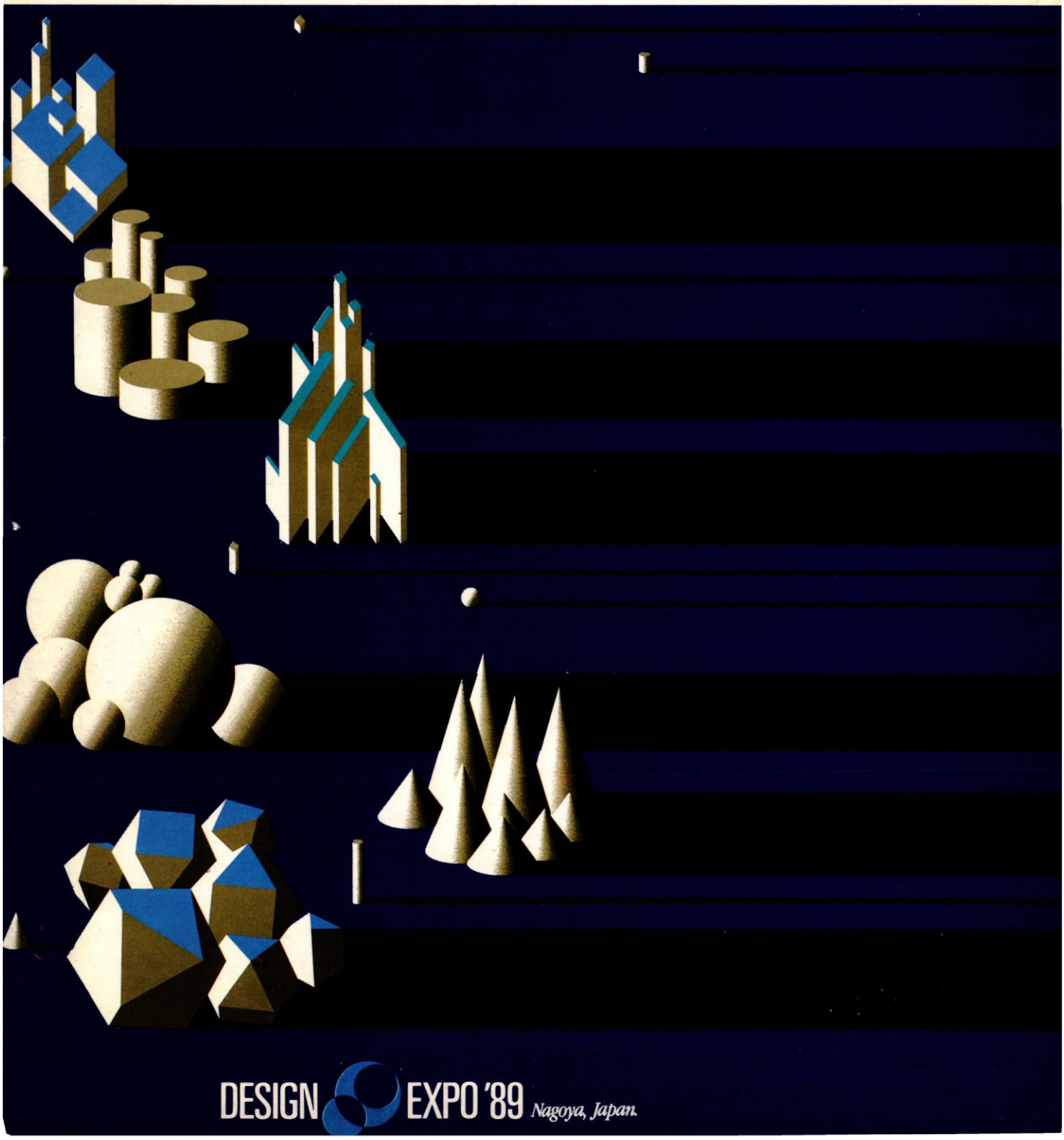
산업디자인 94

INDUSTRIAL DESIGN 1987 VOL.18

특　　집 : 한·일 디자인 세미나
연 구 논 단 : 알바르 알토의 가구 디자인 연구
디자인정보 : 디자인 엑스포 '89
기 획 연 재 : 세계 유명상품 디자인사



동양최대규모의 주방가구메이커,오리표

세계24개국수출

주방가구업계에서는 오리표씽크 뿐입니다.



「시스템 키친 — 하이본260」

ORIPYO HOMAG

17년전, 국내 최초로 입식부엌문화의 새로운 장을 연 동양 최대규모의 주방가구 종합메이커 오리표 —

이제 주방가구 제조기술의 세계적 권위를 지닌 「독일 호막그룹」과 손을 잡고 세계속의 상표로 그 부동의 위치를 더욱 굳혀가고 있읍니다.

뛰어난 품질과 디자인으로 미국, 일본, 캐나다, 영국, 남미, 동남아, 중동, 아프리카 등 세계 24개국의 주부들에게 사랑을 받고 있는 오리표.

세계 24개국에 수출하는 주방가구 메이커는 국내에서 오리표씽크 뿐입니다.

주방가구업계 최초의 종합전시판매장

- 국내최초의 대규모 주방가구 종합전시판매장에서는 오리표 주방가구 전제품을 전시, 상담 및 판매하고 있읍니다.
- 주방에 관한 각종 정보의 제공은 물론 150여석의 좌석을 마련, 여성을 위한 각종 행사장소로 무료 제공하고 있읍니다.

위치: 서울 강남구 반포동 745번지(금성빌딩4층)
전화: 548-1201, 547-5252

세계로 도약하는
주식회사 오리표
본사 : 554-1201(代)
소비자상담실 : 554-1477

산업디자인 94

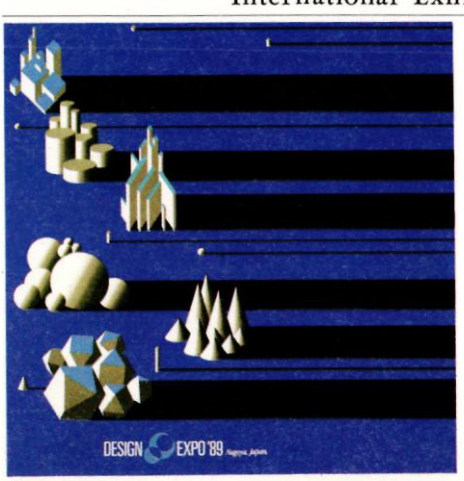
1987 VOL 18

INDUSTRIAL DESIGN

목 차

Contents

특 집	제3회 한·일 디자인 세미나 The 3rd Korea-Japan Design Seminar		
	●전통 문화와 디자인	박대순	2
	●디자인과 문화	정시화	4
	●공업과 공예의 융합	나카네 키요시	6
	특성있는 지역문화 창출을 위한 디자인의 역할 The Role of Design for the Creation of Peculiar Regional Culture		
	●전통과 현대의 유기적인 통합	박한유	8
	●문화와 디자인의 현실체의 명확한 구명	민경우	9
	●산업발전과 디자인의 역할	박해동	13
	●전통 문화를 계승 발전시킨 산업디자인 개발	심효섭	18
	●귀금속 공예 산업 디자이너의 육성 방안	신권희	21
	●특성있는 전통문화의 창출	김태호	22
연구논단	알바르 아알토의 가구 디자인에 대한 연구 The Study on Furniture Design of Alvar Aalto	한영호	24
디자인 정보	수면 시간과 침구 규격이 생활에 미치는 영향 Influences on Life by Sleeping Hours and Size of Beddings	한상덕	36
	디자인 엑스포 '89 Design Expo '89		42
기획연재	세계 유명상품 디자인사 Design History of World Famous Products	편집실	46
지상중계	제4회 금성 산업디자인 공모전 수상작 GS Industrial Design Competition		49
	'87일러스트레이션 공모전 수상작 '87 Illustration Competition		54
	조형 심포지움 2000 Design and Architecture Symposium for the 2000s		58
신제품 소개	국내외 신제품 소개 New Products		65
디자인 뉴스	디자인 동서남북 Design News		70
디자인 자료	국내외 디자인 관련정보 자료 Latest Information on Industrial Design		76
기 타	1987년 11·12월 해외 전시 일정 International Exhibition/November-December 1987		78



1989년 일본의 나고야시에서 개최되는 디자인 엑스포'89는 꿈, 디자인, 인간애를 테마로 하여 디자인을 통해 인류의 꿈을 실현시키고자 하는 세계 최초의 디자인 종합 박람회이다.

표지는 유사쿠 카메쿠라가 제작한 디자인 엑스포'89의 공식 포스터 중의 하나로서 원형, 3각형, 4각형 그리고 다각형을 입체화하여 각각의 형태를 건축적으로 조합시킨 작품이다.

出版委員 : 朴漢裕·李大成
企　　劃 : 金暎民·金宰弘
編　　輯 : 李敦圭·金珠美
寫　　眞 : 黃善柱

●隔月刊『산업디자인』通卷 第93號, Vol.18
●發行人 겸 編輯人 : 李 光 魯
●發行·編輯 : 한국디자인포장센터
●發 行 日 : 1987年 10月 31日
本　　社 : 서울特別市 鍾路區 蓮建洞 128-8
Tel.(762)9461~5, 9130~7, (744)0226~7
示範工場 : 서울特別市 九老區 加理峯洞 第2工團
Tel.(856)6101~4
釜山支社 : 釜山直轄市 北區 鶴章洞 261~8
Tel.(92)8485~7
●登錄番號 : 바-599號
●登錄日字 : 1971年 1月 14日
●印刷·製本 : 한진인쇄공사
●寫眞植字 : 大 通

본지는 한국 도서 윤리위원회의 잡지 윤리 실천 강령을 준수한다.

제3회 한·일 디자인 세미나

한국디자인포장센터에서 한·일 디자인 교류 및 양국 디자이너 상호간의 친선을 도모하기 위해 1984년부터 실시해 온 한·일 디자인 세미나가 금년에 세번째를 맞아 지난 10월 14일 동 센터 대회의실에서 열렸다.

「전통 문화와 디자인」이라는 주제로 열린 이번 세미나에는 국내의 제품 및 시각 디자인 전문가 30여 명과 일본의 디자인계 관련 인사 11명이 참석하여 분야별로 양국 대표 2명씩의 주제 발표가 있었는데, 본지에서는 이들 발표 내용을 발췌·소개한다. 〔편집자 주〕

전통 문화와 디자인

박 대 순 한양대 산업미술과 교수



"전통을 존중하는 일은 때때로 전통주의와 혼동되기 쉽고 항상 불리한 평가를 받기 마련이지만 그것은 일정한 문화의 지속적·계속적인 축적을 전제로 하고 있기 때문에 문화의 창조에는 필수적인 조건이 되어 있다."

인류는 가장 원시적인 생활단계로부터 이미 사회 집단을 만들어 생활하면서 문화를 창조하고 보전하여 왔다고 생각한다. 그러나 초기에는 동물과 별로 차이 없이 문화교섭이 없는 생활을 하였을 것이라고 믿어진다. 그러다가 점차로 시대가 발전하게 됨에 따라 인간은 문화를 보전하면서 이와 같은 시기가 과연 언제부터였는가라는 문제를 생각하지 않을 수 없게 되었다. 그러나 이를 위해서는 문화 발생 이전에 먼저 문화의 개념이 전제되어야 했을 것이다. 즉, 인간 사회에 있어서 문화의 원시적 발생이라는 문제를 생각할 때 문화의 존재를 표시하는 어떠한 현상을 파악하여 이것을 바탕으로 해결해야 했을 것이다.

이러한 현상으로 언어, 종교, 예술, 도구 등의 원시 기술을 들 수 있는데, 이런 것들이 인간 사회 속에 나타난 것은 원시시대로부터 훨씬 발전한 구석기시대의 일이라고 생각된다. 이 시대에 이르러 한 민족이 형성되고 그 민족 생활의 역사적 발전 과정 위에서 형성된 정신적 경향 및 성격이 많은 시대를 통하여 전승되어 하나의 근본적인 힘으로서 후세의 문화 창조를 구성해 온 것이라고 할 수 있다. 특히 예술상의 전통은 취미, 형식, 감정, 표현, 태도, 기법 등에 관한 일정한 지속적 특징을 가지고 민족의 예술 정신을 일관시켜 한 민족의 양식을 세웠다고 생각된다.

이런 전통 속의 예술적 형성 위에

일정한 고정된 「형」이 성립되고 개개의 예술가의 창작 활동을 지배하는 경우 소위 인습(convention) 현상이 생기는 것이다. 독창적인 예술가의 창작도 많게 또는 적게 전통에 의거하고 인습적인 형성 인자를 포함하게 되는데, 이 요소가 자각하지 못하는 사이에 조장되어 예술의 개성적 창조성을 망각하고 표현의 내적 필연성을 상실할 경우에는 나쁜 의미의 인습에 의한 폐해가 생기게 된다.

그리하여 예술의 혁신 운동은 전통에 대한 반역의 형태로서 나타나게 되고 새로운 시대의 예술 의사(意思)를 가지고 전래의 형식을 타파하려 하게 되는 것이다. 그러나 사실에 있어서는 예술적인 창조는 조상으로부터 풍부한 정신적 유산을 이어받어 뿌리 강한 역사적 전통의 힘에 의지하지 않으면 건전하게 발전할 수 없으며 한 나라의 문예라든지 미술에 있어서도 그의 고유한 전통이 있음으로써 중요한 의의를 갖는다는 것은 부정할 수 없는 사실이다.

특히 한 민족이 민족적 자각이 높아지는 시기에 있어서는 전통의 권위가 신성화될 정도로 존중되는 때도 있다. 근대 문예에 있어서의 개성 강조의 경향에 대한 반동으로 프랑스에서 일어난 전통주의의 기원도 종교적인 것에 준거하여 조국의 예술적 전통을 보호하고 유지하려는 자각에서 출발된 것이라고 본다.

그러나 또 다른 시각에서는 전통 문화를 주관적 가치 판단에 의하여 파악되는 것과 그렇지 않은 것과는 구별이 되어야 한다고 보는 사람도 있다. 그 하나는 주관적인 가치 판단에 의하지 않고 객관적인 존재로서 과거로부터 현재에 전해진 사상, 관행(慣行), 행동, 기술의 양식 등은 관습으로서 과거로부터 연속성을 가진 문화 유산에 불과하다고 보는 것이다. 거기에 비해 전통은 같은 문화 유산이라 할지라도 현재의 생활에서 볼 때 어떤 주관적인 가치 판단을 기초로 하여 파악된 것을 말하며, 반드시 연속성을 필수 조건으로 하지 않아도 된다고 한다. 그것은 어느 시대에 전적으로 망각되었던 것이 후대에 이르러 전통으로 되살아 나는 일을 흔히 볼 수 있다는 것으로 설명된다. 이와 같이 잊었던 것이 새삼 전통으로 되살아나는 것은 그 시대 사람들의 주관적 가치 판단에 의하여 재평가되기 때문이다. 이 문화 유산의 재평가가 전통의 기본이 되기 때문에 단순히 옛 것, 인습 또는 누습(陋習)은 전통이라고 하지 않는 시각도 있다.

전통은 이처럼 문화 유산을 재평가 하는 일이 불가결한 요소이기 때문에 그 담당자는 일정한 종교적·정치적·경제적 또는 사회적으로 확고한 결합체이어야 하며, 그것을 평가할 수 있는 능력을 갖추고 있어야 한다. 문화의 전통이라는 것은 이처럼 여러 가지 조건을 전제로 하고 있는 것이다.

전통을 존중하는 일은 때때로 전통주의와 혼동되기 쉽고, 항상 불리한 평가를 받기 마련이지만 그것은 일정한 문화의 지속적·계속적인 축적을 전제로 하고 있기 때문에 문화의 창조에는 필수 조건이 되어 있다.

그러나 한편으로는 전통이 갖는 권위는 그 담당자의 집단이나 공동체의 구성원에게 전통에 대한 애정, 애착 또는 구속을 갖게 하여 거기에 맡기려는 신념 체계를 강화하기 때문에 공동 생활의 통일화 또는 재인식이 조장되어 다른 집단이나 공동체에 대해 이질감이 생기는 경우가 있다. 따라서 집단이나 공동체가 내부적·외부적으로 위기에 빠졌을 때 전통은 다른 집단이나, 공동체에 대해 우월감이나 배타적 감정을 갖게 하는 결과가 되어 때로는 민족의 독립이나 자각을 높이는 수도 있으나 때로는 편협한 지역 근성 또는 내셔널리즘의 발전을 촉진할 경향을 내포하고 있는 경우도 있다. 이상과 같이 전통 문화에 대한 이해나 해석은 다양하다고 하겠다.

한편 디자인에 있어서 전통이란 지나간 긴 세월 속에 창조되고 계승되어 온 패턴 그 자체 또는 그것을 낳게 하고 지탱해 온 디자인의 방법과 이데올로기를 지칭할 수 있다. 따라서 구상화되어 있으며 시각적으로 볼 수 있으며 전통적인 패턴이라고 말할 수 있는 것은 전부 포함된다고 할 수 있다. 그러나 무엇이 전통적인 패턴이고 어떠한 방법과 이데올로기가 전통인가에 대해서는 현대가 발견하는 것으로서 모든 시대에 공통으로 존재하고 객관화되어 있지 않으면 안 된다고 본다. 그러기 때문에 과거 지나간 모든 디자인이 전통적인 것이라고만 볼 수 없다. 즉, 현대의 창조 활동에서도 검증의 의의가 있으며 장래에 대해서도 길게 전승되어 갈 수 있는 가능성이 있는 것에 대해서만 전통이란 이름을 붙일 수 있을 것이다.

디자인에 대한 전통을 이상과 같이 생각한다면 첫째로, 전통은 미래와 과거의 디자인을 현재에 접합시키는 데 큰 역할을 한다고 볼 수 있다. 지금까지 디자인계가 이데올로기나 방법에 있어서 진행해야 할 방향을 잃어버리고 방황하는 막다른 골목에서 좌절을 느끼고 있을 때 전통이 우리를 가끔 되돌아 보게 한 것은 전통을 통하여 미래의 역사적 방향과 수단을 탐구하려는 노력의 하나라고 하겠다.

둘째로는 전통적 작품의 위대함을 배움으로써 그 창조를 지탱하고 있는 인스피레이션(Inspiration)이나 역사를 더불어 배울 수 있다는 것이다. 이러한 사실은 동시에 자칫 잘못하면 외형만의 디자인에 쫓겨 시대 흐름에 편승해 버리거나 역사적 방향을 잃기 쉬운 이 때 출발과 반성에 대하여 적절한 하나의 지침을 줄 수 있는 것이다.

세째는 창조의 경제성에 관한 문제이다. 인간이 오랜 시일에 걸쳐 길러온 패턴이나 디자인 형식은 세련된 미적, 역사적, 사회적 가치가 높은 것이 많으며 현대에 있어서 디자인 정보로서 뿐만 아니라 그 자체만의 형(形)으로서도 이용 가치가 높은 경우가 많이 있다. 물론 전통적 패턴의 이미지 모방은 빈곤한 창조 정신의 입증으로서 사용될 위험이 충분히 있으나 과거에 축적된 디자인을 계승하는 것도 또한 전통의 효용임은 다를 바가 없는 것이다.

우리 나라의 전통적 디자인의 특성은 전통적 디자인의 대부분이 자연으로부터 척출된 자연의 상징이라는 점에 있다. 예를 들자면 와당이나 청자의 장식이 식물이나 동물로부터 척출된 디자인이며 궁중의 정원 등은 대자연이나 세계관의 상징이였다고 할 수 있다. 그러나 인간이 정면으로 나와서 주역을 연출하는 기독교 문화에 있어서의 디자인과는 상당히 이질적인 데가 있다. 따라서 우리 나라 디자인 전통 속에는 세계관 또는 자연을 상징하는 하나의 전형에 대해 접근하려는 자세를 항상 볼 수 있다. 여기에는 전통적인 패턴을 부정하고 극복하는 데서 새로운 디자인을 창조하려는 정신은 볼 수 없으나 하나의 패턴을 되풀이하면서 여기에 안주하여 이것을 세련화하려는 의도가 많이 보인다. 이러한 의미에서 우리 나라 디자인의 전통에는 단절된 의식이 없었다고도 할 수 있다.

그러나 오늘의 객관적 상황은 전통의 단절을 요구하는 일이 많이 있다. 이는

되풀이 보다는 개성적 창조를 요구하기 때문이다. 가령 단절감의 의식을 무시하고 있는 조건을 든다면 후진국적인 민족 의식과 세계 또는 우리 나라의 디자인 분야에 있어서 근대화된 전통적 디자인이 가끔 높은 상업적 가치를 갖는 데 있다. 특히 우리 나라의 전통적 패턴은 오랜 역사적인 원류를 가지고 있으며 오늘도 그것이 살아 있는 것은 주로 이러한 전통에 의해서라고 생각된다. 그러한 예로는 고려청자 등에서 모조품 제작이 권장되고 있는 것으로도 알 수 있다. 이러한 성격은 본질적으로 일본이나 중국과 마찬가지로 동양 공통적인 것이다. 그렇다면 같은 동양에서도 우리 나라 디자인의 독자성을 어떻게 발전시켜 나갈 것인가? 그것은 내외를 불문하고 이질적인 것도 흡수 동화시켜 양자를 공존케 하는 관대함과 이것을 긍정하는 철학이 있어야 한다고 본다. 이질의 것과 공존하면서 이루어지는 발전을 통해서만이 우리 나라의 디자인에 하나의 특성을 살려 낼 수 있을 것이며, 그러기 위해서는 동시에 단절감 없는 전통의 계승과 부정 없는 부정의 되풀이가 계속되어야 한다고 생각한다. 그러기 때문에 차원 높고 간결한 기능적인 것으로만 우리 나라의 전통적 디자인을 풀어나갈려고 하지 말아야 할 것이다. 왜냐하면 불교나 유교 또는 각종 민예에서 볼 수 있는 채색 화려한 장식 등도 또한 전통적인 것이기 때문이다. 나아가 양자가 한 시대뿐만 아니라 디자이너 한 사람의 인간 내부에서도 공존하면서 질적으로 서로 대립한 디자인을 개인이 창작하여도 흐트러짐이 없을 때 오늘날 전통 문화 속에 디자인이 발전할 수 있다고 생각한다.

디자인과 문화

정 시 화 국민대학교 조형학과 교수



"현재의 우리의 상황은 우리의 전통 문화가 갖고 있는 특질을 디자인에 융합하는, 디자인과 문화와의 관계보다는 더욱 보편적인 기술적 완벽성과 완전함을 통해 오늘날 우리의 삶의 보편적인 질을 성취하는 노력을 경주해야 할 시대이다."

나는 문화와 디자인의 상호 관계에 대해서 거론하기 전에 이 두가지 주제에 대해서 먼저 검토해 볼 필요가 있다고 생각한다. 문화를 연구한다는 것은 인간의 사회적 행동과 그 행동의 산물을 연구하는 것이다. 또 인류의 역사를 조감해 보면 사람들이 사용하기 위해서 만든 대부분의 많은 물건들은 어떤 시각적 형식을 갖추었고, 또 인간의 믿음이나 사상 등도 이러한 시각적 형식으로 기록되어 왔음을 알 수 있다. 이와 같은 인간의 행동과 사유의 산물을 물질 문화(Material Culture)라고 정의할 때에, 인간이 창조한 여러 가지 물건, 예를 들면 주택, 도구, 기계, 모뉴먼트, 미술품까지도 인간의 문화적 행동의 산물이라고 말할 수 있다. 따라서 지금 여기서 논의하고자 하는 디자인과 문화에 관한 주제도 이와 같은 물질 문화의 측면에서 벗어나서는 그 정곡을 파악할 수 없다고 생각한다.

수만년 이상의 인류의 역사 가운데에서 어느 때는 지구의 동쪽 어떤 지역에서 인간의 지혜가 먼저 발달하여 그것이 서진하거나 남진할 때가 있었는가 하면, 또 어떤 때에는 서반구의 어느 한 지역에서 인간의 지혜가 발달하여 그것이 동진하거나 더 나아가 세계 전지역으로 파급되었던 때도 있었다. 이러한 역사 가운데에서 특히 19세기부터 근대 산업에 대한 지혜가 서반구에서부터 발달하여 오늘에 이르기까지 전세계 지역으로 파급되었고, 그 결과로 오늘날 지구상의 거의 대부분의 지역에서 산업 근대화하는 길이 인류 생존 수단의 가장 좋은 한가지 방법으로 인식되어 실천하고 있다고 생각한다.

인간의 문화적 행동의 산물인 물질 문화는 지역, 종족 기타 여러 가지 요인에 의해서 각각 다른 특수성이 있는 경우가 있는가 하면, 인간의 감각 생리의 보편성에 근거하는 물질 문화도 존재하고 있다. 전자는 각 나라의 민족적 감수성의 차이를 인정하는 차원이고, 후자는 민족적 감수성의 차이보다 보편성을 더 강조하는 차원이라고 분류할 때, 19세기 이후 산업사회 가운데에서 문화적 행동의 대부분의 산물은 후자의 보편성에 더 강조되어 왔음을 지적하고 싶다.

인류가 전례없는 커다란 전환기를 맞이했던 19세기 초는 그 이전의 수공업과 새로이 대두된 기계 산업과의 갈등으로 인해 여러 가지 모험과 혁신이 이루어지기 시작하였던 시대였으며 나라에 따라 그 빠르고 늦음의 차이는 있었지만, 현재에 이르기까지 동일한 맥락으로 세계는 산업화해 왔다고 생각해도 좋을 것이다. 현대 미술의 새로운 지평이 열렸던 것도 이 때부터였으며, 오늘날 우리들이 논의하고 있는 산업디자인도 이 때부터 거론되고 탐색되고 실천되어 왔다고 생각한다. 현대 미술과 현대 디자인 모두 그 정도의 차이는 있지만, 산업적 속성 때문에 비롯된, 다시 말해서 기계 산업 사회 속의 인간의 문화적 행동의 산물로서 어떤 가치를 창조해 왔던 것이다. 그 때 이후 모든 세계는 일관되게 생활 제품의 성능을 개발하고, 기술적으로도 완벽할

뿐만 아니라 인간의 감성에도 유기적으로 조화하는 물질 문화를 창조하려고 노력하고 있는 것이다.

이러한 맥락에서 볼 때, 디자인은 이러한 산업 사회의 산물임에 틀림없으며 또한 산업 사회가 그 때 이후부터 제기한 생활의 한 문제임에 틀림없는 것이다. 그래서 어떻게 하면 훌륭한 생활 제품을 모든 사람들이 편리하게 그리고 만족스럽게 사용할 수 있도록 할 것인가가 디자인 연구의 중심 과제가 되어 왔던 것이다. 그러나 생활의 질에 대한 문제는 단순하지 않아 19세기 이래, 이에 대한 끊임없는 논쟁이 반복되었음을 우리는 디자인의 역사 가운데에서 목격할 수 있다. 그 가운데에는 주로 민족적 감수성의 차이에 따른 어떤 문화의 전통성을 반영하고자 하는 주장과 또 다른 하나는 인간의 보편적 특성에 바탕을 두고 산업 기술적 완벽함에 의해 어떤 질적 평준화에 이르고자 하는 주장들로 대립되기도 하였다. 나는 이 두 가지 경향에 대해서 여러 가지 관점에서 분석할 시간은 없지만 전자는 인간의 특질 가운데에서 특히 디오니소스적 요소를 강조하는 측면이며, 후자는 아폴론적 요소를 강조하는 측면으로서, 19세기 이후 이 두 가지 요소의 양극성은 모든 문화에서 하나의 대립으로 나타났음을 볼 수 있다. 이 두 가지 양극성에 대해서는 여러 가지 분야에서 여러 가지 개념으로 설명될 수 있겠으나, 나는 전자를 다자인에 있어서 전통주의적 경향, 후자를 보편주의적 경향이라고 구별하고 싶다.

전통주의적 경향은 자칫 역사주의에 빠지기 쉬우며 더 심하면 회고주의에 물들기 쉽고, 때로는 이국적 취미에 빠지기 쉬우며, 보편주의적 경향은 획일주의에 빠지기 쉬울 뿐만 아니라, 무미건조하고 예술적 생동감이 박탈될 우려가 있을지도 모른다고 비판되고 있다. 그러나 이러한 두 가지 경향은 각나라, 각각의 문화 및 산업 발전의 양상에 따라 다르게 수용되고 배타되기 마련이며, 두 가지 특성이 잘 융합한다는 것은 이상적인 하나의 가설에 지나지 않음을 지난 1세기 반의 디자인의 역사 속에서 목격할 수 있었을 것이다.

나는 디자인과 문화, 그리고 전통 문화와 디자인 및 문화와 디자인의 융합이라는 주제에 대해서 앞에서 언급한 두 가지 경향을 전제해서 말하고자 한다. 19세기, 좀 더 정확히 말해서 1830년대 이후 지금까지의 세계사는 거의 모두가 산업화를 전제로 하거나 이러한 리얼리즘 가운데에서 발전해왔다는 데에 주목하고자 한다. 세계의 모든 국가들은 모두 산업을 진흥하고 촉진함으로써 국민의 생활을 윤택하게 하려는 노력으로 일관해 왔다. 이러한 역사의 흐름 가운데에서 또한 우리들이 주목해야 할 사실은, 특히 디자인과 관련해서 산업주의가 야기시킨 인간성의 침해, 소외현상, 획일화, 비인간화의 현상에 대해서 논의되고, 비판되고 거부되기도 했지만, 그것이 이러한 산업화라는 역사의 흐름을 아직도 바꾸지 못했다는 사실이다.

오늘날 선진국이라고 자타가 공인하는 여러 나라들의 발전 과정도 결코 이러한 맥락에서 예외일 수는 없다. 다시 말해서 한국 사람인 나 자신의 시각에서 이러한 나라들을 볼 때에 우리보다 훨씬 먼저 이러한 역사의 흐름을 수용하였고 또 그러한 맥락에서 발전해 왔으나 우리의 경우는 먼저 성취한 국가들이 했던 시간을 단축시키려고 노력하는 일이 더 절실한 문제라고 생각한다. 그렇기 때문에 우리의 경우에 있어서 디자인과 전통 문화와의 관계는 다른 나라, 예를 들면 일본과는 다른 차원에서 고찰되어야 한다고 생각한다. 미국에 있어서 디자인과 전통 문화와의 관계를 생각하는 틀(Frame of Reference)과 일본, 나아가 한국에 있어서 디자인과 전통 문화를 생각하는 틀은 같을 수가 없다고 생각한다. 편견있는 분석일지는 모르나 국제 시장이나 국제 경쟁력에 있어서 일본의 산업 제품이 갖고 있는 조건 예를 들면, 기술적인 정교함, 그외 여러 가지 요인이 다른 선진국이나 경쟁 국가에 비해서 같거나, 우세한 상황에서 그리고 때때로 발생하는 보호무역주의 장벽 속에서 뚫고 나가야 할 돌파구는 일본 특유의 전통 문화적인 맛을 가미하는 그 어떤 가능성을 생각할 수도 있을 것이다. 이것은 아마 기술적 완벽성 다음에 갖추고자 하는 어떤 특유한 얼굴(相貌)이라고 할 수도 있을 것이다. 그러나 한국의 상황은 아직 이러한 수준에 이르렀다고 보기는 힘들며, 기타의 다른 개발도상국가의 경우도 동일하다고 생각한다. 현재 우리의 상황에서, 특히 디자인 분야에서 우리의 전통 문화를 디자인과 관련시키려 하고, 또 그것을 산업에 융합하려 하는 것은 마치 19세기 초에 있었던 오류, 다시 말해서 산업에 미술을 응용하려 했던 그래서 장식이 덧붙은 기계 제품을 디자인이라고 잘못 생각했던 오류를 반복할지도 모른다. 전통 문화와 디자인과의 융합은 자칫 디자인을 민예품화할 우려가 있다.

현재의 우리의 상황은 전통 문화가 갖고 있는 특질을 디자인에 융합하는, 디자인과 문화와의 관계보다는 더욱 보편적인 기술적 완벽성과 완전함을 통해 오늘날 우리의 삶의 보편적인 질을 성취하는 노력을 경주해야 할 시대라고 생각한다. 이와 관련하여 나는 이미 18세기에 우리의 조상 가운데에도 이와 같은 기술적 완벽성을 강조한 학자가 있었음을 자랑스럽게 생각한다. 1770년대에 이미 박제가(朴濟家) 선생이 우리 나라 도자기의 밑면의 마감이 깨끗하게 처리되지 못한 기술적 부정확성과 내면 밑바닥의 불완전함으로 인한 위생상의 문제를 품질 관리의 측면에서 지적했던 사실을 기억하고 싶다. 그러나 우리의 전통 문화 가운데에서, 오늘날까지 자주 상찬되고 있는 특질 가운데 하나는 위의 박 제가 선생이 지적한 것과 반대되는 특성으로부터 비롯된다는 사실이다. 예를 들면 치밀함과 정확성으로부터의 자연스러운 이탈이 주는 여유, 자연성, 파격 등은 다른 나라의 문화에서 쉽게 찾아볼 수 없는 특질로서, 우리 전통 문화의 한 중요한 특성으로 인식되어 왔던 것이다.

이러한 특성도 분명히 훌륭한 일면을 갖고 있다. 그러나 만약 이러한 전통 문화의 일면과 그 의식이 우리의 생활에 적용되어 지배할 때 그 결과는 오늘의 산업 사회의 속성이 갖는 보편성과는 많은 거리가 생길 것이라고 생각한다.

우리는 우리의 전통 문화 속에 잠재해 있는 의식의 일면, 다시 말해서 여유있고, 자연스럽고, 소박함으로 대표되었던 그리고 그 산물인 우리의 문화 속에 내재하는 어떤 지혜는 보다 나은 방향으로 승화 발전시켜야 하겠지만, 오늘날 우리의 디자인(산업 디자인)에서 먼저 추구해야 할 기술적 완벽성과 현대적인 삶의 보편적인 특질을 방해하거나 거부하는 요소가 되어서는 안되겠다는 점을 강조하고 싶다.

잠시 눈을 돌려 한 시간 가량 서울을 떠나 우리의 생활 환경을 돌아다 보면 우리의 대부분의 생활, 특히 주거, 환경,

제품 등 바로 지금 우리 디자이너들의 중요한 연구 대상이 되고 있는 것들은 아직도 더 편리하고, 보기 좋고, 그리고 기술적으로도 완벽하도록 개선하고 발전시켜야 할 것들임을 관찰할 수 있다. 우리의 생활이 날로 나아지고 있기는 하지만, 더 절실한 문제는 더 많은 사람들의 생활이 더 편리하고 향상되도록 산업화되어야 한다고 생각하지 않을 수 없다.

사실 기술적으로 완벽한 제품과 감각적으로 훌륭하게 디자인된 환경과 제품으로 생활하는 상대적으로 소수에 속하는 사람들, 그래서 역사상 이러한 사람들에 의해서 자주 제기되었던 문화 논의의 일면에는 가끔 전통 문화에 대한 피상적인 향수와 욕구를 정당화하려는 경향을 볼 수 있지만, 우리 대다수의 사람들이 오늘날 발붙이고 살고 있는 현실은 아직도 더 과학적인 완벽함을 통한 산업적 수단을 개발함으로써 생활의 보편적인 질적 평준화에 이르러야 된다고 생각한다. 이것은 비단 우리 나라의 경우에만 해당된다고 생각하지는 않는다.

세계 모든 나라가 지금 열심히 추구하고 있는 것 가운데 하나는 19세기 이후 지속되어온 산업화의 역사를 되돌리는 것이 아니라 이러한 기술화, 산업화의 전제 위에서 인간의 미래를 생각하고 디자인을 생각하며, 전통을 생각하는 것이다. 왜냐하면 디자인은 바로 산업 사회 속에서의 인간의 문화적 행동의 산물이기 때문에 그것이 곧 새로운 문화이며 새로이 창조되어 갈 전통 문화이기 때문이다.

공업과 공예의 융합

나카네 키요시(中根清) 사단법인 일본 종합디자이너협회 전무이사



"디자이너는 현대에 전승되고 있는 전통 공예의 마음을 배우고, 한편 공예에 종사하는 사람들은 근대 과학이나 기술에 깊은 관심을 가지고 서로 강한 요구를 통해 깊은 이해와 노력을 해야 할 것이다."

최근 일본의 제품디자인 분야에서는 "이제부터는 마음(心)의 시대가 오기 때문에 종래의 기능주의로부터 탈피하여 사용자의 요구(Neds)에 맞춘 제품 생산을 하지 않으면 안된다"고 하고 있다. 그렇지만 다시 말할 필요도 없이 원래 디자인이란 인간과 물건과의 다양한 관련 속에서 인간이 보다 인간답게 생활을 하기 위해 따르는 창조적 활동인 것이다. 따라서 디자인에 의해 인간 사회에 놓인 모든 문제를 해결하기 위해서는 사람의 마음을 빼놓은 활동은 있을 수 없는 것이다. 아시는 바와 같이 디자인에는 인간의 기능면을 보완하는 것만이 아니라 인간의 정서면에서 마음의 풍부함을 나타내기 위해 양면에 걸친 창조 활동을 이루어야 할 역할이 있다.

일본어에서는 디자인을 "의장(意匠)"이라는 문자로 지칭하고 있는데, 이것은 "意"는 마음이고, "匠"은 기교, 즉 기술을 의미하는 문자이다.

일찌기 우리들 디자이너의 선배인 장인(匠人)들은, 옛날에는 임금이나 귀족을 위해 그들의 생활용구를 만들고 있었지만, 머지않아 일반 민중이 그 도구들을 자기 손에 넣을 수 있도록 노력해 왔던 것이다. 영국의 러스킨이나 모리스에 의해 일어난 공예운동이 그것이고, 더욱 발전하여 민중적 공예, 즉 민예가 탄생되어 온 것이다. 따라서 이 민예가 의미하는 디자인 사상을 현대의 ID에 소생시키는(살리는) 것이 나아가서는 사람의 마음을 참작한 디자인을 하는 것으로 연결되는 것이 아닌가 생각한다.

그런데, 일본에서 18세기 말경에 활약한 松尾芭蕉라는 하이꾸(일본의 短形詩)의 명인이 있었는데, 그는 동양적 우주관에 기인한, 배해문예(俳諧文藝)를 "동(動)"과 "정(靜)"의 양면으로 파악하여 「불역유행(不易流行)」이라는 말을 기본 이념으로 하고 있었다. 이 의미는 예술의 본질은 영구성과 불변성에 있지만, 동시에 시대에 따라 유동성이 없으면 안된다는 뜻이다. 더구나 언뜻보면 상반(相反)하는 그 둘은 근본에 있어서 "풍아의 성(風雅의 誠)"으로 돌려보낼 뿐이라는 것이다. 더우기 芭蕉의 수제자중 한사람이었던 向井去來라는 사람은 이것을 발전시켜 "불역유행(不易流行)은 만사에 걸친 것이다"라고 하여 단순히 하이꾸(俳句)의 세계만이 아니라, 넓게 예술 전반은 물론 상상적인 분야에까지 이 사고방식을 미치게 해야 한다고 했다.

물론 디자인은 예술 그 자체는 아니지만, 좋은 디자인의 조건에는 예술성이 요구되는 것도 사실이다. 따라서 디자인의 분야에도 이 「불역유행(不易流行)」에서 말하는 "풍아의 성(風雅의 誠)"이 필요하고, "동"과 "정"의 양면에서 본 균형(Blance)이 중요한 것이다.

디자인이 사람의 마음이나 사람의 생활에 깊이 관련된 이상, 정서나 따뜻함, 깊이, 고상함, 더우기 여유라는 요소를 충족시키지 못하는 물건이나 시스템은 좋은 디자인이라고는 할 수 없는 것이다.

또 다른 관점에서 보면 독창성(Originality)과 독창성이 합쳐져 하나로 되어, 새로운 독창성이 생겨난다고도 할 수 있다. 그러기 위해 필요한 것은 모든

장르에 있어서 서로 울타리를 제거하고, 그것을 극복하여 하나로 융합(녹아서 합쳐짐)하는 것이라 생각한다.

구체적으로 디자이너는 현대에 전승되고 있는 전통 공예의 마음을 배우고, 한편 공예에 종사하는 사람들은 근대 과학이나 기술에 깊은 관심을 가지고, 서로 강한 요구를 통해 깊은 이해와 노력을 해야 한다. 그에 따라 새로운 소재나 가공 방법을 개발하여, 진실로 생활자에게 마음의 여유와 풍부함을 주고 보다 인간다운 생활을 할 수 있는 제품 생산의 마음 자세를 갖는 것이라고 생각한다.

한국과 일본은 역사적으로 오랜 관계가 있다. 일본의 고문서(古文書)중의 하나인 「일본서기(日本書紀)」에 'Mitsukarakuni' 라는 고구려(Koukuri), 백제(Kudara), 신라(Shiragi)를 의미하는 문장이 있다. 4세기 후반 동안의 한국과 일본의 관계가 적혀 있고, 또 불교도 신라를 거쳐 6세기 중반경에 일본에 전파되어 왔다고 씌어 있다.

지금 일본에서는 일시적인 고고(古考) 붐이 일어나고 있는데, 현존하는 고분과 현재 발굴중인 고분 모두 그 디자인의 대다수는 횡혈식 석실분(横穴式石窒墳)의 전방후원형(前方後円形)이며 이것은 당시 백제로부터 전해진 것이라는 학설이 주창되고 있다. 따라서 일본의 전통 문화나 생활 관습 가운데에는 한국으로부터 가르침을 받은 것이 많이 있다.

가까운 예를 들자면, 일본의 옛 수도인 奈良(Nara)는 한국어의 나라(國)에서 유래하는 것이라 할 수 있고, Kudaranai (시시하다, 가치없다)라는 말은 당시 백제와 교류가 있었던 시대에, 백제 물건이 아니다 Tsumaranai (하찮다), Yokunaimono (좋지않은 물건)라는 것에서부터 전래된 것이라 할 수 있다. 또 속담에도 비슷하게 사용하는 것으로서 의미가 완전히 똑같고 표현도 같은 "티끌도 모으면 산이 된다"는 것이 있다. 그밖에도 Urochoro(졸랑졸랑), Chonga (총각) 등 수를 세자면 한이 없을 만큼 많이 있다고 생각한다.

그러한 의미에서 전통 문화적 측면에서도 선배인 한국의 여러분과 앞으로도 더욱 많은 교류를 가지는 것이 중요할 것이라고 생각한다. 이것은 단순히 취미가 아니고, 서로의 좋은 전통을 지키며, 앞에서 말씀드린 바와 같이 「불역유행(不易流行)」의 정신, 즉"풍아의 성(風雅의 誠)"을 채택하여 "동"과 "정" 양면의 균형을 도모하고, 공업의 공예화를 촉진시켜야 할 필요 때문이다.

지난달 말, 오오사카에서 "한국산업종합전"이 「대한무역진흥공사」와 「일본무역진흥회」의 공동 주최로 개최되었다. 나도 공부하려고 견학을 갔었는데, 현재의 한국 산업에 대한 전모를 보여주는 데 아주 좋은 기획으로 많은 참고가 되었다. 거기에는 전통 산업으로서 옛부터 전승되어 온 도자기나 장신구를 비롯하여, 한국 고래의 훌륭한 나전 가공을 한 가구들로부터 근대적이며 광범위한 하이테크 상품에 이르기까지, 실로 다채로운 전개를 보고 경탄의 마음을 금치 못했다.

이 시대는 High Technology와 Human Touch 사이를 동요하고 있다. 지금이야말로 "공업과 공예의 융합"을 도모하는 것, 다시 말하면 "첨단기술과 전통과의 융합"을 목표로 우리 디자이너들이 선두에 서서 각분야의 사람들과 협력하여 앞으로 올 21세기의 문화 창조를 향해 가지고 있는 힘을 충분하게 발휘해야 할 때가 아닌가하고 생각한다.

디자인의 역할을 완수하기 위한 수단의 하나로서 서로의 교류로부터 시작하여 융합으로 인도하여, 융합에 의한 새로운 디자인 르네상스 운동이 일어나기를 기대한다.

마지막으로 제가 좋아하는 말을 소개하고 싶다.

여러분도 잘 아시는 미국 디자인계의 대가(大家)인 레이먼드 로위가 쓴 책 이름중에 「Never Leave Well Enough Alone」이라는 것이 있다.

"이것으로 충분하다는 것은 있을 수 없다"라는 의미로서 이것은 어떤 일에도 적합한 말로서, 특히 디자인에는 끝이란 없고 이것으로 충분하다는 것도 없다는 것을 인식시켜 주는 말이다. 우리는 다음 세대를 위해 문화 유산으로서 남겨줄 수 있는 좋은 물건 만들기에 노력을 아끼지 않으면서 서로 분발해 나아가야 할 것이다. ■

원고모집

국내 최고의 디자인 전문지인 "산업디자인"지가 여러분의 원고를 모집합니다.

긍지와 신념으로 자신과 디자인계의 발전에 동참할 전문디자인 관련 기사를 폭넓게 받아들이고저 합니다.

1. 모집부문
- 연구논단
- 디자인정보
- 신제품소개
- 디자인논평
- 디자인에세이
- 디자인기술자료
- 디자인 관련 번역기사

2. 제출요령
- 원고마감전까지 접수처로 필자의 약력과 함께 우송할 것.
- 원고는 한글전용을 원칙으로하며 외래어는 한글발음대로 표기하고 ( ) 안에 원어를 사용할 것.
- 번역기사는 원문이나 copy가 함께 우송되어야 하고 출처를 밝힐 것.
- 도판 및 사진은 인쇄원고로 바로 활용할 수 있도록 선명한 상태여야 할 것.
- 연구 논단 원고는 70-100매(200자 원고지) 내외로 참고문헌과 주를 달 것.
- 기타 원고는 30-40매 내외로 1회에 게재 가능한 것일 것.

3. 기 타
- 산업디자인지 원고는 편집위원회의 심의를 거쳐 게재함.
- 타 잡지나 신문 등에 게재된 원고는 접수하지 않음.

4. 접 수 처
- 한국디자인포장센터 정보자료부
  서울 종로구 연건동 128-8
  (전화 : 744-0226,0227)

5. 원 고 료
- 채택되어 게 된 원고는 소정의 원고료를 지급함.

특성있는 지역문화 창출을 위한 디자인의 역할

제4회 산업디자인 지방 세미나 — 대구·전주편

한국디자인포장센터가 지방의 기업체 실무 디자이너와 관련 학교 학생들에게 산업 디자인의 인식을 고취시키고 지역적인 특성을 살린 독창적인 디자인 개발을 유도하기 위해 매년 실시하고 있는 「산업 디자인 지방 세미나」가 올해에는 지난 10월 21일의 대구 세미나를 기점으로 전주·마산·청주에서 열렸다.

「특성있는 지역 문화 창출을 위한 디자인의 역할」이란 테마를 가지고 열린 이번 세미나에는 지방의 학계 인사들이 주제 발표를 통해 전통적이고 독창적인 지역 문화를 살리는 데 기여할 수 있는 디자인의 역할에 대한 견해를 밝혔다.

본지에서는 이번 호에 대구 전주편을 게재한 데 이어 다음 호에는 마산·청주편을 수록할 예정이다. 〔편집자 주〕

"전통과 현대의 유기적인 통합"

박 한 유 한국디자인포장센터 디자인·포장 상무이사

Ⅰ. 문화의 개념

문화와 디자인의 상호 관계를 설명하기 위하여 문화에 대한 일반적인 개념부터 서술코자 한다.

문화의 개념은 상당히 복합적이고, 종합적이겠으나 일반적으로 "인류에서만 볼 수 있는 사유(思惟 : 사고하고 유추하는) 행동양식 (생활 방식) 중에서 유전에 의한 것이 아니라 학습에 의해서 소속하는 사회(협동을 학습한 사람들의 집단)로부터 습득하고 전달받은 것 전체를 포괄하는 총칭"이며 또한 '문화'라는 용어는 원래 라틴어의 'Cultura'에서 파생한 서구어(西歐語)를 번역한 말이며 본래의 뜻은 '경작'이나 '재배'였는데, 나중에 '교양', '예술' 등의 뜻을가지게 되었고, 그 특성으로는 '도구의 제작', 언어의 상징화(심볼화)'를 들 수 있다. 이러한 문화를 성립시키는 요소들을 들자면 끝이 없을 정도이지만 기술·가치·사회 관계·언어 등의 네가지 또는 여기에 물질(일반적으로 물질 문화라 함)을 덧붙여 다섯으로 크게 나눌 수 있을 것이다.

문화의 성립 요소 중 물질(일반적으로 물질문화 'Material Culture')을 인간의 사유와 행동의 산물이라고 칭할 때, 인간이 창조한 대부분의 물건(도구 포함), 주택, 기계, 예술품들까지도 인간의 문화적 산물이라고 말할 수 있을 것이다. 따라서 문화와 디자인의 관계도 이와 같은 물질 문화의 측면을 벗어나서는 이야기할 수 없다고 생각한다.

이러한 물질 문화는 지역, 종족 기타 여러 가지 요인에 의해서 각각 다른 특수성이 있는 형태, 또는 인간 사고의 보편성 내지는 객관성에 근거하는 형태로 존재할 수도 있다.

전자가 각 나라의 민족성을 인정한다면 후자는 민족성의 차이보다 보편성, 객관성을 더 강조하는 것으로, 이것은 바로 각 민족 고유의 생활 방식과 문화를 반영하는 지역주의(Localism)와 합리주의, 단순성, 표준화를 특성으로 하는 국제주의(Internationalism)와 관계를 연관지워 말할 수 있을 것이다. 여하튼 19세기 이후 산업사회 속에서 물질 문화는 후자의 보편성을 더 강조하며 발전되어 왔음을 말하고 싶다.

Ⅱ. 디자인과 산업사회

19세기초 인류는 전례없이 커다란 전환기를 맞이하였으며 그 이전의 수공업과 새로이 대두된 기계 산업과의 갈등으로 인해 여러 가지 혁신이 이루어지기 시작한 시대였고, 나라에 따라 빠르고 늦음의 차이는 있었지만, 현재에 이르기까지 동일한 흐름으로 세계는 산업화되어 왔다고 해도 타당할 것이 디자인은 이러한 기계 산업 사회 속에서, 인간의 문화적 산물로써 어떠한 가치를 창조하고, 기술적으로도 완벽한 물질 문화를 이룩하려고 노력하고 있는 것이다. 이러한 흐름으로 볼 때, 디자인은 산업 사회의 산물임에 틀림없으며, 대표적인 문화 양식이라 볼 수 있을 것이다.

여기서 이야기하고자 하는 것은 디자인이라는 범주를 통한 문화에 대한

접근이며, 디자인 활동의 실질적인 평가는 넓은 의미에서의 문화 현상 속에서 이루어져야 한다는 것이다. 왜냐하면 이는 디자인 활동의 중심 문제가 궁극적으로 인간의 '생활의 질'을 어떻게 향상시킬 것이냐 하는 것이며, 이것이 곧 인간의 생활 양식을 어떻게 발전, 성장시킬 것인가 하는 문제와 직결되기 때문이다.

Ⅲ. 지역 문화와 디자인

이러한 디자인의 활동은 세계 여러 나라에서 그 양상에 다소 차이가 있겠으나, 이에 대한 높은 관심이 기울어져 있는 것만은 틀림없는 사실이다.

이에 나는 우리 나라 지역(또는 지방)이라는 미분화적인 문화 여건 속에서의 디자인 현황을 점검하고, 특성있는 지역 문화 창출에 이바지할 수 있는 디자인의 역할을 이야기하고자 한다. ('지방'이란 말이 수도권이나 대도심지와의 대칭적·상대적인 의미를 띠고 있다면, '지역'이란 말은 그 문화권의 특수성을 전제한 발전과 광역 문화권 안에서의 연계 가능성을 지향하는 의미가 강하다고 볼 수 있다. 따라서 '지역'이란 용어를 주로 쓰기로 하겠다.)

한편, 지역 문화를 수도권 문화와 구분지어 언급하는 것은 현재 우리 나라 전반적인 문화 시설의 60%가 그리고 문화 행사의 70% 이상이 수도권에서 이루어지고 있다는 객관적인 현상과 디자인계 역시 이러한 상황과 별다른 차이가 없다는 데 기인하지만 이는 60년대 이후 균형 잃은 경제 발전 정책에 의해 구조적인 불균형 현상이 심화되었다는데 큰 원인이 있었다고 할 수 있을 것이다. 즉, 전통과 지역 공동체가 공급하는 자양분으로 배양되어온 문화가 도시화와 산업화의 와중에서 붕괴되었던 것이다. 아울러 경제에 종속된 문화의 중앙 집권적 현상은 지역간의 유기적인 균형 발전을 흐트리고, 소극적인 문화 정책과 무분별한 외래 문화 수용에 기인하여 그 뿌리와 색깔이 모호한 모습의 문화가 이루어지게 되었으니, 디자인계 역시 이와 다를바 없었던 것이다.

'문화 발전'이란 문화 시설의 확장과 성장에 의해서만이 가늠될 수 없고, 그것은 한 사회를 살아가는 삶(생활)과 관련된 총체적인 문화 전반의 성장에 의해 실현될 수 있을 것이다. 이는 총체적인 문화 전반에 대한 부분으로서의 지역 문화 기능이 활성화되고, 그 지역 사회 속에서 살아가는 삶, 즉 지역 생활 속에서 디자인의 역할이 강조되어야 한다는 것이다. 왜냐하면 그 생활 속에 항상 디자인이 존재하고 있기 때문이다.

지역 문화의 보존과 활성화란 지금까지 대체로 고고학적 가치가 있는 유물·유적의 발굴, 또는 기념물의 보존이라는 소극적 의미에서 해석되어져 왔으나, 각 지역에 산재되어 있는 과거의 우리 삶(생활)을 현재의 우리 삶(생활) 안으로 끌어들이는 작업 역시 중요한 것이다. 과거의 우리 삶을 현재의 우리 삶 안으로 끌어들인다는 것은 '지역적 특성' 다시 말하면, 문화 총체적인 의미에서의 '전통' 문제를 언급하지 않을 수 없을 것이다.

현재 우리 나라 현실에 비추어, 나는 디자인에 있어서의 전통 문제를 19세기 초에 있었던 오류(즉, 전통문화를 디자인과 관련시키고, 산업에 미술을 응용하려 하였던 경우)로 생각하는 것이 아니라, 현재 우리가 살고 있는 기술화, 산업화의 전제 위에서 전통 문제를 생각하고 싶다. 왜냐하면 디자인은 바로 산업 사회 속에서 발전하였고 그것이 곧 새로운 문화이며, 새로이 창조되어 나가야만 할 전통 문화이기 때문이다.

이러한 디자인과 전통의 관계 속에서 디자인의 '지역적 특성'을 찾아, 현재와 유기적으로 통합시킴으로써 지역 문화 발전에 기여하고, 또한 지자제(地自制) 실시에 즈음하여, 전반적인 문화·발전의 가능한 측면(문화적 지방자치제, 또는 文化歐 설정)을 고려하여, 지역의 산업 및 사회 구조와 상황에 바탕을 두고, 지역 환경 개선, 지역내 타 문화 활동 단체(예술·문학 등)와의 교류 증진, 지역 디자이너의 자질 향상, 지역 주민들의 디자인에 대한 인식 고취 등에 그 역할을 충실히 하여야 할 것이다. 이렇게 함으로써 우리의 전통과 현대의 삶(생활)이 유기적으로 통합된 한국적 디자인, 다시 말하면 한국의 디자인 스타일을 창출할 수 있고, 이것이 곧 우리 미래의 문화이며, 전통 문화가 될 수 있기 때문이다.

"문화와 디자인의 현 실체의 명확한 구명"

민 경 우 명지실업전문대학 교수

'특성있는 지역 문화 창출을 위한 디자인의 역할'이란 제목을 접하면서 그 안에 있는 각개의 단어, 즉 '특성', '지역 문화' 그리고 '디자인'이란 세 가지 명사가 각기 독립된 별도의 다른 의미가 아니고 서로가 상호 의존적인 개념들이고, 상호 보완의 의미를 내포하고 있다고 생각한다. 따라서 내가 앞으로 할 이야기의 전체적인 구성은, 앞의 단어들이 갖고 있는 그 나름대로의 본래 의미를 살펴봄으로써 상호 의존적인 의미를 다시 한번 확인하여 보고, 아울러 우리의 현재 상황을 통해 제반 문제점들이 도출될 것이다. 이러한 문제점들은 자연히 앞으로의 방향을 다소 막연하게나마 제시할 것이며, 그럼으로써 본 세미나 주제의 의미를 어렵지 않게 파악할 수 있으리라고 기대한다.

Ⅰ. 문화의 의미

근대 서구의 인류학은 그들 나름대로의 기준치로 본 그들과는 다른 원시인 내지는 야만인의 연구에서 시작되었으며, 그들은 처음에는 원시인이나 야만인이 그들 문명인과는 전혀 '다른 인간'임을 증명하려 하였으나, 그 '다른'에 관한 인간의 차이는 종족이나 유전자의 차이가 아니라 문화의 차이라고 생각하게 되었다. 그리고 문화의 차이는 역사와 제반 환경의 특성에 기인하는 것이지 체질이나 인간 성장의 차이에서 비롯되는 것이 아님을 알게 되었다.

문화란 우리가 알고 있듯이, 물질에 관한 문명(civilization)과 상대적인 개념으로 파악하고 있다. 역사적으로 볼 때 문화(culture)는 처음에는 '과정'을나타내는 명사, 즉 작물의 경작이나 재배 또는 짐승의 사육을, 나아가서는 그 의미 확장을 통하여 인간 정신의 적극적인 계발

등을 뜻하고 있다. 이 용어는 18세기 후반에는, 한 특정 민족의 '삶의 방식 전체'를 내적으로 형성하는 '정신'을 윤곽짓거나 일반화하는 명사로 탈바꿈하였으며, 이러한 표현은 하나의 독특한 삶의 방식 전체를 가리키는 용어로 계속 쓰여지고 있다.

한편 그의 보다 일반적인 쓰임새에 있어서, 문화라는 말은 정신의 능동적 계발이라는 뜻으로서 우리는 문화가 i) 교양인, 교양있는 사람들과 같이 정신의 발전상태를 가르키는 경우, ii) 교양적 관심, 교양적 활동과 같이 정신의 발전 과정을 가리키게 되는 경우 그리고 iii) 예술 및 인문적·지적 작업으로서의 문화라는 표현에서와 같이 이런 과정의 수단을 가르키는 경우 등에서 일련의 의미를 구분해 낼 수 있다.

하여간 그 의미가 비록 이 셋에 모두 통용되기는 하나 요즈음에는 iii)의 의미가 가장 흔하고 일반적인 것이며, 주제에 제시된 문화라는 의미도 이러한 범주의 것이라고 생각하면 무난할 것이다.

문화라는 용어는 우리들이 한 개인의 발전을 염두에 두느냐, 한 집단이나 계급의 발전을 염두에 두느냐, 혹은 사회 전체의 발전을 염두에 두느냐에 따라서 각각 다른 생각을 할 수 있으나, 결론적으로 개인은 한 집단이나 계급의 문화에 의존하고 또한 그 집단 또는 계급의 문화는 그들이 속하는 사회의 문화에 의존한다. 이는 문화라는 의미가 앞서 말했듯이 경작 또는 재배라는 의미로서 하등 유기체에 대한 처리라고 생각한다면 더욱 명확하다고 할 수 있겠다.

즉, 문화란 하나의 전체로서의 사회가 그리는 형태 속에서 그것을 찾아야 한다는 말이다. 예를 들어 아무리 위대한 화가나 조각가라 할지라도 그가 그 자체의 예술만을 갖고서는 문화인이 될 수는 없다. 그에게는 그가 속하는 집단이나 전체 사회에서 통용될 수 있는 훌륭한 행동과 교육과 지성이 갖추어져야만 문화인이라고 할 수 있을 것이다. 따라서 개인의 문화는 집단의 문화에서 분리해 낼 수 없고, 그 집단의 문화는 전체적인 사회의 문화에서 떼어낼 수 없다는 것, 그리고 완벽한 문화의 의미는 이 세가지를 동시에 고려하지 않으면 안된다라는 것이다.

그리고 한 사회에 있어서는 문화의 높낮음을 막론하고 제 각기의 문화 활동에 종사하는 여러 집단은 저마다 확연히 구별되고 서로 상대방을 배제할 수도 없다는 말이다. 오히려 문화에 필요한 결합력을 얻는 방법은 서로의 관심을 쌓아 올리고 함께 나누며 서로 관여하고 서로의 입장에서 이해하여야만 한다.

