

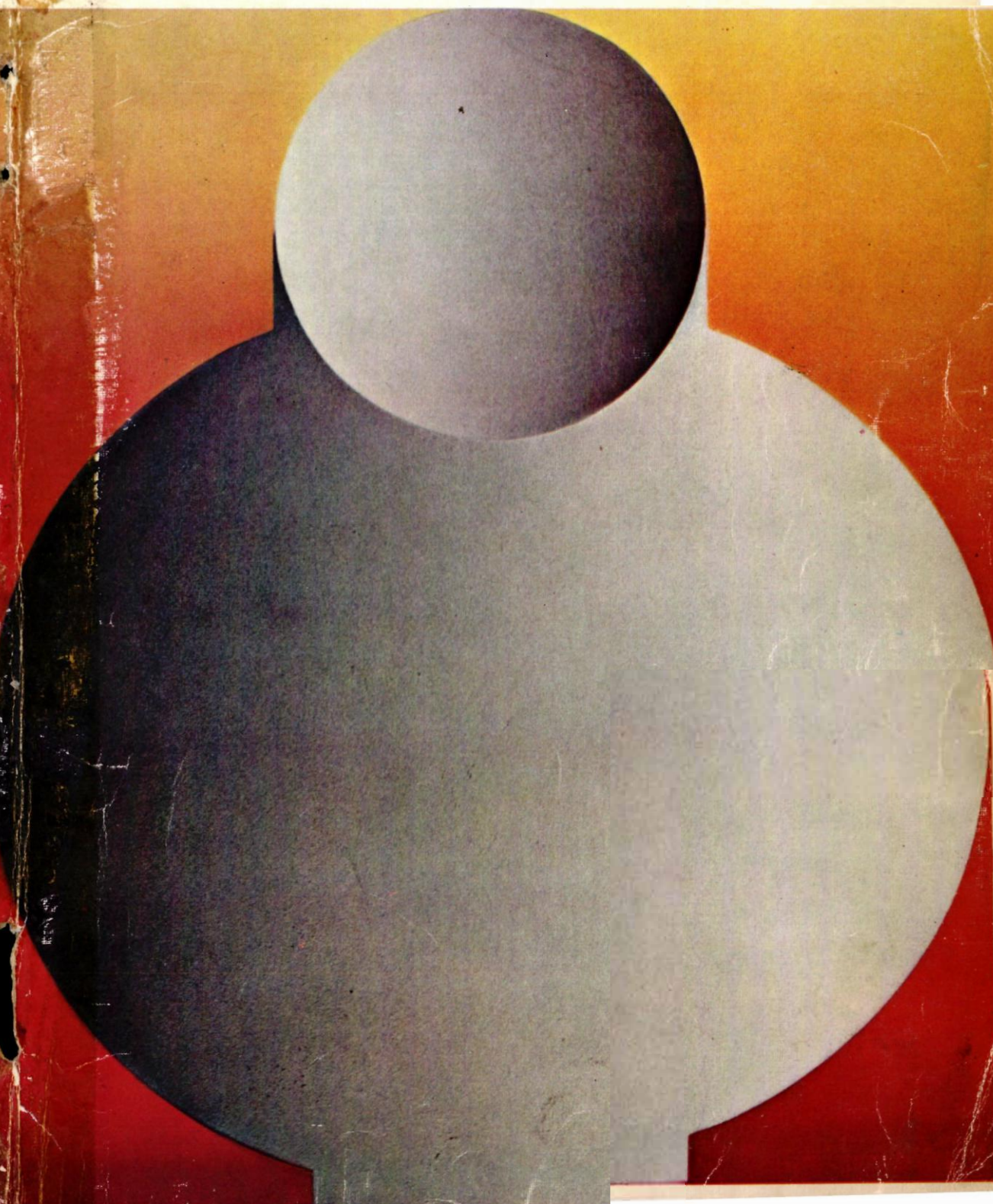
09

36 978

# 디자인 · 포장

DESIGN & PACKAGING

VOL. 9





# 더욱 고급화된 알파화구

외롭고 긴 여행 13년  
알파의 研究팀은  
오늘의 기쁨에 이르렀습니다.

놀라운 品質  
다양하고 高級化된  
專門画具의 品位.

우리는 芸術을 위한  
밀거름에 흐뭇합니다.

정성으로 다듬은 13년의 結実...알파화구



화구전문  
톱메이카

알파화학

(본 사) (74) 0083  
(영업소) (74) 8078





通卷 第36号

'78年 2月号

### 표지의 말

도자기가 갖는 소박하고 담(淡)한 맛과 그릇의 기본형으로서의 원호(圓弧)의 느낌을 단순한 구도, 단순한 농담(濃淡)의 변화로 나타내고, 완성의 과정이 불의 섭리에 의해 이루어지는 것을 함께 표현해 보았다.

디자인 : 이 운수(서울대 응미과 졸업, 전 당센터 디자인 연구실 주임연구원)

● 권 두 언	김 희 덕
6 디자인 · 포장 진흥법 제정	홍 보 파
8 디자인 · 포장 진흥법 제정을 계기로 본 해외 디자인 · 포장 진흥법 사례	홍 보 파
10 중화학 공업 육성과 수출 산업화	이 은 규
15 1978년도 상공부 주요 시책	홍 보 파
■ 집중 기획/한국의 도자 산업과 도자 공예	홍 보 파
20 우리 나라 도예의 본질과 역사	정 담 순
26 도자기 유약과 그 원료/고려 청자와 이조 백자를 중심으로	황 성 연
32 점토제 관광 토산품의 개발 및 육성 방안	한 봉 림
39 신안 해저 원대 유물 인양의 의의와 자료적 가치	국립 중앙 박물관 학예실
45 우리 나라의 요업 실태와 개발 전망	이 종 근
51 살아 있는 고려 청자/해강 유 근형 응	홍 보 파
54 수출 목표 6,500만 달러를 겨냥한 도자 산업 현장을 찾아서	홍 보 파
57 집중 기획/한국의 도자 산업과 도자 공예 화보	홍 보 파
61 해외에서 빛본 한국 도예 문화의 근원	차 성 철
⑥4 특허 칼럼/ 디자인의 모방은 국제 시장에서 외면당해	김 명 신
66 포장 재료의 개발과 포장 정책/포장재를 통해 본 패키지 전략	김 형 호
70 미국 하이그레이드 사의 포장 디자인	김 지 철
75 조일 산업의 패키지 CI/통조림과 넥타류의 패키지 디자인 제작 프로우필	김 종 오
81 설악산 표지판의 시각 디자인 연구	유 한 태
92 디자이너의 변	홍 보 파
두 번째 매듭을 향해서	정 대 유
새로운 도전에 대처할 지혜	김 영 창
한글 타이포그래피 연구	문 철
한국적이 아닌 한국의 것	민 병 혜
95 인쇄 디자인 ④/타이포그래피컬 디자인과 일러스트레이션	노 병 식
102 한국의 전통 문양/삼국 시대의 금속 공예 ②	임 영 주
108 한국의 미래상/도표로 본 1991년의 한국	홍 보 파
114 해외 정보/해외 디자인 · 포장계 소식	홍 보 파
115 디자인 · 포장 신개발품 소개	홍 보 파
118 디자인 정보	홍 보 파
121 디자인 수상/말(馬)의 기상을 배우자	김 미 옥
122 디자인 만평	윤 석 환
124 제 13 회 대한민국 산업 디자인 전람회 개최 안내	홍 보 파
126 제 13 회 산업 디자인 전람회, 무엇이 달라지나	홍 보 파
129 KDPC 안테나	홍 보 파
134 편집 후기	홍 보 파





