

• 登録日字 1971年 1月 14日 • 登録番號 社-599號

디자인·포장

Design & Packaging

43

1979 VOL.10





생각이 구름처럼 피어 오를 때



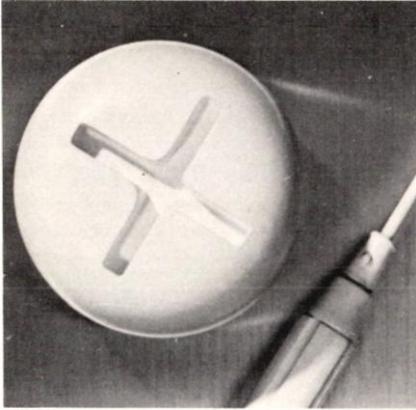
디자인칼라를 쓰실 때는 레트라세트도 함께 써 주십시오. 색상이 선명하고 발색이 뛰어난 디자인 칼라와 세계적으로 아트워크에 보편화되어 이용되는 레트라세트는 서로 잘 어울리는 커플입니다. 저희 알파화학에서는 칠하기 부드럽고 얼룩이 가지 않으며 오래 두어도 변색되지 않는 디자인칼라 개발에 정진해 왔습니다. 생각이 구름처럼 피어오를 때, 디자인 칼라와 레트라세트를 찾으십시오. 알파영업소와 국내 유명화방에서 판매합니다.

DESIGN COLOR

最高級 專門家用 포스터 칼라

영국 WINSOR & NEWTON 한국총대리점
 영국 LETRASET 한국총대리점
 일본 KUSAKABE 한국총대리점

α 알파화학 74-8078
 74-0083



모든 산업 제품들이 고급화되기 위해서는 고도의 매카니즘이 필요하다.
'나사'와 '드라이버'를 보다 나은 제품의 조립을 위한 기본으로 상징화시켜 표현해 보았다.

● 『디자인·포장』通卷 第43號, Vol. 10

●發行 監 編輯人
金 熙 德

●發行日
1979年 3月 31日

●編輯·發行

한국디자인포장센터

本 社 / 서울特別市 鍾路區 蓮建洞 128-8
Tel. (762) 9461~5

示範工場 / 서울特別市 永登浦區 加里峯洞 第2工團
Tel. (85) 6101~4

釜山支社 / 釜山直轄市 釜山鎮區 鶴章洞 261-8
Tel. (92) 8485~7

●印刷·製本
三和印刷(株)

●價 格
1部 1,500원 / 1年 구독료 8,000원

●産業 디자인 定着을 위한 水平的 実行課題 2

The Lateral Task for the Settlement of Industrial Design

서울대학교 美術大學 教授 閔哲泓

●英國의 그래픽 디자인 敎育과 現況 7

Education of British Graphic Design

서울대학교 美術大學 敎授 金敎滿

●原色画報 14

1978學年度 各 大學 卒業展 作品選

Color Pictorial—The Selection of Works for the Graduation Exhibition in Univ. '78

●제14회 대한민국 산업 디자인 전람회 개최 공고 17

●침묵과의 대화—에토레 소트사스 Jr.의 디자인 철학 18

Conversation with Silence—Design Philosophy of Mr. Ettore Sottsass Jr.

●都市空間의 街路裝置와 産業 디자인의 역할 ㉓ 22

Street Furniture of City Space and Role of Industrial Design

誠信女子 師範大學 專講 鄭大有

●世界의 産業 디자인史 ㉑ 29

The History of World Industrial Design

弘益大學校 美術大學 敎授 李慶成

●디자인 經營事例 / 스페리 유니박 디자인 센터 34

Sperry Univac Design Center

●韓國의 傳統紋樣 ㉔ 40

Traditional Patterns in Korea

國立中央博物館 學芸研究室 林永周

●産業陶磁 開發의 進路 46

The Way for the Development of Industrial Ceramics

檀國大學校 応用美術科 敎授 鄭澤淳

●믿고 찾는 브랜드는 知慧와 努力과 忍苦의 結實 50

서울대학교 美術大學 敎授 趙英濟

●自動車 디자인의 理論과 實際 ㉒ 52

The Theory & Actuality of Auto. Design

企垂産業 디자인실 朴敎信

●企劃 시리즈 / 包裝改善과 販賣戰略 ㉑ 57

Improvement of Packaging & Strategy for Marketing

●디자인 뉴스—New Product 58

Design News—New Product

●End line 64

●附錄 / 디자인·포장 用語解説

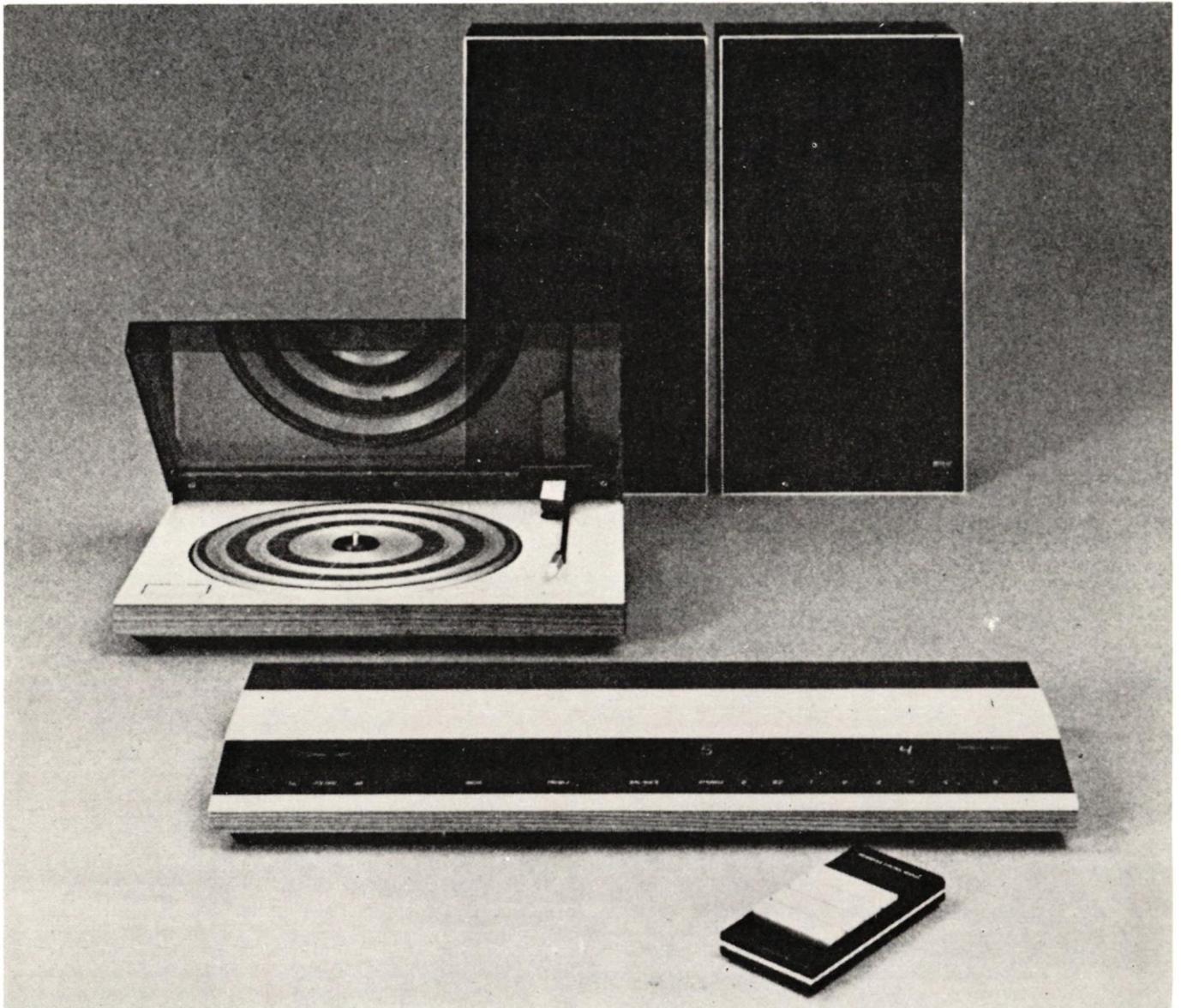
Terminology for Design & Packaging

The Lateral Task for the Settlement of Industrial Design

産業 디자인 定着을 위한 水平的 実行課題

閔 哲 泓
서울대학교 美術大学 教授

덴마크 Bang & Olufsen사의 Beosystem 2400



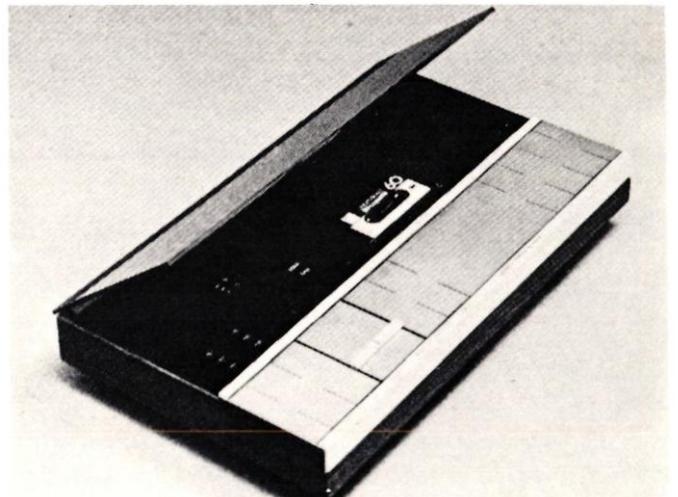
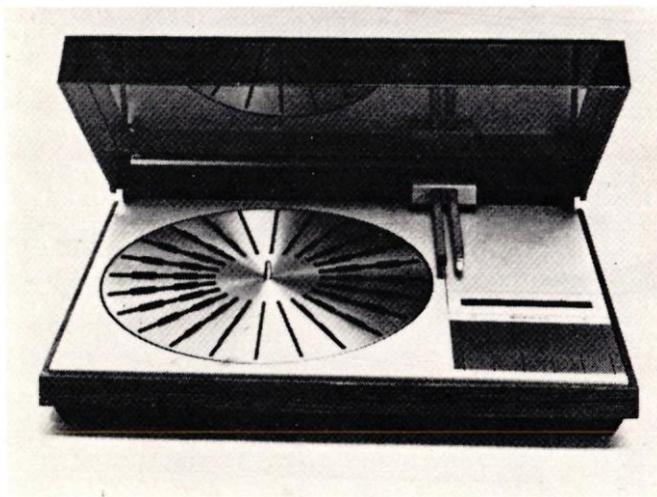
산업 디자이너는 한 제품을 제작하기 위해 무엇이 어떻게 있어야 하며 또한 그것이 어떠한 시스템으로 이룩되어야 한다고 창조적인 발상으로 대상을 제시하는 제안자라야 한다. 그러기 위해 산업 디자이너는 비상한 통찰력과 사고력, 조직적이고도 치밀한 두뇌, 창조적이고도 뛰어난 조형 감각의 소유자라야 하며, 과학 기술의 지식 또한 풍부해야 한다.

본고에서는 디자이너 자신의 자질이나 경험 또는 연구 자세 등의 내적인 문제를 떠나 산업 디자인 과정에서 요구되는 제반 문제들을 우리 나라의 현실에 바탕을 두고 고찰해봄으로써 우리 나라 산업 디자인 발전의 방안을 모색해 보고자 한다. - [편집실] -

산업 디자인의 의의는 한 마디로 산업 제품이 인간 생활에 기여할 수 있는 새로운 필요에 부응하는 욕구 충족을 이룩하는 것이라 하겠다. 또한 산업 디자이너가 디자인에 임할 때 회구하는 목표는 기존 사물에 외형적인 조형미(造形美)를 가미한 소위 주택 디자인(housing design)이나 이를 위한 스타일리스트로서의 범주에 머무르는 것으로 역할을 다했다고는 생각지 않으며, 보다 근원적인 발상과 새로운 시스템의 창조로 이룩되는 제품 개발에 참여하는 것에서 존재 가치와 의의를 찾는다.

1970년대에 들어서서 공업 임국을 지향하는 우리 나라는 수출 1백억 달러를 달성하고 공산품(工産品)의 비중이 나날이 늘어

나고 있어 가히 선진 대열에 육박하고 있으나, 실은 선진 공업국의 기술과 원자재 또는 부품을 도입하여 노동 집약적인 처리로 이룩되는 산업 분야가 대종을 이루었다고 하여도 과언은 아닐 것이다. 한 마디로 노하우(know how)의 시기이며, 이러한 시기에 디자이너의 역할이란 미미할 수밖에 없었으며, 주택 디자인의 한계를 벗어나기 힘든 시대였다. 특히 산업 디자인은 아무리 발상이 좋아도 이를 실현할 수 있는 기술적·생산적 뒷받침이 불가능할 때 하나의 공상으로 끝날 소지가 많으며, 이것이 이룩되어도 디자인 여하로 기능성(機能性)과 조형성(造形性)으로 말미암은 성패가 좌우되는 것으로서 일관성 있는 디자인 정책과 계획,



상기 제품들은 기존 부품이나 시스템으로서는 이룩될 수 없는 독자성과 참신성을 지니고 있다.

그리고 협동 체제에서만 성취될 수 있는 성질의 것이다. 우리 나라에서도 이미 이러한 사실과 중요성을 인식하여 한국 디자인 포장 센터(KDPC)와 한국 과학 기술 연구소(KIST)를 비롯한 과학 기술 연구 기관과 전문 대학 등 교육 기관의 확충과 우수한 기능공의 양성 등에 박차를 가하고 있으며, 특히 기초 과학 부문의 육성 발전으로써 선진국형 산업 구조로 개편하기 위해 노력하고 있는 것으로 보인다. 물론 이러한 계획들이 일조일석에 이루어지는 것은 아니며, 절대적인 시간을 투입하고 시행착오를 극복해 나갈 때 비로소 성취되고 발전해 나가는 것이라 하겠다.

그런데 여기서 바라고 싶은 것은 그것이

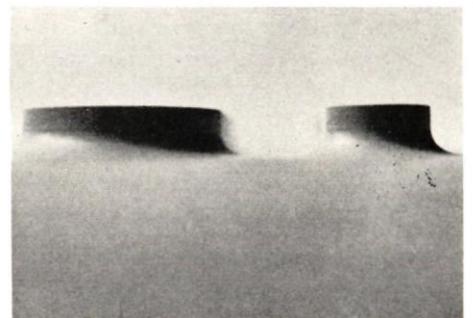
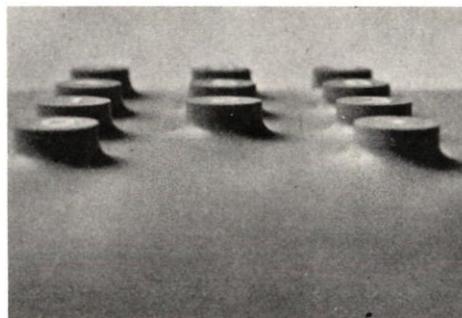
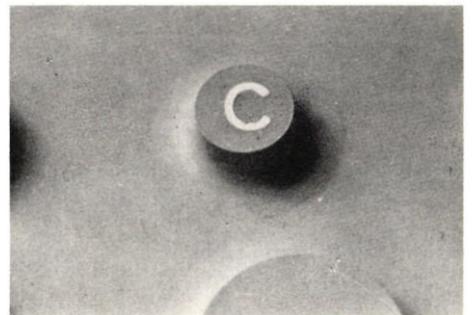
한 단계 또는 두 단계의 도약이 되어서는 안 된다는 것이다. 왜냐 하면 다른 선진국도 계속 발전을 거듭하고 진취적인 자세를 취하는 한 이를 능가하기는 매우 힘들 것이 자명하고, 오로지 삼단 도약을 함으로써 이를 능가하는 것이 첩경일 수밖에 없기 때문이다. 이를 위해 정부 주도형인 기관에만 의존하는 것은 소극적인 방법에 불과하며, 기업과 학계의 유대 및 기업 자체 연구 기구의 획기적인 확충이 이룩되어야 한다.

선진국의 우수한 기업들은 자체 연구 기관에 막대한 예산과 인원을 투입하여 새로운 가능성과 제품 개발에 심혈을 기울이고 있으며, 이의 소산이 과학 또는 기술 정보로서 곧 우리들의 손에 들어오나 이의 생산성 여

부를 검토하고 코우스트 다운(cost down)이나 생각하는 기업 풍토에서는 바람직한 산업 디자인의 개발이 실현될 수 없다.

이상은 산업 디자인 개발에 선행되는 과학 기술의 중요성을 간략하게 논한 것이다. 무엇을 개발할 것인가의 출발점에서 과학 기술자만의 발상이나 구상으로 이루어지는 것은 비효율적이며, 바람직한 것은 산업 디자이너의 조기 참여이다.

산업 혁명 이후 범람하는 산업 제품의 질적인 문제나 도구로서의 일차적인 기능 충족 이외의 문제들로 말미암아 태동하게 된 디자인 부문의 생성 등 디자인사를 논하지 않아도 산업 생산과 산업 디자이너의 역할과는 불가분의 관계에 있을 뿐만 아니라, 더 나아



가서는 제품 자체의 개발이 디자이너의 착상에 근거를 두고 기술적 뒷받침이 뒤따르는 것이어야 바람직한 결과를 초래한다. 왜냐 하면 디자이너는 그 제품의 제작 과정과 사용자의 사회적·생리적·심리적·인간 공학적 모든 기능과 조형적·심미적 기호성 등 모든 문제들을 하나의 통합된 사고로 분석하고 실험하며 계획하는 임무를 지니고 있기 때문이다.

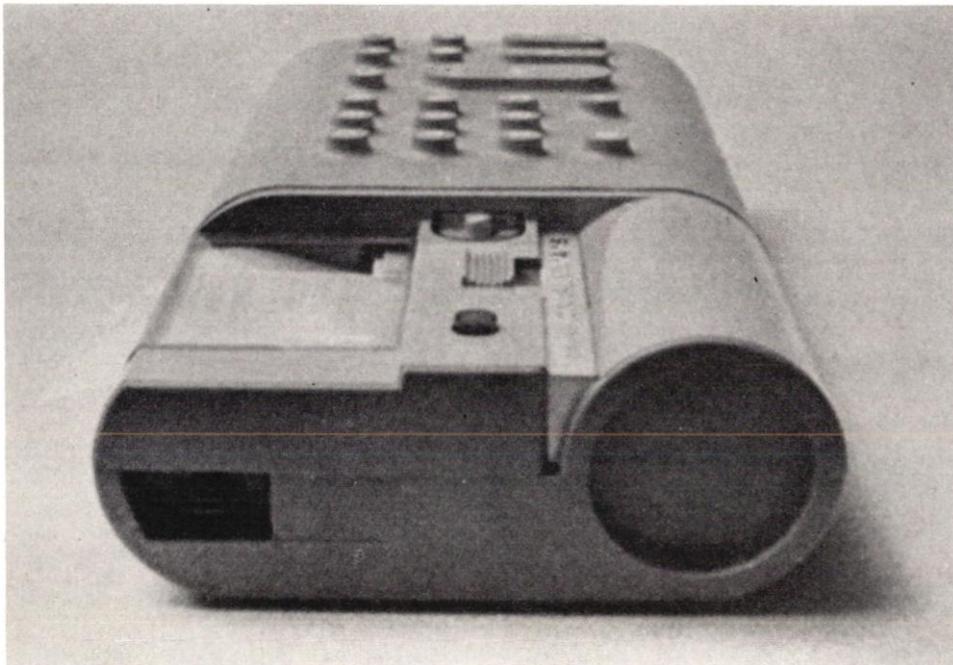
다시 말해서 디자이너는 무엇이 어떻게 달라져야 좋을 것이라는 일을 하는 사람이 아니라, 어떤 역할을 위해서 무엇이 어떻게 있으면 좋겠고 그것은 이러한 시스템으로 이루어져야 한다고 창조적인 발상으로 대상을 제시하는 제안자라야 한다는 것이다. 이러한

역할을 해 내야 하는 산업 디자이너는 모름지기 비상한 통찰력과 사고력, 조직적이고도 치밀한 두뇌, 그리고 창조적이고도 뛰어난 조형 감각(造形感覺)의 소유자라야 하며 과학 기술의 지식 또한 풍부해야 한다. 그러나 지속적으로 한 계통의 분야에서 활약하고 연구하는 경우가 아닐 때에는 전문 과학 기술자만큼 그 분야에 통달할 수는 없으며, 이러한 성격상 상호 협동과 일관성 있는 협력으로써 바람직한 역할을 수행하게 된다.

다음으로 디자인 개발의 중요한 방안으로서 산업체의 기구 조직과 관리상의 개혁이 하루 속히 실천되어야 한다는 것이다. 한 예로 미국 제너럴 모우터즈(General Motors)의 경우와 같이 디자인 담당 부사장 직

속으로 기술 부문·디자인 부문·관리 부문을 두고, 기술부와 디자인부에 각기 개발 부서를 두어 미래 지향적인 새로운 가능성 추구에 임하게 하고 있다. 상기 두 부서는 각기 독립성을 지니면서도 횡적인 유대와 상호 협동 체제를 유지하고 있다.

전자 과학 분야의 총아로서 현대 산업 사회에 획기적 공헌을 한 컴퓨터의 경우 IC의 개발이나 기적의 칩(CHIP)이라는 소자의 개발이 수반하지 않았다면 콤팩트하고도 다각적으로 실용화될 수 있는 오늘의 컴퓨터의 실현은 불가능했을 것이며, 플라스틱의 개발이 현대 사회의 생활 패턴이나 산업에 기여한 것으로도 하나의 좋은 예가 될 것이다.



이탈리아 Olivetti 사의 Divisumma 18 : Portable electronic printing calculator

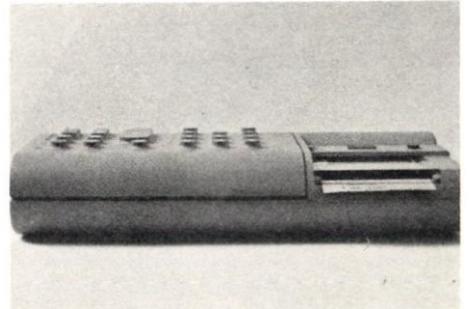
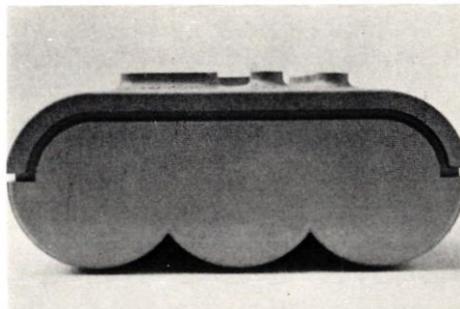
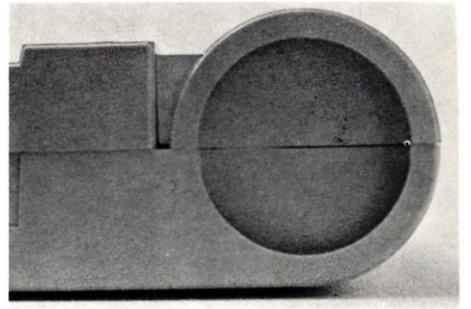
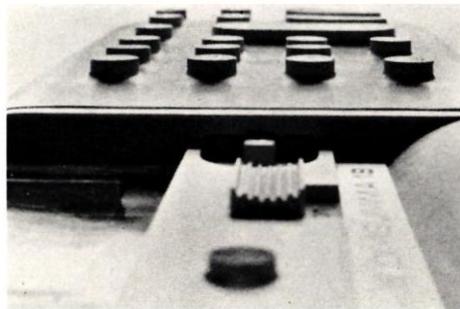
우리의 산업이 노우 하우(know how)의 시대를 어쩔 수 없이 감수했어야 했다는 것을 긍정적으로 받아들인다고 하여도 수출 전략 면에서나 성장의 지속을 위해서는 새로운 제품 개발에 가일층 주력하지 않으면 안 될 시점에 이른 것으로 보아야 한다. 우리 나라의 일천한 산업 디자인 분야도 어쩌면 과도기적 노우 하우의 시대였는지도 모른다. 그러나 자질과 의욕에 넘치는 젊은 디자이너들이 각 교육 기관에서 배출되고 있으며, 그들이 이상과 보람으로 생각하는 임무에 대해서 회의나 좌절감을 느끼게 하는 불행이 더 이상 지속되어서는 안 될 것이다.

한국 디자인 포장 센터를 비롯한 진흥 기관이 디자인 창달과 개발에 지속적인 산과

역이 되어 줄 것을 기대한다. 대한민국 산업 디자인 전람회 수상작이나 우수작의 실용화도 일부에 불과한데, 이들의 산업에의 기여가 미진한 것으로 인식되어 온 것도 디자이너만의 책임으로 돌릴 수는 없다. 그것은 첫째로 기업의 자세가 아직 이들의 제안을 받아들일 여건하에 있지 않다는 것을 뜻한다. 둘째로 디자이너가 산업체에 실용화될 수 있는 디자인 정보 및 자료 활용이 부진하다 할 것이다. 셋째로 이러한 상황 아래 우리나라에서 실제 제작되어 제품화되는 것의 제약과 한계를 의식한 출품자의 기회에서 나온 결과로 보아야 마땅하다.

이러한 현상은 출품 디자이너가 등용문으로서의 역할이 큰 행사에 실현성만을 고수

하여 폭넓은 자기 기량과 미래 지향적인 가능성의 일면을 보이는 것을 포기하라고는 어느 누구도 강요할 수 없기 때문이다. 오히려 일선 디자이너들은 기업에서의 제약과 한계에서 억압된 디자이너로서의 의욕과 자기 실험 또는 울분을 터뜨리는 기회로 삼는다고도 보아야 하며, 그것은 디자인 정신에 위배되었다기보다는 오히려 권장해야 마땅한 것으로 평가해야 한다. 왜냐 하면 작게나마 앞으로의 발전된 우리나라의 산업 디자인계를 위해 독자적인 신음을 하고 있다는 증거이기 때문이다. 역설적인지 모르나 이 사실만으로도 우리나라의 산업 디자인계의 앞날은 매우 밝다고 말하고 싶다.



英國의 그래픽 디자인 敎育과 現況

金 教 滿
서울대학교 美術大學 敎授

필자 김 교만 교수는 작년 4월 초에서 8월 말까지 영국의 세인트 마틴스 미술 대학에서 그래픽 디자인에 관해 연구하고 런던 소재 미술 대학들의 졸업전을 참관하였으며, 개인전을 개최한 바 있다. 그는 또 런던의 각 공항과 철도역의 환경 디자인 및 유럽 각국의 사인 시스템과 그래픽 디자인을 고찰하였다고 한다.

본고에서는 영국의 환경 그래픽 현황과 그 역사적 배경을 고찰한 뒤 필자가 수학한 세인트 마틴스 미술 대학의 敎育 과정과 졸업전 등에 관해 살펴본다. -〈편집실〉-

우리 나라의 디자이너가 서구 문명의 발자취를 살펴볼 기회를 가진다면, 건축가는 비잔틴(Byzantine) 양식의 돔(dome)이 어떠한 스케일로 건립되었으며 또한 석재(石材)로 된 거대한 건물이 기계의 혜택 없이 어떻게 세워졌는지 우선 관심을 갖지 않을 수 없다. 그래픽 디자이너는 거리의 사인 보드(sign board)나 포스터가 도시 공간(都市空間)에 어떠한 영향을 주며, 서구의 빌 보드(bill board)는 어떠한 방법으로 설치되고 또 왜 설치해야 되는지, 그리고 런던 지하철 벽면에 붙여진 수십만 매의 포스터는 왜 대량을 붙여야 하는지 그 이유와 역사적 배경 등을 알고 싶어할 것이다. 이제 우리가 디자인의 역사를 이해한다면 보다 큰 친밀감과 애착을 디자인에 가질 수 있으리라고 생각한다.

오늘날의 그래픽 디자인은 종이 위에 인쇄되는 소극적인 범주에서 벗어나 건물·고속도로·역·공항 등 어디서나 우리 인간에게 커뮤니케이션이란 사명감을 띠고 공현하고 있는데, 이것은 그래픽 디자인의 중요성을 그만큼

현사회에서 요구하고 있기 때문이며, 또한 과거의 훌륭한 디자인 역사를 간직하고 있었기 때문이다.

이제 영국의 그래픽 디자인 현황과 오늘날까지 발전해 온 그래픽의 역사적 배경 및 영국의 그래픽 디자인 敎育 방법에 관해서 살펴보고자 한다.

環境 그래픽 현황

영국행 비행기를 타면 도우버 해협을 파란 바다색이 아름답다고 느끼기도 전에 영국 영토에 와 닿는다. 허허벌판에 세워진 히드로 공항의 사인들이 다정하게 안내를 기다려 준다. 원래 공항의 설비는 그 나라의 공공 봉사 위한 장소로서 개인 기업체의 경우와 같이 시설 및 사인 디자인의 우수성으로 인해 이용객이 증가한다든가 수입액을 높인다든가 하는 영업상의 요건이 될 수 없는 것이다. 그럼에도 불구하고 히드로 공항은 공익을 위한 장소로서 세계적인 규모를 갖추고 있다. 공항이란 장소는 도심지에서 멀리 떨어져 위치하는 지리적 요건과 까다로운 탑승 절차, 기다리는 시간, 탑승 시간 변경 등은 타국인에게 더한층 불안과 초조감이 감돌게 만들며, 외국인들 틈에 끼어 언어가 부자유로우면 더욱 불안한 감을 금할 수 없을 것이다.

이와 같은 환경에 있는 타국인에게 유일한 안내자이며 지도자는 바로 사인 보드(sign board)인 것이다.

사인 및 심볼은 공항의 기능과 이용객의 커뮤니케이션 수단으로서 가장 친절한 안내자 역할을 하고 있다. 그러므로 가장 알기 쉬운 사

인 시스템(sign system)의 완비는 대중 수준의 제일의 조건이 된다. 습기가 많고 안개가 잘 끼는 영국의 지리적 요건으로 황색이 기본색으로 되었는데는 모르나, 황색 바탕에 검은색 문자는 우선 명도(明度)나 채도(彩度)의 차이가 많아 읽기 쉽고 눈에 잘 띈다.

이해하기 쉬운 픽토그램(pictogram)과 심볼(symbol)은 언어가 부자유스런 타국인에게 만국어의 기능을 심분 발휘하고 있다. 특히 긴급을 요하는 장소나 화장실·간호실 등의 표지는 픽토그램 문자 외에 4개국어로 표기하여 커뮤니케이션을 다했다기보다 호뜻한 인간미를 느끼게 한다.

공항에서 시내로 향하기 위해 공항 지하철로 내려가는 통로에 이르면 그래픽 디자인의 향연이 베풀어진다. 그래픽 디자인이 인쇄 매체(印刷媒體)만에서 탈피한 지 오래되지만, 아직까지 환경에서 이용되는 그래픽의 명칭이 무엇인지 확실히 알 수 없다. 예를 들면 환경 그래픽(environmental graphic)·수우퍼 그래픽(super-graphic)·아키텍처얼 그래픽(architectural graphic) 등 명칭이 다양하나, 어쨌든 그래픽 디자인에 광고 디자인이 틀림없다고 생각하는 필자로서는 공항 지하철의 그래픽 디자인은 환경 디자인이라고 칭하기보다는 수우퍼 애니메이션(super animation)이라고 칭함이 옳을 것 같았다.

승객이 이동 보도에 올라서면 시간과 공간의 이동으로서 약동해 보이는 즐거운 효과는 1백 미터 이상의 벽면 길이가 짧은 느낌이며, 잠시 동안 그래픽 디자인에 동화되어 버리는 듯한 기묘한 공감을 느끼게 한다. 이 통로는 터미널 3번에 연결되는 부분으로서 1977년 11월 지하철이 공항과 연결되던 시기에 완공된



것이다. 이와 같이 이용객에게 즐거운 커뮤니케이션의 환경을 제공하고 있는 것은 종합적인 그래픽 시스템을 담당한 잭 키니어(Jack Kinneir)를 중심으로 모인 그래픽 디자이너들의 공적이다.

이 철저히 아름답게 추구된 영국 공항 사인 시스템을 세계 각국에서 참고로 채용하고 있는 사실은 커뮤니케이션의 연구가 얼마나 정화한지 증명하고 있다.

지하철 플랫폼으로 유도하는 통로 양측 벽면에는 수만 개의 포스터가 전시되어 있는데, 그 속을 헤쳐 나가는 순간순간은 그래픽 디자이너에게 참으로 즐겁기 한이 없는 시간이다. 지상의 도심지에 이르면 녹색 가로수 옆에 세워진 빌 보오드의 빨간 색조의 포스터들이 녹색 나뭇잎과 대비되어 더한층 신선한 환경을 조성하고 있으며, 다양 다색의 사인과 문자들이 잘 정돈되어 있어 건물들의 격조를 한층 더 높이고 있다.

이 우수한 그래픽 디자인들은 런던 시민의 생활과 동화되어 빛나고 있다. 이와 같은 시각적인 커뮤니케이션의 성공은 고도의 전문 교육을 받은 그래픽 디자이너들의 위대한 업적이며, 차원 높은 디자인을 받아들이는 영국 시민의 안목 또한 윌리엄 모리스(William Morris) 이래 문화적 전통을 배경으로 생활해 온 영향 때문이라고 생각된다.

英國 그래픽 디자인의 歷史的 背景

영국은 유럽 여러 나라 중에서 일찌기 산업혁명을 이룩한 나라로서 세계 최초로 국제 박람회를 개최하였고, 윌리엄 모리스(1836~1896)의 미술 공예 운동, 세계 최초의 철도와 지하철 개통 등으로 유럽 제국 중 선진국으로서의 이니시에이티브를 잡고 있었다. 영국은 1851년에 영국의 공업 발전상을 세계에 널리 알리고자 세계 박람회를 개최하였다. 그 역사적 배경을 보면, 당시의 대영제국은 세계를 지배하고 각지에 식민지를 거느려 그 식민지로부터 자원을 획득하였으며, 기계 발명에 의한 대량 생산품이 국내는 물론 유럽 등 세계 시장으로 팔려 나가게 되어 경제적으로는 말할 것도 없고 공업국으로서도 선두 위치를 달리고 있었던 것이다.

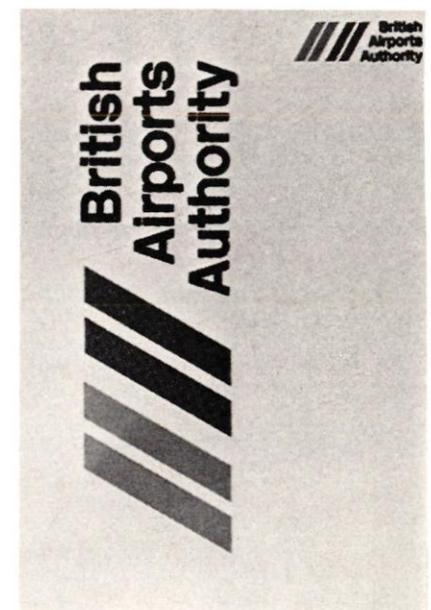
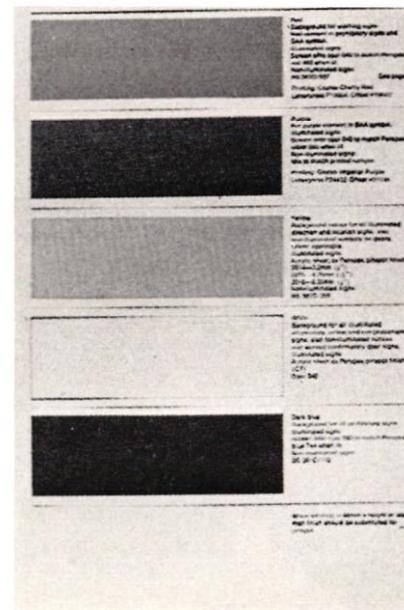
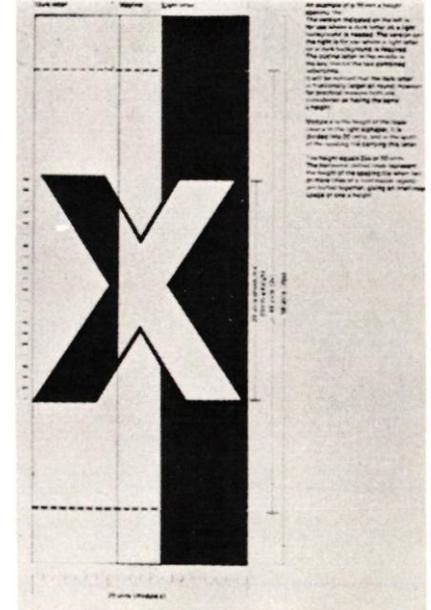
종래의 수공업 생산이 기계의 혜택으로 대량 생산화하게 됨에 따라 제품을 해외로 선전하기 시작한 광고 시대를 형성하게 되었고, 보다 큰 세계 시장을 확보하기 위하여 대대적인 제품 시위 계획으로 이루어진 전시가 바로 런던 세계 박람회이다. 이 박람회는 "세계의 공장(workshop of the world)"이라는 주제 아

래 영국의 과학·산업·공업 발전상의 결정체로서 건립되었는데, 이 전시관을 수정궁(水晶宮: crystal palace)이라고 불렀다. 이 전시장은 유리와 철근으로 건조된 거대한 온실 모양으로서 오늘날까지도 상상하기조차 어려운 과학의 힘으로 건립된 것이다. 이 전시장에는 세계 40여 개국에서 출품한 제품 1만 5천 점이 전시되었으며, 144일간의 전시 기간 중 640만 명의 관중을 동원함으로써 대성공을 거두었다.

