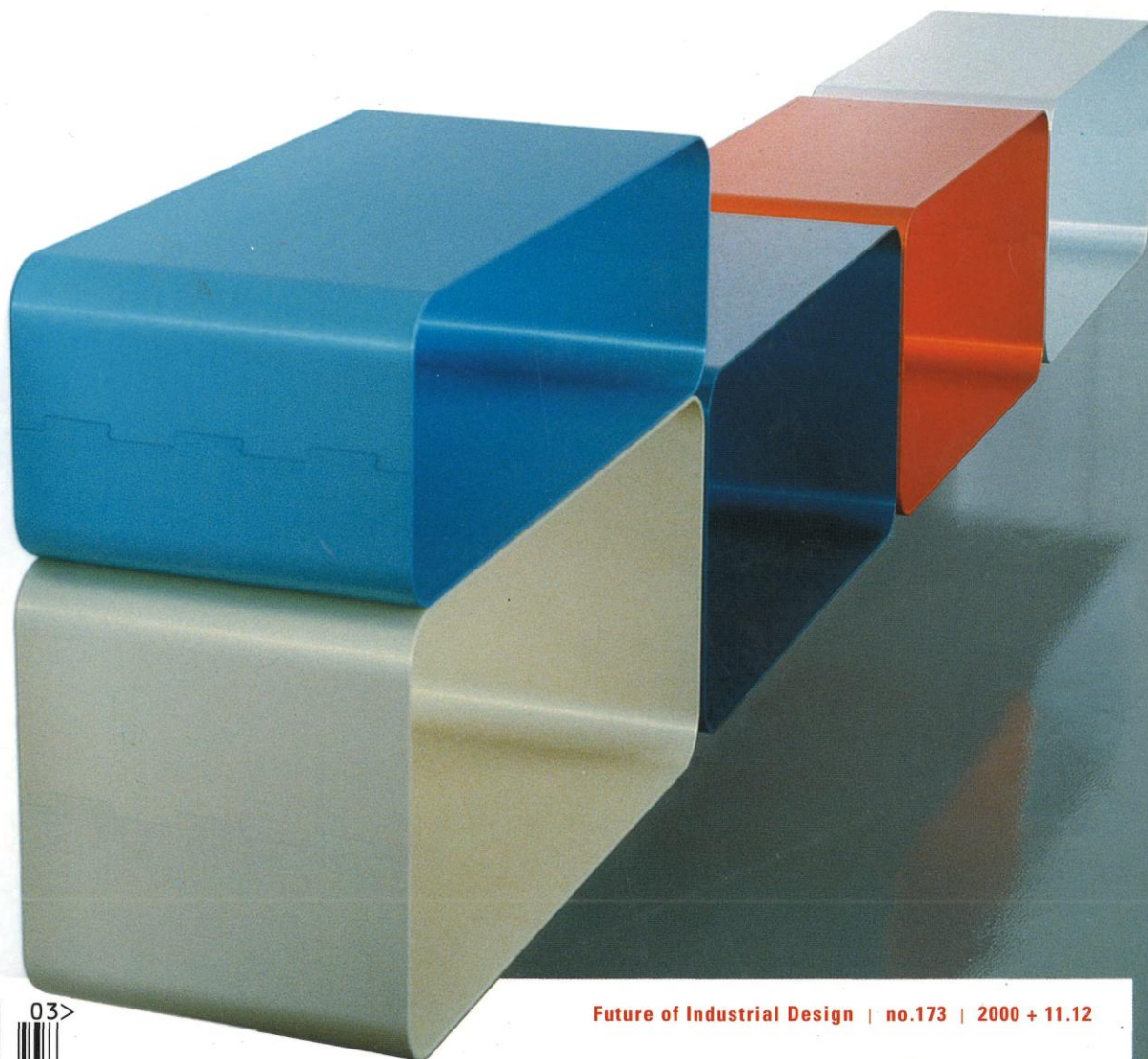


디지털 시대를 이끌어가는  
**산업디자인**



Future of Industrial Design | no.173 | 2000 + 11.12

**Minimal**



0 771228 370008  
ISSN 1228-3703



값 7,000원



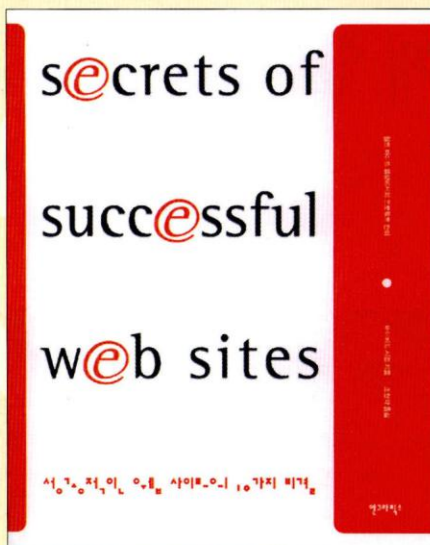
# 웹 디자인을 이끌어가는 안그래픽스 책들

Computer & Internet >

Web Development >

Graphics & Design

▶ Web Master



데이비드 시겔 지음/ 조현각 옮김/ 4·6배판/ 304쪽/ 전면 컬러/ 25,000원

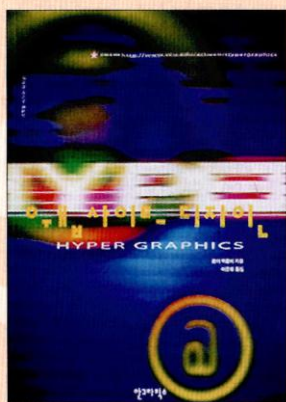
성공하려면 성공한 사람의 비결에 귀기울이십시오.

웹 프로젝트 관리자를 위한 최고의 지침서

성공적인 웹 사이트의 10가지 비결

Salon, National Geographic, Women's Wire 등 15개의 뛰어난 웹 프로젝트 사례 연구와 스튜디오 베르소에서 공개하는 10단계의 웹 제작 방법론은 여러분의 사이트 제작을 성공으로 이끄는 최고의 지침입니다.

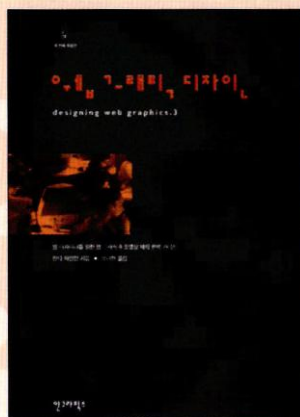
▶ Web Site Design



웹 사이트 디자인

디자이너의 입장에서 효과적으로 웹 사이트 디자인을 하기 위한 기본 가이드라인 제시

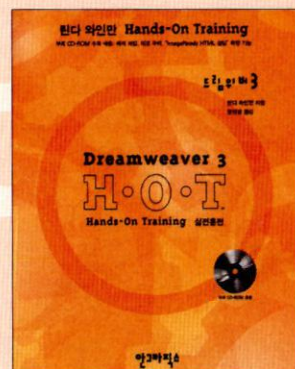
로이 맥클비 지음/ 이준환 옮김/ 국배판/ 160쪽/ 전면 컬러/ 20,000원



웹 그래픽 디자인

웹 디자인을 이끌어가는 린다 와인만이 최신의 웹 그래픽 기술을 활용하여 웹 그래픽을 효과적으로 제작하는 방법을 펼칩니다.

린다 와인만 지음/ 상기원 옮김/ 4·6배판/ 전면 컬러/ 450쪽/ 30,000원

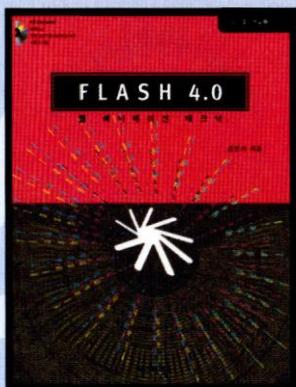


드림위버 3 H·O·T

이제 실제 교육 현장에서 그 효과가 입증된 실전 예제를 통해 드림위버의 모든 기능을 쉽고 빠르게 배우십시오.

린다 와인만 지음/ 황현정 옮김/ 604쪽/ 23,000원(부록 CD-ROM 포함)

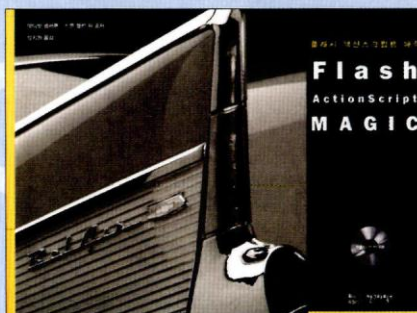
▶ Web Graphics



플래시 4.0 웹 애니메이션 테크닉

최고의 웹 애니메이션 제작도구인 플래시 4.0에 대한 예제 중심의 입문서. 기초부터 고급 웹 애니메이션 기법까지 배울 수 있습니다.

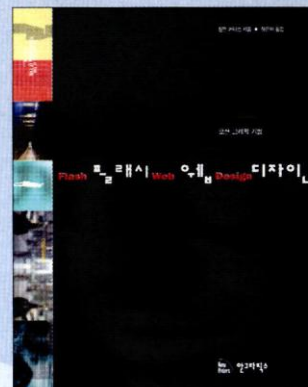
김원기 지음/ 4·6배판/ 280쪽/ 전면 컬러/ 23,000원(부록 CD-ROM 포함)



플래시 액션스크립트 매직

예술적인 영감이 풍부한 전문적인 수준의 21가지 플래시 프로젝트를 소개합니다. 어디나 응용할 수 있는 기술, 시간을 절약할 수 있는 팁, 실전에 바로 쓸 수 있는 애플리케이션!

데이빗 플래너건 지음/ 상기원 옮김/ 4·6배판/ 324쪽/ 전면 컬러/ 25,000원(부록 CD-ROM 포함)



플래시 웹 디자인

성공적인 모션 그래픽 디자이너가 되려면 꼭 알아야 할 기법들을 가장 잘 보여줄 수 있는 플래시 애니메이션과 인터페이스를 자세히 해부했습니다.

헤온 커텝 지음/ 장은미 옮김/ 4·6배판/ 20,000원/ 전면 컬러/ 20,000원



# 디지털 시대를 이끌어가는 산업디자인

## 목 차

### 뉴스

전시·이벤트	10
공모전	17
업계소식	18
학교	20
KIDP 뉴스	24
화제의 책	27

### 특집 : 미니멀

28

#### 프로로그

일상에서의 미니멀리즘 - 이병중	30
-------------------	----

#### 프로젝트

사용자 중심의 가구를 만드는 아세르비스의 '뉴 컨셉'	34
리빙 유닛, 이렇게 작은 집도 있다	38
현대 조각품으로 변신, 키친 큐브	42
아름다운 환경 프로젝트, 메트로쿠보	45
자연과 조명으로 어우러진 따뜻한 공간	48
디자인의 생태주의, 소화(消化)	52
세계에서 가장 작은 공중 화장실, 시티 토일렛 베이직	55
디지털 시대의 목상지, 인터넷 수도원	58
소리의 시각화, 뱅앤올룹슨	60
최소 크기, 최대 성능 - 캐논 디지털 카메라	64
TV에 개성을 불어넣는다, 히타치 TV	66
절제의 미학, '스쿠'	70
커뮤니케이션의 명확성을 보장하는 정보디자인, 스마트머니 맵	72
단순한 오브제들의 호화로운 연출, 드림스케이프	78
미니멀한 부엌가구가 컬러를 먹다, 도요키텐의 '크레이'	82

#### 디자이너

고요함 속의 힘과 미, 클라우디오 실베스트린	86
미니멀 아티스트 도널드 저드의 가구 디자인	90

#### 텍스트

작을수록 좋은가? 모바일폰의 미래 - 이창수	68
웹디자인에서 보는 미니멀의 본질 - 이미영	76
모바일 제품을 움직이는 힘, 블루투스 무선 기술 - 박소영	94
미니멀리즘의 역사적 전통: 미술, 건축, 그리고 일상 - 박소영	96
그래픽 디자인에서 나타나는 미니멀의 경향 - 강현주	99

### 포커스 : 2000 세계그래픽디자인대회

102

I. 2000 세계그래픽디자인대회 성공적으로 마쳐	104
II. 어울림과 함께 한 전시·이벤트	112
III. '테크노 가든' 전시기획, 연출의 방향과 의미 - 최익서	118



#### 통권 173호 (격월간)

- 발행처: 한국산업디자인진흥원 | 원장: 정경원  
서울시 종로구 연건동 128-8  
전화 02 708 2077 | www.kidp.or.kr
- 발행일: 2000.11.1
- 등록번호: 마-599호
- 등록일자: 1971.1.14
- 발행인: 정경원
- 편집·자문위원: 이순인

- 기획·제작: (주)안그라픽스 | 대표: 김옥철  
전화 02 763 2320 | 팩스 02 743 3352  
e-mail: id@ag.co.kr

- 편집장: 양난영 \_ yny@ag.co.kr
- 기자: 백현주 \_ spaciba@hanmail.net
- 객원기자: 김상화·박은영·엄미정
- 디자이너: 박민수·유윤석
- 사진: 박정훈
- 영업: 김한석·김상인·김현준·하지혜
- 광고: 유기영·정향래·최은숙·김영진
- 회계: 황원문·박경미
- 관리: 이효미
- 해외통신원: 디자인포·박신영·지나 박

- 출력: 삼화칼라 02 2273 7058
- 인쇄: (주)한성인쇄 02 2269 8201

※ 본지는 한국도서관리위원회의 잡지윤리 실천강령을 준수합니다.  
※ 본지에 실린 필자의 글은 본지의 편집방향과 다를 수도 있습니다.



# 디자인문화비평

(www.ag.co.kr/designcc)

디자인문화실험실 + 안그라픽스

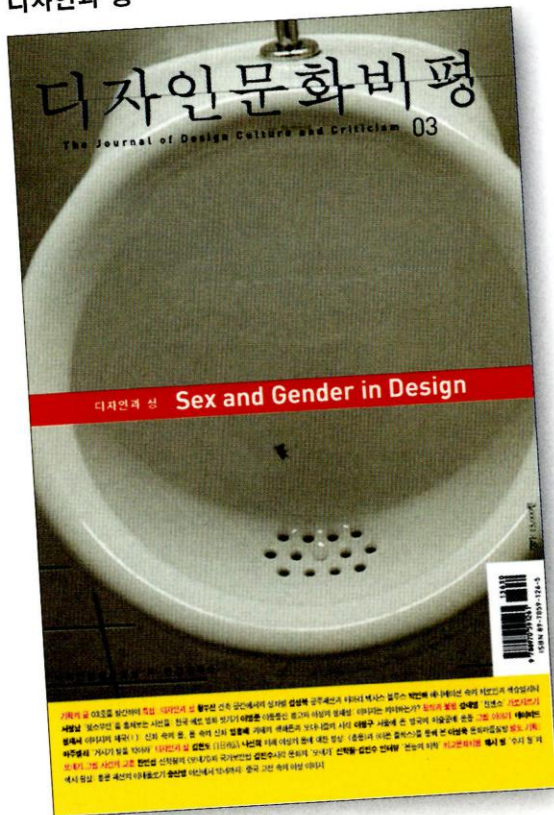
이미지 시대, 문화적 저항과 재산을 위한 신랄하고 도발적인 질문과 논의

비정기 간행물(무크지)로 발간되는 <디자인문화비평>은 '이미지 시대'에 시각언어로 이루어진 일상 삶과 문화의 상호작용과 실천방식을 이해, 창조, 소통시키기 위한 비평지입니다. 디자인을 대중문화의 상태를 가늠할 수 있는 가장 구체적인 '진맥질'으로 보고, 모든 인위적인 생산물(제품, 시각 커뮤니케이션, 광고, 패션, 뉴미디어, 만화와 애니메이션, 건축, 도시 등) 환경에 의해 일상 삶과 문화가 어떻게 생성되고 소비되는지에 대한 본격적인 담론을 시도합니다.

각 권 13,000원

[디자인문화비평 03]

디자인과 성



<기획의 글>

편집인 03호를 발간하며

<특집: 디자인과 성>

- 황두진 건축 공간에서의 성차별
- 김성복 공주패션과 미아리 텍사스 블루스
- 박인하 애니메이션 속의 히로인과 섹슈얼리티
- 서정남 "젖소부인"을 훑쳐보는 시선들: 한국 예로 영화 벗기기
- 이영준 이동통신 광고와 여성의 정체성: 이미지는 의미하는가?

<창작과 불평>

강태영 "원맨쇼"

<가르치르기>

- 정재서 이미지의 제국 (I): 신화 속의 몸, 몸 속의 신화
- 임홍배 괴테의 색채론과 모더니즘의 시각
- 이정구 서울에 온 영국의 미술공예 운동: 영국의 수공예 운동과 성공회 서울 대성당

<그림 이야기>

데이비드 마주켈리 "거시기 털을 막아라"

<디자인과 삶>

- 김현도 白日夜話
- 나선희 미래 여성의 몸에 대한 명상: <총몽>과 <이온 플렉스>를 통해 본
- 이성욱 문화마름질방

<별도 기획: <모내기> 그림 사건의 교훈>

- 한인섭 신학철의 <모내기>와 국가보안법
- 김민수 시각 문화의 '모내기'
- 김민수 신학철 선생과의 인터뷰: "본능의 미학"

<비교문화비평>

- 웹시 링 '수지 왕'의 색시 청상: 홍콩 패션의 이데올로기
- 송진영 여신에서 악녀까지: 중국 고전 속의 여성 이미지

[디자인문화비평 01]

우상·허상 파괴: 한국 디자인 문화의 진단과 처방



창조성은 스스로를 비평하는 능력에서 나오지 않는가?  
01호는 건축, 미술, 패션, 광고, 그래픽 디자인에 이르는 한국의 시각 문화 전반에 대해 던지는 예리한 질문이다.

[디자인문화비평 02]

정치·디자인·권력



정치에 휘둘리고 스스로 권력에 희생하는 디자이너. 자본과 권력에 좌우되는 문화를 수용하며 살아가는 대중. 사회를 장악하고 있는 정치와 권력에 명랑하고 건강한 시비걸기를 시도한다.



# Industrial Design

## CONTENTS

### News

Exhibition • Event	10
Competition	17
Field	18
School	20
KIDP News	24
Book	27

### Special Issue : Minimal

28

### Proogue

Minimalism in the Ordinary _ Byungjong Lee	30
--	----

### Project

The Acerbis 'New Concept' - Furniture for the Users	34
Living Unit - As Small as a House Can be	38
Morphing into Contemporary Sculptures: Kitchen Cube	42
Metrocubo by Pininfarina: An Ambitious Environment Project	45
Warm Space Combined with Nature and Light	48
Design Ecology and Digestion	52
The World's Smallest Automated Public Toilet : City Toilette Basic	55
Internet Monastery: The Digital Era Meditation Spot	58
Bang & Olufsen: Sound and Visualization	60
Super Mini in Size, Perfect Function - Canon Ixus Digital Camera	64
An Inspiration for a Different TV: Hitachi Television	66
Suku-The Aesthetic of Restraint	70
Smartmoney Map: Information Design that Guarantees the Clarity of Communications	72
Dreamscape: Simple Objects Presented with Splendor	78
Minimal Kitchen Furnishing with Colors: Toyo Kitchen's 'Crea'	82

### Designer

Power and Beauty in Silence, Claudio Silvestrin	86
Furniture Design by the Minimal Artist Donald Judd	90

### Text

Is the Smallest the Best? The Future of Mobile Phone Design _ Changsoo Lee	68
The Essence of Minimal as Seen by a Web Designer _ Meeyoung Lee	76
The Power Behind the Mobile Products, Bluetooth Wireless Technology _ Soyoung Park	94
The Historical Tradition of Minimalism: Art, Architecture and the Ordinary _ Soyoung Park	96
Minimal Trends as Found in Graphic Design _ Hyunjo Kang	99

### Focus : 2000 icograda

102

2000 icograda Concludes Successfully	104
Exhibitions and Events Held Along with Oullim	112
The Meaning of the Exhibition Plan and Direction of 'Techno Garden' _ Ikseo Choi	118



### no. 173 (Bimonthly)

- Published by KIDP (Korea Institute of Industrial Design Promotion)  
President & CEO Kyungwon Chung  
128-8 Yunkun-dong, Chongro-ku, Seoul, Korea  
Tel. +82 2 708 2077 | www.kidp.or.kr
- Publishing Date: November 1, 2000
- Publisher: Kyungwon Chung
- Editorial Advisor: Soonin Lee
- Produced by Ahn Graphics, Inc. | President: Okchul Kim  
Tel +82 2 763 2320 Fax +82 2 743 3352  
e-mail: id@ag.co.kr
- Editor in Chief: Nanyoung Yang \_ yny@ag.co.kr
- Reporter: Hyunjo Paik \_ spaciba@hanmail.net
- Guest Reporter: Sanghwa Kim, Eunyoung Park, Meejung Um
- Designer: Minsoo Park, Yoonseok Yoo
- Photographer: Junghoon Park
- Marketing Staff: Hanseok Kim, Sangin Kim, Hunjun Kim, Jihye Ha
- Advertising Staff: Kiyoun Ryu, Hyanglae Jung,  
Eunsook Choi, Youngjin Kim
- Accounting Staff: Wonmun Hwang, Kyungmi Park
- Managing Staff: Hyomi Lee
- Correspondents: Designfo, Shinyoung Park, Jina Park
- Editorial Prepress Production: Samwha Color Tel +82 2 2273 7058
- Printing: Hansung Print Tel +82 2 2269 8201

※ Contents Copyright 2000, Korea Institute of Industrial Design Promotion (KIDP) All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means without prior written permission from KIDP.

※ The opinion addressed in the articles herein are solely those of the authors and do not necessarily represent the position of Industrial Design.



## '아메리칸 모던, 1925에서~40년까지' 전을 통해 본 미국 모더니즘 디자인 15년

### American Modern, 1925-40: Design for a New Age

장소 : 뉴욕 메트로폴리탄 미술관 헬렌과 밀턴 A. 키얼먼  
갤러리 및 윌라 아치스 윌러스 윙 1층 전시장  
기간 : 2000년 5월 16일~2001년 1월 7일

뉴욕의 메트로폴리탄 미술관에서는 미국의 모더니즘 디자인을 정의하고 그 미학적 의미를 고찰해 보는 전시가 한창이다. 노먼 벨 게데스(Norman Bel Geddes), 도널드 데스키(Donald Deskey), 폴 프랭클(Paul Frank), 레이먼드 로비(Raymond Loewy), 이사무 노구치(Isamu Noguchi), 엘리엘 사아리넨(Eliel Saarinen), 월터 도르윈 티그(Walter Dorwin Teague), 발터 폰 네센(Walter von Nessen), 러셀 라이트(Russel Wright)를 포함해 50여 명의 거장 디자이너들의 작품 150여 점이 한자리에 전시되는 이번 전시는 가구, 시계, 전자제품, 포스터, 직물, 라디오, 테이블웨어, 그리고 욕실 세면대에 이르는 갖가지 제품들을 통해서 양자대전 사이 미국식 모더니즘 디자인 양식을 시대 및 주제별로 조명하고 있다.

#### 파리박람회를 계기로 뿔뿔히 분분은 미국 모더니즘 디자인

독자적인 미국 모더니즘 디자인은 존재했던가? 그것은 질문에 전시 담당자 스튜어트 존슨은 "그렇다"라고 대답한다. 미국적 모더니즘 디자인 운동에 본격적인 발동이 걸리기 시작한 시점은 파리 국제장식미술전 및 현대미술박람회가 열린 1925년이였다. 프랑스는 이 행사를 빌어 미국의 공예와 산업 미술을 전세계에 소개할 수 있는 기회를 마련, 미국에게 전시관을 제공했지만 '새로운 영감과 진정한 독창성'을 추구한다는 기치하에 열린 이 박람회에 미국은 안타깝게도 참여를 거부할 수밖에 없었다. 당시 허버트 후버 미국 상공부 장관은 미국내 디자인계와 교육계 인사들의 조언을 구해 본 결과 미국에는 세계에 소개할 만한 모더니즘 미술이나 공예가 존재하고 있지 않다는 결론을 내린 때문이었다. 1925년 이전까지 미국의 디자인은 고전주의를 포함한 역사주의적 양식을 그대로 답습해 왔을 뿐 독자적인 모더니즘을 전개하지 못한 채였다.

1925년 이래 15년에 걸친 기간은 그래서 미국식 모더니즘 디자인의 탄생기이자 미적 탐구기였다. 1930년대에 접어들자 미국 경제와 문화를 황폐화시킨 대공황에도 불구하고 프랭크 로이드 라이트(Frank Lloyd Wright)와 리처드 노이트라(Richard Neutra) 같은 소수의 모던 계열 건축가들을 중심으로 미국은 새로운 미학의 시대를 열어나가기 시작했다. 그리고 그후로부터 10년 후인 1939~40년, 미국은 모더니즘 부재에 대한 수치감을 씻어 내리기라도 하듯 뉴욕에서 세계 박람회를 개최한다.

#### 프랑스 아르데코 양식의 영향

미국의 모더니즘 디자인은 파리박람회를 통해 알려지게 된 아르데코(Art Deco) 양식을 받아들이는 것에서 출발했다. 프랑스에서 탄생한 이 호화 공예 양식은 모더니즘의 간결한 선과 세밀한 디테일 처리로 고급스러움을 한껏 발산한다. 파리에서 미술을 공부하고 1925년 파리박람회를 관람하고 돌아온 미국인 디자이너 도널드 데스키는 아르데코의 영향을 받아 제작한 테이블 램프에 이어 1932년 뉴욕 라디오 시티 뮤직 홀 실내장식을 담당하기도 했다. 뉴욕시의 스카이라인을 화려하게 장식하는 마천루도 물론 아닌 아르데코 양식에서 영향받아 디자인된 것들이다. 남성적인 힘과 대담성을 암시하는 뉴욕의 초고층 건물들은 과거의 한계에 대한 저항, 미래에 대한 신념, 20세기를 향한 흥분과 낙관주의를 표현하고 있었으며, 그러한 이미지는 회화와 조각에서 공예품에 이르기까지 반영되었다. 부와 성공의 상징이 된 펜트하우스가 등장하기 시작한 것도 이때이다. 맨하탄 고층 건물 꼭대기에 거주용 아파트로 지어진 펜트하우스는 자유와 화려한 삶의 대명사가 되었고, 세련되고 화려한 펜트하우스 실내의 경관을 배경으로 한 할리우드 영화가 심심찮게 제작되기도 했다.

#### 유럽 출신 모더니스트들 미국으로 대거 유입

유한계층을 주요 고객으로 발단된 아르데코와는 대조적으로 대중을 위한 생활미학을 창조하고 전파하려는 독일의 바우하우스 계열 디자인이 경제 대공황에 허덕이는 미국 사회에 크게 어필하기 시작했다. 1933년 나치의 예술탄압 정책으로 인해 유럽을 떠난 발터 그로피우스, 마르셀 브로이어, 루트비히 미스 반 데어 로에 등은 미국으로 건너온 후 미국 특유의 산업디자인 발전에 기여하였다.

미국 출신인 월터 도르윈 티그는 1932년 코닝 글래스 워크스(Corning Glass Works) 소속 스토이벤에서 입방체와 구를 위주로한 미국적 단순미와 기하학적 양식의 유리제품을 디자인했다. 1923년 핀란드에서 이민온 건축가 디자이너 엘리엘 사아리넨은 미국 모더니스트 디자인에 북유럽적 우아함과 세련미를 소개했다. 전시중인 돛쇠 구형 찻주전자와 쟁반은 고전적 비례감과 장식성에 모더니즘의 기하학적 아름다움이 오묘하게 조화된 걸작으로 여겨진다.

#### 유선형 디자인, 아메리칸 스타일

아르데코는 프랑스, 기하학적 모더니즘은 독일, 그리고 유선형 디자인은 미국이라는 독자적인 정체성도 동시에 자리잡기 시작했다. 오스트리아 태생의 폴 프랭클은 뉴욕 마천루를 본 따 고안한 가구 디자인 시리즈를 통해서 상하직선으로 곧게 치솟은 오브제의 미학을 환기시킨 작가로 알려져 있다. 그러나 마천루 모티프는 일반인들에게 어필하기에 지나치게 극단적인 인상을 준다

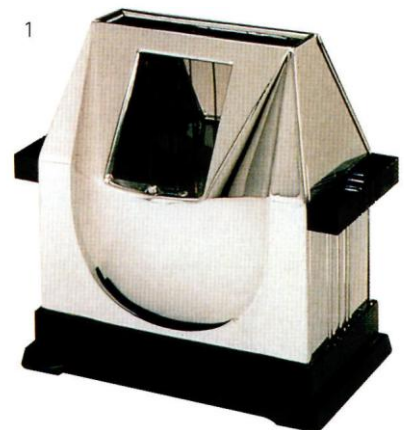
는 점 때문에 큰 호응을 얻지 못했다. 한편 1930년대 공학자들이 공기저항을 최소화하기 위한 유선형 디자인을 개발하자 스피드, 힘, 밝은 미래에 대한 희망을 나타내는 유선형 모티프가 각광받기 시작했다. 비행기, 자동차, 기차 등 대형 동력기계는 물론 갖가지 가정용 제품과 인테리어에까지 유선형 디자인이 지배하는 현상이 일어난 것이다. 켄 웨버(Kem Weber)의 비행기 형태 팔걸이 의자(1934)라든가 에그몬트 아렌스(Egmont Arens)의 '스트림라이너' 고기척이 기계(1940), 길버트 로데(Gilbert Rohde)의 크롬 처리된 세련된 시계 디자인, 작자 미상의 '아이스 건' 얼음분쇄기는 미국식 기계미학이 유선형으로 재탄생한 대표적 디자인 사례들이다.

#### 편안함을 추구하는 미국식 모더니즘 모색과 그 후

1940년대 전후에 이르러 유선형 디자인의 열기가 한풀 꺾이면서 이전의 모더니즘적 양식에 편안함의 가치가 어우러진 절충적 양식이 등장하기 시작한다. 유선형 디자인의 물결과 더불어 수많은 가정용 제품을 디자인해 온 헨리 드레이퍼스나 산업디자이너 노먼 벨 게데스는 기존 유선형 디자인이 숭배하던 역동주의와 곡선의 세련미에 형식의 탈피와 편안함이라는 가치를 더했다. 이러한 절충양식은 북유럽에서 건너온 스칸디나비아 디자인과 특히 1936년 핀란드의 건축가 알바알토의 인테리어 가구들이 미국에 처음 수입돼 들어오기 시작하면서 가속화됐다. 부드러운 곡선, 유기적인 형태, 인간의 손과 신체를 안락하게 감싸는 스칸디나비아식 디자인 철학은 러셀 라이트의 우아한 디자인에 영향을 끼쳤다. '아메리칸 모던'이라는 모델명으로 1937년 판매에 들어갔던 그의 테이블웨어 시리즈는 8천만 세트를 판매하는 경이로운 판매기록을 올린 대히트품이 되었으며, 헨리 드레이퍼스는 '사용자 편의(user-friendly)'라는 이름의 주방용품을 선보이기도 했다.

1940년대 이후로 미국은 유럽 디자인과 거를만한 독자적인 디자인 양식을 개발했다는 자부심을 지켜오고 있다. 경제 대공황을 극복하고 풍요로운 대중소비사회로 접어들기 시작한 1950~60년대 미국은 다시 한 번 밝고 긍정적인 미래사회를 꿈꾸기 시작하는 한편, 기능적이면서 형식에 얽매이지 않은 편안함의 미학을 지속적으로 발전시켰고, 일반 소비자를 또한 1920~30년대의 기하학적 모더니즘과 쉬크함 대신 실용성과 편안함을 선택했다.

글/ 박진아(본지 오스트리아 통신원)





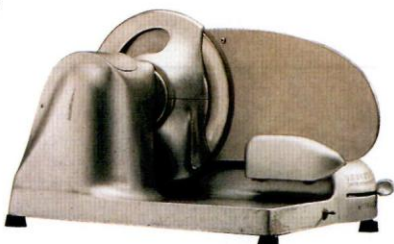
2



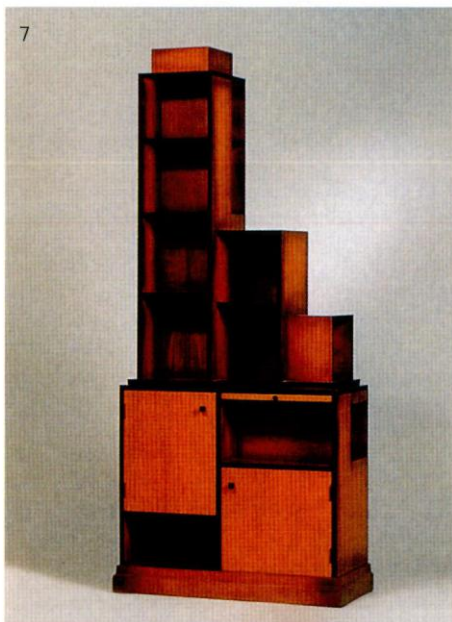
4



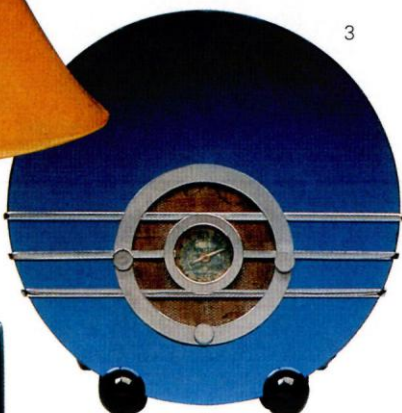
5



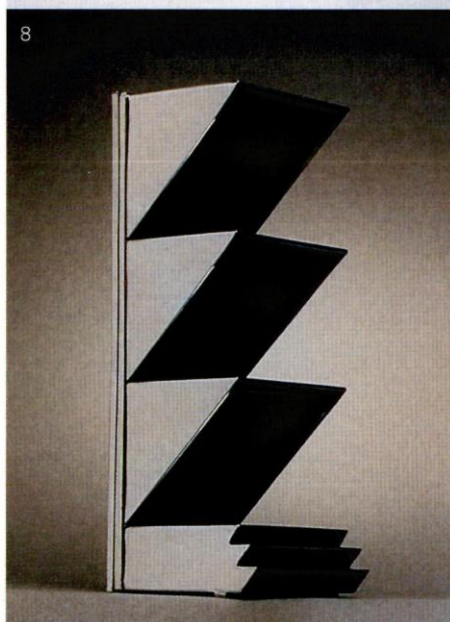
7



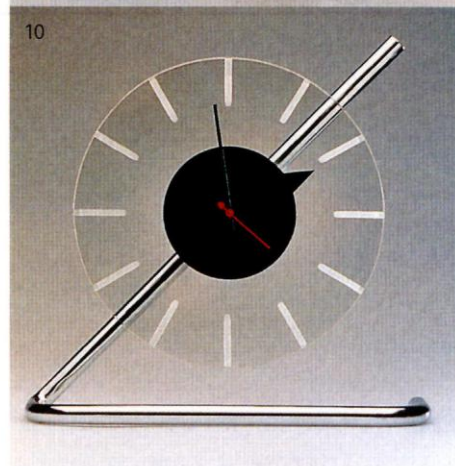
3



8



10



1. 헨리 드레이퍼스(Henry Dreyfuss). 전자 토스터기. 1932년 작. 크롬에 철, 플라스틱, 유리. 21x20x11.7cm. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.

2. 작자 미상. 아이스 건. 1935년 경. 에나멜과 크롬 철. 16.5x27.9x7cm. John C. Waddell Collection, Promised Gift of Mark A. McDonald.

3. 월터 도르윈 티그(Walter Dorwin Teague). '블루버드' 라디오(Bluebird Radio). Sparton Corporation (Jackson, Michigan). John C. Waddell Collection, Gift of John C. Waddell, 1998.

4. 노먼 벨 게데스(Norman Bel Geddes). '애국자(Patriot)' 라디오. 1940년 작. 에머슨 라디오 축음기 코퍼레이션. 20.3x27.9x14cm. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.

5. 에그몬트 아렌스(Egmont Arens). '스트림라이너(Streamliner)' 고기베이기. 1941년 작. 알루미늄, 철, 고무. 높이 34.3cm. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.

6. 러셀 라이트(Russel Wright). '아메리칸 모던' 디너웨어. 1937년 작. 스토이 벤빌 포터리 생산. 주전자, 커피포트, 티포트, 샐러리 접시, 소스사발, 소스 사발받침, 소금후추통. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.

7. 폴 프랭클(Paul T. Frankl). '마천루(Skyscraper)' 책장. 1927년 경. 단풍목과 바젤라이트. 높이 202.9cm. Purchase of Theodore R. Gamble Jr. Gift in honor of his mother, Mrs. Theodore Robert Gamble.

8. 도널드 데스크(Donald Deskey). 테이블 램프. 1927년 작. 크롬 칠판과 유리. 31.1x11.1x14.3cm. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.

9. 엘리엘 사아리넨(Eliel Saarinen). 차와 커피 주전자와 쟁반. 1934년 경. 메트로폴리탄 미술관에서 1934년 '현대 미국 산업미술'이라는 제목으로 열린 전시회에서 은으로 제작되어 전시된 바 있는 작품. 은, 놋쇠, 바젤라이트. Purchase of Mr. and Mrs. Ronald Saarinen Swanson and John C. Waddell Gifts, and Gift of Susan Dwight Bliss, by exchange, 1999.

10. 길버트 로데(Gilbert Rohde). 전자 시계. 허먼 밀러 시계 컴퍼니. 크롬판 금속과 유리. 30.8x31.8x8.9cm. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.



## 올림픽포스터예술전

## -20세기 미와 감성의 발자취

The Art of the Olympic Poster-The Trail of Beauty  
and Emotion in the 20th Century

기간: 2008년 8월 19일~9월 24일

장소: 오사카시립미술관

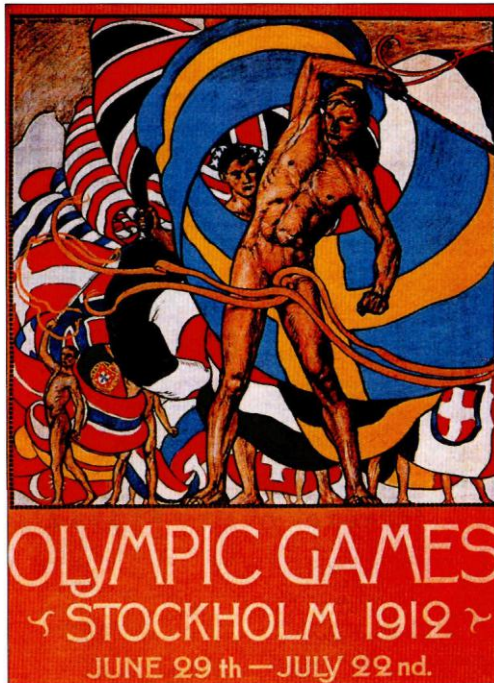
올림픽포스터예술전시회조직위원회, 일본올림픽위원회, 오사카 2008올림픽유치위원회, 오사카21세기협회, 오사카시립미술관, 오사카시진흥협회가 공동 주최한 이 전시는 2008년 올림픽 유치를 위하여 오사카시(大阪市)가 벌이고 있는 사업의 하나로, 하계 올림픽의 역사를 조망할 수 있는 300개의 공식 올림픽 포스터가 전시되었다.

올림픽 현장에서 밝히고 있는 바와 같이 예술과 올림픽은 서로 밀접한 관계에 있다. 고대 올림픽에서는 음악가나 시인을 초대했고 경기장은 조각가의 작품 그 자체였으며, 근대 올림픽은 동반되는 다양한 예술 행사나 대회, 전시를 통해 힘과 아름다움이 어우러지는 문화행사로서 자리잡아 왔다. 올림픽 포스터는 올림픽과 예술을 연결짓는 상징적인 끈일 뿐 아니라 근대 디자인, 특히 로고, 픽토그램, CI 분야의 디자인 발전에 중요한 기여를 했음을 이 전시를 통해 살펴볼 수 있다.

1912년 스톡홀름 대회에서 공식 올림픽 포스터가 첫 등장한 이래, 64년 도쿄 올림픽 포스터가 사진술과 인쇄술의 발달을 이용하여 이 분야의 기념비적 양식을 만들어냈고, 68년 멕시코 대회는 처음으로 포스터를 통합디자인 체계 안에서 다루면서 디자인의 비약적인 발전을 이루었다. 이 밖에 유명한 예술가들의 작업이 돋보였던 72년 뮌헨 올림픽 포스터, 경기에 임하고 있는 선수의 사진을 클로즈업한 몬트리올 올림픽 포스터, 컴퓨터 그래픽을 이용한 역동적인 동작의 표현과 전통적 문화의 표현이 조화로운 서울 올림픽 포스터 등이 흥미를 끈다.

이 전시는 스위스 로잔 올림픽박물관(the Olympic Museum) 소장의 귀중한 컬렉션을 통해 근대 올림픽의 역사를 살피고, 4년 단위로 변화하는 근대 사회의 문화적 트렌드 및 국가별 디자인의 정체성을 함께 통찰할 수 있는 자리였다.

<http://www.museum.olympic.org>



1. Olle Hjortzberg, 첫번째 올림픽 공식포스터, 1912년, 스톡홀름올림픽

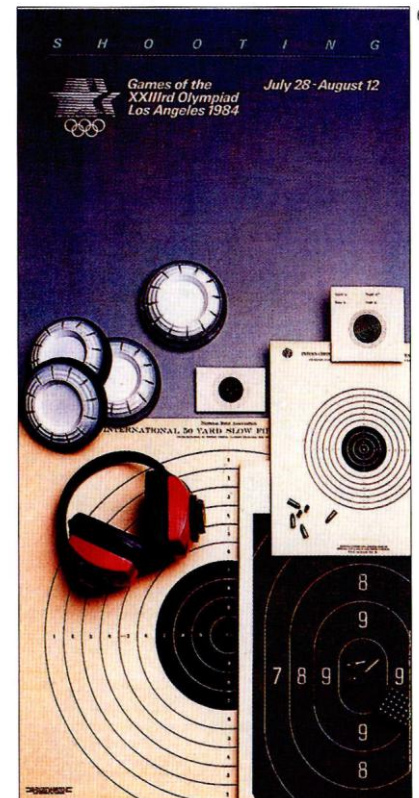
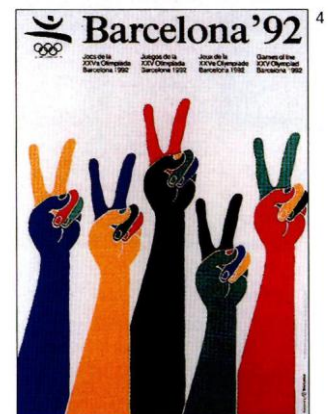
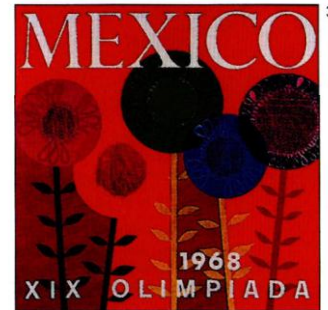
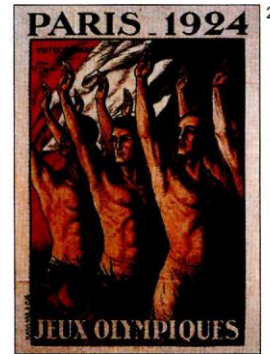
2. Jean Drot, 1924년, 파리올림픽

3. Lance Wyman, Pedro Ramirez Vasquez, Eduardo Terrazas, 1968년, 멕시코 올림픽

4. Enric Satue, 1992년, 바르셀로나올림픽

5. Friedensreich Hundertwasser, 1972년, 뮌헨올림픽

6. Roy Richtenstein, 1984년, 로스앤젤레스올림픽





## 2000 세계그래픽디자인대회

## 성공적으로 개최

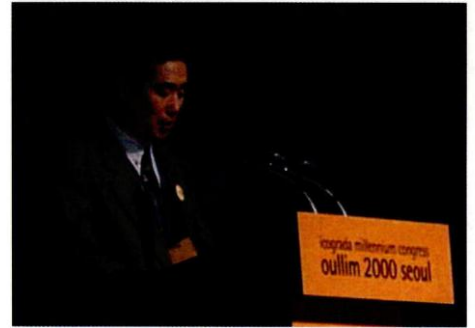
Icograda Millennium Congress, Oullim 2000 Seoul

기간: 2000년 10월 24일~29일

장소: 삼성동 코엑스 및 한국산업디자인진흥원 전시장 등

세계 시각디자인계의 올림픽이라고 일컬어지는 '2000 세계그래픽디자인대회'가 지난 10월 24일(화)부터 29일(일)까지 열렸다. 특히 올해 대회는 2000년을 기념한 특별 학술대회였는데, 동양과 서양, 기계와 자연 등 대립되는 것들의 조화를 꿈꾸는 '새로운 천년을 위한 디자인 어울림 (Design for a New Millennium, Oullim)'이라는 주제로 학술회의, 기념전시 및 부대행사로 진행되었다. 세계 18개국에서 모인 유명 초청강사 40여 명을 비롯해 내외국인 1,500여명이 참여한 이번 대회는 마지막 날 홍대앞 문화벨트에서 열린 '디자인스 테크노 나이트'에서 다양한 기관과 공연, 패션쇼 등을 선보이며 모든 참가자와 일반 시민들이 함께 어우러진 거리축제로 성황리에 막을 내렸다.

다.(관련기사 p102~121 참조)

<http://www.oullim.org>새로운 경영자원으로서의 '감성' 이  
부각된 제2회 일본감성공학회 학술대회

기간: 2000년 9월 14일~15일

장소: 일본공학원대학

지난 9월 14, 15일 양일간에 걸쳐 일본공학원대학(신주쿠 캠퍼스)에서 제2회 일본감성공학회(Society of KANSEI Engineering) 학술대회가 열렸다. '21세기의 조류 감성산업' 감성이라는 경영자원'을 주제로 개최된 이번 학회는 약 500여 명의 학회 회원이 참여한 가운데 논문발표, 포스터 발표 외에 공개 색션과 공개 인터뷰, 패널토의 등 다양한 방식의 세미나로 진행되었다.

문부성의 엔도 도모요시(遠藤友義)의 '감성을 기르는 교육'에 대한 기념강연으로 시작된 발표는 <광고비평>의 창간인이자 TV 비평가, 컬럼니스트로 활동중인 아마노 유우키치(天野祐吉)의 특별강연으로 이어졌다. 그는 시대의 흐름에 따른 감성의 적용 사례를 CF 변천사를 통해 살펴보았는데, "감성은 과거 1980년대 '감성의 비즈니스 화'라는 개념이 주축이 되어 게임이나 음악의 일부 업계에서 마케팅의 한 방법으로 적용되기 시작하였으며, 현재 최고 성장기를 맞이하여 '감성 자체에 대한 차별화'와 '경영자원으로서의 감성'이라는 보다 적극적인 움직임을 보이고 있다. 감성은 비트, 모노, 돈, 정보에 이어 제5의 경영자원이 될 것이다"라고 전망하였다.

또한 소니뮤직 엔터테인먼트 대표이사인 마루야마 시게오(丸山茂雄) 씨는 도요다 자동차 '비츠(Vitz)'의 성공사례를 감성적 측면에서 분석하고, 과거 부가적 요소로서만 받아들여졌던 감성산업이 본질적인 가치 자체로 인정받는 시대가 도래했다는 견해를 피력했다.

오픈 세미나에서는 '감성'이라는 요소를 산업에 적용시키는데 기여한 대표 기업의 담당자를 특별강사로 초빙하여 학회 회원과 함께 하는 패널토의가 마련되었다. 각 시대별로 표출된 감성의 수용방법에서부터 감성을 경영자원으로서 활용하기 위한 지침에 이르기까지 감성이라는 주제를 폭넓은 시점에서 고찰해보는 자리였다.

이번 학회에서 구두 발표된 논문은 총 180여 편이었다. 22개 작은 색션으로 구성되었고, 이는 감성공학이 폭넓은 영역에서 연구되고 있음을 시사한다. 특히 감성공학을 실제 구현하는 감성인터렉션, 감성로봇믹스, 감성비즈니스 모델에 대한 연구에 많은 사람들의 관심이 집중되었다.

해를 거듭해 갈수록 공업, 제품, 패션, 건축, 환경 등의 여러 디자인 분야에 '인간을 중시하는 디자인' 또는 '인간의 감성을 고려한 디자인'의 중요성이 크게 인식되고 있고, 감성공학회 대회는 이의 사회적인 의식화에 기여하고 있다. 제3회 일본감성공학회는 2001년 9월 13, 14일 중앙대학 이공학부에서 개최될 예정이다.

<http://www.soc.nacsis.ac.jp/jske/index.html>

글/ 박신영(본지 일본 통신원)

## 새천년 건설환경디자인 세계대회

World Congress on Environmental Design for the New Millennium

주제: 인간, 지구, 문화를 존중하는 창의성

기간: 2000년 11월 8일~22일

장소: 삼성동 코엑스

국내의 건설, 환경 디자인을 총망라하는 세계 대회가 개최된다. 이 행사는 연세대학교에서 조직하고 건설교통부에서 후원하며 새천년 건설환경디자인 세계대회 준비위원회(위원장 이연숙 교수)에서 기획한 것으로, 서로 독립적이나 연계되는 유니버설 디자인 세계대회, 그린 디자인 세계대회, 문화 디자인 세계대회를 포함한다. 건설, 환경 부문에서 세계적으로 저명한 석학, 교육자, 디자이너 등 170명이 강사로 초빙된 이 행사는 전문가대회와 학생대회로 구분되어 진행되며, 여러 패러다임과 학문을 제언함으로써 디자인 정보 인프라를 다지는데 기여하리라 기대를 모으고 있다.

지난 4월 30일 접수 마감된 발표계획서들은 현재 약 250여 개가 심사를 통과하여 발표를 기다리고 있다. 발표물들은 연구논문 뿐 아니라 교육모듈, 디자인프로젝트, 워크숍 등을 포함하고 있어 대회 주제 전반에 관한 지식정보교류에 일조할 것으로 기대된다. 본발표는 각 대회 셋째 날과 넷째 날에 집중적으로 배치되어 있고, 전문가 대회에서는 연구논문, 교육자료, 강연모듈이 발표되며, 학생대회에서는 '세계적 디자이너, 학자, 교육자와의 만남'과 '디자인 샷'이 진행된다.

11월 8일~13일까지 진행되는 '유니버설 디자인 세계대회'는

인간의 존엄성과 평등에 기초하는 보다 인간적인 환경, 디자인을 통해 민주주의가 실현될 수 있는 환경을 제시하려는 목적으로 초세대적 디자인(transgenerational design), 사용자 중심 디자인(user oriented design)을 비롯한 최근의 환경디자인 트렌드와 성과 환경, 개발도상국 국민과 환경에 관한 특별 심포지엄 등을 마련한다. 11월 13일~17일까지 열리는 '그린디자인 세계대회'는 생태환경보존과 관련한 문제와 인위환경과 자연 생태계간의 긍정적인 관계를 강화, 개발과 보존의 공존방법을 모색하기 위해 강연이 이루어지며, 도시건설 환경에서 제품디자인에 이르기까지 그린 개념이 어떻게 적용되는지를 보여주는 특별 심포지엄이 준비된다. 마지막으로 11월 17일~22일까지 개최되는 '문화디자인세계대회'는 삶의 질을 향상시키는 전통 및 현대의 문화적 다양성, 미학적 문화 특성, 미래 디지털 문화에 역점을 두면서 인간과 건설환경의 관계 및 결속력을 강화시키는 방법을 모색한다. 문화디자인의 특별 심포지엄의 주제는 전통을 화두로 삼은 공간미학과 박물관, 지역 전통과 세계의 보편성을 다루는 글로벌 디자인, 치료환경, 사물환경 등이다.

<http://millenniumed.org>



## ASEM III 개최기념 특별전시회 테크노 가든(Techno Garden) 개최

기간: 2000년 10월 20일~29일

장소: 삼성동 코엑스 컨벤션 홀 3층 대서양관

아시아유럽정상회의(ASEM) III 개최기념 특별전시회 '테크노 가든'이 10월 20일부터 29일까지 삼성동 코엑스 컨벤션 홀 3층 대서양관에서 열렸다. 산업자원부, 문화관광부, 전경련이 주최하여 한국산업디자인진흥원이 주관한 이 전시는 동양과 서양, 전통과 새로움, 자연과 문명, 명상과 기술 등 대비되는 개념이 하나로 어우러지는 터로써, 디지털 사회로 이행하는 한국의 미래지향적인 문화와 이러한 미래문화의 초석인 한국전통문화의 유기적 관계를 보여주는 데 초점을 맞췄다.

총 15개국 155개 팀이 참여해 인터넷을 통한 아셈 회원국 젊은 이들 간의 디자인 공동 프로젝트의 결과물을 전시한 '디자인 잇(designit)', 현대자동차, 한국타이어, 삼성전자, LG전자, 한샘, 썬지 등 한국디자인을 선도하는 6개 기업의 디지털 콘텐츠와 영상물을 전시, 연출한 디지털 코리아(Digital Korea), 한국밀레니엄상품 및 문화상품전으로 꾸며지는 2000 코리아 아이덴티티

(Korea Identity) 등 3개의 전시로 구성된 테크노 가든전은 예술전시의 철학적인 측면, 디자인 전시의 구체적 측면, 상품전시의 마케팅 기능이 혼합되어, 앞으로 도래할 21세기 혼성문화의 양상을 볼 수 있는 기회였다. (관련기사 p118~121참조)



테크노가든 디지털 코리아 색선 중 LG전자관 전시장

## 벤처농업심포지엄 열려

일시: 2000년 9월 20일

장소: 대한상공회의소

가에 재배법을 적극 보급함으로써 농가소득 확대 및 고용 창출에도 기여하고 있어 명실상부한 벤처농업의 모델이 되고 있다.

벤처농업포럼에서 만난 청매실농원과 제휴하여 청매실초콜릿 개발을 추진 중에 있는 본정(대표 이종태)의 웅기인삼초콜릿은 역시 지역 특산물인 인삼을 가미하여 전통 웅기에 담아 판매하는 초콜릿 상품. KIDP의 '2000년 한국 밀레니엄 상품 50' 선에도 선정된 바 있다. 본정은 인삼 고유의 쓴맛과 향을 제거하고 동양의 산비스런 맛과 건강을 부각시켜 국내 시장은 물론 해외 관광객들에게도 적극 공략하겠다는 야심찬 계획을 세우고 있다. 포장 디자인에 신경을 써 획기적으로 매출을 증대시킨 사례도 있다. 일조생물산업(대표 이성구)의 동충하초나 상황버섯은 산학협동과 꾸준한 연구개발로 기능과 영양을 그대로 유지하면서도 가공성과 식용성을 획기적으로 개선하고 원가 또한 절감한 제품이다. 그러나 품질이나 판매 전략에 비하여 디자인 감각이 다소 뒤떨어져 있었던 것이 사실. 올 추석 이를 감안하여 포장을 바꾸어 매출이 급격히 올랐다.

이제 지역의 제품들이 품질 자체의 문제 뿐만 아니라 마케팅과 디자인에 대한 관심과 노력으로 부가가치를 창출할 수 있는 길에 관심을 쏟아야 할 시점이 되었다.

<http://www.vaf21.com>



포장디자인을 바꿔 매출을 5배나 신장시킨 일조생물산업의 제품  
디자인 변경전(위)/디자인 변경 후(아래)



전통 웅기에 담은 본정의 웅기인삼초콜릿

지난 9월 20일 대한상공회의소에서는 벤처농업포럼주최, 삼성경제연구소, 동아일보사 후원의 벤처농업 심포지엄이 열렸다. 벤처농업포럼은 200여 명의 벤처 농업인이 농업 창업정보, 영농 성공사례, 상품개발 과정, 유통 등의 정보 교환을 위해 지난 4월에 결성한 모임이다. 이번 심포지엄은 농업을 첨단 유망 사업으로 발전시켜주는 취지 아래, 한국 벤처농업의 필요성, 현황 및 과제에 대한 주제발표와 6개의 사례발표로 이루어졌다.

사례발표 중에서 특히 눈길을 끈 것은 '홍쌍리 청매실' '웅기인삼초콜릿' '현미상황버섯' 등 지역성을 살려 상품화에 성공한 사례들.

광양 청매실 농원(대표 홍쌍리)의 홍쌍리 청매실은 1등급 매실을 전통 방식으로 제조한 청매실엑기스, 청매실원, 매실반찬, 매실단, 매실주 등의 제품을 개발, 판매하고 있다. 고품질, 고품격을 기본전략으로 한 청매실은 이미 제품 이미지를 국내외에 확립시켜 99년에 24억원의 매출을 올렸다. 올해에는 제품에 대한 정확한 정보 전달, 농장 이미지 판매, 매화꽃 단지 조성을 통한 문화적 부가가치 창출 등으로 200%의 성장을 보였으며, 인근 농



홍쌍리 청매실 농원의 제품들-청매실원, 청매실 농축액, 청매단



**리스페스트 2000 서울 디지털 영화제**  
**RESFEST 2000 SEOUL Digital Film Festival**

기간: 2000년 11월 16일~19일  
 장소: 서울 호암아트홀

전세계의 디지털 작품들을 대상으로, 디지털 영상방식으로 상영되는 리스페스트 디지털 영화제(RESFEST Digital Film Festival)가 열린다. 2000년 새로운 예술의 해 추진위원회 영상 부문이 주최하는 리스페스트 2000 서울은 지난 9월 7일 샌프란시스코에서 미국 도시 투어를 시작하여 유럽, 한국, 일본 등 세계 각지에서 온라인, 오프라인으로 개최되는 투어영화제다. 리스페스트 2000 서울은 디지털 방식이 만들어내는 새로운 시스템에 주목하여 다양한 제작시스템과 영상미학을 실험하도록 자극을 주고 배급, 유통에서 보다 많은 대안을 제시하고자 하는 취지에서 마련되었다.

영화제는 전세계 디지털 작품을 대상으로 미국 RESFEST가 프로그래밍한 작품들과 국내 공모를 통해 구성된 서울믹스(Seoul Mix)를 상영하며, 온라인 상으로는 단편(Shorts), 테크노음악에 기반한 뮤직비디오 작업들인 시네마 일렉트로니카(Cinema Electronica), 서울믹스 부문이 진행된다. 이 행사는 또한 영화 상영 외에도 '영화제작의 미래(The Future of Filmmaking)'를 주제로 하는 패널토의와 CD, DVD를 비롯한 디지털 장비 전시, 레이비 파티 등 디지털에 대해 여러 방향에서 입체적으로 접근할 예정이다.

전화 (02) 3275 3747 <http://www.resfestkorea.com>



**2000 국제색채학회 서울대회**  
**2000 AIC Meeting Seoul**

기간·장소 2000년 11월 6일~7일, 코엑스 4층 국제회의장

2000 국제색채학회 서울대회가 11월 6일과 7일 양일간 삼성동 코엑스 4층 국제회의장에서 개최된다. 국제색채학회와 사단법인 한국색채학회가 주최하는 이번 세미나에서는 현대 사회에 있어서 색채 역할의 중요성이 커지는 가운데, 색채가 다양한 환경 문제와 관련하여 어떤 역할을 할 수 있는가를 깊이 있게 다룬다. 이 대회의 주요 테마는 '색채와 환경' 외에 '색채과학(Color Science)' '색채기술(Color Technology)' '색채디자인(Color Design)' 등으로 관련 연구논문 발표가 예정되어 있다.

전화 (02) 365 5114 팩스 (02) 365 0014  
<http://www.event.co.kr/~aic>

**서울국제문구전시회**

기간·장소 2000년 11월5일~8일, 코엑스 전시장

한국문구공업협동조합이 주최하는 서울국제문구전시회가 개최된다. 문구제조업의 수출산업화와 세계화, 해외바이어 초청상담, 수출증대를 꾀하는 이번 전시회는 학용품류, 미술·디자인용품류, 사무용품류, 사무기기류, 제도용품류, 지체문구류, 금속문구류, 펜시문구류, 문구제조용부품 및 원부자재류, 문구류 제조 및 가공기계류 등을 전시한다.

전화 (02) 2278 7891-5  
<http://www.ksic.co.kr>

**제2회 SBS 인터넷·정보통신박람회**  
**Inter-Comm 2000 Fall**

기간·장소 2000년 11월23일~26일, 여의도충무로전시장 제1전시장

SBS가 주최하는 제2회 인터넷·정보통신박람회가 개최된다. 해마다 70% 이상 폭발적으로 늘고 있는 전자상거래의 성장에 적절한 대응전략을 마련하고 국내 인터넷, 정보통신 관련기업의 경쟁력 강화방안을 찾아보는 데 목적을 둔 이 행사는 인터넷 네트워크 시스템 및 기기를 비롯하여 인터넷 전자상거래, 인터넷 응용 및 솔루션, 인터넷 관련 통신서비스 등 미래의 주역이 될 각종 첨단산업정보 및 기기 등을 전시하여 인터넷, 정보통신의 최신 기술 및 정보를 한눈에 볼 수 있는 기회를 제공한다.

전화 (02) 786 6776  
<http://www.world-expo.co.kr>  
<http://www.inter-comm.co.kr>

**제13회 심만원비디오페스티벌**  
**The 13th Broke in Seoul Video Festival(a.k.a. The 100,000won Video Festival)**

기간·장소 서울 2000년11월 25일~26일, 경주 12월 2일~3일, 인천 12월 9일~10일, 서울 일주아트하우스 아트큐브(광화문 흥국생명 빌딩 지하 2층)

자생적인 비디오 문화운동으로 첫 발을 내딛은 심만원비디오페스티벌의 13회 행사가 열린다. '심령대부흥회'라는 주제로 다양한 취향과 개성 그리고 매체에 열려 있는 자세, 정보와 자원의 공유 등 진정한 아마추어 창작자가 갖추어야 할 심만원페스티벌의 '령(靈,영혼)'에 관해 언급한다. 본행사는 사운드세미나, 본선경쟁, 해외초청작 상영, 비디오메이커의 밤(25일), 상상력세미나, 심만원기획전, 본선경쟁, 시상 및 폐막(26일) 등이 진행되며, 부대행사로는 심원돈지랄쇼, 유랑극단쇼 등이 마련되어 있다. 이 행사는 채널인닷컴(<http://www.channelin.com>)에서 온라인으로도 상영된다.

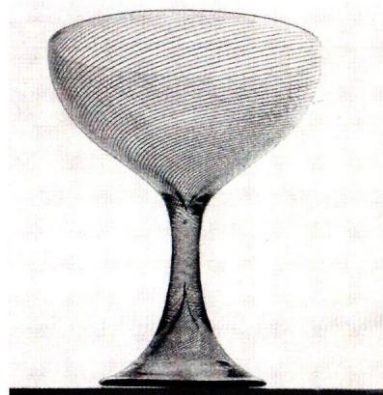
전화 (02) 333 3995 (팩스검증)  
<http://www.videofest.net>

**타피오 비어칼라-눈, 손, 사고 전**  
**Tapio Wirkkala-Eye, Hand, Thought**

기간·장소 2000년 8월 25일~2001년 1월 14일, 핀란드 헬싱키 미술 디자인 미술관

핀란드 출신 제품 디자이너인 타피오 비어칼라(Tapio Wirkkala, 1915-1985)의 작품을 전시한다. 북유럽 핀란드 전통에 벗어나지 않게 단순 간결한 기능주의 미학과 곡선미가 우수한 목재, 유리, 금속, 도자기 제품들이 전시된다.

전화 +358 (9) 62 20540  
<http://www.designmuseum.fi>



타피오 비어칼라, 유리잔

**알렉산더 지라드의 풍요로운 눈 전**  
**The Opulent Eye of Alexander Girard**

기간·장소 2000년 9월 12일~2001년 3월18일, 뉴욕 쿠퍼 휴잇 국립 디자인 박물관

20세기 가장 혁신적인 미국의 디자이너 중 한 명이었던 알렉산더 지라드의 작업을 탐구하는 첫 번째 대규모 회고전. 이 전시는 수많은 미국인들에게 모던 디자인을 소개했던 알렉산더 지라드가 디자인한 상점, 전시장, 주거공간을 전시하여, 20세기 중반 건축과 디자인에 대한 점증하는 관심에 부응하고 있다.

전화 +1 (212) 849 8400  
<http://www.si.edu/ndm/>

**카르텔의 기부작 전시회 : 콜롬보에서 아라드까지**  
**La Donations Kartell -De Colombo a Arad**

기간·장소 2000년 10월11일~2001년 1월 1일, 프랑스 파리 종피두센터

조 콜롬보(Joe Colombo), 이탈리아 디자이너 론 아라드(Ron



Arad) 등이 이탈리아의 유명한 인테리어 제품 디자인 제조업체 이자 소매업자인 카르텔(Kartell)사를 위해 디자인한 가구제품들 중 펌프두 센터가 카르텔 사로부터 기부받아 소장하고 있는 아이템들을 모아 전시한다.

전화 +39 (1) 44 78 1233  
http://www.centrepompidou.fr

#### 운동화 디자인 기능과 이미지 전

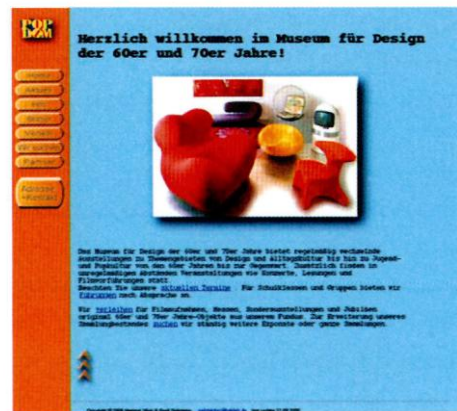
##### Sneakers : vom Sportschuh zum Kultschuh

기간·장소 2000년 9월 5일~12월 23일, 쾰른 60&70년대 디자인 미술관

팝돌 미술관에서는 60~70년대에 디자인되어 생산된 운동화와 관련 그래픽 및 광고 이미지들을 전시한다. 여가, 자유, 편안함을 상징하는 스포츠화의 디자인이 날이 갈수록 고급화 세련화되면서 오늘날 고급패션구두 디자인으로까지 파고들게 된 원류를 찾아볼 수 있다. 팝돌 미술관은 60~70년대의 팝문화를 바탕으로 한 디자인 제품만을 전문적으로 소장하고 전시 기획하고 있다.

전화 +49 (0221) 139 0463

http://www.popdom.de



팝돌 미술관 인덱스 페이지

#### 바덴-뷔템베르크 국제 디자인상 시상식 및 수상작품전

##### Award Ceremony and Exhibition Baden

##### Württemberg International Design Award 2000

기간·장소 2000년 10월 12일~12월 10일, 독일 슈투트가르트 디자인 센터

슈투트가르트 디자인 센터에서는 '작업환경(Focus Working Environment)'을 주제로 한 2000년도 바덴-뷔템베르크 국제 디자인상 시상식 및 전시회를 갖는다. 바덴-뷔템베르크 디자인상은 생활품과 소비재에서 우수한 디자인을 개발한 제조사와 디자이너를 시상 대상으로 한다.

전화 +49 (711) 123 2636 팩스 +49 (711) 123 2577

http://www.lgabw.de

#### 디자인어바웃 2000: 인터랙티브 에지스

##### Design About 2000: Interactive Edges

기간·장소 2000년 11월 16일~17일, 레드먼드 마이크로소프트 컨퍼런스 센터

미국산업디자인협회(IDSA)와 마이크로소프트사가 공동 개최하는 행사로 사용자의 요구 탐구, 하드웨어/소프트웨어의 교차 지점의 정의 및 운용, 단순성을 위한 복잡성 관리방법 모색을 기

치료, 인터랙션 디자인의 기술, 과정, 방법론을 탐구한다. 발표자는 컴퓨터 그래픽과 휴먼-컴퓨터 인터랙션 연구의 권위자인 빌 벅스톤(Bill Buxton, 알리아스/웨이브프론트 & 실리콘 그래픽 수석연구원), 브렌다 로렐(Dr. Brenda Laurel, 아트센터 미디어 디자인 프로그램 교수), 세스 뱅크스(Seth Banks, G.E. Medical Systems 웨디자인 책임자) 등이다.

전화 +1 (703) 759 0100 팩스 +1 (703) 759 7679

http://www.idsa.org

#### 제8회 애뉴얼 리빙 서페이스 컨퍼런스

##### Annual Living Surfaces Conference

주제 경험의 풍경(The Landscape of Experience)

기간·장소 2000년 11월 9일~12일, 시카고 뱅크 원 센터

예술, 비즈니스, 디자인, 과학 분야의 전문가들이 참여하여 네트워크 미디어, 가상현실과 실제 세계의 경계에 대해 컨퍼런스와 세미나를 개최한다. 발표자는 크리스틴 코스텔로(Christine Costello, ATG), 탐 홉스(Tom Hobbs, Meta Design), 팀 파시(Tim Parsey, Motorola) 등이다.

전화 +1 (312) 787 2018 팩스 +1 (312) 649 9518

http://www.ac4d.org

#### 제2회 나고야 국제디자인 공모전 시상식 및 수상작품전

##### The 2nd Nagoya Design Do!

기간·장소 2000년 11월 10일~19일, 나고야 국제디자인 센터 디자인 갤러리

제2회 나고야 국제디자인 공모전(Nagoya Design Do!)의 시상식 및 전시가 열린다. 공모전의 주제인 '헤쳐나갈 미래(The Future Passed Through)'는 다가올 미래에 아주 중요한 개념이 될 희망을 강조하고 있다. 제1범주(산업디자인, 교통디자인, 공예 디자인 부문), 제2범주(인테리어, 건축, 환경 디자인 부문), 제3범주(그래픽, 패키지 등 시각디자인 분야)의 수상작들을 전시한다.

전화 +81 (52) 265 2107

http://www.idcnagoy.co.jp

#### 암스테르담 도어스 오브 퍼셉션 6

##### Amsterdam Doors of Perception 6

주제 가벼움(lightness)

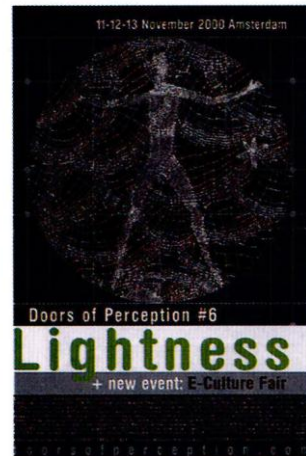
기간·장소 2000년 11월 11일~13일, 암스테르담 비바우투스(Wibautius)

도어스 오브 퍼셉션은 ICT(Information and Communication Technologies) 관련해 새로운 디자인 의제를 만드는 국제회의이자 지식네트워크로, 디자인의 미래에 대해 알 수 있는 기회가 된다. 도어스 오브 퍼셉션6은 인터넷의 가변성에서 파생된 가벼움을 주제로, 디자인 전략 및 수년 내 우리가 일상용품, 서비스, 장소를 디자인하는 방법을 예측하는 행사이다. 발표자로는 디자이너 외 IT업계의 전문가들인 브루스 스티링(Bruce Sterling, 환경과 정보를 연결시키는 온라인 커뮤니티 Viridians 대표), 이렌 맥윌리엄(Irene McWilliam, 필립스사 디자인 R&D 디렉터), 디자이너 마티 귀스(Marti Guixé) 등이다. 한편, 첫 선을 보인 이 컬처 페어(E-Culture Fair)는 뉴미디어 영역에서 독창적이고, 혁신적인 개념과 프로세스, 제품을 발표하는 이벤트로,

Staging, Interacting, Learning, Playing의 영역에서 이루어진다.

