

登録日 1971年1月14日
登録番号 甲-599号

design & packaging

34
1977





결코 화려한 광고는 없지만....

한 번의 허황된 광고 보다 저희 신한은
좋은화구 생산을 위하여 두번의 정성을
아끼지 않는 전문가용 화구종합 메이커
입니다.

技術協助

 日本HOLBEIN画具株式会社
日本HOLBEIN工業株式会社
 日本NICKER 絵具製造所
美속에 生活하는



신한화구상사



通卷 第34号

'77年 11月号

● 卷頭言	金熙微
■ 集中企劃 I / 第12回 産業디자인 展覧会	
15 産業디자인展의 意義	金教訓
18 産業디자인의 開發과 輸出入國의 意志	李殷圭
21 綜合審査評	權純亨
23 産業디자인展의 出品 및 展示現況	愼乙等
27 産業디자인開發과 디자인 教育의 諸問題	崔大鎭
34 製品開發과 法的 保障	金基陽
39 産業디자인의 表示一般論	金根培
44 外國의 展示活動과 實態	李仁鎭
47 入賞者와의 對話 (인터뷰 · 프로필)	弘報課
56 '77年度 下半期 主要 國際展示會 現況	弘報課
58 在野 디자인의 辯	崔英淑, 金吉雄
62 産業디자인展을 마치고	俞胤鉞
■ 集中企劃 II / 第4次 亞細亞 包裝大會	
66 第4次 亞細亞 包裝大會 決算報告書	國際課
71 ● 各國 代表 議題 發表文	弘報課
95 企業의 包裝시스템 定立	文權鎭
99 製品開發과 디자인	車成哲
103 캐나다 小地域社會 디자인計劃	張權峯
111 ● 韓國의 傳統文樣 / 原始工藝	林永周
121 디자인開發과 情報	金知漣
125 製品디자인과 環境	曹 昭
131 디자인 강좌 ㉔	李化洙
140 한글文字 디자인의 考察	金洪鍊
145 ● 工藝研究 ㉔ / 技能時代의 工藝	張潤宇
152 '77年度 問題作 廣告 (신문 廣告 中心)	權明光
157 디자인隨想	白承壹, 李成教
163 우수製品 디자인紹介	弘報課
170 디자인情報	弘報課
178 KDPC 안테나	弘報課
◇ 圖報 / 第12回 産業디자인展 (후백), 入賞作品 (原色) / 第4次 亞細亞 包裝大會, 産業視察 (후백) / '77年下半年 土產 品 誌上展 (原色)	

● Foreword	Hee Duk, Kim
■ Concentrated Programme I / The 12th Korea Design Exhibition	
15 Significance of ID	Kyo Man, Kim
18 Development of ID & Nation-building through Export	Eun Kyu, Lee
21 Integrated Judgement	Soon Hyung, Kwon
23 Exhibits & Status of the Exhibition	Eul Jae, Sin
27 Problems for Development and Education of ID	Dae Suk, Choi
34 Legal Security for Product Development	Ki Yang, Kim
39 General Theory to Present ID	Keun Bae, Kim
44 Exhibit Activities and Actual Status in Overseas	In Suk, Lee
56 Interview & Profile of Winners	Public Relations Div.
56 Main Exhibitions in Other Countries during the Latter Half of 1977	Public Relations Div.
58 Debate of Designers Out of Center	Young Sook, Choi Gil Ung, Kim
62 After Finishing the Exhibition	Yun Jin, Yoo
■ Concentrated Programme II / The 4th Asian Packaging Congress	
66 Balance Sheet of the Congress	International Div.

71 ● Paper Presentation of each Delegate	Public Relations Div.
95 Packaging System of Industries	Kwon Ho, Moon
99 Product Development and Design	Sung Chul, Cha
103 Design Scheme of Small Community in Canada	Kwon Bong, Chang
111 Ancient Craft Art	Young Joo, Lim
121 Design Development & Information	Ji Chul, Kim
125 Product Design and Environment	So, Cho
131 ● Design Lecture	Hwa Soo, Lee
140 Consideration of Korean Alphabet Design	Hong Ryun, Kim
145 ● Craft in the Functional Time	Yoon Woo, Chang
152 Newspaper Advertisement in 1977	Myung Kwang, Kwon
157 Essays on Design	Seung Il, Baik Sung Kyo, Lee
163 Introduction of Design for Good Products	Public Relations Div.
170 Some Useful Hints for Designers	Public Relations Div.
178 KDPC Antenna	Public Relations Div.
◇ Picture / Winner's Goods of the Exhibition / The 4th AP Congress / Introduction of Developed Souvenir in the Publication (Latter Half of 1977)	
◇ Photography: The 12th Korea Design Exhibition / Industrial Observation	



理事長 金熙德

1977年은 韓國디자인包裝센터가 創立된 이래 가장 보람찬 한 해였다.

우리들의 宿願이었던 大規模의 디자인展示館을 비롯한 센터 本館을 増築하여 研究 開發의 분위기를 刷新함으로써 디자인과 包裝圈의 搖籃地에 旗幟를 높이 세웠고, 包裝分野의 國際的 行事인 第4次 亞細亞包裝大會를 開催하여 多大한 成果를 거두는 한편 디자인과 包裝産業의 制度的 保障을 確認한 디자인包裝振興法の 制定 등 難題들이 한꺼번에 成就되었기 때문이다.

回顧하건대 増築問題는 昨年予算에 編成하여 今年初에 解冬과 더불어 즉시 着工할 予定이었으나 뜻하지 않은 東大門警察署의 垜地와 本센터의 交換件이 前者의 一方의인 意思로 問題視되었다가 서울시와 本센터의 교섭에서 合意점을 찾지 못하여 說往設來하다가 매듭된 것이 지난 4月末頃이었다. 그때부터 당센터는 増築에 대한 必要한 手続을 取하다 보니 本格的인 工事は 7月初에야 이루어지게 되었던 것이다. 이와 並行하여 今年度에 實施해야할 國內 및 國際的인 行事인 第12回産業디자인展覽會와 第四次 亞細亞包裝大會를 各各 10月4日에 開催하기로 公布되어 있었기에 4億6千余萬元 規模의 大増築工事を 그때까지 一段落지우지 않을 수 없는 宿命的인 立場에 處하게 되었던 것입니다. 센터內에 位置하고 있던 UNDP의 外國人 關係者나 一般 國內人들도 到底히 予定時日內에는 完工이 不可能하다고 보는 것이 支配的인 見解였다. 그러나 하던 된다는 信念과 꼭 해내겠다는 센터 全職員들의 決意에 의하여 우리는 거의 奇蹟에 가까운 일을 해내고야 말았다. 途中에 秋夕名節이 끼었기 때문에 人夫를 구할 수 없는 逆境에 처하였을 때는 센터의 研究員과 行政員이 總動員되어 直接 옷웃을 벗고 勞働者 구실을 充分히 해내었던 것이다. 이와같은 事例는 한 組織의 全員이 總和團結하여 所定の 目標을 向하여 專念했을 때는 不可能이 存在하지 않는다는 것을 實感케 했던 것이다. 둘째로 第18次 亞細亞包裝聯盟 理事會를 지난 10月4日 10시에 새로 完工된 센터本館 三層 會議室에서 開催를 했고 日本, 濠州, 印度, 香港, 필리핀, 斯里랑카, 인도네시아, 이스라엘 등 여러나라에서 參加했던 60余名の 外國人이 그날 午後에 開幕된 第12回 産業디자인 展覽會를 參觀하게 되었던 것이다. 여기에서 그들은 같은 開發途上國家로서 韓國을 대수롭지 않게 생각하고 入國한 이미지를 一掃하고 經濟的으로 躍進하는 大韓民國의 참모습을 피부로 느끼게 했던 것이다. 그後 10月5일부터 2日間은 貿易協會의 大會議室에서 第四次 亞細亞包裝大會가 열려 各國의 代表가 「包裝改善을 통한 資源管理」라는 主題發表와 진지한 討議가 進行되었으며 7日에는 韓國의 包裝産業界의 視察과 8日에는 韓國貿易振興公司에서 實施한 秋季貿易展覽會를 見學하게 했다. 그동안 틈틈이 實施한 晝食과 漫遊 및 民俗村 觀光 등 接待까지에도 万全을 期했으며 外國에서 舉行된 大會의 費用에 比較가 안되는 最少의 經費로 最大의 效果를 올렸다고 自負하고 싶다.

産業디자인 展覽會는 지난 10月4일부터 23일까지 20日間 開催되었는데 그동안 9千余名이 參觀하였으며 지난 10月20日에는 當센터 會議室에서 商工部를 위시한 經濟4團體, 審査委員 및 其他 機關에서 오신 貴賓들이 참석한 가운데서 施賞式을 盛大히 舉行했다. 今年에 實施한 展覽會는 例年에 比하여 制度的으로 改善된 點과 産業界의 積極的인 參與 및 自體 展示館에서 實施했다는데서 그 意義를 찾아 볼 수 있다. 우선 制度的인 改善에 있어서는 昨年까지는 商工美展이라고 불려온 名稱부터 大統領令으로 改正하여 産業디자인展覽

會로 改稱하게 된 것이다. 이것은 些少한 問題 같지만 그 概念上에서 큰 變革을
 意味하는 것이다. 우리가 問題視하는 디자인은 藝術的인 面과 經濟的인 面
 에서 考察할 때에 後者에 置重되는 것이다. 歷史적으로 볼때 지난 封建時代
 에는 物品의 生産에 있어서 一般庶民은 草根木皮로 延命하면서 日常生活에
 極히 必要한 것을 自作하여 充足하는 程度였고 價值가 높은 物品은 王侯貴
 族을 위한 것으로 制限되어 있었으나 近世에 들어 產業革命後 大量生産이라
 는 물결을 타고 特히 1920年代以後부터는 韓國의인 俗된 表現을 하자면 옛
 날의 「장이」와 工藝技術者가 現代의인 産業디자이너(industrial designer)로
 變貌하게 된 것이다. 그러다 보니 製品을 하는데 資源이 問題가 되고 나아가
 서 工業化에 따르는 環境汚染에도 關心을 가지지 않을 수 없게 된 것이다. 따
 라서 現代의인 感覺에 있어서 디자이너는 人間生活의 広範圍한 分野에 關하
 게 되는 綜合科學者의 性格을 띄게 된 것이 아닌가 생각이 되는 것이다. 이
 와같은 뜻에서 商工美術이 아니라 産業디자인이라는 本然의 姿勢를 되찾게
 되었다고 볼 수 있을 것이다. 細部的인 制度上的 改善은 많은 時日을 두고
 이루어져야 할 것이다. 今年度의 特徵으로 들수 있는 產業界와 一線디자이
 너들의 参与度는 過去 어느때보다 높으며 全出品의 70%를 차지하고 있다는
 點이다. 그들의 質도 그 어느때보다도 洗練되고 向上되었다는 것을 말할 수
 있으며 特히 産業디자인에 있어서 더 顯著하다는 것이다. 年度 特徵의 세
 번째는 우리 自體의 展示館에서 展示할 수 있게 되었다는 것이다. 法的으로
 商工部가 主催하고 當센터가 主管하는 이 展覽會가 過去에는 여러 場所를 轉
 輾하면서 實施해 왔으나 그나마도 今年에는 그것마저도 구하기가 어려워 차
 킷했더라면 東大門市場內에 位置한 場所의 新세를 질행했던 것이다. 이와같
 은 行事に 使用될 수 있는 展示館의 空間은 極히 制限되어 있으며 그것조차
 도 駐車施設이 없고 복잡한데다가 使用賃料가 坪당 7~8百원이나 되어
 많은 不便을 받고 있던 것이 事實이었다. 이것을 打開하기 위하여 當센터에
 展示用空間만도 700餘坪이 되며 디자인 關係資料와 圖書室 그리고 열람실로
 200餘坪을 가진 建物을 갖게 된 것은 當센터에 限한 것이 아니라, 우리 디
 자인界의 發展을 위하여도 극히 多幸한 일이라고 말하지 않을 수 없다. 當센
 터에 부여된 任務의 하나인 振興業務를 遂行하는데 가장 效果的인 것이 展
 示行事라고 볼 수 있다. 그것은 지난 5月初에 當센터에서 舉行한 이태리 產
 業디자인 展覽會의 效果를 보고 本人은 그 確證을 얻게 되었던 것이다. 外國
 의 優秀한 디자인 作品을 모아 隨時로 이러한 디자인展을 이 展示館에서 갖
 는 것은 디자인分野를 공부하는 學生이나 實務者들이 國內에서 앉아서도 先
 進 外國의 디자인을 손쉽게 배울 수 있게 하는 方法이 되리라고 생각된다.
 우리가 걱정할 位置的인 問題도 考慮된바 있었지만 實質的인 見地에서는 그
 령지 않다는 것도 알 수 있게 되었다. 繁華街에서 彷徨하는 아무런 目的意
 識이 없는 사람들의 出入은 價值가 없는 것이며 그것을 必要로 하는 분들이
 조용히 볼 수 있어야 하는 것이 더 重要하다. 우리나라도 멀지않아 「마이카」
 時代를 맞이할 것임을 전제하면 駐車空間이 넓은 立地條件은 必須要件이 되
 는 것이다. 이러한 여러가지 點에서 當센터의 展示館은 여러분들의 期待에
 어긋나지 않을 것으로 믿는다.

韓國디자인 包裝센터가 今年에 이룩한 이 業績은 發展하는 韓國經濟에 있
 어서 디자인과 包裝 産業 分野의 快挙라고 보지 않을 수 없는 것이다.



제12회 산업디자인전람회
개막식 테이프를 끊는 장
예준 상공부장관 (中)과 김
희덕 이사장 (右) 그리고
관계인사들. (10월 4일)

산업전의 첫번째 관람인
사로 방명록에 사인하는
장예준 상공부장관.



전시장을 돌아보는 관계
인사들 권순형심사위원장
으로부터 공예부문에 대
한 작품설명을 듣고 있다.



대통령상 수상자 민
병혜양이 심의환 상
공부 차관으로부터
상장과 부상을 받
고 악수를 교환하
고 있다.

12회 산업전시상식.
김희덕 이사장이 式
辭를 하고 있다.
(10월 20일)



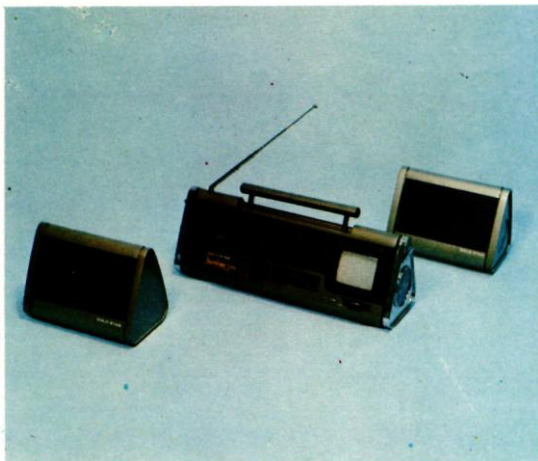
한국디자인 포장센
터 이사장상 수상
자 문철군이 당센
터 이사장으로부터
상장과 부상을 받
고 있다.

第12回産業디자인展 入賞作品

● 대통령상

명제 : 포터블 전자미싱

작가 : 민병혜



● 국무총리상

명제 : 휴대용 TV 스테레오 라디오

작가 : 이병학



● 부총리겸경제기획원장관상

명제 : 수출용 음향제품포장

작가 : 조종현



● 상공부장관상

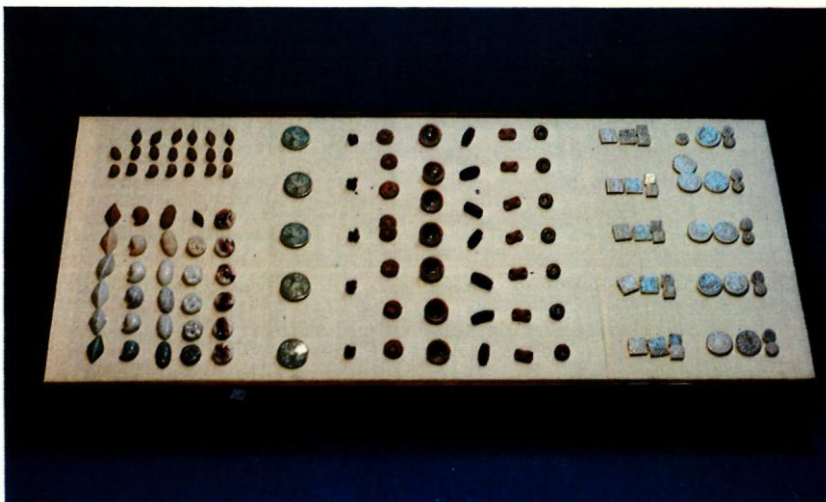
명제 : 카렌다디자인

작가 : 정연중

● 한국디자인포장센터 이사장상

명제 : 에스콰이어 포스터

작가 : 문 철



● 한국무역협회 회장상

명제 : 단추세트

작가 : 홍경희

● 대한상공회의소 회장상

명제 : TV 라디오 카세트

작가 : 김영창



● 전국경제인연합회 회장상

명제 : 병따개겸 벽장식

작가 : 이외주



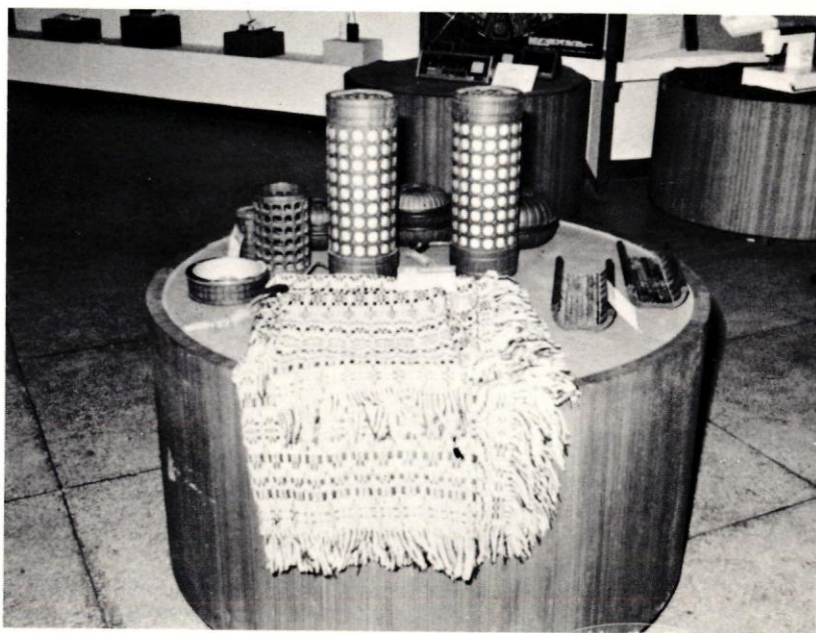
● 제12회 산업디자인전 전시탑



● 중소기업협동조합중앙회 회장상

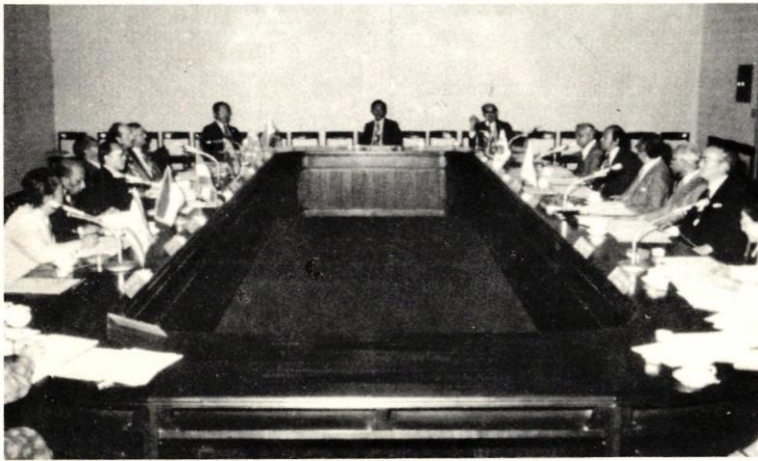
명제 : 어문함

작가 : 천복희



서울전시를 끝내고 부산으로
이동전시된 산업전. 부산상공
회의소 앞 육교에 설치한 대형
선전 안내판. (11월 1일)

부산이동전시회에 진열된 작품
들. (11월 5일)



당센터 국제회의실에
서 열린 제18차 아세
아포장연맹 이사회 광
경. (10월 4 일)



무역협회 대회의실 에서 개막된 제 4 차
아세아포장대회 개막식 광경.
(10월 5 일)

개막식에서 기조연설을 하는 APC 회 장
안토니오 · 보노 안(필리핀).

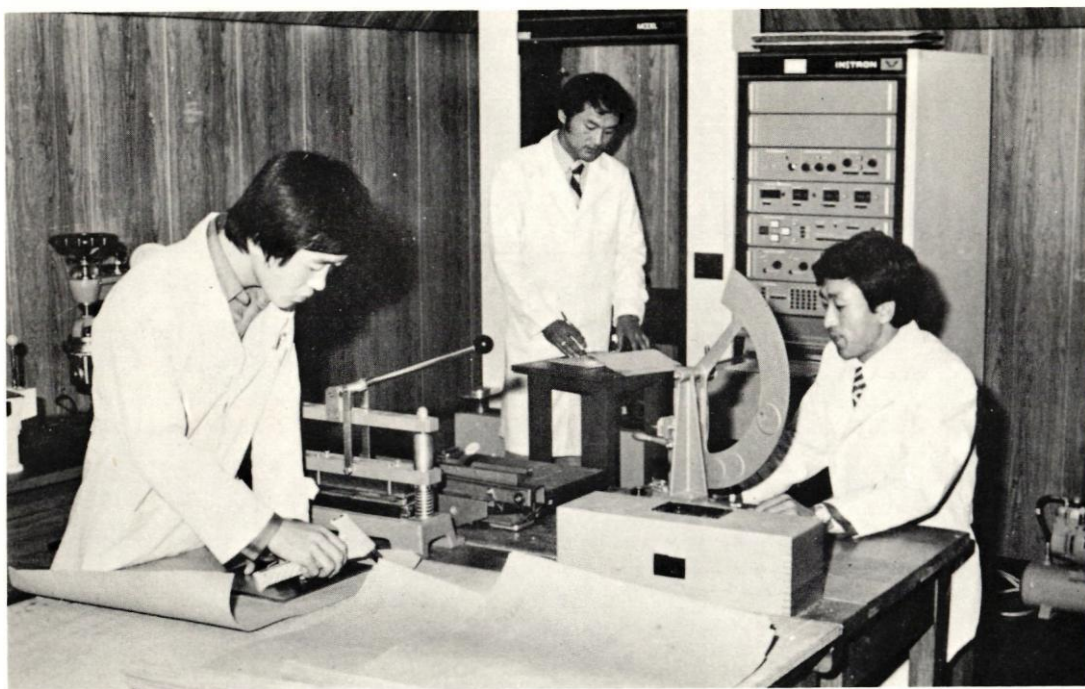
의제발표문을 귀담 아 듣는 각국 대표 들과
참석자들. (10월 7 일)



제12회 산업전 입상자와 당센터 연구부 요원들의 산업시찰 광경. 단장 한기성 진흥상무가 금오공고 기계조작실에서 담당교사의 설명을 듣고 있다.



당센터 디자인개발실에서 디자인한 1억불 수출탑(한일합섬) 아래서 시찰단의 기념촬영.



새로 증축하여 새로 옮긴 당센터 디자인
개발연구실. 디자인 개발의 산실이다.

별관에 새로이 시설과 기계를 갖춘 당센터
포장개발 실험실. 연구원들의 연구 모습.





生動하는 KDPC

人類의 歷史가 始作된 그때부터 비
롯된 디자인과 包裝—

그것은,

血脈이 이어 온 大地 위에서
天空을 누려 온 숨결 속에서
언제나 人間과 더불어 共存해 왔다.

人類文化暢達과 國家産業發展의 大
業을 받들고 恒常 未來를 열고, 앞서
가는 韓國디자인包裝센터(KDPC)는
이제—

모두를 爲하는 全部를 爲해 嶄新하
고 새로운 것을 研究開發하는 데 先鋒
的 旗手로 君臨해 왔다.

이곳은—

디자인, 包裝의 搖籃,
國利民福의 要諦로

새 價値와 可能을 創造 開拓하는
水晶塔이며

輸出立國을 위한 民族의 열이 맥박
쳐 넘치는 源泉인 것이다.

글 이 정웅
사진 윤 석봉

企集中 第12回 産業디자인展覽會

□ 第12回 大韓民國 産業 디자인展覽會는 이제 중진한국으로 발돋움하는 國家産業振興에 새로운 章을 열었다. 올해부터 종전의 상공미전을 産業 디자인 展覽會로 개칭하고 지난 10月 4日 새로 증축한 당센터 大展示館에서 開催하게 된 것은 실로 대단한 意義를 지닌다.

상공미전을 産業 디자인展으로 개칭하게 된 것은 지금까지 디자인을 美術의 한 속성으로만 여겨왔던 종래의 觀念을 깨고 우리나라의 디자인계가 디자인 본연의 영역과 任務를 再認識하고 굳건히 일어서는 새로운 이정표를 세운 것이다. 이는 또 오늘날 디자인이 構造와 機能 및 外貌에만 착안하는 態度에서 効率的인 생산과 유통 및 販賣節次까지를 考慮해야 하는 綜合科學으로서의 포괄적인 義務를 지녔다는 概念을 더욱 심화시킨 것이라 하겠다.

당 센터는 이번 展示를 위해 본관과 별관에 새로운 展示館을 마련하기 위해서 지난 7月初부터 本格的인 工事に 着手하여 불철주야 作業을 해왔고 産業 디자인에 대한 종래의 認識을 고치기 위해 政策的 뒷받침과 실행 과정에서 최선을 다해 왔다. 특히 이번 展覽會에는 모두 1,573점이 出品돼 量的으로 큰 膨脹을 보였으며, 質的인 면에서도 外國의 디자인 전문가들이 찬사를 아끼지 않을 程度여서 이번 第12回 産業디자인展覽會는 우리의 디자인계에 획기적인 發展의 기틀을 다졌다 할 것이다.

20日간에 걸친 展示期間 동안에 멀리서 APF 會員國 代表들과 경향 각지의 團體 등에서 觀覽人波가 몰려 서울 展示에서만도 總 9,319名이 參觀했다.

이번 展示會를 통해 새로운 면모를 보인 産業디자인전 전부를 끝내며 産業디자인의 意義와 성향 및 미래상을 알아보는 집중기획으로 엮어 정리해 본다.

<編輯者>

- <論壇> 産業디자인展의 意義
- 産業디자인開發과 輸出立國의 意志
- 綜合審査評
- 産業디자인展의 出品 및 展示現況
- <特別寄稿> 産業디자인開發과 敎育의 諸問題
- 製品開發과 法的 保障
- 産業디자인의 表示一般論
- 外國의 展示活動과 實態
- <企劃取材> 入賞者 프로파일 <인터뷰>
- 受賞作家와 作品
- '77年度 下半期 主要 國際展覽會 現況
- 在野 디자인의 辯
- 産業디자인展을 마치고

第12回 産業디자인展의 意義

Significance of the 12th Korea Design Exhibition

金 教 滿

서울大學校 美術大學 教授

□ 現 況

時代나 社會環境의 變遷에 따라 企業의 效率의 인 運營方針이 隨時로 修正이 繼續되어야만 現代 社會 안에 存在가 可能한 것과 같이 Design의 理念과 範圍도 現代社會에서 恒時 變해 가고 있다.

12年前 大韓民國 商工美術展覽會는 特殊性을 지닌 展覽會로서 商業美術部와 工業美術部の 二分野를 두고 디자이너 資格의 制限 없이 出品이 可能하게 되어 왔다.

다른 純粹美術의 展示會와 性格이 完全히 달리 區別되며, 우리나라 産業立國 輸出産業에 直接 寄與할 수 있는 創造의 製品을 開發하고 國籍 있는 産業을 振興시키고자 創設한 展示會인 만큼 디자이너는 勿論 政府나 産業界의 至大한 關心과 期待를 가져 왔다.

이 展示會에 出品하는 디자이너들은 輸出增大에 寄與한다는 自負心과 信念으로 參與해 왔다.

이미 11年間을 거듭하는 동안 展覽會에 對한 性格上的 問題, 制度上的 問題, 實用化的 問題 등 그해 그해 論議의 對象이 되어 왔고, 이러한 諸問題들에 對한 解決策과 現實把握에 政府나 産業

界 그리고 디자인界가 다 같이 研究할 宿題로 이루어 왔다.

이제 1977年을 契機로 디자인界의 劃期的인 發展의 與望과 舉國의 인 經濟發展의 輸出伸張을 爲하여 加一層 效率의 으로 遂行코자 從前의 大韓民國 商工美術展覽會를 大韓民國 産業디자인展覽會로, 第一部 商業美術部를 工業디자인部로, 第二部 工業美術部를 工業디자인部로 改稱함으로써 새로운 디자인界의 흐름과 디자인理念을 擴大하여 國際的 環境에 適應하도록 展覽會 性格을 再整理했다고 본다.

□ 12年間の 意義

이와 같이 새로운 意義를 갖고 開催된 第12回 産業디자인展에 總667點에 達하는 各部門 作品들은 現 우리나라 디자인界를 代表하는 權威 있는 大展示會이며 政府나 디자이너 또는 産業界의 協力으로 이루어진 값진 行事인 것이다.

産業디자인展 開催를 통하여 政府나 産業界가 要求하는 優秀製品을 創案하려고 디자이너는 心血을 기울여 製作에 臨했으며, 產學協同精神 雰圍氣를 造成하는 데 積極參與했고, 專門家的인

使命感을 느꼈기에 이 展示會를 더욱 빛내도록 努力을 아끼지 않았다.

또한 디자이너는 輸出 Marketing 을 效率的으로 遂行하는 데 있어 諸般要素 中 重要視된다고 생각되는 것은 商品品質에 있다고 認識했고, 消費時代에 임하고 있는 現實은 感覺的이며 嗜好的인 適應因子로 構成되어야 함을 認識하게 되었다. 特히 製品의 核心은 嶄新하고 創意性이 풍부한 디자인에 있으며, 創作競爭에 依하여 市場開拓 販賣戰略이 成立됨을 認識하게 되었고, 그러기에 더욱 責任感과 使命感을 굳게 가지게 되었다. 또한 해를 거듭할수록 이 展示會의 獨自性을 우리 社會에 公式的으로 認定시켜 왔다.

12回展을 갖는 現時點에서 또다른 意義가 있다면 디자이너들이 過去 12年間을 디자인展과 더불어 成長했으며, 成長의 成果에 따라 產業界와 教育界로 進出하여 우리나라 디자인界와 產業界에 直接 또는 間接으로 貢獻할 수 있는 터전을 마련했다는 점이다.

또한 디자인展에서 얻은 디자인 Process 와 創造의 センス의 能力으로 社會進出의 公認을 받을 수 있었던 몇몇한 廣場이었다는 데 意義가 크다.

디자인展으로 말미암아 우리나라 生産界나 社會에 디자인의 重要性을 確立했고 디자이너의 位置를 뚜렷이 浮刻시켜 놓았으며, 特히 產業界一線에서 輸出増大에 直接 參與하는 有能한 디자이너들을 多數 誕生시켰다는 이 嚴然한 事實은 過去 12年間 또 앞으로도 끊임없이 開催될 産業디자인展의 至대한 惠澤이라고 믿는다.

□ 巨視的인 意義

人間個個人的 存在에서 하나의 規制와 秩序의 體制 아래 共同體系라는 強力한 힘을 形成하듯이 디자이너作品에서 個個人的 創造의 智慧를 集合시켜 우리나라 디자인界의 큰 에너지를 形成한다. 다시 말하면 디자이너 個個의 創作作品을 比較研究하는 機會를 마련함으로써 產業界의 製品生産의 새로운 創意力과 意慾을 불러일으키는 動力이 發生하리라 믿는다. 産業디자인展 行事에 있어 優秀作品에 對하여 賞狀과 賞金을 授與

하고 그의 榮光을 社會에 널리 알리며, 能力 있는 디자이너가 制度的으로 社會에서 認定받게 하며 디자이너들의 海外修學과 研究의 機會를 마련하여 주는 등의 모든 惠澤은 디자이너 自身들만을 위한 惠澤이 아니고 이 展示會가 國家産業 經濟發展에 參與하는 共同的 廣場이라고 생각할 때, 이는 곧 우리나라 產業界나 디자인界를 育成하는 길ियो, 産業·經濟·文化 全般에 걸친 振興策이라 말할 수 있다.

或者는 産業디자인展을 批判的으로 解釋하는 者도 있다. 가령 「디자이너의 그룹 綜合展 같다」, 「創作作品發表에 그친다」, 「디자이너의 登龍門 役割뿐이다」, 「現代디자인界와는 有離된 作品展이다」, 「製品實用化가 不可能한 展示會다」 등의 關心 있는 話題들 가운데 두 가지 問題點만은 再考해 볼 必要가 있다.

첫째로 디자이너 登龍門 役割 云云은 前述한 바와 같이 디자이너와 輸出産業을 育成하는 間接的인 行爲라고 말했다.

둘째로 製品의 實用化의 問題는 産業디자인展 性格이 未發表作品과 創作作品을 出品하게 하는 限 實用化의 云云은 每年 開催時마다 論議의 對象이 될 可能性이 많다고 본다.

한 製品을 創作하기 前 企業自體가 Marketing Research를 多角度로 研究하여야 하며, 購買者가 要求하는 特定한 問題點을 調査하여야 한다.

특히 國際市場開拓에 있어서는 世界 各地의 여러 나라 文化를 理解하며 相對國의 特性이 무엇인가를 調査한 다음, 方法論을 適用함이 最善의 結果를 가져오는 길이라 믿는다.

□ 優秀製品化의 問題點

그러기 爲하여 科學的인 Approach가 要求되는 것이다. 即 明確한 Marketing Research, 競合狀況 Research, 總合的인 Design Research, 廣告政策, 購買者態度調査 등 多樣한 Research Activities가 要求되는 것이며, 한 製品이 市場에 進出하기 前에 Visual Testing이 科學的인 方法으로 進行되어야 한다.

即 製品의 視覺的인 溯及度測定(Visual Impact),

製品의 視覺的 자극으로 인한 反應記錄(Eye-tracking Camera Test), 製品 類似性 判定의 印象 記憶測定法(Image Measuring Techniques) 등 기타 方法은 무수히 많다.

또한 한 製品 디자인을 爲하여 異質의 分野의 綜合的인 評價 및 材料를 얻기 위한 相互技術協同形式의 構成이 있다. 都市計劃家, 工業디자이너, 建築家, 人間工學者, 그래픽 디자이너, 心理學者, 文學家 등의 專門知識分野의 도움을 얻어 自己能力과 自己分野로서는 그 以上 發展시킬 수 없는 難點을 他分野 또는 一見 關聯시키기 어려운 分野까지 結付시켜 解決하는 異花受精思考方法(Cross Fertilization) 등의 登用은 購買者나 社會에서 要求하는 製品을 보다 完全無缺한 製品으로 生産하려 하는 方法들이다.

이러한 方法들은 優秀한 디자인만이 無言의 세일즈맨으로서 市場 最一線에서 競爭商品을 물리칠 수 있는 能力을 賦與하는 것이라 믿기 때문이다. 市場開拓 販賣戰略의 強力한 役軍으로 形成되리라 믿기 때문이다.

이같은 廣範圍한 調査材料에 依하여 製作된 作品이 出品되어야 하겠고, 出品된 作品은 正確히 評價되어 곧 製品實用化가 可能케 된다면 그 以上 바람직한 結果는 없을 것이다. 그러나 現 우리나라 企業體의 運營이나 作品出品者層의 身分 등을 考慮할 때, 期待 以上の 出品을 要求함은 無理인 것 같다.

□ 디자인 情報과 製品實用化

또 한편 企業體에서 透徹한 調査材料에 依한 製品을 創案하였다고 하더라도 展示會에서 公開될 리가 없을 것이다. 製品 디자인 情報을 漏洩함은 곧 그 企業體의 生命을 잃는 結果가 되기 때문이다.

어느 企業體나 어느 工場이나 Design 室은 公開하지 않는다. 數年前 筆者가 Chicago의 Dickens Design Center를 訪問하였다. 機構, 施設, Design 過程 등을 親히 說明해 주었으나 最終 Client와 의 依賴받은 試作品室은 公開하기를 꺼려했다. 그리하여 教育者의 身分과 撮影禁止의 다짐을

받고서야 見學할 수 있었다.

企業이 製品에 對한 디자인 秘密을 公開하지 않는 限 未開發作品, 創作作品을 要求하는 現 展示會 性格으로는 製品의 實用化問題는 實質의 難點을 內包하고 있으며, 現産業디자인展의 機構나 人的構成이나 審査日程 등으로는 實用化될 作品을 選定하기란 대단히 힘들 것 같다.

以上 列舉한 여러 가지 問題는 時間을 두고 研究 또는 改善될 點을 찾아내어야 하겠지만, 實用化를 爲해서 實用的으로 貢獻하는 人材들이 곧 이 産業디자인展과 더불어 成長했던 디자이너들이요, 또 앞으로 이 디자인展과 같이 成長할 디자이너들이 製品實用化를 거두기 爲하여 工場과 企業體로 投身할 디자이너들이므로 지금 당장 實用化의 成果는 크지 못하다 할지라도 輸出政策의 主導의 役割을 擔當하게 되므로 間接的인 成果는 極히 큰 것이며, 본디자인展이 目標하는 輸出増大의 役軍으로서 그 所任을 充實히 履行할 수 있는 것이다.

□ 디자인展의 姿勢와 覺悟

以上과 같이 12회를 거듭하는 동안 우리의 産業디자인展은 날로 成長發達해 왔다. 이제 우리는 이 해를 契機로 새로운 姿勢와 覺悟로서 본디자인展을 보다 높은 次元으로 發展시키기 爲하여 機構나 運營을 講究하여야 하며, 특히 디자이너의 誠意 있는 態度和 責任感에 찬 研究開發로서만이 더욱 좋은 意義를 成就하리라 믿어진다. 또한 지난 12年 동안 産業界에 디자인 概念을 認識시켰으며, 디자이너의 能力과 必要性을 確認시키는 舞臺로서도 産業디자인展을 갖는 意義는 컸었다.

이제 우리 社會에서 用語가 있다면 이는 眞情 12年間に 이루어 놓은 우리의 産業디자인展의 勞苦임이 틀림없는 것이다.

끝으로 이 뜻깊은 展示會가 産業界나 디자인 界간의 行事가 아니라, 온 國民全體가 깊은 關心을 가지고 參與할 수 있도록 積極的인 弘報計劃을 펴는 것도 이 展示會를 發展시키는 要因이 되리라고 믿는다.

産業디자인 開發과 輸出立國의 意志

Development of Industrial Design & Volition of National-building for Exportation

李 殷 圭

大韓貿易振興公社 弘報理事

● 産業디자인 개발의 중요성

1. 독창력은 수출상품 개발의 생명

우리나라의 수출이 금년을 고비로 100億 달러를 돌파하고, 내년부터는 200億 달러의 새로운里程을 향하여 매진할 때가 왔다.

그 동안 우리나라의 輸出産業은 一次産品을 위시하여 輕工業品 위주로 성장하여 왔으나, 수출이 100億 달러를 넘어서게 되면 산업구조의 고도화는 필연적인 과정으로 되어 産業디자인의 役割도 그에 따라 새로운 의미를 갖게 된다.

産業디자인은 商品의 國際競爭力을 좌우하는 중요 요소로서 품질과 함께 수출신장에 重大한 役割을 한다는 것은 여기서 새삼 말할 필요를 느끼지 않는다.

흔히 디자인은 말없는 세일즈맨이라고 한다. 美國의 商品販賣高 가운데 디자인에 의한 購買決定動機가 60%를 차지한다는 것만 보아도 産業

디자인의 重要性을 알고도 남음이 있다.

우리의 輸出産業은 그 동안 당면한 수익을 목적으로 외국상품의 모방과 표절을 일삼아 왔다고 해도 과언이 아니나, 앞으로 輸出構造가 高度化함으로써 重化學工業製品의 比重이 높아 감에 따라 産業디자인도 구각에서 벗어나 독창적인 새로운 領域을 찾아야 한다고 생각된다.

자원 기타 모든 천부적인 여건이 한계에 있는 우리나라가 수출을 極大化하기 위해서는 앞으로 2, 3, 4次 産業部門에서 生産性的 提高, 즉 효율성과 質의 高度化를 통한 「價値의 最大化」가 기여이 이루어져야 할 것이다.

그 동안 우리 企業人들은 외국의 자본과 기술을 도입하여 先進工業國이 겪어 온 오랜 經驗過程을 極度로 短縮시켜 제품의 대량 생산에만 汲汲해 왔다고 할 수 있다. 그리하여 자동화된 機械施設의 작동과 기술이나 원료의 처방에만 관심을 쏟을 뿐 產品의 질적 수준의 제고를 위한 방안에는 구조적으로 미처 손 쓸 사이가 없었던 것이 사실이다.

그러나 이제 우리나라의 경제가 中進圈에 접어들고 輸出商品의 構造가 重化學工業으로 高度化되면, 企業人의 자세에도 근본적인 변화가 있어야 하겠다.

다시 말해서 선진국의 기존상품을 모방하거나 표절하는 데만 汲汲하지 말고 國內經濟社會에서나 國際市場에서 競爭에 이길 수 있는 商品을 만들어 내야 되겠다는 것이다.

흔히 獨創力은 商品開發의 生命이라고 한다. 外國의 機械나 技術로서 大量生産된 商品이 國際市場에서 特色을 발휘하지 못하고 오직 價格競爭力에만 의지하게 된다면, 그 商品은 오래지 않아 淘汰되고 말 것은 오늘의 國際經濟條件下에서 너무나 뻔한 사실이다.

商品價値의 特徵이란 機能과 調和된 디자인에 있다는 것을 잊어서는 안 된다. 商品價値의 創造는 機械나 技術이나 혹은 社會制度가 만들어 주는 것이 아니라, 人間叡智로 認識할 수가 있는 美學的 原理를 調和 있게 添加함으로써만이 가능한 것이다.

2. 輸出構造高度화와 디자인 關係

이제 우리의 輸出産業이 構造적으로 高度化되고 多樣化함에 따라 産業디자인(ID)의 概念도 이러한 차제에 確實하게 定立해 두지 않으면 안 된다.

産業디자인은 初期 단계에서는 單純히 「유용되고 아름다운 가정용 用具」라고만 생각되어 왔었는데, 오늘날의 高度産業時代에서는 그 概念의 범위가 확대되어 여러 가지로 定義가 내려지고 있음은 디자인계에 널리 알려진 事實이다.

그 중 代表的인 것으로 Tomas Maldonado의 定義를 보면 「産業디자인이란 궁극적 목적이 산업에 의해서 생산된 物件에 형태상의 特色을 부여하기 위한 활동」이라고 되어 있다.

「형태상의 특성」이란 말의 의미는 단순히 외의 모양만을 지칭하는 것이 아니라, 생산자와 사용자간에 존재하는 물체를 매개로 하며, 統一性을 表現하려는 構造的이며 機能의인 關係라고 강조하고 있다.

따라서 産業디자인은 근본적으로 機械나 生産

技術이 아니라 人間의 智慧와 感覺의 表現問題가 되는 것이다.

한편 産業디자인의 領域에 對해서 알아보면 유네스코의 최신 情報에서는 「産業디자인의 活動領域은 直接的 또는 間接的인 것이긴 하지만 建築 造景 都市를 포함한 人間環境의 全部」라고 表現하고 있다. 이와 같은 定義와 領域概念으로 볼 때 産業디자인은 單純히 어떤 物體에 造型의 特征만을 부여하는 것이 아니라, 人間과 環境間의 調和를 人爲的으로 特徵지우려는 活動이라고 할 수 있다.

그리고 이와 같은 概念의 設定이 現代의 多樣化되고 高度化되는 産業構造에 適合한 것이라고 할 수 있다.

現在 우리나라의 輸出構造만 하더라도 2,3次産業, 다시 말해서 工業製品 全般으로부터 4次産業 即 建設用役 등으로 그 範圍가 확대되고 있는 것이 사실이다.

그리고 이 4次産業에서는 高度의 디자인技術이 要求된다는 것이다. 그 좋은 例로서는 수단 共和國의 迎賓館 建設(나일 江邊의 所謂 友好의 宮殿)을 連想할 수 있다. 이 建物은 純粹하게 우리 韓國人의 손으로 디자인되었으며, 그것이 수단 共和國이 받아들여서 그 建設도 우리의 손(大宇實業)으로 이루어지는 것인데, 앞으로 이와 같은 建設用役輸出이 거듭 일어나기를 바라는 마음 간절하다.

그렇다고 2~3次產品과 디자인 關係를 소홀히 하는 것은 아니다. 도리어 이 部門은 우리의 現段階로 보아서 아무리 強調하여도 不足할 程度이다.

디자인을 重要視한다고 商品固有의 機能을 輕視해서는 勿論 안 될 것이다. 디자인에 너무 치중한 나머지 合目的에서 벗어난 디자인을 왕왕 발견할 수 있다.

앞으로 輸出商品을 開發해 가는 데 있어서는 商品機能에 대한 本質을 추구하여 製品의 合目的의 條件과 調和된 디자인의 개발이 수반되어야 할 것이다.

우리나라의 輸出商品 構造가 輕工業品으로부터 重化學工業으로 移行되면 될수록 디자인의

役割은 加重된다. 디자인을 소홀히 한 製品, 經濟的 效率性이 없는 製品은 莫大한 資源浪費를 수반한다는 點에서 디자이너의 役割은 産業高度化에 따라서 더욱 強調된다는 사실을 강조하고 싶다.

● 輸出商品 디자인 開發의 強調點

우리나라의 수출 촉진 전략으로서 産業디자인의 役割이 이처럼 넓고 무겁다는 것은 더 이상 강조할 필요를 느끼지 않지만, 나는 여기서 輸出商品을 開發하는 데 필연적으로 수반되어야 할 몇 가지를 강조하고 싶다.

그 첫째는 輸出高度化에 따른 디자인의 高級化 問題이다.

이제까지 우리의 輸出産業은 輕工業品 爲主로 되어 디자인도 消費製品에 맞는 造型・色採 等에만 置重하였으나 輸出商品이 自動車・船舶・機械・重要機製品 등으로 高度化되면 한 製品 안의 無數한 機能이 內裝되고 그 部分別로 機能과 調和된 디자인을 해야 된다는 過程가 發生한다.

그리고 그 디자인은 單純한 美的 造型뿐 아니라 機械 固有의 機能을 充分히 保障하는 디자인이라는 點에서 單純한 美術(art)이 아니라 工學의 要求를 充足시켜야 하는 것이다.

우리나라에서 처음으로 開發한 Pony 自動車에서 이탈리아의 某 디자이너에게 莫大한 外貨를 支拂한 事實만 보아도 專門分野의 디자이너가 얼마나 要求되는가를 알 수 있다.

産業의 高度化란 單純히 機械設備과 技術만으로 이루어지는 것이다. 綜合的인 國民의 資質, 그 가운데 天賦的인 美感은 製品에 添加시킬 수 있는 디자인의 技術이 없이는 調和된 産業高度化는 期할 수 없는 것이다.

두 번째로 強調하고 싶은 것은 傳統文化의 表現이다. 輸出商品의 開發에 있어서는 民族文化의 固有한 特性을 최대한 발휘하도록 노력해야 할 것이다.

中國의 도자기 작품 工藝品이 국제시장에서 人氣를 끌고 이탈리아의 家具와 衣裳이 不況下에서도 伸張을 계속하고 있는 것은 그들의 오랜 文

化를 배경으로 한 독특한 美感의 表現이 국제시장에 어필하기 때문이다.

앞으로 우리나라의 輸出商品이 重化學製品으로 移行하리란 것은 틀림없지만, 그렇다고 輕工業品의 輸出을 輕視하는 것은 아니다. 織布・陶磁器工藝品・家具・家庭用品・食器・寶石類 等에서는 纖細한 디자인이 要求되는데, 이 部門은 傳統的・文化的 특징을 象徵하는 데 알맞는 商品들이다.

우리 文化의 過去가 그랬듯이 앞으로도 디자이너의 姿勢에 따라 우리 固有의 文化的 傳統을 商品에 특징지어 다시금 韓國의 美를 誇示하도록 努力해야 할 것이다.

그리고 傳統的・文化的 產品에 있어서는 어느 정도 固有한 디자인의 我執이 바람직하다 할 것이다.

● 獨創力の 發揮

우리나라는 工業近代化 過程이 늦었기 때문에 디자인의 重要性이 最近에 와서야 비로소 擴大되었고, 따라서 이 분야의 發展過程이 순조로웠다고는 말할 수 없다. 그리고 이러한 過程에서 모방과 표절은 必然的으로 겪어야 할 過程일지도 모른다.

그러나 오늘날처럼 과열되어 가는 企業競爭下에서는 企業의 創意的인 經營戰略 없이는 存續해 갈 수 없고, 따라서 디자인의 經營戰略의 役割도 새로운 視覺에서 論議하게 되었다.

模倣은 自殺行爲라고까지 한다. 수많은 類似品이 洪水같이 쏟아져 들어가는 輸出市場에서 새로운 이미지로 消費者에게 接近할 수 있는 商品이 아니고서는 앞으로 商品價値의 極大化, 나아가서 輸出産業의 持續的인 發展은 期待하기 힘들 것이다.

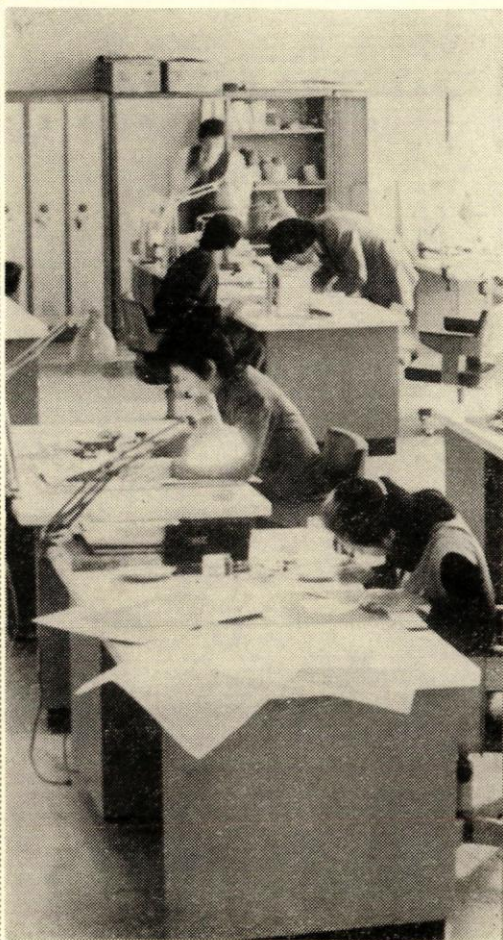
以上으로 주어진 論題에 關해 얹은 識見이나 所信의 一端을 피력했는데, 結論으로 말하고 싶은 것으로 우리나라의 産業디자인도 하루속히 舊殼에서 벗어나 發展해 가는 産業構造와 混然一體가 되어 調和를 이루어 나가야 할 줄로 믿는 바이다.

□集中企劃I/第12回産業디자인展覽會

審
査
評

質에 充實 水準作 넘어서

Substantial Quality, Advanced beyond the Standard



● 第12回 산업디자인전은量에서 質의 充實로 발전한 優秀디자인의 러시였다.

權 純 亨

第12回 産業디자인展 審査委員長

商工美展이今年度 第12回展을契機로 그名稱이 大韓民國 産業디자인展으로 바뀌었다. 이는 디자인이 美術의 한 屬性으로만 생각되기 일쑤였던 從來의 觀念을 깨고 우리나라의 디자인界가 本然의 領域과 任務를 再認識하고 새로운 발돋움을 하는 里程碑를 세운 것으로 자못 뜻깊은 일이라 하겠다.

해를 거듭할수록 産業디자인展은 디자인界 作家들의 誠意있고 力量있는 出品內容과 主催 및 主管機關의 開發 施策에 힘입어 눈부신 發展을 이룩하여 보람있는 展示會로 된 것을 매우 기쁘게 생각하는 바이다.

各國의 總應募作品數는 592種 1,573點으로 初創期의 未熟한 學生層의 出品으로 數的인 量에서 一線에서 活躍하는 既成 디자이너의 質的인 優秀作의 出品으로 充實한 面을 한눈에 볼 수 있으며, 審査過程에서도 例年과 달리 嚴格한 選定을 거쳐 水準作을 넘어서 優秀作을 入選作으로 定하게 된 經過를 자랑스럽게 생각하는 바이다.

第一部 視覺디자인部의 應募된 作品은 278種인데 入選은 53種으로 特選 15種中 受賞作 3點이다. 優劣을 가리기 힘들었고 質的인 向上은 國際水準에 이르렀다고 본다. 哀惜하게도 優秀作品中 模倣性이 濃厚한 作品과 美風良俗에 沮害된다고 認定된 作品이 審査에서 除外되었다.

그리고 今年에 應募된 媒體가 포스터에 數的으로 偏重되어 있는데, 보다 幅넓은 媒體選定과 새로운 디자인이 多樣하게 展開되어야 하겠다.

受賞作인 조 중현 作 “수출용 음향 제품포장”과 정 연중 作 “카렌다 디자인”은 最高優秀作品으로 包裝에 있어서의 機能을 充足시킨 點과 카렌다로서 韓國美를 살린 固有의 審美性을 充分히 드러낸 作品들이다.

第二部 工藝디자인部는 總 173종이 出品되었는데 入選 79種, 特選 15種中 受賞作 3點이다. 出品數가 줄어든 反面 材料와 技巧의 向上을 엿볼 수 있었으나 出品의 參與度가 沈退된 感覺을 볼 수 있었다. 審査過程에서 生産的인 要素에 主觀을 두고 用의 機能이 희박한 것은 落選으로 하였다.

우리 周邊에는 多樣한 材料가 散在하고 있느니만큼 傳統的인 工藝歷史를 보다 産業的으로 디자인 技術을 效果있게 發展시켜 나가야 하겠다.

受賞作인 이 외주 作 “병따개 겸 벽장식”과 홍 경희 作 “단추세트”는 小品의 나열이 지마는 병따개로서 정교한 處理와 금속과 나무 材料의 구사가 좋았고, 단추의 흙 材料에서 오는 素朴性은 固有美에서 매우 優秀하였다.

第三部 工業디자인部의 應募作은 141種으로 入選 55種, 特選 15種中 入賞 3點이다. 工業디자인 分野는 他部에 比하여 歷史는 짧으나 꾸준한 成長을 이루어 오고 있다는 것을 出品狀況에서 立證하고 있다. 表現手段과 技法에서 優劣을 가리기가 힘들 만큼 審査에서도 苦心하였다.

그러나 본디자인展이 갖는 意義가 産業에의 直接 寄與에도 있겠으나 遠視眼的으로 보았을 때 現實에 執着한 나머지 創意性에 소홀한 作品이 더러 눈에 띄었다. 電子分野가 輸出有望分野임은 理解가 가나 너무 이 分野로 偏重된 結果는 바람직한 要素가 못 된다고 본다.

오히려 새로운 디자인 開發에 依한 分野開拓으로 여러 部門이 교류 發展할 수 있도록 多樣한 對象이 研究되어야 하겠다.

最高受賞作인 大統領賞의 민 병혜 作 “포터블 전자미싱”은 着眼點을 生活面과 經濟面等 多角度的 機能을 綜合化하였으며, 재봉틀로서의 機能을 자유자재로 구사할 수 있게 디자인하였으며, 單調로운 形態美와 無理없이 모델化한 作品으로 가장 뛰어난 作品이다.

國務總理賞인 이 병학 作 “휴대용 TV·스테레오 라디오”는 複合的인 機能을 한데 모아 整理된 디자인으로 洗鍊됨은 勿論 現代感覺에 맞고 메커니즘이 잘 把握된 作品이라 하겠다.

産業 디자인展의 出品 및 展示現況

Entries of the 12th Korea Design Exhibition & Status

愼 乙 宰

當센터 展示課長

□ 디자이너는 未來의 創造者

디자인과 포장의 연구개발은 마케팅의 성패를 좌우하는 시대적인 과제이기 때문에 산업디자인展은 우리의 경제성장을 위한 국가적·국민적 노력의 일환이라 할 수 있으며, 따라서 그意義에 對하여는 새삼스럽게 再論할 餘地가 없다.

다만 현대는 물질과 마음의 調和로서 生活의 美와 질서를 찾는 時代이기 때문에 이러한 時代的 감각에 맞는 디자인은 꾸준히 창조되어야 하며 이 창조역의 여건을 디자이너와 기업체, 그리고 정부가 三位一體가 되어 성실하게 조성시켜 나가야 한다는 측면에서 본 전람회가 이끌어지고 발전되어야 한다는 것을 강조하고 싶다.

다시 말해서 산업디자인전은 우리가 보다 더 잘살아 보려는 노력의 일환이기 때문에 모두는 국민적 차원에서自我를 버리고 겸허하고 성실한 자세로 생각하고 計劃하고 실천해 나가야 하는 것인바, 디자이너는 대중의 잠재욕구를 정확하게 발견하고 보다 합리적인 미래의 디자인을 설계하는 창조자가 되어야 하고, 기업가는 우수한

디자인을 찾아서 응용해 보려는 노력을 기울여야 하며, 정부는 우수한 디자이너의 발굴과 양성에 실질적인 방법을 모색해야 된다는 것이다.

이 세 가지 작업은 진정코 국민적 차원에서 생 각되어야 한다는 것을 다시 한번 호소하는 것이며, 아직도 학생들의 출품을 직접 간접으로 지지하고 있는 일부 교수나, 개인의 명예손상을 염려하여 출품을 기피하는 일부 기성 디자이너나, 전혀 성의없이 형식적으로 출품하는 일부 심사위원과 추천작가나, 관람 한번 하지 않는 기업가나 여건조성을 충분히 못해 나가는 주최·주관측이나 할 것 없이 우리 모두는 겸허한 자세로 반성하고 새로운 사고와 비전으로서 극히 부분적인 것에서부터 손잡고 이루어 나가야 하겠다.

이번 산업디자인展은 輸出商品의 開發과 出品作의 質的인 向上은 물론 産業디자인의 出品傾向이 例年에 比하여 今年에는 뚜렷하며, 特히 第3部 工業部分의 出品作의 水準은 表現手段과 技法에서 優劣을 가리기가 힘들었으며 過去의 模型이나 모방을 탈피, 實用的이며 作動이 可能하고 機能面의 디자인이 세련되고 入賞作品의 90%가 一般의 出品이라는 점이 特徵이라고 하겠다.

※ 1976年, 1977年の 出品 및 전시현황 대비 <表 1>

部 門 別	1976年(11回)					1977年(12回)				
	出品	展 示 內 容				出品	展 示 內 容			
		入選	特選	入賞	計		入選	特選	入賞	計
제 1 部 視覺디자인部	305種	39種	12種	2種	53種	278種	53種	12種	3種	68種
第 2 部 工藝디자인部	339種	82種	12種	3種	97種	173種	79種	12種	3種	94種
第 3 部 工業디자인部	170種	71種	16種	4種	91種	141種	55種	12種	3種	70種
計	814種	192種	40種	9種	241種	592種	187種	36種	9種	232種

□ 出品 現況

출품 현황을 보면 출품 수량에서 제 1 부 시각 디자인부와 제 3 부 공업디자인부는 예년과 거의 비슷하였으나, 제 2 부 공예디자인부는 현저하게 저조하였다.

그러나 뚜렷하게 고무적인 현상은 일반의 출품이 꾸준히 증가되어 간다는 것이다. 1970년도부터 매년 3~4%의 증가율을 나타내던 것이 금년에는 12.4%가 증가되었다.

昨年度(11回) 産業디자인展의 學生: 一般의 出品比率은 제 1 部 視覺디자인部에서 67% : 33%, 제 2 部 工藝디자인部에서 73% : 27%, 제 3 部 工業디자인部에서 57% : 43%였으며, 今年(12回)의 比率은 제 1 部 視覺디자인部에서 49% : 51% 제 2 部 工藝디자인部에서 69% : 31%, 第 3 部 工業디자인部가 4% : 58%로 나타나 일반의 出品率이 昨年보다 平均 12.4%가 증가되었음을 알 수 있다.

따라서 그 동안 學生들의 영역으로만 생각되던 本展覽會가 이제는 점차 범국민적인 행사로 발전해 나가는 것이며, 아이디어 발굴 범위도 그만큼 확대되어 간다고 말할 수 있다.

작품 내용에서도 매년 나타나는 현상이지만 금년에는 상당한 수준향상을 뚜렷하게 볼 수 있다는 것이 일반적인 評으로 나타났다.

그러나 아쉬운 점은 素材의 範圍가 너무 국한되어 있으며, 기능면에서도 형식적인 것에 치우

친 느낌을 배제할 수 없었다.

공업디자인부의 예를 들면 對象이 主로 전자 전기 분야의 라디오, 텔레비전, 금전등록기, 시계 등이 대중을 이루었고, 기능에서는 라디오+전자계산기, 무전기+라디오+전자계산기, 전자계산기+온습도계+가습기 등 복합적인 기능을 무리하게 연결시키려 했다는 점이다.

물론 이 중의 몇몇 우수작품들은 입선이 되었으나 大部分 실제 제작과 기능상의 문제점 등이 처리되어 있지 않아 아깝게 낙선이 되었다.

또한 外型에 치우친 나머지 기능을 소홀히 하거나 기능은 우수하나 외형이 너무 평범하여 심사위원들이 매우 안타까워했던 작품들도 많았었다.

제 1 부 시각디자인 부분의 경우는 poster 가 거의 大部分 이어서 전시 계획과 장소 관계로 특히 우수작 외에는 거의 탈락되어 안타까웠었다.

포장 부문의 출품이 바람직했으며, 상업포장뿐만 아니라 공업포장도 연구대상이 되었으면 하는 아쉬움이 있었다.

제 2 부 공예디자인부의 경우 아직도 一品工藝品을 出品하는 사람이 있어 심사위원을 당황하게 하였다. 내년부터는 거의 고려의 여지도 없이 탈락될 것이 分明하므로 양산이 가능치 않는 작품의 出品은 절대로 피하는 것이 바람직하며, 素材도 화병, 촛대, 파기 등의 일반적인 것에서 맴도는 것보다 침대 악세서리, 전기 소켓, 문고리, 승용차 장식용품, 오프너, 식탁용품 등에도 터치하는 것이 좋을 것 같았다.

全體的으로 가장 아쉬웠던 점은 첫째 素材의 빈곤이며, 둘째는 Finishing의 미숙이었다. 좀더 여유를 가지고 차분히 연구하여 알맞은 素材를 발견하고 완전한 Finishing으로서 소기의 성과를 거두었으면 하는 생각이 간절했다.

이번에 입선된 작품들은 서울 전시를 마치고 釜山과 大邱地方에서 移動展示를 했다.

● 釜山: 主催: 상공부, 부산시
주관: 한국디자인포장센터

부산상공회의소

기간: 77. 11. 1~10

장소: 부산 상공회의소
전시관

● 大邱: 主催: 상공부, 대구시
주관: 한국디자인포장센터
대구 상공회의소(대구 상공 장려관)

기간: 77. 11. 15~21

장소: 경북 상공 진흥관

본 산업디자인 전람회가 발족된 지 12년이 지나는 동안 수만 명의 디자인 작품이 본전람회

※ 出品 및 전시현황 <表 2>

구		분	출	품	전 시 내 용				낙선
					입상	특선	입선	계	
일 반 작 품	제 1 부 (시각디자인)	종	278	3	12	53	68	210	
		점	469	17	45	151	213	256	
	제 2 부 (공예디자인)	종	173	3	12	79	94	79	
		점	816	15	133	381	529	287	
	제 3 부 (공업디자인)	종	141	3	12	55	70	71	
		점	288	6	36	135	177	111	
	소 계	종	592	9	36	187	232	360	
		점	1,573	38	214	667	919	654	
	추천 작가 작품		종	36			36	36	
			점	57			57	57	
심사위원 작품		종	9			9	9		
		점	9			9	9		
우수 상품 포장		종	459			459	459		
		점	1,167			668	668	499	
계		종	1,096	9	36	691	736	360	
		점	2,806	38	214	1,401	1,653	1,153	

※ 제12회 대한민국 산업 디자인展 수상자 명단 <表 3>

賞 別	姓 名	品 名	部 別
대 통 령 상	閔 丙 蕙	포터블 전자미싱	공업 (3부)
국 무 총 리 상	李 炳 鶴	휴대용 TV 라디오 스테레오	"
부총리 겸 경제기획원장관 상	趙 宗 鉉	수출용 음향제품 포장	시각 (3부)
상 공 부 장 관 상	鄭 然 鐘	켈린더	"
한국디자인 포장센터 이사장상	文 喆	탄력이 좋은 에스콰이어 선전포스터	"
대한상공회의소 회장상	金 永 昌	텔레비전 라디오 카세트	공업 (1부)
한국무역협회 회장상	洪 京 姬	단추세트	공예 (2부)
전국경제인연합회 회장상	李 外 周	오프너 겸 벽장식	"
중소기업협동조합중앙회 회장상	千 福 熙	어문함	"

※ 심사위원 명단 <表 4>

위원장	권 순 형								
부위원장	김 수 근 박 대 순								
분과위원장 위원	제 1 부 시 각 디 자 인			제 2 부 공 예 디 자 인			제 3 부 공 업 디 자 인		
	김 교 만	백 태 원	민 철 홍	김 회 태	김 종 학	민 철 남	김 수 근	김 회 태	김 수 근
	하 진 필	한 기 성	김 수 근	백 하 진	이 은 규	김 수 근	김 수 근	김 수 근	김 수 근
	백 영 철	이 은 규	김 수 근	김 회 태	이 은 규	김 수 근	김 수 근	김 수 근	김 수 근
	김 영 호	탁 광 윤	김 수 근	김 회 태	이 은 규	김 수 근	김 수 근	김 수 근	김 수 근
	조 영 제	윤 미 자	김 수 근	김 회 태	이 은 규	김 수 근	김 수 근	김 수 근	김 수 근
	이 명 구	김 기 련	김 수 근	김 회 태	이 은 규	김 수 근	김 수 근	김 수 근	김 수 근
	양 호 일	유 윤 진	김 수 근	김 회 태	이 은 규	김 수 근	김 수 근	김 수 근	김 수 근
	권 명 광	변 영 선	김 수 근	김 회 태	이 은 규	김 수 근	김 수 근	김 수 근	김 수 근
	봉 상 균	권 순 형	김 수 근	김 회 태	이 은 규	김 수 근	김 수 근	김 수 근	김 수 근

를 통하여 발표되었고 수천명의 명실상부한 디자이너가 배출되어 왔다.

이제는 산업디자인전이 낳은 우수디자이너는 어느 직종이나 어느 지역을 막론하고 쉽게 접할 수 있으며 이들이 활동하고 있는 분야 분야마다

산업디자인전의 맥박이 뛰고 있음을 항상 느낄 수 있다.

아무쪼록 우리의 산업디자인전 가족이 이 나라를 더욱 풍요하게 다듬어 가기를 비는 마음 간절하다.

새商品

최신 자동 탁구 연습기

(MACHINE EMULATES TABLE TENNIS
PLAYING ACTION)



“EST-SITCO 탁구 로봇트”는 실제 탁구 경기 때처럼 빠른 속도로 공을 튕겨 주는 탁구 연습기이다.

탁구공들을 분속 95발의 속도로 수시간 계속 해서 발사해 주는 이 탁구연습기는 탁구대의 한 쪽 끝에 원격 조절 장치를 가지고 있어 탁구공의 속도와 강도의 조절이 가능할 뿐 만 아니라 돌려치기나 깎아치기 공도 보낼 수 있게 되어있다. 탁구공은 치는 사람의 맞은편의 탁구대 끝에 있는 그물로 회수되게끔 되어 있어 공을 일일이 주으려 다니지 않아도 된다.

최근 가격 : 300달러 (미 대사관 제공)

特別
寄稿

産業디자인 開發과 디자인 教育의 諸問題

Development of ID & Problems on Design Education

崔 大 錫

弘益大 美大 專任講士

○ 머 리 말

필자에게 주어진 論題는 「産業디자인의 開發과 教育 制度의 考察」이었으나, 그 내용 전개가 먼저 산업디자인의 올바른 개념을 설정하고 그 歷史的 發展過程을 더듬어 보아 그 발전단계에 따른 사회 각 분야에 걸친 시대적 배경을 살피고 특히 산업디자인의 발전에 따르는 정치, 경제, 사회, 문화적 여건을 밝힌 다음 그 발전의 추진력이 될 디자인 교육 제도에 관하여 論해야 할 것으로 생각되므로 선진 각국의 산업구조와 교육 제도의 실태조사를 통하여 우리나라의 여건과 비교 분석함으로써 우리나라의 독자적 디자인의 개발, 즉 디자인의 土着化, 다시 말하여 民族的인 것과 普遍的인 것과의 원만한 조화를 꾀하는 방향으로 이끌어져야 할 것이라고 본다.

따라서 이 論題는 방대하고 많은 자료를 바탕으로 다각적으로 분석·검토되어야 한다고 본다. 또한 이러한 성격의 글들이 그간 『디자인·포장』지에 특집으로(『디자인·포장』 제19권, 25권 등) 실렸던 일도 있고, 특히 필자가 「Industrial Design 教育의 現況과 問題點」(弘益美術 2號, 1973, 弘益大)에서 국내의 교과과정을 소개하여 종합적으로 다루었던 일이 있으므로 새삼 여기서 산업디자인의 특수성이나 디자인 시스템 등의 원칙적·

○ 머 리 말

1. 국가산업과 디자인
2. 새마을운동과 디자인
3. 産業디자인展과 디자인 教育의 諸問題
4. 디자인에 있어서의 民族性和 普遍性的 問題

○ 맺 는 말

이론적 전개의 필요성을 느끼지 않는다.

또한 그간 해외를 다녀온 우수한 디자인 실무자들의 구미 선진 각국의 디자인 개발 실태를 소개했던 일도 있었던 것으로 기억된다.

더구나 지난번의 산업디자인展에 대해서는 종합적이고 구체적인 평가가 있을 것으로 알고, 필자는 다만 산업디자인展이 12회를 거듭하는 동안 참여해 온 한 사람으로서 또 일선 디자인 교육에 종사해 온 한 사람으로서, 평소 늘 반성하고 개선되어야 한다고 느꼈던 우리나라 산업디자인 개발을 위한 당면한 현안 문제를 생각해 보고자 할 뿐이다.

1. 국가산업과 디자인

산업디자인의 개발은 어떻게 이루어져야 하나?

산업디자인의 발달은 국가산업과 불가분의 관계로서 맺어져 있음은 주지하는 바다. McGraw-Hill Dictionary of Art에서 'Industrial Design'을 찾아보면, 서두에 산업디자인은 19세기 산업혁명에서부터 싹트다고 기술되고, 미국의 경우에는 1930년대의 경제공황(Depression)을 타개하기 위한 강력한 수단으로 등장하였다고 기술되어 있다.

이는 우리가 단순히 디자인을 미술이라는 범주에서 외형적 스타일만의 개념에서 벗어나 '産業'의 의미나 生産의 의미를 보다 폭넓고 깊게 인식하는 데서부터 올바른 産業디자인觀이 세워질 수 있을 것이다.

우리는 흔히 '産業'하면 우리들의 일상생활과는 거리가 먼 것처럼 느끼기 쉽고, 산업디자인은 어느 특정 전문가들만의 것으로 이해되기 쉽다. 그러나 현대를 살아가는 우리는 모두가 산업시대, 그것도 과학문명이 고도로 발달된 산업시대에 살며 잠시도 그 산업의 혜택 없이는 살 수 없다는 너무나 당연한 사실 앞에서 산업의 의미를 거리를 두고 생각하기 일쑤다.

우리는 누구나가 늘 우리의 삶이 보다 편리하게, 보다 효율적으로, 보다 아름답게 되어지기를 갈망한다. 그것은 더욱 구체적으로 날마다 겪는 교통지옥에서 해방되기 위해 자동차에서부터 의복, 구두, 가방, 거리의 교통 표지판, 휴지통, 가로등……에 이르기까지 산업디자인이 바로 우리들의 이러한 욕망을 해결하여 주는 生(Life)과 직결된, 生을 영위하는 데 필수적인, 그 모든 생활환경 내의 대상을 디자인한다는 사실을 알고 있으면서도 잊고 살아가기 쉽다.

□ 산업디자인은 일반 生活人의 것

따라서 사치와는 거리가 먼 너무나 절실한 우리의 현실적 문제이기에 필자는 산업디자인을 곧 '생활 필수품 디자인'이라고 명명하기도 하였다.

국가산업 발달도 어느 특정된 정책 입안자만으로 이루어지는 것이 아니요, 우리 생활인 모두가 해결해야 할 당면문제이기에 서서히 자연발생적으로 조화되어 발달되어야 한다.

마찬가지로 산업디자인의 개발도 외적 자극에 의한 주도적 행사만으로 이루어지는 것이 아니요, 국가산업 발달에 따른 우리의 경제적·사회 문화적 여건, 국민 생활수준의 향상 등이 조화된 상태로만 이루어질 수 있는

것이다.

따라서 오늘의 산업디자인은 전문가들만의 것이 아니요, 특히 예술가보다는 일반생활인의 것이라는 점을 분명히 인식해야 하겠다.

□ 디자인의 본질은?

생활인의 지혜에서 나오는 합리적이고 편리하며 값싸고 아름다운 것을 추구하는 것, 이것이 디자인의 본질임은 누구도 부정할 수 없을 것이다.

미국의 1930년대에 산업디자인 사무실을 열고 초기의 디자이너들과 더불어 활동했던 Harold van Doren 씨는 그의 Industrial Design-A Practical Guide to Product Design and Development에서 Industrial Designer의 등장을 다음과 같이 기술하고 있다.

1920년대의 10년간은 工業의 눈부신 팽창을 이룩하였으며, 구매력은 최고조에 달하고 가정은 電氣化되고 道路는 눈부실 정도로 급속히 포장되어 갔다.

중류층의 일반서민의 品質上的 생활수준은 급격히 상승하여 그때의 상황을 마치 상인들의 天國이었다고 표현하고 있다. 그러나 그 10년이 지나감에 따라 飽和點이 다가와 판매의 경쟁도 심각성을 더하게 되었다.

이 1920년대 말에 近代의 Industrial Designer가 出現하였다는 사실은 단순한 우연이 아니다. 이 Industrial Designer가 서서히 그 제일보를 내디딘 것은 바로 1927년경이었다고 기술하고 있다.

2. 새마을운동과 디자인

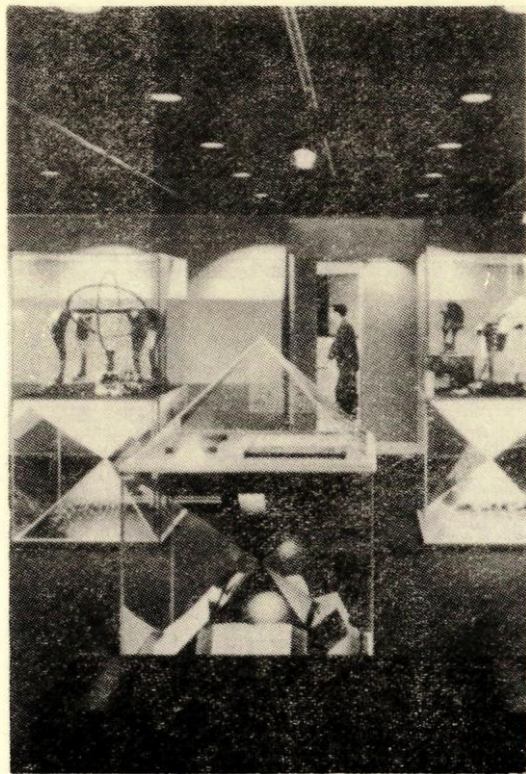
□ 새마을운동과 디자인의 概念

산업디자인이 이렇듯 國家産業化, 즉 近代化를 배경으로 이룩되었다고 볼 때, 歷史的 배경과 地政學의 여건은 달라도 어느 의미에선 우리나라의 새마을운동과 일치점을 발견할 수 있게 된다.

산업디자인이 우리의 生活에 필수적인 생활환경 내의 모든 대상을 보다 편리하게 보다 아름답게 만들자는 것이라면, 1970년부터 시작된 우리나라의 새마을운동과는 어떠한 관계가 있는가 살펴볼 필요가 있다.

'새마을운동'이란 글자 그대로 새로운 마을을 이룩하자는 운동이다. 즉 보다 잘 살아 보자는, 그리고 영원히 잘 살기를 지향하는 운동이라 할 수 있다.

이 새로운 마을이란 즉 '새 村落', '새 동네'라는 말과 통하는 것으로 결국 '舊村落', '현 마을'이란 말과 대립되는 개념이라 할 수 있을 것이다.



그러면 여기서 ‘현 마을’이란 어떠한 마을을 의미하는가? 지금껏 前近代의인 원시적 村落이라든가 문화적으로 소외된 촌락, 그리고 땅은 황무지로 버려지고 住民意識은 전통적 觀念에서 벗어나지 못하고 가난에 허덕이는 마을을 의미할 것이다.

이러한 舊村落을 새롭게 가꾸고 일구어서 「새로운 마을」로 건설하자는 운동인 것이다. 즉 국민 모두가 잘 살 수 있고 나아가서는 국가의 近代化를 촉진하기 위한 범국민적인 운동이다.

이 운동은 精神啓發, 環境改善, 所得増大를 주된 내용으로 綜合開發原理에 의하여 추진되고 있는 것이다.

精神啓發 운동은 勤勉·自助·協同의 정신을 기르고 실천하는 데 力點을 두고 있으며, 勤勉은 새로운 價値創造의 源泉으로서 특히 노동 생산성 향상의 조건이라는 점에서 그 의의는 자못 큰 것이다.

□ Sense of Community

環境改善事業은 生活環境 改善과 生産環境 改善 등을 통하여 사람들의 생활의욕을 개발하고 생산의 여건을 조성시킴으로써 社會開發과 經濟開發의 조화로운 진전을 이룩하는 데 있으며, 所得増大事業은 새마을운동의

보다 높은 次元으로의 持續的 발전을 가져오기 위해서는 반드시 필요한 것이다. 이상과 같이 새마을운동은 祖國近代化의 推進過程이며 促進運動으로서 多元的 機能을 가지면서 住民의 生活水準을 향상시키고 共同運命意識(Sense of Community)을 개발하기 위한 社會革新運動인 것이다.

이러한 새마을운동의 基本目標은 크게 세 가지 측면으로 나눌 수 있는데, ① 精神啓發 및 生活態度改善(精神姿勢合理化), ② 經濟開發(所得増大→産業化), ③ 社會開發(文化→合理化 環境改善)이 그것이다.

이 세자가 병행하여 개발되고 발전되어 갈 때 祖國近代化가 이룩될 수 있을 것이다.

그 발전 단계를 연대별로 살펴보면—1970년을 點火期, 1971~1972년을 胎動期, 1973년을 基盤構築期, 1974년을 自助的 發展期, 1975년 이후를 內實安着期로 볼 수가 있으며, 1980년은 획기적인 發展期가 될 것이다.

이상에서 새마을운동의 근본 의의와 취지를 살펴본다. 필자가 1972년경부터 敎育의 場에서 벌여 온 「生活의 디자인화」(拙著, 『디자인을 위한 人間工學入門』, 1972. 9, p.1) 캠페인은 바로 디자인에 있어서의 ‘새마을운동’이라 할 수 있는 것이었다.

□ 歷史 속의 디자인

近代的 의미의 ‘디자인’은 19세기 産業革命에서 비롯되어 1919년의 독일 Bauhaus에 이르러 Humanism을 바탕으로 한 本質이 파악되고 資本主義 經濟體制의 확립과 더불어 기업이 성장하여 오늘에 이르기까지 독특한 한 분야로서 인류의 歷史 속에 전혀 새로운 시대를 만들었으며, 동시에 짧은 기간에도 불구하고 大衆의 생활 속에 깊이 스며들어 생활화되어 가고 있다.

그에 따라 現代文明의 독특한 양상을 엿볼 수 있다. 또한 디자인은 ‘인간—디자인하는 동물’의 本源의 디자인의 의미에서 넓게 文明을 의미하는데, 그 어원을 살펴보면 흥미있는 사실을 발견하게 된다.

영어의 ‘Civilization’에서 Civil, Civilize의 의미를 보면 ‘시민의’, ‘공중의’, ‘enlighten’ 즉 ‘開明(化)하다’, ‘계몽하다’, ‘敎化하다’의 의미가 있다.

즉 ‘文明’이라 함은 사람의 지혜가 깨서 자연을 정복하여 물질적으로 생활이 편리하여지고 또는 정신적으로도 발달하여 세상이 열리어 진보한 상태를 말함이니, 그 반대의 뜻은 자연 ‘barbarism’, ‘barbarize’의 의미로 야만이나 미개 상태를 나타냄으로써 우리는 ‘디자이너(Designer)’를 ‘Animator’로 부르는 이유를 생각할 수

있다. 즉 디자이너는 開化思想과 진보사상을 가져야 하며, 기업 내에서는 물론 社會的 機能을 생각할 때 大衆의 Leader로서의 'Animator' 요 'Pioneer' 라는 사명감을 지녀야 하는 것이다.

Harold van Doren 씨는 「기업주와 디자이너와의 관계」에서 기업가가 잊기 쉬운 디자이너의 간접적 공헌을 지적하고 있다.

□ 디자인의 궁극적 目的

그것은 디자이너가 會社 내의 다른 사람들에게 좋은 자극을 준다는 것이다. 즉 創意的인 思考를 논조하게 하는 결과를 낳고 사람들을 한층 분발시키며, 會社 내에 활기(animate)를 불어넣는다고 기술하고 있다.

따라서 디자인의 궁극적 목적이 「Man is the measure of all things.」에 입각한 인간을 위한, 인간에의 보다 나은 생활을 위한, 즉 만인의 행복을 추구함에 있음은 물론이다.

이런 뜻에서 본다면 우리나라의 모든 생활환경과 생활용구도 우리나라 사람들의 생활환경에 맞는 것이어야 함은 말할 것도 없거니와, 우리에게 적합치 못한 생활환경과 생활용구는 생활의 비능률과 침체를 초래할 뿐이므로 앞에서 밝힌 바 있는 새마을운동의 취지와 근본적으로 같음을 알 수 있다.

그러므로 산업디자인의 개발은 앞에서 기술한 바와 같이 생산적인, 우리들의 생존과 직결되는 산업사회의 필수요건의 하나로 이해한다면, 우리가 잘 살아 보자는 새마을운동은 곧 '범국민적 디자인 운동'이라고도 볼 수 있다.

그것은 곧 '생활의 科學化'에서 한 걸음 더 나아가 '생활의 디자인화(科學化+美化)'를 실현하는 길인 것이다.

생활의 디자인화란 보다 적극적인 의미로서 합리적·경제적·독창적, 그리고 조형적 생활화를 뜻한다.

□ 汎國民的 디자인 운동

여기서 가까운 日本의 경우를 보자. 1973년 Soul and Material Things를 테마로 하여 토오쿄오와 코오토에서 열렸던 제8회 ICSID 국제회의가 1973년을 「73 Design Year」로 정하고 「디자이너의 날」을 정하는 등 국가적 단위의 범국민적 디자인 운동(National Campaign)을 전개하였던 일을 상기해 볼 때, 우리는 오늘의 우리의 국가적 현실을 직시하고 祖國近代化의 歷史的 使命을 잊어서는 안 될 것이다.

