

산업디자인

INDUSTRIAL DESIGN

135



산업디자인개발원
산업포장개발원



.... 를 찾습니다.

강력한크리에이티브 집단 D&C 에서 특별한 분을 찾습니다.



국내 최대의 시스템으로 구성된 D&C가
사업영역을 확장하고, 크리에이티브 파워를
강력히하여 국제적 감각에 대응하기 위한
준비를 하고 있습니다.
패키지디자인으로 출발한 D&C 의 크리에이티브
원칙은 마케팅입니다.
CI, 브랜딩서비스등그간 축적해온 노하우를 바탕으로
전략적 크리에이티브를 발휘할 것 입니다.
D&C와 함께 나아가실분!
기다립니다.

1. 모집부문 및 응시자격

직종	인원	자 격
기획 및 조사	0명	● 해당분야 경력자 ● CI기획자 우대
카피라이터	0명	● 카피라이터는 브랜드네이밍 업무에 집중할 것임.

2. 제출서류

- ① 자필이력서 1부
- ② 자기소개서 1부
- ③ 경력증명서 1부
- ④ 최종학교 졸업증명서 1부
(대학원 졸업자는 대학졸업증명서 포함)

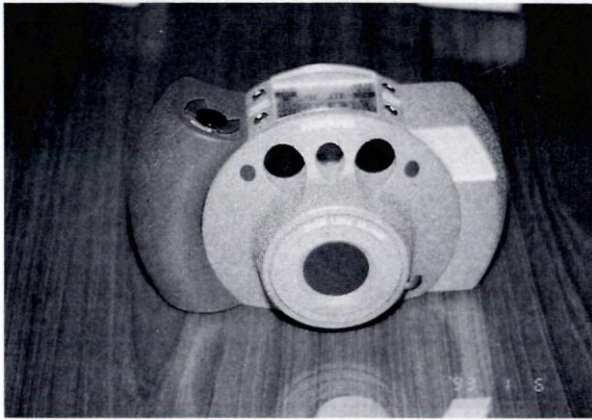
3. 서류접수

- ① 기간 : 1994. 9. 10.(토) ~ 9. 30(금)
- ② 장소: 서울시 마포구 서교동 407-27 상아빌딩 3층
(주)디엔시 Tel: (02) 326-2636

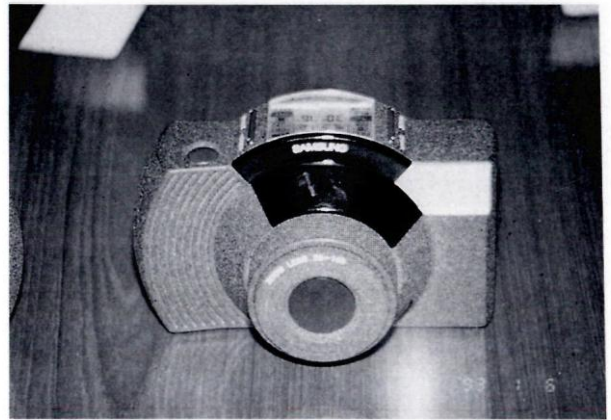
4. 기타

- ① 접수된 서류는 일체 반환하지 않음
- ② 우편접수는 마감일까지 도착분에 한함
- ③ 이력서 우측상단에 직종표기 및 연락처 기재바람
- ④ 기타 자세한 내용은 당사에 연락바람

페이지 유실
1~2



리프 목업 1



리프 목업 2

에 전력을 다하고 있다.

① SLR(싱글렌즈 리플렉스 : 렌즈교환 방식의 고급형 카메라)에 있어서는 염가형 개발 및 디자인 패션화로 전문 매니아가 아닌 일반 소비자를 타겟으로 하는 제품을 출시하고 있으나 기술적 진보는 없다.

② L/S(렌즈셔터식 : 전자동 염가형 카메라)에 있어서는 늘어가는 관광객, 여행자를 겨냥한 컴팩트화, 디자인 패션화로 Out-Door의 성향을 만족시키는 제품 개발에 치중하고 있으며, 이에 따라 기술요소도 생활 방수 기능, 파노라마 기능, 리모콘 기능 등을 중시한 제품을 출시하고 있다.

2. 제품개발 배경

- 카메라 산업은 수많은 정밀가공기술이 응집된 최첨단 산업이며 특히 광학기술을 기반으로 하고 있는 미래형 산업이므로 한국이 향후 이 분야 핵심기술을 조기에 확보하지 않으면 과거 전자기술의 경우와 마찬가지로 영원히 일본의 기술식민지를 벗어날 수 없게 될 것임.
- 광학기술을 응용함으로써 파생되는 모든 기술적 부가가치는 정보화 시대, 창조화 시대에 있어서 엄청난 파급효과를 가져올 핵심기술로 당사로서는 이를 조기에 확보 하느냐 못하느냐에 따라 향후 사업의 비전이 결려 있는 실정임.
- 당사가 과거 10여년간의 카메라 개발실적으로 쌓은 기술력을 총 동원하여 세계 최고의 제품을 개발함으로써 이 분야의 일본 기술을 완전히 추월하고 나아가 카메라 시장의 Market Share를 점진적으로

확대하여 향후 2~3년 이내에 세계 카메라 5대 메이커에 진입함은 물론 현재 일본이 석권하고 있는 카메라 시장을 한국이 주도할 수 있게 하는 획기적 발판을 구축하기 위한 것임.

제품개발과정

1. 디자인 컨셉트 :

- 사용자와 카메라의 원활한 정보 전달.
- 고배율이면서도 컴팩트성 강조.
- 조형적 측면에서의 고정관념 탈피.
- 고급 카메라의 가치감 부여.

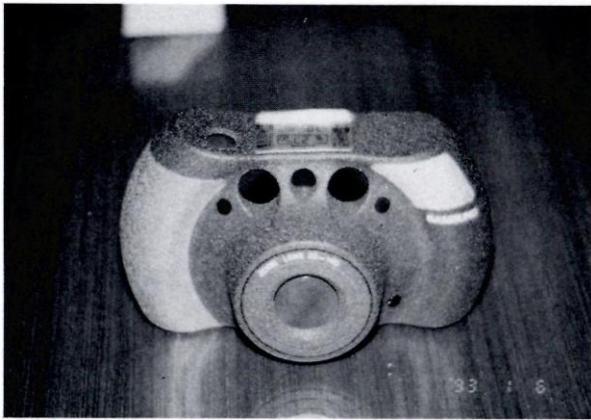
2. 제품 컨셉트 :

- 35mm 컴팩트 줌(Compact Zoom) 카메라에 있어서의 세계 최고의 제품 실현.
- 컴팩트 줌 카메라의 최고 배율(38~140mm : 4배줌) 실현.
- 세계 최고의 디자인 실현을 위한 오스트리아 포르쉐(Porsche)와 공동 개발.

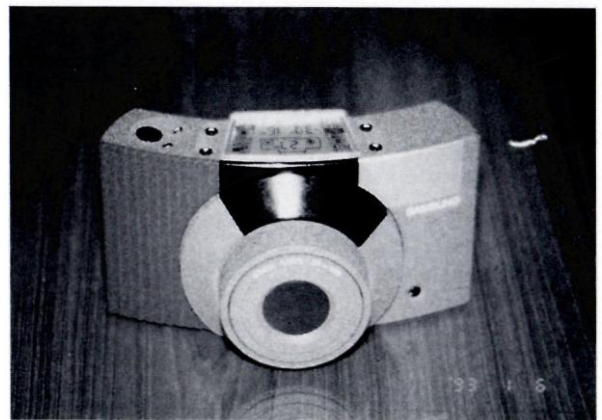
3. 문제 해결 :

세계 최고의 디자인 그룹인 포르쉐와의 공동작업으로 디자인 전개방법 및 문제해결 방법을 상호 비교하고, 유럽 디자인의 개념을 직접 체험하는 기회를 만듦.

- 촬영거리를 멀리 또는 가깝게 조절하는 줌(Zoom) 버튼과 셔터 버튼을 일체형으로 개선, 순간 포착에 용이토록 하여 스냅 사진에 적절히 대응케 함.
- LCD 정보표시 판넬을 확대하고 유사기능



러프 목업 3



러프 목업 4

- 별 그룹화, 컬러 차별화로 정보의 순간 인식을 보다 용이하게 하여 촬영실수를 방지함.
- 손으로 제품을 쥐는 부분의 형상을 인체공학적으로 개선하고 사용 소재를 고무(Rubber)로 채용하여 편리성과 착용감을 향상시킴.
- 파인더에 시력보정 장치를 부착하여 개인의 시력차에 따른 초점 조절을 자유롭게 하여 사용의 편리성을 도모함.
- 카메라 형태의 고정관념(네모상자)에서 탈피하여, 사용편리성을 위주로 각 성능을 개선하고 부품 형태를 신규 개발하는 디자인 차별화 제품 추구.
- 개발인원 : 8명
- 개발비용 : 36억원

4. 디자인 전개 :

디자인 프로세스를 이끌어가는 방법은 포르쉐가 주도하여 유럽 스타일의 디자인 전개 방법을 이해하고, 이를 설계·제조과정에 적용시켜 절충하는 방법은 당사가 주도함으로써 상호 보완 진행.

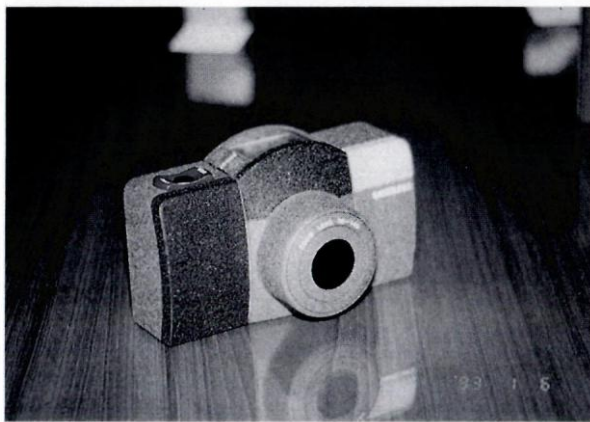
- 아이디어 스케치 : 디자인 컨셉트에 충실한 5가지 방향의 세부 형상 정의를 전개하여 각 특성별 구체적인 스타일링을 통하여 아이디어를 추출하고 정리하면서 이론적인 카테고리보다는 느낌과 기분에 의한 선정작업에 따라 아이디어를 분류하고 정리함(고배율 줌 렌즈를 강조한 스타일, 사용 버튼의 효율적 배치를 강조한 스타일, 정보전달 관련 조작의 편리성을 강조한 스타일, 그립(Grip)성을 부각한 스타일, 혁신적인 이미지를 강조한 스타일 등의

세부 전개방향 설정).

- 러프 목업 : 전문 모델러가 디자이너와 팀워크를 이루어, 확정되지 않은 아이디어는 계속 수정해 가면서 제작하여 다양한 러프 목업을 통하여 아이디어를 구체화함. 결국 스케치나 렌더링에 의존하여 아이디어를 구체화시키기 보다는 입체물인 러프 목업을 통하여 아이디어를 전개시킴으로써 형태의 고정관념을 깨는 데 효과적이었음.
- 포르쉐의 디자인 전개방식이 아이디어 스케치, 러프 목업의 단계를 중요시하며, 러프 목업을 전문 모델러가 제작하므로 디자이너가 발상하는 아이디어는 그 즉시 빠르고 정확한 모델링이 되어 스케치 단계와 함께 진행됨. 따라서 렌더링을 위한 시간 소비를 하지 않는 편이며 오히려 더욱 효과적인 러프한 입체물을 많이 만들어 아이디어를 정리, 결국 이것이 발전하여 파이널 목업 단계로 즉시 넘어갈 수 있게 되어 전체의 디자인 일정에서 보면 아이디어 전개과정에 비중을 많이 두는 편임.

5. 개발진행단계에서의 디자인 수정

- T/O(시사출) : 디자인 단계에서 지정된 소재의 특성이 양산에 무리없이 적용되는지 여부와 각 부품별 조립의 상관관계를 검증하며, 표면 처리를 결정하기 위하여 담당 디자이너와 설계자와의 충분한 협의를 통하여 수정안을 확정하고, 설계변경을 진행하여 금형을 수정함. 무엇보다도 세계 최초의 성능을 현실화시키는 입장으로 참고할 자료 및 각종 시험



러프 목업 5

데이터가 없어서 스스로 테스트를 해가면서 문제해결을 해야 했으므로 일반적인 제품의 설계기간보다 2배 정도의 시간('92. 7~'94. 3: 21개월)이 소요되었음 (포르쉐는 디자인 단계보다 어떤 의미에서는 개발단계에서의 여러 요인에 의해 디자인 컨셉트가 변경될 우려에 민감한 반응을 보이며, 가능하면 초기 디자인 확정안으로 컨셉트를 지켜 가기 위하여 사소한 부분의 문제라 할지라도 반드시 디자이너가 연구하여 새로운 해결방안을 제시해 주는 방법으로 진행함. 그러나 생산 기술, 소재의 특성에 따라 양산성이 보장되지 않는 부분에서는 형태 재검토를 통하여 디자인을 변경하였음).

- E/S, P/P(조립성 검토 및 시생산) : 각 부품의 성능에 있어서도 디자이너가 만족하는 수준이 되도록 업체 지도를 통하여 문제를 해결하였으며, 시장에 새로운 기술을 사용한 부품이나 소재가 갑자기 출현했을 때는 그 부품을 사용하여 보다 최고의 제품을 만들기 위하여 설계를 변경하는 등 초기에 수립한 제품 컨셉트를 끝

까지 유지시켜 가기 위하여 디자이너는 지속적으로 부분적인 수정·보완을 해나감. 물론 이 단계에서는 외관의 도장 지정 및 인쇄 관련(Art Work) 시방 지정을 확정해야 하므로 제품 외관의 그래픽 요소에 대한 디자인이 주가 되었으며, 효과적인 표현을 위한 인쇄방법에 있어서 In-molding 등의 특수기법이 발생하면 이에 대한 승인 범위를 디자이너가 지정하여 한도 관리함.

카메라 FX - 4

1. 주요 성능 :

- 형식 : 4배 Compact Zoom형 35mm 렌즈 셔터식 카메라
- 렌즈 : 초점거리 : F=38-140mm, f=3.7-9.9, 구성 : 9군 11매
- 셔터 : 전자 Program식 Pules 구동, 속도 : 1/3-1/400
- Auto Focus : 적외선 Active 방식 (Multi Beam 채용), 촬영거리 : 0.6-∞ 수동초점조절기능, Single Beam, Snap, 원경 촬영, 매크로 촬영
- 파인더 : 실상식 Zoom Finder(5군 5매), 시도 조절 기능
- 스트로보 : Zoom 연동 Strobo, Auto, Fill-in, Off, 적목감소 기능
- 액정표시 : 대형 액정패널 채용, LCD 조명장치
- 리모콘 : Zoom 기능 내장 리모콘, 수신거리 10m
- 기타 : Self, Double Self, 2초Self Timer, Fuzzy, Step Zoom, Bulb 촬영 등

2. 특기사항

- '94. 7월 : 국내 Good Design 마크제 '상공자원부 장관상' 수상
- '94. 7월 : 국내 정진기 언론문화상 '과학기술부문 대상' 수상
- '94. 7월 : 미국 Consumers Digest의 '94 Best Buy 제품으로 선정
- '94. 7월 : Best Compact Camera In Europe 94/95에 선정 : TIPA
- '94. 8월 : European Compact Camera of the Year 94/95에 선정 : EIASA

전통식품 패키지 디자인에 주력하는 디자인 터치

편집실



이천쌀의 시안(3번 채택)

'92년 2월 문을 열고 패키지 디자인 분야에서 착실히 성장해온 '디자인 터치'는 6명의 디자이너로 구성된, 작지만 활발히 활동하고 있는 디자인 전문회사이다. 초기에는 서울대, 서울여대 등 대학 안내 브로슈어 제작을 주로 해왔으나 지금은 패키지 디자인쪽에 치중해 패키지 디자인을 열심히 하고 있다. 해태제과, 종근당 등의 패키지 디자인 개발 외에 한국식품연구원에서 주관하는 전통식품 포장디자인 사업에 객원디자이너로 참가하여, 이제 겨우 디자인의 필요성을 깨닫고 자사 제품을 새로운 패키지 디자인으로 시장에 선보이길 원하나 열악한 경제여건 아래 예산도 부족하고 디자인력 또한 갖추지 못해 디자인을 채용하지 못하는 많은 중소 전통식품 생산업체에 새바람을 일으키고 있다.

"흔히 전통식품의 패키지하면 전통적인 이미지, 스타일에 문양 등을 삽입하는 것이 일반적이고 그것이 당연하다고 생각하고 있습니다. 그래서 많은 경우 그것이 매장에서 직접 구매자와 마주했을 때 대기업의 제품에 비해 세련되지 못하고 오래된 것 같은 느낌

1. 개선전



2. 시안



3. 스틸캔에 투명한 색 채움 시도



하청농협의 '죽순' 캔



해태제과의 미니까스 시안



채택된 미니까스 패키지



홍천강식품의 기름류 B.I.
-깨 이미지의 패턴을 배경으로,
미색 바탕에 강한 컬러와 심플한
레이아웃

해태제과의 '어대감 맛포'
-어대감의 '魚' 강조,
오렌지색으로 맛을 돋구어 줌



우 디자인에 눈을 뜬 전통식품 업체의 디자인 활성화와 인식 전환 그리고 전통식품의 고급화와 시장 확대에 기여한다는 점에서 디자인 터치의 자부심과 보람도 크다.

이에 따라 전통식품의 패키지 디자인이 새로운 감각으로 태어나 시장에서 주목을 끌고 있고, 이러한 성과에 따라 한국식품연구원과 연계되지 않은 다른 업체들도 많은 관심을 가지고 패키지 디자인을 의뢰해 오고 있다.

이러한 디자인 작업 가운데 클라이언트와의 관계에서 어려운 점은 디자인이 단지 컬러와 면치리에 불과하다고 생각한 낮은 디자인 용역비 산정에 부딪혔을 때이고, 디자인의 중요성을 인식하고 디자인 작업을 의뢰해 오거나 규모가 큰 업체에서도 기존의 잘 팔리는 제품의 패키지 디자인과 시장에서 경쟁을 벌이기 위해 그것과 비슷하거나 모방하는 디자인을 의뢰해 오는 경우가 많다고 한다.

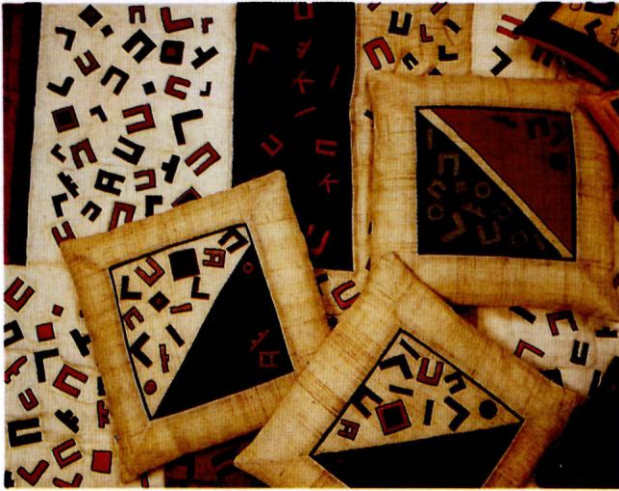
또한 현재 경상남도 군청의 BI를 의뢰받아 작업하고 있는데 전체 19개 군 중에서 14개군의 BI를 진행하고 있다. 이러한 BI 작업을 통해 각 군을 널리 알리고 각 군의 특징과 품물·특산물 등을 쉽게 인식할 수 있는

기회가 될 것이다.

또한 정진영 사장은 디자인 시점에서 판매에 직접 종사하는 사람이나 마케팅팀의 의견을 참고하여 소비자 성격과 취향을 구체적으로 인지하고 디자인하는 것이 중요하다고 말한다.

그리고 “국내의 현 디자인 상황에서 디자인 전문회사는 디자인 업계를 이끌어 나갈 선두주자이며 또한 모범이 되어야 합니다” 그리고 그간 적극적인 홍보와 지도사업 등을 통해 디자인의 중요성이 부각된 만큼 이것뿐 아니라 전문회사가 더욱 확장·발전하여 우리나라 디자인에 기여하기 위해서는 융자 지원의 확대와 컴퓨터 등 시설 지원이 절실합니다”라고 말한다.

우수한 실력을 가진 디자이너들의 맨파워, 많은 관련 자료 보유 그리고 최근에 홍대 앞에 마련한 컴퓨터 작업실 'Apple Space & Design Touch'로 퀄리티 있는 디자인 작업을 추구하고 있는 디자인 터치는 대한민국의 디자인 발전과 퀄리티 높은 디자인이라는 원대한 포부 속에서 전직원이 컴퓨터로 작업을 하는, 작지만 알찬 디자인 전문회사를 만들기 위해 최선을 다하고 있다.



