것이어야 한다는 것이었다.

랜더社は 그의 協力會社인 디자인分析協會와 더불어 消費者動向調査를 실시했다. 그 結果는 消費者가 선뜻 손을 내밀만큼 매력적이라는 것이 판명되었고 또 몇 개의 要素에 대해서는 어떤 새로운 디자인에라도 具體的으로 表現되어야 할 必要性을 認識하게 되었다.

예를 들면 Semi-Script 體의 Libby는 거의 절대적이었다. 가령 文字가 선명치 못했다 하더라도 이 Logo type은 어떠한 角度에서 보아도 消費者에게는 識別이 容易했던 것이다.

또 테스트의 결과 브랜드 아이덴티티를 갖고 또 하나의 강력한 要素로서 現在 Libby의 全製品의 레이블에 붙어 있는 三角形이 부각되었다.

이렇게 해서 랜더社は 120種의 基本形 디자인에서 Plot type label을 뽑아 約 1年間に 걸쳐 100種 以上の 스케치를 作成했으며 그 중에서 3개의 Libby pineapple design이 完成되었다.

이와 같은 스케일은 우리 나라에서는 엄두도 못낼 일일런지 모른다. 그러나 日本만해도 可能한 얘기다. 그 만큼 最高經營者의 水準이 높기 때문이다.

Libby社의 파인애플 디자인이 최종 결정되기 위해서는 다음과 같은 作業이 필요했다.

로고 타입의 處理法, 製品의 일러스트레이션 法規에 定해진 Copy의 表現法, 디스플레이 表現을 위한 아이디어 등……이것들이 지금까지 考案된 디자인 要素와 調和를 이룬 구성을 마친 다음 시험반응을 조사한 결과 이 브랜드가 直席에서 Libby라고 認定되는 것을 確認한 會社側은 그때서야 비로소 Libby line의 他製品에도 디자인 變更作業을 實施하기에 이르렀다.

이 Plot type의 Label은 일시에 파인애플 製品의 모든 라인과 야채통조림 등 신제품 發賣時 使用케 되었다. 최종적으로 결정된 레이블에는 다이내믹한 쾌활함과 넘치는 躍動感 위에, 製品의 特質이 잘 융화되었으며 지금까지의 Libby 製品의 販賣에 도움이 되었던 親近함도 잘 活用되어 있었다. 이 디자인 變更計劃은 여러 가지 角度에서 행해졌다. 그 때까지 항상 上部에 配置하던 피라밋형이 빠지고 全體의 位置도 바뀌어

페넨트형이 되었다.

새로운 디자인이 意圖한 것은 단지 陳列臺 위로부터 強力한 印象을 준다는가 商品의 內容을 빨리 傳達한다는 것만은 아니었다.

印象의인 레이블로 商品과 消費者를 緊密하게 結合시켜 消費者로 하여금 Libby社의 製品을 항상 信賴하고 구입할 수 있도록 노력하였다.

그러나 이와 같은 레이블의 變更計劃은 文章으로 表現하는 것처럼 간단한 것은 아니었다. 먼저 豫算 面에서 몇 번이나 좌절할번 했다고 한다. 이計劃이 갖고 있는 規模는 300 以上の 商品 레이블과 한 季節에 億臺를 돌파하는 商品總量을 一時에 바꾼다는 것이었으니 실로 이것은 아무리 美國이라고 하지만 결코 쉽사리 決斷을 내리기 힘든 일이었을 것이다.

「월터·랜더社は 이 디자인 變更計劃을 通하여 하나의 興味있는 문제를 해결하였다. 그것은 顧客으로 하여금 같은 이미지를 계속 갖도록 하면서도 새로운 디자인을 훌륭하게 完成시킨 것이었다. 개개의 디자인은 基本的으로 強力한 Libby의 아이덴티티를 그 틀 속에 갖고 있으면서도 모두 製品이 個性을 가질 수 있는 方法을 채택했던 것이다.

세일즈 및 마케팅 部門의 스태프들은 새로운 디자인의 프로모션에 있어서 分明히 有利할 것으로 確信했으므로 이 作業을 크게 환영했다. 이와 같은 새로운 디자인은 제품의 신선한 맛과 香氣를 어필하는 것이어서 陳列을 願하는 小賣店이 늘어났다. 또한 TV 커미션이나 印刷媒體廣告에서도 그 컬러풀한 鮮明함 때문에 매우 印象的이었다.」

「Libby의 製品은 1868年 以來 販賣되고 있다. 그 동안 美國人의 生活樣式은 거의 모든 面에서 커다란 變化를 보였다. 따라서 우리들은 레이블 變更의 必要性을 認識했으며 새로운 레이블은 오늘과 내일의 마케팅 狀況을 가장 的確하게 對應하고 있다고 믿어진다. 우리들의計劃과 같은 多樣하고도 廣範한 研究를 實行한 통조림 冷凍業者는 아마도 찾아보기 힘들 것이다」라고 Libby의 報告書는 적고 있다.

Libby社 製品의 市場占有率 伸張은 그들의 努力이 결코 헛되지 않았음을 證明이나 하듯 계속 오름세를 유지하고 있다 한다.

DECOMAS

①

金 德 謙 譯

淑明女大 産業美術大 副教授

1. DECOMAS 의 意義와 役割

(1) 바람직한 企業像의 確立

DECOMAS란 Design Coordination as A Management strategy의 略으로서「經營戰略으로서의 디자인 統合」을 意味한다. 企業의 모든 디자인 活動을 相互調整하고, 統合하는 것에 의해 企業의 實際의인 內容을 올바르게 表現하고, 하나의 強力한 經營戰略化로 企業經營에 이바지하고자 하는 것이다.

企業의 實體를 바람직한 像이라는 形態로 傳達하는 것이 오늘날처럼 어려운 時代는 없을 것이다. 勿論 企業의 實體가 陳腐化해서 따분하다 하여 像만을 새로운 것으로 定立해 보아도 그것은 經營體에 있어서 別로 有効한 것이 될 수는 없는 것이다. 그러나 企業의 實體는 날로 새롭고, 끊임없이 變化를 繼續하는 다이나믹한 것이다. 이 다이나믹하게 流動하는 實際의 樣相을 바람직한 像에 定着시키려고 해도 때로는 이 兩者의 사이에 커다란 間隔이 생기고 만다. 여기에 오늘날 企業像 確立의 難點이 介在하는 것이다.

企業의 多角化가 進展되고, 出廻하는 商品이나 서서비스의 種類가 膨脹해 오면 같은 會社의 事業이라고 하는 印象이 稀薄해질 뿐 아니라 企

業의 輪廓도 흐려져서 事實上의 바람직한 像이 뒤따르지 못하게 된다. 例를 들어 或은 오늘의 主事業보다도 오히려 어제의 事業手法이 現在의 企業像의 中核을 이루고 있는 境遇라든가 또 새로운 分野에의 進出을 피하려고 해도 오늘날까지 構築해온 像이 새로운 發展에 障害가 되는 경우와 같은 境遇 등도 있다.

이와 같이 企業活動에 있어서 實際와 像 사이에 發生하는 마이너스 面에서의 겹을 메우고 또 未然에 이러한 不利益을 豫防하기 위해서 實體와 像의 同一化를 피하는 일 즉, 同一視(Identify)할 必要가 不可缺하게 된다.

그러나 實體化 像의 同一化는 企業活動을 줄기차게 促進하기 위해 서둘러야 하는 것으로, 그저 無意味하게 像을 正確하게 實體에 模倣한다거나 必要 以上으로 像을 誇張하는 것 등은 經營 實體에 있어서 何等의 意義를 지니지 못한다. 이를 떼면 Identify 하는 것은 非但 겉 모양만의 것이 아니라 戰略의인 內容을 隨伴한 것이 아니던 안된다. 同一化된 像이 다른 差別化된 競爭 力을 가질 것을 要求 當하는 것이다.

企業像이 갖는 競爭力이 마케팅을 비롯해, 人材의 獲得 등에 있어 리크루팅, 그리고 株式, 社債의 發行이라고 하는 財務關係 등의 問題에 있어서도 遂行할 役割은 해마다 그 重要性을 더해가고 있다.

마케팅이라는 점에서 시장을 살펴 보자.

生産技術력이 平均化하고 製品이 均質化돼서 品質이나 價格에 의한 差別을 하기 어려워지면 製品이나 서어비스 그 것보다도 오히려 그의 出處를 明示하는 브랜드 (Brand)나 企業 그 自體의 이미지가 購買를 決定하는 重要한 要因이 되게 된다.

商品의 라이프 사이클이 긴 時代, 選擇이 多樣化되지 않은 時代는 消費者는 그 나름대로 購買를 決定하는 選擇眼을 가진 수가 있었다. 그러나 오늘날처럼 그것이 短縮化되고, 複雜化하게 되면 商品의 選擇眼의 方向이 製品 그 自體보다도 브랜드(商標, 品質 등)나 企業自體의 이미지에 依存하게 되는 것이다. 즉, 오늘날의 競爭은 品質이나 價格 面에만 그치지 않고 여기에 덧붙여 브랜드나 企業에의 로열티(Loyalty)에 의해 決定된다. 이를 위한 하나의 軸이 戰略의인 디자인의 코오디네이션(Coordination)이다.

(2) DECOMAS의 役割

1970年代의 美國의 經營者들이 異口同聲으로 強調하는 問題의 하나로 “企業 内外의 사람들을 어떻게 해서 經營目標 遂行을 위해서 컨트롤 할 수가 있을까”라고 하는 것이 있다. 이것은 말하자면 코오퍼레이션날리즘의 浸透를 어떠한 方法으로 저울질해 나갈 것인가의 問題라고 할 수 있을 것이다.

그러므로 DECOMAS의 基本的인 役割은 이 코오퍼레이션날리즘의 浸透를 통해서 經營目標의 達成을 위해 어떻게 企業環境을 整備해 갈 것인가에 있다.

企業을 둘러싼 사람들은 企業과 接하는 모든 場所에서 企業이 흘리는 갖가지 情報에 의해 企業을 認識하고, 企業에 대한 行動의 패턴을 自己의 것으로 形成해 가는 이와 같은 關係者集團이 안고 있는 企業에 대한 認識과 行動의 패턴은 企業에 있어 바람직하게 이끌어 나가는 것이야말로 企業이 能動的으로 形成해 나가지 않으면 안될 環境이라고 할 수 있다.

이러한 企業活動에 있어서의 바람직한 環境은 저절로 이루어 지는 것이 아니다. 關係者에 대해 目的의이며 보다 效率的인 커뮤니케이션이 끊임없이 行해지고 그 휘드 백을 통하여 서로

소 形成되게 되는 것이다. 그러므로 企業이 하고 있는 커뮤니케이션의 內容을 생각해 보면 그것은 單只 廣告活動이나 所謂 PR 活動, 販賣促進活動 등에 의해서만 이루어 지고 있는 것이 아니다. 製品, 社屋, 工場 등의 建物, 帳簿, 傳票類 등의 커뮤니케이션 媒體의 役割은 너무나 크다. 그리고 토크매니지먼트에서 接受係 女職員에 이르기까지 全社員이 企業의 메시지를 傳達하는 媒體가 되고 있음도 잊어서는 안된다. 언제나 華麗한 商品廣告, 企業廣告를 하고 있는 企業이면서 商品을 사서 보고는 低質에 질리고, 그 商品을 만들어 내고 있는 工場을 보고는 깜짝 놀라고, 電話를 받으러 나선 社員의 無禮한 말투에 화를 내는 등은 언제나 우리들이 經驗하고 있는 바와 같은 것이다.

여러 가지 形態로 傳達되는 企業의 메시지는, 綜合的인 計劃에 基礎를 두고 行해지지 않을 경우에는 때때로 이와 같은 惡印象을 주든지 또 서로 矛盾되게 만나 경우에 따라서는 잘못된 見解를 造作해 내게 된다. 이것을 防止하려면 企業에 聯關된 모든 것의 미디어화된 思考와 그 實踐을 통해서 企業의 커뮤니케이션이 全體的으로 잘 機能化되지 않으면 안된다.

따라서 企業이 실시하는 모든 커뮤니케이션 活動을 有利하게 展開시키려면 어떠한 메시지를 보낼 것인가의 理念을 確立함과 同時에, 온갖 媒體를 再確認하고, 各其 그 役割을 다시 살펴야 할 것이다.

우리 企業界에도 아직 數많은 이를 떼면 第3의 媒體가 파묻혀진채로 있다. 따라서 그 媒體의 有効利用은 計測에서 모든 機會를 捕捉하여 커뮤니케이션의 累積的, 相乘的인 效果를 높일 필요가 있다.

DECOMAS는 커뮤니케이션의 表現手段의 하나인 디자인의 코오디네이트를 통해서 이와 같은 커뮤니케이션 效果를 높이기 위해서 機能을 다하려 하는 것이다. 디자인 코오디네이션에 의해 그 會社의 獨特한 表現의 共通公分母를 誕生시킬 수가 있다. 이 共通公分母의 存在란 企業活動에 隨件하는 바라이여티가 豊富한 커뮤니케이션의 手段이나 表現에 共通의 理念을 언제 어떠한 때에도 한결같은 폴리시로서 느끼게 하는 것이다.

Olivetti(올리베티社), IBM 등의 DECOMAS의水準에 있어서도 世界一流의 企業에 共通되고 있는 것은 經營者의 디자인에 대한 깊은 理解와 거기에 基礎를 둔 確固한 經營理念이 容易하게 나타나야 하는 것이다. 그래서 製品이나 서비스의 質이 이 經營理念을 正確하게 反映하고 있어야 하는 것이다.

이러한 理念의 表明은 諸 經營者를 비롯해서 第1線의 세일즈맨에 이르기까지 單純한 形式이 아닌 統一된 意識의인 問題로서 自然히 行하여지게 되어 있다. 最終적으로 表現되는 形態는 千差萬別이라고 하더라도 이러한 것 등에서 共通된 무엇이——즉, 企業獨自의인 소피스티케이티화된 Olivetti 然하거나 IBM 然하는 式을 엮어 낼 수가 있는 것이다.

디자인에 의해 이와 같은 問題를 解決하려고 하는 경우, 자칫하면 從來의 디자인의 通俗的인 概念이 어떤 皮相의이며 末端處理의인 發想과 連結되고 말아 單純한 視覺의인 處理의 統一되지 않는 劃一化라고 하는 硬直된 問題에 빠지고 만다. 이러한 새로운 問題에 對處하려고 할 때 디자인이라는 말의 使用하는 方法, 本質적으로 갖는 意味를 지금 한 번 바꾸어 생각을 고쳐야 할 것이 아닐까 한다. 그렇지 않으면 單純한 形式만의 모델 체인지에 그치고 말아서 社内外의 意識革新의 領域까지는 追求할 수 없다.

企業에 있어서 디자인 活動은 從來製品을 디자인 하는 것과 廣告物을 디자인 하는 것, 建物을 디자인 하는 것 등의 式으로 나름대로의 디자인이 個別的인 領域을 確立하고 密接한 相互關係를 지니지도 않고, 또 共通의 理念을 갖지도 않고 實踐되고 있는 것이 거의 現狀이다.

그러한 意味에서 디자인은 企業活動의 極히 限定된 部分에만 連結을 가지고 있는데 不過하다. 그러나 오늘의 디자인 活動은 企業全體의 視野에서, 企業環境形成을 위해서인 共通된 目的과 理念을 가진 企業의 메시지를 表現하는 手段으로서 認識을 달리해야 할 時期가 바로 지금이라고 할 수 있다. 말을 바꾸면 企業에 있어 디자인의 評價가 個別的인 製品, 廣告 등에 의해 行해지는 것이 아니고 全體로서의 評價를 물을 時期에 와 있다고 해도 좋을 것이다.

前記한 Olivetti 나 IBM 의 경우에는 모든 媒

體가 相互間에 機能을 하여 맞춰 나가며, 그에 의해 累積的인 곳 이미지를 構築하고, 部分이 全體의으로 代辯하고, 全體가 部分을 向上시키면서 그 會社에 알맞는 一流性을 느끼게 하고 있는 것이다. 그러한 意味에서 이 디자인水準은 企業의 質 그 自體의 表現이라고 해도 過言이 아닐 것이다.

이水準을 確保하기 위해서는 充分한 管理가 되지 않으면 안된다. 자칫하면 디자인의 問題는 感覺的인 分野이므로 管理의 對象에서 크게 벗어나는 惡循環도 없지 않다. 그러나 DECOMAS의 觀點에서라면 온갖 디자인 活動을 經營目標에 맞추기 위해 시스템에틱하게 管理하게 되게끔 體系를 다시 고쳐 세울 必要가 있다. 이를 위해 디자인 活動을 標準化시키는 分野와 그렇지 못한 分野 或은 해서는 안될 分野 등으로 分類할 必要가 나타난다. 여기서는 디자인이란 感性의 世界의 것이라고 하는 타부는 打破하지 않으면 안된다.

標準化될 수 있는 디자인 分野에는 코오퍼레이트 커뮤니케이션의 中核으로서 機能하는 심볼 마야크 등의 基本要素 確立을 비롯해 그들의 使用시스템 등이 있다. 다시 各種의 커뮤니케이션 媒體에 固有의 基本的인 패턴과 그 使用 시스템 등을 들 수 있다. 이들 標準化되는 디자인의 分野는 統一性을 가진 하나의 共通型을 만드는 것이 된다.

한편 標準化되지 않는, 오히려 標準化하지 않는 것이 보다 나은 分野라고 하는 것은 個個의 디자인 段階에서 自由로운 發想 밑에 發揮되는 크리에이티브한 面이며, 個個의 戰術目標을 具體化하는 表現이다.

이들 두 개의 分野에 共通되는 것은 그 會社獨自의 디자인의 管理水準이 不可能하다고 하는 것이다. 標準化된 디자인에 管理水準이 必要한 것은 말할 것도 없으나 標準化되지 않는 活動에 있어서도 이水準이 없으면 會社全體로의 디자인水準을 保有할 수는 없다.

또한, 標準化된 디자인은 標準化되지 않는 디자인의 베이스로서 機能하고, 個個의 크리에이티브한 面을 받치고, 더우기 또 全體의인 統一性을 確保할 수가 있다. 여기에 形式上으로서의 標準化라고 하는 것과 意識으로서의水準保持라

고 하는 두 개의 커다란 팩터가 存在하고 있는 것이 理解될 것이다.

지금까지의 디자인 活動에서의 缺點이라고 하면 이들 標準化되는 것과 되지 않는 것의 混同 일 것이다. 이러한 混亂을 打開해 나가기 위해서 먼저 對處하지 않으면 안되는 것은 企業에 있어 디자인의 標準化될 것의 스톡이다. 이를 보면 프로의인 個個의 디자인에 대해서 支拂되어 있는 勞動・時間・經費의 量에 比하면 現狀으로서는 너무나도 스톡에 대한 그것이 낮기 때문이다.

그러므로 本稿에서는 特히 從來 例事로 알기 쉬웠던 DECOMAS에 있어서, 이 標準化되어야 할 디자인 分野에 될 수 있는 대로 焦點을 두어 以下 論述을 展開해 보려한다.

(3) DECOMAS의 戰略的 意義

DECOMAS란 現在의 모든 企業에 있어 普遍的인 意義를 갖는다. 企業의 規模에 不拘하고 單品生産이건 多角化에 進展된 企業이건 成長企業이건 아니건 間에 企業이 存在하고 活動하는 瞬間부터 企業은 內外環境을 콘트롤 해 나가지 않으면 안되기 때문이다. 그러나 「企業의 業種, 個性, 內包하는 問題에 의해 DECOMAS의 存在性은 各樣各色이다. 極端으로 말하면 企業이 存在하는 數字만큼 多樣한 DECOMAS의 패턴이 있다」고 해서 좋을 것이다.

아래의 例는 그 代表的인 DECOMAS의 몇 개의 패턴을 特別히 選擇하여, 現實의 企業바탕에서 어떻게 實踐되고, 機能하고 있는가를 나타낸 것이다. 主로 外國企業의 例이지만, 그 테마는 國境을 넘어서 企業의 共通課題라고 할 수 있는 것으로 우리 나라의 企業에도 많은 示唆을 주는 것이다.

① 多國籍企業에 있어서의 DECOMAS

國際의 네트워크에서 活躍하는 多國籍企業, 또는 월드 엔터프라이즈에 있어서의 DECOMAS는 戰略的인 重要한 位置를 占하고 있다. 視覺言語의 利點을 有効하게 機能시켜서 進出國에 있어서 “마케팅”을 援助하고 또한 토달로서도 다시 企業의 아이덴티티를 推進하여 가기 때문이다.

이것은 視覺言語가 극히 인터내셔널한 普遍性을 갖는 言語라고 하는 것과, DECOMAS에 의

해 그 合目的의이며 體系的인 管理가 可能하기 때문이다. 視覺言語는 國境・民族・言語 등 온갖 담장을 넘어서 異國民族의 커뮤니케이션을 可能케 한다. 固有의 言語나 特性을 넘어서 다 이렉트하게 強烈한 움직임이 따라 붙는다. 例를 들면 石油의 Shell은 國境을 넘어서도 Shell이 아니면 안되고 Coke(코카콜라)의 산뜻한 이미지는 國民 特性을 넘어서도 느껴지지 않으면 안된다. Shell의 마아크나 Coke의 패키지는 說明員의 말을 기다릴 것도 없이 누구나가 스스로 感知해 낼 수 있는 쉬운 그림 文章이며, 스무드하게 共通理解를 얻을 수가 있다. 말하자면 國際的으로 獲得해 온 實績, 信用을 視覺言語에 바꾸어 놓아서 모든 나라의 모든 사람에게 訴求할 수가 있고, 또 될 수 있는 것이다. 또 DECOMAS에 의해 視覺言語의 體系的인 管理가 可能해졌을 경우 디자인 매뉴얼의 作戰을 통해서 世界的 네트워크에서의 集中管理를 行할 수가 있다.

代表的인 多國의 企業의 거의가 매뉴얼에 의해 管理나 擔當者의 定期的 研修, 連絡會議를 實施하고 있는 것은 다른 條件의 핸디캡을 넘어서 世界的인 規模로 아이덴티티를 피하려 하기 위해서이다. 經營理念이나 方針이라고 하는 內面的인 것을 視覺言語라는 具體的인 形態에 두어 바꾼 統一은 特히 複雜한 條件下에서 活動하지 않으면 안되는 월드 엔터프라이즈에 測量키 어려운 利益을 가져오게 되는 것이다.

海外에 進出하여 成功한 어느 企業의 電氣用品(日本 소니를 引例)과 그것을 集約的으로 表現한 商標(마아크)는 海外에만 그치지 않고 國內市場에 有効한 마아케팅 材料가 되었다. 自由化에 隨伴해서 계속해서 進出해 오는 世界各國의 有力企業들의 成功秘訣은 그 優秀한 마아케팅과 아울러 DECOMAS의 巧妙한 操作에 있다고 해도 過言은 아닐 것이다.

② 이미지 갭을 메꾸는 DECOMAS

企業의 規模나 事業內容이 바르게 傳達되어 있지 않기 때문에 DECOMAS를 導入하고 새로운 “企業의 얼굴”을 만든 具體的인 例를 보자.

美國의 휴올레드・팩카야드(Hewlett-Packard: 以下 HP라고 略함)社는 오늘날 世界最大의 計測器 메이커이지만 그 發展은 急速한 것이었다. 1957년에는 賣上高가 約 100億圓(日貨)이었으나

1965년에는 約 540億圓이 되었다.

從業員은 5倍로 늘어났다. 두 개의 工場에서 世界各地의 17個 工場으로 擴大되었다. 販賣는 代理店 시스템에서부터 世界的 規模의 自社販賣網을 가지게 되었다.

株式을 公開해서부터 8年 間에 株主는 20,000人으로 増加했다.

그러나 이 急tem포의 發展은 外部와의 커뮤니케이션을 混亂시켜 버렸던 것이다. HP라고 하면 1957年 頃의 HP를 想像케하는 것이 一般의 傾向이었다.

發展한 實際內容은 完全히 아이덴티티 하지를 喪失했던 것이다. 發展의 모습이 正當하게 評價되지 않은 것처럼 企業에 不利益을 주는 것이 없다. 契約 하나 만으로서도 從業員의 確保, 특히 그 質의 確保에 있어서도 모랄의 問題에 있어서도 모든 企業活動 面에서 當然히 얻어지는 메리트를 구석구석 놓치고 있는 것과 같은 것이기 때문이다. 이 이미지 갭을 메꾸기 위해 HP는 Walter Lander & ASSO Ciates(워터랜더社, 콘설턴트 會社)에 새로운 DECOMAS의 作成을 依頼했다. Walter Lander는 여러 가지 檢討한 끝에 다음의 主要課題(Key Objects)의 리스트를 提出했다.

- ① 現在의 트레이드 마크의 改良
 - ② 個性的인 로고타입의 作成
 - ③ 關聯會社와의 明確한 關聯附着 및 네이밍의 整理
 - ④ 企業컬러의 設定
 - ⑤ 世界的으로 有効한 디자인 메뉴얼의 作成
- 이 課題는 가장 많은 賛同을 얻어 Walter Lander는 트레이드 마크·로고타입·컬러의 檢討를 해서 특히 로고타입 등은 無數한 可能한 限의 바리에이션이 製作되었다. 그 結果 科學的인 正確한(HP는 計測器 메이커이다) 이미지를 가진 추상적인 트레이드 마크와 로고타입, 그리고 진한 靑의 컬러가 새로운 基本要素로서 採擇되고, 그 使用方法을 나타내는 디자인 메뉴얼도 同時에 作成되었다.

이 新規의 시스템은 世界的 關聯會社·工場·販賣會社에 即刻 適用되어 가가스로 그 實態에 알맞는 外觀을 HP는 獲得할 수가 있었다.

이를 테면 HP의 경우는 急히 서둘러야 했던

經營의 問題를 DECOMAS의 導入에 의해 整理하고, 體系를 붙여, 다음의 經營스텝의 契機를 만들려고 했던 것이다. 그것은 이제까지의 成果를 對内外에 明白히 함과 아울러 關係하는 사람들의 意識의 變革을 불러 일으켜서 보다 前進하려고 하는 HP의 明確한 宣言이라고 할 수 있을 것이다.

오늘날 HP의 賣上高는 1,000億圓(日貨)을 넘고, 製品의 數는 2,000種類에 達하려고 하고 있다.

③ 事業의 多角化에 適應하는 새로운 企業목표

다음에 紹介하는 企業도 同質의 問題를 안고 있었다. 그것은 HP의 경우 規模의 發展이 正當하게 커뮤니케이트되어 있지 않았던 것과 같이 事業의 多角化가 그 實體를 極히 混亂시킨채로 커뮤니케이트되어 있던 例이다.

「우리들은 이 10年間の 巨大한 變化를 느끼고 있으나 一般人들은 會社를 그러한 새로운 눈으로 보고 있는 것일까?」

鐵道·航空·船舶 등 6개 部門의 事業을 包擁하고 있는 Canadian Pacific Railway(캐나다 파시픽鐵道: 以下 CP라고 略함)의 DECOMAS는 이 疑問에서 시작되었다. CP의 事業은 別써 「航空業務나 船舶·트럭 등의 運送業務에 從事하는 單純한 Railway Company」는 아니고 호텔이나 通信 其他의 서어비스業으로 事業數로서도, 內容에 있어서도 擴大一邊倒의 길을 걷고 있었기 때문이다. 더구나 그 印象은 너무 무겁고, 傳統的인 古典美를 誇示하며, 時代의 現實性은 따를 바 못되었다.

그래서 CP는 全體의인 規模의 크기와 事業의 多樣한 바라이어티라고 하는 實體를 그대로 反映하는 새로운 企業像의 確立에 着手했다.

中心 테마는 “System for Movement”라고 하는 생각이 捕捉되었다. 이것은 多樣한 事業을 統一의인 外觀에 코오디네이트하는 시스템을 確立하고 同時에 넓은 分野에 걸쳐 서어비스를 行하는 動的인 CP의 이미지를 創出하려고 하는 것이다.

이것은 다시 7개의 基本 테마로 分解된다.

- ① 全體規模의 크기, 서어비스의 多樣함을 느끼게 할 것.
- ② 個個의 事業의 多樣함과 패밀리 이미지의 竝存.

③ 業界에서의 世界的인 리더로서의 先見性을 強調하는 것.

④ 드라마틱하게 未來에 挑戰하는 經營力의 視覺的 反映.

⑤ 프렉시빌리티를 갖는 시스템의 確立.

⑥ 大企業임과 아울러 地方의 企業과 같은 조출함과 親密感이 있는 個性의 強調.

⑦ 世界에서의 캐나다 및 캐나다人の 役割・責任의 表現.

이 테마는 CP의 經營理念에 不遇한 것이며, DECOMAS는 그것을 客觀的으로 反映하는 以外의 아무 것도 아니었다.

이 콘셉트下에 色彩를 有効하게 活用한 CP의 새로운 얼굴이 誕生한다.

먼저 正式社名 Canadian Pacific Railway Company는 法律的으로 必要한 때에만 使用하고, 通常은 CP라고 略하고 거기에 事業名을 並記하기로 했다.

同時에 躍動을 意味하는 새로운 마아크를 作成하고 다음과 같은 事業마다의 色彩分類를 採用했다.

① CP Rail(레드, 鐵道關係)

② CP Transport, CP Express, Smith Transport(블루, 陸運關係)

③ CP Air(오렌지, 航空關係)

④ CP Ships(그린, 船舶關係)

⑤ CP Hotels(그릴, 호텔 서어비스關係)

⑥ CP Telecommunication(옐로우 오오콜, 通信關係)

더우기 이 시스템에서는 例를 들어 CP Rail을 CPR이라고 하듯이 略해서는 안되게 되어 있다.

이 시스템은 1968년에 發表되어 實施되었다. 그 結果는 相互의 事業이 個性을 잃지 않고 包括的인 아이덴티티를 達成한다고 하는 CP의 期待를 上廻할 程度였고 顧客・株主・메스콤에도 動的이고 現代의이라고 하는 賞賛을 獲得하는데 成功했다.

그것은 Crump會長이 말하는「우리들의 過去의 業績을 反映하고, 現在의 姿勢를 正當하게 表現하며, 將來에 있어 融通性을 가진」企業록크의 誕生이며, 全體規模의 크기를 呼訴하면서 個別的인 서어비스 業務도 끌어 세웠다. 眞實로 巧妙한 戰略의 第一歩였다.

④ 企業의 體質轉換과 企業 이미지

新規 顧客層에의 進出과 이에 隨伴하는 서어비스 體制의 強化라고 하는 實體 面에서의 變化에 쫓긴 나머지, 既存 이미지에서 脫皮하고, 새로운 프로그램을 採用하기에 이른 美國의 銀行業界의 例를 살펴 보자.

一般大衆은 生活上의 實感으로서, 거기서 일하는 사람들을 包含해서 銀行이라고 하는 것을 「차갑고 官僚的이며, 格式에 치우쳐 있다」고 느끼고 있었다. 事實 大型 預金者이며 利用者이기도한 企業法人과, 小型이고 煩雜하기만한 一般大衆 預金者에의 態度的 사이에 差異가 發生하는 것은 어쩔 수 없는 것이었다.

그러나 銀行이 大衆의 市場에 눈을 두고, 섬세한 서어비스 體制를 整理해 나감에 따라 銀行에 대한 이미지는 決定的으로 變化했다. 現在 大衆에게 있어 銀行이란 어떠한 存在일 것인가.

銀行은 돈을 모아들이고, 金錢出納을 할 뿐 아니라 家屋어나 洗濯機 或은 레저를 즐기기 위해 론(loan)을 利用하는 場所이며, 드라이빙을 가더라도 車에서 내리지 않고 手票를 건네는 것만으로 用務가 充足되는 便利한 서어비스 機關이 되었다. 極端으로 말하면 銀行과의 去來가 있으면 現金이 없어도 生活이 될 수 있게 되었다. 銀行은 確實히 生活의 一部로 融合되어 銀行間의 競爭은 如何히 大衆과 密着하는가에 焦點이 옮겨져 갔다.

또 地域社會와의 親密한 關係形成, 이를테면 Good Citizen-ship의 課題도 競爭上의 主要課題였었다. 地域社會와의 關係만을 보았을 경우, 全國의인 네트웍의 存在는 반드시 有効한 說明內容은 되지않고 오히려 銀行員과 地域社會의 사람들과의 皮膚과 皮膚의 接觸感의 如何가 預金獲得에로 連結되었다.

이렇게 해서 誠實하게 따스한 맛이 있는 親近한 存在에로의 銀行은 體質轉換을 해 갔다. 이 變化는 銀行의 體面에 大幅的인 變化를 가져왔다. 어떤 特定の 銀行이라고 하기 보다는 銀行業界 全體에 이미지 체인지의 러시가 일어난 것이다.

美國 最大의 銀行 Bank of America(아메리카 銀行)도 그 例外는 아니었다. 1967年初 그 企業은 各種의 調査를 通해서 嚴密한 自己診斷을

하였다. 顧客을 爲始한 많은 사람들에게 어떠한 企業像이 形成되고 있는가, 그리고 이것이 將來의 經營戰略에 어떻게 作用하는가를 究明하기 위해서였다.

그 結果 多數人들이 規模(世界 最大)는 알고 있지만 業界에서 先行的으로 取했던 多様な 서어비스, 例를 들면 퍼스널·론, 홈·론 大規模의인 크레디트·카아드, 當座計定の 컴퓨터化, 機器의 리이스 등의 서어비스에 대해서는 그다지 알려져 있지 않았다. 事實 全行員의 1/4의 人員이 行하고 있는 活動은 10年 前에는 전혀 없었던 것이며, 이러한 것들은 파이오니아의 이름에 부끄러움이 없다. 大衆이나 地域社會와 密着된 革新的인 業務活動이었다.

그래서 모든 사람에게 明確히 認識시켜서 더욱「親密하고 未來에 革新的的」(friendliness and forward thrust) 銀行인 것을 呼訴하기 위해 서어비스의 加一層 改善과 아울러 1969年 새로운 個性의인 마아크가 採用됨에 이르렀다.

이 마아크는 銀行界에 있어서 Bank of America의 리더로서의 位置와 그 革新的인 活動을 判別하기 어려운 平凡한 書體는 아니고, 視覺的인 심볼에 바꾸어 놓고 表現한 것이며, 同時에 同業他社와 區別을 짓기 위해서이기도 했다.

그 때까지의 銀行의 마아크는 多數가 傳統性이 強하고 길들기 어려운 것이었으며 그 背後에 있는 固有한 質의 相違함을 分明하게 感知해 낼 수가 없었다.

이렇게 해서 Bank of America를 비롯해서 環境變化에 適應한 DECOMAS가 急速히 實施되게 되었다. 그 特徵은 同質 서어비스라고 하는 條件 밑에서 어떻게 自社를 돋보이게 할 수 있는가 하는 差別化의 努力의 結晶으로서 數 많은 個性的인 마아크를 輩出し킨 것이며 거기에 더하여 注目할만한 것은 그 徹底한 使用과 統制가 결uel인 效果의 取扱方法이다.

서어비스라고 하는 눈에 보이지 않는 財를 다루는 企業은 눈에 보이지 않는다고 해서 그대로 放置해 놓아서는 有効하게 競爭力을 發揮할 수는 없다.

明確한 形態로 差別的인 이미지를 顯在化시키지 않으면 안된다. 이 顯在化와 差別化에 寄與하는 것이 심볼 마아크에 代表되는 視覺言語이며 計

劃의 展開에 의해 齎來되는 相乘的인 效果이다. 일단 심볼 마아크를 決定하면 모든 機會에 徹底하게 使用하는 것이 美國企業의 一般的인 特徵이지만 그렇게해서 整然한 統一感을 가져야 할 사람에게 주는 것은 實은 그 背後에는 神經質에 가깝도록 計算을 지나치게한 戰略的인 姿勢가 있기 때문이다. 그런 意味로 美國銀行의 이와 같은 움직임은 우리 나라의 同業會社를 包含해서 서어비스 企業의 하나의 存在方式을 示現하고 있다고 할 것이다.

⑤ 現狀打破의 마아케팅 戰略

빅·스리의 으뜸이 되는 美國의 自動車 業界에 낡은 이미지를 벗어나려고 태엽을 다시 감으려고 企圖하려 하고 있는 企業이 있다. 業界 4位, 美國鑛工業 110位(포오춘誌 1970年度 랭크)의 企業, American Motors(아메리칸 모터스社: 以下 AM으로 略함)이다. 1970年, 美國의 배스콤은 最近의 AM을 다음과 같이 報告하고 있다. 「3年 前 AM은 重病의 苦痛을 받고 있었다. 지난 해에 AM은 가파스로 버계(枕)에서 머리를 들어올릴 수 있을 程度로 回復되었다. 最近에는 收獲物을 노리고 喊聲을 지르면서 小型 自動車의 마아케트를 注目하고 있다.」

1967년까지의 AM은 高齡層 趣向의 自動車가 中心이었지만, 빅·스리의 縮막힐 듯한 活動은 水道물을 틀어 놓은 그대로와 같이 찰찰 쏟아지기만 했다. 輸入車는 別途이지만 國內市場의 90% 가까이 3社로 占領되어 AM은 4位라고 해도 3~4%의 畵어에 미치지 못했다. 이러한 苦境 속의 AM은 1967年 Roy D. Chapin Jr.이 會長에, William V. Lumburg가 社長에 就任했다. 그들은 이제까지의 企業과 市場의 罅을 메우고, 그리고 빅·스리에서가 아니고 AM이야말로 可能性 있는 領域에 손을 뻗어 着手했다. 그 結果 다음과 같은 戰略이 決定되었다.

- ① 젊은 世代에의 어프로치와 새로운 販賣促進의 實施.
- ② 既存 車種의 檢討와 小型車의 開發.
- ③ 디일러對策의 轉換.
- ④ 이들의 베이스가 되는 企業庫크의 變更.

AM의 새로운 戰略의 焦點은 小型車이었다. 스타일링과 技術을 特히 強調한 小型車가 集中的으로 生産되어 AM의 傳統的인 車種 Rambler

는 Hornet 에로 모델 체인지 되었다. 이것은 既存의 高年齡層에서 영·마케팅에의 AM의 轉進을 나타내는 것으로 이러한 計劃 밑에서 AM이 스폰서가 된 自動車 레이스를 開催하고 젊은 層의 自動車熱을 부채질하는 集中的 販賣促進 캠페인이 實施되었다.

다시 이러한 생각은 實際에 車의 去來가 行해지는 2,400의 딜러의 店舖에도 實踐되었다. 保守의이며 토박이 店舖는 一轉하여 검은天井과天井이 어두운 카페트를 間 室內에 쏟아져 集注하는 스포트라이트가 現代의 메커니즘을 불러 일으킨다고 한다. 판타딕한 店舖로 改裝되었다. 顧客의 休憩所는 黑과 白의 모너톤의 쇼·룸과 對照의으로 大膽한 裝飾으로 特히 婦人들에 呼訴하는 것과 같은 디자인이 研究되었다. 이 提案에 대해 多數의 딜러는 「快適한 雰囲気 속에서 車가 購入되고 엘레гант한 印象은 顧客의 마음을 捕捉할 수가 있다」라고 하는 좋은 反應을 얻을 수가 있었다.

마무리는 社名과 마아크의 檢討이었다. 焦點은 American Motors 라고 하는 이제까지의 社名의 取扱에 있었으나 오늘의 美國은 價值觀·機構에 있어 根本的인 變化의 過程에 있어서 새로운 아메리카가 鼓動해 오고 있다고 하는 判斷 밑에 10年 앞이나 20年 앞의 變化 속에도 安定性を 維持해 나갈 수 있도록 굳어진 社名: American Motors 야말로 有効하다고 結論되었다.

이렇게 해서 社名은 끝내 變하지 않았지만 內面的인 變革을 거친 새로운 意味를 갖는 AM이 誕生했다. 그래서 業界에 있어서는 작은 會社지만 그 德메리트를 메리트에로 轉換하고 市場의 要求에 迅速하게 適應해 낼 수 있는 融通性이 있는 會社이며 先驅者인 것을 그 基本戰略으로 했다.

黑과 白을 베이스로 赤과 靑으로 表現되는 動的인 AM의 새로운 마아크는 이러한 新生 AM의 意慾과 戰略을 集約했다. 市場을 向에서 距離를 둔 비주얼 메시지에 不過하다.

이와 같이 DECOMAS를 導入함에 이른 動機, 實施에 의해 外部에 나타난 形態는 各社에 의해 相異하다고는 하지만 그 어떤 것이나 企業에 대한 既成 標의에서 벗어난 評價를 是正하고 變化에 即應한 正當한 評價의 獲得을 目標로한 것은

共通되어 있다.

그리고 이것을 마케팅 活動과 積極的으로 聯關시켜서 보다 바람직한 市場環境確立에 有効하게 機能시켜 나가는 데 努力이 기울어 지고 있다.

DECOMAS는 企業活動의 갖가지 所産을 具體的인 하나의 形式에 整理하여 企業의 實體를 正確하게 反映시켜 나감과 아울러 보다 積極的인 意味에서 마케팅 活動의 圓滑한 推進을 위해서 不可缺한 道具로서도 機能한다. 이것은 마케팅 뿐만 아니라 企業이 行하는 갖가지 活動에 있어서도 말할 수 있는 것으로 그 相乘的인 聯關에 의해 企業의 戰略的인 活動을 補助하고 援助한다.

DECOMAS는 그 自體企業의 커뮤니케이션을 體系化하는 同時에 他的 戰略과 有機的인 聯關에 의해 그 戰略의 움직임을 容易하게 한다. 따라서 DECOMAS의 戰略的 效果를 最大限으로 活用한다고 하는 觀點에서 導入을 생각해 본다면 새로운 經營方針의 確立, 經營戰略 導入의 時點에서 機會를 하나로 해서 DECOMAS를 導入하는 것이 바람직한 것이다.

특히 매니지먼트의 變更, 새로운 市場에의 進出, 企業의 多角化, 新規의 消費者層에의 移行, 企業의 體質轉換, 코오퍼레이트 커뮤니케이션의 管理強化라고 하는 問題를 契機로 하여 DECOMAS가 導入되어 있는 것이 美國企業의 現狀이다.

또 마케팅의 問題를 具體的인 手法의 段階에서 捕捉해 보았을 경우 코오퍼레이트 커뮤니케이션上的 問題에 製品에 붙여지는 브랜드의 커뮤니케이션의 問題가 合쳐져 더 한층 複雜化해진다. 이것은 CI와 BI(브랜드 아이덴티피케이션)에서 詳述될 것이지만 이러한 要素를 加味한 어프로치가 되면 코오퍼레이트 커뮤니케이션과 마케팅의 一體化된 展開가 加一層 不可缺하며 一體化에 의해서만 未來의 戰略의 目標를 達成하고 效果를 最大限으로 늘릴 수가 있다.

이를 보면 DECOMAS의 戰略的 意義란 그 自體의 機能과 아울러 그 導入에 隨伴하는 他的 戰略(그 中心을 이루는 것이 마케팅戰略)과의 一體化에 의해 그의 有効性이 增加하는 데 있다고 해도 좋을 것이다.

2. DECOMAS 와 CI

모든 社會的 事象이 그러하듯 DECOMAS 도 그 成立基盤을 過去의 理論的 系譜와 實踐과를 짊어지고 있다. 따라서 DECOMAS 가 現在까지 걸어온 理論과 實踐과의 歷史를 뒤돌아 볼 必要가 있다. 이에 의해서만 비로소 DECOMAS 의 現代의 意義를 理解할 수가 있기 때문이다.

(1) 코오퍼레이트 아이덴티피케이션(CI)

戰後 우리 나라의 企業에 있어서도 PR(Public Relation)의 理念이 經營에 導入되어 그 重要性이 強하게 認識되어 왔으나 이것은 HR(Human Relation)이 그러했던 바와 같이 大部分은 그 날 말 自體와 그리고 그에 관한 莫然한 무드를 齎來했던데 不過했다.

즉, 部分的인 技法은 받아들여졌으나 그 具體的인 方法論, 體系의 總合的인 理論的 理解는 반드시 有効한 形態로 받아들여져 實踐에 옮겨지기에는 이르지 못했다. 이에 따라 企業이미지(Corporate Image)라고 하는 思考方式도 매우 類似한 迎入方式을 해오고 있다. 이미지라고 하는 概念自體가 經營者로서는 至極히 不透明한 것으로 曖昧한 것이며, 비록 그 重要性을 認識했다 하더라도 그에 대한 具體的인 方法論, 包括的인 理論體系를 갖지 못했기 때문에 무엇인지 不必要한 資金을 들여야 하는 것으로 느끼게 되어, 研究開發・設備投資・人材의 確保 등의 다른 經營의 重要課題에 比較해서 現實性을 지닌 重要한 問題로서는 떠오르지 않았다.

이에 대해서 近年 特히 美國에 있어서는 PR 에도 그 有効한 基礎를 提供하고, 企業이미지 形成의 具體的인 方法으로서의 새로운 問題領域이 確立되어 가고 있다.

즉, 1960年代의 前半에 이르러 美國의 企業活動에 嶄新하고, 더욱 具體的인 經營 팩터로서 끌어들이어져 오고 있는 問題가 있다. 그것은當初 인더스트리얼 디자인이라든가, 코오퍼레이트 디자인, 코오퍼레이트 룩크, 하우스 스타일, 스펙시픽 디자인, 디자인 폴리시 등이라고 하는 여러 가지 名稱으로 불리어지고 있었으나 漸次로 現在의 코오퍼레이트 아이덴티피케이션 내지

는 코오퍼레이트 아이덴티티(Corporate Identification or Identity: 以下 CI 라고 略함)라고 하는 形態로 統一되어 오고 있다.

CI 라고 하는 것은 企業을 아이덴티화하는 것이다. 여기서 먼저 이 아이덴티화이란 무엇인가 辭典을 펴보자.

i-den-ti-fi-ca'tion[aidentifikéifən]n. 同一한 것으로서 取扱할 것; 同一하다고 認定할 것; 確認, 檢證(死體, 罪人 등의), gan~tag [兵] 認識標(氏名・所屬部隊番號 등을 파서 목에 거는 金屬의 작은 板)

*i-den'ti-fy[aidentifai]vt. ① 同一한 것으로서 取扱, 同一視함[A with B: A and B]: 同一하다고 認定함 ② 同僚로 받아들임, 提携시킴. ③ ...를 어떤 사람(것)이라고 보아 區別함, 確認함, 檢證함; [生] 同定함, [生物의]屬・種을 決定함, g~the payee of a check 手票의 受取人을 確認함. The body has not yet been identified. 死體의 身元은 아직 判明되어 있지 않다. ~oneself[be identified] with 의 同僚로 들어감, 라고 提携함.

*i-den'ti-ty[aidentiti]n. ① 同一한 것, 同一性; 같은 사람(것)일 것, 本人일 것, 身元, 正體 ② [數] 恒等式 gan~card 身分證明書, establish[prove](a Person's)~(누가 그것이) 本人이라는 것을 確認함, 身元을 確認함, mistaken[false]~사람 잘못 判斷.

즉, 企業을 아이덴티화하 한다는 것은 企業의 實體에 接하는 關係者集團이, 各種의 커뮤니케이션을 통해서各自가 그리는 企業像과 實體가 同一하다는 것을 認定하는 것이며, 여러가지 企業活動의 部分的인 局面을 그 企業에 屬하는 것으로 認定하는 것 他企業과 明確히 識別하고 認識해낼 수 있는 狀態로 만드는 것을 意味하고 있다.

企業이 이러한 狀態에 있는 것은 當然한 것으로 생각될지도 모른다. 그런데 企業이라고 하는 것은 우리 나라에도 꽤 많은 數에 達하고 있으나, 말하자면 現代에는 國內의 企業 뿐만 아니고 外國企業과도 競爭하지 않으면 안된다. 하나의 企業이 다른 企業과 明確하게 識別된다고 하는 確率は 아주 작은 것이 되고 말는지 모른다. 더욱이 企業自體도 激烈한 競爭에서 이겨나가면서 成長・發展해 가기 위해 新製品의 開發, 新市場에의 進出이나, 또한 他企業과의 吸收, 合併을 하거나 한다. 이에 의해서 企業은 그 實體를 急速하게 바꾸어 나간다. 消費者는 企業이 多角化하면 할 수록 企業이 提供하는 많은 種類

의 製品이나 서어비스가 모두 그 企業의 것임을 理解하는 것이 困難하게 된다. CI가 確立되는 狀況이 漸漸 적어지고 있는 것이다.

이러한 狀況中에서 먼저 企業이 늘쌍 손을 대게 되는 것은 「社名變更」이다.

社名을 變更하는 理由는 各其 다르지만 어느 경우에서나 企業實體와 CI가 一致하지 않게 되거나 長期的인 展望中에서 그 變化되어가는 實體에 CI를 合쳐 나갈 必要가 있었기 때문에 行해진 것이라고 할 수 있다. 이와 같이 CI를 確立한다고 하는 것은 企業像을 確立하는 것을 말하는 것이다. 企業이 他企業으로부터 잘 識別되고 나아가서는 그 差別的 優位性을 認定받게 되는 것은 이 CI의 確立에 의해서 비로소 可能하게 되는 것이다.

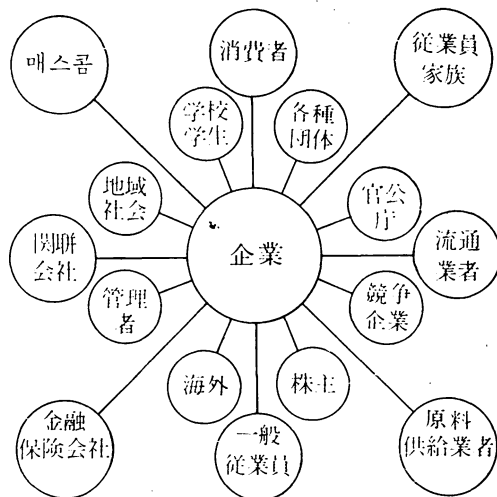
그러면 企業은 어떻게 해서 CI의 確立을 達成할 수가 있는 것일까. CI는 企業이 目的意識을 가지고 能動的으로 움직여 나가지 않으면 確立되지 않을 것임은 더 말할 것도 없다. 더구나 이러한 個別企業의 CI를 認識하는 것은 물론 企業自身이 아니다.

CI는 結局 企業(Corporation)을 둘러싼 수 많은 關係者集團에 의해서 知覺・認知되어 그들 中에서 形成되는 것이다. 消費者는 會社나 製品을 評價해서 市場을 決定하고, 學生은 入社해서 좋은 會社인가 아닌가를 査定하고 있다. 株主는 投資의 對象으로서, 原料供給業者는 단골先으로서, 外國人은 그 會社의 國際的 活動에 대해서 제각기 나름대로의 會社에 대한 見解를 갖는다. 이들 企業의 關係者 集團은 다음 그림에서 보는 바와 같은 廣範圍한 것이 例舉되는 것이다.

이와 같은 수많은 關係者 集團 中에서 企業은 그 實體를 反映한 CI를 確立하고, 받아들여지도록 하지 않으면 안된다. 그러면 關係者 集團은 通常 어떠한 形態로 自己中心으로 CI를 形成하게 되는 것일까.

企業에 관한 情報에는 (A) 企業의 아이덴티티 그 自體를 形成하는 情報(社名・社名 로고타입・社章・社色 등)와, (B) 企業의 實體에 관한 情報(賣上高・從業員數・成長性・歷史 등)가 있다. 이들의 情報가 個人과 企業과의 相互作用을 통해서 個人에 傳達되는데 그 頻度와 強度의 差에 의해서 形成되는 아이덴티티의 強度가 決定된다.

〔그림〕 企業을 둘러싼 關係者 集團



그리고 CI의 強度를 決定짓는 情報要因의 大部分은 (A)의 CI情報이다. CI情報에는 데이터資料의인 情報와는 다른 強度가 있다.

이를 떼면 情報가 지니는 意味를 理解해서부터 라고 하는 時日이 걸리는 담벽을 넘어서서 直接 個人의 感覺의인 世界에 뛰어들어 企業대로의 個性을 스트레이트로 끌어내는 힘이 있다. 이 아이덴티티를 저울질하기 위한 情報要因을 分類해 보면 CI全體의 基本的인 思考方式・方針으로서 ① 基本理念이 있고, 그 具體化로서 ② 非視覺的인 것과 ③ 視覺的인 것과로 나누어 진다.

本稿에서는 主로 基本理念과 視覺的 要素를 中心으로 다루었다. 이 겨냥은 現代社會의 視覺的인 情報가 지니는 決定的이라고도 할 수 있는 影響力을 重視하는 데 있다. 視覺情報의 重要性을 認識하면, 同時에 이들 視覺情報가 統合되었을 경우에, 보다 強力한 訴求力이 생기는 것을 理解할 수 있다.

企業間의 競爭은 우리 나라에서도 지난날의 所謂 “마케팅 時代”에 접어들면서 漸次로 激化되어 個個의 製品・서어비스의 品質이나 價格에 의한 競爭에서 차츰 企業 그 自體의 認知 競爭, 말하자면 CI를 둘러싼 競爭으로 變化되어 가고 있다.

그 結果 CI를 意識的・計劃的으로 經營活動의 一環으로 選擇하는 움직임이 나타났다. 즉, CI가 經營의 理念으로서 成立되어온 것이다.

美國에 있어서는 1956年代 前半부터 導入되어 왔다. 우리 나라는 아직 先進的 企業水準에 到達할 때까지 그다지 問題點으로 登場할 것 같지는 않다.

이 CI의 가장 重要的 意義의 하나는 CI 自體가 하나의 시스템으로서 有効하게 作用한다는 點이다.

CI는 어떤 경우에는 數千, 數萬點에 到達하는 아주 많은 要素를 갖지만, 그 要素가 相互 無關聯으로 두어지는 것이 아니고, 거꾸로 有機的으로 서로 密接하게 關聯되고, 그 總體로서 加一層 有効하게 作用한다. 이것은 畢竟은 CI가 시스템으로서 그 存在價値를 가지고 有効하게 作用함을 意味한다.

(2) DECOMAS 라고 하는 名稱

CI 시스템을 展開하는 經營戰略을 敢히 DECOMAS 라고 하는 名稱으로 부르는 것은 아래의 理由에 의해서 이다.

CI의 中心의 課題인 디자인 活動과 經營과의 統合이라고 하는 思考方式이 우리 나라에서는 반드시 認識되어 있지 않고, 꼭 바로 理解되어 있지도 않다. 이것은 企業의 經營에 參與하는 사람들에게도 말할 수 있고, 디자인의 領域에 있어서도 들어맞는 事實이다.

디자인 活動은 이제야 말로 廣告・製品디자인・패키지라고 하는 經營의 個別的인 領域과 關聯을 갖는 데 그치지 않는다. 이것들을 統合하고, 다시 企業自體의 個性을 確立해 나가는 것이 現代 디자인 活動의 커다란 課題가 되고 있다. 디자인은 經營理念을 具體化하는 有力한 手段이며, 思想 그것이다. 企業이 어떤 優秀한 經營理念을 가졌다 하더라도 그것이 디자인에 의해 뒷받쳐지지 않고서는 現實的으로 効力を 發揮하기는 困難할 것이다.

그래서 CI에 있어서의 經營과 디자인, 또한 마케팅과 디자인하는 式으로 從來의 레벨을 크게 上廻하는 連結을, 適確하게 表現하고 그 戰略의 意義를 明確하게 할 必要가 생긴다. 이를 위해서는 DECOMAS(經營戰略으로서의 디자인 統合)라고 하는 名稱이 그 內容을 올바르게 表現한다. (특히 本稿를 다듬어 나가는 데 즈음해서 美國에서 取材中, 인터뷰, 調査 등을 通해서

이 DECOMAS 라는 名稱을 使用했으나, 取材企業이나 CI關係者の 사이에서 이것이 內容을 充分히 表現한 “네이밍”이라고 하는 一致된 評價를 얻을 수가 있었다.

또한 現地에서의 調査나 그 後の 資料分析에 의해서, 美國에서의 CI를 둘러싼 環境이 우리나라와는 반드시 一致되어 있지 않은 部分이 있다는 것도 分明해졌다. 이것은 企業環境과 디자인 活動의 두 개 側面에서의 相異에서 發生하는 것이다.)

앞으로 DECOMAS의 導入方法, 管理方法이 展開되겠지만, 여기서는 우리 나라 企業經營體質의 狀況에 適合할 수 있도록 考慮되어 있는 것이며, 美國에서의 實踐과는 相當히 距離가 먼 部分이 있다.

이것이 CI라고 하는 名稱을 그대로 適用하지 않은 하나의 理由이다. 이를 보면 우리 나라와 美國과의 經營風土의 差異가 現實的으로 存在하고 韓國의 經營風土로 CI를 選擇, 바꾸어 나갈 경우에 必然的으로 同一名稱으로 이것을 부르는 것은 그럴듯하지 않다고 생각한 것이다.

(3) DECOMAS 의 構成要素

DECOMAS는 全體로서 하나의 시스템을 構成하지만 이것은 基本的으로는 코오디네이트되는 對象을 形成하는 實體시스템(Object System)과 그것을 維持管理하기 위한 管理시스템(Control System)에 의해 構成된다.

實體시스템은 DECOMAS의 基本的인 베이스를 提供하는 基本要素(Basic Elements)에 의해 構成되는 베이직 시스템(Basic System)과, 그것을 어떻게 各種의 適用品目(Application Items)에 適用하고 또한, 各種 品目の 디자인을 標準化할 것인가를 取扱하는 어플리케이션 시스템(Application System)으로 大別된다.

基本要素에는 社名・社章・商標・專用타입 케이스・로고타입・社色・트레이드캐릭터・슬로건 및 마케팅 스테이트먼트 등이 포함되어 있고, 適用品目에는 事務帳票類, 什器, 備品, 패키지, 製品, 衣類, 標識, 看板, 建物, 인테리어, 디스플레이, 엑시비전, 輸送機器, 廣報, 廣告物, 販促物 등의 온갖 커뮤니케이션 媒體가 包含된다.