미국은 1776년 독립 이후 1976년 독립 200주년을 맞

아 각 방면에 걸친 국가적 차원의 여러 활동이 있었고, 한 전환점을 맞은 그들은 이제 제3세기 시작의 문턱에서 있으며, 우리는 1886년 개항을 계기로 1977년 오늘 제2세기의 시작에 돌입하였다. 따라서 1980년대를 눈앞에 두고 시기적으로나 경제적으로 우리는 잠시도 머물러 있을 수 없는 입장에 서 있다고 하겠다.

이렇게 볼 때 범국가적 단위의 유일한 연례 행사인 산업디자인전이 소수의 전문가들만의 行事로 그쳐서는 안 될 것이며, 주최측이나 각종 매스컴에서도 행사와 때를 같이해서 거국적으로 심포지움 등의 각종 연례 행사를 행할 수도 있으며, 소위 순수미술 이상으로 취급하여 우리 모두의 중요 관심사인 생활 그 자체를 윤곽하게 하는 소우임을 알리는 역할을 해야 한다.

3. 産業디자인展과 디자인 教育의 諸問題

□ 產學一體 教育의 意義

產學協同, 產學一體 教育을 指標로 삼아 강조하여 온 것이 어제 오늘의 이야기가 아니지만, 다른 분야는 그만두고라도 디자인 교육면에서는 얼마나 성과를 거두고 있는가? 현대 디자인 교육이 시작된 이래 지금까지의 디자인 교육을 胎動期·實驗期로 본다면, 1970년대 후반인 지금은 基盤構築期를 거쳐 內實安着期를 맞을 때가 아닌가 생각되며, 이제 그 전환점에 서 있다고 하겠다.

왜냐하면 산업디자인 개발의 추진력은 디자인 교육이 담당하고 있기 때문이다. 마찬가지로 앞에서 기술한 새마을운동의 지속적 발전과 終局的인 성공은 교육의 힘에 의존할 수밖에 없을 것이며, 따라서 새마을운동은 새마을 교육을 통하여 일상생활에 필요한 과학적 지식의 보급과 合理的인 생활 태도의 조성, 그리고 기술훈련으로 소득증대를 실현하기 위한 노력이 뒤따라야 할 것인데, 이처럼 디자인 교육도 그 意義는 두 가지 측면에서 찾아볼 수 있을 것이다.

하나는 歷史的 觀點에서의 그 背景과 발전 과정에서, 다른 하나는 現代的·國家的 觀點에서, 그리고 國家的 現實性和 必要性이다. 여기서 歷史的 觀點에서 본 意義는 디자인史를 어떤 측면에서 보느냐에 따라 달라질 것이며, 하나는 本源의 의미의 디자인과 近代의 의미의 디자인의 두 측면에서 다루어져야 하는데, 여기서는 성격상 두번째의 國家的 現實性에 立脚해서 본 의의를 살펴보자.

□ 生活의 디자인화

이미 앞의 「새마을운동과 디자인」에서 디자인에 있어서의 새마을운동, 즉 「생활의 디자인화」의 時代的 當爲性을 갈파하였다.

따라서 산업디자인의 영속적 발전을 위해서는 教育이 그 바탕이 되어야 한다고 강조하였다.

지금 세계는 資源戰爭의 시대로 돌입하여 自國의 天然資源을 武器化하는 경제적 혼란을 惹起하고 있으며, 바야흐로 세계경제는 美國·日本·西獨의 강세 선진국, 英國·이탈리아·프랑스 등 약세 선진국, 產油國, 非產油國 등으로 나뉘어져 각각의 이해 대립으로 치열한 논쟁에서 벗어나지 못한 상태이며, 이와 같은 이해 대립은 다시 보호 무역주의를 등장시키고도 있다. 世界景氣는 활로를 지향하고 있고, 각국은 성장률과 고용목표를 달성하기 위해 경기 자극책을 서둘러 실시하고 있으나 주요 선진국의 고용 전망은 그다지 밝지 못한 상태이며, 각국의 이러한 경기 자극책이 큰 빛을 못 보고 있는 실정으로서 올해의 세계무역의 실질증가율은 1976년의 11%보다 낮은 6% 정도에 머무를 전망이다.

따라서 아직 고개를 숙이지 않는 보호주의 추세와 각국의 경기회복 템포가 늦어 올해와 내년의 세계무역의 급신장은 기대하기 어렵다고 한다.

□ 12년의 디자인展

한편 우리나라는 1960년대에 이르러 경제개발을 위한 工業優先投資에 역점을 두고 1962년부터 시작된 제1차 5개년 계획과 1967년부터 시작된 제2차 5개년 계획을 통하여 基幹産業建設과 社會間接資本의 擴充으로 工業立國의 基盤을 닦는 데 총력을 경주하였다.

그 결과 우리의 경제는 지난 1960년대에 눈부신 발전을 거듭하였으며(1, 2차 5개년 계획 기간 10년 동안에 연평균 9.2%의 경제성장과 42.3%의 輸出伸張), 앞으로 1980년대에는 100억불 수출과 國民所得 1,000불을 전망하여 先進國과 어깨를 겨룰 수 있다는 自信을 가질 수 있게 되었다. 이와 같이 時代的 潮流와 國家的 요구에 따른 제1차 경제개발 5개년 계획이 끝나고 제2차 계획이 시작되려는 1966년에 大韓民國 商工美術展의 명칭으로 商工部가 주최하여 연례행사로 개최된 지 올해로서 12년의 연륜을 쌓게 되었다.

이 산업디자인展의 연륜을 디자인 교육을 몇 단계로 분류한 것과 같이 구분해 보면, 1966년을 기점으로 하여 1969년까지를 胎動期·實驗期라고 할 때 1970년부터 1976년까지를 發展期·基盤構築期로 볼 수 있다.

□ 經濟 완속기의 産業디자인

1977년 産業디자인展이라는 現代의·시대적 현실성 있는 명칭으로 바뀌고 동시에 우리나라는 近代 디자인史의 으로 보아서 개항 이래 제2세기에 돌입하는 해이며, 祖國近代化의 주축이 된 새마을운동이 內實安着期에 접어들어섰고, 1980년대의 획기적 發展期를 눈앞에 둔 지금 급변하는 오늘의 세계 정세 속에서 과거에 이룩해 놓지 못했던 많은 기적들에 대하여 단순히 외형적인 성과에만 만족할 것이 아니라, 지난 11년간의 발전을 돌이켜 보고 전진을 위한 획기적인 전환의 계기를 마련해야 될 줄로 안다. 앞에서 밝힌 바와 같은 오늘의 국가적 차원의 현시점에서 국가적 단위의 디자인 전람회 가 갖는 뜻을 우리는 분명히 알아야 하겠다.

그런 의미에서 1977년의 제12회 산업디자인展이 갖는 의의는 크다고 하겠다. 따라서 디자인 교육자와 실무 디자이너, 기업가, 그리고 정책 입안자들이 한자리에 모여 산업디자인展을 계기로 허심탄회하게 대화를 갖는 자리가 마련되어야 한다고 본다.

□ 산업디자인의 問題들

여기 필자가 본 산업디자인展을 중심으로 해서 몇 가지 문제만을 제시함으로써 각 분야의——디자인 교육자, 실무 디자이너, 기업가 및 정책 입안자들의——입장에서 산업디자인展을 중심으로 한 산업디자인 개발 방안도 모색할 수 있을 것이다.

① 産業디자인展(이하 ID展이라 칭함)은 전자 전람회나 관광 민예전, 국전 공예 부문과 그 성격이 어떻게 다른가? 예를 들면 공예 부문의 성격은 어떻게 다른가? 한계와 방향이 설정되어야 작품자들(학생들의 경우 방황하는 점을 들 수 있다)의 혼란을 막고 올바른 공예의 대상, 개념에 따른 다양한 품목이 출품될 수 있을 것이 아닌가? 공업 디자인 부문은 기업의 실무 디자이너들만의 Contest場이 되어야 하는가? 그렇다면 결국은 전자 전람회와 같은 성격의 전람회가 되지 않겠는가?

② ID展이 디자인을 전공하는 학생들만의 등용문 내지 실적을 쌓기 위한 디자인 실험장이 되어야 하는가? 아니면 지금과 같은 성격으로 계속 지속되어야 할 것인가?

③ 1회 때부터 지금까지 참여해 온 디자이너들은(ID展이 배출한 추천작가, 심사위원들과 일반 입상자들) 지금 어디서 무엇을 생각하며 어떤 일에 종사하고 있는가? ——그들은 지금 ID展에 대해서 어떻게 생각하고

있는가? 그들의 앞날은 보장되고 희망적이며, 그들이 발표해 온 작품에 보람을 느끼고 있는가? ID展에 계속적으로 참여해 온 디자이너들에 대한 혜택은 무엇인가? 출품에 대한 지원이 있는가?

그들이 지금까지 매년 출품작에 투자한 노력과 비용은 사실상 엄청난 액수일 수 있다. 그러한 작품들이 일반 관람객들의 단순한 시각적 감상을 위한 것이었다면, 이처럼 비생산적·비자연적 활동이 또 있을 것인가? 이러한 활동이 언제까지 계속되어야 할 것인가?

④ 각 기업의 디자이너들은 ID展에 적극 참여하고 있는가? —참여가 점점 증가추세에 있는가? 아니면 회피하고 있는가? 그들은 ID展에 출품할 때 자기가 기업에서 전문으로 하고 있는 일(예: 전자 기기, 완구, 가구, 광고 등등)과 같은 연관 있는 내용을 출품하고 있는가? 아니면 ID展에 출품할 작품을 별도로 준비하기 위하여 시간과 노력을 낭비하고 있지는 않은가? (예를 들면, ID展 style에 맞지 않는다, 또는 먹혀들여 가지 않는다 등등의 말을 종종 듣는다.)

⑤ 기업에서는 소속 디자이너들이 공식적으로 출품하기를 원하고 있는가? 또 경제적·시간적 지원을 적극적으로 해주고 있는가?

⑥ 기업가는 디자이너를 선택할 때 어떤 점을 보는가? (출품된 작품 하나만을 문제삼는다는가, 아이디어 중심으로 그 가능성을 보는가?)

⑦ 기업가는 ID展에 관심을 갖고 있는가? —그들은 어떤 성격의 전람회이기를 바라는가? 그들은 당장의 이윤만을 생각하고 있지는 않은가? 내일을 위한 점진적 개발을 할 의사는 없는가?

⑧ 시각 디자인 부문의 성격은 지금 이래로 좋은가? 왜 매체의 개발을 통한 다양화는 시도되지 못하는가?

⑨ 출품자의 대부분은 어떤 직업을 가졌는가? 학생들인가? 실무 디자이너들인가? 직업별·연령별·업종별 분류를 매체 분석하여 지난 12회 동안의 분포를 참작하여 반영시켜야 하지 않겠는가?

⑩ 출품자의 대부분이 학생들이라면 디자인 교육에서 출품방향과 성격을 유도하는 책임이 있지 않은가? 그렇다면 어떤 의미에선 디자인 교육의 실험결과를 보는 실험장(전람회)이 되어 오지 않았는가? 그러면 보다 구체적인 디자인 교육면에서의 몇 가지 문제를 생각해 보자.

⑪ 디자인 교육은 과연 더욱 전문화되고 세분화(예: Consumer Products, Transportation, Street Furniture 등등)되어야 하는가? —그렇다면 졸업 후의 사회진출을 전제하여 교육되고 있는가?

⑫ 출품자가 이용할 수 있는 Information 시대에 맞는 충분한 자료 수집처가 존재하는가? —그들은 필요한 Information을 어디서 어떻게 얻으며, 항상 자료의 빈곤을 호소하지 않는가?

⑬ ID展의 方向이 출품자의 출품품목과 심사결과에 따라 지배된다면? —국제적 동향에 따른 수출 유망품목, 대중 취향, 그리고 국내의 기술과 재료, 인건비 등등을 감안하여(국내외의 실태에 대한 종합분석과 진단) 해결할 수 있는 방향으로 출품자도 심사방향도 이끌어져야 하지 않겠는가?

⑭ 출품 선정된 작품이 단순히 가능성을 제시할 수 있다는 이유로서 기본적 기능조차 해결되지 않은 채 시각적 효과만으로 전시되는 예는 없는가?

⑮ 지금까지 디자인 교육이 注入式 교육이며 감각훈련 위주의 교육이었는가? 아니면 기능 위주의 교육이었는가? —앞으로는 創意力 開發教育이 주가 되어야 하지 않겠는가?

□ 디자인 教育의 새 方向

여기서 디자인 교육의 구체적 새 방향을 살펴보자. 지금까지의 과학교육은 물리·화학·생물 등을 포함하여 특수한 분야라고 생각해 왔었다. 그래서 학생들의 일상생활이나 경험과는 거의 관계가 없는 학문이 되어버리다시피 했다.

미국 과학 교육제는 이런 폐단에서 벗어나 기술과 더불어 생활하고 이것을 인간의 필요에 적용시키는 방법을 배우도록 학생들의 관심을 자극하기 위한 새로운 과학교육 교과과정을 실험하고 있으며, 벌써 큰 성과를 거두고 있다고 기술하고 있다.

「교실에서 사회로」, 「생활과 사회」속으로 끌어들이기 위한 새로운 현장교육을 실시, 교실은 다만 토론의 광장으로 변모하게 되었다고 기술하고 이를 통해 생활의 質改善을 몸소 터득하게 하고 있다. 그것은 종래의 개념 교육에서 탈피하여 그룹별 課題를 주고 現場에서 그 提案을 찾게 하는 방법이다.

필자는 인간공학 강좌가 디자인을 전공하는 학과에 개설된 이래 수년간 인간 공학적 방법에 의한 이러한 現場 디자인 교육을 실시해 오고 있어, 그 성과와 학생들의 반응도를 측정할 수 있었다.

(예를 들면, 한 그룹의 연구는 우리가 늘 겪는 교통지옥에서 혼란을 피도록 줄이고 보다 편리하고 아름답게 하기 위한 버스 차체에 부착된 노선 안내 표지판에 관한 연구였다. 그 표지는 번호와 한글로 표시되어 있는데 노선마다 색채의 차이, 글자체 위치가 조사 결과 서로 다르고 여기서 일어나는 혼란이 의외

로 커서 이것을 통일하여 특히 노선별 색채 구분, 한글의 로고 (Logo type) 위치의 통일 등으로 멀리서도 곧 식별할 수 있게 하는 연구였다. 물론 시청 운수와 등의 많은 실무진과 승객·안내양·회사측에 대한 앙케이트 조사를 했었다. 그외에 버스 안내양의 유니폼과 한국인에 알맞는 변기 디자인 등등 가까운 주변의 문제에서부터 Project를 찾아내도록 하였다.)

디자인 교육이야말로 이렇게 지역사회 개발에 따른 현장교육이 되어야 하며, 아이디어 개발 훈련이라는 점에서 스스로 Project를 생활 주변에서 늘 체험하는 일에서 찾아내어 우리의 생활환경 개선이라는 점에서 더 나아가 도시환경, 그리고 거기에 조화되는 모든 대상물들을 디자인해야 한다고 늘 느껴 오고 있으며, 그代案이 학습과제가 되며 산업디자인展이나 대학 미전 등에 출품하는 작품이 되도록 하는 것이다. 따라서 심사와 정에서의 산업디자인展의 방향에서도 그러한 취지가 배려되어야 한다.

끝으로 디자인 교육의 근본방향은 創意力 開發教育이 중심이 되어 앞으로의 국가사회가 디자이너에게 무엇을 요구할 것인가? 그리고 디자이너는 국가사회에 무엇을 기여할 것인가를 항상 생각하면서 교육자가 배출하는 디자이너와 기업이 요구하는 디자이너가 일치될 수 있는 가능성 있는 교육이 되어야 한다고 본다.

4. 디자인에 있어서의 民族性과 普遍性의 問題

□ 오늘의 당면 課題

우리나라 산업디자인의 좌표는 어떻게 설정되어야 하는가? 오늘날 우리나라 디자이너들이 당면한 과제는 전통과 현대, 민족적인 것과 세계적인 것을 어떻게 주체적으로 調和하고 再創造하느냐 하는 문제일 것이다.

이 문제는 自我 확립의 과제와 세계 속의 한국이라는 보편적 과제와의 統一의 필요가 제기한 문제라 할 수 있을 것이다. 근년에 와서 디자인에 있어서 '民族的인 것'에의 復古的인 回歸志向이 강조되고 있는 것은 그 동안의 外來思潮 流入에 대한 일종의 주체적 반성의 표현이라 할 수 있을 것이다. 여기서 우리가 한 가지 명심해야 할 일은 전통적 디자인이라 해서 단순한 古典紋樣의 外樣의 移植이나 復古 취미 또는 觀光이나 골동 취미에 빠져버려서는 안 되겠다는 점이다.

디자인이란 생활을 떠난 觀念 속에서 별도로 존재하는 추상적 존재가 아니라, 우리의 삶의 總括이므로 전통적인 것의 계승이란 것도 오늘의 현실적인 삶과 어떤 적극적 관계를 이룩하여 오늘의 우리의 실생활 속에

再創造될 수 있는 것일까? 이의 진정한 이해 없이는 傳統은 傳統으로서만 단절되어 버리고 만다.

따라서 우리는 디자인에 있어서 전통과 현대, 민족성과 보편성과의 원만한 調和를 이룩하는 데서 우리나라 산업디자인의 좌표가 설정될 수 있고 한국적인 독특한 디자인의 土着化가 이룩될 수 있을 것이다. 여기 그 대표적인 성공의 경우를 Scandinavia Design에서 발견하게 된다.

□ 세계 속의 디자인 한국 이룩해야

그들은 독자적인 전통을 계승하고 있으면서도 현대적이고, 그들 민족성(예: 바이킹族)의 특질을 잘 살렸으며, 그들의 자연환경에 적합한 지방색(Localism)의 특성을 디자인에 반영시키고 있다. 즉 현대 디자인이 추구하는 여러 조건——합리성·기능성·양산성 등을 지니면서도 한 나라의 특색, 지방적 향기, 인간적인 친근감, 재료의 특성 등을 잘 조화시키고 있다.

「Swedish Modern」이란 바로 수공예적·민예적·양산적인, 그러면서도 현대인들의 생활에 적합한 독자적인 스웨덴의 디자인을 두고 일컬어지는 말이다.

국토·국민·기후에 적합한 그리고 오랜 전통에 뿌리박은, 그 나라 民族의 特性을 가장 살린 디자인일 때, 모든 사람들이 즐겨 찾고 흥미를 알 수 있다.

우리는 5천 년의 전통과 고려청자나 이조백자, 그리고 우리나라 전통미술의 특성을 대표하는 朝鮮朝의 木工藝 등 그 自然의 美, 素朴美를 생각할 때 傳統과 現代를 잘 조화시킨 스칸디나비아 디자인과의 여러 가지 여건에서 유사점을 발견하고, 우리가 보다 잘 살게 되는 날 디자인도 세계 속의 한국을 대표할 만한 경지에 도달할 수 있음을 믿는다.

○ 맺는 말

산업디자인展은 곧 디자인 교육의 「전시장」이요 그 결과이며 기업의 디자인 개발을 촉진시키는 자극제가 되어야 한다. 따라서 산업디자인展의 이런 의의가 충분히 반영되어 있을 때, 산업디자인 개발은 이룩될 것이요, 디자인 교육도 향상될 것이다. 이렇게 산업디자인展은 산업디자인 개발의 계기로서 계획되어야 하며 디자인 교육의 指標(barometer) 역할을 해야 한다. 따라서 넓은 의미의 산업디자인 개발은 우리가 잘 사는 선진국이 되기 위한 노력이요, 반대로 산업디자인이 고도로 발달하면 선진국이 되는 관계를 기억하고 실천하는 데서 이룩될 수 있는 것이다.

製品開發과 法的 保障

—特許關係法을 中心으로 하여—

Product Development & Legal Security

金 基 陽

特許廳 公報發刊課 行政事務官



● 海外市場은 신제품 개발의 치열한 戰場이다. 이 사진은 최근 개발된 미국의 무인 자동 추진 우편차.

I. 貿易競爭 속의 特許

政府는 今年부터 始作된 第4次經濟開發計劃에서 技術革新을 하나의 力點 政策課題로 推進하고 있다.

그리고 이미 產業界는 물론 關係機關에서도 우리가 重化學工業에 依한 先進工業化에 앞서 世界 貿易競爭의 消費돌이 속에서 勝利者가 되기 위하여 技術革新을 支援하고, 또 製品開發에 一大拍車를 加하고 있다.

製品開發하면 우선 開發이라는 말부터 어딘가 어려운 障壁을 뚫는 것 같고, 모험적인 것을 느끼게 한다.

그러나 製品開發은 智慧로운 땀만 흘리면 어느 땅속을 찾아서 金銀과 같은 보물을 캐낼 수 있는 것과 같다고 하겠다.

그것은 製品의 새로운 탄생이 될 수도 있고, 病든 製品을 고치는 경우가 될 수도 있다 하겠다. 人間頭腦에 관한 無限한 創造過程의 產物, 無限한 有用性에 관한 可能性의 發見, 남이 미

쳐 생각하지 못한 特異性, 다른 사람보다 한 발 앞서 가는 것이 製品의 開發이다.

그리고 特許하면 이제까지 奇妙한 것, 一部の 特殊한 研究家만이 할 수 있고 利用할 수 있는 制度로 생각되어 왔다.

따라서 企業에 있어서도 特許와는 別關係 없이 생각해 온 傾向이 있으나, 이것은 過去의 생각이 었다.

經濟規模가 적고 輸出이 輕工業 中心이었을 때는 별로 問題가 없었으나, 이제 輸出이 100億弗 台에 오르고, 技術集約的인 重化學 高級製品이 아니고서는 海外市場에서 설 땅이 없이 된 現實에서는 問題의 狀況이 달라지는 것이다.

世界的인 섬유 化學 메이커인 美國의 뒤퐁이 톱 클래스 企業으로 成長하게 된 것은 11年間 專擔研究室을 두고 무려 600萬弗의 開發研究費를 投資한 結果, 1939年 마침내 나일론 製品을 開發, 特許化하는 데서 成功하였다.

그 후 나일론은 世界市場을 制覇하였음은 물론 各國으로부터 巨額의 特許使用料를 받음으로써 二重의 收益을 올리었던 것이다.

또 日本의 히다찌會社は 2萬件的 特許權을 保有, 年間 25億 엔의 로열티 收入을 올리고 있으며, 美國의 GE는 1萬 5千件的 特許權을 所有, 年間 2,400萬弗의 特許使用料를 받고 있다.

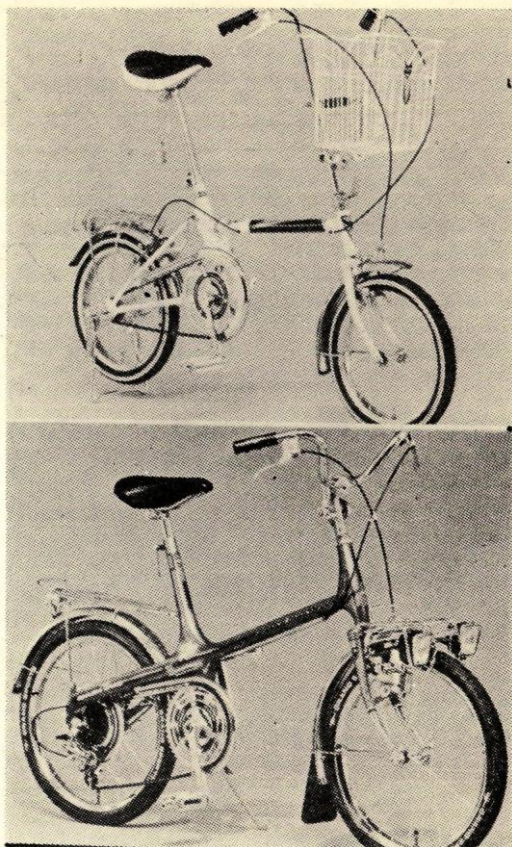
II. 製品開發과 特許의 比重

오늘날의 市場은 그 어느 때보다도 既存 製品의 改良과 새로 發明 考案된 製品에 관한 競爭이 展開되는 곳이며, 더구나 海外市場은 各者の 利潤 極大化를 위하여 輸出을 통한 生存의 決判場으로 그 熾熱度를 더하여 가고 있다.

따라서 海外市場을 支配하는 大原則은 各個 輸出國家의 企業利潤의 極大化 追求 외에 아무것도 없다.

經濟的 側面에서의 國境線은 더욱더 冷酷하여지고 있는 것이 現實이다.

그러므로 앞으로 現代의 經營에 있어서 技術革新에 依한 새로운 製品開發에 관한 販賣 乃至 貿易競爭은 國內外的 舞臺에서 더욱 그 범위가



● 신개발 商品을 企業 高유의 것으로 하기 위해서는 特許나 商標 등으로 法的 조치를 取해야 한다.

擴大되고 高度化할 것이다.

따라서 商品의 品質을 高級化하고 內外市場을 계속 擴大 深化 開拓하여 나아가기 위하여는 世界의 지붕인 에베레스트를 征服한 意志와 無限한 開拓者 精神의 발휘가 製品開發 分野에서도 充分한 발휘가 있어야 하리라고 본다.

하물며 天然資源이 豊富하지 못하고, 人口密度가 過大한 우리는 어느 나라보다도 새 技術에 依한 製品開發과 그 輸出의 必要性이 莫重하다.

內外市場의 情勢에 맞추는 優良한 製品開發만이 오늘날의 우리 經濟의 活路가 된 國際競爭에서 이기고 持續的인 輸出이 可能하기 때문이라 하겠다.

그러나 제아무리 天下의 優良하고 眞貴한 製品을 開發하더라도 이를 지키고 보호할 수 있는

法的措置——特許를 해 놓지 않으면 모두 虛事다.

에디슨은 電球를 發明함으로써 우리 人類에게 永遠한 빛을 밝혀 주고 있지만, 이 發明製品에 관한 特許를 잘 몰라서 損失을 보고 特許法에는 正義가 없다고 말하였다는 이야기가 傳해지고 있다.

1878年 그는 에디슨 電球會社를 創設하여 83%의 株式를 所有하고 있었으나, 페루라는 發明家와의 特許紛爭에 말려들어 同業者인 존슨에게 그 會社를 빼앗기고 말았던 것이다.

이것은 다음과 같은 사실로써 比喩할 수 있겠다. 아무리 아름다운 꽃을 심고 가꾼 花園이라도 울타리를 하여 지키지 않고 그대로 放任해 놓으면 이 花園은 약삭빠른 다른 사람들이 짓밟고 아름다운 꽃을 다 가져가고 만다.

Ⅲ. 特許의 法的 措置

오늘날 製造된 生産品の 99% 以上이 技術革新에 依한 開發商品들이다. 어느 하나의 會社가 새로운 製品을 開發하였을 때에는 어느새 다른 數個의 會社도 똑같은 時間에 똑같은 成功을 거두는 例가 허다한 實情이다.

이것은 비슷한 施設과 비슷한 研究陣을 가지고 비슷한 努力을 한 結果, 나오는 當然한 現象이다.

그러므로 市場을 占領하고 競爭에서 勝利하려면 좀더 좋은 商品을 좀더 싸게 生産할 수 있는 새로운 方法을 모색하는 것도 重要하지만, 이 새로이 開發한 製品에 對하여 남보다 한 걸음 앞서 特許라는 고삐로 매어 놓지 않으면 아니 되는 것이다.

잘 기른 황소라도 고삐로 매어 놓지 않으면 황소는 다른 사람의 좋은 일만 시킬 수 있기 때문이다.

企業이 研究하여 새로운 製品을 開發하였을 때에는 企業의 固有의 것으로 蓄積하여야 함은 물론 이를 完璧하게 保障하기 위하여는 特許나 商標 등으로 경우에 맞는 法的 保護措置를 취하여야 한다.

特許만이 自由競爭 市場에서 獨占排他權을 행

使할 수 있고, 따라서 最大利潤을 保障하는 武器가 되기 때문이다.

製品의 形狀, 模樣이나 色採를 아름답게 하거나 特許 製品의 디자인 또는 包裝을 改良하여 그 購買力을 促進시키는 경우에는 意匠登錄을 하여야 한다.

이 意匠에 관한 産業디자인이나 包裝은 製品開發의 한 要素로서 그 商品의 새로운 需要를 創造하는 要因이 되고, 輸出을 促進하는 契機가 되는 것이 現實이다.

따라서 製品의 디자인이나 包裝은 製品生産過程의 終着驛이요, 商品力의 出發點이라 본다.

그리고 物品의 形狀, 構造, 또는 組合한 것으로서 새로운 利用價值를 考案한 것이면 實用新案으로 登錄하여야 한다.

또 自然法則을 利用한 高度의 創作品은 特許權을 獲得하여 놓아야 하는 것이다.

따라서 實用新案은 特許發明보다는 반드시 높은 水準일 必要가 없기 때문에 그 點에서는 意匠과 같다.

그리고 商(製)品の 마아크로 하여 他業者 商品과 뚜렷하게 識別하게 하기 위하여는 當該 商標를 附着한 商品의 이미지 確保를 위하여 商標登錄을 하여야 한다.

특히 中小企業의 경우는 製品開發을 하였을 때에는 特許를 얻어 놓음으로써 大企業과의 競爭의 틈바구니에서 그 存立, 發展에 強大한 武器로 作用할 수 있는 것이다.

Ⅳ. 億萬長者 特許

製品開發에 對한 特許措置를 適時適切하게 하느냐의 여부에 따라 한 企業, 나아가서는 한 나라의 經濟發展에 커다란 影響을 줄 뿐 아니라, 경우에 따라서는 一瞬間에 億萬長者가 될 수 있는가하면 한 企業의 興亡의 決定要因이 될 수도 있다는 것을 알아야 한다.

디자인 乃至 意匠特許로 大成한 例話 하나를 들면 1920年代 美國에서는 ‘홉플’이라는 스커어트가 大流行이었다 한다.

그런데 이 홉플 스커어트의 모양이 現在는 世

界的인 商品이 된 코카콜라 병과 비슷하였다는 것이다.

어느 날 인디애나州에 살고 있던 루트 靑年은 自己를 찾아온 愛人이 입고 있는 이 홈폴 스커트 트가 무릎 部分이 좁아 히프가 두드러지게 나타나는 것에 着案하여 意匠考案을 하여 마침내 意匠權을 獲得하게 되었다.

여기에서 考案한 코카콜라 병은 날선한 女子의 허리처럼 훌쩍해서 曲線美가 뚜렷이 나타나고, 손으로 잡는데 미끄러지지 아니하며, 또 병을 두 겹게 만듦으로써 量이 많이 들어 있는 것같이 보이고 병 밑이 安定感이 있어 좋았다.

이와 같은 特徵이 있는 병을 알아낸 어느 會社(最初의 코카콜라 會社가 되었지만)는 시험삼아 12명을 만들어 市販해 본 結果 大人氣를 얻음으로써 이 코카콜라 병의 意匠權者인 루트 靑年으로부터 550萬 달러를 주고 사게 되었고, 그 후 이 코카콜라 병은 날개돋친 듯이 全世界 市場을 席捲하게 되었다는 것이다.

이상 코카콜라 병으로 特許를 얻어 一躍 億萬長者가 된 例는 過去 外國에서 일어났던 일이지만, 最近 우리나라에서 特許로 大成한 實例도 있다.

그것은 自動點火 담배를 發明한 黃某氏, 日本의 金子會社는 이 特許使用料로 이분에게 25億 원을 支拂한 바 있고, 이분은 現在 世界 60個國에 特許出願을 해놓고 있다 한다.

생각컨대 自動點火 담배나 코카콜라 병은 모두 卓越한 發明考案이었다. 그리고 이로 因한 하나의 새로운 製品의 開發이었다.

여기서 두 사람의 경우 위와 같은 훌륭한 製品을 開發한 것에 對하여 特許를 얻어 놓았으니까 다행이지, 萬一 이에 관한 特許權을 取得해 놓지 아니하였더라면 그들이 果然 그만큼 돈을 벌 수가 있었겠는가.

V. 特許模倣은 自殺

이와 같이 特許라는 것은 새로운 發明 또는 考案을 한 者에게 주는 豐盛한 膳物이라 할 수 있으며, 또 致富를 하려는 사람에게 強力한 열쇠

임에는 틀림이 없다.

그러나 特許의 世界에서는 남의 것을 보고 模仿하여 改良하는 것은 바람직하지만 남의 흉내만을 내다가는 亡身을 當한다는 事實도 알아야 한다.

그것은 特許의 本道가 아니고, 特許에 對한 도둑이기 때문이라 할까.

現在 온 世界는 300萬件이나 되는 그물과 같은 特許網이 펼쳐져 있다 한다. 先進國 企業들은 世界各國에 特許權을 거미줄같이 늘어 놓고 그 權利를 防衛하고 있는데, 外國의 것을 단순히 模倣해서 輸出하다가 그 나라에 登錄된 商標나 特許權에 걸려 輸出의 沮止, 또는 損害賠償을 당하게 마련이다.

2次大戰 當時 日本의 코카콜라 會社에서 코카콜라 병을 그대로 본따서 만들었다가 特許權者의 主張에 依하여 70萬 個를 自進 폐기한 일이 있었다.

그런가 하면 商標에 관한 紛爭은 종종 國際去來間에 빚어진다.

얼마 전 바이어의 要請에 따라 美國의 어느 會社의 商標를 모방하여 香港에 衣類를 輸出한 D 實業은 商標權者인 美國會社側에서 外交經路를 通해 商標權侵害의 不當性을 抗議해 음으로써 그 附着하였던 商標에 依한 輸出이 沮止된 것은 他山之石의 한 實例라 하겠다.

뿐만 아니라 輸出業者들이 輸出國에 商標登錄을 해 놓았더라면 獨占輸出로 莫大한 利益을 볼 수 있었던 산 實例가 있다.

高麗人蔘하면 數千年間 持續하여 온 우리 固有의 輸出品인데 東南亞市場에는 高麗人蔘이란 이름과 같은 人蔘製品이 洪水처럼 물려든다.

香港, 泰國, 臺灣 等地에서 나오는 人蔘이 大量賣物로서 똑같이 高麗人蔘이란 看板을 걸고 登場하고 있기 때문이다.

우리 製品인 진짜 高麗人蔘이 이 渦中에서 眞價를 保障받지 하고 똑같이 競爭하고 있는 處地이다.

그러므로 우리의 輸出業者들은 輸出品에 附着하는 우리의 商標를 반드시 輸出國家에 登錄하여야 한다.

萬一 登錄해 놓지 않으면 모처럼 애써 開拓하여 놓은 輸出市場을 蠶食當하는 경우도 일어날 수 있기 때문이다.

Ⅵ. 技術, 製品, 特許의 三位一體

이제 1980年代의 曙光이 가까이 到來하고 있다. 이에 따라 重化學 時代는 점점 深化 擴大되어 가고 있다.

世界는 벌써 하나의 올림픽 競技場 以上이 된 지 오래다.

다윈의 進化論보다 高次元의 競爭의 進化論이 妥當한 世上이 되었다.

國際貿易을 爲始한 經濟戰이 軍事戰·政治戰 못지않게 熾烈해 가고 있다.

이와 같은 狀況 속에서 현재 우리는 產業構造의 高度化로 重化學 工業化를 指向하면서 商品의 品質高級化를 重點으로 推進하고 있다.

이것을 앞당기기 위하여서는 先進國의 높은 水準의 技術을 導入한 뒤 消化·改良하여 活用해야 한다.

우리 스스로가 自體 技術開發에 總進軍하고 있는 現時點에서 1980年代를 向한 特許開發目標는 새 技術의 大量開發로 새 製品을 大量開發하여 大量特許의 登錄을 해 놓는 것만이 獨占權利를 確保하고, 最大의 利潤을 長久히 保障하는 지름길이라 確信한다.

그러므로 技術開發, 製品開發 및 特許는 三位一體가 되어야 오늘날 企業이 發展할 수 있는 것이며, 따라서 企業體에서는 特許에 관한 眞價를 再認識하고, 專擔部署 또는 專擔要員을 두어 特許 情報資料의 活用管理, 權利取得 및 그 防衛 등 特許管理를 하여야 하는 것이다.

그리고 內需는 물론, 輸出을 계속 增進하기 위하여는 外國에까지 特許進出을 積極的으로 하여야 할 줄로 믿는 바이다.

새商品

공항용 복합 보안검사 시스템

공항의 전형적인 탑승 수속 데스크를 대체하도록 설계한 이 복합 시스템은 디지털 관독이 가능한 전자식 평량과 동시에 레이 보안 검사설비가 이점이다.

X-30이라고 부르는 이 영국제 장치는 탑승 수속, 평량 플랫폼, X레이 챔버 및 TV 모니터와 X레이 챔버 제어 데스크 및 등으로 구성되어 있다.

승객 수하물이 이 시스템의 검사 구획 장소에 놓이면 문이 닫히고 수하물의 내용물이 즉시 510mm 高선명도 TV 모니터에 나타난다. 이 카메라는 영상의 급격한 확대 축소, 상하 좌우 동작, 기울이는 설비가 되어 있어 수하물 내용의 여하한 부분의 클로즈업 검사를 가능케 해준다.

최대 수하물 크기는 99.99kg,

900×600×350mm.

일단 내용물이 승인 통과되면 사무원에 의해서 문이 열리고, 버틴을 누르면 공항으로 통하는 콘베이어에 실려 나간다.

새技術

품질 관리용 수증기 전도를 미터

코오팅 板紙와 플라스틱 필름 같은 滲透性 포장 재료 제조에서 効果的인 품질관리를 영국에서 개발한 기구로 처음으로 가능해졌다고 한다. 이 다이내믹 수증기 전도를 미터는 신뢰할 수가 있고 사용하기가 용이하여 재래식 중량법보다 도 훨씬 신속하게 측정할 수가 있다. 측정 시간은 0.025mm 두께의 폴리테스 필름은 2시간 이하, 포일(Foil) 판지와 셀루로오스 베이스드 필름은 24시간 이하라고 한다.

이 미터는 스위프 가스 방법을 이용하며 측정 요소로서 전해 습도계가 조합되어 있다. 100만분의 1로 눈금이 새겨진 마이크로 암미터로 계속 관독이 가능하다.

0.005m² 면적의 표준 검사 시험편의 대표적인 평균 추자는 1g/m²/d로 100만분의 47과 동일하며, 전상감응범위는 정확도 ±5%로 0.05-64g/m²/d이다. 테스트 챔버 내의 수증기 압력은 포화증용액 사용으로 변경될 수 있다.

産業디자인의 表示一般論

General Theory ID

金 根 培

建國大家庭大 工藝學科長

I. 서 론

한국의 공업제품의 디자인 개선을 위하여서는 공업 미술의 발전이 시급한 과제를 본지를 통하여 필자는 여러 차례 강조한 바 있다.

아직도 우리는 공업제품들이 구미 선진국들의 제품을 모방하는 상태에서 벗어나지 못하고 있으며, 우수한 공업 디자이너를 많이 확보하고 있지 못한 실정이다.

우선 산업계에서 이와 같이 제품의 디자인을 개선해야 할 책임을 느끼지 못하고 있는 현시점에서 설령 우수한 공업 디자이너들이 있다 하여도 수용할 능력을 갖추지 못하고 있다.

물론 몇몇 기업체에서는 공업제품의 디자인 개선의 필요성을 느껴 공업 디자이너를 고용하고 독자적인 디자인 개선에 노력하고 있기도 하다.

그러나 그 수는 전체 기업체들의 소수에 지나지 않으며, 많은 유능한 공업 디자이너들이 일선에서 활약하지 못하고 대부분 교직에서 후진들의 양성에 전념하고 있다.

정부에서도 일찌기 공산품의 디자인 개선이 수출과 직결된다는 것을 알고 정책적으로 적극적인 노력을 하고 있다.

이와 같은 정부시책의 일환으로 설립된 디자인 포장 센터에서 디자인 개선에 많은 공헌을 하고 있으며, 한국 산업 디자인 전람회를 통하여 유능한 공업 디자이너들을 많이 배출하고 있다.

그러나 정부의 노력이나 공업 디자이너들의 활약으로만 우리나라 공산품들의 제품 디자인 개선이 이루어질 수만은 없는 것이다.

오히려 모든 기업체에서 공업제품의 디자인 개선에 필요성을 느껴 유능한 디자이너들을 많이 고용하고, 구미 선진국들과 같이 디자인 개선을 위한 막대한 투자가 있어야 하겠다.

구미 선진국에서는 하나의 새로운 제품을 개발하기 위하여서는 수년에 걸쳐 국내외의 시장조사와 수요자들의 기호도를 조사하고, 막대한 예산을 투입하여 유능한 디자이너들을 고용하고, 과학적이고 합리적인 방법으로 제품 디자인의 개선에 최선의 노력을 함으로써 새로운 제품을 개발한다.

우리도 수출의 신장과 고도의 경제성장을 위하여서는 정부의 시책에 호응하면서 기업과 디자이너들이 사명감을 가지고 최선의 노력을 하여야 하겠다.

여기서 공업미술의 표시 일반론을 설명하여 보려고 한다.

II. 表示의 一般論

1. 人間과 表示

태어난 아이들의 五官이 머리의 後部, 목덜미 內側에 있는 視覺의 皮質을 포함한 腦의 일부인 後頭葉이 중심이 되어 각종의 情報를 기억하고 反芻하며, 이런 종합적인 발육이 10세 정도의 연령에 도달할 시기에 腦의 內側에 있는 前頭葉이 움직여서 判斷, 決斷, 創造 등의 행위가 이루어진다.

따라서 지금까지의 여러 가지 情報를 相對로 個性 있는 활동, 物品의 제작, 表現 등을 할 수 있는 것이라고 大腦生理學者가 밝히고 있다.

우리는 오랜 역사 속에서 여러 가지를 表現하여 왔고, 表明된 表示에 의하여 우리의 文化와 文明을 創造하여 온 것이다.

言語가 충분히 발달되지 못하였던 時代에 있어서는 觀念을 傳達하는 人間의 수단으로서 손짓이 사용되었다는 증거는 지금도 얼마든지 찾아볼 수 있으며, 道具의 製作 및 使用과 함께 차차 言語가 발달되어 입으로 觀念을 傳達하기에 이르렀으며, 과거에 손짓으로 여러 가지 상징적 의미를 지니고 지금까지 남아 있는 佛像彫刻에서 理解할 수가 있다.

人間이 觀念의 思考로서 자신의 思想, 感情을 表現하는 방법이 점차 발달되어 客觀的 世界에 자신을 좀더 잘 適應시키기 위한 여러 가지의 道具를 필요로 하게 되었다.

따라서 道具를 제작하는 방법에 있어서도 단순히 머리 속에서 그치지 않고 計劃을 여러 가지로 짚서 있는 段階로 구분하여 明示할 필요성을 느끼게 된 것이다.

明示의 方法과 技術을 결부시킨 다음, 한 걸음 더 나아가서 지역을 초월하여 人類를 理解하고

合理的인 基礎科學, 즉 數의 科學으로서 數學, 形과 空間 關係의 科學으로서 幾何, 未知數까지 추구하는 代數 및 圖學 등에 이르기까지 명확하게 科學의 確立되어 현재는 製圖의 전개 과정만 보아도 여러 가지의 表示方法이 사용되고 있음을 알 수 있다.

따라서 위에 설명한 디자인 過程에 있어서의 思考의 具體化의 表示技術뿐만이 아니고 여러 가지 측면에서 表示와의 關係를 살펴보기로 한다.

2. 디자인에 있어서의 表示

디자인에 있어서의 表示는 抽象的인 아이디어를 具體的으로 發展시키는 過程의 諸段階로서 그때 그때의 思考를 可視的으로 定着시켜 檢討하고 展開·確認하기 위한 技術이라고 할 수 있다.

그러므로 그 중 二次元的 世界에서 아이디어를 定着시키는 方法과 三次元的 世界에서 定着시키는 方法으로 大別된다.

따라서 디자인 行爲 中 表示技術은 단순히 工業 디자인으로서의 製品 디자인과 디자인 構成의 過程으로서만 考察되는 것이 아니라, 建築 디자인과 機械 디자인에 이르기까지 그 영역이 미치는 것이다.

지금까지 表示技術과 造形技術이라는 말이 혼동되기가 쉬워서 造形의 경우에는 意識的으로 人間의 손이 미칠 수 있고, 눈으로 볼 수 있는 것을 自己의 思想, 感情, 美意識 등을 중심으로 만들어 나가는 것이어서 이를 위하여 使用되는 材料取扱의 연구(材料의 物理的 취급뿐만이 아니고 感覺的 취급 포함) 등이 고려되었다.

따라서 廣義의 디자인에 있어서 表示技術은 基礎科學上에 놓인 圖法上의 문제 등을 材料의 一般의 성질과 그의 취급 및 이와 관련된 機械器具, 더 나아가서 量產의 問題에 이르기까지 정확하게 파악하여야 할 분야와 제품 具體化의 과정과 그 결과가 人間의 行動으로부터 生活에 관련되는 분야에 이르기까지 理解하지 않으면 안 된다.

즉, 目的物을 본래의 形態와 같이 描寫하였다 하여도 그것이 製作加工理論에 합치되지 못하거나 人間工學的인 觀點에서 究明되지 않았다면



製品 디자인의 개선은 현실점에서 절실히 요구된다. 이의 개선이 輸出과 직결된다는 것을 잠시도 잊을 수 없다.

그것은 寫實的 繪畫로서 製品 디자인 中の Sketch나 Rendering은 아니다. 製品 디자인 過程의 諸段階에 必要한 可視의 表示란 具體的으로 製品을 합치시키려는 段階로서 아이디어가 어떤 가능한 領域 內에서 마치 時計의 추가 일정한 間격으로 반복되어 흔들리는 一般的 狀態와 같다.

製品 디자인의 表示過程에 있어서 內容物을 具體的으로 統一시켜 하나의 形態를 합치시키려면 機構, 材料, 技術, 加工, 使用, 價格 等の 要素에 따른 디자인 要素가 아이디어로서 디자이너의 머리 속에 浮覺되지 않으면 안 된다.

때로는 이미 合致시킨 아이디어 중에서 어떠한 要素, 다시 말하면 成型材料의 要素가 새로운 他材料로 바뀌었을 때의 使用上의 具體性이나 가격의 변화가 왔을 때의 경우 등 思考의 領域이 새롭고 넓어져 아이디어의 구상 범위가 종전보다 格증하여 나가는 경우도 있다.

이와 같은 경우에 있어서 빨리 이를 파악하여 확인함으로써 可能한 方法과 技術로서 아이디어를 定着시킬 必要가 있는 것이다.

어떠한 디자인 行爲나 展開에 있어서도 振幅이 있는 것이어서 建築, 機械 디자인의 各段階에 表示技術이 必要하다.

특히 제품 디자인에 있어서는 주위에 있는 既

成品, 類形의 觀察, 디자이너의 意圖, 새로운 材料, 加工 등 기타 관련되는 可視의 메모를 Scratch하여 具體的 意圖와 特色을 디자인 目標에 따라 序列을 정하고 簡略하게 설명된 스케치 등을 必要로 한다.

선택된 디자인 要素에 따라서 決定된 아이디어를 색연필로써 스케치할 段階에 이르면, 이미 以前의 寫實的 繪畫의 描法은 거리가 멀고 一定한 圖法을 응용하여 光線의 照射 등을 觀念化시켜 一定方向으로 결정된 규약에 따라 浮動하고 있는 思考를 조속하게 可視的으로 定着시키는 技術 以外는 아무것도 아닌 것이다.

디자인에 있어서 表示는 아이디어 展開過程에 있어서 不可避한 技術로서 Case by Case의 主題를 가지고 좀더 適合한 技術을 選擇하여 取扱해 나가지 않으면 아이디어의 具體化를 방해한다.

따라서 理論的으로 解明할 수 있는 디자인의 기초적 要素(材料, 加工, 一般化된 人間活動의 類型, 嗜好 등 기타 연관된 事項)를 理解하고 오직 理論으로서 解明할 수 없는 總合化를 디자이너의 造形感覺으로 선택하여 決斷으로 이루어지지 않는 아이디어를 描出하여 나가는 것이다.

그러므로 디자인 行爲의 展開와 發展은 思考와 表示가 表裏一體가 되어 처음부터 有效한 總

合結果를 可視的으로 設定하는 것이 可能하다.

따라서 個性 있는 造形感覺과 訓練은 디자이너의 意圖를 統一시켜 具體化하는 데 重要的 要素로서 科學的인 各種情報의 研究 以前에 徹底하게 Basic 디자인은 特히 그 問題를 取扱하고 있다.

3. 製品 디자인에 있어서의 表示

製品 디자인의 表示란 製品設計 初期段階에 있어서 可能性을 追求하려 함에 있어서 思考過程의 視覺化, 統一化의 行爲로서 이를 確認하고 展開하는 手段으로서 이들 行爲를 通하여 디자이너의 造形感覺을 붙여넣어 줌으로써 이루어지는 過程이다. 따라서 實際的으로나 혹은 實驗的인 觀點에서 圖表, 製圖, 스케치, 렌더링 등 二次元의 世界로 表示할 수 없는 展開를 立體模型의 表示로 할 수 있는 技術이 있다.

여기에서 表示基礎理論(圖表製作, 工業製圖, 透視圖, 模型製作)과 製品 디자인 Process와 各種 表示方法 相互關係에 關하여 概略的으로 살펴봄으로써 各項의 理解를 돕고자 한다.

(1) 圖 表

圖表는 特히 製品計劃의 初期에 있어서 量的企劃과 消費의 嗜好에 關한 抽象的인 內容의 一般化를 視覺化시키어 情報를 客觀的으로 觀察·解析·確認·展開하는 데 매우 적합한 方法이다.

물론 客觀的인 觀察의 表示와 디자이너가 그들의 情報를 토대로 이루어 나가는 思考表示(아이디어 展開)와의 사이에는 커다란 차이가 있다.

한편 企業 內에서 어느 程度의 要員이 디자인 行爲에 參加하는 경우에 있어서는 Program Chart, Brief, 長期計劃, Line Programing 등 그들이 각각 圖表를 使用함으로써 企業 內의 각 要員들의 明確한 理解와 傳達의 역할을 한다.

그러므로 製品이 具體化되어 生産되고 디자인 管理를 하는 경우의 方法表示도 圖表의 使用이 보다 正確하여진다.

(2) 工業製圖

製品 디자인에 있어서 製圖는 製品 디자인의 領域이 最近에는 한 개의 工業製品에서 假設의 展示物에 이르기까지 미치는 것이어서 從前의 技

術設計一般의 共通의 形式을 포함한 空間의 처리까지도 行하는 것으로 機械, 建築製圖를 포함하는 工業製圖를 解説하고 있다.

製品 디자인의 Process에 따른 三段階를 소개하면 다음과 같다.

(가) 基本縮尺圖

設定된 아이디어의 基本要素에 따라 機構, 人間環境 等의 모든 關係에 必要的인 基本規格을 明確하게 하기 爲하여 描寫한다.

앞으로 展開할 可能的인 形態를 爲해 모든 要素의 位置關係를 理解하고 確認함에 活用되며, 一般製圖의 規則에 따라 描寫하는 것이 보통이다.

(나) 三面 스케치

形式은 三面圖로서 內容的으로는 스케치에 해당된다. 透視圖를 응용하지 않고 略式으로 各面에서 形態의 研究를 하는 데 흔히 응용된다.

透視圖에 비하여 技法이 簡略하며, 位置의 正確性을 決定하기가 무엇보다도 容易한 것이 特徵이다. 平面上的인 複雜한 位置關係를 가지고 있는 경우에는 이와 같은 表示形態가 適合하다.

그러나 製圖에 익숙한 技術者 以外에는 一般的으로 單純한 形態로 還元시키어 理解하기는 쉽지만, 깊이 있고 複雜한 空間關係를 喪失할 염려가 있다.

(다) 製 圖

製圖는 記錄과 檢討를 위한 圖面, 統一시킨 形態用의 外觀模型圖, Communication用 圖面 및 이 基本圖에 따라 工具, 金型圖 등의 生産圖面으로 分化進展시켜 나가는 것 등이 있다.

技法 圖面上的인 規約 등은 具體化시킬 수 있는 主題에 따라서 建築的인 色彩를 띠기도 하고, 完全히 機械製圖의 要素를 內包하기도 하여 매우 多樣하다.

4. 透視圖에 있어서의 表示

透視圖의 基礎가 되는 各種 表示形式은 製圖理論을 明確하게 파악하고 Free Hand 形式에서 圖法에 의하여 透視圖를 完成시키기까지 各種 段階로 區分할 수 있다. 항상 平面上에 可視的인 空間을 表示하여 繪畫的인 技法에 接近할 수 있는 가장 普遍的인 表現形式이다.

따라서 製圖理論을 正確하게 理解하고 訓練하여 各種 表示形式의 적합한 創造的 活用으로 Design Process 중에 適用하여 나가는 것으로 하나의 表示形式에 너무 拘애를 받는다면 오히려 아이디어의 空轉을 가져오게 된다.

透視圖에 의한 表示形式은 Free Hand 를 主體로 하는 경우와 製圖에 의한 形式으로 大別되며, 製圖는 基本製圖 및 應用製圖, Monochrome 에 의한 光과 陰影 및 材質表現 등 Design Process에 있어서 相互形式과 關係 없는 各種 技術을 포함시켜 해석할 수 있다.

Process 에 있어서 表示形式의 種類는 앞에서 說明한 Scratch Sketch(觀察, 意圖 其他 必要한 可視의 物), 모든 解析에 따라서 얻어진 Attribute Listing 으로 하여 스케치 디자이너가 主體性을 가지고 意圖의 統一을 記錄하는 Rough Sketch, 形態研究에 主眼點을 둔 Style Sketch와 Show Drawing으로 各種 렌더링 및 組立을 正確하게 解説한 構造分析圖 등 透視作用에 의한 思考展開의 一般의 形式으로 널리 알려진 上記 諸形式이 있다.

5. 模型製作에 있어서의 表示

立體表示는 基本成型, 加工 및 概略, 略式縮尺模型, 外觀模型 등으로 구분하여 說明할 수 있다. 증진에는 模型製作을 二次元的인 表示에 따라서 檢討된 후에 제작하는 것으로 생각한 것이 보통이었다.

그러나 특히 製品 디자인 Process 에 있어서는 思考의 初期의 設定과 同時에 주위에서 購入이 可能한 材料로서 立體의 形態를 構成하는 基本要素로서 模型을 製作하고 아이디어 檢討의 資料로 삼은 경우가 많았다.

平面上에서 可視의 空間을 描寫하는 것과는 달리 實際에 近似한 材料로서 立體의인 아이디어를 定着시키어 檢討, 展開, 確認하기 위하여는 高度의 立體造形感覺과 材料에 對한 知識과 技術을 完全하게 익혀야 할 必要가 있음은 必然의인 사실이다. 그러므로 디자인 Process 중 平面 및 立體表示技術을 適應시켜 나가는 데 있어서 價値 있는 結果를 기대하게 되는 것이다.

III. 結 言

흔히 제품 디자이너들이 산업디자인 展開過程에서 기초적인 表示理論을 등한히 하는 경우가 많다. 산업디자인에 있어서의 表示理論은 디자인에 있어서의 基礎概念으로서 제일단계에 가장 중요한 理論的인 토대가 되는 것이다.

量產의 多樣性和 多變性은 高度로 發達된 現代社會에 있어서 產業과 社會의 進展에 따라서 必然의로 提起된 問題로서 工業 디자인이라는 主題로서 最近까지 量產品의 外觀의 形式을 時代에 따라서 變遷하는 수단으로 생각되고 있는 것이다. 그러므로 量的인 消費는 各 分野別로 人的 充員과 시설 및 재료 등을 가지고 計劃의인 준비를 必要로 하는 것이어서 循環的인 設計體系로서 행하여 나가는 것이 매우 바람직한 현실이다.

여기에서 表示一般論은 製品의 아이디어 構想으로부터 製品이 完成되기까지 各 段階別로 하나의 企劃과도 같은 것이다. 企劃의 充實與否가 事業의 成敗를 좌우하듯이 디자인 計劃에 있어서도 表示過程의 合理的인 思考로서 디자인 計劃의 成敗를 좌우할 수도 있는 것이다. 디자이너는 항상 表示理論에 適應하여야 함은 必然的인 것이어서 總合科學的인 理論의 바탕 위에서 디자인을 合理化시켜 나아갈 必要가 있다.

산업디자인의 개발은 항상 人間의 文化的인 生活과 經濟的인 側面에서 직접 연관을 가지고 있으므로 國民生活과 文化를 向上시켜야 할 임무를 부여받고 있다.

근래 한국 상공 미술 전람회가 산업디자인전으로 명칭을 바꾸어 전시회를 갖게 된 것은 환영할 일이지만, 전시 내용의 表示形式이 産業디자인으로서 충실하여야 하며 産業製品의 現實化에 接近시켜 나가야 한다.

歐美 先進國의 産業디자인의 現況을 直觀하고 낙후된 産業디자인 改善에 적극적인 노력이 필요하다. 따라서 앞에서 설명된 表示理論을 정확하게 파악하여 段階의으로 디자인 過程에 있어서 觀念的인 디자인 計劃에 適應시켜 나가는 것이 바람직하다.

外國의 展示活動과 實態

Abroad Exhibition Action Activities & Actual Status

李 仁 錫

KOTRA 市場開拓部

● 市場情報과 戰略

合理的인 판매 혹은 輸出을 하기 위해서는 그 市場에서의 상품에 관한 정보, 消費者에 관한 정보, 구매자들에 관한 정보, 그리고 경쟁자들에 관한 정보 등 종합적인 市場情報를 土臺로 市場活動 目的에 따른 세부적인 市場戰略이 수립되어야 한다.

국제 박람회 참가를 통한 海外展示活動은 근본적으로 판매 및 輸出増大를 위한 제 1 차적 단계인 동시에 상기 언급한 市場戰略樹立에 要求되는 제반 要素들을 綜合적으로 파악·분석할 수 있는 機會를 提供하여 준다.

마케팅의 概念으로 理解되고 있는 海外展示活動은 박람회 및 展示會의 성격 및 機能에 따라 더러 形態의 方法이 要求되기는 하지만, 그것이 見本市이건 展示會 혹은 박람회이건 共通적으로 판매 및 輸出 촉진을 일차적 目的으로 하고 있다는 점에서 마케팅의 組織的인 與件 및 活動을 前題로 한다. 때문에 국제 박람회 참가에 의한 海外展示活動은 參加者의 市場政策과 밀접한 關聯을 갖고 있기 때문에 市場政策의 內容이 多樣하듯이 展示活動을 위한 박람회 참가 방식과 그 운영 방법 역시 多樣하다.

● 국제 박람회 參加方法

海外展示活動의 內容을 결정짓는 것은 어떠한

方法으로 해당 박람회에 참가하느냐에 따라 결정된다.

흔히 국제 박람회에 參加하는 方法으로서는 ① 政府機關이 주관, 조직화하여 國家館의 綜合展示를 하거나, ② 商社들 스스로가 獨立館 내지 獨自의인 스탠드를 확보하여 참가하는 방법, ③ 대리상을 통한 참가 방법으로 나눌 수가 있다.

이상의 參加方法은 박람회 성격에 의해서 결정된다. 일반적인 국제 박람회의 경우는 大部分의 國家는 國家館으로 參加하여 綜合展示를 함으로써 展示活動 이외에 국위선양이라는 政治的인 利益도 함께 고려가 된다.

國家館에 의한 參加方法은 비단 박람회의 성격에도 좌우되지만, 일부의 경우 박람회 개최 지역에서의 政治的인 動機가 特別히 강조되는 地域的 特性에도 좌우된다. 예를 들어 東歐國家들에서 개최되는 박람회나 일부 개발 도상국 내지 후진국에서 개최되는 박람회 참가는 대부분이 國家館에 의한 參加를 하고 있다.

그러나 일정한 분야에 국한하여 전문화된 소위 전문 전시회에 참가할 경우 國家館에 의한 參加方法보다 商社 스스로 市場戰略에 따른 決定에 의하게 된다.

전문 전시회에 참가하는 상사들은 獨自의인 전시장을 확보하고 스스로의 세부적인 計劃하에서 特性에 맞는 展示活動을 하게 된다.

大部分의 개발 도상국들의 경우 海外展示活動

을 輸出振興의 주요 수단으로 하여 비중을 차지하고는 있지만, 일반적으로 海外市場活動을 하는 데 必要한 組織的인 與件들이 充足되어 있지 않기 때문에 박람회 갖고 있는 마케팅의 機能을 充分히 活用하고 있지 못할 뿐만 아니라 參加方法 역시 市場戰略에 對應하는 多樣性을 보이지 못하고 있다.

위에서 인정했듯이 參加方法은 곧 展示活動의 內容을 결정짓게 되는데, 大部分의 개발 도상국의 경우 박람회 성격, 지역적 特性에 關係 없이 國家館의 綜合展示方法을 택하고 있다.

● 劃一的인 綜合展示

이러한 劃一的인 綜合展示方法은 일반적인 국제 박람회의 경우에는 展示活動 이외에 국위선양의 目的도 이를 수 있다는 점에서 오히려 강조될 수 있지만, 전문 전시회의 경우 國家館의 綜合展示方法은 展示活動이 추구하는 目的을 달성하는 데 充分한 機能을 발휘하지 못한다.

개발 도상국들이 劃一的인 박람회 참가 방법을 택하지 못하는 이유는 무엇보다 國內 참가 상사들 스스로 박람회 참가 능력이 성숙되어 있지 않기 때문이며, 이 때 政府는 직접 간접으로 박람회 참가를 위한 組織者의 役割을 하게 되며, 박람회 참가를 통한 展示活動을 主導한다.

이 경우 共同 참가하는 상사들 스스로의 獨立的인 市場政策에 부합되는 展示活動은 여러 가지 制約을 받게 됨으로써 充分히 만족스러운 結果를 가져오기란 극히 힘들다.

더우기 개발 도상국에서 국제 박람회에 참가하고자 하는 商社들은 海外市場 政策 수립에 있어서 자체 내의 조직적인 기반이 취약하기 때문에 자연스럽게 海外展示活動에 대한 자세가 소극적이며, 이것은 바로 政府의 絕對的인 支援을 必要로 하게 하는 要素가 되는 것이다.

그러나 선진국의 경우 일반 박람회나 지역적 特性에 의한 경우가 아닌 전문 전시회의 참가는 어디까지나 상사들 자체의 상업적 利益에 의해서 主導되기 때문에 國家館에 의한 綜合展示보다는 商社別 獨立展示活動이 강조된다.

이에 따라 展示活動은 완전히 市場戰略의 일

환으로서 고려되며, 展示活動을 통해 價格政策·品質政策 등 綜合的인 市場政策을 수립할 수 있게 한다.

물론 전문 전시회라도 상사별 獨自的인 展示活動과는 별도로 必要한 경우에는 政府機關에서 소위 Information Booth를 확보, 순전히 自國의 文化·觀光 등을 선전·소개하기도 한다.

● 박람회 참가를 결정짓는 要素

이들 商社들은 박람회 참가를 통한 展示活動을 하는 데 있어서 사전 전략과 目標設定을 하는데, 이 두 가지 要素가 박람회 참가를 결정짓는 요소가 된다.

참가를 결정케 하는 요소들을 요약하면,

첫째, 市場 선택에 관한 결정인데, 市場이란 ① 輸出 내지 판매가 만족스럽게 이루어지고 있어 이를 보다 심화시켜야 할 필요가 있는 市場, ② 部分的으로 만족함으로써 보다 擴大를 해야 하는 市場, ③ 充分한 市場 기반이 없음으로써 보다 공격적인 活動을 해야 하는 市場 등으로 分類되는데, 박람회 개최 지역의 市場이 이 중 어떠한 部類에 屬하는가를 사전에 면밀히 分析, 이러한 市場에 부합되는 市場戰略 수립을 한 후 이에 따른 展示活動의 규모·예산 등을 결정하는 것이 통례로 되어 있다.

둘째, 판매 방법에 따른 결정인데, 여기에는 ① 대중 매체를 포함한 홍보 활동, ② 수출 내지 판매 촉진을 위한 유통 경로의 선택, ③ 상표 이미지 고취 등의 活動 등이 要求된다.

셋째, 구매자 선택과 관련한 요소로서 판매 정책상 무역상을 相對해야 하는지 혹은 소비자를 직접 접촉해야 하는지에 따른 결정이다.

● 參加目的의 設定

대부분의 박람회나 展示會는 관객층에 따른 制限을 하고 있는데, 예를 들어 경제 각 분야에 開放되어 있는 일반 국제 박람회(프랑크푸르트 박람회, 밀라노 국제 박람회, 파리 국제 박람회), 일정 분야에만 국한하여 전문화되어 있는 국제 박람회 내지 전시회(윔른 농산물 전시회, 서백림 전자 전시회, UTRECHT의 ROKA, 파리의

SIAL 등), 순전히 전문 상사들만이 허용되는 전시회, 오직 外國商社들만이 참가하도록 허용한 박람회, 순전히 전문적인 상품을 대중에게 전시하는 박람회 등 機能 및 성격에 따라 여러 형태의 박람회가 있어 이러한 성격에 따라 참가 목적이 설정되고, 참가 규모·전시 활동 방법 등이 뒤따라 결정되게 된다.

이러한 배경 밑에서 이루어지고 있는 선진국 상사들의 海外展示活動 內容은 어디까지나 판매 촉진 내지 輸出擴大의 目的에 부합되도록 계획되어 있다. 특히 박람회 참가에 의한 展示活動은 종합적인 市場活動을 目的으로 하기 때문에 活動內容은 動的이면서 多樣하다.

예를 들어 상품 선전을 하는 方法으로서는 단순한 정적인 展示에만 그치는 것이 아니라 생산 과정을 영상을 통해 관객에게 설명하기도 하고, 전문가들을 초청하여 자기 회사 상품에 대한 심포지움을 개최하기도 한다. 이 밖에 박람회장에서의 모우드 쇼우를 개최하기도 한다. 이러한 일련의 展示活動은 구매자뿐만 아니라 최종 소비자들에게 직접 자신들의 상품에 대한 설득력을 굳게 하고자 하는 노력의 하나인 것이다.

이러한 個別的인 展示活動은 市場性格이나 박람회 특징에 따라 多樣하게 변화하는데, 이것은 共同展示의 경우에서는 기대할 수 없는 폭넓은 市場活動을 가능케 함으로써 궁극적인 목적을 달성하는 데 가장 효과적인 수단이 되는 것이다.

그러나 이러한 獨自의인 展示活動을 하기 위해서는 充分한 예산과 훈련된 인원, 그리고 전체적인 조직력이 있어야 함은 물론 스스로의 市場政策이 수립되어 있어야 한다.

● 개발 도상국의 展示活動

대부분의 개발 도상국에서 참가하는 상사들은 박람회 참가 방법이 소극적인데다가 展示活動의 마케팅 機能을 충분히 인식하지 못함으로써 展示活動은 매우 靜的인 特徵을 보이고 있다.

최근 EC 국가들은 개발 도상국들이 보다 效果의인 海外展示活動을 할 수 있도록 계몽·지도하고 있다. 예를 들어 AAMS 국가들이 EC 각국에서 개최되는 박람회에 보다 效果的으로 참가

하기 위한 제도적 지원을 하고 있으며, 특히 西獨은 개발 도상국들의 展示活動을 지원하기 위해 政府가 강력한 제도적 뒷받침을 하고 있다.

그것은 박람회 성격 및 品目別 市場 구조에 따른 選別的인 參加方向을 제시하는 자문 役割에서부터 개발 도상국에서 참가하는 상사들의 상품에 관한 설명회를 개최하는 일일까지 광범위한 계획을 하고 있다.

● 海外展示와 마케팅 機能

선진국들의 이러한 지원 활동은 개발 도상국들의 박람회 참가를 통한 전시 활동의 방법을 개선하고자 하는 協力方案으로 고려될 수 있다.

한편 한국의 국제 박람회 참가 방법은 수출산업의 성장에 따라 변모되어 왔는데, 1960년대까지는 주로 일반 국제 박람회에 중점을 두어 참가함으로써 수출 진흥뿐만 아니라 국위 선양의 이익을 함께 추구하였다.

그러나 수출의 급격한 신장과 이에 따른 적극적인 海外市場擴大가 요청됨으로써 海外展示活動은 일반 국제 박람회보다는 전문 박람회 내지 전시회에 보다 큰 비중을 두게 되었다.

물론 국제 박람회 외에 地域別·品目別 獨自의인 순회 전시회 활동도 병행함으로써 展示活動을 수단으로 한 海外市場活動이 강화되어 왔다.

그러나 이러한 적극적인 展示活動에도 불구하고 아직도 海外展示活動의 마케팅 機能을 充分히 活用하고 있지 못한 實情이다.

일반 국제 박람회이든 전문 전시회이든 한국 상사들은 個別的인 獨自의 展示活動보다는 共同展示의 方法을 택함으로써 展示活動의 다목적 機能이 만족스럽게 발휘되지 못하는 약점을 보이고 있다. 그러나 최근 일부 국내 상사들은 海外市場戰略이 보다 실증화되어야 하는 국내외적 상황으로 인해서 獨自의인 展示活動의 중요성을 인식하는 경향을 보이고 있다.

그런데 展示活動의 중요성이 점차적으로 인식되어 가고 있고 보다 효율적인 마케팅 전략이 요청되고 있는 사실에 비추어 볼 때, 앞으로 한국 상사들도 獨自의인 海外展示活動을 적극적으로 강화하여 나가야 할 것이다.

入賞者와의 對話

Conversation with Winners

— 閔丙憲 양 인터뷰 —

□ 略 歷

1953. 4. 22 서울 出生

1971. 2 京畿女子中・高卒

1975. 2 서울大 美術大學 應用美術科卒(工業 디자인 전공)

現 在 韓國디자인포장센터
디자인개발실 근무



· 산업디자인은 예술이 아닌 생산수단이라고 말하는

대통령상 수상자 閔丙憲 양

弘 報 課

예술 아닌 생산수단

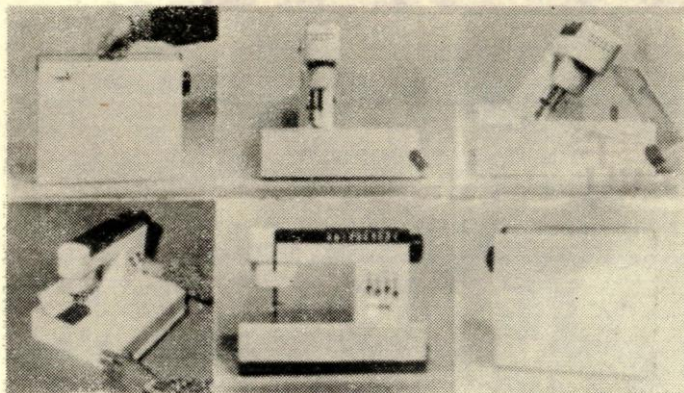
「산업디자인은 예술이 아닌 대량 생산의 수단이라고 봅니다. 가장 적은 비용으로 가장 큰 효과를 기대할 수 있는 이른바 요령이라고 표현할 수 있습니다.

우리나라 디자이너들의 취약점이라 할 수 있는 생산성의 결여도 디자이너 자신이 예술가적 착각으로 자기

의 개성을 애써 강조하려는 데서 비롯된다고 봅니다. 반짝 하는 아이디어 구상으로 발명특허를 내는 것이 아니고 차차 개선해 나가는 진지한 자세가 더 필요하다고 생각합니다.」

제 12회 산업디자인전에서 영예의 대통령상(포터블 전자미싱)을 수상한 민병혜(24세)양은 이렇게 말한다.

여자 수상자로서는 이번이 두번째이며, 더구나 ID 부문에서 여자 수상자가 탄생했다는 데 더 큰 의의가 있다고 하겠다.



<사진 설명> (위 왼쪽으로부터)

- ① 휴대시의 Front Side View
- ② 작업시의 Left Side View
- ③ 앞 재봉대를 열고 재봉틀 Body를 회전시켜 꺼냄
- ④ 재봉틀 Body와 재봉대를 고정시킨 후 뒷재봉대를 내림
- ⑤ 작업시의 Front Side View
- ⑥ 휴대시의 Back View

경영전략적 디자인

약 4개월간의 연구작업 끝에 완성된 포터블 전자 미싱 디자인은 종전의 미싱들이 지니고 있는 혼수용 불박이식의 가구개념에서 완전히 탈피하여 일상생활에서 간편하고 편리하게 개발 개선되어 사용될 수 있는 필수품으로서의 아이디어를 제시했다.

「단순한 디자인 작업뿐이 아니고 생산공정과 · 가격 · 마케팅 · 포장 · 운송 등 경영전략에 직접 참여하여 자신의 디자인에 책임을 질 수 있는 몇몇한 디자이너가 많아지면 우수한 디자인의 질적 · 양적 대중화를 기대할 수 있다고 봅니다.」

아이디어 착안을 하고 착안 작품에 대한 기계 구조, 기능, 외관 등을 세밀히 분석 연구하는 데 오랜 시일이 걸렸다고 한다. 실용성을 타진하고, 기술도입 문제를 고려하고, 조작성의 기계기능, 구조에 대한 아이디어를 철저히 창출시켜 출품 4개월 전부터 모델 작업에 착수했다.

포터블 미싱의 특징은 소형 Motor-micro Computer의 사용으로 무게와 부피를 최대한 축소했고, 소형 모터장치를 하여 자동 제어 장치가 됐고 Case 자체가 재봉 역할을 하며 speed switch를 몸 전체에 두어 발로 사용하는 악셀이 필요 없게 되어 있다.

정보 · 자료 수집이 빈약하다

「임금이 싼 노동력은 우리 것으로 하고, 비싼 원자재와 기계, 기술 도입은 외국에서 하는 시대는 이미 지나갔다고 봅니다. 우리가 만든 상품이 세계 시장을 석

권하려면 무엇보다도 디자이너의 역할이 중요하다고 생각합니다. 그러기 위해서는 무엇보다도 훌륭한 디자이너의 양성이 시급하다고 생각합니다.

정부에서는 디자이너의 해외 교류는 물론 유학제도 같은 것을 적극 지원해 줬으면 합니다.」

여건이 주어지는 최대한도에서 해외전문을 넓히고, 기술도입에 힘써야 할 것이라고 강조한다.

그리고 한국 디자인제가 가지고 있는 최대의 취약점은 해외시장에 대한 정보와 자료수집에 너무 눈이 어두워 있다는 것이며, 자체 홍보 활동도 절실히 요구된다고 한다.

디자인 철학

「디자인은 어디까지나 새로운 차원에서 Lead 한다는 철학을 내포하고 있습니다. 좀더 간편하고 아름답게, 명랑하게 하기 위하여 열심히 배우고 노력하는 작업을 계속해 가야 할 것입니다.」

진실하고도 야무진 소리다. 고등학교 재학시부터 이 분야에 관심을 두고 연구해 온 민 병혜 양은 최고의 영예에 대한 기쁨과 동시에 더욱 무거운 책임을 느꼈다며 자료수집과 모델작업 과정에서 도와준 주위 여러분들에게 감사와 고마움을 표한다.

가까이에서 작업연구를 독려하고 있는 장 권봉 디자인 개발 실장은 「센스 있고, 명석하고, 한편 소박하고 열심히 일하는 유능한 디자이너」라고 칭찬한다.

1953년 서울출생, 경기여중 · 고를 거쳐 1975년 서울 미대 응용미술과를 졸업했다. 제헌 국회의원을 지낸 閔庚植(57세, 광산업) 씨의 1남 4녀 중 차녀, 현재 당 센터 디자인 개발실에 근무하고 있다.

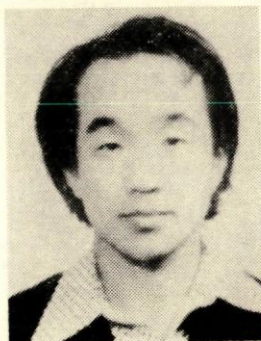
□集中企劃I/第12回産業디자인展覽會

入賞作家와 作品

Winners & Their Works

—第12回 및 歷代 수상자 中心 프로필—

弘 報 課



● 李

炳

鶴

李 炳 鶴

- 국무총리상
- 휴대용 TV 스테레오 라디오

전자제품으로서 현대 가정에 필수용품인 TV, AM, FM, 스테레오 라디오의 복합적 기능을 한데 모아 정리한 작품으로 형태와 기능이 잘 처리되었으며, 양산될 경우 제작에 부리가 없도록 잘 기획되었다.

지난 5월에 이 작품의 디자인을 착상, 외장도에 의한 Mock-up 제작을 시도했으나 조형상 실패, 세밀한 분

석 끝에 "제일" 잘 된 한 개를 구체화시켜 제작이 완료되었다.

지난해 11회 산미전에서도 금전등록기로 부총리상을 수상했으며, 금전 등록기는 실용화된 유일한 공업디자인 작품이다.

이번 수상작품도 부품 개발 및 도입 등으로 1~2년 안에 양산이 가능할 것이라 한다.

趙 宗 鉉

- 부총리 겸 경제기획원 장관상
- 수출용 음향제품 포장계획

시각적인 측면을 고려하여 판매시장에서의 P.O.P 적인 역할을 겸하도록 하였으며, 아울러 소비자의 최선의 식별을 감안하고 수출용 전자제품의 포장을 개선하여 규칙화시켰으며, 작품으로서 재료가 적합하게 사용되었다.

기능, 구조, 색상 등이 합리적으로 처리되어 상업포장으로서의 여건을 충분히 충족시킨 작품이다.

현재 국민대 조형학부 장식미술과 4학년에 재학중이다.

건축업을 하는 조 재원氏(53세)의 3남 중 2남. 서울 태생. 당 26세.



鄭

然

鍾

鄭 然 鍾

- 상공부장관상
- 캘린더 디자인 포스터

9회에 상공부장관상(관광 포스터), 11회에 중소기업 협동조합 중앙회장상(해외용 캘린더)을 수상한 데 이어 올해 세번째로 입상했다.

두번의 입상작품 모두가 녹십자와 무역진흥공사의 캘린더로 실용되기도 했다.

이번 작품도 우리나라 여성의 고유미를 부드럽게 표현하여 캘린더로서의 용도와 시각적인 효과를 세련되게 나타냈으며, 색도에 있어서도 네가지 색을 응용 일분색의 효과를 잘 조화시켰다.

홍익대 도안과를 졸업, 1971년 당 센터 연구원으로 재직했으며, 현재 선경 기획 대표로 있다. 2녀 1남의 아버지.

강원도 강릉 태생. 당 31세.



文

喆

文 喆

- 한국디자인포장센터 이사장상
- 에스콰이어 선전 포스터

작품광고를 보면 편하고, 가볍고, 멋있는 구두를 누구든 꼭 신어 보고 싶은 충동을 느끼게 한다.

그래픽 디자인은 무엇보다도 조사실적인 면에 임하는 창의적 정신과 완성된 작품 역시 조사실적이어야 한다고 강조한다.

에스콰이어 선전 포스터의 색칠은 마치 사진 같으며, 세무를 갈아서 붙인 조사실적이고, 뒤흔들 용수철 붙음 아이디어는 보는 사람의 발을 단번에 편안하게 해주고 있다.

서울 예고 재학 시절부터 재질을 발휘, 77년 홍익대 도안과를 졸업, 바로 동 대학원에서 상업 도안을 연구하며 조교로 활약하고 있다.

아이디어 착상부터 완성품에 이르기까지 작업은 1개월이 걸렸다.

대학원 졸업 후 외국 유학을 다녀와서 한국 그래픽 디자인계의 발전을 위하여 연구하며, 끊임없는 작품활동과 후배양성에 전념하는 것이 꿈이다.

현재 작품활동을 하고 있는 조작가 文貞化氏의 1男 2女 중 長男.

서울 태생, 당 24세.



金

永

昌

金 永 昌

- 대한상공회의소 회장상
- TV 라디오 카세트

TV 라디오 카세트는 다양한 용도의 기능을 하나로

류어 부작용없이 각기 제 기능을 발휘할 수 있도록 설계했다.

따라서 휴대용, 교육용으로 편리하게끔 Computer 化했으며, 구조가 정밀하게 착안되었으면서도 단순한 디자인과 색상이 잘 조화된 작품이다.

10회, 11회 입선에 이어 3년만에 입상의 기쁨을 안았다.

이번 입상작품은 오래 전에 창출해서 구상해 오던 작품으로 오랜 시일을 두고 연구하고 작업을 했다고 하며, 전자제품만큼은 꼭 실용화되어 시판되었으면 하는 바람이라고 한다.

72년 홍익대 공예학과 졸업, 실무경력(ID) 5년을 쌓고 있다. 서울 태생, 당 30세.



● 洪

京

姬

洪 京 姬

- 한국무역협회장상
- 단추 세트

75년 상공부장관상(토기를 이용한 장신구), 76년 무역협회장상(종이를 이용한 장신구)을 수상한 데 이어 올해 재차 무역협회장상을 수상함으로써 세번 연속 입상으로 추천작가 자격을 얻게 되었다.

흙에서 나오는 소박성을 Ceramic 을 통하여 단추에 그대로 옮기는 데 무리없이 해결했으며, 소름에서 나오는 단순한 형태와 색상이 풍기는 깊은 멋과 함께 수출 시장에 한몫을 차지하는 데 흠이 없는 작품이다.

홍익대학에서 목칠 전공을 하고 동대학원에서 금속 공예를 전공하고 있다.

洪聖杓氏(제약업)의 2남 1녀 중 2녀.

서울 출신. 당 23세.



● 李

外

周

李 外 周

- 전국 경제인 연합회 회장상
- 오프너 겸 벽장식

오프너의 손잡이를 볼륨 있게 하여 낙화문양을 그려 넣어 병따개의 용도보다 장식용으로서의 품위를 지닌 작품이다. 3개월간에 걸친 작업으로 혼신을 다했다고 한다.

제10회, 11회에서 특선을 하고 이번에 세번째로 입상했다.

75년 숙명여대 응용미술과를 졸업, 동대학원에 재학 중이다.

1男 4女 中 장녀.

경남 함안 출신, 당 28세.



● 천

복

희

천 복 희

- 중소기업 협동조합 중앙회장상
- 어문함

뚜껑이 달린 그릇으로 특별히 한정된 용도를 가진 그릇이 아니고 우리의 생활에 보다 융통성 있게 쓰일 수

있고 단순한 형태로 우리의 전통적 문양인 魚紋을 양각으로 처리하였다.

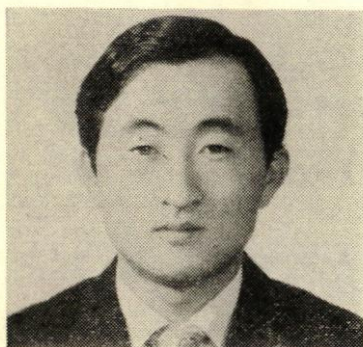
일품공예적인 방법을 써서 가능한 한 Mass-production이 있는 장식적 효과를 최대한 의도한 작품이다. 대량생산될 경우 특별히 다시 정리하지 않아도 Molding(주입성형) 기법을 위한 Model이 될 수 있다.

1973년 전국대학미전에서 문교부장관상을 수상했고, 올 국전 공예부에 특선을 했다.

현재 도자공예 Group(土展) 회원이며, 73년 서울대 미대 응미과를 졸업, 동대학원에서 도예를 전공했다.

현 명지실업전문 전임강사로 재직중이다.

충북 옥천 출신, 당 29세.



