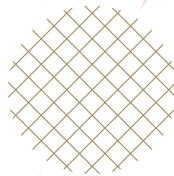


designdb⁺

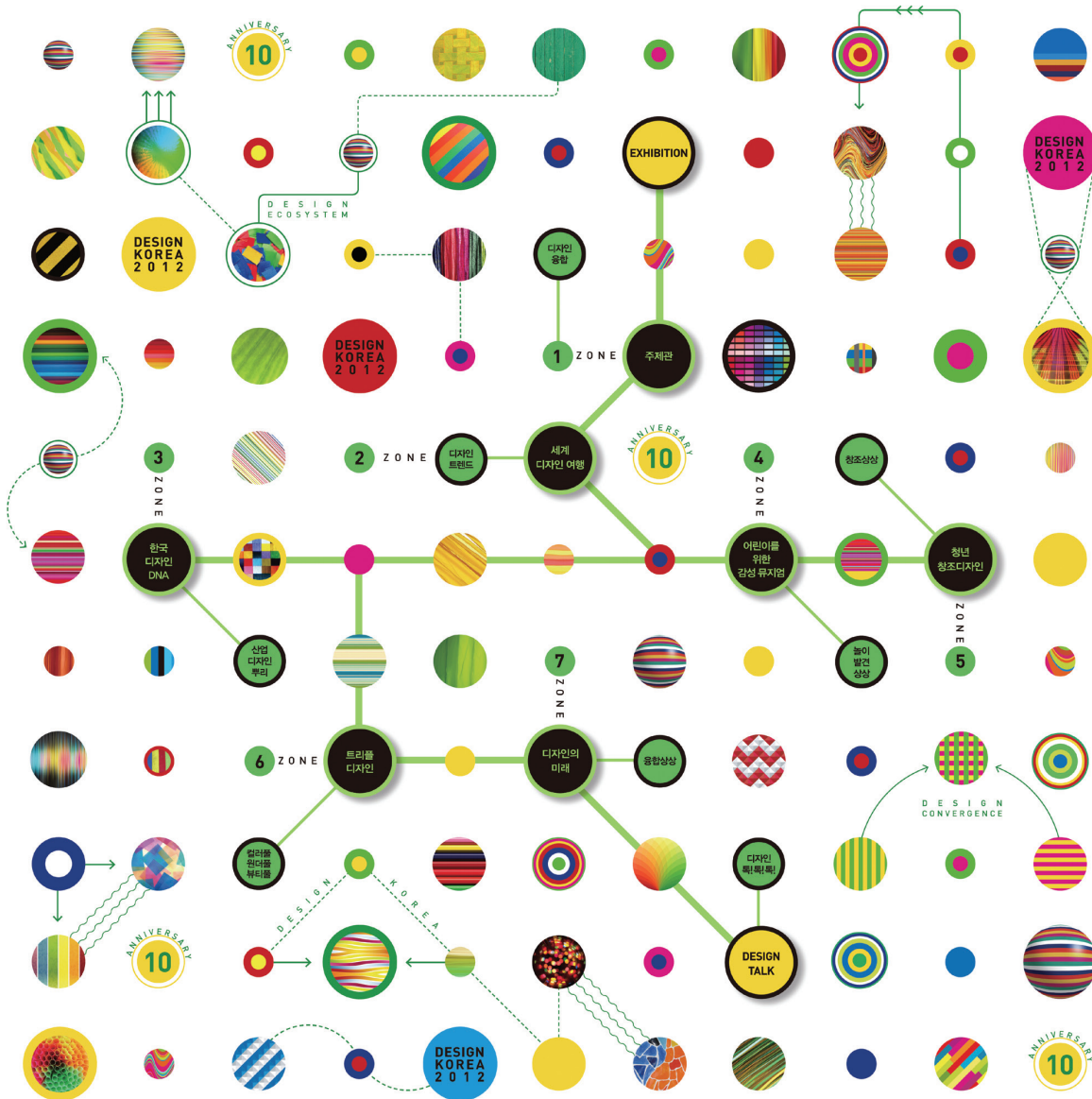
2012 autumn vol.10 www.designdb.com



Special Theme

SHARING OPEN IDEA

디자인 톡! 톡! 톡! / 해외디자인나눔사업 / 100% 디자인 / 차세대디자인리더



DESIGN KOREA 2012

Design Convergence : 디자인 융합

Exhibition 전시

Design Talk! Talk! Talk! 디자인 특! 특! 특!

www.designkorea.or.kr

10.25(Thur) - 10.28(Sun), 2012

Exco, Daegu 대구, 엑스코

주최
Hosted by



지식경제부
Ministry of Knowledge Economy



대구광역시
DAEGU METROPOLITAN CITY

후원
Sponsored by

한국디자인진흥원(KOFA), 전국경제인연합회(KF),
대한상공회의소(KACC), 한국무역협회(KITA),
중소기업중앙회(Ksba), 대한무역투자진흥공사(KOTRA)

주관
Organized by



한국디자인진흥원
Korea Design Innovation Foundation



DGDC
DESIGN GATEWAY CENTER

국제행사인정
Endorsed by

세계산업디자인진흥협회(ICaid)
세계그래픽디자인진흥협회(ICograde)



산업화 시대, 정보화 시대를 거쳐 우리는 지금 융합의 시대를 살아가고 있습니다. 융합의 시대에는 모든 분야에서 기술과 감성이 결합되며, 인터넷을 통해 세계가 공통의 문화를 향유하게 되고 다양한 지식이 힘으로 작용하는 지식생태계가 구축될 것입니다.

변화는 이미 시작되고 있습니다. 1984년에 창립되어 오늘에 이르기까지 수많은 아이디어와 주옥같은 강연으로 전세계인들의 지지를 받고 있는 TED(Technology, Entertainment, Design)가 대표적인 예입니다. TED는 '널리 퍼져야 할 아이디어(Ideas Worth Spreading)'라는 모토를 축으로 기술, 엔터테인먼트, 디자인과 관련한 강연을 정기적으로 열어 오며 지식생태계의 중심점 역할을 해왔습니다.

인터넷이라는 엄청난 파급력을 가진 매체를 통해 저명인사의 강연을 시간과 장소, 사회적 지위와 비용의 구애 없이 널리 나누고 소통하는 오픈지식 생태계는 미래를 이끌 혁신의 발전소입니다. 영역 간의 경계가 허물어지고 통섭을 통해 또 다른 영역을 창조하는 지식의 융합은 바로 지식 공유라는 작은 소통으로부터 시작됩니다.

기술과 감성을 잇는 디자인이야말로 다양한 아이디어와 지식이 만나는 융합의 교차점에 있습니다. 디자인에 있어 타 분야와의 소통이 특히 중요한 이유가 바로 여기에 있습니다. 이번 <디자인디비플러스>에서는 디자인계라는 울타리를 잠시 넘어 전 세계적 흐름으로 자리매김하고 있는 혁신 발전소, 오픈지식 강연에 대해 여러분과 이야기하고자 합니다.

요즘 우리나라에서도 오픈지식 강연들이 널리 퍼져 점차 활성화되어가고 있습니다. 이 열기가 일시적 유행이 아닌 큰 물줄기가 되어, 열린 소통을 통한 창조적 융합으로 국가적 대도약을 이루는 작지만 의미 있는 출발점이 되기를 기대합니다. 감사합니다. 

이태용 한국디자인진흥원장



디자인의 가치를 전하는 특별한 로비 라운지

‘디자인의 일상화’와 ‘디자인 사고’의 실천이 가장 필요한 곳, 한국디자인진흥원(KIDP). 이에 이태용 원장은 디자인적 환경 속에서 디자인 사고를 실천할 수 있도록 코리아디자인센터(KDC) 시설 환경 및 KIDP 환경 개선 등의 다양한 변화를 시도했다. 이러한 환경 개선을 통해 디자인 허브로서의 역할 수행 활성화는 물론 수동적이고 딱딱한 기관의 모습이 아닌, 친근하게 먼저 다가가고 소통하는 열린 조직으로 거듭나기 위한 변화를 펼치고 있다.



1. 차세대디자인리더들의 디자인 상품을 로비에 전시했다.

2. 3. KDC 환경개선은 디자인적 환경 조성을 통해 내·외부 고객의 디자인적 사고를 유도 하자는 취지를 가지고 진행되었다. 안내 데스크와 로비 라운지에서 만나는 “디자인이 혁신 이다”사인 시스템들.

4. 국민과 디자인계 고객들을 위해 KIDP 안내 패널을 KDC 입구 쪽으로 재배치, KDC를 찾는 고객들이 KIDP의 역사와 주요 사업 등을 쉽게 파악할 수 있도록 했다.

5. KIDP가 디자인계의 사랑방 역할을 수행한다는 의미에서 7층 메인 오피스 입구에 빨간 스탠드를 설치해 따뜻하고 포근한 느낌을 줄 수 있도록 했다.

designdb⁺

디자인디비플러스 2012 가을 vol.10

www.designdb.com

Publisher's Message

발행인의 글 - 이태용 한국디자인진흥원장	1
------------------------	---

Issue

디자인 톡! 톡! 톡! - 디자이너, 디자인 장관을 만나다	4
----------------------------------	---

Special Theme

TED를 말하다, TED BEST	10
지식이 평평 쏟아집니다, SNOW - 세계 석학들의 명강의를 한눈에	14
15분이면 세상이 바뀝니다 - 세상을 바꾸는 시간, 15분	16
나눌만한 모든 아이디어와 경험을 공유하라	18
10인에게 물었습니다, 내가 좋아하는 베스트 오픈 강연	21
오픈자식 HOT 활용가이드, QR 코드 리스트 업	24

Talk about Design & Culture

해외디자이너나눔사업	28
100% 디자인	30
Art of Collaboration	33
경기도, QR 코드로 도민과 쉽고 빠르게 소통한다	34
도시재생 프로젝트 - 선셋장항 페스티벌	35

Focus & People

〈대한민국디자인전람회〉 대통령상, 서원대학교 디자인학과 홍현우	36
〈한국청소년디자인전람회〉 중등부 대상, 백석중학교 윤정민	37
차세대디자인리더 I	38
디자인의 본질을 공유하다, 제품 & 가구 디자이너 유화성	
차세대디자인리더 II	40
추억과 감성 속에 담긴 따뜻한 메시지를 디자인하다, 제품 디자이너 이기승	
차세대디자인리더 III	42
'눈에 보이지 않는 가능성'을 완성하다, 섬유 디자이너 권선영	
우수디자인전문회사	44
디자인과 사람을 잇다, 〈이음파트너스〉	
디자인 이야기	46
세월의 손때가 그대로 묻어있는 한옥의 매력에 빠진 가수, 이현우	
릴레이 북크로싱	48
이나미 스튜디오 바프 대표님께 〈서울은 깊다〉를 권합니다	
나의 즐겨찾기	50
쿨하고 핫한 문화 정보를 사냥하라, 쿨헌팅	

KIDP Clip Board

KIDP Inside People 디자인은 사람에게서 나옵니다, 인력양성실	52
KIDP News	55

디자이너, 디자인 장관을 만나다

글. 하승철 <한국디자인진흥원> 경영기획실 대리

대한민국에는 ‘디자인 장관(Design Minister)’이라는 공식적인 직함을 가진 사람은 없다. 하지만 디자인 인재육성·디자인 산업 진흥 등 디자인생태계 전반에 대한 정책을 총괄하고 있는 지식경제부 장관을 우리나라의 디자인 장관이라고 부른다고 해도 전혀 물의는 없을 것이다.

지식경제부 장관이라는 직책이 우리 산업 전반을 총괄하는 자리이기에 바쁜 일정과 물리적 시간의 제약으로 그간 디자이너들과 함께 하지 못했던 홍석우 장관이 디자이너들과 만나 산재해 있는 디자인 현안과 미래 디자인생태계에 관해 이야기를 나눴다.

디자인은 융합시대에 인문학과 기술융합의 가교

한국디자인진흥원은 지난 7월 13일(금) 홍석우 지식경제부 장관과 디자인계 인사들이 참석한 가운데 <디자인 톡! 톡! 톡!> 행사를 개최했다. 특히 이날 행사는 기존의 정형화된 형식을 탈피해 토크쇼 형식으로 진행되었다. 행사의 공식명칭인 <디자인 톡! 톡! 톡!>처럼 함께 이야기 하고(Talk), 서로를 격려하면서(어깨를 톡톡 두드리다), 새로운 아이디어를 모색하자(톡톡 튀는 생각)는 취지에서 마련되었다.

홍 장관은 이 자리에서 “융합시대에 디자인은 인문학과 기술의 융합을 통한 혁신적 제품 및 서비스 구현의 가교 역할을 하는 중요한 분야다”라고 역설했다. 이와 함께 “디자인은 미래 한국 경제를 견인하는 핵심이 될 것”이라고 강조하며 디자인의 역할에 대한 그의 기대를 드러냈다.

건전한 대한민국 미래 디자인생태계 조성

<디자인 톡! 톡! 톡!> 행사에서는 나건 홍익대 국제디자인전문대학원 교수, 강준목 넵플러스 대표, 정광훈 디자인 1인기업 디셀 대표, 신현용 아이리버 상무, 이아라 성신여대 융합디자인예술대학원 학생, 박사언 서울대 시각디자인과 학생 등이 패널로 참석했다.

이날 패널 및 참석자들 모두는 입을 모아 창의성과 융합형 사고를 겸비한 신진 디자이너를 발굴하고 지원하는데 정부, 업계, 학계 모두가 협력해야 함을 강조했다.

또 디자인 시장의 과당경쟁, 저가 수주문제 심화, 디자인학과 졸업생의 취업난 등에 대한 정부의 대책마련 등을 호소했다.

이날 제기된 문제들에 대한 홍석우 장관의 의견을 정리하면 다음과 같다.

1. 국내 디자인기업의 중국, 동남아 등 신흥 디자인 시장으로의 진출을 위한 정부 지원과 관련해서는 디자인 신시장 창출이 급선무라는 점에 공감하며, 이를 위해 KOTRA와 한국디자인진흥원 등을 통한 우리나라 디자인 기업의 해외진출 지원을 약속했다.
2. 중소기업의 디자인 활용 제고 및 1인 기업 등의 사업화 지원과 관련해서는 디자인의 중요성에 대한 기업과 사회의 인식개선 등이 전제되어야 하며 이를 위한 구체적 방안을 마련하겠다고 밝혔다.
3. 수요대비 과잉 공급되고 있는 디자인 인력 문제는 디자인 기업의 영세성 등 구조적인 문제를 우선적으로 해결해야 된다고 인지하고, 이를 위해 글로벌 수준의 디자인 기업을 육성하고 새로운 디자인 시장 창출에 주력할 방침임을 강조했다. 또 디자인 전공 학생을 위한 정부 지원 확대 등 종합적 관점에서 대책을 마련하겠다고 약속했다.
4. 디자인 시장의 과당경쟁, 저가 수주 등의 문제 심화와 불공정거래 보편화 문제에 대해서는 2012년 내에 디자인 단가 기준 마련 등 가이드라인을 제시해 우선 공공부문에서 활용될 수 있도록 하고, 이를 통한 시장 환경 개선을 유도하겠다고 밝혔다.

디자인 장관, 디자이너 氣 살리기

〈디자인 톡! 톡! 톡!〉행사 후 홍석우 장관은 디자인산업 유공자의 자긍심을 높이고 디자이너가 존경받는 사회분위기 조성을 위해 ‘디자인 명예의 전당 선포식’을 실시했다. 이와 함께 1970년부터 1980년대까지 우리나라 디자인의 기초를 마련한 디자인 명예의 전당 대상자 봉상균 전 서울과학기술대 교수, 한도룡 홍익대 명예교수, 조영제 서울대 명예교수 등 디자인 원로 3인의 핸드프린팅 행사도 진행되었다.

디자인 장관, 디자인 국장을 임명하다

한편 이날 디자인계 주요 인사들과의 오찬 간담회에서 홍석우 장관은 “디자인에 대한 국민의 인식 개선과 더불어 기업 CEO의 인식 개선이 중요하다”고 거듭 강조하고 “이제는 디자인을 타 산업에 대한 지원 도구 개념이 아닌 디자인 산업으로 인식해 육성해야 한다”고

밝혔다. 무엇보다 디자인 산업이 한 단계 도약할 수 있는 종합적 대책마련을 관련 인사들에게 재차 당부했다.

특히 홍 장관은 함께 참석한 김학도 신산업정책관을 ‘디자인 국장’이라고 호칭해 눈길을 끌었다. 김 신산업정책관에게 “디자인 산업은 아직 터전이 안 잡혀 있는 만큼 디자인 국장이 적극적 관심을 갖고 진흥정책을 추진토록 하라”고 당부했다. 그리고 10월 안에 디자인 산업 지원방안을 마련해 발표할 것을 지시했다.

구슬이 서 말이라도 꿰어야 보배

홍석우 장관은 “디자인이 중요하다는 것은 확실히 알겠다. 하지만 현 상황에서는 그것을 어떻게 고리에 꿰느냐가 중요한 것 같다. 한국경제는 앞으로 소비자에게 감동을 줄 수 있는 혁신적인 제품을 만들어내는 것이 중요하다. 이러한 혁신적인 제품으로 서비스를 구현하는 과정에서 디자이너가 핵심적인 역할을 해줘야 한다”며 디자이너의 중요성을 거듭 강조했다.

우리는 분명 디자인이라는 구슬을 가지고 있다. 그것을 보배로 만드느냐 아니면 그냥 구슬로 남게 하느냐는 우리 디자인계의 몫이다.

이처럼 디자인 장관과 디자이너와의 뜻깊은 대화를 통해 디자인 진흥에 대한 정부의 의지는 물론 디자인계가 해결해야 할 숙제 또한 발견할 수 있었다.

‘디자인 강국, 코리아!’ 그것은 우리 모두의 노력이 있어야만 맺을 수 있는 열매일 것이다. 대한민국의 디자인 장관과 디자이너가 함께 만들어 나가는 K-Design의 미래, 앞으로 어떻게 펼쳐질지 기대된다. 



하승철 대리는 2004년 〈한국디자인진흥원〉에 입사해 차세대디자인리더 육성사업, 한국 디자인진흥원-아름다운재단 ‘디자인나눔 사업’ 기획·운영, 대정부·국회 업무, 예산 업무, 정책개발 업무를 담당했다. 현재는 경영기획실에서 중장기 경영계획 수립과 디자인산업발전 전략 수립 등을 담당하고 있다.

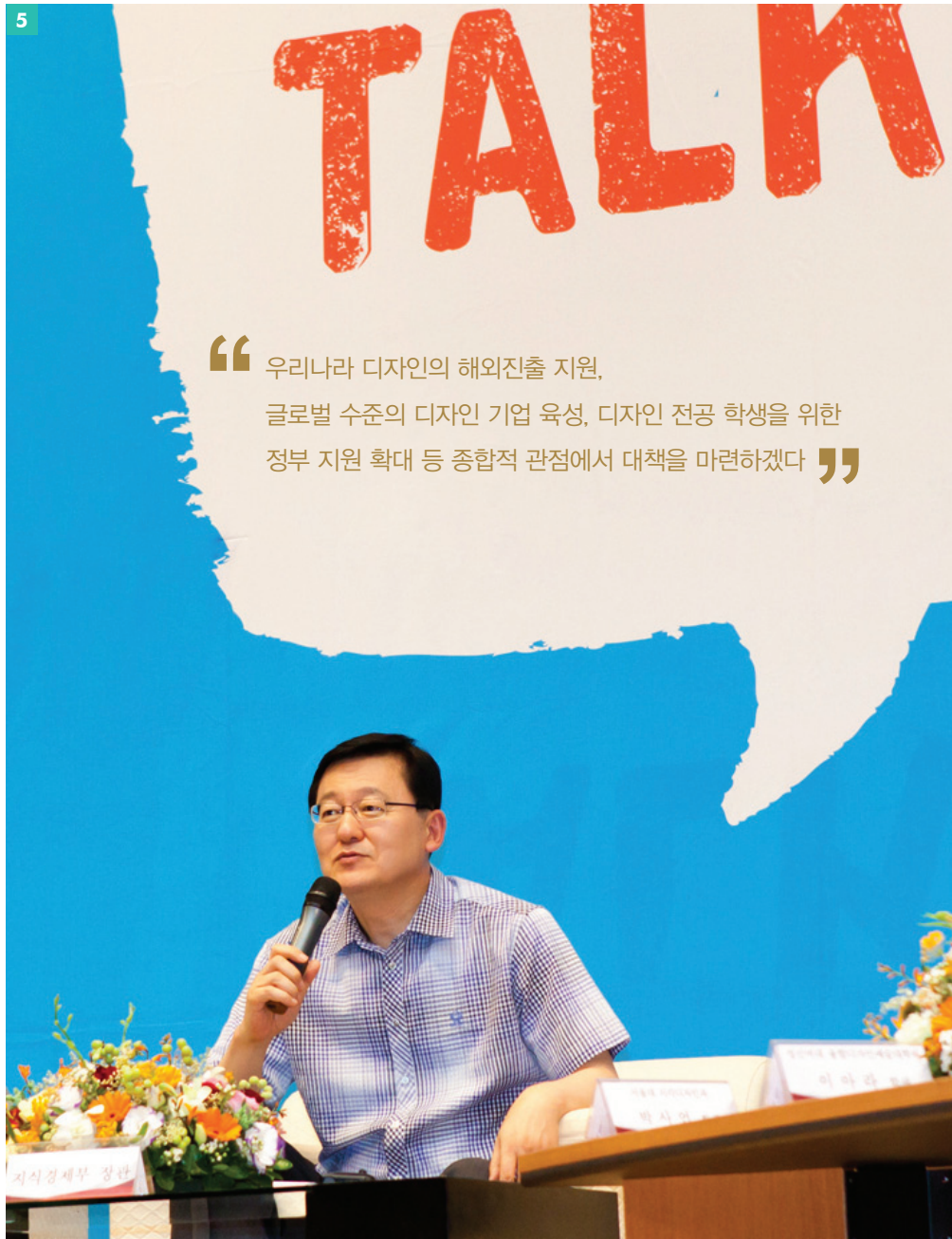


1. 홍석우 지식경제부 장관과 디자인계 인사들이 참석한 가운데 <디자인 특! 특! 특!> 행사가 열렸다. 특히 이날 행사는 기존의 정형화된 형식을 탈피해 토크쇼 형식으로 진행되었다.



2. 홍석우 장관은 “융합시대에 디자인은 인문학과 기술의 융합을 통한 혁신적 제품 및 서비스 구현의 가교 역할을 하는 중요한 분야다. 디자인은 미래 한국 경제를 견인하는 핵심이 될 것이다”라고 강조했다.

3. 4. 참석한 디자이너들은 디자인 시장의 과당경쟁, 저가 수주문제 심화, 디자인학과 졸업생의 취업난 등에 대한 정부의 대책마련 등을 호소했다.



〈디자인 톡! 톡! 톡!〉 현장 스케치

“ 디자인 시장의 과당 경쟁, 저가 수주 등의 문제 심화와 불공정거래 보편화 문제에 대해서는 2012년 내에 디자인 단가 기준 마련 등 가이드라인을 제시해 우선 공공부문에서 활용될 수 있도록 하고, 이를 통한 시장 환경 개선을 유도하겠다 ”



6. '디자인 명예의 전당 선포식'. 1970년부터 1980년대 한국 디자인의 기초를 마련한 디자인 명예의 전당 대상자 한도룡 홍익대 명예교수, 봉상균 전 서울과학기술대 교수, 조영제 서울대 명예교수 등 디자인 원로 3인의 핸드프린팅 행사가 이어졌다.



7. 디자인계 주요 인사들과의 오찬 간담회에서 홍석우 장관은 “디자인에 대한 국민의 인식 개선과 더불어 기업 CEO의 인식 개선이 중요하다”고 거듭 강조했다. 좌측은 KIDP 이태용 원장.



8. 홍 장관은 함께 참석한 김학도 신산업정책관을 '디자인 국장' 이라고 호칭하며 “디자인 산업은 아직 터전이 안 잡혀 있는 만큼 디자인 국장이 적극적 관심을 갖고 진흥정책을 추진토록 하라”고 당부했다. 그리고 10월 안에 디자인 산업 지원방안을 마련해 발표할 것을 지시했다.



9. 1층 로비에 전시된 'Design Old & New'의 디자인 제품을 관람하고 있는 홍석우 장관과 이태용 KIDP 원장. 한국의 차세대디자인리더 15명의 디자인 제품 50여점과 1900년부터 2000년대 트렌드를 주도했던 글로벌 디자인 제품 40여점이 전시되었다.

Special Theme

오픈지식 전성시대 아이디어를 공유하라

- 01. TED를 말하다, TED BEST
- 02. 지식이 평평 쏟아집니다, SNOW - 세계 석학들의 명강의를 한눈에
- 03. 15분이면 세상이 바뀝니다 - 세상을 바꾸는 시간, 15분
- 04. 나눌만한 모든 아이디어와 경험을 공유하라
- 05. 10인에게 물었습니다, 내가 좋아하는 베스트 오픈 강연
- 06. 오픈지식 HOT 활용가이드, QR 코드 리스트 업

SHARING OPEN IDEA

퍼뜨릴 만한 가치가 있는 아이디어는 퍼지게 되어 있다.
그 아이디어들이 사람들에게 영감을 주고, 묵상하게 만들며,
또 다른 아이디어를 만들게 하고, 행동하게 한다.

TED 큐레이터, 크리스 앤더슨(Chris Anderson)

01.

TED를 말하다,
TED BEST

글. 송인혁 <큐레이터디자이너스> 대표

세상은 이제 새로운 협력의 시대로 넘어가고 있다. 연결성이 강화될수록 사람들의 관계는 혈연, 조직과 같은 물리적인 연결 구조에서 정서적 동질성으로 연결될 수 있는 관심사의 네트워크로 변모한다. 그래서 우리가 일반적으로 조직에서 수행하는 형태의 분업 방식, 즉 파이를 쪼개서 일을 하는 분할정복(Divide and Conquer) 방식의 협력(Cooperation)에서 각자의 음식을 들고 모여 소통하는 포틀럭(Potluck) 방식처럼 공동의 목적과 이념을 위해 각자의 재능과 역량을 들고 모여드는 협력(Collaboration)으로 진화를 한다. 코퍼레이션(Cooperation) 협력은 최대 실현 가치가 이미 정해져 있지만 콜라보레이션(Collaboration) 협력은 구성원들의 내적 에너지와 역량이 얼마나 클 지 아무도 알 수 없다.

자기 주도적인 사람들이 스스로 모여 만든 협력의 가치는 우리의 상식을 뛰어넘는 수준일 수 있다. 분업과 단절의 조직 문화, 소수의 지도자에 의한 리더십에 의존하는 방식이 아니라 서로 연결하여 가능성을 모색하고 모두가 오너십을 가지고 공동의 가치를 실현하기 위한 아이디어를 모색하는 방식. 그런 세상이 도래했다.

새로운 협력의 세상, 그 정점의 대표적인 예가 바로 'TED(테드, 이하 TED : www.ted.com)'다. 세계는 바야흐로 지식의 혁명, TED가 열풍을 일으키고 있다. TED 강연 영상 하나쯤은 이미 본적이 있는 사람이 많을 것이다. 하지만 수많은 강연 플랫폼 중에서도 TED는 유독 센세이션이라는 이름이 따라 붙는다. TED를 모르는 사람들을 위해 TED가 어떤 평가를 받고 있는지를 조사하면 다음과 같다.

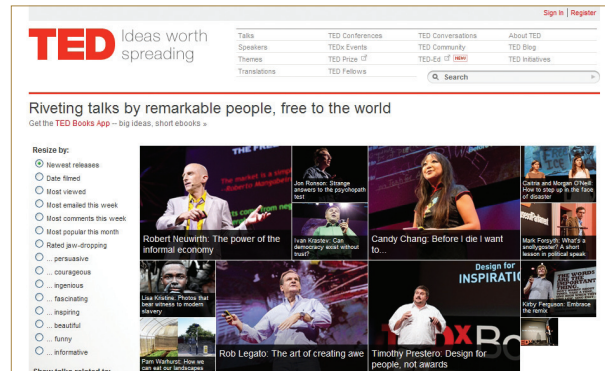
당신이 인생에서 그토록 찾아 헤매던 그것

내 인생은 TED를 만나기 전과 후로 나뉜다

3번 울고 10번 기립 박수를 쳤으며 100번 감동 쇼크를 받았다

조직을 뜨거운 열정으로 살아 숨쉬게 만들고 싶었는가? 이것이 답이다

이것은 차라리 종교다



TED가 무엇이기에 이런 기적 같은 일들이 펼쳐지는 걸까? TED는 테크놀로지(T), 엔터테인먼트(E), 디자인(D)의 머릿말을 딴 국제 컨퍼런스다. '전파할 가치가 있는 아이디어' 들을 공유하는 세계 지성의 향연이다. 전 세계의 가장 앞서가는 진보 지식인들이 모여 세상을 관통하는 지성을 얘기하고, 미래의 다양한 이슈들을 돌파할 수 있는 아이디어들을 함께 나누는 컨퍼런스다.