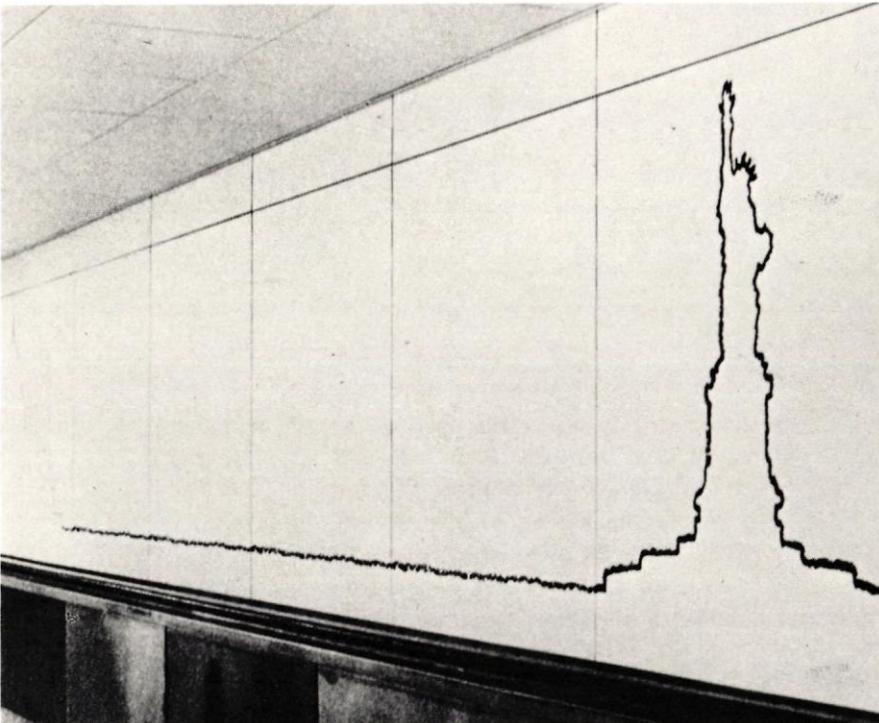
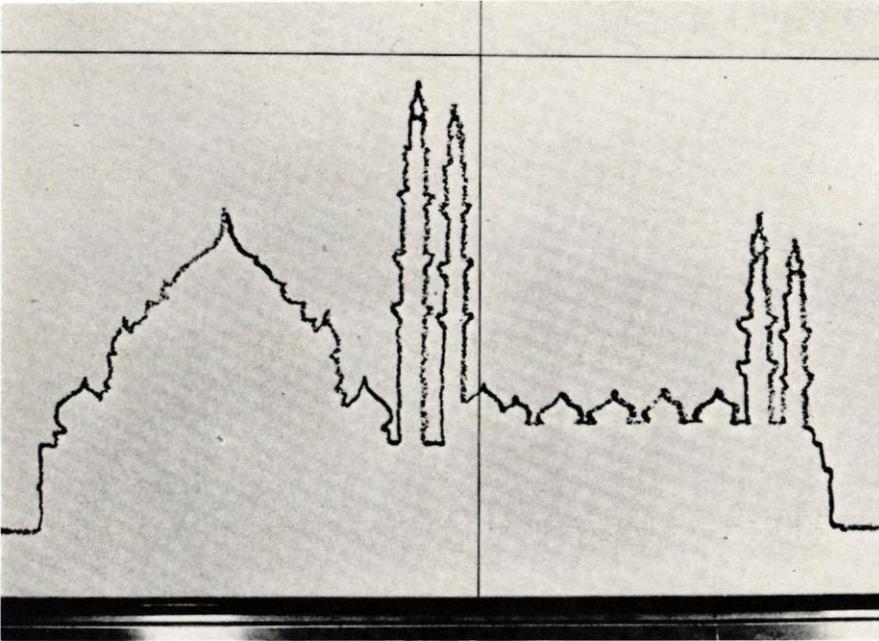
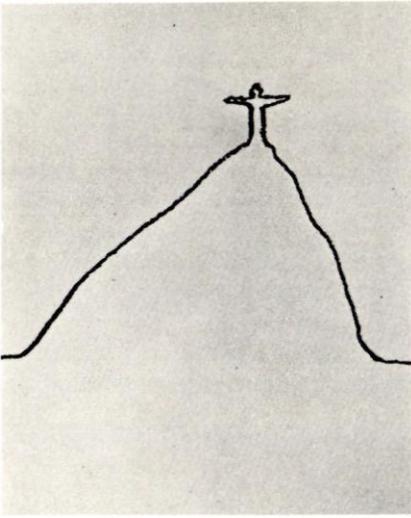
그러나 이 때 윌리엄 모리스는 기계 생산에 의한 제품들은 불필요한 장식과 기능성을 잃은 보기 흉한 제품들이었으며, 기계 생산품이 비인간적이라고 생각하여 일용 공업 제품도 예술의 영역까지 끌어올려야 한다고 주장하였다. 즉, 윌리엄 모리스의 공예 운동(art & craft movement)은 근대 감각을 가진 제품이면서 기계에 의한 다량 생산을 부정하였다. 그리고 만인에게 보급될 수 있는 제품이 전통적인 수법으로 복귀되어야 한다는 모순을 가지고 있었다.

이 뜻있는 운동의 계기로 현대 디자인 운동의 시조가 되는 독일 공작 연맹(獨逸工作聯盟)과 바우하우스(Bauhaus) 운동으로 발전을 이루어 놓아 근대 디자인 발전에 새로운 운동이 전개되는 동시에 그래픽 디자인의 획기적인 발전을 구축하는 시조가 되었다. 영국의 산업 혁명 당시에는 인쇄 산업도 그 일환으로서 혁신적인 발전을 이룩하게 되었다. 영국의 활판술(活版術)과 착색 석판 인쇄술이 유럽 여러 나라 중에서 가장 뛰어나게 발달되어 있었으므로 1866년에 프랑스의 인쇄업자·화가들이 런던으로 건너와 다색 인쇄술을 습득하여 프랑스 파리를 중심으로 벨르 에포크(belle époque) 시대를 이룩하였는데, 현대 그래픽 디자인의 역사적 계기를 만든 것은 영국의 우수한 인쇄술의 혜택이라고 말할 수 있다.

1863년에 세계 최초로 런던 지하철이 개통되었으며, 그 후 대량 수송 수단인 중요성을 재인식하게 되어 새로운 노선을 확장해서 발전해 왔다. 프랭크 피크(Frank Pick; 1878~1941)는 런던 지하철 종합 디자인 정책의 입안자로서 지하 교통 기관을 이용하는 시민들을 위해 보다 안전을 도모하며 즐거운 환경을 개선하려는 의도로서 디자인의 중요성을 착안한 선각자였다. 따라서 그는 대량 수송에 가장 필요한 사인(sign) 계획을 세웠으며, 문자체(文字體)를 개선하기 위해 당대 가장 유명한 문자 디자이너인 에드워드 존슨(Edward Janson; 1872~?) / 존슨은 타이포그래픽 연구가로서 현존하는 타이포그래피들은 존슨의 제작자들에 의뢰하여 알파벳 문자를 디자인하였으며, 포스터 작가를 육성하여 미술과 대중



영국 히드로 공항에서 사용하는 픽토그램과 심볼. 모든 사인 보아드는 픽토그램과 병행해서 쓰이고 있다.



자동 보도에 서면 사람이 움직여 주는 선의 율동감을 느끼게 한다.

을 연결시키고 쾌적한 공간을 형성하기 위해 노력하였다. 그리하여 미(美)와 정보(기능)를 제공할 수 있는 일석이조의 효과를 얻게 되었던 것이다.

그는 또한 독일의 발터 그로피우스(Walter Gropius; 1883~1968)를 초청하여 지하철 구내와 본부 설계를 의뢰하는 등 런던 지하철의 통일성 있는 디자인 정책을 확립하여 오늘날 의미하는 CIP 계획과 비슷한 방안을 수립하였다. 이와 같은 시설들은 만인을 위한 아름답고 편리한 수송 기관을 창조하려는 신념에서 비롯된 것이다.

이 시기의 광고의 수단으로서 포스터 매체의 소구력과 설득력은 비단 시민뿐만 아니라 대기업들에게도 알려져 셸(Shell) 석유 회사 같은 대기업의 캠페인에 포스터를 사용하여 광고의 우수성을 인정받게 되었다. 그리고 1928년에는 정부의 홍보 활동, 영국 무역청의 제품 수출 선전, 학교 교육 내용 선전 등에도 포스터가 사용되어 그래픽 디자인은 상업성 외에서도 새로운 커뮤니케이션의 기능을 발견하게 되었다.

프랭크 피크는 영국 지하철 시설의 위대한 아아트 디렉터(art director)로서도 유명하지만, 영국 근대 그래픽 운동 추진의 중요 인물로서도 역사에 기록되어 있다. 피크는 1915년에 디자인 산업 협회(DIA; the Design and Industries Association)를 수립하였는데, 이 협회는 후일 CoID의 전신이 되었다.

1944년 영국 상무성에 의해 설립된 영국 공업 디자인 평의회(CoID; the Council of Industrial Design)는 영국의 모든 공업 디자인에 관한 디자인 개선과 지도를 추진하는 기관으로서 본부를 런던 중심가에 두었는데, 그 전시장을 통칭 디자인 센터(Design Centre)라고 칭했다. 이 전시장은 우수한 디자인 제품을 일반에게 공개 전시하며, 디자인 정보와 계몽을 담당하고 있다.

영국 공업 디자인 평의회는 세계에서 가장 완비된 디자인 육성 기관으로서 캐나다·오스트레일리아·인도 등 여러 나라가 영국과 비슷한 디자인 정책을 추진하고 있다. 이와 같이 영국의 디자인은 보다 완벽한 국가적 정책으로 세계 대열에서 항상 앞장서 발전해 왔다.

英國 그래픽 디자인 教育과 美國의 影響

오늘날의 영국 그래픽 디자인 교육의 합리적인 추진과 일반 사회인의 수준 높은 이해에는 미국 그래픽 디자인의 영향이 크다.

바우하우스 운동이 시작된 초기에서 1933년의 폐쇄 때까지의 15년간은 극히 짧은 기간이

었으나, 그 이념과 조직은 미국에서 열매를 맺게 되었다. 제 2 차 세계 대전이 발발하기 전인 1936년경 유럽에서 건너온 미술가·건축가·디자이너들, 즉 모홀리나기(Ladislav Moholy-Nagy; 1895~1946), 허버트 보이어(Herbert Boyer), 월터 앨너(Walter Allner) 등 바우하우스의 교수와 학생들이 시카고를 중심으로 각 학교의 교육계와 산업계에 참여하였으며, 이들은 미국의 자본력과 풍족한 공업력에 힘입어 미국 현대 디자인의 원천을 이루었고 그래픽 디자인의 기초를 세워 놓았다.

그러나 1945년에 제 2 차 세계 대전이 끝난 뒤 미국의 그래픽 디자이너들인 허어브 루버린(Herb Lubalin)과 루이스 도우즈먼(Louis Dortsman)·밀턴 클래서(Milton Claser)·헨리 울프(Henry Wolf) 등 유능한 디자이너들에 의해 미국 근대 감각의 그래픽 디자인과 일러스트레이션(illustration) 및 세련된 활자 디자인 등이 이번에는 거꾸로 미국에서 유럽으로 흘러들어와 큰 영향을 주게 되었는데, 그 영향의 집결지가 런던이었다. 특히 1950년대에 루이스 도우즈먼은 동료와 같이 런던에서 활약하여 1960~1965년 사이에 그의 영향력을 크게 발휘했으며, 밀턴 클래서는 런던에서 작품전을 발표하여 로이얼 미술 대학(Royal College of Art)이 세계에서 가장 위대한 디자이너에게 주는 '디자이너 상'을 받는 등 런던 그래픽 디자인계는 물론 교육계에도 미국의 영향을 크게 받아들였다.

이 무렵 미국 작가 피터 맥스(Peter Max)는 1967년에 호움 편 워크(home-fun-work; 광고 목적이 아니고 가정에서 즐길 수 있는 장식적인 포스터)의 새로운 스타일 분야를 개척하였으며, 또 사이키델릭 그래픽(psychedelic graphic)의 풍조를 불러일으켜 미국은 물론 런던시의 케비비가(Carnaby St.; 젊은 층이 모이는 거리)에서 그의 호화로운 작품들이 꽃을 피웠다.

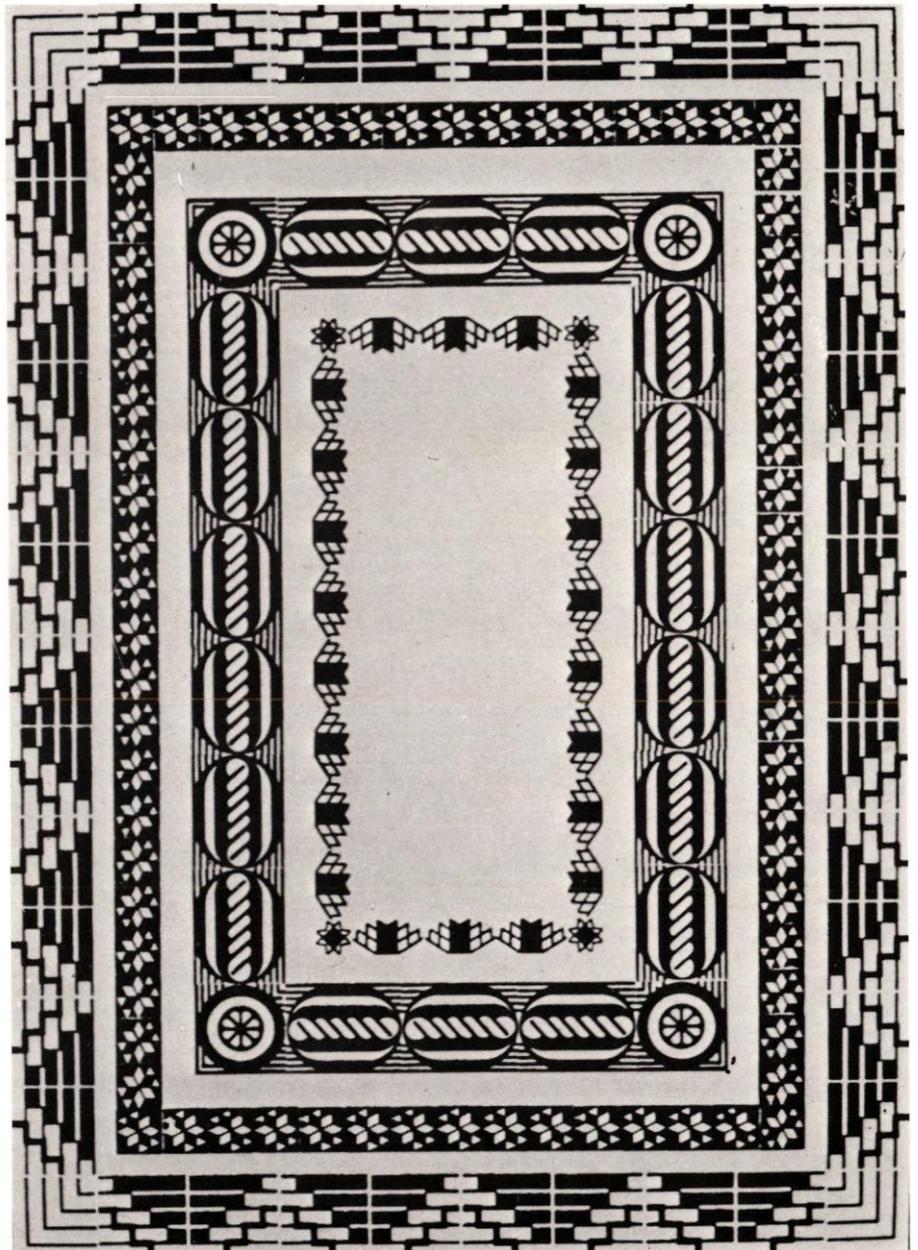
이러한 미국 작가들의 영향은 삼지나 신문 편집 디자인에 새로운 스타일을 불어 넣었으며, 앨럼 앨리드(Alan Aldridge)의 일러스트레이션은 그 때까지의 영국에서는 볼 수 없었던 높은 수준의 작품이었다.

이 때의 미국 디자인의 자극으로 1960년대 영국에 "Designs and Art Directors in England"가 결성되었고 모든 그래픽 디자이너들이 이 조직의 회원이 되었으며, 해마다 국제적인 규모의 전시회를 개최하여 국제적인 컨테스트를 개최하는 등 영국의 그래픽 디자인은 세계적으로 발전하게 되었다.

이와 같이 영국 디자인은 새로운 과학과 기술에 의해 변모하는 미래의 세계를 위해서 오늘날보다 알찬 교육이 각 미술 대학에서 실시되고 있는 것이다.



세인트 마아틴스 미술 대학의 그래픽 디자인 평가회





에드워드 보우든(E. Bawden) 작품. 1958년작. 덴마크의 민요를 주제로 한 일러스트레이션. 보우든은 영국이 낳은 위대한 그래픽 디자이너이다. 현재 75세.

세인트 마아틴스 美術大学

세인트 마아틴스 미술 대학(Saint Martin's School of Art)은 런던에 있는 미술 대학뿐만 아니라 영국을 통틀어 가장 오랜 역사를 가진 미술 대학이다. 이 미술 대학이 언제 설립되었는지 정확한 연대는 알 수 없지만, 18세기 중엽에 현위치인 차어링 크로스 가(Charing Cross Road)에 몇몇 미술 학교가 건립되었는데 이 미술 대학도 그 중의 하나이다. 1854년

에 발행한 기록을 보면 1851년 쾰드의 세인트 마아틴스 단체로부터 후원을 받았다는 기록이 있는 것으로 미루어 보아 이 때 세인트 마아틴스라는 호칭이 부여된 것으로 보인다.

이 미술 대학은 순수 미술 대학으로 발전해 왔으나 1960~1965년대에 루이스 도우즈먼과 밀턴 클래서 등 유능한 미국의 그래픽 디자이너들의 영향이 영국에 미치는 때인 1963년에 그래픽과를 설치하고, 1964년에는 영상(映像) 디자인(Film & Animation Design)과가 증설되었다. 이 미술 대학에는 회화과·조각과·의

상과·그래픽과·영상 디자인과가 있다. 학생 선발 방법을 보면 기초 과정을 1년 이상 이수했거나 다른 대학에서 그와 동등한 자격을 갖춘 학생이 응시할 수 있으며, 자기 작품(1년 이상 제작한 작품 50점부터 1백 점과 간단한 제작 계획서)과 면접을 토대로 과의 교수들이 한 달 이상 심사한 후 선발한다. 정원은 34명인데, 보통 3백 명 이상이 응시하므로 평균 3대 1의 치열한 경쟁을 뚫어야 입학할 수 있다고 한다.

BA 학위(학사) 과정은 3년이며, 교과목은 3단계로 나누어 매학년 단위로 연결시켜 향상 되도록 계획되어 있다. 지도 교수진도 각 학년마다 담당 교수가 세 사람씩 분담되어 있으므로 한 과제를 제출할 때에도 세 교수의 이름이 동시에 표기된다. 과제에 관해 토의를 개최할 때에도 세 명의 교수가 참가하며, 과제에 대한 설명과 질문을 받는다. 간략히 설명된 과제에 관한 브리이프(briefs)를 배부하고, 교수와 학생이 세 시간 동안 진지하게 토의한다.

과제의 제작 기간은 그 내용에 따라 다르나, 평균 3주간의 기간 동안 한 과제씩 집중 연구하여 제작한다. 학생들은 미리 알려 준 평가회 기일까지 완성된 작품을 각자 벽면에 붙여 놓아야 하므로 평가회 기일이 다가오면 마치 우리 나라의 교내전(校内展) 마감 전날같이 부산하기 짝이 없다.

평가회의 기일과 시간은 엄격하게 지켜진다. 평가회에는 반드시 외부에서 유명한 그래픽 디자이너를 초청하여 평가를 의뢰하며, 학교 교육과 실사회 적응도 등의 가능성을 평가받으며 또 실질적인 연구인에게 관해 평가받는다. 학생들은 이런 기회를 이용하여 유명 인사와 친교를 맺으며, 단기간의 실습 경험을 얻을 수 있는 기회도 된다. 3학년 말에 실시하는 졸업전(Degree Show)에도 대학 내의 몇 명의 교수(과제를 지도한 교수는 제외)와 외부의 작전공병 유명 그래픽 디자이너들을 초청하여 3일 동안 학위 수여 여부의 작품 심사를 한다.

이와 같이 모든 교육이 개방적이고 실질적이며, 서로의 기술과 의견을 교환할 수 있는 교육 방법은 우리나라의 교육 제도와 대단히 판이한 차이가 있다. 그러나 기회 있을 때마다 외부와 의견 교환을 해야 하는 이러한 교육 방법은 학교 교육을 사회에 정확하게 연결시킬 수 있는 최선의 방법인 것이다.

【참고 자료】

London Museum; London since 1912
Phaidon; London Transport Poster
일본 미술 출판사; Graphic Designers in Europe



런던 지하철. 지하철 마야크 안에 역 이름이 기입되어 있고 포스터가 붙어 있는 벽면의 일부.



영국 공항에서 사용하고 있는 픽토그램과 문자체. 노랑색 위에 흑색 문자로 썼다.



세인트 마틴스 미술 대학 그래픽 디자인과의 졸업전 전시 작품의 일부.

The Selection of Works for the Graduation Exhibition in Univ. '78

1978学年度 각 大学 卒業展 作品選

1978학년도 각 대학 졸업전에서 선정된 디자인계 졸업생들의 작품을 한데 묶었다.

대학 4년 생활의 수학(修學) 성과를 가름해 본다는 의미에서 서로의 재능을 작품을 통하여 표출한 이번 각 대학별 졸업전은 앞으로 우리 나라 디자인 분야에 기여하게 될 젊은 엘리트들의 사회 참여와 더불어 그들의 역할에 거는 기대 또한 크다.

여기 게재된 작품은 각 대학에서 추천한 작품들임을 밝힌다. [편집실]



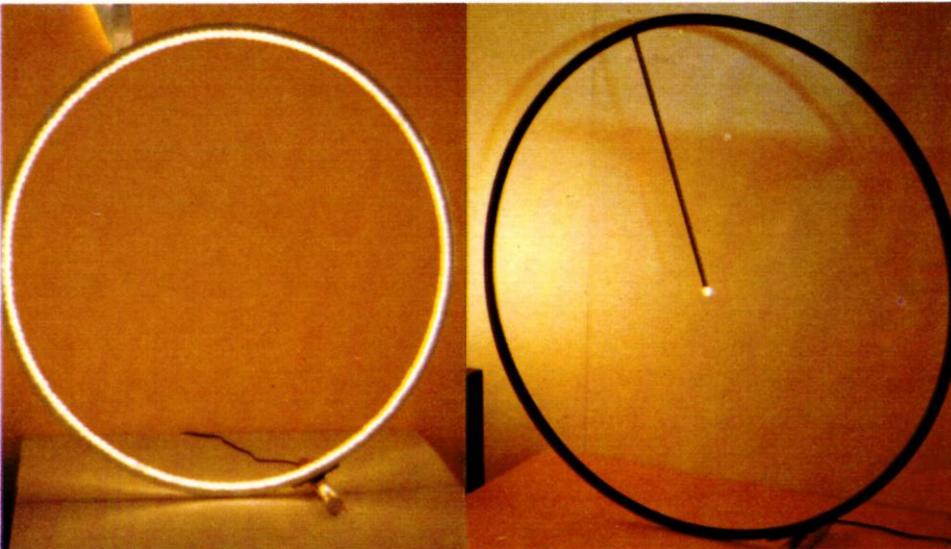
서울 대학교 졸업전

명 제 : 성인용 페달 자동차(공업 디자인부)

규 격 : 길이 168cm×높이 56cm

출품자 : 심 랑주(응미과 4년)

기본 구조는 자전거와 같으나 구조물이 노출되지 않은 간단한 외양에 바퀴가 세 개이므로 안전도가 높게 제작되었다.



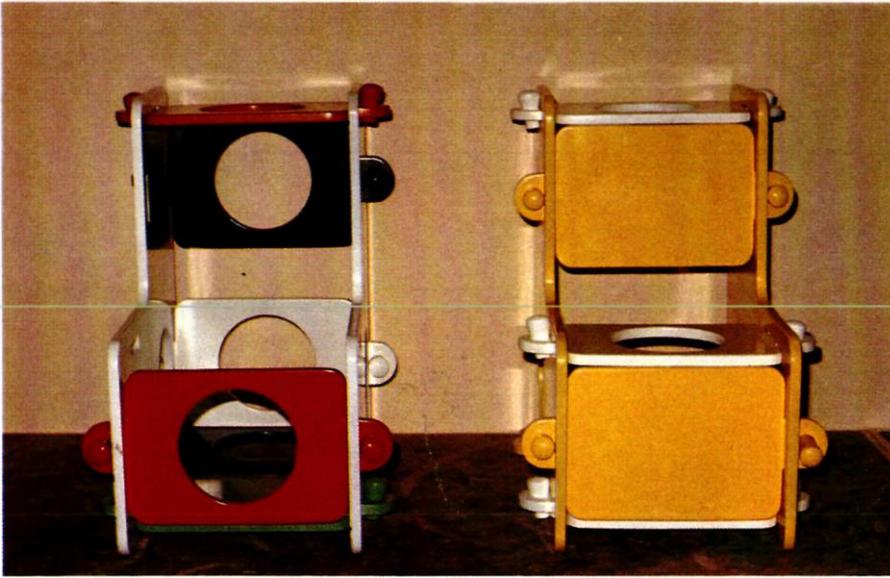
홍익 대학교 졸업전

명 제 : 조명등 세트(공업 디자인부)

규 격 : 1,200룩스

출품자 : 강 병길(응미과 4년)

조명의 한 단위를 이용하여 점·선·면으로 이어지는 순수 형태의 기본 형식을 연출시킨 것이다.



국민 대학 졸업전
 명 제 : 다목적 어린이용 완구(공업 디자인부)
 규 격 : 가로 70cm×세로 70cm
 출품자 : 조 민선(장식 미술과 4년)

6 세부터 13세까지의 다목적 완구로서 도시의 좁은 공간에서 최대의 활용성을 살려 한 개의 동체에 15가지의 놀이를 즐길 수 있게 제작되었다.



한양 대학교 졸업전
 명 제 : 기업 CIP (시각 디자인부)
 규 격 : 가로 73cm×세로 103cm
 출품자 : 김 재명(응미과 4년)

소규모 기업인 「멋장이 양장점」의 이미지 통일을 위한 CIP 계획으로 기업의 체인 이미지를 통일시켰다.



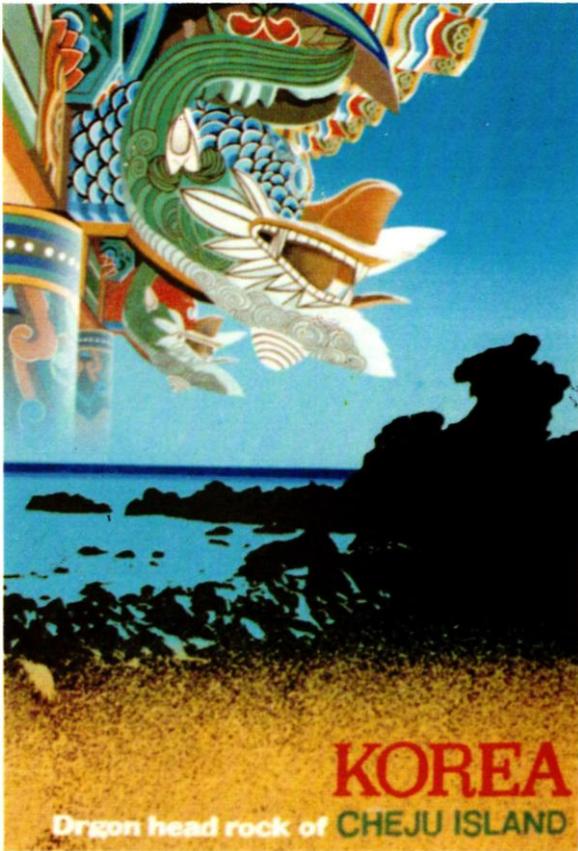
중앙 대학교 졸업전
 명 제 : 한국 관광 포스터(시각 디자인부)
 규 격 : 가로 73cm×세로 103cm
 출품자 : 민 남식(공예과 상업 디자인 4년)

민화풍의 기법을 살려 미인들을 즐겨 그리는 한국 고유의 이미지를 현대 감각에 맞도록 높은 채도의 생동감을 살렸다.



서울 여자 대학 졸업전
 명 제 : 수반(공예 디자인부)
 규 격 : 둘레 60cm
 출품자 : 김 태숙(공예과 4년)

닭의 모양에서 작품 형태의 힌트를 얻어 부분적으로 당초문을 양각하고 시문하여 변화를 주었다.



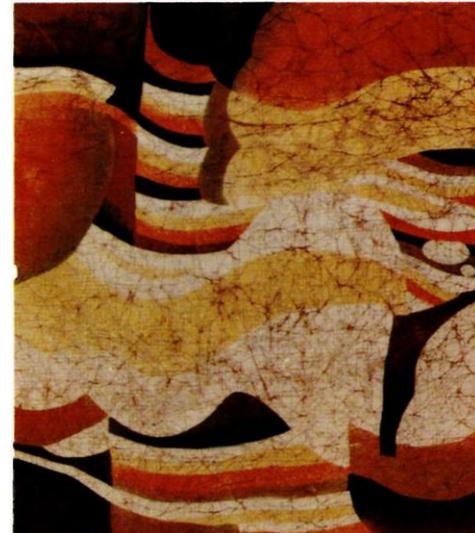
동덕 여자 대학 졸업전
 명 제 : 제주도 관광 포스터(시각 디자인부)
 규 격 : 가로 73cm×세로 93cm
 출품자 : 강 영순(미술 교육과 4년)

바다와 자연, 제주도의 명물 용두암에 단청의 용을 주제로 한 한국 고유의 이미지를 부각시켰다.



성신 여사대 졸업전
 명 제 : 호텔 그래픽 시스템(시각 디자인부)
 규 격 : 가로 80cm×세로 120cm
 출품자 : 최 숙경(공예과 4년)

가상 호텔의 로고 타이프·심볼 마야크·심볼 컬러와 각 부속 시설에 대한 로고 타이프를 통일성 있게 시각 디자인화하였다.



건국 대학교 졸업전
 명 제 : 납염에 의한 벽결이(공예 디자인부)
 규 격 : 가로 90cm×세로 90cm
 출품자 : 김 정미(공예과 4년)

인간과 바다를 상징하는 유선형과 규범을 나타내는 사각형과 삼각형을 기하학적으로 구상, 납염으로 염색 처리했다.

숙명 여자 대학교 졸업전
 명 제 : 태(胎) (공예 디자인부)
 규 격 : 가로 172cm×세로 970cm
 출품자 : 전 정숙(산업 미술과 4년)

홀치기 기법을 이용하여 색의 과정에서의 농담으로 인한 뉘앙스를 주어 환상적인 분위기를 표현했다.

제14회 대한민국 산업 디자인 전람회 개최 공고

상공부 공고 제79-25호

제14회 대한민국 산업 디자인 전람회 개최 요강
을 다음과 같이 공고한다.

1979년 3월 2일
상 공 부 장 관

1. 개최기관

주 최 : 상공부
주 관 : 한국디자인포장센터

2. 전시기간

서울 : 79. 6. 8 - 6. 22(15일간)
대전 : 79. 7. 4 - 7. 10(7일간)
대구 : 79. 7. 14 - 7. 20(")
부산 : 79. 7. 25 - 7. 31(")

3. 전시장소

한국디자인포장센터 전시관

4. 출품부문

제 1 부 : 시각디자인부
제 2 부 : 공예디자인부
제 3 부 : 공업디자인부
초대작가·추천작가 출품

5. 출품자격

제한 없음

6. 작품내용

산업디자인의 개발활동을 조성하여 생산제품의 품위를 향상시키고 수출진흥에 기여할 수 있는 아래 각 분야의 디자인

가. 제 1 부 시각디자인부

- (1) 선전디자인
 - (가) 포스터 : 상품 및 산업 PR, 자원절약 계몽, 관광선전, 자연보호 및 새마을운동 계몽, 수출진흥 계몽 등
 - (나) 캘린더 : 카탈로그, 구매시점 광고(POP)
 - (다) 경영전략으로서의 시각디자인 통합 (CIP : Corporate Identity Program)
- (2) 포장디자인
 - (가) 상업포장
 - (나) 공업포장

* 이상 제 1 부 작품에는 실존하는 주제를 대상으로 할 것(업체 및 상품)

나. 제 2 부 공예디자인부

수공예제품 및 토산품(금속공예, 목공예, 도자공예, 석공예, 나염 및 직물 등)

다. 제 3 부 공업디자인부

- (1) 각종 공산품(가전제품, 섬유제품, 레저용품, 운송기기, 완구, 주방용품, 의료보건기, 실내용품, 각종 부품 등)
- (2) 환경디자인(스트리트 퍼니처, 어린이 놀이터, 위락지 등)

7. 작품규격 및 제작요령

가. 제 1 부 시각디자인부

- (1) 평면작품
 - 전지 1매(73cm×103cm) 단위로 1매 또는 2매, 두께 3cm의 판넬에 부착할 것.
- (2) 입체작품
 - (가) 작품 진열면적이 전지 1매 이내로 작품량을 제한.
 - (나) 작품과 별도로 설명 판넬을 동시에 출품할 것.
 - (설명 판넬의 규격은 평면작품에 준할 것)

나. 제 2 부 공예디자인부

작품 진열면적이 가로, 세로, 높이 각각 150cm를 초과하지 않을 것.

다. 제 3 부 공업디자인부

- (1) 작품 진열면적이 가로, 세로, 높이 각각 180cm를 초과하지 않을 것.
- (2) 실물 또는 모형의 설계도를 판넬에 부착하여 동시에 출품할 것. (판넬 규격은 전지 1매 단위로 1~2매)

8. 출품제한

다음 각호에 해당하는 작품은 출품할 수 없다.
가. 국내외에서 이미 공개 발표된 작품
나. 모방성이 농후한 작품
다. 공시양속을 해치는 작품

9. 출품절차

가. 출품원서 배포처 : 한국디자인포장센터, 각 시도 상공회의소
나. 배포기간 : 79. 3. 9부터
다. 작품접수
(1) 제 1 부 : 시각디자인부 : 79. 5. 21(월)
(2) 제 2 부 : 공예디자인부 : 79. 5. 22(화)
(3) 제 3 부 : 공업디자인부 : 79. 5. 23(수)
라. 작품접수장소 : 한국디자인포장센터 전시관
마. 출품료 : 작품 1종당 2,000원

10. 작품심사

가. 심사기구 : 관계기관과 사계 권위자로 구성된 심사위원회

나. 심사기준

- (1) 독창성이 있을 것.
- (2) 재료의 특성이 유효적절하게 사용되어 있을 것.
- (3) 용도적, 기능적 조건을 충족시키고 있을 것.
- (4) 미적 감각을 만족시킬 수 있도록 종합적으로 조형되어 있을 것.
- (5) 양산에 적합하며 합리적인 가격일 것.
- (6) 충분한 자료를 제시하고 보편 타당성이 있을 것.

다. 심사기간 및 내용

- (1) 기 간 : 79. 5. 25~5. 26(2일간)
- (2) 내 용 : (가) 입선작 선별
(나) 특선 및 입상 후보작 선별
- (3) 심사발표 : 79. 6. 7

11. 전시작품

가. 입·특선 및 입상작품
나. 심사위원 및 초대·추천작가 작품
다. 기타 상공부 장관이 필요하다고 인정하는 작품

12. 시 상

가. 일 시 : 79. 6. 22
나. 장 소 : 한국디자인포장센터 회의실
다. 내 용

	훈 격	수량	부 상
일 반 작 품 출 품 부 문	대통령상(최고상)	1	2,000,000원 해외연구시찰추천
	국무총리상	1	1,500,000원 해외연구시찰추천
	부총리겸 경제기획원장관상	1	1,000,000원 해외연구시찰추천
	상공부장관상	1	500,000원 해외연구시찰추천
	한국디자인포장센터 이사장상	1	300,000원 해외연구시찰추천
	대한상공회의소 회장상	1	300,000원 해외연구시찰추천
	한국무역협회 회장상	1	300,000원 해외연구시찰추천
	전국경제인연합회 회장상	1	300,000원 해외연구시찰추천
	중소기업협동조합총 연합회 회장상	1	300,000원 해외연구시찰추천
	특선 및 입선	1	특·입선장 해외연구시찰추천
추천작가 부문	대회장상	1	1,000,000원 해외연구시찰추천

13. 작품반출

모든 출품작품은 다음 기간 내에 반출하여야 하며, 기간내 미반출품은 주관측이 일체의 책임을 지지 아니함.

가. 반출기간

- (1) 낙선작품 : 79. 6. 12~6. 16
- (2) 초대·추천작가작품 : 79. 6. 23~6. 27
- (3) 전시작품 : 79. 8. 7~8. 11

나. 반출장소

한국디자인포장센터 전시관
문의 처 : 한국디자인포장센터 진흥부
전화 : 직통 762-9137
교환 762-9461~5

Conversation with Silence

Design Philosophy of Mr. Ettore Sottsass Jr.

에토레 소트사스 Jr.의 디자인 철학 침묵과의 대화

인간 에토레 소트사스

허술한 복장에 감정이 내키는 대로 혼빠진 시인처럼 걷는 걸음걸이. 그는 건축·인테리어·공업 디자인의 광범위한 분야에서 자유분방하게 일한다. 글을 쓰는 것이 그에게는 즐거운 일이었으며, 문장은 시적이고 날카롭고 아름답다. 그리고 틈이 생기면 세계를 돌아다니며 사회의 저변에 사는 사람들과 접해 본다.

그의 생활에서 "소트사스는 나에게 있어 귀여운 존재입니다. 마치 어린아이와 같이 순진하며, 감수성이 강한 상냥스러운 사람입니다. 그리고 항상 나를 필요로 하는 사람이지요"라고 말하는 부인을 빼놓을 수 없다. 그의 인간 형성과 사상, 그리고 용기의 원천을 불어넣어 주는 그녀는 미국 문학을 연구하며 40여 권의 책을 번역하여 출판하였을 뿐만 아니라 다수의 단행본을 저술 발간한 수재의 문학인이기도 하다.