● 金

吉

弘

金 吉 弘

● 1967년 제2회 수상

● Auto-Liner

옛날 우리나라 목수들이 작업에 사용하던 「먹출통」을 현대의 작업자들에게 편리하도록 발전시켰다. 자동으로 줄이 감기고, 직선을 그을 수 있고 직각 45°, 30°, 60°의 각을 분할할 수 있고 수준기를 달아 수평을 측정할 수 있다.

주제 선정에서 모델이 완성, 출품에 이르기까지 약 4개월이 걸렸으며, 당시만 해도 ID의 개념 부분에 영역이 불명확하였으므로 완전 자동 매카니즘을 완성시키느라 무척 고심을 했다고 한다.

수상 당시 이화여고 미술교사로 재직중이었으며, 현재는 이화여대 장식미술과 교수로 재직중이다.

서울미대 응용미술과를 졸업, 서울대학교 대학원 환경학과를 수료했다.

연구에 전념하다 결혼도 늦어 지난 6월에 겨우 종가를 댔다.

평안남도 출신, 당 38세.



● 金

喆

洙

金 喆 洙

● 1970년 제5회 수상

● 기와 디자인

한옥의 고유미를 살려 단단하고 화재에도 타지 않는 기와를 개발 디자인하여 영예의 수상을 차지했다.

당시 고속도로 주변에 초가를 기와로 개량화하는 작업에서 보다 한국적이고 단단한 기와를 개발해야겠다는 생각으로 아이디어를 창출, 근 1년의 연구 작업 끝에 작품을 완성했다. 수상 당시 서울미대에 재학중이었으며, 4회째에는 곡물 제량기로 상공회의소장상을 수상했다.

71년 서울대학원을 수료, 미 국무성 초청으로 미국 산업디자인제와 교육기관을 시찰 견학했다.

한국 산업 디자인이 발달하려면 무엇보다도 우수한 디자이너 양성이 시급하다고 말하고, 그러기 위해서는 해외 유학과 기술 교류 등이 활발히 이루어져야 한다고 강조한다. 현 국민대학 공예학과장 서울 출신, 당 31세.



● 高

乙

翰

高 乙 翰

● 1974년 제9회 수상

● 가정용 판넬 히타

서구 지방에서 많이 사용되고 있는 열 효율이 높은 판넬식 히터를 창안하여 현재 판넬 히터 방식으로 승용차나 원도우 등에 많이 사용되고 있다.

그러나 가정용은 아직도 기술적인 문제로 개발되지 않고 있다.

당시 당센터 연구원으로 재직하고 있으면서 7회, 8회에 걸쳐 국무총리상, 당센터 이사장상을 수상한 바도 있다.

매년 한국 디자이너 협회 회원전과 산업전 추천작가전에 작품을 출품하고 있다.

산업디자인전이 시작품 전시회장으로 되어 가는 듯한 경향이라면서 장래를 보아 폭넓은 디자인 요소를 산업계에 제시할 수 있는 5년~20년 앞서가는 작품에 중점을 두었으면 하고 강조한다.

현재 경기공전 교수로 재직하고 있다.

평안북도 출신, 당 49세.



愼

鏞

泰

愼 鏞 泰

- 1971년 제6회 수상
- 건전복 수출을 위한 재료별 포장계획

우리나라 약재 수출의 제기로 약재수출 포장에 새로운 계기를 마련코자 아이디어를 창출, 약 6개월간의 연구 끝에 재료별 포장계획을 완성했다.

당시 건전복 포장계획은 획기적인 것이어서 건어물 수출에 곧 시행될 듯했으나 건전복을 수출하기 위해 건전복이 건조되어 포장되는 과정이 어떤 가공업체에 의해 해외에 나가는 것이 아니고 가내 가공식으로 군소의 조합에서 포장을 하는 일관성 없는 과정 때문에 실용성이 되지 못했다.

제2회 산업전에도 특선, 입선을 했고 수상 당시 당센터 포장개발실 주임 연구원으로 재직하여 당센터 심볼 마크를 도안한 장본인이기도 하다.

1971년 일본 디자인제를 시찰, 서울미대 응미과를 졸업, 현재 중앙대 예대 공예학과 교수로 재직중이다.

작품 연구와 작업이 일상의 전부.

경남 거창 출신, 당 40세.



朴

仁

淑

朴 仁 淑

- 1973년 제8회 수상
- 장식용을 겸한 병따개와 조미료 통

6,7회에 연이어 특선을 하고 끈질긴 노력의 연구 끝에 8회에도 영예의 수상자가 되었다.

76년까지의 산업디자인전에 있어서 유일한 여자 수상자이기도 하다.

수상 당시 작품은 실용이 될 가능성이 활발하여 73년 10월 일본 업체에서 Sample 까지 가져가기도 했다.

그러나 국내에서는 끝내 일반에 활용되지 못한 것에 안타깝다고 아쉬워한다.

아이디어 착상부터 완성 작업 기간은 장장 6개월이 소모됐다. 수상 직후 일본, 캐나다, 미국 등을 견학 시찰했고, 75년에는 개인적인 전문을 넓히기 위해 미국에 4개월간 체류하기도 했다. 매년 새별 동인회(회장 최대석)전을 개최하고 있다.

78년 9월 7일 캐나다 몬트리올에서 열릴 세계 공예전 사회(WCC)에 작품을 출품하고 참석하기 위해 작업에 열중하고 있다. 74년 중앙대 예대 공예학과 졸업, 홍익대학원을 수료한 후 현재 부산 한성여자대학 강사로 재직하며, 조선전직 디자인실에서 실크의 수화 디자인을 연구하고 있다.

본가는 서울이고 직장은 부산이라서 매우 바쁘고 불편하여 이번 산업전에도 추천작가 작품을 내기 위해 잠깐 상경했다. 1남 1녀 중의 장녀, 미혼.

서울태생. 당 28세.



●
洪

聖

洙

洪 聖 洙

- 1976년 제11회 수상
- 스테레오 카세트 겸용 컴퓨터 캘린더

작품의 구상 동기는 Stereo Cassette에 있어서 Speaker가 두개로 분리되어야 하며, 한쪽 Speaker의 불필요한 Space에 컴퓨터 캘린더의 기능을 첨부시켜 상품의 가치를 높이려고 시도하여 3개월 전부터 아이디어 창출을 시도, Theme 설정, Idea Sketch, 도면제작, Mock up 제작, Rendering 및 Pance作業 등의 作業 과정이 마감 당일까지 진행, 가까스로 출품했다고 한다.

IDEA Sketch 단계에서 조형적인 형태를 창출하기 위해 1개월간 作業하였고, 도면 제작시 Working Mock-up이 될 수 있도록 하기 위해 1개월간 고심하고 실패도 했지만 끝내 완성하는 데 성공했다. 작가로서의 디자인은 기능과 성능에 앞서 디자인면의 조형미에 보다 역점을 두고 작업하여야 한다고 강조한다.

수상작품의 현재 활용성은 삼성전자에서 개발 계획에 있으며, 기구 및 금형설계를 연구중에 있다.

중앙대 예대 공예과 졸업, 현재 삼성전자 디자인실장으로 재직중이며, 부인 申恩美(27세) 여사와의 사이에 康民(3세)군이 있다.

서울 출생, 당 31세.



●
李

健

李 健

- 1972년 제7회 수상
- 개폐식 간이식탁

오래 전부터 착상하여 구상해 오던 작품을 6개월간의 작업 끝에 완성했다.

모델 작업 과정에서 세번이나 실패했으나 좌절하지 않고 실패의 원인을 분석 재창안하고 재작업끝에 수상작을 탄생시켰다.

야외 들놀이나 등산, 학교, 직장 어디서나 간편하게 휴대하여 사용할 수 있는 개폐식 간이식탁은 미술 도구처럼 휴대 간편하게 실용성있는 것이다.

그러나 수상작품 거의가 실용화되고 있지 않듯이 역시 실용화되지 않고 있다.

당시 덕성화학 디자인실에 재직하면서 불구의 몸을 이끌고 집념을 불태운 작가에게 보내는 격려와 박수는 뜨거웠다.

67년 홍익대 응미과를 졸업, 동대학원을 수료했다.

국가적 차원에서 뒷받침되고 있는 산업전이 앞으로 구분 전시화되는 것이 바람직한 것이 아니겠느냐고도 한다.

현 인덕미술공전 공예학과장으로 재직중이다.



●
권

명

광

권 明 廣

- 1968년 제3회 수상
- 양송이 재배를 위한 DoordinationDesign

지금까지 그래픽에서 최고상을 수상한 유일한 작품이다. 당시 국가시책으로서 농가소득을 올릴 수 있는 여러가지 부업이 권장되고 있을 때 농촌이나 산간지역에서의 특수작물 재배로 소득을 올리는 데 착안하여 쌀

농사보다도 15배의 소득을 올리는데 양송이 재배를 권장하고 장려하기 위하여 작품을 완성했다.

당시 육군사병으로 군복무중이어서 연구작업하는 데 애로점이 많았다고 한다.

홍익대학교 대학원에서 그래픽 디자인을 전공하고 현재 동대학 조교수로 재직하고 있다.

서울 출생, 당 36세.

김 순 성

- 1975년 제10회 수상
- 전자제품 포장 표준화

1975년 12월 渡美한 氏는 現在 시카고(CHICAGO)의 "The Korea Times" 支社에서 廣告企劃 및 디자인業務를 擔當하고 있다. 今年 3월 現地에서 韓國女性과 結婚하여 市内의 "Lake View Towers Apartment"에서 生活하고 있다.

現在の 業務가 바빠서 就學하고 있지 않으나 與件이 마련되는 대로 뉴욕의 디자인系 大學院에 進學할 豫定이라고.

그간의 美國生活를 土臺로 우리나라에서 디자인系統으로 美國에 就業하거나 留學하고자 하는 人들을 爲한 案内書를 發刊하기 위해 現在 資料調査, 蒐集에 분망하다.

住所: The Korea Times

3525 N. Clark St. Chicago

IL. 60657 U.S.A.

Home—Lake View Towers #2605 N.

4550 N. Clarendon Ave. Chicago

IL 60640 U.S.A.

- 역대 수상자 원고는 (서면 취재) 도착순입니다.
- 제1회 수상자 강 창균(서울대학교 미술대)교수와 제4회 수상자 부 수언(서울대학교)교수의 원고는 도착되지 않았습니다.

〈편집자〉

새상품 디자인을 소개합니다.

본지에서는 새해 신년호(36호)부터 새상품 디자인을 소개하는 "새상품 디자인 소개"란을 마련했습니다. 종전 "우수제품소개"란에서 외국의 장식용품 등을 소개해 오던 것을 신년호부터는 국내 업체에서 생산되는 새로이 디자인 포장된 상품을 소개하고자 하오니 많은 이용을 바랍니다.

새상품 소개를 하실 때는 상품의 사진, 제 규격, 용도, 가격, 상품에 대한 디자인 포장의 설명을 붙여 보내주시면 하나도 빠뜨리지 않고 소개해 드리겠습니다.

보낼곳: 서울시 종로구 연건동 128번지

한국디자인포장센터 홍보과 편집 담당자

당센터 상설전시관 임대

당센터 상설전시관은 총 720여평으로 국내 최대의 규모와 시설을 갖추고 있습니다. 지난 10월 4일 제12회 산업디자인전을 열어 처음 문을 연 당 전시관은 앞으로 국내 디자인포장계의 진흥발전에 박차를 가하고 전시활동의 활성화를 위해 최저렴한 가격으로 전시관을 임대하고 있습니다.

전시실은 임대에 편리하도록 제1 전시실에서 7전시실까지 구분되어 있습니다.

(KDPC 안테나 참조)

임대문의는 당 센터 진흥부 전시과

(전화 762. 9137)

♣ '77年度 下半期 主要 國際展覽會 現況 ♣

the Main International Exhibitions during the Half Latter Period of 1977.

《國家名稱 및 記號》

(美) 美 國 (英) 英 國 (和) 네덜란드 (濠) 오스트레일리아 (加) 캐 나 다 (佛) 프 랑 스
 (西) 스페인 (스) 스위스 (自中) 自由中國 (奧) 오스트리아 (伊) 이탈리아 (핀) 핀 란 드
 (벨) 벨 지 움 (노르) 노르웨이 (希) 그리스 (印尼) 인도네시아 (丁) 덴마크 (洪) 항 가 리
 (뉴) 뉴질랜드 (葡) 포르투갈 ※ 記號는 우리나라가 今年度 參加하는 博覽會임.

期 間	展 覽 會 名 稱	場 所(國 別)	展示種類
● 11 月			
11月 1日 ~ 9日	Austrian Plastics Trade Fair(오스트리아 플라스틱 商品博覽會)	Groz(奧)	플라스틱
11月 1日 ~ 11日	싱가포르 機械類博覽會	싱가포르(말레이시아)	機械工具
11月 1日 ~ 15日	International Industrial Fair(國際産業博覽會)	Guatemala City(과테)	綜 合
11月 2日 ~ 6日	FSS—第7回 폴사우나 스포츠用品博覽會	취리히(스위스)	스포츠用品
11月 3日 ~ 6日	National Swimming Pool Institute (全國水泳場用品 展示會)	San Francisco, California(美)	水泳場用品
11月 3日 ~ 6日	ASTRO-BOAT—國際 보우터 展示會	윈(奧)	보 우 트
11月 5日 ~ 11日	Fashion Exhibitors America(美國流行展示會)	St. Louis, Missouri(美)	衣 類
11月 5日 ~ 13日	Copenhagen Boat Show(코펜하겐 보우트 展示會)	Copenhagen(丁)	보 우 트
11月 5日 ~ 13日	Indiana Christmas Gift Hobby Show(인디애나 크리스마스 贈物展示會)	Indianapolis, Indiana (美)	膳 物
11月 5日 ~ 13日	International Commercial Motor Show(國際商業 自動車展示會)	Turin(伊)	自 動 車
11月 5日 ~ 13日	International Caravan Exhibition(國際카라반展示會)	Brussel(벨지움)	旅行用具
11月 5日 ~ 14日	Office Equipment Exhibition (SIMO) (事務室用具 展示會)	Madrid(西)	事務室用具
11月 6日 ~ 7日	United Fashion Exhibitors Oklahoma City (오클라 호마市 聯合流行展示會)	Oklahoma City, Oklahoma(美)	衣 類
11月 6日 ~ 10日	Style Exhibitors(스타일 展示會)	Chicago, Illinois(美)	衣 類
11月 7日 ~ 11日	Future Famers America National Convention (美國未來農夫全國大會)	Kansas City, Missouri (美)	農 業
11月 7日 ~ 11日	Machine Asia '77(싱가포르 機械類 박람회)	싱가포르(싱가포르)	機 械 類
11月 8日 ~ 10日	Leather Exhibition in Pirmasens(피르마센 皮革製品展示會)	Pirmasens(西獨)	皮革製品
11月 8日 ~ 10日	Colorado Business Show(콜로라도 비즈니스 展示會)	Denvor Colorado(美)	비즈니스用品
11月 8日 ~ 10日	International Footwear Manufacturers Fair(國際 신 발類 製造者 展示會)	Pirmasens(西獨)	신 발 類
11月 8日 ~ 13日	South Christmas Show(南部 크리스마스 展示會)	Charlotte, North Carolina(美)	膳 物
11月 9日 ~ 13日	Rhode Island International Auto Show (로드아일랜드 國際自動車展示會)	Providence Rhode Island(美)	自 動 車
11月 9日 ~ 13日	CONSUMENTA—國際理想家庭展示會	뉘른베르크(西獨)	家庭用品
11月 10日 ~ 13日	International New Car Show(國際新車展示會)	Raleigh, North Carolina(美)	自 動 車
11月 10日 ~ 15日	브라질 船舶展示會	브라질	船 舶

11月10日~20日	Modern Living Exhibition(現代生活展示會)	Berne(스위스)	生活用品
11月11日~13日	British Boot Shoe Institution(英國長靴展示會)	Harrogate(英)	長靴
11月11日~19日	Royal Agricultural Winter Fair Canada(캐나다 農業冬季展示會)	Toronto, Ontario(加)	農業
11月12日~14日	Southeast Sporting Goods Show(南東部 스포츠 用品展示會)	Atlanta, Georgia(美)	스포츠用品
11月13日~15日	Florida Fashion Market(플로리다 流行展示會)	Tampa Florida(美)	衣類
11月13日~15日	Mid-West Sporting Goods Show(中西部 스포츠 用品展示會)	Kansas City, Missouri(美)	스포츠用品
11月13日~16日	International Soft Drink Industry Exhibition (國際無酒精飲料產業展示會)	Anaheim, California(美)	飲料
11月15日~17日	Automotive Parts Accessories Association Show (自動車部分品展示會)	Chicago, Illinois(美)	自動車部分品
11月15日~17日	West Construction Materials Equipment Show (西部建築資材器具展示會)	Vancouver, British Columbia(加)	建築材料
11月15日~19日	國際造船海洋 엔진 및 港灣設備展示會	암스테르담(和)	港灣設備
11月16日~21日	Tri-State International New Car Show(3個州 國際新車展示會)	Huntington, West Virginia(美)	自動車
11月16日~27日	Pacific International State Fair(太平洋 國際貿易博覽會)	Lima(페루)	綜合
11月17日~20日	International New Car Show Niagara Falls (나이아가라 폴 國際新車展示會)	Niagara Falls, New York(美)	自動車
11月17日~20日	International Outdoor Amusement Exposition (國際野外娛樂展示會)	Atlanta, Georgia(美)	娛樂品
11月17日~21日	第40回 國際家具展示會	브뤼셀(벨)	家具
11月17日~22日	第15回 國際家具備品室內裝飾展示會	베오그라드(유고)	家具
11月17日~23日	IGEDO-77-産業教育用 食堂設備 호텔 레스토랑 廚房用品展示會	바젤(스위스)	食堂設備
11月19日~22日	Iowa Fashion Market Des Moines(아이오와 流行展示會)	Des Moines, Iowa(美)	衣類
11月19日~23日	Pacific Northwest Apparel Association(太平洋北西部衣類展示會)	Seattle, Iowa(美)	衣類
11月19日~27日	國際自動車・오토바이展示會	밀라노(伊)	自動車
11月20日~22日	South Market Infants Childrens Wear(南部乳兒 兒童服展示會)	Birmingham, Alabama(美)	兒童服
11月22日~25日	38th Interstoff-Trade Fair for Clothing Textile (第38會 衣類用纖維商品展示會)	Frankfurt(西獨)	衣類織物
11月22日~26日	Processes and Equipment for the Manufacture of Semiconductors, Electronic Components and Products Demmonstrations and Conference(電子品製造展示會)	München(西獨)	電子製品
11月24日~27日	INTERDISC-77-國際音響製品 및 附屬品展示會	자그레프(유고)	音響製品
11月24日~28日	Swiss Furniture Fair(스위스 家具展示會)	Basel(스위스)	家具
11月26~12月4日	International Sporting Racing Car Show(國際 스포츠 競爭用自動車展示會)	Essen(西獨)	自動車
11月27日~30日	International Association Fairs Expositions Industry Trade Show(國際産業展示會)	Las Vegas, New York(美)	綜合
11月28日~12. 2	Recreational Vehicle Show(레크리에이션 用 自動車展示會)	Louisville, Kentucky(美)	自動車
11月28日~12. 4	AGWA FOOD-農牧畜食品産業用機器展示會	테헤란(이란)	食品産業機器
11月29日~12. 2	Recreational Vehicle Show(레크리에이션 用 自動車展示會)	Louisville, Kentucky(美)	自動車
● 12 月			
12月 3日~ 5日	National Association Sporting Goods Wholesalers Hunting Show(全國 스포츠 用品 展示會)	Denvor, Colorado(美)	스포츠用品
12月 5日~ 9日	Royal Smithfield Agricultural Machinery Show (로얄 스미드 필드 農機械展示會)	London(英)	農機械
12月 5日~10日	International Exhibition for Chemical Engineering Processes and Equipment(國際化學技術展示會)	Paris(佛)	化學技術
12月10日~18日	CARAVANBAI-國際 카라반 展示會	암스테르담(和)	旅行裝備
12月12日~23日	Gift Show(KADO: 膳物展示會)	Antwerp(벨지움)	(膳物)

* 在野 디자이너의 聲 *

過渡期の 産業디자인展

Industrial Design Exhibition in a Time of Transition

최 영 숙

(주) 피어리스 디자인 개발부

年輪 12年の 虛와 實

우리들은 해마다 산업디자인전에 큰 관심과 기대를 가져 본다. 1966년에 발족된 대한민국 상공미전이 12년의 연륜을 쌓아 오면서 올해부터 대한민국 산업디자인 전람회로 명칭을 고치기까지 우리나라 디자인 발전에 직접 간접으로 기여한 공이 크다고 볼 수 있다.

디자인 인구가 늘어나고 디자인계와 산업계를 비롯하여 뜻있는 사람들의 관심도가 높아짐에 따라 출품된 작품의 양과 질이 해마다 높아져 온 것도 부인하지 못할 사실이다.

해마다 전람회를 관람하면서 예년과 올해의 작품들을 비교해 보는 것은 자연스런 일이라 하겠으며, 좋은 점보다는 좋지 않은 점만 골라서 얘기하는 것이 좋을 것 같다.

12년의 연륜을 쌓아 온 전람회로서는 아직도 일반인들에게 깊이 인식되어 있지 않다는 생각과 산업디자인전의 목적이 디자이너들끼리의 경쟁의 장소를 마련해주는 행사뿐만이 아닌 우수한 작품들이 산업계와 일반인들에게 공개되어 좋은 호응과 디자인에 대한 인식을 높여 주는 좋은 기회라 한다면 좀더 적극적인 선전을 통해 많은 사람들이 전람회에 관심을 갖게 되는데, 누구나 관람할 수 있는 계기를 마련하지 못한 느낌이다.

물론 포스터라는 매체를 통해 선전을 피한 점은 있으

나 효과를 얻기에는 약한 것 같다. 특히 일반인의 왕태가 드문 장소에 위치한 전시장의 불리한 조건이 전문인 또는 소수의 관심있는 사람들을 제외하고는 관람객을 끌기에는 잘 알려져 있지 못한 장소이다.

전시 내용에서는 상업디자인 부문이 시각 디자인으로 바뀌었다. 포스터와 포장 캘린더 등을 볼 수 있는 시각 디자인 부문은 해마다 보아 온 바와 같이 많은 작품이 아직도 포스터에 치중되어 있다는 점은 실용화와 전주어 볼 때 과연 어느 정도나 접근하고 있는지 의문이다.

이제까지의 무수한 작품들이 실용화된 사실이 비교적 적었다는 건 우리 현실에 맞지 않는 너무 앞선 디자인이라 그렇다고 해 두자.

政策的인 배려 아쉬워

이에 비해 포장 디자인 작품수는 극히 한정된 느낌을 준다. 그리고 일선 디자이너들 중 포장 디자인 부문에 종사하는 디자이너가 아직도 극소수에 불과한 것을 보면 평면보다는 더 전문화를 요하는 분야인 까닭도 있겠으나, 제작상의 여러 가지 어려운 여건이 자유로운 작품 제작에 제한을 가져오는 현상으로 보인다.

많은 디자이너들의 참여도를 높여 우수한 포장 디자인이 출품될 수 있는 정책적인 배려가 마련되었으면 하는 아쉬움을 우리로서는 생각하지 않을 수 없다.

나는 아직도 국전과 산업디자인전의 공예작품의 성격차를 알지 못한다. 만약 수출을 위한 양산 가능한 작품이어야 한다면 국전이나 출품되었으면 좋을 듯한 도자기와 같은 작품들은 어느 선에다 규정지어 생각해야 할 것인지, 또는 전통 공예에서의 디자인의 모방 한계선은 어디에다 두어야 할 것인지 판단이 모호한 작품도 있다.

순간적인 감상이나 장식을 위해 제작된 작품이어서는 아니 될 수공예에서 벗어나 현대의 산업화 시대에 맞는 양산 가능한 디자인이 산업디자인전의 성격이 아닐까.

그러다 보면 공예와 공업디자인의 한계선이 모호해지는 것도 사실이나 문제 해결의 방법은 찾을 수도 있을 것이다.

공예 부문의 작품 앞에서는 해마다 실망을 거듭해왔기 때문에 새삼스럽게 더욱 실망할 필요는 없겠으나, 커다란 문제점이 내포되어 있는 것만은 틀림없는 사실로 느껴진다.

유행이란 무시할 수는 없다. 현재는 전자시대임에는 틀림없으며, 전자만능시대라 해도 과언이 아닐 만큼 공업디자인 부문의 작품들이 전자제품으로 흐르는 경향은 자연적인 시대적 현상이라고만 할까.

우리의 일상생활에서 그 편리함이나 능률은 전자제품을 따를 수는 없으며, 공업국으로 발돋움하는 우리나라의 현실에 부합되는 작품이라 인정해야 되겠지만, 공업디자인의 범위는 굉장히 넓은 만큼 우리의 오랜 전통 위에 기반을 둔 우리의 생활환경에 알맞고 필요한 일상용구가 얼마든지 많이 있지 않을까.

輸出과 디자이너의 使命

수출이라는 범위 속에서만 생각한다면 범위가 축소 되겠지만 디자이너의 사명은 수출품 디자인에만 한정지을 수 없기에 한국적인 환경에서의 디자인 저변확대가 더욱 시급한 일이라 할 것이다.

전통적인 음식을 만들어 먹어야 하는 부엌 기구에서부터 우리의 생활공간에 알맞는 기능적인 각종 가구 디자인 또는 농업에 필요한 농기구 디자인 등 생각해 보면 많을 것이다.

굳이 디자인은 방안에서 사용하는 TV, FM 라디오 등에만 필요한 것이 아니라 생활주변의 사사로운 도구 하나에도 필요한 것이다.

선진외국의 우수 디자인을 흉내내는 작품들, 서적이 나 카탈로그 등에서 많이 보았고 감탄했던 서구적인

디자인에 부분적으로 변형을 준 작품들이 우리 디자인 발전에 기여하는 바가 얼마나 큰지 의심스럽다.

우수한 몇몇 작품을 제외하고 나면 언제나 비슷한 기능과 용도의 작품들이 경쟁이나 하듯 전시되어 있다. 특히 전년도에 입상권에 들었던 작품을 비슷하게 흉내내어 제작한 작품을 대할 땐 더욱 놀란다.

우리에게 무엇이 필요한가를 생각하기에 앞서 어떤 테마가 심사에 유리한가를 먼저 생각하는 듯한 작품 제작의 이러한 현상들은 결코 출품 디자이너들에게만 그 책임을 물을 수는 없을 것이다.

디자인 전반에 걸쳐 산재해 있는 문제점의 일부분인 작품의 질이 매년 높아지지 못함은 아직도 산업디자인전의 권위가 우수한 많은 디자이너들의 참여의식을 불러일으킬 만한 수준에 있지 못하여 일부 디자이너들만의 행사에 머물러 버린 듯한 생각이 든다.

다음해에 또 기대를……

작년에 비해서 작품의 전반적인 수준은 높아진 느낌이지만 아직도 개선의 여지는 없지 않은 것 같다.

전시효과를 위한 방법이었다면 전람회 권위를 높이기 위해서도 수적인 면보다 질적인 측면에서 심사의 존엄성을 더욱 강렬하게 보여 주었으면 하는 생각이 들기도 한다.

나로서는 추천작가나 심사위원들의 작품이 일반작품보다 전반적으로 우수했다고는 감히 얘기할 수 없는 인상을 받았다.

아무리 심사를 거치지 않고 무조건 전시되는 작품이라 하더라도 디자인계의 선두적인 역할과 디자인 발전에 기여되는 작품을 출품해야겠다는 좀더 적극적인 의미에서의 바람이 없지도 않다.

소수의 작품이 전체의 이미지를 흐려 놓은 안타까움이 있다.

우리 디자이너들이나 일반산업계 및 국가가 관심을 모으고 있는 산업디자인전이 보다 실질적이고 효율적인 발전을 거두기 위해서는 무엇보다 문제점을 빨리 분석하고 그 방안을 제시하여 줌으로써 앞날의 디자인 발전에 기여하는 큰 계기가 마련되었으면 하는 마음 간절하다.

산업디자인전으로 개칭되면서 걸었던 모처럼의 기대가 컸던 만큼 이번 전시는 매우 관심있게 보았다. 이번 제 12회 산업디자인전은 우리나라가 당면한 디자인 과도기의 한 전환점으로 알고 다음해에 또 기대를 걸어 본다.

＊ 在野 디자이너의 辯 ＊

産業디자인의 앞날은 밝다

There is a good outlook for Industrial Design.

金 吉 雄

日都企劃・디자이너

産業立國은 우리의 課題

이번 제12회 産業디자인展은 무엇보다도 主觀하고 있는 韓國 디자인 包裝 센터가 새로 增築하여 門을 연 大展示場에서 개최했다는 사실에서 意義와 반가움이 앞선다.

지리적 與件과 별로 신경을 쓰지 않는 듯한 一般人 觀覽 유치에는 다소 아쉬움이 있으나, 그런 것은 차차 나아져 國展만큼이나 성황을 이룰 것이라 생각한다.

올해부터 産業디자인 展覽會로 그 名稱을 바꾼 이 大行事는 무엇보다도 우리나라 産業輸出振興을 위해 國家의 차원에서 이루어지고 있다고 볼 수 있다.

단순히 디자인계의 디자이너들을 일시 흥분시키는 年例行事로 그릇되게 해서는 안 되겠다. 어떤 觀衆을 通過하고 명예의식을 갖고자 이 展覽會에 참여한다면 처음부터 産業디자인展이 바라는 취지와 意道와는 전혀 다르다 하겠다.

産業立國은 우리의 課題이며 輸出産業은 디자인 包裝과 더불어 절대적인 면에서 相互 성장 發展하는 동위 체로 풀이할 수가 있다.

國家的인 次元에서 要請되어 디자인을 國家에서 政策的으로 계몽・선도하고 産業美術의 育成과 나아가서는 디자이너의 社會의 지위 향상 등의 권익을 옹호하는 行事가 바로 産業디자인 展覽會라 하겠다.

해를 거듭할수록 全分野는 産業展이 目的하는 제 경지를 구축하는 느낌이 든다.

出品 경향에서 輸出商品에 직결되는 창의・창안력이 집중되었으나, 出品數에서는 마치 詩作品 展示會를 보는 듯한 느낌이고, 包裝分野 作品은 민망할 정도로 出品數도 적었고, 적은 만큼 우수한 作品도 눈에 띄지 않았다.

産業디자인展이 뜻하는 첫째 目的은 새롭게 창안되어 出品된 作品의 量産이 가능하고 輸出增進에 기여할 수 있는 독창적인 디자인 作品 내지는 개선 作品이다.

特性 있는 디자인 開發

그러나 이때까지 入賞되어 온 많은 우수 作品들이 우리 生活과 또는 輸出商品으로서 實用化되고 商品化된 것이 有感스럽게도 없다는 점이다.

이 實用化되지 않은 理由에는 여러가지 要因이 있다

하겠다.

工業分野 作品들이 向上된 것은 사실이지만 外國의 始作品 展示會를 보는 듯한 느낌이고, 工藝分野는 한심할 정도로 作品水準이 떨어졌다 하겠다.

해마다 産業美展의 性格을 가지고 논란도 있었지만, 이제는 區分化되어 展示會를 갖는 것이 바람직하지 않겠는가?

시작품 展示會 性格과 10년을 내다보고 實用化시킬 수 있는 순수 아이디어展으로 區分되어야 할 것이며, 언젠가라도 논란이 있었던 「환경디자인」 등을 포함하는 새롭고 보다 現實의이며 專門化된 것을 구성시키는 것도 바람직하다 하겠다.

그리고 作品의 創出과 製作過程에서 實用性을 곁들여 생각할 것은 무엇보다도 經濟性이다.

아무리 우수한 作品일지라도 生産單價가 높거나 國內技術로서 大量生産이 不可能한 제품이라면 産業展의 作品으로서의 가치가 없는 것이다.

또한 오리지널 개발의 중요성을 새삼 강조할 必要도 없겠으나 특히 새로운 商品의 輸出 마케팅과 관련하여 특별한 배려는 물론이고, 좀더 特性 있는 디자인 開發과 韓國의인 시야에서 우리의 것을 토착화시켜 外國人의 기호와 우리 고유의 美를 조화시킬 수 있어야 하겠다.

量的인 면에서는 1,200여 점이 出品되었다 하니 굉장한 관심도라 하겠다.

이것은 主管機關의 꾸준한 디자인 開發施策과 디자인業界에 從事하는 디자이너와 관계 研究機關 및 企業體・學校 등의 노력에 힘입어 눈부신 發展을 거듭한 좋은 成果이며, 비로소 産業디자인展이 安定된 段階의 最高의 공모전으로 성장했다는 事實의 證明이라고 하겠다.

工藝部門은 量質의으로 다소 주춤한 느낌을 주었으나, 工業分野의 팽창은 매우 바람직하다고 보겠다.

見聞을 넓히자

이번 회에 와서 비로소 기쁨이 잡히고 앞으로 지향해야 할 方向設定을 하는 데 좋은 계기가 되었다고 생각한다.

특히 대통령상 수상 작품은 앞으로 우리의 生活에 밀접한 필수품으로서 얼마든지 實用化시킬 수 있는 점에서 우수한 作品이라 공감하고 싶다.

工業部門에서는 무엇보다도 輸出에 직접 기여할 수

있는 독창적인 作品 또는 개량 作品의 出品을 우선적으로 요구하고 있고, 여기에 에너지 및 資源 절약적인 아이디어 作品, 國內 産業資材에 의해 生産 가능한 作品과 새마을 工場 진흥을 위한 아이디어 作品 등을 요구하고 있으므로 産業디자인展은 어디까지나 輸出 및 소득증대를 目的으로 개최되는 정부의 디자인 진흥 행사임을 명백히 알고 各 企業體 디자인 part에서 적극 참여의식을 가져야 되겠다.

작년까지 실시돼 오던 추천 작가상 제도가 없어진 것은 뚜렷한 명분이 없어 의아스럽다.

반면 추천 作家의 作品도 혼신을 다한 흔적은 대할 수가 없게 된 것 같다.

디자인은 視覺의인 藝術이며, 정보 전달 없이는 이루어질 수 없다.

디자이너들은 그들의 견문을 넓히고 정보를 얻기 위해서 外國商品을 보기도 하고, 여러 나라 國民의 기호성을 파악하기도 해야 한다.

모두 관심갖고 참여하자

그렇기 때문에 디자이너의 海外 여행 및 海外 시찰은 불가피하다고 본다. 따라서 관계 당국은 물론 주관하고 있는 기관에서는 우수한 디자이너로 인정받게 된 추천 作家들이나 입상자들에게 해외 여행 및 시찰할 길을 좀더 적극적으로 마련해 주고 권장해 주는 것이 무엇보다 필요하다고 하겠다.

또한 입상작품과 우수한 작품에 대한 실용성을 各 企業體에 의뢰 협조하여 양산될 수 있는 계기를 마련해야겠다.

디자이너와 주최 기관에서 다 함께 바라고 염원하던 자체 대전시관도 세워졌다.

12년이라는 연륜도 쌓았고 미술이라는 한 속성을 벗어나 디자인 영역을 종합 과학화함으로써 새로운 계기를 이루기 위해 명칭도 산업디자인전으로 바꾸었다. 국가적인 차원과 지원정책으로 이루어지는 산업전인 만큼 우리 디자이너들이나 일반 산업계, 학계 모두가 관심을 갖고 보다 효율적이고 실질적인 효과를 거두기 위해서는 우리 모두가 의식하고 있는 方案들을 하나하나 실천해 나가는 것이 가장 바람직하다.

이러한 산업 디자인전을 통해서 유능한 디자이너를 발굴하여 양성시키고, 기업이 요구하는 우수한 작품도 속출할 것은 물론 우리의 産業디자인의 앞날은 밝다 할 것이다.

第12回 産業디자인展을 마치고

After Finishing the 12th Korea Design Exhibition

俞胤鎭

當센터 振興部長

■ 디자인界 宿願 卽 大展示館

이번 제12회 대한민국 産業디자인展(The 12th Korea Design Exhibition)을 마치고 나는 디자이너(designer)의 한 사람으로서 우리 모든 디자이너와 함께 감사하여야 할 일이 있다.

當센터의 理事長님께서 國際水準을 능가하는 700餘坪의 디자인 專門 大展示館을 지어 주시어 이번 第12回 産業디자인展을 열게 되어 우리 디자인界의 宿願을 풀게 되었다.

지금까지 11회의 디자인 展示會를 거듭하면서 이렇다 할 展示館 하나 없이 구걸하는 展示行事로 이어져 왔으며, 12回展은 그나마도 場所가 如意치 않아 東大門 綜合市場 바닥에 펼쳐놓을 뻔한 것을 생각할 때 이번 전시관 개관은 정말 다행한 일이 아닐 수 없었다.

이번 12回展을 열고 보니 우리 디자이너들의 珠玉같은 디자인 研究製品을 水晶塔 안에 펼쳐놓고 볼 때 먼 훗날까지 피어날 産業디자인의 요람이 될 것을 누구 하나 의심할 수 없으며, 너나

없이 감사함을禁할 길 없다.

많은 역경 속에서도 올해로 12回展을 이어온 産業디자인展을 내가 回想하며 반성하여 볼 때, 많은 成果를 쌓았으며, 앞으로의 기대 또한 적지 않다.

우선 우리 주위에서 디자인이라는 用語가 쓰여진 것이 그리 오래지 않은 것 같다.

■ 輸出政策과 産業디자인

2次大戰 後 아름다운 生活과 편리한 삶을 누리기 爲하여 무엇인가 편리하고 아름답고 새로운 道具(生活用品)를 願하게 되었으며, 여기에 더 많이 팔기 위하여 좋은 상품으로 편리하고 새로운 道具를 研究하고 開發하는 競爭時代를 맞이하여 産業의 Design이 重要한 問題로 부각되었다.

따라서 相對의 商品情報과 마케팅(Marketing) 情報의 競爭을 피할 수 없게 되었다.

現在 우리 디자인계는 輸出商品의 高級化와 新開發品으로 高價輸出化를 위한 國家政策에 副應

할 수 있는 水準의 디자인 方向으로 轉向하지 않으면 안 될 시점에 있다.

과거 우리나라의 産業은 1940年代의 外國으로부터의 원조 經濟에서 1950年代부터 서서히 눈뜨기 始作하여 手工業的인 産業으로 後進性을 면치 못하는 보잘것없는 것이었다.

그 무렵에는 디자인을 알지도 못하였고 필요치도 않았던 時期였으며, 外國製에 의존하거나 모방하는 것으로 足하게 여기었다.

그러나 資源이 不足한 우리로서는 무엇인가 輸出하여 外貨를 얻어야 하기에 人的資源을 근본으로 하는 産業구조로 명맥을 이어왔다.

그후 1960年代에 접어들면서부터 自立經濟에 기틀을 두고 점차 輸出化政策을 전개하여 外國技術의 導入과 바이어(Buyer)들의 注文이 늘어나고, 바이어 샘플(Buyer Sample)에 의존하여 生産하게 되었다.

政府에서는 産業디자인의 重要性을 인식하고 1966年度에 商工部 主催 大韓民國 商工美術展을 마련하게 되었는데, 이것이 최초의 디자인의 모임으로 되었다.

■ 綜合科學技術의 表現이다

디자인은 반드시 매카니즘(mechanism), 기능(function), 구조(structure), 확실성(reliability), 편리성(servicing), 産業性(production), 시장성(marketing), 經濟性(economics), 심미성(esthetics), 인간공학적 배려(human engineering) 등의 諸基本을 지니고 있어야 하나, 과거의 디자인은 이러한 제기본을 고려치 않은 경우가 많았다고 본다.

물론 産業體와의 연관을 이루지 못하여 생긴 거리와 디자인 教育面의 문제가 크다고 본다.

産業디자인(Industrial Design)은 앞에 말한 제기본문제를 바탕으로 한 표현이 되어야 하겠으며, 創意的인 道具의 表現으로서 自己만의 高집을 피해야 할 것이다.

디자인은 나 자신을 떠나서 만인의 공감을 얻을 수 있는 공유물이 될 수 있는 것이 가장 바람직한 디자인이라고 하겠다. 아울러 現代産業

디자인은 綜合科學이고 綜合技術의 表現이며, 보는 사람으로 하여금 所有慾을 느끼게 할 때 사고 싶은 마음을 낳게 하는 것이 産業을 키우는 디자인이 되겠다. 여기에는 디자이너의 디자인만으로 이루어지기가 힘들며, 産業界에서 資本과 技術의 투자가 있어야 되겠다.

■ 디자인은 産業의 核心

지금까지 열 두 번의 産業디자인展을 열고 보니 얻은 成果가 너무도 많다.

첫째로, 후진성을 면치 못하던 우리나라의 디자인을 향상시키었으며, 둘째로 各業體와 일반에게 디자인의 重要性을 인식시키어 왔다고 본다. 또한 産業디자인展을 통하여 各學界의 디자인 教育의 向上이 큰 수확이라고 하겠다.

현재 우리나라의 산업구조를 볼 때 이번 제12회 産業디자인展(The 12th Korea Design Exhibition)은 디자인 教育과 各業體에게 디자인을 인식시키는 데 머무르고만 있을 때는 지났다.

디자인은 어디까지나 産業의 핵심으로 鴻망을 좌우하는 重要な 것이다.

輸出商品의 高級化와 新開發品으로 高價輸出을 위한 國家政策에 부응할 수 있는 水準까지의 디자인으로 이끌어 올리지 않으면 안 된다.

아울러 産業디자인 教育과 産業디자인 研究는 産業과 분리되어 있을 수 없으며, 藝術的인 哲學과 자아 도취의 디자인에서 벗어나서 産業에서 必要로 하는 디자인과 未來의 創造와 先導的인 디자인이 되어야 하겠다.

그러기에 제12회展부터 商工美術展의 명칭이 대통령령으로 韓國産業디자인展으로 바뀌었다. 이것은 명칭만을 바꾸는 것이 아니며, 內實面에서도 많은 變化가 있게 되었다.

■ 研究品の 實用化는 큰 收穫

먼저 出品되는 디자인은 産業體와 共同研究 또는 業體와 連關하는 것을 원칙으로 하고, 심사위원 選定과 資格 및 審査方法 등 産業界를 적극 참여시키었다.

그러기에 지금까지 出品된 많은 디자인 研究品이 實用化되게 되었다. 이것이 가장 큰 수확이며, 産業디자인展의 目的을 達成시키는 結果가 되었다.

그리고 이 産業디자인展을 通하여 産業界와 일반에게 産業디자인에 對한 인식을 고취시키고, 디자인의 研究向上과 實用化 및 學界 또는 産業 디자이너와 産業體間에 共同으로 디자인 研究開發을 할 수 있게 하는 展示會도 되었다.

또한 産業界의 우수 디자인 商品을 出品시켜서 디자이너로 하여금 産業이 要求하는 生産의인 디자인과 情報를 터득할 수 있게 된 展示會로 제 공되었다.

이 産業디자인 展示會야말로 産業界와 디자인의 매개체가 되었으며, 서로간의 情報交換處가 되었다고 본다.

멀지 않아 100억불·200억 불 輸出時代에는 규모와 性質이 전혀 달라지게 된다. 여기에는 디자인과 기술의 축적과 좋은 材料에 사랑과 피를 쏟지 않고서는 國際競爭의 무대에 감히 나설 수 없을 것이다.

輸出先進國의 製品들은 하나같이 정신적 상황(vision)과 技術의 상황(technique)이 고차원적인 경지에서 잘 처리되었으며, 特히 生活 환경(utility)에 적응하여 혼신을 다한 디자인 研究 製品이야말로 높이 평가하여야 하며, 여기에는 産業體의 좋은 자료와 技術을 아끼지 않았다는 점을 잊어서는 안 되겠다.

■ 國際競爭에서 이기려면

이제는 우리 산업도 手工業的인 産業구조에서

自動化·量産化 體制를 갖춘 産業으로 發展하였으며, 運送機器類, 電子電氣, 重機工業 및 플랜트 産業 等 大型化된 産業이 되었다.

高級化를 이룩하고 新開發品을 생산하지 않으면 現代國際競爭에 뛰어들 수 없다. 現代는 産業戰爭의 武器로 새로운 디자인을 필요로 하는 時代가 되었다.

제12回 大韓民國 産業디자인展은 이러한 點을 考慮하여 더 나아가서는 우리 産業디자인의 未來像을 다듬어 놓은 展示會가 되었으며, 구상하는 모임이 되었다고 본다.

더우기 産業이 願하는 實用性 있고 독창성과 내실 있는 國籍이 확실한 디자인의 發表場이 되었다.

이와 같은 차제에 各 産業界에서는 海外支社와 세일즈맨을 통하여 해외 마케팅(Marketing) 情報과 디자인 情報를 수시로 수집하여 디자이너와 共同으로 資料를 分析하고 파악하며, 또한 共同研究하여 좋은 資料와 투자를 서둘러서 앞서는 産業디자인을 보일 수 있는 展示場이 되도록 노력하여야 하겠다.

産業디자인은 이 展示會를 통해서 좋은 디자인을 주고 받는 곳이 되어야 하며, 디자이너를 만나는 전시회로 되어야 하겠다.

끝으로 이번 展示會 出品現況을 살펴볼 때 全般的으로 穩當하게 發展되었으며, 지금까지는 學校나 學生들의 出品이 대부분이었으나 금번 第12回 産業디자인展부터는 一線業體에서 활약하고 있는 實務 디자이너의 實用化 전제의 研究品으로 채워지게 되었다는 것이 무엇보다도 큰 成果로 여겨진다.

디자인과 포장의 개선은 수출증대의 원동력

— 풍요한 80년대 수출 늘려 이룩하자 —

■ 포장개선을 통한 자원관리를 주제로 포장기술의 향상을 도모하고 상호협조 방안을 모색하기 위한 제 4 차 아시아 포장大會(Asian Packaging Federation)가 심 의환 상공부차관을 비롯, 朴忠勳 한국무역협회장, 안토니오 V·보노안 아시아 포장연맹회장, 金熙德 당 센터 이사장 등 관계 인사 다수와 아시아 포장연맹 회원국 대표, 그리고 국내 산업계 및 학계 대표 200여 명이 참석한 가운데 지난 10월 5일 상오 개막되었다.

이 대회에는 우리나라를 비롯, 일본, 홍콩, 스리랑카, 인도, 필리핀, 태국, 호주 등 8개국 대표들이 참석했다.

이번 서울 회의는 불베이를 필두로 시드니, 홍콩에 이어 4번째로 아시아 지역내 상호간의 포장기술 향상을 위한 협력방안 구축에 열핀 토의가 벌어졌고 특히 필리핀 대표로 참석한 아시아 포장연맹(APF)의 안토니오 V·보노안 회장은 포장대회야말로 아시아 지역 국가들의 기탄없는 의견교환으로 고차원의 아이디어가 탄생할 수 있는 광장이라고 말하기도 했다.

이 회의에서는 개발국들의 부족한 자원 관리 개혁이 급선무이며 개발국 경제성장에 기여키 위해서는 소비재 생산가격의 절감 및 판매비용의 절감이 요청된다는 데 의견을 같이하고, 선진제국의 우수한 포장기법 도입과 아울러 포장기술의 양성이 시급하다는 데 의견을 모았다.

6일 하오 폐막된 이번 APC 대회를 끝내고 회의성과와 앞으로의 전망, 각국 대표들의 의제 발표문을 집중기획으로 총정리한다……■ 〈編輯者 註〉

■ 第 4 次 亞細亞包裝大會決算報告書

■ 大會基調演說……ANTONIO V.

BONOAN

■ 各國代表 議題發表文

● 韓 國……金 熙 德

● 필리핀……ANTONIO V. BONOAN

● 日 本……KAZUO FUKUOKA

● 홍 콩……K.C. FUNG

● 印 度……M. CT. PETHACHI

● 호 주……P.G. WRIGHT

● 스리랑카……D.D.H.S.

WICKREMERATNE

■ 企業의 包裝 시스템 定立

□ 集中企劃 II / 第4次 亞細亞包裝大會



II. 아시아 包裝大會의 結成目的

- I. APF(아시아 包裝聯盟)의 設立
- II. 아시아 包裝大會의 結成目的
- III. 第4次 아시아 包裝大會
 - (1) 大會日程
 - (2) 참가자 名單
- IV. 아시아 包裝大會에의 提言 및 要望

I. APF(아시아 包裝聯盟)의 設立

APF(아시아 包裝聯盟)는 1966年度에 있는 東京 國際包裝會議의 宣言에 따라 아시아 地域 國家間의 包裝情報과 知識을 交換하고, 包裝産業發展을 위한 協力을 增進시키기 위하여 韓國, 日本, 菲律賓 등이 主唱하여 1968년에 設立된 機構로서 現在는 韓國, 日本, 香港, 泰國, 菲律賓, 斯里랑카, 印度 및 호주 등 8個 會員國과 싱가포르, 인도네시아, 파키스탄, 이스라엘 등의 4個 非會員國으로 構成되어 있다.

그리고 APF 機構에는 議長, 第1副議長, 第2副議長, 事務局長이 있고, 總會 및 理事會가 정기적으로 열리고 있다.

(1) 目的

가. 先進諸國의 經驗을 土臺로 아시아 地域 國家들의 包裝産業이 나아가야 할 方向을 摸索하고,

나. 先進諸國의 技術 및 情報를 보급·전파함으로써 아시아 地域內의 開發途上國의 包裝産業을 育成 發展시키며,

다. 各國의 産業發展을 目的으로 結成된 國際機構들을 아시아 地域의 包裝開發計劃에 적극적으로 참여시킬 수 있는 契機를 마련하고,

라. 包裝技術을 向上시키기 위해서는 아시아 國家間의 긴밀한 共同協力이 絶실히 要求됨을 인식시키며,

마. 아시아 地域 各國이 保有하고 있는 固有의 資源을 活用하도록 계몽하고자 하는 데 있다.

(2) 沿革

가. 第1次 包裝大會—1972年 1月 22日, 23日 兩日間 印度 孟買에서 開催되었으며, 이 大會에서는 「包裝과 공해」, 「適正包裝」, 「包裝標準」,

「包装材料 및 包裝機械」에 對한 事項들이 討議되었다.

나. 第2次 包裝大會—1974年 5月 21日, 22日 兩日間 오스트레일리아 시드니에서 開催되었는데, 發表主題는 「장래의 包裝」이었으며,

다. 第3次 包裝大會—1976年 8月 31日, 9月 1日 兩日間 홍콩에서 開催되었으며, 「世界包裝에 있어서의 아시아」라는 主題로 各國間에 研究發表 및 討議가 있었다.

III. 第4次 아시아 包裝大會

지난 10月 4일부터 8일까지 5日間에 걸쳐 서울에서 開催된 第4次 아시아 包裝大會(The 4th Asian Packaging Congress)는 아시아 地域의 包裝分野에 있어 커다란 行事로서 특히 本 行事가 서울에서 開催되었다는 데 큰 意義가 있다고 하겠다. 本 大會를 통하여 아시아 地域 國家間에 包裝技術과 產業發展을 위한 情報의 交換 및 相互協力 增進方案을 摸索하고 紐帶를 強化하는 데 있어서 커다란 成果를 거두었다. 그리고 會員國들이 당면하고 있는 包裝의 問題點을 相互討論하고 解決方案을 강구함으로써 包裝技術의 發展을 도모하고 各國의 產業發展에 기여하는 方案을 重點적으로 討議하였다. 또한 本 國際行事에 있어서 太平洋化學(株) 및 三和印刷(株) 등 國內 우수業體에 대한 產業視察을 함으로써 韓國의 經濟發展相을 紹介하고 더 나아가서는 韓國에 對

한 아시아 各國의 認識을 새롭게 하였다. 本 大會는 APF(아시아 包裝聯盟)이 主催하고, 韓國 디자인 包裝센터 主管下에 貿易會館 大會議室에서 開催되었으며, 「包裝改善을 통한 資源管理」(Management of Resources Through Better Packaging)라는 主題 아래 8個國에서 9名의 演士가 主題發表를 하였고, 이에 對해 發表者와 Audience 間의 質疑·應答式의 진지한 討論이 있었으며, 前 大會에 比하여 비교적 積極적이고 활발한 討論이 이루어졌음은 바람직한 面이었다. 또한 世界的인 斯界의 包裝 전문가를 特別강사로 초빙하여 先進諸國의 包裝에 對한 最新 情報를 경청할 수 있었다.

本 行事期間中 第18次 아시아포장연맹理事會가 10月 4日 午前 10時에 當센터 3층 회의실과 10月 6日 午後 3時 貿易會館 22층 별실에서 2차에 걸쳐 열렸으며, 금번 理事會의 主要案件은 次期 包裝大會의 開催日程과 主題의 決定과 이스라엘의 會員加入 申請안에 對한 처리방안이였다.

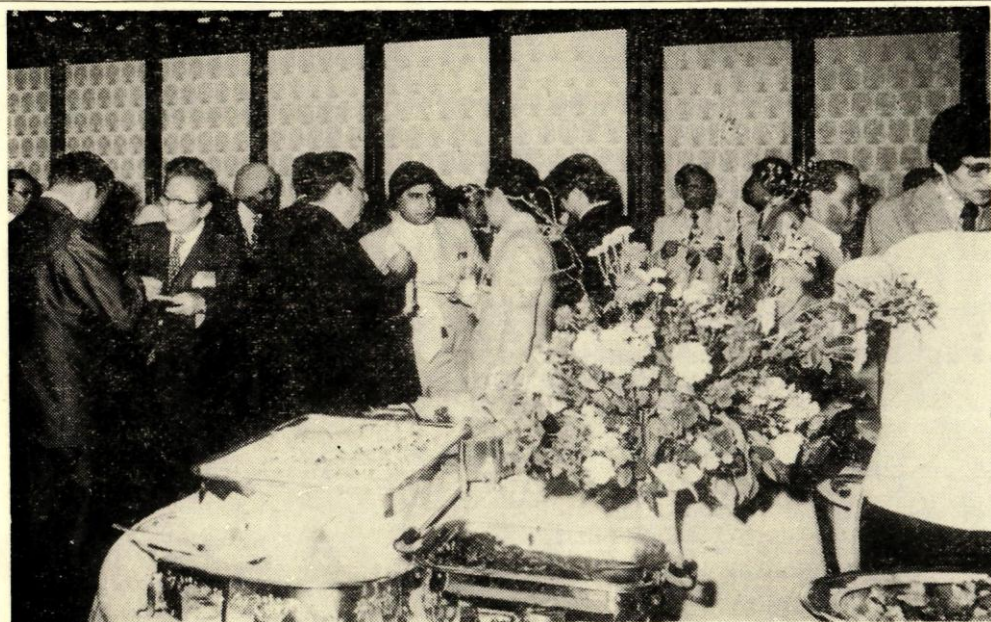
첫째 안건에 對해 各 會員國 代表들이 다양한 主題를 제의하였으나 意見의 一致를 보지 못하여 本 理事會 期間中에는 決定을 하지 않고 保留하고, APF 會長이 本國에 돌아가 필리핀측 이사회와 討議한 후 日程, 場所, 主題 등을 次期 이사회에서 公式 通告하기로 하였다.

또한, 이스라엘의 會員國 가입안은 이스라엘의 지역적·정치적인 특수성을 감안하여 次期 이사회에서 승인 여부를 결정짓기로 하였다.

(1) 大會日程

月 日	時 間	行 事	備 考
10.4(火)	10:00~12:00	第18次 아시아包裝聯盟理事會	KDPC 會議室
	12:00~14:00	中 食	
	14:00~16:00	第12回 産業디자인展 觀覽	KDPC 展示場
10.5(水)	09:00~09:30	參加者 登錄	무역회관 대
	09:30~10:00	第4次 아시아包裝大會 開會式	회의실(9층)
		환 영 사...KDPC 理事長	
		致 辭...商工部長官	
		기조연설...APF 會長	
	10:00~10:20	Coffee Break	
	10:20~10:30	議長團 選出	
	10:30~10:50	호주 代表 P. G. Wright 주제발표	
	10:50~11:10	홍콩 代表 K. C. Fung 주제발표	
	11:10~11:30	討論(호주·홍콩 발표에 대해)	

月 日	時 間	行 事	備 考
10.6(木)	11:30~12:10	招請講士 Dr. W.P. Fornerod 發表	
	12:10~14:00	中 食	
	14:00~14:20	印度代表 M. CT. Pethachi 發表	
	14:20~14:40	印度代表 Prof. R.K. Chowdhary 發表	
	14:40~15:00	日本代表 Kazuo Fukuoka 發表	
	15:00~15:20	討論(印度・日本 發表에 대해)	
	15:20~15:40	Coffee Break	
	15:40	講士 Sture Östlund 發表	
	10:00~10:20	KDPC 代表 主題發表	
	10:20~10:40	필리핀 代表 Antonio V. Bonoan 主題發表	
	10:40~11:00	討論(韓國・필리핀 發表에 대해)	
	11:00~11:20	Coffee Break	
	11:20~12:00	招請講士 Yoshikane Mito 發表	
	12:00~14:00	中 食	
	14:00~14:20	스리랑카 代表 Wickremeratne 發表	
	14:20~14:40	討論(스리랑카 發表에 대해)	
	14:40	閉 會	
		閉會辭...KDPC 理事長	
		인사말...APF 會長	
10.7(金)	09:30~10:30	삼화印刷 訪問	
	11:00~12:00	太平洋化學工業(株) 訪問	
	13:00~14:30	中食(水原 Country Club)	
	14:30~16:00	民俗村 觀光	
10.8(土)	10:00~12:00	秋季 交易展(KOTRA 主催) 관람	



(2) 參加者 名單

本大會에는 APF 會員 7個國 代表와 名譽會員 2名, 招請講士 3名 및 國內外 人士 약 150名이 참가하였다.

◇ 외국인 참가자의 名單은 다음과 같다.

가. APF 會員國 代表

- 오스트레일리아 { P.G. Wright
F. Du Bourg
- 홍콩 { K.C. Fung
C.S.O. Chan
- 인도 { M.C.T. Pethachi
B.K. Chowdhary
- 일본 { Kazuo Fukuoka
Akira Sueno
- 한국 { Heeduk Kim
Jin Pill Ha
- 필리핀 { Antonio V. Bonoan
- 스리랑카 { D.D.H.S.

Wickremeratne

(회원국인 타일랜드는 사정에 의하여 不
參했음)

나. 명예회원

- Mrs. Susan Yuen (홍 콩)
- Moto Kono (日 本)

다. Observer

- Harry Diah (인도네시아)
- Uri Savir (이스라엘)

라. 招請講士

- W.P. Fornerod (네델란드)
- Yoshikane Mito (日 本)
- Sture Östlund (스웨덴)

IV. 아시아 包裝大會에의 提言과 展望

1977年 10월에 서울에서 개최된 第4次 아시아 포장대회에 이어 1978년에는 필리핀에서 차기 포장대회를 개최할 것을 第18次 아시아包裝聯盟 理事會에서 결정한 바 있다. 4차에 걸쳐 개최된

아시아 포장대회는 개최국의 事情에 따라 제각기 特色이 있었다. 그러나 앞으로의 아시아 포장대회는 그 근본 취지 및 목적하는 바를 보다 효과적으로 達成하기 위해서는 몇 가지 再考하여야 할 點이 있다. 主題 및 副題의 選定을 포함해 本大會의 內容이 과연 audience의 성격과 취향에 맞는 것인가를 검토할 필요가 있다고 본다. 本大會에 參加하는 audience를 大別하면 우선 포장 기술자(Packaging engineer), 포장 진흥업무 관계자 및 其他 人員의 3部類로 구분된다. 따라서 이들 3大部類의 audience를 同一한 장소에서 同一한 方式下에 共通의 滿足시키기란 거의 不可能하다. 그러므로 앞으로의 아시아 포장대회는 이들 3部類의 audience를 同時に 만족시킬 수 있는 새로운 方法을 모색하여야 함은 물론 포장 관련업체의 고위 경영자들과 일반 산업인들을 많이 참여시킴으로써 포장의 중요성을 각성시켜야 할 것이다. 서로 다른 部類의 audience의 취향을 모두 만족시키기 위해서 다음과 같은 方法이 있다. 이번 서울에서 열린 포장대회 때 시도했듯이 포장 기술자 및 진흥업무 관계자들을 위해 利害關係를 같이하는 사람들이 공동이익을 위해 意見을 교환하고 相互討議할 수 있는 Congress를 1~2일에 걸쳐 개최하고 다음 1일간은 일반 산업인들을 위해 한두 산업체를 선정 방문함으로써 非專門家들로 하여금 本大會에 대한 관심과 흥미를 가질 수 있게 한다면 서로 다른 audience를 均衡하게 滿足시킬 수 있고, 따라서 本大會를 통해 一石二鳥의 效果를 보는 것이 될 것이다.

또한 앞으로의 포장 대회는 audience의 범위를 확장시켜, 포장에 대한 지식이 필요한 산업인들을 보다 많이 참여시킨다면, 국가발전과 더 나아가서는 세계산업의 발전에 기여할 수가 있으리라고 믿는다.

사람은 자연보호

자연은 사람보호

基調演說

Keynote Address

大部分의 亞細亞國家에서 뜻깊은 이 國際行事에 代表로 參席하신 이 大會는 참으로 慶事스러운 모임입니다.

本人은 먼저 이 자리를 빌어 이번 第4次 亞細亞包裝大會가 열리기까지 卓越하신 指導力으로 이 大會를 마련해 주신 金熙德 將軍이 이끄는 韓國디자인包裝센터에 敬意를表하며, 아울러 이 大會가 成功裡에 끝나기를 바라는 바입니다.

本大會의 主題인 “包裝改善을 통한 資源管理”는 社會生態學에 關心이 高潮되고 있는 이 時期에서 볼 때, 公害問題로 苦心하는 現實에서 많은 사람들에게 커다란 關心事가 되고 있으며, 특히 環境保存問題는 지금처럼 심각한 問題로 대두된 적은 일찍이 없었습니다.

좀 아이러니칼한 말이지만 그 나라의 發展의 尺度는 1人當 종이 消費量에 따라 測定되는 것으로 생각되어 왔습니다.

大多數 開發途上國家들이 未開發 狀態에서 脫皮하는 過程에서 이 環境公害問題는 現實으로 當面하는 重大한 問題인 것입니다.

더 많은 包裝材가 消耗되면 더 많은 폐기물이 버려지게 되고, 이것이 再生되지 않는 限 公害問題는 克服할 수 없는 問題가 되는 것입니다.

필리핀에서는 골板紙, 紙類, 플라스틱 空罐 公병들을 包含하여 버려진 包裝材의 80~85%가 再生되고 있습니다. 이와 같은 것은 開發途上國家에서는 흔히 있는 일이고 先進工業國家에서도 폐기물의 再生이 큰 問題로 간주되고 있습니다.

나는 이번의 이 包裝大會에서 우리가 期待하는 目標을 適切히 達成할 수 있기를 바라며 本大會를 盛況裡에 갖게 해 주신 韓國디자인包裝센터와 金熙德 將軍의 組織의인 能力에 거듭 感謝를 드리는 바입니다.

會長 ANTONIO V. BONOAN

石油波動으로 因하여 高度로 工業化된 國家들의 많은 製品價格이 引上되고 있는 지금이야말로 固有原資材로 만든 包裝材가 더 經濟的이고 同時에 包裝機能을 더 適切하게 充足시킬 수 있도록 檢討할 適切한 時期인 것 같습니다.

필리핀의 各處에서 生産되는 靚과 마닐라삼의 纖維, 중려나무와 대나무 등 豊富한 固有原資材의 活用問題를 考慮할 때 이들 材料를 試驗하고 研究함으로써 包裝材로 開發할 수 있고 國內市場뿐만 아니라 輸出商品의 包裝材로서 選擇될 가망이 있는 것으로 믿고 있습니다.

여기에서 本人은 本大會의 活氣를 계속 維持시키기 爲하여 몇 가지 提議를 하고자 합니다.

包裝材는 보편적으로 종이가 많이 使用되고 있고 이것은 나무, 대나무, 마닐라삼 등으로부터 生産되므로 貴重한 나무를 무차별하게 伐木함으로써 急速도로 헐벗어 가는 山林을 잘 管理하고 保護하는 措置가 採擇되어야 하겠습니다.

本人은 本大會에서 資源을 保存하는 所期の 結論에 到達하고, 특히 헐벗은 산을 푸르게 하는 確固한 方案이 採擇되길 渴望하는 바입니다.

萬一 여러분들께서 양해해 주신다면 第5次 亞細亞包裝大會를 우리 大統領에 依하여 宣布된 包裝週間과 일치하는 1978年 11월의 2번째 주에 本人의 나라에서 開催할 것을 提議합니다.

그리고 이 자리에서 本人은 필리핀 包裝協會를 代表하여 本大會에 參席하신 모든 代表들을 招待하고자 합니다. 필리핀 大會가 비록 이곳에서 열리고 있는 것과 같이 成功的인 大會가 되기는 어려우나, 金將軍께서 準備하신 것과 같이 잘 해 보도록 努力하겠습니다.

感謝합니다.

1977年 10月 5日

包裝合理化 方案으로서의 Unit Load System

Unit Load System as a Means for the Rationalization of Packaging

韓 國
金 熙 德

Oil Shock 는 우리에게 資源의 有限性을 實感케 함과 同時에 消費가 美德인 思考方式에 制動을 걸게 하였다. 그러나 그 衝擊이 아무리 컸다 하여도 大量生産, 大量消費의 패턴을 바꾸기까지는 이르지 못하였다. 各國의 GNP 는 繼續 늘어가고 商品生産은 더욱 多樣化·大量化의 樣相을 띠게 되었으며, 이에 따라 包裝을 中心으로 한 物流費用도 늘어나는 傾向을 나타내고 있다.

物流費用의 增加는 商品原價를 한층 올리게 되므로 物流費用의 節減은 곧 商品의 競爭力을 強化할 수 있는 契機이라고 할 수 있겠다. 物流費用中 가장 많은 몫을 차지하는 包裝의 合理化로 企業利潤을 提高시킬 수 있다 함은 當然한 論理의 歸結이라 하겠으며, 또한 有限한 資源을 效率的으로 管理할 수 있는 手段이라 보지 않을 수 없을 것이다.

包裝合理化로 物流費用의 總合的인 原價節減을 가져오게 하는 Unit Load System 採擇에 있어 韓國은 아직 積極的인 움직임을 보일 수 있는 與件이 이루어지질 못하고 있으나, 4次 經濟開發計劃이 끝나는 1980年代에 들어서면 그 基盤이 確固해질 것이 分明하다. 一部 企業에서는 이미 Unit Load System 의 效率的인 運用으로 많은 企業利潤을 얻고 있으나, 大部分의 경우 아직 檢討段階에 있는 實情이다.

I. 韓國에 있어서의 包裝合理化運動

1) 動 機

大概 先進工業國家에서 包裝改善問題가 產業界에 提起된 動機는 大量生産, 大量消費, 大量流通時代에 適應한 流通의 合理化, 即 包裝을 中心으로 輸送, 保管, 荷役을 內容으로 하는 物的流通(P.D)經費의 節減과 疏通의 迅速을 期하려는 데 있다고 할 수 있겠다.

韓國의 境遇도 根本的으로 例外일 수 없으나 若干 그 焦點을 달리하고 있다고 보겠다. 그것은 大量流通에 隨伴하는 P.D Cost 問題를 다루기에 앞서 輸出振興을 爲한 商品의 價値를 높이기 爲해 單位包裝의 Package Design 의 開發과 輸送容器로서의 外包裝의 保護度 維持를 爲한 研究開發에 力點을 두지 않을 수 없는 現實에 놓였었던 것이다.

따라서 韓國에서의 包裝改善運動은 輸出產業의 發展과 軌道를 같이하고 있다고 할 수 있을 것이다.

第1次 經濟開發 5個年計劃의 初年度인 1962년부터 伸張되기 始作한 輸出高의 量的인 增加에 따라 構的으로 큰 變化를 가져오게 된 것이 包裝產業의 發展과 깊은 因緣을 갖게 된 것이라 할 수 있다. 또한 輸出商品의 種類가

構造의으로 變移됨에 따라 包裝은 自然包裝材로부터 木板紙, PE, PVC, PP, Poly Cello, OPP 等 各種 合成樹脂製 필름과 金屬缶 等 各種 加工材의 開發을 促進하게 되었으며, 이른바 包裝革命이 韓國에서도 일어나게 된 것이다.

이와 같은 材料의 革命은 둘째로 包裝에 對한 認識의 面과 세계 包裝技法 및 作業方法, 네째 輸送荷役方法과 裝備에 이르기까지의 革命을 불러일으키게 되었다.

이러한 諸般 變化는 이를 專門의으로 研究하고 先進國들의 發展된 技術을 導入하여 韓國의인 環境에 맞추어 業界에 普及해야 할 專門研究機關의 必要性을 느끼게 하여 政府의 配慮로 韓國디자인包裝센터가 設立되게 되었다.

이와 같이 KDPC는 政府의 強力한 뒷받침 아래 包裝의 材料開發로부터 技法研究와 指導에 앞장서고 있으며, 經營哲學의 권위자인 피터 드라커(Peter Dracker) 博士가 말한 經濟에 있어서의 暗黑大陸(Economy's Dark Continent)과 같은 物的流通(Physical Distribution) 分野 開拓의 先鋒에 나서고 있다.

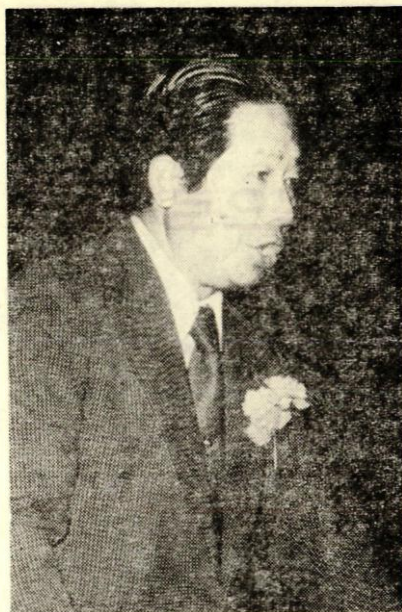
KDPC의 指導者들은 일찌기 日本의 産業人들이 “2次大戰의 敗因은 包裝에서였다”라는 슬로건 아래 包裝改善에 非常한 努力을 기울여 오늘날의 繁榮을 갖게 된 데 對한 先例를 銘心하고, 韓國産業의 發展은 包裝의 改善으로부터임을 強調하면서 業界에 呼訴하여 왔다.

그리하여 韓國의 包裝産業은 날로 發展하고 있으며, 1人當 國民所得도 이제 700달러를 上廻하기에 이르렀다. (1977)

2) 推進經緯

가. 標準化 作業

當센터가 設立됐던 해인 1971년부터 包裝合



〈包裝 합리화 方案을 力說하는 金熙德 韓國 대표〉

理化 運動推進의 始發로서 包裝의 標準化 作業을 始作하였으며, 이 作業은 첫째, 國內外에서 流通되는 各種 包裝容器의 規格을 檢討 分析, 치수의 標準化를 圖謀하며, 둘째, 商品 하나하나에 對한 디자인과 包裝問題가 重要하나 이에 못지않게 商品이 運搬되는 데 따른 諸般 與件을 보다 合理化하여 一貫 作業을 함으로써 商品의 損傷 없는 保護, 保管, 輸送을 통한 Total Cost의 節減을 期하는 한편 對外的으로 韓國商品에 對한

이미지를 부각시키는 것이다.

나. 流通改善 10年 計劃

첫째, 第1次年度에는 包裝, 輸送, 保管, 荷役의 分野別로 懇談會 形式의 會議을 열어 流通分野의 改善을 爲한 意思疏通으로 組織의인 管理가 이루어져야 하며,

둘째, 第2, 3, 4, 5次年度에는 第1次年度에 構成된 各分野의 機構가 具體的인 代案을 作成, 그를 實踐할 수 있는 與件을 年次別로 施行해야 한다.

셋째, 나머지 5個年에는 이와 같은 計劃의 成熟期로서 完全한 Intermodal System이 될 수 있는 組織이 이루어져야 한다.

3) Unit Load System 化

物的流通(Physical Distribution)의 四大支柱인 包裝, 輸送, 保管, 荷役의 諸機能이 施設, 裝備와 더불어 作業過程이 고루 近代化되지 않고는 物流(P.D)의 合理化를 期할 수 없음은 再言의 餘地가 없다.

大量流通時代의 物流의 手段은 되도록 사람의 손을 거치지 않고 Crane, Forklift 및 Conveyor System의 採擇에 依한 運搬, 荷役作業의 機械化時代로 바뀌고 貨物을 發送地로부터 到着地까지 一貫 Pallet 輸送方式으로 바꿈으로

써 時間과 勞力과 經費의 Loss 를 줄이는 方法, 이른바 Unit Load System 을 採擇하고 있다. 또한 生産工場으로부터 消費者의 窓口까지 文字 그대로 from door to door 로 責任 있는 一貫輸送을 爲한 Container 의 開發에 依해서 包裝, 輸送, 保管, 荷役作業의 機械



化時代가 到來됨에 따라 Pallet Container 에 맞는 包裝 치수의 標準化·規格化는 勿論 이의 運用에 適應한 貨物集荷場의 構造, 其他 附帶施設의 改善이 뒤따르지 않으면 本然의 效果를 期待할 수 없게 된다.

이와 같은 業務의 遂行에는 반드시 이를 뒷받침할 수 있고 이를 擔當 研究할 수 있는 要員의 養成이 必要함은 더할 나위 없다.

KDPC 에서는 草創期부터 每年 5~6회 以上の 最高經營者 및 中堅幹部를 爲한 세미나를 實施하고 있으며, 每年 1회씩 包裝管理士 教育을 實施함으로써 包裝合理化와 流通合理化를 期할 수 있는 要員을 養成시켜 基本的인 底邊擴大에 힘써 왔으며, 定期的인 研究事業을 進行하고 이에 對한 結果를 實際 全企業에 普及하고 啓蒙을 實施하여 왔다.

특히 近年에 와서는 企業自體가 積極的인 움직임을 보여 一部 企業에서는 包裝에 對해 比상한 관심을 가지고 自社의 包裝規格을 作成, 標準化 事業과 包裝合理化를 爲한 包裝改善作業을 이미 進行中에 있으며, 그 外에도 全體的인 流通 System에 對한 改善作業과 包裝改善研究, 包裝의 規格化 作業을 進行中이거나 準備하고 있는 企業은 前述한 바와 같이 韓國 全體企業의 約 40% 以上을 占하고 있다.

이와 같은 省資源, 省力化를 大前提로 한 包裝改善과 包裝合理化는 KDPC가 主動이 되어 實施된 結果 이는 各 企業體 사이로 蠶食되어

가고 있어서 멀지 않아 單位貨物 流通體制로 轉向될 것이며, 이러한 社內規格이 國家規格化하여 가고 있다.

II. 問題點과 展望

Unit Load System 의 適用을 爲한 모든 包裝貨物의 Pallet Container System 採擇에는 많은 問題點이 대두되고 있다. 包裝의 標準化, 規格化, Module 化와 施設, 國內道路의 整備等 諸問題는 Pallet Container System 採擇과 병행해서 改善 合理化되어야 함은 勿論 資金과 技術이 뒤따라야 되겠다.

1) 包裝의 規格化와 標準化

Pallet Container System 採擇에 가장 重要한 問題로 대두되는 것이 包裝의 標準化 問題이며, 1970年度부터 KDPC 를 始發로 해서 現在는 多數의 企業에서 이러한 作業을 施行中에 있으나 좀더 積極的이고 과감하게 施行을 하여야 한다. 이로 因한 利點을 몇 가지 列擧해 보면 다음과 같다.

가. 積載効率が 좋다: Pallet Container 의 制限된 空間을 最大限 利用할 수 있으므로 各科 輸送手段別 積載効率が 크다.

나. 運賃 및 保管費의 節約: 不必要한 空間을 排除하므로 輸送에 있어서 運賃을 節減할 수 있으며, 倉庫保管에 있어서 制限된 面積을

最大限 利用하므로 保管費가 節約된다.

다. 在庫管理를 하기 쉽다: 一定한 規格의 包裝貨物은 在庫把握에 便宜를 提供한다.

라. 包裝材料確保가 容易하다: 包裝 치수의 標準化가 設定되면 製品別 包裝材料의 備蓄 및 選擇이 便利하다.

마. 時間의 節約: 必要한 規格의 發注 및 加工의 迅速化를 期하고, 一定한 Lot에서 오는 荷役時間을 節減할 수 있다.

바. 荷役能率의 向上: 包裝의 標準化는 一定한 Lot로 移動하기 便利하므로 荷役能率을 向上시킨다.

2) 荷役裝備의 近代化와 勞使問題

어느 國家이건 于先 自動化·機械化에 第1次的으로 따르는 問題는 機械化로 轉向했을 때의 勞使問題이다. 韓國에 있어서도 이러한 問題는 例外가 아니어서 1970年代 初半期에는 부두 勞組를 비롯한 人力荷役을 取扱하는 團體에서의 強力한 反對에 부딪혔으나 重化學工業等 諸般 産業의 發達로 因한 雇傭增大로 人件費 上昇 및 이 勞務分野에 該當되는 人力의 他産業으로의 轉向으로 이것을 圓滑히 解決되는 方向으로 나아가게 되었다.

3) 一貫協同輸送體體의 確立 (Intermodal Transportation System)

Pallet Container 貨物은 勿論 一般貨物輸送에 있어서 輸送手段別 協同體體의 確立이 重要한 것이다.

即 貨物自動車, 貨車, 船舶, 貨物 비행기의 順으로 貨物輸送이 一貫될 수 있어야 되겠다. 이에 對한 問題가 지금 많이 改善되어 있으나, 아직도 이러한 一貫流通 System이 잘 안 되고 있어 必要 以上の 經費가 支出되고 있다.

4) 倉庫構造의 改善

制限된 倉庫의 面積을 最大限 利用할 수 있

도록 貨物積載方法을 現代化하고 Pallet 貨物保管에 便利한 構造로 改善해야 되겠으며, 貨物의 先入先出(FIFO System)을 爲한 積載와 在庫管理에 識別하기 쉬운 Marking 制度를 活用해야 되겠다.

5) 包裝檢査制度의 緩和

Pallet Container 化된 貨物에 對해서는 現行 包裝檢査規定(包裝強度 試驗)을 緩和해 주는 것도 業界의 Pallet Container 利用을 권장해 주는 方法의 하나로 생각된다.

6) 地域의인 條件改善

國內道路整備問題가 가장 時急하다고 하겠지만, 于先 生産企業體 工場進入路의 鋪裝과 Container けん인차가 工場倉庫까지 들어갈 수 있는 條件이 具備되어야 한다.

韓國의 여러 곳에 新設된 工業團地 以外의 大多數의 工場進入路가 협소하여 Container けん인차가 直接 工場 内部나 倉庫까지 들어가지 못하고 있다.

이것은 業體 自身이 重要性을 認識, 誠意가 있으면 곧 解決方案이 樹立될 것이다.

7) 流通業者의 姿勢

包裝, 輸送, 荷役, 保管分野의 流通業者는 各者 自己 分野의 近代化 方案을 研究하여 業界에 普及하고 이를 制度化함으로써 流通原價의 節減과 實利를 얻도록 努力해야 될 것이며, 相互 改善方案을 綜合하여 政府當局에 實用化를 建議하여 流通合理化를 도모해야 될 것이다.

8) 政府機關의 協助

物的 流通構造의 改善은 어느 研究團體, 流通學者, Maker의 獨斷으로서는 이루어질 수 없는 것으로서 該當 政府機關의 積極의인 協助介入이 切實히 要望된다.

.....내 힘으로 키운 나라.....
.....내 손으로 지키자.....

包裝改善을 통한 資源管理

Management of Resources through Better Packaging

필 리 핀

ANTONIO V. BONOAN

이번 大會의 主題인 “包裝改善을 통한 資源管理”는 너무 廣範圍하기 때문에 本人은 紙類 및 板紙에 對한 特殊分野만을 重點적으로 다루기로 했습니다. 여러분도 아시다시피 라벨·板紙·包裝紙 및 카톤 등은 包裝材로서 가장 널리 使用되고 있습니다. 여러분이 슈퍼 마켓에 가게 되면 그 선반에 陳列되어 있는 商品의 殆半이 紙類와 板紙로 包裝되어 있는 것을 發見할 수 있을 것입니다. 이러한 包裝材들은 대개 廉價의 材料로 製造되어 있으므로 흔히 消費物資의 包裝과 그 容器로 使用되고 있습니다.

紙類와 板紙를 包裝材로 選擇했을 때의 利點을 살펴보면, 이러한 包裝材들은,

- 1) 여러 等級으로 生産될 수가 있고 多樣的 形態로 轉換할 수 있으며,
- 2) 다른 材料와 合하여 合成된 製品을 만들 수 있으며,
- 3) 再生 可能한 原資材에서 生産된 唯一한 包裝材이며,
- 4) 變化性 있는 여러 가지 不透明 製品을 만들 수 있으며,
- 5) 輸送用 箱子나 골板紙 箱子로 이용하기에 適切하며,
- 6) 단단한 包裝紙로 轉換 可能하며,
- 7) 變化性 있는 溫度에 견뎌 낼 수 있는 特徵을 保有하고 있으며,
- 8) 再生 可能하며,

9) 生物學的인 處理를 해서 分類할 수 있다는 것을 알게 됩니다.

위에 列舉한 모든 理由로 여러분들은 包裝材로서의 이 重要한 資源을 確保하는 데 細心한 注意를 기울여야 한다는 점에 同感할 것으로 믿습니다.

包裝材 종이의 生産에 使用되는 主要 天然 資源은 森林(紙類 및 板紙)·대나무·아바카·짚·바가세와 木草 줄기 등이 될 것입니다. 包裝用 原資材 生産에 必要한 資源이 그 나라에 없다면 모든 重要包裝을 위해 于先 첫 段階로 必要한 資源을 海外에서 調達해야만 하는 不利한 位置에 處하게 됩니다.

그러나 오늘날 制限된 量의 資源 및 에너지 保存이 重要한 政治·社會의 問題로 擡頭되고 있다는 것을 알 때, 이러한 原料生産이 可能한 나라는 保有資源의 思慮 깊은 管理를 해야 할 것이라는 데는 再論의 여지가 있을 수 없는 것입니다.

어떤 商品은 包裝과는 關係없이도 販賣될 수 있는 反面, 어떤 것은 좀 지나치게 包裝되어 있거나 裝飾役割을 하고 있는 것도 事實입니다. 事實 市場에서의 熾烈한 競爭은 多量의 콘테이너 디자인과 生産에 있어 經濟的인 材料使用이 가장 基本的인 考慮事項임을 證明해 주는 것이 됩니다. 化粧 비누의 境遇, 包裝用紙의 두께 및 重複部分을 줄이고 板紙의 硬도를 줄임으로써 使用되는 總包裝 原料量은 最近 몇

年 사이에 急激히 減少되고 있습니다. 一般的으로 가장 많이 過大包裝을 하는 것은 大部分化粧品類이며, 이러한 產業에 直接 關係하는 사람들은 종종 그들의 商品이 特殊性을 지닌 것이라고 主張하면서 그들의 主張을 正當化시키고 있고, 그들 商品의 內容物이 高價品이라는 것을 考慮하면 使用者의 손에 들어간 商品들이 終局에는 오히려 좋은 評을 듣는다고 確信하고 싶어하는 것입니다. 洗練된 化粧品包裝은 販賣市場에서 종종 좋은 마케팅 道具의 役割을 해 주기도 합니다.

언뜻 보기에 過大包裝을 했다는 것을 立證할 수 있는 充分한 理由가 있음을 다음 例證에서 쉽사리 볼 수 있습니다.