■ 범아침장의 흠침장 세트디자인

디자인 특징 : 디자인 요소 분석의 중요성과 효과에 대한 인식을 통해 유행성 · 시대성 · 지역성 등을 고려한 제품 개발. Good Design 상품 창조로 수요 증가 유도.

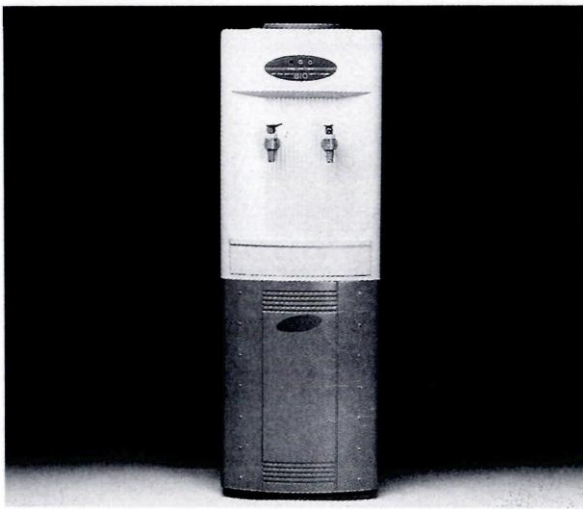
지도위원 : 신인숙 한성대학교 교수



■ 골든넥터산업(주) 기업이미지통합(C.I.) 디자인

디자인 특징 : 골든넥터의 코퍼리트 심볼은 미래 첨단정보사회의 기업으로 성장한다는 장기적 이념 표현을 위해 평면상에서의 입체적 형태는 가시성, 주시성, 기억성, 정확성, 조형성, 시대성 등의 조건을 갖추고 있고 현대적 감각으로 기업의 독자성과 의미성을 동시에 고려해서 제작.

지도위원 : 최호천 강남대학교 교수



■ 유원산업 냉온수기

디자인 특징 : 작동방법을 개선하고 사용의 편리성을 꾀하며, 일반 업소용을 색채와 디자인 개선으로 가정용도 겸할 수 있도록 함. 아직 초보단계의 제품이나 앞으로 이어질 관련 제품과의 연관 및 흐름을 제시할 수 있는 디자인의 Family화 계획

지도위원 : 정기영 부천전문대학 교수



■ 아르스상사의 마그네틱 홀더 포장디자인

디자인 특징 : 호마이카 소재를 이용하여 가정에서 쓰는 자석 액세서리를 제작하고 있는 아르스 상사는 주력 제품 100여 가지를 제품성 차이에 따라 8가지로 구분하여 해외 바이어의 구매조건과 일반 소비자 판매시 구매율이 발동하는 적정제품 포장단위를 결정하여 포장방법과 소재를 장기간 연구.

지도위원 : 마린디자인 김대현



■ 일양식품(주) 호도과자 포장디자인

디자인 특징 : 현재 기차 안이나 역 매점에서 판매하고 있는 호도과자가 선물용으로는 적합치 않았으므로 포장방법과 디자인의 개선을 통한 새로운 이미지 적용으로 소비자의 관심 고조 예상.

지도위원 : ING 정명희



■ (주)애원종합식품 스테이크 소스 포장디자인

디자인 특징 : 농산물 가공식품인 스테이크 소스의 수출상품화를 위해 독창적인 라벨디자인에 포장디자인을 개선. 시장조사를 통해 국내시장에 적합한 수입 스테이크 소스의 포장디자인 방향 모색.

지도위원 : D & C 김태중



■ 대두식품(주) 팔빙수 양금류 포장디자인

디자인 특징 : 양금이란 용어 대신 「팔빙수」 브랜드를 강조. 시원한 팔빙수 이미지를 부각시키기 위해 청색을 주색으로 사용. 우선 국내 백화점을 통해 판매한 후 점차 한국 고유의 전통식품의 이미지를 부각시켜 수출을 확대시킬 예정. 디자인 차별화로 기업 커뮤니케이션 차원에서 효과 기대.

지도위원 : 김병욱 군산대학교 교수



■ (주)골드이글 해외홍보용 홀더 디자인

디자인 특징 : 해외 3개 지사망(부에노스 아이레스 외)에서 수출상담을 위해 필요로 하고 요청한 제품소개 종합 카탈로그. 전제품을 시그멘트하여 소개할 수 있도록 페이지네이션. 경비 절감을 위해 아크릴 일러스트로 대체.

지도위원 : 마린디자인 김대현

소형화되는 자동차의 추세

소형차의 크기는 얼마나 되어야 하는가라는 질문에 대한 만족할 만한 대답에는 논쟁의 여지가 많다. 그러나 대량생산에 적당한 소형차의 크기에 대한 실마리는 잡힌다. 왜냐하면 핵심고객의 요구사항과 경제사정을 바탕으로 생각해 보면 소형차에 대한 논리적인 구상이 나타나기 때문이다.

창조적인 기술자와 디자이너들에 의해 선보여지는 소형차는 자동차의 원래 개념을 떠나지만 않는다면, 그 크기의 한계를 신중히 고려하는 것은 존중할 만한 시도가 될 것이다. 이러한 시도가 계속되는 이유는 창의적 사고를 가진 사람들이 '소형차'라는 주제에 몰두해 있고, 자동차가 환경에 주는 부담감을 감소시켜야 한다는 환경의식이 성장했기 때문이다.

소형차에 대해 비난과 충고가 있었지만 전문적인 디자이너 이외에도 관련 디자인 학교들이 소형차라는 주제에 대해 특히 관심을 기울이고 있다. 혼란스럽기까지 한 이러한 창조적 분출은 잡다한 것에서부터 실질적인 제안들에 이르기까지 다양하고, 실제적으로

시장에서 성공을 거둔 계획안도 상당수 있었다.

주목할 만한 소형차 모델

그간 나왔던 소형차들 중 주목할 만한 것은 30년대에 나왔던 세 가지의 모델이다. 즉, VW의 Käfer, Ente, 그리고 Fiat의 Topolino이다.

Käfer가 Ente의 약 다섯배 정도 생산된 것은 그것이 매우 성공적인 계획이었기 때문이 아니라 이전에 얻었던 높은 신용과 영구성 때문이었다. 한편으로 Ente는 생산과 발달이 부진했으므로 순수 시장에서의 성공을 비교하는 것은 별 의미가 없다.

이태리는 빠른 기계화의 상당 부분을 작은 Fiat의 덕택으로 돌렸다. 소형 Fiat는 대형 Fiat를 위한 초석을 놓은 셈이었다.

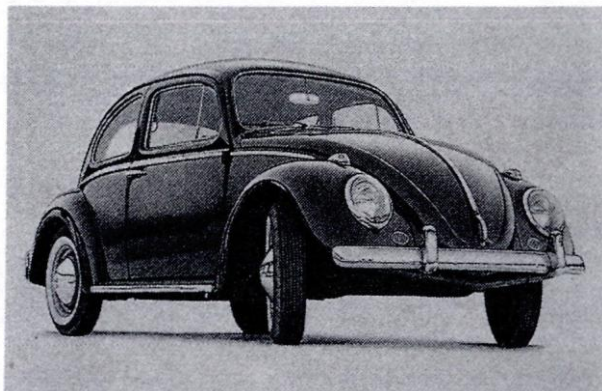
독일에서는 종전 이후 가난으로 인해 소형 교통수단들이 강요될 수밖에 없었고, 대부분의 것들이 거의 60년대까지 지속되었다. 그 중 제대로 된 차의 예로는 독일의 BMW Isetta, 소위 '납작 탄환'이라 불리는 것이었다. 또 Loyd Alexander, 이것은 '백색 폭탄'이라 불려지기도 했다. 그리고 Messerschmitt Kabinenroller가 있다.

이태리에서는 Fiat 600과 500이라는 소형차들이 나왔고 그 소형차들은 거의 이태리 전체를 움직이게 했다고까지 말할 수 있다. 그리고 프랑스에서는 두 개의 고전 Ente와 Renault 4가 선보였다.

시장에서의 소형차 성공

50년대 말 Alec Issigonis는 처음으로

VW Kafer(1959)



자신이 설계한 전륜구동의 제대로 된 소형차를 히트시켰다. 이를 통해 최상의 면적 활용을 기한 소형 자동차가 커다란 성공을 거두었을 뿐 아니라 실제로 오늘날 자동차의 90%에 이르는 것의 모범이 되었다. 왜냐하면 외형의 디자인 또한 시간을 초월하고 소비자들의 마음을 끌도록 되어 있기 때문에 사람들은 이 자동차의 원형을 심지어 오늘날에도 여전히 구입할 수 있다.

60년대에야 비로소 독일에도—딱정벌레차 외에—Ford사의 Fiesta나 VW의 Polo(Audi 50) 그리고 훗날 Opel의 Corsa와 비슷한 실제 소형차가 계획되었다. 그리고 1964년의 600보다도 더 나아진 Trabant가 나왔다.

다른 유럽 국가들은 우리들에게 어떻게 소형차를 계획해야 하는지를 확실하게 보여주었다.

왜냐하면 독일 사람들은 아직 그 자동차 치수에 그렇게 정확하게 정통해 있지 않았기 때문이다.

이제 사람들은 새로 만들어진 공간을 볼 수 있어야 한다고 생각했다. 이것의 절정이 다임러의 S-klasse였다. 이로써 사람들은 이제까지의 모든 잘못된 개발 위에다 또 하나의 잘못을 얹어 놓게 되었다. 그러나 넓이에 관한 한 더 극단적인 것이 없었던 것은 아니다. —킹사이즈의 Cadillacs와 풀사이즈 무개의 Roders가 있다. —그러나 둥글게 뭉쳐진 덩어리와 결핍된 우아함은 S-Klasse에서 처럼 그렇게 심하게 나타나진 않는다.

자동차는 인간과 관계하는 한도 용적을 갖고 있다.

메르세데스의 불협화음

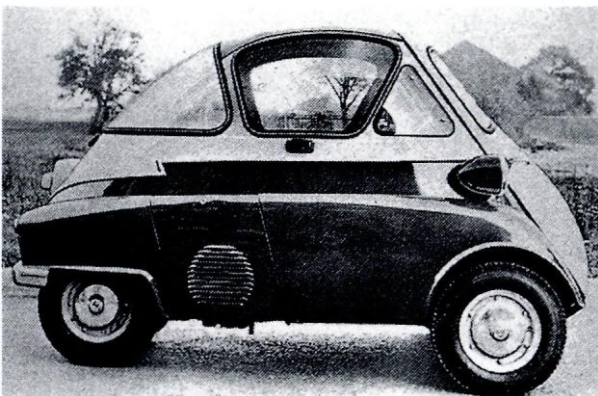
시장과 여론에 의해 상당히 확장되면서 메르세데스는 선두를 달릴 것을 요청받고 있다고 느끼고, 우리에게 1993년 Vision A을 선보였다. 사람들은 모든 새로운 시도에 경의를 표해야 한다. 그러나 왜 그간 쌓아온 숙련성을 몰아낸 것인가? 이해할 수 없는 형식의 불협화음과 스타일링의 과장은 차치하고 서라도 어떤 기술적인 매력도 나타나지 않는다.

그러나 조형적인 구성과 하모니를 이루어야만 하는 기술적인 매력은 성공적인 자동차에서 포기할 수 없는 부분이다. 그러나 이 모든 점들이 적합하지 않다면 어떻게, 사람들이 성공을 믿거나 혹은 아주 약간의 기쁨이라도 느껴야 하는가?

사람들은 메르세데스와 스와치(Swatch) 사이의 어울리지 않는 결합의 결과들에 대해서도 의아해 한다. 이는 우리들에게 내일의 자동차 유행을 암시해야 한다. 그러나 이것은 빗나갔다. 사람들은 자동차와 시계를 결코 동일한 것으로 취급할 수 없는 것이다.

소형차들은 조종이 쉽고 절약형이고 가격이 적절하며 충격강도가 시험되었고 누구나 비용을 지불할 수 있다는 매우 가치 있는 장점을 갖고 있다. 매력없는 자동차의 미래에 우리의 구미를 맞추려고 하는 사이에 Fiesta나 Punto, Cinquecento, Twingo(유감스럽게도 약한 충격강도실험결과를 갖고 있음)와 같은 현재 존재하는 소형차들과 다른 것들은 이미 오래 전부터 환경보호와 정책이 요구하는 요구사항들을 충족시키고 있다.

미래에는 짧다고 하는 양념은 활동적인 교통에서는 실제로 전혀 도움이 되질 않을 것이다. 그리고 도시 교통 정체나 주차난에서



BMW Isetta(1956)



Trabant 600(1964)



메르세데스의 컨셉트카 좌로부터 시티카(1982), F100(1991), Vision A 93



르노의 Matra Zoom(1992)

도 매우 제약을 받을 것이다. 그러나 3 Liter 자동차는 오래 전부터 기술적인 실현이 가능한 범위에 있다. 기술적인 방면에서의 혁명은 이미 오래 전부터 보이지 않게 조용히, 그리고 매년 시장에서 나타나고 있다. 만약 가능한 최고속도가 180km/h인 성숙한 Golf가 5 Liter 이하로 확실히 제대로 갈 수 있다면, 다른 자동차에 대한 구상은 필요없게 될 것이기 때문이다.

간결하게

Opel의 경우 최근에는 본질적으로 소형차 범위에 더 많은 것을 넣고, 그런 종류의 차들이 어떻게 보여야 하는지를 명백히 잘 알고 있다. 새로운 차 Corsa는 비록 11살의 빠른 돌진이라는 아주 신선한 매력을 갖고 있는 것은 아닐지라도, 젊은이로부터 매우 좋은 해결점을 찾았다. Corsa는 그러나 기술적인 면과 안정성뿐만 아니라 확실히 형태적 종합적인 외형면에서 이제까지의 차들을 능가한다. 하지만 Corsa 아래에 이미 새로운 소형차 설계구상이 기대될 수 있다. 그것은 확실히 미래의 자동차로 가는 앞선 한 걸음이 될 것이다. 아마도 네 개의 환기 장치를 부착한 직접 디젤 주입 구동장치 때문이 아닐까?

BMW의 경우 약간 모양이 과장된 전기자동차 E1가 아주 중요하게 여겨질 때도 역시 어느 누구도 그 설계도를 적당한 것이라 여기지 않았다. 왜냐하면 그당시 BMW는 치열한 소형차 경쟁시장에 올라서기에는 너무나 왜소했기 때문이다. 그러나 두드러진 Rover의 판매 이후 자동차의 역사는 또 한

번 다르게 보인다. 그리고 이제 BMW에게는 시장과 활로의 가능성이 너무나 많아 보인다. 게다가 모든 현대 소형차의 할아버지 격인 Mini는 지금 BMW의 날개 아래로 내려 앉았다. E1의 첫번째 디자인 모형이 날개 돋친 듯이 인기가 있자 두번째 모형은 더욱 더 다이내믹하게 구상되었다.

그렇게 작은 자동차의 경우에 그와 같은 스타일 시도는 보통 크기의 차보다 훨씬 부적당하게 작용한다. 또한 다음의 Z 13도 스타일에 지배를 받는다.

형태를 단순화하는 것과 부속품을 덜 조이는 것은 기본설계 계획이나 용적에 있어서 확실히 매력적인 설계도와 어울리게 될 것이다.

이는 주목할 만한 소형차 연구를 한, 가장 일찍 소멸된 Chico를 만든 VW(Volles Wagen)와 썸 잘 들어맞는다.

1986년 이미 VW에서는 비슷한 질의 또 다른 설계인 Scooter를 내보였지만 실현화는 논의의 대상거리도 안 되었던 것이 애석하다. VW-콘체른에서 매력적인 설계도를 내보일 수 있었던 것은(그전에 있던 연속된 자동차들의 진부하고 거친 모양새와는 반대로) 바로 완벽하게 오래된 스타일을 다시 채택하고 그러나 믿을만 하게 현대적으로 바꾼 컨셉트 설계 덕분이다.

이에 대해 세계적으로 그 반향이 지나칠 정도로 확산했기 때문에 VW에서는 놀랍고도 매력적인 디자인을 가질 기회를 가졌다.

앞서 언급한 바와 같이 유명한 그리고 덜 유명한 제안과 설계도들이 헤아릴 수 없이 많다. 다양한 윤곽거리를 가진 Renault Metra Zoom은 우수광스럽게 보다는 소형



Fiat Punto

차와 어울린다. 또는 1987년과 1990년도 Retro Look에서 50살 먹게 꾸며져 판매된 Nissan Pao와 Figaro가 있다.

다양한 소형차의 등장

아니다. 요즘 VW의 디자인은 무엇이 소형차를 만들고 인간들이 이와 같은 계획구상 어디에서 해를 입히게 되는지를 알게 되었다. 왜냐하면 길이, 높이, 넓이가 쾌적한 상태에 있게 되고 또한 미달되는 것이 특정한 양으로 제공되기 때문이다.

얼마나 빨리 인간은 소형차 설계로부터 판박이 그림을 만들 수 있는가는 단지 명백히 두 개의 짧게 제시된 초축약 Swatch 모델이 증명해준다. 다른 점들에 있어서는 대부분의 스타일 요소가 특히 소형차에 있어서 공간의 부족이다.

전체적으로 형태는 이미 계획된 모든 것을 표현할 수 있다. Opel의 Junior는 놀랍도록 깨끗하게 정리된 기본 형태로 자기의 높은 수준을 증명했다. 그런데 그것은 세부사항이나, 스타일 성과에서 더 나아진 것은 아니었다.

그러나 이미 이야기했듯이, 정도를 벗어난 디자인 연구와 모델들 그리고 자동차의 첫 제품으로 자신을 내보이려고 하는 것은 원래 아무 쓸모도 없다. 왜냐하면 이미 존재하는 소형차들에 대해 우리는 흥미와 기분때 따른 폭넓은 선택권을 가지고 있기 때문이다. 여기서 Fiat의 모델 Cinquecento, Panda 그리고 Punto, Lancia Y10, Citroën AX, 이것과 형제인 Peugeot 106이나 Renault의 Twingo, Opel의 Corsa, Ford의 Fiesta와 Polo 그리고 다른 많은

것들을 생각해 보자. Uropa Mini조차 여전히 몇몇 새로운 설계들로 몇 광년을 앞서고 있다.

그러나 이러한 한 가지 무적함대 때문에 상당히 쉽게, 더 나은 설계를 갖고 있는 우수한 소형차들에게까지 조처를 취하는 것은 매우 어려운 일이다.

가을에 새로운 Polo가 시장에 나온다. 그리고 그 차가 보여지는 것처럼, 사람들은 그것을 기술에서 추측할 수 있다. 다만 두 가지 세부만 다를 것이다. 첫째로 단조로운 프론트 그릴이 단조로운 새 콘체른 그릴로 대체될 것이다. 그리고 뒤이어 디스크 브레이크는 존재하지 않게 될 것이다. 새 시트 Ibiza는, 설명했듯이 바닥부분을 제공하고 바뀌는 방법은 부분적으로 Golf에서 유래한다.

아니, 전체가 그렇게 흥미롭고 놀라운 것은 물론 아니다. 그러나 그것은 매우 좋은 자동차가 될 것이다. 64-PS-Diesel 장치가 좋은 예가 될 것이다. 그리고 우리는 환경을 보호하려는 자동차가 추구하는 목표에 가까이 있게 된다. 어쨌든 한번 전시쇼가 끝나면 대부분 사라져 버리는 추진장치를 갖고 있는 셀 수 없는 대부분의 미니 자동차 설계보다는 더 가까이.

소형차와 그 미래

앞으로 나올 Polo 처럼 자동차들은 확실히 많은 댓수가 팔릴 것이다. 그리고 이미 일반적으로 차내에 잘못 구성된 기술이 어디에 있는지에 대한 흥미로움이 있다. 간단하고 볼 것 없는 해답이 종종 더 나은 답이 되고, 잘 알려져 있지만 세심하게 활용된 기술이 얼마나 자주 훌륭한 착상을 내는지 등등에 대해서 말이다.

창조적인 해결에서도 또한 완벽하게 만들어진, 그러나 보수적인 해결이 전위예술적인 착상보다 종종 더 우수하다. 항상 그런 것은 아니지만 작은 미래의 절약형 자동차는 그렇다—그것은 이미 오래 전부터 있었다.

금세기에 가장 성공한 소형차 구성 중에 하나인 오리차는 40년 이상을 생존했다. 그것도 초라한 가공과 유행에 맞지도 않았는데도. 이것은 기술적으로, 창조적으로 뛰어난 훌륭한 구상 없이는 절대 성공할 수 없었을 것이다. //

New Design, New Product



우리 주위에서 흔히 볼 수 있는 저렴하고 리필이 가능한 펜이 디자이너들에 의해 새롭게 디자인되고 있다.