단순히 앞서가는 이들의 연구결과를 발표하는 행사가 아니라 인류가 탐구하는 모든 값진 지혜가 한데 어우러지고 소통되어 세상을 변혁시키는 플랫폼인 셈이다. TED에 소개되는 각종 강연들은 시대를 선도 하기에 충분한, 듣지도 보지도 못한 경이로움 그 자체들이 많다. 세계적인 디자인혁신기업 아이데오(IDEO)의 최고 경영자(CEO) 팀 브라운이 들려주는 디자이너들이 세상을 바꿀 수 있는 이야기, 직접 뇌종양에 걸려본 뇌 과학자의 임사체험과 해탈, 지구 곳곳을 전부 다녔던 인류학자가 전하는 인간의 보편성 이야기, AI의 아버지 마빈 민스키가 말하는 인공지능, 진화생물학자 리처드 도킨스가 말하는 우주 이야기, 다니엘 핑크의 새로운 미래에 대한 증언, 스티븐 호킹의 우주로 가는 꿈에 관한 이야기, 우주가 하나가 아니라 여러개임을 입증하는 충격적인 발견을 전하는 브라이언 그린, 전 미국 부통령 앨 고어의 지구 온난화를 막기 위한 노력, 지구 최대의 질병인 말라리아 퇴치 운동에 관한 빌 게이츠의 행동 등 TED에서는 우리 마음속의 수많은 의문이나 고민들을 풀어가는 사람들의 다양한 이야기가 펼쳐진다.

단순히 세상을 선도하는 유명한 이들과 무대에 서는 것은 아니다. 평범한 소방수 자원봉사대원은 화재에서 구출된 집주인의 불타는 집에 들어가 그의 신발을 찾아서 가져다주는 평범한 일을 했을 뿐이다. 그런데 집주인이 자신의 생명을 구해 주었을 뿐만 아니라 신발까지 챙겨주는 세심함에 감사함을 전하는 편지를 소개하면서 우리가 매일 세상을 구할 수는 없지만 매일 세상에 작은 기여를 할 수 있다는 이야기를 단 4분 만에 전하며 관객의 기립박수를 끌어낸다.

TED는 '모든 것은 연결되어 있고 모든 것은 공유되어야 한다'는

이념으로 모든 지식의 급진적 개방을 기치로 삼아 강연 동영상을 공개하고, 자원봉사 번역 시스템을 도입했다. 사실 이것은 큰 리스크가 뒤따르는 실험이었다. 하지만 두려움이라는 심리적 장벽을 넘어서자 그들을 찾아온 것은 전혀 예측할 수도, 짐작할 수도 없었던 거대한 성공의 물결이었다. TED의 혁신적인 아이디어에 감명을 받은 수많은 사람들이 〈TED 토크〉라고 부르는 강연 영상들을 주위에 전파했다.

현재 TED 강연들은 93개 언어로 5천여 명의 자원봉사자들에 의해 번역되고, 85개국에서 1500만 명에 의해 총 3억번의 시청이 일어났다. TED가 진정으로 큰 영향력을 갖는 이유는 이처럼 컨퍼런스를 통해 발굴된 아이디어들을 널리 퍼뜨려주는 전 세계의 실천가들 때문이다.

그래서 TED의 무대에 서는 연사들은 그저 고개를 끄덕거릴 수 있는 정보를 전하는 것으로는 충분하지 않다. 핵심은 지행일치다. 아무리 좋은 기량을 가진 연사도 그가 하는 이야기와 그의 행동이 일치하지 않으면 무대에 설 수 없다. 그래서 연사의 성공담보다는 실패담이 더 주목되고, 연사의 일생과 그 아이디어가 밀접한 관련이 있어야 한다.

TED 강연의 핵심은 무대에 서서 최선을 다하는 연사가 아니라 생각과 행동의 변화를 이끌어낼 수 있는 그의 이야기에 있기 때문이다. 그리고 전체 행사의 20% 이상의 시간은 네트워킹 시간으로 할당할 만큼 지식이 지식으로서 끝나지 않고 사람들 사이에서 확산될 수 있도록 유도한다. 이런 바탕에서 연사들의 이야기는 너무나도 훌륭해서 자신도 모르게 감동과 깨달음의 눈물을 흘리고 물려드는 흥분감에 밤잠을 설치는가 하면 평범하게 그저 매일을 살아가던 우리 자신의 하루를 어떻게 하면 가치 있게 타인을 위해서 쓸 수 있을까에 대해서 고민하게 만들만큼 삶을 완전히 변모시키기에 충분하다.

세상의 아이디어가 공명하다 TEDx

TED는 테드엑스(TEDx : independently organized TED event)라는 프로그램을 만들어 각자의 지역에서도 TED 이벤트를 독자적으로 조직하여 진행할 수 있는 가이드라인을 만들어 배포했다. 결국 캘리포니아 일대에서의 훌륭한 컨퍼런스 정도로 평가받던 TED는 3년만에 전 세계로 퍼져나가며 2,200개가 넘는 TEDx 이벤트가 활동하며 폭발적인 관심과 전지구적인 호응을 불러 일으키며 하나의 문화 현상으로까지 등극하기에 이르렀다. 브랜드와 프로그램의 급진적 개방이라는 오픈소스화 시도는 대성공을 이루었다. 현재 TEDx 중에는 TED를 능가하는 규모와 새로운 차원의 시도를 하는 곳들이 많고, 지역 이벤트에 대한 관심도 TED 못지 않게 뜨거운 곳이 많다. 한국의 경우 TED의 대중화를 이끌어 낸 대표적인 이벤트는 바로 TEDxSeoul이다.

지난 11월의 TEDxSeoul 이벤트의 경우 350석의 좌석이 등록

개시 직후 90초 만에 마감되는 기염을 토할 정도로 뜨거운 관심을 받았다. 수많은 이슈들에 대한 끝없는 논쟁과 반목을 거듭하는 한국의 부정적 대화 문화에서 ‘아이디어의 공유’라는 관점의 전환은 우리가 찾던 바로 그 돌파구였다. TEDxSeoul의 성공은 불과 2년여만에 80개가 넘는 한국 TEDx 이벤트를 탄생하게 만들었고,

TEDxSamsung을 비롯해 다수의 기업 이벤트로까지 번져 나가면서 하나의 지식과 열정의 문화로 자리잡아가고 있다. TEDxItaewon 컨퍼런스는 그 참석자의 규모가 1,100명을 넘어서며 한국의 대표 컨퍼런스 자리를 넘보고 있다.

생각해보라. 각국에서 일어나는 전세계 2천개의 이벤트에서 공유되는 아이디어들을. 보통 이벤트 당 10명 정도의 연사를 무대에 세운다고 했을 때, 한 해에만 발굴되는 가치 있는 아이디어가 2만 2천개가 넘는 셈이다. 그들은 자신들의 삶을 바치고 있는 이야기들을 청중들과 시청자들에게 전하며 함께 문제를 해결하자고 요구한다. 지식을 연결하고 사람을 연결하는 것. 우리는 여기서 내적인 흥분과 의미를 갖는다는 것이다.

그리고 나아가 이 세상을 더 의미있게 바꾸기 위해 내가 기여할 수 있는 것은 무엇일까. 여러분에게 지금 필요한 아이디어는 무엇인가. 전 세계의 열정의 지식 네트워크에 접속하고 싶다면, 지금 당장 TED.com과 한국의 다양한 TEDx에 접속하기 바란다. 어떻게 찾는지 힘들다고? 여러분이 관심만 있다면 즉시 찾을 수 있을 것이라고 확신한다. 

이미지 출처 : www.ted.com



송인혁 대표가
추천하는
TED BEST Talks.

기분이 가라앉고 머리가 맑지
않을 때 나를 깜짝 놀라게 만들
기발한 이야기들

마코 템페스트 :
진실과 거짓의 마술 (그리고 아이포드)

마술사 마코가 삶이란 하나의 마술과도
같음을 아이팟을 이용한 마술로
보여준다. 단순히 신기한 마술이 아니라
이 속에서 진실과 거짓, 예술과 감정
등에 대한 재치 있고 진심 어린 사색을
경험하게 된다.
http://www.ted.com/talks/lang/ko/marco_tempest_the_magic_of_truth_and_lies_on_ipods.html

안토니 아탈라 :
사람의 신장을 인쇄하다

외과의 안토니 아탈라 박사가 장래 장기
기증자 문제를 해결할지도 모를 초기
단계의 실험을 보여준다. 살아 있는
세포를 이용해 이식 가능한 신장을
만들어 내는 3차원 프린터를 시연하며
의료과학의 새로운 신세기를 펼쳐
보인다. 경이로움이란 바로 이런 것.
http://www.ted.com/talks/lang/ko/anthony_atala_printing_a_human_kidney.html

나에게겐 기발함이 필요해!

콜린 로버트슨 :
TED 강연자의 최악의 악몽

콜린 로버트슨은 TED 강연 무대에서
태양열 동력 및 클라우드 소싱을 이용한
헬스케어 솔루션을 소개하기 위한 3분을
할당 받았다. 하지만 그는 삶의 최악의
순간을 맞이하게 되는데... 하지만 이것은
사전에 기획된, 관객과 시청자를 깜짝
놀라게 만들기 위한 합의된 연출
이었으니,
http://www.ted.com/talks/lang/ko/a_ted_speaker_s_worst_nightmare.html

역경을 극복하라, 삶의 연금술사가
되어 줄 훌륭한 지침들

에이미 멀린스 :
역경의 기회

나는 왜 이렇게 불행하냐고? 왜 하는
일 마다 이렇게 잘 안되냐고? 에이미
멀린을 보라. 그녀는 태어날 때부터
정강이뼈가 없이 태어나 걸을 수도 없는
사람이었다. 하지만 신기원을 이룬 육상
선수 에이미 멀린스는 장애의 정의를
다시 쓰고 있다. 도리어 그녀는 역경이
개개인의 잠재력을 어떻게 끌어 내는지를
직접 보여주고 있다.
http://www.ted.com/talks/lang/kor/aimee_mullins_the_opportunity_of_adversity.html

마크 베조스 :
자원봉사 소망대원으로서
얻은 삶의 교훈

자원봉사 소망대원인 마크 베조스는
기대했던 대로 이루어지지는 않았지만,
그에게 '영웅이 되는 것을 기다리지
마라' 라는 커다란 교훈을 줬던 영웅적
행동의 이야기를 전한다. 우리는 세상을
매일 구할 수는 없지만, 매일 세상에
영향을 줄 수는 있다는 귀중한 깨달음을
느끼게 된다. 그리고 우리 모두가
중요한 존재임을 발견하게 된다. 단 4분
만에 관객의 기립박수를 끌어내는
놀라운 이야기.
http://www.ted.com/talks/lang/ko/mark_bezos_a_life_lesson_from_a_volunteer_firefighter.html

CEO, 정책 담당자들이 꼭 봐야 할 인사이트

데렉 시버스 :
운동이 시작되는 방법

리더는 외로운 미치광이일 수 있다. 그를 진정한 리더로 변모시키는 것은 그를 따르는 추종자들이다. 이제 한 명의 리더에 의한 조직이 아니라 깃발을 들고 뛰는 사람이란 뜻의 '리드' 심으로 관점을 변화시킬 때이다.

http://www.ted.com/talks/lang/en/derek_sivers_how_to_start_a_movement.html

사이먼 시넥 :
위대한 리더들은 어떻게 행동을 이끌어 내는가

수많은 기업과 조직에서 가장 영향력을 이끌어 낸 최고의 TED 강연. 'Why → How → What'이라는 감정에서 논리로의 스토리텔링이 얼마나 사람에게 큰 영향을 미치는지를 임팩트 있게 보여 준다.

리더라면, 그리고 사람의 마음을 움직여야 하는 사람이라면 꼭 봐야 할 명강연.

http://www.ted.com/talks/lang/ko/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action.html

토니 로빈슨 :
행동의 이유, 내적 동기의 신비로움

왜 우리는 행동을 하는가에 관한 내적 동기의 비밀을 밝히는 이야기. 그리고 소중한 것을 잃어버리지 않기 위해 무엇이 필요한지를 설득력 있게 전한다.

http://www.ted.com/talks/lang/ko/tony_robbins_asks_why_we_do_what_we_do.html

창의성이 필요할 때!

엘리자베스 길버트 :
창의성은 내 안에 있는 것이 아니라 사이에 있다

우리는 항상 자신의 능력을 키우고 남들보다 더 뛰어나야 한다는 압박증을 가지고 살고 있다. 하지만 창의성은 내 안에 있는 것이 아님을 보여준다. 사실 고대부터 사람들은 창의성이 요정과 같은 것이어서 내 안에 깃들 때 지니어스가 발현된다고 믿었다. <먹고 기도하고 사랑하라>의 작가 엘리자베스가 사랑, 아이디어, 열정, 모든 것들이 어디에서 나오는 것임을 가슴으로부터 느끼게 만들어 준다. 그리고 알라와 율레의 비밀도 알게 된다.

http://www.ted.com/talks/lang/ko/elizabeth_gilbert_on_genius.html

삶의 소중한 것들을 다시 발견하기

네일 파스리차 :
정말 대단한 3가지 A

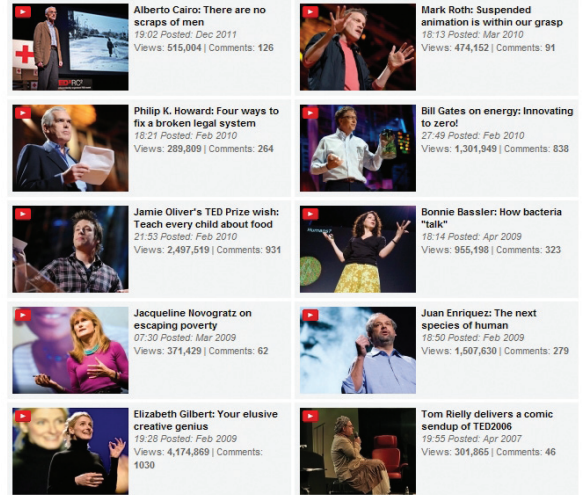
삶에서 모든 것을 잃어버려 죽음까지 생각한 한 남자가 지극히 작은 것으로부터의 경이로움과 소중함을 발견해가는 놀라운 여정을 담은 이야기. 삶의 부정적인 감정과 무기력을 뒤바꿀 수 있는 정말 작지만 작은 행동의 방법을 보여준다.

http://www.ted.com/talks/lang/ko/neil_pasricha_the_3_a_s_of_awesome.html



송인혁 <퓨처디자이너즈> 대표는 모든 것은 내 안에 아니라 사이에 있음을 깨닫고 내적인 열정과 창의성을 창발시키는 조직문화 전문가로 활동하고 있다. 그는 세계적인 지식 컨퍼런스 TED를 한국에 대중화시키는데 공헌했고, 삼성전자의 조직문화를 크게 변모시키며 구성원들이 서로 마음을 열고 협력할 수 있는 '마인드 스토밍'이라는 분야를 개척했다. <화난 원숭이들은 모두 어디로 갔을까> <스파크>의 저자이고 가장 일하고 싶은 기업 아마존 재포스가 선정한 인물이며, 제레미 리프킨, TED 크리스 앤더슨이 극찬한 혁신가다.

Favorite talks



이미지 출처 : www.ted.com

디자이너들이 세상을 바꿀 수 있다!

팀 브라운 :
디자이너들에게 더욱 크게 생각할 것을 권합니다

IDEO 최고경영자 팀 브라운은 지금의 디자이너들이 우리 사회의 보다 큰 문제들을 고민하는 대신에, 깔끔하고 이쁜 물건들을 만들어 내는 것에만 너무 집착하고 있다고 말한다. 그는 디자이너에게 지역사회와 협력하고 참여하는 디자인적 사고로의 전환을 역설하며 우리가 무엇을 할 수 있을지를 제안한다.

http://www.ted.com/talks/lang/ko/tim_brown_urges_designers_to_think_big.html

티모시 프레스테로 :
상 받기 위해서가 아닌, 사람을 위한 디자인

티모시 프레스테로는 자신이 개발 도상국의 유아를 위한 인큐베이터를 고안했다고 생각했다. 그리고 타임즈가 선정한 2010년 최고의 발명품으로까지 선정되었지만, 사진 촬영을 위해 들어간 아이를 제외하고는 그 인큐베이터는 사용되지 않았다. 그의 쓰디 쓴 경험을 통해 명예를 얻는 수상작보다는 실생활을 위한 디자인의 중요성을 일깨우는 선언과도 같은 강연을 한다. 우리는 세상을 위한 제품을 디자인하고 있는가? 아니면 회사의 니즈에 그저 따르는 예쁜 무언가를 만드는 데 그치고 있지는 않은가를 생각해 보자.

http://www.ted.com/talks/lang/ko/timothy_prestero_design_for_people_not_awards.html

02.

지식이 팡팡 쏟아집니다, SNOW – 세계 석학들의 명강의를 한눈에

글. 이자선 (숙명여자대학교) 시각영상디자인학과 교수

SNOW(스노우, 이하 SNOW : www.snow.or.kr)는 오픈지식 공유 플랫폼이다. 2009년 12월 베타 서비스를 시작해 2010년 3월 정식 출시 이후로 약 1만여 개의 지식 동영상과 1천여 개의 한글번역 스크립트 동영상을 공유하는 국내 최대 지식 동영상 공유 커뮤니티를 만들어 나가고 있다.

SNOW는 네티즌을 통해 서서히 알려지기 시작했다. 현재 1천만 페이지뷰와 53만명의 사용자가 SNOW 사이트를 이용해 왔다. 매일 1,200명 이상의 사용자가 이용하고 있다. 초등학교생부터 노년층에 이르기까지 지식 동영상을 습득하고 공유하기를 원하는 누구나가 이용하고 참여할 수 있다.

SNOW는 전세계적으로 일어나고 있는 새로운 디지털 환경의 변화로 인한 OER(Open Educational Resource, 공개 교육 자료) 운동의 일환으로 시작되었다. 해외에서 활발한 OER 운동에 비해 국내에서 저조한 이유를 파악하고, 이를 해결하고자 하는 노력에서 비롯되었다. 지식 동영상을 함께 공유하고 언어의 장벽을 같이 해결하며 더 나은 학문과 가치를 공유하기 위한 자발적인 지식 공유 문화를 만들어 나가는데 그 목표를 두었다.

SNOW에서 공유되는 모든 지식 동영상은 해당 제작자의 홈페이지에서 플레이 부분만 공유하는 형태다. 또 공유되는 대부분의 지식 동영상은 비영리 목적으로 공유되는 크리에이티브 커먼스(Creative Commons) 라이선스를 가지고 있거나 이에 준하는 라이선스를 가지고 있다. 사용자에게 의해 공유되는 콘텐츠는 모두 이 라이선스를 이용해 자유롭게 저작권 걱정없이 공유할 수 있다.

무엇보다 SNOW는 좀 더 다양하고 질적으로 훌륭한 콘텐츠 공유를 위해 예일대학교, 스탠퍼드대학교, ForaTV 등과 콘텐츠 공유 허가를 통해 우리나라에 TED 이외의 지식 동영상을 알리는데 앞장서고 있다.

SNOW에서 가장 인기 있는 강의는 스티브 잡스의 <스탠퍼드 졸업식 축사>다. 지금은 타계했지만 그 당시 체장암을 이겨내면서 느낀 인생의 조언을 해주고 있다. 그러나 단순히 강연자 업적 중심의 단편 강연보다는 대학에서 공개한 한 학기 또는 1년 과정의 정규 강의들이 인기가 높다. 자신의 도덕성과 윤리성을 시험해 볼 수 있는 마이클 샌델의 하버드대학교 명강의 <정의> 12강 모두는 한글로 번역된 한글 자막으로 만날 수 있다. 셸리 케이건의 예일대학 철학 강의 <죽음>



26강을 통해서 죽음과 삶에 대한 의미를 다시 생각해 볼 수도 있다. 과학의 대가 리처드 파인만의 <물리학> 강의와 리처드 도킨스의 <인간의 진화>에 대한 명강의 역시 한글 자막으로 만날 수 있다.

한편 지식 상차림이 너무 푸짐해 무엇을 선택할지 고민스럽다면 SNOW 홈페이지 메인화면 우측 상단의 <도움말>을 클릭해 보자. 'SNOW 알림' 카테고리에는 SNOW에서 가장 사랑받는 주제별 강연 정보도 얻을 수 있다. 고전, 역사, 문학, 철학, 종교학, 경제학, 법학, 정치학, 사회학, 심리학, 인지과학 등에서 엄선한 <분야별 추천강의 베스트 100>을 만나볼 수 있다. 또 해리포터 작가 J.K.롤링의 <하버드 졸업식 축사>, 마틴루터 킹 목사의 <나에게는 꿈이 있습니다>, 오바마 미국 대통령의 <2009년 노벨평화상 수상 연설> 등의 강연이 있는 <SNOW 일반강의 베스트 10>과 이외에도 <SNOW 정규강의 베스트 10>, <SNOW 제공처별 베스트 동영상>도 꼼꼼히 정리되어 있다.

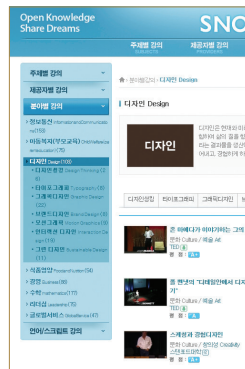
무엇보다 SNOW 프로젝트를 이끌고 있는 필자가 디자인 전공 교수이기 때문에 디자인관련 강의나 번역은 모두 학생들과 함께 이루어 지고 있다. 특히 SNOW 강의는 이복과 이러닝을 결합한 블렌디드 러닝의 일환으로 수업시간에 이용되고 있다.

SNOW 분야별 디자인 섹션으로는 디자인 씽킹, 타이포 그래픽, 그래픽 디자인, 브랜드 디자인, 모션 그래픽, 인터랙션 디자인, 그린 디자인으로 디자인 관련 강의를 좀더 세분화하여 공유하고 있다. 올 연말 다시 업데이트 될 예정으로 자원활동 학생들과 현재 정리 중에 있다.

SNOW 디자인 분야별 강연

가장 인기있는 디자인 강연으로는 현재 로드아일랜드 스쿨 오브 디자인 총장으로 있는 존 마에다의 <디자인 여행> 강연이다. 그가 디자인 여정을 어떤 식으로 이끌어 왔는지 등 존 마에다의 디자인 철학을 배울 수 있는 좋은 강연이다.

이 외에도 얼마전 안타깝게도 타계한 힐먼 커티스의 <아티스트 시리즈>는 영상미 뿐만 아니라 스테판 사그마이스터, 밀턴 글레이저,



폴라 세어 등의 수준 높은 디자인 강연을 제공하고 있다. 또 워커 아트 센터는 피터 브루케넨, 마리안 반트예스, 엑스페리멘탈 젯셋 등의 최근 가장 훌륭한 디자이너들의 강연을 시리즈로 공개하고 있다. 한편 UI(User Interface) / UX(User eXperience) 분야에 관심이 있다면 돈 노만, 빌 벅스톤 등의 강연을 들을 수 있는 스탠퍼드대학교의 <HCI 세미나>를 추천한다.

프론티어 자원활동가의 힘, SNOW의 힘

SNOW의 콘텐츠는 모두 프론티어인 자원활동가에 의해서 업로드 되고 한글로 번역되고 공유되고 있다. 이것이 바로 SNOW의 힘이다. 기존의 공급자가 콘텐츠를 제공하는 방식에서 벗어나 사용자가 자발적으로 공유하고 있기 때문에 누구도 상상할 수 없었던 거대한 지식 동영상 공유 커뮤니티를 만들어낼 수 있었다.

또 숙명여자대학교의 수많은 자원활동가 외에도 더 많은 사용자들이 자원활동가로 적극 참여하게 하기 위해 지식공유 문화에 대한 마인드를 바꾸기 위한 노력도 계속하고 있다. 특히 전문가 보다는 누구나 공유할 수 있는 지식공유 마인드 확산을 위해 매년 대규모 컨퍼런스 <SNOW 지식포럼>과 매달 자원활동가들에 의해서 기획되는 <SNOW 지식살롱>을 운영하고 있다. 이 외에도 고등학생들을 대상으로 하는 <SNOW 주니어 프로그램>과 자원활동가들의 다문화 가정을 위한 지식 봉사활동도 전개하고 있다.

이처럼 SNOW의 다양한 매력을 통해 사용자들이 자신이 공유하고 학습하는 콘텐츠로 인해 영어 학습 능력 뿐만 아니라 학문에 대한 열정을 고취시키고 더 나아가 자신의 직업과 인생 철학에 영향을 미치기를 기대한다.

SNOW를 개발하고 자발적 참여자들과 함께 만들어 나가고 있는 경험을 통해서 교육 분야 뿐만 아니라 비슷한 문제와 해결방식이 다른 분야에도 적용될 수 있음을 알게 되었다. 디자인, 문화 창작, 뉴미디어 개발 영역에서도 공개된 많은 지식들을 통해서 리믹스가 가능하고 스스로 창작자가 가능한 시대가 되었다. HTML(HyperText Markup Language)부터 프로세싱, 이클립스, 아두이노, 오픈 프레임워크 등의 다양한 테크놀로지를 이용하여 누구나 쉽게 개발하고 배포하고 창작할 수 있는 리소스들이 전에 없이 많이 공유되고 있다. 또 이러한 개발지식을 공유하는 다양한 커뮤니티들도 자발적으로 생겨나고 발전하고 있다.

이들이 성공적으로 진화하는 가장 큰 이유는 '자발적 오픈'과 '공유의 문화'에 그 기반을 두고 있다고 할 것이다. 문화를 받아들이고 이것을 흡수해 체내화하고 향유하는 데는 어느 정도의 시간과 절차, 그리고 받아들이는 과정에서 문화적 변이가 필요한데, 아직 우리나라에서는 이 변화의 과정 어느 중간쯤에 있다고 판단된다.

'자발적 오픈'과 '공유의 문화'가 해외에서는 활발한 반면 우리나라에서는 이러한 흐름이 다소 더디고 느리다는 점에서, 그간의

SNOW의 경험들이 해결의 실마리를 제안할 수 있다고 생각한다.

우선 '누구를 위한 무엇을 위한 오픈과 공유인가'에 대한 공감대 형성이 되어야 '자발적 오픈'과 '공유'가 시작될 수 있을 것이다. 자신의 것을 오픈하고 공유하는 것이 단지 '빼앗기는 것'이나 아니면 '자신을 드러내고 싶음'이 아니라, '나 자신의 더 나은 디자인 창작을 위한 과정'이라는 것이 이해 되어야 한다. 또 '오픈과 공유의 과정'조차도 '창작의 일부'라는 것을 서로 인정하는 문화가 형성되어야 한다. 이를 위해서는 개인을 중심으로 하기보다는 오픈 플랫폼과 커뮤니티를 중심으로 '자발적 공유'가 확대되어 나갈 수 있도록 참여하고 지원하는 것이 무엇보다 필요하다.

위와 같이 SNOW의 지난 3년간의 경험 공유를 통해 어떻게 하면 우리의 디자인 영역이 좀 더 발전적 방향으로 나아갈 수 있을지를 함께 생각하는 계기가 되길 바란다. 

SNOW 분야별 추천강의 베스트 100

인문분야

<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=93>

<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=94>

과학분야

<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=91>

<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=92>

SNOW 일반강의 베스트 10

<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=19>

SNOW 정규강의 베스트 10

<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=20>

SNOW 제공처별 베스트 동영상

<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=99>

이전선 교수가 추천하는 SNOW 디자인 분야별 강연

존 마에다 <디자인 여행>

<http://www.snow.or.kr/lecture/culture/art/398.html>

힐맨 커티스의 스테판 사그마이스터 동영상

<http://www.snow.or.kr/lecture/culture/art/5950.html>

워커 아트센터 강연 시리즈

<http://www.snow.or.kr/lecture/culture/creative/4112.html>

스탠퍼드대학교 HCI 세미나: UI/UX 분야

<http://www.snow.or.kr/lecture/culture/creative/5566.html>

이미지 출처 : www.snow.or.kr



이전선 <숙명여자대학교> 시각영상디자인학과 교수는 오픈 지식이 눈처럼 평평 쏟아지는 지식공유 오픈 플랫폼인 SNOW를 진두지휘하고 있다. 현재 숙명여대 UBL 사업단 부단장과 디자인경영학회 이사로도 활동 중이다.