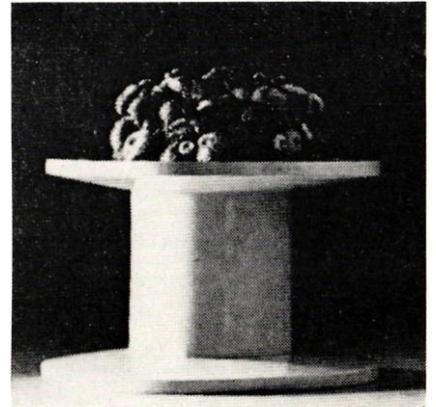
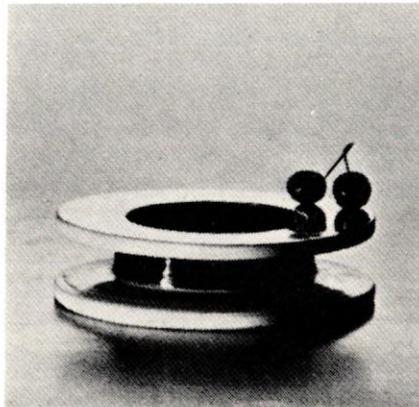
1917년 이탈리아 인 양친 사이에 오스트리

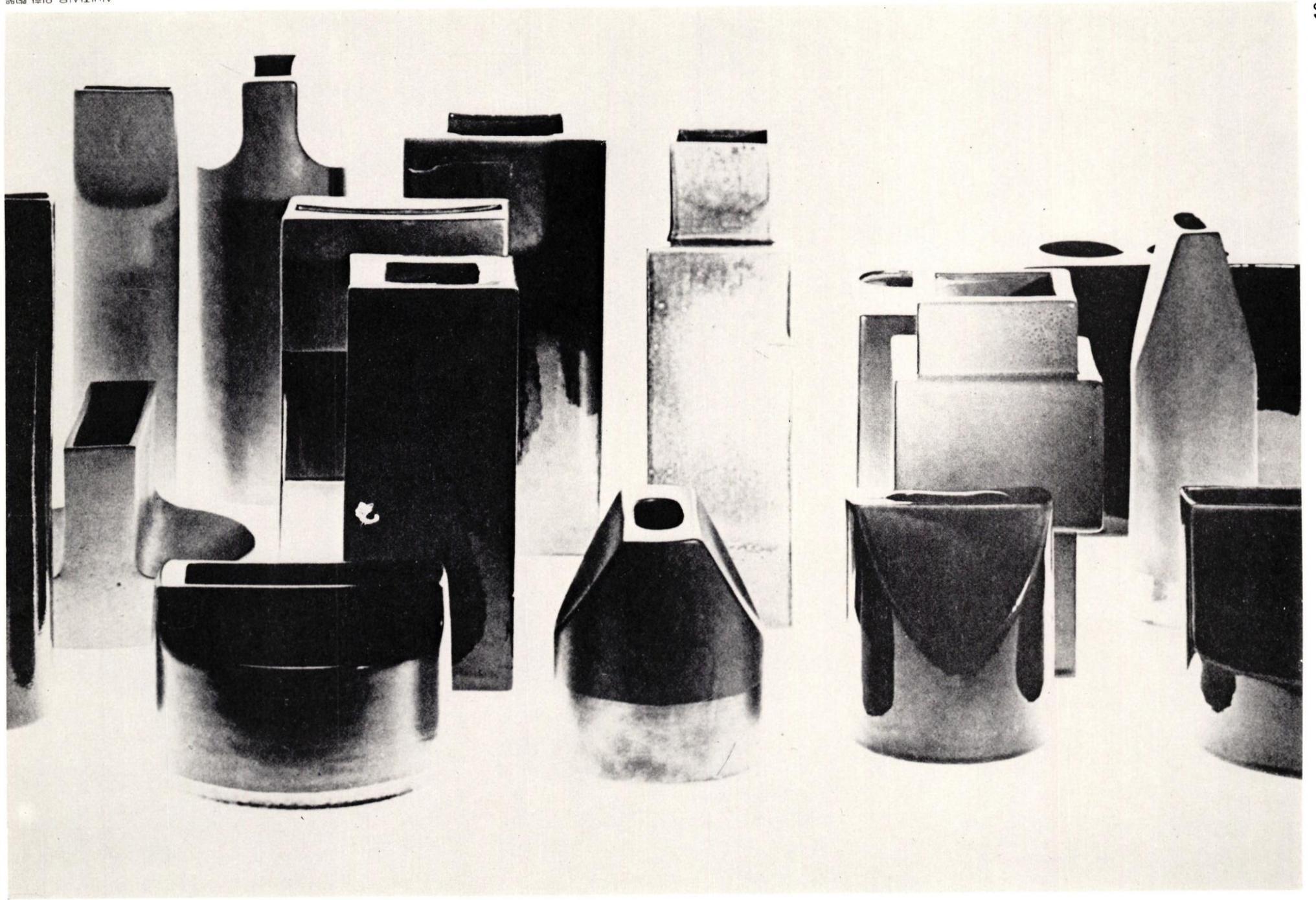


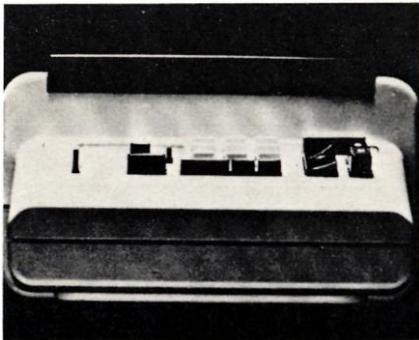
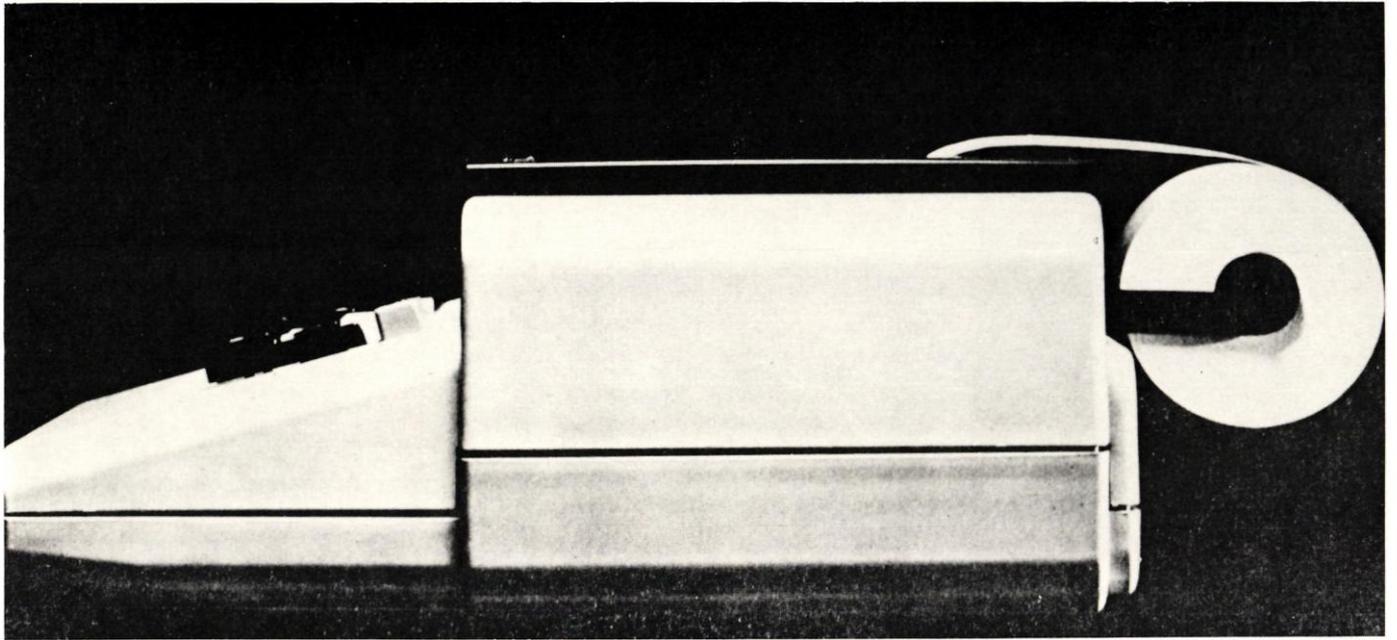
아에서 태어나 19세에 파리로 향해 미술 대가인 마티스·피카소·브라크 등과 교류하여 국제적인 문화 시야를 넓혔다. 그 후 토리노 대학에서 건축 학위를 획득하였으며, 1945년에 독일군 포로에서 해방되어 리보르노·노

바라의 마아설 플랜에 의한 구주 부흥 계획(歐洲復興計劃) 안의 건축 경기 설계에 입상하고부터 본격적으로 디자인 활동을 시작하였다. 1955년에 미국의 마마켓 리서어치 팀(Market Research Team)의 리처드와 모간소의 초청을 받아 가정 용품 디자인 의뢰로 도미하였으며, 이 기회를 통하여 도자기와 공업 분야 디자인에 큰 관심을 갖고 1958년 올리베티의 전자 계산기 엘레아(Elea) 9003을 디자인하였는데, 이것이 리나센테의 황금 콤파스상을 획득하였다. 그 외에 다시 테크네(Tekne)3·프랙시스(Praxis)의 전동 타이프라이터, 로고스 전동 계산기, 텔레타이프 등 일련의 제품 디자인에 종사하였다. 그 후 다시 가구 디자인·도자기 디자인·장신구 디자인 등의 눈부신 활약으로 세계적인 디자이너로서 군림하였다.

그는 가끔 사랑이란 말을 잘 썼다. 그의 디자인 사상의 근본이 인간에의 깊은 애정으로 뭉쳐져 있는 것이며, 인간을 소외하는 현대의 기계 문명 사회에 대하여 그의 애정은 역으로 날카롭게 비판안(批判眼)이 되어 그 모순을 예리하게 추출해 내는 것이다.







나의 디자인 철학

디자인에 관한 철학은 어떤 것인가라고 묻지만 철학이란 너무 많아 이것을 전부 모아서 문제라는 문제는 모두 해결하는 수우퍼 필로소피(Super philosophy)는 발견치 못하였으며, 앞으로도 발견할 수 없을 것이다.

나는 이 이상 더없는 불안정 속에 살고 있고, 사상과 구조의 역사적인 순간으로서의 현재도 매우 불안정한 것이라 생각한다. 서양에 있어서 과거 5,60년간 믿어도 될 것이라고 했던 원리나 희망은 모두 의문에 차 있으며, 어떻게 하든 실현되지 않는 것, 실현되지 못했다는 것을 증명하고 있는 것같이 보인다. 우리들은 전쟁과 학살, 정신적·문화적 긴장에 파 차 있고 폭력과 침략으로 충만해 있는 세계, 어떠한 행위를 했다 하더라도 결국은 유해(有害)한 반작용을 일으키지 않았는가 의문을 우리에게 남기는 세계에 살고 있는 것같이 생각한다. 그럼으로써 모든 것이 잘못 아닌가 하는 생각, 더욱 나쁜 것은 무엇인가 불길한 범죄의 공범자가 된 것이 아닌가 하는 고통, 그러한 개운찮은 생각이 항상 남아 있게 되는 것이다.

한편으로는 산업 세계가 그가 예상하는 가정(假定)된 운명대로 성장·증대하고 있는 것을 볼 수 있다. 그뿐만 아니라 어떻게 이 성장이 더욱더 오만하고 공격적이고 폭력적인 성격을 가지게 되었는가 하는 것도 잘 알고 있다. 오히려 너무 많이 알고 있을 정도이다. 그리고 다른 한편으로 사람들이 산업 세계의 공격성과 폭력에서 피하여 개인 본래의 성질이 발휘될 수 있는 공간을 만들어 낼 필요가 점점 높아지고 있는 것을 간파할 수

있다. 한편에서는 매일매일 산업 구조가 사회 속에 불러일으키는 조건이 많아지며, 다른 한편에서는 이러한 조건부에 대한 반동과 도발, 어찌하였던 간에 피하려고 하는 의지가 높아 가고 있는 것을 볼 수 있는 것이다.

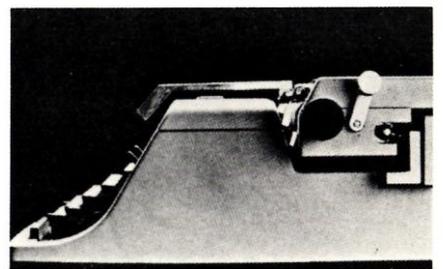
나는 솔직한 이야기로 어찌하면 좋을지 모르겠다고 말하는 것은 산업측에 전적으로 찬성할 수도 없고, 그렇다고 해서 혁명가측에 완전히 몸을 둘 수도 없기 때문이다. 나는 산업이 인간 본래의 성질과 지구상의 자연에 대하여 행하고 있는 탐욕적인 행위에 공포를 느끼고 있지만, 그러나 이 문제에 관계하고 있는 여러 가지의 요인의 힘이 어이없이 강대하기 때문에 어떻게 하면 운명을 바꿀 수 있을까 하고 비판하지 않을 수 없는 것이다.

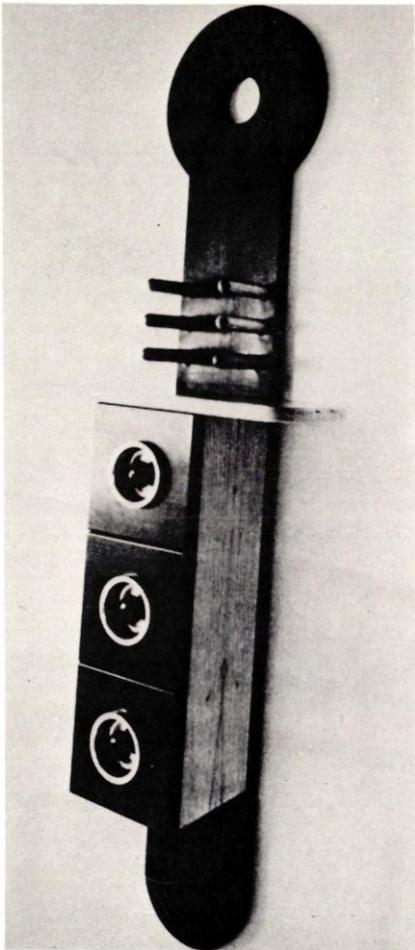
완전한 기계

그는 올리베티 사에서 많은 사무용 기계를 디자인함에 있어 '완전한 기계'를 만드는 데 여념이 없었다.

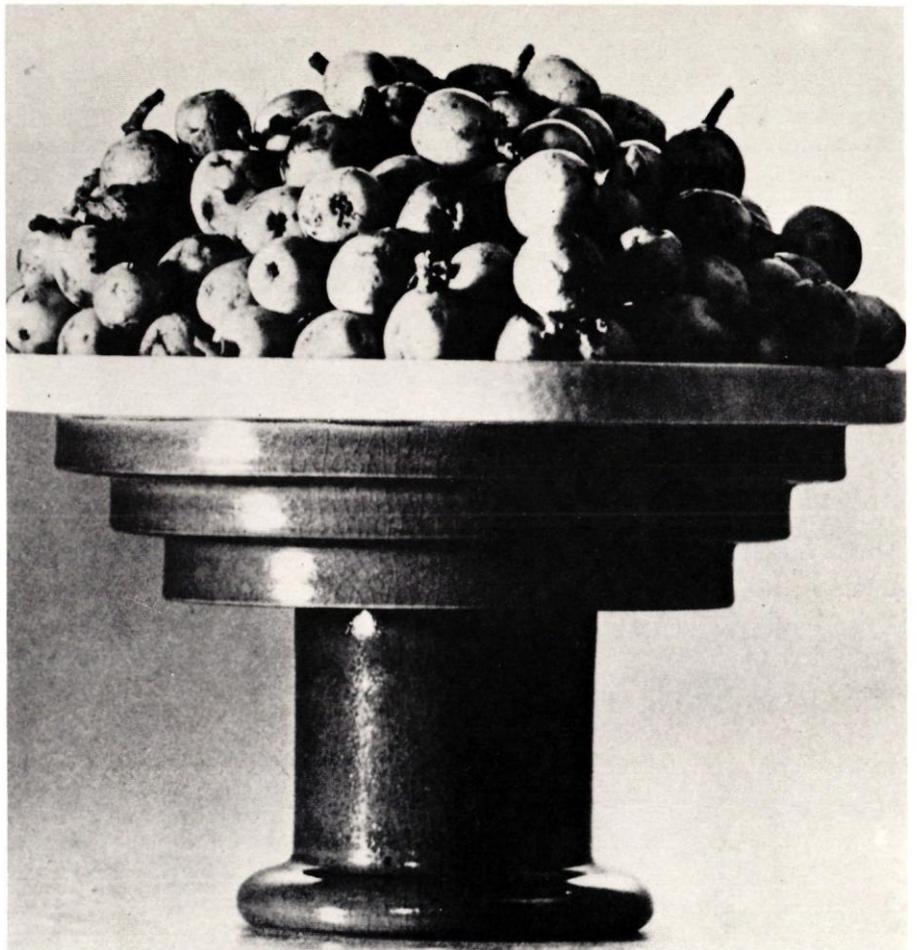
"기계는 그 자체에 주어진 작업에 대해서만 의미를 가지며, 그 외는 아무것도 없다. 그것은 탁자 위의 액세서리나 화장품도 아니다. 완벽한 기능과 내구성(耐久性)을 갖추고 사용하기 쉽게 구비되어 있지 않으면 안 될 모든 것이며, 제트기를 닮은 전기 소제기, 잠수함형의 아이론, 가옥형 전화기 등과 같은 것이어서는 안 된다. 이것들의 특성이 명확하게 표현되어 있으므로 해서 사람들은 한눈에 그 완벽한 기능이나 튼튼함을 보게 되며, 거기에서 우러나오는 날카로운 아름다움과 기품에 감동될 것이다. 기계의 미(美)는 그 기계로서의 정의(定義)에 의해서만이 이루어진다."

현대 디자인의 보금자리였던 합리적 기능주의가 의문에 말려들어 어떤 형태로 이를 극복·타개할 것인가를 모색하고 있는 현재, 소트사스의 디자인 사상은 기능주의를 부정하는 것이 아니라 그것을 내포하면서 디자인에 표현성을 회복시키자는 것이었다.





호출용 벽걸이



과일 그릇

디자이너는 무엇을 해야 될 것인가 또 무엇을 할 수 있을 것인가에 대해서는 나도 잘 모르겠다. 내가 알고 있다는 것은 이 세상에서 가장 많이 유포(流布)되어 있는 디자인 개념(북아메리카 유산의 개념)에 의한다면 디자인은 많은 제품을 팔기 위해 있다는 것, 다시 말하면 디자인은 산업에 전면적으로 봉사하는 것이며, 산업에 의하여 완전히 도구화되는 활동이라는 것이다. 이러한 생각에서 본다면, 제품의 판매를 증가시키기 위한 활동은 모든 것이 바로고 유효한 조작(操作)이며, 제품에는 사회에 보급하는 목적 외에는 다른 목적이 없다는 것이 된다. 그 제품이 보급됨에 따라서 같은 사회에 불려일으킬지도 모르는 반작용이나 상태라는 것에는 아무런 관심을 둘 필요가 없게 된다. 이러한 방법이 가지는 공격성은 과수의 생산량을 올리려고 농약을 마구 뿌려 해충만을 죽이는 것이 아니라 이로운 박테리아나 곤충, 심지어 인명까지 앓아 가게 하는 제배자들의 공격성과 같은 것이다. 다시 말하자면 제품을 디자인하는 것은 산업이 아니고 인간을 생각해야 된다는 것, 어떤 제품이 존재한다는 것이 환경과 행위, 생활의 일반적 리듬에 부여하는 의의를 생각한다는 의미를 가지고 있다.

이 점에서 내가 생각하는 디자인은 판매의

필요성은 논외로 하고 제품의 '기능성'이라고 하는 옛날부터의 개념마저 초월하고 사회적 성질을 가진 테마 연구 또는 해결해 가면서 대처하는 기능성과 같이 보다 고차원의 기능성을 재발견하지 않으면 안 된다. 여기에서 디자인의 손님이란 이미 제품을 사용한다는 의미로서의 손님이 아니고, 제품을 직접 사용하든지 사용하지 않든지 간에, 또한 이것을 사든지 사지 않든지 간에, 이것을 소유하든가 소유하지 않든가 간에 어떠한 방법이든 제품과 같이 생활하고 있는 각계 각층의 사람들의 것이다. 그러므로 제품의 손님은 어떤 종족, 즉 민족 집단이며, 제품은 집단 전체에 의하여 동시에 사용하고 소비시키고 있는 것이어서 개개의 사람들에 의하여 사용되고 있는 것은 아니다. 이러한 집단을 몰아넣든지, 생산 관계나 구조의 노예로 하기 위한 역할 같은 사상·감정·정신적 반응을 촉진한다는 것은 처음 보기에 간단할지 모르나, 이러한 집단이 수세기에 걸쳐 모이고 축적된 감동력이라는 재산의 전면적인 허탈 상태와 전면적 마비 상태를 만들어 내는 위험성이 따르고 있다는 것이다.

현재는 극도로 냉정해야 할 때이며, 무엇 하나 소비하는 것 없이 무엇 하나 소비하지

않고 디자인할 때이다. 일종의 고정 요법(固定療法)·수면 요법(睡眠療法)과 같이 인간과 인간의 집단이 도구, 즉 제품을 될 수 있는 대로 흥분제로서가 아니라 진정제로서 사용하고 제품 그 자체가 인간에서 정열이나 감동·에로틱한 격정을 빨아먹는 일이 없도록 순전한 도구로서 사용하는 것에 의하여 자기 자신을 재발견하도록 자유롭게 두어야 할 시기인 것이다.

나는 침묵과 부동(不動)의 디자인측에 서고 있다. 나는 개개인들의 집단측에서 감정적인 참가라는 것을 요구하지 않는 디자인, 제품에 대하여 "살기 위한 도구"라는 완전한 의의를 지닌 디자인측에 서고 있는 사람이다. 또한 나는 제품과 소비자를 에로틱한 관계, 더우기 예술적·문화적 관계에서까지도 배어 놓으려고 디자인측에 서고 있는 사람이다. 나는 부러진 다리에 붙이는 석고(기브스)와 같은 디자인, 정상적인 궤도를 벗어난 속악(俗惡)하고 공격적인 산업의 굶주린 경쟁 속에 애정이나 환상(fantasy), 존엄이나 자유와 같은 모든 자질을 소모하고 있는 것, 또한 벌써 모두 소모되어 버린 인간성을 위한 봉대와 같은 디자인측에 서고 있는 것이다.

-외지에서-

都市空間의 街路裝置와

産業 디자인의 역할 3

都市의 景觀的 側面을 중심으로

Street Furniture

鄭 大 有
誠信女子 師範大學 專講

● 스트리트 퍼니처의 분류 및 기능

가로의 장치물은 장소와 기능에 따라 그 종류가 다양하다.

그 종류를 들면 조명(light), 벤치(benches), 화분(pots), 기호와 상징(signs and symbols), 키오스크(kiosks), 광고탑, 자전거 보관 시설, 출입문과 입구(doors and entrances)의 장식, 식수대(食水臺: drinking fountains), 시계(clocks), 옥외 조각(outdoor sculpture), 어린이의 조각(children's sculpture), 어린이 놀이 기구(children's play equipment), 버스

정류장(bus shelters), 휴지통(litter bins), 계단(steps), 단주(短柱: bollards), 울타리(fences), 벽(walls), 우체통(post box), 공중 전화통(public telephone box) 등이 보행인을 위해 설치되어 있다. 그리고 필요에 따라 다음과 같은 몇 가지의 장치물이 설치되어야 한다. 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

① 조 명(light)

인간은 빛을 매개체로 하여 주위의 세계를 지각하고 체험한다. 빛의 성질은 정적(靜的)

이 아니라 부단히 변화하고 있다. 계절의 변화와 시간·기후의 변화에 의하여 도시 내의 물체는 다른 종류의 빛을 받아 서로 다른 관계를 보이며 명확도(明確度)도 다르다. 빛은 도시의 밤을 위해 그 자체 활동체(活動體)가 된다.

빛의 질은 특정한 용도에 합치하지 않으면 안 된다. 조용한 주택 지구, 작은 광장과 공원에서는 부드럽고 간단한 조명이 필요하다. 유원지나 오락가(娛樂街)에서 불을 켜다 껐다 하든지 움직이며 변화시키는 것을 도시 환경 중에도 연출할 수 있다. 부드러운 빛과 나지

영국 런던 중심가의 분수 —“회강임으로 되어 있는 분수는 도시민의 휴식 공간으로서의 역할을 하며, 주위의 고전 양식의 건물과 조화를 이루고 있다.”





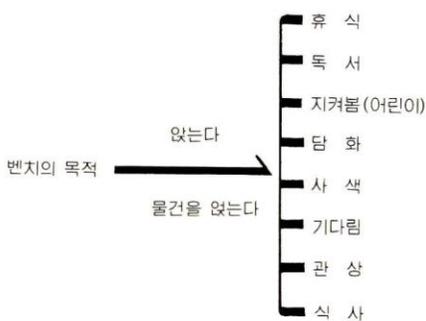
독일 뒤셀도르프 박람회장의 안내판 - "단순하게 디자인된 기호는 쉽게 필요한 곳을 찾을 수 있게 해 주는 역할을 다하고 있다."

막한 가로등에서 인간적인 면을 느낄 수 있다.

② 벤치 (benches)

도시의 벤치는 활동하는 하나의 중심이다. 노인에게는 햇빛을 쬐며 시간을 보내는 장소로, 학생에게는 책을 읽는 장소로, 어머니는 그들의 어린이가 노는 것을 지켜보는 장소로, 또한 잠시 쉬면서 생각에 잠길 수 있는 장소로서 그 목적은 다음과 같다.

[표 2-1]



[그림 2-1]

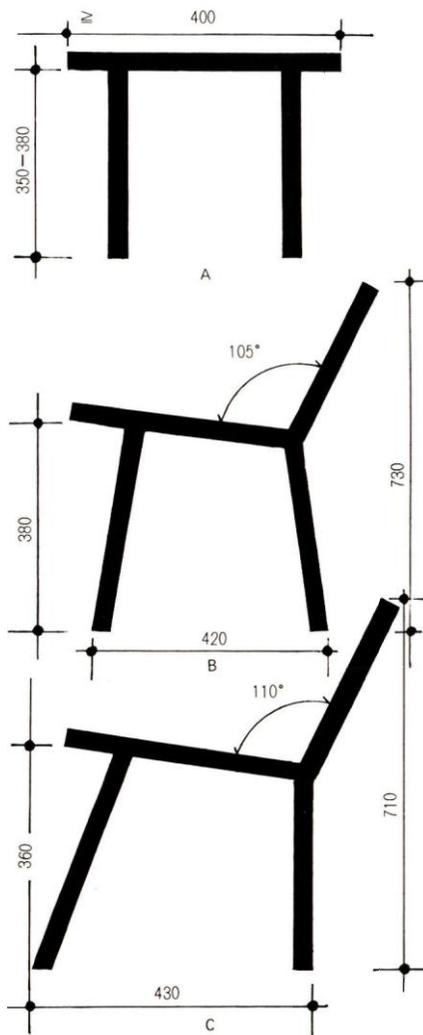
자료: 한국 조경 학회의 『조경학(造景學)』

· 일조각, 서울, 1976, P. 297

A: 휴게용(休憩用)

B: 경휴식용(輕休息用)

C: 휴식용(休息用)



설치 장소는 음습지(陰濕地)·급경사지·바람받이·지반(地盤)이 불량한 곳 등은 피하고 보행자나 사용자의 동선(動線)에 지장을 주지 않는 곳에 설치해야 하며, 설치 장소와 앉는 방향은 전체 계획 속에서 검토되어야 한다.

벤치의 양식에는 등을 기댈 수 있는 것과 평평한 것으로서 등을 기댈 수 없는 평판(平板)으로 된 벤치가 있는데, 보행자가 다리를 잠시 쉬게 하는 단시간의 휴식에 적당한 것이 있다.

[그림 2-1]은 벤치의 앉기 쉬운 치수와 각도를 나타낸 것이다.

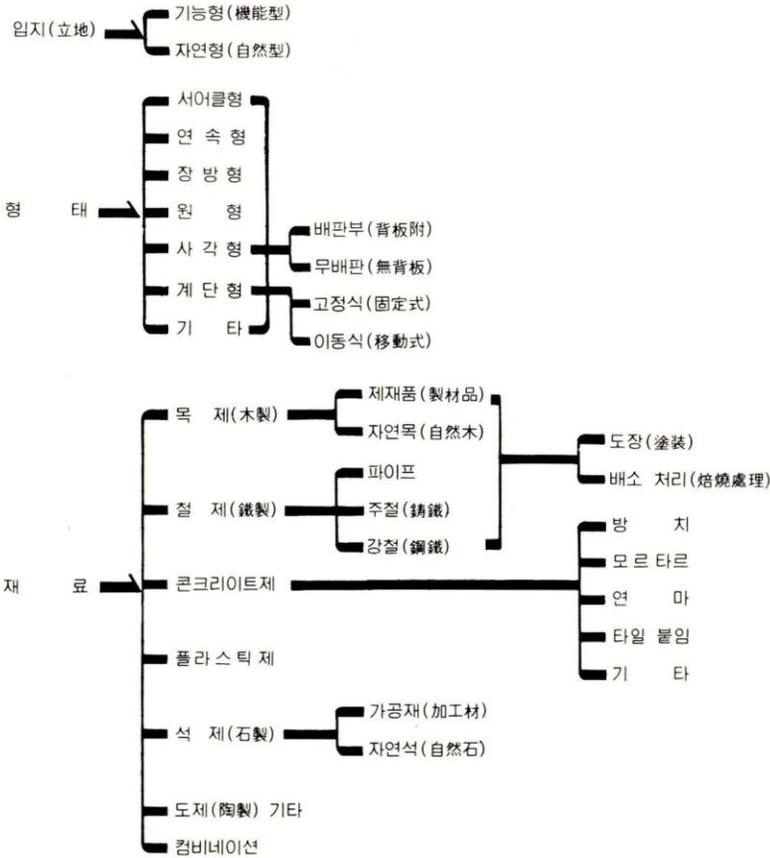
벤치는 형태나 색채가 우수하다고 해도 앉은 느낌이 좋지 않은 것, 즉 기능상의 결합이 있어서는 안 된다. 디자인상의 제1조건이 인체의 치수이다. 또한 경관에 합치되는 디자인을 택하여야 하며, 색채는 가급적 청결한 느낌이 들도록 하고 포장면의 색채에 대해 악센트적 역할을 할 수 있는 색채 선택이 효과적이다.

배판(背板)을 가지지 않은 것은 단기간 휴게용이기 때문에 자유로운 조형(造形)이 허용되나, 배판이 붙은 것은 대체로 휴식용으로 디자인 면에 있어서도 인간 공학적(人間工學的)인 취급이 필요하다.

벤치는 형태와 재료에 따라 [표 2-2]와 같다.

[표 2-2] 벤치의 형태와 재료에 따른 특징

자료; 한국 조경 학회의 『조경학』, 서울, 일조각, 1976, p. 300



다른 시설과의 결합-경계석(境界石)·화단·조명 장치·문·울타리·
식재 구획(植栽區劃) 구조물 등

③ 화 분 (pots)

도시의 가로·광장·교차점 등과 같이 바닥이 포장된 곳은 꽃을 화분에 심어 가꿀 수 있는데, 다채로운 색으로 도시 가운데서 도시화된 자연을 맛볼 수 있다.

화분에는 꽃을 줄지어 전시할 수 있고, 장소에 따라 융통성 있게 하여 가로에 조각적 요소를 줄 수 있다. 특히 화분의 용기를 잘 디자인함으로써 조각적 효과는 두드러지게 나타난다.

화분의 재료는 대체로 돌로 조형한 것, 화분에 유약(釉藥)을 칠한 것과 칠하지 않은 것, 목재·금속재(金屬材)·시멘트와 석면(石棉)의 혼합재, 파이버(fibre)·유리 등으로 되어 있다. 화분의 직경이나 깊이는 어떠한 화초를 심느냐에 따라서 결정되어야 한다.

화분에 심은 화초에는 특별한 관심을 가지고 관리하지 않으면 안 된다. 시간을 지켜 물을 줌으로써 꽃이 떨어지는 것을 방지하며, 봄부터 가을까지 3, 4회 꽃을 갈아 줌으로써 도시 경관(都市景觀)의 아름다움을 다양한 색채로 느낄 수 있으며, 계절의 변화와 도시 가운데서 자연의 변화를 느낄 수 있다.

화분의 크기는 두 사람이 들 수 있을 정도의 크기로서 2 ft×2 ft×2 ft이다.

④ 기호와 상징 (signs and symbols)

현대 도시에서는 정보 통신을 위하여 필요 이상으로 표지(標識)들이 범람하고 있다.

네덜란드 암스테르담 시내의 전차 승차대 - "간단하게 디자인되어 있으며, 비가 올 때를 대비하여 지붕이 있는 것이 특징이고, 보도 볼록도 이색적이다.



횡단 보도·일방 도로·자전거 도로·주차 금지 등은 도시의 보행인에게 반드시 알려 주어야 할 사항들이다. 유럽에서는 이러한 지시나 기호가 아름답고 간결한 디자인으로 도식적인 체계로 표준화되어 있다.

도시는 시장과 같아서 언제나 혼잡하고 동적이며, 다양한 색채와 음(音)이 넘쳐 흐른다. 이질적인 것들이 중복 병렬되어 사용되고, 무질서하게 연속된 집합체들을 가로 환경 전체와 건물의 형(形)을 고려하여 디자인하여야 한다.

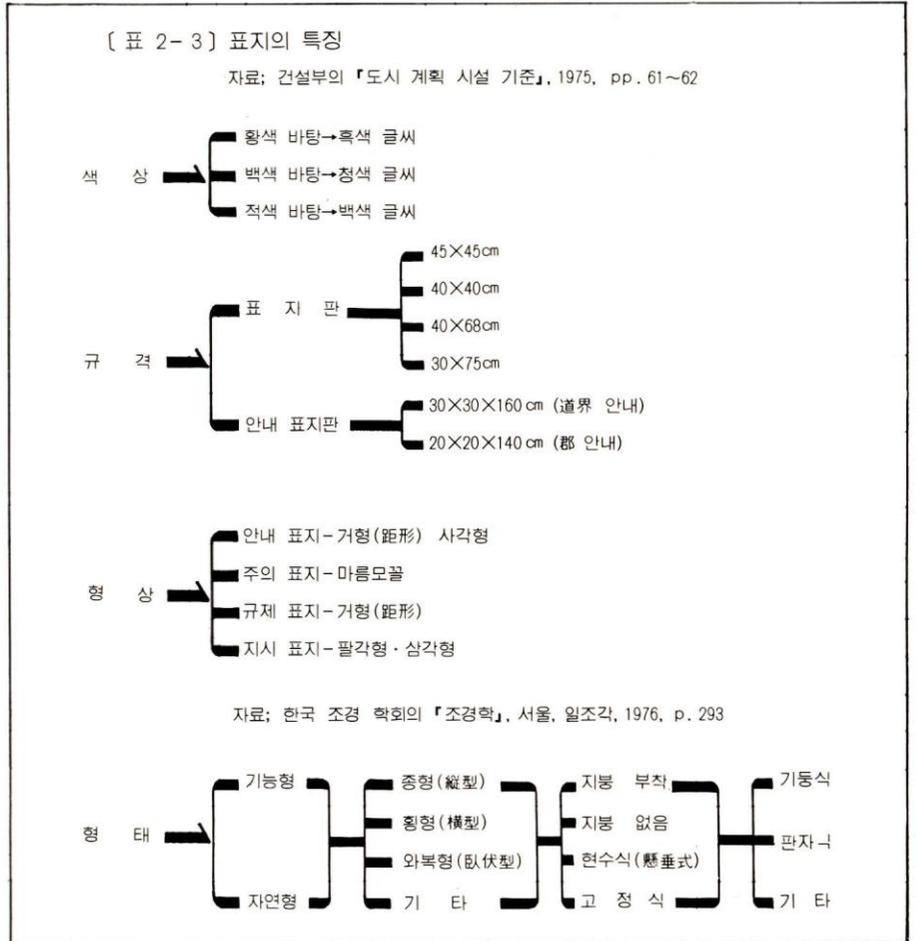
도로의 표지는 교통을 원활하게 함으로써 안전하고 능률을 높이는 도시 가구의 하나이다. 교통상 꼭 필요한 장소에 설치해야 하며, 난용(亂用)은 오히려 악영향을 끼친다. 복잡한 도로 구간에서는 보행자나 운전자 표지에만 의존하는 경우가 많다.

표지에는 다음의 네 가지가 있다.

- 가 안내 표지: 도로의 행선지(行先地)·거리 기타 필요한 사항의 표지
- 나 주의 표지: 보행자나 교통 차량에 대하여 도로의 위험한 상태 또는 주의를 요하는 상태를 예고
- 다 지시 표지: 횡단 보도·주차장·안전 지대·공사중 등 보행자나 차량에 대하여 지시할 필요가 있는 장소에 설치
- 라 규제 표지: 속도 제한·높이 제한·일방통행, 기타 지도상 필요한 장

소에 설치.

표지에 관한 제반 특징은 [표 2-3]과 같다.

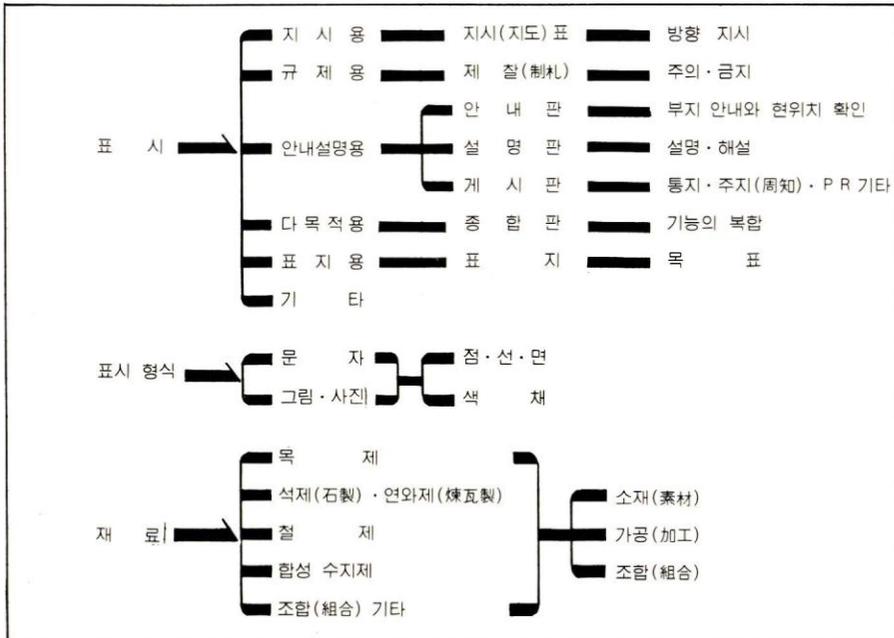


영국 런던의 가로에 놓여 있는 휴지통-“가로등의 기둥을 이용한 휴지통은 단순한 형태로서 설치 면적을 적게 이용하는 가능성을 보여 주고 있다.”





영국 런던 교외의 조그마한 마을의 광장 — “옛 정취를 보여 주는 건물·조각물·벤치와 잔디가 한결 부드러운 맛을 나타내고 있다.”

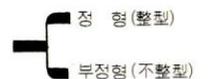
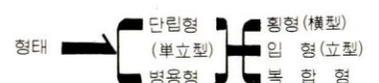


서의 역할을 하게 된다.

식수대의 일반적인 사항은 [표 2-4]와 같다. 구조에 따른 일반적 사항을 살펴 보면 [표 2-5]와 같으며, 재료적 사항을 살펴 보면 [표 2-6]과 같다.

[표 2-4] 식수대의 일반적 사항

자료: 한국 조경 학회의 『조경학』, 서울, 일조각, 1976, P. 307



⑤ 식 수 대 (食水臺: drinking fountains) 고대 도시에서 광장의 우물은 사회 생활과 화제(話題)의 중심이 된 곳이었다. 활발하게 움직이는 어린이나 옥외 생활자에게는 수분(水分)의 요구가 절실하므로 갈증에 대한 생리적 욕구를 충족시키고 도시민이나 보행자에게 편의를 제공하기 위하여 식수대(食水臺)를 도처에 설치하는 것이 당연하며, 화장

실과 공원의 시설 계획에 반드시 채택시켜야 할 중요한 시설의 하나이다.