II. 지역 문화

한 나라의 문화가 번영하기 위해서는 그 국민이 지나치게 통일되어도, 또 지나치게 분할되어도 안된다. 과도한 통일은 야만에 기인하는 경우가 많으며, 그것은 결국 압제가 될 가능성이 있으며, 과도한 분할은 산만하여 결국은 퇴폐에 기인하는 경우가 많으며 중국에는 역시 압제로 이끌 가능성이 있다. 어느쪽이 지나치더라도 문화에 있어서의 본래의 발전에 지장이 생기므로 적절할 통일성과 다양성이 이뤄져야 할 것이다. 즉, 각각의 지역은 그 지역에 특유한 문화를 갖고 있어야 하고, 동시에 그 문화는 인접한 여러 지역의 문화와 조화를 이루고 그들을 상호 풍부하게 하는 것이어야만 한다. 그러면서 통일이 이뤄져야 하는데, 이 통일은 무의식적인 것이어야만 한다. 흔히 우리는 서로 같은 것을 필요로 하듯이 서로 다른 것을 필요로 한다. 마찬가지 개념으로 어떤 한계를 넘지 않는 한 개인과 개인 사이만이 아니라, 집단과 집단 사이의 마찰은 발전을 위한 필수 요건이다.

인간은 문화라는 수단을 통해서 환경에 적응하고, 그 과정에서 적응 방식의 차이로 말미암아 문화의 다양성을 인정할 수 있으며, 다양한 문화는 독립적으로 존속하는 것이 아니라 상호 밀접한 관계를 유지하면서 전체로 통합되는 체계를 이루고 있다. 그리고 상호 관련성을 지니는 문화 특질들이 하나의 복합체로서 문화 유형을 이루고, 그것이 지역적으로 상이한 환경과의 결합 과정에서 특성을 나타낼 때 지역 문화를 형성하게 되는 것이며, 하나의 국민 문화는 무한한 지방 문화의 모든 결과이며, 또 이를 다시 분석해 본다면 그것은 다시 더 작은 여러 가지의 지방문화로 구성되어 있다.

지역이라는 의미는 인접된 지리적 공간과 구분될 수 있는 자연적 문화적 특성을 지닌 동질 영역이라고 정의할 수 있다. 즉, 지역이란 인접한 생활 공간과 구분되는 특성을 지니고, 내적인 제반 현상간의 결합에 의하여 지역 통합이 이뤄진 동질적인 생활 공간의 단위라고 할 수 있다. 역사적 흐름 속에서 상호 결합된 문화적·경제적·사회적 특질이 이러한 '공동생활의 장'에 누적될 때, 관습과 의식이 통일되고 주민들간의 깊은 유대감이 성숙되는 것이다. 이러한 생활 공간의 결합력이 전체 사회 속에서 조화를 이룰 때, 사회는 발전의 계기를 마련할 수 있다. 따라서 전체 사회의 문화는 결국에 그들의 집단 구성원들에 의해 공유된다는 것이며, 이러한 문화의 속성은 구성원들의 사회 생활을 원활하게 하는 공동의 장을 마련하여 준다. 이와 더불어 한 사회의 구성원들은 공유하는 문화 체계를 통하여 결속되어 있다는 개념은 지역 문화가 갖는 중요한 의의라고 볼 수 있다. 따라서 동일한 사고와 태도가 전체 주민 집단을 지배할 때, 그것이 일정 지역의 주민 생활을 지배하여 가는 문화력으로 표출될 수 있으며, 이것은 자발적 지역주의의 뿌리가 될수있는 것이다. 따라서 지방 문화는 주민의 결속을 강화시키고 의사의 통일성을 가함으로써 정신적 단합을 가능케 한다.

아울러 정신적 단결은 향토애로 승화되고 자발적 개발 의욕을 고취시키는 힘으로서, 발전을 위한 다른 어떤 제도적 장치보다도 더 효과적이며 근본적이라 할수 있다.

III. 디자인

모든 인간의 생활 행동의 근본적인 바탕은 욕구에서 기인한다. 이러한 욕구를 주변 환경에서 충족시키면서 살아가는 것이 적응이라고 하겠다.

인간은 여타의 다른 동물과는 달리 환경에 적응키 위한 수단을 적극적으로 찾아내었다. 이를 바꾸어 말하면 '디자인'이란 단어로서, 이것은 어떤 상황에서 그에 적절한 물리적, 생리적, 심리적 해결을 동시에 행하며 의미를 갖는 어떤 실체로서의 기호를 만드는 것이라고 할 수 있다. 이러한 기호는 결국 적극적인 생활을 위하여 만들어진 것으로서 이들은 인간의 역사를 말할 수 있으며 사람과 물질과의 관계나 사람과 사람의 관계를 말하면서 이 시대의 표상을 의미한다고 하겠다. 따라서 디자인은 풍토와 생활의 습성과 그 사회의 문화와 지성의 존재 유무를 말하는 상징이랄 수 있다.

이러한 예를 살펴볼 때, 역사적으로 종교, 정치, 산업 등과의 관련에서도 명확하게 나타난다. 예를 들어 종교적으로 볼 때 각 종교마다 그 스스로가 특정한

조형적인 언어를 만듦으로써 신앙심과의 연계를 두드러지게 하는 경향이 있었다거나, 정치적으로 볼 때에도, 매 상황에서의 정치적인 양상이나 사회적인 분위기에 따라 디자인상에서 각기 다른 양식의 조형적인 특질이 나타나는 현상을 우리는 살필 수가 있다.

본래 정치적인 형태와 산업과의 발전은 동일한 것은 아니나, 현대 사회는 민주주의와 산업 사회의 발전이라는 현상이 함께 나타나게 되었다.

지난 시대처럼 특정 계급만을 위한 생산 활동이 아니라, 평등한 모든 민주시민을 위한 대량 생산으로 변모된 것이며, 디자인 역시 이에 적절하게 되어야만 한다. 따라서 디자인은 많은 사람들의 생활을 풍족하게 하고 이(利)를 주어야만 한다. 즉, 대단히 민주주의적인 의미를 내포하고 있는 것이다.

이러한 의미에서 디자인이란 말은 초창기의 응용미술이란 단순한 개념과 우리 나라에서 디자인 도입기에 사용되었던 도안이나 장식에 관한 고식적인 개념과는 전혀 다른 총체적이고 포괄적인 의미를 갖고 있는 것이다.

즉, 우리는 20세기말인 현재 탈공업화의 후기 산업사회로 이행하여 가는 시점에 서 있으며, 이러한 시대는 인간 자체의 개념을 비롯하여 기존의 세계관이나 과학 문명 심지어는 대상의 본질마저도 변화시키고 있는데, 이러한 시대는 고도화된 과학기술의 극대화인 물질문명에 의한 현상이라 할 수 있다. 이러한 점에서 과학기술과 인간과의 위험한 관계가 문제시되는 것이다. 즉, 사람과 물질과의 관계가 지금처럼 큰 격차를 가진 예는 없었던 것이다.

원래 20세기의 대상들은 거의가 기술적인 산물, 다시 말하면 어떤 과학적인 발전의 결과에 대해 기술은 적합한 활동 분야를 제공하여 주고, 기계공학은 그것을 물질적으로만 실현하고 사회적 사용의 수단과 방법을 제공한다. 즉, 창조적인 자기 표현인 예술 분야에서 일어나는 현상과는 다르게 과학 발전의 결과들은 사회와 직접적으로는 소통될 수가 없다. 대개는 실용적인, 보통은 기업의 생산 공장을 통하여 제조된 응용물을 통해서 소통이 가능한 것이기 때문이다.

이러한 과학의 응용물들은 공장에서 대량 생산되고, 우리는 이들을 어쩔 수 없이 받아들여 사용하며 이들은 다시 우리의 생활 환경과 문화를 형성하여 가고 있는 것이며, 이러한 까닭에 과학 기술의 실용성과 예술의 충일한 생명감 사이에 존재하는 20세기에 새롭게 나타난 디자인이 존재 하게 된 것이다.

따라서 디자인이란 용어를 구태의연하게 정의할 필요는 없겠으나 위의 내용을 다시 한번 정리하기 위하여 다음의 정의들을 살펴볼 필요가 있는데, 빅터 파파넥 (Victor Papanek)은 다음과 같이 말하였다.

"모든 인간은 디자이너이다. 인간의 거의 모든 행위는 모두 다 디자인이다. 왜냐하면 디자인이란 모든 활용의 근본이 되기 때문이다. 우리가 원하는 예측할 수 있는 목표를 향하여 계획하고 정리하는 행위는 곧 디자인 프로세스를 의미한다. 디자인은 의미있는 질서를 창조하려는 의식적인 행위인 것이다. 디자인의 궁극의 목표는 인간의 환경과 그가 사용하는 도구를 변형시키고 더 나아가서는 인간 스스로까지도 변혁시키는 것이다. 인간은 항상 그 자신과 그 주변 환경을 변화시키려 노력하여 왔으나 과학과 기술, 그리고 대량 생산에 의해 이것이 거의 가능해진 것은 최근의 일이다."

또한 토마스 말도나도(Thomas Maldonado)는 "산업 디자인이란 산업에 의해 생산되는 제품의 조형적 특질을 결정짓는 것을 목표로 하는 창조적인 활동이다. 이러한 조형적인 특질이란 외관뿐만이 아니라 제품의 구조적 기능적인 상호 관계를 생산자와 소비자의 관점에서 어떤 시스템을 하나의 통일체로 되게 하는 역할을 한다. 또한 산업 디자인은 산업 생산 방식에 의해 조건지워지는 인간 환경의 모든 면을 포함하여 가는 것이다."라고 말하였다.

위와 같은 점에서 디자인은 현대 물질 문명 속에서의 인간 생활의 모든 면에 관계되어지며, 인간과 물질과의 관계를 원활히 하여 주고, 우리 시대의 문화를 총체적으로 나타내주는 심볼로서, 그 의미는 대단히 포괄적이고 총체적인 것이라 하겠다.

Ⅳ. 현재의 우리의 상황과 그 문제점들

나는 이제 주제에 보다 접근하기 위하여 앞에서 말한 문화라는 개념과 디자인이란 실체를 우리의 현황에 비춰보아야 할 것 같다.

역사적으로 볼 때 원래 우리에게는 양질의 우리 나름대로의 문화가 있었으나, 이러한 전통적인 우리의 문화는 일제시대를 거치면서, 한국인의 민족 의식과 저항 정신을 말살시키려는 강권 정책에 의하여 소멸되고 변질되었으며, 그후 한국 동란을 통하여 많은 문화 유산이 파괴되었고, 갑자기 외세에 의한 문화가 도입되었다. 더우기 '60년대 이후의 획일적인 개발 과정에서 전통적인 지방 문화를 소홀히 취급하면서 지역 특유의 문화가 변질·소멸된 것은 부정할 수 없는 사실이다. 따라서 올바르고 가치있는 문화가 계승 발전되지 못하여, 현재의 문화 현상은 문화 지체 현상, 상업주의 소비 문화의 팽배, 외래 문화 유입에 따른 갈등 문화의 획일화, 문화의 집중화 등과 같은 몇 가지 문제를 갖고 있다.

위의 사실에서 특히 문화의 획일화와 문화의 집중화는 지방 문화에 심각하게 관련지울 수 있는데, 문화의 획일화 경우는 지난 기간 동안 이뤄진 산업화를 통해 우리 사회를 도시화된 사회로 탈바꿈시켰으며, 지역 공동체를 해체시키는 경향을 보여 왔다. 이와 같은 사회 구조의 변동은 지역 공동체를 바탕으로 유지되어 온 지방 문화의 쇠퇴를 초래하게 되었다. 앞에서도 말한 바와 같이 지역 사회의 지방 문화는 그 지방의 민중에 의해 창조되고 공유되어온 문화라고 볼 수 있으며, 이는 지역 공동체를 바탕으로 자연 발생적이고 토착적인 성격을 띠고, 생활이나 생산 활동과 밀착되어 있거나 또는 그 자체이기도 하다. 이러한 문화가 중요한 의미를 갖는 것은, 하위 집단의 문화들이 기저를 이루어 하나의 공동 문화를 성립해 갈 때, 그 사회의 문화는 다원성과 유연성을 가질 수 있기 때문이다. 또한 집중화의 경우에는 모든 문화가 서울 중심의 문화라는 극단적인 표현을 할 정도로 서울에 집중되어 있다는 말인데, 지방 문화의 육성이 강조되는 까닭은 지방 문화 발전이 민족의 공동체 의식을 강화하여 민족의 고유한 문화 성장이 곧 민족발전의 힘이 된다는 믿음에 있는 것이고, 문화의 집중화와 획일화는 국민 문화의 균형있는 발전을 저해하고 자유롭고 창조적인 민족 문화의 발전과 국민 정신의 바람직한 방향을 제시하지 못하는 약점을 내포하고 있기 때문이다.

대개 사람은 누구나 그 자신을 국가의 한 시민으로 생각할 뿐만 아니라 어떤 특정한 지역의 구성원으로서 지방적인

충성심을 지니고 있는 것은 당연한 일이며, 이러한 입장에서 볼 때 위의 문제는 더욱 심각한 것이다.

혹자가 말하듯이, 1960년대의 중반(1965년 한국디자인포장센터의 설립을 기준으로)을 우리 나라 디자인의 태동기라고 보고 그로부터 20여년 지난 지금을 디자인의 정착기라고 본다면, 디자인이란 말은 이제 낯선 외래어가 아닌 우리의 일상 용어로서 그 의미는 누구에게나 쉽게 전달되어지는 우리의 것이 될 정도로 일반인들에게 밀착된 단어가 되었으며, 우리의 일상 생활에 지대한 영향을 주고 있음이 틀림없다. 또한 사회적인 인식도 옛날과는 크게 달라져 디자인 관련 학과는 매년 대학 입시에서 가장 경쟁률이 높은 학과로 부상했으며, 각 대학에서는 매년 수많은 디자이너 지망생을 우리 사회에 배출하고 있다. 또한 산업 디자인전을 위시한 각종 공모전과 크고 작은 각종 회원전이 연간 끊임없이 열리고 있으며, 학연이나 지연에 의한 각종 디자인 유관 단체들이 그들 나름대로의 활동을 전개하여 나가고 있다.

그러나 디자인이란 개념이 앞에서도 말했듯이, 결코 예술적이거나 낭만적이고 추상적인 개념만이 아니고, 종합적이고 과학적인 측면을 갖고 있는 구체적인 실체로서 나타나는 것이며, 일정한 사회적이고 시대적인 환경속에서 살아가는 이들의 문화를 표상하는 가장 확실한 심볼이라고 전제하고, 우리 주변의 모든 상황을 종합적으로 살펴보면, 우리 국민의 전반적인 의식 구조나 생활 양식면에서 아직도 디자인은 전반적인 우리 주변의 일반인들 생활에 깊이 적용되고 있는 상태는 아닌 것 같다.

이러한 점에서 보면 가장 민주주의적인 의미를 가져야 할 디자인이 아직도 이 땅에서는 다분히 미술가적인 착각에 빠져 있는 사람들의 아전인수격의 사고방식에 의해 잘못되어진 방향으로 유도되었던 것 같은 느낌마저 배제할 수는 없는 것이다.

다시 말하면, '60년대 중반의 태동기에서 지금까지의 디자인은 모든 사물이 자체적인 발전을 갖기 위한 도입과 과도기적 현상으로 나타날 수 있는 각종 시행착오의 연속과 양적인 비대만을 초래한 것이었으며, 미술과 디자인의 혼돈된 개념의 상태에서 내용과 형식의 발전이 없이 개론의 시기에서 디자인 내부의 유아적인 계몽과 홍보만을 위한 시기였다고 할 수 있겠다. 따라서 이러한 상황에서는, 내실있는 성장보다는 양적인 증대와 외형상의 성장만을 가져왔다고 할 수 있으며, 이는 오히려 디자인의 올바른 발전을 저해하는 요인이 될 수도 있는 위험성이 잔존하고 있는 현실인 것이다. 그러나 지금의 국내외적인 여건은 더 이상 우리로 하여금 우물안 개구리식의 안주를 허용치 못할 상황으로 급변하고 있으며 이러한 계기를 바탕으로 이제는 디자인의 내·외적 요소에 도사리고 있는 다음과 같은 몇 가지 문제를 해결하여야만이 이 땅에 참다운 디자인 문화를 피울 수 있으리라 생각하며, 이러한 디자인의 발전은 지역 문화의 특성있는 발전을 위하는 길이라고 생각된다.

이러한 전제에서, 국내 디자인에서 발견할 수 있는 문제점을 열거하여 보면 다음과 같다.

첫째, 특성의 발견에 관한 것으로서, 이제부터 우리 나라의 디자인은 각기 그들 나름대로의 특성치를 찾아야 할 것이다. 역사적으로 볼 때 전통적인 우리의 것이 아닌 디자인이 20여 년간 짧은 시간 동안에 수용되는 과정에, 그 특성을 찾는다는 것이 지나친 욕심인지는 모르겠지만, 그간 디자인은 그 패턴에서 다양한 특성을 발견치 못하였으며, 아직도 개론과 총론의 시대에서 헤메고 있다 할 수 있겠다. 따라서 이제는 디자인에 연관된 제반 분야와 디자이너 개인들이 각기 그들 나름대로의 사고와 활동에서 고유한 특성을 찾고 그에 의한 다양한 패턴이 전개될 수 있게 해야 할 것이다. 그렇게 함으로써 디자인의 각 분야가 상호 보완되면서 서로의 발전을 기대할 수가 있을 것이다.

둘째, 디자인 방법에서 지나치게 감성적인 접근만을 이루어 왔다는 것인데, 그간의 우리 디자인은 도입 초기 단계의 단어인 응용미술이라는 범주에서 벗어나지 못한 고졸(古拙)한 장인 의식과 비현실적인 작가 의식 그리고 애매한 주관적 판단에 의한 감성 일변도에 의한 감각 위주의 작업이었다고 할 수 있다.

주어진 환경과 시대의 문화를 수용하여 이를 실체화시키는 디자인은 포매이션(formation : 디자인론, 디자인 방법론, 평면 디자인, 입체 디자인, 프러덕트 디자인, 시스템 디자인 등)과 커뮤니케이션(드로잉, 모형 제작, 사진, 언어 등)과 아울러 인포메이션(수학, 물리학, 재료학, 공정, 심리학, 인간공학, 마케팅, 디자인역사 등)의 내용을 다양하게 포함하여야 하고, 이에 연관되는 인문과학, 사회과학, 자연과학, 조형, 시간, 공간에 관계되는 제반 능력과 지식이 포함되어야 함에도 불구하고, 그간의 디자인은 아직도 응용미술의 단계를 탈피하지 못한 예술작가적인 자세였다고 하겠다. 이렇듯이 논리적이고 과학적인 요소가 결여된 감성 위주의 작업이었기에, 그간의 디자이너들은 이 사회에서 능동적으로 처할 수 있는 적극적인 사고와 합리적인 행동 방식보다는 은둔하고 폐쇄적인 작가 의식만이 팽배하게 되어 실제의 알찬 내용에 의한 작업보다는 감성적인 작업, 형식화를 위한 쓸데없는 작업으로 인한 시간과 노력의 엄청난 낭비를 초래했던 것이다. 따라서 이제는 보다 합리적이고 체계적인 방법을 통한 종합 학문으로서의 디자인 작업이 이루어져야 할 것이다.

세째, 디자인 작업물들이 결과 위주의 작품 일변도의 것들이었다는 것으로서, 디자인은 종합과학으로서 주제에 관한 철저한 내용 파악과 이를 위한 수많은 조사와 분석 그리고 시험과 연구에 의한 체계적인 과정이 필요함에도 불구하고, 그간의 디자인은 이러한 과정이 결여된 외관 위주의 작품 일변도의 것들이었다.

이러한 결과 위주의 사고방식은 디자인의 근본 바탕이 되어야 할 기초 지식과 알찬 과정을 무시한 채, 형식 우선의 외형주의를 낳을 수 밖에 없었으며, 디자인을 종합과학으로 정리하지 못하고, 유용 가치가 전혀 없는 작품 제작만을 하여 왔고, 이 작품만이 모든 평가의 유일한 기준치가 되어 왔던 것이었다. 따라서 이제는 천재성에 의한 작품보다는 실사회에서 통용될 수 있는 디자인 제품을 위하여 결과보다는 과정을 중요시하면서 디자인의 기초 학문에 관심을 가져야 할 것이며, 이와 연관된 주변 학문에 대한 보다 체계적인 연구가 필요한 것이다.

네째, 산학 협동에 관한 것으로서, 산업사회와 필연적인 연관을 가져야 하는 디자인으로서는 이의 적극적인 도입을 강구해야 할 것이다. 산학 협동에 관한 이야기는 비단 디자인 분야만이 아닌 응용과학 부문의 모든 분야에 걸쳐 연관된 사항이며, 그간 수없이 반복된 이야기이지만, 특히 현대 산업사회를 바탕으로 태동된 디자인 분야는 그의 적극적인 도입이 필수적인 것이라 하겠다.

이를 위하여 기업에서의 자발적인 인식의 유도와 함께 정책적인 뒷받침과 연구기관과 산업체 내에 제도적인 명확한 근거를 마련해야 할 것이며, 이는 특히 지방 문화의 특성화를 위한 적극적이고 구체적인 가능성을 찾을 수 있는 방법도 될 것이다.

다섯째, 디자인의 대 사회적인 진흥에 관한 것으로서, 그간의 진흥과 계몽은 어찌보면 디자인 분야 자체의 내적 요소만의 것이었음에 불과했다고 볼 수 있겠다. 그간 수십년을 그러했다면, 이제는 대외적이고 사회적인 진흥과 정책을 능동적이고 적극적으로 세움으로써 디자인의 사회적인 문화적 바탕을 마련할 수 있도록 해야 할 것이다. 그렇게 함으로써 디자인의 전체적인 인식을 사회적으로 제고시킬 수 있으며 이는 나아가 모든 지역 사회 구성원의 문화 수준을 민주화시킬 수 있는 적극적인 개념으로 확대시킬 수 있을 것이라고 생각된다.

이상과 같은 이야기를 하면서 나는 주제에 관한 직접적인 제안을 피하였다. 왜냐하면, 주제에 관한 구체적인 제안으로서, 예를 들어 지방의 디자이너들이 각기 그 지방의 전통을 찾아야 한다든가, 지방 기업체에는 반드시 지방 출신의 디자이너가 고용되어야 한다든가, 지방 문화를 활성화시키기 위하여 각 지방 나름대로의 단체를 조직한다든가 따위의 이야기들은 문제의 본질을 외면한 지엽적인 해결책들 중의 하나라고 생각되었기 때문이다. 또한 그러한 류의 이야기는 그간 많은 사람들이 위와 유사한 주제에서 누차 발표하였던 내용들이기에 더욱 그러하다.

따라서 나는 앞의 주제에 관하여 생각할 때, 우리의 문화와 디자인의 현재의 실체를 명확히 살펴봄으로써, 누적된 문제를 발견하고 해결하는 것이, 이 환경에서 이 시대를 살아가는 우리들의 근본적인 사명이요, 역할이라고 생각한다.

"산업 발전과 디자인의 역할"

박 해 동 영남대학교 교수

Ⅰ. 서언

「특성있는 기업 문화 창출을 위한 디자인의 역할」이라는 주제를 두고 볼 때 금방 방향이 설정되어 전개되고 결과가 나올것 같은 생각이 드는데 사실은 생각하면 할수록 점점 어려워진다. 이것은 지역 문화라는 것(특히, 문화라는 것이 더욱 그렇다.) 자체가 너무나 광범위하여 그 논지를 어떤 방향으로 추진하여야 할지가 걱정이다.

사전에 의하면 문화란 "인류가 모든 시대를 통하여 학습에 의하여 만들어 놓은 정신적, 특질적인 일체의 성과, 의·식·주를 비롯하여 기술, 학문, 예술, 도덕, 종교 등 물심양면에 걸치는 생활 형성의 양식과 내용을 포함함"이라고 풀이되어 있다. 이같이 극히 포괄적인 지역 문화의 창출이라는 목표를 두고 그 목표에 디자인을 접목시켜 나간다는 것은 무척 어려운 일이라고 생각된다.

그러나 어떻게 보면 예술의 범위에서 디자인이란 것을 도출시킬 수도 있고 산업과 경제적인 측면에서 디자인이 갖는 역할 또한 중요한 과제인 것이며 앞으로 계속 관심을 가져야 될 것으로 믿는다.

물론 지역 문화 창출과 디자인이란 주제를 가지고 전개가 된다 하더라도 디자인이란 것 자체가 18세기 영국의 산업혁명을 계기로 구체화되어 발전했기 때문에 산업과 공존의 관계가 성립되지 않으면 디자인이란 것의 의미가 상실된다. 그러므로 「지역문화의 창출을 위한 디자인의 역할」이란 주제의 핵심은 이 지역이 갖고 있는 경제, 산업 분야가 함께 검토되어야 한다고 본다.

따라서 여기서 주제와 논리의 핵심이 치밀하게 일치하지 못한다 하더라도 대구지역의 일반적인 사회, 경제, 산업, 교육, 예술 등 문화의 현황 및 특성을 알아본 후 이러한 산업 사회에서 이 지역이 안고 있는 디자인에 관계되는 문제점을 파악하여 지역 경제와 산업 디자인을 육성 발전시키는 데 그 논지의 목적이 있으며, 다소 교과서적이나마 도움이 되었으면 하는 생각이다.

Ⅱ. 지역 문화의 정의 및 현황

1. 정의

오늘날 우리들의 삶은 점차 황폐해져 가고 있다. 인간들의 생활을 위한 기능 제일주의적 메커니즘은 인간의 생태학적 기본 질서를 무너뜨리고 물질적 공해 속에서 그들 나름대로 삶을 영위해 가지만 그들이 처해진 환경은 날마다 암울하고 참담한 것이다. 우리들이 처해진 환경은 날마다 급격히 변하고 있으며 변한 상황은 곧 구조적으로 고착화된다. 따라서 우리들의 고정화된 사회 속에 몸을 맡기지 않을 수 없다. 급격히 변해가는 사회 속에 살고 있는 우리는 과거에 조상들이 누렸던 훈훈한 공동체 의식을 하나하나 빼앗겼으며 모든 사물은 현대 문명의 황폐성에 처량하게 오염되었다. 더 없이 한정적이고 경직화된 오늘의 현실에서 삶의 구조란 어떤 것이며 인간, 사회, 자연사이의 관계의 표현이자 삶의 총체적 과정 자체인 문화에서 우리가 어떻게 삶을 영위해 왔느냐 하는 질문을 하지 않을 수 없다. 넓은 의미에서 문화란 그 시대 대중의 삶과 그 삶의 여러 양상 혹은 그러한 대중의 역사적 현실과 사회 이데올로기와의 대립적 연관성의 총체를 말한다. 따라서 모든 문화는 민족의 자연적 세력과 지배로부터의 자유를 위한 투쟁을 통해 그리고 그 투쟁에 힘입어 추적해 온 모든 물질적 비물질적 예술과 학문, 지식, 예의, 교육, 사고방식, 행위, 태도 등을 말한다. 그러므로 문화는 민족의 총체적 창조물이자 창조의 원천이며 사회 경제적 발전의 도구이다, 원래 문화란 산업화되기 이전의 많은 공동체적 사회에서 가장 유력하고 활기찬 예술, 음악, 시 등을 의미했다. 이러한 문화의 총체가 대중 문화의 본질이며 요체이다.

이러한 대중 문화의 속성 중의 하나는 그것을 향유하고 보존하는 사람들이 바로 그러한 문화를 수용하는 주체이자 곧 그것의 창조적인 참여자가 되어 집단적으로 제작된다는 사실이다. 그러나 오늘날의 문화는 형식화되고 교육받은 사람들의 요구에 의해 만들어진 유사 문화이거나 사이비 문화이다. 전자는 이웃과 함께 일하고 생활하는 사람들의 그가 속한 공동체의 보편적인 현실 감각과

감정과 희망을 적절한 형식으로 표출하였는 데 반해 후자는 자본주의 제도하에서 상품화되고 소수층의 관심이나 상업주의적 관심에 의해 박제화된 형태로 나타나는 문화이다. 따라서 새로운 대중 문화 운동은 대중들의 생활 속에서부터 나와야 하며 실천적인 작업을 통해 창출해 나가는 데 의의가 있다.

2. 현황

모든 문화의 발표 매체가 서울에만 한정되어 있고 지방에는 관 위주의 문화 형태 외에는 봉쇄되다시피 된 오늘의 현실에서 지방 문화가 대중에 대한 새로운 눈뜸으로 나타난다는 사실은 반가운 일이 아닐 수 없다. 이러한 지역 문화의 움직임은 그 지역의 현실 속에서 나와야 하며 그 지역의 특수성을 살리려는 문화적 시도가 나름대로의 가치를 획득하는 것이다. 한 지역의 문화를 통해 자기 자신을 확인하고 그 문화를 통해 우리의 동질성을 확보해야 하며 자아에 대한 올바른 자화상을 가져야 한다. 그러므로 우리가 지향하는 지역 문화는 대중의 삶에 촌립 기반을 두어야 하며 환경 터전을 점진적으로 개선해 나가는 데 주력하는 문화 운동이 있어야 한다.

오늘 우리가 살고 있는 낙후된 영남 지역 문화를 활성화시키는 작업은 많은 제약이 가로놓여 있는 마당에서 지극히 힘든 일이다. 그러나 귀중한 생활의 터전이요 타 지역과 똑같이 대중의 삶 속에서 구체적 문화 양태가 나와야 하는 터전임을 자각할 때 무엇보다 우리 지역의 연대 의식부터 확고히 하는 작업이 필요한 것이다. 지금까지의 우리 문화는 소박한 지방주의와 자기 만족의 향토주의가 판을 치고 있었다. 이러한 현상에 대한 스스로의 반성과 더불어 중앙집권적 문화에 대한 이의 제기는 균형잡힌 지방문화의 모색을 불러 일으켰고, 우리 민족의 동질성을 바탕으로 한 지방 자치적 문화의 성격을 띠는 것이며, 우리에 관한 구체적 인식은 한 지방의 연대성을 공고히 할 것이고 나아가 민족 공동체로서 위기적 통일을 기하는 작업이 될 것이다.

'70년대를 전후하여 우리는 급격한 산업화의 소용돌이를 경험하였고 그 과정에서 갖가지 부작용이 나타나게 되었다. 산업화의 충격이 가장 심하게 나타난 곳은 농촌과 도시의 농민 노동자의 생활 현실이다. 역사적 현실에서 볼 때



우리 사회는 서구와 같은 근대 시민 사회를 경험하지 못하고 반 봉건 서민사회로 종속적인 이행을 해왔다. 이와 아울러 봉건적 잔제 세력은 이해를 같이하는 식민지 중산층의 제국주의적 외세에 의존하여 특권적 이익을 추구하고 확대하여 왔다. 하여튼 식민지 잔재 청산이 제대로 이루어지지 않는 우리의 문화는 파행적인 자본계층에 크게 의존하였으며 대중의 이해관계에 상충적일 수 밖에 없는 소수 특권층을 위해 존재해 왔다. 이러한 문화적 상황은 민중문화가 성립되는 것을 어렵게 만들었으며 오히려 대중문화의 사회 경제적 기반인 민중의 생활 공동체 자체의 저해를 가져왔던 것이다. 여기 덧붙여 급속히 밀려든 외래의 퇴폐 문화, 소비 문화는 극단적인 개인주의, 말초적인 만능만을 추구하는 등 문화를 타락시켰다. '80년대에 들어오면서 주목할만한 문화 현상의 하나로 지방 문화의 성장을 꼽을 수 있다. 지방의 문화 운동이 그 지역의 현실을 대변해 줄 수 있다면 이러한 문화적 시도는 그 나름대로의 가치를 획득하고 서울 지역 문화 소비적 현상에 대한 경종이 될 수 있다. 지방 문화에 대한 주장은 결코 소아병적 편견이나 타 지역에 대한 대립적 개념이 아니라 이는 가장 변증법적 발전에 의하여 보편적 가치를 획득할 수 있다는 통일 지향적인 것에 그 기반을 둔다.

III. 지역 문화 속의 디자인 위치

한 지역의 문화는 그 지역의 특수한 역사적 경험과 그 지역의 구체적인 삶 속에서만 이루어진다. 한 지역의 동일성 회복은 곧 한반도 자체의 동질성을 가질 수 있는 요인이며 이러한 지역 문화의 유기적 통일은 곧 분단 체제를 극복할 모태가 되는 것이다. 대구 지역 문화의 보수성과 낙후성을 규명하고 참다운 문화 양상으로 승화시키기 위해서는 무엇보다 이 지역의 특수성을 파악하고 그 특수성에 대한 파격적인 체제를 강화시키기 위해 시민 의식과 대구 지역의 역사적 배경을 재인식케 함으로써 진정한 의미로서 자유롭고 참다운 삶을 모색하기 위한 민중 문화 운동을 모색해야 한다.

한 시대의 사회, 문화적 수준의 질과 양은 그 시대의 시각 예술로 수렴될 뿐 아니라 그렇게 하여 형성되는 시각 예술 문화는 그것을 산출케 하는 그 시대의 사회, 문화적 수준을 새로운 차원으로 승화시킨다는 예술 문화의 실천적 논리를 생각케 한다. 시각 예술, 특히 시각 디자인의 본질적 내용은 그 시대의 사회적 반영이며 관찰과 분석을 전제로 한 현실적 발언으로 대중의 사상과 감정의 기초 위에서 이루어진다고 할 수 있다.

대구 지역 문화에 있어서의 경제성은 전국의 산업주의 체제의 입각에서 중요한 역할을 분담하고 있다. 경제적 발전 양상은 곧 사회적 정치적 안전성을 보장하며 국가적 힘의 기준을 경제 성장으로 가름할 수 있다. 따라서 경제적 성장은 생산성과 직결하기 때문에 생산성의 구성 요소인 기술 및 디자인은 중요한 위치를 갖는다. 「지역 문화 속의 디자인 위치」란 주제를 가지고 논의한다 하더라도 디자인이란 자체가 18세기 영국의 산업혁명을 계기로

발전했기 때문에 산업과 공존의 관계가 성립되지 않으면 디자인이란 의미가 상실된다. 그러므로 이 지역의 경제 산업분야가 함께 논의되어야 한다. 따라서 본론에서 주어진 주제 내용 중 광범위한 교육 분야 또는 기타 전반적인 문화 활동을 일일이 열거할 수 없으나 본 세미나의 핵심인 산업 분야에 따른 대구 지역의 디자인 교육 분야 및 전반적인 디자인 활동을 줄여서 논할까 한다.

1. 산업 분야에서 디자인의 역할

1760년대에서 1830년대에 걸쳐 당시 영국의 사회를 지배하여 왔던 산업혁명과 근대 유럽의 정치 혁명은 대량 생산에 의한 합리주의와 민주주의적 시민 사회 건설을 갈구하는 민주적 사조로 전 세계를 지배하는 사상이 되었으며 기계 문명과 공업화의 진전은 19세기의 세계를 완전히 지배하였다. 따라서 유럽적인 사고는 이러한 사회 변화에 따랐으며 새롭게 등장한 발명과 기술은 실질적인 생활의 한 범주에 들어가게 되었다. 중세의 사회 조직뿐만 아니라 심지어 길드 조직에 의해서 훈련되었던 수공예가와 그 후원 계급까지도 사라져 버렸으며 모든 것은 기계에 의해서 가치가 형성되어지는 사회로 변모해 갔다. 이러한 상황에서 인간은 생활 양태에서 급격한 변모를 갖게 되었으며, 상향하는 이러한 추세는 현대인에게 끊임없이 요구되고 이 요구를 충족시켜 주기 위한 노력은 "보다 싼 값으로, 보다 나은 것을, 보다 많은 사람들에게"라는 사회적 이념을 토대로 몇몇 선험자들에 의해서 구체화되고 실천되면서 디자인이라는 새로운 분야를 창조해 내게 되었다.

이와 같은 역사적 배경으로부터 새로운 예술 분야로 탄생을 보게 된 디자인은 능률과 진보를 구현하는 새 시대의 이념으로 받아들여졌고 19세기부터 활성화되기 시작한 현대 디자인은 산업의 진보에 따른 기계 문명에 힘입어 급진전을 보이게 되었다. 그 결과 디자인은 현실적으로 국부론의 한 방법으로서 경제적 요인으로 인식되어졌을 뿐 아니라 이념적으로는 현대의 기술과 제품의 질을 향상시킴으로써 생활 문화의 질적 성취를 위한 차원 높은 수단으로 인식되기에 이르러 그 가치를 충분하게 인정받게 되었던 것이다.

이러한 상황에 비추어 볼 때 한국의 디자인이 어떻게 출발하여 어느 정도까지 발전해 왔는가는 현 시점에서 필요성과 적용이라는 문제로서 한국의 디자인을 이해하는 데 중요한 요인이 될 수 있을 것이다. 늦은 감이 없지 않지만 1949년 「대한민국 미술전람회(국전)」의 공예부로부터 출발한 초기의 디자인은 중요한 역사적 의의를 갖고 수많은 공예가들을 배출하였다. 비록 국전이란 이름의 전람회는 없어져 버렸지만 1960년대 초 경제개발 5개년 계획이 수립되면서 생산 증대와 수출 신장이라는 생산 철학을 바탕으로 국가 정책에 의해서 디자인에 대한 국가적, 사회적 인식이 고조된 이래 산업 디자인 운동은 「대한민국 산업디자인 전람회」라는 국가적 행사와 디자인을 전문으로 하는 몇몇 전문가들로부터 출발된 협회가 결성되어 디자인에 대한 기업과 대중들의 관심을 증대하려 노력해 왔다. 그러나 세계적 불황으로 말미암아 경제 상태의 악조건 속에서 기업과 대중들의 디자인에 관한 관심도는 활성화 되지 못했다. 그러나 기업의 생산 증대와 수출 신장이 그 어느 때보다 중요시되고 있는 현 시점에서 산업 디자인은 국부론의 일환으로 실천되어야 마땅하고 이를 위해서는 국가적 차원의 정치적 배려와 더불어 보다 밀도있는 디자인 정책이 요구되는 것이다. 더우기 가속화해 가는 산업 사회에서 전 세계적으로 그 가치를 높게 평가받고 있는 산업 디자인은 이제 특정한 국가나 특정한 사회의 요구가 아닌 근본적으로 시대적 요구에 의한 것이기 때문에 그 중요성은 날로 부각되고 있다.

이와 같은 산업 디자인의 활성화가 절실히 요구되는 한국의 실정은 앞에서도 언급했거니와 이제는 구체적 활성화 방안이 우선되어야 한다고 본다.

첫째로는 국가적 차원에서의 디자인 진흥기구의 활성화를 들 수 있다. 이와 같은 디자인 진흥기구를 통해서 디자인에 대한 국제 사업, 디자인 지식의 보급, 디자이너의 권익 보호, 디자인 관련 국제회의 개최, 디자인 전문지의 대중화 증대에 힘을 기울여야 한다. 그리고 기업과 디자이너 및 수많은 제품 생산자들을 디자인 진흥기관을 통해서 하나의 조직으로 결속하게 하여 국내에서 생산되는 모든 제품의 디자인을 관리, 평가하게 하고 수출과 직결되는 우수한 상품의 디자인 개발을 위한 조직을 구성하여야 하며, 이러한 기구의 활성화는 국가적 차원의 투자가 요구되어야 한다고 본다.

둘째로, 디자인은 현실적으로 기업을 통해서 실천되고 있는 경우가 많기 때문에 디자이너와 기업의 협력을 들 수 있다. 이것은 디자이너는 기업의 구성원으로서 기업에서 생산되는 제품의 형태적 특질을 추구하면서 질을 높이는 역할을 해야할 뿐 아니라 생산 원가를 절감할 수 있는 방법을 모색하는 것이다. 디자이너는 기업의 판매 촉진자로서 제품과 시장, 소비 등의 성공적 판매를 위해 모든 요소들을 바탕으로 기업의 이윤 추구에 노력해야 하며, 기업은 디자인 부서를 기업 조직 내에 독립적인 부서로 설치하여 개발된 제품에 대한 전반적인 관리·조정은 최고 경영진과 밀접한 커뮤니케이션하에 이루어지도록 해야 한다.

자유시장 경제 체제하에서 볼 때 기업은 서로가 경쟁자로 나타난다. 그 결과 기업은 시장 또는 제품 구매자의 욕구에 대한 상황 파악을 하여야 한다. 그러나 소비자의 욕구가 충족되면 될수록 기업의 입장에서 볼 때 구매자가 작아지며, 경쟁 상태는 더욱 예민해진다.

기업 사이의 경쟁을 위해서는 제품의 외관 및 디자인은 중요한 의미를 갖는다. 또한 기업의 정책은 제품을 수용하는 시장 상태에 달려 있는데, 이것은 기업의 정책에 지대한 영향을 미친다. 이러한 여건 속에서 기업들은 시장에서 일정한 위치를 확보하고 더 나아가 그 위치를 확대시키려고 할 뿐 아니라 그들의 제품이 소비자의 욕구와 희망에 일치하기를 원한다. 그래서 현대에 와서 더욱 더 디자인의 의해서 이루어지는 제품의 시각적 특질, 형태, 광고 등의 중요함을 인식하게 되는 것이다. 더우기 디자인은 시장 경제하에서 경쟁자의 제거 역할을 함으로써 두 가지의 중요한 의미를 지닌다. 첫째는 제품의 외관에 대한 조형성이라는 미적인 수단을 통해서 구매자의 주의를 유도하게 되고, 둘째는 경쟁자의 제품을 접근하지 못하게 하는 특별한 개성을 지닌 제품을 생산하게 하는 역할을 한다. 따라서 실용 가치를 지닌 세련된 제품의 공급을 통하여 구매자에게는 새로운 욕구 충족이 가능하게 되고 아울러 시장에서의 수요 증가를 통해 기업에서는 판매를 확보하는 중요한 수단이 되기 때문이다.

이상에서 언급한 국가적 차원에서의 디자인 진흥기구의 활성화, 디자이너와 기업의 협력, 기업의 디자인에 대한 확고한

의식은 현재의 산업 시대에서 필수적으로 요구된다.

2. 디자인 교육 분야 또는 전반적인 디자인 활동

(1) 디자인 교육 분야

한국의 디자인의 역사는 짧다. 다른 문화 분야와 마찬가지이겠지만 우리의 역사는 근대화, 즉 공업화하는 과정이 늦었기 때문에 특히 디자인 문제는 최근에 이르러서야 사회적으로 확대되기 시작하였다. 해방 후 40년이 넘는 현대에 이르기까지 디자인 분야는 항상 사회의 실질적인 발전에 직접 관계함으로써 형성되었기 때문에 한국 근대사의 공업화 과정과 함수 관계를 맺게 되었던 것이다. 이러한 의미에서 한국 디자인의 제문제는 한국동란 이후 정치적 경제적 안정에 따라 사회 모든 분야의 생산 활동이 활발해지고 국제적인 교류가 확대되어 가기 시작한 '60년대 이후를 기점으로 해서 국내 시장이 확대되고 해외 수출 신장에 따른 생산과 소비의 순환을 통해 산업 디자인에 대한 관심이 높아가기 시작하였다. 나아가 보다 세분화되고 전문화된 직종으로 사회와 교육과의 순환도 순조로와지기 시작하였으며 생산업체는 날로 격심해 가는 경쟁과 확대되고 복잡해져 가는 사회에 바람직한 기업 이미지와 상품 이미지의 전달을 위해 전문적인 디자이너를 요구하게 되는 경향이 나타나기 시작하여 전문인을 양성하는 교육기관이 대구지역 사회에도 확산되어가기 시작하였다. 필자는 대구 지역 디자인계에 있어서는 서구로부터 또는 이웃 나라 일본에서부터 직접적인 영향을 받은 것이 아닌 국내 서울에서 교육받은 디자이너에 의해서 또는 디자인 교육을 통한 영향권 내에 의해서 다음과 같이 도입기(1962년 ~ 1965년), 형성기(1966년 ~ 1970년), 성장기(1971년 ~ 이후)로 보고 있다.

필자의 이러한 시대적 구분은 1962년 서울대학교 미술대학 응용미술과를 졸업(1959년 졸업)한 필자가 처음으로 대구에 귀향하여 정착함으로써 순수미술, 주로 회화에 대한 일반적 상식선에서 디자인이란 새로운 개념의 도입을 접했던 데서 비롯된 것이다. 1963년에 처음으로 대구에 대구대학 병설여초대 응용미술과, 효성여자대학 생활미술과가 설립됨으로써 디자인 교육 기관에 의한 전문인들이 배출되기 시작했다.

현재 대구지역에는 종합대학교 미술대학 4개과, 예술대학 1개, 전문대학 8개과에서 약 일천 명에 가까운 디자인 전공인들이 배출되고 있다.

(2) 디자인계의 활동

대구직할시의 산업 디자인은 지역 디자인전의 활성화를 통해 전문화 사회로 진출해 간 작가들의 현실 참여에 의하여 새로운 도약을 보이면서 현시대적 고도 성장에 따른 새로운 조형 활동 변화에 조심스럽게 적응하고 있음을 볼 수 있으며, 금년 하반기를 막 벗어난 8월 말부터 잇달아 열린 '대구섬유미술가회 창립전', '대구금속공예가회창립전', '대구산업디자이너협회전', '대구시각 디자이너협회전', 11월 하순에 개최될 대구직할시 산업디자인전 등은 88올림픽을 앞두고 디자인과 공예에 대한 대중의 관심을 높이는 한편 디자인 활성화를 유도함으로써 디자인 분야에 활로를 넓혔다. 특히 '제5회 직할시 산업디자인전'과 '39회 대한산업미술가회' '제4회 한국그래픽협회전'을 대구에서 유치함으로써 더욱 관심도를 높였으며, 각대학 전시회는 질적·양적으로 최다의 활성화를 나타냈다. 이는 산업화에 따른 디자인의 중요성이 갈수록 비중이 더해가는 현실 추세에 부응하는 증거이다.

Ⅵ. 디자인 교육 및 진흥 방안

대구 지역에서 천여 명의 디자인 전문인들이 교육 기관을 통해서 매년 사회에 배출되고 있다. 그러나 질적·양적으로 많은 인적 자원이 사회에서의 활로 개척과 산업체 및 기타 전문기관에 기여할 수 있는 일터를 찾지 못하고 사장되고 있는 다급한 현실에 처해 있으며 일부 소수의 디자이너들이 이 지역 사회에 환원되어 기여하고 있으며, 정보 및 교류의 상황이 어려운 중앙 진출을 앞두고 치열한 경쟁의 수난을 겪고 있는 실정이다. 특히 대구 지역의 여건이 군소 섬유산업 도시라는 특수성이 있지만 기업주들의 디자인에 대한 몰이해와 외국 디자인의 모방 및 도용과 디자인에 대한 투자 의식 결여는 디자인 발전에 커다란 저해 요소가 되고 있으며, 그나마 대기업은 본사는 서울에 두고 생산 시설만 유치시킴으로써 디자인에 대한 지역 사회의 기여도 및 특수성은 비정상적, 시대착오성 속에서 맴도는 상황에 처해 있다. 디자인 교육 목표는 어디까지나 사회적 활성화에 있으며, 학교의 전문 교육이 사회적 산업성을 띤 생산 체제로 직결되는 산학 협동 체제로 연결되어야 한다.

전문 교육기관에서 유입된 디자이너에 대해 산업체에서 과감한 투자를 하여 성급한 실효성을 기대하기 보다는 장기적 안목에서 키워서 활용하는 장기적 계획이 절실히 요구된다. 또한 학교 교육의 문제점은 산업 체제의 실효성에 접근하는 데 기준과 목표를 두는 것보다 전람회를 위한 효과적 교육이 빨리 개선되어야 한다. 일찌기 한국 디자인의 대부분이 전시회(행사를 위한 작업)와 공모전을 위해서 활동해 온 디자이너를 중심으로 전개되어 왔다는 것에 우려를 갖지 않을 수 없다. 순수미술에 관계하는 작가들은 어떻게 하던지 발표를 통해서 그들 작품 세계가 사회와 관계를 갖게 되지만 디자인은 발표한다는 속성보다 더 중요한 것은 생활 속이나 사회 대중들에게 순환되어야 하기 때문에 근본적으로 생산성을 띤 사회 활성화에 목표를 설정할 필요가 있다. 흔히들 "디자이너들을 생산해 내는 기관은 많지만 쓸만한 재목은 극히 드물다."라는 말을 들을 수 있다.

Ⅴ. 섬유 산업 분야의 디자인 개발

대구의 제조업체 수는 3천 4백 55개로 집계되고 있다(4인 이하 제조업체 제외). 이러한 제조업체 중 상시 종업원 3백명 이상 대기업은 51개로서 1.47%를 차지하고 있으며, 그 이하의 중소기업이 전체의 98.53%를 차지하고 있어 대구 지방의 제조업체가 중소기업 위주임을 알 수 있다. 종업원 규모별로는 5~49명이 2천 7백 74개 업체로 전체 제조업체의 80.28%를 차지하고 있어 대구 지방의 제조업체의 극심한 영세성을 보여주고 있다. 업종별로는 섬유업이 1천 6백 58개 업체로서 47.98%를 차지하고 있어 대구지방 제조업이 섬유 산업임을 여실히 보여주고 있다. 또한 대구 지역의 제조업체를 전국과 대비할 때 업체수는 전국의 8.8%, 종업원수는 7%를 차지하고 있으며, 이것은 전국 평균 1개 업체당 종업원수가 56명인 데 비해 44명으로 대구 지방의 제조업체가 전국 평균을 하회하는 영세성을 면치 못하고 있음을 보여주고 있다. 업종별로는 섬유가 16.2%,

기계 8.8%, 화학 5.9%, 기타 4.8%순이다. 따라서 대구 지역의 제조업체는 종업원 규모면에서 5~49인 규모의 중소 영세기업과 업종면에서 섬유 산업이 아직도 대종을 이루고 있다. 따라서 대구 지역의 디자인이라는 것은 섬유 산업과 유리된 상태에서는 생각할 수 없는 매우 긴밀한 연관성을 갖고 있다.

'70년대 후반만 해도 사양 산업이었던 섬유 산업의 국내 수출액이 '87년도에는 90억불을 목표로 하고 있으며, '80년대 말에는 100억불을 넘게 될 것이라는 사실은 우리 나라 수출 정책에 있어 섬유 산업이 차지하는 비중이 크다는 것을 잘 반영해 주고 있다. 더우기 국내 총 생산량의 34% 이상을 대구, 경북의 섬유산업이 뒷받침하고 있다는 것을 생각할 때 이 지역의 디자인에 관여하는 사람으로 더욱 그 책임을 무겁게 느낀다.

현대는 과거와는 달리 섬유는 단순히 장식적이며 자기 표현적인 것에서 떠나서 인간 생활 환경 전반의 개선을 위해 기본적이면서도 매우 중요한 역할을 담당하게 되었다. 이러한 섬유계의 변화 판도와 더불어 해외에서의 섬유류 수입 규제 법안이 시행되고 있음을 볼 때 우리 섬유계도 수출 의존형 산업인만큼 큰 영향을 받으리라고 본다.

이러한 상황에서 한국의 섬유 산업을 주도해 온 이 지역의 섬유업계가 해야 할 대응책은 무엇인가라는데 그 초점이 모아진다.

과거는 만들면 팔린다는 시대였으나 이제는 디자인이 가미된 높은 부가가치 제품을 만들어 상품으로서가 아니라 디자인을 수출한다는 생각이 아니면 수출 경쟁에서 살아 남지 못할 것이다. 따라서 앞으로 섬유 산업의 모든 비즈니스는 디자인 비즈니스가 되어야 할 것이다. 우리 나라 섬유 산업이 그 시설이나 규모에 있어 세계 수준에 크게 떨어진다고 보지는 않는다. 단지 디자인의 중요성을 인지하지 못한 상태에서 활용 능력이 결여되어 있고 값싼 노동력을 앞세워 노동력 수출이 계속되 왔을 따름이다. 앞으로 보다 적극적인 디자인의 참여와 인식이 따를 때만이 이 험난한 국제 경쟁, 세계 시장에서 그 활로를 개척할 수 있을 것이다.

섬유 산업에서 디자인의 중요성을 좀 더 구체적으로 생각해 보자. 보통 섬유 산업에 있어서 원칙이 있는 것은 아니지만 원료에서 실을 다루는 과정을 상류(Upstream), 직물이나 제포까지의 과정을 중류(Midstream), 의류를 다루는 것을 하류(Downstream)라고 하는 3단계 구분을 하는 것이 보통이라 알고 있다. 그래서 과거에는 제포까지의 단계를 섬유 산업이라고 생각했기 때문에 천까지만 생각해 내면 그것으로 섬유 산업은 끝났다. 따라서 생산된 천이 어떠한 용도로 어떠한 제품을 위해서라는 구체적인 계획도 없이 출고하면 되었고 다운스트림에서는 이렇게 출고된 것 중에서 적당히 골라 최종 제품(말하자면 옷, 의상)을 만드는 것이 하나의 관례가 되었다. 그러나 근래에 와서는 소비자들의 의식 구조 변화와 굿 디자인에 대한 관심, 또한 생산 시설의 확충에 따라 공급량이 수요량을 웃돌게 되면서 상품의 다양화, 고급화라는 것을 생각하게 되었고 비로소 패션이라던가 디자인이라는 것을 찾게 되었다. 따라서 이제 다운스트림이 섬유 산업의 중추적인 위치를 차지하면서 발전하게 되었다.

"일정한 용도를 가진 것을 어떤 모양으로 만들 때 그 용도에 가장 적합하고 편리하면서도 아름다운 모양을 부여하기 위하여 구체적인 계획을 세우는 것"이라던가 "이러한 계획을 세우기 위한 창작과정이나 완성된 모양이 이루어진 것"을 일반적으로 디자인이라고 한다면 여하간 여기서는 옷이 기능적으로 편리하면서도 아름다우며 동시에 쾌적하게 착용할 수 있도록 하는 지혜와 감각이 그 기본이 되어야 한다. 그렇다면 섬유 산업에서 디자인이야말로 계속적이고 창조적인 아이디어가 끊임없이 제안되고 수정·보완되어야 할 것이다. 그러나 이제까지는 그 기초가 되는 디자인 작업이 무시된 채 패션 디자인만 가지고 패션 상품이라는 목적을 달성하려는 무리와 모순을 저질러 왔던 것이 사실이라고 생각한다. 원료가 다양해야 최종 제품도 다양해질 수 있다는 것은 주지의 사실이겠지만 요즘 들어서 상류나 중류 단계에서도 디자인의 도입이 필요함을 인식하여 도입하려고 시도를 하고 있으나 누구를 위하여, 무엇을, 왜, 어떻게라는 구체적인 방안을 제시하지 못하고 있는 실정이다. 그래서 단순히 소재 공급의 기능밖에 없었던 것이 사실이다. 홍콩의 바이어는 우리의 백색 원사를 수입해 필요한 색상, 필요한 특수사로 가공하여 재수출하고 있으며, 일본의 경우 우리의 백색 원단을 가져가 자기네들 취향에 맞게 가공하여 사용한다. 이런 사정으로 볼 때 한국의 디자인 감각으로 실이 염색되어 공급되어야 하고 우리의 센스로 디자인되어 프린팅된 천이 수출되어야 할 것이다. 소재나 그에 따른 디자인은 적어도 1년 전에 결정되고 시즌 전에 만들어져 바이어들에게 제시되어 이것의 견본에 의한 세일즈가 이루어져야 세일즈 비즈니스의 형식이 되는데, 아직은 바이어 비즈니스의 형태를 띠고 있다.

수출 주도형 섬유 산업이 그 시설과 규모면에서 세계 5~6위의 위치를 차지하고 있으면서도 수출의 경우는 기초적인 공업 제품이거나 아니면 국제 하청식 노동력의 수출이 계속되고 있다.

대구의 규모별 제조업체 현황

1986. 11. 1 현재

규모별 \ 업종별	계	섬 유	기 계	화 학	기 타
계	3,455	1,658	830	222	745
5~ 49명	2,744	1,197	736	204	637
50~ 99명	384	259	49	13	63
100~199명	188	133	26	3	26
200~299명	58	39	10	—	9
300명 이상	51	30	9	2	10

전국대비 대구 제조업체 현황

1986. 11. 1 현재

구분 \ 업종별	전국		대구	
	업 체 수	종업원수	업 체 수	종업원수
계	39,243	2,215,233	3,455	152,452
섬 유	10,260	675,993	1,658	97,085
기 계	9,473	625,582	830	24,949
화 학	3,848	280,963	222	5,308
기 타	15,662	632,695	745	25,110

그러나 현재 일부 업체에서는 단순한 공업 제품이 아닌 패셔너블한 상품의 수출로 전환하려는 움직임이 강하다는 것은 퍽 다행한 일이라고 생각한다.

앞으로 국내외를 막론하고 의류 수요의 추세는 균일화에서 벗어나 다양화, 개성화 그리고 고급화 등 감성에 의해서 가치를 판단하게 될 것이다. 이러한 여건에서 우리가 이겨나갈 수 있는 길은 오직 상품의 고부가 가치화에 달려 있으며 이는 곧 디자인력의 강화에 의해서만 가능하게 될 것이다. 이 디자인력을 강화시키는 일은 바로 이를 담당할 전문 인력을 육성하는 것이다. 이는 하루 아침에 이루어지는 것이 아니기 때문에 거시적인 관점에서 관·산·학이 협력해 일관성있고 조직적인 장기 투자에 의해서만이 문제 해결이 가능하다고 생각한다.

Ⅵ. 결언

모홀리 나기(Moholy Nagy)는 그의 저서 「Vision in Motion」에서 산업 디자인을 다음과 같이 정의하고 있다. "디자인은 재료와 프로세스를 가장 생산적이며 경제적으로 조직하고 어떤 기능을 창조하기 위하여 필요한 모든 요소들이 조화를 이룰 수 있도록 통합시키는 행위이다. 그것은 단순히 외관만을 다루는 것이 아니며 제품의 총체적인 내용을 대상으로 하는 복합적인 것이다. 또한 디자인은 사회적, 경제적, 기술적인 요소, 생태학적인 필요성, 재료, 형태, 색채, 공간의 심리적인 효과, 그리고 이들이 상호 관계를 이루게 하는 사고를 통합시키는 것이다."라고 한다.

이같이 디자인은 산업과 유리된 채 확연한 창조 철학이 없이는 존재 가치가 없어진다. 분명한 창조 철학을 바탕으로 한 디자이너 스스로의 자질 향상이 절실히 요구되는 것이다.

국가적인 차원에서 보다 긴밀하고 유기적인 산업 협동 체제의 확립을 위한 정치적 배려 등 굳이 열거하지 않아도 될 많은 문제들, 적게는 지역의, 넓게는 한국의 디자인 육성 발전을 위해 우리는 해결해야 할 일이 너무도 많다. 거대한 시장에서 막대한 소비자가 무엇을 원하며 왜 그것을 바라는지 여러 측면에서 고찰, 분석하여 가장 합리적으로 어프로치한다면 우리의 산업 디자인 분야는 실로 산업과 함께 확실한 발전을 기약할 수 있을 것이다.

"전통 문화를 계승 발전시킨 산업디자인 개발"

심 효 섭 한국디자인포장센터 산업디자인 개발부장

Ⅰ. 서론

한국디자인 포장센터는 1987년 국가적인 산업 디자인 행사인 「제22회 대한민국산업디자인전」을 치루고 이 전시회에 즈음하여 지역 산업 디자인 발전에 기여코자 서울을 제외한 대구, 청주, 마산, 전주 도시권에 산업 디자인 세미나를 개최하게 되었다.

이번 전주에서 갖게 되는 산업 디자인 세미나의 주제는 유인물에 명기되어 있듯이 「특성있는 지역문화 창출을 위한 디자인 역할」로 설정하였는데, 이번 기회에 전주 도시권의 산업 디자인 관련 대학생 및 관련 업체 관계자들을 대상으로 발표를하면서 산업 디자인과 한국디자인포장센터의 사업에 관심있는 여러분을 뵙게 된 것에 대해 감사를 드린다.

날씨가 썰렁한 올해 1월에 산업 디자인전과 산업 디자인 세미나 행사를 준비하면서 앞서 말씀드린 세미나의 주제를 설정하는 과정에서 우리 센터에서는 많은 논란이 있었으며 그 주제 설정에 어려움이 많았다.

그러한 이유는 현재 한국 지역 문화가 안고 있는 현실적인 실체에 산업 디자인의 실체를 접목시켜 독자적인 지역 문화의 정착화와 지역 산업 디자인의 발전을 부추기는 데 있어서는 아직도 그러한 실체들이 미흡한 점이 많으며 나아가 이것을 관계(官界)에 접목시켜 발전시키기에는 많은 어려운 과제가 남아 있기 때문이다.