## 권 두 언

이사장 김 희 덕

무역 전쟁이라는 극단적인 표현을 할 만큼 격돌하는 각국간의 수출 경쟁에서 승세를 지속한다는 것은 결코 순탄한 것만은 아니다.

지난해 연말에 우리가 숙원해 온 수출 1백억 달러를 달성한 것은 참으로 여러 가지 면에서 우리에게 많은 교훈을 남겨 주었다. 이는 우리 나라 국민이 각 분야에서 쏟은 노력의 결과이며, 이제 우리도 선진국 대열에 끼일 수 있다는 자부심과 긍지를 가질 수 있게 해 주었다는 점에서 또한 의의가 크다.

그러나 지금까지 우리가 이 1백억 달러 달성이라는 1차 목표를 성취하기 위하여 선진 제국의 상품들과 경쟁하면서 수출 신장을 꾀할 수 있었던 것은 우리 나라 상품의 우수성이 인정되었기 때문이기도 하지만, 저임금에 힘입은 가격면에서의 우위성이 절대적인 요건이었다고 볼 수 있겠다.

여기에서 우리가 잠시 생각해야 할 문제는 비록 수출 산업의 구조면에서 허다한 취약점을 지녔음에도 불구하고 경공업 제품이 수출 실적에 기여한 공헌을 높이 평가해야 하는 한편, 대부분의 수출품이 우리가 독자적으로 개발하고 시장성을 창출한 제품보다는 외국의 바이어가 요구한 사양에 의한 생산으로 수출해 온 점이 많았다는 사실을 솔직히 시인해야 할 것이다. 이는 곧 노임을 벌어들이는 하청 가공업의 처참한 위치에 처해 있었다는 것을 뜻하고 있다.

디자인과 포장 기술의 역할이 국가 산업에 미치는 영향이 얼마나 중대한가에 대한 견해를 다시 강조할 필요는 없지만, 지금까지 우리 수출 산업계가 선진 외국의 디자인을 모방하고 그 상표의 그늘에서 목전의 작은 이득에 만족해 온 근시안적인 과오를 범하는 일이 없어야 할 것이다. 번영을 위한 우리의 발걸음은 언제나 냉엄한 현실을 굳게 딛고 나아가야 할 것이며, 미래에 대처하는 창조적 힘과 개척 정신은 확고한 신념의 바탕 위에 당당해야 하는 것이다.

국제 경쟁력 강화를 위한 수출 상품의 고급화와 새 제품의 개발을 위해서는 단순히 가공 기술의 발전에만 기대할 수 없으며, 소비자의 기호에 알맞고 보다 싸고 바람직한 상품의 개발, 즉 디자이너의 창조력에 의지하지 않으면 안 된다. 이것은 디자인이 단순한 미의 창조 행위라고만 보아서는 안 된다는 것을 뜻한다. 다시 말해서 산업 디자인의 획기적인 발전이 있어야 한다는 것이다.

수출 상품의 구조가 소비자 위주의 경공업 제품이 대중을 차지했던 지난날에 있어서는 조형(造形)과 색채 등의 미술적인 기능만으로 디자인과 포장은 그 기능을 다했다고 보는 경향이 있었으나, 이제 그 대상이 자동차나 선박·기계·플랜트·전자 제품 등과 같이 중화학 공업 제품으로 확대되어 가고 있는 이 시점에서는 모든 상품의 개발에 있어서 디자인의 진면목을 발휘하지 않으면 안 되게 되었다. 또한 포장에 있어서도 보다 편리하고 보다 싸고 보다 기능적인 소비자 포장과 PD 시스템에 알맞는 공업 포장의 기술 향상이 수반되어야 함은 두말 할 나위도 없는 일이라 하겠다.

문명의 이기인 자동차나 선박의 예만 보더라도 단순한 기계적 작동만을 전제로 한 소비자 구매 시대는 이미 지났다는 것을 험사리 알 수 있다.

소비자에게 소유 의욕을 일으키게 하는 것은 곧 디자인이다. 따라서 이미 선진국에서는 어떤 제품을 개발하고자 할 때에는 먼저 디자이너의 창조력을 동원하여 제품의 성격을 규정지은 다음에 기계



설비를 하는 등으로 새로운 제품이 생산되고 있다는 사실은 결코 디자인이 색채나 조형에만 관여하는 도안가나 예술가가 아닌 설계자 역할을 하고 있음을 입증하고 있다. 우리 나라의 수출 구조가 중화학 공업 제품의 위주로 이행되어 가는 추세지만 여전히 섬유와 가구·식기·장식품 등 경공업 제품도 계속 큰 비중을 차지할 것은 의심의 여지가 없을 것이다. 따라서 계속해서 새롭고 독창적인 디자인이나 포장의 개발로 상품의 고급화를 뒷받침해야 한다는 것은 두말 할 여지가 없는 것이다.

디자인이나 포장의 중요성이 이처럼 큰 데 비하여 우리 나라 산업계의 이에 대한 인식도는 상대적으로 매우 저조하다. 모든 업계는 지금까지의 디자인과 포장 개발 계획에 대한 인식을 달리해야 할 것이다. 이를테면 새로운 상품을 개발하거나 새 사업을 전개할 때에는 미리 그 제품의 시장성과 수출 대상국에 대한 특수성, 제품의 용도 및 기능과 강력한 구매 동기를 불러일으킬 수 있는 제품 개발 계획에 철저하고도 근원적인 대책을 세워 나가야 할 것이다.

선진 제국의 기업들의 경우에는 거의 모든 산업에서 개발비가 차지하는 비율이 매출액의 4%에 해당하는 막대한 개발 비용을 투입하고 있는 실정이다. 이 가운데서도 가장 큰 비중을 차지하는 것은 디자인의 개발비라는 것도 그렇게 새삼스런 사실이 아니다. 우리 나라의 기업가들은 이런 면에서 상당히 인색하다는 사실을 우리는 잘 알고 있다. 보다 과감한 개발비의 투자에 용단을 가져야 한다. 지금까지 우리 기업체의 상당한 부분에서는 목전의 단기적인 상업적 이윤 추구에 치중한 나머지 경쟁 국가의 무수한 기업이 막대한 선전비와 개발 자금을 투입하여 쌓아 올린 성벽에 부딪쳐 온 것도 사실이다.