식수대는 사용 목적과 비용에 따라 크기·구조·디자인·끝맺음 수법 등이 결정되는데, 주위 환경과 조화를 이루도록 설치해야 한다. 아름답게 생긴 모양과 색채를 가지는 동시에 조경 시설(造景施設)로서 적합한 취급을 받을 때는 하나의 옥외 대상물(outdoor objects)로



광화문 대로의 식수대와 중앙 분리대 - "잘 다듬어진 가로수와 화분대는 도시의 안정감을 느끼게 한다."

⑥ 휴 지 통(litter bins)

휴지통은 보행자가 많이 모이는 장소나 입구 부근·휴식 장소 등에 중점적으로 배치하는 것이 좋으며, 대형 휴지통을 적게 배치하는 것보다는 작은 것을 좁은 간격으로 많이 배치하는 것이 바람직하다. 그러나 식사나 장기간의 휴식을 위한 장소에는 대형 휴지통을 필요로 한다. 수량은 벤치 2~4 개마다 1 개씩, 원로(園路)에는 20~60미터마다 1 개씩 배치하며, 통행이 많을수록 수를 늘려야 한다.

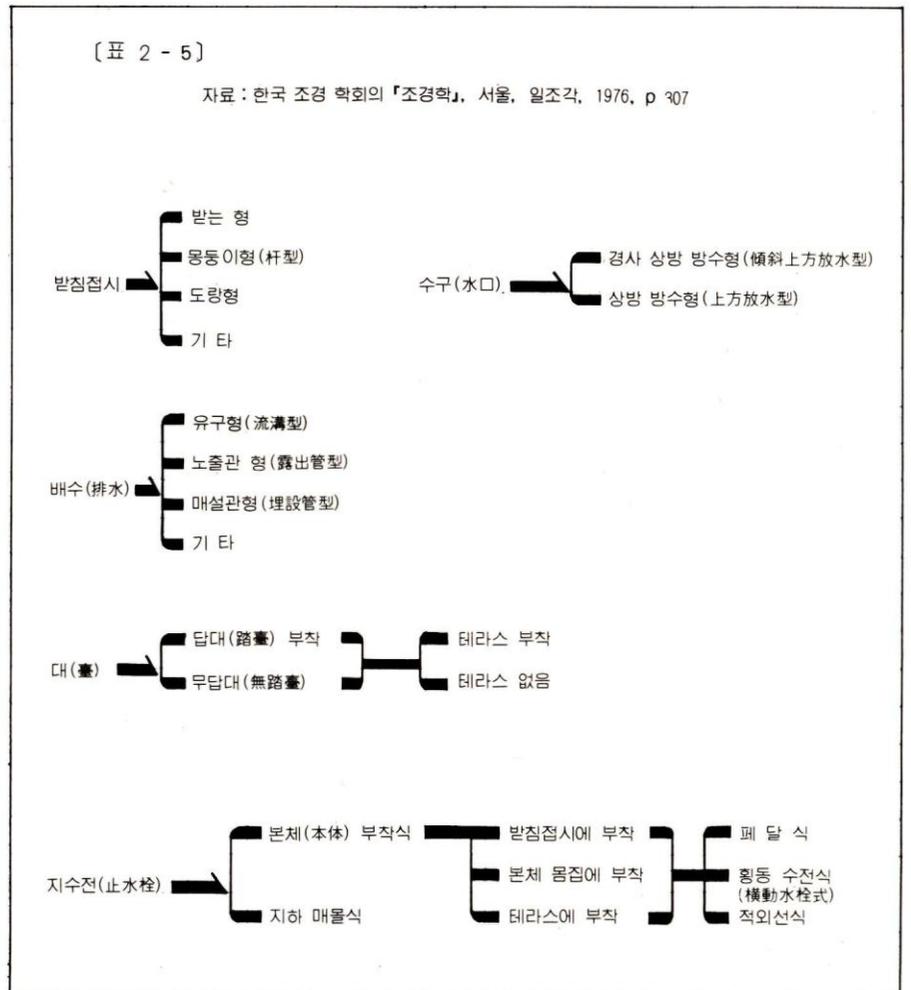
지각이 없거나 무분별한 보행인들은 휴지나 쓰레기를 시야에서 보이지 않는 곳에 감추어 버리는 습관이 있으며, 던져 버리는 범위는 평균 반경 7 미터 정도가 된다.

쓰기 쉬우며 수거하기 용이하고 튼튼한 구조로서 기능미(機能美)를 갖추어야 하며, 색채는 청결감을 주어 가야든 커니처(garden furniture)로 색채와 형태 모두가 미적 효과를 가지고 멀리서도 관상적(觀賞的)으로 판별하여 휴지를 수월하게 버릴 수 있도록 해야 한다.

집어넣기 쉬운 높이는 지상에서부터 60~75센티미터의 범위로 크기는 높이 60~80센티미터, 직경 50~60센티미터 정도가 알맞다. 투입구는 쓰레기의 종류에 따라 다르며, 식사하는 곳은 크게, 잠시 머무르는 장소에서는 작아도 무방하다. 휴지통의 종류는 [표 2-7] 과 같다.

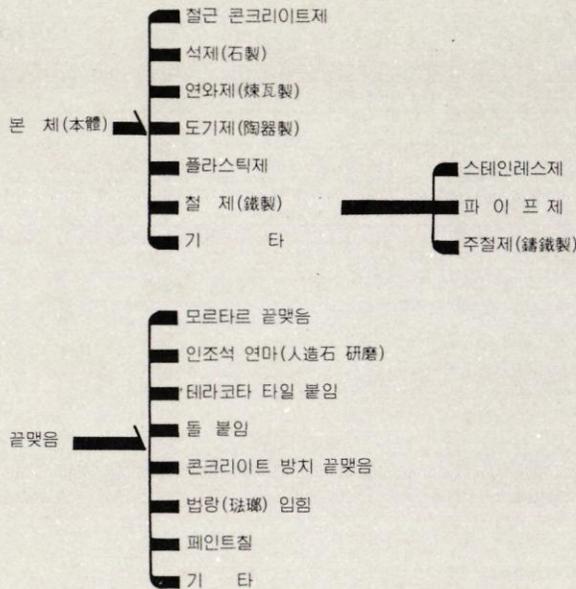
[표 2 - 5]

자료 : 한국 조경 학회의 『조경학』, 서울, 일조각, 1976, p 307



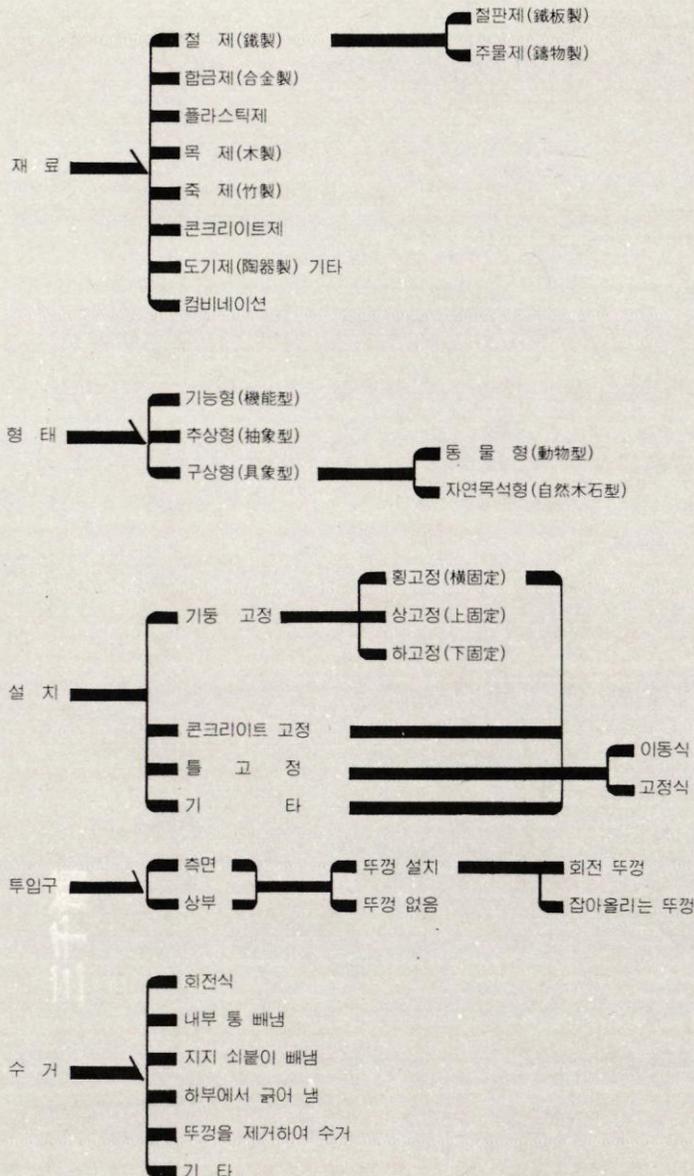
[표 2-6]

자료 : 한국 조경 학회의 『조경학』, 서울, 일조각, 1976, P. 308



[표 2-7] 휴지통의 종류

자료 : 한국 조경 학회의 『조경학』, 서울, 일조각, 1976, P. 305



【참고 문헌】

- ① 최 창환(崔昌煥) · 서 의택(徐義澤) 역 : 『도시 환경의 미』, 서울, 낙원 출판사, 1975
원저(原著)- Lawrence Halprin; 『Cities』
- ② 한국 조경 학회 : 『조경학(造景學)』, 서울, 일조각, 1976
- ③ 손 순채(孫淳彩) · 이 정근(李正根) 공저 : 『현대 도시 계획』, 서울, 이공(理工) 도서 출판사
- ④ 건설부 : 『도시 계획 시설 기준』, 1975
- ⑤ 박 성현(朴聖玄) : 『도시 보행자 공간 설계를 위한 Service Level 설정에 관한 연구』, 서울 대학교 환경 대학원 석사 학위 논문, 1976
- ⑥ Design Council : 『street furniture from design index』, 런던, 1976
- ⑦ Yoshinobu Ashihara : 『Exterior Design in Architecture』, 뉴우요오크, 1970
- ⑧ A. E. Weddle : 『Techniques of Landscape Architecture』, 런던, 1970

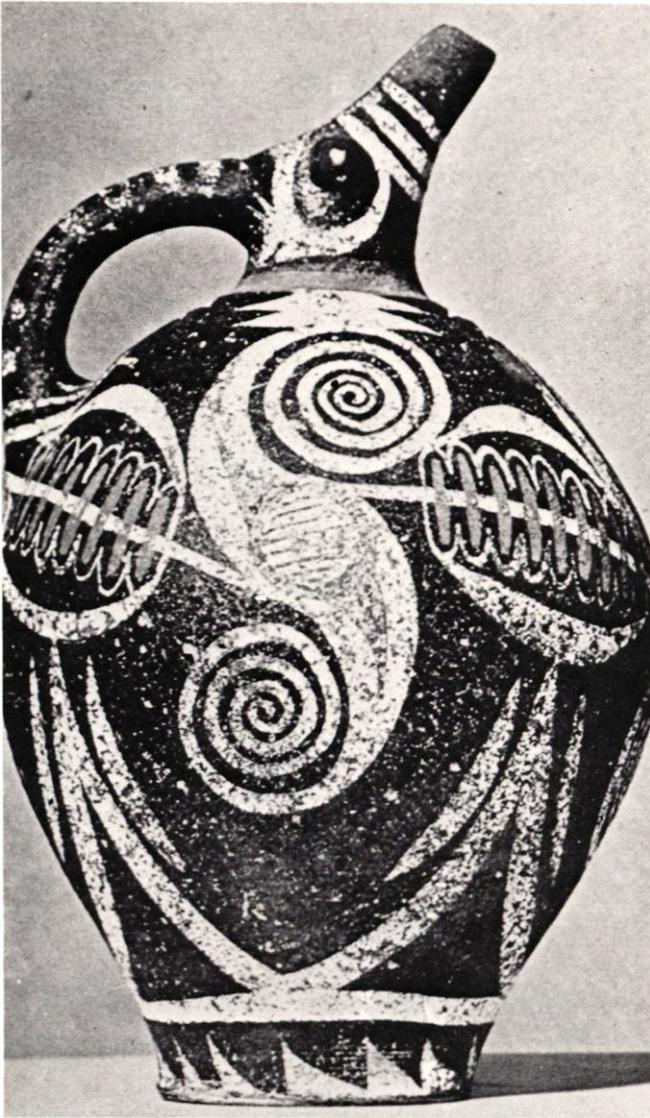
—[다음 호에 계속]—

The History of World Industrial Design

세계의 産業 디자인史 1

石器文明과 古代東方의 디자인

李 慶 成
弘益大學校 美術大學 教授



크레타 <부리 모양의 물항아리> B.C. 1800년경. 크레타 헤라클리온 미술관

디자인의 2대 원동력이라 할 수 있는 손과 머리— 즉 기술과 아이디어는 인류의 문화를 창조했고 미(美)의 역사를 이룩하였다. 인류와 더불어 발전해 온 산업 디자인의 역사를 디자인과 인간 관계 및 디자인과 산업의 발달을 중심으로 앞으로 연 10회에 걸쳐 사계(斯界)의 원로인 홍익 대학교 이 경성 교수의 집필로 엮어 나간다. - [편집실] -

1. 석기 문명(石器文明)과 고대 동방(古代東方)의 디자인
2. 고전 미술(古典美術)과 디자인의 자각
3. 신의 영광과 미(美)의 향수(享受)
4. 인간과 미의 조화
5. 위대(偉大)와 허구(虛構)의 미학(美學)
6. 산업 혁명과 디자인의 발견
7. 근대 디자인 운동의 태동
8. 산업 디자인(Industrial Design)의 탄생
9. 산업 디자인의 전개와 확대
10. 산업 디자인의 정착



〈번개뱀과 이리, 그리고 범고래 위에 앉아 있는 뇌조(雷鳥)〉 1850년경, 뉴우요크, 아메리카 자연과학 박물관.

- 디자인이란 사람의 손과 머리로써 이룩해 놓은 인간 문화의 꽃이다. 그것은 생활을 보다 아름답게 꾸미는 동시에 편리하게 하는 것이다. -

序 論

디자인은 인간의 생존과 더불어 시작되었고, 줄곧 그와 더불어 발전해 와서 오늘에 이르고 있다.

디자인의 원동력에는 두 가지가 있는데, 그것은 손과 머리다. 손은 기술로서 물건을

만드는 재주를 의미한다. 기술은 사용함으로써 숙련되고 점점 고도로 발달된다. 머리는 무엇을 생각해 내는 힘으로서 인간만이 모든 생물에 앞서서 가지고 있는 능력이다. 보통 아이디어라고 불리는 인간의 머리는 창조자의 원천이지만, 그것은 조물주(造物主) 다음으로 만물을 만들어 내고 개량하는 힘을 갖고 있다.

이렇게 손과 머리, 즉 기술과 아이디어는 역사 속에 흘러오면서 거창한 인류의 문화를 만들어 내었고 아름다움의 역사, 즉 미술사(美術史)를 이룩했던 것이다.

그 발전 과정을 보면 최초에는 초보적인 기술, 즉 본능에 가까운 행동에 따라서 어떻

게 만드느냐는 데 그쳤던 것이다. 그것이 점점 실패를 되풀이하고 경험을 쌓는 동안에 일정한 기술이 생기고 그 기술이 완성되자 또 다른 생각에 의해 보다 나은 기술이 생기는 것이다.

이렇게 보면 디자인의 역사는 결국 손과 머리의 조화에서 오는 역사라고 볼 수 있다.

보다 나은 기능을 찾아서 보다 나은 기술을 닦고 보다 나은 아이디어를 더함으로써 디자인의 역사는 전개되고 인간의 역사는 무르익는 것이다.

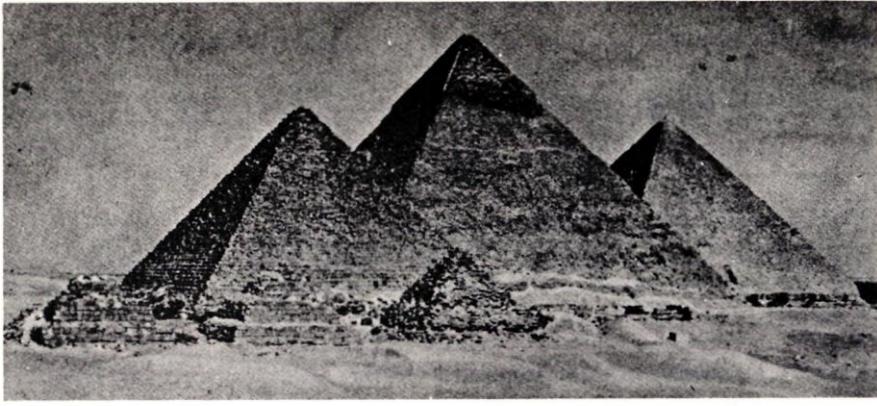
1. 石器文明과 古代東方의 디자인

(1) 석기 문명과 디자인

사람이 언제부터 자연에 있는 물질을 이용해서 자기가 바라는 도구(道具)를 만들어 내었는지 정확히 모른다. 그러나 그것은 석기 시대(石器時代), 더 이전에는 구석기 시대(舊石器時代)부터 자연석의 일부에다 가공함으로써 도구를 만들었다고 생각된다. 이 경우 도구란 손의 힘을 보다 강하게 하는 이른바 손의 연장이었다는 것이다. 손으로 자르는 대신 가공된 돌로 자르면 힘도 덜 들거니와 보다 능률적이다. 그렇게 하여 사람은 돌과 돌을 부딪쳐서 가장 오래된 석기를 만들었다. 이와 같이 구석기 시대에 이미 돌과 돌을 부딪쳐서 이른바 타제 석기(打製石器)를 만든 것은 그 당시로서는 위대한 발명이었다. 여기에서 인류는 디자인의 시작

동굴 벽화. 기원전 15000~10000년경 프랑스 도르 도뉴 지방의 라스코 동굴





멘 카우 라(기원전 2470년경), 카프라(기원전 2500년경), 쿠프(기원전 2530년경) 왕의 피라미트. 기자 소재

으로 말미암아 다른 동물을 알지르는 행동을 하였던 것이다.

이렇게 하여 디자인이란 생존 속에서 보다 나은 기능을 얻고자 하는 바람의 결과로 생겼던 것이다.

서양의 구석기 문명은 다음과 같이 발달되었다.

초기 구석기 시대 (Early Palaeolithic Age)

- ① 쉐레안(Chellean) 기
- ② 아셀레안(Achellean) 기
- ③ 무스테리안(Mousterian) 기

후기 구석기 시대 (Late Palaeolithic Age)

- ① 오리나시안(Aurignasian) 기
- ② 솔루트리안(Solutrean) 기
- ③ 마그다레니안(Magdalenian) 기

고고학자는 원석기(原石器)를 인류가 최초로 만든 도구라고 생각하고 있다. 이것은 생활의 용구, 즉 그들의 생활의 양식인 동물을 잡기 위한 도구였다. 이 획득의 능력으로 인간은 모든 동물을 누르고 지상을 지배할 수 있게 되었다. 이렇게 해서 노동 용구로서의 원석기가 나타났던 것이다.

1863년 프랑스 테네(Theney)에서 최초로 발견된 이 석기는 그 후 유럽 각지의 홍적기층(洪積期層)에서 많이 발견되었는데, 이 석기는 '잡는 마치(槌) (coup de point primitif, prototypischer Faustkeile)'라고 불리듯이 손아귀에 쥐어서 그 끝으로 마치의 공작적 목적을 하는 것이다.

석기도 고고 학년대 쉐레안(Chellean) 기



히아프의 울림 상자에 새긴 상감 세공(象嵌細工). 기원전 2600년경. 필라델피아 대학 미술관

에는 그 종류도 많아지고, 또한 잡은 동물의 뼈를 이용한 골기(骨器)도 병용하여 아셀레안(Achellean) 기에 이르러서는 그 종류도 많아졌거니와 그 기술도 숙련되어 정교한 것이 되었다. 이처럼 원시공예(原始工藝)에서 이루어진 기술적 진보는 나날이 되풀이된 여러 경험에서 생겼다. 그러나 이와 같은 공예에 선행하는 도구의 제작에서는 우선 그의 행동이 지성에서 시작되어 용(用)이 미(美)에 선행하여 도구의 형태를 결정하였다. 이 용(用)은 도구의 구비 조건인 기능(機能)이 결정하였다. 이와 같이 공예 이전의 도구에는 돌·나무·뼈(재료) 같은 것을 자르거나 깨뜨리는 목적에 따라 어떤 형태로 할까 하는 생각(의장)과, 그것을 위한 생각과, 그것을 위한 생각의 흔적(기술)이 나타난다. 물론 이 시대의 도구는 미술이 아니라고 생각하는 사람도 있으나, 반대로 그 시대의 인류의 조상들이 그것에서 미를 느끼지 않았다는 반증도 얻을 수 없다.

오려려 빈약한 재료나 유지한 기술을 써서 보다 좋고 보다 아름다운 형(形)으로 만들려고 한 노력의 흔적이 있기에 그들도 이 석기를 만들고 오늘의 화가나 조각가처럼 창조자의 기쁨에 사로잡혔을 것이다. 그 후 이와 같은 타제 석기(打製石器)는 마제 석기(磨製石器)라는 보다 아름다운 것으로 발전되어 정교한 것과 기계적인 것이 만들어졌다. 이쯤 되면 같은 석기라 할지라도 훌륭한 공예품이 된다. 사람은 필요에 의해서 도구를

채색 비이커, 수사 출토, 기원전 5000~4000년경, 높이 28.6cm, 파리 루브르 미술관



만들었으나, 장식 본능(裝飾本能)에 따라 많은 장식을 가하게 되었다.

그러한 좋은 예는 중석기 시대(中石器時代) 전기, 즉 '아켈리아의 적석(礫石)'이라고 부르는 달걀 크기의 적석에다 적색의 안료(顔料)로 문양을 그린 것을 들 수 있다. 이것은 무엇에 사용되었던 것인지 잘 모른다. 그러나 오늘날 토속학(土俗學)의 힘을 빌어 그것이 혼(魂)의 석(石)이라는 종교적 의미가 있었다는 것을 설명하는 학자가 많

다. 그러나 공예상에서는 그의 용도 여하를 떠나 물체에다 장식이나 기호(記號)를 남김으로써 그 집단의 정신과 사상의 전달을 의도한 것을 중요시한다. 이 기호와 장식은 발전하여 문자가 되어 사상 전달의 임무를 띠게 된다. 이와 같은 기호적 의미가 순수한 시각미(視覺美)의 추구하고 일치될 때 그것은 모양(模樣)-문양(紋樣)이 되어 공예미의 한 요소가 된다.

그 후 원시 공예는 인류의 정주(定住)와 더불어 토기의 발전과 그의 발전 속에서 최대의 표현을 가졌고, 신석기 시대(新石器時代) 초기에 나타나는 직물(織物)의 형태로 나타났다.

신석기 시대에는 제 4 성층(第四成層) 후기가 끝나고 전유럽을 뒤덮고 있었던 얼음과 눈이 녹아서 지구는 거의 현대에 가까운 상



에게 공예, <바피오의 술잔> 기원전 1500년경, 황금, 높이 7.6~8.9cm, 아테네 국립 미술관 소장

태가 되었다. 이 시대에도 돌로 만든 많은 도구가 사용되었다. 그러나 구석기 시대의 조잡한 타제 석기와 비교하면 디자인 감각도 높아지고 석기의 종류도 많아졌다. 그리고 만드는 기술은 같아서 만드는 이른바 마제(磨製)가 되었다. 오직 용도에 적합한 형태라는 것뿐만 아니라 돌을 열심히 갈아서 보기 좋고 쓰기 좋은 기물(器物)을 만들었다.

또한 이 시대에는 인류사상 가장 위대한 발명이라 할 수 있는 토기의 제작이 시작되었다. 토기의 제작은 우연하게 시작되었다. 예를 들면 태양 광선에 말라 굳은 점토(粘土)나 물가의 점토가 굳은 것으로서 비롯된다고 한다. 이 때 가장 문화가 발달된 지역은 지중해 동부—이집트와 메소포타미아 지방으로 오늘날 이 지방에서 발굴되는 토기를 보면 배·사람·들사슴 등이 상징적으로 곁들여 있다.

신석기 시대 후기에는 문화가 갑자기 발달되어 이집트·소아시아·그리스·에게해 등에서 많은 기물과 더불어 인형 등이 나온다. 조잡하지만 원시적인 미가 깃들여 있는 이들 공예품은 그의 디자인 감각에 있어서 그 후 유럽 디자인의 뿌리를 이루고 있다.

(2) 고대 동방(古代東方)의 디자인

여기서 고대 동방이라고 하는 것은 영어로 표현하여 오리엔트(Orient)라고 하는 고

돌멘(dolmen). 기원전 1500년경 브라타뉴의 카르나크



대 이집트·메소포타미아·에게 해를 가리킨다. 이들 지방은 인류 문화의 발상지로서 오랜 옛날부터 높은 문화를 창조해 왔다.

1) 이집트(Egypt) 디자인

이집트는 기원전 3000년경, 즉 신석기 시대 말기에는 높은 문화에 이르고 있었다고 생각된다. 국왕은 넓은 영토와 많은 국민을 소유하고 절대적인 권력과 무한한 재산을 이용하여 웅대한 기념 건축물이나 호화로운 공예품을 만들었다. 그리하여 웅장한 왕의 무덤인 피라미트(Pyramid)과 스�핑크스(Sphinx), 오벨리스크(Obelisk)와 같은 대규모의 작품들이 순전히 사람의 힘과 손과 머리로서 만들어졌다.

이집트 디자인을 발달시킨 원인으로서는 종교를 들 수 있다. 종교는 모든 사상의 원동력이고 근원이었다. 이집트 사람은 영원의 불멸과 재생관(再生觀)을 믿고 있었다. 따라서 사람이 죽으면 그 시체는 미이라로 만들어 무덤 속에 보존하고, 사후의 생활에 필요한 여러 가지 기구를 그 무덤 속에 갖추어 놓아야만 했다. 따라서 무덤에 갖추는 기물의 종류도 많았다. 이들 유물은 모두 무덤 속에서 발견되고, 또 이집트의 건조된 공기 때문에 잘 보존되었다.

이집트 공예품에 나타난 디자인은 초기에는 석기 시대의 양식을 그대로 받아들여 고대품의 동물이나 초목을 매우 상징적·개념

적으로 표현하였다. 순모양풍(純模樣風)의 것으로는 자리문식의 모양과 소용돌이식 모양이 사용되었다. 왕조 시대가 되어서 이집트 사람은 기하학(幾何學)을 생각하게 되었고, 그리하여 많은 기하학적 문양이 디자인으로 등장한다.

2) 메소포타미아(Mesopotamia)의 디자인

티그리스(Tigris)와 유프라테스(Euphrates) 강 유역에 있는 메소포타미아 지방에는 강대한 전체적인 대왕이 통치하는 제국이 번영하였다. 이 지방의 문화는 이집트 못지않게 일찍부터 발달되었으므로 공예도 상당히 높은 수준의 것들이 창조되었다. 그러나 고고학적인 연구와 미술사의 개발이 늦었으므로 유품의 수는 매우 적다. 문헌과 오늘날의 고고학적인 성과에 따라 상상한다면 공예의 중심은 제왕의 주거인 궁전이였다. 궁전과 그 곳에 부속하는 건축 장식·가구·집기·장신구가 대표적인 공예품이다. 역대 제왕은 왕으로서의 위엄을 과시하기 위하여 호화로운 건물을 세우고 기둥과 벽 등에 제왕의 위대한 업적이나 용맹을 표현하고 실내

에 사용된 가구나 일용품 기타 여러 도구에 서부터 의복·장신구에 이르기까지 위엄과 강대를 자랑하기에 고심하였다.

3) 에게(Aegea) 해의 디자인

에게 해 문명은 메소포타미아 및 이집트와 더불어 고대 동방의 3대 문명의 하나로서 오늘날 유럽 문명의 모체이고, 이집트 등과는 또 다른 독특한 문명을 이루었다. 이 민족은 에게 해의 중심인 크레타 섬에다 많은 유적을 남겼는데, 특히 크노소스(Knossos) 궁전에는 우수한 건축 디자인과 그림을 남기고 있다.

에게 해 공예의 대표적 유품으로는 크레타의 도기(陶器)가 있다. 이것은 형태감이나 장식 문양에서 해양 민족 고유의 정수를 잘 나타내고 있다. 가형 도기의 문양으로 사용된 물고기나 낙지·해초 등이 바로 그것이다.

또한 섬이라는 지역적 특성 때문에 평화적인 생활을 사랑하고 드물게 보는 물질 문명을 개화시켜 크노소스 궁전의 벽화에서 볼 수 있는 여인상들은 호화로운 복장과 장신구, 그리고 20세기 여인들이 하고 있는 화장법을 이미 개발하였던 것이다.

이것으로 미루어 보아 그 당시의 디자인 감각은 발달된 물질 문명을 배경으로 가장 호화로운 것이었다는 것을 상상할 수 있다.

[계속]

〈디자인 經營〉 事例

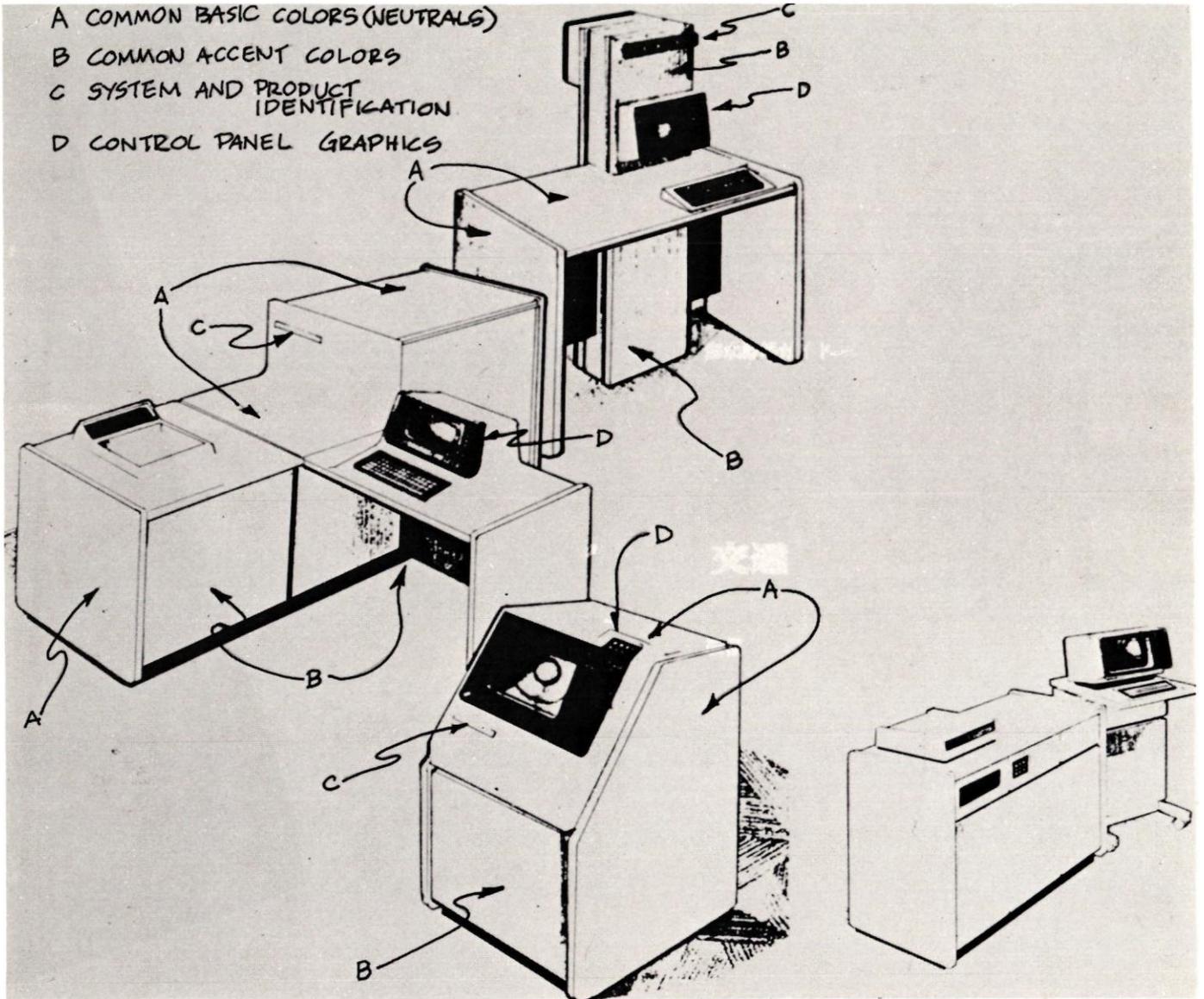
새 模型 開發과 品質向上에 寄與하는 - 스페리 유니박 디자인 센터

Sperry Univac Design Center

스페리 유니박(Sperry Univac)은 아이비엠(IBM)과 더불어 세계 굴지의 컴퓨터 제조 회사다. 이 회사는 각기 다른 형태와 색채로 제조된 동사의 제품이 일관성이 있도록 하기 위해 디자인 센터를 설립하고 디자인 경영에서 과감히 시도한 여러 시책으로 말미암아 시장성을 크게 향상시켰다. 본고에서는 스페리 유니박 디자인 센터가 실시한 디자인 시책의 일모를 살펴봄으로써 우리 나라 산업계의 디자인 운용에 일조(-助)가 되었으면 한다. - [편집실] -



스페리 유니박이 제작한 시스템 1100/10 컴퓨터·인쇄기·자기 테이프. 이들 제품이 각기 다른 특징과 색깔을 갖고 있다면, 구매자들은 이들의 부조화에 불만을 느낄 것이다. 이 문제의 해결을 위해 스페리 유니박 디자인 센터가 설립되었다.



생산 제품의 일관성이 결여되어 있다고 생각한 스페리 유니박 (Sperry Univac) 제조 회사는 인간적 요인에 관한 연구와 마케팅 요원의 조언을 근거로 몇몇 그룹의 작업을 감독할 목적으로 스페리 유니박 디자인 센터를 설립하였다. 이 센터의 설립 후 생산된 제품들은 이전의 제품보다 훨씬 나아졌으며, 1979년도에 개발될 새 모형은 사용자들보다 간편하게 이용할 수 있게 될 것으로 전망되고 있다.

스페리 유니박 컴퓨터는 스페리의 합병의 결과로 10년 이상 미국 내 5개 지역 회사의 기술자들과 디자이너들의 독자적인 그룹에 의해 디자인되어 왔다. 이 회사에서만 든 제품은 모두 잘 팔렸는데, 1977년의 총판매액은 17억 달러를 넘어 유니박을 아이비

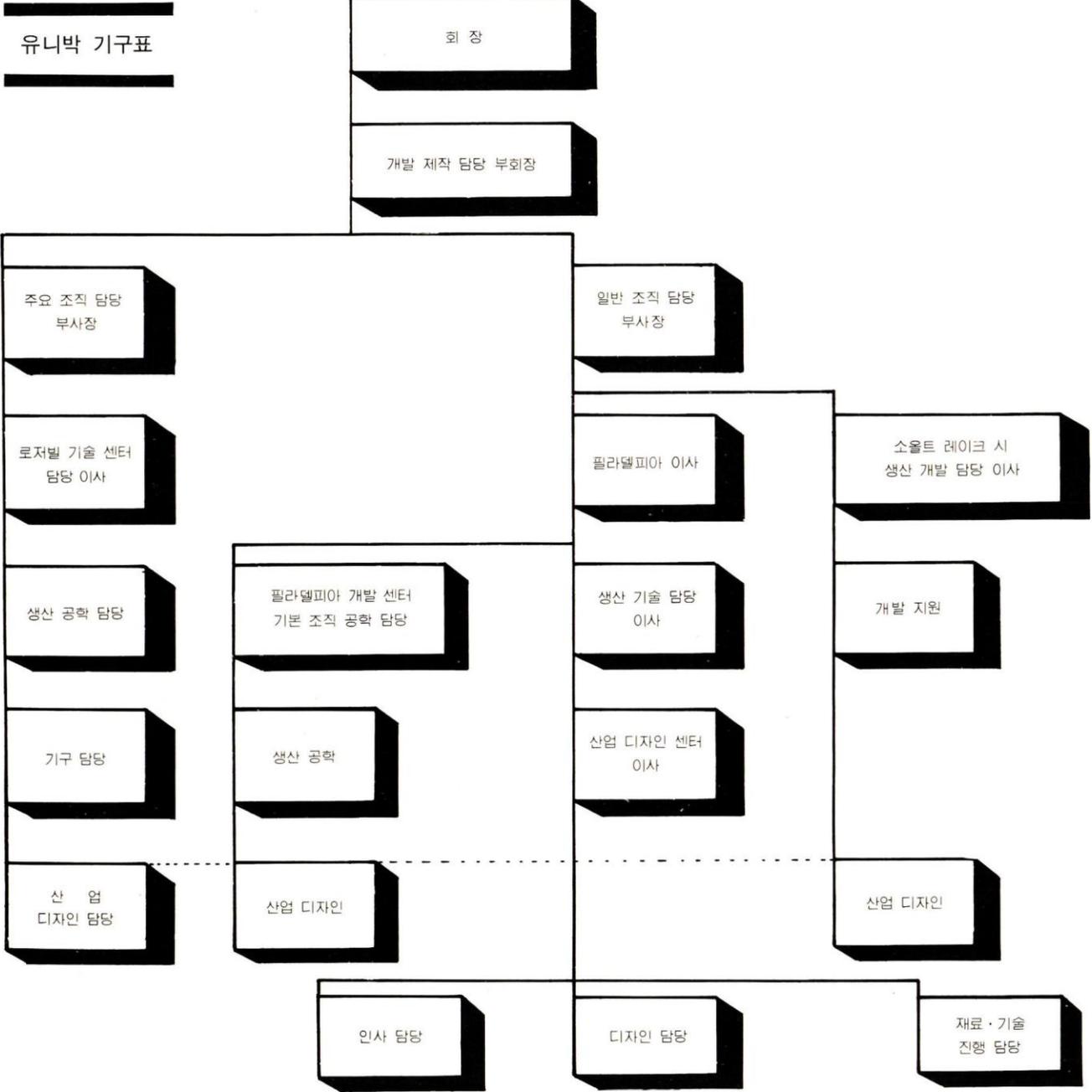
엠 (IBM) 다음 가는 회사로 올려놓았다.

그런데 이 회사 제품인 컴퓨터의 디자인이 모두 달라 구매자들을 혼란시키지 않을까 우려한 경영진에서는 펜실베이니아 블루우 벨 (Blue Bell)의 유니박 본부에 있는 새 디자인 센터의 지도 아래 모든 디자인을 통일시키기로 결정하였다.