1) 比較的 비싼 製品인 면도날·玩具·카세트 및 其他 小型製品들은 板紙에 眞空包裝을 해서 팔리고 있는데, 이 包裝은 조그마한 製品에 眞空包裝을 하여 크게 만듦으로써 商店의 損도둑을 防止키 爲해 考案된 것입니다.

年間 數百萬弗씩 盜難當하는 金額은 小賣店 또는 消費者가 結局 負擔하여야 하는 것입니다.

眞空包裝은 나사못 같은 작은 鐵物製品을 包裝키 爲해서도 使用되고 있으며, 이것은 時間을 節約해 주고 商店에서 在庫把握하는 일을 덜어 주며, 또한 製品들이 슈퍼 마켓에서 有用하게 취급될 수 있도록 도와줍니다.

2) 서어츠는 數年 동안 陳列하기 쉽도록 핀으로 固定시켜 板紙로 包裝하여 왔으며, 一流 包裝業者들은 市販用 서어츠에 플라스틱 包裝을 하고 뒷면에 板紙를 대어 판을 없앴습니다. 그러나 아직도 많은 서어츠들이 膳物用으로 購買되기 때문에 消費者들은 如前히 좀더 華麗한 包裝을 擇하고 있는 實情입니다.

3) 치약·面刀 크림·軟膏劑 등은 튜브로 包裝해서 팔고 있으며, 각 튜브는 板紙箱子로 包裝되어 있습니다.

이 튜브는 商品을 效率의으로 流通시킬 수 있게 하지만, 保護箱子 없이 運送되는 境遇 쉽게 破損될 危險性이 있습니다. 이 箱子는 小賣商店에 있어서도 선반에의 保管을 容易하게 해주기도 합니다.

4) 감자깄은 흔히 特大型 봉지 속에 包裝하



〈力說하는 필리핀 대표 안토니오·보노안〉

여 팔리고 있으며, 봉지 內의 空氣는 輸送·保管·荷役時 생기는 破壞를 防止해 주는 역할을 합니다.

5) 아침 食事用 穀類·비누가루 및 其他 密度가 낮은 가루 製品類들은 充填生産, 他人에 依하여 包裝되고 輸送 및 荷役時는 內容物이 움직이지 않도록 包裝해야 합니다. 板紙包裝은 바깥쪽으로 배가 불려져 흔히 包裝時에 위까지 팍 채우지 않은 것처럼 보입니다.

大部分의 多國籍企業 會社들은 自社의 모든 包裝에 對해 週期的인 再檢討를 하기 爲한 委員會를 構成하고 있으며, 이의 目的은 商品의 原價를 節減키 爲해 包裝原價를 낮출 수 있는 方法을 摸索하는 데 있습니다.

이따금씩 臨時變通으로 包裝의 主目的에 벗어나지 않는 範圍內에서 低廉하면서도 아주 低質이 아닌 包裝材로 代置함으로써 終結을 짓기도 합니다.

實例를 들면: 乾電池 배터리의 境遇 24개가 들어 있는 箱子를 小型 골板紙 카톤에다 包裝하고, 이런 小型 箱子 12개를 다시 輸送用 箱子인 좀더 큰 골板紙 箱子에 包裝하고 있습니다. 또한 골

板紙 箱子の 破裂
強度를 300lbs~
200lbs로 削減시
킴으로써 相當한
費用節減을 가져
왔습니다.

一般的으로 包
裝産業은 그 나라
에 保有된 總資源
의 少量만을 使用
할 뿐이며, 包裝
紙類의 境遇 保有
된 木材의 10% 未
滿이 겨우 利用되
고 있는 것으로 推
定되고 있습니다.

그러나 이것은 그 나라의 總所要量의 側面에
서 考慮되어야 하며, 그것이 바로 包裝産業이
資源의 損失만을 歎息할 것이 아니라 그 나라
가 包裝을 爲한 資源을 더 節約할 수 있는지
에 對해 檢討 努力해야 하는 것입니다. 包裝
된 商品이 한번 消費者 手に 들어가면 包裝은
消費者에게 不必要한 것이 되나, 開發途上國
에서는 이렇게 廢棄된 包裝이 그리 큰 문제거
리가 되지 않습니다. 그 理由는 그러한 包裝
箱子들은 木材容器 生産을 爲해 利用할 수 있
기 때문입니다. 即, 카톤이나 골板紙는 라이
닝(Lining)이나 瓶과 같이 多様な 目的으로 使
用할 수 있으며, 유리병은 家庭用具 一部로 쓰
여지기 때문입니다. 그러나 先進産業國家의
境遇는 柔軟包裝·골板紙·板紙강통·1回用
유리瓶·곤·箱子 및 其他 奢侈스런 包裝으로
因한 包裝廢棄物이 問題視되고 있고, 이러한
包裝廢棄物 處理問題는 生活水準을 向上시키
고자 하는 環境研究家들을 괴롭혀 왔습니다.

基本的으로 環境을 保存하기 爲하여 高度로
發展된 國家들은 勿論, 開發途上國들도 廢棄
物을 再生하지 않으면 안 되게 되었으며, 低開
發國家들에 있어서 이 回收過程이 보다 成功
的으로 成果를 거둔 것은 主로 費用이 節減된
다는 理由 때문입니다. 再生은 數年 동안 包裝
産業에 있어서 生産過程의 一部分이 되어 왔
지만, 堅實한 經濟的 考慮와 責任있는 管理를



通해 森林地帶의 再造林과 종이·유리 및 金
屬 등을 回收하지 않을 수 없게 되었습니다.

一般的인 再生方法은 다음과 같습니다.

- 1) 包裝材 生産過程에서 생기는 廢棄物加工
- 2) 特別한 容器製造에서 생기는 廢棄物의
蒐集 및 加工
- 3) 家庭에서 나오는 廢棄物의 蒐集 및 回收
- 4) 使用된 容器의 回收

우리 亞細亞地域의 他 開發途上國과 마찬가지로 필리핀에서 生産되는 紙類의 約 60%가
休紙를 再生한 것이며, 回收된 總量은 모두 消
費者가 쓰고 난 것들입니다. 그렇게 함으로써
우리는 資源의 活用期間을 좀더 延長시키고
있습니다. 우리나라는 森林資源의 盜伐을 막
기 爲해 이 資源의 保存 및 再造林이 우리나
라 環境研究家의 至대한 關心事가 되고 있으
며, 이 分野에 對해 우리 政府가 펼치는 活潑
한 캠페인에 힘입어 필리핀의 大필프 및 紙類
製造業所는 不斷히 再造林事業을 해왔습니다.
이 會社들은 伐木된 나무 한 그루당 두세 그
루의 苗木을 再植樹하고, 그들이 政府의 許可
를 얻어 伐木한 後 代替植木했던 나무가 다 자
랄 때 再伐木이 可能하도록 하고 있습니다.

이 計劃을 成功的으로 施行함으로써 우리의
헐벗은 산과 자꾸 사라져만 가는 森林地帶의
問題를 部分的으로나마 解決해 나가기를 期待
하는 바입니다.

適 正 包 裝 運 動

— 일본의 現狀況과 그 問題點 —

Promotion of Right Packaging

— Its Present Situation and Problems in Japan —

日 本

KAZUO FUKUOKA

1. 序 文

여러분도 알고 계시겠지만 包裝은 두 범주로 나눌 수가 있습니다. 그 하나는 工業包裝 또는 輸送包裝이라고 불리는 輸送 및 荷役을 爲한 包裝이고, 다른 하나는 消費者를 爲한 産業包裝입니다. 이렇게 두 범주로 나눈 適正包裝의 現狀況을 이 報告書에서 討議해 볼 생각입니다.

솔직히 말해서 日本의 工業包裝 規格은 一般적으로 適切な 水準에 와 있습니다. 여러분도 아시다시피 日本은 大部分의 工業原料 및 資源 등을 輸入해서 그것을 完全히 加工하거나 半加工하여 輸出함으로써 經濟를 유지해 오고 있는 實情입니다. 그러므로 輸出·入 包裝을 合理化시키고, 流通費를 節減시키며, 貨物輸送의 安全度を 높이기 爲해 政府 및 國民들은 相互協助해서 지난 25年 동안 工業包裝의 改善을 상당히 진척시켜 왔습니다. 따라서 日本 工業包裝의 合理化는 急速히 向上되고 있음이 分明합니다. 특히 몇년 동안은 資源節約에 必要한 包裝方法을 改善키 爲해 여러 가지 多樣的 見解들이 나오고 있습니다.

工業包裝 改善의 目的은: 첫째, 包裝의 부피를 작게 하고, 둘째, 包裝의 무게를 줄이며, 셋째, 包裝의 크기를 늘려 包裝된 箱子數를

最小化시키는 것이라고 알고 있습니다.

위에서 말한 項目들의 一般的인 規格은 日本 工業規格(JIS)에 있는 適切な 輸送을 爲한 實驗方法의 規定에 明文化되어 있습니다. 이것은 輸送包裝의 合理化를 爲해 試驗室에서 試驗하는 데 必要한 指針을 提供해 줍니다.

日本 企業들은 그들이 包裝設計를 할 때 이 規格을 使用하고 있습니다.

國際規格의 草案은 이제 準備 段階입니다. 그런데 이 國際的 規格草案과 日本 國內規格과의 사이에 차이가 있다는 것이 問題視되고 있습니다. 그리하여 앞으로의 日本의 問題點 中の 하나는 國際規格團體의 包裝規格委員會에서 制定한 輸送包裝을 爲한 試驗과 實際로 適用되고 있는 ISO/TC 122/SC 3에 關聯된 最初 草案과 日本 工業規格과의 차이를 解明하는 것입니다. 適正商業包裝을 促進시키기 爲한 두 번째 범주에 속하는 包裝의 問題點은 日本에 있는 大部分의 包裝産業과 關係가 있으므로 現狀況과 앞으로의 問題點을 지금부터 論議해 보고자 합니다.

2. 過剩包裝 및 欺瞞包裝에 對한 消費者 團體의 懇請

物價가 昂등하고 폐기물이 增加되고 있으므로 消費者 團體는 1967年경에 過剩包裝에 關聯된 問題를 課題로 삼기 시작했습니다.

이 운동은 過剩包裝에 對抗하여 여러 地域에서 旺盛하게 進行되고 있으며, 어떤 地域에서는 『裸包裝』이 興味를 끌기도 했습니다.

1971年 國會에서 首相과 通商産業省長官은 이 問題에 關聯된 必須的인 行政的 措置를 취해 주겠다고 應答했습니다.

3. 通商産業省에서 擇한 獎勵策

消費者 및 이 分野의 여러 機關들, 그리고 市當局을 爲해 調査를 했습니다. 이 調査의 結果 消費者와企業 및 政府가 共同 協議해서 바람직한 對策을 公式化해야 하며, 政府는 適正包裝을 爲한 規格을 마련하여 그 方針을 提供해 주어야 함이 밝혀졌습니다.

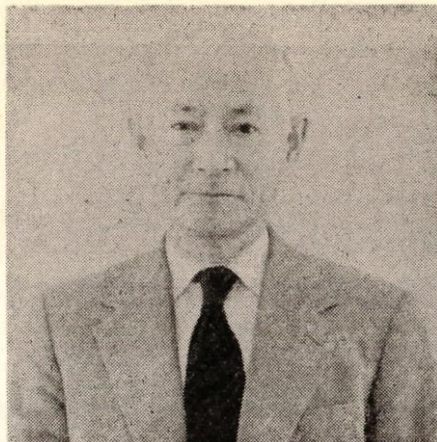
이런 目的下에 通商産業省은 日本包裝協會(JPI)에게 包裝과 關聯된 여러 分野로부터 適正 商業包裝에 關한 意見을 蒐集해 달라고 要請해 왔습니다.

4. 日本包裝協會(JPI)報告書

日本包裝協會는 學者, 有經驗者, 消費者 및 産業體 代表들 總 31名으로 構成된 適正商業包裝을 爲한 振興委員會를 1972年 5월에 構成하고 몇 回の 討論을 거쳐 1972年 9月 通商産業省에 報告書를 提出했습니다.

이 報告書에 나타난 適正包裝을 爲한 一般規格은 다음에 열거한 일곱 項目에 다 包含되어 있습니다.

- 1) 內容物의 質은 適切히 保護되고 保管되어야 한다.
- 2) 適正包裝材를 使用해야 하며, 콘테이너는 安全性이 保證된 것이어야 한다.
- 3) 數量은 小賣나 購買에 必要한 편리한 單位를 充分히 提供해 줄 수 있도록 適切히 分配되어야 한다.
- 4) 內容物의 表示도 適切히 明示되어야 한다.
- 5) 內容物을 爲한 包裝空間은 必要 以上으



〈 일본 대표〉

로 넓어져서는 안 된다. 一般的으로 包裝空間이 全體 부피의 20% 以上을 넘지 않는 것이 바람직하다고 밝혀졌다.

6) 包裝費는 內容物 價格과 比較해서 適切한 것이어야 한다. 一般的으로 包裝費가 販賣價의 15%를 超過하지 않는 것이 그 法則으로 되어 있다. 包裝費는 內包裝 및 外包裝의 損傷을 考慮해서 算出된 것

이어야 한다.

7) 마지막으로 包裝은 資源節約 및 폐기물 處理에 適合한 것이어야 한다.

5. 生産 必須品の 規格에 對한 産業分野에 示達된 通商産業省의 指示條件

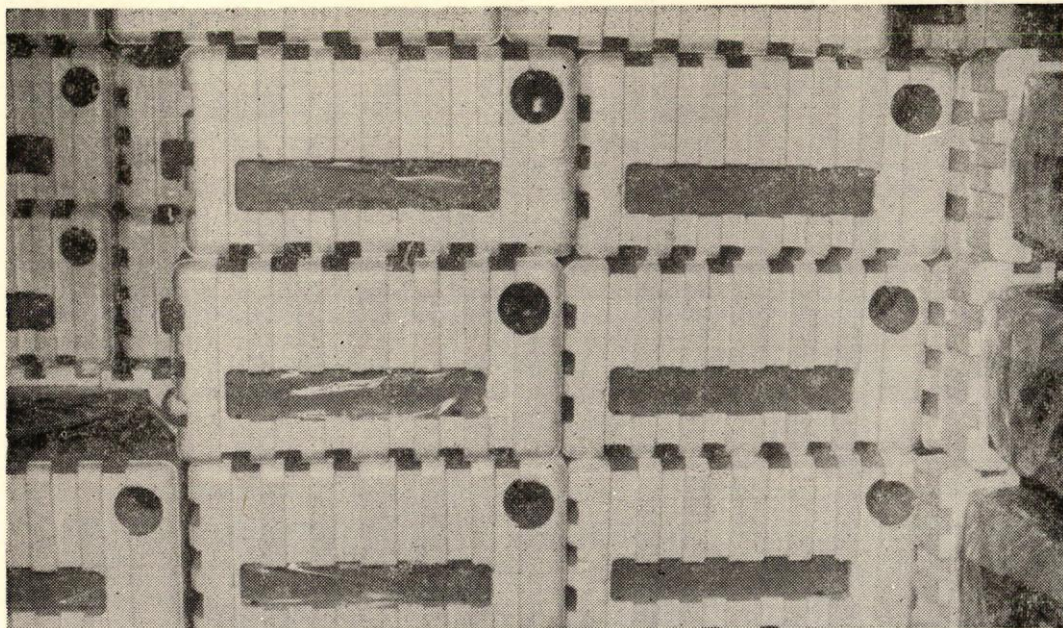
우리가 제출한 報告書를 받아 通商産業省은 適正包裝을 爲한 委員會를 構成해서 關聯産業機關에게 各 物品에 맞는 規格을 마련하게 하고, 또한 有關 政府長官에게는 그 規格에 對한 指針 및 協助를 提供해 줄 것을 正式으로 通報했습니다.

1974年 10月, 百貨店 및 체인 스토어에 맞는 適正包裝에 對한 實査 및 消費者를 對象으로 適正包裝問題에 關한 設文書 調調를 實施했습니다. 適正包裝을 爲한 有關 産業機關의 對策은 아래와 같습니다. (1977年 6月 現在)

調査對象機關數	現 況		
	完全準備	準備 中	除 外
96	59	16	21

調査對象團體의 種類

分 野	1972. 9	1975. 7	1976. 11
販 賣	6	15	16
織 物 및 雜 貨	37	60	64
化 學 機 具 및	10	9	16
家 電 製 品	4	5	0
其他(食料品等)			
計	57	89	96



6. 市當局에 依해 制定된 消費者 保護를 爲한 條例 및 規定

日本에 있는 몇몇 市當局 및 都市들은 最近에 消費者 保護를 爲한 몇 가지 規定을 制定했습니다. 그 規定의 細部事項들은 대충 그 地域에 關聯된 것이지만, 大多數의 規定들은 첫째, 適正包裝, 둘째, 올바른 表示, 셋째, 適正廣告, 넷째, 單價, 다섯째, 品質保證을 統制해 줍니다. 특히 適正包裝은 28個의 自治都市에서 統制되고 있습니다. (그 例가 東京, 兵庫市廳, 神戸市, 川崎市 등입니다.)

7. 消費者 保護團體 報告書(OECD, 1975)

經濟協同 및 開發團體(OECD)에 依한 報告書에 따르면 첫째, 包裝 規格化, 둘째, 單價, 셋째, 欺滿包裝 등의 諸問題를 다루고 있습니다.

이 問題는 包裝 規格化를 成就하는 것이 가장 바람직하나 오랜 時間을 必要로 하고 있으므로 짧은 時間內에 單價를 줄이고, 欺滿包裝을 막을 수 있는 解決策이 優先 必要하다고 結論짓고 있습니다.

8. 消費者 製品의 包裝合理化에 關한 日本 包裝協會의 調査 및 研究

日本 包裝協會는 通商産業省의 要請에 따라

1975年에서 1977年까지 3年 동안 OECD에 依해 提案된 것과 같은 것에 그 기저를 둔 包裝 合理化(數量 및 크기)의 研究를 繼續 進行해 오고 있습니다.

현재 실시해 오고 있는 研究의 細部事項은 다음과 같습니다.

첫째, 內容物의 總 모줄 數量에 關係된 조고 準備 간격은 5g/ml에서 20kg/l가 適當합니다.

둘째, 골판지 箱子에 包裝된 貨物크기 調査 (食料品 및 非食料品)

셋째, 板紙 箱子의 容積 密度

食料品 : 約 0.480(0.1~1.0)

非食料品 : 約 0.403(0.3~0.6)

넷째, 板紙 箱子 貨物의 무게 限界

食料品 : 最小 3.33에서 最大 25.35kg

非食料品 : 最小 7.61에서 最大

18.63kg(平均 12.08kg)

9. 適正包裝運動의 앞으로의 問題點

첫째, 特定製品의 適正包裝 研究

둘째, 획일적인 自治都市의 規定

셋째, 貿易商品 數量을 合理化시키기 爲한 國家間의 協助 및 研究.

包裝改善을 통한 資源管理

— 資源의 適正 活用性 —

Management of Resources through Better Packaging

— Optimum Utilization of Resources —

홍 콩
K. C. FUNG

概 要

製品包裝은 國內市場이나 海外市場에서 大量流通을 위해서는 必要不可缺한 要素이다.

包裝은 製品이 破損되지 않도록 保護하며 販賣와 流通을 効果的으로 할 수 있게 하는 同時에 그 製品을 使用하는 消費者에게는 便利性을 提供한다. 따라서 우리 生活水準을 向上시키는 데 도움을 주고 있다.

包裝과 貯藏技術의 向上으로 現在는 過去에 미치지 못했던 곳까지 腐敗하기 쉬운 商品들이 容易하게 配達되고 있다.

包裝에 대한 依存度는 점점 增加되고 있으며, 特히 製品生産이 自動化됨으로써 많은 量의 商品이 損傷되지 않고 市場에까지 配達되고 있다. 따라서 適切한 包裝 없이는 많은 製品들이 地上에서 腐敗되거나 못 쓰게 될 것이며, 이것은 結局 우리들에게 莫大한 物的 資源을 낭비하는 結果가 될 것이다.

그러나 包裝은 製造와 流通 그리고 마켓팅 체인에 있어서 重要한 意義를 가지고 있음에도 불구하고 資源의 浪費를 가져오고 또한 公害問題까지 發生시켜 消費者로부터 비난을 받고 있다. (過剩包裝)

그와 같은 非難은 때로는 包裝이 必要 以上の 包裝材料를 使用할 때, 즉 過剩包裝을 지적

하는 것이다. 그런데 이것은 制限된 資源을 浪費하게 되고 商品의 값을 人爲的으로 올리게 되므로 消費者에게 부담을 주게 되며, 結局 包裝 폐기를 처리 問題를 惹起시킨다.

그러나 過剩包裝이라고 할지라도 材料와 技術이 不足하여 發生하는 경우처럼 디자인과 包裝시스템 計劃이 未備하여 過剩包裝이 된 것이 아닌 包裝製造業者가 自己의 利益을 追求하기 위해 故意的으로 過剩包裝을 發生시켰다고 생각하여서는 안 된다.

本人은 意識的인 過剩包裝의 傾向은 없다고 確信한다.

包裝에 故意的으로 過多한 費用을 부담하고 있는 會社는 없을 것이다. 왜냐하면 市場競爭과 消費者의 商品選擇을 考慮할 때 그와 같은 過剩包裝은 利潤을 減少시키는 同時에 販賣도 점차 縮小된다는 것을 會社 스스로가 認識하고 있기 때문이다.

固形 폐기물

때로는 고형 폐기물 問題 때문에 소비자로부터 비난을 받는 경우가 있다.

商品이 消費者의 손에 한번 도착되면 內容物을 꺼낸 후에는 大部分의 包裝物은 버려진다.

社會 쓰레기의 큰 比重을 차지하고 거리를 어지럽게 하는 것으로서 空瓶, 公판, 箱子 등이 있으며, 包裝이 社會의 固形 폐기물을 增加시키고 있다는 것도 事實이다.

물론 우리는 包裝製造業者나, 디자이너나, 研究員의 입장에서 이 問題다 심각하게 다루어 나가야 할 것이다. 또한 더욱 적절한 包裝材料를 使用함으로써 이러한 問題點들을 제거해 나가야 할 것이다.

包裝改善과 資源의 適正活用

世界의 資源이 고갈되는 것은 包裝 때문이라는 非難과 包裝을 極小化하고 制限하여 資源 낭비를 시정하는 것은 問題의 一面만을 보는 것에 지나지 않는다.

包裝材의 生産은 우리들의 資源과 에너지 資源을 소모한다는 것은 事實이다. 그러나 다른 관점에서 보면, 그것은 먼 거리에 있는 市場에까지 大量의 資源을 流通시키고 保存하고 保護하는 方法이 된다.

우리들은 生産된 製品을 包裝하는 데 資源이 使用되고, 包裝材 生産에 必要 以上の 資源이 使用되고 있다는 것도 알아야 한다.

정상적인 조건하에서 包裝에 使用된 金額은 生産品의 生産價格의 작은 比重을 차지한다.

위의 事項을 考慮하여 資源管理에 대하여 言及할 때 단지 保護 또는 節約에만 관심을 둘 것이 아니라, 더 大局의인 見地에서 어떻게 資源을 有効適切하게 活用할 것인가라는 더 큰 관점에서 考慮해야 할 것이다.

우리들의 資源은 原資材이거나 에너지·人力·土地 또는 資本等 모든 것이 供給에 있어서 制限되어 있다. 단지 資源을 소유하고 있고 使用하지 않는 것만이 問題를 해결하는 것은 아니다. 資源을 使用한 그 結果가 어떻게 人類의 生活向上에 기여하는가를 考慮하여야 할 것이다.

예를 들어 보면,

가. 農産物의 包裝

農産品은 適切한 過程을 通하여 수확하고



〈포장 개선을 역설하는 홍콩 대표〉

包裝되어 輸送되지 않으면 원거리에 거주하고 있는 사람에게는 아무런 價値가 없다.

그렇지 않으면 現地에서 부패되거나 輸送 도중 부패되고 말 것이다. 그와 같은 환경에서는 農夫는 大量生産에 종사할 수 없고 勞動과 土地에 대한 效果를 極大化할 수 없다. 그러나 包裝의 改善과 加工技術 및 取扱方法의 發展으로 食料品을 世界 어느 곳의 市場에나 輸送이 可能하게 되었다.

나. 包裝材料의 改善

과거에는 公업포장(輸送

包裝)으로서는 大部分이 木箱子를 使用하였다. 그러나 瓦板紙 箱子의 開發로 瓦板紙 箱子의 生産을 위하여 原料로서 적은 量의 木材가 使用되었고, 그 속에 들어 있는 生産品을 잘 保護하거나 또는 같은 效果를 가질 수 있다.

다. 再使用 또는 回收可能한 包裝

公害問題의 認識과 資源 고갈을 최소한으로 하는 데 있어서 특히 에너지 위기 이후에 包裝開發에 있어서 많은 진도가 있었다.

한 가지 以上の 目的으로 使用할 수 있도록 包裝이 많은 진보를 하여 왔고, 유리제 커피 용기는 음료 컵으로도 使用될 수 있다.

包裝材料의 再使用은 또한 包裝을 計劃하는 단계에 있어서 考慮할 重要한 事實이다. 알루미늄 캔, 瓦板紙 箱子, 유리병 등도 再使用되고 있다. 이것들은 包裝의 重要한 기여 중의 一部에 지나지 않는다.

資源을 적절히 使用하는 데 있어서의 包裝이 어떻게 도움이 되고 있는지 더 자세히 설명하기 위하여 슬라이드로서 홍콩의 실례 몇 가지들 들어 보고자 한다.〈별도 슬라이드 활용〉

우리들은 包裝의 適切한 設計와 (단순한 용기의 개선만이 아니고 시스템을 개선함으로써) 研究로서 資源을 적정하게 活用할 수 있다는 것을 명백히 認識하여야 한다.

包裝意識의 提高

On Generating Packaging Consciousness

인 도

M. CT. Pethachi

資 源

우리 先祖들이 가졌던 生活習性中의 하나로 그들은 周邊의 生活資源만으로 欲求를 充足할 수 있었습니다.

그것은 바라는 바가 적고 따라서 解決해야 할 問題도 적었기 때문이었다고 생각합니다. 그들이 使用했던 必需品의 大部分은 天然資源으로서 容易하게 製造할 수 있었고 需要에 따라 언제든지 必要한 原料를 製造할 수 있었습니다.

이와 比較해 볼 때 우리 世代는 高度의 産業化時代에 直面하여 不足資源을 輸入해야 할 實情에 이른 것입니다.

마지막 페이지에 添付한 圖表는 몇 가지 包裝材의 消費 패턴을 보여주고 있습니다. 이 圖表에서 보듯이 日本이나 西獨 등 先進國도 美國과 類似한 狀況임을 알 수 있으며, 製品의 生産과 消費 패턴은 包裝材의 生産 및 消費 패턴과 同一하다고 할 수 있습니다.

이러한 既存의 消費 패턴과 成長率을 土臺로 研究한 MIT Project Team은 “成長의 限界性”이란 研究報告에서 다음과 같은 事實을 豫視한 바 있습니다.

即 몇 가지 再生不能한 資源은 現推定 매장량의 5배가 된다고 假定하더라도 100年 以內에 地球上에서 자취를 감추리라고 했습니다.

包裝産業에 切對으로 必要한 다음 原料의

採掘期間은 알미늄 : 55年, 鐵 : 173年, 原油 : 50年, 朱錫 : 61年(圖表 1 參照)입니다.

資源의 消費

生活水準의 向上과 함께 消費가 急増하고 있는 것은 物質的인 安樂을 提供함으로써 增大되는 消費 추세에 觸媒 구실을 하고 있기 때문입니다.

우리는 어떤 狀況에 當면해서라도 대처해 나갈 수 있는 新중한 行動計劃樹立에 着手해야겠으며, 그러기 爲해서는 汎世界的인 包裝事業計劃이 樹立되어야 하고, 또 이러한 世界潮流에서 除外되어서는 안 됩니다.

資源管理

社會經濟面에 對한 期待가 變化하면서 産業革命이 일어났고 이와 보조를 맞추어 企業主들이 國家經濟에 이바지할 수 있는 長期的 眼目的 運營方案 System을 모색하게 되자 包裝 System 改善의 必要性이 부각되었습니다.

資源은 점차 減少되고 消費量은 增加되는 對比現象으로 因하여 國內資源에 依存하거나 또는 消費者의 要求를 資源分布狀況에 맞추어 抑制하는 方向으로 계동한다면 産業製品이나 其他 製品製造에 投與되는 資源이 量과 質面에서 상당히 節減되리라는 批判的인 국면도 없는 것은 아닙니다.

이러한 方法으로 資源을 管理한다면 利用 가능한 資源을 長期間 保存할 수 있고, 浪費도

極小化시킬 수 있습니다.

包裝 System의 發展 패턴에는 其他産業의 成長 패턴과 類似한 점이 많으며, 産業이 成長하게 되는 要因이 商品의 需要, 輸送, 마케팅, 流通, 그리고 社會的인 要求에 依한 것처럼 包裝産業의 發展要因도 마찬가지인 것입니다.

陸路와 海路輸送을 一貫體制로 하는 콘테이너의 등장으로 輸送 System의 變化, 商品 크기의 變化, 商去來의 變化와 商品 Style의 變形도 뒤따르게 된 것이며, 이러한 여러分野의 變化가 相互機械的인 作用을 하면서 包裝産業發展에 끊임없는 影響力을 行事하고 있는 것입니다.

보다 나은 包裝이란?

보다 나은 包裝이란 다음과 같은 속성을 全部 또는 몇 가지를 가지고 있습니다.

- 1) 商品에 價値를 附加하는 包裝
- 2) 原價를 節減시키는 經濟的인 包裝……國家經濟에 寄與한다.
- 3) 資源을 効率的으로 使用한 包裝……資源保護에 寄與한다.
- 4) 構造가 改善된 包裝……原料를 節約하고 損傷과 變質의 위험으로부터 保護한다.
- 5) 商品의 壽命을 연장하는 包裝……稀貴資源을 保護한다.
- 6) 소구력을 불러일으킬 수 있는 包裝……商品市場의 擴大와 바이어의 要求를 充足시킨다.
- 7) 再生possible한 包裝……再活用으로 原料를 節約한다.

以上에서 본 바와 같이 보다 나은 包裝의 條件은 資源活用과 直接的 聯關을 가집니다.

包裝産業이 先導的 役割을 하는 理由

既存 System內의 여러分野가 유대관계를 맺어 오지 못했기 때문에 생겨난 병폐는 發展上의 부작용으로서, 計劃樹立을 할 當時에는 상상도 못했던 것입니다. 한번 使用後 내버리는 식의 包裝 System이 편리하지만 이로 인하여 包裝産業은 심한 공격을 받고 있습니다.

包裝材 消費量은 先進國의 경우 GNP의 3%



〈議題를 발표하는 인도 대표 Pethachi〉

미만이고 開發途上國은 겨우 1% 내지 2%를 차지할 뿐입니다. GNP의 3%라는 微小한 部分을 차지하는 包裝産業이 97%의 製品을 保護管理한다는 事實을 처음에는 이상하게 여길 것입니다.

그러나 97%의 産業製品 및 農產物을 安全하게 保護하는 것이 바로 3%에 該當하는 包裝의 原料임을 깨달을 때 包裝産業이 資源管理의 役割을 하고 있다는 事實에 對한 의욕이 없어지게 되는 것입니다. 이렇게 생각할 때 包裝産業과 이를 利用하는 企業 모두가 包裝産業의 막중한 役割을 自覺하고 認識하여야 합니다. 이러한 緣由로 本人이 이 자리를 빌어 包裝改善을 통한 資源管理라는 觀點에서 包裝의 役割을 論하고자 하는 바입니다.

包裝의 意識

消費를 增大시키는 役割을 하는 것이 包裝임을 先進諸國들이 意識하기는 했지만 이들 國家들마저도 아직은 資源에 對한 念慮를 하지 않고 있는 것 같고, 現在 富를 누리고 있기 때문에 가까운 將來에 심각한 程度의 資源不足現狀이 있으리라고 상상도 하지 못하고 있는 것 같습니다.

몇몇 開發途上國은 그릇된 取扱 및 저장과



包裝方式으로 因하여 穀物生産量의 約 10%가 損失되었음이 밝혀지고 있습니다.

開發途上國의 産業化를 展開해 나가는 過程에서 先進國의 前例를 模倣하고자 함은 自國의 事情과 立場을 考慮치 않은 처사라 보며, 또한 包裝의 役割을 올바르게 認識하지 못하기 때문에 進進하게 發展시킬 수가 없을 뿐 아니라 올바른 包裝概念을 確立할 수도 없는 것입니다.

따라서 우리는 全體國民과 政府當局에 包裝의 重要性을 認識시키는 것이 時急한 課題이며, 이는 長期的인 計劃이 優先的으로 수반되어야 합니다.

目標達成

目標을 成功的으로 達成하기 爲해 보다 바람직한 包裝概念 및 資源管理 意識을 提高시킬 수 있는 要因을 간추려 보면,

- 1) 國家計劃樹立
- 2) 既存 包裝機構의 擴張과 設立
- 3) 技術 및 經營方法의 開發
- 4) 消費者의 姿勢昂揚
- 5) 包裝産業과 이를 利用하는 顧客間의 穩固한 接觸關係形成
- 6) 製品計劃과 包裝디자인의 유대성
- 7) 大學을 통한 包裝教育의 強化

8) 國內 固有資源의 質的向上

9) 計劃成長의 要體인 包裝法의 制定

10) 原料의 再生

위에 적은 要因中 몇 가지를 仔細하게 알아 보기로 합니다.

國家計劃

모든 國家는 우선 國內固有資源을 保存하는 重要한 役割을 하는 것이 包裝임을 認識하고 包裝認識을 提高시키기 爲한 課業을 遂行할 中樞的인 機關을 時急히 組織하여야 하며, 國家的인 開發事業이 商業 및 産業資源에 依해서만 뒷받침될 수 없으므로 반드시 政府의 介入이 있어야 합니다.

包裝機械

包裝機構가 優先的으로 着手해야 할 課題는 包裝技術者의 養成과 그들에게 國家的인 當面問題點을 작성시키는 일이며, 必要하다면 世界의 여러 包裝機構에 協助를 要請할 수도 있습니다.

即, 各國의 目標을 達成하기 爲한 方法으로 APF(亞細亞包裝聯盟), WPO(世界包裝機構), UNIDO(國際聯合産業開發機構), ITC(國際産業센터) 등의 國際機構에서 主催하는 會議에 參席하는 것도 바람직하며, 技術上의 問題를 解決하기 爲해서는 IIP(인도包裝機構), KDPC

도표 1

〈재생 불능의 천연자원〉

자 원	세계매장량	매장추정량의 5배가 있다고 가정할 때 채굴 가능 기간(年)	최고 매장국 % (세계 매장량에 대한 매장률)	최고 산출국(% 는 세계 산출량에 대한 산출률)	최고 소비국(% 는 세계 소비량에 대한 소비율)
알미늄	1.17×10.9톤	55	호 주(33) 기 니 아(20) 자 마 이 카(10)	자 마 이 카(19) 수 리 남(12)	미 국(42) 소 련(12)
철	1×10.11톤	173	소 련(33) 남 미(18) 캐 나 다(14)	소 련(25) 미 국(14)	미 국(28) 소 련(24) 서 독(7)
원 유	455×10.9배럴	50	사 우 디 아(17) 아 라 비 야(15) 쿠 웨 이 트(15)	미 국(23) 소 련(16)	미 국(33) 소 련(12) 일 본(9)
주 석	4.3×10.6톤	61	타 일 랜 드(33) 말레이시아(14)	말레이시아(41) 볼 리 비 아(16) 타 일 랜 드(13)	미 국(24) 일 본(14)

(韓國디자인包裝센터)의 例와 같이 包裝試驗室을 갖추는 것도 理想的입니다.

包裝機構가 이러한 모든 施設과 장비를 갖추어야만 비로소 國家的인 長短期問題를 解決할 수 있게 될 것입니다.

消費者的 姿勢

모든 國家는 市한부 計劃을 세워 널리 流通되고 있는 商品의 包裝패턴의 再調査와 과잉 包裝이나 商品에 損傷을 미치는 不必要한 包裝에 對해 現시스템에 어느 정도까지 責任을 져야 하는가를 分析하여야 합니다. 이러한 評價結果를 土臺로 하여 國家가 나아가야 할 方向으로 産業과 商業을 유도함으로써 國家의 원대한 利益을 圖謀하는 데 寄與하도록 해야 합니다.

産業界 USER

國際聯合에서 推定하기로는 開發途上國의 輸出商品中 約 30%가 不充分한 包裝技術로 因하여 엄청난 損失을 보고 있음을 指摘하였고, 이는 産業界 USER들이 商品과 이에 適合한 包裝容器를 미리 考察해야 한다는 것을 깨닫게 됨으로써 防止될 수 있습니다.

大學의 役割

世界의 先進企業體들은 그들 國家의 既存大學에서 包裝分野에 正統한 技術者를 直接 選拔 起用하고 있습니다.

開發途上國이 先進諸國의 例와 같이 大學內에 技術教育 프로그램의 한 部分으로서 包裝을 導入하도록 권장해 나가는 것이 賢明한 處事일 것입니다.

더 나아가 國家的인 眼目에서 包裝産業을 計劃으로 發展시키기 爲해서는 包裝技術者養成이 必須條件이며, 이러한 教育을 強化하기 爲해서는 包裝機構內에 碩士 코우스에 該當하는 自體 教育機關을 設立하여야겠습니다.

國內固有資源

점차 固有資源이 枯竭되어 감으로써 先進諸國에서는 再生不能의 原料로서 代替해야 하는 事態에까지 이르렀습니다. 多幸히도 必要性이 環境의인 需要에 依해 야기되는바, 先進諸國의 패턴은 모든 國家가 반드시 模倣할 必要가 없다고 봅니다. 따라서 開發途上國內의 包裝機構들은 固有包裝材料의 質을 向上시킴으로써 活用하도록 啓蒙해야 하는 義務를 가져야

합니다. 이러한 計劃을 遂行함에는 많은 資金이 所要되겠지만, 長期的인 眼目에서 볼 때 반드시 着手해야 하는 것입니다.

原料의 再生

商品市場擴大의 첫 段階로 反復使用할 수 있는 包裝容器의 開發이 重要합니다. 回收 再使用 包裝容器가 이미 여러 開發途上國에서 사용되고 있지만, 한번 使用하고 버리는 包裝容器로 對替하고자 하는 欲望이 더욱 강한 것도 事實입니다.

石油波動으로 惡化된 經濟狀況下에서 새로운 包裝容器의 生産으로 所要되는 經費問題가 無視할 수 없는 深刻한 關心事이므로 回收 再使用 包裝容器에 對한 再考가 불가피하게 되었습니다.

包裝法計劃成長의 열쇠

國內外 市場活動上에 法的인 遵守事項이 늘어났음은 間接적으로 包裝産業의 技術面을 發展시키게 한 要因이 되었습니다.

예를 들어 Life Saving Drug 包裝容器는 반드시 盜難防止 및 外部의 汚染防止라는 遵守事項을 지켜야 하며, 이러한 遵守事項이 있기에 包裝産業은 이를 遵守할 수 있는 技術的인 方法을 模索해야만 하는 것입니다.

마찬가지로 食用製品의 包裝材料가 適合한가를 알기 위해서는 科學的인 테스트 方法이 必要하고, 또한 適正包裝材料 開發의 必要性이 대두되어 왔습니다.

이는 包裝産業의 꾸준한 努力을 證明하는 것으로 人類福祉를 해치게 될 危險을 극소화하고자 하는 의도에서입니다.

인도에서는 消費者를 惡用할지도 모르는 事故를 줄이려는 의도하에 重量 측정법 (Weight

& Measure Act) 같은 法例와 包裝容器에 製造年月日을 明記하는 등의 規定을 制定했는데, 이로 인하여 그래픽 디자인에 대한 새로운 思考方式을 講究하게끔 했고, 그럼으로써 소구력을 低下시킬 危險性을 防止하게 했습니다.

世界的인 發展

包裝의 大義名分을 推進함은 世界的 各 包裝機構끼리 連絡을 얼마나 敏活하게 취할 수 있으며 各國의 一般大衆, 政府, 商業과 産業體內에 信賴度를 어떤 方法으로 심어 줄 수 있는가에 달려 있습니다.

이러한 計劃은 包裝機構를 認識하고 이의 必要性을 認定해 주는 社會를 보증하는 有益한 計劃입니다. 包裝機構가 健全하게 成長하게 되면 반드시 地域內에 包裝産業의 中心役割을 하는 센터가 設立될 것입니다.

이런 센터는 앞으로 國際間的 協力的인 包裝事業을 이룩할 수 있게 하고 效率적이고 適切な 資源管理를 하고 보다 나은 包裝概念을 조장시킬 수 있게 되리라 믿는 바입니다.

〈參 考 資 料〉

「성장한제」—인류의 곤경을 연구한 Rome Club의 보고서.

저자 : Donella H. Meadows

Dennis L. Meadows

Jrgen Randers

William W. Behrens III

출판사 : Potomac Associates Book(New York)

우리 현 추정 매장량의 5배가 있다고 할 때, 연간 평균 성장률이 지수적으로 증가하는 현 소비추세에 맞추어 보존할 수 있는 기간임.

● 성실한 봉사 속에 싹트는 서정쇄신

● 무심코 하는 일에 민폐 없나 살펴보자

包裝改善을 통한 資源管理

— 골판紙 箱子에 依한 改善方案 —

Management of Resources through Better Packaging Corrugated Shippers Can be the Key

호 주

P. G. WRIGHT

골판紙 箱子에 依한 改善方案

資源管理란 一般的으로 資本, 材料, 勞動, 에너지 및 時間等を 效率的으로 活用하여 經費의 節減을 가져올 수 있도록 管理함을 뜻합니다.

보다 效率的인 管理를 위해서는 우선 資本, 物資, 勞動과 같은 諸要素中에서 하나만 改善되어도 全體의인 시스템에 影響이 波及되어 利潤을 倍加시킬 수 있어야 합니다. 다시 말하면 10센트를 投資하여 1달러의 利益을 가져올 수 있기를 期待하는 것입니다.

輸送用 골판紙 箱子의 改善을 爲한 解決 方案

包裝產業에 從事하는 大多數의 사람들은 輸送用箱子(Shipper)를 單位包裝을 넣는 容器程度로 알고 있으며, 골판紙 包裝改善의 必要性은 認識하면서도 그리 重要하다고는 생각지 않고 있습니다.

生産된 製品의 大多數를 流通시키기 爲한 容器를 自動的으로 選擇되는 것으로 알고 있으며, 이러한 包裝組織은 무엇인가 이것을 爲해 改善되지 않으면 안 됩니다.

그러면 基本的으로 매우 간단한 이 包裝을 어떻게 改善해야 利益을 增進시킬 수 있나?

- 商品流通過程에서 일어나는 迅速한 運送方法의 變化
- 골판紙 包裝이 새로운 需要에 適應할 수 있는 容易性
- 流通시스템 改善에 影響을 준 많은 要素들이 輸送用 골판紙箱子의 作業能率을 높이고 있다는 事實性
- 綜合的인 시스템 包裝設計를 爲한 技術의 效率的인 利用度에 있다.

流通包裝의 一環으로서 內部包裝과 輸送用 골판紙箱子의 設計는 비록 表面에는 나타나지 않지만 資源管理에 있어 큰 影響을 주는 要素가 됩니다.

(本人은 流通包裝(Distribution)이라는 말을 속 內容物이 든 包裝을 輸送用 箱子로 完全하게 包裝하는 경우에 쓰고 있으며, 生産에서 消費까지 各 流通시스템 段階에 맞게 特殊하게 設計된 包裝을 말하고 있습니다.)

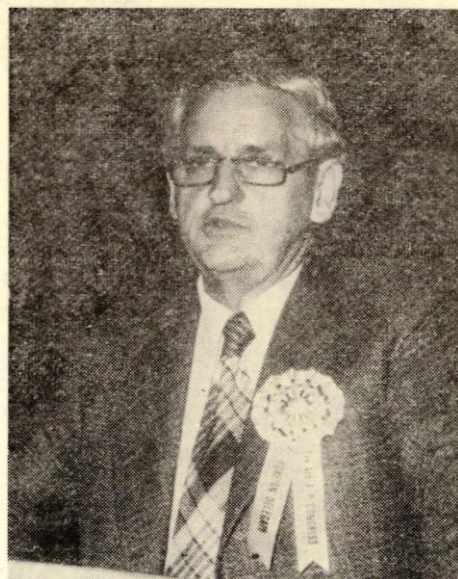
例로서 우선 包裝된 商品의 保管을 爲하여 倉庫面積을 效率的으로 利用할 수 있는 改善方法은 工場建物 크기 및 費用의 適正化에 있습니다. 이런 改善이 이루어지면 動力, 電氣 및 其他 動力을 節約할 수 있고 그 前보다 훨씬 좁아진 區間에서 商品을 流通시킬 수 있으

므로 施設, 燃料 및 人力의 減少를 가져올 수 있습니다. 물론 새롭게 施設을 할 경우 其他의 目的을 爲해 利用할 수 있도록 좀더 넓은 地를 必要로 할 수도 있습니다.

材料取扱, 輸送 및 保管 等の 改善을 通해 流通過程에서의 損傷 및 충격을 防止할 수 있고, 材料 및 에너지를 좀더 效率的으로 利用할 수 있게 합니다.

商品流通의 安全性을 높여주고, 過重한 勞動量을 輕減시키며 作業場과 作業者の 勞動條件을 改善해 줄 수 있는 것이라면, 우리의 가장 重要한 資源인 人力의 適切な 管理에 공헌되고 있음이 틀림없습니다.

流通包裝의 設計는 이러한 改善을 可能케 해주는 背後的 役割을 하고 있습니다. 商品의 流通過程을 檢討해 보면 그 段階中 어떤 것이 包裝設計要素와 聯關되고 있으며 資源管理와는 어떠한 關係를 맺고 있는지 알 수가 있습니다.



〈개선방안을 역설하는 호주 대표〉

輸送用 골판紙 箱子形態의 適切な 選擇, 補

유통과정	중요요소	주요자원				골판지 포장: 최적 사항
		자본	재료	에너지	인력	
포장재구입	비용, 이용가치도	판지 크기 1형태
공상자취급	인력, 보조물, 건물, 손상도	작업장, 보조물, 포장, 모양, 형식, 취급의 편의성
手包裝	건물, 인력, 상품손실	모양, 치수, 강도
기계화포장	건물, 인력, 상품손실	모양, 치수, 품질관리, 강도
手荷役	인력, 보조물, 손상도	무게, 모양, 치수, 비율, 강도, 작업장
기계하역	시설 및 건물, 효율성, 손상도	모양, 치수, 비율, 강도
수송: 공장內에서의 행위, 도로, 철도, 비행기, 선박	시설 효율성, 인력, 안전도, 손상도	모양, 비율
창고	건물, 시설 효율성, 손상도 적재한계 안전	모양, 비율, 강도, 교통기관
소매인	편리성, 건물, 효율성 잉여가치	모양, 치수, 교통기관
소비자	잉여가치, 처리	모양, 치수, 교통기관
폐물수집	처리	잉여가치, 회수성, 재분류

〈판지 상자 및 골판지 상자 설계〉

카 톤 상 자	수송용 골板紙 상자	등 급
형 : A3형 체적(內) : 1800cm ³ 제한 치수 장(外部) : 165~145(mm) 폭(") : 60~50(mm) 고(") : 235~210(mm) 고장 : 1.50~1.32 부피 : 폭 : 1.5mm 장 : 0.0mm 판지 두께 : 0.50mm 보 관 적재/높이 : 4.70(m) 사용 파렛트 파렛트 파렛트 치수 : 1000×1200(mm) 최소 파렛트 치수 : 950×1150 (mm) 적재 높이(최대) : 1.55m 적재 높이(최소) : 1.00m 최대 적재 단수 : 3 최소 판지 면적 : 1375cm ² 최소 판지치수 비율 : L/W=2.10 D/W=3.82	외상자당 내상자수량 : 24~12 골 : C 형 : 위가 개방된 A1형 연결부분 : 30(mm) 겹침 상자 꼭대기와 긴 날개 사이의 틈 : 0 mm 밑바닥과 긴날개 사이의 틈 : 0mm 적재 허용량 : 장=2.0mm 폭=2.0mm 고 : -4.0mm 판지종수 : 224/224-117/1 제한 치수 : 장(外) : 600~300mm 폭(外) : 400~200mm 고(外) : 500~200mm 최대 수송용 골판지 상자 면적 =10% 최대 수송용 골판지 상자의 길 이/폭 비율 : 2.00 최대 파렛트 적재효율 : 90% 최대 내상자 면적 : 5%	등급은 4개의 구성요소로 결정 지워진다. ① 내상자 원가 ② 내상자 단위당 외상자 원가 ③ 내상자당 보관비 ④ 운송 비용 관계 무게 내상자 원가 0.40\$/SQm×1 외상자 원가 0.40\$/SQm×1 보관 비용 4.00\$/파렛트 면 적×1 수송 비용 5.00\$/파렛트 적 재×1 비율=총비용 cents/판지단위 무게 경우 : 1:1:1:1 공간 치수 제한 내상자 최대 효율 길이 : 9,999 (mm) 최대 효율 폭 : 500 (mm) 외상자 최대 효율 길이 : 9,999 (mm) 최대 효율 폭 : 2,210 (mm)

助物 삽입 및 理想的인 作業場을 통하여 損失
이나 충격을 防止할 수 있고, 勞働者의 倦怠
感을 解消시킬 수 있습니다. 또한 使用된 材
料量과 包裝 強度도 資源管理와 密接한 關係
가 있습니다.

또한 包裝디자인이 商品의 Image를 消費
者에 傳達할 수 있는 方法을 改善할 수 있고,
전체적인 Loss를 줄이고 또한 在庫管理를 効
率의으로 할 수 있다는 것을 쉽게 알 수가 있
습니다. 보통 形態, 規格 및 比率等이 서로 聯
關을 맺어 重要한 要素를 이루고 있는지에 對
하여 理解하는 사람은 극히 드문 것 같습니다.

그러면 輸送包裝의 形態가 왜 內部包裝設計
와 關聯性이 있어야 할까요?

形態는 1) 輸送用 包裝箱子가 파렛트나 倉
庫의 積載效率를 決定하며,

2) 손이나 機械에 依하여 얼마나 容易하게

包裝作業을 할 수 있는가를 決定해 주며,

3) 包裝材를 보다 効率의으로 活用하고 그
것이 必要로 하는 強度를 決定해 주고,

4) 積載時 安全性과 搖動防止에 깊은 關聯
이 있으며,

5) 內部包裝 및 輸送包裝에서 가장 基本
의이고 重要한 要素가 되며,

6) 특히 골板紙 輸送包裝의 形態는 內部包
裝의 모양, 數量, 配置, 方向 및 그 配列에
따라 決定되는 것입니다.

內部包裝 自體를 變更시키지 않고서는 流
通過程에서 골板紙 輸送容器에다 內部包裝의
配列, 方向, 配置에 따라 많은 包裝의 改善을
가져올 수 있습니다.

이렇게 골板紙 輸送包裝을 한 單位로 連結
하여 만든 設計에 基礎를 둔 形態를 使用함으
로써 實質的인 經費의 節減을 기할 뿐 아니라



流通過程에서 加速度로 불어나는 利潤을 가져올 수 있습니다.

最近까지는 流通過程에서 發生되는 모든 要求를 充足시켜 주는 解決策이란 오랫동안 施行錯誤를 거쳐 얻어진 것을 包裝設計에 適用하는 것뿐이었습니다.

그러나 現在는 포괄적인 시스템(Comprehensive System)의 活用으로 컴퓨터가 投入되고 있으며 또 다른 接近方法은 그래픽의 活用이나 이 시스템은 간단한 파렛트 輸送 점점에서 綜合的인 設計分析에 이르기까지 適用되는 모든 事例를 다 包含하고 있습니다.

複雑한 設計를 해야 할 경우에는 컴퓨터보다 느리기는 하지만 이 시스템은 색다른 特異性を 갖고 있어서 컴퓨터 시스템에서 發生하는 模糊性を 解決해 줄뿐만 아니라 또한 質量感의 相互作用도 視覺的인 그림을 통해 明確히 알려줍니다.

時間的인 關係로 이 두 시스템에 對하여 좀더 상세한 것은 取扱할 수 없지만, 特別히 關心을 가지신 분은 本人에게 오시면 本人이 갖고 있는 事例를 볼 수 있습니다.

우리는 지금 流通包裝設計의 必要性을 切感케 되었고, 어떻게 設計를 할 것이며 最善의 方法이 무엇인지 選擇하여 아무리 작고 簡單한 包裝이라도 이 여러 設計方法中에서 選擇하여 包裝해야하는 理由도 알게 되었습니다.

特別히 改善된 包裝設計를 適用함으로써 얻어지는 利潤은 正確히 換算되어 나올 수 있으며, 그 시스템 表面에는 나타나 있지 않지만 利益에 影響을 미치는 숨어 있는 背後要素들이 더 많다는 것을 알아야 합니다.

그리고 資本, 에너지, 人力 등을 效率적으로 利用함으로써 생기는 經費節減과 더불어 商品의 損傷防止, 改善된 生産效率性, 運送 및 倉庫改造 등이 숨어 있는 利潤이라고 칭할 수 있는 것들입니다.

結論: 綜合的인 包裝設計의 解決策은 輸送用 골판紙 箱子の 設計에 依한 것입니다.

課題: 資源이 缺乏된 現代生活에서 골판紙 箱子設計는 再生, 회수, 再分類하여 얻어진 資源을 利用함으로써 그 效率度를 높여야 할 것입니다.

包裝產業과 그 發展

The Packaging Sector and its Development

스리랑카

D.D.H.S. Wickremeratne

1. 包裝의 必要性

한 國家의 經濟가 發展하면 自然히 商業도 發展하게 되고, 商業이 發展하면 包裝의 役割도 점차 큰 比重을 차지하게 되는 것이다. 包裝이 無視된 채 包裝分野의 發展이 商業의 發展과 보조를 맞추지 않는다면 全般的인 商業의 成長, 特히 輸出增大에 惡影響을 미치는 原因이 될 수도 있고, 더 나아가서는 國家의 經濟發展에 까지도 不利한 結果를 招來하게 된다. 여러 先進國이나 開發途上國間에는 이미 이러한 事實을 認識하고 包裝分野에 優先적으로 많은 關心을 기울이고 있는 實情이다.

現在 스리랑카는 傳統的인 아닌 新開發商品을 製造하여 輸出하는 데 力點을 두고 있다.

輸出部門의 產業이 점차 發展되고 多樣化됨에 따라 包裝分野의 重要性이 더욱 高潮될 것이고, 이에 따라 經濟政策도 輸出商品의 生産量을 最大限으로 增加시키는 方向으로 方針을 轉換하는 것이 時急한 課題라 생각된다.

包裝分野의 發展이 輸出增大과 보조가 맞지 않은 現實下에서는 이미 包裝分野에 위험신호가 울렸음이 自明한 事實이며, 따라서 이에 對한 時急한 措置가 取해지지 않는 限 앞으로의 輸出增大을 期待하기는 어려울 것이다.

스리랑카는 資源이 制限된 小國이니만큼, 國內市場을 外面한 채 海外市場을 염두에 둔 輸出包裝部門만을 單獨으로 發展시키기란 不可能한 일이며, 따라서 各地域 特性에 따라

優先적으로 重點을 두어야 할 部門(國內市場, 海外市場)을 選別하여 國內外 市場을 同時에 開拓할 必要性이 있다고 본다.

2. 包裝의 意味

包裝의 진정한 意味를 알지 못하는 사람이 많다. 包裝이란 單純히 商品을 싸는 行爲를 뜻하는 것이 아니다.

包裝의 概念은 商品을 生産段階과 똑같은 狀態로 生産者로부터 消費者의 手中에까지 傳達하고자 採擇된 모든 過程이나 시스템을 뜻한다.

包裝 시스템의 效果를 判斷하는 두 가지 基準은 다음과 같다.

2.1. 內容物의 保護性

2.2. 商業 및 工業包裝의 視覺的인 呼訴力 (外樣, 特히 輸出包裝이나 小賣包裝에 있어서는 後者が 더 큰 比重을 차지한다.)

3. 包裝 시스템의 選擇

新製品을 市場에 선보이기 爲해 그 商品에 알맞는 適切한 包裝 시스템을 選擇할 때는 優先 그 商品이 거치게 될 全範圍를 考慮해야 한다. 即 小賣, 輸送, 流通取扱 및 貯藏等 이러한 모든 段階를 염두에 두고 選擇하여야 한다.

여러 시스템을 놓고, 經濟學的 側面에서 評價함으로써 果然 競爭에서 살아 남을 수 있는

가장 適合한 시스템이라고 判斷되는 것을 選擇해야 한다. 특히 高度競爭下에 賣買되는 輸出包裝의 境遇에는 外國의 바이어들이 契約條件으로 要求한 特定나 Type이 있어서 生産者가 自由로 選擇할 수 없는 경우도 종종 있다. 그러나 이러한 制限 아래서도 바이어의 嗜好를 考慮해 가면서 同時に 生産者나 顧客대로 包裝材의 유용성, 또 質이나 價格 및 內容物에 適合한 시스템을 융통성 있게 選擇할 수도 있다.

小賣包裝의 경우 外樣(usual appeal)과 技能의 두 가지 要素가 다 重要な 役割을 한다. 반면에 大量包裝의 경우에는 輸送段階에서 생길 여러 가지 위험이나, 혹은 取扱途中에 發生될 破損에 견딜 만한 包裝의 強度가 必要하니 만큼 技能이 外樣보다 重要な 役割을 하는 것이다.

4. 專門家の 어드바이스

가장 優秀한 包裝形式을 選擇하고자 할 때는 반드시 專門家の 어드바이스가 必要하며, 여러 形式中에서 하나를 選擇하고자 할 때나 또는 여러 가지 形式을 評價할 때도 마찬가지로 專門家の 도움이 必要하다.

이들의 어드바이스를 받아들임으로써 비로소 確實한 結論에 到達할 수가 있고, 디자인 Testing 및 包裝과 流通의 全시스템을 考慮한 最終의 價格審査를 거치는 體系的인 方法에 依해 到達할 수 있다.

包裝에 關한 諸般 問題點을 解決하고자 採擇한 이러한 方式을 「시스템 어프로치」라고 하며, 이미 많은 나라에서는 이러한 制度를 導入하여 「시스템 어프로치」에 關한 어드바이스를 業界에 普及시키는 諮問機構를 組織하고 있다.



<포장의 필요성을 역설하는 스리랑카 대표>

5. 디자인 Testing 規格化

包裝專門家が 이 分野를 利用하는 顧客이나 輸出業者에게 諮問役割을 올바르게 하기 爲해서는 完璧한 施設을 갖춘 試驗室이나 研究室에서 現代의인 디자인과 테스트 施設을 마련하도록 강구되어야 하며, 그러기 爲해서는 다음과 같은 基本的인 設備가 必要하다.

5.1. 小賣包裝의 디자인

및 테스트

理想的인 包裝은 外樣과 內容物 保護技能을 高루 갖춘 것이어야 한다.

여기에 保護技能을 높이기 爲해 內容物の 貯藏壽命을 延長시키는 體系的인 研究가 實行되어야 하며, 특히 이는 食品包裝 및 腐敗하기 쉬운 商品包裝의 경우에 必要한 研究課題이다.

5.2. 輸送包裝試驗

輸送包裝은 輸送途中 損傷을 가져온다는 實際條件下에 貨物試驗을 實施하여야 한다.

5.3. 包裝材料和 副材料의 試驗

內容物の 適切한 保護와 品質을 保障하기 爲하여 包裝容器材料和 副資材를 試驗하여야 한다.

이와 같은 것은 機械的, 化學的인 損傷에서 最大限의 保護를 하기 爲함이며, 食品包裝과 破損이 憂慮되는 경우 특히 重要하다.

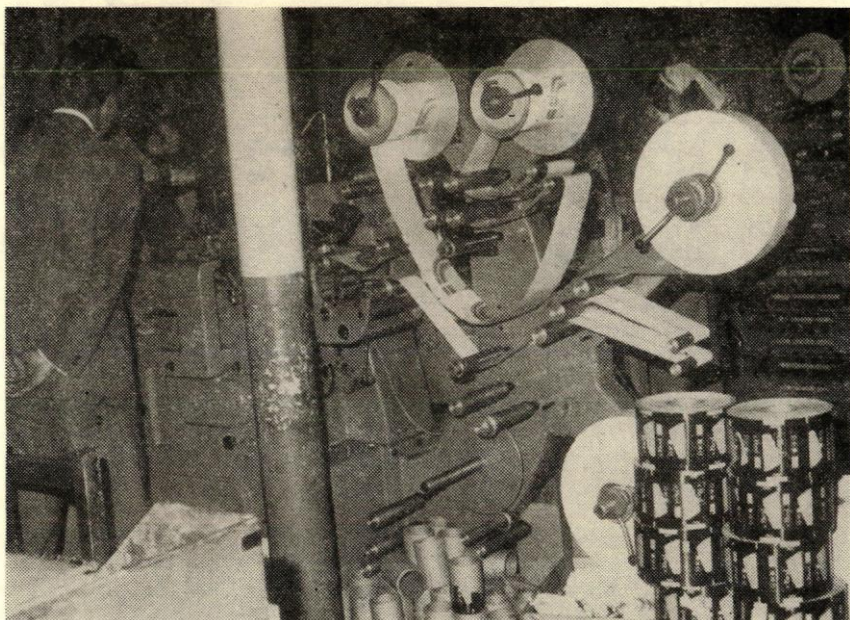
5.4. 包裝材料容器 및 副材料의 標準化

ISO, ISI, BST 등에서 發刊한 各種 國際標準이 있다. 이와 같은 外國의 標準과 國內의 標準(스리랑카)은 優秀品質의 製品을 消費者가 獲得할 수 있도록 包裝材料의 規格을 設定하는 데 使用할 수 있다.

만일, 包裝이 最小限의 規格을 充足하려면 標準과 통계가 가장 重要한 것이다.

6. 包裝材料 및 裝備使用에 있어서 適正化

最終包裝의 價格을 最小限으로 하기 爲하여 包裝材와 裝備를 適正하게 使用한다는 데 關心을 두어야 한다. 特殊한 商品을 爲한 包裝의 規格과 形態는 때로는 매우 多樣하다.



예를 들어 한 箱子에 여러 개의 흔들리기 쉬운 物件을 包裝하여 파렛트화하는 경우 골板紙 使用量을 適正化한다는 見地에서 골板紙 箱子의 規格을 決定하는 데에도 特別히 유의하여야 한다. 이를 위하여 무게와 容積에 따라 計算方法과 디자인表를 利用할 수 있다.

實際로 여러 경우에 있어서 容器的 選擇과 規格이 科學的인 分析에 根據를 두지 않았기 때문에 包裝材의 浪費를 가져오는 結果를 招來하는 경우가 많다. 裝備를 使用하는 데 있어서도 特別한 包裝作業을 위하여 適合한 裝備를 選擇하는 것이 대단히 重要的 것이다.

오늘날 國際적으로 많은 種類의 裝備가 있다. 이를테면 高度로 自動化된 機械類, 半自動化機械類, 그리고 手動으로 作動하는 機械까지도 包含되어 있다. 例로서 每分마다 몇 개 單位로 處理할 수 있는 完全自動化된 成形充鎖 봉합기계 등이 있다.

또는 봉합과 成形은 手動으로 하고 容量測定 및 充鎖作業은 機械적으로 處理할 수 있는 半自動을 選擇할 수도 있다.

여기에서도 地方事情에 따라서 作業을 하기 위하여 正確한 機械를 選定하는 데 專門家の 助言이 가장 重要하다.

勞働의 가용성, 製品의 販賣速度, 包裝材의 價格 및 購入의 용이성, 外換使用의 制限, 其

他 등이 適合한 機械 및 裝備를 選定하는 데 考慮되어야 한다.

7. 前項에서 包裝을 하고 디자인 試驗標準을 設定하는데 System approach가 必要하다는 것을 강조하였다. 大部分 開發途上國家에서는 몇몇 制限要素로 因하여 이와 같은 計劃이 不幸하게도 缺如되어 있다.

그 중 몇 가지를 記述하면 아래와 같다.

- 7.1. 包裝의 重要性 認識 不足
- 7.2. 이 部門의 發展과 振興을 目的으로 하는 政府 後援機關의 缺如
- 7.3. 輸入包裝 및 裝備에 對한 外換制限
- 7.4. 디자인 試驗施設의 不足
- 7.5. 固有原資材의 活用 低調
- 7.6. 非傳統的 輸出品의 成長 不振
- 7.7. 適切한 標準 및 管理의 缺如

工業化過程에서 重要要因의 하나는 包裝産業인 것이다. 農產物이거나 製品이거나 모든 物品은 包裝이 必要하다. 따라서 包裝産業은 農業과 産業의 成張과 더불어 發展되어 나가야 한다.

生産된 商品이 地方이나 輸出市場間에 包裝이 잘 되지 않거나 輸送 途中 또는 貯藏中에 損傷된다면 無益한 것이다. 따라서 이 重要的 問題를 解決하는 열쇠는 包裝改善을 通하여 資源을 適切히 管理하는 데 있다.

企業의 包裝시스템 定立

—APC大會를 마치고—

Establishment of Packaging System in Industries after Finishing AP Congress

文 權 鎬

當센터 包裝開發室長

1. 企業利潤의 漏出濾過는 包裝시스템 確立 으로부터

天然資源으로부터 製品이 되어 包裝이 되고 그 商品이 消費者의 손에 이르기까지의 過程을 分析하여 보면, 그것은 物資의 加工과 保管과 그리고 移動의 세 段階로 크게 分類할 수 있다.

加工이 集中된 곳이 工場이라면 比較的 長期 保存의 機能을 구실할 수 있는 것이 保管이고, 長距離輸送의 역할을 감당하는 것이 移動이라 할 수 있다.

生産者와 消費者를 固定하여 考察하면 그 사이에서 어떻게 加工하여 輸送하고 保管하느냐가 最終製品의 消費者價格에 큰 影響을 주게 될 것임은 우리가 어렵지 않게 理解할 수 있다.

그런데 첫번째 加工과 둘째 輸送, 세째 保管과를 連結시켜 效率의으로 相互機能을 補完시킴으로써 消費者負擔을 줄이고 또 生産原價를 節減시킬 수 있는 것인데, 이를 爲하여는 包裝이 진지하게 介하지 않을 수 없다.

近來 우리나라는 有史以來 일찌기 볼 수 없었던 高度成長을 하고 있으며, 輸出 100億弗 目標은 이제 目前에 임박하고 있다.

한편 “高度成長의 티”로서 甘受하지 않을 수 없는 것은 人件費의 上昇이고 企業 相互間의 競爭이 치열하여지며, 또 밖으로 開放經濟下에서의 國際競爭力 強化를 爲하여 負擔이 격증하는 현상이다.

이에 대한 방어로 각 企業은 生産原價節減에 專念하지 않을 수 없는 것이다.

技術革新 또는 投資合理化로 生産面에서의 소기의 目的은 어느 程度 이룰 수 있겠지마는 이 밖의 cost down을 가져올 수 있는 寶庫는 지나쳐 버리기 쉬운 것이 先進國에서의 經驗의인 事例로 밝혀져 있다.

바로 이 지나쳐 버리기 쉬운 寶庫가 包裝 시스템의 荒蕪地 속에 숨어 있는 것이다.

이번 第4次 아세아 包裝會議에서는 包裝改善을 함으로써 製品의 原價節減을 期할 수 있는 구체적인 事例가 많이 報告되고 討議되었다.

特別演士로 멀리 네덜란드에서 參席하여 준 W.P. Fornerod 博士는 大量流通 商品의 하나인 酒類包裝의 改善으로 얼마나 많은 包裝材料가 節減될 수 있고 또 에너지 資源을 節約할 수 있는가를 뚜렷하게 보여 주었다.

이웃 日本에서 온 또 다른 特別演士인 미도 요

시카네(三津義兼)氏は 製品의 包裝改善이 어떻게 商品의 競爭力을 強化시킬 수 있고 包裝의 시스템化로 企業利潤이 어떻게 創出되는지를 親切하게 例示하여 주었다.

우리나라의 企業은 아직 包裝部署를 專擔시키고 있는 경우가 많지 않고 있다 하더라도 生産部門에 從屬의이거나 工場別 또는 生産品目別 또는 購買 販賣部門 등에 따라 所屬되어 서로 아무 連關이 없는 것이 大部分이다.

그러나 物流部門(包裝을 비롯한 輸送·保管·荷役의 總過程)의 重要性을 올바르게 理解하고 이를 合理化하려면 總合運營을 하지 않으면 안 된다.

生産과 대응한 立場에서 檢討되고 運營되어야 할 것이다.

2. 包裝의 시스템 어프로우치 (System Approach)

오늘의 市場需要는 包裝의 機能도 變化를 가져오게 하였다.

從前에는 製品을 保護하고 視覺的인 效果로 販賣促進機能을 주는 것으로 거의 만족하였으나 이제는 包裝된 商品이 流通되는 全過程에서 所要되는 總費用이 가장 적게 들도록 配慮하지 않으면 안 되게 되었다.

包裝은 內容物을 保護할 뿐 아니라 包裝作業·輸送·保管 및 荷役에 適合하여야 總物流費用이 輕減될 수 있기 때문이다.

위에 적은 要素 하나하나 모두에 만족할 수는 없다 하더라도 總合的인 費用은 最少가 되지 않으면 안 된다.

製品을 包裝하여 商品化하려 할 때의 費用은 두 가지 目的으로 나누어 생각할 수 있는데, 하나는 製品을 包裝하는 데 쓰이는 直接包裝費이고 다른 하나는 流通過程에서 破損을 막기 爲하여 對處하는 間接包裝費이다.

包裝材料費를 節減하였다 하여 包裝總費用을 最少로 들었다고는 할 수 없고, 따라서 適正包裝이라 할 수도 없다.

包裝費를 적게 들여 商品이 流通過程에서 破損되었다면 反射的으로 製品의 原價를 높이는 結果가 되므로 이는 바라는 바가 아닐 것이다.

包裝費가 조금 더 負擔되더라도 輸送·保管·荷役 등 다른 費用을 줄여 總物流費用을 줄일

수 있으면 오히려 適正包裝이라 할 수 있을 것이다.

適正包裝을 檢討함에 있어서는 먼저 包裝形態를 다루지 않으면 안 된다.

그 理由는 첫째 包裝形態에 따라 파렛트의 積載效率과 倉庫의 保管效率이 左右되고, 둘째 包裝材料의 消耗量이 決定되고, 세째 包裝作業方式을 決定하고, 네째 包裝材料의 機能을 左右하고, 다섯째 輸送上의 安全性이 달라지기 때문이다.

包裝材料로는 紙類·플라스틱·金屬罐·木箱子 유리병 등이 있지만 그 가운데 골판紙箱子가 가장 많이 쓰이고 있다.

골판紙箱子로 製品을 包裝하려 할 때도 먼저 考慮하여야 할 것은 箱子의 치수이다. 물론 이 치수는 製品의 크기에 따라 달라진다.

다음으로는 製品의 重量에 따라 골판紙의 種類를 알맞게 選定하여야 한다.

包裝 시스템의 첫 段階인 이들 要素는 매우 重要的 것으로 總物的流通過程의 全效率을 決定하고 總物流費用을 左右하는 關鍵이 된다.

生産된 製品이 最終消費者에게 보다 安全하게 그리고 싼 값으로 傳達되기 위하여는 包裝은 製品을 保護할 뿐 아니라 輸送에 適合하여야 하고, 倉庫貯藏效率이 높아야 하고, 또 荷役하는데 便利하도록 設計되어 있지 않으면 안 된다.

이와 같이 物的流通過程에서 包裝은 生産販賣者의 實利에 크게 影響을 미치고 있다.

따라서 物的流通過程은 生産된 製品이 消費者의 손에 들어가기까지의 全過程을 總括的으로 慎重히 다루지 않으면 안 된다.

처음의 包裝材料費를 얼마간 더 들였다 하더라도 輸送·保管 그리고 荷役中에 商品의 破損率을 내릴 수만 있으면 全體物流費用, 다시 말하면 總包裝費用은 節減되었다고 할 수 있다.

그러나 過剩包裝이 되어서는 도리어 손해다.

이 適正包裝의 限界를 찾는 것은 매우 어려운 일이다.

包裝專門家에 의한 各種 試驗과 精密한 診斷이 必要하다.

이제 包裝形態와 크기가 決定되면 이의 合理性 與否를 다음과 같이 檢討하지 않으면 안 된다.

첫째, 包裝에 必要한 골판紙量이 最少로 되어 있는가.

둘째, 파렛트 및 倉庫貯藏能率이 좋게 되어 있는가.

세째, 貯藏 또는 輸送中の 積載에 充分한 強度를 保有하고 있으며, 輸送中の 충격에 견디어 낼 수 있을 것인가.

이러한 檢討는 包裝材料의 基礎強度 試驗과 함께 包裝貨物의 振動·衝擊 및 壓縮試驗 그리고 最終的으로 輸送試驗을 確認하지 않으면 안 된다.

包裝貨物이 物的流通過程에서 받는 障害 가운데 가장 影響이 큰 것은 手荷役 때의 落下衝擊이다.

이때 貨物이 받는 衝擊의 크기는 落下高와 落下地面의 狀態, 地面과의 衝擊部門에 따라 다르다. 이것은 물론 包裝方法에 따라 달라진다.

이러한 모든 物流過程의 外的障害에 最小限 견디어 낼 수 있는 包裝方法을 찾을 수 있으면 바로 適正包裝이라 할 수 있을 것이다.

3. 包裝合理化를 爲한 物的流通管理

東南亞 地域에 加工食品을 輸出하는 商社가 유럽 地域의 市場 침투를 企圖한다고 하자.

市場調査와 함께 商的流通過程을 整備하여야 하겠지만, 이에 못지않게 物的流通過程의 各段階를 分類하여 比較檢討하지 않으면 안 된다.

구체적으로 檢討하여야 할 事項은,

- (1) 商品의 輸出量 및 그 期間
- (2) 輸送距離 및 輸送場所
- (3) 輸出包裝의 形態 및 費用
- (4) 輸送方法의 選定
- (5) 自社의 製品生産能力
- (6) 自社의 製品貯藏費用 및 現地에서의 貯藏費用
- (7) 受注의 處理現況
- (8) 市場開拓을 爲한 追加費用

위의 여러 事項은 모두 加工과 輸送 그리고 保管에 관련된 것으로서 各要素마다 또는 서로 補



完하여 最少의 費用을 낼 수 있는 最善의 方案을 찾아야 할 것이다.

最近 各國의 企業에서는 物的流通管理를 徹底히 施行하고 있다. 그 理由는,

- (1) 製品原價에서 차지하는 輸送費가 增加하고 있음.
- (2) 商品의 品質과 값에만 競爭을 하던 것이 物的流通部門도 競爭對象으로 부각됨.
- (3) 消費者의 購買方式이 小量多種形態로 바뀜
- (4) 消費者의 기호에 따라 商品이 多樣化됨.
- (5) 流通構造의 變化 등 物流管理의 實利性이 現實的으로 뚜렷이 나타나기 때문이다.

市場需要를 充足하는 製品生産을 爲하여서도 物流管理를 總括的으로 다루어야 하기 때문이다.

일찍이 Peter Drucker 教授는 物的流通을 가리켜 “經濟의 暗黒大陸”이라 하였지만, 오늘날 企業利潤의 創出에 物的流通管理는 큰 寄與를 하고 있으며, 크게 影響을 끼치고 있다.

그러나 製品의 原價節減을 爲한 物流管理의 여지는 많이 남아 있다고 볼 수 있다.

品質管理를 통한 製品의 原價節減은 어느 段階에 이르면 安定된 限界點에 이르면, 製品의 物的流通費用은 流動性이 커서 항상 徹底히 管理하지 않으면 안 된다.

物流管理費用을 최소로 抑制하려면, 첫째, 流通過程을 單純化하고, 둘째, 在庫量을 줄여 倉庫管理負擔을 輕減시키고, 세째, 現代의 合理的인 輸送方式을 採擇하고, 네째, 包裝改善을 통하여 包裝費를 줄이고 荷役을 能率化하는 것이 捷徑이다.

—자체 전시관 유치 작업에 총력—

열두 해를 맞은 이번 산업디자인 전람회는 양과 질면에서 커다란 성과를 거두었다는 것이 각계의 중론이다.

4일 개막을 하루 앞두고도 전시장 주위는 흙과 도구들이 산더미처럼 쌓여 있었다. 한 달 전부터 작품을 접수받고 전시준비를 해온 전시과 직원들은 일 주일전부터 야근을 했고, 하루 전에는 밤을 새워 진열 준비를 하느라 초비상이 걸리기도 했다.

석달 동안 계속 운동화만을 신고 공사 총감독으로 지휘를 맡아 온 김 태을 총무부장은 때때로 일에 박차를 가하기 위해 센터가 울리도록 고함을 치기도 했다.

실로 자체 전시관 유치작업에 전직원이 합심하여 눈코 뜰 새 없이 아래 위로 뛰어 다녔었다.

金熙德理事長을 비롯 전
직원이 총화단결한 결과 전

람회로는 국내 최대 규모를 자랑하는 산업디자인전을 우리 자체 전시관에서 개최하게 됨으로써 산업디자인 개발육성의 요람이 되고 제구실을 다하는 데 일대 전기를 마련했다고 하겠다. 작품출품수는 작년과 비슷한 현상이지만 작품 질면에서는 그 어느 대회보다도 우수했던 것이 사실이다.

20일간의 전시기간 동안 9천 3백여 명이 관람했고 멀리 조선대학, 대구효성여자대학, 홍익대, 중앙대예대, 동양공전, 대한전선, 영국대사관, 캐나다 대사관 등 학계, 업계, 외국 대사관 등에서 단체관람을 하기도 했다. 지역적인 관계로 관람객 유치에 지장이 없지 않아 있었지만, 이러한 것은 횡수를 거듭할수록 더욱 성황되리라 믿는다.

모두 열심히 뛰고 노력한 성과에 각자 박수를 보내자.

—포장계 최대의 국제회의—

4일 상오 10시 제18차 APF 이사회는 새로 증축된 본관 3층 국제회의실에서 열렸다. 말끔히 단장된 회의실에서 처음으로 열린 국제회의이며, 우리로서는 1977년의 최고의 손님들이었으며 새 회의실의 첫 손님이었다.

회의 진행은 처음부터 끝까지 사내(社內) 방송을 통해 생방송되었고, 전직원은 잠시 일을 멈추고 스피커에 귀를 기울였다. 이튿날 각국 대표들은 무역회관 대회의실에서 역사적인 제4차 아시아 포장대회의 개막을 올렸다.

주최국이자 주최자인 당 센터는 각국 대표들이 불편하지 않도록 세심한 배려를 베풀었고, 기획실과 포장개발실 전직원이 회의장에 배치되어 안내와 연락을 취하기에 바빴다.

회의장은 에어컨이 가동되지 않아 굉장히 더웠고, 마침 날씨조차 이상 기온으로 기온이 높아 무척 힘들었다.

오후 더위 때문에 한때
회의장 분위기가 흐려지는

스케치席

느낌이 들자 김 회덕 의장은 잠시 휴식을 선포, 커피를 들며 환담을 나누고 참석자들은 휴게실로 나와 휴식을 취하며 회의의 스냅 사진을 보기도 했다. 4시 25분 회의가 속개되자 김 회덕 의장은 작년 홍콩 대회에서도 에어컨이 가동되지 않았다고 하여 잠시 회의장 분위기를 부드럽게 만들었다. 이튿날 회의는 KDPC 전직원이 회의에 참석, 회의장은 만원을 이루었고 이어폰을 끼고 의견 발표를 듣는 모습들은 진지했다. 오후 3시 10분 제4차 대회는 그 어느 대회보다도 열띤 토론과 성과를 거두었고, 1978년 필리핀의 마닐라에서 재회를 약속하며 폐막되었다.

7일 회원국 대표들은 아침 보슬비가 내리는 서울 교외를 빠져 삼화인쇄, 태평양화학을 시찰하고 수원 컨트리 클럽에서 피로를 풀며 하루를 보냈다. <晉>

製品開發과 디자인

Product Development and Design

車 成 哲

當센터 디자인 개발실 주임 연구원

序 論

人間은 道具를 必要로 하였고 그것은 人間의 歷史와 더불어 人間이 必要로 하는 모든 形態로 創造되면서 過去와 現在, 그리고 未來를 통털어 그 時代와 環境과 要求에 依하여 無數한 發展과 變遷을 거듭하여 왔다.

하나의 道具는 時間과 空間의 函數에 따라 創造(Creation)와 革新(Innovation)을 隨伴하게 되었고, 그것은 人間生活에 密接하게 作用하면서 文明의 利器로서 活用되기도 하고 文化發達에 따른 우리의 生活環境(Life Environment) 등에 便利와 潤澤을 가져다 준 反面, 自然과 社會環境과 生命을 破壞하는 凶器로서 逆作用하기도 하였다.

그러므로 道具의 創造와 道具-製品의 開發은 人間이 目的(Object)하는 것의 必要值(Necessity Value)를 생각하게 되고, 그러한 範疇에서 어떤 目標(Objective)에 到達시켜야 하는 어려움이 뒤따르게 된다고 보여진다.

그 必要值의 눈금은 어디까지나 하는 疑問符號는 超自然的인 形而上學的 世界와 人間의 自然現狀이 要求하는 形而下學的인 問題로 分類하여 여기서는 다만 後者에 局限하여 論하기로 한다.

本 論

人間에게 必要한 製品開發—그 必要로 하는

製品을 創出함에 있어,

첫째, 條件(Condition)과 方法(Operation)이 不可缺한 要諦가 된다. 그 條件에는 時代的인 것으로부터 社會的인 것, 經濟的인 것, 그리고 人間的, 構造的, 科學技術的인 것에 이르기까지 소프트한 條件과 하드인 條件 등 廣範圍한 諸要素를 網羅하여 必要한 모든 것이 갖춰져 있느냐 아니냐의 問題分析(Problem Analysis)과 檢討(Examination)로서 가장 適切하다고 認定되는 線과 位置까지 必要條件(Necessity Condition)의 成熟을 이끌어 올려야 할 것이다.

둘째, 方法에는 하나의 어프로치(Approach)로서 條件을 充足시켜 주기 위한 企業經營에 바탕한 政策的인 理念의 캐치와 學問的인 것에 바탕한 科學技術的인 것에의 展開라는 段階를 거치지 않으면 안 될 것이다.

企業은 利潤을 追求하는 屬性을 지닌 怪物이라고 하였다.

여기서 그 怪物을 잘 다루고 길들이는 것은 一種의 魔術使(Magician)로서의 매네지먼트(Management)의 技倆에 屬하는 것이지만, 그 커다란 怪物은 利潤을 追求하기 위하여 어떤 經營目標을 設定하게 되고 投資를 販賣해서 利益을 回收하는 習性和 生理를 지닌 하나의 集團 또는 組合體라 할 수 있다.

그리하여 投資에 對한 反對給付로서의 利潤을 回收하기 위하여는—무엇을, 어디서, 어떻게, 누구에게, 얼마만큼 팔 것이냐는 마아케팅(Mar-

keting)의 競爭的인 戰略이 짜여질 것이고, 이에 따라 市場標의과 製品系列의 決定이 세워질 것이다.