그러나 나는 이번 기회에 여러분과 함께 정직하게 우리의 지역 문화와 산업 디자인의 실체를 점검하고, 양자의 바른 인식관과 앞으로의 발전시킬 방향에 대해 발표를 하고 청취함으로써 이 기회가 미래 지향적인 발전의 계기가 되기를 바라는 마음이다.

Ⅱ. 문화와 산업 디자인

문화와 산업 디자인이라는 개념을 생각하여 본다면 문화란 지구촌의 어느 일정 지역에서 인간의 믿음이나 사상, 지역 환경의 개성 등에 대하여 어떤 시각적인 형식을 갖는다든지 이 시각적 형식을 기록, 제작화하는 행위를 「문화」라 할 수 있으며, 이러한 인간의 행동이나, 사유(思惟)가 원인에서 결과를 낳을 때 산물이라고 할 수 있으며 이러한 산물의 총합을 물질문화(Material Cluture)라고 정의할 수 있는 것이다.

디자인이란 19세기 초, 더욱 엄격하게 얘기해서 1830년대 이후 인간이 소유할 수 있는 시각적인 형식 중에서 인간의 감각 생리의 표현 과정을 인간의 손에 의한 제작, 즉 수공업에서 새로이 대두되었던 기계 산업 양상의 전환으로 모든 사람에게 편리하게 그리고 만족스럽게 사용할 수 있는 인간의 생활 도구를 연구한다는 것이 디자인이라는 것으로 상기에서 언급한 물질 문화라는 것과 불가분의 관계를 갖게 되는 것이다.

만약에 문화와 디자인의 차이점을 논한다면 문화란 한 민족의, 어느 지역의 특성에 대한 인간의 감각 생리의 표현 과정을 통해 생기는 민족적 감수성의 근거물이며, 디자인이란 민족적 감수성의 근거물보다도 어느 특정 민족, 특정 지역 환경을 위한 것이 아니라 모든 사람의 사용을 위한 보편성의 근거물이라고 그 차이점을 구분할 수 있을 것이다.

그러므로 문화라는 것은 일정 지역의 민족적 감수성의 결과물로서 전통주의적 경향을 갖게 되는 것이며, 디자인이라는 것은 인간의 보편적 특성에 바탕을 두고 모든 사람에게 골고루 인간 생활의 질적 평준화를 도모하기 위해 산업 기술을 완벽케 함으로써 인간에 공헌하고자 하는 목적이 있기 때문에 디자인은 보편주의적 경향을 갖게 되는 것으로 양자는 서로 불가분의 관계를 갖고 있으면서도 대립되는 주장을 가져오기도 했다.

문화라는 것은 이러한 전통주의적인 속성 때문에 자칫 역사주의에 빠지기

쉬우며 때로는 사람들이 시간을 역행하여 느끼고 소유하고 싶은 회고주의적인 감각에 빠지기 쉽게 한다. 그러나 디자인은 그 자체가 보편주의적이라는 속성 때문에 지극히 획일주의적인 감각으로 빠지기 쉬워 무미건조하고 예술적 생동감이 박탈된다는 우려도 생기게 되는 것이다.

한 나라의 전통적인 문화를 지키고 이것을 현실에서 누리고 후대에 계승시킨다는 것, 정착화시킨다는 것은 우리 나라의 경우 근세사를 통하여 많은 어려운 결과가 있었다고 본다.

시간이라는 눈에 보이지 않은 개념은 이 자체가 인간의 생애라는 것을 만들고 국가나 사회에 대해서는 역사를 낳게 하였는데 역사적으로 볼 때 우리 한반도에는 많은 전쟁과 동란 및 속국의 역사를 통해 일부 전통 문화가 파괴되었거나 발전이 안되고 정체된 현상도 없지 않아 있었다.

문화란 한 민족의 환경에서만 누린 것이 아니라 전파되기도 했다. 삼국시대의 신라 문화와 통일신라 문화는 일본에 많이 전수된 예로서 역사를 통해 우리는 잘 알고 있다.

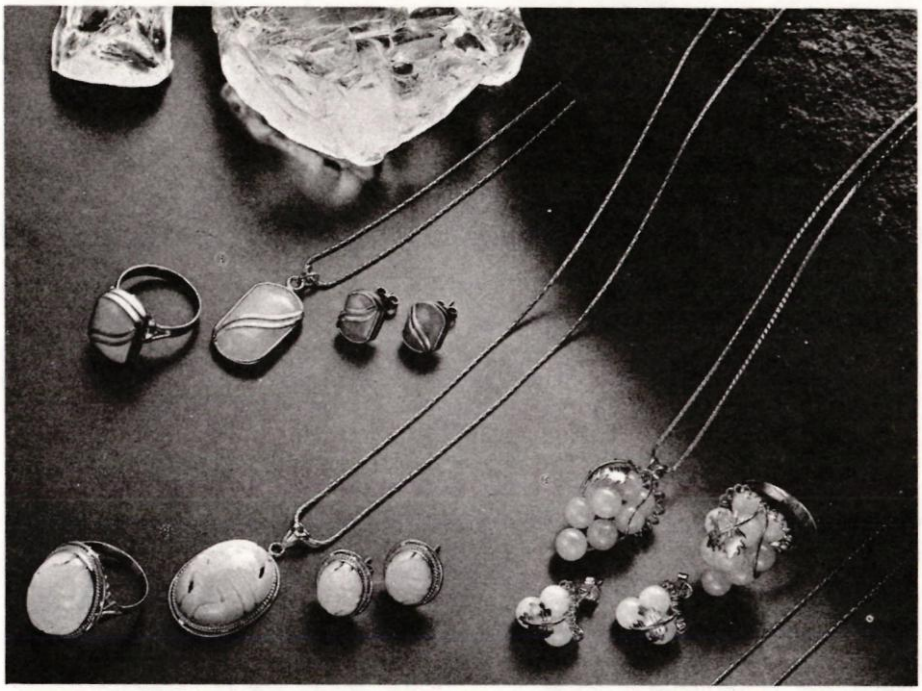
예를 들어 전통 문화나 생활 습관이 전수된 것으로 일본의 옛 수도인 奈良(NARA)는 한국어의 나라(國)에서 유래한 것이라 할 수 있고 구다라나이(Kudaranai)란 "가치없다"·라는 뜻의 용어로서 우리 삼국시대 물건과 일본 물건을 견주어 "삼국시대의 물건이 아니다" 라는 뜻으로 삼국시대 물건의 가치를 높이 평가하기 위해 사용했다는 얘기도 있다.

지난 며칠 전 한국디자인포장센터에서 주최한 바 있는「한·일 디자인 세미나」에서 오사카 나니와대학 디자인학과 교수인 오다카 다케시도 시인한 바 있지만 그는 세미나 발표를 통해 일찌기 일본인은 한반도로부터 귀중한 문화를 받아들였고 유럽, 미국 등지에서도 많은 문화를 흡수하였다고 했다.

Ⅲ. 산업화와 디자인

우리가 문화와 디자인의 관계에 대해 역사적인 배경을 통해 생각을 해볼 때 여러분들은 19세기 초 일대에 일어난 문화 역사의 큰 변화 상황을 기억할 수 있을 것이다.

그것은 전통주의적 문화에서 기계 생산을 바탕으로 둔 산업주의가 바로



그것이다. 이 산업주의를 배경으로 산업 디자인이 잉태되었고, 이 산업 디자인은 산업을 진흥시키는 것에 촉매 작용을 하였으며 국민의 생활을 윤택하게 하는 데 노력해 왔다.

이러한 산업주의의 산업 디자인은 전통적인 문화의 굴레에서 벗어나 문화와 나란히 병행을 이루며 지속하여 왔지만 서로 양자의 특성이 잘 융합되지 않은 상황에서 1세기 반을 끌어왔다는 것을 역사를 통해 목격할 수 있다.

오늘날 자타가 공인하는 선진국들이라면 산업 디자인이라는 무기를 통해 산업화를 꽃피웠지만 우리 나라의 경우는 이미 성취된 이러한 선진국의 산업 디자인 성과를 바탕으로 짧은 시간에 그러한 결실을 맺을 수 있도록 노력을 기울여야 할 것이다.

산업 디자인의 특성은 그 자체가 획일주의의 경향이므로 인간에게 어느 환경의 소속감을 잃게 하고 소외 현상을 낳게 하지만 모든 세계의 추세가 고도의 산업주의를 지향하고 있으므로 우리도 이 산업주의의 산업디자인 영역을 발전시키는 것이 국가적인, 지역적인 큰 과제라 생각하지 않을 수 없다.

산업 디자인을 현재의 우리 나라에서 더욱 발전시켜야 한다는 것은 어느 현상 때문이겠는가? 그것은, 전통적인 문화는 우리 민족의 환경내에서 자생되어 전승되고 우리 민족의 지혜로 이룩되었지만 고도로 발달되어 온 산업주의적 산업 디자인은 우리의 것이 아니라 선진국으로부터 전수되었고 우리는 이것을 수용하지 않으면 세계 열강 속에서 그 산업의 경쟁에서 뒤지게 되며, 나날이 편리하게 발전되어 가는 변모된 인간 생활을 누리지 못할 우려 때문일 것이다.

국력을 키운다는 것이 곧 국가의 경제력을 키워야 한다는 의미라면 이 경제력을 키우기 위한 밑거름은 산업일 것이며, 산업을 발전시키려면 인간의 두뇌를 동원시켜 고도의 산업주의를 발전시켜야 할 것이고 이 발전을 위해서는 산업 디자인이 뒤따라야 할 것은 당연한 일일 것이다.

기계 생산을 원칙으로 하는 산업주의는 산업 디자인보다 우리 나라에 먼저 정착되어 발전되었지만 산업 디자인은 그 후에 전수되었으므로 산업의 기술 분야와 산업 디자인과는 상당한 격차가 있어 해결이 잘 안되고 논란이 많았던 점도 우리는 시인하지 않을 수 없다.

설상가상격으로 선진국에 비해 성숙되지 않은 산업 디자인과 전통성 지향의 문화를 융합하여 새로운 조화를 이루어 간다는 것 자체가 엄청나게 어려운 난제일 것이다.

우리는 이러한 점 때문에 일어나는 숫한 문제들을 목격할 수 있다. 그 하나로 산업 디자인이나 공예를 전공하고 대기업이든 중소기업에 진출한 산업 디자이너들은 기업의 대단히 이질적인 현상에 부딪치는 예가 많다.

첫째 예가 OEM 수출 방식에 산업

디자이너가 직면하게 되는 경우이다. OEM 방식도 여러 예가 있다. 개략적으로 이야기하면 수입을 원하는 바이어가 수출을 하고자 하는 한국 기업에 대해 계약시 제품의 샘플을 제시하고 그대로 생산 수출해 달라는 예가 있으며, 수입하고자 하는 가상의 제품에 대한 제작 도면을 한국기업에 주어 그 도면대로 그대로 생산 수출하여 달라는 예가 있고, 아예 생산하고자 하는 제품의 중요 금형을 주어 수출을 종용하는 예가 대기업이나 중소기업에 얼마든지 있다는 것을 여러분들은 목격할 수 있을 것이다.

또 다른 경우를 목격한 예를 들겠다. 수출을 한답시고 사장이니 무역에 관계되는 어느 중역이 해외에 나가 슬그머니 선진국 기업들이 유통 시장에 내놓은 상품 샘플을 가지고 들어와 디자인 개발실 산업 디자이너들에게 그것과 똑같이 만들도록 종용해서 생산을 한 다음 국내 시장에 내놓는다든가 그 샘플을 사가지고 온 나라가 아닌 제3국에 그 제품 가격보다 싼 가격으로 수출하는 예도 많이 있다. 이러한 현상에 산업 디자이너가 맞부딪쳤을 때 학교에서 전공했을 당시 생각했던 미래 지향적인 산업 디자인 세계와 기업의 현실을 목격하고 심한 갈등과 회의를 느끼게 되는 경우가 많이 생긴다.

산업 디자인이라는 것은 예상 소비자를 대상으로 사전 마케팅 조사를 한 다음 그 기업에 생산 시설이나 기술을 파악한 다음 그에 걸맞는 신상품을 새로 만들 수 있도록 발안하는 지극히 소프트웨어적인 행위를 말하는 것이다.

비주얼 디자인과 그래픽을 전공하는 디자이너들에 해당되는 현상의 예인데, 그렇게 주문을 한 바이어가 아예 바이어 브랜드나 심볼 마크, 여러 가지 디자인 사양을 바이어 나름대로 주문하여 패키지화해 달라는 예도 있다. 이런 현상에 산업 디자이너가 직면했을 때 갖는 회의감은 이루 말할 수 없을 것이다.

C.I.P의 근본 이치는 그래픽 디자이너가 자성적으로 C.I.P 기본시스템을 디자인하는 것이 아니고 경영자의 경영 이념을 분석한 다음 기업 실체를 디자인 실현화시켜 기업내 시각적인 모든 것을 통일시킴으로써 모든 직원들에게 자사(自社)의 이미지를 인식시키고 나아가서 기업과 이웃하고 있는 타기업이나 국내 시장, 해외 시장에 그 기업 실체 이미지를 디자인으로 요약, 커뮤니케이션화하는 것이 C.I.P의 기본 개념이다.

바이어 주문 사양에만 급급하여 제품이나 패키지는 바이어 사양대로 디자인하면서 명함이나 간판은 그 회사에서 애초 디자인된 심볼 마크를 적용한 기업들이 부지기수이다.

한국디자인포장센터에서 해마다 갖는 우수 디자인 상품 선정제 사업(GD mark)은 그 해 기업에서 개발된 신제품에 대한, 문자 그대로 디자인이 우수한 상품에 GD마크를 부여하는 제도이다.

해마다 갖는 심사 과정에서 디자인 관계, 정부 관계 부처, 디자인 관련 교수 등으로 이루어진 심사위원들은 이 때 해외 상품을 모방한 것이라면 심사에서 탈락시키게 된다.

그간 국내 몇 개 기업들의 산업 디자인 분야에 새로운 조짐, 변모된 현상이 일어나고 있다. 수출하는 기업들이 해외 선진국의 유명한 산업 디자이너들을 상당 기간 기업에 유치시켜 우리 디자이너들에게 그네들의 개발 경향을 전수시키거나 우리 산업 디자이너들을 해외 선진국 기업에 오랜 기간 파견시켜 연수를 시키는 일 등이 그것이다.

정부 산하 디자인 기관인 한국디자인포장센터에서는 해외 산업디자인 전문가들을 초청하여 세미나를 실시하고 해당 기업의 실무 디자이너들을 교육시킨다든가 해외 전문 디자이너가 현지 기업에 가서 지도를 해 주기도 한다.

Ⅲ. 결론

우리 민족의 특성은 전통 문화 속에 나타난 여유있고 자유스럽고 소박한 것으로 대표되었던 민족이었다. 그러나 우리 고유의 전통 문화 실체는 19세기 이후 고도로 발달되어 온 산업주의의 하이테크놀로지 영역에 함류되어 전통 고유성이 흔들릴 우려도 생기게 되는 것이다. 우리의 전통 문화를 지키고 계승한다는 것은 현대에 사는 공예인들로서, 나아가 산업 디자이너들에게 하나의 긍지요, 자부심일 것이다.

시각적인 형상에 대해서는 산업 디자인에서 추구하는 기술적 완벽성을 대입시키며 우리 고유의 전통성은 지키되 새로운 소재를 개발, 상품의 객관적인 기능성을 살려 현대 생활인에게 공급하여야 할 것이다. 또 지역의 장구한 역사의 전통 문화적 분야가 있다면 과거의 자료를 통해 우리의 것을 연구하고 계승시키고 발전시켜야 할 것이다.

현대 사회의 한 현상은 하이테크놀로지를 지향하는 하나의 정보 사회 현상이다. 이러한 정보화 사회에서 지역 문화 창출을 위해 산업 디자인 분야가 슬기롭게 대처해 나가기 위해서는 먼저 많은 전시회를 통해 발표 및 교류의 기회를 확대시켜 견문을 넓혀 나가야 할 것이다. 즉, 수도권 산업 디자이너들이나 해외 선진국 디자이너들과 서로 교류 전시회 및 세미나를 통해 정보를 파악함으로써 첨단 기술과 최신 정보를 신속하게 흡수해야 할 것이다.

기업과 산업 디자인 관련대학과 산업 디자인 교류를 갖는 것도 바람직하다. 기업은 기업대로 대학에서 배출된 산업 디자이너들을 과감하게 수용하고 기업 경영상 어쩔 수 없이 수출시 선진국 상품을 모방해야겠다면 당분간은 그렇게 하되 점차적으로 기업내 산업 디자이너들을 선진국 산업 디자이너에 버금갈 수 있도록 연수시킨 후 기업의 독자적인 상품 개발을 통해 경쟁 시장을 리드해 나감으로써 새로운 기업 이미지를 심어가는 것이 중요할 것이다.

"귀금속 공예 산업 디자이너의 육성 방안"

신 권 희 경기개방대학 교수

Ⅰ. 서론

1. 전북 문화권의 특성과 개요

전북 문화권은 옛 고도의 유교 발생지로서 예술이 특히 활발하여 옛부터 예도(藝道)로서 부각되어 왔다. 판소리, 무용, 서화를 중심으로 예술인들의 활동이 두드러졌으며 또한 전통 토속 음식이 좋아 식도락가의 발길이 빈번한 도시이기도 하다.

이러한 문화적 특성이 여러 예술을 꽃피웠지만 이중에 공예 문화는 크게 여러 분야에서 발전되었다. 특히 현재는 전북권의 이리 귀금속 단지의 조성으로 인하여 귀금속 공예 산업 분야가 활발히 육성되고 있는 것은 지역의 자랑이라 아니할 수가 없다.

귀금속 공예 분야는 현재 세계적으로 각광을 받고 있는 기술 집약적 산업으로서 대단히 전망있는 산업이다. 이러한 추세로 볼 때 전북권에서 귀금속 공예 문화가 활성화되고 있는 것은 국가적으로 매우 괄목할만 하다고 하겠다.

2. 이리 귀금속 단지의 지역내 특성

전북 이리시는 일찌기 교통의 중심지로서 산업이 크게 발전되었는데, 이러한 지역내 특성을 고려하여 정부에서는 1975년 보석 및 귀금속을 수출 유망 품목이라 분석 판단하여 제5차 수출진흥확대회의('75.6.26)에서 집중 육성할 것을 결정하였고, 인구 소산책과 균등한 지방 공업 발전 육성책의 일환으로 제7차 수출진흥확대회의('75.8.26)에서 이리 수출 공업 단지내 보석 귀금속 수출 공단 조성을 확정하여, '75년 11월에 착공, 7개월 후인 '76년 6월 30일 완공하고, 서울 등지에 산재되어 있는 보석 귀금속 업체들의 집단화를 꾀했다.

현재는 초창기의 50개 업체에서 200여 업체로 확대되었고, 또한 제1공단으로는 협소한 관계로 제2공단이 착공 단계에 있으며 국내 유일의 10층 빌딩의 보석 판매 센터도 신축될 계획이어서 명실공히 한국의 유일한 귀금속 공업 단지로서 세계에 자랑할만한 지역적 특성을 갖추어 가고 있다 하겠다.

Ⅱ. 본론

1. 이리 귀금속 단지내의 디자이너의 역할

이리 귀금속 단지내에 입주하고 있는 공장의 업종별은 금·은 세공업, 체인세공업, 귀금속 정밀주조업, 반귀석(半貴石) 연마 가공, 합성석 가공업, 귀금속 도금 업체로서 귀금속 디자이너의 활동 업체는 주로 금·은 세공업, 체인 세공업, 정밀주조업체인 약 150여 업체인데, 80여 명의 귀금속 디자이너가 참여하고 있다. 그동안 귀금속 업체 대부분이 주문자 생산에 의한 수출을 해왔던 관계로 디자이너의 역할 이 아직 부족하나, 차츰 업체의 자체 디자인 개발과 내수용의 확대, 정부에서 보석의 특별 소비세의 면세 혜택으로 인하여 귀금속 제품의 시장 개방이 점점 고조되고 있으므로 앞으로 귀금속 디자이너의 전문 인력은 많이 요청되어질 것으로 전망된다.

이러한 추세에 비추어 나타난 문제점은 귀금속 업계에서 요구하는 훌륭한 귀금속 디자인 관계 전문 인력이 부족하다는 것으로 이는 그 동안 우리 나라 대학의 금속공예 교육이 금속공예만을 위한 교육 과정의 운영 비중이 높았기 때문인데, 앞으로 귀금속 업계에 직접 적응할 수 있는 디자인 교육에 비중을 높여, 즉 보석, 귀금속에 관한 기초 지식에서부터 보석 연마, 가공 기술, 디자인, 귀금속 마케팅에 이르기까지 교육을 받은 전문가를 양성하여 졸업 후 귀금속 업계에 직접 참여할 수 있는 자질을 갖춘 디자이너 배출 창구로서의 역할이 절실히 요청된다.

2. 이리 직업훈련원의 개요

이리 직업훈련원은 국립으로서 훈련원 입학 자격은 중졸 이상의 학력으로 가능하며 입학한 후에는 의무적으로 기숙사 생활을 하게 된다.

금속공예과에서는 1년 과정으로 보석 연마, 가공보석 감별, 귀금속 세공 등 실습 제작을 전문으로 하여, 귀금속 업계에서 요구하는 전문 기능 인력을 배출하고 있다.

직업훈련원생은 특히 기능사 2급 자격시험에 합격을 훈련 목표로 두고 있는데, 이리 직업훈련원 졸업생은 우수한 기능이라고 귀금속 업계에서는 평가하고 있다.

구체적인 이리 직업훈련원의 귀금속 관계 코스는 합성보석 과정은 6개월 과정으로 보석 모형잡기 훈련, 보석가공학, 보석가공 기법으로 크게 나누어 훈련하고 있으며, 금·은 세공 과정은 12개월 과정으로 금속 기초가공, 공업제도, 공업경영, 귀금속 공업, 금·은 세공기법 과정으로서 전문기능 인력을 배출하고있다.

3. 외국의 주요 보석협회 교과과정

가. 미국 보석학 협회(Gemmological Institute of America)

G.I.A는 세계에서 가장 큰 과학적 교육기관으로 명성이 있으며 교육 설비가 완비된 비영리의 보석 교육 기관인데, F.G.A와 함께 보석의 상품적 가치에 대해서의 기준은 특히 세계적으로 높이 평가되고 있다. 증서(Certificates)와 학위(Diplomas)에 대해서는 보석의 각 전공 분야를 이수하면 수여된다. 특히 G.I.A의 보석학 수여자를 G.G라 하는데 G.G (Graduate Gemmologist) 학위를 수료하는 과정은 학위 과정을 위한 한 주(one week)의 다이아몬드 등급반과 또 한 주(one week)의 보석 감정을 이수해야 한다.

나. 영국 연방 보석학 협회(Fellow of the Gemmological Association of Great Britain)

F.G.A의 교육 과정에는 예비(Preliminary) 과정과 학위(Diplomas) 과정의 두 코스를 2년간의 과정으로 마치고 학위 시험 합격자에게는 F.G.A의 칭호를 주게 된다.

다. 일본 山梨顯 보석학교

이 보석학교에는 전문 과정과 일반 과정 그리고 동교의 시설을 이용하는 그 밖의 교육 내용의 기준을 정하고 있는데, 학생들은 보석학교의 전문 과정에 3년 이상 재학하고 64단위 이상을 이수하면 졸업하게 된다. 단 수업 과목의 단위수는 ① 강의에 대해서는 매주 한 시간씩 15주의 강의를 1단위로 한다. ② 실험실습실기에 대해서는 매주 3시간 15주의 실험 실기를 1단위로 한다. 수업 일수는 정기 시험 일수를 포함하여 35주 210일을 원칙으로 하고 있다.

Ⅲ. 결론

1. 도립 내지는 국립 귀금속 공예 전문대학 설립 방안

옛부터 우리 민족은 재료를 깎고 다듬는 이른바 공예에 대해 천부적인 기술을 가지고 있는 바, 귀금속 공예면에서 특히 한민족 기술은 우수성을 인정받고 있다.

근대의 수출입 산업 구조는 유통 과정에서 소형화, 경량화될수록 그 이윤이 크므로 부존자원이 적은 우리 나라의 경우 원석 등을 들여와 가공하는 귀금속 공예산업은 대자본을 필요로 하지 않으며, 고도의 현대 과학기술이 요구되지 않아 우리 나라와 같은 중진국으로는 바람직한 산업이라 하겠다.

이와 같은 세계적인 공예 산업 추세로 볼 때 전북의 이리 귀금속 단지는 크게 발전되어 세계적인 시장으로 지역 특성이 어필될 것으로 전망된다.

여기에 가장 시급한 커다란 문제는 우리나라 보석 귀금속계의 장래를 짊어지고 나아갈 인재를 고도로 전문화시키고, 조직적으로 육성하는 일이다. 즉, 보석과 귀금속 전반에 걸친 지식을 가르쳐 세계 어느 나라에서나 통용될 수 있는 전문 인력을 양성하는 것이다.

우리나라 정규 4년제 대학의 금속 공예 교육 과정에서 조사된 결과로는 대체적으로 금속공예 전반에 관하여 공부하고 있고 학제가 미술학사(Degree)로서 디자인 교육과 공예 교육의 전체적인 방향이 미국식 교육을 따라 감성적인 교육을 지향하고 있는 바, 졸업생의 취업 기회의 문호는 넓게 작용하나, 앞으로의 산업 구조로 볼 때 보다 전문화, 고도화, 심오화된 전문적인 기술 인력으로서 곧 일선에 적응하고 관리할 수 있는 중간지도층의 기술 인력이 필요하며 이러한 문제 해결책으로는 전문적인 기술 인력이 크게 배출되는 귀금속 전문대학을 설립하여 졸업자에게는 디그리(Degree)와 다른 디프로마(Diploma) 기술 자격을 주어 기술 전문인(Technician)으로서도 역할을 다할 수 있게 하여야 하겠다.

정규 4년제 대학 졸업생과 직업훈련원생들의 중간관리자 과정으로서 전문적인 귀금속 공예 산업 디자이너의 역할을 할 수 있는 귀금속 공예 전문대학을 도립 내지는 국립으로 전라북도에 설립하여 배출 인력은 이리 귀금속업계와 세계 귀금속 보석 시장에 진출할 수 있게 함이 절실히 요청된다.

2. 부설 귀금속 공예연구소 설립 운영 방안

귀금속 전문대학을 설립함과 동시에 부설 귀금속 공예연구소를 운영, 유능한 연구 인력을 확보하여 귀금속 관계 업체에 대해 매년 기술 지도, 정보 제공, 재교육, 세미나 유치와 국제적으로는 미국 보석학협회(G.I.A), 영국 연방 보석학협회(F.G.A) 등을 비롯해 각국의 귀금속 디자인 협회와의 교류 확대 사업을 꾀해야 할 것이다. 현재는 이리 귀금속공단에 입주한 업체 중 상당수가 소기업으로서 독자적인 디자인 개발을 바라고 있으나 하지 못하는 실정이다.

이러한 관련 기업에 상품 개발을 해주고, 연구소의 독자적인 자체 디자인을 개발을 귀금속 보석업계에 제공하며, 세계적인 보석 전문지와의 교류를 통해 전문지 발간 사업을 펴고 유능한 귀금속 디자이너를 발굴하여 외국에 연수 기회 장려 등을 통하여 연구소의 기능을 대내외적으로 활성화시킬 수 있게 해야 할 것이다.

"특성있는 전통 문화의 창출"

김 태 호 전북대학교 교수

Ⅰ. 지역 문화의 정의 및 현황

오늘날은 과학 기술 문명에 의해 인간의 문화 생활이 획일화되어 가고 있다. 교통과 정보 통신의 발달로 지역간의 간격이 좁혀지고 지역간의 문화 정보 교환이 활발해지고 있으나 이러한 획일화의 변혁은 자칫 문화의 전통성 및 독창성을 결여하게 할 것이다.

그러나 지역간의 문화 정보 교환 및 전통성을 조화있게 다듬고 창출해 나갈 수만 있다면 그 지역을 대표하는 특성있는 문화로서 뿌리를 내릴 수 있을 것이다. 지역 문화는 지역적인 특성이 통합된 것이므로 각기 다른 문화와의 마찰 관계가 아니며 각 지역의 지리적·역사적·풍토적 특성 및 그에 상응하는 측면에 근거를 두지 않을 수 없다. 각기 다른 지역 환경의 특성이라는 지류를 따라 지역 문화가 전체를 대변하는 문화로 합일·조화하는 것이며 그 많은 특성들이 조화있는 큰 덩어리의 하나로 이루어질 수 있는 것이다.

그 사회의 전체 문화 체계가 요소간의 조화와 일치성이 결여되거나 갈등이 빚어진다면 통합적인 문화 창출에 역기능 현상을 자초하게 될 것이다.

폐쇄적·배타적·족보적 권위를 중심으로 한 지방 의식이나 피해 의식적인 단절된 문화 정체의 구조적 사고방식에서 떠나 지역간 개방적 교류의 차원에서 그 지역의 특수성과 창의적인 지역 문화 창출에 역점을 두고 발전시켜 나갈 수 있는 자세가 필요한 것이다.

Ⅱ. 지역 문화 속의 디자인 위치

1. 산업 분야

지역과 디자인이라는 문제를 놓고 볼 때 상당히 광범위한 문제에 봉착하게 될 것이다.

엄청난 문제들이 지역의 요소요소에 산재해 있기 때문에 어떠한 차원에서 어떠한 부분부터 지역 문화의 특수성에 맞춘 합리적인 디자인으로 창출해 나가느냐 하는 것이다. 넓게는 그 지역의 지리적·역사적·자연환경적인 측면을 디자인과 연계하여 통합적인 개발을 할 수도 있을 것이며, 좁게는 그 지역의 특산물 혹은 민예품에 관계되는 제반 제품들을 합리적인 디자인으로 어떻게 체계화하느냐가 문제일 것이다. 이러한 상황에서 볼 때 우선 환경적인 큰 덩어리보다 구조적인 산업 분야의 해결이 급선무일 것이며 이러한 측면에서 지역적인 특성을 완벽하게 살린 균형있는 제품 개발이 중요한 과제가 될 수 있다. 지역 문화적인 차원에서 현 산업에 관계되는 제품의 디자인 창출에 여러 가지 복합적인 요소가 있겠으나 다음의 세 가지 정도로 분류하여 그 특질을 찾아볼 수 있을 것이다.

첫째 : 지역 대중적 필요에 의한 분석에 기초를 두어 개발된 제품(지역의 특수성이나 자연환경적 차원에서 다루어질 수 있는 것).

둘째 : 지역 문화의 전통을 바탕으로 해서 고유한 특성을 잘 이용하여 새롭고 독창성을 부여할 수 있는 제품(고유의 전래되어 오는 전통적인 특산물 및 민예품).

세째 : 지역의 유용한 자원을 이용한 문화 및 그에 합당한 제품의 개발(지역의 여러가지 자원을 이용하여 고유의 전개되어 왔던 제품 혹은 그 자원을 이용하여 새롭게 디자인을 창출해 볼 수 있는 제품의 디자인).

2. 교육 분야 및 전반적인 문화 활동

1960년대부터 우리나라의 디자인 분야가 확대되기 시작하였으며 1970년경 들어와서 본격적으로 디자인의 필요성을 인식하게 되어 디자인 활동이 왕성하게 되었던 것이다. 여러가지 사회적인 여건이 좋아 우리나라 전역이 일일 생활권 속으로 들어가게 되고 대도시 중심이었던 디자인 문화도 매스미디어 등의 정보 채널을 통하여 각 지역으로 확산되어 산업디자인 문화를 직접 체험하고 그 중요성은 의식 구조에 새로운 변화를 불러 일으키게 되었던 것이다. 이러한 상황에서 지역적 특성에 합당한 디자인 특성을 요구하게 되었고, 디자인 교육의 중요성을 인식하게 되어 산업 디자인과 관계되는 비슷한 교육 분야가 부피있게 형성되어 왔던 것이다. 그러나 이러한 교육 분야에서는 아직 지역의 특성에 알맞는 뿌리를 내리지 못하고 있으며, 특히 씨를 뿌려 가꾸어 놓은 열매를 그 지역에서 수확을 하지 못하는 실정인 것이다. 이러한 정황으로 볼 때 그 지역의 전통성과 특수성에 특별히 많은 지식을 갖춘 그 지역 디자이너의 현실 참여가 아쉬운 것이다.

지역 문화에서는 전반적으로 서구적인 디자인 문화와 지역적인 전통 있는 문화가 서로 동시에 노출되어 현대적인 것과 전통적인 것 사이에 서로 갈등 의식의 경향이 뚜렷하며 전혀 별개의 양식으로 분류되어 취급하려는 모순되는 점을 발견할 수가 있게 되는 것이다. 물론 지역적인 전통 문화에 관계되는 것을 현대적인 디자인을 앞세워 본질적인 의미를 흐트려 놓을 수는 없겠지만 그 지역적인 특수성을 발전시키고 전통 문화의 고유성을 유지시켜 나가기 위해서는 잘못되어 있는 여건을 수정하고 디자인적인 요소로 다듬어서 다음과 같이 현실적이며 국제적인 면으로 발전시켜 나가야 할 것이다.

1. 지역적인 전통 문화와 관계되는 특수성을 파악하고 전통적인 것에 대한 현실성 부여.
2. 현대적인 산업 문화의 여건 조성과 그 활용.
3. 디자인 교육의 지역적 차원의 특성 부여(디자이너의 자질을 위한 지역적인 전통문화의 배경 등과 현실성이 연관된 디자인 철학적인 의식 부여).
4. 전통적인 문화를 받아들이는 현대 산업 문화 중심적인 디자인 교육의 갈등 해결.

Ⅲ. 사례 중심

1. 교육 또는 진흥 방안

서구적인 디자인 문화가 우리 사회에 점차 뿌리를 내리게 되고 활발한 디자인 교육에 의한 디자이너가 많이 배출되어 각양각색의 부류에서 디자인 활동을 하고 있는 것이다. 급속히 받아들여진 디자인 문화가 문화 중심지에서 각 지역으로 파생되기까지는 오랜 시간이 걸렸는데, 그것은 전통 문화와의 갈등과 그것을 인식하고 쉽게 적용, 발전시켜 나가는 데 있어서 각각 지역의 특성에 따라 다소 차이가 있었기 때문이다.

또한 쉽게 인식될 수 없었던 것은 획일적인 디자인 문화 그 자체, 즉 문화 중심지(서구적인 디자인의 모방성이 강한 디자인 교육적 차원)로부터 지역으로 파생되는 과정에서 그 지역 문화와의 타당성을 상실한 채 막연히 의존해 온 구조적인 허황된 취약성이 노출되고 있는 실정이다.

시대는 변하고 있는 것이다. 막연하게 급속히 발전시켜 왔던 사구적인 문화 양식에서 많은 문화 공해를 받았으며, 이제는 그 공해를 최소한 논리적이고 체계적으로 우리 것으로 만들어 나가야 되겠다는 인식이 점점 현실적으로 분명해지고 있는 것이다. 복고주의 양식(전통적인 문화를 확인해 주고 발전시켜 나가는 의식 구조)이 고개를 들고 서구적인 양식을 탈피하여 지역적이고 특성있는 전통 문화의 창출, 즉 그 속에 뿌리를 내릴 수 있는 우리 양식의 조형 감각을 찾는 일이 중요한 과제가 되고 있는 것이다.

이러한 상황이 한국적 또는 지역적인 문화 상실의 긴박한 상황 속에서 역사적인 디자인 문화의 전기가 되는, 또한 주체적인 스타일을 창조해 내는 종합 시스템적인 다음의 방법을 모색해야 하는 시점에 이르게 한 것이다.

1. 단위별 지역 문화의 시스템화.
2. 전통 계승 및 민예품에 대한 산업화 방안 강구.
3. 지역 문화의 창의적 발전을 위하여 지방 출신 디자이너의 헌신적 노력의 기대.
4. 지역 디자이너를 수용하고 또 디자인 활동을 활발히 할 수 있는 지역적 산업 문화의 활성화 방안 모색.
5. 디자인 및 여러가지 문화 사업에 지역 디자이너가 대거 참여할 수 있는 방안을 지역적 차원에서 해결.

2. 특성화 제품의 디자인 개발 방안

① 현존하는 지역 특성화 제품을 고유의 전통적인 것과 현실적인 환경 여건에 합당하게 분류하여 전통적인 것에 대한 디자인의 질적 보완이 필요할 것이며, 현실성있는 부류의 것은 근본적인 지역 특성에 합리적인 디자인으로 발전시켜 나가야 할 것이다.

② 전통적인 제품에 대한 국제화 모색. ■

나라사랑 고운손길 이룩되는 조국평화

알바르 아알토의 가구 디자인에 대한 연구

한 영 호 상명여자대학교 강사

목차

Ⅰ. 머리말
1. 연구의 목적
2. 연구의 범위 및 방법

Ⅱ. 아알토 가구의 결정적인 시기들
1. 아알토의 성장 과정
2. 초기의 시대적 상황과 아알토의 사상
(1) 1기
(2) 2기
3. 모색기
4. 실험기
(1) 실험 1기
(2) 실험 2기
5. 완성기
6. 아르텍(ARTEK) 시대
(1) ARTEK의 성장 과정
(2) ARTEK의 이념
7. 아알토 가구의 성공 요소

Ⅲ. 맺는말
●작품연보



아알토의 Y-leg Sketch, 1946년

Ⅰ. 머리말

1. 연구의 목적

알바르 아알토(1898~1976)는 음악가 시벨리우스와 함께 핀란드에서는 국민적 영웅으로 추앙의 대상이다. 아알토(Alvar Aalto)는 핀란드와 같이 살고 거기에서 자랐으며 그리고 많은 국민에게 존경받고 환영받았다.

건축가 자신이 동시에 뛰어난 실내 및 가구 디자이너로서 공간의 최종적인 부분의 디테일과 마감재료에 이르기까지 철저하고 섬세한 디자인을 시도한 예가 흔히 있었으나 아알토 만큼 성공적으로 수행한 사람도 흔치 않을 것이다. 국외에서는 르 코르뷔제(Le Corbusier)만큼 알려져 있지 않을지라도 핀란드 사람이라면 그를 존경하지 않는 사람은 극히 드물다.

1986년 12월에 발행한 핀란드 국립은행 신화폐에 아알토의 얼굴과 작품이 실린 것만 보아도 알수 있다.(사진1) 핀란드는 우리 나라와 비슷한 역사적인 배경[주1] 속에 타민족의 지배하에서 벗어나 예술 및 문화 분야에서 주체성을 찾으려는 문예부흥 운동이 20세기 초에 일어나기 시작했고 이러한 시기에 아알토는 건축 및 가구디자인 분야에서 이를 성공적으로 구현한 작가로 평가된다.

아알토는 언제나 일개의 건축가이며 가구 디자이너인 동시에 핀란드인으로서 핀란드를 생각했다. 그가 나무라는 소재에 손대기 시작한 것도 그 한 예로서 나무가 유일한 자원인 핀란드를 위하여 새로운 영역을 개척하고저 한 생각이 있었기 때문이었다.[주2] 그는 특히 가구 디자인에서 이러한 의도를 관철하였다.

작금 우리나라 건축 디자인 등 미술 각

1. 핀란드 지폐에 실린 아알토



분야에서 일고 있는 '한국적인 것의 재발견'이라는 명제를 추구하는데 있어 우리와 같은 우랄알타이 어족으로서 체질적 특성이 유사한, 비슷한 처지와 조건에서 핀란드의 민족 문예 부흥을 주도하여 성공적 선례를 남긴 알바르 아알토의 사상과 작품을 규명함으로써 우리나라의 이러한 운동에 일조할 자료를 제공하는 것도 또한 의의가 있을 것 같다.

이에 본 연구는 다른 작가와는 특이한 면을 보여온 아알토의 작품세계에서 그의 전형적인 디자인 사상을 엿볼 수 있는 가구형태 표현을 중심으로 그의 생애와 사상을 고찰하고자 한다.

2. 연구의 범위 및 방법

제 II 장에서 아알토의 성장 과정과 작품경향에 따른 주된 사상을 중심으로 초기(낭만적 풍토주의와 기능주의의 영향), 모색기(Asplund와 Breuer의 영향), 실험기(Thonet competition과 Helsinki Minimun Apartment 전시회에 도전), 완성기(Paimio armchair의 완성에서 Artek 회사 설립), 아르텍시대로 구분하여 결정적 시기에 작품의 특성과 변천 과정을 예술 의지가 뚜렷히 드러난 작품과 결부하여 생각해 본다.

II. 아알토 가구의 결정적인 시기들

1. 아알토의 성장 과정

아알토는 1898년 2월 3일 핀란드의 꾸오르따네(Kuortane)라는 시골에서 태어나서 1907년 위배스뮐래(Jyväskylä)로 이사하여 고등학교까지 여기서 지냈다. 이곳은 전형적으로 핀란드적인 풍취가 나는 풍부한 숲과 호수를 지니고 있는 교육도시로서 그는 이곳에서 핀란드의 정취에 젖을 수 있었다.

당시 북구에서는 National Romanticism주)3 이 유행하였고 이 분야 핀란드의 대표적인 건축가인 에리엘 싸리넨(Eliel Saarinen)이 파리 박람회 핀란드관 설계 등에 활동하던 시기였으며 아알토는 짧은 기간이나마 다소 이러한 영향을 받았다.

1916년 위배스뮐래 고등학교를 졸업하고 헬싱키 공과대학 건축과에 입학하여 우스꼬 뉘스뜨램(Usko Nyström)과 아르마스 린드그렌(Armas Lindgren)의 양 교수 밑에서 공부를 시작 했으나 곧이어 일어난 1917년 독립전쟁에 참가하였다.

독립하기 전 19c는 핀란드에 있어서 국가적 자각 기간이었고 타 민족의 지배하에 있었던 핀란드의 일종의 국가적 자부심을 일깨우기 시작한 기간이었다.

독립후 핀란드는 예술과 문화 분야에서 주체성을 찾으려는 문예 부흥 운동이 함께 일어나기 시작했고 이러한 시기는 아알토에게 있어서 어린 시절과 청년기에 민족적 주체성을 앙양시키는 계기가 되었다.

1923년에 전쟁으로 인한 어두운 상황 하에서 처음으로 사무실(studio)를 개설하여 작품활동을 시작하였다.

1925년 같은 건축가인 아이노 마르시오(Aino Marsio)와 결혼하였으며 그녀는 1949년까지 아알토의 훌륭한 조언자이며 협력자가 되었다.

1928~1929년 사이에 빠이미오 결핵요양소(Paimio Sanatrium : 사진2)의 설계가 당선되었는데 이것이 아알토가 핀란드에 처음으로 기능주의를 정착시킨, 그리고 신생독립국인 핀란드 건축의 국제적 시야와 주체성을 갖게 한 훌륭한 작품으로 평가받는 계기가 되었다. 이와 더불어 CIAM주)4의 종신회원이 되어 당시의 거장 르 코르뷔제와 비견할 만한 국제적 명성을 얻게 되었다.

아알토는 건축을 기능주의 영향에만 국한하지 않고 좀더 새롭고 자유로운 문화 전반에 걸친 장식적 사회 전체의 부분으로서 인식하였으며 핀란드에 나타난 보수적 반응에 적합한 형태의 출연과 밀접하게 접근시켰고 이러한 것은 아알토의 다른 예술 분야와도 밀접하게 연결되었다.주)5

2차 세계대전 후 아알토는 미국 및 여러 유럽지역을 다니면서 강연활동을 하였는데 그의 강연의 공통점은 결코 비합리적인 건물이 아니면서도 인간적 내용이 풍부한, 즉 건축물의 목적에 합당하고도 미묘한 디자인 감각으로 사용자 뿐 아니라 보는 이로 하여금 서정과 낭만을 느끼게 하는 것이었다. 이러한 그의 작품은 1940년대 이후 더욱 많이 나타나고 있으며 1949년 미국의 M.I.T 기숙사(사진3)주)6 건물이 대표적이라 할 수 있다.

1943년 핀란드 건축가 협회(SAFA)가 결성되었고 1943~1958년까지 아알토가 회장으로 활약하였다.

1950년대는 자연에 대한 핀란드인의 센스와 합리주의적 사고에 의한 단순한 기계적 혁신을 거부하지 않고 이것을 온화하고 정교한 토착적인 건축으로 융화시키면서 작품 활동의 완숙기에 접어드는 시기이다.

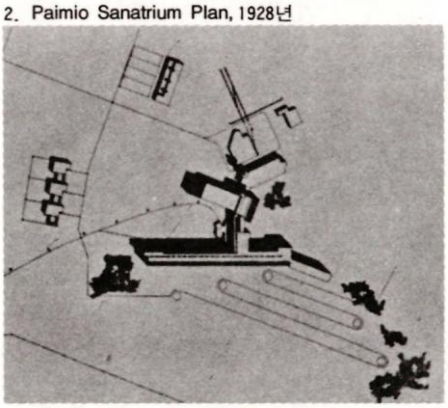
아알토의 독특한 작품세계는 1976년 5월 11일 헬싱키에서 일생을 마칠 때까지 지속되었으며 결국 그의 생애는 역사적인 여러가지 변동을 겪으면서도 굽히지 않는 민족주의에 입각한 자신만의 주관적인 예술 의지를 보여 왔다.

2. 초기의 시대적 상황과 아알토의 사상

(1) 1기

가구 디자인을 하는 데 있어 새롭고 통일적인 전체환경을 창조하고자 하는 아알토의 야망은 러스킨(Ruskin)시대 이후 사회개혁자들이 소중히 여겨온 것이었다.

2. Paimio Sanatrium Plan, 1928년



18c 영국의 Arts and Crafts 운동이 넓게 퍼져 아알토의 스승이며 선배인 핀란드 신축가들에게도 많은 영향을 주었다. 그들 중 아르마스 린드그렌이나 우스꼬 뉘스뜨램은 일반적인 Art Nouveau 운동의 핀란드화 시키려는 노력의 일환으로 가구설비에 상당히 관심을 기울였다.

Finnish Art Nouveau 운동은 강력하게 사회개혁 쪽으로 지향했고, 그 시대에 있어 실로 이상적이었다. 왜냐하면 그것은 세계가 경탄하지 않을 수 없는 문화와 전통에 근거한 사회와 조화를 이루는 독자적인 한 국가의 비견을 표현했기 때문이었다. 그리하여 Akseli Gallen Kallela주)7와 Eliel Saarinen이 그들의 집을 설비했을 때 그들은 이러한 전반적인 계획을 그들의 디자인에 반영시켰다.

아알토가 건축가로 활동한 지 얼마 안되어 핀란드는 독립을 했는데 그는 단지 기존의 건축상의 특색을 깨버림으로써 National Romanticist's Vision하의 좁은 핀란드 영역을 거부했다. 스웨덴 건축가 Gunnar Asplund는 아알토 초기에 가장 큰 영향을 준 사람으로 그는 이러한 스타일을 신봉했다. 그러나 아알토는 건축가가 사회개혁자로 봉사해야 한다는 생각에 충실했다. 그는 이 시대에 주로 친척, 친구들을 위해 또는 공공 장소용의 많은 가구를 디자인했다.

이러한 초기 아알토 가구의 특징은 그의 선배들이나 기존 스타일과 비교해서 볼때 무제한의 자유로움(unrestrained freedom)이었다.주)8

그는 18c~19c에 대륙의 바로크 교회의 형태를 독창적인 시골의 목조 건축물에 옮긴 핀란드의 노목공들을 높이 평가하여 그자신은 의식적으로 대담하게 르네상스시대의 가구형태에 변화를 주었다. 이러한 일의 목적은 과거의 외적인 형태를 흉내내는 것이 아니라 그 정신을 재현시키는 데 있었다. 이와 같은 과거와의

3. Baker House, M.I.T. Cambridge, 1949년



연결을 아알토는 "옛것이 결코 되살아 나는 것은 아니다. 그렇다고 그것이 완전히 사라지는 것도 아니다. 존재했던 것은 항상 새로운 형태로 다시 나오는 것이다."[주]9 라고 1921년 Jousimies 잡지에 기술했다. 따라서 아알토는 역사상에 존재하는 것이나 사회적으로 인정을 받아온 사실들을 작품에 표현함으로써 건축 및 가구형태에 있어서 일상적인 신뢰를 획득하며, 건축적 적정성을 유지하게 된다.

아알토가 이러한 역사적이고 낭만적인 꿈에서 깨어나 기능주의자로 전환되는데는 몇가지 요인이 작용했다. 1920년대 유럽대륙에서 시작된 이성주의적인 개혁운동은 러스킨과 그의 제자들과는 달리 산업화를 지향했다. 기능주의자들은 Arts and Crorfts 운동이 했던 것처럼 기계를 거부하거나 수공예로의 환원을 꿈꾸는 대신 필요성뿐 아니라 기계를 통한 물질적인 복지와 사회적 평등으로 모든 사람에게 문명의 혜택을 확산시키려는 목적에 도달하는 수단으로 기계를 받아들였다.

독일 바우하우스내의 사회개혁자인 르 코르뷔제와 Deutch De stijl 그룹의 이론적인 체계를 갖춘 회원들이 내놓은 건축과 실내디자인의 새로운 형태는 분명히 기술적이고 실질적인 논리에 근거하고 있으며 개혁의 새로운 이상을 표현하는 상징적인 가치를 지녔다. 아알토는 쉽게 그들과 합류했고 새로운 도전에 대한 아알토의 반응은 섬광과 같았다.[주]10 이러한 시대적인 배경과 그의 외할아버지인 Hugo Hamilker Hackstedt의 영향으로 그는 기술적인 고안, 기계산업상의 과정 등에 대하여 긍정적인 기본태도를 지니게 되었다. 이것은 후에 아알토 가구의 끊임없는 기술혁신에 대한 시도로 나타나게 된다.

(2) 2기

1927년 아알토는 Turku(핀란드 제2의 도시)에 있는 표준 아파트 주택(Standard Apartment House)을 디자인했는데 그것은 새로운 목표가 건축, 디자인, 사회적인 자세까지와 잘 융합된 것이었다.

1928년 디자인된 Turku Sanomat 신문사 빌딩은 비록 그것이 르 코르뷔제의 모방에서 벗어나지 못했지만 완전히 기능적이었다. 그러나 1929년 아알토가 빠이미오 결핵 요양소(Paimio Sanatorium) 컴피티션에서 당선 되었을 때 그는 그 프로젝트를 아주 독자적이고 신중하게 설계함으로써 합리적인 건축술의 가장 뛰어난 세계적인 창작품으로 인정받게 된다.

이러한 예외적인 빠른 유리(liberation)는 아알토가 기존의 해답을 취하기를 거부한 것으로 설명될 수 있다. 그는 유럽대륙의 합리주의의 대가들(masters)에 대하여 결정적인 권위를 인정하지 않았다. 그는 자신이 새로운 이론의 기본적인 전제로부터 정확한 결론을 창출해 낼 수 있다고 생각했다.

그의 가구 디자인에 있어서 똑같은 발달 과정을 추적할 수 있는데, 가구 디자인이란 실질적으로 제한된 스케일이므로 하여금 고가의 부피가 큰 빌딩을 건축할때 가능했던 것보다 더 자유롭게 실험을 할 수 있도록 했다.

1928년 아알토가 무라메(Muurame) 교회를 위해 디자인한 가구 도면과 Turku에 있는 농업협동조합(Lounais Suomen Maalaistentalo Oy) 건물내의 가구 디자인이 제작을 위해 각각 가구 공장에 보내졌는데 그중의 하나인 후오네깔루 야 라켄누스뛰왜 떼흐다스 오위[주]11 (Huonekalu ja Rakennustyötehdas Oy)는 농업협동조합내의 이태메리(Itämeri)식당 가구들을 생산했다. 이것은 나중에 아주 의미있게 되는 아알토와 그의 기술상의 디렉터인 오또 꼬르호넨(Otto Korhonen)과의 첫번째 접촉이 된다.

오또 꼬르호넨은 아주 경험이 많은 전문인으로 기술적으로 편리한 방법과 그가 성장한 전원적인 주위 환경에서 기인한 미적으로 단순한 형태에 대해 강한 감각을 이어받은 사람이었다. 꼬르호넨은 산업화, 대량생산, 현대 마케팅에 의한 새로운 요구를 잘 이해했다. handcraftsmanship을 떠날 필요성을 인정하였으나 여전히 하이 퀄리티에 집착했고 그 자신이 기술 혁신에 대한 책임 의식이 있었다.

예를 들어 꼬르호넨은 보통 의자의 시트를 양 옆까지 연장된 다리 윗부분에 부착시킴으로써 의자를 포개 쌓아올릴 수 있게 했다. 기술 혁신에 민감한 아알토는 감명을 받았고 의자디자인을 개선하는데 있어 꼬르호넨의 도움을 받았다.

그래서 두사람의 최초의 합작 창작물로 꼬르호넨이 핀란드 특허를 획득한 포개 쌓을수 있는 의자(Stackable Chair: 사진4)가 1929년 탄생되었고 지금까지도 그것은 아알토의 이름으로 판매되고 있다. (비록 영국의 발명가들이 더 일찍 똑같은 아이디어를 내놓았다는 사실이 뒤늦게 발견되었지만)

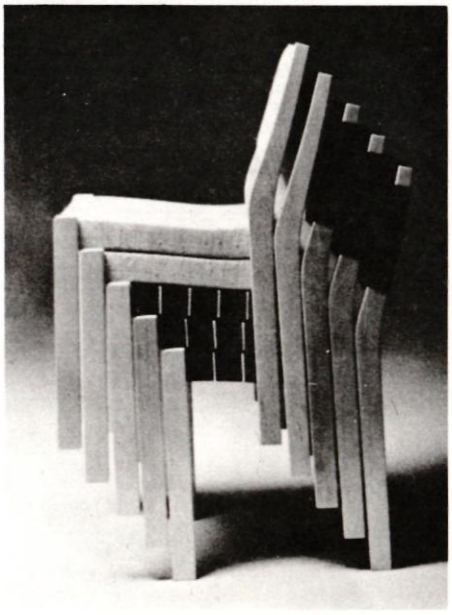
이 의자는 위배스뀔래에 있는 Civil Guard's House 강당내의 주된 가구로 준비되었다.

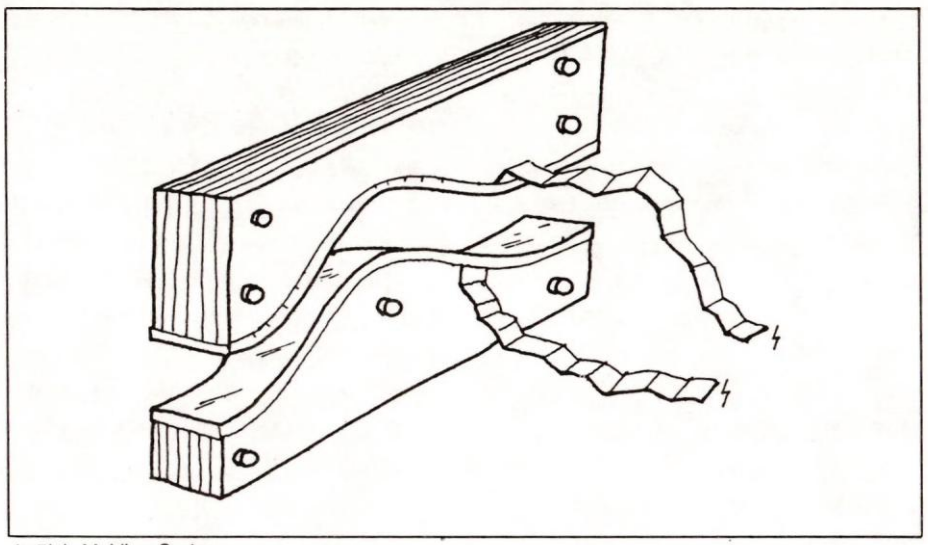
아알토가 중시하였던 것은 가구란 산업적으로 대량생산되고 저렴하고 사회적으로 수용될 수 있게 만들어져야 한다는 점이다. 이러한 표준가구의 개념은 표준주택과 마찬가지로 Bauhaus Circle에 의해 만들어졌고 가끔 Gropius의 이야기에 등장한다. 아알토는 이 아이디어를 신중하게 받아들여 그 자신이 가구디자인 하는데 있어 이에 충실했다.

1929년 여름 Turku시는 700주년 경축행사로 기능주의의 유명한 축제인 스톡홀름 전시회에 참가한 아알토와 그의 친구인 에릭 브뤽그만(Erik Bryggman)에 의해 디자인된 Architectural Seating 전시회를 개최했다. 이 Turku 전시에는 Furniture pavilion이 따로 있었는데 Huonekalu ja Rakennustyötehdas Oy는 자체 진열 공간을 가졌다. 아알토의 가구 작품에 있어서 이단계와 1930년대에 창작된 유명한 모델에서 아알토 자신의 아이디어와 외적인 자극에 대한 분명한 개념을 형성 할 수 있다.

전시된 의자는 틀(그림1)에 넣어 만든 합판(molded plywood)으로, 단순한 휘어진 판이 앉는 부분과 등받이 (Seat & Back)가 하나로 되어졌는데 적어도 기존 공장의 시각에서는 전반적인 새로운 작업방법으로 만든 것이라 하겠다.

4. Wooden Stackable Chair, 1929년





〈그림1〉 Molding System

3. 모색기

1925년 파리 세계박람회에서 Gunnar Asplund는 Senna(사진5)라는 이름의 앉는 부분과 등받이가 하나의 부드러운 곡선을 이루는 이집트 스타일의 호화로운 암체어를 내놓았었다. 꼬르호넨은 아알토가 그의 존경하는 선배동료 Asplund로 부터 빌려온 미적인 아이디어를 실현화하는 적절한 방법으로 그러한 기술을 추천했다. 이러한 단순하고 비싼, 형태면에서 완전한 가구제조업(Cabinet making)의 산물을 틀에 넣어 만든 합판(molded plywood)으로 된 값싼 표준가구로 전환시키는 일은 아알토에게 새로운 건축철학에 의한 기술적, 사회적 프로그램의 논리적 응용으로 여겨졌다.

아알토의 Folk Senna(사진6)는 노출된 Seat & Back을 다소 검소하고 단단하게 만들었으나 필요시에는 Seat & Back을 개선시키기 위해 분리할 수 있는 커버로 덮개를 씌울 수 있도록 했다.

이런 스타일은 그 당시로서는 매우 독창적인 디자인으로서 아알토의 모색기 특징을 잘 드러내는 작품이다.

다음 단계 의자를 아알토는 세계 최초의 부드러운 나무의자라 불렀는데 이것은 혼합형 의자(hybrid chair: 사진7)라 불리기에 적합한 의자의 프로토타입이다.

왜냐하면 그것은 마르셀 브로이어(Marcel Breuer)주)12에서 빌어온 소프트한 요소와 Gunnar Asplund와 아알토에 의해 사용된 하드한 요소가 결합된 것이기 때문이다.

아알토에게 있어 Breuer의 가구는 그것이 표준화 된 산업제품이며 탄력성(Springiness)의 역학적인 원칙을 따랐다는 점이 돋보였고 금속을 사용했다는 점이 반발을 일으켰다 하겠다.

반면에 Asplund의 가구에서는 아알토가 존경하는 외할아버지의 발명품 예를 들어 유기적이고 경제적인 형태의 연발 라이플(사진8)을 통해 알아온 유기적인 형태를 다시한번 찾았다. 그것은 추상적인 기하학보다는 자연의 세계에 더 근접한 문제였다. 이러한 매혹됨과 반발력의 처음 결과로 나온것이 hybrid chair인데 그것은 Breuer의 탄력성 원리를 받아 들였지만 금속(metal) 대신에 사람 몸과 접촉시 좀더 호소력이 있고 또한 전체적인 모양이 유기적인 형태감을 확인시켜 주는 나무(wood)로 대치되었다.

가구에 있어 아알토의 스타일은 건축에 있어서와 마찬가지로 도식적인 기능주의가 주목하는 human function이 아니라 디자이너가 고려해야 할 human funtion이 무엇인가에 대한 견해로 특징 지울수 있다.