本稿에서는 主로 視覺的인 基本要素와 適用品

目, 그리고 그 管理시스템에 關해서 展開하는 것이지만 視覺 以外의 感覺에 呼訴하는 數 많은 要素도 DECOMAS에 있어 無視할 수 없는 存在이다. 그러나 이러한 問題는 別途의 機會로 미루고 싶다.

여기에 掲載한 基本要素・適用品目은, 어디까지나 一般의 으로 생각되는 項目을 들고 있는 것으로, 導入된 경우 그 企業의 特質에 알맞는 項目의 再編成이 行해지는 것임은 두 말할 必要가 없다. 또 實體시스템・管理시스템의 內容이나 相互의 關係도 企業에 따라서 多様한 것이며, 特定한 패턴은 없다. 그러나 어느 것이나 多少의 差異는 있을 수 있고, 여기에 掲載한 시스템 構造를 基本으로 하고 있다.

DECOMAS는 企業의 實體나 質을 反映하고, 企業의 質이 또 DECOMAS의 存在方向을 決定한다고 하면 當然히 DECOMAS의 시스템 構造도 그 質에 適合한 構成과 機能을 갖게 되는 것이다. 이 企業의 質이란 將來를 包含해서의 經營理念이나 方針 그것과 그것에 의해서 齎來되는 活動의 總體를 가리키는 것으로 DECOMAS의 시스템 構造는 그 質에 呼應한 코오포레이트 커뮤니케이션의 裝置라고 할 수 있을 것이다. 또, 現實에는 企業의 質이 多様하게 存在하는 것으로, 이것이 DECOMAS의 多様한 패턴을 낳게 되는 것이다. 말하자면 存在하는 企業의 數만큼 DECOMAS의 패턴도, 시스템 構造도 差異지게 되기 마련이다.

3M의 경우는 패키지를 詳細하게 標準化한 시스템을 擇하고 있으나 이것은 3M의 經營戰略에 있어서 패키지가 맡아 해야될 役割이 特別히 重要하기 때문이다. 3M이라고 하면 즉각 마아크와 함께 스카치 테이프에 代表되는 패키지를 想起해낼만큼 3M이라고 하는 企業이 패키지에 의해서 아이덴티화되고 있으며, 그것은 곧 바로 마아케팅에 有効하게 作用되기 시작한다. 이것은 企業에 대한 아이덴티티와 마아케팅 效果가 一體化하여 達成되고 있는 것으로 이 베이스를 形象化하고 있는 것이 精緻化된 시스템 構造이다.

이 點에서 對照의인 企業으로 Olivetti나 IBM을 들 수가 있다. 이들 企業에서는 實體시스템은 特別히 意圖의으로 精緻化되어 있지 않다. 디자인 하나 하나는 보다 유연하고, 보다 多樣性을

느끼게 하는데 主眼이 두어져 있으며, 오히려 各其의 發想이 새로운 것과 컨셉트라고 하는 內面的인 面이 重視되고 있다. 이 方法을 採用하는 경우는 實體시스템보다도 管理시스템에 重點이 두어져 그 때마다의 디자인에 대한 管理如何가 DECOMAS의 水準을 決定하고, 나아가서는 企業의 質에 影響을 주게 되는 것이다.

그러므로 Olivetti나 IBM의 製作擔當部門에 있어서 管理는 嚴密하고, 그 努力의 集積이 Olivetti나 IBM에 대한 오늘날의 世界的인 評價를 가져왔다고 할 수 있고, 自然發生的인 오늘의 地位를 構築한 것은 아니다. 이것을 DECOMAS의 시스템 構造라고 하는 觀點에서 보면 Olivetti, IBM 등은 實體시스템의 基準을 完全히 基本的인 것에 머물게 하고 오히려 管理시스템을 強化하는 方向에서 DECOMAS의 成果를 올리고 있다고 할 수 있을 것이다.

이것은 어느 것이나 最終에 있어 客觀的으로도 主觀的으로도 評價해 낼 수 있는 企業像의 形成에 成功하고 있다는 意味로 優秀한 DECOMAS이며, 어느 方法이 바람직한 것인가는 企業의 特質에 달린 것이다.

3. 企業과 環境變化

企業의 實體와 그 反映으로서의 企業像과는 모두가 靜態의인 環境 밑에 있는 것이 아니고, 企業을 둘러싼 廣範한 環境의 變化에 褪色되고 있다. 이 環境은 DECOMAS의 觀點에서 보면

① 企業 그 自體가 行動하는 環境

② DECOMAS가 그 가운데에서 作用하는 커뮤니케이션 環境

의 두 가지로 分類된다. 前者는 企業의 實體面에 重大한 影響을 주는 環境이며, 後者は DECOMAS의 確立을 決定짓는 場所로서의 環境이다.

現實에는 ①과 ②는 廣義의 行動環境으로서 考察되며 두 개의 環境을 나누기 힘들고 企業과의 相互作用을 行하고 있다.

(1) 行動環境

企業 環境의 變化란 더 말할 것없이 우리가 살고 있는 社會의 變化이다. 現代的 社會變化의

主軸은 「變化의 激甚度」「高度化」「多樣化」에 있다고 해서 좋을 것이다. 이 3개 팩터의 方向은 傳統의인 産業社會로부터 情報化社會에의 移行을 가리키고 있다. 거기서는 變化하는 것이 社會의 基本的 原理로 되어가고 있다.

企業은 變動하는 環境에 創造의로 適應하고 環境 그 自體를 다시 만들어 나간다. 그러나 同時에 環境으로부터 多様な 制約을 받는다. 이에 따라서 産業自體의 性格도 變化를 하게 된다. 産業의 性格은 量的・固定的・部分的・綜合的・소프트의・시스템의인 것으로 變化해 간다.

個個의 企業은 環境의 變化와 이에 對應하기 위해서 産業의 性格의 變化라고 하는 二重의 關係 사이에 놓여 있다. 企業이 環境에서 影響을 받는다고 하는 點에서는 客體라고 할 수 있지만, 거기에 自己의 影響力을 行使할 수 있다는 點에서는 어디까지나 主體의이다. 이와 같은 主體・客體라고 하는 關係중에서 企業은 高度의 方策으로서 經營戰略을 展開하게끔 된다.

가장 高度의 戰略으로서는 企業의 成長을 目的으로 한 두 가지 面에서의 展開 즉, 內部成長戰略(多角化)과 外部成長戰略(合併・吸收)이 例擧된다. 戰略을 통해서 企業은 實體의인 그 모습을 急速하게 變化해 가게끔 된다. 비록 社名이나 社章이 變하지 않아도 企業의 實體는 어제와 오늘, 그리고 明日에는 完全히 變化해 버린다.

이렇게 된 環境의 變化에 適應하기 위해서 經營戰略은 企業像의 操作에 의해서 極히 有效하게 作用할 수 있게 된다. 企業의 實體가 變化해도 企業을 둘러싼 各關係者 集團에 의해서 그 變化가 認定되지 않는 限 經營戰略은 有效하게 作用하지 않기 때문이다. 여기에 DECOMAS가 여러 가지 環境變化에 對處하고자 하는 經營體에 있어 缺如되어서는 안될 重要な 役割이 있다.

(2) 커뮤니케이션 環境

斷切의 時代라고도 表現되는 70年代에 이르러 企業은 消費者・株主・從業員을 비롯한 廣範한 關係者集團에 대한 作用을 加一層 強化할 必要에 부딪치고 있다.

그 作用의 主要한 手段이 各種 情報의 傳達 즉,

企業의 커뮤니케이션 (Corporate Communication) 이다. 이 커뮤니케이션 活動 중에서 企業의 아이덴티티의 確立이 企圖된다. DECOMAS가 作用하는 것은 主로 이 커뮤니케이션 環境 속에 놓여져서인 것이며, 어떠한 變化가 여기에서 發生되어 가고 있는가를 理解하는 것은 DECOMAS의 意義를 생각하는 以上 缺如되어서는 안될 要因이다. 또한 各樣各色의 變化가 DECOMAS의 重要性을 一般에 増大시키고 있는 것도 理解될 것이다.

이러한 變化는

① 企業의 커뮤니케이션 活動의 對象 側面에서의 變化

② 企業의 커뮤니케이션 活動의 變化

의 두 가지 點에서 생각할 수가 있다. 이 두 가지 點에서 共通되어 있는 變化는 視覺情報의 増大와 그 受容性의 擴大에 있다.

① 커뮤니케이션 對象의 變化

現代人을 커뮤니케이션의 見地에서 말하자면 視覺人이라고 할 수 있다. 이것은 人間의 五感中에서도 特히 視覺에 의한 情報의 受容이 大端히 増大하고 있다는 事實이다.

活字를 中心으로 한 從來의 新聞・雜誌・書籍 등의 點的・線的・思考形態에서 脫活字化現象이 우리들 사이에서 일고 있다. 텔레비전에서 볼 수 있는 것과 같은 情報를 影像(패턴)으로 해서 認識하는 所謂 패턴思考가 점점 定着되고 있다. 新聞이 各紙마다 競爭하며 寫眞 패키지를 増加시키고 있는 것도 여기에 焦點을 맞춘 것이다.

이것과 並行해서 사람들의 色彩에 대한 思考가 黑과 白과의 사이의 모노톤에 의한 單色的인 感覺에서 칼러 텔레비전, 新聞・雜誌의 칼러 페이지를 앞지르는 極히 칼러풀한 感覺으로 變해져 오고 있다. 눈부시게 바뀌어 變하는 패션의 流行은 以上과 같은 패턴思考・칼러感覺의 가장 顯著한 現象이라고 할 수 있다. 現代人은 읽는 사람으로부터 보는 人間으로, 理解하는 人間으로부터 느끼는 人間으로의 一種의 回歸를 行하고 있는 것이다.

大阪(日本)의 萬國博覽會에서 各種의 案内標識가 使用된 것은 記憶에 새롭다. 토일렛・電話・임포메이션 센터・各種의 廣場・食堂 등의 標識가 있고, 거기에 모인 人波는 年齡이나, 性別

그리고 國籍을 넘어서 그 施設을 利用했다. 이것이 可能했던 것은 이러한 標識가 一種의 共通言語로서 機能을 했기 때문이며 그 意味에서는 從來의 글자를 中心으로한 言語가 아니고, 새로운 言語(視覺言語)가 萬博會場이라고 하는 限定된 空間 속이지만 모든 사람들의 共通言語로서 作用했음을 나타내고 있다.

萬博 등의 世界的 스케일로서의 開催場所나 旅行, 또는 비즈니스를 통해서 世界의 사람들은 서로가 接觸하는 機會를 增大시키고 있다. 自動車를 使用해서 外國旅行을 하는 사람들도 늘고 있다. 交通標識가 나라에 따라 전혀 틀려 있더라도 한다면 어떨까, 또 그 나라의 文字로 表示되어 있다면, 많은 旅行者는 그것을 읽을 수는 없을 것이 아닌가? 이에 대해서는 온 世界사람들이 쉽게 判別할 수 있도록 標識를 制定하지 않으면 안된다. 유네스코가 交通標識의 規格을 國際적으로 統一하려 하고 있는 것은 이러한 까닭에서이다. 오늘날에는 거의 모든 國家가 이 規格에 準한 標識를 採用하고 있다.

視覺言語의 典型的인 것이라고 할 수 있고 이러한 形態의 視覺言語의 重要性은 今後 더욱더 커지게 될 것이 틀림없다.

우리들은 패턴思考, 칼러感覺을 銳利케 함으로써 思考方法自體를, 分析的・論理的인 것에서 보다 綜合的・感覺的인 것으로 바뀌어가고 있다. 이 綜合성과 感覺性的의 重視가 디자인思考의 根本을 이루는 것이며, 視覺言語의 發達・普及과 아울러 사람들의 思考가 디자인思考의 傾向을 強하게 하고 있는 것은 明白한 것이다. 여기에 企業의 視覺戰略(비주얼 커뮤니케이션 戰略)의 有効성이 크게 갖게 되는 것임을 發見할 수 있다. 企業의 디자인 活動의 調整과 統合이 強力한 經營戰略으로서 機能하는 DECOMAS의 主張도 여기에 그 最大의 根據를 두는 것이다.

② 커뮤니케이션 活動의 變化

企業의 커뮤니케이션 活動은 結論적으로는 앞서 記述한 對象側에서의 變化를 的確하게 捕捉해서 거기에 正確하게 對處하기 위해서 各種 미디어를 驅使하는 것이 아니면 안된다.

企業이 行하는 커뮤니케이션 活動에 利用되는 媒體(미디어)는 近年 漸次 多樣化 되어가고 있다. 매스 미디어에는 新聞・雜誌・라디오・텔레비전 등이 있고, 對象이 限定되거나 地域이 限定되기도 하는 미디 乃至는 미니의 미디어에는 팜플렛・카다로그・리플렛・포스터・看板・標識・다이렉트 메일 등이 있다.

이러한 多種多樣的 미디어를 驅使해서 企業은 커뮤니케이션 活動을 展開하고, 그 中에서 스스로의 企業像을 確立하고 있지 않으면 안된다. 企業間의 競爭은 實體 面에서의 競爭 뿐이 아니라 커뮤니케이션 競爭을 둘러싸고 激化돼 오고 있다. 이 커뮤니케이션 競爭은 內容의 水準向上을 가져오고 그에 따라서 競爭自體가 한층 더 高度化되어 가고 있다. 利用할 수 있는 미디어는 모두 利用한다고 하는 托otal 미디어의 理念이 登場한 것도 커뮤니케이션 競爭의 高度化의 結果이다. 從來의 미디어에 덧붙여 오피스나 工場 등의 建物도 企業像 確立을 위해서 미디어에 使用하거나 管理者・從業員・去來先 따위의 企業 内外의 사람들도 미디어로서 포섭하려고 하는 것은 이 때문이다.

企業은 커뮤니케이션 對象의 變化和 미디어의 多樣化, 競爭의 變化라고 하는 2重・3重의 變化 속에서 決定的으로 重要한 視覺情報의 管理・컨트롤을 行하지 않으면 안된다. 이것은 커뮤니케이션 活動의 調整과 統合, 効率化, 高度化를 目標로 하는 것이며 또한 커뮤니케이션의 相乘效果・托otal 미디어化를 最大限으로 可能하게 하는 것이 아니면 안된다.

이것을 綜合적으로 達成하는 것이 DECOMAS이다. DECOMAS는 對象의 變化에 的確하게 對處하기 위해서 미디어・視覺情報을 코오디네이트함에 따라 企業像을 強力하게 形成해 간다. 그 때에 커뮤니케이션의 相乘效果를 積極적으로 佩하고, 企業이 所有하는 既存의 것을 될 수 있는 限 미디어化 하는 것이다.

デコムス委員會 編著,

DECOMAS——(經營戰略としてのデザイン統合 理論編에 서)

DECOMAS 事例

—趙英濟 디자인展—

- ◆...趙英濟 (서울大 美大 應美科 副教授) 디자인展<DECOMAS 編>이 지난...
 ◆...3月 23일부터 28일까지 新世界百貨店 美術館에서 열렸다. 經營理念의...
 ◆...視覺化 作業으로 우리 나라에서는 처음으로 東洋麥酒, 新世界百貨店,...
 ◆...第一毛織 등 3個 企業體의 DECOMAS 製作內容이 展示되었는데 그 事...
 ◆...例를 紹介한다. <編輯室>◆

東洋麥酒株式會社

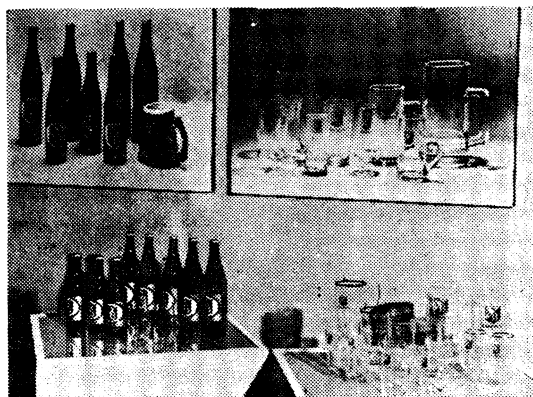
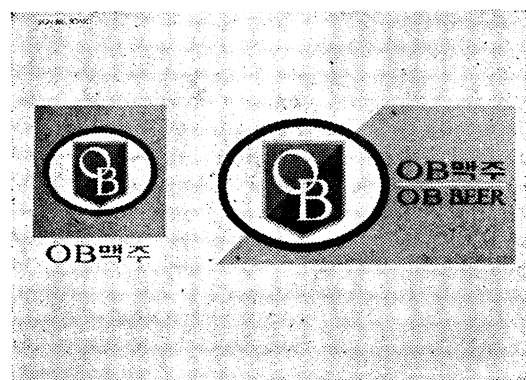
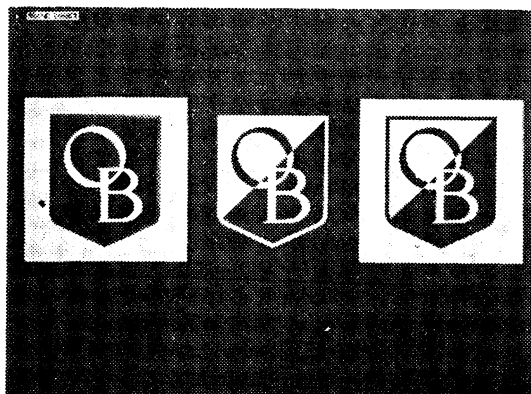
1974年 1月 東洋麥酒株式會社 製品인 OB 맥주의 레이블(Lable)이 現在 使用되고 있는 것으로 決定되었다.

이 새 레이블이 決定되기까지는 數年間の 廣範圍한 研究 패턴(Pattern)이 動員되었고 이러한 研究의 結果는 閔哲泓 教授와 趙英濟 教授의 合作인 現在의 레이블로 結實되었다.

따라서 東洋麥酒株式會社의 境遇는 DECOMAS 프로그램을 위하여 企業目的, 經營理念, 市場現況, 市場戰略 등이 檢討되기에 앞서 레이블 디자인 段階에서 이의 檢討, 分析이 이루어지고 이에 依하여 레이블 디자인의 方向이 定立 되었다.

OB 맥주의 새 레이블 採擇, 使用에 따라 모든 視覺 媒體는 새로운 디자인이 必要하게 된 것이다.

逆順이기는 하나, 1974년 2月 동양맥주(株)는 Basic Element, 그리고 Application Item 가운데서 Ad. Media, Sign, Package, Vehicle Item 에 대한 디자인 統合 研究를 趙英濟 教授에게 依頼하여 同年 5月 이의 디자인을 完成하고 이를 施行하게 되었다.



第一毛織株式會社

第一毛織(株)은 그 동안 一貫性 있는 企業의 視覺 이미지가 없어 企業과 製品, 製品과 製品 間의 相互關係에 明確한 方向이 없었다.

그러나 生産되는 製品이 多樣化되고 市場 擴張에 수반된 視覺의 對策을 樹立하기 위하여 1975年 4月 DECOMAS 導入 委員會를 두고 研究에 臨하여 導入 趣旨로서

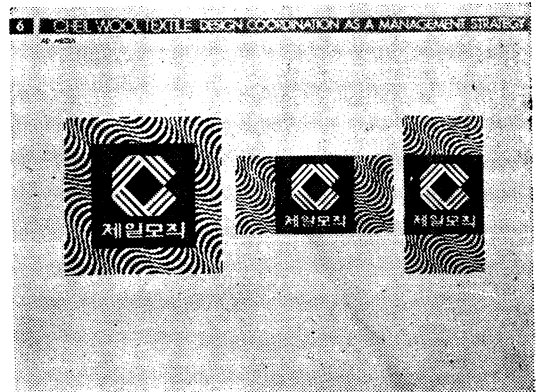
첫째, 디자인 統合으로 第一毛織과 關係 集團과의 親密한 關係 維持 및 改善을 目標로 하고
둘째, 디자인 管理에 必要한 綜合 메뉴얼 (Manual)을 作成하여 統一된 디자인으로 Control 하며

세째, 製品의 多樣化에 따라 第一毛織의 이미지를 再檢討하고 또한 提示하는 데에 두었다.

導入委員會에는 代表理事專務가 委員長, 擔當理事가 副委員長, 各 部長이 委員, 幹事는 販促室長, 그리고 諮問敎授로 金元銖 敎授와 趙英濟 敎授가 委囑되었다.

이와 같은 趣旨와 組織으로 研究한 結果, 企業의 目標(窮極的 目標, 具體的 目標)와 經營理念, 그리고 케치프레이즈 등이 決定되고, 同年 8月 Design Coordination 을 爲한 研究가 趙英濟 敎授에게 依賴되어 12月 末까지 Basic Element 와 Application Item 全部의 디자인을 完了하였다.

第一毛織의 研究 方向은 企業과 製品間의 視覺 이미지의 連結에 重點을 두어 메이커가 識別되며, 服地類와 其他 特殊製品이 區分되고 全體의 으로는 統一性있는 視覺效果를 얻도록 努力하였다.



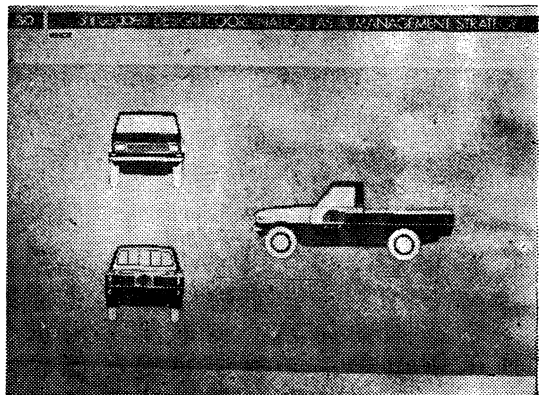
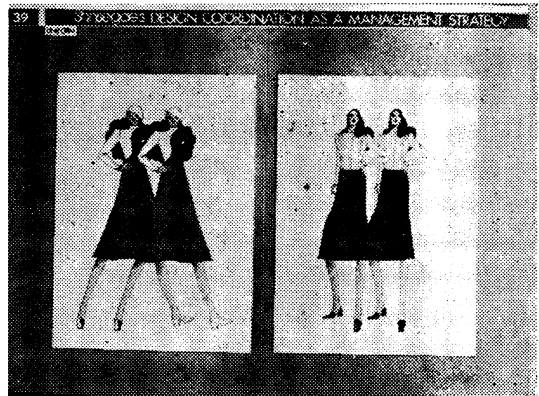
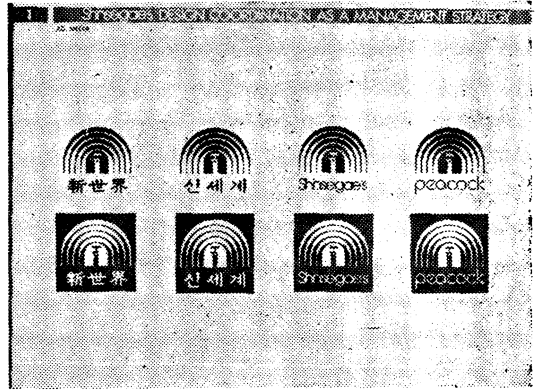
株式會社 新世界百貨店

1973年 8월부터 1975年 6월까지 趙英濟 教授가 新世界百貨店의 디자인 諮問을 하는 동안 新世界的 視覺 戰略上 矛盾이 있는 몇 가지 點을 論議한 바 있었다.

그 첫째가 Corporate Mark 와 Brand Symbol 의 無計劃한 混用이며 또 Brand Symbol 을 여러 媒體에 使用할 때의 디자인상의 問題點이었다 하며,

둘째는 百貨店의 視覺 媒體 중에서 가장 重要的 包裝紙(Wrapping Paper)와 Carring Bag 이 전혀 統合되어 있지 않아 이미지가 分散되고 있다는 點이었다.

이러한 點을 最高經營者의 決斷으로 모든 營業 業務에 關聯되는 媒體에는 Brand Symbol 使用으로 統一하고, DECOMAS 導入으로 新世界百貨店의 디자인은 劃期的으로 改革, 統合하기로 方向을 세워 1975年 3月 趙英濟 教授에게 디자인 統合의 研究를 依頼하였고, 그 해 8月 最終 Presentation 을 갖기까지 約 6個月 間에 걸쳐 이를 研究, 完成하였다.



외국을 여행해 본 사람이 나외국의 디자인에 많이 접해 본 사람이면 누구나 세련된 그들의 그래픽 디자인에 대해 매력을 느꼈던 일을 상기할 수 있을 것입니다. 예를 들면 항공회사의 마아크, 비행기의 색채, 심지어 메모지에 이르기까지 일관성 있는 그 회사의 세련되고 매력적인 디자인에 대해 감탄했을 것으로 생각합니다. 뿐만 아니라 예를 들어 IBM 이나 Olivetti 사들의 디자인 즉, 마아크나 상호에서부터 제품, 건물, 심지어 조그마한 선물용 器物에 이르기까지 세심한 노력을 기울인 세련된 디자인을 보고는 누구나 마음 호호하게 생각 했을 것입니다. 어느 한 회사의 봉투나 펜 등과 사소하고 보잘 것없는 물건을 접하고도 그 회사의 그 어떤 이미지(像)를 연상할 수 있게 되며 나아가 그 자체까지도 애착을 느끼게 하는 이 魔力은 어디로부터 연유하는 것일까?

하찮은 성냥 하나를 제작하는 데 있어서도 기업은 그들의 이미지가 일관되게 전달될 수 있도록 많은 사람들의 지혜를 동원합니다. 이러한 것은 과열경쟁 속에서 기업의 이미지를 강하게 부식시키기 위한 방법으로서 극히 상업적인 목적을 갖는다고 말할 수도 있지만 디자인의 또한 다른 측면에서 볼 때는 그 만큼 세련되고 우아한 디자인이 나올 수 있다는 것은 사회가 문화적으로도 발전하고 있다는 의미도 됩니다.

이와 같이 기업의 이미지를 효과적으로 일관성있게 전달하기 위한 디자인 프로그램을 우리들은「이미지 同一化를 위한 디자인 프로그램」 또는 데코마스(DECO. MAS: Design Coordination as a Management Strategy)라고 부릅니다. 그러나 이 디자인 프로그램의 원리(Corporated Image Identity Programme)는 비단 기업의 경영전략에 한해서만은 아닙니다.

한 國家의 對外政策을 弘報하는 경우에 있어서도 이 디자인 프로그램의 原理를 적용함으로써 國家의 이미지를 효과있게 전달할 수 있는 중요한 하나의 事業이 아닐 수 없습니다.

사실 그 동안 우리의 경우에 있어서는 디자인의 社會의 役割이나 그 중요성이 광범위하게 그리고 진설되게 인식되고 이해되지 않았던 것이기 때문이기도 하지만 이러한 디자인 프로그램에 대해서는 무관심하였을 뿐만 아니라 전혀 볼 수 없었다고 말해도 과언이 아닙니다.

趙英濟 教授가 그 동안 연구한 데코마스의 事例를 모아 이번에 展示를 하게된 것은 여러 가지 의미에서 커다란 의의를 가진다고 생각합니다. 이와 같은 훌륭한 전시회가 있기는 아마 처음일 것이며 디자인 實務者에

게는 물론이려니와 社會의 디자인에 대한 인식을 바꾸어 놓게 되리라고 확신합니다. 예를 들어 그것이 비록 商標라 할지라도 세련되고 멋진 상표가 붙은 상품을 대할 때는 누구나 美的快感을 그 상품과 동시에 느낄 수 있게 되며 나아가 企業까지도 신뢰하게 되는 방향으로 發展할 것입니다. 오랫동안 우리의 경우에 있어서는 그래픽 디자이너라고 하면 어떤 繪畫的인 自己表現을 주로 하는 美術家와 같은 印象으로 이해해 왔으며 또한 그래픽 디자인의 여러 가지 展示會도 주로 이러한 분위기로 일관되어 왔던 것입니다. 그래픽 디자이너란 바로 커뮤니케이션 디자이너라고 말해도 좋습니다. 때문에 부분적인 表現이나 단편적인 디자인을 최종적으로 하나의 이미지로 統合할 수 있는 통합 센스(感覺)가 있어야 하며 나아가 아트디렉션이 가능할 때 우리는 참된 그래픽 디자이너라고 말할 수 있을 것입니다.

趙英濟 教授야 말로 이러한 의미의 통합 센스를 가진 그래픽 디자이너임과 동시에 아트 디렉터임에 틀림 없으며 1970년부터 이 분야(디자인 프로그램)에 대해서 조사 분석하고 연구한 이번의 事例作品으로도 충분히 증명이 된다고 생각합니다. 우리의 경우에 있어서는 디자인 作品展의 거의 전부가 試作品을 전시하는 自己表現으로 일관해 왔다고 말해도 과언이 아닙니다. 디자인의 展覽會는 試作品展示會에 意義가 있다기 보다는 事例展, 다시 말해서 產業과 協力하여 실제로 기여하는 作品을 展示함으로써 더욱 디자인의 社會的 役割을 촉진할 수 있어야 한다고 생각합니다.

이러한 의미에서 趙英濟 教授의 이번 展示會는 지금까지 디자인관계 전시회에 어떤 性格變化를 가져다 줄 轉換點이 될 것이며 나아가 더 중요한 디자인이 中國으로 나아가야 할 社會(產業)와 디자이너의 진정한 協力(Cooperation)의 새로운 場을 마련하는 계기가 될 것입니다. 이와 같은 의미에서 볼 때 이번 展示會의 意義는 아무리 강조해도 不足하지 않을 것이라고 확신하는 것입니다.

따라서 지금까지 틀에 박은듯이 디자인을 理解했거나 因習의인 美術觀으로 디자인을 보려는 사람들에게는 실제로 특정회사의 상표가 나오는 디자인展(事例)을 보고 美術과는 相對的으로 다른 非藝術的, 다시 말해서 商業的인 展示會로 오해할 수도 있을 것임을 우려하면서 이 展示會를 계기로 디자인 전반에 대한 새로운 인식과 중요성이 점차 확대되어 지기를 희망합니다.

鄭 時 和
디자인 評論家

工 芸

—用語解説 ④—

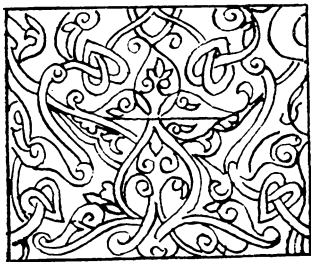
Craft arts

—Definition of terms—

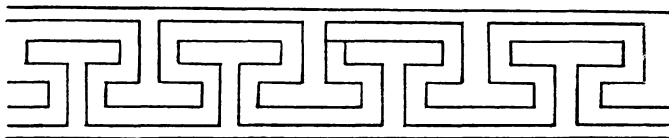
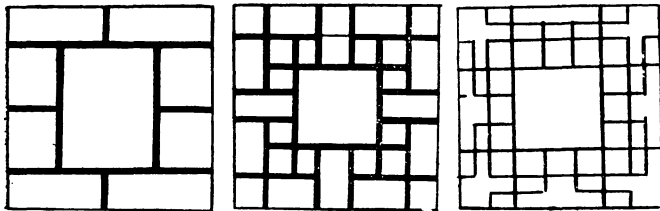
林 永 周

國立中央博物館 學藝研究室

(圖 66) 아라베스크



(圖 67) 亞字무늬



(用) (語) (解) (說)

○

457 아가리흠(小穴) 널판 등을 嵌入하기 위하여 개탕질 해서 길게 관 홈. ▶圖 29

458 아교(阿膠) 동물의 가죽, 뼈, 따위를 고아 굳혀 만든 황갈색의 接着劑, 갖풀.

459 아라베스크(Arabesque프) 아라비아의 工藝, 建築物 등의 裝飾에 쓰인 唐草紋樣. ▶圖 66

460 아래턱끼움(下鑣) 木材의 옆면에 내려걸리게 끼임하는 것. ▶圖 31

461 앗자무늬(亞字一) 紋樣, 亞字形으로 된 무늬의 총칭. ▶圖 67

462 안목(內目) 기둥의 안쪽.

463 眼象[格挾間] 眼象緣 안에 새긴 裝飾紋樣의 一種으로 建築物, 石造物, 木工品, 金工品 등에서 흔히 볼 수 있음. ▶圖 68

464 안치수(內法) 높이 또는 넓이에 있어 안쪽의 距離를 말함.

465 암들저귀(女孃地耳) 구멍뚫린

돌저귀.

466 冶工[鋸冶工] 대장쟁이

467 陽刻 凸形(철형)으로 글씨,
그림 등을 彫刻하는 것.

468 어금걱쇠 걱쇠의 일종.

469 魚膠 부레풀.

470 얼미단이 두 짝이 어금지게
달치는 미단이.

471 엮어짜임(結組) 窓戶 등에 문
살을 엮어 짜는 것.

472 엄나무 오갈피나무과에 속하
는 관목으로 材木은 器具를 만드
는데 쓰임.

473 엇결[杻木] 板面에 물결모양
으로 나타난 나무의 결. ▶圖 27

474 엇맞춰이음 길이 이음의 일
종. ▶圖 28

475 엇붙임(殺矧) 엇깎아 쪽붙임
하는 것. ▶圖 29

476 엇턱이음(相缺接) 이음의 一
種. ▶圖 28

477 여의두문(如意頭紋) 佛具紋
樣, 各種 佛具에 쓰여졌던 구름
모양의 무늬, 高麗時代 梵鍾, 香
宛 등의 臺紋으로 많이 쓰여짐.
▶圖 69

478 연귀[燕口] 木材의 面과 面을
직각으로 맞추기 위하여 모서리
를 엇비슷이 베는 곳.

479 연귀자 연귀를 맞추는데 쓰는
45도로 모진 틀자의 하나.

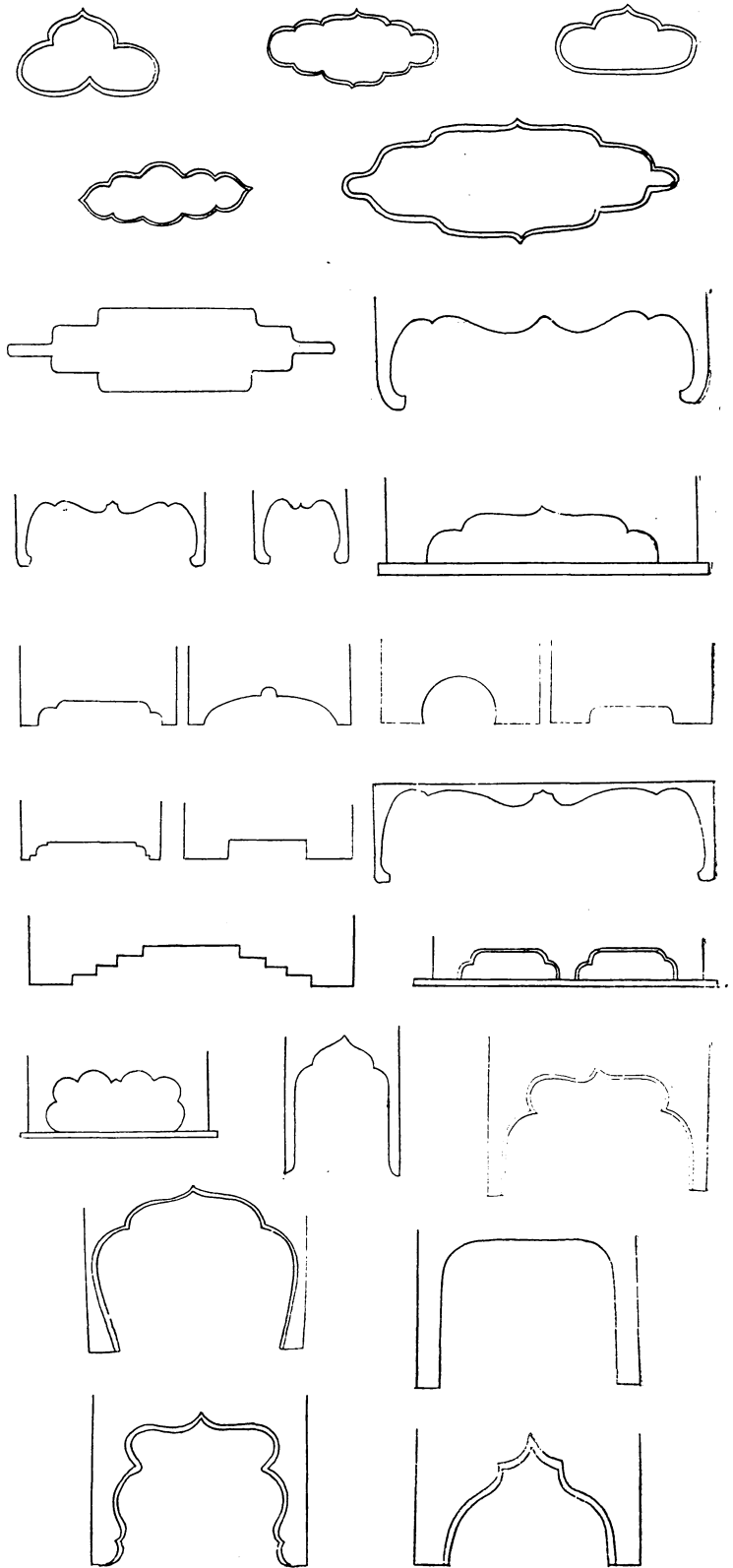
480 연귀판 나무를 45도로 베는데
쓰는 틀.

481 연귀짜임 木器 따위의 器物
에 있어서 귀끝을 맞춰 짜는 方
法 또는 맞춰 짠 個所.

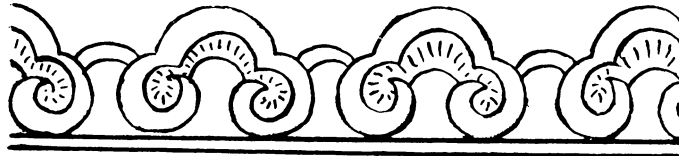
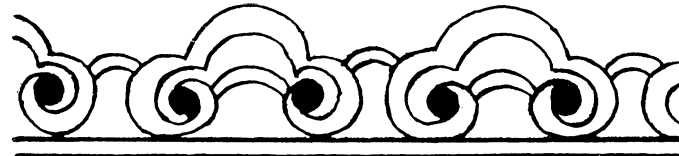
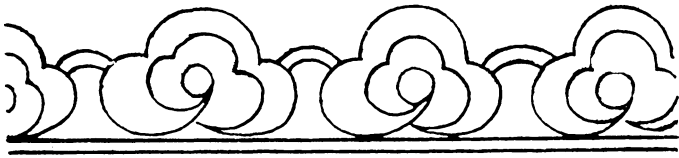
482 硯箱(연상) 사랑방에서 紙筆
이나 벼루 연적 등을 올려 놓고
사용할 수 있게 만들어진 用具의
通稱.

483 硯床(연상) 形態는 床과 같으
나 前面에 설함이 한두 개 있는
것이 대부분이며 뒷면은 硯函과
같이 벼루와 冊을 넣을 수 있게

(圖 68) 안상무늬



(圖 69) 如意頭紋



(圖 70) 蓮唐草紋



되어 있으며 뚜껑을 닫으면 책을 놓고 볼 수 있는 冊床의 역할을 한다. 평균 높이 27cm, 길이 40cm, 폭 27cm의 정도가 보통이며, 小硯床은 높이 22cm, 길이 20cm, 폭 32cm이다.

484 硯臺(연대) 墨紙, 筆 등 간단한 文房具類를 넣어 두는 牧藏具로서 뚜껑이 없는 臺의 形式을 갖추고 있고, 下部에 地板이 붙어 있다.

485 蓮唐草紋(연당초문) 佛教思想에서 발생한 紋樣으로 우리나라에 전래된 것은 三國時代에 佛教의 傳來와 함께 使用되기 시작하였다. 印度에서의 蓮花는 淸淨을 象徵한다 하여 貴히 여기는 꽃으로 各種 佛器에서 唐草무늬와 蓮花를 연속무늬로 構成하여 裝飾한 것을 볼 수 있다. ▶圖 70

연판문(蓮瓣紋) 연꽃의 화관(花瓣)을 연속 무늬로 構成한 무늬. ▶圖 71

486 硯函(연함) 面의 內部 上部에 얹은 베틀 상자를 넣어 硯을 사용할 수 있게 된것.

487 蓮花紋(연화문)

▶圖 70

488 열쇠 器物을 잠거 놓는 器具.

▶자물쇠

489 열장이음 길이 이음의 一種.

▶圖 28

490 열장장부촉(鐵柄) 장부촉의 一種. ▶圖 31

491 얇은 널판[薄板] 厚 2 厘 以下의 널판.

492 빗장(屜屨) 문을 잠그는 비너 나무.

493 烏金(오금) 裝飾品에 쓰이는 쇠붙이.

494 오금대패 材木을 등글게 깎는 대패.

495 오동나무(梧桐一) 玄蓼科에 딸린 낙엽교목. 木器의 벽칸의 板木으로 흔히 쓰이며 木理가 좋고

다루기가 좋아서 箱子 만드는데 많이 쓰인다.

496 烏足鐵 門작 틀이 벌어지지 않도록 거품한 쇠장식.

497 옥자귀 끝이 안쪽으로 꼬부라진 자귀.

498 웅이 나무에 박힌 가지의 그루터기.

499 漆나무 漆樹科에 딸린 교목으로 줄기에서 진을 뽑아 家具의 塗料로 쓰임.

500 옷칠(一漆) 木器 따위에 옷을 바르는 일.

501 완자나무(卍字一) 卍形으로 된 무늬. ▶圖 72

502 완초(莞草) 완초 줄기로 짜서 만든 各種 器物. ▶圖 73

503 외공장(外工匠) 李朝 때 지방관청에 소속되었던 工匠.

외공장은 고려시대부터 이를 京工匠 外工匠으로 구별한 것은 李朝時代에 와서이다. 이들의 신분은 원칙적으로 良人에 편입되는 것이나 公賤이나 때로는 私賤도 工匠이 되었다. 이들은 각 관청에 등록되어 있어서 필요에 따라 無償으로 공역에 종사하였으며 그 외에는 工匠稅를 부담하고 자유로운 手工業을 할 수 있었다. 外工匠에는 紙匠, 木匠, 油具匠, 墨匠, 箱子匠, 扇子匠, 石匠, 彫刻匠, 刻匠, 水鐵匠 등이 이에 속하였다. <문헌: 經國大典>

504 외죽각(面皮) 隅에 둥근 부분이 남아 있는 角材. ▶圖 74

505 외짝열개(片開) 한 짝 門이 開閉式으로 된 것.

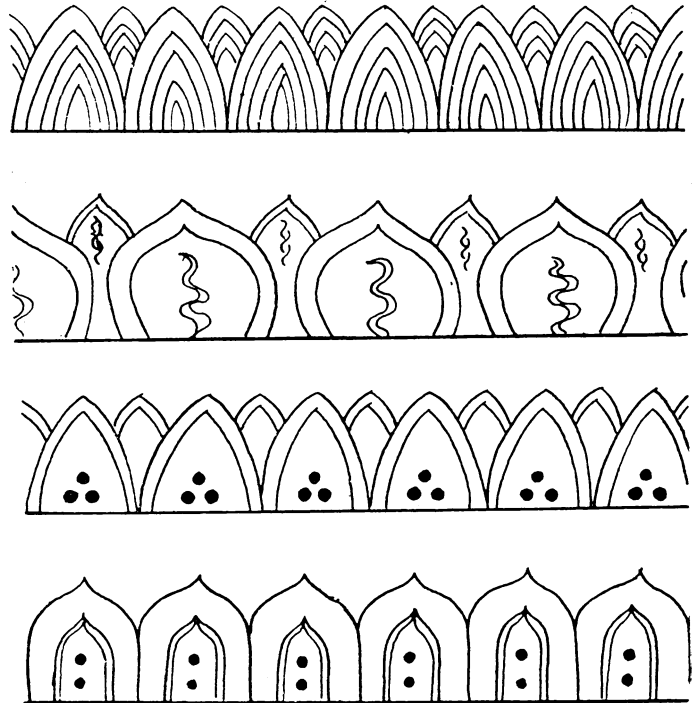
506 외쪽미달이 한 짝으로 된 미달이.

507 용자물쇠(龍一) 龍形으로 된 자물쇠.

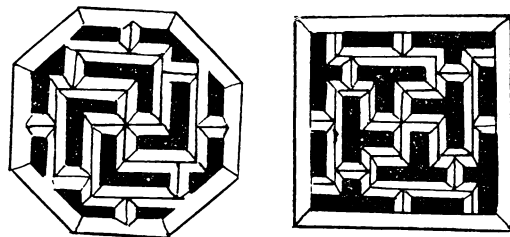
508 운각(雲刻) 器物의 가장 자리에 구름의 형상을 새김. 또는 새기는 일. ▶圖 75

509 운문(雲紋) 구름무늬, 구름形

(圖 71) 蓮瓣紋

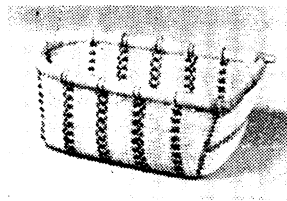


(圖 72) 卍字紋

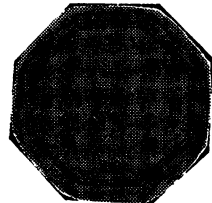


(圖 73) 莞草

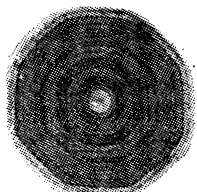
①



②



③

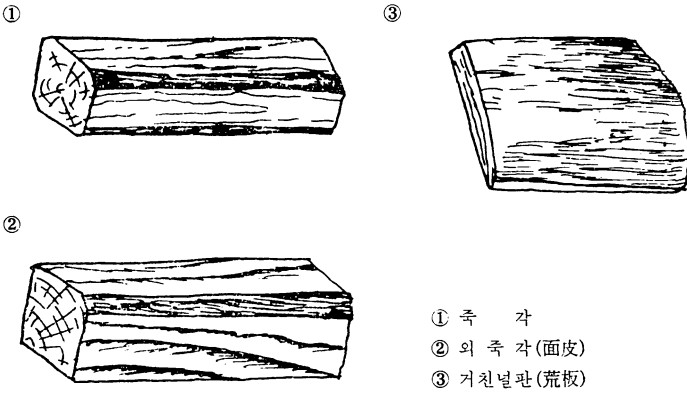


① 莞草彩紋 소쿠리

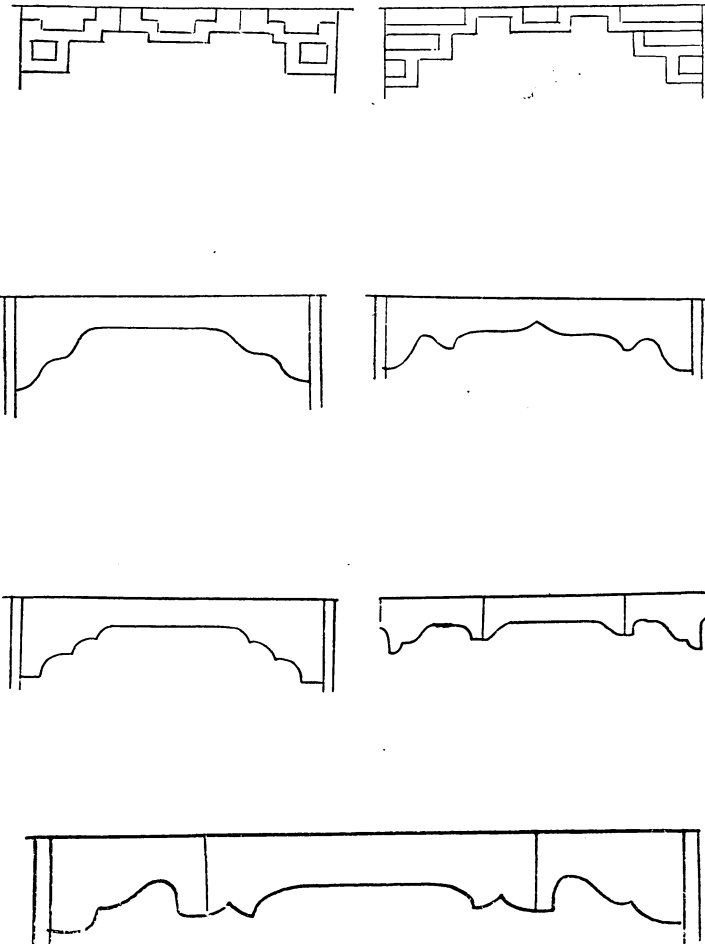
② 莞草方席

③ 莞草方席

(圖 74)



(圖 75) 雪 刻



의 무늬, 點雲, 流雲 起雲, 卍字雲, 風雲, 飛雲, 絲雲 등이 있다. ▶圖 76

510 울개미 木器 등에 門작의 테두리.

511 울개미골(框) 문작의 테두리에 파진 골.

512 옷막이 문골(上框) 문작 上部에 가로 낀 울개미.

513 옷미달이틀(鴨居) 장지 및 미달이 등이 달리는 홈을 판 門引防.

514 圓角[둥근귀] 材木의 귀를 둥글게 귀접이 한 것. 丸面.

▶귀접이

원두은장이음(蟻接) 길이가 음의 一種. ▶이음.

515 圓頭釘 頭部가 半球狀의 못.

516 遠山 門작이 걸리게 하기 위하여 박은 遠山形의 쇠. ▶圖 77

517 원미리 門살의 살미리의 一種.

518 圓釘 釘身이 둥근 못.

519 圓柱 둥근 기둥.

520 圓環 둥근 쇠고리 장식.

521 鑰鐵[眞鍊] 주석쇠.

522 肉刻(육각) 사실적으로 두드러지게 彫刻한 것.

523 은못(太柄) 기둥에 防木을 끼고 박는 나무못. ▶圖 31

524 은못촉[雇柄] 두 목재의 接合部에 插入하기 위하여 他材로 만든 장부촉. ▶장부촉

525 은행나무(銀杏木) 한국, 일본, 중국, 만주 등지에 분포되는 彫刻 器具材. 특히 소반을 만드는데 흔히 쓰임. ▶杏子盤

526 衣거릿장 위 아래 두 층으로 된 衣櫛의 一種. 위는 옷옷을 걸어두고 아래는 미달이 形으로 옷을 개어 놓게 되어 있음.

527 隱柄 숨은 장부촉.

528 은살대[雇寶] 材木을 잇기 위한 살대. ▶붙임

529 은살대붙임[雇寶切] 隱촉을

가지고 쪽붙임하는 것. ▶붙임

530 **은촉이음**〔目連接〕 나비은장이 음. 원두은장 이음과 같이 은촉을 使用하고 이음 하는 것. ▶이음새

531 **은촉흙** 은촉붙임을 하기 위해 파낸 흙. ▶붙임

532 **陰刻** 凹形으로 彫刻하는 것.

533 **人鋸材** 사람의 힘으로 톱질하여 製材한 木材.

534 **弓鉅匠** 톱질쟁이

535 **인동당초문**(忍冬唐草紋) 겨우살이 덩굴로 구성된 唐草무늬. 고구려 벽화, 와당에서 볼 수 있다. ▶圖 78

536 **이음** 木材와 木材를 이어 맞춤.

537 **이음새** 木材를 이은 모양. 이은 자리.

入

538 **자귀**(新) 연장. 나무를 깎는 연장의 하나. 깎기. ▶圖 36

539 **자귀벌** 原木를 산판에서 자귀로 製材한 것.

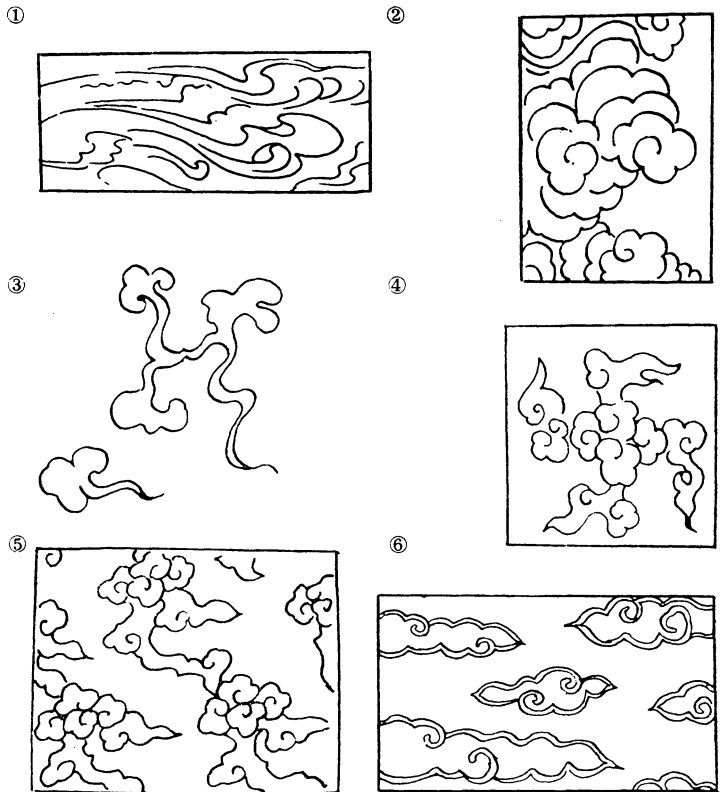
540 **紫內監** 李朝時代에 繕工監에 속한 기관으로 時御所(시어소: 임금의 잠시 쉬어 머무르는 곳)의 各殿 各堂의 補修 및 差備門(차비문) 안의 각종 器物을 만들어 내던 곳.

541 **자릿장** 이부자리를 쌓아 두는 床.

542 **자릿장** 이부자리를 넣어두는 櫬. 흔히 의걸이櫬을 그렇게 쓰는데 근래에는 윗층이 의걸이장, 아랫층이 반달이로 만듦.

543 **자물쇠** 여닫는 물건을 잠그는 쇠. 쇠금(鎖金) 장치. 자물쇠는 大門쪽에 다는 큰 자물쇠와 籠, 櫬, 函 등에 다는 작은 자물쇠가 있어 그 모양도 多樣하며 그 種類로는 龍자물쇠, 봉어자물쇠, 卍字形자물쇠, 선자물쇠, 은열자

(圖 76) 雲 紋



- ① 고구려 壁畫에 보이는 風雲紋
- ② 起 雲
- ③ 高麗靑磁에 보이는 飛雲
- ④ 卍 存 雲
- ⑤ 流 雲
- ⑥ 흥배에 보이는 彩雲

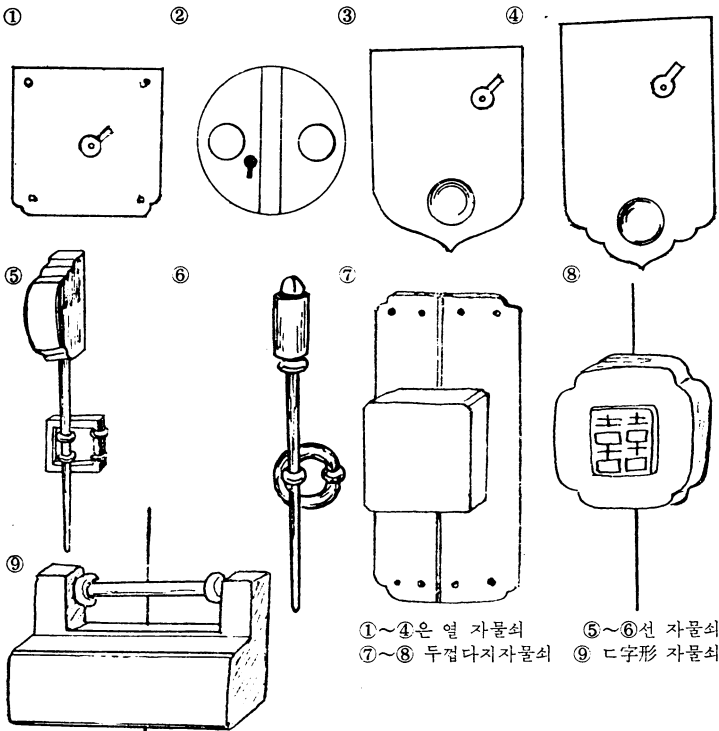
(圖 77) 遠 山



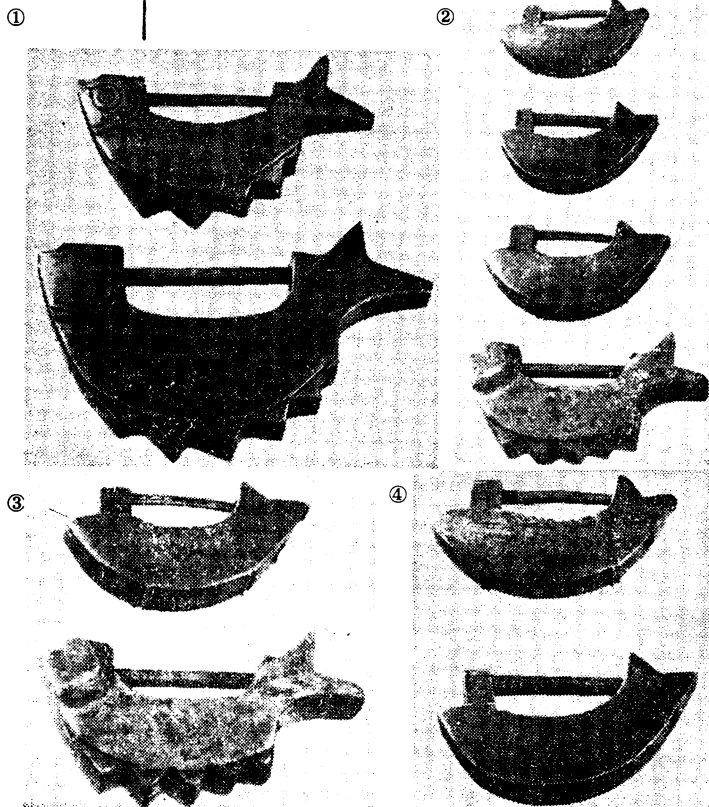
(圖 78) 고구려 벽화의 忍冬唐草紋



(圖 79) 자물쇠의 종류



①~④은 열 자물쇠 ⑤~⑥선 자물쇠
⑦~⑧ 두겹다지자물쇠 ⑨ ㄷ字形 자물쇠



①~④ 鐵製魚形 자물쇠

물쇠, 두겹다지자물쇠 등이 있다. 文匣, 書案類에는 대부분 은열자물쇠가 사용되고 櫥類에는 ㄷ字形자물쇠, 선자물쇠가 주로 쓰임.