전화 +31 (0) 596 3220 팩스 +31 (0) 596 3202

http://www.doorsofperception.com



도어스 오브 퍼셉션 6 포스터

#### 뉴 밀레니엄 2000 오브제 전: 제6부 일상의 사물들

##### 2000 Objects for the New Millennium Exhibition

##### : Part 6 Everyday Things

기간·장소 2000년 11월 2일~12월 29일, 뉴욕 갤러리91

뉴욕의 갤러리 91에서는 지난 1월부터 올 12월까지 2000 Objects for the New Millennium Exhibition을 주제로 6개의 전시를 구성하였다. 종이(1월 12일~3월 11일), 미래(3월 16일~5월 20일), 유리(6월 1일~7월 15일), 환경(7월 20일~9월 2일), 뉴미디어(9월 26일~10월 28일), 일상의 사물들이 각 전시의 테마이다.

전화 +1 (212) 966 3722 팩스 +1 (212) 919 1684

http://www.Gallery91.com

#### 제10회 디자인 경영 연구와 교육에 관한 국제 포럼

##### The 10th International Forum on Design

##### Management Research and Education

주제 디자인과 지식 경영-형식, 과정, 도구

Design and Knowledge Management-Forms,

Processes, and Tools

기간·장소 2000년 11월 16일~18일, 프랑크푸르트, 독일 디자인 협회 및 독일 도서관

디자인경영재단(Design Management Institute) 주최의 이 포럼은 전략적 능력, 지식, 교육과 조직 과정의 다양한 견지에서 디자인의 지식 경영에 대한 관계에 초점을 맞춘다. 브라운 사를 비롯한 여러 조직의 지식 경영과 디자인 경영 관련 사례 연구 발표 및 디자인과 신제품 개발, 디자인과 소비자 조사, 디자인과 브랜드 경영 등의 주제에 관한 30여 개의 논문 발표도 함께 진행될 예정이다. 주제 발표자로는 장-클로드 타랑두(Jean-Claude Tarondeau, ESSEC Business School 교수), 줄리 헤르텐스 타인(Julie Hertenstein, 노스 이스턴대 교수) 등이 참석한다.

전화 +1 (617) 338 6380 팩스 +1 (617) 338 6570

http://www.dmi.org



### 미래의 디자인: 박물관, 화랑, 문화기관 디자인 세미나 Design Futures: Design for Museums, Galleries and Cultural Institutions

**기간·장소** 2000년 11월19일~24일, 런던 브리티시 카운슬  
박물관, 화랑, 그리고 문화기관을 디자인할 때 필요한 문제들에  
대한 세미나가 개최된다. 1998년에 개최된 세미나의 2부로 진  
행되는 이 행사에서는 디자인이 엔터테인먼트, 쇼핑, 레저 활동  
과 경쟁하는 박물관과 화랑을 돕는 방식, 전시디자인 프로젝트  
경영, 전시 디자인에서 멀티 미디어와 가상 현실 사용 등에 관한  
사례 연구, 워크샵 등이 발표된다. 폴 톰슨(Paul Thompson,  
Design Museum), 애드리언 엘리스(Adrian Ellis, AEA  
Management Consultants), 다미엔 윌트모어(Damien  
Whitmore, Tate Gallery) 등이 참가한다. 테이트 미술관, 대영  
박물관 등을 방문하는 프로그램도 포함된다.

전화 +44 (1865) 316 636

팩스 +44 (1865) 557 368/516 590

<http://www.britishcouncil.org/networkevents/2000/0052an.htm>

### 제1회 한샘 국제인테리어디자인 공모요강 발표

**모집부문** 공동주택 단위세대 평면설계 부문, 인테리어 디자인 부  
문, 가구 및 가정용품 디자인 부문

**심사기준** 시장성, 기능성, 미래성, 창의성, 현대성, 유머성

**접수기간** 2001년 7월 16일~19일

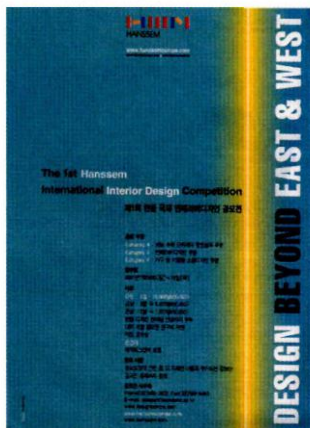
지난 9월 7일 제1회 한샘 국제 인테리어디자인 공모전에 대한  
기자 간담회가 열려 주제와 세부사항 등이 발표되었다. 상금 규  
모(미화 5만 달러) 및 전용 사이트를 통한 자료 제공, 전문가 상  
담 등 운영의 혁신으로 이미 화제가 되어왔던 이 공모전의 주제  
는 '동과 서를 넘어서는 디자인(Design Beyond East &  
West)'. 서구 모방 일변도의 디자인을 탈피하고 아시아의 문화,  
정서, 생활양식에 맞는 새로운 인테리어 디자인을 제시한다는 의  
도이다.

이 공모전의 특징은 심사위원단을 미리 선정하여 공개하며, 홈페이지를 통해 심사위원과 질의, 토론이 가능하다는 점이다. 생산  
가치가 있고 판매가능한 작품을 공모전을 통해 발굴하고 국내외  
전문인을 육성하여 디자인 산업의 세계화를 위한 기반 강화에 기  
여하고자 하는 취지에서 기획되었다.

**문의** 한샘디자인연구소

전화 (02) 590 3472~4 팩스 (02) 593 8463

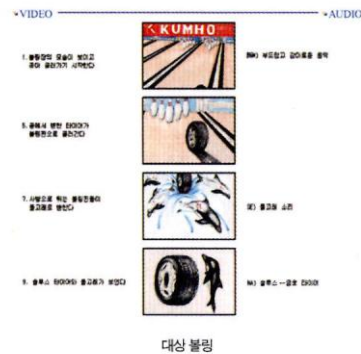
<http://www.designcompe.com>



### 제2회 금호타이어 대학생 광고 공모전 발표

대학생들의 신선한 아이디어를 발굴하고 솔루션의 심볼인 돌고  
래를 활용해 브랜드의 친근감과 인지도를 확대하려는 의도로 기  
획된 금호타이어 대학생 광고 공모전이 올해의 수상작을 발표하  
였다. 올 행사에는 총 406팀의 스토리보드가 응모되어, 우수작  
26편을 1차로 선정한 후, 최종 7개 작품이 본선에 올랐다. 솔루  
스 브랜드 컨셉 적합성과 독특하고 참신한 아이디어, 임팩트한  
시각 요소, 공감되는 메시지를 기준으로 엄정한 심사를 거쳐, 대  
상에는 '볼링' (김용재·지영일)이 선정되었다. 우수작은 '도미  
노'와 '영사기', 장려상은 '실현실' '통일' '바이올린' '접시돌  
리기' 등 4편에 돌아갔다. 수상작은 금호타이어 홈페이지에서  
볼 수 있다.

<http://www.kumhotire.com>



대상 볼링

### DA2Z 포트폴리오 공모전

#### DA2Z Award 2000

**마감** 2000년 12월25일(본선)

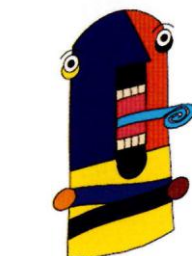
**모집부문** 제품, 그래픽, 웹, 패션, 건축, 인테리어, 캐릭터 등 디  
자인 전분야. 자신의 포트폴리오를 제출한다.

**응모방법** 홈페이지에서 등록접수. 매달 예선에서 10개의 뛰어난  
포트폴리오를 선정하고, 그 중에서 본선에 진출할 10개의 우수  
한 포트폴리오를 매년 12월에 선정한다. 그리고, 본선에 선정된  
10개의 포트폴리오 중에서 "Top-Three"를 선정해 상금을 수여  
한다.

**시상내역** 금상 미화 10, 000달러, 은상 미화 3000달러, 동상 미  
화 2000달러

한편, DesignAtoz.com(디자인에이투지닷컴, 이하 DA2Z)가  
시행중인 DA2Z 포트폴리오 공모전에서 첫 선정작들을 발표하  
였다. 이번엔 선정된 작품들은 mp3 컨셉트 디자인, 캐릭터, 웹  
디자인 등 다양한 분야의 7점이며, 이 작품들은 오는 12월에 개  
최될 매뉴얼 포트폴리오 리뷰 공모전의 후보작이 된다.

<http://www.designatoz.com>



캐릭터 디자인 '카로스', 사이버 디자이너 id: Bumper21



### 제3회 3M 자동차 그래픽 디자인 공모전

**마감** 2000년 11월 13일

**주제** 감각적이고 실용적인 디자인으로, 창의와 혁신의 3M 정신  
에 부합하는 참신한 아이디어

**모집부문** 대상차종 현대자동차(트라제, 스타렉스, 갤로퍼), 기아  
자동차(카니발, 카렌스, 스포티지), 대우자동차 (마티즈, 레조),  
쌍용자동차(코란도, 무쏘), 대림자동차(Daystar, Trans up,  
VF125), 효성기계공업(Prima, Aquila, Midasll)

**대상** 디자인 전공 대학생 및 대학원생. 디자인에 관심있는 일반  
인 및 디자이너

**시상내역** 대상(1명) 상장 및 상금 3백만원, 최우수상(2명) 상장  
및 상금 1백만원, 우수상(3명) 상장 및 상금 5십만원, 입선(출품  
수의 30%) 상장 및 상품, 제출된 작품은 반환되지 않으며, 작품  
의 소유권은 한국 3M자동차 제품부에 귀속됨.

**문의** 한국쓰리엠 자동차 제품부 정석용 대리

전화 (02)3771 4060, 4411, 4071

<http://www.3m.co.kr>

### 제33회 브라운 상

#### The 33th Braun Prize International

**마감** 2001년 1월 31일

**주제** 실제로 만들어진 제품을 상상하라!(Dream real prod-  
ucts!) 일상생활에서 사용자의 편의를 도모하는 디자인과 기술  
의 혁신을 나타내는 새로운 제품 컨셉

**모집부문** 소프트웨어와 인터페이스 디자인을 제외한 모든 부문  
(브라운 제품 영역으로 제한 되지 않음)

**대상** 전세계 산업 디자인 전공 학생과 졸업한지 2년 이하의 디자  
이너

**응모방법** 1차 심사 디자인 스케치와 모델, 테크니컬 드로잉과 프  
로젝트에 대한 설명. 문서는 독어 또는 영어로 작성. 제출 서류를  
보완하는 비디오와 CD-ROM도 제출 가능. 1차심사에 통과되면  
2차 심사는 심사위원이 부과한 디자인 모델 제출

**시상내역** 20,000 DM 또는 브라운 디자인부에서 6개월간 인턴  
십. 최최상 탈락 5팀에 3,000 DM

**문의** 독일 브라운(Braun)사

전화 +49 (6173) 30 2314

<http://www.braunprize.com>

### JCCP 국제카페트공모전 2001

**마감** 2001년 1월 10일

**주제** 자유 '생활문화를 즐겁게 한다' 실내에 두는 것만으로 생활  
에 기쁨을 줄 수 있는 것

**모집분야** 현대 인테리어에 어울리는 수제 카페트의 새로운 가능  
성을 모색하는 디자인

**대상** 개인이나 그룹응모 가능

**응모방법** 작품은 1점 씩 B2판(515×728mm)을 사용한다. 카  
페트 사이즈는 262×335cm로, 1/6 비례축적도를 제출한다.  
드로잉, C.G 등 표현 방법은 자유, 단 응모자의 오리지널 디자인  
으로 미발표작만을 대상으로 한다. 응모요강을 확인하고, 응모용  
지에 필수사항을 명기 후, 응모작품에 첨부한다. 한 사람이 여러  
점 응모 가능하다. 응모작품은 원칙적으로 반환불가.

**시상내역** 그래픽프리(1점) 150만엔, 금상(3점) 각 50만엔, 은상



(5점) 각 20만엔, 입선(약 10점) 각 10만엔 (수상작품은 커페트 제품으로 상품화)

문의 국제커페트디자인공모전 사무국

전화 +81 (75) 593 3151 팩스 +81 (75) 583 2002

http://www.prevell.co.jp

### 제10회 일본오사카국제디자인공모전

접수기간 2000년 12월 1일~2001년 1월 19일

주제 intermediation-차세대로 이어지는 메시지

모집부문 모든 디자인 분야의 디자인 작품. 복수 분야 응모가능

대상 전세계의 모든 분야의 디자이너, 기술자, 학생, 개인 혹은 그룹

응모방법 응모 전시작품은 반드시 접수 마감일까지 도착해야 함.

편지, 팩스, e-mail로 문의. 전화문의의 사절

시상내역 총상금액 71,000달러. 대상(내각총리대신상 1점)

30,000달러, 금상(통상산업대신상 1점) 10,000달러, 오사카

시장상(1점) 10,000달러 은상(협회장상1점) 5,000달러, 동상

(협회이사장상 3점) 각 2,000달러, 장려상(기념품) 약 천여점

문의 재단법인 국제디자인교류협회(일본)

전화 +81 (06) 6346 2615

http://www.jidpo.or.jp

### 제14회 고이즈미 국제 학생 조명기기 디자인 공모전 The 14th Koizumi International Lighting Design Competition

마감 2001년 1월 30일

주제 Lighting Ecology-Lighting Lifeline

수많은 생활의 위기들을 극복하는 수단으로서 조명: 갑작스러운 정전 상황을 이기는 조명, 피난민이나 재난을 당하고 구조를 기다리는 사람들을 보호할 수 있는 조명

대상 2000년 9월 1일 기준 학생인 사람

응모방법 응모 등록 후 지원서, 패널(364×515mm)에 작품사진, 드로잉, 스케치 등을 붙여 제출. 예심은 제출한 사진, 드로잉, 스케치로 심사, 최종심은 예심통과자의 작품으로 심사

시상내역 금상(상금 100만 엔), 은상(30만 엔), 동상(10만 엔), 특별상과 가작 등

문의 Koizumi Sangyo Corporation

전화 +81 (6) 6262 1369 팩스 +81 (6) 6262 1490

http://www.koizumi.co.jp/compe/entry/ouboyokoe.html

### 제29회 KDC 전국 대학생 디자인 대전

접수기간 2000년 12월 1일

모집분야 시각디자인, 공예, 제품디자인, 환경조형디자인

응모방법 협회 홈페이지에서 지원서를 다운로드한 후, 한국산업디자인진흥원 전시장 2층에 작품접수. 출품료는 작품 1점당 30,000원

시상내역 대상(1점) 문화관광부장관상 100만원과 상패, 금상(3점) 한국산업디자인진흥원 원장상 상패 및 부상, 은상(6점) (사)한국디자인진흥원 회장상 상패 및 부상, 동상(9명) 시각디자인협회 회장상, 공예협회 회장상, 공업디자인협회 회장상 상패 및 부상. 2000년 12월 3일부터 12월 7일까지 입상작, 장려상, 입선작을 전시한다.

문의 사단법인 한국디자인진흥원 사무국

전화 (02) 423 3279 팩스 (02) 203 3999

http://www.kdc.re.kr

### 제2회 라자가구 디자인 공모전

접수기간 2000년 11월 6일~18일

주제 인간과 자연을 위한 현대적인 가구

모집부문 ①가정용 가구(장롱 세트, 불박이장 포함) 제품 디자인 부문 ②가정용 가구 사용자 개선점 및 아이디어 부문. 특히, 라자가구 사용자 개선점과 아이디어를 작성한 경우 가산점을 부여한다. 제품디자인 및 개선, 아이디어 부문은 반드시 양상이 가능해야 한다.

대상 일반, 대학생(전문대학 이상)

응모방법 ①제품디자인 부문과 개선점, 아이디어 부문을 구분하여 제출 가. 제품디자인 부문 A2(420×594mm) 패널 5장 이내(제작컨셉, 세부도면, 렌더링) 실물, 슬라이드필름, 디스켓 등은 일체 받지 않는다(패널만으로 심사) ②개선점, 아이디어 부문 A4 용지 5매 이내로 내용설명 및 아이디어 스케치 작성. 필요시, 기타 제품은 스캔 받아 제품 예시로 사용가능.

시상내역 대상(1명) 상금 500만원, 최우수상(1명) 상금 3,000만원, 우수상(1명) 상금 150만원, 장려상(5명) 상금 50만원, 입선(100명) 상장 및 고급앨범 증정. 제세공과금은 본인부담. 장려상 이상 입상자 중 적정 자격자에 한해 본사 디자인 인턴사원으로 채용할 수 있다.

전화 (032) 570 6606

http://www.raja.co.kr

### (주)212, 네트파워 PC카메라 디자인

(주)212(대표 윤병수)가 디자인한 (주)네트파워의 PC카메라 e-CAM이 출시되었다. 접을 수 있는 초소형 폴더 형태로 휴대가 간편하고 노트북과 데스크탑 부착이 자유롭다. 33만 화소(pixel)의 선명한 화질과 다양한 색상, 촬영상의 편의성을 고려한 스냅 샷 스위치, 미니타입 USB 케이블을 채택한 설치공간의 최소화 등으로 네트워크 세대의 취향을 고려했다. PC와 연결해 자신의 모습이나 이미 제작한 영상을 음성과 함께 실어보내는 등 영상메일, 영상회의, 전자앨범 등에 활용할 수 있는 제품이다.

전화 (주)212 (02) 5433 212, (주)네트파워 (02) 403 7678



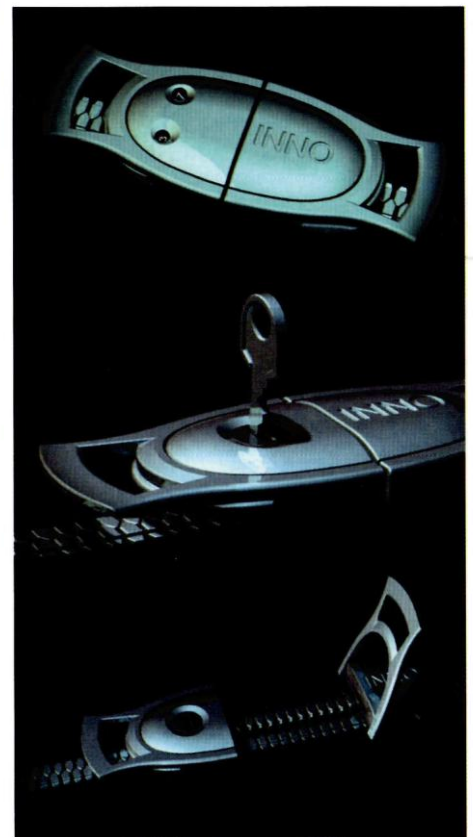
초소형 폴더 형태의 'e-cam'

### 이노디자인, 미국 IDEA 2000에서 은상 수상

미국 실리콘 벨리에 위치한 제품디자인 전문회사인 이노디자인(대표 김영세)이 미국산업디자인협회(IDSA)가 매년 주관하고 있는 'IDEA 디자인 어워드 2000'에서 은상을 수상했다. IDEA 디자인 어워드는 전세계의 디자인 전문회사와 우수 기업들이 참가하는 권위있는 제품 디자인 공모전으로서 수상작들은

경제전문지 <Business Week>에서 매년 특집으로 다루어지고 있다. 이번 공모전에서는 은상을 수상한 안전지퍼(Safety Zipper) 디자인은 이노디자인이 A부터 Z까지 26개의 키워드를 통해 미래 디자인의 무궁한 가능성을 제시한 'Digital Design AtoZ'전에 선보인 컨셉 디자인 중 하나이다. 이 안전지퍼 디자인은 소비자 부문, 비즈니스와 산업제품 부문, 디지털 미디어 부문 등 IDEA의 총 10개 카테고리 중 새롭고 창의적인 디자인에 높은 점수를 부여하는 디자인 탐구(Design Explorations) 부문에서 은상을 수상했다. 이노디자인은 지난 93년 이 공모전에서 '휴대용 버너(Single-Burner Portable Cooker)'로 금상을 수상한 바 있다. IDEA 디자인 어워드 2000의 수상작들은 9월 23일 미국 뉴올리언스에서 열리는 미국산업디자인협회 총회의 마지막날 시상식을 가진다.

전화 (02)3445 6304



IDEA2000 은상 수상작, '안전지퍼'

### 디자인중심, 사육 이전

지난 9월 30일 디자인 전문 업체인 디자인중심(Designjoongsim 대표 이용찬)이 사육을 이전했다. 이전 주소는 서울 강남구 논현동 216-18 대우빌딩 6층

전화 (02) 562 4141

### 애플, 프랑스 파리 애플엑스포에서 '맥 오에스 텐 퍼블릭 베타' 출시

지난 9월 13일부터 5일간 프랑스 파리에서 열린 애플 엑스포에서 애플컴퓨터사는 맥 오에스 텐 퍼블릭 베타를 출시하고 새로운 컬러의 아이북 라인과 매킨토시용 최신 3D 그래픽 프로세싱을 제공하는 라데온 그래픽 카드를 선보였다. 맥 오에스 텐은 인터넷과 그래픽 기술, '아쿠아'라는 새로운 유저 인터페이스, '다



원'이라는 오픈 소스 유닉스 베이스 파운데이션 등 최첨단 테크놀러지를 제공한다. 이 제품들은 영어, 불어, 독어판으로 곧 시판될 예정이며 파워 PC 또는 G4를 장착한 모든 매킨토시 컴퓨터에서 사용할 수 있으며, 최소 128MB 메모리가 필요하다.  
전화 (02) 563 8880  
<http://www.apple.com>

#### 금호타이어, 세단용 타이어 세렉스 DX 출시

15개월 동안의 개발기간을 거친 금호타이어(대표 신형인)가 세렉스 3차 제품 세단용 타이어 세렉스 DX 신제품 발표회를 갖고, 9월 22일부터 시판했다. 1993년 '고급차용 타이어'를 표방하며 탄생한 세렉스는 1997년, 뉴세렉스로 업그레이드를 거친 후 단일 브랜드로는 세 번째 제품인 세렉스 DX를 내놓았다. 세렉스 DX는 그동안 스포츠카 초광폭타이어에만 적용되던 '림-프로텍터' 기술을 처음으로 승용차 타이어에 적용하여 운전자의 안전을 최대한 고려했다고 한다.  
전화 (02) 758 1763~5

#### '전문가용 트루타입 서체 윤소호 PC용 4,5,6' 과 웹디자인 전용 폰트 패키지 출시

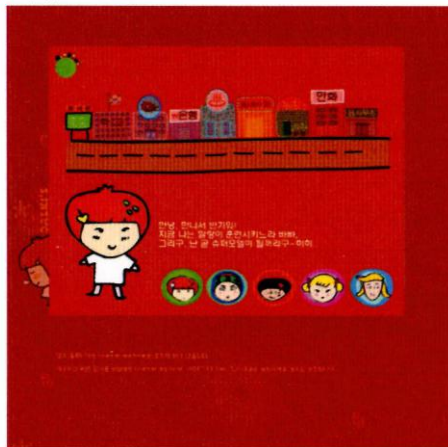
윤디자인연구소에서 맥에서만 사용되던 TT(True Type Font) 서체를 PC에서도 사용할 수 있게 개발한 '윤소호 PC용 4,5,6'과 기존 서체 중 네티즌에게 가장 인기 있는 폰트 및 Web상에서 가장 많이 사용하는 폰트를 엄선하여 하나의 패키지로 묶은 '웹디자인 전용 폰트 패키지'를 개발 출시하였다.  
윈도우 환경의 사용자에게 맞춰 재구성한 윤소호 4,5,6은 맥용 서체에 비해 메모리를 대폭 줄여 개인 사용자나 소규모 사무실 사용자들도 부담 없이 사용할 수 있게 했으며, 웹에서 구현했을 때에도 무리가 없다. 웹디자인 전용 폰트 패키지는 모두 84종의 서체를 포함하고 있으며, 맥과 PC에서 모두 사용할 수 있다. 특히, 새로이 개발된 윤디자인웹고딕, 윤디자인웹명조, 윤@폰트와 그림폰트는 웹환경에 꼭 필요한 요소로 디자이너들에게 좋은 반응을 얻고 있다. 권장 소비자 가격은 부가세를 포함해 각각 1시스템에 15만 4천원이다.  
전화 (02) 516 6040

#### 이미지드롬, Dots: 'interactive kinetic art' 로 (I.D.)에서 동상 수상

(주)이미지드롬에서 제작된 <디지털 체험(Digital Experience)> 시리즈 첫 번째 작품인 '점: 인터랙티브 키네틱 아트(Dots: interactive kinetic art)'가 (I.D.)가 선정하는 2000년도 인터랙티브 미디어 디자인 리뷰(Interactive Media Design Review)에서 동상을 받은 데 이어, <Communication Arts>의 인터랙티브 디자인 애뉴얼 6(Interactive Design Annual 6)에서도 수상작으로 선정되었다. 김수정 작(作) 'Dots'는 점과 선 같은 기초적인 조형요소들이 마우스의 움직임에 따라서 움직이며 새로운 형태를 창조해내는 인터랙티브한 드로잉 장치이자 게임으로 CD-ROM과 책으로 만들어졌다.  
문의 dots@imagedrome.com

#### (주)쌔지, 딸기 홈페이지 전면 오픈과 사운드 페스티벌 개최

쌔지의 캐릭터 브랜드 딸기에서 10월 5일 딸기 홈페이지를 오픈했다. 전국 각지에 있는 딸기 매니아들과 함께 재미있는 아이디어 회의 등 소비자들의 의견을 수렴하고 반영하는 방식으로 기획된 딸기 홈페이지는 지난 8월 12일에 일부만 오픈했었다.  
딸기홈은 엔터테인먼트와 전자상거래를 겸하고 있다. 사이트는 우주 속 딸기별, 별 속의 딸기마을, 마을슈퍼, 동사무소, 농장, 목욕탕 등으로 구성되어 있다. 농장에서는 귀여운 딸기와 그 친구들을 기르며 돌볼 수 있게 하는 등 각각의 장소들이 딸기 특유의 개성으로 재미와 웃음 가득한 곳으로 꾸며진다. 한편 사이트를 서핑하며 자연스럽게 딸기의 제품들을 구경하고 원하면 즉석에서 구입도 가능하다. 구입액의 일부는 사이버머니로 적립된다. 또한 쌔지에서 새로 선보이는 e-nom, i-zie, o-di 등 사이버 브랜드 제품들을 만날 수 있다.  
한편 쌔지와 인터넷음악방송국 쌔넷에서 지난해에 이어 두번째로 쌔지사운드페스티벌을 열었다. 10월 7일(토)에 연세대학교 노천극장에서 열린 이날 행사는 어어밴드 프로젝트 사운드와 공명, 윤도현 밴드로 시작되어, 콘테스트를 통해 발굴된 신인밴드들의 무대, 이미 실력을 인정받고 있는 언더그라운드 밴드들의 공연으로 이루어졌다. 자유와 창조의 음악정신을 더 많은 대중들과 함께 하자는 취지의 쌔지 페스티벌이 한국 대중 음악계의 새로운 활력소로 자리매김하는 공연이었다.  
전화 (02) 422 8111  
<http://www.ssamzie.co.kr>  
<http://www.dalkis.co.kr>



딸기 홈페이지

#### 태권넷, 사이트 추가 개편

작년 여름에 오픈하여 70여 국에 있는 태권도인은 물론 태권도에 관심 있는 모든 사람에게 신속하고 정확한 뉴스와 정보를 서비스하는 태권넷(대표 이승환)이 지난 5월, 사이트 개편과 인터넷 방송국 개국을 단행한 후, 8월에는 기자클럽을 추가하는 사이트 개편을 단행하였다. 이번 개편은 전세계 기자회원들로부터 들어오는 정보를 모든 네티즌들이 볼 수 있도록 하여 보다 많은 정보와 뉴스를 제공하고, 또한 좀 더 기사를 세분화하여 회원들이 원하는 정보를 쉽게 검색할 수 있도록 하기 위한 것이다.  
태권넷은 웹진의 정보제공과 전세계 태권도장 무료 홈페이지 구축 서비스를 예정하고 있는 커뮤니티, 아마존과 공동마케팅으로 태권도 관련도서 및 태권도 캐릭터 상품, 교육용 비디오테이프,

포스터 등을 판매하고 있는 쇼핑몰, 태권도 인터넷 방송국인 TN Studio 등을 서비스하여 태권도의 글로벌 네트워크 커뮤니티를 구축하는 인터넷 서비스 업체로 부상하고 있다. 그 외에도 태권넷은 문화 관광 및 이벤트 사업과 태권도 캐릭터 산업 등 다양한 문화서비스를 하고 있는데, 특히 태권넷의 캐릭터인 태권동자 '태기' (TAEKI)와 사이버 태권도 사범 '태무' (TAEUMU)는 태권넷 쇼핑몰을 통하여 전세계적으로 판매되고 있다.  
전화 (02) 878 2241 <http://www.taekwon.net>



태권넷의 캐릭터 '태기' (TAEKI)

#### DKNY, 향수 출시

도시적 감각의 패션과 활동성을 추구해 세계 각국에서 폭넓게 인기를 얻고 있는 DKNY가 향수를 출시했다. DKNY향수는 옷에만 그치지 않고 라이프스타일 전체를 중시하는 도나 카렌의 패션관에서 탄생된 것으로 끊임없이 다양한 문화적 요소들이 충돌하고, 혼합되며, 모험정신으로 생동감이 넘치는 뉴욕의 이미지를 표현하고 있다. DKNY 향수는 이 같은 뉴욕의 이미지처럼 자신의 능력을 진취적으로 발산하는 여인들을 대상으로 한다. 또한 뉴욕의 상징인 웅장한 마천루를 표현한 포장과 용기는 DKNY 로고를 홀로그램으로 처리하여 강렬한 시각적 인상을 주고 있다. DKNY는 바디로션과 샤워젤을 비롯한 바디 케어 아이템을 향수와 함께 선보였다.  
전화 (주) ELCA 코리아 (02) 3440 2660



DKNY향수 패키지

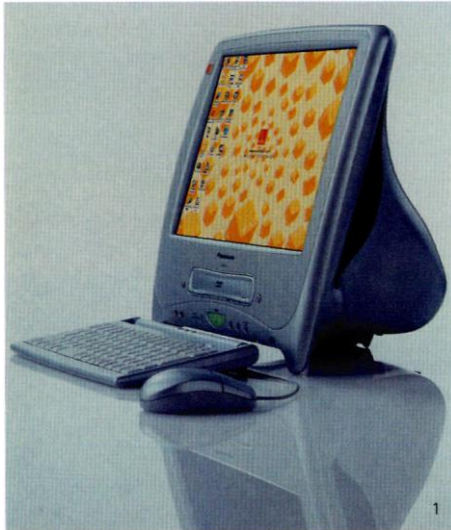


## Will 프로젝트 개발 활발

아사하사, 카오사, 긴키 니폰 투어리스트사, 도요타 자동차, 마쓰시타 전기가 개발한 공동의 프로젝트 'Will'이 최근 발표되었다. 정보선택에 능동적인 20~30대를 타겟으로 5개 회사가 공동으로 프로모션 계획을 세우고 마케팅 전략을 연구 개발하고 있

다는 점에서 Will 프로젝트는 주목을 받고 있다. 맥주에서부터 의류방취제, 패키지투어, 자동차, 개인용 컴퓨터, 가전제품에 이르기까지 다양한 종류의 제품이 'Will'이라는 로고를 붙여 상품화된다. 현재 상품화 된 것 중에서 냉장고와 전자레인지가 친숙함과 새로움을 함께 표현하는 복고적인 경향을 띠고 있고, 개인용 컴퓨터나 전자거는 신세대가 원하는 여러 가지 기능을 통합

한 상품으로 나와 있어 수요자층의 다양한 요구만큼이나 다양한 컨셉으로 시장을 겨냥하고 있다



1. 마쓰시타의 Will 개인용 컴퓨터(CF-E1XV) 단순하고 혁신적인 디자인에 비디오 영상과 음악을 편집하는 소프트웨어를 가지고 있어서 사용자 자신이 만든 원본 비디오를 편집할 수가 있다.
2. 마쓰시타의 Will 자전거(B-PWS27) 다양한 작동 기능과 유쾌한 디자인을 특징으로 한다. Will 자전거는 사용자의 취향을 보다 섬세하게 충족시키기 위해서 12가지 탄생색에 따라 12가지 색상으로 출시되었다.
3. 마쓰시타의 Will 전자레인지와 냉장고 친숙함과 새로움의 조화를 표현하기 위하여 '모더니즘에 대한 향수'를 선택한 전자레인지와 냉장고

## 국제산업디자인대학원 뉴밀레니엄과정 동창회, 아이다스(IDAS) 운동 전개

일시: 2000년 9월 19일  
장소: 여의도 국민일보 사옥

국제산업디자인대학원 뉴밀레니엄과정 제4기 입학식이 지난 9월 19일 여의도 국민일보사옥에서 열렸다. 이 행사에서 장대한 매경 시장은 뉴밀레니엄 과정 초대 총동창회장으로 추대되었고, 총동창회 '아이다스 코리아(IDAS KOREA)'가 창설되었다. 아이다스코리아는 4기 강좌로 끝나는 뉴밀레니엄과정의 학사과정이 내년에 완료된 이후 디자인 혁신운동인 '아이다스 운동'에 동참하게 된다.

아이다스운동은 디자인 리더십을 가진 의사결정자를 중심으로 하는 민간주도의 디자인 창의력 혁신운동이다. 21세기 지도자가 갖추어야 할 핵심 역량이 디자인 마인드라는 인식 확산에 기반하는 이 운동은 한국을 세계 중심국가로 진압하게 할 디자인 문화 운동으로 기대를 모으고 있다.

국제산업디자인대학원의 뉴밀레니엄 디자인 혁신 정책과정은

재계, 학계, 정계 등 각계의 사회지도층 인사들에게 디자인 마인드를 심고 경영과 정책 방향을 제시하기 위해 개설된 특수대학원으로, 지난 9월 5일 윤종용 삼성전자 부회장, 조정원 경희대 총장, 신동원 농심 사장을 비롯한 제3기 졸업생 70명을 배출하였다. 이번에 입학하는 이용철 코오롱 회장, 고은아 합동영화 서울극장 사장, 노소영 위귀힐미술관 관장 등 4기 78명을 포함해 뉴밀레니엄과정 총동창 수는 270여명에 이른다.



## 동국대학교 기계공학과, 스파게티국수 다리 경진대회 개최

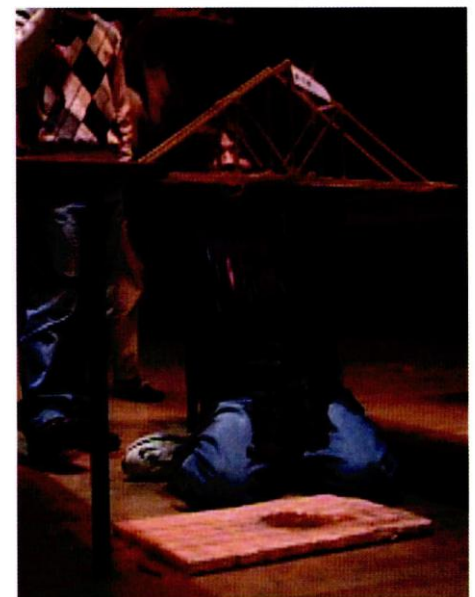
일시: 2000년 10월 14일  
장소: 동국대학교 강당

지난 10월 14일에 동국대학교 기계공학과는 스파게티국수 다리 경진대회를 개최했다. 이 대회는 공학설계에 필요한 창의성을 개발하기 위해 다양한 프로젝트를 수행하도록 하는 '창의적 공학설계' 교과목의 2000년도 2학기 중간고사를 대체하고 있다.

창의적 공학설계는 현재 개발된 제품을 분석하거나 창의적인 아이디어를 제안해 창의성을 개발하고 설계에 대한 기본 개념을 습득할 목적으로 지난 학기부터 시행되고 있는 교과목이다.

14일 오전 10시부터 중강당에서 진행된 이번 행사의 출품작들은 스파게티 국수와 접착제만을 사용하여 길이 80cm 이상, 폭은 10cm 이상 국수다리의 무게는 500g을 넘지 못하도록 제한하였다. 경연 과정은 1차, 2차, 그리고 결선으로 진행되었는데, 잠정적인 1차 통과 하중은 10kg에서 시작하여 차수를 높일 때마다 10kg을 더했으며, 결선은 40kg부터 추를 차례로 달아 진행되었다. 창의적 공학설계와 스파게티국수 다리 경진대회에 관한 자료는 동국대학교 기계공학과 홈페이지에서 찾아볼 수 있다.

<http://mecha.dongguk.ac.kr>





## 산학협동으로 만든 새로운 개념의 컴퓨터 가구 <미디어 시티 서울 2000 - 디지털 엘리스>전에 전시

기간: 2000년 9월 2일~10월 31일

장소: 서울 서림미술관



<미디어 시티 서울 2000 - 디지털 엘리스>전(展)에 전시된 컴퓨터용 가구가 사람들의 눈길을 끌고 있다. 어린이들이 실제로 마우스를 클릭하며 인터랙티브하게 학습 프로그램이나 전자책을 경험하고 스스로의 작품도 만들어보도록 한 4, 5전시실의 '디지털 나라의 어린이 도서관'과 '나의 작업실'에는 아기자기하고 귀여운 모양의 컴퓨터들이 전시장을 건학 한 어린이들을 반기기 맞는다. 이왕에 사용될 컴퓨터를 기계가 아니라 디지털 나라로 함께 갈 수 있는 친구처럼 여길 수 있도록 배려한 이 작업은 <디지털 엘리스> 담당 큐레이터로부터 디자인 개발 제작 의뢰를 받아 홍익대학교(조치원) 가구·제품디자인학과 4학년 학생들이 한 학기 동안의 수업으로 진행한 결과이다. 어린이들의 상상력과 호기심을 자극하고 동심을 잘 형상화했다는 평가를 받고 있는 이 프로젝트의 과정과 의미를 양영원 지도교수로부터 들어보았다.

조직위를 일종의 클라이언트라고 한다면, 클라이언트의 요구는 무엇이었으며, 프로젝트 진행과정에서 계속적으로 상호간에 의견 교류가 어떤 식으로 이루어졌는지요? 그리고 그 과정에 학생들도 참여를 했는지 궁금합니다.

<디지털 엘리스>는 유치원과 초등학교 어린이를 위한 공간입니다. 전시회의 기본 취지 또한 어린이들에게 꿈과 희망을 줄 수 있는 디지털 공간 조성이 핵심 포인트입니다. 이를 극대화시키는 것이 클라이언트의 당연한 요구이자 저희들의 해결 과제였습니다. 서로간의 의견 교류를 위해서 학생들 참여하에 프로젝트 설명회를 가졌고 미국, 프랑스 등의 사례를 비디오를 함께 보며 분석하였습니다. 국내의 유사 시설인 삼성 어린이 박물관에 견학하여 국내 현황도 참조했으며, 디지털 관련 디자인 전문가의 초빙 강연도 유치하였지요.

진행 과정에서 학생들에게 가장 강조한 부분은 무엇이었으며, 가장 힘들었던 작업은 무엇이었습니까?

가장 강조한 부분은 역시 컨셉의 차별화입니다. 기존의 가구에서 볼 수 있는 고정관념에서 탈피하여 사용자의 가슴에 호소할 수 있는 디자인 접근입니다. 가구가 갖고 있는 고유의 기능성을 배제할 수는 없었지만 '+α'를 위해 노력하고자 강조하였습니다. '+α'는 다시 말해서 사용자, 즉 어린이들의 감성을 자극할 수 있어야 한다는 것입니다. 이를 위해서 디자이너(참여학생)들에게 동심의 세계로 돌아갈 것을 주문하였고, 원전(이상한 나라의 엘리스)의 필독, 디즈니가 제작한 만화영화 시청, 디지털 문화 관련 영상물 시청, 어린이 박물관 견학, 교육시설 방문 및 앙케이트 조사 등 디자인 배경 형성을 위한 과정에 많은 시간과 노력을 투자하였습니다. 이 과정이 가장 중요했으며 힘들었던 작업이었습니다.

특히 이번 프로젝트는 그룹을 만들어 여러 학생이 참여했는데, 초기에 컨셉을 잡을 때 서로의 의견을 조율하는 과정이 매우 중요했으리라 생각합니다. 팀작업의 장단점은 무엇이라고 생각하십니까? 팀작업인 관계로 컨셉 도출 및 아이디어 전개에 있어서 의견 조

율에 고민한 것은 사실입니다. 이를 위해서 팀별 또는 전체적인 디자인클러닉, 프리젠테이션 등을 통해 이해와 타협으로 조정해 나갔습니다. 팀 내의 의견조율 뿐만 아니라 다른 팀과도 차별화된 디자인을 추구하여 전체(13개 팀)가 각자의 독특한 아이덴티티를 확보해 나가야 하는 어려움도 있었습니다. 디자인이란 작업은 결국 개인이 아닌 팀이 하는 작업이라는 특성을 감안할 때 문제점이 있다 하더라도 그것을 해결하기 위해 노력하는 것이 중요하다고 봅니다. 결국 '디자인'이란 '문제해결'이라는 말을 되새겨 보면 좋겠습니다.

이러한 수업에 대한 학생들의 반응을 알고 싶습니다. 또한 학생들이 이 수업을 통해 얻은 점은 무엇이라고 생각하십니까?

최근 5년 사이에 외부 프로젝트를 수행해본 결과 학생들의 반응은 매우 긍정적입니다. 여기에 중요한 사실은 디자인은 작품이 아니고 디자인하는 작가가 아니라는 사실을 배운다는 점입니다. 또한 디자인 결과물이 보고 감상하고 모셔놓는 것이 아니고 실제로 양산되고 사람들이 사용할 것을 전제로 해야 한다는 점입니다. 작품을 제작하는 일반적 개념의 과제나 전시회에서 탈피해야 할 것입니다. 학생들은 외부 프로젝트를 수행하면서 예비 디자이너로서 실무적인 체험을 하게 되고, 본래 올바른 의미의 디자인 경험을 습득하게 됩니다. 외국의 경우 대학의 많은 수업이 외부 프로젝트를 다루고 있으며 이를 자랑으로 여기고 있습니다. 우리나라도 더욱 더 활성화 되기를 바라고 있습니다.

향후 제품화 가능성에 대해서는 어떻게 생각하십니까? 또한 전시된 작품들은 전시 기간이 끝난 후엔 어디에 보관이 되는지요?

전시장에서 어린이들이 호감을 갖고 있으며, 어른들의 반응도 좋은 듯하여 보람을 느낍니다.

현재까지 제품화에 관련된 구체적 사안은 없습니다만 관람했던 외국인들이 가능성을 거론한 적은 있습니다. 전시 후에는 어린이 관련 단체나 교육기관에서 계속 사용할 수 있기를 바라고 있습니다.



1. TINO | 강남규, 김진호, 이현선, 박정연

엘리스는 상상의 세계에서 트럼프 카드 병정에게 꽃게 되면서 더 많은 세계를 경험하게 된다. 카드병정의 이미지를 가지고 있는 TINO는 사이버펄크 이미지를 표현하기 위해 철재를 사용하여 그 느낌을 극대화시켰으며 빨강과 노랑색의 포인트 컬러로 블랙 실버의 차가운 분위기를 부드럽게 조화시켰다.

2. Smuff | 이기섭, 손현근, 김효진, 정자나

송충이의 버섯에서 그 형태적 모티프를 가져온 이 컴퓨터 가구는 어린이들이 어떤 관심거리를 중심으로 둘러앉아 같이 즐기며 논하는 것에 착안하여 가장자리에는 부드러운 가죽 질의 소재를 사용하여 상단부에는 투명한 이크릴 반구를 씌우고 모니터의 배치 방식을 달리하였다

3. Fiore | 류원상, 오일고, 김현정, 채희정

인조 진대를 깔고 반짝거리는 재질의 알루미늄(Polishing Aluminium)을 사용하여 햇빛을 시각화시켰으며, 모니터 부분의 주황색 꽃잎 형태나 상단부의 연두색 잎사귀 형태는 자연의 포근한 느낌을 전달하는 역할을 하고 있다. 프린터용 테이플도 반짝거리는 알루미늄을 부착하여 그 속에 비친 자기 모습이 자연과 동화되었다는 느낌을 가질 수 있도록 디자인하였다.

4. White Kids | 김승찬, 이종재, 이혜원, 이선경

한 아이는 세상을 안고 있고, 한 어린이는 거꾸로 세상을 바라보고 있고, 또 한 아이는 세상을 받들고 있다. 유머러스한 형태와 경쾌한 재질, 산뜻한 색이 어울려 동심의 세계를 매우 적절하게 해석하고 있다.



양영원 1956년 생. 홍익대 산업미술대학원원인 이탈리아 밀라노 디자인 인스티튜트에서 수학하고 현재 홍익대학교(조치원) 가구·제품 디자인학과 교수로 재직중이다. 1998년 (주)리바트와 차세대를 위한 학생용 가구 디자인, 1999년 한국 자원재생공사와 폐품을 이용한 생활용품 디자인, 2000년 '생명의 숲 가구'와 환경제품 디자인을 개발하는 등 산학협동으로 많은 프로젝트를 진행해왔다.



## IDAS 이노베이션 워크숍, 클리브 그리니어 씨 주재로 열려

기간: 2000년 9월 25일~28일

장소: 영국문화원 및 국제산업디자인 대학원

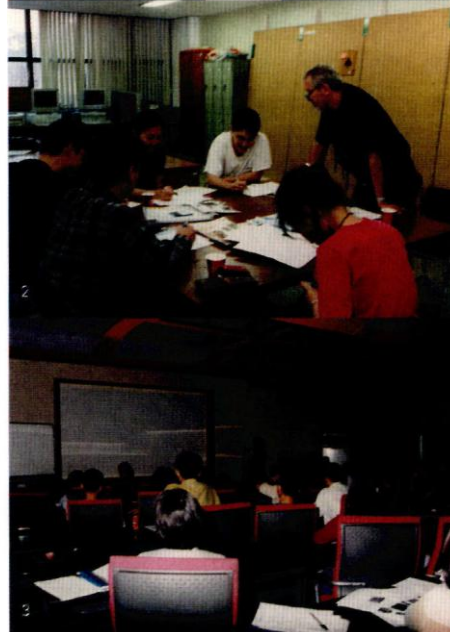
국제산업디자인대학원(IDAS, 총장 박판제)과 영국문화원이 공동으로 주최하는 이노베이션 워크숍(Innovation Workshop)의 올해 행사가 지난 9월 25일부터 28일까지 나흘동안 개최되었다. 이노베이션 워크숍은 영국 디자인 교육의 실재를 국내에 소개하여 영국 디자인계와 교류를 확대하고, IDAS재학생들에게 다양한 디자인 경험을 살릴 수 있는 기회를 제공하기 위해 매년 열리는 행사이다.

이번 행사의 주제는 '브랜드웨어 프로젝트(Brandware Project)'로, 현재 태그 맥로렌 오디오(TAG McLaren Audio)사 디자인 팀장이며 디자인 컨설턴트로 활약중인 클리브 그리니어(Clive Grinyer)가 워크숍을 주재했다. 그는 제품 디자인 및 개발 과정에서 브랜드가 어떻게 일관되고 독특한 전략적인 토대를 제공하는지, 또 디자인이 어떻게 브랜드의 최종적인 수단, 즉 사용자 경험을 전달할 수 있는지를 이해하는 데에 워크숍의 목적이 있음을 밝혔다.

워크숍 첫날은, '디자인 우수성(Design Excellence)'이라는 주제로, 디자인에 대한 새로운 시각과 우수 디자인의 창조를 위한 방향성을 제시하는 데에 초점을 맞추었다. 이를 위해 올해의 D&AD 수상작인 애플 컴퓨터사의 아이맥(iMac)과 후보작이었던 브리티시어어웨이(BA)의 비즈니스 클래스인 '클럽힐드'의 디자인 우수성을 살펴보았는데, 애플컴퓨터사는 아이맥 디자인에서 거둔 혁신으로 기업의 성공과 함께 새로운 디자인 문화를 창조하였고, BA의 '클럽힐드'는 탑승자의 불편사항을 수렴한 획기적인 공간 디자인(모두 앞면만 바라보고 있어 장거리 여행동안 바로 눕지 못하는 단점을 보완, 앞면을 바라보는 좌석과 뒷면을 바라보는 좌석을 번갈아 배치함으로써 충분한 누울 공간을 확보)으로 성공을 이루었음을 발견할 수 있었다. 이 같은 디자인 우수성의 사례에서 그리니어는 디자인 우수성을 실현하는 방안으로 창의력 성장시키기, 디자인 관리의 비전과 전략 수립, 고객의 입

장에서 고객의 이해를 구할 것, 자기 목표와 소비자 욕구에 부합하는 의미있는 혁신 추구, 국제적인 수준의 비전을 가질 것, 우수성에 대한 열정을 가질 것 등을 제시하고, 이번 워크숍을 통해 바로 브랜드의 중심가치를 찾아내고 나아가 최적의 합을 찾아낼 수 있는 안목을 배양하자고 제안하였다.

이후 3일 동안의 워크숍은 IDAS 교수진을 팀장으로 한 8개 팀을 구성, 작업에 들어갔다. 워크숍에서 제시된 과제는 첫째, 알고 있는 주요 브랜드를 선정하여 그 브랜드를 구성하고 있는 가치가 무엇이고 그것이 어떤 방식으로 나타나는지를 분석하라. 둘째, 선택된 브랜드를 사용하는 자가 누구인지를 정의하고, 그 브랜드 사용자들을 연결시킬 수 있는 다른 제품과 브랜드를 파악하라. 셋째, 브랜드를 채택하거나 만들어 브랜드의 핵심가치를 식별할 수 있는 연습을 반복하라. 넷째, 브랜드의 소비자가 누구인지 알아내고, 그들이 기능적이며 정서적으로 갈망하고 있는 것을 이해하라. 다섯째, 자신의 브랜드를 만들어 5명 이상이 이상적인 소비자를 찾아내고, 그들의 라이프 스타일, 제품에 대한 기능 및 정서상의 요구 사항들을 기술하라. 여섯째, 브랜드가 전달될 수 있는 일련의 제품이나 서비스를 개발하라. 일곱째, 제품에 담겨야



1. 워크숍 주재자 클리브 그리니어(Clive Grinyer) 씨는 미국과 유럽의 주요 전자 제품 업체에서 제품디자인 컨설턴트와 매니저로 일했다. 세계적인 전자소비재 시장 및 사용자 인터페이스 연구, 브랜드를 강화하고 개발하는 새로운 디자인 전략개발에 대한 경험 등이 풍부하다. 현재 태그 맥로렌에서 제품디자인 팀장으로 있으며, IDEO, 포드(Ford), 애플 컴퓨터(Apple Computer), 보쉬 앤드 필립스(Bosch and Philips)와 같은 곳에서 일한 바 있고, IDSA 상과 iF 상을 여러 차례 수상하였다
2. 팀별 워크숍 장면
3. 워크숍 마지막 날 프리젠테이션 장면

하는 디자인의 주요한 측면을 개발하고 이 제품에 대한 디자인 개요를 작성하라 등 7단계로 이루어졌고, 참여한 IDAS 학생과 일반인들은 사흘동안 이를 수행한 결과를 마지막날인 9월 28일 발표하였다.

그 결과, 1등 이노베이션(Innovation)상은 2팀(지도교수: 김후성), 2등 크리에이티비티(creativity)상은 4팀(지도교수: Roger Pitiot), 3등 프로페셔널리즘(professionalism)상은 6팀(지도교수: Lance Noel Green)에게 돌아갔다. IDAS 측은 이와 같은 워크숍을 정례화시켜 이를 한국 디자인 교육의 모범으로 삼을 계획이라고 밝혔다.

### 1등 이노베이션 수상작 '오클리(Oakely)'

오클리는 기존의 나이키, 아디다스와는 차별화된 기업철학과 뚜렷한 아이덴티티를 지니고 있으며, 점차 세계적으로 확산되는 고급 스포츠 브랜드이다. 2팀은 오클리의 주생산품인 선글라스와 고글, 스포츠 액세서리 등이 첨단 기술을 사용과 우주적이고 미래지향적인 디자인으로 사용자들에게 어필한다는 점에 착안, 일상생활에서는 활동적이며, 예술적이고, 이성적인 성향을 보이는 10대에서 30대를 오클리 매니아로 선정하고 미래지향적이며 고기능성이라는 이미지를 접목시킨 제품을 디자인했다. 제품은 기능성을 강조한 건강(health)과 아기(baby)를 위한 것, 레저(leisure)를 위한 것으로 나누어진다.

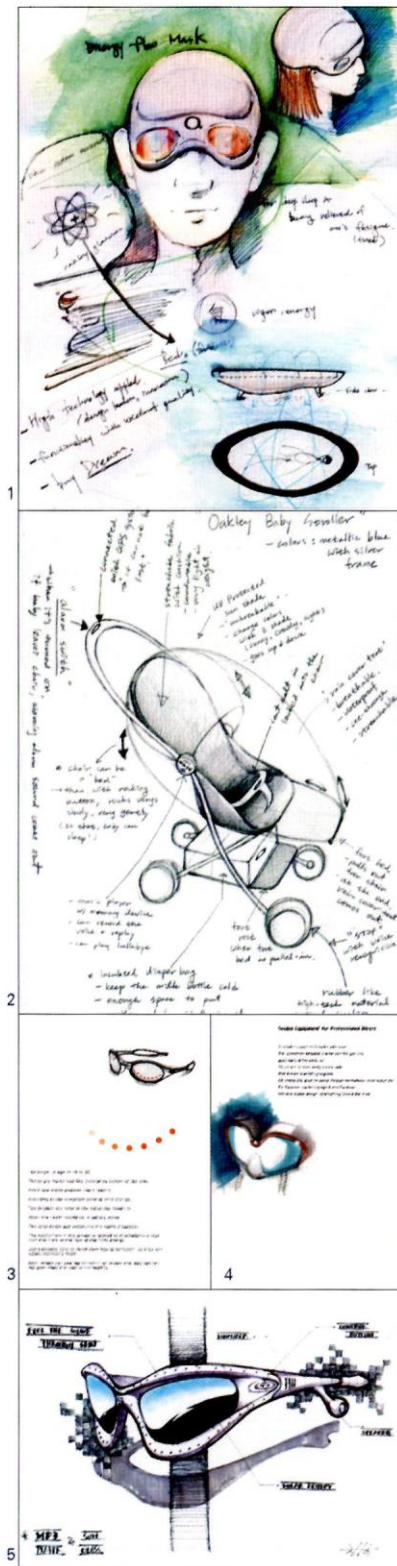
### 2등 크리에이티비티 수상작 새로운 브랜드 '레인(Rain)'

4팀은 브랜드를 파는 세계유명 브랜드를 브레인스토밍 결과 독일의 가정용품 생산 기업인 브라운(Braun)을 선정했다. 브라운 제품은 기본설계에서 디자인까지 신뢰성과 내구성, 그리고 합리적인 기능성이라는 기본 철학을 일관되게 적용하고 있다. 따라서 브라운 제품 사용자들은 25세 이상 구매자들이며 좋은 교육 배경을 가지며, 중산층 이상의 삶을 영위하는 프리랜서나 자영업자들로, 이들과 관련된 키워드는 functional, durable, reliable, simple, strong, masculine, solid, serious, essential 등으로 파악되었다. 이 같은 분석을 바탕으로 4팀은 브라운 사용자가 구매할 욕실가구를 생산하는 회사를 설정, 지적이고 쿨한 느낌을 포함해 욕실의 이미지를 전달해 줄 수 있는 이름으로 Rain을 선정했다.

### 3등 프로페셔널리즘 수상작 '쌔지 파티나(Ssamzie Patina)'

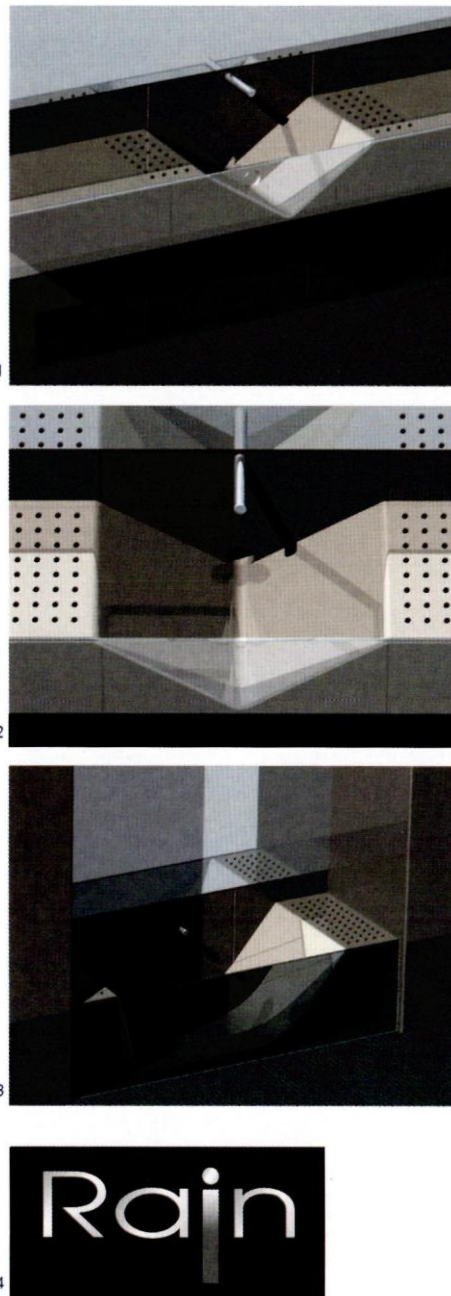
(주)쌔지는 예술이 브랜드에 생명을 불어넣는다는 신념으로 다양한 분야의 예술가들과 교감을 형성하며 이를 디자인에 반영해 왔다. 대표브랜드인 쌔지부터 놋, 아이삭, 쌔지 스포츠, 니마, 달기 등 기존 브랜드의 타겟은 10대 후반에서 20대 중반 위주로 구성되어 있다. 이에 6팀은 쌔지의 브랜드웨어 강화를 위해 경제활동의 실질적인 주역이며 소비력과 구매잠재력이 가장 높은 집단인 30대를 대상으로 브랜드를 제시하였다. 6팀은 대고객적인 30대가 10대와 20대 위주의 문화적 환경 속에서, 여가를 주로 TV 시청으로 즐기며, 개인보다는 조직생활, 테크노 음악보다는 포크음악, 스타크래프트보다는 동창회 사이트를 선호한다고 보았다. 새로운 브랜드 이미지의 키워드를 30대에 어필할 수 있도록 valuable, graceful, antique, noble, natural로 설정하고, 제품, 서비스, 프로모션 전략을 제시하였다.





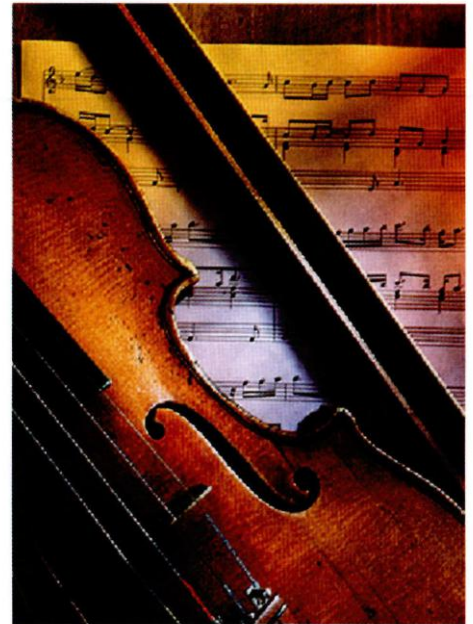
1등 이노베이션 수상작 '오클리(Oakely)'

1. 에너지 플로우 마스크(Energy Flow Mask). 건강을 위한 제품으로, 운동 후 휴식을 취할 때 글라스에 적외선이 작용하여 눈의 피로를 풀어주고 에너지를 보강하여 휴식과 수면을 돕는다.
2. 오클리 베이비. 선글라스의 UV 차단 기능을 응용해 아이의 안전을 도모하는 제품으로, 오클리의 기능성을 잘 살렸다.
3. 바이오리듬 선글라스. 운동하는 사람의 바이오리듬을 체크해 운동시 건강 상태를 선글라스 하단에 표시해서 운동량을 조절할 수 있게 한다.
4. 다이어터를 위한 스쿠버 고글. 코를 덮어 숨 쉴 수 있으며, 미래에는 수중에서 의사소통이 가능하도록 디자인되었다.
5. Mp3와 선글라스의 기능을 합친 디자인. 운동할 때 Mp3를 별도로 가지고 있을 필요가 없다. 오클리의 미래지향 디자인을 잘 표현한 작품이다.



2등 크리에이티브티 수상작 새로운 브랜드 '레인(Rain)'

1. Rain 디자인가이드라인. 견고하고 단순한 느낌을 주는 스테인리스 스틸과 유리를 주재료로 설정하고 부분적으로 고무를 사용한 제품들을 구상하였다. Rain에서 생산하는 제품들의 특징은 버튼이나 조작대가 따로 없이 손을 근처에 가져가면 작동하거나 음성으로 작동을 지시한다는 점이다.
2. 세면대에는 자동으로 온도를 감지하고, 수도꼭지는 벽에 삽입이 되어 있다.
3. 욕조. 샤워에서 물이 분사되고 바람이 발생해 물이 밖으로 튀는 것을 막아준다. 욕조와 세면대 스타일은 최대한 간결한 직선으로 이루어지며, 스테인리스 스틸로 이루어진 구조부와 유리로 이루어진 전면이 있으며, 상단에는 점점이 동그란 검은 고무가 박혀 미끄러움을 방지하여 동시에 하이테크한 이미지를 표현하였다.
4. Rain 로고



3등 프로페셔널리즘 수상작 '팜지 파티나(Ssamzie Patina)'

1. 팜지 파티나의 로고
2. 브랜드 이미지 창출을 위한 제품전략은 고급스러운 명품의 느낌과 시간을 간직하고 친근함을 주는 방향이다.
3. 남성용 제품 광고. 이야기를 간직한 제품을 추구하고 있다.

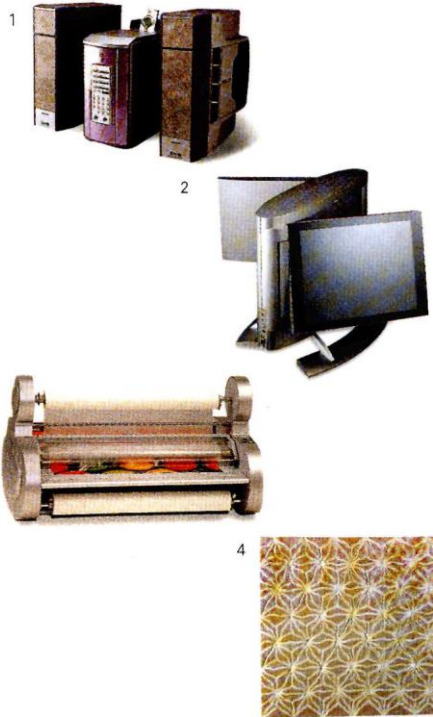


## 한국밀레니엄상품(Korea Millenium Products) 선정 전시

기간: 2000년 10월 20일~27일

장소: 삼성동 코엑스 '테크노 가든전' 코리아 아이덴티티 2000 섹션

한국산업디자인진흥원은 지난 8월 선정한 2000년 한국밀레니엄상품 103점에 대한 전시회를 개최했다. 한국밀레니엄상품은 한국산업디자인진흥원이 1999년 시작하여 2002년까지 4년 동안 첨단기술상품과 혁신적 디자인상품, 문화상품 분야에서 미래성, 독창성, 혁신성을 기준으로 21세기 세계 산업을 선도할 한국의 대표적 상품을 선정하여 KMP마크를 부여하는 제도이다. 특히 올해의 한국밀레니엄상품은 지난 10월 20일 ASEMⅢ를 기념하여 개최된 특별전시회인 '테크노가든전'의 코리아 아이덴티티 2000 섹션에 전시되었다. (본지 p118~121 참조)



올해로 두 번째를 맞은 한국밀레니엄상품 선정을 맡은 선정 위원회는 기계, 디자인, 경영, 재료 등의 분야에서 전문위원을 구성해, 기술과 문화상품 분야를 구분하여 최상의 한국밀레니엄상품을 선정하였다. 올해 밀레니엄상품 선정위원장인 서울산업대학교 고을한 교수는 "기술상품분야에서 미래성과 독창성이 사용자 친화적(user-friendly)으로 디자인되었는가를 중시하였고, 문화상품 분야에서는 이미지 창작 근거에서 독창성과 미래성, 혁신성을 평가기준으로 삼았다"고 밝혔다.



1. MP3 네트워크 오디오(첨단기술분야). 삼성전자 이주성 개발. 포터블 오디오의 착탈개념을 지속적으로 확대, PC 주변기기로서의 오디오 컨셉을 추가한 상품이다. 오디오가 PC의 주변기기로서 역할을 수행할 것이라는 전망에 따라 향후에는 웹브라우저 검색이 가능한 제품으로 발전될 계획이다.
2. 듀오프리즘(혁신적디자인분야). (주)두솔시스템 김희운 개발. 상단창구 등에서 한 화면 모니터를 이용하는데 따른 불편을 해소하고 정보공유를 쉽게 하여, 대화의 진행이 원활히 이루어지도록 한 사용자 친화성이 돋보이는 제품이다.
3. 라미네이터(Laminator, 첨단기술분야). 지열피 김양평 개발. RUTHENOX Heating System을 도입, 균일한 열분포를 내어 품질을 개선하였고, 초정밀 실리콘 로울러로 최상의 라미네이션이 가능하게 하였다.
4. 토크(Punching Ceramic Tile, 문화상품분야). (주)한국민예 신은자 개발. 분청사기를 이용한 평면 형태의 건축 마감 장식재료, 한국전통 도자기의 자연스러운 멋과 아름다움을 수작업으로 표현하여 예술적 가치를 느낄 수 있도록 한 제품이다.
5. 한국 궁중의상 종이접기 인형(문화상품분야). (주)미림아트페이퍼 강진욱 개발. 한국전통궁중의상을 종이접기 인형으로 만든 것으로 한국의 화려한 복식문화를 내외국인에게 알릴 수 있는 문화관광상품이다.

## 제7회 전국 초·중·고등학생 산업디자인전람회 개최

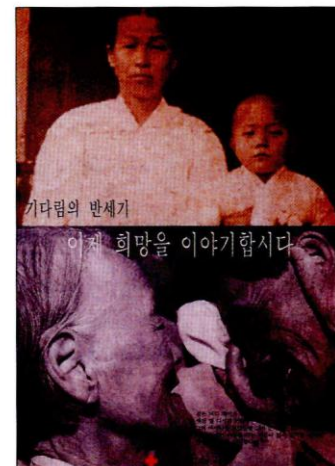
기간: 2000년 10월 5일~9일

장소: 한국산업디자인진흥원 전시관

한국산업디자인진흥원은 지난 10월 5일부터 9일까지 5일간 KIDP 전시관에서 제7회 전국 초·중·고등학생 산업디자인전람회를 개최했다. 한국산업디자인진흥원이 주최하고 산업자문부, 행정자치부, 교육부, 한국청소년개발원이 후원한 이 전시회에는 총 1,855점의 작품이 출품되어, 수상 54점, 특선 158점, 입선 446점 등 총 658점이 선정, 전시되었다.

고등부 대상은 홍정원(안산공고 3학년)군의 '남북이산가족 찾기 포스터', 중등부 대상은 홍나리(대전 신일여중 3학년)양의 '동물들을 응용한 다용도 꽃이 디자인', 초등부 대상은 정용승(수원 송정초등학교 3학년)군의 '숲속의 곤충 놀이터'가 선정되었다. 금상 이상 수상자에게는 국내 또는 해외 견학의 혜택이 있다.

또한 특선 이상 최다 수상학교에 수여하는 ' 으뜸디자인학교상'은 서울 불광초등학교, 대전 신일여자중학교, 원주 북원여자고등학교가 차지했다. 홈페이지, 만화영화, 게임 등 디지털 기기를 활용 제작한 디지털 디자인 작품과 국가상징 등 우리 고유문화를 활용한 디자인 작품을 적극 장려했던 올해 행사는 KIDP 홈페이지 내 '디자인 전시'란에서도 관람이 가능하다.



1. 초등부 대상작, 정용승(수원 송정초등학교 3학년), '숲 속의 곤충 놀이터' 환경 오염으로 멸종 위기를 당하고 있는 곤충들을 소재로 어린이 놀이터를 디자인했다. 반딧불, 다슬기 등 다양한 곤충모양의 놀이기구를 타고 보면서 어린이들이 자연스럽게 곤충과 자연의 소중함을 배울 수 있도록 의도되었다.
2. 중등부 대상작, 홍나리(대전 신일여중 3학년), '동물들을 응용한 다용도 꽃이 디자인' 책상과 벽걸이용 문방구 꽃이로 아크릴을 재료로 사용하여 다양한 동물모양을 연출하였다. 아크릴의 탄력을 다양하게 활용한 점이 돋보인다.
3. 고등부 대상작, 홍정원(안산공고 3학년), '남북이산가족 찾기 포스터' 남북이산가족의 슬픔을 감정이입하게 하는 작품으로 남북화해의 시기를 맞고 있는 현실을 반영하고 통일에 대한 열원을 불러일으킨다.

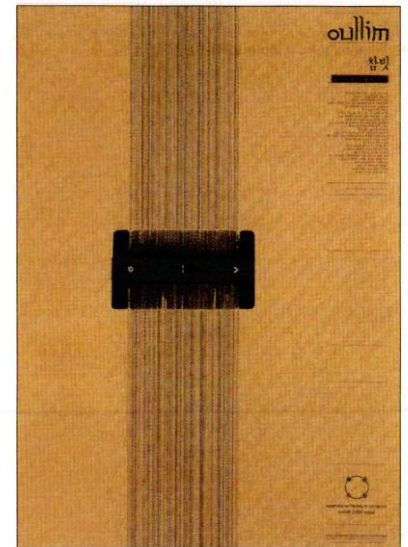


## '어울림' 동아시아 포스터전 개최 Oullim East Asian Poster Exhibition

기간: 2000년 10월 23일~29일  
장소: 한국산업디자인진흥원 전시장

지난 10월 23일부터 29일까지 한국산업디자인진흥원 전시장 3층 전관에서는 세계그래픽디자인대회의 부대행사의 하나인 어울림 동아시아 포스터전이 개최되었다. 이 행사는 한국산업디자인진흥원(KIDP)과 사단법인 한국시각정보디자인협회(VIDAK), 사단법인 한국현대디자인실험작가협회(KECD)가 주최하였고, 인간과 자연, 동양과 서양, 인간과 기술, 전통과 진보가 함께 조화되는 어울림의 세상을 지향하는 새로운 디자인 철학을 시각적으로 보여주는 자리였다.

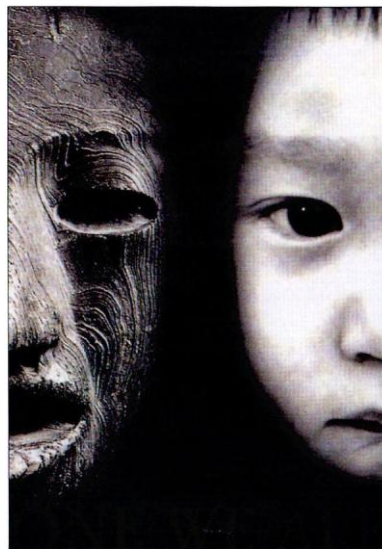
한국은 '어울림'을 주제로한 작품을, 일본은 Design을 주제로한 JAGDA 포스터전에 출품했던 작품들이 대부분이었다. 한국, 일본, 중국, 대만에서 약 850여점이 출품된 이 전시는 동아시아인들이 하나로 어울려 그래픽디자인의 현재를 조망하며, 일반인들에게는 다양한 아시아 국가들의 포스터를 구경할 수 있는 기회를 제공했다.