4. 실험기

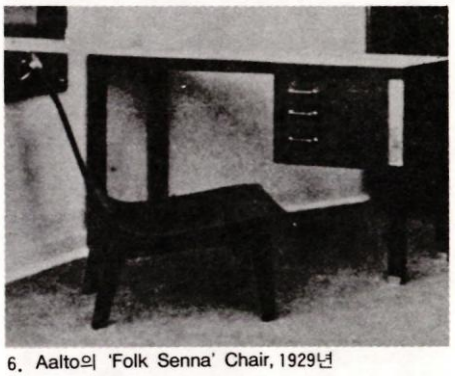
(1) 실험 1기

아알토의 가구디자인에 대한 생각의 다음 단계는 1929년 9월 9일 그가 베를린의 Thonet-Mundus에 제출한 6개의 참가 목록에서 추적 할수있다.

Thonet는 초창기부터 특별히 새로운 건축가들과 밀접한 관계를 맺어왔다. 르 코르뷔제는 그의 실험적 빌딩을 Thonet의자로 Furnishing하길 즐겼고 아알토 또한 현대 주택의 가구 설비를 보여주기 위한 예로써, 이상적인 표준가구를 갖춘 furnished apartment



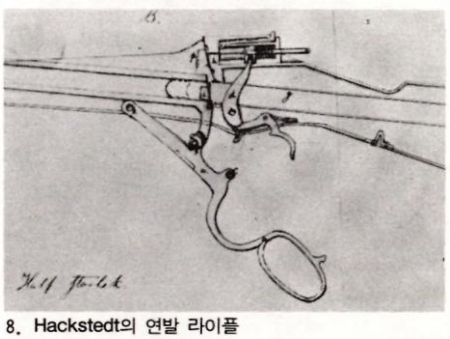
5. Asplund의 'Senna' Chair, 1924년



6. Aalto의 'Folk Senna' Chair, 1929년



7. Stackable 'Hybrid' Chair, 1930년



8. Hackstedt의 연발 라이플

형태를 제시하기 위해 1929년에 설계 완성한 표준아파트 주택에 Thonet 가구를 설치했다.

아알토의 참가 목록은 ① 꼬르호넨 원리에 따른 포개 쌓을 수 있는 단순한 의자(사진9), ② 다른 sitting position으로 된 암체어(사진10), ③ 윗부분이 혼합형 의자와 같은 스타일로 된 다리 4개의 의자(사진11), ④ 아알토의 마음을 사로잡기 시작한 문제를 도면상으로 잘 해결한 Breuer의 탄력성 있는 파이프로 된 다리부분을 나무로 대치시킨 의자(사진12) 등이다.

다른 2개의 목록은 나중에 실제 모델이 완성되는데 ⑤ 하나는 작은 serving table (사진13)로 활주부를 갖춘 썰매 모양으로 디자인 되었고 ⑥ 다른 하나는 '겹끼운 탁자(nest of tables)(사진14)' 인데 10개의 테이블을 겹끼워 놓을수 있고 단지 높이가 9cm 밖에 차이가 안나게 디자인되었다.

아알토는 Thonet Competition에서 수상하지 못했고 그의 도면은 반환되었다. 그 이유는 심사위원들이 아알토의 목록에 대해 기술상으로 불만족스러웠기 때문이었다. 이러한 실패는 아알토로 하여금 꼬르호넨과의 관계를 더욱 계속해서 강화시키게끔 하였다.

Thonet Competition은 클래식한 Thonet가구와 마찬가지로 재료로서 너도 밤나무로 된 둥근막대(round rods of beech)를 주로 사용하였다. beech는 단단하고 모든 방향으로 휠 수 있는 특성을 지녔다. beech는 핀란드에서 수입되었고 Huonekalu ja Rakennustyotehdas Oy에서도 beech를 사용했지만 아알토와 꼬르호넨이 원하는 값싼 표준가구를 생산하기 위해서는 birch 사용에 중점을 두어야 했다. 아알토에 있어서 나무라는 소재가 금속 파이프보다 감정적으로나 미학적으로 가까왔다고 이야기한다.

아알토의 나무에 대한 애정은 핀란드에서 가장 중요한 원자재인[주]13 나무를 고도로 가공 처리하여 수출하려는 국가적인 관심과 일치하였다.

이와 같이 실험1기의 특징은 아알토가 가구의 재료로서, 다각적인 실험을 통해 핀란드 수목의 주종을 이루고 있는 자작나무(birch) 사용에 중점을 둔 시기라는 사실이다.

(2) 실험 2기

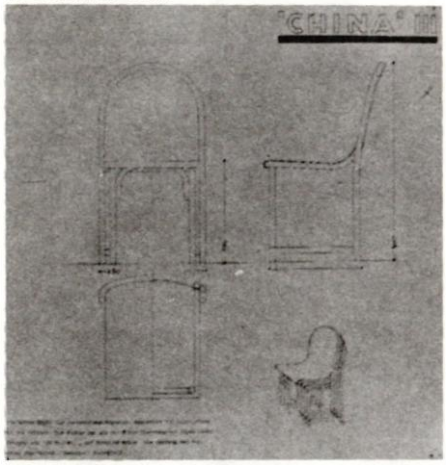
아알토 가구 발달의 다음 단계는 1930년 헬싱키의 미니멈 아파트 전시회(Minimum Apartment Exhibition : 그림15)에서 였다.

미니멈 아파트란 훌륭한 생활을 영위하는데 필요한 모든 합리적인 요소를 만족시키는 가장 경제적으로 설비되고 생산된 가능한 한 최소한의 주거공간이다. 이 미니멈 아파트는 생활 주변을 둘러싸고 있는 진부한 환경을 타파하고 현대주택에 있어서의 디자인을 규정하려는 젊은 개혁 의지를 가진 건축가들에게 있어 이상적인 시험장소였다. 그것의 주된 목표의 하나는 값싸고 실질적이며 잘 만들어진 아름다운 가구를 대량 생산하는 데 있었다.

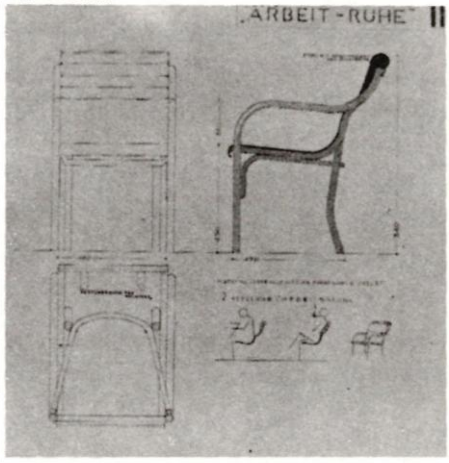
전시회에서 아알토는 그 자신이 공간을 혼합형의 쌓는 의자와 최초의 표준 조명 기구와 침대로 바꿀 수 있는 소파 (Convertible Sofa : 사진16)등으로 설비했다.

1929년 프랑크푸르트 CIAM회의에서 아알토는 그 시대를 선도하는 세계적인 건축가들을 만난다. 그들 대부분은 1930년 여름 스톡홀롬 전시회에 참가했는데 아알토는 Sigfried Giedion,Walter Gropius, Moholy-Nagy등과 만나 친구가 된다. 이들 모두는 아알토가 발전하는데 상당한 역할을 한다. Giedion은 혼합형 의자가 카페, 레스토랑, 바(bars)용 의자로 적합하다고 격찬했고 Moholy-Nagy는

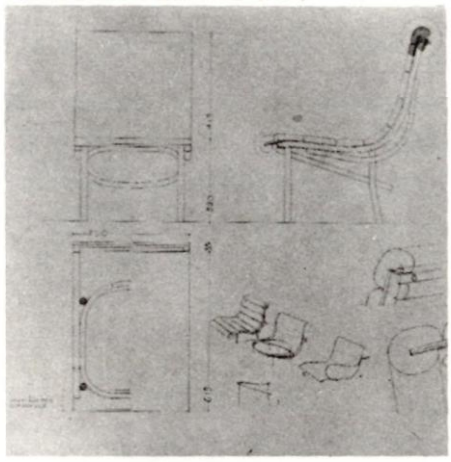
9. Stackable Chair



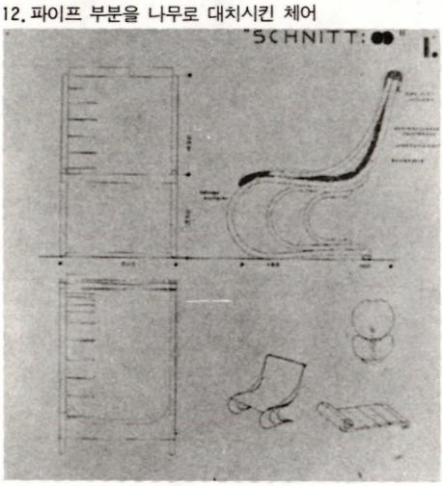
10. Armchair



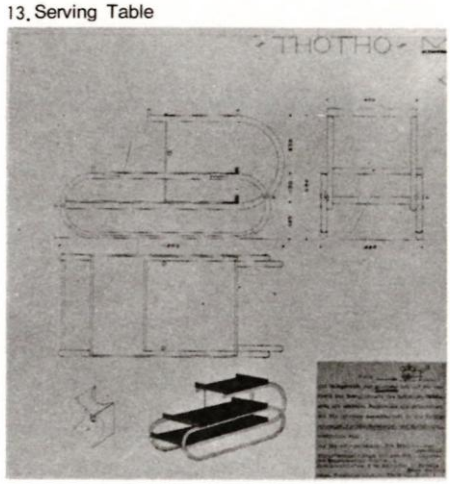
11. 혼합형 의자와 같은 스타일의 체어



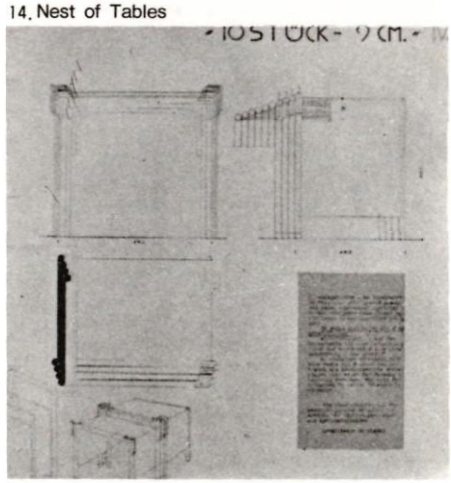
12. 파이프 부분을 나무로 대치시킨 체어



13. Serving Table



14. Nest of Tables



아알토에게 관념적인 예술작품 형태에 있어서의 수공예적인 실험을 통한 다양한 재료 표현의 유연성과 그 범위를 확실하게 하는 Bauhaus의 방법을 전해 주었다.

5. 완성기

아알토와 꼬르호넨은 1930년에 가구에 적합한 새로운 형태를 찾기 위해 가능한 한 모든 방법으로 나무를 켜고, 구부리고, 쪼개고, 늘이고, 접합하고 아교로 접착하여 휘였다. 이러한 작업의 첫번째 결실은 혼합형 의자의 변형인 암체어로 팔걸이(armrest)가 Seat & back을 이룬 합판과 같은 판으로 부터 만들어졌다(사진17).

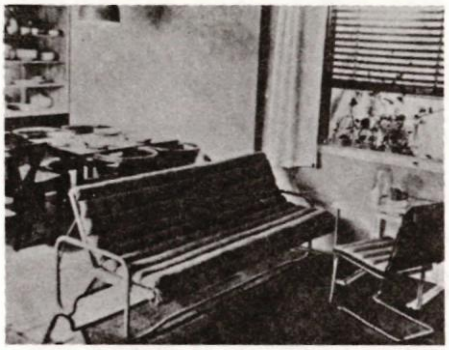
그 다음 단계는 쉽게 휘어지는 Thonet의 beech가 아니라 후레임을 지탱하기 위하여 birch를 사용했다. 3mm 두께 자작나무의 얇은 판을 아교로 붙여 우아하게 둥글린 side frame을 만들어 앉는 부분이 고정되게 끔 하였다. 여기서 아알토는 얇은 둥근 굴레로 된 frame을 (사진18)구성하는 데 molding plywood 방법을 사용함으로써 그것에 새로운 기능을 부여했다. 이것이 closed frame 위에 고정된 탄력성있는 Seat & back을 갖춘 틀에 넣어 만든 합판으로 된 Paimio 암체어가 (사진19) 나오게 된 계기이다. 빠이미오 요양소는 1932년 12월 완성되었는데 새로운 형태의 가구가 생산되기까지는 디자인된 이후 상당한 시일이 경과했다.

파이프로 된 의자와 같은 정도의 탄력성을 주기 위해 Paimio 암체어의 closed frame를 오픈시킨 아이디어는 도식화하기는 쉬우나 기술적으로 충족시키기는 어려운 것이었다. 이 오픈된 곡선형의 frame은 재료가 건조되었을 때나 의자를 상당기간 사용한 후 탄력성이 이완되었을때 형태가 변형되는 경향을 나타내었다. 꼬르호넨이 이 문제를 극복하는데는 상당한 시간이 걸렸다.

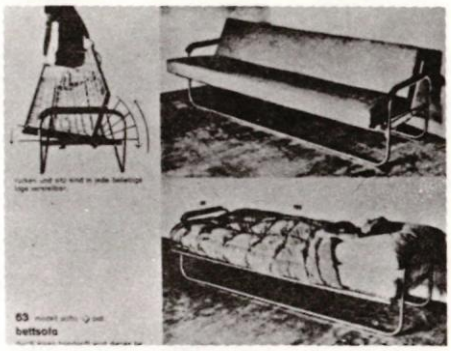
최초의 만족스러운 결과는 파이프다리(tubular base)의 어린이용 의자(사진20)를 나무로 휘어서 만든 다리(사진21)로 전환시킨 것이다.

탄력성이 있는 나무를 휘어서 만든 다리로 된 성인용 의자(사진22)는 1932년 여름 헬싱키에서 열린 Nordic Building Fair에서 최초로 선보였으나 그해 말까지는 생산되지 않았다.

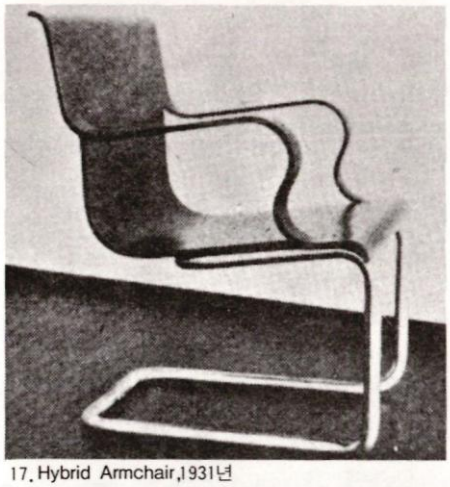
가구디자인에 있어서 아알토의 가장 중요한 발견은 아알토 자신의 평가에 의하면 "bent knee"(그림2) 아이디어였다.



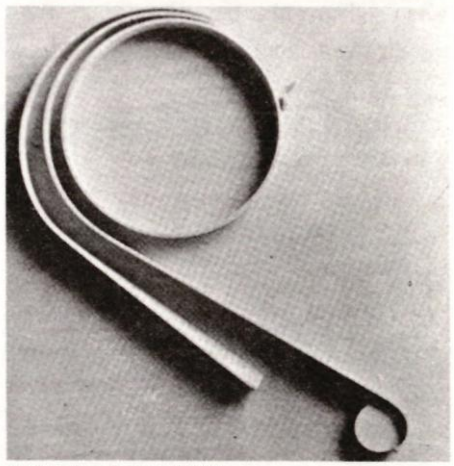
15. 미니멈 아파트 전시회 Helsinki, 1930년



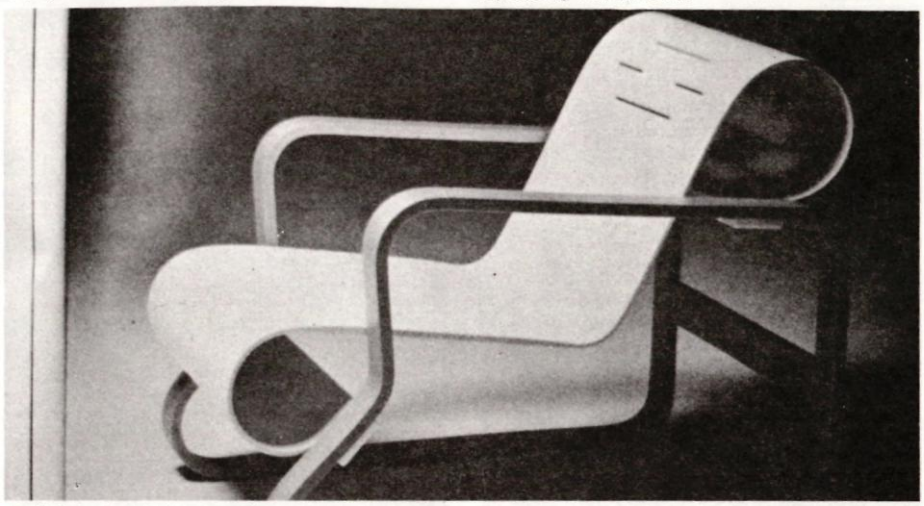
16. Convertible Sofa, 1930년



17. Hybrid Armchair,1931년



18. Bearing Frame, 1931년



19. Paimio Armchair, 1932년



20. Children's Hybrid Chair, 1930년



21. Children's Wooden Cantilever Chair, 1931년

단단한 자작나무를 결대로 켜서 그 홈 사이로 얇은 나무조각을 아교로 붙여 원하는 각도로 휘는 방법인데 90°까지 휘여진다. 이 bent knee기법은 현대가구에 미치는 영향이 대단하며 근대 디자인 이념의 줄기에 의의있는 중요한 역할을 하였다.[주)14]

1933년은 아알토가 세계적인 가구 디자이너로 인정을 받는 획기적인 발전을 기록한 해이다. 그의 중요한 기술혁신인 wooden chair with spring arms와 angled wooden leg가 1933년 Milan Triennial에 소개되어 커다란 관심을 불러 일으켰다.

1933년 8월에 아테네에서 유명한 CIAM 회의가 개최 되었는데 아알토는 여기에 참가하여 영국인 비평가 P.Morton Shand로부터 그해 가을 런던에서 아알토의 가구 전시회 제의를 받게된다. 1933년 11월 13일 The Architectural Review 후원 아래 전시회가 열렸는데 가구들은 Korhonen 작업장에서 만든 실험적인 목재물(Laboratory Wooden Objects)로서 가구디자인에 대한 새로운 장을 표현했다. 모든 물품은 그당시 런던사람들에게 Modern Style의 전유물인 양 공급된 비싼 파이프가구의 대안으로써 제시되었다. 이들은 값싸고 우아한 아알토가구에 경이로운 적극성을 갖고 반응하였다. 수요가 증가함에 따라 아알토가구를 수입하기 위한 Finmar라는 회사를 설립하게 된다. 판매는 다음해에 크게 신장되었으며 또한 미국 오스트레일리아 등에서도 판매를 했고 프랑스, 스페인, 벨기에, 이태리, 스위스, 스웨덴의 회사들은 무수한 건축잡지들의 찬사에 힘입어 Huonekalu ja Rakennustyötehdas Oy에서 생산이 가능한 한 최대로 아알토가구를 판매하기 시작했다.

이와같이 아알토는 새로운 bent wood 기법의 개발로 인하여 세계적인 가구 디자이너로서의 자리를 굳혔다.

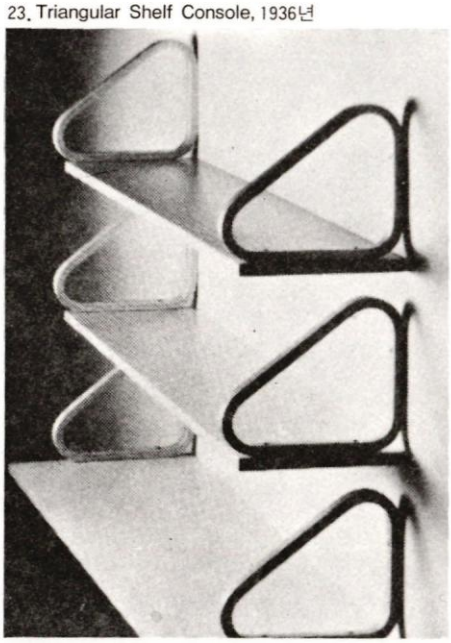
6. 아르텍(ARTEK) 시대

(1) ARTEK의 설립과 성장 과정

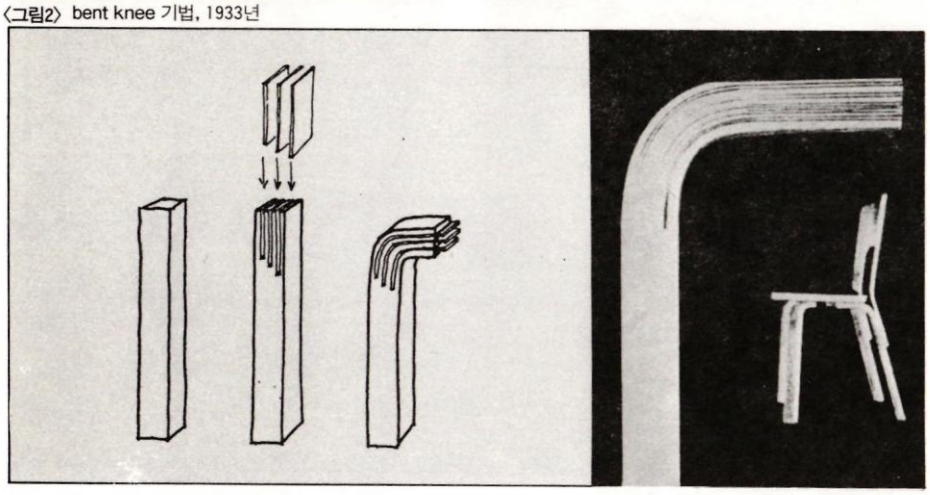
22. Cantilever Chair 1932년



23. Triangular Shelf Console, 1936년



〈그림2〉 bent knee 기법, 1933년



1933년 아테네 전시회에 아알토와 동행했던 젊은 핀란드 예술비평가인 Nils Gustav Hahl은 그해 여름 Brussel 세계 박람회의 핀란드관을 책임맡았다. Hahl은 핀란드 유수한 기업가의 딸이며 그녀 자신이 그림을 그리기도 하고 예술작품을 수집하는 젊은 Maire Gullichsen과 교류를 했었다. Hahl과 Maire Gullichsen은 헬싱키에서 어떤 전위파 화랑을 시작할 계획을 가지고 있었고 두사람과의 교류는 아알토에게 있어 새로운 도약을 향한 중요한 계기가 되었다. Hahl은 아알토를 Maire Gullichsen에게 소개했고 셋이서 헬싱키에 있는 'Palag- Esprit Nouveau Center'[주)15]의 일을 부분적으로 대신할 만한 회사를 시작하기로 했다. 일에 대한 구분은 명료해서 아알토는 창작을 담당하고 Hahl은 회사를 대표하며 Maire Gullichsen은 재정과 선전을 담당했다. 이리하여 Artek은 1935년 12월 사무실 작업을 시작하여 Hahl의 관리하에 1936년 3월1일 화비아닌 가(Fabianinkatu)에서 가게를 열게된다. 아알토 부인인 Aino Aalto는 처음부터 자연스럽게 Artek에게 권한을 부여받아 일을 함께 하였다.

가구생산Line을 Huonekalu ja Rakennustyötehdas Oy로 부터 회사 소유의 공장으로 전환시키는 계획과 Galerie Artek[주)16] 설립의 어려움에도 불구하고 아알토의 명성이 세계적으로 올라감과 비례하여 아알토가구의 수요가 늘어나는 덕분에 Artek은 발전했고 그일을 훌륭하게 수행해 가게된다.

Nils Gustav Hahl이 1941년 전쟁에서 죽음으로 Aino Aalto가 1949년 그녀가 죽기까지 Artek을 대표한다.

1954년 이후 Artek은 께스꾸스가(Keskuskatu) 3번지에 위치한 아알토가 설계한 건물인 라우따따로(Rautatolo)에서 운영되고 있고 Åke Tjeder가 1957년까지 디렉터로 일했다.

Artek이 설립된 초기에는 기존의 가구모델 시리이즈를 가지고 일을 했으나 병원, 사무실, 도서관, 식당, 유치원 등을 위한 가구 및 실내 프로젝트를 맡음에 따라 다양한 모델이 디자인 되었다.

대부분의 아알토가구들은 Otto Korhonen의 옛회사인 Huonekalu ja Rakennustyötehdas Oy에서 만들어졌다. 오늘날 그 회사는 Korhonen Oy로 회사 이름을 바꾸었고 연간 생산량이 10만 Pieces를 넘는 대규모 현대 공장으로

성장했다.

1937년에 이르러 아알토가구의 새 목록이 될 3가지 아이디어가 구상되었다. 하나는 삼각형의 구조물로 선반(사진23)이나 옷걸이를 버텨주거나 벽에 작은 테이블을 고정시키거나 우산꽂이(사진24) 등으로 사용되는 것이다.

나머지는 2종류의 차수레(tea trolley: 사진25, 26)의 변형인데 이것은 1929년 Thonet Competition에 제출되었던 활주부를 갖춘 썰매모양으로된 'serving table'이 발전한 것이다.

차수레(tea trolley)는 1937년 헬싱키의 사보이 레스토랑 인테리어를 위하여 제작된 파도형 유리꽃병(Wave glass vase: 사진27)과 더불어 FFTA(the Finnish Foreign Trade Association)에 의해 현재까지 지속적으로 판매가 신장되는 best-sellers로 선정되었다.[주17]

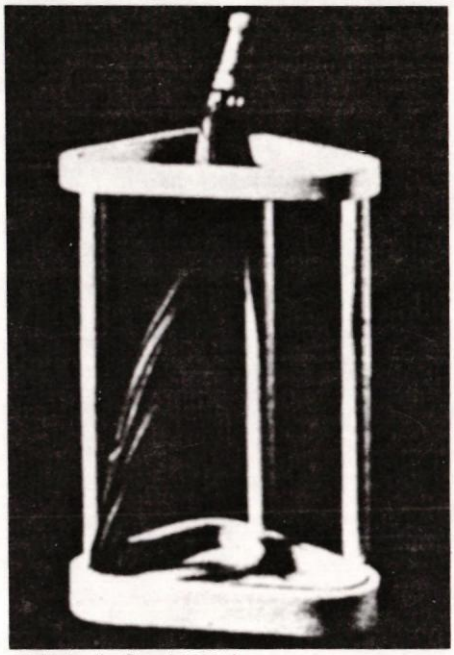
아알토가구에 있어서 다리(leg)부분은 특별한 주문에 의해서 또는 건축 스타일에 따라 아알토의 가구스타일은 Doric,Ionic, Corinthian 기둥처럼 분명하게 바뀌었다.

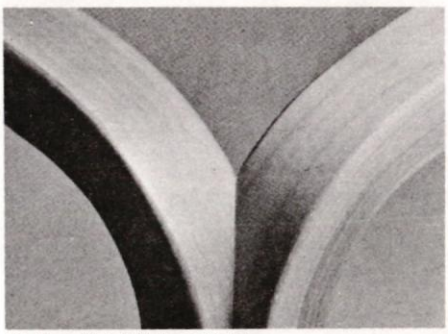
간단히 모서리를 휜 다리는 1947년 Y-leg(사진28)와 결합되었다. 1954년 부채꼴형 X-다리(Fan shaped X-leg: 사진29)가 뒤따라 개발되었다.

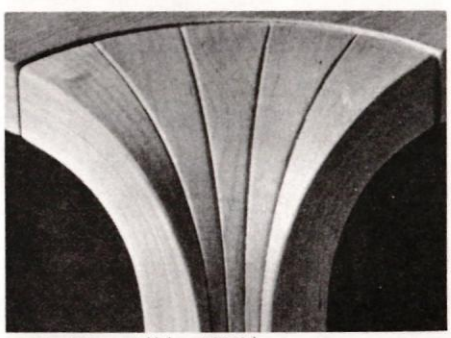
아알토가구의 개선은 건축적인 아이디어, 형식적인 미, 독특한 외적 환경에 의해 뒷받침되었다. 무엇보다도 Otto Korhonen과 같은 유능한 장인과 아알토 사무실내의 조수들로 부터 Aino Aalto,Maija Heikinheimo와 같은 Artek의 유능한 가구 디자이너에 이르기까지 모두들 아알토의 지휘하에 아알토의 기본적인 아이디어를 변화시키는 작업을 했고, 최선의 결과를 얻기 위한 실험을 반복했다. 즉 대중의 요구를 참되게 만족시켜 줄수 있는 기술적으로 경제적으로 가능한 모델을 만들려 했던 것이다.

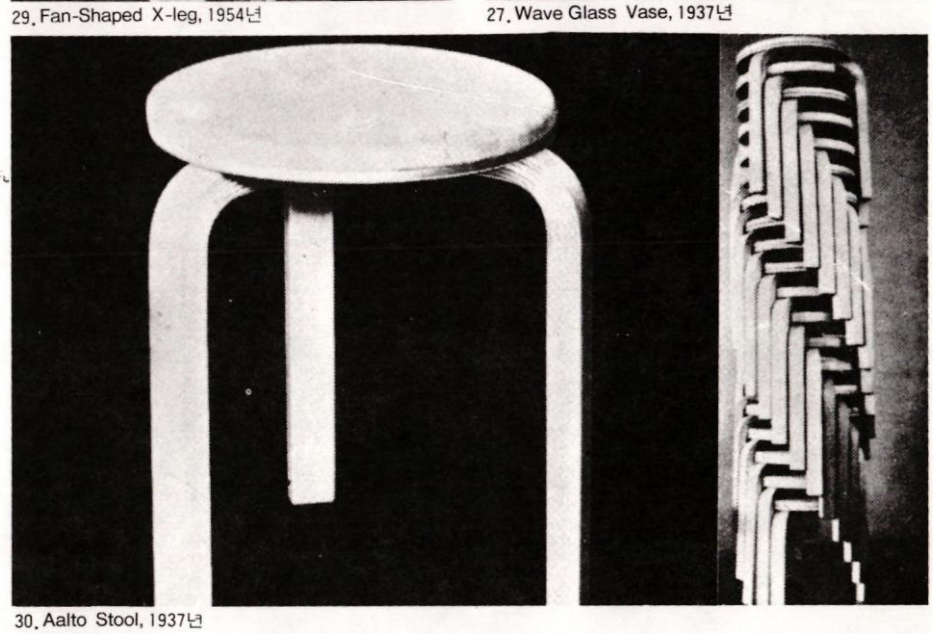
둥근 Stool에 다리가 3개 혹은 4개인 모델(사진30)은 Thonet의자가 그 시대에 그랬던 것 처럼 핀란드에서 일반적인 것이 되었다. 1932년 아알토와 꼬르호넨이 이 Stool의 첫번째 모델이 완성 되었을때 내구력 실험을 위해 공장 바닥에 던져보고는 아알토는 이 Stool은 수천개 생산될거라고 단언했지만 50년 이상 경과 후 이 Stool이 백만개 이상이 생산되리라는 꿈도 꾸지 못했을 것이다.

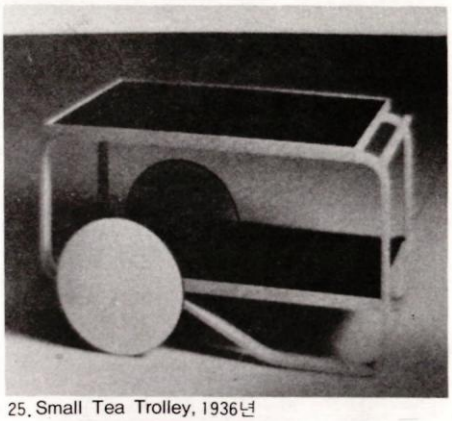
이와 같이 아알토는 가구에 있어 기계생산적, 양산적, 정형화에 노력하여

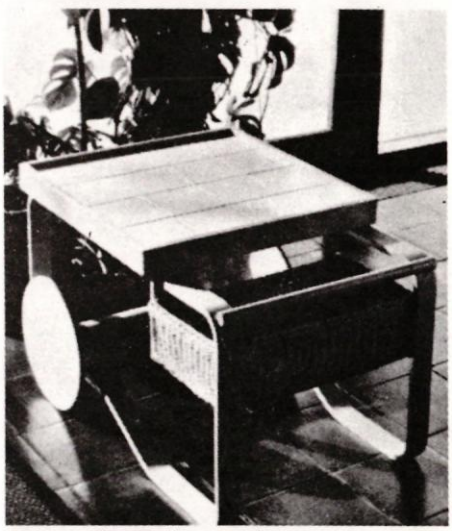

24. Umbrella Stand, 1939년

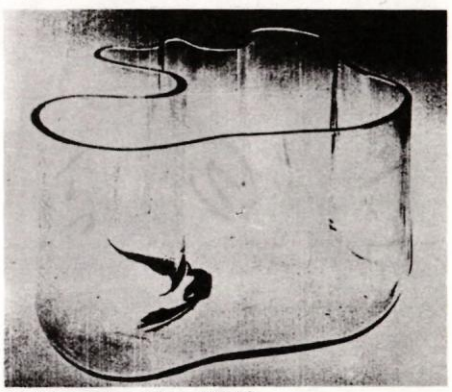

28. Two Sided Y-leg, 1947년


29. Fan-Shaped X-leg, 1954년


30. Aalto Stool, 1937년


25. Small Tea Trolley, 1936년


26. Larger Tea Trolley, 1937년


27. Wave Glass Vase, 1937년

근대 디자인 정신과 공장 생산에 가장 적합한 조건 모두를 갖추는 목재의 활용법을 통해 후세의 가구디자인계에 지대한 공헌을 하고 있다.[주)18]

(2) ARTEK의 이념

1935년 Artek이 설립되었을때 1930년 스톡홀름 전시에서 차용해 온 슬로건을 작업 Chart로 작성했다. 그것은 현대시각예술과 합리적인 가구생산과 대중적인 교육작업 사이의 상호연결을 보여주고 있다. 이러한 삼위일체를 촉진시키기 위하여 일련의 기본적인 전시회가 개최되었고 아알토가구 판매 조직이 만들어지고 비평과 선전문구 등이 간행되었다. 이것은 1970년대까지 Artek drawing 사무실 내에 일종의 십계명으로 남아있었고 Artek의 이념을 그대로 잘 표현한 것이다. 그 작업 Chart로 된 십계명은 다음과 같다.[주)19]

7. 아알토 가구의 성공 요소

아알토가구의 확산과 창조의 결정적인 역할을 한 다른 외적 환경은 전시(Exhibition)와 새로운 건축물인데 그것들은 아알토에게 새로운 가구를 출원시킬 일에 대한 윤곽과 자극을 주었다.

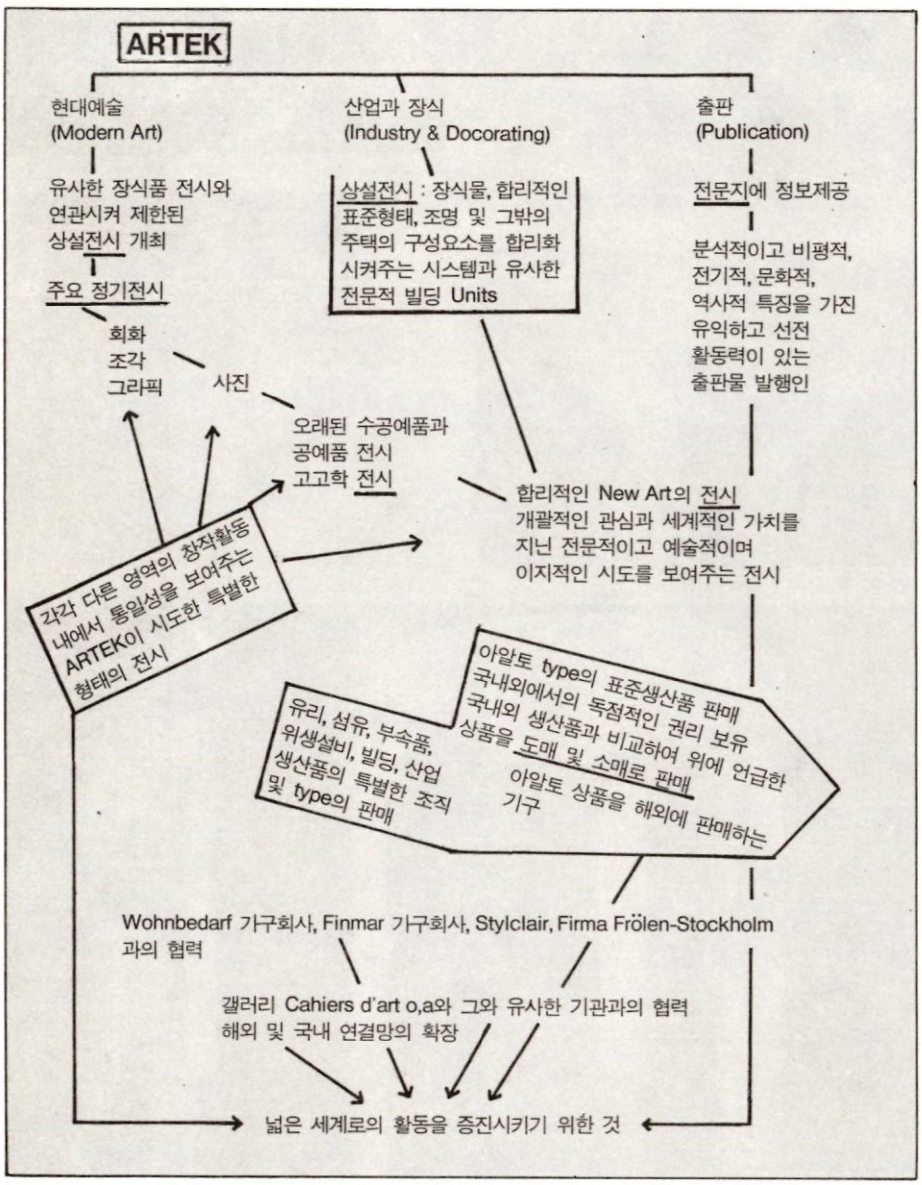
가구전시회를 동반한 1929년 Turku시 700년제(Turku 7th Century Celebration), 1930년 미니멈 아파트 전시회, 1933년 런던 전시회 등이 그것이다. 그리고 큰 Aalto Section이 있었던 1936년 Milan Triennale (사진31), 1937년 파리 세계박람회(사진32), 1938년 뉴욕 현대미술관이 마련한 아알토 전시회(사진33)등은 아알토의 위치를 세계적으로 확고히 하는 계기가 되었다.

스웨덴에서 아알토는 the Swedish Society of Crafts and Design이 마련한 1934년 Liljevalchs 전시에 초대 손님으로 참가함으로써 그의 명성을 확고히 하였다. 노르웨이에서는 아알토가구는 1938년 the Norwegian Society of Arts and Crafts에 의해, 덴마크에서는 같은 해 'Spring Exhibition'에서 전시되었다.

1954년 말 아알토는 스톡홀름에 있는 NK백화점으로 부터 전시를 제의 받고는



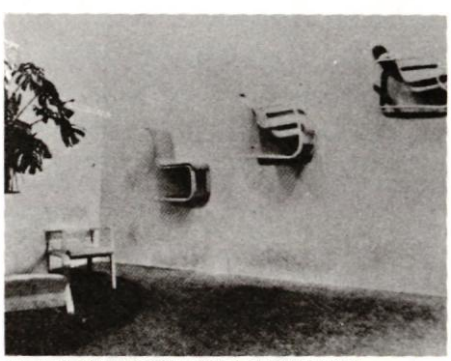
31. Milan Triennale의 아알토 가구, 1936년







32. 파리 세계박람회의 아알토 가구, 1937년



33. 뉴욕 현대미술관의 아알토 전시회, 1938년

제시할 새로운 아이디어가 없어 당황하게 된다. 그때 처음으로 X-leg 가구들을 소개했는데 아알토는 그 아이디어를 젊은 여자의 주름스커트에서 얻었다고 말했다.

아알토에게 새로운 형태의 가구를 디자인하게끔 자극을 준 건물들에 대하여 알아보면 이미 빠이미오 요양소를 위해 최초의 표준화된 가벼운 목재가구가 개발되었지만 그것은 금속 파이프가구의 차거운 특성에 대한 항의로서가 아니고 오히려 인체의 요구에 의해 보다 적합한 재료를 사용한다는 특수한 목적에 의한 것이었다. 뻬푸리마을 도서관은 처음으로 시도된 corner-bent furniture legs의 개발과 밀접한 관련이 있다.

예술 비평가인 Gustaf Strengell이 1933년 런던 전시회의 아알토에 관한 기사를 썼을때 아래와 같은 사실을 Strengell은 분명히 인식했다.

"이곳(런던전시회)에 전시된 가구들은 아알토가 단지 가구생산의 새로운 특별한 방법을 발견했을 뿐만아니라 새롭고 특별한 건축술의 특색(architectonic idiom)을 개발해 왔음을 보여준다.

이 특색(idiom)은 합리주의라는 황폐한 이상향을 신봉하지 않았으며 그것은 아알토의 예술적인 메세지에 있어 중요요소의 하나인 인간과 자연사이의 생물학적 이중창을 향한 노력의 표현이었다.[주)20]

Ⅲ. 맺는말

알바르 아알토(Alvar Aalto)는 건축과 가구디자인 분야에 있어 그의 조국 핀란드의 명성을 높이는데 크게 기여했으며 바우하우스 이래 근대 공예운동의 지배적 흐름인 기능주의의 보편성에 의하여 작품들이 획일화되고 기계적인 경향을 나타낸 국제적인 사상적 주류와는 무관하게 독자적인 작품 세계를 구축하여 후세의 건축과 가구디자인계에 지대한 공헌을 하였다.

본문에서 살펴본 바에 의하면 아알토의 주된 사상은 핀란드적인 민족성 그리고 지역성 및 낭만성을 띤 National Romanticism과 밀접한 관련이 있으며 그가 추구한 합리성, 기술적인 진보, 양산성 등을 다치지 않고 한 나라의 특색, 지방적 향기, 인간적인 친근감, 재료의 온기 등을 작품에 표현했다.[주)21]

이러한 태도하에 작품형태는 보수적인 재료의 사용과 자연환경에서의 형태 도출 및 자유로운 감각적 구상을 보여주고 있다. 그에따라 공통적으로 특이하며 파동적인 형태 및 부채꼴(fan) 형태가 나타나고 있으며 형태 구성 원리는 성장과 적응의 의미에 따른 형태 윤곽의 변화로 특징지울수 있다.

이러한 사상과 작품형태와의 체계적인 연계성은 어떤 특정지역이나 작가에 한하는 것이 아니라 이를 보편적이고도 일반화시킴으로 작가의 작품에 대한 체계적인 접근을 도모할 수 있으며 작품세계 구축에도 훌륭한 밑거름이 될수 있다고 본다. 이에 작가가 작품을 하는 자세는 자신의 뚜렷한 사상과 예술 의지를 작품형태에 내재시켜 은유적으로 표현함으로서, 즉 어떠한 체계성을 표현할 때 우연이나 순간적인 착상에 의한 작품이 아닌 사상이 담긴 작품으로 예술적 가치를 부여받게 될 것이다.

결론적으로 아알토의 가구작업은 그의 건축적인 작업의 부수적인 것이 아니라 그것 자체가 아알토 건축에 있어 중심적인 중요성을 갖고 있다.[주)22] 즉, Steel tubes로부터 Bent Wood로의 전환과 가구를 고안해 내기위하여 아알토가 나무를 가지고 행한 실험은 1930년대 그 자신의 건축형태를 추구하고 발견하는데 있어 생동력있는 자극이 되었다.

주

1. 핀란드는 원래 서기 약 1200년경부터 1807년까지 약 600년간 스웨덴의 식민지로 있었고 그후 1917년까지는 러시아의 자치령으로 주변 강대국 사이에 끼어 많은 혼란을 겪었으나 결국 1917년 12월에 완전히 독립함
2. 成益煥 : 알바·알토, (산업도서출판, 서울) 1979, p6
3. 「낭만적 풍토주의」로 번역되며 이 운동은 원초적 근원이 중세교회와 요새들로 부터 기반을 두고있고 아알토 이전의 대표적 작가로는 핀란드 건축가 Eliel Saarinen과 스웨덴 건축가 Gunnar Asplund가 있으며 형태는 단순함과 다각형의 창과 장식적 발코니 등을 주로 사용하였다.
4. Les Congres Internationaux d'Architecture Moderne.
'근대 건축 국제회의 로 1928년 Helene de Mandrot가 추진하던 계획을 S. Giedion과 Le Corbusier가 구체화시킴. 스위스에서 1928년 제1회 회의가 개최된 이후 1956년 유고의 도브로비니크에서 개최된 제10회를 준비한 이른바 팀X의 비판에 의하여 붕괴되기까지 약 30년 계속됨.
5. Kirmo Mikkola, Architecture in Finland (Helsinki, Finnish-American Cultural Institute) 1981, p26.
6. 베이커 하우스(Baker House)라고 부르며 외벽이 파도치는 듯한 굴곡면을 사용한 것이 특징이다. 이 굴곡면은 경관에 대한 요구와 당시 건축의 기하학적인 질서에 관한 반발로써 유기적인 형태에로의 추구에서 생겨난 것이다.
7. 1835년에 Elias Lonnrot에 의해 출간된 핀란드의 민족문화예술운동의 가장 중요한 민족서사시 「Kalevala」를 소재로 그림을 그린 핀란드 화가 (1865~1931)
8. Juhani Pallasmaa, Alvar Aalto Furniture (Helsinki, The Museum of Finnish Architecture) 1985, p63
9. Aarno Ruusuvuori, Alvar Aalto(Helsinki, MOFA) 1978, p69
10. Juhani Pallasmaa, op. cit., p63
11. Turku에 있는 기초가 튼튼한 가구회사로 전쟁전 러시아인 고객들과 헬싱키에 있는 Boman이라는 훌륭한 Furnishing 회사를 위해 가구를 생산함. 현재는 Korhonen Oy로 이름이 바뀜.
12. 헝가리의 페에치에서 1902년 출생한 세계적인 건축가, 바우하우스 초기의 멤버이며 1925년 (23세)에 파이프 의자에 처음 손을 대다. 이 파이프의자의 개념은 1928년 발표된 켄틸레버의자에 이르기까지 갖가지 모습으로 가구에 응용됨.
13. 핀란드는 전 국토면적의 2/3가 산림으로 뒤덮혀 있는 세계에서 산림자원이 가장 풍부한 나라이며 입업 생산량의 80% 가량이 수출되고 있다.
14. Arnold Friedmann, 윤도근 역, Interior Design, p180
15. 아알토가구를 전문으로 취급하며 판매와 새로운 주택의 개념을 소개하고 부분적으로 현대예술을 전시한 곳임.
16. 순수예술을 전시 할 수 있는 화랑.
17. FFTA, DESIGN IN FINLAND, 1985 p38~p39
18. Arnold Friedmann, op. cit., p180
19. Juhani Pallasmaa, op. cit., p106
20. Ibid, p87
21. 이경성, 공예통론(서울, 수학사), 1975 p256
22. Juhani Pallsmaa, op. cit., p87

참고문헌

●국내서적

- ●이경성 : 工芸通論, 修学社, 1975
- ●조요한 : 芸術哲学, 法文社, 1974
- ●成益煥 : 알바알토, 산업도서 출판공사, 1979

●국외 및 번역서적

- ●Juhani Pallasmaa, Alvar Aalto Furniture (Helsinki, The Museum of Finnish Architecture), 1985
- ●Aarno Ruusuvuori, Alvar Aalto(Helsinki, The Museum of Finnish Architecture), 1981
- ●Kirmo Mikkola, Architecture in Finland-in the 20th Century (Helsinki, Finnish-American Cultural Institute), 1981
- ●Frank Russell, A Century of CHAIR DESIGN(NewYork, Rizzoli Int'l inc), 1980
- ●Arnold Friedmann, Interior Design 윤도근, 유희준共譯(서울 : 세진사), 1984
- ●Sigfried Giedion, Time & Architecture 최창규譯(서울 : 산업도서), 1982
- ●Karl Fleig, Alvar Aalto, 건축연구실譯1, 2, 3권 (서울 : 집문사), 1984

●잡지 및 기타

- ●The Finnish Society of Crafts and Design, Form·Function·Finland, 1986.2
- ●Museum of Applied Arts, ARTEK 1935-1985, 1985
- ●The Finnish Foreign Trade Association, DESIGN IN FINLAND, 1985
- ●Jaakko Lintinen, FINNISH VISION, 1978

ABSTRACT

A Study on the Furniture Design of Alvar Aalto

Alvar Aalto was one of the most important Scandinavian architects and designers of the twentieth century, and is largely of responsible for his native Finland's high reputation in the fields of architecture, and furniture design.

A recognised master of the Modern Movement, Aalto was nevertheless unique among his contemporaries in the emphasis his placed on warmth, naturalness and respect for human feelings—a contrast to the often rigid functionalism of main stream Modernism.

We can say that Aalto's work with furniture was not a sideline to his architectural work; it was of central importance for his buildings, too.

The move from steel tubes to bent wood and the "laboratory experiments" with wood which Aalto carried out in order to create furniture gave him vital impulses as he sought and found his own architectonic style in the 1930s. like his architecture Aalto's chair designs represent a 'humanised' interpretation of the severe aesthetic and radical technological experimentation of the Modern Movement.

The purpose of this study is to find what is the result of the form of his works on the basis of 'main idea and tend of his works, to search the element and principle of formal composition, to establish the relation-ship between the architect's philosophy and the form of his works. The conclusions from this , study are that the order of the form is closely related to the National Romanticism, characters of the form are as follow ;

1. The form of his works are approached through the vernacular and romantic attitude.
2. We find the orders through metaphor in his main idea. The orders are besed on the four conceptions of formal metaphor in idea-use of traditional materials, derivation of nature, metaphor in history, free sensitive imagination.

가구 작품연보

1929-1930

LINKED CHAIR 611
- 자작나무, 앉는부분과 등받이는 락카칠이나 페인트칠 했음, 포개 쌓을수 있도록 설계됨
- 1929년 Jyväskylä 유치장에 설비, 1929년 Turku 700주년 전시회 출품



ARMCHAIR 15
- 자작나무, 등받이를 둥글게 한것이 특징임. 포개 쌓을수 있음
- 1929년 Turku 700주년 전시회, 1930년 헬싱키 Minimun Apartment Exhibition출품



TABLE 96
- 자작나무, 곧은다리
- 1929년 Turku 700주년 전시회. 1930년 헬싱키 Minimun Apartment Exhibition출품



ARMCHAIR
- 마호가니로 앉는 부분과 등받이는 틀에 넣어 만든 합판임. 누빈천을 씌우거나 분리할 수 있게 설계
- 1929년 Turku 700주년 전시회. 1930년 헬싱키 Minimun Apartment Exhibition출품



CHAIR 23
- 파이프관으로된 다리, 앉는부분과 등받이는 틀에 넣어 만든 합판임 포개 쌓을 쌓을수 있음.
- 1929년 Turku 700주년 전시회 출품



CHEST OF DRAWERS 296, 297
- 자작나무, 락카 또는 페인트 칠함, 바퀴사용
- 1930년 헬싱키 미니멈 아파트 전시회 출품



CONVERTIBLE SOFA
- 금속후레임, 크롬도금 또는 페인트칠, 쥬리히에서 생산
- 1930년 헬싱키 미니멈 아파트 전시회 출품



TABLE
- 6겹의 니켈을 입힌 금속판 금속다리
- Turku 아알토의 주택에 설비



CHILDREN'S CHAIR
- 틀에 넣은 합판으로 파이프로 된 다리
- Turku 아알토의 주택에 설비



1931-1932

ARMCHAIR
- 앉는부분, 등받이, 팔걸이가 동일한 틀에 넣어 만든 합판으로 파이프로된 다리. 포개 쌓을수 있음
- 빠이미오 요양소에 설비



STOOL
- 합판으로 된 앉는 부분과 파이프다리로써 포개 쌓을수 있음
- 빠이미오 요양소에 설비



ARMCHAIR 41
- Closed후레임 위에 고정된 탄력성 있는 앉는 부분과 등받이를 갖춘 틀에 넣어 만든 합판
- 빠이미오 요양소에 설비



ARMCHAIR 44
- 41번과 같으나 앉는 부분과 등받이 속에 용수철을 넣고 천을 씌움
- 빠이미오 요양소에 설비



ARM CHAIR 403
- 앉는 부분과 등받이를 틀에 넣어 만든 합판임. 다리도 자작나무임. 포개 쌓을수 있음.
- 빠이미오 요양소에 설비



TABLE 915
- 상판은 틀에 넣어 만든 합판을 사용
- 빠이미오 요양소에 설비



ARMCHAIR 31
- 다리는 틀에 넣어 흰 자작나무로 탄력성 있는 후레임 앉는 부분과 등받이는 틀에 넣어 만든 합판
- 1932년 헬싱키 Nordic Building Exhibition 출품



CHILDREN'S CHAIR 103
- 틀에 넣어 만든 합판 Laminated bent leg



1932-1933

CHAIR 21
- CHAIR 23과 같은 형의 틀에 넣어 만든 합판 Laminated bent leg



BENT LEG(AALTO LEG)
- Solid wood leg로 휘는 부분은 홈을 내어 합판을 삽입하여 90°로 휨. 상판과는 나사로 고정
- 1933년 특허 취득



STOOL 60
●등근 Seat에 3개의 아알토 leg로 구성. 포개 쌓을수 있음.
●1933년 London Fortnum and Mason's Exhibition 출품



TABLE 70
●등근 Table로 아래쪽에 선반을 부착시킴. 4개의 아알토 leg. 포개 쌓을수 있음
●1933년 런던 Fortnum and Mason's Exhibition



ARMCHAIR 402
●ARMCHAIR 31과 같은 탄력성있는 후레임. 앉는 부분과 등받이는 천을 씌움
●1933년 Milan Triennial 출품



ARMCHAIR 401
●ARMCHAIR 402를 높은 등받이로 변형시킴
●1933년 Milan Triennial 출품



1933-1935

CHAIR 65
●등근 Seat와 4개의 아알토 leg, 틀에 넣어 만든 등받이로 구성
●삐푸리 도서관에 설비



CHAIR K65
●높은 의자로 CHAR 65와 같은 구성이나 등받이가 낮음



CHAIR 66
●CHAIR 65와 동일하나 Seat부분이 더 크고 등받이가 더 높음.



CHAIR 68
●CHAIR 65와 동일하나 등받이 각도가 상이함. 포개 쌓을수 있음



CHAIR 69
●CHAIR 68과 동일하나 Seat가 둥글지 않고 등받이가 좀더 넓음



CHAIR 62
●CHAIR 69와 동일하나 앉는 부분과 등받이를 천을 씌움



STOOL 64
●높은 stool로 등근 Seat와 틀에 넣어 흰 발판용 테두리로 구성



1935-1936

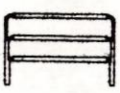
ARMCHAIR 400
●넓은 탄력성 있는 후레임과 앉는 부분, 등받이는 스프링을 넣고 천을 씌움 등받이가 높은 종류도 개발
●1936년 Milan Triennial 출품



SCREEN 100
●소나무로 등글게 말을 수 있도록 설계됨



SHELF 111
●틀에 넣어 흰 다리에 선반들을 고정시킴



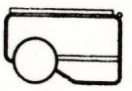
SHELF 112
●삼각형의 Console과 합판으로된 선반으로 구성 Console은 옷걸이 우산꽂이 서랍선반 등에도 이용됨



ARMCHAIR
●높은 등받이에 천을 씌운 안락의자. 다리는 틀에 넣어 흰 자작나무
●1936년 헬싱키 Art and Crafts 전시회 출품



TEA TROLLEY 98
●자작나무 판을 틀에 넣어 휘어서 옆면이 아름다운 곡선으로 구성. 선반은 베니어나 리놀륨으로 덮음
●1936년 Milan Triennial 출품

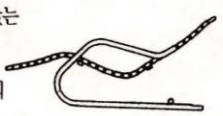


1936-1937

TEA TROLLEY 900
●TEA TROLLEY 98과 마찬가지로 옆면이 곡선으로 구성. 선반 상면은 타일을 붙였음. 등나무 바구니를 부착시킴
●1937년 파리 세계 박람회 출품



ARMCHAIR 39
●탄력성 있는 후레임과 앉는 부분과 등받이는 엇갈린 천이나 가죽으로 처리
●1939년 파리 세계 박람회 출품



1938-1939

GARDEN TABLE 330, 332
●흰색 칠한 자작나무
●마이레아 저택에 설비



GARDEN CHAIR 310
●흰색 칠한 자작나무
●마이레아 저택에 설비



ARMCHAIR 406
●ARMCHAIR 31과 같은 후레임으로 앉는 부분과 등받이는 엇갈린 천으로 처리
●마이레아 저택에 설비



1946-1947

Y-LEG
●두개의 90°각도로 흰 다리. 원래는 아알토 leg를 두개로 켜서 만들었음. 그러나 요즘은 laminated bend로 만듦. 다양한 크기의 의자와 테이블에 사용됨



STOOL Y61
●Y형 다리의 Stool로 엇갈려 짠 천이나 등나무 Seat 또는 누벴음



GLASS TABLE Y805
●Y-형 다리에 제거할 수 있는 유리 상면으로 되었음



CHAIR 612
●앞쪽의 Y형 다리가 등받이 상단까지 연결되었음. 앉는 부분은 솜을 넣어 천을 씌웠고 등받이는 누비거나 엇갈린 천을 사용



STOOL V63
●앉는 부분은 원추형이 짤라진 형체를 이루고 있으며 3개로 된 다리는 예리한 각도로 휘어져 나사로 고정됨



ARMCHAIR 45
●팔걸이와 다리가 연장된 형태. 엇갈려 짠 천, 누빈천 등나무 등을 Seat 재료로 사용



ARMCHAIR 46
●ARMCHAIR 45와 같은 다리 구조, 앉는 부분과 등받이는 솜을 넣어 천으로 마감



ARMCHAIR 47
●ARMCHAIR 45번과 비슷한 다리 구조, 앉는 부분과 등받이는 용수철을 넣고 천으로 마감



ARMCHAIR 48
●ARMCHAIR 47과 동일



CHAIR 67
●CHAIR 69와 같은 형태, 얇은판을 붙여 흰 등받이로 구성



1954

X LEG
●아알토 leg를 5부분으로 켜서 부채꼴 형태로 된 다리
●1954년 스웨덴 NK백화점 전시회 출품



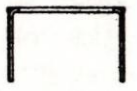
STOOL X600
●등근 Seat로 재나무 베니어나 천을 씌움. 3개의 X형 다리



STOOL X601
●사각 Seat로 재나무 베니어나 천을 씌움. 4개의 X형 다리



TABLE X800
●X형 다리 테이블로 상판은 재나무나 참나무 베니어 사용



GLASS TABLE
●X형 다리 후레임으로 유리 상면을 제거할 수 있도록 설계



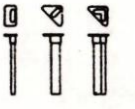
1955

ARMCHAIR
●금속연결구(metal sockets)로 조립된 단단한 나무구조
●스웨덴 Helsingborg H55 전시회 출품



1956

BRACKET LEG
●자작나무 테이블다리로 금속연결구로 상단과 연결, 3개 모델이 있음



ARMCHAIR
●X형 다리로 팔걸이는 얇은 자작나무를 다발로 흰 "macaroni" bend 기법으로 됨
●헬싱키의 National pensions Institude 본사에 설비



1959

ARMCHAIR
●용수철을 넣고 천을 씌웠으며 팔걸이와 연결된 다리 후레임 구조는 "macaroni" bend 기법으로 됨
●프랑스 La Maison Louis Carré에 설비

수면 시간과 침구 규격이 생활에 미치는 영향
— 인간공학을 중심으로 —

한 상 덕 대한인간공학회·한국신발과학연구소

인간공학은 이제 우리 주변의 모든 분야에 폭넓게 적용되고 있으며, 최근에는 생체 리듬을 활용한 생산성 향상에까지 인간공학적인 발상이 대두되고 있는 실정이다. 이러한 관점에서 인간 생활의 삼분의 일을 차지하는 수면 시간과 인간공학계에 속하는 침구의 설비 조건과의 상관관계에 대해서도 새로운 관심이 대두되고 있다. 본 기사는 지난 11월 10일 한국침구공업협동조합에서 실시한 세미나 내용으로 쾌적한 일상 생활과 생산성 향상에 기여할 수 있는 적절한 수면 시간과 침구의 규격을 폭넓은 조사·분석을 통해 제시하고 있다. (편집자 주)

Ⅰ. 기업과 인간공학

1. 인간공학의 발아와 접목

최근 우리들 생활주변에서 인간공학이란 말이 자주 오르내리고 있다. 고대로부터 만물의 영장인 인간은 자연을 정복하고 또한 자연을 이용하기 위해 자연과학을 싹트게 하였다.