개발비는 어느 면에서는 가득률과 상관 관계를 맺고 있기 때문에 그 비율이 높으면 가득률도 높았다는 것이 그 실태로 나타나고 있다. 디자인과 포장 개발에 대한 인식의 제고는 곧 이윤에 직결되는 가득률의 제고가 된다. 그리고 이와 같은 문제는 우리의 전 기업이 지녀야 할 관심사로 지적되어야 할 것이다.

당센터는 수출 1백억 달러 달성 이후의 디자인과 포장업계에 주어진 과제가 그 어느 때보다 중차대함을 통감하고, 지금까지 역점 사업으로 추진해 온 각종 사업을 지속적으로 개발·촉진하는 한편 주요 수출 산업계가 독자적인 디자인 포장 전담 기구를 기업체 안에 갖추도록 유도하면서 이에 필요한 디자인과 포장 기술, 그리고 전문 디자이너와 포장 기술자를 양성하는 데 노력하고자 한다.

올해에는 또한 몇 년 전부터 본격적으로 추진하기 시작한 국제적인 디자인과 포장 기술 교류의 일환으로 한·일 포장 기술 공동 연구를 비롯한 각종 국제 협력 기구를 통한 국제 기술 정보 교류를 원활하게 하고 선진 각국과의 연구원 파견 등을 통하여 인재 양성과 새로운 기술 도입에 역점을 두고 지원 사업을 추진할 것이며, 국가적 차원에서 우리에게 맡겨진 디자인과 포장 산업의 진흥 개발 사업을 위해 내실을 굳게 다지는 사업에 전력할 것이다.

아직도 그 역사가 일천한 디자인과 포장 기술의 진흥은 비단 당센터만이 할 수 있는 것만이 아니라 숙연한 마음으로 이 분야에 종사하는 산업계와 학계의 아낌없는 협조와 성원을 바라 마지않는다.





●당센터 회의실에서 개최된 1978  
년도 정기 이사회(김 희덕 이사  
장이 개최사를 하고 있다)  
(2월 28일)



●UNDP 제2차 사업 업무 평가  
단이 당센터를 내방, 김 희덕 이  
사장(왼쪽에서 세 번째) 하 진필  
전무 이사(왼쪽에서 여섯 번째)와  
환담 나누고 있다. (1월 23일)



●제13회 대한 민국 산업 디자인  
전람회 개최를 위한 제1차 집행  
위원회 회의에서 유 윤진 당센터  
진홍 부장의 브리이핑을 듣고 있는  
김 희덕 위원장과 집행 위원들.  
(2월 11일)



●신임 김 동규 상공부 기업 차관  
보 일행이 당센터를 방문하여 연  
구실 순시 중 장 권봉 디자인 실  
장(오른쪽에서 세 번째) 으로부터  
브리이핑을 듣고 있다.(1월 11일)





▲ 디자인과 포장의 진흥 개발 요람지인 당센터 전경 ▲

## 생동하는 KDPC

용암(熔岩)이 굳어 일궈진 동원(東苑) 자락에  
오늘이 서게 한 곳  
혈맥이 뛰고 숨결이 돋은 자리.

뇌파(腦波)를 관통하고 솟은  
미세한 손길 열 마디에  
필요가 잉태했고,  
억센 창조의 용트림으로 두 팔을  
걸게 했다.

만사(萬事)는 능사(能事)의 쫓점을 감싸고

다부진 발끝에서 원추(圓錐) 끝으로  
눈빛을 모았다.

실용을 깨고, 참(眞)과 묘(妙)와 미(美)를 열어  
공감을 펴게 하는 일.

탐닉하는 연구자의 등골에 심지(心志)가  
결박된  
불 붙는 햇살 위로로  
봄빛 생동(生動)이 양팔을 폈다.

글 이 정웅 사진 윤 석봉

### <연 혁>

- 1970. 5. 19: 한국 디자인 포장 센터 설립(초대 이사장이 낙선, 한국 디자인 센터 및 한국 포장 기술 협회, 한국 포장 센터 등 3개 단체 통합)
- 1970. 10. 1: 한국 수출 산업 공단의 시범 공장 운영에 이어 부산 지사 설치 및 가공 공장 운영
- 1971. 8. : 세계 공예 협회 정회원 가입
- 1972. 6. : 국제 그래픽 디자인 협회 정회원 가입
- 1973. 10. 8: 국제 산업 디자인 단체 협의회 정회원 가입

- 1973. 12. 22: 연구 개발 시제품 공작실 설치 운영
- 1976. 7. 1: 현재(5대)의 김 회덕 이사장 취임
- 1977. 10. : 센터 본사 3층 증축 및 대 전시장 자료실 신축
- 1977. 10. 4: 제18차 아세아 포장 연맹 이사회(APF) 및 제4회 아세아 포장 대회를 당 센터 주최로 개최
- 1977. 10. : 제12회 대한 민국 산업 디자인 전람회 개최
- 1977. 12. : 디자인 포장 진흥법 국회 통과
- 1978. 3. : 당센터 운영 기구 일부 개편



# 디자인·포장

- ...디자인·포장의 연구 개발 및 진흥을 도모하고 이
- ...발전과 수출 증대에 기여하며, 당 센터의 설치·
- ...한편, 당센터의 운영에 필요한 출연금(出捐金)을
- ...포장 진흥법"이 지난해 12월 15일 국회 본회의를
- ...었다. 이번에 공포된 이 법의 제정 경과와 그 주

## 1 제정 경과

디자인·포장 진흥법은 1977년 10월 21일 국회 유 기정(柳琦諍) 의원 외 23인이 "디자인·포장 진흥법"을 제안하여 10월 25일 제 98회 정기 국회 상공 위원회에 회부하고, 11월 23일에 열린 제 23차 상공 위원회에 상정하였다.

그리고 12월 5일에는 동 법을 심의하기 위한 제 24차 상공 위원회 소위원회를 구성하였으며, 12월 8일에는 제 25차 상공 위원회 소위원회의 심사 보고 및 의결을 거쳐 다음날 법사 위원회에 회부되었다. 이어 12월 13일 법사 위원회의 의결을 거쳐 12월 15일에 국회 본회의를 통과하였으며, 12월 31일에 법률 제 3070호로 공포되었다.

## 2 주요 내용

(가) 디자인·포장 진흥법의 제정 목적과 디자인과 포장의 정의 명시(제 1조 목적, 제 2조 정의).

(나) 디자인·포장의 연구 개발 및 진흥에 관한 종합적인 시책을 심의할 디자인 포장 진흥 위원회 설치.