03.

15분이면 세상이 바뀝니다 - 세상을 바꾸는 시간, 15분

글. 구범준 <CBS> PD

여러분은 15분이라는 시간을 어떻게 사용하고 계십니까?
복잡한 도심, 한번 놓친 버스를 다시 기다리느라 15분을 보낼 때도
있습니다. 어떤 때는 출출한 늦은 밤에 라면을 하나 끓여먹는 시간으로
보낼 수도 있습니다. 또 어떤 때는 15분을 빈둥거리며 잡지를 뒤적이는
시간일 수도 있습니다. 여기 여러분이 가장 소중하고 보람있게 15분을
보낼 수 있는 방법을 제안합니다. 바로 <세상을 바꾸는 시간, 15분>과
함께 하는 것입니다. 세상에서 가장 보람있는 15분을 경험해 보십시오.

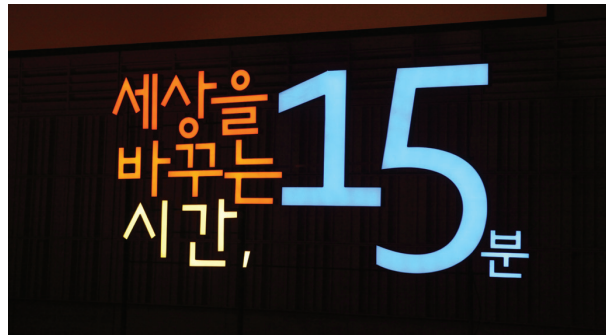
- <세상을 바꾸는 시간, 15분> 중에서 -

‘세상을 바꾸는 시간, 15분(이하 세바시 : www.change15min.com)’은 CBS에서 진행하고 있는 짧은 프레젠테이션 형식의 강연 프로그램이다. 세계적인 인기를 끌고 있는 TED의 이름을 빌리자면, ‘한국형 TED’라고 해도 무방하다. 사실, 세바시의 초기 기획은 어느 정도 TED로부터 빚진 부분이 있으니까.

하지만 이제 한 살을 갓 넘긴 세바시 강연 콘텐츠의 국내 노출도는 TED를 훌쩍 뛰어 넘는다. 방송 플랫폼은 제외하더라도 웹과 모바일에서 지난 1년 동안 세바시 강연의 누적 조회수는 2천만 건이 훨씬 넘는 것으로 추정되고 있기 때문이다.

세바시가 탄생하게 된 데에는 우리 사회에 불어온 강연 열풍이 큰 몫을 했다. 주로 젊은 학생층에 독점되던 강연 문화가 전세대로 확장된 것이다. 학점이나 자격증 등을 얻기 위해 억지로 참여하던 강연 문화는 세대 확장을 꾀으면서 자발성이 급증하게 된다. 심지어 관객들은 강연을 소비하는 것에 멈추지 않고 강연을 기획하고, 강연자로 나서는 생산자로 변신을 꾀하기 시작한 것이다. 세바시의 성공은 그런 변화의 흐름에 방송 프로그램으로서 일찍 대처한 까닭도 있다. 그러나 세바시가 진짜 성공한 이유는 다른 데 있다. 그것은 세바시가 방송 프로그램으로서는 거의 유일하게 전량의 영상 콘텐츠를 아무런 제약없이 대중들에게 공개하는 ‘오픈 지식 콘텐츠’라는 점에 있다.

‘오픈’이라는 관점에서 세바시의 특징을 소개하자면 두 가지 정도로 요약된다. 하나는 간단하다. 콘텐츠 모두가 ‘공짜’다. 강연 영상을 보기 위해 회원가입도, 돈을 낼 필요도 없다. 심지어 오프라인 강연회에 참여하는 것조차도 무료다. 오히려 돌아갈 때는 예쁜 세바시 기념품인 볼펜과 메모지도 챙길 수 있다. 또 다른 ‘오픈’의 속성은 세바시의 무대가 누구에게나 열려 있다는 것이다. 누구나 삶과 세상을 바꾸는



아이디어만 있다면 세바시 무대에 설 수 있다. 실제로 많은 ‘무명’의 강연자가 세바시를 통해 ‘데뷔’했고, 지금도 많은 팬들이 세바시 SNS에 이렇게 댓글을 남기고 있다. “나도 꼭 한 번 저 무대에 서고 싶습니다. 그 날이 올 때까지 열심히 하겠습니다!”. 이처럼 누구나 참여할 수 있는 공간으로 열려 있다는 것. 이것이 다른 강연 프로그램에 없는 세바시만의 ‘오픈’이며, 세바시만의 ‘강점’이다.

일상에서 세바시를 접하는 것은 어렵지 않다. 오히려 피해가가 어려울 정도로 촘촘하다. 방송은 CBS TV와 KT 올레 TV, 그리고 채널 IT를 통해서 볼 수 있다. 웹에서는 유튜브 세바시 채널과 다음, 네이버의 동영상 서비스에서 만날 수 있다. 모바일 플랫폼은 더욱 다양하다. 각 포털의 동영상 서비스 앱은 물론이고, 최근 선풍적인 인기를 끌고 있는 팟 캐스트, 그리고 안드로이드 OS 스마트 폰을 위한 세바시 전용 앱까지, 손 안에서 세바시를 볼 수 있는 방법은 열 가지도 넘는다. 최근에는 세바시 전용 홈페이지(www.change15min.com)까지 만들어져 더욱 다양한 서비스를 무료로 즐길 수 있다. 그러나 세바시를 즐기는 최고의 방법은 따로 있다. 바로 오프라인 강연회에 직접 참여하는 것이다. 매월 격주 월요일 저녁마다 서울 목동에 위치한 음악 공연장인 <KT챔버홀>은 세바시 강연회를 현장에서 보기 위해 달려온 팬들로 북적인다. 강연회에 온 관객들은 여섯 명의 강연자들이 전하는 생생한 감동은 물론이고, 다양한 현장 이벤트를 통해 색다른 즐거움을 만끽할 수 있다. 강연회 참여는 온오프믹스의 세바시 강연회 참여 신청 페이지(<http://onoff.mx/change15min>)에서 신청할 수 있다. 팁을 하나 말한다면, 새 강연회 참여 신청이 시작되면 서두르는 편이 좋다. 최근에는 보통 1주일 내에 정원을 초과하기 일췌기 때문이다.

세바시는 다양한 사람들에게 활용되고 있다. 학교 선생님들은 오전 수업 시작 전에 15분 동안 세바시 강연을 학생들과 함께 시청한다. 기업에서는 직원교육 프로그램의 일부로 세바시 영상 콘텐츠를 사용하고 있다. 그리고 많은 사람들이 출근길이나 점심시간에, 혹은 취침 전에 세바시 강연을 ‘복용’한다.

세바시 강연은 심지어 군인들에게도 인기가 있다. 지난달에 한 병사가 세바시 강연회를 찾은 적이 있다. 그 병사는 강원도에 있는 한 포병 대대 소속의 상병이었다. 그 상병은 필자를 찾아와 글이 빠곡히 채워진 노트를 보여 주며 이렇게 말했다. “중대장님에게 임무를 부여받고 오늘





여기에 왔습니다. 저희 부대에서는 점오 전에 매일 세바시 강연을 함께 시청하고, 느낀 점을 이렇게 노트에 적고 있습니다. 그래서 부대원들이 세바시 강연회를 직접 관람하는 게 소원인데, 혹시 저희 부대로 오셔서 세바시 강연회를 해 주실 순 없겠습니까? 나중에 병사를 필자에게 급파(?)한 중대장과 통화하면서 그 모든 이야기가 사실임을 확인했다. 걸그룹의 뮤직비디오가 아닌 강연 영상을 애청하는 군부대가 있다는 것도 놀라웠지만, 세바시 강연 영상이 이렇게 다양한 사람들에게 좋은 영향을 주고 있다는 사실이 더욱 놀라웠다. 조만간 국방부와 함께 <세바시 군인특집> 강연회도 기획해야할 판이다.

세바시에는 정말 다양한 강연자들이 무대에 선다. 다양한 영역의 전문가, 학자, 일상인이 15년 이상 자신의 삶에 쌓이고 묵힌 생각과 이야기를 15분에 압축해 대중에게 전달한다. 그런 강연이 지금까지 200여 개가 쌓였고, 앞으로도 더 많은 강연들이 세바시 목록에 이름을 올릴 것이다. 그렇게 세바시는 한국의 대표적인 지식 강연 영상 데이터 베이스가 되는 것을 꿈꾸고 있다. 그래서 대중들이 각자의 관심사와 삶의 영역에서 필요한 이야기를 언제 어디서나 세바시를 통해 얻을 수 있게 되길 희망한다.

디자이너도 세바시의 강연을 통해 멋진 생각과 통찰을 얻을 수 있다. 디자이너를 위한 좋은 강연을 꼽는다면 두 가지 영역에서 가능할 것 같다. 하나는 도전과 소통이라는 삶의 영역일테고, 나머지 하나는 디자이너라는 직업적 특성을 고려한 강연이 될 것이다.

우선 삶의 영역에서 첫 번째로 꼽을 수 있는 베스트 강연은 세바시를 대표하는 스타 강연자라 해도 무방한 김창욱 교수(서울여대 기독교학과 겸임교수)의 강연 시리즈다. 김창욱 교수는 '자아성찰'과 '관계의 소통'이라는 삶의 핵심적인 이야기를 재미와 의미를 담아 전하는 최고의 강연자다. 김 교수의 세바시 강연 시리즈가 최고라는 것은 유튜브에서만 누적 조회수가 600만을 넘는다는 사실이 입증하고 있다. 한마디로 김 교수는 강연계의 강남스타일 '싸이'다. 이밖에 프로레슬러 김남훈과 아티스피치 김미경 원장의 강연도 추천 베스트 강연이다. 이들 역시 삶을 바라보는 시각과 태도를 아주 유머러스하고 의미있게 풀어 낸 강연자들이기 때문이다.

디자이너로서 직업적 특성을 고려해 세바시 강연을 추천한다면, 우리나라 최고의 UX 디자이너 한명수 SK컴즈 이사, 당돌한 고등학생이자 UI/UX 디자이너인 유가람 양, 그리고 미대출신의 문화 기획자 류재현 대표의 강연을 꼽을 수 있다. 이외에도 디자인 경영 및 혁신 전문가 김동준 박사와 융합전문가 정지훈 교수의 강연도 지금 이 시대를 사는 직업인이려면 반드시 들어야 할 이야기들이다.

이밖에 너무나 좋은 강연들이 많지만 여기서 모두를 열거할 수 없다. 하지만 좋은 방법이 있다. 각자 오늘부터라도 하루 15분만 시간을 내서 세바시 강연을 시청해보자. 빠르면 보름, 늦어도 다섯 달 이내에 삶이 바뀌는 '기적'을 체험하게 될 것이다. 

구범준 PD가 추천하는 <세상을 바꾸는 시간, 15분>의 베스트 강연을

김창욱 - 나는 당신을 봅니다

<http://www.youtube.com/watch?v=QFqokhs4710> 외 다섯 강연 더

김미경 - 청년, 불공정거래 하지 마라

<http://www.youtube.com/watch?v=V5LDE4mXrZI>

김남훈 - 파이터, 인생은 이렇게 사는 거다

<http://www.youtube.com/watch?v=LASVM3Bii0Q> 외 한 강연 더

한명수 - 말랑말랑 라이프

<http://www.youtube.com/watch?v=L1DlwdizA8s>

유가람 - 세상은 나의 학교, 스타트업은 나의 교과서

<http://www.youtube.com/watch?v=UOYLujyIGjw>

류재현 - 성공하는 상상, 실패하는 상상 (방영 예정)

김동준 - 내 인생의 혁신, 삼성전자를 떠나다

<http://www.youtube.com/watch?v=WqJy04fAtoY> 외 한 강연 더

정지훈 - 진정한 리더십의 시대

<http://www.youtube.com/watch?v=fYmFp0214M> 외 한 강연 더

<세상을 바꾸는 시간, 15분>을 만날 수 있는 곳

홈페이지 <http://www.change15min.com>

유튜브 채널 <http://www.youtube.com/cbs15min>

페이스북 <http://www.facebook.com/cbs15min>

안드로이드 OS용 전용앱 구글 플레이에서 '세바시' 검색 후 무료 설치

사진 제공 및 이미지 출처 : 구범준, www.change15min.com



구범준 <CBS> PD는 미대진학을 포기했던 고교시절 이후 마음만은 디자이너로 살고 있는 방송 프로듀서다. <세상을 바꾸는 시간, 15분>을 기획, 연출하고 있으며 세바시 타이틀을 디자인했다.

04.

나눌만한 모든 아이디어와 경험을 공유하라

‘공유할 만한 가치 있는 생각을 확산시킨다(Ideas Worth Spreading)’는 TED의 기치가 “퍼뜨릴 만한 가치가 있는 아이디어는 퍼지게 되어 있으며, 그런 아이디어가 사람들에게 영감을 주고 목상을 하게 만들며, 또 다른 아이디어를 만들고 행동하게 함으로써 파급 효과를 양산한다”는 보편적 경험으로 자리 잡았다. 지식과 경험의 ‘사회적 나눔’이 새로운 지식문화 현상으로 부상한 결과이다.

주제와 성격이 분명한 지식공유 컨퍼런스

지식 공유 운동의 원조로 평가되는 TED의 가치와 경험을 재생산해 내고 있는 것은 TEDx 뿐만이 아니다. 민관(民官)이나 공사(公私)의 가림도 없다. 지식경제부가 주관하는 ‘테크플러스포럼(www.techplusforum.com)’은 ‘기술에 경제·문화·인간 등의 요소를 더한 창의적인 아이디어의 창출’을 목적으로 한국형 TED를 지향하며, 2009년부터 국내외 저명인사를 초청해 컨퍼런스를 개최하고 강연 동영상상을 무료로 오픈하고 있다.

‘일상의 경험’이나 ‘털어놓지 못해서 답답했던 속내’가 강연의 주요 주제로 등장하는 컨퍼런스도 있다. 2006년 11월 시애틀에서 시작되어 전 세계 주요 도시로 확산된 ‘이그나이트(Ignite)’는 평범한 사람들의 이야기를 소통하고 공유하기 위한 모임이다. 모든 행사는 강연자, 청중, 자원 봉사자의 자발적 참여를 통해 만들어지고 있다. 국내에서는 현재 서울, 대구, 부산, 광주 등에서 강연회가 개최되고 있다. 지난 8월 11일(토) 광주영상복합문화관에서 열린 ‘이그나이트 광주’ 행사에서는 ‘자원봉사’, ‘남녀의 언어방식 차이’ 등을 주제로 귀농 3년차 농부와 대학생 등 10명의 강연 발표가 있었다. 강연자가 20장으로 구성된 강연 슬라이드를 15초에 한 장씩 자동으로 넘기며, 5분 내외에 발표를 완료하는 강연 방식이 이 행사의 특징이다. 주제는 차이가 있지만, 세계 158개 도시에 기반을 둔 크리에이티브(Creative) 네트워크 ‘페차쿠차(Pecha Kucha)’는 미술·건축·패션·사진·영화 등 창조적 직업을 가진 전문가들이 모여 아이디어를 공유하는 대표적인 컨퍼런스이다.

‘UX(User eXperience)’ 분야의 아이디어 공유를 목적으로 하는 ‘UX 캠프 서울(UX Camp Seoul)’은 온오프믹스 ‘바캠프(Bar-camp)’의 전형을 보여준다. ‘바캠프’는 미국 실리콘 벨리에서



시작된 ‘형식이나 규칙이 없는 컨퍼런스’를 지칭한다. 따라서 이 행사에는 사전에 정해진 주최자나 발표자가 없다. 시간과 장소, 강연 내용을 사전에 공지하고 참가자를 모집하는 기존의 컨퍼런스와 달리, 행사 참가자 중 발표 희망자가 행사 당일에 즉석에서 발표 내용을 공지 하면 청중들은 강의실을 자유롭게 이동하며 원하는 내용의 강연을 듣고 의견을 교환하는 방식으로 행사가 진행된다. 지난 7월 14일(토) 한독미디어대학원에서 진행된 4회 ‘UX 캠프 서울’에서는 4개 강의실에서 ‘동네병원의 새로운 건강 경험 디자인’ 등 13개 주제 발표가 있었다.

‘청년’을 위한 희망 나눔, 멘토링 프로그램

2011년을 뜨겁게 달구었던 ‘청춘콘서트 2.0’은 꿈꾸는 청춘의 마음을 두드린 지식 콘서트의 가장 대중적 행사였다. 대학등록금 문제와 카이스트(KAIST) 학생자살 사건을 계기로 청년들에게 인생과 사회에 대한 비전 및 희망의 메시지를 전달하자는 취지에서 기획된 이 행사에는 서울대 융합과학기술대학원장 안철수, 법륜스님, 방승인 김제동 등의 유명인사가 멘토(Mentor)로 참여해 대중들로부터 많은 관심을 받았다. 올해는 법륜스님과 김홍신 작가가 중심이 되어 ‘청춘&희망 콘서트’라는 타이틀로 9월 6일(목)부터 9월 17일(월)까지 미국과 캐나다 12개 도시에서 한인 청년들의 고민과 아픔을 함께 나누고 대안을 제시하는 자리를 마련했다.

기업이 사회공헌사업의 차원에서 진행하고 있는 강연 프로그램들도 대학가를 중심으로 인기를 얻고 있다. 삼성의 ‘열정락(樂)’서는 삼성 임직원과 저명인사들이 강연자로 나서 대학생들과 생각을 나누는 토크 콘서트이다. 지난 해 11월에 시작된 이 행사는 ‘시즌 2’까지 24회가 진행되었으며, 4만 5천여 명의 대학생이 참가했다. 8월 말에 개막된 ‘시즌 3’은 서울, 부산, 대전, 광주, 제주 등지에서 11월 말까지 총

12회가 열린다. 2010년에 첫 행사를 시작하여 올해 다섯 번째 개최되는 ‘현대카드 슈퍼토크’도 큰 성공을 거두고 있다. 회원 대상 문화마케팅 행사라는 점에서 제한성은 있지만, 강연자와 청중이 자유로운 개별 만남을 통해 직접 소통할 수 있는 차별화된 토크 문화를 지향하고 있다는 점에 많은 주목을 받고 있다. CJ그룹의 ‘CJ 꿈지기 사절단’과 KT의 ‘드림 스테이지’ 등도 동일한 취지의 행사 가운데 하나이다.

과학자들의 강연 기부 행사, ‘10월의 하늘’

자신의 전문지식을 공개하거나 소외 계층을 위해 쓰는 강연 기부 활동도 주목을 받고 있다.

2010년 9월 카이스트 정재승 교수가 “1년 중 단 하루만이라도 자신의 재능을 나누자”는 제안으로 시작된 과학자들의 도서관 강연 기부 행사, ‘10월의 하늘’이 대표적인 예이다. “오늘의 과학자가 내일의 과학자를 만난다”는 슬로건 아래 2010년에는 전국 29개 중소도시 도서관에서 69명의 과학자가, 2011년에는 43개 도서관에서 96명의 과학, 공학, 의료 전문가가 다양한 주제의 강연으로 해당 지역 청소년을 만났다. 지난해의 경우, 김택진 엔씨소프트 대표 부부가 창원 성산 도서관에서 ‘야구에 숨어 있는 인공지능과 과학’이라는 제목의 강연을 진행해 언론의 주목을 받기도 했다.

TV 지식 강연 콘서트

TV버전의 한국형 TED를 지향하는 CBS의 〈세상을 바꾸는 시간, 15분〉, SBS의 지식 나눔 콘서트 〈아이러브인〉, MBN의 인문학 강연 〈지식 콘서트〉, tvN의 명사들의 성공 노하우 따라잡기 〈스타특강쇼〉, KBS 1TV의 인생을 변화시킨 결정적 순간의 이야기 〈강연 100℃〉 등 방송사들이 새로운 강연 프로그램을 속속 선보이고 있다. TV는 전파와 규모와 편의성에 있어 가장 효율적인 아이디어 공유 플랫폼이자, 지식 동영상의 생산자일 수 있다. TV 강연 프로그램의 시청률은 아이디어를 얻고자 하는 대중의 욕구를 반영하는 지표이다. KBS 1TV 〈강연 100℃〉의 경우, 금요일 밤에 편성된 교양프로임에도 불구하고 9%의 최고 시청률을 자랑한다. 강연 프로그램은 대중이 원하는 지식과 아이디어의 공급을 전제로 한다는 점에서, TV강연 시청자는 주제와 대상이 세분화 된 더 많은 프로그램에서 보다 다양한 방법으로 아이디어를 얻을 수 있는 기회를 갖게 될 것이다.



나눌만한 모든 아이디어와 경험은 가치가 있다

TED의 기획자 크리스 앤더슨(Chris Anderson)은 “아이디어의 공유가 세상을 변화시킬 것”이라고 확신한다. ‘아이디어를 공유하면 아이디어가 배(倍)가 되고, 또 다른 새로운 아이디어를 창출’하기 때문이다. 세상은 이미 지식다원주의 세계로 변화하고 있다. ‘권위’ 있는 지식이나 남다른 성공을 성취한 ‘고결한 경험’만이 존중되고 강요되던 시대는 이미 종언을 고했다. 지식의 패러다임이 변화하고 있다. 지식은 독점과 축적이 아니라, 확산과 융합을 통해서 가치 확장과 혁신을 가능하게 한다. ‘특별함’만이 능사가 아니다. 지식과 경험 나눔을 실천하고 있는 모든 이들이 한 목소리를 내고 있다. “나눌만한 모든 아이디어와 경험은 가치가 있다”고. ^{db+}

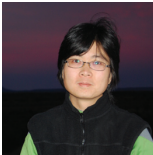
이미지 출처 : www.kbs.co.kr, 이그나이트 광주



미니 인터뷰 Mini interview

I. 강연100℃ www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do

안진
1996년에 KBS에 입사하여 <사람과 사람들>, <피플 세상 속으로>, <아침아담> 등의 시사 교양 프로그램의 제작을 담당했다. 현재는 KBS 1TV에서 매주 금요일 밤 10시에 방송되는 <강연100℃>의 기획과 연출을 맡고 있다.



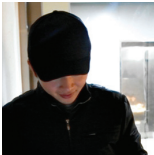
1. 프로그램이 성공적으로 안착할 수 있었던 가장 큰 요인은 무엇이라고 판단하는가.
시청자의 니즈(Needs)와 타이밍이라고 생각한다. 한편의 방송이 정규 프로그램으로 편성되기까지는 많은 복잡다단한 과정을 거쳐야 하고, 많은 인적·물적 요소를 충족시켜야 한다. 하지만 프로그램이 통련하기 위해서는 시청자의 관심과 사랑을 가능할 수 있게 해 주는 적절한 '시청률'이 요구되고, 이는 시청자의 니즈 반영과 방송 타이밍을 모두 충족시켜야 가능하다.

2. '시청자의 니즈와 타이밍'에 대한 보충 설명이 필요한데.
요즘 베스트셀러 순위를 보면 10위 안에 선정된 도서 가운데 절반 이상이 '자기 계발서'이고, 그 내용이 인생의 좌표를 찾거나 삶의 불안을 해소할 수 있는 지혜를 설파하고 있는 것이 대부분이다. <강연100℃>의 시청자 게시판의 방송 참가 신청 사연이나 시청 후기를 보더라도 추세는 동일하다. 시청자는 논리적인 조언보다는, 비슷한 경험을 선행한 평범한 이웃의 인생 이야기 속에서 자신이 처한 상황을 이해하고 좀 더 현실적인 대안을 찾을 수 있기를 희망한다. 이것이 '신문배달부에서 CEO에 이르기까지' 사회 구석구석에 자리 잡은 다양한 분야의 사람들이 경험한 '인생의 결정적 순간'을 <강연100℃>에서 소개하고자 하는 가장 큰 이유이다. <강연100℃>는 앞으로도 시청자의 니즈를 대변하여, '감동, 진실, 정보'의 요소를 모두 갖춘 주제와 강연자를 발굴하기 위해 전력을 다할 것이다. 타이밍 차원에서 보면, <강연100℃>는 '지식 정보 공유'의 시대적 요구와 함께, <청춘콘서트>의 사례처럼 '이야기 콘서트' 방식이 새로운 대중문화와 소통(Communication)의 트렌드로 소구력을 가지게 되었기 때문에 탄생이 가능했다고 본다.

3. <강연 100℃>를 통해 시청자와 공유하려는 아이디어 또는 전달하려는 메시지는 무엇인가.
<강연100℃>는 우리가 주변에서 만날 수 있는 평범한 사람들이 그들의 인생에서 맞닥뜨렸던 많은 고비와 위기를 어떤 시행착오를 통해 이겨내고 살아왔는지, 또는 실패를 극복할 수 있었던 동력은 무엇이었는지에 대한 이야기를 대중과 공유하는 자리이다. 따라서 나와 비슷한 이웃이 이미 겪은 경험속에서 시청자는 나와 다르지 않은 사람들의 인생 지혜와 삶의 열정에 감동과 위로를 받고 자신의 인생에 대입하게 된다. 시청자 스스로 '공감'을 통해 자신만의 메시지를 발견하는 것, 그게 제작진의 프로그램 기획 의도이자 바람이다.

II. 열정樂서 passiontalk.youngsamsung.com

최정민
제일기획에서 <열정樂서>의 기획과 현장운영을 담당하며, 청춘을 응원하기 위해 오늘도 전국을 누비고 있는 이 시대의 또 다른 열혈 청년이다.



1. <열정樂서>의 기획 목적을 설명하면.
'땀 흘리는 젊음'이 <열정樂서>의 부제이다. 지금의 경제 환경이나 사회구조 때문에 청춘들이 고생이 많다는 '위안' 형식의 토크 콘서트가 아니라, '어떤 악조건 속에서도 스스로 자신의 미래를 만들어 가고자 하는 청춘들의 도전'을 응원하고 지원하기 위한 프로그램이다.

2. <열정樂서>를 진행하면서 주안점을 두고 있는 핵심 요소는 무엇인가.
'진정성'과 '감동'이다. 진정성이 담긴 강연은 참가자들의 공감과 감동을 이끌어 내게 되고 이는 다시 도전의식과 열정의 충만함으로 이어지게 된다.

3. <열정樂서>의 현장 진행자로서 바람이 있다면.
수 천 명이 참가하는 행사라 항상 '안전'을 최우선으로 하고 있으며, 모든 참가자가 행사를 통해 적어도 한 가지 이상의 교훈이나 새로운 다짐을 가져갔으면 하는 게 가장 큰 바람이다.

III. 이그나이트(Ignite) 광주 www.ignitegwangju.org

류진선
조선대학교를 졸업했으며, 인디밴드 <나라안 크로키>의 보컬로 활동했다. 현재는 문화체육관광부 아시아 중심도시 추진단 소속 <문화 가디언>으로 위촉되어 있으며, <이그나이트 광주>의 기획을 주관하고 있다.



1. <이그나이트 광주> 행사를 만들게 된 동기와 비전을 소개하면.
강연자와 청중의 구분없이 '다양한 일상의 주제'를 가지고 자유롭게 소통할 수 있는 장을 만들기 위해 행사를 조직하게 되었다. 앞으로 지속적인 도시 브랜딩 작업과 더불어 대중들의 이야기를 온라인을 통해 동영상으로 공유할 수 있는 플랫폼으로 발전시켜 나갈 계획이다. 이를 위해 현재 광주시 소상공인, 여타 지역 브랜드, 비정부기구(NGO) 단체인 유니세프나 굿네이버스 등과 협업을 추진 중이다.

2. 행사 취지를 대변한다고 생각하는 강연이 있다면 어떤 게 있을까.
미술사 진효범의 '미술은 속임수가 아닌 공연이다'라는 강연이 아닐까 한다. '미술은 속임수'라는 선입견 때문에 혼신을 다한 공연이 제 평가를 받지 못하고 있는 현실에 대한 토로는 반대로 미술 공연을 바르게 관망하고 이해할 수 있는 기회를 제공했는데, 이게 바로 <이그나이트 광주>가 추구하는 '소통'의 의미라고 생각한다.