▶圖 79

544 자풀이(尺計) 建築工藝에 있어서 計算하는 것을 말함.

545 작은 동글이 ▶동글이.

546 작은오리목(小割) 幅이 6 種未滿의 오리목.

547 잔결(糸紐) 가늘게 나타난 끈은 결.

548 잔못(小釘) 板박이. 문의박기 등에 쓰는 작은 못.

549 장도리 못을 박는 연장.

▶圖 32

550 장목(長木) 大材, 큰 재목.

551 長机床 机床물로서 특히 길이가 긴 机床. 벽에 붙여놓고 使用하며 긴 두루마리를 펼쳐놓고 글을 쓰거나 이 위에 書冊이나 장식적인 古玩物을 올려 놓기도 하여 文匣의 역할을 하기도 한다.

552 장부구멍 장부촉을 끼는 구멍. ▶장부촉

553 장(櫛) 의저릿장(만살의걸이, 평의거리) 원앙삼층장, 갑게수리장, 삿자리장, 자개장(칠자개, 화류자개), 실장, 보선장, 이불장, 찬장, 책장 등이 있다.

554 장부촉(丈夫柄) 이음. 또는 끼움하는데 있어서 他材에 파낸 구멍으로 插入하기 위하여 突起.

▶圖 31

555 장부촉끼움 木材의 옆면에 他材의 端장부촉을 끼워 맞추는 것. ▶장부촉

556 장색(匠色) 물건 만드는 일을 業으로 삼는 사람. 匠人.

557 장생문(長生紋) 十長生紋. 오래 살고 죽지 않는다는 열 가지. 곧 해, 산, 물, 돌, 술, 구름, 불로초, 거북, 학, 사슴. ▶圖 80

558 장탁자(長卓子) 卓子의 一種. 構造와 기능면에 있어서 四方卓

자와 같으나 形態에 있어서 平面으로 볼 때 長方形으로 된 桌子.

▶四方桌子

559 짜임 材木을 짜는 方法 또는 짜임새.

560 째통 木材의 이음, 붙임, 맞춤, 끼움 등의 工作法.

561 저죽전사실(楮竹田事實 1책인 본) 李朝 효종(孝宗)때 각 지방의 土産物에 해당하는 닥나무(楮), 대나무(竹), 뽕나무(桑), 옷나무(漆)에 관한 재배방법 및 반별(反別), 산액(産額) 등을 조사한 기록. 효종 때 영의정 김육(金堉) 및 전라, 충청, 경상 각 도의 감사(監司)를 지낸 사람들이 건의하여 조사했다.

562 점박이결(銀奎) 골은 나무결에 骨隨線이 나타난 무늬결.

563 정(錠) 연장.

564 彫刻工 새김질 木手

565 조롱동자(一童子) 조롱박 形으로 장식한 童子柱.

566 족대(足臺) 櫛, 籠, 小盤 따위의 足筒과 足筒 사이의 연결하여 받쳐주는 기다란 받침대.

▶圖 81

567 족통(足筒) 小盤, 櫛 따위의 木器에 다리통, 虎足, 狗足, 猫足 등이 있다.

568 쪽판붙임[矧] 片板의 側面을 맞붙여서 넓게하는 方法. ▶圖 29

569 柱 기둥

570 鑄鐵裝飾 무쇠장식.

571 죽(竹) 대, 대나무.

572 죽각[押角] 四隅에 둥근 部分이 남아있는 角材. ▶圖 10

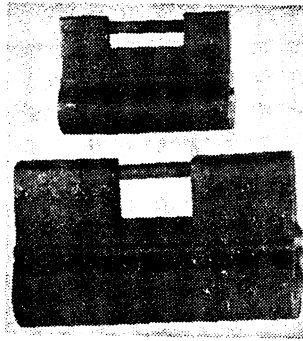
573 죽피기널판(脊板) 片面에 둥근 部分이 남아있는 널판.

▶圖 10

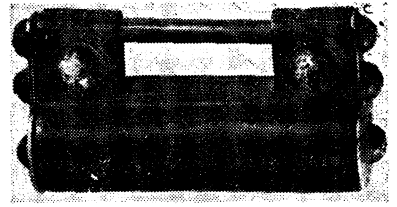
574 죽은옹이(死節) 密着되어 있지 않은 옹이.

575 죽장(竹粧) 대나무 표면을 이용하여 잘 다듬어 붙여서 만든 器物의 총칭. ▶圖 82

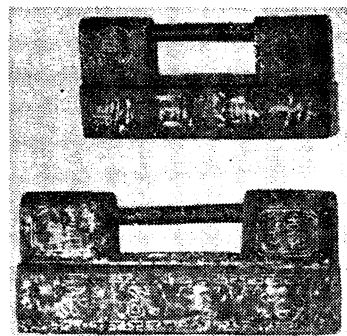
⑤ 鐵製 자물쇠



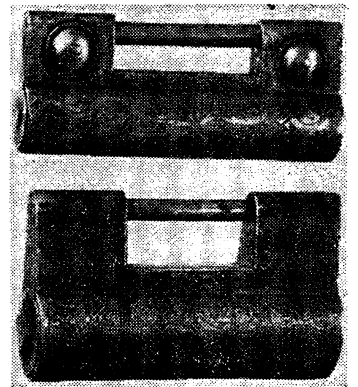
⑥ 鐵製 눈박이 자물쇠



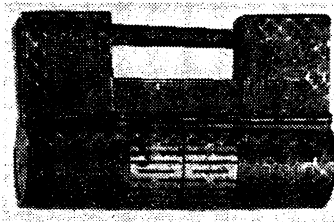
⑦ 銀入絲 자물쇠



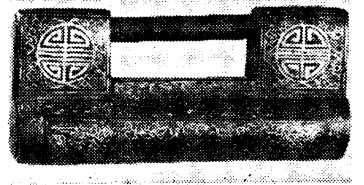
⑧ 陰刻草紋 자물쇠



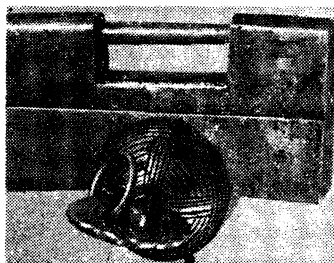
⑨ 銀入絲 자물쇠



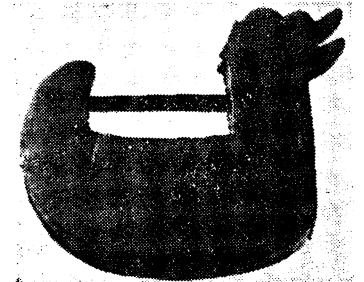
⑩ 銀入絲 자물쇠



⑪ 배꼽 자물쇠



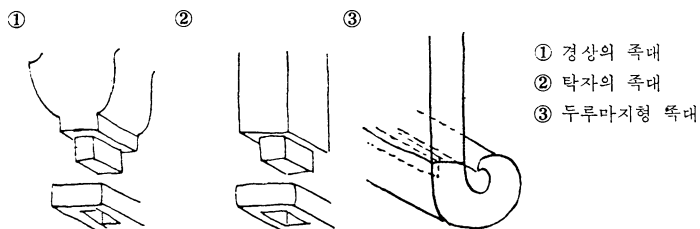
⑫ 鷄形 자물쇠



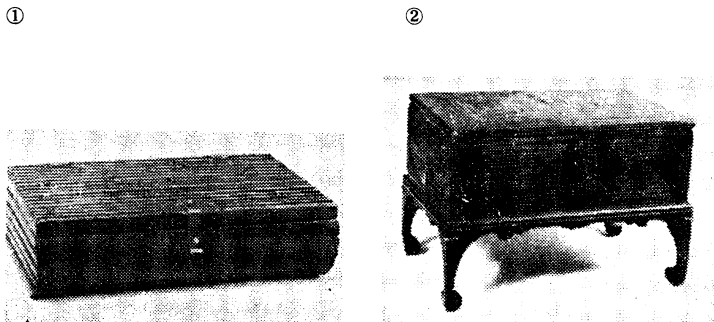
(圖 80) 長生紋



(圖 81) 족대의 짜임새



(圖 82)



① 竹粧 서류합
② 竹粧硯函

576 죽임 原寸數보다 좀 적게 하는 것.

577 중등글이

578 중띠문골 門桴의 中間部에 가로진 울개미.

579 쥐대기 채주가 없는 서투른 匠人.

580 쥐벽간

581 지승(紙繩) 지노, 종이노끈을 꼬아서 만든 각종 器物. ▶圖 83

582 지우[大木, 木工] 목수

583 진뽕은나무(乾燥材) 水分과 樹液을 뽕아 乾燥시킨 木材.

天

584 찬장(饌藏) 잔 그릇과 음식 따위를 넣어 두는 藏.

585 찬탁자(饌卓子) 반찬거리를 올려 놓는 卓子.

586 찬합(饌盒) 반합이나 술안주를 담은 여러 층으로 된 그릇.

587 참나무 상수리나무, 器具材로 쓰임.

588 참빗살나무 화살나무과의 관목으로 木材는 器物을 만드는데 많이 쓰인다.

589 책궤(冊櫃) 책을 넣어두는 궤작.

590 책룽(冊籠) 책을 넣어두는 籠작.

591 책상(冊床) 책을 올려놓거나 공부할 때 쓰는 상.

592 책상반(冊床盤) 小盤의 一種으로 책상과 비슷한 형태를 가진 小盤.

593 책장(冊藏) 책을 넣어두는 藏.

594 책탁자(冊卓子) 卓子의 一種으로 기능면으로나 形態에 있어서 長卓子和 같으나 竹柱로만 構成되어 있고 收藏空間이 없는 사당방에서는 書冊을 올려놓는데 쓰이므로 冊卓子라 불리운다. 材木은 결이 곱고 단단한 참죽 피목 등을 骨材로 하고 대개 梧桐과

같은 가볍고 단단한 木材로 층널
을 만드는 것이 대부분이다.

595 참죽나무 한국, 일본, 중국
등지에 분포하는 참죽나무과의 교
목, 木質이 견고하고 결이 좋아
농기구 또는 四方桌子 등의 기둥
材로 흔히 쓰인다.

596 尺數 큰 規模에 對한 자.

597 天板(천판) 家具 등의 윗면
을 막아내는 板子. ▶圖 41

598 鐵葉 門짝에 박는 鐵片.

599 청죽(靑竹) 베어서 아직 마르
지 않은 대.

600 草刻 草花形을 새긴 것.

▶圖 84

601 寸數 寸法, 치수, 작은 規模
에 對한 長短의 度를 말함.

602 축꽃이(鐵一) 어떤 구멍에 꽃
게 된 狹죽한 장부. 小盤 등의
足臺에 끼우게 되어있는 족통의
狹죽한 장부. ▶圖 17

603 錐 송곳

604 층널 木器의 설함에 밀널.

605 治木 木材를 마름질 하는 것.

606 칠(漆) 옷, 生漆, 朱漆, 墨
漆, 油漆 등의 총칭. 宮中家具나
士大夫의 家器의 기둥, 울개미에
는 朱漆이나 墨漆, 一般의인 家
具에는 石間疎나 黃土粉 또는 柿
를 먼저 漆하고 마른 후에 오동
기름, 들깨기름 등을 칠하였다.

607 칠공(漆工) 칠장이.

608 칠붓(漆一) 칠을 바를 때 쓰
는 붓.

609 칠색(漆色) 칠의 광택.

610 칠소반(漆小盤) 옷칠을 한 小
盤.

611 칠장(漆匠) 칠장이.

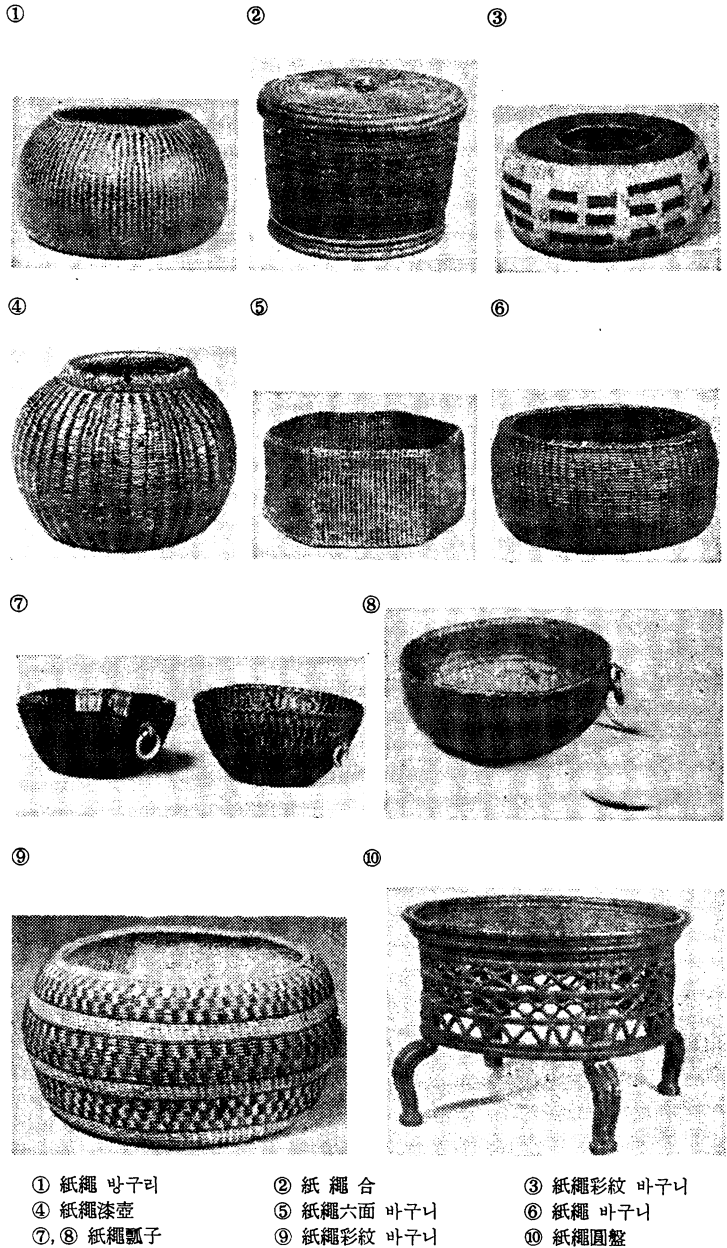
612 칠장(漆穢) 옷칠 등을 한 衣穢

613 칠장이(漆匠一) 칠을 업을 삼
는 사람.

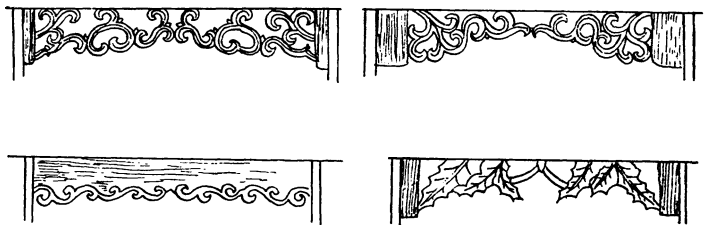
614 칠포(漆布) 칠을 바른 후 문
지르는 형질, 옷칠을 한 베.

615 침두병풍(枕頭屏風) 머릿병
풍, 枕屏.

(圖 83) 紙繩(지승)



(圖 84) 草 刻



工藝材料의 研究〈4〉

Research relating to materials for craft art.

張 潤 宇

誠信女大 工藝學科 教授・附設 産業美術研究所長

內 容

I. 序 論

II. 本 論

1. 材料의 工藝
2. 材料의 性質 및 破壞
3. 木 材
4. 竹 材
5. 石 材
6. Cement
7. 硝 子
8. 合成樹脂
9. 粘 土
10. 寶石, 貴石
11. 金 屬
12. 接 着 劑
13. 織 物
14. 皮 革
15. 紙
16. 染 料
17. 塗 料
18. 工藝材料의 展望

III. 結 論

參考文獻

7. 硝 子

Egypt에서는 B.C 3500~4000年 頃 이미 유리(硝子)를 製造한 記錄이 있다.

B.C 1600年 頃에는 質이 優秀한 유리가 發見되었으니 유리의 製造 및 使用 歷史는 꽤 오래다.

처음에는 裝飾品으로 다음에는 器物로 오늘에 와서는 建築 工藝 등 多樣한 用途로 폭넓게 發展하였으니 Egypt의 硝子製造 技術은 Greece와 Roma로 傳하여 눈부신 發達을 하고 工業化되었으며 19世紀에 이르러 原料의 熔融窯의 改良

과 一般 産業技術의 向上으로 硝子工業은 크게 興盛하여 졌다.

硝子工業이 크게 發達된 國家는 벨기에이고 美國, 佛蘭西, 英國, 獨逸, 체코 등이 다음 位置를 차지한다.

1) 種 類

유리의 種類는 대단히 많으나 이것을 主成分에 따라 分類하면 다음과 같다.

General Glass— Na_2O (16%) + SiO_2 (73%)
+ CaO (1.5%)

Special Glass— Na_2O + SiO_2 + MgO + Al_2O_3

種	類	主 成 分	原 料	特 質	用 途
石 灰 유 리	소오다 유리 보통 유리 (크라운 유리)	규산나트륨	炭酸소오다 또는 유화소오다와 목 탄코오크스	녹히기 쉽다. Na가 많음.	병, 窓유리 一般器具
		규산칼슘	탄산칼슘 (석회석, 大理石)		
		무수규산	모래 규석 석고 수석		
	가리 유리 (보헤미아 유리)	珪酸칼슘	炭酸칼슘	녹히기 어렵다. 藥材에 침범당하 지 않고 透明度가 크다.	工藝品 두터운 유리 프리즘 등
		珪酸칼슘	탄산가리 또는 규 산가리(초석)		
		무수규산	同上		
特 殊 유 리	鹽 유리 프린트 유리 (크리스탈 유리)	珪酸칼슘 珪酸鹽 무수규산	탄산가리 酸化鹽 同上	녹히기 쉽다. 熱과 酸에 弱하고 빛의 굴절이 크다.	高級食器 模造寶石 렌즈
	물 유리	珪酸나트륨 (珪酸칼슘)	炭酸소오다 (탄산가리)		
		무수규산	同上		

유리의 名稱은 예로부터 여러 立場에서 붙여져 왔기 때문에 이들을 理論적으로 一貫된 觀點에서 分類하기란 힘들지만 組織, 性質, 用途, 形狀, 製法에 따라 여러 方法으로 分類한다.

2) 成 分

酸性成分(규사, 규석 등의 규산질)과 탄산나트륨, 칼슘, 석회, 금속산화물류의 鹽氣性 成分

이 한 가지 이상 組合되어 1300~1600°C의 高温으로 融解되어 固化된 것이다. 熔融狀態에서 固化될 때 結晶이 되며 透明한 것과 半透明한 것이 이루어 진다.

위의 成分外에 유리를 만드는 데는 必要에 따라 溶解劑, 酸化劑, 還元劑, 澄清劑, 着色劑, 乳濁劑 등을 첨가, 配合하여 使用한다.

原 料	主要原料	酸性原料——珪酸原料, 붕산원료, 인산원료
		鹽氣原料——알카리, 알카리혼 類 其他의 金屬化合物
補助原料	消 色 劑	原料中の 鐵粉에 의한 着色을 없애는 것 (아비산) 중석, 망간, 코발트
		清 澄 劑——溶融유리를 저어서 氣泡를 없애고 質을 고치게 하는 것
	着 色 劑	——各種 金屬 酸化物 유황, 탄소
		乳 濁 劑——빙정석, 형석, 산화석, 장석, 진흙

3) 一般의 性質

유리의 性質은 成分, 製法, 形狀, 크기에 따라 다르다. 一般的으로 그 性質은 다음과 같다.

① 比重 및 强度

成分에 따라 比重이 다르나 대체로 2.4~6.5 程度이다.

소오다석회 유리가 2.4, 납과 바륨을 함유한 것이 6.5이다. 强度와 彈性은 形狀, 크기, 成分, 溫度에 따라 다른데, 板유리는 常溫에서 壓縮强度는 8800~9300kg/cm² 이고 인장강도는 400~600kg/cm² 이며 彈性係數는 72.000kg/cm² 이다.

휨强度는 750~230kg/cm² 으로 두껍고 큰 것일 수록 휨强度는 작아진다. 충격강도는 유리 表面에 일정한 重量의 剛球를 落下하여 落下高의 大小로 決定한다. 알카리 成分이 많은 유리는 擴張力 壓縮强度가 작아진다.

CaO, B₂O₃, BaO, Al₂O₃ 등은 擴張力이 增加되고 Al₂O₃, SiO₂, MgO 는 壓縮强度를 增加시킨다. 表面에 적은 흠이라도 있으면 强度가 急激히 低下되고 작은 荷重이라도 오래 주면 파괴 强度가 低下된다.

② 熱, 電氣的 性質

熱傳導率과 열팽창율도 적으나 비열은 急熱이나 急冷하면 部分的 膨창과 수축으로 内部의 變形이 誘發되어 破壞된다.

耐熱性を 支配하는 것은 유리의 팽창율이다. 即, 팽창율이 작을 수록 耐熱性は 커진다.

電氣에는 보통 상황에서는 不導體이지만 높은 濕度, 水分이 含有된 高温에서는 絶緣性이 低下된다.

大體로 연화온도 400~800°C, 실투온도 700~1000°C 이다. 오늘날은 유리의 開發이 進展되어 연화온도 1250~1500°C 가 되는 것도 있다.

이산화물 성분은 SiO₂, B₂O₃, MgO, Al₂O₃,

Fe₂O₃, 2NO, Na₂O, PbO, BiO, K₂O 의 順으로 熱傳導率을 減少시킨다.

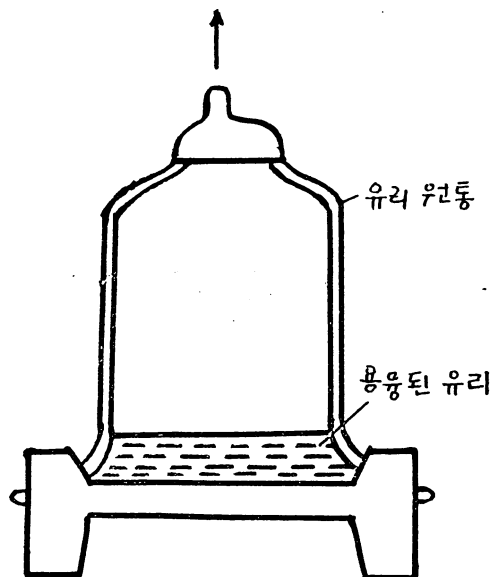
强度에 대한 溫度 影響의 表

溫度(°C)	20	100	200	300	400	450
破壞强度(kg/mm ²)	22.2	20.5	20.4	21.1	21.1	21.1
溫度(°C)	480	500	520	540	550	560
破壞强度(kg/mm ²)	21.1	19.4	20.7	18.4	15.8	14.0

③ 光學的 性質

유리는 光學的 物質로 다음 性質이 重要하다. 光線의 屈折 分散 反射 吸收 및 透過의 性質이 있다. 그러나 유리의 成分의 混合物 두께 表面의 清淨 매끄러운 정도에 따라 또 光線의 波長에 따라서도 다르다.

透明 유리는 原料中에 포함된 不純物에 의해 着色되므로, 이 着色을 防止하기 위하여 消色劑 (이산화망간, 니켈, 코발트 등의 鹽類)를 混入



(그림 1-1) 圓筒法

하면 各種 色光을 同一하게 흡수하여 着色은 되지 않는다. 그러나 透光率이 減少된다.

窓유리는 紫外線의 酸化 還元作用에 의해 赤色으로 나타나는 때가 있다.

光線透過의率

投射角 0° 때는 두께에 依함					
두께(厚 mm)	1.35	1.9	2.9	4.9	6.0
透過率(%)	91.5	91.4	91.0	90.2	89.6
投射角이 다를 때					
두께(厚 mm)	0°	30°	40°	60°	75°
透過率(%)	92	90	87	84	60

4) 製 法

① 工 程

各種 原料(60%) } 計量→混合→溶融(1500°C)
깨진 유리(40%) } →成形→徐冷→包裝 및 出荷

② 成形法

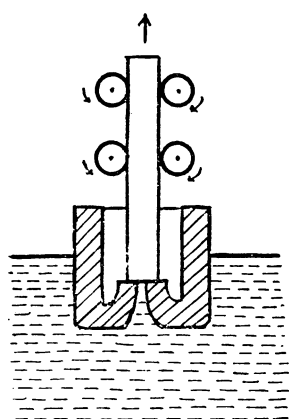
거의 自動機械法에 의해 成形하는데 그 때의 溫度는 800~1000°C로 식혀 적당한 끈기를 만들어 다음 3가지 方法으로 成形한다.

圓筒法

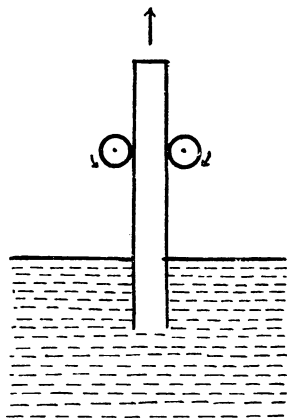
i) 水吹法——溶解된 유리를 吹管끝에 물려서 사람이 입으로 불어서 늘리는 方法이다.

※ 지름 0.5m, 길이 1.5m 가량 되는 것을 만들 수 있으며 벨기에서 傳해 내려온 方法이다.

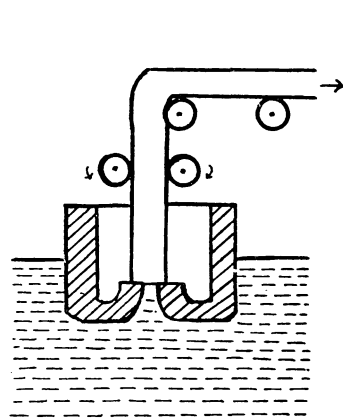
ii) 機械吹法——手吹法을 機械로 하는 方法이다. (그림 1-1)



(그림 1-2) Fourcult System



Pittsburg System



Colburn System

平板法

i) 포오크올드식(Forcult system)

ii) 핏즈버그식(Pittsburgh system)

iii) 콜버언식(Colburn system)

의 3方法이 있으며 널판 모양의 銅鐵板을 녹은 유리면에 넣고 이것을 천천히 垂直으로 끌어 올려서 成形한다.

식은 다음에 적당한 길이로 자른다(그림 1-2).

鑄造法(로울法)

보통 板유리는 위 3가지 平板法에 의해 製造하지만 特殊한 것을 만들 때는 鑄造法과 로울法이 있다.

5) 主要製品

① 板유리

두께(厚)가 2mm 와 3mm 2種으로 흔히 나누며 9.34m²(100⁺²)를 보통 1箱子라고 한다.

두께가 4~6mm, 10~12mm 되는 것도 있는데 이것은 原板유리라 한다.

原板유리는 車輛, 船舶, 陳列窓, 採光, 建築의 高級窓, 出入門 거울 등에 쓰인다(그림 1-3, 1-4). 乳白色, 오렌지色 등 各種 色유리도 製作되어 室內裝飾, 室內照明 家具 등에 要緊히 쓰이고 있다.

또한 유리에 여러 필리프形으로 된 型板이 있어 이것은 光線을 透過하지 못하게한 것으로 窓門 등에 쓰이는 등 새로운 建築과 現代工藝를 指向하는 製作家들이 繼續 注視하여야 할 課題의 하나이기도 하다.

2mm 板유리의 寸數

크 기 (inch)	1 箱子의 數	크 기 (inch)	1 箱子의 數	크 기 (inch)	1 箱子의 數	크 기 (inch)	1 箱子의 數
47×36	9	26×24	23	26×16	35	20×14	51
45×32	10	30×20	24	32×13	35	18×15	53
42×32	11	32×18	25	22×18	36	17×16	53
40×22	13	24×24	25	24×16	38	16×16	56
40×24	15	36×16	25	20×18	40	18×14	57
32×28	16	28×20	26	24×15	40	16×15	60
36×24	17	30×18	27	26×14	40	19×14	61
30×28	17	26×20	28	22×16	41	16×14	64
32×26	17	32×16	28	24×14	43	18×12	67
32×24	19	28×18	29	18×18	44	16×13	64
30×24	20	24×20	30	20×16	45	15×14	69
28×26	20	30×16	30	24×13	46	16×12	75
40×18	20	26×18	31	26×12	46	15×12	30
36×20	20	36×13	31	22×14	47	14×10	103
28×24	21	28×16	32	18×16	50		
36×18	22	28×18	33	24×12	50		

3mm 板유리의 寸數

크 기 (inch)	1 箱子의 數	크 기 (inch)	1 箱子의 數	크 기 (inch)	1 箱子의 數	크 기 (inch)	1 箱子의 數
72×48	4	60×32	8	42×36	10	32×24	19
60×48	5	52×36	8	48×28	10	30×24	20
72×36	6	60×28	9	42×32	11	28×26	20
60×36	7	47×36	9	40×28	13	40×18	20
55×40	7	45×34	9	40×24	15	36×20	29
52×42	7	60×24	10	36×24	17	28×24	21
54×40	7	50×30	10	82×26	17	36×18	22

② 網유리(網入硝子)

유리를 roller 에 製板할 때 金屬網을 가운데 넣고 만든 것으로 防火性이 있고 깨질 때 유리 破片이 飛散되지 않는 長點이 있으나 光線透過率이 6.8mm 두께에서 76%에 지나지 않는다.

③ 容器유리

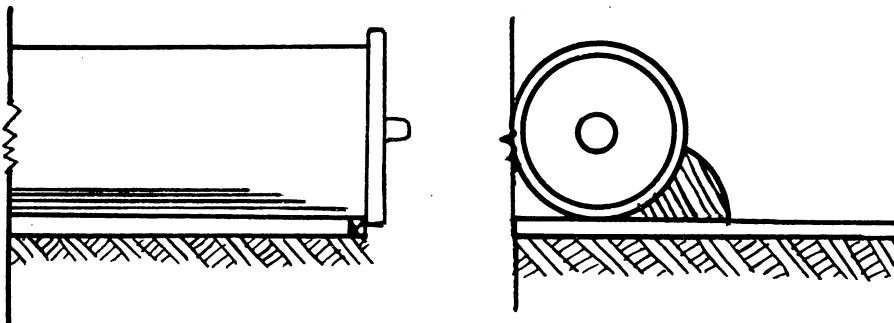
各種 容器 瓶 등의 製品을 말하며 소오다 석

회 유리로 만든다.

컵, 食器類, 앰플 정제를 넣는 醫療容器, 試驗管, 溫度計 등 理化學器具와 pipe 型, 막대型의 製品은 普通 機械로 成形하는 바 成形方法은 機械吹入法, 機械 押型法이 있다.

④ 表面加工 유리

유리의 한 面에 銀이나 알루미늄의 鹽類를 還



(그림 1-3) 原板유리 製法(注入法)

元, 附着 加工하여 거울을 만들고 유리면에 彫刻을 하며 또 낮은 溫度에서 溶融되는 顏料를 유리表面에 디자인하여 녹여 붙이며, 유리表面에 銀, 銅, 白金 등으로 金屬膜에 接着하게 하는 渡金이 있으며 이런 加工들은 眼鏡알, 保溫瓶 등에 쓰이며 同時に 여러 裝飾類에도 活用된다.

이런 유리 製品의 加工을 다음과 같이 나눌 수 있다.

㉔ 에나멜 燒付

480~650°C 로 용해하여 着色유리를 使用하여 製品의 表面에 形을 나타내고 silk screen 과정으로 印刷한 方法으로서, 이것은 鉛과 硼산을 多量 含有시킨 유리에 金屬酸化물을 混入한 것이다.

㉕ 金屬 燒付

金, 白金, 바나듐 등을 液狀으로 하여 펜, 木旋盤의 方法으로 그린 것이다. 方法은 ㉔의 경우와 같다.

㉖ 켈 유리

그라인더로 形을 나타내는 加工方法의 하나이다. 유리의 面을 凸凹모양으로 만들어 光線의 反射와 屈折을 強調한 것으로 透明한 유리 自體에 더욱 光澤을 加한 것이다. (그림 1-5)

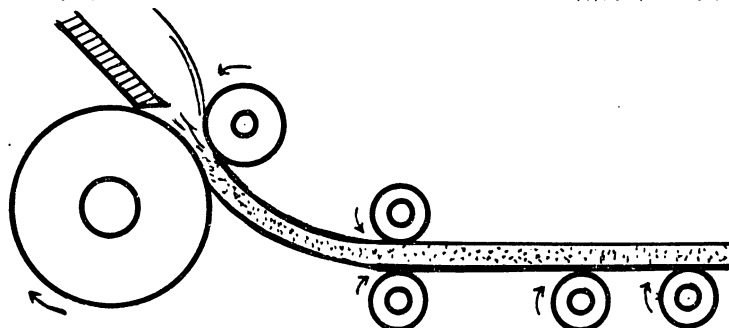
㉗ 샌드 블라스트

유리면에 各種의 모양(形)을 붙여 고은 모래(sand)를 高壓空氣로 壓縮하여 문양部分을 磨滅시켜 만든 것으로 裝飾用으로 많이 使用된다.

㉘ 腐蝕 유리

表面에 여러 紋樣의 防腐膜을 만들어 붙이고 腐蝕液으로 處理하여 防腐膜이 되지 않는 곳을 腐蝕시켜 紋樣을 낸 것으로 裝飾材로 使用된다. 부식액으로서는 플루오르화水素, 플루오르화암모늄의 混合液을 使用한다.

㉙ 特殊 유리



(그림 1-4) 原板유리 製法(로울러法)

㉚ 安全 유리

유리가 깨어질 때의 危險防止를 위하여 網入유리나 合成樹脂의 透明板을 使用한다. 以外에 枚의 유리 사이에 초산 셀룰로오드 등을 넣어 붙여 만든 유리도 있다. 이것은 車輛, 船舶, 航空機의 窓유리에 많이 使用된다. 또 板유리는 500~600°C 로 熱을 加한 後 空氣로 急冷시켜 유리面에 壓縮狀態의 層을 만드는 것으로 이것을 強化유리라 하며 強度는 보통 유리의 5~6배가 된다.

㉛ 赤外線 吸收 유리

微量의 酸化鐵, 셀렌, 니켈 등을 包含한 판유리로 太陽 光線의 赤外線(熱線)을 吸收하는 性質이 있다.

㉜ 紫外線 透過 유리

板유리에 微量의 酸化鐵을 含有시키면 紫外線 透過유리가 된다. 석영 유리는 約 90% 透過된다. 이것은 醫療器具 食品의 鑑別기구 등에 使用된다.

㉝ 耐熱 유리

比重 強度가 金屬보다 크며 急熱 急冷에 耐容되지 않고 高熱에 견디는 유리를 말한다. 파이렉스 유리(商品名)라고도 한다.

㉞ 光學用 유리

규산, 소오다, 酸化鉛을 主成分으로 한 것으로 光線의 굴절율과 分散率을 크게한 것이다. Lenz, Prism cut 유리 등에 使用된다. 또한 2枚의 유리 사이에 空氣層을 만들어 그 둘레를 金屬으로 密封한 二重 유리는 斷熱 効率が 좋으며 建築, 車輛, 船舶, 航空機 및 冷凍陳列藏 등에 使用된다. 프리즘의 原理를 應用한 것으로 양쪽에 2枚의 角形의 유리를 融着하여 가운데가 비게 한 볼록 유리는 採光用으로 쓰이며 熱에 對하여 斷切되는 效果가 있다.

① 유리 纖維

알카리 유리를 壓縮 空氣로 불어서 날려 실(絲)을 만들어 成形한다. 이것은 強化 플라스틱 製로 使用되며 引張強度는 $200\sim300\text{kg/mm}^2$ 이다. 防音, 斷熱材料로서 不燃性이며 耐熱性, 耐蝕性, 電氣絶緣性이 있어 工業用으로 많이 使用된다.

8. 合成樹脂(Plastics)

Plastic이란 語源은 「어떤 溫度에서 可塑性을 가진 性質」이란 뜻이다. 可塑性(Plasticity)은 流動體도 아니요 彈性體도 아니고 引張 曲力 壓縮 등 外力을 加하면 어느 程度의 抵抗力으로 그 形態를 維持하는 性質을 말한다. 이와 같은 物質中에서 有機合成高分子物質(合成樹脂)을 가리켜 오늘날의 플라스틱이라 하며 이 材料의 開發은 現代工藝界 뿐 아니라 建築, 工業 등 全生活 領域에 걸쳐 큰 革新을 가져 왔다.

1869年 頃부터 發展되어 매우 多様な 種類를 가지고 있으며 天然樹脂와 性質 形態 등 類似點이 많다.

1) 用途 및 發展過程

Plastic은 他材料와 달리 加工이 容易하고 色彩가 아름다우며 着色이 自由롭고, 化學的 安全性, 耐久性, 安價이므로 工藝品은 勿論 玩具, 裝飾品, 日用雜貨에서 建築 内外裝材, 塗料, 接着劑, 被覆材, 構造材, 宣傳物, 照明器具, 食品에 이르기까지 廣範圍하게 利用되고 있다.

硝酸纖維素를 原料로 하는 세루로오드가 1869

年에 石炭酸과 포루마린에 依한 베크라이트가 1909年에 製造되었고 以後 尿素樹脂, 아크릴, 비닐 등의 合成樹脂 發達을 보게 되었다.

가제인, 天然 gum 등의 天然高分子 物質을 採取 分離시키거나 纖維素를 化學的으로 處理 加工함으로써 Plastic을 얻게 된다.

2) 種 類

크게 2가지로 나눈다.

熱硬化 樹脂

- ① 페놀系 樹脂 ② 아미노系 樹脂
- ③ 푸란 脂脂 ④ 폴리에스텔 樹脂
- ⑤ 시리론 ⑥ 에보킨 樹脂

特徵: 처음에 縮合으로 溶劑나 熱에 溶融되어 初期 縮合體를 發生하고 다시 加熱하여 縮合을 進行시키면 溶劑나 熱에 溶融되지 않고 다른 化學藥品에 대해서도 安定된다.

熱硬化 樹脂

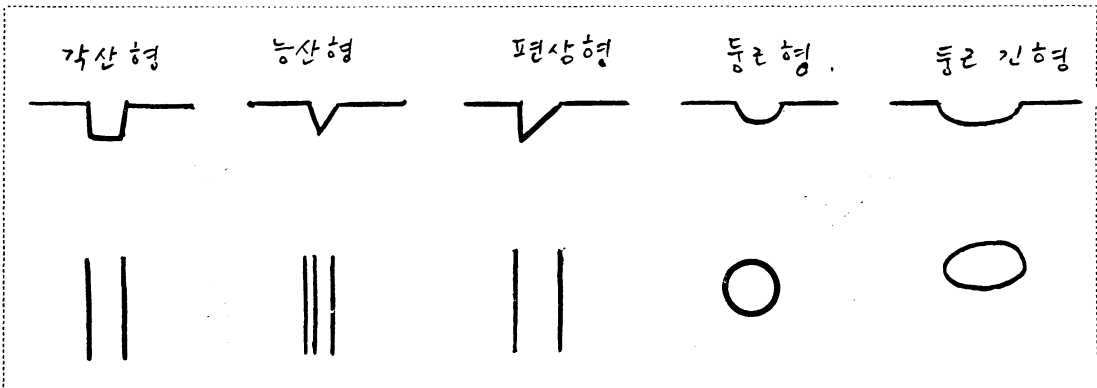
- ① 비닐系 樹脂 ② 스티롤 樹脂
- ③ 아크릴 樹脂 ④ 폴리에치렌
- ⑤ 弗素 樹脂 ⑥ 구마론인덴 樹脂

特徵: 無色透明한 線狀의 重合體로 加熱하면 物質的으로 軟化하여 可塑性을 增加하였다가 冷却시키면 다시 굳어(固化)진다.

3) 一般的 性質

위 두 樹脂의 共通된 特質을 보면

- ① 可塑性이 크며 加工性이 容易하다.
- ② 引張, 壓縮, 衝擊 등에 견디는 힘이 강하다.
- ③ 展延性이 커서 被膜形成性이 아주 좋다.



(그림 1-5) 유리의 종류

- ㉑ 酸, Alkali鹽氣에 耐久力이 強하고 耐溶劑 耐化學藥品性이 크다.
- ㉒ 安定性이 크며 空氣中の 酸化, 分解, 氣化, 昇華 등이 생기지 않는다.
- ㉓ 電氣 絶緣性이 크다.

4) 熱硬化性 樹脂의 種類, 製法, 性質 및 用途

① 페놀 樹脂

代表的인 熱硬化性 樹脂는 “베크라이트”의 名稱으로 알려져 있다.

製法은 phenol과 formalin을 原料로 하여 觸媒로는 alkali를 使用한다. 性質은 原料 配合比, 觸媒의 種類 製造條件 등으로 差異가 생긴다. 硬化된 樹脂는 極히 堅固하고 電氣絶緣性이 크고 耐候性이 良好하다. 樹脂 自體로는 부서지기 쉬우므로 成形品에는 充填劑(木綿, 麻糸 및 石綿 雲母)를 選擇하여 添加하여 強度를 높인다. 充填劑가 包含되지 않은 樹脂는 0°C 以下에서 부서지고 約 60°C 以上에서는 強度가 低下된다.

※用途: 工藝 日常用으로 쓰이며 特히 電氣通信機材 關係로는 全需要量의 60% 使用量을 가지고 있다. 塗料 化粧板 接着劑, 包裝材, 斷熱材로도 使用된다.

② 尿素 樹脂

製法은 炭酸개스와 암모니아에서 얻은 尿素를 原料로 하여 formalin과 反應시켜서 製造한다.

性質은 無色이며 着色이 自由롭다. 耐熱性은 alkali 樹脂에 비해 다소 不足하나 100°C 以下の 連續 使用에는 견딘다. 弱한 酸, alkali에 견디고 耐溶劑性은 벤졸, 알콜 各種 油類에는 거의 侵害되지 않는다. 短點은 耐老化性이 不足, 熱湯에 接하면 光澤이 감소되고 白化, 龜裂되기 쉬우나 室溫程度의 溫水에도 견딘다.

※用途: 機械의 性質이 phenol 樹脂보다 低下하므로 工業用보다는 玩具, 裝具, 裝飾品, 食器, 日用雜貨 등 工藝用에 많다.

③ 푸란 樹脂

furan 樹脂의 特徵은 耐熱性(130°C~170°C에 견딤), 耐藥品性, 耐 alkali 性이 優秀한 것이고 接着性이 많다.

※用途: 耐藥品性이 크므로 貯藏탱크, 化學裝置, 化學藥品, 腐蝕性 gas 등에 接하는 部

分の 保護 塗裝 등 여러 面에 쓰이고 初期 縮合物의 浸透性이 좋은 點을 利用하여 砂岩, concrete, 木材 등에 침투시켜 機械的 強度 및 耐蝕性을 改良하는데 利用된다.

④ 메라민 樹脂

製法은 메라민과 formalin을 反應시켜서 만든다. 性質은 尿素樹脂와 같고 그 보다 모든 性質이 向上된 것이다. 無色 透明하고 着色 自由이며 堅固, 耐水 耐溶劑性이고 耐熱 耐焰性이며 機械的 強度, 電氣的 性質, 耐老化性도 強하다.

※用途: 壁板, 카운터板, 天井板 등 室內裝飾 用으로 사용되며 짧은 時間에는 150°C 에도 견디는 利點이 있다.

⑤ 폴리에스테르 樹脂

性質은 加熱 硬化시키나 觸媒(過酸化벤졸)를 써서 常溫에서도 硬化된다. 硝子纖維로 補強한 “纖維補強 plastic”은 強度가 세서 鋼鐵에 비길 만 하여 가벼운 무게를 必要케 되는 飛行機, 船舶, 車輛 등의 構造材로 使用된다.

熱 100~150°C 가 使用限界이고 低溫 -90°C 에서도 견디며 파괴될 때는 순간적으로 切斷되는 短點이 있다. 酸類 鹽化水素系 溶劑에 強하고 alkali 나 酸에는 侵害되고 耐候性이 優秀하며 가혹한 氣象 溫度 寒冷에서는 5年間에 30% 褪色을 일으키며 耐用年數 20年이나 된다.

※用途: 車輛, 船舶, 飛行機에 使用되며 工藝材 外에도 建築內裝材로 天井窓, 아케이트, 間壁 등에 많이 使用되며 樹脂液은 接着劑 塗料로도 쓰인다.

⑥ 실리콘

Silicone-oil(油狀) Silicone-gum(彈性體) Silicone-resin(樹脂狀)의 形態도 있는데 다른 Plastic 材보다 우수한 性質(耐酸, 耐候性 등)을 가지고 있다. 性質은 耐熱性이 커서 天然고무, 合成고무의 使用범위보다 넓어 -60°C +260°C間에서 彈性을 계속 保有할 수 있고 150~177°C에서는 오랜기간 계속 使用이 可能하다. 220°C의 높은 溫度에서도 長時間 使用할 程度이다.

塗料로서는 顏料로 aluminum 粉末을 混合한 것은 500°C에서 여러 時間 250°C에서는 數百 時間 견디어 낼 수 있고 높은 溫度에서의 耐酸化性도 극히 良好하여 金屬의 酸化 및 腐蝕防止에 큰 效果가 있다. 電氣的 性質, 耐候性 優秀,

alkali 全般에 대해 良好하고 特히 排水性이 있어 極度の 嫌水性으로 물을 튀긴다.

農機, 家具, 纖維物, 電氣絶緣體 등의 防水劑로 쓰인다. 이 防水는 防水피막을 形成하므로 普通의 洗滌이나 機械的 處理로도 容易하게 除去되지 않는다.

※用途: 耐熱塗料, 防鏽塗料 및 接着劑 電氣絶緣材塗料, 防水劑, 彈性體用으로도 使用된다.

5) 熱 可塑性 樹脂의 種類 製法 性質 및 用途

① 鹽化비닐 樹脂(Polyvinyl Chloride resin)

自體는 硬質의 樹脂이나 可塑劑로 鹽化비닐 필름 등을 써서 柔軟性을 가지게 할 수 있다. 性質은 白色으로 耐水 耐藥品 電氣絶緣性이 크고 難燃性 無毒性이다.

※用途: board 材로 化學工場 등의 床 壁材 tile 板, pipe 各種 配管 電氣管 등에 利用하며 tile의 材料로 쓰인다. 樹脂 cement(cement asbestos)를 混合하여)로 使用하기도 한다.

② 鹽化비닐덴 樹脂

비닐系 樹脂의 一種으로 壓縮成形하여 各種 製品을 製作하는데, 高音 低音에 대해 吸音性을 利用 吸音材로 많이 使用된다. 塗料로도 쓰인다.

③ 酢酸비닐 樹脂(Polyvinyl acetate resin)

無色 無味 無臭 無害로 溫度에 대한 感應性이 커서 0°C에서 脆弱하여 成形品으로는 적당치 못하나(40°C에서 粘着性 發生) 接着劑로 使用, 陶器 木製品 金屬 硝子製品 plastic 製品 등의 接着에 特히 效果가 크다.

④ 其外 鹽化비닐, 酢酸비닐 共重合樹脂(Polyvinyl-chloride-acetate copolymer) 및 폴리비닐 알콜, 폴리비닐 아세탈 등이 있다.

⑤ 스티롤 樹脂(Polystyrol)

無色 透明으로 着色이 自由롭고 硬固 耐水性이 크고 酸 alkali에 強하다.

電氣의 性質과 高周波 特性이 있어 成形品으로 라디오, TV 등의 部分品 및 日用雜貨, 耐藥品性 塗料로 使用된다. 脆弱한 缺點이 있다.

⑥ 아크릴 樹脂(Polymethyl methacrylate)

無色 透明이나 着色이 自由로우며 硬强度가

비교적 크고 光線의 透過性이 아주 良好(90~92%)한 뿐더러 耐衝擊性 耐藥品性 耐油 전기절연성이 良好, 加工이 容易하므로 照明器具 등 工藝材로 상당히 歡迎을 받고 있다.

※用途: door, 採光窓, screen partition 壁裝飾 및 平板, 波板으로 하여 漸次 利用範圍가 擴大되어 가고 있다.

⑦ 폴리에치렌(Polyethylene)

乳白色 不透明 輕量(比重 0.92~0.96) 蠟狀의 柔軟製品으로 着色 自由롭다. 耐藥品性 耐水性이므로 農·工用 配管 水道管으로 쓰이며 防蝕材料 包裝材 電線被覆材로 쓰인다.

⑧ 弗素 樹脂

四弗化에칠렌 樹脂와 弗化鹽化에칠렌 樹脂의 2가지가 있으나 他 樹脂처럼 長點을 별로 가지고 있지 못하고 使用범위도 좁은 便이다.

⑨ 쿠마론인덴 樹脂(Cumarone-inden resin)

다른 것과 섞어서(石綿, 石粉 등) 아스팔트 타일 등에 쓰며 色調는 淡黃色에서 濃褐色까지 있다.

⑩ 其 他

④ 纖維素系 플라스틱(Cellulosic Plastic)

纖維素(Cellulosis)는 植物體의 構成 成分으로 自然界에 많이 存在하는 高分子 物質이다. 硝酸纖維素 플라스틱과 酢酸纖維 Cellulose 등이 있다.

⑤ 고무와 合成고무

고무나무에서 採取한 고무라텍스①를 加硫劑와 그 외 藥劑로 處理하여 만든 것이다.

라텍스 外에 生고무, 加硫고무, 고무誘導體(염화고무 鹽酸고무 環狀고무 合成고무) 등이 있다. 이는 藥材의 加入에 따라 決定되는 것이므로 省略한다.

以上 Plastic을 要點的으로 整理하였고 各種 Plastic 材料로서 폴리에스틸板, 아크릴板, 메라민修裝板, 脛놀樹脂板, 플라스틱管, 플라스틱 스펀지, 合成纖維와 織物 및 塗裝材料 등이 따로 다루어져야 할 것이나 紙面上 省略한다.

註① 고무나무의 樹皮에서 分泌되는 乳狀液을 말한다. 白, 灰白色인 比重 1.02의 液體로 고무의 含有量은 30~40%이며 몇 時間 內에 凝固하여 버리므로 응고방지제로 암모니아를 加入한다. 물끼(水分)를 除去하며 生고무가 되는 것이다.

韓國現代工藝의 形態와 機能

The scope of shape and function in modern Korean craft arts.

洪 明 淑

USO 講師

* 前號(通卷 24號)에서 繼續

(2) 生産工藝

生産工藝는 手工藝에 依한 生産工藝와 機械에 依한 生産工藝로 나눌 수 있다. 手工藝에 의한 생산공예는 민예품으로서 실용을 주로한 민중의 일상생활 용구를 가리킨다. 민예는 향토의 材料를 살려서 이름없는 한 工人의 익숙된 단순한 손작업으로 똑같은 型의 것이 대량생산되어 값싼 생활용구가 되는 것으로 거기에는 地方的 特色과 生活의 전통을 보이는 소박한 아름다움이 있다. 22) 本稿는 機械生産에 依한 生産工藝를 半手工藝인 것으로 살펴 보고자 한다.

現代는 産業革命의 結果로 기계생산 방식이 確立되었으며 工藝도 이 時代의 흐름 속에 그의 生産方式으로 機械를 받아들였다. 機械가 工藝生産에 참가함으로써 대량생산을 필요로 하는 現代生活에 알맞는 生産工藝가 탄생하였다.

現代生活의 特性은 大衆에 依해서 社會가 구성됨으로써 大衆을 爲한 공예는 必然의이다. 만인의 生活 속에서 그들의 모든 점에 만족을 주지 않으면 안되며 이 만족을 얻으려면 공예는 모든 것에 알맞게 美와 用의 結合체로서 生産되어야 한다. 디자이너는 大衆이 무엇을 좋아 하느냐를 발견해야 하며 그 時代의 각 소비자에 알맞는 特性을 찾아야 한다. 즉, 디자이너의 사명은 美的, 社會的 理念, 소비자의 취향, 기업의 理念을 結合하여 그 時代의 眞요한 眞실성을 전달해야 한다.

대량생산을 위해서 規格화된 工藝品은 단조로움을 피해서 항상 새롭고 참신한 디자인으로 대중에게 찾아지는 것으로 만들어져야 하며 Good Design을 위해서 기업인과 디자이너의 결합과 이들의 윤리적이고 道德的인 態度가 있어야 한다.

生産工藝는 공예의 풍토성을 없애고 科學文明의 발달에 따라 생기는 新材料에 依해 항상 그 態度와 기능은 새로운 分野를 만든다.

기계생산의 특징은 計劃과 작업을 명백하게 구별하여 生産의 조직화가 일어나며 이러한 分業化 때문에 디자이너의 주관이나 성격이 제품에 나타나지 않는다. 이 점이 手工藝와 다른 점이며 Morris의 기계 배척의 원인의 하나이다. 그러나 기계에 依한 대량생산이라는 것은 현대공업화 시대, 민주주의 사회에서는 필연적인 요구로서 機械를 배척한다는 것은 역사의 흐름에 반역되고 時代의 요청에 배반되는 결과이다.

Lewis F. Day(1845~1910)는 「좋은 삶은 간에 모든 것에 기계와 증기와 전기를 응용하는 것이 장래의 어떤 관계를 가져올 것이다.」 또한 Oscar Wilde(1854~1900)는 「기계는 장식 없이도 아름답다. 오히려 장식하면 안된다. 좋은 기계는 모두 아름답고 힘의 선과 美의 선은 하나라고 생각하고 있다.」라고 하였다. 이렇듯이 19C 사람들은 점차 機械生産의 필연성을 인정하고 예찬하기 시작했다.

미술과 공업과 技術의 협력에 의한 生活造形의 良質

22) 李慶成, 工藝通論(1973), 서울: 修學社 p. 21

화를 도모하는 것을 목적으로 Munchen에서 일어난 DWB(Deutsche Werk Bund) 공예운동은 현대공업미술의 계기가 되었다. DWB는 20C의 흐름보다 적극적으로 공업수단과 결합을 나타낸 合流點이 되었다.

“生活에 적합한 디자인”이라는 방향으로 종합하려고 하는데 하나의 전기를 보인 것으로서 디자인에서意義가 있다. 특히 여기에는 藝術家와 건축가만이 아니고 공업과 商業에 종사하는 실업가를 포함한 집단이다. 단순한 공예운동도 건축운동도 아닌 이러한 것을 종합한 운동으로서 “디자인 근대화”를 추진하는 것이다. 즉, 미술과 공예와 산업의 각종 영역에 있어서 최고의 지혜를 집결해서 使用하는 生産品의 질의 향상을(Good Design) 기하는 운동이다. 가장 中心 문제는 바로 質(Quality)에 관한 것이다. 質의 良産이란 단순히 美的, 형식적 면의 質만이 아니라 이러한 양측을 합한 質의 統合을 意味한다.

現代生活이란 과학기술의 革命에 따라 형성되고 그 자체가 대량생산, Mass Communication, 수공업수단과 도시 확장을 의미한다. 때문에 Good Design을 확보해야 할 Quality를 수립한다는 것은 아주 어렵기 때문에 이에 대한 견해 차가 생기며 DWB의 종합적인 質의 의미도 일률 제작에 있어서의 문제가 아니고 중대해 가는 量을 긍정해야 하므로 규격화(Standardization) 문제를 적극 추진하지 않을 수 없으며 이 때문에 相反의 内部對立이 불가피했던 것이다.

이 운동의 中心人物인 Herman Muthesius(1861~1927)는 Morris의 공예운동에서 벗어나 機械의 肯定을 주장하여 “道具와 機械 사이에 결정된 한계선은 없다”라고 한다. 다시 말하면 기계를 극복하고 그것을 도구로 使用하면 높은 수준의 물건은 도구로나 기계로서도 만들 수 있다. 제품을 저질화 시키는 것은 기계 때문이 아니고 우리들이 기계를 올바르게 使用하는 能力이 없기 때문이다. 이는 공예라는 用語 대신에 工作이라는 用語를 내세움으로서 기계시대의 造形의 핵심을 정확하게, 即物主義(Sachlichkeit)로 향한 새로운 경향을 나타냈으며 이는 적절하다, 당연하다, 객관적이다 등의 뜻을 동시에 의미한 것으로서 발전해 가는 신운동의 구호가 되었다. 외적인 장식은 일체없고, 형태는 모두 그 목적에 따라 지배되고 이렇게 만든 공예품만이 적절하고 簡明에서 생기는 맑은 우아함을 보인다고 하였다.

이러한 Muthesius는 Henry Vande Velder(1863~1957)와의 의견 충돌을 일으켰다. Muthesius는 힘을 집결하는 유효수단으로서 規格化를 주장한데 반하여 Vande Velder는 예술적, 개성주의를 주장하여 예술가라는 것은 본질적으로 마음 속에서 개인주의자이고 자

율적인 창작자인 것이다. 예술가는 결코 표준 규범이라는 것을 강제하는 규율에 복종하는 것은 아니다. 그렇기 때문에 그에게 규격화란 무의미한 것이라는 반대의견을 일으켰다.

이들의 양립되는 문제는 단순히 DWB의 문제에 한하는 것이 아니며, 오늘날 우리의 문제이기도 하다.