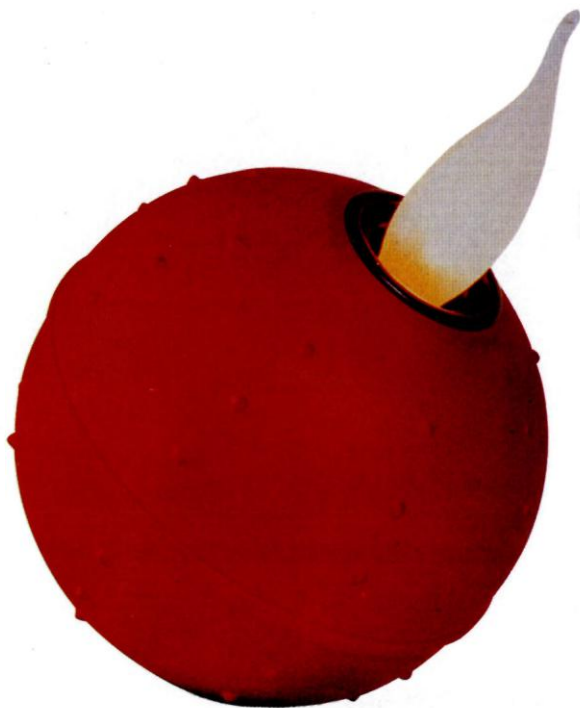
좌측의 Pentel사의 Tradio는 보기 좋고 상쾌한 느낌을 주며 잉크도 잘 나온다. 다만 플라스틱 펜촉이 사용시 긁히는 소리를 내는 것이 흠이다.

Brigitta Podobrin이 디자인한 Rotring사의 Rive는 손에 쥐었을 때 부드러운 감촉을 준다.



피아노에도 신세대 감각이 등장했다. 삼익악기가 내놓은 이 패션 피아노는 외국 유명 디자이너에 의한 인테리어성이 가미된 새로운 개념의 디자인과 신소재를 적용하여 작품성을 부여한 제품으로, 신세대가 선호하는 청색·초록색·썩색·분홍색 등의 화려한 색상을 도입해 악기라는 기본적인 기능 외에 가구 등 생활문화와 조화를 이루도록 했다. 또한 「미로」와 「피카소」풍의 그림을 상감기법으로 조각해 기존 제품과의 차별화를 시도했다.

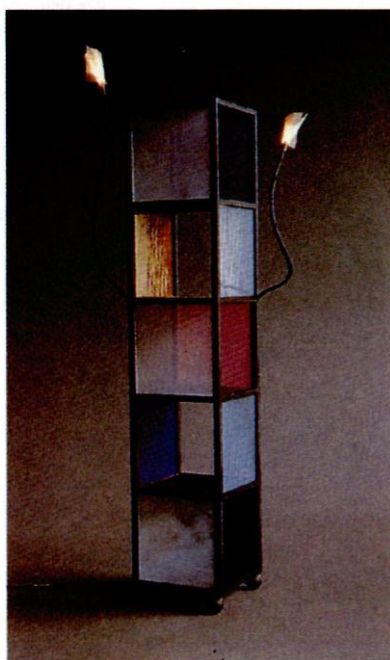
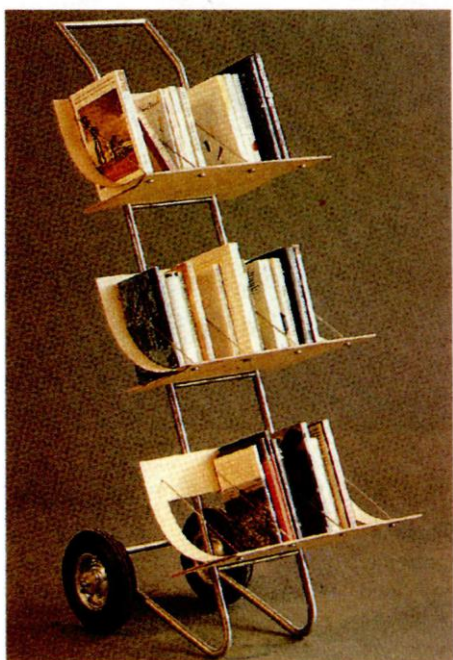
이번에 패션 피아노는 6개 시리즈 20여개 모델이 선보였다. 사진은 미로 시리즈



E Torck와 E Noiro이 디자인한 조명등 'Feu Follet'는 파리 SIL 조명 박람회에서 주목을 받았는데, 이는 색채 처리되고 전기분해된 알루미늄으로 제작되었다.



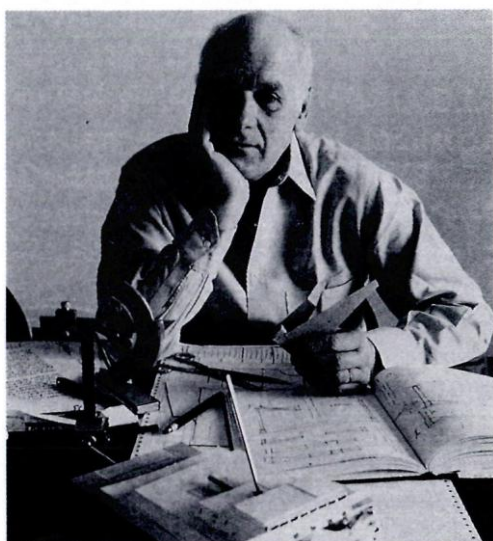
Smart Design의 Tucker Viemeister와 Stuart Harvey Lee는 헨리 드레퍼스(Henry Dreyfuss)의 AT&T사 전화기를 인상적이고 인간공학적인 선으로 재해석했다. 우아하고 조각적인 이 전화기는 90년대 시장 경향을 염두에 두고 디자인한 것으로 이 세상에서 가장 편리하다고 평가되었고, 가격이 저렴하며, 검정·아이보리·빨강 등의 색상을 가진다.



슈투트가르트 디자인센터에서 개최한 책꽂이와 성서대 전 시회에 출품된 서가 디자인이다.
좌) Bettina Futschik의 책차(Book-Car)는 저장과 운반을 위한 것으로, 노르웨이의 Peter Obsvik가 디자인한 굽은 나무로 만든 안락의자에서 착안했다.
우) Karin Steinmann의 책탑(Booktower).

20 세기의 디자이너 — 꿈과 현실을 센세이셔널한 조형 언어로 표현하는 리하르트 자퍼(Richard Sapper)

윤 영 동덕여대 강사



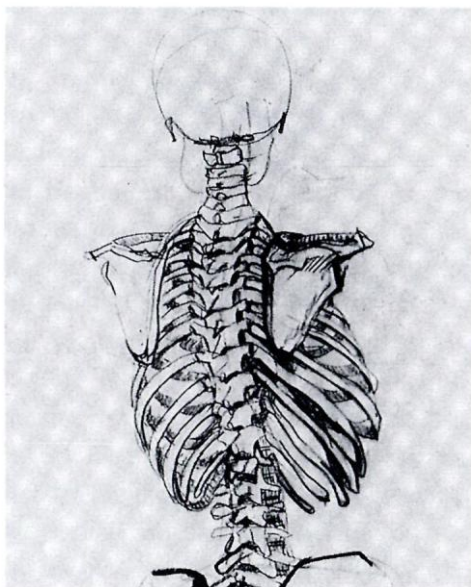
리하르트 자퍼(Richard Sapper)

1986년 이래 슈투트가르트(Stuttgart) 조형대학 교수로 재직하고 있는 리하르트 자퍼의 이름을 아는 사람은 그리 많지 않으리라 생각된다. 그러나 디자인 분야에 관심이 있는 사람이라면 그의 테이블 램프 "Tizio"나 Alessi사의 물주전사 "Bollitore"를 보고 '아~' 하는 감탄사를 내리라 생각된다. 80년대 중반 이후 현대적인 사무실과 주방 인테리어를 소개하는 책자에 이 두 작품들은 자주 '모던'하다는 이미지를 빚내기 위해 장식품 역할을 했기 때문이다. 그러나 그가 독일인이라는 것을 안다면 조금은 의아해 하리라 생각된다. 왜냐하면 그의 작품엔 선형적인 독일 디자인 즉, 흔히 생각하는 브라운사의 디터 램스(Dieter Rams) 스타일에서는 볼 수 없는 독특한 낭만이 있기 때문이다. 그러나 그것은 그가 이탈리아에서 오랫동안 활동을 했다는 사실로 충분히 이해가 되리라 생각된다.

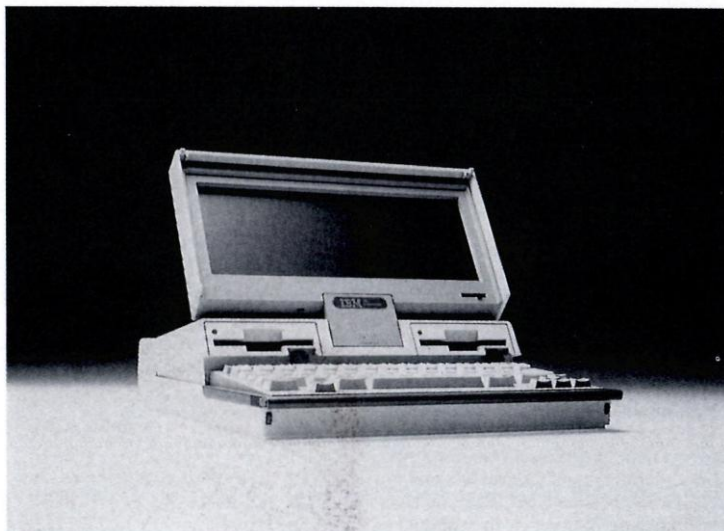
리하르트 자퍼는 엄격한 독일인이면서도 그의 작품에서 낭만적인 이탈리아인의 특성이 그대로 나타난다. 어쩌면 그것은 철저한 엔지니어의 사고 방식에 예술적인 감성을 조화시켜야 하는 '산업 디자이너'의 작업에서 가장 적절한 특성이라고 할 수 있다. 그것을 얼마나 조화있게 소화하고 실현시키려는가는 각자의 개인적인 능력에 달려 있겠지만 말이다. 그와 함께 일했던 클라이언트(Client)들은 한결같이 그에 대해 "낭만적인 감성을 엄격한 독일식의 조형 방식으로 구체화시키는 사람이다"라고 평한다.

Knoll사의 뉴욕 대표를 지낸 로베르트 카드발라드(Robert C. Cadwallader)는 "내가 보기에 그는 강한 독일인과 낭만적인 이탈리아인 사이에서의 좋은 조화를 지닌 사람, 즉 fifty-fifty이다. 또한 많은 이탈리아인들이 최대 1년 동안의 빅 히트를 내는 물건에 관심이 있는데 비해 많은 독일인들은 30년 이상을 지속할 물건에 관심을 가진다. 리하르트 자퍼는 이 두 나라의 특성을 통해 유행에 적격이면서도 오래 지속될 수 있는 제품을 만들 수 있다"라고 평하고 있다.⁽¹⁾

1992년 그는 미국의 산업디자이너 레이몬드 로위 재단(Raymond Loewe Stiftung)이 수여하는 'Lucky Strike Award'를 수상했다.⁽²⁾ 레이몬드 로위 재단의 심사위원장인 디자인 이론가 미셸 에를호프(Michael Erlhoff)는 "그가 이 상을 받은 것은 너무나 당연한 것이다"⁽³⁾라고 이 상을 기념하기 위해 발간된 '삶을 위한 도구들'(Richard Sapper: Werkzeuge fuer das Leben)이란 리하르트 자퍼의 전기적인 책자의 머리말 첫 줄에 적고 있다. 이것은 단지 디자이너의 성공적인 작품 자체에 대한 평가



‘해부학 강의’에서 그렸던 스케치. (1954)



IBM사를 위해 설계된 Computer PC Convertible.(1985)

에 의해 수여된 것이 아니라 오히려 전반적인 디자인 발전을 위한 그의 기여도에 대한 수여라고 할 수 있다.

리하르트 자퍼는 그 자신의 이름 때문에 작품이 빛나는 사람이 아니라 그의 작품 자체에 대해 감탄한 후 그를 알게 되는 20세기의 대표적인 산업 디자이너라고 할 수 있다. 지금 그는 제품을 디자인하는 일 외에 교수로서 그의 학생들과 함께 자신이 가지고 있는 낭만과 엄격함을 매 학기 프로젝트를 통해서 새로운 디자인 교육으로 발전시키고 있다. 그의 학생들의 프로젝트는 독일 디자인 계간지 <form>에 자주 소개되곤 한다.

이번 기회에 그의 작품들을 머리 속에 떠올리며 그 자신의 생의 경험을 철저하게 조형언어로 표출하여 대중을 공감시킨 독특한 산업 디자이너에 대해 조망해 보는 것도 흥미있는 일이 될 것이다.

1. 리하르트 자퍼

그는 1932년 뮌헨에서 태어났다. 매우 진보적인 집안 분위기에서 자랐으며, 그의 아버지는 후기 인상파에 속하는 화가였다. 그의 부친이 히틀러 정권에 반대하는 입장이었기 때문에 전쟁 당시 경제적인 어려움을 겪어야 했지만 자퍼는 그 당시 아버지의 그림을 무척 마음에 들어 했다. 그러나 전쟁 후 경제적인 목적을 위해 그린 아버지의 그림에 대해

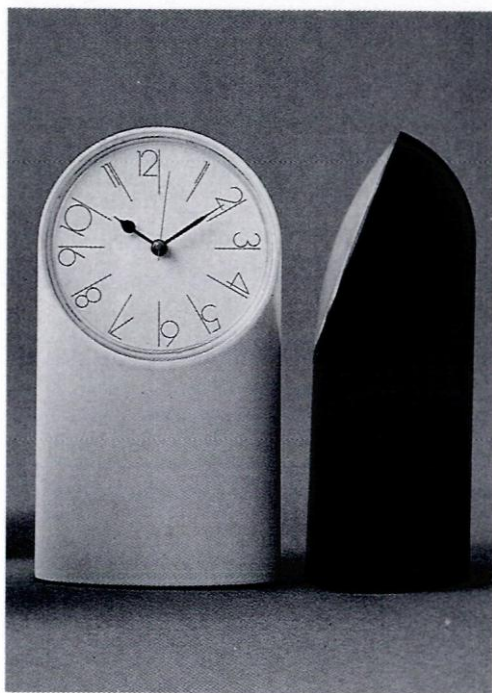
서는 별 감동을 받지 못했다고 회상했다.

그는 뮌헨 대학에서 철학, 기계공학, 그래픽 등 여러 가지 공부를 했고 끝내는 경영학으로 학업을 마치게 된다. 그외에도 그는 해부학에 대해 특별한 관심을 보이게 되고 인체를 즐겨 그리며 뎃생에 뛰어난 재능을 보여 한때는 해부학 교수로부터 해부학 도안사로 채용되기까지 했다.

그리고 그가 어릴 때 읽은 Raymond Loewe의 유명한 저서 ‘보기 흉한 물건은 잘 팔리지 않는다.’(Never leave well enough alone)을 읽고 디자이너라는 직업에 대해 깊은 관심을 갖게 된다. 그는 그 당시에 ‘디자이너는 기술(Technology)과 예술(Art)을 동시에 공유할 수 있는 직업이다.’라고 생각했기 때문이다. 그러니까 이 책은 그가 디자이너가 되는 데 지대한 영향을 미쳤고, 몇 십년 후에는 이 책을 쓴 저자를 기념하는 재단으로부터 ‘Lucky Strike Award’를 수상하게 되었으니 묘한 인연이라고 할 수 있다.

그가 경영학을 막 시작했을 당시 울름으로 가서 울름 조형대학의 창립 멤버인 막스 빌(Max Bill)을 만나서 디자인 교육의 기회를 얻게 되길 바란다라는 뜻을 밝힌다. 빌(Bill)은 2년 후나 울름 조형대학이 문을 열 것이라는 이야기와 함께 그 학교의 교육 취지에 대해 듣게 된다. 그러나 그는 우선 생계를 위해 경영학 공부를 마쳤어야 했기 때문에

Artemide사의 탁상시계 "Tantalo"
(1971)



이 조형 대학에서 공부를 시작하지는 않았다. 그러나 올름 조형대학 개교식에 참가할 수 있었으며 그 곳에서 우연히 벤츠(Damler-Benz)사의 사장을 만나 그 회사 디자인 부서에서 일하라는 권유를 받고 그곳에서 일하게 된다.

1958년에 그는 이탈리아로 건너가 Gio Ponti 그리고 Marco Zanuso 등과 일하면서 디자인에 대한 실질적인 경험을 쌓게 된다. 그런 경험들이 그에겐 바로 디자인 교육이기도 했다. 그후 피아트 자동차 회사의 실험적인 자동차 설계 고문 등으로 활약하였고, 1980년 이래로 IBM사의 책임 고문으로 일하고 있다. 예일(Yale) 대학과 웨인(Wien) 대학에서 강의하면서 교육자로서의 경험을 쌓아 1986년 슈투트가르트 조형대학의 교수로 임명된다. 그 외에 Domus Academy에서의 강의 등 세계 여러 나라에서 산업디자인 교육을 위해 힘쓰고 있다.

Lucky Strike Award 수상 외에 국제적인 디자인상(Compasso d'On, BIO금상, gut Form, SMAU 등)을 수 차례에 걸쳐 수상하였다. 또한 뉴욕의 'Modern Art of Museum'에는 그의 작품이 12점 넘게 영구 전시되고 있다. 그는 밀라노에 살면서 교육자로서 활동하는 외에 최근 몇 년간 주요 관심사였던 복잡한 시스템 설계(IBM 사무실의 기계 시스템, 조명 시스템 등) 연구에도 노력을 기울이고 있다.

2. 산업디자이너 - 리하르트 자퍼

많은 사람들이 그를 디자이너로서는 <독학자>라고 평한다. 정식 디자인 교육을 받았다기보다는 실무와 더불어 동시에 교육되어진 조금은 특수한 길을 걸어왔기 때문이다. 그의 아버지로부터 물려 받은 예술에 대한 재능이 그의 잠재 의식 속에서 끊임없이 지금의 그로 유도했는지도 모른다. 그리고 운명적으로 연결된 벤츠(Benz)사와 이탈리아의 유명 디자이너들은 그를 정식 디자인 교육을 받은 어느 누구보다도 철저한 산업 디자이너로 성공하게 했다.

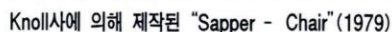
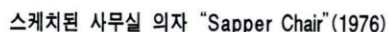
그의 산업 디자이너로서의 활동은 상당히 광범위하다. 이렇게 표현하는 이유는 그가 어떤 특정한 제품이나 분야에 얽매이지 않고 과제가 마음에 들고 일하는 사람에 대한 편안함이 허락되면 기꺼이 어떤 제품이라도 디자인했기 때문이다. 그래서 그를 결코 '제품 디자이너'라든가 '가구 디자이너'라든가 또는 '환경 디자이너'라고 규정지을 수가 없다. 그는 철저하게 산업 디자이너인 셈이다.

"나는 어떤 특정한 회사를 위해 일하지 않고 사람과 함께 일하는 것이다."라고 항상 강조했듯이, 위에서 소개된 조건, 즉 마음에 드는 과제라는 것과 일할 사람과의 편안한 관계는 그에게 있어서 반드시 지켜져야 하는 중요한 조건들이었다.

그는 보통의 디자이너와는 비교할 수 없을 정도로 수많은 회사와 일해 왔고, 지금도 많은 회사의 여러 가지 제품들을 디자인하고 있다. 가정용품에서 다시 전혀 다른 자동차와 가구, 시계, 컴퓨터, 램프 등을 바로 디자인할 수 있는 특별한 능력을 가진 디자이너이다. 그는 결코 어떤 특정한 제품에 관심이 있는 것은 아니다. "새롭게 개선된 제품이라기보다 사람들에게 즐겁게 사용될 수 있는 물건이라면 집에서 사용되어지는 것이든지 작거나 큰 기계류든지 차이를 두지 않고 만든다. 그리고 누군가 나의 이름을 아는 것엔 별 가치를 두고 있지 않다."라고 자신의 작업 철학을 밝히고 있다.⁽⁴⁾

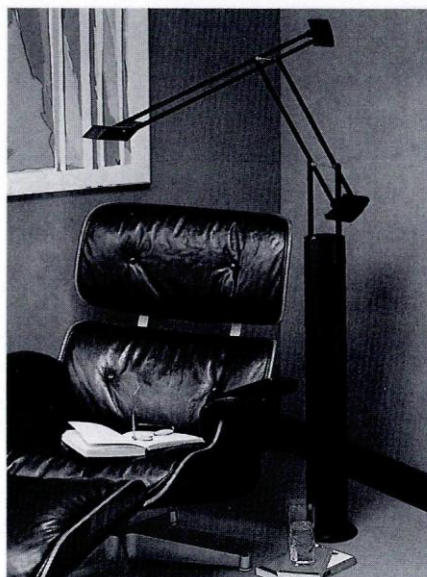
자퍼는 독일 회사들보다 이탈리아 회사를 위해 더 많은 일을 했다. 예를 들어 Alessi사, Fiat사, 세계 굴지의 조명 회사 Artemide사 등 셀 수 없을 만큼 많은 회사의 다양한 제품을 성공적으로 디자인했다.