製品系列의 決定이 樹立되면 비로소 製品計劃에 着手, 프리 리서치(Pre-research)로서 調査擔當 組織員은 計劃製品의 競爭對象品 및 類似品, 其他 品目 등의 디테일(Detail)한 調査와 蒐集資料의 分析·評價(Analysis Accessment)로서 어떤 임팩트(Impact)를 줄 것인가 아닌가를 測定하여 充分한 參考指針을 마련해야 할 것이며,

製品計劃의 基幹組織員은 첫째, 新製品 開發이나? 둘째, 改良品 開發이나? 셋째, 用度變更의 開發이나? 등의 分명한 라인의 定立과 아울러 需要家를 念頭に 둔 1) 專門品, 2) 選擇品, 3) 日用品의 確實한 品種의 區別과 또 國內市販用이나? 아니면 바이어(Buyer)를 위한 海外輸出商品이나? 등의 基本方向의 政策은 물론, 製品의 크기(規格), 適正價格(Reasonableness Price), 廣告(Advertising) 政策 등을 事前에 立案해야 할 것이다.

이러한 모든 計劃이 樹立되면 디자인 擔當組織員은 곧 商品化計劃에 着手하게 되며, 國內外的 關聯 카탈로그(Catalogue) 등 參考資料를 蒐集比較研究用으로 活用하면서 디자인 研究에 沒頭하게 되는데, 이때 디자인 開發의 展開過程에서 가장 重要視해야 될 체크 포인트(Check Point)로서의 다음 몇 개의 單元으로 區分해서 檢討해 볼 필요가 있다.

첫째, 매카니즘(Mechanism)의인 機能(Function),

둘째, 構造(Structure)상의 便利(Servicing),

셋째, 製作(Production)상의 確實性(Reliability),

넷째, 販賣(Selling)에 따른 分配(Distribution)와 包裝(Package)의 簡易性(Simplicity),

다섯째, 人間工學(Human engineering)의인 配慮,

即, "Man-Machine Relation"에서 意味하는 人間과 機械의 關聯에서 <가장 合理的인 適合理化를 追求>해야 하는 諸問題 研究 등에 基盤하여,

여섯째, 購買動機를 刺戟(Motivation)키 위한 審美的(Aesthetical)인 形態(Appearance)를 디자인 하는 프로세스(Process) 過程을 생각해야 할

것이다.

물론, 이러한 要諦 하나하나가 하나의 프로젝트 目標를 達成하기 위하여 어세스먼트(Accessment)로서의 綿密한 比較·分析(Comparison analysis)과 檢討가 따라야 한다는 것이다.

또한 그 製品 디자인은 그것을 必要로 하는 企業의 歷史와 現在의 主生産製品의 狀態를 把握하고 그 企業이 目標하는 方向을 看破해서 適切한 治癒(Recovering)方法을 摸索한다든가, 大手術의 메스를 加하듯 革新的인 모우먼트(Moment)가 되도록 寄與한다든가 하는 使命을 갖고 臨해야 할 것이다.

그러면 한 企業의 企業經營에서 必須不可缺한 다음에 列舉하는 緊要한 것들이 어떻게 되어 있는가를 살펴보기로 하자.

첫째, 社章(Corporate Symbol)으로부터 社字體(Corporate Logo), 商標(Brand Mark) 등에 이르기까지 強力한 이미지를 浮刻시켜 주는 統合된 컬러 폴리시(Color policy)가 갖춰져 있느냐 없느냐에 따라 製品 디자인은 어떤 임팩트(Impact)를 받게 될 것이다.

둘째, 包裝(Package)과 廣告(Ad), 販促物(Novelty), 標識(Sign) 등 모든 應用(Application)의인 廣告形態에도 統一된 一體感의 缺如로 어떤 綜合 PR 的인 效果를 期할 수 없게 되므로 그 影響은 디자인 計劃에도 相當한 蹉跎과 混沌을 招來하게 되므로 그 注文된 製品 디자인을 하기에 앞서 上記한 要件에 留意하고 特別한 關心을 기울여야 할 것이다.

또한 여기서 製品 디자인의 모든 作業은 機動性(Mobility)을 높이기 위한 시스템(System)化로서 프로젝트 리더를 核으로 多様な 프로페셔널(Professional)의 才力(Talent)들이 모여서 콘스텔레이션(Constellation) 組織 方法을 活用, 일을 共同으로 處理한다면 時間과 精力과 豫算을 節減하게 되고 相互作用 등으로 하여금 製品의 確實性, 商品性 등을 提高함으로써 한 사람의 스페셜리스트(Specialist)의인 頭腦의 所有者라 할 지라도 한 사람의 努力과 힘으로 處理할 수 없는 難題들을 解決하는 데 큰 도움이 될 것이다.

그러면 위에 記述한 시스템化 作業을 效率의으로 展開하기 위하여는 어떤 方式으로 推進해야 할 것인가,

프로젝트 리더는 現代組織이 要求하는 모든 새로운 方法을 試驗해 볼 必要가 있다.

그리하여 하나의 디자인 計劃을 NASA의 先進 시스템 워크(System Work) 方式으로 한 單元的 段階 때마다 全體를 묶어서 체크하고, 各 段階마다 마무리를 하는 PPP(Phased Project Planning) 方式을 導入, 小規模 프로젝트 워크에서도 效果 있게 活用할 수 있을 것이다.

最近 이러한 方式을 製品開發推進에 活用한 몇 가지 實例를 아래 表와 같이 옮겨 본다.

結 論

모든 事象(Event)을 顯在化하고자 한다면 知識集約의 段階에서 모든 理想的인 方法(Operation)과 科學的인 技術(Technology), 그리고 頭腦를 組織化(System)하고 未來를 向한 創造(Creation)와 變化의 作業(Activity)을 反復하는 것이다. 그러면 마침내 많은 사람의 사랑의 標的이 될 디자인은 남을 것이다.

(表 1)

PROJECT PLAN CRD. 77-XZ 2

NO.X MASTER SCHEDULE;

Pace	Date	Work Index	Examination
1 段階	××	<ul style="list-style-type: none"> ● 開發 Project 目標 ● 實前 解析 ● 方針 檢討 ● Master Plan 起案 	<ul style="list-style-type: none"> ● 檢討 ● Project Concept 의 確立
	××	<ul style="list-style-type: none"> ● Project System ● Master Schedule 設定 ● 作業 分擔 配定 	<ul style="list-style-type: none"> ● 檢討 ● Team 構成 ● 詳細研究로서의 Project Concept 의 周知
2 段階	××	<div>Pre-research</div> <ul style="list-style-type: none"> ● Idea Sketch 	<ul style="list-style-type: none"> ● 檢討 ● System Analysis 의 實施
	××	<ul style="list-style-type: none"> ● 補充 Idea Sketch 	<ul style="list-style-type: none"> ● 評價
3 段階	××	<div>Set up</div> <ul style="list-style-type: none"> ● Rendering 	<ul style="list-style-type: none"> ● 檢討 ● 調整
	××	<ul style="list-style-type: none"> ● 補充 Rendering 	<ul style="list-style-type: none"> ● 評價 ● 1次 成果品の Presentation(Link)
	××	<ul style="list-style-type: none"> ● 圖面設計 ● 設計 修正 補完 	<ul style="list-style-type: none"> ● 材料 및 設計上의 Analysis 實施 ● 試製品의 Cost 調整
4 段階	××	<ul style="list-style-type: none"> ● 青寫眞 	<ul style="list-style-type: none"> ● 檢討
	××	<ul style="list-style-type: none"> ● Pattern Design 	<ul style="list-style-type: none"> ● 資材 購買
	××	<ul style="list-style-type: none"> ● Model 製作 	<ul style="list-style-type: none"> ● 調整
	××	<ul style="list-style-type: none"> ● 監理 	<ul style="list-style-type: none"> ● 評價
	××	<ul style="list-style-type: none"> ● 成果品の 寫眞 촬영 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2次 成果品の Presentation
	××	<ul style="list-style-type: none"> ● 成果品の 總整理 	<ul style="list-style-type: none"> ● 補完
	××	<ul style="list-style-type: none"> ● Briefing 	<ul style="list-style-type: none"> ● 請求作業 및 終結
		<div>Open!</div>	

(表 2)

PROJECT PLAN END. 77-XO 3

NO.X MASTER SCHEDULE; ①

Pace	Date	Work Index	Examination
1 段階	××	<ul style="list-style-type: none"> ● 開發 Project 目標 ● 達成可能性의 評價 	<ul style="list-style-type: none"> ● 檢討 ● 詳細研究로서의 Project Concept 의 可能

	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● Trade Off 의 可能分析 ● 研究, 技術, 資源要因의 識別 ● Program 에의 關聯決定 	性
	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● Master Plan 試案 ● System Analysis 의 實施 ● 方針 檢討 	<ul style="list-style-type: none"> ● 檢討 ● Project Concept 의 周知
	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● Project System ● 作業體制 	
2 段階	× ×	<div>Set up</div> <ul style="list-style-type: none"> ● 試驗材料 購入 	<ul style="list-style-type: none"> ● 檢討 ● 基礎試驗 Data 資料確保
	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● 技術條件 實驗 및 試驗 Molding 着手(合成, 配合, 着色 등 20回 以上) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 高分子化學構造理論 解釋 및 體系化
	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● 機械條件 實驗 및 自然條件 實驗 	<ul style="list-style-type: none"> ● 詳細研究로서의 各種 Data 資料의 Analysis 實施 ● 評價
3 段階	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● Design 資料蒐集 ● Idea Sketch 	<ul style="list-style-type: none"> ● 各種 試驗理論 體系化 ● 檢討
	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● 試製品 Rendering ● 圖面設計 	<ul style="list-style-type: none"> ● 考證 및 適合化 模索 ● 調整
4 段階	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● Model 製作(石膏, Mold, 成型 3 段階 作業) ● 監理 	<ul style="list-style-type: none"> ● 成果品 資料 및 試驗 Data 整理
	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● Briefing <div>Open!</div>	<ul style="list-style-type: none"> ● 評價 ● 特許 Project 完成 ● 特許出願 <p>※ 1次 研究로서의 終結</p>

(表 3)

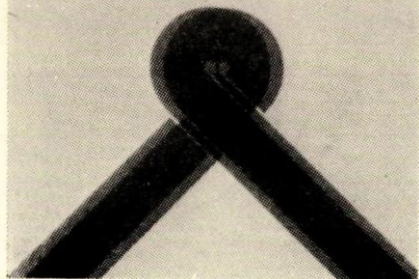
※ 2次 事業化로서의 事前計劃

NO.X MASTER SCHEDULE; ②

Pace	Date	Work Index	Examination
1 段階	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● 方針 檢討 ● Sales 活動 및 Promotion 活動 展開 ● 用役誘置 및 契約締結 	<ul style="list-style-type: none"> ● Client 選定에 따른 準備 ● 檢討 ● Client 組와 共同으로 妥當性 確認, 調整 ● 詳細研究로서의 Project Analysis 實施 ● 現地 및 關聯機關과의 諸要件 可能 調査 實施
	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● 現地踏査(地域設定, 位置確定) 	
2 段階	× ×	<div>Set up</div> <ul style="list-style-type: none"> ● 本體 Design 및 圖面設計 ● 本體 Design Molding(石膏, 型, 成型) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 檢討 ● 調整
	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● 施工設計 ● 現地施設 準備 ● 監理 	<ul style="list-style-type: none"> ● 評價 ● Briefing
3 段階	× ×	<ul style="list-style-type: none"> ● 本體 成果品 運送 ● 現場設置 ● 監理 <div>Open!</div>	<ul style="list-style-type: none"> ● 檢討 ● Project 完成에 따른 再點檢 實施 ● 請求作業 및 終結

Design for Small Communities A Report of Interdesign '74/Ontario

Design for small communities



張 權 峯

當센터 디자인開發室長

1976年 12月 韓日釜關 페리 共同研究인 Interdesign/The Ferry 事業推進關係로 當센터를 訪問한 日本 GK 工業디자인 研究所 本部長 野口瑠璃氏로부터 아주 貴重한 Interdesign'74/Ontario 리포트 한 편을 빌어 보게 된 것이 제기가 되어 우리 研究員은 물론 在野디자인人 및 그 部門에 從事하는 분들에게 微弱한 내가 내 나름대로 目的意識과 勇氣를 가지고 이것을 번역하게 되었다.

흔히 우리들은 Design 이라 하면 工藝와 視覺디자인面을 論하게 됨은 우리 Design 界가 一次, 二次의인 次元 테두리 내에서 벗어나지 못하고 있는 實情이다. 물론 近年에 이르러서는 매스 프로덕션化하여

工業 디자인(Industrial design)이 活發해지고 있지만, 어디까지나 後進에서 先進의 발자취만 쫓고 있다는 것도 우리가 自覺해야 할 것이다.

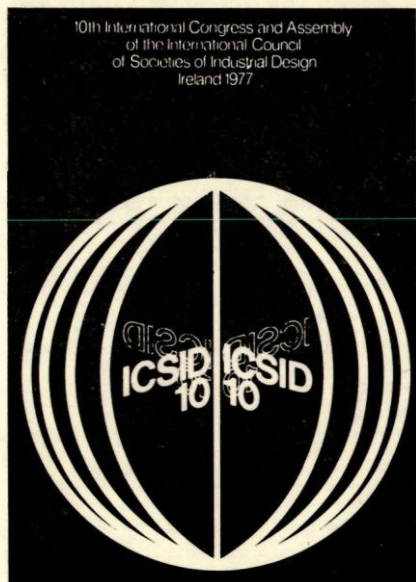
本人은 當센터 金熙德 理事長님이 心血을 기울여 編譯하신 「道具와의 對話」, 「超技術」, 「潛在意識의 힘」 등을 탐독하고 理事長님이 渴望하시는 問題가 21世紀를 指向하는 技術革新의 座標를 우리에게 깨우쳐 주셨음을 切感하였다.

그러나 오늘의 世界는 多變化하여 學問分野에

도 轉換期를 맞이하게 되었으며, Interdisciplinary (學際)한 것을 指向하고 있으며, 産業構造에 있어서도 勞動集約의인 것에서 知識, 情報의인

것에 適應하기 위하여 大企業보다도 中小企業으로 發展되고 消費者의 生活이 豊饒하게 됨에 따라 消費者嗜好에 맞는 製品을 生産하는 데에 拍車를 加하게 되었다.

이러한 反面에 反比例로 限定된 資原과 그에 따른 副産物의 山積과 公害問題가 深刻하게 擡頭되어 이러한 問題點을 解決하기 위하여 先進國들은 頭腦開發施設에 더 많은 投資를 하여 諸般問題點을 頭腦로써 克服할 수 있는 時代를 맞이하게 된 것이다.



앞으로 디자인界의 發展 여부는 環境을 人工的으로 造成해 나가는 데 생기는 問題點을 여하히 解決하느냐 못하느냐 하는 것은 우리 Designer 頭腦에 달려 있다는 것이다. 따라서 지금 紹介하고자 하는 Interdesign '74/Ontario 計劃은 Canada의 小都市 Ontario 를 對象으로 ICSID(International Council of Societies of Industrial Design) 承認下에 ACID協會가 Port Hope-Cobourg 地域社會 및 Ontario 行政과 後援者(Sponsor), 寄附者를 그리

고 外國의 工業디자인들로서 研究地域內의 住民과의 直接的인 連累關係를 가지고 특이한 方式으로 Interdesign '74/Ontario 事業을 어프로치하였다. 특히 이 事業을 爲하여 動員된 組織은 流動的으로 離合集散型인 Adhoc 形式이며, 未來豫測 시스템스, 어나르시스, 오퍼레이션, 리서치, 시뮬레이션, 情報科學 等の 手法으로 近代의 研究方法이 驅使되었다.

A Report of Interdesign '74/Ontario

머리말

여기 提示된 아이디어는 Community design(地域社會 디자인)에 對한 새로운 思考方式의 結晶이다. 이 冊은 住民의 要求事項을 充分히 고려한 地域社會相을 記錄한 것으로 좀더 상세히 말하면 住民들끼리 다 알고 同苦同樂할 수 있는 小規模의 Community 相인 것이다.

小規模 地域社會는 끊임없이 變化하는 人間社會의 모습을 觀察할 수 있는 좋은 對象이다. 넓고 비옥한 農土마저 都市가 침범하고 있는 오늘날 작은 地域社會에 살고 있는 住民들은 自身들의 生命까지 危險을 느끼며 두려워하게 되었다.

다른 여러 나라와 마찬가지로 Canada 역시 主要大都市의 急速한 成長으로 많은 問題點이 發生하였다. 都市集中化現狀은 大部分의 小都市(우리나라의 郡과 같음)의 經濟生活와 傳統的인 生活方式에 劣影響을 끼치고 있어 캐나다 産業디자인協會는 이러한 現狀을 凡世界的인 것으로 보고 다음과 같은 假設을 세웠다.

※ 節制할 수 없는 大都市의 急激한 成長에 對處할 方法은 小都市의 經濟面과 環境面을 改善할 때 그 研究過程 中에서 問題點이 發見된다는 假設이다.

1974年 8月 캐나다 및 世界各國에서 모인 40名의 Industrial Designers 들로 構成된 team이 南部 온타리오에 位置하고 있는 포트호프 카봉 地域共同研究過程에서 이와 같은 假設(Hypothesis)을 設定하였다.

이 모임은 工業디자인과 小地域社會라는 主題下에 열린 Interdesign '74/ontario 였다.

캐나다 産業디자인協會의 Project 는 브뤼셀(벨

기에)에 總本部를 두고 있는 ICSID 에 의해 承認을 얻었다.

參加한 디자이너들은 이 地域內에서 小規模 地域社會相은 現在 그대로 保存시키고 經濟的인 安定을 기할 수 있는 方案을 모색했다. 또한 Design 業界가 參加함으로써 住民이 보다 많이 參加할 수 있는 地域社會, 특히 젊은층에게 보다 많은 機會를 提供하는 地域社會를 만드는 方案을 모색했다. 그 結果 抽出된 아이디어는 近代의 小規模 地域社會中에서는 보기 드문 相이어서 앞으로의 새로운 地域社會相의 모델이 되었다.

大都市의 發展相과는 거리가 먼 小都市單位의 地域社會는 이 例에 의해 많은 도움을 받을 수 있을 것이다.

Interdesign '74가 모델로서 쓰일 수 있다는 것은 地域內의 技術 및 資源의 새로운 活用과 經濟, 社會組織의 強化, 住民을 爲한 오락 施設의 改善를 重點으로 다루었기 때문이다. 디자이너뿐 아니라 Port Hope-Cobourg, Hope Township, Hamilton Township 內의 住民들도 엄청난 寄與를 했다. 아마 住民의 協助이 없었더라면 이와 같은 아이디어도 나올 리 만무였을 것이다.

Interdesign '74의 重要 스폰서였던 온타리오 政府當局의 배려에 깊은 謝意를 드리는 바이다. 當局이 작은 地域社會의 生活에 있어서 質的向上을 爲해 디자인業界를 參加시켜 주셨음은 感謝한 일이며, 또한 Design 事務局, 商工部, 오타와, 國立디자인協議會 및 여러 事業團體에서 物心兩面으로 도움을 주신 모든 분들에게 감사드린다.

本稿도 Interdesign '74의 重要事業을 적은 것이기는 하나, 단순한 共同研究報告書의 性格을 초월한 것임을 밝히는 바이다.

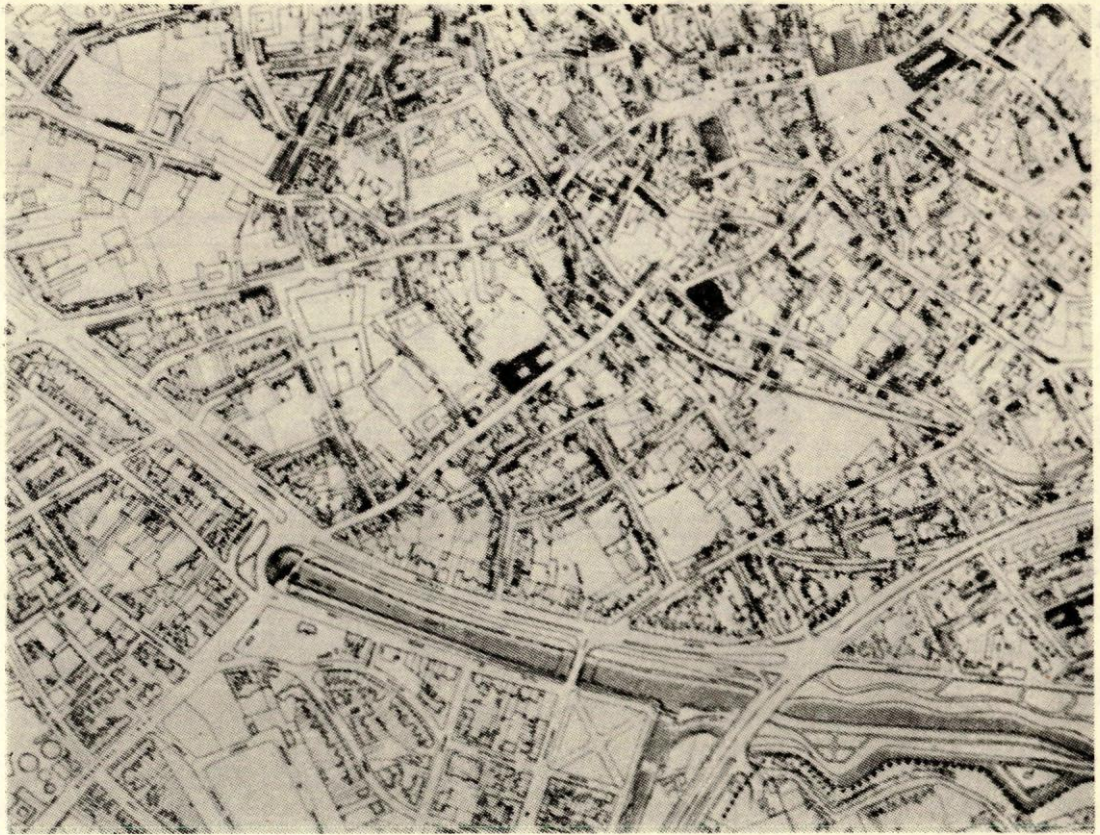
住民들이 地域社會 디자인에 參與하게 하는 Technique 을 提示했고 Almanac(年鑑)이나 Environmental Planning Game(環境計劃案) 등은 住民 및 인접 都市人에게까지도 價値있는 것이 될 것이다.

또한 여기 提示한 아이디어가 보다 훌륭한 建築設計에 熱中하고 있는 사람들에게 好感을 줄 수도 있고 反感을 불러일으키기도 할 것이다.

소 개

産業디자인의 役割

産業디자인이 地域社會 디자인에 關與하고



있음이 이상하게 보일지 모른다. 물론 商品만 디자인하는 固定 멤버가 있기는 하지만 디자인이라고 하는 職業이 오직 商業디자인에만 局限되는 것은 아니다. 1920年代의 大量生産技術이 導入되면서부터 日常用品을 Design 하고 製作해 내던 技術者가 必要 없게 되었다. Industrial Designer가 技術者와 對置되어 商品과 包裝디자인을 도맡게 되었다.

그래픽이나 産業展示 디자인은 물론 마케팅, 人間工學, 生産技術, 資源利用法 등 商業性을 띤 製造業과 연관된 모든 部門까지도 産業디자인의 領域이 닿게 되었다.

産業디자인이 考案해 낸 商品이 선을 보이고 消費되자 점차 消費者의 要求나 趣向에 맞추는 方向으로 變해 갔다.

産業디자인의 役割은 商品의 美的인 효과를 目標로 하던 저어널리스트로부터 디자인의 特殊한 分野까지도 慎重하고 細密하게 알아야 한다

는 매우 高次的인 技術職으로 바뀌어 갔다.

Industrial Design分野에는 Graphic, Engineering, Product Design, Exhibition Design, 環境디자인, 建築디자인까지 包含된다. 世界市場에서 製造商品의 收要가 증가하고 있다는 것은 結局 産業디자인이 消費者의 要求와 趣向에 忠實하고 있다는 증거이기도 하다. 그러나 天然資源이 消耗되고 自然環境이 損傷되어짐은 自然的인 現象이든 人間에 依한 것이든 市民의 一人으로서의 디자인자에게 큰 關心事가 아닐 수 없다.

産業디자인은 옛날부터 내려오던 平面計劃 建築 등이 갑자기 特殊한 것으로 탈바꿈되어야 한다고 생각지는 않는다. 그러나 그들의 能力이라면 環境改善 및 살기 좋은 地域社會 디자인에 專門知識을 注入시켜 좋은 아이디어를 提供할 수 있다고 자부한다.

(次號 계속)

觀光土產品 디자인 研究 및 方向

Design Research & Object for the Development of Local Products for Sightseers

디자인 개발 연구실

今年度 觀光土產品 디자인 研究에 있어 다음 여러 가지 問題들을 檢討하고 이에 따른 實際的인 對策의 創出과 아울러 디자인 方向을 設定, 研究에 臨하였다.

첫째, 우리나라의 土產品生産과 流通構造를 살펴보면 大部分의 土產品 生産業體가 서울·慶州 등지에 集結되어 있고 같은 製品이 各觀光地로 配布되고 있어서 어느 곳에서나 비슷한 製品을 接하게 되므로 그 地域을 代表할 수 있는 土產品으로서의 特色과 魅力을 살리지 못하고 있는 實情 등에 留意하지 않으면 안 되었다.

둘째, 生産業體의 大部分이 經濟的으로 어려운 狀況에서 零細性을 脫皮하지 못하여 家內工業의 小規模에 머물고 있어 새로운 製品開發에 投資하려는 面보다는 各已 다른 狀況에서 손쉽게 模倣하려는 傾向으로 因해 土產品 全般에 對한 印象을 흐리게 하여 重要한 觀光資源의 効用도를 낮추고 있다는 事實을 勘案하지 않으면 안 되었다. 따라서 生産過程에서도 手工藝品産業이 發達한 이탈리아, 홍콩, 臺灣 等지의 土產品 生産業體가 集團化 또는 系列化를 이루어 一種의 시스템化한 作業體制가 갖춰지고 製品製作의 精密度 등 標準化함으로써 水準 높은 製品으로 量産形態와 方式을 취하고 있으며, 熟鍊된 技術에 依한 處理 등으로 商品性的 高級化가 可能, 國際競爭力을 높이고 있으나 우리나라 土產品의 大部分이 어떤 一貫性있는 製品의 規格化가 이뤄지지 않고 있는 實情에 있음을 念頭에 두지 않으면 안 되었다.

세째, 各地方的 獨創的인 素材와 土着材料의 研究를 통한 디자인의 向上과 普及指導 등으로 遜色없는 製品으로 하여금 그 地域을 訪問하는 觀光客, 特히 外國人에게 어필하는 異國의 情趣와 魅力을 주어 購買動機를 誘發할 수 있는 韓國 固有美的 發顯, 그리고 材料의 特質, 實用性的 配合 등 適切히 調和시킨 商品을 開發하는 問題와 製品의 끝마무리가 精巧하게 處理되고 있는가 등을 考慮하지 않으면 안 되었다. 今番 본프로젝트 디자인 研究는 위에 記述한 바와 같이 우리나라의 觀光土產品産業의 振興이라는 大前提 아래 各觀光地의 集中開發이란 政府施策의 一環으로 크게 10大觀光圈으로 나누어 各地域 特性에 맞는 特產品의 開發, 向上을 目標로 우리 固有의 傳統美와 土俗的인 民藝品의 特性을 浮刻시켜 東洋的, 神秘的, 創造的인 諸要素를 導入, 加美하여 現代의인 感覺으로 處理함으로써 새로운 商品性を 提高, 國內外 一般 觀光客들이 우리의 아름다운 文化美術을 吟味할 수 있도록 輸出商品으로서의 可能的인 高級化 構想을 摸索하였다.

1. 研究期間 (1) Design 1977. 4. 11~6. 30 (2) 試製品製作 7. 1~8. 20
2. 研究內容 (1) Idea Sketch 144點 (2) Rendering 87點(採擇 55點)
(3) 圖面設計 55/58" (4) Pattern Design 17/35" (5) 試製品製作 30"
3. 研究人員 (1) Design 研究 Team 10名 (2) 試製品製作 Team 4名
4. 其 他 (1) 본프로젝트 디자인 研究는 본센터와 韓國農家工產品開發本部와의 共同開發事業의 一環으로 이뤄짐.
(2) 試製品展示; 1977. 9. 22~10. 11 第7回 觀光民藝品展示會(德壽宮) 本部 코너에 出品展示. (哲)

土產品 誌上展

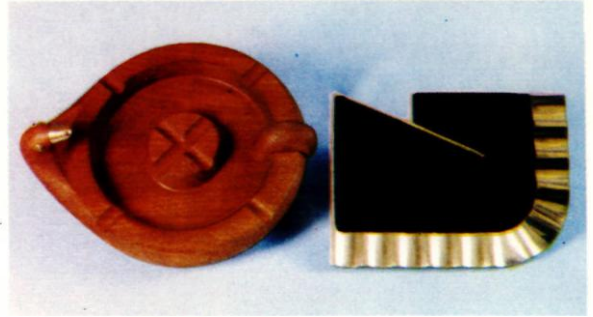


民画紋 花瓶

최근 재인식되기 시작한 민화의 소박한 감각을 工芸品에 적용시킴으로써 좀더 친밀감 있는 作品이 되도록 시도했다.

많은 자료들 중에서 특별히 선정한 4점의 민화를 画壁 4면에 위치시키고 나무와 금속판, 그리고 민화의 그래픽을 造化시킴으로써 品位있으면서 現代的 감각에 밀착한 民俗工芸品을 표현했다.

〈디자인 金鍾午 趙先嬌, 製作 朴忠國 權寧逸〉



오리형 재떨이

木刻 民俗工芸品으로서의 등잔, 재떨이 등에서 보여주는 기름먹은 木製品 및 裝飾의 인 오리의 모양에서 着眼, 現代感覺에 알맞도록 디자인하였으며 機械彫刻의 방식에다 若干의 手工芸의 形態를 곁들인 作品임.

規格: 길이 190×높이 69×円지름 153mmφ

〈디자인 車成哲, 製作 朴忠國 韓基燦〉

馬頭型 재떨이

목部分까지의 말의 모양을 現代의인 感覺으로 図形化하여 日常用品으로서의 재떨이를 재미있게 試圖해본 作品.

材料: 真鍮

規格: 151.5×111mm

〈디자인 金玉瓊, 製作 李求福〉



디너벨 (Dinner Bell)

形態를 單純化하여 現代感覺을 살리고, 固有紋樣을 Pattern化하여 造化시킴.

손잡이 部分의 문양과 신주의 청량함이 自然스럽게 Match되도록 하였음.

材料: 真鍮

規格: 60×60×145mm

〈디자인 閔丙憲, 製作 李永福〉

燈籠型 저금통

李朝時代に 흔히 使用하던 燈을 模倣해서 製作한것으로 재미있게 玩具의인 要素를 加味, 好奇心에서 使用할 수 있게 한 것이고 아울러 便利한 方法으로 組立되도록 考案함.

材料: 透明프라스틱+皮革

規格: 60φ×130mm

〈디자인 趙鉉晝, 製作 權寧逸〉



井字型 照明燈과 井字型 담배函·재떨이 SET

우리나라의 固有建築樣式 및 옛民俗風의 우물가에 세운 欄干에서 傳統的인 멋을 導入한것으로서 現代의인 感覺에 맞도록 디자인, 照明燈 및 담배函, 재떨이가 한 Set가 되게 하고 全体的인 形態가 完全組立式으로 하여 使用者의 好奇心과 使用上의 機能을 勘案한 디자인임.

照明燈 : 材料—木材+아크릴 (1)

規格—140×325m/m

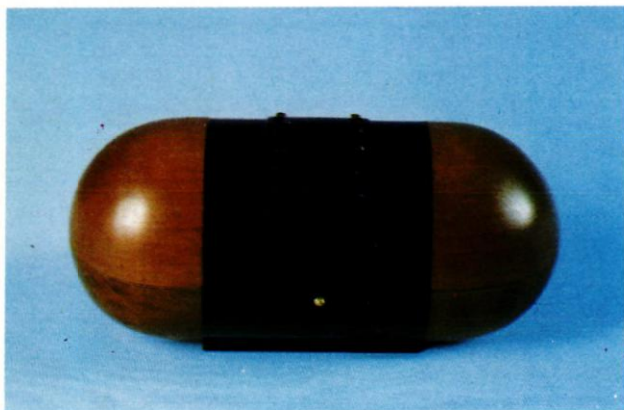
〈디자인 趙鉉旣, 製作 朴忠國〉

(2)담배函 및 재떨이 Set :

材料—木材+真鍮

規格—170×170×37m/m

〈디자인 趙鉉旣, 製作 李永福 韓基燦〉



신랑·각시 저금통

신랑과 각시의 특징만을 살려 상징적으로 표현하여 공정을 간편하게 함, 투명아크릴과 나무의 조화가 새롭고, 몸통을 투명하게 하여 호기심을 키워, 저축의욕을 높이도록 함.

재료 : 배나무+투명 아크릴

규격 : 53×53×(mm)

〈디자인 閔丙薰, 製作 朴忠國 韓基燦〉



寶石函

終來의 寶石函의 과대장식을 배제하고, 特徵만을 살려 산뜻하게 처리함.

한 손에 들어갈 수 있는 아담한 Size에 天然材料인 나무의 使用으로 女性스러움을 強調함.

材料 : 배나무+Bronze

規格 : 85×85×185 ㎜

〈디자인 閔丙薰, 製作 朴忠國 韓基燦〉

飛天像 촛대

外國觀光客 및 佛教人을 위한 高級한 裝飾記念品을 目標로 構想, 傳統的인 民俗工芸品樣式을 導入, 등잔 받침과 받침목은 木刻으로 하였고 反射鏡은 新羅銅鍾의 代表的紋樣인 飛天像을 서로 마주 바라보는 形態로 配置, 真鍮鍍金板에 線刻으로 腐蝕하였고 촛대꽃이는 도르래形式으로 反射鏡을 함께 돌게 하였다.

規格: 높이 296m/m, 등잔받침: 지름 179m/m

反射鏡: 지름 170m/m.

〈디자인 車成哲, 製作 金尤錫 朴忠國〉



模造비취 靈獸型文鎮

幻想的인 動物形態로 우리 固有의 印章을 文鎮으로 使用, 外國觀光客의 기호에 맞게 디자인 하였음.

材料: 模造비취 포리에스텔

規格: 80×66m/m

〈디자인 崔榮菊, 製作 李永福〉

白鳥型 Napkin Holder

靜潔한 분위기를 돋구기 위한 손님 접대 食卓用品으로서 白鳥의 湖水를 聯想시키면서 白色 또는 透明아크릴로 彫刻, 成型해서 量産이 可能토록 디자인함.

規格: 높이 65×길이 82×幅 30%

洞空직경 34%

〈디자인: 金玉瓊, 製作 權寧逸〉



調味料器 SET

三角形態로 이루어진 調味料器에 손잡이 部分을 홈을 주어 裝飾的이고 技能的인 處理로 하였고, 使用後에 제자리에 끼울수 있도록 安定感을 주어 들고 다니기에 便利하게 디자인 하였다. 表面은 食卓위에 霧囲氣를 갖도록 轉寫紙 紋樣으로 處理함.

規格: 144.5×100m/m

〈디자인 崔正奉, 製作 權寧逸〉

調味料筒 Set

形態的인 面에서 옛것만을 模倣하는 土產品 製作方式을 脫皮해서 보다 現代的인 感覺으로 디자인한 것으로서 調味料器 4個가 한 Set가 되어서 組立되고 全体를 透明한 材質로서 하고 表面은 紋樣을 轉寫 처리로 함.

材料: 透明 프라스틱

規格: 86×86×108%

〈디자인 趙鉉亨奉製作 權寧逸〉





와당紋 대나무솥

木製表面에 대나무쪽을 附着하고 윗面에는 와당紋을 浮彫形式으로 陽刻해서 裝飾的인 面을 加味한 디자인임.

材料：木材+竹材

規格：108φ×188m/m

〈디자인 趙鉉旣, 製作 朴忠國 韓基燦〉



花瓶 겸 筆筒

나무 뿌리 形態를 木材에 彫刻하여 골동품과 같은 氣分을 살려 디자인함.

材料：槐木

規格：170×120㎜

〈디자인 崔榮菊, 製作 朴忠國〉

나막신 玩具

우리나라 固有의 民俗品인 나막신을 몸체에 바퀴를 달고 玩具 겸 菓器로 使用할 수 있게 디자인 하였음.

材料：배나무

規格：50×97m/m

〈디자인 崔榮菊, 製作 韓基燦〉

신랑·각시 Candy Ball

女性들이 愛用할수 있는 裝飾的인 家庭用品으로서 신랑각시의 몸통은 두개의 透明아크릴로 해서 色冬紋과 金色 완자紋의 띠로써 衣裳을 象徵하고 손잡이는 서로 맞절하는 모양을 表象, 金屬에 銀鍍金을 입힌 材質로 現代的인 感覺을 살린 디자인.

規格：몸통높이 260m/m, 円지름 120m/m×2個, 손잡이높이 33×길이 120m/m

〈디자인 金玉琅, 製作 權寧逸〉



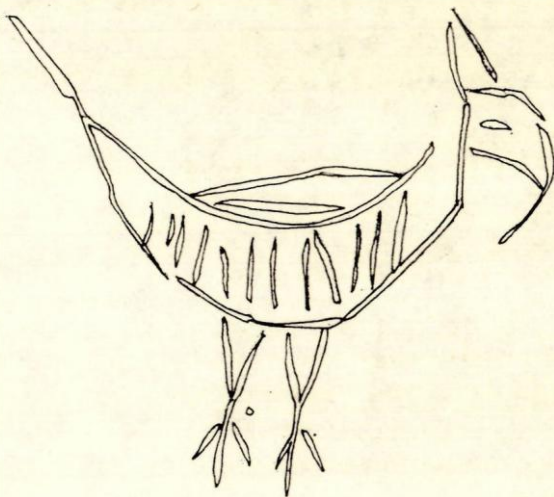
韓國의 工藝美術(1)

Ancient Craft Art

——原始工藝——

林 永 周

國立中央博物館學藝研究官



韓國美術史에서 工藝美術이 차지하는 領域은 質的으로나 量的으로 매우 광범위할 뿐 아니라 그 形式과 種類도 매우 多樣하고, 또한 民族傳統의인 特色이 가장 明瞭하게 나타난다고 할 수 있다.

한 民族의 主體性은 그 민족의 전통미술양식을 보아서 가늠할 수 있다.

故 高裕燮先生은 일찌기「朝鮮의 美術은 民藝的인 것이매 信仰과 生活과 美術이 分離되어 있지 않다.」하였다.¹⁾

果然 韓國의 미술은 土俗信仰과 生活 속에서 그 運命을 같이하여 왔고, 先史時代로부터 近代에 이르기까지 近二千年이라는 長久한 역사와 더불어 거친 세월을 하루같이 짊고 다듬으면서 그 命脈을 이어왔던 것이다.

한국의 공예는 구태여 어떠한 形式이나 規範에 억매이지 않았고, 또한 구태여 좀더 새로운 것을 만들고자 하지 않았으며, 도리어 조상이 남

기어 준 그대로를 고집하여 왔기에 오늘날에까지 우리 민족만의 독창적인 技藝를 전승하여 올 수 있었던 것이 아닌가 생각된다.

우리 나라의 미술을 美術史的인 면에서 크게 나누어 본다면, 대체로 先史美術·古墳美術·佛教美術 그리고 民衆美術의 넷으로 區分할 수 있겠는데, 또 이것을 物質別로 細分한다면 繪畫·建築·彫刻·工藝로 분류된다.

工藝美術은 또한 先史時代工藝(原始工藝)·古墳工藝·佛教工藝·民俗工藝의 4종류로 나누어 볼 수 있으며, 따라서 材料에 의한 분류로는 金屬工藝·木漆工藝·土陶工藝·石工藝 등등이 있다.

그러면 우리 나라 工藝美術의 歷史는 과연 어느 때부터 始作되었으며, 또 어느 시대로부터 論해야 될 것인가를 생각해 보아야 할 것 같다.

韓民族은 지금으로부터 약 6천년 전 이 땅에 文化의 터전을 이루기 시작하면서 大自然과의 끊임없는 투쟁과 外部民族과의 접촉에서 얻어진

1) 『韓國美術史及 美學論攷』(高裕燮著)

智慧와 슬기는 마침내 이 땅 위에 찬란한 文化를 形成하는 밑거름이 되었으며, 명실공히 한 文化民族으로서의 基盤을 갖추 수 있었다. 그 동안에는 많은 새로운 文化에 도전받아야 했고, 그 때마다 좀더 새로운 生活利器를 製作하여 使用함으로써 비록 當時에는 하나의 生活方便으로 만들어진 道具에 지나지 않았겠지만, 새로운 材料와 技術로서 精巧하고 美術品다운 것이 만들어지기까지는 실로 오랜 시간이 소요됐던 것이다.

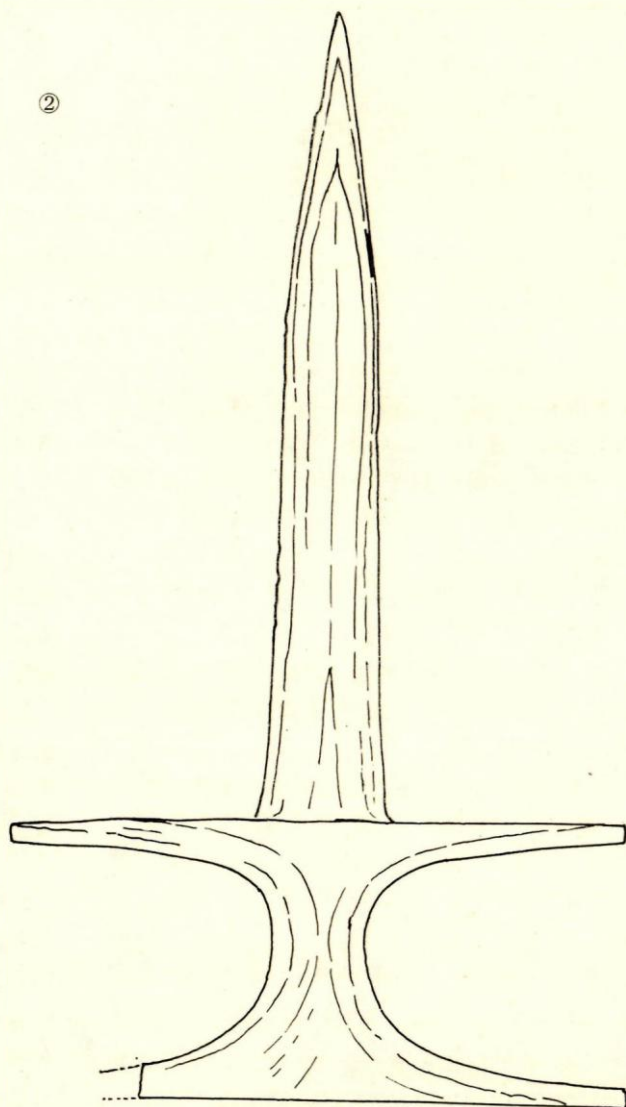
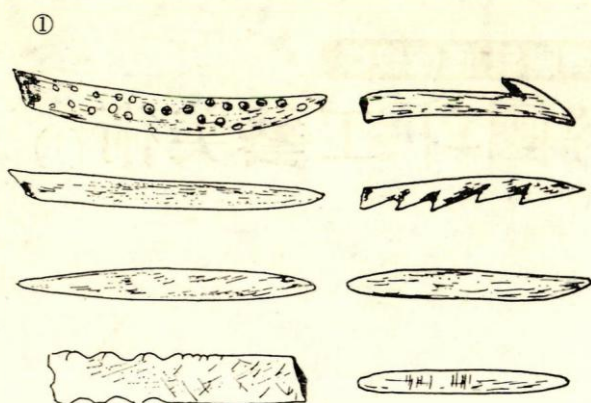
人類가 누릴 수 있었던 최초의 文化인 舊石器時代人들이 자취를 감추고 器面에 무늬가 새겨진 새로운 무늬그릇(櫚文土器)을 제작하여 사용하는 이 땅의 새로운 主人(新石器時代人)이 韓半島에 정착하자 農耕生活의 發展과 더불어 좀더 새로운 用器가 쓰여지게 되는데, 表面에 施文된 무늬도 渦文·雷文·同心圓文·幾何學的인 曲線 등으로 자유롭게 裝飾하는 여유도 생겨나게 된다.

그러나 정작 美術品다운 工藝品이 제작되기 시작한 것은 B.C. 6세기경으로서 예니세이江 上流에서 發展한 미누신스크 文化와 스키타이 文化, 內蒙古의 오르도스 文化 등의 복합문화에 깊은 영향을 받은 통그스族이 대거 移住하여 오면서 시작되는 靑銅器文化期이다.

이 종족을 濊貊族이라 하는데 이들이 안고 들어온 靑銅器文化는 韓半島의 原住民에게 큰 혁명을 가져다 준 것이다. 물론 처음 한동안은 金石并用期가 있었던 것으로 생각되고 있으나, 우리 나라에 청동기의 전래는 B.C. 10세기~B.C. 6세기경으로 추정되고 있다.

이 靑銅이라는 金屬은 구리(銅)에 주석(錫), 아연(鉛)이 혼합된 것으로 各種 道具와 儀器·祭器·裝身具에 이르기까지 多樣하게 쓰여졌는데, 그 시대의 遺蹟에서 出土된 鑄範(거꾸집)을 통하여 그 당시의 높은 鑄造術을 짐작하여 볼 수 있다

청동기 시대의 遺物 중에는 비로소 美術品다운 것을 찾아보게 되는데, 그 중에서



도 북방계 스키토 시베리아 제통의 영향을 받은 것으로 추측되는 말(馬), 호랑이(虎) 形象의 裝飾品, 소위 多細細線文鏡이라 불리는 靑銅거울, 그밖에 武器類가 특색을 보이고 있고, 土器로서는 무늬 없는 그릇이 대부분이고 홍도(紅陶: 丹塗磨研土器), 흑도(黑陶) 등이 흥미로운 것이다.

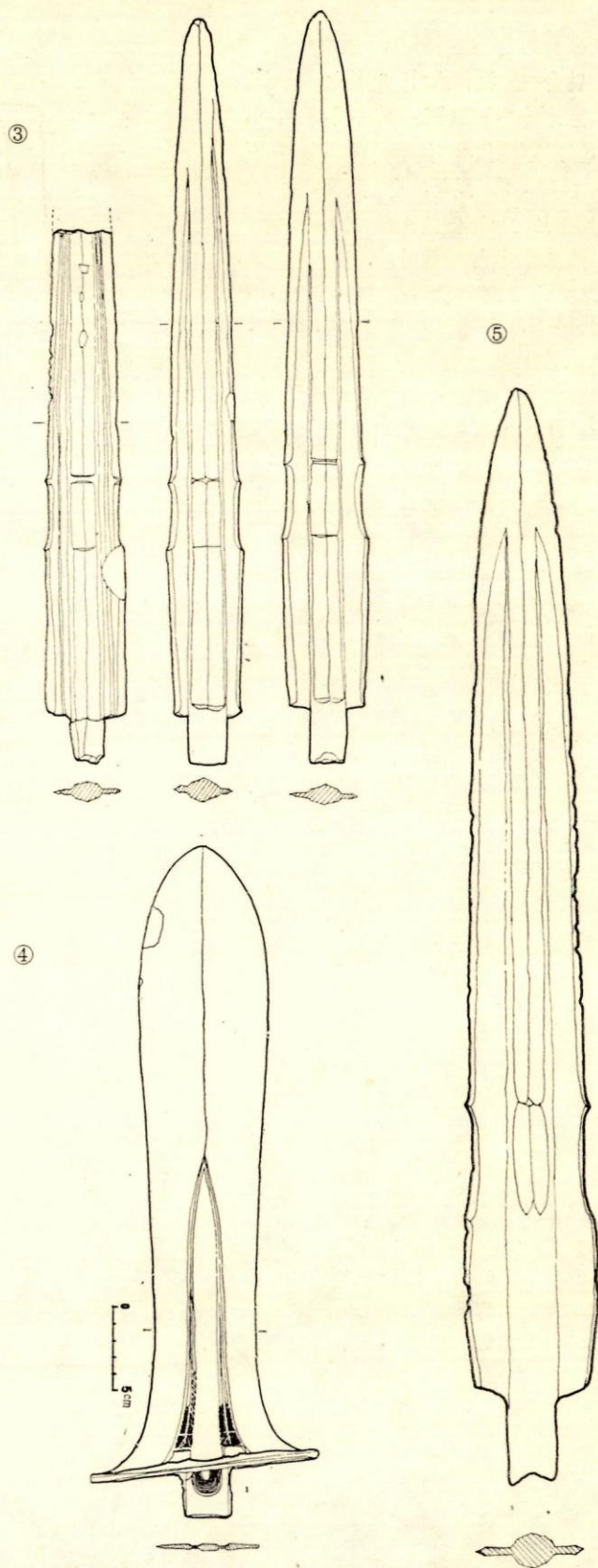
특히 靑銅器文化의 특징은 토우테미즘에 의한 Taboo가 여러 곳에서 나타나고 있는 데 있다.

動物形象의 裝身具 외에도 이러한 동물신앙을 보여주고 있는 것으로는 岩壁에 날카로운 道具로 새겨 놓은 극히 抽象的인 表現의 各種 動物형상과 幾何學的인 紋樣의 岩刻畫가 그려졌던 것으로 미루어 볼 때 비록 原始宗教的인 상징물로서 만들어진 것이라 할지라도 이미 그 속에는 美的意識이 다분히 반영되고 있다는 것은 아무도 否認할 수 없다.

그 후 약 300년 뒤인 B.C. 3세기 경부터 中國大陸을 통하여 밀려 들어오는 鐵器文化는 결국 韓半島에 古代國家를 形成하는 重要 原因이 된 것이다. 鐵이라는 좀더 實質的이고 實用的인 金屬이 실생활에 쓰여지면서 採金術과 冶金術이 급속히 發達하였고, 새로운 生活器具와 武器類의 改善은 古代國家로서의 발돋움에 急進하게 되었고, 古三國時代의 문을 열어 주었다.

또한 工藝美術 면에는 冶金術의 發達로 純金 純銀의 貴金屬으로 만들어진 裝身具類도 多數 있었을 것으로 생각되고 있으나, 아직 그 實物이 발견된 것이 없어 斷言하기가 힘든 일이다.

그러므로 정작 古代美術을 論하려면 으레 三國時代美術에서부터 시작되기 마련인데, 그 理由로는 몇 가지 예가 있겠으나 우선 歷史時代 以前의 遺物은 대부분이 직접생활과 연결되



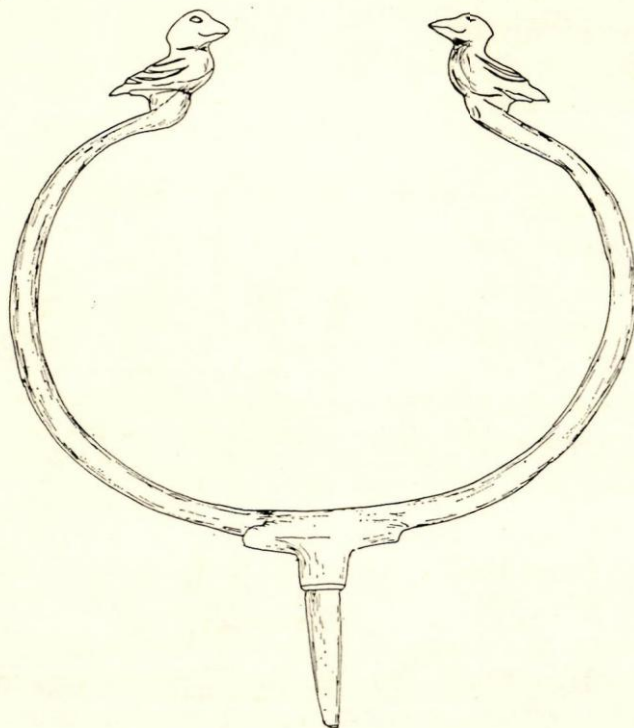
는 機能的인 生活用具, 道具에 지나지 않을 뿐 現代人이 말하는 觀念상의 意味가 다르다는 이유에서이며, 한편 三國時代의 遺物에서 볼 수 있는 精巧하고 화려로운 遺物과는 量的으로 보나 質的으로 보아서 너무나 大조적이기 때문이다.

그러나 石器時代의 土器・石器・骨角器類나 靑銅器時代의 各種・銅器・武器・裝飾物 등에서 느끼는 表面的인 美觀만으로 美的 價値를 設定할 수는 없는 일이다. 그들이 어떠한 물건을 製作하는 技術의 裏面에는 그들 나름대로의 理想과 意圖가 담겨 있을 것이며, 또한 宗教的・社會的인 어떠한 規約를 충실히 따르고 있음이 分明하다. 예를 들어 볼 때 現代人들이 사용하고 있는 器物이나 道具들의 모두가 美的 가치를 잃고 있는 것이 아니듯이 그 時代의 어떠한 規約에 따라 어떠한 理想理念으로 製作된 形態는 이미 하나의 樣式을 갖추고 있는 것이다.

⑥



⑦



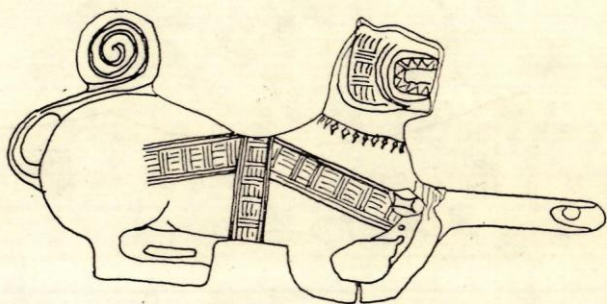
Semper²⁾는 「藝術은 材料와 技術의 產物」이라 말한 바 있다. 또한 「美術史는 하나의 끊이지 않는 흐름이며, 特定한 시대에 완성과 패퇴, 진보와 퇴보를 인정하지 않으며, 그 創造의 根底는 藝術樣式을 規定한다.」고 말한 Alois Riegl³⁾의 말도 우리는 귀담아 들어야 할 것이다. 요즘 우리의 古美術을 西洋의 黃金分割法則에 適應시키려는 예를 흔히 볼 수 있다. 이러한 일들은 마치 한국의 것과 서양의 鐘錶모를 비교하는 것같이 조심스럽기 짝이 없다. 이와 같이 우리나라 古代의 美術을 現代의 西洋式美的概念에 맞추어 본다는 것은 좀 무리가 될 것으로 생각된다.

先史時代의 도구나 무기는 확실히 美觀보다는 實用性이 더한 것이 분명하다. 또한 그 시대 사람들의 그림이나 조각물도 역시 意圖는 같은 것이다. 그러나 人間은 隱然中에 어느 형태에 어느 정도 修飾하고 싶은 충동을 느끼곤 한다.

L. Mumford⁴⁾는 「匠人 솜씨의 모든 부분이 다 本性的으로 創造的이거나, 美的 가치를 가지고 있는 것은 아니다. 그러나 아무리 미친한 노예 일지라도 일단 손에 도구를 들면 작업 대상에 대해 그것이 요구하는 이상의 어떤 것을 부여하고 싶은 충동을 느꼈을 것이다.」라고 말하고 있다.

우리는 흔히 美術의 樣式을 말할 때 自然主義와 抽象主義, 또는 具象主義

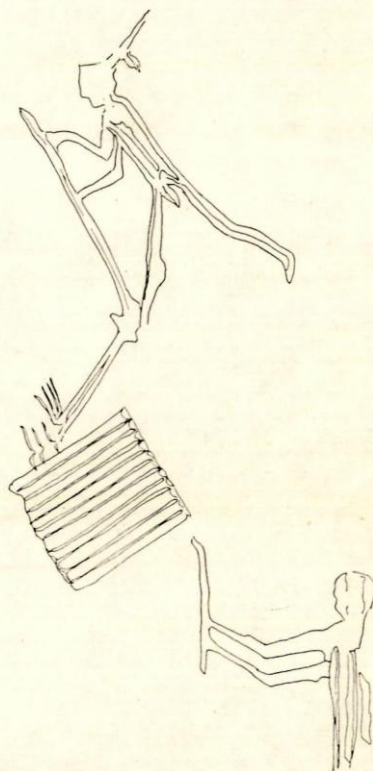
⑧



⑨



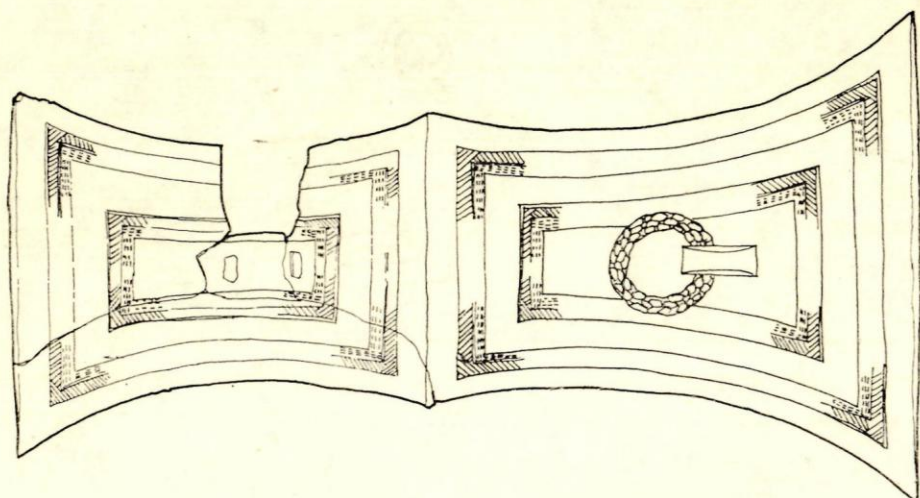
⑩



2) Gottfried Semper (1803~1879) : 독일의 건축가이며 考古學者. 最古의 裝飾 또는 美術形式의 技術的·唯物的 成立論은 一般的으로 蓋퍼가 開祖임.

3) Alois Riegl (1858~1905) : 오스트리아의 美術史家, 비인학파의 창시자, 비인의 역사 연구소 및 박물관에 근무, 비인대학 교수, 동양미술과 서양고대미술과의 관계, 서유럽 중세미술에 쫓겨난 古代美術의 발전을 樣式論으로 연구하였음.

4) Lewis Mumford (1895~?) 『藝術과 技術』 중에서.



와 非具象主義 등으로 區分하고 있고, 심지어는 半抽象主義라는 말도 출현하고 있다.

그렇다면 우리의 古美術은 이 가운데 어디에 속한다고 할 것인가?

韓國美術全集 原始美術(金元龍 著, 東亞出版公社刊)에서는 歷史時代, 즉 三國時代 以後의 美術을 自然主義的이라 하고 先史時代의 美術은 抽象主義的인 경향이 농후하다고 말하고 있지만, 예를 들어 慶南 蔚州郡彦陽面盤谷里의 青銅器時代 前後의 것으로 추정되고 있는 盤龜臺岩刻壁畫의 動物 그림은 그 관찰력도 놀라지만 그것을 새긴 抽象的이고 단조로운 表現은 마치 현대의 抽象畫를 보는 듯하다.

더우기 같은 시대의 것으로 추측되는 高靈郡開津面良田洞 所在의 岩刻畫는 同心圓方形文을 비롯하여 十字形 등의 幾何學的인 圖象이 抽象的으로 그려져 있는데, 그림의 內容이라든가 그 意味는 짐작키 어려우나 어떠한 상징적인 의도에서 그려진 것만은 확실한 것 같다.

또 川前里 岩刻畫도 역시 抽象的인 線刻으로 사슴·뱀 등의 동물문양과 배·인물등의 그림이 그려졌고 青銅器에서 나타나는 무늬와 비슷한 양상을 한 格子文 同心圓 등의 복잡한 무늬는 다분히 抽象的인 것이다.

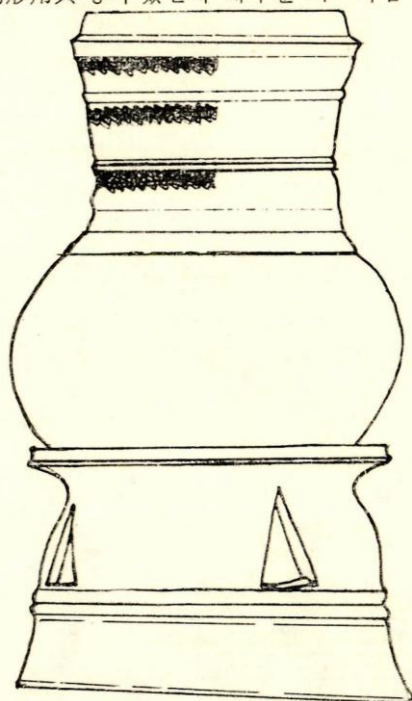
이밖에 工藝品에서도 이러한 抽象的인 무늬가 대부분을 차지하고 있음을 볼 수 있겠는데, 新石器時代의 櫛文土器의 口緣部와 몸체에 새겨진 線紋이 또한 그렇고, 釜山 東三洞貝塚에서 나온 有文土器에서는 網(꼬인 끈으로 짠)의 자국을 이

용하여 이루어진 무늬가 흥미있다. 그 외에도 土器에서는 雨點文·斑點文·雷文 등을 볼 수 있고, 그 器形도 다분히 추상적이라 하겠다.

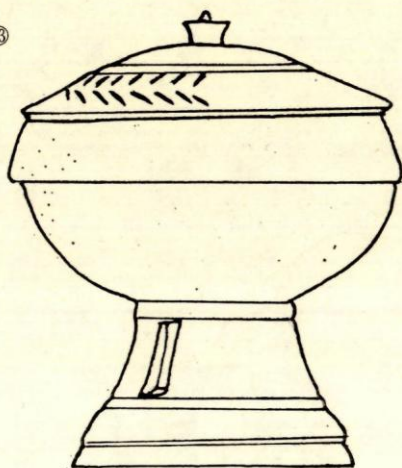
青銅器時代의 遺物에서는 石劍·石刀·石斧·銅劍·銅戈·銅鉞, 그리고 劍把裝飾類 青銅竿頭飾 八頭飾銅具 青銅肩甲 등등의 형태와 그것에 施文된 문양이 대체로 抽象的인 것이다.

청동기 시대 유물에서 대표적인 것으로는 農耕文青銅器, 雙鳥竿頭飾, 動物文肩甲, 多鈕細文鏡, 動物形帶鉤 등이 있고, 그 외에 青銅製 鹿頭와 馬形用具 등이 있는데 대부분 새·사슴·말·

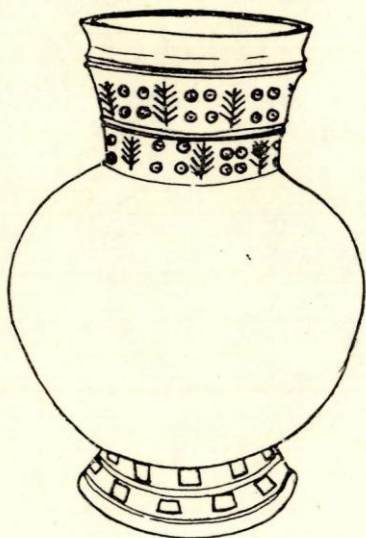
12



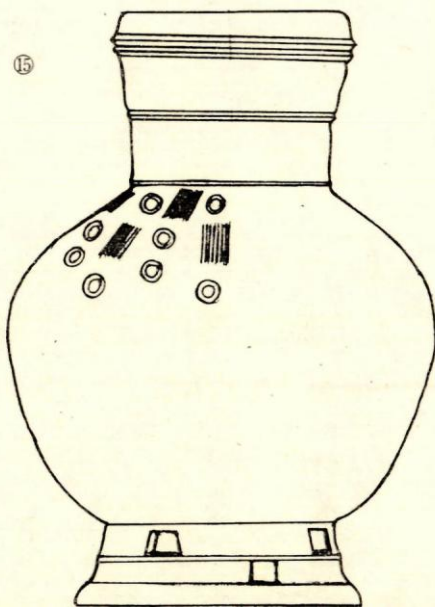
⑬



⑭



⑮

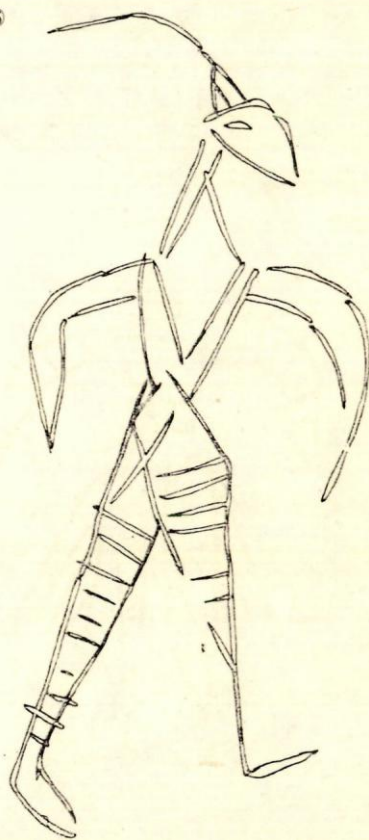


호랑이 등 동물형이나 동물 문양을 보이고 있고, 이러한 동물 조형양식은 시베리아를 통하여 들어온 스키타이 美術의 영향을 받은 것으로 짐작되고 있다.

따라서 盤龜臺岩刻壁畫・高靈岩刻壁畫 등에서 볼 수 있는 동물 그림은 그 시대의 동물신앙을 보여주고 있는 대표적인 조각 미술이라고 할 것이다.

이러한 原始時代의 動物思想은 世界各處의 文明發祥地에서 發見된 繪畫・彫刻・工藝에서 多樣하게 찾아볼 수가 있는데, 그 대표적인 것으로는 스페인 北海岸 간다프리아 地方의 Altamira 洞窟壁畫를 들 수 있다. 이 彩色 동물그림은 舊石器時代繪畫의 최초의 것이라 할 수 있는데 赤黑의 色彩로서 극히 사실적으로 描寫되었고 말・들소・사자・산돼지・들양 등이 마치 살아 있는듯 生氣에 넘쳐 躍動하는 모습을 點描法과 陰影法을 사용하여 表現하였다. 또 南美 페루의 古代 나즈카 文明(B.C. 100~A.D. 700년)에서도 神秘의 地上畫가 發見되었는데, 이것은 광활한 사막

⑯



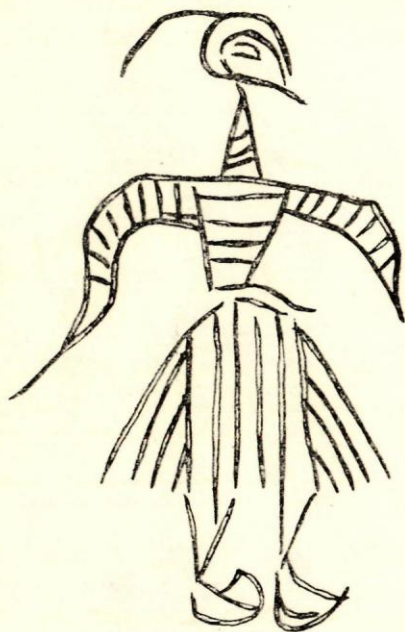
17



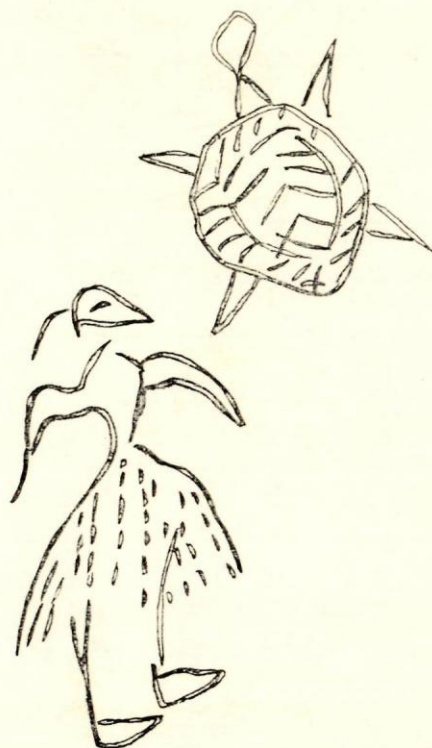
18



19



20



위에 고래·원숭이·새·파충류·거미, 그리고 삼각형·사각형·나선형의 圖形들이 추상적으로 새겨진 것인데 그 길이가 수마일이 넘는다 하며, 現代文明의 척도로서는 도저히 측량할 수 없는 수수께끼의 하나로 남아 있다. 이 圖形들은 과연 무엇을 뜻하는 것인지 의견이 분분하고, 「우주인에 보내는 메시지」 또는 「우주선의 활주로」라고 주장하는 학자도 있다고 하나, 이런 圖形이 과연 무엇을 뜻하는 것인지는 아직 그 신비가 풀리지 않고 있어 斷言하기 힘든 일이라 하겠으며, 혹시 이러한 것도 어느 수렵민족이 이동하면서 남겨놓은 古代動物信仰의 一種이 아닌가 생각된다. 이밖에도 이러한 동물 토tem 사상을 짐작케 해주는 그림 또는 造形品이 世界 각지에서 발견된 바 있다.

우리 나라의 靑銅器時代의 裝飾紋樣으로는 동물문양 외에 갖가지 幾何學的인 紋樣을 볼 수 있는데 주로 鋸齒文·斜線文·三角形文으로 구성되어 있으며, 그 무늬가 매우 정교하게 細線으로 장식하여 그 시대의 鑄造技術을 능히 짐작케 하여 준다. 특히 多鈕細文鏡에서 볼 수 있는 기하학적인 紋樣의 施文은 驚歎을 금할 길 없는 것으로 몇점의 同心圓들은 豐饒를 뜻하는 것으로 解釋되고 있다.

그 후 B.C. 3세기경부터 들어온 鐵의 文化는 中國 漢의 영향을 받은 것으로서 樂浪을 통하여 새로운 冶金術이 발달함으로써 많은 生活利器가 만들어졌고, 그 외에도 純金裝身具 등의 製作이 시작되었을 것으로 생각되나 아직 遺物이 발견되지 않고 있다. 이러한 鐵器文化는 三國時代에 와서 古墳美術을 꽃피우게 된다.

〈紋樣說明〉

1. 釜山東三洞出土 骨角器

新石器時代, 길이 : 약 5~9cm

(국립중앙박물관 소장)

動物의 뼈로 만들어진 이러한 狩獵道具들은 原始時代의 漁獵·狩獵生活에서 중요한 器物이며 인류 최초의 作品이라 할 수 있을 것이다. 표면에 새겨진 刻線도 흥미롭지만 그 造形美도 재미 있다.

2. 磨製石劍 慶南金海 出土

靑銅器時代, 길이 : 46cm

(국립중앙박물관 소장)

이러한 器物이 그 당시에 실제로 使用되었던 것인지는 의문이지만, 이러한 것이 支石墓에서 出土되는 점으로 미루어 보아 實用品이라기보다는 일종의 儀器 또는 副葬品으로 製作된 것으로 짐작된다.

3. 銅劍 大邱晚村洞 出土

靑銅器時代, 길이 : 30.8cm

매우 날카롭고 세련된 曲線을 이루고 있는데, 또한 그 鑄造術이 많이 發達되어 있음을 볼 수 있다.

4. 廣鋒銅戈 大邱 出土

靑銅器時代 길이 : 39.7cm

끝이 넓은 형식을 보이고 있어 廣鋒形이라 불리어지는데, 이것은 儀器로서 使用되었던 것으로 짐작된다.

5. 銅劍 大田槐洞 出土

靑銅器時代, 길이 : 31.5cm

(崇田大學校 소장)

白銅質의 銅劍으로 매끈한 線과 뚜렷한 형태의 鑄造術이 매우 발달됨을 증명해 주는 유물이다.

6. 銅劍鑄范(거푸집)

靑銅器時代, 22.5cm~28cm

두 개가 합쳐서 一式을 이루게 되는데 滑石으로 만들어졌다. 그 당시의 鑄造術을 보여주는 유물이다.

7. 雙鳥竿頭飾 傳慶州 出土

(靑銅器時代 높이 : 12.5cm)

(국립중앙박물관 소장)

鳥類를 숭배하던 원시적인 習俗을 나타내는 것으로 짐작되나, 정작 무엇에 사용되는 장식물인지 알 수 없다. 새를 매우 사실적으로 描寫하고 있고 彫刻 솜씨가 놀랍다. 혹 中國의 鳩杖과 상통하는 것이 아닌가 짐작되고 있다.

8. 銅製 處形帶鉤

靑銅器時代, 길이 : 2.6cm

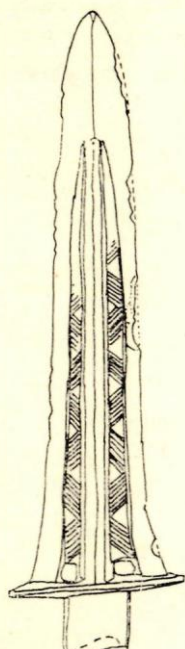
(개인소장)

北方民族의 특색인 동물형상을 보여주고 있는데, 호랑이의 몸체에 圖式的으로 새겨넣은 幾何學的인 무늬는 中國의인 요소도 느낄 수 있다.

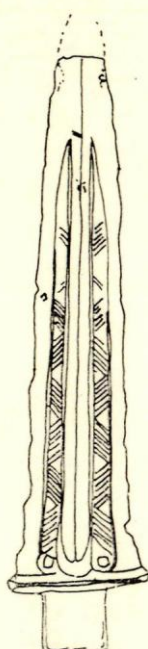
9. 動物文肩甲 部分紋樣 慶州附近 出土

靑銅器時代 길이 : 30cm

②①



②②



이것은 어깨에 씌우게 된 肩甲에 새겨진 무늬의 일부분인데, 그 상부에는 꼬리가 긴 호랑이를 한마리 넣고 있어 그 당시의 狩獵에 대한 집념과 靑銅器人들의 思想과 氣風을 엿볼 수 있는 그림이다. 무늬는 陰刻으로 선명하게 새겨졌는데, 그 線描가 매우 抽象的이다.

10. 農耕文靑銅器 部分紋樣
靑銅器時代
(국립중앙박물관 소장)

어떤 呪術的인 性格을 띠고 있는 儀器의 일종으로 생각되고 있는데, 그 속에 새겨진 문양을 보아서 그 당시의 風俗과 思想을 엿볼 수 있는 좋은 材料이다. 紋樣은 팽이로 밭을 갈고 있는 人物象인데 性器를 表現하고 있다. 또 그 좌측에는 格字 무늬가 있는 土器가 있는 그림이 있어 주목된다.

11. 劍把形銅器 大田槐亭洞 出土
靑銅器時代, 길이 : 22.7cm
(국립중앙박물관 소장)

竹節形의 형태를 가진 銅器인데, 그 표면에는 斜線과 點文帶로서 圖式的인 문양을 그려 넣었으며, 끈을 끈 듯한 고리가 달려 있어 주목된다.

12. 土器長頸壺 高靈 出土
13. 土器高盃 傳晉州附近 發見
14. 土器長頸壺
15. 土器長頸壺 江原江陵 發見

16.~20. 土器壺에 새겨진 描象的인 紋樣. 마치 닭과 같은 짐승을 몰고가는 人物이라든가(16), 두 다리를 가진 새(닭)을 이끌고 가는 人物(17), 그리고 거북 등의 문양이 흥미롭다.

특히 人物의 모자의 깃이라든가 여자로 생각되는 人物象의 치마 등의 표현이 재미있다. 이러한 풍경은 아마도 농경 생활의 일부를 보여주는 그림이 아닌가 생각된다.

- 21~22. 銅戈 慶州坪里 出土
靑銅器時代, 길이 : 24.4cm

짧은 斜線으로 七條 並行시켜서 鋸齒文으로 裝飾하였다.

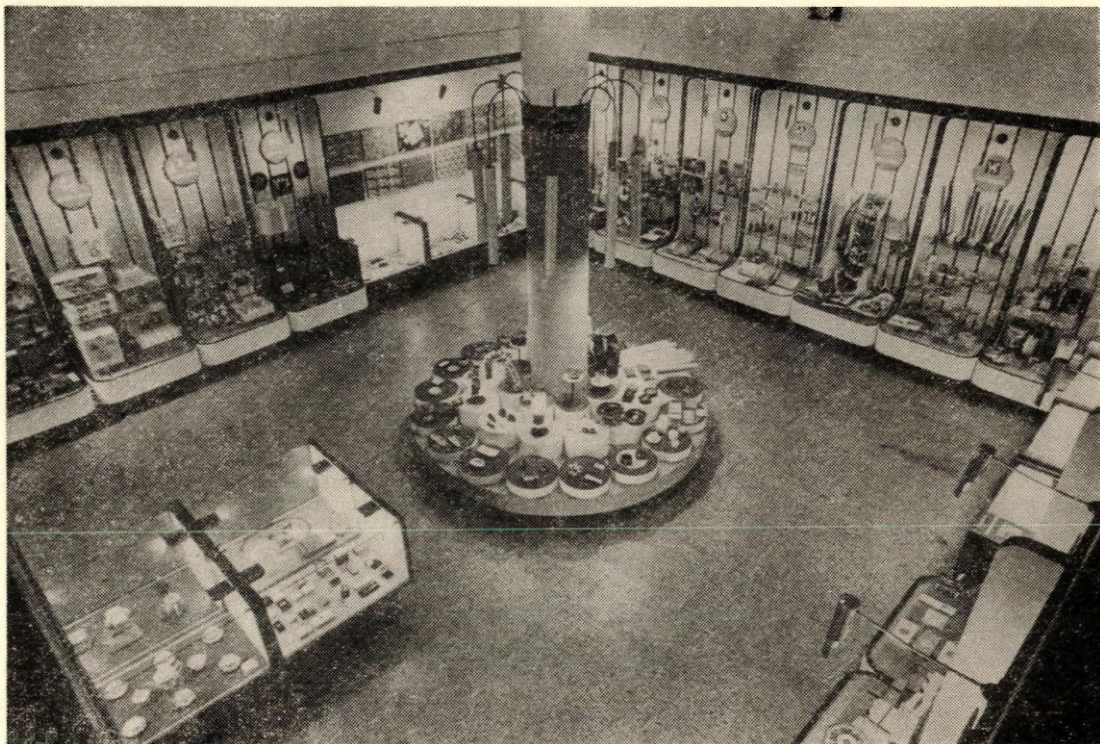
.....包裝의 適正化로.....
.....믿고 사는 알찬 品商.....

디자인開發과 情報

—英國 디자인센터의 Design Information Index—

金 知 澈

當센터 企劃管理室 研究擔當



디자인 센터의 기능에는 크게 구별해서 전시의 기능, 정보의 기능, 개발의 기능 등으로 구별할 수 있는데 전호(33호)의 디자인 센터의 전시 기능에 이어서 여기서는 정보의 기능을 중심으로 영국 디자인 센터의 Design Information Index 를 살펴보기로 한다.

1. 디자인과 情報

옛날 인류의 생활이 단순하고 그 규모가 작을 때 인간은 자기의 주변에 일어나는 여러 가지 사실을 우발적으로 인지되는 것만을 알게 되어도 아무런 불편을 느끼지 아니 하였다. 입는 것, 먹는 것, 그리고 자는 것이 우연적으로 항상 마

련될 수가 있을 때는 인간은 외계의 상황에 관한 정보를 의식적으로 얻지 아니하여도 생활에 지장이 없었다. 그러나 인류의 생활이 역사를 축적해 감에 따라 복잡하고 대규모해졌으며, 이에 따라 인간은 자기의 주변은 물론 타계에서 발생하는 사실에 관한 정보를 입수함으로써만이 의식주의 기본적인 과제도 원만히 해결할 수 있고 또한 문화적으로도 보다 높은 차원으로 전진할

수 있는 것이다. 그리하여 인간은 이제 본능적으로 정보를 얻기 위하여 의식적인 노력을 전개하지 않을 수 없게 되었으며, 그러한 까닭으로 막중한 자원과 노력을 투자하여 학술, 교육, 문화, 매스컴, 출판, 산업정보, 예술, 그리고 홍보에 관한 활동을 영위하고 있는 것이다.

인간은 심리학에서 주장되고 있는 바와 같이 욕구충족을 위한 행위를 전개하는 것이며 이때 인간은 이를 신속 정확하게 달성하기 위해서는 자신의 인체 내외의 필요상황을 알 필요가 있다. 예를 들면 가장 기본적인 욕구인 음식물 섭취에 있어서 자신의 공복감과 주변의 음식물의 공급가능 상황을 전혀 알지 못하면 도움을 받지 못하는 신생아의 경우와 같이 인간은 욕구충족이 불가능하게 된다. 그런데 여기서 말하는 공복감이나 공급가능 상황은 물론 어떠한 사태에 관한 어떠한 사실적 내용일 것이다. 그러한 반면 고도의 문화수준에 도달하고 있는 인간은 형이상학적 내용을 고찰, 또는 인지하여 이를 전문활동의 소재(Substances), 참고(References), 목적(Objects)으로 삼고 있다.

예를 들면 새로운 디자인을 개발(Innovation)하여 현재와 과거의 디자인과의 차이를 연구하고 더욱 새롭고 보다 진보된 디자인을 전파하는 노력이 있다. 그런데 이는 또한 고도로 발달된 문화적 욕망의 충족활동이라고 볼 수 있는 것이며, 또한 일상적으로 인간은 보행에 있어서나 자동차 운전에서나 그리고 타인과의 대화에 있어서도 항상 자신의 동작과 외계 또는 상대방의 변화에 관한 내용을 즉각적으로 인식하고 인지된 내용과 원하는 바와의 차이를 비교하여 필요하다면 행동의 방향 정도, 그리고 종류를 수정하거나 보완하여 목적을 달성하도록 노력하는 것이며, 이때 인간과 외계간에 접수된 것 또는 인간과 인간 사이에 교환된 것, 즉 인간이 외계로부터 인지된 것을 정보라 규정할 수 있는 것이다.

그런데 인간의 욕망충족은 계층상승현상⁽¹⁾을 일으키며 인간활동이 더욱 복잡해지거나, 多岐化되어 감에 따라서 이를 능률적으로 전개하는데

있어서는 소극적인 자세에서 우발적으로 인지된 정보만 가지고는 충분하다고 할 수 없게 된다. 예를 들면 최초의 인간이 비행을 하였을 때의 항속거리는 동일 기후 조건이 유지되는 거리 이내이었다. 그러나 비행술에 차차 익숙해지자 장거리 비행을 원하게 되며, 그 결과 항로 전반에 걸친 예상풍향, 풍속, Precipitation 등의 기후 조건을 알 필요가 있게 되는 것이다.

이와 같이 인간의 욕구 충족 체계가 고도화되면 인간은 보다 많은 정보를 적극적으로 얻으려 노력하게 되며, 이것이 바로 인간의 정보활동이라고 할 수 있는 것이다. 일상생활에 있어서 가정주부가 물가의 동태, 가족의 건강상태, 자녀의 교육진행 상황, 문화행사 일정, 친지의 관혼상제 등을 아는 것이 주부의 임무를 완수하는 데 절대 필요하듯이 우리 디자이너도 Innovation, Invent를 하려면 세계적인 경제, 무역동향, Fashion(디자인 동향), 과학, 산업, 심리학 등을 조사, 연구, 분석 등이 절대 필요한 것인데, 이것은 적어도 매스컴을 시청하거나 전화연락을 취하거나 그렇지 않으면 직접 방문, 면담을 가져야 성립할 수 있으며, 이때 디자이너나 가정주부는 정보활동을 하는 것이라고 말할 수 있다. 오늘날 일반적으로 모든 인간은 한 사람의 예외도 없이 모든 종류의 활동을 전개하는 데 정보활동을 수반하고 있다.