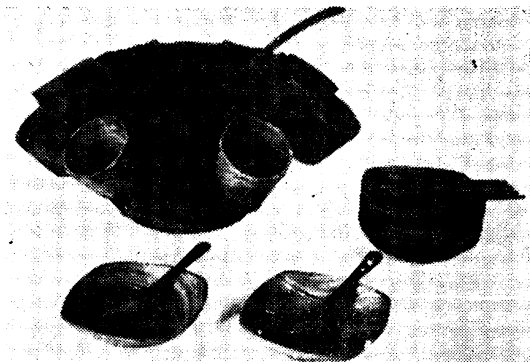
우리 나라에서 1966年 第1回 大韓民國商工美術展覽會가 상공부 주최로 개최된 것은 늦게나마 工産品의 質의 向上을 위해 다행스러운 일이라 하겠다. 특히 상업인과 디자이너의 상호관계를 긴밀하게 하기 위해 서로 접촉하고 협력할 수 있는 기회를 갖는다는 것은 참으로 유익한 일이다. 이러한 意味에서 商工美展은 時代的 要請에 부합되는 일이며 특히 정부에서 이 분야에 대한 깊은 관심과 이해와 배려는 관계 미술 실무자들을 크게 고무시켰고, 이것을 계기로 그간의 꿈을 現實化하기 위한 具體的 努力이 진행되게 되었다. 23)

第2部에 工藝美術部가 설치된 것은 순수공예적인一品工藝보다는 생산공예적인 特性에서 國展의 工藝部와 구분함으로써 생산공예의 필요성을 인식했는데 중요한 뜻이 있겠다. 특히 輸出振興事業에 總力이 集中되고 있는 이때에 工藝美術部는 民族固有의 藝術性을 發展하여 現代의 「디자인 센스」에 부합되는 방향으로 이끌어가는 중대한 사명이 있다. 근래에 우리는 世界的이라는 말을 종종 使用한다. 이 말을 誤解하고 있는 듯하다. 우리의 디자인이 世界的이기 위해서 선진국의 것을 모방하고 만족해서는 안되며 世界市場에 진정한 우리의 감각을 표현할 때 世界的이라 할 수 있겠다.

그러므로 상공미전의 공예부에서는 대량생산이 가능함과 동시에 世界的 공예품이어야 하겠다. 획수를 거듭함에 따라 그간의 많은 모순점을 打破하고 상공미전의 趣旨에 맞는 노력이 엿보임은 다행스러운 일이라 하겠다. 재료면에 있어서도 국전에서와 같은 현상이지만 도자기와 목공예만이 다수의 위치를 차지하고 있으며 그외의 것은 극히 소수자에 의해서만 유지되어 오는 현상은 디자이너에게 새로운 작성이 필요하다. 그러므로 디자이너는 안일만을 일삼지 말고 우리의 감각에 맞는 재료의 끊임없는 탐구와 流動의 變하는 社會를 直視하고 對應하여 새로운 디자인 개발로서 社會가 바라는 形態를 創造해야 하며 無形의 情報를 有形의 形態로 具現해야 하겠다.

상공미전 공예미술부에서 10점의 作品을 選擇해 보았다. 이 作品들은 現代의 韓國 生産工藝를 대표할 수 있는 작품이라고는 단정할 수 없으나 생산성, 심미성, 가능성 등을 고려하여 살펴 보기로 한다.

23) 이순석, “工藝” 한국예술지, 第Ⅱ卷 (서울: 예술원, 1967), p. 140



(圖 1) 동영숙·음료 및 사라다세트(4회 상공미전)

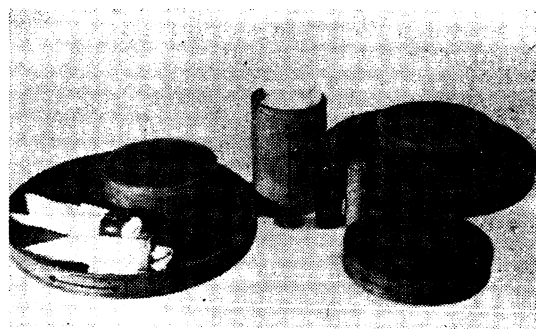
(圖 1), (圖 2)는 木工藝로서 木材 자체가 가지고 있는 재질감을 잘 살린 기능적인 형태라고 본다. (도 1)은 음료 그릇으로서 8각의 큰 그릇에 8개의 나무컵이 걸려 있으며 네 모의 사라다 접시와 같이 하나의 작품으로 되어 있다. 여기서 네 모의 사라다 접시를 형성하고 있는 네 번의 선은 음료 그릇에서 보여지는 선과는 다소 이질적인 느낌은 있으나 한편 대조적인 맛도 있다. 음료 그릇 상부의 흑단 상감선은 단조로움을 깨뜨리고 전체의 求心의 구실을 하며 조화를 이루고 있다.

(圖 2)의 식탁 용기는 여러 개의 접시가 단순한 닻은 꼴로 되어 있어 리드미컬한 조화미를 나타내고 있으면서 부분적인 흑단상감이 단조롭고 기계적인 형태에 변화를 주고 강조되면서 세련된 감각을 보여주고 있다. (圖 1), (圖 2)에서의 사라다 세트와 식탁용기는 現代에 맞는 용기로서 사회적 기능에 적용된다고 볼 수 있다. 재래식의 음식용기와는 달리 서양식 음식을 즐기는 현대인의 기호에 알맞는 용기라고 생각되며 생산에 있어서도 효율적 형태라고 본다. (圖 3)의 파반은 단순한 형태로서 제작과정을 편리하게 해주며, 무장식에서 오는 단조로움은, 물레로 깎은 나무의 결로서 美的 효과를 나타낸다. 이 형태는 재래의 찬합과 같은 모양을 변형한 형태같이 보이는데 이러한 재래식의 형을 현대감각에 맞춘 것은 (圖 2)에서도 보여준다.

(圖 4)는 새를 단순화한 형태로 펜접시와 종이칼을 만든 것같이 보인다. 곡선에 의한 손잡이(새의 머리, 목)와 직선(새의 날개)을 대조적인 색과 다른 재료를 사용하여 더욱 대비적 조화를 이루고 있다. 책상 위에 놓고 사용할 수 있는 기능적인 형태이다.

그러나, 제작과정에 있어 디자인에 치우치다 보니 하나로서가 아닌 조립되는 과정이기에 생산과정에서 다소 手工의인 技術을 要하게 한다고 본다.

(圖 5)의 작품은 고양이를 단순화한 형태로 각각 다른 재질, 色彩로 처리하여 펍 장식적 효과를 지니고 있다.



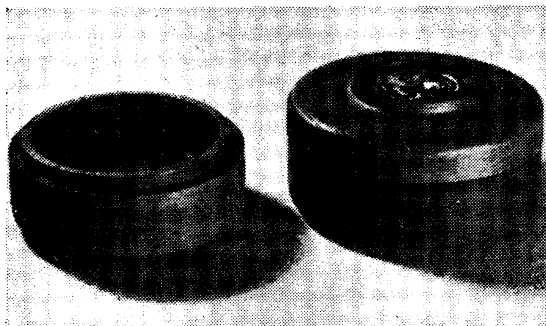
(圖 2) 최희권·식탁용기(5회 상공미전)

특히 단조로움을 깨뜨리기 위한 동체의 변화와 색, 재질의 변화는 흥미로운 작품이라고 본다. 또한 이들은 병따개의 역할을 겸한 다목적의 형태로 되어 있어 누구나 사용하는데 즐거움을 줄 수 있는 對人的 기능에 적절한 형태라고 본다. 생산과정에서도 어려운 점은 없었다.

(圖 6)의 스탠드는 우리 고유의 창살 무늬를 이용한 새로운 아이디어이다. 한국의 창살무늬를 알지 못하는 외국사람에게는 이 스탠드의 문양은 선과 면의 구성이라고도 볼 것이다. 이러한 현상은 창살문양의 지식이 이 형태의 지각 속에 포함되어 느껴지기 때문이다.

(圖 7)과 (圖 8)의 금속공예는 細工의 기법에서 오는 섬세함보다는 형태미나 구조미에 치중한 느낌이 있다. (圖 7)은 간단한 문양의 배열로서 장식적인 효과를 보여 화려한 느낌을 주어 사용하는 사람에게 즐거움을 준다. 가능성보다는 오히려 형태미에 치중된 듯하다. (圖 8)의 촛대는 같은 형태를 반복함으로써 또 다른 형태를 창조해 낼 수 있는 構成美를 나타내며, 작은 기둥꼴 모양은 기계문명 時代를 표현한 것같은 느낌마저 준다. 한편 사용하는 사람에게 배치하는 즐거움을 줄 수 있는 다양성 있는 작품이라고 생각된다.

(圖 9)와 (圖 10)은 도자기 제품으로 같은 용도를 가진 용기이지만 (圖 9)와 (圖 10)이 주는 느낌은 대조적이다. 같은 물체에 의한 제작과정이지만 (圖 9)의 커피 세트는 유약의 처리로서 소지 자체가 가지고 있는 질감을 벗어나 매끈한 감각을 준다. 상부의 손잡이의 진한 선의 테두리는 단조로움을 깨뜨리고 장식적 효과를 나타낸다. 특히 손잡이의 형태는 기능적이면서도 현대적인 느낌을 주는 형태이다. (圖 10)의 티 세트는 토속적인 감각을 준다. 거칠게 느껴지는 표면에서 작가의 손에 의한 긴장감을 느낄 수 있어, (圖 9)에서 보다는 제작가와 사용자와의 관계를 밀접하게 해준다. 손잡이가 없는 컵은 오히려 형태미를 살려준다. 주전자의 손잡이는 재래의 약탕제의 손잡이를 연상케 해서

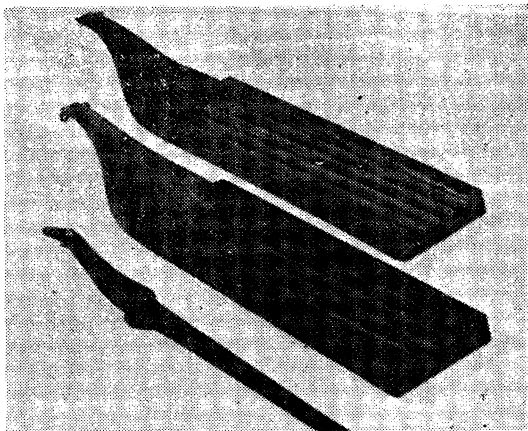


(圖 3) 이영은·과반(6회 상공미전)

전체적으로 소박한 멋으로 한국의 민족성을 나타내 준다. (圖 1)~(圖 10)까지의 작품들은 기능을 위주로 하는 데서 나타나는 무장식, 단순한 형태가 공통된 점으로 量産이 가능한 점을 고려한 것이라 하겠다. 그러나 量産이 가능한 점만으로는 훌륭한 생산공예품이라고 할 수 없다. 가장 기능적이고 형태미가 우월한 것이라 할지라도 경제적 면에서 단가가 높아져서 소비자와의 거리가 생긴다면 국민생활에 보탬이 될 수 없을 것이다. 디자인은 인간생활과 직접 깊은 관계에서 이루어지고 그의 효용성이 대중에게 충분한 支持를 얻을 때 비로소 디자인은 그 기능을 다하는 것이다. 이러한 디자인의 결과는 생활의 실체를 만들어 주며 환경을 형성하고 생활문화를 창조하는 것이다. 그러므로 순수공예와는 달리 생산공예는 사회적 경제적 조건을 감안하여 직접 생활에 적용할 수 있는 제품이어야 하겠다. 또한 소비자에게 만족을 줄 수 있는 良質生産을 함으로써 대중에게 윤리적, 도덕적 책임을 질 수 있고 나아가서는 사회질서를 확립할 수 있는 것이다. 그러므로 商工美展 공예부에서는 국전 공예부에서와는 달리 생산성을 목표로 규정짓는 것이 타당하다 하겠다. 더욱이 수출진흥에 목표를 둔 현시점에서 고유한 우리의 감각을 잃지 않으면서 외국인의 기호에 맞는 Good Design은 시급한 일이다. (圖 5)~(圖 10)은 누구나 필요한 용기로서 한국적인 감각이 있어 수출품으로 가치있는 작품들이라 볼 수 있다. 전체적으로 살펴볼 때 둥근 형태가 많은 것은 제작상의 조건도 있지만 우리의 온화한 민족성에서 오는 현상인 듯하다.

(3) 순수공예와 생산공예의 관계

手工藝와 生産手工藝와의 관계는 서로 제 입장을 지켜 평행해 나가는 것이다. 순수공예가 생산공예를 위해서 소멸될 수 없고 또 그 반대로도 될 수 없는 것이다.

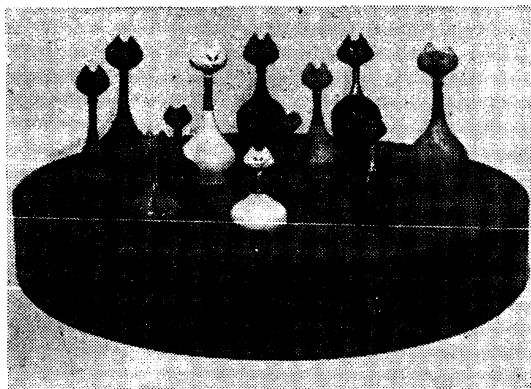


(圖 4) 김재영·펜접시 한쌍과 종이칼(7회 상공미전)

인간의 가장 큰 기쁨은 물건을 만드는 기쁨이고, 그 물건을 자기가 만들었다고 느끼는 기쁨이다. 즉, 인간의 손에 의해 창작활동을 해서 만족해 하는 手工藝는 어느 時代를 막론하고 존재해 왔으며 앞으로도 존재할 것이다. 또한 이러한 인간의 본능에서 뿐만 아니라 생산공예에 있어서도 수공업적인 기술은 대량생산을 위한 형제작의 과정과 디자인을 위해 필요한 存在인 것이다.²⁴⁾ 수공업은 산업혁명 이후 기계발달로 인하여 생산공예 기업으로 발전하였다. 그러나 대량생산에서 오는 제품은 날로 저질화 되어 갔다. 이에 반발하여 영국의 Morris를 중심으로 기계 배척, 수공업으로 돌아가자는 공예운동이 이루어진 것이다. 그러나 그의 주장인 「소수자를 위한 예술은 원하지 않는다.」 「대중을 위한 예술을 찾자.」는 것은 수공업 중심으로서 결국 귀족공예에 그치고 말아 기계를 인간의 도구로서 인정하게 되었다. 이리하여 공예운동도 기계미를 찬양하게 되었으며 대량 생산에서 오는 폐단을 막기 위해 Good Design을 위한 藝術과 과학 사이에 놓인 심연(Gulf)을 연결짓고 노동분업에 따른 유기적 관계의 감수성의 결여에 대처하는 새로운 구조의 미를 탄생시켰다. 그러나 수공업은 양질생산을 위한 공헌분야로서가 아니라 또 다른 차원에서 가치를 나타낸다.

Morris의 기계 배척이라는 사상은 단지 기계제품에서 오는 저질품만을 뜻하는 것은 아니다. 인간이 기계에 예속해서 인간이 만들어 놓은 기계 때문에 인간이 할 수 있는 모든 일을 기계가 대신 한다면 인간의 존엄성은 사라지고 기계의 노예가 되어 버리고 말며 대자연은 공장지대로 변하고 모든 거리는 아스팔트로 변하고 각종 매연과 소음의 공해로 말미암아 인간은 질식상태에 빠지고 만다. 이렇게 되면 인간은 공예라는

24) Wilhelm Braun, Feldweg, *Industrial Design heute* (Germany; Umwelt aus der Fabrik, 1966) p. 135



(圖 5) 박인숙·장식을 겸한 병마개와 조미료통
(8회 상공미전)

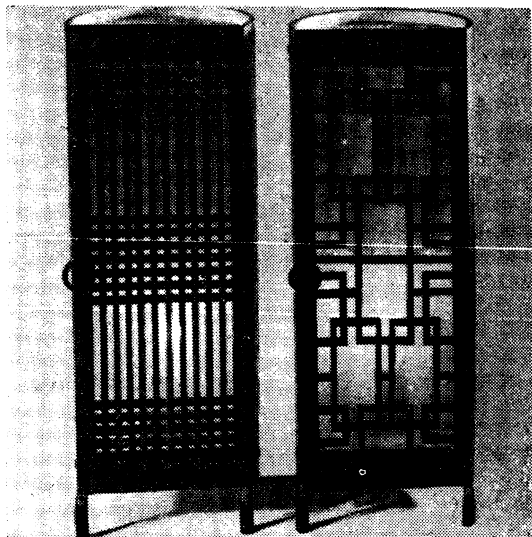
말조차 생각할 여유가 없어질 것이다. 이렇게 날로 기계화 되어가면 갈수록 우리는 본래의 人間의 欲求로 돌아가게 될 것이며 결국 또 다시 Morris의 기계 배척이라는 사상에, 자연으로 돌아가라는 Ruskin의 사상에 뒤따르게 될 것이다.

다음에서 미래학에 나타난 말은 수공업의 가치를 선포해 주는 듯하다.

우리들의 조상들은 물리적, 생산력이 극히 낮은 단계에서 인간으로의 전체성을 향수하고 즐겨왔다. 그들은 석기나 토기를 스스로의 손으로 만들고 그것을 도구로 하여 수렵이나 농경을 행하고 별도의 신전을 건축하는데 충당하기도 하고 동굴에 벽화를 조각하기도 하였던 것이다. 그들은 생산자임과 동시에 과학자이며 예술가이며 종교가이고 기술자이기도 하였던 것이다. 그러나 원시적 단계에서의 인간의 전체성이 존재한 후에 장기간에 걸친 분업발달의 시대가 왔고 이제 산업의 자동화가 진전됨에 따라서 인류는 고도의 생산력의 단계에서 다시 우리 조상들이 즐겨온 그러한 전체적인 인간적 창조력을 개발하는 객관적 조건을 갖기에 이른 단계에 있다.

새로운 생산력이 매우 고도한 단계에서 인간은 다시 생산자임과 동시에 아마추어의 과학자이고 예술가이며 종교가일 수 있는 그러한 시대를 맞이하고 있는 중이라고 말할 수 있다.²⁵⁾

결국 기계가 모든 인간의 손을 대신하면 할수록 또 대량생산에서 오는 실증을 느끼면 느낄수록 手工藝의 역할은 인간에게 정서적인 면에서도 크게 이바지 하는 것이다. 手工藝는 대량생산의 양질 생산을 위한 형의 제작으로서도 또한 인간의 본연의 자세로 돌아가는 欲



(圖 6) 한승태·전기 스탠트(8회 상공미전)

求로서도 필요, 존재하는 것이다.

이렇듯 수공업의 필연성을 느끼는 반면 또한 고도로 발달한 기계문명 속에서 생산공예는 불가분의 영역이며 대량생산을 위해서 노동분업도 어쩔 수 없는 것이다.

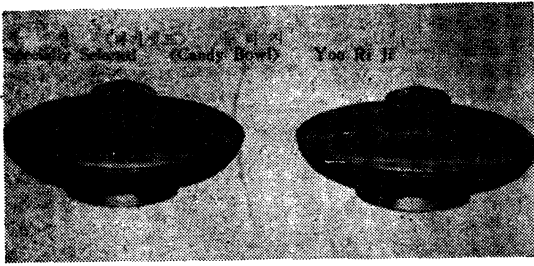
다음에 국전공예부와 상공미전의 공예 미술부에서 재료별로 구분하여 각 회마다 출품작품 수에 대한 Percentage를 내어보았다. 수록된 자료의 미비로 국전은 6회부터 22회까지 상공미전은 4회부터 8회까지 표시했다.

전체적인 국전의 경향을 보면 6회에서 10회까지는 주로 목공예와 자수를 중심으로 수공업적인 것에 지나지 않았고 이때는 한국의 공업력과 산업이 아직 근대 기술의 도입을 시도하고 있던 때라 고식적인 전승공예가 그 되풀이 속에 이루어졌다 하겠고 그 이후에는 도자기, 목공예, 염색 등의 활발한 움직임으로 기계의 도입에 따르는 산업의 근대화가 추진됨으로써 수공업 일변도에서 각종 도구의 발달로 인한 다양한 기법으로 발전해 왔다고 본다. 국전공예는 현대 한국공예를 발전시키는 원동력이 되었다고 할 수 있다.

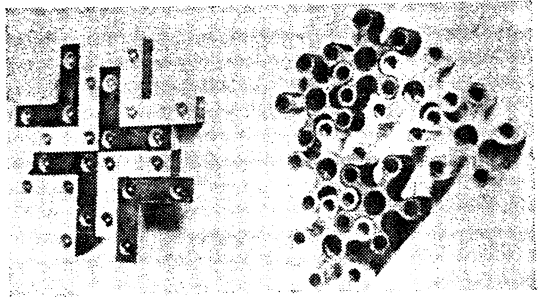
상공미전은 그 취지에 따라 기능성, 생산성 특히 量産의 가능성에 맞추어 국전과는 달리 수공업적인 염색, 석공예, 자수, 기타에서는 극히 소수에 불과하다. 목공예가 가장 많고(38.98%), 도자기(29.95%), 금속(20.79%)의 순이다.

목공예는 재료의 풍부성과 기계의 발달로 인한 제작과정의 용이점으로 다양한 형태를 창조하고 그 용도에 있어에서도 식탁용기나 과반 등이 많다.

25) 香山健一, 未來學, 崔林(譯)(서울:玄岩社, 1970) p. 212



(圖 7) 유리지 • Candy Bowl



(圖 8) 최영근 • 조립식 촛대

[표 1]

국전 공예부에서 재료별로 구분한 도표

(단위 : %)

年 度	재료별	도자기	목공예	염 색	금 속	석공예	자 수	기 타	(작품수) 총 수
	회수								
1957	6 회	1.96	58.22	19.60	—	5.88	9.80	7.84	51
1959	8 "	8	16	24	—	24	24	4	25
1960	9 "	12.82	30.76	7.69	20.51	5.12	17.94	5.12	39
1961	10 "	16.07	26.78	12.50	10.71	10.71	17.85	5.35	56
1962	11 "	31.34	37.31	13.43	5.97	1.49	10.44	—	67
1963	12 "	29.89	22.68	16.49	13.40	5.15	10.30	—	97
1964	13 "	35.03	43.06	9.48	5.75	1.45	4.37	0.72	137
1965	14 "	34.04	40.42	16.31	1.41	2.12	5.67	0.70	141
1966	15 "	32.35	43.38	15.44	2.94	2.20	2.94	0.73	136
1967	16 "	46.48	28.64	12.43	5.40	3.78	2.70	0.54	185
1968	17 "	48.46	29.23	14.61	2.30	3.84	1.53	—	130
1969	18 "	48.60	34.02	8.33	2.08	3.47	2.08	1.38	144
1970	19 "	45.90	16.39	14.75	4.91	8.19	3.27	6.55	61
1971	20 "	42.10	24.56	14.03	5.26	3.50	1.75	8.77	57
1972	21 "	43.93	18.18	10.60	4.54	7.57	13.63	1.51	66
1973	22 "	37.50	25.33	10.66	5.33	12	2.66	6.66	75
총 수		36.40	32.58	13.22	5.04	4.70	5.93	2.11	1,467

(표 2)

상공미전 공예부에서 재료별로 구분한 도표

(단위 : %)

年 度	재료별	도자기	목공예	염 색	금 속	석공예	자 수	기 타	(작품수) 총 수
	회수								
1969	4 회	31.50	41.09	3.42	21.23	0.68	—	2.05	146
1970	5 "	33.70	35.91	1.10	23.75	2.20	2.20	1.10	181
1971	6 "	30.32	35.24	3.27	21.31	0.81	—	9.01	122
1972	7 "	22.69	41.84	2.12	24.82	2.12	0.70	5.67	141
1973	8 "	30.49	31.13	6.38	12.05	4.96	2.12	2.83	141
총 수		29.95	38.98	3.27	20.79	2.18	1.09	3.83	731

도자기는 현대 생활방식에 따라 그 용도의 범위가 넓어졌다. 특히 커피 세트는 우리 생활에도 필수품이더니와 외국에서도 필요로 하는 것이어서 수출품으로서도 훌륭하다.

금속공예에서는 기계에 의해 만들 수 있는 단순한

형태가 특징으로 촛대나, 재떨이 등에 많이 응용된다. 국전의 금속공예가 소수인데 비해 상공미전에서 많은 현상은 순수공예와 생산공예의 차이점을 뜻한다. 생산공예는 생산자와 소비자와의 밀접한 관계가 있으므로 소비자를 위해 기능성은 물론이려니와 심미성, 경제성



(圖 9) 서동희·커피 세트(7회 상공미전)

을 고려해야 한다. 아무리 훌륭한 제품일지라도 소비자가 없다면 무가치한 것이다. 수출을 목표로 하는 한국의 현 실정에서 상공미전의 역할은 크다고 하겠다. 앞서도 말했듯이 가장 민족적인 것이 가장 세계적인 것이므로 한국적인 것은 세계적인 것이다. 그러므로 상공미전은 생산공예적인 방향으로 발전해 나가야 하겠으며 국전의 공예부와 흡사한 점을 탈피하여 한국민족의 특수성을 표현할 수 있는 이른바 우리의 생활양식에 부합되는 전전한 공예 디자인을 연구 발전시켜 나가야 할 것이며, 생산공예의 질을 향상시켜 주는 뒷받침 역할을 해야 할 것이다. 강조하고 싶은 점은, 생산공예는 항상 시대의 변천에 따라 對人的, 환경적 기능에 따르는 형태로 변모해 나가야 할 것이며, 순수공예라는 것은 그 나라의 고유한 민족의식을 바탕으로 작가의 내면세계를 표현하는 미의식을 주축으로 하는 공예로서, 그 존재는 현재나 미래에서도 영원함으로서, 새로운 생활문화가 형성될 수 있을 것으로 믿는다.

4. 結 論

지금까지의 고찰로 보아, 국전 공예와 상공미전 공예, 이 두 분야는 어디까지나 한국적이라는 역사적 배경과 고유한 전통을 현대적 표현으로 이끌어내는 시도에서는 공통점을 이루고 있으나 그 표현과정이나 작가들의 의도한 바에 있어서는 엄연히 서로 다른 길을 걷고 있음을 엿볼 수 있었다.

즉, 국전 공예는 미술의 한 영역 속에서 공예가들로부터 순수한 창조적인 조작 행위로서 작가적인 개성의 발현과 用과 美의 추구를 오직 일품공예제작에 역점을 두고 다듬어 지도록 유도하였기에 이를 순수공예로 규정짓는데 무리가 없을 것이다. 또 상공미전 공예는 그 자체가 가지고 있는 성격과 같이 수출진흥의 일환으로서 한국공예 개발에 중점을 두고 있고 또 이는



(圖 10) 성낙수·티 세트(8회 상공미전)

어디까지나 量産이라는 전제하에서 합목적성, 심미성, 경제성, 독창성, 질서성 등을 내포하고 있어 이를 생산공예라고 할 수 있는 것이다.

물론 국전 공예나 상공미전 공예에 있어서도, 형태와 기능이라는 문제는 항상 존재하고 있다. 형태와 기능은 정해진 공식에 의한 것이 아니며 항상 그 시대가 추구하는 至高의 美에 따라야 함은 물론이려니와 또한 상호 공존할 필요성을 가지고 있다.

그러나 형태와 기능이라는 문제에 있어서 서로 분리하여 생각해서는 안되겠지만, 어느 한 쪽에 관심을 더했느냐에 따라서 순수공예와 생산공예의 성격을 분리할 수 있음을 엿볼 수 있기도 하다. 즉, 순수공예는 기능성보다 형태미 내지 시작적인 조형미의 추구에 역점을 두고, 생산공예인 경우는 양질생산을 위해 심미성도 중요한 위치를 차지하고 있지만 보다 더 실용성, 합목적성, 경제성 등에 역점을 두고 있음을 알 수 있다.

이상과 같은 특성을 가진 국전 공예와 상공미전 공예는 다음과 같은 방향을 지향하여야 할 것이다.

즉, 순수공예는 작가의 정신이 작품의 시작부터 완성될 때까지 존재하는 것이며, 또 인간은 수공작으로부터 본능적으로 회열을 얻게 됨으로 인간 창작활동의 기본으로서, 대량생산의 양질을 위한 형의 제작으로서도 불가결한 존재로 이어져야 할 것이다.

생산 공예는 공업사회에 살고 있는 현시점에서 필연적인 존재임을 재확인함과 동시에 순수공예와의 비교로서 그 어느 우월성을 찾아서는 안될 것이다.

한국 현대공예가 들은 이상과 같이 형태와 기능의 상관성에 민감히 적응하고, 인간의 참된 내적 표현으로서 구체화 하며, 한국 현대공예의 위치 즉, 순수공예와 생산공예의 존엄성, 그 목적성을 확고히 함으로써 보다 향상된 내일을 기약할 것이다.

莞草製品 디자인

—製作工程과 디자인 工程을 中心으로—

Production process and process design for products based on dried rush.

南 相 教

서울女大 工藝學科 教授

* 前號(通卷 24號)에서 繼續

3. 莞草製品 製作工程과 디자인 工程

오랜 歷史와 傳統을 지닌 莞草製品이 現代文化 文明속에 살고 있는 우리들의 生活에 幅넓게 活用되지 못하고 있는 것은 그 材料가 지닌 長點의 未知, 補強의 未備와 生活機能에 따른 活用 및 디자인의 應用狹少 등으로 해서 幅넓게 利用되지 못한채 傳來되어 命脈을 維持할 따름이다. 따라서 앞으로 디자이너의 幅넓은 研究開發의 課題라 하겠다.

製品이 形成되기에는 製作工程과 디자인 工程은 不可分の 關係를 가지고 있으므로 다음의 基本이 되는 平面組織(花紋席, 花房席)과 立體組織(Slipper, Bag)의 工程 및 디자인 工程을 例示한다.

(1) 平面組織으로서의 製作工程 및 디자인 工程

① 花紋席 製作工程 및 規格

花紋席 製作地로서는 京畿道江華郡阿岾面 뿐이며 同面 陽五里가 主產地이다.

一般席은 織機를 통한 平織인(經絲가 緯絲 사

이에 들어감)에 比해 花紋席은 欸이틀(手編造틀)을 통한 平面欸이(緯皮를 經絲로 欸음)로 되어 있다.

① 花紋席 製作工程과 順序

手 編 製 順	工 程
날 감 기	고드레鐵에 葛糸(欸 詰질 現在 別로 使用치 않음)나 nylon 糸로 감아 틀에 經緯 間隔順으로 매단다.
欸 이	莞皮(太經種)를 規格에 맞추어(디자인에 맞추어) 割皮하여 欸어 나간다.
휘 감 기	欸어 나가면서 緯皮로 兩端을 휘어 감아 나간다.
무늬 넣 기	휘감한 날(經絲)로부터 最少限 3~4날 後에 디자인上에 明示된 部分을 染色莞皮(莞芯을 除去한 것)로 덮어 색워 欸는다.
끝 맺 음	다 欸은 後 葛糸 或은 nylon 糸로 매듭을 지어 끝을 맺는다.
뒷 손 질	工具(칼이나 가위)로 뒷손질하여 完成시킨다.

經緯間隔이나 대(緯皮)數는 應用幅이 넓으므로 任意로 調整할 수도 있다.

다음 普遍화된 規格을 例示하면 다음과 같다.

② 製作工程에 따른 規格(普通化된 寸數)

順	橫 (cm)	從 (cm)	經緯 間隔 (cm)	3cm 當 (대)	經 數 (날)	總대수 (대)	備 考
1	132	197	1.8	10	61	600	小品(下品)
			1.65	12	71	720	小品(中品)
			1.6	12	81	720	小品(高級品)
2	165	231	1.8	10	71	700	中品(下品)
			1.65	12	91	840	中品(中品)
			1.6	12	101	840	中品(高級品)
3	197	297	1.8	10	91	900	大品(下品)
			1.65	12	101	1,080	大品(中品)
			1.6	12	121	1,080	大品(高級品)

② 花房席 製作工程 및 規格

花房席 主產地로서는 京畿道江華郡고동과 慶北達城郡月背面과 慶南陝川郡草溪面, 全北沃溝郡羅浦面 等地로서 圓形, 角形 등이 生産되고 있다. 그러나 各地의 製作工程中 京畿, 慶北, 慶南은 바로 엮이를 하고 있으며 全北은 외로 엮이를 하고 있다. 材質別로는 花紋席의 境遇는 莞皮, 莞芯, 莞葉을 모두 使用하며 그 중 莞芯은 材質上 많은 利用은 되지 않고 있어 主가 되는 것은 莞皮, 莞葉이다.

① 花房席 製作工程(엮이) 및 順序

手 製 作 順	工 程
날 꼬기	莞皮로 製品全體量의 날을 끈다.
시초엮이	4날로서 始初엮이를 한다.
앞면엮이	시초 엮이를 하여 나가다 날과 날 사이가 넓어지면 다시 날을 대고 莞皮나 莞葉으로 엮어 나간다.
무늬넣기	前面 엮이를 하여 나가다 무늬部分을 染色된 莞草(皮, 芯, 葉)로서 디자인에 맞추어 엮어 나간다. 이때 莞葉의 境遇 莞葉下端部를 切斷하여 무늬 넣기를 한다.
3올 엮이	3날로서 前面 끝맺음을 한다.
옆면엮이	花房席 속(스몬치)을 利用할 때는 속 두께보다 낮게하여 속이 움직이지 않게 엮는다. 속을 必要로 하지 않을 때는 3올 엮이가 끝나면 즉시 後面엮이로 들어간다.
뒷면엮이	앞면(前面)엮이와 같이 엮되 반대로 엮어 끝맺음을 한다. 이때 무늬넣기는 必

要로 하지 않는다.

끝 맺 음	始初엮이와 같이 엮어 끝을 맺는다.
뒷 손 질	工具로서 完成된 製品의 뒷손질을 한다.

② 花房席 規格(普通化된 寸數) 및 所要材料量 —莞葉房席의 境遇—

치 수 (cm)	날수 (날)	一枚 當 所要材料		所要 時間	備 考
		莞皮 (g)	莞葉 (g)		
45.7(直徑)	128	100	300	12	
50.8(直徑)	256	130	350	13	

③ 莞草 디자인 工程

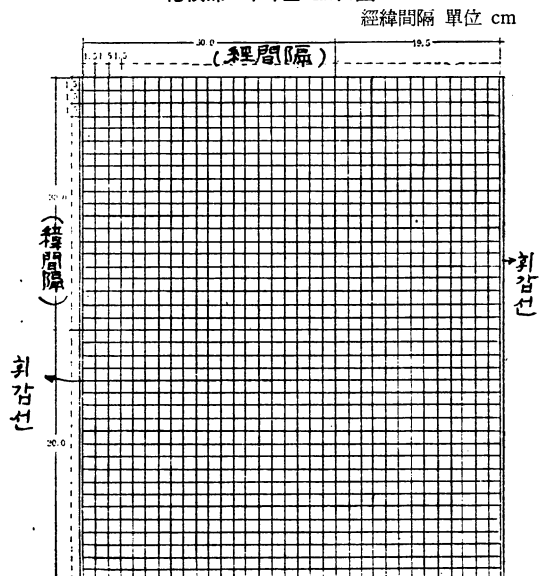
莞草의 產業的인 디자인은 社會與件에 따라 어떠한 購買力을 豫想(一品作品, 鑑賞作品 除外)하고 如何한 生産技術을 利用하여 目的物을 製作해 내느냐의 計劃과 設計가 되어야 한다. 디자인은 企業에 對한 貢獻이 되어야 한다고 생각할 때 卽, 消費者에 對한 貢獻이 있어야 한다.

產業的인 디자인은 科學과 藝術과 經濟的 條件을 同時에 滿足시켜 주어야 한다. 莞草 디자인을 하려면 莞草에 對한 材質의 物理的 變化와 材質이 주는 質感과 材料加工의 與件과 製作工程을 理解하여야 한다. 따라서 平面組織으로서의 基礎디자인 工程을 例示하면 다음과 같다.

① 花紋席 디자인 工程

디자인할 때는 方眼紙를 使用하는 것이 適當하다. 가령 經緯間隔(날과 날 사이) 3~5mm 를

花紋席 디자인 工程圖



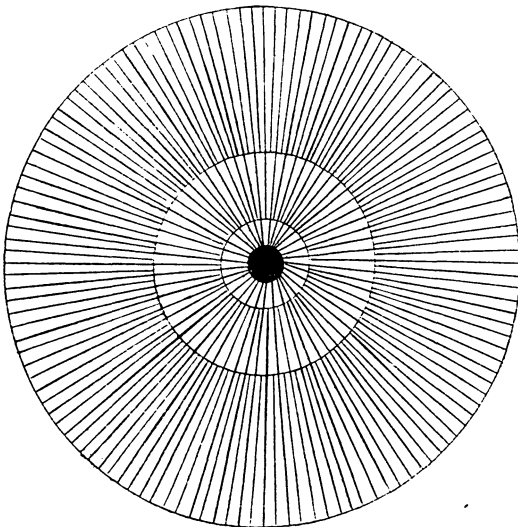
基準으로 해서 表面 디자인을 하여야 製作時 편하며 또한 兩端 휘잡을 감는 날로부터 最少限 3~4날 안(內)으로 들어와 表面무늬가 始作되어야 휘잡할 때 支障이 없다. 經緯間隔을 基準으로 染色皮를 덮어 엮는 故로 經緯間隔方向(橫으로 莞草대 한 올길기 方向)으로만 무늬 넣기가 可能함으로 圓形무늬는 不可能하다. 그러나 디자인具現을 爲한 研究가 進行 중임으로 앞으로는 自由自在의 디자인을 具現시킬 수 있을 것으로 믿으나 現行 디자인 工程의 基本은 다음 表를 參考하면 된다.

② 花房席 디자인 工程(手編加工 基本法)

花房席 뿐만 아니라 手編加工(엮이)用的 바닥이나 뚜껑을 엮을 때는 네 올(줄)로부터 始作하여 엮어 나간다. 엮어나갈 수록 間隔이 넓어짐으로 어느 限度 內에서 다시 날을 날과 날 사이에 넣어 엮으므로 날의 처음 間隔은 自然的으로 좁아진다. 이와 같은 製作工程에 맞추어 무늬를 넣게 되나 엮는 方向이 圓形方向임으로 한 바퀴 돌아오는 圓形은 可能하나 平面組織上에서 圓形 디자인은 不可能하다. 디자인 工程의 基本은 다음 表를 參考하면 된다.

花房席 디자인 工程圖

4올(날)로 始作하여 8날(*), 16날, 32날, 64날, 128날, 256날 順으로 날을 넣는다.



(2) 立體組織으로서의 製作工程 및 디자인 工程

① 莞芯材를 利用한 Slipper 製作工程 및 規格

Slipper 主產地로서는 慶北 達城郡 月背面, 全北沃溝郡羅浦面, 慶南陝川郡龍洲面과 草溪面이며 莞草製品으로서는 海外輸出이 第一 먼저의 것이다.

① Slipper 製作工程 및 順序

製作 順	工 程
제작준비	莞芯을 選定하여 寸數에 맞도록 切斷하여 製作準備를 한다.
바닥엮이	날을 신골에 맞추어 엮는다.
측면, 전면 엮이	바닥을 完全히 엮고 신골에 맞추어 끝나면 측면을 엮고 전면을 디자인에 準해서 엮는다.
끝 맺 음	마지막 엮이로 끝을 맺는다.
뒷 손 질	完成後 處理를 한다.

② Slipper 規格(普遍화된 寸數) 및 所要材料量

※ 莞芯量 3.75kg의 境遇 Slipper 約 30足を 生産

구분 치수 (cm)	날 (신총)	바닥줄 (날)	바닥 폭 위 (cm)	아래 (cm)	코높이 옆싸기 (cm)	비고
22.9	27	18	7.6	5.1	8.2	앞 3줄
24.0	28	18	7.62	5.3	8.5	위 1줄
25.4	30	20	7.9	5.6	8.9	
26.7	31	20	8.2	5.8	9.2	
27.9	33	20	8.2	6.0	10.7	
29.2	34	20	8.5	6.3	11.1	
30.5	36	20	8.6	6.8	11.4	

② Bag 製作工程 및 規格

Bag 主產地는 花房席主產地와 같으며 그 材質別 活用도 같다. 또한 立體組織을 形成시키는 方法은 그 應用加工 如何에 따라 狀況이 다르므로 一定한 製作工程이나 規格이 없다. 그러나 普遍화된 加工方法으로는 바닥으로부터 측면 必要에 따라 뚜껑, 손잡이 등의 複合工程으로 形成되므로 基本工程과 規格을 例示하면 다음과 같다.

① Bag 製作工程 및 順序

製作 順	工 程
날 꼬 기	莞皮로 날을 곤다.
바닥엮이	角形 Bag의 境遇는 Bag 型에 依해 바닥을 엮고 圓形의 境遇는 花房席 때와 같이 엮고 측면 엮이를 한다.
3올 엮이	바닥엮이가 끝나면 측면 엮이를 爲하여 3올 엮이를 하여 立體形成을 시킨다.

측면엮이	準備한 디자인과 같이 엮는다.
무늬넣기	染色된 莞皮, 莞葉, 莞芯으로서 디자인에 依해 엮는다.
끈 달 기	끈을 엮어 別途로 다는 境遇도 있으나 衒을 別途로 裴서 끈을 엮을 때도 있다.
뚜껑엮이	바닥 엮이나 측면 엮이 때와 같이 치수에 맞추어 엮는다.
끝 맺 음	마지막 엮이로 끝을 맺는다.
뒷 손 질	表面을 工具로 다듬고 全體的인 均衡을 잡아 完成시킨다.

以上 基本工程을 土台로 平面的인 것과 立體的인 것을 應用하면 日用品을 비롯하여 裝飾物에 이르기까지 多樣하게 製作할 수 있다.

製品製作 前에 반드시 準備하여야 할 것은 莞草를 물에 불리는 일이다. 製品을 始作하기 前 莞草를 約 15分 前에 浸水시켜서 使用하여야 하며 使用 後는 반드시 乾燥시켰다 다음 製作時에 다시 浸水시켜 使用하여야 한다. 만약 浸水狀態에서 時間이 많이 經過하면 莞草本來의 光澤을 喪失시킬 우려도 있고 乾燥 後의 伸縮의 度가 크므로 製品에 損失을 가져오게 된다.

① Bag 規格(普遍화된 寸數) 및 所要材料

Bag 規格이 一般 Hand Bag 을 비롯 Shopping Bag 에 이르기까지 多種이며 形도 角形을 비롯 圓形에 이므로 規格도 多樣하나 여기에서는 莞葉角形 Shopping Bag 을 例示한다.

區分 品目	윗 넓이 (cm)	밑 넓이 (cm)	전·후 면 넓이 (cm)	옆 넓이 (cm)	1 個 當 所要材料	
					莞皮 (g)	莞葉 (g)
角形莞葉 bag	31×11	26×8	31×23	11×26×8	50	250

圖 1. 莞皮花紋席 供試規格 所要材料量 制限時間

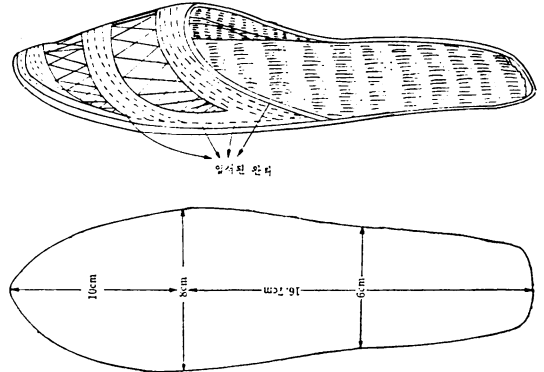
橫 (cm)	縱 (cm)	經緯間隔 (cm)	3cm當대수 (대)	經 數 (날)	總 대 수 (대)	制限時間 (시간)	備 考
49.5	60	1.5	12	31	240	20	디자인은 前記한 工程圖에 依하고 表面 무늬 1/3

圖 2. 莞芯 Slipper 供試規格 所要材料量 制限時間

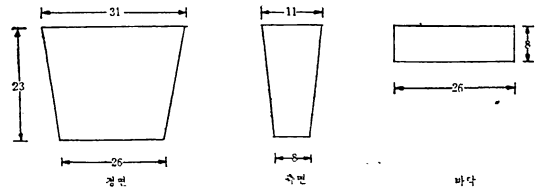
寸 數 (cm)	날 (신총)	바닥줄	바 닥 폭		코높이 (cm)	옆싸기	制 限 時 間	備 考
			上端幅 (cm)	下端幅 (cm)				
26.7×8×6	31	20	8.0	6.0	9.0	앞 3줄 뒤 1줄	2	앞 : slipper 앞부분 뒤 : slipper 뒷부분 디자인은 前記 工程圖에 依하고 表面 무늬 1/10

③ 디자인 工程

① Slipper 디자인 工程圖



② Shopping Bag 디자인 工程圖



4. 莞草手編加工과 디자인에 關한 試驗

(1) 試驗對象

① 京畿道江華郡阿帖面陽五里 所在 花紋席 手編加工 技能士

② 慶南陝川郡陝川洞 所在 慶南 莞草工藝協同組合 傘下 陝川洞外谷里 및 內谷里, 龍洲面, 草溪面 技能士

③ 國際技能올림픽大會 韓國委員會 主催 第1, 2, 3回 全國技能競技大會에 出戰한 技能士

圖 3. 莞葉 Mat 供試規格 所要材料量 制限時間

寸 數 (cm)	날 수 (날)	一枚當 所要材料		制 限 時 間	備 考
		莞 皮 (g)	莞 葉 (g)		
45.7(直徑)	128	90	330	18	2重으로 엮되 “스폰치”를 넣고 “스폰치” 두께 3cm 디자인은 前記한 工程圖에 依하고 表面무늬 1/3
50.7(直徑)	256	120	350	20	

圖 4. 莞葉 Bag 供試規格 所要材料量 制限時間

寸 數 (cm)	1個當 所要材料		制 限 時 間	備 考
	莞 皮 (g)	莞 葉 (g)		
윗 넓 이 31×11 밑 넓 이 26×8 전면 넓 이 31×23×26 후면 넓 이 31×23×26 옆면 넓 이 11×26×8×23	50	250	20	※ 角形의 境遇 ※ 디자인은 前記한 工程圖에 依하고 表面무늬 前 後 1/3

④ 農村振興廳에서 農家副業團地別 技術 再教育 및 訓練時 訓練生

(2) 遂行方法

① 供試材料

京畿道地方의 太莖種과 慶南地方의 細莖種(早期裁位한 것)의 莞皮, 莞芯, 莞葉

② 供試方法

材質別 製品製作에 따른 規格, 所要材料量, 製作制限 時間.

5. 結果 및 考察

(1) 莞皮材를 利用한 디자인에 따른 手編加工

平組織으로 手編造된 花紋席製品은 一般席 編造工程에 比하여 準備工程과 編造作業工程이 많고 까다로운 點이 缺點이나 또한 花紋席은 經絲가 表面으로 薄出하고 莞皮組織의 表面이 厚出하는데 比해 一般席은 莞皮經緯組織 사이에 經絲가 插入됨으로 平組織은 花紋席에 比해 平滑하여 細皮組織을 形成시킬 수 있는 利點이 있었다.

그러나 花紋席과 같이 디자인 描出이 어려운 缺點이 있었다. 따라서 花紋席의 무늬넣기 (3. (1) ③—①) 花紋席 디자인 工程圖와 (3. (1) ①—①) 花紋席 手編加工 工程 및 順序는 一旦 緯皮에다

덧씩워 經絲로 엮게 됨으로 乾燥하면 弱해지나 獨特한 맛이 長點이라 할 수 있었다. 따라서 細皮編造는 手編上 問題 뿐 아니라 經濟上 問題가 크다. 그러나 工程이 橫과 從의 엮이로된 組織體임으로 디자인은 橫과 從 線上에서는 可能하나 經과 經 사이에서 (中間) 무늬出發이 不可하고 또 圓形 디자인도 不可하였다. 따라서 디자인가 디자인 할 때는 工程에 따른 規格을 正確하게 取扱치 않으면 그 디자인은 쓸모없는 디자인이 된다.

(3. (1) ①—②(高級品))과 圖 1의 花紋席 規格과의 條件을 同一條件에서 規格과 時間을 測定한 結果 1인의 熟練工이 1時間에 從 3cm, 橫 45cm가 能率上 適合한 것으로 結論을 얻었다.

(2) 莞芯材를 利用한 Slipper 디자인에 따른 手編加工

莞芯 3.75kg를 手編加工하면 Slipper 27~30足 程度 生産할 수 있었다.

圖 2의 境遇 生産可能量은 熟練工(6個月以上)이 8時間에 16~18足 生産할 수 있었으나 加工地 事情으로 볼 때 大部分의 加工者가 女性이므로 家政, 農事 등으로 繼續生産이 不可함으로 一般的으로 1日 生産量은 平均 10~15足에 達하였다.

加工者의 年齡이 少年層으로부터 老年層에 이르기까지 生産可能하나 年令階層에 따라 差異點을 보였다.

따라서 年少層이 多少 많은 生産率을 보였으나 稠密性, 技能度가 弱한 것을 또한 볼 수 있었다.

一般的으로 加工狀況을 보면 材料의 經濟性, 加工의 準備性, 稠密度, 技能度와 時間에 對하여는 比較的 概念조차 없는 것으로 보았다. 따라서 技術普及 및 訓練에서는 體系的 教育訓練과 精神訓練이 強化되었으면 하는 생각이 들었다.

(3) 莞葉材를 利用한 Mat, Bag 디자인에 따른 手編加工

莞葉製品은 現今에 이르러서는 多種多樣的 製品生産을 하고 있으나 1963年 全國手編加工地를 調査하였을 때만 하여도 葛布壁紙를 부친 후 그 周邊을 美化시키는 Rope로 使用될 뿐이었다.

그 以前은 燃料나 堆肥로 利用되었었다 한다. 그러나 前記한 材質이 지닌 長點에 비추어 現代 生活 感情에 呼吸이 잘 되는 가답에 愛護를 받고 있다.

手編加工에 따라 디자인의 基本方向이 다르므로 Mat와 Bag을 對象으로 하여 (3. (1) ③—②)과 圖 3의 境遇 加工過程中 中間에 “스폰지”를 插入함으로써 加一層 保温과 彈力性을 添加하여 效果를 거두었다.

따라서 (3. (2) ③—②)와 圖 4의 境遇는 一般 加工地에서는 1個 手編加工時間이 熟練工일때 15~16時間이 所要되나 무늬를 插入하였을 때는 그 所要時間이 4~5時間 程度 增加된다. 그러나 收益은 2~3倍 程度 增加함으로 利得의 比가 높다고 보았다.

6. 綜合考察

莞草材는 纖維料作物(Fiber crops)로서 莖이 剛柔하나 莖外皮部가 強靱한데다 自然光澤의 優雅함은 人工材에 比할 수 없는 特性을 지닌 材料로서 農家를 中心으로 生活用品으로 製作되어 오던 중 1960年代 以後 需要供給이 急増함에 따라 農家副業品目의 一翼으로 生産의 活氣가 高調되었으나 大概가 生材料를 利用하고 있는 關係로 해서 製品이 쉽게 變質되어 短命한 데다 手編加工의 制限, 디자인의 制限 등으로 製品의

應用加工에 따른 多樣化를 期하기가 困難하였 다.

以上과 같은 點을 補助하기 爲하여 材料 採取 및 材料加工과 디자인에 따른 手編加工 工程을 土臺로 實驗해 본 結果 다음과 같다.

(1) 莞草材 加工

莞草의 太莖種材는 平面組織을 形成시키는 莞席材로서 適材였고 細莖種材는 立體組織을 纖維하게 構成시키는 手編造 및 平面組織 加工材로서 適材였으며 그 良質의 材料를 얻기 爲해서는 採取時期를 莞草의 結實期인 開花期가 適期였으며 採取 後는 可級的 當日 莞芯을 分割하여 乾燥시키지 않으면 加工用材로서는 不適格이었다.

乾燥시켜 保管했던 것을 디자인에 따라 手編 내지 製織할 때는 사전에 材料加工을 하게 된다. 그 實驗結果를 考察하여 보면 다음과 같았다.

① 精練으로서는 水浸 및 浸水方法, 煮沸方法, 苛性硝達 煮沸方法, 硝達灰 煮沸方法이 效果의 이었다.

② 漂白으로서는 次亞鹽酸漂白과 亞鹽酸硝達方法이 권장할만 하다고 보았다.

③ 染色으로서는 前記한 被染物試料 水浸 및 精練, 染料의 選定法과 染色方法, Cationic 染料, 色相, 混色, 溫度, 時間, 染料의 性質, 染色上의 經濟性 등에 따라 染色하면 現行 이루어지고 있는 鹽基性染料 染色法의 缺點을 補充함은 勿論 보다 效果를 거두는 關係로 勸獎하는 바이다.

④ 變色, 變質防止, 柔軟加工

變色, 變質防止處理 및 柔軟加工方法(前記參照)과 같은 方法을 利用하면 可能하다고 보았으며 現行 實施하고 있는 硫黃薰蒸方法은 할 必要가 없게 되리라 믿는다.

(2) 莞草 디자인에 따른 手編加工

手編加工品과 디자인과는 不可分의 關係를 가지고 있다. 따라서 手編加工 工程은 디자인 工程과 遊離시킬 수 없는 不可避한 連關을 가지고 있다. 그러나 農家中心으로 傳承하여온 手編加工品들은 當時의 生活機能에 依해 供給되었을 따름으로 디자인에 따른 應用加工이란 點은 생각하지 못하고 生産되어 왔으나 社會變遷으로 因하여 需要供給이 急増함에 따라 漸次 改善 내

지 開發된 디자인을 希求하기에 이르렀다고 보아 前記한 問題들을 試驗한 結果 다음과 같은 結論을 얻었다.

手編造法에 따른 素材 및 디자인工程이 各已 다르기는 하나 共通의인 結果는 디자인이 從來의 것에서 바뀌거나 改善 開發이 되었을 때는 從來因習에 依해 加工되던 時間보다 平均 3倍 以上の 努力과 時間이 消費되었다.

그러나 같은 디자인을 3~5回 程度 反復하면 從來因習에 依해 加工할 때와 같은 時間으로 編造할 수 있었다.

따라서 디자인 改善 開發은 可能하다고 보았

다.

또한 디자인에 따라 手編加工 工程이 (花紋席除外)地域的 差로 因해 바른 편(右)엮이와 외로 엮이(左)에 依해 製品의 差異를 가져왔다.

前者의 境遇는 製品의 稠密性이 良好한 反面 編造時間이 많이 들며 後者の 境遇는 製品의 稠密性이 弱한 反面 時間的으로는 빠르다.

그러나 品質의 附加價值 面으로 볼 때 前者의 境遇가 效果 面에서 컸다. 또한 手編加工에 따른 디자이너의 많은 確保와 技術訓練 및 普及이 아쉬웠다고 보았다.

第10回 商工美展 圖錄 販賣中

第10回 商工美展 展示作品 收錄

- 入選作品
- 特選作品
- 入賞作品
- 推薦作家 및 審査委員作品

總 106페이지 豪華洋裝

값 5,000 원

發行 및 販賣處: 韓國디자인包裝센터

전화 (73) 5375~8

近代 韓國 刺繡 디자인의 變遷과 特性

The flucturation and characterization of modern Korean embroidery design.

金 順 燮

漢陽大附設 漢陽女實專 講師・繡會 會長

* 前號(通卷 24號)에서 繼續

(3) 第2期の刺繡

1945年 8. 15 해방으로부터 刺繡의 현대적인 자세가 정립된 1970年代까지의 혼란과 전환의 시기를 의미한다. 그러나 1945~1950년까지는 해방 직후의 혼란과 美軍政, 대한민국수립 등으로 社會도 美術界도 안정되지 않았고 더구나 1950年 6. 25動亂이 일어나 1953年 휴전에 이르기까지는 전 국토가 戰禍로 뒤덮였기 때문에 모든 文化活動은 중단되고 刺繡界에서도 새로운 刺繡의 창조는 고사하고 이제까지 간직한 자수품마저 전쟁으로 없어지고 불타버렸다. 따라서 事實上 이 時期는 1953年 이후 休戰으로 인하여 社會情勢가 안정된 때부터라 할 수 있다.

① 時期的 狀況

1945年 8月 15日の 해방은 암흑기에 처해있던 우리나라 美術界에도 광명과 희망의 새아침이었다. 그러나 외세에 의한 갑작스런 해방은 주체의식이나 전통의식의 부족과, 정치, 경제, 사회 및 사상적 혼란, 외세의 영향 등으로 새로운 혼란에 처해 혼란과 무질서, 혼돈의 外樣 속에서 현대로의 탈피과정을 밟아왔다. 물론 이들 중에서 가장 큰 원인이 된 것은 갑자기 몰려든 너무도 큰 외세의 압력이었다. 창조적 활동을 억압당

해 오던 美術家들도 建國이라는 外的 조건은 그들에게 행동상의 변혁은 가져왔어도 작품상에는 별다른 변모를 초래하지 못했다. 더우기 희망과 의욕에 충만했던 黎明期에 6. 25의 민족 수난이 찾아와 창조적인 예술활동은 극심한 材料難과 더불어 不振을免할 길이 없고 거의 불가능하게 되었다. 그러나 6. 25동란을 통한 민족적 자각과 자주의식의 확립은 他 分野의 즐거워 再建과 함께 공예 분야에서도 본래의 모습을 되찾는 움직임을 보여 주었다. 이렇게 動亂의 慘劇에서 되찾은 주체의식과 자주정신이 전통 부흥의 모습으로 구체적으로 나타나 찬란한 공예 한국의 전통을 현대적인 디자인과 시설 위에 재건하려는 의욕에 충만하게 되었다. 李慶成 教授는 1945年 8. 15 해방 직후의 공예 현황을 다음과 같이 말한다.