3. <이그나이트 광주>의 기획자로서 꿈이 있다면 무엇인가.
<이그나이트>가 가진 소통의 비전에 개성을 첨가해 보고 싶다. '이야기' 중심의 소통에서 노래와 춤과 같은 요소를 결합하여, 보다 많은 사람들이 함께 참여하고 즐기고 공감할 수 있는 그런 행사로 발전할 수 있기를 희망한다.

05. 10인에게 물었습니다 “내가 좋아하는 베스트 오픈 강연”

1. 강연 제목, 강연자 / 2. 강연 사이트 주소 / 3. 강연 내용



1. 현각스님의 살아있는 금강경, 현각스님 (The Diamond Sutra alive in our lives, Monk Hyungak)
2. <http://www.youtube.com/watch?v=wG-rY0uAb5I>
3. 최고의 불교경전 중 하나로 알려진 금강경에 대한 강의다. 천주교 집안에서 태어나 예일대, 하버드대 등에서 서양 철학, 종교학 등을 수학한 이후 불가에 입문한 현각스님께서하신 강의다. 비범한 이력의 소유자인 만큼 그가 하는 강의 내용 또한 충격적이다. 충격적이라는 것은 기대했던 것만큼 그렇게 심오하고 난해한 것이 아니라는 뜻이다(물론 우매한 중생을 위해 그렇게 강의하는 것일 수도 있다). 종교의 가르침이 결국 더 나은 삶으로 이끄는 데 있고 우리의 삶이 대부분 평범하게 흘러간다고 생각하면 불교경전이라고 하더라도 이해 못 할 만큼 어려워야 할 이유는 없을 것이다. 간단히 말하면 ‘순간 순간을 정해진 법에 따라 사는 것’이 금강경 전체를 꿰뚫는 핵심이다. 어떻게 보면 아주 간단하고 명료한 진리다. 강의를 들어보면 알겠지만 현각스님 특유의 긴장감 넘치고 역선이 큰 강의법도 불교경전에 대한 인식을 새롭게 하였다. 현대는 겉으로 보면 ‘실용적인 것’에 의해 움직이는 것 같다. 그래서 가끔은 이유도 없이 허무하기도 하고 부족한 것 같고 제대로 살고 있는가 하는 생각들로 불안해하기도 한다. 잠시만 시간을 내서 강연을 들어보면 조금이나마 해답을 얻을 수 있지 않을까 생각한다.



홍수경 (지식경제부) 디자인브랜드와 사무관은 대한민국 디자인 산업의 발전을 위해 다양한 정책을 개발, 추진하고 있다. 최근에는 ‘소득수준 4만불 시대를 이끄는 디자인 산업’ 수립에 전념하고 있다. 평소 ‘나는 디자인과 결혼한 것과 다를없다’, ‘디자인이 잘 되어야 내가 산다’ 라는 강력한 신념을 피력하고 있으나, 실제 패키지 디자이너인 아내의 눈치를 보고 있는 게 아닌가 하는 의심을 받고 있다.



1. 청춘 페스티벌 2012 - 내가 찍는 푸른 봄의 영화 류재현편, 류재현 감독
2. <http://www.youtube.com/watch?v=8mZGr0w7Dww>
3. “내가 하고 싶은 것을 하면 돈을 못 벌고, 남이 하고 싶은 걸 하면 돈을 번다. 내가 하고 싶은 것을 하면 예술가고, 남이 하고 싶은 걸 하면 기획가다” 아이디어 장인이자 스스로를 소개하는 상상공장 류재현 감독이 모토로 삼고 있는 말이다. 클럽데이, 월드디제이 페스티벌 등 새로운 문화를 기획하는 류재현 감독의 강연은 꼬짜가 세상에서 성공하는 법을 알려주는 듯하다. 그 답은 바로 ‘타협’. 자신이 하고 싶은 것과 남들이 원하는 것의 접점을 찾은 그는 철없는 기획가이며, 현실적인 예술가이다. 기획가와 예술가를 만나들고자 하는 모두에게 추천하고 싶다.



최혜림은 <서울대학교> 소비자학과에 재학 중이며 <TEDxSNU> 디렉터로 활동하고 있다. 모두에게 영감을 주는 사람이 되기 위해 내공을 쌓고 있는 중이다.
www.facebook.com/#!/choi.hyelim



1. 보다 온화하고 부드러운 성공 철학, 알랭 드 보통(Alain de Botton)
2. http://www.ted.com/talks/lang/ko/alain_de_botton_a_kinder_gentler_philosophy_of_success.html
3. 알랭 드 보통은 지금 우리가 살고 있는 성과주의 사회의 문제점을 말한다. 그 안에서 우리가 어떤 모습으로 살고 있고, 왜 불안감을 느끼는지에 대해 짚어준다. 타인과 비교하고 시선을 의식하는 것은 인간 중심, 능력주의 사회가 만들어 낸 현대인의 속성이다. 성과주의 사회에서는 성공이라는 개념이 오롯이 자신에게만 초점이 맞춰져 있다. 그래서 자신 이외에는 의지할 곳이 없어서 더욱더 외롭고 힘겹다. 성공과 실패의 잣대는 사회와 타인이 기준이 되어서는 안되고, 오직 자신 스스로가 생각하는 성공이어야 한다고 그는 말한다. 오픈 지식이 넘쳐나는 지금까지도, 2009년에 보았던 이 영상만큼 인상적인 것이 없다. 성공을 갈구하지만 커리어의 위기와 지위에 불안해하는 당신이라면, 꼭 보기를 강권한다. 속물 근성을 초월하여, 일과 인생에서 어떻게 진정한 기쁨을 찾을 수 있는지에 대한 답이 되어 줄 것이다.



조은아 <㈜디자인하우스> 온라인마케팅팀 차장은 시각디자인을 전공한 구력 12년차의 베테랑 디자이너임에도 불구하고, 틈만 나면 새로운 아이디어와 자료를 찾아다니는 게 일상이라 서핑 마우스질의 대가로 통한다.



1. 책임감을 가르친다는 것, 키란 비르 세디
2. http://www.ted.com/talks/lang/ko/kiran_bir_sethi_teaches_kids_to_take_charge.html
3. 학교에서 어떻게 책임감을 가르칠 수 있을까? 이 강연은 인도의 <Riverside> 학교에서 진행되고 있는 책임감을 가르치는 방법에 관한 이야기이다. 아이들에게 관찰과 체험을 통해서 문제를 느끼게하고 이후에는 직접 체험해서 해결하는 방법이다. 이것은 서비스 디자인에서 이야기하는, 관찰과 체험을 통한 문제해결 방법과도 일맥상통 한다. 이 강연에 소개된 아동노동 문제를 접한 방법도 직접 체험이다. 아이들이 직접 2시간 동안 항을 만드는 노동을 해 본 이후 "아동노동은 사라져야 한다"고 시정에 나가 어른들을 설득한다. 이런 과정을 통해 아이들은 "선생님이 말했다"가 아니라 "내가 실천했다"의 순간이 되고 "난 할 수 있어"라고 하는 사고의 전환이 발생하는 순간을 경험하게 된다. 이 강연에서처럼 어른들도 책임이나 강연으로 배우는 것을 넘어 직접 실행함으로써 기존에 배우지 못한 것을 배울 수 있고 느끼지 못한 것을 느낄 수 있을 것이다. 요즘은 이런 다양한 활동들을 여러 사람들과 쉽게 할 수 있는 인프라가 갖추어져 있기 때문에 희망하는 사람들은 누구나 쉽게 참여 할 수 있다.



정진웅 (삼성전자) 책임연구원은 공유할 가치가 있는 아이디어를 전파하는 것을 좋아해서 <TEDx> 활동을 하고 있다. 세상에 의미있는 가치를 만들고자 '장애인용 안구 마우스' 등과 같은 재미있는 프로젝트에 참여하고 있다.

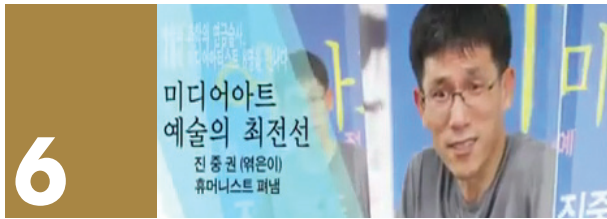


1. 타이니 데스크 콘서트, 로라 말링(Tiny Desk Concert, Laura Marling)
2. <http://www.npr.org/event/music/156301228/laura-marling-tiny-desk-concert?autoplay=true>
공식사이트 <http://www.npr.org/series/tiny-desk-concerts/>
유튜브 <http://www.youtube.com/user/nprmusic>
3. 현대인에게 지적 목마름을 해결해 주는 강연이 TED였다면, 나에게 <Tiny Desk Concert>는 감성을 충전하는 곳이다. 머리를 비우고 휴식이 필요할 때 즐겨 찾는 사이트. 이중 인상 같았던 뮤지션, 로라 말링은 스무살이 갓 넘은 영국의 싱어송 라이터다. 목소리만 듣고는 나이를 가늠할 수 없을 만큼 깊이 있고 매력적이다. 이 사이트에는 요요마와 같은 저명한 클래식 연주자부터 동네에서 음악하는 가라지 밴드까지 그야말로 총 천연색의 다양한 음악을 접할 수 있다. 마치 내 책상 옆에서 연주하는 듯 편안하게 들을 수 있다. 격무에 시달리며 지친 영혼에게 위안이 되는 정보이기를 바란다.



이상민 <한국디자인진흥원> 정보지원실 과장은 새로운 일, 여행, 음악, 취미 등 경험하기를 좋아한다. 워드 꾸준히 한 우물 파기는 잘 못하지만 인생의 약 1/3, 하루의 1/3을 보내고 있는 디자인계와 KIDP에서 조금이나마 도움이 되는 존재가 되기를 바라본다.

www.facebook.com/sangminlee77



1. '미디어아트 - 예술의 최전선' 저자와의 대화, 진중권
2. <http://www.youtube.com/watch?v=PDQmmlaa-hw>
3. 정치적인 이슈로 그 가치가 하향평가 되고 있지만 편견을 없애고 본다면 디자인 분야에 있는 분들에게 인사이트를 줄 수 있는 진중권씨의 명강연이다. 디자인이 타분야와 어떻게 만나서 창의성을 발현할 수 있는지를 보여주는 내용이다. 예술과 디자인에 대한 기능과 기술 중심의 편협한 시각을 탈피하여 창의적 기술로 가기 위한 재교육이 필요한 시점에서 우리나라가 앞으로 창의성과 예술성을 결합시켜 어떻게 미래를 이끌지에 대한 성찰이 돋보이는 강연이다. 융합, 다학제, 통섭에 대한 관심과 열기는 뜨겁지만 진정한 융합에 대해 그 해답을 찾지 못하는 분들, 특히 디자이너들에게 강추한다.



김진우 <한국디자인진흥원> 경영지원실 과장은 디자인연구소 및 <K-Design> 해외진출 사업을 담당했다. KIDP 디자인 학습 동호회 <디자인디저트>를 운영하고 있다.
www.facebook.com/jinnetwork



1. 변화를 위한 디자인 교육, 에밀리 필로톤(Teaching design for change, Emily Pilloton)
2. http://www.ted.com/talks/lang/en/emily_pilloton_teaching_design_for_change.html
3. 에밀리 필로톤은 디자이너다. 미국에서 가장 가난한 노스 캐롤라이나주의 버티 카운티에서 그녀가 설립한 비영리 디자인회사 <Project H Design> 팀이 함께 디자인을 통한 지역개선과 평균이하 수준이었던 지역의 공교육이 디자인을 통해 어떻게 개선되었는지, 디자인이 어떠한 역할을 할 수 있었는지에 대한 이야기를 들려준다. 디자이너가 실제 지역 주민과 함께하며 그 안에서 다양한 디자인적 관점을 적용하여 문제점을 파악하고 최적의 솔루션을 도출하는 과정을 살펴볼 수 있었다. 교육을 위한 디자인(Design for Education)의 적용, 교육 자체의 개선(Reducing Education)을 위한 학교 시스템과 지역 사회와의 연결고리 형성 캠페인 추진, 그리고 교육 자체로서의 디자인을 적용한 사례(Design as Education) 등 물리적 환경정보 뿐만이 아니라 교육 콘텐츠에 대한 개선을 디자인적 방법으로 풀려했던 시도가 인상적이었다. 에밀리의 사례 외에도 영국에서 진행된 Dott 07(Design of the time)은 지역사회 개선을 디자인으로 푼 대표적인 사례다. 이처럼 디자이너들의 손길이 필요한 부분은 이제 상업적 제품이나 서비스 그 이상의 범위라는 것을 다시 한번 확인해 볼 수 있는 기회였다.



김정원 <한국디자인진흥원> 경영기획실 대리는 연세대학교 생활디자인과 경영학을 전공하고 삼성전자 마케팅그룹에서 상품기획을 담당하며 디자인의 전략적 사용을 체득하였다. 디자인진흥원에 입사하며 눈에 보이는 영역뿐이 아닌 눈에 보이지 않는 영역인 혁신에서의 디자인의 가능성을 발견하고 또 적용하는 일에 관심을 갖고 영국 브루넬대학에서 디자인 혁신, 전략을 공부하였다. 현재 기획예산팀에서 디자인의 융합적 활용을 위한 진흥전략 및 이를 위한 진흥법 개정, MOU 체결 등을 담당하고 있다.



1. 테크놀로지의 인간적 측면의 디자인, 존 마에다
2. http://fora.tv/2009/04/01/Graphic_Artist_John_Maeda_Designs_Technology's_Human_Side
3. 필자에게 대학원 시절 인터랙션 디자인을 공부하는데 영향을 끼친 존 마에다의 강연. 존 마에다는 예술 · 디자인 · 사업 · 시간 · 단순함 · 기술 · 창조적 리더십에 대한 자신의 생각을 본인의 작업과 다양한 사례를 통해 인사이트를 제공한다. 당시에 그는 컴퓨터 프로그래밍을 전공한 후 디자인 영역에 입문해 디자이너이자 MIT 미디어랩의 교수로서 기존의 디자이너들에게 디지털이라는 붓으로 컴퓨터 스크린을 캔버스처럼 사용하는데 영감을 준 장본인이다. 최근에 그는 100년 이상의 전통을 지닌 명문 디자인 스쿨인 <RISD>의 총장에 추대되어 활발한 활동을 하면서 그와 관련된 내용을 본 강연을 통해 제공한다. 그는 기술에서 인간성과 창조적 리더십으로 전환되고 있음을 알려주며 특히 기술과 인간성 사이에 있는 가능성과 인간적 한계에 대한 통찰을 제공한다. 필자에게 사회에 첫 발을 내딛어 인터랙션 디자이너로 활동하는데 동기와 영감을 불어다 주었던 존 마에다는 현재도 교육자이면서 디자이너, 창조적인 리더로서 현장에서 실천하며, 여전히 본 강연을 볼 때마다 필자에게 동기부여와 보이지 않는 섬광과 같은 통찰의 채찍질을 가하고 있다.



김남형 <계원예술대학교> 인터랙션&광고디자인 전공트랙 교수는 어릴적 과자 종합선물세트를 열어 볼 때의 두근거림으로 세상의 현상들을 호기심 어린 눈으로 바라보며 그 안의 과자들이 주는 맛을 학생들과 함께 공유하고 있다. 최근에는 서비스디자인, 인터랙션디자인, 모션그래픽디자인, 광고디자인 등이 들어 있는 종합선물세트를 학생들과 만들어 가고 있는 중이다.



1. 로봇과의 교감, 김태희
2. <http://www.tedxbusan.com/p/2636>
3. 김태희 교수가 <TEDxBusan>에서 강연한 ‘로봇과의 교감’은 지능이란 무엇인가에 대한 질문에서 시작된다. 사람의 지능은 어디에 있고, 로봇의 지능은 어디에 위치하는가, 사람은 왜 로봇을 만들까, 인간의 외형을 따르고 기능만 대신하는 것이 로봇인가, 인간과 로봇은 상호교류 하는 존재가 아닐까 하는 많은 의문에 대한 ‘답’을 찾기 위한 그만의 방법이 ‘로봇을 이용한 미디어 아트’이다. 환경과 교감하고 사람의 움직임에 따라 반응하는 ‘인터랙티브 아트’는 그에게 역설적으로 사람과는 다른 로봇의 지각구조에 대한 철학적 답변을 구하는 과정이자, 사람과의 관계 속에서 기능하는 로봇의 지능을 로봇 제작 재료의 차원에서 보다 심도있게 이해하기 위한 미학적 접근이기도 하다. 로봇 기술을 예술 창작에 활용하는 확장된 시각은 첨단공학과 예술의 접목 가능성 문제로 고민하는 이들에게 많은 도움이 될 것이다.



김경욱 <㈜로보웨어> 부사장은 온라인 게임과 PS2 게임 개발에 참여하다 로봇 분야로 자리를 옮겼다. KT의 유아용 미디어 로봇인 ‘키봇(KIBOT)’과 다관절 감성로봇플랫폼 ‘로마(ROMA)’의 개발과 마케팅을 주관하고 있다.



1. 케빈 켈리가 들려주는 테크놀로지에 대항한 이야기, 케빈 켈리(Kevin Kelly)
2. http://www.ted.com/talks/lang/ko/kevin_kelly_tells_technology_s_epic_story.html
3. 미국의 기술 매거진 와이어드(Wired)의 전 수석 편집장이자 공동 창업자인 케빈 켈리는 <기술의 충격(Out of Control, What Technology Wants)> 등 테크놀로지를 이해하는 관점에 관한 다양한 책들의 저자이기도 하다. 그는 자신의 저서와 강연을 통해 “테크놀로지를 생명의 연장선에서 이해하는” 관점을 설파하는데, 2009년 <TEDx 암스테르담>에서 열린 이 강연도 그와 맥을 같이 한다. 그는 인류가 상대적으로 작은 기술적 진보를 통해 지구상에서 지배적인 종이 될 수 있었다는 사실에서 출발해, 유사 이래 테크놀로지와 인류가 서로를 어떻게 정의해 왔는지, 그리고 인간성의 본질이 어떻게 테크놀로지에 기인 하는지에 대해 거침없는 논리를 펼친다. 에너지를 축으로 생명과 테크놀로지를 한 개의 거대한 그래프 안에 그려냄으로써, 그는 생명이 나아가는 방향을 이해해야 하는 것처럼 기술이 나아가고자하는 방향을 이해하는 것이 중요하며, 따라서 우리가 테크놀로지를 이해하고 마주하는 자세가 변화해야함을 촉구한다. 케빈 켈리가 그의 강연들과 저서를 통해 전파하는 테크놀로지에 대한 예리한 관찰은 여러 가지 현실적인 테크놀로지의 부산물 사이에서 돌파구를 찾고자 하는 많은 사람들에게 새로운 인식 변화의 틀을 제공할 수 있을 것이다.



강이룬은 뉴욕 브록클린에서 그래픽 디자인 스튜디오 <Math Practice>를 운영하고 있다. MIT 미디어랩의 새로운 비주얼 아이덴티티를 제작했으며, ‘TED Fellow’로서 미국 롱비치에서 열리는 TED 컨퍼런스와 칸 국제 광고제 등에서 디자인 강연을 진행해 오고 있다.
eeroonkang.com

이미지 출처 : www.youtube.com, www.ted.com, www.fora.tv, www.tedxbusan.com

06.

오픈지식 HOT 활용가이드 QR 코드 리스트 업

01.

TED를 말한다,
TED BEST



TED 홈페이지
<http://www.ted.com>



TEDxseoul 홈페이지
<http://www.tedxseoul.com>

송인혁 대표가 추천하는 TED BEST Talks!

1. 기분이 가라앉을 때 나를 깜짝 놀라게 만들 기발한 이야기들



마코 템페스트: 진실과 거짓의
마술 (그리고 아이포드)
http://www.ted.com/talks/lang/ko/marco_tempest_the_magic_of_truth_and_lies_on_ipods.html



안토니 아탈라: 사람의
신장을 인쇄하다
http://www.ted.com/talks/lang/ko/anthony_atala_printing_a_human_kidney.html



플린 로버트슨: TED 강연자의
최악의 악몽
http://www.ted.com/talks/lang/ko/a_ted_speaker_s_worst_nightmare.html



에이미 멀린스: 역경의 기회
http://www.ted.com/talks/lang/kor/aimee_mullins_the_opportunity_of_adversity.html



마크 베조스: 자원봉사
소방대원으로서는 얻은 삶의 교훈
http://www.ted.com/talks/lang/ko/mark_bezos_a_life_lesson_from_a_volunteer_firefighter.html



데렉 시버스: 운동이
시작되는 방법
http://www.ted.com/talks/lang/en/derek_sivers_how_to_start_a_movement.html

4. CEO, 정책 담당자들이 꼭 봐야 할 인사이드



사이언 시넥: 위대한 리더들은
어떻게 행동을 이끌어내는가
http://www.ted.com/talks/lang/ko/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action.html



토니 로빈슨: 행동의 이유,
내적 동기의 신비로움
http://www.ted.com/talks/lang/ko/tony_robbins_asks_why_we_do_what_we_do.html



엘리자베스 길버트:
창의력의 교육
http://www.ted.com/talks/lang/ko/elizabeth_gilbert_on_genius.html



네일 파스리차:
정말 대단한 3가지 A
http://www.ted.com/talks/lang/ko/neil_pasricha_the_3_a_s_of_awesome.html



팀 브라운: 디자이너들에게 더욱
크게 생각할 것을 권합니다
http://www.ted.com/talks/lang/ko/tim_brown_urges_designers_to_think_big.html



티모시 프레스테로: 상 받기
위해서가 아닌, 사람을 위한
디자인
http://www.ted.com/talks/lang/ko/timothy_presterro_design_for_people_not_awards.html

SNOW & 오픈컬처 선정 분야별 추천강의 베스트 100

02.

지식이 평평 쏟아집니다,
SNOW-세계 석학들의
명강의를 한눈에



SNOW 홈페이지
www.snow.or.kr



1. 인문사회 I : 고전·역사,
문학, 철학, 종교학
<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=93>



2. 인문사회 II : 경제학, 법학,
정치학, 사회학, 심리학/인지과학
<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=94>



3. 과학분야 I : 생물학/의학,
화학, 공학기술, 물리학
<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=91>



4. 과학분야 II : 천문학, 컴퓨터
과학/인공지능, 항공/수학/천연자원
<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=92>

SNOW 일반강의 BEST 10



SNOW에서 추천하는 MUST SEE
일반 강의 동영상
<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=19>

SNOW 정규강의 BEST 10



SNOW에서 추천하는 MUST SEE
정규 강의 동영상
<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=20>

SNOW 재공채별 베스트



하버드대학 · 와튼스쿨 · TED ·
FORA.tv · UC TV · 예일대학 ·
스탠퍼드대학 · MIT · 버클리대학
<http://www.snow.or.kr/common/notice.html?mode=viewForm&uid=99>

이진선 교수가 추천하는 SNOW 디자인 분야 베스트



1. 존 마에다가 이야기하는
그의 디자인 여행
<http://www.snow.or.kr/lecture/culture/art/398.html>



2. 스테판 사그마이스터의
소에서 함께하다
<http://www.snow.or.kr/lecture/culture/art/5950.html>



3. 디자인의 이해 강의시리즈 -
Peter Buchanan-Smith
<http://www.snow.or.kr/lecture/culture/creative/4112.html>

구범준 PD가 추천하는 <세상을 바꾸는 시간, 15분> 베스트

03.

15분이면 세상이 바뀝니다
- 세상을 바꾸는 시간, 15분



홈페이지
<http://www.change15min.com>



유튜브 채널
<http://www.youtube.com/cbs15min>



페이스북
<http://www.facebook.com/cbs15min>



1. 김창욱: 나는 당신을 봅니다
<http://www.youtube.com/watch?v=0Fgokhs4710>



2. 김미경: 청년, 불공정거래
하지 마라
<http://www.youtube.com/watch?v=V5LDE4mXrZI>



3. 김남훈 : 파이터, 인생은
이렇게 싸우는 거다
[http://www.youtube.com/
watch?v=LASVM3BiiIQ](http://www.youtube.com/watch?v=LASVM3BiiIQ)



4. 한명수 : 말랑말랑 라이프
[http://www.youtube.com/
watch?v=L1DlwdizA8s](http://www.youtube.com/watch?v=L1DlwdizA8s)



5. 유가람 : 세상은 나의 학교,
스타트업은 나의 교과서
[http://www.youtube.com/
watch?v=UOYLujYlGjw](http://www.youtube.com/watch?v=UOYLujYlGjw)



6. 김동준 : 내 인생의 혁신,
상성전자를 떠나다
[http://www.youtube.com/
watch?v=WqJy04fAtoY](http://www.youtube.com/watch?v=WqJy04fAtoY)



7. 정지훈 : 진정한 성
리더십의 시대
[http://www.youtube.com/
watch?v=fYmFp024M](http://www.youtube.com/watch?v=fYmFp024M)

안전 PD가 추천하는 <강연100°C> 최고의 강연

04.

나눌만한 모든 아이디어와
경험을 공유하라



KBS <강연100°C> 홈페이지
[http://www.kbs.co.kr/1tv/
sisa/100do/](http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/sisa/100do/)



1. 최성봉 : 스스로에게 말하세요
'실아워서 고맙다'
[http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/
view/vod/1916878_57468.html](http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/view/vod/1916878_57468.html)



2. 조서환 : 고난도 축복이다
[http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/
view/vod/1907597_57468.html](http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/view/vod/1907597_57468.html)



3. 배일호 : 포기하고 싶은 순간,
어머니를 생각하라
[http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/
view/vod/1914434_57468.html](http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/view/vod/1914434_57468.html)



4. 김상현 : 마쳐야 얻을 수 있다
[http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/
view/vod/1914435_57468.html](http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/view/vod/1914435_57468.html)

정부기관, 대중 매체, 기업 등에서 제작한 강연



5. 한재훈 : 남들과
다르다는 것을 두려워 말라
[http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/
view/vod/1928748_57468.html](http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/view/vod/1928748_57468.html)



6. 고재영 : 행복한 경쟁,
아이디어로 승부하라
[http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/
view/vod/1966173_57468.html](http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/view/vod/1966173_57468.html)



7. 해민스님 : 화나는 마음과
친해져라
[http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/
view/vod/1934379_57468.html](http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/100do/view/vod/1934379_57468.html)



1. 테크플러스포럼 : 지식경제부
가 주관하는 신개념 지식콘서트
[http://www.techplusforum.com/_
html/03_video/2011.asp](http://www.techplusforum.com/_html/03_video/2011.asp)



2. 지식플랫폼 : 인문사회, 기술,
경제경영, 문화예술, 글로벌
분야 지식 강연
[http://www.knowledgekorea.kr/
main.do?cmd=view](http://www.knowledgekorea.kr/main.do?cmd=view)



3. 아이러브인 : SBS 지식 나눔
콘서트
[http://wizard2.sbs.co.kr/w3/tem-
plate/tp1_review_list.jsp?vVodId=
V0000355736&vProgId=1000742&v
MemId=1016027](http://wizard2.sbs.co.kr/w3/template/tp1_review_list.jsp?vVodId=V0000355736&vProgId=1000742&vMemId=1016027)

열정강사: 시즌별 베스트 강연



4. 지식콘서트 : MBN의
수준 높은 인문학 강연
[http://mbn.mk.co.kr/
pages/vod/programContents.
php?progCode=562&menuCode
=2775](http://mbn.mk.co.kr/pages/vod/programContents.php?progCode=562&menuCode=2775)



5. 스타특강쇼 : tvN의 명사들의
성공 노하우 따라잡기
[http://starclass.interest.me/index/12/
Vod/List?vod_type=1&order=](http://starclass.interest.me/index/12/Vod/List?vod_type=1&order=)



1. 박지선 : 하고 싶은 건 도전해
봐야 한다(시즌1, 2011년)
[http://passiontalk.young-
samsung.com/season1.
do?cmd=view&seq=1198&tid=8](http://passiontalk.young-samsung.com/season1.do?cmd=view&seq=1198&tid=8)



2. 윤순봉 : 남들과 다른 것은
중요하다(시즌2, 2012년)
[http://passiontalk.young-
samsung.com/season2.
do?cmd=view&seq=435&tid=24](http://passiontalk.young-samsung.com/season2.do?cmd=view&seq=435&tid=24)



1. 싸이 : 끝까지 않은 도전
(슈퍼토크 02, 2011년)
[http://www.youtube.com/
watch?v=qB4ZDdvRizw](http://www.youtube.com/watch?v=qB4ZDdvRizw)



2. 김용호 : 보이는 것을 넘어서
(슈퍼토크 05, 2012년)
[http://www.youtube.com/
watch?v=OvyKQM-Ocuo](http://www.youtube.com/watch?v=OvyKQM-Ocuo)

현대카드 슈퍼토크: 행사별 베스트 강연

05.