이러한 정보요구는 인간의 욕망충족의 수준이 보다 더 충실성과 정확성, 그리고 풍족성을 필요로 하게 되는 나머지 이를 달성케 하는 데 당연히 보다 많고 정확하고 그리고 장래의 결과를 여러 가지 추정할 수 있게 하여 주는 지식을 갖고자 하는 데서 발생하는 것이며, 이를 해결하고자 하는 것이 정보활동이 되는 것이며, 인간활동 중에서 정보활동이 점유하는 비중은 재언할 필요도 없이 각기 인간의 지식수준에 따라 차이가 있다. 즉 미개사회에 있어서의 문맹인들은 겨우 대화를 통한 정보활동밖에 허용되지 않을 것이다. 이러한 반면에 선진국의 지식인들은 개개인이 앞서 열거한 모든 정보 활동은 다 이용하는 것이라고 할 수 있다. 그런데 현재까지 인간이 직업과 관련하여 어느 정도의 시간을 정보활동에 할애하고 있는가는 정확한 연구가 없다지만, 우리나라와 같은 개발도상 사회에 있어서는

(1) 욕망충족의 계층상승현상이란 A. Maslow의 이론과 같이 생리적 욕구에서 사회적 욕구로 충족 내용이 계층적으로 전환되어 가는 것을 가리킨다.

대학졸업 이상의 사람이라면 평균 70% 이상의 시간을 충당하고 있는 것으로 추정되고 있다. 여하간 인간은 생활수준, 교육수준, 문화수준이 향상되면 될수록 정보활동의 중요성은 증대되고 시간을 많이 충당하게 되는 것이다.

〈정보혁명의 도래〉

금세기가 후반의 역사를 펼쳐기 시작하자 인류의 문명에는 커다란 변화가 뚜렷이 일어나게 되었으며, 이는 인류 문화의 본질마저 앞으로 그 방향을 크게 달리할 기세를 보이게 하고 있다. 그것은 다른 아닌 정보혁명(Information Revolution)의 도래를 가리키는 것이다.

인류문화사 속에서 혁명이라고 하면 재언할 필요도 없이 모든 인종, 사회, 또는 정치체제에 관계없이 한결같이 커다란 변혁을 맞이할 수 있는 것을 가르키는 것이며, 그 전례는 14세기에 시작한 르네상스(Renaissance), 16세기에 나타난 종교혁명(Reformation), 그리고 가장 최근에는 18~19세기에 꽃이 피기 시작한 산업혁명(Industrial Revolution)이라고 할 수 있다.

그러면 정보혁명의 본질은 과연 무엇인가, 또 그 충격이 세계적인 이유가 무엇인가. 다음 글을 인용한다.

“인간은 인간성의 자각을 기록하기 위하여 르네상스를 필요로 하였고, 무지의 공포에서 스스로를 해방시키기 위하여 종교혁명을 일으키게 되었으며, 막중한 육체노동의 고통을 덜기 위하여 산업혁명을 실현시켰으며, 이제 마침내 정신노동의 지루함마저 제거기 위하여 정보혁명을 발상시키고 있다”(2)

즉 정보혁명도 선행된 문화혁명과 마찬가지로 인간의 활동차원을 획기적으로 전진시키는 데에 다를 바가 없는 것이다.

〈산업과 정보〉

산업을 둘러싼 정보활동은 여러 가지 단면이 있으며, 따라서 산업을 위한 정보의 특징을 총망라하는 개념체계를 논하려면 상당한 노력이 필요한 것이나, 본고에서 디자인 정보에 부합한 몇 가지 개념을 말한다면 다음과 같다.

먼저 인간사회는 정보가 있고 이를 지각하고 이용하여야만 일정한 목적을 달성할 수 있다고 할 때, 산업은 사회정보를 산업활동에 필요한 산업정보와 산업활동에 필요치 않은 비산업정보로 구분할 필요가 있다. 그러면 산업정보에는 일반 사회에서 발생하는 산업외적 외부정보와 그리고 산업 내에서 발생하는 내부정보가 있다. 그런데 이 산업정보에는 그 원천의 내외를 막론하고 영업정보, 업무정보, 그리고 관리정보의 세 가지로 구분할 수 있겠는데, 여기서는 우리 디자인 활동에 직접적으로 관련이 있는 영업정보와 업무정보만을 논하기로 한다.

첫째, 영업정보라 함은 정보의 산출 자체가 산업의 목적이다. 예를 들면 신문, 라디오, 출판, 그리고 넓은 의미에서는 교육, 영화, 연극 등의 모든 산업의 경우와 같이 영업적으로도 무형적인 내용을 산출하여 인간의 지식의 확대에 기여하는 경우를 말한다. 다음으로 업무정보라는 것은 시장동향, 생산 등의 업무활동을 전개하는 데 필요한 내외정보이다. 예를 들면 경쟁산업(국내외), 원료의 재질, Fashion(유행), 특허 등은 우리 디자이너가 업무 수행상 알아야 할 사항인 것이다.

그러면 여기서 가장 성공적으로 디자인 정보 수집, 관리를 철저히 하고 있는 영국 디자인센터의 Design Information Index를 살펴보기로 한다.

2. 영국 디자인센터의 Design Information Index

Design Information Index란 제품의 사진 또는 실제 Sample Form을 수록한 일종의 기록부이며 그 기록에는 명세, 가격, 용도, 성능, 재료, 생산처, 구입처, 디자이너 이름까지 기록되어 있다. 1976년 영국 디자인센터 Annual Report에 보면 Design Information Index 연람자가 200만 명에 달하고 있으며, Index 수록 대상 품목은 다음과 같다.

〈수록 대상 품목〉

1. Architectural Ironmongery (건축철물류)
2. Carpets & Rugs
3. Clocks & Watches

(2) “정보혁명과 인간” 고대신문(1971. 3. 30)

4. Cutlery & Tableware(식탁용구류)
5. Textiles
6. Furniture and Furnishing Accessories(가구 및 가구 설비품)
7. Furnishing Fabrics
8. Hospital and Laboratory Equipment(병원 및 실험실 기구류)
9. Household Appliances
10. Kitchenware
11. Lighting(조명 기구류)
12. Motor Accessories, Bicycles, Motor Bicycles
13. Office Equipment
14. Office Machinery
15. Personal Accessories
16. Photographic and Optical Equipment
17. Pottery and Glass
18. Sanitary Equipment
19. Souvenirs
20. Space Heating and Ventilation
21. Sports Goods
22. Street Furniture and Street Lighting & Playground Equipment
23. Television and Sound
24. Tools and Machinery
25. Toys
26. Travel Goods
27. Wall, Floor and Ceiling Coverings
28. 기타

수록된 대부분의 제품들이 흑백사진으로 촬영 보관되어 있으며, Furnishing Fabrics, Textiles, Tiles, Wallpapers, Floor Covering 따위는 실제 Sample로 보관되어 있다.

〈제 출〉

영국에서 생산되는 모든 제품과 위의 Category에 상응하는 제품이면 모두 제출이 가능하며, 그

들의 제품은 Sample과 자세한 제품에 대한 설명문과 같이 제출하도록 되어 있다. 제출된 제품은 Design Information Index 수록 결정 위원회에서 조심스럽게 다루어지며, 이 제품 수록 결정 위원회는 Design Council의 위원 중에서 선출된 디자인, 중경공업제품 생산과정 등 널리 경험있는 사람으로 구성되어 있다.

〈심사 기준〉

제출된 제품은 BIS, 영국 전기 전자제품 안전국, GAS & Coal Council 등 기타 관련 기관에서 재질, 끝맺음, 구조, 안정성 등은 물론 인간 공학적인 측면도 고려의 대상이 된다.

성공적으로 운영되는 디자인 센터가 제공하는 Design Information Index 서비스는 열람객을 만족시켜 주는 기본적인 수단이며, Design Information Index가 잘 조정되고 항상 새로운 내용으로 보충한다면 지정 제품에 관심을 가진 열람객에게 신속하게 명세, 가격, 용도, 성능, 재료, 생산처, 구입처, 디자이너 이름 등 모든 정보를 제공하고, 동시에 Index 수록 인정서를 받은 것이라면 고객에 대한 소구력이 공식적 인정을 받지 않은 제품과는 전혀 다른 것이다.

〈열람객〉

Design Information Index 열람객 중에는 연쇄점, 백화점, 우편 주문점, 전문 디자이너 등은 디자인센터의 Design Information Index 열람객 중 가장 만족시키기 어려운 상대이기도 하다. 이와 같은 열람객들은 신속한 서비스와 최신 정보를 획득하고자 하며, 이 범주에 속하는 열람객들은 소수이기는 하나 국가 디자인 발전에 가장 큰 영향을 주는 것은 말할 나위도 없으며, 그들은 또한 Design Information Index의 수록 내용에 의도 전문서적, 잡지, 기타 자료를 요구하는 가장 중요한 열람객이다.

○ 보 안 을 생 활 화 하 자

製品 디자인과 환경

— 그 未來 現實을 中心으로 —

Product Design & Environment

曹

昭

金星社 디자인 연구실



1

2차대전 후 급성장한 자연과학기술 및 사회과학기술의 발전은 인류 생활을 풍요하게 만들어 물질세계를 다양하게 하고 있다. 생각지도 못했던 집접기기류의 compact 한 반도체 이용 제품, 빛에 도전하는 우주산업의 속도, 인간의 기억을代行하는 컴퓨터 등 空想의 제품들이 충격적으로 現實에 존재하고 있지 않은가? 더욱 우리나라는 이제 그런 충격의 제품을 우리 손으로 연구하여 成長하고 있지 않은가? 工業化社會는 먼 나라의 現實만은 아닌 것 같다.

대량생산과 대량소비는 工業化 社會로, 情報化 社會로 흘러 經濟的 便益의 방향은 심한 도약으로 마침내 인간의 가치관을 다양화시키며 文明과 文化를 키워 나가고 있음을 볼 수 있다.

그러나 대량생산과 대량소비, 정보의 폭발은 에너지의 한계성과 공해문제를 수반하는 양상을 띠기 시작하여 지금까지 고려하지 않았던 미래의 사회에 대한 상황을 예견하지 않을 수 없게 되어 物質의 世界에 高度로 선택된 사회와 脫工業化 社會로 새로운 사회형태를 찾는 과정이 지금 現實 속의 명제로 남게 되었다고 미래학자들은 말하고 있다. 물질의 풍요는 우리들에게 매력있는 經濟社會로 이끄는 Factor지만, 균형은

잃은 발전은 人間疎外와 人間性的 喪失을 表面化하게 되어 人間性을 回復하는 共通의 인식을 찾는 內外 환경 속에 생활의 수단인 제품과 그 환경을 造成하는 제품 디자인은 가장 一次的인 문제로 생각된다.

2

증기기관의 발명으로 시작된 산업혁명 후 그 시절의 제품들은 주로 一品 양산인 工藝的인 측면으로 Hand Made 된 제품들로 생산기술의 미비에서 오는 曲面의 감각은 自然을 再現시켜 꽃·태양·동물 등의 장식으로 처리되어 적합에서 오는 둔각적이고 유선형적인 형태를 많이 찾아볼 수 있는데, 그 시대의 理想美 추구 환경에서 오는 Symmetrical 한 製品 Line 일 것이다. 근대 Bauhaus 운동 이후 급격한 산업의 발달과 소비성향의 조성으로 양산 체제의 제품들이 쏟아져 나오면서 대량생산에 적합한 直面은 제품감각에도 반영되어 Press 하기 쉽고 組立하기 쉬운 直面은 知的인 냉엄과 단순한 Clear Look 를 던져주고 있지만, 機具 위주로 설계된 세모·네모난 직면의 디자인은 人間工學의 결부 문제로 人體에 적합하지 않는 직면의 처리는 人間을 外面하는 결과를 빚어 非情한 것에서 따듯한 감각적인 종래의 유선형과는 다른 포물선적인 형태로

추이되고 있음을 볼 수 있다. 이것은 인간을 존중하려는 의도라고 믿고 싶다. 이러한 오늘날의 造形感覺의 추세를 디자인의 이념적인 造形의 형태를 이루고 있는 點, 線, 面, 立體空間으로 나누어 환경과 분석해 본다.

〈點〉

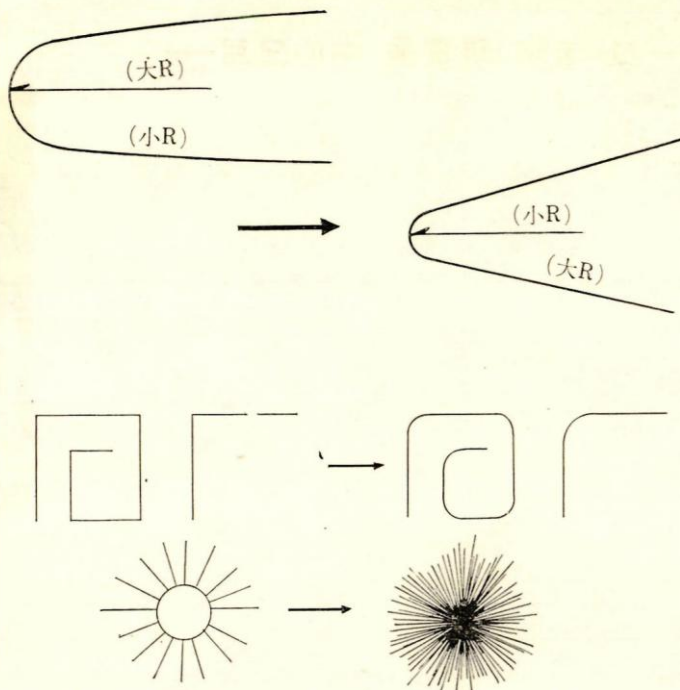
지금까지 생각해 왔던 點은 공간에 한정된 위치를 表記하기 위하여 고정되어 있었으나, 정적인 것에서 동적인 방향으로 변하고 있는 것을 볼 수 있다.

點이 갖는 심리적 긴장감에서 해소되어 심리적 移動 및 視線의 自由와 새로운 質感의 발견을 시도해 보려는 뜻인 것이다. 흔히 느끼는 圓形의 적은 素子에서 正方形, 타원, Free 한 핵의 이동과 같은 형태, 또 그 點 속에 空間을 넣어 미래적인 상상력을 불러 일으켜 주는 것도 볼 수 있다.

〈線〉

긍정적인 線에서 부정적인 선으로 종래의 선은 實線으로 具體적으로 나타나 보였으나, 금일의 線은 虛線으로 간접적으로 보인다.

면과 面의 마주침에서 생기는 날카로운 경계선은 非情한 속성을 주며, 긍정적인 선은 구획으로 구별되어 감정적인 추이를 주지 못하며,



面에 대하여 合目的性을 주지 못하기 때문이다.

有機的인, 기하학적인 선에서 無機的인, 人爲的인 線으로 변한다.

예를 들면 光學的인 線에서 볼 수 있다. 기하학적인 선이 갖는 명료한 분위기는 情感을 주지 못해 파편의 날카로운 요소에서 선폭의 질감과 빛의 도입으로 高質의 詩학적인 요소가 가미되기 위해서다.

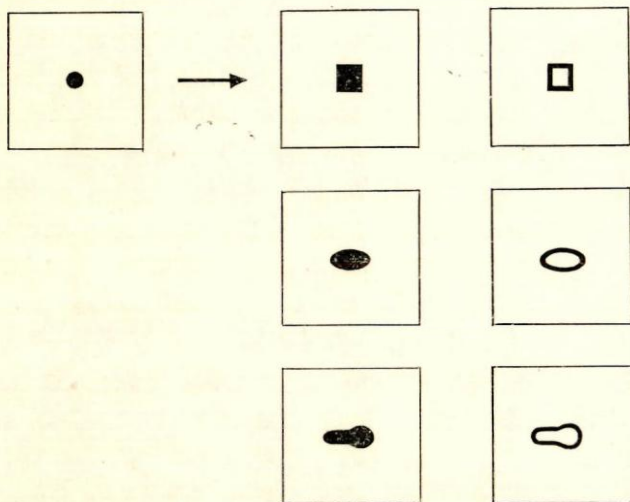
곡선은 둔각적인 것에서 예각적인 방향으로 大R(Roundness)化하고 있다.

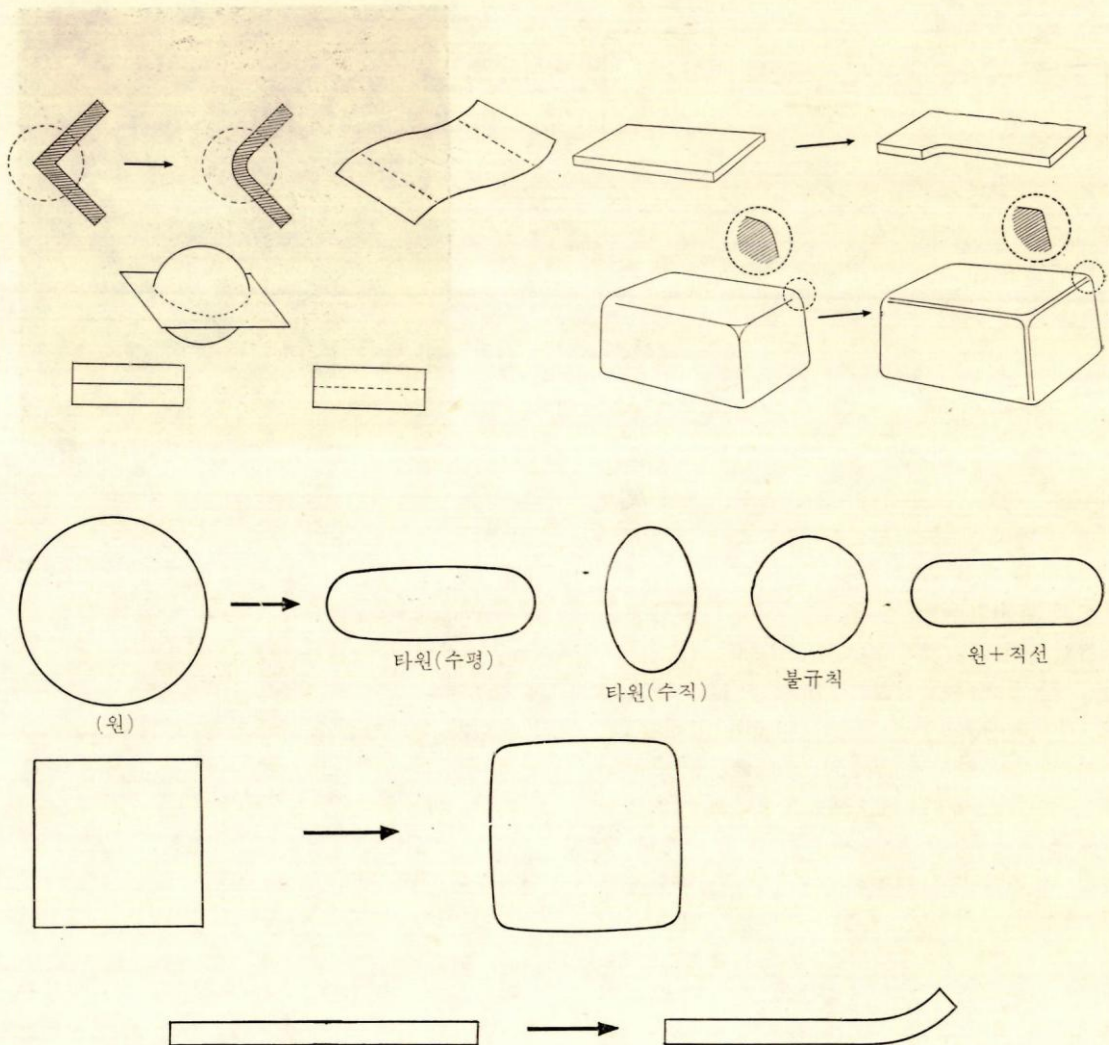
곡선이 갖는 情感의 線이 全的으로 동글게 표현되어 있을 경우, 아래와 같이 속력감이 없이 둔하게 보일 것이다. 경계 한계선은 매카니즘에 맞게 大R化하고 경계 코오너(Corner) R은 小R化하여 compact 化하게 하여 운동감을 준다.

〈面〉

단순 面에서 포용 面으로.

단순한 원, 사각, 삼각형에서 수직방향, 수평방향으로 이동하여 圓+面으로





多目的面으로 단순 상징화되어 個體面을 서로 포함시켜 감정의 추이감을 주게 한다.

직면에서 곡면으로.

직면이 주는 한계성은 끝남을 의미하며, 구조물과의 조화에 구속함을 많이 볼 수 있다. 그런 구조물과의 조화를 위해 한 立方空間에서 다른 立方空間의 포용의 만남을 위해 曲面으로 유도하여 動的인 형태로 만든다.

〈立 體〉

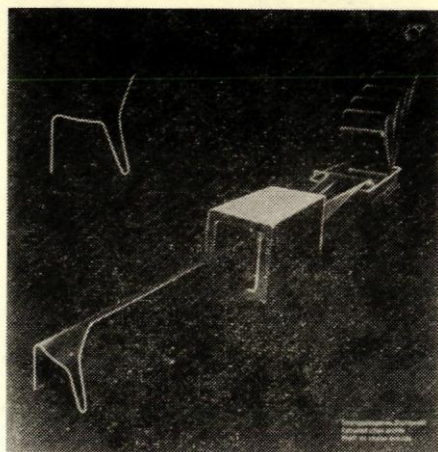
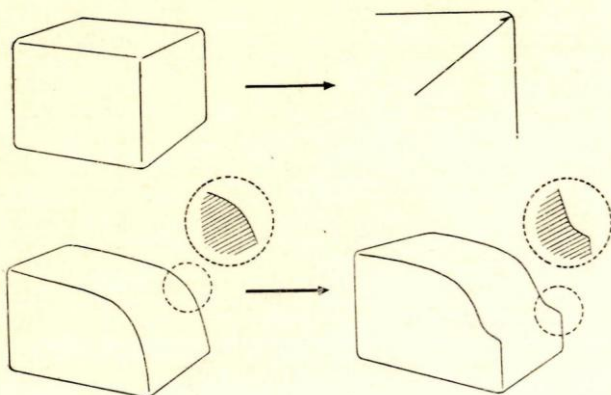
점의 이동이 선이며 선의 이동이 면이며 면의 이동이 입체일 때 前言한 점, 선, 면의 조형적 환경을 포괄하여 입체를 생각할 때에 과거의 Symmetric한 구획의 입체에서 Asymmetric한 자유스러운 균형으로 動的인 양상을 띠는 것을 볼

수가 있다.

입체를 고정관념으로 생각하는 立方體의 기본적인 생각을 水平的인 思考로 복수면을 주어 단순 형태에서 오는 획일성을 탈피하여 意圖的인 상황을 넣어 個性을 느끼게 한다.

〈空 間〉(Space)

자연환경의 공간과 인위적 환경의 공간을 생각할 때 자연의 이용으로 인위적인 환경을 인류들은 原始 때부터 만들어 왔다. 도회지, 무기, 에너지, 교통수단 등이 모든 환경의 造成은 처음엔 편익을 위한 조그마한 수단이었으나 오늘날엔 그 수단이 방대한 힘을 갖고 차차 인간을 위협하고 도전하는 상황의식을 現實 속으로 스며 넣어 이제 우리들 주위를 위협하고 있다. 예너



지 문제 공해, 교통체증 등 인위적인 환경은 또 다른 인간이 극복해야 하는 다른 환경을 생성하기 시작한 것이다.

인체 문제를 생각해 보자.

유인원에서 시작된 인체의 기능은 주로 생식을 위한 구조의 발달로 생식기 부문이 큰 형태로 시형태를 느낄 수 있고, 中世와 근대를 거치며 인간이 자연에 도전하면서 理想을 추구하던 시절의 근육형의 인간은 X형태로 균형잡힌 동체는 자연을 개간·이용하는 데 편리한 노동력의 기본적인 인체구조를 볼 수 있으며, 현대의 복잡한 인위적인 환경 속에 사는 인간의 인체구조는 인체를 지지하는 데 편리한 팔·다리, 머리는 매카니즘의 수단으로 발전되어 길게 늘어진 인체의 외모는 그 형태로 인체를 지탱하기 위한 수단이 아닌 어떤 새로 생성될 환경에 적응하기 위한 과도기적인 것을 유인원과 비교하여 생각할 수 있다.

더욱 자세히 관찰하면 유인원의 하체 중심 발달에서 현대는 上體, 특히 머리 부분의 발달은 앞으로 인체 지탱 요소로 새로운 양상을 줄 것 같이 생각되어 인체의 핵심이 동체에서 머리로 옮겨져 그곳의 휴식과 지주가 인체의 생활 기능 구조가 될지도 모를 생각이 들 때, 미래학자들이 말하는 Q형태의 인간 출현이 있을 것이 아니겠는가?

이러한 인체의 발전과정을 볼 때 오늘의 공간은 인체를 중심으로 한 나의 공간과 나를 제외한 外界의 공간으로 볼 수 있을 것이다. 다시 나를 중심으로 한 內界의 공간과 그리고 外界의 공간

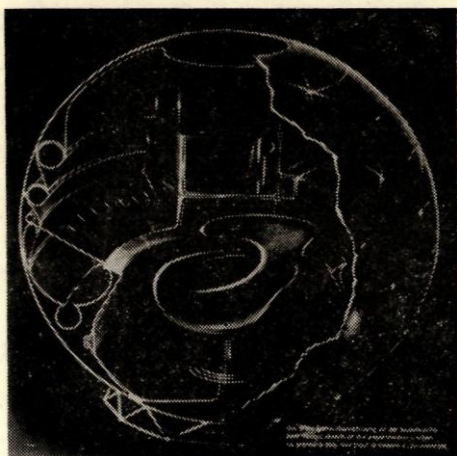
은 서로 상접하면서 조화를 이루어 나갈 것이다. 이런 환경의 조화 문제에서 인간은 항상 자신을 감싸고 있는 팔·다리의 動線의 空間인 內界의 compact 한 世界가 하나의 生活 단위를 이루어 나가면서 外界와 정보를 취하면서 살아 나갈 것이다.

우리가 살아가는 주거공간을 생각해 보면 자연과 인간과 환경으로 구성되며, 그 속에서 조화되며 살아 왔다.

근대 산업사회 이후 자연과 인간과 환경이 공업사회의 배경으로 점점 분리되어 나가면서 생산하기 위한 제요소의 환경으로 자연과 인간이 남게 된 것 같다.

편히 뛰놀 수 있는 넓은 땅, 꿈을 꿀 수 있는 집, 혼자만 가지고 싶은 私室, 이 모든 생활조건은 우리에게 가장 절실한 요망 현실이지만 먼 환상 속의 그림같이 생각한다. 우리에게 조용히 찾





아 온 이 귀중한 현실을 이제 우리는 실현해야 하지 않을까?

생산을 위한 수단으로 인간을 외면한 대량생산과 소비는 일방적인 통행 결과 자연과 인간을 잃는 환경만 주는 것 같다.

같이 뛰고 놀 수 있는 넓은 Livingroom에서 Liferoom과 그 부속된 침실·부엌·공부방 등의 私室을 버섯같이 Lay-out해 보면 어떨까?

內界의 人體空間을 최소단위로 부속 私室은 외곽에 두고 중앙에는 같이 모이고 즐기는 Life-room을 두어 인간을 생각하고 다치게 하지 않는 그런 공간을 이제부터 생산하는 것이 디자이너의 길이 아닐까?

私室의 문제를 생각해 보면 지금까지 생활을 위한 수단인 기계·구조물 등 매카니즘은 外形의으로 인간을 떠나 있어 조작 및 Control이 용이하지 않아 기계대로 다른 기구의 개념을 주고 있었던 것 같다.

이와 같은 外界의 분리를 인간 가까이 compact한 人體空間 속에 집어넣어 일절 대량생산 기술의 일방통행에서 나오는 직면의 非情을 배제하고 포물면의 造形 요소로 作動하고 그 속에서 꿈을 生成하는 人間工學的인 방을 갖게 하기 위한 환경의 문제는 제품 디자이너로서 간과하지 못할 현실감일 것이다.

私室 속의 제품을 생각해 보라.

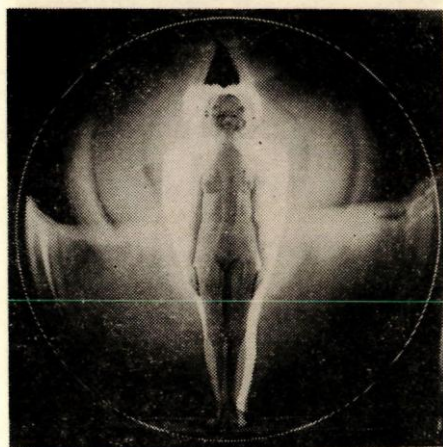
오늘의 생산효율 제일주위에서 탄생된 제품들, 그들은 마치 인간에 도전이라도 하는 자세로 큰 빌딩같이 냉엄하게 서 있다. 作動을 위한 위치

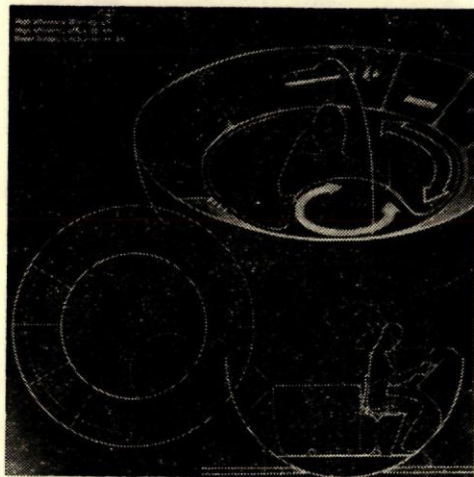
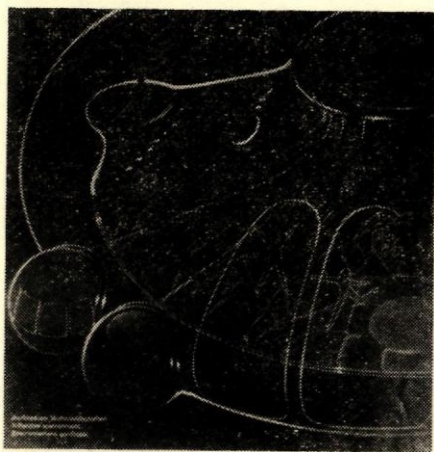
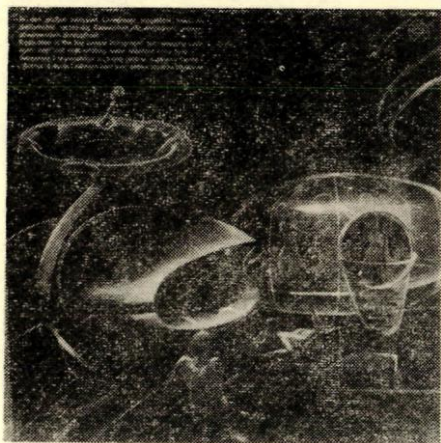
는 무시한 채 商品의 구조가 지정한 經濟的인 곳에 당당히 서 있는 것이다. 인간의 視線과 動線을 아랑곳하지 않고 속성만 부여시키는 효과인 것이다.

나를 中心으로 쉽게 열 수 있고 닫을 수 있으며, 내용물이 잘 보이는 공간은 항상 나와 같이 있어야 되지 않을까?

나는 어린이일 수도 있고 어른일 수도 있으며, 남자일 수도 있고 여자일 수도 있다. 그러나 기계가 나의 보조수단일 따름인 것이다. 그런 기계는 나의 行動과 世界로 침해되어 와서는 안 된다고 생각한다.

위에서 말한 모든 생각은 지금까지 제품 디자인을 하면서 10여 년간의 경험적인 私見을 이야기한 데 불과하다. 매카니즘과 가장 친하고 사





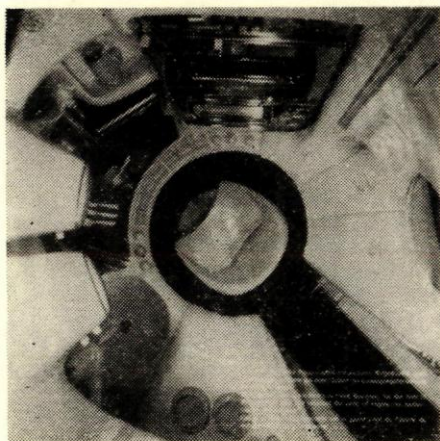
용자에게 친절히 전달해 주는 것이 제품 디자이너로서의 궁극적인 사명감이라 생각할 때, 오늘의 세계는 바로 과학기술이 만들어 낸 사회환경과 자연환경 속에 잃어버린 인간성을 찾자는 슬로우전이 홍수와 같이 쏟아지고 있는 실정인 것 같다.

공업화 사회가 먼 나라의 現實이 아니고 우리 나라에도 찾아왔다면, 現視點에서 우리는 미래를 바라보는 계획이 있어야 할 것이다. 앞으로 찾아올 高質의 선택하는 사회에 일방통행이 아닌 지금의 과학기술을 뛰어넘은 초기 기술 사회의 환경은 인간을 찾는 그런 작업이 先行되어야 할 것이다.

국내 몇몇 산업 디자인 그룹 팀을 中心으로 산학협동의 처음 의도를 무시한 채 자기 PR 만을 위한 그림의 떡과 같은 움직이지 않는 Mock-up 그룹 전시회는 무슨 뜻을 줄까. 이제 판로적인 상황을 의식하지 말고, 같이 일해야 할 시기인 것 같다.

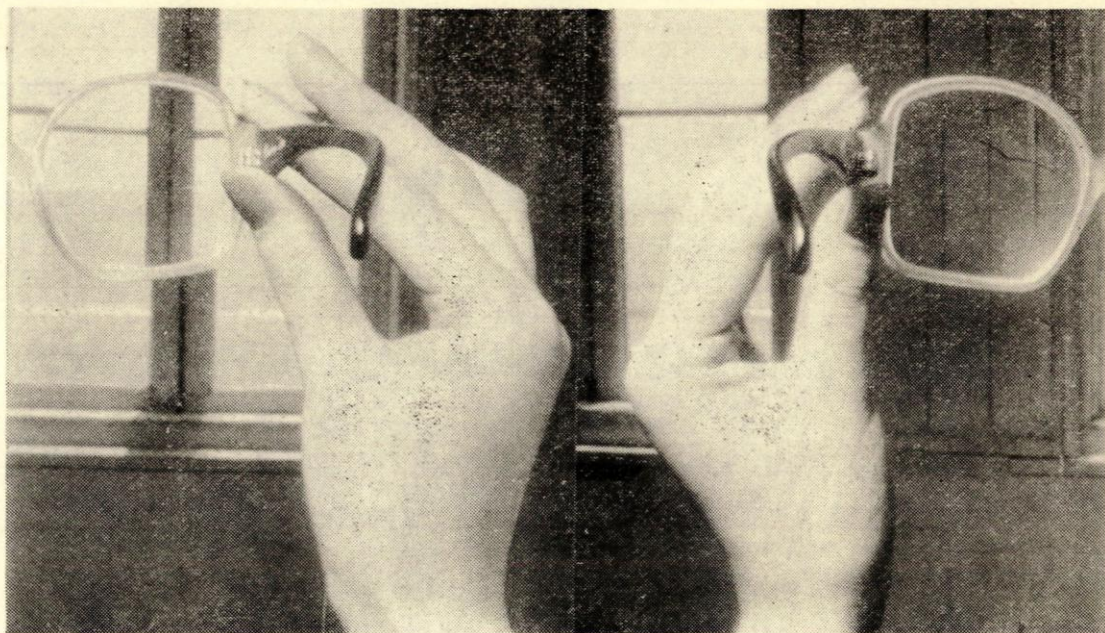
<참고 문헌>

社内논문: 오늘의 공업디자인 경향. 1974년, 본인.
日本未來學會研究大會: Design or Future. 1977년
독일 Edizione Internazionale Colani
—Berteismann Sechbuehverlag 지음.
YLEM



ID의 새로운 教育理念과 生活用具

Newer Educational Ideology & Household Appliances in the 12th Korea Design Exhibition



李 化 洙

リカ交易産業(株) 理事・디자인 評論家

26. 産業教育의 再評價

공업사회 구조의 급격한 발전 과정에서 産業 디자인의 年輪은 사오십 년에 불과하지만 디자인이라는 낱말이 쓰이기 시작한 초기에 비하면 지금에 와서는 그 낱말이 지닌 뜻과 쓰이는 양상이 크게 변질되어 가고 있다. 그것은 단순히 형식적인 표면상의 변화만이 아니라 근원적으로 사회전체의 변혁과 광범한 관련을 맺고 있다는 사실에 대해서도 유념할 사항이다.

前稿에서도 언급한 바 ID의 본질 자체가 “항상 인간을 중심으로 전개되어 왔고, 인간부재의 사회에서는 하등의 뜻과 가치를 발견할 수 없다”라고…… 인더스트리얼 디자인이 항상 산업을

기반으로 전개되는 성질의 것이라 할지라도 기본적인 이념은 특정 기업의 이익만을 추구하는 수단으로 삼아서는 안 된다는 이야기다.

따라서 자칫하면 이러한 관점이 빚나가 마침내 특수층에서나 그 결과가 평가되어 생활인 전체가 희생을 감수당하는 듯한 착각에 사로잡히는 경우도 생기는데, 이러한 그릇된 판단과 인상이 결과적으로 산업 디자인의 행위에 불신을 일으키게 하고 ID의 기본적인 사명과 사상마저 의심하게 되는 것이다.

한때 나찌스 독일이 세기적으로 工藝運動의 嚆矢라고 볼 수 있는 Bauhaus의 디자인 運動을 반민주주의적인 문화라는 이유로 압박을 가해 문을 닫게 한 사실이 있다.

이는 당시 히틀러 자신이 목적으로 한 사회구조에서 필요성을 절감하지 못하였고 바보스럽게도 디자인 본연의 존재마저 부정했기 때문이다.

물론 우리나라의 경우는 이러한 양상과는 달

리 과거 36년간이라는 쓰라린 倭政의 통치하에서 농정위주에서 벗어날 수 없는 비운의 역사가 우리로 하여금 디자인의 가치와 뜻마저 잃게 하는 결과를 가져온 셈인데, 歐洲와 東洋의 유사한 결과 속에는 문제시되는 기반의 차이가 있음을 깨닫게 한다.

즉, 그들은 문화적 레벨의 부정이고 우리의 경우는 정치와 경제적 레벨의 공백이 빚어낸 결과라고 생각되지만, 디자인에 대한 출발점이 東洋과 歐美와는 판이한 거리에 놓여 있음을 느끼게 한다.

그들은 어디까지나 디자인을 인간 자체내에서 찾으려 했고, 거기에 문화를 형성하는 한 요소로서 불가결한 가치를 찾으려 들고 있다는 점, 그리고 새로운 환경조성을 위한 사회구조의 중심적 역할을 다하도록 책임을 부여하고 또한 그 운동(디자인)의 참모습을 추구한 사실을 주목하고 싶은 것이다.

이러한 세계의 변천과 움직임 속에서 우리의 디자인제는 불과 20여 년 동안에 질적으로 얼마만큼 변화와 사회활동을 전개시켰고 생활을 중심으로 한 ID에 적절한 참된 제품들이 얼마나 탄생했을까에 대해서도 몇 가지 의문을 품게 하는 것이다.

이 분야의 稿를 계속 이어오는 동안 항시 머리에 떠나지 않고, 일상 디자인 활동을 통하여 기회 있을 적마다 말하고 싶은 것은 범사회적으로 보다 넓은 뜻을 지닌 디자인 교육의 문제다.

둘이켜 보건대 근래 조국의 근대화 정책의 기본적인 일환으로 가장 힘을 쏟은 정책은 교육일 것이다.

세계인으로서의 인간상의 형성을 목표로 한 교육 이념은 마침내 경제를 중심으로 한 국책 아래 기술교육 양성의 방향으로 기틀을 잡게 되었다.

이러한 추세는 비단 우리나라의 경우만이 아니라 신흥 개발 도상국들이 웅당 취해야 할 지상 과제라고 볼 수 있지만, 주입식 기술 위주의 과잉된 學制에서 빚어낸 부작용도 크게 경계해야 할 문제다.

물론 나라마다 그 나라의 실정에 따라 정책과 양상이 다르겠지만 분명 최근 우리나라의 교육 정책은 산업교육을 중점으로 육성하려는 기운이 점차 높아 가고 있다.

지난해 문교부에서 學制變革에 따른 일련의 물음에 소신을 밝힌 바 있지만, 당국은 이번 기회에 과거의 미온적인 朝夕變改의 굴레를 벗어나서 과감함이만큼 단호한 變革을 바라고 싶은 것이다.

이는 과거 8·15해방을 전후해서 20여 년을 교직에 종사한 한 인간의 체험에서 우러난 절실한 소망이기도 하다.

우리는 과거부터 오늘에 이르기까지 배움의 터전을 둘러싸고 별의별 시비와 술한 말들이 오고 갔었다.

牛骨塔, 一流大學, 課外工夫, 再修生, 入試地獄, 유아 교육, 치맛바람, 간판 따기, 시집 밀친, 학원 모리배 등등.

이 밖에도 유사한 낱말을 주려 보자면 한이 없다. 그러나 각기 다른 유행어의 밑바닥에 흐르는 底流에서 하나의 공통점을 쉽게 발견할 수 있다.

그것은 한 유아가 해와 달과 꽃과 나비를 구별할 나이로부터 시작하여 대학을 나와 입사시험을 치르고 직업전선에 나설 때까지 그야말로 한 치도 양보가 없는 투쟁의 연속이다.

그러나 牛骨塔이라는 俗語도 이제는 시대적인 감각에서 퇴색된 느낌을 주는 건 사실이다. 논밭을 가는 황소 대신 이제는 耕耘機가 구실을 다하니까…… 과거와는 달리 요즘 우리 농촌도 새마을 사업으로 많이 윤택해지고 정돈됐으니 말이다. 그보다도 도시인의 학부형들이 야단이다. 나날이 치솟는 물가고, 범람하는 소비성, 전자제품 등의 문명의 利器 속에서 가계부와 씨름하랴, 등록비에 시달리는 양상은 봉급 생활인들의 한결같은 悲哀인 것이다.

그러나 부형들은 자녀의 실력은 아랑곳없이 대학하면 으레 일류를 바란다.

일류하면 KS 마크, 엘리트 따위의 말들을 연상케 하는데, 일류고지를 점유하려는 집념과 그 노력은 철저함이만큼 냉혹하고 치열하다.

가까운 일본에서도 아직 이러한 일류병 잔재가 남아 있다지만, 입신출세의 길이 트이고 장래가 약속된다면, 그 누구도 이를 외면할 리 없고 재수·삼수도 불사한다는 풍조는 더욱더 높아만 간다.

최근 日刊紙上에서 이런 풍조를 입증하듯이,

소위 일류학교의 인기학과에 대한 스카우트 작전을 선동적으로 보도했는데, 이런 편파적인 기운이 조성되고 가열이 지속된다면 교육의 이상을 찾기에 앞서 교육의 이념과 자유마저 버리게 되는 경우가 될 것이다.

당국은 시대적인 추세에 따라 이공계열의 학과에 해마다 증원해 주고, 기술전문학교의 신설, 육성문제 등에 기업인들의 협조와 참여를 권장하고 있는 실정이지만, 기술을 모체로 한 산업의 전당인 기업주들은 여전히 냉담하기만 하다.

그들은 기계적·획일적으로 量産된 技工만을 손쉽게 얻으려는 궁리만 하고 있는 것이다.

이와 같은 자박한 교육 풍토에서는 인간의 개성이나 존재마저도 명확해질 못하고, 조형이나 감각 따위, 아니 디자인 자체도 논할 여지조차 없는 것이다.

근래 개정된 국민학교, 중학교 미술교재의 디자인(공작) 과정을 살펴보면, 전문 교육과정에서 행하여지는 色彩構成·立體構成 정도의 면이 형식적으로 처리되어 본질을 떠난 기술적인 표현에 그치고 있다.

한편 이러한 폐단은 전문·대학 과정에서도 찾아볼 수 있다.

특히 일반 여자대학에서 절감한 사실인데, 科學的인 生活學이어야 할 디자인 교육이 아직도 전문가의 기초과정의 일부를 형식적으로 모방하는 데 급급하다.

물론 졸업해서 다 전문가가 되려는 법도 아니지만, 이런 식의 교육을 받는다면 시집가서 커튼 하나 제대로 조화시키지 못하고 전기 세탁기로 고구마 씻고, 승용차에서 어린애가 일사병에 걸리게 하는 데 십상이라고 해도 과언은 아닐 것이다.

요즈음 디자인의 세계적인 동태는 企業界도 그러하듯이, 더욱더 專門細分化의 양상을 띠고 있다. 이와 마찬가지로 디자인 전문교육의 실태도 출발단계부터 분화되어 가는 느낌을 주게 되는데, 이러한 방법이 디자인과 인간 사이에 맺어진 본질적인 면에서 생각한다면 의심의 여지도 많은 것이다.

그것은 素材의 차이나 물질의 표현의 차이, 혹은 만드는 과정, 쓰여지는 용도 등의 단순한 물리적인 뜻만으로 구분되는 성질의 것으로 처리하

기엔 너무도 본질과 역행된 감을 주기 때문이다.

하기야 아직도 우리나라의 군소 단과 대학의 디자인 교과과정을 보면 보편적인, 가령 그라픽, ID 계열, 뚜렷이 구분되어 체계있게 다룰 수 있는 워크숍이 제대로 갖춰진 곳이 드물고, 한 방에서 版畫, 染色, 圖案, 構成, 木工, 裝飾, 七寶, 심지어 文人畫까지 도판을 펴야 할 판이니, 어느 女學士가 슬피하듯 「4년 졸업에 구성 몇 점 그리고 펜던트 하나 걸고 나선다」라는 말이 감히 실감나는 것이다.

이러한 폐단은 비단 學校財團이나 운영 실책이라기보다는, 오히려 문교당국의 획일적인 교과과정의 배정에도 그 일단의 책임이 있다고 확신한다.

엄격한 規制도 좋지만 좀더 自律的으로 운영의 묘도 살리게 하는 게 보다 효율적인 성과를 거두리라 믿는다.

A大學은—Industrial design의 産室

B大學은—木工藝, 金屬工藝, 漆器類

C大學은—版畫, 染色, 실크스크린의 名門

D女大는—造型裝飾美術의 殿堂

E初大는—衣裳, 그라픽 계열

F地方大는—陶藝, 窯業의 旗手로서 터전을 닦고 연마를 다한다면 일반 繪畫科와 並行해서 그 學校는 특이한 캐릭터를 발휘하게 될 것이다.

해마다 무수히 쏟아져 나오는 무수한 미술학도들…… 전공과목도 제대로 익히지 못하고 교문을 나서는 이들이 과연 직장에서 무엇을 어떻게 다루고, 가르치게 될는지 염려되는 것이다.

一流와 二流大學의 차이는 역사와 전통, 거대한 캠퍼스만으로 규정짓는 시대는 이미 지났다고, 스스로 자부하고 자작하는 그날이 빨리 왔으면 싶다.

27. 새로운 ID의 家庭用具

우리의 일상생활에 근대적인 문화의 기운을 반영시키고 급격히 도입된 것은 우선 각종의 電氣製品을 필두로 잡다한 가정 기구류일 것이다.

2차대전 이후 미국을 위시로 가까운 일본에서도 가정기구의 발전은 크게 刮目할 만하며, 자가용 붐에 따라 점차 일반가정의 필수품으로 그 수요는 점차 늘어나는 경향이다.

우리의 실정으로 볼 때 마이카의 기운은 아직도 요원하지만, 일반 가정의 잡다한 생활용구들은 나날이 그 모습을 새롭게 하고 있다.

각양각색의 플라스틱 용기와 크리스탈, 照明 관계의 기구들도 색다른 선을 보이기 시작하고, 電氣·電子 제품의 급격한 수요에 따라 선풍기·냉장고·아이론·믹서·토스터·電子 자아·오븐·스테레오·TV세트 등 洋式化된 室內空間에서 일부는 과거 모방 일변도에서 벗어나 새로운 디자인의 면모를 보여주는 용기도 눈에 띈다.

따라서 조화와 合理化에 따르는 문제에서는 보다 다각적인 연구가 검토되어야 할 것이다.

디자인의 三大要素라는 기능과 용도와 조형에 대해서는 이미 先進에서 개발한 사항들인데, 이를 그대로 답습하려는 타성을 좀체로 버리지 못하고 있기 때문이다.

점차 획일적으로 주택공간이 형성되어지는 아파트 團地, 聯立住宅, 어디서 따왔는지 무슨 프랑스식이라는 독립주택, 그러나 이 모든 일련의 住宅들은 우리 고유의 온돌방이 그래도 여전히 군림한다. 우리의 오랜 습성과 풍토가 연료사정은 고사하고 외면할 이유가 하등 없는 것이다.

문제는 외부가 아니라 내부에 있다. 주택외관은 어느 나라에서도 봄직한 서구식 스타일에다 내부는 洋式과 韓式이 공존하고 있어 이러한 절충된 양식은 오랜 시일을 두고 번역의 고비를 넘었는지 좀체로 통일된 조화의 미는 거두지 못하고 있다.

더우기 잡다한 新舊의 생활용구와 가구들이 산재되어 어지러운 분위기가 한층 조성되어 안정감마저 상실케 하고 있다.

방안에 들어선 새로운 道具들, 이러한 文明의 用器들이 우리 고유의 線과 美, 그리고 칼라를 그 언제 지니게 될는지 사뭇 기다려지는 것이다.

최근 일부 지역에서 신축건물을 재래 韓屋으로 건립 보전하는 방안이 법규로 되어 있는 모양이다. 그러나 이런 바람직한 취지도 실지로는 한옥이 지닌 건축적인 기능성과 아름다움을 충분히 살리지 못하고 효율적인 조화미를 거두지 못한 듯싶다.

가령 全州의 풍남동이란 동리는 한옥만을 건립하는 일종의 제한지구다. 과연 과거의 옛집들은 우선 활처럼 휘어진 용마루선이 위풍도 당당

한데, 최근의 집들은 한결같이 외관상부터 비위가 거슬린다.

일직선으로 뻗은 용마루, 윤기 없는 회색 기와(붉은 기와도 보임), 버선코처럼 예쁜 추녀의 선은 온데 간데 없고, 형식적으로 소독저처럼 불거져 나온 서까래와 대문짝은 철판이요, 철근 지붕에 시멘트 기둥, 게다가 둘러싸인 담장은 회색의 불럭 담, 그야말로 보존구역이 빚어낸 韓·日·洋 세가지 양식이 사이좋게(?) 공존하는 제멋대로 식의 건축물이 탄생한 셈이고, 앞으로도 계속 늘어날 추세다.

이런 집일수록 봉당 밑은 색상도 다양한 타일이 번쩍거리고, 대청 마루의 미닫이 문은 완자 대신 불투명한 곰보 꽃무늬의 유리가 고작일 것이다.

본 의도가 우리 고유의 건축미를 계승시키려는 취지인만큼, 당국의 보다 합리적이고 특히 미관심 외에 각별한 방안이 마련되었으면 한다.

한옥은 웬만한 양옥에 비해 건축비가 상당히 많이 들므로 당국은 어떤 특혜(가령 취득세 면제 등)를 줬으면 싶고, 어설픈 미온적인 규제(이런 俗物을 남길 바에야 아예 규제를 없애는 편이 상책이라고 생각된다).

각설하고 최근 우리나라의 건축물도 상당한 변화와 기량을 보여주고 있어 특히 강남 도처에 세워진 聯立, 맨션 등의 집단에서 점차 새로운 실내형식을 꾸미려는 흔적을 보여주고 있다. 우리의 공통적인 과제는 앞서 말한 한식과 양식의 실내공간에서 잘 조화되는 생활기구를 창안하는 일인데, 상당히 어려운 작업이므로 두고두고 계속 연구의 대상이 될 것이다.

① 居室의 器具

우선 거실(Living Room)의 살림용구류를 살펴 보면, 거실의 기구는 봄과 여름, 가을과 겨울, 이렇게 따로 사용하는 것과 일년 계속 사용하는 물건과 대별된다.

초여름에 접어들면서 각 상가·백화점 진열품은 우선 냉방기구인데, 선풍기는 이미 일반가정의 필수품이 되었고 룸 클러도 점차 수요가 늘어가고 있다.

선풍기의 디자인은 그 수요의 증가에 따라 근래 다양한 변모를 보여주고 있다. 특기할 만한



변화는 색채면인데, 과거 黑一色에서 연두색과 하늘색으로 변모한 지는 이미 오래이고, 최근에는 라이트 그레이 계통도 선을 보인다.

상단의 가드(몸체)와 하단의 베이스(臺)가 따로 구분되어 2색의 배색 조화를 이뤄 소비자의 관심을 크게 끌기도 했는데, 일반 대중이 가정기구에 관심을 갖게 한 계기가 되었을 것이다.

색채와 함께 당연히 형태의 면도 변모되어 종래의 견고한 기본형에서 차차 부드럽고 자유로운 선을 보여준다.

최근에는 이미 실내의 한 장식품으로서의 기능을 다하도록 각 기업에서는 앞을 다투어 생산에 열을 올리고 있다.

현재 시장의 경향을 보면, 2·3년 전의 키가 낮고 둥글납작한 곡선이 차차 사라지고, 날선한 線의 구성으로 뻗은 것이 상당량을 차지하고 있다.

이러한 線의 움직임은 다른 가정기구에서도 느끼게 하고, 새로운 실내의 경향과 적응된 형

태로 굳어 가고 있다.

다분히 대형화된 쪽 뻗은 선에서 오는 異質感을 몸체와 臺의 조화된 칼라로 안정감을 갖게 하는 것이 유념할 사항인데, 매력적이고 부드러운 분위기를 노린다면 寒色系보다는 暖色の 중간 계열로 연하게 틀을 잡아보는 것도 재미있을 것이다.

아직도 난색계의 강렬한 것은 별로 눈에 띄지 않지만, 小型이라면 赤色이나 핑크도 여름의 실내에서 아름다운 엑센트로서 효과를 나타낼 것이다.

하얀 벽을 배경으로 앞에 놓인 빨간 계통의 선풍기는 실내 분위기를 화려하게 만들 것이며, 초록색 벽 앞에 핑크색 선풍기는 補色 관제의 효과로 신선한 분위기를 자아낼 것이다.

텔레비전 세트에도 제각기 이름이 나붙듯이 선풍기에도 바람(風)에 따라 이름이 붙여지고 있는데, 이는 메이커를 상징하는 뜻에서도 좋은 착안이며, 계속 선풍기의 모양과 기능에 따라

적절한 꽃의 이름같은 명칭을 붙이게 하는 것도 좋을 것이다.

생활이 복잡해지고 다양해짐에 따라 리빙룸의 역할은 내일을 위해 안식처가 되는 데 막중한 구실을 하게 된다.

따라서 포근하고 안정된 분위기를 유지하자면 벽과 커튼, 그리고 카펫이 主調를 이룬 가운데, 우리의 일상 가정용구들은 제각기 있을 자리에서 家具類와 좋은 대조와 조화를 이뤄 비로소 그 사명을 다할 것이다.

룸 클러도 최근 국산이 양산화되어 가는 실정인데, 아직은 서민 생활권에는 보급이 미흡하고 기능과 사무적인 면을 취한 듯한 그런 스탠더드한 中型이 보급되어, 색채는 거의가 그레이스케일로 처리되어 있다.

미국의 I·N 製品을 보면 角型의 전면 전체를 부드러운 스프라우트·그린의 망사 엮음이 효과적이었는데, 방안에 설치했을 경우 별로 심증나지 않는 엑센트 역할도 할 성싶다.

초저울에 접어들면서 각 가정마다 난방기구는 필수적인 품목이다. 한층 밝은 색상으로 시장에 범람하는 연탄·전기·가스·석유 스토우브가 해마다 그 형과 칼라를 달리하고 있다.

구공탄이라는 특수한 연료 새정하에 초기의 투박한 주물형에서 탈피한 연탄 난로는 카브레터를 부착한 자동 석유 스토우브가 무색할 정도로 질이 향상되고 있다.

형은 보통 角型과 圓筒型인데, 장식적인 스테인·백기의 부분 처리, 반자동의 기능처리 등이 제법이다.

한동안 가스 스토우브가 시장에 나돌더니 최근에는 보급의 부진 탓인지 색다른 진전은 없어 보인다.

온돌방 대신 다다미방을 위주로 한 일본의 경우는 집집마다 거의가 가스 스토우브가 활용되고 있다. 초기의 서구적 고전형에서 최근에는 和室과 洋室에 조화의 절충을 노린 뉴우모드가 대량생산되고 있는데, 發熱板 回路의 섬세하고 참신한 디자인의 秀作들이 많이 나온다.

빛깔은 대체로 청동이 되어 赤茶와 같은 무겁고 차분한 색으로 처리되어 있다.

한때 시장에 출현한 난방기구로서 으뜸간 존재인 石油 난로는 여전히 계속 나오고 있지만,

개발다운 새로운 디자인은 별로 없고, 모두가 가까운 일체를 그대로 모방한 흔적이 여전하다.

전기 스토우브하면 어감 자체부터 무겁게 느껴지는데, 최근 대형 라디오나 형광 스탠드처럼 날선하고 가벼운 형이 많이 선을 보이고, 전열 코일에서 전열등으로 전환되는 추세를 보여준다.

② 家具

전기제품의 보급이 우리의 생활의식을 바꿔주는 역할을 한 다음, 승용차의 등장은 더욱 더 큰 변화를 가져오게 했다.

생활권의 확대와 단위시간 내에 있어서의 정보량의 증대는 지금까지 비교적 시야가 좁았던 한 국민에게 새로운 세계를 엿보게 하는 구실을 했다고 볼 수 있다.

그리하여 현재 우리들의 환경은 폐쇄의 생활에서 대화의 광장으로 생활을 중심으로 한 새로운 사회구조의 전환기에 들어섰다.

더러는 무계획하게 생산된 잡다한 생활용구의 산더미 속에서 짜증스러운 국면을 겪어 보기도 했지만, 점차 새로운 생활환경에 적응되어 정돈의 시대에 접어들었다고 생각된다.

부엌에서 취사장, 이제는 다이닝키친이라는 외태어가 밥상을 방안에 날라야 했던 과거의 습성을 의자식으로 바꿔버리고 말았는데, 1970년대에 들어서면서 본격적인 양식가구의 활용기에 들어섰다고 본다.

이는 일부 우리의 인테리어 디자이너의 꾸준한 노력의 결과도 있겠지만, 해외의 우수한 작품 속에서 전출되는 조형사상에서 힘을 입은 점도 많았을 것이다.

③ 허먼 밀러社의 作品

그 중에서도 조오지 넬슨과 차알즈 임스의 컴비네이션에 의해 만들어진 허먼 밀러社의 제품은 미국의 양심이라고 할만큼 평판이 대단한 것이다.

그들은 소재의 특성을 합리적으로 활용하였고 그 성질을 충분히 살려서 추궁한 Form은 금속과 樹脂라 함은, 지금까지 가구의 세계에서 상상도 해 보지 못한 새로운 길을 열었다고 볼 수 있다.

G. 넬슨은 1908년 생, 그보다 한 살 위인 C. 임스는 같은 시대의 동지로서 차알즈의 업적을 成



허먼 밀러社의 홈 퍼니처

型合板・파이프로 이룬 椅子, 글라스화이버의 椅子, 지금은 온세계 도처에서 활용되는 알루미늄으로 엮은 의자 등 새로운 素材에 대결한 혁신적인 자세가 아닐 수 없다.

그리고 手工業的 家具의 世界를 본격적인 산업 디자인의 길로 인도한 가장 대표적인 인간으로서 길이 후세에 남을 것이다.

이러한 새로운 분야에 대한 열면 적극성은 디자이너인 동시에 기능자이기도 한 G. 넬슨의 경우에 있어서도 근대산업에 관한 매네지먼트의 중요성을 역설하고 이해시키는 데 큰 도움을 주기도 했다.

특히 事務用・家庭用・公家用 이렇게 三分野이 퍼니처를 명확히 구분하여 근대생활의 가구의 중요성과 인간과의 관련성을 밝힌 企業 폴리시는 새로운 양상에 들어선 현대생활의 양식을 출현해서 지도한 감이 깊다.

특히 사무용 가구에서 보이는 FRP의 적극적

인 활용은 安座 부분에 유기적인 폭신한 탄력을 주어, 알루미늄 材料의 후렘과 함께 아름다운 조형미를 자아낸다.

또한 홈 퍼니처의 대표작이라고 불리는 라운지 체어와 아웃메인은 가죽이 지닌 자연적인 질감이 장미나무의 대담한 나뭇결과 좋은 조화를 이루고, 成型合板의 座臺와 背面에서 둔탁하게 빛나는 알루미늄 코오팅의 후렘과 함께 아름다운 조형미를 보여준다.

동질의 소재만으로 조립된 가구에는 아름다운 것이 허다하지만, 이토록 異質의 材料를 모아서 성공적인 성과를 거둔 것은 오로지 전진적인 디자이너의 끊임없는 연마의 자세에서만 얻어질 것이다.

그 중에서도 실내장식에 획기적인 장식물로 손꼽히며, 요즘 우리나라 가구계에서 많이 양산되고 일반 가정에 애호를 받는 장식장이 있다.

원명은 C.S.S. (Comprehensive Storage System)

라고 불리고 있는데, 불 部分과 선반·서랍·개폐문 등 다양한 부품을 구성해서 사용자의 취향에 응하여 벽면이나 자유롭게 조합할 수 있도록 만든 획기적인 가구이다.

이러한 개발에 자극을 받고 유사한 것들이 시장에 나돌았지만, 거기까지 미친 가구는 아직도 거리가 먼 것이다.

현재는 온 세계에서 쓰이고 있는 同社(허먼 밀러社)의 家具에 대해서는 오래 다음과 같은 폴리시가 따른다.

「가구는 사람의 마음을 포근하게 감싸주고, 才能을 풍요하게 펼치는 것이라야만 한다.」

「국한된 공간을 어떻게 이용할 것인가, 어떻게 여유 있는 공간을 창조할 것인가, 이것이 영원한 과제다.」

상식적으로 일반 주택의 기본적인 수납 스페이스는 전체의 약 20내지 30%를 확보해야만 한다. 그러나 설새없이 쏟아져 나오는 일상 가정용구들의 범람으로 주택공간은 더욱 협소해져서 책상다리를 밀에 발을 치박고, 새우잠을 자는 웅색한 생활을 겪어야 하는 것이다.



스테레오·냉장고·응접 세트·쌀통·납시도구들이 가차없이 공간을 점유하는데, 수납을 중심으로 장식과 기능을 다한 회구는 질실한 것이다.

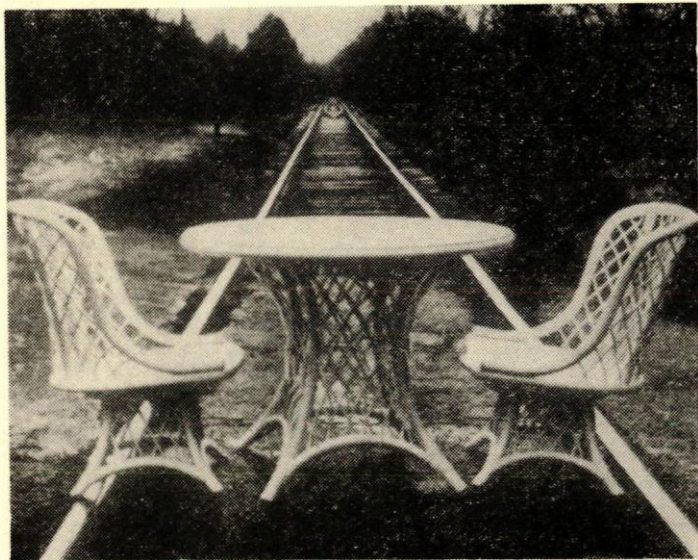
이러한 시대적인 요청에 따라 우리나라의 퍼니처계에서도 수납 종류의 위얼 캐비닛이 선을 보이고 있다.

앞서 말한 허만 밀러社의 C.S.S. 는 오픈 구조로 간편한 수납을 위한 가구의 성질이지만, 건축의 구조 자체와 가구가 직접 연결을 맺도록 방향 지시가 되어 있는 것이 특색이다.

여기에 대응한 곳이 있다면, 西獨의 INTE LUBKE社가 고안한 일련의 제품이다.

④ INTE LUBKE社의 製品計劃

인터 뤼브케社의 기본적인 제품 계획은 장래의 주택의 기본적인 수납을 위해 그 기능과 재질, 제품구성, 기구 등이 주목되는데, 지금까지의 주택에 대한 概念을 근본적으로 再檢한 점이 특이하다. 아마도 현대의 주거형태 그 자체가 종래의 住居概念上으로는 도저히 성립되지 않음을 재빨리 포착한 정보력에 의한 종합개발이라고 판단된다.



그리고 어떻게 住空間을 표준화할 것인가. 또한 획일적으로 빠지기 쉬운 조립식 구조에 다양성을 지니게 할 것인가.

이렇게 兩社의 개성을 비교해 보면 우선 미국의 H社의 경우는 잡다한 일상용구들을 장식적인 효율을 가미해서 수납의 기능을 다한 잠이 짙고, 西獨의 I社의 경우는 주택의 기본적인 수납의 방법을 근본적으로 해결해 낸 의욕이 넘친다.

현대감각의 기능성과 정서를, 그리고 디자인에 세심한 배려를 한 점 등은 크게 주목할 만한 뜻을 지녔다고 보는데, 앞으로 건축계의 요원들은 우리의 생활공간을 처리하는 데 크게 도움이 될 것이다.

I社의 워얼 유니트(Wall Unit)를 사용한 리빙 에리어를 살펴보면, 벽장과 시스템 엘레먼트의 組合形式이 현대생활에 필요한 수납기능을 충분히 만족시켜 주고 있는 점이다.

이는 종래의 옷장이나 찬장과 같은 하나(一體)로서 구실을 한 것을 깎그리 소화해 버렸고 거기에 삶에 필요한 공간, 衣, 食, 寢, 리빙, 휴식, 육아, 서재, 응접 등 모든 생활기능에 적용되도록 조직적인 제품구성이 가능하도록 되어 있다.

그리고 한 가지 특이하고 놀라운 사실은 여기에 마련된 시스템 엘레먼트의 활용에 따라서 千種 이상의 조합이 탄생될 수 있는 면밀한 기능분석과 발리에이션 計劃이 마련됐다는 점이다.

리빙룸에는 TV세트, 스테레오, 테이프 레코더는 물론, 책꽂이, 정리 서랍, 라이트 테이블까지 마련되어 있고, 심지어 스피커 박스의 開口部까지 디자인되어 있다.

침실·리빙룸·드레싱룸 등에는 아름답고 대담한 장미의 木理를 살린 도어가 마련되어 있고, 의복은 물론 개개인의 소지품, 가령 핸드백·구두·여행가방·모자 등 모든 것이 합리적으로 수납되도록 계획되어 있다.

특히 어린이와 학생을 위한 방에 고안된 접어 올리기식의 수납침대는 좁은 공간을 보다 합리적이고 효율적인 세심한 배려가 있어, 二段침대보다 안전하고 위생적이다.

서울 도처에 건립된 일련의 맨션·아파트의 고층건물 실내구조는 아직도 두 칸·세 칸 혹은

세 평·네 평짜리 방이라는 空間概念이 남아 있다. 그것이 콘크리트의 고정된 벽으로 구분화된 사실은 숫자적인 형식만이 남아 있을 뿐 공간 의식은 전혀 결여된 상태라고 보아야 할 것이다.

인터 뷔브케의 시스템화된 디자인과 제품계획은 새로운 시대에 삶을 영위하는 인간과 생활의 근원을 파헤친 적극적인 하나의 양식혁명을 제안하고 있는 것이다.

지금까지 例로 든 이러한 대표적인 디자인을 두고 말하자면, 현대는 이미 단일화된 제품의 디자인만으로는 하등의 평가의 대상도 되지 않는다는 사실이다.

가령 단지 하나의 의자의 형과 기능이 우수하다손 치더라도 다른 제품에게 질적으로 차질을 가져오게 한다면, 제품의 총합적인 계획이 자주 변동하는 사태가 일어난다면, 그 기업과 디자인 스태프는 기본적인 자세와 통일성의 흔들리고 있음을 뜻하게 될 것이다. 그리고 인간사회에 대한 보다 향상된 제안을 무시하고 소홀히 하는 기업으로 지목받을 것이다.

이상 소개한 몇가지 例는 극히 일부 기업의 제품에 불과하지만, 솔선수범해서 생활개혁에 정면으로 몸을 던지고 있음을 알 수 있다. 이는 단순히 알뜰한 상품과 경박한 아이디어를 마구 亂造亂賣하는 사회에 대한 반성의 재료로 태어났다가보다 본질적으로 넓은 시야와 장기적인 전망 아래 세워진 총괄적인 시스템 디자인의 성공한 例로 보아야 할 것이다.

그리하여 다방면에서 재료를 활용하고 허실을 제거해서 정리하여 질높은 素材의 kombinasyon을 꾀하는 한편, 생산성과 가공성의 기술적인 接點을 구하는 데 크게 성공한 것이다.

이러한 사실은 아직도 우리의 형편으로는 도저히 엄두도 못 내고 불가능하다고 치부한 기업의 체질을 디자인이라는 관점에서 變革하고 해결한 한 본보기로 삼아야 할 것이다.

이제야말로 인더스트리얼 디자인이란 형체나 색채, 생산성, 사용성 따위의 말로 표현하는 범주의 작업이 아니라 본격화된 정보사회의 구조에서 새로운 사회를 구축하는 대들보가 되어, 그 중요한 책임과 의무와 사명을 다해야 할 것이다. <大尾>

한글 文字 디자인의 考察

Reconsideration on Design of Korean Alphabet

金 洪 鍊

同德女大 美術教育科

우물물도 계속 퍼내지 않으면 그 물은 썩는 것과 같이 文字 역시 꾸준히 아름다운 글씨체로 연구 개발해야 한다.

序 言

地球上에 있는 나라들 중 各已 自己 나라 말과 글<文字>을 가지고 있지 않은 나라들이 훨씬 많은 것으로 생각됩니다. 그 중에 우리는 말과 글을 가지고 있다는 것은 정말로 자랑스러운 일이 아닐 수 없습니다.

그러나 그 아름다운 글을 한글 創製 500여년이 지나도록 갖고 닦은 흔적이 별로 없다는 것에 놀라지 않을 수 없습니다.

우물물도 계속 퍼내지 않으면 그 물은 썩는 것과 같이 文字 역시 꾸준히 아름다운 글씨체로 연구 개발하는 것이 중요하다고 생각되어 그 동안 나름대로 정리한 것을 살펴볼까 합니다.

1. 한글 文字體의 歷史

世宗大王(1397~1450)이 한글을 창제할 당시에 훈민정음 序文에서,

「癸亥 겨울에 우리 임금께서 정음 28자를 창제하시고 간략한 例義를 들어 보이셨는데, 이름을 훈민정음이라 하셨다. 현상을 모방하여 글자가 옛날 篆字를 본떴고 소리를 따라서 음은 七調에 어울리니 삼재의 뜻과 음양의 묘함이 다 들어

있지 않음이 없다」라고 설명하였다.

따라서 글씨체의 모양을 옛날 篆字에서 본떴다 함은 쉽게 말하여 漢字의 楷書體의 획처럼 획을 긋는 데 있어서 힘을 주거나 또는 힘을 빼거나 하여 뾰족뾰족하게 하는 것이 아니라 한글의 획은 現代 印刷體에 있어서의 고딕(gothic)체처럼 처음과 끝이 굵기에 있어서 변화가 없이 그런 것처럼 쓸을 이르는 것이다.

世祖(1417~1468) 때 이후 인쇄체 글씨와 世宗 때의 인쇄 글씨체가 한 마디로 기하학적인 글자 모양을 했다고 하면, 世祖 때의 것은 붓으로 쓴 것과 같은 모양을 나타내기 시작하였던 것이다.

이와 같은 글씨체의 변혁은 당시 국한문 혼용에 있어서 한문자와의 글씨체의 균형과 조화를 위해서도 중요하였던 것이다.

그러나 世祖 때까지만 해도 이와 같은 획의 변혁을 가져왔음에도 불구하고 훈민정음 창제 당시의 글씨체를 의식하면서 썼기 때문에 전체적으로 글씨에서 주는 인상이 투박함을 느끼게 하였으나 成宗(1469~1494) 때부터는 전체의 글자 모양은 크게 변화된 바가 없으나 획이 보다 더 柔軟해졌기 때문에 글자가 부드럽고 날씬한 인상을 풍기게 하였다. 이와 같이 세련되고 조화된 인쇄체 글씨는 시대가 흐름에 따라 더욱 발달하

여 宣祖(1552~1608) 때에 이르러서는 그 극치를 이루었다.

2. 글씨體(文字)의 類型

㉠ 板刻體

여기 板刻體라 함은 훈민정음 창제 당시 그리고 世祖 때나 成宗 때는 韻書 또는 佛經諺解 등의 간행에서 주로 인쇄용으로 한글이 쓰였고, 실상 일반 국민의 文字生活에서는 극히 한글이 활발히 쓰여지지 않고 있었다. 그러므로 가끔 가다 붓글씨로 한글을 쓴다 해도 인쇄체를 본떠서 쓰지 않을 수 없었다.

㉡ 模倣體

板刻體의 부자연스럽고 비실용성을 극복하기 위하여 漢字行草體를 모방한 글씨체를 말한다. 그러나 한글의 특질을 기초로 한 창의성이 결여되었기 때문에 모방으로 그치고 말았다. 한자는 획이 많고 한글에 비하여 다양하기 때문에 行草書를 쉽게 분별할 수 있지만, 한글은 획이 단조롭기 때문에 흘려 쓰게 되면 알아보기 어렵게 되기 때문에 文字로서는 좋은 결과가 못 되었다.

㉢ 宮體

宮體는 이름 그대로 궁중에서 쓰여진 글씨체이다. 이조 중기 이후로 한글의 생활화가 활발해지자 궁중에서도 敎書, 佛敎, 書簡 등에 종사하는 書寫尙宮이 별도로 있어서 편지의 답장은 미리 준비해 놓고 즉석에서 회송하는 등 한글이 거의 문자 생활의 전부가 되다시피 되었기 때문에 편리하고 우아한 글씨체의 필요성이 생기게 되었다. 이렇게 고안된 것이 이른바 宮體인 것이다.

㉣ 調和體

한자와 한글을 혼용할 때 나타나는 글씨체인데 특성을 가장 나타내기 어려운 글씨체로서 古文書에서 이 調和體의 어려움으로 국한문 혼용 문서를 되도록 피한 듯하다. 그 밖의 일반 서민 남녀들의 필체는 일정한 특성이 없이 시대·지역 또는 개성에 따라 제멋대로 썼기 때문에 통일과 객관성이 없는 雜體들이었다.

어라외고

世宗時代(1397~1450)

어라외고

成宗時代(1417~1468)

서가니닐면

成宗時代(1459~1494)

시면잇업

宣祖末(1552~1608)

롤늬지아어노곶갈죄

正祖時代(1752~1800)

以上과 같이 世宗時代부터 世祖, 成宗, 宣祖, 正祖를 年代로 본다면 1300年代부터 1800年代까지 500年 동안에 우리의 한글은 글씨體(文字)는 이렇다 할 발전도 없이 약간의 변천만 가져왔음을 엿볼 수 있다.

2. 現行 한글 文字體(글씨體)의 現況

오늘날 産業 디자인의 급격한 필요성과 그의 부수적으로 Lettering의 관심도 역시 많은 진전

가나다라마바사아자차 카타파하아야어여오요

現行明朝體

가나다라마바사아자차 카타파하아야어여오요

現行見出明朝體

가나다라마바사아자차 카타파하아아야어여오요

現行 Graphic 體

가나다라마바사아자차 카타파하아아야어여오요

現行 고딕體

가나다라마바사아자차 카타파하아아야어여오요

現行 見出 고딕體

을 가져왔음은 사실이다. 그러나 英文體나 日本의 글씨體에 比하여 몇 10倍의 글자體, 即 1,500字 以上の 글씨體라야만 한 가지 體가 완성되는 비생산적이고 비경제적인 난점을 안고 있다. 현재 사용되고 있는 글씨體는 明朝·고딕체 等 많이 開發되고 있으며, 특히 Graphic 體라는 글씨體를 視覺 디자인 關係 디자이너들에게 많이 使用되고 있다.

以上 몇 가지 重要한 한글體는 제시한 바와 같다. 勿論 明朝, 見出明朝, 細吳, 中吳, 太吳, 見出吳竹 또는 正體, 平體 1番, 平體 2番, 平體 3番, 右上平斜體, 左上平斜體, 長體 1番, 長體 2番, 長體 3番, 右上長斜體, 左上長斜體 等으로 구분한다고 하더라도 20~30種의 글씨에 불과한 것이다.

外國文字의 例

① 英 字

알파벳의 書體로 가장 오래된 로만體는 로마 時代에 이미 宗成되었다.

15世紀가 되어서 독일인인 요한네스 구텐베르크의 活版術의 發明에 依해서 活字書體가 만들어졌다. 이때는 그 당시에 使用되고 있던 손으로 쓴 文字를 그대로 活字로 한 고딕體에 불과한 것이었다.

文藝復興과 더불어 로만體가 活字가 되고 그 후 디도랑 보드니에 依해서 모던 로만의 出現을

보았다.

19世紀가 되어서 英國에서 Egyptian 이 만들어지고, 계속해서 세리프를 깎아낸 Sans Serif 가 製作되었다.

書體로 본 歷史의 흐름을 보면 1737~현재까지 200年 以上이 한 눈으로 볼 수 있게 記錄되어 있으며, 또한 글씨에 작도법이 완전히 되어 있으므로 누가 쓰던 똑같이 쓰이게 되어 있음을 알 수가 있다.

우리 한글 書體는 크게 나누어 明朝體, 고딕體, 그래픽體로 3종류가 現在 사용되고 있으나, 英字體는 Gothic 體, Venetian 體, Old Style 體, Roman 體, Modern Roman 體, Egyptian 體, Sans Serif 體, Script 體, Ornament 體 等 8種類의 5천여 文字體가 있는 것으로 되어 있다. 특히 1780年代에 Bodoni 의 英文體의 Lettering Design 은 눈부신 활약과 공헌이 대단히 크다.

㉔ 日本書體

日本書體는 活字用 필기體가 借用되어 있으면서도 英字와 마찬가지로 글씨 디자인이 理想的이다. 英字보다는 많지만 50字에 불과하기 때문에 굉장한 진전을 보고, 글씨 디자인 分野에서 대단한 경지에 이르고 있다. 日本書體는 二次大戰 直後부터 始作된 것으로 본다면 약 30년에 불과하지만, 石井賞이라는 Lettering 글씨 디자인만을 위주로



장식체 Style 試案(1977. 김 재경)

행복에 가득찬 그 곳
아름다운 나라로
향기로운 꽃동산에

장식체 Style 試案(1977. 장 춘자)

산에는 꽃피네 꽃이 피네 갈 봄 여름 없이

장식체 Style 試案(1977. 윤 영일)

벗은 설움에서 반갑고 님은 사랑에서 좋아라

장식체 Style 試案(1977. 오 성석)

송화가루 날리는 외단 봄우리 읍내에 해 그다 괴꼬리 물면 산지기 외단집 눈먼 처녀사

장식체 Style 試案(1977. 유 현숙)

인간에는 두 종류밖에 없지 헛나는 짓기를 죄인이라고 생각하고 있는 의인이며 다른 헛나는 짓기를

장식체 Style 試案(1977. 이 준수)

하는 大的인 전시회가 바로 日本書體를 오늘에 이르게 만든 것이다. 重要 Designer 는 小谷中一步, 鈴木正純, 成清浩司, 松林進 等 石井賞에서 두각을 나타낸 Lettering Designer 들인 것이다.

또한 日本寫研株式會社 주관으로 入選作品의 版校을 寫研에서 開發 實用化함으로써 日本 글씨

體의 아름다운 장점을 계속 연구하고 있는 것이다. 부연해서 漢文 글씨체도 병행하여 연구하고 있다.

以上과 같이 한글, 英文, 日語體를 종합하여 볼 때 나름대로 소견이지만 이렇게 생각하고 싶다. 英字의 본격적인 연구과정은 약 200年 전부터 현재로 볼 수 있으며, 日語體는 본격적인 연구과정 약 30年 전부터 현재까지 한글체는 勿論各方面에서 우리글에 대하여 必要를 느껴 研究 노력하는 Designer 가 많은 줄로 믿으나 活字化·印刷化되어 大衆에게 보급된 것은 別로 찾을 길이 없다.

그리하여 外國書體는 書體 디자인을 반드시 이름과 연도가 표시되어 있는 것을 감안해서 1977년부터 한글 書體에 이름과 年度를 韓國最初로 기록하였다.*

3. Graphic 디자인과 文字 디자인 敎育

그래픽 디자인 또는 視覺 디자인이라고 할 때 우리는 포스터, package, 카탈로그, 신문 광고, P.O.P.T.V 字幕 等 이루 헤아릴 수 없는 商品廣告 宣傳에 글씨가 없는 것을 어디 찾을 수 있겠는가? 더구나 글씨로써 짙은 디자인이 얼마든지 있다.

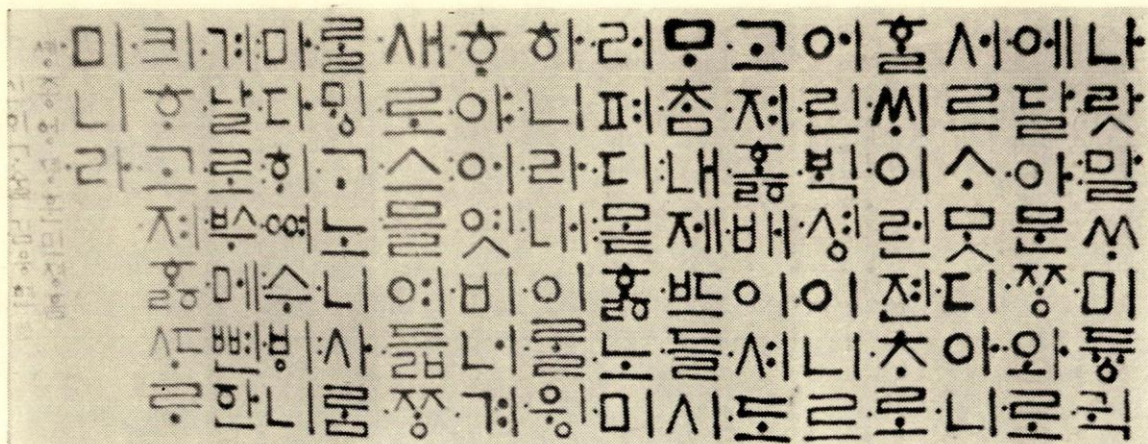
그런데 Graphic Design 敎育에서 간혹 Lettering (文字 디자인)을 소홀히 하는 경향이 있는 듯도 한 것 같다. 이것은 마땅히 검토·연구하여 우리의 글씨체를 연구 개발하는 것이 무엇보다도 시급하다고 하겠다.

4. 한글 文字 디자인 開發과 애로점

한글 文字體는 한 시스템을 完成하는 데 있어 1500字 以上이 되어야 完全한 書體가 되기 때문에 500年이 지나도록 이렇다 할 書體가 나오지 않은 것은 충분한 이유가 있다고 본다. 이것은 英文 26字, 日語 50字에 比하면 너무나 Lettering Designer 들에게는 용기가 나지 않는 것도 事實이다.