(다) 한국 디자인 포장 센터의 설치·운영 및 기금 조성에 대한 법적 근거 명시(제 4조 한국 디자인 포장 센터, 제 5조 기금의 설치 및 운영).

(라) 전문 디자이너와 포장 기술자의 연수 및 개발 활동에 대한 지원(제 4조 한국 디자인 포장 센터).

(마) 정부는 센터의 운영에 필요한 출

연금(出捐金)을 지급할 수 있으며, 센터의 업무를 보고받고 감사를 할 수 있음(제 10조 실적 보고, 제 11조 보고 감독).

## 3 디자인·포장 진흥법 전문

제 1조(목적) 이 법은 디자인과 포장의 연구·개발 및 진흥을 위한 사업과 활동을 지원·육성함으로써 경제 발전과 수출 증대에 기여함을 목적으로 한다.

제 2조(정의) ① 이 법에서 디자인이라 함은 인간의 문화적 생활을 영위함에 필요로 하는 모든 도구의 창조 및 개선 행위를 뜻하며, 이에 산업 디자인, 공예 디자인, 시각 디자인, 포장 디자인 등을 포함한다.

② 이 법에서 포장이라 함은 물품의 수송 및 보관에 있어서 그 물품의 가치 및 상태를 보호하고 판매를 촉진하기 위하여 적합한 재료 또는 용기 등으로 시장(施裝)하는 방법을 말한다.

제 3조(시책) ① 정부는 디자인 포장의 연



디자인과 포장에 관한 연구 개발 및 진흥을 위한 활동을 주 사업으로 하는 당 센터의 헌관



# 진흥법 제정

를 위한 사업과 활동을 보호·육성함으로써 경제...○  
운영 및 자금 조성에 관한 법적 근거를 마련하는...○  
정부가 지급할 수 있는 것을 내용으로 한 “디자인...○  
통과하고 12월 31일자 법률 제 3070호로 공포되...○  
요 내용을 살펴보고 전문을 심는다. ■ 편집자 주 ■...○

구·개발 및 진흥에 관한 종합적인 시책을 수립하여야 한다.

② 제1항의 시책을 심의하기 위하여 상공부장관 소속하에 디자인 포장 진흥 위원회를 둔다.

③ 디자인 포장 진흥 위원회의 조직과 운영에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제4조(한국 디자인 포장 센터) ① 디자인 포장의 연구·개발 및 진흥을 위한 사업과 활동을 지원하기 위하여 한국 디자인 포장 센터(이하 ‘센터’라 한다)를 설립한다.

② 센터는 다음 각 호의 사업을 행한다.

1. 디자인과 포장 기술의 연구·개발 및 보급
2. 디자인 포장에 관한 연구
3. 디자인 포장에 관한 전문 서적의 보급을 목적으로 하는 출판 및 홍보 사업
4. 디자인 포장 기술에 관한 전시 사업
5. 정부가 승인하는 시범 사업
6. 기타 디자인 포장의 진흥을 목적으로 하는 사업 및 정부의 위촉 사업

③ 센터는 법인으로 하되 이 법에 규정한 것을 제외하고는 민법 중 재단 법인에 관한 규정을 준용한다.

제5조(기금의 설치 및 운영) ① 센터의 설치 및 운영에 필요한 자금과 제3조의 시책을 행하기 위하여 센터에 디자인 포장 진흥 기금(이하 ‘기금’이라 한다)을 둔다.

② 기금의 관리·운영에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제6조(기금의 조성) 기금은 다음 각 호의 재원으로 조성한다.

1. 정부의 출연금
2. 센터가 영위하는 사업에서 발생하는 순이익금

## 3. 기타 수입금

제7조(수수료) 센터는 디자인 포장의 전시 사업 및 포장 시험 업무, 기타 사업을 추진함에 있어 상공부 장관의 승인을 얻어 수수료를 받을 수 있다.

제8조(유사 명칭의 사용 금지) 이 법에 의하여 설립된 센터가 아닌 자는 한국 디자인 포장 센터 또는 이와 유사한 명칭을 사용하여서는 아니 된다.

제9조(사업 계획) 센터는 대통령령이 정하는 바에 의하여 매 회계 연도의 사업 계획을 작성하여 상공부 장관의 승인을 받아야 한다. 이를 변경하고자 할 때에도 또한 같다.

제10조(실적 보고) 센터는 매년 상·하반기별로 사업 계획 집행 실적을 그 반기 종료 후 30일 이내에 상공부 장관에게 보고하여야 한다.

제11조(보고·감독) 상공부 장관은 감독상 필요한 때에는 센터에 대하여 그 업무 상황에 관한 보고서의 제출을 명하거나 소속 공무원으로 하여금 그 업무를 감사하게 할 수 있다.

제12조(벌칙) 제8조의 규정에 위반하여 센터 또는 이의 유사한 명칭을 사용한 자는 50만원 이하의 벌금에 처한다.

제13조(시행령) 이 법 시행에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

## 부 칙

① (시행일) 이 법은 공포한 날로부터 시행한다.

② (경과 조치) 이 법 시행 당시의 재단 법인 한국 디자인 포장 센터는 이 법에 의하여 설립된 법인으로 본다. 다만, 이 법 시행일로부터 3개월 이내에 이 법에 따른 정관 개정 절차를 밟아야 한다.



## 해외 디자인·포장 진흥법 사례

### 홍 보 과

해외의 디자인·포장 진흥법은 어떻게 제정되어 있으며, 그 운영 방법은 어떤지 캐나다와 아일랜드의 경우를 예로 살펴본다.

#### 1. 입법 추진 배경

##### 캐 나 다

캐나다 상무성은 1968년에 캐나다 경영 그룹에 캐나다 산업에 있어서 산업 디자인의 현상태를 연구하도록 위촉하였다. 이 조사의 목적은 54개 표준 산업 분류에 걸쳐서 디자인의 인식, 디자인 활동, 입법의 필요성을 조사하는 것이었다. 이 조사에 의하면, 산업 디자인 활동에 있어 산업 디자인 개념의 미숙으로 캐나다의 디자인 제품이 주요한 결점을 초래하였다는 것으로 나타났다. 또한 특허의 기초 위에 재생산하거나 모방함으로써 캐나다 산업의 낙후를 초래하고 디자인 혁신으로부터 오는 이익을 상실하게 되었다는 것을 알게 되었다. 이러한 조사를 기초로 하여 상무성은 한 나라의 디자인 발전에는 일반 대중의 디자인 인식이 무엇보다도 중요하다고 생각하게 되었고, 동시에 입법의 필요성이 강조되어 1970년에 캐나다 국립 디자인 협의회 설립법이 국회를 통과하였다.