10인에게 물었습니다,
“내가 좋아하는 베스트
오픈 강연”



1. 현각스님 : 현각스님의
살아있는 금강경
[http://www.youtube.com/
watch?v=wG-rY0uAb5I](http://www.youtube.com/watch?v=wG-rY0uAb5I)



2. 류재현 감독 : 청춘 페스티벌
2012 - 내가 짝는 푸른 봄의
영화 류재현편
[http://www.youtube.com/
watch?v=8mZGr0w7Dww](http://www.youtube.com/watch?v=8mZGr0w7Dww)



3. 알랭 드 보통 : 보다 온화하고
부드러운 성공 철학
[http://www.ted.com/talks/lang/ko/
alain_de_botton_a_kinder_gen-
tler_philosophy_of_success.html](http://www.ted.com/talks/lang/ko/alain_de_botton_a_kinder_gentler_philosophy_of_success.html)



4. 키란 비르 세디 : 책임감을
가르친다는 것
[http://www.ted.com/talks/lang/ko/
kiran_bir_sethi_teaches_kids_to_
take_charge.html](http://www.ted.com/talks/lang/ko/kiran_bir_sethi_teaches_kids_to_take_charge.html)



5. 로라 말링 : 타이니
데스크 콘서트
[http://www.npr.org/event/mu-
sic/156301228/laura-marling-tiny-
desk-concert?autoplay=true](http://www.npr.org/event/music/156301228/laura-marling-tiny-desk-concert?autoplay=true)



6. 진중권 : ‘미디어아트 -
예술의 최전선’ 저자와의 대화
[http://www.youtube.com/
watch?v=PDQmmlaa-hw](http://www.youtube.com/watch?v=PDQmmlaa-hw)



7. 에밀리 필로톤 : 변화를 위한
디자인 교육
[http://www.ted.com/talks/lang/
en/emily_pilloton_teaching_de-
sign_for_change.html](http://www.ted.com/talks/lang/en/emily_pilloton_teaching_design_for_change.html)



8. 존 마에다 : 테크놀로지의
인간적 측면의 디자인
[http://fora.tv/2009/04/01/Graphic_
Artist_John_Maeda_Designs_Tech-
nologys_Human_Side](http://fora.tv/2009/04/01/Graphic_Artist_John_Maeda_Designs_Technologys_Human_Side)



9. 김태희 : 로봇과의 교감
<http://www.tedxbusan.com/p/2636>



10. 케빈 켈리 : 케빈 켈리가
들려주는 테크놀로지에
장대한 이야기
[http://www.ted.com/talks/lang/ko/
kevin_kelly_tells_technology_s_
epic_story.html](http://www.ted.com/talks/lang/ko/kevin_kelly_tells_technology_story.html)

Talk about Design & Culture

- 01. 해외디자인나눔사업
- 02. 100% 디자인
- 03. Art of Collaboration
- 04. 경기도, QR 코드로 도민과 쉽고 빠르게 소통한다
- 05. 도시재생 프로젝트 - 선셋장항 페스티벌



대다수의 사람들에게 디자인이란 걸치장이자,
인테리어 장식이고 커튼과 소파의 소재이다.
그러나 나에게 디자인은 이것과 거리가 멀다. 디자인은
인간이 만들어 낸 창조물의 근원적인 영혼으로 제품과
서비스를 겹겹이 포장하며 드러나는 것이다.

-스티브 잡스(前 애플 CEO)

해외디자인나눔사업

‘K-디자인’ 노하우를 나누다



2011년 12월 한국디자인진흥원에서 개최된 <한-아세안 디자인 나눔 협의회>

최근 몇년 전부터 한국디자인진흥원(이하 KIDP)을 방문하는 해외 기관과 외국 디자인 전문가들의 발길이 부쩍 잦아졌다. 가까운 일본이나 중국은 물론이려니와 저 멀리 지구 반대편에 있는 브라질이나 남아프리카공화국 같은 나라에서도 거의 만 하루를 비행해야 하는 고된 여정에도 불구하고 먼 길 마다하지 않고 찾아온다. 방문 국가들의 명단은 여기서 그치지 않는다. 베트남, 말레이시아 등 아시아 지역의 개발도상국가로부터 영국, 덴마크 등 전통적으로 디자인 선진국이라 불리는 유럽 국가들까지 계속 이어진다. 말 그대로 전세계 각지에서 찾아오지 않는 나라가 없을 정도이다.

불과 10년 전까지만 해도 우리나라는 유럽과 일본을 분주히 뛰어다니며 디자인 산업을 발전시키기 위한 전략과 방법을 벤치마킹하고 이들 나라를 뒤따라 가

는데 열심이었다. 그런 우리가 이제는 거꾸로 개도국은 물론 선진국에서까지 벤치마킹 대상으로 삼을 정도의 ‘정부 주도형 디자인정책의 성공사례’ 국가로 인정받게 된 것이다.

물론 우리 디자인계의 갈 길이 아직 멀지만, 분명한 사실은 한국 디자인의 위상이 급상승했다는 것이다. 이는 또한 세계 무대에서 한국 디자인의 역할이 달라지고 있다는 의미이기도 하다.

지금까지 좀 민망한 감이 있음에도 불구하고 다소 장황하게 자화자찬 비슷한 우리 스스로의 이야기를 늘어 놓은 것은 오늘의 화제 <해외디자인나눔사업> 이야기를 시작하기 위해서이다.

우리도 미처 제대로 깨닫지 못하는 사이, 세계가 우

리 디자인계를 보는 시각과 우리에게 기대하는 역할에 큰 변화와 차이가 생겼다. 언제부터인가 ‘한국’의 디자인 발전 경험과 노하우를 배우고 싶다며 찾아오는 국가들이 생겼다는 것도 그 한 예일 것이다. 특히 절대빈곤에서 벗어나 이제 본격적으로 산업을 발전시켜 나가고 있는 국가들에게 지구촌의 일원 국가로서, 우리 스스로도 멀지 않은 과거에 비슷한 경험을 했던 국가로서, 마땅히 이들 국가와 지역을 위해 기여할 의무와 역할이 있다는 생각이다.

또한 이들 국가와 지역에 우리나라와 한국 디자인에 대한 좋은 이미지와 경험을 갖게 함으로써 향후 우리나라 디자인기업들이 해당 국가와 지역에 진출하고 비즈니스를 함께 하는데 유리한 여건과 분위기를 조성하고자 하는 의도도 있다.

우리나라와 지리적으로 멀지 않은 이웃국가들과 지식과 정보, 인적 교류 등을 통해 서로에 대해 좀 더 배우고 이해하게 된다는 것은 여러모로 유익한 일일 것이다.

이러한 배경과 국내외 니즈에 의해 2010년 지식경제부와 한국디자인진흥원은 <해외디자인나눔사업>을 시작하게 되었다. 한정된 예산과 여력을 고려하여 일단 우리나라와의 교역활동이 비교적 활발하고 벤치마킹 의지가 높은 아세안 국가로 당분간 활동 지역을 한정하기로 했다.

국내 디자인 전문가들과 함께 베트남과 말레이시아 두 국가를 대상으로 2010년 여름 첫 디자인나눔 활동에 나섰다. 베트남무역투자진흥공사(Vietrade)나 말레이시아디자인카운슬(MRM) 등 현지 협력기관의 도움을 얻어 해당 국가에서 필요로 하는 분야와 내용을 먼저 파악했다. 그리고 해당 분야의 국내 디자인 전문가와 함께 현지에 가서 무료 디자인 세미나

현재 KIDP가 <해외디자인나눔사업>을 하고 있는 4개국 - 태국, 말레이시아, 베트남, 필리핀



와 분야별 워크숍, 현지 기업의 디자인 진단 등의 활동을 위주로 나눔사업이 진행되었다.

베트남의 경우, 150명 정도 예상했던 세미나에 210명 이상의 기업 관계자들과 디자이너들이 참석하여 열심히 한국에서 온 연사들의 발표에 집중하는 모습이었다.

첫 해 베트남과 말레이시아에 더하여 두번째 해였던 2011년에는 필리핀과 태국으로까지 나눔 활동 대상국이 확대되었다. 그리고 일년에 한차례 정도 세미나와 워크숍을 진행하던 방식에서 벗어나 베트남과 같이 현지의 반응이 상당히 뜨겁고 매우 적극적인 국가에서는 단기 디자인교육 등도 추가로 실시했다. 말레이시아에서는 한 공공기관의 CI 프로젝트를 진행하여 제안하기도 하는 등 활동의 내용과 방법이 좀 더 다양해졌다. 필리핀의 경우에도 빈민촌 지역의 환경을 개선하기 위한 리서치 프로젝트가 진행되기도 했다.

특히 2011년 11월 계획했던 태국 방콕에서의 나눔 사업은 우여곡절이 많았다. 작년 10월 태국에 50년 만의 최악의 홍수가 나고, 급기야 10월 20일에는 태국 총리가 '국가위기사태'를 선포할 정도로 국가적 재난 비상상태를 맞았다. 또한 함께 행사를 준비했던 태국 상무부의 수출촉진국(DEP)과 총리실 산하

태국창의디자인센터(TCDC)에서 대홍수로 인한 피해와 복구가 장기화될 것 같다는 조연에 따라 당초 11월 방콕국제디자인페스티벌 기간 중에 계획했던 한-태 디자인나눔 세미나와 양국 차세대디자인리더들 간의 교류 활동을 무기한 연기할 수 밖에 없었다.

태국에서의 나눔 활동은 자연재해로 취소되었지만 이를 대신하여 작년 12월 한국에서 <한-아세아 디자인나눔협의회>를 개최할 수 있었다. 해외디자인나눔 활동에 참여하고 있는 4개국 5개 기관 대표들과 한국디자인진흥원, 작년도 사업의 국내 참여기관인 한국디자인기업협회와 한국디자인협동조합 대표 등이 참석하여 그간의 활동내용에 대한 공유와 향후 나눔 활동의 발전방향과 전략에 대해 의견을 나눌 수 있는 계기가 되었다. 이 협의회는 올 12월에도 한국디자인진흥원 주도로 한국에서 개최될 예정이다.

얼마전 7월에도 말레이시아 쿠알라룸푸르와 베트남 다낭에서 디자인나눔 세미나와 워크숍이 개최되었다. 매년 국내 디자인 전문가 7~8명과 현지 전문가 1~2명이 행사에 참석하여 국가 디자인전략, 포장디자인, 브랜드전략, 제품디자인, 서비스디자인 등에 대한 성공사례와 전략 등에 대해 발표하고 현지 참가자들과 지식은 물론 인적 교류를 하고 있다. 2010년 이후 지금까지 4개국 1300여 명의 현지인들이 <해외디자인나눔사업>의 일환으로 세미나나 워크숍, 단기 교육 혜택을 받았고, 우리나라 디자인 전문가 50여 명 이상이 현지 국가에 파견되어 나눔 봉사활동에 참가했다.

앞으로 더 많은 분들이 서로 나누고, 더 나은 사회를 함께 만들어 가는 일에 관심을 갖고 기여할 수 있기를 바란다. 또한 한국디자인진흥원 <해외디자인나눔사업>이 아세안 지역은 물론 그 외 지역으로까지 확대되고 대상국 수요에 보다 맞춤형으로 활동의 품질이 향상될 수 있도록 디자인계가 함께 해 나야 할 것이다. **db+**



베트남 하노이에서 개최된 청소년 대상 유소년 창의성 워크숍



맹은주 <한국디자인진흥원> 국제협력실 실장(뒷줄 맨 오른쪽)은 사회학과 컨템포러리 디자인 큐레이팅을 전공했다. 더 나은 사회를 만드는데 보탬이 되고자 NGO에서 첫 사회활동을 시작했고, 지금은 KIDP에서 디자인을 도구로 더 나은 세상 만들기엔 비전을 갖고 도전 중이다.

100% 디자인

영국에서 만나는 한국 디자인의 톡톡 튀는 멋



여름이 결실을 맺기 위해 분주히 노력한 계절이라면 가을은 여름 내내 준비했던 결실을 거둬들이는 계절이다. 그래서일까, <100% 디자인> 한국관은 상반기 동안 우여곡절이 많았다. <100% 디자인>의 주관사가 'Reed Exhibitions'에서 'Media 10'으로 바뀌면서 한국관의 고유 디자인을 인정하지 않아 주관사 측과 참여 여부에 대한 많은 조율이 있었다. 다행히 주관사측에서 우리 한국관 디자인에 대해 우호적인 입장을 밝힘으로써 그동안 질게 드리웠던 불확실한 먹구름이 사라졌다. 그리고 수많은 고통을 인내하면서 9월에 풍성한 수확을 기대하는 농부처럼 지난 9월 19일(수)부터 9월 22일(토)까지 4일간의 일정으로 영국 런던 얼즈코트 전시장에서 개최된 <100% 디자인>에 참가했다.

한국디자인진흥원이 <100% 디자인>에 참여하게 된 것은 2008년부터이다. 올해로 참가 5회째를 맞이하고 있는 우리나라로서는 그동안 <100% 디자인>을 통해 한국 브랜드와 디자인의 위상을 높이고 참여기업의 유럽 진출을 위한 초석을 마련했다고 생각한다.

물론 아직 가야할 길은 멀고 유럽 내에서 우리 기업 및 디자이너의 입지를 제고하기 위해서는 해야 할 일이 많은 것도 사실이다.

하지만 손연재 선수가 역대 아시아 선수 중 최고의 성적인 올림픽 결선 5위를 차지하며 실력을 뽐낸 것처럼 우리 기업과 디자이너 또한 어느 순간 세계를 깜짝 놀라게 할 수 있을 것이다.

그럼 향후 사람들의 관심을 받게 될 가능성이 높은 <100% 디자인> 참가기업 및 디자이너를 잠시 소개할까 한다. 이전과 마찬가지로 2012년에 선정된 총 15곳의 기업 및 디자이너 또한 엄청난 심사를 통해 선정된 만큼 이들은 대한민국 디자인을 이끌어 가고 있는 우수 기업과 디자이너들이라고 할 수 있다. 더욱이 이번에 참가한 기업과 디자이너는 영국 현지에서 새로운 아이디어, 실험적인 소재의 사용, 일상의 가치를 더하는 디자인의 세계를 펼쳐 보였다.

앞으로 우리 기업과 디자이너들이 세계에서 금메달을 딸 수 있도록 여러분의 많은 지원과 응원을 부탁한다. 

〈100%디자인〉한국관 참가 리스트



권선영 KWON Seonyoung
/ 조명 디자인 (Lighting)

섬유에 커팅 기법을 사용하여 디자인한 조명이다. 패브릭과 조명의 자연스런 조화를 추구하는 디자인이다.



김도훈 KIM Dohoon
/ 스트립 벤트우드 퍼니처
(Strip Bentwood Furniture)

스트립 벤트우드(Strip Bentwood) 시리즈는 조형적 형태를 지닌 아트 퍼니처로 그동안의 작업들과는 또 다른 곡목 테크닉을 활용한 가구다. 한 줄씩 길게 켄 나무에 돌출된 부분과 오목한 부분을 만들어 차곡차곡 끼워 넣어 쌓아 올리는 곡목 기법으로 작업해 불필요한 가공을 줄이면서도 가볍고 견고한 형태를 완성했다. 기능성을 중시했던 이전 작품과는 다르게 자연스러운 곡선의 형태를 더욱 강조하여 조각품을 감상하는 듯한 감동을 주고 있다.



김재경 KIM Jaekyoung
/ 옷 입은 캐비닛1-참
(The dressed up cabinet1-cham)

의복과 가구를 결합한 캐비닛으로 다양하고 유연한 열림과 닫힘, 잠금을 경험할 수 있다. 벨트를 통해 닫힌 상태로 고정되고, 내부 자석을 이용해 도어를 말아 열린 상태로 사용할 수 있으며 도어 열 지퍼 안에 간단한 물품을 수납할 수 있다. 장정일의 단편소설 〈보트 하우스〉 중 '참(鐵) 이야기'에 등장하는, 인간을 좋아하는 상상의 북극 동물 '참'에서 이름과 형상의 모티브를 가져와 친밀성을 높였다. 〈2010 레드닷 디자인 컨셉 어워드〉 수상작이다.



김자형 KIM Jahyung
/ 내추럴 (Natural)

내추럴 서랍장은 우리가 가장 흔히 접할 수 있는 기본 형태의 서랍장이다. 그러나 나무 고유의 라인을 다듬거나 재단하지 않고 그대로 살려, 나무 본연의 아름다움을 보여준다. 또한 서랍 손잡이는 그 기능은 살리되 사람들이 사용할 때 나무가 전하는 그대로의 촉감을 느낄 수 있도록 디자인 했다.



노벨버 디자인 November Design
/ 캔버스 실루엣 라이트_레드
(Canvas Silhouette Light_Red)

캔버스에 테이블 라इट를 그려 넣은 후 전구를 뒤에 부착해 그림이 실제 조명기 기처럼 보이도록 디자인 했다. 테이블 위 데코레이션으로는 물론 벽에 걸린 그림처럼 보이는 연출 효과를 준다. 캔버스천 사이로 투과되는 전구의 은은한 불빛은 간접조명 및 무드조명 역할을 한다.



노일훈 스튜디오
Studio IL HOON ROH
/ 디 라이트 (D Light)

디 라이트는 사용자가 빛의 방향과 쉐리티를 마음대로 조절할 수 있도록 디자인 했다. 손잡이를 잡아 당기고 밀어 넣는 단순한 움직임만으로 LED 조명의 밝기와 쉐리티를 조절할 수 있다. 중앙에 위치한 손잡이를 밀어 넣을 경우, 6개의 LED 조명이 중앙으로 모이면서 리플렉터/디퓨저(Reflector/Diffuser) 뒤로 숨겨져 좀더 부드러운 간접조명을 연출하게 된다. 반면 손잡이를 잡아당기면 LED 조명이 확장되어 직접조명을 연출할 수 있다.



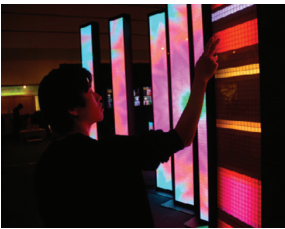
디자인 투두(송승용)
Design to do / 롱 (Rong)

친환경 소재의 자작나무 창살과 하이그로시, 레드 패브릭 전기선의 조합이 모던함과 전통미를 함께 보여준다. 긴 전기선을 이용하여 이동이 용이하며 바닥에 놓으면 조명 겸 협탁이 되고 걸이에 걸면 스탠드가 되는 다용도 램프이다. 제품의 쉐리티와 디테일이 돋보이며 상판의 터치 스위치로 3단계 조도 조절이 가능하다.



(유)매니페스토그룹
Manifesto Design Lab
/ 허버웨어 (Hoverware)

웰빙이라는 개념이 대두된 이후 그동안 생각없이 사용해 왔던 다양한 제품들이 건강에 끼치는 영향에 대한 많은 연구 결과가 발표되고 그로 인한 생활의 변화가 일어나고 있다. 〈허버웨어〉는 스푼과 포크, 나이프의 끝에 달리는 부분이 테이블에 닿지 않게 디자인된 제품이다. 행주나 냅킨의 위생 상태에 대해 많은 의문이 제시되고 있는 현시점에서 발상의 전환 하나로 위생과 친환경을 동시에 해결할 수 있다는 아이디어의 결과물로 탄생한 디자인이다.



셀라이팅 CELL Lighting /
보키 1 (BOKY 1)

보키 1은 모자이크 타일 형태로 픽셀을 구성하는 <IMAGE LED Lighting System>이다. 콤팩트한 사이즈인 '301mm X 301mm' 유닛을 기본으로 시스템화한 디자인이다. 또 부드럽게 움직이는 풀 컬러의 동영상 이미지는 독특하면서도 고급스러운 공간의 변화를 연출한다. 블록을 쌓듯이 구성되는 간편한 연결 구조와 쉬운 컨트롤은 고정용 시공과 이동용 시설에 모두 적합하며 사후관리가 용이해 공간 디자인과 무대 연출, 미디어아트 분야에서도 주목받고 있다.



스테레오타입 Stereotype / 아이박스 (I-BOX)

<아이박스>는 어린이의 성장에 따라 디자인 변형이 가능한 친환경 원터치 DIY 가구이다. 무독성 ABS, PLA 소재를 재활용해 자연생분해가 가능하며 원터치 조인트 방식과 너다온 구조를 적용하여 어린이의 체형 변화에 따라 손쉽게 디자인을 변형할 수 있다. 책, 장난감, DVD 등 다양한 수납이 가능하며 물에 강한 재질로 신발장, 주방, 욕실에서도 사용할 수 있다.



유화성 YOO Mars Hwasung / 조명 (Hat)

모자의 형상을 한 조명으로 기존의 전등 것을 형태적 유사성을 지닌 모자의 형상으로 대체하였다. 이는 기능적 조건을 충족시키는 동시에 모자가 지닌 연상 이미지를 토대로 사용자가 자유로운 상상을 할 수 있도록 유도한다. 특히 이러한 상상의 이미지가 시각적인 심미성 이상의 가치를 지닐 수 있길 기대하며 디자인 했다.



이기승 LEE Kiseung / 한 조각의 램프 (One piece of lamp)

한 조각의 램프는 한 장의 플라이우드(합판)로 이루어진 조명 디자인이다. 판재에 일정한 칼집을 내면 1차원의 평면 형태에서 3차원의 기하학적인 형태로 변화하게 된다. 이러한 물성을 활용하여 다양한 사이즈로 제작이 가능하며 패턴의 길이와 두께에 따라 수많은 효과를 이뤄낼 수 있다. 또 제품에 들어가는 부속의 수와 접착제 사용을 최소화하여 환경오염에 미치는 영향을 고려한 디자인이다.



제록김 스튜디오 Xerock Kim studio / 축적 (Accumulation)

<축적>은 가구를 만들기 위해 절단되면서 상처받았을 나무에 본연의 자연스러운 옷을 입히는 것을 목표로 하고 있으며 전통성과 현대성 사이의 융합점을 찾는 데 의의를 두고 있다. 쪽으로 천연염색한 나무 껍질을 수작업으로 붙이는 과정은 현대사회의 복잡함 속에 불가분하게 뒤엉켜 축적되는 우리의 삶과 닮았다. 이처럼 <축적>은 문화와 개인의 다양성을 표현하고 현대적 기능의 가구에 전통염색 기술을 새롭게 접목시켜 재해석 했다.



주디자인 Joo Design / 타볼리노_쿠션 테이블 (Tavolino_Cushion Table)

<타볼리노>는 이탈리아어로 '작은 테이블'이라는 뜻이 담겨 있다. 견고한 판재와 부드러운 비즈쿠션을 결합하여 쿠션 겸 테이블로 사용할 수 있는 신개념의 리빙디자인 제품이다. 사용자의 환경과 행동 습관에 적합하도록 변형 가능하며, 폭신한 거실 쇼파나 침대 위에서, 또는 무릎 위와 같은 바닥이 유연한 환경에서도 쉽게 고정되어 그 사용성이 높다. <2011년 홍콩 DFA> 수상작이다.



페브리커 Fabrikr / 패브리쳐 몬스터 (Fabriture_Monster)

버려진 목조 가구에 다양한 색감과 텍스처의 패브릭을 활용해 새로운 가치를 탄생시킨 업사이클링 패브릭 아트 퍼니처이다. 강인한 남자가 앉아 있는 형태를 취하고 있는 <패브리쳐 몬스터>는 남성적인 덩어리감과 선이 부각되는 형태로 디자인 되었다. 빨강, 노랑, 파랑의 큰 흐름을 중심으로 같은 컬러군의 다양한 텍스처를 지닌 패브릭을 이용해 다채롭고 섬세하다.



송정만 <한국디자인진흥원> 국제협력실 과장은 1995년 입사한 이후로 홍보, 전략 등 다양한 업무를 수행해 왔다. 현재는 국제협력실에서 디자인 해외진출 지원사업을 담당하고 있다. 여행과 산책을 즐기며 은퇴 후 <숨겨진 세계의 아름다움>이라는 책을 출판하고 싶어한다. 최근 논문으로는 '소셜 네트워크와 1인 기업을 창출하는 디자인 비즈니스 모델(2011)', 'Evaluating the Effectiveness of Asian Design Policies(2010)' 등이 있다.

Art of Collaboration

콜라보레이션 시너지 효과를 내다

콜라보레이션이란 각기 다른 분야에서 지명도가 높은 둘 이상의 브랜드가 협업하여 새로운 제품을 창조해내고 서로의 장점을 극대화시키는 작업이다. 다른 분야의 브랜드와 혹은 유명인이 만나 시너지 효과를 내는 콜라보레이션. 특히 예상치 못한 조합은 소비자들의 관심을 유도하기에 충분하다.



불국루비통

루이비통

불국루비통(佛國淚悲痛)

고종치하, 금발에 푸른 눈의 불국(프랑스) 청년 루이비통과 붉은 입술의 청담이는 서로의 이국적인 외모에 반했다. 은둔의 나라 조선의 매력에 빠진 루이비통은 청담이 집에 머물며 대한제국의 마지막 운명을 지켜 본 후 급하게 본국으로 돌아갔다. 청담이는 흐르는 눈물과 비통한 심정으로 자신의 몸에 불국루비통(佛國淚悲痛)이라고 새겼다. # 사진제공 : 도프 스튜디오



현대카드

현대카드 우아한 인생 1, 2

현대카드는 2012년 4월 현대카드에 디자인과 패션을 가미하여 이용객에게 카드자체 구매를 유도하기 위한 광고이미지 제작을 위해 순수사진작가 김용호와 콜라보레이션 작업을 시도하였다. 현대인들의 소비와 욕망에 대한 통찰력 있는 예술작품은 이미 줄리앙 오피의 작품과 함께 현대카드 본사 로비에 또 하나의 문화적 콘텐츠로 자리잡고 있다. # 사진제공 : 사진가 김용호



츄파춥스 팝아트

츄파춥스 팝아트와 아이커버

최근 상큼달콤하고 톡톡 튀는 츄파춥스의 팝아트와 아이커버가 만났다. 전 세계 소비자들에게 사랑 받아 온 막대사탕 츄파춥스는 화려한 색상과 재미있는 디자인으로 어린이들에게 상상력과 즐거움을 선사하고 있다. 총 7가지의 팝 아티스트로 출시했으며 케이스 착용 후에도 모든 기능을 사용할 수 있고 카메라를, 이어폰, 잠금버튼, 충전단자 등 정밀하고 퀄리티 높은 마감으로 미려한 디자인 감각을 살렸다. # 사진제공 : 츄파춥스

사진제공 : 츄파춥스



이탈리아 디자이너와 신동와인

톱 디자이너 컬렉션은 메이드 인 이탈리아(Made in Italy)라는 콘셉트로 이탈리아의 패션과 문화를 와인으로 재탄생시켰다. 세계적인 이탈리아 디자이너가 총 출동 되었는데 7명의 디자이너가 <가스텔라레(Castellare)> 와이너리와 협업해 7종의 와인을 탄생시켰다. 국내에는 발렌티노, 브리오니, 미소니, 베르사체 등 4종만을 선보일 예정이다. # 사진제공 : 신동와인

사진제공 : 신동와인



슈에무라와 칼 라거펠트

칼 라거펠트와 슈에무라

글로벌 코스메틱 브랜드 슈에무라(shuemura)는 세계적인 패션 디자이너 '칼 라거펠트(Karl Lagerfeld)'와의 콜라보레이션을 알리며, 협업 작품인 '2012 홀리데이 컬렉션'을 올 하반기 출시한다고 밝혔다. 그간 다양한 업계의 저명 인사들과 콜라보레이션을 진행해 온 슈에무라는 감각적이면서도 혁신적인 작품들로 소비자들에게 큰 즐거움을 선사해 왔다. 특히 이번 칼 라거펠트와의 콜라보레이션은 뷰티와 패션계, 두 거장의 이례적인 만남으로 큰 반향을 일으키고 있다. # 사진제공 : 슈에무라

사진제공 : 슈에무라



이세이 미야케와 에비앙

알프스의 천연 미네랄을 함유한 내추럴 미네랄 워터인 에비앙은 해마다 크리스티앙 라크루와, 장 폴 고티에, 랄프로렌, 폴 스미스 등 여러 아티스트와 디자인 콜라보레이션을 선보였다. 지난 2011년 일본의 디자이너 이세이 미야케와 협업한 꽃모티프의 병은 전세계 소비자들의 많은 관심을 받았다. # 사진제공 : 에비앙

사진제공 : 에비앙

경기도, QR 코드로 도민과 쉽고 빠르게 소통한다

통일된 콘셉트의 경기도 QR 코드

QR 코드(Quick Response Code)는 사각형의 가로 세로 격자무늬 안에 숫자는 최대 7,089자, 문자는 4,296자를 기록할 수 있다. 빠른 반응 속도와 더불어 사진과 동영상 등 형식에 구애받지 않는 대용량 정보를 가질 수 있다는 장점 때문에 QR 코드는 최근 홍보와 소통의 수단으로 각광받고 있다.