제품 기술 부장 시몬 (William F. Simon)은 디자인 센터의 경영진에게 "일부 구매자들은 그들이 잘못 제조된 우리 회사의 제품을 구입하였다고 생각하고 있으며, 어떤 장치는 4백만 달러짜리 조식처럼 보이지 않고 누군가가 잘 조화되지 않는 부품들을 억지로 맞추어 놓은 제품처럼 보인다"고 보고한 바 있다.

이 문제에 관한 공동 관심이 점점 커 가자

스페리 유니박 디자인 센터 설립 후 통일된 색깔과 그래픽, 로고의 위치, 기본 형태가 결정되었다. 이것은 각 지역 유니박의 산업 디자이너에게 전달되며, 디자인하는 이를 기준하여 제품을 디자인한다. 위의 그림은 기본 드로잉의 일례로서 모든 신제품은 여기에 맞추어 디자인될 뿐만 아니라, 이미 생산된 제품의 재도색도 여기에 맞추어 실시된다.



제조 개발 단체 부의장인 스피레인(Paul Spillane)은 신제품 개발 부회장이인 필립스(R. C. Phillips)에게 이 문제의 해결책을 강구하도록 의뢰하였다. 중형(中型)·대형(大型)의 컴퓨터를 조립하는 주요 분과 조직의 부회장이인 필립스는 다른 두 조직을 관찰해 본 뒤 일관성이 부족하다는 사실을 알고, 앞으로 이들 두 조직을 통합시키지 않으면 안 된다고 주장했다. 그리고 그는 평범한 수준에 있는 많은 사람들이 컴퓨터를 이용하고 있으므로 컴퓨터를 인간적 요인(human factors)에 보다 중점을 두어 개발해야 하며, 디자인 프로그램을 다루고 마케팅과 밀접하게 관련을 맺어 나가기 위해서는 일관된 지휘 체계가 이루어져야 한다고 말했다.

1976년 5월에는 유니박 지역의 디자이너

들이 적용하고 있던 디자인 기준을 정하라는 위임을 받고 슈울트(John C. Schulte)가 새 디자인 센터의 회장으로 임명되었다. 이 디자인 센터는 모든 유니박 지역에 있는 디자인 작업을 감독하고 있으나, 행정상으로는 소형과 중형의 컴퓨터를 취급하는 일반 조직 분과 밑에 소속되어 있다.

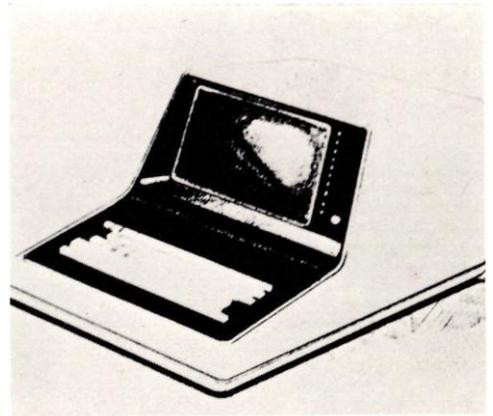
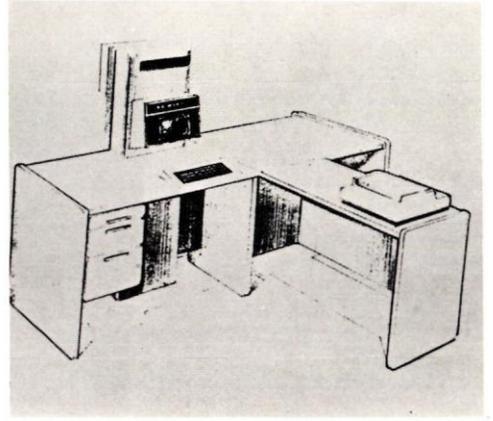
슈울트는 유니박 제품들의 새 모형을 개발하기 위해 1978년 6월 이래 플로리다 네이플즈(Naples)에 그레이저(Calven T. Graser)를 고문으로 두고 있다. 그런데 시몬은 이 새 모형 개발 업무가 고문에게 맡겨진 것은 그들이 다른 지역에 있는 디자이너들을 제외한 블루우 벨 디자인 그룹만 믿거나 그들에게만 우선권을 주지 않는다는 확실한 증거이며, 이것은 그들이 이 디자인 그룹의 신

뢰를 얻는 또 한 가지의 방법이었다고 술회하고 있다.

유니박 製品에 관한 設問調査

스케리 유니박 디자인 센터가 가장 관심을 가진 분야는 외양(外樣)·인간적 요인·제조 가격 및 판매 증가였다. 이 문제의 해결을 위해 외양과 인간적 요인에 관련된 시장 조사를 위한 계획이 수립되었다. 그런데 세 가지의 인간적 요인 중 첫번째는 그 때 이미 진행중에 있었다.

유니박의 마케팅 요원들은 집중적으로 시장 조사를 실시했다. 그러나 이들은 그들의 고객들과 직접 접촉할 수는 없었는데, 그것은 그들이 제한된 시간과 자료를 갖고 있



대규모 생산 라인에서의 디자인 문제 해결 : 유니박은 그들이 사용해 온 I. B. M. 설비와 닮은 몇 가지의 구성 성분을 만들어야 한다. 이러한 콘솔(console)은 최신 스타일과 색채를 반영하고 있다. 그러나 소형 컴퓨터와 같은 것은 대형 기구와의 조화를 위해 면밀히 제작되어야 한다. 위의 제품은 모두 디자인 센터가 설립되기 이전에 제작된 것이며, 디자인 센터는 제시된 드로우잉에 준하여 각각의 기구의 형태를 통일시키는 작업을 완성시켰다.

은 테다가 계획 자체에 문제가 많았었기 때문이었다. 그리하여 그들은 접촉하고자 하는 고객과 친한 사람들을 상대로 조사를 실시했다.

스케리 유니박 제품에 대한 소비자들의 반응을 조사하기 위해 이들은 각 분과의 과장과 판매 부장·제품 시판 부장 및 여러 단체의 장들을 포함한 58명의 직원에게 설문을 나누어 주었는데, 이 설문을 근거로 제품 모형의 개조 여부를 결정짓기 위한 것이었다. 이 설문을 분석해 보고 이들은 만족할 만한 결론을 얻었는데 그것은 이들이 알고자 한 것, 즉 로아노크(Roanoke)와 에스유엘(S. U. L)의 두 완제품은 시판중에 있는 다른 제품과 유사하지 않고 유니박 자체의 독특한 새 모형을 개발해야 한다는 사실을

알려 주었기 때문이었다.

이들이 배부한 설문에 응답한 사람 중 45%는 유니박 제품의 현재 모양이 회사의 이미지를 향상시킨 것으로는 보지 않는다고 대답하였으며, 28%는 경영자의 결정을 그대로 따른 것이었다고 응답했다. 설문에 응답한 사람 중 한 사람은 "우리는 왜 낡은 포장지에 새 제품을 싸야 하는가?"하고 물었으며, 또 한 사람은 "우리는 기술면에서 진취적이며 끊임없이 전진하길 바란다"고 설문지 아래에 썼다. 그리고 "시장에서 첫눈에 유니박 제품을 알아볼 수 있도록 해 주길 바란다"고 쓴 사람도 있었다.

응답자들의 대부분은 컴퓨터실이 이젠 회사의 전시 장소가 아니며, 컴퓨터의 디자인에는 기능과 사용상의 간편함이 우선적

으로 고려되어야 한다고 지적하였다. 한 참가자는 유니박은 사용자의 성향에 맞추어 제조되어야 하며, 컴퓨터는 이제 장난감이 아니라 실용품이라는 사실을 널리 주시시켜야 한다고 결론지었다.

1980년대의 컴퓨터.

미래의 유니박 제품의 모형에는 분명히 변화가 나타나고 있다. 그레이저 고문은 유니박의 프로그램에서 그의 작업이 유니박의 설계 명세서를 모델로 외부 제조 업체에서 만들어지고 있는 유니박 회사의 모든 제품 모형을 통일시키는 것이라고 설명하고 있다.

그는 제품 모형의 통일 계획을 조직·제품 감정·조절 장치 패널·색채와 마무리 작업



유니박이 추구하는 목적은 제품의 모형이 일관성이 있도록 함으로써 시장성을 높이는 데 있다. 사진에서 보는 시스템 90/30 컴퓨터는 2천여 대가 팔렸기 때문에 이 제품을 그레이 앤 블루우(gray-and-blue)의 설비와 통합시키지 않고 있다.

· 형태 요소와 세부 장식의 5개 요소에 중점을 두고 실시하고 있다. 그는 형태가 기능 다음이라는 사고방식은 이미 낡은 것이며, 따라서 스타일링(styling)보다는 순수 형태로 제작하기 위해 고심하고 있다. 새로 개발한 모형은 앞으로 수년간 유통될 수 있어야 하며, 따라서 4~5년이나 시대에 뒤진 모형은 교체하여야 한다고 주장한다.

市販에 대한 우려 감소

스케리 유니박 디자인 센터가 설립되기 이전에는 유니박의 디자이너들과 마케팅 요원 사이의 관계가 단편적이었고 통일성을 기하지 못했으며, 또한 실제로 잘 이루어지지도 않았다. 마케팅 요원들은 너무 늦어

서 교체할 수 없게 되었을 때에야 설계 도면을 볼 수 있었고, 그 반면에 디자이너들은 시장 정보를 제때에 얻기가 어려웠던 것이다.

디자인 통합 계획의 초기 목표는 마케팅의 협력과 참가를 구하는 일이었다. 따라서 마케팅 요원은 초기 단계에서부터 제품 디자인과 관련을 맺게 되었으며, 3~4개월마다 그들과 회합을 갖고 새 모형 개발에 필요한 시장 정보를 얻었던 것이다. 그들은 이 회합 석상에서 이제까지 해온 일을 재검토하고 그들이 생각하고 있는 바를 마케팅 요원에게 알리며, 제품 디자인의 초기 단계부터 차례차례 발표한다. 이 자리에서 모든 기술적인 결정을 내리고 난 뒤 그들의 책상 위에 어떤 것을 내놓으며 “어떤가, 좋은가?” 하고 묻는 것은 매우 불공평하다고

스페리 유니박 디자인 센터에서는 기사(技師)들의 문제를 알아보기 위해 컴퓨터실 관리인에게 다음과 같은 질문을 내었는데, 그 응답은 오른쪽과 같다.

“기사들이 그들의 직업에 관해서 갖는 주요 불평에는 어떤 것들이 있는가?”

지루함. 대부분의 문제들은 불안전한 설비에 기인함. 시설 부족, 애매한 편람, 부적당한 처리 과정, 잘 읽히거나 쓰이지 않는 테이프, 지나치게 높은 컴퓨터실의 기온, 비인가자의 빈번한 컴퓨터실 출입 등이 모두 시정을 요하는 작업 환경이다.

“평균 수준 이하의 기사와 비교해 볼 때 평균 수준 이상의 기사가 소유하고 있는 독특한 특색은 무엇인가?”

그들은 최소한의 통제하에서 일할 수 있으며, 잘못된 것을 보면 의문을 제기하고, 틀린 경우에도 당황하지 않고, 곤경에 빠졌을 때에도 지나치게 당황하지 않는다. 이들은 기사의 매뉴얼(manual)을 사용할 줄 알며, 일을 체계화시키고 조직화된 패턴에서 일할 수 있다.

“신참이나 경험 없는 기사들이 흔히 저지르는 실수에는 어떤 것들이 있는가?”

경험이 없는 기사들은 하드웨어나 프로그램의 잘못에서 실수를 저지르기 쉽다. 문제가 발생하기 전에는 그 일을 깨닫지 못하며, 신참 기사는 실수하지 않을까 두려워하기 때문에 언제나 느리다. 지시를 제대로 읽지 못하고, 질문에 제대로 대답하지 못하며, 제대로 기록하지 못하고, 콘솔의 지시를 제대로 따르지 못한다.

생각하고 있다.

현재 그들은 진행중인 모형 계획과 프로그램 및 스케치를 재검토하고 있다. 그들이 마지막으로 승인할 때가 되었을 때, 그들은 어떤 일이 진행되고 있고 왜 그와 같은 결정이 내려졌는지 깨닫게 되는 것이다.

進行報告

완전히 새로운 모형을 갖춘 유니박 제품은 약 1년 정도 선전하는 데 적당할 것이라고 내다보고 있다. 새로운 모형으로 제작된 제품은 약 반년 후에야 고객들이 구입할 수 있을 것이며, 그 사이에 제조중에 있는 현행 제품들은 따뜻한 회색 바탕에 푸른색의 새로운 색채 배합을 할 수 있게 될 것이다.

슈울트는 앞으로 수개월 동안 공장에서 생산되는 모든 제품이 동일한 색채 배합을 갖게 할 계획이라고 말하고 있다. 그는 스페리 유니박 디자인 센터의 진행에 만족하며, 이 센터가 해놓은 일을 일일이 점검하고 있다.

이들은 디자인 센터를 규제하는 정책과 진행 절차를 확립시켰으며, 보편적인 색채 배합 계획을 세워 두었다. 또한 세부 모형을 만들었고, 일반적인 부속품과 기술을 사용함으로써 제작 비용을 절감시켰으며, 이전에는 불가능하였던 표준화된 색채를 사용함으로써 디자인상의 노력을 단일화시켰던 것이다.

슈울트는 진행중에 있는 일을 감독하기 위해 정기적으로 개발 센터를 방문하고 있다. 그는 디자이너들과 협력하여 모든 일을 원

만히 진행하고 있다고 말하고 있다. 이제까지의 작업 과정을 통해 모든 디자이너들은 일관성이 부족하다는 사실을 알고 있으며, 이제 그에 관한 기준을 세워 두었으므로 일은 아주 쉬워져 훨씬 더 많은 일을 성취할 수 있게 된 것이다.

이 회사의 최고 경영진에서도 이 디자인 센터의 환동에 만족을 표하고 있다. 필립스는 모든 계획이 순조롭게 진행되고 있다고 말하고, 앞으로 개발할 신제품에는 인간적 요인에 대한 관심을 보다 많이 반영시켜 구매자들이 보다 간편하게 사용할 수 있도록 디자인하는 데 노력을 기울여 나갈 계획을 세우고 있다.

- 『Industrial Design』 11~12월호에서 발췌·번역

韓國의 傳統紋樣 〈26〉

山景紋 (Ⅱ)

〈梅·蘭·菊·竹·草花水禽紋〉

國立中央博物館 學藝研究室

林 永 周



青磁象嵌梅竹水禽紋陶板(부분)

산수 풍경문(山水風景紋)은 한국 미술사를 통하여 가장 한국적인 특성을 나타내고 있는 문양(紋樣) 가운데 하나이며, 또한 가장 독창적인 것으로서 한민족의 개성과 고고한 기품을 가장 잘 표현하고 있다.

한국 고대 미술에서 산경문이 등장하기 시작하는 것은 이미 삼국 시대 이전으로 볼 수 있는데, 고구려 고분 벽화나 백제 시대의 산수문전(山水紋壇), 그리고 신라 시대의 고지(故地)인 경주(慶州) 부근 일대에 산재된 사지(寺址)에서 발견된 와전류(瓦博類)에서 간혹 이러한 요소를 찾아볼 수 있다.

그러나 그러한 것은 고려 시대의 금속 공예(金屬工藝)·목칠 공예(木漆工藝)·도자 공예(陶磁工藝)에서 유행되었던 회화적(繪畵的)이고 자연주의적인 성격과는 전혀 다른 극히 상징주의적인 것으로서 종교적인 세계를 볼 수 있는 것이다.

고려 시대의 산경문은 다른 어느 시대의 미술품에서도 찾아볼 수 없는 자유분방하고 조요함을 느끼게 하며, 또한 다른 어느 나라의 미술에서도 찾아볼 수 없는 독특한 장식미를 나타내고 있다. 그 속에는 전혀 가식이 라든가 과장됨이 없고 유유자적하고 평화를 추구하는 독특한 생활관을 반영하고 있으며, 조그마한 야심도 그 속에서 찾아볼 수 없는 소박하고 담박한 멋이 깃들여 있는 것이다.

고려 시대의 조형 미술(造型美術)은 통일신라 시대의 명맥을 그대로 이어 받았으나 중국 송대(宋代)에 유행하였던 도교 사상(道教思想)의 영향을 받아 정치·문화·사회의 전반에 커다란 변모를 가져오게 되었고, 삼국 시대의 귀족 중심 제도가 지방 호족 세력에 밀려나면서 모든 미술 공예가 대중화 되어 갑자기 수요가 늘어나기 시작하였다.

또한 도교적인 이상에 심취된 선비들은 북송(北宋) 말기부터 문인들 사이에 유행을 보기 시작한 송(松)·죽(竹)·매(梅)·난(蘭)·국(菊) 등의 화조화(花鳥畵)에 많은 관심을 쏟게 되었다.

이러한 꽃을 소재로 한 그림들은 원대(元代-1260~1368)에 이르러 더욱 극성기(極盛期)를 맞게 되었는데, 도가 사상(道家思想)에 깊이 파묻혀 세상을 멀리하고 산수(山水)를 벗삼아 평안(平安)을 누리하고자 하는 안일주의에서 사군자(四君子)라든가 세한삼우(歲寒三友)라 하여 문인·선비들의 기품을 상징하는 매화·난초·국화·대나무·소나무 등을 즐겨 그렸던 것이다. 이러한 사조는 그들의 생활 구석구석까지 미쳤던 것인데, 그들이 애완(愛玩)하던 문방구류(文房具類)를 비롯한 모든 사물에서도 이러한 화조(花鳥)를 소재로 한 무늬가 많이 장식되게 된 것이다.

또한 이러한 문양들은 고려 시대의 목칠 공예·도자기 공예·금속 공예에서 많이 사용되었던 것인데, 고려 시대 12세기 중엽에는 고려인의 독자적 발상에 의한 새롭고 참신한 산경문 또는 화조문(花鳥紋)이 생겨나고, 여기에 시·서·화(詩書畵)가 결합되면서 선비들의 고고한 정신 세계와 풍류를 나타내하고자 하고 있다.

사군자화(四君子畵) 중에서도 특히 대나무나 국화가 많이 나타나고 그 밖에 극히 회화적(繪畵的)인 표현으로서 소나무 아래 선인(仙人) 또는 도인(道人)이 오수(午睡)를 즐기고 있는 송하선인문(松下仙人紋) 또는 소나무 아래에서 어느 선인의 거문고에 맞추어 너울너울 춤을 추는 송하탄금 학무문(松下彈琴鶴舞紋), 대나무숲이나 버드나무 아래

에서 노니는 아동(兒童)과 한 쌍의 학(鶴)을 그린 죽림동자문(竹林童子紋)·죽림쌍학문(竹林雙鶴紋)·유하쌍학문(柳下雙鶴紋)·유하동자문(柳下童子紋)과 연당(蓮塘)에서 물고기를 잡으며 노니는 연지동자문(蓮池童子紋), 높고 낮은 언덕이 있는 강변에 버드나무와 물새들이나 잔혹 낚싯배가 있는 포류수금문(蒲柳水禽紋), 가을풀이 우거진 숲에 갈대와 물새를 그린 위로수금문(葦蘆水禽紋), 또한 매화와 버드나무 및 매화가 만개하고 그 아래 학이 노니는 유매수금문(柳梅水禽紋)과 매화와 대나무와 물새를 그린 매죽수금문(梅竹水禽紋)을 많이 그려 넣었다. 또한 운학문(雲鶴紋)·죽학문(竹鶴紋)·연로문(蓮鷺紋) 등이 고려 시대의 독자적인 문양으로 발전한 것이며, 그 당시의 문인화(文人畵)에서 영향을 받았던 것으로 보인다.

대나무·매화·소나무 등의 그림은 옛부터 충절과 절개를 의미하는 것으로서 군자의 기상을 나타낸다고 하는데, 청대(清代)의 대문장가 장 호(張湖)는 화조화(花鳥畵)에 나타나는 꽃의 기품을 다음과 같이 말하고 있다.

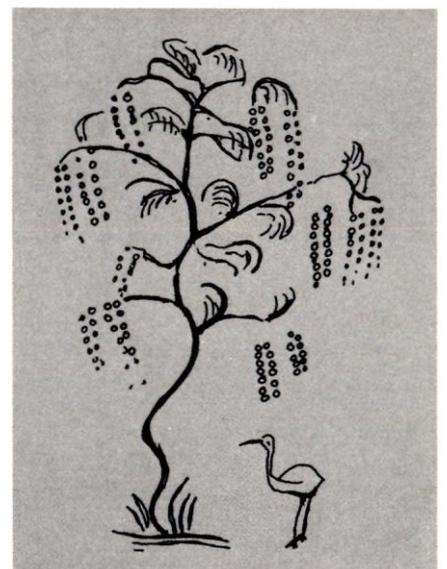
- 「梅令人高」 매화는 사람으로 하여금 고고(孤高)하게 하고,
- 「蘭令人幽」 난초는 사람으로 하여금 그윽하게 하며,
- 「菊令人野」 국화는 사람으로 하여금 질박(質朴)하게 하며,
- 「蓮令人淡」 연꽃은 사람으로 하여금 담박(淡泊)하게 하며,
- 「牡丹令人豪」 모란은 사람으로 하여금 호사롭게 하며,
- 「蕉與竹令人韻」 대나무와 파초는 사람



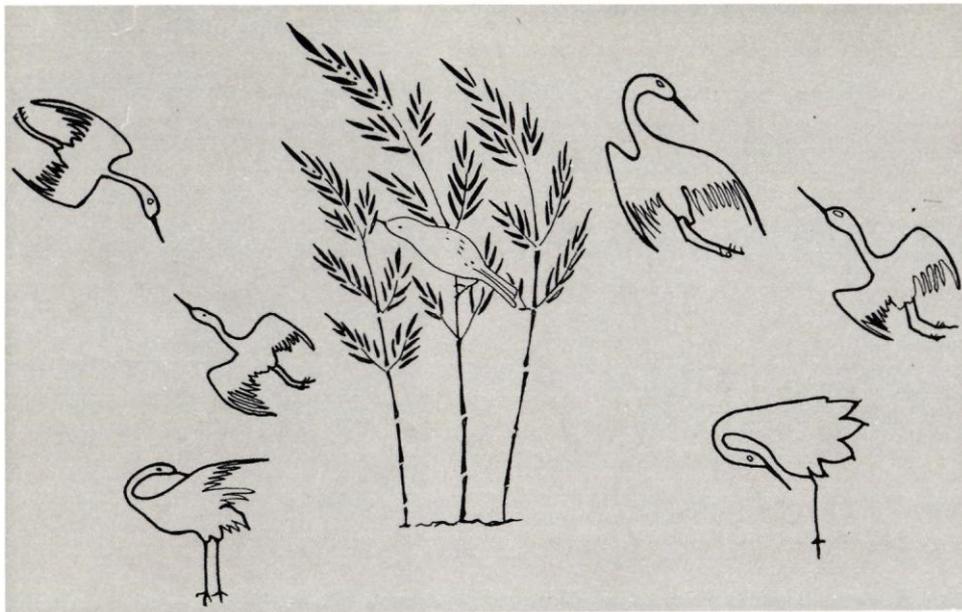
靑磁象嵌竹鶴紋梅瓶



靑磁象嵌竹童子紋梅瓶



靑磁象嵌花樹遊鶴紋梅瓶



靑磁象嵌竹鶴紋梅瓶

로 하여금 운치 있게 하고,
 「松令人逸」 소나무는 사람으로 하여금 안
 일(安逸)하게 하며,
 「柳令人感」 버드나무는 사람의 마음을 움
 직이게 한다.

이러한 화조계(花鳥系)의 그림들은 중국
 에서 당대(唐代)부터 그려졌다고 하는데, 송
 대(宋代) 11세기 후반에 와서 매우 사실적
 이고 세심하게 표현되어 오다가 원대(元代)
 에 이르러서 완성을 보게 된다. 그런데 이
 러한 화풍(畫風)은 우리 나라 고려 시대의
 회화(繪畵)에서도 많이 그려졌을 것으로 짐
 작되고 있다.

이러한 시정(詩情)에 넘치는 자연을 소재
 로 한 장식 문양을 공예 미술에 적용시킨
 고려인의 기예(技芸)도 놀랍지만, 그러한 속
 에서는 그 시대 사람들의, 고고한 생활상과
 정신 의식을 충실히 나타내고 있는 것이다.

이러한 그림이 고려상감청자(高麗象嵌靑
 磁)에 쓰여진 것은 12세기 중엽부터 14세기
 에 이르는데, 여기에 의장(意匠)된 풍경문은
 정적미(靜寂美)의 극치를 이루고 있다.

스산스럽게 나부끼는 가을풀과 갈대숲, 그
 리고 작은 풀과 꽃 사이를 평화롭게 노니는
 벌과 나비들, 그 밑의 잔잔한 물 위를 노니
 는 물새들과 푸드덕 날아오르는 물새, 또한
 수양버들이 늘어진 물가나 대나무숲에 동자
 (童子)들의 뛰노는 모습과 학·두루미의 자
 태, 연꽃잎과 국화가 피어 있는 아래에서 악
 기를 연주하는 선인들……등 한가롭고 평화
 로운 전원(田園)의 풍치는 적요(寂寥)하고
 쓸쓸함까지 느끼게 하여 일본인 야나기 무
 네요시[柳宗悅]의 『조선의 예술』에서는 그
 속에서 한민족이 걸어 온 쓸쓸하고 고통스럽

고 파란 많았던 역사를 읽었던 것이며, 그는
 이러한 연유에서 한국 미술의 특성을 “비애
 (悲哀)의 미” 또는 “애상(哀傷)의 미” 라고
 표현하였던 것이다.

여기에서 그 예를 유형별로 구분하여 들
 어 보기로 한다.

① 버드나무·갈대·오리의 풍경문

청자상감 유로수금무늬 발(靑磁象嵌柳蘆水
 禽紋鉢:국립 중앙 박물관 소장, 12세기 중엽)
 에는 그릇 내면에 수양버들과 갈대를 흑상
 감(黑象嵌)하여 새기고, 그 아래 흰 오리한
 쌍씩 유유히 노니는 장면을 볼 수 있다.

청자상감 포류수금 ‘己巳’ 명 대접(靑磁象
 嵌蒲柳水禽紋 ‘己巳’ 銘 大碟: 서울 湖巖 박
 물관 소장, 12세기)의 그릇 내면의 두 면에
 는 버드나무를 흑백 상감하여 마주 바라보
 게 새겨 넣고 또한 나머지 두 면에는 갈대
 와 연잎을 흑백 상감으로 그려 넣었으며, 그
 사이사이에는 한 쌍씩의 흰 물오리가 각각
 외쪽으로 유유히 헤엄쳐 가고 있는 모양이
 그려져 있다. 줄기와 꽃은 백상감하여 희게
 나타내고, 잎과 물결은 흑상감하여 표현한 매
 우 동적(動的)인 풍경을 보여 주고 있다.

청자상감 포류수금문 정병(靑磁象嵌蒲柳
 水禽紋淨瓶: 서울 澗松 미술관 소장, 12세기
 중엽)에는 수양버들 아래 대나무 몇 줄기가
 있는 연당에서 몇 쌍의 오리가 노니는 풍경
 을 백상감하였다. 매우 간략하게 표현된 무
 늑지만, 정서가 넘치는 자연의 풍경을 느낄
 수 있다.

청자상감 유하유학문 매병(靑磁象嵌柳下
 遊鶴紋梅瓶:영국 G. ST. G. M. Gompertz 소장,
 12세기 후반)에는 양 2면에 연화문(蓮花紋)
 과 다른 양 2면에 버드나무와 쌍학(雙鶴)



靑磁象嵌柳芭蕉紋梅瓶

을 새겨 넣었다. 버드나무는 흑상감하여 사실적으로 그렸고, 그 밑에 백상감으로 새겨 그린 학 두 마리와 좋은 비례와 조화를 이루고 있다.

청자상감 매죽위로수금문 매병(靑磁象嵌蓮花樂人紋梅瓶) : 일본 토오코오 국립 박물관 소장, 12세기 중엽)은 3면에 무늬가 상감되어 있는데, 1면에는 흑상감한 대나무 줄기 세 가닥이 뻗어 올라가고 그 사이에 흰 꽃이 만발하게 핀 매화 한 그루가 가지를 뻗고 있다. 그 위에는 두 마리의 벌이 양편에서 날고 있고, 밑에는 오리 두 마리가 헤엄치고 있는 풍경을 새겨 넣었다.

또 다른 한 면에는 갈대 세 줄기가 뻗어 있는데 일은 흑상감하고 꽃은 백상감하였으며, 역시 벌 한 마리가 그 위를 날고 밑에는 잔잔한 물 위를 오리 한 쌍이 노닐고 있다.

또 한 면에는 능수버들 한 그루가 있고 그 밑에는 작은 풀꽃이 피어 있는데, 그 옆에는 노니는 오리 한 쌍이 보인다.

이러한 그림들은 매우 회화적인 필치를 보이고 있고, 나무와 학과 초충(草蟲)이 비례에 맞게 배치되어 있는 시정(詩情) 넘치는 문양인 것이다.

② 대나무·갈대·학의 풍경문

대나무와 학, 갈대와 학 또한 한국의 농촌에서 흔히 찾아볼 수 있는 풍경의 하나이다.

우선 대표적인 예를 들어 보면 다음과 같다.

청자상감 죽학문 매병(靑磁象嵌竹鶴紋梅瓶) : 일본 아타카 컬렉션, 12세기 중엽)은 사면에 서너 줄기의 대나무와 학이 각각 그려져 있는 전형적인 고려 매병의 형상을 한 명품(名品)이다. 도안화(圖案化)되긴 하였



靑磁象嵌蓮花樂人紋梅瓶



靑磁象嵌柳芭蕉水禽紋梅瓶



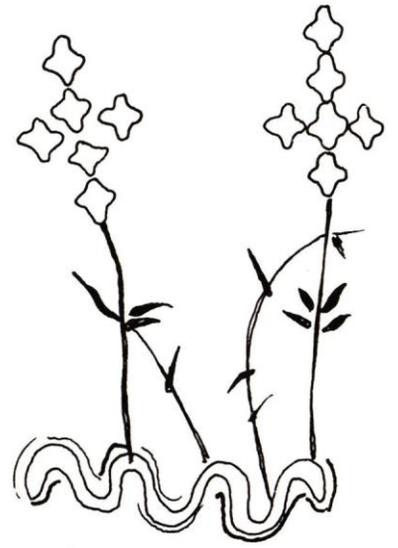
靑磁象嵌梅竹水禽紋梅瓶



靑磁象嵌草花水禽紋梅瓶



靑磁象嵌草花紋梅瓶



靑磁象嵌梅竹水禽紋梅瓶

으나 전혀 어색함을 느낄 수 없는 자연스러운 묘사는 한층 더 한국미(韓國美)를 실감케 한다.

청자상감 죽학문 매병(靑磁象嵌竹鶴紋梅瓶: 미국 보스턴 미술관 소장, 12세기 후반)에는 양면에 세 줄기의 대나무를 배치하였는데, 그 사이의 공간에는 날아 오르거나 서 있는 세 마리의 학을 각각 새겨 넣었으며, 그 중 한 마리는 대나무에 앉아 있는 풍경을 볼 수 있다.

③ 버드나무·대나무·매화·파초·학이 있는 풍경문

이러한 무늬가 있는 예는 매우 드물지만 복합적으로 구성된 경우가 간혹 나타나고 있어 그 정교함의 극치를 보여 주고 있다.

청자상감 유과매죽문 매병(靑磁象嵌柳芭蕉竹紋梅瓶: 미국 Newark 박물관 소장, 12세기 후반)에는 4면에 무늬를 상감하여 넣었는데, 2면에는 버드나무와 파초(芭蕉) 및 매화가 있고 그 밑에 학을 한 마리씩 각각 그렸으며, 다른 양면에는 대나무와 벚꽃으로 보이는 활짝 피었거나 봉오리가 진 꽃나무 한 그루를 배치하였으며, 여기에서도 흰 학이 한 마리씩 그려진 매우 정교하고 아름다운 그림을 보여 주고 있다.

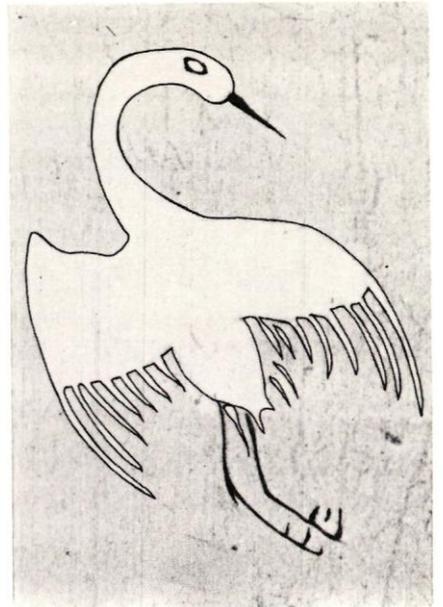
여기에 나타나는 학의 자세도 각 면이 각각 다른 동작의 모습을 보여 주고 있어 자연스러움을 더해 주고 있다.

④ 대나무·매화·버드나무·동자·새가 있는 풍경문

고려청자에는 산수 풍경문 속에 동자(童子)나 선인(仙人) 또는 글을 읽는 선비의 모습을 담은 인물문(人物紋)이 많이 등장하



靑磁陽刻葦蘆水禽紋 瓢形水注



靑磁象嵌竹鶴紋梅瓶(부분)

고 있다. 그 예를 몇 가지 들어 보고자 한다.

청자상감 죽동자문 매병(靑磁象嵌竹童子紋梅瓶: 미국 시카고 미술 연구소 소장, 12세기 후반)의 3면에는 대나무·버드나무·갈대를 각각 배치하였는데, 대나무와 버드나무에는 동자 2명이 새를 쫓으며 노는 장면이 있고 또 한 면의 갈대에는 앉아 있는 한 마리와 그 밑에 한 쌍의 학이 노니는 장면을 화권관엽(花圈觀葉) 안에 새겨서 그려 넣었다.

청자상감 매죽수금문 도판(靑磁象嵌梅竹水禽紋陶板: 일본 아타카 콜렉션, 12세기 중엽)의 중심부에는 대나무와 매화를 배치하고 양편에는 각각 갈대가 우거진 언덕이 배치되어 있는데, 그 사이에는 몇 쌍의 학이 헤엄치거나 날거나 노닐고 있는 전원(田園) 풍경이 새겨져 있어 물가의 풍물을 세심히 표현하고 있다.

⑤연꽃·국화·대나무·인물이 있는 풍경문

연꽃은 삼국 시대부터 장식 문양으로 나타나고 있지만, 고려 시대의 도자기에서는 매우 사실적인 도상(圖象)으로서 도안화시켜 나타나게 된다. 또한 들국화의 문양은 상감청자에서 인화문(印花文) 수법으로 많이 나타나는 장식이며, 전원의 운치를 나타내는 요소이다. 고려인은 특히 이러한 대나무와 갈대·야국(野菊)을 사랑하였던 것으로 보인다.

청자상감 연화악인문 매병(靑磁象嵌蓮花樂人紋梅瓶: 서울 이화 여자 대학교 소장, 12세기 후반) 가운데 괴석(怪石)이 있고, 그 둘레에 연꽃·들국화·갈대·대나무가 있고

그 앞에서는 두 남녀가 악기를 연주하는데, 그 가운데 학 한 마리가 있다. 연꽃이나 국화는 매우 도식화된 것이지만, 인물의 표현이라든가 내용이 매우 주목되는 것이다. 또한 그 뒷면에는 같은 소재에 인물만을 달리 표현하고 있어 4면이 각기 새로운 이야기를 담고 있으므로 흥미 있다.

⑥ 각종 초화(草花)·잡화(雜花)·수화(樹花)가 들어 있는 풍경문

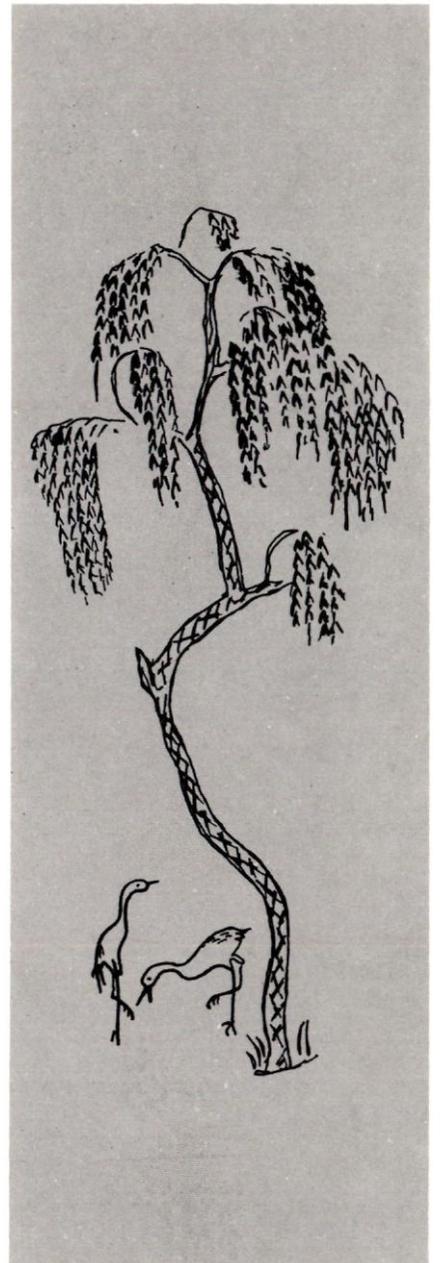
그 밖에도 갖가지 잡화와 화채(花卉)와 물오리 및 들새가 그려진 풍경문을 볼 수 있다.

청자상감 초화문 매병(靑磁象嵌草花紋梅瓶: 일본 소재, 13세기경)에는 이름 모를 풀꽃을 새겨 넣은 것을 볼 수 있다.

청자상감 초화유로수금문 매병(靑磁象嵌草花柳蘆水禽紋梅瓶: 일본 소재, 13세기경)에는 각종 잡화와 버드나무, 그리고 물새를 상감하여 새겨 넣은 것을 볼 수 있다.

이러한 각종 풍경문은 옥색 푸른 바탕에 흑백 상감으로 적절히 안배하여 고요하고 평화로운 전원(田園)의 풍물을 세심히 표현한 것으로서 매우 환상적인 세계를 보는 듯 정겨운 것이다.

이 밖에도 고려 시대의 독특한 무늬로서 운학(雲鶴)은 같은 시기에 나타나는 것으로 매우 신성하게 느껴지는 소재인데, 다 같이 청초하고 운치 있는 장식 문양을 이루고 있다.