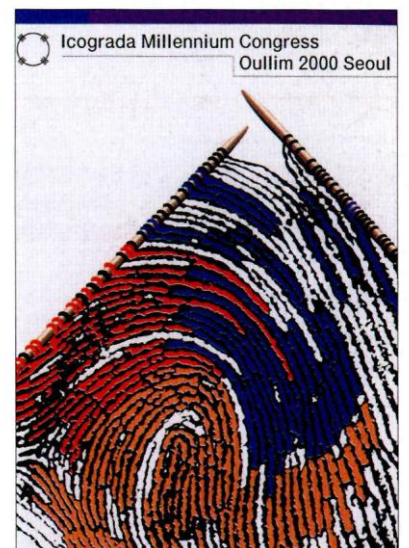
A Fine-Tooth Bamboo Comb, 최호천



What have we done with Graphic Design in the 20th Century?  
우노 야스유키(Uno Yasuyuki, 일본)



무제, 팡 첸(Fang-Chen, 중국)



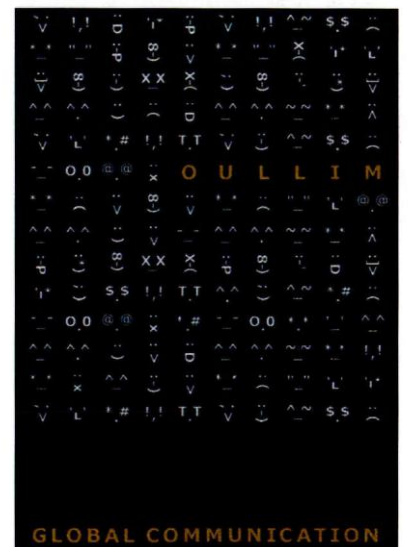
Icograda Millenium Congress Oullim 2000 Seoul, 최인숙



디자인(Die-Sign), 이노코 스스무(Inoko Susumu, 일본)



무제, 링형시(Ling-Hung Shih, 대만)

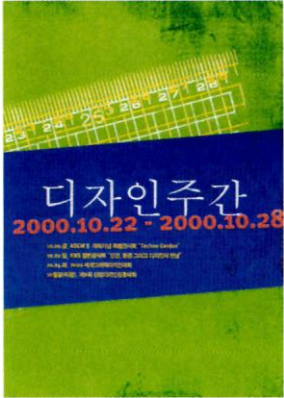


글로벌 커뮤니케이션(Global Communication), 김혜경



### 산업자원부, 10월 22일부터 28일까지 디자인 주간 (Design Week) 선포

'디지털' 'DNA'와 함께 신 3D산업인 '디자인'이 21세기 핵심 산업이 되고 있는 가운데, 산업자원부는 ASEM III 개최기념 특별전시회 'Techno Garden' (2000년 10월 20일~29일), 열린 음악회 '인간, 환경, 그리고 디자인의 만남' (2000년 10월 29일), '2000 세계그래픽디자인대회(icograda)' (2000년 10월 24일), 제2회 산업디자인진흥대회 등 행사가 개최되는 10월 22일부터 28일까지를 '디자인 주간'으로 선포했다.



디자인주간' 리플렛

### 제2회 산업디자인진흥대회 개최

'Design Korea, Korea Brand'를 위한 제2회 산업디자인진흥대회가 산업자원부 장관 등 정부관계자, 디자인계 및 기업계 대표 등 관련 인사 200여명이 참석한 가운데 11월 초 개최된다. 이번 행사에서는 대통령 주제로 '디자인산업의 비전과 발전 전략

추진실적'과 '한국 브랜드의 세계화 전략'을 발표하며, 2000년 대한민국디자인대상 우수기업과 디자이너에 대한 시상식이 있을 예정이다. 특히 이번 행사에서는 디자인 올림픽이라 불리는 '세계산업디자인총회'의 2001년 개최를 축하하고 국내 디자인 산업의 발전과 국제화, 선진화의 의지를 담은 디자인 선언문을 발표하며 2001년을 '디자인의 해'로 선포한다.

### 이코그라다 아시아 지역회의 개최 Icograda Regional Meeting

아시아 그래픽디자인의 현재를 재정립하고 상호 유대를 긴밀히 하기 위한 이코그라다 아시아 지역회의가 지난 10월 23일 타워 호텔에서 개최되었다. 이코그라다 회원단체인 한국산업디자인진흥원(KIDP)과 사단법인 한국시각정보디자인협회(VIDAK), 사단법인 한국현대디자인실험작가협회(KECD)외에 중국 2개 단체(GDA), 일본 2개 단체(JAGDA, Nippon Design Center), 대만 4개 단체(GDA, DPC, CETRA, TGDA), 싱가포르(Tamasek Polytechnic School of Design), 호주 2개 단체(AGDA, DIA), 인도(IIT) 등이 회원 단체 자격으로 참여하였고, 비회원 단체 자격으로 마카오, 몽고, 미얀마, 방글라데시, 베트남, 러시아, 인도네시아, 중국 6개 도시단체, 캄보디아, 태국 등에서 활동하고 있는 디자이너들이 참석했다.

이코그라다 집행위원회는 이날이 지역회의의 한국 개최를 추진하기 전인 지난 6월 26일부터 7월 7일까지 총 4개팀으로 나뉘어 동남아시아에서 지역설명회를 가진 바 있다. 이 행사는 아직 국제 디자인계에 알려지지 않은 이코그라다 비회원 단체들도 함께 참여해 아시아 디자이너들의 상호유대는 물론 아시아 디자인의 잠재력을 확인할 수 있는 기회가 되었다.

### 지역 디자인 산업 활성화 위한 간담회 개최

한국산업디자인진흥원(KIDP, 원장 정경원)은 지역디자인 산업 활성화를 위한 간담회를 개최했다. 지난 9월 21일 전남 광주 아리랑 하우스에서 가진 1차 간담회에 이어, 9월 28일 경북 대구 그랜드호텔, 10월 6일은 경남 부산 상공회의소에서 2차, 3차 차례로 간담회가 진행되었다. 대구 경북지역 간담회는 디자인 관련 학과 교수, 디자인 회사 대표 등 지역 디자인계 인사들이 참석한 가운데, 지역특성에 맞는 디자인 개발전략 수립과 지역 디자인 전문회사들의 경쟁력을 키르는 방안 등이 논의되었다. 또한 경남 부산 지역 간담회에서는 KIDP 디자인 혁신사업 및 디자인 관련 사업에 대한 지역 디자인계 인사와 협력증대 강화 및 애로사항의 의견을 청취하였다. 이 외에도 2000년과 2001년 세계디자인대회의 지역참여 방안과 2001년 '디자인의 해' 추진 등에 대하여 의견조율을 하였다.

지역 디자인 산업 활성화 간담회는 지역사회의 디자인 경쟁력 제고 방안을 제안하여 지역사회 의견의 경청하고, KIDP가 협조할 일이 무엇인가를 알기위해 KIDP 측의 제안으로 개최된 행사이다.



### 제4회, 5회 '젊은 디자이너와의 만남' 개최

디지털 디자인시대를 선도할 각계의 젊은 디자이너들을 대상으로 디자인계의 동향 및 여론을 파악하고 진흥원과 외부 디자이너 그룹간의 공감대 형성과 유기적 공조체제 구축을 유도하기 위한 제4회 '젊은 디자이너와 KIDP원장과의 만남'이 지난 9월 20일에 개최되었다. 40세 미만의 디자인 대학 교수를 대상으로 한 이번 행사에는 김낙권(인천가능대, 제품디자인), 박우성(서울여대, 제품디자인), 윤종영(한양대, 제품디자인), 이미영(대진대, 시각디자인), 이원진(한세대, 시각디자인), 정지홍(국민대, 컴퓨터그래픽), 정현미(부천대, 텍스타일)등 7명이 참석했다.

디자인 교육계가 당면하고 있는 현실적 문제점들과 발전방향, KIDP의 디자인 정책을 위한 조언 등이 자유로운 분위기에서 논의된 자리에서 국민대 정지홍 교수는 문화의 전달자로서 디자이너의 역할에 대한 의견을 피력했다. 또한 근래 붐이 일고 있는 디지털 디자인에 대한 인식의 혼돈과 오류가 심각함을 지적하고, 디지털은 디자인의 한 분야가 아닌 기반으로 이해되어야 할 것임을 강조하였다. 부천대 정현미 교수는 섬유디자인 분야가 디자인 산업의 지원정책에서 소외되고 있음을 토로했다. 또한 KIDP가 산·학계에 신속하게 최신 디자인 정보를 전파하는 정보센터의 역할을 수행해야 한다는 의견을 밝혔다. 한세대 이원진 교수는 디자인에 대한 기업과 일반인들의 지식 및 인식이 취약한 현실을 지적하고 KIDP의 적극적인 디자인 마인드 확산정책을 당부하였다. 대진대 이미영 교수는 여성의 장점이 디자인 작업에 잘 반영될 수

있는 사회적 풍토가 조성되어야 함을 지적하였다. 한양대 윤종영 교수는 디자인 산업의 육성을 위해서 KIDP가 디자인 정보의 데이터베이스를 구축하고, 기존 대학이 해결하기 힘든 범대학간 네트워크 기반 구축을 담당해야 함을 강조하였다. 서울여대 박우성 교수는 KIDP의 산업디자인전람회와 최근 타점적으로 흐르고 있음을 비판적으로 개진하고, 디자인 정책의 방향에 부합되는 명실상부한 전람회로 거듭나야 할 것을 주장하였다. 또한 학계 교수들의 KIDP에 대한 반목감이 심함을 지적하고 KIDP와 디자인계의 대화의 장이 확대되어야 할 것을 강조하였다.

이에 대해 정경원 원장은, 우리나라가 디자인 강국으로 도약하기 위해서 필요한 가장 중요한 성장엔진은 디지털이며, 디지털 디자인 우수성(Digital Design Excellence)을 조기에 실현하는 것이 KIDP와 디자인계가 승부를 걸어야 할 지점임을 강조하였다. 아울러, KIDP의 고객은 디자인계이며 이러한 인식의 실현으로 KIDP는 지난 5월 사내 비전 워크숍을 통해 디자인계에 대한 서비스 실천 전략을 'Design for You'로 정했다고 소개했다. 끝으로 정경원 원장은, 우리 디자인계가 21C 리더로서의 역할을 다하기 위해서는 KIDP와 학계가 함께 변하지 않으면 안될 것과 양자간에 더욱 진솔하고 긴밀한 대화와 노력이 있어야 할 것을 당부하였다. 이번 '젊은 디자이너와의 만남'을 계기로, KIDP의 정책활동이나 교류활동 등에 젊은 교수들의 참여와 연대의 폭이 더욱 확대될 것으로 기대된다.

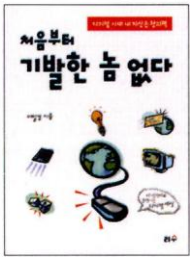
한편 제5회 '젊은 디자이너와 KIDP 원장과의 만남'은 중견기업의 실무 디자이너들을 대상으로 지난 10월 11일에 개최되었다. 이날 참석자는 서연아트 이선희 디자이너, 에넥스 송윤성 주임, 벽창호 한신옥 팀장, 동아연필 이소현 대리, 남양알로에 우태제 대리, 로만손 이동수 대리 등 20대 중반에서 30대 초반의 디자이너 6명이었다. 참석자들은 기업 내 디자인 부서의 위상과 디자이너 처우 등과 같은 현안 문제를 비롯해 디자인경영에 대해 자유롭게 의견을 교환했다.

정경원 원장은, 기업경영의 전략적 수단으로 디자인이 활용되어야 하며 이를 위해 최고경영자의 디자인 마인드가 제고되고 디자인 부서의 위상이 정립되어야 한다고 설명했다. 또한 도래하고 있는 디지털 시대에는 우리 젊은 디자이너들이 주역이 되어서 'e-Design Excellence'를 이룩하고 World Design Leader로 도약할 것을 당부하였다.



제5회 '젊은 디자이너와의 만남' 장면





### 처음부터 기발한 놈 없다

이일경 지음/ 도서출판 리수/ 7,900원

읽고 난 책을 계속해서 활용하는 방법 10가지는? 입 구(口) 자에 두 획을 더하여 만들 수 있는 글자들은? 산토끼의 반대말은?

이러한 질문에 당신은 얼마만큼 거침없이 기발한 답을 내놓을 수 있는가? 고정관념이 통하지 않는, 예측할 수 없이 변화하는 이 디지털 시대의 경쟁력은 단연코 유연하고 독창적인 사고, 창의력에서 나온다. 하지만 창의력은 타고나는 것, 노력한다고 얻을 수 있을까?

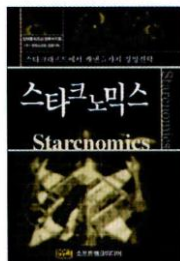
저자는 이런 의문에 대해서 '처음부터 기발한 놈 없다'고 답한다. 누구나 생각의 습관을 바꾸는 연습을 하면 자유로운 발상의 소유자가 될 수 있고, 디지털 시대의 창의적인 리더로 당당히 설 수 있기 때문이다. 워크북 형태의 이 책은 일상 생활에서 간과해 온 사례를 통해 독자들이 스스로 성장하고 창의력을 개발할 수 있도록 도와주는 다양한 연습을 시키고 있다. 말끝마다 부정문을 만들어 보기, 모든 이론을 의심하기, 문제가 있으면 지구 끝이라도 쫓아가기, 태어난 후 한번도 하지 않은 일을 생각해내고 꼭하기, 나의 확실한 실패 분석하기, 하루 동안 밤에 불 켜지 않고 지내기 등 재치있는 제안이 돋보인다.

문의 2299-3703

### 스타크노믹스(Starcnomics) :

스타크래프트에서 캐낸 5가지 경영전략

김태홍·라도삼·장후석 지음/  
소프트뱅크미디어/ 12,000원



지난 2년~3간 10대는 물론 30대 직장인까지 컴퓨터 앞에 앉아 두고 열광시킨 스타크래프트. 인터넷 상에서 이 게임으로 상대방과 싸움을 벌인다는 것은 예측 불가능한 상황에서 변화에 대처하며 살아남아야 한다는 것을 의미한다. 스타크노믹스는 이런 스타크래프트의 속성을 경영전략에 적용하고 있는 책이다.

스타크래프트와 기업경영은 많은 점에서 서로 닮아 있다. 기업은 다른 회사와의 경쟁에서 이기는 것을, 게임은 상대방과의 전투에서 승리하는 것을 목표로 한다. 더구나 스타크래프트의 면면은 새로운 시대의 상황과 변화를 웅변하고 있다. 그래서 스타크노믹스에서 저자들은 1. 상대의 강점을 공략하라 2. 최상의 전략은 없다 3. 방어보다 공격의 비용이 적다 4. 자신의 본거지에 안주하지 마라 5. 최고가 최고를 만들지는 않는다 등 스타크래프트의

게임 전략을 기업 전략으로 제시한다.

또한 이 책은 스타크래프트가 새로운 사회문화적 변화의 선두주자였음을 언급하면서 이를 디지털과 네트워크 시대 진입의 대표적인 현상으로 해석한다. 경제, 경영분야의 연구소에서 몸담아 온 저자들이 경제적 측면과 함께 사회문화적 측면에서 독특하고 짙은 감각으로 스타크래프트 증후군에 대해 아우르고자 한 점이 인상적인 책이다.

문의 3430-6600



### 디자인 원리

DESIGN PRINCIPLES  
and PROBLEMS

Paul Zelanski·Mary Pat Fisher 지음  
김현중, 이명기 옮김/ 국제/ 22,000원

해외 대학의 강의 교재로 주로 사용되어온 디자인 및 조형원리에 관한 개론서가 번역되어 나왔다. 그동안 조형의 기초에 관련한 서적들이 다양한 관점을 가지고 저술되어 왔으나, 다른 책들과는 달리 이 책은 강의를 듣는 것 같은 현장감을 살렸으며, 수업에 활용할 수 있도록 가이드 라인을 제시하였다.

이 책의 특징은 유명 프로젝트는 물론, 학생들의 작품, 실패한 프로젝트까지 많은 사례를 들어 비교 설명함으로써 디자인의 기본 원리와 요소의 핵심을 구체적이고, 이해하기 쉽게 전달하고 있다는 점이다. 또한 조형 요소와 디자인 요소를 단순 분류하지 않고 순수 예술 작품들을 예로, 그 속에서 발견되는 조형 요소들을 디자인과 관계지어 해석하려는 시도도 돋보인다. 그리고 각 디자인 요소의 마지막에 항목별 세분화된 실습을 위한 연습과정을 추가하여 보다 확실하고 체계적인 이해를 할 수 있도록 하였다.

문의 359-7606

### 비전 2003

미치오 가쿠(Michio Kaku) 지음/  
김승욱·윤석완 옮김/ 작가정신/ 18,000원



비전2003은 세계적인 이론 물리학자이며 뉴욕시립대 석좌교수인 미치오 가쿠가 150여명의 석학들과 인터뷰한 것을 축으로 21세기를 향한 비전을 제시한 연구서이다.

1부 <21세기 새 경제 패러다임>, 2부 <정보화 시대의 주체 컴퓨터혁명>, 3부 <생명 연장과 창조의 꿈, 생체분자혁명>, 4부 <우주 시대의 개막을 알리는 양자혁명>의 제목에서 보듯이 저자는 21세기를 이끌 변혁의 주체를 컴퓨터혁명, 생체분자혁명, 양자혁명으로 제시하고, 이러한 첨단기술혁명이 산업 뿐만 아니라 경제와

사회를 어떻게 비약적으로 변혁시킬 것인지를 구체적으로 예측하고 있다. 먼저, 컴퓨터혁명으로 강력한 원거리 통신망에 의해 전세계가 더 밀접하게 연결되고, 인공지능이 가능해지며, 편재하는 컴퓨터(unibiquitous) 시대가 도래하게 될 것이다. 생체분자혁명은 유전자를 완전히 해독하여 의학과 식량문제 해결을, 양자혁명은 새로운 에너지원 및 새로운 형태의 물질 창조 능력의 제공하여 우주로 나갈 수 있는 가능성을 가져다 줄 것이다.

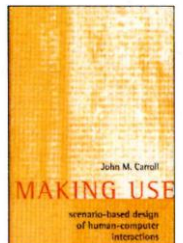
21세기에 대한 위와 같은 예측을 통해 저자가 궁극적으로 얘기하고자 하는 것은 이 세기의 부와 번영의 유일한 원천은 이 3가지 첨단기술혁명이고, 승자가 되기 위해서는 이 혁명의 속도를 따라갈 수 있도록 첨단기술에 대해 과감히 투자하는 길 뿐이라는 것이다. 기술낙관론에 치중한 감은 있으나, 미래학 서적 중에서는 매우 실증적인 연구의 결과라는 점에서 돋보이는 책이다.

문의 335-2854

### Making Use:

Scenario Based Design of  
Human Computer Interaction

John M Carroll 지음/ MIT Press 발행



당신이 사람들이 사용할 무엇인가를 디자인하고 싶어하고, 그것이 특히 인터랙티브해야 한다면, 그것의 사용패턴을 고려하라. 그리고 사용자가 그것을 가지고 어떤 일들을 하게 될지 시나리오를 작성하라.

컴퓨터 사이언스, 심리학 교수이며, 버지니아 테크(Virginia Tech) 인간-컴퓨터 인터랙션 센터장인 존 캐롤은 이 책에서, 배우기 어렵고 사용하기에도 불편한 인포메이션 시스템 때문에 우리는 종종 쓸데없고 원하지도 않는 일을 하게 된다면서 이는 시나리오 기반 디자인(scenario-based design)을 통해 극복할 수 있다고 주장한다. 저자에 의하면, 시나리오 기반 디자인은 문제의 구조와 역동성에 관해 더 많은 것을 알아내고, 다양한 여러 가지 상황을 관찰하며, 각 상황의 구체적인 요소들과 상호작용하므로써 디자인의 복잡성과 유용성을 개발하는 방법론이다.

예를 들어 시스템이나 소프트웨어를 디자인하고 분석할 때, 그러한 시스템이나 소프트웨어가 인간 활동의 맥락에 따라 어떻게 변형되고 제재를 받게 되는 지에 관해서 미리 사용의 환경, 사용자의 주요 활동을 조망할 수 있도록 준비한다는 것이다.

이 책은 HCI 디자인에서 사용자가 이해하고 달성하고자 하는 것은 무엇이며, 어떻게 시스템이 사용자의 요구에 반응하는가 하는 기본적인 물음에 직접적으로 접근하고 있으며 굿디자인이란 기본적으로 인간 커뮤니케이션에 기반을 두어야 한다는 것을 다시 한번 상기시킨다.

### Notice

On page 42 of the September/October edition of this magazine an image from the home page of David Carson was inadvertently used. We offer our sincere apologies to Mr. Carson. For reference, the correct address of Mr. Carson's home page is [www.davidcarsondesign.com](http://www.davidcarsondesign.com).

### 사 고

- 본지 9/10월호 42페이지에 실려 있는 데이비드 카슨(David Carson)의 작품은 [www.davidcarson.com](http://www.davidcarson.com)이라는 홈페이지에 있는 이미지를 잘못 사용함으로써 발생했습니다. 데이비드 카슨 측에 진심으로 사과드립니다.  
참고로 그의 홈페이지는 [www.davidcarsondesign.com](http://www.davidcarsondesign.com)입니다.
- 지번호 92페이지 새천년 건설환경디자인 세계 대회 준비위원회 위원장 김연숙 교수는 이연숙 교수의 오기이기에 이를 바로잡습니다.



# 미니멀

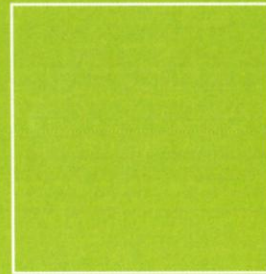
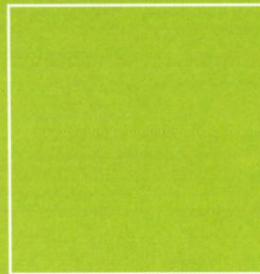
미니멀리즘 조각은 작품 자체보다는 공간과의 관계, 관객과의 관계가 부각된다. 디자인 또한 디자인 그 자체로 완성된다기 보다는 소비자나 이용자의 경험으로 완성시켜 나가야 할 몫이 크다. 본지에서 이러한 맥락을 토대로 최근 왜 미니멀이 새롭게 등장하고 있는가? 우리의 일상에는 어떻게 나타나고 있는가? 미니멀 디자인이 나타나는 경향을 미술사, 그래픽 디자인, 제품디자인 등의 영역에서 살펴보고 다양한 사례의 프로젝트를 소개하고자 한다.

여기에 소개된 사례들은 디자인 외적인 성향, 즉 스타일에 국한시키지 않고 최소의 비용과 소재와 공간으로 최대의 효과를 추구하고 있는 의미있는 사례들 중에서 최근 국내외에서 주목받고 있는 프로젝트를 미니멀적인 관점에서 재해석하여 실었음을 밝혀둔다. 여러 사례들을 통해 미니멀의 진정한 개념을 이해하게 된다면, 단순한 트렌드로서 보다는 현대 디자인의 본질로서 의미있게 받아들일 가치가 충분하다는 생각이 든다.

구성·진행 | 편집부



# minimal





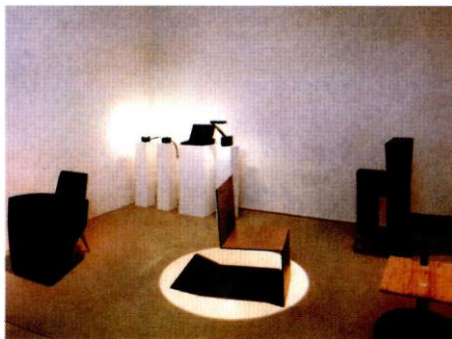
# 일상에서의 미니멀리즘

## Minimalism in the Ordinary

글 | 이병중(한국과학기술원 산업디자인학과 교수)

서구 디자인에서 '미니멀'이라는 제반 경향이 1990년대부터 두드러지고 있다. 일상 사물에 새롭게 도입된 미니멀 디자인은 무엇보다 다원주의를 표방하는 '포스트모더니즘'에 대한 반작용으로 설명된다. 1980년대 신자유주의의 확산과 함께 대중문화산업의 급속한 성장으로 '포스트모더니즘'은 시대정신을 반영하는 새로운 양식으로 떠올랐고, 일상 사물의 세계는 역사적 양식의 절충에서부터 특이한 재료의 혼합과 이국적 양식에 이르기까지 수많은 상징적이고 표현적인 장식 문양들로 뒤덮였다.

이로부터 야기된 양식적 혼란에서 벗어나고자 의식적으로 미적 의미를 최소화하는 디자인이 출현하였다. 그러나 이러한 변화는 단지 양식적인 문제에서 출발한 것이라기보다 서구사회가 안고 있는 총체적인 사회문제에 대한 비판의식의 성장과도 깊은 관련을 갖는다. 무엇보다 1980년대를 거치면서 환경의식이 급속도로 성장하게 되어, 소비에 대한 비판적 시각이 폭넓게 확산되었다. 이로부터 일상사물을 진지하게 바라보는 즉물적이고 기능적인 시각이 자리잡고 기존의 합리적인 절제 미학에 대한 관심이 커져, 즉물성(Sachlichkeit)과 합목적성을 따르는 서구의 전통적인 조형방식이 다시 부흥하게 되었다. 그러나 다른 한편에서는 즉물적인 탈물질성을 상징적으로 표현하고자 하는 새로운 미적 경향 또한 발달하였고, 이것을 지칭하는 개념으로 미니멀리즘이 등장하였다. 현대의 과학기술, 특히 전자기술의 발달로 사물들은 전문가가 아니면 그 내부의 기능을 이해할 수 없는 블랙박스가 되어갔고, 갈수록 작아지고 얇아지면서 탈물질화되는 경향이 나타났다. 이로부터 탈물질화는 공상과학 소설과 영화의 화두로 떠올랐고, 첨단 고급기술을 상징하는 새로운 유행 개념



제8회 카셀 도큐멘타에서 전시된 미니멀 오브제, 1987년



구성주의(절대주의)의 의자, 타틀린(V. Tatlin), 1929년. "인간은 뼈, 신경, 근육으로 구성된 유기체이다. 따라서 의자가 탄력적이어야 하는 것은 당연하다"

으로 전개되었다. 그리고 이러한 탈물질화를 상징하는 이미지는 절대주의적 조형방식에 따라 수리적으로 단순화한 기하학적 추상양식으로 표현되었다. 이로서 '포스트모더니즘' 이후에 나타난 새로운 경향들은 대부분 공통적으로 즉물적인 기하학적 추상으로 설명되고 있다. 그러나 기하학적 추상이라는 절제된 형식언어가 합리적이고 즉물적인 디자인 방식에서 기인되었다고 해서, 미니멀리즘 역시 그와 같은 디자인 방식으로 묶여질 수 있는 것은 아니다.

### 미니멀리즘의 기원

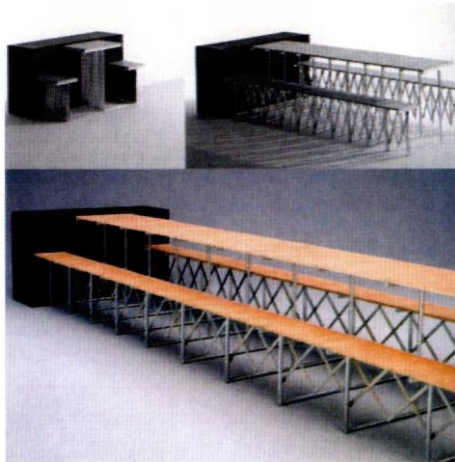
서구 예술에서 나타난 '미니멀'이라는 제반 경향을 지칭하는 미니멀리즘에 대한 논의는 미니멀 아트에서 출발한다. '미니멀'은 1965년 영국의 철학자 리처드 윌하임(Richard Wollheim)이 서구 현대미술에서 나타난, 의식적으로 미적 의미를 최소화하는 경향을 밝히고자 사용한데서 비롯되었다. 그러나 1968년 7월 뉴욕 현대미술관에서의 전시를 계기로, 서구 미술시장에 새롭게 등장한 미국의 젊은 미술가들에 의해 주도된 한 특정 양식을 지칭하는 개념이 되었다. 미니멀 아트는 무엇보다 산업적 재료와 생산방식, 최소한의 기본 요소적 형태와 순차적 배열을 통해 개인적인 표현을 최대한 억제함으로써 익명성을 강조하고 단조로움을 부각시켰다. 이는 극단적인 현대성을 내세우며 엘리트주의적이고 개인주의적인 표현만을 일삼던 당시의 추상표현주의에 대한 비판인 동시에, 팝아트의 현대적 사실주의에 반하는 것이었다. 이러한 경향을 지칭하는 개념으로 미니멀 아트가 대중매체에 확산되자, 1960년대 말부터 회화와 조각뿐만 아니라, 그와 함께 무용과 음악에서 전개된 것들 역시 포함하는 역사적인 총체적 현상에



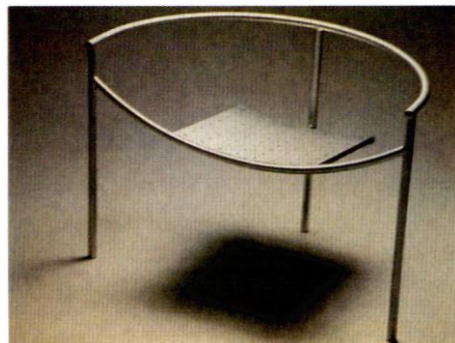
대한 통합적 개념으로서의 미니멀리즘이 등장하게 되었다. 그리고 폴커 피셔(Volker Fischer)는 이러한 미니멀리즘의 개념을 일상사물에까지 확장시켜, 긴반데(Ginbande), 콘스탄틴 그르치(Konstantin Grcic), 제스퍼 모리슨(Jasper Morrison), 필립 스타크(Philippe Starck), 그룹 제우스(Zeus) 등에 의해 주도된 서구 디자인의 한 새로운 경향을 밝히는데 사용하였다.<sup>1)</sup>

폴커 피셔는 뎀피스와 유사한 방식으로 대중매체 홍보를 통한 세계화 전략을 기반으로 1980년대 중반부터 나타난 디자인의 새로운 경향들을 분류하면서, 1984년에 결성된 이탈리아 밀라노의 건축가 그룹 제우스(Zeus)에서 시작된 디자인 양식을 미니멀리즘으로 정의한다. 그는 이 양식을 팝아트적 요소를 통한 강렬한 상징과 과도한 역사적 운율로 표현되는 뎀피스의 양식언어에 대한 반작용으로 설명하면서, 켈빈주의적 강고함에서 기인한 극단적인 미적 요소의 축소로 특징짓고 있다. 그리고 색이 완전히 배제된 무광의 흑색, 무광의 금속 등 즉물적이고 중성적인 표면 또한 이 양식의 중요한 특징으로 설명한다. 이는 1962년 팝아트의 대대적인 전시 이후, 그에 대한 반동으로서 나타난 미니멀 아트가 1964년에 첫 선을 보였던 사실을 연상시킨다. 폴커 피셔는 팝아트와 뎀피스의 관계와 마찬가지로 이 새로운 양식을 미니멀 아트와 연관지어 회화적-개인주의적 장식을 의식적으로 배제한 미의 수리적 추상으로 보는 한편, 동시에 기하학적이고 구조적인 미의 상징적 표현이라고 평가한다. 또한 급진적이고 파괴적인 시각적 충격을 이끌어낸 '미적인 계산' 역시 이 새로운 양식의 중요한 특징으로 꼽는다. 따라서 그는 미니멀리즘의 양식에 대해 '추상과 표현의 조화'라는 모호한 정의를 내린다. 폴커 피셔는 미니멀리즘의 이와 같은 양식적 특성이 바로 성공 지향적인 여피(Yuppies, Young Urban Professionals)의 냉철한 분위기, 다시 말해 미에 대한 엘리트적 의식수준을 강조하는 생활양식의 추구하고 가장 잘 상응한다고 설명하면서, 필립 스타크를 이에 가장 잘 부합되는 대표적인 성공 사례로 꼽는다.

그러나 미니멀리즘의 본질은 대중매체의 생리에 맞게 자극적으로 개발된 탈물질화의 미적 표현양식이다. 새로운 미적 충격을 자유로이 이끌어내기 위해, 개념미술에서 나타난 상징적 소통개념의 창조에 대한 주장과 함께 반(反)기능적이고 극단적인 미적 형식이 이끌어졌다. 사물을 최소한의 형태로 축소시키고 기하학적으로 단순화시킴으로써 탈물질적



폴커 피셔의 탁자 '타블라 라사(tabula rasa)', 그룹 긴반데(Ginbande), 1987년



필립의 의자 '스페셜 박사(Dr. Special)', 스타크(P. Starck), 1983년



칼겔의 의자 '폴트로니카(Poltronica)', 그룹 제우스(Zeus), 1984년

인 현대 과학기술이 갖는 즉물성과 기능성은 급진적이고 과격한 절제의 미로 표현되었고, 그 미적 작용은 거의 물질성이 없는 것처럼 되도록 면밀히 계산되었다. 이러한 미적 형식은 일상사물에서 신뢰하던 일반적이고 습관적인 모든 것을 낫설게 만들었고, 여기서 일상사물은 그 고유한 기능으로부터 이탈된 채 미술가 개인의 미적 개념을 반영시키기 위한 대상물이 되었다. 그 결과, 서구의 미술산업은 이에 가장 먼저 큰 관심을 갖고 이를 소개하는 대규모 순회 기획전을 개최하는 한편, 그 반(反)기능적이고 무의미한 것에 의미를 부여하고자 미술가의 자기중심적이고 개인적인 작업관을 다양한 소개 책자나 출판물들을 통해 대대적으로 설명해나갔다. 그로부터 미니멀리즘은 대중매체의 각광을 받으며 서구 미술의 실증주의적 전통을 계승한 합리적이고 기능적인 양식으로, 다시 말해 모더니즘의 부활로 찬양되었다.

### 서구 미술의 실증주의적 전통

'미니멀'을 특징짓는 수리적인 기하학적 형태언어는 구체적이고 즉각적인 보편적 기준에 대한 이상적 형태로 서구 현대미술의 여러 단계에서 나타난다. 그 모든 단계에서의 공통점은 의심할 수 없는 절대적 객관성의 시각화로, 합리적으로 파악될 수 있는 이성적 인식에 대한 표현이다. 이는 모든 형이상학적인 것을 부정하고, 과학과 철학으로 확립된 주어진 사실만을 확실시하는 실증주의 이데올로기와 연관된다. 서양 미술에서 실증주의적 이데올로기는 그 어떠한 가치의 판단도 배제한 채, 형태를 구성하는 수리적 규칙만을 따르는 조형방식에 대한 양식적 이념이다. 이러한 조형이념은 시민사회를 이룩한 합리적 이성의 승리를 찬양하고 그 기념비를 높이 세우고자 한 고전주의 정신에서 비롯되었다. 서구 미술에서의 고전주의 정신은 20세기에 들어서면서 현대과학의 발전에 따른 이성적 인식의 급속한 확장에 힘입어 입체주의로 발현되었고, 사회주의적 이상과 결합된 구성주의와 데슈틸에 이르러 그 절정에 달하였다. 이는 특히 말레비치(K. Malevic)와 타틀린(V. Tatlin)에 의해 주창된 절대주의로 대표된다. 이들의 절대주의는 공산주의의 초기단계로서 사회주의 사회를 건설하기 위한 미술의 사회적 참여운동으로서, "(미술의 모든)활동의 중점을 건축 전선에 두고 모든 혁명적인 건축가들에게 동참을 호소"하였다.<sup>2)</sup>

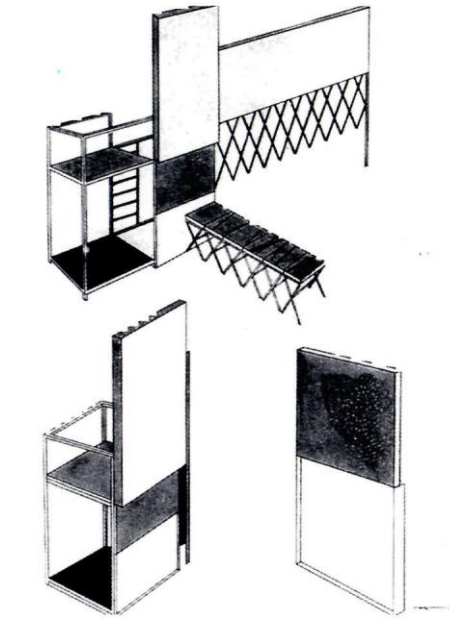
이러한 절대주의의 호소는 당시의 시대적 맥락 속에서 새로운 길을 모색하던 전위미술운동, 즉 신정신(Esprit Nouveau)과 바우하우스에 전폭 수용되



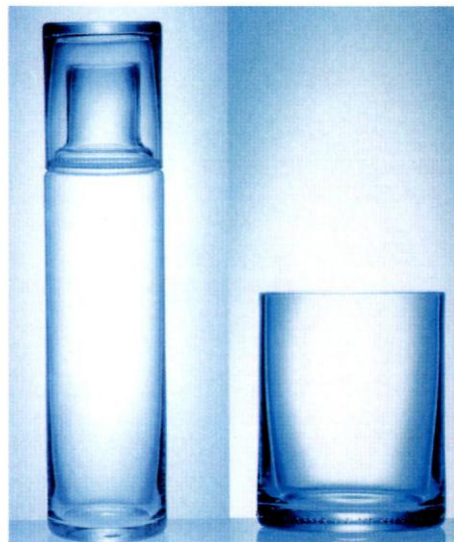
었다. 그러나 절대주의적 형태언어가 아르데코와 같은 정반대의 세계관에서도 나타났다는 사실을 간과해서는 안될 것이다. 속도와 첨단기술은 당대 상류 엘리트층의 고급 생활양식을 대변하는 시대정신이였다. 절대주의의 기하학적 추상언어는 이러한 시대정신을 상징하는 장식문양으로 양식화되었고, 이러한 아르데코 양식은 제국주의적 이데올로기를 발산하는 권력의 상징으로 각광을 받았다.

제2차 세계대전 이후 부르주아의 실증주의적 조형양식은 그것이 대변하는 이데올로기와 각 국가들의 사회적 맥락에 따라 다양한 모습으로 출현되었다. 유럽에서 실증주의적 조형양식으로 두각을 나타낸 것은 막스 빌(Max Bill)과 로제(R.P. Lohse)로 대표되는 콘크리트 아트(Concrete Art)로, 미술에서 수리적 사고를 강조하여 형태를 조형방법 그 자체로 이해하였다. 이러한 조형양식은 울름조형대학에 많은 영향을 주었고, 브라운 제품들을 통해 일상 속으로 퍼져나갔다. 이에 상응하는 미국에서의 실증주의적 조형양식이 바로 국제주의 양식과 미니멀 아트이다. 이들 양식들은 미국으로 건너간 바우하우스 미술가들의 영향을 받아 시작되기는 했으나, 미국 고유의 사회적 맥락 속에서 유럽에서와는 매우 다른 방향으로 전개되었다.

국제주의 양식은 전쟁 이후 폭증하는 건축 수요를 충족시키기 위한 최적의 양식으로 급속히 확산되었고, 당시 건축적 전통이 부재했던 미국의 일상 건축 환경을 지배하게 되었다. 르 코르뷔지에(Le Corbusier), 미스 판 데어 로에(L. Mies van der Rohe), 그로피우스(W. Gropius), 브로이어(M. Breuer) 등에게 영향을 받은 미국의 젊은 건축가들에 의해 국제주의 양식은 전세계로 확산되었고, 그 수리적으로 단순화된 형태는 서구 현대 과학기술의 발전을 상징하는 것으로 찬양되었다. 그러나 미국의 건축가들은 무엇보다 유럽의 기능주의가 표방하는 사회적, 공리적 합리성으로서의 경제성을 미국식의 실용주의적 자본경제성으로 이해하였다. 따라서 미술과 사회의 변증법적 합리성에 대한 비례와 균형의 기하학적 기능성은 자본의 확대재생산을 위한 시장 경제적 기능성으로 치환되었고, 그 결과 이윤 극대화를 위한 수리적 육면체와 격자 등, 익명성의 획일적 형태가 표준화되었다. 여기에 국제주의 양식이 이루는 콘크리트 구조의 즉물화를 강조하는 새로운 브루탈리즘이 가세하면서 인공물 환경의 황폐화와 그 정신적, 문화적 폭력은 극에 달하게 되었다. 이와 같은 후기자본주의적 양식의 폭력성이 미술에 반영



구성주의(절대주의)의 노동자클럽 가구, 로트첸코(A. Rodtchenko), 1925년



레오나르도의 식탁용 물병과 컵



일본풍 선(禪) 양식의 유행, 가구회사 몬타나(Montana)의 광고, 1999년

된 결과가 미니멀 아트였다. 미니멀 아트는 전적으로 익명성을 추구함으로써, 비인격적이고 수리적인 구성원칙으로 귀결되었다. 그로부터 결과된 미니멀 아트의 폭력성에 대해 로제(B. Rose)는 "60년대 미국의 미술가들은 적대적이고 공격적이며 반항적인 지리멸렬한 미술로서 중간계층을 공공연하게 고문하고자 했다"라고 비난하고 있다.<sup>3)</sup>

이러한 경향이 바로 1960년대 말 미니멀리즘이라고 칭하는 예술분야 전반에 걸쳐 나타난 총체적 현상이었다. 1980년대 중반부터 나타난 일상 사물에서의 미니멀리즘 또한 그 연장선상에 놓여있는 것이다.

'미니멀' 디자인은 보는 이에게 강한 탈물질적 느낌을 불러일으키고자 단순한 기하학적 요소들로 축소된 형태로 나타났다. 사물이 갖는 입체의 형태를 부피의 본질적인 원소로 축소시키고, 그로부터 결과된 기하학적 구조가 분명히 인식될 수 있도록 하였다. 이와 같이 수학적 합리성을 강조하는 요소적 조형방식은 구성주의와 일련의 관계를 갖는다. 그러나 즉물화와 탈물질화에 상응하는 미적 표현을 추구한 미니멀 디자인에서 나타난 현상은 탈기능화된 육면체, 격자, 선재, 무의미한 표면 등으로 한정되었다. 이 점에서 미니멀 디자인은 구성주의적 디자인 원칙과 정반대로 대립한다. 구성주의는 사회의 혁명적 변화를 위해 사물의 기능이 갖는 재료적, 구성적 특성에 대한 미의 긴장과 균형의 변증법적 상호작용의 관계를 디자인에 반영시킨 것이다. 이렇듯 구성주의자들은 사회적 이상 실현에 부합하는 기능을 사물에 부여하고자, 디자인에서 재료에 합당한 생산방식과 인간에게 적합한 형태를 추구하였다. 이와는 대조적으로 미니멀 디자인은 전적으로 대중매체를 위한 탈물질성의 미적 상징 이미지를 추구하였다. 이로써 나타난 단순하고 지적인 미니멀 양식은 그 어떠한 조형방식보다 즉물적이고 기능적이며 현대적인 이미지를 표출해내었고, 그 속에서 사물 본연의 기능성과 합리성은 미적 유희의 대상이 되었다. 이는 마치 유탄형 양식으로 만들어진 기차나 자동차가 빠른 속도로 주행할 수 있을 것만 같이 보이지만, 실제로는 표면적을 넓히고 공기 흐름을 저해하는 양식화된 형태 때문에 공기저항이 오히려 증가하는 양상과 유사하다.

미니멀리즘의 탈물질화가 품어내는 첨단 고급기술의 '즉물적이고 단순한' '기하학적이고 기능적인' '모던한' 가상의 이미지는 경제적 성공을 과시하고 자 하는 여피 계층의 엘리트적 취향을 적절히 대변해냈다. 따라서 생산업체들은 마케팅 전략적 차원에서

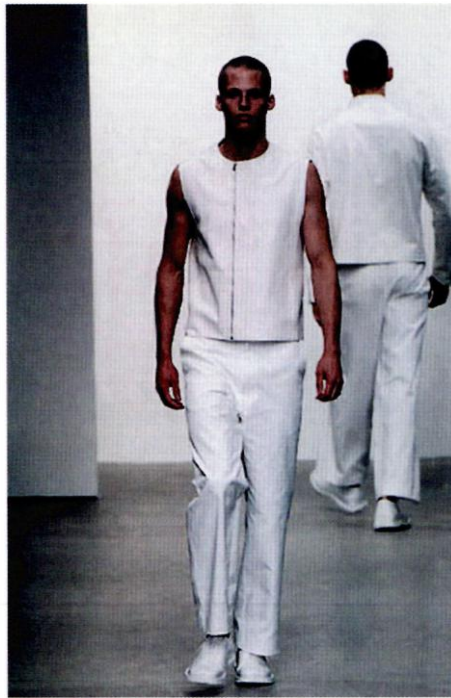


미니멀리즘에 관심을 갖고, 미니멀 디자인을 패션디자인 상품들처럼 컬렉션이나 에디션의 형태로 시장에 내놓게 되었다. 이렇게 시장에 나타난 미니멀리즘은 관상용의 대중매체-디자인에서부터 기본적인 기능만을 살려 다소간의 사용이 가능한 디자인에 이르기까지 다양한 스펙트럼을 보였다. 그러자 대중매체는 탈물질화된 가상의 기능을 갖는 미니멀리즘에 합리적 기능성을 부여하고자, 즉물성과 기능성에 입각하여 단순화된 기하학적 형태를 갖는 디자인에까지 손을 뻗쳐 미니멀리즘의 개념으로 소개해나갔다. 그러나 대중매체에 나타나는 '미니멀' 디자인은 여전히 미적 충격을 이끌기에 안정맞춤인 스타 디자인의 관상용 대중매체-디자인 일색이었다. 그리고 최근 일본으로 대표되는 아시아의 이국적 양식이 다시 유행하고, 세계화로 두터워진 여파 계층의 생활 양식을 특징짓는 것으로 부각되자, 미니멀리즘은 일본에 대한 이국적 취향을 대표하는 선(Zen, 禪) 양식마저 묶어내었다. 이로써 결과된 미니멀리즘은 마치 다윈주의를 위한 아르데코의 부활과도 같이 나타나고 있다.

#### 우리에게 나타난 미니멀리즘

'단순하고 깔끔한, 미니멀'. 최근 디자인을 전공하는 학생들 사이에서 심증팔구 자신이 디자인하고자 하는 것에 대한 의도나 결과를 설명할 때 가장 역점을 두는 말이다. 여기서 '미니멀'은 모던한 것이고, 20-30대 성공한 독신 전문직업인을 대표적으로 상징하는 이미지이다. 그리고 이러한 미니멀 디자인의 대표적 우상은 필립 스타크(Philippe Starck)이다. 이러한 현상은 상류층에서 유행하는 최신 인테리어 장식을 다루는 여성지를 비롯한 디자인 관련 잡지들이 서구의 대중매체에서 각광받는 '미니멀' 디자인을 소개하면서 비롯된 것이다. 이 과정에서 미니멀리즘이 표출하는 '즉물적이고 단순한' '기하학적이고 기능적인' '모던한' 등의 가상 이미지는 서구의 것에 맹종하는 우리에게 현실적 실존으로 인식되었다.

이렇게 시작된 미니멀리즘은 올 봄에 개최된 가구 박람회를 통해 최신 유행현상으로 우리에게 본격적으로 나타났다. 그 가구박람회에서는 미니멀리즘을 내걸은 각종 레트로 디자인, 퓨전 디자인이 성황을 이루어, 아르데코 전람회를 방불케 하였다. 여기서 가장 두드러진 특징은 서구에서 일본의 전통양식을 이국적으로 양식화한 선 양식을 우리가 다시 이국적인 장식문양으로 사용하는 극도로 혼란한 키치현상이 발생하기 시작했다는 것이다. 이러한 현상은 우



캘빈클라인 남성복



실내에서 사용하는 컨테이너

리가 언제나 서구의 것을 단순히 형식적인 유행으로 변질시켜 키치적으로 모방하는 것에서 비롯된 것으로, 비단 미니멀리즘이나 선 디자인의 경우에만 나타난 것이 아니라, 매 시기마다 계속적으로 지속되어왔다.

우리에게 서구는 식민지적 지배권력을 상징하고, 따라서 각 시대마다 서구에서 나타난 모든 양식은 우리에게 권력을 상징하는 장식으로 받아들여지고 키치적으로 사용된다. 그 결과, 우리의 디자인이 추구하는 바는 '서구의 최신 유행양식으로 장식하는 것'으로 나타나며, 그 유행은 쉴새없이 옷을 갈아입는다. 따라서 우리의 관심은 새롭게 등장한 서구의 양식이 갖는 역사적이고 인식론적 실체에 있지 않고, 오로지 그것이 서구의 최신 유행인가 하는 것이다. 서구의 최신 유행양식을 주도함은 우리 사회에서 식민지적 규율과 권력을 행사하는 것을 의미하는 반면, 유행을 따르는 것은 그 규율과 권력에 대한 동경과 복종으로 나타난다. 그래서 서구의 미니멀리즘이 갖는 후기자본주의적 관계는 여타 서구의 것이 우리에게 수용될 때와 마찬가지로, 식민지적 규율과 권력의 관계로 치환된다. 이와 같이 서구의 유행이 식민지적 규율과 권력의 관계로 치환되는 과정은 모더니즘이나 포스트모더니즘 등에서 잘 드러나듯이, 수용 대상의 구체적 실체가 불분명할수록 잘 작동하는 메카니즘을 갖는다. 따라서 미니멀리즘이 실존적이고 명확한 개념을 갖는다면 미사여구로 치장하여 지배적 권력을 피하기에 부적절하기 때문에, 우리가 전형으로 삼아야 할 서구의 최신 디자인 경향으로 부각되기 어려울 것이다.

- 1) Fischer, Volker, <Design heute>, Prestel Verlag, 1988 Monchen, pp. 101-103 참조
- 2) Malevic, Kasimir, <절대주의 선언>, 1924: Conrads, Ulrich/이현호, 「건축선언문집」, 기문당 1995, p.111
- 3) Gregor Stemmrich(ed.), <Minimal Art. Eine kritische Retrospektive>, Verlag der Kunst, Dresden 1995, p.535



이병중, 1964년 생으로 서울대 공과대학과 독일 브라운슈바이크 공과대학에서 설계학을, 브라운슈바이크 조형미술대학에서 산업디자인을 전공하였다. 현재 한국과학기술원에 재직하며, 한국기술교육대학교에 출강하고 있다.



사용자 중심의 가구를 만드는

# 아세르비스의 '뉴 컨셉'







1, 2. 사이드보드. 가구 뒷면에 구멍을 내어 조명원으로부터 빛이 들어오도록 했다. 문을 열면 문 자체가 아래 쪽으로 내려오면서 선반이 되므로 물건을 넣고 빼기 쉽다.



미니멀리즘 조각을 연상케 하는 아세르비스의 '뉴컨셉(NewConcept)' 컬렉션은 그 외형은 물론, 상황의 미학(situational aesthetic)을 반영한다는 점에서 내용상 미니멀리즘에 더욱 가깝다.

100년이 넘는 역사를 가진 아세르비스 인터내셔널(Acerbis International spa.)의 대표이며 디자이너인 로도비코 아세르비스(Lodovico Acerbis)의 디자인은 전통과 혁신의 조화라는 덕목 이외에 사용자의 관심과 취미 등 제품을 둘러싼 맥락과 상황을 고려한 디자인으로 명성을 얻어왔다.

그의 최근 프로젝트 '뉴컨셉'은 사이드보드, 일반 선반과 벽선반, 줄리 유닛(jolly units), 거울 등 다섯 가지 아이템으로 구성된 가구 컬렉션으로 시대의 생활 양식이 요구하는 새로운 기능들을 섬세하게 고민한 흔적이 보인다. 그 기능이란 개개의 가구를 기술적으로 결합하는 테크니컬 채널(technical channel)과 백라이팅(back lighting) 시스템이다. 테크니컬 채널은 전선들이 흙물스럽게 드러나지 않도록 한 일종의 전기 배선관으로 가구의 뒷편으로 물려나 있으며 그 안에 백라이팅을 가능하게 하는 조명원을 가지고 있다.

이 눈에 띄지 않는 배선관으로 인해 이제는 필수품이 되어 버린 텔레비전 세트, VTR, 스피커, 개인용 컴퓨터, 프린터, 스캐너 등 전기 기기의 자유롭고 깔끔한 배치가 가능해졌다. 게다가 가구 뒤로부터 퍼져나오는 조명은 빛의 양과 느낌의 조절이 가능하기 때문에 다양한 공간을 연출케 한다. 부드럽게 퍼지는 빛으로 소중한 것들이 놓여있는 열린 공간을 우아한 거실로 만들기도 하고, 보다 밝고 집중적인 조명으로 컴퓨터 작업이 가능한 일하는 공간이 되기도 한다.



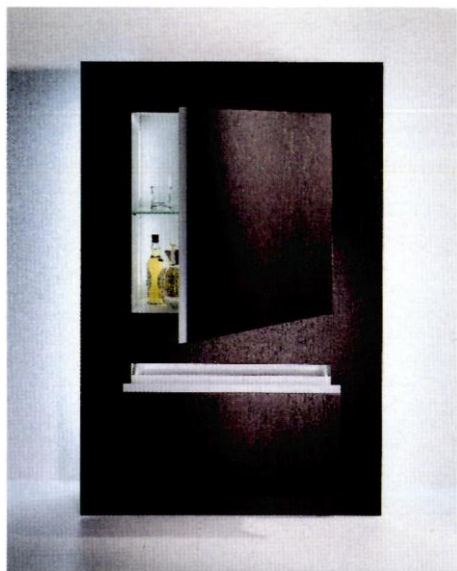




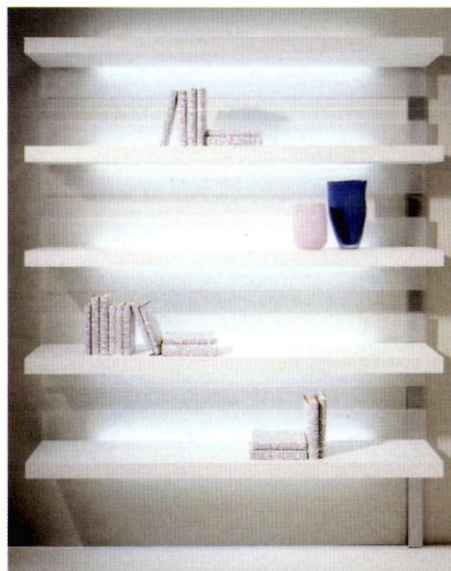
1. 줄리 유닛. 수납할 내용물에 따라 측면과 정면을 각기 이용할 수 있고, 선반의 기능에 따라 단순 수납공간에서 작업대로의 변형이 자유롭다.
2. 케이블이 최대한 보이지 않도록 각각의 가구에는 작은 구멍을 내었고 가구 뒤 쪽으로 배선을 숨겨 놓았다.
3. 사이드보드, 일반 선반과 벽선반, 줄리 유닛, 거울 등 다섯 가지 아이템으로 구성된 뉴컨셉 컬렉션
4. 정면의 다채로운 변형이 가능한 줄리 유닛
5. 선반 뒤에 숨겨진 테크니컬 채널과 백라이트 시스템으로 독특한 분위기가 연출된 선반



3



4



5

'뉴컨셉'은 절대 혼자서는 변하지 않지만 사용자의 적극적인 활용에 의해서 얼마든지 다양한 기능과 분위기로 변신할 수 있는 사용자 중심의 미니멀리즘 가구이다.

## The Acerbis 'New Concept' - Furniture for the Users

Acerbis's 'New Concept' collection comes closer to minimalist furniture not only in the way it looks but also reflecting situational aesthetics. Lodovico Acerbis, the representative and the designer of over 100 years-old Italian furniture manufacturer Acerbis International s.p.a., has been a renown figure in the business for his consistent effort in creating designs connecting tradition-innovation, and context-situation in furniture design.

His latest New Concept project, consisting of five components such as sideboard, wall shelves, shelvings, jolly units, and mirrors, shows careful considerations for new functionalities for the new lifestyle of contemporary users. The technical advantage implemented, so-called technical channel and back lighting system, neatly hides away unsightly electrical wires after the installation of lights as well as allowing wireless backlighting and other electric appliances possible. It opens up a new possibility to control subtle lighting effects especially in the open space, where various applications of lighting can create variously desired interior atmosphere. New Concept is a stationary interior in itself but bears multiples of possibility for functional and atmospheric changes according to the users. ❶



**로도비코 아세르비스(Lodovico Acerbis)** \_ 1939년 이태리 알비노(Albino) 출생, 1970년 목공소로 시작, 이제는 세계 최대의 대리점망을 갖고 있는 가구디자인 회사로 성장한 아세르비스 인터내셔널(Acerbis International spa.)의 대표이다. 그는 밀라노 대학(Milan University)에서 경제를 전공했고, 1977년부터 지오토 스토포노(Giotto Stoppino)와 함께 아세르비스의 주요 디자인을 개발해 왔다. 그의 디자인들은 다양한 수상 경력을 갖고 있으며, 일부는 런던의 빅토리아 알버트 뮤지엄(Victoria and Albert Museum), 뮌헨의 Die neue Sammlung Staatliches Museum für Angewandte Kunst, 시카고 현대미술관(Museum of the Contemporary Art, Chicago) 등에 영구 전시되고 있다.





특집 | 프로젝트

# 리빙 유닛 이렇게 작은 집도 있다



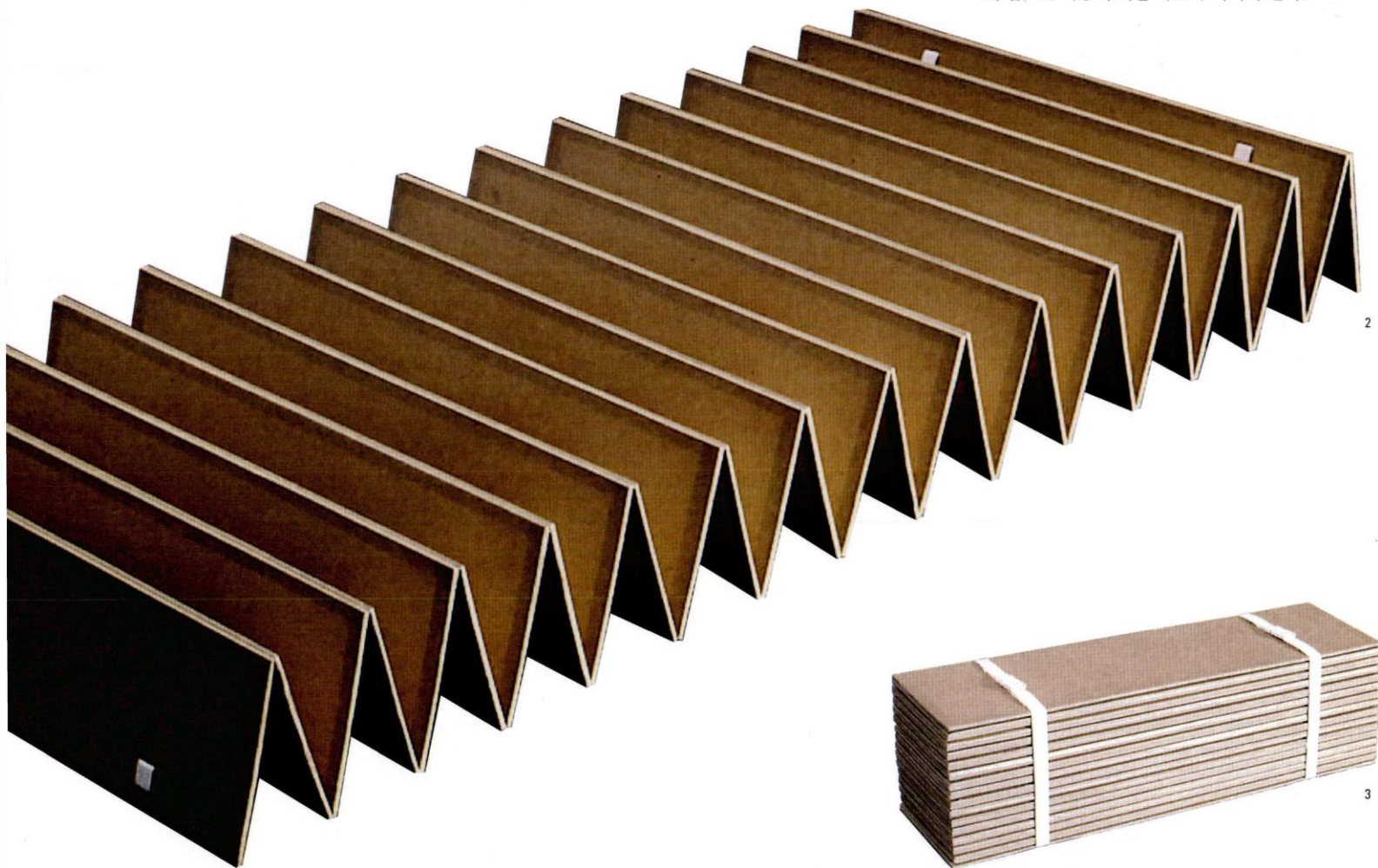
1. salone del mobile 2000(Milano)에 전시된 리빙 유닛(Living Unit). 하나의 침대, 하나의 책상, 몇 개의 수납 박스로 구성된 생활공간을 텐트의 창과 같은 재료로 만들어진 투명한 덮개로 단위화 함으로써 마치 캡슐과 같은 형태의 미래형 '집'의 전망을 제시한다.

2, 3. 타라베드, 어코디언처럼 접혔다 펴졌다 하는 7mm 두께의 주름 접힌 판지로 구성되어 있어 누울 때는 넉넉하지만 접으면 이동이 쉬운 작은 꾸러미가 된다.

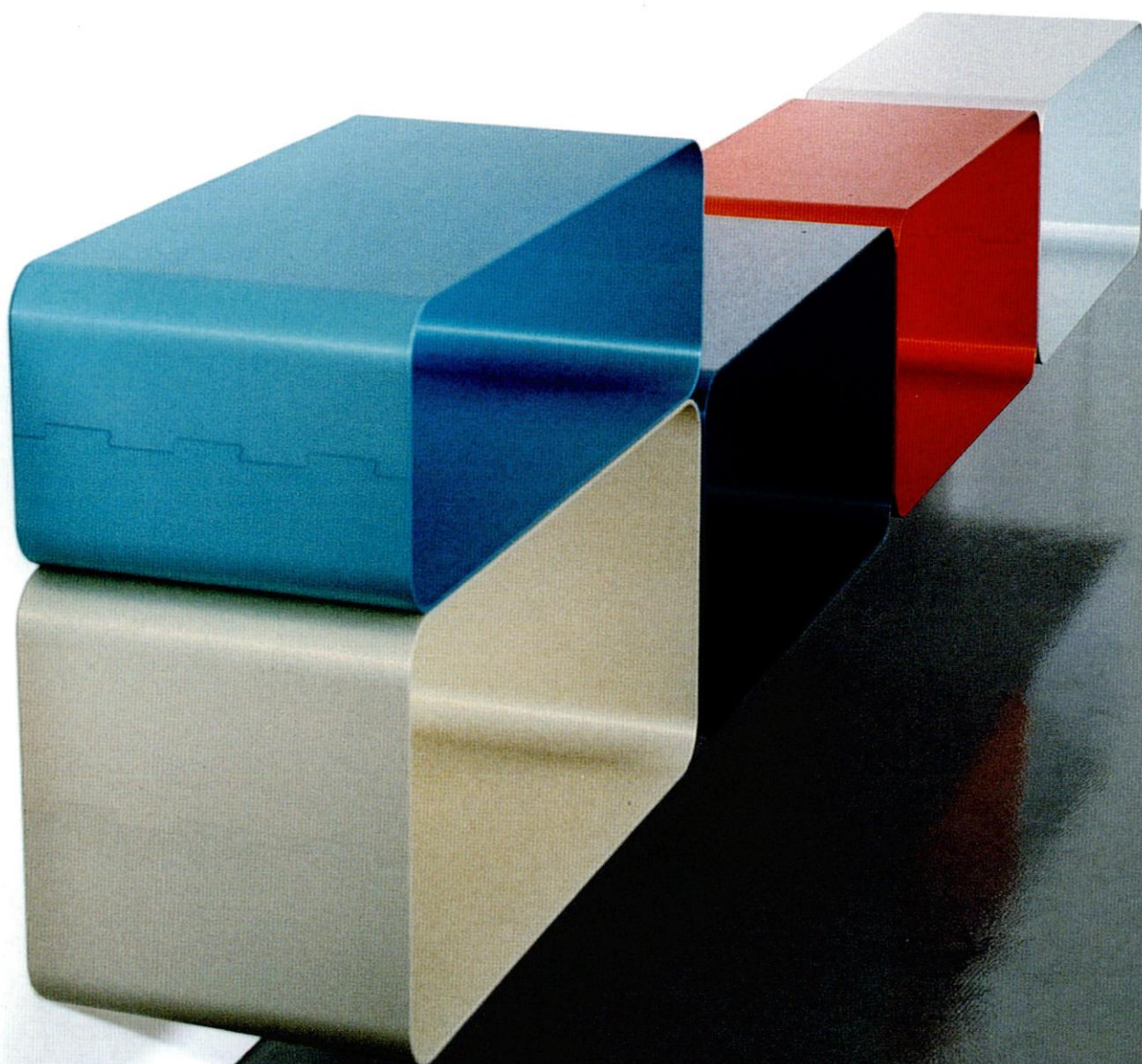
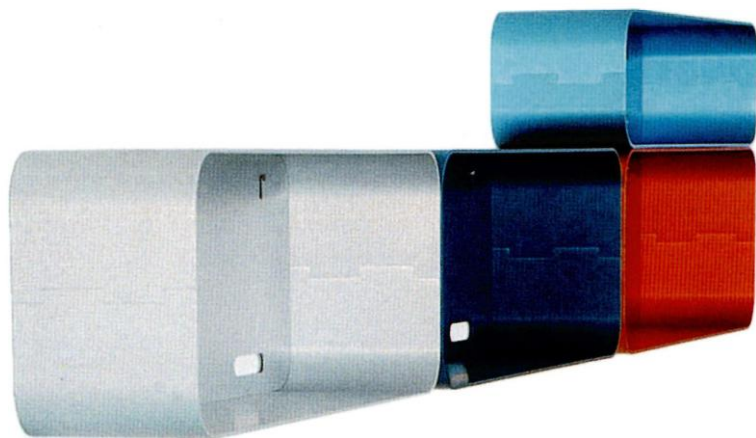
사막의 베두인족에게 필수품은 뭐니뭐니해도 낙타, 그리고 어디서나 쉬고 잠을 잘 수 있게 해주는 움직이는 집, 천막이다. 오아시스를 찾아 헤메 다녀야만 했던 그들에게 불박이 집이란 상상할 수도 없는 일. 그들의 후에 21세기의 유목민들에게도 이사가 아니라 가지고 다닐 수 있는 집이 주어진다던?

올해 봄, 밀라노와 취리히, 뉴욕 등지에서 선보인 타라(tara)의 리빙유닛(living unit)은 우리에게 그것이 먼 훗날의 일이 아님을 얘기해준다. 리빙유닛은 하나의 침대, 하나의 책상, 몇 개의 수납 박스로 구성된 이동 가능한, 극소형 생활공간의 상징적인 재현이다.

투명한 덮개가 씌워진 리빙유닛 내부를 구성하는 타라박스(tarabox)와 타라침대(tarabed)도 이채롭다. 산화 알루미늄 재료의 새로운 단위 수납 시스템인 타라박스는 크기와 색이 다른 5개의 수납 상자로, 몇 개든지 원하는 모양으로 자유롭게 결합시킬 수 있으며 물에 견디기 때문에 부엌과 욕실용으로도 가능하다. 타라침대는 어코디언처럼 접혔다 펴졌다 하는 7mm 두께의 주름 접힌 판지로 구성되어 있다. 지그재그로 보이는 옆모습은 카드로 만든 집을 연상시키며 머리부터 발끝까지 넉넉히 누울 수 있는 길이지만, 접으면 이동이 쉬운 작은 꾸러미가 된다.









유목민들에겐 이동에 쉽다는 것과 이를 위해, 작고 가벼워야 한다는 명제가 항상 쌍으로 붙어 다닌다. 30대의 젊은 스위스 출신 디자이너들이 만든 타라의 제품들은 그러한 명제에 더없이 충실하다. 발레리 조미니(Valérie Jomini)와 스타니슬라스 짐머만(Stanislas Zimmermann)은 새로운 유목민, 젊고 기동력이 필요한 도시 거주자들을 위해 작고, 가벼우며 이동이 쉬운 가구를 디자인하고 생산, 판매하는 회사 타라를 세워, 재기 발랄함과 미래를 바라보는 진취적이며 독창적인 전망이 담겨 있는 디자인을 만들어내고 있다. [www.tarabox.com](http://www.tarabox.com)

## Living Unit - As Small as a House Can be

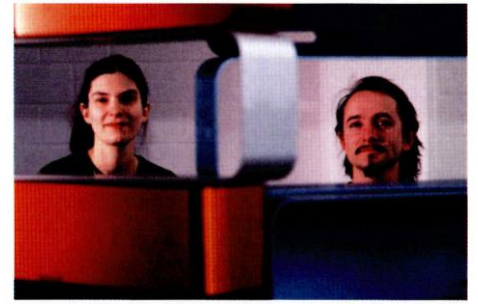
For Bedwin nomads, the two essentials of survival are camels and sleeping tents. What would a house look like if the Bedwin had inherited to their 21st century descendents? At this year's 'tara's Living Unit' collection which had been showcased in Milan, Zurich, and New York, the nomads' good old

living portable house was reborn. Consisting of one pieces of bed and desk with a few storage items, it revived the symbolic meaning of the minimal lifestyle.

Aside from the foldable tarabed made of ruffled cardboard papers and covered with transparent sheets, anodized aluminum storage cases looks attractive in five different colors allowing multi-usage thanks to its jigsaw joints. To be served for full comfort of users at its stretch, the items can be folded easily for portable carriage.

Small and light are the main issue for the 30 something Swiss-born creators and designers of Tara products. Valerie Jomini and Stanislas Zimmermann transformed the idea of nomadic house culture to that of the contemporary young generation fast-moving and increasingly mobile. Tara is continuously looking forward to creating designs for the innovative future and young people.

[www.tarabox.com](http://www.tarabox.com)



발레리 조미니(Valérie Jomini)와 스타니슬라스 짐머만(Stanislas Zimmermann) - 1970년 스위스 태생으로 Swiss Federal Institute of Technology에서 건축을 공부하였다. 1996년에 건축 디자인 사무실을 열었고 1997년에 tara라는 이름으로 디자인을 개발하기 시작했다.

왼쪽 | 타라박스는 필요와 공간의 요구에 맞게 여러 가지 방식으로 배치할 수 있다. 개별적으로 벽에 붙이거나 서로 맞물리는 이용새로 여러 개를 원하는 모양으로 쌓아올려 수납장으로도 사용할 수 있다.

아래 | 책상으로 구성된 타라박스. 높이와 넓이를 72cm 단위로 단위화 했기 때문에, 타라박스는 책상으로도 이용 가능하다. 사무용 테이블을 위한 7개의 서랍이 달린 세로형 타라박스를 같이 이용하면 편리하다.