자료제공 : 경기도청



세계속의 경기도

경기도



대변인실



세계속의 경기도

2형감사관실



세계속의 경기도

제2소방재난본부



세계속의 경기도

경제투자관실



세계속의 경기도

자치행정실



세계속의 경기도

경기도버스정보
시스템



세계속의 경기도

농정국



세계속의 경기도

보건복지국



세계속의 경기도

환경국



경기도
공식블로그



경기사이버장터

경기사이버장터



세계속의 경기도

도시주택실



세계속의 경기도

가족여성정책국



경기도대기오염
정보센터

경기도대기오염
정보센터



G뉴스

QR 코드는 스마트 시대의 기본이다. 이미 많은 지자체와 관공서가 시민과의 쉽고 빠른 소통을 위해 QR 코드를 활용하고 있다. 문제는 디자인이다. 대부분의 사업 주체들이 나름의 개성과 특징을 반영한 QR 코드 디자인을 추구하고 있는 것도 사실이다. 하지만 큰 틀에서 보면 여전히 디자인 콘셉트의 통일성이 부족한 것이 현실이다. 각기 다른 QR 코드 디자인을 적용하고 있는 소방서가 대표적 사례 가운데 하나이다. 콘셉트가 통일할수록 가치를 더하는 공공의 영역이 있다. '이미지'는 '활자'보다 메시지 전달이 빠르고 강하며 오래 지속된다. QR 코드 스캔으로도 담당자와의 신속한 통화가 가능하다. 이것이 일정 영역에서 통일된 디자인 콘셉트가 필요한 연유이자, 경기도의 QR 코드 디자인을 소개하는 또 다른 이유이기도 하다.

경기도는 도내 행정 서비스와 홍보를 위해 2011년 3월부터 공문서와 각종 간행물에 QR 코드를 인쇄해 배포하는 QR 코드 서비스를 시행하고 있다. 경기도청 '디자인총괄추진단'이 주관하고 있는 QR 코드 서비스는 현재 경기도청 및 산하기관, 각종 행정 사업이나 민원 서비스, 관광, 주요 행사, 관련 블로그와 페이스북과 같은 SNS안내 등에 폭넓게 활용되고 있다. 경기도는 앞으로도 계속해서 경기도 품질인증 'G마크 농산물' 등 QR 코드 적용 대상과 서비스 콘텐츠의 확대를 추진해 나갈 예정이다. 

도시재생 프로젝트 - 선셋장항 페스티벌

‘해가 지는 장항에서, 머무르고 싶은 장항으로’

충남 서천군 장항읍 일원에서 지난 7월 13일(금)부터 22일(일)까지 10일간 2012년 ‘선셋장항 페스티벌’이 열렸다. ‘장항 도시재생 프로젝트’ 홍보행사의 하나로 기획된 이번 행사는 지역발전과 도시 재생사업의 새로운 패러다임을 가늠해 볼 수 있는 좋은 사례가 되고 있다. # 자료제공 : 선셋장항컨퍼런스 서울사무국

2008년 1월 장항선 개량 사업의 일환으로 역이 다른 지역으로 이전되면서 기차가 멈추고 침체 일로의 회색 도시로 변했던 (구)장항역 일대가 제 2의 부흥기를 맞이하고 있다. ‘삶의 터전과 문화예술 콘텐츠의 융합’을 모티브로 한 새로운 도시재생 프로젝트가 진행되고 있기 때문이다. 충남 서천군 ‘선셋장항컨퍼런스 추진위원회’는 장항 지역의 재생을 위해 과거 장항선 종착역이었던 (구)장항역 부지에 ‘미디어문화센터’를 건립하고(2013년 준공 예정) 일제 강점기 미국 창고를 리모델링 해, 서울 및 수도권 문화예술 산업 인력을 유치하기 위한 사업을 진행해 왔다. 장항 도시재생 프로젝트를 홍보하기 위해 개최된 이번 페스티벌은 장항읍 일대의 버려진 공장에서 청년 작가들의 작품을 전시하는 ‘공장미술제’, 미디어 전시와 교육 체험이 결합된 ‘미디어 아트스쿨’, 자아성찰과 치유의 경험을 주는 ‘힐링 캠프’, 음악을 중심으로 댄스, 스트리트 컬처, 전위 예술 공연을 함께 아우른 ‘트루 컬러스 뮤직 페스타’, 음악과 영상 등이 믹스된 콜라보레이션 퍼포먼스를 선보이는 ‘매직 믹스 쇼’와 같은 다채로운 프로그램을 선보이며 성황리에 막을 내렸다.

페스티벌 기간 동안 장항읍 전체 인구의 두 배가 넘는 2만 4천여 명의 관광객이 다녀갔다. ‘부활’과 ‘반전’을 콘셉트로 한 축제는 침체된 공간에 활력을 불어 넣었고, 새로운 도약의 동력을 얻었다고 평가될 만큼 성공을 거두었다.

분명 ‘선셋장항 페스티벌’은 여러 지자체에서 행해지고 있는 일회성 대형음악축제나 지역 마케팅 축제와는 다른 특성을 가지고 있다. 지역민의 삶이 영위되고 있는 생활공간 속에 ‘창의성’을 요구하는 문화예술적 가치와 스타일을 인식하면서도, 과거의 삶을



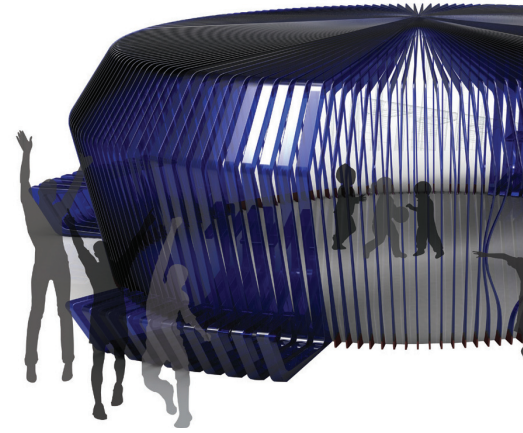
그대로 보듬어 안고 미래로 나아갈 수 있는 도시 재생의 새로운 패러다임을 제시하고 있다는 점에 주목해야 한다. 



남 다른 디자인을 위한 오랜 여정의 첫걸음

서원대학교 디자인학과 4학년 홍현우

“수상 소식을 전해 듣고 디자이너로서 첫 걸음마를 떼게 된 기쁨보다는
겉이 나기 시작했다. 디자인의 바다를 오래오래 유영하며 나만의, 나다운
길을 찾아야 하는 또 다른 도전이 시작된 것이다.”



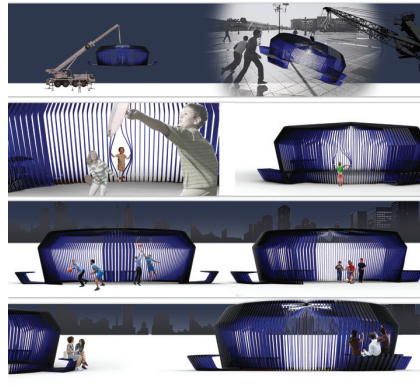
“제품디자인에 매력을 느끼고 있지만, 아직은 어떤 특정 분야에 몰입할
생각은 없습니다. 오랜 경험과 도전이 필요하다고 생각합니다.
나만의 남 다른 디자인을 찾기 위해 먼 길을 돌아가야 할지도 모릅니다.
이번 수상 직후 곧 바로 세계 3대 대회 가운데 하나인 <iF 디자인
공모전> 참가 준비를 시작한 것도 이 때문입니다.”

디자인 분야 전국 최대 · 최고 권위를 자랑하는 <대한민국디자인전람회>에
‘고무놀이터(Rubber Playground)’를 출품하여 대회 사상 최초로 학생의
신분으로 최고상인 대통령상을 수상한 홍현우(서원대 디자인학과 4년)
군은 장래 계획에 대한 설명으로 차분하게 수상 소감을 대신했다.

수상작 ‘고무놀이터’는 10m×10m×4m 크기의 이동식 도심 조형물로
심미성을 함께 갖추고 있다. 운동시간과 공간의 제약을 받는 직장인과
청소년의 건강 문제를 해결하기 위해 도심에서 다양한 스포츠와 놀이를
즐길 수 있도록 고안했다. 실리콘 고무 재질을 활용해 안전성을 확보하는
동시에 공간 출입이 자유롭고, 이동식 설계로 도심 어디에나 손쉽게
설치할 수 있도록 디자인되었다는 점에서 심사위원의 주목을 받았다.

“작품 준비를 하면서 환경과 안전성 문제에 적합한 소재를 찾기 위해 온갖
자료를 뒤져야 했습니다. 1년 가까이 아낌없는 지원을 해주신 조경득
교수님과 부디자이너 김지연에게 각별한 감사의 말을 전하고 싶습니다.”

남다른 디자인으로 나만의, 나다운 디자인 세계를 열어가고 싶다는 그는
“이번 수상으로 내 길을 갈 수 있는 동력과 에너지, 자신감을 얻게 된 것
이 가장 큰 소득이자 기쁨”이란 말로 인사를 대신했다.

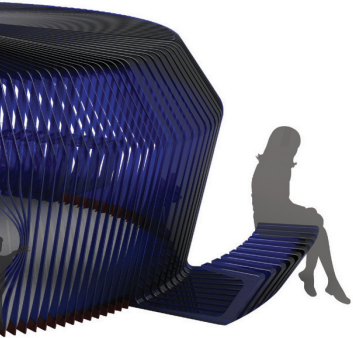


지식경제부가 주최하고 한국디자인진흥원이 주관하는 <대한민국
디자인전람회>는 1966년 <대한민국상상공미술전람회>라는 이름으로 처음
개최되기 시작한 국내 최고 권위의 디자인 공모전으로, 한국을 대표하는
디자이너 대부분이 본 전람회를 통해 등용되었다고 해도 과언이 아닐
정도로 국내 디자인 산업 발전과 인재 발굴에 많은 기여를 해오고
있다. 

홍현우는 2007년에 서울미술고등학교를 졸업하고,
서원대학교 디자인학과 4학년에 재학 중이다.



“마음을 움직여 세상을 바꾸는 디자이너”를 꿈꾸는 미래의 디자인 인재



서울 백석중학교 3학년 윤정민

“제대로 적용된 디자인은 우리 삶의 질을 높이고, 직업을 만들어 내며, 사람들을 행복하게 만든다는 영국의 패션 디자이너 폴 스미스(Paul Smith)의 말처럼, 세상과 인간에게 이롭게 만드는 디자이너가 되고 싶다”



미래의 주역이 될 청소년들에게 디자인의 중요성을 인식시키고, 창의력과 재능을 겸비한 디자인 인재를 조기에 발굴하여 차세대 디자인 스타로 육성할 목적으로, 한국디자인진흥원이 주관하고 지식경제부가 주최한 제19회 <한국청소년디자인전람회>에서 윤정민(서울 백석중학교 3년) 양이 중등부 대상인 국무총리상을 수상했다.

“올해 초 학교 방과후 특별활동으로 미술을 선택하면서 외고 진학 준비를 중단하고, 디자이너의 꿈을 키우게 되었습니다.” 윤정민 양은 미술학원을 다닌 적은 없지만, 개성과 자유로운 의사소통을 중시하는 학교 특별활동 미술 선생님의 지도 덕분에 도서관에서 일주일에 서너 권씩 관련 서적을 찾아보고, 일상생활 속에서 접하는 다양한 아이디어를 항상 메모하고 스케치하는 습관을 가지게 되었다고 한다.

“한번은 감기약을 사러 약국에 갔습니다. 갑자기 어린이 비타민 포장에 눈에 들어오면서 비타민이 어떤 약인지 쉽고 재미있게 전달하는 방법이

없을까 하는 생각이 떠올랐습니다. 그래서 탄생한 것이 비타민 성분을 상징하는 동물 이미지로 제품 이름과 제품 상자를 디자인한 ‘비타민+애니멀’이라는 작품입니다.”

윤정민 양은 심사과정에서 틀에 얽매이지 않은 다양한 표현기법과 재료를 활용한 측면이 높게 평가된 것 같다는 소감과 함께, “앞으로 한국디자인진흥원 벽면에 걸려 있던 글귀처럼 ‘마음을 움직여 세상을 바꾸는 디자이너’가 되고 싶다”는 바람을 전했다. **db+**

윤정민(서울 백석중학교 3년) 양은 학교 방과후 특별활동인 진로탐색부에서 미술활동을 하며 디자이너의 꿈을 키워나가고 있다.



디자인의 본질을 공유하다

가구&제품 디자이너 유화성

지난 3월 19일(월)부터 5월 5일(토)까지 한국국제교류재단 문화센터 갤러리에서 열렸던 '일상 속의 북유럽 디자인展: 노르딕데이' 한켠을 장식했던 한국 디자이너 유화성의 작품. 그의 작품은 심플하면서도 어딘지 모르게 허를 찌르는 반전이 도사리고 있다. 현재 스웨덴을 기반으로 가구 및 제품을 바탕으로 실험적인 작업을 하고 있는 유화성의 꿈은 사람과 소통하고 만족하는 디자인이다.



스웨덴에서 활동하고 있다. 스웨덴을 학업이나 활동 무대로 선택한 특별한 이유가 있는가?

2008년 9월부터 이곳 스톡홀름에서 공부를 시작한 후 약 4년의 시간이 흘렀다. 유학을 결정할 당시만 해도 책을 통해 보아온 스칸디나비아 디자인에 대한 막연한 환상만을 갖고 있었다. 하지만 그간 이곳에서 생활하며 그들의 표면적인 스타일이 있는, 디자인을 움직이는 가치관을 보며 많은 영향을 받았다. 이곳은 일반 대중이 디자인에 대해 관심이 무척 크다. 이런 대중의 다양성에 대한 존중이 디자이너들의 활동에 얼마나 큰 힘이 되는지 깨닫게 되면서 이곳, 스웨덴에서 활동하고 싶다는 생각을 갖게 되었다. 그러나 언어적 한계를 부딪히면서까지 이곳에서 활동을 결심하게 된 계기는 영 스웨디쉬 디자인 선정, 전시참여 및 공모전 입상 등을 통한 작업에 대한 관심과 호응이 아니었나 생각한다.

가구와 조명 분야 디자인에 주력하고 있다. 이 분야의 디자인을 선택하게 된 계기는 무엇인가?

과거에는 도구가 필요하면 사용자가 직접 만들었지만, 현대사회에서는 인간과 도구의 만남이 생산과 소비라는 틀 속에서 이루어지면서 생산자와 사용자 간의 거리가 점점 멀어지고 있다. 하지만 디자인의 가장 중요한 역할은 제품과 사람, 그리고 생활의 관계를 깊이 관찰하고 필요와 가치를 찾는 것이라고 생각한다. 그렇기 때문에 생산자의 역할이 중요하다. 나는 제품과 사람 사이에서 직접적으로 소통하는 일이 즐겁다.

실용성과 사용자 편의가 요구되는 분야이다. 디자인을 현실화하는 과정에서 직면하게 되는 고민이나 어려움이 있는지?

북유럽 디자인을 좋아하는 것은 사물이나 디자인의 가치를 부의 정도,

직업의 유무를 떠나 모든 계층이 즐길 수 있는 디자인을 추구한다는 것이다. 이런 현상이 표면적으로는 소박하거나 단순한 기능적 형태로 드러난다. 화려하거나 장식적인 디자인은 모든 계층이 다 같이 본질을 공유하기 힘들다. 이러한 관념이 시각적 화려함을 즐기던 내게 표현의 제약으로 느껴질 때도 있고, 다른 시각에서는 건조하고 심심한 디자인처럼 비칠 수도 있지만, 그 안에서 만들어지는 이들의 세심하면서도 차별화된 아름다움의 강점을 배우려고 노력 중이다. 가구나 조명을 디자인하기 위해서는 사람의 동선, 라이프 스타일 등 모든 것을 경험하고 파악한다면 좋겠지만 그렇게 할 수도 없고, 모든 사람을 만족시킬 수도 없다. 다만 내 경험의 폭을 넓혀 그에 가까워지려고 노력한다. 관찰과 경험이 가장 확실한 방법이지만 때론 다수 의견을 모아 조합하는 것 또한 좋은 방법이라 생각한다.

올해 국내에서 있었던 '노르딕데이'의 반응은 어떠했나?

지난 3월 19일(월)부터 5월 5일(토)까지 한국에서 전시가 있었다. 아쉽게도 직접 참석은 하지 못했지만 재미있는 사실은 '노르딕데이'가 북유럽 디자인을 소개하는 전시였는데 내가 한국 사람이라는 것을 모른 채 작품만 보고 초청한 것이다. 북유럽 디자인 전시에 내 작품이 초청되었다는 것은 여러가지 면에서 의미있는 일이고, 한국에 계신 지인들에게 개인 활동소식을 전할 수 있는 기회라 좋았다. 전시 주최 측으로부터 전해 들은 이야기이긴 하지만, 유럽에서 전시했을 때와 다른 반응이었던 것 같다. 호불호를 떠나 같은 작품에 대한 반응이 스웨덴, 프랑스, 한국 전시에서 약간씩 차이가 있다는 것은 디자인이 얼마나 흥미로운 영역인가를 보여주는 방증이기도 한 것 같다.



본인이 대중에게 어필하는 점은 어떤 부분이라고 생각하는가?

‘UNG8:Young Swedish design’은 2년에 한 번씩 스웨덴 디자인 · 공예 기관에서 디자이너를 선정하는 것으로 나는 2010년 <제품을 적는다 (Writing the products)>라는 주제로 선정되었다. 이 논문은 형태 언어를 통해 언어학과 문학의 이론을 바탕으로 소설을 쓰는 제품을 재구성한다는 내용이었는데, 이를 통해 전기 주전자 4개를 다른 실험과 주제로 적어 제안하였다. 이는 필요에 의한 ‘새로운 형태’를 제안하는 방법에 대한 새로운 시도였고, 이러한 시도와 이를 통해 얻어진 유니크한 결과물이 공감을 얻어 선정되었다고 생각한다.

디자인은 경험의 지식에 의해 만들어진다고 생각한다. 그래서 나는 가능한 한 다양한 경험을 해보고자 노력한다. 또 이러한 경험이 쌓이고 많은 것을 접할수록 디자인에 대한 욕구는 지속적으로 생겨나는 것 같다. 사실 디자이너는 자기만족에 의해 성취감을 얻고 이를 동력으로 삼는 직업 아닐까?



디자인을 통해 사람들과 어떤 점을 소통하고 싶은가?

디자인 철학을 얘기하자면 식상한 이야기일 수 있으나 사람을 위한 디자인이다. 하지만 이는 과학과 기술 분야를 포함한 대부분의 분야에서 나타나는 공통적인 사항이므로 좀 더 구체적으로는 사람의 ‘만족’을 위한 디자인이라고 말하고 싶다. 만족은 절대적이지 않다. 이는 항상 상황과 사물과 시대와 환경, 사람, 또 그들의 관계 속에서 만들어 진다. 따라서 이들의 소통을 통해 만족을 줄 수 있는 디자인을 하고자 한다. 아직은 철학을 만들어가는 과정이지만, 인간성은 디자인에서 결코 놓쳐서는 안 되는 가치라고 생각한다.



디자이너로서 가져야 할 자질, 시각은 어떤 것이라고 생각하는가?

디자이너로서 지녀야 할 자질은 디자이너의 역할에 대한 충분한 이해와 책임감이라고 생각한다. 덧붙여 한국의 차세대디자인리더로 유행과 디자인 이슈에 흔들리지 않고 항상 디자인의 본질에 충실하며 중심을 잃지 않아야 한다고 생각한다. 디자인 시장의 경쟁이 커지고 변화함에 따라 수많은 이슈와 용어가 마치 새로운 것인 양 생겨나고 사라지는 것을 본다. 하지만 대부분의 것들이 본질적 의미를 바꾸거나 새로이 하는 것이 아닌, 단지 이슈에 그치는 것들이 많다.

현재 계획은 무엇인가?

디자이너의 역할에 충실하고자 한다. 지속적으로 디자인을 통해 만족을 제공하고 시대, 사회 그리고 문화의 변화와 함께하는 디자인을 하고 싶다. 다른 디자이너들도 그렇겠지만, 디자이너란 디자인이 공감받고 실생활에 적용될 때 가장 큰 보람을 느끼니까. 앞으로도 계속 스웨덴에 머물면서 유럽 전제로 활동 영역을 넓혀볼 생각이다. 장기적으로는 미국까지 진출하고 싶다. 물론 기회가 된다면 한국에서의 활동도 기대하고 있다. 



디자이너 유화성은 서울시립대학교 산업디자인학과 졸업 후 2008년부터 약 2년간 한국 GM디자인센터에서 근무했다. 스톡홀름의 <Konstfack>에서 <Industrial Design> 석사 과정을 마친 후 현재 <Mars designstudio>에서 ‘Mars’라는 예명으로 활동 중이다.



추억과 감성 속에 담긴 따뜻한 메시지를 디자인하다

제품 디자이너 이기승

피가 채워지면 크리스마스 빨간 양말로 변신하는 '헌혈 팩'을 디자인한 이기승은 핀란드에서 학업과 프리랜서 활동을 병행하며, 사람들의 추억과 감성 속에 자리 잡은 따뜻한 메시지를 디자인하고 있다.



먼저, 근황이 궁금하다.

홍익대 산업디자인학과를 졸업하고 핀란드 알토예술대학에서 응용미술 디자인을 전공하며 프리랜서 디자이너로 활동 중이다. 최근에는 9월에 개최된 <파리 메종 오브제(Maison & object · Paris)>, 영국 런던의 <100% 디자인(100% design)>, <텐트 런던 디자인 페스티벌(Tent London)> 이렇게 세 곳의 전시에 집중했다.

일상적인 행위에 의미와 위트를 부여한 소품 디자인으로 인기를 모으고 있는데, 주로 어디에서 작품의 영감을 받는지?

주변에서 괴짜라고 생각할 정도로 '공상'을 많이 한다. 작품의 모티브를 끌어내기 위해 의도적으로 사물이나 환경을 관찰하기 보다는, '상상하기'를 선호한다. "창의력은 근육과 같다"고 프랑스 영화감독 '뤽 베르송'이 말했다. 아이디어를 사용하면 사용할수록 근육처럼 단련되어 더 신선한 아이디어가 자연스럽게 나오게 된다는 것을 비유한 표현이다. 나에게 공상은 아이디어의 훈련과정이고, 훈련 보조도구는 녹음기와 메모장, 필기도구이다.

'산타클로스 헌혈주머니'에 대한 이야기가 듣고 싶다.

2007년에 대학 졸업을 앞두고 진행했던 크리스마스 프로젝트가 작품의 발단이다. '따뜻함'에서 출발된 콘셉트는 기부와 헌신의 상징인 '헌혈'로 압축되었고, 성탄절의 아이콘인 '양말'로 발전했다. 산타클로스가 빨간 양말에 선물을 담아주는 행위의 모티브가 '헌혈과 수혈'의 개념으로 대치된 것이다. '조건 없이 암묵적으로 행하는 선행'이 우리 사회를 아름답게 만드는 에너지이자 원동력이라는 메시지를 작품에 담아내고자 했다.

본인이 디자인한 작품의 장단점이나 개성을 자평한다면?

시각적인 측면 이외에도 대중들의 보편적인 추억이나 감성을 담아내려고

노력하기 때문에 작품에는 공감과 소통의 메시지가 함축되어 있다. 이런 면이 장점이라면, 세심함의 부족으로 가끔 디자인의 완성도가 떨어지는게 단점이다. 개성인지는 몰라도, 상품 개발을 목표로 작업을 하기 보다는 조형성과 심미성, 감성을 중시한다. 여린 정서 때문에 소소한 일에도 남보다 많이 기뻐하고 더 슬퍼하고 엄청 놀라는 편이다. 그런 순간순간의 감정을 의식화하여 다양한 형태의 작업으로 승화시키려고 노력한다. 가끔 '시인이 디자인을 한다면 최고가 아닐까'라는 생각을 하는 이유이기도 하다.

디자인 작업을 시작하기 전에 하는 특별한 습관이 있는지?

지나칠 정도로 주변 정리정돈을 하는 편이다. 특히 책상 정리를 자주 하는데, 책상 위에 산적했던 잡다한 물건들을 치우다 보면 마음이 편안해짐과 동시에 기대하지 않았던 재미난 생각 끼리를 만나곤 한다. 이렇게 커커이 쌓인 이런 저런 생각이 어느 순간에 하나의 작품으로 귀결되는 게 아닐까 한다.





'공생'을 콘셉트로 한 카페용 접시 'Lintunen'. 일반 접시에 참새 발자국을 음각새김 했다.

근래 디자인 이외에 마음에 두고 있는 관심사가 있다면 소개해 달라.

‘내셔널지오그래픽’과 같은 다큐 영상의 후유증으로 다문화 체험의 유혹에 시달리고 있다. 특히 요즘은 이슬람 세계로의 여행을 꿈꾸는데 무슬림 전통의상인 갈라베야(Galabeya)를 입고 코란의 구절을 암송하며 현지인들과 함께 어울리고 있는 나를 상상할 때가 많다. 또 가끔은 몽골 평원을 달리기도 하고, 티베트 고산을 오르는 장면을 떠올리며 공간 이탈을 계획하기도 한다. 그 때문인지 몰라도, 얼마 전 세계지도를 구입했다.

디자이너는 예술과 디자인의 경계에 서서 창작을 고민하고 있는 것 같다.

‘예술성’, ‘공익성’, ‘상업성’ 중 우선되어야 하는 것은 무엇인가, 세 요소의 조화가 가능할까?

어느 하나 소홀할 수 없는 ‘순망치한(唇亡齒寒)’의 관계라고 믿고 있다. 입술이 없으면 이가 시리다고, 어느 한쪽에 치우치게 되면 항상 후회의 순간을 피할 수 없게 된다. 물론 만사가 모두 계획대로 되지는 않는다. 분명한 것은 자신에게 솔직해야 한다는 점이다. 첫 마음에 새겼던 순수성을 유지하는 것이 디자이너에게 주어진 고된 과제이기는 하지만, 끊임없는 연구와 책임의식을 토대로 세 요소의 균형을 이끌어 내지 못한다면, 요금을 내지 않고 무임승차하거나 몸에 맞지 않는 옷을 걸치고 있다는 자괴감에서 헤어나지 못할 수 있다고 생각한다.



활동 무대로 핀란드를 선택한 이유는?

프리랜서 디자이너로 활동하고 있지만 본업은 ‘학업’이다. 핀란드는 최고의 유학 환경을 자랑한다. 연구비와 후원금 등 다양한 국가 차원의 유학생 지원 시스템, 대학 간의 유기적 네트워크와 학과 간의 통섭적인 의사소통 채널을 구비하고 있어 다양한 프로젝트의 진행이 수월하다는 장점이 있다. 핀란드는 외국 유학생에게 ‘천혜의 조건’을 갖춘 곳이 아닐까 한다. 

디자이너 이기승은 홍익대학교 조형대학 프로젝트

디자인학과를 졸업하고 핀란드 알토예술대학

응용미술디자인학과 석사과정에 재학 중이다.

‘삼성디자인멤버십’ 15기로 2007년 〈레드닷 디자인 어워드〉

수상 경력이 있으며, 일상적인 행위에 의미와 위트를

부여한 작품 활동으로 유럽에서 주목을 받고 있다.



‘눈에 보이지 않는 가능성’을 완성한다

섬유 디자이너 권선영

바느질 없이 커팅만으로 다양한 연출과 표현이 가능한
'트랜스포머 룩(Transformor Look)'을 추구해 온 권선영은 이제 섬유 소재를 다양한
아이템의 디자인에 응용하는 새로운 '가능성'에 도전하고 있다.

디자이너의 길을 선택하게 된 동기가 있다면?

“패션을 예술로 전환시킨 소재의 건축가” 이세이 미야케(Issey Miyake)가 만든 의상을 보면서 섬유 디자인에 매료되기 시작했다. 그는 혁신적 발명을 동반하면 어떤 소재로도 의상 제작이 가능하다는 신조와 함께, 미학적인 면에서 기능성과 실용성 그리고 편안함을 중시한다.