그러나 이러한 것은 우리가 요사이 모든 面에

*金洪鍊 編著: Lettering Design 文字 디자인



<세종 어제 훈민정음 창제문>

서 많이 使用하고 있는 公害 중에 視覺公害에 속하는 글씨로서 國家的인 行事나 國際的인 行事 등 모든 面에 표시되는 Lettering 은 상당히 문제가 많은 것으로 본다. 그러므로 Lettering Design 研究는 國家的 次元에서의 연구 검토가 시급히 되어야 할 것이다.

結 論

한글 文字 디자인은 많은 노력과 많은 경비가 부담되고 당장 必要한 것이 아니기 때문에 일반이나 大衆에 그렇게 強하게 어필하지는 못하는 실정이다.

그러나 外國의 例를 본다면 알파벳을 처음으로 만들어 낸 것은 그리스인 이지만 現在의 字形을 完成시킨 것은 그리스로부터 알파벳을 계승해서 自國의 라틴語에 適應시킨 로마인인 것이다.

都市 건축 그것을 장식하는 조각 등의 造形藝術 分野에 많은 完成品을 살려 낸 로마인이기 때문에 文字의 形에도 그 美的 Sence 를 충분히 살린 균형이 잡힌 아름다운 로마體를 만들어 낸 것이다.

그 중에서도 AD113년에 建立된 트라야누스 皇帝의 戰勝記念碑에 彫刻되어 있는 書體는 가장 세련된 것으로서 알파벳의 骨格으로 2000년

後의 今日까지 계승되고 있다.

로마 時代에 이와 같이 文字의 形이 세련되고 完成된 理由는 歷代의 皇帝가 개전문 戰勝 기념비를 民衆이 모이는 公共場所에 세우고, 그 碑文에도 상당한 美的 效果를 要求하였기 때문일 것이다.

또 英國에서 이러한 웃지 못할 事實도 있었다 英國에서는 로마體가 正式書體라고 하는 信念이 強했기 때문에 約 10年前 런던 近郊의 驛名을 고딕體로 쓴 것에 反對運動이 있어서 Roman 體로 고친 적도 있었다. 그러나 다시 런던 空港은 고딕體로 統一되었다. 이것은 단적으로 그 나라 國民들이 그만큼 審美眼과 글씨體에 對한 관심도가 대단하기 때문이다.

한국 수도 서울 변화가에 널려 있는 많은 會社, 그 企業의 商號를 유심히 보면 이것이 과연 서울인가 할 때가 있다.

글씨는 알아보기만 하면 글씨가 아니다. 그런 글씨體는 국민학교 어린이도 쓸 수 있다. 글씨가 아닌 藝術的으로 升华된 글씨, 보는 순간 감동을 주는 글씨 이런 글씨體로 수도 서울이 바뀔 때 바야흐로 世界 속의 서울, 아름다운 서울의 면모가 일신될 것이다.

그러므로 文字 디자인에 對한 연구에서는 國家的인 측면에서 적극적이고 시급히 추진되어야 할 것을 강력히 촉구하는 바이다.

● 現代工藝研究 (中)

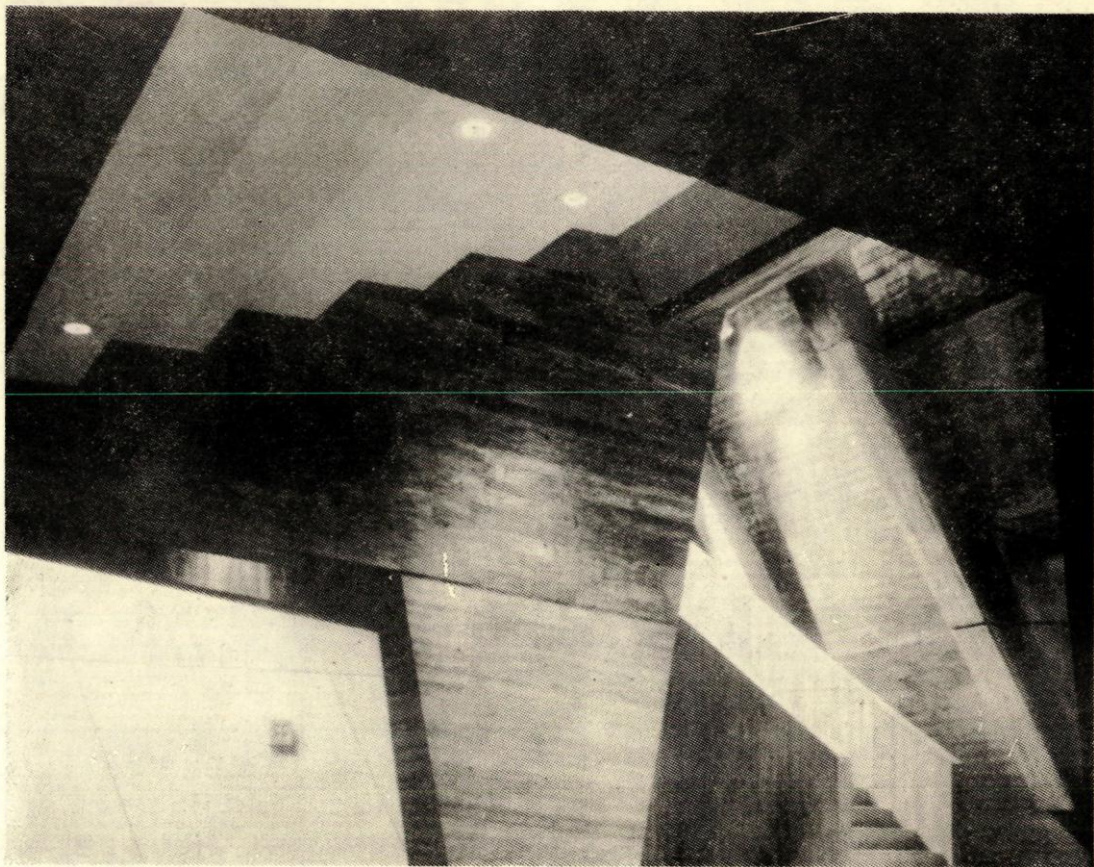
機能時代의 工藝

Craft in the Functional Period

—裝飾과 機能, 材料과 技術概觀—

張 潤 宇

誠信女師大 附設 産業美術研究所長



2) 機能主義의 意義

機能主義라는 것은 한 말¹⁾로 말한다면 생활주의에 있어서 機能이 제 1이며 기능에 따라 형태가 결정되고 기능의 觀點에서 알맞는 目的으로 形이 만들어진 것은 그만큼 아름다움(美)의 요

구를 충족시킨다는 생각이다.

따라서 裝飾이라는 것은 附加的인 것으로 생각되고 본래의 造形을 방해하는 것으로 되어 배척된다.

여기에 기능주의의 슬로우전으로서 無裝飾形

態(Form ohne Ornament)의 주장이 강하게 나타나고 있다.

이 기능주의의 주장은 今世紀初 약 1920年代 이래 그 이론을 명확히 하고 하나의 運動으로서 강한 주장을 하기에 이르렀다.

그로피우스(Gropius)²⁾가 1919年 國立 바우하우스(Bauhaus; 建築, 工藝造型의 美學)를 주재하고 간딘스키 파울·끄레 모홀리·나기 및 자신의 후임자가 된 건축가 마이어 등 당시의 前衛藝術家를 모아 新造型運動을 일으킨 것은 현대의 造形에 하나의 時期를 이룬 것이 된다.

그곳엔 이와 같은 주장이 생기는 基盤이 되고, 이것을 추진하는 배경이 된 열 가지의 事情이 있었다. 그 하나는 消極의 사정이며 前世紀의 後半부터 末期에 있어서 생활조형의 각 方面에 裝飾의 과잉과 혼란이 일어났다는 것이다. 여기에는 다시 두 가지 이유가 있었다. 그 하나는 사회적 과정으로서 封建社會의 붕괴와 시민생활의 충실에 의해 裝飾이라는 것에 대한 신분적 제약의 일체가 해소됐다는 것이다. 봉건사회에 있어서도 주택 건축과 의복 제도에 일반 市民에게는 많은 制限이 있었을 것이다.

社會的 변화와 시민생활의 富라는 점의 충실은 有形 無形의 제한을 물리치고 이전에는 宮廷과 그 주위 사람들만의 專有物이었다. 裝飾은 시민생활의 자유에 맡겨지기에 이르렀다.

이에 대하여 장식과잉의 풍조를 도운 것에 機械生産의 도입이라는 것이 있다.

그 새로운 手段의 새로운 意匠力을 만들어 낼 때까지의 사이에는 形態上에서 舊手段의 외장력을 모방하는 방법이 취하여졌다. 이 경우에도 기계에 따른 工作이라는 것이 나타나서 그 意匠은 舊時代의 手工藝의 것을 답습하고 모방하는 데서 시작된다. 그리고 兩者 사이에는 이전의 手工에 따른 裝飾이 정성스러운 노력의 投入을 의미하고 따라서 高價의 것이었다는 데 대해 機械나 型에 의한 것은 훨씬 安價였다는 차이가 생겨났다.

이렇게 해서 社會的인 수요와 그 安全한 제작 공급이라는 점에서 해방된 裝飾에의 욕망은 충족되고 그 時代에 앞서 여러 가지 양식의 장식, 르



↑ <그림 ①>

네상스風의 고딕³⁾, 로코코 또는 古典 양식의 장식이 원하는 대로 실현되어 넘치게 됐다.

진정한 로코코와 클래식의 장식이 다른 것은 한쪽은 각기의 시대의 조형 의지에 의하여 받쳐진 것인데 대해 이것은 기계에 의해 미끈하게 보이게 하는 安易한 모방에 불과했다는 점이다.

이러한 경향은 당연히 과잉한 장식 濫用에 대한 반성을 불러일으켰고, 反動的인 혐오가 생활 조형에 대한 好意의인 방향으로 나가도록 하였으며, 이러한 일련의 사정이 다음 時代에 無裝飾主義를 준비한 소극적인 要因을 만들었다. <그림 타이틀>

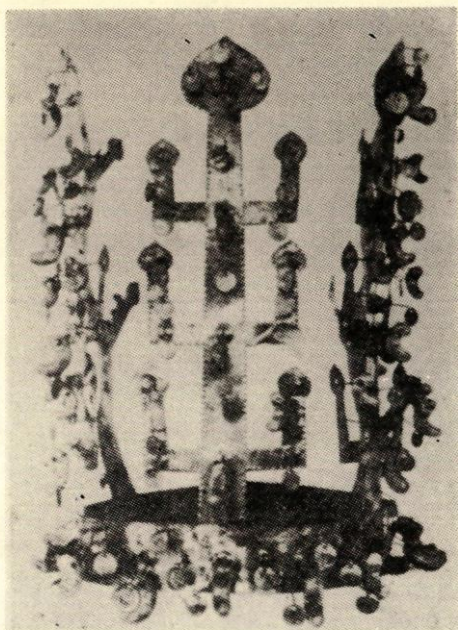
機械主義는 積極的인 의미에서 기능주의의 이론을 준비하였다.

기계 그 자체의 생산 및 기계생산에 따른 새로운 材質의 출현이 이미 종래의 意匠으로서서는 해

1) 디자인 포장·33號 II. 機能·材質·技術의 1. 機能中 1) 生活工藝의 構造에 대한 承繼部分임.

2) Walter A.G. Gropius(1883~): 「形の呼訴」와 「郷土樣式的工藝」參照.

3) Gothic: 12~15세기 프랑스를 中心으로 발달했던 藝術樣式.



↑ 〈그림 ②〉 新羅 金冠塚 發掘



↑ 〈그림 ③〉 古代 메소포타미아의 황금 투구

결할 수 없는 문제와分野를 제공하였다.

그 하나가 새로 일어난 技術의 세계가 새로운 의장을 요구하는 조형분야를 제공하고 거기에 새로운 美學을 요구한 것이다. 기차, 汽船, 자동차, 항공기, 건축器機와 家具類 등 이것들은 점차로 새로운 造形の 해결을 요구하고, 찾는分野이다.

材質에 대해서는 鋼鐵과 유리는 새로 등장한 재료는 아니지만 건축에 필요한 多量の 수요는 새로운 과제의 도입이 됐다. 콘크리트도 그 主

體로서 構築되는 대건축은 새로운 課題가 되는 것이며, 크고 과대하게 요구되는 可能性은 대담이 쉽지 않은 문제인 것이다. 다시 여러 種의 人造纖維와 可觀材料 등의 새로운 材質의 도입이 있다.

이들 課題에 대답할 수 있는 새 美學으로서의 기능주의의 이론이 필요하게 되었다. 그래서 새로운 미학으로서의 기능주의의 주장의 근본을 요약하면 다음과 같은 것이다.

第1은 정해진 물질적인 사용목적의 간소한 充足이 갖는 美의 주장이며,

第2는 材質 그 자체의 美의 주장이고,

第3은 덮어지지(覆) 않는 構造의 주장이다.

第1의 주장은 物理的 機能만이 모든 조형의 기본이며 기능이 충족되는 형태, 꼭 맞는 목적의 형태는 그 자체가 아름답다고 한다. 따라서 機能·目的性和 관계가 없는 裝飾은 오히려 美를 해친다는 주장도 되어 流線形(stream-line space)의 문제가 나오게 된다.

유선형은 물리적인 하나의 요청이고 공기 중과 물 속을 高速度로 움직이는 物體가 받는 抵抗을 최소한으로 줄이기 위하여 연구된 形이다.

第2의 材質은 그 자체가 말하는 美를 강조하고 그 美를 덮고 숨기는 것 같은 장식은 排除하려고 하는 주장으로 이 새로운 시대에 있어서 材質의 등장이라는 것이 역시 중요한 관계를 갖고 있다.

예를 들면 輕金屬 등의 새로운 合金의 등장에 따라 完全에 가까운 均質한 표면이 만들어지고 舊時代에선 피할 수 없었던 鑄造의 흠 같은 것이 제거되어 均一하고 큰 표면을 쉽게 얻을 수 있게 됐다는 점이다. 또한 극히 高度한 不透性을 얻을 수 있다는 것 등에서 재질 그 자체를 誇示하고 그 아름다움을 인정하려는 경향이 높아졌다는 것을 지적할 수 있다. 똑같은 일을 合板과 纖維 등의 재료에 대해서도 말할 수 있으며, 이와 같은 아름다운 표면에 무엇인가의 모양을 가하는 것을 인정하지 않고 오히려 배제하려고 하는 주장이 된 것이다.

이상과 같은 생각을 추구해 가면 모든 생활조형에 있어서 기본이 되는 형태라는 理念이 떠오른다. 즉 조형의 방법을 물리적인 목적성이라는 것에 좁혀 그 현실에는 일체의 부가적인 장식과

掩蔽를 배제해 간다면 가장 합리적이고 美的 만족을 주는 기본형태가 될 것이다.

이상과 같은 기능주의 조형활동의 주장은 여러 새로운 사정과 결부하고 있는 점을 잠시 따로 생각해 보면, 思想으로서의 결코 이 年代에 별안간 일어난 것이 아니고 前世紀에 그 先行者라 할 수 있는 것을 이미 갖고 있었던 것을 알 수 있다.

思想에는 러스킨(Ruskin)⁴⁾을 元祖로 하고 실천적에는 모리스(Morris)⁵⁾를 代表로 하며, 그리고 英國派工藝, 가령 리치(Leach)⁶⁾ 등을 포함한 사람들에 의해 傳統을 이어받고 있는 영국과 공예의 주장을 생각하고 맞추지 않을 수 없다.

1860年代에 이 派의 主張을 要約해 보면 用具家具類는 가장 좋은 재질에다 단순한 形式으로 만든 것이었고, 그 단순한 형식이라는 것은 그것이 어떻게 構造되고 있는가 하는 것을 보고 파악할 수 있는 형식을 뜻했다. 이 경우 英國工藝에 직접적으로 모범이 된 것은 고딕이었는데, 재질과 구조의 단순하고 정직한 표현이라는 관심은 本質的으로 그것을 近代의 것으로 부를 수 있는 것이다.

그러나 現代의 기술적 양식은 英國派의 주장과 확실히 구별되는 곳이 있다. 러스킨은 근대의 기계 생산, 기계에 봉사하는 인간의 노동이 近代人의 인간적 불행의 요인이라고 생각하고 따라서 기계 생산에 저항하여 手工藝를 주장하고 예찬하였다. 현대의 기능주의 기술적 양식의 주장은 오히려 기계 생산 그 자체 위에 입각된 주장이라는 것이다.

실천가인 모리스는 1861년 회화·조각·가구·金工 미술제작의 모리스·마셜과 포크너 商會(The Firm of Morris Marshall & Faulkner)를 세워 자기가 필요한 것은 스스로 만들고, 능력은 모든 사람 내부에 존재하고 있기에 그 능력개발을 지도해야 한다고 했고, 그의 首弟子인 월터 그레인(Walter Grain) 역시「모든 예술의 참다운 근원은 수공예 속에 있다」고 하였다. 아쉬베(C.R. Ashbee)도 모리스의 弟子로서 手工藝길드學校(Guild & School of Handicraft)를 1888년에 설립했고, 모리스의 사상과 운동은 후에 유럽 대륙 전체에 퍼졌다.

3) 工藝의 機能과 美

오늘의 機能主義의 입장은 기능이 형태를 결

정하고 이와 같이 결정된 형태에 美가 있다.

대체로 기능의 인식은 그 本質부터 말한다면 본래 순전한 知的認識의 문제인 것이다. 따라서 어느 對象의 기능성과 觀察性과는 원래 그 成立에 필연적인 연결이 있다고 할 이유는 없다.

항공기와 선박과 그 외의 여러 근대기계의 모습은 어느 인상을 우리들에게 주지만, 그것이 정말 기능적인가 하는 것은 보기만 해서는 알 수 없는 것이다.

Read가 말한 것과 같이「기능의 완전한 하나의 것은 아름다움을 가질 수 있을 것이며, 다분히 아름답다. 그러나 그 관계는 필연적인 것은 아니다」인 것이다.

오히려 우리들의 경험은 이 兩者의 성립의 層을 다른 것으로 하는 것을 가르키고 있다. 機能은 결코 직접으로 관찰과 결부되는 것은 아니다. 눈에 띄는 경쾌한 土瓶의 주둥이는 언제나 따르기 좋은 것만은 아니다. 土瓶의 주둥이가 정말 물을 따르기에 좋은가 나쁜가는 따라 보지 않고서는 모르는 것이다.

“機能적으로 보이는 것”은 “機能적으로 보이는 것의 아름다움”과는 확실히 구별해서 생각하지 않으면 안 된다.

위에 말한 이유에 따라 “기능적인 것”과 아름다움과는 다른 층의 개념인데 “기능적으로 보이는 것”과 아름다움과는 같은 층의 개념이다. 그러므로 前者는 성립하지 않으나 後者는 성립하는 것이다.

그러나 동시에 “기능적으로 보이는 것”이 정말로 기능적이라는 보증은 어느 곳에 없고 없다.

기능주의 주장과는 달리 民藝와의 관련에 대해 생각해 본다.

民藝의 애호가들은 소위 雜器의 美를 발견한다. 솜씨가 서툰 것으로 通稱되는 것은 관찰을 목적으로 하는 것이 아닌 實用만의 고려에 의해 그 형태가 정해졌기 때문이라고 생각되는 것들이 있다.

民藝 운동은 그와 같은 속에서 많은 아름다운 것을 찾아 내었다. 職人의 먹통, 농민의 못그릇, 도구, 가구 등등.

이들에 있어 도구 등은 확실히 用의 대상이었고 用의 역할을 충분히 이룩하였을 때 만족하였으며 굳이 아름다움을 추구하려 하진 않았다. 그

들에게선 喜怒哀樂이 점철된 정과 손때가 묻은分身들이었다. 이것을 관찰하고 그곳에 美를 찾는다는 것은 일단 그들에게서 떠난, 用에서 해방된 어느 거리를 가진 입장의 사람들, 시간적으로 생활적으로 거리를 가진 사람들에 의해 비로소 된 것이었다.

솜씨가 서툴어도 아름다움을 느낄 수 있다는 것은 그것의 製作 사정에서 튼튼하고 소박하고 서민적인 향취가 造形 속에 생겨나기 때문이다. 無心하고 서툰 솜씨의 것이 더 아름답다고는 볼 수 없는 것이다. 솜씨의 서툰 속에 어느 形을 實現한 것이 아름다운 것이므로 問題는 모두 形에 있다고 보아야 한다.

다음에는 材質과 구체적으로 그것을 취급하는 기술의 면과 美와의 관계의 문제점을 살펴본다.

工藝의 세계에서는 인간은 먼저 自然材를 用에 맞도록 形을 만드는 일에 전념한다.

形이 만들어진 것이 用에 맞는 것으로 나타난다면 먼저 그대로의 경쾌함을 줄 것이다. 그러나 다음 문제는 약간 복잡한 層으로 옮겨진다. 여기에 인간의 技工과 자연과의 관계가 한번 다른 觀點에서 반성 고찰되지 않으면 안 될 점이 있는 것이다.

공예는 構造에 있어 繪畫·조각에서 보는 것 같은 대상을 갖지 않는다. 陶工이 점토를 만드는鉢의 형은 현실의 무엇인가를 나타내는 형은 아니다. 녹로(轆轤)를 돌리는 도공이 해야 할 문제는 用에 맞는 形을 얻는 일이다. 필요한 크기와 깊이를 가질 것, 비틀리지 않는 形을 할 것, 적당한 曲面을 그릴 것 등이다.

一見하여 조각·회화에서의 表出의 因子는 여기에선 빠져 있는 것같이 보인다. 그러나 실은 空間의 위치를 차지하는 것같이 공예작품에 있어서는 自然의 材質이 人間의 기술에 대해 자연적 제기를 대표한다.

조각·회화에 있어서 그 작품의 自然材와 構成에서의 대상과는 전혀 다른 것이다. 캔버스 위에 그려진 肖像을 볼 때 畫布는 잊혀지고 肖像이 우리에게 이야기를 준다. 조각이 본래 大理石적인 것이라 해도 또는 靑銅적인 것이라 해도 「생각하는 사람」이 우리에게 호소하는 것은 靑銅으로서가 아니다. <그림 1>

공예에서의 자연재는 말하자면 二重의 의미에서 構成에 참여한다. 第1로서는 技術에 지배되는 材質로서, 第2로는 技術에 의하여 대표되는 인간에 대한 對者로서의 自然인 것이다.

회화·조각에서는 대상성을 빼는 作品이라는 것은 생각할 수 없다. 對象性이 없는 단순히 아름다운 色彩라든가 일종의 형편이라는 것은 인간의 恣意가 그려내는 환상에 불과하다.

인간의 자의, 形이 없는 幻想은 대상의 엄격한 必然에 의해 질책되어 비로소 限界가 있는 形이 있는 모습을 취하는 것이다.

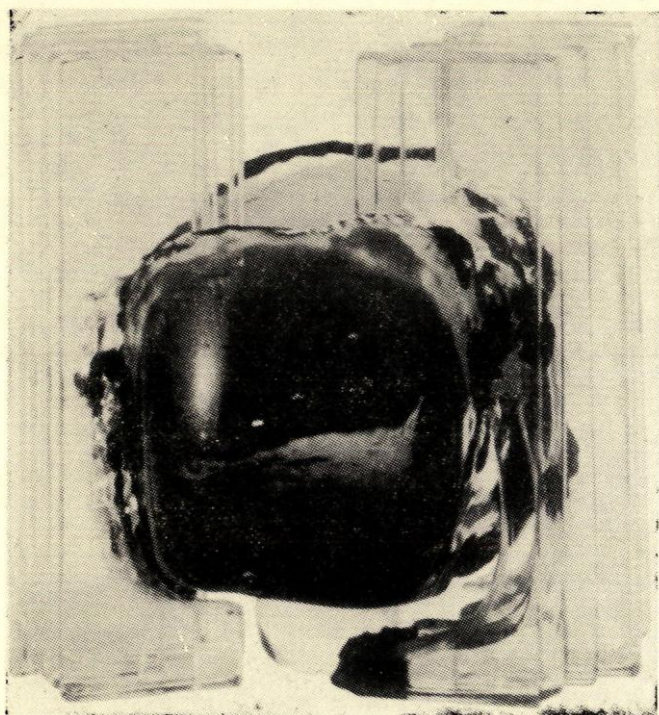
공예에서는 자연의 材質 그 속에 인간의 자의를 封하는 자연이 있다. 하나의 항아리를 굽기 위한 흙은 材料로서 기술에 지배되어야 할 材質로서의 흙인 동시에 人間에 대한 자연으로서의 흙이기도 하다. 자연재의 二重의 의미가 있는 이곳에 공예의 秘密이 있다.

공예작품에서는 工程의 발자취 그 자체가 제가끔 어느 호소를 갖고 있다.

여기에서는 인간이 나무를, 금속을 어떻게 취급하고 어떻게 形을 만들었는가, 인간의 희망과 空想이 자연에 의하여 어떻게 도와지고 또 어떻게 막아졌는가, 그 과정이 그대로 작품 위에 나타나고 있는 경우가 있다. 가장 넓은 의미 또는 근본적인 의미에서의 構造的인 美의 주장은 오히려 이 점에서 이해할 수 있는 것이다. 즉 인간과 自然과의 미묘하게 긴장한 또는 아름답게 協和한 그 여러 가지 관계가 작품의 모습을 띠고 우리 앞에 나타난다. 나무로 만들어진 것에는 현실에 나무를 깎는 끌(鑿)의 힘이 그 위에 감돌고, 쇠로 만들어진 것에는 쇠를 두들기는 망치의 힘이 그곳에 올라간다. 공예의 관찰성을 성립시키는 큰 계기의 하나에는 실로 이 자연과 職人과의 관계에서 찾아진다.

이와 같이 공예 작품에 있어서 우리들은 자연과 인간의 여러가지 관계를 볼 수 있다. 거친 끌로 깎여진 工藝品은 자연에 대해 그대로의 모습을 보일 것이고, 가늘게 망치로 두들겨진 銀器는 강인한 地金과 그곳에 가해지는 정성스런 망치이 힘의 침착한 協和를 나타낸다.

「觀念이 제작을 규정하는 경우에는 그것은 工業에 불과하다」는 말은 알랭(Alan)의 엄숙한 의견이었는바, 제작과정 속에 해결되어 가는 문제



↑ 〈그림 4〉

를 갖지 않고 최초의 계획이 전부라는 것 같은造形에는 적어도 재질에 연결되는表現은 찾을 수 없다. 공예의 미의 일부는 工程의 한 걸음 앞서 職人과 자연이 이기고 平衡하는 곳에 있기 때문이다.

기계생활에서는 職人의 힘의 크기가 나타나지 않는다. 왜냐하면 직인의 힘은 그것에 저항하는 것이 있음으로써 비로소 얻을 수 있는 것이기 때문이다.

이와 같이 해서 공예에서 표현의 가능성의 하나를 우리는 이야기할 수 있다.

기술 그 자체 속에 표현의 가능성이 저장되고 素材에 따라 恣意를 벗어난 기술에 의해 아름다운 작품이 태어난다. 조각·회화가 표현적 구성에 따라 자연을 해결하는 것도 並行的의 의미에서 공예는 기술적 구성에 의해 자연을 해결해 간다.

2. 材 料

材料의 역사는 바로 공예의 역사이다. 현대에 이르러 재료(素材)는 종류가 아주 다양하고 풍부해지고 있다. 자연의 재료를 그대로 이용하는

것에서부터 가공하고 合金 合成하기에 이르기까지.

고대로부터의 재료는 그 역사를 더듬어보면 당시의 原始人들은 자연 속에서 입수할 수 있는 것 외에는 재료라는 것을 가지고 있지 않았다. 그들도 자연의 돌과 진흙, 동물의 뼈와 껍질, 貝類를 그대로 이용하여 생활도구로 살아왔다.

점차로 그들은 자연재료를 가공하여 新材料를 생산해 갔으며, 그것은 의지뿐 아니라 우연이라는 작용도 곁들인 것이었다. 새로운 재료의 생산은 새로운 기술과 새로운 공예를 낳게 했다.

만일 古代人이 쓰던 자연재에만 의지하였더라면 종류와 양에 있어서 오늘의 생활유지는 상상도 하지 못하였을 것이다.

많은 사람들은 공예라고 하면 어딘가 高尚하고 일상생활과 관계가 없는 것, 실용성보다 加飾을 중요시한 것들을 생

각하고 그것이 발전되어 장식적 技倆만 있으면 충분하다고 생각한다. 그러나 장식기술은 단순히 일부분을 차지하는 것에 불과하며, 그것만으로는 공예품이 생겨나지 않는다. 보다 크고 깊은 기초 위에서 생각한다면 공예는 재료, 기술, 意匠, 각기의 사명과 성격과 역사를 관찰함으로써 생겨난다고 할 수 있다.

金屬의 예를 들어 보자. 古代人들은 자연에 있는 금속을 최초로 사용하고 있다. 自然金 自然銅과 같은 것도 그들이 冶金의 기술을 갖고 있지 않으면서도 손쉽게 손에 넣어 사용하였었다. 다음 단계는 鑽石에서 금속을 따내는 것을 익히고, 다시 여러가지 금속을 合金하는 고안을 하고 특성을 살렸다.

가령 銅에 錫을 넣음으로써 銅으로 만드는 것보다 단단한 칼을 만드는 것에 착안하였었다. 또는 鐵에 炭素를 가하여 단단한 刀物을 만드는 것을 발견하였었다. 〈그림 3〉

도자기에서는 최초엔 흙을 물로 녹이고 반죽하여 器形을 만들고 태양열에 건조시켰고, 다시 불로 구워서 硬化시키는 기회를 발견하고 더욱 질 좋은 점토를 발견하고 나아가서는 돌을 粉沫로 하여 인공적으로 점토를 만드는 데 성공했을

것이다.

글라스(硝子)를 예로 들면 硝石과 모래의 硅砂가 우연히 溶合해서 글라스가 됐다고 古代 로마人들은 말하고 있다. 그 기원은 별문제로 하더라도 일단 유리가 발명되면서 그 투명성과 광택이 애호의 대상이 되어 장신구와 등화구의 재료가 되어 발달하였다. 여러 연구를 거쳐 有機 유리가 발명되어 공예의 새로운 분야에 제공하고 있다. <그림 ④>

木材도 지금은 합판과 합성목재, 목재에 합성수지를 침투시킨 개량목재 등 다양한 新材料가 출현하고 있다.

자연적 재료에서 인공적 재료로 또는 자연재료의 개량, 이것이 날로 복잡해지는 인간생활을 받치고 있는 귀중한 기초 構造가 된다.

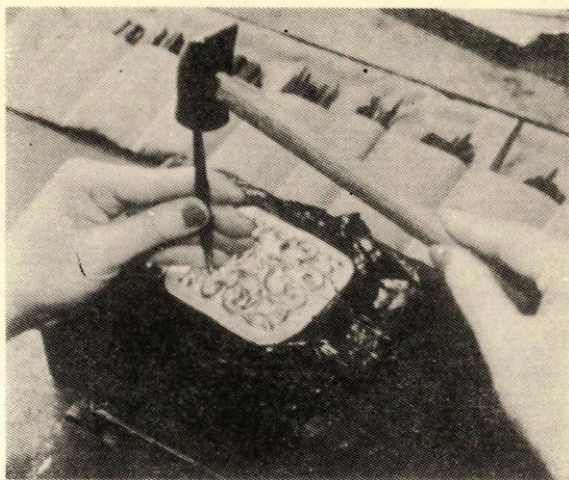
이와 같이 공예재료가 점차로 증가하여 온 것은 실로 과학발달의 보람이다. 과학은 새 재료를 만들고 새 재료가 새로운 생활을 가능케 하고, 새로운 생활이 과학을 전달하고 다시 또 새로운 재료를 생산한다. 그렇다고 새 재료의 발견이 결코 舊材料의 無用을 뜻하는 것은 아니다.

풍부한 재료 속에서 가장 適材를 선택하는 자유를 얻은 데 불과하다. 이 適材適所를 선택한다는 것은 意匠 과정의 일부분인데, 그것도 또 재료의 재질감과 가공기술과 경제적 조건 등도 관련하여 생각하지 않으면 안 될 문제이다.

1) 材質感과 性質

하나의 재료에는 반드시 그 재료가 갖는 특유의 재질감이 있다. 종이는 천과는 다른, 도기는 磁器와 나무는 금속과 유리는 유리대로 다른 각기의 재료의 조직에서 생긴 차이점이 있다.

각각의 재료가 제가끔의 재질을 갖고 있는 것과 같이 각 재료는 물리적 화학적 성질을 달리하고 있다. 어느 재료는 國化가 쉽고 어느 재료는 온도의 차에 따른 팽창과 수축이 심하다든가 꺾어지거나 닳기가 쉽고 어느 재료는 튼튼하지만 너무 무겁거나 하다. 또 酸에 약하다든가 투명, 불투명, 반투명, 광택이 잘 나거나 전혀 나지 않는 것 등 각 재료의 특성과 장점을 잘 이용하는 일이 좋은 공예품을 만드는 기초의 하나가 된다. 그러기 위해서 재료에 대한 과학적인 정확한 지식이 필요하다. 흔히 재료의 단점을 드러



<그림 ⑤>

내는 공예를 볼 수 있는데, 이것은 재료에 대한 정확한 지식과 이해가 없는 데서 오는 소산이다.

2) 加工技術과 經濟性

각 재료가 어떠한 기술로 가공되는 것인가를 알지 않으면 재료를 사용할 계획을 세울 수가 없다. 각 재료로는 그 물리적 화학적 성질에 따른 加工法이 있는 것이다. 오늘과 같이 사용 재료의 종류가 많고 가공기술이 발달하고 복잡해지면 모든 재료를 다 다룬다는 것은 불가능한 일이다. 그래서 자연과 工人의 분화가 일어나게 되는 것인데, 하나의 재료에 대해서도 그 가공기술의 차이가 심할 때에는 기술면에서의 工人의 分化가 일어나게 된다.

여러 가지 재료와 기술을 응용하는 것을 예상하고 器具를 설계하는 디자이너는 광범하게 가공기술에 대한 지식을 갖지 않으면 안 된다. 그렇지 못하면 제품을 생산하는 계획을 바르게 세울 수가 없기 때문이다.

또 우수한 특성을 가진 재료라 할지라도 그 가격이 높다든가 가공하는 데 많은 비용이 소요된다면 일반성에 맞지 않는다. 어느 재료를 사용해 어느 정도로 할 수 있다는 것은 제작시의 중요한 조건이 된다.

이상과 같은 여러 가지 특성과 조건을 가진 재료가 많은데, 실제로 사용할 때는 여러 가지 현상을 사회에 일으킨다. 그 중요한 것은 다음에 기술하기로 한다. (次號에 계속)

'77年度 문제작 廣告

—신문 廣告 中心—

Newspaper Advertisement in 1977

權 明 光

弘益大 美術大 教授

디자인이라고 하는 것은 항상 物資(쇄타는 추위를 막기 위한 物資며, 비누는 손을 씻기 위한 物資이다)를 정보로 바꾸어 商品이 되게끔 하는 하나의 수단이며 원리라고 생각한다.

이제 고도의 技術에 의해 모든 商品은 그 기능이나 품질에선 거의 비슷한 어느 것을 사도 마찬가지일 터이지만은 홍수처럼 쏟아지는 각종 광고를 통하여 이미지·업된 商品이나 企業에 홀리어 선택 구매하기에까지 다다르게 된 것이다. 고로 오늘날의 消費者는 임포메이션이 된 商品을, 즉 정보로 손을 씻거나 이를 닦거나 한다고 해도 과언이 아닐 것이다.

이러한 廣告의 영향력을 올바르게 行事하느냐 하는 것은 廣告表現과 직결되는 문제로서 重要하게 생각해야 할 것이다.

새로운 紙面으로서의 라보데 廣告

印刷媒體의 主種을 이루고 있는 新聞·雜誌 廣告의 立案時에는 항시 종이의 面積이라는 基本의인 사항에 부닥치게 된다. 종이의 面積, 즉 廣告紙面이란 항상 가로 세로가 일정한 수치로 고정되어진 정방향 위에 제한되기 마련이다.

비록 그것이 모든 비례의 기준이라 할 수 있는 1:1.68의 황금비례에 의해 구성되어 있다 하더라도 독자의 눈은 또 다른 비례에 의한 신선한 形態의 등장을 갈망하고 있는지 모르겠다. 規格化·劃一化의 便理와 파지는 로스라는 經濟的 觀念은 새로운 廣告紙面의 등장을 꺼려하고 있는 것이다.

廣告 立案者의 태반이 전문적 디자이너로 교체되면서 읽는 기능이 우선되었던 와리쓰게란 말에서 보는 기능이 우선된 Layout이란 用語가 一般化되어 Attention을 끌 수 있는 갖가지 Layout의 方法이 구사되고 있다.

그러나 항상 規格化된 紙面은 새로운 Layout의 出現을 거부하는 듯 많은 廣告들은 거의가 대 동소이하여 새로운 느낌을 주지 못하고 있다.

最近 日本 新聞廣告에서는 전파광고로부터 열 세 만회를 위한 새로운 시도로서 立切廣告와 下段廣告를 組合한 L字形·T字形의 생소한 紙面이 등장하고 있는가 하면, 단일 廣告主가 新聞의 여러 面을 동시에 점유 게재하는 색다른 方法을 택함으로써 Layout이란 用語 등장 이후 또 다른 廣告紙面의 혁명을 가져오는 듯하였다.



「좋은 製作 System
은 우수한 廣告를 創
造할 수 있다」

흔히들 廣告디자
이너는 企業의 첨병
처럼 일컬어지고 있
으나 아직도 우리나
라 現實에서는 많은
디자이너들이 企業

10월 4일자 제일모직의 新製品 라보메 color
廣告가 全 8段으로 4면과 5면에 걸친 변형 사
이즈의 지면을 가지고 게재되었다. 이 廣告를 대
하는 순간 광고내용에 상관없이 우선 특이한 사
이즈에 의해 호기심과 놀라움을 금치 못했다. 5
면에서 시작된 광고지면이 4면으로 계속될 때
우리나라 신문광고의 새로운 양상이 전개되는
듯하였다. 雜誌廣告로 간간히 등장한
로제티 廣告에서 진일보한 과감한 시도
로서 廣告主와 製作者 및 새로운 紙面
형성의 여건을 마련한 新聞社측에 찬사
를 보내고 싶다.

어쩌면 분주한 生活에 쫓기는 오늘날
의 독자는 新聞이나 雜誌의 廣告를 읽
는다고 하기보다는 전체를 한순간에 쪽
 훑어 볼 뿐이다.

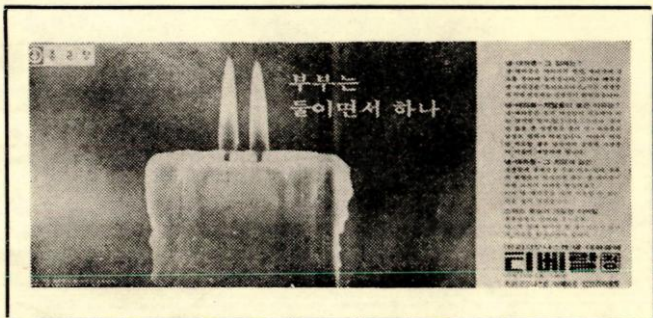
오늘도 수십 수백의 廣告들이 독자층으로부터
잠시 동안의 주의를 끌기 위해 치열한 경쟁을
하고 있다고 할 수 있다.

이런 관점에서 볼 때 라보메 廣告는 교묘한 지
면 선정으로 소기의 성과를 거두었으며, 新製品
導入기능의 廣告로서 성공한 예라고 할 수 있
다.

의 上層으로부터 발산되는 제한된 범위의 정보
내에서 廣告製作을 강요받는 경우가 허다하다.

그러면서도 게재된 廣告의 반응에 따라 수시
로 평가 대상에 오르내리고 있는 것이다.

아직도 일부 企業의 광고부서는 판촉이나 영
업·선전·홍보 부서에 예속되어 확실한 포지션
을 갖지 못하고 디자이너의 제작시 의도와는 판



이한 廣告가 집행될 때가 허다하다.

最近 各企業의 廣告 성향에 따라 廣告製作
System과 企業主의 廣告에 대한 관심도나 안목
이 점차 높아지는 것을 볼 수 있다. 좋은 예로서
여러가지 제한성을 많이 받고 있는 의약품 광고
의 어려운 여건 속에서도 종근당 廣告는 꾸준히
수준작을 유지하고 있다.

작년부터 계속되
는 신정통약 낙센 廣
告는 idea에서 그 한
계성이 없다는 듯이
몇개의 신선하고 흥
미로운 廣告를 대할
수 있었다. 「신정통
경보해제」라는 표제
로서 저기압 분포가
심한 기상도 위에 수



건을 목에 걸고 가벼운 아침 산책이라도 하듯이 뛰어가는 인물 배치는 인공적으로 조작된 寫眞이면서도 진실한 거와 같은 환상을 만들어 흥미로운 장면을 만들었다.

그리고 그 흥미로운 寫眞에서 신경계통 환자에게 장마와 신경통이라는 불가분의 습관적인 관계를 상기, 유연한 연동작용에 의해 본문에서 상품명으로부터 연결지워 주기에 충분한 효과를 본 광고라고 할 수 있다.

그리고 여성생리 교실 시리즈나 부부는 둘이면서 하나라는 티베탈 廣告 역시 우수한 寫眞 처리와 함께 부담없이 대할 수 있는 廣告라고 할 수 있겠다.



한 가지 아쉽다면 의약품이란 특성에 기인하는지 모르겠으나, 과거 독특한 Illustration에 의해 좋은 반응을 보여주었던 필름 廣告 유형의 Illustration이 주었던 廣告가 다시 한번 시도되었으면 하는 마음 간절하다.

企業 PR로서 三星 郷土文化 시리즈

몇년 전부터 우리나라에도 企業廣告라는 것이 성행하고 있다.

지금까지 우리나라의 많은 기업들이 그저 제품을 만들어 열심히 파는 데만 바빠서인지 차별하게 기업 자신의 存在 이유를 돌아다보지를 못했다 해도 과언이 아니다.

最近 이런 점을 깨달은 많은 企業들이 “우리

社는 빛나는 미래를 위해 힘차게 전진합니다.” “역사와 전통에 빛나는……” 운운하는 추상적이고 形式的인 企業廣告를 通해 企業 image 쇄신을 꾀하고자 하는 예는 흔히 볼 수 있었다.

그 發想을 신선했는지 모르나 대개는 큰 성과를 거두지 못하고 태평양에 돌을 던지는 격이 되고 만 일이 많았다. 다시 말하면 필연적으로 商品을 떠나 存在할 수 없다는 廣告의 한계성에 연유한지도 모른다.

그러나 今年부터 정기적으로 게재되기 시작한 三星의 郷土文化 시리즈 企業PR의 예를 보자.

廣告主則에서 밝힌 바와 같이 傳統文化와 郷土愛를 고취하며 都市人들에게 잊혀져 가는 故郷

을 되찾고 地域住民에게는 自己 고장의 자랑스러움을 일깨워주며 빛나는 文化遺産을 國民에게 紹介함으로써 우리 모두가 文化民族이라는 矜持를 심는다는 企劃 취지가 성공한 예라고 볼 수 있으며, 廣告主의 民族文化에 對한 觀心 표명의 일단면을 보여준 바람직한 企業廣告라고 할 수 있다.

내용을 살펴보면 우선 廣告지면이 크다는 강점과 특정 모델을 使用치

않고 그 고장의 향토색 짙은 예술가나 문필가 등 유명인사를 필자로 등용, 한 편의 수필을 읽는 듯 부담없이 읽고 싶은 광고였다.

그리고 Layout에서는 본문 사이사이에 삽입된 寫眞 등을 종래 寫眞과 글씨를 구획지우던 4각 사이즈에서 탈피, 부분부분을 절단하여 새로운 형태로 배치함으로써 글과 사진의 묘한 조화를 가지고 보고 느낄 수 있는 廣告 지면을 형성하였던 것이다.

이러한 廣告 유형이 최근 일본에서 유행하는 한 가지 方法의 하나라 할지라도 우리나라에서는 최초로 시도한 소비자 교육기능의 광고로서 환영하고 싶다.



「White Space」의 묘미를 살린 광고들

아직도 White Space는 돈이다라는 經濟觀念에서 벗어나지 못한 廣告들을 많이 볼 수 있다.

일반적으로 막연한 뜻으로 쓰이고 있는 White Space는 여백의 공간이다라는 애매한 생각보다는 표현 요소들을 돋보이게 하는 역할을 하고 있다.

思考의 중단점이나 다음에 나타날 장면에對한 기대라고 하는 목적을 갖는 계획적인 공간으로 구성돼야 할 것이다.

○○일자 동아일보·동양그룹과 쌍용그룹이 전면을 반으로 각각 게재한 立切 企業廣告에서는 White Space에 대한 양사의 概念이 두드러지게 나타난 예라고 할 수 있

겠다. 오랫동안 廣告와는 인연이 없는 것처럼 보였던 쌍용그룹이 금년 들어 활발한 廣告 활동을 전개하면서 선보인 몇몇 廣告들이 신선한 느낌을 가지고 어필할 수 있었던 것은 여백의 묘미와 과장 없이 세련된 廣告 Copy에서 기인한 점이라고 할 수 있겠다.

또, 한 가지 「미원을 모르는 단 한 사람!」이라는 표제하의 미원 廣告는 어설픈 듯하면서 독특한 Illustration과 시각의 유도를 원활하게 한 White Space의 세련된 처리에 의해 성공한 광고라 하겠다.

모델의 우월에 의존하는 화장품 廣告

얼마 전부터 우수한 대기업들이 화장품 메이커를 인수, 시장 점유와 판로 개척을 위해 막대한 廣告費를 投資하고 있다. 비숫비슷한 商品을 가지고 廣告라는 方法을 통해 차별화, 고급화의 이미지를 심기 위해 부단히 노력하고 있다.

또한 언제부터인가 화장품 廣告표현의 정석처럼 되어 있는 모델 확보를 위해 廣告 담당자들이 고충을 받고 있는 것으로 알고 있다.

정초 어느 메이커는 새로 선정한 모델을 큰 발견이나 한 것처럼 자랑스럽게 선전한 뉴스도 있었다. 아직도 화장품 廣告의 태반은 웃는 얼굴의 클로уз업된 모델 사진과 부분적으로 제품 사진을 삽입하는 3면 4면의 표현 방법을 택하고 있는 것이다. 그 나름대로 연초부터 피어리스에서 전개한 인기배우·탈렌트·가수를 모델

“왜 사느냐고 묻거든”

모든 인간은 태어나서 죽을 때까지 살아가는 동안에 많은 것을 경험하고 많은 것을 배우고 많은 것을 느끼고 많은 것을 생각하며 살아가는 것입니다. 그리고 이 모든 것을 살아가는 동안에 우리는 많은 것을 배우고 많은 것을 느끼고 많은 것을 생각하며 살아가는 것입니다. 그리고 이 모든 것을 살아가는 동안에 우리는 많은 것을 배우고 많은 것을 느끼고 많은 것을 생각하며 살아가는 것입니다.

10일간의 광고 전략

1. 10일간의 광고 전략을 수립한다. 2. 10일간의 광고 전략을 수립한다. 3. 10일간의 광고 전략을 수립한다. 4. 10일간의 광고 전략을 수립한다. 5. 10일간의 광고 전략을 수립한다. 6. 10일간의 광고 전략을 수립한다. 7. 10일간의 광고 전략을 수립한다. 8. 10일간의 광고 전략을 수립한다. 9. 10일간의 광고 전략을 수립한다. 10. 10일간의 광고 전략을 수립한다.

부리곰의 나뭇잎

부리곰의 나뭇잎은 살이 찌고 지방이 쌓이는 것을 방지하고, 혈액 순환을 촉진하여 피부 건강을 유지하는 데 도움을 줍니다. 또한, 소화 기능을 향상시켜 소화 불량과 변비를 예방하는 데 효과적입니다.

1991년 1월 1일부터 12월 31일까지 전국 각지 주요 약국, 건강식품점, 대형마트 등에서 판매됩니다.

三菱社 世界の信頼を
韓国の企業



世界の信頼を
韓国の企業

三菱社 世界の信頼を
韓国の企業

사이다는 역시 ...
칠성사이다

公認無色飲料 칠성사이다 ○30年歴史의 칠성사이다

칠성사이다는 和蘭 나르당(NARDEEN)의 天然香으로 만듭니다. ○칠성사이다의 맛과 品質은 결코 하루아침에 이루어진 것이 아닙니다.

롯데칠성음료(주)

미원을 모르는 단 한 사람!

우리집 첫돌마미



미원

로 등장시켜 변화 있는 Layout 을 가지고 화장품 소비층의 심리에 근접한 廣告로서 성공한 예라고 하겠다.

화장품 廣告에서 종종 나오는 애기로서는 일본의 모 화장품 廣告와 비슷하다니 모방했다니 하는 식의 얘기다. 그러나 필자의 생각으로는 오늘날과 같은 획기적인 정보화 사회에 살고 있는 우리로서는 모두들 모방에 의해서 배운다고 극단적으로 말할 수 있다.

특히 디자인에 있어서의 모방이란 어떻게 타인의 영향을 살려서 어떻게 흥내를 내서 어떻게 모든 외부로부터의 영향을 종합해서 변형 초월하느냐에 달린 문제라고 본다. 그래서 문제는 모방이나 아니냐를 따지기 이전에 그 프로세스를 어떻게 활용하느냐 하는 데 있으며, 즉 모방한 것을 초월하여 변형하며 종합하여 단지 흥내내는 것이 아니라 자기의 개성적인 것으로 하는 데 있다.

그리고 그 영향을 개인적인 스타일로 변형해 나아갈 책임을 갖고 있을 때, 모방은 성장을 위한 중요한 수단이 될 것이다.

「結 語」

廣告는 이제 消費者의 必要에 依한 購買廣告에서 必要性을 이끌어 내어 販賣를 爲한 消費를 創造해야 할 단계에까지 이르렀다.

그러므로 이제 廣告表現은 중전의 안이한 方法에서 高度한 水準을 要하는 단계로까지 발전되어야 할 것이며, 販賣促進이란 一次的 機能만 생각할 것이 아니라 社會的 側面으로서 社會靜化나 大衆에 對한 奉仕의 精神에 크게 比重을 두어야 할 것이다.

다시 말하면 社會發展에 기여하는 社會 속의 한 要素로서 作用한다는 것을 염두에 두어야 한다.

天高馬肥有感

白 承 壹

삼양개발 · 수필가

晚秋다.

어느새 이 가을도 깊었고, 자꾸 더 깊어가고 있다. 흔히 天高馬肥의 계절이라고 한다.

하늘을 푸르고, 맑고, 드높고, 식욕이 왕성하고 말(馬)이 살찌는 계절, 모든 것이 결실되어 수확을 기다리고, 거두어 들이고 서서히 마무리져 간다.

天高馬肥란 속어는 원래 낭만적이고 풍족한 뜻의 말은 아니었다. 오랜 옛날 중국 본토에 가을이 오면 북방 초원지대에서 사육되고 있는 그 지역 토종말들이 초원지대의 억새고 영양가 있는 잡초들을 마음껏 뜯어 먹는다. 이 말들은 주민들의 유일한 교통수단이며 농사를 짓는 농우(農牛) 역할도 했고, 육식으로도 쓰였다.

우리로 치면 농우나 마찬가지다. 한여름에서 깊은 가을까지 제 마음대로 양껏 풀을 뜯은 말들은 통통하게 살이 찐다. 그곳은 겨울이 일찍 온다. 겨울이 오면 광활한 초원지대는 겨울 내내 눈보라 사막으로 변한다.

러시아 접경 산악지대에 살고 있는 기마족들은 추운 겨울채비를 서두른다.

길고 긴 겨울을 편히 쉬며, 살기 위해 초원지대의 농가로 습격해서 살이 찐 말들을 약탈하는 것이다. 초원지대 주민들은 가을이 깊어가기가 무섭게 마굿간을 단단히 고치고 기마족의 습격에 대비해서 철통같은 경계태세에 들어간다. 맑고, 높고, 푸른 하늘 밑에 결실을 이룬 벌판 위로 뿌연 먼지를 일으키며 기마족들은 무섭게 달려오는 것이다.

그래서 주민들은 「天高馬肥」가 다가옴을 두려워하였고, 경계했다.

즉, 경계하라, 조심하라 하는 데 그 뜻이 더 깊다.

漢書의 〈匈奴傳〉에도 「흉노 가을에 오다. 馬肥하고 窮乏하다……」라는 구절이 있다. 그러나 반대로 기마족들의 형편에서 보면 겨울을 지내기 위한 목숨연명의 채비이기도 하다.

그래서 天高馬肥는 즉 채비를 하라는 얘기도 되겠다.

가을이라……? 선선하니 독서하기 좋고 오후에 무르익었으니 배가 불러 좋고, 온 강산이 만산홍으로 물들으니 죽어도 한이 없다? 그러나 유별나게 즐거워해야 할 까닭은 없다.

서울에서 이십리 교외로 나가면 풍요를 이룬 전원이 펼쳐져 있다. 이른 봄부터 춘경을 치고, 객토를 하고, 퇴비를 섞어 씨를 뿌리고, 여름 내내 가뭄과 장마와 싸우며, 김을 매고, 피 땀 흘려 가꾸어 놓은 농부들의 보람찬 결정체인 것이다.

그 극심했던 가뭄과 엄청난 피해를 가져온 장마, 이러한 자연의 악조건을 무릅쓰고 우리 농부들은 열심히 일한 것이다. 옛말에 「서울놈들 비만

와도 풍년이래 한다.」는 말이 있다.

오늘 그 벌판에 서니 정말 부끄럽기 짝이 없다. 농부들이 땀흘려 일하는 동안 도시의 젊은이들은 무엇을 했는가? 커피를 마시고, 넥타이나 고르고, 술에 취해 야구장에서 소리를 질렀다. 땀흘려 일하는 일꾼들 주위에 이러한 젊은이들은 많으며, 얼마든지 할 수 있고, 또한 할 일은 산더미처럼 산재해 있는 데도 불구하고 이런 일은 할 수 없고 할 가치가 없다고 하며 불평 불만을 터뜨리면서 힘 좋은 인력을 소비하고 있는 것이다.

일요일이면 산으로 들로 행락인파는 인산인해를 이루고…… 그러고선 스트레스를 풀었다, 해소했다 하며 기분 좋아한다. 그러니 농사란 비만 오면 무조건 풍년이 되는 줄로 알 수밖에 없다. 누렇게 익어 고개를 숙인 벼 이삭을 보고 저것이 쌀나무이구나 하는 등산복 차림의 대학생들, 이들은 수수와 조도 분간을 못한다. 정말 한심하기 짝이 없는 일이다.

그러나 天高馬肥는 너무나 잘 알고 있다. 왜냐? 등산하기 무조건 좋기 때문이다.

앞에서 말한 천고마비의 참뜻을 모르기 때문이다.

지난 여름 가뭄이 최악에 달했을 때 충남 아산 지역을 돌아볼 수 있는 기회가 있었다. 하늘바래기 천수답들은 아예 모내기를 포기했고, 물기가 있는 논은 호미로 파서 심는 <꼬장 모내기>를 했다.

땅냄새도 맡기 전에 모는 하얗게 비틀려 말라갔다. 그래도 농부들은 천연적인 피해를 이기고 극복하기 위해 실로 무서운 정신으로 밤낮없이 한 바가지의 물을 퍼올렸다 물길을 찾아 샘을 파는 데 밤낮을 가리지 않았다. 잠 잘 때만 빼고는 늘 물고리를 가지고 다녔고, 남녀노소의 손을 가리지 않고 가뭄을 이기기 위해 최대의 노력을, 최선의 힘을 다하고 있는 것이다.

밭곡식들은 이미 비비 말라 비틀어졌으며, 고추는 물먹기도 전에 썩어떨어졌고, 옥수수도 알을 배기 전에 수염이 쉬세어 버렸다. 이렇게 돼서야 올 천고마비 계절은 말(馬)이 살찌기는커녕 훌쩍하게 마를 것이고, 가을 벌판이 풍요를 이루기는 힘든 일이 아니었나 싶었다. 그러나 천치신변은 하늘만이 아는 일, 학수고대하던 비는 가뭄이 막바지에 이르렀을 때 정말 고맙게 내렸다. 그것도 한꺼번에 마치 하늘이 구멍이라도 난듯이 퍼부었던 것이다.

이렇게 내릴 비였다면 왜 좀 일찍 이 바람이 원망으로 변하도록 내리지 못했는가? 농부들은 하느님을 원망하면서도 그저 내리는 비를 玉水인듯 神에 감사를 올렸다. 하루아침에 물난리가 났다. 물 없던 걱정이 물 많은 걱정으로 변한 것이다.

가뭄을 극복하기 위해 정신을 쏟다 보니까 장마 대비에 미쳐 손이 닿지

못한 채 불현의 일이 가뭄 뒤에 터진 것이다. 이것은 매년 당하는 불행한 일이면서도 또 매년 그때쯤에는 설마 하는 무방비 상태에서 당하고만 지내 온 일이었다.

농부들은 하루아침에 침수된 논바닥에 주저앉아 땅을 치며 통곡하는 것이었다. 정말 안타깝기 그지없었다. 그러나 농부들은 또다시 삽자루에 힘을 주고 수만 방울의 땀을 흘리며 수만 삽의 흙을 파냈다.

땀을 많이 흘린 땀가는 오늘의 이 풍요한 결실을 가져온 것이다.

이제 농부들은 여름날 그 격심했던 노동으로 아픈 허리가 더 아파 오지만 들에 나서는 황금빛으로 출렁이는 오탁백과의 결실이 있어 보람스럽게 소박한 웃음을 띄운다. 그래서 가을은 수수밭길만 나서도 배가 부른 것이 아닌가. 맑고, 푸르고, 선선하니 일하기에 얼마나 좋은가. 또 읽고, 쓰고 운동하기에 얼마나 좋은가.

일년 중 제일 풍요스럽고 인정스럽고, 바쁜 계절임은 틀림없다.

며칠 전 시골집에 내려가 보리씨 뿌릴 골타기 소물이를 했다. 쟁기를 배터에 달고, 비탈진 산답(山畓)꼴을 지르는 황우의 엉덩이살이 그렇게 살쪼여 있었다.

놈두 풀게나 뜯고 주인 사랑게나 받았구나 생각하며 하늘을 보니 끝이 없는 천고이다. 들판에 군데군데 산봉우리를 만들었던 벼가리들은 거의 없어지고 텃마루 마른 논바닥에는 꼬마들이 축구볼을 차고 있었다.

풍경이 글자 그대로 천고마비이다. 이제 이 가을도 깊어가고 있다.

사람들의 마음은 조급해져 가고 무엇인가 끝마무리에 이상이 없으려는 노력이 역력히 보이고 있다.

도시인들의 발걸음은 빨라지고 어떤 일에 대한 준비와 경제와 채비를 동시에 하는 것이다.

이제 얼마 안 있어 서서히 북쪽으로부터 불어오는 북풍을 따라 겨울은 올 것이다. 찬바람 불기 전 우리는 풍요를 이룬 모든 결실을 잘 거두어 들이고 적절히 저장하고 비축, 관리해야겠다.

못다한 일이 너무 많아 아쉬움을 남기 전에 부지런히 마지막까지 땀을 흘리며 일해야겠다.

「天高馬肥」살찐 말들을 빼앗기지 않으려고 마굿간을 고치는 준비와 정신을 강화시키며 경제를 하는 북방주민의 유비무환(有備無患)의 정신과 목숨연명을 위한 기마족의 겨울채비의 생존력 정신처럼 우리도 언젠가 닥쳐올 불현의 사고에 대해서 우리 다같이 채비를 해야겠다.

李 成 敎

誠信女師大教授·詩人

겸양이란 말의 뜻은 글자 그대로 겸손한 태도로 사양함을 말한다. 여기의 뼈는 한마디로 말해 겸손함이다. 그래서 글자풀이도 다 같이 겸손한이라는 관형어가 꼭 붙기 마련이다. 겸양은 인생에 있어서 최고의 미덕이다. 이것은 무엇을 말하느냐 하면 <겸손 이상 삶의 큰 빛을 가져오는 무기는 없다>라는 얘기다.

겸손해서 손해보았다는 얘기는 일찌기 들어 보지 못했다. 이런 면을 들어 영국의 시인 드라이든도 겸손은 제일의 미덕이라고 했다. 겸손은 곧 승리를 뜻한다. 처음은 밀지는 것 같지만 나중엔 꼭 이기기 마련이다. 왜냐하면 겸손은 승리를 위한 투자니까.

인생을 사는 데 이것처럼 절대적인 힘도 없다.

그래서 노자도 <이 세상의 물보다 더 푸르고 겸허한 것은 없을 것이다. 그러나 딱딱한 것, 흉포한 것, 위에 떨어질 때 물보다 더 센 것은 없다. 약한 것은 강한 것을 이긴다>고 했다. 얼마나 무서운 교훈인가!

겉으로 아무렇지 않게 보이지만 끝내 그 겸허한 것으로 하고자 하는 일을 성취시킨다. 그러나 끝내 노자가 한탄한 점은 사람들은 이 일을 알고는 있으나 잘 실천하지 않는 점이다. 왜 그럴까? 그것은 한마디로 선악 그것에 관계하지 않고 처음부터 자유롭게 살고자 하는 점에 있다.

사람도 일종의 피리성같은 것이 있다고 볼 수 있다. 여기에서 인간의 시련은 시작되었던 것이다.

가령 노력을 하면 성공을 하고 착한 일을 하면 복을 받는다는 일은 다 알고는 있지만 그것을 실천하기란 여간 어려운 것이 아니다.

이 면을 지적하여 영국의 비평가 러스킨도 <참으로 위대한 인간의 최초의 시련은 그의 겸손인 것이다>라고 했다.

사람의 마음은 본질적으로 두 가지가 있다. 하나는 착한 마음이고 또 다른 하나는 악한 마음이다. 이것이 항상 삶 가운데 얹치락뒤치락한다. 때로는 밝은 날로, 때로는 어두운 날로——결국 이 두 개가 천당과 지옥을 가리는 것이다.

맹자의 말에 의하면 사람은 원래부터 선한 존재라 한다. 그렇지만 세상을 살아가는 동안에 때가 묻는다고 한다. 인생의 참 값어치는 원래 갖고 있는 선한 바탕을 어떻게 갈고 닦아 더 빛내느냐에 있다.

이렇게 올바르게 살아가는 기본 무기인 선을 행하기란 참으로 어려운 것이다. 주위가 너무 먼지투성이로 돼 있으니, 그러나 어찌 눈앞에 보이는 것으로만 측정하겠는가?

눈앞에 무엇이 나타나지 않아도 얼마든지 선은 평가될 수 있는 것이다. 선

을 행한 그 마음 뒤엔 엄정한 심판관이 있는 것이다. 누가 본다고 행하고 누가 안 본다고 행하지 않으랴. 그래서 성경에도 <하나님은 교만한 자를 대적하시고 겸손한 자들에게는 은혜를 주신다>고 했다.

참으로 겸손이야말로 모든 은혜를 받는 그릇이라고 말할 수 있다. 이 겸양의 철학에는 두 가지가 있다. 하나는 공경의 미덕이요, 또 다른 하나는 양보의 미덕이다.

첫째, 공경의 미덕——자기를 낮추고 남을 높인다는 것은 가장 큰 아름다움이다. 맹자도 이 점을 가리켜서 공경지심은 곧 예(恭敬之心禮也)라고 했다.

사람은 항상 자기만으로는 모른다. 꼭 남이 있음으로써 자신을 인식하게 되는 것이다. 그러므로 공경지심(恭敬之心)은 남의 인격적 존재로서의 주체임을 내가 인정해 주는 인간성을 말한다. 유교철학의 근본인 인(仁)을 자의로 보면 참 재미있다. 두 사람이 마주 서서 안부를 묻고 있다. 이것은 서로 동등한 인격체임을 뜻하고 있다. 인간상호간의 원활은 서로를 이해하고 공경하는 데 있다. 이것이 깨어졌을 때 소위 갈등이 생기는 것이다. 진실로 자기를 낮춘다는 것은 알고 보면 상당히 고단수인 것이다. 머리를 먼저 굽힌다고 해서 창자 속이 뒤집히는가? 속담에 벼는 익을수록 고개를 숙인다고 했다. 오히려 뻗뻗이 서 있는 벼는 아직 덜 익었다는 증거다. 사람도 인격이 높을수록 자기의 몸가짐을 항상 겸손하게 가져야 한다.

공경은 일종의 질서인 것이다. 만약 이것이 없다고 가정해 보라. 그야말로 엉망진창이 되고 말 것이다. 누가 어른이고 누가 아이인지 구별이 없을 것이다. 자기를 낮추고 남을 높이는 마음은 얼마나 아름다운 일이나? 이런 마음의 소유자들이 많이 모였을 때 그 집단은 참 평화를 누릴 수 있는 것이다.

둘째, 양보의 미덕——양보는 글자 그대로 남에게 길을 비켜주어 먼저 가게 하는 것을 뜻한다. 이것이 비약이 되어 남을 위하여 자기의 이익을 희생함을 말한다.

고대 중국에 서백의 제후 문왕(文王)이 있었는데 아주 정치를 잘하여 백성들이 태평성대를 누렸다고 한다. 그때 마침 은(殷)의 종주국으로 있었던 우(虞) 나라와 예(芮) 나라가 있어 서로 자기 나라의 이익을 위해 싸우고 있었다. 두 임금 은 어느날 똑같이 백성들끼리 서로 싸우지 않는 문왕의 땅을 가보고 크게 깨달았다고 한다. 과연 그 땅에 가보니 듣던대로 백성은 서로가 자기 집터를 양보하고 논두렁을 양보하여 아주 의종계

살고 있었다. 그래서 두 임금은 감동하여 다시는 싸우지 않았다고 한다.

이것을 나중에 사람들이 양반양거(讓畔讓居)라고 했다.

사람은 누구나 다 욕심이 있게 마련이지만 좀더 안목을 넓혀서 무엇이 진정 더 큰 이익인가를 생각해야 할 것이다.

대부분 사람들은 눈앞에 벌어지는 일만 갖고 따지는 수가 많다. 얼마나 웅졸한 처사인가! 이런 사람들은 모든 것을 자기 위주로 생각한다. 자기만 배부르고 따뜻하면 된다는 사고방식이다.

현명한 사람은 남을 먼저 생각하는 것이다. 그만큼 장기투자를 하는 것이다.

자기를 양보하고 남을 도와주면 어느 때고 반드시 보상을 받게 되어 있다.

세상에 독불장군은 없다. 반드시 남과의 어울림에서 역사는 이루어진다. 그러므로 남에게 일시적으로 양보한 일은 멀지 않아 그 보상을 받게 되어 있다. 그래서 많은 사람들이 얘기하길 세상엔 공짜가 없다고 한다.

오늘날 이 사양지심이 없는 곳에 얼마나 불미스러운 일이 많이 벌어지는가? 우리는 먼저 남의 사정을 충분히 고려해야 하겠다.

겸양은 승리의 무기다. 당장은 밀릴지언정 이 다음엔 큰 이익이다. 그러므로 겸양은 승리를 전제로 한 투자라고 할 수 있다. 진실로 겸손한 사람한테서는 사치장철 높은 향기가 나는 법이다.

「玉稿를 보내주시요」

◆ 本誌는 國內外 디자이너와 包裝 관계 업무에 종사하는 여러분들의 주요 활동 사항을 널리 알리고 讀者 相互間의 유대와 신속한 情報交流을 위하여 독자 여러분의 原稿를 기다립니다.

여러분들의 生活 周邊에서 일어나는 크고 작은 일에서부터 자기 직장이나 단체의 消息 등 디자인·포장에 관한 얘기면 어떤 내용이든 좋습니다.

종 류 : 각계 행사, 새 상품 소개, 同人 활동, 개인 동정,

(本誌에 대한 편집 내용 등에 대한 의견)

칭찬보다는 비판의 글을 참고하겠습니다.

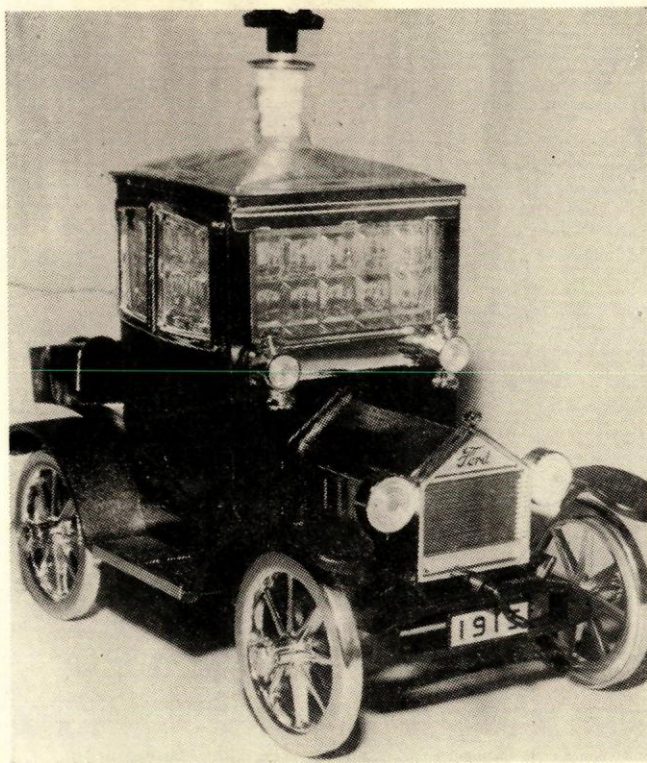
마 감 : 수시 접수

보낼곳 : 당 센터 홍보과 편집 담당자 앞

優秀製品 디자인 紹介



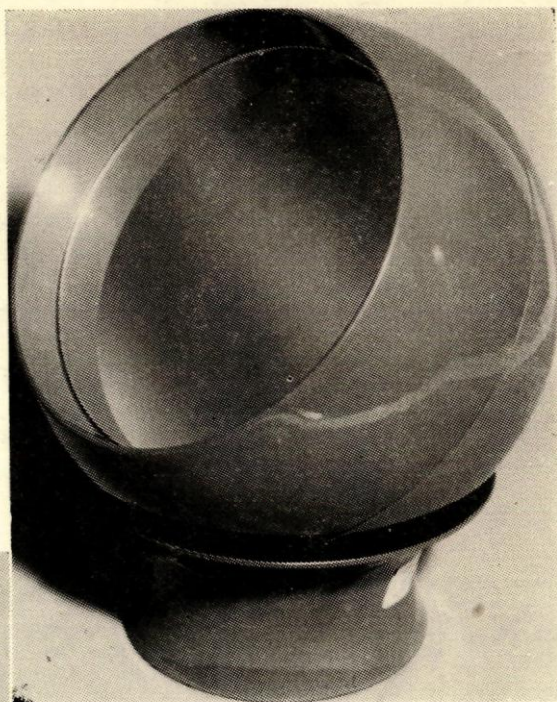
Introduction of Fine Quality Products



商品名 : Ford 술병

Ford 자동차 1915年형을 素材로 하여 裝飾用을 겸한 술병을 만든 기발한 아이디어 商品이다. 자동차 지붕 꼭대기에 술병 주둥이와 마개를 만들어 술을 따르게끔 考案되어 있는 유모러스한着想이 재미있다.

車體는 물론 金屬을 사용하여 1915年형을再現하고 있는데, 古典의이면서도 호사스럽게 디자인되어 있다.



商品名 : Mirror Ball

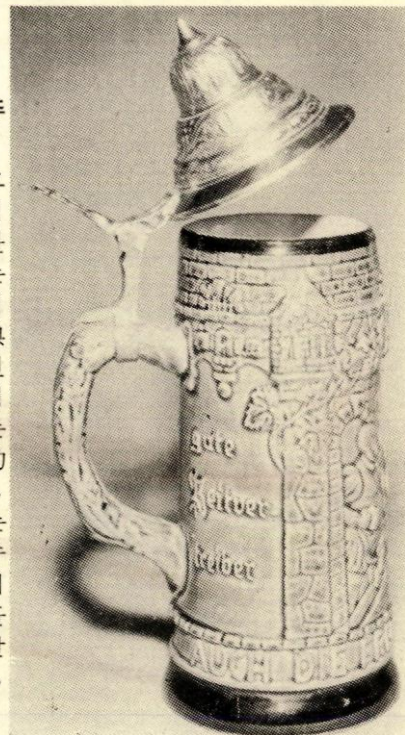
동근 볼의 斷面을 이용하여 장식용을 겸한 거울을 만든 것으로 자유자재로 거울의 방향을 바꿀 수 있게 되어 있다.

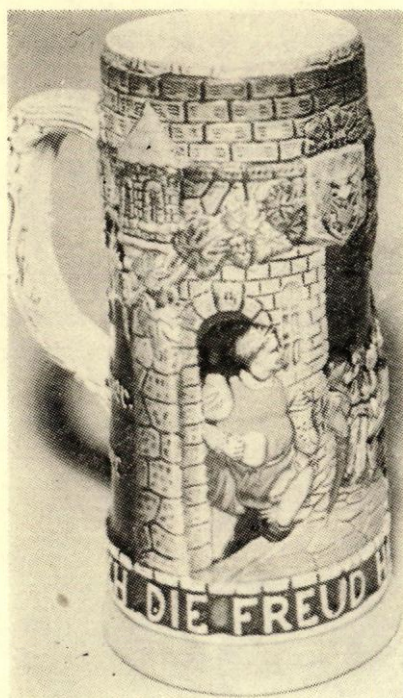
거울 뒤쪽 球形의 공간에 貴重品을 보관할 수도 있도록 考案되어 있어 장식용 거울과 寶石函의 二重機能을 갖추고 있는 플라스틱 製品이다.

商品名 : 맥주잔

맥주의 고장 西獨에서 만든 맥주잔으로 材料는 납으로 되어 있으며, 古典의인 디자인에 잔에 뚜껑이 달려 있는 것이 異色の이라 하겠다.

西獨에서는 이렇게 맥주의 나라답게 맥주잔이 훌륭하게 잘 발달되어 있다.

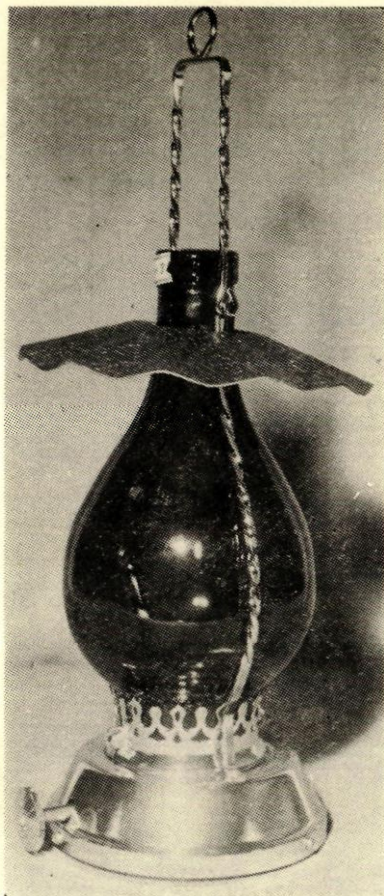




商品名 : 장식용 램프

섬세하고 세밀한 기교로 세련미가 넘치게 만든 장식용 램프로써 상당히 高價品의 인상을 풍기고 있는 상품이다. 램프 같은 정교한 무늬라든가 그 굴곡의 곡선 처리도 우수하거니와 램프걸이 철사와 아래部分의 장식적인 효과도 멋을 풍기고 있다.

日常生活에서 흔히 쓰이는 조그마한 工藝品이라 할지라도 이와 같이 調和를 이루는 商品을 만든다면 아무리 치열한 海外競爭力이라도 충분히 이길 수 있을 것이다. 장식장의 장식용품으로는 적격인 상품이다.



商品名 : 맥주잔

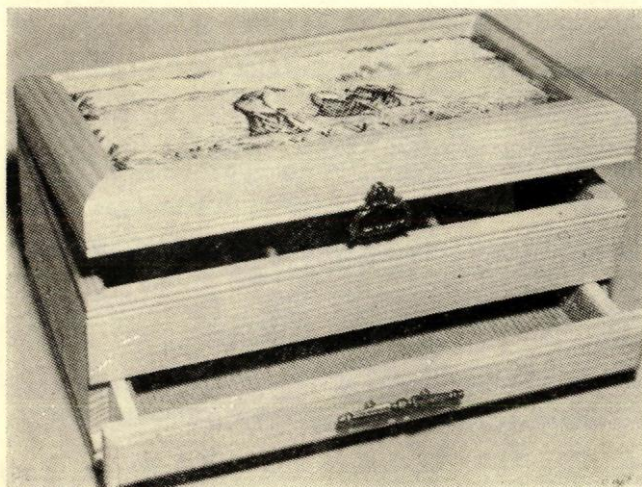
西獨製의 우람한 맥주잔으로 마치 諧謔劇의 한 場面을 보는 것 같은 재미를 맛보게 한다.

흔히 이러한 종류의 서독 맥주잔은 늦최 製品이 많은데, 이 잔의 素材는 白土를 구워서 만든 沙器로 되어 있다.

따라서 안쪽은 白紙처럼 흰 색깔을 그대로 유지하여 청결감을 북돋워 주고 있다.

外部의 유모러스한 그림조각은 西獨古代의 寓話를 諧謔劇적으로 表現하고 있어 한층 웃음을 자아내게 하는 製品이다.

흔히 西獨觀光客들은 現地の 名物인 이런 맥주잔 두세 개는 사가지고 돌아가기 마련이다.

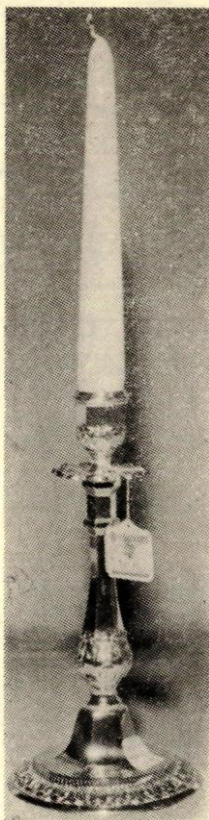


商品名 : 寶石函

누구나 열핏 보아 친근감을 느끼게 하는 美麗한 디자인의 보석함으로 素材는 木材로 되어 있다.

밀레의 「이삭줍는 女人」의 名畫를 上部分에 原色 그대로 그려 넣어 美的 感覺을 한층 더 돋우고 있는데, 이음部分이 정교할 뿐만 아니라 堅固하게 만들어져 있다.

上段에는 위 아래로 開閉式으로 되어 있고 그 아래 서랍을 만들어 寶石을 區分 整理하여 넣어둘 수 있도록 考案했다. 이 보석함은 눈에 잘 띄지 않는 구석구석까지도 끝마무리가 세밀하게 되어 있어 女性들의 人氣를 한몫에 모으고 있는 製品이다.



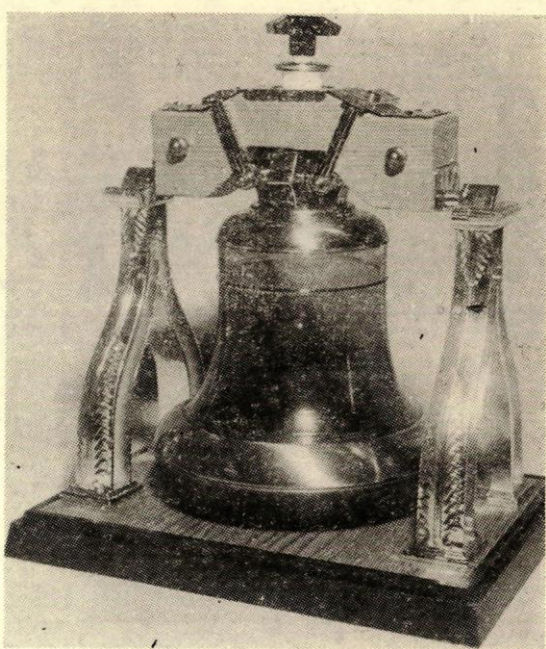
商品名 : 촛대

화려하고 우아한 디자인과 아름다운 色相이 古典의인 클래식 風으로 조각되어 있는 西歐式의 촛대로서 中央과 양쪽에 초를 꽂을 수 있게 만들어져 있다.

보기에 우아한 品位를 물씬 풍기고 있으므로 室內裝飾用으로나 食堂의 食卓用으로, 또는 은은한 夜會用으로 안성마춤으로 보인다.

디자인은 화려한 장미꽃으로 장식하고 있는데, 가운데 부분의 큰 장미꽃을 비롯하여 上段部分에도 장미를 장식해 놓아 한결 아름다움을 더해 주고 있다.

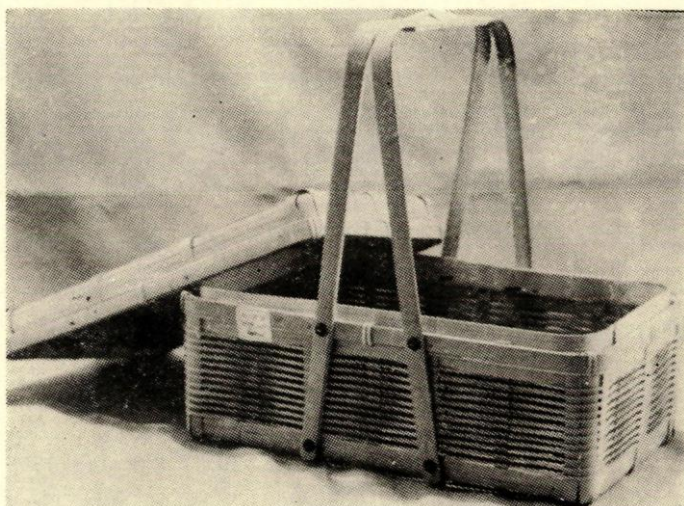
우리도 開發 可能한 우수 디자인 商品으로 손색이 없는 製品이다.



商品名 : 裝飾用 술병

기발한 아이디어를 구사하여 만들어진 술병이다. 마치 普信閣의 鍾樓를 現代化한 것처럼 완벽한 鍾을 만들었는데, 이 鍾의 內部에 술을 넣을 수 있게 되어 있는데 鍾을 기울여서 술을 따르면 아름다운 음악이 나오면서 술이 흘러 나오게 되어 있다.

특히 디자인이 우아하고 끝마무리 (Finishing)가 세밀하고 정교하여 웅장실이나 Home Bar에 비치해 두면 훌륭한 室內裝飾品의 구실을 하게 된다.



商品名 : 바구니

素材를 대나무(竹)로 하여 만든主婦들의 市場 바구니로서 디자인이 심플하고 간결하면서도 竹細加工品으로서의 品位를 십분 살리고 있다.

바구니의 容器自體와 손잡이의 幾何學的인 調和가 꼭 잘 어울리는 製品으로서主婦들의 市場 바구니로서의 역할뿐 아니라 家族同伴 野外 캠핑 道具로서도 實用的인 製品이다.

竹製品은 어느 商品보다도 끝마무리가 가장 重要한데, 이 바구니는 Finishing이 아주 정교하고 우수하다.

우리나라에서도 비단 바구니뿐 아니라 기타 家庭用品으로 새로운 竹製品의 開發이 요청되고 있다.



商品名 : 陶器 주전자

흔히 實用的인 주전자와는 달리 이 陶器 주전자는 다분히 裝飾的인 效果를 노린 오지 그릇으로서 응접실이나 침실 등의 裝飾用品으로 적합한 商品이다.