지금 그는 밀라노에 살고 있다. 그래서인지 그는 이탈리아에 살고 있는 독일인으로서



• 동기 3 : 특별히 아름답거나 아름답다고 여

Artemide사의
"Tizio" (1972)



장 스탠드로 변형된 "Tizio"

거지지도 않지만 선택할 수 있다. 이 경우, 소비자가 그 형태의 무엇인가에 대해 센세이셔널하게 느꼈기 때문이다.

이러한 30년 동안의 경험을 통해 산업디자인은 반드시 소비자와 정확하게 호응해야만 존립할 수 있는 '생의 도구'를 만드는 데 필요한 분야임을 확실하게 지적하고 있다.⁽⁸⁾

자퍼의 실질적인 디자인 프로세스 또한 특이한 점들이 있다. 우선 그는 디자인 행위를 위해서 일정하고 고정된 일반적으로 생각하는 사무실에 그리 큰 의미를 두지 않는다. 그가 있는 모든 장소가 그의 디자인을 위한 작업실이며 사무실인 것이다. 또한 디자인 사무실에 반드시 비서가 있어야 한다고 생각지도 않는다. 그래서 그는 비행기 기내, 레스토랑, 카페 등 자신이 존재하는 모든 장소에서 아이디어와 생각을 항상 간단한 손 스케치로 빠른 속도로 표현하는데, 그의 손 스케치는 놀랍도록 정확하다.

그리고 그는 항상 3차원의 모델 작업으로 본격적인 작업에 착수한다. 그는 3차원의 모델이야말로 추각과 함께 정확하게 파악할 수 있는 디자인 과정임을 강조한다. 모든 감각기관을 동원하여 어느 수단보다도 정확하게 조형적인 결함을 수정·발전시켜 나갈 수 있다고 생각하기 때문이다. 밀라노의 유명한 모델 전문가 Giovanni Sacchi는 "자퍼의 모든 모델은 너무나 아름답다. 그것은 그가 오랫동안 모델과 논쟁한 결과이기 때문이다."⁽⁹⁾ 라고 말했다. 그는 종이, 석고, 나무 등의 재료와 함께 한 치의 오차도 허용치 않

는다. 자퍼는 또한 '제품을 디자인하는 것은 혼란과 정돈 사이에서의 모험과도 같다'라고 표현한다. 그는 항상 모델이 완벽하다고 생각될 때 비로소 주문자에게 공개한다. 즉, 자신의 범위 안에서의 혼란스러움이 정리되었을 때 모험할 것을 결단한다고 볼 수 있는 것이다. 그 다음 단계로 팀 작업이 시작된다. 그러나 이 단계에서 자신의 작품이 냉철하게 비판되길 바란다.

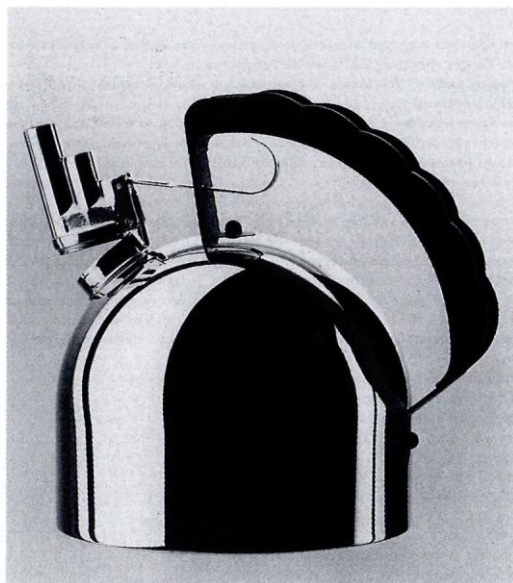
그는 그럭저럭 디자인 법칙과 같이 되어버린 사무실 조직과 같은 자신의 작업 규모 확장엔 큰 흥미를 갖지 않는다. 그대신 철저히 실무적인 일들, 즉 디자인 문제들을 직접 엔지니어에 의해 받아들여질 수 있도록 훌륭하게 해결하는 일에 가장 흥미를 가지고 매달린다. 그리고 그는 항상 클라이언트에 의한 과제보다 자신이 선택한 실험적인 디자인 과제를 더 좋아한다. 항상 새로운 것을 향한 도전 앞에 그 자신의 자본을 아낌없이 투자한다.⁽¹⁰⁾ 그는 <밀라노를 위한 도시 교통 시스템 계획> 또는 <복잡한 기술을 요하는 시스템 디자인> 등에 연구자로서 실험적이고 미래지향적인 자세로 임하고 있다.

자퍼는 근본적으로 독일식 디자인 사고 개념 속에 독특하게 배어 있는 이탈리아식 낭만을 그의 조형 감각을 통해 멋지게 전환시킨다. 그는 30여년간 해온 그의 작품 속에서 두 가지 문화의 장점을 잘 조화시켜 이상적인 청사진을 제시한 디자이너이다.

3. 유명해진 그의 '생의 도구'



Tizio 35



Alessi사의 "Bollitore"
(1983)

앞서 말한 것처럼 그 자신의 이름보다 그의 물건을 세상에 먼저 알린 디자이너인 만큼 그를 유명하게 만든 몇 가지 작품들을 아는 것이 그를 아는 데 많은 도움이 되리라 생각된다.

Tizio의 탄생

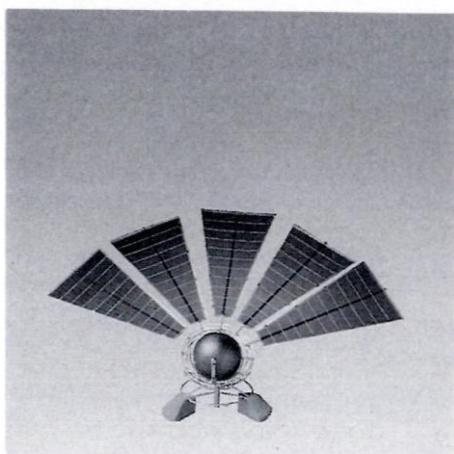
1972년에 만들어진 Tizio는 세계의 중요한 4대 램프 중의 하나이다. 이 램프는 미테랑 대통령의 TV 연설 때 그의 옆에 놓여 있었고, 지금도 세계의 많은 예술가와 아름다운 물건을 사랑하는 사람 옆에서 빛을 발하고 있다. 또한 세계 각국에서 거의 똑같은 모조품을 수없이 만날 수 있는 램프 중의 하나이기도 하다. 이 램프는 원래 자퍼가 이탈리아 조명업체인 Artemide사를 위해 디자인한 것이다.

그 당시 밀라노 폴리 테크닉(Polytechnic)의 교수였던 E. 지스몬디(E. Gismondi)는 "Tizio의 아이디어는 완전히 자퍼의 것이었다"라고 말한다. 어느날 자퍼에게서 전화가 왔다. "혁신적인 램프를 디자인해 줄 것을 나에게 부탁한 일을 기억하십니까?"라는 질문과 동시에 얼마 후 그의 사무실 책상 위에는 Tizio의 프로토타입이 놓여 있었다. Gismondi는 그때서야 몇 년 전 자신이 그에게 부탁했던 말을 기억해 낼 수 있었고, 보는 순간 너무나 마음에 들었다고 그 순간을 회상했다.

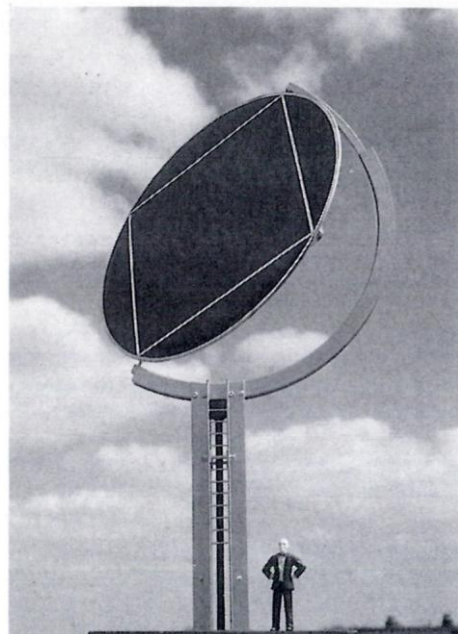
그것은 정말 아주 특별한 램프였던 것이

다. Tizio는 램프의 무게가 머리를 짜낸듯이 정밀한 계산을 통해 정확하게 견적되어진 첫 번째 램프였기 때문이다. 또한 원하는 대로 움직이며 항상 균형이 잡혀 있다는 것이 이 램프의 특징이다. 그러나 지금도 많은 사람들이 Tizio가 복잡한 배선 없이 그렇게 작동된다는 것을, 다시 말해 전기가 직접 램프의 지렛대와 링크(Link)를 통해 램프의 머리로 통과되어 기능하는 것을 잘 모르고 있다. Tizio가 본격 생산되던 70년대 초반 해도 처음엔 500~1,000개 정도가 팔렸다고 한다. 이 기가 막힌 램프를 구매할 만큼 시장이나 소비자들은 성숙되어 있지 않았던 것 같다. 그러나 20년이 지난 지금도 이 램프의 매력은 변함이 없다.

Tizio가 가진 또 하나의 특징은 사용자에게 즐거움을 준다는 것이다. 단지 한 손으로 가볍게 움직여질 수 있다는 사실과 램프의 각 부분이 간단한 몇 개의 나사의 조작으로 언제라도 떼어졌다가 다시 조립될 수 있다는 것이다.⁽¹¹⁾ 그러나 이 램프의 최대 매력은 '최대한의 축소화' 또는 '경제성의 극대화'인 것이다. 다시 말해 기능과 외형과의 상호관계 속에서 더 이상 추가될 것도 줄일 것도 없는 완벽한 제품인 것이다. 울름(Ulm) 조형대학의 조형 이념이기도 했던 <Less is More>와 <Simplicity>의 완벽한 본보기인 것이다.⁽¹²⁾ 이 램프를 미적인 관점에서 본다면 한 공간 안에서 하나의 조각품처럼 느껴질 정도이다. Tizio는 자퍼의 작업 스타일 즉, 그 자신이 만족할 때까지 디자인 문제 해



Stuttgart 조형대학의 <개인용 태양 열 발전소> 프로젝트에서 개발된 학생 작품(1992)



결에 매달리던 결과물의 대표작이라고 할 수 있다.

멜로디 주전자 Bollitore

이것은 자퍼의 작품 중에서 가장 이탈리아 식의 낭만이 깃들여 있는 제품이라고 생각된다. 그는 '사람들에게 즐거움을 줄 물건을 만들고 싶다'는 간단한 동기에서 이 물 주전자를 디자인하게 되었다고 한다. 1983년에 디자인되어 1984년 시장에 선보이게 되었다. 자퍼는 평소 물이 끓을 때 나는 물주전자의 소리가 소음으로 들렸다고 한다. 그래서 이 소음을 일상에 유머를 줄 수 있는 멜로디로 바꾸고 싶었던 것이다. 그런 이유에서인지 이 Bollitore 주전자는 기본 음인 단조 라음(a: 440Hz), 단조 미음(e: 329Hz) 그리고 단조 시음(b: 392Hz)의 아름다운 멜로디로 물이 끓자 마자 사용자에게 피드백(Feedback)을 준다. 또한 손잡이와 꼭지 부분의 외형에서도 역시 청각적인 음색을 놀라운 아름다움으로 시각화시켰다. 이 멜로디는 나이 든 사람들에게는 기차의 기적 소리를 연상시켜 고향의 낭만을 주기도 한다.⁽¹³⁾

높이 23cm, 둘레 20cm의 반짝 반짝 빛나게 연마 가공된 특수강과 플라아미드로 된 손잡이는 이제 일상의 장난감에서 문화적인 물건이 된 셈이다.

4. 교육자-리하르트 자퍼

그의 주 직업이 제품을 조형하는 것이라고 분명하게 말하지만 슈투트가르트 조형대학에서 디자인 교육자로 의욕적으로 일하는 모습을 본다면 그가 디자인 작업을 할 때, 볼 수 있는 낭만과 엄격함을 동시에 가진 성실한 교수임을 알 수 있다. 이 대학에서 그가 지도한 학생들의 프로젝트는 좋은 사례로서 여러 디자인 잡지에 소개되곤 한다.


모든 창조성을 필요로 하는 직업처럼 디자인이라는 직업 또한 특별한 어려움과 싸워야 한다. 그렇다면 "디자인은 정말 배울 수 있는 것인가?"라는 논쟁에 대해 자퍼는 "사람들이 디자인이라는 직업에서 필요로 하는 지식, 수련성 그리고 정신 자세 등은 물론 교육과 경험을 통해 배울 수 있다. 그러나 디자인에서 가장 중요한 것은 아이디어를 가져야 하는 것이다. 이것만은 남으로부터 배울 수 있는 것이 아니라 개인 스스로가 감당해야 할 영역인 것이다."라고 자신이 가지고 있는 디자인 교육 철학을 분명히 밝히고 있다.⁽¹⁴⁾

그리고 그는 독일에서 일반적으로 실시되고 있는 조형대학의 입학 시험방법(1주일간의 과제로 1차 시험에 통과된 자는 대학에서의 2~3일간의 실기 시험에 통과되어야 한다.)에 대해 2~3일 간의 테스트로 그들의 재능을 판단한다는 것은 정확하지 않다는 의견을 가지고 있다. 그는 디자인 공부를 원하는 학생은 다만 1년만이라고 다 받아 들여 기초 과정을 통과시킨 후 전문가들에 의해 정확하게 그들이 판단 평가되어야 한다고 주

장한다. 그러나 그의 이와 같은 주장은 재정 문제 등 여러 가지 여건으로 실현되지 않고 있다.⁽¹⁵⁾

그는 그가 원하는 자유스러운 분위기에서 재능을 발휘할 수 있는 기회를 누구에게나 주고 싶어한다. 그런 재능이야말로 결코 누군가로부터 배울 수 없는 진정한 <아이디어를 가진 자>라고 생각하는 것이다. 그러나 그의 수업에 참가하는 15명 정도의 학생들은 그의 자유로움 속에서도 완벽하게 창조적인 아이디어에서부터 완전한 모델까지의 프로젝트 전과정을 진행하기 위해 1년 내내 방학도 없이 많은 노력을 기울인다. 그래서인지 참가한 거의 모든 학생의 작품에는 신선한 매력과 함께 각자의 창의성이 그대로 나타나고 있다. 그는 결코 강요하지는 않는다. 프로젝트 후 경험되어지는 모든 것도 각자의 아이디어 능력의 영역인 것이다. 1990년 겨울 학기부터 1991년 여름학기까지 <개인용 태양열 발전소>라는 주제를 가지고 진행된 자퍼의 프로젝트는 환경보호와 미래를 겨냥한 모범적인 것이었다.⁽¹⁶⁾ 슈투트가르트 조형대학 외에도 세계 여러 조형대학에서 그는 디자이너로서의 노하우를 한껏 디자인 교육의 힘으로 전환시키고 있다.

자퍼는 산업 디자이너가 갖추어야 할 예술성과 엔지니어식 사고 방식을 완벽하게 갖춘 인물이라고 할 수 있을 것 같다. 그러나 무엇보다 그에게서 배워야 할 것은 두 문화를 완벽하게 자기 개성 안으로 소화시키는 것이다. 디자인의 역사는 물론 서양에서 시작되었고 지금 우리의 현실 속에는 외국 문화를 모방한 디자인 감각이 우리 주변 어느 곳에서나 범람하고 있다. 그러나 이러한 모습이 우리 모두를 위해 진정으로 올바른 것인지 냉철하게 짚고 넘어갈 필요가 있다. 물론 디자인 감각은 국제적이어야 한다. 누구보다 디자이너 자신의 '소중한 아이디어'는 자신만의 문화적 기초가 바탕이 되어야 할 것 같다. 자퍼는 그런 의미에서 본래 가지고 있는 자신의 문화적 배경 안에서 다른 문화적 감각을 자신에게 유리하게 이용했을 뿐이라고 생각한다.

우리도 우리의 기본 문화 위에서 디자이너 각자의 빛나는 개성이 국제적인 터치로 마무리되어야 할 것 같다. 왜냐하면 앞으로 더욱 치열하게 다가올 국제간의 문화 전쟁에서 디자인은 제 일선에 서야 하기 때문이다. 

■ 참고 문헌

- 1) uta Brandes, Richard Sapper, Steidl, Verlag, Goettingen 1993, p.109
- 2) 1986년 타계한 미국 산업디자이너 Raymond Loewy을 기념하는 디자인 발전을 위한 기념 재단이다. 그 일환으로 매년 한 명씩 산업 디자인 분야에서 탁월한 업적을 남긴 디자이너에게 Lucky Strike Designer Award를 수여하고 있다.
- 3) ibid. p.11
- 4) ibid. p.125~p.128
- 5) ibid. p.23~p.24
- 6) 사회학자이며 심리학자이다. 여러 대학의 프로젝트에 참가했으며 Hessen주의 국가대표비서를 역임했고, Bonn의 전독일 예술관과 전시관 관할 지도위원이다.
Dieter Rams, Rolf Fehlbaum, Ferdinand Alexander Porsche와 Hartmut Esslinger의 연구 논문을 책으로 출간했다. <Richard Sapper>의 저자이기도 하다.
- 7) ibid. p.67
- 8) Richard Sapper. Zeitschrift Graphik-Werbung-Formgebung H.5 1956
- 9) Petra Schmidt, Steidl 1993, Richard Sapper, <Präzision und Freiheit> p.67
- 10) ibid. p.51~p.59
- 11) <Tizio>, Vortrag, Westweek 1987, Designers west 1987년 3월
- 12) Berning, Heike, Wer verbirgt sich hinter <Tizio>, Ueber den Gewinner des Lucky Strike Designer Award <Richard Sapper> Art Aurea, Nr. 1 1993년 1월
- 13) Petra Kuechenladen, Musik-Kessel <Wasser Kessel Bollitore>, Petra 1984, p.254
- 14) Staatliche Akademie der Bildenden Kuenste Stuttgart, Kontakte, Edition Cantz, 1992, p.10~p.11
- 15) ibid. p. 161~p.162
- 16) Zeitschrift fuer Gestaltung, form 138, 1992, p.21~p.24

네덜란드 AIVE의 교육제도

I. 일반적인 소개

네덜란드 Eindhoven 중심부에 위치한 Akademie Industriële Vormgeving Eindhoven(AIVE : Eindhoven Academy of Industrial Design)은 '94년 7월 11일 현재, 700여명의 학생이 재학하고 있는데 그 중 10%가 외국인이다. 강사진은 모두 120명으로 파트 타임이나 외래 초빙강사이며, 총 건평 2000평에 3개동의 건물에는 제품디자인을 위한 CAD실(4실)과 실습실, 도자기 공예를 위한 제형실(2실)과 성형실, 가구디자인을 위한 목공작업실(3실), 텍스타일디자인을 위한 실크제판실, 조형디자인을 위한 조형실습실과 강의실 등이 갖추어져 있다.

■ 교육과정

많은 수의 미술(예술)학교들이 주로 2차원이나 3차원 디자인 교육을 실시하고 있는데 반해, AIVE는 산업디자인의 전 분야를

포괄하는 교육을 실시한다.

AIVE는 산업디자인을 각 측면별로 완전히 세분화, 전문화시켜 놓았으며, 규모면에서 가장 크고, 수준 높은 직업훈련을 담당하고 있다.

■ 실질적인 현장 교육

AIVE는 산업계와 밀접한 관계를 가지고 있다. 예를 들어 'Trainee Placement'라는 프로그램(처음 전문적인 실제상황에 접하게 된다)은 AIVE 교육과정 중 중요한 역할을 한다.

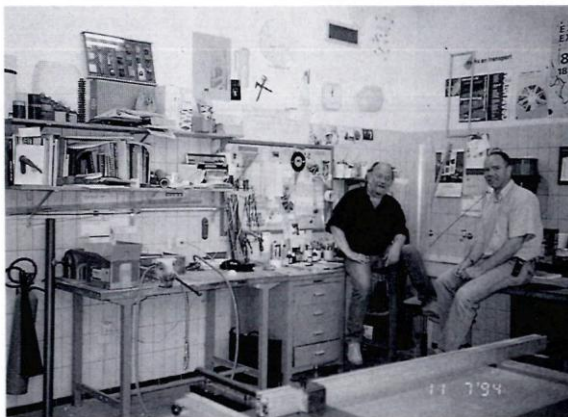
강사진들 중 거의 대부분이 파트타임직으로 근무하고 있는데, 이들은 업체의 디자인 부서에서 근무하거나, 자신의 디자인 사무실을 가지고 있거나, 또는 독립적인 디자이너로 활동하고 있다. 이들은 연수생들에게 직접 체험한 생생한 현장경험을 소개해 준다.

■ 전일 과정과 파트타임 과정

• AIVE는 전일 과정과 파트타임 과정의 두 가지 교육과정을 가지고 있다. 전일(Full-Time) 과정은 5년에서 6년의 Senior Secondary School 수료증이나 Intermediate Vocational Training Certificate(직업훈련원 수료증)를 취득한 사람들을 대상으로 한다. 전일 과정의 교육 기간은 4년이나 실제로는 더 길어질 때도 있다.