본인의 디자인 스타일을 한마디로 정의한다면 무엇인가?

하나의 제품으로 다양한 연출이 가능한 실용적 '트랜스포머 룩(Transformor look)'의 추구라고 정의하고 싶다. 섬유 디자인은 평면 작업이 일반적이다. 하지만 나는 봉제를 하지 않고 커팅(Cutting) 작업만을 활용해 사이즈에 관계없이 착용과 다양한 연출이 가능한 의상을 제작하고 있다. 따라서 실용성과 아이디어가 디자인 작업의 핵심 포인트이고, 결과물은 '어떻게 입느냐'에 따라 스타일과 분위기가 결정되게 된다.

디자인의 매력이 무엇이라고 생각하는가?

'눈에 보이지 않는 가능성'을 완성시켜 나가는 즐거움이라고 생각한다. 새로운 아이디어를 자양분 삼아 새롭게 태어나고 창조되는 '가능성'의 되풀이를 통해 나만의 디자인 철학과 미학 세계를 건설하는 것, 그게 내가 섬유라는 소재를 통해 꿈꾸는 큰 '신명'이자 '행복'이다. 세월과 유행의 걸림이 없는, 오래오래 소장되고 사랑받는 옷을 만들고 싶다는 소망만으로도 설렘이 크지 않을까.

금년도 작품 활동 계획을 소개한다면?

올 3월에 '국립현대미술관 아트숍'에 작품이 입점 되었고, 7월에는 '2012 핸드메이드코리아페어'에 참가했다. 최근에는 9월 19일(수)에서 22일(토)까지 영국에서 개최된 인테리어 소품 전문 전시회 중 하나인 <100% 디자인 박람회(100% design)>에 출품했다. 전공이 섬유 디자인



인데, 이게 공예의 범주 안에도 들어간다. 의·식·주는 기본적으로 라이프 스타일이라는 공통분모를 형성하고 있다. 이런 특성을 살려 커팅 기법의 패브릭을 가미한 조명 디자인과 인테리어 소품을 소개했다. 개인적으로 섬유 디자인의 영역 확장을 선보일 수 있는 좋은 기회라고 생각한다. 앞으로 다양한 작품 활동을 통해 대중들과 소통하고 교감할 수 있는 기회를 자주 갖고자 한다. 부족한 면이 있지만, 다양한 평가와 조언을 받을 수 있는 그런 자리가 내겐 매우 소중하다.



섬유 디자인 소재의 응용 영역을 계속 확장시킬 계획이 있어 보인다.

그렇다. 조명이나 가구, 벽지 등과 같은 인테리어 소품 영역 이외에도, 접합과 융합이 가능한 영역은 무한하다. 모든 것이 나에게 ‘가능성’의 대상이다. 앞으로는 건축이나 자동차 내장재 쪽으로도 작업을 진행해 볼 생각이다.

작품 영역 확장과 대중성 지향, 이런 것을 좋은 디자인이라 할 수 있을까?

디자인의 존재 이유는 ‘사람’이다. 따라서 가치 평가 역시 얼마나 사람 중심인가에 달려 있다고 본다. 이런 점에서 디자인의 전제는 인본주의적 감성이 아닐까 한다. 디자인과 디자이너는 장기판과 장기 돌의 관계가 결코 아니다. 규칙대로 정해진 길만 가야한다면 오히려 그건 ‘가능성’을 방해하는 장애물일 뿐이다. 물론 선택과 집중도 중요하지만, 통섭적인 융합도 그 만큼의 의미가 있다고 생각한다. 디자이너는 전적으로 좋은 결말만을 희망하지만, 결과물이 항상 바람대로 귀결되지는 않는 것도 현실이다. 대중의 호불호(好不好)는 일종의 사용후기와 같다. 사용자의 불만과 불편에 귀를 기울이고 이들의 의견을 다음 작품에 반영하는 것, 이런 상업적 차원의 대중성과는 거리가 멀다.

디자이너 권선영의 꿈 이야기가 듣고 싶다.

섬유는 감성 그 자체이다. 다른 소재처럼 고정성이 없으면서도 온기를 유지시키는 따뜻함을 간직하고 있다. 나이를 먹으면 철이 들듯이, 세월이 더할수록 더 넓고 커진, 그런 파스한 감성을 간직하고 나눌 수 있는 디자이너로 성장할 수 있기를 희망한다. 더 많은 노력과 더 넓은

도전을 통해 세상에 나를 온전하게 나누어 줄 수 있는 그날이 올 거라고 믿는다.

미래의 디자이너들에게 한 마디를 전한다면?

디자인은 ‘업’이다. 사랑이 없으면 애착도 애증도 목표도 없다. 먼저 원하는 일이 무엇인가 재차 확인하고, 결심이 섰다면 열정과 도전 에너지를 충만하게 충전해야 한다. 때로 정거장을 지나칠 때도 있겠지만, 종착역은 자신만이 알 수 있다. 쉼 없는 아이디어와 샘솟는 열정, 치열한 노력이 동반되어야만 목적지를 가늠할 수 있다. 오늘도 ‘새’ 들은 끝이 어딘지도 모르는 천공을 향해 비상을 시작한다. **dh+**



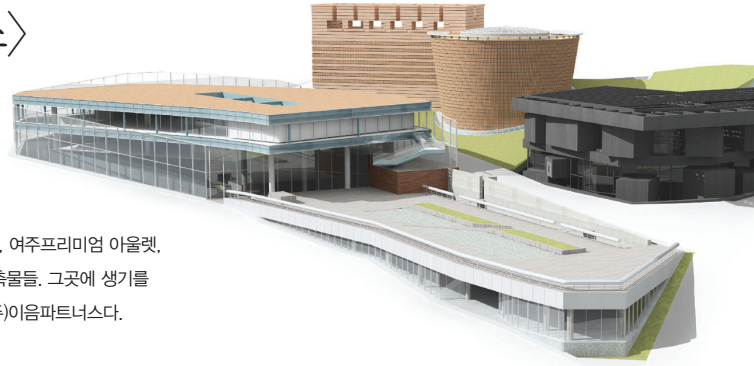
권선영은 원광대학교 의상학과를 졸업하고, 이화여자대학교에서 섬유디자인을 전공했다. 한국섬유기술연구소를 거쳐 현재는 이화여대 섬유디자인 브랜드인 ‘이결’ 소속의 디자이너로 활동 중이다.



Tip ‘차세대디자이너리더’는 한국을 대표할 국가 대표급 우수 디자인 인재를 선발·육성하여 세계적인 디자이너를 배출함으로써 국가 이미지 및 브랜드 제고, 디자인산업 경쟁력 강화에 기여하고자 지식경제부와 한국디자인진흥원이 추진하고 있다. 문의 인재육성팀 소철민 사무원 031_780_2217

디자인과 사람을 잇다, 〈이음파트너스〉

삼성그룹 CI, 삼성미술관 리움, 서울디지털벨리(구로공단), 여주프리미엄 아울렛,
신세계백화점 등 이름만 들어도 알만한 우리나라의 건축물들. 그곳에 생기를
불어 넣고, 색깔을 입힌 디자인회사, 그곳이 바로 (주)이음파트너스다.



엘리베이터에서 내려 사무실의 문을 열고 들어서자 회의 테이블에 직원들이 머리를 맞대고 회의 중이다. 우수디자인전문회사로 뽑힌 회사라 어떤 인테리어일까 기대했는데, 여기저기 쌓여 있는 책더미로 주위가 어수선했다. 하지만 한발 더 발걸음을 재촉하자 ‘ㄷ’ 자 모양의 건물 구조가 모습을 드러낸다. 건물 중앙은 정원 형태로 하늘이 뿔 뚫려 있고, 안장원 대표의 작업실과 다른 사무실이 그 주변을 감싸고 있는 구조다. 하늘을 담고 있는 이 사각 프레임이야말로 〈이음파트너스〉의 정체성을 대변해주는 훌륭한 장치다.

“이렇게 하늘을 바라보며 작업할 수 있다니 정말 멋있죠? 이 공간은 작가, 출판인, 디자이너, 화가, 평론가 등 다양한 문화 예술인이 모여 가끔 세미나도 열고 파티도 해요. 한마디로 소통의 장으로 사용되고 있습니다.”

〈이음파트너스〉는 디자인을 통해 브랜드의 가치를 창출하는 환경디자인 전문회사다. 한마디로 모든 것을 한다. 이는 안장원 대표의 이력과도 무관하지 않다. 디자인을 전공하면서 마케팅의 필요성을 느껴 마케팅도 같이 공부했다는 그는 〈뿌리깊은나무〉의 아트 디렉션을 담당한 이가솜씨와 출판 일을 하며 역사와 인문학의 중요성을 배우기도 했다. 조영제 교수의 연구실이기도 했던 CI 디자인 전문업체인 CDR, 광고 회사 제일기획, 인테리어 리스 P&C 등과 CDR BOX&COX의 대표이사를 거치며 기존의 디자인 업체와 차별화된, 소통과 융합을 중요시하는 지금의 (주)이음파트너스라는 회사를 세울 수 있었다.

“인문, 사회, 역사를 바탕으로 하지 않은 디자인은 좋은 디자인이라고 할 수 없습니다. 디자인이야말로 종교, 언어, 인종이라는 경계를 없애고 사람이 소통할 수 있는 중요한 영역입니다.”

이처럼 디자인할 대상의 성장, 변화, 역사를 파악하지 않고 하는 디자인이란 결국 ‘사기’에 지나지 않는다고 못 박는 안 대표는 디자인은 쉽다고 답한다. 대상의 흔적을 찾아 그것을 재생하고 재정비하는 복원 작업이라고 생각하기 때문이다.

“디자인도 30~50년의 사이클을 반복으로 트렌드가 변할 수밖에 없습니다. 이런 시간적 흐름을 인식하지 않고 단순하게 예쁘기만 한 디자인만 추구한다면 결국 디자인 쓰레기를 양산하는 것에 지나지 않습니다. 철학이 없이 테크닉만 추구한다면 결코 좋은 디자이너가 될 수 없는 이유죠.”

그래서인지 안장원 대표가 이전 직장에서 아트 디렉션을 수행한 프로젝트나 〈이음파트너스〉가 작업한 내용은 모두 이슈가 되는 것들이 많다. 삼성그룹 CI, 에버랜드, 삼성미술관 리움, 도곡동 타워팰리스 안내 체계 통합화 계획, 2002 월드컵 영접 시설, 무역센터 및 코엑스, 강남역 삼성타운, 여주프리미엄 아울렛, 신세계백화점 등 이름만 들어도 굵직한 것들이다.

“우리 회사는 따로 영업을 하지 않습니다. 좋은 디자인 자체가 바로 영업으로 이어지기 때문입니다.”

인간에 대한 신뢰와 인문학적인 철학을 바탕으로 세워진 〈이음파트너스〉. 이곳의 다음 행보가 주목되는 이유다. 



〈이음파트너스〉 안장원 대표

이음파트너스가 하는 일에 대해 한마디로 요약해 달라.

사실 한마디로 정의하기 까다롭다. 하지만 누군가 내게 그 질문을 하면 '통섭(通涉)적인 디자인을 한다'고 대답한다. '통섭은 사물에 널리 통함, 서로 사귀어 오감'이라는 뜻이다. 공간과 브랜드의 문제를 파악하고, 새로운 가치를 만들어내는 작업이다. 기업 CI, 사인, 인테리어, 브랜드 이미지 등 전부 다 한다.

경력이 화려하다. 디자인 철학에 변화가 있었던 계기가 있는가?

30년 가까이 이 일을 하며 많은 것을 경험했다. 그리고 나름대로 디자인 철학을 정립했다고 생각했다. 하지만 2004년 삼성미술관 리움을 맡아 작업하며 근본적인 철학이 바뀌었다. 당시 나는 세계 각국을 돌며 박물관과 미술관이라는 미술관을 죄다 훑었다. 이때 디자인이야말로 종교, 언어, 인종을 초월해 사람과 소통할 수 있는 영역이라는 것을 느꼈다. 문화의 힘을 느낀 것이다. 예를 들어 기독교인이더라도 역사적 가치를 담고 있는 불교 건축의 사찰, 문화유산인 불상을 보면 아름답다고 느낀다. 이런 것이 바로 문화의 힘이다. 디자인은 바로 문화다.

디자인할 때 가장 중요하게 생각하는 것은 무엇인가?

즐거워야 한다. 디자인하는 사람이 즐겁지 않다면 좋은 디자인이 나오지 못한다. 즐거운 마음으로 공간을 공부하고 연구하면서 스토리텔링을 짜고, 생명력을 불어 넣는 것이 디자인이다. 아무리 예쁜 디자인이라도 지역색과 대상의 역사가 포함되어 있지 않다면 그것은 금세 질리고 만다. 우리나라는 테크닉만 추구하는 디자이너가 너무 많다. 디자이너들에게도 인문학적 소양은 반드시 필요하다.

아이디어가 막히면 어떻게 하나?

여행을 한다. 언젠가 자동차를 한 대 빌려 미국을 횡단한 적이 있다. 예전에는 번성했겠지만, 지금은 쇠락한 도시를 보거나 자연의 웅장함을 보며 휴식을 취하고 아이디어를 얻는다. 얼마 전에는 비 오는 날 바위에 딱 달라붙어 있는 벌레 먹은 나뭇잎 한 장을 보았다. 그 모습이 예뻐 찬찬히 나뭇잎을 바라보다 깜짝 놀랐다. 나뭇잎 한 장 안에 커다란 테마



파크가 보이는 것이었다. 붉은 잎맥은 메인 도로고, 그 옆으로 뻗은 작은 잎맥은 구석구석을 통하는 길, 벌레 먹은 구멍은 호수의 형상을 띠고 있었다. 나뭇잎 한 장에 담긴 자연의 이치가 놀라워 가지고 왔다.

어떤 디자인을 하고 싶은가?

식상하게 들릴지 모르겠지만, 가장 단순한 것이 강력한 힘을 가진다고 믿는다. 디자인할 대상을 바라보고 있으면 무엇을 강조하고 부각해야 할 것인지 알게 된다. 때에 따라서는 사람들의 공간 학습지각 능력을 믿고 과감하게 생략하는 것들도 있다. 디자인은 치장하는 것이 아니다. 대상을 뿌듯하게 가리고 있는 것들을 가려내고, 본질을 찾아서 정확하게 집어내기만 한다면 그것이 가장 좋은 디자인이라고 생각한다.



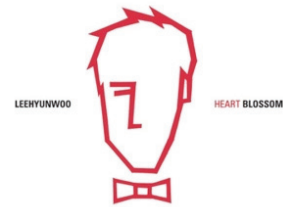
2000년 싱크 파트너스로 시작해 2006년 법인으로 전환한 (주)이음파트너스는 환경 토털디자인 회사로 공간이나 장소의 브랜드 가치를 창출하는 전문성을 발휘한다. 따라서 기업이미지 통합 CI, 테마파크, 전시관, 쇼핑몰, 주거시설, 오피스 등의 환경적, 시각적 디자인 연출 작업을 한다. 최근에는 중동을 비롯한 중국, 유럽 등의 해외 시장에서도 괄목할만한 성과를 거두고 있다. 2011년 디자인 연구소를 설립했으며 우수디자인전문회사로 선정되었다.



Tip 지식경제부와 한국디자인진흥원은 우수한 디자인전문회사를 발굴하여 세계적인 경쟁력을 갖춘 글로벌기업으로 성장할 수 있도록 지원함으로써, 국가 디자인산업 발전과 국가 브랜드 위상 제고에 기여하기 위해 매년 1회 '우수디자인전문회사'를 선정하고 있다. 문의 기업육성팀 이승현 사무원 031_780_2179

세월의 손때가 그대로 묻어있는 한옥의 매력에 빠진 가수, 이현우

가수로서의 삶을 살면서도, 본인의 또 하나의 달란트인 디자인에 대한 열정을 놓지 않는 그를 두고 '연예인이 취미로 그림 좀 그린다'고 생각하면 오산이다.
그 유명하다는 미국 파슨스디자인 스쿨을 졸업한 가수 이현우다.



이현우가 직접 디자인 한 10집 앨범 재킷

가수 이현우. 노래 좀 하는 가수. 앨범 수록곡의 90%를 직접 작사, 작곡하는 싱어송 라이터인 22년차 실력파 가수이다. 매일 아침을 열어주는 라디오 DJ 자리를 수년간 지키면서 뮤지션으로서의 삶을 제대로 즐기고 있는 사람. 여기까지만 해도 충분하겠으나, 그를 설명할 수 있는 수식이 조금 더 남았다. 켄트하고 세련된 이미지로 '실장님' 전문 배우로도 활약하고 드라마와 영화에 이어 뮤지컬까지 도전해서 연기의 스펙트럼까지 넓히고 있는 원조 엔터테이너다. 최근에는 맛있는 음식을 찾아다니는 미식가로서의 면모까지 보이고 있다.

이렇게 다양하게 설명되어지는 그에게 가장 중요한 한 가지 수식어가 더 있으니, 바로 디자인학도다. 꽤 알려진 이야기지만, 이현우는 그 유명하다는 미국 파슨스디자인 스쿨을 졸업한 재원이다. 다행스럽고도 신기한 건, 그가 뮤지션으로서의 삶에 충실하면서도 디자인학도로서 본인의 달란트를 꾸준히 활용하고 있다는 사실이다. 바쁜 스케줄 속에서도 그는 본인만의 작업실을 꾸려놓을 정도로 열정도 가지고 있다.

디자인으로 레이건 대통령상 받은 재원

어린 시절, 그는 말을 배우면서 그림을 그렸다고 한다. 부모님과 함께 미국에서 거주했던 그는, 고등학교 시절 그림으로 미국 대통령상을 수상했을 정도로 전도유망한 재원이었다. 자연스럽게 디자인학도로서의 삶을 살았고, 디자인은 그의 삶과 함께하는 것이었다.

“어려서부터 디자인에 깊은 관심이 있었습니다. 자연스럽게요. 아무래도 디자인을 생각하는 눈이나 감각은 잘 발달된 것 같습니다. 시각디자인을 전공하면서부터는 당연한 말이지만 더 전문적으로 디자인을 대하는 눈이 생겼고요.”

미국에서 나고 자란 그가 들어간 학교는 파슨스 디자인 스쿨이었다. 전공자들은 물론 일반인들에게도 잘 알려진 제일의 디자인 스쿨. 시각 디자인을 전공하던 그는, 갑작스럽게 가수가 되기 전까지만 해도 당연히

디자이너의 길을 걷게 될 것이라고 생각했다. 그는 예사롭지 않았던 미술영재였기 때문이다.

덕분에 그는 가수가 된 이후에도 디자인 작업에 손을 놓지 않았다. 꾸준히 재능기부 식으로 작업을 하고 있다. 지난 2007년 발매한 10집 앨범 재킷 디자인은 본인이 직접 했고, 의미가 있는 행사에 참여해 자신의 작품을 다양한 방법으로 기부하면서 디자인학도로서의 삶을 이어나갔다. 지금의 아내를 만난 것 역시 그가 디자인적인 감각을 이어올 수 있는 큰 이유였다.

“아내는 대학에서 디자인을 전공한 재원으로 큐레이터 출신입니다.

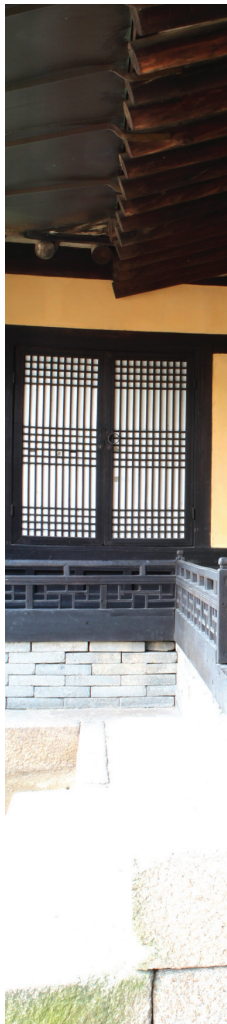
전시회를 준비하면서 일 때문에 만나 사귀게 됐어요. 둘 다 미술을 전공해서, 많은 대화를 나눌 수 있다는 점이 좋습니다. 아내는 제 작품에 대해서 구체적으로 조언을 많이 해주는 편이에요. 상처를 많이 주는 편이지만, 그게 오히려 생기고 좀 더 노력하게 되는 계기가 되니까 좋습니다.”

작품에 대해서는 자신이 좋아하고 좋아하지 않는 것이 분명한 아내 덕분에 작품에 대한 열정이 더 커진다고 한다. 그는 미술과 디자인적인 감각이 죽지 않을 수밖에 없는 환경에서 살고 있다.

자연과 어우러진 전통가옥인 한옥이 요즘 그의 관심사

가수로서의 삶을 살면서도 디자인적인 감각을 꾸준히 이어오는 그. 어쩔지 굉장히 세련되고 도시적인 이미지를 가지고 있지만, 알고 보면 그는 목가적이고 편안한 스타일의 소유자다. 디자인학도로서 좋아하는 디자인도 마찬가지. 유행을 선도하는 최첨단의 디자인을 말할 것 같지만, 그가 요즘 가장 꽃힌 것은 바로 오래된 전통 가옥인 한옥이다. 한국적인 멋이 깃든 고택들이 뿜어내는 품격의 진가를 드디어 알게 되었다고 한다.

“며칠 전 우연히 전통한옥에 갔는데, 자연을 거스르지 않고 환경을 최대한 활용해서 완성한 건축방식에 매료되었습니다. 제가 작품을 할 때도 자연 현상을 주의깊게 관찰하는 편인데, 전통한옥이야말로 자연현상과 가장





잘 어우러진 제대로 된 미적인 산물이 아닐까 싶어요.”

그래서 그는 요즘 시간만 나면 전통한옥이 있는 곳을 부러 찾아다닌다. 이렇게 특정한 디자인에 관심을 가지게 되면 자연스럽게 작품에도 영향을 미치게 된다. 요즘 개인전을 위해서 작품을 열심히 그리고 있는 그는, 전통한옥에서 얻은 영감을 고스란히 살려서 최대한 작업하고 있다. “그런데 작품 뿐 아니라 디자인은 생활 곳곳 어디든 존재하는 것 같아요. 가구를 배치하거나 벽지를 고를 때, 심지어 옷을 입을 때도 디자인은 유용하게 활용됩니다. 요즘 전통한옥에 꽂혀 있긴 한데 기본적으로는 자연스러운 것, 자연현상과 관련된 것을 좋아하는 편입니다.”



첫 개인전은 자연에서 얻은 영감으로 채울 것

이렇게 꾸준히 디자인학도로서의 감각을 이어가고 있는 그는, 올 하반기에 생애 첫 개인전을 열 계획이다. 아직 작품이 부족해서 일정을 미뤄야 할 것 같다는데, 일단 열심히 작업을 진행하고 있는 단계다. 강원도 춘천에 마련한 작업실에서 스케줄이 비는 틈틈이 짬을 내 혼자만의 작업 시간을 갖는다.

“춘천 작업실은 아무에게도 방해받지 않고 집중할 수 있는 공간입니다. 집에서는 아이가 있어서 집중할 수 없어요. 아이가 너무 귀여워서 아이와 놀 수밖에 없거든요.”

미적인 감각을 유지하기 위한 본인만의 노력은 “자연현상을 항상 주의 깊게 살펴보는 것”이라고 한다. 바람이 불거나 비가 올 때, 계절이 바뀔 때, 산과 바다가 변하는 것을 유심히 관찰한다. 등산을 좋아하는 것도 다양한 디자인 영감을 받을 수 있어서란다. 

사진제공 : HW 엔터프라이즈



가수 이현우는 1991년 〈Black Rainbow〉로 혜성같이 등장했다. 이후 〈꿈〉 〈헤어진 다음날〉 〈비가와요〉 등 히트곡을 내며 실력파 뮤지션의 길을 걷고 있다. 지난 2009년 미모의 큐레이터와 결혼해 4살과 2살 아들을 둔 아기가빠가 되었다.



이나미 스튜디오 바프 대표님께 〈서울은 깊다〉를 권합니다

이경미

/

〈사이픽스〉 대표

인간은 누구나, 더욱이 진정한 '지식인'은 본질적으로 '자유인'인 까닭에 자기의 삶을 스스로 선택하고, 그 결정에 대해서 '책임'이 있을 뿐 아니라 자신이 존재하는 '사회'에 대해서 책임이 있다. -리영희 〈대화〉 중에서-

이나미 대표님! 전 오늘 공교롭게도 제가 공부하는 인문학 모임에서 서울 대학교 의과대학의 정현재 교수님께 '영화를 통한 현대인의 죽음 이해'라는 웰다잉에 대한 강의를 들었습니다. 웰다잉이나 치매문제, 정신과 치료와 우리 문화에 대해서 평소부터 관심이 많던 터라 서비스 디자이너인 제게는 아주 귀한 시간이 되었지요. 죽음에게 삶을 물었을 때, 내 인생의 목적은 무엇인지, 내게 주어진 인생의 임무는 무엇인지, 삶의 가치에 대한 우선 순위를 어떻게 둘 것인지 다시 생각해 보게 되는 것 같아요. 강의를 듣고 돌아오는 길에 남편과 그런 얘기를 했습니다. 계절이 바뀌면서 절기가 딱딱 들어 맞듯, 삶의 의미를 알아가는 나이가 된 것 같다고... 지천명, 제 나이 곧 50이더라고요!

전 책 읽기를 참 좋아합니다. 우둔해서 거대담론들을 소화해 내 관점을 갖는 일은 언제나 쉽지 않지요. 하지만 책은 무료할 때는 속살거리는 친구 같고, 가슴이 무너지듯 앓이 감껴할 때는 좋은 치유자 같고, 훌륭한 안내자이기도 합니다.

제가 책을 읽는 습관 중 하나는 책 모서리를 접어 별표를 하고 문장에 밑줄치고 메모를 남기는 것입니다. 사실 그건 제 딸 지수가 그 책을 읽을 때 함께 공감하거나 시선을 맞추고 싶은, 나름의 표식이기도 한데요. 니코스 카잔차키스의 〈그리스인 조르바〉 앞장에는 "엄마 젊어서 필독 도서일 때는 마냥 지루하더니만, 나이 40이 되어 읽으니 참 좋네. 지수! 네 나이 40이 되면 다시 한번 읽어보렴"이라고 적어 놓는다가나, 로알드 달의 〈맛〉 표지 위에는 노란 리본에 "지수! 시니컬한 블랙유머가 필요할 때

적절! 넌 와인을 좋아하니까 '맛'부터 시작해 볼까?"라고 적어 놓는다가나 헬레나 노르베리 호지의 〈오래된 미래〉에는 "엄마의 가슴이 뜨거워졌어. 지수! 내년에 Peace Boat를 타게 되면 이 책은 꼭 읽겠다고 약속해 주겠니?"라고 말이죠.

그런가 하면 딸아이가 중학교 다닐 즈음 읽었던 파울로 코엘료의 〈연금술사〉에는 표식 투성이었는데 "이 세상에는 위대한 진실이 하나 있어. 무언가를 온 마음을 다해 원한다면, 반드시 그렇게 된다는 거야. 무언가를 바라는 마음은 곧 우주의 마음으로부터 비롯된 때문이지." "기회가 우리를 도우려 할 때 우리도 기회를 도와 할 수 있는 모든 일을 해야 해." 등의 구절에 줄을 긋고, 신경숙의 〈리진〉에는 "이름의 주인이 어떻게 사느냐에 그 이름의 느낌이 생기는 게다. 사람들이 네 이름을 부를 때면 은혜의 마음이 일어나도록 아름답게 살라"에 줄을 그었습니다. 딸아이에게 전하고 싶은 말을 저자의 글로 대신해서 전달하고 싶었던 것이지요. 그 밑줄에 제 염원이 똑똑 흐르고 있지 않을까요?

그런데 어느 순간 멋진 일이 일어났습니다. 제 표식에 딸 지수도 표식을 남기기 시작한 것이지요. 단방향이 아닌 쌍방향 인터랙션이 아주 재미있게 생기기 시작한 것입니다. 〈꾸뻔 씨의 행복 여행〉에는 실제 파리의 정신과 의사인 프랑수아 틀로르가 '왜 그토록 부족함이 없는 사람들이 행복해 하지 않을까?'에 질문을 던지고 여행을 다니면서 그때마다 느낀 점, 배운 점들을 적은 책입니다.