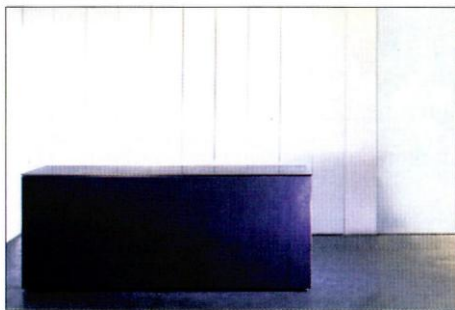


현대 조각품으로 변신

# 키친 큐브



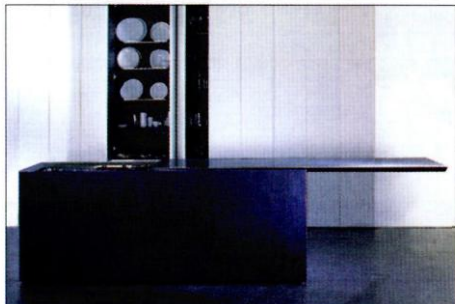




왼쪽 | 왼쪽에서 본 키친 큐브의 닫힌 상태

왼쪽 아래 | 왼쪽에서 본 키친 큐브의 열린 상태

아래 | 왼쪽에서 본 완전히 닫은 상태의 키친 큐브. 건축 재료를 절약할 수 있고 같은 크기의 전체 평면공간도 보다 넓게 사용할 수 있는 장점이 있다. 기본 기기들 외에 요구되는 수납 공간은 전체 실내구조에 맞는 별도의 벽면형 수납시설 등으로 해결할 수 있다.



**노베르트 방엔(Norbert Wangen)** 1962년 생. 아헨 공대와 뮌헨 공대에서 건축을 전공했다. 그의 작업으로는 무대건축 외에 체코슬로바키아, 스위스 등에 개인주택 건축, 그리고 '아틸라(Attila)'와 같이 접을 수 있는 구조로 디자인된 가구들이 있다.

우리들이 흔히 접하는 부엌의 모습은 움푹 패인 싱크대, 튀어나와 있는 수도꼭지, 조리기구와 얹혀 있는 가열대, 수많은 손잡이가 달린 수납장, 여기저기 놓인 그릇과 컵 등 무질서와 혼돈이다. 이러한 혼돈을 그 기능에 영향을 주지 않고 직사각형으로 단순하게 정리하는 동시에 주거공간도 넓게 살린 해결책이 바로 건축가 노베르트 방엔(Norbert Wangen)의 '키친 큐브(Kitchen Cube)'이다.

부엌 전체가 단순한 직사각형 상자로 되어 있어 마치 미니멀리즘 조각처럼 보이는 이 234×93×70 cm 크기의 미니부엌은 싱크대, 가열대, 조리대, 전자 렌지 겸용 오븐, 식기세척기, 냉장고, 수납공간 등 '보통' 부엌의 기능을 모두 담아내고 있으며 5인 가족을 위한 식사준비에도 불편함 없이 사용할 수 있다. 싱크대와 가열대는 뚜껑을 덮는 구조로 되어 있어 식탁으로 사용되기도 하고 조리대는 이동할 수 있어서 밀어 넣기만 하면 홈바(Home Bar)로도 사용할 수 있다. 키친 큐브는 이와 같이 부엌기기와 가구들이 차지하는 기본적인 공간을 최소화한 경제적인 가구이다.

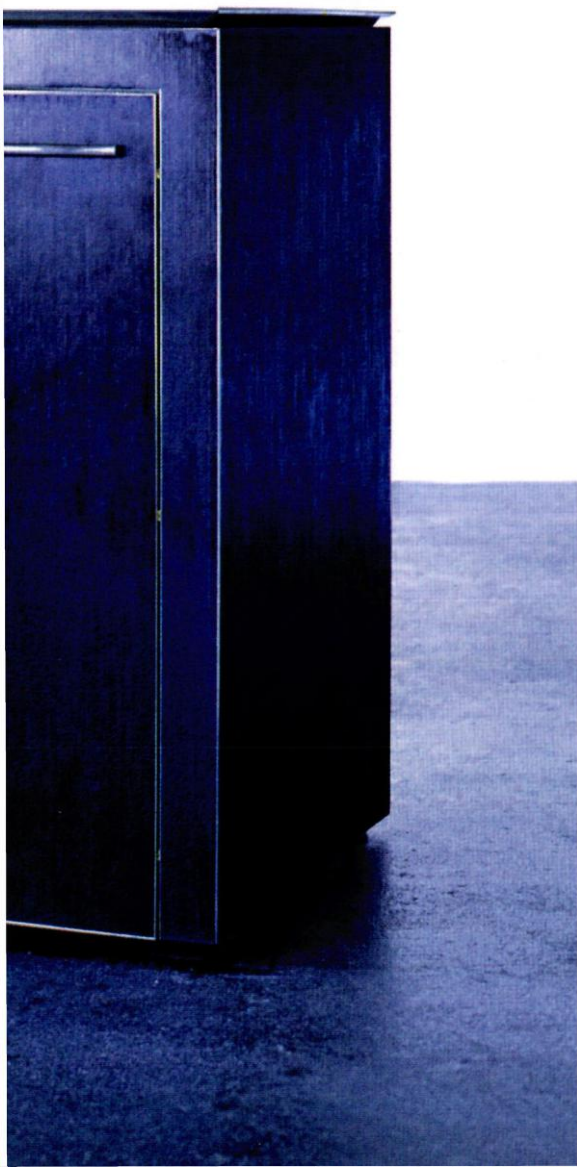
게다가 기존의 일반적인 부엌은 아무리 크더라도 한 두 사람 정도 이용하면 비좁아서 부엌에서 일하는 사람과 다른 공간에 있는 사람들을 서로 분리시키는 데 비해 키친 큐브는 부엌과 주거공간이 같은 공간에 있으므로 요리를 하면서 음악을 듣거나 TV를 볼 수도 있으며, 거실에서 노는 아이들을 지켜보거나 소파에 앉은 남편이나 아이들, 방문객과 이야기를 나누는 대화의 장이 될 수 있다.

“가장 적당하게 삶은 파스타, 좋은 올리브유, 신선한 파마젠 치즈와 마늘, 소금만으로도 매우 맛있는 파스타 요리를 즐길 수 있다”고 주장하는 방엔은 가장 기본적인 것, 단순함이 지니는 숨은 힘과 미를 선호한다. 키친 큐브는 바로 이러한 미학을 구체화시킨 것으로 기술과 기계들의 전시장이 되어버린 부엌을 기존 이미지에서 해방시켜 단순한 공간으로 만들어낸 셈이다.

이동할 수 있는 탁자-조리대로 부엌 전체를 눈에서 사라지게 할 수 있는 키친 큐브는 스위치만 끄면 모든 정보가 사라져버리는 컴퓨터 세대, 더욱이 사용하지 않을 경우 뚜껑을 닫아버리면 업무의 스트레스까지 시각적으로 사라지게 할 수 있는 노트북 사용자가 늘어나는 미래 세계의 감성에 어울리는 부엌이다. 특히 점점 늘어나는 스튜디오나 원룸 시스템으로 된 공간에 보다 적합한 이 키친 큐브는 현대 조각품 같은 단순한 형태의 아름다움 덕분에 부엌을 전체 생활 공간의 하나로 끌어들이고 있다.

1997년 뮌헨에 있는 아파트 2개를 하나의 원룸 시스템으로 개조하는 작업 중, 부엌을 어떻게 처리할 것인가 하는 고민에서 탄생한 키친 큐브의 아이디어는 현재 부엌 공간의 크기에 따라 천연 편암판 조리대로 된 고급형 모델에서부터 흑단·체리 등 나무와 스테인리스 스틸 조리대 컴비네이션형, 그리고 스테인리스 스틸 퓨어형 등 다양한 재료와 크기의 모델들이 새로운 세대를 위해 준비되어 있다.

[www.norbert-wangen.com](http://www.norbert-wangen.com)





아래 | 모바일 조리대를 연 상태

맨 아래 | 모바일 조리대를 연 상태. 식탁으로도 사용할 수 있는 모바일 조리대 아래에 가스나 전기 가열대와 싱크대가 자리 잡고 있으며, 싱크대의 수도꼭지는 모바일 조리대 구조를 위해 끌어당기는 구조로 디자인되었다. 왼쪽부터 냉장고, 식기세척기, 전자 렌지 겸용 오븐, 서랍, 수납공간이 숨어 있다.



## Morphing into Contemporary Sculptures : Kitchen Cube

Composed of simple cube boxes, Norbert Wangen's Kitchen Cube appears like a set of contemporary sculpture. This mini-kitchen is equipped with sinks, a stove, cooking space, a microwave/conventional oven, a dish washer, a refrigerator, and storage space and is enough to prepare meals for up to five-member family. The cooking space is designed to be mobile and multi-purpose. It can be used as dining table and home bar as users simply push and pull the table top, while its reduced style reckons a piece of environmental contemporary art object.

First introduced in 1997 for two apartment buildings interior project in Munich, this kitchen initially had aimed to create a fully-functional kitchen suitable for one-room studio space. Kitchen Cube especially appeals to the future computer generation, who freely set and erase the working environment by lifting and closing laptop computers.

[www.norbert-wangen.com](http://www.norbert-wangen.com) 





“메트로쿠보는 하나의 덩어리로 어느 방향에서 보든 항상 같은 느낌을 전달한다. 매우 특이한 디자인과 복잡한 선을 보여주는 다른 차들이 전달하는 뜻밖의 효과와는 달리 우리는 메트로쿠보를 위해 간단하고 안정된 느낌을 주어 차체의 통일된 형태를 도와주는 단순한 디자인을 우선하였다”

최근 발표되는 신차들 중에는 다이믈러-크라이슬러의 A 클래스나, 르노 사의 트윙고와 캥구, 피아트 사의 멀티플란, 오펔 사의 아기라, 현대의 아토즈, MCC의 스마트 등 미니 벤 형의 다목적 차량이 눈에 많이 띈다. 피닌파리나 사의 컨셉 카 메트로쿠보(이탈리아어로 세제곱미터를 의미)도 이러한 미니 벤 형의 시티카로 길이 258cm, 폭 178cm로 정육면체에 가까운 외형으로 되어 있다.

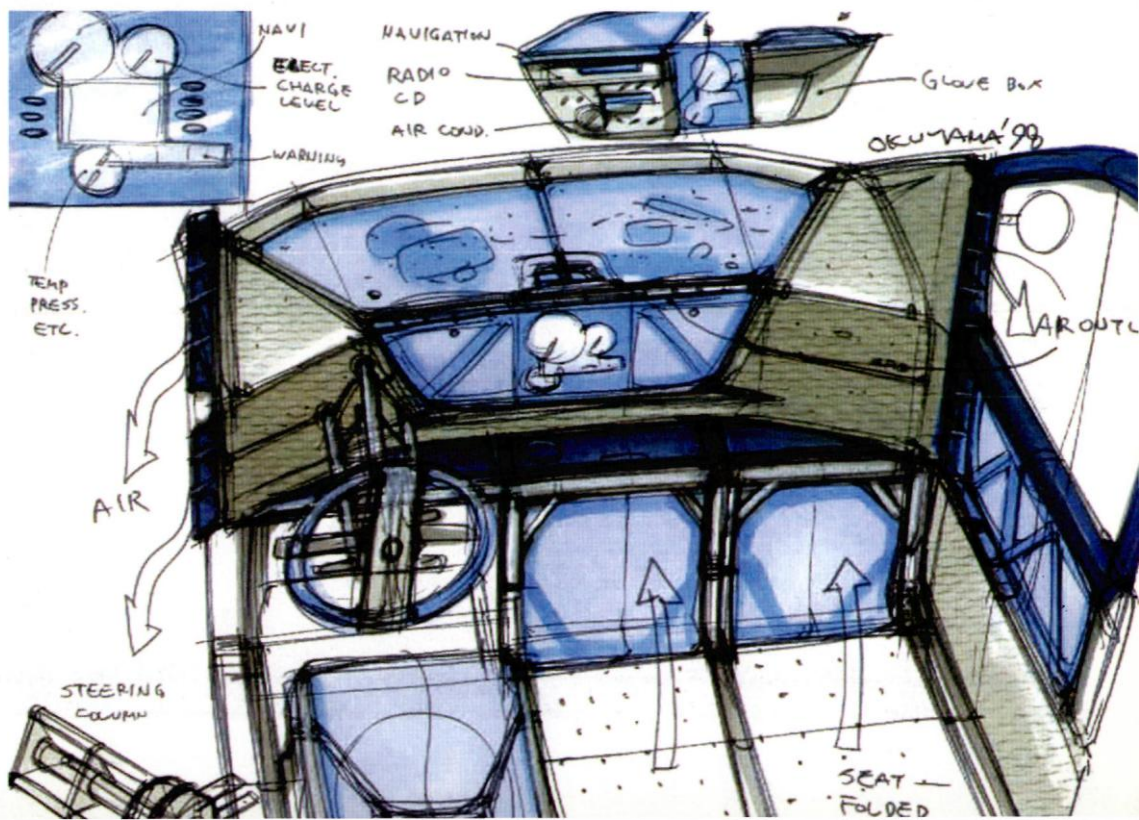
메트로쿠보는 국제 자동차 뉴스(Automotive News International)에서 수여하는 올해의 컨셉 카 상(Concept Car of the Year Awards) 4개 분야 중에서 인테리어 디자인 부분에서 1등, 환경 컨셉 부분에서 2등, 안전도 부분에서 3등을 수상하는 등 다채로운 수상경력을 갖고 있다.

대부분의 자동차가 그렇듯이 메트로쿠보도 모터, 배터리, 변속기, 전동장치 등 기계 부분이 차지하는 면적을 줄여 자동차의 실내공간을 확대시

키는 것이 주 목적이었다. 이를 위해 미쉐린 사에서 개발한 새 타이어 기술인 팩스 시스템(Pax System)을 도입하여 타이어들에 차지하는 외부 면적을 줄이고 서로 다른 타이어 제품을 설치할 수 있도록 해 보조타이어를 따로 차에 준비할 필요가 없게 하였다. 이 팩스 시스템으로 확보된 공간은 같은 크기와 폭의 타이어가 설치된 다른 차량과 비교했을 경우 14l, 즉 22%에 달한다. 뿐만 아니라 터닝 사이클(turning cycle)을 9m에서 8m로 줄여주기 때문에 교통량이 심한 곳에서 유리하다. 보다 넓은 내부 공간확보를 위한 두 번째 해결책은 기계 요소들을 가능한 바닥에 설치하고 아래쪽 바닥을 평면으로 처리한 점이다. 이렇게 얻어지는 공간은 220cm이다.

좌석은 레일 시스템으로 설치하여 사용 목적에 따라 좌석의 개수(최대 5개), 방향 및 구성을 바꿀 수 있다. 좌석 자체는 가벼우면서도 튼튼한 파이프 구조와 특수 젤을 이용한 쿠션으로 디자인되어 있어 시각적, 기능적으로 볼륨을 줄여준다. 주차시 필요한 공간을 줄이기 위해 3개의 문들은 미닫이 방식, 접는 방식 등 모두 다른 방식으로 여닫게 되어 있다. 넓은 면적의 창문은 무거운 유리 대신 항공공학이나 레이싱카 산업에서 이용되는 이조클

# 야심찬 환경 프로젝트 메트로쿠보



핸들 및 계기판 스터디 스케치



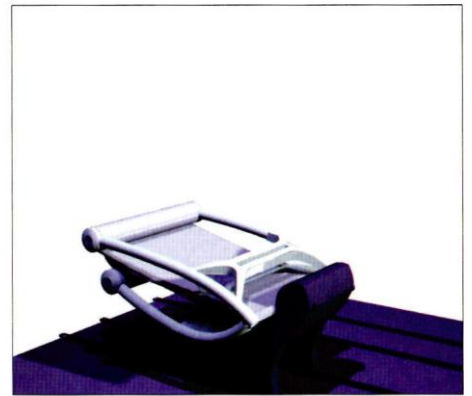


1

1. 내부 공간 구성 및 문의 개폐 기능을 보여주는 3D 그래픽
- 2, 3. 사용 목적에 따라 방향을 바꾸거나 접어 형태를 변형시킬 수 있는 좌석
4. 메트로쿠보 내부 운전석 공간
5. 메트로쿠보 외관



2



3

**피닌파리나(Pininfarina spa.)** 1930년 자동차와 비행기에 매혹되었던 바티스타 피닌파리나(Battista Pininfarina)가 자동차 특수 바디 모델을 생산하기 위해 설립했다. 현재는 그의 아들인 세르지오 피닌파리나(Sergio Pininfarina)가 자동차 스타일링 뿐만 아니라 새로운 자동차 기술개발, 스테디 및 컨셉 카 개발 등 자동차 디자인에 중점을 두고 운영하고 있다. 최근에는 자체 생산 시스템을 갖춰 연간 4만 대의 자동차와 자동차 바디를 생산하고 있고, 1981년부터는 디자인 스테디 및 리서치 센터(Pininfarina Studie Ricerche spa.)가 독립하여 컨셉 카 디자인 및 개발을 담당하고 있다.

설립 당시부터 알파로메오나 히스파니아, 란시아, 피아트 등 자동차 회사들을 위해 소량 생산되는 특수모델들을 개발하였는데, 1947년 개발한 시스탈리아(Cistalia)는 뉴욕의 현대미술관(MoMA)에 상설전시되고 있다. 1950년대부터 페라리사와 함께 일하기 시작한 피닌파리나사는 세계적으로 유명한 스포츠카 디자인 및 개발 업체로 그 위치를 굳혀 '페라리 베를리네타' '페라리 디노' '페라리 마라넬로' '페라리 테스타로사' '페라리 모들로' '페라리 모데나' 등을 디자인하였다.

클라이언트로는 페라리를 비롯 피아트, 재규어, 푸조(406), 혼다, 대우(Tacuma) 등이 있다. 최근 이러한 스포츠카 유형 외에도 이탈리아 국립 연구소(CNR)와 공동으로 교통문제, 에너지 절약 프로젝트를 연구하고 있으며, 그 결과로 저공해 차량인 CNR-EtaBeta 모델이 개발되기도 하였다. 메트로쿠보는 이러한 연구와 다기능형 차에 대한 시장의 요구에 부응하는 모델로 개발된 프로토타입이다.



4



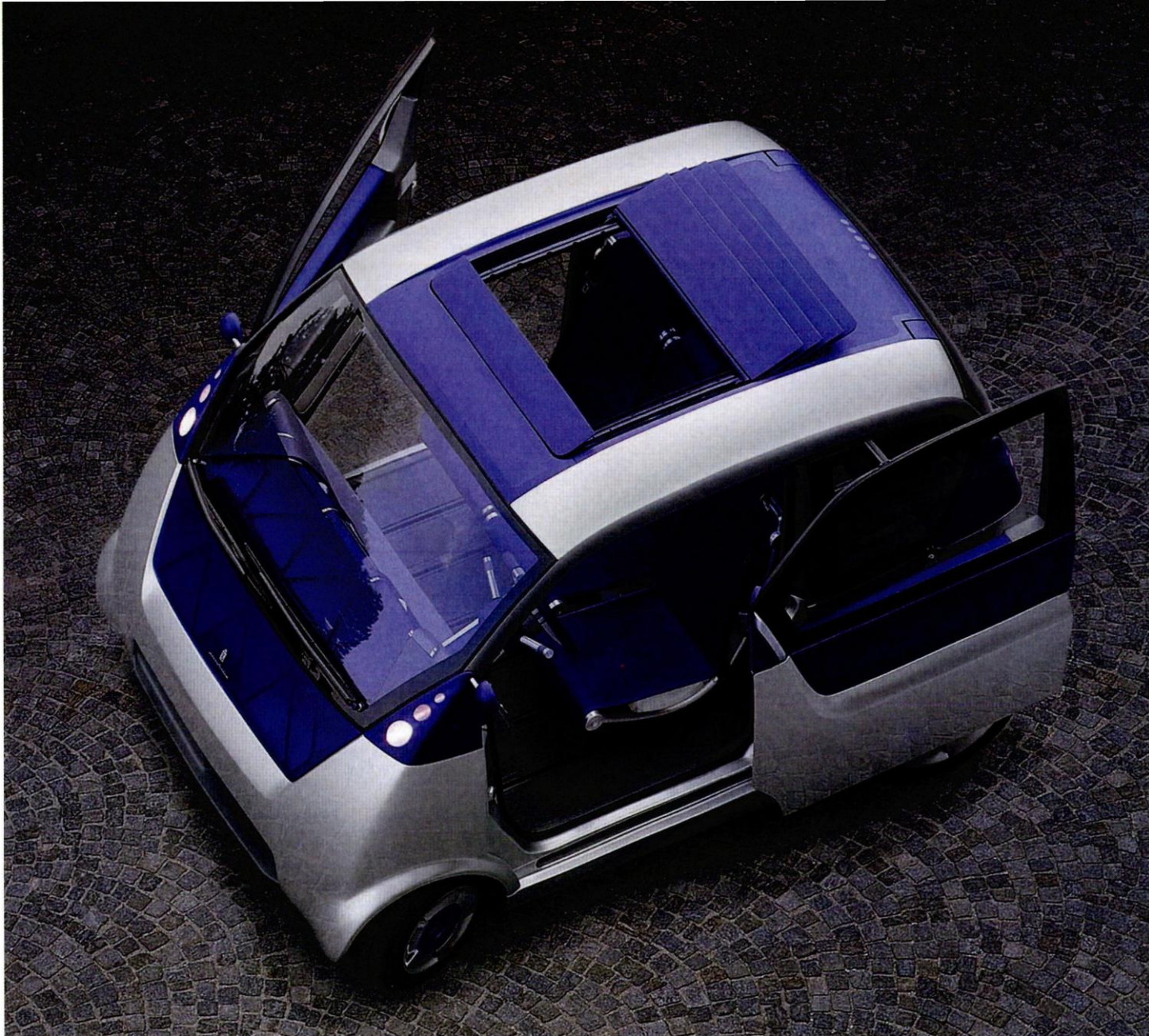


사진 | 엔조 이사이아(Enzo Isaia)

5

리마 에어로스페이스(Isoclima Aerospace)에서 생산한 폴리카본(polycarbon)을 사용하여 50% 정도 무게를 줄였다. 이외에도 접는 방식의 라멜라 선루프(Lamella Sunroof)가 설치되어 있다.

차의 외장은 반투명 플라스틱으로 되어 있으며, 헤드라이트와 깜박이 등 발레오 에클라이라제(Valeo Eclairage)사에서 개발한 원기둥형 조명장치는 피라미드 형태를 이루는 차의 네 모퉁이에 설치되어 있다. 1978년부터 이탈리아 국립연구소와 공동으로 주도하는 교통문제 및 에너지 절약 등 환경보호 프로젝트의 연구 결과를 반영하고 있다. 리사이클이 가능한 알루미늄 프레임을 사용하고, 공해 배출이 적은 엔진개발과 시내 주차공간 부족을 해결하며, 내부 공간의 다기능 등을 기본 컨셉으로 하는 최소 볼륨의 최대 용적이 메트로쿠보의 특징이다.

[www.pininfarina.com](http://www.pininfarina.com)

### **Metrocubo by Pininfarina : An Ambitious Environment Project**

Meaning cubic meter in Italian, Metrocubo is the new concept car from the legendary Italian car maker Pininfarina. Metrocubo, taking nearly a shape of a cube, measuring 258cm in length and 178cm width, is a winner in 4 separate categories of the Concept Car of the Year Awards, including the best interior design, second prize in environmental concept, and third prize in safety features. Reflecting its collaboration with Italy's National Transportation Institute since 1978 for environmental protection, Metrocubo uses recyclable aluminum frames, pollution-minimizing engine, and space-saving interior-exterior design.

Pininfarina s.p.a was established in 1930 by

Battista Pininfarina, the founder of the manufacturer who was deeply inspired by auto and airplane design. Currently his son Sergio Pininfarina is in charge of the management as well as design creation, including care styling, auto technology development, research and development of concept cars. Among the clients of Pininfarina are Fiat, Jaguar, Peugeot(406), Honda, and Daewoo (Tacuma).

Aside from sportscar designs which Pininfarina has been working on for its world class clients, the company also collaborates with Italy's CNR in new concept car productions that are energy-saving and environment-friendly.

[www.pininfarina.com](http://www.pininfarina.com) 



## 자연과 조명으로 어우러진 따뜻한 공간





올해 인테리어 경향의 키워드는 미니멀(minimal)과 켄(zen), 퓨전(fusion), 자연주의(natural) 등으로 압축할 수 있다. 처음에는 각각의 공간에 따로 존재하던 방식이 이제는 자연스럽게 섞이면서 조화를 이루는 것이 또 하나의 경향이 되고 있다. 특히 가장 단순하고 세련된 공간으로 인식되며 국내 인테리어 디자인계를 휩쓸던 미니멀한 경향은 최근 자연주의의 과감한 도입으로 표정이 풍부해졌고, 켄 스타일은 또 하나의 트렌드로 자리잡아가고 있다.

미니멀리즘의 두드러진 특징은 기능성과 단순미의 추구이다. 기능성은 최대한 살리되 인위적이고 거추장스러운 장식은 최소로 줄이는 것이 핵심이다. 실내공간이 복잡한 도시의 삶에서 벗어나 편안하게 휴식을 취할 수 있는 공간을 만들기 위해 화려함보다는 단순하고 절제된 분위기를 선호하게 되는 것이다. 하지만 불필요한 것들을 모두 없애고 필수적인 것만을 남겨놓은 상태를 추구하는 미니멀한 디자인은 자칫 차갑고 기능적이라는 느낌을 준다. 때문에 요즘에는 자연과 조

명 등의 요소를 활용하여 한층 따뜻하고 화사한 분위기를 연출하고 있다. 문명이 발달할수록 자연으로 돌아가려는 본능이 강하기 때문에 미니멀과 자연적인 요소의 결합은 향후 인테리어 디자인의 중요한 특징을 이룰 것으로 보인다. '2000년 리빙 디자인페어'에 선보인 많은 작품들 역시 나무와 잔디 등의 소재로 대표되는 내추럴리즘과 모더니티의 상징인 미니멀리즘의 결합이 두드러지게 나타났는데, 디자이너 역시 기능적인 측면만으로는 차별화시키기 어려운 공간에 생명력을 부여함으로써 소비자들의 감성을 새롭게 자극하고 있는 것이다. 어쩌면 이것이 한국적 개념의 미니멀한 공간 표현인지도 모른다.

좋은 디자인일수록 자신의 상상력과 감각을 더하는 것이 아니라 없앰으로써 가능해진다. 유행처럼 지나가는 디자인 트렌드로서의 미니멀이 아닌 디자인 본질로서 접근하는 미니멀 정신을 강조하고 싶다. 하이테크 디자인이 새로운 트렌드로 떠오르고 있는 지금도 단순한, 더구나 자연을 함께 느낄 수 있는 미니멀 공간이 여전히 매력적인 이유는 여기에 있다.

글 | 김상화 본지 객원기자(ivyrysh@unitel.co.kr)

## Warm Space Combined with Nature and Light

This year's keywords in interior design trend are minimal, zen, fusion, and natural, and they are combined in harmony. The face of the minimal-dominated trend in Korean interior has become rich with



2

1. 플라스틱1, 설계 이종환(오피스디자인). 문화 전반에 관한 매정이 각별한 인테리어계의 대부 이종환. 미니멀한 공간에서 가장 자연스럽고 따뜻하게 자연을 제시하는 디자이너라는 평가. '보고 보여주기'라는 공간 컨셉으로 설계된 이 공간은 무대의 동선을 연상시키는 카페의 내부가 매우 길다. 미니멀한 공간 속에서 메타세쿼이아(metasequoia)의 든든한 형태와 초록빛은 그 어떤 장식보다도 화사하고 절감있게 공간을 채워주고 있다.

2. 배급자 변호사 사무실, 설계 김개천(이도건축). 선(禪)과 예(禮)의 건축작업을 하는 이도건축의 김개천 씨. 행여 한 것의 공간사건으로 미니멀리스트로 오인될까 우려하면서도 멀리서 찾아온 기자에게 컨셉에 맞는 사진을 내주었다. 테이블 유리판 밑으로 길게 보이는 하얀 지갈은 사넛물을 연상시켜 일견 딱딱한 공간 속에서 시각적인 휴식을 갖게 해준다.

1









bold adoption of naturalism.

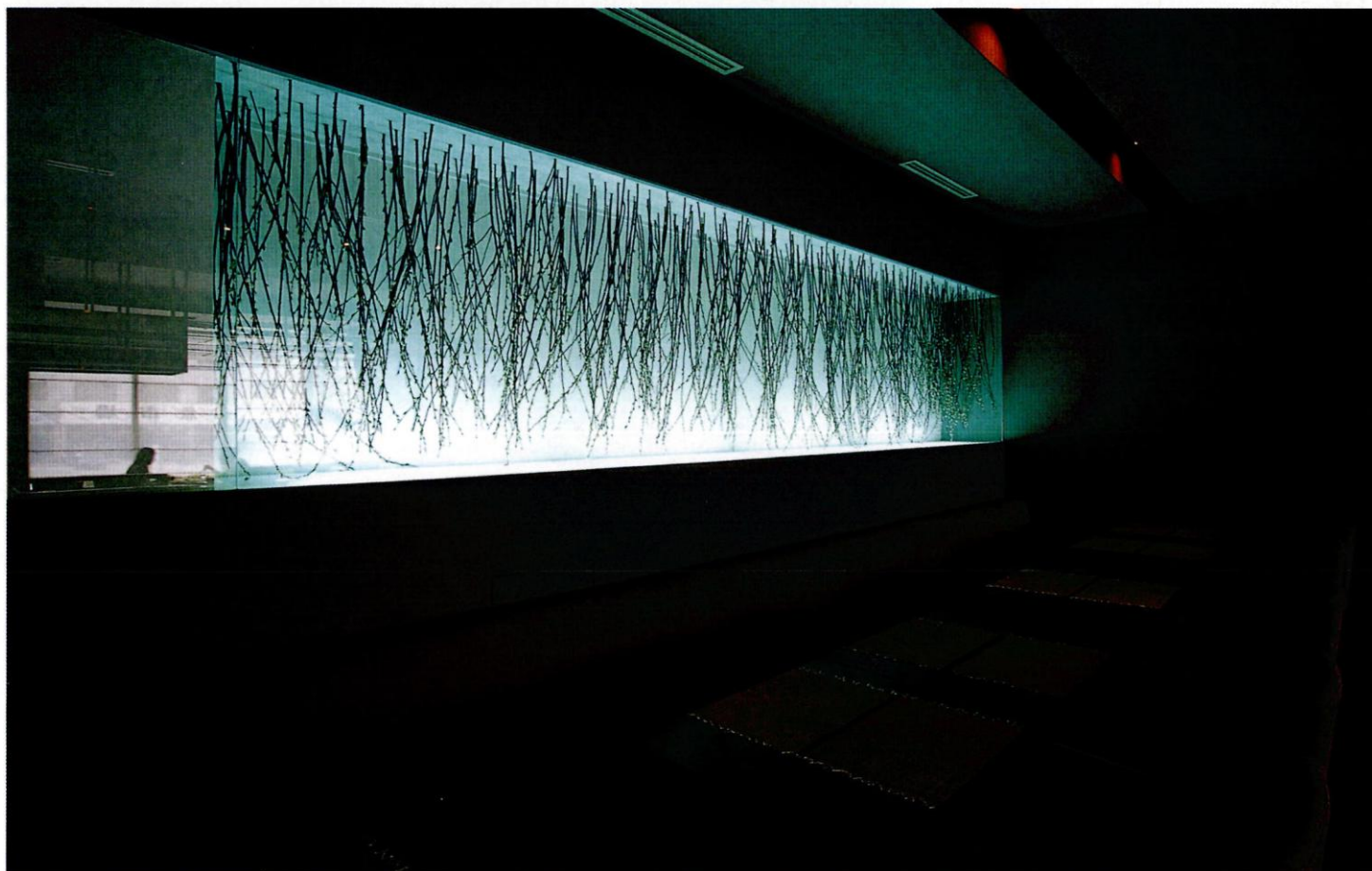
Functionalism and simplicity. The two most dominating characteristics in the minimal design has become the buzz words for today's lifestyle which demands a space for quiet retreat from the bustles of city life. To complement the minimalist interior, which often creates cold and function-oriented look, the latest minimal design adds warm and bright atmosphere by utilizing the effects of nature and lights.

Minimal design insists conveying its original spirit rather than appearing as a swift trend; in spite of the new wave of high-tech design as the latest trend of the trade, minimal design, therefore, lives on as the essence of an aesthetic quality. ①

1. 이상일 헤어하우스, 설계 이종환(올니디자인), 1층의 휴게공간. 미니멀한 형태를 배경으로 길게 뻗어 올라간 대나무의 단아한 선들과 차분한 색감이 마음 한 켠에 깔끔하고 따뜻하게 와닿는다.

2. 퓨전레스토랑 쿠마, 설계 방준호(준 디자인), 최근 활발하고 다양한 작업을 벌이고 있는 젊은 디자이너. 조명에 있어서도 자연물을 연상케 하는 디자인을 의도하였다. 부드러운 천으로 감싸인 탁자 위의 조명기구는 마치 하늘에 떠 있는 구름인 듯하다.

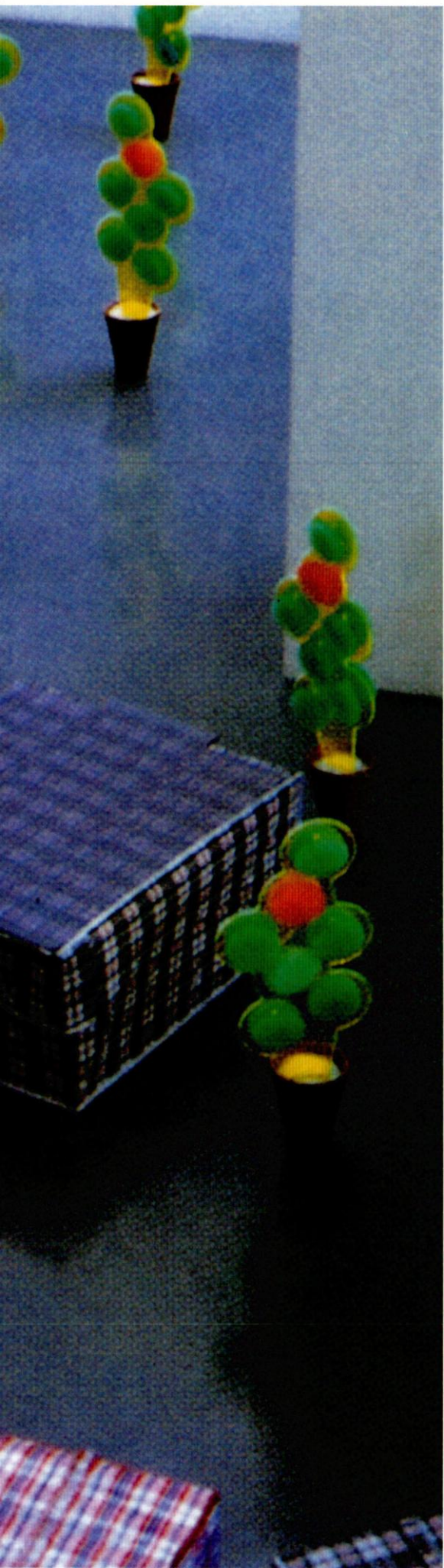
3. 퓨전레스토랑 쿠마, 설계 방준호(준 디자인), 클라이언트의 컨셉에 맞는 모던하고 깔끔한 디자인이 장점. 한쪽 벽의 전면을 차지하고 있는 버들강아지는 빛 부분의 조명과 앞을 막은 유리판으로 인해 보다 정제된 자연의 이미지로 모던한 공간과 어우러지고 있다.











# 디자인의 생태주의 소화(消化)

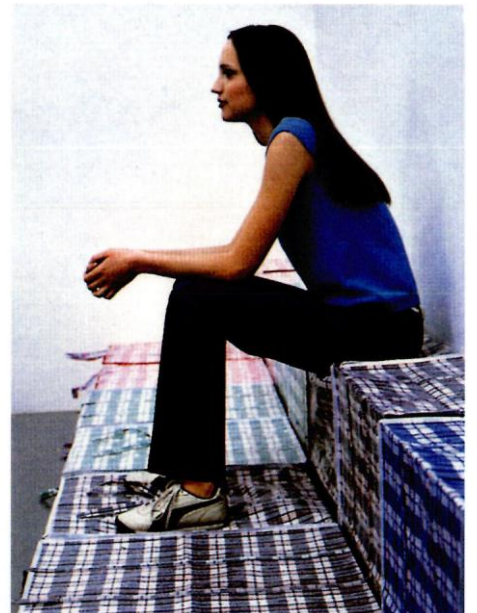
디자인은 과연 소비주의와 결별하고 21세기 화두의 하나인 생태주의 혹은 반소비주의와 의기투합할 수 있을 것인가? 이태리의 건설한 가구회사 에드라(Edra)는 이러한 물음에 대한 답변으로 '소화(Digestion)' 컬렉션을 내보였다.

'소화'는 아랍 이민자들이 주로 사용하는 커다란 사각형의 비닐 가방이나, 파리 거리 청소부의 빗자루, 둥그런 플라스틱 샤워 브러시 같은, 사소한 일상의 아이টে으로 구성된 프랑스 디자이너 마탈리 크라세(Matali Crasset, 본지 5,6월호 p96 참조)의 작품으로 다분히 정치적이며 생태주의적 메시지를 담고 있다.

새롭고 실험적인 시도에 지원을 아끼지 않아온 에드라는 디자이너의 의도에 동의, '소화'를 생산, 판매하기로 했으며, 2000년 밀라노 가구 페어(Milano Furniture Fair)에도 출품하였다.

화려한 색깔, 조심스럽게 다루지 않아도 되는 재료로 만들어진 감각적이고 기능적인 이 가구점 장식품들은 전통적인 인테리어 디자인에 대한 혹은, 소비주의에 대한 시적이며 미학적인 대안이자, 전 우주적인 상품 미학의 세계에 대한 의식적이고 의도적인 반향이다. [www.edra.com](http://www.edra.com)

1, 2, 3. 싸구려 비닐가방을 이용한 쿠션의자. 용도변경을 통해서 권위적이고 호화로운 전통적 인테리어를 비웃고 있다.



1

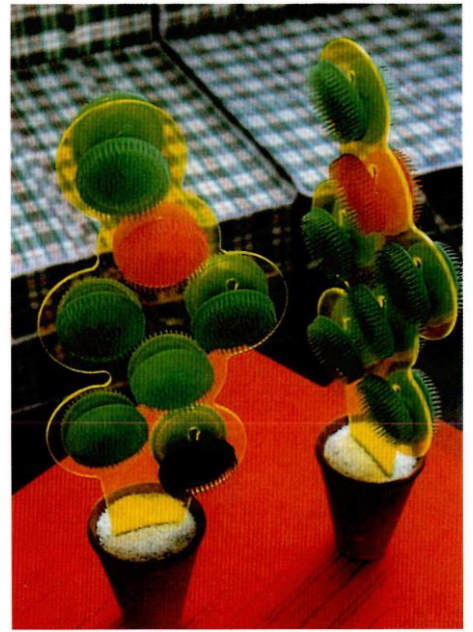
2

3



1. 거리 청소부의 빗자루를 연상케 하는 옷걸이

2. 샤워 브러시에서 모티프를 따온 장식 화분



2

## Design Ecology and Digestion

Will design be ready to bid farewell to consumerism and join hands with ecology and anti-consumerism? One of Italy's long-established furniture maker and retailer Edra answers to this question with its latest new furniture collection, namely Digestion.

Containing political and environmentally-conscious statements designed by French designer Matali Crasset, the collection features large-sized square plastic bags popularly used especially among Arab immigrants, Parisian street sweepers, and round plastic shower brushes, among others. Committed and avid supporter of experimental design projects in the past years, Edra agreed to the messages that Crasset proposed to convey via her new ideas and displayed the products at Milan Furniture Fair in May this year.

Characterized by vivid selection of colors ranges and practical materials, Digestion collection satisfies user functionality and emotional values. Very well, it is a conscious counter-statement to the traditional interior norms and thus a poetic alternative to the trite consumerism and commodity aesthetics.

[www.edra.com](http://www.edra.com) ⓘ

1



# 세계에서 가장 작은 공중 화장실

## 시티 토일렛 베이직



공공 시설물 전문 생산업체인 발(Wall)에서 만든 '시티 토일렛 베이직(City Toilette Basic)'은 보통 사람들 뿐만 아니라 휠체어, 유모차 등도 들어갈 수 있는 완전자동시설로 된 공중 화장실로 세계에서 가장 작다고 할 수 있다.

2평이 조금 넘는 화장실은 크기 자체는 그리 작은 편은 아니지만 자동으로 위치를 바꾸고 높이를 조절할 수 있는 기능이 첨가되어 보통 사람과 장애인 구분 없이 하나의 화장실을 사용할 수 있도록 하므로써 이러한 시설을 따로 설치하는 경우보다 요구되는 공간이 매우 적다.

자동으로 위치가 바뀌는 변기 외에 사용 후 55초 내에 벽면에 설치된 솔이 자동으로 변기를 청소, 소독해준다. 아래로 비스듬히 열리는 바닥도 자동으로 청소가 되고, 막힘이 없는 특수한 변기 배관구조 디자인 등으로 위생문제를 해결하고 있다. 이 자동 청소 기능은 인건비를 포함하여 위생문제를 해결함과 동시에 화장실 청소요에 요구되는 물의 양을 최소로 줄이고 있다.

이 밖에도 화장실 입구에는 4개 국어로 된 사용 설명서, 동전투입기, 그리고 변기 위치를 미리 선택할 수 있는 장애인을 위한 특수 열쇠구멍, 전화기, 자동 환풍시설, 화장실 이용시간 중 나오는 잔잔한 음악, 반직접 조명 등이 설치되어 화장실 사용을 편리하게 만들었다.

공공 시설의 디자인에서 중요한 점은 많은 사람들이 이용하는 시설물로서 위생문제, 그리고

발 시티 토일렛 베이직 외관. 외부 볼륨이 넓이 3.43m, 폭 2.27m, 높이 2.71m로 된 세계에서 가장 작은 완전자동시설로 된 공중화장실이다.

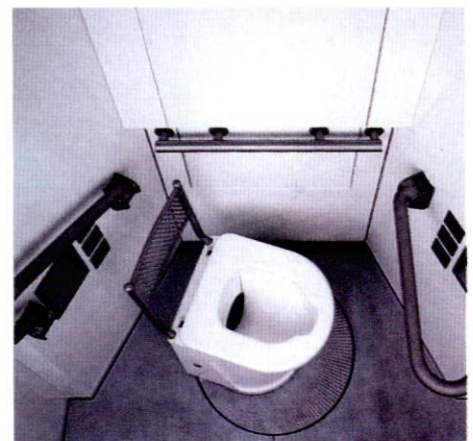




1. 아래로 비스듬히 열리면서 청소되는 바닥구조
2. 변기와 손잡이 및 화장지와 스위치
- 3, 4. 스위치 조작으로 방향을 바꿀 수 있는 변기



3



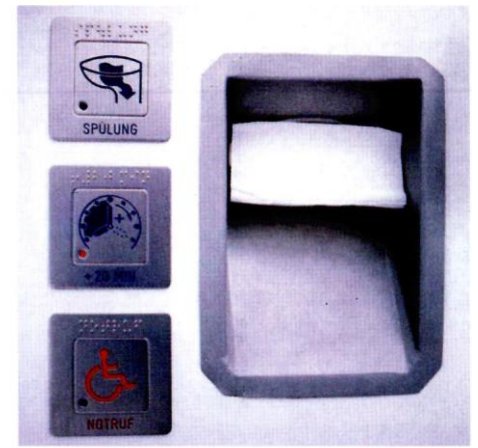
4





5. 화장실 사용 후 55초 이내에 작동하는 벽에 설치된 자동 변기청소기

6. 화장지 박스와 물 내리기, 사용시간 20분 연장 스위치, 장애인을 위한 SOS 스위치 등의 시설물



공공 장소에 설치되는 시설로서 도시 미관의 문제, 광고판 기능 등 경제문제, 설치물들의 청소와 정비 등 관리 문제 등이 복합적으로 나타나는데, 시티 토일렛은 이러한 문제점들을 가장 적은 볼륨 안에 가장 효과적으로 해결하고자 한 제품으로 독일의 굿 디자인, GS마크 등을 획득하였다.

발 시티 토일렛 베이직은 발 사 엔지니어 팀인 한스 울리히 비치(Hans-Ullrich Bitsch) 교수의 디자인으로 독일 철도사(Deutsche Bahn AG)가 최근 진행중인 역청사 개조 작업의 일부분으로 개발되었다. 이 베이직 라인 외에 요셉 파울 클라이후스(Josef Paul Kleihues)와 아노 보나니(Arno Bonnani) 교수가 디자인한 스트리트 라인(Streetline)과 헬리오스(Helios)가 디자인한 시티 토일렛 시리즈가 개발되고 있다.

[www.wall.de](http://www.wall.de)

wheel chairs and baby carts can fit inside. This approximately 5 square meter space is not the smallest public toilette in the world, yet it is the smallest toilette equipped with fully-automatic user functions. Instead of building a toilette space for wheel-chaired users or mothers with baby carts, the facility allows all users for the comfort of individual needs and physical requirements. Wall's City Toilette Basic has been recognized by Germany's Good Design and GS mark for its improvement in public toilette design which solved age old problems of city aesthetics, advertisement, installment, sanitary and repairing as well as user hygienics. [www.wall.de](http://www.wall.de)

### The World's Smallest Automated Public Toilet : City Toilette Basic

A German Public facilities manufacturer Wall has introduced its new public lavatory which even

**발(Wall AG)** \_ 1976년 창립된 발 사는 거리 시설물과 옥외광고 설치물을 전문으로 생산하는 회사이다. 현재 베를린 본사 외에 8개 국에 442명의 직원을 거느리는 대규모 회사로 성장할 수 있었던 것은 좋은 재료와 디자인으로 된 제품생산이라는 마케팅 라인 덕분이다. 발 사의 거리 설치물들은 베를린, 암스테르담, 이스탄불, 미국 미주리 주의 세인트루이스, 뉴욕 등지에서 찾아볼 수 있다.



# 디지털시대의묵상지 인터넷 수도원



인터넷 수도원 외관 전경

오스트리아 찰스부르크 근교 카푸치너 산 위의 카푸친 수도원 근처에 인터넷 수도원이라는 새로운 개념의 사업체가 10월 13일 오픈했다. 이 수도원은 월드 와이드 웹 상의 고요한 명상지이자 순례지가 되고자 하는 인터넷 사업체인 비컨텐츠(BeContent)의 새로운 사무실로 현대와 과거, 기술과 종교, 세속적인 것과 그렇지 않은 것, 인터넷과 수도원 등의 개념을 하나로 합친 새로운 디지털 작업실(Digital Laboratorium)이자 컴퓨터나 인터넷 작업을 원하는 방문객들을 위한 열린 공간이다.

비컨텐츠는 불필요한 정보임을 확인하는데 소모하는 시간을 최소화하고 문학, 음악, 취미, 여행 등의 분야에서 주제별로 사이트를 만들어 사용자에게 깊이 있고 필수적인 정보를 제공하며, 사용자간의 담화의 장소를 제공하는 웹 사이트 컨셉 설정 및 디자인 전문 인터넷 회사이다.

인터넷 수도원을 찾기 위해서는 산 아래에서 30분을 걸어 올라가야만 하는데, 쓸데없는 생각들을 털어버리고 명상에 잠길 수 있는 시간이기도 하다. 또한 인터넷 수도원의 시설은 책상과 의

자 등 꼭 필요한 가구를 제외하고는 장식을 배제하여 중세 수도원과 같은 분위기를 만들어냈다. 이러한 단순한 실내가 가능해진 것은 무선기술을 이용하는 자체 네트워크가 구축되어 있기 때문이다. 어느 장소에서나 케이블 없이 노트북과 PDA를 이용하여 인터넷에 접속하여 작업할 수 있도록 한 것이다.

청렴과 절제된 생활을 특히 강조했던 중세 탁발수도회의 카푸친 교단을 이웃에 둔 비컨텐츠의 인터넷 수도원은 중세 수도원의 문화기관 역할과 청렴한 생활 자세를 본 받아 숲 속의 고요함 속에서 수준 높은 인터넷 문화와 웹 환경을 창조하려는 야심찬 프로젝트이다. [www.internetkloster.de](http://www.internetkloster.de)

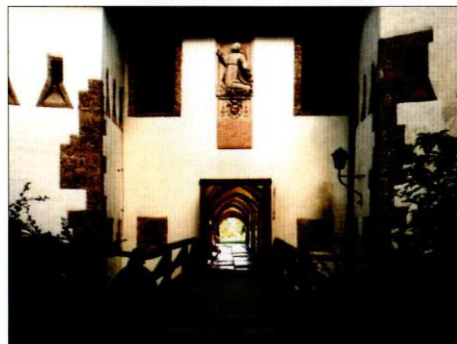
## Internet Monastery : The Digital Era Meditation Spot

On October 13th, an internet Monastery was born at a Cappucine monastery nearby neighborhood of Salzburg, Austria. This digital laboratorium project is a center for amalgamation of the present and the





1



past, technology and religion, and the secular and the holy. BeContent, the creator and undertaker of the project, provides visitors wishing to work with computers and internet service, believing world wide web can offer users with peaceful space for meditation and spiritual pilgrimage.

It takes 30 minute walk upwards to the monastery from the mountain foot, a walk through the path which calms the climbers' minds. The interior of the monastery is strictly reduced to a few indispensable items such as tables and chairs with sparse decorations reminiscent of a medieval monastery.

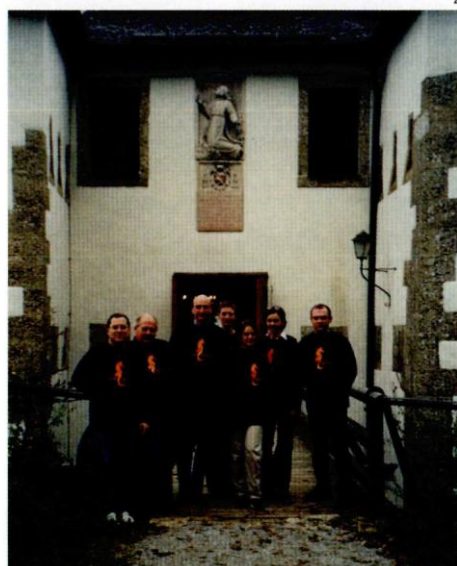
Despite the simplistic interior atmosphere, the rooms are equipped with with wireless network system which allows laptop and PDA mobiles computing gadget users to connect to the internet via wireless 2 MB LAN. Inheriting the cultural role and ascetic lifestyle of the medieval monastery, BeContent creates a quality internet culture and web environment. [www.internetkloster.de](http://www.internetkloster.de)

1. 필요한 가구 외에 장식이 없는 인터넷 수도원 실내
2. 인터넷 수도원 건물 입구
3. 비컨텐츠(BeContent) 직원들

#### | 아 고 라 선 언 |

아고라 선언은 고대 그리스의 중심이었던 아고라의 기능을 비컨텐츠의 새로운 인터넷 사업에 비교하여 밝힌 글이다.

"... 인터넷은 하나의 도시이다. 다른 도시처럼 장사가 행해지고, 관리 되고, 매춘, 절도가 행해진다. 어떠한 도시도 상인들로만 존재할 수는 없지만 그들이 내는 세금을 필요로 한다. 인터넷에서는 세금을 낼 필요가 없다. 그곳에는 방문객들의 편의나 안전을 관리하는데 들어가는 비용이나 도로, 건물을 짓는데 필요한 돈을 낼 필요가 없기 때문에 수 천, 수 만의 상인들로 북적거린다. 인터넷 사용자들은 한 도시의 방문객들과 같다. 이러한 인터넷 도시의 사회간접 시설은 정보의 내용(content)으로 이루어진다. 상인들은 사람들이 많이 모여들면 좋아한다. 그러면서도 인터넷상에서 상인들은 사람들이 스스로 돈을 지불하고 방문한 것과 그들 삶의 중요한 시간을 희생하고 있다는 점을 망각하고 있다. 따라서 상인들은 도시가 그들을 후원하는 한 계속 장사를 할 것이다. 우리는 아고라를 사람들로 가득 차게 만들고 이를 방어하고 방문객들을 대접할 것이다. 그리고 상인들이 언젠가 이 도시의 주민들에게 관심을 갖게 만들 것이다. 그렇지 않으면, 인터넷 도시는 고대의 이집트나 로마의 도시들처럼 인구가 점점 줄어들어 더 이상 장사를 할 수 없게 되어 소멸하고 말 것이다."



3



소리의 시각화

# 뱅앤올룹슨





깔끔하고 세련된 형태의 오디오, TV 등 홈 엔터테인먼트 기기의 대명사가 된 뱅앤올룹슨(Bang & Olufsen: 이하 B&O)은 음악 애호가들 뿐 아니라 디자이너들이 특히 선호하는 브랜드로 알려져 있다. 1925년 전기 기술을 전공한 피터 보아스 뱅(Peter Boas Bang, 1900년 생)과 스벤드 안드레아스 그뢰 올룹슨(Svend Andreas Grøu Olufsen)이 당시 개발되기 시작한 라디오 수신기를 공동으로 만들어내면서 창립, 올해로 75주년을 맞았다.

덴마크에서 뿐만 아니라 산업디자인 역사에서 매우 중요한 역할을 차지하고 있는 B&O의 기기들은 1960-1970년대에는 덴마크의 유명한 산업 디자이너인 야콥 옌슨(Jacob Jensen)이 담당했으며, 최근에는 수석디자이너인 데이비드 루이스(David Lewis)를 중심으로 북유럽 특유의 깨끗하면서도 단아한 라인을 보여주고 있다. 제품 디자인의 역사가 담겨 있는 B&O의 제품들은 지난 7월 중순부터 9월 중순까지 덴마크 디자인센터(Dansk Design Centre)에서 '비전에서 전설로(From Vision to Legend)'라는 제목으로 디자

인 회고전을 열었다(같은 제목으로 B&O의 디자인 역사를 담은 도록을 펴내기도 했다).

'단순한 형태 뒤에 숨은 뛰어난 기술'로 표현되는 B&O 제품 디자인은 '기능적인 디자인, 최고의 기술, 편리한 사용'이라는 회사의 철학이 압축되어 있으며, 깔끔하고 세련된 형태 뒤에는 음향이나 색채, 조명 전문가들과 여러 대학교와 공동으로 연구 개발한 새로운 기술을 담고 있어 더욱 그 디자인의 격을 높여주고 있다.

TV 옆에 가까이 세워도 되는 마그네틱 파장을 차단한 스피커와 적외선 감지장치로 사람의 손이 가까이 가면 자동으로 열리는 유리덮개, 열이나 충격에 민감하지 않은 CD 플레이어, TV 뒷부분의 좁은 폭에 설치할 수 있는 세계에서 가장 작은 CD플레이어, TV 화면의 반사광을 없애주고 자동으로 빛을 감지하여 밝기를 조절하는 비전클리어 시스템(Vision Clear System) 등이 이러한 기술투자에 대한 결과이다.

제품 관련 정보는 [www.bang-olufsen.com](http://www.bang-olufsen.com)

전시회 관련 정보는 [www.beo.com](http://www.beo.com)

TV 베오비전 아반트와 다른 공간에 별도로 연결, 설치시킬 수 있는 2쌍의 스피커 베오랩 8000. 기다란 원기둥이나 네모기둥 형태로 디자인된 B&O의 스피커들은 새로 개발된 베오링크(BeoLink) 시스템을 통해 16개의 다른 공간에 서로 연결할 수 있다. 하나의 오디오 기기와 TV 기기로도 '베오4(Beo4)'와 같은 다기능 리모트 컨트롤만 있으면 집안의 모든 공간에서 서라운드 음향효과를 즐길 수 있다. 특히 '베오랩8000(BeoLab 8000)'은 마그네틱 파장 차단장치가 되어 있어 TV 옆에 가까이 세워도 음질의 영향을 받지 않는다.





CD 플레이어 베오사운드 9000과 스피커 베오렐 4000



6배 CD 교환 플레이어 '베오사운드 9000'. 6개의 CD가 유리판 뒤에 나란히 놓여 있어 CD에 인쇄된 그래픽이 하나의 그림으로 어울린다. 이러한 시각적인 효과 뒤에는 보이지 않는 기술적인 노하우를 담고 있는데, CD가 놓인 위치가 헛히 보이기 때문에 필요한 CD를 쉽게 찾을 수 있는 장점 외에 유리판 아래 휠을 따라 움직이는 CD-헤드는 어느 위치에 있는 CD라도 5.7초라는 매우 짧은 시간 내에 필요한 곡명을 찾을 수 있다. 200개 정도의 곡명을 입력할 수 있는 베오사운드 9000은 CD를 넣는 순간 미리 프로그램된 정보에 따라 원하는 곡을 찾아낼 수도 있으며, 6개의 CD에서 12시간 동안이나 무작위 순으로 곡을 연계하여 들려주는 프로그램도 입력되어 있다. 또한 CD 플레이어 기능 외에 60개의 라디오 채널을 주파수와 이름으로 입력할 수 있는 라디오가 들어 있다. 가장 큰 특징은 위, 아래를 바꿀 수 있는 매뉴얼판 덕분에 장식장 위에 수평으로 놓이거나 벽에 거는 등 사용자가 원하는 대로 위치와 모양을 바꿀 수 있다는 점이다.



## Bang & Olufsen : Sound and Visualization

In 1925, Bang and Olufsen (B&O) was founded by the two co-creator of radio receiver; electric engineer Peter Boas Bang(born in 1900) and Svend Andreas Grøu Olufsen. This year this Danish acoustics manufacturer marks its 75th anniversary, celebrating its internationally-acclaimed success in producing high quality lines of audio, TV, and various home entertainment electronics as well as setting a standard in the history of industrial design.

B&O design has been led by the Danish industrial designer Jacob Jensen during the 1960-70s. Today the company continues its tradition of nordic clarity and reduced style under the direction of the chief designer David Lewis. B&O opened "From Vision to Legend", a retrospective design exhibition held from mid-July to mid-September at Dansk Design Centre. The exhibition is accompanied by an exhibition catalogue which includes the history of the B&O products in the past. Related product informations can be found at the company's website [www.bang-olufsen.com](http://www.bang-olufsen.com) ; additional exhibition information at [www.beo.com](http://www.beo.com). 



베오사운드 센추리(BeoSound Century). CD와 카세트 테이프 플레이어, 라디오, 스피커가 일체화된 오디오 세트





디지털 카메라는 태생적으로 매우 작고 경제적인 제품이다. 보통 사진 필름 1통을 현상했을 경우 정말 좋은 사진은 몇 장 되지 않는데, 디지털 카메라의 경우 사진이 찍히는 순간의 상태를 스스로 컨트롤 할 수 있기 때문에 낭비되는 필름 및 인화지 소모를 줄일 수 있다. 또한 펜터엄 II급 컴퓨터를 가진 사람이 문서작성 프로그램만 사용하는 것은 여러 면에서 보아 낭비이듯이 디지털 카메라도 전문가용과 일반용 등 그 쓰임이나 목적에 따라 요구되는 기능이 다른데, 무조건 많은 기능과 저장 용량이 큰 제품보다는 사용하기에, 가지고 다니기에 간편한 제품이 선호된다.

현재 시판되는 일반용 디지털 카메라 중 가장 작은 사이즈의 제품은 캐논(Canon)의 익수스(Ixus) 디지털 카메라. 담배 1갑 정도 크기의 이 카메라는 독립된 디지털 카메라로서는 현재 가장 작은 크기(87×57×26.9mm)로 배터리를 제외한 카메라 무게는 190g 정도이며 목에 걸고 다닐 도 부담이 거의 없을 정도다.

카메라 산업이 유럽 주도에서 일본으로 넘어간 10여 년 전부터 카메라의 소형화 경쟁은 더욱 가속화되고 있다. 특히 모바일 시대에는 일반 카메라나 디지털 카메라 모두 강화된 기능과 소형화가 불가피한 현상으로 보인다. 익수스 시리즈는 콤팩트하면서도 미니멀한 디자인으로 iF 디자인상을 비롯해 수많은 국제 디자인상을 받았고 유럽 이미지와 사운드협회인 EISA(European Imaging & Sound Association)에서 '올해의 유럽 APS 카메라'로 인정받기도 하였다. [www.digital-ixus.com](http://www.digital-ixus.com)

1

# 최소 크기, 최대 성능 캐논 디지털 카메라



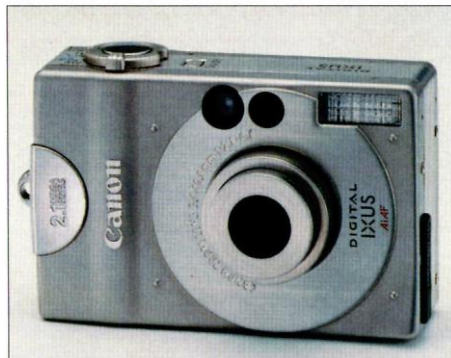


2

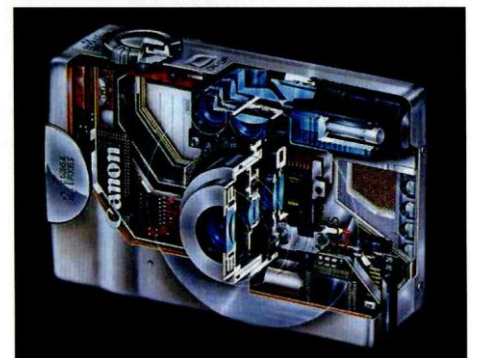
1, 3. 캐논 익수스 디지털 카메라. 밀리언픽셀에 2배 줌 렌즈, 저장량 8MB(CF 카드)의 성능을 지닌 익수스 디지털 카메라에 포착된 사진을 1/2, 7인치 크기의 CCD 화면에서 볼 수 있으며, USB 포트로 컴퓨터에 전송시킬 수 있다. 이밖에 오디오 포트, 콤팩트 플래시 타입의 포트가 있으며 35-70mm 줌 렌즈는 3군데로 나누어 측정 사진을 알맞은 밝기로 만들어 준다. 배터리를 제외한 카메라 무게는 190g 정도로 목에 걸고 다녀도 크게 부담을 느끼지 않을 정도로 가벼운 점이 특징이다.

2. 익수스 디지털 카메라의 뒷면. 보통 AF-줌 카메라인 Z70

4. 익수스 내부 구조 투시도



3



4

### Super Mini in Size, Perfect Function - Canon Ixus Digital Camera

Size of a cigarette pack, Canon's Ixus is the smallest digital camera in the market today. Excluding the world's smallest battery of 87x57x26.9mm, the camera weighs only 190g, an ignorably light that can be carried at the user's neck. With its built-in automatic image control function for individual shots, users can avoid wasting a whole roll of film and print papers to get only a few quality images.

As the camera industry's technological lead has been shifted from Europe to Japan about a decade ago, the size war in the industry has accelerated at its full speed, thanks to the recent mobile trend in electronics. Boasting its compact and minimal look, Ixus series have been awarded worldwide, including iF Design Award and Europe's APS Camera of the Year Award from the European Imaging & Sound Association.

[www.digital-ixus.com](http://www.digital-ixus.com) ⓘ



## TV에 개성을 불어 넣는다

# 히타치 TV



무엇일까?

37×35×38cm의 네모난 박스처럼 보

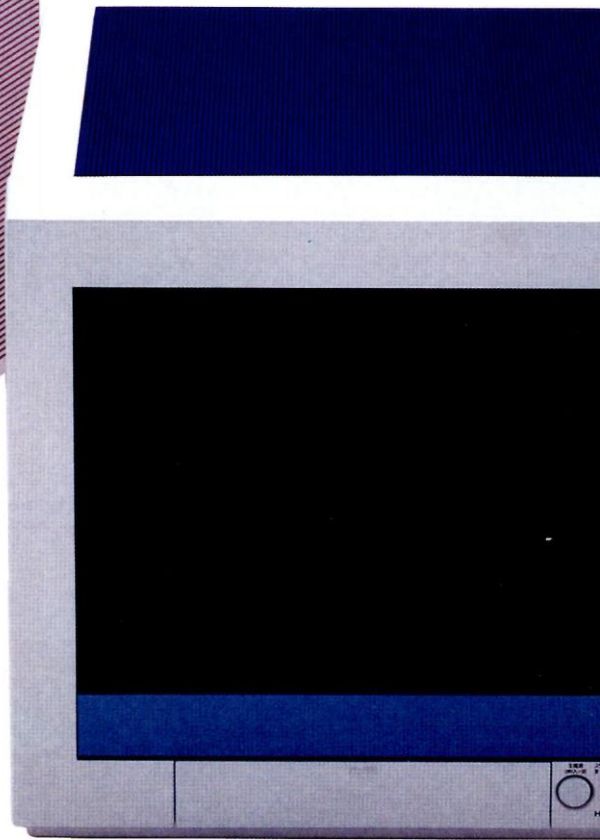
이는 이 물건이 지난 9월에 출시된 히타치 (Hitachi)의 큐브형 TV이다. 최근 연령층을 막론 하고 인테리어에 대한 관심이 고조되고 있고, 그 범위는 TV를 비롯한 AV기기에까지 확장되고 있다. 지금까지는 브라운 가전이 대부분 그러하듯 TV 또한 무겁고 어두운 이미지를 포함하고 있었다. 그러나 히타치의 큐브스타일 TV는 형태의 요소를 최소화함으로써 어느 장소에나 쉽게 어울릴 수 있고, 장식적인 요소로 사용될 수 있으며 컬러의 사용에 있어서도 기존 TV와는 달리 파스텔 톤 (Frost Green, Frost Blue, Frost Yellow)을 사용함으로써 좀더 부드러운 이미지를 준다.

이 제품은 가전제품이라기 보다는 개인용 (personal). 이제 이러한 새로운 개념의 제품 탄생이 더욱 치열해질 것으로 보인다. 왜냐하면 플

레이스테이션

(Play Station)이 발달한 일본인에게 TV는 가전 제품이기 보다는 한 개인의 오락기기의 일부로 인식되는 측면이 더 강하기 때문이다. 따라서 이러한 특성을 고려하여 CF 음량다운 기능, 게임타이머(게임의 경과시간을 30분 간격으로 표시하는 기능), 게임 환경에 적합한 밝기로 자동 변환되는 버튼(리모콘의 게임버튼을 누르면 입력 화면이 게임에 적절한 밝기로 자동 설정되는 기능)을 채용하는 등 독특하고 세세한 기능이 포함되어 있다.

또, 일반적으로 거실에 두는 TV와는 여러 가지 면에서 차별화를 갖는다. 먼저, 부드럽고 가벼운 이미지를 표현하기 위하여 파스텔 컬러를 사용하



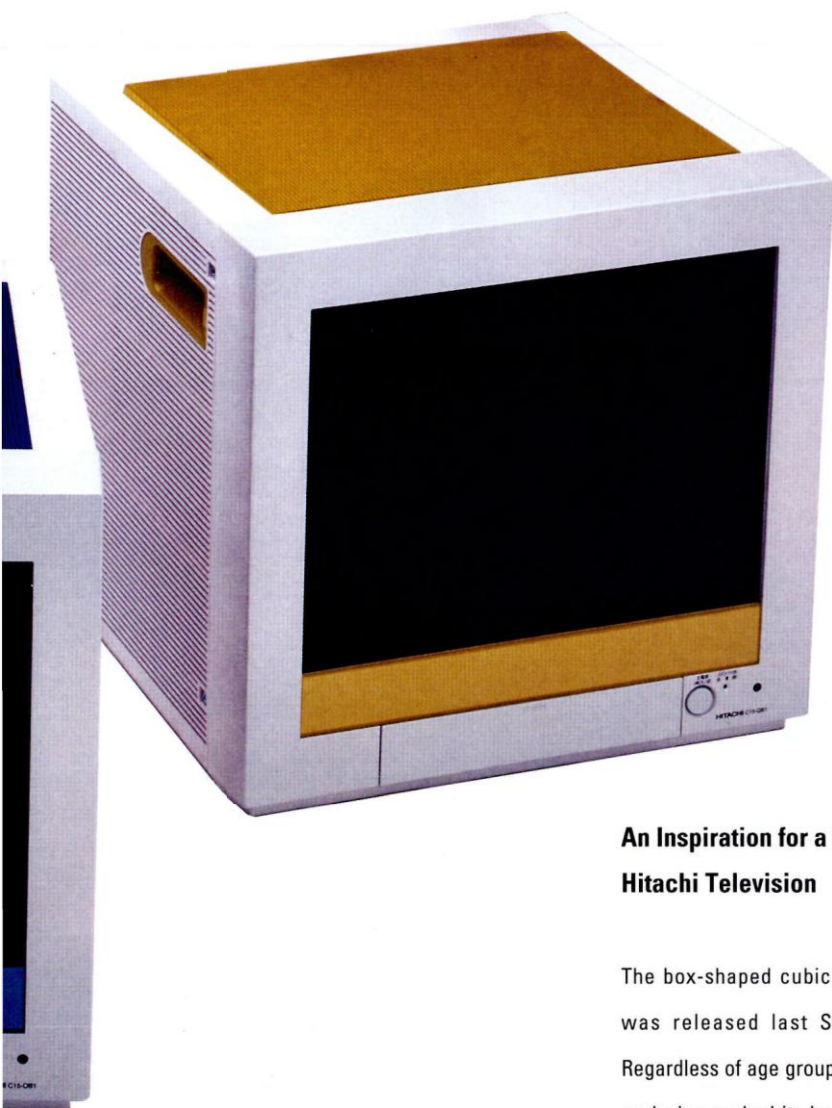
였고, 일반적으로 작게

보이기 위해 TV의 뒷면을 사선처리하였던 것에 반해 평평하게 디자인함으로써 실용적인 장식 공간으로 사용할 수 있게 한 것이다. 그 외에도 전력 변환 버튼을 장착하여 불필요한 전력을 아낄 수 있도록 하는 등 환경적인 측면도 고려되었다.

[av.hitachi.co.jp](http://av.hitachi.co.jp)

글 | 박신영(본지 일본 통신원)

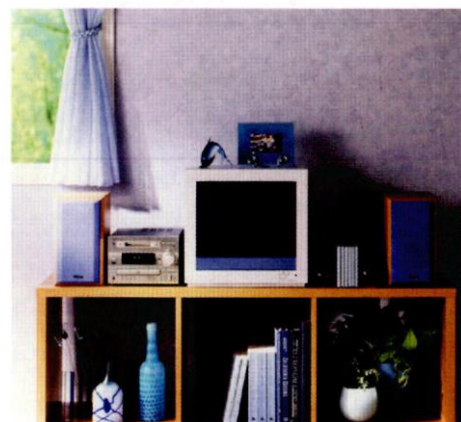




큐브형 TV(C15-OB1), 젊은 세대의 취향에 맞게 그린, 블루, 옐로우 3색으로 디자인 된 퍼스널 TV

### An Inspiration for a Different TV : Hitachi Television

The box-shaped cubic television of 37x25x28cm was released last September from Hitachi. Regardless of age groups, the recent hype in interior design pushed its barriers to the realm of home electronics such as televisions and audio visual appliances. In response to the conventional boring and brownish image of home television sets, Hitachi's new cube-style TV is designed to accommodate various interior looks and offer designed image. Thanks to it new pastel-tone color ranges, including frost green, frost blue, frost yellow, it successfully transcends the softened look than ever.