靑磁象嵌柳下遊鶴紋梅瓶

The Way for the Development of Industrial Ceramics

檀國大學校 應用美術科 教授
鄭 潭 淳

— 그 實態와 問題點 및 發展方案 — 産業陶磁 開發의 進路

우리는 보편적으로 우리 나라가 과거에 찬란한 도예 역(陶芸歷史)을 갖고 있으므로 세계 1인 요업국(窯業國)으로서의 자질이 많다고들 생각한다. 그러나 정말로 우리는 세계적 수준의 요업국으로서 현재에 만족할 수 있는지 자문해 볼 기회를 가져야 할 것으로 보며, 앞으로 우리 도자(陶磁)의 발전을 위해서는 좀더 확실한 판단력과 노력이 절실히 필요하다고 본다. 이러한 상황 속에서 현재 우리 나라의 산업 도자기의 발전은 어느 정도에 와 있으며 어떤 상태의 발전을 추구해 나가야 좋은 요업국으로 발전할 수 있는가 하는 것을 필자 나름대로 생각해 보고 몇 가지 적어 보고자 한다.

우리는 자만에 빠져 있다고 할 만큼 과거의 도자에 매혹되어 있는 것을 흔히 볼 수 있다. 그러나 현재라는 사회성을 무시해도 또 잊어서도 안 된다고 생각한다. 10년이 옛날이라는 속담이 있지만, 옛날에 집착하여 현재를 잊는다는 것은 무척 불안정한 것으로

본다. 옛 도자의 미(美)가 현대의 우리 눈에 침착하고 심미한 느낌을 준다고 해서 그것이 현대 도자의 가치성을 충족시켜 준다고만은 볼 수 없다. 현대 산업 도자의 가장 깊은 가치관은 어디까지나 현대 생활과 떼어놓고 생각할 수 없고, 현사회의 수요와 제품으로서의 효율성을 인정받아야 한다고 볼 수 있다.

우리 나라의 도자는 1970년에 882만 달러에서 1976년엔 3억 3천 5백 2만 달러로 많은 수출고를 나타내었을 뿐만 아니라 국내 수요에서도 상당량이 생산되고 있음을 볼 수 있는데, 이러한 많은 양의 수출과 생산이 이루어져 있다고 해서 우리 나라 도자 산업 육성의 큰 전기가 되고 있다고는 볼 수 없다. 1883년 조선조 때 국가 운영의 분원(分院)이 폐지되고 민영화된 이후 신문화 유입으로 인한 새로운 산업 체제의 도자 생산에 커다란 변화가 이루어져 나가지 못했을 뿐만 아니라, 우리 나라의 재래식 공장 체제도 침체되어 가는 속에 1960년대 초까지의 암흑기는 어쩔





수 없는 공백기를 유발했던 것이다. 그러나 이러한 암흑기 이후에 발전을 모색하는 참다운 기회가 이루어져 있었던가는 의문의 여지가 있다고 본다.

특히 현대는 여러 가지 복합적인 연관 관계 속에서 산업 도자의 생산도 식기류·위생도자류·장식용 도자기·건축용 도자기·산업용 도자 등 다양한 발전을 가져와야 하고 상당한 연구와 새로운 제품 개발이 이루어져야 함에도 불구하고, 이러한 제품의 효율성을 찾고 소비자의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 연구 개발이 미흡하고 오히려 모방으로 그 타개책을 강구한다고 하는 것은 어딘가 졸렬한 감을 버릴 수 없다. 그렇기 때문에 요즘에는 풍부하다고 하는 도자기 원료에 대해서도 쓸데없이 소모하는 것이 아니냐는 반성의 소리가 높아 가고 있는 것이다. 공장의 대형화가 좋은 원료의 대량 소모에 앞장

선다고 하는 악평을 면하지 못하고 있음은 음미해 볼 문제라 생각한다.

현재 우리의 도자 제품은 소비자와 사용자들의 기호와 사용 위치 및 효용에 따른 적절한 형태와 색채 및 미와의 결합을 해결해 주지 못하고, 외국제의 모방이나 다른 제품의 장점만을 골라서 사용하여 결국은 악순환만을 거듭하고 있다고밖에 볼 수 없다. 우리의 산업 도자가 수요자의 기호와 필요성을 결합시켜 주며 특히 생산 공정과의 융합을 이루기 위해서는 제품 공장들이 미술 대학에서 배출된 도자기 전공자들을 기용해서 발전시켜 나가야 할 것으로 보며, 이러한 것은 앞으로 산업 도자 공장 운영자들의 성패에 주된 원인으로 나타날 것으로 본다.

그러나 이러한 미와 실용성(實用性)만을 해결한다고 해서 산업 도자의 발전이 보장되는 것은 아니며, 한정되어 있는 원료의 능률

적 이용도 상당한 중요성을 갖고 있다 하겠다. 요즘의 우리 나라 산업 도자 공장에서 원료의 사용이 상당한 기밀에 속해 있고, 이러한 기밀은 다른 중소 도자 산업의 자기 발전에 커다란 저해 요인이 되고 있다는 것도 간과해서는 안 된다.

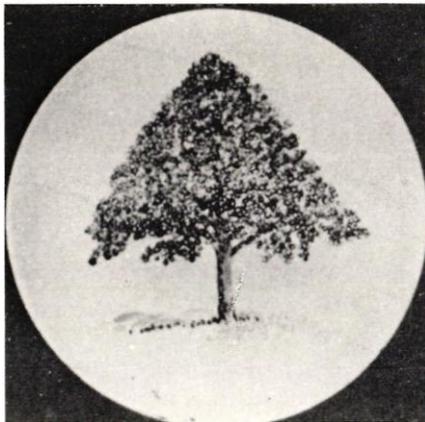
근년에 미국의 도자 연구가가 우리 나라의 도자 육성 방안을 연구해 본 결과 첫째로 원료의 생산과 공급이 합리화되어 있지 않음을 지적하고 있는데, 이것은 우리들 자신도 크게 걱정하고 있는 문제이다. 생산자는 어디서나 어떠한 원료든 자기가 요구하는 것을 얻을 수 있을 때 제품 생산은 자유롭게 이루어질 수 있는 것이며, 공급을 원활히 할 수 있는 생산 체제의 공장이 건립되고 도자 생산이 세계적 수준에 도달할 수 있을 것으로 본다.

이런 면으로 볼 때 중요한 것은 도자 생산의 기계화보다 많은 중소 기업을 국가가 정책적으로 육성해 나갈 수 있는 방안을 강구해 나가는 것이다. 필자의 생각으로는 중소 도자 공장의 집단 지역이 전국에 산재해 있으므로 특색 있는 도자 생산 지역이 형성되고 특색 있는 제품이 생산되며, 지역에 따른 제품 정보를 서로 교환해서 우수한 제품을 생산할 수 있는 것으로 본다. 이러한 도자 생산 방법은 분업적 상태가 형성될 수 있을 뿐만 아니라 제품의 다양화도 이루어질 것으로 본다.

그러나 이런 것들은 자연 발생적이라기보다는 육성해 나갈 수 있는 방법의 모색이 중요하다 할 수 있는데, 도자 생산 기술의 육성을 들지 않을 수 없다. 도자 생산 기술의 육성은 특히 미(美)와 용(用) 및 생산과 연결되어야 하므로 교육 효과를 생각하지 않을 수 없는데, 적어도 각 도(道)에서 1개소 이상의 도자 생산 기술의 기능인 양성소를 만들어야 할 것이다. 뿐만 아니라 기능인의 사회적 지위에도 문제가 있는데, 적은 인건비로 많은 시간을 휴사함으로써 도자 생산에 지장을 초래하고 있는 사실 또한 지적하지 않을 수 없다. 도자 생산 기능 육성에 충실을 기하고 기능인들의 지위를 향상시켜 준다고 하는 것은 제품의 질과 고급화를 이루어 나갈 수 있는 지름길임은 생각하지 않을 수 없다.

그러나 제품들이 시장성을 갖기 위해서는 제품 하나하나가 특색 있는 형태를 가져야 하며, 한 치도 착오 없는 제품으로서 완성을 위한 심미성(審美性)을 갖지 않고서는 제품의 향상은 이루어질 수 없다. 공예가 가지고 있는 가장 중요한 것은 무엇보다 심미성과 기능성이라고 한다면 도자 제품 또한 심미성을 지나칠 수 없는 것이고, 이러한 심미성은 기능인들의 경험과 연구에 의해 이루어질 수 있음은 재론의 여지가 없다.

지금까지 우리 도자는 너무나 전근대적인 상태에서 벗어날 수 없었지만, 지금부터라도



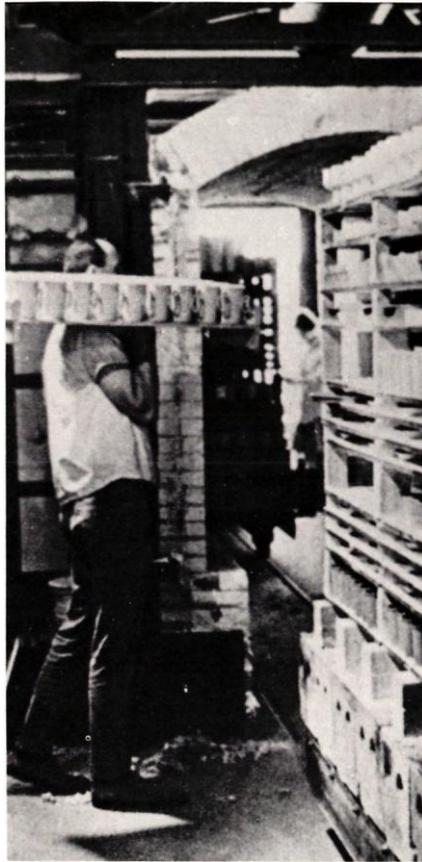
전문적인 도예 연구 기관을 육성해 줌으로써 산업 도자 발전의 계기를 마련해 주어야 한다. 요업 공학적 원료의 생산 공장이 만들어지고, 체계 있게 기능인의 육성을 강구해 나가며, 특히 도예인(陶芸人)들의 활동을 도와줄 수 있는 방안을 찾는다면 세계 어느 지역에서도 우리의 특색 있는 도자를 볼 수 있을 것이며, 현대와 같은 세계 시장 속에서도 그 특성을 심분 발휘할 수 있을 것으로 생각한다.

따라서 이제 가장 절실히 느끼는 것으로서 다음과 같은 우리의 결점을 보완해 나가야 함을 다시 지적하고자 한다.

- ① 원료의 생산을 집중화함으로써 생산자들이 자유롭게 사용할 수 있는 원료 생산 공장의 체계가 이루어져야 하며,
- ② 제품의 기능을 연구하고 심미적 특성을 충분히 발휘할 수 있는 의장 기사(意匠技師)의 육성이 시급하고,
- ③ 중소기업 육성으로 분업적 생산 방법이 이루어져서 서로간의 정보 교환 및 생산 이점을 찾아야 하며,
- ④ 기능인 육성을 위한 교육 기관의 효율적 운영이 이루어져서 도예의 미(美)뿐만 아니라 산업 도자기의 참다운 심미성을 찾아낼 수 있어야 하고,
- ⑤ 사회적으로 도자 제품의 애용이 이루어질 수 있고 좋은 산업 제품으로 육성될 수 있는 길을 모색해 줄 수 있어야 하며,

⑥심미성 있는 제품으로서 국내 시장뿐만 아니라 세계 시장에서도 그 용도는 물론이고 미적으로도 특색 있는 제품으로서의 가치를 찾을 수 있어야 할 것으로 본다.

이상과 같이 도자 생산의 여건이 미적 가치관에 중점을 두고 이루어지므로 도예의 활용이 산업 도자에도 큰 영향을 줄 뿐만 아니라 시장성을 이루어 나가는 데 있어서도 큰 역할을 할 수 있다고 본다. 이러한 예로서는 국내 산업 도자 업체인 H 도자 주식 회사의 제품에서 외국의 제품과 다른 한국의 특색을



넣어 줌으로써 세계 시장에서 한국의 특색으로서 시장성을 확보하려는 노력이 엿보일 뿐 아니라 분명히 좋은 반응을 보일 것으로 보아 상당한 효과를 기대할 수 있다. 이런 예들은 작은 문제가 아니고 우리의 특색 있는 산업 도자 제품을 만드는 데 기초가 된다고 보며, 앞으로 발전된 상태로 나타날 것으로 보아 우리 나라에서도 산업 도자 육성을 위해 기업은 물론 국가적으로도 많은 육성이 이루어져 갈 것으로 본다.



노바의 음악 감상 의자 하이 파이델리티 '78 전시회에 선보여

하이파이(Hi-Fi; high fidelity)란 말의 원뜻은 높은 충실도(高忠實度)이다. 수신기나 녹음의 재생 장치에서 재생되는 음이 육성(肉聲)이나 실제 음악 등에 거의 가까운 것을 말한다.

사진은 최근 런던의 커너드 호텔에서 열린 '하이 파이델리티 '78 전시회'에 출품되어 많은 음악 애호가들의 눈길을 끈 제품이다.

사운드 시팅 회사에서 개발하여 '노바의 음악 감상 의자'라고 명명된 이 특수 제품은 뼈대를 글래스 파이버(유리 섬유)로 디자인, 천은 100% 순모의 영국 제트워드지지만 덮은 최고급품이다.

이 의자에는 고급 장치가 부착되어 있으므로 편안하게 앉아 있으면 음악 감상자는 여러 가지 실내 음향의 문제점들을 겪지 않고 스테레오 음향의 효과를 충분히 즐길 수 있다.

— 자기 商標에 대해 矜持를 갖자 —
민고
찾는
브랜드는
知慧와
努力과
忍苦의
結實

정부 당국의 발표에 따르면 요즘 일부 해외 시장에서 현지인들이 우리 나라 상품의 상표를 먼저 등록하는 사례가 있어 우리 상표로 된 상품의 시장 진출에 애로를 겪는 경우가 있다고 한다. 즉, 파라과이의 변호사가 새한 자동차와 대한 항공, 심지어 문화 방송과 <경향신문>의 상표를 출원한 뒤 권리를 주장하고, 남미에 진출하는 현대 자동차의 포니(Pony) 상표권(商標權)도 현지인에 의하여 주장되고 있다고 한다.

이러한 일들은 근간 우리의 경제 활동 무대가 전세계적으로 넓어지고 과거 바이어들이 디자인을 지정하고 또한 자기들의 상표로 판매하던 과정에서 차차 우리들의 브랜드(brand)로 수출·판매하는 방향으로 양상이 바뀌어짐에 따라 체험하게 되는 상표권에 대한 재인식이라고 하겠다. 따라서 정부 당국은 내년에 파리 협약에 가입하여 공업 소유권 보호 협정국을 대폭 늘려 우리 상표의 보호에 나서겠다고 한다.

그러나 상대적으로 협정국이 늘어나면 상대국의 상표도 또한 보호받아야 되기 때문에 우리 나라에서도 철저히 보호해 주어야 하는 것은 당연하다. 아직 파리 협약에 가입하지 않은 우리로서 그 동안 전세계적으로 유명하다는 외국의 상표들에 관해 어떻게 인식하고 대처하였으며 대우해 주었나 하는 점을 생각해 보아야 할 것이다.

그 동안 우리 나라는 수출 우선 일변도로 특히 완제품으로 된 일반 상품은 수입이 거의 없었다고 할 수 있다. 따라서 몇몇 기업이 상대방 브랜드에 대한 로이얼티(royalty)를 주고 그 상표를 활용한 사례밖에 없다.

그러나 앞으로는 수입 자유화 품종의 외국 상품 브랜드가 직접 우리 주변에서 유통될 것으로 보인다. 따라서 자연히 상표 문제의 마찰이 예상되는 것이다.

현재 우리 주변에는 유명한 외국의 상표와 또 그 기업과는 아무런 관계도 없는 외국 상표가 범람하고 있다. 이는 두말 할 것도 없이 완전한 도용이다.

지난해 유명한 디자이너인 피에르 카르맹은 한국에 와서 한국인에 의하여 자기 상표

가 등록된 것을 보고, 시중에 범람하는 자기 상표의 보호를 위하여 이를 행동으로 저지하겠다고 말한 바 있다. 이 밖에도 정부는 외국으로부터 상표 도용에 대하여 여러 가지 항의를 받고 있는 것으로 알려져 있다. 다시 말해서 국제 기구에 가입하여 우리 상표를 보호하기에 앞서서 우리들은 남의 상표를 보호할 자세가 되어 있는지 돌아보아야 할 것이다.

상표를 생각할 때 우리는 기본적으로 두 가지 방향에서 검토해야 한다. 그 하나는 자기 표시의 문자, 즉 읽어서 발음되어 내용이 설명되는 브랜드 네임(brand name)이다. 구체적으로는 자기 개인의 이름을 자기 상표에 활용하는 경우로부터 사물의 이름을 상표로 등록하는 경우, 내용을 생략하여 두문자(頭文字)로 표시하는 경우, 설명되는 내용 없이 단순히 읽고 발음하고 기억하기 좋은 이름 등이다.

또 하나는 시각적으로 특성을 주어 구분되는 브랜드 심볼(brand symbol)이다. 이것에는 문자나 숫자를 심볼의 요소로 하는 포노그램(phonogram)과 구체적 물적 대상을 요소로 추상 혹은 지각상을 심볼의 요소로 하는 로고그램(logogram)과 포노그램이 로고그램화하는 유형 등으로 구분되어 있다.

즉, 상표라는 개념에는 발음되어 내용이나 문자가 전달되는 것과 시각적으로 특징을 주어 시각 이미지가 전달되는 것을 모두 내포시켜 생각해야 한다.

문자의 자체(字體)나 심볼이 다르나 발음이 같은 경우, 브랜드 네임이 다르다고 해도 그 심볼이 같은 경우들을 모두 문제시해야 한다. 다시 말해서 브랜드 심볼은 다르지만 네임이 문자나 발음으로 같은 경우, 네임은 확실히 다르지만 심볼의 조형이 결과적으로 같은 경우이다.

이러한 문제들이 국내는 물론 국제적으로 혼선이 야기되는 데에는 물론 피치 못할 경우가 있다. 브랜드 네임도 심볼도 이를 창안하는 주체가 인간들이기 이상 국제적으로 많이 알려진 유명 상표 외에는 세계 각국의



현대 자동차의 포니



새한 자동차



피에르 카르당



일본 산업 디자인 진흥회 심볼

건 등 129건을 적발하였다고 하는데, 앞으로 유통 거래 질서를 해치는 행위를 상표법에 따라 강력히 단속 처벌한다고 한다. 특히 가짜 상품들의 주류를 이루는 것이 의류·넥타이·핸드백 등이라는 사실은 소비자인 우리 국민들의 정신 구조에도 반성을 촉구시킨다.

국제적으로 성공한 유명 브랜드들은 상품에 대한 새로운 아이디어, 품질과 기술의 향상, 상품 유통 관리 등 오늘날의 브랜드를 이루기까지 꾸준한 노력과 지혜로 실적을 쌓아 왔으며, 상품의 디자인을 평하고 품질을 검사하기에 앞서 브랜드 자체의 공신력으로 소비자와 호흡을 같이하고 있는 것이다.

이와 같이 지혜와 노력과 실적을 배워 자기 브랜드의 향상과 공신력을 쌓으려 하지 않고 남의 상표 공신력을 도용하여 소비자를 기만하려는 상인 아닌 상인이 우리 국민 중에 많다는 것은 대외적으로 부끄러운 일이며, 우리들의 유통 거래 질서의 수준은 물론 심혈을 기울여 외국에 진출하는 우리 상표의 보호에도 차질을 가져오고 있는 것이다.

수많은 상표를 파악할 수 없고 대조해 볼 수도 없다. 따라서 나라마다 자기 나라의 상표들을 등록시켜 보호함은 물론 국제 기구에 가입하여 국제간의 상호 보호로 유통 질서를 확립시키고자 하는 것이다. 이와 같은 피치 못할 동기가 있다고 하더라도 결과적으로 혼선이 야기될 때에는 이미 권리를 갖고 있는 상표를 우선 보호하는 것이다.

그러나 국제 기구에 가입되어 있지 않은 시점에서 상대 상표가 우리 나라에 등록되어 있지 않을 경우에도 제재가 없다고 하여 마구 도용되고 있는 실정이다. 아주 지능적이고 악의적인 경우를 보면, 브랜드 네임의 문자 하나쯤을 바꾸어 얼른 식별이 어려울 정도로 다르게 하거나 혹은 문자는 다르나 결과적으로 발음이 유사하게 의도하는 경우, 이들은 상표에 대한 권위와 도의적인 측면에서만이 아니라 소비자들을 의도적으로 기만하려는 악의적 행위가 되는 것이다.

상표를 보호하는 상표법(商標法)이란 결국 조문으로 구성되어 있기 때문에 완전할 수는 없다. 따라서 유사 혹은 동일함을 규정할 때 수치적으로 해결되지 않는 감각적 문제들을 조문으로 완전하게 해결할 수 없는 것이다. 여기에 마찰의 요소가 많고 또한

헛점도 많아 문제가 많게 되는 것이다.

특히 설명적이고 이성적 측면을 갖춘 브랜드 네임이 아니고 감성적이고 상징적인 시각 효과의 브랜드 심볼의 경우 조형(造形)의 영역에 해당되어 규정짓기 어려운 분야가 된다. 따라서 조형의 동기와 요소 및 그 결과에 대한 감각의 양식이 앞서야 되며, 상표법상의 법의 권리 확보만이 아닌 문화 국민으로서의 보편적 양식을 잊지 말아야 할 것이다.

우리 국민들이 특히 세계적으로 유명한 브랜드에 약한 허영심을 가졌다고 한다. 따라서 이러한 헛점을 최대한 이용하려는 악덕 상인들에 의한 고의적 상표 무단 도용, 다시 말해서 가짜 제품의 제조에 열을 올리고 있다고 함은 아무리 소비자들이 외국의 유명 브랜드에 약하다고 하더라도 그들의 상표에 대한 도심은 국제 시장에서의 우리 나라 상도의(商道義)에 불신과 경멸을 가져오고 결과적으로 몰상식한 한국인이란 낙인을 찍히게 하는 것이다.

정부 당국의 집계에 의하면 지난해 10월부터 12월까지 실시한 상표법 위반 조사에서 서울 46건, 대구 33건, 부산 27건, 인천 23



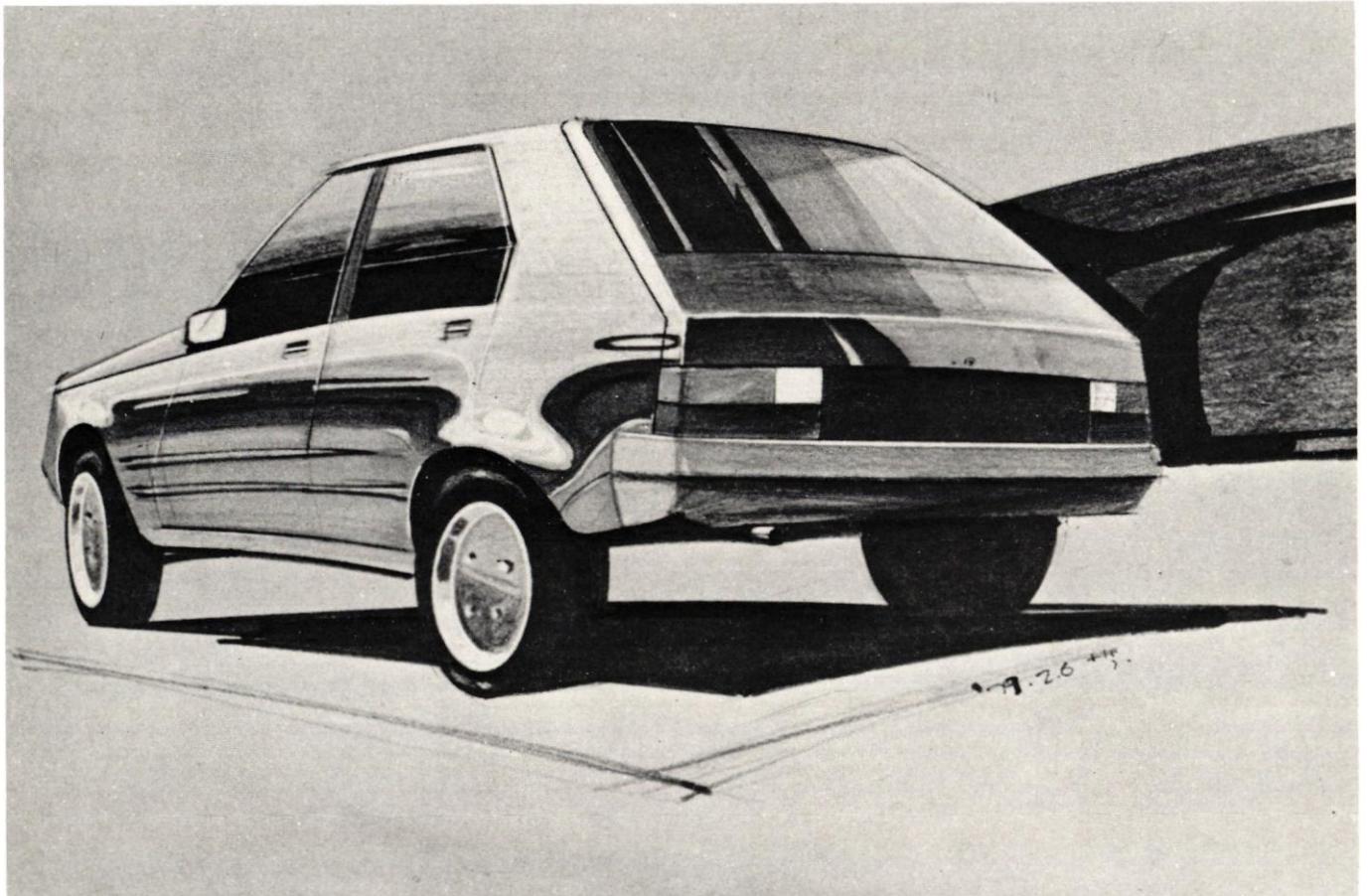
국내 유명 양화점 광고에서 일본 산업 디자인 진흥회 심볼을 사용한 예

The Theory & Actuality of Auto. Design

自動車 디자인의 理論과 實際 2

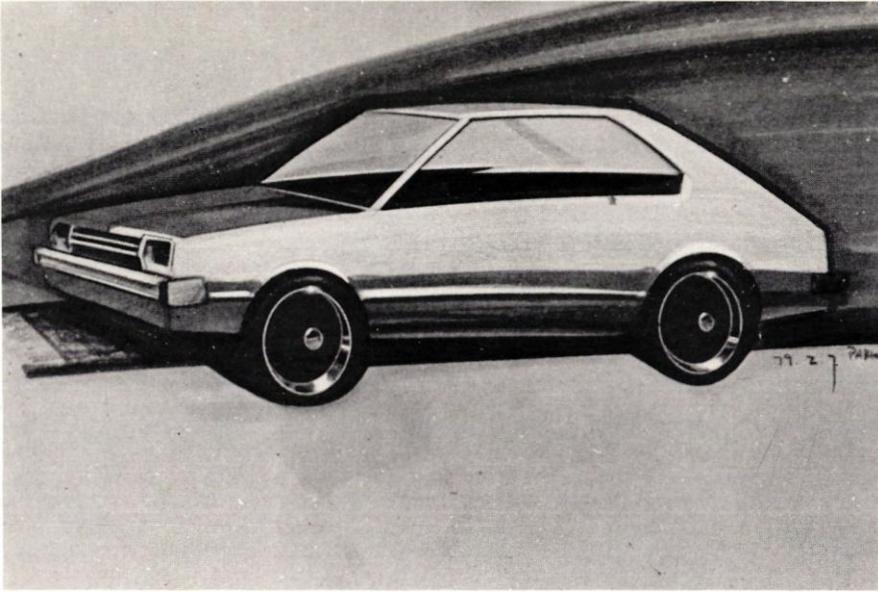
朴 教 信

렌더링(rendering)



3. 디자인 과정

〈본지 40~41호에서 계속〉



렌더링(rendering)



아이디어 스케치(idea sketch)



아이디어 스케치(idea sketch)

디자인 과정은 우선 디자인해야 할 대상을 널리 파악하는 일로부터 시작해서 이미지를 설정하고 이것을 구체적인 형태로 유도하기 위한 방법이다. 표현 수단은 기호(언어·문자·문장)에서부터 2차원·3차원으로 변화해 나간다. 여기에서는 현재 가장 전형적인 신형 승용차 개발 과정에 관해 서술한다.

디자인 과정을 대별하면 우선 기획 부문과의 정보 교환과 개발에 관해 합의한 후 상품 기획이 결정되는데, 여기에 기초를 두고 외장(外裝: exterior)·내장(內裝: interior)·컬러 디자인·의장품(儀裝品)까지 포함한 디자인 계획이 입안된다. 이것을 기본으로 각 담당 계획이 시작되고, 실험 디자인(advance design)을 항상 진행하면서 프로젝트의 진행에 맞추어 수시로 아이디어를 창조해 나간다.

(1) 상품 기획

개발 프로젝트는 모델 변경과 외판(外板: skin) 변경 등의 구별 없이 기획 부문이 작성하는 상품 기획이 출발점이 된다. 신형차 개발의 경우 3년 정도의 기간을 필요로 하기 때문에 정확한 전망이 불가능하다. 따라서 기획 부문에 모든 책임을 지우지 말고 기본 계획 부문·판매 부문·디자인 부문 등이 협력하지 않으면 안 된다. 상품 기획의 기초로서 필요한 작업은 정보 수집·분석·결과를 종합한 것에 기초를 둔 예측 등이다.

상품 기획에 필요한 내용을 보면 다음과 같다.

① 개발 목적: 가장 중요한 사항으로서 기업 전략에 맞는 것을 분명히 하며, 시장(구매층)의 설정 등을 포함시킨다.

② 개발해야 할 차종과 그 성격: 차종의 설정은 차종 계열과 대항 차종(對抗車種)에 관한 검토에 기초를 두고 행하며, 대법한 치수의 설정을 포함하는 경우도 있다.

③ 기본 개발 조건: 모델·외판 변경과 부분 변경(minor change) 등의 결정.

④ 개발해야 할 변경 요소(variation): 차체형·엔진·배기량·사양 등에 관한 사고 방향을 명확히 한다.

⑤ 발매 시기: 기획에서 가장 중요한 요소의 하나이므로 목표 판매 대수와 목표 판매 가격 등의 설정이 필요하다.

이 상품 기획 단계에서 필요한 것은 자동차를 제품으로서가 아니라 상품으로서 파악하는 것이며, 상품으로서의 목적을 명확히 하는 것이다.



테이프 드로잉(tape drawing)

(2) 기술 계획

상품 기획에 기초를 두고 기본 계획 부문에서 기술면의 계획을 행한다. 이것은 자동차를 제품으로 해서 구체적인 자동차로서 설정하는 것으로 기술 계획서와 기본 수치(통상 농 축소)가 포함된다. 기술 계획에서는 우선 상품 기획의 목적에 대한 기술적인 가능성과 뒷받침이 명확해야 한다. 즉 중요 치수·목표·성능 등의 제원을 개발 가능성과 기술적인 협조면에서 검토하고 설정한다. 또한 차체 변경 요소(body variation)의 구성, 엔진 종류, 장비품에 대해서의 대항차(對抗車)와의 비교에 의한 검토, 안전 공해 대책의 구체화 준비, 가격과 부품의 공용화 등에 관한 검토 등이 가해진다.

이상의 기술 계획의 내용을 레이아웃으로 해서 표현한 것이 기본 치수도(base package 라고도 함)이다. 외형 치수·엔진·현가 장치(懸架裝置: suspension) 등의 기구 부분의 배치, 인간의 자세와 필요한 공간, 화물의 위치 공간 등을 설정하는 것이며, 이 차종에 대한 필요 최소한의 기술면으로부터의 요구치(hard point)인 것이다.

(3) 디자인 계획

디자인 구상이라고도 하며, 외장(外裝)·내장(內裝)·의장품의 각 디자인 및 채색(彩色: coloring)에 대한 기본적인 사고 방법을 명확히 하고 디자인상의 제안 등을 가한다. 상품 기획의 설정에서 디자인면으로부터의 분석을 하여 그 가능성을 검토하고 뒷받침해 준다. 개발 목적에 관해서는 디자인 정책(design policy)을 명확히 해서 디자인을 진행해 나가는 데 규범으로 한다. 연은 특장에 관해서는 스타일 이미지(style image)를 설정해서 스타일링상의 아이디어 등을 담으며, 상

품 기획에 피이드백한다.

4. 外裝 디자인(Exterior Design)

(1) 디자인 작업

1) 레이아웃의 검토

구체적인 스케치에 들어가기 전 레이아웃 때 스타일링(styling)면에서부터 검토를 가한다. 디자인 계획 단계에서의 정보 교환은 실제의 레이아웃을 하는 경우 뒤앙스의 다름이 있으나 다음 단계의 디자인 작업에 무시할 수 없는 영향을 준다.

외장 디자인의 문제점을 살펴보면 다음과 같다.

① 전장(全長)과 축거(軸距: wheel base)와의 관계: 후륜 구동(後輪驅動: Fr engine Rr drive(FR))의 소형차에서는 크기에 관계 없이 근사한 계수가 되어 있으나 전륜 구동(前輪驅動: Fr engine Fr drive(FF))에서는 이의 관계가 다르다.

② 전후 오우버 행(over hang)의 관계: 롱 노우즈(long nose)와 쇼오트 벡(short deck)화로 인해 변화하고 있다. 일반적으로 리어 오우버 행(Rr over hang)이 긴 경우에는 일반적(formal)인 비례(proportion)이고, 짧은 경우에는 스포오티한 소형차 쪽의 비례로 귀결된다.

③ 프론트 리드(Fr lid) 높이의 관계: 라디에이터·엔진·공기 정화기(air cleaner)·앞 현가 장치(Fr suspension)의 스트러트(strut)의 높이에 의해 규제된다. 프론트 리드의 높이에 의해서 전방 하방 시계(前方下方視界)가 규제되고, 앞좌석 히프 포인트(Fr seat hip point)와 천장(roof)의 높이가 결정된다.

④ 헤드 클리어런스(head clearance): 시트 히프 포인트(seat hip point)에서 천장까지의 거리는 보통 일반적인 스타일에서는 높고 스포오티한 스타일에서는 낮다. 특히 뒷좌석(Rr seat)의 헤드 클리어런스는 기본 스타일의 선택에 중요한 영향을 미친다.

⑤ 전폭(全幅) 및 슬라이드 글래스(slide glass): 전폭에 여유가 있으면 차체 기본 단면의 잡는 방향에 자유도가 증가한다.

그 밖에 앞문(Fr window) 및 뒷문(Rr window)의 각도와 리어 리드(Rr lid)의 개구(開口) 치수 등이 검토의 요점이다.

2) 이미지 스케치(image sketch)

디자인 계획에서 설정된 스타일 이미지를 구체적인 스케치에 의해 확인하고 다시 한번 전개한다. 이미지 스케치의 기본 조건은 디자인 정책과 개발 차종의 차격(車格) 및 레이아웃 등에서 그다지 많은 것을 필요로 하지 않지만, 현실에서 너무 이탈하면 나중의 디자인 작업에 의한 디자인 리더라고 할 수 없고 너무 구체적인 스케치는 아이디어를 방해한다. 전체(mass)로서 형(形)을 파악하거나 새나 동물에서 이미지를 비는 방법 등이 있다. 이미지 스케치의 표현 방법에 일정한 규칙은 없으며, 단 한장의 스케치가 연상을 주고 새로운 아이디어를 생기도록 하는 것이 아니면 안 된다.

3) 아이디어 스케치(idea sketch)

아이디어 스케치에 의해 설정된 이미지는 생산차로서 필요한 아이디어를 가하는 단계에 놓이며, 이미지 스케치의 정보로 연상을 구하고 아이디어 스케치는 디자이너의 언어가 되지 않으면 안 된다.

아이디어 스케치의 기법은 대상(자동차 전체 혹은 부품 單仕)의 정확한 비례이며, 투시도(perspective)의 파악이 요구된다. 전장(全長)·전폭(全幅)·전고(全高)·축거(wheel base)의 비율 분할, 타이어·윈도우·프론트 그릴(Fr grille) 폭 등의 밸런스의 정확한 표현 등에 강조와 생략을 가하여 외장(外裝) 스타일에 있어서는 면(面) 변화의 표현이 중요하므로 특히 광택이 있고 도장면(塗裝面)의 명암과 반사 하일라이트(high light)의 표현 등에 주의해야 한다.

렌더링(rendering)은 다수의 아이디어 스케치 중에서 선정된 안을 제시하기 위해 묘사되는 방법으로 사실에 가까운 그림을 그리는데 목적이 있다. 렌더링의 기법에는 포스터 컬러·파스텔·색연필에 의한 방법이 있었으나, 최근에는 드라이 마아커(dry marker)나 수지 화구(樹脂繪具)·스프레이식 드라이 마아커를 많이 사용하고 있다.