배움 1. 행복의 첫 번째 비밀은 자신을 다른 사람과 비교하지 않는 것이다.
배움 3. 많은 사람들은 자신의 행복이 오직 미래에만 있다고 생각한다.
배움 4. 많은 사람들은 더 큰 부자가 되고 더 중요한 사람이 되는 것이 행복이라고 생각한다.

- 배움 6. 행복을 목표로 여기는 것은 잘못된 생각이다.
- 배움 10. 행복은 자신이 좋아하는 일을 하는 것이다.
- 배움 14. 행복이란 있는 그대로의 모습으로 사랑받는 것이다.
- 배움 15. 행복은 살아있음을 느끼는 것이다.
- 배움 20. 행복은 사물을 바라보는 방식에 달려있다.
- 배움 23. 행복은 다른 사람의 행복에 관심을 갖는 것이다.

여기에 저는 “엄마가 좋아하는 것은 no. 20과 23! 다 좋은 글이지만 특히 맘에 와 닿아”라고 적어 놓았더니 이렇게 짧은 답이 왔습니다. “난 no. 14가 맘에 들어”라고요. 이런 방식으로 글을 읽고 줄을 그으면 딸이 그 책을 읽고 위에 색이 다른 연필로 덧줄을 그습니다. 남편은 형광색으로 줄을 그는데, 제가 줄긋지 않은 글에 새로운 줄이 그어져 있으면, 다시 한번 꼼꼼히 읽어보게 됩니다. 딸과 남편의 관점을 살펴보기 위해서지요. 우리 가족이 릴레이처럼 책에 줄을 그어 소통하는 방식은 느리지만, 일기장을 열어보는 것 같은 비밀스런 흥분과 따뜻한 연대감을 가져다 주기도 합니다. 책을 읽으면서 줄을 그어 글의 의미를 곱씹는 행위는 딸 뿐만 아니라 저 자신에게도 방향성을 가지게 해주는데 ‘내가 어떤 사람이 될지를 결정하는 자유’를 만끽하는 일이기도 합니다.

성공회대 석좌교수이신 신영복 선생님께서 이런 말씀을 해 주셨습니다. “인간이 문제의식을 가지고 그 사회를 진단하고 발전시켜 가는 것이 공부다. 사람이 사람중심으로 세계를 인식하는 것이 공부를 하는 의미” 라면서 “머리에서 가슴으로, 가슴에서 발로 가는 것이 중요하다”라고요.

‘사회의 문제를 디자인의 방법으로 해결하려는 움직임’은 제가 이성(머리)으로 생각하고 가슴으로 받아들이고 즐겁게 행동(발) 할 수 있는 일이어서, 그 디자인을 할 수 있어 참 행복한 요즘입니다.

더더군다나 이나미 대표님께서 저와 같은 시각으로 디자인을 바라보고 실천하고 계신 것을 알게 되어서 정말 기뻐는데요, ‘결혼식의 주체인 당사자보다는 부모님의 재력, 능력 등을 나타내는 지표가 되어버린 근래의 결혼식... 그 의미에 질문을 던지고 결혼식의 긍정적이고 미래 지향적인 대안을 디자인 중이시라니... 역시 대표님이시구나’라는 생각을 했어요.

저는 요즘 서비스디자인을 하면서 재미있는 패턴을 발견하게 되었는데, 그것은 디자인이 가진 힘의 지향성에 대한 것입니다. 경영 컨설팅이 대체적으로 ‘위에서 아래로의 혁신’이며 ‘보다 기업의 생산성과 효율성을 높이기 위한 목적’을 가지고 있다면, 서비스디자인은 ‘공동체 협업의 노력’으로 ‘긍정적이고 미래 지향적인 대안’들을 만들어 내는 ‘아래로부터의 혁신’이라는 생각이에요.

대표님이 하고 계시는 서울시 결혼식 서비스디자인 얘기는 나중에 자세히 듣기로 하고 오늘은 이나미 대표님께 전우용씨가 쓴 〈서울은 깊다〉라는 책을 권해 드리려고 합니다. ‘서울의 시공간에 대한 인문학적 탐사’라고



서울은 깊다 전우용 지음, 돌베개

부제가 달려 있는데요, 제가 만화책보다도 더 재미있게 읽은 책입니다. 대표님께서도 서울시의 여러 문제에 자문을 하고 계시니 ‘이 책이 딱! 이다’ 싶습니다. 우리가 살고 있는 서울이 어떤 역사를 가지고 있는 공간이었는지를 이해하고 보면 서울의 미래를 그리는 일에 우를 범하는 일이 적어지지 않을까 해서요.

디자이너들에 의해 우리들이 살고 있는 이 사회가 더 건강해지기를 소망하면서, 메이요 병원의 Center for Innovation에 적혀있는 이 글을 나눌까 합니다.

“Think Big, Start Small, Move Fast!” 

이경미 <사이픽스> 대표는 맥락을 중시하는 집중적 리서치와 다양한 이해관계자의 욕구를 반영할 수 있는 개발 프로세스로 혁신 아이디어를 구체화함으로써 고객이 경험하는 제품 및 서비스의 가치를 극대화하여, 그 기업만의 이기는 전략을 만들어내는 컨설팅을 하고 있다. 대표적으로는 물방울 가슴기, 루펜 음식을 처리기, KT 쿡 스타일, 아이리버의 미키마우스 앰플레이어, 유한킴벌리의 티엔, 국민건강보험 건강검진 결과서 디자인 등이 있다. 현재 헬스케어 서비스디자인에 에너지를 쏟고 있다.



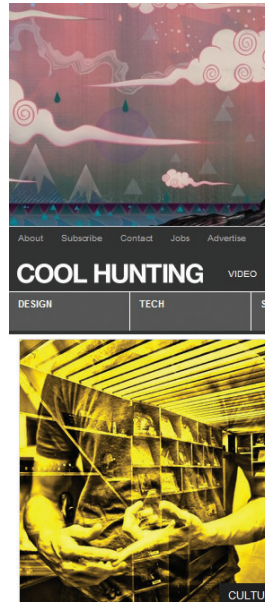
쿨하고 핫한 문화 정보를 사냥하라, 쿨헌팅

www.coolhunting.com

김명환

/

〈aA 디자인 뮤지엄〉 대표



〈aA 디자인 뮤지엄〉은 가구 박물관과 카페, 라이프 스타일이 있는 복합문화 공간이다. 전세계의 유명하지만 쉽게 접하기 힘들었던 디자인 제품, 그 중에서 특히 가구를 중심으로 이루어진 전시장과 쇼룸이라는 복합적 성격의 공간을 제공하는 것이 주된 콘셉트다. 아트(art), 건축(architecture), 얼라이브(alive)의 소문자 'a'와 최고의 점수, 최고의 가치를 의미하는 대문자 'A'를 조합해 탄생했다. 〈aA 디자인 뮤지엄〉이라는 그 이름의 어감처럼 오랜 시간에 걸친 방대한 양의 컬렉션은 aA 공간을 통해 보다 많은 사람들과 공유되기를 바라고 있다.

이제 곧 만들어질 라운지 역시 국내외의 유명 뮤지션들을 지속적으로 초대할 계획이다. 관객들이 좀 더 가까워서 뮤지션과 호흡하고 양질의 음악을 공유하는 공간이 될 것이다. 이처럼 필자가 지금까지 설계하고 운영하고 있는 〈aA 디자인 뮤지엄〉은 복합된 문화가 일상 속에 공존하는 곳이며 항상 조금 더 플러스 된 공간으로 진화하고 있다.

aA 공간은 단지 획일적인 포맷에 갇혀 일방통행적인 문화의 주입이 아니라 이곳을 찾는 모든 사람과의 상호 교류적인 문화 공유를 원하고 지향한다. 또 보이지는 않지만 우리 삶 속에서 공존하고 있는 무형의 문화를 가지고 작업하는 것을 즐긴다. 어떻게 보면 aA라는 새로운 문화 공간도 이렇게 탄생했다.

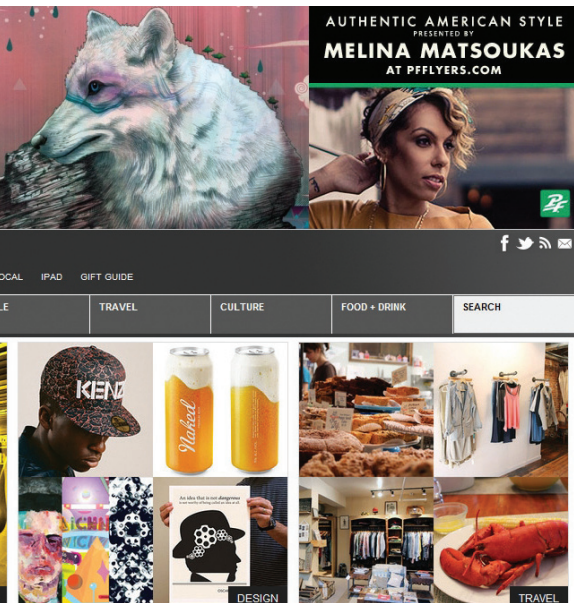
이제 농사를 지어 재화를 만드는 1차 산업을 지나 2차 산업인 제조업과, 상품을 판매하고 서비스를 제공하는 3차 산업을 거쳐가고 있다. 심지어 지금 현재의 우리는 '무형의 문화를 가지고 브랜드화'하는 단계까지 왔다.

2012년을 살아가는 요즘은 시각적으로도 문화적으로도 매우 발달된 비주얼 감성 세대다. 커피를 마시더라도 더 많은 돈을 주고 멋지고 더욱 근사한 카페를 찾는다. 볼펜과 연필을 사용하더라도 디자인적으로 세련되고 독특한 제품을 찾는다. 이처럼 우리는 감각적이고 감성적인 문화를 사고 판매하는 현재에 살고 있다.

그래서 필자는 항상 문화라는 코드에 관심이 많고 문화 전체를 아우르는 부분에 예민하리 만치 집중하는 편이다. 이 나이에도 소위 젊은 친구들이 말하는 핫 플레이스가 어느 곳에 생겼다고 하면 그 곳을 꼭 한번 둘러봐야 직성이 풀린다. 새로운 문화에 대한 호기심과 탐닉은 직접 두 눈으로 확인하지 않으면 내 속에 녹아있는 궁금중 DNA가 한시도 가만히 있지 않고 어서 거기 가보라며 재촉하기 때문이다. 그렇게 핫 플레이스에 가면 물론 맛있는 음식과 음료도 내 눈과 입을 사로잡지만 무엇보다도 그 공간의 특별함과 전체적인 느낌과 분위기인 문화를 보기 위하여 내가 핫 플레이스를 찾는 가장 큰 이유다.

이처럼 필자는 지금까지 나름의 문화 내공을 키우기 위해 '꾸준히 문화적으로 보기'인 '시각화'를 연습해 왔다.

이런 내가 가장 즐겨 찾는 사이트가 바로 '쿨 헌팅(Cool Hunting, <http://www.coolhunting.com>)'이다. 이 웹 사이트는 소위 말해 문화와 관련해서는 없는 것이 없는 곳이다. 카테고리 섹션 구성은 크게 디자인(DESIGN), 기술(TECH), 스타일(STYLE), 여행(TRAVEL), 문화(CULTURE), 음식과 음료(FOOD+DRINK) 등으로 구성되어 있다. 각각의 카테고리들을 클릭하면 그야말로 다양하고도 천차만별의 문화가 펼쳐진다.



디자인(DESIGN) 섹션에서는 매일 한두 개의 디자인 제품을 소개하고 있다. 조그만 디자인 소품에서부터 크게는 건축물의 디자인까지를 소개하고 있다. 디자인의 크기나 영역을 불문하고 다양한 세계의 디자인을 쉽게 만날 수 있고 최신 디자인의 흐름을 빨리 캐치할 수 있다.

그리고 기술(TECH) 섹션은 주로 스피커, 카메라, 노트북 등 우리가 실생활에서 사용하는 전자제품의 디자인과 상품의 장단점을 잘 비교 분석해 소개해 주고 있다.

스타일(STYLE) 섹션은 젊은 디자이너들의 옷을 소개하고 오프라인 스푼을 소개하는 등 신진 디자이너들이 쉽게 홍보할 수 있는 기획의 장으로 활용되는 것 같다. 무엇보다 요즘 감각 있는 친구들의 디자인을 볼 수 있다는 점이 얼마나 재미있는지 다음 뉴욕 출장을 가면 꼭 여기 소개된 몇 개의 숏도 방문할 계획을 갖고 있다. 생각만 해도 정말 기분이 좋아지고 행복해 진다.

여행(TRAVEL)은 말 그대로 여행하기 좋은 곳의 정보와 그 나라를 소개하는 섹션. 하지만 그냥 흔한 여행 가이드북이 아니라 직접 보고, 듣고, 느낀 것을 서로 공유하는 형태로 구성되어 있다.

<aA 디자인 뮤지엄>도 내부에 디자인팀을 꾸려 웹 매거진을 만들고 있다. 이 웹진에서 필자 역시 수년간 해외여행을 하며 모아 온 사진자료는 물론이고 즐거가는 지역 등의 전반적인 여행 이야기를 보여 줄 예정이다.

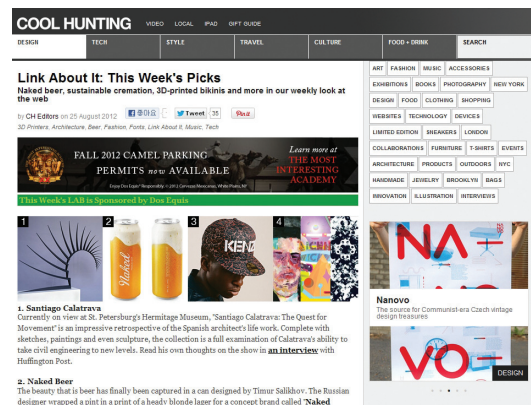
쿨헌팅 웹사이트의 가장 큰 강점은 전세계의 신선한 디자인을 매번 만나볼 수 있다는 점과 매번 바뀌는 포맷 역시 복잡하지 않고 심플하다는 것. <aA 디자인 뮤지엄> 역시 식을 줄 모르는 문화에 대한 관심으로 그야말로 문화의 정체 없이 포맷의 심플함과 자유로움을 추구하고 있다는 점이 일맥상통하는 것 같아서 쿨헌팅 사이트를 더욱 자주 찾는다.

2012년 현재를 살아가는 우리는 오프라인의 삶을 기반으로 하고 있지만, 무한한 온라인의 정보를 활용하고 있기도 하다. 어찌보면 온라인 부분이 더욱 활성화 되고 있는지도 모르지만.

필자 역시도 매일 쿨헌팅이라는 온라인 웹사이트에서 때로는 파곤파곤하고 때로는 생생한 날것의 디자인을 손쉽게 만나는 즐거움을 경험하고 있다.

이 얼마나 행복하고도 좋은 세상입니까! 

이미지 출처 www.coolhunting.com



김명환 <aA 디자인 뮤지엄> 대표는 <aA 카페>도 운영하고 있다. 또 웹 매거진 <캐비닛 : Cabinet>과 <캐비닛 Jr> 발행인으로 다양한 문화감성 코드를 그만의 방식으로 소통하고 있다.



KIDP Inside People

디자인은 사람에게서 나옵니다

인력양성실



인력양성실 촬영을 위한 컬러 코드는 '레드'. 각각의 숨어 있는 레드를 찾는 즐거움도 쏘쏙하다.

앞줄 왼쪽부터 강억모 사무원, 정익수 팀장, 박병주 사무원, 강혜원 위촉연구원, 손동범 실장, 뒷줄 왼쪽부터 이수강 사무원, 안나영 사무원, 소철민 사무원, 송예리 사무원, 김민지 인턴, 손성호 팀장, 맨 뒷줄 신성무 과장 # 사진 : 김효수

인력양성실은 창의적이고 다학제적인 글로벌 디자인 인재육성과 디자이너 역량강화 등을 위해 인재육성팀과 교육기획팀으로 운영되고 있습니다. 새로운 대한민국의 디자인 가치를 창출하는 차세대디자인리더 지원사업, 해외 디자인 워크숍 등 선진 디자인 교육을 통해 실무 디자이너의 역량 강화 프로그램을 운영하고 있습니다.

또 산업 현장에서 요구하는 실무 중심의 맞춤형 디자인 교육을 통한 청년 디자이너 일자리 창출 교육, 다학제 디자인 교육 기반 마련 및 디자인 마인드 제고를 위한 CEO 디자인 최고경영자 과정 등의 다양한 디자인 교육 프로그램을 제공하고 있습니다.

WHO ARE YOU?

Question list

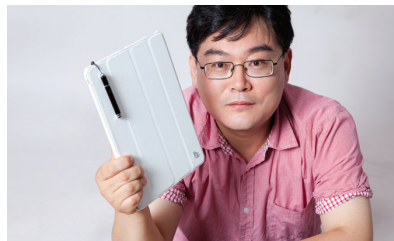
1. 소설, 영화, 만화 등에서 자신과 가장 닮았다고 생각되는 캐릭터는?
2. 별자리 / 혈액형은?
3. 담당 업무는?
4. 요즘 가장 갖고 싶은 것은?
5. 이것만큼은 내가 진흥원에서 최고!
6. 자신을 행복하게 만드는 것 세 가지는?
7. 초능력이 있다면 가장 해보고 싶은 것은?
8. 요즘 당신에게 필(feel) 딱딱 꽃힌 디자인은?

손동범 실장

1. 미래소년코난 '포비'
2. 물병자리 / A형
3. 인력양성실 업무 총괄
4. 타운하우스
5. 넉넉하고도 소탈한 웃음
6. 패밀리, 토요일 오전 11시의 여유, 맛있는 酒食
7. 복권 발표 10분전으로 돌아가 복권 1등 번호를 미리 체크한다
8. 마음을 다스리는 힐링 디자인

정의수 인재육성팀장

1. 라이온킹 미어캣
2. 천칭자리 / A형
3. 인재육성팀 업무 총괄
4. 오토바이
5. 노래
6. 타인에 대한 배려, 사랑, 공덕
7. 별나라 방문
8. 시계 수첩



손성호 교육기획팀장

1. 만화 무민의 단짝친구의 핀란드 하마요정 '무민'
2. 쌍둥이자리 / O형
3. 교육기획팀 업무 총괄
4. 만화책
5. 만화주인공 이름알기, 사우팅
6. 잠, 휴가, 만화책
7. 밤을 낮보다 길게... 잠 폭 자고...^^;
8. 1980년대 SF영화 무대, 배경, 소품들(블레이드러너, 베트맨 고담시 등)



신성무 과장

1. 그 무엇개
2. 황소자리 / A형
3. 융합형 디자인대학 육성 사업, 디자인학과 계약 운영
4. 여유
5. 보이스
6. 좋은 사람과 차 한잔, 음악, 상쾌한 아침 공기
7. 20대로 가고 싶다
8. 사람을 행복하게 하는 디자인



박병주 사무원

1. -- 없음
2. 사수자리 / A형
3. e디자인아카데미 관련 업무
4. 시계
5. 친해지기
6. 현금, 카드, 책
7. 날아다니기
8. 에르고노믹스 디자인



송에리 사무원

1. (미드) 위기의 주부들 '브리'
2. 게자리 / A형
3. 디자인 조기교육, 대학생 디자인 캠프, 중소기업 CEO 디자인 교육
4. 기획력, 추진력
5. 애교? 애교!
6. 의, 식, 주
7. 2010년 여름으로 돌아간다(~해도 역시 똑같은 결정들을 내리겠지만, 다른 방식으로 풀어가고 싶다)
8. 3.1 Phillip Lim



이수강 사무원

1. 릴로앤스티치의 '스티치'
2. 쌍둥이자리 / A형
3. 해외디자인워크숍
4. 하와이 여행권(코아나무 우쿨렐레 구입을 위해!)
5. 등산을 위한 체력!!
6. 새로운 만남, 쇼핑, 해변에서 태닝
7. 순간이동
8. YSL의 커스텀 주얼리



강억모 사무원

1. 원피스 '루피', 수퍼 울트라 긍정 캐릭터
2. 처녀자리 / O형
3. 국가기간 · 전략산업직종훈련, 스마트기기 UX/UI디자인
4. 세상을 느낄 수 있는 시간!
5. 사진 촬영!
6. 사랑하는 가족, 긍정적인 마인드, 친구(동료)
7. 세상 오지 탐험
8. 오브젝트화 되어 있는 유형의 디자인 보다는 요즘 이슈화 되고 있는 무형의 디자인인 '서비스디자인' 'UX(User Experience) 디자인'



안나영 사무원

1. 칠판데일. 어쩔 수 없는 다람쥐들
2. 사자자리 / B형
3. 실무디자인역량강화 사업 중 국내에서 실무 디자이너를 대상으로 하는 교육과정과 세미나 운영
4. 폭신한 의자
5. 헤드뱅잉, 밥 대신 간식 먹기
6. 단 것, 여행, 사람
7. 순간이동. 영화 Jumper에 나오는 것처럼, 예뻐탑 꼭대기에서 브런치 먹어보고 싶다
8. 스위스의 시계 장인이 만드는 벽시계. '심플이 최고'에 워튼 '빠자'고 하는 요즘, 어떤 것이 더 오래 사랑받는 것인지 보여주는 구관이자 명관인 디자인



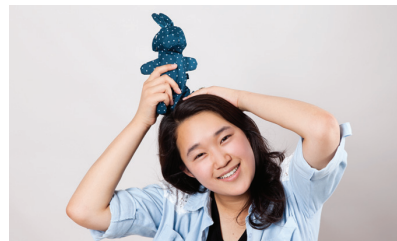
소철민 사무원

1. 레고
2. 사자자리 / A형
3. 차세대디자인리더 육성
4. 카메라
5. 커피 마시기
6. 카메라, 신발, 자동차
7. 순간이동
8. 항상 자동차 디자인을 좋아해서 모든 자동차 디자인에 꽃혀 있다



강혜원 위촉연구원

1. 안경 쓸 때 닥터슬림프 '아라레'
2. 사자자리 / A형
3. 국가기간전략산업직종 교육 업무
4. 애완동물
5. 번지점프 같은 스릴만점 레포츠 매니아
6. 가족, 여행, 맛있는 음식
7. 투명인간
8. 디올 2012 F/W 컬렉션 '뉴룩'



김민지 인턴

1. 곰돌이 '푸'
2. 사자자리 / B형
3. 에코디자인 관련 업무
4. 시간, 차
5. 웃음소리(?)
6. 가족, 음악, 반지
7. 내 동생 어렸을 때 모습을 보는 것
8. KIA에서 나온 K3와 K시리즈 자동차 (K9, K7, K5)

KIDP NEWS



디자인최고경영자 과정 개설

디자인최고경영자 과정의 입학식이 9월 14일(금) 그랜드 인터컨티넨탈 호텔에서 개최되었다. 이번 과정은 디자인의 전략적 활용을 통해 기업 혁신을 달성할 수 있도록 최고경영자의 디자인 역량을 키우는데 중점을 두고 있다.

_ 문의 인력양성실 송예리 사무원 031_780_2250

〈100% 디자인〉 참가

〈100% 디자인〉 박람회가 9월 19일(수)부터 9월 22(토)까지 영국 Earl's Court에서 개최되었다. 일반기업 10개, 차세대 디자인리더 5개로 구성된 한국관은 관람객과 운영 심사위원회로부터 매우 좋은 반응을 얻으며 우리 디자인의 우수성을 재확인시켜 주었다.



한국디자인진흥원-GDA MOU 체결

한국디자인진흥원은 우수디자인(GD) 선정사업과 호주국제디자인상(AIDA)을 통한 디자인 발전과 상호 협력을 위해 7월 19일(목) 굿디자인호주(GDA)와 업무협약(MOU)을 체결했다. 두 기관은 업무협정을 통해 우수디자인에 대한 인식을 제고시키고 한국과 호주 선정 기업 인증료 50% 할인 등의 혜택을 제공한다.

중국 디자인거점 설립 자문위원회 개최

한국디자인진흥원은 한국디자인의 본격적인 해외진출을 지원하는 중국 디자인거점(가칭 'KIDP China') 설립을 위한 중국디자인계 리더 자문회의를 지난 9월 6일(목) 베이징 캠퍼스키 호텔에서 개최했다. 디자인거점 'KIDP China'는 한·중 디자인분야 공동 협력사업을 발굴·추진하고 우리 디자인기업 및 중소기업과 중국 간 비즈니스를 매칭하는 역할 등을 하며 연내에 개소할 예정이다. _ 문의 국제협력실 홍민석 PM 031_780_2148

제47회 대한민국디자인전람회 수상자 1기 모임 발대식

한국디자인진흥원은 전람회 수상자들의 온·오프라인 모임 활성화를 위하여 제47회 대한민국디자인전람회 수상자 1기 모임 발대식을 8월 31일(금) 코리아디자인센터에서 개최하였다. 수상자들은 KIDP에서 주최하는 각종 전시, 컨퍼런스, 세미나 등에 초청되며 차세대디자인리더 선정시 3점의 가점이 부여된다.





TEDxSNU 후원

한국디자인진흥원이 후원하는 TEDxSNU 행사가 9월 8일(토) 서울대학교 MoA미술관에서 개최되었다. 이노디자인 김영세 대표, 터치포굿 박미현 대표 등 디자인을 통한 쿼텀점프를 강조한 연사들의 강연은 참가자로부터 많은 호응을 얻었다.



에너지관리공단과 MOU 체결

한국디자인진흥원은 7월 16일(월) 분당 코리아디자인센터에서 에너지관리공단과 양해각서를 체결했다. 이번 MOU는 디자인과 에너지 관리기술의 융합을 통한 신산업 창출과 공공기관 디자인경영 확산에 도움이 될 것으로 기대된다.

〈Good Design Selection〉일본 첫 사업설명회

한국을 대표하는 디자인 상인 〈Good Design Selection〉의 일본 첫 사업설명회가 7월 5일(목) 도쿄미타운 디자인허브에서 개최되었다. GD는 한국시장에 진출할 경우 일본기업에도 홍보효과가 있다는 점이 크게 작용하여 많은 일본 국내의 제조업체와 디자이너가 사업설명회에 참여하였다.



넥스트 컨버전스 세미나 개최

한국디자인진흥원은 인문 · 과학을 바탕으로 한 디자인 융합 방법론과 사례를 공유하는 〈넥스트 컨버전스〉 세미나를 9월 5일(수) 코엑스에서 개최하였다. 이날 세미나에서는 다양한 사용자를 포괄하는 인클루시브 디자인, 고정관념을 깨트린 컨버전스 사례 등이 발표되었다. _ 문의 인력양성실 안나영 사무원 031_780_2183

디자인다이브 안구마우스 최종발표회

한국디자인진흥원과 한국장애인개발원은 안구마우스 이용자의 만족을 높이고 쉽고 지속적으로 사용될 수 있는 방안을 찾기 위한 서비스디자인 워크숍 디자인다이브(designDIVE)의 최종발표회를 9월 1일(토) 일산 킨텍스에서 개최하였다.

디자인이란
하나의 제품을 위한
디자인이 아니라
문제를 해결하기 위한
해법이다.

빌 모그리지(1943년 ~ 2012년)

: IDEO 공동 창업자, 쿠파 휴잇 디자인 뮤지엄 관장

designdb⁺ 2012 가을 통권 제10호

발행인 이태웅 발행처 한국디자인진흥원 편집자문위원 최원도 기획 및 주관 홍보실 김태완, 이승연, 유동석 기획전문위원 김향희 사진 김효수 발행일 2012년 9월 28일
주소 463-954 경기도 성남시 분당구 양현로 322 한국디자인진흥원 tel. 031_780_2187 fax. 031_780_2072 www.designdb.com

제작 (주)넥스트 커뮤니케이션 편집장 박은미 기자 김진, 류진이, 권선정 편집위원 이규식 디자인 안서영, 이문기, 이영하 스튜디오 박영주 인쇄 및 분해 출력 (주)지윤프린팅
주소 서울시 종로구 부암동 208-39 한손빌딩 4F tel. 02_723_2571 fax. 02_379_2571

〈디자인디비플러스〉가을호에 실린 글은 필자 개인의 의견이며, 본지의 편집방향과 다를 수도 있습니다. 〈디자인디비플러스〉는 한국간행물윤리위원회의 도서잡지 윤리강령 및 잡지윤리 실천 요강을 준수합니다. 〈디자인디비플러스〉가을호에 사용한 원고 · 사진 · 편집 · 디자인들은 모두 저작권법으로 보호받으며 모든 기사와 사진의 무단 복제를 금합니다.



DESIGN
마 음 을
움 직 여
세 상 을
바 꾸 다
designdb⁺