Intended to created a TV set that doesn't look like a TV, this Hitachi QB was born not from a spec but from an idea at its conception process. It is a perfect fit for personal users in Japan, where Play Station is a highly popular item for its personalized users. [av.hitachi.co.jp](http://av.hitachi.co.jp) ⓘ

**오마치 아키라(Akira Omachi)** \_ 1981년 히타치 제작소에 입사. 디자인연구소 제품디자인부 소속 주임 디자이너이며, 현재 TV, 액정프로젝터 등의 디자인을 담당하고 있다.

**히타치 디자인연구소** \_ 가전제품의 디자인을 담당하기 위해 1957년 설립되어, 1988년에는 가전사업본부 소속에서 사장 직속의 연구소로 이동하였다. 현재는 가전제품 뿐만이 아닌 히타치 그룹 전반의 디자인을 모두 담당하고 있다. 히타치 디자인연구소는 크게 '디자인 제품분야' 와 '디자인 기술분야' 로 나뉘어지는데, 디자인 제품분야에서는 정보, 통신기기과 공동 의료산업기기, 가전제품 등을 디자인하며, 디자인 기술분야에서는 기계디자인과 화면디자인, 정보표현, 전달방법 디자인 등을 담당하고 있다. 1989년에는 최신정보가 밀집되어 있는 도쿄 아오야마(青山)에 'FEEL' 이라는 사무실을 열었다. 일본 외에도 밀라노에 유럽 R&D 센터를, 샌디에고와 런던에 해외 디자인실을 두고 있는 등 활발한 활동을 펴고 있다.



# 작을수록 좋은가? 모바일폰의 미래

Is the Smallest the Best? The Future of Mobile Phone Design

글 | 이창수 (삼성전자 무선사업부 디자인 그룹 선행파트장)

최근 몇년 동안 정보통신기기는 급속한 발전을 거듭했다. 덕분에 비즈니스맨은 장소에 구애 받지 않고 어디서나 필요한 커뮤니케이션과, 신속한 의사결정을 하여 상황에 대처할 수 있게 되었다. 이제 빠르게 정보를 주고받지 못하면 불안해하는 현대인들은 휴대전화기 뿐 아니라 거의 모든 정보기기의 모바일화를 요구하고 있다. 세계적으로 휴대전화기 시장이 급성장을 하고 있고, 국내 가입자의 수만도 인구 4,600만 중 2,600만을 넘는다.

## 워크맨으로 시작된 모바일제품

최초의 모바일 제품은 정보통신 분야가 아닌 곳에서 시작되었다. 공동체 중심, 획일적 문화의 시대에서 개인 중심, 개성 강화의 시대로 접어들면서 자기만의 공간, 자기만의 것에 대한 집착이 강해졌고 그러한 소비자의 욕구를 만족시켜주고자 한 것이 모바일 제품의 시작이라고 할 수 있다. 그것은 소니사(社)의 워크맨(walkman)으로부터 나왔다. 워크맨은 아날로그적으로 단순히 기기를 축소하는데 초점을 맞춘 것이라고 할 수 있지만 그 시대에는 그 정도 사고의 전환도 엄청난 변화였다.

1990년대 정보화를 가속화시킨 인터넷과 무선통신기기의 상용화는 모바일 제품에 일대 전기를 가져왔다. 케이블에 의한 통신 시스템에서 무선으로 호출이 가능한 페이지(pager, 일명 삐삐)가 등장했고 1980년대 후반, 휴대용 전화기가 등장했다. 첫 선을 보인 휴대용 전화기는 지금의 것에 비하면 엄청난 크기와 무게에 통신 상태 또한 그다지 원활하지 못했지만 당시로서는 신기하고 획기적인 것이었다. 이후 휴대용 전화기의 상용화는 본격적 개인 통신시대가 열리는 시발점이라 할 수 있다.

모바일 기기는 휴대를 해야 한다는 근본적인 이유 때문에 당연히 소형화를 추구했다. 단말기 회사들은 경쟁적으로 휴대에 초점을 맞춰 점점 작은 단말기들

을 만들어냈다. 1980년대 후반에 첫선을 보인 초창기 휴대용 전화기의 부담스웠던 무게와 크기는, 극소형화되어도 저장능력은 반대로 증폭되는 반도체/회로 기술과 배터리(battery) 기술의 발전으로 계속해서 극복이 되었다.

형태의 개념도 기존 바(bar) 타입에서 휴대시 오동작을 최소화하기 위해 키(key) 부분이 덮이도록 한 형태, 접는 방식으로 송수화기의 심리적 안정감(귀와 입과의 거리)을 주면서도 크기를 줄인 폴더(folder)형으로 진화하였다(최초의 폴더형은 모토로라의 '스타텍'이다). 이런 형태의 발전은 휴대를 위한 소형화라는 제품의 기본성격을 해결하고자 했던 디자인과 그를 뒷받침해주는 기술의 결과라 할 수 있다.

근래에 들어 휴대전화기는 통신기기의 성격을 넘어 목에 걸고 다니며 소비자 자신의 개성을 드러내거나 자신의 분신처럼 곁에 두고 싶어하는 새로운 소비자의 요구를 받아들이고 있다. 예를 들어, 삼성의 듀얼폴더와 같은 제품은 항상 자기 애장품과 교감하며 상태를 알고 싶어하는 소비자 심리를 고려해, 기기의 상태 및 시계 기능 등을 폴더를 열지 않고도 항상 알 수 있도록 디자인하였다. 셔츠의 주머니에 넣고 다닐 수 있을 정도의 소형화도 시도되고 있다. 최근에는 10mm 이하의 두께로도 휴대전화기를 제작할 수 있는 기술들이 가능하다. 휴대를 위해선 모든 방법이 검토되어진다. 그 중 상용화된 특별한 경우가 워치폰(watch phone)이다. 손목에 차고 다니는 휴대전화기인데, 배터리의 크기 때문에 더 이상 축소할 수 없는 문제에 당면해 있다.

## 다기능 모바일 제품의 등장

한편으로는 모바일 기기에도 시각적인 정보전달이 요구되고 있다. 인간이 정보를 접하는 오감 중 시각으로 정보를 입수하는 것이 60%에 달한다고 한다. 이제 소비자는 소리만의 교환에 만족하지 않는다.



1



2



3

1. 노키아(Nokia)의 세로형 3G폰 컨셉. 모든 기능 메뉴가 한 손으로 조절 가능하도록 키 패드를 디자인했다.

2. 블루투스 기술을 이용하여 소형화한 NTT Docomo의 핸드폰 컨셉 제품

3. 삼성의 lady 폰. 여성의 화장품 컴팩트를 연상시키는 여성용 소형 핸드폰. 가장 작은 제품의 하나

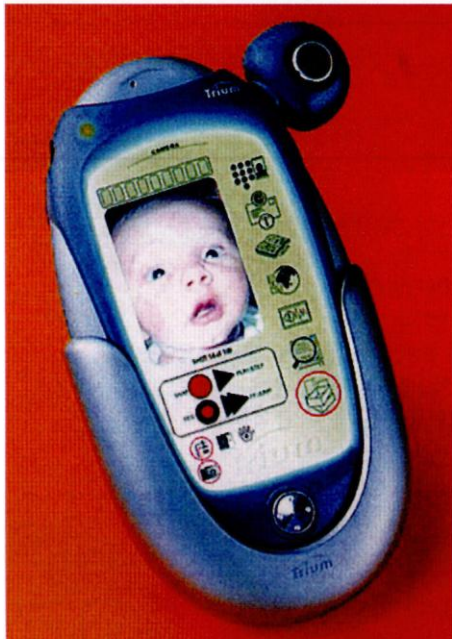




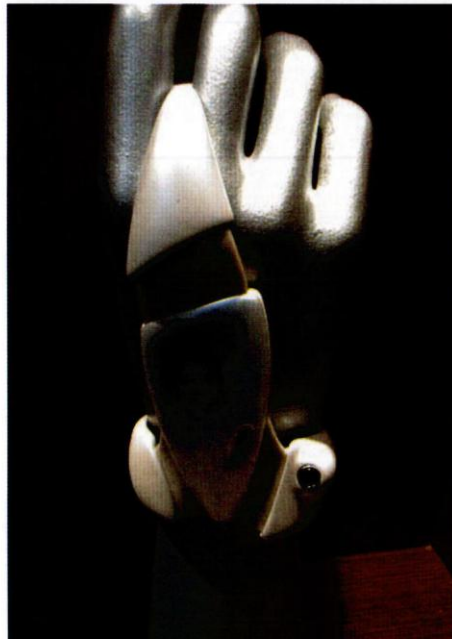
4



6



5



7

4. 에릭슨(Ericsson)의 모바일 PC(Mobile PC) 컨셉 제품. 필요시 장착이 가능한 디지털 카메라와 분리 가능한 키 패드, 블루투스 기술을 통한 입력용 스마트 펜 등으로 구성되어 있다.

5. 미쓰비시 Trium 3G폰 컨셉 제품

6. 워치-폰(watch phone)

7. 블루투스(Bluetooth) 기술을 이용한 전화 기능의 핸드 세트

8. 휴대용 전화기의 초창기 모델과 가장 최근 모델의 크기를 비교해 보면 담배 한 갑의 차이가 난다.

최근 들어 일본에서는 NTT Docomo의 I-Mode라는 인터넷 접속 서비스가 급성장을 했다. 이로써 휴대용 전화기는 소리로 하는 통화의 단계를 뛰어넘어 문자 및 그림데이터의 전송 뿐 아니라 자체메모리에 저장도 할 수 있게 되었다. IMT 2000이라는 신기술은 많은 데이터의 전송(144Kbps~2Mbps)이 가능한 기술로 문자만의 무선 전송에서 화상전송을 가능케 했다. 그래서 사진 및 동화상을 송출입 할 수 있고 화상통화 및 동화상의 수신도 가능하다. 영화를 볼 수 있는 휴대폰들의 출현을 예고하는 것이다. 하지만 회로기술이 아무리 발전해도 통화 기능만이 아닌 다른 기능들이 탑재되면서 기기를 사용하는 시간이 늘어나고 그만큼 배터리의 소모도 많아지면 기기의 축소는 한계점에 도달할지도 모른다.

덕분에 디자이너들은 좀더 많은 시각정보를 보여 줄 수 있는 디스플레이 크기의 확대와 여전히 휴대에 간편한 소형화라는 갈림길에서 고민하고 있다. 하지만 꼭 휴대용전화를 고집할 필요는 없다. 넓은 디스플레이를 가진 휴대전화기 대신에 아예 컴퓨터 기능을 가진 작은 모바일 기기들의 모델이 발표되고 있다. 그 종류도 다양해서 기존의 PDA에 무선 통신이 가능해지고 있다.

일부 회사나 디자이너들은 아예 모바일 기기의 새로운 개념들을 제안한다. 기존의 단말기의 개념과 항상 입고 다니는 의상과의 개념을 하나로 본 착용 가능한(wearable) 기기, 디스플레이를 둘둘 말아 크기를 줄일 수 있는 제품, 운동화에 소형 자가발전기를 달아 충전할 수 있게 한 휴대전화기, 인체의 뼈를 이용한 '뼈전도' 제품들도 발표되었다.

아마도 지금 이 순간 많은 디자이너들이 새로운 개념의 제품들을 개발하고 있을 것이다. 영화 007의 제임스 본드가 사용하는 통신기기들이 곧 상용화될 지도 모를 일이다. 어쨌든 5년 후, 10년 후에는 지금의 휴대전화기가 전혀 다른 모습으로 변해 있을지도 모르겠다. 분명한 사실은 크기가 작아져도 모든 기능은 통합된다는 것이다. ①



이창수 1961년 생. 국민대학교 조형대학 공업디자인학과를 졸업하고(1988) 한독시계주식회사 디자인실을 거쳐 1990년부터 삼성전자 디자인실에서 근무하면서 삼성시스템키친, 삼성자동차판매기, 삼성전자렌지 및 가스기기 등을 디자인해왔다. 백색가전을 기획, 운영하기도 했으며 삼성 디자인멤버십(Design Membership)을 총괄 운영하기도 했다. 현 삼성전자 무선사업부 디자인그룹 선행파트장이다.

8







# 절제의 미학 ‘스꾸’

샐러드 볼, 박석우 작





(왼쪽) 커피 컵, 박석우 작. '별'을 모티프로 디자인. 석고 캐스팅을 통해 형태를 만든 후, 표면에 지름 2mm 미만의 구멍을 뚫고 투명한 유약을 발라 1,400도에서 구워내면, 투명한 유약으로 메워진 구멍을 통해 빛이 투과되면서 마치 밤하늘의 별이 떠 있는 것과 같은 효과를 준다. (가운데) 커피 컵, 하워드 스미스 작. '얼굴'을 모티프로 한 디자인. 두 사람이 마주보고 있는 모습이나 얼굴 등을 단순화하여 컵의 형태에 적용시킨 하워드의 커피잔은 형태가 독특하고 장식성이 뛰어나 선물용으로도 적합할 듯.

지난 9월 28일 강남에 또 하나의 멋진 공간이 오픈했다. 이른바 아티스트 명품 포슬린 스토아(Porcelain Store) 스쿠(Suku)가 개관을 한 것이다. 우선 깔끔하고 미니멀한 새로운 문화공간으로서 호기심을 자극하는 스쿠는 건축과 관련된 9개 계열사를 거느리고 있는 동우건축그룹에서 문화사업을 위해 만든 자회사로, '도자기가 세계 시장에서 최고의 경쟁력을 가질 수 있는 우리의 문화 가운데 하나'라는 점에 주목하고 세계적인 명품 도자기 브랜드를 꿈꾸며 탄생되었다. 세계적으로 작품성을 인정받은 작가들을 선정하여 국내외 기성 브랜드와 차별화되면서 일상에서 사용할 수 있는 '아티스트 브랜드'를 개발한다는 전략이다.

첫번째 프로젝트로는 핀란드에서 활동하고 있는 도예가 박석우 씨의 별을 모티프로 디자인한 테이블웨어와 핀란드의 아티스트 하워드 스미스(Howard Smith)의 얼굴을 형상화한 커피잔 등이 선보였다. 박석우 씨의 작품은 투명함과 순백을 특징으로 하는데, 이는 석고 캐스팅 기법으로 성형한 것을 1,380~1,410도의 고온에서 환원소성하여 생산한 결과라고 한다. 생산시설은 핀란

드와 서울에 각각 두고 핀란드에서는 제품 개발과 완제품 생산(유약작업과 재벌소성)을, 서울에서는 1차 가공작업을 하게 된다.

스쿠의 제품은 미술품이나 디자이너 브랜드를 선호하는 문화적 리더들이 그 대상이며, 국내보다는 일본과 유럽시장 수출에 주력할 계획이다. 우리 나라를 대표하는 세계적인 문화상품으로 자리매김할 수 있기를 기대해도 좋을 듯하다.

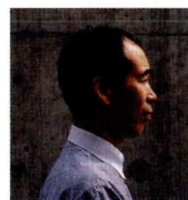
글/ 김상화 본지 객원기자(ivyorysh@unitel.co.kr)

### Suku - The Aesthetic of Restraint

Suku, the new porcelain brand celebrated its grand opening of its store in Apgujong area in last September. Owner of nine architecture and construction businesses, Dongwoo Contructions Group launched OGI-Suku Ltd. as part of its endeavor to enforce its cultural projects scheme. The company first planned the new porcelain brand on its faith that "porcelain art is one of the Korean heritage

that has competitive edge in the global market place today."

The honor of the first commissioned project went to Park Suku, Korean-born living and working in Finland, whose designed is famed for star motifs. Park's collection will include tablewares featuring his star images and coffee cups with face images of Howard Smith. Suku products are targeting culturally-sophisticated leading consumer groups favoring brand names as well as overseas consumers especially in Japan and Europe. ❶



박석우(Park Suku) \_ 서울대 응용미술학과와 스톡홀름 konstfackskolan을 졸업했다. 핀란드, 체코, 독일, 스위스 등 유럽 지역을 비롯하여 일본, 캐나다 등 세계 각국에서 수 차례에 걸쳐 심포지엄에 참가하였으며 개인전 및 그룹전에 초대받아 전시를 개최해 왔다. 스톡홀름 국립미술관, 프라하장식미술관, 토론토 온타리오 왕립미술관, 파천 국립현대미술관 등에 작품이 소장되어 있으며 IAC(국제도예학회) 회원이다.



# 커뮤니케이션의 명확성을 보장하는 정보디자인 **스마트머니 맵**

## 스마트머니 맵 오버더마켓

최소한의 시간과 노력을 들여서 이해할 수 있는 메시지가 있다면? 스마트머니 닷컴(SmartMoney.com)의 맵 오버더마켓(Map of the Market, 이하 Map)은 정보에 접근하여 이해하고 활용할 수 있는 최적의 환경이 구비된 디지털 시대 굿 디자인의 전형이다.

스마트머니 닷컴은 개인 투자자, 뮤추얼 펀드 투자자들을 위한 금융관련 데이터 및 이를 토대로 한 투자결정 도구를 개발, 제공하는 벤처기업이다. 이 기업의 연구개발 총 책임자인 마틴 와텐버그(Martin Wattenberg)의 아이디어로 개발된 Map은 주식시장의 동향을 아주 쉽게, 한눈에, 그리고 인터랙티브 하게 조망할 수 있도록 한 독창적이며 다차원적인 툴이다

크고 작은 사각형의 모자이크처럼 보이는 이 Map에는 500개 이상의 공식거래주식에 대한 각

종 정보가 크기, 색깔, 높이와 같은 그래픽적 요소로 제시된다. 각각의 사각형은 특정 회사의 주식을 나타내며, 그 크기는 각 회사의 우량주의 가격을 토대로 형성된 회사의 주식의 총수(總數)를 상대적으로 보여주는 요소이다. 주가의 등락은 빨강과 초록의 선명도로 구분, 초록의 명도가 높을수록 우량주를, 빨강의 명도가 높을수록 하강주를 나타낸다. 빨강과 초록의 구분이 어려운 색맹을 위해서 파랑/노랑 버전도 준비되어 있다. 또한 비슷한 업종의 회사들끼리 하나의 영역 안에 모여 있기 때문에 트렌드를 알아보기 쉬우며, 15분마다 업데이트가 이루어지므로 어떻게 그러한 트렌드가 시장의 다른 부분에 영향을 미치는 가를 거의 실시간(real-time)으로 살펴볼 수 있다.

사용자들은 사이트를 네비게이트하면서 보다 자세한 정보를 열어볼 수도 있다. 특정 회사의 사각형을 클릭하면 하위메뉴가 우리를 실시간 주식시세(real-time quote), 가격차트와 뉴스, 주식

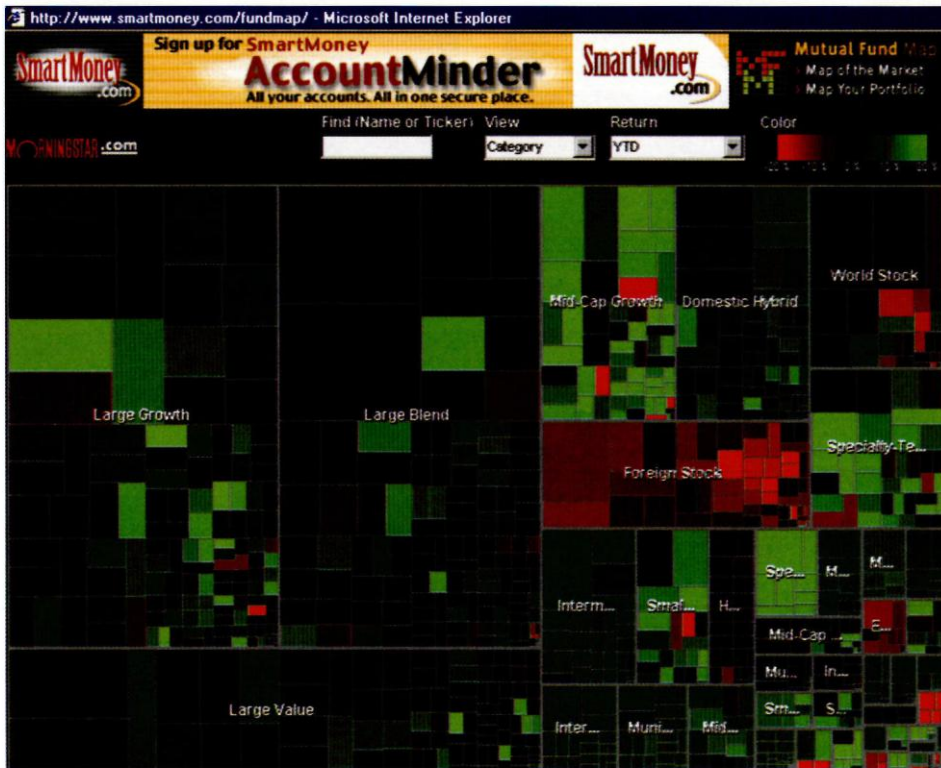
분석가들의 추천종목과 회사의 재정상태 등 자세한 금융 데이터로 안내하고, 팝업메뉴를 통해서 이익과 손실 톱 5, 특정 주식에 대한 검색 등을 할 수 있다.

## 맵 스테이션과 라이선싱

우리가 이처럼 영리하고 편리한 Map을 사용할 수 있는 것은 자바(java)로 구동되는 맵 스테이션(MapStation) 덕택이다. 맵 스테이션은 판매율, 신장세, 이익분, 가격대 판매 비율과 같은 기본적인 데이터를 지도화하여 시각적으로 볼 수 있게 해주는 기술이다. 맵 스테이션으로 사용자들은 스마트머니닷컴이 가진 데이터 외에 자신의 포트폴리오를 지도화할 수 있으며, 또한 이를 금융 관련 부문에만 국한하지 않고 지극히 넓은 용도로 사용할 수 있다.

맵 스테이션의 탄생은 몇가지 기술적인 도전들





1. (I.D.)로부터 진보적인 디자인과 혁신적인 기술로 금상을 수여받은 스마트머니닷컴의 맵오브더마켓(Map of the Market)
2. 하나의 시각형을 클릭하면 가격차트와 뉴스, 주식분석가들의 추천종목과 회사의 재정상태 등의 하위메뉴에 접근할 수 있다.

에 의해 가능했는데, 그 하나는 상호작용을 아주 빠르게 그래픽으로 구현한다는 점이다. 3차원 Map은 실시간으로 1,000개의 주식의 변화상을 디스플레이할 만큼 빠르다. 또 다른 이유는 엄청난 그리고 다양한 정보를 입력하고 배치할 수 있었다는 것이다. 엄청난 양의 정보를 단번에 알아볼 수 있도록 시각화하므로써 최단시간 내에 보다 나은 결정을 내릴 수 있도록 한, 커뮤니케이션 과정의 최소화, 이것이 Map의 전략이다.

[www.smartmoney.com](http://www.smartmoney.com)

### Smartmoney Map : Information Design that Guarantees the Clarity of Communications

If there is a message users can understand with least number of hours of time and effort?

Map of the Market at the website SmartMoney.com is a typical example of good design in the digital era today. SmartMoney.com is a venture company developing decision-making tools for the individual and mutual fund investors offering various finance-related data. Developed by the research and development director Martin Wattenberg, Map of the Market boasts its creativity and multi-level usage for the users, offering its easy, good-looking, and interactive features.

Composed of rectangles of various sizes and colors, Map of the Market includes over 500 traded stocks and its information. Each rectangle represents a company's stock and the size of rectangle equal to market capitalization. Rise and fall of stock price are indicated in the traditional complementary colors of green and red for the immediate user recognition. Intensity of green and red is given vari-

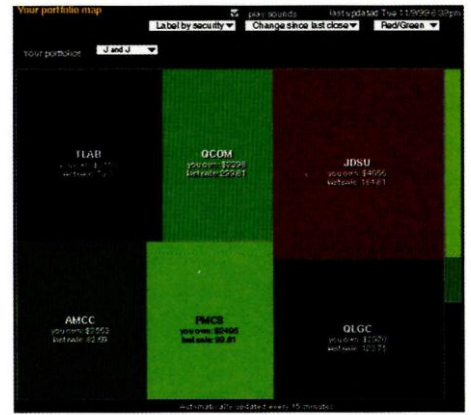
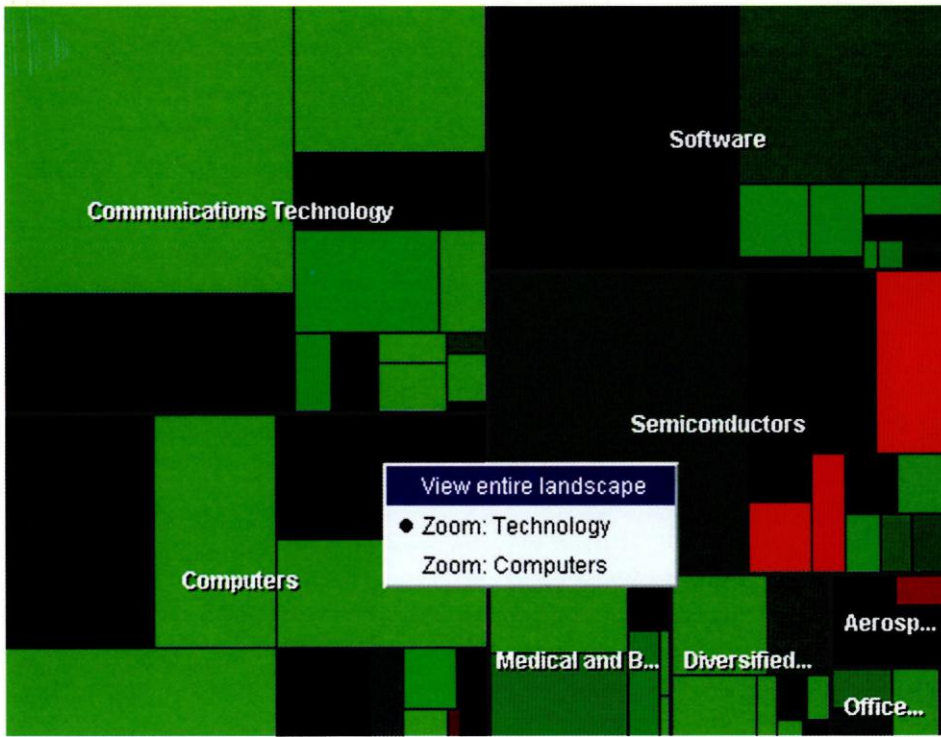
ations in shades to accentuate the degree of ups and downs of individual stock prices. Extra user-friendly features have been added, and one of them is blue/yellow price indication system for green/red color blind users.

Users can obtain wide range of useful information during navigation of the site. Pop-up Map Control panel allows users to easily access results of top 5 gainers or losers and search for a specific stock. With a few more clicks on the company's rectangle, submenus lead users to other detailed stock information, including stock price charts, news, recommended buys from stock analysts, and financial details of individual companies.

Most of all, information is updated every 15 minutes so that users can obtain the latest changes of vital information at real-time speed.

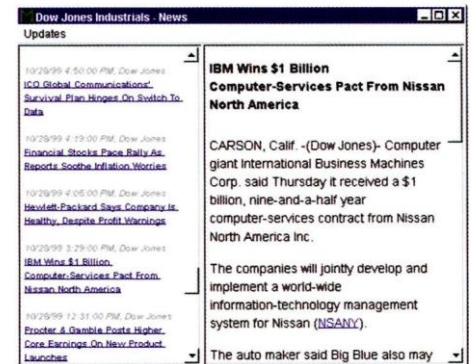
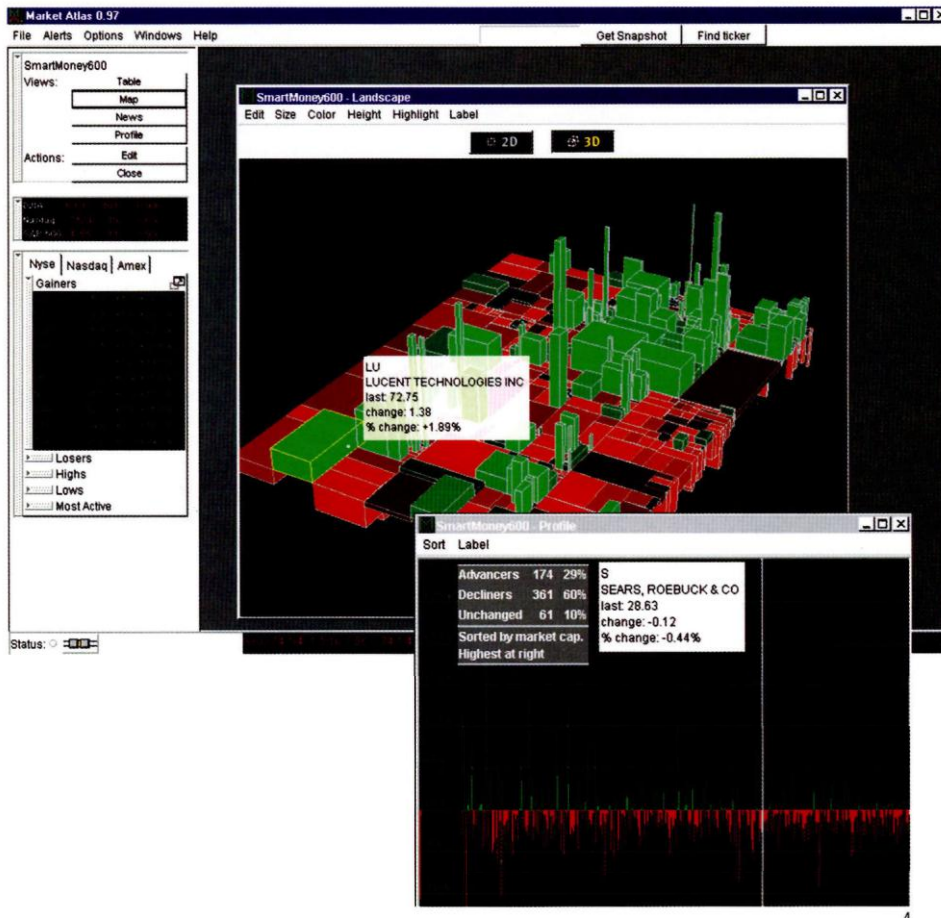
[www.smartmoney.com](http://www.smartmoney.com)





1. 주식에 대한 각종 정보가 크기, 색깔, 높이와 같은 그래픽적 요소로 제시된다. 사각형의 크기는 각 회사의 주식의 총수(總數)를 상대적으로 보여주고, 주가의 등락은 빨강과 초록의 선명도로 구분된다.

2. 자신의 포트폴리오를 Map으로 만들 수 있다.



3, 4. 1,000개 주식의 변화상을 실시간으로 디스플레이할 만큼 아주 빠른 3차원 Map

5. 약 100명의 리포터, 에디터, 프로그래머들에 의해 거의 실시간으로 뉴스가 제공된다.



전통적으로 정보의 '시각화'는 디자이너의 고유한 영역이라고 여겨져 왔으나 최근 들어 그러한 경계가 모호해지고 있다. 당신의 배경을 보면 디자이너라기 보다는 개발자에 가까운데, Map의 개발에 있어서 당신의 역할은 어디까지였고, 웹 디자이너와의 협업은 어떤 방식으로 이루어졌는가?

나는 디자이너의 개념이 변화하고 있다고 생각한다. 역사적으로 디자이너는 정지된 시각적 공간을 창조하는 사람으로 여겨져 왔다. 오늘날 디자이너는 시각적인 요소와 알고리즘적 요소를 섞어서 역동적이고 살아 숨쉬는 공간을 창조해야 하는 요구에 부딪치고 있다. 나의 역할은 사용자의 시각에 반응할 수 있는 알고리즘에 관한 것이다. 또한 나의 프로그래머나 수학자로서의 배경은 그러한 알고리즘의 탄생에 많은 도움을 주었다. 동시에 나는 미학적인 공헌을 하고자 하는 전통적인 예술적 배경을 가진 디자이너와 함께 일하는 것에 대하여 솔직히 비판적이다.

Map의 활용 범위는 매우 광범위하다고 여겨지는데?

Map은 정말로 어떤 분야에나 도움을 줄 수 있다. 기본적으로는 우리가 가진 데이터베이스로 지도화가 이루어지겠지만, 시각형의 블록은 사용자가 원하는 어떠한 내용으로도 대치가 가능하다. 꼭 금융분야가 아니라도 상관없다. 우리는 최근에 거대한 박물관의 전시 관람에 도움을 줄 수 있는 Map의 새로운 버전을 작업 중에 있다.

IT 산업의 성패는 기술력에 달려있다고 얘기한다. 총 투자 비용 중 연구개발비는 어느 정도 되는가? 또 이 Map 프로젝트에 연구개발비는 어느 정도 들었는지 밝힐 수 있는가?

정확한 숫자는 밝힐 수 없지만, 연구개발이 우리 회사의 핵심적인 업무라는 것만은 말할 수 있다. 이것은 단순히 채용의 배분을 넘어서, 혁신과 발견 그 자체가 목표가 되는 환경의 창조를 의미한다. 과학자들은 수세기 동안 알고 있었지만 프로그래머들은 이제야 배우고 있는 역설인 이야기이다. 혁신적이면서도 쓸모있는 것을 만들어내기 위해서는 영역에 상관없이 기초적인 연구에 몰두해야 한다는 사실이다.

우리잡지는 이번호 주제를 '미니멀'로 정하고 그 사례의 하나로 스마트머니닷컴의 Map 프로젝트를 골랐다. 우리의 그러한 설정이 적절하다고 생각하는가? 과연 Map의 성공 요인은 무엇이라고 생각하는가? 우리의 인터페이스가 사용자와의 커뮤니케이션 과정을 '최소화'하고도 정보를 정확히 전달하고 있다는 점에서 성공적이었다고 생각한다. 그러한 면에서 '미니멀'이란 주제와의 관련성도 찾을 수 있을 것이다. 그러나 나는 여기에 '사용하기에 즐거움'이라는 부분을 추가하고 싶다. 우리는 즐거움을 모든 어플리케이션의 기본적인 재료로 다루고 있다.

아주 훌륭한 사이트이지만 분명히 불편함이 있을 것이다. 어떤 것들이며, 이를 보완하기 위하여 어떤 노력을 하고 있는가?

인터넷 접속상태가 느린 경우에 Map을 로드하는 데에 시간이 오래 걸린다는 점이다. 빠른 브로드밴드가 일반화되면 모든 문제가 해결되리라고 믿는다.

스마트머니 맵의 향후 발전 계획은?

우리에게는 많은 계획이 있는데, 여기 한가지만 소개하자면, 새로운 주식 검색 어플리케이션의 개발이다. 사용자는 이 어플리케이션 상에서 가격 그래프를 그릴 수 있으며, 컴퓨터는 그 그래프가 나타내고 있는 내력을 가진 모든 주식을 찾아내어 디스플레이 한다. 옹도가 다양하면서도 시각적으로는 아주 간결한 새로운 어플리케이션 덕분에 많은 사람들이 여유있는 웃음을 띠게 될 것이다.

Visualization of information has been thought to be a specialized area reserved for designers, however, that concept seems to be challenged in the recent ages. Your work background suggests strong ties with development. Could you describe us about your role and work, especially in developing tools for visualizing data using Maps? And how did the collaboration with

web designers carried out in your case?

I think that the notion of designer has changed. Historically designers were concerned with creating a static visual space. Today a designer needs to create a dynamic, living space that blends visual and algorithmic elements. My role is to think about algorithms that can visually respond to the user, and my background as a programmer and mathematician is extremely helpful in creating those algorithms. At the same time, I find it critical to collaborate with designers from a more traditional art background who make essential aesthetic contributions.

Could you explain us about the usage of Maps in other fields, using an example?

Just about every field can be helped by a Map! For instance, we're currently working on a version of the SmartMoney Map that will let users explore an exhibit at a very large museum.

It is often said that the success of IT industry relies on the advancement of technology. How much do you allot for the cost of research and development within the total budget? How much did you spend for the research and development for this Map project, if you could tell us?

I'd rather not discuss specific numbers, but I can say that we view research as a core function of our company. Beyond allocating resources, it means creating an environment where innovation and discovery is a goal in itself. There's a paradoxical fact that scientists have known for centuries, but programmers are just now learning: the way to create useful innovations is to engage in free-ranging basic research.

This issue of <Industrial Design> with its special features report on Minimal design, we have selected SmartMoney.com as a case project in the context. Do you view Map project as a relevant topic? What do you think are the keys to Map's success?

We believe our success lies in the Map's interface which minimizes communications process for the users while offering accurate information service, in which respect, the topic of 'minimal' design can relate to our Map project. However, I would like to add another quality, and that of 'fun-to-use'. Fun is an essential and basic material in all applications we have been working with.

If you could point out any shortcomings or points for improvements?

The Map takes a long time to load on a slow internet connection. When fast broadband access becomes common, I believe that all the problem would be solved.

What are the future plans regarding the SmartMoney Map project, if any?

We've got a lot of plans, but here's a quick example. We're currently working on a new stock research application where the user can draw a price graph, and then the computer will find all stocks whose actual history looks like the graph. It's a very simple visual application that has many uses-technical analysis, portfolio diversification, and more. It also makes people smile.



마틴 와텐버그(Martin Wattenberg) | 1996년 버클리 대학(University of California, Berkeley)에서 카오스 이론으로 박사학위를 받았고, 1984년부터 교육용 소프트웨어를 개발해오다가 현재 스마트머니닷컴에서 연구개발 디렉터(Director of Research & Development)로 재직 중이다. 수학 분야의 전문적인 연구경력을 토대로 뮤추얼 펀드 애널리저(Mutual Fund Analyzer) 및 맵 오브더 마켓(Map of the Market) 같은 상호작용적 투자 도구를 개발해왔다



# 웹 디자인에서 보는 미니멀의 본질

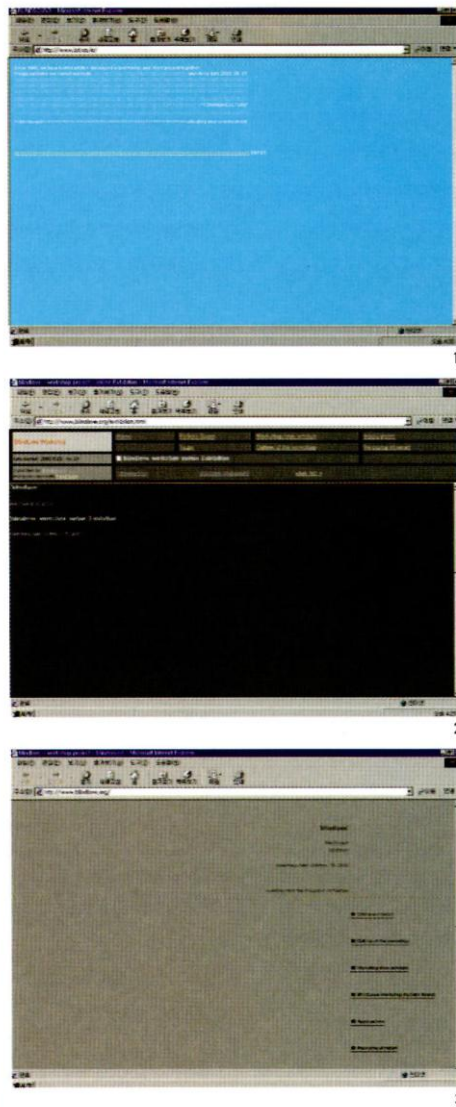
The Essence of Minimal as Seen by a Web Designer

글 | 이미영(자유기고가)

인터넷 사용에 있어 가장 큰 쟁점이자 화두는 속도이다. 아무리 보기 좋고 아름다운 그림이라도 쉽게 접하기 어려운 곳에 있다면 볼 수 없듯이 방문객을 끌어들이 수 있는 미적인 요소와 유혹의 요소를 가지고 있는 사이트라도 그 접속 속도가 느리다면 그림의 떡일 뿐이다. 방문객을 지루하게 만들거나 장시간 기다리는 인내심이 필요한 인(忍)터넷 사이트는 파리만 날린다. 이것이 냉정한 인터넷의 법칙이다. 그래서일까? 보기 좋고 멋있고 화려한 것만 추구하던 웹사이트들이 하나 둘씩 기존의 화려함 대신 사용자 인터페이스와 속도를 고려한 사이트들로 변모되어가고 있는 것이다.

## 웹디자인 트렌드

지루한 텍스트로만 가득 화면을 뒤덮고 있던 초기 인터넷 시기에는 감히 그래픽이라는 것은 생각지도 못했다. 그래서 텍스트와 함께 간단한 그래픽을 보여줄 수 있는 최초의 브라우저 모자이크(mosaic)가 개발되었을 때 사람들은 열광했다. 기술적으로도 미진하고 디자인이라는 것 자체가 전무했던 사이트들에 조금씩 디자인에 대한 필요성을 인식하게 된 것이다. 그후 한 단계 발전한 넷스케이프와 익스플로러가 브라우저 역사의 한 획을 그으며 발전의 발전을 거듭하자 사람들은 인터넷을 각종 이미지와 그래픽으로 가득 채우기 시작했고, 더 나아가 사운드와 동영상 등 멀티미디어 요소까지 구현하기에 이르렀다. 그러나 과도한 이미지와 멀티미디어 요소의 사용으로 인터넷의 속도는 한참 동안 모니터를 응시해야 겨우 볼 수 있다. 이 시기의 웹디자인 트렌드를 보면 심플하기보다는 화려한 그래픽과 컬러를 사용하고 있었고, 막 개발된 따끈따끈한 웹테크닉들의 시험장으로 모두들 그 자태를 뽐내기에 바빴다. 한동안 사이트의 플래시 인트로 디자인의 유행이나 속웨이크의 동영상 등이 바로 그 예이다. 웹디자인의 역사가 그리 오래되지 못한 만큼 사이트의 아이덴티티에 맞는



디자인이나 구조, 테크닉 등이 잘 조율된 사이트들이 드물었다. 그러나 인터넷 시대의 중흥기를 맞아 개인의 장기를 뽐내던 개인 홈페이지와 검색사이트가 대부분이던 인터넷에 기업 홍보 사이트와 포털 사이트 등의 대규모 사이트들이 생겨나면서 화려한 그래픽이나 현란한 테크닉의 웹 트렌드는 조금씩 다른 방향을 모색하기 시작했다. 불과 몇 페이지 안되는 개인 홈페이지와는 달리 수 백 페이지에 이르는 대규모 기업 사이트들은 더 많은 방문객의 유치를 위해 페이지 로딩시간의 단축이 필수 과제였던 것이다.

그래서 대부분의 기업 사이트들은 단순한 그래픽의 사용, 이미지 중심이 아닌 텍스트 중심의 디자인, 화려한 컬러보다는 눈이 피로하지 않은 단순한 컬러를 선호하고 있고, 수많은 메뉴들 속에서 길을 잃지 않도록 하며 자신이 원하는 곳에 최소한의 클릭으로 이동할 수 있는 메뉴 네비게이션에 노력을 기울였다. 이것은 기업 또는 개인의 웹사이트들이 단순한 홍보 중심의 사이트에서 정보중심의 사이트로 그 모습이 변모되어감에 따라 단순히 디자인에만 치중하는 것이 아닌 사용자 측면에서의 고려라는 점을 감안한, 어찌보면 인터넷에서 살아남기 위한 또 하나의 전략이다. 심플한 사용자 위주 디자인의 이러한 특징들은 웹사이트 디자인과 구조적인 측면에서의 미니멀적 트렌드로 해석될 수 있다.

## 단순함 속에 파격을 시도, www.bd.co.kr

‘최소한의’ ‘극히 작은’이라는 의미의 미니멀을 디자인 측면에서 해석하자면 ‘최소한의 오브제로 이루어진’ ‘아주 간단하고 함축적으로 표현된’ 등의 의미로 표현될 수 있다. 웹사이트에 이러한 미니멀의 의미를 대입하면 페이지 디자인 측면에서는 이미지 사용을 절제한 단순한 디자인과 컬러의 사용, 그리고 페이지 구성 및 구조적 측면에서는 논리적인 네비게이션 시스템의 사용이라는 답이 나온다. 이러한 답안을 반기는 사람들도 있지만 그 반대편에는 이러한 텍스트 중심의 딱딱하고 단순한 컬러로 디자인된 사이트들을 지루하기 짝이 없고 전혀 디자인이 무시된 사이트라고 그 가치를 폄하하고 절대 하지 말아야 할 디자인 법칙에 첨가하고 있는 사람들도 있다. 그러나 웹사이트에서 미니멀의 가치를 제대로 표출하고 있다면 아무도 여기에 시비를 거는 사람은 없을 것이다. 텍스트 중심이지만 그 텍스트를 디자인적 요소로 느낄 수 있고 단순한 컬러지만 그 단순함에서 복잡함과 풍만함을 느낄 수 있다면 그리고 여기에 구조적인 질서정연함이 느껴지는 사이트라면 모두들 한 번쯤



방문해보고 감탄하지 않을까 싶다. 물론 이러한 특성들을 고루 갖추고 있는 웹사이트들은 흔하지 않다. 그러나 이중 한 가지 요소만이라도 제대로 표현하고 있는 웹사이트들은 절반은 성공한 디자인이라고 감히 말하고 싶다.

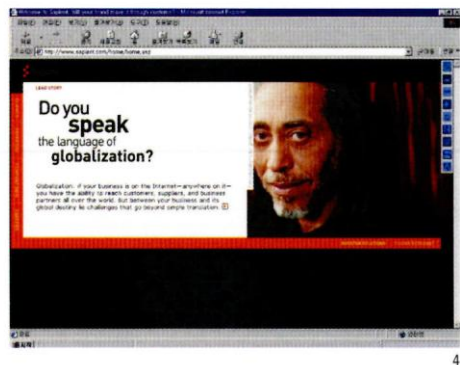
대표적인 사례로 [www.bd.kr](http://www.bd.kr)이라는 사이트를 소개하고자 한다. 이 곳은 전세계의 넷아트(Net Art)가 한자리에서 전시되는 프로젝트 공간이며 넷아티스트들이 그들의 커뮤니티를 조성하고 의견을 공유하는 장이다.

처음 사이트에 접속하면 넓은 하늘색 화면에 흰색의 깨알같은 텍스트들로 위치한 메인 화면을 만나게 된다. 아마도 화려한 것을 찾다가거나 불만한 이미지를 찾던 사람들은 이 순간 발길을 돌릴지도 모른다. 그러나 이 사이트의 묘미는 지금부터다. 하늘을 연상시키는 친근한 컬러로 가득 메워진 화면은 왠지 호기심을 불러일으키며, 너무 작아 세심하게 관심을 가지고 쳐다 보아야만 출입문을 발견할 수 있는 디자인은 출입문을 쉽게 찾을 수 있도록 강조하고 있는 여타 다른 사이트들과는 사뭇 대조적이다. 어쨌든 이 심플하지만 과격적인 메인 페이지는 신선하게 느껴질 수 있으며 로딩 속도 또한 빠르다.

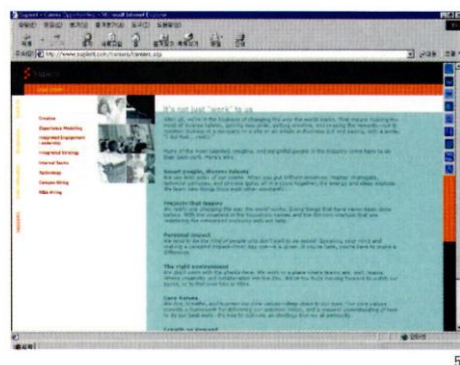
다음 화면도 별반 메인 페이지와 다를 것이 없다. 다만 작은 아이콘화된 이미지가 첨가되었을 뿐이다. 자세히 들여다보면 메인 페이지에서 보다 훨씬 다양한 컬러를 사용하고 있는데 배경 컬러가 아니라 중요한 텍스트의 링크 컬러에 사용했기 때문에 눈에 띄게 화려해 보이지 않으며 차분한 느낌을 준다. 또한 지루함을 없애기 위해 자신이 알고자 하는 메시지를 마우스 트레일 애니메이션(mouse trail animation)을 사용하여 표현하고 있다.

이 페이지에 링크되어 있는 [bdlove\(www.blindlove.org\)](http://www.blindlove.org) 사이트에 접속하면 미니멀적인 경향이 더욱 눈에 띈다. 메인 페이지는 밝은 그레이 톤으로 이루어져 있으며 텍스트로 이루어진 링크들은 어두운 그레이 컬러를 사용하고 있다. 상상해보자. 그레이 톤으로 꽉 찬 화면에 텍스트만 있는 페이지 디자인을. 너무 단순하다 못해 보기 싫게 느껴질 것이다. 그러나 이 페이지에서는 적절한 명암의 그레이 톤과 텍스트의 자연스러운 배치, 그리고 마치 어두운 하늘에 번개가 치는 것과 같은 조명 효과를 주어 단순함에 또 한 번의 과격을 보여주고 있다. 이 사이트들은 국내 학생들의 넷아트 작품을 전시하고 관련 링크 사이트로의 연결과 넷아트 워크샵 정보 등을 알려주고 있다. 작품들이 전시되고 있는 온라인 전시장으로 들어

가면 강한 진홍색 컬러가 시야를 가득 메운다. 그러나 이 진홍색 컬러는 점점 어두워지면서 결국 페이지가 다 로딩되면 블랙으로 바뀌게 된다. 사실 이 페이지의 로딩 속도는 다른 페이지에 비해 시간이 조금 더 소요된다. 그러나 로딩되는 동안 페이지 백그라운드 컬러가 점점 그라데이션되면서 변하는 추이를 보여주는 볼거리를 선사한다. 다 로딩된 페이지는 전체가 무채색의 블랙과 그레이 톤으로 이루어져 있다. 텍스트만으로는 너무 지루한지 이곳에서는 텍스트



1. [bd.co.kr](http://bd.co.kr)의 메인 페이지 디자인. 텍스트와 단순한 컬러로만 디자인되어 있다.
2. [blindlove](http://blindlove.org)의 서브 페이지 디자인. 마우스 커서를 가져다 대면 프레임의 블랙 컬러가 화이트의 프레임으로 바뀌게 된다. 프레임 안의 사각형의 그레이 컬러와 어울리면서 마우스 텍스트에 올랐다 내렸다 하면 마치 여러 단계의 그레이 톤이 물결치듯이 흐른다.
3. [blindlove](http://blindlove.org)의 메인 페이지 디자인. 심플한 그레이 백그라운드에 텍스트로만 디자인되었다.
4. [sapien.com](http://sapien.com)의 메인 페이지. 회사 정보와 고객 정보의 메뉴를 이원화하여 디자인하였다.
5. 좌측에는 회사 정보 페이지를 보여주며, 우측에는 다른 곳으로 이동할 수 있는 메뉴들이 여럿 존재하고 있다.



에 직사각형의 프레임을 주어 표현했다. 링크 텍스트 위에 마우스 커서를 가져다 대면 프레임의 블랙 컬러가 화이트의 프레임으로 바뀌게 된다. 프레임 안의 사각형의 그레이 컬러와 어울리면서 마우스 텍스트에 올랐다 내렸다 하면 마치 여러 단계의 그레이 톤이 물결치듯이 흐른다. 이러한 명도차에 의한 컬러 대비로 최소한의 컬러를 사용했지만 마치 다양한 컬러를 사용한 듯한 분위기를 느끼도록 한다.

얼핏 겉보기에 단순해 보이고 화려한 컬러나 이미지를 사용하지는 않고 있지만 매 페이지마다 단정하

고 단순함 속에서 과격을 시도한 디자인은 보면 볼수록 깊이를 맛을 느낄 수 있다.

## 메뉴 네비게이션의 구조화, [www.sapien.com](http://www.sapien.com)

웹사이트에서의 이동이란 공간의 밖에서 안으로 들어오거나 또는 나가는 것, 그리고 다른 공간으로의 이동을 의미한다. 웹사이트를 쉽게 건물에 비유해보자. 웹에서의 메뉴 네비게이션은 건물 전체를 연결하는 통로라고 할 수 있다. 이러한 통로는 건물의 구조와 직접적인 연관성을 가진다. 아무리 잘 짜여진 구조를 가지고 있더라도 연결통로가 그 역할을 제대로 하지 못하게 설계되어 있다면, 예를 들어 바로 옆 사무실로 이동하는 경로가 없어 1층 로비에서부터 다시 거슬러와야 한다면 많은 불편함을 느낄 것이다. 그런데 우리는 웹사이트에서 이러한 예를 종종 경험한다.

사이트를 서핑하다가 현재 위치를 잃고 부득이하게 다시 Home 버튼을 눌러 처음부터 다시 시작했던 경험을 누구나 해보았을 것이다. 즉, 통로가 불편하게 설계되어 있기 때문이다. 잘 짜여진 메뉴 네비게이션은 사용자에게 직관적으로 사이트의 구조와 그 흐름을 읽을 수 있게 하여 이러한 오류들을 최소화시킨다. 이러한 네비게이션 시스템이 잘 짜여져 있다면 최소한의 클릭만으로 자신이 원하는 곳으로 이동할 수 있다. 그만큼 시간과 노력도 절약된다.

위에서 언급한 [www.bd.co.kr](http://www.bd.co.kr)이 디자인적인 시각에서의 미니멀적 요소를 보여준 것이라면 [www.sapien.com](http://www.sapien.com)은 사이트의 구조, 즉 메뉴 네비게이션에서 나타나는 미니멀을 잘 표현하고 있다. [www.sapien.com](http://www.sapien.com)은 웹 에이전시 사피엔트(Sapien)사의 웹사이트로 회사 소개 및 클라이언트 등의 자체 정보를 좌측에 배치하고 우측에 고객들을 위한 정보를 배치하여 네비게이션 영역을 구분했으며 위치와 아이콘 형식을 차별적으로 적용시켰다. 또한 이를 레이아웃에 적용하여 전체 페이지의 화면 구성을 효과적으로 이원화하였다.

회사 정보와 고객정보를 양측으로 이원화함으로써 메뉴가 한곳에 집중되어 있지 않아 다른 페이지보다 훨씬 단순하게 느껴진다. 또한 이러한 배려는 방문객들에게 자신이 위치한 곳이 어디인지 쉽게 인식할 수 있도록 하며 네비게이션을 용이하도록 유도한다. 또한 전체적으로 회사 정보 페이지와 고객정보 페이지의 영역별 메뉴의 형태적 정체성을 계속 유지하고 있으며 조합의 다양성을 제공함으로써 해당 영역의 정체성을 확보하였다. **①**

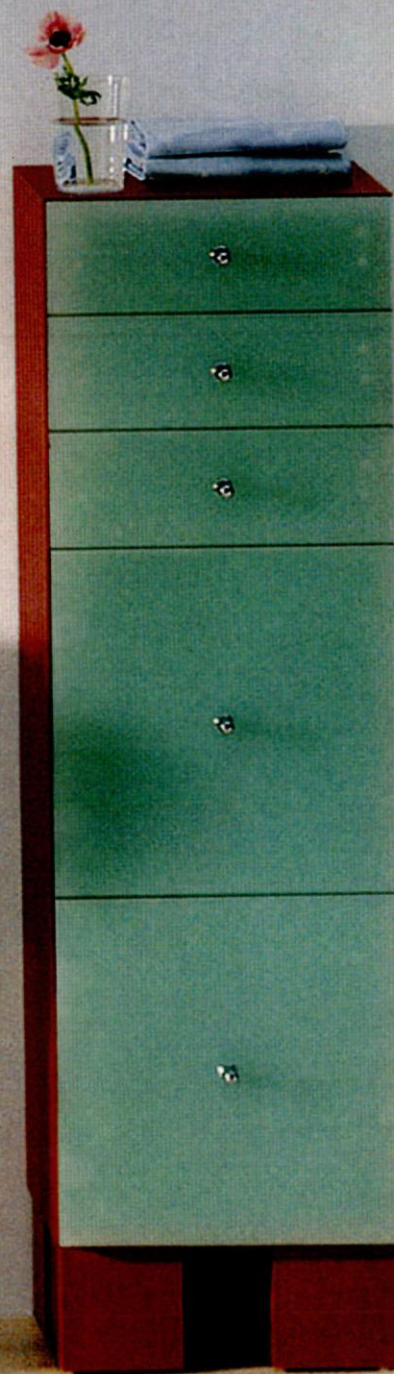
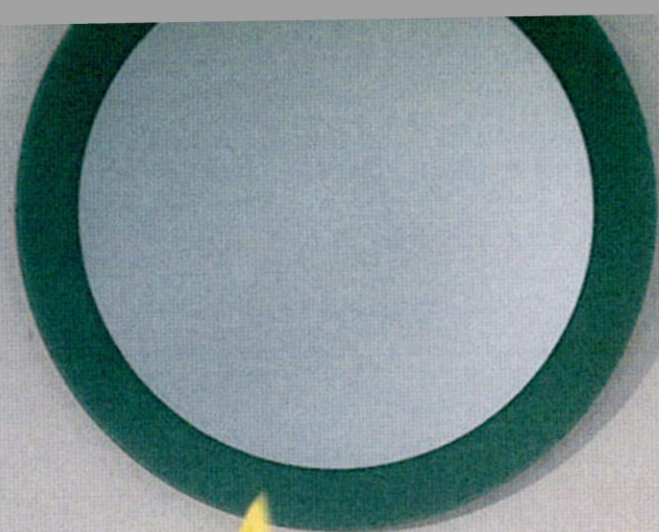


단순한 오브제들의 호화로운 연출

# 드림스케이프



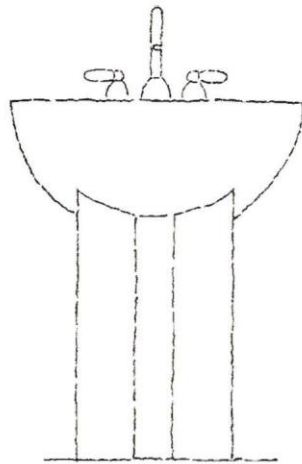




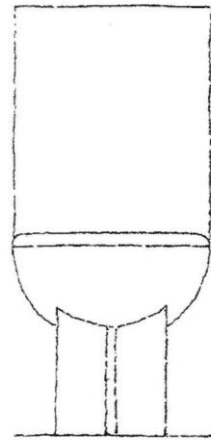




1



2



3



4

1, 4. 드림스케이프는 욕실에 있을 법한 모든 가구를 다루고 있다. 그 중에서도 특별하게 눈에 띄는 것은 단순한 나무다리와 공단의 쿠션으로 이루어진 벤처, 나무와 세라믹의 조화로운 받침 기둥을 가진 세면대 프레임이다.

2, 3. 제품 스케치. 욕면체 위에 놓이는 반구형은 마이클 그레이브스의 디자인에 자주 등장하는 형태이다.

5. 세면대에서 보이는 사각기둥 위의 반구형 모양은 비데와 변기에도 사용된다.





5

너무나도 유명한 미국의 건축가이자 디자이너인 마이클 그레이브스(Michael Graves)가 몇 년 전 디자이너로서 가장 매력적인 프로젝트가 무엇인가에 대해 “아직 해보진 않았지만, 욕실을 디자인하는 것이다.” 라고 대답한 적이 있다. 다방면으로 재주가 많은 그가 욕실 가구 및 액세서리 제조업체인 두라빗(Duravit), 돈브라흐트(Donbracht), 호쉬(Hoesch)와 함께 만든 첫 번째 욕실 디자인 ‘드림스케이프(Dreamscape)’는 편안함과 안정감 그리고 영원한 아름다움의 실현이다.

욕실 가구 제조 및 인테리어 업체로 100여 년의 역사를 갖고 있는 두라빗은 몇 년 전부터 필립 스타크(Philippe Starck), 디터 지거(E. Dieter Sieger) 같은 유명 디자이너들과 공동으로 욕실을 개발하여 큰 성공을 거두어 왔다. 최근에 새로운 시리즈 개발을 위해 마이클 그레이브스를 지명했고 그가 제안한 몇 가지 디자인들 중에 채택된 것이 바로 ‘드림스케이프’이다. 발의는 두라빗이 했지만, 세면대가 개발되자, 돈브라흐트와 호쉬에게 욕조와 수도꼭지 등의 개발에 관련한 파트너십을 제안, 이 공동의 프로젝트가 나오게 되었다.

세면대, 비데, 변기 그리고 욕조는 그레이브스의 건축과 디자인에서 자주 나타나는 입방체 위에 반구(半球) 형태를 올려놓은 모양을 기본으로 한다. 이러한 반구형과 강한 직선은 욕조와 수도

꼭지의 미끈함, 인간공학적 형태와 함께 조화를 이루면서, 단순하고 기하학적 디자인과 서정적인 디자인 사이의 환상적인 대비를 불러일으킨다. 그 결과 욕실에 놓여진 각 오브제들은 부드럽거나 섬세하기 보다는 풍부하고 강한 조각 같은 인상을 주지만, 전체적인 효과는 경쾌함과 극도의 세련미를 풍긴다. 그 밖의 욕실 가구와 액세서리는 그레이브스만의 특별한 자재와 색깔의 사용으로 욕실에 생기를 불어넣고 있다.

“건물을 둘러싸는 풍경이 있는 것과 마찬가지로 하나의 방은 거기에 놓이는 가구들과 함께 완성된다.”는 그레이브스의 말대로 ‘드림스케이프’는 각각의 오브제에 대한 느낌을 전혀 새로운 느낌으로 통합해내고 있는 것이다. 그래서 욕실 안은 지극히 단순한 오브제들로 이루어졌지만 실은 호화로움에 대한 그리움으로 가득 차 있다.

[www.duravit.com](http://www.duravit.com)

### Dreamscape : Simple Objects Presented with Splendor

When he was once asked what would be the most attractive project, the American architect and designer Michael Graves responded, “Designing a bathroom, a project I have not done before.” The

design wiz Mr. Graves at last realized the wishes with his new project Dreamscape.

In collaboration with bathroom furniture and accessory manufacturers, he created new bathroom line that satisfies comfort and eternal beauty; including the sanitary ceramics, bathroom furniture and accessories by Duravit, shower trays and whirl tubs by Hoesch, tap fitting and accessories by Dornbracht, all items are marked with hall marks. The washbasin, bidet, toilet, and bath tub consistently carry the typical Michael Graves architecture and design form of hemisphere on a cube. The encounter of spheric curve with straight lines is repeated in his treatment of fantastic contrast between minimal-geometric design and poetic design.

Objects in the bathroom emits strong sense of enriched sculpture pieces, yet the overall look and feel of the bathroom space conveys vivacity and extreme sophistication. The selection of special materials and colors by Graves also add to the overall vivid image. “I have never regarded building in isolation from their interiors. A surrounds its furnishings in the same way that a landscape surrounding a building” says Graves. In the context, Graves attempts to integrate various objects to create a whole new look and feel in the Dreamscape project. It explains why Dreamscape bathroom space, decorated with simple objects, is filled with longing for the luxus.

[www.duravit.com](http://www.duravit.com)

**마이클 그레이브스** 1934년 미국에서 태어나 신시네티와 하버드 대학에서 건축을 전공하고, 1962년 이후로는 줄곧 프린스턴 대학에서 건축학 교수로 학생들을 가르치고 있다. 건축 뿐 아니라 인테리어, 제품디자인 분야에서도 명성을 얻고 있다. 추상적 근대 건축에서 도시계획으로의 변화 과정에 많은 영향을 받았고 건축물을 주변과의 관계 안에서 접근해야한다는 관점을 가지고 있다. 주요 건축으로는 휴먼빌딩(Human Building, Louisville), 월트 디즈니 돌핀 & 스완 호텔(Walt Disney World Dolphin and Swan Hotel), 덴버 중앙도서관(Denver Central Library) 등이 있다.



# 미니멀한 부엌가구가 컬러를 먹다 도요키친의 '크레아'

디자인 매니아들이나 찾던 독특한 물건들이 최근 들어 재고를 바닥널 정도의 판매량을 보이곤 한다. 이는 곧 디자인의 부가가치 시대가 도래하였음을 의미한다. 과거 주택설비로만 여겨졌던 주방기기 또한 인테리어에 없어서는 안될 필수 요소로 자리잡고 있다는 사실은 누구나 인정한다.

## 'Not Kitchen'

이는 일본 시스템키친 전문업체인 도요키친(Toyo Kitchen)에서 2000년 새롭게 내세운 광고 문구이다. '21세기의 주방은 가족이 공유하는 공간으로서 지금과는 전혀 다른 새로운 개념의 공간이 되어야 한다'는 의미에서 'Not Kitchen'이란 카피를 내세운 것이다. 다시 말해서 20세기의 주방에 대한 인식은 변화되어야 한다는 것이다.

현재 인테리어의 주류는 미니멀 디자인이라 볼 수 있다. 주방기기 또한 알루미늄을 소재로 한 미니멀한 제품의 전성기라 볼 수 있다. 그러나 미니멀 디자인의 기수라 불리는 유명 브랜드에선 이미 적극적인 컬러를 사용한 신작을 발표하고 있다.

도요키친은 이러한 추세를 적극 반영하여 2000년도 신제품 '크레아(Crea)'를 발표했다. 알루미늄 메탈을 기본으로 하여 형태는 매우 절제되어 있지만 부분적인 컬러의 사용으로 단순하면서도 강렬한 느낌을 주는 것이 특징이다.

크레아는 'Lemon' 'Tavo' 'AFS' 라고 하는 3가지 제품을 제안하였다. 타보의 기본 컨셉은 '커

뮤니케이션'. 요리하고, 식사하고, 대화하는 모든 생활을 함께 할 수 있는 공간을 추구하고 있다. 21세기의 주방은 마치 하나의 인테리어 가구처럼 우리 생활의 중심에 존재하는 공간이 될 것이다. 또한 '시공=완성'이라는 주방의 개념도 바뀌어 주방의 레이아웃은 언제나 자유롭게 변화한다. '타보'에 의해 완성되는 십(+)자 배치 공간은 마치 거실처럼, 대화의 장소로 사용된다. 요리는 중심부에 배열된 조리대에서 이루어지고, 손님 접대시에는 레이아웃을 변경함으로써 홈 바로 사용하는 등 주방의 표정을 다양하게 표현할 수 있다.

주방의 청결화와 원룸화를 위해 제안된 'AFS(Air Flow Structure)'는 싱크대의 다리(바닥과 접하는 부분)를 지칭하는 용어이다. '공기가 흐르는 구조'라는 의미의 AFS는 알루미늄으로 되어 있으며, 소재와 형태적인 측면에서 새로운 개념을 내포하고 있다. 바닥 부분이 가려져 있던 기존의 싱크대와는 달리 크레아는 이를 외부로 공개하여 통풍이 되는 보다 청결한 주방가구를 완성하였다.

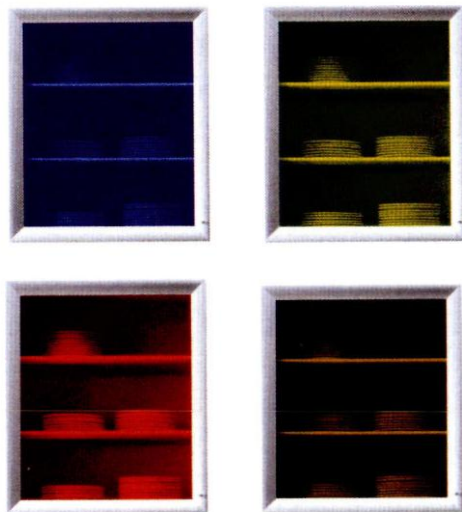
미니멀 시대에 맞는 디자인을 추구하면서도 단순히 유행을 따르는 것이 아닌 새로운 유행을 창조하고 있음을 '크레아'는 보여준다.

[www.toyokitchen.co.jp](http://www.toyokitchen.co.jp)

글 | 박신영(본지 일본 통신원)

1. 서랍장 유리, 반투명 컬러 유리의 사용으로 내부 수납물까지 오브제로 연출할 수 있다.

2. 조명, 실버 메탈과 비비드(그레이프, 레몬, 시그널레드, 브라운) 컬러의 조화로 주방을 더욱 산뜻하게 표현했다.





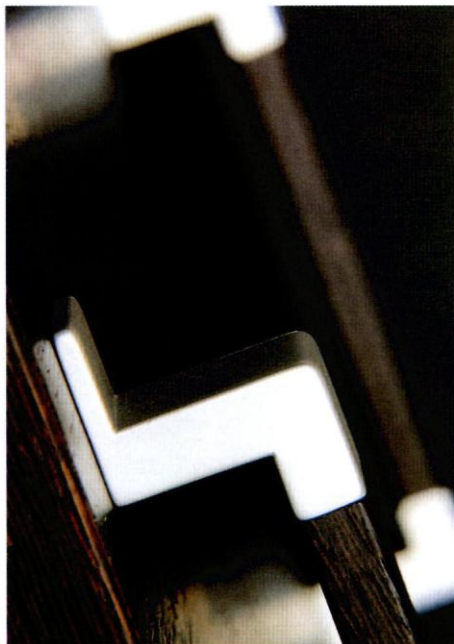




1, 2. 크레아 시리즈에 사용된 대부분의 알루미늄은 무취 무향의 항균성을 포함한 소재로서 시원한 질감과 단순한 조형성이 특징이다. 특히 리사이클이 가능한 에콜로지 소재를 사용하는 등 선진적인 기업상을 보여준다.

### 3. 크레아(Crea) 시리즈 중 'Sy Lemon'

크레아의 최대 장점은 세세한 곳에 이르기까지 주방 전체를 토털 코디네이션할 수 있다는 것이다. '타보' 라 불리는 테이블, 싱크대, 수납장까지 마치 하나의 인테리어 가구처럼 일치되어 공간과 생활에 아름답게 조화된다.



1



2



3



#### 4. SCENE1: I형 레이아웃

새로운 개념의 주방을 가능케 하는 가변형 워크스테이션 '타보'. 타보 두 대를 연속적으로 사용함으로써 주방을 넓게 활용할 수 있는 최적의 레이아웃이다.

#### 5. SCENE1: L형 레이아웃

조리의 보조 공간으로 사용되는 동시에 완성된 요리를 바로 즐길 수 있는 식탁으로 활용된다.

#### 6. SCENE1: +형 레이아웃

싱크대와 조리대, 또는 가스 렌지 사이에 2대의 타보가 길게 배열된다. 이때 '타보'는 조리대가 되기도 하고 식탁이 되기도 하는 등 파티의 중심이 된다. 모든 가능성을 내포한 주방의 새로운 형태이다.

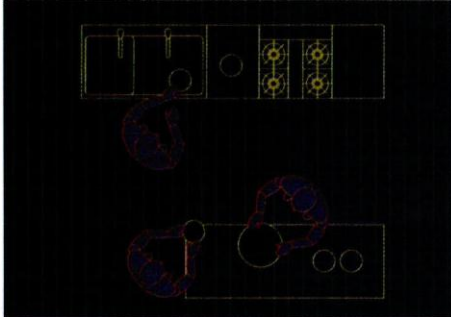
#### 7. SCENE1: C형 레이아웃

L형의 레이아웃에 한 대를 덧붙인 형태로 주방이 생활의 중심으로 확대된다.

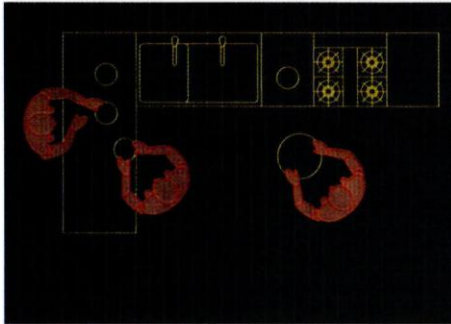
#### 8. SCENE1: I+L형 레이아웃

2대의 타보를 완전히 독립시킨 레이아웃으로 파티 등 조리하는 인원이 증가할 때 적합하다.

9. 타보의 컨셉은 커뮤니케이션. 21세기의 주방은 마치 하나의 인테리어 가구처럼 우리 생활의 중심에 존재하는 공간이 될 것이다.