산업혁명을 정점으로 기계 이용이 급속도로 발전하고 인간은 더 많은 행복을 누리게 될 것으로 기대했다. 왜냐하면 기계문명의 진보와 더불어 인간도 동등하게 진보할 것으로 믿었기 때문이다. 그러나 그 결과는 기계쪽만이 발전되고 기계를 다루는 인간은 육체나 정신면에서 커다란 발전을 가져오지 못했다.

또한 기계문명의 빠른 진보에 따라 "메커니즘"이 복잡하게 됨으로써 인간이 그를 따르지 못함을 깨달은 나머지 기계와 도구를 만드는 과정에서 사람의 기능과 특성을 맞춰 인간본위로 설계해야 한다는 사고가 싹트게 되었다. 사람이 생활 도구를 사용에 편리하게 만들려는 노력은 원시시대부터 있기는 하였으나 과학적인 체계를 확립하게 된 것은 제2차 세계대전 이후의 일이다. 전후에 있어서 인간공학의 특징은 그 적용범위가 군사관계에만 한정되지 않고 전 산업 분야를 비롯하여 의료 분야에까지 파급되게 되었다.

2. 산업기술과 인간공학

국제간의 산업경쟁은 가속화되고 심화되고 있다. 이러한 경쟁을 극복할 수 있는 타개방안은 무엇보다도 기술혁신을 통해 생산성을 높이는 과제가 핵심이라 하겠다.

이를 위해서는 설비를 개선하거나 작업자의 작업방법 개선 등으로 작업효율을 높이는게 급선무라 하겠다. 작업능률을 높이기 위해서는 인간의 생리적 제특성을 파악하여 인간에게 적합한 산업구조의 설계가 필요하게 된다.

예를 들면 생체에서 발생되는 여러 요인을 과학적으로 구명 조사한 자료를 토대로 작업하기 쉽도록 작업대와 의자의 높이를 조절한다든가, 기계를 작업흐름에 따라 배치함으로써 작업의 능률을 향상시키도록 한다든가 또는 작업환경을 적절하게 조절하여 작업하기 쉽도록 하는 것 등이다.

즉, 인간공학이란 작업, 기계조작방법, 도구 및 환경 등을 개선함으로써 더욱 쉽게 생산적으로 작업할 수 있게 하여 생산성을 높이고 인간을 보다 편한 환경속에서 의욕적으로 작업할 수 있게끔 하는 학문이다.

이와 같은 개선을 통하여 초보자들도 쉽게 작업에 익숙해질 수 있게 할 뿐만 아니라 생산성도 크게 향상시킬 수 있게 된다.

우리 나라에 있어서는 인간공학을 도입한 지가 얼마되지 아니하여 이제 겨우 그 중요성이 산업계에 싹트기 시작하고 있는 실정이다. 한편 40여 년의 인간공학 역사를 갖고 있는 일본에서는 최근 인간공학의 중요성이 재인식되기 시작함으로써 경제의 저장성으로부터 탈피하기 위하여 작업 시스템을 개선하기 위한 인접학문(환경심리학, 행동과학, 창조공학, 자세과학, 정신공학, 정서공학) 등을 도입, 부가가치 생산성 제고에 전력을 다하고 있다.

일본의 자동차산업에 있어서 인간공학을 활용한 구체적인 사례를 들어보면 조작성을 높이기 위한 변속장치, 방향지시기, 원도우브러쉬 등을 핸들에 부착시켜 편안한 자세로 운전할 수 있도록 하며 차체의 전후 시계(視界)를 넓히고 소음을 극소화하려는 연구가 끊임없이 계속되고 있다. 이러한 노력의 결정이 자동차 시장에서 일본의 승용차 점유율을 미국산보다 앞서게 한 주요한 원인이 되었다고 본다. 뿐만 아니라 차의 승차감, 내실 장식 등에 있어서도 미국을 앞지르고 있는 실정이다.

이외에도 카메라, 디자인, 신발, 침장구, 의복, 가구, 스포츠, 전기용품, 가전제품 등 생활용품에까지도 시야를 넓혀가고 있다. 제반 생산활동을 위해서는 필연적으로 기계와 인간이 상호 보완 관계를 맺게 된다. 이런 관계를 인간—기계 시스템이라고 하며 인간공학적인 기계설비를 위해서는 다음과 같은 조건이 선행되어야 한다.

① 인간과 기계의 기능 배분.
② 인간과 기계의 적합성 검토.
③ 인간과 기계가 함께 일하는 작업환경에 대한 인간공학적 고

④ 시스템 평가.

3. 인간공학과 생산성 향상

기업환경의 급격한 변천은 욕구 충족을 위하여 새로운 의식이 고조되는 가운데 새로운 가능성의 추구를 위하여 노력을 경주하였으나 인간의 특성을 무시한 시스템의 도입으로 가능성의 추구는 자신을 잃고 능률, 신뢰성, 안전성, 적절성 등의 결여를 유발시킴으로써 환경의 적응에 실수를 범하게 되었다. 그로 인하여 연구·개발의 진보에도 크게 차질을 초래하게 되었다. 인간공학은 이러한 시행착오를 사전에 방지하고 인간존중 사상을 바탕으로 시스템의 질적 향상을 도모하고 인간생활에 효율가치와 기업의 생산성 증대에 합리화를 기하기 위하여 총합과학으로서의 뿌리가 내려졌다.

생산성 향상을 위한 질적 향상의 대상을 가름해 보면 성능성, 경제성의 측면에 있어서 사용의 용이성, 보수의 용이성, 제조의 용이성, 생산의 용이성, 기호성, 대사회성, 안전성 등을 과학적으로 전개하여 급변하는 기업환경 속에서 합리적인 기업경영을 영위하기 위하여 총합과학으로서 인간공학의 필요성이 갈망되게 되었다. 인간공학을 토대로 하지 않으면 아니될 대상은 기업에 있어서 뿐만 아니라 일상생활에 있어서도 그 수를 헤아릴 수 없을 만큼 다양하다.

위에서 언급한 시스템은 하드 시스템과 소프트 시스템으로 구분된다. 하드 시스템이란 눈으로 보이는 실체가 있는 침장구를 비롯하여 의복, 신발, 주거, 가구, 가전제품, 식품, 항공기, 선박, 자동차, 전자계산기, 공구, 설비, 광고 등을 들 수 있으며 소프트 시스템으로서는 작업방법, 직무설계, 기기 등의 사용법, 프로그래밍을 위시하여 교통통신, 환경, 의료 등 사회 시스템에까지 미치고 있어 인간공학의 대상은 광역하고 다양하다.

생산성 향상을 위한 인공간학의 체계는 인간의 기본 특성(형태적 특성, 기능적 특성)과 인간이 지니고 있는 복잡한 특성(human error, 정서공학적인 면)을 비롯하여 인간요소의 변수를 과학적으로 분석하여 기술혁신과 연구·개발의 토대를 마련하고 더 나아가서 생체위화감 인자의 유발을 사전에 방지하는 시스템 설계로서 생산성 향상과 기업경영 합리화(MI운동, QD)에 인간공학의 도입은 필수적인 요소라 하겠다.

4. 인간공학을 토대로 한 특수 연구개발과 산업정보

우리 나라 경제가 당면하고 있는 현시점에 있어서 가장 큰 문제로 대두되는 것은 노동집약적인 단순노동으로부터 탈피하여 산업구조를 기술 및 지식집약적 산업체계로 전환케 하여 기업의 활동 패턴을 국제화 방향으로 확대시키는 일이라 생각된다. 그리고 오늘날의 국제 기업환경이 동시화 시대로 돌입되고 있는 실태임은 주지하는 사실이라 하겠다. 동시화에 부응키 위해서는 필히 기술혁신과 가치창조를 바탕으로 한 품질 고급화와 가치혁신이 뒤따라야 한다. 오늘날의 기업환경을 살펴보면 각종 요인들의 변수가 다양하고 가속화되고 있다.

이러한 기업환경 변화에 대응키 위해서는 과거와 같은 최고 경영자의 직관이나 직감에 의한 의사결정은 기업진로의 방향에 큰 문제점을 낳게 되어 국제 경쟁력에 있어서 약퇴화를 면치 못할 것이다. 제품 연구개발에 있어서 필히 수반되는 기술혁신을 위해서는 항상 지속적으로 기업에 필요한 산업정보를 수집하고 이를 분석 평가하여 그 결과를 토대로 정확한 의사결정과 끊임없는 기술개발 활동만이 기업을 발전시키고, 국제 경쟁력 강화는 물론 생산성 향상을 기할 수 있는 관건이 될 것이다.

II. 수면 시간과 침구 규격이 생활에 미치는 영향

1. 연구목적

수면은 자연의 법칙에 의하여 24시간을 주기로 인간 체내에 주어진 생리현상으로서 인간 생활의 3/1을 차지하고 있다.

또한 수면은 세포조직이 노화 사멸되는 그날까지 항속적으로 계속되는 리듬이라고 말할 수 있다.

현재 수면에 대해서는 생리학, 정신분석학, 심리학, 환경심리학 등을 토대로 부단한 연구가 계속되고 있으나 준피복(準被服) 인간공학계에 속하는 침구의 설계 조건과의 상관 관계에 따른 과학적인 연구는 아주 뒤떨어지고 있는 실태이다.

인체의 피로를 유발시키는 원인이 되는 수면의 질과 양은 수면 환경의 양부(良否)에 따라 다르게 나타난다고 본다.

따라서 본연구에서는 수면 환경 가운데 수면도구로서의 인체계에 속하는 침구의 조건에 따라 상이하게 나타나는 요인의 변수를 인간공학적인 방법으로 조사·연구하려고 한다. 그리고 본연구의 핵심은 경시하기 쉬운 안면(安眠)의 조건 충족에 비중이 크다고 생각되는 조사 대상자들의 수면 시간과 이들이 사용하고 있는 침구 규격이 생산성과 품질에 미치는 영향을 구명함으로써 생산성과 품질과의 관계를 더욱 명확히 하고저 한다.

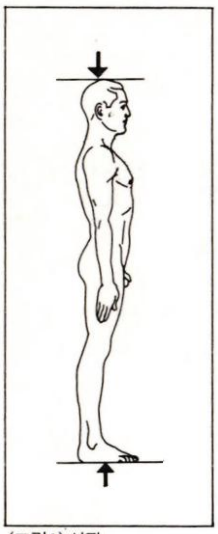
그리고 이것의 침해요인으로 비중이 크다고 생각되는 생체위화감 유발자를 사전에 방지할 수 있는 과학적인 기초 자료를 제공함으로써 침구의 규격화와 국민 보건생활의 안전을 비롯하여 수출상품에 이르기까지 부가가치를 높일 수 있도록 하는 데 그 목적이 있다.

2. 연구방법

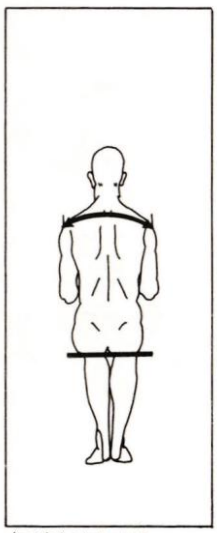
본연구에 있어서 조사대상은 정신 근로자를 피하고 산업 현장에서 근무하는 사람들로, 심리적인 요인에 의하여 수면의 질과 양을 비롯한 작업의 질과 양을 달리할 수 있다고 예상되는, 작업공정에 전입된지 1년 미만인 자, 그리고 직장에 대해 불만이 많은 자, 임신중인 자, 스트레스나 갈등을 겪고 있는 자를 제외한 봉제공장의 작업현장에서 경력 6년 미만인 18세~26세까지의 여자 작업자 280명을 랜덤하게 추출하여 조사 대상자로 정하였다. 그리고 본연구의 조사방법은 같은 작업을 수행하는 생산라인에서 생산의 질과 양의 요인에 영향을 미친다고 생각되는 수면 시간과 침구 조건 및 신체 조건을 고려하여, 작업 실험조로는 A군과 B군의 2개조로 편성하고 작업을 실시하게 한 후 단위공정에 있어서의 생산성과 품질을 A군과 B군별로 집계·분석하였다.

본연구에서는 본주제와 관련된 선행 연구문헌을 토대로 하여 수면 도구로서의 침구의 합리적인 규격의 설정요소가 되는 신장과 어깨너비 및 체중을 다음과 같은 방법으로 결정하였다. 신장은 〈그림 1〉에서 볼 수 있는 바와 같이 피계측자가 양발을 서로 붙이고 시선을 전면으로 하여 똑바로 서 있을때 바닥에서 두점(頭點)까지의 수직 거리를 계측하였다. 그리고 어깨너비는 〈그림 2〉에서 표시한 바와 같이 등 어깨점에서 경추점을 지나 반대편 어깨점까지의 곡선 거리에 대한 각부위의 계측치를 구하였다. 측정은 간접

계측방법을 피하고 직접 계측방법을 사용하였으며 직접계측은 마틴(Martin)식 계측기를 사용하였다.



〈그림1〉신장



〈그림2〉어깨 너비

조사분석의 핵심요소가 되는 피조사 대상자들이 사용하고 있는 침구는 요의 길이, 요의 폭, 요의 두께로 분류하여 데이터를 수집하고 이 데이터를 기초로 하여 분석하였다. 그리고 수면시간은 조사 대상자들의 일상생활 가운데 휴일을 제외한 다른 요일에 취하고 있는 수면의 실태를 조사하였다. 그리고 침구관리 현상의 구분은 피조사 대상자들이 사용하고 있는 요의 일광소독 횟수를 요의 두께별로 구분하여 분석하였다.

3. 현황조사

(1) 체격조건

침구의 규격 설정 요소가 되는 체격 중 신장과 어깨너비 및 체중을 피조사 대상자 280명에 대하여 조사한 바 〈표1,2〉 및 〈표3〉과 같이 나타났다.

〈표1〉 신체분포 (단위 : cm)

구분 \ 신장	$\bar{x}$	SD	145-155	155-160	160-165
인 원	155.6	5.9	82	161	37
비 율			29.3%	57.5%	13.2%

〈표2〉 어깨너비 분포 (단위 : cm)

구분 \ 어깨너비	$\bar{x}$	SD	35-37	37-40	40-42
인 원	38.4	2.1	70	176	34
비 율			25.0%	62.8%	12.2%

〈표3〉 체중분포 (단위 : kg)

구분 \ 체중	$\bar{x}$	SD	45-50	50-60	60-65
인 원	52.4	6.4	82	169	29
비 율			29.3%	60.3%	10.4%

(2) 침구의 사용실태

피조사 대상자 280명이 사용하고 있는 침구류 가운데 수면과 관계가 깊다고 생각되는 요의 길이, 요의 폭, 요의 두께에 대하여 조사한 바〈표4.5〉 및 〈표6〉과 같이 나타났다.

〈표4〉 요의 길이 (단위 : cm)

구분 \ 길이	150-170	170-180	180-190	계
인 원	68	91	121	280
비 율	24.3%	32.5%	43.3%	100%

〈표5〉 요의 폭 (단위 : cm)

구분 \ 폭	70-85	85-95	96-110	계
인 원	52	65	163	280
비 율	18.6%	23.2%	58.2%	100%

〈표6〉 요의 두께 (단위 : cm)

구분 \ 두께	3	4	5	6	7	9	9	10	계
인 원	24	64	56	53	35	19	20	9	280
비 율	8.6%	22.9%	20.0%	18.9%	12.5%	6.8%	7.1%	3.2%	100%

(3) 수면시간

피조사 대상자 280명이 취하고 있는 수면의 실태를 시간별로 조사한 바 〈표7〉과 같이 나타났다.

〈표7〉 수면의 시간별 분포 (단위 : 시간)

구분 \ 수면시간	4	5	6	7	8	9	계
인 원	27	58	44	51	86	14	280
비 율	9.6%	20.7%	15.7%	18.3%	30.7%	5%	100%

(4) 침구관리

피조사 대상자 280명이 사용하고 있는 침구의 일광소독 실태를 조사한 바 〈표8〉과 같이 나타났다.

〈표8〉 침구 일광소독 상황

일광소독횟수 \ 구분	두께 6cm이하	두께 6cm이상	계
매 일	2	3	5
주 1 회	39	29	68
10일에 1회	21	13	34
20일에 1회	40	72	112
30일에 1회	34	27	61
계	136	144	280

(5) 조사군편성

군별 편성은 규격설정 요소의 핵심이 될 신장과 어깨너비 및 체중과 피조사 대상자들이 사용하고 있는 침구류 중 수면의 질과 양에 관계가 깊다고 생각되는 요의 길이, 요의 폭, 요의 두께, 수면 시간 등 7개 항목을 등위 분석하여 〈표9〉와 같이 군을 A군, B군으로 구분·설정하였다.

〈표9〉 군 별 편 성

구분 \ 조건 및 공정	A군 조 건	A군 단위공정	A군 인 원	A군 계	B군 조 건	B군 단위공정	B군 인 원	B군 계	인 원 계
신 장	155-160	A	72	161	144-155	A	39	119	280
						B	43		
		B	89		160-165	A	21		
						B	16		
어깨너비	37-40	A	78	176	35-37	A	34	104	280
						B	36		
		B	98		40-42	A	19		
						B	15		
체 중	50-60	A	68	169	40-45	A	37	111	280
						B	45		
		B	101		60-65	A	18		
						B	11		
수면시간	7,8,9	A	82	151	4,5,6	A	64	129	280
		B	69			B	65		
요의길이	180-190	A	63	121	150-170	A	35	159	280
						B	33		
		B	58		170-180	A	45		
						B	51		
요 의 폭	96-110	A	89	163	70-85	A	23	117	280
						B	29		
		B	74		85-95	A	36		
						B	29		
요의두께	6-10	A	78	136	3-5	A	68	144	280
		B	58			B	76		

Ⅲ. 결과분석

1. 수면과 침구 조건과의 관계

수면을 취하는 것은 인간이 지구상에 탄생한 이후 수백만년간 되풀이 되어온 자연의 법칙에 의하여 24시간을 주기로 인간 체내 시계에 주어진 생리현상으로서 우리들의 생활에 3/1을 점하고 있는 한 리듬이다.

좋은 조건의 리듬을 타게 되었을 때 생리적으로 기분이 아주 좋은 상태로 질과 양에서 아주 좋은 안면을 이루게 된다. 만일 리듬에서 이탈하게 되면 수면을 잘 이루지 못하게 되어 그 여파는 우리 생체에 피로의 과중을 유발시키게 되어 다음날의 사회활동에 막대한 지장을 초래하게 된다.

인간은 수면이 적으면 대뇌생리학적 측면에서 고찰해 볼 때 뇌세포가 사고의 능력을 상실케 되는 경우도 있다. 선행 연구조사에 따르면 인간이 1주일간 수면을 취하지 못하게 되면 정신이상자가 되거나 심한 경우에는 사망한다는 실험결과가 발표된 사례도 있다.

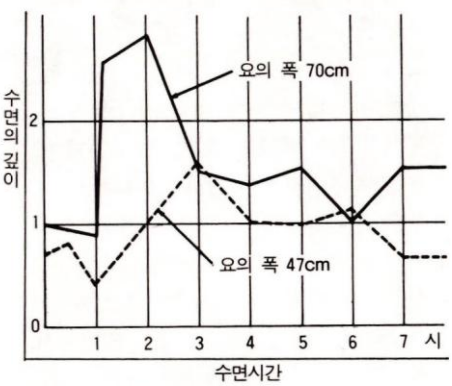
정신의학자 '와인칸트'의 주장에 의하면 사람은 적어도 7시간~8시간의 수면을 취해야만 대뇌의 지적 능력과 쌓였던 피로가 원상으로 회복된다고 말하고 있다. 그러므로 충분한 수면이 보장되지 않으면 다음날의 생활에 지장을 초래케 함은 당연한 사실이다.

또한 수면 도구로서의 침구가 나쁘면 자세 해부학적 측면에서 건강한 사람은 항속적으로 수면시 하루밤에 20~30회 정도 뒤치기며 잠을 자게 되는데, 이때에 등뼈를 구성하고 있는 30여 개의 뼈에 조금씩 자극이 주어져서 생리적으로 피로를 해소시켜 주는 작용을 한다고 한다.

뿐만 아니라 침구의 규격이 적정치 못하면 수면자세를 올바르게 유지하지 못하게 되어 산소 소비량이 증가되고 반면 이산화탄소를 많이 배출시키게 되어 피로가 우리 생체에 빨리 온다고 도니드 K. 메츠스(Donid K. Mathews)가 실험결과를 발표한 바 있다. 그리고 우리 생체에 맞지 않는 침구의 작용으로 수면자세가 불완전하면 근육이나 내장기관의 바른 위치에도 영향을 미치게 되어 그 여파는 각기관의 대사 항진에까지 영향이 파급되어 우리 생체에 이상을 가져와 피로를 유발시키게 된다.

안면의 자세를 평안하게 하여 쾌적한 양질의 수면을 취할 수 있게 하려면 무엇보다도 먼저 인간공학을 토대로 한 과학적인 침구의 설계가 요망된다. 선행 연구에 따르면 침구설계는 제품설계의 3대 속성 가운데 미관성보다는 기능성에 중점을 두어 과학화하고 설계 구조면에 있어서 우리 생체에 위화감을 유발하지 않도록 하여 양질의 쾌적한 수면을 취할 수 있는 조건이 충족되어야 한다.

양질의 쾌적한 수면조건을 충족시킬 수 있는 요의 설계는 두께 6cm에서 10cm 이내로 하고 요의 길이는 사용자의 신장에 5%를 더한 값에다 15cm 더한 길이의 요가 이상적이라고 선행 연구자들의 실험에 의하여 밝혀진 바 있다. 그리고 요의 폭은 〈그림3〉에서 볼 수 있는 바와 같이 수면의 깊이는 요의 폭에 비례한다는 실험치에 의하여 사용자의 어깨너비에 2.5배를 곱하여 얻은 값의 폭이 수면을 취할 수 있는 요의 폭의 절대요소가 된다.



〈그림3〉요의 폭과 안면의 관계

요의 길이와 요의 폭의 산출근거는 인간공학적인 측면에서 살펴 볼 때 수면시 생리적인 현상으로 뒤치기게 되는 20회~30회의 움직임에 있어서 심리적으로 안전감을 주어 수면을 취할 수 있는 과학적인 근거를 토대로 설정하였다.

본연구에 있어서 설계기준을 토대로 하여 피조사 대상자 280명에 대하여 조사·분석한 〈표1,2〉에 나타난 데이터를 중심으로 이상적인 침구의 규격을 설정한 바 〈표10〉과 같은 이상적인 침구의 규격이 마련되었다. 〈표15,16〉에 나타난 데이터를 중심으로 하여 피조사 대상자들이 사용하고 있는 침구조건과 비교해 볼 때 〈표4〉에 나타난 피조사 대상자 280명 가운데 43.2%에 해당되는 121명을 제외한 나머지 56.8%에 해당되는 159명이 규격이 미달되는 길이가 짧은 요를 사용하고 있는 것으로 나타났다.

〈표10〉 이상적인 침구의 규격 (단위 : cm)

평균신장	평균 어깨너비	이상적인 침구의 규격		
		길이	폭	요의 두께
155.6	38.4	178.4	96	6-10

그리고 〈표5〉에 나타난 데이터를 분석해 보면 피조사 대상자 280명 가운데 58.2%에 해당되는 163명을 제외한 41.8%에 해당되는 117명이 〈표4〉에 나타나고 있는 바와 같이 규격에 미달되는 짧은 요를 사용하고 있었다. 〈표6〉에 나타난 데이터를 분석해 보면 피조사 대상자 280명 가운데 48.6%에 해당되는 136명을 제외한 51.4%에 해당되는 144명이 규격에 미달되는 요의 두께가 얇은 요를 사용하고 있음이 밝혀졌다.

위의 분석결과에서 나타난 바와 같이 침구의 규격이 피조사 대상자들의 신체조건에 요의 폭을 제외한 요의 길이, 요의 두께가 규격에 미달되고 있는데 피조사 대상자들이 사용하고 있는 침구조건은 수면을 방해하는 요인이 되고 있기 때문에 수면의 질 저하로 생산성 향상에 아주 큰 저해요인이 되고 있다고 생각된다.

2. 침구조건에 따라 발생되는 자각증상

요의 길이, 요의 폭, 요의 두께에 비하여 상이하게 나타나는 자각증후군에 대하여 조사한 바를 데이터를 중심으로 분석해 보면 다음과 같다.

〈표11〉 요의 길이별 자각증후군 조사 (단위 : cm)

구분 \ 길이	150-170		170-180		180-190	
인원	68		91		121	
길이가 짧아서 잠자리가 불편하다	41	60.3 %	39	42.8 %	9	7.4 %
길이가 짧아서 발이 요끝으로 벗어나는 경우가 많다	48	67.6 %	28	30.8 %	5	4.1 %
발을 오그리고 자는 경우가 있다.	46	61.8 %	43	47.3 %	16	13.2 %
잠자리가 평안하다	44	64.7 %	36	39.6 %	82	67.8 %

〈표11〉에 나타난 바와 같이 요의 길이의 규격을 중심으로 자각증후군을 4개 항목으로 설정하여 조사한 바, 요의 길이가 짧아서 잠자리가 불편하다는 조사항목에 있어서는 요의 길이 150cm~170cm인 피조사 대상 68명 중 60.3%에 해당되는 41명이 잠자리의 불편을 말하고 180cm~190cm인 피조사 대상자 121명 중 7.4%에 해당되는 9명이 잠자리의 불편을 말하고 있다. 그리고 잠자리가 평안하다는

조사항목에 있어서 요의 길이 150cm~170cm인 조사 대상자 68명중 64.7%에 해당되는 44명이 잠자리의 불편을 말하고 있었고 180cm~190cm인 피조사 대상자 121명중 67.8%에 해당되는 82명이 잠자리가 평안하다고 말하고 있음이 밝혀졌다. 따라의 요의 길이가 수면에 많은 영향을 미치는 것으로 드러났다.

〈표12〉요의 폭별 자각증후군 조사 (단위 : cm)

구분 \ 폭	70-85		85-95		96-110	
인원	52		65		163	
잠을 잘 설친다	26	50.0 %	11	16.9 %	21	13.9 %
잠잘때 뒤척거리기가 불편하다	29	55.8 %	13	20.3 %	16	9.8 %
잠을 옆으로 자는 경우가 많다	23	44.2 %	14	21.5 %	12	7.4 %
잠자리가 평안하다	5	0.9 %	26	55.4 %	104	63.8 %

〈표12〉에 나타난 바와 같이 요 폭의 규격을 중심으로 요의 폭별 자각증후군을 4개 조사항목으로 설정하고 조사를 실시한 바 '잠을 설친다'는 조사항목 중에서 요의 폭 70cm~85cm인 피조사 대상자 52명 중 50%에 해당되는 26명이 수면시 잠을 설침을 말하고 있다. 그리고 요의 폭이 96cm~110cm인 피조사 대상자는 163명중 13.9%에 해당되는 21명만이 수면시 잠의 설침을 말하고 있다.

또한 잠자리가 평안하다는 조사항목에 있어서 요의 폭이 70cm~85cm인 피조사 대상자 52명 중 0.9%에 해당되는 5명이 잠자리의 평안함을 말하고 요의 폭이 96cm~110cm인 피조사 대상자 163명 중 63.8%에 해당되는 104명의 피조사 대상자가 잠자리가 편안하다고 말함으로써 요의 폭도 평안한 수면을 위해 중요하다는 사실이 드러났다.

〈표13〉요의 두께별 자각증후군 조사 (단위 : cm)

구분 \ 두께	3-5		6-8		8-10	
인원	14 144		107		29	
등과 엉덩이가 배긴다	84	58.3 %	24	22.4 %	2	6.9 %
요의 솜이 많이 엉킨다	48	33.3 %	28	26.2 %	2	6.9 %
잠을 설칠때가 가끔 있다	36	25.0 %	31	28.9 %	7	24.1 %
옆으로 자는 경우가 많다	46	31.9 %	25	23.4 %	4	13.7 %

〈표13〉에 나타난 바와 같이 요의 두께의 규격을 중심으로 요의 두께별 자각증후군을 4개 조사항목으로 설정하고 조사를 실시한 바 등부위와 엉덩이부위가 배긴다는 조사항목에 있어서 요의 두께 3cm~5cm인 피조사 대상자 144명중 85.3%에 해당되는 84명이 수면시 등부위와 엉덩이부위가 배긴다고 응답했고 요의 두께 6cm~8cm인 피조사 대상자는 107명 중 22.4%에 해당되는 24명만이 등부위와 엉덩이부위가 수면시 배김을 말하고 있다. 그리고 요의 솜이 많이 엉킨다는 조사 항목에 있어서 요의 두께가 3cm~5cm인 피조사 대상자 144명 가운데 33.3%에 해당되는 48명이 수면시 요의 솜이 많이 엉켜 수면 방해가 된다고 말하고 요의 두께 6cm~8cm인 피조사 대상자 107명중 26.2%인 28명이 수면시 요의 솜이 엉켜 신경이 쓰인다고 말하고 있다.

위의 조사·분석에서 나타난 바와 같이 침구규격의 적부는 인간생활의 3/1에 해당되는 수면의 질에 크게 영향을 미치게 하여 그 결과 피로를 과중케 하고 다음날 근무에 막대한 영향을 초래케 함으로써 사회활동을 비롯하여 생산성 저해 유발 원인이 된다고 생각된다.

특히 〈표13〉의 요의 두께 자각증후군 조사에서 나타난 바와 같이 등부위와 엉덩이부위가 배기고 요의 솜이 엉키는 이유는 침구관리의 소홀에서 나타난 현상으로 판단된다. 그러므로 침구관리에 있어서 요의 일광소독 횟수는 요 두께에 변수요인이 된다. 요에 사용하고 있는 솜의 일광소독의 불충분으로 뭉치거나 엉켜서, 수면조건에 비중을 크게 차지하는 수면자세에 있어서 가장 중요한 쿠션 유지에 방해가 안되도록 누운 자세에서 체압을 고르게 분포시켜 안면(安眠) 기능을 유지할 수 있는 과학화가 요망된다.

사람이 충분한 수면을 취하지 못하면 피로가 과중되어 다음날 활동하는데 막대한 지장을 초래케 된다. 그러므로 사람은 하루에 적어도 7시간~8시간의 수면을 취하여야만 쌓였던 피로가 원상으로 회복되어 쾌적한 생활을 영위할 수 있다.

앞에서 언급한 바와 같이 안면을 위해선 수면의 자세를 평안하게 가질 수 있는 우리 생활규격에 맞는 적절한 침구가 요구된다. 피조사 대상자 280명이 취하고 있는 수면의 실태를 시간별로 조사분석한 바 〈표7〉에서 볼 수 있는 바와 같이 280명중 46%에 해당되는 129명의 피조사 대상자가 7시간 미만의 수면을 취하고 있는 것으로 분석되었다.

그 결과는 사회환경의 변화에 따른 탓도 있다고 생각되나 앞에서 조사·분석된 결과를 토대로 하여 고찰해 보면 수면의 자세를 평안하게 해주는 침구의 규격이 우리 생체에 맞지 않는 데서 유발되고 있는 요인이 크다고 생각된다.

3. 침구조건 및 수면 시간차의 생산량 비교

수면 시간 및 침구조건이 다른, 단위공정에서 생산된 제품의 생산량에 대하여 〈표9〉 군별 편성에 나타난 데이터를 토대로 하여 분석해본 결과 〈표14〉와 같이 나타났다.

〈표14〉침구조건 및 수면 시간차에서 오는 생산량 비교

생산량 \ 공정	A군	B군	생산량 비교	
			생산량차(개)	향상률
A	538	482	56	11.6%
B	518	453	55	12.1%

A단위 작업공정에 있어서 A군과 B군에서 발생된 생산성을 비교해 보면 수면 시간과 침구조건에 좋은 A군의 1일간 작업량이 538개, 수면 시간과 침구 조건이 나쁜 B군의 작업량이 482개로 나타나 생산량의 차이는 1일에 11.6%에 해당되는 56개가 됨을 알 수 있다. B단위 작업공정에 있어서도 수면 시간과 침구 조건이 좋은 A군이 1일간 518개, 수면 시간과 침구 조건이 나쁜 B군의 작업량이 453개로 생산량의 차이는 1일에 12.1%에 해당되는 55개로 나타나 수면 시간과 침구 조건이 좋은 A군이 B군에 비하여 생산성이 더 높음을 알 수 있다.

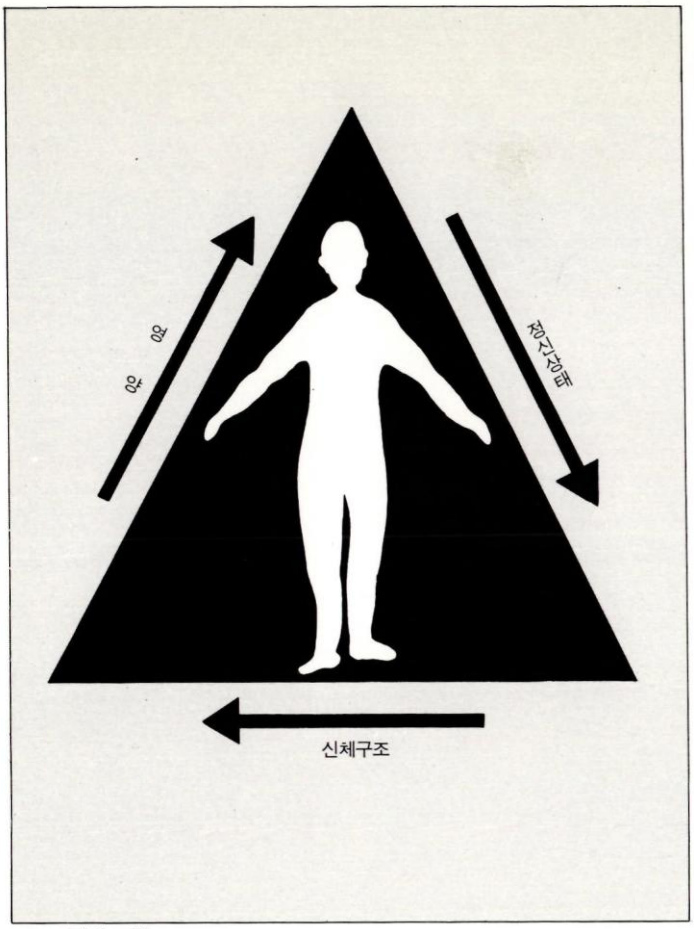
여기서 침구 조건 및 수면 시간에 따른 생산량의 차이 유무에 대하여 확인한 바 위험률 0.01%로 유의차가 인정되어 침구 조건과 수면 시간의 차이는 생산량에 영향을 미치고 있음이 판명되었다.

4. 침구 조건 및 수면 시간차의 품질 비교

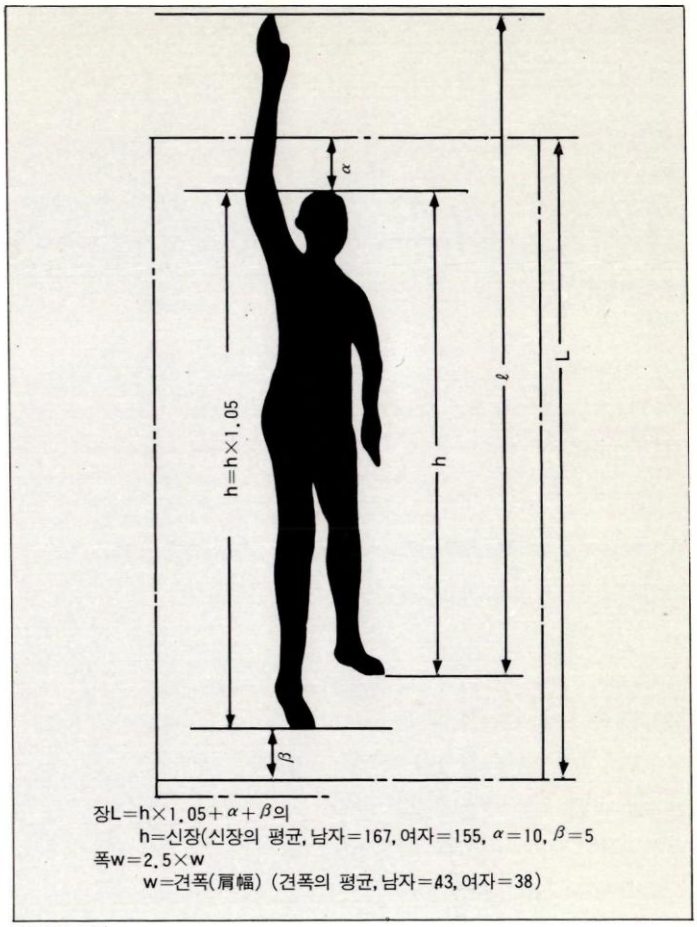
수면 시간 및 침구 조건이 다른, 단위공정에서 생산된 제품의 품질에 영향을 미치는 불량률을 〈표9〉 군별 편성에 나타난 데이터를 토대로 하여 결과를 분석해 보니 〈표15〉와 같이 나타났다.

〈표15〉침구조건 및 수면 시간차에서 오는 품질비교

품질 \ 공정	A군			B군		
	생산량	불량	불량율	생산량	불량	불량율
A	538	5	0.93%	428	21	4.4%
B	518	4.5	0.87%	453	16	3.5%



건강 삼각형 모델



침구의 크기

A단위 공정에 있어서 A군과 B군에서 각기 생산된 제품의 불량률을 비교해 보면, 수면 시간과 침구 조건이 좋은 A군이 1일간의 작업량, 538개 중 불량품이 5개인 반면, 수면 시간과 침구 조건이 나쁜 B군은 작업량 482개에 대한 불량품이 21개가 발생되어 불량품의 차이는 16개가 됨을 알 수 있다.

B단위 공정에 있어서도 A군과 B군에서 생산된 제품의 불량률을 비교하면, 수면 시간과 침구 조건이 좋은 A군의 1일간의 작업량 518개 중 불량품이 4.5개, 수면 시간과 침구 조건이 나쁜 B군은 작업량 453개에 대한 불량품이 16개가 나와 발생된 불량품의 차이는 11.5개로 나타났다.

여기서 침구조건 및 수면 시간에 따른 품질의 차이 유무를 확인해 보면 A단위 공정이나 B단위 공정 모두 위험률 0.01%로 유의차가 인정되므로 침구 조건과 수면 시간의 차이는 품질에 영향을 미친다고 판정되었다.

Ⅳ. 결론

우리들의 생활에 차지하는 비중이 아주 크다고 생각되는 수면과 침구 조건과의 관계에 대하여 조사·연구한 바, 산업분야에 근무하는 사람들의 무관심으로 인하여 생체에 크게 피로를 유발시켜 생산성 향상은 물론 품질 향상에까지 크게 차질을 초래하고 있음이 밝혀졌다.

본 연구에서 생산현장에 근무하는 종업원들을 대상으로 수면환경에 있어서 침구 조건이 생산성 향상과 작업 능률 및 품질에 미치는 영향에 대하여 조사·연구한 결과, 매우 중요한 자료를 얻었다. 그러나 전산업체의 현황을 살펴보면 피로 유발 방지의 핵심요소가 수면도구로서, 인체계에 속하는 침구의 조건에 대해서는 아주 경시하고 있는 실태이다. 그러므로 여기서는 인간공학을 중심으로 피조사 대상자들이 사용하고 있는 침구를 요의 길이, 요의 폭, 요의 두께로 분류하고 수면 시간은 피조사 대상자들이 취하고 있는 수면 시간을 시간별로 분류하여 체격 등위를 분석한 계측치에 의해 침구의 이상적인 규격을 인간공학을 토대로 잠정적으로 설정하였다.

이것을 기초로 수면 시간과 침구 조건이 좋은 작업군과, 수면 시간과 침구 조건이 나쁜 작업군으로 분류한 후 양작업군에 나타난 생산량과 품질의 차이 분석을 행하여 수면과 침구 조건이 생산성 향상에 크게 영향을 미치고 있다는 아주 중요한 결과를 얻었다. 그리고 얻어진 결과를 토대로 생산 현장에 근무하는 작업자들을 비롯하여 침구를 사용하는 사람들의 침구 규격화에 필요한 자료도 얻었다.

연구·분석 결과를 토대로 향후 계속적인 보충 연구를 통해 국민생활의 보건안전을 기할 수 있는 과학화된 침구류의 기술개발을 비롯하여 침구류 수출증대를 꾀할 수 있는 부가가치 창출과 수면자세와 체압분포, 인체구조와 수면자세, 수면자세와 발한, 침구와 쿠션, 베개와 수면, 침구에 사용되는 재료와 수면, 수면과 생체변화, 잠옷과 수면, 침구와 촉감, 이불과 수면, 이불과 발한, 침실과 정서, 침실과 환경, 침실과 소음, 침실의 공간과 수면, 용도별 침구, 계절별 침구, 연령별 침구, 체형별 침구, 베개와 침구, 생체 리듬과 침구, 수면과 촉감, 침구 위생과 수면, 피로와 수면, 임산부용 침구, 유아용 침구, 장애자용 침구 등에 대한 더욱 깊은 연구가 요망된다. ■

디자인 엑스포 '89
Design Expo '89

일본의 나야고시(市)에서 '89년 7월 15일부터 11월 26일까지 개최되는 세계 디자인 박람회(World Design Exposition '89)는 여러 가지 면에서 많은 관심을 끌고 있다.

나고야시의 시 승격 100주년을 기념해 열리는 이번 박람회는 꿈(Dream), 디자인(Design), 인류애(Humanity)를 주제로 하여 3개 지역에서 나누어 열리게 되는데, 각 지역마다 독특한 주제와 구성을 통해 인류가 지닌 꿈을 디자인과 함께 조화시킴으로써 미래에 대한 무한한 가능성을 표현해 주게 된다.

본지에서는 「디자인 엑스포 '89」의 각종 자료를 수집하여 게재함으로써 현장 답사의 기회를 지상을 통해 앞당겨 가져보고자 한다. 〔편집자 주〕

개최요강

1. **명칭** : 세계 디자인 박람회 (World Design Exposition '89)
2. **주제** : 인간애, 꿈, 디자인 (Humanity, Dream, Design)
3. **기간** : 1987년 7월 15일~11월 26일 (총 135일)
4. **장소** : 나고야 시(시로토리 회장, 나고야 성곽 지역, 나고야 항)
5. **관람 예상 인원** : 약 600만명
6. **사 업 규 모** : 약 170억엔
7. **주최** : 재단법인 세계 디자인 박람회 협회(World Design Exposition Association)

개최 배경

인간은 머리속으로 사고를 하고, 그 사고된 것을 실재화시켜 왔다. 또한 이런 사고의 표출이 우리 생활에 필요한 도구와 물건을 산출하여 문화 속에 등장시켰다. 이와 같은 모든 과정을 우리는 넓은 의미의 '디자인'이라 말할 수 있다.

그동안 사실상 디자인의 영역을 너무 편협적이고 한정지어 생각해 온 경향이 없지 않았다. 그리고 디자인이 우리 생활에서 차지하는 위치도 독립적이기 보다는 종속적 내지 부차적 역할에 지나지 않았던 것을 어느 정도 인정하지 않을 수 없다.

그러나 날로 변모하고 발전해 가는 산업 기술에 의해 사회의 양상도 많이 달라졌고 더우기 경제적인 여유는 더 나은 풍요로운 내일에 대해 사람들로 하여금 많은 관심을 갖도록 하였다.

이런 상황적 변화가 디자인에 대한 관심과 배려를 사람들 의식 속에 심어주었고, 미관을 중시하는 단순한 디자인에서 기능과 문화 그리고 사회와의 유기적 연관 속에서 생각하는 디자인으로 변모하게 하였다.

이런 시대적 흐름과 요구가 「디자인 엑스포 '89」를 개최하도록 한 주요 모티브가 됐다고 할 수 있다.

개최 취지

'디자인을 통한 미래와 세계에 대한 공헌'이란 취지하에 개최되는 이번 박람회는 아이치(Aichi) 지역의 나고야가 시(市)로 승격된 지 100주년을 맞아 그 기념 사업의 일환으로 열리게 되는 것이다.

개최지인 나고야는 일본 산업의 중심지로 옛부터 도자기, 직물, 목공예가 발달한 곳이였고 오늘날은 자동차, 악기, 생활용품을 비롯하여 세계적인 산업 중심의 하나로 손꼽히고 있는 곳이다.

또한 고도 정보화 사회로 치닫고 있는 지금 단순히 말과 문자만이 아닌 모든 것이 정보의 매체로서 중요한 기능을 하고 있으며, 특히 디자인은 인간의 꿈과 마음을 국가나 민족을 초월하여 표현할 수 있는 수단으로 사람과 사람, 마음과 마음을 연결해 줄 수 있다는 점에서 21세기를 향한 키 워드(Key Word)가 되고 있다.

위에서 언급한 이런 모든 점을 감안할 때 나고야를 디자인 박람회 장소로 선택한 것은 상황적 여건과 박람회 성격에 잘 부합되며, 「디자인 엑스포 '89」를 계기로 디자인을 통한 폭넓은 국제 교류 촉진 및 새로운 생활 문화 창조의 기회를 마련한다는 점에서 매우 뜻깊은 일이라 하겠다.





나고야 성곽지역



시로토리 지역



나고야 항

개최 장소

'89년 7월 15일부터 11월 26일까지 개최되는「디자인 엑스포'89」는 각기 다른 주제와 특징을 갖고 나고야 성곽 지역(The Nagoya Castle Site), 시로토리 지역(The Shirotori Site), 나고야 항(The Port of Nagoya Site) 등 나고야 3개 지역에서 나누어 개최된다.

이 3개 장소의 지역별 전시 내용과 특징을 각각 살펴보기로 한다.

1. 나고야 성곽 지역

'역사의 발견(Discoveries from History)'이란 내용으로 디자인 역사를 재조명하게 될 이 곳은, 초록빛 숲으로 둘러 싸인 자연 경관을 배경으로 오랫동안 인간과 친숙해온 나무를 재료로 하여 5개의 디자인 마을이 설치된다.

선인들이 지혜와 미(美)의 역사를 찾고 디자인 본연의 의미를 발견하기 위해 설치되는 5개의 디자인 마을은 월드 빌리지(World Village), 크리에이티브 빌리지(Creative Village), 엘리건트 빌리지(Elegant Village), 커뮤니케이션 빌리지(Communication Village), 펀 빌리지(Fun Village) 등이 있다.

월드 빌리지는 선조들의 지혜가 오늘날 우리가 쓰는 도구와 연장 속에 어떻게 살아있는가를 보여주며, 크리에이티브 빌리지는 르네상스의 대표적 작품 '비너스상'과 일본 모모야마 시대(Momoyama Period)의 센노—리큐(Senno-Rikyu)의 작품을 비교함으로써 어린이들 마음속에 미래 세계 창조의 의욕을 심어주게 될 것이다.

그리고 엘리건트 빌리지는 최근의 패션, 1700년대의 나고야 그리고 루이 15세의 로코코 문화를 비교하면서 상류사회의 세련된 생활 스타일을 보여주며, 커뮤니케이션 마을은 의사 전달이 가능한 모든 수단(언어, 춤, 기술…)을 통해 마음과 마음 더 나아가 인간과 인간이 합치될 수 있는 면을 제시해 주게 된다.

또한 펀 빌리지는 디자인을 우리 생활 속에 접목시켜 기존의 기술들이 발전된 새로운 형태로 제품속에 어떻게 반영되는가를 보여주게 될 것이다.

이 나고야 성곽 지역에서는 실연(実演) 및 즉석 판매가 가능한 특매장을 설치하여 박람회의 새로운 분위기를 자아내게 된다.

2. 시로토리 지역

'21세기와의 만남'이란 타이틀로 디자인, 인간애, 꿈을 반영할 이 곳은 지금 우리가 살고 있는 20세기와는 차원이 다른 드림 튜브(Dream Tube)를 통해 미래 생활과 디자인이 인간 생활에 어떤 즐거움을 줄 수 있느냐는 가능성을 보여줄 것이다. 또한 인간과 디자인, 사회 및 도시 환경과

디자인, 생활과 디자인이라는 관점에서 미래 디자인의 제안 역할도 하게 된다.

이곳은 4개 구역(Zone), 즉 테마 구역(Theme Zone), 휴먼 디자인 구역(Human Design Zone), 소셜 디자인 구역(Social Design Zone), 라이프 스타일 디자인 구역(Life Style Design Zone) 등으로 구성되어 있다.

테마 구역은 21세기 디자인의 역할과 인간과 디자인의 관련성을 보여주며, 휴먼 디자인 구역은 진보와 더불어 지식과 감각에 대해 더 많은 탐구심을 갖는 인간 정신에 대해 살펴보게 된다.

그리고 소셜 디자인 구역은 편안하고 안락한 사회를 만들기 위한 21세기 시스템의 조감도를 제시하며, 라이프 스타일 디자인 구역은 각 개성에 알맞는 즐겁고 풍요로운 디자인을 보여줌과 동시에 각자로 하여금 그러한 디자인을 선택할 수 있게끔 많은 힌트를 줄 수 있는 장소가 되리라 기대된다.

창조에 대한 도전을 나타내기 위해 빨간색으로 상징되는 이 시로토리 지역내의 특기할만한 곳으로 테마 파빌리온(the Theme Pavillion)을 꼽을 수 있는데, 이곳은 「디자인 엑스포'89」의 3지역 내용과 특성을 통일하고 확장시켜 과거와 현재에 있어 디자인의 공헌 및 혁신적 역할에 그 초점을 맞추고 있다. 이곳은 3원색 빨강, 파랑, 녹색을 종합했을 때 나타나는 흰색으로 표현했다.

3. 나고야 항

파란 하늘, 끝없는 태양 아래 '새로운 즐거움으로의 여행'이란 테마로 꾸며질 이 곳은 어린이들에게 디자인에 대한 관심과 꿈을 심어주게 된다.

그리고 21세기를 책임질 어린이들의 호기심과 탐구심을 길러주기 위해 드림 스테이션(Dream Station)을 중심으로 사랑의 유성(the Planet of Love), 용기의 유성(the Planet of Courage), 지혜의 유성(the Planet of Wisdom)을 설치한다.

사랑의 유성은 어린이와 어른이 어린이 세계에서 함께 볼 수 있도록 배려했고, 용기의 유성은 발견과 모험의 세계로 우리를 안내하며, 지혜의 유성은 인간, 사회, 자연과의 관련성과 앞으로 컴퓨터나 로보트가 디자인 영역에 있어 인간의 창조적 힘을 바탕으로 어떤 형태의 새로운 디자인을 재현해줄 것인가의 가능성을 시사해 주고 있다.

기대되는 성과

지금까지 살펴본 「디자인 엑스포 '89」는 디자인에 대한 새로운 가능성과 평가를 할 수 있는 좋은 기회와 더불어 향상된 생활 방식, 발전된 산업 기술에 많은 공헌을 해주리라 믿는다.

앞으로의 디자인 하드웨어와 소프트웨어를 연결해 주는 다리가 될 것이며, 또한 마음과 기술을 연결하는 매체가 될 것이다. 그러므로 「디자인 엑스포 '89」는 디자인의 이러한 역할을 여실히 일반 대중에게 보여줄 것이며, 세계 여러 나라에 중요한 디자인 정보를 또한 제공해 주게 될 것이다.

지역적으로는 나고야에서 개최되는 지엽적인 행사처럼 보이지만 이번 행사는 국제적 성격의 행사로 세기의 새로운 장을 열어줄 계기가 될 것으로 믿는다.



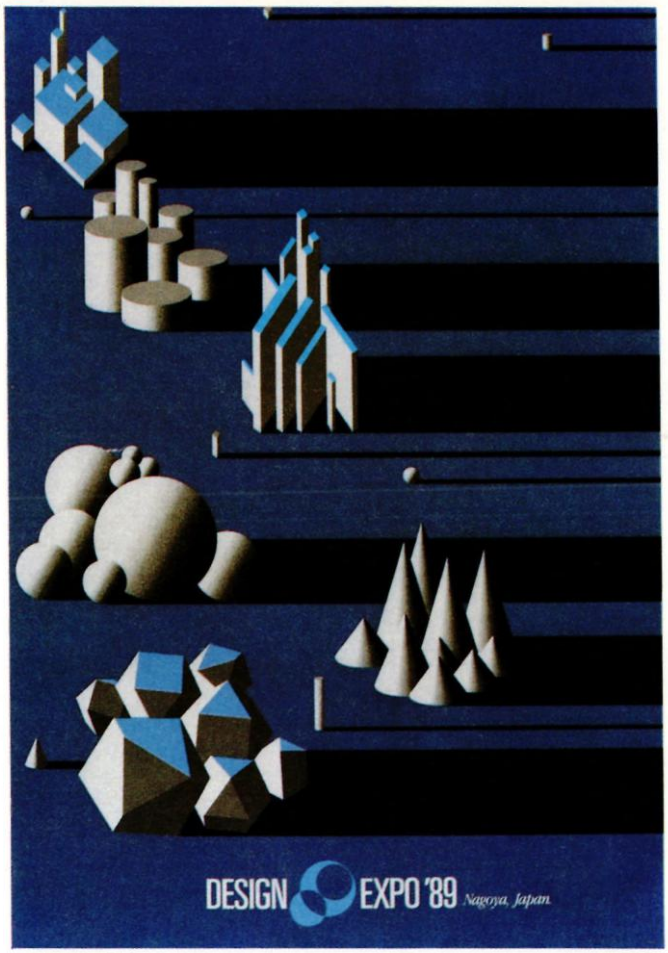
DESIGN EXPO '89

심볼마크

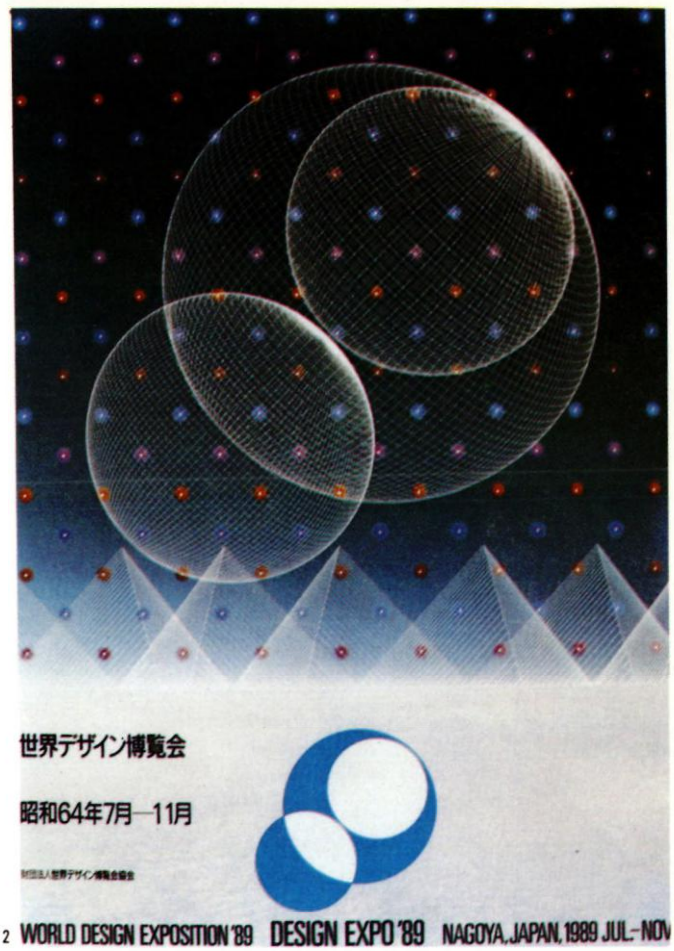
디자인 엑스포'89의 심볼 마크는 주제로는 삼은 꿈(Dream)과 디자인(Design), 인간애(Humanity)를 나타내는 3개의 원으로 구성되어 있다. 그리고 이 3개의 원은 인간과 지구, 우주를 나타내기 위해 바깥으로 뻗어나가는 형상을 하고 있다.

이들 3개의 원은 상호 작용을 통해 인류의 꿈과 그 꿈이 디자인이라는 문화의 한 영역을 통해 발전되어 가고 있음을 나타내 주고 있다. 또한 이것은 우리의 무한한 잠재력이 우주의 최첨단에까지 뻗어나갈 수 있음을 상징하는 것이다.

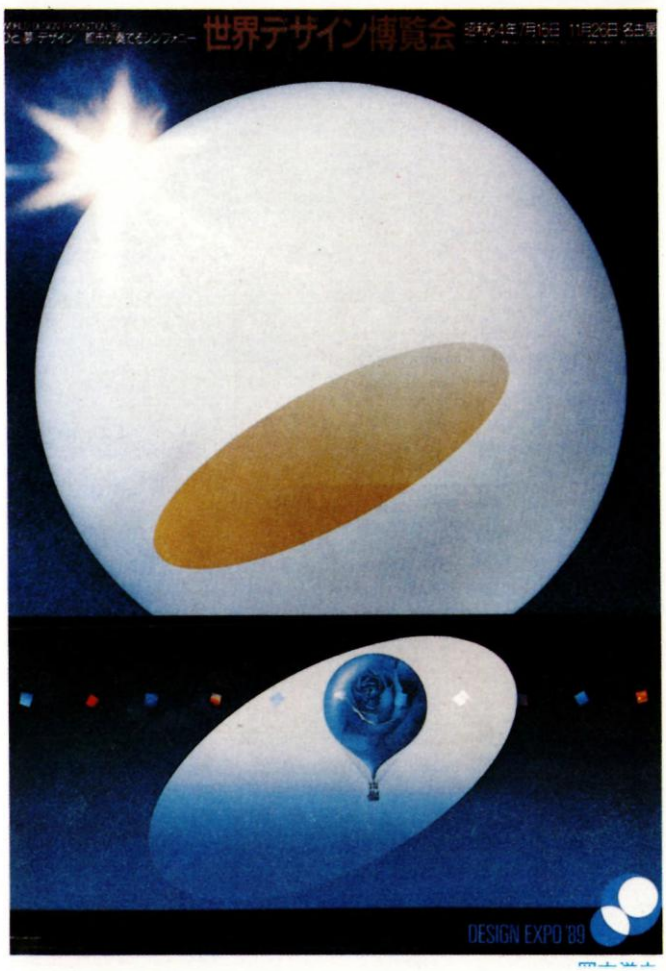
로고의 푸른색은 생동감 넘치는 지구, 끝없는 우주 그리고 인류의 지적 능력이 영원히 지속되어 나감을 나타내 준다.



1



2



3

박람회 공식포스터

디자인 엑스포 '89의 공식포스터 3점이 유사쿠 카메쿠라(Yusaku Kamekura), 카쥬마사 나가이(Kazumasa Nagai), 시게오 오카모토(Shigeo Okamoto)씨 등 3명에 의해 완성됐다.

각각 500매가 발행되어 해외 디자인관련 단체 및 대사관 그리고 일본의 공공시설과 단체, 상공회의소, 전국 주요 디자인 단체에 배포된다.

1. 유사쿠 카메쿠라 작

디자인의 원점은 조형, 조형의 원점은 구(球), 3각, 4각으로 표현된다. 이러한 원형, 3각형, 4각형 그리고 다각형을 입체화하여 각각의 형태를 건축적으로 조합시켜 이 작품을 구성했다.

지평선 동쪽에서 빛이 올라오고, 입체의 그림자가 길게 서쪽을 향해 뻗어 있는데, 이것은 세계 최초로 디자인 박람회가 일본에서 개최된다는 것을 상징적으로 나타낸 것이다.

2. 카쥬마사 나가이 작

디자인 엑스포 '89의 심볼 마크 이미지를 더욱 부각시킬 의도로 제작된 이 작품은 3개의 원이 사람, 지구, 우주를 표현하고 있다.

깊게 그리고 멀리 펼쳐나가는 이미지는 인류가 가진 꿈을 디자인과 함께 발전시키고 미래에 대한 무한한 가능성을 표현해 주고 있다.