• 파트타임(Part-Time) 과정은 디자인 엔지니어, 인쇄기술자, 제도기술사, 모델 설계사, 사진가 등과 같은 제품개발과 프레젠테이션 업무에 종사하고 있는 사람들을 위한 과정이다. 이 과정의 교육기간은 5년으로 연

목공작업실



수자격은 전일 과정과 동일하다. 현재는 야간강의만 진행되고 있으나, 앞으로는 주간강의도 개설될 예정이다.

II. 목표

■ 단계적 발전

디자이너가 장래에 자신이 소속되어 있는 영역에서 제대로 활동하려면, 충분한 지식과 통찰력, 그리고 기술을 소유해야 함은 당연한 사실이다. AIVE의 전(全)교육 과정은 당면한 문제에서 어떻게 단계적으로 해결책을 이끌어 낼 것인가를 교육하는 것을 목표로 한다. 이를 통해 학생들은 스스로 복잡한 디자인의 모든 단계들은 거쳐갈 수 있게 된다.

■ 인간에 초점을

AIVE의 교육과정은 인간 그리고 인간의 환경과 관련된 제품을 디자인하는 것에 초점을 맞춘다. 이 말은 교육기간 동안 사람들이 하나의 상품을 어떻게 경험하는가의 여부와 사용의 용이성, 소비자의 형태와 경향 등에 대해 집중적으로 교육함을 뜻한다. 또한 환경 문제와 디자이너들이 얼마나 그리고 어떻게 인간환경에 영향을 끼치는지의 여부 역시 점차 교육과정에서 중요한 위치를 차지하고 있다.

■ 디자인의 제 측면들

디자인 과정을 보다 명확히 하기 위해, 디자인을 많은 측면으로 구분하는데, 이러한 측면들을 바탕으로 학생들은 디자인 과정의 최종단계에 성공적으로 도달할 수 있도록 각

각의 문제를 충분히 검토해 내는 능력을 점차 습득하게 될 것이다.

AIVE는 다음과 같은 분야들로 구분하였다.

- 의미론(Semantics) : 한 상품의 형태와 색에 대한 감정적 차원의 의미
- 미학(Aesthetics) : 미적 효과(통일, 조화, 균형, 대조, 리듬)를 한차원 더 높이기 위해 조화되는 객관적, 시각적 질
- 인간공학(Ergonomics) : 제품 사용시, 어느 정도까지 편안함과 즐거움을 줄 수 있는가를 연구(상품과 인간 신체, 상품과 인간 감각들 사이의 관계)
- 공학(Technology) : 재료와 생산기술에 관한 지식, 건축활동에 대한 행위, 천연자원과 공정 그리고 최종 상품 등이 환경에 끼치는 영향
- 경영학 : 경영경제학, 마케팅, 조직관리기술

III. 전일 과정

■ 교과과목

- 1년차 : 기본적/초보적 내용 교육
- 2년차 : 주제별 수업을 대비한 연구과정
- 3년차 : 중심 주제의 심화 연구와 발전
- 4년차 : 최종 과정, 현장실무습습, 최종 시험과 함께 종강

1) 1년차

첫해에 학생들은 자신의 선호도, 흥미, 장단점 등을 파악하여, 연말에는 8개 주제들 중 한 가지 주제를 선택할 수 있다. 다른 교육기관처럼 AIVE의 첫 해도 선택을 위한 기간이다. 첫해의 매 학기 말, 강사진들은 학생들의 발전 상태를 평가·토론한다. 이러한 체계는 매우 바쁜 일정으로 진행되기 때문에 적시에 적절한 자문을 구하는 것은 학생들의 흥미와 관심에 달려 있다.

통계 자료가 이를 잘 뒷받침해 준다. 30% 정도의 학생들은 첫 해에 규정평점을 얻지 못하며 이들 중 8%만이 1년을 더 보낸 후 2년차 과정으로 올라간다. 단, 실행위원회의 승인하에 1년 과정을 반복하는 것은 가능하다.

사회 문화적이고 인간지향적인 오리엔테이션, 크기·형태·색채 분야에 대한 기초적인 트레이닝 기간(디자인 프로세스, 제조공학의 역사적 발전 과정, 관찰 심리학, 예술

직조실습실





타피스트리 실습실

사, 2차원·3차원에 대한 연습, 크기, 형태, 색채에 관한 이론과 실습, 이것들에 대한 상호관계 등)이다.

2) 2년차 과정(주제별 수업과 연구)

8가지 중심 주제들에 관한 심도 있는 연구를 준비하기 위해 8가지의 주제별 수업이 진행된다. 실제로 어떤 주제별 수업에서 다른 주제별 수업으로 옮기는 것은 별로 어려운 일이 아닌데, 이는 다양한 주제별 수업들의 자료들이 중복되기 때문이다. 각 학생들은 세 가지 필수 디자인 과목들과 정규 취업 과목들을 수강해야 한다. 선택 취업과목 역시 들어야 한다.

커뮤니케이션, 일반 공학, 인간 공학, 마케팅과 같은 구체적인 교과목을 교육한다.

3) 3~4년차

3년차와 4년차의 기간 동안 학생들은 중심주제별 교육과정을 완수하기 위한 작업을 실시하게 된다. 인간과 제품간의 관계를 밝히기 위해, 다음과 같은 8개의 주제를 설정해놓고 있다.

- Man & Identity
- Man & Food
- Man & Living
- Man & Leisure Time
- Man & Work
- Man & Information
- Man & Mobility
- Man & Environment

4) 인턴제도

4년차 1학기에도 인턴제가 실시된다. 이러한 인턴제는 흔히 네덜란드 내에서 이루어지지만 학생들은 점차 해외(프랑스, 이태리,

심지어는 일본, 미국)에서 현장경험을 쌓고 싶어 한다. 이러한 경험은 학생들이 이후 사회로 진출하여 실무작업을 할 때 큰 도움을 줄 것이다.

5) 마지막 해의 연구와 최종 평가시험

4년차(최종과정)에 이루어지는 최종 연구와 최종 시험은 마지막 단계이다. 이 두 가지는 보통 업체들과의 협동하에 이루어진다.

6) 학생 교환 프로그램

AIVE는 산업디자인 분야의 다른 연수센터들과 밀접한 관계를 유지하고 있다. 독일, 영국, 핀란드, 프랑스, 이탈리아, 스페인 그리고 스웨덴 등지에 있는 우수 교육기관들과 일정수의 학생들을 대상으로 교환 학생 프로그램을 실시하며, 이 외에도 Erasmus 프로그램, European Community 교환 프로그램 등도 운영한다.

■ 전일 과정의 내용

1) 1년차와 예비주제수업

1년차와 2년차 동안 다루어지는 주제들은 세 가지 그룹으로 나뉘어진다.

• 형태, 시각화, 프레젠테이션 연구: 학생들은 종이 위에서 스케치, 회화, 원근법 작성, 투사도, 모델링 그리고 3차원적 연구 등을 배운다. 또한 예술적인 의사 전달과 CAD 등도 배울 수 있다. 이러한 교육의 목적은 구성, 형태, 색, 리듬 그리고 운동에 대한 의식을 발달시키기 위한 것이다. 또한, 이러한 주제들을 위한 일정한 기술 수준은 아이디어들을 기록하고 표현하는 데 필요하다.

• 디자인 연구 개론: 학생들은 나무, 철, 세라믹 등과 같은 다양한 소재와 접하게 되고 공간적 차원의 현상들과 접하게 된다. 작업장에서는 손으로(나중에는 기계로) 그 재료들을 가지고 작업하는 방법을 배우게 된다. 이러한 교육 방식의 목적은 구성, 형태, 색 등에 대해 심화 학습하는 것이다. 이 작업은 2년차 때 더욱 세분화된다.

• 기술, 인간, 그리고 산업: 주요 초점은 상품의 심리적/사회경제적/문화적 기능들에 맞추어진다. 여기 포함된 테마들은 (인지)심리학, 미술사, 비즈니스 연구, 커뮤니케이션, 인간

도자실습실



공학, 철학 등이다.

이후, 2년차 동안 학생들은 자신이 선택한 주제별 수업에 따라 다양한 재료들을 다루는 기술을 배우게 된다.

2) 중심 주제

중심 주제들은 3년차와 4년차 기간 동안 연구된다. AIVE는 심사숙고해서 주제들에 관한 학제적 그룹 대신 기능(실용성) 위주의 그룹을 채택하고 있다. 결국 이 과정의 목적은 '인간을 위한 디자인'이다. 각각의 다양한 중심 주제들은 특정 기술이나 전문생산그룹보다는 인간의 활동이라는 측면을 반영한다. 또한 이러한 개방적인 그룹핑의 장점은 전체 속에 속해 있는 부분들과 접할 수 있다는 것이다.

3) 중심 주제들이 포괄하는 영역들

8가지 중심 주제들의 세부사항은 다음과 같다.

Man & Identity

- 개인의 개성 강화에 초점을 맞추고, 그의 일상생활에 아이덴티파이하고 지속적으로 영향을 줄 수 있는 제품을 디자인
- 옷이나 구두, 안경, 시계, 펜, 가방, 액세서리 그리고 개인 위생용품 등과 한 계절용으로 사용하거나 또는 오래 사용할 수 있는 커튼이나 가구 등

Man & Food

- 음식을 생산하고 소비하는 방법과 관련된 디자인
- 영양, 사회과학, 다이어트, 약품, 음식의 준비와 소비, 저장에 관한 지식이 필요하다.

- 주방용품 및 기기, 요리기구 등

Man & Living

- 가정에서 우리 주위를 둘러싸고 있는 모든 제품으로 가구, 조명, 실내용품, 하이파이용품, 칸막이, 열기구, 화장실용품 등과 텍스타일 등이 여기에 속한다.

Man & Leisure Time

- 스포츠, 레크레이션 활동, 완구, 취미용품 등에 관련된 제품디자인
- 스포츠·레저 용품, 운동복과 신발, 장난감, 취미용품 등

Man & Work

- Man-Machine의 관계를 증진시키고, 최소한의 노력으로 성과를 얻기 위해서 인간의 육체적·정신적 요구에 순응시키고, 사회적·실제적·미적·상징적 본성의 기능적 요구사항을 만족시키는 도구와 설비로 발전시키는 데 목적이 있다.
- 데이터 통신 설비, 텔레커뮤니케이션 설비, 전문적인 설비와 도구, 공장·오피스·상점의 설비, 의료 장비
- 이 부문에서는 디자인 과정에 중점을 두고, 기능적이고 혁신적인 문제 해결을 위해 다단계의 과정을 거쳐야 한다.

Man & Information

- 일반적인 정보 사용과 적용에 관련된 디자인으로 오디오·비디오 제품, 텔레 커뮤니케이션 설비, 그래픽 제품, 제품 그래픽, 패키지, 전시 등이 포함된다.

Man & Mobility

- 인간 및 상품의 운송과 관련된 디자인
- 개인 및 대중 교통수단, 주유소, 공중전화, 버스정류장, 기차역, 간이전물, 주차장 등

Man & Environment

- 인간이 그들의 환경을 조직하고 꾸미는 데 필요한 디자인으로 건물 인테리어에 제한되는 것이 아니다.
- 공공장소를 위한 시설(가로등, 벤치와 의자, 버스정류장, 공중화장실, 재활용 휴지통, 방음벽, 놀이터, 사인포스터, 빌딩의 간판)과 프레젠테이션을 위한 시설(스탠드, 연단, 가판대, 기둥, 전시 구조 등)이 포함된다.



선반 및 밀링기계실

4) STADIUM GENERALE

Stadium Generale이라고 하는 프로그램은 정규 과목들을 보충해 주는 일반과정이다. 이 프로그램은 산업디자인과 관련된 강좌, 비디오 및 영화 상영, 주제별 전시회 등이 포함되며, 산업디자인 강의 외에도 기술적·이념적·철학적인 성격의 강의들이 제공된다. 외국에서 온 디자이너들이 이 곳을 우연히 방문하여 강좌에 초대되는 경우도 있다. 이 프로그램은 강제성을 띠지는 않아도 필수과정이다.

5) 박사과정

앞에서 이야기한 과정 외에도 교육과학부는 AIVE에 2년 과정의 박사코스를 신설하려고 하는데, 이 과정은 소수 선발된 학생들과 기관들에게만 제한될 것이다. 1991년에 산업디자인과 실내건축 박사과정의 설치를 공식인가받았다. 이 과정들은 European Design Center에 의해 조직화되고 있다. 이 과정들은 1995년에 이 연수원에서 시작되며, 교육 프로그램 내용은 현재 선정 중이다.

V. 파트타임 과정

■ 교과과정

- 1년차 - 기본 과정
- 2년차 - 기본 과정 II
- 3년차 - 중요 주제 학습
- 4년차 - 중요 주제 학습
- 5년차 - 최종 학습, 최종 평가시험 후 종강

■ 시간표와 수업

학사일정은 전일 과정과 같은 40주이다. 19시간에서 22시간까지의 야간수업이 일주일에 세 번 진행된다. 단, 금요일에는 수업이 없다. 파트타임 과정의 마지막 해에는 정해진 시간표가 없고, 졸업예정자들이 그들의 선생님들과 자체적인 시간 약속을 한다. 최종 시험의 일시와 규정은 전일 과정과 같다.

■ 1년차 / 2년차 기본 과정

이 기간 동안에는 전일과정과 거의 똑같은 내용들이 다루어지나, 다소 압축된 방식으로 다루어진다. 전일 과정에서 세분된 8가지 주제를 3가지 주제군으로 묶는다.

■ 중요주제군

- 제1주제군 : Man & Identity(Textile Design은 제외), Man & Living Man & Environment
- 제2주제군 : Man & Information과 유사
- 제3주제군 : Man & Leisure Time, Man & Food, Man & Work, Man & Mobility

■ 교육 과목

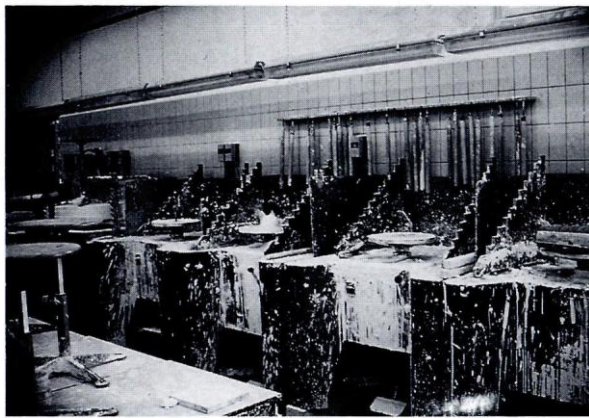
2년 동안에 배운 6가지의 디자인 과목과는 별도로 인간공학, CAD 2, 플라스틱 공학, 직업교육(Professional Orientation), 경영학 등의 필수 과목이 있다. 선택 과목으로는 CAD 3, 그래픽 기술, 재료공학 그리고 시각기술과 프레젠테이션 기술 등이 있다. 이전에 받은 교육과정에 그 내용이 포함되어 있는 과목은 수강을 면제받을 수 있다.

V. 시설

1) 작업실

회화, 모델, 비례모사(Scale Replica), 프로토타입 등은 아이디어를 시각화 할 때 필요한 것들이다. AIVE는 목재/철재/플라스틱/세라믹 작업장, 직물제작실, 편물작업장, 실크스크린 프린팅 스튜디오, 사진스튜디오, 그래픽 작업실 등 완벽한 설비를 갖추고 있다. 학생들은 위와 같은 시설물 외에도 회화실과 인쇄소를 이용할 수 있다.

성형물레실



2) 컴퓨터 스튜디오

컴퓨터는 디자인 분야에서도 큰 비중을 차지하고 있다. AIVE는 이러한 발전 단계의 선봉자이다. 1년차부터 CAD 수업이 진행되며, 차후 전문가 프로그램도 제공한다. 이론 지도를 받은 후, 학생들은 스스로 디자인 시뮬레이션 작업을 하게 된다(물론 강사의 도움을 받는다). 학생들은 수강과목에 따라 공학 프로그램, 모델링 프로그램, 그래픽/레이아웃/텍스타일 프로그램 등 다양한 종류의 프로그램들을 사용한다.

3) 문서자료실

AIVE는 자체 도서관을 운영하고 있다. 산업디자인과 예술 분야 관련 학술논문과 참고자료 외에도, 이 분야 관련 80여점의 해외 잡지들이 다량 소장되어 있다.

4) AIVE 상점

본 건물 내에 있는 상점에서는 필기도구, 회화도구, 교수요목집, 각종 도서들을 저렴한 가격으로 판매한다.

5) 자문위원회

큰 규모의 기관들처럼 AIVE도 자문위원회를 가지고 있는데, 교수진, AIVE 직원, 학생 대표로 구성된다. 본 위원회는 많은 사항들에 대해 이사회를 자문한다. 몇몇 경우에는 자문위원회의 승인이 필요하다.

VI. 지원과 입학

■ 지원 자격

- 5년제 혹은 6년제의 Senior Secondary School 수료, 직업훈련소 수료나 이와 동

등한 자격을 갖추어야 한다. 이전의 전공과는 무관하다. 단, Man & Mobility나 Man & Work와 같은 특정과목을 수강하려면 수학, 물리학과 같은 과학지식이 필요하다.


- 지원자는 AIVE 입학허가위원회의 승인을 받아야 한다. 본 위원회는 지원자의 창조성, 표현력, 동기 의식, 교육 배경 등을 검토한다.

■ 지원 절차

매년 약 800명의 지원자가 신청을 하는데, AIVE는 이들 중 전일 과정의 경우 130명, 파트타임 과정의 경우 35명만을 허용한다. 전일 과정의 지원 시한은 4월 1일이며, 파트타임 과정의 경우는 7월 1일이다. 제출서류는 ㉠ AIVE지원서, ㉡ 지원자 샘플(전일과정의 경우에 한함)이다.

이들 자료를 기초로 입학승인 위원회는 1차 결정을 하는데, 위원회에서 지원자의 자질이 인정될 경우 긍정적인 평가를 받을 수 있다. 능력의 부족이나 불확실성이 판명될 경우에는 추천이 이루어지지 않는다. 이 이외의 경우는 면접을 받아야 한다.

■ 등록

입학위원회로부터 추천을 받은 후보자들은 7월 1일 이전에 등록을 하여야 한다. 

디자인과 법률이야기

김 연 수 김연수 · 이철수 국제특허법률사무소장

■의상디자인도 법률적으로 보호가 될 수 있는 것인가?

❶ A와 B는 각각 한복의 제조판매업자로서 A는 '사다리줄무늬와 장식문양'이라는 한복 문양을, B는 '덩쿨줄꽃무늬'라는 한복 문양을 문화공보부에 미술저작물로서 각각 저작권등록을 하고 국내에 발표하였다. 그런데 A는 한복의 치마폭마다 수직으로 일정한 넓이의 배색천을 대고 그 배색천 안에 문양을 삽입하는 디자인 기법을 최초로 창작하여 잡지에 발표하였고, B는 이를 알고 있었음에도 불구하고 A의 제작기법을 모방하여 만든 B의 줄무늬 치마를 마치 B의 독창적인 창작품인 것처럼 발표하였다.

A는 이에 대하여 손해 배상을 청구하였는 바 A의 승소 여부는 어떻게 될 것인가?

▲ 저작권법 제2조에서 저작물이라 하면 "문학·학술 또는 예술의 범위에 속하는 창작물을 말한다"라고 규정하고 있는 바 이 규정에 따라 저작권의 보호대상이 되는 저작물이 되려면 ① 창작물이 문학·학술 또는 예술의 범위에 속해야 하고, ② 저작자의 정신적 활동의 결과 그 사상이나 감정이 표현된 객관적 존재여야 할 것이다.

이러한 저작물에 대하여 저작권법에 의해 보호할 것인가의 여부는 저작권 보호가 개인의 창작활동을 보호하여 이를 고취시키는 데 있음은 물론 그 창작활동은 공동체의 문화발전에 기여한다는 점을 고려하여 그 창작의 결과를 저작자의 독점적이고도 배타적인 권리로 인정할 것인가 또는 공공에게 개방하여 공동 이용을 무상으로 허용할 것인가에 대한 정책적인 문제라고 할 것이다.

1986년 개정 전의 우리 저작권법은 원칙적으로 오로지 미를 나타내려고 하는 순수 미술저작물만을 보호하였을 뿐 그 효용가치에 착안하는 응용미술작품은 제외하여 왔으나 1986년 개정저작권법은 미술저작물 중에 응용미술작품을 포함시키고 있는 바 그 응용미술작품의 내용과 그 종류 여하에 관한 문제 또는 의장법과의 관계에서 그것이 저작권법의 보호를 받을 것인가, 의장법의 보호를 받을 것인가 하는 점은 논란의 대상이 되고 있다.