「이때는 갑작스런 해방으로 공예계는 감퇴를 못 잡고 제품은 조악하고 디자인은 저속하였다. 다만 美軍의 軍需物資에 결여되어 밀려든 미국 물품의 디자인 감각과 그들이 선물로 가져갈 한국의 특산물 등이 요구되어 공예계는 학계나 전문가보다도 오히려 일반 대중 속에서 혁신의 기틀이 잡히기 시작했다. 그와 같은 외국인의 요청에 따라 생긴 것이 1946年 3月 10日 美軍政府의 후원으로 생긴 조선공예가협회였다. 이들은 이렇다할 활동도 없이 몇몇 회원이 미군정부의 자문에 의하여 良質의 나전칠기를 만들고 그것을 추천한데 지

나지 않았다.」¹⁶

이 시기에 공예부문의 움직임은 1945년 11월에 창설된 조선미술협회에 공예부가 생김으로써 시작되었고 1946년 당시의 혼란한 공예계를 淨化하고 좋은 공예품을 만들려는 목적으로 생긴 것이 조선공예가협회이다. 이때의 임원을 보면 회장에 金在奭, 부회장에 姜菴園, 상무이사에 白泰元, 刺繡部委員은 尹鳳淑, ¹⁷ 張善禧, ¹⁸ 유복신이었다. ¹⁹ 얼마 후 1946년 3월 15日には 조선상업미술가협회가 생겼으나 2, 3회의 전람회를 한 후 호지부지되고 말았고 1949년에는 생활미술연구회라는 단체가 생겼으나 첫번째 전시회를 갖고는 곧 사라지고 말았다. ²⁰

이 시기에 공예계는 앞날의 발전을 기약하는 두 가지 경사스런 일이 있었는데 그 하나는 1949년 9월 22일 대한민국미술전람회(國展)가 창설되어 공예가들은 물론 공예품을 애용하는 일반 시민들이 예술품으로서의 공예에 대한 관심을 갖게된 것이고²¹, 또 하나는 梨花女大의 자수과, 생활미술과, 서울대의 응용미술과, 弘益大의 공예과 등 각급대학에서 공예 디자인을 전공으로 하는 학과가 생기어 공예가 다른 순수미술과 동등한 위치에서 大學 教科過程으로 다루어져 전문적인 디자이너의 등장을 기대할 수 있게 되었다는 사실이다.

이경성 교수의 다음과 같은 말로써 1950년 이후 한국의 현대 공예를 이끌어 나갈 젊은 공예가들이 위와 같은 대학의 교육 속에서 성장되었음을 알 수 있다.

「이 국전공예의 방향은 곧 서울大 美大와 梨花女大 자수과의 교육 방향과 같은 것이어서, 디자인과 형태가 약간 새로워졌다는 것은 미대 출신의 젊은 공예가들이 그들의 감각과 시각으로 그 전에 없던 것을 모색해서 나온 결과라고 생각된다.」²²

1945년에 생긴 조선미술협회는 1949년에 대한미술협회라 개칭되었고, 1955년 현재의 공예 및 도안부 회원은 金奉龍, 姜菴園, 張基命, 金惠卿, ²³ 嚴丁潤, ²⁴ 金在奭, 金仁淑, ²⁵ 朴鐵柱, 李完錫, 權寧庠, 金榮柱, 洪淳文, 劉允相, 趙能植 등이었다.

한편 당시 미술계 兩立의 또 하나의 단체인 한국미술가협회 속에도 응용미술부가 있어 위원으로는 韓弘澤, 金貞桓, 李順石 등이 있었고, 회원으로는 李奉先, 金鎮甲, 白泰昊, 趙貞鎬, ²⁶ 南瑤祐, 朴呂玉²⁷ 등이 있었다. 한국에 추상예술이 정착하기 시작할 때쯤인 1955년에도 朴星三, 朴呂玉, 趙貞鎬, 金在奭, 朴鐵柱, 劉康烈, 白泰元 등이 同人인 공예작가동인회가, 1961년에는 한국응용미술가협회가 생겼다.

한편 변모해 가는 공예의 양상 속에 종래의 수공예 위위에서 기계공예의 진출이 이루어지자 현대 디자인

운동이 전개되고 그래픽 디자인을 지향하는 단체가 생기게 되었다. 즉, 1963년에 한국그래픽아트회가 생기고, 이 무렵에 한국상업미술가협회가 생겼다. 그 외에도 1965년에 한국선전미술회, 한국공예가회가, 1967년에는 프리즘 그래픽 디자인 그룹이 생겼다. ²⁸

이렇게 디자인 部門의 확장 운동이 적극적으로 일어난 것은 당시 경제면의 급속한 긴장에 依한 生産量의 증가가 디자인계에 커다란 영향을 준데서 비롯된 것이었다. 一面 需要量의 증가에 의한 새로운 제품의 開發도 活潑化되어 디자이너의 적극적 협력을 요구하게 되었다. 거기에서 外貨獲得을 위한 무역 개발은 각 기업체가 獨白의이며 質의인 우수제품 및 工藝品 開發에 힘쓰게 되므로써 디자이너에 대한 기대가 더욱 커지게 되었고 디자이너의 사회에 대한 구체적 참가 정도는 일층 강하게 되었다. ²⁹

이러한 시대적 요구에 따라 정부는 1966년 8월 대한민국 상공미술전람회를 창설하여 우수한 디자인 創案 氣風을 진작시켜 美術의 경제개발에의 적극적인 참여를 도모하는데 이바지 할 수 있게 하고 美術界와 產業界를 直結시켜 디자인 改善를 촉진시키는 계기를 마련하게 되었다. ³⁰

1969년에는 한국디자인센터가 서울大 美大 구내에 설치되었다가 후에 이것은 한국디자인포장센터로 發展하여 수출 상품의 디자인과 포장에 重點을 두게 되었

¹⁶ 李慶成, 韓國近代美術研究 (서울: 동화출판공사, 1974), p. 194

¹⁷ 1915년 원산출생, 日本동경미전자수와 졸업, 鮮展, 國展 통해 작품활동, 1948년 개인전, 현재 사망.

¹⁸ 1896년 平壤出生, 東京美專刺繡科卒業, 해방 후 梨花女大 刺繡科 主任教授, 국전심사위원·추천·초대작가로 활약, 현재 사망.

¹⁹ 李慶成(편), 한국근대미술자료 (서울: 예술원 사무국, 1971), p. 193

²⁰ 李慶成, 韓國近代美術研究 (서울: 동화출판공사, 1974), p. 211

²¹ 바로 앞 책, p. 51

이순석(편), 現代의 工藝(서울: 예술원 사무국, 1971), p. 435

²² 바로 앞 책, p. 202

²³ 現在 梨花女大 刺繡科 科長

²⁴ 現在 梨花女大 刺繡科 教授

²⁵ 現在 梨花女大 刺繡科 講師

²⁶ 1914년 충남 예산출생. 일본동경미전 자수과 졸업 후 강릉여중 교사, 해방 후 이대미대 자수와 강사, 현재 국전에서 추천초대작가로 활약.

²⁷ 1912년 충남 예산 출생. 동경미전 자수와 졸업. 鮮展에 많은 작품 해방 후 목포여중, 덕성여대, 수도여사대에서 교편생활, 1953년 부산, 목포에서 개인전

²⁸ 李慶成, 한국근대미술연구 (서울: 동화출판공사, 1974), p. 212.

²⁹ 白泰昊(편), 工藝(서울: 예술원 사무국, 1966) p. 244.

³⁰ 李慶成, 한국근대미술연구(서울: 동화출판공사, 1974), p. 218

다.^⑪

이와 같이 工業의 現代化나 생활환경의 변혁에 따라 새로운 것을 希求하는 동시에 傳統工藝에 대한 鄉愁나 관심이 높아져 1967년에 한국공예대전^⑫이 1969년에는 동아일보사 주최로 한국현대창작공예전(동아공예전)^⑬이 열리기 始作했다.

위에서 工藝 全般의 狀況에 대해 알아 보았는데 이제는 刺繡界의 狀況을 살펴보기로 한다. 日帝時代까지만 해도 女性들이 결혼 준비품으로서 베개, 수저집, 방석 등을 만드는 습관이 있어 많은 女性들이 刺繡를 떠나지 않고 관심을 가졌지만 第2期에 와서는 生活이 바빠지게 되고 衣生活, 生活樣式의 변천에 따라 그러한 습관은 없어지고 수예품을 상점에서 구입하거나 繡를 다른 것으로 代用해서 繡의 需要는 자연히 줄어 들었다. 또한 혼란으로 住民 生活이 흐트러져 生活 美化나 장식의 氣風이 減少됨에 따라 刺繡 作品의 注文이 적어지고 刺繡 作家도 적어지고 刺繡라는 傳統 藝術이 쇠퇴할 狀況에 놓여졌다. 이때 민예품 특산물이란 명목으로 외국인들 상대로한 영리적인 刺繡製品들이 쏟아져 나오기는 했으나 그것들은 저속하고 단조로운 商品에 불과했다.

이러한 渦中에서도 1945년 10월 梨花女大에 美術科가 設置^⑭되어 한국 최초로 大學過程에서 刺繡를 敎育하게 되었는데 이것은 그 후의 刺繡發展에 큰 계기가 되었으며 여기서 본격적으로 刺繡를 공부한 刺繡作家들의 활약이 刺繡界에 새로운 활력을 불어 넣어 그 發展의 기틀을 잡게 하였다. 또한 1947년에는 淑明女大에도 미술과^⑮가 창설되어 東洋畫, 西洋畫, 刺繡手藝의 3科를 中心으로 지도하였으나 1953년 서울 환도 뒤에는 가사과에 병합되었으니 자수계에서는 큰 손실이었다고 할 수 있다.

1949년 9월 國展이 창설되어 工藝部가 설치된 것은 다른 工藝와 더불어 刺繡의 發展을 위해서도 획기적인 일이었다. 6.25가 끝나고 1954년 서울大에 응용미술과가 설치되고, 弘益大에 공예과가 생기는 등 각 대학 미술대에 응용미술과가 생김으로써 다른 모든 工藝部門과 더불어 刺繡工藝 發展의 길이 열리게 되었다. 그러나 초창기에는 日帝敎育의 영향으로 創意力과 디자인 능력이 부족한 寫實과 繪畫爲主를 바탕으로한 刺繡가 지배적인 경향으로 등장하기도 했지만 黎明期에 處해 있는 刺繡家들은 저마다 취미대로 능력대로 先進 各國의 工藝思潮를 흡수 동화하여 形態와 色彩에 있어서 혼란기의 모방적 경향에서 탈피하고, 또한 西歐 文明의 직접적인 流入으로 西洋刺繡가 널리 보급되는 한편 主題도 다양해지는 등 새 時代의 感覺을 살펴 보려는 노력을 보였다. 이렇게 모방적 경향을 배제하려는 意

慾적인 刺繡家들의 원대한 노력의 결과 1960年代에 이르러서는 보다 現代적인 디자인과 色彩構成으로 그 質的 向上을 도모하게 되었고 抽象化 경향을 띄어 自然을 主題로 하여 抽象化한 것도 있고 人間의 內面世界를 主題로 다룬 것도 많다. 뿐만 아니라 李朝時代의 紋樣과 主題를 바탕으로 해서 現代感覺에 맞게 抽象化한 作品도 행해지는 등 「國展에서도 종래의 리얼리즘이 裝飾的 抽象的 디자인으로 변모함으로써 자수의 本軌道를 찾아가고 또 刺繡 本來의 使命에 충실하려는 의욕적인 出品을 보게 된다」.^⑯ 또한 材料에 있어서도 時代의 공통된 요구의 반영으로 傳來의 緋緞絲, 불란서 刺繡絲 이 외에 리리아실, 안다리아실, 털실, 리본실, 魚網絲, 人絹, 나이론 등의 여러 가지 실이 이 在來의 것 外에 麻, 돛자리, 꾸데, 網紗, 수세미, 그물, 소가죽, 세무, 장판지 등 각종 합성섬유, 비닐 및 무늬목 등이 바탕천을 대신하여 폭넓게 使用되고 있다.

여기서 看過할 수 없는 刺繡界의 重要한 事件은 1971년에 「緣繡會」가 結成된 사실이다. 이들은 1971년 創立展을 열고 이제까지 4회의 展示會를 가졌는데 이에 대해서 백태호 교수는 「刺繡를 專攻한 女性들만의 緣繡會展은 처음 보여주는 發表展이었으나 從來의 보수적 技法이나 관념적인 디자인을 떠나 새로운 方向에서 造形性을 追究하려는 現代의 刺繡의 可能性을 제시하였으며, 정리되지 못한 우리 나라 刺繡에 좋은 지침과 淸량제가 되었으면 하는 생각과 계속적인 研究活動을 기대하여 본다」^⑰고 말하고, 이순석 교수는 “이화여자 대학교 미술대학 자수와 동문들로 발족을 본 「녹수회」는 第2回展^⑱을 (12.1~5)을 통해 傳統刺繡의 침체상태에서 벗어나지 못한 韓國 刺繡界에 새로운 時代 感覺을 불어넣는 주목할 만한 역할을 한 기대되는 展示會를 가졌다. 7명의 會員이 참가한 이 展示會는 그 작은 규모에 비해 넘치는 意慾과 참신한 感覺을 보였고 우리 刺繡界의 方向 轉換에 공헌하는 바 있으리라 본다」^⑲고 緣繡會 活動의 重要性을 피력한 바 있다.

⑪ 바로 앞 책, p. 232

⑫ 白泰昊(원), 工藝(서울: 예술원 사무국, 1968), p. 132.

⑬ 李慶成(원), 美術資料(서울: 예술원 사무국, 1971), p. 311.

⑭ 鄭忠良, 梨花80年史(서울: 이화80년사편찬위원회, 1968), p. 774

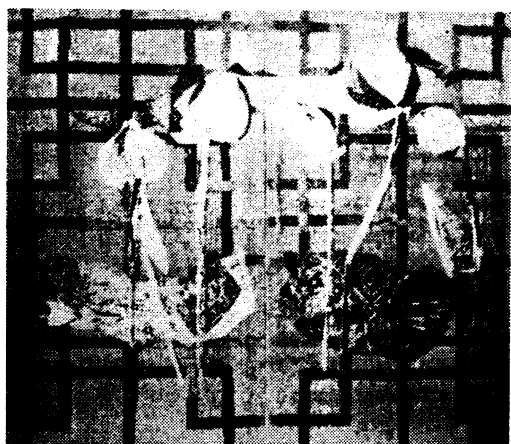
⑮ 金永基(원), 韓國女性美術 40年史(서울: 梨花女子大學校 出版部, 1958) p. 174

⑯ 李順石(원), 現代의 工藝(서울: 예술원 사무국, 1971), p. 438

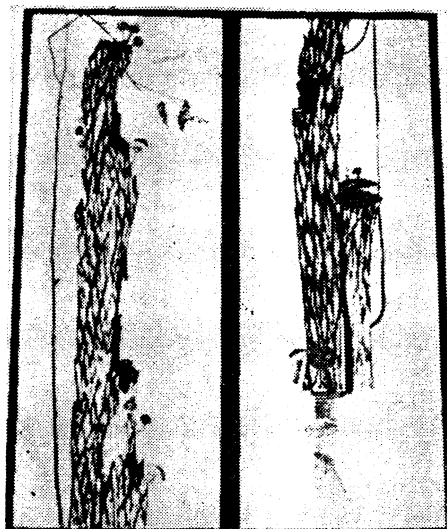
⑰ 白泰昊(원), 工藝(서울: 대한민국예술원, 1972), p. 116

⑱ 李順石(원), 工藝美術概觀(서울: 대한민국 예술원, 1973), p. 122. 이 책에는 창립전이라고 쓰여 있으나 제 2회전이 맞으므로 정정함.

⑲ 바로 앞 책 p. 122



(圖 10) 김인숙 · 「창과 연」



(圖 11) 이분남 · 「古木」

다음에 展示會를 통한 刺繡活動을 살펴보면 初期에는 國展과, 앞에 열거한 바 있는 각 협회의 전시회를 통한 作品發表와 개인전이 있었고, 後期에는 國展, 商工美展, 各 工藝展, 個人展, 緣繡會 등을 통한 作品活動이 있었다. 이 밖에도 각 학교 졸업전, 工藝展, 학생 미전을 통해 해마다 刺繡活動은 활발해지고 있으며, 더 많은 個人展 등 자수전이 개최되어 왔다.

한국예술지 권8에 수록된 글로 1970年代 자수의 현황 설명을 대신하는 것으로 시기적 상황 설명을 마치려 한다. 「繡藝術의 재인식이다. 이제까지 전통 자수 또는 동양자수란 이름으로 안 방 취향에서 탈피하지 못한 것으로 지적되어 오던 자수계에 새 시대의 감상을 타고난 새 세대들이 각 분야에 진출하면서 그들의 造形感覺과 기법을 살린 자못 전위적인 작품들을 발표하여 자수가 미술의 한 분야로서 뿐만 아니라 현대 미술의 한 중요한 분야로서 자체의 영역을 주장할 수 있음을 보여 주었다. 이에 관련하여 우리의 관심을 이끌어 온 作業으로서 女性 특유의 材質感과 構成感覺을 現代의으로 살려 표현한 독특한 現代繡藝術이 있는데 이들의 대담한 造形 實驗과 技能開發은 우리 工藝界의 發展에 일익을 담당할 것으로 기대된다」④

第2期 刺繡를 전체적으로 알아본다는 것은 刺繡가 生活에 있어서 필요의 밑바탕에 깔려 있어 매우 힘들므로 陽性化된 國展이나 그룹展, 個人展 등 특수한 전람회 형식의 作品에서 엿볼 수 밖에 없다.

② 作品 考察

前述한 바와 같이 1949年 9月 22日 문교부 고시 제 1호에 의해 國展이 創設되었다. 이의 眞意는 갑작스런

해방에서 정부가 수립될 때까지 方向 設定을 못하고 있던 全體 美術人에게 정치적인 信念과 더불어 國家의 인 보호와 육성을 위하여 創設된 것으로 그 후 1957年 7月 9日 國展 規定은 문교부 고시 제33호로 改正되었다. 이 國展은 여러번 部分的인 改正을 거듭하다가 1961年 5月 16日 軍事革命 이후 즉, 第10回 國展 때의 대폭적인 改正과 第18回 國展의 修正을 거쳐 오늘에 이르고 있다.

1960年의 第9回展까지는 寫實의 作品만이 문제선상에 오르고 있었던 것이 1961年의 第10回展에는 抽象作品의 대량 입상, 입선이라는 현상이 일어나고 특히 作品을 構想, 半抽象, 抽象의 세 부분으로 나누어서 취급했다.

이 國展의 創設은 각 미술인들에게 활동 거점을 제공한 것으로서 우리 나라의 近代의인 工藝를 現代의인 工藝로 전환시키는 큰 원동력이 되었다고 하겠다.

國展에서도 鮮展에서와 마찬가지로 다른 部門의 作品 數와 比例하지 않고 獨自의으로 숫자를 維持해, 나갔는데 이에 대해서는 다음의 近代 韓國刺繡의 特性에서 자세히 檢討하기로 한다.

第1期의 刺繡作品을 考察할 때는 作品을 하나씩 例로 들어 說明해 나갔으나 여기서는 國展 作品을 對象으로 圖表로 만들어 全體의인 傾向을 把握한 후 第2期를 初期(1945~1960), 中期(1961~1968), 後期(1969~現在)④로 나누어서 그 特性과 變遷過程을 說明하려 한다.

④ 바로 앞 책, p. 123.

④ 제10회 국전의 대폭적인 개정을 한 1961년과 제18회 국전의 수정을 한 1969년을 기점으로 잡음.



(圖 12) 趙貞鎬·「清香」

7) 初 期(1945~1960)

이 時期의 刺繡는 처음에는 第1期 刺繡와 같이 植物과 動物을 素材로 하여 寫實的으로 表現한 實用品 爲 主의 作品이 많았으나 차츰 素材도 多樣해지고 表現方式도 實物의 正確한 묘사보다는 畫面構成에 重點을 둔 作品도 나오게 되었다.

素材로는 圖 14에서 볼 수 있는 것과 같이 古木, 꽃 등의 植物과, 十長生과 鳥類 中心의 動物, 風景, 도자기나 장승 등의 器物, 人物 등이 있다.

김인숙의 「창과 연」(圖 10)은 東洋式 窓의 문살과 蓮이라는 複合的인 素材를 對等한 位置에서 單純하게 對比시킨 作品이다. 그 외에도 複合的인 素材를 使用한 것은 李綠珠의 「가을」이 있는데 이것은 自然風景에 女人을 調和시켜 全體的으로 가을이라는 主題 아래 統一시킨 圖案화된 作品이다. 表現 方式은 第6回 國展 作品인 정숙자의 「李朝에서」와 같이 완전히 寫實主義的인 경향을 띤 것은 이 이후에는 거의 없으나 그 이전에는 꽤 있었을 것으로 추측된다. 이것은 省略되고 單純化되어 圖案 形式으로 바뀌기도 하고 素材의 充實한 描寫와는 關係없이 그 특징만을 살려 畫面全體的 構成에 調和될 수 있도록 變形시켜 表現하게 된다. 그러므로 作家가 意圖하는 主題에 따라 形態가 變化되고 새로운 構成이 이루어져 傳達하려는 核心에 충실한 作品이 많이 나온다.

이분남의 「古木」(圖 11)은 作家가 梨花女大 刺繡科에 在學時 完成한 作品으로 寫實的으로 表現하기는 했으나 本來 古木이 가지고 있는 外形에 忠實하기 보다 古木이 주는 느낌 傳達에 重點을 두었으며 畫面의 空間感을 잘 살린 作品으로서 技法은 質感을 強調하고



(圖 13) 김태숙·「가을」

古木의 느낌을 表現하는데 필요한 한 가지 繡技法으로 대담하게 主流를 이루고 있다.

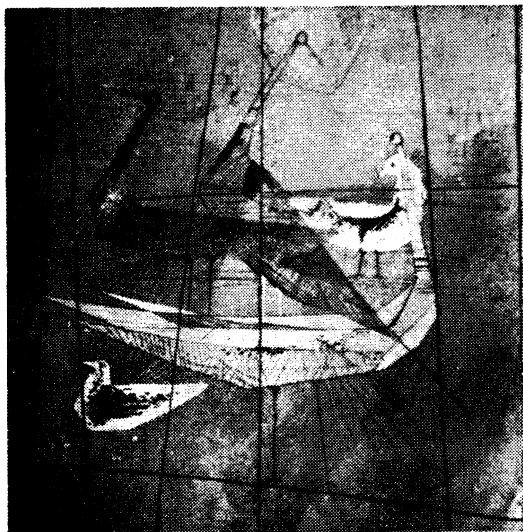
이 時期의 作品 中 畫面構成에 重點을 둔 대표적인 作品으로는 趙貞鎬의 「清香」(圖 12)이 있다. 이것은 幾何學的인 形態의 面構成으로 背景처리를 하고 도자기는 그 形態를 명확히 알 수 있도록 表現하기는 했으나 實體感을 그대로 反映하지는 않고 몇개의 線으로 그 特徵만을 描寫하여 物質의 支配에서 解放시키고 精神世界의 自由와 그 自由로운 精神에서 創造된 想像의 世界를 具體化하려는 意圖가 다분히 나타나 있다. 不定的인 面과 肯定的 面을 따로 隔離시키지 않고 意圖한 精神世界를 表現하려는 手段으로 同等하게 統合시켜 全體的調和를 이룬다.

김인숙의 「창과 연」(圖 10)도 素材의 實體感보다는 畫面 全體에서 오는 느낌 전달을 重要視하여 窓의 문살의 幾何學的 形態와 사실적인 蓮을 對比시켜 全體的으로 統一시켰다. 이 이외에도 이런 作品이 많이 나타나지만 單純하게 平화 정도에서 그친 作品도 있었다.

김태숙의 「가을」(圖 13)은 畫面構成도 재미있고 主題의 傳達도 잘 되나 다분히 說明的인 느낌을 준다. 이렇게 처음에는 鮮展作品의 再版을 聯想할 程度의 寫實的이고 實用 위주였던 作品이 점차 圖案化되고 主題의 傳達을 위주로 한 畫面全體的 분위기에 주력하여 精神世界를 具體화된 表現으로 나타내는 抽象性的 作品으로 變貌해 감을 알 수 있다.

形態에 있어서도 對象의 周圍 즉, 空間의 認識을 하게 되어 明確한 形態의 개념과 位置를 찾게 되었다.

材料는 그 나름대로의 固有한 言語體系를 가지고 있기 때문에 같은 主題일지라도 材料를 바꾸면 전혀 다



(圖 14) 李綠珠・「五月의 삶」

른 느낌이 나는 작품이 된다.⁴² 그러므로 材料를 物質로서가 아니라 媒體로 보다 効果있게 使用하기 위해서 技法이 要求된다. 따라서 技法도 作品의 性格을 決定짓는데 重要な 役割을 한다.

이 時期 初에는 材料와 技法이 第1期로서 東洋刺繡 技法을 利用한 作品이 많은 것 같으나 西歐 文明의 直接的인 流入으로 西洋刺繡가 普及되어 조금씩 多樣해진다.

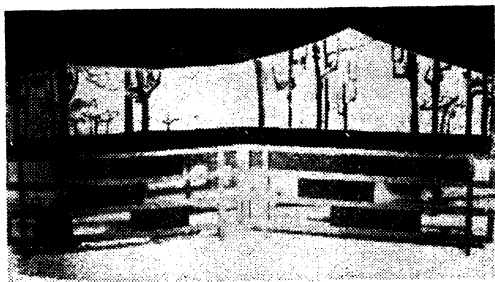
第9回 國展 特選 作品인 李綠珠의 「五月의 삶」(圖 14)은 在來에 使用되어 오던 技法을 應用하여 전혀 새로운 感覺을 풍겨주는 作品으로서 抽象畵의 傾向을 띤 作品이다.

이 時期 全體의인 作品의 表現樣式을 分類해 보면 完全히 寫實的인 것, 寫實을 單純化시켜 構成한 것, 寫實的이면서 畵面構成에 重點을 둔 것, 對象의 特徵만을 살리고 主題 表現에 重點을 두어 抽象化한 것으로 크게 區分할 수가 있다.

用途는 병풍과 벽걸이가 거의 같은 數로 가장 많고 가리개는 극소수가 있는 程度이다.

ㄴ) 中 期(1961~1968)

1960年代로 넘어가면서 1960年の 4・19와 1961年の 5・16革命 등의 政治的인 變革은 國家內的 各界에서 主體性確立과 世代交替 체질개선 등의 새로운 분위기를 造成하였고 이러한 現象은 美術界에도 나타났다. 그 結果 1961년에 第10回 國展의 大幅의인 改正이 이루어져 抽象作品 大量 入賞, 入選이라는 現象이 일어났다. 「五月 革命은 韓國美術을 轉換하게 한 直接的인 原因이 되었으며 清新한 全體의 분위기는 創造力이 枯渴된 作品을 糾彈의 對象이 되게 하였으며 美術界의 통합기



(圖 15) 김단희・「녹지」

넘전, 미술 단체의 결성, 국전개편, 신진작가들의 진출, 국제전 참가, 기념동상건립 등 변화를 가져 오게 한 결정적 要因이 된 젊은 世代의 進出이 활발해졌다. 그 결과 새로움이 追究 論議되었던 것이다. 두 차례의 혁명 이후 아카데미즘의 崩壞, 前衛의 승리 그리고 아카데미즘의 反擊이 거듭되어 現代 美術의 전환기를 맞이하게 되었다」⁴³

이 時期에는 純粹 美術 뿐 아니라, 工藝 全般에 걸쳐서 활발한 作品活動이 展開되었으며 刺繡 分野도 역시 活潑한 活動을 보인 時期이다. 刺繡 活動을 하는 사람의 증가에 따라 意慾的인 刺繡家들도 많이輩出되어 作品은 多樣性을 띄게 되고 점차로 作家의 個性이 현저히 나타나는 등 藝術性이 길어진다. 初期에서와 같이 完全히 寫實的인 作品에서는 한 점도 없으며 寫實的인 素材를 轉화시킨 程度에서부터 抽象的인 表現까지의 多様な 面貌를 보이고 있다.

素材로는 나무나 꽃 등의 植物, 사슴 물고기 鳥類 등의 動物, 산이나 들 바다 등의 풍경, 人物, 옛문양, 樂器 등이 있다.

그러나 素材 그 自體의 忠實한 表現에 重點을 둔 寫實主義的인 作品은 거의 없고 대부분의 作品이 主題를 表現하는 데에 注力했으며 이 時期의 末에 가면 完全히 抽象化된 作品도 많이 나타난다.

이 時期는 作品 中 가장 寫實的 表現을 한 것은 성락주의 「韻」, 김단희의 「녹지」(圖 15), 박을복의 「靜」,

⁴² Henri Focillon, Life of Formsim Art (George Witten-born Inc, 1948), p.32

⁴³ 李善熙, “한국현대서양화연구”(미간행 석사학위 논문, 이화여자대학교 대학원 1970), p. 21.



(圖 16) 이순자·「추정」



(圖 17) 조정호·「樂園」

이순자의 「바다」, 「추정」(圖 16), 김영주의 「못가」 등이 있는데 이것들은 모두 작가가 표현하려는主題의傳達에 重點을 두어 對象은 特徵만 描寫하거나 單純化시켜 畫面의 全體 構成에 調和되게 配置했다.

이 중에 김단희의 「녹지」(圖 15)나 성낙주의 「韻」은 素材로 使用된 對象을 配置하기 前에 畫面을 분할하여 전체적인 분위기를 결정지은 후 對象을 單純화 시켜서 表現했다.

이순자의 「추정」(圖 16)은 轉화된 나뭇잎으로 畫面을 構成한 후 비교적 寫實的인 평을 配置시킨 것으로 실의 굵기에 변화를 준 크로스 스티치(Cross stitch)를 使用하여 材質感을 잘 살린 作品이다. 이 時期에도 다양한 繡法이 使用되나 이 作品과 같이 한 두 繡法의 使用으로 全體를 통일시킨 作品도 몇 점 나타난다. 또한 初期의 김태숙의 「가을」(圖 13)과 같이 다분히 說明的이며 畫面構成에 重點을 둔 作品이 自然風景이나 나무와 새, 風景과 人物, 꽃 등을 素材로 하여 이 時期 全般에 걸쳐 가장 많이 나타난다. 이런 作品으로는 11회 때 이해자의 「전원」, 10회 때 김태숙의 「사계도」, 13회 때 유현주의 「환」, 민경숙의 「전원」, 14회 때 이명임의 「추적(秋寂)」, 민경숙의 「환희」, 15회 때 이명임의 「후원」, 16회 때 성락주의 「계절」 등을 들 수 있다. 自然風景을 主題에 따라 構成에 의해 單純化시킨 대표적인 作品은 17회 때 추천·作家인 조전호의 「樂園」(圖 17)을 들 수 있다.

이것은 산과 파도, 나무, 구름, 새 등을 現代 感覺에 맞게 全體의으로 單純화하면서도 明快한 느낌이 나는 作品이다.

第15回 國展에서 特選된 김은희의 「滿開」는 作家가

梨花女大 刺繡科 在學 時節에 完成한 作品으로 활짝 핀 꽃을 圖案化하여 그 特徵을 表現한 6曲병풍이다. 이것은 對象인 꽃을 表現한다기 보다는 활짝 핀 꽃에서 作家가 느끼는 想像의 世界를 具體化시키기 위해 꽃의 사실적인 형태를 생략하거나 보충하여 作家의 感情을 傳達하려는데 重點을 둔 作品이다. 第10回 作品인 추천 작가 조정호의 「옛날이야기」와 김영자의 「幸福」, 유현주의 「옛 문양」은 李朝時代의 紋樣과 主題를 바탕으로 해서 現代 感覺에 맞게 圖案化시킨 作品들이다. 이런 作品들로서, 이 時期에 옛 것을 무시하고 새로운 主題만을 찾지 않고 우리의 傳統과 主體의식을 살리며 現代感覺에 맞게 變化시킨 作品이 행해졌음을 알 수 있다.

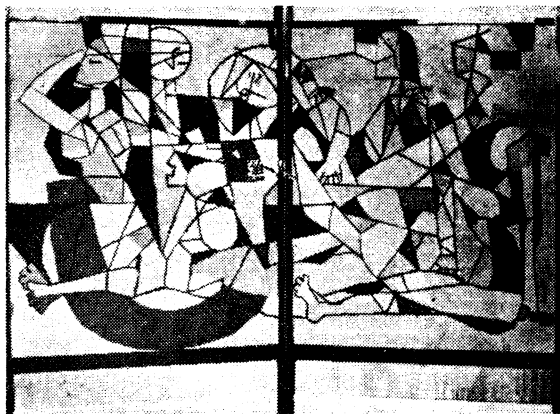
또한 國展 第12回 作品인 유현주의 「옛 문양」의 벽걸이는 額字 형식이 전의 것들과는 전혀 달리 空間을 살려 시원한 느낌을 주며 장식적으로 넣은 額字 중간부분의 線의 形態 또한 옛 문양의 느낌을 주어 전체적으로 훌륭한 調和를 이룬다. 이러한 벽걸이가 나타나는 것은 생활양식의 변화에 따라 집의 내부 구조도 점차 변화했기 때문에 새로운 구조에 잘 調和시키려는 意圖에서 일 것이다. 마찬가지로 初期와는 달리 벽걸이와 가리개가 거의 전부이고 병풍은 극소수이다.

이 時期에는 寫實主義에서 탈피하여 裝飾의 抽象的인 作品이 많이 나와 刺繡가 혼돈된 狀態로부터 차차 本軌道를 찾아감을 보여준다.

이낙주의 「새장」(圖 18)은 材料의 特性을 잘 살릴 수 있는 線으로서 畫面을 構成하여 3次元의 效果를 낸 特異한 作品이다. 장식적인 繡技法에 구애받지 않고 필요로 하는 線만으로 畫面 全體를 統一시키고 있



(圖 18) 이녹주·「새장」



(圖 19) 朴乙福·「群像」

으며, 線의 反復과 漸移의 效果를 내고 線의 交叉에 의해 그 방향성에서 오는 錯視를 이용하여 立體感과 空間感을 強調했다. 表現方式은 對象을 해체하여 작가의 의도대로 다시 재구성하여 전달하려는 主題表現에 忠實을 기한 現代感覺이 나는 抽象化된 作品이다. 이런 形式의 作品으로는 朴乙福의 「群像」(圖 19) 「얼굴들」, 이봉희의 「꿈 속의 공작새」가 있다. 이 중에 박을복의 「群像」(圖 19)은 화면 전체를 모자이크 식으로 구성한 작품이다. 필요한 것만의 기능과 구성에 의한 단순화를 主眼點으로 한 디자인으로서, 깊은 지식과 풍부한 미적 경험으로 視覺化하고 조직하여 생긴 신선한 아름다움이 있다. 이러한 자수 작품들은 외형상으로는 실물과 다르지만 본질적으로는 리얼리티의 보다 직접적인 표현이라는 점에서 실물에 오히려 가까와지며 그 표현력은 강해지고 미적으로 된다. 송정인의 「벽걸이」(圖 20)는 자연의 구체적인 리얼리티를 작가 나름의 개성적인 視覺方式으로 把握하여 거기서 얻은 패턴들을 단순화시켜 화면에 표현한 자연주의적 추상작품이다.

위에서 作品들을 통해 살펴 본 바와 같이 이 時期의 거의 모든 作品이 自然을 對象으로 했으며 그 대상이 갖는 리얼리티의 표현보다는 作家의 精神世界를 화면에 단순하게 表出한 抽象의 作品으로 변하고 이 時期의 末에 가서는 繡技法은 東洋刺繡技法과 西洋刺繡技法이 混用되었으며 基礎技法을 자유로이 應用하여 使用하였고 필요에 따라서는 한 두 가지의 繡法만을 使用하기도 했다.

ㄷ) 後 期(1969~現在)

이 時期의 作品은 完全히 抽象主義로 흐르고 많은

刺繡家들이 作家나름의 造形感覺과 技法을 살려 現代感覺에 맞는 의욕적인 作品 발표를 함으로써 傳統의 繡로 내려오던 刺繡라는 개념이 完全히 再認識된다. 刺繡家들은 아무것에도 얽매이지 않고 자기의 個性表現에 注力하고 있으며 따라서 材料의 開發도 活潑해져 여기까지의 모든 材料外에 새로운 것으로서 素地로 장판지나, 아크릴 스티로폴 등을 사용한 作品도 있고, 실로서는 나일론 줄이나 노끈 등을 사용하고 오브제(Object)의 사용으로 수세미나, 천조각, 실다발이 繡面에 부착되기도 하며 技法은 作家가 자유자재로 변형시켜 使用하며 바늘없이 실로만 부착제를 使用하여 完成한 作品도 있고 3차원의 立體의인 作品, 모빌(Mobil) 作品도 등장한다.

송정인의 「작품 0」(圖 21) 「작품 0-3」 「작품 0-2」는 모두 비단실이라는 재료에서 오는 光澤이 실의 方向에 따라 달라져 色과 明度가 달라져 보이는 특성을 살린 시각적 效果를 낸 기하학적 추상 작품이다.

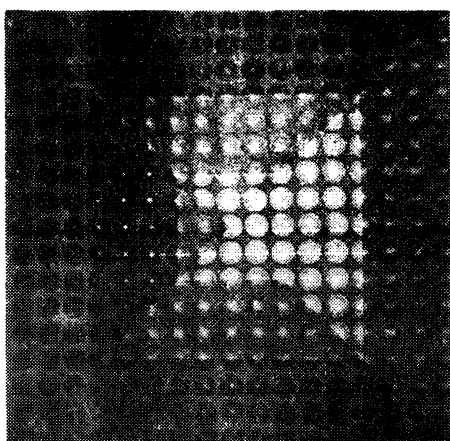
금명희의 「生動」(圖 22)은 추상 표현주의의 기분을 풍기는 작품으로 기법에 구애받지 않고 材質感을 충분히 살려 주제의 감각을 표현하는데 중점을 두었다.

성락주의 「바다」(圖 23)는 실이라는 재료의 특성을 그대로 파도에 이용하여 線의 예술인 繡의 새로운 영역의 가능성을 인식시켜 주었다.

이승원의 「선덕의 샘」(圖 24), 성옥희의 「삼」과 같이 외계의 이미지를 화면에 취급하지 않은 비구상 작품, 自然의 分析을 繼續하며 구체적으로 그것을 재인식할 수는 없지만 자연의 감정을 어디까지나 화면에 머물게 한 抒情的인 추상작품인 비구상작품 등이 있다.



(圖 20) 송정인 · 「벽걸이」



(圖 21) 송정인 · 「작품 0」

3. 近代 韓國刺繡의 特性

인간은 태고적부터 자신의 깊은 감정을 예술이라는 매개 방법을 통해서 표현하는데 노력해 왔다고 한다. 그 표현은 역사 이전에서 시작하여 여러 시대를 거쳐 近代에 이르기까지 발전해 왔으며 이것은 창으로부터 民族風土, 습관에 따라서 그 고유성을 지니게 되었다. 가장 민족적인 것이 가장 세계적인 것이라는 괴테의 말이 있듯이 오늘날 세계의 디자인은 치열한 개성의 경쟁을 벌이고 있다. 따라서 우리 나라 디자인은 마땅히 한국인의 개성, 한국인의 感覺, 그리고 그 아름다움을 구현하여 한국적인 차원을 높이고 세계 隊列에 참여해야 할 것이다. ④

디자인의 一部門으로서 뿐만 아니라 현대예술의 한 중요 분야로서 자체의 영역을 주장할 수 있는 刺繡 역시 傳統을 바탕으로 한 새롭고 現代의 感覺에 맞는 참다운 現代 刺繡의 實現을 위해서 우리 民族의 美的 特性을 알아야 함은 물론 이를 保存하고 繼承해야 할 것이다. 그러면 韓國美의 특징에 대한 몇몇 학자들의 意見을 들어 본다.

柳宗悅은 「그들이 예술에 마음을 기울 때 무슨 일을 호소하였을 것인가. 소리에 강한 가락도 없고, 색깔에는 즐거운 빛이 없다. 다만 感情에 넘치고 눈물에 충만한 마음이 있을 뿐이다. 비애의 美가 그들의 친한 벗이었다. 藝術에만이 그들은 마음을 털어놓을 수가 있었다. 단죽은 주어진 그 宿命을 美에 의해 따스게 하고, 그것을 無限의 世界로 연결하려고 했다. 그와 같은 가슴을 누르는 미가 다른 어디에 있겠는가, 영탄의 울림이 어디에나 두루 차 있다. 中國의 藝術은 情

趣의 藝術이었다. 그러나 이 사이에 끼어 비애의 運命을 지지 않으면 안되었던 것이 朝鮮의 藝術이었다.」⑤ 라고 말한다.

柳宗悅은 李朝의 工人들이 모두 自然 그대로였고 造作이라는 것을 몰랐기 때문에 韓國의 工藝品에는 俗스럽고 보기싫은 것은 거의 없다는 것이다. 어느 나라 것을 보아도 美醜가 섞여 있는데 韓國의 것에는 그런 것이 없다는 것이다. 그 이유를 그는 이렇게 말한다.

「한국에서는 “자기 이름”에 집착한 물건을 볼 수 없다. 그런 마음의 갈등과는 아무 인연없이 물건을 만들어 버린다. 佛法에서는 ‘自己를 버려라’ 라고 가르치는데 그 敎訓을 現實에서 행하고 있는 것이 韓國의 物件이라고 말할 수 있다」⑥

金元龍은 「人工이면서 自然으로 돌아가며 人的이면서 以前의 世界를 나타낼 수 있었던 것은, 李朝時代 美術人들의 독특한 경지였으며, 나아가서는 韓國의 美術이 가지는 가장 強力하고 뚜렷한 特色이라 할 수 있다. 그리고 이러한 成果라 할까 結果에의 到達은 李朝 美術人들이 허심탄회한 製作 態度, 천두천미한 自然主義의 態度에 의한 것이 틀림없고, 여기서는 앞에서 말한 것처럼 韓國의 自然環境이 크게 作用하고 있는 것이다. 自然에 대한 애착, 自無現狀의 순수한 수용, 이것이 韓國民族의 特性이요, 또 韓國美術의 本質인 것이다」⑦라고 말한다.

④ 尹寅榮(현), 발간사(서울, 광명출판사, 1973), p. 3

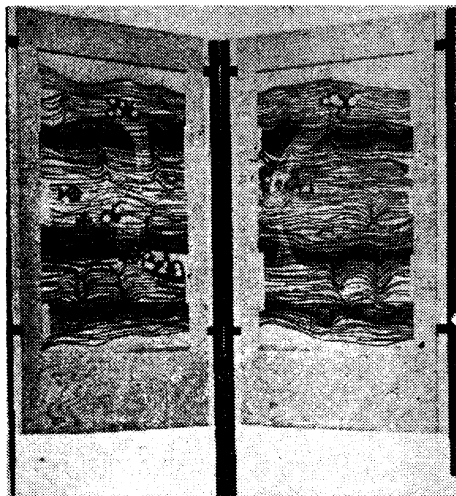
⑤ 李大源 譯, 韓國과 그 藝術—柳宗悅의 韓國과 그 藝術(서울: 知識産業社, 1974), p. 28

⑥ 김원용, “日本人 柳宗悅의 韓國美觀”, 사상계, (1962. 3), p. 257

⑦ 김원용, 韓國美術史(서울: 汎文社 1973), p. 5



(圖 22) 금명희·「生動」



(圖 23) 성락주·「바다」

要컨대, 哀傷의 美・自然의 美(柳宗悅) 無技巧의 美・寂照의 美(高裕燮), 清楚美・善의 美(尹喜淳), 素朴과 (善意의 美・靜寂과 溫雅의 美(崔淳雨), 自然의 美・天性的 美(金元龍), 線과 形의 美(백문), 細小纖弱, 溫雅平和, 靜妙端雅의 美(金永基) 등으로 된다.

한국의 자수도 예술품의 한 종류로써 前述한 바, 한국미의 특질에서 벗어나지 않으며 특히 柳宗悅의 경우는 이름조차 지어 쓸 수 없었던 이조 여인에 의해 고운 비단천에 한 바늘 한 바늘 繡놓아지는 자수를 보는 듯하다.

이렇게 한국미의 본질에서 벗어나지 않는 소담하고 粗野하고 단순한 色의 자수는 근대 第1期初까지 행해져 왔다. 그러나 한일합방 이후 일본자수와 서양자수의 유입으로 色이 다양해지고 자수작품의 色相이나 형태가 서구적인 작품으로 흘러 韓國美의 本質에서 벗어나는 새로운 刺繡로 변모하게 되었다.

이 변모는 傳統으로부터 개혁이라는 結果는 가져왔지만 주체성이나 미술의 국적에서 볼 때 과연 그것이 좋았던 일인지 나쁜 일인지는 의문점이다.

그러나 근대 한국자수는 그 나름대로 시각의 方法과 기술을 가지고 오늘날까지 왔다. 우리 나라 미의 特性이 자연주의이듯이 근대 한국자수 전체를 통한 양식은 역시 자연주의이다. 그러나 이 자연주의는 때에 따라 다른 양상으로 나타난다. 논리적이고 합리적인 서양의 視覺方式이 아닌 직관적인 시각방식으로 對象을 화면에 끌어 들인다. 따라서 繡놓는 완성된 작품의 결과에서 오는 觀賞上的 가치보다는 繡를 놓는 과정에서 집착 몰입함으로써 全人格의으로 作品을 대하는 태도 그 자체에 가치를 둬으로써 물리적인 眞實보다는 精神的

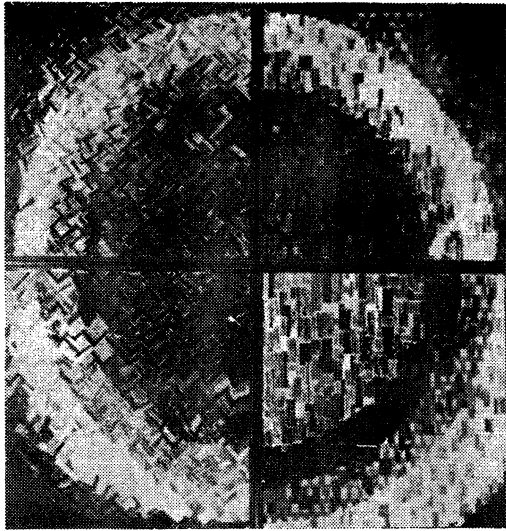
인 眞實이 作品의 핵을 이룬다. 刺繡藝術에서 形式과 內容을 생각할 때 어디까지나 內容을 주로 한다. 그렇다고 形式 즉, 表現이 소홀히 되는 것은 아니며 높은 차원의 內容이나 美를 이끌어내려면 높은 수준의 기술이 필요한 것과 같이 內容을 충실히 나타내기 위한 수단으로서 形式 또한 중요시 되었다.

제1기에는 日本式 敎育의 영향으로 일본화를 묘사한 것 같은 寫實主義가 그 기조를 이루고 작가의 개성이나 창작의욕보다는 모방성의 경향을 띠어 對象의 실태감을 표현하는데 중점을 두었다. 작가 자신이 직접 보고 체험한 세계를 자기 나름대로 표현하기 보다는 고정관념에 따라 繡로 옮긴 작품이 더 많다. 따라서 작품으로서의 독자적인 예술성은 희박하고 훌륭한 기예로서의 가치가 있다 하겠다.

제2기에 들어가서는 自然主義의인 요소는 그대로 있으나 寫實主義의인 作品이나 고정관념에 사로잡힌 작품은 차츰 관념적인 것에서 탈피하여 새로운 시각으로 대상을 보고 그 각성을 토대로 작품활동을 하게 되었다. 따라서 작품양식은 차츰 도안화되고 추상성을 띄게 된다.

初期의 表現形式을 보면 對象이 생략되고 단순화되어 도안형식으로 바뀌거나 對象의 특징만 살려 전체 화면구성에 중점을 두어 변형시키는 등 作家가 의도하는 主題에 따라 형태가 변화되고 새로운 구상이 이루어져 전달하려는 주제의 핵심에 충실한 作品이 등장한다.

또한 對象의 주위 즉, 공간을 인식하여 명확한 형태의 개념과 위치를 갖게되어 네가티브한 面과 포지티브한 面을 따로 격리시키지 않고 의도한 精神世界를 表



(圖 24) 이승원 · 「신덕의 샘」

現하는 수단으로 동등하게 통합시켜 전체적인 調和를 이룬다.

中期에 들어와서는 작가의 個性이 현저히 나타나 藝術性이 짙어진다. 그렇다고 옛것을 무시하고 새로운 주체만을 찾지 않고 우리의 傳統과 주체의식을 살리며

현대감각에 맞게 변화시킨 작품이 많이 행해진다.

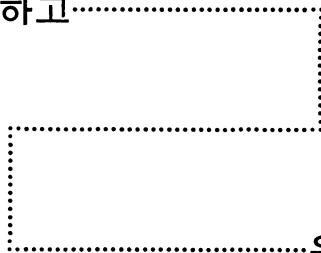
이것은 외형상으로는 實物과 다르지만 본질적으로는 구체적인 리얼리티를 작가나름의 個性의인 視覺方式으로 파악하여 거기서 얻은 패턴들을 표현한 것으로 實物에 오히려 가까와지며 그 표현력도 강해지고 美的으로 된다. 이렇게 自然을 對象으로 추상화한 작품이 많이 행해지고 또한 人間의 內面世界를 主題로 다른 작품도 나온다.

繡技法도 자유자재로 東·西洋刺繡技法을 혼용하고, 응용하여 사용하고 필요에 따라서는 한 가지 繡法만으로 作品을 完成하기도 하며 材料도 文明의 발달과 더불어 그 종류가 많아져 광범위하게 선택하여 이용한다.

後期에 와서는 추상주의로 흘러 자수가들은 자기나름의 造形感覺과 技法을 살려 個性表現에 집중하여 재료의 개발은 물론 오브제(Object)를 사용하기도 하고 순수미술화된 실험작품으로 바늘없이 실로만 부착제를 사용하여 자기의 세계를 화면에 나타내기도 한다.

이렇게 일제시대를 거쳐 그 예술적인 성격을 뚜렷이 하여 시대적인 특성의 영향을 받아 그 예술적인 성격을 뚜렷이 하며 발전해온 자수는 現代라는 상황 속에서 앞으로 새로운 방향설정을 요구하게 되었다.

간첩잡아 애국하고.....



.....유신으로 번영하자

李朝 十長生紋樣의 社会性과 造形性 分析

The social bearings of the Yi dynasty "Ship Jang Seang" pattern and the analysis of formation.

金 在 源

染色工藝家

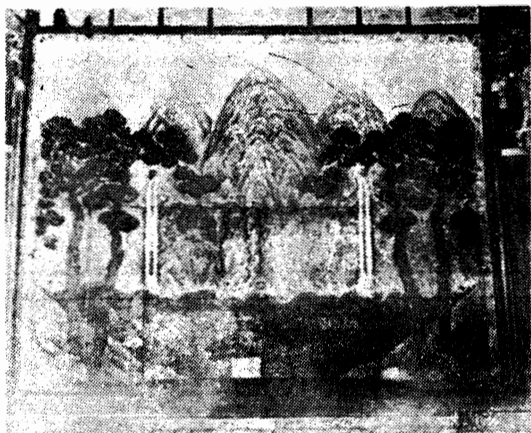
*前號(通卷 24號)에서 繼續

Ⅱ. 十長生 紋樣의 造形性 分析

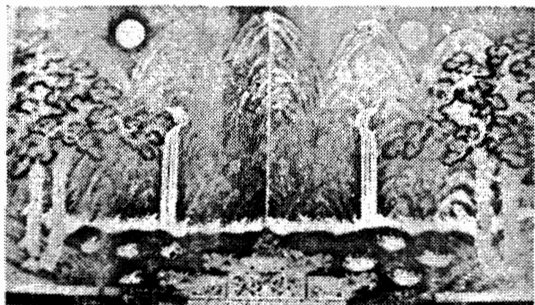
1. 十長生 紋樣의 分類

인간은 심볼(Symbol)을 사용한다는 점에서도 다른 동물과는 구별된다. 시각적 심볼의 형성은 인습에서 혹은 우연적으로 일어나는 연상작용을 시각화한 경우와 어떠한 믿음이나 信條 등의 추상적 사고를 간략하게 형상화하여 표현한 경우의 두 가지 측면에서¹⁸⁾ 생각할 수 있다. 즉, 十字架가 그리스도교를 상징하는 것 혹은 사자가 용기를 상징해 온 것, 이 모두 심볼에 속하는 것이라 하겠다. 이와 같이 시각적 심볼은 그 자체로서, 언어라는 매개체 없이도 내용이 전달될 수 있다는 특성과 함께, 의미의 전달이나 사상의 표현에 효과적으로 기여하는 데에 그 가치가 있다고 볼 수 있다.

李朝의 사회적 환경에서 十長生이 李朝人의 理想을 표현한 하나의 시각 언어였다는 것은 이미 지적하였고 十長生이라는 李朝人의 理想畵는 그들 理想의 표현에

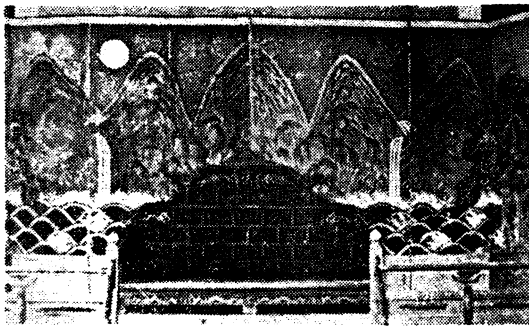


(사진 1)



(사진 2)

18) "symbols and meaning", Encyclopedia Britanica, 15th ed., 1, 1974. p.152



(사진 3)



(사진 4) 19세기, 지름15.5cm, 높이 15cm



(사진 5) 19세기, 입지름 13.8cm, 밑지름 12.5cm, 높이 15.7cm

서 그치지 않고, 理想을 향하여 자신을 교육시키고, 나아가서는 이상에 도달하고자 했던 그들의 절실한 심분이 아니었나 생각한다. 때문에 이조시대 十長生 문양의 보편화는 단순한 문양으로서 였다기 보다는 그들의 심볼로서 생활공간에 두고, 언제나 가까이에서 접하고자 했던 것으로 추측된다.

李朝人の 생활 공간 별로 室内만을 분류해 보면 다음과 같다.

(1) 勤政殿・仁政殿・明政殿의 五峰屏

이 세 五峰屏은 景福宮・昌德宮・昌慶宮의 각 옥좌의 배면에 세워져 있다. 素材는 日, 月, 山, 水, 松으로 되어 있고, 앞에서도 지적한 바와 같이 달이 포함되어 있다는 점에서 특이하다 하겠다. 크기는 250cm×100cm 정도로 추정되며, 絹本極彩色으로서 하늘은 靑色, 山은 綠色과 靑色으로, 해는 붉은색과 金色으로, 달은 白色과 金色으로, 소나무 잎은 녹색, 가지(枝)는 赤褐色으로, 물은 白色으로 표현되어 있으나 전체적인 주조색은 녹색과 청색으로 되어 있다. 구조는 사진 1, 2, 3에서 보여지는 바와 같이, 밝은 청색 하늘에 보름달의 형태와 해가 거의 좌우 대칭관계에 있고, 五峰山과 폭포, 물의 흐름 雙松 역시 좌우대칭으로 되어 있다.

근정전(사진 1)의 경우는 가장 퇴색하였으나 인정전이나 명정전에 비해 가장 사실적으로 표현되었고, 병풍의 형식이 아니라 액자의 형식으로 옥좌 뒤에 세워져 있다. 인정전(사진 2)의 경우는 四曲병풍의 형식으로 옥좌 뒤 三折 나무 병풍 위에 세워져 있다. 명정전・근정전의 것에 비해 가장 최근의 것이라 전한다. 명정전(사진 3)의 경우는 八曲 병풍으로 소나무와 물의 표현방법이 양식화 되었다는 점에서 근정전・인정전의 것과는 구별된다고 하겠다.