##### 아 일 랜 드

1960년에 아일랜드 수출 심의회인 CTT는 정부로부터 국내 산업 디자인의 수준을 높이자는 책임을 부여받았다. 이러한 책임이 부여된 이후 CTT는 곧 일단의 유명한 스칸디나비아 산업 디자인 전문가와 교육자들에 의해 아일랜드 디자인에 관한 평가단을 조직하였다. 5인의 동 평가단은 아일랜드 디자인의 장단점에 관한 직접적인 인상을 파악하기 위해 1961년 봄 2주 동안 아일랜드 전역을 여행하였다. 동 평가단은 공장·상점·백화점을 방문하고, 국립 기념관

·국립 박물관·예술 학교 및 기타 기관을 방문했다.

동 평가단은 여행을 끝내고 그 인상에 관한 종합적인 보고서를 작성하고, 세밀한 일련의 방안을 권고하였다. 이 보고서에서 제시된 조치들은 CTT에 의하여 차후 몇개 년 동안 입안되었던 디자인 제도의 기초 자료로 이용되었다. 한편 주로 디자인 교육과 디자인업의 제정을 취급한 동 평가단의 장기 방안을 구성하였는데, CTT는 1970년 초까지 10년 이상 장기 계획을 제정하였고, 1967년 CTT 주도하에 새로운 디자인 자문 위원회가 설립되어 CTT의 디자인 업무와 연관된 사항에 대해 자문하고 소비자·전문 디자이너·디자인 교육자 및 정부의 디자인 관계 부서와의 공식적인 연결을 맺어 주는 역할을 하게 되었다. 디자인 자문 위원회가 정부에 건의한 사항은 다음과 같다.

① 초·중·고등 교육 기관에 적합한 시각 교육 프로그램을 보급함이 매우 시급하다. 이러한 프로그램이 수립되지 않고서는 디자인 교육의 어떠한 장기 계획도 성공적으로 수행할 수 없다.

② 아일랜드 산업계에는 모든 분야에 걸쳐서 산업 디자인의 활동이 요구되고 있다.

③ 정부 당국은 학생들을 중심으로 하는 미술·디자인 교육에 대한 포괄적인 정책을 가능한 조속한 시일 내에 수립하여야 한다. 이 정책에는 국가적·지역적인 요구를 참작하여야 한다.

④ 산업 디자인 교육은 대학 수준의 교육 과정에서 다룬다.

⑤ 국가 산업 디자인의 발전을 위해서는 무엇보다도 입법이 필요하다.

1967년 상공부는 수출 진흥법의 일부를 변경했다.

#### 2. 캐나다 디자인 협의회 설립법 —관계법 요약

제 1 조 본 법령은 국립 디자인 협의회법이라 칭한다.

제 2 조 본 법령에서 협의회는 국립 디자인 협의회를 뜻하며, 장관은 상무성 장관을 뜻한다.

제 3 조 장관 지휘하에 17명으로 구성된 국립 디자인 협의회를 두며, 협의회는 구성원은 다음과 같다.

① 산업·상업 노동 조합 등의 분야에서 선출된 5명



- ② 상품 유통 분야에서 선출된 2명
- ③ 건축·디자인·엔지니어링 분야에서 선출된 4명
- ④ 캐나다 정부의 해당 부서 및 관계 기관 공무원과 산업 디자인에 전문적인 지식을 가진 4명
- ⑤ 일반 대표 2명

제 4 조 ① 17명 중 먼저 임명된 8명은 2년을 임기로 하고, 나머지 9명은 3년을 임기로 한다.

② 임원 중 1명을 총독이 규정한 임기 동안 회장으로 임명하며, 임기는 3년으로 한다.

③ 임기 만료의 회장 및 기타 임원은 동일한 직책이나 다른 직책에 재임명될 자격을 갖는다.

④ 제 3 조의 ①②③ 및 ④ 항에 해당된 자가 회원으로 임명되기 위해서는 그가 종사하는 분야와 디자인의 기술적인 지식을 갖추어야 한다.

제 5 조 임원은 임기 동안 보수를 받지 아니한다. 그러나 재직 기간 동안 합법적인 여행에 따른 경비 및 업무 수행을 위하여 생활 근거지를 이탈하고 있는 기간 중 생활비를 지급받을 수 있다.

제 6 조 협의회의 정족수는 과반수 이상이며, 결원으로 인해 참석한 임원의 행동 권한이 손상될 수 없다.

제 7 조 ① 협의회는 임원 중 1명을 부의장으로 선출하며, 임기는 3년 이내로 한다.

② 의장이 결석하거나 자격 상실 또는 공석일 때는 부의장이 의장의 모든 업무를 대행한다.

제 8 조 협의회는 최소한 1년에 3회, 즉 4개월에 1회씩 회의를 소집하는 것을 원칙으로 한다.

제 9 조 협의회는 기능 수행과 의사 진행에 관한 규정을 제정하며, 그에 따라 특별 위원회나 상임 위원회에 업무를 위임할 수 있다.

제 10 조 협의회의 목표는 국내 생산 제품의 디자인을 개선하도록 진흥·촉진하는 것이며, 협의회의 세부적인 목표는 다음과 같다.

- ① 산업계와 일반 대중의 우수 디자인의 필요성을 인식케 하는 프로그램의 수립
- ② 우수 디자인을 개발하고자 하는 업체에 대한 지도 및 원조
- ③ 디자인 단체 또는 기타 단체를 조직함으로써 우수 디자인 육성 프로그램을 국가·지역·산업별로 실시토록 지도
- ④ 합당한 단체에 대한 장려금이나 장학금의 수여 관계를 장관에게 추천한다. 그 추천 대상은 다음과 같다.
- ④ 캐나다 국적을 소지한 자 중에서 국내외에서 디자인에 관한 연구를 하고자 하는 개인
- ⑤ 디자인에 관한 연구를 하고자 하는 국내 단체

⑤ 캐나다 우수 상품 디자인에 관한 증명이나 상장의 발행 및 수여

⑥ 국내외에서 우수 상품 디자인 전시에 필요한 준비 및 후원

제 11 조 ① 장관은 캐나다 상품 디자인의 개선에 따르는 진흥 업무에 관련된 사항 및 본 법령을 시행함에 따르는 제반 사항에 대해 협의회에 자문을 요청할 수 있다.

② 협의회는 위임된 모든 사항에 대한 조사 및 보고를 위 ① 항에 따라 장관에게 해야 하며, 적합하다고 사료되는 본항에 관해서는 장관에게 건의해야 한다.

제 12 조 ① 협의회의 목적을 이행하기 위하여 협의회는 장관의 인정하에 상무성에 임명된 국가 공무원 및 피고용인을 활용할 수 있다.

② 장관은 전문적·기술적인 분야의 지원을 임시 기간 동안 또는 특정 업무에 관하여 협의회에 제공한다.

제 13 조 협의회는 황실(皇室)에 소속된 기관이 아니며, 임원도 캐나다의 공무원이 아니다.

제 14 조 상무성 관할하에 있는 공공 사업의 경비와 동 법령의 제반 비용은 의회에서 적절한 금액을 승인한다.