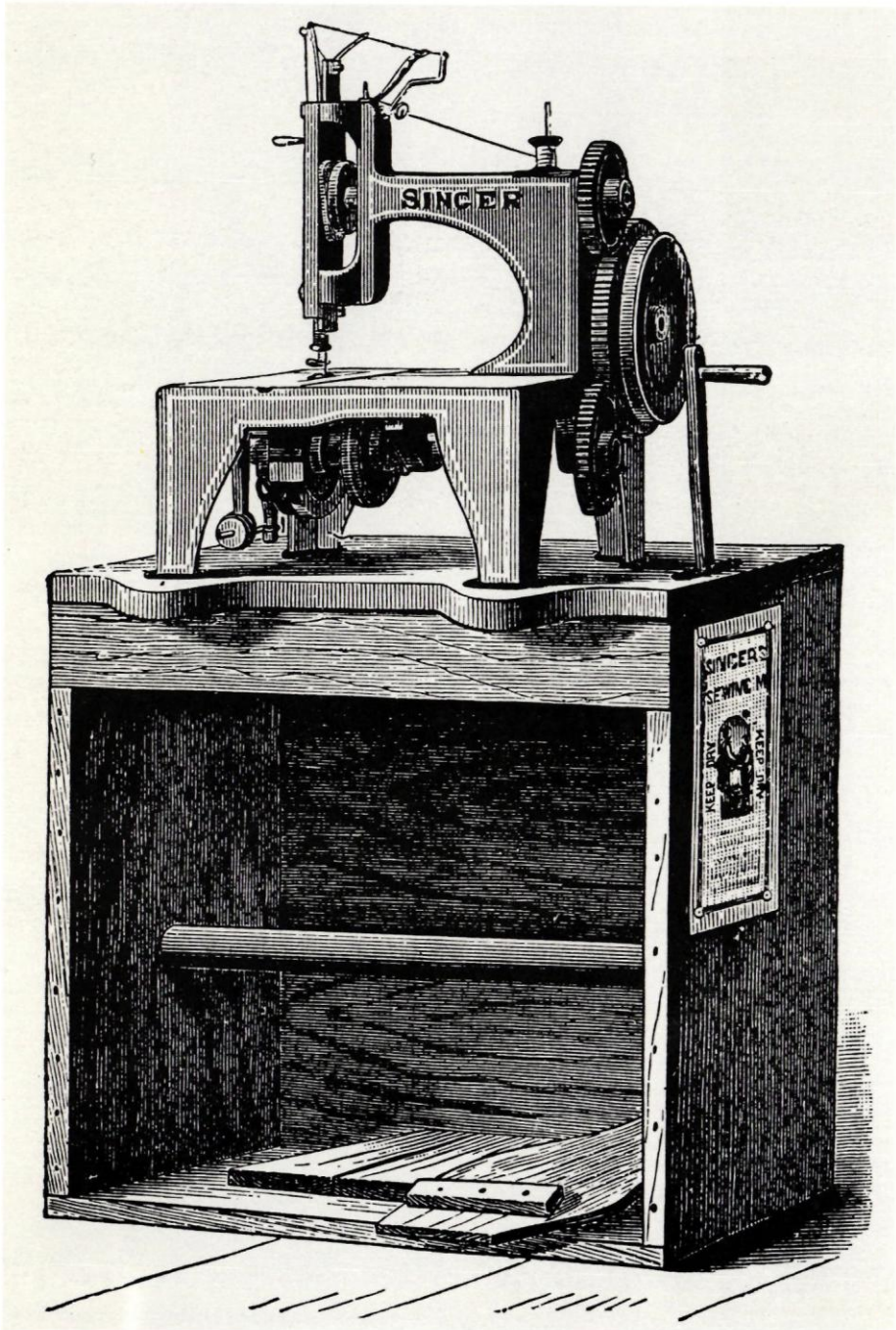
3. 시게오 오카모토 작

디자인이 갖고 있는 가능성과 꿈을 소재로 인간이 과거에서 현재까지 계속 추구해 온 꿈을 인간의 지혜로 가까운 미래에 실현시킬 수 있는 가능성을 흰색의 원과 금색의 타원을 이용하여 표현했다.

세계 유명상품 디자인사

편 집 실

싱어 재봉틀(Singer Sewing Machine)



미국의 최초 여성지「고디스 레이디스 북」을 창간한 루이 앙뜨와누 고디는 재봉틀을 "인류에게 있어서 쟁기 다음으로 가장 신의 은총이 많은 도구"라 했다. 그런데 실제로 이 도구는 처음에는 그다지 환영을 받지 못했으며, 그 가치를 인정받은 것은 한참 후의 일이었다.

재봉틀의 역사는 그 템포가 늦고 더구나 발명자가 많은 제품 중 하나이다. 따라서 갑작스런 아이디어도 아니고, 어느 한 사람이 창조한 것도 아니다. 사실 아이작 매릿트 싱어가 1850년 비로소 실제로 사용할 수 있는 재봉틀을 설계하기까지는 1세기 이상의 시간이 필요했다. 그 기본적인 발명은 1755년 카롤로스 F. 와이젠탈이 특허를 받은 데서 비롯됐는데, 이것은 끝이 둘로 갈라진 바늘 중앙에 구멍을 낸 것이다. 1830년에는 프랑스 에치엔느의 작은 양복점의 바르텔미 치모니에가 정교하지 않은 목제 재봉틀을 고안했다. 그는 1841년까지 이 기계 80대를 갖추어 파리에서 군용 피복을 생산하고 있었는데, 이 기계에 위협을 느낀 재봉사들이 재봉틀을 파괴하였다.

그런 사건이 생긴 후 치모니에는 1848년에 재봉틀을 금속으로 개량했다.

미국에서는 1932년 경, 월터 헌트가 밑실북과 끝부분에 구멍을 뚫은 바늘을 조합시켜 실용적인 최초의 재봉틀을 만들었다. 그리고 1844년에 에리어스 호위 2세는 간단한 시작기(試作機)를 만들었다. 이것은 바늘끝에 구멍을 뚫어 연속적으로 실을 움직여 가며 바느질을 할 수 있게 한 것이다.

싱어는 이러한 재봉틀의 발명 원리를 종합하여 실용성 있는 재봉틀을 만들어 1851년에 특허를 냈다. 싱어의 재봉틀에는 윗부분의 회전 샤프트에 의해 움직이는

수직 바늘과 지지대의 좁고 긴 홈에서 약간 내민 듯한, 옷감을 밀어내는 톱니가 있는 기구가 붙어 있다. 윗실이 고리를 만들어 아래로 움직일 때마다 왕복 운동하는 실패 케이스의 밑실과 결합, 2개의 실로 재봉질할 수 있는 것이었다.

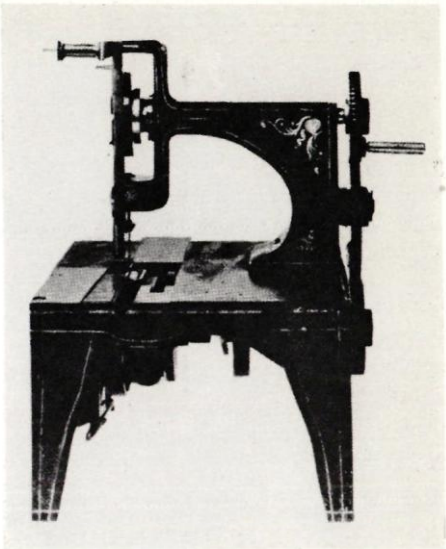
싱어사가 최초로 판매한 재봉틀은 포장 상자 위에 조립시키도록 되어 있고 그 상자의 측면은 특징을 열거한 선전 포스터로 뒤덮여 있었다. 싱어의 특허는 초기의 발명가들의 고안과 그다지 거리가 먼 것은 아니었다. 단, 단순히 자신과 다른 발명가의 아이디어를 실용적으로 선택하여 이용하는 것만으로 성공을 거두었던 것이다. 싱어는 그 때까지의 조악한 재봉틀로 인해 평판이 나쁜 여건을 극복하여 싱어 재봉틀을 생산하여야만 했다. 그러나 시간이 흐름에 따라 그의 재봉틀은 말 그대로 연속 재봉이 가능하다는 것을 대중이 납득하게 되었다.

그러나 싱어 재봉틀은 특허 문제로 법정에 서게 되었다. 호위가 자신의 특허를 지키기 위해 제소한 것이다.

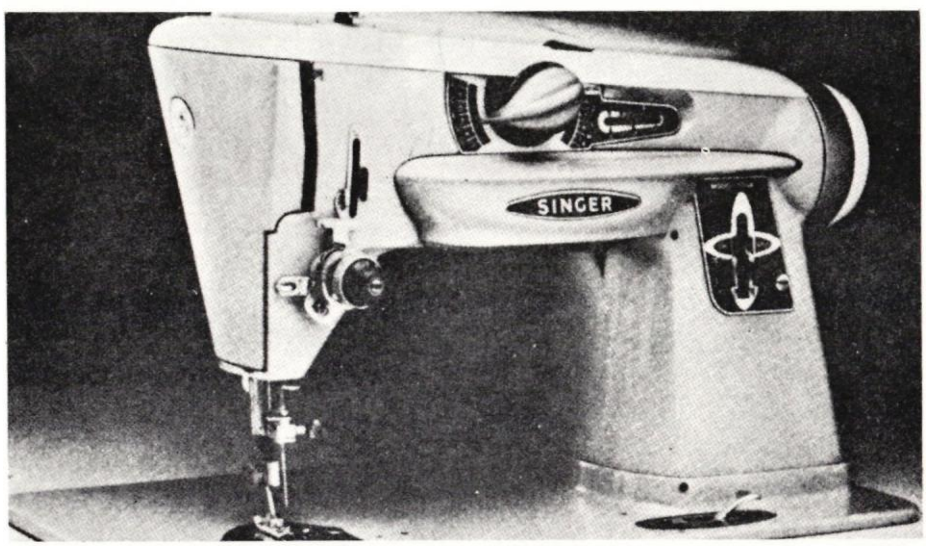
이 시대의 신문은 이를 '재봉틀 전쟁'이라 불렀는데, 소송 결과 미국에서 최초의 특허료 공탁기관인 재봉틀 공업회가 설립되기에 이르렀다. 생산업자에 대한 1인당 특허 공탁료는 15달러로 결정되어 1877년까지 지속되었다.

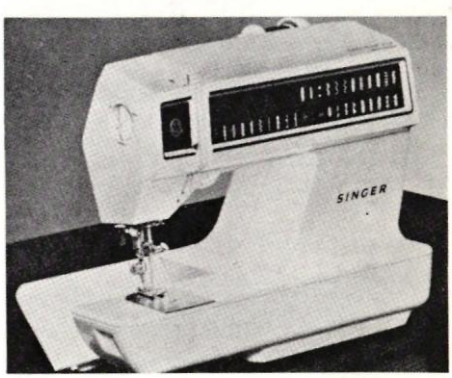
1856년 렌탈과 분할 지불을 시작한 싱어사는 1863년에는 연간 2만대의 판매고에 달했지만 주요 시장은 미국 바깥 지역이었다. 공장은 국내와 국외에 건설되었으며, 1913년에는 300만 대의 싱어 재봉틀이 팔렸다. 이것은 지금까지도 깨지지 않는 기록이다.

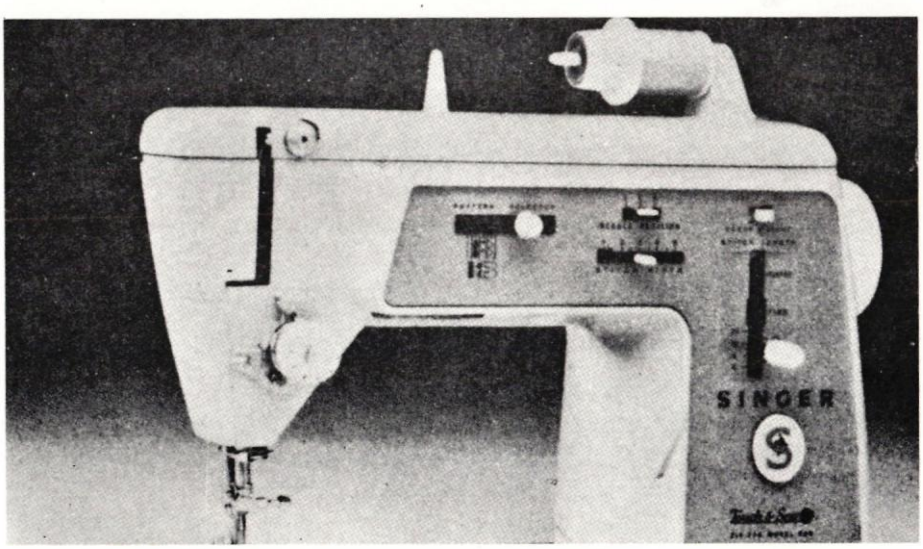
오늘날, 싱어는 자유 세계의 도처에 판매망을 가지고 공장을 미국, 영국, 캐나다, 프랑스, 이탈리아, 브라질, 오스트레일리아, 독일, 멕시코, 일본 등지에 건설하였으며, 가정용·공업용을 모두 합쳐 250기종을 생산하고 있다. 싱어가 현재까지의 재봉틀 가운데에서 가장 우수하다고 알려져 있고, 또한 가장 널리 사용되고 있다.











SINGER

질레트 안전 면도기 (Gillette Safety Razor)

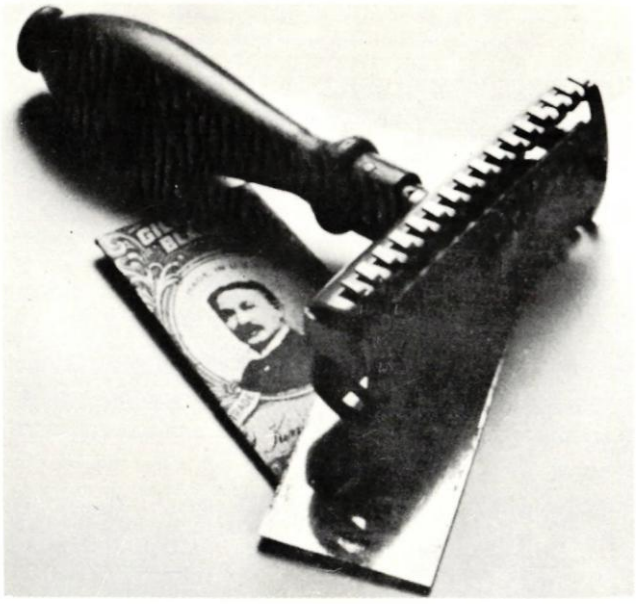
1895년, 당시 40세로 병뚜껑을 판매하고 있던 킹 캠프 질레트는 질나쁜 면도기의 불쾌감에 시달리고 있었다. 그것은 가죽으로 문지르는 정도로는 사용할 수가 없어 매번 숫돌에 갈아서 사용하는 불편을 겪어야 했기 때문이다.

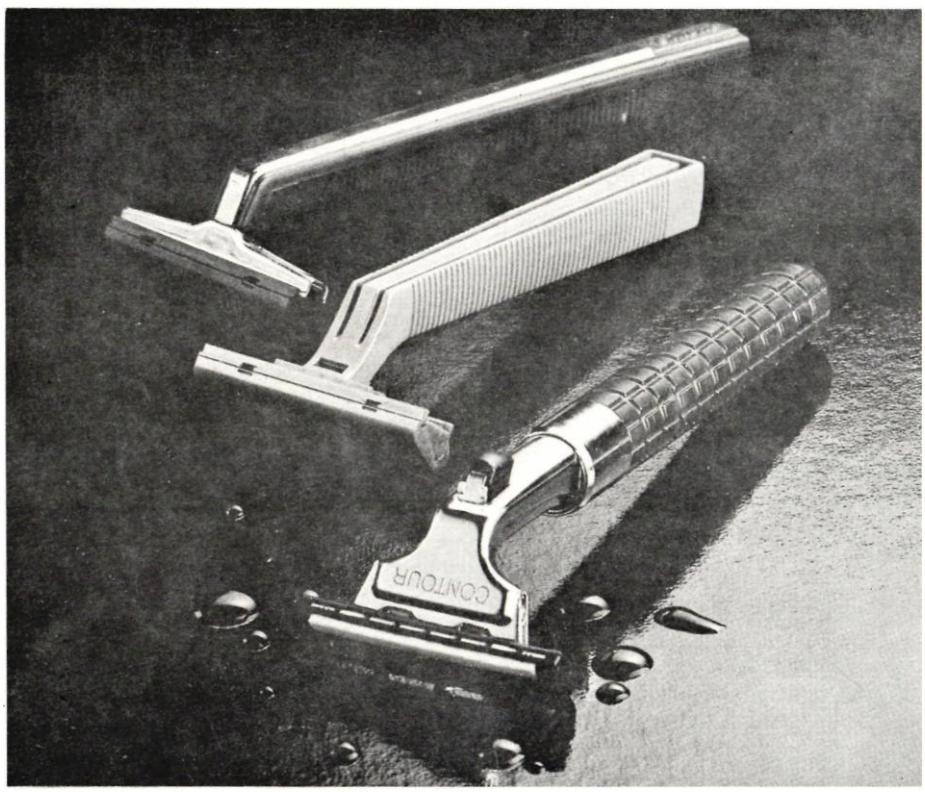
질레트가 비누 거품을 묻힌 자신의 얼굴을 보았을 때 오늘날 사용하고 있는 면도기의 아이디어를 얻었다고 그는 후에 술회했다. 이에 따라 그는 먼저 얇고 넓은 강판 양끝을 날카롭게 간 것과 죄는 기구와 칼날을 끼워 넣는 장치를 사용하기로 결정했다. 그리고 철물점에 가서 신주와 강철로된 시계용 태엽과·줄을 구입했다. 질레트는 이 도구들을 사용해서 기계적 요소가 없는, 사용 후 버리는 칼날을 사용한 면도기를 최초로 만들어 낸 것이다.

질레트는 최소한으로 값이 싼 칼날을 만들려고 생각했다. 그 당시 강철 태엽 453g을 16센트에 팔고 있었는데, 그의 계산으로는 이것으로 500매의 면도날을 만들려 했다. 그러나 누구 한 사람 그의 발명에 흥미를 나타내지 않았다. 그로부터 6년간 그는 여러 가지로 칼날과 그 생산 방법을 실험했다. 마침 이때, 윌리엄 E. 닐커슨이 이 프로젝트에 흥미를 가지고 이것을 추진시키기 위해 질레트와 같이 일하기 시작했다. 이 안전 면도기를 실용성이 있는 물건으로 만드는 것이 닐커슨의 임무였다. 그는 질레트의 오리지널 모델을 개량하여 강하고 면도감이 좋은 칼날을 생산하는 방법을 연구했다.

1902년에 질레트는 몇명의 친구들에게 5,000달러를 투자하도록 요청하여 새로운 면도기 생산회사를 설립했다. 초창기의 제품은 1903년에 발매되어 최초 1년간의 판매량은 51개의 면도기와 168매의 칼날에 그쳐 그다지 자극적이지는 않았다.

그러나 다음 해의 판매량은 91,000개의 면도기와 123,000매의 칼날에 이르기까지 급성장한 것이다. 그러나 이것은 시작에 불과했다. 오늘날까지 질레트사에서는 5억개 이상의 면도기와 1,000억 매 이상의 칼날을 생산해 내었다.





FROM
1901

Gillette

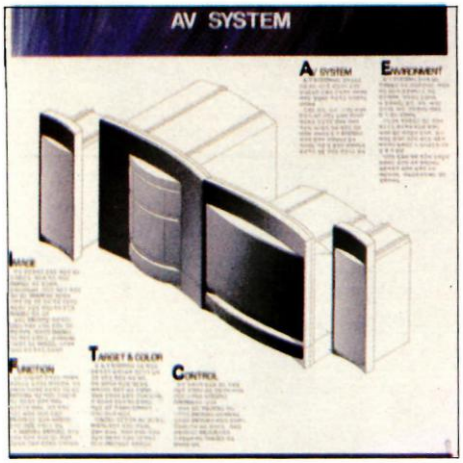
제4회 금성 산업디자인 공모전 수상작

대상 수상작품

■ **작품명** ——— A/V SYSTEM
■ **디자인** ——— 하한수
■ **부 문** ——— 전자부문

본 디자인의 기본적인 컨셉트는 다음과 같다.

1. 저가격 보급형으로 일반적으로 중류나 중하류 정도의 생활 수준을 타게트로 맞추었다.
2. 최소의 공간에 설치 및 조작이 용이하도록 했다.
3. 조작의 간편화와 가격의 저렴화를 위해 가능한 중복되는 스위치를 줄였다.
4. 조립 및 설치 등이 간편하도록 One-power시스템을 채택하였으며, 컨넥트가 별도로 필요없이 조립과 함께 시스템이 연결되도록 하였다.
5. 리모콘의 조작은 너무나 많은 스위치에 의한 혼란을 줄여주기 위해 스위치의 갯수를 줄이고 컴퓨터의 작동 스위치와 같이 사용자의 선택에 따라 다른 부분이 조작되도록 하였다.
6. 설치나 조립을 공간의 여백에 따라 적절히 자유롭게 배치가 가능하도록 하였다.







특상 수상작품

■**작품명**——신시장 창조를 위한 주방제품 연구
■**디자인**——전병선, 최승옥
■**부 문**——전기부문

현대의 주거 패턴은 생활이 점차 핵가족화되고 도시 인구가 증가함에 따라 소규모 주거 패턴으로 확대되어 가고 있다. 즉, 독신자, 오피스텔, 학생, O·L 등의 집단은 소규모 주거 양식을 요구하고 있으며 지가의 상승과 인구의 잦은 이동과 함께 라이프 스타일 변화의 한 형태로 분류되어진다.

이렇게 1~2인 주거 패턴의 양적 확대는 한정된 주방공간에서의 효율적 기능을 만족시킬 수 있는 새로운 주방 제품의 출현을 필연적으로 요구하고 있다. 이에 따라 기업의 측면에서는 새로운 시장의 개발 및 확보라는 차원과, 소비자의 측면에서는 요구의 질적 부응이라는 개념 파악으로 디자이너의 주체적 입장에서 해결해야 한다고 본다.

이러한 전제로 본 연구팀은 신시장 창조를 위한 1~2인의 소형주방 공간에 알맞는 미니 사이즈의 주방 제품인 MINIKIN을 컬러, 기능면에서 코디네이션화하여 제안하고자 한다.



특상 수상작품

■**작품명**——비디오 텍스
■**디자인**——최기호, 서인곤, 박경원
■**부 문**——OA/COMPUTER부문

오늘날 세계의 첨단 과학 기술과 경제, 사회, 정보 등 고도화된 정보의 홍수 및 급변도는 그 시각을 달리한다. 이에 부응하여 합리적인 정보 활용과 효율적이고 정확한 통계의 분석 및 완벽한 자료 제시 등이 요구되어지는 추세이다. 지금까지는 오피스, 관공서, 연구소 등에서 각종 정보의 판단·기획 등 인간의 한계로 인해 작업의 일부를 기계(Computer)로 대치, 사무실 능률의 향상을 기했다. 그러나 이제 90년대를 시발점으로 전세계가 정보교환 시대로 도래됨에 따라, 가정에서 Home Shopping, Home Banking, 각종 뉴스, 열차 및 비행기의 시간표나 좌석 예매 등을, 연구소에서는 마케팅 및 여론 조사와 공지 사항 전달 등을, 기업에서는 Computing Service 등을 할 수 있게 되었다. 그외 가정의 안전 및 도난, 화재 방지와 쌍방향 통신 기능으로 다양한 공중 서비스를 제공받음으로써 인간만이 누릴 수 있는 첨단과학, 문명의 혜택이라는 Technopia 세계를 구축함에 그 궁극적인 목적을 두고 디자인 하였다.



장려상 수상작품

■작품명
윙윙SERIES(PORTABLE RADIO CASSETTE & TV)
■디자인 ——— 이철귀, 한일우, 최미연, 박명숙
■부 문 ——— 전자부문

현재의 제품들중 소형 라디오, 카세트 및 TV 등이 포터블 형식으로 실내 및 야외용으로 사용되고 있으나 그 제품들이 좀 더 확실한 기능으로 세분화되어 있지 못하고 있으며 특히, 선물용 및 야외 휴대용으로서 창의적인 디자인으로 생산된 제품은 거의 찾아볼 수 없는 실정이다.

물론, 기존 포터블 형식의 제품들이 선물용 및 휴대용의 기능을 갖추고 있으나 특별히 연구·제작된 것이 없음을 지적할 수 있다.

따라서 본 제품은 선물용이나 올림픽 상품 등에 알맞게 포터블 형식으로 올림픽 경기장 및 야외에서 보고, 듣고 녹음할 수 있는 입체적 제품인 TV 및 라디오, 카세트가 내장된, 디자인이 독창적이고 새로운 제품이라 할 수 있다.

이 제품을 WINGWIGN 1,2,3 세가지 형식으로 제시하여 디자인 코디네이션화하였으며 소비자의 선택 폭을 다양하게 제시하였다.



■작품명
—하이틴을 위한 MINI COMPONENT SYSTEM
■디자인 ——— 신현경, 한상현, 한정권, 장현영
■부 문 ——— 전자부문

현저하게 발달한 문화에서 태어나 개방적, 체험적, 직접적, 감각적 특성으로 성장해온 젊은 오디오 맨은 단순히 음악을 듣는 차원에서의 오디오 제품을 요구하기 보다는 그 제품의 디자인이 저마다의 라이프 스타일에 적합한 인테리어 요소를 내포하고 있는가를 판단한다. 제품의 형태에 있어서 복잡한 사회생활 속에 안정과 여가를 찾으려는 배경은 제품을 라운드 개념의 소프트 스타일로 일변하게 했으며, 이것 역시 현재의 추세이다. 또한 생리학적으로 인간이 식별할 수 있는 색의 수는 200여 만가지이며 이 중 명명되어진 색의 수만도 1500여가지나 된다. 이처럼 인간의 색채 심리는 상당히 민감하여 80년대 들어 출연하게된 컬러 TV의 등장으로 흑백시대와는 달리 색상에 대한 심리는 자신의 주변색을 구심적으로 하여 하모니, 밸런스 개념을 찾아가고 있다. 또한 음질이나 음량(출력)에 대한 선별 능력은 과거 일반적인 오디오 맨의 감각보다 무척 고급화되어 있으며, 이에 따라 개발된 COMPACT DISC 반도체 LASER PICK-UP에 의해 무접촉 방식으로 감지하기 때문에 디스크 자체의 마모 우려가 전혀 발생하지 않아 디스크의 수명은 반 영구적이며 일반 레코드와는 비교할 수 없을 정도의 획기적인 음질을 표현할 수 있다.

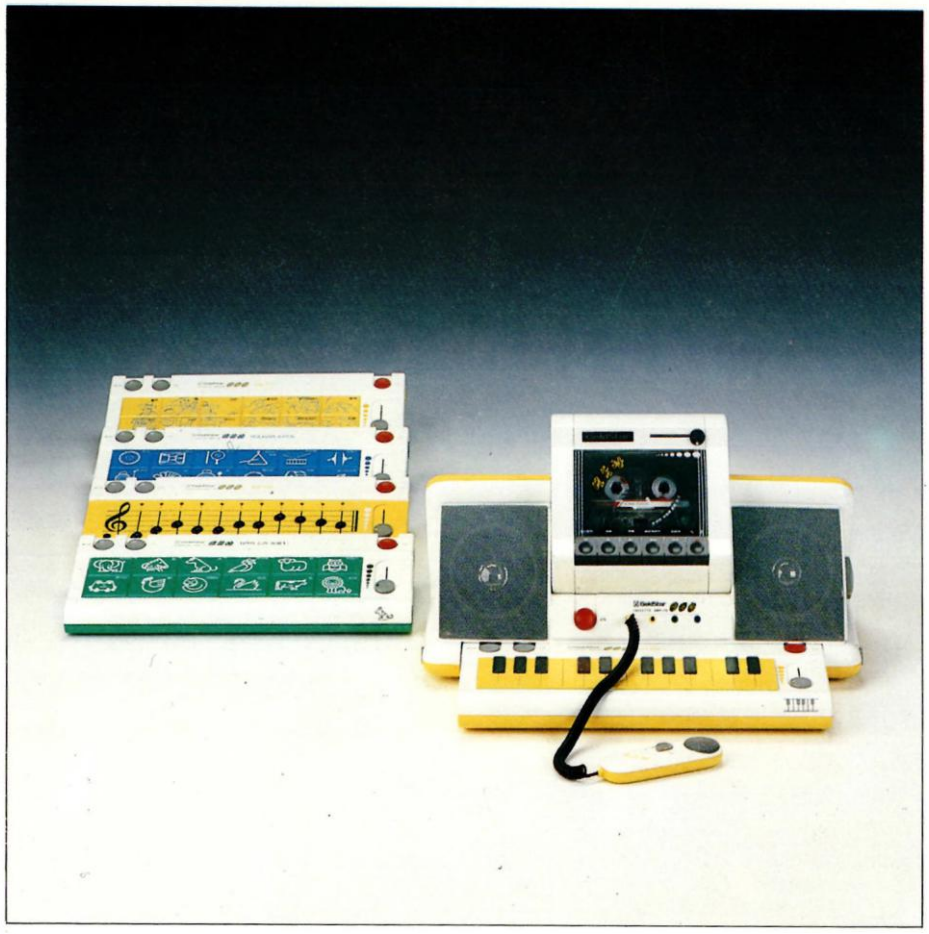


장려상 수상작품

■**작품명**——어린이 교육용 음향기기
■**디자인**—오두원, 변희연, 박주영, 김장호, 김길만
■**부 문**——전자부문

어린시절은 음악을 통해 정서를 공감하고 올바른 가치관과 조화로운 인격 함양이 정립되는 감성이 민감한 시기이므로 방송 매체에 의한 모방과 흉내의 음악적 경험은 매우 위험하며, 이를 통한 경험은 어린이들의 올바른 가치관 형성에 장애가 된다 하겠다.

현재 이루어지고 있는 유치원 및 국민학교에서의 음악 교육 또한 음악을 통한 정서 순화와 창의력 개발에 목적을 두고 있지만, 그 목적에 맞게 이루어지고 있지 않고 단순한 주입식 교육에 그치고 있다. 사용되는 악기 역시 몇 종류밖에 없어서 풍부한 소리 경험을 할 수가 없다는 것과, 학교에서 이루어지고 있는 교육이외의 음악적 소리 경험이 밖에서는 전무하다는 것에 착안하여, 어린이들이 혼자나 여럿이서 직접 조작해 볼 수 있는 음향기기와 다양한 소리를 경험할 수 있는 요소를 포함하여, 학교에서의 소리 경험뿐만 아니라 가정에서도 흥미를 가지고 잊혀져가고 있는 소리나 도시에서는 듣기 힘든 자연의 소리, 소유하거나 경험하기 힘든 여러가지 악기, 시각적으로 볼 수 있는 음의 높낮이 등 다양한 시리즈를 아동들이 쉽게 조작하고, 다양한 경험, 풍부한 상상력을 발휘할 수 있도록 어린이 교육용 음향기기를 제시하여, 그들에게 올바른 음의 감각과 경험을 하게 하고, 나아가 올바른 가치관 형성에 도움을 주고자 본 디자인을 시도했다.



■**작품명**——1인 취사를 위한 조리기구 SET
■**디자인**——박봉서, 김 택
■**부 문**——전기부문

인간이 살아감에 있어서 가장 중요한 3가지 요소는 의·식·주이다. 이러한 의·식·주 환경도 생활의 편의를 추구하는 인간의 끊임없는 본능적 욕구에 의해 새로운 생활양식의 변화를 가져온다. 현대사회는 개성화·고학력화·여성의 사회참여·라이프 스타일의 변화로 점차 핵가족에서 개인의 프라이버시를 중요시하는 독신 경향이 확대되어 가고 있으며, 이로 인해 우리의 라이프 스타일도 더욱 세분, 다양해지고 있으며 이에 따른 취사도 1인을 기준으로 해결하는 행위가 급증하고 있다. 그러나 이러한 새로운 취사 행위의 급증에도 불구하고 현재 1인 취사 인구들은 경제적 손실도 크고 작은 주방 공간에서의 공간 활용도도 미흡한 기존의 가족을 중심으로 한 주방기기를 사용하고 있는 실정이다.

이는 기존의 대부분의 주방기기들이 가족 단위의 주변 환경을 적용하고 있어 95% 이상이 ONE ROOM SYSTEM에서 생활하는 독신자들에게는 경제적 손실과 공간 점유율이 높기 때문에 독신자들의 주방사용 욕구를 충족시켜주지 못하고 있는 데 근거하고 있다.

이에 본 디자인은 1인 취사 인구의 환경에 알맞게 경제적 부담 해소와 효율적 공간 활용을 동시에 제공해 줄 수 있는 조리 기구를 제안하는데 그 목적을 두고 있다.



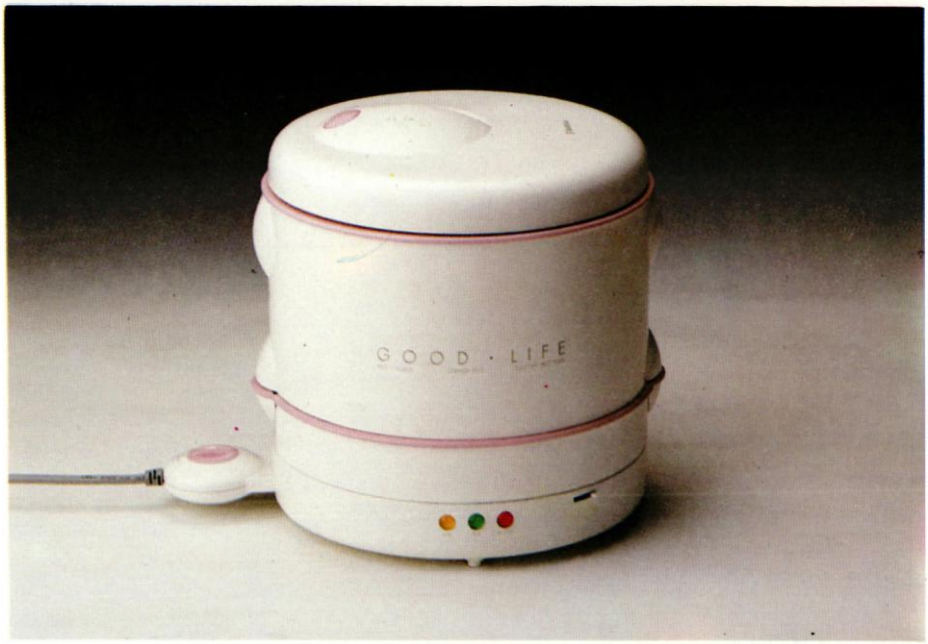
장려상 수상작품

■**작품명**—합성 통합화를 위한 주방용품 디자인
■**디자인**——김영주, 김현식, 김주성
■**부 문**——전기부문

쌀을 주식으로 하는 우리나라 식생활에 있어서 밥을 짓는 밥솥, 보온 보관하는 밥통, 그리고 부식을 요리하는 후라이판이 차지하는 비중은 매우 크다.

이는 우리 식생활 양식을 단적으로 보여주는 근거로서, 가사의 장에서 보다 편리하고 기능적인 요소를 요구하는 것은 당연한 것이다.

이에 본 연구팀은 이와 같은 새로운 컨셉트에 의한 실질적인 형태와 기능의 소프트한 만남으로써 동일 에너지원으로 기술적 해결이 가능한 전기밥솥+전기후라이팬+보온밥통을 디자인하였다.



■**작품명**——가정 자동관리 정보 SYSTEM
■**디자인**——송재문
■**부 문**——OA/COMPUTER부문

생활이 복잡해짐에 따라 안전 관리에 촛점이 모아지는데 현대의 가정은 화재, 가스, 방범 등 큰 재난을 줄 수 있는 요인들이 많기 때문에 이를 조기에 발견, 경보할 수 있는 방법을 생각하게 된다. 때문에 컴퓨터에 의한 자동화를 이룬다면 이를 조기에 발견, 경보할 수 있을 것이다. 또한 가정기기를 한 곳에서 집중적으로 제어하고 또 외출시 외부전화로 이를 제어하며 이상유무를 확인할 수 있다면 생활은 더욱 편리하게 될 것이다. 본 디자인은 이런 가정기기 제어 기능과 경보 기능 이외에 전화 무인 응답기, 가족 행사 등을 알리는 기능, 인터폰, 모니터 기능을 하나로 시스템화 시키고 또 이것을 벽괘용으로 함으로써 조금이라도 공간을 효율적으로 쓸 수 있게 디자인하였다.



■**작품명**——휴대용 퍼스널 워드 프로세스
■**디자인**——김진아, 유천희, 김동언
■**부 문**——OA/COMPUTER부문

워드 프로세스는 사무실은 물론 가정에서도 필요시 되고 있다. 그만큼 W/P의 사용층도 광범위해 가고 있다. 사무실은 물론 가정에서도 사용할 수 있도록 형태에 있어 기존 관념을 깬 일체형으로 디자인 하는데 역점을 두었고, 휴대함에 있어서의 야기되는 문제점들을 최대한 보완하여 연구하였다.

크기에 있어서도 개인을 위주로 하는 것이기 때문에 이동하는데 불편함이 없도록 디자인하였고, Monitor, Printer, Keyboard의 일체형으로서 효율성 증대를 꾀할 수 있고 사용자에게 최대한의 편리함을 제공할 수 있도록 디자인하였다.



'87일러스트레이션 공모전 수상작

서울일러스트레이협회(회장 김 교만)가 주최한 '87일러스트레이션 전국 공모전이 지난 11월 13일부터 18일까지 한국디자인포장센터 전시관에서 열렸다.

일반부와 신인부에서 총 360점이 출품되어 200여 점이 작품의 대상을 비롯한 수상작으로 선정되었는데, 이들 작품 중 대상에서 동상까지의 작품을 화보로 소개한다. 〔편집자 주〕

대 상

이태경/꼭두각시



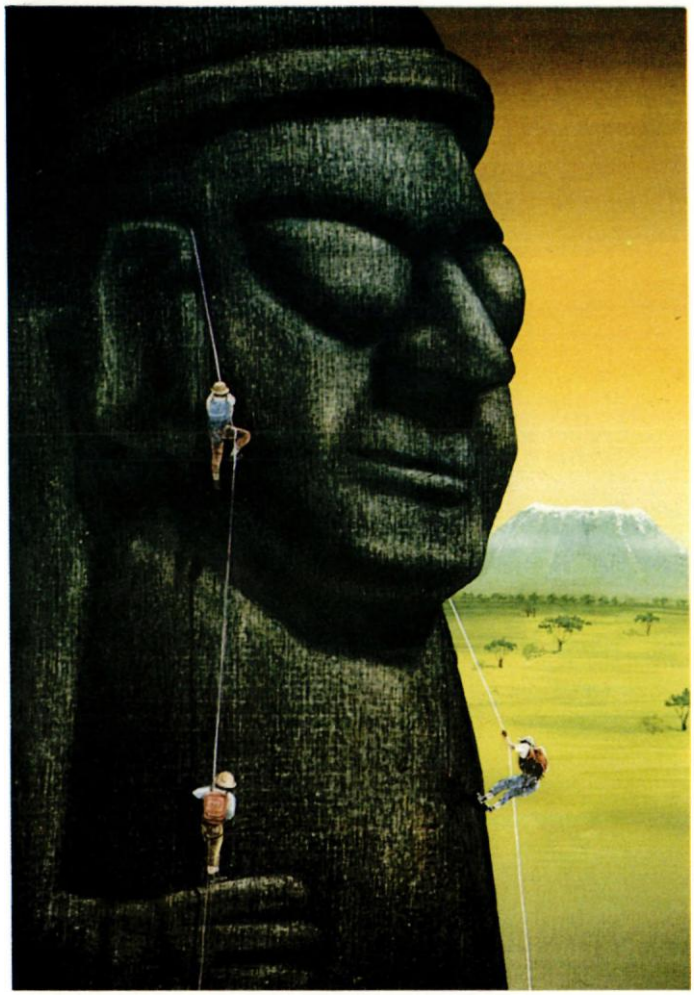
금 상

강원식/버려진 아이들



은 상

오병근/돌하루방 등반



은 상

조주원/소원



은 상

최윤선/그리움



은 상

이영숙/한국의 문화



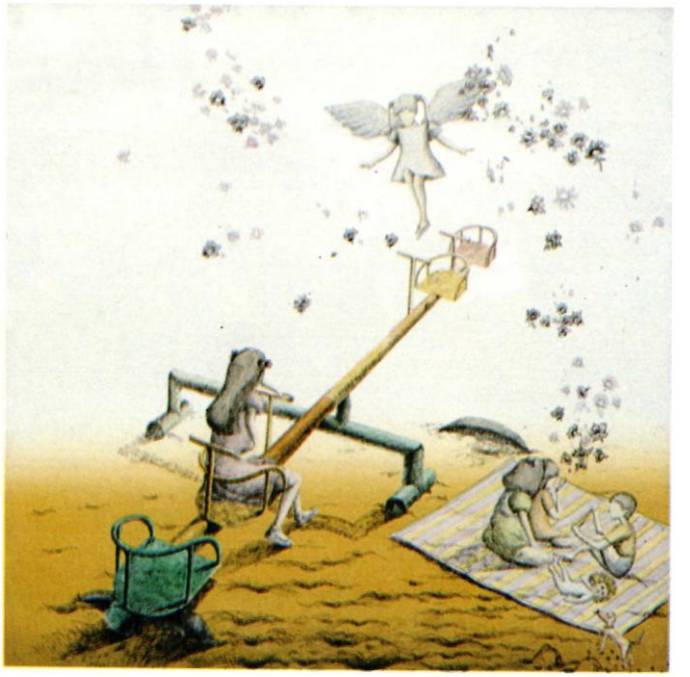
동 상

송낙웅/노인과 요정



동 상

최숙희/꿈



동 상

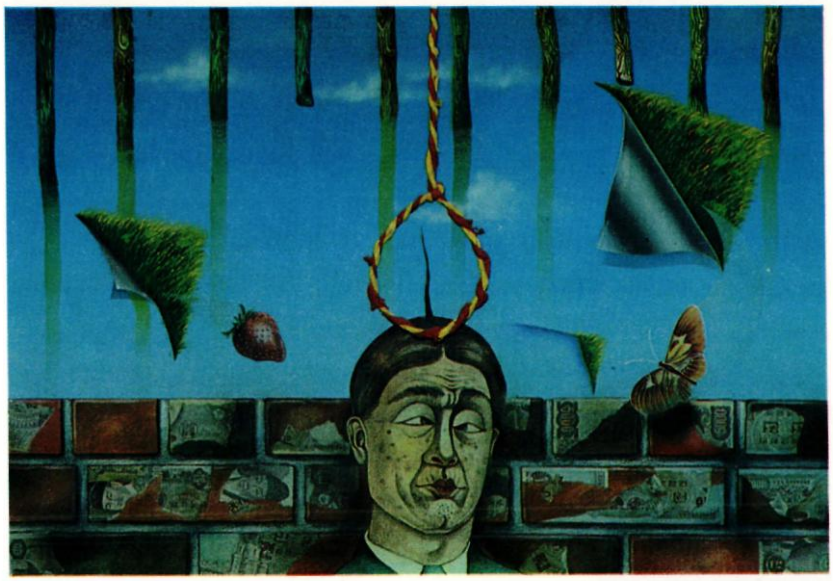
문혜경/올림픽



동 상

고영신/창작동화 일러스트



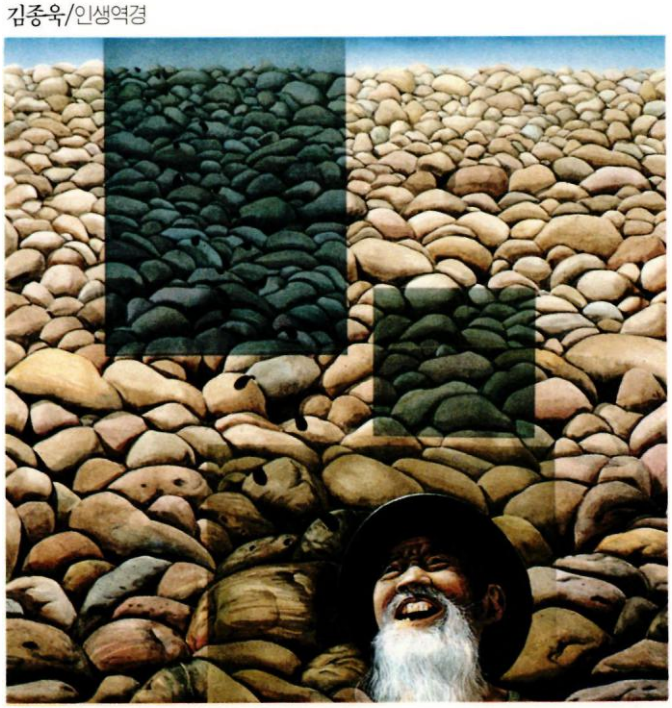


동 상
안애란/???

동 상
어현주/한국의 문화



동 상
김종욱/인생역경



동 상
김현태/땅따먹기



조형심포지움 2000
Design Symposium-The year of 20000

국민대학교 환경디자인 연구소에서는 새로운 세기인 2000년대를 맞이하는 전환기의 시점에서 미래의 우리 디자인계가 지향해야 할 자세를 정립코자 「조형 심포지움2000」이란 명칭하에 서기 2000년의 디자인에 관한 세미나를 개최했다.

지난 10월 16, 17일 이틀간 열린 이번 세미나에는 국내의 교수진과 미국·일본·영국의 학계 및 업계 인사들이 연사로 참여하여 21세기의 디자인 전반에 관한 전망과 사회상 등에 대하여 주제 발표를 가졌는데, 본지에서 이 중 4개 분야의 내용을 발췌하여 소개한다. 〔편집자 주〕



서기 200 년대의 사회상

김 경 동 서울대학교 사회과학대학 교수

I. 미래에 대한 관심

오늘날 우리 사회는 급격한 변동의 소용돌이 속에 휩싸여 있으며, 격변의 시기에 전형적인 혼란을 경험하고 있다. 하루 앞을 예측키 어려운 이 시점에서 10년, 20년 먼 훗날을 내다 본다는 일은 어쩌면 허황된 정신적 유희가 될지도 모른다.

그러나 변화가 빠르고 앞날이 불투명한 때일수록 장차 후회하고 아파할 미래를 맞이하기 전에 서둘러 우리가 갖고 싶은 미래를 꿈꾸고 이룩하고자 하는 의지와 노력이 긴요하다.

물론 미래란 인간이 뜻하고 꿈꾸는 바대로 이루어지거나 펼쳐지는 것은 아니다. 거기에는 이미 오늘에 주어져 앞날을 좌우하는 지난 역사의 유산이 커다란 흔적을 남긴다. 이를 일컬어 '있음직한'(개연성이 높은, 투시적인 예측이 담는) 미래라 한다. 하지만 우리는 이러한 역사적 결정에만 좇아야 하는 꼭둑각시가 아니다. 우리가 희구하는 '바람직한' 미래가 있을 수 있다. 이 둘이 모여 '있을 수 있는' 미래가 전개된다: 인간 역사에 무한의 가능성이란 있을 수 없지만, 되는대로 내버려 둔 채 우리에게 다가오는 미래를 맞을 수는 없다.

이 미래의 가능성 속에서 우리는 삶의 환경적 조건의 개선, 삶의 인간화를 위한 환경의 질적 향상을 하나의 커다란 요소로 간주할 필요가 있다. 내버려 두어서 좋을 환경과 인간이 꾸미는 환경의 조화도 그 한 주요 부분이다.

II. 선택의 의미

미래 전개의 역사적 결정보다도 우리의 선택이 더 큰 몫을 차지하는 것이 조형의 예술과 기법(技法)이 지니는 미래지향적 특징이다. 그것은 소극적이 아닌, 한층더 인간다운 삶의 공간을 스스로 이룩하려는 창의성으로 규정할 수 있다.

다만, 주목할 것은, 변화의 흐름이란 언제나 순탄하고 전진적인 것만이 아니라는 사실이다. 거기에는 제약 조건과 저항력과 부작용의 부머랭식 충격과 예기치 않은 곁길로 빠지기 쉬운 움직임이 반드시 일기 마련이다. 그러므로 인간의 선택과 결정은 끊임없이 적응하는 유연성을 근간으로 할 필요가 있다. 한번의 선택을 신성시함으로써 연유하는 경직성은 마침내 반작용으로 말미암아 부서지는 운명을 면하기 어렵기 때문이다.

미래를 미리 생각하는 까닭도 바로 선택의 유연성을 얻고자 하는 데 있다. 이제 10여 년을 앞둔 서기 2000년대의 한국은 어떤 모습으로 변모해 있을까를 외삽적(外插的) 예측법으로 간추려 본다.

III. 서기 2000년의 한국 사회상

1. 국제적 환경과 기술적 요인

21세기의 세계는 한 사회가 처한 국제적 여건과 인류가 이룩하는 기술적 혁신이라는 두 가지 '환경적 변수'를 떠나서 상상하기 어렵게 되어 있다. 세계는 통신기술의 획기적 개발로 말미암아 시간적으로 매우 가까운 하나의 교신 체계를 이루고 있다. 따라서 문화적으로 비슷해지는 요소들이 점차 늘어날 것이다.

이와 같은 동질화에 제동을 거는 변수는 정치·경제적 이해 관계에 얽힌 국가간의 경쟁과 갈등이며 그 이면에 도사린 민족주의 또는 자국중심주의이다.

바로 눈앞에 다가오는 사회를 흔히 정보화 사회라하며, 이러한 모습을 띤 세계 사회에서는 정보 통신 기술의 정도와 정보의 통제 능력이 각국의 '힘'을 좌우하는 주요 변수가 되리라는 점을 간과할 수 없다. 이와 같은 맥락 속에서 우리 사회는 선진화의 험난한 길을 달리고 있는 게 분명하다.

2. 고령화·도시화된 인구와 공업화된 사회

워낙 인구 밀도가 높은 한국인지라 인구 증가율은 계속 낮추어야 하고 또 그런 추세를 보여 1%미만으로 떨어질 것이다. 그러면서 기대 수명은 더욱 높아져, 19 년 기준 평균 66세(남자 62.7세, 여자 69.1세)에서 72세(남자 69.3, 여자 76.2)로 늘어날 추세이다.

1980년에 반이 약간 넘는 (57.2%)수가 도시 인구였으나 서기 2000년이 되면 78.1%가 도시에 살게 될 전망이다. 동시에 정보 통신 및 교통망의 확산, 교육의 보급 신장에 힘입어 의식 구조와 생활 문화의 측면에서는 전국의 도시화가 일어나리라 보아도 크게 틀림이 없을 줄 안다.

한편, 공업화가 계속 일어나면서 산업의 구조는 중화학 공업과 서비스 산업의 확충으로 변모할 것이다. 1983년의 GNP구성으로 보아 1차 산업(농림어업), 2차 산업(광공업) 및 3차 산업 (사회간접자본, 서비스)의 비중이 14.2%, 29.4%, 56.4%이었고 취업자 구성은 각각 29.7%, 23.3%, 47.0%이던 것이, 2000년에 가면 그 상대적 크기가 GNP(취업자) 구성 각각 8.3(16.1)%, 33.2(27.9)%, 58.5 (56.0)%로 바뀔 전망이다.

공업화가 정보 통신 기술의 혁신과 맞물려 진전하게 되면 자동차와 같은 기계공업 이외에 오히려 소프트(soft) 산업이라 속칭하는 정보·지식 산업이 크게 융성할 것이다. 생산, 유통, 소비의 경제 과정은 물론 일상 생활의 각 부문에서 컴퓨터의 보급에 힘입은 자동화, 개별화가 일어날 것이므로 정보화 사회의 도래가 눈앞에 다가 왔다고 본다.

이 시기의 1인당 국민소득 수준은 약 5천 달러(1984년 불변 가격)를 상회할 것으로 보며, 일반적인 의식주 생활이 윤택해지며 소비 유형도 여기에 문화 생활을 중심으로 변질할 것이다.

3. 다원적 사회—조직화와 개인화

도시화·공업화·정보화 사회는 불가피하게 대규모 관료 조직체의 성장과 영향력 확대를 수반하지만, 또 한편으로는 사회 경제 생활의 개인화와 인간 관계의 원자화를 촉진하기도 한다. 그러나 무엇보다도 두드러진 사회 조직상의 변동은 다원화로 집약할 수 있다.

우선, 중간 계급의 확장과 더불어 계급적, 계층적 다원성이 높아지게 되어, 양극화로 인한 혁명적 변동의 가능성이 희박해진다. 학력의 향상과 소득의 증대로써 의식 구조와 생활 양식의 다원화가 또한 일어난다. 조직 생활의 다양화와 개인화가 진전하므로 이익 집단과 자발적 결사체의 생성이 활발해지고, 이러한 통로를 통한 사회 참여의 욕구가 증대할 것이며, 전반적으로 삶의 질적인 향상에 대한 열망이 높아질 것이다.

4. 문화적 다원화

도시화, 공업화, 정보화 사회는 대중 사회의 성격을 띠면서 대중 문화가 만연하는 방향으로 가게 된다. 여가 시간이 늘어남으로써 오락·유흥·여가 활동의 양적 팽창이 따르고, 그것은 문화의 질적인 변모를 촉진할 것이다. 더구나 각종 신매체(新媒體, new media)의 개발, 보급이 이런 추세를 이끌게 될 것이 분명하다.

일반적인 생활 수준의 향상과 학력의 증진, 신매체의 보급 등은 욕구의 다원화를 촉진시키고 삶의 질적 수준의 향상에 대한 새로운 관심을 자극할 것이다. 따라서 문화의 다원화 속에서 겪게 된 긴장도 기대할 수 있을 것이다.

첫째는 대중 문화의 획일성에 대하여 고급 교양 문화의 다원화, 개성화 강조가 서로 갈등할 것이다.

둘째는 도시 문화와 지방 문화의 상충인데, 중심부 문화의 획일화, 집권화에 대하여 지방에서는 다양화, 지방분권화가 맞선다.

세째, 근대화가 몰고 온 문화 접변 (文化接變)은 개방 체제 후 유지해야 하는 우리 사회에서 외래 문화와 전승 문화 사이의 긴장과 갈등을 수반한다.

이와 같은 세 가지 문화적 갈등은 어디까지나 변증법적 지향을 통해 새로운 문화 창조를 이룩하도록 하는 과제를 안겨 준다.

IV. 조형 문화의 위상과 구실

인간의 예술적 충동이 일상적인 생활과 직접 연결을 갖게 되는 계기에서 우리는 조형기예의 생성·전개를 볼 수 있다. 그것은 극히 원시적인 삶의 장(場)에서 비롯하였지만, 조형기예가 하나의 주요 문화의 자리를 차지하게 되는 것은 기술이 발달한 문명 사회에 와서야 가능하였다.

공업화가 일어난 뒤, 생활 수준이 월등 향상한 산업사회에 오면서 조형 문화는 이제 단순히 장식적이고 부수적인 차원을

떠나기 시작하였다. 더구나 삶의 질적인 개선이 인간 가치의 중심으로 옮겨 앉기 시작한 오늘날과, 이러한 추세가 더욱 뚜렷해질 것으로 보이는 21세기에 이르면, 조형 문화는 우리들 삶의 구석구석에까지 스며들어 삶의 질적 변화를 앞장서 이끌어 가는 구실까지도 하게 될 것이다.

신매체의 개발이 급속히 진전하는 정보 통신 사회에서는 공간적·시각적 문화의 비중이 엄청나게 커질 터이므로, 기실 조형 문화는 단순히 일상 생활의 풍요에 기여한다는 차원을 넘어, 인간의 의식, 아니 무의식의 세계 깊숙이까지 결정적인 영향을 미치는 위치에 서게 될 소지마저 크다 하지 않을 수 없다.

이렇게 볼 때, 조형 기예의 구실이 얼마나 중요한가를 재인식할 필요가 있고, 조형 문화 창조에 종사하는 이들의 어깨가 실로 무겁다는 사실을 다시 강조해야겠다.

이 말에는 미래 창조를 위한 살을 깎는 노력없이 안일한 자세로 이 일에 임한다면, 그 결과가 어떠한가를 일깨우려는 뜻이 담겨있다. 그리고 거기에는 그와 같은 미래 창조의 과정에는 언제나 유연성의 원리가 작용하도록 스스로 성찰하고 부단한 성장에의 도전을 아끼지 말아야 한다는 격려가 실려 있다.

유럽 금속공예의 발전과 전망

스테펀 볼트(Stephen Bort) 국민대학교 조형대학 초빙교수, 영국

유럽의 금속공예 분야에 있어서 지난 15년간은 불확실성의 시기였고, 재평가의 시기였다. 오늘날에는 어떠한 규범도 거의 받아들여지지 않고 있으며 여러 관련 기관들도 당면 문제들을 갖고 있고 비평받고 있어 완전무결한 것이란 존재하지 않게 되었다. 북유럽의 사회는 날로 자동화되어 왔고 소비주의가 증대해 왔다. 그러나 중요한 것은 질적 증대가 아니라 양적 증대라는 사실이다. 문화는 더욱 더 깊이 없는 만족만을 목표로 하고 있다. 이러한 산업의 혁명과 전자혁명은 개인적으로 생산된 물건이 아닌 대량 생산된 상품 시장을 형성하는 풍요 사회를 이루어 놓았다. 따라서 개인적으로 제품을 제작하던 사람들은 새로운 사회적 신분을 얻게 되었다. 우리들의 민주주의와 풍요는 개방 사회를 촉진하였으며 자유와 시간은 새로운 아이디어의 탐색을 위해 존재하게 되었다.

금속공예는 인간에게 알려진 가장 오래된 예술적 표현 수단 가운데 하나이다. 하나의 심볼, 명예의 징표, 또는 장식 그 어떠한 것이든, 금속공예는 인간과 가장 밀접하고 친밀한 관계를 갖고 있다. 금속공예는 사람의 몸에 걸리는 것이며, 그것으로 몸을 치장하는 사람과 함께 집안에 있게 된다. 그림이란 벽에 걸려 그림의 소유자와 사석 공간에 접근한 사람에 의해서만 찬미를 받게 되고, 그렇지 않은 경우는 화랑의 벽에 걸려 있는 동안 잠시 감상하게 되는 덧없는 기회를 가질 수 있는 경우뿐이다. 개인적으로 디자인된 장신구는, 의상을 제외한 다른 여러 가지 예술 작품보다 더 그 소유자를 특성화할 수 있는 좋은 위치에 있다. 사실 다른 여러 가지 훈련을 받은 예술가들이 장신구를 제작하고, 섬유, 연질재료, 나아가 드물게는 도자, 가구 디자인 등에 지대한 관심을 나타내게 된 이래 금속공예 분야도 크게 확대되어 왔다.

그림은 항상 그림으로 남지만, 금속공예 디자이너와 조각가 사이에는 상호 유사성이 많은 경우도 있다. 금속공예 디자이너가 일하는 분야는 재료와 기능에 의해서 많은 제약을 받는다 할지라도 금속공예가들도 역시 지난 10여 년 동안 다른 시각 예술이 이루었던 획일성에서 벗어나 자유로운 표현의 세계로 꼭같은 돌파구를 탐색해 왔다.

지난 15년동안, 기술적으로 정교한 유럽적인 전통이 우세하였지만, 미적으로 정적인 금속공예는 많은 디자이너들에 의해서 거부되었던 것이다. 이제 금속공예가 갖는 형식은 재고되고 있으며 그 영역의 경계도 시험받고 있다. 정교한 재료 대신에 공업적인 재료와 기타 일상적인 재료가 금속공예의 재료로 사용되어 왔으며, 또한 대담한 시도가 금속공예 분야에서 이루어져 사회적 지위나 신분, 유행, 부를 연상하는 금속공예가 아닌 금속공예에 대한 관심이 일고 있다. 옛날부터 금속공예는 이러한 새로운 전통의 중요한 발생자이지는 못했다. 금속공예가 이와 같은 혁신에 충동을 갖는 것은 몸치장에 대한 이방적인, 그리고 옛형식에 관련함으로써 비롯된 것이며, 비구상 미술 형식과 현재의 도시 패션을 동일한 질서 감각과 조화로 새롭게 발전시키는 일을 분담하게 된 데에서 연유하는 것이다. 청춘 문화의 영향이 도시 패션의 주제에 반영된 것이 전혀 잘못된 것이 아니듯이 금속공예뿐만 아니라 다른 시각 예술에도 청춘 문화가 주제로 반영되었다. 70년대에 런던에서 처음 "펑크족"의 충격이 나타났고 곧이어 다른 유럽의 도시도 대단한 영향을 받았다. 의상에 있어서 "펑크족"의 충격은 옷과 금속공예를 만드는 사람, 그것을 입고 걸치는 사람 모두에게 영향을 주었기 때문에 아주 중요했던 것이다. 많은 "펑크족"이 도시 중심가의 호기심으로서 또는 개인 취미에만 파문을 던졌다 할지라도, 그 때 이래 여러 가지 태도나 마음가짐은 한결같지 못하게 되었던 것이다.