(2) 舍廊房 器物

① 木工藝

○筆筒 I

견고한 잡목판을 八角으로 이어 붙여서 구성한 필통으로 각 면에는 十長生 문양을 양식화하여 양각했으며 양각된 부분에는 나무의 색을 그대로 살리고, 그 배면은 검은 칠을 해서 형태를 돋보이게 했다. (사진 4)

○筆筒 II

입부분에는 두드러지게 머플 두르고 있고, 六角의 각 면에는, 각 면에 구애되지 않고 연이어 十長生이 양각되었다. 불로초와 사슴의 머리와 앞다리, 그리고

학의 머리부분이 시문된 面 上部에 長方形을 새기고 그 안에 十長生 名 즉, 山, 水, 不老草, 日, 鹿, 雲, 鶴, 竹, 松, 龜를 음각하였다. (사진 5)



(사진 6) 19세기, 입지름 14.6cm, 밑지름 13.4cm, 높이 15.3cm

○ 木製 투각 十長生紋 원통형 필통

윗 부분과 바닥에 탄 나무를 붙여 만든 원통 필통이다. 十長生 中 소나무가 거의 全面을 차지하였고 윗쪽에 해와 구름이, 아래 쪽에 雙鹿과 雙鶴이, 불로초와 함께 섬세하게 투각되어 있고 全面에 붉은 옷칠을 했다. (사진 6)

○ 木製 烙竹 十長生紋 八角 필통

잡목판을 붙여서 각을 만들고 곁에는 한 면에 竹을 세 쪽씩 붙였다. 그 竹面 위에 달군 쇠로 지져서 線으로서 十長生을 시문하였고, 바닥은 잡목판을 붙였다. (사진 7)

○ 竹製 필통

굵은 대나무를 잘라서 만든 것으로 十長生 문양을 음각하거나 或은 투각하여 시문하였다. 따라서 전체적인 외형은 원통형이다. (사진 8)



(사진 7) 19세기, 한변 길이 (上) 4.5cm (下) 4.8cm 높이 20.3cm

○ 黑漆陰刻 鹿紋碩床

노루 이 외에도 소나무, 불로초의 윤곽만을 線으로 음각하였다. 울동감이 강하게 나타난 鹿紋으로 不老草, 松紋과 調和를 이루고 있고, 木質 표면에 간략하게 線刻하여 표현된 것으로 세련된 느낌을 주고 있다. (사진 9)

○ 扇貂

선초는 부채에 다는 장식의 일종으로 磁針이나 香匣 또는 노리개가 주장식물이며 그것을 부채와 연결하는 끈목으로 구성되어 있다. 옛날에는 官職에 있다 하더라도 家門의 덕으로 벼슬을 얻은 蔭管이나 武班은 달지 못했다고 전해올 만큼 지체없는 장식물이었다 한다. 이 선초는 대추나무에 구름, 노루, 불로초를 양각하고, 배면은 점으로 낮게 양각한 것으로 이 집속에 손톱 크기의 指南盤이 들어 있다. (사진 10)



(사진 8) 19세기, 지름 7cm 높이 14.4cm

○ 화살통(箭筒)

화살통은 전장에서 쓰이기도 하지만 武人이나 선비가 齊中用器로서 이용하거나 신변을 보호하고 辟邪의 뜻으로도 가까이 두었던 것이다. 따라서 개인의 기호에 따라서 문양을 시문했던 것으로 추측된다. 이 화살통은 竹筒의 결대를 살려서 十長生 문양을 음각하고, 속대는 골을 파서 배면을 이루었다. 뚜껑과 筒부



(사진 9) 19세기, 높이 21cm, 가로 33cm, 세로 24cm

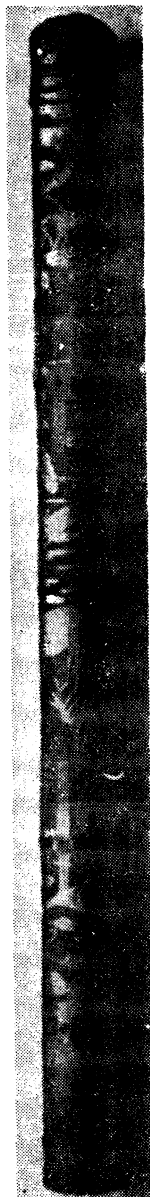


(사진 10) 18.9세기, 길이 4cm, 2.5cm, 두께 1cm

(사진 11) 18.9세기, 지름 8.2cm, 길이 95.8cm



(사진 12) 19세기, 입지름 14cm, 밑지름 12.7cm, 높이 39.9cm



분은 경첩으로 연결되었고 바닥과 뚜껑과 筒의 연결부분은 금속으로 처리하였다. 표면에는 얇게 朱漆을 했고, 배면의 골이 파진 부분은 검은 칠로 되어 있다. (사진 11)

② 陶磁工藝

○ 靑華白磁辰砂彩長生紋 항아리 (1)

白磁에 청색과 갈색으로 시문되어 있는 이 항아리는 口部가 높고 肩部가 팽배하였다가 다시 줄어들어 低部는 홀쭉하고 굽의 外緣을 깎아내어 전형적인 분원 후기의 작품이고, 장생문을—해, 구름, 물, 산, 불로초, 소나무, 鹿, 거북, 학, —고루 낭만적이고도 회화적으로 표현하였으며 구성에 있어서도 원숙한 솜씨를 나타내고 있다. (사진 12)

○ 靑華白磁辰砂彩長生紋 항아리 (2)

사진 12와 같은 형태, 같은 크기의 항아리로 口部와 低部에 靑華를 두르고 中部 前面에 불로초를 물고 달리는 鹿과 後面에 소나무 아래 날고 있는 학을 표현하고 있다. 사진 12와 좋은 대조를 보이고 있는 것으로, 회화적 표현이라는 공통점을 지닌 한편, 이 경우는 색채에 있어서는 靑色으로 단순하게 처리되었으나 즉흥적인 감흥에 의한 필치로 묘사되어 다소 양식화하여 표현한 사진 12와는 대조적인 효과의 문양이라 할 수 있다. (사진 13)

○ 辰砂鶴鹿紋切子形瓶

十四面體로된 胴體에, 가늘고 긴 口部가 붙여져 있는, 매우 기교적이고 섬세한 형태를 보이고 있다. 진사의 색채도 一部는 紫色으로, 또 綠色으로 되어 있고 口部の 양 끝과 각 面의 線, 그리고 문양부분은 白色으로 되어 있어 독특한 색채 효과를 보이고 있다. (사진 14)

○ 瑠璃地吉祥紋六角瓶

口部로부터 胴部에 이르기까지 六角으로 연결되었고 口部는 길고 가늘며, 胴部도 六角이면서 부풀어져 있다, 색채는 李朝白磁의 독특한 순백색으로 口部와 문양부분을 이루고 있고, 가는 口部の 上下端에는 菱紋과 雷紋이 靑色으로 시문되어 있다. 胴部の 문양은 문양부분이 白色으로 양각되었고 그 白色부분은 짧은 線으로 음각되어 매우 섬세한 느낌을 주고 있고, 문양의 배면은 靑色으로 채색되었다.

다른 도자기 문양에 비하여 문양의 표현이 木刻에서 볼 수 있는 맛을 보이며 간결하게 양식화된 것이 특색이다. (사진 15)

③ 金屬工藝

○ 鐵銀入糸煙草匣(1)

금속으로된 연초갑의 표면에 은사를 투입시켜 세면의 여백을 패턴(Pattern) 형식으로 線刻하고, 뚜껑면에는 藁字를, 6.3×10.6cm의 두 면에서 소나무, 노루, 불로초를 시문한, 섬세한 이조의 공예품이다. (사진 16)

○ 鐵銀入糸煙草匣(2)

形態와 시문방법은 사진 16과 비슷하나 胴體의 문양이 四面에 모두 시문되어 있고, 높이 1.5cm의 뚜껑이 달려 있어, 그 둘레에 1.5cm의 높이에 꼭 차게 唐草문양의 形態가 시문되어 있다. 9cm×9.5cm의 부분은 학, 해, 대나무, 물, 거북 등이 亞字紋으로 구분된 원형안에 시문되었고, 9cm×13.2cm의 면에도 같은 형태의 원형 안에 소나무와 雙鹿이 시문되었다. 작은 공간에 어울리는 섬세한 문양 표현은, 금속의 견고성과 함께 세련된 느낌을 준다. (사진 17)

④ 石工藝

○ 石製 양각 十長生紋 八角 筆筒

口部에는 雲紋으로 떠를 둘렀고, 低部는 뇌문의 떠가 둘러져 있다. 각 면에는 十長生과 신선도를 시문하였으며 색채는 黃褐色의 농담으로 구성되었고, 外形은 八角이며, 內形은 원형이다. (사진 18)

○ 十長生紋 벼루(1)

형태는 평범한 것이지만 十長生 열 가지물, 하나도 빠짐없이 면을 일정하게 분할하여 시문하였다는 점에서 특이하다 하겠고 소나무, 구름의 형태를 양식화 표현한 것도 주목할만 하다. (사진 19)

○ 十長生紋 벼루(2)

탁본 자료만이 남아 있어, 실물을 대할 수 없음이 아쉽기는 하나, 정방형의 이 벼루는 섬세한, 가는 선으로 十長生 문양을 시문하여 화려한 느낌을 주며, 소나무의 양식화 표현이 특이하다. (사진 20)

(3) 內堂 器物

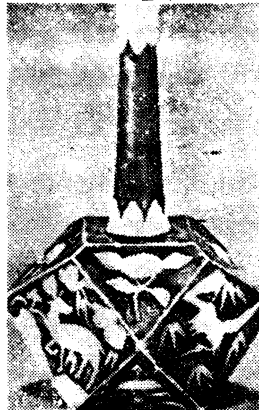
① 木工藝

○ 粧刀

장도는 白銅匠에 의해 제작되는 것이나, 칼집은 대추나무에 十長生을 양각한 것이다. 대나무, 불로초, 雙鹿, 물, 거북이 짜임새 있고, 섬세하게 시문되어 있다. (사진 21)



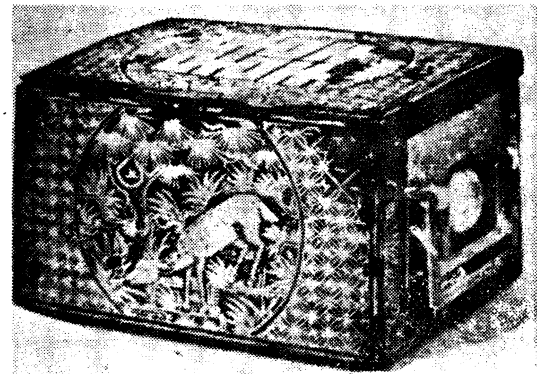
(사진 13) 19세기, 입지름 14cm, 밑지름 12.7cm
높이 39.9cm



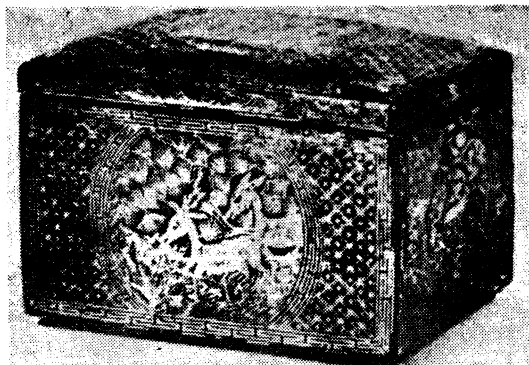
(사진 14) 19세기, 입지름 2.3cm
높이 21cm



(사진 15) 18세기, 밑지름 15.9cm
높이 16.4cm



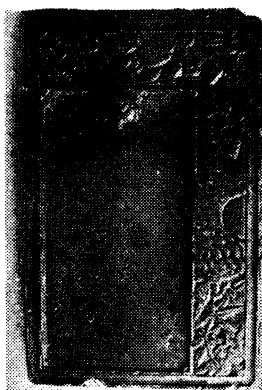
(사진 16) 19세기, 높이 6.3cm, 가로 10.6cm
세로 7.8cm



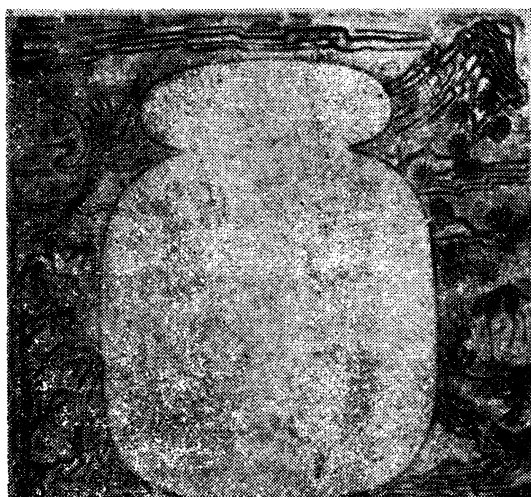
(사진 17) 13세기, 높이 9cm, 가로 13.2cm
세로 9.5cm



(사진 18) 19세기, 한변길
이(上) 6cm (下) 5cm 높이
18.1cm



(사진 19) 19세기, 가로
14cm, 세로 21.5cm



(사진 20)



(사진 21) 19세기, 길이 17cm, 폭 2.3cm, 높이 0.8cm

○ 華角 배겟모

紅松판에 화각을 붙인 배겟모 한 쌍으로서 노란색 바탕에 綠色, 赤色, 褐色, 그리고 黑色의 예리한 線으로 처리되었고, 사실적인 표현을 통하여 매우 안정감 있고, 회화적인 분위기를 이루고 있다. (사진 22)

○ 삼층 화조장

지금의 유리와 비슷한 물체인 돌유리 (수정)에 채색하여 배면에 노란색 비단을 배접하였다. (사진 23)

수집 자료 중 가장 오래 것으로 구름과 물의 표현은 양식화되어 있고, 무엇보다도 학, 노루, 거북의 형태를 단순한 線의 형태가 아니라, 面으로 보아 立體感을 시도한 것은 드물게 보여지는 예이다. 색채 또한 화려하고, 섬세하게 처리되었다. (사진 23—①, ②)

○ 木製 의걸이

전통적인 한국의 장형식으로된 이 의걸이는 검게 채색되어 있고, 문양은 十長生 요소가 섬세하게 양각되어 있고, 표현 방법이 양식화 되었거나 독특한 것은 아니지만, 나무의 질감을 훌륭하게 처리하여 입체감을 시도한 것이 특색이며, 매우 부드러운 느낌을 주고 있고, 전통적인 구조와 형태 구사의 좋은 예로 생각된다. (사진 24)

○ 木製 2층농

원형의 금속장식이 부착되어 있는 이 농은 前面 가독히 十長生문양이 線으로 음각되어 있다. 門의 雲鶴紋은 좌우 대칭으로 되어 있고, 매우 사실적으로 표현되었고, 나무의 부드러운 질감이 잘 처리되었다. (사진 25)

○ 木製 경대

가장 흔히 볼 수 있는 형태의 경대로, 행자목으로 되었고, 21cm×27cm의 두 面에 十長生이 線으로 음각 시문되어 있다. (사진 26)

○ 화각 鏡箱

경상의 前面 양 門에 연결되어 소나무, 雙鹿, 불로초가 시문되어 있다. 표현양식의 특징으로 바위의 독특한 표현을 들 수 있겠고, 재료의 특징을 화려하게 구사하고 있다. (사진 27)

○ 자개 반깃고리

소나무로 베모 반듯하게 짜서 外面에 먼저 朱漆을 한 다음 그 위에 黑漆을 하였으며, 內面은 붉은 紅漆을 한 반깃 그릇이다. 四面에 모두 뇌문의 머를 자개로 두르고 그 사각형 안에 十長生 문양들이 소박하고 묵

가적인 분위기로 시문되어 있다. (사진 28)

○ 자개 보석함

뚜껑 부분까지 연결되어 亞字紋으로 사각형 띠를 두르고 그 안에 十長生과 함께 仙界 과실인 복숭아도 시문되어 있다. 독특한 표현양식은 찾아볼 수 없으나, 재료에서 오는 화려함과, 한 폭의 풍경화를 대하는 듯한 안정된 구성을 보여주고 있다. (사진 29)

○ 자개 경대

紅漆의 바탕에, 경대의 39cm×29cm의 양면에 똑같은 형태의 문양이 정교하게 시문되어 있다. 구도, 여백의 처리 모두 사진 29와 비슷하다. (사진 30)

○ 자개 문서함

비교적 단조롭게 처리된 黑漆바탕에다가, 前面에 뚜껑부분까지 연결하여 두 부분으로 나누어 시문하였고, 우측 面의 十長生 문양은 물론 재료에 따라서 線의 세밀도에는 차이가 있으나 청화 백자의 문양에서 느껴지는 소박하고 담백한 기분을 풍기고 있고, 이러한 형태의 문양은, 오늘 우리의 주변에서도 자주 대할 수 있다. (사진 31)

○ 자개 문갑

총길이 87.6cm, 높이 48cm, 깊이 28cm의 문갑에 시문된 문양으로 커다란 공간을 섬세하고 정교하게 처리하여 자개의 화려한 맛을 한층 더해주고 있다. (사진 32)

○ 자개 2층농

두 부분으로 분리되기도 하는 이 농은 門부분에 학, 해, 구름, 소나무의 형태를 全面 가득히 시문하였다. 자개의 화려한 특성은 보이나 面으로 처리된 학이나 솔방울의 형태가 크게 그리고 산재되어 있어서 산만한 느낌을 주고 있다. (사진 33)

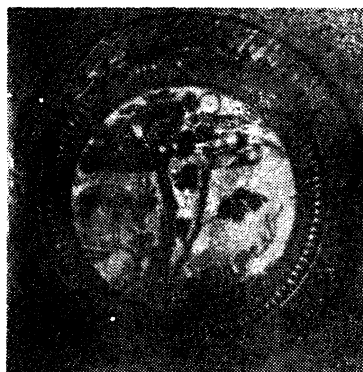
○ 자개함

사진 33 위에 얹혀져 있는 이 함은 前面 가득히 소나무, 대나무, 사슴, 바위, 불로초가 시문되어 있고, 특히 소나무와 바위의 표현은 재치있게 그리고 섬세하게 처리되어 재료의 화려함과 함께 정교하고 짜임새있게 구성되었다. (사진 34)

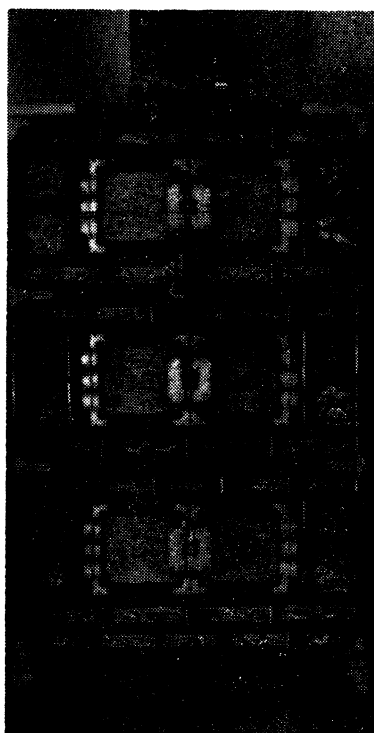
② 刺繡 工藝

○ 十長生紋 2층농

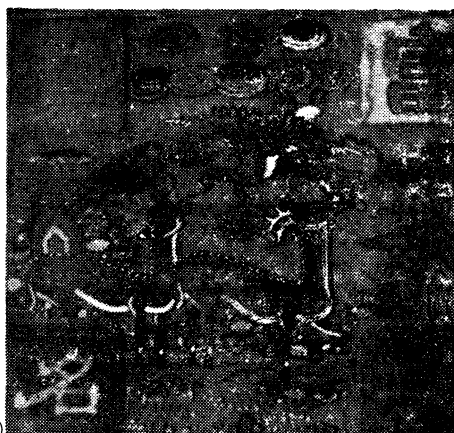
사진 35와 같은 농이 上下로 포개어져 있고, 이 농



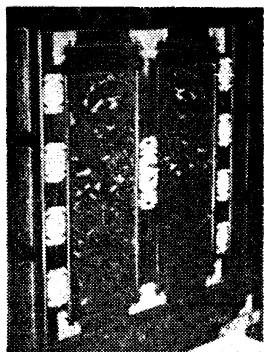
(사진 22) 18세기, 지름 11.4cm 두께 1cm



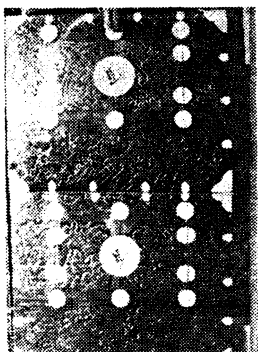
(사진 23-1)



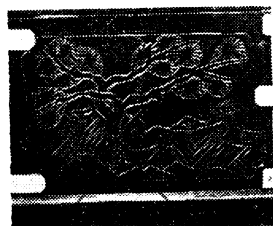
(사진 23-2)



(사진 24) 19세기, 폭91.7cm
높이 165.3cm, 길이 45.6cm



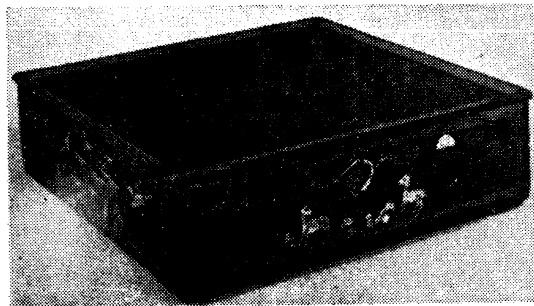
(사진 25) 19세기, 폭69cm
높이 110cm(上·下분리됨)
길이 50cm



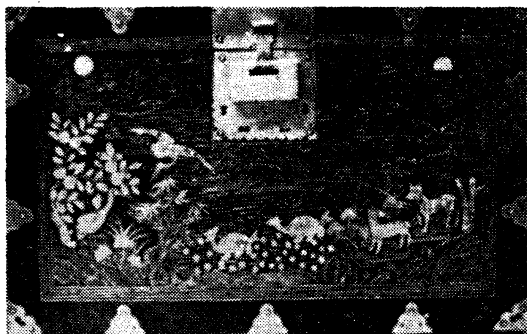
(사진 26) 19세기, 높이
21cm, 가로 15cm, 세로 25cm



(사진 27) 18세기



(사진 28) 19세기, 가로·세로 37.2cm, 높이 11.5cm



(사진 29) 19세기, 높이 20cm, 가로 35cm, 세로 15cm

은 木製의 것으로, 前面에 무광택 견직물에 수를 놓아 금속 장식을 둘러 장식하였다. 색채는 紅色 바탕에 綠色, 褐色, 黃色의 실로 수 놓았고, 화려한 색감과 아울러, 재료에서 오는 온화함을 느낄 수 있고, 형태는 사실적으로 표현되어 회화적인 분위기이나 단순화된 경향이 있다. (사진 35)

○ 十長生紋 八曲 屏風

안방의 필수적인 장식물로 여러 가지 種類의 병풍이 있다. 이 刺繡 병풍은 짙은 자색의 광택이 있는 견직물에 백색, 회색, 녹색, 황색, 흑색 등으로 수 놓아져 있다. 구름의 형태가 독특하게 표현되었고 十長生요소가 간략하게 몇 개씩 묶여서 시문되었다는 특징이 외에도 리드미컬하고 재치있는 표현으로 높은 장식성을 또한 지니고 있다. (사진 36)

○ 刺繡 十長生紋 함

木製의 함에다 검은 비단에 十長生紋을 자수로 시문하여 배접한 것으로 금속 장식으로 고정되어 있다. 회화적인 분위기를 지니면서 단순화 되었다. (사진 37)

○ 十長生紋 베갯모

紅色 견직물에 銀色 실로 각 문양의 線을 두르고 靑色, 白色, 黃色, 綠色, 紫色으로 수 놓아 졌다. 형태의 구사가 매우 동화적이며 소박하다. (사진 38)

③ 民 畫

○ 十長生 병풍

일명 群鹿圖라고도 불리우는 이 八曲 병풍은 노방에다 적색, 청색, 녹색, 백색으로 그려져 있고, 형태는 사실적으로 처리되었으나 환상적인 분위기를 지니고 있다. (사진 39)

○ 十長生 병풍

十曲의 이 병풍은 목은시가 노래했던 평화로움과 상서로움을 모두 지닌듯한 느낌이고, 역시 노방에 채색한 것으로 한 폭의 풍경화를 대하는 듯 사실적이고 회화적이다. 색채는 赤, 褐, 靑, 白, 綠, 黃色 등 自然色을 그대로 재현하려 노력한 흔적이 보이고, 하나도 손상되지 않은 채 保存되어 있다. (사진 40)

(4) 주방 器物

① 陶磁 工藝

○ 靑華白磁 長生紋 꽃잔

일종의 蓮葉盞을 세련시킨 형태로된 이 잔은 외형이

이례적으로 세련되었고, 十長生 문양도 섬세하게 시문되어 있으나 표현의 양식화는 보이지 않고 사실적인 방법으로 처리되었다. (사진 41)

○ 靑華白磁 山水長生紋 四角 접시

사실적인 표현으로 회화적인 분위기를 이루고 있는 이 접시는 해의 표현이 독특하며 새의 형태도 학으로 보기에는 어려울 것 같다. 그리고 바위가 面으로 처리된 것이 이례적인 표현 방법이라 할 수 있겠고, 전체적으로는 운동감을 느끼게 한다. (사진 42)

○ 靑華白磁 長生紋 접시

둥글게 구부러진 접시 내면을 이용하여 소나무와 불로초의 형태를 운동감 있게 표현하였고, 鹿의 뛰는 형상이 이 문양 전체를 울동감 있게 하고 있다. 구름의 형태도 재치있게 처리되었다고 할 수 있겠다. (사진 43)

② 刺繡工藝

○ 十長生紋 자수 수저집

十長生의 열 가지를 모두 紫色의 전직물 위에 노랑색, 赤色, 靑色, 갈색으로 시문하고 각 문양의 外形을 미색과 검은색 실로 둘렀다. 모든 형태가 투박하게 처리되었으나 소박한 느낌을 주며 해의 표현이 주목할 만 하다고 하겠다. (사진 44)

○ 十長生紋 朱色 수저집

형태나 구성에 있어 사진 44와 흡사하나 거북과 물의 형태는 양식화하여 표현하려는 시도가 엿보인다. (사진 45)

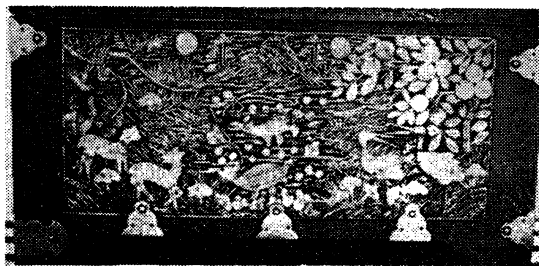
○ 十長生紋 紅色 수저집

綠色, 褐色, 白色, 黑色, 黃色의 실로 紅色 전직물 위에 十長生紋을 수 놓았다. 형태나 구성은 이 역시 사진 44, 45와 비슷하게 처리되어 소박하고 정겨운 분위기를 이루고 있다. (사진 46)

③ 木工藝

○ 螺鈿柵床盤

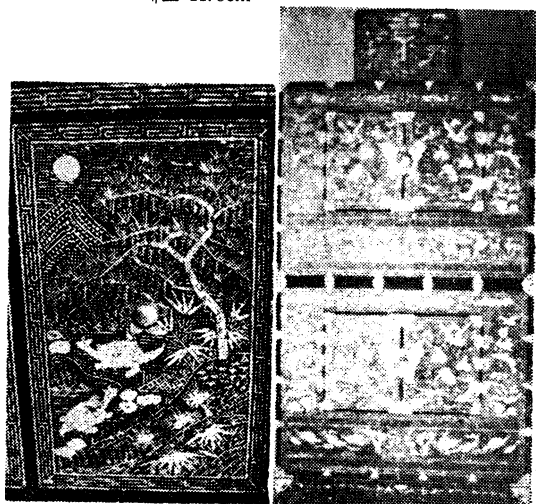
1930년 東京에서 발행된 「李朝時代 木工 作品集」에 수록된 것으로 實物을 대할 수 없는 것이 아쉬울 뿐이다. 이 자료를 통해서 볼 때 사실적으로 그리고 섬세하게 표현된 것으로 생각된다. (사진 47)



(사진 30) 19세기, 높이 20cm, 가로 29.5cm
세로 39cm

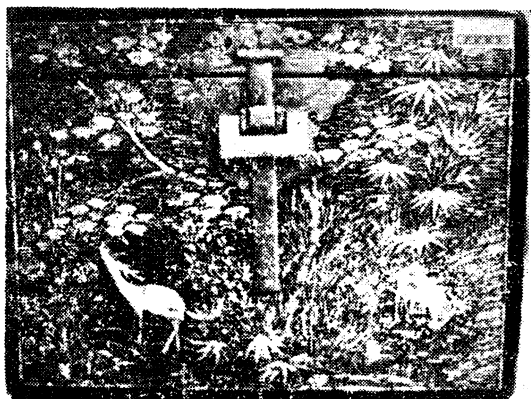


(사진 31) 19세기, 높이 13.5cm, 가로 45cm
세로 11.5cm



(사진 32) 19세기, 가로 19.3cm, 세로 31.4cm

(사진 33) 19세기, 폭 78.6cm
높이 139.8cm, 길이 49.8cm



(사진 34) 19세기, 폭 32cm, 높이 24cm, 길이 21.3cm

2. 十長生 紋様の 造形性

「예술가의 업무는 관념의 표현에 있는 것이 아니라, 관념에 대한 자신의 정서적 반응을 전달하는데 있는 것이다」. 「예술작품을 분석하는 방법에는 여러가지가 있다. 즉, 線의 리듬, 형태, 공간, 빛과 음영, 색채가 그것이다」.¹⁹⁾ 라고 H·Read가 이야기 했듯이, 조형 예술작품은 예술가 자신의 정서적 반응을 전달하고자 하는 造形意志의 결과로서, 선·형태·색채 등의 조형 요소를 빌어 구성된다고 하겠다. 따라서 예술작품의 목적은 예술가의 조형 의지를 조형 요소로서 전달하는데 있는 것이기 때문에 예술가가 주체가 되어 개인적이며 주관적이라는 특성을 지닌 반면에, 문양은 어떠한 관념을 상징하는 이외에도 장식성을 목적으로 하는 것이기 때문에, 인간의 생활과 밀접한 관계를 가지며, 사회적이고 객관적이라는 특성을 지니고 있다. 그렇기 때문에 예술 작품에서는 작가가 어떠한 감정을 전달하려 했느냐가 문제되는 것이고, 문양에서는 일반적으로 吉祥 혹은 辟邪의 관념을 지닌 대상을 어떻게 조화 있고, 장식성 높게 형상화 하였느냐가 문제되는 것이다.

이상에서 이야기한 바와 같이 十長生 문양은 吉祥이라는 관념을 조형요소를 빌어 상징하고 있는 것이며, 그의 조형성에 관하여는 조형 요소를 다음의

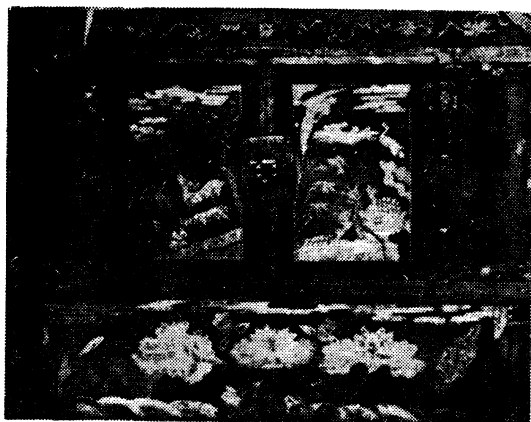
- ① 시문 도구에 따른 線의 성격
- ② 표현 방법에 따른 형태의 변화
- ③ 용도에 따른 구도의 변화
- ④ 색채

로 분류하여 이야기 하고자 한다.

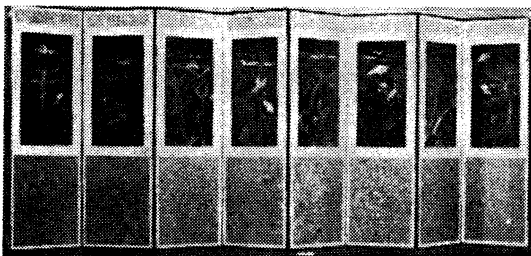
(1) 시문 도구에 따른 線의 성격

① 붓으로 시문하는 경우

대체로 재료의 질감 전달에 효과적이란 보다는 문양의 형태와 색채의 구사에, 그리고 감흥의 전달에 효과적인 것으로 보인다. 사진 13에서 보여지는 것처럼 예리하고 정교한 선의 묘사에는 다소 둔한 경향을 보이고 있으나, 울동적인 필치로 강한 생동감과 아울러 회화적인 분위기를 보여주고 있다. 사진 23은 목공예에 속하는 것이나 양식화된 형태를 정교한 선과 다채로운 색채로 민화적인 분위기를 느끼게 하고 있다. 사진 40의 민화는 자연계를 실제로 접하고 있는 듯이 섬



(사진 35) 19세기, 폭 85cm, 높이 63cm, 길이 46cm



(사진 36) 19세기, 총길이 31.8cm, 높이 164cm



(사진 37) 19세기, 높이 27.5cm, 폭 69.3cm
길이 39.3cm



(사진 38) 19세기, 지름 16.3cm

19) H·리이드(1931), 「예술이란 무엇인가」, 尹一柱(譯)
(서울: 乙酉文化社, 1969), pp. 48—49

세한 선과 자연 그대로의 색채로 형태를 사실적으로 처리하고 있다.

② 칼로 시문하는 경우

도자공예, 목공예, 석공예, 금속공예에서 보여진다.

○ 도자 공예 : 사진 15는 도자 공예로서는 흔하지 않은 경우로 견고한 질감을—예리하고 섬세한 선과 양식화된 형태로 양각되어—느끼게 해준다.

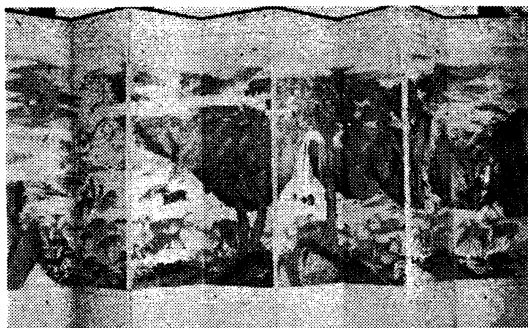
○ 목공예 : 木材에 陽刻, 透刻, 線刻한 것, 華角, 螺鈿 등 다양하다. 사진 5에서와 같이, 양식화된 형태가 예리한 선으로 간결하게 양각된 것으로 나무에서 느낄 수 있는 소박함을 잘 소화시킨 예이고 사진 24는 나무의 부드러운 질감을 유연한 선으로 투자하여 입체감의 시도에 좋은 예라 하겠다. 사진 25와 26 모두 선각한 경우이나 사진 25는 線의 성격을 살려 부드러운 나무의 질감을 느끼게 하면서도 다양하고 화려한 분위기를 보이고 있고, 사진 26은 울퉁감 있는 형태를 간결하고 명료한 선으로 처리하였으나 다소 단조로운 느낌이 든다. 대나무에 선각한 사진 7은 대나무의 견고한 殼質을 효과적으로 이용한 예이고, 사진 11 역시 견고한 대의 표면과 부드러운 속 皮質의 특성을 잘 살려 예리하고 섬세한 선으로 묘사하였다. 사진 22의 화각의 경우는 예리한 선과 함께 다양한 색채와 광택이 있고 견고한 재료에서 오는 화려함을 느끼게 하며 형태를 간편화하여 시문하였다. 사진 32와 같은 나전의 경우에도 견고한 재료를 칼로 잘라서 붙인 것으로 재료 자체에서 오는 화려함과 함께 간결하고 예리한 선으로 정교하고 섬세한 느낌을 준다.

○ 석공예에 있어서도 사진 18에서 볼 수 있듯이 예리한 선으로 양식화한 형태를 시문하였고 견고하고 무거운 돌의 질감을 잘 전달해 준다.

○ 사진 16, 17의 금속공예에 있어서는 적은 공간에 알맞도록 형태를 간결하게 정리하여 섬세하고 정교하게 시문하였다. 이상과 같이 칼로 시문하는 경우는 ① 붓으로 시문하는 경우와 비교할 때, 회화적인 분위기 혹은 감흥의 전달에 효과적이기 보다는 재료의 성격이나 선의 예리한 처리가 눈에 띄고, 따라서 입체감의 시도라든가 양식화 표현이 용이한 것으로 생각된다.

③ 바늘로 시문하는 경우

자수 공예에 있어서는 형태를 단순화 할 수 있다는 지 색채를 자유롭게 구사할 수 있는 이 외에도 실 자체의 부드러운 질감과 명료한 선으로 높은 장식성을 지니고 있는 것으로 생각된다. 사진 36은 산이라든가 구름 등의 독특한 형태를 부드러운 질감으로 그리고 세



(사진 39) 19세기, 총길이 292.5cm, 높이 165.5cm
그림의 폭 284cm, 그림의 높이 93.3cm



(사진 40) 19세기, 높이 200.9cm, 폭 378cm
그림의 폭 369cm



(사진 41) 19세기, 입지름 11.4cm, 밑지름 4.2cm
높이 6.6cm



(사진 42) 19세기, 한변길이 (上) 15.5cm, (下) 12.3cm
높이 2.8cm



(사진 43)



(사진 44) 19세기, 가로 9.8cm, 세로 25.5cm



(사진 45) 19세기, 가로 9.5cm, 세로 27cm

려된 색깔으로 시문된 좋은 예라 하겠다.

④ 손으로 시문하는 경우

도구를 움직이는 것도 손이 하는 것이기 때문에 넓은 의미로 생각하면, 모든 문양을 시문하는 도구는 손이라 할 수도 있겠으나, 여기서는 손 이외의 다른 도구를 사용하지 않는 경우를 말하는 것이다. 이는 칼이나 붓 혹은 바늘을 사용한 경우와 비교할 때 둔탁한 선과 세련되지 못한 형태로 시문되었다. 그럼에도 불구하고 여기에서는 소박한 정감을 느끼게 한다.

이상에서 본 바와 같이 시문도구에 따라서 線의 변화가 가장 눈에 띄었고, 線으로서 재료의 질감을 느낄 수 있었으며, 선의 톤(tone)의 변화는 찾기 어려웠다.

(2) 표현 방법에 따른 형태의 변화

H. Read의 분류 방법에 대입시켜 보면 十長生 문양은 물론 3유기적 혹은 자연주의적 장식에 속할 것이나 10가지 요소를 분석해 보면 좀 다른 양상을 띄고 있다. 수집 자료 65점을 분류해 본 결과 <도표 1>에서 보이는 바와 같이 十長生 문양의 각 요소에서는 1기학적 장식, 4패턴, 5조형적 장식은 보이지 않고 있다. 이는 十長生 문양이 자연물을 그 소재로 하고 있기 때문인 것으로 생각된다. 각 구성 요소는 2양식화된 장식이거나 3자연주의적으로 표현되어 있고, 양식화 사례를 정리해 보면 대강 다음의 <도표 2>와 같이 요약된다고 하겠다. <도표 2>에서 볼 수 있듯이 해(日)는 실제의 정확한 파악 이전에 이미 원형으로 개념되었기 때문에 재고의 여지없이 크기의 변화도 보이지 않고, 거의 일률적인 형태 <도표 2>의 1, 2, 3, 으로 양식화 표현된 것으로 생각된다. 구름(雲)은 <도표 1>에서 보듯이 양식화 표현과 자연주의적 표현이 같은 비율로 나타났다. 이는 구름의 다양한 형태를 표현하기 위하여 자연주의적 표현과 아울러 구름의 해학적 표현 <도표 2>의 4, 5, 6도 가능했던 것으로 생각된다. 산(山)은 자연주의적 표현이 훨씬 많은 비중을 차지했고, 양식화된 형태도 적지않게 보여졌다.

<도표 2>의 7, 8 물은 민화류를 제외하고는 거의 양식화된 형태로 대개의 경우 <도표 2>의 9와 같은 형태였다. 소나무의 경우는 부분적으로는 자연주의적 표현 방법을 시도하고 있는 반면, 양식화 표현된 부분도 함께 하고 있다. 즉, 소나무의 가지(枝)는 자연주의적으로 표현되었고, 잎사귀 부분은 재치있게 양식화되어 있다. (<도표 2>의 12, 13, 14) 대나무는 그 자체의 형태가 이미 직선적인 성격을 가지고 있는 때문인지, 양식화된 형태는 드문 경향을 보였다. 불로초는 실제

하는 植物이 아니기 때문에 자연주의적 표현은 불가능하였을 것이며, 대부분 <도표 2>의 16과 같은 형태이지만 17, 18의 경우도 찾을 수 있었다. 이상의 일품 가지 구성요소 가운데서는 세련되게 양식화한 형태 (예를 들어 <도표 2>의 4, 5, 10, 12, 17, 18)도 찾을 수 있었고, 다양하다고도 이야기할 수 있겠으나 학, 노루, 거북의 경우 동작이나 수적인 변화는 찾을 수 있었으나 세련된 양식화 형태는 대하기 어려웠다.

(3) 용도에 따른 구도의 변화

① 宮 殿

사진 1, 2, 3의 五峰屏은 불변하는 절대적 권위를 지닌 국왕에게 충성해야 하는 신하의 道를 일깨워 주는 역할을 담당하는 것이었음을 오봉병이 놓여진 위치라든가 그 구도와 구성요소로서 추측할 수 있다. 중후한 색채와 사실적인 형태로 구성되어 문양이라기 보다는 하나의 회화형식으로 근엄한 분위기와 위압감을 느끼게 한다.

② 사랑방

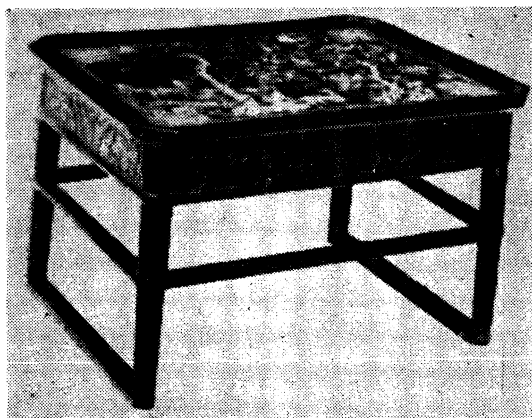
장식하지 않는 것을 원칙으로 했던 장소였기 때문에 선비가 가장 필요로 하고, 또 규모가 적은 기물—선초, 연상, 필통, 화살통, 연초함, 화병—에만 시문했던 것으로 생각된다. 따라서 문양도 사진 16, 17에서 보여지듯이 적은 공간에, 몇 개의 요소를 선택하여 간결하게 시문되었고 구도도 시문되는 공예품과 시문 공간의 조화를 고려하여, 섬세하고 그윽한 靜感과 안정감을 느끼게 한다. 재료는 木材가 가장 많았고, 금속, 石, 도자기도 찾을 수 있었으며 정교하고 간결하게 시문된 것이었다.

③ 내 당

주택 공간 중에서 가장 장식물이 많이 놓인 곳으로 문갑, 장농, 함, 베갯모, 경상, 병풍 등에 화려하고 다채로운 여러 문양이 시문되었다. 나전 문갑(사진 32)에서 보이듯이 사실적인 구도에 형태는 예리한 선으로 양식화하여 全面을 꽉 채웠고, 사진 23은 前面 가득히 여러 가지의 吉祥 문양을 시문하였고, 세 개의 층 각 門에는 十長生 문양을, 자연을 축소하여 再現시킨 듯한 구도로, 민화적인 분위기를 느끼게 하고, 가늘고 정교한 선으로 형태를 양식화하여 다채롭고 화려한 색채로 시문하였다. 사진 22도 역시 마찬가지로 좁은 공간을 정교하고 섬세하게 자연 그대로를 재현하여, 선명한 색채로 시문하였다. 사진 22, 23, 모두 자연 그























(사진 46) 19세기, 가로 8.5cm, 세로 27.5cm



(사진 47) 19세기, 가로 38.7cm, 세로 26cm
높이 23.1cm

	해	구름	산	물	소나무	대나무	불로초	노루	학	거북
(1) 기하학적 장식										
(2) 양식화된 장식	37	18	13	14	22	2	51	7	4	4
(3) 유기적 확보 자연주의적 장식		18	24	6	33	25		44	32	17
(4) 패턴 (Pattern)										
(5) 조형적 장식										

(도표 1)

	해 (日)	구름 (雲)	산 (山)	물 (水)	소나무 (松)	대나무 (竹)	불로초 (不老草)	노루 (鹿)	학 (鵠)	거북 (龜)
양식화 사례										
	1	4	7	10	13	16	17	20	23	26
										
	3	6	9	12	15		18	21	24	27

(도표 2)

대로의 안정된 구도와 함께 화려한 색채로 높은 장식적 특성을 지닌 좋은 예이다. 그 외에도 사진 33, 34, 등의 나전칠기류는, 역시 자연을 재현한 듯한 구도에 광택이 있고 높은 장식성을 지닌 재료로 간결한 형태를 시문하였다. 자수 병풍 사진 36은 열 가지 요소를 몇 가지씩 묶어서 세련된 색감과 형태로 八曲에 나누어 시문하였고, 그 구도에 있어서도 독특하여 높은 장식성을 보여주고 있다. 사진 39, 40의 민화류 병풍은 자연적인 색채와 형태로 한 폭의 자연풍경을 대하듯, 자연주의적으로 표현되었으나 그의 독특한 구도는 환상적인 느낌을 주고 있다.

④ 주 방

주방 공간 중에서 가장 十長生類의 문양이 발견되지

않은 곳으로 재료별로도 도자기류 약간과 나전 床이 하나, 자수 수저집 몇 개가 전부였다. 그러나 사진 43에서 보이는 독특한 구도는 강한 울동감과 함께 원근감도 느끼게 해 준다.

(4) 색 채

비교적 색채 구사에 자유로운 재료—木工藝(화각, 화초장), 자수공예, 민화류—를 대상으로 정리하여 보았다. 그 결과 綠·白·赤·靑·褐·黃 그리고 紫, 黑의 순으로 등장한 것으로 나타났다. 그리고 동색 배열의 예보다는 보색 배열로 원색을 그대로 사용하여, 세련되지 못한 색감으로 인식될 수도 있겠으나 현대의 원색대비의 색감 현상을 감안한다면, 색감의 세련도를

이야기하기 보다는 한국인의 기호 현상으로 보는 것이 마땅하리라고 생각한다. 사진 33의 경우, 물론 섬세한 선과 양식화된 형태와 안정감 있는 구도로도 장식성을 지닌 예이기는 하나, 그 위에 화려하고 선명한 색채로 더욱 그 장식성을 높이고 있다 하겠다.

3. 十長生 紋樣의 現代化

十長生 문양에서 우리는 평화롭고 牧歌의인 분위기를 主潮로 이루고 있음을 볼 수 있었다. 그리고 오늘 우리가 접할 수 있는 전통공예품에 시문되고 있는 十長生 문양의 모습도 찾을 수 있었다.

「현대 디자인의 근원은 기능주의적 思考로부터 출발하여, 19세기의 특수한 상황인 산업 혁명으로 인해 야기된 모든 문제와 관련된다. 19세기는 기계와 산업 발전에 의해 파생되는 경제적, 사회적, 문화적인 문제뿐만 아니라, 조형적인 문제까지도 하나의 위기에 처했던 시대였으며 새로운 상업주의와 공업화에 의해서 야기된 위기는 인간 생활 감각의 실체인 조형의 위기와 함께 새로운 양식 즉, 새로운 조형 양식에 대한 인식의 시대이기도 했다」²⁰⁾고 鄭時和는 현대 디자인의 근본적 경로를 설명하고, 이어서 「예술이란 본래 개인과 관계되는 이상 개성을 강조하는 것이 당연하지만, 디자인은 현실의 조건과 관계되기 때문에 합리적으로 추구하는 것 또한 당연하다.

이는 20세기 초반부터 두 개의 이념을 통합하고자 했던 위대한 역사적 노력과 마찬가지로 기술적인 세계와 예술적인 세계의 합일을 위한 노력 즉, 예술과 기술의 협력을 의미한다. 재료적 기능적인 質과 미적이고 개성적 직관적인 質을 통합한 전체로서의 생활을 위한 質을 추구하는 것이다」²¹⁾라고 현대 디자인의 궁극의 목적을 밝히고 있다.

이와 같이 19세기 산업 혁명 이후, 기계의 출현으로 「Form follows function, function follows form」이라는 말이 나올 정도로 기능이 강조되고, 문양을 비롯한 모든 형태의 장식이 거부되었다.

기계로 인하여 파생되는 대량생산품의 질적인 문제를 지적하고 나섰던 W. Morris는 그의 「예술 공예 운동」을 통하여 극복하려 노력하였으나 그 이념은 실천되지 않은 채 20세기로 접어들어, Bauhaus의 교육과정, D.W.B.의 디자인 사회화 운동을 통하여 실천적인 노력의 형태로 발전하였다. 즉, 기술과 예술의 협력으로 보다 나은 인간 생활을 위하여 기여해야 한다는 하

나의 목적을 향한 것이었다.

기능을 해석함에 있어서도 기계가 기능을 대변하던 시대로부터 인간의 정서생활에도 자연스럽게 적응되는 유기적 기능을 의미하는 시대로 변화하였고 그에 따른 조형 감각도 단순성, 청결성, 기능성 등 새로운 감각으로 대변되고 있다. 뿐만 아니라, 세계는 경제력의 국제 경쟁 체제로 변모하여 한 국가의 권위는 그 나라의 경제력에 의존되고, 또한 경제력은 국가의 수출고에 근거하게 되었다.

따라서 해외 수출시장의 확보를 위한 독자적인 디자인 개발은 어느 국가에 있어서나 중요한 문제로 대두되고 있다. 이러한 때에 기술의 개발로 상품의 기능적인 질을 개발하고, 우리 고유의 미적요소를 현대적 조형감각에 맞추어 재검토하는 독자적이고 미적인 질의 개발 작업은 필수적인 것으로 되었다.

그렇기 때문에 한국 고유의 美感을 가장 잘 나타내주고 있는 문양, 특히 가장 한국적인 문양으로 또 우리 고유의 문양으로 보편화된 十長生 문양의 토산품 혹은 수출 공산품을 위한 현대화 작업은 더욱 의미있는 것일 것이다.

현재까지의 토산품이나 수출 공산품에 가장 빈번히 시문되어 온 十長生 문양은 이조 후기의 양식 그대로 계승되어 우리의 생활이나 조형감각에 일어난 변화와는 일치하지 않는 요소가 있기 때문에 여기서는 十長生 문양의 현대화 작업에 기초가 되도록 이조 十長生 문양의 조형적 특성을 밝혀 검토되어야 할 요소를 지적하고 이를 보완하여 현대적 감각으로 재구성된 十長生 문양의 새로운 방향을 모색하려는 것이다.

이조 十長生 문양의 조형적 특성은 대략 다음의 네 가지로 요약된다고 하겠다.

첫째, 十長生 문양의 회화적 분위기이다. 이는 하나의 풍경을 문양으로 표현한 형식이다 자연주의적 형태와 구도에서 비롯된 것이라 생각된다.

둘째는, 구성 단위 열 가지의 표현 방법에 통일성이 결여되었다는 것이다. 가끔 채치있는 양식화 사례도 찾을 수 있었으나, 부분적인 양식화로 인하여 산만한 느낌을 주는 예가 많았다고 하겠다.

세째로, 자연의 현상을 再現한 듯한 구도가 많다. 다시 말해서, 자연 현상에서부터 탈피하여 열 가지 단위를 다른 각도에서 재구성 시키려는 시도는 찾기 어려웠다는 것이다.

네째, 시문된 공예품의 형태와 기능성을 강조하는 범위 내에서 원색의 색감과 곡선적인 선으로 문양의 장식으로서의 기능이 잘 구사되고 있다고 하겠다.

十長生문양의 조형적 특성에 관하여는 이상과 같이 지적할 수 있겠고, 수집자료를 통해서 얻을 수 있었던

20) 鄭時和(1975), 「현대 디자인 研究」(서울: 文旺社), pp 93, 98.

21) 앞글, pp 136, 145

조형 요소의 특성을 세분해서 설명하면, 우선 線이 명료하고 곡선적이라는 것이다.

이러한 성격은 곡선적인 자연 환경—山, 나무, 강, 길 등—에서, 그리고 뚜렷한 四季에서 비롯된 것으로 이러한 자연 환경이 유지되어 오는 동안에 한국의 특성으로 토착된 것이 아닌가 생각한다. 그리고 형태와 구도의 자연주의적 경향은 사회적 환경에서 비롯된 인습적인 것으로, 이루어지지 않았던 이조인의 절실한 소망을 간접적인 방법으로 상징하고 있었던 것이기 때문에 요원했던 그들의 이상과 함께 사실적인 표현이 반복되어 세련된 양식화 표현이라든가 구도의 변화는 흔하지 않았던 것으로 생각된다. 물론, 수집자료 중에서 색감에 있어서 뛰어난 예(사진 23)와 구도나 형태에 있어서 뛰어난 예(사진 36)도 찾을 수 있었으나 대체로 十長生 문양 본래의 특성인 회화적인 분위기, 그리고 한국의 멋을 전달하기 위한 가장 적합한 문양으로서의 장식기능을 유지하면서 현대적 감각에 맞는 양식화된 형태로 재구성하는 방향에서 이루어져야 할 것이다.

사회적, 조형적으로 독특한 성격을 지닌 十長生 문양을 새로운 시대적 감각에 맞도록 현대화한 사례가 많이 있어 왔다.

이와 같이 우리의 조상들이 그들의 理想을 담아 생활 공간 어디에나 두고 아껴온 十長生 문양은 우리 한국의 정서를, 한국의 맛을 전달하기에 가장 적합한 소재로 새로운 감각에 맞는 형태와 구도로 재구성하는 十長生 문양의 현대화 작업은 이러한 과정을 기초로 하여 연구 개발되어야 할 필수적인 분야로 생각된다.

Ⅲ. 결 언

최근에 이르기까지 十長生 문양은 한국의 정서, 한국의 멋을 전달하기 위한 문양으로 가장 빈번하게 사용되어 왔다. 十長生 문양의 사회적 특성과 조형적 특성을 파악하고, 나아가서는 한국 고유의 멋을 전달하기 위한 오늘의 생산품에 현대의 감각에 맞는 새로운 형태로 재구성하는 방향에서 十長生 문양의 현대화 가능성을 타진해 보려는 목적으로 이 연구에 착수하였던

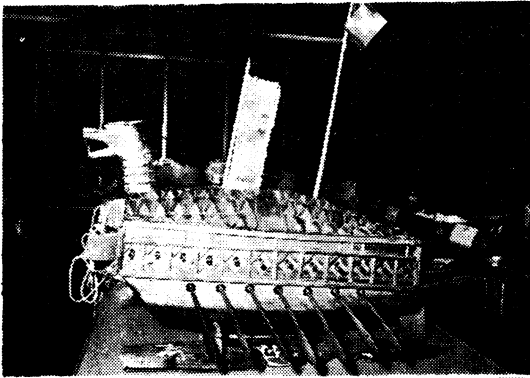
바 문헌 자료를 통하여 본 十長生은 高麗 前期에 형성되어 세화 혹은 吉祥紋樣의 형식으로 고려 때에 이미 사용되기 시작하여 이조에 이르러서는 단순한 문양으로서라기 보다는 이조인의 소망을 이야기해 주는 심볼로서 보편화 되었던 것임을 알 수 있었다. 이 두 가지 특성—한국에서 형성된 고유 문양이라는 점, 이조인의 심볼이었다는 점—으로도 한국의 정서, 한국의 멋을 전달하기 위한 문양으로 사용되어 온 데에는 그만한 의미와 가치가 있다는 것을 또한 발견할 수 있었다. 그 외에도 十長生 문양의 수집 자료를 조형적으로 분석해 본 결과 몇 가지 조형적 특성이 발견되었다. 즉, 첫째 十長生 문양은 회화적인 분위기를 느끼게 하는 것, 둘째 양식화 표현과 자연주의적 표현이 통일되어 있지 않아 산만한 느낌을 주는 경우가 있다는 것, 셋째 대부분의 경우 자연의 풍경을 축소시켜 재현한 듯한 구도가 많다는 것, 넷째 시문된 공예품의 형태와 기능성을 강조하는 범위 내에서, 원색의 색감과 곡선적인 선으로 문양의 장식으로서의 기능이 잘 구사되고 있다는 것 등으로 특징지어졌고, 그러한 十長生을 이루고 있는 조형요소를 분석해 본 결과 명료하고 곡선적인 線, 자연주의적 형태와 구도, 원색 대비의 색감 등으로 세분되었다. 이에서 오늘의 조형 감각과의 상이점을 발견할 수 있었다. 즉, 자연 환경에서 비롯된 것으로 보이는 線과 色의 특성은 우리의 민족성으로서 토착된 것이라 하겠으나, 이조 조형 감각의 특성은 사실적이면서도 단순화된 표현에 있다고 생각되었다. 따라서 이조의 十長生 문양 수집 자료에서, 양식화한 표현 보다는 사실적인 표현의 경우가 더 빈번할 수 밖에 없었던 것 같다. 그러나 오늘의 조형 감각은 단순하고 간결한 조형 감각으로 그리고 기하학적인 감각으로까지 변화하였다. 뿐만 아니라 경제적 부흥이 가장 시급한 문제로 대두되고 있는 현 시점에서 독자적인 수출 공산품이나 토산품의 개발 작업은 필수적으로 행해져야 할 분야로 되었다.

그렇기 때문에 한국의 독자적인 생산품의 개발을 위한 十長生 문양의 현대화 작업은 우리의 토착화된 특성—線, 色感—을 유지하면서 새로운 감각에 맞는 형태와 구도로 재구성하는 측면에서 연구·개발되어야 하리라 생각된다.

優秀製品 디자인 紹介

introduction of fine quality products.

商品名 : 文化財 模造品(거북선)



우리 나라는 오랜 傳統的 遺物과 함께 先人들의 文化에 대한 훌륭한 업적이 빛나고 있어 文化財 및 高유의 風物을 풍부하게 가지고 있다.

이러한 高유의 유물 模造品을 같은 資材나 다른 資材를 이용하여 原形 또는 축소하여 輸出産業으로 개발하면 國威선양 등 二重效果를 올릴 수 있다.

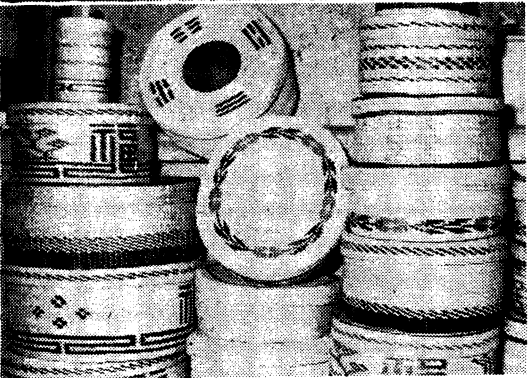
商品名 : 市場 帛



이 商品은 高公품의 일종으로서 農家 工產品으로 農촌의 농한기를 이용, 製造되고 있으며 日本등지에 人氣裡에 輸出되고 있다.

모형은 平凡한 것으로부터 多樣的 디자인에 이르기까지 얼마든지 變形시킬 수 있으며 무늬도 多樣化할 수 있다.

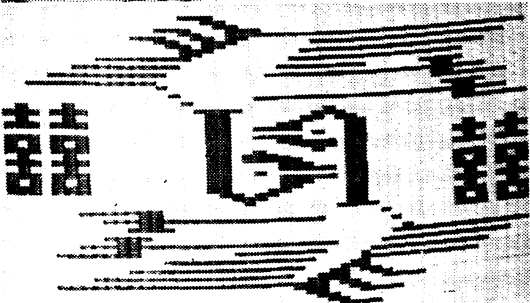
商品名 : 蓆工品



이 高公품은 우리 나라 農村이면 어디서나 볼 수 있는 보릿짚과 벼짚을 素材로 하고 있는데 바구니나 전화 받침대, 화병받침대 등 실내장식품으로 널리 愛用되고 있으며 상당량이 輸出되어 外貨획득의 일익을 담당하고 있다.

각종 한국 固有의 디자인이 더욱 人氣를 모으고 있는 製品이다.