제 15 조 협의회장은 회계 연도 종료 후 3개월 이내에 협의회의 업무 보고서를 장관에게 제출하여야 한다.

### 3. 아일랜드 수출 진흥법

#### —관계법 요약(前條 생략)

제 4 조 이사회는 이사회가 관리하고 있는 건물이나 건물에서 오는 이익금이나 자산 처분을 용이하게 하기 위하여 건물을 변경할 수 있다.

제 5 조 이사회는 a) 아일랜드의 산업 디자인과 산업 디자인의 수준 향상을 진흥하고 지원하며 개선한다.

b) 아일랜드 산업 디자인과 산업 디자인의 수준 향상의 진흥 지원 개선에 연관된 업무에 관하여 장관에게 자문한다.

c) 이사회는 a)항을 수행하는 데 필요한 모든 권한을 갖는다.

제 6 조 a) 본 법령은 수출 진흥법 1967 이라 칭한다.

b) 1959~1963년 사이의 수출 진흥법과 본 법령을 합쳐 1957~1967 수출 진흥법이라 칭한다.



# 중화학 공업 육성과 수출 산업화



이 은 규  
대한 무역 진흥 공사 홍보 이사

이제 우리 나라도 중화학 공업 육성을 주축으로 제 4차 경제 개발 5개년 계획을 의욕적으로 추진하는 고도 산업 사회를 맞게 되었다. 금년도 수출 목표 125억 달러를 무난히 달성하기 위해서는 수출 상품의 구조를 국제 경쟁상의 단위 규모가 큰 중화학 공업에 치중하고, 신기술 분야의 개척과 시설의 근대화 및 대형 공업 기술의 도입 등으로 수출 산업화를 도모해야 할 것이다. 금년도 수출 전략 상품인 전자 제품·기계류·자동차·선박 등을 중심으로 우리 나라의 중화학 공업 육성 방안과 수출 산업화 문제를 살펴본다. <편집자 주>

그간 우리 나라의 수출은 저임금을 바탕으로 한 노동 집약적 경공업 제품에 의하여 주도되어 온 것이 사실이다. 그것은 전후(戰後) 후진국의 공업화와 아울러 선진국의 고임금 경제가 성립되어 종래 선진국의 공업 제품과 후진국의 제 1차 상품 사이에 이루어졌던 선·후진국간의 전형적 형태가 무너지고 대신 선진국의 중화학 제품과 후진국의 경공업 제품의 결합이라는 새로운 분업 형태로의 이행을 가능하게 하였기 때문이다.

그러나 후진 국가들의 경공업을 중심으로 한 수출 산업 구조는 당초부터 경공업 제품에 대한 수요의 제한성과 수많은 후진국 상호간의 경쟁,

그리고 선진 수입국의 수입 규제 확대와 강화 조치 등 그 한계성을 안고 있었다. 그럼에도 불구하고 우리 나라가 경공업 제품 수출 주도형으로 대망의 100억 달러 수출 고지에 도달하게 된 것은 무엇보다 그 동안 개발 도상국의 공업화 과정에서 저임금국(低賃金國)인 자유 중국·홍콩·싱가폴 등과 함께 선두 그룹에 속할 수 있었던 점, 그리고 미국·일본 등 주요 경공업 제품 시장과 특수한 관계를 유지하고 있었다는 데 기인하는 것이다.

따라서 100억 달러 수출 목표 달성 이후의 우리 나라 수출 산업 구조는 이제 시급히 그 방향을 전환해야 할 시점에 서게 되었고, 또 이것



은 무엇보다 수출 산업 구조의 고도화를 의미하는 것이다.

그 동안 우리 나라의 수출 산업 구조는 제 1 차 경제 개발 계획(1962~1966)의 첫째인 1962년에 공산품의 수출 비중이 불과 27%에 지나지 않았고 농산물·수산물·광산물 등 제 1 차 상품 수출이 전체의 73%로서 이들이 우리 나라 수출의 주류를 이루어 왔었다. 그러나 제 1 차 계획이 끝나는 1966년에는 공산품 수출 비중이 62.4%로 수출 산업의 구조 개선이 현저하게 이루어졌으며, 다시 제 2 차 계획(1967~1971)이 끝나는 1971년에는 공산품 수출이 86.0%를 차지하여 이 때부터 명실공히 공산품 수출국으로서의 면모를 드러내기 시작했다.

이어 제 3 차 계획(1972~1976)의 최종 연도인 1976년에는 공산품 수출이 총수출액의 89.8%를 차지하였고, 1977년 11월 말까지는 91.0%까지 되어 매년 수출 산업 구조의 고도화가 진행되어 왔음을 보여 주었다.

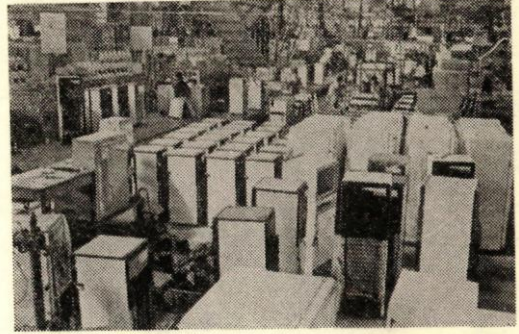
〔표 1〕 상품 구조별 수출 현황  
(단위 : US\$ 100 만)

연 도 구 분	1976년 실 적	1977년 계 획	1977년 11월 말 실적		
			금 액	제 회 대 전 년 대 비 (%)	비 (%)
총 계 (비율)	8,114.9 (100.0)	10,000 (100.0)	9,403.1 (100.0)	94.0	129.1
농 산 물	221.7 (2.7)	250 (2.5)	294.3 (3.1)	117.7	150.1
수 산 물	518.6 (6.4)	569 (5.7)	533.5 (5.7)	93.8	120.2
광 산 물	91.4 (1.1)	84 (0.8)	102.0 (1.1)	121.4	127.2
공 산 품	7,283.2 (89.8)	9,097 (91.0)	8,473.2 (90.1)	93.1	129.1
중화학품	2,693.0 (33.2)	3,584 (35.8)	3,398.2 (36.1)	94.8	141.0
경공업품	4,590.1 (56.6)	5,513 (55.1)	5,075.0 (54.0)	92.1	122.2
(섬유류)	2,740.1 (33.8)	3,250 (32.5)	2,926.3 (31.1)	90.0	117.2

자료 : 『상공부 수출 통계』, 1977.12

1977년 11월 말 현재 우리 나라의 공산품 수출 구조를 보면 경공업 제품과 중화학 제품의 수출 비중이 60 : 40으로 10년 전인 1967년의 84 : 16과 비교하여 볼 때 현격한 차이를 보이고 있는데, 이와 같은 현상은 주로 중화학 제품 중에서 철강·전자·선박·금속 제품·기계류 등 주종 품목의 수출 신장에 힘입은 바 크며, 앞으