4) 축소 모델 (scale model)

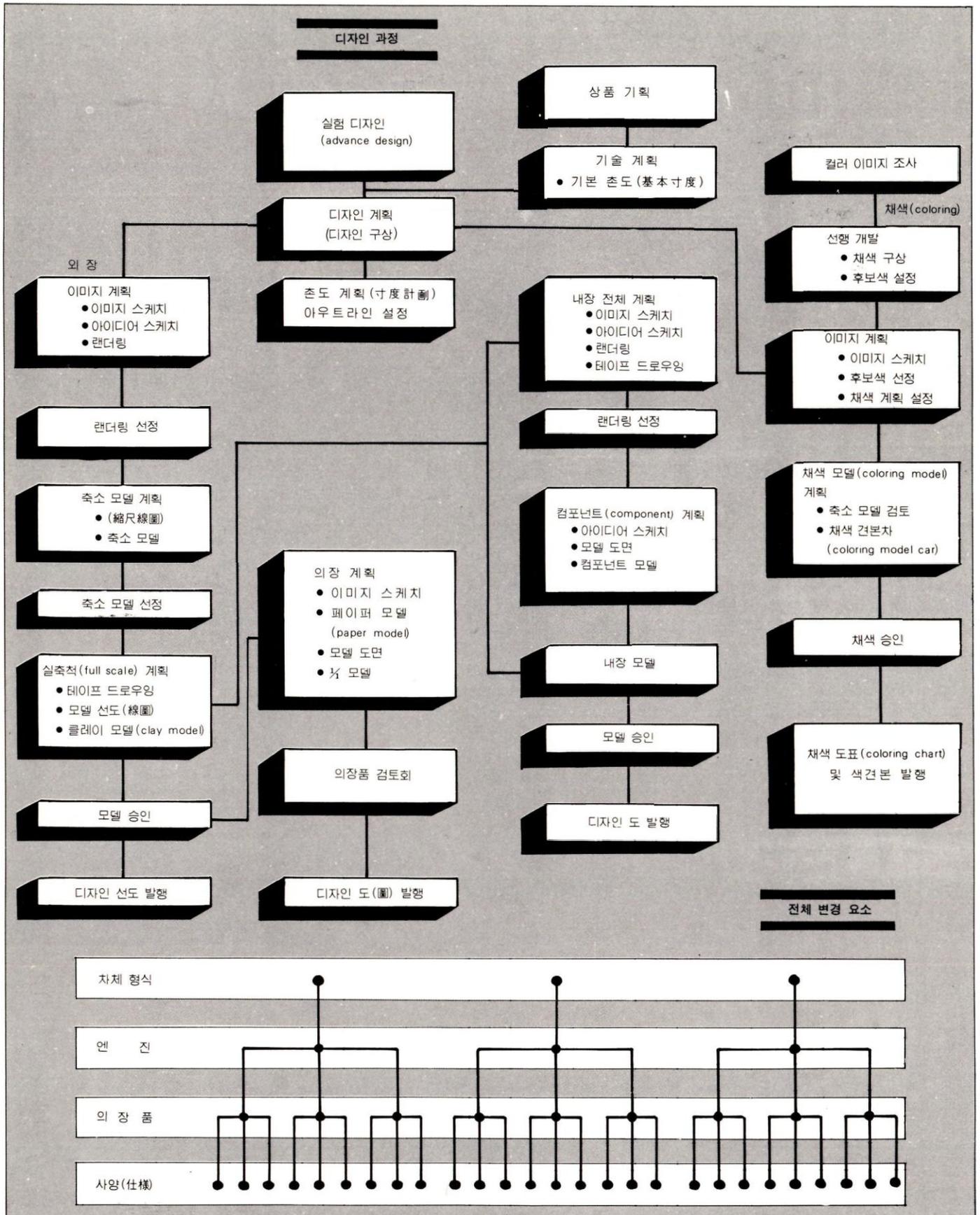
축소 모델로부터 3 차원 계획 단계에 들어 가는데, 축척 스케일은 통상 1/3이 많다. 부분 변경 (minor change)에서는 생략되고, 모델 변경·전체 외판 변경 (full skin change)에서도 생략되는 경우가 있다. 축소 모델을

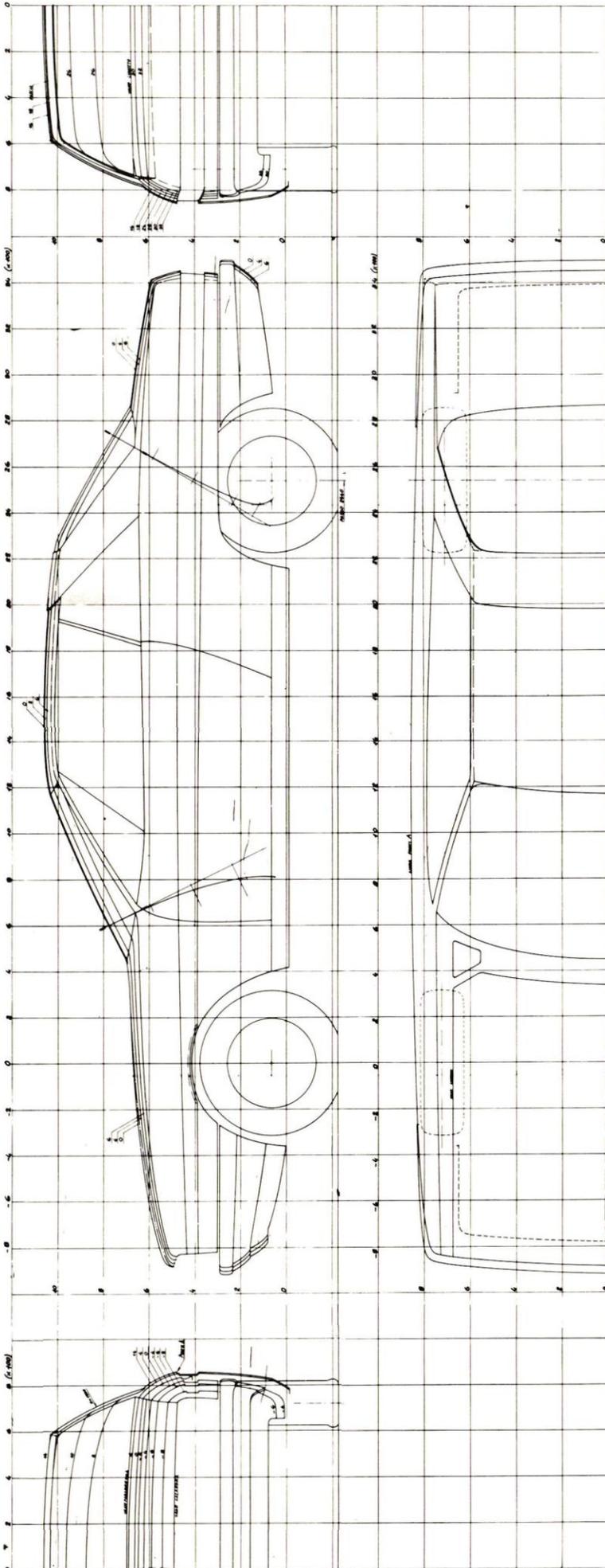
만들기 위해서는 축척 선도 (縮尺線圖) 를 만들어야 한다.

5) 1/3 테이프 드로우잉 (tape drawing)

이 단계에서는 푸울 사이즈의 디자인에 들어간다. 푸울 사이즈의 스케치는 먼저 트레이싱 케이퍼나 켄션 페이퍼 등에 파스텔 에

어 브러시 등으로 그리지만 이것에는 수정이 불가능하다. 수정할 수 있는 방법으로 그래픽 테이프를 사용하는데, 테이프 드로우잉을 행할 때에는 우선 플라스틱 필름 한 대분을 준비해서 벽면에 느슨함이 없도록 확실히 당겨야 한다.





Gamma Coupe의 디자인 선도. 1972년 5월 16일 작성

테이프 드로우잉의 특징은 자유로운 곡선을 긋기가 가능하고, 또한 몇 번이고 수정이 가능하다는 점에 있다. 음(陰) 부분·도금 부분·반사 등은 테이프에서 하이라이트 부분에는 백(白) 테이프를 사용하고, 타이어나 전조등(前照灯: head lamp)과 후미등(後尾灯: tail lamp) 등에는 케이퍼 모델(paper model)을 사용하고 이를 플라스틱 필름 이면에 도장한다면 더욱 효과가 있다.

6) 클레이 모델(clay model)

테이프 드로우잉에서 1/2 클레이 모델에 옮겨지는 순서에는 두 가지가 있다.

① 1/2 테이프 드로우잉과 포인트가 되는 면 처리나 단말 처리 등을 그린 스케치를 기초로 클레이 모델을 제작한다. 미묘한 면의 처리는 디자이너 자신이 깎아 내며, 모델 제작자의 센스에도 기대된다.

② 1/2 테이프 드로우잉에서 상세한 모델용 선도(線圖)를 그리고, 이것에서 원칙으로 할 수 있는 선과 단면을 집어넣고 세세한 면처리 등도 선도상에서 검토해야 한다.

7) 디자인 선도(線圖)

디자인 선도는 생산 부문에 의해서 마스터 모델을 제작하기 위한 기준이 된다. 또한 생산 기술상의 문제(프레스 가공·조립·도장 등)와 로스트(lost)·서어비스상의 문제 등을 전체적으로 해결할 형상이 표시되지 않으면 안 된다. 또한 이 선도는 의장품 디자인에 의한 기초가 된다.

디자인 선도 제작은 100% 피치(pitch)의 스케이스 라인을 그은 원지(신축성이 극히 적은 필름 등)에 사면도(四面圖)를 기본으로 해서 설계한다. 종래의 디자인 선도의 제작은 고도의 전문 작업에 의존하였으나, 최근에는 1/2 클레이 모델을 측정해서 자동 제도기로 그리는 방법도 실용화되고 있다.

8) 의장품 디자인

여기서 말하는 의장품에는 기능 부품과 액세서리 등을 포함해서 기본 디자인에 첨부되는 의장품 전반을 말한다. 프론트 그릴(Fr grille)·후미등·범퍼·도어 핸들과 램프 및 반사목·후사경(後斜鏡: fender mirror)·휠 캡(wheel cap)·심볼 마크·로고 등이 있는데, 이 디자인은 의장(外裝)의 기본 스타일 승인 후 시작된다. [끝]

※ 필자 연락처: 기아 산업 디자인실. 전화 (85)6161

Improvement of Packaging & Strategy for Marketing

企劃 시리즈

包裝改善과 販賣戰略 1

—包裝은 말없는 세일즈맨—

包裝의 機能

“포장은 세일즈맨”이라는 말이 있다.

오늘날 상품 기획이나 판매 전략은 다분히 심리적인 면에 치중하게 되어 그것이 포장에 집중적으로 나타나는가 하면, 실제로도 포장이 판매를 크게 좌우한다는 사실이 명백해졌다. 말하자면 포장에 대한 관념이 변한 것이다.

“포장을 바꾸니까 상품이 잘 팔린다”는 말을 흔히 듣는다. 그런데 단순히 이야기만 듣고서는 이해하기 힘들 뿐만 아니라 별로 도움이 되지도 않을 것이다. 어쨌든 포장에 대한 인식을 근본적으로 바꿀 필요가 있는 것이다.

“포장을 바꾼다”는 것은 “상품을 바꾼다”고 할 만큼 중요한 것이다. 그러므로 포장을 바꿈으로써 지금까지 상품의 결점을 없애게 되어 상품 개량의 역할을 하게 되는 것이다.

오늘날 포장 상품은 ‘심리적 가치의 캡슐’이라고 불리고 있다. 상품이 지닌 색이나 향기 이상으로 그 브랜드 네임(brand name)과 포장에서 풍기는 심리적 만족감에 의해서 상품은 팔리고 있는 것이다.

미국에서 있었던 유명한 에피소우드 하나를 들어 보자.

캐논 타월사에서 브랜드의 효과를 측정하기 위해 백화점의 협력을 얻어 실험을 했다. 이 회사에서는 같은 타월을 두 개의 그룹으로 나누어 한쪽은 ‘캐논’이라는 브랜드를 붙이고 다른 한쪽은 브랜드를 붙이지 않고 팔았다. 그 결과 캐논 타월이 무명(無名)브랜드 타월보다 3배나 더 팔렸다. 이번에는 캐논 타월을 4센트나 비싸게 하여 팔도록 하였는데, 그래도 캐논 타월은 브랜드를 붙이지 않은 타월보다 2배나 더 팔렸다. 그리하여 다시 값을 10센트나 더 올려 팔게 하였더니 잔실히 무명 브랜드 타월과 비슷하게 판매되더라고 한다. 이 에피소우드는 브랜드

의 가치가 얼마나 크며, 또한 그것이 얼마나 심리적인 작용을 하는가를 잘 말해 주고 있다.

일본에서도 이와 같은 현상은 얼마든지 볼 수 있다. 유명한 청량 음료의 일종인 칼피스가 수우퍼마켓에 328원(圓) 정가로 진열되어 있다. 그 바로 옆에 수우퍼마켓의 브랜드가 붙은 유산균(乳酸菌) 음료가 칼피스와 비슷한 인상의 포장으로 나란히 진열되어 있고, 값은 288원(圓)으로 40원(圓)이나 싸다. 그렇지만 팔리는 것은 칼피스뿐이다.

포장은 색·형태·디자인·브랜드의 모든 것이 모여서 이루어지는 것으로 심리적 가치를 형성하고 있다. 포장을 바꾸는 것은 이와 같은 심리적 가치를 높이기 위한 것이다.

그리고 그 목적과 전략을 기획하고 구체화하는 것이 포장의 역할임을 잊어서는 안된다.

包 裝 觀

포장에 대해서 가장 틀린 정의는 “포장은 단순히 물건을 싸는 것”이라는 생각이다. 이와 같은 생각을 가진 사람이 이제는 많이 줄어들었지만, 포장이 어떤 역할을 하는지 알아보기로 한다. 다음은 포장에 대한 개념을 요약한 것이다.

- 포장은 세일즈맨이다.
- 포장은 광고 매체(廣告媒體)이다.
- 포장은 상품이다.
- 포장은 브랜드다.
- 포장은 판매 전략의 축소판이다.
- 포장은 차별하는 수단이다.
- 포장은 이미지를 만든다.
- 포장은 편리함을 만든다.
- 포장은 마케팅이다.
- 포장은 세일즈 포인트의 확대경(擴大鏡)이다.

이상의 열 가지는 모두가 포장의 일면을 말해 주고 있다.

물론 상품을 싣는 것은 포장의 기본적인 역할이지만, 그 밖에도 많은 역할이 늘어났다는 것을 알 수 있다. 포장에 대한 개념은 모두가 상품을 팔기 위한 역할을 구체적으로 말한 것이다. 따라서 이러한 개념을 갖는 것은 포장을 기획하고 만들 때 커다란 영향을 미치게 된다.

“진작 이런 개념을 가지고 있었다면 이처럼 서투른 상품은 만들지 않았을 것을……”하고 후회하는 사람을 가끔 발견한다. 인간이란 이상한 것이어서 “포장으로 팔렸다”고 생각하는 메이커는 팔릴 힘을 가진 포장을 만들게 된다. 포장을 보면 그 메이커의 판매 전략을 쉽게 짐작할 수 있다. 그것은 포장이 판매 전략을 반영하는 거울이기 때문이다.

판매 전략이란 “어떻게 하면 팔리나” 하고 생각을 거듭한 끝에 생기는 아이디어이다. 이러한 아이디어가 있으면 그 포장은 틀림없이 팔릴 수 있는 힘을 갖게 되는 것이다.

총도 잘 겨누어서 쏘아야 표적을 맞힐 수 있듯이 이는 아주 당연한 이치이다. 맘몰려 노력해서 포장을 만든 메이커와 그렇지 않은 메이커가 다 같은 매상을 올린다면 그것은 모순된 이야기다. 포장을 알고서 포장을 감안한 판매 전략을 짰을 때에는 반드시 세일즈맨의 역할을 해 준다.

그러나 여기에는 문제가 있다. 즉 “포장을 감안한 판매 전략이나 아이디어가 중요한 것은 알지만 그 아이디어를 어떻게 잡아야 하나” 하는 의문이 생긴다.

그 대답은 간단하다. 브랜드를 붙이면 팔리겠다고 생각한다면, 그 메이커는 독창적인 브랜드를 만들면 된다. 또한 상품의 차별화로서 팔 수 있다고 생각하는 메이커라면 개성이 강한 포장을 만들면 된다. 즉 상품이 무엇으로 팔릴 것인가를 파악해서 그 방향으로 물고 나가면 되는 것이다.

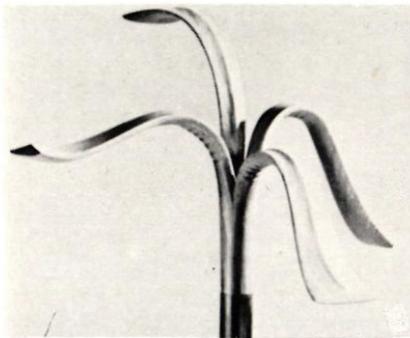
【다음 호에 계속】

■ 본고는 일본의 加納 光 씨가 쓴 「패키지 전략 110조항」에서 조록(抄錄)한 글의 일부입니다.

● 현대 공예 창작 회원전

제2회 현대 공예 창작 회원전이 지난 3월 1일부터 6일까지 미도파 화랑에서 열렸다. 이번 전시회에는 공예품의 용도보다도 조형성에 주안점을 두어 실험적인 제작에 치중했다고 한다.

출품 작가는 김 설·백 은희·송 순영·이상태·오 원탁·김 용운 씨 등이다.



김 설 작 「작 품」

● 윤 병규 디자인전

윤 병규 작품전이 지난 2월 22일부터 27일까지 미도파 화랑에서 열렸다.

홍익대와 동 대학원에서 그래픽 디자인을 전공한 윤씨는 산업 미술가 협회 이사로서 산업 미술 분야에서 오랫동안 활동해 왔는데, 이번 작품전에는 상업 또는 산업 미술이 아닌 예술 표현 양식으로서 그래픽 디자인 작품을 중점적으로 내놓았다고 한다.



윤 병규 작 「포스터」

● 권 용해 자수 공예전

공예가 권 용해 자수전이 지난 2월 20일부터 25일까지 예총 화랑에서 열렸다.

가리개·벽걸이·함·병풍·반질그릇 등 옛 공예품에 비단실로 한 올 한 올 꿰맨 자수로 무늬를 넣은 작품 46점이 출품되었다.

● 박 관수 도서전

교육계의 원로 박 관수 박사의 도서전(陶書展)이 지난 3월 1일부터 6일까지 미도파 화랑에서 열렸다.

도자기에 글씨를 넣는 이 도서전의 도자기는 인간 문화재 공모전에서 두 번이나 입선한 청년 작가 임 재영 씨가 맡았다.

● 유 우영 작품전

그래픽 디자이너이자 서양 화가인 유 우영 씨의 개인전이 지난 3월 10일부터 17일까지 그로리치 화랑에서 열렸다.

유씨는 홍익대 응용 미술과 출신으로서 현재 광고 제작에 종사하고 있는데, 유화 개인전은 이번이 처음이라고 한다.

● 채염전

채염회 주최 제6회 채염전이 지난 3월 8일부터 13일까지 미도파 화랑에서 열렸다.

1973년에 창립된 채염회는 이화 여대 생활 미술과 출신의 염직 공예인 서어클로서 이번의 제6회전에는 김 경숙·김 영혜·오



유 우영 작 「훈 이」 60.6 × 50cm



백 금남 작
「유 전(流轉) - 32」 70 × 49cm

공·운 금속·이 흥연·정 보미·홍 명숙 등이 출품하였는데, 천과 염료를 가지고 표현할 수 있는 조형 방법과 전시 방법에 역점을 두었다.

● 제60회 전국 체전 포스터 선정

충남도 체전 준비 위원회는 대전에서 열린 예정인 제60회 전국 체전(10월)의 심볼 마크와 포스터를 선정했다.

포스터를 보면 이중의 트랙 안에 백제 5층 석탑을 그려 넣고 그 위에 아라비아 숫자로 60을 그려 백제의 전통과 60회 체전을 표시했는데, 이 포스터는 목원대 산업 미술과 장 호식(20세) 군 등 3명의 합작이다.

● 한·중 판화전

한국 미술 협회 주최 한·중 판화 교류전이 지난 3월 6일부터 11일까지 신세계 미술관에서 열렸다.

출품 작가는 한국측에서 김 정자·김 태호·백 금남·서 승원·심 문섭·윤 명노·이 강소·이 상욱·이 세득·봉 옥선·송 민수 등 16명, 중국측에서 황 세원·방 향 등 17명이다.

● 서울 화랑 개관

호텔 롯데 지하에 서울 화랑(대표:오 혜경)이 문을 열었다. 동 화랑은 개관 기념으로 김원 초대전을 지난 3월 10일부터 20일까지 가졌는데 올해 67세의 원로 서양 화가인 김씨는 목우회장으로 사실풍의 산경(山景)을 주로 발표해 오고 있다.

이번 초대전에는 미국 전시를 위해 준비해 온 근작 20여 점을 출품했다.

● 권 순형 교수 3·1 문화상 수상

권 순형(權純亨) 교수가 1979년도 3·1 문화상 예술 부문의 수상자로 결정되어 지난 3월 1일 수상했다.

권 순형 교수는 서울 대학교 미술 대학에 재직하면서 현대 도자 공예(陶磁工藝)의 발전과 공예 디자인 교육의 체제 확립 및 산업 디자인의 발전에 기여한 공로로 3·1 문화상 예술 부문 본상을 수상한 것이다.

● 이 경성 교수 미국 박물관 시찰

이 경성(홍익 대학교 박물관장) 교수는 작년 12월 7일 도미하여 재미 화가들의 활동상과 그 곳의 박물관을 돌아보고 지난 1월 15일 귀국했다.

이 관장은 뉴욕요크·시카고·워싱턴 등지의 박물관을 돌아보고, 그 곳에서 활동 중인 이 혜선 씨의 작품전도 둘러보았다고-.

● 공예가 장 윤우 교수 인도 방문 양국 공예품 교류 전시 논의

공예가 장 윤우(張潤雨) 씨(성신 사대 교수)가 문화 예술 교류단의 일원으로 지난 2월 5일부터 25일까지 인도의 인터내셔널 센터 초청으로 인도를 방문.

교류단 일행은 그 곳 문교부 주최로 열린 위워크숍에 참석하여 양국의 문화 예술 현황과 교류에 관해 진지한 토의를 했는데, 특히 장 교수는 공예 디자인 분야의 일원으로서 '한국의 공예 예술 현황'이란 주제로 우리 나라 공예의 기술과 특색 및 작품 등에 관해 소개했다고 한다.

인도는 특히 공예품의 세공이 발달된 나라로서 불교 장식기인 석공예품의 세공이 뛰어나다고 전한다. 그 곳 전문가와는 양국의 공예품을 교류하는 전시회를 마련하자는 데 의견을 같이하고, 학교를 통한 교환전을 가질 계획이라고-

돌아오는 길에는 네팔·태국 등에 들러 세공예품을 많이 수집했다.

● 최 대석 교수 미국 방문

박물관 순회, 방대한 자료 수집

홍익 대학교 대학원 최 대석(崔大錫) 교수는 디자인 학술 자료 수집차 작년 12월 27일 도미하여 금년 2월 25일까지 60일간 미국 전역의 미술 대학과 박물관을 순회했다.

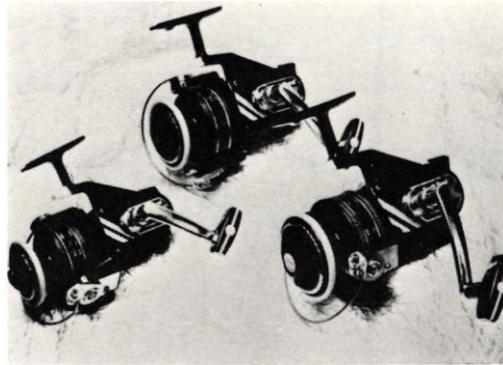
그런데 이번 출국은 오래 전부터 자료 수집에 대한 치밀한 계획을 세워 온 것으로 주로 박물관을 순회하면서 각 나라의 문명과 미술사에 대한 자료를 수집하는 한편, 공업 디자인에 관한 자료를 집중 수집했다고 한다.

● 금성사 전기·전자 제품 소유

국내 가전 제품 유명 메이커인 금성사는 오는 10월에 한국 디자인 포장 센터 전시관에서 금성사 전기·전자 제품 전시회를 갖는다.

이 전기·전자 소유는 금성사 자체의 행사로서 전기 디자인 개발부와 전자 디자인 개발부에서 개발한 모든 제품을 전시하는 한편 기존 제품을 시대적 감각에 맞도록 변형해 온 소위 리더디자인 과정을 디자인적 해설을 붙여 전시한다.

New Product

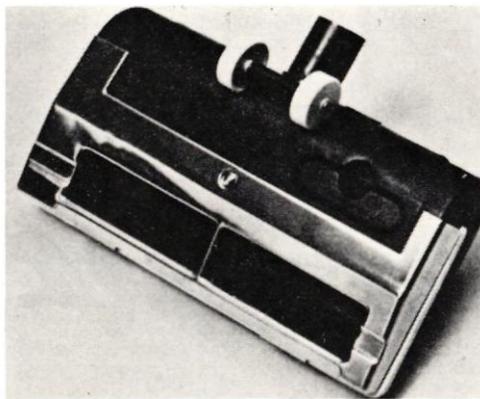


● 유아용 Baby-Rest

제작 / 일본 (주) 갈서(葛西)
 유아의 안락한 휴식과 수면을 위해 제작된 것으로서 시이소 기구도 포함되어 있다. 넓은 면적의 테이블은 전후(前後) 조절이나 사용하지 않을 때의 전방 회전(前方回転)이 가능하다. 재료는 플라스틱이다.

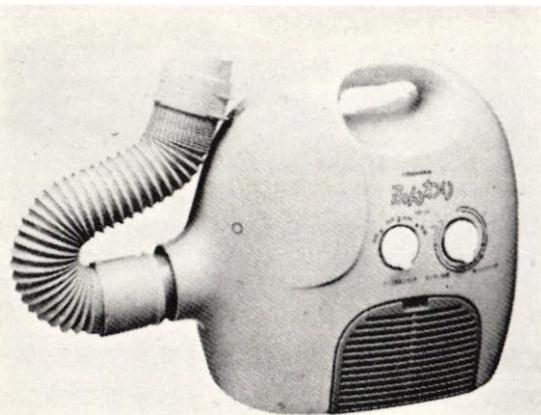
● 리일 낚시

디자인 · 제작 / Sportsco Ltd.
 완벽한 연구 및 기술 개발로 홍콩에서 제작 · 디자인된 리일 낚시.



● 2-모우터 진공 소제기

제작 / JC Penny
 2개의 모우터를 사용한 진공 소제기. 1개의 모우터가 흡입 작용을 할 때 또 다른 모우터는 흡입이 용이하도록 먼지를 부드럽게 하는 스펀을 작동시킨다.

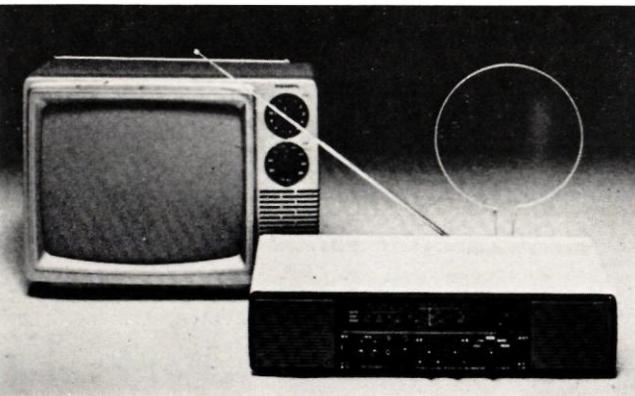


● 초음파식(超音波式) 가습기(加湿器)

디자인 · 제작 / (주) 일본 제너럴
 실내의 습도를 적절히 보전하기 위해서 분무의 방향과 양을 자유로이 조작할 수 있는 가습기. 물의 양을 확인할 수 있도록 착색 투명 탱크가 부착되어 있으며, 운반하기 용이하도록 조작성을 중요시한 점이 특징이다.

● 침구 건조기

디자인 · 제작 / 일본 토오코요 시바우라 전기
 따뜻한 바람을 불어넣어 침구를 건조시킨 후 자동적으로 송풍(送風)하여 뜨거운 이불을 식힌다. 코끼리의 이미지를 모티브로 한 디자인이 이색적이다.

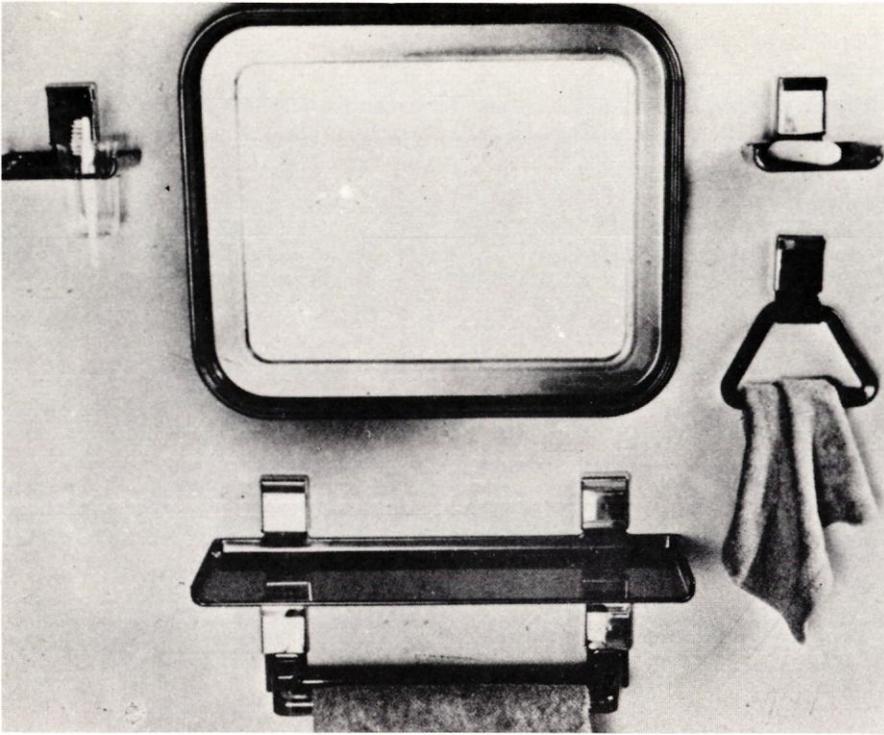


● 텔레비전 음성 리시이버

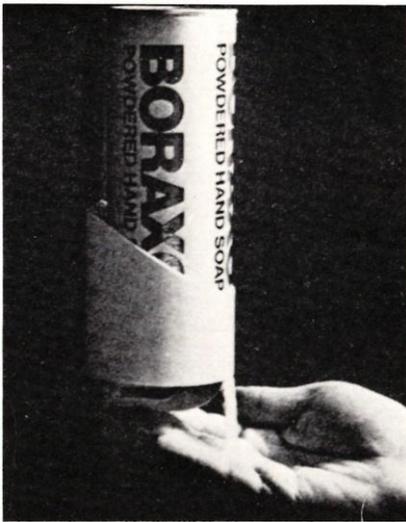
제작 / 일본 (주) 제너럴
 텔레비전 수상기와와의 접속을 필요로 하지 않는 콤팩트한 독립형 스피커 2개와 스테레오 와이드 스위치가 부착되어 있으므로 텔레비전 스테레오나 2개국 방송을 즐길 수 있으며, AM·FM 스테레오의 수신도 가능하다.

● 플라스틱 8X 확대기

제작 / Great Wall Plastic Works Ltd.
 초점 거리를 자유자재로 조절할 수 있는 플라스틱 확대기로서 배율은 8배. 정밀한 플라스틱 사출로 간단한 형태와 모던한 감각이 특징이다.



● 목욕탕 설비
 디자인 · 제작 / Qualidux Industrial Co. Ltd.
 고급 재질을 사용하여 광선의 반사와 색채상의 문제를 최대한으로 고려한 목욕탕 설비로서 부드럽고 고상한 느낌이 특징이다.

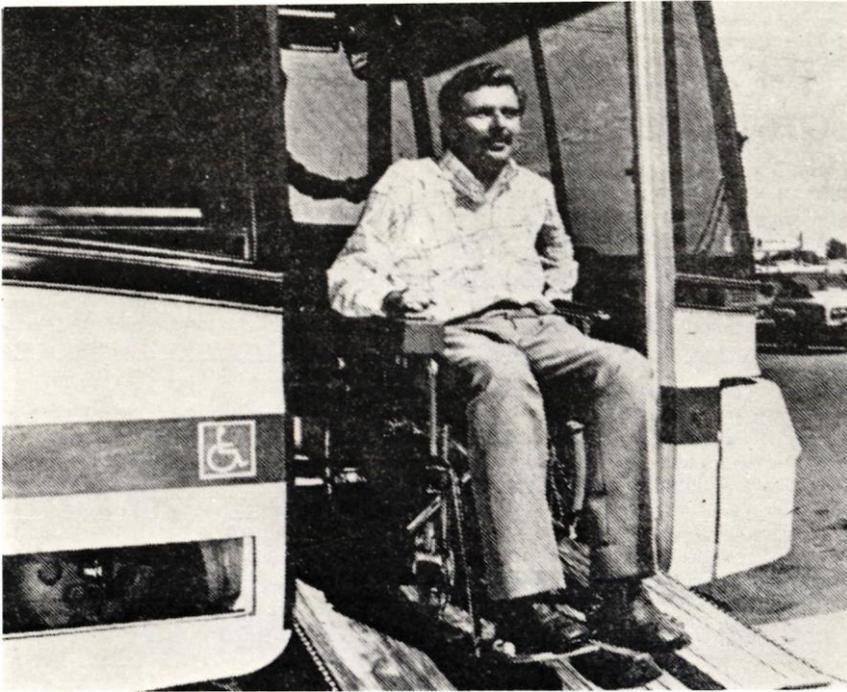


● 가루 비누용 용기
 제작 / US Borax
 몸체에 붙어 있는 레버(lever)로 가루 비누의 사용을 조절할 수 있다. 종래의 비누에 비해 값이 싸고 낭비가 없어 실용적이며, 용기는 벽에 자유자재로 부착시킬 수 있도록 되어 있다.



● 전자 회로를 사용한 여행용 Alarm Clock
 제작 / Cassia Electronic Products Ltd.
 여행자에게 편리하게 시간을 가르쳐 주는 전자 회로를 사용한 자명종 디지털 시계. 가볍고 휴대가 간편한 것이 특징이다.

● Super Marksman
 제작 / Cybotronics Ltd.
 어린이를 위해 개발된 전자식 권총과 부엉이 표적판. 사격 게임을 즐기는 동시에 전자 광선이 점수가 적혀진 표적에 맞으므로 어린이의 계산 능력을 발달시키는 효과도 겸하고 있다.



● 지체(肢体) 장애자를 위한 트랜스 버스(Trans Bus)

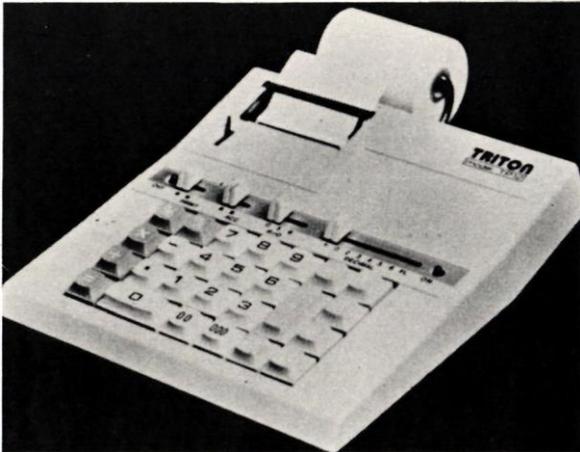
지체 장애자들의 대중 교통 수단에 대한 오랜 요구는 세계 사회의 새로운 이슈로 등장하고 있다.

미국 시라큐스 시에는 지체 장애자들을 위한 새로운 형의 트랜스 버스가 등장하였는데, 미국 정부가 2,300 만 달러를 들여 개발하였다.

이 버스의 특징은 계단과 들어올리는 장치가 없는 반면 도로와 차체의 간격이 낮고 바닥도 낮다. 문은 넓고 램프(Ramp)를 사용하는 방식으로 되어 있으며, 휠체어의 출입이 용이하도록 설계되었다. 또 하나의 특징이라면 좌석에 관한 것으로서 지체 장애인이나 정상인이 모두 편리하도록 기존 좌석을 필요에 따라 뒤로 물림으로써 휠체어가 차지하는 면적을 마련하는 방법이다.

시라큐스의 불구자 문제 연구자인 설리 존슨 씨는 트랜스 버스에 관하여 아래와 같이 평하고 있다.

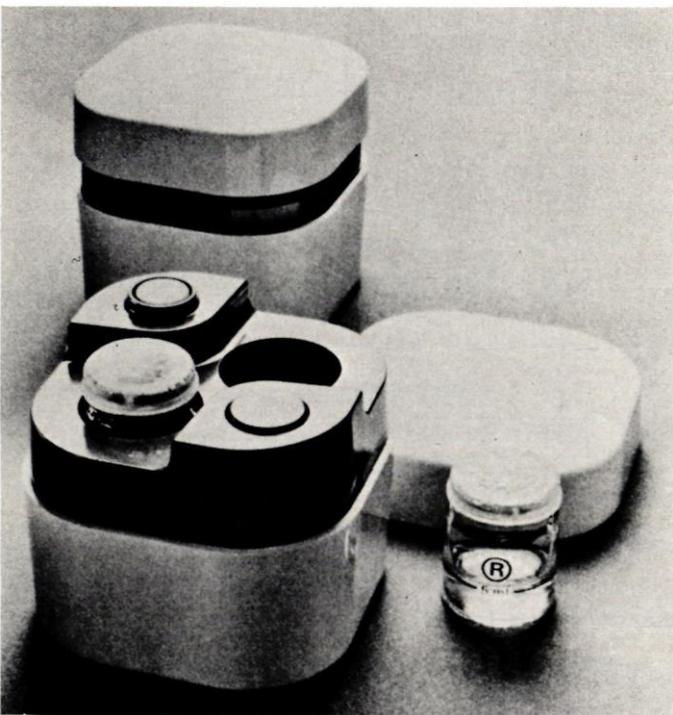
“트랜스 버스는 다른 어떤 방법보다 우수한 것으로서 장애인뿐만 아니라 정상적인 사람에게도 버스 계단의 불편함을 덜어 줄 뿐 아니라 특히 노약자·임산부 또는 유모차를 끌고 다니는 가정부가 공공 교통 수단을 이용할 때도 도움을 줄 것이다.” “장애자들이 트랜스 버스를 이용하여 고용될 수 있을 경우 1 천 명에 대하여 3 백만~5 백만 달러의 경제적 이득을 볼 수 있을 것이다” 라고.



● 탁상용 계산기

디자인·제작 / Radofin Electronics Ltd.

인간 공학적인 면을 고려하여 손가락의 운동 범위를 최소화 하였으며, 간단한 작동으로도 계산이 가능한데, 시각적으로 단순히 처리한 감각이 특징이다.