오늘날에는 패션계에서 성공하기를 원하는 새로운 작가들이 있는가 하면 또 다른 한편에서는 미술계와는 다른 종류의 어떤 인정을 받으려고 하는 작가들도 있다. 예술의 신분에 대한 이러한 열망은 여러 가지 동기에 의해서 비롯되지만 그 가운데에서 자기 중심적인 습성이 그 좋은 하나의 동기가 될 것이다. 그러나 생존이란 별개의 문제, 이른바 예술은 지각하는 것이고 디자인은 인식하는 것이다. 사람들은 새로운 금속공예의 고객이 되기 쉽다. 그렇지만, 모든 것 가운데서 가장 중요한 것은 전 유럽의 백화점이나 상점에서 일반적으로 팔리고 있는 금속공예와는 다른 긍정적인 반응의 공예에 금속공예가들이 참여하고 있다는 사실이다.

유럽의 새로운 금속공예를 형성한 여러 가지 영향 중에서, 특히 영국과 네덜란드 그리고 독일, 오스트리아, 스위스가 현저하게 기여한 것은 건전한 것이었다. 이것은 디자인에 있어서 케케묵은 것에서 탈피하려는 욕망이며, 자극적이고 건장한 것을 만들려는 욕망, 어디에서나 가능하고 저렴한 장식물을 만들려는 욕망이다. 성별에 관계없이 누구나 몸에 걸칠 수 있는 금속공예를 제작하려는 열망은 가끔

야비하고 단순히 신분과시에 지나지 않는, 그래서 항상 사용자의 몸에 붙어 아첨하는, 장식에만 관심을 갖는 금속공예에 대한 무취미를 나타내기도 하였다. 그러나 오늘날 금속공예에 있어서 가장 뚜렷한 양상 가운데 하나는 사용되는 재료의 다양성이다. 제록스복사, 우편엽서, 버스표 등이 루비나 카미오로 된 브롯치와 꼭 같은 위치에 놓여질 수 있으며 목걸이는 플라스틱, 나일론으로 짠 것, 원형의 종이 또는 벼러서 만든 은, 금, 프라타늄과 같은 재료로도 만들어질 수 있는 시대이다.

오늘날 미술과 디자인은 단순히 소유하는 것이 아니라, 체험되어야 한다는 주장도 있다. 금속공예도 다른 예술의 형식처럼 제작되고 있음은 많은 예술가들이 잘 알고 있는 사실이며, 기술·기교는 단지 하나의 보조 역할에 지나지 않는다고 인식하고 있다. 모든 예술의 목적은 흥미있는 아이디어를 형태와 재료로 바꾸는 순수한 변형에 지나지 않는 것이다.

오늘날 유럽에서는 한 나라에서 다른 나라로 교차하는 양식상의 비옥화 현상이 나타나고 있어, 유럽 각국의 어떤 뚜렷한 경향에 대해서 말하기는 힘든다. 보편적으로 각 나라의 영향을 구태여 말하려 한다면, 독일의 금속공예는 기술적인 전문성과 워크맨쉽을 강조하는 엄숙함에 그 특징이 있고, 네덜란드의 작품은 냉정한 극단위, 다채롭고 모험적인 점이 그 특성이며, 영국의 금속공예가들은 생동적으로 접근하고 있는 점이 그 특징이라고 말할 수 있다. 그러나 오늘날 다른 여러 나라의 금속공예에서 일어나고 있는 경향에 대해서 국제적으로 인식함으로써 실로 이득을 얻었던 대부분의 작가들이 추구했던 개인적인 접근 방법을 일반화할 수는 없다고 나는 생각한다. 유럽에서 개최되고 있는 수많은 금속공예 전시회들이 이러한 나의 생각을 아주 잘 설명해 줄것이다.

전례없는 이러한 활동의 유산으로 말미암아 금속공예의 새로운 전통을 수용하게 되었고, 일반 대중에게도 받아들여져 이러한 맥락 가운데에서 금속공예는 발전할 수 있게 되었다.

우리들이 옷을 어떻게 입고 우리자신을 어떻게 치장할 것인가에 대한 문제는 감각적인 논쟁이지만, 만약 우리들이 이러한 일을 잘못하게 될 때에는 우스꽝스럽고 오해를 받기 쉽다. 사회적 습성이 급격하게 변하고 각각 다른 여러 가지 분야의 습성이 아주 다르다고 할지라도 거기에는 항상 변화하는 우리 자신(앞에서 말한 "펑크족"의 극적인 변화와 같이)을 덮어씌우고, 가미하는 기본적인 활동이 있는 것이다. 오늘날의 금속공예 가운데에는 우리의 몸체와 관련되는 금속공예의 조형적 아이디어를 신장하는 제품이 있는가 하면, 무엇을 어떻게 몸에 걸치게 할 것인가에 대한 개념에 대해서 탐색하고 도전하는 작품도 있다. 이와 같은 양르 영역을 과장한다든지, 다른 분야에 반대되는 규칙을 실험한다든지, 또는 많은 사람들이 분명히 고립된 영역으로 보는 "인간 부재"의 영역을 탐색함으로써, 미술, 공예, 패션은 서로 평행하고 있음을 볼 수 있다. 예를들면 60년대 순수미술에 대한 관심과 대중 문화와의 구별은 앤디와홀의 "캔" 모티브의 작품과 로이릭덴슈타인의 만화기법의 회화, 그리고 클라우스 올덴버그의 설치 미술에 의해서 깨어지고 말았던 것이다. 이것은 곧 전위 예술과 대중 문화, 순수미술과 응용미술, 순수와 비순수를 연결시킨 것이다.

존 밀라드가 「20세기를 위해 디자인, 제작된 평면/입체미술, 공예」라는 책에서 말한 다음의 인용문을 가장 웅변적이고 적절한 결론으로 대신하고 싶다.

"조각가와 화가는 공예가보다 더 폭넓은 참고를 해서 작품을 할 수 있는 자유가 있다. 이와 같은 상대적인 선택의 자유에 미술의 본질과 공예의 본질의 차이가 있는 것이다. 그러나 이러한 차이란 정도에 따라 다르기 때문에 개인적으로 작가가 참고로 할 것을 선택하지 못하게 되는 것은 아니며, 또 이 때문에 미술과 공예 사이에 가로놓인 인위적 장벽을 모르게 되는 것은 아니다. 상품 시장, 문화적인 힘, 그리고 기능적인 요구 때문에 생긴 미술과 공예 사이의 구별이 여러 가지 미디어, 생산 방법, 그리고 아이디어의 다양성에 의해 제공되는 도전을 미술가나 공예가들이 수용하지 못하게 할 수는 없다.

이렇게 해서 여러 가지 예술의 융합 현상이 도처에서 나타나고 있고 또 여러 가지 예술을 분리하는 구별이 해결되고, 공예, 조각, 섬유예술 등과 같은 영역이 혼동의 원인이 되고 있어 역사상 그 라벨을 붙일 자리를 갖지 못했던 금속공예가의 작업도 유럽에서는 이제 하나의 지배적인 예술적 선언으로 나타나고 있는 것이다.

이러한 창조적인 활동은 기능과 비기능, 유산과 발명, 보존과 혁신 사이의 긴장, 이른바 예술, 그 특유의 양극성 사이의 긴장으로부터 비롯되어 뚜렷하게 새로운 전통으로서 초점이 되고 있다.

공업 디자이너의 미래의 역할

이마다께 미도리(今竹翠) 이마다께 디자인 연구소 대표
요약 : 이순종(국민대학 조형대학 공업디자인학과 교수)

이마다께 미도리 씨는 미국의 Pratt Institute를 졸업하고 Columbia 및 Long Island대학 등에서 수학한 후 재미중 뉴욕의 만국박람회 파빌리온 계획, 크라이슬러 모터스의 CI작업 등에 참여한 바 있고 일본으로 귀국한 후에는 공업 디자인, 건축 디자인, 환경 디자인, 커뮤니케이션 디자인 등의 분야에서 폭넓게 활동해 온 중견 여류 디자이너이다. 이러한 그의 디자인 활동을 바탕으로 한 그의 이번 강연 내용은 공업 디자인의 현실적 상황과 미래 역할에 대하여 시사한 바 크고 우리의 자세를 정립하여 볼 수 있는 좋은 계기가 되었다고 본다. 공업 디자인의 미래 역할에 대한 그의 강연은 먼저 일본과 한국 디자인의 현실적 상황에 대한 비교, 다음으로 비교 문화로서의 디자인, 마지막으로 실체적 이미지 전달의 역할로서의 디자인 등 크게 세 가지로 구분될 수 있다. 다음은 그의 강연 내용을 간략하게 요약 정리한 것이다.

Ⅰ. 일본과 한국 디자인의 시대적 상황

일본 공업 디자인의 발전 배경은 세계적으로 공업화 및 물질주의 문명이 가속화되는 추세와 맥락을 같이 하고 있다.

그리하여 이제 세계의 주목을 받고 있는 일본의 공업 디자인은 보다 물질주의적 경향에 젖어 있고 외형과 패션의 와중 속에 있다고 볼 수 있다. 이러한 결과, 일본의 디자인은 서구 유럽의 디자인과 비교할 때 섬세한 맛은 있지만 근원적이지 못하며 일시적이고 표피적인 모습을 보여주고 있다. 반면에 한국의 공업 디자인은 20년 안팎의 짧은 기간 동안 발전, 이제 본격적인 성장기에 접어들고 있다. 성장기에 접어든 한국의 공업 디자인은 시대적으로 탈공업화와 함께 인간의 진정한 요구와 정신이 중요시되고 있는 인본주의의 배경과 일치되고 있다. 그리하여 한국은 인간과 물질이 함께 조화를 이룰 수 있는 바람직한 방향으로 공업 디자인이 발전될 무한한 가능성을 갖고 있다.

II. 비교 문화로서의 디자인

최근에 들어 학문은 비교 과학, 비교 문화, 비교 행동학 등과 같이 비교 학문에 대한 관심이 높아가고 있다. 비교 문화는 조건 등 인간이 처해 있는 상황과 밀접한 관계를 갖고 발전하게 된다. 그리하여 문화는 지역 등 환경에 따라 다르게 나타나야 하며 그 시대의 정신이 다른 시대와 구별될 수 있도록 독자적인 성격을 띠고 있어야 한다. 그러나 공업 디자인은 지금까지 시장의 세계화 추세와 국제적 표현 양식이라는 미명 아래 독자적인 문화 표현의 수단으로서 그 역할이 모호해져 왔다. 미래의 공업 디자인은 바로 지역간의 독자적인 문화를 표현하는 수단으로서 발전하여야 하며, 이를 위하여 우리에게는 문화의 계승과 이를 올바르게 표현하기 위한 방법적 모색이 요구되고 있다.

III. 실체적 이미지 전달로서의 디자인

디자인의 역할은 일반적으로 목적 있는 대상의 이미지를 구체화하고 전달하는 것이라 할 수 있다. 그러나 지금까지 디자인의 결과는 대체적으로 그 대상의 목적과 실체를 올바르게 표현하였다기 보다는 기업과 대량생산의 수단으로서 피상적이고 조급한 제품의 이미지 표현에 급급하였다. 사물은 형태와 그 내용이 일치하여야 한다. 그리하여 공업 디자이너는 형태적 이미지를 구체화하기 위하여 그 대상의 폭넓은 목적과 내용, 그리고 요소들을 빠르게 파악하여 내용과 형태가 조화를 이룰 수 있도록 노력해야 한다.

*　　*　　*

이상과 같이 공업 디자인의 역할에 관한 이마다께 씨의 강연에서 강조된 비교 문화로서의 디자인과 실체적 이미지 전달로서의 디자인은 서로 일맥상통하는 의미를 지닌다. 그리하여 비교 문화의 표현 수단으로서의 공업 디자인은 그 지역과 시대에 맞도록 대상의 내용을 실체적 이미지로 나타내는 것이라 하겠다.

독자적인 문화의 표현이 가능하기 위해서는 먼저 우리의 독자적인 환경에서 독특하고 찬란하게 발전해 왔던 선조들의 정신과 문화를 재정립하고 오늘과 미래의 상황에 올바르게 반영되도록 해야 한다. 실체적 이미지 전달로서의 공업 디자인은 바로 이러한 정신과 문화를 바탕으로 대상과 제품의 실체가 되는 목적, 내용, 요소 등을 올바르게 파악하고 조화롭게 표현하기 위하여 부단히 노력할 때 가능하다 하겠다.

미래의 건축 디자인

가와조 노보루　건축평론가·일본생활학회 회장

지금까지 일본에서는 '미래 붐' 이라고 불리워지는 것이 두번 정도 있었다. 첫번째는 1960년경 일본이 고도 경제 성장기로 접어들 무렵이었으며, 그때 본인은 건축가인 오오다까, 기꾸다께, 마끼, 구로까와 그리고 공업 디자이너, 그래픽 디자이너 등과 함께 메타볼리즘 (Metabolism) 그룹을 만들고 미래의 도시나 디자인에 대한 제안을 했었다.

두번째는 1970년경 오사카 만국박람회가 열렸던 시기로서 민족학자, SF작가들과 함께 미래학 연구회를 만들었으며 그후 이 그룹이 중심이 되어 「일본미래학회」가 설립되었다.

그래서 오늘은 이와 같은 경험을 통하여 지금까지 본인이 생각해 왔던 것을 이야기 하고자 한다.

I. 본래론(本來論)과 미래론(未來論)

현재 한국에서는 한자(漢子)보다는 한글을 주로 사용하고 있는 것 같지만 원래는 한자 문화권(漢字文化圈)에 속했던 것만은 사실이며, 일본은 한국으로부터 한자를 배웠었다. 때문에 한국과 일본과의 공통 문자인 한자를 놓고 이야기를 하고자 한다.

미래의 「未」라는 문자는 「木」 이라는 글자위에 「一」을 넣은 것이다. 이 「一」이라는 글자를 밑으로 내리면 「末」이 되며 더 밑으로 내려면 「本」이 된다. 때문에 본인은 「未末論」은 「未來論」, 「本來論」을 빼어 놓고서는 말할 수 없다고 주장한 적이 있다. 본래론이라는 것은, "인간이란? 도시란? 그리고 디자인이란 본래 무엇인가?"라는 것을 생각한 뒤에 미래는 어떻게 되어야 하나를 구상하지 않으면 안된다.

앞에서 소개한 미래에의 제안 그룹인 메타볼리즘 그룹의 metabolism (신진대사)은 생명의 기본적 존재 양식이다. 생명 단체는 환경에 적응하면서 끊임없이 성장하고 변화하고 있지만 아이덴티티를 동적인 균형 속에서 유지하기 위하여 대사(代謝)를 하고 있는 것이다.

다른 동물들은 자기 자신의 몸색깔이나 모양을 바꿈으로써 환경에 적응하며 진화의 역사를 밟아 왔지만, 인간은 체외적으로 바꿀 수 있는 도구나 장비를 만듦으로써 자신을 바꾸지 않고 환경에 적응하며, 나아가서 환경을 인간에 적응시켜 현재와 같은 문명의 진보를 갖게 된 것이다. 때문에 "본래 가지고 있는 인간성을 보다 낫게 유지하기 위하여 문명의 진보가 있어야 한다"라고 하는 생각에 입각하여 미래를 구상하여야 한다는 것이 본인의 본래론이다. 그리고 메타볼리즘 그룹은 앞으로 예상되는 급속한 변화 속에서 인간이나 건축 또는 도시의 본래성을 보다 낫게 유지할 수 있는 시스템이란 어떠한 것인가를 생각해 보려 했었다. 그러나 문명의 진보는 왕왕 인간성을 저해해 왔었다. 이런 짓을 계속 한다면 말세가 온다라고 하는 것이 미래론이며 종말론인 것이다. 지금까지 여러 유토피아 사상이 종말관에 입각하여

생겨났다는 것은 잘 알려진 사실이라 하겠다. 현재도 핵폭탄에 의한 인류 멸망을 위시하여 여러 종말론적인 위기가 호소되고 있으나 거시적인 문제뿐만이 아니라 일상 생활의 레벨에서도 여러 위기적인 상황이 벌어지고 있는 것이다. 미래는 필히 장미빛 같지는 않은 것이며 이와 같은 상황에 대한 위기 의식없이는 보다 나은 미래를 구축할 수 없을 것이라고 생각된다.

일반론은 이 정도로 하고 본인에게 주어진 테마인 건축에 대하여 생각해 보고자 한다

II. 型과 形(Form과 Shape)

결코 미래란 불확실할 뿐만이 아니라 존재까지도 하지 않는다. 존재하지 않는 것을 디자인할 수 있을까? 의심할 여지도 없이 실제로 디자인한다라는 것은 불가능한 일이다. 그러나 디자인에는 이미지(image), 폼(form), 쉐이프(shape) 라고 하는 세가지 단계가 있으며 미래를 이미지하고 폼을 생각할 수는 있는 것이다. 폼이나 쉐이프를 우리들은 型 또는 形 이라고 말하고 있다.

예를 든다면, 실로 많은 型(shape)이 있지만 우리가 스푼이라고 하는 말을 듣고 머리속에 그려보는 것, 즉 이것이 型(form) 이라는 것이다. 이에 대해 여기서 말하는 이미지라고 하는 것은 희망이나 욕구 등 우리의 마음 속에 있는 폼 이전의 것을 말하는 것이다. 역으로 말하자면 우리의 희망·욕구를 현실화시키는 것이 폼이라고도 할 수 있다. 그리고 쉐이프는 이것을 디자인한 건축가나 디자이너 개인에 속하겠으나 또한 만인에 공용되는 것이기도 하다.

그래서 우리들은 서로 이미지를 이야기하며 공동으로 폼을 발견하고자 노력해 왔었다. 그리고 각기 이것을 가지고 도면이나 스케치로 표현하여 왔었다. 설혹 공상적인 것이라 하여도 도면이나 스케치로 표현을 하게 되면 쉐이프가 되고 말지만, 단순히 形으로서만은 불확정된 미래에 쓸모가 있는 것이 될 수는 없을 것이라고 생각된다. 그것은 겨우 이미지의 표현으로 그칠 것이다. 하지만 그 속에 型을 내포하고 있는 것이라면 型은 보편적인 것이므로 미래에도 쓸모가 있는 것이 될 것이다. 또 型은 디자인의 일정 수준을 확보하는 것이기도 하며, 새로운 型을 만들어 내는 것이 참된 뜻에서의 창조라 할 수 있다.

그리고 디자인에 관해서 논의를 할 때, 이미지를 놓고 말하는 것인지, 아니면 폼을 놓고 말하는 것인지를 서로 이해를 하고 시작을 하지 않으면 혼란을 빚게 되며 좋은 결실도 못 볼 것이다.

III. 생활 공간의 논리

필로티는 자연의 대지(大地)를 다시 찾겠다라고 하는 욕구, 즉 이미지로부터 꼬르뷔제가 만든 하나의 型이다. 그리고 일본의 오오다까(大高正人)에 의해서 제안된 인공지반(人工地盤) 역시 型인 것이다. 이와 같이 실체적인 기법도 型이라고 한다면 그룹 폼(grouped form) 이나 클러스터(cluster)와 같은 공간 구성의 방법도 型이라고 할 수 있다. 실체적인 기법은 일종의 공간 구성을 그 속에 내포하고 있으며, 또한 그것을 지탱하고 있는 것이므로 기본은 공간 구성 방법에 있다고 보아도 될 것 같다. 그리고 미래란 모든 기술의 가능성이 허용되고 있는 고로 미래의 건축을 구성한다고 하는 것은 결국은 바람직한 공간 구성으로서 본연의 자세를 찾는다라고 하는 데에 귀착하게 된다.

1960년 당시 급격히 변화해 온 금후의 사회에서는 건축에 있어서도 증개축 물결에 따라 과거와 같은 영원의 상징으로서의 건축은 용납될 수 없을 것이라고 예상들을 했었다. 이것을 우리들은 메타볼리즘, 즉 변화하고 성장할 수 있는 건축이라고 하는 테마 속에서 자유로이 바꿀수 있는 공간 단위로 분해를 해 보는 것으로 생각을 해보았다. 그리고 더욱 변하기 쉬운 요소는 무엇인지, 반대로 변하기 어려운 것은 무엇인가를 논의해 가던 중 미래의 도시나 건축을 구상한다는 것은, 즉 금후도 변하지 않는 공간 구성 논리를 추구하는 길 밖에 없다고 하는 것을 깨닫게 되었다.

오피스 빌딩이나 호텔에서는 기나긴 복도를 걷기 보다는 입체화시켜서 엘리베이터를 두는 것이 능률적이며, 걸으면서 즐길 수 있는 쇼핑센터는 평면적으로 처리해 두는 것이 바람직 하듯이 그 속에서 행하여지는 생활에 따라 공간 점유 방법이 틀리는 것이다. 또 근대 건축이 기하학적으로 마무리를 한 완결성이 강한 형태임에도 불구하고 내부 공간은 의외로 빈약한 점이 의문이었다. 많은 건축가들은 설계를 할 때, 먼저 건물 전체의 형태를 생각하고 그리고 각 부분으로 나누어 가지만 각 부분에는 그에 맞는 크기나 형태가 있는 것이며, 개개가 각기 자기 주장을 하면서 전체의 조화가 이루어지는 형태가 민주주의적인 미래 사회에 맞는 것으로 생각을 하고 있었다. 또한 이와 같은 가능성에 관하여 여러 제안과 토의를 거듭했었다.

마침 이러할 때, 멤버의 한사람인 기꾸다께가 어느 호텔 설계를 맡게 되었는데, 그는 최초로 기하학적인 완결성이 강한 형태로 멋있는 디자인을 했었다. 그러나 건축주의 변덕으로 객실을 많이 만들어라, 하층에는 결혼식장 등 파티장을 넣어 달라 등등의 주문으로 설계 변경이 발생하게 되었다. 그러나 완결성이 강한 형태의 경우는 처음부터 설계를 새로 하지 않으면 안되게 마련이므로, 기꾸다께 씨는 메타볼리즘으로 생각한 방법을 적용하여, 객실 부분은 탑으로 하고 파티 회장은 저층 부분을 날개처럼 하였다. 즉, 객실의 변동은 탑으로 조정을 하면되고 파티장의 변동 역시 날개를 조정하면 될 수 있게 폼을 갖게 하여, 폼에는 변경없이 쉐이프를 만들어 나갈 수 있게 하였다.

앞으로는 지역 계획 역시 시민 참여로 행하여지게 되겠지만 이때, 시민들의 여러 이미지를 참고로 듣고 건축가는 폼을 제안하고, 이것을 다시 시민들과 토론하고 쉐이프를 디자인하는 이와 같은 여러 기법을 우리들은 고안하고 있었던 것이다.

IV. 가정과 지역 사회

이상과 같은 운동을 전개한 지 약 4분의 1세기가 지났으나 아직까지 일본에서 이상 사회(理想社會)는 존재하지 않는다. 그대신 본인은 기꾸다께 씨와 함께 의의있는 일을 하게 되었다. 그것은 교오토 신용금고의 의뢰로 커뮤니티 뱅크에 어울리는 점포 설계였는데, 지금까지 약 50개 정도를 세웠다. 즉, 일본의 은행은 오후 3시가 되면 문을 닫고 바깥 셧터를 내리므로 인근의 활기를 중단시키고 만다. 그래서 우리들은 문은 은행 카운터 앞에서 닫게 하고, 그 문에는 그래픽 디자이너인 와이즈 씨에게 벽화를 그리게 하여 은행 로비를 인근 주민들의 살롱으로 항상 개방을 하도록 하였다. 그리고 직원 식당도 3시 이후는 사용을 안하므로 각기 지역

사회에 따라서 아동 도서실이나 주부들의 살롱, 또는 상점이나 공장 등의 조합 사무소 등으로 이용할 수 있도록 설계를 하였다. 금융기관들은 남의 돈을 취급하면서 제일 중심지에 건물을 세우므로 그 면적이나 코스트 등에 있어서 대장성(재무부와 동일)의 엄격한 규제를 받고 있다. 일반적인 민간의 영업용 건물이라고 하여도 설계만 잘 한다면 약 2할 정도 그리고 3시 이후는 약 5할 정도 그 지역에 개방을 할 수 있다는 사실을 알게 되었으며, 이와 같이 설계된 건축은 내부의 가구 등만 바꾼다면 유치원, 지역도서관, 클럽하우스 등으로 이용할 수 있는 것이다. 본인은 젊었을 때 세계의 유치원 건축을 조사하고 그것이 주택형이냐 아니면 소학교형이냐 하는 것을 알게 되었다. 현재 스웨덴에서는 아파트의 한 호를 유치원으로 사용하고 있다. 이것은 유치원 건축이라던가 커뮤니티 뱅크 건축이라는 카테고리는 없다고 하는 말이 되겠다. 있다고 한다면 그것은 커뮤니티 건축이며, 그 기본적인 포룸(forum)은 대형 주택이라고 생각하면 될 것 같다.

이것은 가정이나 가족에 관해서도 생각할 수 있겠다. 이스라엘의 키브츠(Kibbutz : 농업공동체)와 같은 것도 홈이며 노인(老人) 홈도 홈이다. 함께 공동 생활을 하고 있다면 혈연은 없다고 하더라도 가족인 것이다. 그리고 그 생활의 장(場)은 모두 가정인 것이다. 세계에서 으뜸가는 미래의 건강한 복지사회는 이와 같은 사상이 없이는 구축할 수 없을 것이며, 이것은 당연히 건축에도 관계되는 것이다.

Ⅴ. 문명과 문화의 대사(代謝)

앞에서 인간은 자기 자신의 몸이 아닌, 체외적으로 바꿀 수 있는 장비를 만듦으로써 문명의 진보를 가져오게 하였다고 했으나, 문명이란 인간이 갖고 있는 모든 능력과 기능의 외재화(外在化)의 조립이라고도 할 수 있겠다. 예를 들면 도구나 공작기계는 손이고, 광학기계는 눈, 컴퓨터는 두뇌 능력의 일부를 빼내어 발달시켜 온 것이다. 이에 대해 문화는 여러 사회, 여러 개인에 내재화시켜 나가는 것으로 생각된다. 반드시 생물이 하고 있는 대사(代謝)가 이화(異化)와 동화(同化)라고 하는 상반되는 상호 보완적인 작용에 의해 생체를 유지하고 있는 것 같이 사회 발달도 문명의 외재화와 문화의 내재화라고 하는 두 가지에 의해 그 건강이 유지되고 있다고 하겠다.

그런데 최근의 문명의 진보는 인간의 여러 능력만이 아닌, 가족이 지역 사회 속에서 영위해 온 제반 기능까지도 점차로 외재화시켜 왔다. 현재는 직장이 가정으로부터 분리된 것 만이 아니다. 생산이란 물자의 생산과 재생산을 말하며 소비라고 불리우는 것이 생명의 생산과 재생산을 영위하는 것이므로 이것이야말로 생활이라고 일컬어 왔으나, 현재 많은 부분은 교육, 문화, 복지, 의료 등 공공적인 여러 시설이나 여러 산업 서비스 등에 의존하게 되었다.

이것은 원래 가족이 지역 사회 속에서 영위해 온 것이므로 지역 사회 속에 집어넣어야 하는 것이다. 그런데 일본에서는 이것을 고도로 전문화시켜 나가는 것이 문명의 진보라고 생각들을 하고 이에 맞는 시설 기준을 정했다. 그러나 전문화란 기능 분화이며 앞에서 말한 바와 같이 커뮤니티 건축이란 역으로 말하자면 지역에 있으면서도 지역으로부터 떨어져 나간 외재화 시설을 만들고 말았다. 따라서 첨단적인 설비를 갖춘 아무리 좋은 시설일지라도 이런 것이 만들어질수록 우리의 생활을 분단시키고 격리시켜 나아가서는 커뮤니티는 해체되고 가족상 마저도 잃고 말게 된다. 조금 극단적인 말을 했지만 극단적인 표현을 한다면 일본의 현상은 이와 같다고 해도 과언이 아닐 것이다. 처음에 말한 본인의 표현으로 말한다면 미래론적인 상황이라 하겠다. 일본은 오로지 문명의 진보를 목표로 경제대국은 되었겠으나, 그 성과를 사람들의 생활에 내재화시켜 문화적인 환경을 만드는 데는 실패하였다고 말할 수 있다. 현재 세계의 여러 나라로부터 일본은 내수를 확대시키라는 강한 압력 등을 받고 있으나 이것이 뜻대로 안되는 것은 내수를 확대시키기 어려운 사회 구조로 이미 되어 버리고 말았기 때문이다.

과거의 역사를본다면 어느 문명이 그 결정기에 멸망하고 마는 경우도 찾아볼 수 있다. 자연의 생태계를 파괴한 문명은 멸망하고 만다는 것은 잘 알려져 있으나 사회의 생태계를 파괴한 것 역시 같을 것이라고 여겨진다. 일본은 거기까지는 가지 않았으나 일본인들도 문화적인 환경을 만들어가는 노력을 조금은 시작하고 있으므로 만약 일본이 한국에 가르쳐 줄 것이 있다고 한다면 그것은 절대로 일본이 걸어온 길을 밟아서는 안된다는 것이다. 현명한 한국인들은 물론 그런 일이야 없을 것으로 생각하지만 급격한 경제 성장기에는 그것을 추진하는 기술에 현혹되어 자칫 잘못하면 인간이나 건축의 본래성을 잃기가 쉽다. 본인도 과거에는 기술에 현혹되어 기술의 진보가 건축의 본연의 자세를 크게 바꾸고 말 것이라고 예상했었다. 그러나 그후 이와 같은 기술은 나타나지 않았으며 건축의 폼을 바꾸는 경우는 앞으로도 없을 것으로 생각된다. 그리고 건축이 갖는 이와 같은 보수성이 급격한 기술적 사회적 진보에는 관계없이 인간의 생활에 안정성을 확보할 수 있는 기초가 되어 있다고 믿어도 좋을 것 같다.

한국이 경제 성장을 추진시켜 나가면서 전국민의 복지를 증진시키고 건강하고 문화적인 환경을 만드는 데 성공을 한다면 일본에 미치는 영향이 대단히 클 것으로 예상된다. 일본인들을 위해서라도 그 성공을 기원한다. 여기에는 많은 어려움이 따르겠으나 그럴 때는 일본이라고 하는 형편없는 나라에도 같은 어려움을 겪고 있는 친구들이 있다는 것을 연상해 주기를 바란다. ■

한마음의 성금대열 사천만의 평화행렬

국내외 신제품 소개

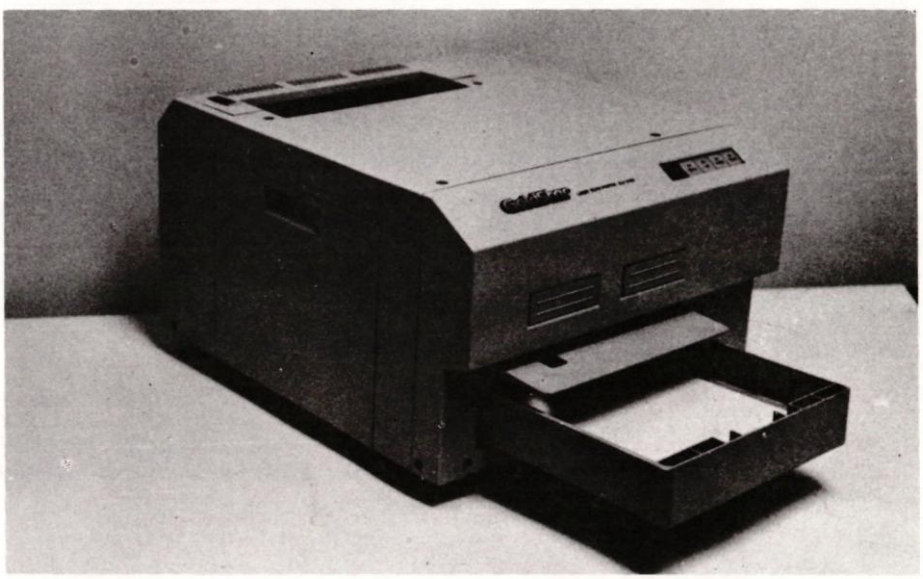
국내제품

레이저 빔 프린터—(주)금성사

반도체 레이저를 광원으로 하는 비충격식 전자사진방식 프린터로 아직 개발에 성공한 회사가 많지 않아 해외시장 개척 전망이 매우 밝은 제품이다.

이와 함께 수입에만 의존해오던 레이저 프린터 엔진도 함께 개발됐다.

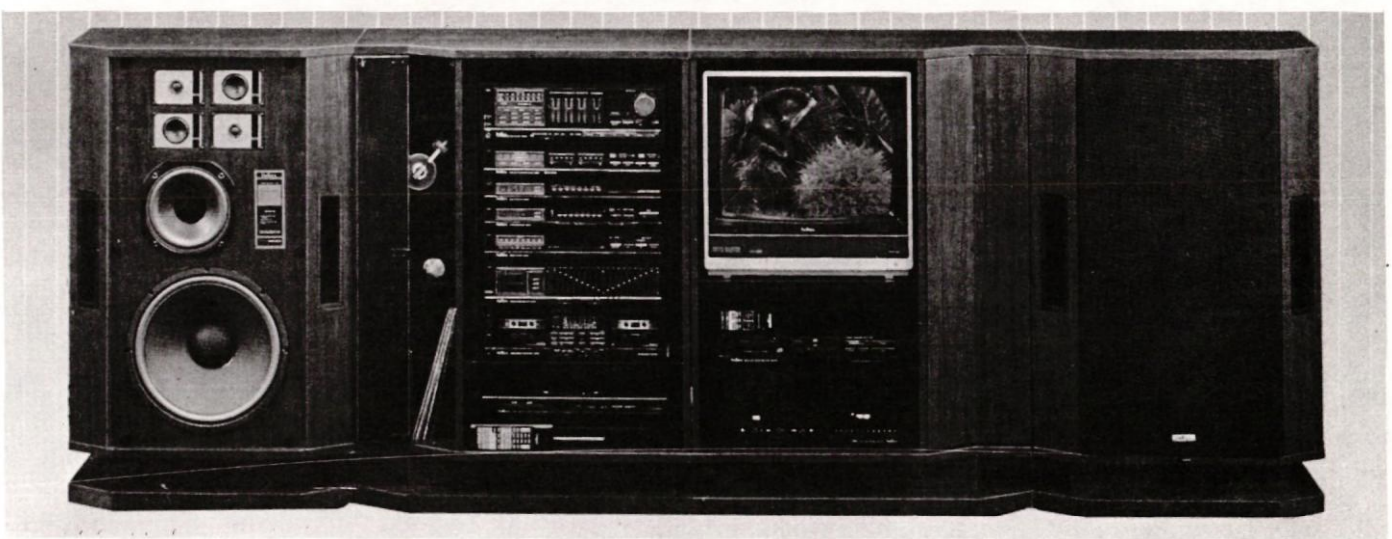
1년 4개월의 연구기간을 거쳐 1억원의 개발비가 투입된 이 기계는 앞으로 연간 3천만 달러의 수출과 5백만 달러의 수입대체 효과를 이룰 전망이다.



디지틀 오디오·비디오 시스템—(동원전자(주)

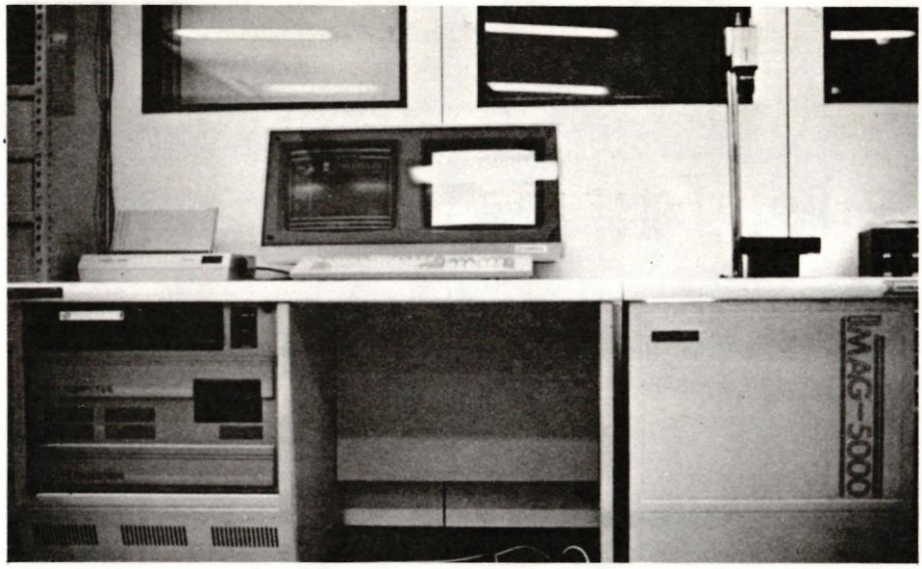
음향과 영상기기를 하나로 조합한 이 제품은 적외선 신호를 이용한 원격 조정으로 54가지 기능을 컨트롤 할 수 있으며, 3차원의 입체음향을 만끽할 수 있는 제품이다.

국내 최초로 개발된 이중 동기 방식의 컴퓨터 프로젝터로 퍼스컴, VTR, CRT 터미널에 연결하여 디스플레이가 가능하다.



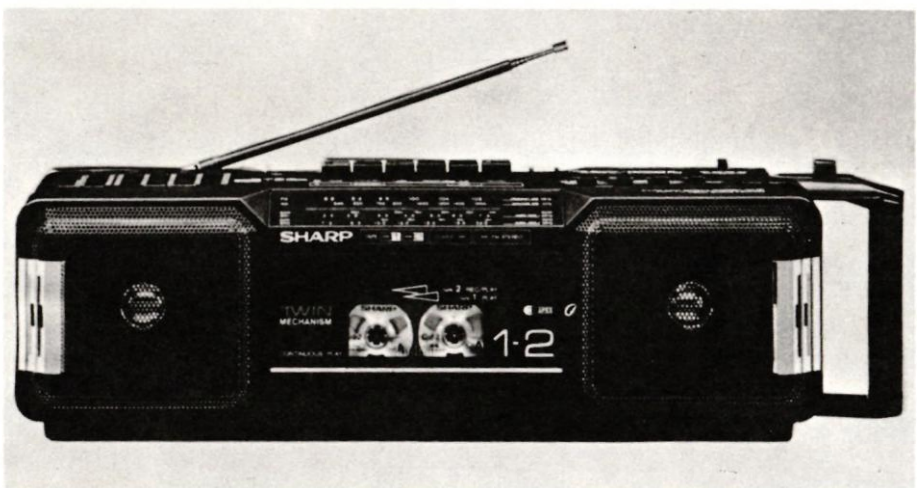
디지틀 이미지 프로세싱 시스템
—금성계전(주)

X선 장치의 디지틀화로 혈관 조영(照影)이 가능한 디지틀 영상처리 시스템이다.



포터블 라디오 카세트—한국샤프(주)

이중 메커니즘 개발로 더블데크의 소형화를 실현한 이 제품은 고출력, 고음질로 휴대가 간편하다.



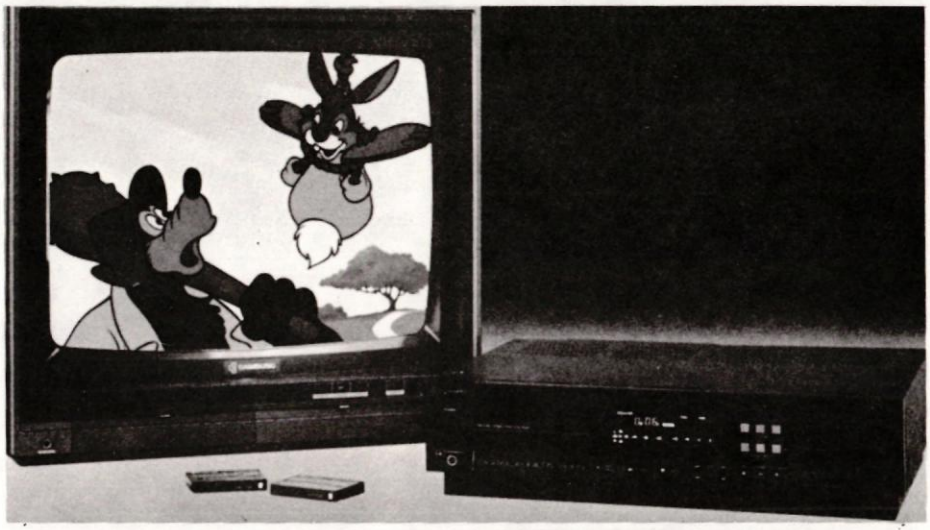
디지틀 저울—(주)카스

디지틀 방식을 사용하여 고정밀도를 꾀할 수 있는 이 제품은 7개의 단가기억 및 가격 합산 기능을 갖추고 있으며, 정확한 데이터 감지를 위해 이중 빔형의 센서를 채용했다.



디지틀 영상파일 시스템
—삼성전자(주)

정지 화상 기능을 갖추고 있으며, 기존 TV 카메라와의 접속 조작이 쉬운 국내에서 처음 개발된 제품이다.



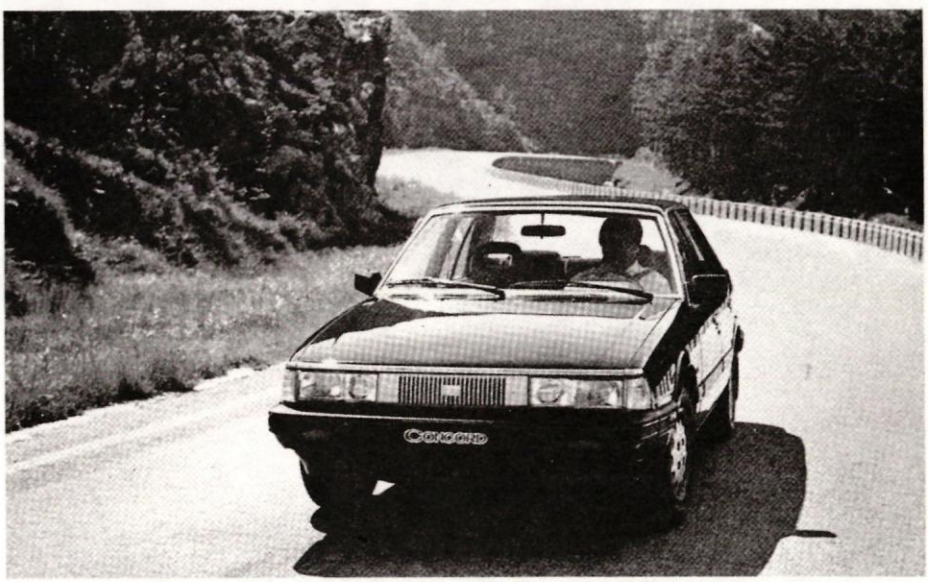
중형승용차 콩코드—기아산업(주)

(주)기아산업에서는 2000cc 전륜구동형의 새로운 스타일 '콩코드'의 모델을 시판하고 있다.

이미 피아트, 뿌조 등 고급 승용차를 제작했던 기아산업은 '83년부터 약 4년간의 연구과정을 거쳐 우수한 성능과 탁월한 안전성에 특히 역점을 둔 콩코드를 탄생시켰는데, 이것은 고급형(Deluxe)과 최고급형(Super-Deluxe) 두 종류로 생산되어 '87년말까지 3,500대 이상을 판매할 계획이다.

고급형은 1,150만원선, 최고급형은 알미늄 휠, 에어콘, 3단 콤포넌트 스테레오 등 각종 옵션을 포함하여 1,380만원에 판매할 것으로 알려졌다.

배기가스 정화장치 부착이 의무화된 금년 7월 이후 최초로 개발된 콩코드는 품격과 실용성을 갖추고 있어 국내 중형차 시장에 새로운 판도를 예상케 한다.



2인치 컬러TV "포키"(CN-2000)
—(주)금성사

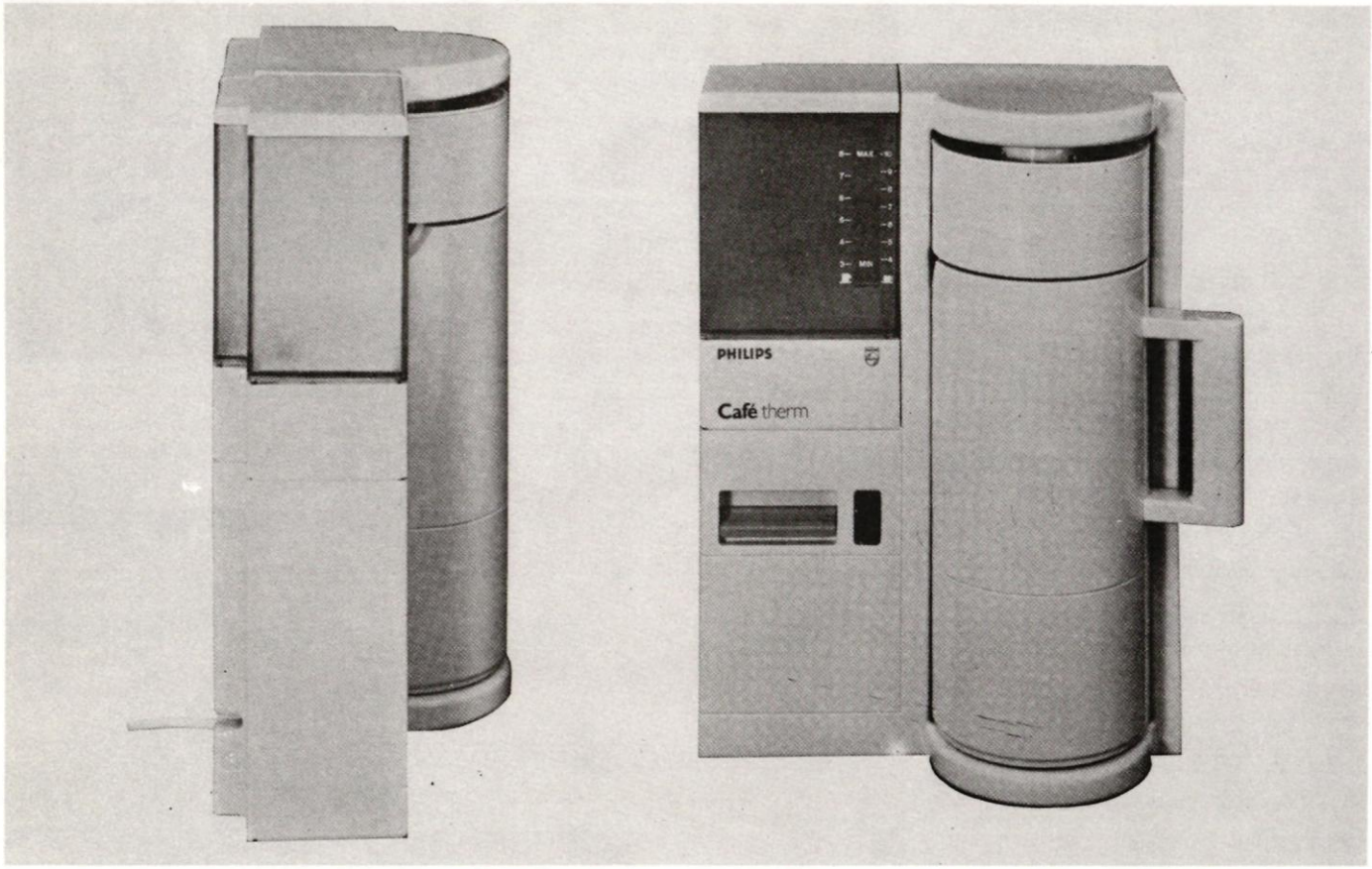
220g의 초소형 초경량 2인치 컬러 텔리비전이 개발되어 시판되고 있다.

HQM 방식을 채택하여 화질과 명암비를 획기적으로 개선시켰고, 자동 선국방식 및 3전원 방식으로 사용에 편리하게끔 제작했다.

특히 자동차 내에서 그리고 운동장이나 야외에서 편리하게 이용될 수 있으며, 소비자 가격은 16만 6천원이다.



티 메이커—Philips사(네덜란드)



필립스사의 티 메이커(Tea Maker) "Cafétherm"은 기존의 티 메이커에 비해 다음과 같은 장점을 지니고 있다.

첫째, 타사 제품에 내장되어 있는 플라스크를 사용할 경우 가열판 위에 올려 놓지 않고도 오랜 시간 적정 온도를 유지시킬 수 있다.

둘째, 필터 교환이 필요한 경우는 스위치가 자동으로 꺼지게 됨으로써 필터를 제거할 수 있는 시간적 여유를 가질 수 있다.

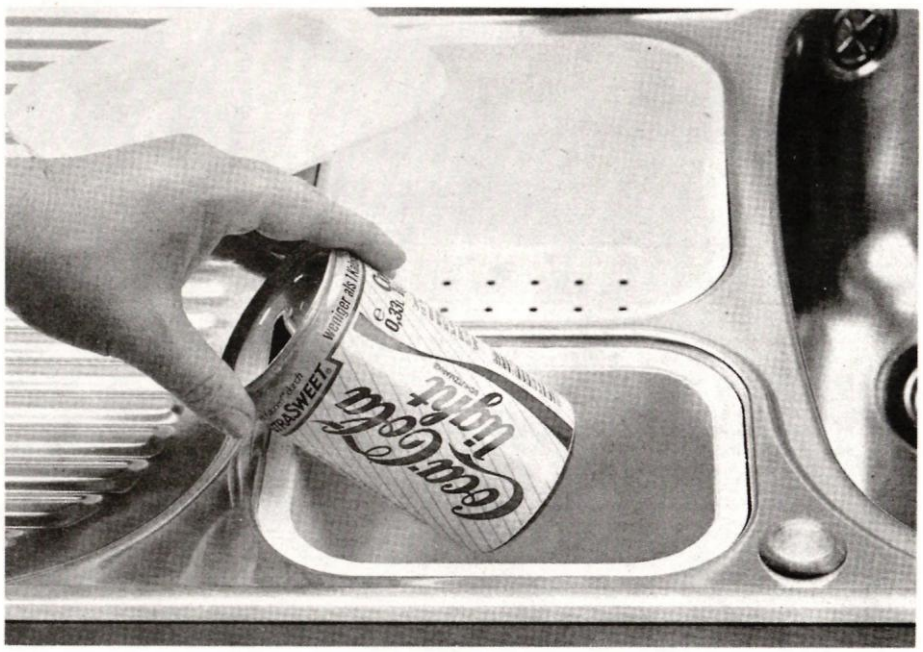
세째, 가열코자 하는 물의 양을 정확하게 체크할 수 있게 되어 있다.

네째, 벽면에 부착이 가능하므로 공간이 절약될 수 있다.

싱크대 쓰레기 처리 장치
—Blanco Blanc사(서독)

'Blancomutli-Box K' 모델의 쓰레기 처리 장치는 선 채로 조리를 하는 중에도 싱크대 아래에 내장되어 있는 시스템을 통해 쓰레기를 처리할 수 있으며, 버리고자 하는 쓰레기가 병이나 캔과 같이 재생할 수 있는 것일 경우에는 녹색불이 들어오게 된다.

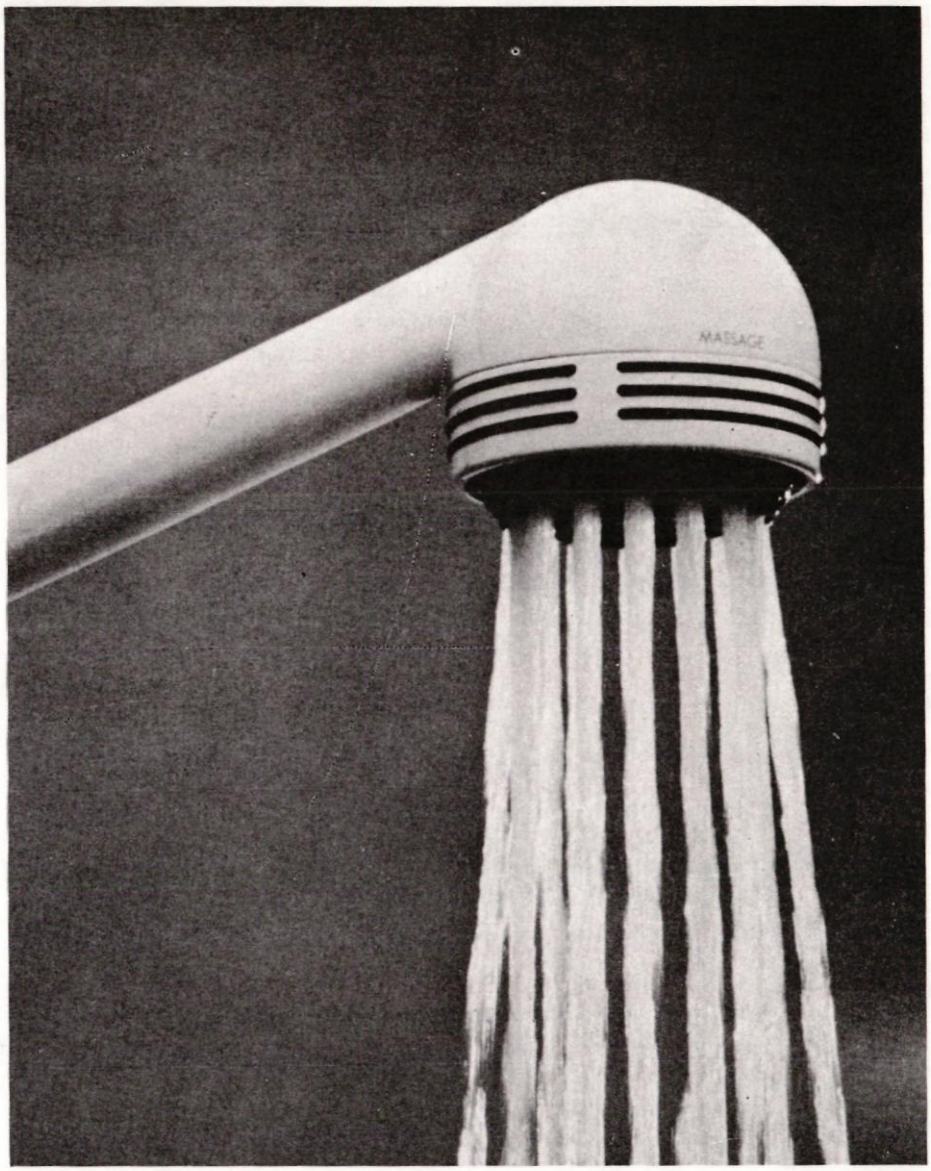
또한 물 속에 함유되어 있는 염소같은 화학물질을 침전시키거나 여과해서 마실 수 있도록 되어 있다.



샤워기—Hansgrohe사(서독)

종래의 샤워기와는 다른 튜브를 사용하고 있는 이 샤워기는 튜브를 통해 흘러나오는 물줄기를 이용자의 의향에 따라 간단한 수동작만으로 3가지 형태의 물줄기를 만들어 낼 뿐 아니라 어린이에서부터 어른까지 샤워기의 높이가 조정될 수 있다.

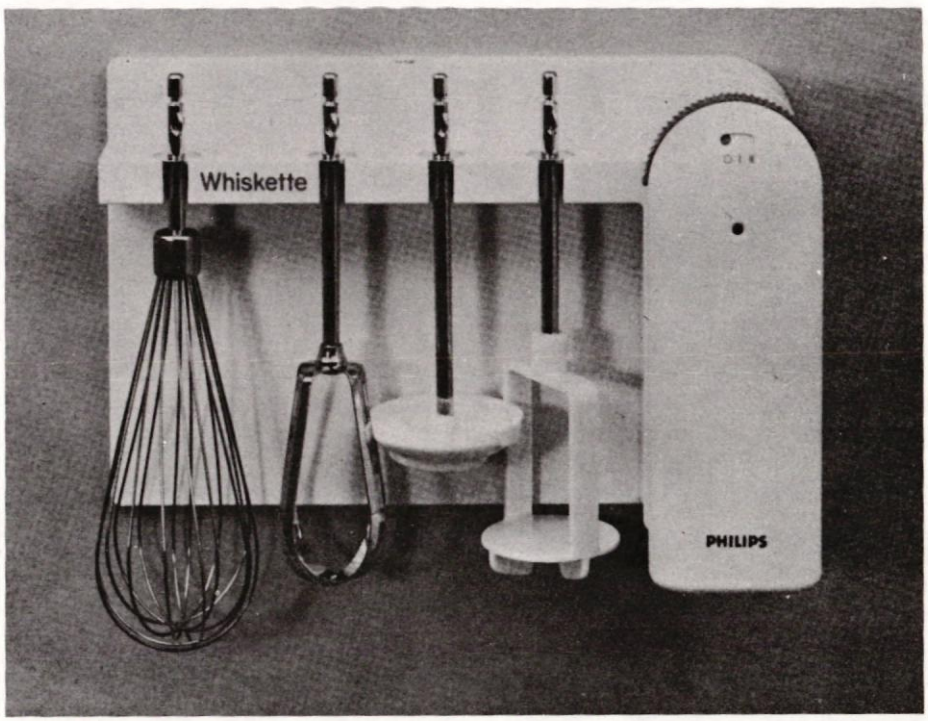
빠른 시간내에 깔끔히 설치할 수 있어 "Quick-clean"이라 불리기도 하고 물줄기가 세가지 형태로 변해 "Tri-star"라고도 하는 이 샤워기는 빨강, 흰색, 회색, 노란색 등의 4가지 색상이 선보이고 있다.



다용도 코드리스 믹서기 —philips사(네덜란드)

"Whiskette"라는 모델명을 가진 이 믹서기는 소오스를 만들거나 크림이나 과일 쥬스 등의 비교적 간단한 조리를 위해 만든 제품이다.

기존의 조리 기구를 사용해서 할 경우는 전원 공급을 위해 주방 벽의 소켓을 이용해야 하는 불편이 따르나 이 제품은 코드리스(cordless)형으로 일회 충전으로 약 20분 동안 전원 공급 없이 사용할 수 있으며, 사용하지 않을 경우에는 벽면에 부착된 충전기를 통해 전원을 계속 충전시킬 수 있다.



디자인 동서남북

국 내 소 식

한국디자인포장센터 전산실 오픈



고도로 발전해 가는 정보화 시대에 부응하기 위하여 한국디자인포장센터에서는 정보자료부내에 전산실을 설치하여 지난 11월 11일 개관식을 가졌다.

주기종인 Prime 2755를 비롯해 4대의 단말기 및 PC가 설치된 전산실에서는 국내외의 정보 수집망과 연결된 네트워크를 통해 조사·수집된 산업 디자인과 포장에 관한 최신 정보 자료를 체계적이고 과학적으로 분석·가공하여 관련 업체에 신속하고 효율적으로 제공하는 것을 그 주임무로 하고 있다.

전산실에서는 앞으로 더욱 업무 영역을 확대시켜 국내 회원사에 대한 수시 정보 제공, CAD 이용 요원 교육 과정 개설, 상품별·연도별 및 선진국 우수 디자인 패턴에 관한 영상 자료 제공 등의 사업을 펼쳐 나갈 계획이다.

EDPS Installed/KDPC

To comply with the age of information, KDPS installed an Electronics Data Processing Systems on 11 November 1987.

With the EDPS, KDPC will collect, analyze and Process materials and information on design and packaging. This information will be finally provided to related industries.

제6회 대학생 디자인 학술 세미나



대학생 디자인 학회가 주최하고 한국디자인포장센터가 후원하는 제6회 대학생 디자인 학술 세미나가 지난 10월 29일부터 31일까지 한국디자인 포장센터 강의실에서 열렸다.

디자인의 학술적 연구를 통하여 학문으로서 디자인을 이해하고, 대학 사회의 학구적 분위기를 통한 학회 성원간의 교류를 목적으로 1982년 처음 시작되었던 이 디자인 학술 세미나는 매년 개최되고 있는데, 현재 서울·경기 지역 디자인 계열 17개 학교가 가입하여 활동의 폭을 넓혀가고 있다.

이번 세미나의 주제는 "한국 현대 디자인의 방향"으로 세미나 첫날인 29일은 공업·환경디자인, 30일은 시각디자인, 31일은 공예디자인에 관한 각 대학의 논문 발표가 있었다.

Design Student Seminar

The Society of Design Student held its 6th Seminar at the KDPC in October 1987 in which students from 17 Colleges presented their papers under the theme of 'Right Direction for the Modern Design of Korea'.

'87 디자인 대전

KDC(한국디자이너협회)의 15회 회원전과 16회 전국 대학생 디자인 공모전이 함께 개최되는 '87디자인 대전이 10월 27일부터 11월 3일까지 한국디자인 포장센터 전시관에서 열렸다.