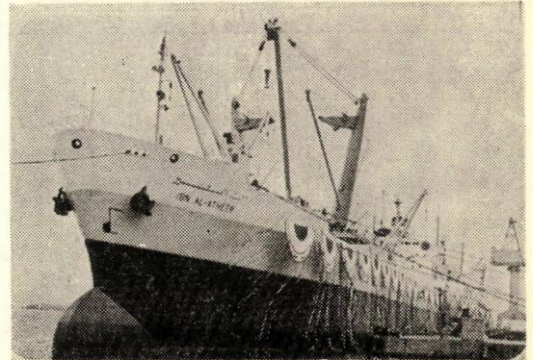
## 1978년도 우리 나라의 수출 전략 상품



전자 제품



기 계 류



선 박



자 동 차



로 우리 나라의 수출 산업이 점차 중화학 제품에 의하여 주도될 것을 예견한 것으로서 매우 바람직한 것으로 지적될 수 있다. 그것은 특히 최근 개발 도상국의 경공업 제품에 대한 주요 선진국의 수입 규제 조치의 확대 경향과 중공·태국·말레이시아·필리핀 등 다수의 새로운 경쟁국으로 말미암아 이제 우리 나라의 경공업 제품 위주의 수출은 이미 그 한계를 드러내고 있기 때문이다.

여기에서 참고로 주요 선진국의 중화학 제품 수출 비중을 보면, 먼저 일본의 경우 1975년도에 기계류가 전체의 49.2%, 철강 제품 18.2%, 금속 제품 3.2%, 화학품 7.0%로 이들이 총수출액의 77.6%를 점하여 완전히 중화학 제품 위주로 수출 산업 구조가 고도화되어 있음을 알 수 있다. 또한 미국은 1975년에 기계류 43.1%, 철강 제품 2.3%, 금속 제품 3.0%, 화학품 8.2%로 이들이 총수출액의 56.6%를 점하여 일본보다는 상당히 낮은 비율을 보이고 있으며, 서독의 경우는 1975년에 기계류 46.5%, 철강 제품 8.9%, 금속 제품 5.1%, 화학품 11.6%로

이들이 총수출액의 72.1%를 점하여 일본의 중화학 제품 수출 비중과 비슷한 양상을 보이고 있다.

1977년 11월 말 현재 우리 나라의 중화학 제품 수출은 기계류 25.6%, 철강 제품 5.2%, 금속 제품 2.3%, 화학품 1.9%로 이들의 총수출액에 대한 비중은 35.0%에 불과한 실정이다.

이상 3개 선진국의 수출 산업 구조의 변화로 보아 100억 달러 수출 목표 달성 이후의 우리 나라 수출 산업 구조도 결국은 기계류(전자·선박·자동차 포함), 철강, 금속 제품, 화학품 등을 중심으로 한 중화학 공업 위주로 고도화되어야 할 것이다.

100억 달러 수출 목표 달성 이후의 우리 나라의 경제가 1960년대와 같은 고도 성장을 유지할 수 있는가의 여부는 연평균 신장률 40%를 넘었던 1960년대의 수출이 앞으로도 가능하가에 달려 있고, 또 이것은 오로지 중화학 공업의 건설과 이의 수출 산업화를 통해서만 가능하게 될 것이다.

여기서 잠시 제 4차 경제 개발 계획 기간(1977

[표 2]

주요 선진국의 상품별 수출 구조 비교(1975년)

(단위: US\$ 100만)

나라별 상 품 별	OECD (23개국)	일 본	미 국	캐나다	서 독	프랑스	영 국	네덜란드	이탈리아	한 국
식료품 및 산 동물	56,181 (9.9)	721 (1.3)	15,487 (14.6)	3,685 (11.4)	3,319 (3.7)	6,485 (12.6)	1,959 (4.5)	7,026 (20.1)	2,240 (6.4)	528 (6.3)
음 료 및 연 초	6,862 (1.2)	39 (0.1)	1,310 (1.2)	329 (1.0)	352 (0.4)	1,264 (2.4)	1,203 (2.7)	411 (1.2)	599 (1.7)	78 (1.0)
비식용 원재료 (非食用)	34,451 (6.1)	825 (1.5)	9,784 (9.2)	6,116 (18.9)	1,853 (2.1)	2,039 (4.0)	1,181 (2.7)	1,713 (4.9)	578 (1.7)	189 (2.3)
광 물 성 연 료	29,098 (5.1)	220 (0.4)	4,465 (4.2)	5,334 (16.5)	2,813 (31.3)	1,410 (2.7)	1,802 (4.1)	5,960 (17.1)	2,030 (5.8)	127 (1.8)
화 학 품	52,654 (9.3)	3,885 (7.0)	8,705 (8.2)	1,063 (3.3)	10,447 (11.6)	5,405 (10.5)	4,826 (11.0)	5,076 (14.5)	2,681 (7.7)	114 (1.4)
원 료 별 제 품	118,364 (20.9)	17,523 (31.4)	10,918 (10.3)	5,412 (16.8)	19,856 (22.1)	11,235 (21.8)	9,453 (21.6)	5,296 (15.2)	8,257 (23.7)	2,347 (28.9)
(철 강)	39,045 (6.9)	10,165 (18.2)	2,457 (2.3)	748 (2.3)	7,971 (8.9)	4,020 (7.8)	1,512 (3.5)	1,256 (3.6)	2,586 (7.4)	414 (5.1)
(금속 제품)	27,031 (4.8)	2,341 (3.2)	3,204 (3.0)	2,093 (6.5)	4,578 (5.1)	2,397 (4.6)	2,559 (5.8)	1,354 (3.9)	1,564 (4.5)	159 (2.0)
기 계 류	210,983 (37.3)	27,405 (49.2)	45,710 (43.1)	9,683 (30.0)	41,856 (46.5)	18,902 (8.9)	18,236 (9.0)	6,561 (18.8)	12,197 (35.0)	1,283 (17.0)
잡 제 품(雜製品)	45,757 (8.1)	4,355 (7.8)	5,691 (5.4)	524 (1.6)	7,460 (8.3)	4,577 (8.9)	3,941 (9.0)	2,383 (6.8)	6,007 (17.20)	2,925 (36.0)
특 수 취 급 품	8,177 (1.4)	733 (1.3)	3,144 (3.0)	100 (0.3)	1,509 (1.7)	3 (—)	1,097 (2.5)	131 (0.4)	156 (0.4)	23 (0.3)
합 계	565,659 (100.0)	55,754 (100.0)	106,157 (100.0)	32,300 (100.0)	90,021 (100.0)	51,609 (100.0)	43,759 (100.0)	34,956 (100.0)	34,827 (100.0)	8,187 (100.0)

자료: 『Trade by Commodities』, 1975, OECD



〔표 3〕 제4차 경제 개발 기간 중 수출 계획

(단위 : US\$ 100 만, 1975 년 가격)