이 사건에서 A가 창안했다고 하는 디자인 기법이 저작권의 보호를 받는가의 여부에 관하여 보건대, 일반적으로 미술저작물은 심미적 관점에서 미술성을 보호함을 원칙으로 하는 것이므로 저작물이 순전히 실용적인 효용



성만을 가지는 경우에는 이를 미술저작물의 보호대상으로 볼 수는 없다고 할 것이나 전체적으로 보아 작품의 주된 본질이나 기능이 심미적인데 있다면 그것이 동시에 실용적인 면이 있다고 하여도 저작권의 보호대상으로 함이 타당하다고 할 것이다.

일반적으로 저작물에는 사상과 감정이 표현된 물건의 형태나 표현이 미학적 고찰의 대상이 될 수 있는 경우일 것을 요하며, 아무리 독창적이라 하더라도 그 표현기법 자체나 그에 관한 아이디어에 관해서는 이를 만인의 공동재산으로 개방함이 타당하고 특정인의 독점배타적인 사용을 허용해서는 안된다고 할 것인 바, 예컨대 회화에 있어서의 화풍이나 소설류에 있어서의 테마 등 아이디어 그 자체는 독점 보호의 대상이 될 수 없고 단지 그 기법이나 아이디어에 의해 작성된 표현물 자체가 저작권 보호의 대상이 되는 것이다.

이러한 입장에서 보면 원고가 창안했다고 주장하는 이 사건의 한복치마 디자인 기법은 특정인에게 독점·배타적 권리가 부여되는 저작권의 보호대상이 될 수 없고, 이러한 기법을 이용해서 제작한 한복치마는 저작권의 보호대상이 된다고 할 것이다.

따라서 설사 B가 A의 디자인 기법을 모방했다고 하더라도 구체적인 문양이 각각 '사다리줄무늬와 장식문양'과 '덩쿨줄꽃무늬'로 다르므로 이를 저작권 침해라고 단정하기는 어렵다고 보겠다.

■ 전통문양을 소개한 서적을 베낀 것도 침해가 되는가?

❶ 고상해씨는 우리나라 고유의 민속화나 전통 문양을 수록한 민속도감의 저자인 바, 조금만씨가 자신의 서적 몇 페이지를 그대로 인용하여 조금만씨의 저서에 발췌 수록한 것에 대하여 손해배상을 청구하였다. 이에 대하여 조금만씨는 우리나라 고유의 민속화나 전통문양은 저작권의 보호대상이 아니므로 누구라도 이를 사용할 수 있는 까닭에 고상해씨의 요구는 부당하여 들어 줄 수가 없다고 맞서고 있다. 과연 고상해씨가 승소할 수가 있을까?

▲ 저작권법상의 저작물이라 하면 표현의 방법이나 형식을 막론하고 학문과 예술에 관한 일체의 물건으로서 사람의 정신적 노력에 의하여 얻어진 사상 또는 감정에 관한 창작적 표현물이라 할 것인 바, 이 사건에서 보는

바와 같은 전통문양이라 하더라도 그 소재의 선택 및 배열기법에 있어 독특한 개성이 인정된다면 저작물성이 인정된다고 볼 수 있다.

즉, 서적의 편집에 있어서 이미 저작권을 인정할 수 없는 소재를 사용한다 하더라도 그러한 개개의 문양이 별도의 새로운 정신적 노력의 소산으로서 인정된다면 저작권의 보호 객체가 될 수 있다는 것이다.

그러나 단순한 민속화나 전통문양의 인용 나열에 불과한 배치구조는 새로운 정신적 노력의 소산이라고 보기는 어려운 까닭에 저작권의 보호대상으로 보기는 어렵다. 또한 민속화나 전통문양을 단 한 개만 인용한다든지 하는 것 역시 저작권을 침해한 행위라고 인정하기는 어려울 것이다.

이 사건에서는 고상해씨의 민속도감 내용이 소재의 선택 및 배열기법에 있어서 과연 독특한 개성이 인정되는지 여부에 문제의 핵심이 있다고 보아야 한다. 따라서 조금만씨는 고상해씨에 대하여 저작권 침해로 인한 손해배상책임을 질 수도 있다. ㉞

디자인 동서남북

국내 기업 해외 홍보 다양화

국내 기업의 해외 홍보가 최근 단순광고에서 벗어난 입체 광고로 또 이벤트나 스포츠 행사 지원 등으로 다양해지고 있다. 고속도로 주변의 대형 입간판과 주요 도시 옥외 광고판을 통한 일방적인 브랜드 알리기식 해외 홍보가 한 차원 높은 전략적 광고로 바뀌고 있다. 몇몇 그룹은 해외 광고·홍보비로 연간 1억 달러가 넘는 투자를 하고 있다.

삼성전자는 루마니아 부쿠레슈티 라피도 경기장에서 국내 기업으로는 최초로 「SAMSUNG CUP 축구대회」를 개최했는데, 이 대회에는 루마니아 프로 축구 전기리그 6개팀이 참가했다. 루마니아 국영 TV가 전국에 생중계를 하고 루마니아 전 지역에 경기안내 포스터·삼성 로고가 새겨진 종이모자 제공, 경품 추첨 행사 등을 통해 삼성을 알렸다. 그 외에 '88년부터 후원하고 있는 삼성 국제승마대회도 입체적인 기업해외홍보의 대표적인 예로 영국 앤공주가 회장으로 있는 FEI 주최 국제승마대회는 앤공주가 직접 시상하는 등 홍보효과가 크고 승마를 귀족적인 경기로 인식하고 있는 유럽 지역의 국제승마대회 후원은 삼성 이미지 홍보에 상당한 기여를 하고 있다고 한다.

현대자동차도 미국 현지법인인 HMA를 통해 포천이나 포브스, 비즈니스 위크지 등에 대대적인 현대자동차 광고를 하고 있다. 또한 지난해 50만 달러를 주고 미국인의 우상인 '93 미 NBA의 MVP인 농구선수 찰스 버클리를 쏘나타

광고 모델로 전격 기용했다.

금성사는 페루 리마 축구팀에 연간 50만 달러를 지원, 「GOLD STAR」 브랜드가 새겨진 유니폼을 입게 했으며, 캐나다 최대의 백화점인 BAY 백화점에는 금성 하이테크 제품 상설 전시장을, 애틀란타 하츠필드 국제공항에는 애틀란타 올림픽에 초점을 맞추어 와이드 컬러 조명박스를 설치해 첨단기술의 골드스타를 알리고 있다.

창업때부터 소규모 해외 광고를 계속 해온 대우그룹은 올들어 본격 기업 이미지 광고를 시작했는데, 특히 우즈베크공화국의 TV 광고는 구소련으로부터 독립 이후 최초의 외국기업 광고로 선풍적인 인기를 얻고 있다.

금성사 국제 디자인 인턴십

금성사는 세계화 전략과 Global-Local 인재 육성을 위해 디자인 인턴십 제도를 국내 위주에서 세계적으로 확대했다. 국내는 물론 해외의 디자인 전공 우수 인력의 확보를 위해 국내 학생뿐 아니라 해외 유학생을 대상으로 실시한 것이다.

이러한 Global 인재의 발굴 육성은 지역문화 특성에 따른 디자인 요소의 차별화, 상품시장의 확대, 그리고 지역전문가로서의 Global 인재 요구 등에 따른 것으로, 인턴십 제도의 효과를 극대화하기 위해서 국내 학생은 해외에서, 해외 유학생은 국내에서 디자인 인턴십을 수행토록 했다.

이를 통한 기대 효과는 해외 유학생의

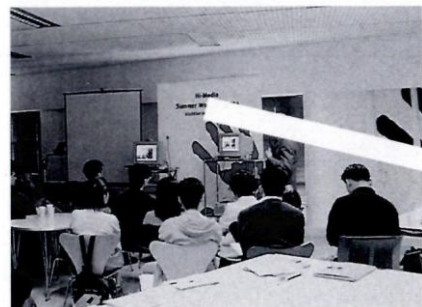
인턴십 제도 운영으로 해외 우수 인력의 선발굴 및 확보 가능, 국내 학생의 해외에서의 인턴십 운영으로 금성에 대한 선호도 및 기업 이미지 증진, 국내에서의 교체 진행으로 인한 간접 경험 확대 등이다.

해외 디자인 인턴십은 ID 및 GD 전공의 국내 대학 4학년 재학생 15명을 대상으로 더블린의 GSĐT, 런던, 파리 등에서 7월 11일부터 31일까지 3주간 "Hi-Media와 디자인"을 주제로 워크숍과 이문화 체험이 진행되었다.

국내 디자인 인턴십은 ID와 GD 전공의 2학년 이상 해외 유학생 8명을 대상



• '94. 7. 22 세계화 디자인 인턴십 수료식 장식



• Hi-Media를 주제로 한 초청 세미나

으로 금성사 디자인종합연구소에서 7월 11일부터 8월 27일까지 실시되었으며, 팀배치에 따라 개별 프로젝트를 수행했다.

이러한 과정에 대해서는 디자인종합연구소 자체 평가 기준에 의거하여 평가, 우수 인력에 대해서는 인재개발실에 채용 추천을 한다.

이번 인턴십 과정은 결과물의 수준이 실용적인 연구였을 뿐 아니라 실험적인 디자인의 한 단면을 보여주는 좋은 실례였고, 결과물의 질적 수준이 혁신성과 창의성 그리고 상상력의 측면에서 상당히 높은 것이 많았으며, 구주 학생과 한국 학생간의 디자인 접근방식의 장단점을 비교해 볼 수 있었다는 데서 더욱 의미가 컸다.

히트포장 모방이 성행한다.

우루과이라운드의 타결과 함께 무한 경쟁의 시대로 돌입한 세계경제에서 창의력을 바탕으로 한 독특한 디자인이 기술 개발과 더불어 국가경쟁력의 우위를 결정해 주는 추세로 변해가고 있는데, 우리나라 기업들은 소위 미투 전략에 의해 유사상품(특히, 히트포장상품)을 거리낌없이 모방하여 저가격으로 시장을 공략하여, 우리나라 상품의 경쟁력 약화를 부채질하고 있다.

국내 햄 제조업체인 J사는 햄시장에 새로운 포장형태인 2개들이 슬리브 팩(Sleeve Pack)으로 P제품을 출시했다. 이 제품은 제 1회 포장개발 성공사례에서 은상을 수상했으며, 라운드 햄(Round Ham) 시장에서 곧 히트상품으로 부각됐다. 이후 얼마 지나지 않아 햄시장에 L사, Z사, M사 등이 이 포장형태로 제품을 선보였다.

미투 전략이란 동종업계에서 선발업체가 히트상품을 출시되면 후발업체가 시장 개척보다는 선발업체의 시장 잠식을 목표로 하여 디자인, 상표명 등을 선발업체와 유사하게 하는 마케팅 전략을 말한다.

햄업계 외에 청량음료, 화장품업계 등에서도 이러한 현상은 마찬가지인데, 대기업보다는 중소기업일수록 더 심한 형편이다. 한편, 베끼기에는 외국 상품, 특

히 일본의 디자인을 모방하는 사례가 많다.

현재 국내 패키지 디자인의 수준은 도입기에서 성장기로 가는 과도기라고 할 수 있는데, 본격적인 성장기에 들어서면 이 같은 모방은 통하지 않게 되며, 지적재산권이 개방될 '95년부터 국내업체는 지적재산권 분쟁으로 타격을 받게 될 것으로 예상되고 있다.

이제 국내 기업들은 미투 전략으로는 항상 2등 제품이 되어 1위 브랜드로 올라갈 수 없다는 사실을 깊이 인식해 주력 제품을 위주로 전문화를 모색해야 하며, 이와 함께 디자인 담당자들도 디자인 수준을 높여가는 것만이 국내경제의 새로운 활로를 모색해 가는 최선의 길임을 깨닫고 디자인의 도약을 위해 노력해야겠다.

D&C 사업확대에 따른 사원모집

종합 디자인 커뮤니케이션 회사인 D&C는 1990년 창립 이래 팔목할 만한 외형 성장과 발전을 거듭하여 패키지, CI, BI, SP 등의 디자인 서비스는 물론 Branding(Naming) 사업도 활발히 전개하고 있다.

그리고 이번에 사업확대에 따라 33명의 구성원을 재조직하면서 조직 확대와 디자인연구소 신설 등으로 부족한 인력을 외부에서 스카웃 할 예정으로 CI의 기획 부문과 아직 국내에 생소한 Branding 부문에서 전문인력을 찾고 있다. 이는 향후 Branding 시장의 활성화와 96년 서비스 시장 개방에 대비하고 특히 이미 Branding 부문에서 외국 유명회사들의 국내 진출에 대응하기 위한 것이기도 하다.

이미 사원모집광고를 낸 D&C의 이러한 의지는 우리 커뮤니케이션 분야의 국제화·세계화를 앞당길 것이라 생각된다.

국내 산업디자인 수준, 초보 단계에 불과

'이제 걸음마 단계'

이것은 우리나라 기업들의 산업디자인 수준에 대한 평가이다.

그동안 우리나라의 수출구조는 주로

선진국의 주문 생산에 의존해온 관계로 주문자의 까다로운 품질 관리에 맞추다 보니 생산기술은 상당한 수준에 올랐지만 자체 브랜드 개발을 등한시한 탓에 스스로 디자인할 수 있는 능력을 배양하지 못했다. 즉, 기술 수준은 경쟁국보다 높으면서 오히려 산업디자인 수준은 미국, 일본, 유럽 등 선진국의 약 40~50%, 홍콩, 싱가포르 대만 등 경쟁국의 70~80% 수준으로 아직도 초보 단계를 면치 못하고 있는 실정이다.

산업디자인포장개발원이 자기브랜드 보유율을 기준으로 조사/분석한 결과, 우리나라 기업이 자체적으로 개발한 것은 약 20% 정도밖에 되지 않는데, 그나마 이것은 전체적인 평균치이고 중소기업의 경우는 10%도 채 안되는 것으로 드러났다. 나머지는 OEM(주문자 상표 부착 생산, 50%), 해외 도입브랜드(9%)이고, 21%는 모방이다.

따라서, 이제 국내 기업들이 상품의 특성에 맞는 최적의 디자인을 개발하고 세계시장의 추세인 다품종 소량생산체제에 적응하기 위해서는 국제적인 감각의 디자인 개발력을 키워 나가며, 특히 엔지니어링 및 마케팅력이 조화를 이룬 새로운 산업디자인 전략을 수립해야 한다는 것이 중론이다.

의류업계, 미시 브랜드 개발

숙녀복업계가 미시(Missy)층을 겨냥한 브랜드 개발에 적극 나서고 있다. 25세에서 35세의 '처녀같은 아줌마', '젊게 보이고 싶어하는 주부' 들인 이른바 미시층이 새로운 주소비층으로 부상함에 따라 각 업체가 기존 유사 브랜드의 컨셉트를 조정하거나 새로운 브랜드를 준비하는 등 미시 마켓 공략을 위한 전략을 구체화하고 있다.

'95년도 미시 마켓 규모가 1조원 이상에 달할 것으로 예상되는데, 미시브랜드는 기존 숙녀복에 비해 20~30% 이상 높은 가격대를 형성할 전망이다.

나산은 금년 봄 전문직 종사자를 타겟으로 내놓은 「에츠」를 미시 브랜드로 육성할 계획인데, 50년대 말에서 60년대 말에 출생한 주부와 전문직 여성들을 주 타겟으로 설정하는 한편, 금년 매출목표

를 90억원으로 잡고 있다.

신원은 최근 「미시를 위한 캐릭터 웨어 사업부문」의 경력사원을 모집중으로 사업부, 상품기획부, 영업팀, 상품개발팀 등 40여명을 모집하고, '95년 춘하복 시장에 미시브랜드를 내놓을 예정이다.

대현은 미시브랜드 「모델리스트」를 개발했는데, 23세~27세의 학생, 연구직 종사자, 기자, 방송인, 카피라이터 등을 주타겟으로 삼고 35세까지의 미시층을 타겟으로 올 가을 시장에서 50억원의 매출을 올릴 목표를 세워놓고 있다. 성도어패럴은 「안나페레나」, 에스에스패션은 「이슬라」라는 브랜드로 상품화를 준비중이다.

그러나 논노, 유림 등 일부 업체는 미시라는 용어가 실체가 없는 가공적인 용어로 미시 마켓은 형성되지 않는다고 판단, 미시 브랜드를 준비하지 않고 있다.

수도권 문구업체, 브랜드와 디자인 앞세워 전국으로 진출

문구산업의 수도권 집중화가 심화되고 있다.

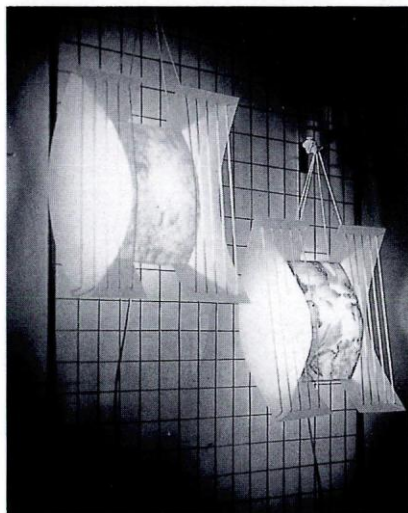
국내 문구산업은 제품의 수송비 부담 등에 따라 각 지역별 업체가 군웅할거했지만 최근 문구 구매패턴이 가격이나 고유 용도보다 브랜드 및 디자인 위주로 전환되면서 서울 업체들이 전국시장을 석권하는 양상으로 나가고 있는 것이다.

서울 업체들이 시장점유율을 높이며 신장세를 타고 있는 반면, 30~40년 전통의 지방업체들은 설 땅을 잃고 있다.

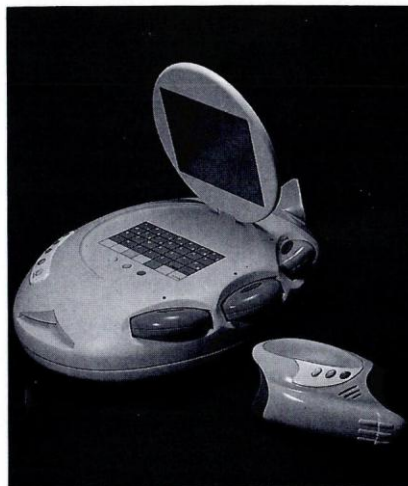
이러한 수도권 집중현상을 단적으로 드러내고 있는 품목은 공책으로, 그간 공책은 가격대에 비해 무게가 많이 나가 수송비 부담이 크기 때문에 지역별로 독자시장을 형성해 왔던 데 비해, 최근 들어 학생들의 공책 구매 패턴이 공책 자체의 필기 기능이나 가격보다는 브랜드 및 디자인 위주로 전환되면서 모닝글로리 등 서울 소재 업체들이 전국의 시장에 진출하는 양상을 보이고 있다. 이들은 가격을 높이거나 내용물을 줄이는 방식으로 수송비 부담을 상쇄하는 전략을 구사했다. 이제 생활 수준의 향상으로 공책값이 10~20% 비싼 것은 문제가 안되는 시대가 된 것이다. 이러한 현상

은 물감이나 크레용 등에서도 마찬가지로 지방 문구업체들이 살아 남기 위해서는 브랜드와 디자인력이라는 관문을 자체적으로 뛰어넘어야 한다.

대구대학교 산업디자인학과 졸업작품전



•임 성 경 작/배의 돛을 이미지로 시원함과 푸르름을 조명으로 연출한 디자인



•김 성 찬 작/가정에서 손쉽게 건강을 체크하고 간단한 물리치료를 결합할 수 있는 가정용 건강관리 시스템

대구대학교 산업디자인학과와 열번째 졸업작품전이 '자연과 환경'이라는 주제하에 지난 8월 8일부터 12일까지 산업디자인포장개발원에서 개최되었다.

'자연과 발전'이라는 주제 아래 개최된 이번 전시회는 자연계의 물상을 자세히 탐구 관찰하여 유기체적 조형에 초점을 두고, 새로운 조형적 법칙과 원리 그리고 잠재적인 조형의 주제를 발견하고 산업디자인에 적용시켜 미래 디자인 문

화를 창출하고 향후의 새로운 디자인을 제시하는 데 그 의미를 부여하고자 했다. 학생들은 각각 2점의 개인작품과 1점의 공동작품을 전시했다.

대구대 산업디자인학과에서는 작년에는 산학협동으로 이루어진 졸업작품 전시회를 개최하기도 했다.

할리우드 영화사의 캐릭터 상품 인기

월트 디즈니, 워너 브라더스, MGM, 유니버설 영화사 등 할리우드 영화사들이 자사 영화 속의 주인공들을 소재로 한 캐릭터 상품 개발에 뛰어 들어 인기를 끌고 있다.

월트 디즈니사는 「인어공주」, 「미녀와 야수」 등 만화영화가 계속 히트하면서 인형·컵·모자·티셔츠 등 관련 상품이 날개 돋힌듯이 팔려 나가고 있다. 게다가 최근에 파리 상제리제에 초대형 「디즈니 스토어」를 개점하는 등 디즈니사가 현재 전 세계에 설치한 캐릭터 상품점은 268개에 이른다. 또한 국가별로 인기상품도 차이가 있는데 영국은 위니 더 푸곰 인형, 프랑스는 밤비, 독일은 스크루지 맥덕, 일본은 미키마우스 인형이 인기가 있다.