시각 디자인, 공예, 제품 및 환경 디자인 부문으로 나누어 공모한 이번 대학생 디자인 공모전에는 총 1,200여점이 출품되었는데, 금상은 공예 부문의 정경희 작「깨어남은…」과 제품 및 환경 디자인 부문의 박봉관, 임영아 공동 작품「우편 자동화 시스템」이 각각 차지했다.

'87 Design Exhibition

The Korea Designers Council(KDC) held its 15th members' exhibition along with the 16th Student Design Exhibition at the KDPC in October 1987.

제6회 대한민국 미술대전

한국미술협회 주관으로 제6회 대한민국 미술대전이 10월 2일부터 21일까지 국립현대 미술관에서 열렸다.

총 4,604점이 응모된 이번 대전에서, 6백 26점이 입상했는데, 대상은 한국화 부문에 문 봉선 씨의「도시」, 양화 부문에 박 승규 씨의「확산공간」, 판화 부문에 강 애란 씨의「생2」, 조각 부문에 이 용덕씨의「기념촬영」, 서예 부문에 전 정우씨의「일제선생

촉직시」가 각각 차지했다.

민간 주도에 의해 두번째 열린 이번 미술대전은 작품의 질적 향상과 성숙한 기법이 돋보임으로써 민간 주도 미전의 가능성을 확신케 했다.

서울 전시를 마친후 부산(11월 16일~25일, 부산시민회관), 대전(12월 4일~13일, 대전시민회관), 광주(12월 18일~27일, 남도예술회관) 등에서 순회 전시도 가질 예정이다.

Korea Fine Arts Exhibition

The 6th Annual Korea Fine Arts Exhibition was held at the National Museum of Fine Arts in October 1987. Their exhibition was travelled to 3 major cities across the country.

제4회 여류시각디자이너협회전



손광숙作

한국 여류시각디자이너협회(회장 이 인자)의 4번째 회원전이 지난 11월 16일부터 21일까지 동방플라자 전시실에서 열렸다.

지난 해 서울 장애자 올림픽 조직위원회와 공동으로 곰두리 그래픽 디자인전을 가진 바 있는 본 협회는 이번 회원전에서 회원들이 자유로운 주제를 통해 제작한 시각 디자인 작품 100여 점을 선보였다.

Woman Visual Designers Exhibition

The Korea Woman Visual Designers Association held its 4th exhibition at the DongBang Plaza in November 1987.

제23회 중앙광고대상

중앙일보사에서 주최하는 제23회 중앙광고대상 공모전에서 영예의 대상은 신문부문에서 금성사의 '테크노피아'가 , 출판부문에서 쌍방울의 '실버벨 스타킹'이 각각 차지했다. 그리고 독자가 뽑은 소비자 인기상은 럭키의 '수퍼타이'에게 돌아갔다.

현대의 광고는 단순히 상품 정보를 알리는 데 그치지 않고 새로운 시장 개척, 소비 창출 그리고 소비자를 우선으로 하는 방향으로 이루어져야 하는데, 이번 광고전에서는 전반적인 작품의 수준 향상과 함께 소비자 이익에 관심을 보이는 작품이 많이 출품되어 눈길을 끌었다.

그러나 광고의 창의성 부족, 시대 감각에 부합되지 않은 작품들이 다수 출품되었다는 것이 심사위원들에게 문제점으로 지적됐다.

Jung Ang Advertising Award

The Jung Ang Daily Newspaper Co., Ltd announced the winners of the '87 Jung Ang Advertising Award. 'Technophia' of Goldstar and 'Silver Bell Stockings' of Ssang Bang Wool won the Grand Prizes in the field of Newspaper and magazine advertisement respectively.

제18회 한국전자전람회

제18회 한국전자전람회가 지난 10월 15일부터 20일까지 한국종합전시장에서 성황리에 개최되었다.

이 전자전은 내년도 전자부문 수출기반 조성, 시장 확대 및 한국전자공업 발전상 소개에 그 목적을 두며, 외국의 첨단 기술 소개를 통해 상호 정보 교환에 의한 교역 확대, 품질 경쟁력 제고, 바이어들의 제품 선호에 따른 신제품 개발에도 큰 몫을 하고 있다.

이번 전람회에는 국내 264개사, 외국업체 201개사 등 15개국 465개사가 참가했고, 국내제품 285종 5만 7천점, 외국제품 155종 1만 8천점 등 총 4백 40종 7만 5천점이 출품됐다.

출품된 품목은 컴퓨터기기, 사무자동화기(OA), 가사자동화기(HA), 각종 가전제품 및 전자부품이 주종을 이루었고 새로운 신상품들도 많이 소개되었다. 모든 것이 소형화되는 추세에 따라 컴팩트한 디자인의 소비자 상품들이 많았지만 서라운드 시스템과 같은 제품들도 다수 출품되어 미니 소형 제품과 좋은 대조를 이루었다.

이 전시회의 부대 행사로 우수 카탈로그 경진대회와 그 수상작이 전시됐으며 첨단전자기술 세미나도 함께 열렸다.

지난 1969년 첫 박람회를 시작으로 기술 혁신, 수출 증대 등 전자산업 전반에 걸쳐 발판과 도약의 장(場)으로 자리를 굳힌 이 대회는 선진국의 개발 동향, 디자인의 추세 등 유익한 정보를 얻을 수 있는 좋은 기회를 제공해 주고 있다.

Korea Electronics Exhibition

The 18th Korea Electronics Exhibition was successfully held in October 1987 at the KOEX with 246 local and 201 foreign companies from 15 countries participating. Since its 1st exhibition in 1969, the exhibition has greatly contributed to the development of electronics industry by promoting creative product development activities of electronic companies.

UNDP 제품디자인 전문가 초청 세미나

독일 베를린 대학 산업디자인과 교수이며 UNDP 제품 디자인 전문가인 한스 씨가 11월 13일 내한했다.

가구 전문 디자이너인 한스 씨는 12월 8일 기업체 실무 디자이너를 대상으로 제품디자인 세미나를 가졌다.

기타 문의 사항은 산업 디자인 개발부 (Tel:762-9130, 762-9462)로 연락바란다.

Product Design Seminar

KDPC held a poduct design seminar on 8 December 1987 by inviting Professor Hans Roericht of Berlin University, Germany. He has been consulting for the industries since 13 November as an expert in the field of knock-down furniture design.

제6회 국민대학교 조형전 및 제1회 조형 심포지움

국민대학교 조형대학에서는 21세기의 주역이 될 조형대학 학생들이 서기 2000년을 준비하는 단계에서 조형 교육의 방향을 모색하자는 취지로 조형 2000을 주제로 하여 지난 10월 14일부터 20일까지 한국디자인포장센터 전시관에서

조형전을 개최했다.

이와 더불어 10월 16,17일 양일간 국민대학교 강당 세미나실에서 "서기 2000년의 디자인"을 주제로 제1회 조형 심포지움도 가졌다.

Design & Architecture Exhibition

The Kook Min University organized the 6th Design & Architecture Exhibition at the KDPC in October 1987 under the theme of 'Year of 2000'. The university also held the 1st Symposium under the same subject at its campus during the exhibition period.

홍림회 제6회전



최승천作

홍익대학교에서 목공예를 전공한 동문들의 모임인 홍림회(회장 박 형철)의 여섯 번째 회원전이 지난 11월 12일부터 18일까지 한국디자인포장센터 전시관에서 열렸다.

목공예로서는 유일한 단체인 홍림회는 그 동안 실용성과 예술성을 바탕으로 한 폭넓은 창작 활동을 통해 한국 현대 목공예의 발전에 많은 기여를 해왔는데, 이번 회원전에는 50여 점의 목공예 작품이 선을 보였다.

HongLim Wooden Craft Exhibition

HongLim, an alumni association of HongIk University, held its 6th wooden craft exhibition at the KDPC in November 1987.

제3회 원광디자인전

원광대학교 응용미술과 졸업생들의 작품전인 제3회 원광디자인회 회원전이 지난 11월 25일부터 12월 1일까지 윤갤러리에서 열렸다.

그동안 「디딤」이란 명칭으로 활동한 원광대 응미과 졸업생들이 이번부터는 「원광디자인회」로 그 명칭을 변경시켜 작품 발표전을 갖게 되었는데, 이번 전시회에는 형상의 명확한 표현과 전통적 정신으로 재구성된 개성있는 작품들이 선보였다.

Wonkwang Design Exhibition

An alumni association of the Wonkwang University held its 3rd exhibition in November 1987 at the Yun Gallery. The name of association called 'Didim' has been changed to 'Wonkwang Design Society'.

제3기 시각디자인 교육

새로운 개발 상품이 그 제품에 대한 이미지 부각 또는 홍보의 부족으로 그 진가를 제대로 전달하지 못할 때가 많다. 따라서 제품에 대한 바른 전달 더 나아가 경제 발전과 문화 수준 향상을 위해 역량있는 시각 디자이너의 역할이 매우 중요시되고 있다.

이에 한국디자인포장센터에서는 기업체에서 활동하는 실무 디자이너를 대상으로 새로운 이론, 실무지식, 해외정보 및 동향을 소개하는 교육 기회를 마련하기 위해 해당분야 전문가를 초청하여 매년 시각 디자인 교육을 실시하고 있는데, 올해 제3기 교육은 지난 11월 16일부터 27일까지 동 센터 강의실에서 40여 명의 실무 디자이너들에게 실시되었다.

Visual Design Education

KDPC Conducted the 3rd Annual Visual Design Education in November 1987. The refresher course provided 40 graphic designers working in related industries with an opportunity to get acquainted themselves with new theories, latest technologies and global trends.

환경도예 26인전

도예를 전공한 각학교 출신 26인의 작품전이 '환경도예'를 주제로 하여 11월 23일부터 28일까지 한국디자인포장센터에서 열렸다.

(주)대호타일이 후원한 이번 전시회는 우리 나라 현대 도예가 걸어온 과거를 돌아보고 현시대적 특성에 대한 올바른 파악 그리고 미래를 예견할 수 있는 과학적이며 철학적 안목에 의한 정확한 판단을 바탕으로 현대 도예의 역할을 점검해 본다는 데 그 목적을 두고 있다.

도시 공간에서 환경 도예물은 인간에게 시각적 쾌감과 정서적 안정을 도모해 줄 수 있다는 점에서 앞으로 많은 관심과 배려가 기대되고 있다.

Ceramics for Environment

A total of 26 ceramist organized their exhibition, under the subject of 'Ceramics for Environment' at the KDPC in November 1987.

임옥수 금속장신구전



임옥수 씨의 「금속장신구전」이 지난 11월 2일부터 6일까지 출판문화회관에서 열렸다.

복식의 역사와 함께 발전한 장신구의 역사를 이해하며, 금속공예의 재료와 기법을 쓰임새와 연관시켜 접목시킨 이번 전시회에는 현대적 감각을 살린 목걸이, 반지, 귀걸이, 팔찌 등 40여 점의 다양한 장신구들이 선보였다.

Lim's Metal Ornaments Exhibition

Metal craft designer, Lim Ok-su, held the Personal Ornament Exhibition in November 1987 at the Publication Center. A total of 40 ornaments of necklaces, rings, earrings, bracelets, etc. were on display along with the history of dress and ornaments.

PRISM 오픈

「I.D Art」가 중견 디자인 인력을 결성하여 지난 9월 21부터 「PRISM」으로

이름을 바꾸어 새로운 출발을 시작했다.

그동안 「I.D Art」는 대표 김철주 씨를 중심으로 디스플레이와 제품 디자인 일을 해왔는데, 새롭게 출발한 「PRISM」은 제품 디자인 연구 용역과 정보 디자인의 새로운 시각 언어 개발에 특히 주력하며 정보화 시대에 적합한 외국 디자인 인력과의 공동 작업 및 전산화 작업에도 힘을 기울일 계획이라 한다.

Prism Co., Ltd

I.D. Art, a design firm, changed its name to Prism. Having strengthened with experienced designers, the company expanded its line of business to product, display and visual design.

저렴 주택 개발 국제 심포지엄

U.N이 정한 "'87 무주택자의 해"를 맞아 대한 건축학회가 주관한 「저렴 주택 개발 국제 심포지움」이 개최되었다.

주거 계획, 택지 및 단지 계획으로 나누어 각 대학 교수들의 발표가 있었는데, 우리 나라 실정에 알맞는 주택 계획과 모델 그리고 정책 방향들을 제시했고 아울러 외국의 사례 발표도 있었다.

Int'l Symposium on Housing Development

To celebrate the, 'International Year of the Unhoused' established by the United Nations, the Koren Architecture Society held the International Symposium on the Development of Reasonable House for the unhoused.

금속제 양식기 및 사진틀 디자인 보호 대상으로 지정

상공부는 지난 11월 9일 금속제 양식기(2종)와 사진틀을 디자인 보호 대상품으로 지정하여 이 품목을 수출할 경우 한국금속 양식기구 수출협회와 한국공예 협동조합 연합회의 승인을 받도록 했다.

이같은 조치는 수출업계의 우수 디자인 개발 의욕을 높이고, 신규 개발 디자인을 보호하여 모방 수출을 방지키 위해 이루어졌다.

앞으로 상공부는 제품 외관이 상품의 주요소가 되는 생활용품을 중심으로 디자인 보호 대상품을 지정할 계획이다.

Design Protection

In an effort to promote creative activities for the development of design, the Ministry of Trade & Industry decided to protect the designs of metal tableware and picture frame. According to the regulation enacted on 9 November 1987, the above products to be exported have to get export licences from authorized institutes.

활발한 광고물 기술 제휴

올 하반기 광고 시장 개방과 함께 '88 서울올림픽을 대비한 광고물의 고급화가 시급한 요즘, 많은 광고물 제작업체들이 디자인 개발을 위해 최근 들어 외국 업체들과 활발한 기술 협력을 맺고 있다.

서울시 광고물 제작공업 협동조합에 의하면 이미 몇몇 광고물 제작업체가 일본 고도구사, 호꾸야마사, ITP사, 타쿠소사 등과 기술 협력 계약을 맺었고, 10여 개 다른 광고물 제작업체들도 현재 외국 업체들과의 기술 협력을 적극 추진하고 있다고 한다.

특히 올 7월부터 네온사인 규제가 해제되면서 새로운 광고물의 수요 증가도 기술 제휴를 맺게 된 한 요인으로 분석된다.

현재 광고물 제작 수요는 매년 20%의 신장세를 보이고 있는데, 작년의 경우 시장 규모는 3천억 원에 이르렀다.

Brisk Advertising Industry

Recently, the Korean advertising agents are pushing technical tie-ups with advanced foreign counterparts to cope with the opening of its local markot to foreign competitors and to comply with the increasing demands which is on the trends of 20% increase every year.

폴라로이드 영상 엑스포

미국 대사관 후원으로 (주)선경은 조선호텔에서 9월 8일부터 11일까지 폴라로이드 영상 엑스포를 가졌다.

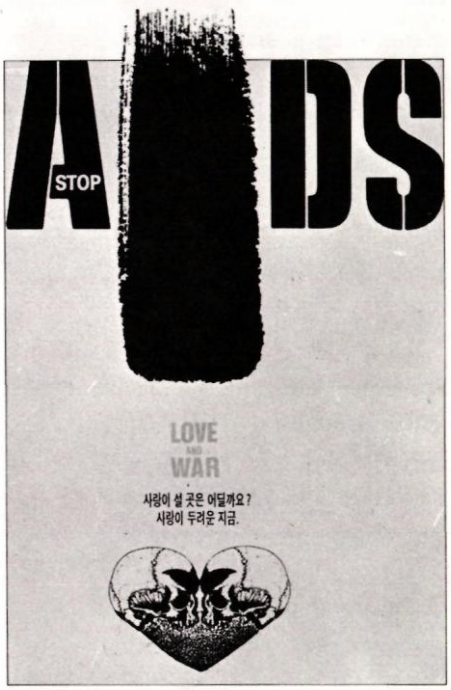
이 행사에서는 폴라로이드 즉석 필름을 사용한 각종 촬영 장비들이 분야별로 전시돼, 그것이 기업 현장과 산업 현장에서 어떻게 효율적으로 활용이 되는가를 한눈에 볼 수 있게 하였다.

폴라로이드 필름은 각종 첨단기기에 쉽게 조합되기 때문에 광섬유 초소형 고해상도 렌즈 특수광원과 연결하면 카메라의 인체 내부 조사를 가능케 한다.

Polaroid Image Expo

The Sun Kyong Co, Ltd, under the patronage of the Embassy of the United States of America, held the Polaroid Image Expo at the Chosun Hotel in September 1987.

제6회 신구 그라픽전



신동철作

신구 그래픽 디자인 연구회에서는 제6회 신구 그라픽전을 '87년 10월 26일부터 11월 1일까지 출판문화회관에서 가졌다.

1980년 7명의 신구인에 의해 창립된 신구그라픽디자인 연구회에서는 매년 각기 다른 주제로 신구인들의 작품을 한자리에 모아 전시하는데 이번 주제는 "AIDS 예방을 위한 포스터전"이었다.

AIDS를 주제로 다룬 이유는, AIDS 공포로부터 벗어나기 위해 국민에게 AIDS에 대한 계몽과 경각심을 심어 주며 또한 밝은 사회상을 확립하고자 하는 의도에서 비롯되었다고 한다.

Shinku Poster Exhibition

The Sinku Graphic Design Society, an alumni association of Shinku Junior College held its exhibition, under the theme of Prevention of AIDS' at the Publication Center in October 1987.

팬시 산업의 급성장

기능화된 상품에 강한 개성을 부가하며, 창의적 고안을 상품에 가미하여 부가적 기능도 함께 갖게 하는 상품을 팬시 상품이라 부른다.

요 몇 년 사이 이러한 팬시 상품 산업이 국내에서 급성장하고 있다. 팬시상품 전문 취급점이 늘어나고, 점포의 체인화까지 이루어져 치열한 판매 경쟁에 돌입하고 있으며, 주로 중소기업 위주로 이루어졌던 이 산업에 최근에는 대기업들도 참여하고 있다.

지난 해 국내 팬시 산업 시장 규모는 2백억 원 가량이었으나 올해는 4백억~5백 원에 이를 것으로 예상된다.

이처럼 팬시 산업이 급성장하는 이유는 생활 수준 향상과 더불어, 소비 패턴의 차별화를 통해 개성화된 소비 생활과 자기 실현을 추구하려는 소비자들의 강한 심리 작용 때문으로 풀이된다.

일본의 경우 팬시 산업 시장 규모가 연 1조 엔에 이르고 있다. 이와 비교해 본다면 아직도 초창기라 할 수 있는데, 앞으로 문구, 인테리어, 소품, 완구 등 일부 한정된 품목뿐만 아니라 다른 상품에도 그 영역이 더욱 확대될 것으로 전망된다.

Rapid Growth of Fancy Industry

Manufacturing gross output of fancy industry achieved 20 billion Wons in 1986, the figure is estimated to be 40-50 billion Wons in 1987 thanks to the improvement of living standards which led to the discriminative and individualized consumption pattern.

(주)한강 스포츠 탄생

세계적인 스포츠용품 전문 제조회사인 이탈리아 LOTTO사와 기술 제휴한 (주)한강 스포츠가 탄생되었다.

1930년 중반 스키화 제조를 처음으로 스포츠 업계에 발을 들여 놓은 LOTTO사는, 기술적 수준과 형태와 스타일의 조화 및 완성이라는 "CONCEPT & FORM"의 철학 아래 1960년 로마올림픽에서 그 우수성을 인정받은 이후 꾸준히 연구 발전하여 세계 유명 선수들로부터 애용되고 있는 제품이다.

(주)한강 스포츠는 다가오는 '88 서울올림픽 때 스포츠를 통한 청소년의 육성과, 한국의 스포츠 진흥, 새로운 기록의 도전, 더 나아가 국민들의 건강한 레져 생활을 돕기 위한 목적으로 LOTTO사와 기술을 제휴하여 첨단 과학 기술과 패션을 결합한 우수한 스포츠 용품을 개발하여 판매할 계획이다.

Hankang Sports Co, Ltd

Hankang Sports Co., Ltd, a sporting goods manufacturer, was recently established having technological tie-up with a world famous sporting goods specialist Lotto Co., Ltd(Italy)

해 외 정 보

제3회 오사카 국제 디자인 공모전

매 2년마다 개최되는 오사카 국제 디자인 공모전이 지난 10월 31일부터 11월 15일까지 오사카 국제전시센터에서 열렸다.

지난 7월 일본 국제디자인교류협회에 의해 이미 수상작이 발표되었는데, 영예의 대상은 미국 일리노이즈 기술전문대학 20명의 학생이 그룹으로 만든 해상 산업기지 시리즈 'Aquatecture'에게로 돌아갔다.

"水(Water)"를 테마로 실시된 이번 공모전에는 48개국 851명의 디자이너 작품 1,144점이 출품되어 각축전을 벌였다.

ICSID/UNESCO interdesign

ICSID와 UNESCO가 함께 주관하는 「노년층을 위한 디자인(Design for Elderly)」이 '87년 11월 27일부터 12월 6일까지 스웨덴의 구텐베르그에 있는 인터디자인에서 개최되었다.

이번 전시회는 그동안 도외시되었던 노년층을 위한 생활 공간에 새로운 관심을, 그리고 어떠한 공간 구성이 과연 노인들에게 적합한 것인가를 일반에게 제시해 주게 될 것이다.

산업화에 따른 경제적 여유와 함께 노인층이 전체 인구에서 차지하는 비율이 점차 높아지고 있지만 사실상 이들의 욕구와 능력을 고려하여 만든 생활 환경은 거의 없는 실정이다. 이러한 점을 보완하기 위해 이번 전시회를 갖게 되었는데, 여기서는 노년층을 위한 방, 취사 및 식사에 관련된 편의 시설, 위생 시설, 편의 시설과 관련된 주변 장치의 손쉬운 이용, 대화를 가질 수 있는 공간 등으로 나누어 그 문제점과 개선책을 하나하나 보여줄 것이다.

Eurodesign전 개최

'86년에 창설되어 활동하고 있는 「Eurodesign」에서는 디자이너들을 위한 제1회 국제 무역 박람회를 지난 11월 16일부터 20일까지 파리의 「Nord 전시센터」에서 열었다.

국제적 시장의 역할을 담당하게 될 이번 「Eurodesign」 전에는 세계 각국의 10만여 제조업자 및 기업가들이 참석했는데 제품 디자인, 그래픽 디자인, 디스플레이, 환경 디자인 분야의 탁월하고 창조적인 작품이 출품되었다.

이 「Eurodesign」의 목적은, 국제적인 디자인 전시로서 뿐만 아니라 디자이너와 그들의 미래 고객을 위한 효율적이고 역동적인 산업망을 구축하기 위한 것이다.

BA/87(부에노스 아이레스 '87 디자인 바이에니얼)

예술·통신센터인 CACY가 주관한 이번 「BA/87」은 세미나와 전시회를 함께 가졌다.

전시는 지난 11월 2일부터 22일까지 아르헨티나 멜비나스 문화센터 그리고 세미나는 부에노스 아이레스 문화센터에서 각각 있었다.

이번 BA/87의 목적은 라틴아메리카 디자이너들의 정보 교류와 증진 방향을 모색하기 위한 것이었다.

베스 디자인 회의

'87년 11월 2일부터 3일까지 베스의 어셈블리 룸에서 디자인 회의가 개최됐다.

이 회의는 디자인의 영역이 확대되고 그 차원도 단순한 예술성을 벗어나 상업성과 더 많은 관련성을 갖게되는 요즘, 현사회에서 디자인의 발전과 영향 그리고 디자인의 미래 발전에 대해 많은 지침을 제공해주는 기회를 마련하는 데 목적을 두고 열렸다.

한국

디자인포장센터는 수출증대와 경제 발전에 가장 중요한 요소로 부각되고 있는 산업디자인과 포장의 연구·개발 및 진흥을 위하여 1970년 5월 19일 기존의 한국포장기술협회와 한국디자인센터, 한국수출품포장센터 등의 3개 단체를 통합 발족하였으며, 1977년 12월 31일자로 디자인·포장 진흥법이 제정, 공포됨에 따라 특별법에 의한 연구·진흥기관으로 새롭게 출발하였읍니다. 이러한 설립 취지에 부응하기 위해 그동안 우리 센터에서는 디자인·포장 개발 및 진흥사업, 디자인·포장 정보 제공사업, 그리고 수출용 포장재 생산 시범 사업 등을 통해 우리나라의 디자인·포장 발전을 위하여 헌신적인 노력을 기울여 왔으며, 앞으로도 그 열기를 식히지 않을 것입니다.

디자인

개발부에서는 기업의 제품디자인 개발 및 지도·상담, 시각·장치디자인 개발 지원, 산업디자인 개발 용역 등의 연구 개발 사업과 교육 연수, 우수디자인 상품 선정제, 디자이너 등록제, 대한민국 산업디자인 전람회 등의 진흥사업을 통해 수출 진흥과 국민생활 향상에 기여하고 있읍니다. 산업디자인이 오늘날 대량생산·대량유통·대량소비 제품의 개발에 주역을 담당하게 된 새로운 산업기술 분야로서 제품의 조형 요소를 최적화시켜 인간의 정신적·물질적 욕구를 충족시킬 수 있도록 하는 고도의 창조 행위임을 깊이 인식하고 있는 센터의 디자이너들은 창의적이고 독창적인 디자인 개발을 위해 끊임없는 노력을 기울이고 있읍니다.

포장

개발부에서는 연구·개발 사업으로 제품의 포장 방법 및 포장디자인 개발 지원, 기업·정부·공공기관이 특별히 요청하는 포장개선 용역 및 공동연구를 행하는 한편, 과학적이고 합리적인 연구 개발 업무와 기업의 포장재 시험 의뢰를 위한 포장시험실을 운영하고 있으며, 진흥사업으로 기업에 대한 현장 지도와 상담, 관련단체 활동 지원, 포장관리사 교육을 비롯한 교육 및 세미나, 각종 실태조사를 비롯해 「한국국제포장기자재전」과 「한국우수포장대전」 등의 전시 사업을 행함으로써 포장의 중요성에 대한 일반의 인식을 제고시키고 물적 유통 합리화와 마케팅 전략을 동시에 추구할 수 있는 합리적인 포장 개발을 위해 열과 성을 다하고 있읍니다.

센터

정보자료부는 고도로 발전해 가는 정보화 시대에 부응하여 국내외의 최신 정보자료의 신속한 수집·전파를 위한 정보센터로서의 기능을 다하고자 '87년 3월에 발족하였읍니다. 국내 및 미국·일본·영국 등지의 해외 네트워크와 연결된 정보망을 통해 조사 수집한 디자인·포장 관련 최신 정보자료를 컴퓨터 시스템을 통해 과학적이고 체계적으로 정리 분석하여 관련 기업 및 기관에 신속하게 제공함을 주업무로 하고 있으며, 이를 위해 전산실과 자료실을 운영하고 출판사업 및 국제 협력 사업을 추진해 나감으로써 국제화 시대에 뒤떨어지지 않는 디자인·포장 발전을 위한 정보 제공 센터로서의 역할을 수행해 나가고 있읍니다.

한국디자인포장센터
KOREA DESIGN & PACKAGING CENTER

국내외 디자인 관련정보 자료

1987년 10·11월 한국디자인 포장센터 자료실 신착도서 및 자료

I.D. News(No. 8)
발행처 : 서울대학교(한국)
- 사용자 행동이론에 관한 고찰 (인류발전과 산업디자인)
- 날개없는 기차
- 디자인이론(기술시스템 이론)

IDCNY(No. 30)
발행처 : The International Design Center New York(미국)
- Fall Market 1987 Explodes at IDCNY
- The Ultimate Warehouse sale

Design Process(Vol. 2, Num. 1)
발행처 : Design Process Laboratory (DPL) (미국)
- A Computer-supported process for the Development of Design Concepts(Charles Owen)
- Telecom 87(Fifth World Telecommunication Exhibition and Forum)
  —일시 : '87. 10. 20~10. 27
  —장소 : 스위스, 제노바
- International Workshop on Artificial Intelligence Applications to CAD Systems for Electronics
  —일시 : '87. 10. 8~10. 10
  —장소 : 서독, 뮌헨

LA MIA CASA(No. 15)
발행처 : S.P.I.사(이탈리아)
- 최신형의 주방 인테리어 소개
- UN PAESAGGIO DOMESTICO (실내디자인)

novum(8월호)
발행처 : Bruckmann München(서독)
- A Spanish Restaurant
- 브라질의 J. Carlos의 미술세계
- Commercial Art from Prague

Gifts & Decorative Accessories(Vol. 88, Num. 8)
발행처 : Geyer-Mc Allister Publication Inc. (미국)
- Los Angeles Market News
- Art Glass Takes Center Stage
- The One Place For All of Christmas

Art Direction(Num. 5)
발행처 : Art Direction Book Co (미국)
- Upcoming Photographer(William Duke)
- Upcoming Illustrator(Michael Langenstein)
- 신간서적 소개
  —Corporate Design System
  —Design Elements Volume 4
  —Symbols of Trade

Travel Ware(Vol. 180, No. 8)
발행처 : Business Journal Inc.(미국)
- Special Leather Goods Section
- Men's Accessories News

ARPEL(No. 92)
발행처 : Editrice ARPEL(이탈리아)
- 가죽을 소재로한 가방, 의상 소개
- 87/88 Fashion from Spain
- The Thousand Faces of a Women (Milano Collezioni)

컴퓨터(10월호)
발행처 : 월간 컴퓨터사(한국)
- 컴퓨터그래픽 산업이 움트고 있다.
  —국내 산업동향
  —활용현황
  —컴퓨터그래픽의 역사

novum(9월호)
발행처 : Bruckmann München(서독)
- Exhibition Type Directors Club of New York
- Student Culture Posters
- The Italian Goethe Institutes.

DESIGN STUDIES(Vol. 8, Num. 3)
발행처 : Design Research Society(영국)
- A Scientific Approach to Engineering Design
- Design Archetypes from Group Processes

Design(No. 464)
발행처 : The Design Council(영국)
- PA 디자인사의 I.D 작품 소개
- BIB Design Consultants의 작품 소개
- MFD Product Design사의 작품 소개

건축문화(10월호)
발행처 : 월간건축문화사(한국)
- 건축가를 위한 컴퓨터프로그래밍
- 산업도자를 이용한 장식용 조명등 디자인 연구

Fashion Accessories(11월호)
발행처 : Trade Media Ltd.(홍콩)
- Wedding Accessories
- Plastic Jewelry
- Casual Footwear

Present(8월호)
발행처 : Meisenbach GmbH(서독)
- 유아용 장난감 소개
- 초자를 이용한 어린이 장난감 소개

영상(11월호)
발행처 : 영상사(한국)

●평면 미술품의 촬영
●필름의 성질과 종류
●환경과 인물의 미학

염직α (No.80)
발행처 : 염직과 생활사(일본)
●일본의 형 염색
●正藍型 염색기법

JEI(Vol.34. No.10)
발행처 : Jempa Publications Inc.(일본)
●Car Stereo Industry in Taiwan
●Singapore's Electronics Industry Powers Ahead

IDEA(No.205)
발행처 : 성문당 신광사(일본)
●BDFS Packaging & New Product Development Ltd.의 소개
●1987 Illustrator's Hall of Fame and Hamilton King Award
●Postage Stamps in Canada

Car Styling(No.61)
발행처 : Car Styling Publiching Co. (일본)
●The History of Kawashima Textile
●Trend Setter in Fabric Design

Commercial Photo(No.292)
발행처 : (주)현광사(일본)
●CM Sound Selection
●CP Gallery
●해외 캠페인 소개

International Textiles(No.682)
발행처 : International Textiles(미국)
●Menswear Predictions Winter 88/ 89
●Italian Menswear Shows Summer 88
●Paris and London Designer Preview

novum(9월호)
발행처 : Bruckman München(서독)
●A Computer Workshop
●The Young British Generation
●The Teacher Gerwalt Kafka

시각디자인(10월호)
발행처 : 월간시각디자인사(한국)
●한글 글자꼴 연구(김훈)
●독립기념관 CIP
●스포츠일러스트레이션 모음

종합디자인(10월호)
발행처 : 월간디자인 출판부(한국)
●선거전략과 디자인(Ⅰ)
●이탈리아의 전위디자이너(안드레아 브란찌)
●개성을 추구하는 국내패션 시계의 동향

Gifts & Home Products(Vol.6, Num.7)
발행처 : Trade Media Ltd. (홍콩)
●Wooden Toys
●Children's Bag & Pencil Case
●Carpets & Rugs

日経 CG (No.13)
발행처 : Nikkei-McGraw-Hill Inc.(일본)
●창간 1주년 기념 특집
—제1회 CAD User 이용실태조사
●3차원 GWS VS, 3차원 GDT

CAR Graphic(10월호)
발행처 : 二玄社(일본)
●EVENT
—CG 300호기념 Design Competition 발표
●New Model
—MAZDA RX-7 Cabriolet
—MAZDA LUCE 3000V6

Gold+Silber(7월호)
발행처 : Konradin Verlag(서독)
●Das Forum für Schmuck und Design Erfindet den Schmucktourismus
●Deutscher Schmuch-und Edelsteinpreis Idar-Obersteim 1987.

ilbagno(No.80)
발행처 : Propanganda Editoriale Crafica Spa(이태리)
●A hotel in the grand style
●Shop-windows like pictures
●A space Effect

Electronics(No.21)
발행처 : McGraw-Hill Inc. (네덜란드)
●전자업계의 기술동향에 대한 분석
●Unix사(컴퓨터, 정보분야 회사)의 놀라운 성장에 대한 분석기사

Lastauto Omnibus(9월호)
발행처 : Vereinigte Motor-Verlage GmbH (서독)
●독일 트럭 그랑프리(1,000여명이 참가한 가운데 성황리에 개최)
●트럭성능 검사
—MAN 19,462-Model의 성능검사

Bute(10월호)
발행처 : McGraw-Hill Inc. (네덜란드)
●Tandy사의 신제품 소개 (최신컴퓨터 및 레이져프린터)
●새로운 전산이론 "Heuristic Algorithms"의 소개 및 실제 적용사례, 이론 연구

B.M(9월호)
발행처 : Konradin-Verlag(독일)
●1987년 9.4~6일 기간동안 독일 스투트가르트에서 개최된 가구 박람회의 동정 소개(10개국 261개업체 참가)
●CAD를 이용한 창, 문, 욕실등의 설계방법 소개

Technische Rundschau(No.40)
발행처 : Hallwag A.G(서독)
●2000년대의 첨단산업에 대한 전망
●신용카드등과 같은 대용화폐의 안전한 이용방법 소개

Planning and Designing Lighting
발행처 : Windward(영국)
●A comprehensive, practical, hightly illustrated guide to many aspects of lighting in the home.

Low Cost High Style
발행처 : Conran Octopus(영국)
●Guidance on lighting, storage, flooring and much more

Soft Furnishings Book
발행처 : Conran Octopus(영국)
●A unique compendium of inspiration and practicality, presenting many exciting and unusual ideas.

Small Kitchens
발행처 : Mitchell Beazley(영국)
●For updating or complectely all the information

종합디자인(11월호)
발행처 : 월간디자인출판부(한국)
●선거전략과 디자인(2)
●일본의 C.I.P 연구소 "파오스"
●해방이후의 한국 담배갑 디자인

1987년 11·12월 해외전시 일정

전 시 명	기 간	장 소	주 최
오스트리아(Austria)			
테크노바 TECHNOVA	11/11-13	그라스	오스트리아관광국 03·582-0931
비엔나 미술·골동품 전시회 Art and Antiques Fair Vienna	11/14-22	빈 Hofburg	ARGE-Arbeitsgemeinschaft für Fachausstellungen Ges. m. b. H Phone : 0222-5973866
정보전 Senior Aktuell '87-Informationsschau mit Beiprogramm	11/20-22	인스부르크	Kongresshaus Innsbruck Phone : 05222-36521
벨기에(Belgium)			
제5회 수(水)처리 기술전 AQUA-EXPO-5th Exhibition for Water Technics	11/24-28	브뤼셀 Parc des Expositions de Bruxelles	Brussels International Trade Fair Phone : 02-4784860
합성재·복합물 응용전 EUROPLASTICA-Exhibition of the Applications of Synthetic Materials and Composites	11/24-28	브뤼셀 Parc des Expositions de Bruxelles	Brussels International Trade Fair Phone : 02-4784860
제12회 국제 목공 작업 12th International Woodworking Show	11/24-30	브뤼셀 Parc des Expositions de Bruxelles	Brussels International Trade Fair Phone : 02-4784860
제6회 승마용품전 HIPPORAMA-6th Trade Show for Horses and Horseriding Equipment	11/25-29	브뤼셀 Parc des Expositions de Bruxelles	Brussels International Trade Fair Phone : 02-4784860
제20회 D.I.Y전 HOBBY-20th Do-it-Yourself Exhibition	11/28-12/6	브뤼셀 Expo Rogier	Brussels International Trade Fair Phone : 02-4784860
제36회 세계 발명품전 〈EUREKA〉 36th Worldfair for Inventions	11/28-12/6	브뤼셀 Expo Rogier	Brussels International Trade Fair Phone : 02-4784860
벨기에 제품전 MADE IN BELGIUM-Exhibition to promote the brandimage, products and services, their sales and exports.	12/9-13	브뤼셀 Parc des Expositions de Bruxelles	Brussels International Trade Fair Phone : 02-4784860
캐나다(Canada)			
ISA 기계전 ISA Instrument Show	11/4-5	토론토	Southam Communications Limited Phone : 416-445-6641
캐나다 컴퓨터 쇼 Canadian Computer Show	11/16-19	토론토 International Centre	Industrial Trade Shows Inc. Phone : 416-252-7791
비지니스 컴퓨터 쇼 Kitchener-Waterloo Business/Computer Show	11/18-20	키체너	Southam Communications Limited Phone : 416-445-6641
서부 온타리오 비지니스 컴퓨터 쇼 Western Ontario Business/Computer Show	12/	런던 City Centre Complex Commonwealth Holiday Inn	Southam Communications Limited Phone : 416-445-6641
일본(Japan)			
'87 국제 과학기술전	11/4-6	컨벤션 센터—토오쿄오 Convention Center TOKYO	일간 공업신문사 사업부 The Daily Industrial News 03-263-237

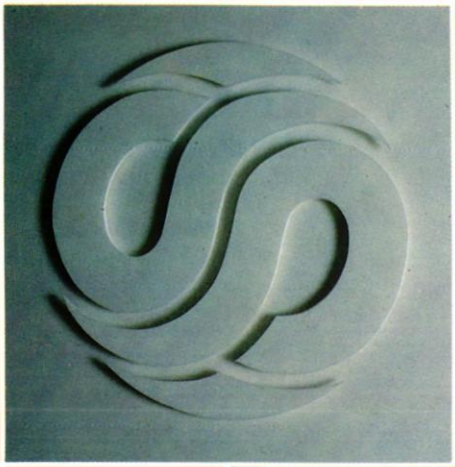
전 시 명	기 간	장 소	주 최
'87 중부 일렉트로닉스 쇼	11/4-7	나고야 무역·산업 센터 Nagoya Trade & Industry Center	
제2회 토오쿄오 육아용품 종합 견본시	11/5-6	토오쿄오 무역 센터 Tokyo Trade Center	
'87 미야자키 오피스 네트워크 쇼	11/5-6	미야자키 후생연금회관	
'87 서일본 일렉트로닉스 쇼	11/5-7	博多 Star Rain 전시회장	큐우슈산업기술센터 092-411-7391
'88 봄상품 캐주얼 신발 견본시	11/6-7	코오베 국제 전시장 Kobe International Exhibition Hall	
펙트로 '87 FACTRO '87	11/9-15	오오사카 국제 전시센터 International Exhibition Center Osaka	(주)오사카 국제무역전시회 Osaka International Trade Fair Commission 06-612-1212
니코그라피 '87 NICOGRAPH '87	11/10-13	컨벤션 센터—토오쿄오 Convention Center TOKYO	일본 경제신문사 사업국/03-270-0251 Dept. The Nihon Keizai Shimbun General Projects
테크노 '87 토오쿄오 TECNO '87 TOKYO	11/10-13	과학기술관 Science Museum	일본 공업신문사·동경사업부 The Nihon Kogyo Shimbun 03-292-3561
특허·정보 박람회 Patent Information Fair	11/10-13	과학기술관 Science Museum	일본공업신문사·동경사업부 The Nihon Kogyo Shimbun 03-292-3561
'87 벤춰 플라자 '87 VENTURE PLAZA	11/10-13	과학기술관 Science Museum	일본공업신문사·동경사업부 The Nihon Kogyo Shimbun 03-292-3561
제85회 北粧協裝粧品 전시회	11/11-12	서일본 종합 전시장 West Japan General Exhibition Center	북큐우슈 화장품 협동조합 093-571-6313
제17회 POP 광고전 '87 POP JAPAN SHOW	11/11-13	토오쿄오 유통센터 Tokyo Ryutsu Center	POP광고협회 03-573-3791
'87 안경 훼어(큐우슈우 회장)	11/12	博多 Star Rain 전시회장	오사카 안경협동조합 06-771-2552
제62회 토오쿄오 스포츠용품 견본시 The 62nd Tokyo Sporting Goods Trade Fair	11/13-14	토오쿄오 국제 견본시 회장 Tokyo International Trade Center	동경 스포츠상품 협동조합 Tokyo Sporting Goods Wholesaler's Association 03-851-5949
중부 정보전 '87 CHUBU INFORMATION FAIR '87	11/13-14	아이치 무역 센터 Aichi Trade Center	
'87 신재료·신소재전 '87 New Materials & Technology Exhibition	11/13-16	나고야 무역·산업센터 Nagoya Trade & Industry Center	
'87 나고야 플라스틱 산업전 Plastic Industrial Fair '87 Nagoya	11/13-16	나고야 무역·산업센터 Nagoya Trade & Industry Center	
'87 나고야 FA 컴퓨터 & 시스템전 FA Computer & System Exhibition '87 Nagoya	11/13-16	나고야 무역·산업센터 Nagoya Trade & Industry Center	
제9회 신문제작 기술전 JANPS '87-Japan Newspaper Production Show	11/13-17	토오쿄오 국제 견본시회장 Tokyo International Trade Center	(주)일본신문협회 03-591-4401
제6회 일본 우수 자동차 기술 컨테스트 THE 6TH ALL JAPAN AUTOMOTIVE SERVICE EXCELLENCE TECHNICAL CONTEST	11/14	토오쿄오 국제 견본시회장 Tokyo International Trade Center	(주)일본자동차정비진흥회 연합회 Japan Auto mobile Service Promotion Association 03-404-6141
제22회 兆粧協 추계 일품회	11/14-15	서일본 종합전시장 West Japan General Exhibition Center	북큐우슈 화장품 협동조합 093-571-6313
'87 코오베 잠옷 전시회	11/14-16	코오베 국제전시장 Kobe International Exhibition Hall	
'87 서일본 테크노 West Japan Techno '87	11/16-18	서일본 종합전시장 West Japan General Exhibition Center	서일본 산업무역 견본시협회 West Japan Industrial and Trade Exhibition Association 093-511-6848
'87 가을 鳥取현가구 오오사카 견본시	11/17-18	오오사카 머천다이즈 매트	
'87 카고시마 네트워크 쇼	11/17-18	MBC Media Hall	
제22회 전기·전자 첨단 재료전 및 기술전 INSULATION '87	11/18-20	토오쿄오 무역센터 Tokyo Trade Center	
1987 국제 방송기기전 International Broadcast Equipment Exhibition '87	11/18-20	컨벤션 센터—토오쿄오 Convention Center TOKYO	일본전자쇼협회 03-284-1051 Japan Electronics Show Association
'87 토오쿄오 국제 가구 견본시 International Funiture Fair Tokyo 1987	11/18-22	토오쿄오 국제 견본시회장 Tokyo International Trade Center	국제가구산업진흥회 International Development Association of the Furniture Industry of Japan 03-436-2691

전 시 명	기 간	장 소	주 최
'88 오오사카 외국승용차 쇼	11/20-22	오오사카 국제전시센터 International Exhibition Center Osaka	일본자동차수입조합 06-458-6519
'87 나고야 모터 훼스티발	11/20-24	나고야시 국제전시장 Nagoya City International Exhibition Hall	
야나세 하이그래이드 훼어 Yanase Highgrade Fair	11/21-22	서일본 종합전시장 West Japan General Exhibition Center	(주)야나세 093-471-7931
제22회 국제 우표전〈JAPEX '87〉 22nd Japan Philatelic Exhibition	11/21-23	토오쿄오 무역센터 Tokyo Trade Center	
스포츠용품전	11/21-23	서일본 종합전시장 West Japan General Exhibition Center	(주)愴스포츠 093-561-0933
국제 조사 및 개발전 '87 International Research & Development '87	11/25-27	토오쿄오 국제 무역센터 Tokyo International Trade Center	일본능률협회 Japan Management Association 03-434-6211
제17회 코오베 수입 박람회 The 17th Kobe Import Fair	11/26-29	코오베 국제전시장 Kobe International Exhibition Hall	
'87 큐우슈우 근대공업전	11/27-30	서일본 종합전시장 West Japan General Exhibition Center	큐우슈산업기술센터 Kyushu Industrial Technology Center 092-411-7391
야나세 하이그래이드 훼어 '87 Yanase Highgrade Fair	11/28-29	토야마 산업전시장 Toyama Industrial Exhibition Hall	(주)야나세 093-471-7931
'87 정보 쇼ㅡ문서 정보처리 시스템전 '87 Information Show	11/중순	토오쿄오 무역센터 Tokyo Trade Center	
'87 신재료·신소재전 '87 New Materials & Technology Exhibition	11/하순	히로시마 현립 히로시마 산업회관	
마이크로 그라픽스 쇼 '87 MICROGRAPHICS SHOW '87	11/	토오쿄오 유통센터 Tokyo Ryutsu Center	일본 마이크로 협회 03-254-4672
'87 크린 엔지니어링 쇼 Clean Engineering Show '87	11/	토오쿄오 유통센터 Tokyo Ryutsu Center	일본능률협회 03-434-621 Japan Management Association
오피스 환경전	11/	토오쿄오 유통센터 Tokyo Ryutsu Center	일본능률협회 03-434-621 Japan Management Association
CATV '87	11/ or 12/	토오쿄오	
'87 일본 전자계측전 '87 JAPAN ELECTRONIC TEST AND MEASURING EQUIPMENT EXHIBITION	12/1-3	토오쿄오 유통센터 Tokyo Ryutsu Center	일본 전기계측기공업회 Japan Electric Measuring Instruments Manufacturer's Association 03-502-0602
세미콘 제펜 '87 SEMICON Japan '87	12/2-4	토오쿄오 국제 무역센터 Tokyo International Trade Center	(주)마콤·인터내셔널 Marcom International, Inc. 03-403-8515
염직과 염색의 결합 훼스티발	12/5-7	서일본 종합 전시장 West Japan General Exhibition Center	(주)유우시키 03-661-2961
'87 칸세이 JPCA 쇼 JPCA Show Kansai 1987	12/6-9	쿄오토 종합 견본시회관 Kyoto Trade Fair Center	
'87 국제 이미지 기기전	12/9-11	토오쿄오 무역센터 Tokyo Trade Center	
프랑스(France)			
가구·장식전 LES JOIES DE LA MAISON-Furnishings and Decoration of the Home	11/5-9	리용 Eurexpo	SEPEL Phone:7-222,33,44
안경 광학기기 국제견본시 SILMO-Optical Equipment Exhibition	11/13-16	파리 Parc des Expositions de la Porte de Versailles	프랑스 견본시협회 일본사무소 03-405-0171
국제 전자부품전 International Electronic Components Exhibition	11/16-20	파리 Parc des Expositions de Paris-Nord Villepinte	프랑스 견본시협회 일본사무소 03-405-0171
국제 테크놀로지 아트전 MIDEST	11/16-20	파리 Parc des Expositions de Paris-Nord Villepinte	프랑스 견본시협회 일본사무소 03-405-0171

전 시 명	기 간	장 소	주 최
모터 쇼 SALON AUTO-MOTO DE COMPETITION	11/25-29	보르도 Parcdes Expositions Bordeaux	Comité des Expositions de Bordeaux Phone : 56. 39. 55. 55
보르도 국제 스포츠용품 훼어 JUMPING INTERNATIONAL	12/4-6	보르도 Parcdes Expositions Bordeaux	Comité des Expositions de Bordeaux Phone : 56. 39. 55. 55
국제 건축재료 견본시 BATIMAT-International Building Exhibition	12/8-15	파리 Parc des Expositions de la Porte de Versailles	프랑스 견본시협회 일본사무소 03-405-0171
국제 냉난방 공조 견본시 INTERCLIMA-International Heating, Refrigerating and Air Conditioning Exhibition	12/10-15	파리 Parc des Expositions de la Porte de Versailles	프랑스 견본시협회 일본사무소 03-405-0171
서독(F.R.G)			
파이프라인 건설전 Ausstellung Leitungsbau '87-Exhibition Pipeline Construction '87	11/3-5	함부르크 Hamburg Messe	Hamburg Messe und Congress GmbH Phone : 040-35 69-0
Pirmasens 국제 피혁전 35 PLW-Pirmasens International Leather Exhibition	11/3-5	필마젠스 PLW Exhibition Halls	Pirmasenser Messe GmbH Phone : 0 63 31-6 40 41
국제 산업보안전 A + A-International Exhibition + Meeting point Safety German Congress Industries Safety + Occupational Health	11/3-6	뒤셀도르프 Düsseldorfer Messegelande	재일 독일 상공회의소 견본시부 03-593-1642
기계공학부품 견본시 3rd INTECA-Trade Fair for Technical Elements,Component Asse- mbles and Standardised Components for Mechanical Engineenng	11/4-7	프랑크푸르트 Frankfurt Fairground	P.E. Schall GmbH Messeunternehmen Phone : 07025-2061
국제 우표 견본시 Philatelia-International Postage Stamp Fair	11/5-8	킬른 Köln Messe	재일 독일 상공회의소 Köln Messe 대표부 03-593-1640
전자공학 Hobby전 HOBBY ELEKTRONIK 87-Exposition for Practical Electronics, Microcomputers and Modelmaking/Model Railways	11/5-8	슈트트 가르트 Messe Stuttgart	Stuttgarterter Messe-und Kongress-GmbH Phone : 0711-2589-1
제7회 국제 전자부품 제조기기 견본시 PRODUCTRONICA-7th International Tarde Fair for Electronics Production	11/10-14	뮌헨 MESSE MÜNCHEN	재일 독일 상공회의소 견본시부 03-593-1641
금속 가공전	11/11-14	함부르크 Hamburg Messe	P.E. Schall GmbH Messeunternehmen Phone : 07025-2061
MUSICA '87 MUSICA '87-The Fair for Musical Instruments, Electronic Music, Musical Equipment and Printed Music	11/12-15	함부르크 Hamburg Messe	함부르크 주일대표 사무소 03-443-4111
국제미술견본시 Art Cologne-International Art Fair	11/12-18	킬른 Köln Messe	재일 독일 상공회의소 Köln Messe 03-593-1640
MEDICA 국제회의·전시회 MEDICA-Diagnostica-Therapeutica-Technica International Congress and Exhibition	11/18-21	뒤셀도르프 Düsseldorfer Messegelände	재일 독일 상공회의소 견본시부 03-593-1642
국제 농업기계전 AGRITECHNICA-International DLG Exhibition for Agricultural Machinery and Equipment, Accessories and Spare Parts	11/23-27	하노버 Hanoverr Fair Grounds	Deutsche Landwirtschafts- Gesellschaft e. V. Phone : 069-716 80
산업 에너지 기술회의·부설전 ENKON 87-Convention with Trade Exhibition for Industrial Energy Techniques	11/25-27	뉴른베르그 Nuremberg Exhibition Centre	NMA Nürnberger Messe-Und Ausstellungsgesellschaft mbH Phone : 0911-8606-0
제4회 북유럽 전자공학전 ELECTROTEC 87 HAMBURG-4th North European Trade Exhibition for Electronics, Electrical Engneering Power Transmission and Handling Technology	11/25-28	함부르크 Hamburg Messe	함부르크 주일대표 사무소 03-443-4111
미술·골동품전 VKA 87-15th Sales Exhibition of the Baden-Wurttemberg Association of Art and Antique Dealers	11/26-29	슈트트가르트 Messe Stuttgart	Stuttgarter Messe-und Kongress-GmbH Phone : 0711-2589
수공예품전 10th HEIM-HANDWERK Handicrafts in the Domestic Sphere with Special Shows by the Different Handicrafts Branches	11/28-12/6	뮌헨 MESSE MÜNCHEN	재일 독일 상공회의소 03-593-1641
유럽 소프트웨어 회의·부설 국제전시회 EURO SOFTWARE '87-European Software Conference with an International Exhibition	12/7-9	비스바덴 Rhein-Main-Halle	NETWORK GMBH Phone : 05033-7057

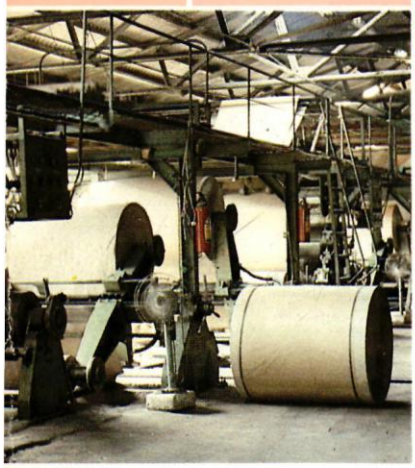
전 시 명	기 간	장 소	주 최
네덜란드(Netherlands)			
컴퓨터 쇼 Micro Computerdagen '87-Computer Show for Hobbyists and Professional Users	11/20-21	유트레히트 Jaarbeurscomplex	Royal Netherlands Industries Fair Phone : 030-955 911
카라반 캠핑 및 여가 정보전 Caravan+Camping RAI-Everything to do with Caravans and Camping and full Holiday Information	11/20-25	암스테르담 International Exhibition and Congress Centre RAI	RAI Gebouw by Phone : 020-5 411 411
미술·공예품 훼어 Arts and Crafts Fair with Exhibition of Works of Arts by Amateurs	12/10-13	유트레히트 Jaarbeurscomplex	Royal Netherlands Industries Fair Phone : 030-955 9111
크리스마스 훼어 Kerstflora-Christmas Flora	12/	암스테르담 International Exhibition and Congress Centre RAI	RAI Gebouw by Phone : 020-5 411 411
싱가폴(Singapore)			
아시아 에너지 기술회의 전시회 Asian Conference/Exhibition on Energy Technology	11/5-7	싱가폴 Raffles City Convention Center	Conference & Exhibition Management Services Pte Ltd Phone : 2788660
제6회 싱가폴 국제 가구 견본시 6th SIFS-6th Singapore International Furniture Show	11/14-22	싱가폴 World Trade Centre	Singapore Manufacturer's Association Phone : 2785211
제5회 가정용 전기·전자제품전 Home Appliances '87-The 5th Exhibition on Electrical and Electronic Products for the Home	11/18-22	싱가폴 World Trade Centre	Technotrend Pte Ltd Phone : 2357600
스페인(Spain)			
국제 화학전시회 EXPOQUIMIA-87-International Chemical Fair	11/8-13	바르셀로나	Feria di Barcelona Phone : 93-223 3101
국제 산업기계 쇼 METROMATICA-International Show of Industrial Instrumentation and Automation	11/10-14	자라고우자	Institucion Feria de Muestras Phone : 313211
국제 로보트 쇼 ROBOTICA-International Show of Robots, Manipulators and Components	11/10-14	자라고우자	Institucion Feria de Muestras Phone : 313211
스웨덴(Sweden)			
포장기계·자재전 Pack 87	11/24-26	말모 Malmö Exhibition Centre	Malmö Exhibition Centre Phone : 0-40-800 30
스웨덴 의사회 국제견본시 MEDICINE 87-International Trade Fair and the Annual General Meeting of the Swedish Society of Medicine	12/2-4	스톡홀름 STOCKHOLMSMÄSSAN	STOCKHOLMÄSSAN Phone : +46 8 749 11 00
스위스(Switzerland)			
직물 견본시 Intertex Pricipal Presentation-Fabrics	11/2-6	쮜리히 TMC	Dreyfus+Hauser AG Phone : 01-202. 56. 96
제15회 제네바 골동품전 15th Geneva Antiques Fair	12/10-13	제네바 PALEXPO	ORGEXPO Phone : 022-98. 11. 11
우표 전시회 Stamp Exchange	12/12-13	제네바 PALEXPO	ORGEXPO Phone : 022-98. 11. 11
미국(U.S.A.)			
국제 세라믹 타일전 International Ceramic Tile Exposition	11/1-3	오란도 Orlando County Convention /Civic Center	Marvin Park & Associates Phone : (312)823-2151
2도시 공구·제조공학회의 전시회 Twin Cities Tool & Manufacturing Engineering Conference & Exposition	11/3-5	세인트폴 St Paul Civic Center Arena	SME-Society of Manufacturing Engineers Phone : (312)271-1500
남부 코네타컷 산업박람회 Southern Connecticut Industrial Expo	11/4-5	브리지포트 Bridgeport Jai Alai Facility	Key Productions. Inc. Phone : (203)247-8363
남서부 반도체·전자광학전 Southwest Semiconductor & Electronics Exposition	11/10-11	피닉스 Phonenix Civic Plaza Convention Center	Cartlidge & Associates, Inc. Phone : (408)554-6644
추계 시장 & 견본 세일 Fall Market & Sample Sale	11/12-13	샌프란시스코 Western Merchandise Mart	Western Merchandise Mart Phone : (415)552-2311
텍사스 건축협회 1987년 회의·전시회 Texas Society of Architects 1987 Annual Meeting & Products Exhibition	11/12-14	휴스턴 Geo. Brown Convention Center	Texas Society of Architects Phone : (512)478-7386











'86년부터 우리의 무역 수지는 흑자 시대에 돌입했읍니다. 이는 오로지 우리 모두의 피나는 노력의 결과입니다. 이제 우리에게 주어진 무거운 과업은 90년대에 기필코 선진조국을 건설하는 일입니다.

이를 위하여 우리는 수출을 더욱 증대하지 않을 수 없으며 그것은 기술혁신, 생산성 향상, 새로운 시장개척과 국제 경쟁력이 높은 우수한 제품의 개발 여하에 달려 있읍니다. 보다 편리하고 아름답고 다양하며 고품질의 저렴한 제품을 만드는 것은 바로 종합된 두뇌 기술의 영역이며 또한 산업디자인의 전문 영역이기도 합니다. 이렇게 만들어진 제품들은 보다 합리적이며 현재 유통구조에 맞게 경제적으로 포장될 때 비로소 우수한 상품이 됩니다.

이 모든 것을 성취하는 길은 결국 우리에게 내재한 무한한 잠재력을 일깨우는 두뇌기술의 개발과 이것의 적극 활용 뿐입니다.

이와 같이 수출 증대와 국가 경제 발전에 결코 빼놓을 수 없는 중요한 요소인 산업디자인과 포장분야의 육성·발전을 위하여 「한국디자인포장센터」는 여러가지 국가시책사 업을 강력히 추진하고 있읍니다.

주요사업

- **연구개발사업**
  중소기업 상품디자인 및 포장기술의 연구개발
- **지도사업**
  중소기업 상품디자인 및 포장기술의 지도 상담
- **교육연수사업**
  기업체 실무디자이너를 위한 산업디자인 교육 및 포장관리사 교육
- **출판 및 홍보사업**
  「산업디자인 지」 및 「포장기술지」발간, 기타 전문서적 출판
- **전시사업**
  「대한민국산업디자인 전람회」및 기타 관련전시, 상설전시관 운영, 전시장 대여
- **자료수집·관리 및 전파사업**
  디자인 및 포장분야의 전문도서, 자료를 소장한 도서관 및 자료실 운영
- **국제협력사업**
  국제산업디자인단체협의회(ICSID), 국제시각디자인협의회(ICOGRADA) 세계포장기구(WPO), 아시아포장연맹(APF) 등 국제기구 가입 및 회원단체간 상호 정보교환
- **관련단체 지원사업**
- **포장자재 공급사업**
  국제규격의 골판지상자 공급을 위한 시범공장 운영
- **기타 정부의 위촉사업 및 승인사업**

한국디자인포장센터
KOREA DESIGN & PACKAGING CENTER



KSG 5700 표시허가

1987 GOOD DESIGN

Q 품질보증

인간과 기술이 조화되는 사무환경의 창조

앞서가는 기업이 선택하는 새로운 사무용가구 시스템

한샘퍼시스

HANSAEM FURNITURE SYSTEMS INC.

Fursys

서울 강남구 논현동 97

TEL/546-7431 FAX/549-0316