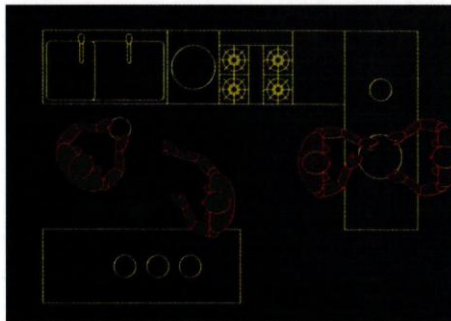
4



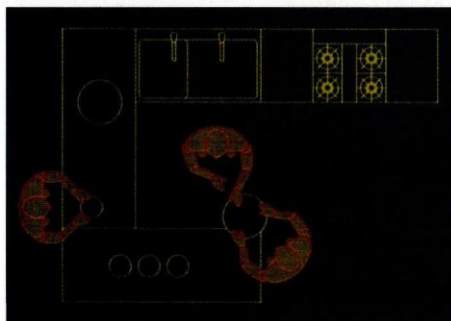
5



6



7



8



9

### Minimal Kitchen Furnishing with Colors, Toyo Kitchen's 'Crea'

"Not Kitchen" - This is the new advertising slogan which Japanese system kitchen furnishings manufacturer Toyo Kitchen has put out for its new year 2000 collection. As claimed by the company, "The kitchen of the 21st century has to be a space for family co-sharing and has to take different significance than before," and thus the quote "Not Kitchen" was born.

The new year 2000 collection, proudly named 'Crea', is a bold combination of strictly reduced style and sets of primary colors. Having implemented heavily of aluminum and other metallic materials, the minimalist styling and colors refreshes the traditional Japanese sense of design.

Among the three product lines proposed by Crea

collection, Lemon, Tavo, and AFS, Tavo carried out its basic concept of communication. Discarding the former concept of kitchen furnishing of 'time/space=completion' has transformed into a changeable kitchen layout. In the space of Tavo, cooking activity takes place in the centrally-located cooking facilities, however, it can be relocated and transformed into a dining space, allowing multiple usages of the kitchen also as a dining room and a living room. Toyo Kitchen is an answer to the minimal trend of design, and yet creating its own trend.

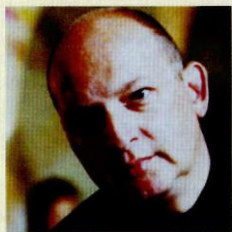
[www.toyokitchen.co.jp](http://www.toyokitchen.co.jp)

히데쓰구 기요모토(Hidetugu Kiyomoto) 1958년 생. 1983년 아이치현립 예술대학에서 디자인을 전공하고 졸업 후 도요공업주식회사 기획개발과에 입사하여 육조시리즈, SPIGA DUE(모빌컨테이너, 슬라이드도어, 대형식품고) 등에 이르기까지 다양한 제품을 디자인하였다. 1996년 도요키킨 개발부 부장으로 취임하여, SPIGA CREA시리즈, 베로 II 등을 디자인하였고, 1999년에는 CREA Sy를 디자인하여 굿 디자인상, 중소기업장관상을 수상하였다. 현재 도요키킨 개발부장으로 재직중이다.

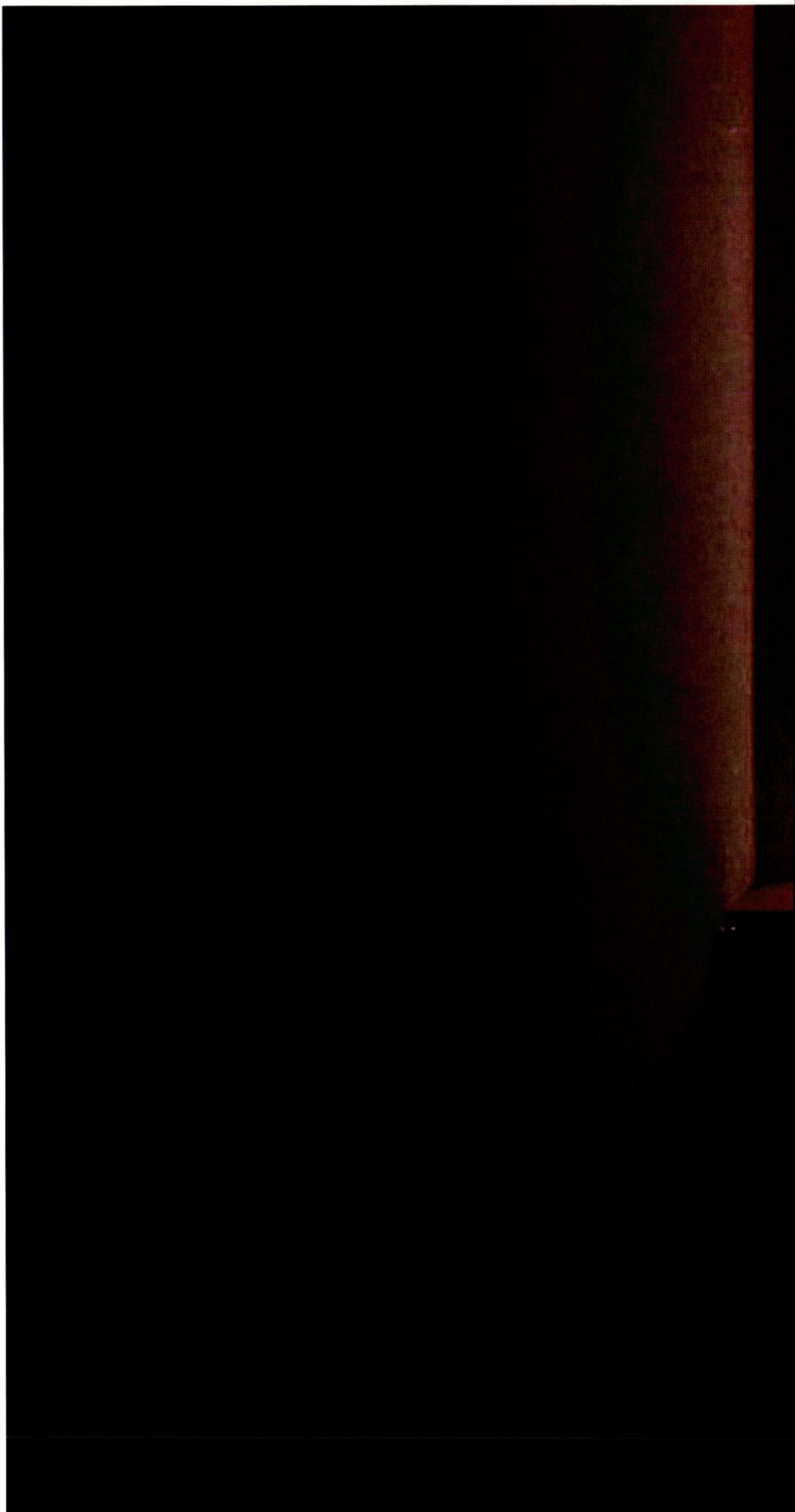


고  
요  
함  
속  
의  
힘  
과  
미

# 클라우디오 실베스트린



**클라우디오 실베스트린(Claudio Silvestrin)** \_ 1954년 생으로 밀라노에서 A.G. 프론조니(A.G. Fronzoni) 아래에서 직업교육을 받은 후 런던 건축대학에서 건축을 전공하였다. 현재 런던에 건축사무실을 운영하면서 런던 바렛 건축대학과 스위스 로잔의 예술대학에서 강의를 맡고 있다. 개인주택 프로젝트 외에 파리의 아르마니 숍(Giorgio Armani), 파리, 뉴욕, 밀라노의 캘빈 클라인(Calvin Klein) 쇼룸, 카페 일리(Illy Cafe), 화랑과 전시장 등의 미니멀한 인테리어 작업으로 유명하다. 실베스트린의 작업에 대해서는 비르크하우저(Birkhauser) 출판사와 옥타보(Octavo) 출판사에서 펴낸 책이 있다.



스페인 마요르카 섬에 있는 노이엔 도르프(Neuendorf) 별장 욕실. 직사각형의 석재 욕조







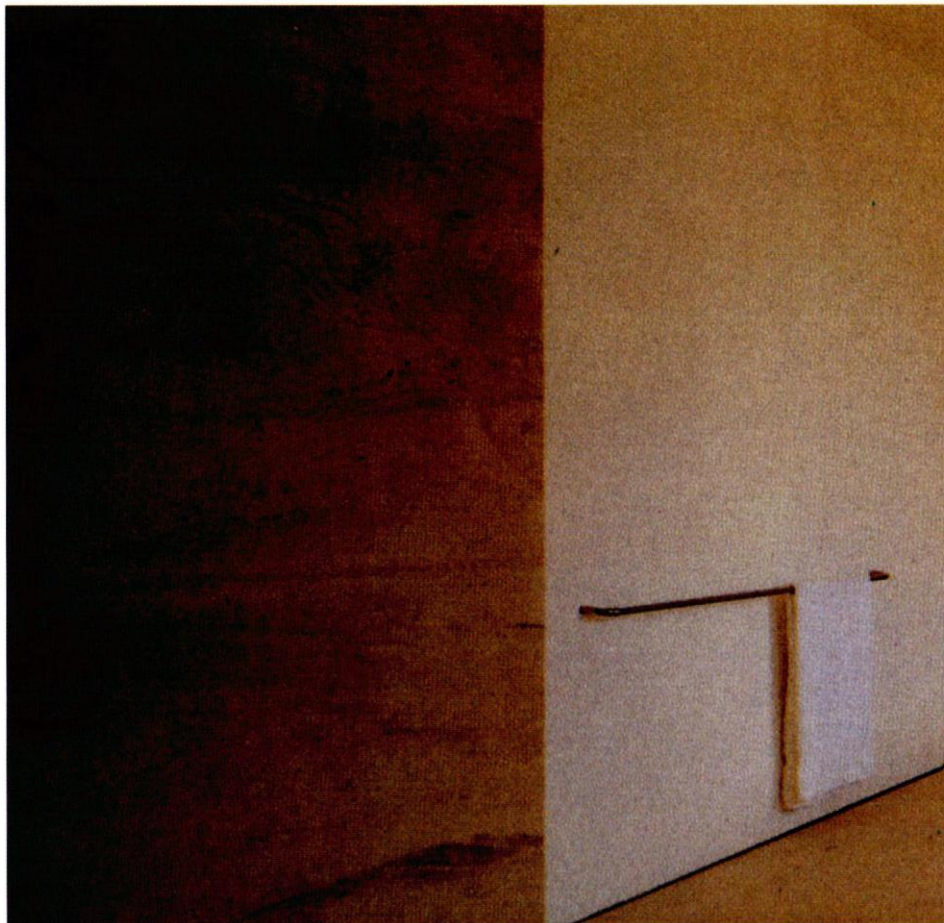
1. 하우스 B의 샤워 시설. 바닥의 흙으로 물이 빠지게 되어 있다.

2. 남프랑스 니스에 있는 '하우스 B'의 욕실. 한 덩어리의 레세(Lecce)석으로 만들어진 욕조는 타원이라는 기하학적 형태 안에 끊임없이 변화하는 물을 가두어 들으므로 물과 땅에 대한 감각을 새로이 일깨워준다.

3. '하우스 B'의 침실 인테리어



1



3





2

미니멀리즘 건축가로 유명한 클라우디오 실베스트린이 디자인한 욕조 포(Po), 세면기 아디제(Adige), 루비콘(Rubicone), 브렌타(Brenta)는 아주 단순한 형태로 매우 넓은 공간 속에 덩그러니 놓여 있어 마치 문명과는 동떨어진 세계에 온 듯한 느낌을 준다.

실베스트린은 남프랑스 니스 근교의 옛날 수도원 건물을 별장으로 개조한 '하우스 B' (House B) 프로젝트의 욕실을 위해 한 덩어리의 레체(Lecce)석으로 만들어진 욕조와 바닥의 홈으로 물이 빠지는 샤워대를 만들었다. 석재 욕조는 단순한 타원이라는 기하학적 형태 안에 끊임없이 변화하는 물을 가두어 두면서, 사물을 구성하는 기본 요소인 물과 땅에 대한 감각을 새로이 일깨워 주고 있다.

밀라노 도시 아파트를 개조한 '지롬벨리(Girombelli) 아파트'의 경우 길다란 아파트 내부구조를 살려 침실과 샤워실을 별도의 공간으로 나누지 않고 2장의 반투명 유리판을 이용하여 시각적으로만 분리시키고 있다. 샤워실 자체는 반투명 유리 뒤에 설치된 끝이 구부러진 직선 형태의 샤워관과 그 반대편에 길다란 레바논산 삼나무에 끼워진 레체석 세면대로 구성되어 있는데, 샤워꼭지의 물은 니스의 '하우스 B' 경우처럼 바닥의 돌 이음새로 흘러나가게 만들었다. 이러한 넓은 빈 공간 속에 자리하는 단순한 형태의 인테리어는 "엄격하나 극단적이지 않고, 현대적이면서도 시간을 초월하고, 고요하지만 금욕적이지 않으며, 강하지만 위협적이지 않는, 그리고 우아하지만 과시하지 않는" 절제되고 조용하면서도 힘이 있는 미를 전달하고 있다.

실베스트린의 욕조와 세면기는 이탈리아 부엌 및 욕실 가구 전문 생산업체인 보피(Boffi)와 수공으로 석재를 다듬는 잔테데쉬 마르미(Zantedeschi Marmi)가 피우미(Fiumi) 시리즈라는 이름으로 공동 생산하고 있다.

[www.claudiosilvestrin.com](http://www.claudiosilvestrin.com) | [www.boffi.it](http://www.boffi.it)

## Power and Beauty in Silence, Claudio Silvestrin

Minimalist architect Claudio Silvestrin's recent project was in outskirts of Nice in southern France to renovate a medieval French monastery at the request of an American couple. Named House B, this features a very large bathroom decorated with one-piece lecce stone turned into luxury bathtub and showerroom. It is a reminder of Silvestrin's former project Girombelli Apartment in Milan characterized by its lengthy space visually-devided by 2 sheets of glass windows between the bedroom and the shower.

Silvestrin's work often brings about a sense of isolation in the midst of empty space detached from civilizations. Educated at A.G. Fronzoni's workshop and then London School of Architecture, he is currently running his own architectural office in London and lecturing at Barrett School of Architecture and Art School in Lausanne, Switzerland. Silvestrin's former well-known projects with strong sense of minimalist design include Giorgio Armani shop in Paris, Calvin Klein showroom in Paris, New York, and Milan, Illy Cafe, and other privately commissioned gallery and exhibition halls as well as private home renovations. His work has been published by Birkhauser and Octavo.

[www.claudiosilvestrin.com](http://www.claudiosilvestrin.com) | [www.boffi.it](http://www.boffi.it)

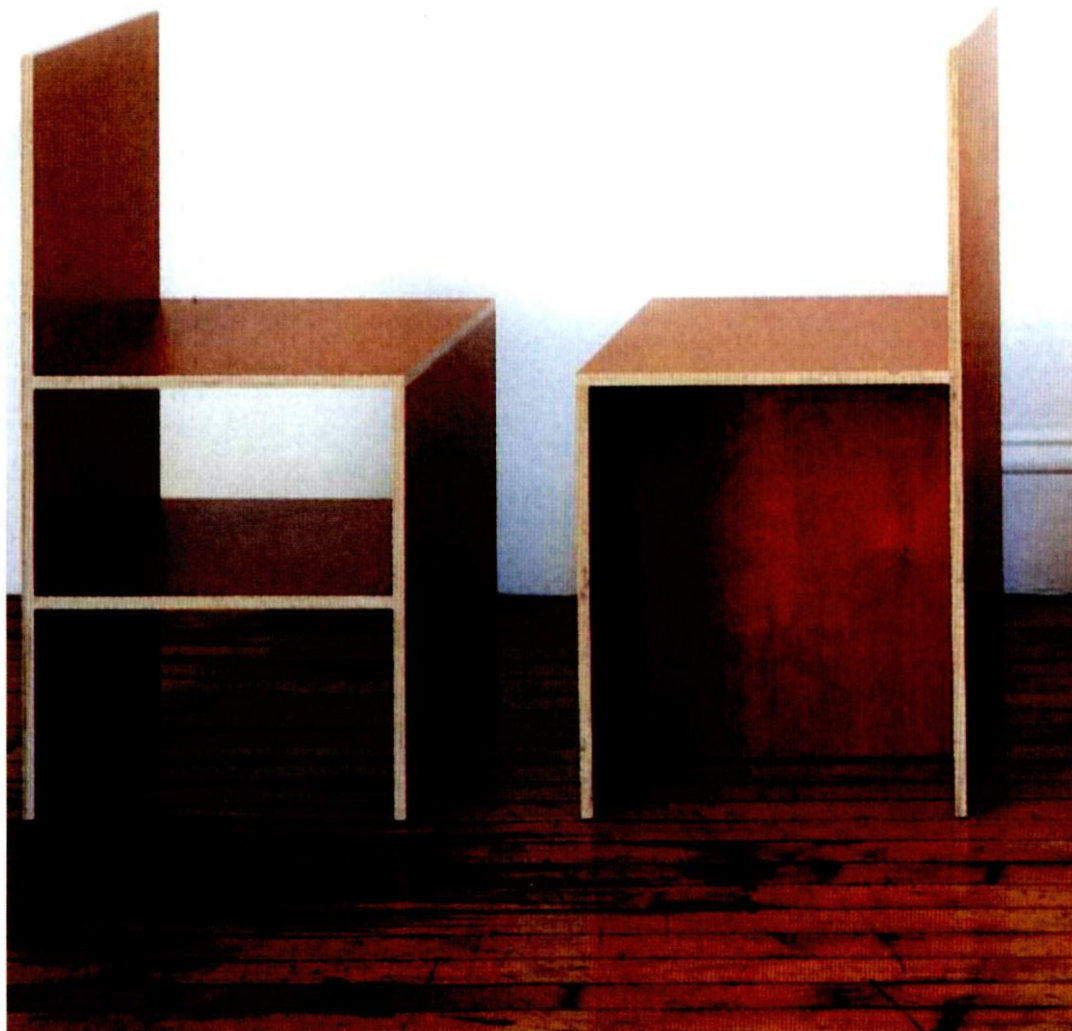


미  
니  
멀  
아  
티  
스  
트  
  
도  
널  
드  
저  
드  
의  
가  
구  
디  
자  
인



**도널드 저드(Donald Judd)** 1928년 미주리 출생. 1946-47년 한국에 주둔한 미군 복무 후 예술가가 되기로 결심하고 콜럼비아 대학에서 철학, 예술사를 전공하였다. 저드는 잭슨 폴록의 캔버스 전체에 예술 행위의 흔적이 남겨지는 올오버 페인팅이나 버넷 뉴먼의 추상표현주의 작품에 깊은 감명을 받았지만 이를 쫓아가지 않고 자신만의 예술세계를 찾았다. 사물 자체에 대한 직접적인 관심은 표면과 재료, 오브제가 놓이는 주변의 공간, 오브제의 반복과 이로부터 생겨나는 리듬감, 규칙성, 빛 그리고 빛의 상황에 따라 달라지는 오브제 표면 등에 주의를 기울이게 하면서 이러한 섬세한 감각을 일깨울 수 있는 단순한 형태로 된 작업에 전념하게 되었다.

저드는 이러한 작품 활동 외에도 학생시절부터 〈아트 뉴스 Art News〉 〈아트 인터내셔널 Art International〉 등에 계속해서 예술 평론을 싣기도 했다. 어떤 막대한 이론을 소개하는 평론이 아니라 자신의 경험과 사고를 바탕으로 솔직하고 담백한 문체로 쓰인 그의 글들은 〈도널드 저드의 저술 (Donald Judd, Complete Writings 1959-1975, 1975-1986)〉 〈도널드 저드, 에세이와 메모 (Donald Judd, Book One, Essays and Notes for Essays 1960-1992)〉 등 책으로 발간되기도 하였다. 1993년 로테르담의 보이만스-판 보이닝겐 미술관 (Boymans-van Beuningen Museum, Rotterdam), 2000년 하노버 슈프렐렐 미술관 (Sprengel Museum, Hannover) 등에서 그의 가구 디자인과 작품 전시회가 있었다.



멀티플렉스 의자 시리즈



미니멀 작가의 대표적인 한 사람인 도널드 저드(Donald Judd)의 작업 중에는 1971년부터 시작된 가구 시리즈가 있다. 당시 활동하던 뉴욕 생활에 실증을 느낀 저드는 1971년 텍사스의 거의 버려지다시피한 작은 도시 마르파(Marfa) 외곽으로 이사했는데, 근처에서 알맞은 가구를 구할 수 없어 자신과 아이들을 위해 직접 침대와 의자를 만들었던 것이 도널드 저드의 가구 디자인 작업의 시작이다.

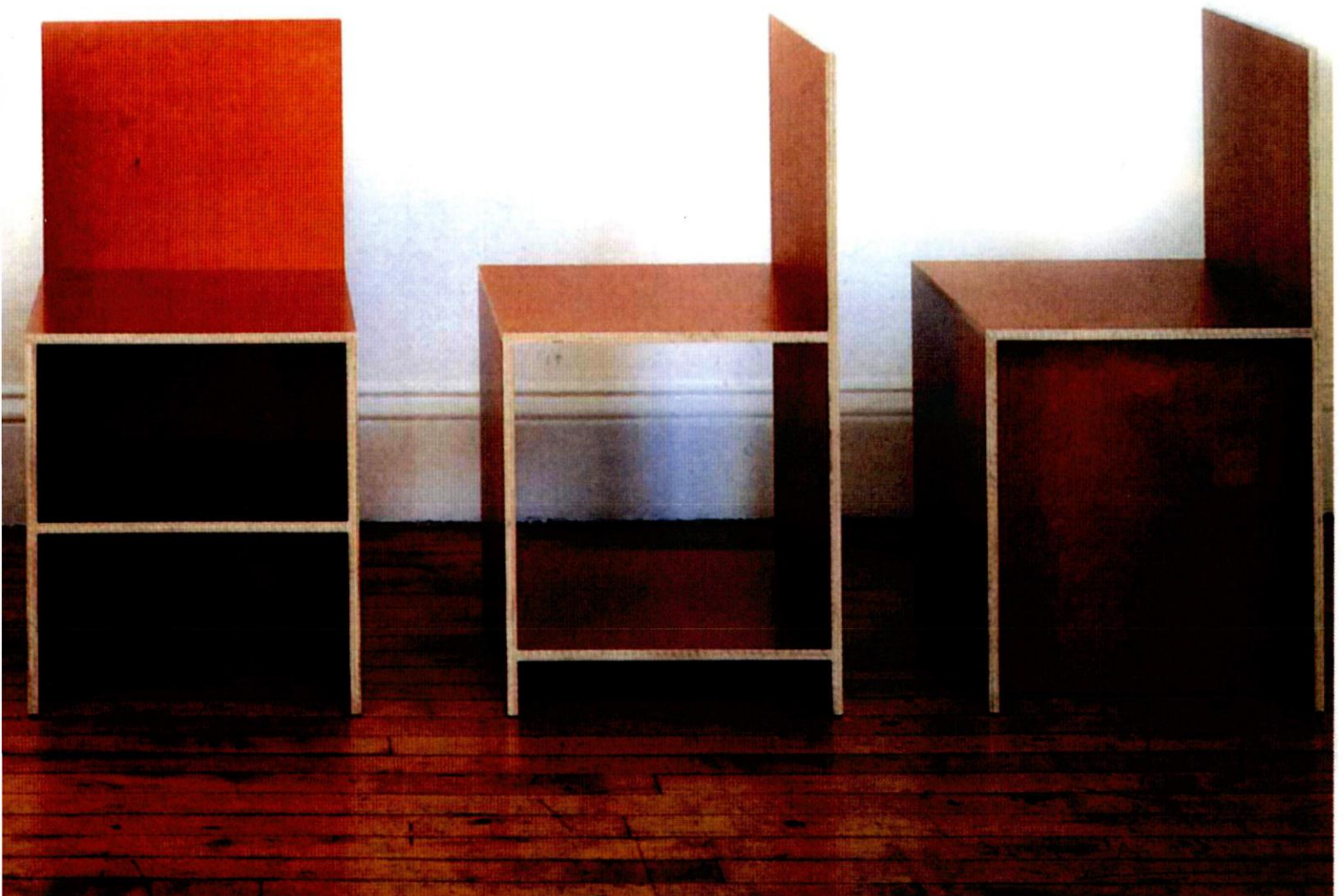
두 아이가 함께 쓰는 방의 전체 공간 구조를 유지하면서 서로의 독립된 공간을 가질 수 있게 한 가구를 원하던 저드는 3면이 모두 높은 등받이가 있는 침대를 만들었다. 이 침대는 저드의 컨셉을 만족시켰을 뿐 아니라 일정한 폭이나 길이로 나무판을 자르기만 하면 되므로 침대를 쉽게 만들 수 있었다. 저드는 이러한 원칙을 토대로 의자와 책상 등의 가구들을 만들어 갔다.

저드의 가구들은 그의 다른 미니멀 작품들처럼 단순하면서도 분명한 형태, 검소함, 엄격함, 절제된 형태의 표현, 세밀한 디테일 작업, 엄밀한 재료의 선택과 특성 및 질감 강조, 기본 색채와 형태의 아름다움 강조, 그리고 무엇보다 가구 자체의 질서정연한 구조를 유지하면서 이와 대비되는 자유로운 주변공간

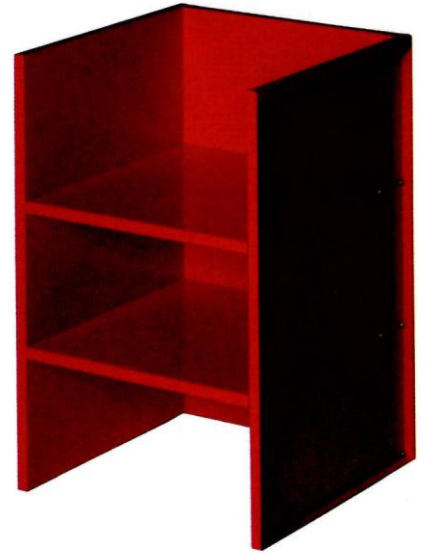
의 확보, 즉 가구와 가구가 놓이는 주변 공간과의 관계를 고려하는 특징이 살아 있다.

이러한 공통점에도 불구하고 저드는 가구 디자인과 예술 작품의 차이를 기능성이라는 관점에서 분명하게 나누고 있다. 형태적인 면에서 보면 그의 예술작품에는 타원형 같은 기본 형태에서 변화된 이차적 형태는 등장하지 않지만, 욕실용 가구에는 이러한 타원형을 써야 기능적인 경우가 있어 이를 사용하고 있다. 그리고 저드는 자신의 가구들이 엄청난 값이 책정되는 예술작품이 아니라 보통 사용되는 사물로 기능하기를 원하기 때문에 한정 생산하거나 미술관이나 화랑에 예술품으로 전시하지 않는다는 원칙을 세워놓았다.

저드의 가구는 가문비나무·단풍나무·벚나무와 같은 원목과 멀티플렉스(multiplex)·철 등 3가지 재료를 사용하여 만든다. 책상과 의자·침대·서랍장들이 같은 높이로 되어 있어 가구들의 집합이 공간에 또 하나의 평면을 형성하기도 한다. 이러한 단순한 형태미 외에도 책상과 책장, 의자와 사이드 테이블 등 여러 가지 기능이 복합되거나 위·아래, 오른쪽·왼쪽의 위치를 바꾸면 다른 용도로 사용할 수 있거나 형태의 변화를 줄 수 있는 점이 특징이다.







1, 2. 채색된 알루미늄 의자, 벤치, 책상. 1984년과 1990년

3. 현재 저드의 사무실로 사용되는 옛날 마르파 호텔 내에 설치된 책상과 의자, 멀티플렉스, 1991년

4. 멀티플렉스 소재의 책상

1

2







3

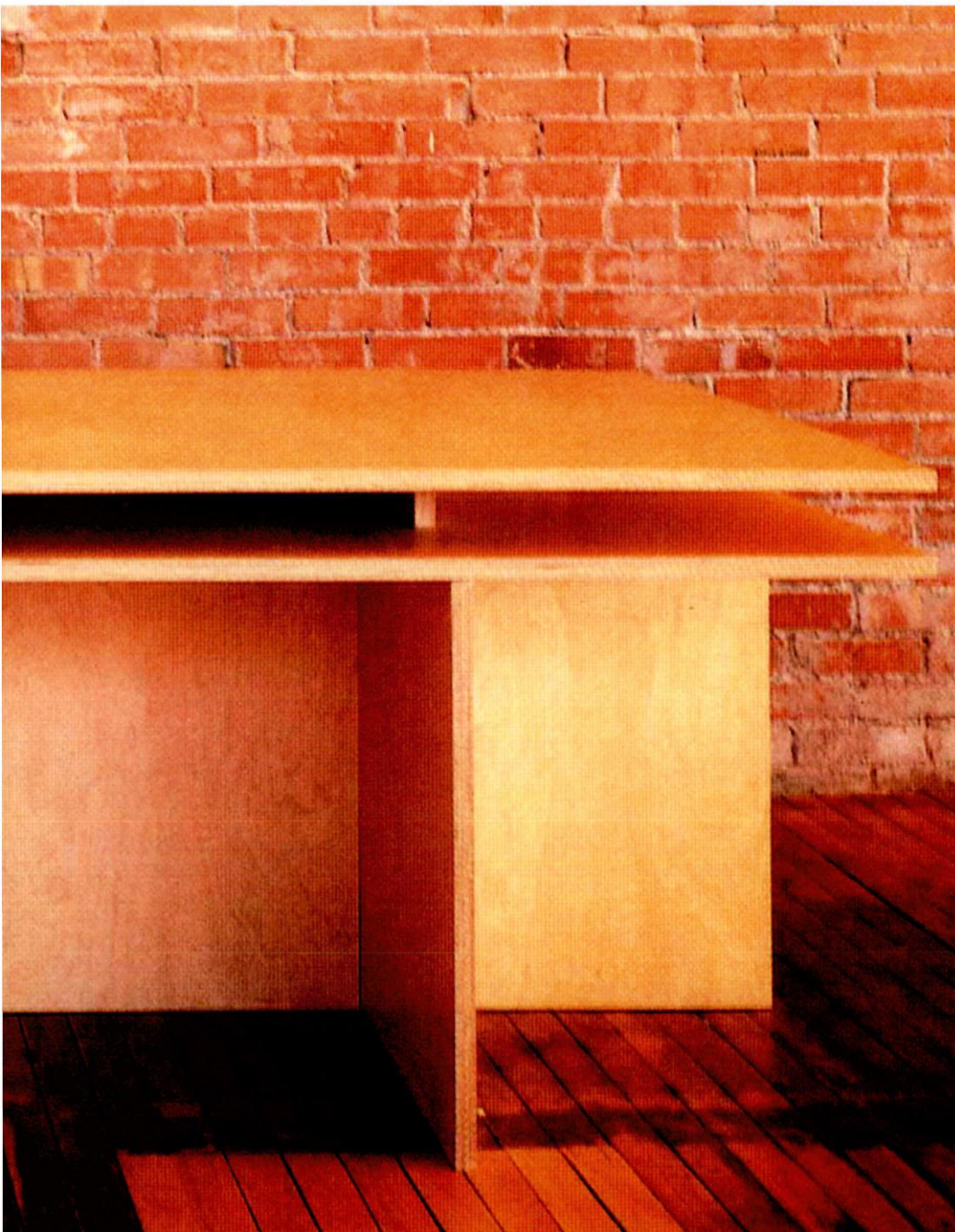
많은 비평가들은 지나칠 정도로 단순한 형태를 고집하는 가구들이 사용하기에 불편하다고 평가하기도 한다. 하지만 저드는 “이러한 평가는 빅토리아식 가구들에 익숙한 사람들의 고정관념에서 비롯된 것이다. 나는 이러한 직선적인 의자에서 편안하게 글을 쓰고 음식을 먹는다”라고 밝히고 있다.

저드는 영화 ‘자이언트’의 촬영 배경이자 잊혀져 가는 유명도시처럼 되어버린 마르파 지역과 그 주변의 옛날 병영시설, 은행, 호텔 등의 건물과 땅을 사들였다. 그리고 여기에 그의 개인주택과 사무실을 비롯하여 그의 작품을 상설 전시하는 미술관, 인쇄소, 도서관, 어린이 그림학교, 그리고 그가 70년대 이후 시작한 가구 디자인 및 건축 설계 사무실, 전시관, 아틀리에, 게스트하우스, 식당 등 많은 부대시설을 갖춘 ‘치나티 파운데이션(Chinati Foundation)’을 설립, 일반인과 예술가들에게 개방하고 있다. [www.chinati.org](http://www.chinati.org)

#### Furniture Design Made by the Minimal Artist Donald Judd

One of the leading figure of minimalist art movement, Donald Judd has extended his art into the realm of furniture design, with his signature of severe reduction, formality, order, stern choice of materials, and unmistakable details. Maintaining the structural orderliness, Judd's furniture line, nevertheless, leaves space of freedom. In response to the critics pointing out on the discomfort in actual use of the furniture in daily living, Judd says it is a restricted view from the audience who are familiar with Victorian furniture style. At the artist's Chinati Foundation, located in Marfa area, accommodates his design and architecture office, exhibition falls, atelier, guest house, and restaurants for the visitors since 1970s. Donald Judd's works are in view to the public at the town's museums, printing workshop, library, and children's art school.

[www.chinati.org](http://www.chinati.org) ⓘ



4



# 모바일 제품을 움직이는 힘, 블루투스 무선 기술

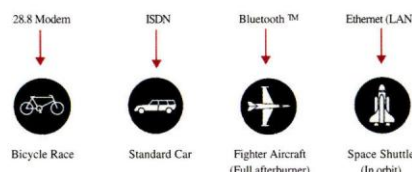
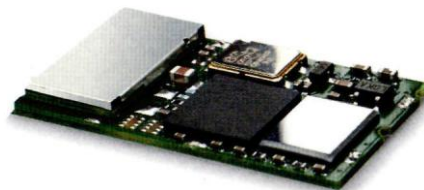
The Power Behind the Mobile Products, Bluetooth Wireless Technology

글 | 박소영(보통대학 미술사 박사과정)

컴퓨터를 사용하는 사람들의 책상 뒤를 들여다보면 각종 기기들의 전원에 연결된 선 외에 모니터와 데스크탑을 연결하는 전선, 프린터와 스캐너에 연결된 전선, 전화선, 그리고 책상 앞쪽에는 자판과 마우스 선들이 이리저리 뒤엉켜 있는 것이 보통이다. 웹 카메라나 스피커를 잠시 다른 장소로 이동하거나 다른 기기에 연결하려면 이러한 수많은 전선의 정글 속에서 필요한 선을 찾는데 시간을 소모해야 한다. 블루투스 무선기술은 이러한 거추장스러운 전선의 엉킴을 없애줄 뿐만 아니라 휴대용 기기들의 전선을 들고 다닐 필요가 없게 해준다.

10세기 경 덴마크를 통일시킨 덴마크 왕 하랄드 블라탄드(Harald Blatand, 영어로는 Bluetooth)의 이름에서 빌어온 블루투스 와이어리스 테크놀로지(Bluetooth Wireless Technology)는 1994년 에릭슨 사의 제안으로 1998년에 IBM, 에릭슨, 노키아, 도시바, 인텔 사가 블루투스 스페셜 인터레스트 그룹(Special Interest Group, SIG)을 결성하여 라디오 인터페이스를 이용한 무선 커뮤니케이션 시대를 위해 컴퓨터 관련 기기들의 수많은 접속 포트를 통일, 연결시키는 기술을 공동으로 개발하는 데서 시작하였다.

컴퓨터 주변기기의 무선 커뮤니케이션은 적외선 포트를 이용하는 사례가 있기는 하지만, 그 전송량이나 속도, 그리고 무엇보다 데이터를 주고받는 기기들이 가능한 장애물 없이 매우 가까이 놓여 있어야 한다는 단점이 있어 그 쓰임새가 매우 한정되어 있는 편이다. 이에 비해 라디오 싱글 주파수를 이용한 블루투스 무선기술은 1초당 1MB 전송량으로 10m 이내에서는 시멘트벽을 사이에 두고도 데이터를 무선으로 전송할 수 있어 다른 방에 있는 컴퓨터에서 프린터에 인쇄명령을 주거나 소파에 앉아 자판을 사용할 수 있도록 해준다. 전세계 어디에서나 사용할 수 있는 라디오 주파수를 이용하기 때문에 휴대용 기기들을 장소에 구애받지 않고 사용할 수 있는 블루투스



무선 기술은 특히 노트북과 핸드헬드와 같은 모바일 컴퓨터의 이동 중 인터넷 및 이메일 접속 문제를 해결하는데 큰 역할을 해줄 것으로 기대되고 있다(라디오 주파수를 이용하는 블루투스 무선 기술에서 정보관리의 안전도 문제는 1초당 1,600회 바뀌는 주파구조로 해결하고 있다).

휴대용 전화기나 컴퓨터의 인터넷 및 이메일 기능의 접속을 위해 WAP(WAP) 기능 휴대용 전화기, 혹은 적외선 포트를 이용한 핸드헬드 컴퓨터 같은 제품이 개발되어 있기는 하지만 그 전송량이나 속도가 매우 제한되어 있는 형편이다. 휴대용 전화기를 모바일 컴퓨터에 직접 장착한 제품을 생산하는 것은 서로 다른 방식으로 운영되는 수많은 휴대폰 통신망 시스템 때문에 경제적 수지에 맞지 않는다는 문제점을 안고 있다. 블루투스처럼 적외선 포트보다 개선된 무선 커뮤니케이션 기술을 개발하는 것이 휴대용 기기들을 생산하는 사업체들의 주된 관심사가 되고 있다.

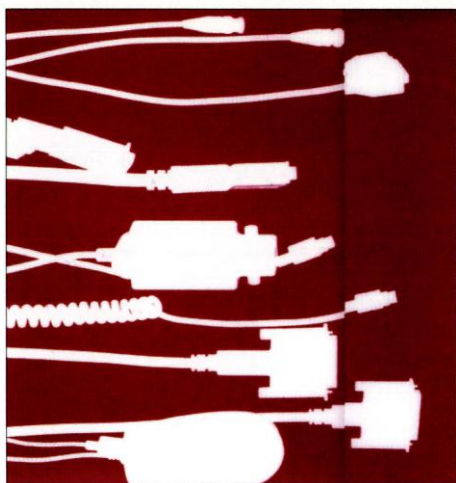
현재 위의 5개 회사와 핸드헬드 컴퓨터 전문 생산 업체인 3COM을 비롯하여 모토로라(Motorola), 마이크로소프트(Microsoft), 루센트(Lucent)를 비롯하여 전 세계적으로 1,300개가 넘는 사업체들이 이미 미래형 커뮤니케이션 기술을 이용한 제품 개발 프로젝트에 참가하고 있다. 우리나라에서는 현대전자가 휴대폰 부문에서 이 기술을 도입한 제품을 개발하고 있다.

프로젝트의 결과, 1999년 각 컴퓨터 기기간 케이블리스 커뮤니케이션을 가능하게 하는 블루투스-스펙시피케이션(Bluetooth Specification) 버전 1.0이라는 기술이 개발되었고, 두 번째 버전이 작업 중이다. 올해 하노버 컴퓨터 박람회에는 블루투스 기술을 기존 기기에도 실현시켜 줄 수 있는 접속기가 개발되어 선을 보였고, 에릭슨·노키아 사는 휴대용 전화기·헤드셋 등을 개발하고 있으며, 후지 카메라에서는 블루투스 칩이 내장된 전문가용 디지털 카메라 프로토타입을, 도시바 사는 블루투스 칩이 내장된 노트북과 프리젠테이션용 프로젝트의 프로토타입을 개발하고 있다. 이렇게 프로젝트에 참가한 기업들은 앞으로 1-2년 안에 블루투스 무선 기술의 사용을 일반화하는 것을 목표로 블루투스 무선기술을 내장한 여러 제품을 개발하는데 최선을 다하고 있다.

블루투스 무선 기술을 이용한 제품을 개발하고자 하는 업체는 블루투스 스펙시피케이션 계약을 하면 기술의 무료 라이선스 사용허가를 받아 스펙시피케이션을 다운로드 받을 수 있다.

[www.bluetooth.com](http://www.bluetooth.com)





4



5



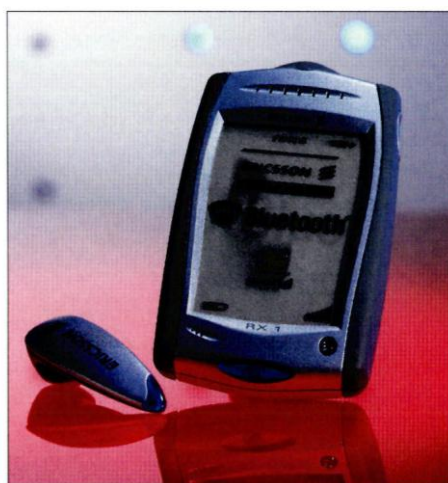
6



7



8



9

1. 블루투스 기술 로고

2. 에릭슨사에서 개발한 블루투스 모듈

3. bluetooth-speed: 다른 전송방식과 블루투스의 속도를 교통수단에 비교한 그래픽. 보통 모뎀이 자전거의 속도라면 블루투스는 전투기의 속도에 비교할 수 있음을 보여준다. 블루투스 보다 빠른 전송방식은 전용회선인 LAN을 통한 방식이다.

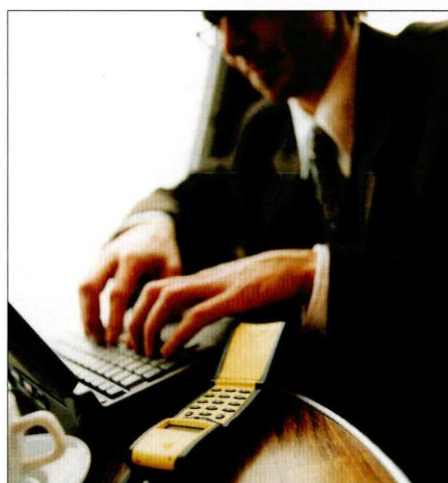
4. 케이볼 굿바이. 블루투스 기술의 장점을 1장의 그림으로 간단하면서도 명확하게 전달하는 그래픽

5. 에릭슨사에서 개발한 블루투스 헤드셋

7. 도시바 노트북

8. 9. 에릭슨사의 블루투스 기술을 이용한 PDA기기 디자인 스타디

10. 블루투스 칩이 내장된 기기들의 일상생활 속의 사용 가능 장면



10

#### 블루투스 무선 기술에 관한 기본 데이터

사용범위	보통   10m
	옵션   100m
데이터 전달 파워	보통   1mW
	옵션   100mW
주파수	2.4Ghz
데이터 전송량	1MB/s
최대 데이터	전송 3개 음성채널당 721+56KB
전원 소모량	정상상태 50 마이크로 암페어 (50μA)
	스탠드바이 상태 300 마이크로 암페어 (300μA)
	최대 소모량 30 마이크로 암페어 (30μA)

It has become a hassle to find the electric cords to move and reconnect computers, web cameras, and speakers in the midst of entangled wires and cords. The new bluetooth technology is the latest wireless way to get rid of the nuisance to locate mazes of wires or carry wires for the users' favorite electronic gadgets.

Derived from the name of a Danish King Harald Blatand in during the 10th century Europe, the Bluetooth Wireless Technology was first suggested as the future technology project by Ericsson. In 1998, IBM, Nokia, Toshiba, and Intel joined Ericsson the SIG, or Special Interest Group, in the prospect of co-developing the new integrated wireless communications connection technology using radio interface.

The result of the collaboration brought about the release of Bluetooth Specification version 1.0, which allows cableless communications between computers. The second version is currently underway for development. A series of computer network connectors using the bluetooth technology have been shown to the media and public 2000 at the Hanover World Expo of Computer. Mobilephone and headsets by Ericsson and Nokia, built-in bluetooth chip professional digital cameras by Fuji, built-in bluechip laptop computers and projector prototypes by Toshiba have been some of the notable products in display. Over 1,300 manufacturers worldwide have been in the wave of bluetooth technology product development, including Korea's Hyundai electronics, which have developed its latest mobile phone using bluetooth wireless technology.

[www.bluetooth.com](http://www.bluetooth.com)



# 미니멀리즘의 역사적 전통: 미술, 건축, 그리고 일상

The Historical Tradition of Minimalism : Art, Architecture and the Ordinary

글 | 박소영(보훤대학 미술사 박사과정)

## 빈공간에 대한 공포, '호로 바쿠이(Horror Vacui)'와 예술행위

어린이들에게 하얀 도화지를 주고 그림을 그리게 하면 보통 화면 여기저기를 무엇인가로 가득 채운 그림을 그린다. 나이가 어릴수록 화면 전체를 알록달록한 색으로 가득 채우는데, 미술사 및 심리학에서는 이를 빈공간에 대한 공포심에서 나온 무의식적인 행위로 인간의 예술행위 발생의 기원의 하나로 해석하기도 한다. 빈공간에 대한 공포는 아무것도 없는 것 즉, 죽음의 상태에 대한 원초적인 공포이며 성인이 되면서 잠재의식에 묻어두게 된다. 이러한 무의식이 가장 잘 드러나는 경우가 새집으로 이사했을 때이다. 하얀 벽면 밖에 없는 공간에, 하다못해 자신의 외투라도 걸어두고 사진이나 그림을 벽에 부치고 가구를 들여놓고 하면서, 자기의 흔적, 즉 자신이 살아있는 흔적을 남기고 이를 확인해야 편안해지는 것은 바로 이러한 공포심의 산물이다.

호로 바쿠이의 개념은 고대 자연과학과 자연철학으로까지 거슬러 올라간다. 당시에는 클렙시드라(Klepsidra)라는 물시계가 공기압력차로 끌어올린 물의 상태를 진공상태(바쿰)로 설명하였는데 공기보다 무거운 물이 아래로 떨어지지 않고 위로 올라가는 비 자연적 상태에 대한 경외감이 호로바쿠이 또는 푸가 바쿠이(Fuga vacui)라는 개념의 출발이다. 미술사에서는 빈공간을 진공상태로 보고 이를 극복하려는 예술행위, 특히 중세나 16세기 매너리즘 이후 바로코, 로코코 등에서 보여지는 것 같이 빈공간을 조금도 남기지 않고 형태나 무늬등으로 가득채운 예술경향의 동기를 설명하는 개념으로 사용되고 있다.

아돌프 로스(Adolf Loos)는 그의 유명한 글 〈장식과 범죄(Ornament und Verbrechen, 1908)〉에서 당시 산업 선진국인 영국과 그의 조국인 오스트리아의 상황을 비교하고 있는데, 시간과 노력이 많이 들어가는 수공예 제품이 기계제 생산품보다 못한 값을 받는 현실을 예로 들면서 장식이라는 요소가 국민경

제 전체를 해치는 최악의 요소라 주장하고 있다. 로스에 의하면 장식선호는 문화 발달 정도가 미숙한 단계에서 나타나는데, 아돌프 로스의 이런 주장은 후에 모더니즘을 발달시키는데 큰 영향을 끼쳤다.

## 미니멀리즘의 바탕은 고도의 정신활동인 추상화 능력

미니멀리즘 또는 미니멀 아트란 바로 이러한 장식 위주의 예술 행위에 반대되는 것으로 좁게는 1960년대 도널드 저드(Donald Judd), 칼 앙드레(Carl Andre), 댄 플라빈(Dan Flavin), 솔 르윗(Sol LeWitt), 리처드 세라(Richard Serra) 등의 작품활동을 가리키기도 하지만 넓게는 선사시대 미술, 이집트의 평면화, 고대 그리스 초기 기하학양식, 르네상스 건축, 1920년대 추상화 운동과 절대주의(Suprematism) 등 인간의 역사 이후 여러단계에서 발견되기도 한다. 이러한 시대나 양식, 이념의 공통되는 특징은 예술은 자연의 모사가 아니라 추상화시키는 능력으로 보는 점이다.

20세기초 활동한 미술사학자중 한 사람인 빌헬름 보링거(Wilhelm Worringer)는 그의 저서 〈추상과 감정이입(Abstraktion und Einfühlung, 1908)〉에서 미술의 역사를 사물을 추상화하는 과정과 유기적 형태로 표현된 감정이입 과정으로 나누어 분석하고 있다. 보링거는 고대 이집트인들의 인물 표현법, 고대 마야나 아즈텍 문명에서 보여지는 단순화된 형상 등이 모두 인간의 추상화 능력에 의한 것이라 분석한다.

실제로 좁은 의미의 미니멀 아트를 보더라도 그 직접적인 영향은 잭슨 폴록(Jackson Pollock)의 올 오버 페인팅(All Overpainting)이나 프랭크 스텔라(Frank Stella), 버넷 뉴먼(Burnett Newman) 등의 추상 표현주의에 있다. 추상표현주의가 미니멀리즘에 직접 속하지 않는 이유는 추상표현주의 작가들의 작품이 보는 사람의 인상과 감정에 호소하는데 비해 미니멀 아트 작가들은 추상화된 사물자체에 미적 관심을 돌리고 있다는 점에 있다. 마치 20세기초 추

상화 운동이 일어났을 때 칸딘스키 계열의 낭만적인 따뜻한 추상과 몬드리안 계열의 이성적인 차가운 추상이 구분될 수 있었던 사실과 유사하다 볼 수 있다.

우리의 주된 관심인 미니멀리즘에서 이야기되는 추상화 또는 구체화 능력은 낭만적인 감정이나 착각을 유발하는 감성적인 것보다는 인간의 이성과 관련 있다. 바꾸어 말해 원초적인 불안감인 호로 바쿠이를 형태로 가득 채움으로써 극복하고자 하는 유혹을 거부하고 삶의 근본을 직시하고 혼동상태를 질서로 다스리는 고도의 정신력을 요구하고 있다고 볼 수 있다.

크게 미니멀리즘으로 지칭되는 60~70년대 예술 운동을 자세히 들여다보면 기하학 형태에 충실한 도널드 저드와 칼 앙드레를 중심으로 하는 미니멀 아트(Minimal Art), 주변에서 흔히 볼 수 있는 재료와 형태를 예술로 끌어드린 파나마렌코(Panamarenco) 같은 이탈리아 예술가들이 중심이 된 소위 가난한 예술이라고 불리는 아르테 포베라(Arte Povera), 아이디어 자체를 예술작품으로 보는 솔 르윗 등의 컨셉트 아트(Concept Art)등으로 나누어지는데, 이들의 공통된 특징은 흔히 알려진 것처럼 단순한 형태를 선호한 것 외에 그뒤에 숨은 추상성, 정신력, 이념 등에 있다. 실제로 반-형태(anti-form), 쿨 아트(cool art), 미니멀 아트, 아르테 포베라, 컨셉트 아트, 축소 예술(reductive art), 최소감성예술(micro-emotive art), 기본 구조(primary structure) 등으로 불리는 이들 예술활동 중에서 직사각형이나 직육면체 등의 기하학적 기본형태는 도널드 저드나 솔 르윗 등 몇몇 작가들의 작품에서만 중심 테마가 되고 있지, 다른 작가들은 재료 자체나 아이디어에 더 큰 비중을 두고 있음을 알 수 있다.

## 1920년대 모더니즘 운동과 미니멀 정신

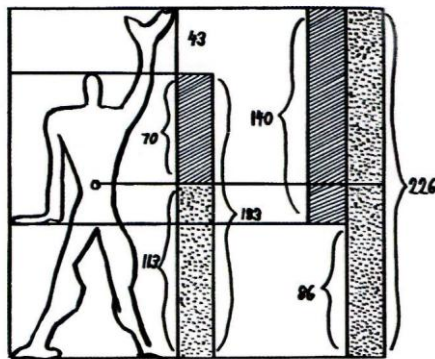
60년대 예술운동의 정신적 근원이 된 것은 모더니즘이 탄생하던 1920년대이다. 1913년 카시미르 말레비치(Kasimir Malevich)는 정사각형의 하얀 캔버



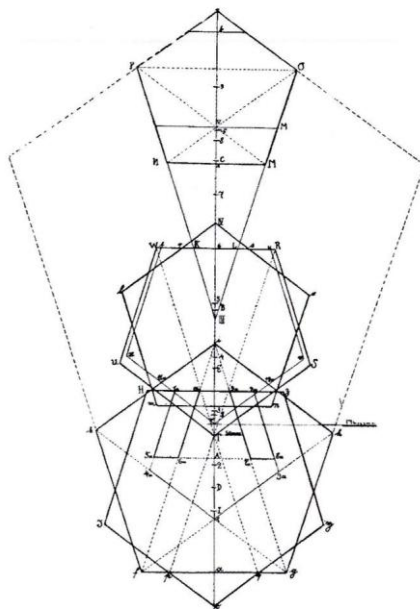
스 바탕에 이보다 작은 검정색의 사각형을 그린적이 있다. '검정 사각형'이라는 제목이 붙은 이 그림에 대해 말레비치 자신은 "나는 아무것도 새로 만들어 내지 않았다. 단지 밤을 느꼈고 그 속에서 새로운 것, 내가 절대주의라고 부르는 것을 보았을 뿐이다. 검정색 표면을 통해 그것이 내게 표현되었다. 검정색 표면은 정사각형을 만들었고 그 이후에는 원을 만들었다. 그들 속에서는 나는 새로운 색의 세계를 보았다"고 밝히고 있다. 말레비치는 이 검정 사각형 이후 빨강, 하양 그리고 실제 그 차이를 구분하기 힘든 또 다른 검정 사각형들을 계속 그렸는데, 2차원 평면에 표현된 하나의 색표면 자체가 무한한 깊이를 가진 또 하나의 고유한 세계로 승화하는 말레비치의 이런 절대주의 개념은 이후 60년대 미니멀 작가들에 큰 영향을 주었다.

1920년대는 근대 디자인의 산실인 바우하우스가 탄생, 활동하던 시기였으며 또한 르 코르뷔지에(Le Corbusier)나 미니멀 디자인의 슬로건처럼 되어 버린 'Less is More'라는 말을 남긴 미스 반 데어 로에(Ludwig Mies van der Rohe) 등 거장들에 의해 현대 모더니즘 건축이 탄생하던 시기이기도 하였다. 모더니즘 건축의 대표이자 현재 건축에서 나타나는 네오 미니멀리즘 현상에 큰 영향을 준 미스 반 데어 로에의 소위 '바르셀로나 관(Barcelona Pavillon)'으로 알려진 1929년 바르셀로나 만국박람회 독일관이 지어졌던 때도 바로 이 시기였다. 미니멀리즘 건축, 미학주의 건축의 정수로 알려진 미스 반 데어 로에의 바르셀로나 관은 이제까지 두꺼운 덩어리로 여겨져 왔던 건축에 대한 정의를, 벽, 바닥, 천정 3개의 기본 구성요소로 구성되는 하나의 공간으로, 자연 즉, 외부공간과 내부 공간을 물리적으로 '경계' 지워주는 행위로 규정한다. 새로운 건축이란 외부와 물리적으로 경계지워지면서도 공기와 빛이 드나들 수 있는 하나의 공간을 만드는 것이라 보는 사고는 여백의 미를 강조하는 동양의 정신 세계와 유사한 점이 많다. 노자의 "진흙을 빚어 그릇을 빚게 되면 그 비어있는 공간에서 유용성을 찾게되고, 집에 문과 창을 뚫게 되면 그 비어있는 공간에서 유용성을 찾게된다. 그러므로 사물의 존재는 이익이 되고 무존재는 실용적이다"라는 글은 동양에서는 빈 공간이나 무에 대한 사고가 부정적인 것이 아니라 있는 것의 대비가 되는, 전체 우주의 조화를 이루는 또 다른 한 요소로 여겨져 왔음을 보여준다.

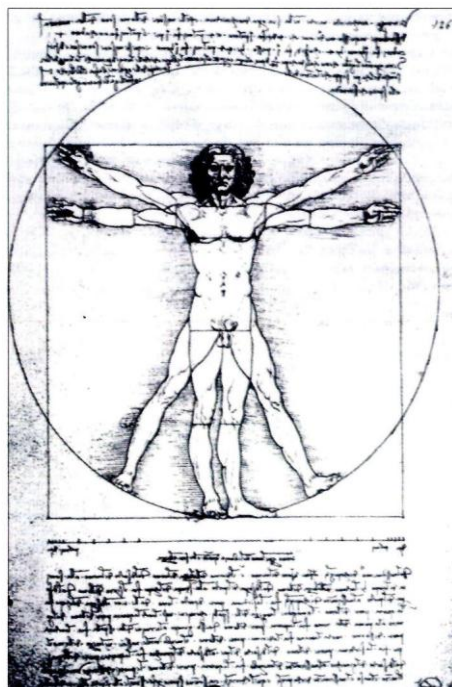
현재 유행하는 네오미니멀리즘이 시작된 가구디자인과 인테리어 및 건축, 특히 미술관 건축에서 보



르 코르뷔지에의 모듈러



스트라디바리우스의 황금비 구조 분석도



레오나르도 다빈치의 비트루프 이론에 따른 인간 신체의 비례

여지는 공통된 특징은 절제된 형태와 이로 인해 얻어지는 넓은 여유공간, 벽이라는 평면에서 느끼는 무한함 등 가장 적은 형태로 만들어진 가장 이상적인 공간과 이러한 공간 속에 놓이는 사물의 아우라(Aura)가 공간 가득히 돋보이게 하는데 있다. 이처럼 건축에서 미니멀리즘은 엄격주의 뿐만 아니라 하모니, 이상주의 개념과 맞물려 있으며 형태의 문제라기 보다는 사물과 공간과의 관계 문제에 가깝다.

## 기하학적인 형태

그럼에도 불구하고 미니멀리즘의 가장 두드러지는 특징은 바로 표현된 형태, 즉 기하학적 기본 형태에 있다. 원과 정사각형은 고대 건축이론가 비트루브(Vitruv)의 비례(proportion) 이론이나 레오나르도 다빈치(Leonardo da Vinci)의 정사각형과 원안에 그린 사람, 현대 건축가 르 코르뷔지에의 모듈러 이론 등에서 보여주는 것처럼 인간신체가 만들어내는 가장 기본적인 형태로, 이들 형태를 자체나 이들이 서로 어울려 보여주는 완벽한 비례는 현대건축 프로포션의 기본을 이루고 있으며 각종 산업시설의 규격(norm)을 정하는 기본이 되고 있다. 이 두 가지 기본 도형에서 정사각형을 한 방향으로 계속 늘려 만든 직사각형, 그리고 이들의 3차원적 형태인 구, 원기둥, 정육면체, 직육면체 등이 근대 건축구조의 기본틀을 이루고 있다. 바로 이러한 형태들이 가지는 자체의 완벽한 비례, 주변공간과의 조화, 안정감, 그리고 공간을 초월하는 형태미 등이 미니멀리즘 건축가들이 표현하고자 하는 것이었다.

이렇게 구성된 완벽한 비례와 형태미는 모서리가 조금만 이그러져도 그 완벽한 미를 만들어낼 수 없기 때문에 미니멀리즘 작품들은 아주 예민한 세부처리 외에 그 형태에 어울리는 재료의 선택이 크게 중요시된다. 이러한 섬세한 작업과 단순한 형태는 보는 사람들로 하여금 이제까지 무심하게 보아넘겼던 기본 형태의 완벽한 미, 빛의 섬세한 변화 등 이들의 관찰력과 감각과 감수성(sense & sensebility), 지각력을 섬세하게 만들어 준다.

## 미니멀리즘의 중심지인 일본과 독일

독일에는 '4월날씨(April Wetter)'라는 개념이 있다. 독일의 4월은 특히 기후 변화가 심해 기상대 예보를 있으나나 하게 만든 것으로 잘 알려져 있다. 이런 예상치 못한 기후변화에 대응하기 위해 한편에서는 섬세한 측정기계 개발을 비롯하여 높은 정확성을 가지는 일기예보 시스템을 확보하고 있으면서 다



른 한편으로는 자연에 대항할 인간에 대한 공부에 집착하기도 한다. 철학이 발달하는 계기로 설명되기도 하는 이 기후, 자연환경의 영향설은 습하고 불안정한 기후를 보이는 섬나라 일본이 규칙성, 구조주의, 질서라는 개념이 중시되는 문화를 가지고 있음과 더불어 또 다른 미니멀 문화의 중심지로 여겨지고 있는 사실에서도 찾을 수 있다.

실제로 앞에서 언급한 미술사학자 보링거는 추상화 과정이 자연환경이 불안전하고 혼란스러운 상황에서, 이러한 주변환경에서 벗어나 휴식과 안식, 정리 수단으로 많이 나타난다고 분석하고 있다. 혼란스런 주변환경을 벗어나 휴식을 취하기 위한 정리의 욕구와 이성적 통제가 이런 단순한 형태로 표현된 예술 행위의 잠재적 목적이자 그 원인이 되는 것이다. 실제로 벨기에의 젊은 네오 미니멀리즘 건축가인 파스칼 판 데어 켈렌(Pascal van der Kelen)은 주거공간에 대해 “아침부터 저녁까지 시각적 정보로 폭탄세례를 받는 오늘날의 세계에서는 자신만의 공간이 감각을 터트릴듯이 무엇인가로 채워지지 않도록 하는 것이 중요하다”고 주장하고 있다. 이를 따르면, 미니멀리즘이란 감각과 인지력을 정보의 홍수속에서 보호하기 위해 인간의 힘이 만든 휴식처인 것이다.

이를 근거로 던질 수 있는 질문은 화장품 포장이나, 점점 노출이 심해지는 패션, 점점 줄어드는 광고의 텍스트, 점점 그 크기가 작아지는 기기들 등 사회 전반에서 네오 미니멀리즘이나 켄(Zen) 트렌드라는 이름으로 왜 최근 다시 미니멀리즘에 대한 관심이 고조되는가 하는 것이다. 하나의 설명은 기술의 발달로 같은 기능을 가지더라도 크기를 줄일 수 있는 기술이 등장했다는 것이고, 모빌리티의 욕구와 이에 따른 휴대에 용이한 제품화 경향이다. 또 다른 하나의 설명은 1980년대 이후 급속도로 발달된 컴퓨터 기술, 유전공학 기술 등이 인간능력에 대한 신뢰 뿐만 아니라 미래세계에 대한 불안감을 가중시키고 있는 사회적 조건 속에서 찾아볼 수 있다. 즉, 가속되는 컴퓨터 등 기술의 발달이 미래의 우리의 삶에 어떤 영향을 끼치게 될지 아무도 미리 말할 수 없는 불안한 상황에서 네오 미니멀리즘 현상은 이런 불안에 저항할 수 있는 자기 절제의 움직임이며, 정보사회의 혼란 속에서 자신을 보호하는 장치이다.

역사를 더 자세히 살펴보면, 고대 그리이스의 기하학 양식이 등장한 것도 크레타 중심의 미노아 문명이 페르시아 침입으로 멸망하여 400년간 암흑의 시기로 접어들 이후에 나타나기 시작했고, 청렴과 자제, 엄격, 절제 등을 종교이념으로 삼던 중세 수도원 운동은 고

대 로마가 멸망한 후 사회질서가 무너진 혼돈시기를 벗어나기 위한 방편이었다. 이성으로 돌아간 르네상스 역시 화려한 무늬와 장식이 범람했던 후기 고딕에 대한 반전현상으로 나타났고 산업혁명이 화려한 로코코의 무질서한 궁전 문화를 대신한 것도 같은 맥락에서 바라볼 수 있다. 심한 폐허와 혼동상태를 몰고온 2차대전과 그 후속으로 범람한 무질서, 절망에서 벗어나려는 시도가 1960년대 미니멀리즘이었던 것이다.

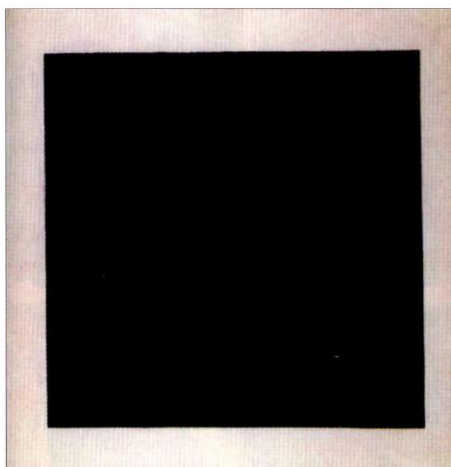
## 미니멀리즘의 한계

그럼에도 불구하고 한가지 조심스럽게 언급해야 할 점은 미니멀리즘이 이성, 이상주의에 대한 맹목적 추종으로 변질, 극화될 수 있다는 사실이다. 이성과 이상, 질서에 꼭꼭 눌린 감성이 그 적절한 탈출구를 찾지 못하면 언젠가 주체할 수 없는 에너지로 폭발하는 위험에 대해서는 모두 잘 알고 있다. 또한 미니멀리즘의 맹신과 순수주의가 히틀러와 무솔리니 같은 과시즘을 불러일으키기도 한 사실은 미니멀리즘을 단순한 형태복제의 트렌드로 평가절하 시키는 것 이상으로 위험하기 때문에 미니멀리즘의 현상을 자세히 들여다 볼 이유를 제공한다. 반대로 미니멀리즘이 아방가르드의 입장에서 벗어나 일반화 될 경우 단순한 형식문제로 와전되어 획일적인 단조로움으로 지루해질 수 있다는 사실이다.

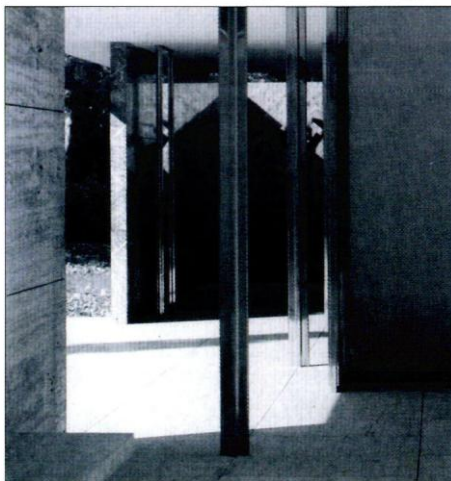
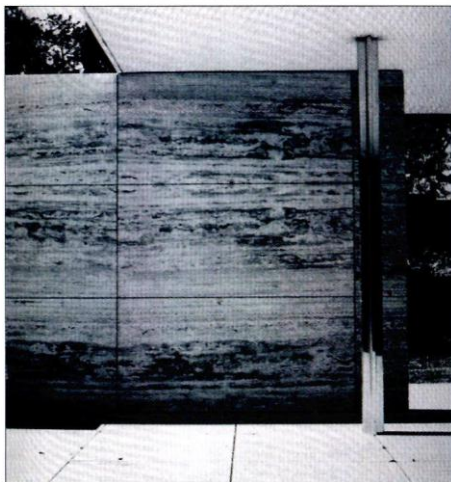
또 다른 미니멀리즘의 한계는 사회적 컨텍스트를 고려하지 않을 경우 형태 문제로 밖에 우선 인식되지 않는다는 점이다. 동양의 문화가 서양에 ‘켄 트렌드’로 불리는 하나의 형식 문제로 전달되는 것처럼 유럽과 미국에서 발생한 미니멀 정신, 네오미니멀리즘이 다른 문화권에 하나의 트렌드로 전달되는 것은 어떻게 보면 당연하게 여겨진다. 따라서 그 외형적 특징이 아니라 그 정신적 배경, 문화적 배경에서 우리에게 유용한 것을 배우는 자세가 요구된다고 하겠다.

형태문제로 치우칠 경우 제품 디자인에 있어 미니멀리즘 현상의 또 하나 문제점은 기능이 소홀히 되거나 사물의 기능에 상관없이 ‘모든 사물의 네모화’라는 형태의 과장이 될 수 있다는 점이다.

건강한 미니멀리즘 정신은 이성과 미적 감성, 그리고 제품디자인 부분에서는 기능성과 형태가 적절히 조화를 이룰 수 있는 상태를 추구하는 것이라 볼 수 있다. 즉 사람들마다 그 표현의 차이가 있을지라도 삶의 바이탈리티(Vitality)가 순수한 이상과 균형을 이룰 수 있는 상황, 삶의 바이탈리티가 바로 순수한 이상의 절제를 통해 그 자체로 펼쳐질 수 있는 상황을 추구하는 것이 건강한 미니멀리즘 정신일 것이다. ❶



말레비치, 검정 사각형, 1929년



브리셀로나 관, 1929년, 1998년 재건축 됨



# 그래픽 디자인에서 나타나는 미니멀의 경향

Minimal Trends as Found in Graphic Design

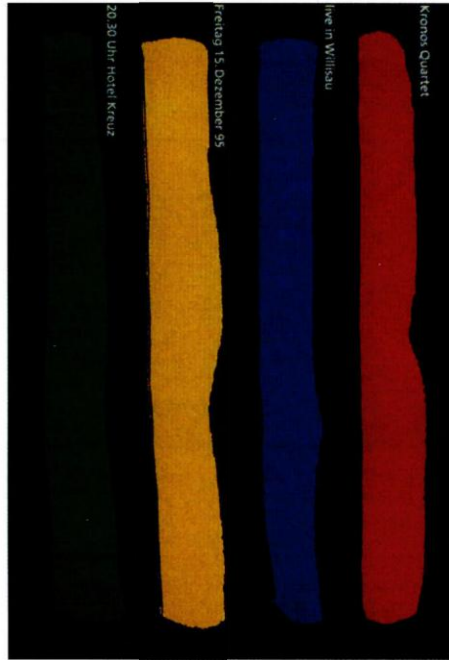
글 | 강현주(인하대학교 교수 · 디자인)

## 그래픽 디자인의 새로운 경향

그래픽 디자인에서 나타나는 최근 몇 년간의 미니멀(minimal)한 디자인 경향에 대한 두 권의 책이 1999년에 나란히 출판되었다. 한 권은 미국의 그래픽 디자인 연구가이자 비평가인 스티븐 헬러(Steven Heller)가 프리랜스 그래픽 디자이너인 앤 핑크(Anne Fink)와 함께 출판한 <적을수록 많다: 그래픽 디자인에 있어서의 새로운 단순성 Less is More: The New Simplicity in Graphic Design>이고, 또 한 권은 캐서린 피셀(Catharine Fishel)이 쓴 <미니멀 그래픽스: 그래픽 디자인의 강력한 새 모습 Minimal Graphics: The Powerful New Look of Graphic Design>이라는 책이다.

몇 달 간격으로 출판된 이 두 권의 책 이외에도 그래픽 디자인 관련 잡지의 여러 글들이나 그 밖의 자료들은 1980년대 이후 진행되어온 그래픽 디자인에 있어서의 현란한 형식언어 실험이 끝나고 이제 다시 보다 절제되고 단순한 형식의 미니멀한 디자인 경향이 유행하고 있다는 점을 보여주고 있다. 디자인계 일부에서는 이러한 상황을 포스트모더니즘의 쇠퇴와 모더니즘의 부활이라는 이분법적인 구도로 설명하기도 하는데 이러한 단편적인 설명 방식만으로는 오늘날 그래픽 디자인에 있어서 미니멀한 디자인 경향이 다시 등장하게 된 배경과 그 의미를 제대로 파악하기 어렵다.

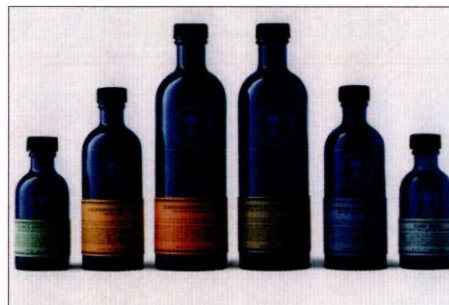
역사적으로 살펴볼 때 그래픽 디자인의 경우에는 회화나 조각 등 다른 조형예술 분야들에서처럼 미니멀리즘(minimalism)이 한 시대의 화두가 되어 특정 시기에 하나의 양식으로서 구체적인 영향을 미친 적은 없다. 하지만 장식적이고 재현적인 이미지의 사용을 거부하고 구조적이고 기하학적이면서 순수하고 추상적인 조형 세계를 구축하고자 했던 20세기 기계미학과 모던 디자인의 미니멀한 속성들은 그래픽 디자인의 발전 과정에도 큰 영향을 미쳐 왔다. 미국을 중심으로 한 서구의 현대 회화와 조각 분야에서 미니



Jazz in Willisau Poster

디자인회사: Niklaus Troxler Grafik Studio

디자이너인 니콜라우스 트록슬러는 빌리사우에서 매년 열리는 재즈 공연 포스터를 디자인하면서 다른 상업적인 포스터와 차별화 되고 보는 사람들의 시선을 끌기 위한 감성적인 충격을 주기 위해 서로 강하게 대비되는 분명한 색채를 사용하였다.