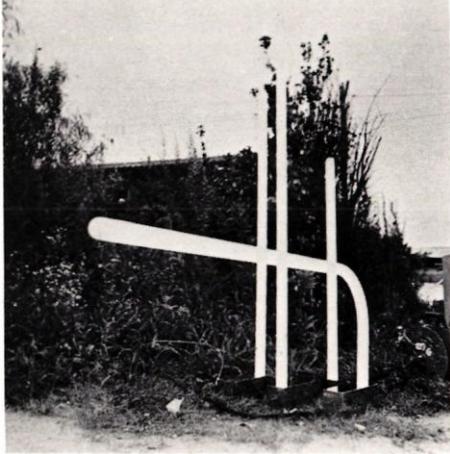
● 콘택트 렌즈용 건조·살균기

제작 / Rincon

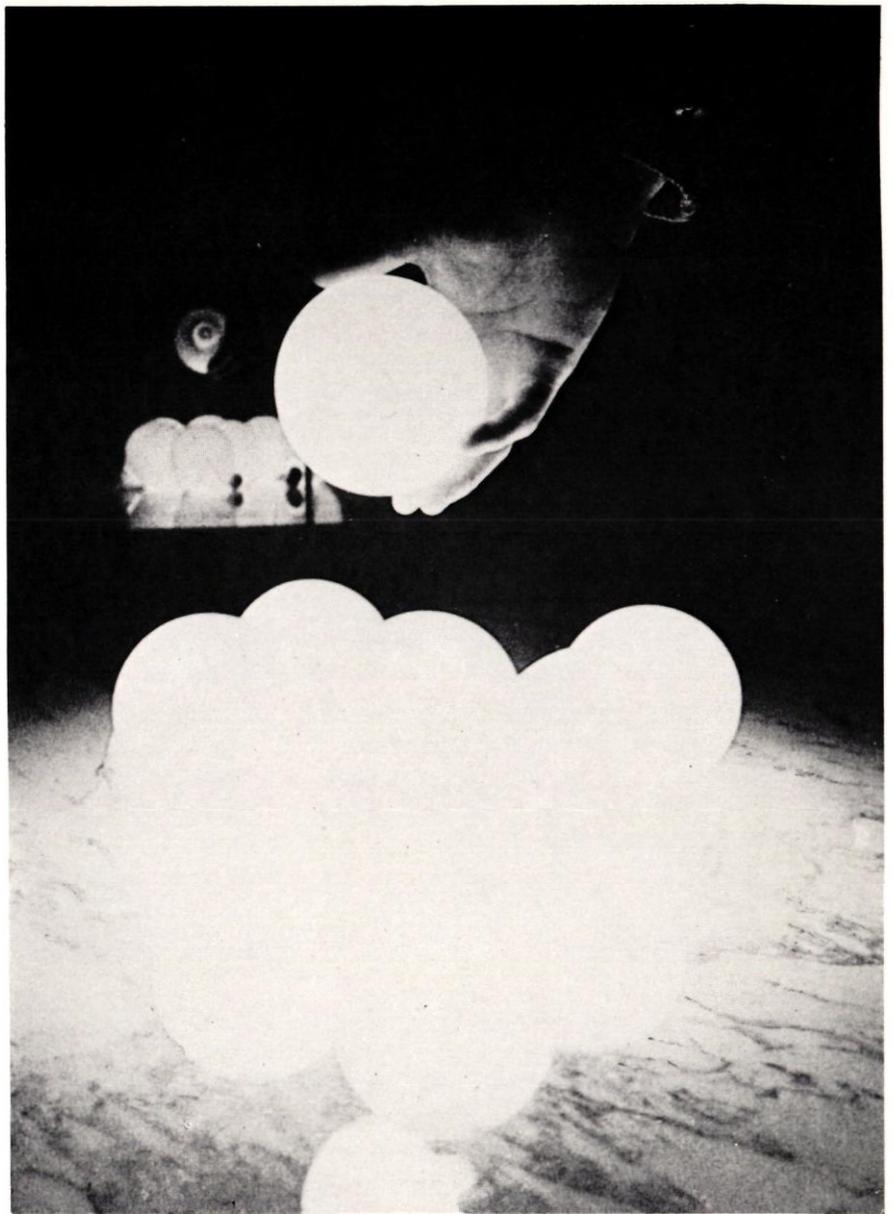
소프트 렌즈(Soft Lens)의 살균·건조기이다. 렌즈를 각 유리병에 넣어 살균기의 구멍에 맞추어 넣으면 밑으로부터 열이 가해지고 특수 왁스에 의해 온도가 조정되어 10분간 80°C 이상을 유지하도록 되어 있다. 왁스는 보통 온도에서는 흰색이나 가열되면 투명해진다.

● 마이크로 파(波)를 이용한 새로운 조명 기구들

최근 일본에서는 전선(電線)이 필요 없는 전혀 새로운 조명 기구가 창안되어 실용화되고 있다. 이 조명 기구는 발광 장치(發光裝置)에 의한 광학적(光學的)인 빛의 이용과 자유롭게 공중에 걸 수 있는 방식으로 창안되었고, 최대한의 작은 부속들로 설계 제작되었다.



각기 다른 여러 환경에 맞도록 디자인된 형광 튜우브들.



마이크로 파(波)에 의해 작동되며 전 기줄이 필요 없고 자유롭게 사용할 수 있는 영구 불변의 형광 튜우브 등.

대리석 책상 위에 마이크로 파(波)가 지나가면서 빛을 발하고 있는 구형(球形) 형광등.



일본 '아사히' 인쇄 회사 현관에 놓여진 계단식 발광(發光) 데스크(臺). 마룻바닥에서부터 천장 끝에 걸쳐 만들어진 상징적인 입방체(立方體)이다.

End line

1979년도 상반기 주요 전시관 전시 일정표

국내 주요 전시관의 금년도 상반기 주요 전시 계획을 취합했다.
독자 여러분에게 도움이 되기를 바란다.

한국디자인포장센터 전시관

기 간	전 시 회 명	주 최
4. 19-4. 26	BIM 상전	월간 디자인사
4. 19-4. 22	제3회 연합 시도전	연합 시도회
4. 23-4. 27	산업 미술가 협회 회원전	대한 산업 미술가 협회
4. 30-5. 29	우수 건축 자재전	건설부
6. 8-6. 22	대한민국 산업 디자인 전람회	상공부

국립 현대 미술관

3. 6-3. 31	멕시코 미술전	조선일보사
4. 2-4. 18	동아 미술제	동아일보사
4. 6-4. 15	한국 여류 화가전	한국 여류 화가회
5. 1-5. 31	제28회 봄 국전	문화 공보부
5. 4-5. 14	한일 서예 문화 교류전	한일 문화 교류회
5. 19-5. 27	한국 건축가 협회전	한국 건축가 협회
6. 3-6. 17	유 영국 초대전	국립 현대 미술관
6. 3-6. 17	중앙 미술전	중앙일보사
6. 20-7. 1	미술 단체 초청 연립전	국립 현대 미술관

신세계 화랑

3. 27-4. 8	명수전말 가보전	
4. 10-4. 22	유화 100-200호전	
4. 24-4. 29	권 순형 도예전	

신문회관 화랑

3. 19-3. 24	중천 삼화(中天三和) 사진전	한국 사진 작가 협회
3. 10-3. 21	진홍 요업 타일전	진홍 요업(주)
4. 2-4. 6	일도 김 태수 서예전	신문회관

그로리치 화랑

3. 25-3. 31	백 수남 서양화전	그로리치 화랑
4. 1-4. 7	박 노순 관화전	그로리치 화랑
4. 8-4. 14	박 영하 서양화전	그로리치 화랑
4. 15-4. 21	조 상현 서양화전	그로리치 화랑
4. 23-4. 29	기린 화우 서양화전	기린 화우회
5. 8-5. 14	신 성희 서양화전	그로리치 화랑
5. 15-5. 21	김 한 서양화전	그로리치 화랑
5. 22-5. 28	김 창진 서양화전	그로리치 화랑

현대 화랑

3. 15-3. 21	남 장관 서양화전	현대 화랑
4. 11-4. 17	황 염수 서양화전	현대 화랑
5. 10-5. 15	장 두건 서양화전	현대 화랑
6. 8-6. 15	민 경갑 동양화전	현대 화랑

◆올해 디자인 학과를 전공한 졸업생들의 취업문이 넓어져 인력난을 겪고 있으며 유능한 일선 디자이너에 대한 스카웃 경쟁이 일고 있다는 반가운 소식이 새봄과 함께 전해지고 있는 가운데 많은 졸업생들이 새로운 포부와 용지를 품고 일선으로 나섰고, 후진 디자이너 지망생들이 새로운 지식 탐구의 문을 두드렸다.

삶은 숨통이며 호흡이고 생동이며 활개이다.

그리고 신새벽 같은 생성(生成)의 시작이다. 모두에게 힘찬 격려를 보내자.

◆이번 호에는 이 경성 교수의 「세계의 산업 디자인사」와 지난 호에 예고한 대로 김 교만 교수의 「영국의 그래픽 디자인 교육과 현황」을 싣고, 또한 조 영제·민 철홍·정 담순 교수의 옥고를 실었다.

「세계의 산업 디자인사」는 석기 시대부터 오늘에 이르는 산업 디자인의 발달사를 중심으로 기술하였는데, 현대는 산업 디자인의 토착화가 그 어느 때보다도 절실히 요구되고 있는 때인 만큼 그 역사적 가치와 개념을 정리하는데 독자들에게 많은 도움이 되리라 생각한다.

눈부시게 발전하는 오늘의 산업 사회에서 독특한 한 분야로서 디자인이 인류의 역사 속에 전혀 새로운 시대를 만들고 있다는 사실에 비추어 모든 디자이너들은 막중한 사명감을 가지고 정진해야 할 것이다.

◆본지의 판형이 국배판(菊倍版)으로 바뀐 후 두 번째 호를 내놓는다. 본지는 넓어진 지면에 유익한 내용과 각종 자료를 보강하여 수록함으로써 독자 여러분의 적극적인 호응을 얻어 디자인·포장계의 유일무이한 전문지로서의 위치를 더욱 확고하게 다져가고 있다.

앞으로는 보다 충실한 내용과 사진 자료들을 엄선하여 싣고, 산업 정보 제공을 위한 국내외 최신 정보를 수록하여 산업 기술 정보 매개체로서의 역할을 다함으로써 산학계(産學界)에 이바지하고자 한다.

〉 편집 실 〈

Computer
Compugraphic Editwrite



IBM Electronic
"Selectric" Composer



컴퓨터 英文植字組版 전문

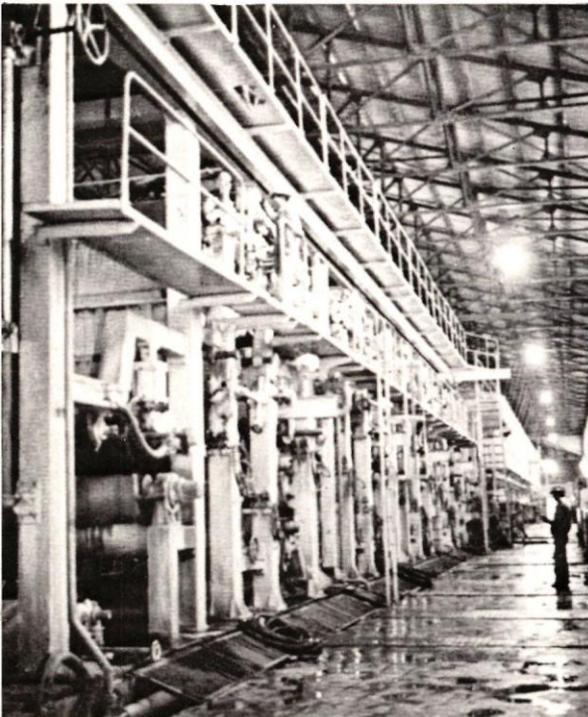
- 西歐式 最新型 各種 英文書體 具備.
- 6포인트~36포인트 (9급~54급) 의 크기.
- 앞뒤 · 중앙 · 끝줄 맞추기를 컴퓨터가 處理.
- 誤字修正도 컴퓨터가 處理.(브라운관을 通하여)
- 佛文 · 獨文等 符號付 英字도 컴퓨터가 處理.
- 一日菊版 100面 以上の 處理能力.
- 費用과 時間이 節減되는 經濟的인 利點.
- 옵셋트印刷 · 凸版印刷.(原版永久保存可能)
- 書體見本책 無料贈呈, 相談歡迎.

韓國 컴퓨터 印刷 (株)

서울 中區 乙支路 2街148-73(中央극장 건너편) ☎ 261-7333

포장은 제품의 얼굴입니다.

倉洞工場 2号機 全景



저희 삼양 팔푸(주)는 여러분들이
정성들여 만든 제품을 제값을
받게 해 드리고자 온갖 정성을
다하고 있습니다.

ICC GROUP



三洋팔푸株式會社

本 社 : 서울特別市 中區 長橋洞 42 (776) 6211~16
 倉 洞 工 場 : 서울特別市 道峰區 倉洞 50 (980) 1141~3
 安 養 工 場 : 京畿道 安養市 安養二洞 26 안양2395 · 2794
 釜山出張所 : 釜山市 中區 中央洞 2街 53 (22) 2430 · 4939

한국 최초로



삼진 PE 파이프

KS 마크 획득!!

한국 최초로 고밀도 폴리에틸렌 파이프 분야에 KS 표시허가를 획득하여 품질의 우수성을 인정받게 되었습니다.

용도

- 上下水道用 / ● 電線配管用 / ● 農業灌溉用 / ● 排水 또는 給水 등의 土木用 / ● 工業用水路, 都市가스用 등.



규격

- 10% ~ 20% × 120m
- 25% ~ 50% × 40m ~ 90m
- 65% ~ 75% × 30m ~ 40m
- 100% ~ 150% × 4m ~ 6m
- 200% ~ 400% × 4m ~ 6m

특징

- PVC관의 2/3로 매우 가볍다.
- 半永久的이고 어떠한 荷重에도 깨지지 않는다.
- 영하 60°C 까지도 동파되지 않는다.
- 산 알칼리 등 대부분의 약품에도 부식되지 않는다.
- 75mm 구경까지는 長尺物이 가능하다. (30m ~ 120m).
- 값싸고 경제적이다.

- 누수율 0% PE 수도파이프
- 반영구적 수명 (170년간)
- 400%까지 대구경 생산
- 동파되지 않는 파이프

 **삼진알미늄 주식회사**
 서울 중구 명동 2가 33-1, 수지사업부 776-6445, 3873

판매 대리점 삼진파이프상사

- 서울 중구 252-4442
- 서울 용산구 793-7939
- 서울 동대문구 968-1010
- 서울 영등포구 62-6161
- 서울 강남구 58-8288
- 서울 도봉구 981-7852
- 광주 5-0768 • 동인천 82-1739
- 부산 44-1212 • 대구 22-2003
- 수원 5-5129 • 마산 5-9843
- 대전 3-3200 • 청주 2-9934
- 경인천 3-4605



● **갑계수리** : 가계수리 · 각계수리 · 객계수리라고도 부르는 것으로 귀 중품을 넣어 두는 조그마한 상자. 앞면 전체가 여닫이문으로 되어 있고 많은 감잡이가 붙여져 있음.

● **강도(強度, strength)** : 힘을 가했을 때 파괴나 분리에 견딜 수 있는 물질의 기계적 성질. 파열 강도 · 인열 강도(引裂強度) · 유연성 등이 포함된다.

● **강성(剛性, stiffness)** : 굴곡성(屈曲性)의 반대어. 강도(剛度)는 슈퍼(schopper)나 커일리(curley) 강도 시험기에 의해 측정된다.

● **갓풀(阿膠)** : 아교를 말하며, 목재를 붙이는 풀.

● **개더(gather)** : 잔주름

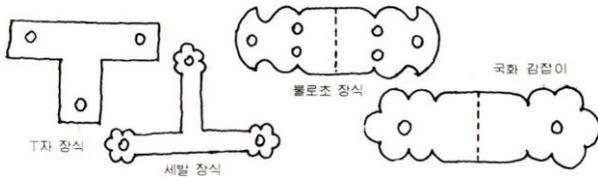
● **개발 광고(development advertising)** : 새로운 수요(需要)를 환기시키기 위한 광고, 즉 ① 시장에서 전혀 알려지지 않은 신제품이 발매된 경우, ② 전반적으로 보급률이 낮고 소비 습관이 되어 있지 않은 경우, ③ 일반적으로 보급률이 높은 기성 상품이지만 이 때까지 시장에서는 전혀 소개되지 않은 새로운 용도로 발견되었을 경우.

● **개버딘(gaberdine)** : 무명 명주털로 짠 옷감. 옛날에는 주로 우장(雨裝)에 사용하였으나 지금은 보통 옷감으로도 쓰이고 있다.

● **가스 실린더(gas cylinder)** : 상업 용어로 간단히 실린더라 하며, 가스의 수송이나 저장을 위한 휴대용 압축 용기로서 고안된 단단한 원통형의 금속 용기. 일반적으로 뚜껑에 보호 밸브와 적당한 압력 제거용 안전 장치가 부착되어 있음.

● **갤러리(gallery - 영, galerie - 불)** : 원래는 교회 건물 안의 양쪽 2층 복도를 말했으나 그 후 건물 바깥쪽에 붙은 차양 있는 보랑(步廊)을 가리키게 되었고, 다시 바뀌어 극장의 응접실 · 화랑(画廊) · 미술품 전시실을 뜻하게 되었음.

● **거멸장** : 접착 부분이 벌어지지 못하게 감잡이 목기의 모퉁이에 걸쳐 대는 쇠붙이 장식.



● **거시적, 미시적(巨視的 macroscopic, 微視的 microscopic)** : 거시적은 육안적, 미시적은 현미경적의 뜻으로 디자인이나 미술에서도 이와 같이 쓰인다. 미시적 현상은 전자 현미경에 의하여 현저하게 전개되었으며, 거시적 현상은 천체 망원경이나 비행기 등에 의하여 우리들의 시야(視野)를 더욱 확대시키고 있다. 이와 같이 현대적 시야를 파악한다는 것은 오늘의 디자이너로서는 매우 중요한 일이다.

원래 이 말은 현대 물리학의 개념으로서 원자 내부의 현상과 같이 물체의 개념이 성립되지 않고 그 운동을 시간적 · 공간적으로 기술할 수 없는 것을 미시적 현상이라 하고, 시간적 · 공간적 기술(記述)이 가능한, 즉 오감(五感)에 의해서 알 수 있는 현상을 거시적 현상이라 한다. 또한 이러한 개념에서 매우 미세(微細)한 것을 크게 확대해 보는 관찰을 미시적 관찰, 미세물의 집합체 전체를 관찰하는 것을 거시적 관찰이라 하며, 표현과 연구 과정에서 중요한 관찰법이다.

● **건성 라벨 부착법(dry labeling)** : 열가소성(熱可塑性) 라벨 부착법(thermoplastic labeling)의 개정된 용어로서 병이나 용기의 상표 부착에 주로 사용되는 수용성 접착제를 배제한 것을 가리키며, 열가소성 도포제(塗布劑) 대응으로 이용된다.

● **건축(architecture - 영, 불, Architektur - 독, Architettura - 이)** : 그리스어의 arche(始源, 元, 太) + techne(技術)에서 온 말. 라틴어로는 architectura라 말하고, 독일어에서는 별도로 Baukunst라는 말이 있다. 일반적으로 저처 건조(低處建造, 獨 - Tiefbau, 지하 또는 지면상의 공사)와 구별하는 지상 공사, 건축(獨 Hochbau)에 한하여 관련된다. 건축의 실용 목적은 다양하지만, 보통 미술사에서 채택되는 방법에 의한 분류를 보면 ① 기념 건축(獨 Monumentalbau) — 비 · 탑 · 묘표 · 분묘 · 개선문 등, ② 속가 건축(俗家建築, 獨 - Profanbau) — 저택 · 궁전 · 사무소 · 학교 · 상점 · 공장 · 여관 등, ③ 성당 건축(獨 Sakralbau) — 신전 · 교회당 · 절 등으로 나눌 수 있다. 그러나 과거에는 통일된 공간적 구성체로서 미적 표현을 한 이유로 예술적 가치로서 평가되었지만, 근대에 있어서는 건축 재료의 진보, 구조 역학의 눈부신 발달과 새로운 건축 용도나 사회성의 인식이 높아짐에 따라 과거의 양식적 장식 위주에서 해방되어 세션(분리파; secession) · 구조주의 · 구성주의 · 기능

주의 · 합리주의 등은 근대적 건축 정신의 표징(表徵)이며, 오늘날의 건축을 예술의 한 분야로 보는 것은 약간 진부한 생각이라 보고 있다.

건축은 자연 과학과 정신 과학의 기초 위에 서며, 복잡한 기능상의 요구나 물적 구조와의 종합 계획에 의하여 성립되는 것으로 예술가의 개성적 표현을 중추로 한 순수 예술 세계와는 다른 시스템을 가지고 있다. 일반적으로 건축의 모든 기술을 총합적으로 지배하고 그 외장적(意匠的) 조형(造形)의 마지막까지 책임을 담당하는 것이 건축가(architect)이며, 건축의 공학적 구조 부문이나 여러 가지 설비부문의 설계는 각 전문 기사의 협력에 의하여 이루어진다. 이러한 점에서 건축가는 인더스트리얼 디자이너(industrial designer)와 같은 성격을 지니고 있다고 할 수 있다.

● **게슈탈트(Gestalt - 독)** : '형태'라고 번역되나 단지 추상적으로 '모양' · '모습'이라는 특성을 드러내는 것이 아니라, 더 구체적으로 "모양이나 모습을 갖춘 대상(對象)"을 총칭하는 말이다. 구조를 가진 것 하나의 도형(圖形), 하나의 멜로디, 하나의 동작 등 모두 전체적인 게슈탈트이다.

구조를 가진 게슈탈트는 동시에 관련을 가진 부분으로 나누어지며, 이것을 분절(分節)이라 부른다. 따라서 게슈탈트는 전체 분절적이라고 말할 수 있다. 심리적 사상(事象)을 전체로 잡고 전체가 부분을 규정한다는 입장에 서는 것이 게슈탈트 심리학이며, 19세기 말경부터 베르트하이머(Max Wertheimer) 등에 의하여 독일에서 발달하였다.

베르트하이머는 어떠한 자극이 잘 간주려지게(어울리게) 지각(知覺)되는가를 연구하여 『좋은 형태의 법칙(Gestalt gesetz)』을 명백히 밝혔다. 그것에 따르면 게슈탈트의 요인으로서 ① 가까운 것일수록 어울리기 쉽다(근접의 요인), ② 닮은 것일수록 어울리기 쉽다(동류의 요인), ③ 폐쇄된 것일수록 어울리기 쉽다(폐쇄의 요인), ④ 연속되어 있는 것일수록 어울리기 쉽다(연속의 요인), ⑤ 일정한 방향을 가진 도형은 어울리기 쉽다(방향의 요인) 등을 들 수 있다. 이러한 게슈탈트의 이론은 조형의 경우 형태 지각(形態知覺)의 설명에 이용되고 있다.

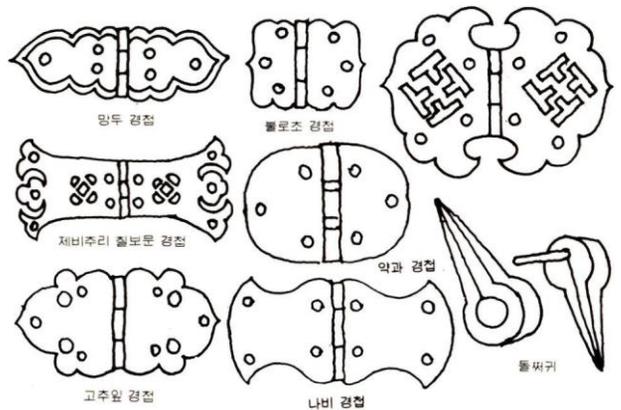
● **게임스, 에브라함(Abraham Games; 1914 ~)** : 런던에서 태어나 독학으로 21세 때부터 프리랜서의 작가 활동에 들어갔다. 전시중에는 영국군의 선전 포스터를 그렸으며, 또한 교육 · 안전 등의 포스터를 무수히 남겼다. 전후에는 프리랜서 디자이너로 되돌아가 현재는 런던의 왕립 미술 학교에서 디자인 강의를 맡고 있다.

● **겔라(CELLA)** : 건축 용어로서 본래는 소실(小室), 즉 작은 방이란 뜻. 그리스신전에서 신상(神像)을 안치하던 내실로 신이 진좌(鎭座)하는 곳.

● **견본시(見本市, sample fair - 영, Muster-Messe - 독)** : 멧세(Messe - 독)는 정기적으로 개최되는 견본시로서 매년 2회 도시 전체를 회장으로 하여 개최되는 라이프찌히의 멧세 등은 일종의 상설적인 박람회의 성격을 띠고 있다.

● **경영 심리학(經營心理学)** : 경영자와 종업원과의 관계를 다루는 것이 주요 과제이지만, 상품 디자인이나 광고 · 판매의 각 방면도 주요한 대상이 된다.

● **결첩** : 문갑 · 탁자 · 장 등 목공 가구 등의 여닫이 문에 부착시키는 장식으로서 그 모양에 따라 종류가 나누어진다.



● **경포장(輕包裝, light package)** : 무게가 나가지 않는 물품의 포장으로서 과자 · 옷 따위의 포장이 여기에 속한다. 경포장에는 플라스틱 필름이 많이 사용되며, 강도(強度)보다 투명성, 깨끗한 인쇄 효과, 포

장 작업성을 높이기 위하여 적도(適度)의 슬림성, 봉(封)할 때의 히이트 시일성 등을 필요로 한다.

●계조(階調, gradation): 규칙적인 변화나 점진적인 추이를 말한다. 예를 들면 빨강·주황·노랑 등으로 변화하여 보랏빛에 이르는 무지개 색의 배열이나 백과 흑 사이의 명도(明度) 단계의 변화 등이다. 여성 복장의 겹친 색 등도 일종의 계조적인 효과를 이용한 것이다.

●계통도(系統圖, system diagram, schematic diagram, distribution diagram): 각가지의 조직 구성, 사물의 구성이나 에너지를 작업의 흐름 등의 전체를 시각적으로 이해하기 쉽게 만들어 놓은 도표. 성질이 다른 많은 요소를 계통적으로 표시하는 경우에는 동일 성질마다 색을 다르게 나타내는 수법을 취하고 있다.

●고딕(Gothic-영): 유럽의 중세 미술에 있어서 로마네스크(Romanesque) 다음에 나타난 양식. 약 1200년(프랑스에서는 1150년경)에서 1500년경(이탈리아에서는 1400년경)까지를 말하며, 프랑스·독일을 비롯 영국·스페인·이탈리아에서는 특수한 위치를 차지하고 있다. 특히 건축에서 로마네스크 양식의 반원(半圓) 아치가 고딕 양식에서는 천부 아치(끝이 뾰족한 아치)로 변하여 종교적 관념성을 강조, 뾰족하고 높이 솟은 수직 효과를 추구하였다.

●고딕체(Gothic-미, Sans serif-영): 글자 표현 형태의 일종. 글자의 각 부가 모두 같은 굵기로서 세리프가 없는 자체(字體)이며, 블록 레터(Block letter)라고도 한다. 고딕체는 일반적으로 명쾌하고 읽기 쉬우며 신선한 느낌이 들기 때문에 선전 미술에 많이 이용되며 그 변형이 많다. 획의 굵기에 따라 가는 것을 라이트(light), 중간을 미디엄(medium), 굵은 것을 볼드(bold)라 하고, 자체의 폭이 넓은 것을 익스팬드(expand), 좁은 것을 콘덴스드(condensed)라 한다.

●고블랑 직(gobelin織-불): 고블랑이란 명칭은 15세기 중엽 플로렌스에서 파리로 정주(定住)하게 된 염색사(染色師) 일가의 이름으로 유래한다. 최초의 공장주 장 고블랑(Jehan Gobelin: 1476년 沒)은 심홍색(深紅色) 염료를 발견하여 이름을 떨치고 그 기반을 굳혔다. 16세기 때는 타피스트리(tapestry) 제조 공장을 증설하였으며, 제 3, 4대에 이르러 귀족의 타이틀을 획득하였다. 1662년 루이 14세 때 파리 공장이 왕립 실내 장식품공장으로 이관되어 유명한 장식가이며 화가인 르브랑(Le brun: 1619~1690)이 디자인 감독에 임명되었다. 공장은 1694년에 폐쇄되었지만, 1697년에 타피스트리 제조 때문에 다시 문을 열었으나 주로 왕실의 장식용만을 제조하였다. 혁명 후 부활하여 1826년에 카아핏의 제조를 시작하여 오늘날에도 국영 공장으로서 타피스트리 제조를 계속하고, 고블랑이란 이름을 타피스트리를 총칭할 만큼 세계적으로 알려져 있다.

●고어(gore): 천 조각을 맞추어 스커터트를 만들 경우 그 천 조각의 한 쪽을 고어라 한다.

●고전적(古典的, classical, classic-영, classique-불): 고대 로마 세르비우스 투울리우스(Servius Tullius) 시대 때 시민의 여섯 계급 중 제 1 계급에 속한다는 뜻의 라틴어 크라시쿠스(classicus)에서 유래되었다. 따라서 <표준이 됨>, <완전함>, <모범적> 등의 의미로 쓰이게 되었으며, 르네상스에서 일어난 인문주의(人文主義; humanism)의 입장에서는 문화적 교양의 이상(理想)이 고대 그리스·로마에 있기 때문에 고대 문화에 속하며, 또한 이에 관계되는 모든 것을 클래식이라 부른다. (예; classic language: 고전어, classic writer: 고전 작가, classic style: 고전 양식) 한편 고전적이란 것은 한 양식이 뛰어난게 완전한 성격, 예술 발전의 완전한 상태를 가리킨다. 그리스 미술사상에서는 페리클레스 시대(기원전 5세기 후반), 로마 미술사상에서는 아우구스투스(재위 전 27~재위 후 14) 시대가 클래식이라 보고 있다. 이 양 시대의 양식은 엄격한 형식 감정을 특색으로 하는 고대 미술의 두 정점을 나타내고 있다. 그렇지만 클래식이란 개념은 형식의 엄격함이라든가 고요하고 부드러운 균형이나 조화를 특색으로 하는 다른 양식 시기에도 전용(轉用)된다. 예를 들면 르네상스의 <클라시 미술>이라는 용법이 바로 그런 것이다.

●고전주의(classicism-영): 일반적으로 고대 그리스·로마 시대에 만들어 낸 단정(端正)·간소(簡素)·우아(優雅)한 예술 양식을 말한다. 따라서 그리스·로마의 양식상의 효력을 추구하는 유파(流派) 또는 운동을 고전주의의 일파라고 하며, 이러한 운동의 대표적인 예는 다음 두 시대로 나누어진다. ① 16세기 중엽부터 북이탈리아에서 발생하여 17세기에 프랑스·네덜란드·영국에 확대된 유럽 건축으로서 특히 로마 양식과 연관되어 중요한 요소로 명확성·정숙성·절도(節度)를 들 수 있다. ② 신고전주의(neo-classicism)라 불리는 1770~1830년경의 유럽 예술 양식. 즉, 바로크(Baroque) 및 로코코(Rococo) 양식에 대한 반동이며, 대표적 건축가는 독일의 클렌체(Leo von Klenze: 1748~1864)와 신켈(Karl Friedrich Schinkel: 1781~1841), 프랑스의 스폴로(Jacques Germain Soufflot: 1713~1780)와 폰테네(Pierre Francois Leonard Fontaine:

1762~1853), 영국에서는 스마야크(Sir Robert Smirke: 1780~1867)와 소온(Sir John Soane: 1753~1837) 등이다. 조각에서는 인간이 주요 테마였으며, 재료로는 대리석을 가장 많이 이용하였다. 대표적 조각가는 이탈리아의 카노바(Antonio Canova: 1757~1822), 덴마크의 토르발센(Thorvaldsen: 1768~1844), 독일의 샤도우(Johann Gottfried Schadow: 1764~1850), 프랑스의 우우동(Jean Antoine Houdon: 1741~1828) 등이며, 회화상의 고전주의는 독일의 멩그스(Anton Raphael Mengs: 1728~1779)를 선두로 프랑스의 다비드(Jacques Louis David: 1748~1825)이며 고전파의 대표적 후계자로서 활약한 앵그르(Jean Auguste Dominique Ingres: 1780~1867)로서 그 절정에 이르렀다. 한편 고대의 모방에 집착하여 창의성을 상실한 것을 <고고전주의(擬古典主義)>라고 한다.

●고층 건축: 스카이스크래퍼(skyscraper)라는 건축 용어로 쓰이며 마천루(摩天樓)라고 번역하기도 한다. 계층수가 많은 건축물. 철골 구조의 근대 법식이 1890년대부터 시작되었다. 특히 미국의 대도시에서 건축됨에 따라 이 말이 나오게 되었으며, 스카이스크래퍼의 최고의 예는 뉴욕요크의 엠파이어 스테이트 빌딩(1931년 완공, 102층, 1,248피트)이었으나 현재는 시카고 시의 시어즈 타워(Sears Tower, 1974년 완공, 110층, 1,454 피트)가 가장 높다.

●공업 규격(industrial standard): 공업 표준화를 위하여 정해진 기준. 한국에서는 1961년 9월 30일 공업 표준화법(工業標準化法)이 제정되어 "합리적인 공업 표준을 제정함으로써 광공업(鎭工業) 제품의 품질 개선과 생산 능력의 향상을 기하여 거래의 단순화와 공정화를 도모"하는 목적을 두고 한국 공업 규격(KS) 마크 표시 제도가 시행되고 있다. 공업 규격의 제정은 기계적 대량 생산 시대의 기술상·디자인상의 중요 과제였으나 역사적으로 1917년 독일 기술자 협회(VDI) 내의 독일 공업 규격 협회(DIN)에 의하여 제정되었던 독일 공업 규격(DIN; Deutsche Industrie Normen)이 유명하다.

●공업 소유권(工業所有權, industrial property): 공업 소유권법에 규정된 발명 보호법(發明保護法)·특허법(特許法)·실용 신안법(實用新案法)·의장법(意匠法)·상표법(商標法) 등을 총칭한 것이며, 국제적으로는 이에 서어비스 마크·상호·원산지(原產地) 표시 또는 명칭 및 부정 경쟁(不正競爭) 방지에 관한 것도 포함된다.

●공업 디자인(industrial design): ID로 약하며, 수공업적 기술의 전통을 이어받은 제품을 제외하고 기계 기구·플라스틱 제품과 같이 단지 제품 공업으로 한정시킨 협의(狹義)로 해석되어 인더스트리얼 디자인이라 부른다. 이러한 좁은 의미로서의 공업 디자인은 미국과 유럽에서 쓰는 곳이 있으며, 우리나라에서도 일반적으로 좁은 의미에서 많이 쓰이고 있다. →인더스트리얼 디자인

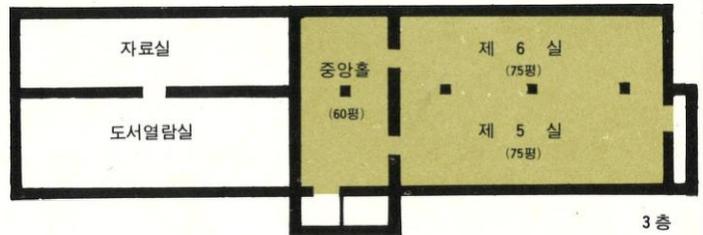
●공예(industrial arts, kunstgewerbe-독, l'art decoratif-불): 인간의 기술로서 원료에 가공하여 형태를 만들어 생활에 이용하도록 하는 것이 공예라고 할 수 있다. 공예는 기술과 목적(用과美)으로 요약되는 것이나, 현대에 이르는 오랜 역사를 거슬러 올라가면 다양한 공예를 찾아 볼 수 있다. 중세 이후 지배 계급에 의하여 유지된 귀족 공예는 유용성을 떠나 장식에 흘렀고, 장식 위주로 더욱 추한 것이 되어 버렸다. 그러는 동안에 여유가 없는 서민 생활에서 나타난 공예는 심한 노동과 실용의 요청에서 건실한 형태와 질을 갖춘 것이 되어 민속 공예(folk craft)라든가 민예(民芸)라고 부르게 되었다.

현대 공예는 러스킨(John Ruskin; 1819~1900-영국의 미술 비평가·사회 개조가)과 모리스(William Morris: 1834~1896-영국의 공예가·디자이너·시인)의 기계 문명 부정에서 출발하여 바우하우스나 에스프리 누보(L'Esprit Nouveau) 등이 주장하는 기계 문명 승인이 도달하고 있다. 19세기 말의 유럽 공예는 로코코식·바로크식·양피르식 등의 양식을 되풀이한 것이며, 위에서 밀로호르는 특수 계급을 위한 공예였다. 한편 기계 문명은 조잡한 상품을 대량 생산하였기 때문에 러스킨과 모리스는 이러한 공예를 개혁하고 고딕 양식을 찬미하여 수공예를 존중하였고, 중세의 공장(工場)인 길드(組合; guild)로 되돌아가 예술 활동과 노동의 일치에 의한 이상 사회(理想社會)를 제창하였다. 그러나 시대의 진전은 그러한 이상(理想)을 받아들이지 못하고 프랑스의 아르 누보나 오스트리아의 세션 운동으로 옮겨져 갔다. 러스킨과 모리스의 운동은 공예를 사회화시키고 수공예를 존중하였기 때문에 일종의 공장(工場)을 예술가로 끌어올리는 결과를 가져왔다. 이것이 오늘날의 미술 공예의 근거가 된 것이다. 한편 수공예를 근거로 하는 민예의 주장도 이 운동에서 나타났다. 아르 누보는 곡선적인 장식으로 기울어져 라틴계의 기질을 나타내었고, 세션을 직접적인 구성으로 게르만계의 기질을 명백히 나타내었다. 양파 모두 장식을 주제로 하는 것에서 탈피하지 못하고 디자인을 장식이라 생각하였으며, 오늘날과 같이 형태·구조·기능을 취급한다는 것에는 이해치 못하였다.

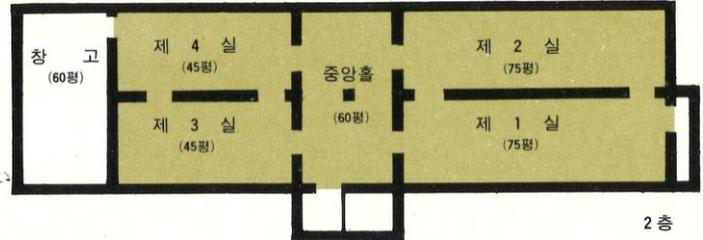
전시관 대여 안내

언제나 참신한 디자인과 포장 기술의 개발 및 진흥 사업에 역점을 두고 일하고 있는 당센터는 우리의 오랜 숙원이었던 디자인과 포장 분야의 전용 전시관을 국내 최대, 최신 시설로 신축하고 여러분들의 편리를 도모할 준비를 갖추고 있습니다.

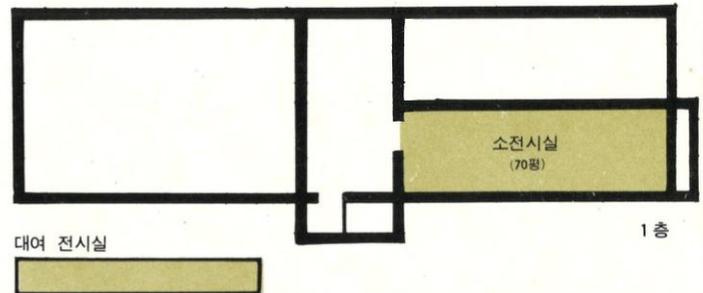
디자인과 포장 기술의 개선 향상을 통한 수출 증대를 위하여 기여하게 될 본 전시관은 바로 여러분의 것이오니 전시관 운영에 배전의 편달을 바라오며 아울러 디자인과 포장 산업의 광장으로 적극 활용해 주시면 감사하겠습니다.



3층



2층



1층

■ 전시장의 특징

1. 완벽한 전시 시설 (전시대 · 조명 · 냉난방 · 기타)
2. 염가의 임대료
3. 넓은 주차장과 쾌적한 환경
4. 다양한 전시실 구조

■ 임대료 및 사용신청

1. 임대료 : 1일 1평당 300원
2. 사용신청 : 계약금 (전체 임대료의 30%) 과 함께 당센터 소정 양식에 의거 신청
3. 접수처 : 당센터 진흥부 전시과

■ 연락처

서울 종로구 연건동 128번지
한국디자인포장센터 진흥부 전시과
Tel. 762) 9461~5, 762) 9137



당센터 전시장 내부 전경

 **한국디자인포장센터**

서울특별시 종로구 연건동 128번지 Tel. 762) 9461 / 5, 762) 9137