그러나 오손도손 운치있는 술상을 차리고 두 세 사람이 酒席을 벌였을 때는 술주전자로서 한결 品位를 높일 수 있는 商品이기도 하다.

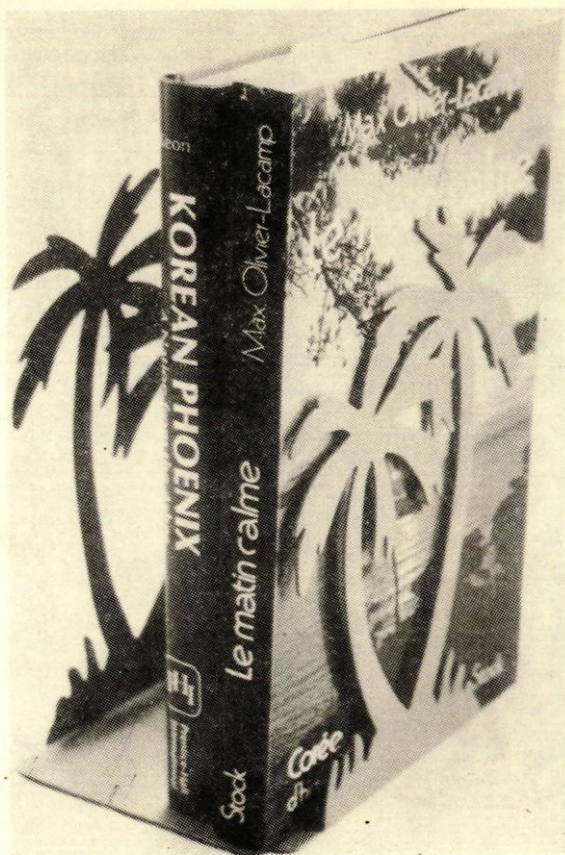
造形美가 뛰어나게 아름다운 이 주전자는 꼭지를 새의 입으로 상징했으며, 꼬리는 주전자의 뚜껑으로 대용하여 그림에서는 보이지 않지만 별도의 뚜껑을 가지고 있다.

등과 둔부의 曲線, 날개 部分의 돌출부 등 아름다운 調和를 이루고 있다.

商品名 : 모형 자전거

Minature 自動車로서 실제로 엔진이 정밀하게 장치되어 있어 作動할 수 있게 되어 있다. 作動에는 固體 燃料을 사용하고 있는데 전체적으로 그 形態美가 섬세하고도 아름답게 디자인되어 있다. 自動車 의자는 가죽을 사용했으며 바퀴는 미니고 무타이어에 보드를 전부 금속으로 다루고 있어 정교할 뿐더러 견고하여 개구장이 장난감으로서 안성마춤일 뿐 아니라 장식용으로 거실이나 침상에 놓기에도 충분히 어울리는 고급제품이다.

자동차 앞에 있는 상자에는 固體 燃料가 들어 있다.



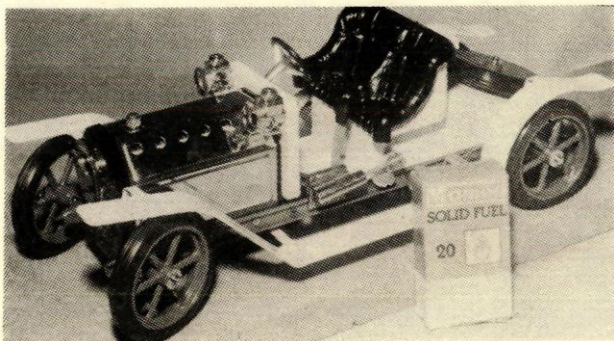
商品名 : 책꽂이

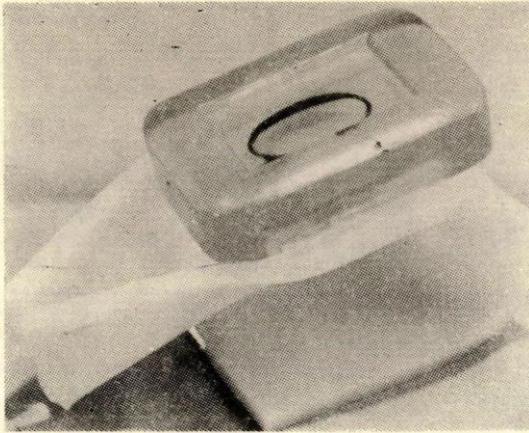
南國의 시원한 야자수를 모형으로 하여 만든 異色的인 책꽂이로서 素材는 무거운 쇠붙이를 사용하고 있다.

물론 冊의 과다에 따라 신축성 있게 넓히고 줄일 수 있도록 자기 따로 만들어져 있어 實用性도 있다.

이 책꽂이는 본격적인 書齋用으로는 부적합하며, 다만 응접실이나 居室 등의 裝飾用으로 어울린다.

또한 어린이 工夫房 같은 데도 地圖冊이나 기타 大型 書籍등을 꽂으면 잘 어울리는 책꽂이로서 장식적인 效果를 충분히 살릴 수 있는 製品이라 하겠다.





商品名 : 비누받침대

화장실이나 세면장에 항상 비치되어 있는 비누통이나 받침대는 在來式을 보면 흔히 물기가 남아 비누가 젖음으로써 소모율이 높은 결점을 가지고 있다.

그러나 이 비누받침대는 면밀한 설계로 비누물을 완전히 흘러내리게 만들어져 있다. 아무런 장식이나 부착물도 없으며, 흰색의 플라스틱을 꾸부려서 만들어진 간단한 상품이지만 효용 가치면에서는 아주 훌륭한 상품이라 하겠다.

이런 간단한 상품은 우리도 能히 開發이 可能한 상품이다.



商品名 : 목판화

立體感이 두드러지게 나타나고 있는 西獨製木版畫로서 古代의 西獨 건축양식을 일별할 수 있는 그림이 조각도 선명하게 훌륭히 부각되어 있는 것이 印象的이다.

이 그림의 특징은 방 내면의 立體的인 構造를 되도록 많이 살리려는 意圖가 역력히 나타나고 있으며, 천장이나 벽난로, 冊, 人物 등의 명암이 뚜렷하게 나타나고 있다.

그림틀 自體만 보아도 古風스럽고 原始的인 흥취가 물씬 풍기고 있어 보는 이로 하여금 친근감을 불러일으킨다.

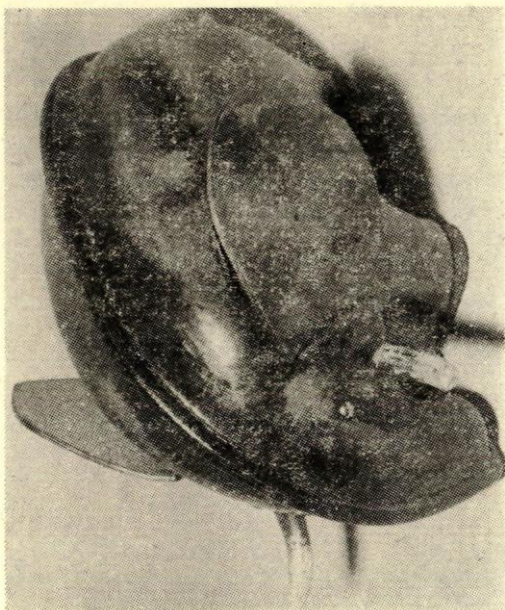
현대식 居室의 장식용으로도 調和를 잘 이룰 것으로 보인다.



商品名 : 장식용 벽걸이

엘리자베트 2세의 아름다운 조각이 英國王家의 傳統的인 상징과 잘 조화되어 있는 장식용 벽걸이이다.

英國을 訪問하는 觀光客들에게 人氣를 모으고 있는 商品으로 값은 16달러 86센트로 비교적 비싼 제품이다.



商品名 : 장식용 코끼리

素材를 皮革으로 써서 만든 장식용 코끼리로서 어린이들에게 사랑받고 있는 玩具로도 需要가 많은 商品이다.

아프리카를 旅行하고 돌아오는 觀光客들은 대개 한두 개 정도는 여행백에 넣어 오는 선물용품으로도 널리 愛用되고 있다.

코끼리의 긴 코를 상징적으로 처리한 디자인이라든가 뿔의 처리, 그리고 우람한 귀 등이 재미있게 만들어져 있다.

室內裝飾用으로 어울리는 商品이지만 人形과 더불어 어린이들의 장난감으로 人氣를 모으고 있는 高級製品이라 하겠다.

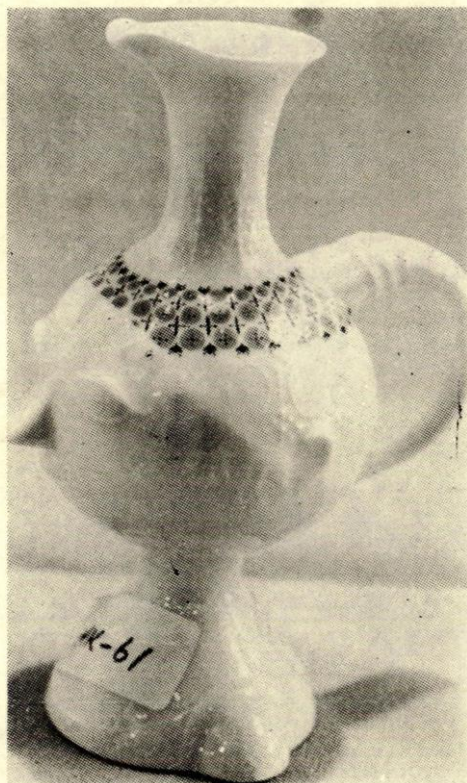
商品名 : 장식용 사슴

이 商品 역시 天然代理石의 자연 무늬를 십분 살려 室內 장식용품으로 탐스러운 뿔이 달린 사슴을 만든 것이다.



이 상품의 특징이라고 한다면, 물론 사슴 조각의 우수함을 들 수 있겠으나 그보다도 천연 대리석의 자연 무늬를 교묘하게 살림으로써 보는 사람으로 하여금 마치 털이 그대로 달려 있는 사슴을 剝製해 놓은 것과 같은 인상을 강하게 풍긴다는 것이다.

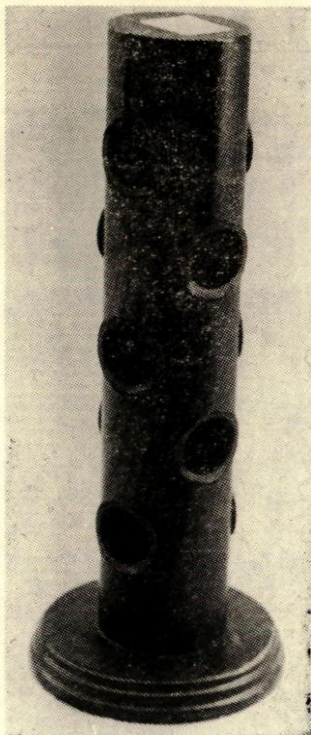
여기서 보듯이 商品素材의 선택 여부가 얼마나 그 商品의 값을 돋보이게 하는가 하는 것을 절감하게 된다.



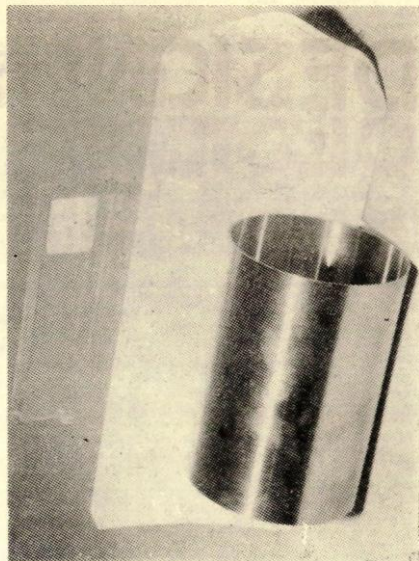
商品名 : 화병

투박한 것 같으면서도 날렵한 디자인의 화병으로서 實用的이라기보다는 다분히 室內裝飾의 효과를 노린 商品이다.

병 목의 유연한 曲線과 손잡이의 調和라든가 섬세한 무늬 등이 예술적인 취향을 담백 느낄 수 있는 商品이라 하겠다.

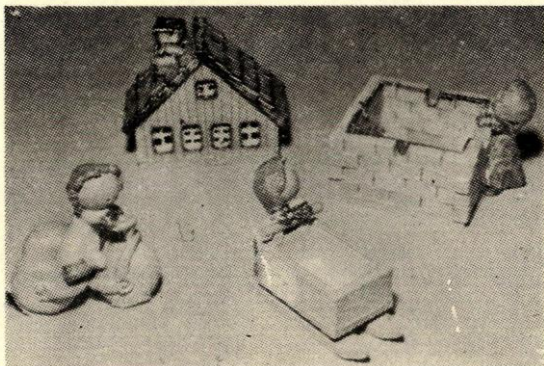


商品名 : 펜꽂이
 異色の인 着想
 의 文房具用品으
 로 펜이나 연필을
 꽂는 商品이다.
 素材는 木製를
 사용하고 있는데,
 특히 고급품은 槐
 木을 사용하고 있
 다. 장식적인 효
 과도 다분히 지니
 고 있는 商品이
 다.



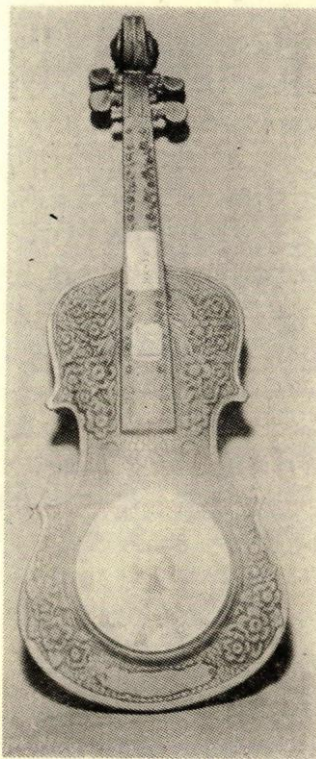
商品名 : 각종 장식용품

居室의 장식용품으로 집과 수레 등
 이 재미있게 만들어져 있다. 어린이
 들이 보고 즐기기에 좋은 玩具形 장
 식용으로 이런 小品들을 진열해 놓으
 면 방의 분위기가 한결 따사롭게 보
 인다.



商品名 : 봉투꽂이

아주 심플하면서도 산뜻한 디자인으로 만들어진
 편지봉투꽂이이다. 素材는 투명한 플라스틱과 얇
 은 철판원형을 사용하고 있다. 원형과 四角 플라
 스틱의 調和가 자연스러운 우수 디자인 商品이라
 하겠다.



商品名 : 장식용품

기타 모형의 室
 內 裝飾用品으로
 素材는 槐木과 같
 은 木製를 쓰고 있
 다.

몸체의 꽃무늬
 장식 조각이 뛰어
 나게 세밀하다.
 홍콩의 장식용품
 store에 가면 이런
 종류의 장식용품을
 흔히 볼 수 있
 다.

올 秋冬用 넥타이 10~11cm가 主流

지난 봄철부터 日本에서는 넥타이 幅이 점차 좁아지는 傾向을 보였는데, 올해 가을과 겨울용 넥타이 幅은 10~11cm가 主流를 이룰 것으로 패션業界에서는 내다보고 있다.

이는 올 가을 멘즈 패션 경향에서 나타나고 있는데, 수츠의 와이드 라펠, 와이드 타이, 와이샤쓰의 와이드 스프레드라고 하는 디자인이 끝나가고 있으며, 종래의 실루엣한 타펠 등 넥타이 옷깃 幅이 좁은 와이샤쓰 디자인으로 되돌아가는 경향이 있기 때문이다.

이와 같은 경향은 결국 종래의 스타일에 싫증을 느껴 패션 流行이 브리디시로 되돌아오고 있고 수츠의 라펠과 넥타이 特有的 周期가 온 것으로 풀이된다.

日本 大丸(다이마루)의 넥타이 販賣場에서는 넥타이 幅이 작년과 비교하여 좁아진 것이 主流를 이루고 있는데, 무늬가 있는 것은 10cm에서 10.5cm, 무늬가 없는 것은 11cm가 태반을 차지하고 있으며, 일부에서는 폭이 8cm의 톱패션적인 상품도 나오고 있다.

商品 경향으로서는 폭을 좁게 한 것만이 아니고 볼륨 없이 필요한 것으로부터 全體에 안감을 댄 것이라든지 패션性을 加味한 素材와 무늬 등에 배려를 하고 있다.

이렇게 넥타이 幅이 점차 좁아질 경우 그만큼 流行에 민감한 무늬의 밸런스가 중요해지기 때문에 클래식한 歐洲風의 작은 무늬를 基本으로 하여 重加工으로 하는 方案 등이 디자이너에 의해 광범하게 연구되고 있다.

여기서 流行의 색깔은 紺色 등이 主流를 이루고 있으며, 素材로는 실크 綾織, 체니, 데신산단, 울 등이 있는데, 실크산단의 表面效果가 있는 것이 注目을 끌고 있다.

새 디자인의 男性帽子 다시 流行

최근 美國에서는 새로운 디자인의 男性用 모자가 등장하기 시작하여 또다시 流行의 물결을 타고 있다.

美國의 저명한 帽子研究所의 예측에 따르면 美國內에서 올해 모자의 販賣高는 약 6억 弗에 이름으로써 1974년의 3억 5천만 弗을 크게 上廻하게 될 것으로 내다보고 있다.

최근 수년간 長髮 등의 유행으로 모자를 쓰지 않는 경향이 일반적인 풍조로 되어 왔으나 금년 초에 美國東部를 엄습한 酷寒으로 다시 모자를 찾는 사람들이 많아진 것이 그 원인이 되고 있는데, 메이커들이 紳士服과 캐주얼 웨어에 맞는 스타일의 帽子를 많이 販賣하고 있는 것을 계기로 黑人과 스페인系 사람들 사이에 流行하기 시작하고 있다는 것이다.

그런데 현재 미국에서 잘 팔리고 있는 帽子類를 보면 사로드와 스웨이드製의 테두리가 달리고 幅이 넓으며 깃털이 달린 帽子和 파나마 帽子 등을 들 수 있다.

다양한 체크 무늬 디자인 쏟아져

—올해 파리의 秋冬 패션 傾向—

패션의 고향 파리에서는 올해 秋冬 패션의 王座가 바둑 무늬의 체크 디자인이 단연 타의 추종을 不許하고 당당히 군림했다.

무늬가 잔잔한 것, 큼직한 것, 단순한 것, 복잡한 것, 單色, 重色, 또는 色 이상의 각종 服色 素材로는 실크, 모슬린, WOL 트웨이드, 모헤어 등등 모든 사람들의 個性과 취향과 주머니 사정을 고루 감안한 各樣各色의 체크가 쏟아져 나오고 있다.

바둑 무늬 디자인은 또 스커트에서 드레스, 케이프, 코오트, 夜會用 쇼울에 이르기까지 모든 종류의 복식에도 골고루 군림하고 있다.

衣裳專門家들은 各者의 재치와 유우머를 반영하여 주간 및 야간용 의상에 다투어 체크 디자인을 소개하고 있다.

이와 같이 「1977년은 바둑 무늬 디자인의 해」라 말해도 결코 과언이 아닐 정도로 모슬린, 앙글라, 毛織, 캐시미어 등 각종 素材와 녹색, 적갈색, 황토색, 검정색, 베이지색, 흰색 등 갖가지 색깔이 눈길을 끌고 있다.

아침 나절 가벼운 폴오버나 편안한 재킷과 함께 입을 수 있는 古典風의 스커트, 단정하고 총명한 女學生 스타일의 복장이 있는가 하면, 낭만적이고 대담한 디자인을 活用하여 自由自在로 체크의 멋을 한껏 살린 것들도 눈에 띈다.

체크 무늬 디자인의 기수는 단연 「웅가로」로 알려져 있다.

그리고 작년처럼 흔히 통용되었던 어떤 틀에 박힌 규칙은 올해에 와서는 완전히 外面당하고 있다.

모든 것이 기발한 디자인에 새로우면서도 전혀 눈에 거슬리지 않는 특징을 가지고 있다.

마드라스 및 웨일즈公風의 체크와 잘 어울리는 바둑 무늬 디자인은 잔잔한 꽃무늬 디자인과

도 훌륭한 調和를 이루고 있다.

한 가지 예를 들면 「티크티네」는 작은 실국화 무늬 디자인의 실크 블라우스에 가벼운 毛織으로 된 주름치마와 大型 쇼울로 한 벌을 이룬 가을 모오드를 소개하고 있다.

올 가을과 겨울의 바둑 무늬 디자인 의상을 가장 멋지게 입는 방법은 스코틀랜드式으로 大型 바둑 무늬 디자인의 케이프를 한쪽 어깨에만 고정시키는 것이다.

대부분의 디자이너들은 거의 모두가 「이브·생 로랑」이 작년에 소개한 大型 스카프에서 힌트를 얻어 크고 작은 「래퍼」(어깨싸개)를 들고 나왔는데, 이 중에는 끝의 디자인에 주름 장식을 달아 더욱 우아하게 보이도록 한 것도 있다.

아무렇게나 자유스럽게 임의로 어깨에 걸치도록 되어 있는 래퍼는 갑자기 기온이 내려갈 때에는 여행용 「케이프」로도 안성마춤으로 사용할 수 있는 편리한 이점을 가지고 있다.

또한 이 「래퍼」는 걸치는 사람의 테크닉이나 기호에 따라서 여러 가지의 참신한 멋을 창조할 수 있는 女性 特有의 악세사리적인 효과를 다분히 풍겨주는 의상의 하나라고 할 수 있다.

한편 또 하나의 1977~1978년 겨울 패션의 두드러진 共通點은 幅과 길이의 디자인에 한껏 여유를 주어 풍만감을 살리고자 한 것이다.

파리에서 다루어 열리고 있는 一流 디자이너들의 겨울 모오드 發表會를 보면, 한결같이 옷감 값이 비싼데도 불구하고 길이와 넓이에 충분한 여유를 두어 따스함과 풍족감을 돋보이게 하고 있다.

여기서 또 디자인의 특징을 찾자면 뚜렷한 線의 主調가 없이 디자이너의 個性에 따라 다양한 스타일이 등장하고 있다는 것이다.

또한 다양한 천에 가죽, 레이스 또는 毛皮로 가장자리를 장식한 각종 의상과 장화 및 헬멧 모자 등 악세사리들이 앞을 다루어 소개되고 있어 淑女들의 눈길을 끌고 있다.

결론적으로 올 秋冬服과 내년 多服의 두드러

진 디자인의 大要素를 요약하면, 첫째로 체크 무늬를 들 수 있고, 둘째로는 길이와 넓이에 충분한 여유를 두어 따스함과 풍족감을 돋보이게 한다는 것이다.

새 디자인의 코피포트 수요격증

—미국에서 사용 간편하여—

原豆 코피를 끓이기 쉽도록 만들어진 새로운 디자인의 新型 코피포트가 美國에서 人氣裡에 판매되고 있다 한다.

이 신형 코피포트는 종전에 사용하던 코피포트와 비교하여 사용 방법이 간편하고 온도조절이 자유로우며 電氣使用量이 적어 經濟的인 利點을 가지고 있다.

이 코피포트로는 다른 茶도 끓일 수 있는데, 이때에는 Coffee Brewing Funnel에 濾過紙를 사용하지 않아도 좋다.

그러나 原豆 코피를 끓일 때는 반드시 濾過紙를 사용해야 한다.

1976년 말부터 市販되기 시작하여 마치 Hot Cake처럼 수요가 급증하고 있는 이 코피포트의 使用方法을 보면, 電氣 코드를 플러그에 넣을 때는 스위치를 반드시 Off에 고정시키고 Coffee Brewing Funnel에 코피를 넣은 후 Glass Decanter를 正位置에 고정시킨 후 스위치를 Brewer에 위치시키면 물탱크의 찬물이 끓어 Coffee Brewing Funnel을 통해서 Glass Measuring Decanter에 코피가 나오게 되어 있다.

North American System Inc. 제품인 이 Mre Coffee는 專門店이나 백화점을 통해서 일반에 판매되고 있는데, 市中 유통 가격은 30~38달러 정도이다.

새로운 디자인으로 세련되게 만들어진 이 상품은 장식장이나 선반 등에 진열해 놓으면 실내 장식용으로도 훌륭한 효과를 나타낼 수 있어 二重의 效果를 누릴 수 있다.

유리製品에 나뭇잎 디자인 개발

—서독 등에서 人氣 얻어—

예로부터 우리 祖上들은 문창호지에 꽃잎이나 나뭇잎을 넣어 그 은은함을 좋아하면서 風流를 즐겨 왔다.

여기에 착안하여 깨끗한 유리그릇 속으로 떨어진 나뭇잎 몇 개가 주는 신선함을 인위적으로 연출하기 위하여 유리제품에 天然 나뭇잎에 넣는 기발한 아이디어를 創出해 내었다.

도자기에 그려진 나뭇잎은 예술적인 畫筆에 의하여 도자기의 디자인과 調和를 이루는 것이지만, 이 天然 나뭇잎은 깨끗한 유리製品과 더불어 더욱 잘 어울리는 디자인이 아닐 수 없는 것이다.

이것은 비단 유리병이나 유리그릇뿐만이 아니라 테이블, 메트, 화장품병 등 사물이 비치는 제품에는 어디든지 광범위하게 이용할 수 있다.

처음에는 유리제품에 떡갈잎을 넣어 마케팅을 하는 도중 서독에서 떡갈잎을 수입해 갔으나, 이에 힌트를 얻어 메이커는 이 떡갈잎뿐 아니라 아름다운 나뭇잎은 어느 것이나 이용이 가능하다는 것을 알았다.

유리병에 자연 그대로의 나뭇잎을 再生시킨 디자인은(도자기의 나뭇잎 그림이 古典的인 운치라면) 현대적인 참신하고 신선한 감각을 물씬 풍겨 주는 것이라 하겠다.

물론 이러한 제품을 만드는 데는 특수 기술이 소요되고 있는 것이기는 하지만……

美서 Plastic Frisbee 人氣

—야외 오락 用具로 수요 증가—

접시던지기라고도 불리는 플라스틱 프라이스비가 최근 美國에서 人氣를 모으고 있다.

1948년 이후 美國에서 시작된 이 오락은 이제

명실공히 주요 야의 오락 용구로서 美國人에게 가장 친근한 오락으로 손꼽히고 있다.

이 상품은 플라스틱 프레스 容器 시설이 되어 있으면 中小企業에서도 얼마든지 만들 수 있는 商品이지만, 최근에는 그 디자인의 美的 감각에 따라 판매량을 좌우하고 있다.

男女老少를 막론하고 野外에서 즐길 수 있는 프라이스비는 美國의 각 가정에는 1개 이상 없는 집이 없을 정도이지만, 투박하고 단순하게 만들어진 것은 젊은이들이 싫어하는 경향이 농후하여 해마다 새로운 디자인의 新商品이 나오면 그것을 구매하는 경향이 많아 수요는 매년 늘어나고 있는 실정이라 한다.

그러므로 우리나라도 이 品目を 개발하면 수출 가능한 품목이라 하겠다. 더구나 각종 플라스틱 제품의 廢品으로도 生産이 가능하므로 플라스틱 프레스 과정에서 개발한 디자인을 구사할 수만 있다면 美國 전체의 막대한 수요로 보아 수출 유망 상품으로 기대해 볼 만한 상품이라 하겠다.

美國에서 市販되는 가격은 그 品質이나 디자인에 따라 99달러에서 3.95달러까지 다양하다.

「울」復活 두드러진 카페트

—國際 카페트 見本市 傾向—

최근 英國 하로게이트에서 개최된 國際 카페트 見本市에서는 유례없이 많은 수의 Wool 카페트가 出品되었다.

이 見本市는 유럽의 카페트 流行 경향을 가장 빨리 알아낼 수 있는 見本市로 평가되고 있는데, 이번 見本市의 최대의 특징으로서 92개 品種이라는 유례없이 많은 Wool이 出品되었던 것이다.

울 復活이 화제가 되었던 1975년에도 66점밖에 안 되었고, 1976년에는 54점에 불과했다. 이는 英國을 비롯한 카페트 業界의 經營擴大指向과 不況下에서 各社가 量에서 質로의 전환을 촉진시키

고 있음을 반영한 것이다.

商品動向을 보면 혁신적인 商品群 가운데서 가장 人氣를 끈 것은 「멀티·카운트」와 「펠레드·얀」을 사용한 카페트였다.

또한 찬타社의 「린디스판」과 톰킨슨社의 「포레스탈」이 그 代表的인 것이며, 모두가 IWS(國際羊毛事務局)가 1978년도 流行의 길잡이로 발표한 크리에이션 컬렉션의 디자인을 바탕으로 毛糸의 쓰임새의 다양성을 강조한 상품이었다.

日本에서도 「장르-11」과 「페르트·시리즈」가 등장했는데, 그 人氣는 1978년에서 1979년에 걸쳐 계속될 것 같다.

또한 「푸들」의 털처럼 생긴 「카리·울 타입」의 것이 美國에서 好調를 보이고 있는데, 카리·얀을 써서 제조된 울·투·월社의 「울·마크·아키스민타」와 「캐니체」도 발표되었다.

또한 幾何學 모양의 「패턴·카페트」로서 방 中央에 깔아 두는 깔개 姉妹品으로서 「코린티안러그」도 새로 발표되었다.

日서 그린팩 開發

—새 포장材로 청과물 보유에 人氣—

日本 랭고의 研究陣은 靑果物의 鮮度保有를 위해 새 包裝材 開發에 成功함으로써 靑果物學界의 一大好評을 받고 있다.

이 새로운 包裝材는 플라스틱 필름의 包裝紙 안에 特殊活性炭을 함께 포장하여 단보르 箱子 안에 果物을 포장하는 것으로, 보통 일반적인 단보르 包裝보다 훨씬 높은 鮮度を 유지할 수 있다는 것이다.

그리고 종전의 冷蔵法과 並用한다면 더욱 效果가 커지기 때문에 革命的인 包裝材라고까지 말하고 있다.

그러나 이 包裝材가 실제로 사용되기는 꼭 3년이 걸렸다고 한다. 문제는 果物의 結實이 年1회 밖에는 되지 않는다는 것이다.

그래서 첫째는 정말 鮮度保有에 효과가 있느냐 없느냐, 다음해에는 輸送與件을 생각하여 여하히 經濟性을 추구할 것이냐. 3년째는 이를 인정한 일부 農家에서 사용하기 시작하는 등 순조롭게 잡아도 꼭 3년이 걸린 셈이라 한다.

이제는 배, 복숭아, 토마토 등에 대해 본격적으로 사용하여 큰 성과를 올리고 있다 한다.

이 鮮度保有材는 한 마디로 果物의 熟度를 生産地에서 소매상에 이르기까지 적어도 3~4일이 걸리는 동안 하나도 변함 없이 유지할 수 있게 하는 데 있다.

보통 靑果物은 生産地에서 도매상과 소매상을 거쳐 오는 동안 10~20%는 썩거나 멍그러져서 減量이 되거나 못 쓰게 되기 쉽다.

그러나 이 包裝材가 나오으로써 이러한 손실을 막을 수 있게 되었다.

그린팩의 단보르 箱子는 個當 그 코스트가 100圓으로 동 연구소는 앞으로 3~4배 더 높은 성능의 그린팩을 개발하려고 하고 있다.

장식용 꽃빗 美서 잘 팔려

—여성들 신변용으로 選好—

美國女性들은 최근 身邊保護용으로 새로이 등장한 꽃빗에 커다란 關心을 가지고 있다.

아름다운 꽃을 사랑하는 女性들에게 人氣를 모으고 있는 이 꽃빗(Comb with Flower)은 종전의 女性用 보통 빗(Plain Comb)에다 造花의 꽃송이를 아교로 부착시킨 것으로 대수롭지 않은 것 같으면서도 그 아이디어가 매우 좋은 상품이다.

造花라고 하면 보통 裝飾用꽃이 대부분이었으나 이와 같은 方式을 탈피, 女性用品에 造花를 이용한 꽃빗과 같은 製品, 혹은 꽃목걸이, 꽃귀걸이 같은 디자인 製品을 開發한다면 수요가 많을 것으로 보인다.

최근 女性들에게 선보인 이 꽃빗은 新規商品으로서 수요가 계속 증가하고 있는데, 접착 부분

의 강도, 防水 처리, 색깔의 變色 등에 유의한다면 앞으로 더욱 有望商品으로 각광을 받을 것으로 보인다.

日서 쿠션 플로어 각광

—새로운 內裝材로 패션性 높아—

家庭의 새로운 內裝床材로서 패션性이 높은 쿠션 플로어가 각광을 받고 있다. 이것은 염화비닐을 素材로 하여 彈力을 준 것으로서 색깔과 무늬도 多様하다.

색깔 무늬로 加工한 다른 床材를 포함하여 이를 패션 플로어라고 부를 경우도 있다. 이는 衣類 패션과 같이 생활에 꿈이나 個性을 살리는 素材로서 급속히 가정에 보급되고 있다.

이 쿠션 플로어가 家庭用으로 주목을 받은 것은 벌써 4~5년 전 일이다. 이는 뛰어난 耐久性이 業務用床材로서 높은 평가를 받았기 때문이다.

무늬 디자인이 언제까지나 선명한 것도 이 製品의 큰 특징이다. 무늬, 엠보스(Embossed: 浮刻한 무늬) 등의 기교는 메이커마다 자기 다른 特色을 나타내고 있다.

이는 종전의 비닐 깔판이 단조로운 인상을 주어 고급품을 찾는 소비자가 싫어하게 되었는데, 쿠션 플로어는 보다 다채롭고 立體感이 있기 때문에 가정용으로서도 널리 쓰이고 있다. 따라서 이 쿠션 플로어는 素材가 지닌 디자인의 多樣性 때문에 금후 住宅用的 수요는 계속해서 늘어날 것이며, 가까운 장래에 이 쿠션 플로어가 家庭用床材의 主役을 맡게 될 것으로 전망된다.

日서 水晶電子 라이터 開發

—시계 기능 부착시켜 이중 용도—

라이터를 가지고 있으면 時計가 필요없는 편리한 水晶電子 라이터가 최근 日本에서 開發되

어人氣를 모으고 있는 것으로 알려지고 있다.

이 라이터는 日本의 라이터 톱 메이커인 마루망(丸萬)이 처음으로 개발하여 오는 12월부터 市販할 예정인데, 라이터에 時計機能을 부착시켜 水晶電子 라이터를 만든 것이다.

여기에 부착된 시계는 LED(發光 다이오드) 표시로서 타임 모드는 날짜, 시간, 분, 초의 4종류가 나오게 되어 있다.

또한 라이터는 IC를 사용하여 연속 放宅으로 着火할 수 있게 되어 있다. 말하자면 機構는 종래의 IC 라이터와 꼭 같은 것이다.

다만 라이터에 時計 모듈(驅動部分)을 짜 넣지 않은 것이 특징이다.

또한 IC 라이터의 回路와 水晶時計回路가 연결되어 있고, 着火 단추는 時計 단추를 겸하게끔 디자인되어 있다.

캡을 열고 단추를 누르면 라이터로서의 기능을 작용하고, 캡을 덮어둔 채 단추를 누르면 時計로서의 기능이 작용하도록 디자인되어 있다.

이 제품은 마루망 가스 라이터를 製造하고 있는 萬世工業(日本埼玉縣)이 담당하고 있는데, 마루망을 代表하는 이미지 商品으로서 판매할 계획을 세우고 있다.

스위스서 人形用 가발 수요증가

—男子用 Tufts 수요도—

최근 침체 일로에 있는 가발 시장을 회복시켜 輸出을 증대시키기 위해서는 무엇보다도 新製品 開發을 통해 需要를 創出하는 것이 가장 중요한 문제라고 할 수 있다.

그런데 스위스에서는 가발의 사양화에도 불구하고 일부 새로운 가발 수요가 왕성하여 輸出増大가 기대되고 있다.

즉 女性用 가발의 수요가 침체상태에 있는 데 반해 최근 男子用 部分假髮(Tufts)에 대한 수요가 계속 증가하고 있다고 하는데, 이 부분 가발

은 中年 以上の 男子가 머리의 일부가 빠졌을 때 빠진 部分을 가리기 위해 각종 형태의 디자인으로 가발을 부착하는 것이다.

또한 스위스에서는 多量의 人形用 가발(Doll's Wig)을 수입하고 있는데 同假髮輸入業體인 Ernst Gloor社에 의하면 완구 수요 증가와 新玩具가 계속 개발됨에 따라 玩具用 가발이 급격히 증가하고 있으므로 이 완구용(人形) 가발은 여러 가지 모델로 개발하여 진출한다면 有望輸出品目的 하나가 될 것이라고 말하고 있다 한다.

이와 같은 新製品 개발과 병행하여 現地業界에서는 한국업체가 Special Fashion Model을 신속히 개발하여 適期에 공급할 수만 있다면 상당한 판매량을 올릴 수 있을 것으로 내다보고 있다고 한다.

韓國產 가발은 수년래 品質面에서 우수하여 現地에서人氣를 모으고 있으므로 한국산 가발의 이미지는 좋게 부각되고 있다.

화란에서 古典風 벽시계人氣

—전통과 명성에 편승 複寫用品—

유럽에서는 가장 오랜 傳統과 名聲을 자랑하고 있는 화란의 古典風 벽시계 需要가 최근 부쩍 늘고 있다고 한다.

화란의 古典風 벽시계는 원래 값이 수천 달러를 呼價하는 것으로 그 傳統과 名聲은 너무나도 유명하다.

그러나 최근 需要가 증가하고 있는 이 古典風 壁時計들은 모두 왕년의 古典風 벽시계들을 거의 흡사하게 複寫한 時計로서 古典風의 각종 鍾時計 및 裝飾用 벽시계들이다.

화란의 벽시계 수요는 高所得의 生活安定을 즐기고 있는 유럽의 다른 나라들의 趣向과 마찬가지로 철저한 古典風의 樣式이 主流가 되고 있는데, 전체적으로 時計의 색깔은 번쩍거리게 화려한 것이 아닌 낮고 오래된 분위기를 풍겨야

하며, 時計版에는 각종 유명 畫家의 古典畫가 그려져 있다.

그리고 時計의 외곽은 티크나 오우키, 마호가니 등의 좋은 木材를 사용하고 있으며, 때로는 時計의 上層部에 놋쇠 혹은 白金鑲으로 된 각종 彫刻像들을 얹은 시계들이 매우 人氣를 끌고 있다.

이러한 古典式 벽시계의 수요 증가 요인은 古典風의 家具로 은근하고 우아한 室內의 분위기를 조성시키려는 유럽 特有의 실내 장식 趣向과 잘 결부되고 있는 것이다.

그러나 진짜 옛날 時計의 경우는 그 값이 수천 달러나 하는 엄청난 高價이기 때문에 대부분의 一般家庭에서는 이러한 古典樣식의 複寫品들을 愛用하여 그 효과를 얻으려 하고 있다.

폭스바겐 품목 다양화 試圖

—人氣 모델 開發에 力點—

VW(폭스바겐)은 西獨의 自動車業界는 물론 世界自動車市場에 그 유명한 「딱정벌레」車로 大戰後 赫赫한 명성을 얻은 바 있다.

그러나 VW會社議長인 Schmücker氏가 솔직히 시인한 바와 같이 VW 「Käfer」 모델 以後 인기 있는 모델을 開發하지 않은 空白期間이 생긴 것만은 사실이다.

그러나 최근 同社는 人氣 모델의 연속적인 供給으로써 品目の 多樣化를 시도하여 강력한 라이벌인 벤즈를 물리치려는 노력이 현저해지고 있다.

즉 그것은 VW의 MAN(Maschinenbau Augsburg und Nürnberg)과 Nutzfahrzeug(6~9T의 總重量을 가진 차로 貨物車나 버스 등) Koopation 등으로 여기에 많은 기대를 걸고 있다고 한다.

그러나 이들 모델이 어떤 것인지는 아직 알려지고 있지 않다.

아름은 VW 2 「딱정벌레」車의 異色の인 모델로 한 時代를 석권하고 군림했던 것만은 사실이다.

英서 玩具選好 傾向 달라져

—Fancy보다는 Pop Culture로 人氣—

최근 英國의 玩具市場은 어린이들의 選好傾向이 점차 변질되어 가고 있다고 한다. 즉 人形의 경우 과거 틴에이저들이 주로 選好한 장식용 Fancy Dolls가 최근에 와서는 과거보다는 少女들의 日常生活이 점차 自由化됨에 따라 Pop Culture로 발전되고 있다는 것이다.

여기서 英國玩具市場의 需要特性을 살펴보면 재미있는 현상을 발견할 수 있다.

◎ Pocket-money Toy—염가 완구로 알려진 이 완구는 어린이들이 자기들의 용돈으로 받은 돈으로(대개 10세 미만) 어린이 스스로가 구입하는 玩具이다.

이런 것은 신문 판매점이나 과자점 등에서 사는데, 대개 플라스틱이나 금속과 플라스틱으로 되어 있으며, 종류에 따라 Kit 형태로 상자 속에 또는 카드化되어 외양의 디자인에 관심을 끌도록 되어 있다.

이 경우 玩具 자체의 디자인보다 外部 디자인에 초점을 두어 눈길을 끄는 것이다.

◎ Seasonal Toy—이것은 父母가 어린이를 위해 購入하는 것이므로 사정이 다르다. 人形, 게임 用具, 縫製玩具가 主를 이루며, 비치볼, 室外 게임 用具 등이 포함된다.

이 경우 가격도 비교적 高價이므로 상품 하나 하나의 디자인에 세심한 주의가 요하게 된다.

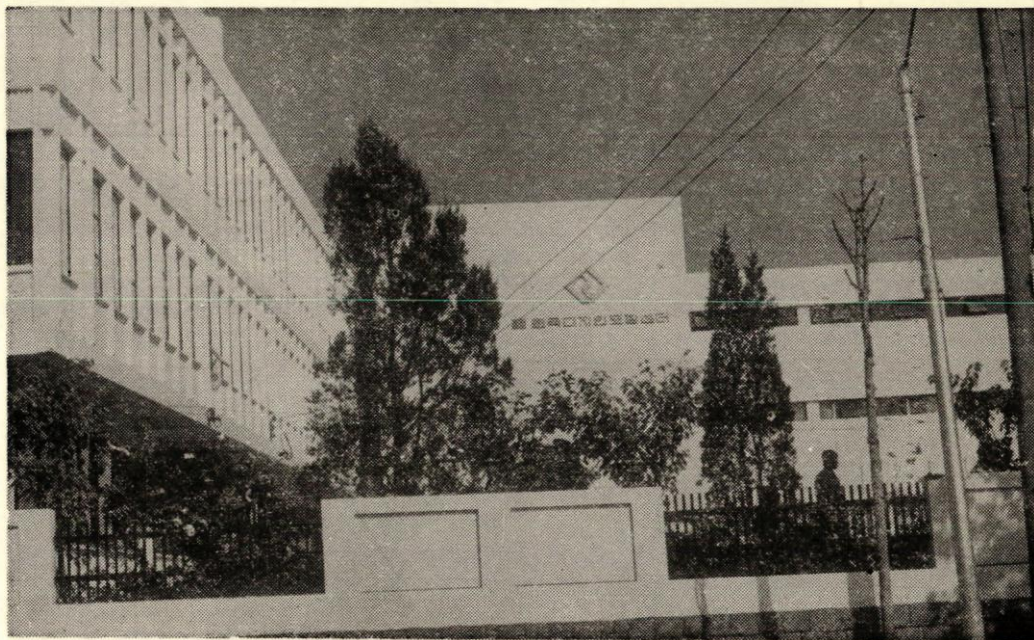
또한 최고급 완구로서는 미려한 디자인의 트랙터 모델, Pedalcars, 오토바이 모델, 또한 組立式 自動車 모델 등이 있는데, 여기에서는 모델 디자인의 우수성 여부가 상품의 觀念을 이루고 있다.



KDPC 안테나

當센터 증축공사 10월 4일 완공

—국내 최대 상설 전시관과 자료실 문 열어—



〈증축 완공된 KDPC 전경. 국내 최대의 전시관을 갖추었다〉

제12회 산업디자인전과 APF 이사회 등 국제회의를 유치하기 위하여 지난 6월 중순부터 시작돼 온 당 센터 증축공사가 지난 10월 4일 준공식을 함으로써 새로운 면모로 말끔히 단장되었다.

본관 2층을 3층으로, 별관(전시관 및 도서관) 1층을 3층으로 증축하여 별관의 전시관만 해도 총 702평에 8개의 상설 전시관이 마련되었으며, 150명에 이르는 도서관과 자료실이 국내 최고의

시설로 마련되었다.

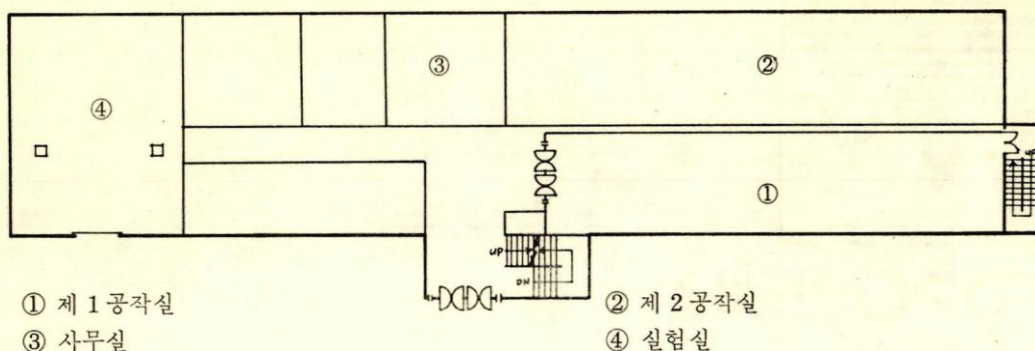
또한 본관 3층에는 국제회의를 유치할 수 있는 대회의장이 마련되었다.

준공식과 함께 제12회 산업디자인전을 처음으로 자체 전시관에서 개최하였고, 제18차 APF(아시아 포장연맹) 이사회를 개최하기도 했다.

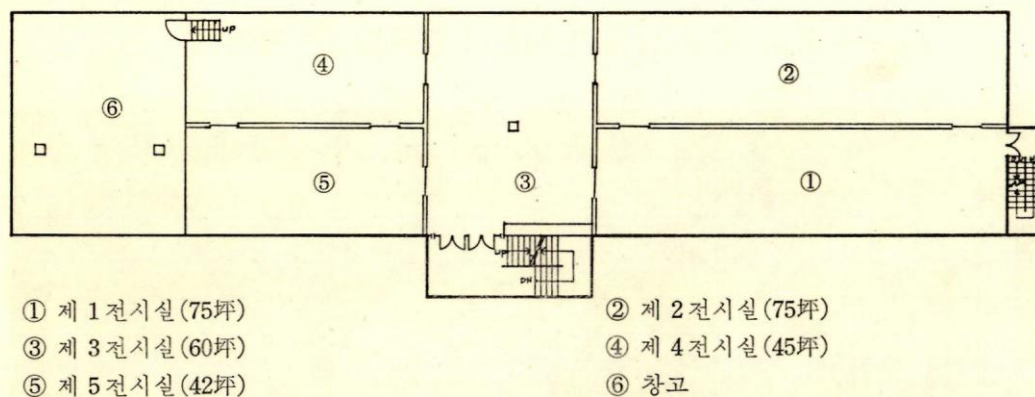
앞으로 새 면모를 보일 KDPC는 산업디자인 진흥발전을 위해 더욱 박차를 가할 것이다.

증축된 KDPC 전시관 내부도

<별관 1층>

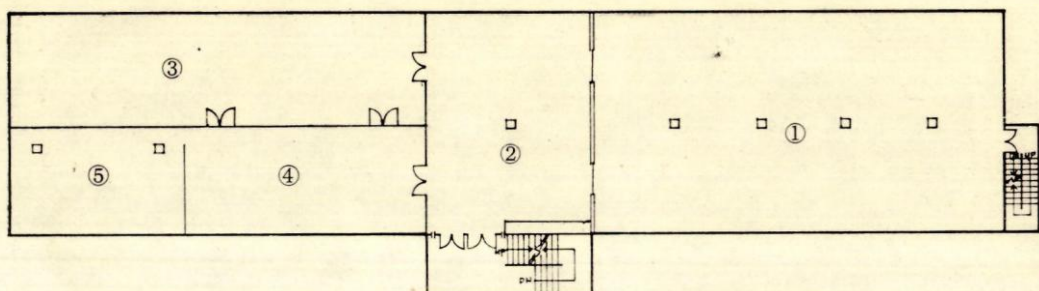


<별관 2층>



<국내 최대의 상설 전시관인 별관 전경>

〈별관 3층〉



① 대전시실 (150坪)

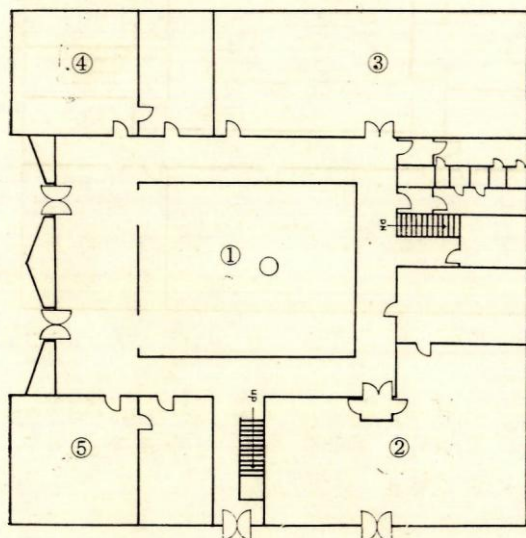
③ 자료실 (77坪)

⑤ 서 고

② 제 6 전시실 (60坪)

④ 도서실 (42坪)

〈3층 자료실(도서실 배치도)〉



〈본관 1층〉

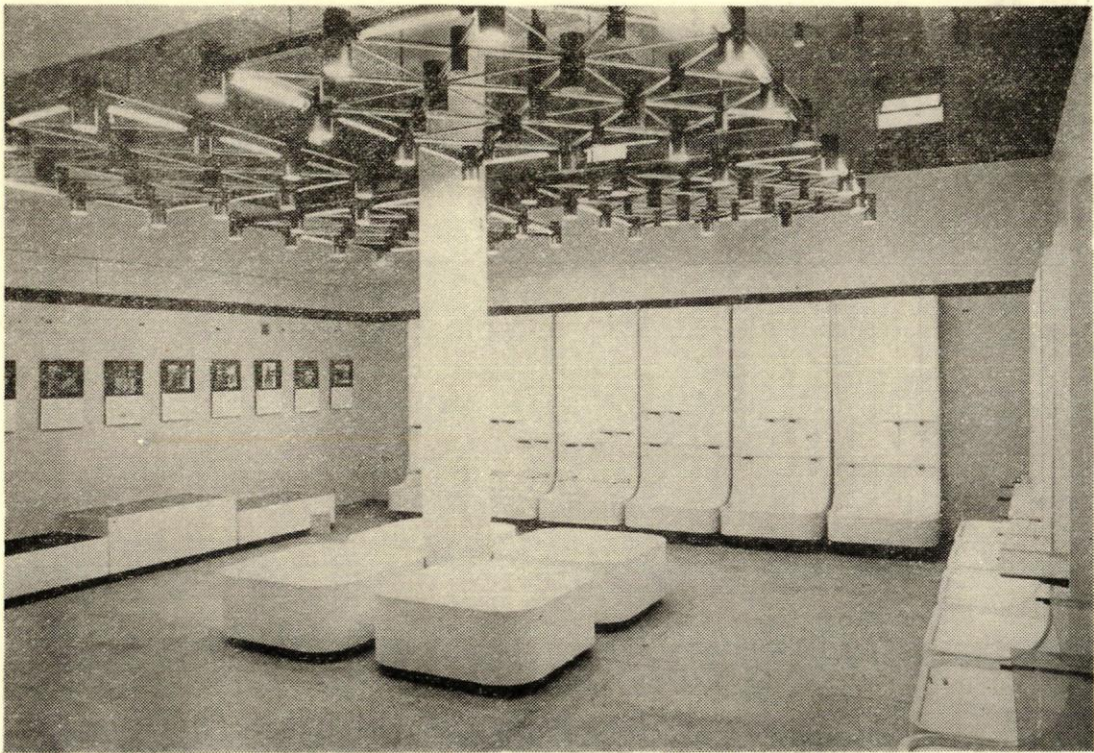
① 중앙 전시홀 (45坪)

② 식당

③ 세미나 룸

④ 가두 전시실

⑤ 가두 전시실



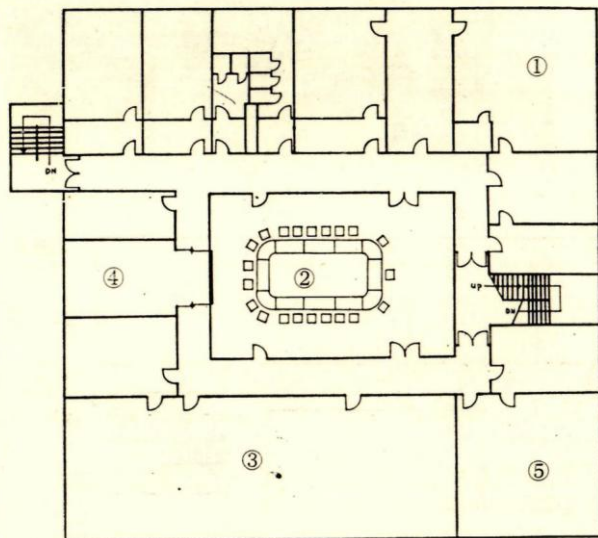
〈본관 1층 중앙 전시홀〉

〈본관 3층〉

한편 당센터 상설 전시관은 앞으로 각종 전시행사를 대상으로 최저렴한 가격으로 임대하게 된다. 제12회 산업전이 끝난 이후 계속 각종 전시가 열리고 있으며 그 동안만도 한국디자이너협회전, 대학공모전, 경희대졸업전, 홍익공전산업전 등이 열리어 성황을 이루었다.

한편 본관 1층 중앙 전시홀에는 연중 계속 우수하고 새로운 상품들이 전시된다. 별관 3층의 자료(도서)실은 디자인 포장에 대한 국내의 도서는 물론 각종 자료를 충분히 갖추어 앞으로 디자이너들의 연구에 커다란 도움이 될 것이다.

본관 3층의 국제 회의실은 앞으로 각종 국제회의를 유치하는 데 손색이 없고 세미나룸에서는 디자이너 강습, 포장관리사 강습 등 각종 세미나가 열리게 된다.



- | | |
|-----------|--------------|
| ① 이사장실 | ② 대회의실 (46坪) |
| ③ 디자인 연구실 | ④ 영사 조작실 |
| ⑤ 실험실 | |

플라스틱製 수요 急伸張

—한국 디자인 개발에 주력해야—

이탈리아의 造花類 산업은 1975년 이탈리아 전체 産業을 휩쓴 不景氣의 여파를 다른 산업분야보다 심하게 입어 倒産한 업체들이 속출했다.

이러한 企業倒産은 原油價引上에 따른 原資材 가격의 上昇과 賃金의 대폭적인 引上, 전반적인 不景氣에 따른 國內外 需要의 절감 등에 적절히 대처하지 못한 데 기인했다.

1976년에 들어와 일반 景氣의 회복과 輸出의 好調로 造花産業 분야도 활기를 되찾게 되었으며, 특히 플라스틱 造花類, 人造과일, 人造잎, 造花 部品類, 플라스틱製 化粧類수요가 신장을 보이고 있다.

이같이 造花類의 수요가 증가하고 있는 것은 自然花의 생산이 적정수지 수준을 유지하지 못해 매년 감소되고 있으며, 이와 함께 造花를 再加工, 수출하고 있기 때문인 것으로 분석되고 있다. 반면 기타 材料로 만든 造花類와 花環은 수요가 현저히 줄어들고 있다.

1976년 10월까지 造花類 總輸入量은 26만9,300kg으로 1975년의 15만 9,300kg에 비해 약 59.1%나 輸入物量面에서 伸張을 보였다.

플라스틱製 造花의 1976년 10월까지 總輸入量은 7만 7,100kg으로 1975년의 3만 5,500kg에 비해 약 2배 가량 物量이 증가되었으며, 금액면에서는 약 2.9배 가량이 伸張되어 3억 1,330만 리라를 기록, 造花 부문에서 플라스틱造花의 需要가 괄목할 伸張을 보여주고 있다.

플라스틱製 造花類의 주요 供給源은 홍콩으로 1975년 總輸入額의 약 38.7%를 차지하고 있으며, 1976년 10월까지의 總輸入額은 무려 76.6%에 달하고 있다.

韓國産造花類가 이탈리아 市場에서 홍콩, 中共, 체코 등 競爭國과 效果의으로 대처하기 위해서는 ① 디자인의 開發, ② 品質의 高級化, ③ 競爭國 商品의 高級化, ④ 韓國商品의 적극적 세일즈 프로모션이 수반되어야 하며, 또한 이탈리아의 수준 높은 造花技術을 取得할 수 있는 길을 모색하는 것이 바람직하다.

<밀라노 貿易館 제공>

ID展 입상자 産業視察

—당 센터 연구요원들과—

제12회 산업디자인전 입상자들을 위로 격려하고 당센터 연구요원들의 전문지식을 넓히기 위한 산업시찰이 지난 10월 26일 2박 3일간 한 기성(진홍상무) 단장의 인솔로 포항, 울산, 마산, 구미 등 4개 공업지구를 시찰했다. 35명의 시찰단원들은 포항종합제철, 울산현대조선, 마산한일합섬, 구미공단의 금성사, 코오롱 등 5개업체의 공장을 시찰하고 제품공정과 생산요원들의 작업현장을 돌아보고 제품 생산실적 및 수출실적에 대한 슬라이드와 브리핑을 청취했다.

특히 마산한일여자실업고등학교를 견학하는 자리에서는 불우한 처지에서도 배움에 불타고 있는 학생들을 보고 모두 격려와 박수를 보내고, 금오공업고등학교의 최신 시청각교육 시설과 체제를 견학하고 감탄하기도 했다.

河鎮弼 전무이사 出國

—JIDA展 참가차—

河鎮弼 전무이사는 日本産業디자인協會 창립 25주년 기념 JIDA展에 참석하기 위해 지난 12일 10일간 예정으로 출국했다.

이 JIDA展에는 당센터 디자인 연구실의 차성철(주임연구원)과 민병혜(연구원, 12회 산업전 대통령상 수상자)가 수행했으며, 오오사카 디자인 센터와 산업디자인제를 시찰하게 된다.

포장 관리사 강좌

—당센터 주최로—

포장의 기능, 재료, 기법, 설계, 관리 등 포장 전반에 걸친 전문가를 양성하기 위한 포장관리사 강좌가 지난 11월 8일부터 오는 12월 16일까지 당센터 세미나룸에서 개강되고 있다.

이 강좌는 각 업체 관련자 및 희망자를 대상으로 매년 개강돼 오던 것으로서 소정의 교육기간 수료자에게는 수료증이 수여되고 수료증을 받은 자로서 시험에 합격한 자에게는 포장관리사증을 수여하게 된다.



〈포장 관리자 강좌 장면〉

당센터 예비군 중대 정기감사



당센터 예비군중대(수출공단 제2대대 중대장 高眞先)는 지난 11월 10일 77년 예비군 정기감사를 실시하였다. 05:00시에 비상소집 발령과 동시에 실시된 감사에는 육군 제〇〇부대장, 감사반장 그리고 병무청 요원, 방위협의회 위원의 참석 아래 평상시 훈련된 전투태세 점검 및 교육훈련을 실기 측정했다. 이날 꼭 지용(당센터 사업

상무) 대장은 「주한미군 철수에 따른 한국의 안보」라는 특별훈시를 통해 더한층 중화단결하여 예비군의 임무 완수는 물론 자립경제의 역군이 되자고 역설했다. 한편 이번 정기 감사에서는 출석률 100%와 두발상태 양호 등 전체 평가 양호를 받았다.

기업 하우스·오간 편집 세미나 참가

한국 능률협회가 해마다 주최하는 기업 하우스·오간 편집 세미나가 지난 10월 13, 14일 양일간 출판문화회관에서 열렸다.

당센터 편집 담당자(李正雄, 李晉宇)들도 참석한 이 세미나에서는 기업 내 커뮤니케이션 풍토 조성과 데코마스 전략, 하우스·오간의 보다 나은 편집 기획론에 대한 주제발표 및 열띤 토론이 있었다.

그런데 이 세미나에는 20개 기업체에서 50여 명의 편집 관계자들이 참석했다.

제2회 열관리 대회

—당센터 시범工場 참가—

한국 열관리 협회(회장 : 김 용완)가 주최하는 제2회 열관리 대회가 지난 10월 21일 신탁은행 본점 대강당에서 열렸다.

열관리법을 상호교류하고 에너지 10% 절약과 원가절감을 위한 연구발표와 시범 등을 목표로 매년 실시되는 이번 대회에는 협회에 등록된 1,500개 업체 중 40개의 지정업체를 선정하여 실시했는데, 당센터 시범공장에서는 열관리사(이 회봉, 조 병순, 김 인배)가 참가하여 그 동안의 연구를 발표하여 좋은 성적을 올렸다.

關稅全額을 免除

—디자인·포장 연구 개발사업—

재무부는 산업디자인 및 포장의 연구개발을 지원하기 위해 디자인 및 포장에 관한 연구개발사업을 담당하는 비영리법인이 개설한 전시관을 특정용도 관세 감면대상(關稅法 28조 3항)에 추가 지정(財務部 1294호), 지난 10월 19일부터 시행했다. 이에 따라 당센터 전시관에 진열하는 전시품은 해당 관세 전액을 면제받게 된다.

WORLD PACKAGING NEWS

Asia in October

A little more than a year after their last packaging conference in Hong Kong, Asian packagers are preparing now for the 4th Asian Packaging Congress, October 4-8 in Seoul, Korea.

Delegates will convene in the conference hall of the Korea Design and Packaging Center (KDPC) with Hee Duk Kim, President of the Center, as chairman.

Early registrations (US \$50) are encouraged by KDPC to ensure booking of accommodations. Full information may be obtained from Mr. Kim at KDPC, 128 Yunkun-dong, Chongro-ku, Seoul. The sponsor is the Asian Packaging Federation (APF).

The Congress theme is "Management of Resources through Better Packaging." Delegates are expected to weigh appropriate guidelines to upgrade the status of packaging in developing countries. Progress is now impeded due to fast-depleting natural resources and rising costs of packaging materials, aggravated by the steep increase in the price of crude oil.

Papers to be delivered will cover available natural resources in nations of the area and the extent of their packaging use; raw materials imports and efforts to effect local substitutions; packaging-cost reduction; standards and laws affecting packaging materials to minimize waste; recycling of used materials and containers; disposal of packaging waste and reduction of environmental pollution, modern packaging systems (including containerization), and measures to upgrade the status of packaging.

An Industrial Design Exhibition will be staged at the same time by the Korea Design and Packaging Center, with outstanding packaging on display from national, regional and world competitions.

In connection with the Congress, the Hong Kong Packaging Council will stage a five-day study tour of Japanese packaging plants, leaving for Japan September 25.

APF's Administrative Board will meet in Seoul October 4 before the Congress opens.

Asian Officers

Antonio V. Bonoan, an attorney, is the new president of the Asian Packaging Federation.

Luis de Marcaida, a plant manager, is secretary general.

The Asian Packaging Federation is located in the Far East Building Room 405 MCC; P.O.Box 1058, Rizal, Makati, 3117, Philippines.

WPO NEWS

The "World Packaging News" newspaper is published quarterly by the World Packaging Organization, 342 Madison Avenue, New York, NY 10017 USA.

Editorial and advertising sales offices are at The William C. Pflaum Co., Inc.; Reston International Center; Reston, VA 22091 USA.

President: Robert W. Coughlin (USA)

First Vice President: Hernan Cortez (Columbia)

Treasurer: E. A. Leonard (USA)

Secretary-General: Paul Reuman (USA)

Editors: William C. Pflaum and Thomas Jones

For subscription and/or advertising information, please contact William C. Pflaum at the address above.

※ 위 기사는 뉴욕에서 발행되는 WORLD PACKAGING NEWS 誌가 지난 10월 4일 우리나라에서 있었던 제 4 차 아시아 포장대회를 다룬 기사 전문이다. (국제과 제공)

展 示

◇ 教授作品展

경남대(마산시 소재) 미술 교육학과교수 5人展이 지난 10월 13일부터 18일까지 6일간 서울 미도와 화랑에서 열리고, 이어 10월 20일부터 25일까지 부산 수도화랑에서 이동 전시회를 가졌다. 자칫 지방이란 단순한 이유로 정당한 평가를 받지 못하는 아쉬움도 없지 않아 있지만 具象, 非具象, 東洋畫, 西洋畫, 陶藝까지 결들인 이번 작품전은 美術 애호가들의 좋은 반응과 성과를 거두었다. 작품전을 가진 교수는 다음과 같다.

(李寧秀·金徹生·崔明鉉·李廉錫·權永鎬)

◇ 「디자인」協 회원전

한국디자인협회(理事長 박대순) 5회 회원전이 지난 10월 당센터 대전시관에서 개막했다. 72년 창립된 이 협회 회원전에는 박대순·이신자·오세열·신언모·육제국·신상재·김동선씨 등 회원 90여 명이 작품을 출품했다.

◇ 전국 대학생 디자인 공모전

한국디자인협회(이사장 박대순)가 공모하는 제6회 전국 대학 공모전이 지난 10월 당센터 전시관에서 개막되어 16일까지 7일간 열렸다. 이 공모전에는 852종에 총 1024점이 출품되어 479점이 입선되었는데, 최고 금상에는 시각 부문에 박수성(中央大:한려개발 포스터), 공예 부문에 오윤선(이화여대:호 I·II), 공예 부문에 장광(경기공전:수출용 전자제품 및 케이스)이 각각 입상했다.

◇ 제4회 한국 공예가협회전

실내 휴식공간을 주제로 한 한국공예가협회(會長 박형철) 전람회가 지난 10월 20일부터 25일까지 당센터 후원으로 미도와 화랑에서 열렸다. 개막식에 참석한 당센터 金熙德 理事長은 격려사에서 날로 복잡해져 가고 있는 생활공간에서의 휴식 공간의 의미는 창조적 생활을 위한 활력소적 공간으로 받아들여지고 있다고 말하고, 출품된 작품들을 돌아보고 회원들을 격려했다.

◇ 오! 그래픽展

홍익대학교 응용미술과 출신 동인인 오! 그래픽 아트展이 지난 10월 3일부터 7일까지 5일간 출판문화회관 화랑에서 열렸다. 이 작품전에는 安尙秀씨의 「누가 부르는 소리」外 20여점이 출품되었는데, 시각적인 언어를 통하여 만인을 공감시킬 수 있는 생생한 작품들이 출품되었다.

◇ 관광 工藝品 경진대회

제7회 전국관광공예품 경진대회에서 전라북도가 최우수상을 차지했다. 한국농가공산품 개발본부가 주최한 이번 대회에는 전국에서 1백 97종에 9백 7점의 공예품이 출품되어 1백 91점이 입상했다. 전라북도는 지난 75, 76년에 이어 올해에도 단체상을 획득 3연패함으로써 대령 불황기를 완전히 갖게 됐다.

목화동문전: 동덕여대 회화와 동문인 「목화동문」의 단체인이 지난 10월 20일 미술회관에서 열렸다. 출품회원은 25명에 30여 점의 작품이 출품됐다.

정택순 도기전: 정택순 도기전이 지난 11월 1일부터 6일까지 신세계 미술관에서 열렸다. 이번 전시에는 77년작을 제목으로 한 작품 30여 점이 선을 보였다.

캠퍼스

성신여자사범대학

미술학부(공예, 미술, 대학원)의 성신대전이 지난 11월 2일부터 16일까지 신문회관에 열렸다. 이 작품전에는 총 120여 점의 작품이 전시됐다.

경희대산업대 졸업전

경희대학교 산업대학 요업공예학과 졸업전이 지난 10월 26일부터 31일까지 당센터 상설 전시실에서 열렸다. 이 작품전에는 우리 고유의 전통미를 살린 50여 점의 작품이 전시됐다.

동덕여대 졸업전

동덕여대 미술과 졸업전이 지난 11월 17일부터 22일까지 동대학 전시실에서 열렸다. 대학생활 마지막을 장식하는 이 전시회에는 미술과 전 졸업생이 작품을 출품했다.

단국대 졸업전

제3회 도예 졸업 작품전이 지난 10월 26일부터 11월 1일까지 서울 신문회관 화랑에서 열렸다.

인하공전(인천)

공예과와 공업도안과의 제3회 산업디자인전이 지난 11월 3일 인천 공보관에서 열렸다. 이 전시회에는 목질 공예, 도자기, 금속공예, 목공예, 염색공예에서 5백여 점이 전시됐다.

계명대학(대구시)

병설 전문학교의 상학과 주최 스타일화전이 지난 10월 27일부터 29일까지 동대학 가정관에서 열렸다. 또 29일에는 디자인 발표회도 가졌다.

홍익공전

제11회 산업미술전이 지난 11월 1일부터 6일까지 6일간 당센터 대전시관에서 열렸다. 전문학교 산업미전으로서 최대 규모와 성황을 이룬 이번 전시회는 공예, 도안, ID 부문에서 총 450여점이 출품되었으며, 질적·양적으로 크게 향상되었다는 각계 인사의 호평을 받았다.

추계예술학교

제4회 작품전이 지난 14일부터 19일까지 동교 전시실에서 열렸다. 출품작은 등·서양화, 판화, 공예 등 2백 8점이다.

〈당 센터·공장 전화번호 변경〉

대 표	762-9461	〈공장 전화번호〉
교 환	762-9461~5	상 무 실 86-6101
이사장실	762-9136	사업부장실 86-6108
전 무 실	762-9137	관 리 과 86-6102
감 사 실	762-9132	생 산 과 86-6103
상 무 실	762-9133	사 업 과 86-6105~7
총무부장실	762-9134	회 계 과 86-6109
진흥부장실	762-9135	출 하 과 86-6104
기획실장실	762-9130	(11월 5일부 변경)

動 靜

박 인 숙 (부산한성여자대학 강사)

지방대학에 재직하는 지역적 불원으로 중앙 활동에 접하지 못하고 있다가 12회 산업전에 추천작가 작품을 출품하기 위해 지난 9월 19일 상경했으나 작업이 늦어져 작품마저 출품하지 못했다.

권 명 광 (홍익대 교학장)

바쁜 강의중에도 쌍용양회의 트레이드 마크 데코마스 도입작업을 완성했다.

이 윤 수 (KDPC 디자인실 주임 연구원)

한국 농가 공산품 개발본부의 후원으로 홍콩, 불란서, 독일, 일본, 미국 등의 농가공예 발전을 견학 시찰하고 지난 12일 한달만에 귀국했다.

유 윤 진 (KDPC 진흥부장)

신 유재 전시과장을 대동하고 일본 산업디자인 시찰단장으로 지난 10월 22일 출국했다 11월 7일 귀국했다.

이 건 (인덕예술공전 공예과장)

개교 5주년 종합 예술제 지도와 산업전 추천작가 작품작업으로 연구실에서 10월 한달을 보내고 지난 10월 14일에는 학생들을 인솔, 산업전 단체 관람을 했다.

민 병 혜 (KDPC 디자인실 연구원)

12회 산업전 최고의 영예를 차지한 기쁨이 가시기도 전 지난 11월 5일 조신포에서 화축을 밝혀 77년은 생애 최고의 해가 됐다고.

조 소 (금성사 디자인 연구실)

지난 13일 업무차 일본으로 출국했다. 오는 12월 12일까지 머물면서 일본 산업 디자인제를 돌아본다고.

김 옥 란 (KDPC 디자인실 주임 연구원)

미국 샌프란시스코에 있는 Lawdor Walter Co.에서 3개월간 그래픽패키징학을 연수하기 위해 지난 10월 18일 출국했다.

문 권 호 (KDPC 포장개발실장)

한일 공동 포장기술 연구에 참가하기 위하여 지난 10월 22일 45일간 예정으로 출국했다.

이 병 학 (금성사 디자인 연구실)

지난 10월 일주일간 수원 새마을연수원에 입교하여 새마을 연수교육을 이수했다.

KDPC 아마 야구단 창단

사원간의 친선도모와 체력향상을 위해 당센터 행정부서와 연구부서를 나눠 각부 야구부를 창단했다. 앞으로 각 미술대학팀과 직장팀(MCI, KTA, KOTRA)과 친선경기를 벌이게 되며, 행정부팀과 연구부팀의 7차전 시리즈 경기를 벌이게 되는데 현재의 전적은 6전 3승 3패 동률로 마지막 환관 승부를 남겨 놓고 있다.

단장 : 한 기성(진흥 연구담당 상무)

감독 : 김 정한(검사역 과장)

주무 : 공 재홍, 박 인근

섭의 : 조 선희(디자인 개발실)

※ 신 수 명 단

연구부서

행정부서

이대성(주장 : 포장개발실) 강상도(주장 : 진흥부)

조 현 오(디자인개발실) 박 인 근(진흥부)

최 정 봉(") 이 기 성(")

이 영 복(공작실) 소 병 목(")

이 정 일(포장개발실) 신 을 재(")
공 재 홍(") 김 수 근(비서실)
이 윤 수(디자인개발실) 최 기 중(기획실)
김 현 진(포장개발실) 김 정 한(검사역)
남 병 화(") 이정웅, 이진우(홍보과)

당센터 산악부 오대산 등반

당센터 산악부(대장 서 상철)는 77년 2차 등반 대회를 지난 10월 29일 30일 오대산에서 가졌다. 31명의 대원이 참석한 이 등반대회는 본사팀과 공장팀으로 나뉘어 주로 산악행군 훈련을 쌓았다.

理事長動靜

◆국회 예산결산 위원회 위원장인 이 병주 의원이 당 센터를 방문, 장시간 동안 환담을 나누었다(10월 13일).

◆미도와 화랑에서 있는 국민대학 조형전 개막식에 참석, 학생들의 작품을 돌아보고 격려했다(10월 13일).

◆제12회 산업디자인전 부산 이동 전시 개막식에 참석하고 귀경했다. (11월 3일)

◆공화당 정책 의장단 회의석상에서 디자인·포장 진흥법에 대한 제안 설명을 했다(11월 7일).

◆星友구락부 주최 시국 및 건강 관리 강연회에서 건강 관리에 대한 연사로 초빙되어 강연을 했다. 이 자리엔 성우 구락부 소속 예비역장성 72명이 참석했다(11월 8일).

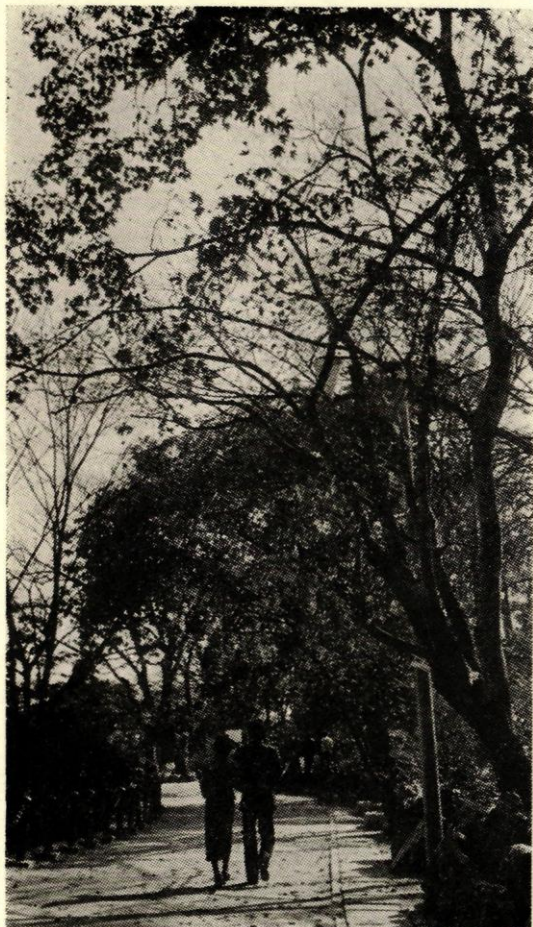
◆상공부장관 주최 서정 해신 특별회의에 참석, 이 자리엔 상공부장관 및 경제 4단체와 국영기업체 장들이 자리를 같이 했다(11월 9일).

◆한국산업디자인 협의회 주최 전국 남녀대학생 공모전 개막식에 참석하고 전시장을 둘러 작품을 관람하고 이들의 노고를 격려했다(11월 10일).

◆제11회 대한민국 산업디자인전 대구 지방 이동 전시회 개막식에 참석하고 귀경했다(11월 15일).

◆당센터 회의실에서 있는 한국 산업디자인 협의회 전국 남녀 대학생 공모전 시상식에 참석, 입상자들을 치하했다(11월 16일).

◆내외경제신문이 기획 게재하고 있는 내외춘추에 지난 10월 한달 동안 디자인 포장산업에 관계되는 단상(斷想)을 연 4회에 걸쳐 게재했다.



◎ 가을이 왔나 싶더니 어느새 깊었고 어느덧 겨울이 왔다. 굉장히도 분주했고 풍성했던 달이었다. 이제 결실을 마무리하고 지나간 일을 반성

하고 앞으로의 새로운 계획을 세워야겠다.

후회를 남기지 말고 막바지 일들을 서두르자. 불현의 일들은 항상 暮歲에 일어난다. 항상 주의 깊게 철저히 열심히 뛰자. 지난 10월·11월의 날처럼 밤낮없이 1977년을 뛰자.

當센터 刊行物 情報

■ 道具와의 對話(디자인 哲學)

■ 超技術

■ 潛在意識의 힘

——全卷 再版 發賣中——

當센터가 디자인 包裝 산업의 振興開發事業의 一環으로 發刊한 바 있는 디자인 哲學書인「道具와의 對話」를 비롯한「超技術」과「潛在意識의 힘」이 初版에 이어 지난 9월 15일 일제히 再版되었다. 그리고 이들 單行本은 종전에 當센터에서만 讀者에게 直接販賣하던 不便을 없애고 市中書店에서도 직접 구입할 수 있게 했다.

■ 제12회 産業디자인展 圖錄

■ '77包裝産業便覽

——年末 出刊 예정 ——

當센터는 1977년 제12회 産業디자인展 전람회 작품을 수록하는 産業디자인展圖錄을 製作하고 있으며, 1977년 包裝産業의 全貌를 정리하는 “包裝産業便覽”도 年末에 出刊할 예정입니다.

격월간 「디자인·포장」

1977年 11月號
VOL. 8, No. 4(通卷 第34號)

登錄日字 1971年 1月 14日

登錄番號 바—599호

1977年 11月 18日 印刷

1977年 11月 28日 發行

發行兼: 金 熙 德
編輯人

發行所: 韓國디자인포장센터

本社: 서울特別市鍾路區蓮建洞 128~8
TEL 762-9461~5

示範工場: 서울特別市永登浦區加里峯洞第2工團
TEL 6102·6103·6105

釜山支社: 釜山直轄市釜山鎮區鶴章洞 261~8
TEL 91485~7

印刷製本: 光明印刷公社

印刷人: 李 學 洙 <값 900원>

본지는 한국도서잡지윤리위원회의 잡지 윤리 실천 강령을 준수한다.

編輯企劃—李正雄 編輯—이진우·정해근/表紙 디자인: 文修根

發 刊 情 報

한국디자인포장센터 간행물 안내

□ 대한민국 상공 미전 도록

제6회 4,500원
제7회 4,500원
제8회 5,000원
제9회 8,000원
제10회 5,000원
제11회 5,000원
제12회 <12월 20일 발행예정>

□ 포장 년감

디자인포장센터간 / 값 9,000원

□ 잡재의식의 힘

김희덕 역 / 값 1,500원

□ 超技術

김희덕 편역 / 값 1,000원

□ 道具와의 대화

김희덕 역 / 값 1,500원

□ 디자인 포장지

격월간지 / 1년 정기구독 5,000원

美進社는 한국디자인 포장센터 간행물 일체를
전담판매하기로 수의계약하여 전국 각서점에 배본
· 판매함과 동시에 주문 판매하고 있습니다.



構 成 文 字 | 디자인 圖 學

構成美技는 디자인교육 을 세계적으로 분류하고
의 예비과정으로서 바우 實例를 곁들이며 알기쉽
하우스 이후 중요시되어 제 해설한 입문서이다.

은 분야이다. 이 책은 知
覺的이고 感情的인 효과
를 목적으로 하는 평면
구성과, 구조와 기능을
목적으로 하는 입체구성

4·6 배판 / 250페이지 / 원색도판
아트지 / 값4,200원

레터링 (Lettering)은 그 소개하고 레터링의 원리
역사도 오래고 현대사회 를 해설함으로써 한글레
터링이 이용되는 범위도 대 터링의 기초지식을 제공
우 된다. 그러나 英字나 하고 각종 한글레터링의
漢字에 비추어 볼때 한 實例를 모은 레터링의
글 레터링은 빈약하기 기본 지침서이며, 매년
말할 수 없다. 이 책은 새로운 한글레터링을 중
英字와 漢字의 레터링을 보 수록하고 있다.

4·6 배판 / 223페이지 / 백상지 / 값3,800원

디자인 행위에서 圖學은 가 난잡하기 이룰데 없어
유려한 표현기술로 사용 초심자와 연구자를 늘
되고 또한 각광을 받고 피뎌지고 있다. 이 책은
있으며 作家나 디자이너 이러한 점을 고려하여
로 활약하려면 누구나 보다 평이하게 해설한
이 圖法을 깊이 터득치 디자인이란을 위한 책이
않으면 안될 것이다. 그 다.

그러나 圖學은 학문 자체
4·6 판 / 297페이지 / 백상지
도면수록 / 값3,000원

디자인 用語辞典

최근 우리나라도 급속히 산업사회로 발전함에 따라 디
자인에 대한 인식과 요구가 높아지고, 전문적인 디자인
교육이 각 분야에서 활발하게 실시되고 있다. 하지만 우
리말로 된 디자인 관제서적이 빈약하고, 특히 디자인을
공부하는 학생, 기업체의 디자이너, 일반인들이 필요로
하는 기초적 또 전문적 용어나 지식을 간결하게 해설한
서적이 전혀 없는 실정이다. 본사는 일찍부터 디자인사
전의 편찬을 계획하고 있었으나 현재 우리의 여건으로는
힘이 미치지 못하여 외국의 디자인 사전들 기초로 하여
우리 실정에 맞게 편찬하고 부록에서 근대디자인의 흐름,
略語, 外國學校, 단체 등을 소개하고 영문순서에 의한
찾아보기를 만들어 펴낸 것이 이 책이다.

4·6 배판 / 117페이지 / 백상지 / 값2,700원

바우하우스

近刊 (78년 3월 발간예정)

그로피우스에 의하여 제창된 바우하우스는 20
세기 造形藝術에 있어서 빼놓을 수 없는 한
章이며, 그 활동범위도 넓어 建築, 디자인, 순
수예술 등 안미친 곳이 없다. 이 책은 독일의
윙글러가 방대한 바우하우스의 자료를 빠짐없
이 모아 해설한 古典的인 가치를 가진 바우하
우스의 決定版이다.

36×26.5cm 초대형판 / 700페이지 / 백상지 /
원색도판 / 값 25,000원 예정

圖書出版 美 進 社 圖書出版

□ 서울특별시 서대문구 충정로 2가91

□ 전 화 : 75-3511

 한국디자인포장센터 한국디자인포장센터 KOREA DESIGN & PACKAGING CENTER