Neaf's Yard Toiletries

디자인회사: Turner Duckworth

아트 디렉터: David Turner, Bruce Duckworth

디자이너: Bruce Duckworth, Bob Celiz

디자인 회사인 터너 덕워쓰사는 최근에는 잘 사용되지 않던 구식 스타일의 청색 병에 신선하고 현대적인 느낌을 주는 색상의 레이블을 사용함으로써 미니멀한 경향을 잘 드러내주는 포장 디자인 작업을 해내었다.

멀리즘이 유행하던 시기는 1960년대부터 1970년대 중반까지인데, 그래픽 디자인의 경우 이 시기는 스위스에서 시작된 국제주의 타이포그래픽 양식이 전 세계적인 파급력을 가지고 확장되어가면서 수학적 질서와 기능성, 합리성 등을 강조한 디자인 경향이 구체적인 하나의 그래픽 디자인 스타일로 자리잡기 시작한 때라고 할 수 있다.

스티븐 헬러는 이 시기를 계몽적이고 실험적인 성격을 띠었던 20세기 초의 모던 디자인 운동들과 구분하여 '후기 모던(late modern)'이라고 칭하기도 하였다. 미니멀한 속성을 지닌 후기 모던의 디자인 경향은 1980년대 중반 이후 새롭게 등장한 젊은 세대 디자이너들에 의해서 심각한 도전을 받게 된다. 그들은 '뉴웨이브(new wave)' '해체주의(deconstructive)' '펑크(punk)' '레트로(retro)' 등 다양한 스타일들을 실험하면서 기존의 모던 디자인 스타일이 추구했던 단순하고 합리적이며 기능적인 조형언어와는 전혀 다른 디자인 작업들을 해나가기 시작했다. 컴퓨터 기술의 급속한 발달과 영상 매체의 대중적인 확장, 그리고 그로 인한 시각문화 환경의 변화 속에서 등장한 이 시기의 다양한 디자인 스타일들은 모던 디자인과 구별되는 소위 포스트모던한 디자인 시도들이라 평가되면서 1980년대 중반 이후 그래픽 디자인의 흐름을 주도해왔다. 하지만 최근에는 이러한 경향들이 점차 약화되고 미니멀한 경향을 보이는 그래픽 디자인 작업들이 다시 등장하고 있다. 그렇다면 과연 기계미학과 모던 디자인의 시대를 거치며 형성된 과거의 미니멀한 디자인 경향과 디지털 테크놀로지를 바탕으로 한 전자미학과 포스트모던 디자인에 대한 치열한 논의를 거친 오늘날의 미니멀한 디자인 경향들은 어떠한 차이점을 가지고 있는 것일까?

## '적을수록 많다'

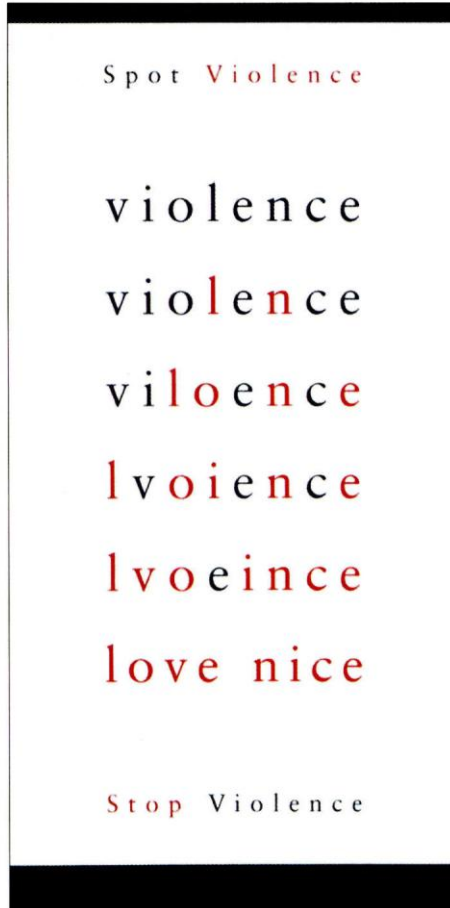
스티븐 헬러와 앤 핑크는 <적을수록 많다>에서 약 반세기 정도의 시차를 가지고 등장한 이 두 가지 미니



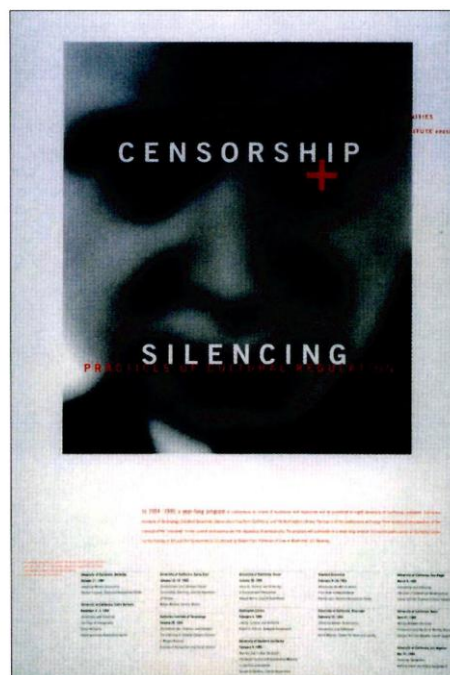
멸한 디자인 경향을 역사적인 자료들과 여러 디자인 사례들을 통해 분석적으로 검토하고 있다. 헬러와 핑크는 그래픽 디자인의 역사를 복잡성(complexity)과 단순성(simplicity) 간의 대립과 긴장, 그리고 통합과 조화의 역동적인 과정으로 파악하면서 오늘날은 1980년대 이후 복잡성을 강조하고 확장시켜온 디자인 경향이 점차 후퇴하고 단순성을 지향하는 디자인 경향이 새롭게 부각되고 있는 시점이라고 평가했다. 하지만 책 제목으로 '적을수록 많다 less is more'라는 미스 반 데어 로에(Ludwig Mies van der Rohe)의 디자인 경구를 사용한 것은 현재의 미니멀한 디자인 경향이 20세기 모던 디자인 미학의 반복이나 복원이라고 생각했기 때문이 아니라 이 경구가 앞서 지적한 그래픽 디자인에서의 복잡성과 단순성간의 관계를 상징적으로 보여주기 때문이라는 점을 분명히 했다. 헬러와 핑크는 그래픽 디자인의 역사는 '적을수록 많다'는 디자인 경구가 마치 밀물과 썰물처럼 역사의 전면에 등장했다가 사라지고, 또 다시 등장해온 과정이었다고 주장했다.

미스 반 데어 로에가 1930년대에 한 '적을수록 많다'라는 말은 모던 디자인의 특성을 가장 잘 표현해 준 디자인 경구이기는 하지만 그렇다고 그 의미가 20세기 모던 디자인의 역사에만 한정되는 것은 아니다. 오히려 이 말은 문자의 발명과 인쇄술의 발전, 사진술을 비롯한 새로운 영상 매체들의 등장과 디지털 테크놀로지의 급속한 발전 등을 바탕으로 정체성과 전문성을 확장시켜온 그래픽 디자인의 역사 전체를 관통하는 말이라고 할 수 있다. 헬러와 핑크는 대표적인 모더니스트 건축가이자 디자이너인 미스 반 데어 로에가 한편으로는 그리스, 로마 시대 이래 서구 예술에서 지속적으로 추구되어온 균형과 조화, 순수성과 단순성 등 고전적 질서를 계승하려 했던 20세기의 고전주의자(classicist)였다는 점을 주목했다. 다만 그가 기원전 4, 5세기에 살았던 건축가나 예술가들과 다른 점이 있다면 그것은 단지 미스가 산업혁명 이후의 기계시대를 살아가며 그 시대에 맞는 새로운 미학을 찾으려 했다는 점이라고 말했다.

〈적을수록 많다: 그래픽 디자인에 있어서의 새로운 단순성〉이 최근에 등장한 그래픽 디자인에서의 미니멀한 경향을 단순한 유행이나 스타일로서가 아니라 그래픽 디자인의 역사와 분야적 특성을 이해하는 키워드로서 파악하려고 한 반면에 캐서린 피셀의 〈미니멀 그래픽스: 그래픽 디자인의 강력한 새 모습〉은 책 제목에서 느껴지는 것처럼 최근의 미니멀한 디자인 경향을 지배적인 하나의 스타일로 규정하면



Drugs Don't Work Love, Nice, Violence Awareness Promotion  
디자인회사: Cummings & Good | 디자이너: Chris Hyde  
디자이너 크리스 하이드가 디자인한 이 포스터는 폭력을 멈출 것을 호소하는 캠페인을 위해 제작된 것이다. 그는 'violence'라는 단어의 알파벳을 해체하여 'love nice'라는 단어로 새롭게 조합해내었다.



Getty Center for the History of Art and the Humanities Center  
디자인회사: Adams Morioka | 아트 디렉터: Sean Adams  
디자이너: Sean Adams, Noreen Morioka  
아담스모리오카 시는 검열과 침묵에 대한 일련의 강화를 홍보하기 위해 눈길을 끄는 포스터를 제작했다. 배경에 희미하게 보이는 인물은 빅 브라더를 상징하고 전체적으로 절제되어 있는 레이아웃과 색상, 글자체 등은 포스터의 주제를 잘 드러내고 있다.

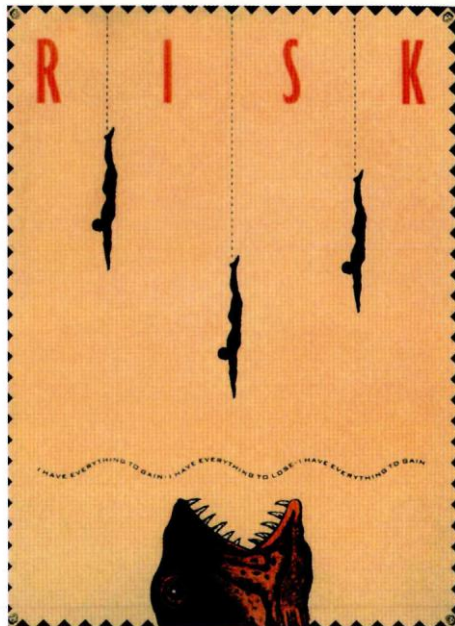
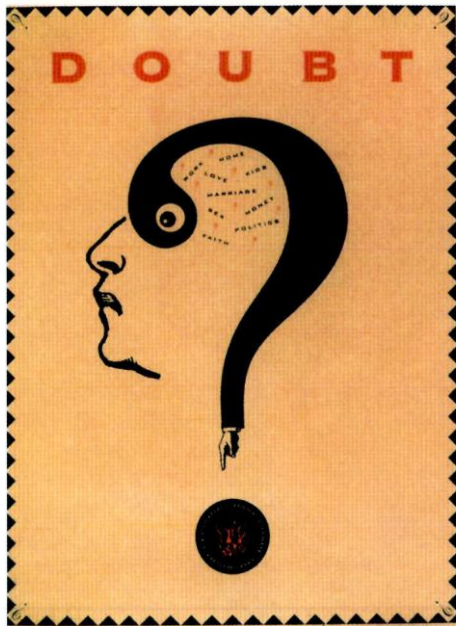
서 그 특성들을 규명해나가고자 한 책이다. 피셀은 부서진 글자들, 읽기 힘든 텍스트들, 텍스춰(texture)로써 사용되는 단어들, 타입과 이미지의 복합적인 층위들이 불러일으키는 시각적 혼돈의 시대는 이제 끝나고 메시지를 충실히 전달하면서도 단순하고 깨끗한 형식미를 갖춘 미니멀 디자인이 각광을 받고 있다고 주장했다. 그녀는 자신의 책에서 이러한 경향을 미니멀 그래픽스라 이름 붙이고 미니멀 컬러, 미니멀 타입, 미니멀 그리드, 미니멀 이미지, 미니멀 메시지, 미니멀 패키지 등으로 분류하여 잘 보여주고 있다.

최근의 미니멀한 디자인 경향을 캐서린 피셀처럼 하나의 강력한 디자인 스타일로 규정하고 받아들이든 혹은 스티븐 헬러와 앤 핑크처럼 역사적인 관점에서 보다 신중하게 고찰하든, 중요한 것은 이러한 경향들이 오늘날 그래픽 디자인 분야에서 실제적인 영향력을 발휘하고 있다는 점이다. 그리고 이러한 상황은 몇몇 탁월한 개인 디자이너들이나 디자인 스튜디오들을 통해 인위적으로 만들어지고 이끌어지는 것이라기보다는 기술적인 변화와 사회, 문화적인 맥락을 반영한 것이다.

## 미니멀 시대의 그래픽 디자이너

최근에 그래픽 디자인에서 보여지는 미니멀한 경향은 그래픽 디자인과 관련된 디지털 테크놀로지가 어느 정도 안정된 기반을 가지고 일정 수준에 도달하여 이제 그래픽 디자이너들이 그래픽 커뮤니케이션의 본질적인 속성과 디자인 작업의 질적 수준에 관심을 기울이기 시작했음을 보여주는 것이라고 할 수 있다. 산업혁명 초기 기계미학의 성립 과정에서 그랬던 것처럼 그래픽 디자이너들은 1980년대 중반 이후 10여 년간 컴퓨터와 인터넷 등 새로운 디지털 매체가 지닌 디자인적 가능성을 적극적으로 탐색하고 실험하면서 새로운 시대에 어울리는 전자미학을 확립하기 위해 노력해왔다. 새로운 테크놀로지가 도입되는 초기 단계에서는 의례 기술적인 새로움과 가능성 때문에 조형적인 특성이나 감각보다는 기술 그 자체를 중시하는 경향이 나타난다. 이것은 국내에 그래픽 관련 소프트웨어가 처음 등장하던 시기의 상황이나 웹 디자인의 발전 과정 속에서도 그대로 드러나는 특성이라고 할 수 있다. 하지만 앞서 지적한 것처럼 기술적인 발전이 어느 단계에 이르게 되면 기술 그 자체보다는 그 결과물들의 질적 수준과 차이가 중요한 문제가 된다. 미니멀한 디자인 작업의 탁월성은 그래픽 디자인의 본질을 꿰뚫는 정확성과 적합성,





**Scorsone/Drueding Self-Promotion**  
 디자인회사: Scorsone/Drueding  
 디자이너: Joe Scorsone, Alice Drueding  
 디자이너 스코소네와 드루에딩은 의심, 위험, 공포, 시간의 부족, 범죄, 압박감, 그리고 희망을 주제로 한 작품을 통해 자신들의 디자인 회사를 알리고자 했다.

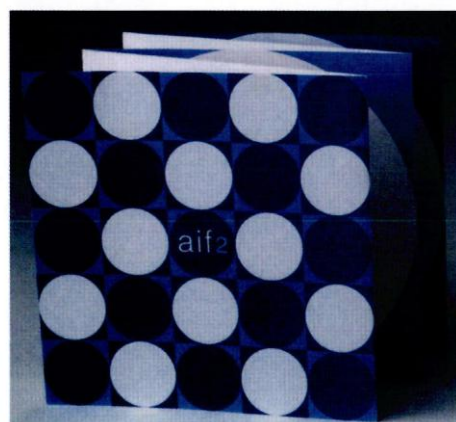
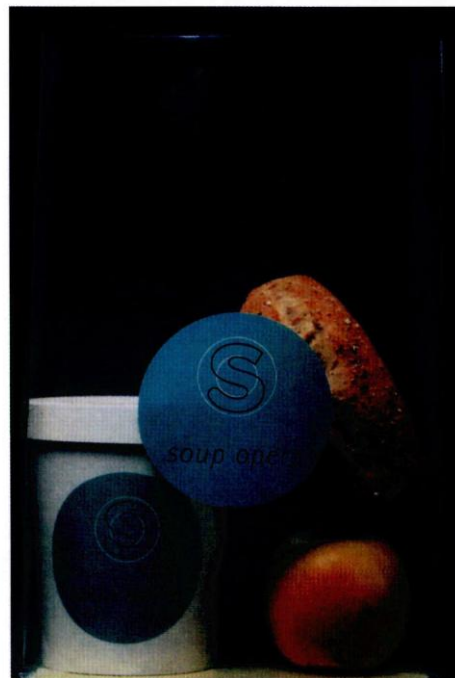
그리고 경제성에 있다고 할 수 있다.

오늘날 그래픽 디자이너는 시각적인 형식의 창조자(creator)로서만이 아니라 디지털 기술의 전반적 흐름을 장악하고 주도해나가는 시각문화의 혁신자(innovator)이자 미래지향적인 삶의 방식을 보여주는 개념의 발명가(inventor)로서의 역할까지도 요구받고 있다. 이전 시대의 디자이너에게 요구되었던 것이 기계시대에 적합한 새로운 디자인 형식을 찾아내고 이를 조형적으로 해결해나가는 단순 직능이었다면 디지털 시대가 요구하는 것은 내용과 형식을 일치시키고 그 속에 풍부한 의미를 함축시켜 나갈 수 있는 전일적이고 통합적인 디자인 능력이라고 할 수 있다.

모던에서 포스트모던으로, 근대에서 탈근대로, 기계미학에서 전자미학으로의 패러다임 전환과정에서 그래픽 디자인의 발전에 큰 영향을 미쳤던 볼프강 바인가르트(Wolfgang Weingart)는 디지털 시대의 디자이너들이 자신이 원하는 작업을 하기 위해서는 새로운 매체를 기술적으로나 조형적으로 완벽하게 장악할 수 있는 능력이 필요하다고 주장하고 그것을 '구텐베르크적 접근방식(Gutenberg approach)' 이라고 불렀다. 비록 바인가르트 자신은 디자인 작업에 컴퓨터를 적극적으로 활용하지는 않았지만 활자와 사진식자, 활판인쇄술과 오프셋인쇄술 등 컴퓨터 등장 이전의 모든 디자인 매체들과 도구들을 시기별로 완벽하게 장악하고 그 한계에 도전했던 그의 디자인 철학과 자세는 디지털 미학의 새로운 시대를 맞이하는 젊은 디자이너들에게 시사하는 바가 크다. 미니멀한 디자인을 통해 디지털 기술과 그래픽 커뮤니케이션의 본질적 특성을 통합하고 조화시켜나가는 디자이너들을 우리는 21세기의 '구텐베르크'들이라고 부를 수 있지 않을까. ❶

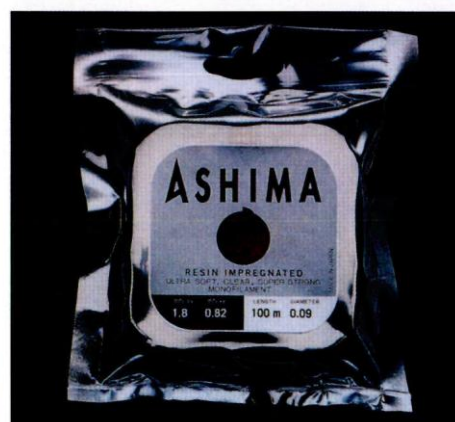
#### Soup Opera Identity

디자인회사: Lipa Pearce Design, Ltd. | 디자이너: Rachael Dinnis  
 아트 디렉터: Dominic Lipa, Harry Pearce  
 연속 홈 드라마를 뜻하는 "Soap Opera"를 패러디하여 "Soup Opera"라는 이름을 지은 이 가게는 본래 커피숍이었으나 천연재료를 사용하는 건강식품인 스프를 파는 가게가 되었다. 리파 피어스 디자인사는 순수하고, 도시적이며, 현대적인 포장디자인을 개발하여 이 가게의 아이덴티티를 잘 표현해냈다.



#### Phoebe45 Materials

디자인회사: Lisa Billard Design | 디자이너: Lisa Billard  
 포에베45사는 시카고에 새로운 패션 상점을 오픈하고자 했다. 디자이너 리사 빌라드는 이 상점을 위해 깨끗하고 모던하며 절제되고 또 고전적인 느낌을 갖게 하는 디자인 작업을 했다.




#### Ashima Monofilament Package

디자인회사: Turner Duckworth | 디자이너: Bruce Duckworth  
 아트 디렉터: David Turner, Bruce Duckworth  
 아시마사는 100여 종의 넘는 낚시용품을 파는 회사이다. 디자인 회사인 터너 덕워쓰사는 단순한 색채 시스템을 도입하여 이 회사의 제품에 독특한 아니덴티티를 부여했다.



**강원주** 1965년 생. 서울대 산업미술과를 졸업하고, 스웨덴 국립디자인대학 콘스트라크에서 대학원을 마쳤다. 서울대, 국민대 등에 출강했으며 현재 인하대학교 미술교육과 디자인전공 조교수로 재직하고 있다. 역서로는 (1945년 이후의 디자인)(공역) (20세기의 디자인)(공역)이 있다.





### I. 2000 세계그래픽디자인대회 성공적으로 마쳐

동문서답을 넘어서는 어울림을 위하여 - 어울림 2000 강연  
동양 철학으로 해석한 디자인 정신 - '어울림 산조' \_ 김웅욱  
'손 안의 우주' \_ 스기우라 고헤이

### II. 어울림과 함께 한 전시·이벤트

커팅에지 국제 영상 페스티벌  
인터뷰 | 어울림 2000 집행위원장 안상수 교수  
'이코그라다 그래픽 디자인 교육선언'  
국제청년디자인워크숍

### III. '테크노 기든' 전시기획, 연출의 방향과 의미 최익서



## 우리의 '현재' 를 돌아보고 '미래' 를 꿈꾸게 한 2000 세계그래픽디자인대회 성공적으로 마쳐

4일간의 행사를 준비하기 위해 3년이 걸렸다.

45분의 강연을 위해 어떤 이는 24시간을 걸려 한국에 왔다.

그러나 그만큼 준비하고 가슴 설레임을 갖고 모이기에 충분할 만큼

거기에는 다양한 문화와 철학과 시각 커뮤니케이션의 언어가 어우러져 있었다.

‘귀로 들리는 것은 잘 보고, 보이는 것은 잘 들어라’ — 개막식 날 데이비드 그로스만 회장의 연설문 중에서

그동안 우리는 귀로 들리는 것은 듣기만 하고, 눈으로 보이는 것은 보기만 했다.

어쩌면 제대로 듣지도 못하고, 제대로 보지도 못하고,

자신이 어디에 서 있는지도 모른 채 무작정 여기까지 달려왔는지도 모른다.

디자인의 성년식과 같은 이번 행사를 치루면서,

‘국제화’ 라는 먼 길을 재촉해 달려가고 있는 우리에게 ‘자기 정체성’ 을 묻고,

우리가 서 있는 이곳을 새로이 느끼게 했다면 ‘어울림’ 의 몫은 충분했다고 여겨진다.



# I. 2000 세계그래픽디자인대회 성공적으로 마쳐

## 2000 icograda Concludes Successfully

### 동문서답을 넘어서는 어울림을 위하여- 어울림 2000 강연

#### “어-울-림”

우주의 본질이며, 하늘과 땅과 사람이 존재하는 섭리이자, 생명의 원리를 일컫는 어울림. 소리의 청각적 울림처럼 우리를 둘러싼 모든 존재를 향하여 울려 퍼지는 그 위대한 조화의 의미.

지난 10월 24일부터 27일까지 서울 코엑스(COEX)에서 열린 2000 세계그래픽디자인대회는 시각 커뮤니케이션 디자인의 현재를 점검하고 미래를 전망하는 열쇠로 '어울림'이란 슬로건을 제시, 나흘간의 행사를 펼쳤다. 이번 대회는 특히 그래픽 디자인의 다양한 분야에서 세계적 명성을 얻고 있거나 인정을 받고 있는 국내외 디자이너들이 참석했으며, 주제강연을 비롯하여 디자이너들의 프로젝트, 디자인 회사, 관련 작품 및 디자이너들의 일상의 경험 등을 접할 수 있는 드문 기회였다.

이 대회에서 '어울림'은 생명체의 조화의 원리를 통해 산업화와 함께 탄생하고 발전해온 근대 디자인을 반성하는 의미로, 또 자유와 절제를 통해 차이와 배타적 요소들 사이의 조화를 추구함으로써, 시공간의 경계 없이 넘나드는 엄청난게 늘어난 정보를 실어 날라야 하는 디자인의 현재와 미래를 새롭게 모색해보는 언어로 제시되었다. 그래픽디자인 아니 이제는 시각 커뮤니케이션디자인의 세계에서 '어울림'은 과연 적절하고, 가능하며, 당위인 것인가?

첫날 '동양-서양', 둘째날 '인간-기술-자연', 셋째날 '과거-현재-미래'를 주제로 펼쳐진 그래픽 디자이너 45명의 강연을 '어울림'과의 관계를 중심으로 간략히 조명해보고자 한다.

#### 차이와 간극, 그리고 조화와 배타

강연을 위해 내한한 그래픽디자이너들과 이들을 보기 위해 몰려온 각국의 디자이너, 이론가, 학생들이 모여든 강연장은 이미 다양한 언어와 문화가 섞인 '어울림'의 장소였다. 게다가 개회 다음날부터 시작된 디자이너들의 발표는 디자인의 현실에서 어울림의 계기인 차이와 간극의 스펙트럼이 얼마나 길며, 또 배타와 조화의 양태가 얼마나 다양한가에 대한 인식을 확인하게 하는 기회였다.

그러한 차이의 두드러진 특징은 다음과 같은 세가지로 요약될 수 있다. 첫째는, 너무나 당연하지만, 서구 디자이너들의 디자인 정체성은 자기 체형적인 반면 비(非)서구 디자이너들은 지역성이나 민족성에서 정체성을 찾는다는 점이다. 둘째는, 디자인과 자본의 함수관계에 대한 입장의 차이, 다시말해 자본의 이데올로기에 철저히 부합하느냐 대항하느냐의 차이들이 존재했다. 마지막으로 전통적 디자인 방법론이나 매체에 대한 고집을 선택할 것인가 아니면 새로운 모색을 할 것이냐의 차이가 있다.

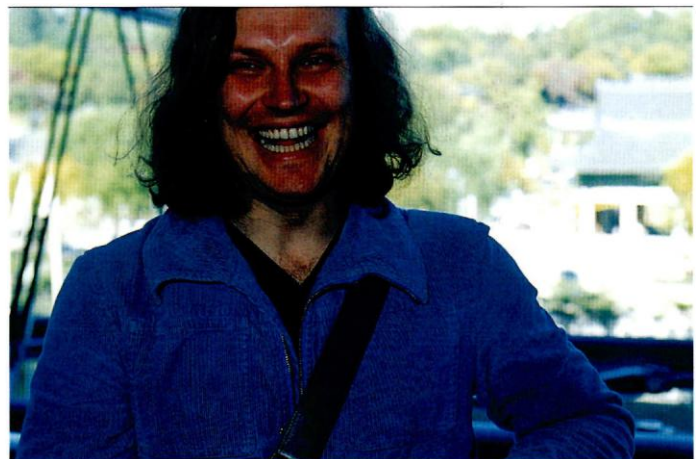
첫번째 차이는 서구-중심의 디자이너들과 아시아, 아프리카-주변국 디자이너들 사이에서 주로 드러났다. 45명의 디자이너들 중에서도 학생들과 다른 청중들의 가장 열광적인 주목을 받은 데이비드 카슨(David Carson)이나 조나단 반브룩(Jonathan Barnbrook), 토마토(Tomato), 레이저 피쉬(Razorfish)사의 토마스 뮐러(Thomas Mueller) 등은 미국이나 영국을 국적으로 하는 디자이너들로 문화의 중심에 서서 이를 리드하는 집단이다. 이들의 공통점은 가장 선진적이고 실험성 짙고 감각적인 디자인 프로세스와 철학을 선보이고 있다는 점인데, 이들에게 있어서 관심과 고민은 그들 자신의 언어이자 보편언어이고, 결과적으로 동서양을 막론하는 환호를 낳았다.

예를 들어, 창조적이고 대담한 레이아웃으로 명성을 얻어온 카슨은 잡지 <Beach Culture>나 <Transworld Skateboarding> <Ray Gun>의 표지 디자인과 레이아웃, 그의 저서 <인쇄의 종말 The End of Print> 이후의 자신의 작업들을 보여주었는데, 디자인의 전통적인 원리보다는 자신의 체험과 삶의 정체성이 반영되어 있는 디자인이었으며, 매우 미국적이지만 이를 자신의 작품의 정



데이비드 카슨(David Carson)

뉴욕에 있는 데이비드 카슨 디자인의 창립자이자 R/GA사의 크리에이티브 디렉터 겸 디자이너. 이번 행사의 스타로서 특히 학생들로부터 많은 관심을 끌었다. 마셜 맥루한 저서의 리디자인을 계획중이다.



조나단 반브룩(Jonathan Barnbrook)

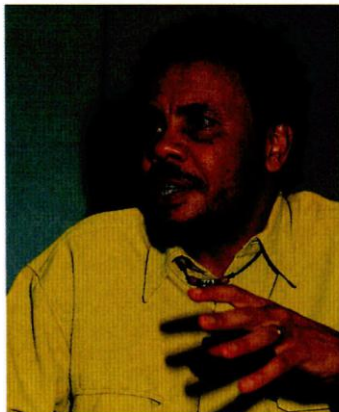
'Exocet' 'Manson' 'Prozac' 등의 혁신적인 서체와 영국 신세대미술운동의 선두주자 데이먼 허스트(Damien Hirst)의 실험성 강한 작품집 등으로 알려진 영국의 디자이너. 상업적 이윤을 추구하지 않는 복한의 디자인에 관심이 있다고.





레이라 무스피(Leila Musfy)

현재 베이루트에 소재한 American University 교수이며 건축디자인학부의 그래픽디자인프로 그램 디렉터. 우리에게는 생소한 아랍 타입페이스 작업을 소개해 눈길을 끌었다.



차스 마비안-데이비스(Chaz Maviyane-Davies)

짐바브웨에서 활동하는 디자인 전문 컨설턴트이자 영화제작자. 글로벌한 것만이 정론은 아니며 마케팅을 무시한 시도도 성공을 가져올 수 있다는 의견을 가지고 있다.



윤송이

KAIST 최연소 졸업, 단기간 MIT미디어랩 박사학위 취득 등으로 화제를 모았던 인물로, 최첨단 분야인 합성캐릭터 개발에서 활약하고 있다.

체성으로 부여하고자 한 의도는 없는 것 처럼 보였다. 그의 디자인은 뛰어나며 나이키 같은 다국적 기업의 광고나 <Nine Inch Nails>의 뮤직비디오 등의 작업을 매개로 전세계 젊은이들의 감성을 지배해나간다.

반면에, 레바논의 레이라 무스피(Leila Musfy, 보편언어 vs 정체성-뛰쳐지지 않으려 몸부림치는 제3세계 국가들), 남아공의 가스워커(Garth Walker, 아프리카 혈통의 통합-남아프리카를 통합한 그래픽 디자인의 위력), 대만의 황영송(Huang Young Sung, 중국 디자인의 원류-어머니에서 딸로 전승된 예술적 유산), 짐바브웨의 차스 마비안-데이비스(Chaz Maviyane-Davies, 어제의 이미지를 보다 나은 내일을 위해 사용하기), 말레이시아의 윌리엄 하랄드-왕(William Harald-Wong, 우리는 웅이 아니라 뱀이라네-동남아시아의 문화적 교차점에서의 그래픽 디자인)과 한국, 중국, 일본 등 비서구 디자이너들은 그 강연 제목들에서도 나타나는 것처럼 자신의 지역적 정체성을 되묻는 작업에 상당 부분을 할애하고 있다.

무스피는 아랍세계의 존재 의식이 곧 디자인의 존재 이유라는 등식에서 아랍어의 타입페이스의 개발에 천착해왔고, 마비안-데이비스는 예술과 디자인이 서구 시장의 발전 과정에서 착취당해왔으며 이는 식민화에 따른 아픔을 강조한다. 그리하여 자신의 전통과 과거를 활용할 것을 당부하는 한편 이것이 타인에 대한 관용과 이해심으로 깊어질 것임을 설명한다.

이들 비서구 디자이너들에게 있어서 국가의 디자인 정체성은 서구 중심의 논리와 형식을 통해 형성되었다는 생각이 일반적이며, 오히려 이를 부정하거나 뛰어넘기 위해 주변과 민족적인 전통에 몰두한다. 어차피 '어울림'의 개념이 동양의 것이기는 하지만 서구 디자이너들에게 '어울림'은 동-서양의 화합으로든, 디자인 100년사의 반성으로든 그다지 의미를 주고 있는 것 같지 않았다.

물론 예외는 있다. 서구의 디자이너로서 다국적 기업의 실질적 수입 증대를 위한 것이든 전통적인 이분법 극복의 노력이든 국제적 브랜드의 지역적 컨텍스트를 만드는 것, 혹은 지역 브랜드의 세계화 전략을 만드는 것에 관심을 기울여온 헨리 스타이너(Henry Steiner), 이민자들을 위한 공공도서관 프로젝트나 보스턴 '스테이트 하우스(State House)'처럼 특정 장소를 재현하고 인종이나 성(gender)의 차이를 일상적인 모습으로 반영함으로써 사회적 조화를 모색하는 셰일라 드 브래트빌(Shieila Levrant de Brettville)은 다른 서구 디자이너들과는 다른 관점으로 어울림을 해석할 가능성을 보여주었다. 한편 반브룩의 경우는 우리의 관점으로는 중심의 문화에 놓여 서술되지만, 스스로를 자신이 속해 있는 문화에 충실한 작품을 만드는 디자이너로 인식하고 있으며 이는 미국 문화에 대한, 세계화에 대한 저항의 한 표현임을 <에미그레 Emigre> 등을 통해 밝혀 왔다.

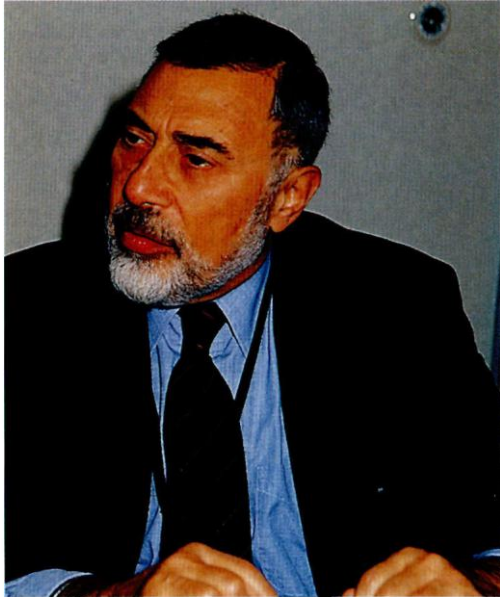
하지만 일반적으로 '어울림'은 중심보다는 주변에 위치한 디자이너의 자기동일시의 근거로서 작용하는 힘이 더 큰 것처럼 보인다.

## 이제 善(선)은 모험으로 대체되어야 한다

두번째 차이는 매우 흥미롭다. 나이키나 마이크로소프트, MTV나 리바이스, 아메리카온라인이나 타임워너, 조지아라미니 등의 기업을 고객으로 하는 데이비드 카슨, 토마토, 토마스 물러 같은 디자이너들은 상업적인 성공을 배척하지 않는다. 그들의 디자인은 실험정신에 차 있으며 유행과 문화를 선도할 만한 힘과 재미, 사용자의 입장을 배려한 세심함 등으로 가득하다. 하지만 한편으로는 반브룩이나 공공프로젝트 디자이너들의 동시대 문화 이데올로기에 대한 문제제기적 디자인과는 큰 대조를 이룬다.

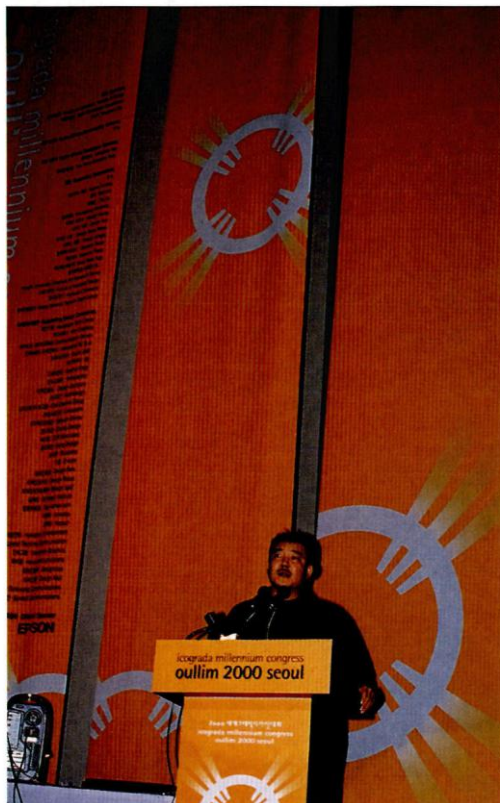
대기업의 일은 하지 않는다는 반브룩은 이번 대회에서 걸프전을 풍자한 서체 'Exocet' (걸프전에





헨리 스타이너(Henry Steiner)

오스트리아에서 태어나 뉴욕에서 성장하였고 현재는 홍콩에서 자신의 디자인회사 Steiner & Co.를 운영하고 있다. 동양과 서양의 문화적 영향력에 대해 동양인도 서양인도 아닌 독특한 관점을 보여주었다.



강연 모습(영슈)

사용된 미사일의 이름)이나 언어의 폭력적이고 사악한 측면을 빗댄 서체 'Manson' (살인자의 이름)에서 자신의 창조성을 과시하는 한편, 순수미술가 다미안 허스트(Damien Hirst)의 작품집, 광고를 반대하는 잡지 <Adbusters> 등의 디자인을 통해 고집스럽고 타협하지 않는 예술가적인 디자인 철학의 소유자임을 드러냈다.

비슷한 예술가적 고집으로 보다 철저하게 상업주의와 결별하는 시도들도 소개되었다. 이스라엘의 데이비드 타타코버(David Tartakover, 포스터-상업적 가치는 없다), 프랑스의 미셸 부베(Michel Bouvet, 포스터 미술-현대의 유토피아)와 알랭 르 케르넬(Alain Le Querrec, 환상 속의 포스터 디자인, 유토피아의 역사), 미국의 쉐라 드 브레트빌(페미니즘을 위한 차이) 등은 사회·정치적인 이슈를 담고 있는 공공적인 포스터나 공공사인물을 주로 작업한다. 이들에게 그래픽 디자인은 어떠한 상업적인 목적을 가져서도 안되는 것이다.

알랭은 자신의 작품 소개에 앞서 다음과 같은 고백조의 통렬한 비판을 가한다. "나는 그동안 그래픽 디자인은 예술이지 광고디자인이 아니며, 수익성과 연계되어서는 안된다고 생각해왔다. 그러나 지금 나는 그래픽디자인이 돈과 연결되어 있다는 것을 안다. 그래서 그래픽 디자인은 자유롭지 못하며 대도시 밖에서는 존재하지도 않는다. 때문에 오늘 보여주는 나의 작품은 여러분들이 절대 본 보기로 삼아서는 안되는 것들이다."

김용옥은 어울림 2000대회의 기조연설에서 "모든惡(악)은惡(오)의 느낌일 뿐이며, 부조화의 느낌이자 아름다움의 한 계기이고, 모든 윤리적 가치는 심미적 가치로 환원될 수 있다. ... 진·선·미 중에서 선은 모험으로 대체되어야 한다. 모험은 조화에 대한 부조화의 도입이고 부조화는 새로운 조화의 계기이다...."라고 하였다.

어울림의 철학에서는 상업적 디자인 프로젝트라 해도 실험과 모험의 정신을 가지고 있다면 반브룩이나 공공적 성격의 프로젝트와 마찬가지로 모두 '모험으로 대체된 선'의 추구이다. 디자인이 어차피 자본의 이데올로기와 완전히 결별할 수 없는 작업이라면, '디자인의 윤리'보다는 어울림의 '모험으로서의 선' 이아말로 디자인 정신의 적극적인 대안으로서의 가치가 충분하다.

## 스스로 생성되는 디자인

마지막으로 이번 대회에는 전통적인 2차원 평면을 고수하는 디자이너, 평면과 영상을 넘나들며 작업을 하는 디자이너, 인터넷이나 애니메이션 등 첨단 기술과 관련이 있는 작업을 하는 디자이너들이 모두 참가했는데, 이들은 디자인 결과물에서 뿐만이 아니라 디자인 프로세스와 방법론에서도 전혀 다른 접근법을 보여주었다.

한국의 윤송이(인터랙티브 합성 캐릭터), 일본의 데츠야 미츠구치(게임의 영혼을 찾아서), 미국의 다니엘 보야스키(Daniel Boyarski, 인터랙션의 시학) 등은 정보사회의 출현과 함께 부각된 디자인 산업의 영역들을 다루고 있는데, 이들의 공통적인 견해는 사용자 중심적, 인간경험에 충실한 디자인이다. 사용자 중심, 인간경험적 디자인의 의미는 결코 用(용)이 體(체)에 종속되는 기능주의를 말함이 아니며 사용자와 인터페이스, 사용자와 제품간의 유기적인 소통으로 이루어지는 '어울림'을 말한다.

체가 용에 종속되는 관계가 아니라면 미디어는 메시지에 따라 정해지는 것이 아니라 미디어가 곧 메시지가 됨을 의미한다. 우리는 포스터, 광고, 아트북, 뮤직비디오, 멀티미디어, 애니메이션 등이 매체 자체로 메시지를 가짐을 이미 경험해왔다. 이제는 굳이 '그래픽 디자인'이라는 말이 필요 없다. 대신에 시각 커뮤니케이션 디자인이란 말들을 사용한다.(김용옥은 '몸각디자인'이란 말을 사용했는데, 이 단어가 일반화되는 날이 곧 올지도 모른다) 이것이 그래픽디자인을 구했고, 여기서



커뮤니케이션이란 '어울림'에 다름 아니다.

모든 강연을 이러한 범주로 묶어서 판단하는 것은 위험한 일일 것이다. 어울림에 대한 철학적 성찰을 토대로 고대 인도의 무드라를 통한 동서양의 화해의 가능성을 모색한 스기우라 고헤이, 오감을 동원하여 동양적인 특징인 모호함을 표현하는 능력을 기른다는 '바이탈 커리큘럼'의 개발자 루실 테자나스(Lucille Tenazas), 출생하고 성장한 폴란드가 반영이 되어 있되 우회적인 스타시스 에이드리게비우스(Stasys Eidrigevicius), 제품이 일상 속에서 어떻게 사용되며, 고객의 욕구에 어떻게 과학적으로 대응해야하는지를 '경험적 마케팅'이란 방법을 통해 제시한 버트 슈미트(Bernd Schumitt) 등은 또 다른 관점으로 고찰되어야 마땅할 것이다.

## 이제 우리는 '어울림' 준비가 되었다

앞에서 살펴본 것처럼 '어울림'을 인식하고 이해하며 드러내는 층위와 방식은 너무나 다양하다.

김용옥은 "어울림"이란 氣(기)가 다양한 理(이)의 구성성의 형식을 선택하는 일련의 결정에 의하여 구성성을 획득해가는 과정이며 디자인은 기가 이를 주제적으로 선택하는 과정에서 나타나는 교섭의 방식"이라고 하였다. 다시말해 모든 사물에 깃들여 있는 기가 하나로 어우러지기 위해 상호 커뮤니케이션이 필요함을 역설한 것이 어울림이며, 이 어울림이란 단어는 시각 커뮤니케이션 디자인의 핵심을 간파한 슬로건인 것이다.

하지만 어울림의 심오한 철학적 의미를 이해하기에는 청중과 연사, 이곳의 디자인과 저곳의 디자인, 과거의 디자인과 오늘의 디자인 사이에 커뮤니케이션이 원활히 이루어질 수 없는 이유들이 산재한다. 그것은 선진국의 유수한 디자이너들이 어울림의 철학에 고개를 가우뚱했던 것과 마찬가지로, 우리의 일상을 지배하고 있는 디자인으로는 어울림 2000에서 다루어졌던 디자인을 수금하기에 힘든 부분이 있기 때문이다. 그만큼 서로간의 상황과 문화적 토대의 차이가 컸음이다. 오랫동안 우리에게 디자인은 고부가가치를 보장하는 비즈니스 전략이며, 유휴계급의 장식이거나, 대화를 거부한 배타적이고 일방적인 고함이었다. 이제 조용히 어울림을 불러보는 것은 불가피하게 발생하는 차이와 간극들이 서로를 배타적으로 대하는 대신 창조의 원천인 조화를 이루도록 하는 노력이다.

이 대회는 국내의 많은 학생들과 젊은 디자이너들이 디자인을 새로운 눈으로 이해하고 자각받는 소중한 기회가 되었음이 분명하다. 다만 대회 시작 전 정보의 부족과 채널의 단일화가 이루어지지 않아 정확한 정보를 전달해 주지 못한 것 등 몇가지 사소한 문제점들이 참가자들을 더욱 적극적인 어울림의 장으로 끌어내지 못한 이유가 되었음은 아쉬움으로 남는다.

김용옥은 '배타와 조화는 역동적인 관계에 있다. 아름다움은 완성을 지향하지만 완성에 머무르지 않는다. 성의 순간은 곧 패이고 모든 완성은 부패다. 그러므로 더 높은 이상을 향한 불완전은 완전보다 더 아름답다.' 라고 말했다.

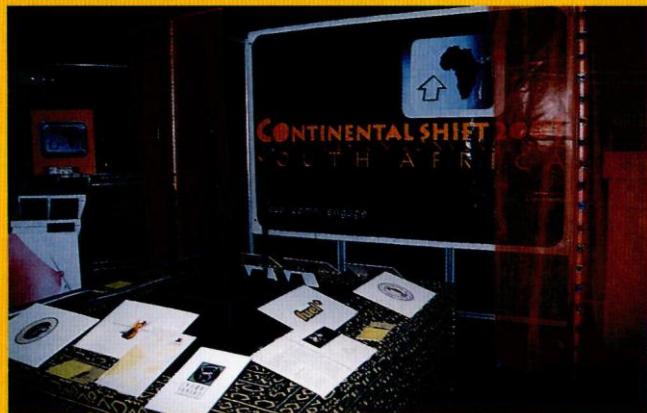
이 말처럼 어울림 2000의 성패는 그리 중요하지 않을지도 모른다. 하지만 이 대회를 통해 펼쳐진 다양한 차이들은 서로를 존중하는 자세로 함께 '어울리기' 위해 한 자리에 모였음만은 분명하다. 다수의 강연자들이 진지한 태도로 서로의 강연을 경청하는 모습에서도 이를 엿볼 수 있었다. 이들은 '어울림'의 준비가 되어 있는 것이며 그래서 어울림 2000은 미래의 디자인을 위한 제언으로서 충분한 의미를 갖는다.

글 | 백현주 기자

## 2001년 남아프리카, 그리고 2003년 일본에서 만나다

강연이 있었던 코엑스 오디토리움 옆에는 차기 대회를 홍보하기 위해서 남아프리카와 일본의 부스가 마련되었고, 대회 마지막 날인 27일에는 간단한 프리젠테이션이 있었다. 먼저, 남아프리카의 자유를 상징하는 반팔, 반바지 차림의 자크 랑(Jacques Lange) DSA(Design South Africa)회장이 강단에 나와 'WOZA( '오라' 라는 뜻)'라는 차기 대회의 슬로건을 외치며 남아프리카로 모두를 초대했다. 2001년 9월 10일부터 14일까지 남아프리카 샌톤에서 (Continental Shift 2001 South Africa)라는 이름으로 열릴 이 대회를 통해 다양한 인종과 언어가 어우러진 신비의 아프리카는 영감의 보고로서 디자인의 혁신을 주도하고, 아프리카의 르네상스를 이루는 계기를 맞이하게 될 것이다. 또한 이 대회에서는 아프리카의 지혜를 빌어 윤리적이고 인간적인 문제들도 진지하게 논의될 것이다.

남아프리카대회를 잇게 될 2003년 개최지 나고야대회는 (Look from Sight to Insight)를 주제로 한다. 눈에 보이는 것 뿐만 아니라 본질을 파악하는 문제로까지 시각커뮤니케이션의 영역을 확대하는 시도를 통해 그래픽디자인의 장래를 전망하는 의미있는 자리가 될 것이다.



2001 남아프리카 대회를 홍보하기 위해 마련된 부스



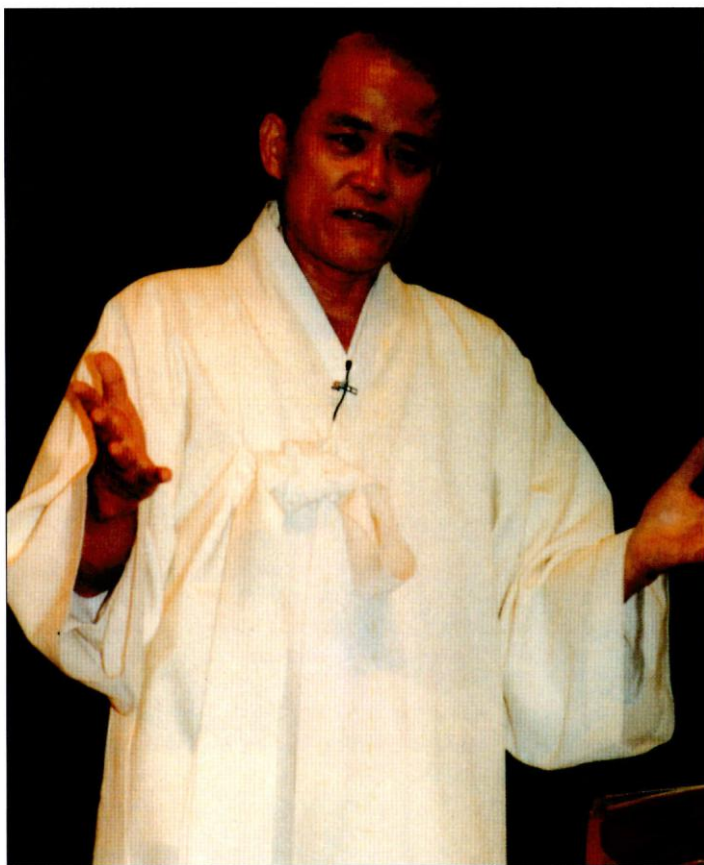
2003 나고야 대회를 홍보하는 부스와 로고



# 어울림 산조

도올 김용옥

이 글은 지난 10월 24일 <어울림 2000>에서 발표한 김용옥 교수의 기조연설문 <어울림 산조>를 정리한 내용이다.



도올 김용옥

충남 천안 생. 대학에서 생물학, 신학, 서양철학을 전공하고, 국립대만대학, 동경대학, 하버드대학에서 10여년간 동양의 철리를 깊게 연구하였다. 1982년 고려대학교 철학교수로 부임하여 한국 지성계에 각성을 불러일으켰으나, 1986년 양심선언으로 교수직을 사직하고, 한의학도로 변신, 의사로서 활동하기도 하였으며, 1999년에는 EBS에서 노자철학을 강의, 선풍적인 인기를 모았다. 현재 KBS를 통해 <공자>를 강의하고 있으며, 한의학적 '몸'의 세계관에 대한 새로운 해석으로 기철학을 완성하고, 한국사상사의 보편적인 지평을 수립하는 데에 노력하고 있다.

신은 이 우주를 디자인한다. 그러나 신은 이 우주의 디자이너가 아니다. 신을 '디자이너'라는 명사적 실체로 파악하는 모든 이해방식이 대부분의 서양종교 전통의 미신적 유치성의 본원을 형성한다. 신은 단지 디자인하고 있는 어떤 부사적 상태이다. 신은 명사가 아니다. 그것은 氣(기)의 양태일 뿐이다. 여기서 말하는 양태란 구체성의 형식이다.

이 우주에 관한 궁극적 사실은 우주가 氣로 구성되어 있다는 것이다. 따라서 신을 포함한 우주의 모든 존재는 氣라는 현실태와의 관련 속에서 설명되어야 한다. 氣가 아닌 존재는 없다. 인간의 의식이나 사고나 언어도 모두 氣에서 현현하는 것이다. 氣 이외의 초월적인 계기의 도입없이 氣 자체만으로 우주의 생성과정을 설명하려는 노력이 나의 氣철학이다. 우주는 우주 그 자체만으로 내재적으로 설명되어야 한다. 이러한 생각은 나만의 생각이 아니라 선조철학자(先奏哲學者)들로부터 조선조의 사상가들에 이르기까지 모두 공통된 생각의 기저였다.

氣는 어울림이다. 어울림이란 이접적인 다자(多者)로부터 연접적인 일자(一者)를 창출하는 과정이다. 어울림에는 반드시 '새로움'의 요소가 있어야 한다. 새로움의 요소가 없을 때에는 그것은 어울림이 아닌 단순한 반복이요 지속이다.

氣는 물질로서도 정신으로서도 규정될 수 없다. 왜냐하면 물질이다, 정신이다 하는 개념이 이미 데카르트적 실체적 정의에 의하여 잘못 규정된 용어들이기 때문이다. 모든 氣는 정도의 차이는 있을지 몰라도 반드시 물질적 극과 정신적 극을 동시에 구유(具)한다. 물질적 극을 백극(魄極)이라 부르고 정신적 극을 혼극(魂極)이라고 부른다. 혼극은 氣의 하늘이요 백극은 氣의 땅이다. 백극은 타자를 물질적으로 파지하고, 혼극은 타자를 개념적으로 파지한다. 氣의 혼극이 개념적으로 파지하는 대상을 우리는 理(이)라고 부른다. 理는 현실적 존재가 아니라 존재적 기능태이며 氣 속에 구현됨으로써만 그 존재성이 확인된다. 신은 氣에서 현현되며, 理를 담지하여 氣에게 구현시키는 특수한 존재이다. 신이 파지하는 理야말로 氣의 어울림의 창진(創造)의 요소이다. 理는 氣의 조리(條理)일 뿐, 궁극적으로 氣와 독립하여 고존(孤存)하는 존재는 아니다. 그러나 理는 氣의 구체성이 형식으로서 무제약적인 기능태이다. 어울림이란 氣가 다양한 理의 구체성의 형식을 선택하는 일련의 결정에 의하여 구체성을 획득해가는 과정이다.

디자인은 어울림의 모든 단계에 내재하는 것이다. 그것은 반드시 의식 이후의 사태에 한정되는 것은 아니다. 우리가 보통 말하는 디자인은 인간의 의식에 나타나는 언어적 현상의 디자인이지만, 인간의 의식은 매우 부정적인 편협한 것이며 예러의 가능성이 높은 것이다. 풀 한포기라는 氣의 사회에 있어서, 의식은 말할 수 없어도 디자인은 말하여 질 수 있다. 디자인은 氣가 理를 주체적으로 선택하는 과정에서 나타나는 교섭의 방식이다. 그것은 의식의 상태에까지 진행하지 않을 수도 있다.



디자인은 크게 자연의 디자인과 문명의 디자인으로 대별할 수 있지만, 양자는 결코 대적적인 관계에 있지 않으며 또 이원적으로 나뉠 수 있는 것도 아니다. 문명의 디자인은 궁극적으로 자연의 디자인 속에 포섭되는 것이다. 자연의 디자인이란 '스스로 그러함'이다.

개미가 집을 짓는 것이나, 사람이 문명을 건설하는 것이나 궁극적으로 모두 같은 氣의 어울림의 현상들이다. 그러나 인간에게 있어서 문명의 디자인은 항상 의식과 언어라는 현상을 수반하기 때문에 그 에러의 폭이 크다. 어울림이 고도화될수록 '스스로 그러함'에서 멀어진다. 그리고 시행착오의 폭이 커진다. 그러나 문명의 에로소도 궁극적으로는 자연의 에로소 속에 들어있다.

라이트 설리반이 말하는 '형태는 기능을 따른다'는 명제의 오류적 성격은 형태가 기능에 종속된다는 주장 그 자체에 내재하는 것은 아니다. 형태가 기능을 따른다는 생각은 '스스로 그러함'의 원리에 비추어 볼 때 지극히 정당하다. 자연에 있어서는 스스로 그러한 기능을 형태가 따라가고 있기 때문이다. 모든 형태는 氣의 사회의 내재적 기능의 외적 표현에 불과하다. 형태와 기능은 궁극적으로 변증법적인 출입관계에 있다. 그것은 동시적으로 호상적으로 교섭한다. 스스로 그러한 것은 조작하지 않으며, 장식하지 않으며 꾸미지 않는다. 자연의 기능은 장식하지 않는다. 기능주의가 인위적 장식을 거부한다는 측면에서는 그 보편적 의의가 존중되어야 한다.

기능은 생명이다. 기능은 생명의 스스로 그러함이다. 기능은 氣의 어울림에서 스스로 우러나오는 것이다. 기능은 디자인이다. 기능은 디자인하고 디자인되어진다. 기능은 신적이다. 기능은 氣와 理를 매개한다. 氣의 기능은 理를 氣로 진입시킨다. 기능은 협애한 목적성의 기계적 속성이 아니다. 기능은 생명의 만족을 달성시키는 과정이다. 기능은 어떠한 경우에도 심미적 텔로스를 지배할 수 없다. 기능은 아름다워지려고 노력한다. 기능은 삶의 질서이다. 기능이 진정으로 생명적일 때, 그것은 장식하지 않는다. 조작하지 않는다. 나뭇잎파리 하나의 기능도 불필요한 장식을 하지 않는다. 그러나 그것은 아름답다!

어울림은 기존하는 요소들간의 어울림이 아니다. 어울림의 가장 근원적인 뜻은 우리의 경험의 모든 요소들이 끊임없이 어울림의 과정 속에 있으며 생멸(生滅)의 연속성에 있으며 모든 체험의 요소 그 자체가 존재론적 대상이 아니라는 것이다.

디자인의 궁극적 목표는 문명을 영위하는 인간의 삶의 아름다움이다. 그 아름다움은 시간의 방향성에 역행하는 요소를 품고 있다. 역행은 엔트로피의 감소를 의미한다. 디자인은 궁극적으로 엔트로피의 감소를 그 아름다움의 본질로 삼아야 한다. 생태학적 연관의 토탈리티를 고려하지 않은 부분적인 디자인은 악(惡)이다. 생명은 시간에 대한 반역이다. 오늘의 디자이너들은 오직 엔트로피

를 효율적으로 증가시키는 것만을 일삼고 있다. 엔트로피의 감소란 규율과 질제와 축약과 정보의 효율이다. 이 모든 것을 통칭하여 공부(工夫)라 이른다. 공부가 없는 디자인은 엔트로피의 증가일 뿐이며 시간의 하양일 뿐이다. 공부야말로 생명의 본질이요 문명의 본질이다. 문명의 디자인은 자연의 디자인을 해치지 않는 미니멀리즘을 최선의 가치로 삼아야 한다. 이 미니멀리즘이 곧 공부이다.

디자인은 자유로워야 하지만, 자유는 일시적 가치요 죽음의 가치라는 것을 알아야 한다. 자유는 욕(欲)의 원초적 혼돈이다. 그 자유는 어떠한 방식으로든지 새로운 공부를 획득해야 한다. 그러나 또 공부의 고착을 제어하는 것은 자유다. 자유는 창조를 위해 불가결한 것이다. 그러나 자유를 제어하는 공부가 결여될 때 그 창조는 더 큰 파멸을 초래할 뿐이다. 디자인의 교육에 있어서 가장 중요한 것은 자유, 상상력, 규율의 가치를 혼동하지 않는 것이다. 상상력은 자유로부터만 생겨나는 것이 아니다. 상상력은 반드시 자유와 규율의 양면을 동시에 구유해야 하는 것이다.

현실적 디자인은 부분의 디자인이지만, 그 부분은 항상 전체의 인식 속에서 이루어져야 한다. 전체는 생명이며 아름다움이며 선(善)이다. 전체는 곧 태극이다. 선은 아름다움으로 환원된다. 아름다움은 에로스의 중용이다. 디자인은 태극이다. 태극은 理가 氣를 디자인하고 동시에 氣가 理를 디자인하는 것이다. 氣와 理의 상보성이 곧 태극적 디자인이다. 태극은 어울림이다. 어울림은 氣와 理의 상보성이며, 세계와 신의 상보성이며, 음과 양의 상보성이며, 불협과 조화의 상보성이며, 자율과 규율의 상보성이며, 미와 추(醜)의 상보성이며, 자연과 문명의 상보성이며, 형이상과 형이하의 상보성이며, 도(道)와 기(器)의 상보성이다. 어울림은 중용(中庸)이며, 중용은 중간이 아닌, 氣와 장(場)의 역동적 평행이다. 따라서 어울림에는 정체가 없으며 고착된 조화가 없으며 어떠한 일단(一端)에 치우침이 없는 영원한 과정이다. 그리고 새로움의 창조가 없는 어울림은 무의미한 타협일 뿐이다.

디자이너는 존재하지 않는다. 무엇이든지 디자인하는 자는 동시에 디자인되어 가고 있을 뿐이다. 디자이너의 궁극적 가치는 디자인하지 않음에 있다. 디자인은 '만들'이 아니라 '생김'이다. 저절로 생김이야말로 어울림의 최종의 의미일 것이다.



# 손안의 우주

스기우라 고헤이

이 글은 지난 10월 25일에 <어울림 2000>에서 디자이너에게 많은 감동을 불러일으킨 스기우라 고헤이의 강연을 정리한 것이다.

손을 펴다. 주먹을 쥐다.

사람의 손이 할 수 있는 극히 단순한 이 두 가지 행위는 극히 자연스럽게 '분리' 되는 것과 '응집' 하는 모습의 대비적인 두 형태를 만들어낸다. 펼쳐진 손에서 분리된 다섯 개의 손가락은 다섯 방향을 선명하게 가리키고 손가락 끝은 개방적인 활력으로 넘친다. 주먹을 쥔 손은 다섯개의 손가락이 손바닥을 향해 응집된 하나의 구체(球體)로 모여져, 모든 것을 감싸는 구심점이 된다. 대립과 융화를 암시하는 이 움직임은 '하나이면서 둘' 이고 '둘이면서 하나' 인 대원리를 밝히는 형태이다. 동양에서는 손과 손가락의 언어인 인도의 무드라(Mudra), 불교의 각종 수인(手印) 등을 통해 이러한 원리를 상징적으로 나타내고 체계화해왔다.

여기 티베트의 한 동자승이 양손을 엮어 작은 열 손가락으로 어떤 형태를 만들고 있는 사진이 있다(그림1). 우선 엄지손가락을 제외한 네 손가락의 등을 대고 가지런히 한 다음, 양손의 새끼손가락을 높히고 반대 손의 엄지손가락으로 누른다. 다음에는 가운데 손가락을 서로 얹힌 다음 그것을 반대 손의 검지로 누른다. 하지만이 중앙에 솟아 있고 주위에 네 점이 탄생하였다(그림6). 이것은 '수미산(鬚彌山)의 세계' 를 표현한 무드라이다. 수미산이란 불교적 우주관의 중심에 우뚝 솟은 우주산의 이름으로 산스크리트어 '메르(meru)' 라고 하는 산 이름에서 유래한 것이다. 수미산의 모습은 아시아 각지의 종교와 세계관을 반영하는 것으로 조금씩 형태를 변화시키면서 신기한 우주산의 이미지를 만들어 낸다.

경전에 기록된 수미산의 모습은 하늘을 향해 펼쳐진 신들의 세계이다(그림2). 중심에 우뚝 솟은 산의 정상은 해와 달을 초월할 정도의 장대한 높이이고, 종턱에 그려진 두개의 원은 해와 달의 궤도를 나타낸다. 이 메르산은 일곱겹의 금색의 연산으로 둘러싸여 있는데, 그 사이사이에는 연산과 같은 폭의 작은 바다가 있다. 일곱겹의 산 바깥에는 대양이 끝없이 펼쳐져 있고, 그 끝을 철산의 원이 떠받치고 있다. 이것은 수평으로 무한히 펼쳐진 세계, 즉 지평선의 세계상이다. 대양의 한가운데 동서 남북의 사방에는 각기 다른 형태의 네 개의 섬이 있는데, 동자승이 엮은 무드라의 네 개의 점이 나타냈던 것이기도 하다.

메르산 세계의 전체를 도식화해 하늘 위에서 내려다본 지도처럼 그린 티베트의 부적에는 수미산을 중심으로 남쪽은 사다리꼴(혹은 삼각형), 동쪽은 원형, 북쪽은 사각형, 서쪽은 반원의 형태를 갖는 네 개의 섬이 둘러싸고 있다. 사실 이 형태에는 하나의 비밀이 숨겨져 있다. 북쪽의 사각형을 깨내 그 위에 동쪽의 원형을 올려놓고 그 위에 남쪽의 삼각형과 서쪽의 반원을 시계방향으로 쌓아올려 보면, 지(地)-수(水)-화(火)-풍(風)-공(空)이라는 '오대(五大)를 상징하는 오륜탑의 형태가 되는데, 지-수-화-풍-공은 세계를 구성하는 오원소들로, 불교에서는 이들이 서로 유기적으로 작용함으로써 삼라만상이 탄생된다고 해석한다.

동자승은 열 손가락으로 바로 이 메르산의 세계를 형상화하고 있다. 오대가 유동하고 상극하는 우주 모형을 자기 심장 앞에 떠받쳐 내밀고 있다고 할 수 있다.

일본의 메르산은 독특한 모습이다(그림3). 한가운데 우뚝 솟아 하늘을 향해 계단 모양으로 좁아지던 메르산의 산기슭이 갑자기 산꼭대기에서는 마치 모래시계 같은 기묘한 모양으로 부풀어 있다. 이러한 산의 모양은 하나의 형태와 겹쳐지는데, 그것은 연꽃, 활짝 핀 연꽃의 모습이다. 산 정상의 부풀려진 모습과 뾰족한 여덟 개의 산봉우리는 만발한 여덟 개의 꽃잎이다.

구름 한점 없이 맑게 갠 '깨달음' 을 상징하는 연꽃이 메르산의 형상과 겹쳐진다는 것은 바로 메르산이 세계의 눈에 보이는 존재하는 산이 아니라 맑은 마음속에 솟아 있는 산이라는 것을 전하고 있다. 비과학적이고 반종교적인 산으로 보이는 메르산의 기이한 모습은 실은 깨달음의 과정을 구조화한 것이다.

동자승은 자신의 손으로 한 순간에 우주의 모습을 만들어 낸다. 메르산을 에워싼 우주산이 소년의 손끝에 응축되어 두 우주가 서로 조응하는 것이다. 동자승은 우주산의 무드라를 바치고 주변의 승려들과 함께 달라이 라마의 설법에 귀를 기울인다. 달라이 라마의 설법이 그가 엮은 무드라, 즉 메르산의 세계에 조응하느냐. 그 힘을 얻어 그의 마음은 세계와 하나가 된다. 열 손가락이 만들어내는 형태가 '세계' 와 '나' 를 직접 연결시킬 수 있는 중요한 힌트를 말하고 있다.

또 다른 손의 형태가 하나 있다. 이것은 '하나' 와 '둘' 의 깊은 관계를 이야기하는 태장계(胎藏界)(그림4)와 금강계(金剛界)(그림5)의 만다라에서 비롯된다.

'만다라' 는 산스크리트어로 '본질을 소유하는 것', '동근 것' 을 의미하고, 여러 부처들이 늘어서 있고 그 배열로 교의를 해석하는 종교적이고 기하학적인 구도를 갖는 도상이다. 태장계는 어머니의 태내, 즉 '여성적인 지혜' 를, 금강계는 태장계가 만들어내는 부처의 지혜를 실현해가는 강한 힘 즉, '남성적인 실행력' 을 나타낸다

만다라의 중심에는 대일여래(大日如來)라는 최고존이 있다. 금강계 만다라의 대일여래는 왼손의 검지를 오른손이 감싼 복잡한 무드라를 하고 있는데(그림7), 왼손은 태장계, 오른손은 금강계를 상징한다. 왼손 검지의 상승하는 움직임이 오른손의 검지로 전달되고, 오른손의 검지에서 다시 오른손의 세 손가락 끝으로 전해진 다음 역방향의 소용돌이를 그리며 하강한다. 그 하강이 왼손의 세 손가락으로 전달되고 또 소용돌이가 되어 왼손의 손바닥에 이른 후, 다시 왼손의 검지를 타고 상승한다. 이는 실로 복잡하고 다이내믹한 움직임을 나타낸다.(그림7-1)

이 무드라는 여성적인 것을 남성적인 것이 감싸므로 해서 두 만다라가 멋지게 하나가 되는 것을 상징한다. 두 세계가 하나로 녹아드는 것, 하나의 세계로 생각되던 것이 두 세계로 인식되는 것, 세계의 근원을 이루는 다이내믹한 원리가 대일여래의 무드라에 의해, 또 대립되는 두 개의 무드라에 의해 훌륭하게 해석되었다.

'둘이면서 하나, 하나이면서 둘'. 이것은 아시아의 여러 문화 속에 살아 숨쉬는 중요한 사고법이다. 대비를 이루는 것은 세계를 나누기 위해 있는 것이 아니다. 서로 끌어당기고 작용함으로써 하나가 되려고 하는 것이다. 대비를 이루는 것은 다만 다이내믹한 유동성을 만들기 위해 존재할 뿐이다.

다시 손을 펴고, 또 주먹을 쥐어보자.

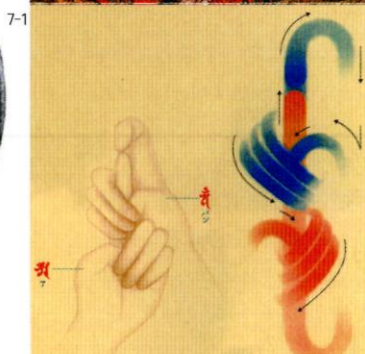
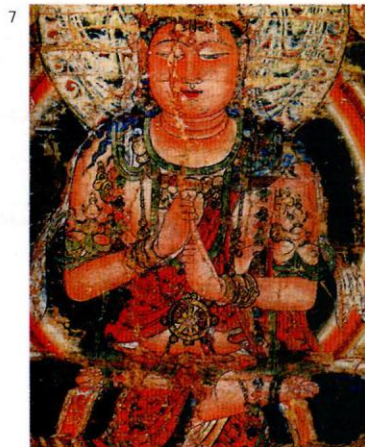
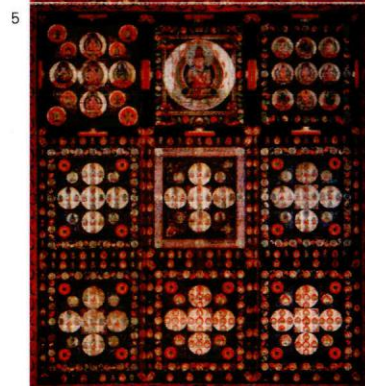
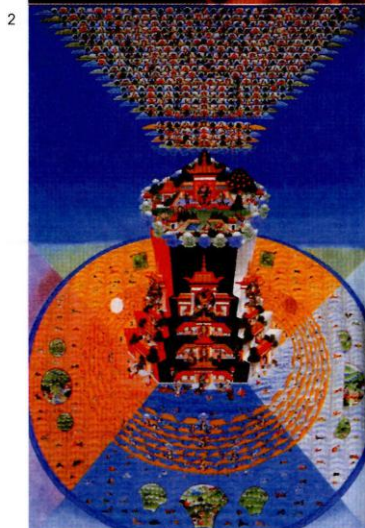
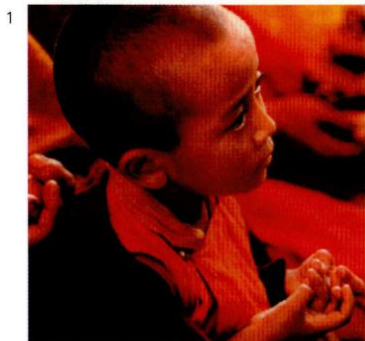
손을 펼 때, 다섯 손가락은 세계를 향해 유연하게 뻗어나간다. 손가락 하나하나가 정확한 방향을 나타낸다. 분리되고 분기되어 나가는 세계이다. 과학, 기술, 사상, 예술, 혹은 생활환경..... 다양한 영역이 오늘날 더욱 세밀하게 체계화되고 있다. 손끝이 쏙쏙 자라난다. 하지만 한편으로 너무나 첨예화, 다극화되어 서로의 관련성을 발견할 수 없을 정도로 고립되어 있다.