商品名 : 돛자리



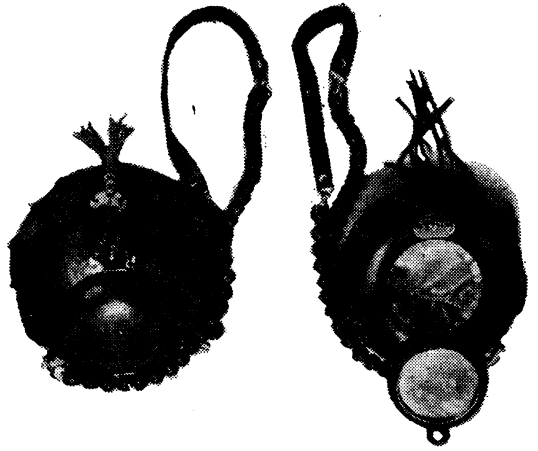
돛자리는 우리 先祖들의 住生活에 必需品으로 오늘날까지 널리 使用해 왔다.

在來式은 주로 왕골을 素材로 해왔으나 이 商品이 日本 등지로 輸出됨에 따라 인초(蘭草)를 利用하여 製造되고 있는데 특히 우리 固有의 무늬나 色相 등의 디자인이 人氣를 모으고 있다.

商品名：木製 핸드백

特異하고 재미있는 디자인의 이 핸드백은 木製라는데 더 흥미를 끄는데 이 상품은 오늘날 流行에 민감한 반응을 보이고 있는 女性들의 악세사리로서도 상당한 人氣를 끌고 있다.

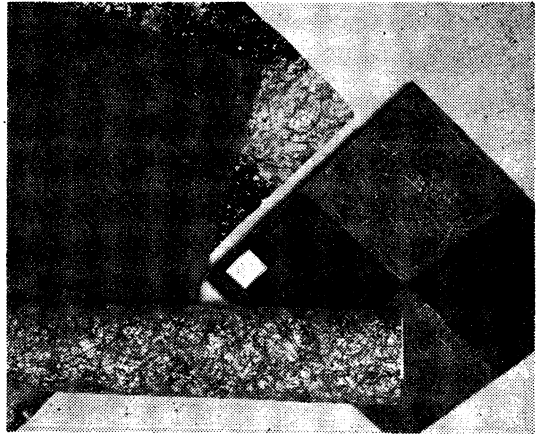
그런데 이 製品의 主資材는 주로 다름나무(Pagoda tree : 中國原産, 한국・日本에서 生産됨)이다.



商品名：솔잎壁紙

갈포벽지가 自然美를 直線으로 표현한 것이라면 이 솔잎壁紙는 自然美를 曲線으로 表現함으로써 우아함을 더욱 돋보이게 하는 製品으로 落葉솔잎에서 抽出한 순식물성 섬유를 종이에 붙여 만든 壁紙이다.

이 벽지는 갈포벽지보다 훨씬 多樣한 디자인으로 변화시킬 수 있는 특징을 가지고 있다.



商品名：室內裝飾用 油畵

최근 歐美市場에서는 家具 등 실내장식용품의 需要가 해마다 늘고 있는데 이 油畵도 그 한 가지로서 高價한 有名畵家의 名畵와는 달리 단순한 실내장식용으로 人氣를 모으고 있다.

이는 손쉽게 구할 수 있을 뿐 아니라 값도 싸므로 需要者의 부담을 한층 경감해 주기 때문이다.



商品名：穀物畵 액자

美術工藝品의 一種으로 쌀, 보리, 콩, 조, 밀 등 각종 天然穀物을 사용하여 Mosaic 그림을 만든 것으로, 人工물감이나 색깔을 전혀 사용하지 않고 순수한 곡물만을 사용함으로써 天然의인 色相을 최대한 구사한 한 폭의 藝術品이라 할 수 있다.

그림은 주로 名畵를 모방하여 한층 더 예술적 분위기를 살리고 있다.

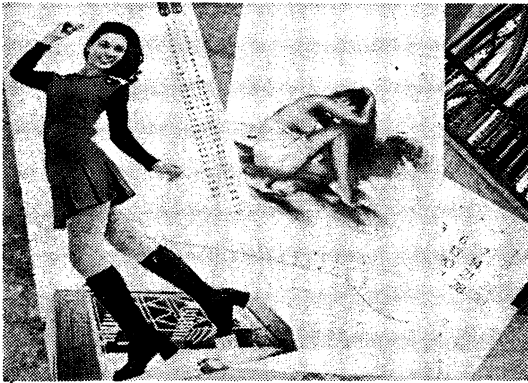




商品名 : 수면용 眼帶

이 수면용 안대는 遮光性的의 原理를 利用하여 만든 것으로 수면을 촉진시키는 한편 安眠촉진, 피로회복, 특히 신경안정용으로 人氣가 있어 각 有名航空社는 물론, 一流호텔 등에서 널리 愛用되고 있다.

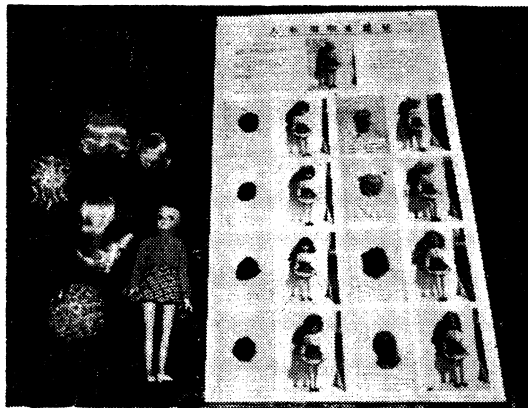
특히 래저 붐을 탄 장거리 관광객에게는 꼭 必要한 휴대품이라 하겠다.



商品名 : 輸出用 캘린더

우리 日常生活에서 必需品으로 되어가고 있는 캘린더가 輸出되고 있다.

캘린더에는 여러 가지 型과 規格이 있는데 벽걸이용으로는 都市風景사진, 油畵의 古典 名畵, 動物이나 玩賞用 植物을 主題로한 것 등 매우 다양한데, 특히 西獨으로 輸出하고 있는 것은 어린이용으로 개, 고양이, 말 등 動物寫眞을 넣었고 사용 후에는 엽서로 사용할 수 있는 實用型도 있다.



商品名 : 脫着 人形假髮

이 商品은 人形用 가발을 말하는 것으로 世界 각국 어린이들에게 소꿉친구로 玩具用으로 널리 愛用되고 있다. 이 가발은 머리의 流行에 따르고 人形의 옷과 造化를 이룰 수 있도록 하기 위해 만들어진 것으로 어린이들의 嗜好에 맞게 수시로 갈아끼울 수 있게 만들어져 있다.



商品名 : 소프트 비닐人形 옷

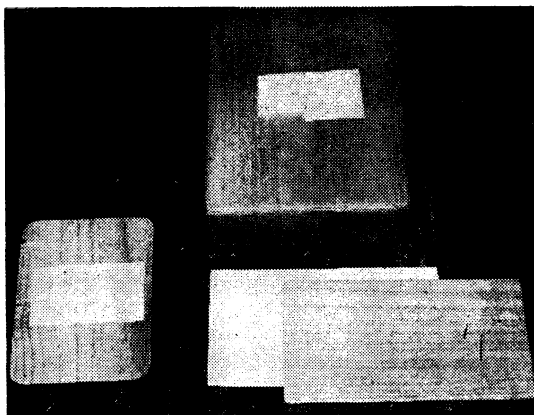
소프트 비닐人形은 염화비닐을 原料로 써서 人物 등을 풍자적으로 디자인하여 만든 것으로 여기에 각종 色相과 디자인의 옷을 입히게 된다.

우리 나라에서는 美・日・멕시코・홍콩・영국 등 20餘個國에 輸出市場을 多邊化하고 있는 有望品이다.

商品名 : 폴킹 木箱子

현재 國內에서 생산되고 있는 각종 상자류는 주로 木材, 플라스틱, 유리 등인데, 이 폴킹 木상자는 스티로 폴(발포성 합성수지)을 원료로 만든 것으로 그 원판에 무늬목을 특수 디자인으로 가공처리하여 붙인 제품이다.

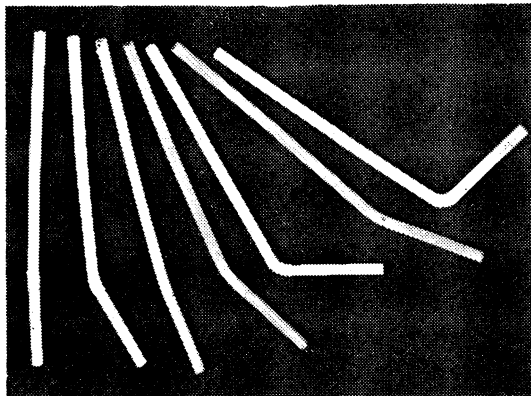
輸出品 포장개선을 기하기 위해서는 最適의 商品이다.



商品名 : 플렉시블 Straw

이 商品은 일종의 빨대(Straw)로서 그 일부분을 특수 공기로 압축, 주름을 잡아 자유자재로 구부렸다 폼다 할 수 있게 만들어져 있어 청량음료 등을 마실 때 편리하게 사용할 수 있다.

특히 起動이 不便한 환자들은 '누운채로' 이 빨대를 구부려 마실 수 있어 편리하다.



商品名 : 동물飼料 겸 玩具

이 商品은 흔히 개껌(Dog chewing gum)이라고도 부르는데 개, 고양이 등의 愛玩動物을 對象으로 만들고 있으므로 一名 愛玩動物玩具(Pet-Toy)라고도 부른다.

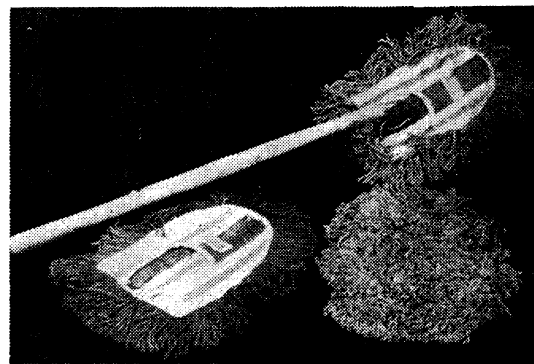
이 商品은 수구베(Inhide)를 뼈다귀나 공, 동물 등 모형으로 만들어 개, 고양이 등이 長時間 물고 놀도록 되어 있는 아이디어 商品이다.

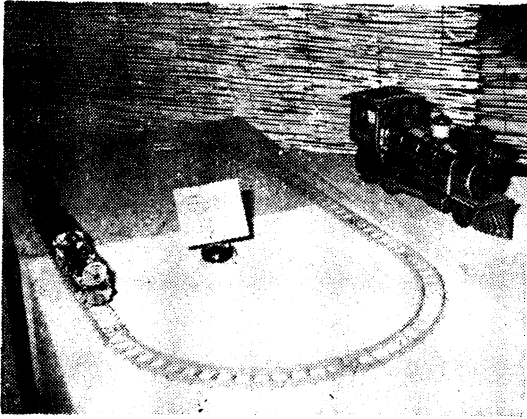


商品名 : Shop Towel

우리 나라에서 주로 캐나다로 輸出하고 있는 Shop Towel은 純綿으로 제작되어 있으며 크기는 가로, 세로 약 38cm의 규격으로 되어 있다.

이 면 걸레의 용도는 주로 가구 및 집기 손질용, 자동차 손질용, 실내 청소용으로 사용되고 있는데 최근에 와서는 美國市場에 서도 人氣를 모으고 있다.

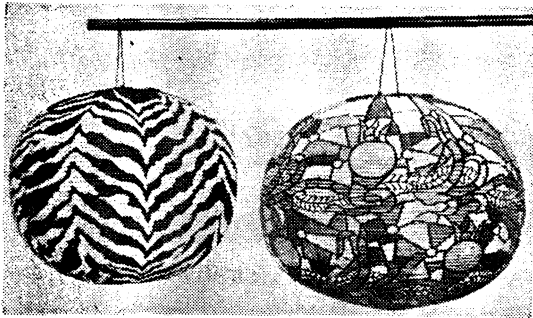




商品名 : 스케일 모델

스케일 모델은 日常生活에서 常用하고 있는 자동차, 기차, 선박 등의 모든 部分을 一定한 比率로 축소하여 實物과 같이 디자인하여 만든 模型物을 말한다.

玩具 舩을 타고 이런 스케일 모델은 教育的인 파급 효과도 커서 歐美諸國의 人氣를 한 몸에 모으고 있다.



商品名 : 室內裝飾用 종이 공

종이 工藝는 素材도 多樣할 뿐 아니라 그 用途도 여러 가지이다.

실내장식품을 비롯하여 파티용과 크리스마스 장식품 등으로 이용되고 있다.

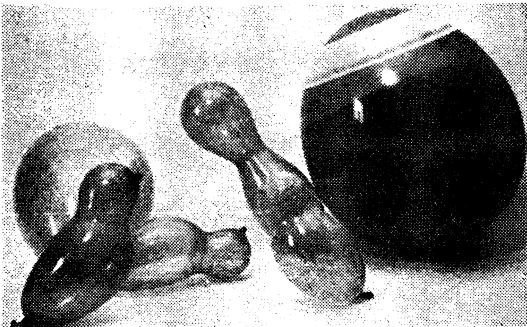
갖가지 모양의 디자인과 色相 등은 그 利用용도에 따라 형태를 달리하지만 크리스마스 장식용 需要가 가장 많다.



商品名 : Self-adhesive Album

우리 나라의 앨범輸出은 69년에 對美處女輸出이 이루어진 이래, 캐나다, 西獨, 프랑스, 벨지움, 日本 등으로 市場이 多邊化됨에 따라 商品의 디자인도 多樣化되고 高級化되고 있다.

따라서 輸出有望品目으로 각광을 받아 品質도 더욱 우수하여 人氣를 모으고 있다.



商品名 : 고무 풍선

고무 풍선은 國家的인 行事나 각종 大會에 興을 돋구기 위한 用具로서 그 用途가 多樣하여 先進各國으로부터의 注文이 每年 늘어나고 있다.

우리 나라에서는 家內手工業의인 生産形態를 벗어나지 못하고 있지만 需要에 맞는 디자인과 色相 開發에 努力한다면 注文은 더욱 많아질 것으로 보인다.

商品名 : 假손톱부착 淑女用 장갑

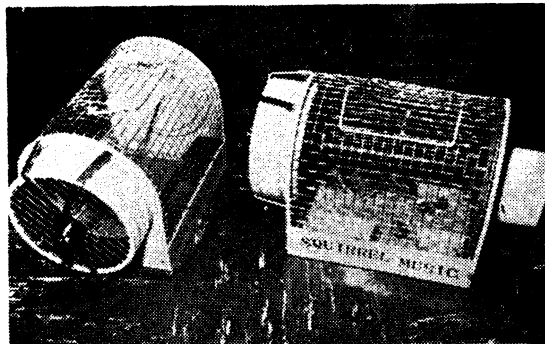
여성들이 손톱에 매니큐어를 발랐을 때 나타나는 美的效果를 장갑을 끼었을 때도 外部에 나타내기 위하여 장갑 손가락의 손톱위치에 플라스틱으로 만든 가손톱을 부착하고 수시로 各種 色相의 매니큐어를 취향에 따라 바를 수 있게 考案된 기발한 아이디어의 新商品이다.



商品名 : 다람쥐 집

우리 나라의 다람쥐는 몸체가 작고 귀엽게 생겼으며 꼬리는 毛筆과 같이 털생되어 있으며 扁平이다.

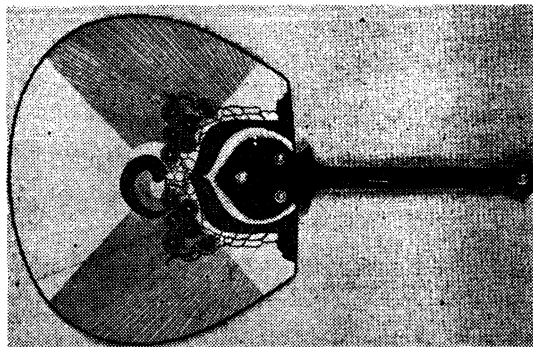
이러한 다람쥐 사육용 다람쥐 집이 이 製品인데 이 다람쥐 집의 特色은 다람쥐가 서식하기에 편리하게 考案되어 있을 뿐 아니라 그 구조상 다람쥐가 움직이면 아름다운 음악이 흘러 나오게 되어 있다.



商品名 : 室内裝飾用 부채

우리 祖上들이 즐겨 쓰던 부채가 使用하기 위해서가 아니라 室内裝飾用으로 美國, 프랑스, 荷蘭, 日本 等地로 輸出되어 外貨를 벌어들이고 있다.

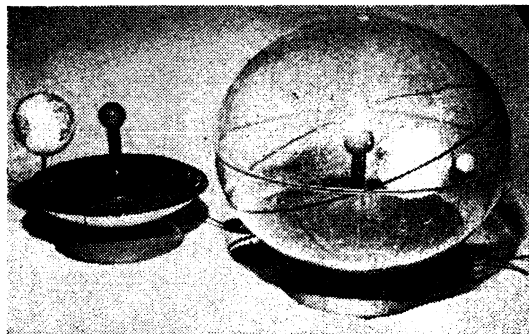
復古的인 정취를 좋아하는 西洋人들은 우리 東洋 부채와 自己나라 固有의 부채를 같이 장식함으로써 東西洋의 古典文物을 한 눈에 즐기고 있다.

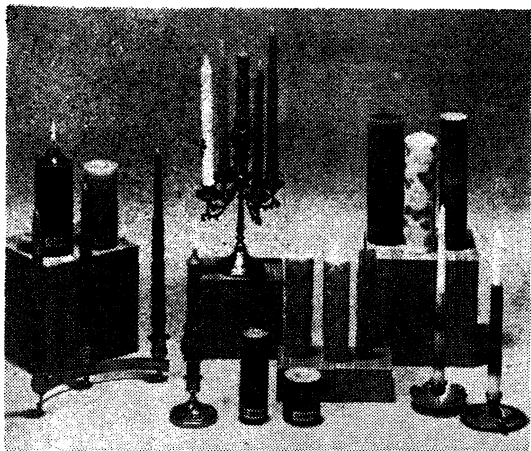


商品名 : 天球儀

天球儀는 太陽, 地球, 달 등의 움직임을 季節板에 정확히 설계한 科學教材로서 年月日, 낮과 밤, 四季, 滿月, 일식, 월식, 밀물, 썰물 등을 한 눈에 볼 수 있게 考案되어 있다.

美麗한 디자인에 정확한 수치기재 등 科學的이고도 정밀하고 섬세하게 製造되어 있다.

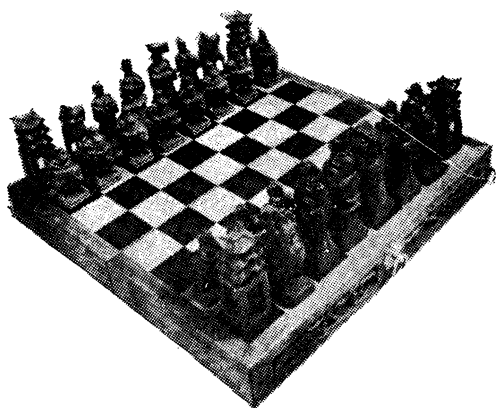




商品名 : 장식용 洋燭

歐美諸國에서는 최근 裝飾用 양초가 各種 各樣의 스타일 및 디자인, 아름다운 色相으로 각종 파티用으로 需要가 急増하고 있다.

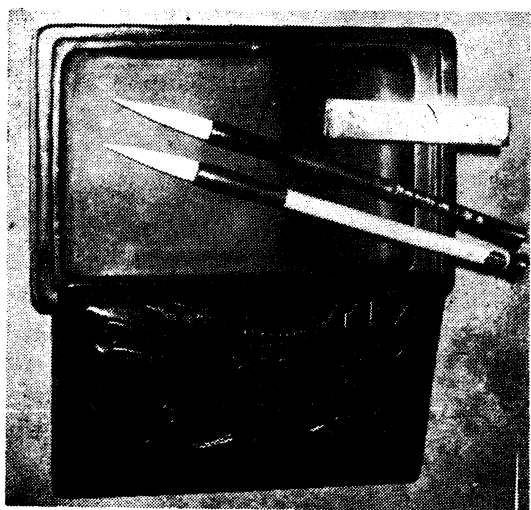
이 양초는 특수한 化學的 처리로 끄름을 없애며 촛물이 떨어지지 않고 양초의 냄새 대신 향기를 넣어 만든 것이다.



商品名 : 西洋 장기

72년에 美國의 Fischer와 소련의 Spassky 선수가 世界 장기 선수권대회라는 異色の인 시합을 가진 이래 미국에서는 장기에 대한 人氣가 高潮되고 있다.

이 製品은 全南 해남과 담양일대에서 나는 玉石, 滑石, 남석 등으로 만든 것인데 특히 정교한 디자인이 好感을 사서 연간 8萬弗 상당이 輸出되었다.



商品名 : 書藝用 벼루

지금까지 家內手工으로 生産되던 벼루가 大量生産되어 日本으로 輸出되고 있다.

이는 餘暇의 善用을 위한 方便으로 書藝가 붓을 일으킴으로서 비롯된 것인데 우리 나라에는 벼루용 原石이 풍부하여 디자인 改善에 좀더 注力한다면 보다 많은 量을 輸出할 수 있을 것으로 보인다.

商品名 : 多目的 지게배낭

在來式 등산용 지게배낭의 短點을 補完, 등산, 낚시, 야외놀이, 쇼핑 또는 일반가정에서 간편한 운동용구로 쓸 수 있도록 考案된 것이다.

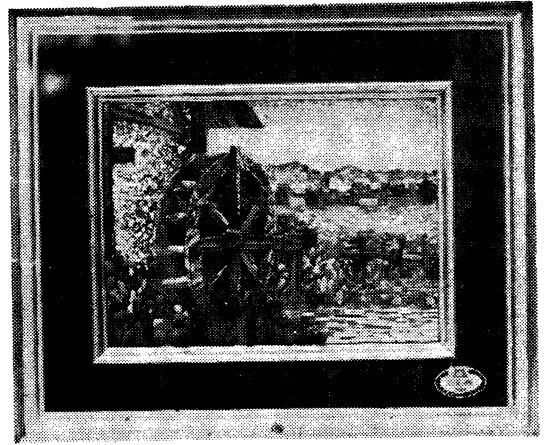
이 製品의 특징은 鐵 Pipe를 사용했기 때문에 견고하며 組立式이므로 배낭과 벨트를 따로 分離시킬 수 있어 편리하다.



商品名 : 寶石畫

보석화는 貴石의 廢石이나 혹은 低級品의 原石을 덩블링機로 다량 연마하여 特殊 디자인된 畫板에 정착시켜 각종 人物畫, 靜物畫, 風景畫 등을 만드는 것이다.

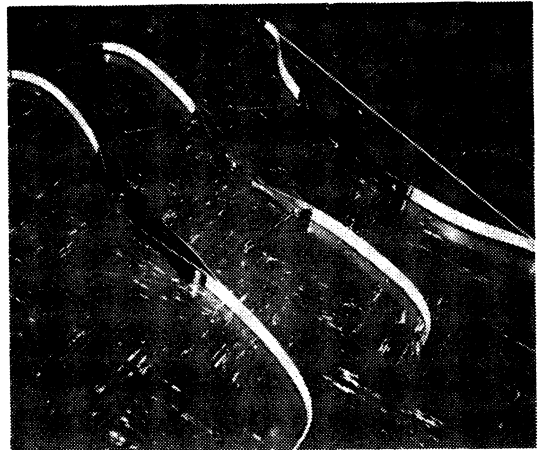
이 보석화의 特色은 一般 그림과 달리 天然美를 그대로 살릴 수 있는 특수성을 가지고 있어 着色할 필요가 없다.



商品名 : 洋弓(활)

활은 先史時代부터 사용하기 시작한 人類 最古의 武器인데, 오늘날에는 Glass Fiber를 主資材로 한 新製品이 등장하여 野外 스포츠로 널리 보급되고 있다.

소위 이러한 洋弓은 비단 Glass Fiber 뿐 아니라 나무나 대(竹)나무 素材도 많이 流行되고 있어 디자인 면에서만 尤의 한다면 輸出有望品目으로 各광을 받을 수 있을 것으로 보인다.



디자인 話題와 消息

Some useful hints for designers.

디자인 美麗한 명함꽃이 開發

—美서, 裝飾用과 實用性 겸해 好評—

Business Card File이란 명함꽃이가 최근 美國에서 開發되어 싱가포르市場에 첫선을 보임으로써 需要者の 인기를 한 몸에 모으고 있다.

이 명함꽃이는 오늘날 널리 사용되고 있는 종래의 앨범型이나 카드型 명함꽃이의 사용상 短點을 補完, 개선함과 아울러 단순하면서도 美麗한 디자인으로 實用性和 裝飾用으로서의 기능을 아울러 발휘할 수 있도록 플라스틱과 鐵製로 만들어져 있다.

따라서 사용상 편리하고 독특한 디자인 때문에 人氣는 점차 상승일로에 있는데 이 製品의 특징을 보면,

첫째, 1개의 명함꽃이에 400장에서 800장의 명함을 꽃을 수 있기 때문에 在來式에 비해 많은 명함을 보관할 수 있으며,

둘째, 사용시에 필요한 명함을 손쉽게 빨리 찾아낼 수 있어 時間 절약은 물론 능률적이며,

세째, 명함을 꽃을 수 있는 容量에 비해 製品의 크기가 작아 책상이나 기타 事務室 내에서 차지하는 면적이 적어 아무데나 용이하게 둘 수 있으며

네째, 단순하면서도 美麗한 디자인으로 사무실 내의 장식용품으로서의 효과도 심분 발휘할 수 있는 여러 가지 특징이 있다.

이 製品은 플라스틱으로 된 凹字型의 받침대와 철제로 된 Ring과 Ring을 고정시키고 있는 Hanger, 그리고 명함을 넣을 수 있는 플라스틱 製 투명 Sleeve로 구성되어 있어 제조방법이 비교적 복잡하지 않으며, 所要材料도 플라스틱과 鐵製 두 가지로 되어 있어 開發輸出이 有望視되는 品目이라 하겠다.

소매가격은 400장의 명함을 꽃을 수 있는 것이 세트당 17.50싱가포르 달러(7弗), 800장을 꽃을 수 있는 것이 세트당 26.25싱가포르 달러(10.50弗)에 팔고 있는데 주로 백화점과 문방구 등에서 취급하고 있다.

歐美 디자이너들 人造皮革 권장

—디자인 및 染色性이 좋고 變質안돼—

극심한 纖維不況에서도 合纖維를 原料로한 衣類用 人造皮革이 최근 歐美를 비롯한 日本 등 先進諸國에서 人氣를 모으고 있다.

世界的으로 毛皮가 붐을 일으킴에 따라 主力市場인 歐美諸國에서는 日本製品輸入이 활발해지고 있어 日本의 「東레이」같은 大메이커에서는 供給이 需要를 따라가지 못할 형편에 놓여 있다고 한다.

이와 같이 人造皮革이 好調를 보이는 것은 진짜 皮革에 비해서 染色性이 좋을 뿐더러 가볍고 물로 세탁할 수 있기 때문에 손질이 간단하다는 長點이 있으며 가죽냄새가 나지 않고 變質이 안되기 때문이다.

그러나 무엇보다도 人造皮革이 人氣를 모으고 있는 것은 디자인에 있다. 즉, 歐美의 一流 디자이너들이 毛皮 붐을 타고 이 人造皮革을 적극 권장 사용하고 있기 때문이다.

디자이너들은 진짜 毛皮보다 이 人造皮革이 各種 衣類 디자인에 용이할 뿐 아니라 流行에 따른 Mode를 더욱 훌륭하게 創造할 수 있다는 것이다.

따라서 디자이너들은 값이 底廉하고 實用的이며 디자인이 훌륭한 이 人造皮革을 일반소비자들에게 적극 권장하고 있다.

그런데 衣類用 人造皮革分野에 손을 댔 日本의 「東레이」에서는 71년 「엑세누」의 商標로 月間 5,500m(幅 92cm)를 生産한 이래 74년에는 14만m(幅 115m)로 生産能力을 확대해 왔다.

그러나 이와 같은 生産増大에도 불구하고 수요가 날로 확대되어 注文을 사절하는 사태까지 빚고 있다.

따라서 「東레이」는 「엑세누」 외에도 高級鹿皮類의 새로운 織物인 「트레리나」와 牛皮類인 「쿠라리노 엘」을 開發하여 市場擴大를 꾀하고 있다.

日 혼다, 開途國에 새 二輪車 輸出

—獨自의인 디자인과 設計로 商品化—

日本 Honda 技研工業은 발전도상국에서 주로 사용할 수 있도록 특수한 디자인과 設計에 의해 제조된 二輪車「몽 라이프 스포츠바이크」를 불원간 東南亞諸國에 수출할 것이라 한다.

이 二輪車는 과도한 使用에도 견딜 수 있도록 그 構造를 강화하는 한편, 整備와 點檢個所도 최소한으로 하여 정비를 간편하게 하는 등 市場의 특수성을 감안하여 獨自의인 디자인과 設計로 商品化한 것이다.

Honda技研에서는 이 製品을 얼마 전 泰國에서 試販한 결과, 好評을 받았으므로 개발도상국에 적극 注力할 계획아래 오는 6月까지는 月間 1만 대를 생산할 예정이며 7月부터는 月 1만 8천대를 생산할 方針으로 있다 한다.

이 新機種은 125cc 級의 小型 二輪車로서 CG 110과 CG 125의 두 가지 車種으로 되어 있다.

또한 엔진에 대부분의 二輪車가 積載하고 있는 OHC(오버 헤드 컴) 타입이 아니고 OHV(오버 헤드 밸브)式 4사이클 엔진을 채용하고 있는 것이 최대의 特徵이라 한다.

그런데 여기에 채용한 엔진은 종전의 OHV엔진엔 2개였던 것을 하나로 하여 정비를 간편하게 한 것이라 한다.

그 밖에도 에어크리나에 變形 더블 엘레멘트를 채용하여 防塵性能을 대폭 끌어올린 것도 특징의 하나라고 하고 있다.

이와 같은 전폭적인 改良으로 險路나 많은 사람의 乘車 등 開發途上國에서 흔히 볼 수 있는 과도한 使用조건에도 충분히 견딜 수 있도록 견고하게 고안제작된 것이다.

그런데 Honda技研이 製作한 二輪車輸出台數 가운데 약 40%에 해당되는 50만대가 東南아시아, 中近東, 아프리카 등의 지역으로 되어 있는데 금년에는 이보다 43% 增加된 70만대를 이들 地域에 輸出할 계획이라 한다.

홍콩서 밧테리用 믹사機 人氣

—多樣한 디자인의 Juice Extractor,

電氣使用 않는 것이 特徵—

홍콩에서는 최근 전기를 사용하지 않고 1.5 volt짜리 밧테리 4개를 사용하여 믹사로서의 기능을 발휘하는 Juice Extractor를 개발, 人氣를 모으고 있다 한다.

이 믹사機의 模型 디자인은 圓型으로 5개 부문으로 되어 있으며, 表面의 색깔은 여러 가지로 多樣하다.

이것은 家庭과 野外 어떤 곳에서든지 자유로이 사용할 수 있고 또 保管 및 휴대가 간편하게 만들어져 있다.

이 믹사機는 이러한 편리한 特徵을 가지고 있을 뿐만 아니라 전기사용제품보다 가격이 저렴하여 더욱 人氣를 모으고 있는데, 또 하나의 特徵을 보면 電氣 밧테리의 相異한 使用의 불편한 점을 제거키 위한 점을 감안하여 제조했다는 것이다.

따라서 輸出地域에 관계없이 使用에 便利를 도모하고 있어 앞으로의 市場進出에 밝은 展望을 보여주고 있다.

한편 이 믹사機의 가격은 輸出價格이 Dozen當 HK\$150이며 市中가격은 HK\$240을 呼價하고 있다.

그런데 이 製品은 주로 플라스틱으로 제조되었기 때문에 플라스틱 製造와 같은 工程으로 多樣한 디자인, 크기, 色相 등으로 改造할 수 있어 우리 나라에서도 製造가 가능한 製品이라 하겠다.

다만 製造과정에서 견고한 플라스틱 模型을 뜨는 射出機를 위한 金型과 부속품을 製造할 수 있는냐가 문제로 대두되고 있다.

太陽電池時計 日서 곧 實用化

—샤프 및 오리엔트 兩社가 共同開發—

日本 샤프와 오리엔트時計 兩社는 최근 太陽 에너지를 動力源으로 하는 太陽電池손목時計를 共同으로 開發하는데 成功, 곧 實用化할 단계에 이르렀다고 하는데, 오리엔트社에 의해 발매된 이 시계 이름은 「太陽電池 탕치트론」이라 한다.

太陽電池에 의한 太陽에너지의 利用은 선샤인計劃의 支柱로서 각광을 받고 있는데, 손목시계와 같은 受光面積이 작은 것으로 응용이 실현된 것은 주목 할만한 것이다.

이 太陽電池時計를 디자인한 형태를 보면 文字盤上에 10枚의 太陽電池를 배열하여 入射하는 빛을 電氣에너지에 變換하여 시계를 움직이는 장치로 된 것이다.

또한 필요 이상의 入射光線은 夜間驅動을 위한 2次電池에 充電되는 식으로 되어 있는데, 充電에 필요한 높은 電壓을 얻기 위해 10枚의 太陽電池가 直列로 접속되어 있다. 그리고 反射에 의한 손실을 방지하는 反射防止膜 외에 波長感庫를 넓히기 위해 적응이 잘 되는 色相인 靑色을 쓰고 있다.

머지않아 發賣를 예정하고 있는 이 「太陽電池 탕치트론」은 LED表示의 디지털식 全電子손목시계로서 2次電池를 완전히 充電하면 入射光이 전혀 없는 곳에서도 약 40일간 움직일 수 있다고 한다.

한편 이 時計를 영구히 움직이게 하기 위한 每日의 直射日光時間은 약 15분(1일 2回 表示)이고 完全히 放電한 2次電池를 완전히 充電시키기 위해서는 약 12시간이 所要된다고 한다.

그런데 이 太陽電池 탕치트론의 판매가격은 ¥5만~6만 정도가 될 것이라고 메이커측에서는 말하고 있다. 아 물론 時計電源으로 太陽에너지가 實用化된 것은 선샤인計劃이 그만큼 진전한 것을 보여준 實例가 되는 것으로 實用化에 따른 앞으로의 전망이 주목을 끌고 있다.

홍콩 世界 패션 中心地로 浮上

—既成服쇼 參加 歐美 바이어들 찬사—

홍콩은 머지않은 장래에 파리에 필적하는 「世界 패션의 中心地」가 될 것이라고 美國을 비롯한 歐洲, 日本 등의 有力 바이어들이 展望하고 있다.

지난 2月 末부터 홍콩에서 열리고 있는 「76年度 홍콩 기성복 쇼」에 참가 중인 歐美와 日本, 호주 등 바이어들은 입을 모아 이 기성복 쇼에 감탄과 찬사를 아끼지 않았다.

미국의 톱 바이어들은 홍콩 기성복 쇼는 현재 까지 선보인 「가장 훌륭한 패션 쇼의 하나」라고 칭찬하면서 英國植民地 홍콩이 언젠가는 세계 유행 중심지의 하나로 손꼽히게 될 것이라고 예언하면서 특히 「케쥴·루즈」에 대해 만족을 표했다.

이번 쇼에서 가장 많이 쓰인 材料는 고르텐과 데님으로, 두 천으로 만든 평상복, 고르텐으로 만든 드레스 등이 선을 보였으며 外國 바이어들은 특히 테니스, 수영, 스키, 레저용 衣類들의 훌륭한 디자인에 찬사를 보였다.

암스테르담에서 발행되는 패션 專門編輯人 존·베리씨도 「홍콩產 니트는 프랑스나 이태리產에 비해 손색이 없으며 플란넬은 최고급 수준에 속한다」고 평했다.

1주일 동안 계속 개최되는 이번 쇼에는 158개 홍콩회사에서 매일밤 약 200개의 샘플을 내놓고 있으며 약 2천6백명의 外國 바이어들이 참가하고 있다.

이번 쇼에서 特記할 것은 촉감은 실크와 같으나 손으로 프린트한 폴리에스터인 「시룩크」라는 새로운 纖維가 소개된 것인데, 원래 이 시룩크는 日本의 어떤 纖維會社가 「기모노」용으로 만든 것이나 홍콩 쇼에서는 긴 「가운」이나 「블라우스」로도 이용할 수 있게 디자인한 것이다.

디지털 손목時計 低價格 공세

—日 시티즌, 심플하고 세련된 디자인 구사—

日本 시티즌은 최근 最低價格의 디지털式 電子손목時計인 「시티즌(퀴쓰) 크리스토크 LC 90 40」 6種類를 全國의으로 발매하고 있다 한다.

그런데 그 가격은 파격적인 低價로서 ₩ 2만5천~2만9천 線인데 이 중 5機種까지가 ₩2만9천 선을 下廻하고 있다는 것이다.

더구나 이번에 발매하는 機種은 값이 싸면서도 디자인에 세심한 배려를 하여 심플하면서도 세련된 디자인을 구사하고 있어 주목을 끌고 있다.

디지털 손목時計의 가격은 各社의 量産體制가 발전됨에 따라 급속히 下降勢를 보여 1년 전에 ₩5만 전후에서 75년 말에는 ₩3만을 下廻하는 실정이었다.

또한 需要도 현저하게 伸張되어 카시오計算機를 主軸으로 하는 세이코 그룹과 오리엔트時計도 ₩3만5천에서 ₩3만의 低價格 製品을 판매하기 시작했는데 이번에 시티즌이 획기적으로 더욱 低價格政策을 채용함으로써 가격경쟁이 치열해질 전망을 보이고 있다.

그런데 시티즌이 발매하는 디지털 손목時計는 液晶表示로 表示內容이 時, 分, 秒의 단순한 型의 디자인이며 平均 月差는 +-15초 이내라고 하며 小型 乾電池로 2년 이상이나 지속되는 高性能을 가졌다 한다.

시티즌에서는 이러한 단순하고 세련된 디자인의 普及型 디지털 손목時計를 발매하는 동시에 生産量을 이제까지의 月産 1만5천개에서 3만개로 倍增시킬 계획이라 한다.

日本에서는 이 時計의 수요가 작년 말부터 급속히 증가하여 최근에 와서는 완전히 人氣商品으로 등장하고 있는 실정이라 한다. 따라서 시티즌은 이 時計의 量産과 同時에 성능 및 디자인 開發에도 더욱 박차를 가하고 있다고 한다.

裝飾用 유기등잔, 터어키

市場서 需要 많아

—꽤好吃的 디자인과 아이디어 開發 서둘러야—

우리 나라 工藝品 輸出의 主宗을 이루고 있는 유기제품인 유기등잔이 터어키市場에서 好評을 받으며 需要가 增加하고 있다 한다.

이 製品을 거북 모양으로된 등잔으로서 등에는 開閉式 燃料注入口가 있으며 눈과 온 몸에는 유리 및 人造眞珠를 붙이고 있는데, 유기구조로 만든 龍을 거북 뒤에 붙여 벽에 걸도록 재미있게 디자인된 장식을 겸한 유기류 등잔이다.

터어키市場에서는 이 등잔을 新規商品으로 취급하고 있는데 우리 나라에서는 이 Brass Ware가 工藝品의 主宗을 이루고 있어 이러한 종류의 新製品開發은 매우 용이한 편이다.

터어키에서는 이 등잔을 外國觀光客 및 OECD 諸國을 對象으로 年間 300만弗 以上이나 販賣実績을 올리고 있다 한다.

따라서 우리 나라는 이 商品의 보다 우수한 아이디어와 아울러 기호에 맞는 디자인을 開發하여 적극적인 Brass Ware 輸出増大를 꾀한다면 좋은 結實을 얻을 것으로 보인다.

日本서 양말의 立體 무늬

染色技術 開發

—디자인의 色調 변치 않는 특성지녀—

日本니트(Knit)研究所에서는 최근 양말에 立體染色으로 무늬를 프린트하는 新技術의 開發에 성공, 양말 및 衣類業界에 비상한 關心을 모으고 있다.

이 研究所에서는 日本 奈良縣의 양말 메이커인 World纖維(株)의 衣類用으로 이 기술을 개발한 것인데 본래 Knit製品인 양말을 原形 그대로 全面染色하는 方法으로서, 프린트를 하더라도

모양(프린트한 그림)이 이그러지거나 色調가 변하지 않는 特性을 가지고 있다 한다.

그런데 지금까지는 양말의 디자인은 한정되어 있어 실을 組織하기 전에 染色하거나 자수 등으로 처리해 왔는데 이번의 새 기술 개발로 양말의 伸縮으로 인한 디자인의 퇴색이나 변조 등은 염색단계의 처리과정에서 방지하게 된 것이다.

이 결과 완성된 양말은 事前에 실을 염색하여 제조한 양말과 거의 같으며, 立體染色도 天然纖維로부터 合成纖維에 이르기까지 모든 素材에 가능할 뿐 아니라 바탕무늬가 있는 양말에도 염색이 가능하여 양말의 Fashion性を 높여 주목을 끌고 있다.

지금까지의 양말은 사전에 염색한 原糸를 많이 확보하고 있어야 하는 등 在庫管理 面에서도 상당한 부담이 불가피했으며, 이 比率은 20~50%까지나 되어 經營을 압박해 왔는데, 立體染色의 경우, 無色양말을 注文에 의해 무늬를 프린트함으로써 재고관리 面에서도 많은 利點을 갖게 되었다.

한편 Knit研究所는 日本에서 實用新案을 신청하고 World纖維(株)가 獨占使用權을 취득하기로 했고 美國에서는 위 兩社가 共同으로 實用新案을 신청, 輸出을 本格化할 것이라 한다.

Datsun 最新型 F11 덴마아크에 登場

—스포츠오티한 디자인, 참신한 인상풍겨—

지난 1월 브뤼셀에서 개최된 自動車展示會에서 일본은 F11으로 命名된 최신형 Datsun을 출품하여 注目을 끌었다.

이어 덴마아크 市場에 첫선을 보인 이 F11 Datsun은 디자인 面에서 뿐만 아니라 여러 가지 長點을 지니고 있어 앞으로 市場展望이 좋을 것으로 보인다.

이 스마트한 新型乘用車는 그 동안 덴마아크와 스웨덴市場에서 좋은 판매실적을 올린 Datsun 100A 및 120Y의 改良型으로서 경제적이고 快速하며 운전이 아주 용이할 뿐 아니라 價格이 저

렴하다는 長點을 지니고 있다.

또한 小家族用에 적합한 이 승용차는 기계적인 특징을 고려하여 디자인 面에서도 스포오티한 감을 加味한 참신한 인상을 풍기고 있어 需要者들의 人氣를 모으고 있다.

이 F11는 덴마아크 內에서의 판매가격이 D. Kr 4만3,500이 되리라고 하는데 종래의 100A型이 지닌 Front-wheel-drive와 Independent wheel-suspension system을 補充하고, 120Y型의 有利點인 52 Din-horse power用 1,200-engine을 활용하여 휘발유 절약 面에서도 長點을 가지고 있는데, 1리터로 15km를 운행할 수 있다고 한다.

그런데 현재 덴마아크 市場에서 人氣가 있는 소형 Datsun 100A型은 앞으로 6개월 동안 판매한 후 이 F11로 代替供給할 예정이라 한다.

한편 現地關係專門家들의 의견에 따르면 F11의 취약점은 一部 使用部品이 견고하지 못한다든가 특히 車體의 충격 완화장치에 약간의 문제점이 있는 것으로 지적하고 있다.

그러나 價格上으로 월등히 유리한 利點을 이용하여 a. o. Volvo 66, Alfasud 및 Volkswagen Golf등 人氣車種과 치열한 경쟁이 예상되고 있어 앞으로의 귀추가 注目되고 있다 한다.

디스포 라이터 販賣戰 치열

—日製 제압위해 프랑스가 디자인 개발 및 低價공세—

최근 라이터 업계 소식통이 전하는 바에 따르면 쓰고 버리는 1回用 라이터인 Disposable Lighter의 프랑스 日本 간의 판매전이 치열한 공방전을 벌이고 있는 것으로 알려지고 있다.

즉, 프랑스의 同 라이터 메이커인 빅크와 지렛트 크리켓트 兩社는 日本의 低價格 공세에 대항하기 위하여 國際價格競爭에서 반격전을 획책하고 있는데 그 方法으로는 우선 在來式 디자인을 대폭 변형, 소비자의 기호에 맞는 산뜻하고 멋진 모형인 現代감각을 충분히 살린 디자인으로 개량하여 日本제품이 진출하고 있는 世界各國市場을 중점적으로 선정 日製品보다 싸값으로

판매함으로써 日製品의 市場占有率을 저지하는 동시에 歐美市場에서 日製 低價格品 라이터를 구축하는데 목표를 두고 있다 한다.

현재 가장 격심한 경쟁을 벌이고 있는 곳은 西獨을 中心으로 하는 歐洲市場으로서 日本 東海精器製品인 「찌루찌루미찌루」를 예로 들면 서독에서는 個當 DM 1.95(약 ₩240) 스위스에서는 S. Fr. 1.5(약 ₩180), 스웨덴에서는 S. Kr. 3.8(약 ₩280)로 평균 ₩250으로 판매하고 있어 빅크와 지렛트 크리스켓트의 평균 ₩300—400에 비하면 큰 격차가 벌어지고 있다. 따라서 兩社는 ₩250 정도의 싼값으로 판매할 방침을 굳히고 서독에서는 이미 ₩200 정도의 가격으로 판매에 돌입했다.

이 값싼 Disposable Lighter가 등장한 것은 1955년대 前半期 무렵으로서 현재는 빅크, 지렛트 크리스켓트 포들의 프랑스 3 個社와 美國의 론손, 日本의 東海精器 등 5개사가 세계적인 메이커로 등장, 성냥 대신 성냥 수요자에게 파고 들어 수량, 금액 모두 크게 그 세력을 떨치고 있다. 또한 世界的인 不況으로 개스라이터 市場에도 침투하여 美國에서는 75년 1년 간 8천만 개의 판매실적을 올렸고 금년에는 1억 개가 넘어설 것으로 예상하고 있다.

그런데 이 라이터의 特徵은 디자인이 심플하고 가벼우며 (프랑스製는 外形이 고급스러워 보이는 종류가 다양하게 많음) 제조할 때 기름을 넣어 완전히 폐쇄해 버리므로 2~3개월 내지 3~4개월 동안 사용하다가 기름이 떨어지면 버리는 것이다. 또한 무엇보다 매력적인 것은 첫째 값이 파격적으로 저렴하여 성냥대신 부담없이 구입할 수 있다는 強點이 있다.

裝飾用 유리製品

디자인 開發 서둘러야

—現代感覺 풍기는 심플한 디자인 人氣—

캐나다는 食卓 및 장식용 유리製品 需要를 대부분 輸入에 의존하고 있는데 對美 輸入이 전체

수입의 거의 절반을 차지하고 있으며, 그 밖에 프랑스, 英國, 체코 등 歐洲 및 東歐 各國으로부터 주로 輸入하고 있다. 그런데 특히 高價品인 Crystal glass類의 輸入은 이를 歐洲各國으로부터 輸入하고 있다.

한편 우리 나라도 對캐나다 市場進出을 위해 每年 꾸준히 노력하고 있으나 高級品인 크리스탈製品의 品質은 별로 만족하지 못하고 있다.

따라서 우리 나라는 一般大衆用 低級品이나 中級品에 치중하여 現地の 嗜好에 맞는 디자인을 開發하는 것이 急先務라 하겠다. 여기서 現在 需要者들의 購買傾向을 살펴 보면 다음과 같다.

種類別 디자인 크리스탈製品에는 Lead含有量에 따라 가격의 차이가 대단히 크다. 一般的으로 크리스탈製品이라 하면 Lead 함유량이 24% 내지 그 이상인 것이 高級品 취급을 받고 있으며 수요도 많은 것으로 알려져 있다.

이 크리스탈製品은 또 Automatic cutting과 Hand cutting으로 구분할 수 있는데 Hand cutting은 값이 너무 비싸 高級品을 파는 백화점이나 보석전문상 등에서 주로 去來되고 있다.

근래에는 Automatic cutting 즉, 기계로 加工한 크리스탈製品이 一般化되어 가고 있는 경향이며, Hand cutting한 것보다 찾는 사람이 많아 백화점 등에서 널리 취급하고 있다.

디자인은 비록 Auto cutting한 것이라도 古典的인 디자인을 응용하여 만든 것이 人氣가 있다. 그러나 日常生活에 쓰이는 글라스類의 크리스탈製品은 비교적 현대감이 있는 심플한 디자인이 유행되고 있다.

가격도 크리스탈製品 뿐만 아니라 보통 유리製品도 每年 上昇一路에 있어 이러한 가격상승이 수요감퇴의 주요 원인이 되고 있다.

홍콩, 기발한 디자인의

저금통 對美輸出 활발

—玩具用으로도 人氣있는 二重效果—

홍콩의 Anglo American Traders Ltd.는 최근

기발한 디자인의 저금통을 開發, 對美 輸出에 活氣를 띠고 있다.

이 저금통은 본래의 用途 이외에도 저금통 외에 어린이들의 완구용으로도 人氣가 있어 二重效果를 가지고 있다. 머리, 몸통, 손 등의 3개 부분으로 되어 있는 이 저금통은 머리 부분의 外形이 두꺼비와 같은데 손과 같은 긴 부분에 동전을 올려 놓으면 자동적으로 몸통과 머리 부분의 중간에 있는 입이 열려 손에 있던 동전이 입으로 들어가 몸통 안에 동전이 모이게 된다.

동전이 모이는 몸통 밑에는 동전을 뺄 수 있도록 열고 닫을 수 있는 開閉式 부분이 있다.

이 商品은 홍콩自體市場에서는 市販되지 않고 거의 全量을 美國으로 輸出하고 있는데 輸出價는 1 dozen당 14弗로서 月間生産能力은 1,000~1,200 dozen상당에 달한다고 한다.

미국에서는 이 상품을 두꺼비 저금통이라 하여 少年 少女들에게 폭발적인 人氣를 모으고 있다 한다.

美國서 色相변하는 石英

Mood Ring 人氣

—心的 變化따라 靑・黑・灰色 등으로 변해—

최근 미국에서 급속도로 流行되고 있는 Mood Ring 또는 Pleasure Ring은 石英(Quartz)을 主原料로 하여 製造된 반지로서 이 반지는 끼고 있는 사람의 氣分에 따라 반지 색깔이 各樣各色으로 변하는 것이 特徵이다.

그런데 이 Mood Ring의 기본제조방법은 石英 밑에 Liquid Crystal이라고 불리우는 熱反應에 민감한 化學物質을 칠하여 사람의 體溫에 따라서 또 血液순환에 따라서 대개 일곱 가지 내외의 色相變化가 있게 된다.

이 色相別 變化的 說明을 보면

① 黑色 : 긴장, 초조, 파로

② 灰色 : 신경과민

③ 호박色 : 心的인 갈등, 不安定

④ 초록色 : 긴장을 느끼지 않는 正常的 상태

⑤ 靑・초록 : 色心的 여유가 있는 상태

⑥ 靑色 : 차분히 안정되어 있으며 사랑을 할 수 있는 상태

⑦ 진한 靑色 : 高度의 幸福한 상태

이 Mood Ring의 價格은 小賣의 경우 약 2.50弗부터 10弗 사이이며, 5弗 내외의 것이 가장 人氣가 있다.

고급 보석상에서는 각종 디자인을 달리고 金함유량을 가감하여 50弗 정도로 판매하고 있는데 中産層의 好評을 받고 있다.

現地 百貨店 관계자에 따르면 이 Mood Ring은 금년 가을이 되면 流行이 高潮에 달할 것이라고 내다보고 있으며 아직도 輸入實績은 別無한 상태라고 한다.

이 상품은 또한 일반적으로 샌프란시스코의 Woolworth, Walgreen 등 庶民用 百貨店에서 판매되고 있는데 한 백화점 관계자는 지난해 11월 한달 동안에만 약 7천 개가 판매되었다고 하며, 수요는 점증추세에 있다고 한다.

제조방법이 간단하고 手工이 많이 所要되는 상품이므로 우리 나라에서 製造輸出한다면 매우 有望한 상품으로 기대된다.

캐나다, 家具生産에

새로운 디자인 開發

—景氣回復 따라 수요도 증가추세—

캐나다에서 매년 개최되고 있는 2大國際規模 家具類 展示會 중의 하나인 토론토家具 展示會에서 家具專門家の 한 사람인 Townsend씨는 금년도의 家具展望은 住宅建築 好調에 힘입어 수요자의 家具 구매경향이 명백히 好轉되고 있으며 8% 정도에 머무는 완만한 生産費 증가율은 이러한 家具市場의 好轉을 뒷받침하여 총생산액이 13억4천만弗대에 이르렀던 74년도와 거의 同一한 水準으로 회복이 가능할 것이라고 낙관하고 있다.

그런데 캐나다 家具生産業界에서는 이러한 需要好況에 對備하여 각 메이커별로 家具의 새로

운 디자인 開發에 全力投球하고 있는 한편 74년 下半期부터 不景氣의 影響으로 축적된 在庫를 정리하는데 부심하고 있다.

따라서 각 메이커들은 이제까지 다른 나라 스타일의 複寫에 지나지 않던 구태의연한 자세와 낡은 디자인을 탈피하고 캐나다 固有의 감각과 素材를 충분히 활용한 참신한 디자인 研究에 血眼이 되어 있다.

美, 올해 웨터需要

High Fashion 製品이 人氣

—Fashion Lines製品 開發해야—

美國의 웨터業界는 현재 景氣回復에 힘입어 앞으로의 販賣增大에 큰 기대를 걸고 있다.

웨터製造業界에서는 75년도에는 景氣後退로 前年度에 비해 15~20%가량 生産出庫量이 줄었으나 販賣實績은 75년 말부터 良好하여 生産業體의 在庫量이 거의 소진됨으로써 금년도의 전망을 밝게 하고 있다.

한편 75년 가을에는 일반적인 웨터보다도 Fashion Lines製品의 수요가 급격히 증가했기 때문에 각 제조업체들은 금년에도 이 Fashion Lines 製品에 주력하고 있는 것으로 알려졌다.

그 이유로는 一般 웨터보다도 Fashion 제품이 價格引上 面에서 용이하고 또 價格引上에 대한 消費者들의 거부반응이 流行 Fashion 제품에는 훨씬 Soft하기 때문이다.

따라서 우리 나라는 High Fashion 제품의 개발 및 판매전략에 주력하여 稼得率 向上에 노력해야 할 것으로 보인다.

組立式 多目的으로 디자인된 家具가 人氣

—심플하고 전통미 지닌 家具디자인이 유행—

家具에 대한 一般의 嗜好가 많이 바뀌고 있는

것 같다.

全般的으로 家具의 크기는 작아지는 反面 材質은 高級化되고 디자인은 심플해지는 경향이다.

옛 木家具에 대한 認識도 높아져 반닫이 등 比較的 싼값으로 求할 수 있는 옛 家具에 대한 需要도 상당히 늘어 나고 있다는 것이다. 人氣 높은 家具디자인의 경향을 살펴 본다.

簡素化되는 디자인

우리 나라 家具디자인의 最近 傾向은 되도록 簡素化되고 있다.

옷장과 테이블 등이 小型化, 單純化하고 심지어는 거창한 응접세트를 모두 없애고 두툼한 카펫 위에 큼직한 쿠션과 얇은 탁자만으로 居室을 디자인하는 경우도 있다.

反面 歐美에서는 18세기 프랑스製의 優美한 디자인과 스칸디나비아에서 자라는 堅固한 통나무 原木으로 만든 덴마크, 스웨덴製의 高級家具의 人氣가 높다고 한다.

組立式 多目的 디자인이 人氣

우리 나라의 家具는 最近 核家族化, 아파트 中心의 小型住宅普及 등으로 크기가 작아지고 가시수도 줄었다.

또한 작은 住居面積을 充分히 活用할 수 있는 機能의인 組立式, 多目的 家具가 大衆의인 人氣를 모으고 있다.

家具의 種類도 立式 부엌이 늘자 부엌 찬장으로 代身할 수 있는 茶檯 등의 수요는 거의 없지 않고 식탁세트, 응접세트 등의 수요가 급격히 늘고 있다.

傳統的인 韓國美 지닌 디자인

유행과는 별 상관없이 代를 물려 쓸 수 있도록 만드는 것이 最近의 傾向이다.

디자인은 傳統的인 韓國의 완자무늬, 四君子, 十長生 등을 새긴 것이 大部分이다.

옛 3층장이나 2층장 비슷한 구조로 기둥에 나뭇줄을 끼우고 약간의 조각을 넣는 등의 조촐하고 아담한 것이 많다.

流行타지 않는 材料의 使用

材料는 한창 유행을 타던 티크가 한물가고 最近에는 빛깔이 붉고 무늬가 고우며 堅固한 로즈우드(장미木)가 流行을 탄다.

그러나 유행을 타지 않는 우리 나라産의 材料로는 참죽나무, 호도나무, 느릅나무 등을 들 수 있다.

冷蔵庫 販賣 廣告熱戰

—大韓電線, 金星社, 三星電子 등의 廣告樣相—

電氣製品製造 業界에서 冷蔵庫販賣에 熱度 높은 廣告戰이 벌어지고 있다.

얼마 전까지만 해도 겨울에 냉장고를 들고 나오는 것은 알라스카에서 얼음을 파는 행위에 비유될 정도였으나 이제 우리 생활 속에서는 계절이 없는 家電製品으로 등장되었다.

最近에 大韓電線이 K.S.마아크를 획득한 1, 2, 0.방식을「結氷時間 25分」이란 빅 타이틀로 廣告內容을 개편하자 이에 맞서 金星社는「全自動 화이트 프리자(冷却)」로써, 그리고 三星電子는「冷却方式부터 앞서잡니다」로 마치 質問에 對答하듯이 對決하고 나왔다는 點이다.