워너 브라더스사는 미국 내에 67개의 상품점을 두고 있는데 벅스 버니와 로더러와 같은 옛 만화영화 주인공을 비롯해서 최근작인 타스마니안 귀신 등이 인기리에 판매되고 있다. 디즈니 상품점의 고객이 대부분 어린이인데 반해 워너 상품점을 찾는 사람은 80% 이상이 어린 시절의 향수를 다시 느끼려는 성인이다.

이외에 콜럼비아사도 뉴욕 본사 건물에 대형 상품점을 개점했고, MGM과 유니버설 영화사 역시 자사 스튜디오와 놀이공원에 대형 상품점을 열 계획이다.

미녀와 야수



해외 전시 안내

(94. 9~12)

주 :

- 1) 전시 기간
- 2) 전시 장소
- 3) 주최자
- 4) 문의처

말 레 이 지 아

말레이시아 가전제품 박람회
MCE/Malaysia Int'l
Consumer Electronics
Exhibition

- 1) 11월 1일~5일
- 2) Putra World Trade Center
- 3) Business & Industrial Trade Fairs Ltd.
- 4) First Pacific Bank Center, 51 Gloucester Road, Wanchai, HK
Tel : 8652633
Fax : 8655513

싱 가 폴

아시아 태평양 가구 박람회
Asia Pacific Furniture Fair

- 1) 10월
- 2) World Trade Center
- 3) Singapore Furniture Manufacturers' & Traders' Association
- 4) 16C, 4th NTWU B/d. Lorong 37 Geylang Rd. Singapore 1438
Tel : 65/7441600
Fax : 65/7452917

싱가폴 사무용 가구 박람회
OI/Int'l Office Furniture
Exhibitoin

- 1) 11월
- 2) Int'l Merchandise Market

- 3) Singapore Furniture Industries Council
- 4) 2 Jurong East St. 21, Suite 02-110/111 IMM B/d., Singapore
Tel : 5682636
Fax : 5682922

싱가폴 자동차 박람회
SIMS/Singapore Int'l Motor
Show

- 1) 10월 31일~11월 6일
- 2) World Trade Center
- 3) Reed Exhibitions Pte. Ltd.
- 4) 1 Maritime Square, #12-01 WTC, Singapore 0409
Tel : 65/2711013
Fax : 65/2744666

인 도 네 시 아

자카르타 조명기기 박람회
Lighting Indonesia

- 1) 11월 22일~25일
- 2) J. F. Kemayorna Center
- 3) PT Pamerindo Buana Abadi
- 4) Jl Iman Bonjol Pamidoia 61, Jakarta 10310
Tel : 02/325560
Fax : 02/331223

일 본

동경 가구 박람회
IFFT/Int'l Furniture Fair
Tokyo

- 1) 12월 2일~5일
- 2) Int'l Trade Fair Grounds
- 3) Int'l Development Association of the Furniture Industry of Japan
- 4) Karukozsaka-Tanaka B/d., 16-

- 1 Kagurzaka 2-chome, Tokyo
Tel : 03/52619401
Fax : 03/52619404

동경 주택 박람회
IHF/Int'l Housing Fair

- 1) 10월
- 2) Makuhari Convention Center
- 3) Int'l Housing Fair Promotive Association
- 4) BCJ 2F, 1-14-16, Harumi, Chuo-ku, Tokyo 104
Tel : 03/556000961
Fax : 03/55600941

동경 사무기기 박람회
INTEROFFICE/Office
Environment & Intelligent
Building Show

- 1) 11월
- 2) Makuhari Convention Center
- 3) Japan Management Association
- 4) 3-1-22, Shiba-koen, Minato-Ku Tokyo 105
Tel : 03/34346211
Fax : 03/34348076

동경 자전거 박람회
Tokyo Int'l Cycle Show

- 1) 11월
- 2) Tokyo Int'l Trade Fairgrounds
- 3) Japan Cycle Press, Inc.
- 4) Tsuda B/d., 4F Taito, Taito-Ku, Tokyo 110
Tel : 03/38259296
Fax : 03/38359299

동경 운동용품 박람회
TSGIF/The Tokyo Sports
Show

- 1) 10월 11일~12일

- 2) Tokyo sports Goods Wholesalers' Assn.
- 3) Japan Cycle Press, Inc.
- 4) 8-6, Asakusabashi 5 Chome, Taito-ku, Tokyo
Tel : 03/38515949
Fax : 03/38657139

오사카 사무기기 박람회
New Office Fair

- 1) 10월
- 2) INTEX Osaka
- 3) Kinki Office Machine Association
- 4) Sinko B/d. 1-11-19, Awaza, Nishi-ku, Osaka 550
Tel : 06/5380673
Fax : 06/5380674

타 이 완

타이완 가구 박람회
Taiwan Furniture Show

- 1) 10월
- 2) Taiwan Zambala Exhibition Center
- 3) Chan Chao Int'l Co. Ltd.
- 4) 3F No.2, Nan-King E. Road, Sec. 2, Taipei
Tel : 02/5216727
Fax : 02/5622700

타이완 완구 박람회
Taiwan Toy and Book Fair

- 1) 12월
- 2) Taiwan Zambala Exhibition Center
- 3) Chan Chao Int'l Co. Ltd.
- 4) 3F No.2, Nan-King E. Road, Sec. 2, Taipei
Tel : 02/5216727

Fax : 02/5622700

타이완 문구 박람회
Taiwan Stationery
Exhibition

- 1) 12월
- 2) Taiwan Zambala Exhibition Center
- 3) Chan Chao Int'l Co. Ltd.
- 4) 3F No.2, Nan-King E. Road, Sec. 2, Taipei
Tel : 02/5216727
Fax : 02/5622700

타이페이 그래픽 박람회
TIPEI Int'l Graphic
Communication Show

- 1) 11월
- 2) 외무협회 송출시장 전람회
- 3) 중화민국 미술설계협회, 중화인쇄학회, 중화민국인쇄과학협회
- 4) 대북시 사대로 159-2호 7관
Tel : (02)365-6268
Fax : (02)367-6500

타이페이 보석 및 시계류 박람회
Taipei Int'l Jewellery and
Timepiece Show

- 1) 9월 8일~11일
- 2) World Trade Center
- 3) CETRA Exhibition Department
- 4) 4-8 Fl. CETRA Tower, 323 Keelung Road, Sec. 1, Taipei 10548
Tel : 02/7255200
Fax : 02/7576653

타이페이 완구용품 박람회
Taipei Int'l Toy Show

- 1) 10월 27일~30일
- 2) World Trade Center
- 3) CETRA Exhibition Department
- 4) 4-8 Fl. CETRA Tower, 333 Keelung Road, Sec. 1, Taipei 10548
Tel : 02/7255200
Fax : 02/7576653

홍 **콩**

홍콩 전자 박람회
HKEF/Hong Kong Int'l
Electronics Fair

- 1) 10월 12일~15일
- 2) Hong Kong Exhibition Center
- 3) Hong Kong Trade Development
- 4) 36th-39th Fl. Office Tower, 1

Harbour Road, Wanchai, Hong Kong

Tel : 5844333

Fax : 8240249

홍콩 가구 및 가정용품 박람회
HOME Decor & Safety Show

- 1) 12월
- 2) New World Plaza
- 3) Oriental Wesley Promotions Ltd.
- 4) 6/F China Harbour B/d. 370-374 King's Road, North Poing, Hong Kong
Tel : 077633
Fax : 5705903

호 **주**

멜버른 가정용 컴퓨터 박람회
Home Computer Show

- 1) 11월 11일~13일
- 2) Royal Exhibition Building
- 3) Australian Exhibition Services Pty. Ltd.
- 4) Illoura Plaza, 424 St. Kilda Rd. Melbourne, Victoria 3004
Tel : 03/8674500
Fax : 03/8677981

브리스베인 컴퓨터 박람회
Computer Expo/Queensland
Computer Exhibition

- 1) 9월 28일~10월 1일
- 2) Royal National Showgrounds
- 3) Queensland Exhibition Services
- 4) 245 Riverside Drive, West End, South Brisbane 4101
Tel : 07/8464777
Fax : 07/8462811

호주 자동차 박람회
Australian Int'l Motor Show

- 1) 11월 11일~20일
- 2) Darling Harbour Exhibition Center
- 3) Chamber of Automotive Industries of NSW Inc.
- 4) P. O. Box KX 311, Kings Cross, NSW 2011
Tel : 02/3610537
Fax : 02/3323346

미 **국**

뉴욕 그래픽 디자인 박람회
Grafix/Nat'l Exhibition for
Graphic Design
Professionals

- 1) 10월 28일~30일
- 2) Jacob K. J. Convention Center
- 3) Conference Management Co.
- 4) 200 Connecticut Ave, Norwalk, CT 06856
Tel : 203/8520500
Fax : 203/8523710

달라스 청소년 상품 박람회
Dallas Juvenile Products
Show

- 1) 11월 16일~19일
- 2) Dallas Apparel Mart
- 3) Juvenile Products Manufactures Association
- 4) 2, Greentree Center, Suite 225, Marlton, N. J. 08053
Tel : 609/985-2878
Fax : 609/985-3238

미중서부 전자 박람회
Midcon/Mid-Continental
Electronics & Electronics
Show

- 1) 9월 27일~29일
- 2) Convention Center
- 3) Electronic Conventions Management
- 4) 8110 Ait 54th Street, Elmwood Park, NJ 07407
Tel : 201/7941133
Fax : 201/7970657

달라스 완구 박람회
Dallas Toy Show

- 1) 9월 19일~20일
- 2) World Trade Center
- 3) Dallas Market Center
- 4) 2300 Stemmons Freeway, Dallas, TX 75207
Tel : 214/6556100
Fax : 214/6556238

보스턴 자동차 박람회
New England Int'l Auto
Show

- 1) 11월 5일~13일
- 2) Bayside Exposition Center
- 3) Reed Exhibition Companies
- 4) 255 Washington Street, Newton, MA 02158
Tel : 617/6302260

세크라멘토 자동차 박람회
Greater Sacramento Int'l
Auto Show

- 1) 11월 9일~13일
- 2) California Expo & Fairground
- 3) Reed Exhibition Companies
- 4) 255 Washington Street, Newton, MA 02158
Tel : 617/6302260

미서부 전자 박람회
WESCON/Electronics
Exhibition

- 1) 11월 7일~9일
- 2) Moscone Convention Center
- 3) Electronic Conventions Management
- 4) 8110 Airport Boulevard, Los Angeles, CA 90045
Tel : 310/2153976
Fax : 310/6415117

미북부 전자 박람회
NORTHCON/Electronic
Show

- 1) 10월 4일~6일
- 2) Seattle Convention Center
- 3) Electronic Conventions Management
- 4) 8110 Airport Boulevard, Los Angeles, CA 90045
Tel : 310/2153976
Fax : 310/6415117

미국 컴퓨터 디자인 및 관리 박람회
A/E/C SYSTEMS/Computer
Design & management

- 1) 10월 10일~12일
- 2) Chicago Hyatt Hotel
- 3) A/E/C SYSTEMS, Inc.
- 4) One Farron Drive, Chadds Ford, PA 19317
Tel : 215/4449690
Fax : 215/4449583

시카고 컴퓨터 박람회
PC EXPO in Chicago/
Personal Computer
Exhibition

- 1) 10월 19일~21일
- 2) McCormick Place
- 3) Bruno Blenheim
- 4) One Excutive Drive, Fortlee, NJ 7024
Tel : 201/3461400
Fax : 201/3461532

미국 전기자동차 박람회
EVS/Int'l Electric Vehicle
Exposition

- 1) 12월
- 2) Disneyland Convention Center
- 3) SHO
- 4) 167 S. San Antonio Rd., Suite 10, Los Altos, CA 94224
Tel : 415/9492050
Fax : 415/9490201

잭슨빌 자동차 박람회
Jacksonville Int'l Auto
Show

- 1) 11월 17일~20일
- 2) Jacksonville Convention Center
- 3) Bob Lilley Liberty Productions
- 4) 119 Aster Dr. Harrisburg, PA 17112
Tel : 717/6571310
Fax : 717/6571042

미국 자전거 박람회
Interbike/Int'l Bicycle Expo

- 1) 9월
- 2) Philadelphia Convention Center
- 3) Premedia, Inc./INTERBIKE
- 4) 129 Cabrillo St., Ste. 201, Costa Mesa, CA 92627
Tel : 714/7220990
Fax : 714/7226975

캐 나 다

토론토 추계 선물용품 박람회
Toronto Fall Gift Show

- 1) 9월 18일~21일
- 2) Exhibition Place
- 3) Southex Place
- 4) 1450 Don Mills Road, Don Mills, Ontario, M3B 2Z7
Tel : 416/4456641
Fax : 416/4422207

네 덜 란 드

암스테르담 가전제품 박람회
FIRATO/Int'l Consumer
Electronics Exhibition

- 1) 9월
- 2) RAI-Exhibition & Congress Center
- 3) RAI
- 4) Europaplein 2, 1078, GZ Amsterdam

Tel : 020/5491212
Fax : 020/6464469

유트레흐트 가구 박람회
Int'l Furniture Fair Utrecht

- 1) 9월
- 2) Jaarbeurhal
- 3) Koninklijke Nederlands Jaarbeurs
- 4) Jaarbeursplein, Postbus 8500, 3503 RM Utrecht
Tel : 030/955911
Fax : 030/940379

노 르 웨 이

오슬로 가정용품 및 취미용품 박람회
HJEM OG HOBBY/Consumer
Goods

- 1) 11월 11일~20일
- 2) Sjolystsentret
- 3) Norges Varemesse
- 4) Boks 130 Skoyen, 0212 Oslo 2
Tel : 22/439100
Fax : 22/431914

덴 마 크

베일 자전거 박람회
BICYCLES/Bicycle
Exhibition

- 1) 10월 15일~17일
- 2) Vejle Cintret
- 3) Nord-Fair A/S
- 4) P. O. Box 9, 2950 Vedbaek
Tel : 42891227
Fax : 42891244

코펜하겐 사무용품 박람회
KONTOR & DATA/Int'l
Business & Data Exhibition

- 1) 9월 29일~10월 5일
- 2) Bella Center
- 3) Bella Center A/S
- 4) Center Boulevard, 230 Kobenhavn S.
Tel : 32528811
Fax : 31519636

독 일

도르트문트 가정용품 박람회
DORTMUNDER HERBST/
Regional Idea Home
Exhibition

- 1) 10월 7일~16일
- 2) Messezentrum

Westfalenhallen

- 3) Westfalenhallen Dortmund GmbH
- 4) Rheinlanddamm 200, 44139 Dortmund
Tel : 0231/1204521
Fax : 0231/1204678

드레스덴 가정용품 박람회
HAFA-Hais +Heim/Ideal
Home Exhibition

- 1) 11월
- 2) Ausstellungsgelände
- 3) Durma messe stuttgart Int'l GmbH
- 4) Am Kochenhof 16, 70192 Stuttgart

뮌헨 가정용품 및 공예품 박람회
H+H/HOME+HANDCRAFT/
Handcraft in the Home

- 1) 11월 26일~12월 4일
- 2) Messsegelände
- 3) GHM Gesellschaft fuer Handwerksausstellungen

베를린 자동차 박람회
AAA/ Motor Show Berlin

- 1) 10월 22일~30일
- 2) Messsegelände
- 3) messe Berlin GmbH
- 4) Messedamm 22, 14055 Berlin
Tel : 030/30380
Fax : 030/30382325

슈투트가르트 자동차 및 모터사이클 박람회
ama/Car & Motercycle
Show

- 1) 10월 29일~11월 6일
- 2) Killesberg
- 3) Messe Stuttgart Int'l
- 4) Postfach 103252, 70028 Stuttgart
Tel : 0711/25890
Fax : 0711/2589440

에센 게임용품 박람회
SPIEL/Int'l Games Forum

- 1) 10월 20일~23일
- 2) Messsegelände
- 3) Friedhelm Merz Verlag
- 4) Alberichstr, 15-17, 53179 Bonn
Tel : 0228/342278
Fax : 0228/856312

에센 자동차 및 모터사이클 박람회
MOTOR SHOW ESSEN/
Motorcar-Tuning-
Mototcycle- Oldtimer

- 1) 11월 25일~12월 4일
- 2) Messsegelände
- 3) Messe Essen GmbH
- 4) Postfach 100165, 45001 ESSEN
Tel : 0201/72440
Fax : 0201/7244448

켈른 자전거 및 모터사이클 박람회
IFMA/Int'l Bicycle &
Motorcycle Exhibition

- 1) 10월 5일~9일
- 2) Messsegelände
- 3) KoelnMesse Messe-und Ausstellungs Ges. m. b. H. Koeln
- 4) Messeplatz I, Postfach 210760, 50679 Kolen
Tel : 0221/8210
Fax : 0221/8212574

켈른 사무용품 박람회
ORGATEC/Int'l Office
Trade Fair

- 1) 10월 20일~25일
- 2) Messelände
- 3) KoelnMesse Messe-und Ausstellungs Ges. m.b.H. Kolen
- 4) Messeplatz 1, Postfach 210760, 50679 Koeln
Tel : 0221/8210
Fax : 0221/8212574

프랑크푸르트 서적 박람회
Frankfurt Book Fair

- 1) 10월 5일~10일
- 2) Messsegelände
- 3) Frankfurter Buchmesse
- 4) Postfach 100116, 60001 Frankfurt/Main
Tel : 069/21020
Fax : 069/2102227

프랑크푸르트 가구 박람회
THEMA DOMVS/Int'l
Furniture Trade Fair

- 1) 10월 28일~31일
- 2) Messsegelände
- 3) Mess Frankfurt GmbH.
- 4) Postfach 150210, 60327 Frankfurt/Main
Tel : 069/75750
Fax : 069/75756433

프리드리히샤펜 자동차 및 모터사이클 박람회
AMF/Automobile,
Motorcycle & Recreation
Exhibition

- 1) 11월 16일~20일
- 2) Messgelände
- 3) Messe Friedrichshafen GmbH.
- 4) Messgelände, 88045 Friedrichshafen
Tel : 07541/7080
Fax : 07541/70810

프리드리히샤펜 사무기기 박람회
RATIL - Friedrichshafen

- 1) 11월
- 2) Messgelände
- 3) Messe Friedrichshafen GmbH
- 4) Messgelände, 88045 Friedrichshafen
Tel : 07541/7080
Fax : 07541/70810

하노버 소비재 박람회
Infra/Consumer Goods
Exhibition

- 1) 10월 7일~16일
- 2) Messgelände
- 3) Fachausstellungen Heckmann GmbH, Hannover/Bremen
- 4) Postfach 2665, Hohenzollernstr. 4, 30161 Hannover
Tel : 0511/990950
Fax : 0511/9909550

러 시 아

소보시비르스크 레저산업 박람회
Leisure Industry Exhibition

- 1) 10월 25일~28일
- 3) Sibgerma Lemina
- 4) UL 21, 63004 Novosibirsk
Tel : 383/2234966
Fax : 383/2234966

소보시비르스크 사무기기 박람회
SibOffice/Int'l Office
Technology and
Equipment Exhibition

- 1) 10월
- 3) Sibgerian Fair
- 4) M. Gorky St. 16, 630099 Novosibirsk
Tel : 03832/236620
Fax : 03832/236335

모스크바 가구산업 박람회
MEBELINDUSTRIJA/Int'l
Furniture Industry
Exhibition

- 1) 11월 15일~20일
- 2) Krasnaja Presnja
- 3) AO Expocentre
- 4) Sokolnicheski val 1-a, maskva 107113
Tel : 095/2681730
Fax : 095/2889538

벨 기 에

겐트 실내장식 박람회
WOONESTETIKA/Interior
Decoration Exhibition

- 1) 10월 26일~11월 6일
- 2) Linburghal
- 3) N. V. EXPORAMA
- 4) de Roest d'Alkemadelaan 8/59, 2600 Berchem

겐트 실내장식용품 박람회
LIVING/Interior Decoration
Show

- 1) 11월 6일~10일
- 2) Exhibition Center Flanders Expo
- 3) Int'l Vakbeurs Van Meubel
- 4) Verenigingstraat 15, 1000 Bruxelles
Tel : 02/2182844

브뤼셀 사무기기 박람회
BUREAU/Int'l Office
Equipment, Data
Processing

- 1) 9월 21일~28일
- 2) Parc de Expositions
- 3) La Chambre Belge de la Mecanographie A.S.B.L.
- 4) 24, Avenue Marcel Thiry, 1200 Bruxelles
Tel : 02/7627183
Fax : 02/7629424

브뤼셀 실내장식 및 디자인 박람회
COCOON/Exhibition of
Interior Decoration &
Design

- 1) 11월 26일~12월 4일
- 2) Parc des Expositions
- 3) AXE S.A.
- 4) 217 Chaussee de la Hulpe, 1170 Brexelles
Tel : 02/6608930
Fax : 02/6604713