펼쳐진 손이 모든 것을 감싸듯이 부드럽게 '꼭 쥐는' 것이 불가능할까? 서로 대립하는 것을 다양하게 연결시킬 수 있는 '손을 다시 쥐는 일'. 스스로의 몸과 손으로 세계를 느끼는 일. 이것이 다음 발걸음의 힌트가 되지 않을까?



**스기우라 고헤이** \_ 1951년부터 1955년까지 도쿄대학 예술건축과에서 수학했다. 독일 울름디자인학교(1964-67년) 객원교수를 거쳐 현재 고베 디자인대학 교수로 재직중이다. 1980년부터 지금까지 무드라와 우주라는 주제로 작업해오고 있다. '만다라' (1980년) '아시아 우주론-코스모스+만다라' (1982년) '꽃문양 우주론-염색의 전통' (1992년) 등 동양적 문양과 관련된 전시회를 비롯하여 포스터, 책, 잡지, 전시 카탈로그, 우표, 지도디자인 등의 프로젝트를 수행한 바 있다. 저서로는 <Visual Communication> <Sprites of Forms and Designs> <The Tree of Life: Floral Cosmology> 등이 있다. 마이너치신문 디자인과 산업대상(1962년), 노마출판 문화상(1971년), 라이프치히 도서디자인 페어 금상(1982년), 마이너치 신문 미술상 등 다양한 수상 경력이 있다.





1. 무드라를 바치고 있는 동자승
2. 경전에 기록된 수미산의 모습
3. 일본의 메르산
4. 태장계 만다라
5. 금강계 만다라
6. 수미산을 나타내는 무드라
7. 금강계 만다라 대일여래
- 7-1. 금강계 만다라의 수인(手印)

8, 8-1. 티베트의 금색법구 금동제의 원을 굽은 기둥이 떠받치고 있는 이 법구는 기둥 아래 장식 부분을 잡아당기면, 갑자기 위에 있는 원이 열리면서 여덟 장의 연꽃잎이 활짝 핀 모습이 된다.

9. 부탄의 벽화 이 수미산도는 아래쪽은 평면도, 위쪽은 입면도로 그려져 있다. 아래의 입면도에는 메르산을 둘러싼 일곱개의 산의 고리와 소용돌이치는 대양 위에 떠 있는 네 개의 섬들이 있고, 위의 평면도에는 메르산이 마치 하늘을 향해 폭발이라도 하듯이 솟아 있다. 산이라는 움직이지 않는 거대한 덩어리가 물이나 불, 바람처럼 유동하고 팽창하며 술렁이는 것처럼 그려졌다.

10. 경전을 보관하는 **꽃철한 상자**에 그려진 **메르산(태국)** 히말라야의 연봉을 나타내는 지그재그 선으로 마감되어 있는데, 그 사이를 뚫고 가장 높고 굽게 우뚝 솟은 것이 메르산이다. 부풀어오른 메르산의 정상을 확대해 보면 놀랍게도 우주를 총괄하는 인드라(Indra) 신의 사자(使者)인 거대한 코끼리의 모습이 나타난다.

11. **인도의 메르산** 일곱개의 원으로 된 대륙으로 둘러싸여 있으며, 가운데는 우주의 중심축이 되어 우뚝 솟아 있다. 팽창된 산 정상에는 신들의 궁전이 모여 있다.





## II. 어울림과 함께 한 전시·이벤트

### Exhibitions and Events Held Along with Oullim

지난 10월 24일 있었던 전야제는 어울림 행사의 성공적인 개최를 암시하듯이, 소리와 사물공연, 도올 김용옥 교수의 강의로 조용하지만 힘있는 한국적인 이미지를 보여주며 시작되었다. 다양한 문화의 시각 언어를 체험할 수 있었던 강연 외에, 특별 이벤트로는 새로운 천년을 위한 시각 커뮤니케이션 디자이너들의 확장된 활동영역과 디자인 교육의 역할을 천명한 이코그라다 그래픽 디자인 교육선언, 아시아 디자인의 현황 파악과 이코그라다 비회원국을 포함한 지역의 상호유대를 도모한 이코그라다 아시아 지역 회의(Icograda Resonant Meeting), 어울림을 주제로 한 동영상들이 경연을 벌인 커팅 에지 국제영상 페스티벌 등이 개최되었다.

이 외에 국제청년디자인워크숍의 두가지 프로젝트 중 하나였던 디자인잇(designit) 참가 작품들이 ASEM III 개최 기념전시회인 '테크노가든'에 포함되어 코엑스 대서양관에서 전시되었고, 산업디자인진흥원 전시장에서는 '어울림 동아시아 포스터전'이 개최되었다. 한편, 26일에는 금난새 씨의 지휘로 유라시안 필하모니 오케스트라가 공연한 '어울림 콘서트'와 성남시가 주최한 갈라 디너, 27일 저녁부터는 '디자이너스 테크노 나이트(Designer's Techno Night)'가 개최되어 참가자들이 하나로 어우러질 수 있는 기회가 마련되었다. 그러나 이번 대회는 특별전으로 계획되었던 '이코그라다, 오늘의 시각 커뮤니케이션 전'이 무산되는 등 관심을 끌었던 부대행사들이 축소되었고, 전시 장소가 너무 멀어서 볼거리 제공이라는 측면에서는 많은 아쉬움을 남기기도 했다.

글 | 엄미정 객원기자

## 커팅 에지 국제영상페스티벌, 시각 디자인의 새로운 패러다임을 선보이다

시각디자인의 패러다임이 변화하고 있다는 사실을 유감없이 확인시켜준 커팅 에지 국제영상 페스티벌(Cutting Edge Moving Image Festival)은 10월 25일과 27일 본 강연 사이사이에 상영되었다. 페스티벌의 주제는 '어울림, 아제, 오늘 그리고 내일'. 제작된지 1년 이내, 상영시간 1분 이상의 동영상 작품들을 대상으로 한 이 행사에는 전세계에서 120편 가량이 응모했고, 예심을 거친 25편이 선보였다. 두 세 편씩 상영된 작품들은 아침 일찍부터 오후 늦게까지 계속된 연사들의 발표 중간 중간에 상영됨으로써 청량제 역할을 했으며, 관람객들은 한 작품이 끝날 때마다 아낌없는 갈채를 보냈다.

한편, 각 영상물들의 심사는 올리버 그림(Oliver Griem), 데이비드 그로스만(David Grossmann, 이코그라다 회장)과 안상수(홍익대 시각디자인학과 교수, 이코그라다 부회장), 또 이번 대회에 연사로 참여했던 토마스 뮐러(Thomas Mueller, 레이퍼쉬 크리에이티브 디렉터)와 데이비드 카슨(David Carson, 데이비드 카슨 디자인 대표)이 맡았다.

대회 마지막 날에 있었던 시상식은 김종덕 교수(VIDAK 사무총장, 홍익대 시각디자인과)의 사회로 진행되었는데, 결선 참가자 25명이 사회자의 호명에 따라 무대에 등장한 후 대상 수상작을 발표, 영예는 페스티벌에서 제일 처음 상영되었던 박석우의 작품에 돌아갔다. 박석우의 작품은 흰 화면에 검은색 물감이 방울방울 떨어지며 화면 가득 퍼지고, 다음에는 검은 화면에 흰색이 떨어져 퍼져나가는 영상을 서정적인 음악과 함께 보여준 작품으로, 동양적인 정취와 단아한 아름다움을 잘 표현하였다. 이 행사는 새로운 미디어의 등장 이후 변화하는 문화환경에서 시각 디자이너의 중요한 작업 영역이 되어가고 있는 동영상에 대한 관심을 유발시켰으며, 스토리라인에 구애받지 않는 다양한 실험과 도전의 결과들을 통해 동영상의 미래를 추측해 볼 수 있는 좋은 기회였다. 결선에 오른 25편의 작품들은 비디오테이프, CD 등으로 제작되어 보급될 예정이다.

1. 대상 수상작, 디자이너/ 박석우
2. 수상작, Can you hear me? 디자이너/ 아키오 아카누마(Akio Akanuma, 일본)
3. 수상작, Time is breathing, 디자이너/ 오루영

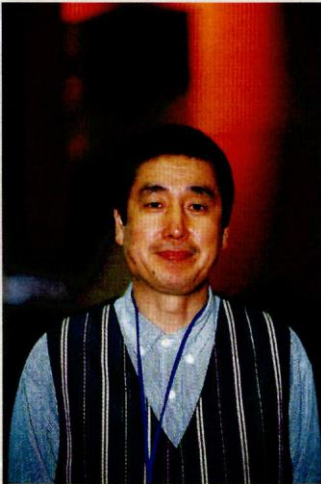




## “이번 행사는 국제화를 위한 성인식 같은 통과 의례”

이코그라다 행사가 성공하기까지에는 많은 사람과 단체와 기관의 유무형의 헌신적인 지원이 있었기에 가능한 일이었다. 이 행사를 준비하기 위해 집행위원·실행위원들은 1년 동안 매주 새벽회의를 했다고 한다. 그중에서도 연사들을 섭외하기 위해 일일이 세계 곳곳을 찾아다니고, 국내의 수많은 단체와 회사들의 관심을 유도하는 등, 디자인계 모두의 축제로 만드는데 아낌없이 헌신해온 안상수 집행위원장. 성공적인 행사를 위해 애쓴 많은 분들을 대표하여 안상수 교수와의 인터뷰를 실는다.

안상수, 2000 세계그래픽디자인대회 집행위원장



행사가 무사히, 그리고 성공적으로 끝나서 기쁘다. 막이 내린 후 느낌은 어떤가?

> 다시, 평범한 일상으로 돌아왔다. 오늘 또한 좋은 날...

개막식의 고요하고 한국적인 분위기와는 달리 폐막식은 참으로 호뜻하고 유쾌했다. 그야말로 동서양, 인간과 인간, 여자와 남자가 함께 어울

리고 서로에 대한 애정과 존경의 마음이 물결치는 감동의 순간이었다. 특히 데이비드 그로스만 회장이 교수님께 보내는 애정은 진정한 친구이기에 가능해 보였다. 교수님은 이번 행사를 치루는 동안 누구에게 존경과 감사의 마음을 가장 전하고 싶은가?

> 사실, 모두에게. 존경과 감사를 느낀다... 먼 길, 마다 않고 온 훌륭한 연사들... 일년동안 한 번도 거르지 않고, 매주 새벽회의에 참석한 집행위원·실행위원들... 막후에서 소리없이 밤을 새며 도와준 자원봉사자들... 행사 대행업체 직원들... 겸손하게 지원 역할을 한 정부와 진흥원... 서울시... 성남시... VIDA, KECD 회원들... 애정 어린 도움을 준 이코그라다 보드들... 큰 돈을 지원한 국내외 스폰서... 특히, 어려운 가운데서도 금전적인 후원을 해주신 33개 디자인회사 대표들... 도자기, 제작자, 개막공연팀... 경성대 웹캐스팅 팀... 어울림 철학 선물해준 도울... 금난새 음악회, 조은정 음식, 디자인... 민박 제공자... 무엇보다 국내외 참가자들... 웃으며 참아준 가족... 마음 지원, 아끼지 않은 학교, 같은과 교수들에게 감사한다.

45명의 연사들을 세계 각국에서 한국에 모이게 하는 일은 무척 어려웠으리라 생각한다. 일정에 따른 주제 선정과 함께 연사들의 구성, 강연 내용의 방향 등을 핸드링하는 과정에 대해 설명해 달라. 어떤 부분에 가장 중점을 두었는가?

> 지난 3년 동안 거의 모든 연사들을 찾아다니며 만났다... 만나야 진솔한 교감이 생겼다... 남녀노소를... 동서남북을 섞었다... 그리고 아시아의 디자인을 강조하고 싶었다... 70세의 할머니에서, 약관의 청년까지... 아프리카·남미에서... 중동, 러시아까지... 세심하게 고려했다... 진보적 디자이너에서... 보수적, 디자이너까지...

이렇게 큰 규모의 행사를 치루는 데 예산은 어느 정도 필요했나?

강의 등록비가 꽤 비싼 편이어서인지 많은 사람이 궁금해 했다.

> 전체 예산은 8억 5천만원 정도... 이중 등록비 수입은 모두 합쳐 2억 5천만원에 불과... 3억 7천 국고 보조... 나머지는 기업 후원금... 현물 후원... 자원봉사 등으로 운영했다... 모든 일이 끝난 후 예산 집행내역은 모두 공개할 방침... 등록비는 국제수준보다 약간 저렴하게 책정... 더욱이 국내 등록자는 8월 말 전원... 외국인 등록자의 반이 조기등록, 반액 할인, 금액으로 등록을 마치는 바람에 수입에 큰 차질이 생겨 어려움을 겪고 있다.

그동안 디자인계가 치룬 국제 행사로는 최대 규모였다고 생각한다. 이런 큰 행사를 성공적으로 치러내기 위해 앞으로 갖추어 나가야 할 요건은 어떤 것이 있는가? 즉, 예산 확보, 인적 자원, 디자인계 인프라 확충 등...

> 사실, 모두 많은 문제가 있었다... 그러나, 무엇보다 이러한 국제대회를 치러본 경험, 전문한 상태에서 진행한 것에 어려움이 컸다... 진행자 중, 이코그라다, 콩그레스, 참석 경험자는 채열 명이 되지 않았다... 이 부분을 진행자들의 열정으로 메꾼 셈... 앞으로는 디자인계의 자립적 행사능력이 필요... 이 부분, 자신감을 느꼈을 것.

이번 행사의 가장 큰 소득이라면 다양한 디자인 세계를 접할 기회를 가졌다는 것이고, 가장 큰 아쉬움이라면 우리의 것을 보여주기에 부족했다는 점이다. 제3세계 국가들의 디자인을 보아도 거기에는 그들의 디자인 언어가 있었다. 이런 점에서 국내 디자인계는 반성의 기회와 함께 도약의 발판으로 삼아야 할 것 같다.

> 이 대회는 국제행사이다... 우리의 디자인만을 너무 강조해서 보여준다는 것은 오히려 역효과라고 생각한다... 그것은 적당한 양이 있을 것... 몇 분의 국내 스피커들을 통해... 막간 행사를 통해... 부대 전시회 및... 여행, 체험을 통해... 국내 디자이너들과의 만남을 통해 자연스럽게 이루어지는 것이 좋다고 본다... 참가한 국내 디자이너, 학생들이... 어느 수준에 대한 눈높이... 이 있었다고 본다... 이 행사는 우리 디자인의 국제화를 위한 성인식 같은 통과 의례에 해당... 이제 남은 것은 우리 정체성에 대한 자신감이다...

‘디자인 교육 선언’의 의미는 무엇인가? 이 내용은 앞으로 어떻게 진행될 예정인가?

> 교육은 미래를 준비하는 가장 구체적 행위임... 이것은 변화무쌍한 디자인 환경에 대한 하나의 대안이며... 디자인 교육에 있어 하나의 등대 역할을 할 것으로 믿는다.

강의를 들으면서 시각 커뮤니케이션의 언어가 참으로 풍부하다는 생각을 했다. 시각 디자인 분야는 이미 멀티미디어화 되고 있으며, 최근의 추세도 미디어의 통합에 대해 관심이 많아지고 있는데, 그렇다면 제품, 환경 디자인 분야까지도 아우를 수 있는 디자인 언어가 새롭게 창조되어야 할 것으로 보인다. 이러한 맥락에서 이번엔 시각 디자인 분야에서 얻은 소득이 앞으로 2001년 익시드(ICSID) 행사까지 이어지길 바란다. 이번 행사에 대한 평가와 자료는 어떤 형식으로 정리 보존되는가?

> 통합은 하나의 현상으로 나타나고 있다... 뉴 미디어의 영향이다... 도울이 지적인 것처럼 시각에서 ‘몰각’으로... 그것이 바로 멀티미디어적 관점에 대한 적절한 지적이었다고 생각한다... 당연히 이번 행사의 소득은 내년 익시드 행사에 자연스레 이어질 것이다... 내년 행사의 대성공을 기원한다... 현재 모든 연사들의 강연 내용은 경성대 웹캐스팅 팀들에 의해 모두 녹화 보관되고 있다... 이것을 편집하고... 또 연사들의 허락을 받아 스트리밍 서비스를 할 계획이다... 또한 모든 연설내용을 모아... 한영문... 단행본으로 출판할 예정이다...



## 이코그라다 디자인 교육 선언서, 서울, 2000

### [ 그래픽 디자인? ]

'그래픽 디자인'이라는 용어는 이제  
기술적으로 그 실천 영역을 충분히 담아내지 못하고 있다.  
이에 대한 적합한 용어는  
'시각 커뮤니케이션 디자인'이다.

시각 커뮤니케이션 디자인은  
점점 더 여러 분야의 표현과 접근 방법을  
다층적이고 심층적인  
시각적 능력으로  
통합하는 전문직으로 변모했다.

분야 사이의 경계는 더욱 유동적이 되고 있다.  
그렇지만 디자이너는  
자기 전문 영역의 한계를 인식할 필요가 있다.

### [ 디자이너 ]

시각 커뮤니케이션 디자이너는  
다음과 같은 일을 하는 전문가이다:

- 문화의 시각적 경관을 형성하는데 기여하는 이.
- 사용자 집단을 위한 의미 가치를 창출하는데 주력하며,  
그들의 관심사를 올바르게 해석하는 것은 물론,
- 이에 적절히 대응하는 전통적, 또는 혁신적 해결책을 제공하는 이.
- 체계적인 비평의 실천을 통해  
서로 협력하여 문제를 해결하며, 가능성을 모색하는 이.
- 아이디어를 개념화하고 명확히 하여  
구체적 체험으로 표현해내는 이.
- '다름'의 지나친 강조가 아닌  
'갈음'을 인식함으로써  
환경과 문화적 맥락의 다양성을 존중하는  
공생적 입장에 바탕을 둔 접근 태도를 지니는 이.
- 인류를 포함한 모든 환경에 해를 끼치지 않는  
개인의 윤리적 책임감을 지니고,  
디자인 행위가  
인간성, 자연, 기술,  
그리고 문화에 미치는 영향을 고려하는 이.

### [ 미디어 기술의 발달과 정보 경제 ]

미디어 기술의 발달과 정보 경제는  
시각 커뮤니케이션 디자인의 실무와 교육에  
깊은 영향을 미쳤다.

이에 따라  
우리 디자이너는  
새로운 도전에 직면하게 되었으며,  
디자인 논점의 다양성과 복잡성이 확대되었다.

이 결과로 생긴 도전은  
인간과 사회-문화 그리고 자연환경이  
현재와는 다른  
차원 높은 생태적 균형을 이루어야 한다는 요구이다.



새로운 디자인 프로그램은 다음과 같은 영역을 포함한다:

이미지,

텍스트,

공간,

움직임,

시간,

소리,

그리고...

상호작용.

디자인 교육은

커뮤니케이션 도구를 염두에 둔

비평적 마음가짐을 키우는데 주력해야 한다.

디자인 교육은

자기성찰적 태도와 그 능력을 배양시켜야 한다.

[ 디자인, '배움'을 위한 미래 ]

새로운 프로그램은

커뮤니케이션과 창조를 위한 지혜와 방법을

길러주어야 한다.

이를 위해

디자인 이론과 역사 교육은 중요하다.

디자인 연구는

인지와 감성, 물리적, 사회-문화적 인간 요인에 대한 이해를 통해

디자인 수행 성과를 향상시키기 위해서

디자인 지식의 생산기치를 높여야 한다.

그 어느 때 보다

디자인 교육은

학생들로 하여금 폭넓은 변화에 대응할 수 있도록 배려해야 한다.

이를 위해,

디자인 교육은 '가르침' 중심에서

'배움' 중심으로 바뀌어야 하며,

이러한 변화로써

학생들로 하여금

교육 프로그램 내에서, 또는 그 이상의 수준에서

그들이 지닌 잠재력을

실험하고 제발하도록 해주어야 한다.

따라서,

디자인 교육자는 단순 지식 제공자가 아니라,

학생으로 하여금

보다 실질적 디자인에 이르도록

영감을 주고 방향을 제시하는

역할자로 변해야 한다.

가깝거나 먼 미래에 대해 생각하는 힘은

시각 커뮤니케이션 디자인의 필수 부분이다.

디자인의 새로운 개념은

역동적 평형의 바탕 위에서

자연과 인간, 그리고 기술의 조화를 약속하며,

동·서·남·북,

그리고 과거·현재·미래의 조화를 이루어낸다.

이것이 위대한 조화,

곧 '어울림'의 본질이다.

또한, 디자인 교육이 '가르침' 보다는 폭넓은 변화에 대응할 수 있는 능력을 실험하고 개발할 수 있도록 배움 중심으로 이동해야 하며, 앞으로는 디자인 이론과 역사 교육의 중요성이 더욱 대두될 것이라고 전망했다.

이코그라다 그래픽 디자인 교육 선언은 근대 디자인을 반성적으로 회고하며 새천년 디자인의 실천, 아울러 디자인이나와 디자인 교육의 현황에 관한 전망을 구체화하려는 시도로서 의미를 지닌다. 이코그라다 그래픽 디자인 교육 선언 100인 위원회<sup>1)</sup>는 지난 3월, 6월 서울에서 두 차례 워크숍을 가진 후 선언의 초안을 완성시킨 바 있다. 선언문 작성부터 구체적인 공감대를 기반으로 채택, 발표되어 디자인 역사와 실천에 있어서 전환점을 만들었다는 상징적인 의미와 더불어 21세기를 위한 디자인의 새로운 방향 설정이라는 역사적 인의의를 가진 것으로 어울림 2000 행사를 더욱 뜻깊고 의미있게 만들어 주었다.

이번 이코그라다의 메인 이벤트로 개최된 '이코그라다 그래픽 디자인 교육 선언(Icograde Graphic Design Education Manifesto)'은 대외 마지막날인 10월 27일 오후에 공식 발표되었다. '이코그라다 그래픽 디자인 새천년 교육 선언'은 미국의 루실 테라자스(Lucille Terrazas, CCAC 교수), 인도의 키르티 트리베디(Kirti Trivedi, 봄베이 IT 교수), 홍콩 연상수 교수가 각각 영 어, 힌두어, 한국어로 선언문을 공동필로 작성했다.

이날 발표된 '이코그라다 그래픽 디자인 교육 선언'은 우선 '그래픽 디자인'이라는 용어 대신 새로운 실천 영역에 더욱 적합한 '시각 커뮤니케이션 디자인'이라는 용어를 사용하자고 제안한 후, 시각 커뮤니케이션 디자인 실무와 교육에 깊은 영향을 끼친 미디어 기술의 발달과 정보경제를 변화의 요인으로 지적하고, 이에 따라 시각 커뮤니케이션 디자인이나 디자인 프로그램의 영역을 포괄적으로 새롭게 정의하고 있다.



## 국제청년디자인워크숍



본 그릴스 총장은 골드스미스 컬리지(Goldsmith College of Art) 등에서 수학했다. 세계 각지에서 사진과 드로잉 등으로 다수의 개인전과 그룹전을 개최했으며, 1986년 파워스 기금(Powers Fund Award, Williams College, Massachusetts) 등의 수상경력이 있다. 그의 작품은 사진, 영화, TV 박물관(National Museum of Photography, Film and Television) 등에 소장되어 있다.

한국산업디자인진흥원과 성남시가 공동으로 주최한 국제청년디자인워크숍이 10월 19일부터 27일까지 성남시 새마을운동 중앙연수원과 코엑스(Coex)에서 개최되었다. 워크숍은 ASEM 서울 회의와 2000년 세계그래픽디자인 대회 개최를 축하하기 위해 마련된 행사로, 현대그래픽디자인워크숍과 디자인잇(designit) 프로젝트 두 부분으로 진행되었다.

현대그래픽디자인워크숍은 이미 지난 8월부터 한국의 10여개 대학, 100여 명의 학생들이 참가해 진행해왔다. 참가자들은 '미래 도시환경에서의 디자인의 위상과 역할'을 디자인 도시로 재도약하려는 성남시를 배경으로, 참신하고 독특한 아이디어를 다양한 그래픽 디자인 영역에서 실험했고, 현실적인 디자인으로 적용시키고자 노력했다. 또한 10월 19일부터는 세계 각국에서 온 디자이너들이 합류, 젊은 디자이너들간의 경험과 지식을 공유하며 국제적인 감각을 배양할 수 있는 기회가 마련되었다.

미래의 교통, 정보와 기술, 자원의 재활용, 공동체 공간의 건설, 패션과 정체성의 확립, 그리고 새로운 재료의 활용이라는 주제에 관한 디자인 전략을 인터넷을 통해 공동으로 수립하는 새로운 시도를 보여준 디자인잇 프로젝트는 총 15개국에서 155개 팀이 참여하였고, 10월 20일부터 29일까지 열린 '테크노가든' 전에 일부가 전시된 바 있다. 이중 8개의 프로젝트가 워크숍에 참가해, 젊은 디자이너들에게 새로운 세기의 디자인 환경에서 국제적, 문화간 협력 체계의 구축의 필요를 실감할 수 있는 기회를 제공했다.

워크숍은 두 프로젝트 외에 10월 22일, '아시아 디자인의 현황'을 주제로 아시아 디자인계의 현황과 미래에 대한 발표와 토론을, 10월 23일에는 '정보기술의 발전과 디자인의 미래'라는 제목으로 영국, 일본, 독일, 핀란드 등지에서 온 디자인잇 지도교수들의 강연을 진행함으로써, 새로운 정보 기술의 발전과 이에 따른 디자인 작업 환경의 변화에서 앞으로의 디자인이 나아가야 할 길에 대한 다양한 해결책과 방향을 제시하고자 했다. 디자인 프로젝트의 성과물들은 10월 24일부터 30일까지 성남시 분당 문화정보센터에 전시되기도 했다.

국제청년디자인워크숍은 새로운 세대의 디자이너들에게 낯이 확장되고 있는 현대 디자인 세계의 현황과 미래를 보여주고, 새로운 디자인 패러다임과 개념, 그리고 이것을 뒷받침할 국제적 네트워크를 구축하는데 도움을 준 행사로 기억된다.

본지에서는 이 행사의 연사로 초빙되었던 영국 켄트 인스티튜트 오브 아트 앤 디자인(Kent Institute of Art & Design)의 본 그릴스(Vaughan Grylls) 총장이 한동대에서 발표한 연설문을 소개한다.

## 영국의 디자인, 무엇이 새로워지고 있나?

강연/ 본 그릴스(켄트 인스티튜트 오브 아트 앤 디자인 총장)

영국에 있는 미술전문대학의 운영을 책임지고 있는 한 사람으로서, 나는 항상 학생들의 신선한 디자인 작품들을 접하면서 미래의 디자인을 점쳐볼 수 있는 특권을 부여받은 것에 대해 감사하게 생각한다. 우리 학교 학생들이 디자인 전문가나 유행의 창조자, 또는 특출한 통찰력을 지녔기 때문이 아니라 그들의 작품에는 시대정신(zeitgeist)의 주요 요소들이 잘 반영되어 있기 때문이다.

우리 학교 디자인 전공 학생들에게 상상력의 한계란 없다. 그들은 당장 내일 생산에 들어갈 작품을 만드는 것이 아니다. 그대신 학생들은 동료들 사이에서 대화하고 생활하면서 무엇하나 불가능할 것이 없는 패기있는 젊은 세대의 마인드를 호흡하며 살아가고 있다.

그러면, 오늘날 디자인은 무엇이 새로워지고 있는지 영국 디자인 카운슬(Design Council)에서 발간한 카탈로그에 수록된 작품에서 살펴보고자 하겠다. 진공청소기, 자동차, 주방용 제품 등 현재 영국 소비자들에게 판매중인 디자인 제품들에서는 세 가지 핵심 요소를 발견할 수 있다. 실제로 그러한 요소들은 우리 학교 학생들이 최근 주목하고 있는 사항으로, 지속가능성(sustainability), 환경(environment), 그리고 미디어 통합(media convergence)으로 요약할 수 있다.

이 세 요소를 일체화시키는 것은 재료(materiality)이다. 나는 미래의 디자이너는 우선 비물질적인 것(immaterality)으로부터 재료를 발견하여, 창조해 낼 수 있어야 한다고 생각한다. 이것은 바로 새로운 디자인 프로세스의 등장을 의미한다. 적어도 순수하게 개념적인 차원에서 볼 때, 이 같은 과정을 통해서 비물질적인 개념은 물질적인 것을 매개로 되돌아갈 수 있다고 나는 생각한다.

과거 제품은 아이디어-즉 비물질적인 것-에서 출발하여 디자인되고 생산되었다. 분해해서 버린다고 해도 제품이 영원히 존속할 것을 목표로 디자인했던 것이다. 그러나 제품이 분해되는 단계는 디자인 과정에 포함되지 않았다. 나는 생산된 지 25년이 넘는 영국산(産) 구식 자동차를 운전하고 다니는 것을 좋아한다. 이 자동차를 고안한 디자이너는 영원히 망가지지 않는 차를 만들겠다는 생각을 했을 뿐, 자동차의 사용 기한은 고려하지 않았다. 영원히 존속하는 제품을 만들겠다는 생각은 그 시대에는 당연한 미덕이었다. 그렇지만 그런 영구적인 제품들이 고물로 쌓여가고 급기야는 지구 전체를 뒤덮어버리게 될 것이라고 누구도 예측하지 못했다. 요즘 우리집 주차장 안 구식 자동차 옆에는 생화학적으로 분해되는 현대식 자동차가 나란히 서 있다. 이 자동차는 옛날 차보다 엔진이나 기계부품이 월등히 우수하게 디자인되었을 뿐 아니라 안정성도 뛰어나다. 또한 이 시한부 자동차에 사용된 전 부품은 재활용이 가능하다.

어린 시절, 나는 남동생과 함께 영구히 존속되는 손목시계에 관한 다소 소름끼치는 텔레비전용 광고를 만들었던 적이 있다. 어떤 사람이 비행기 혹은 배에서 떠밀려 죽은 후 구조대가 시





본 그릴스 총장의 강연모습

워크숍 전시장을 둘러보고 있는 관람객들, 오른쪽이 한국산업디자인진흥원 정경원 원장.

체를 발견했을 때, 사람은 없어지고 그때까지 남아있는 시계만을 발견한다는 것이 그 광고의 내용이다. 카메라는 시계를 클로즈업하고 시계줄에는 "물렉스... 당신보다 견고합니다!"라는 메시지가 나타나는 것으로 광고는 마무리된다. 나는 새로운 디자인, 내구성과 환경을 고려한 디자인에 대한 주제에 대해 생각하면서 오랫동안 잊고 지냈던 어린 시절의 그 병적인 생각을 기억해 보았다. 여성 패션디자인을 제외한 모든 디자인 제품들은 최근까지 영구적이라는 점을 내세워 대중에게 홍보되어온 것이 추세였다. 즉, "좋은 디자인은 영원하다(Good design is timeless)"라는 흔한 문구 때문에 디자인이 물리적인 골동품적 가치를 지니는 존재로 개념적 혼동을 일으켜왔던 것이다.

'영원한 소유(Having Things Last Forever)'라는 개념은 서양문화에서 비롯된 전형적인 사고방식이다. 공산주의와 자본주의가 서양 사고의 산물인 것은 그런 점에서 볼 때 당연한 귀결일 것이다. 물리적 사물은 영원히 존재할 것을 전제로 한다. 그러나 동양은 장기적이고 보다 관념적인 사고방식을 지니고 있다. 중국, 한국, 일본의 전통 기공은 변화와 적응을 전제조건으로 하여 디자인된다. 예를 들면, 부서진 목재를 새 목재로 손쉽게 부분적으로 교체할 수 있도록 고안된다. 그런 점에서 동양에서 실체(authenticity)의 개념은 문자 그대로의 의미로 물리적인 실체에 담겨 있는 것이 아니라 아이디어 혹은 디자인에 담겨 있다고 볼 수 있다. 2천년 전 로마의 황제나 성인이 직접 여닫았던 바로 그 목재문이 중요하다고 여기는 서양의 사고방식과는 많이 다르다. 이런 이유 때문에, 나는 결국 서양의 문화보다 동양의 문화가 지속 가능하며 환경 친화적인 현재의 디자인을 발전시킨다는 데 보다 나은 입장에 있다고 생각한다.

우리 학교에서는 지난달 3D 디자인 전공으로 석사학위를 취득한 졸업생들이 '만질 수 없는 것'과 '보이지 않는 것'을 주제로 졸업작품전을 개최했다. 기존의 전통적인 개념의 재료로부터 탈피하는 추세는 그들이 출품한 작품들 전반에서도 두드러지게 나타나 있다. 그 가운데 몇 가지 예를 들어보면, 인테리어와 건축 디자인 분야의 프로젝트들은 조명, 공기, 시간, 기화라는 이슈에, 제품 디자인 분야에서는 소리와 라디오 전파와 같은 보이지 않는 실체를 다룬 것을 볼 수 있었다. 도자기 디자인 과목에서는 순간성과 빛을 이론적이고 기술적인 차원에서 실험하는 작품들이 출품되었다.

한 졸업생은 구조언어학을 디자인 컨셉의 출발점으로 삼은 프로젝트를 전시했다. 그 학생은 컴퓨터 데이터, 전자파, 라디오 전파 등의 형태로 우리 생활 주변을 둘러싸고 있는 보이지 않는 대중 정보 환경에 매우 관심이 많았고, 그곳에서 영감을 얻어 사회적인 발언성, 전복성 강한 이미지, 언어가 첨가된 제품디자인을 하게 되었다고 한다. 또 한 학생은 건축에서 특히 공기에 중점을 두고 에너지의 활용이라는 현대적인 주제로 1, 2차 연구 분석한 결과를 전시에 출품했다. 그는 영국과 미국의 공공주택에 관한 여러 사례 연구를 중심으로 공공건축이 취해야 할 새로운 접근방식을 제시하는 것을 목적으로 삼았다. 이 학생은 그동안 MIT와 공동으로 연구해온 결과를 활용하여 박사논문 연구를 계속할 계획이다. 대만 출신의 한 학생은 조형에서 동서양간의 문화적 인지와 의미의 차이를 주제로 건축디자인을 연구하고 있다.

우리 학교 석사과정 학생들의 작품에서 볼 수 있듯이, 오늘날 디자인의 핵심 이슈는 지속가능성과 환경이 지배적인 것으로 나타난다. 마지막으로 덧붙일 주제는 미디어 통합(media convergence)이다. 미디어 통합은 학생들에게 미술, 디자인, 건축을 어떻게 가르쳐야 할 것인가에 대해

재고하도록 교수진을 자극한 주제였을 뿐만 아니라, 학생들에게는 주변 세계의 디자인에 어떻게 반응할 것인가라는 문제의식을 제공하는데 큰 영향력을 미치고 있다.

서구 세계에서 40세 미만의 세대들은 미디어라는 프리즘을 통해서 세상을 바라보고 있다는 사실을 기억해 두자. 텔레비전이 보편화되기 전에 태어나 성장했고 성인이 되어서야 비로소 컴퓨터와 인터넷을 배우기 시작했으며, 신문, 잡지, 텔레비전, 웹을 통해 전파되는 대중문화의 의미를 새롭게 습득해야 하는 나와 같은 기성 세대에게 미디어는 그다지 친숙하지 못하다. 마치 자신의 배꼽을 바라보며 자기 존재를 확인하려는 묘한 상황처럼 이 모든 커뮤니케이션 수단들은 상호 연결되어 있고, 이른바 '미디어'라는 이름으로 혼연일체가 되었다. 신문과 잡지는 텔레비전 방영물을, 텔레비전은 인터넷을, 그리고 인터넷은 다시 신문, 잡지, 텔레비전을 가리키며 우리가 그 정보를 당연히 알고 있을 것이라 취급한다. 우리는 이 매체들 사이에서 빙빙 돌고 있는 셈이다. 자기도취적인 미디어 통합 현상으로부터 독립된 외부의 정보조치 기제가 없다는 사실, 그리고 무엇보다도 그에 대한 우려의 인식이 부재하다는 현실이 안타깝게 여겨진다. 사실, 우리 일부는 무분별한 유통성의 현실 속에서 미디어 열미를 일으킬 지경이다. 이와 같은 환경은 오늘날 디자인에도 분명히 적잖은 영향을 끼치고 있다. 그리고 이러한 사실은 물론 디자인을 가르치는 방식에 대해서도 새로운 접근 방식을 취해야 한다는 것을 의미한다.

우리 학교의 경우, 미디어 통합으로 인해 전공분야를 구분하기가 어려워졌다는 사실을 인식하게 되었다. 학생들은 프로젝트 디자인, 그래픽 디자인, 순수미술 사이를 경계없이 넘나들고 있기 때문이다. 35년 전 마셜 맥루한(Marshall McLuhan)은 "미디어는 메시지다(the medium is the message)"라고 예견했었다. 오늘날 맥루한이 말하던 미디어란 매스미디어를 가리키는 것처럼 보인다. 매스미디어는 이제 디자인 교수법은 물론 디자인의 적용방식까지 영향력을 미치고 있다. 자동차와 사무용품을 비롯한 디자인 제품들은 점차 동일해지고, 우리가 그 안에서 생활하고 일하고 휴식을 취하는 환경은 날이 갈수록 획일적으로 되는데, 그 원인은 미디어 통합 때문이다. 미디어 통합은 미래의 디자이너들에게 만만치 않은 도전상대로 떠오를 것이며, 이에 대비하지 않으면 디자이너의 개성과 창의력은 모든 것이 천편일률적으로 획일화된 디자인 환경 속으로 무참히 내던져지고 말 것이다.

지금까지 켄트 인스티튜트 오브 아트 앤 디자인의 대학원생들의 작품들을 통해서 새로이 떠오르고 있는 디자인 이슈들을 살펴보았다. 나는 우리 학교 대학원생들이 여기 모인 학생들에게 디자인의 미래를 제시해주고 있다는 사실을 기쁘게 생각한다. 그들은 높은 위험도와 대담한 결단력을 요하는 실험과 연구활동을 펼치고 있다. 그래서 우리 학교는 대학원 과정을 개발과 변화의 핵심 추진력으로 삼고 있다. 오늘날 대학원생들을 통해서 미래 켄트 인스티튜트 오브 아트 앤 디자인의 미래와 더 나아가 일반 대중의 소비상품의 미래를 예견할 수 있다.

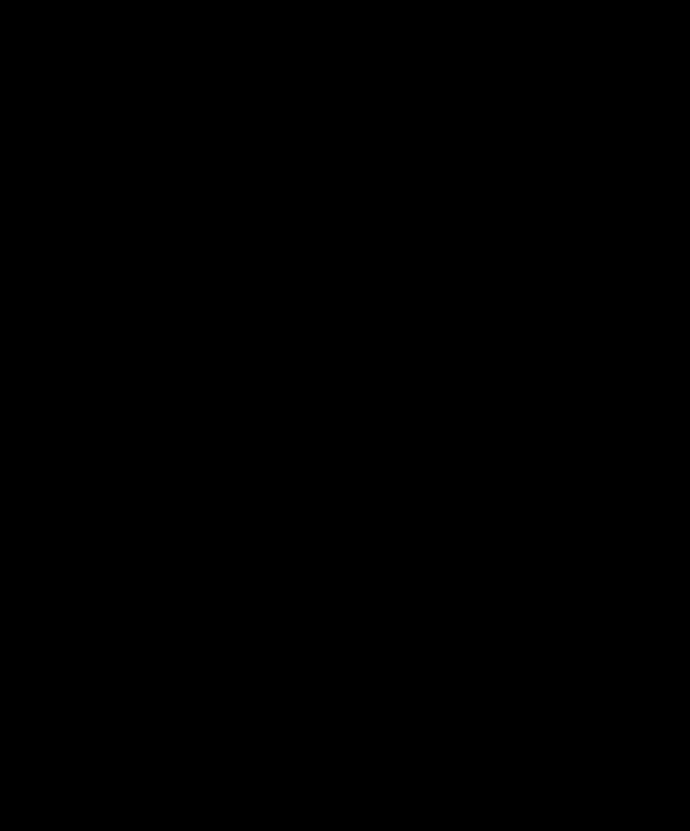
지난 한 세기는 영화라는 예술 형식에 많이 빚지고 있다. 그러나 최근 우리 학교 대학원생들의 작업을 살펴본 결과, 나는 그 작업들이 영화가 지난 세기에 그랬던 것처럼 미래의 디자인 프로세스에 대한 진지하고 탐색적인 질문을 제기하고 새 천년을 위한 새로운 디자인 형태의 기초를 구축하는 작업을 행하고 있으며, 앞으로도 그러할 것이라고 확신한다.



### III. '테크노 가든' 전시기획, 연출의 방향과 의미

#### The Meaning of the Exhibition Plan and Direction of Techno Garden

글/ 최익서(alt-c 전시기획연출 담당)



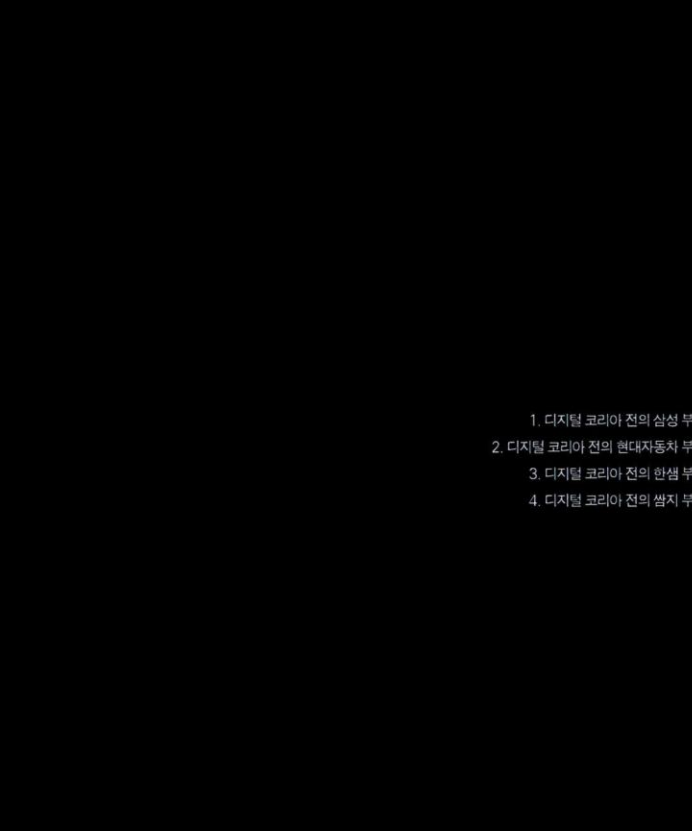
일년이 넘는 기획 연출의 시간과 수많은 사람들의 상상력이 배어있는 ASEM III 한국개최기념특별전인 '테크노 가든(Techno Garden)'전이 2000년 10월 20일부터 29일까지 제3차 아시아-유럽정상회의(이하 ASEM III)가 열리는 서울 삼성동 COEX 대서양 홀에서 열렸다. 산업자원부, 문화관광부, 전국경제인연합회가 주최하고 한국산업디자인진흥원이 주관한 이 전시는 ASEM III에 참가하는 회원국 정상과 대표단, 그리고 국내외의 대규모 기자단들은 물론 한국의 일반 관람객들에게 새로운 천년을 향한 한국 문화의 의지를 구체적으로 보여줄 의도로 기획되었다.

이 전시를 기획하면서 디지털 사회로 이행하는 한국의 미래지향적인 문화와 이러한 미래 문화의 초석인 한국 전통 문화의 유기적인 관계를 어떻게 보여줄 수 있는가가 화두였다. ASEM 회의 참가국 정상 및 대표단들에게 21세기 디지털 환경을 선도해 나가는 우리의 새로운 이미지를 집중 부각시키고, ASEM 회원국 청소년들의 인터넷 교류 프로그램(designit)을 통해 향후 회원국간의 우호적인 협력 기반을 구축하며, 우리의 정체성을 나타낼 수 있는 상품을 통해 우리 나라의 기술, 디자인, 문화의 우수성을 홍보해야 한다는 전시기획의 다양하고 중층적인 목적의 해결을 위해 키워드가 필요했던 것이다.

#### 테크노 가든: 다양함의 공존

보통 전시기획은 뚜렷한 개념의 축이 필요하고 이 축을 기본으로 좋은 것은 취하고, 나쁜 것은 버리는 전형이 있다. 그러나 나는 이러한 접근 방법이 이 전시에는 적용이 될 수 없다는 것을 이미 알고 있었다. 우선 이 전시의 목적은 너무나 다양했다. 또한 3,000평 공간이 다양하고 이질적인 성격의 상품들을 포용해야 했고, 기업의 홍보 역할을 해야 했으며, 패션쇼 등의 이벤트 공간으로 활용되어야 했고, 홀로그램 전시 등 정적인 공간으로 등분되어야 했다. 따라서 전시 공간은 혼성적이며 아메바와 같은 변형 가능한 공간이 되어야 했다.

우선 예술과 비예술, 자연과 기술, 정과 동, 상품과 작품 등의 구분을 버려야 했다. 차라리 이 모든



1. 디지털 코리아전의 삼성 부스
2. 디지털 코리아전의 현대자동차 부스
3. 디지털 코리아전의 한샘 부스
4. 디지털 코리아전의 샘지 부스

것들이 한 공간에서 어울리고 상호 보완하는 새로운 관계 설정이 필요했다. 동양과 서양, 전통과 새로움, 자연과 문명, 명상과 기술, 환경과 개발, 이성과 감성이라는 서구의 이원론적인 대립 관계를 지양하는 전시 철학적 입장을 갖기로 했다. 이러한 요소들이 한자리에 만나 어우러지는 '터'로서의 전시가 기본 방향이 되었다. 크게 인류의 미래와 새로운 생명, 꿈, 그리고 인류 문화의 새로운 뿌리가 생성되는 장소를 상징하는 ASEM III 특별전시의 지향점이 만들어진 것이다. 새로운 패러다임의 구축하고 우리의 사고, 기술, 문화 등의 전시를 통해 미래 비전을 제시함으로써 미래의 발전 가능성을 조망해 보는 시작의 공간이 재현되어야 했었다. 동시에 전시의 전체 연출개념은 미래의 가능성을 잉태하는 터로서 21세기 동양과 서양의 통합 이미지를 'ASEM III 한국 개최'의 이미지와 동일시함으로써 ASEM III 한국 개최의 기념적 상징성을 확보하는 개념공간이 되어야 했다. 실제로 디자이너, 기업가, 예술가, 행정가, 학생 등 다양한 사람들이 참여한 '테크노 가든'전에서 앞으로 도래할 21세기 혼성 문화의 한 측면을 제시하지 못한다면, 첨단 디지털 기술과 오래된 항아리, 솥대 등이 어떻게 한 공간에서 조화롭게 존재할 수 있는지가 실험되지 못한다면, 혹은 젊은 학생들의 상상력과 기업의 현실공간에 대한 해석이 상호 유기적으로 관계를 맺지 못하거나 디자이너의 상품과 예술가의 순수미학이 보완적인 관계로 보여지지 못한다면... 이러한 노심초사가 1년여 동안의 숙제였다.

#### 포스트 모던 디스토피아 혹은 유토피아

'테크노 가든'전은 디자인잇(designit)전, 디지털 코리아(Digital Korea)전, 2000 코리아아이덴티티(2000 Korea Identity)전 등 3개의 주요 전시와 패션쇼 등 이벤트 프로그램으로 구성되었다. '디자인잇'전은 1998년 영국 아셈회의 때 김대중 대통령과 영국의 토니 블레어 수상에 의해 구상된 것으로 아셈 회원국 디자인 관련 대학생과 한국 대학생과의 정보교환, 유대 관계 구축, 공동 프로젝트 수행의 결과물들을 전시하는 것이다. '디자인잇'전에서 보여준 전시 결과물은 ① 미래의





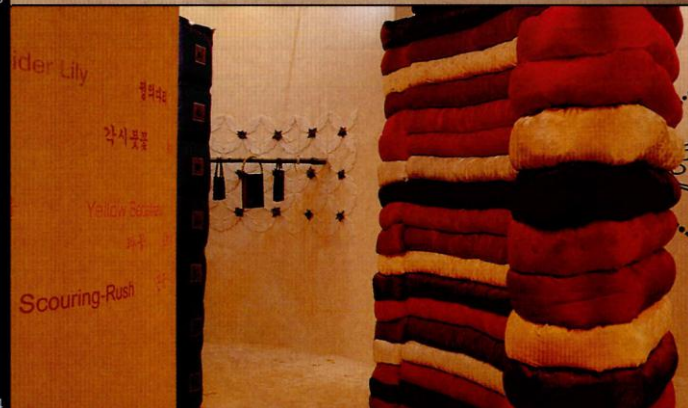
1



2



3



4

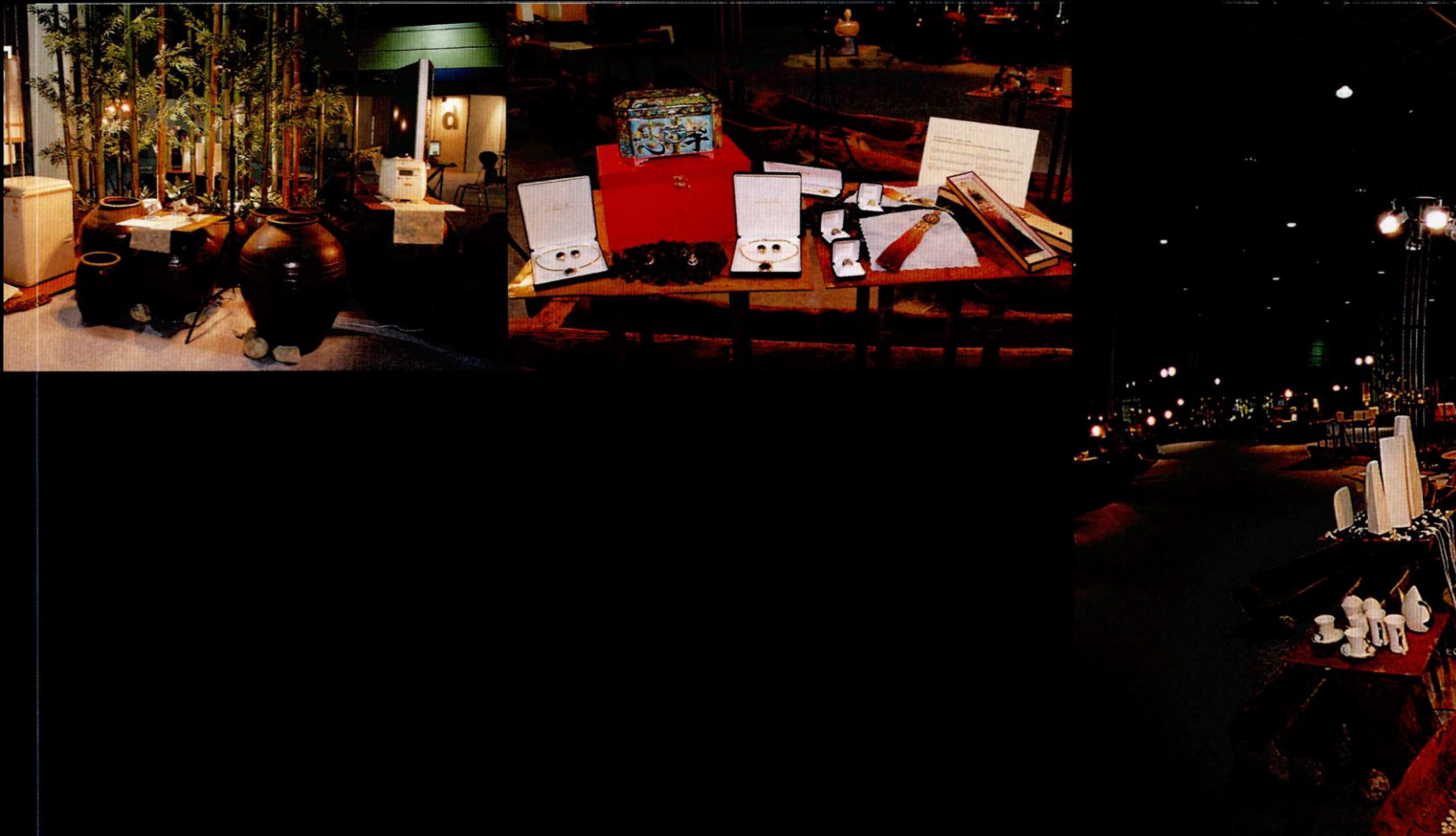
운송(Tomorrow's Transport) ② 정보와 통신(Information and Communication) ③ 재생과 재활용(Recycling and Reusing) ④ 공동체의 공간(Space for the Community) ⑤ 패션과 정체성(Fashion and Identity), 그리고 ⑥ 신소재(New Materials)와 같은 구체적이며 전지구적 차원에서 해결되어야 하고 인류의 당면 과제로 발의된 의미 있는 주제들을 반영한 것들이다.

'디지털 코리아'전은 전경련 산업디자인특별위원회 회원사인 삼성전자, 싸이, LG전자, 한국타이어, 한샘, 현대자동차가 '디자인잇'전의 6개 주제를 기업 차원에서 대안을 제시하는 전시이다. '디지털 코리아'전에 전시된 결과물들은 기업의 단순 홍보를 넘어서 사회 문화적으로 의미를 담고 있으며 기업과 시장 그리고 사회의 새로운 관계를 설정하고 비전을 조망한다. '디자인잇'전이 새로운 밀레니엄 문화의 근간이 될 아셈 회원국간 젊은이들의 자유로운 상상력을 바탕으로 구성된 문제 중심의 주니어 프로젝트라면, '디지털 코리아'전은 이를 후원하고 트렌드를 확인하는 기업 시니어 디자이너들의 프로젝트가 상호보완적으로 병치되어 유기적 관계를 형성하는 전시이다.

'2000 코리아 아이덴티티'전은 일상의 적용 사례로서 한국의 대표적인 이미지와 오브제, 한국 문화와 산업 정체성의 단면으로 구성된 전통문화상품, 첨단기술상품, 혁신적으로 디자인된 상품 등 총 120여 점이 출품되었다. 산업자원부, 문화관광부, 한국산업디자인진흥원(KIDP)에 의해 선정된 이 상품들은 한국의 전통과 미래를 그대로 반영한 것들로서 한국의 문화적 정체성을 확인할 수 있는 기회다.

그밖에 우주와 전통을 주제로 한 홀로그램피전과 한국의 보석, 귀금속 디자인전, 패션 갈라쇼 등의 전시와 이벤트가 마련되었다. 이러한 모든 것들이 한 공간에서 어우러질 수 있다면 그것은 포스트 모던의 유토피아가 될 것이고 그렇지 못할 경우 이것은 디스토피아 그 자체가 될 것이다.





## ASEM 서울회의 개최 의의와 기대효과 - 전시의 궁극적 이유

주지하고 있듯이 1990년대 들어서 냉전 종식에 따라 정치적으로는 미·소를 축으로 하는 양극체제가 무너지고, 경제·사회적으로는 세계화가 대두되면서 아시아, 북미, 유럽 등 3개 지역을 축으로 한 새로운 국제 질서가 형성되고 있다. 따라서 이들 세 지역간에 상호대화의 채널을 확립하고 또한 균형적인 관계를 발전시켜 나가는 것이 세계 경제의 안정적 성장뿐만 아니라 세계 평화와 안전을 위해서도 매우 중요한 과제로 부상하게 되었다. 북미는 범대서양 자유무역지대(TAFTA)의 구상을 비롯하여 정치·안보·경제·문화 등 모든 분야에서 전통적으로 유럽과 긴밀한 관계를 구축하여 왔고, 아시아와 북미관계도 1989년 발족된 아시아·태평양 경제 협력체(APEC)를 중심으로 역내 협력이 꾸준히 발전되어 왔는데, 이에 비해 아시아와 유럽지역의 관계는 상대적으로 연계성이 미약하여 북미·유럽·아시아·북미간의 관계에 뒤처지는 실정이었다.

1990년대 들어 유럽의 주요 국가들은 경제적으로 급성장하고 있는 한국·홍콩·싱가포르 등 아시아의 신흥 경제국들과의 관계 강화에 관심을 보이기 시작했고, 아시아 국가들도 유럽과의 관계 강화 필요성을 인식하여, 양 지역간 상호관계 강화를 위한 공동 모색이 시작되었다. 이에 따라 1994년 10월 싱가포르를 양 지역 국가 정상들이 한자리에 모여 대화를 나눌 ASEM 창설을 제의하였고, 이에 따라 한, 중, 일, 아시아와 구주연합(EU) 측이 동의하여 제1차 ASEM이 1996년 3월 태국에서 개최됨으로써 본격적으로 출범하게 되었다.

ASEM이란 Asia-Europe Meeting을 줄인 말로, 한, 중, 일 및 아시아 7개국(말레이시아, 브루나이, 베트남, 싱가포르, 인도네시아, 필리핀, 태국)과 구주연합(EU) 15개 회원국(그리스, 네덜란드, 덴마크, 독일, 룩셈부르크, 벨기에, 스웨덴, 스페인, 아일랜드, 영국, 오스트리아, 이탈리아, 포르투갈, 프랑스, 핀란드)의 국가원수 및 정부수반과 EU 집행위원장 등이 모여서 2년에 한번씩 개최하는 아시아, 유럽 정상회의를 의미한다. ASEM은 회원국 정상들간의 자유로운 의견 교환의 장으로서 정치, 안보, 경제, 사회, 문화 등 다양한 분야에서 아시아와 유럽 양 지역의 공동 발전과 번영을 지향하는 정부간 협력체이다. 그러나 ASEM은 구속력이 있는 결과를 도출하기 위한 협상기

구는 아니며, 탄력성과 역동성을 가지고 포괄적인 관심사를 논의하는 열린 기구이고 이러한 점이 무역, 투자 등 경제 협력에 주안점을 두는 일부 지역협력체와 다르다고 볼 수 있다.

제1차 회의는 1996년 3월 태국 방콕에서, 제2차는 1998년 4월 영국 런던에서 제3차가 지난 10월 20일, 21일 서울에서 각각 개최되었으며, 제3차 회의에서는 그간의 제 1, 2차 회의 협의내용을 바탕으로 21세기 아시아와 유럽간 협력을 본격화 하기 위한 논의가 진행될 것으로 기대된다.

우리 나라는 그동안 제 1, 2차 ASEM에 적극 참여해 왔을 뿐만 아니라 다양한 협력사업에도 활발히 참여함으로써 ASEM 발전에 기여해 왔다. 이번 3차 정상회의를 계기로 향후 ASEM을 발전시켜 나가는데 있어 우리의 역할은 더욱 중요해질 것으로 전망된다.

ASEM III 서울 개최로, 첫째, 아시아·유럽간 협력의 발전에 기여함으로써 그간 국내에서는 타지역에 비해 상대적으로 교류가 미약했던 유럽과의 협력 중요성을 부각하는 기회가 되고 둘째, 대북 포용정책 등 우리의 외교정책에 대한 ASEM 회원국의 지지 확보와 회원국간 무역, 투자 등 실질적인 협력관계를 확대하는 주요 외교목표 달성 기회를 맞게 되었으며 셋째, 우리 역사상 최대 규모의 다자간 정상외교 행사를 성공적으로 개최하여 국가 위상 및 국가 신인도를 제고하고 우리의 전통문화 소개 및 선진 시민의식으로 국민적 자긍심을 고취하며, 넷째, 관광 진흥의 부수적 효과를 기대하는 국제회의산업 발전의 계기를 마련하게 될 것이다. 당연히 '테크노 가든'이라는 공간은 이러한 구체적인 이해를 반영해야 했다.

## '테크노 가든' 전의 연출개념 : 의미, 효과를 기대하며

'테크노 가든'은 페어(fair)나 트레이드 쇼(trade show)처럼 출품 및 참여기관의 자율적이고 통제된 형식으로 구성되는 일반적인 임시성(ephemeral) 전시의 연출 양상과는 달리 차별화된 개념 공간의 구축이 요구되었다. 강화된 소방관계법의 시행 및 조명 연출상의 난제, 설치조건의 제약과 한정된 예산, 참여 주체들의 다양한 이해관계 수렴 등 구상의 제한 요소들로부터 자유롭지 않았지만 물리적인 한계 상황과 절충하는 선에서 공간의 레이아웃이 이뤄져야 했다.

무엇보다도 테크노 가든의 공간은 첫째, 한국의 정체성을 적극 반영, 연출의 형식과 재료에 있어 한





‘2000 코리아 아이덴티티’ 전시 디스플레이 전경.

한국의 전통과 미래를 반영한 120여 점의 전시 작품을 통해 한국의 문화적 정체성을 확인할 수 있다.

국을 상징하는 여러 가지 전통적인 요소들을 활용하고, 설치미술, 비디오 아트 등 현대 예술의 미학적 요소를 적극 반영하고 있다. 둘째, 친환경적이며 정적인 느낌을 구현하기 위해 직선보다는 곡선을, 조용한 스펙터클, 기계와 자연의 어울림, 재활용될 수 있는 재료의 사용 등이 적극 고려되었다. 테크노 가든 전체 연출 개념은 동양과 서양, 전통과 새로운, 자연과 문명, 명상과 기술, 환경과 개발이 한 자리에 만나 어우러지는 ‘터’로서 인류의 미래와 새로운 생명, 꿈, 그리고 인류문화의 새로운 뿌리가 생성되는 장소를 상징한다. ASEM 회원국의 국가 이미지를 상징하면서 회의 참가자들을 환영하고 맞이하는 마중 공간인 어울림 스테이지는 보편적 인류 문명의 비전을 약속하는 한국의 ‘루(樓)’이다. 동서, 음양, 문물의 조화로운 비전을 태동시킨 이 핵심공간으로부터 뻗어나는 나선(spiral)은 유라시아의 점진적 공영의 이미지(symbiotic image)를 상징하는 디지털 나선으로, ASEM 회원국 국가 이미지의 도상(icon)들이 동상(動像)과 사상(時像)으로 공명하는 미래적 현전이다. 역동적 나선이 형성하는 경계는 유럽-아시아 비전의 과제로 상정된 주제구역(designit + Digital Korea: 마당)과 우리의 현상적 정체성(2000 Korea Identity: 숲)을 가로지르며 ‘숲 속의 터’를 조명한다. ‘마당’은 유럽과 아시아의 젊은 꿈이 여우는 어른들의 과거이며, ‘숲’은 우리의 현재와 미래, 그리고 고유한 숨결이 느껴지는 오래된 미래를 담고 있다.

‘디자인잇’ 전시는 ASEM III 기념특별전의 핵심공간으로 ‘디지털 코리아’ 전과 함께 테크노 가든 전체 공간의 마당에 해당된다. 주제별 과제관(designit 부스)과 기업관(Digital Korea 기업부스)의 주제별 유기적 조화를 전제로, 개념전(concept presentation)으로서의 전시 성격을 반영, 주제별 기업관 사이에 자연스럽게 형성된 연계 공간에 배치되어 프로젝트 진행과정과 결과를 동시에 보여줄 수 있는 영상전시 공간으로 조성하였다. 전시구역은 나선형의 구조로 둘러싸여 있으며 전시의 경계는 없다. 그러나 매스로서의 각각의 영역은 존재하며 스테이지에서 볼 때 행사장은 한국적인 정원과 숲이다.

‘2000 코리아 아이덴티티’전은 ‘디자인잇’ 및 ‘디지털 코리아’ 전시 내용 및 형식의 유기적인 관계 속에서 연출된다. 첨단기술상품, 우수 디자인상품, 문화상품 등 한국을 대표하는 3개 범주의 밀레니엄 상품(MP) 120여점은 마당을 둘러싸는 3개의 숲을 구성하고, 디자이너와 설치 연출가의

상상력에 의해 각기 독특한 이미지를 갖는다. 3개의 다른 형태의 숲 속에는 각 범주별로 로봇과 자동차를 비롯하여 가구와 골무에 이르기까지 다양하고 상이한 성격의 선정 상품들이 최소한의 유기적 통일성을 지닌 설치 조형물의 형식으로 배치되었다. 이 전시물들은 나무, 숲, 연못, 물고기, 모니터 속에 보이는 디지털 이미지들과 생태학적인 재료들 사이에 놓여 자연물과 인공물의 묘한 조화를 의도한 연출 기획에 합치되었다.

상기한 바와 같이 ASEM III 기회를 빌어 디자인 중심의 종합적인 전시행사가 이뤄진 것이 고무할 만한 일인 것 하나 애초에 이 행사의 촉매작용을 했던 ‘디자인잇’ 프로젝트가 정보기술(IT)과 가상 네트워크를 통한 자유롭고도 다차원적인 국제 교류였던 점을 감안할 때, 이제는 ‘이것이 디자인인가, 디자인이 아닌가!’ 하는 장르 구속적인 마인드에서 좀더 시야를 넓혀 우리의 사회와 동시대성에 관한 진정한 다제적 문제 접근(inter-cross multidisciplinary approach)이 발화되는 계기로 작용하길 바란다. 인류 공동의 당면 과제를 해결코자 하는 각계의 아이디어와 노력이 상호 중첩되어야 하겠으며, 그 단면을 들여다볼 때 아직도 밀접하게 협동하지 못하고 각계의 피상적이고 국부적인 이해관계가 복잡하게 얽혀 있는 현실은 삶의 현장 도처에 존재해 있다. 이 전시가 대국적 건지의 부대행사나 진치의 용두사미가 되기 보다는 오히려 앞으로 산업계, 문화계, 학생들에게 미래 희망의 메시지를 전달하는 기회가 되길 바란다.

**최익서** 홍익대 산업디자인학과 및 동대학원을 졸업하고 도무스 아카데미(Domus Academy)에서 수학했으며, 건국대·숙명여대·홍익대·KAIST 강사를 역임했다. 현재 (주)alt-c 문화기획팀 이사이며, 홍익대 도시건축대학원 강사로 활동하고 있다.



# 세계가 선택한 고품위 종이-

앞선 기술력으로 폭스리버 페이퍼가 만들어 드립니다.

세계적인 그래픽 디자이너들은 수많은 경험, 신기술에 대한 끝없는 도전과 투자, 기술축적 등으로 100여년의 전통을 자랑하는 폭스리버 페이퍼를 선택합니다.



Fine Quality Papers

## 휘라레

정직함을 느끼게 하는 전통적인 직물무늬와 잘 조화 된 다양한 칼라, 적당한 강도로 모든 작업을 소화 할수 있습니다.

## 테 톤

자연스러운 펄트무늬로 처리된 품격있는 그래픽 인쇄 용지로 파스함과 부드러움을 느끼게 하며 다양한 색상 선택이 가능한 고급표지 및 내지 전문용지입니다.

## 스타화이트 빅스버그

탁월한 인쇄면과 뛰어난 발색으로 깨끗한 이미지를 표현하는 백색, 미색 계열의 전문 인쇄 용지로 다양한 평량을 선택할 수 있습니다.

## 선던스

경제적인 가격으로 고급스러운 분위기를 연출하는 선던스는 펄트무늬와 직물무늬 두가지가 있으며 종이 그대로의 느낌을 100% 전달할 수 있는 용지입니다.

## 라이싱 판화지

풍부한 종이의 깊이를 느끼게하는 고급 중성 라이싱 판화지는 전통적인 판화지 제조 기법에 의해 생산되어 지며 판화작업 뿐만 아니라 일반 인쇄물 작업에도 쉽게 적용할 수 있습니다.

## 퀘스트

100% 재생펄프로 만들어진 퀘스트는 환경친화적이며 종이 자체의 티끌에서 나오는 자연스러운 재생효과와 부드러운 칼라가 고급스러움을 더해줍니다

## 게인즈

개별적으로는 독특하며 전체적으로는 아름다운 게인즈는 펄트 처리된 특수한 싯돌 무늬의 종이로서 신세대 디자이너를 위한 최고급 재생용지입니다.

## 에버그린

전통적인 느낌을 위해 개발된 에버그린은 단순하고 꾸밈없는 재생용지이며 매끈한 표면은 어떠한 인쇄 가공에도 용이합니다.



이 광고 어디에 박 아이디어가 숨어있을까요 ?

J&B Blended Scotch Whisky, 40% Alc. by Vol., Imported by The Roddington Corporation, Ft. Lee, NJ © 1989.

ingle ells,  
ingle ells.

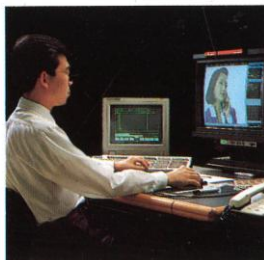
The holidays aren't the same without **J&B**

J&B Scotch Whisky. Blended and bottled in Scotland by Justerini & Brooks, fine wine and spirit merchants since 1749.  
To send a gift of J&B anywhere in the U.S., call 1-800-528-6148. Void where prohibited.

세계적인 스카치 위스키 J & B의 크리스마스 시즌 광고다. 헤드라인은 "J & B가 없는 크리스마스는 같을 수가 없습니다" 무슨 소리지? 한번 읽어보라. 잉글 엘스, 잉글 엘스????????? 이게 무슨 소리야? 크리스마스 시즌광고라는 것을 염두에 두고 다시한번 읽어보자. 잉글 엘스, 잉글 엘스, 뽀뽀뽀... 무언가 온다! 감이 잡힌다! 그래 바로 그렇다. 정글 벨스 정글 벨스에서 J자와 B자가 빠진 상태다. J & B와 함께 지내는 크리스마스는 정글 벨스 정글 벨스의 기분, 너무나도 기분좋은 것이고 J & B 한잔도 없이 지내는 크리스마스는 잉글 엘스 잉글 엘스 정도의 반쪽 기분이라는 이야기. 녹색 바탕이 포인 세타의 푸른 잎을 연상케해 크리스마스 기분에 찢게 한다.

지금 구상하고 계신 작품을 한번  
저희 삼화칼라에 맡겨주십시오.  
저희 삼화칼라는 국내 최선의  
장비를 보유하고 있어 어떤작품도  
멋지게 뽑아 드리겠습니다.

저희는 최선을 다합니다.  
지금 작업중인 이 일이  
여러분 '필생의 대표작' 일지도 모르기 때문에...



#### 삼화가 보유하고 있는 장비

- 토탈스캐너 사이텍스 시스템
- 스캔 스킨터미널 2대
- 스캔뷰어, 스캔스케일, 스캔셋트
- 투사용 농도계, 반사용 농도계
- 자동음색 소부기, 교정기
- 프린터 : EPSON STYLUS PRO 9000  
(해상도 1440×720dpi)



**(주)삼화 칼라**

전화: (대) 2273-7058, FAX: 2267-8963



부모님이 오신다

명절때마다 먼 길을 마다 않으신다

그래도 늘 편안하다고 하신다

아시아나를 탔기 때문이다



아름다운 사람들

**아시아나항공**