廣告文의 內容 自體는 유사하지만 競爭意識이 함축성 있게 내포되어 있는 것이다.

「밝고 알찬 살림의 길잡이」란 캐치프레이즈가 大韓電線의 宣傳標題라고 한다면, 金星社는「技術의 象徵」, 三星電子는「앞서가는 새技術」로 견주어 볼 수 있다.

여기서 더욱 小題目으로 내려가면 金星社는「季節에 關係 없습니다(NO Season), 서리가 없습니다(NO Frost), 손댈 필요가 없습니다(NO Touch)가 主題이며, 大韓電線은「節電形입니다」에서 始作하여 直冷式冷氣 낭비가 없는 節電 直冷式, 結氷時間 25分の 急速冷却, 서리 除去 서모방식 등으로 풀어 내고 있다.

이에 比해서 新製品 出荷를 계기로 반격에 나선 三星電子는「直冷式의 結점을 완전 해결」했다는 콘스텝 冷却方式을 앞세워「K.S.製品보다

앞서 잡니다」를 강조하고 있다.

특히「이제 直冷式 時代는 끝났읍니다」는 三星電子의 小題目은 挑戰에 대한 正面反擊의 강력한 表現이라고 할 수 있다.

그 밖에 國內 처음 하트라인 採用, 國內唯一의 自動아이스 서버, 5배의 超高速 냉각터보팬 등이 모두 한 치의 후회도 없는 熱戰의 度를 그대로 나타내고 있다.

더군다나 금년도에 들어와서는 各社가 廣告의 디자인을 새로 바꾸었다. 大韓電線이 圖解說明式으로 內容을 바꾸자 三星電子는 지난해 동안 自社가 쓰던 圖解를 모방했다고 반발, 그 內容을 다시 바꾸었는데 大韓電線側은 語不成說이라고 대꾸하는 등 熱戰이다.

金星社는 지난해「7가지 새 技術」을「冷蔵庫의 새技術」이라고 바꾸면서 아이스 포켓을 크로즈 업 시킨 점이 새롭다. 機種 소개에서는 三星電子가「國內에서 가장 많은 14가지 모델」, 金星社는「80에서 300l까지」9가지, 大韓電線은「10種의 다양한 모델」로 表現되고 있다.

이와 같이 3社는「決戰은 冷蔵庫로」라는 캐치프레이즈가 切迫하다. 이를 위해서는 社力을 動員할 수 밖에 없을런지 모르겠다.

이로 인해서 平素 인식하던 廣告量이 3배 이상 5배까지 늘어 났으며 各社의 高位層마저 督戰을 위해 一線에 나서고 있다는 消息이다.

매듭 工藝家 金喜鎮氏

—人間文化財로 指定—

지난 74年 매듭工藝의 기능보유자였던 程延壽씨가 作故한 以後 代가 끊어졌던「매듭匠」이 最近 無形文化財 22號로 指定된 金喜鎮씨에 의해서 다시 傳統을 이어갈 수 있게 되었다.

金喜鎮氏는 作故한 程延壽씨로부터 매듭의 基本을 익힌 뒤 홀로 刻苦의 길을 걸어 오기 12年餘에 모두 32程의 基本形을 터득하였다.

매듭이라면 대수롭지 않게 생각하기 쉬우나 땀뻑한 生糸를 삶아 보드랍게 한 다음 세련된 색

으로 染色하고 4糸, 8糸, 12糸 등으로 짜서 끈을 엮는데만도 적지 않은 어려움이 따른다.

아무리 숙련된 솜씨라도 끈을 만드는 데만 1시간에 1m 정도가 고작이다.

결국 빨강, 노랑, 파랑의 3色 노리개 1쌍을 만드는 데는 1개월이 걸린다고 한다.

흔히 商品으로 생각하기 쉬운 매듭은 이렇게 해서 藝術作品의 경지에 이른다.

西洋에도 매듭工藝가 없는 것은 아니지만, 우리 나라의 매듭은 西洋과는 달리 立體的이기 때문에 方法을 익히기도 힘들 뿐 아니라 섬세하고 범하기 어려운 아름다움을 갖는다.

金喜鎮씨의 作品은 特別히 노리개 매듭, 주머니 끈 매듭에서 완벽한 예술의 경지를 보여준다.

74年「每絹과 多繪」라는 著書를 發刊했고, 自由中國, 日本 등에 유학하여 그 곳의 매듭공예를 돌아 보았다. 第1回 民俗工藝展에서 文教部長賞, 東亞工藝大展에서 大賞을 받기도 했다.

個人展은 74年度에 한 번 열어서「노리개」,「허리띠」,「주머니」는 물론 「목걸이」, 「벨트」 등의 현대복식과 調和를 이룬 응용작품들이 絶讚을 받은 바 있다.

英國 웨지우드 陶藝品 展示

世界的인 陶藝家로 알려졌던 조슈아 웨지우드(1730~1795) 記念博物館이 英國의 中部地方 발라스톤에 建立되었다.

20萬 파운드를 들여서 세워진 이 博物館에는 500萬 파운드에 達하는 그의 陶藝品 사기그릇 6千餘點이 展示되어 있었다.

웨지우드 博物館이 그의 故鄉인 발라스톤에 세워진 理由는 수십년 동안 各國의 陶磁器 蒐集家, 學者, 學生들이 웨지우드陶磁의 聖地처럼 되어 있는 발라스톤에 모여들기 때문이다. 따라서 이 博物館에서는 陶磁器에 關한 映畫館과 製作過程을 보여 주는 場所까지 마련하고 있다.

웨지우드는 陶藝家로 成功하면서 또한 사기그릇을 아름답게 만들어 더욱 有名해 졌었다.

1975년에는 조지 3世의 왕비였던 샬럿女王的 注文을 받아 정찬에 쓰이는 食器를 만들었는데 왕비는 그의 솜씨에 感嘆한 나머지 웨지우드의 그릇들을 “女王的 陶磁器”라고 부르게 했다.

“女王的 陶磁器”는 그 후 많은 유럽의 貴族에게 人氣를 끌었고 지금까지도 “女王的 陶磁器”는 가장 좋은 사기그릇으로 認定받고 있다.

가장 有名한 “女王的 陶磁器”는 러시아의 캐더린女帝에게 바쳐진 952個의 정찬 그릇으로 그릇에다 손으로 英國의 田園, 성곽, 修道院 등을 그린 大作이다.

발라스톤에서 볼 수 있는 값비싼 寶物中の 또 하나는 포틀러드式 꽃병이다. 비록 오리지널 꽃병을 두고 웨지우드가 4年 後 復寫한 것이지만 原品이 없어졌기 때문에 그 價値는 大端한 것으로 남아 있다.

발라스톤博物館에서는 웨지우드家の 肖像이 걸려 있는데 그의 子女들 중 수잔나는 生物學者 찰스 다윈의 어머니가 된 女人이다.

韓·中 陶磁器展

—高麗·中國陶磁文明的 關聯性 밝혀—

高麗磁器와 同時代의 中國大陸의 磁器들과의 相互關聯性을 보여 주는 特異한 陶磁器展示大會가 英國의 케임브리지大學에서 지난 2月 24일부터 3月 28일까지 열렸다.

展示會의 題目은 「10世紀부터 14世紀까지 高麗·中國의 陶磁器」이며 副題는 「接觸—相互繁榮—分岐」로 英國의 두 개의 重要한 陶磁器文明의 關聯性을 特徵지어 展示會가 시도된 것은 이번이 처음이라고 主催側은 말한다.

出品作을 보면, 모두 82點으로서

① 케임브리지大學의 피츠 윌리엄 博物館 所藏品.

② 아마도 歐美에서 最古의 高麗磁器수장가인 G.M. 콤파츠氏 所藏品.

③ 런던大學의 파시발 데이비드財團 所藏品.

④ 두갈드 멜컴氏 所藏品 등인데 東洋陶器의

權威者인 마가레드 메드레이 女史가 選定한 것이다.

메드레이 女史는 이 展示會의 캐더로그 序文에서 「高麗에 對한 大陸의 影響은 어느 정도 認定되면서도 中國大陸에 對한 高麗의 影響은 알려지지 않았는데 이것은 重要하고 깊이 研究할 價値가 있다」고 말하고 「兩側이 서로 여러 모로 得을 보았다」고 말하였다.

콤포츠氏는 從來의 그의 主張을 되풀이, 「中國陶磁器가 高麗磁器의 우수한 점을 실제로 모방했다」고 말하고 大陸으로부터의 一方通行의 영향실을 반박하였다.

嚴聖寬 繪畫 陶藝展

嚴聖寬氏의 繪畫陶藝招待展이 사간동 所在 그로리치 화랑에서 지난 3月 16日까지 열렸다.

作家 嚴氏는 워싱턴 現代作家 紹介展, 東京國際自由美術展, 韓國토이기 交流展 등에 出品한 바 있으며, 이번의 전시회에는 陶藝作品 50餘點, 尤화 15點이 出品되었는데 소를 主題로한 獨特한 個性의 作品들이었다.

姜壽華 白磁展

白磁匠 姜壽華 個人展이 지난 2月 17日부터 22日까지 新世界百貨店 美術관에서 열렸다.

白磁 灰釉, 黑釉 등 端雅하고 그윽한 單色調의 古典的인 祭器, 木器형태에 바탕을 둔 여러 가지 향아리, 접시, 各種 盥, 蘭盆 등 70餘點이 展示되었다.

朝鮮王朝 白磁의 傳統的인 本質을 現代의 感覺으로 고르고 가리듯 그의 作品世界에서 再創造되었다.

투박하면서도 高格한 매력적인 面의 處理, 全體的인 形態와 아울러 굵이나 귀나 꼭지의 當당한 形態 感覺 등이 作家의 세련된 個性과 獨自

性에 依해서 現代의인 生命과 精神속에서 再現되었다.

姜壽華氏는 現在 慶熙大 窯業工藝學科長이며 東亞工藝大展 委員長이다.

姜 教授는 지금까지 4次의 個人發表會와 1次의 渡日展을 가진 重堅陶藝家이다.

權吉重 金屬工藝展

權吉重 金屬工藝展이 지난 2月 17日부터 26日까지 新世界百貨店 美術館에서 열렸는데 「金屬象嵌」, 「象嵌가리개」, 「銀製춥대」등 100餘點이 展示되었다. 細工, 木工, 板金, 鍛金, 鑄物, 칠보를 망라하여 압축해서 다루었는데 이러한 展示會는 우리 나라에서 처음 있는 일이다.

傳承工藝를 再現하고 實生活에 應用할 수 있는 金屬材料를 開發하여 作品化한 것이 이번 전시회의 特色이라고 한다.

作家 權吉重氏는 「打出마찰음속에 先祖와 미래를 잇는 金屬性交響曲의 메아리에 감싸여 作品을 만들었다」고 했다.

首都女師大 副教授로 있는 權吉重氏는 USOM 韓國工藝示範所 金屬工藝室長이기도 하다.

商工美展 추천작가 및 심사위원, 國際技能올림픽 金銀細工國內審査委員長, 韓國工藝家會의 創立幹事를 지냈다.

空軍精兵塔, 신인군선생 동상을 세웠으며 「室內裝飾」 「投視圖法」 등의 著書가 있다.

曹貴鉉 木工藝展

玉堂 曹貴鉉氏의 木工藝展이 지난 3月 4日부터 17日까지 美都波百貨店 화랑에서 열렸다.

이번 展示에는 30年 동안 木工藝에 專念해 온 曹氏의 作品 「原始林」 등 70點이 展示되었다.

東國窯 作品展

陶匠 高榮在(京畿道 利川郡 신둔면 수하리 所在東國窯)씨의 東國窯作品展이 지난 3월16일부터 21일까지 열렸다.

出品作은 國寶 98號를 模作한 「靑磁象嵌牡丹文缸」, 「白磁透刻連環文二重壺」 등 115點으로 이 중에서 90餘點은 靑磁이다.

創作意慾을 억누르고 高麗靑磁와 李朝白磁의 再現에 努力을 보인 이번 展示作品은 그 形質, 色感, 紋樣에 있어서 原形에 육박하는 놀랄만한 成果를 보이고 있다.

특히 二重壺와 靑磁象嵌의 精巧한 솜씨는 傳來의 우리 나라 匠人의 神技를 여지없이 발휘하여 高麗靑磁와 李朝白磁의 眞髓를 새삼 맛보게 한다.

李朝의 厨房木器展

옛 여인들이 부엌과 찬방에서 쓰던 물건들을 모은 「李朝의 厨房 木器展」이 3월18~30日 美都波 画廊에서 열렸다.

화랑수집품과 소장가들의 出品으로 이루어진 이번 전시는 우리의 民俗 가운데서도 특히 濟州道지방의 부엌살림을 보여 준다는데 뜻을 두고 있다.

우리의 옛 부엌에는 소박, 함지박, 다식판, 떡살 床, 饌卓 등 유독 나무용기가 큰 몫을 차지해 왔다.

찬방으로 들어서면 穀物을 넣어두던 뒤횈, 그릇을 보관하던 찬장들이 모두 소박한 구조로 이루어진 木器들이다. 이번 전시에는 아름답리 나무를 베어 만든 듯한 납방아와 다듬이 방망이 홍두깨들이 이채롭다. 그러나 이번 전시는 厨房用器 외에 빈닫이 衣櫥, 책장, 硯床들도 많이 전시되었다.

最新式 電子 손목時計 디자인

—바늘 없이 숫자로 時間表示—

바늘없이 숫자로 시간과 날짜를 볼 수 있는 최신식 디자인의 電子腕時計가 三星電子에 의해 市販되고 있다.

電子腕時計는 超精密 IC回路를 채용하여 한 달에 15초 이내의 오차밖에 나지 않는 正確성을 지니고 있기 때문에 一名 「컴퓨터·워치」라고도 불린다.

三星電子는 작년부터 電子시계 개발에 착수, 현재 月 2만 개를 歐美, 日本 등지에 輸出하고 있다.

「스위치」한 개로 時, 分, 秒, 月, 日, 요일의 6가지를 볼 수 있으며 큰 달 작은 달에 따라 매월 날짜를 조정할 필요없이 4년에 한 번씩 윤년의 경우에만 조정하면 된다.

成玉姬 벽걸이 作品展

染織工藝家 成玉姬씨(建國大 生活美術學科長)의 벽걸이 作品展이 4월 13일부터 22일까지 10일 동안 當센터 常設展示홀에서 開催되어 큰 성황을 이뤘다.

成 教授는 1958년 서울大 美大 應美科를 졸업한 후 근 20년 동안 염직공예에 몰두해왔는데 이번에 처음으로 個人展을 가졌으며, 전시작품은 30여점이었다.

成 教授의 이번 展示會는 지난 4월 1일부터 6일까지 미도와 화랑에서 開催된 바 있는데 이어 當센터는 全産業의 輸出化 政策의 일환으로서 有望商品으로 기대되는 織造 디자인의 特殊한 텍스처어, 패턴, 색채 등을 널리 啓蒙 普及하고자 이를 誘致해서 展示한 것이다.

李 英 蘭

德成女大 衣裳學科 專任講師

『멋』이라는 낱말은 사전을 찾아보면 세련되고 풍채있는 몸매, 아주 말속하고 풍치있는 맛, 온갖 사물의 진리 등으로 적혀있다. 一般的으로는 세련되었으면서도 은은한 맛이 있는 맵시나 사람들의 價値觀이나 ‘行動樣式’을 말하는 것 같다.

우리는 흔히들 멋있는 人生을 살아가 한다고 말한다. 그런데 나는 이 멋을 두 가지로 구분하여 본다. 그 하나는 눈에 보이는 表面 혹은 外面의 世界를 말하는 것이며 다른 하나는 無形의 것 즉, 內面的인 世界를 말하는 것으로서 物質的인 것과 精神的인 것으로 보고 싶다.

服裝을 두고 볼 때 外面的인 것만이 아름답다고 하여 멋있게 보이는 것이 아니고 오히려 그것은 虛榮과 사치와 浪費를 초래하는 表面的인 自己誇示에 지나지 않을 것이며 그와 反對로 마음속 가득히 崇高함을 간직하였다고 하여 남루한 옷차림을 하여도 아름답다고는 말할 수가 없듯이 外面과 內面이 一體가 되어 物質과 精神이 서로 뒷받침하는 곳에 참된 멋이 풍길 수 있을 것이다.

지금으로부터 약 5년 전 독일에서의 일이다. 만아이의 독일아이 친구의 父母 중에 토미一家의 이야기 몇 토막.

아버지는 科學研究所 所長이고 어머니는 大學教授의 딸이

있다고 하는 美人形 家庭主婦로써 이 부부를 볼 때마다 느끼는 것은 두 사람이 다 그렇게 멋이 있다는 것이다. 아이들 가정교육은 비교적 엄격한 편이었다. 하루는 내가 손님이 되어 토미네 집에 갔을 때 식탁을 둘러싸고 가족들이 식사를 기다리던 중 토미가 무의식 중에 손가락으로 잼을 찍어 먹었다. 그 손가락이 채 내려오기도 전에 토미의 뺨에서 찰싹하고 소리가 났다. 아버지가 때린 것이다.

그랬더니 토미의 형이 하는 말이 “토미야! 토미야! 너는 정말 바보야. 아니 그래 일찌기 아버지의 오른쪽 펀치(punch)가 세다는 것을 왜 모르느냐 말이다. 나처럼 항상 이렇게 아버지 왼쪽에 앉는 버릇을 드려라” 이 말에는 모두들 폭소를 하고 말았다.

홈볼트장학금 기간 연장이 힘들어 신청은 해두었으나 조금 염려가 된다고 우리집 主人이 토미 아버지께 이야기한 일이 있었다.

그 날은 유달리 눈이 많이 내려서 自動車 물기가 여간 힘드는 날이 아니었는데 뮌헨 市內에서도 멀리 떨어져 있는 우리 집까지 달려 오기는 꽤 힘들었을 것이라.

“이런 눈 속을 웬일이 십니까?” 했더니 자기가 홈볼트장

학회 회장에게 알아보았더니 半年的 기간 연장이 가능하다는 확답을 얻었기에 기쁜 소식을 전하려고 달려왔다는 것이다.

이렇게 얻어진 기쁨의 半年도 어느덧 지나가고 主人은 歸國하셨고 나만 아이를 데리고 그 곳에 머물면서 디자인 공부를 제하고 있었다.

하루는 토미네 집에서 연락이 오기를 토미 아버지께서 내가 혼자있는 것을 보고 딱하게 여긴 나머지 자기가 갖고 있는 사실 무전기통을 통하여 우리집 그 이와 이야기하게 해준다는 것이다. 국제전화통화 하면 얼마든지 이야기 할 수 있으나 이 얼마나 멋이 있고 호뭇한 노릇인가? 나는 들뜬 마음으로 토미네 집으로 달려갔다. 토미 엄마는 나를 보자마자 끌어안고, “당신이 오늘 당신 남편의 목소리를 듣고 기뻐할 것을 생각하면 내가 눈물이 난다”고 하면서 울었다. 나는 이 사람들의 가슴속 깊숙한 곳에서 우러나오는 友情에 눈시울을 적셨다. 자기도 남편이 佛蘭西科學院에 초빙되어 가 있었을 때 너무나 많은 어려움을 겪었다고 한다. 첫째, 言語의 障壁 때문이었으며, 둘째, 남의 나라에 사는 눈치잡전 등등 그래서 당신의 現在生活을 너무나도 잘 理解해줄 수 있겠다고 하였다.

그런데 어느 날 우리 아이가

나에게 중대한 사실을 알려 주었다. 토미 아버지와 어머니가 스위스로 여행을 떠난 사이에 토미가 그 이웃아이들 몇몇을 모아 大麻草 흡연을 시도한 결과 다른 아이들은 體質에 맞지 않은 것인지 모두 구토증을 일으키는 소동을 벌였는데 유독 토미만이 기분 좋게 사흘을 자고 일어났으며 그 황홀한 기분은 말로 다 표현하기 어려울 정도라고 한다는 것이었다. 나는 이 말을 듣고 가슴이 뛰기 시작하였다. 며칠을 두고 생각한 끝에 나는 토미 어머니를 전화로 만나자고 불러 내었다. 내 아들은 훌륭하고 토미는 나쁜 아이라는 것을 알려주겠다는 것은 물론 아니고 이 두 아이의 友情에 금이 가지 않도록 하면서 토미를 그 흡연의 마력 속에서 끌어낼 수 있는 方法을 강구하자는 것이었다. 토미 어머니는 너무나 뜻밖인 이 중대한 사실을 앞에 놓고 자신이 없으면서 아버지에게도 알려 협조를 받겠다고 하는 것을 나는 반대하였다. 思春期에 있는 아이들에게 너무나 엄격한 아버지의 敎訓은 오히려 역효과를 낼 것이니까. 그 보다는 어머니의 정성어린 加護와 따뜻한 충고로 호소하는 방법이 좋을 것이라고 충고하였다. 우리의 노력은 헛되지 않아 아버지에게 알리지 않고 성공적으로 끝났

다. 이러던 중 아이들의 댄스교습이 끝나는 수료파티에 學父兄인 우리도 同伴, 아이들과 같이 춤을 추게 되었다. 나는 토미 어머니 같은 부인은 정말 식크하고 엘레강트한 夜會服이 많을 것이라 믿었다. 그런데 뜻밖에도 이날 그렇지 못한 사실을 알았다. 부인은 내게 호소하기를 자기는 정말 아름다운 옷이 없다는 것이다. 이날 나는 파랑 남치마에 노랑저고리, 빨간 반희장에 가지색 두루마기를 입고 하얀 술을 하고 무도회에 참석했다. 이때처럼 여러 사람의 視線을 한 몸에 모아 본 경험도 별로 없다. 異國에서의 우리 나라 民俗服이 이토록 異彩롭고 아름답고 자랑스러운 것일 줄이야.... 토미 아버지 어머니는 정말 아름답다. 멋이 있다는 말을 여러 번 나에게 해주었다. 나는 이날 돌아온 후로 줄곧 토미 어머니를 위한 夜會服 디자인을 해보았다. 계란형의 가름한 얼굴, 황금색 머리카락, 부드럽고 여자다운 눈매, 높은 코, 교양이 풍기는 몸매와 機智 등등 과연 나의 디자인이 이 사람을 완전히 표현할 수 있을까가 의문이었다. 나는 이러한 부인을 친구로 삼을 수 있게 된 사실에 만족감을 느꼈다. 그럭저럭 세월이 흘러 나는 우리 나라로 돌아갈 날이 임박하였다. 나는 이 다정한 家族들과

作別해야 하는 것이 안타까와 먼저 디자인한 그림과 양단 옷감을 갖고 토미네 집으로 갔다.

곧 떠날 사람이 일은 무슨 일이냐고 하면서 토미네 식구들은 모두 토미 어머니에게 아름다운 夜會服이 생기는 것을 기뻐해 주었다.

밤에는 일하면서 兩國의 俗談, 風俗이야기 등 話題는 꼬리에 꼬리를 물고 그칠 줄 몰랐다.

은 식구가 모여 앉아 나의 일손이 지루하지 않게 해주려고 애써 주었다. 심지어는 개까지도 자지 않고 지켜봐 주었으니...

이리하여 토미 어머니를 위해 내가 디자인한 옷이 完成되었다. 本人은 말할 나위도 없고 온 가족이 칭찬해 주었다. 나의 노력이 이 가족에게 기쁨으로 남게된데 호뭇함을 금치 못했다.

떠나오는 날은 부부가 공항까지 나와 석별의 情을 나누었으며 가족으로 만들어진 손가방 하나를 선물로 받았다.

“本國에 돌아가시거든 당신 남편에게 이 가방을 들고 다시 독일을 다녀 가시도록 부탁한다는 말을 전해 주십시오”

나는 마음 속으로 여러 번 이렇게 중얼거렸다.

“멋을 아는 부부여 안녕”이라고.

申 瓚 均

詩人・合同通信 文化部長

지금처럼 극장이 별로 많지 않았던 시절에는 웬만한 도시라 해도 가설극장이 흥청거렸다. 캡을 눌러 쓴 형사가 등장하는가 하면 시어머니에게 쫓기는 며느리의 이야기, 그리고 트럼펫 소리가 구슬프게 울려 퍼지는 가운데 곡마단이 들어와 마을 아이들을 들뜨게도 했다. 그러나 뭐니뭐니 해도 가장 신이 났던 일은 지금으로 말하면 特席이라고 할만한 맨 앞무대 바로 밑에 앉아 가슴을 두근거리면서도 幕이 오르기를 기대하던 시간이다. 그 때만 해도 별다른 음향 효과가 없었기 때문에 幕이 오르기 전에는 으레히 징을 연속해서 치다가 마지막에 크게 한 번 치면 이윽고 막이 올랐다. 그러면 거기에는 간이 세트로된 집이 있고 시어머니에게 시달리는 며느리가 훌쩍거리는 장면이 등장한다. 관중들은 숨을 몰아쉬고 까닭 없이 며느리를 들볶는 시어머니를 미워하다가 누명이 벗어질 때쯤 되면 박수를 보내기도 한다. 이때 스릴있는 장면이 있으면 음향효과는 북을 둥둥 둥둥…… 치면서 관객이 더욱 초조해 지도록 효과를 집어넣는다.

幕은 그래서 항상 관객들의 기대를 모으는 구실을 한다. 幕 뿐만 아니라 가설극장 주위를 싸고 있는 포장도 관객들의 호기심을 자극시킨다. 빨간색

파란색이 가로로 그려진 포장을 치고 나팔소리를 밖으로 울릴 때면 포장 속에서 벌어지는 일들을 얼마나 기대했던가.

수천명을 한 꺼번에 수용할 수 있는 극장이 세워지고 징소리 대신에 벨이 울리면 막이 올라 연극이 진행되는 현대시설의 극장에 비하면 가설극장은 국민학교 학예회 정도밖에 되지 않는다.

그러나 아무리 생각해도 벽돌이나 시멘트를 쌓아올린 극장은 바람이 불면 펄럭거리면서 조금은 무대에서 벌어지는 일들을 밖으로 눈요기 시키던 가설극장보담 기대를 가져다 주지 않는다.

가설극장의 주위를 싸고 있었던 포장 뿐만 아니라 그럴듯하게 포장을 한 상품들 가운데도 정작 우리의 기대를 어긋나게 하는 것들이 얼마나 많은가. 겨우 반밖에 차지 않는 과자를 두 배나 크게 포장을 해서 어린 童心을 실망시키는 일들이 너무도 많다. 컬러사진으로 도안된 포장은 그 속에 들어있는 먹음직한 과자들이 호기심을 불러일으킬 만큼 완벽하게 그려졌지만 알맹이는 형편없이 적다.

겹겹히 알맹이를 싼 포장지를 벗길 때마다 가슴을 조이면서 뵈이 나올까 하던 기대는 겨우 반밖에 차지 않은 과자를 보고 아이들은 실망을 한다.

그래서 어렸을 때부터 불신을 배우기 시작하고 어른들의 말에 『웃기지 말라』고 일축해 버린다. 세상에는 알맹이를 둘러싼 포장지들이 너무도 많다. 어렸을 때 들었던 幕이 오르기 전의 징소리와 스릴이 있을 장면에서 관객들의 숨을 조이게 하던 북소리 대신 라디오 CM이 있고 TV의 화면이 안방을 어지럽게 한다. 그리고 구성지던 트럼펫 소리가 아니라 그 물건이 아니면 안된다는 식의 상품 선전 필름들을 하루에도 몇번씩이나 봐야 하는 곤혹을 겪어야 한다.

그래서 바야흐로 현대는 포장의 시대이다. 전세방에서 겨우 끼니를 이어도 인조밍크폰은 걸쳐야 하고 인조보석반지라도 껴야 한다. 필요 이상으로 자기 자신을 포장하려는 현대인의 심리는 철저하게 완벽하다.

말끝마다 외래어 몇 개쯤은 애기해야 하고 거드름을 피우며 살아가는 현대인의 비극은 알맹이가 없다는데 있다. 서로를 불신하고 험사리 믿으려 하지 않기 때문에 애당초부터 기대조차 갖지도 않는다.

위장된 얼굴 너머의 다사로운 인정미를 기대할 수가 없을 때 웃과 얼굴이라는 포장은 거짓 투성일 수 밖에 없다. 그래서 『얼굴 하나야 두 손바닥으로 포옥 가릴 수 있지만 그리워지

는 마음이야 어떻게 하겠느냐』는 詩人의 작품도 있었던게 아닐까.

그러나 이와는 반대로 자기것은 철저히 가리면서도 남의 것을 들여다 보기 좋아하는 사람들도 있다. 아마 학교 시험시간에 권닝을 안해 본 사람은 별로 없겠지만, 어느 때는 훔쳐 본 답안이 틀려 틀린 답을 쓴 학생들이 벌을 받을 때도 있었다.

이웃집에서 일어나는 부부싸움을 구경하기 좋아하고 길거리에서 무슨 일이 벌어지면 길걸을 잊고 구경거리를 만났다는 듯이 지켜보는 구경꾼들이 많다.

舊韓未이었던가. 외국의 군함 한 척이 한적한 항구에 정박하려고 하자 이를 안 백성들이 모조리 산위에 올라 구경하는 바람에 외국 군함은 이 백성들이 자기들을 해치려는 군사들인줄 알고 그대로 도망쳤다는 일화가 있다.

얼마 전, 시내 번두리에 집을 지은 적이 있었다. 그 때만 해도 번두리였기 때문에 우리 집 주위에는 바로 뒷집을 제외하고는 집이 없었다. 앞이 터진 메다가 통풍이 잘 되고 남향집이어서 주택으로는 그 이상 적격일 수가 없었다. 그런데 하루는 바로 우리 집 앞터에다가 집을 짓기 시작했다. 집을 정상적으로 지었다면야 별

일이 없었을 터인데 앞집은 기묘하게 미니 2층집을 지은 것이다. 바로 우리 집 안방에서 보면 우리 집 측목보다 낮은 지역은 차고를 짓고 그 위에 베란다 비슷한 2층을 지어 부엌과 연결시켰고 베란다에서는 매마침 여름이어서 밤도 짓고 빨래를 널고 해서 우리 집 분위기를 역망으로 만들어 버렸다. 앞집의 베란다 높이와 우리집의 안방 높이는 똑 같았고 더구나 견딜 수 없는 일은 안방문을 열어 놓을 수 없었다.

안방 창문을 열어 놓으면 이 기묘한 베란다에서 우리 집을 넘어다 볼 수 있기 때문에 한 여름에도 창문을 열지 못하고 숨을 죽이고 살 수 밖에 없었다. 하는수 없이 미니 2층집의 주인에게 사정하다시피 해서 가리개를 만들어 달라고 했다. 말하자면 펜티에서부터 여자들의 내의까지 베란다에 넣어 놓아도 좋으니 남의 집 안방만은 들여다 보지 말라는 부탁이었다. 이 부탁도 쉽사리 이행이 되지않아 수차례 전화를 걸고 했더니 어느날인가, 베란다가 낀 미니 2층집보다도 더 기묘한 가리개를 만들어 놓았다. 이 기묘한 가리개란 베니아판 꼭 반쪽만한 것으로 그것도 고정시키지 않고 베란다 담에 기대어 놓았기 때문에 바람만 불면 넘어지기 십상이고 더욱이나 가관인 것은 구태어 가리개 앞에

나와 이 쪽 안방을 들여다 보고 나훈아의 물레방아나 동백아가씨를 불러대는 가정부의 호기심에 찬 시선이었다.

하는수 없이 이번에도 다시 주인에게 양해를 구하려다가 참을 수가 없어 『이런 法이 있느냐, 건축법에는 어떻게 되어 있느냐』고 물었더니 기다렸다는 듯이 『우리 나라 건축법에는 인근 집으로부터 얼마까지는 창문을 낼 수 있는데 바로 그 만큼의 거리라고 알겠느냐는듯이 따지고 나섰다.

알고 보니 이 주인은 법률사무소에 다니는 매일같이 법조문을 따지고 그것으로 생활하는 사무직원이었다.

그러니 오죽이나 법에 대해서 잘 알겠는가. 法에 명시된 거리보다 겨우 1cm쯤 떨어졌다 해도 위법은 아니니 할말은 없지만 마치 『제 얼굴 하나야 두 손바닥으로 꼭 가릴 수』있듯이 자기집은 기묘한 가리개로 가려 볼 수 없게 하고 이 쪽은 언제든지 구경하는 따위의 기대는 幕 너머에서 벌어지는 期待와는 사뭇 다르다.

童心을 길러주고 알맹이가 있는 포장에 필요한 시대이다. 그리고 幕 저쪽에서 빛이 벌어질 것인가 기대를 하고 그 연극이 관객의 가슴을 조이던 시대는 갔다 해도 항상 빛인가를 기대하는 생활이 아쉽다.

任 世 淳

太平洋化學(株) 宣傳部

나의 디자이너 친구 중에 A兄과 B兄, 그리고 C兄이 있다. 이들 세 사람은 디자이너란 공통된 타이틀로 같은 分野의 일을 하면서도 그 行動이나 思考는 각기 달랐다.

人間은 날 때부터 하나의 個體다. 따라서 저마다 개성이 다르고 자라난 環境이 다르기 때문에 행동이나 사고까지도 각기 다른 것은 당연하다고 하겠다.

그러나 藝術의 한 領域에 종사하는 사람이라면 적어도 각자의 행동과 사고에서 하나의 공통된 分母쯤은 찾을 수 있어야 하리라고 본다.

A兄 이야기

사람 많은 자리에선 은근히 자기가 名門美術大學 출신임을 강조해야만 속이 풀리는 A兄은 허위대에 비해서 每事に 겁이 많았다. 其實은 그가 겁이 많은 것이 아니라 무슨 일을 하든 간에 지나치리만큼 앞뒤를 재는 慎重派였기 때문에 그를 아는 사람들은 흔히 겁이 많은 친구라고 했다.

직장의 上司나 손윗사람 앞에서는 자기의 정당한 主張이나 見解를 피력하다가도 形勢가 불리해지면 금세 機動性을 발휘하여 상대방의 비위를 맞추기에 급급했다. 일을 맡기면 레이어아웃이나 색깔까지 上司의

食性に 적중하도록 처리해 내는데 道가 트인 친구였다. 그러므로 상사에겐 언제나 <實力派>로 통했고 자신은 늘 그것으로 은근한 自負心을 가졌다.

상사 앞에서 是非를 가리려는 同僚를 경멸했고, 또한 그들을 제쳐놓고 가장 먼저 昇進할 꿈에 부풀기도 했다. 그만큼 그는 누가 보아도 장래가 촉망되는 <엘리트 社員>이었다.

그리하여 그는 항상 자신이 <名門大學>을 나온 <엘리트 社員>이란 것 이외엔 자기의 진정한 才能과 霸氣가 무엇이었는지 잠시 생각해 볼 여유조차 없이 이제는 마음부터 늙어 버린 디자이너 친구가 되었다.

B兄 이야기

그는 學生時節부터 자기의 專攻分野에선 거의 완벽에 가까운 天才였다. 이름만 들어도 꽤나 굵직한 賞을 몇 번씩 받아 보았고, 그 밖에 公募展이라면 꼬박 꼬박 출품하여 타고난 재능을 아낌없이 발휘했던 猛將이었다.

그에게 또 하나의 커다란 才能이 있다면 매사에 불만이 많은 성격이었다. 학생시절이나 지금이나 변한 것 하나없이 노상 불만투성이었다. 작품을 그리다가도 막히거나 發想이 뜻대로 안되면 당장에 부수고 찢어 버리고 몇 번이나 다시 시

작했다.

그래서 그는 종종 「자신의 모든 內的 葛藤과 불만의 요소들을 찾아내고 오랫동안 학대한 다음 섬세하게 옮겨놓은 것이 바로 자기의 作品」이라고 실토하곤 했었다.

자의반 타의반으로 뒤늦게 어느 회사의 디자인室에 취직하여 밥을 벌여먹기 시작하면서 그에게 또 새로운 불만이 터지기 시작했다.

그것은 예의 불만과는 전혀 다른, 다시 말해서 職場生活의 제약에서 오는 시간적 貧困 때문에 평소의 불만을 터뜨려 놓을 突破口를 찾지 못하는 자신에 대한 불만이었다.

그러나 그런 불만도 해를 거듭함에 따라 日常의 생활에 밀려 사라져갔다.

과거 학생시절에 천재라고 불리던 자신이 社會構造 속에서 는 지각생이라는 것을 비로소 체험했기 때문이었다.

더우기 모든 일을 자기의 天才의인 틀 속에 넣고 처리하려다가 발생하는 副作用 때문에 그는 더욱 좌절되었고, 그럴수록 다른 각도에서 자신을 확대하며 변질되어 갔다.

그리하여 B兄도 자기 분야의 재능을 다시 찾지 못하고 이따금씩 속으로만 애태우는 失鄉民이 되고 말았다.

C兄 이야기

그는 한 마디로 말해서 곰같이 우직스런 친구였다. 一切的要領이나 알뜰한 計算같은 것은 일찌기 접어 두고 사는 성격으로 별로 말이 없었다.

넉넉하지 못한 살림의 시골에서 올라와 완고한 父親의 반대를 무릅쓰고 美大에 들어갔던 친구였다. 在學時節에도 이렇다할 작품 하나 없이 자기 專攻에 대한 애착을 버리지 않고 끈질기게 물고 늘어지는 집념의 사나이였다.

직장에서도 마찬가지였다. 上司나 同僚들의 눈치도 아랑곳없이 日課가 끝나면 곧장 집으로 돌아가곤 했는데 집에 가서는 다시 자기의 作品世界로 돌아와 몰입하는 것이었다.

그는 간혹 술자리에서 동료들과 어울릴 때마다 「作者의 理論과 行動과 作品이 일치되어야 진실로 좋은 작품이지 그렇지 않은 것은 순간적인 손장난에 불과하다」고 자주 역설했다.

그의 꾸준한 노력의 대가는 날로 눈에 띄게 달라졌다. 요즘 C兄의 작품세계는 자기의 주장대로 <순간적인 손장난>이 전혀 보이지 않고 무척 수고한 흔적이 정교하게 나타나기 시작했다.

그와 正反對로 직장에서 그의 存在란 有名無實해 갔다. 그래도 그는 개의치 않았다. 오

히려 자기의 재능과 작품세계가 인정될 때까지는 직장보다 자기세계가 더욱 중요하다는 생각이 굳어 있었다. 자기가 먹고 살 밥그릇의 무게도 아랑곳없이……

이같은 處地에 놓인 디자인어는 비단 나의 친구 뿐이 아니고 무수히 많을 것이다.

명석한 頭腦로 名門美術大學을 나와 직장생활에 너무 열중하다보니 남의 비위를 맞추는데 道가 트이고 一個 <만년 엘리트 봉급쟁이>가 되어버린 A兄, 왕년의 자기 재능만 믿고 직장생활에 허둥대다가 뒤늦게서야 社會構造를 배워야 하겠다고 한 눈을 파는 동안에 자기 分野의 탁월했던 才能을 다시 찾지 못하고 그저 정신적인 失鄉民이 되어버린 B兄, 누가 뭐래도, 직장을 버리는 한이 있더라도 자기의 作品世界를 꾸준히 구축해 가겠다는 집념의 사나이 C兄, 모두들 어떻게 보면 훌륭한 친구들이다.

그러나 문제는 훌륭하다는가 당연한 처지라고 일축하기엔 너무나 가혹한 일이다. 어서 이같이 처절한 風土가 개선되어야 한다. 우리 나라의 디자인어들은 모두다 자기도 모르는 病을 앓고 있다. 비단 디자인어뿐만이 아니고 藝術에 종사하는 모든 사람들이 예의 病을 앓고 있다.

이렇듯 병들어 있는 藝術人

들을 누가 구제해 줄 것인가. 선뜻 나서서 治療를 하고 防疫를 할 機關도 없다. 설령 기관이 있다손치더라도 아직은 구제해 줄만한 힘이 없다.

그러므로 오늘날 우리의 토포에서 예술하는 사람은 적어도 자기를 진단할 줄 알고 자기를 보호할 수 있는 主治醫가 되어야 한다.

어느 企業에 매어있다는 口實을 핑계로 겨우 外國의 雜誌나 뒤적거리고 좀 회한한 것이 있으면 슬그머니 둔갑시켜 작품이라 내놓고 詭辯이나 늘어놓는 한심한 친구, 事大主義 思想에 매도된 經營主의 食單을 눈치껏 차려 내고자 허둥대는 친구들은 이제라도 覺醒해야 한다.

나의 친구 C兄처럼 자기 밥그릇의 무게를 전혀 신경 쓰지 않을 수는 없다나치더라도 자신의 身分만은 분명히 해야 한다.

藝術의 境地는 무한히 넓고 영원한 것이다. 하물며 하나의 자기 작품을 놓고 過信하는 것은 너무나 위험한 일이다.

자기는 항상 덜 익었다는 자세로 보다 새로운 경지를 꾸준한 노력으로 개척해야 한다.

오직 그 길만이 이 어둡고 삭막한 디자인 풍토를 개선할 수 있는 최대의 方法이라고 거듭 강조해 두고 싶다.

李 規 用

韓國나이롱(株) 弘報課長

“무슨 약병인가 예쁘게 생겼구나”

“〈올비탈〉이야요. 아기 비타민인데 우유에 타 먹이려구요.”

“그런데요 이상해요. 〈하이렉스드롭〉이라구 이렇게 또 있는데 약국에서 한참 머뭇거렸어요. 〈하이렉스〉에는 「高單位 어린이 비타민」이라 되어 있던가. 그렇구요. 〈올비탈〉은 「맛좋은 어린이……」 뭐라 뭐라 적혔어요. 병모양도 〈하이렉스〉는 보통 어른 약병처럼 그대론데요. 어쩐지 겁이나요. 어른스러운걸 아기가 먹으면 안될 것같은 「高單位」보다는 「맛좋은」이 훨씬 덜 부담스럽더군요. 알롱달롱한 방울무늬도 친근스럽구요.”

“과자봉지처럼 셀로판 포장이었더라면 약방 앞이 인산인해가 뿔뿔했군.”

“어머니 남의 말을 싹 무시하기예요?”

대수롭지 않은 이야기인지도 모른다. 아기를 가진 여자의 心理反應을 구대여 論理的으로 부연할 필요에서가 아니라, 요컨대 우리가 日常으로 접하는 모든 디자인, 또는 패키지, 容器 등속은 반드시 條件反射를 일으킨다는 이야기이며 때문에 本源的으로 디자인 센스가 얼마나 중요한가라는 當爲가 성립하는 것이다. 한 때 어느 商品, 어느 對象을 막론하고 모든 選擇의 尺度는 오로지 容量으로 판가름나는 시대가 있었다. 비슷한 내용에 비슷한 값이라면 기왕에 많이 많은 쪽이 選好에서 앞서는 것이다. 안된 추측이지만 우리의 虛氣가 欲求와 相衡할 때는 항상 그런 경향이 아니었던가 싶다.

그런 의미에서 디자인은 새 가치

의 창조에 一盆을 하고 원시적 眼目을 새롭게 變身시키는데 큰 몫을 해왔으며 지금도 그 機能이나 役割에는 변함이 없다.

나의 職種과 관련한 얘기를 하나 더 들자.

女性들은 老少를 막론하고 옷감을 보면 그렇게들 좋아하는 모양인데 좋아하는 것 이상으로 嗜好의 변덕이 이만저만이 아니다.

纖維會社에서 만들어 내는 이른바 見本帖(Sample Catalogue)은 한철 앞서 見本用으로 試織하는 원단만 한 회사당 1,000야아드가 족히 드는데 최소한 시이즌에 1만여마가 見本帖에 오작사작 오려져서 붙은 셈이다. 1만마면 옷이 몇 벌인가. 한 벌 세 야아드만 해도 삼천 벌이 넘는 것을 더 큰 수요를 위해서 난도질을 감내한다. 이것들이 하나같이 色相이 다르고 무늬, 패턴이 다르므로 있는대로 다 보여주지 않고는 팔 재간이 없다. 女性들은 見本帖을 제끼며 그네들의 嗜好를 代入해 보고 이윽고 주문이 일어나고 판매가 성립되는데 결국은 모두가 色相과 디자인의 경쟁이 되고 또 그것으로 한 시이즌의 판매는 결정적인 것이 되고마는 것이다.

세삼스럽게 云謂할 필요도 없지만 모든 상품은 일정수준의 設備와 能力이 갖춰진 이후에는 技術과 品質은 平準化하기 마련인 것이며 勝負는 결국 브랜드 이미지에 대한 選好도와 디자인의 시각적 기능적 우열로 결판이 나고 만다. 그와 함께 一般人의 眼目과 見聞도 不知不識間에 세련되어가므로 어제까지 그렇게 멋져 보이던 포터블 라디오가 하루 아침에 꼴보기 싫은 물건으로

보이지 않는다는 보장은 없다.

1976년도 政府의 輸出振興綜合施策에 따르면 全産業의 輸出參與體制를 구축하고 한국디자인포장센터가 중심이 되어 實務協議會를 구성하고 특히 새마을 공장제품의 디자인開發이 큰 과제로 되어 있는데, 말이 많으니 말이지만 이를 태면 우리나라의 土產品이라고 내놓은 觀光地 주변의 그 많은 모뉴먼트들이 하나같이 雜鬼나 부적을 연상케 하는 피적죄한 것들 뿐이어서 도시 손을 대기조차 싫은 판이다.

年前에 日本 교오토오의 金閣寺 어귀에서 本製완구 두레박이랑 동강연필만큼 작게 만든 紙우산을 산 적이 있어 이것들을 방 한켠에 두고 늘 생각을 하는게 바로 이런 점이다. 實體를 極少化시키므로 視覺倒錯을 일으키게 하여 전혀 새로운 印象으로 접하게 하는 간단한 원리로 그들은 무엇이나 「土產品」의 素材를 창조해 낸다.

그런데 왜 우리들의 土產品만 유독 무당노리게같은 귀신스런 것들만 퍼질려져 있을까?

博物館을 가면 돌칼에도 거울에도, 토기와 장신구에도 現代의 線이 보이고 있다. 고고창창한 出土品에서 그대로 디자인화할 맥박이 이어지고 있는 데도 「형태」로서는 조금도 응용이 안되는 것이다. 디자인은 아름다와야 한다든가 기능적이어야 한다든가 하는 조건 외에도 〈올비탈〉의 용기에서 느끼는 그런 心理的인 反應을 염두에 두어야 할 뿐 아니라 見本帖의 원단조각에서처럼 다양한 기호에의 충족도 문제려니와 그 자체가 뚜렷한 하나의 맥박을 잇고 있어야 할 것이다.

第11回 大韓民國商工美術展覽會 開催公告

第11回 大韓民國 商工美術展覽會 開催要綱을 다음과 같이 公告한다.

1. 主 催: 商工部
 2. 主 管: 財團法人 韓國디자인包裝센터
 3. 展示期間: 1976. 6. 4~6. 17
 4. 展示場所: 國立現代美術館(德壽宮 內)
 5. 出品部門: 第1部 商業美術部
第2部 工藝美術部
第3部 工業美術部
 6. 出品資格: 制限없음
 7. 作品內容
- 第1部 商業美術
- 가. 廣告디자인
- (1) 포스터: 商品 및 産業 P.R., 資源節約啓蒙, 觀光宣傳, 國民總和 및 새마을運動啓蒙
 - (2) 캘린더, 카타로그, 新聞雜誌, P.O.P.(구매시설) 廣告
 - 나. 包裝디자인: 商品箱子, 容器, 包裝紙, 商標 등
 - 다. 推薦作家部門은 電子, 電氣製品, 纖維製品, 玩具 등 3個製品에 限한 素材로 出品할 것
- ※廣告디자인 및 包裝디자인 作品에는 可級的 實存하는 主體를 明記할 것
- 第2部 工藝美術
- 가. 輸出 가능한 工藝品(土產品 및 民俗工藝品)
- 나. 外國觀光客의 嗜好를 充足시킬 수 있는 觀光記念品
 - 다. 輸出工藝品의 디자인 改良作品
 - 라. 推薦作家部門은 電氣製品, 纖維製品類, 玩具類에 限한
- 第3部 工業美術
- 가. 輸出 가능한 새로운 工產品
- 나. 輸出工產品의 디자인 改良作品
 - 다. 推薦作家部門은 電子電氣製品, 纖維製品, 玩具 등 3個製品에 限한 素材로 出品할 것

8. 作品規格 및 製作要領

- 第1部 商業美術
- ㉔ 平面作品
- 全紙(73cm×103cm) 1枚單位로 1枚 또는 2枚, 두께 30mm 以內의 판넬에 附着할 것.
※판넬에는 액자를 할 수 없음.
- ㉕ 立體作品
- ① 作品 陳列 使用面積이 全紙 1枚 以內일 것.
 - ② 作品과 別途로 說明판넬을 同時 出品할 것.
(판넬規格全紙 1枚)

第2部 工藝美術

規格에 制限없음.

第3部 工業美術

規格에 制限없음.

㉕ 實物 또는 模型의 設計圖와 透視圖을 판넬에 附着하여 作品과 同時 出品할 것. (規格은 全紙 1枚 또는 2枚)

㉖ 多量生産할 때 (1,000個 단위) 추정 生産單價를 판넬에 明示할 것.

㉗ 可級的 作動이 可能하며 機能을 審査할 수 있을 것.

9. 出品制限:

다음 各號에 該當하는 作品은 出品할 수 없다.

- ㉘ 國內外에서 이미 公開發表된 作品
- ㉙ 模倣性이 濃厚한 作品
- ㉚ 美風良俗을 害친다고 認定되는 作品

10. 出品節次:

㉛ 出品願書配布處

商工部 디자인包裝課, 財團法人 韓國디자인包裝센터, 各 市道商工會議所, 各 美術大學

㉜ 願書配布 및 作品接受期間

願書配布: 1976年 2月 26日부터

作品接受: 商業美術作品 5. 24. (月)

工藝美術作品 5. 25. (火)

工業美術作品 5. 26. (水)

㉝ 出品接受場所: 德壽宮 內 行閣

㉞ 出品料: 作品 1種當 1,500원 (接受時)

㉟ 出品上留意事項:

- ① 生産業體의 出品作品은 디자이너의 姓名을 明記할 것
- ② 2人 以上の 共同名義로 出品時에는 代表作家를 明記할 것

③ 産業界 디자이너의 出品을 歡迎하며 個人 또는 法人名義로 出品할 수 있음.

11. 作品審査:

㉑ 審査機構: 關係機關과 斯界權威者로 構成된 商工美術 審査委員會

㉒ 審査基準

- ① 創意性: 公告 第7項 各號에 適合한 內容의 作品으로서 아이디어가 우수한 작품
- ② 實用性: 技能이 優秀하고 需要度가 높은 작품
- ③ 生産性: 양산과 수출가능성이 높은 작품
- ④ 經濟性: 내구성이 있고 生産費와 販賣價格이 相당한 작품

㉓ 審査期間: 1976年 5月 27日~5月 28日

㉔ 審査發表: 1976年 6月 4日

12. 展示作品:

- ㉕ 入選된 作品
- ㉖ 審査委員 및 推薦作家作品
- ㉗ 其他 商工部長官이 필요하고 認定되는 作品

13. 施 賞

㉘ 日時: 1976年 6月 17日

㉙ 內容

區分	勳 格	數量	副 賞
一 般 出 品 部 門	大統領賞(最高賞)	1	① 1,000,000원 ② 海外研究視察推薦
	國務總理賞	1	① 500,000원 ② "
	副總理 兼 經濟企劃院長官賞	1	① 300,000원 ② "
	商工部長官賞	1	① 200,000원 ② "
	韓國디자인包裝센터 理事長賞	1	100,000원
	大韓商工會議所 會長賞	1	"
	韓國貿易協會 會長賞	1	"
	全國經濟人聯合會 會長賞	1	"
	中小企業協同組合 中央會長賞	1	"
	特 選	30點 以內	
	入 選	若干	
	推薦作家出品部門 大會長賞	1	① 500,000원 ② 海外研究視察推薦

14. 特 典

商工美術에 出品된 優秀作品을 輸出 또는 實用化하는 境遇 다음 事項에 對한 行政支援의 特典을 賦與한다.

- ㉑ 製作에 所要되는 資金支援
- ㉒ 施設機材導入支援
- ㉓ 輸出의 難 表彰
- ㉔ 디자인開發을 위한 研究費補助 및 海外派遣
- ㉕ 其他 行政支援

15. 優秀디자인商品 贊助出品 및 展示

- ㉖ 商工美術 1, 2, 3部에 該當하는 國產優良商品
- ㉗ 贊助出品된 商品은 審査委員會에서 選定된 것에 限하여 展示한다.

16. 作品搬出

모든 作品은 다음 期間內에 搬出해야 한다. 期間內 未搬出된 作品은 主管側에서 任意處理한다.

㉘ 展示作品: 1976年 6月 22日~6月 26日

㉙ 落選作品: 1976年 6月 8日~6月 12日

17. 其他事項

㉑ 實用化되지 않은 實用新案特許品의 作品出品을 勸奨한다

㉒ 作品製作을 爲하여 韓國디자인包裝센터 工作室를 實費로 活用할 수 있는 便宜를 提供한다.

㉓ 其他 詳細한 것은 主權 및 主管處에 問議하라

㉔ 連絡處: 商工部 디자인包裝課 ㉕3536

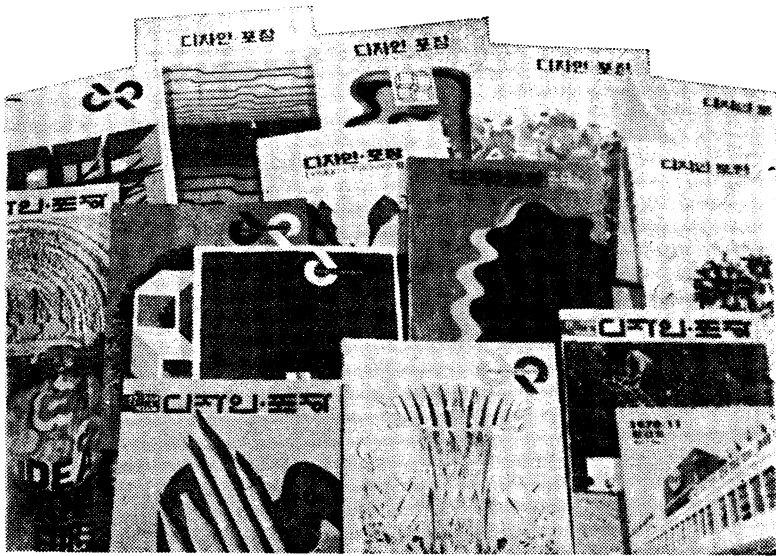
財團法人 韓國디자인包裝센터 振興部

(直通 ㉕3502)

(交換 ㉕5375~8)

이 公告는 公告한 날로부터 施行한다.

商工部長官 張 禮 準



「디자인 포장」誌 販売 案内

本誌는 國內 唯一의 「디자인 專門誌」로서 一般 愛讀者 여러분에게 더욱 널리 普及하고자 다음과 같이 實費販賣하고 있다오니 많은 購讀바랍니다.

- ◇ 販賣處 : 當센터 編輯室 直賣
- ◇ 發行月日 : 2・4・6・8・10・12月の 每 25日
- ◇ 定 價 : 500원
- ◇ 長期購讀會員制 : 1年(6回), 購讀料 2,500원 (郵送料 包含)
※ 郵便으로 年間 購讀申請時에는 小額換(2,500원) 同封 하여 登記로 郵送해 주실 것 (住所・姓名 明記)
- ◇ 各卷 購讀希望者는 當센터 編輯室에서 隨時로 購入할 것.
- ◇ 問議 및 送金處 : 1110 서울特別市 鍾路區 蓮建洞 128
한국디자인포장센터 편집실
전화 ㉠ 5375~8

「디자인 포장」

1976年 4月號
VOL. 7, No. 2 (通卷 第25號)
登錄日字 1971年 1月 14日
登錄番號 바-599호
1976年 4月 20日 印刷
1976年 4月 25日 發行

發 行 兼 : 張 盛 煥
編 輯 人

發 行 所 : 韓國 디자인 포장 센터

本 社 : 서울特別市 鍾路區 蓮建洞 128~8
TEL ㉠ 5375~8

工 場 : 서울特別市 永登浦區 加里峯洞 第2工團
TEL 直通 ㉠ 3839・2989・3418

釜山支社 : 釜山直轄市 釜山鎮區 鶴章洞 261~8
TEL 直通 ㉠ 1485~7

印刷製本 : 三和印刷株式會社

〈값 500 원〉

본지는 한국도서잡지 윤리위원회의 잡지 윤리 실천 강령을 준수한다.

◎ 編輯 : 金銀河・孫基詰 / 表紙디자인 : 金哲中

世界로同한輸出韓國

우리 모두 經濟開發과 輸出增大에 盡力하여,
우리나라가 先進諸國의 隊列에 參與하는
時期를 앞당깁시다.



韓國貿易會館

WORLD TRADE CENTER KOREA

會 長	朴 忠 勳	常勤副會長	吳 範 植	李 致 寧
常務理事	文 炯 宣	朴 根 濤	崔 文 基	
常務監事	薛 鎮 哲			

서울特別市中區會賢洞 2 街10番地 1 号

우편번호 100, C. P. O. BOX 1117号, Telex 2465 S

TEL. 28-8251 · 9271, 22-1141, 23-3274

포스타칼라의代名詞!



ALPHA DESIGN COLOR



繪具專門 MAKER

알파화학

本社: 74-0083

營業所: 74-8078

이제 누구나 안심하고
사용할수있는 國際水準의
POSTER COLOR입니다.

DESIGN POSTER COLOUR는
品質에서 包裝에 이르기까지 중
전의 POSTER COLOUR의 결
점을 완전 보강한 ALPHA 新製
品입니다.

特 · 徵

- 40色
- 專門家 디자이너의 不便을 完全 해소한 不變色
- 발랄하고 다양한 색상
- 아름다운 混合色
- 미립자로 피스사용에 편리
- 화려한 발색의 형광색
- 내광성이 강하여 오래 보존됩니다.