브뤼셀 가구 박람회
S.I.M.B./Int'l Furniture Fair
Brussels

- 1) 11월 6일~10일
- 2) parc des Expositions
- 3) Salon Int'l du Meuble-Bruxelles A.S.B.L.
- 4) 15, Rue de Association, 1000 Bruxelles
Tel : 02/2182844
Fax : 02/2183844

크르트레이크 실내장식 박람회
INTERIEUR/Int'l Interior
Exhibition

- 1) 10월 14일~23일
- 2) De Hallen
- 3) Stichting Interior
- 4) Groeningestraat 37, 8500 Kortrijk
Tel : 056/229522
Fax : 056/216077

불 가 리 아

바르나 컴퓨터 및 통신기기 박람회
ELEKTRONIKA/Int'l Fair for
Computers, Communica-
tions

- 1) 10월 5일~9일
- 2) Festival and Congress Center
- 3) SCOPE Meetings Co., Ltd.
- 4) Kende u, 13-17, H-1111 Budapest
Tel : 01/1810511
Fax : 01/1869378

스 웨 덴

괴텐부르크 사무기기 박람회
Data Office/Office
Equipment Exhibition

- 1) 11월 22일~25일
- 2) Svenska Massan
- 3) Svenska Maessan Stiftelse
- 4) Box 5222, 40244 Goeteborg
Tel : 031/109100
Fax : 031/160330

솔렌투나 만화잡지 박람회
Serie Expo/Comic maga-
zines and Related Products
Exhibition

- 1) 11월
- 2) Sollentunamassan
- 3) Sollentunamassan
- 4) Box 174, 19123 Sollentuna
Tel : 08/925900

Fax : 08/929774

스웨덴 운동용품 박람회
ELMIA SPORT/Int'l Sports
Exhibition and Conference

- 1) 11월 17일~19일
- 2) Elmia Fair Grounds
- 3) Elmia Fairs
- 4) P. O. Box 6066, S-55006, Jonkoping
Tel : 036/152000
Fax : 036/164692

스 위 스

루가노 가정용품 박람회
Artecasa/Ideal Home
Exhibition

- 1) 10월 8일~17일
- 2) Centro Esposizioni
- 3) Centro Esposizioni Lugano
- 4) Via Vanoni 3A, 6900 Lugano
Tel : 091/220164
Fax : 091/235608

루체른 가구 박람회
Schoener
wohnen/Exhibition
for Furniture & Furnisgings

- 1) 10월 19일~23일
- 2) Allmendhalle
- 3) Josef koch Werbeagentur ASW
- 4) Luzernerstr. 44, 6030 Ebikon
Tel : 041/366766
Fax : 041/366770

베른 가정용품 및 레저용품 박람회
MOWO/Exhibition of
Modern, Gifts & Leisure
Time Activities

- 1) 11월 11일~20일
- 2) Messgelände BEA BERN EXPO
- 3) BEA Bern Expo
- 4) Mingerstr. 6, 3000 Bern 22
Tel : 031/421988
Fax : 031/427572

상갈렌 모형용품 박람회
MOBAUTEC/Int'l Exhibition of
Model Kits, Lay Outs

- 1) 9월 21일~25일
- 2) Olma Messen St. Gallen
- 3) Olma Messen St. Gallen
- 4) Spluegenstr. 12, Postfach 220, 9008 St. Gallen
Tel : 071/260122

Fax : 071/260101

취리히 자동차 박람회
AUTO ZURICH/Car
Exhibition

- 1) 11월 17일~20일
- 2) Messegelände Zurich-Oerlikon
- 3) Verein Auto Zuerich
- 4) Postpach, 8600 Duebendorf
Tel : 01/8220485
Fax : 01/8220485

취리히 추계 가정용품, 운동용품
및 패션 박람회
ZUSPA/Autumn Show for
Household, Home, Sports
&

Fashion

- 1) 9월 22일~10월 2일
- 2) Messegelände Zurich-Oerlikon
- 3) Messe Zurich AG für Int'l
Fachmessen & Spezial-
Ausstellungen
- 4) Schaffhauerstr. 374, 8050
Zuerich
Tel : 01/3187111
Fax : 01/3187101

스 페 인

마드리드 사무용품 박람회
SIMO/Int'l Office Equipment
& Data Processing Show

- 1) 11월 11일~17일
- 2) Recinto Ferial Juan Carlos I
- 3) C. I. T. E. M. A.
- 4) Plaza de Alonso Martinez, 3/2
derecha, 28004 Madrid
Tel : 01/44484794
Fax : 01/4482871

바르셀로나 선물용품 및 가정용품
박람회

EXPOHOGAR

- 1) 9월 30일~10월 4일
- 2) Feria de Barcelona
- 3) Feria de Barcelona
- 4) AV, Reina Ma, Cristina s/n,
08004 Barcelona
Tel : 03/4233101
Fax : 03/4238651

스페인 보트 박람회

NAUTICO/Int'l Boat Show

- 1) 11월 26일~12월 4일
- 2) Feria de Barcelona
- 3) Feria de Barcelona
- 4) Av, Reina Ma, Cristina s/n,

08004

발렌시아 가구 박람회
FIM/Int'l Furniture Fair

- 1) 9월 26일~10월 1일
- 2) Palacio Ferial
- 3) Feria Muestrario Internacional
de Valencia
- 4) Apartado 476, 46080 Valencia
Tel : 06/3861100
Fax : 06/3636111

발렌시아 조명기구 박람회
FIAM/Int'l Fair of Lighting
Fixtures

- 1) 9월 26일~10월 1일
- 2) palacio Ferial
- 3) Feria Muestrario Internacional
de Valencia
- 4) Apartado 476, 46080 Valencia
Tel : 06/3861100
Fax : 06/3636111

아 일 랜 드

더블린 전자 박람회
AES/The All Electronics
Show

- 1) 10월 25일~27일
- 2) R. D. S. Simmons court
- 3) SDL Exhibition Ltd.
- 4) 18 Main Street, Rathfarnham
Dublin 14
Tel : 01/900600
Fax : 01/908934

영 국

글래스고우 가정용품 박람회
MHE/Modern Home
Exhibition

- 1) 10월
- 2) Scottish Exhibition Center
- 3) EVENTEX
- 4) 147 Blythswood Street
Glasgow G2 4EN
Tel : 041/3329121
Fax : 041/3329024

런던 실내장식용품 박람회
DECOREX Int'l/Interior

- 1) 9월 25일~28일
- 2) Syon Park
- 3) Stransky Thompson
Associates
- 4) 26 Lloyd Baker St., London,

WCIX 9AU

Tel : 071/8333373

Fax : 071/8333379

런던 홈인테리어 박람회
Home Interiors Exhibition

- 1) 10월 23일~26일
- 2) Olympia
- 3) Philbeach Events Ltd.
- 4) Earls Court Exhibition Center
Warwick Road London SW
9TA
Tel : 01/3851200
Fax : 01/2447617

런던 자동차 박람회
The London Motor Show/
MOTOR FAIR

- 1) 10월
- 2) Earls Courts
- 3) Philbeach Events Ltd.
- 4) Earls Court Exhibition Center,
Warwick Road, London, SW
59TA

런던 사무기기 박람회
The UK Office Show

- 1) 9월 20일~23일
- 2) Earls Court 2
- 3) Philbeach Events Ltd.
- 4) Earls Court Exhibition Center,
Warwick Road, London, SW5
9TA

버밍햄 자동차 박람회
British Int'l Motor Show

- 1) 10월 19일~30일
- 2) Nat'l Exhibition Center
- 3) SMMT Ltd.
- 4) Forbes House, Halkin Street,
London SW1X 7DS
Tel : 071/2357000
Fax : 071/2357112

오 스트 리 아

인스부르크 추계 박람회
Innsbruck Autumn Fair

- 1) 9월 24일~10월 2일
- 2) Messegelaende
- 3) Innsbruck Messe-Gesellschaft
mbH
- 4) Falkstr. 2-4, 6020 Innsbruck,
Austria
Tel : 0512/585911
Fax : 0512/584290

인스부르크 사무용품 박람회
ALBURO WEST/Austrian
Office Trade Fair

- 1) 10월
- 2) Kongresshaus
- 3) Präsents Fachmessen GmbH
- 4) Praterstr. 12/17, 1020 Vienna
Austria
Tel : 0222/2665260
Fax : 0222/266529-22

인스부르크 실버산업
Senior Aktuell/Seniors'
Exhibition

- 1) 11월 18일~20일
- 2) Messegelaende
- 3) Kongresshaus Innsbruck
- 4) Kennweg 3, Postfach 533,
6020 Innsbruck, Austria
Tel : 0512/59360
Fax : 0512/59827

이 탈 리 아

토리노 사무용기기 및 가구 박람회
UFFICIO 2000/Office
System, Furnishing Show

- 1) 11월 9일~13일
- 2) Torino Esposizioni
- 3) Torino Esposizioni
- 4) Corso Massimo d'Azeglio 15,
10126 Torino
Tel : 011/6569
Fax : 011/6509801

밀라노 문구 박람회
CARTOLERIA/Stationery
Exhibition

- 1) 11월
- 2) padiglione Sud-Lacchiarella
- 3) Protea s.r.l.
- 4) Via Stromboli 2312, 20144
Milano
Tel : 02/48954546
Fax : 02/48954538

밀라노 사무용품 박람회
SMAU/Int'l Office
Exhibition

- 1) 10월 13일~18일
- 2) Centro Fiera di milano
- 3) SMAU
- 4) Corso Venezia 47/4920121
Milano
Tel : 02/76001765
Fax : 02/784407

볼로냐 자동차 박람회
MOTOR SHOW/Int'l Motor
Exhibition of Motoring

- 1) 12월 3일~12월 11일
- 2) Bolognafiere
- 3) Promotor s.r.l.
- 4) Via Millazzo 30, 40121 Bologna
Tel : 051/558260
Fax : 051/558464

유디네 의자 박람회
Int'l Chair Exhibition

- 1) 10월
- 2) Ente Fiera Udine Esposizioni
- 3) Promosedia s.r.l.
- 4) Via Pradamano 2a, 33100 Udine
Tel : 0432/520720
Fax : 0432/522185

포르투

포르투 가구산업 박람회
FERRALIA

- 1) 10월 20일~23일
- 2) Exponor
- 3) EXPONOR-Associacao Industrial Portuense Divisao de Feiras
- 4) Estrada Nacional N-107, 4450 Matosintlos Porto
Tel : 02/9961569
Fax : 02/9957499

폴란드

바르샤바 유아용품 박람회
Int'l Exhibition for Baby
Article

- 1) 11월 22일~25일
- 2) Victoria Hotel
- 3) Biuro Reklamy S. A.
- 4) Flory 9, 00-586, Warszawa
Tel : 022/493071
Fax : 022/493584

폴란드 사무용기기 박람회
OFFICETEC/Int'l Office
Equipment Exhibition

- 1) 11월 15일~18일
- 2) Culture & Science Palace
- 3) Biuro Reklamy S.A.
- 4) Flory 9, 00-586, Warszawa
Tel : 022/493071
Fax : 022/493584

카르비체 사무용품 박람회
Office Equipment Trade
Fair

- 1) 11월
- 2) Show & Exhibition Hall SPODEK
- 3) Katowice International Fair
- 4) P. O. Box 454, Bytkowaska 1 B, 40-955 Katowice
Tel : 032/596061

프랑스

낭트 가구 박람회
Furniture Trade Fair

- 1) 9월 18일~20일
- 2) Pare de la Beaujoire
- 3) Foire Internationale et Congress de Nantes S.A
- 4) Parc de la Beaujoire, Route de st., Joseph, 44300 Nantess
Tel : 40520811
Fax : 40938050

렌스 자동차 박람회
Regional Automobile
Exhibition

- 1) 10월 15일~18일
- 2) Parc des Expositions
- 3) Parc des Expositions de Reims
- 4) Site Henri-Farman B. P. 2727, 51057 Reims Cedex
Tel : 33/26823030
Fax : 33/26051132

마르세이유 국제 박람회
SAFIM/Marseille Int'l Trade
Fair

- 1) 9월 24일~10월 4일
- 2) Parc Chanot
- 3) S. A. Foire Internationale de Marseiue
- 4) Parc Chanot, B. P. 2, 13266. Marseiue, Cedex
Tel : 33/91761600
Fax : 33/91221645

메츠 국제 박람회
EXPOFIM/Int'l Trade Fair
of Metz

- 1) 9월 29일~10월 10일
- 2) Parc des Expositions de Metz
- 3) SAEML
- 4) Parc des Expositions B. P. 5059, 57072 metz Cedex 3
Tel : 33/87526600
Fax : 33/87556618

보르도 자동차 박람회
Auto Motor Show

- 1) 10월 31일~11월 11일
- 2) Larc Park Expo
- 3) Comite Expositions Bordeaux
- 4) Parc des Expositions, B.P.55, 33030 Bordeaux, Cedex
Tel : 33/56119900
Fax : 33/56119999

보르도 생활용품 박람회
CONFEXPO

- 1) 10월 31일~11월 11일
- 2) Larc Park Expo
- 3) Foire Internationale de Bordeaux
- 4) Parc des Expositions, B. P. 55, 33030 Bordeaux, Cedex
Tel : 33/56119900
Fax : 33/56119999

파리 가구 및 장식품 박람회
MEUBLES ET DECORS/
Furnishing, Decoration,
Kitchen

- 1) 11월 11일~20일
- 2) Porte de Versailles
- 3) Comite des Expositions de Paris
- 4) 55, Quai Alphones Le Gallo B. P. 17, 92107 Boulange
Tel : 01/49096000
Fax : 01/49096003

파리 자동차 박람회
Mondial de L'Automobile/
Int'l Motor & Transport
Show

- 1) 9월 29일~10월 9일
- 2) Porte de Versailles
- 3) AMC Promotion
- 4) 3, Avenue du President Wilson, 75116 Paris
Tel : 33/1/47235940
Fax : 33/1/47230630

파리 보트 박람회
NAUTIQUE/Int'l Boat Show

- 1) 11월 2일~12일
- 2) Porte de Versailles
- 3) O. I. P.
- 4) 62 Rue de Miromesnil 75008 Paris
Tel : 33/1/49532700
Fax : 33/1/49532786

파리 사무용 통신기기 및 자동차
기기 박람회
SICOB/Data Process,
Telematic Communication
& O/A

- 1) 10월 5일~7일
- 2) Paris-Nord Villepinte
- 3) Comite des Expositions de Paris
- 4) 55, quai Alphonse Le Gallo, B. P. 317 92107 Boulogne
Tel : 33/1/49096000
Fax : 33/1/49096104

포우 자동차 박람회
AUTO/Salon Reginal
de/'Auto

- 1) 10월 21일~24일
- 2) Parc des Expositions
- 3) Foire Expositions de Pau
- 4) 7 Bd Champetier de Ribes 64000 Pau
Tel : 33/1/49096000
Fax : 33/1/49096104

핀란드

탐페레 스포츠용품 박람회
SPORTEC/Construction of
Sports & Recreation
Centers

- 1) 10월 26일~28일
- 2) Pirkka-Hall, Fairgrounds
- 3) Tampereen Messut Oy
- 4) P. O. Box 163, 33201 Tampere
Tel : 358/31213110
Fax : 358/312123888

헬싱키 소비자 박람회
FinnConsum/Int'l Trade
Fair
Consumer Goods

- 1) 11월 30일~12월 4일
- 2) Helsinki Fair Center
- 3) Suomen Messut
- 4) P. O. Box 21, 00521 Helsinki 52
Tel : 358/0-15091
Fax : 358/0-142358

컴퓨터 응용디자인 하반기 교육 일정

과 정 명	교 육 기 간	과 목 명
2D 과정	<ul style="list-style-type: none"> 9. 12 - 10. 5(3주간) 10. 10 - 10. 29(3주간) 10. 31 - 11. 18(3주간) 11. 21 - 12. 9(3주간) 	<ul style="list-style-type: none"> 컴퓨터 그래픽 개론 Macintosh 개론 Illustrator 5.0 Photo shop 2.5
전문 과정(3D)	<ul style="list-style-type: none"> 9. 12 - 10. 5(3주간) 10. 10 - 10. 29(3주간) 10. 31 - 11. 18(3주간) 11. 21 - 12. 9(3주간) 	<ul style="list-style-type: none"> 컴퓨터 그래픽 개론 Macintosh 개론 Swivel Pro 3D MM Director
전자 출판	<ul style="list-style-type: none"> 10. 31 - 11. 18(3주간) 11. 21 - 12. 9(3주간) 	<ul style="list-style-type: none"> 컴퓨터 그래픽 개론 Macintosh 개론 Quark Xpress 3.11
CIP 및 LOGO	<ul style="list-style-type: none"> 10. 31 - 11. 18(3주간) 11. 21 - 12. 9(3주간) 	<ul style="list-style-type: none"> 컴퓨터 그래픽 개론 Macintosh 개론 Photo shop 2.5 Fontographer 개론

• 교육시간

- 새벽반 : 07 : 00 - 09 : 00
- 주간반 : 09 : 30 - 12 : 30, 14 : 00 - 17 : 00
- 야간반 : 18 : 30 - 21 : 30

• 업체 위탁 교육 실시

- 교육상담 : KIDP 인력개발부 인력 2실
Tel : 02) 708-2087/90

산업디자인박물관에 영구 또는 임시 보관할 소장자료를 수집합니다

산업디자인포장개발원(KIDP)에서는 국내·외 산업디자인의 역사와 발전사를 재조명하고 우리 산업디자인의 수준과 위치에 대한 인식의 장을 마련하여 차세대 산업디자인의 정책 및 교육방향의 기초자료로 활용하기 위하여 산업디자인박물관 건립을 추진하고 있으며, 여기에 보관할 자료 및 제품을 다음과 같이 수집하오니 많은 참여를 부탁드립니다.

귀하가 기증한 원형 그대로 귀하의 성명과 함께 보존 진열되며, 기증 희망기간 동안 보존하고, 반출을 원하는 시기에 찾아가실 수 있습니다.

1. 1차 수집기간 : 1994년 12월 30일까지

2. 수집 내용 : 국내·외 생산 전제품 및 디자인 관련 자료

가. 자료 : 산업디자인 작품(사진·판넬로도 가능), 도서, 신문, 사진, 우표, 레코드판, 동전, 인력거·전차·세발자전거의 사진 등

나. 제품 : 오래되었거나 흔치 않은 국내·외 제품

예) 다리미, 풍로, 화로, 유성기, 전자기, 도자기, 시계, 안경 및 안경테, 돋보기, 비녀, 그릇, 수저 및 저분, 전기·전자제품, 생활용품, 가구 및 주택설비용품, 완구 및 문구류, 악기, 화장품, 신발 및 구두, 카메라, 영상기·환등기 등 영상 관련 제품, 기타.

3. 기증처 : 서울시 종로구 연건동 128-8 산업디자인포장개발원(KIDP) 진흥과

Tel : 02) 708-2063/7, FAX : 02) 765-9679



KIDP 정보회원제 이용 안내

KIDP는 지난 해에 이어 올해에도 4억 5천만원을 투자, 관련 도서 자료를 대폭 확대하여 국내 유일의 디자인·포장 정보 제공의 메카로 그 시스템을 구축, 새로운 차원의 정보를 서비스하고 있습니다. 아울러 디자인·포장 관계자에게 자료를 신속히 제공하기 위해 격주로 뉴스레터포럼을 발간하며, 「산업디자인」지와 「포장세계」지를 최신 정보 및 기술 위주로 편집하여 회원에 한해 무료로 보내드리고 있습니다.

회원께서 납입하신 회비보다 훨씬 많은 혜택을 드리는 KIDP “정보회원제”에 많은 참여 있으시기 바랍니다.(※회원이 1,000명일 경우, 회원 1인당 서비스 소요비용 450,000원)

■ 회원 종류

- A회원 : 단체 및 업체(연 10만원)
- B회원 : 개인(연 5만원)

■ 회원 혜택

- 자료실 무료 이용

소 장 자 료		영 상 자 료	
문 헌 자 료		영 상 자 료	
단 본	15,000여권	슬라이드 필름	35,000여권
잡 지	20,000여권	비디오 테이프	450여권
각종보고서	300여권	마이크로 필름	400여권

- 「산업디자인」, 「포장세계」 등 격월간지 무료 제공
- 뉴스레터포럼 외 KIDP 간행물 무료 제공
- 개발원 교육연수 수강료 할인(20%)

회원 동정

※ 회원의 동정을 알려 주시면 KIDP 발행 간행물에 게재

■ 가입 절차

- 회원 가입신청서(소정양식)와 연회비 납부
KIDP 직접 접수, 회비 온라인 입금
- 은행온라인 계좌
조흥은행 : 325-03-004222(예금주 : 산업디자인포장개발원)(※A회원인 경우, 단체 또는 업체명으로 입금 요망)

■ 문의처

- KIDP 진흥부 출판자료실
Tel) 02-708-2092~3



산업디자인개발원



Industrial design, Environment design, Consumer product
Graphic & packaging, Computer graphics, Advertising, C.I/B.I



International
Design
Network