	1975		1981		1977~ 1981
	금액	구성비 (%)	금액	구성비 (%)	평균 증가율
총 수 출	5,081	100.0	13,000	100.0	16.0
1차산물및가공식품	770	15.1	1,130	8.7	8.4
공 산 품	4,311	84.9	11,870	91.3	16.9
(1) 중화학 제품	1,472	29.4	6,215	47.8	24.7
금 속 철 강	367	7.2	1,040	8.0	18.9
기 계 류	289	5.7	1,415	10.9	31.3
전 자 제 품	409	8.0	1,700	13.1	22.0
선 박	138	2.7	910	7.0	31.4
석유·화학품	188	3.8	930	7.1	28.1
기 타	101	2.0	220	1.7	12.9
(2) 경공업 제품	2,819	55.5	5,655	43.5	10.9
섬 유·의 류	1,817	35.8	3,600	27.7	10.1
신 발 류	191	3.8	450	3.5	15.4
목 제 품	243	4.8	450	3.5	9.5
기 타	568	11.1	1,155	8.8	12.5

자료 : 경제 기획원

~1981) 중 정부의 산업 구조 고도화에 관한 계획을 살펴보면, 우선 이 기간 중 주요 성장 산업으로 철강, 산업용 기계, 전자 기기(電子機器) 및 조선(造船) 등을 선정하고 제조업 중 중화학 공업의 비중을 1981년까지 51.5%(1차 금속·화학이 30.3%, 기계·전자·조선이 21.2%)로 제고시키며, 중화학 제품의 수출 구성비도 52.4%로 높이도록 되어 있다.

제4차 계획의 전제로서 특히 선진국은 고도의 기술 및 정보 집약 산업으로 이행될 것이며, 한편 후진국은 단순 노동 집약적 산업에의 참여로 경쟁이 격화될 것이므로 우리 나라는 이 중간에서 비교 우위를 가질 수 있는 기술 및 숙련 노동 집약 산업의 육성에 주력하게 될 것이다.

제4차 계획의 특징으로는 당초에 중화학 공업의 내용을 제철(製鐵)·비철금속(非鐵金屬)·석유 화학 등 이른바 자본 집약적인 장치 산업(裝置産業)을 중심으로 삼고 있었으나, 이를 수정하여 기계·전자·조선 등 기술 및 노동 집약 산업으로 전환한 것을 들 수 있다. 특히 제4차 계획에서 가정하고 있는 대외 여건과 이에 따른 중화학 공업화 전략, 그 중에서도 장치 산업 위주에서 기술 노동 집약 산업으로 그 비중을 낮춘 것은 현 우리 경제의 성장 단계로 보아 상당

한 타당성이 있는 것으로 볼 수 있다.

또 우리 나라는 100억 달러 수출 목표 달성이후의 중화학 공업 수출 산업화를 현재 산업의 확장에서 구하려는 것보다는 장래 산업의 건설로 이를 달성하려는 경향을 보이고 있다. 이처럼 중화학 제품의 수출을 기존 산업의 확장을 통해서보다도 신규 산업의 건설을 통해 달성하려고 하는 것은 무엇보다 먼저 수출 증대를 급속히 이룩하여야 한다는 요구의 충족을 위해서이며, 또한 수출 산업 구조의 고도화를 신속히 하기 위하여 불가피하다고 보기 때문이다.

그러면 중화학 공업을 수출 산업화하려면 어떻게 해야 할 것인가?

첫째, 중화학 공업이 수출 산업화하려면 그 산업은 당연히 수출 경쟁력을 가져야 한다. 일반적으로 수출 경쟁력은 가격 경쟁력과 비가격(非價格) 경쟁력의 두 가지를 들 수 있는데, 가격 경쟁력에 영향을 미칠 수 있는 주요인으로는 노동 생산성, 환율(換率) 수준, 수출 보조금, 국내의 자금 및 물가 수준, 금리 수준 등을 들 수 있고, 비가격 경쟁력의 요인으로는 품질과 성능, 신제품의 개발, 공급 속도, 판매 능력 등을 들 수 있을 것이다.

100억 달러 수출 목표 달성 이후의 주력인 수출 상품 구조를 국제 경쟁상의 단위 규모가 큰 중화학 공업에서 찾아야 한다면, 수출 산업화를 위한 투자 계획은 자금의 배분 비중을 중화학 분야에 더욱 많이 두어야 할 것은 물론이고 개별 투자 계획도 대형화의 형식을 취해야만 할 것이다.

둘째, 중화학 공업의 수출 산업화는 생산성의 향상에 의하여 급속히 달성될 수 있고, 생산성의 향상은 주로 산업 기술의 혁신으로 이루어질 수 있다. 국내 산업의 구조 고도화가 수출의 증대와 수출 산업 구조 고도화를 전제로 한다면, 이것은 곧 생산성의 급속한 향상과 기술의 고도화를 통해 가능해질 것이다. 따라서 수출 산업 구조 고도화를 위한 산업 기술의 혁신은 단순한 공업화 촉진과 중화학 공업화를 위한 산업 기술의 진보에만 그칠 수 없고, 나아가 산업의 수출 경쟁력을 강화할 수 있는 우수한 기술의 파급한 도입과 기술 채택을 요구하는 데까지 미쳐야만 한다.



이러한 전제 밑에 100억 달러 수출 목표 달성 이후의 수출 산업 구조 고도화 내지 중화학공업의 수출 산업화를 위한 기술 고도화의 몇 가지 특징적 측면을 살펴보면, 신기술 분야의 개척, 설비의 근대화, 대형 공업 기술의 도입, 대외 기술 격차의 해소, 과학 기술 인구의 증대책 등을 들 수 있을 것이다.

세제, 중화학 공업의 수출 산업화는 무엇보다도 외화(外貨) 가득물의 제고가 선행되어야 한다. 이것은 중화학 공업의 수출 산업화가 수출 액수의 증대를 가져올 수 있긴 하지만, 한편으로는 외화 가득물의 상대적인 저하를 가져올 수 있기 때문이다. 이것은 물론 국내 부존 자원(賦存資源)의 빈약과 원료 개발의 부진, 수출에 대한 후방(後方) 연관 산업의 국제 경쟁력 결여, 환율(換率) 및 가격 정책 등에 크게 기인하는 것이다. 그럼에도 불구하고 현재의 일부 중화학제품의 수출이 크게 늘 수 있는 것은 주로 임금 수준이 낮고 직접 수출 부문에 대한 직접·간접의 보상책이 강구되고 있기 때문이다. 원칙적으로는 임금 수준이 국제 경쟁적이라면 국내 가공도가 높은 수출 상품일수록 국제 경쟁상 유리한 산업이 되어야 하므로 수출 산업 구조의 고도화가 평균적 가공도를 높이는 것이라면 당연히 외화 가득물이 이에 뒤따라야만 할 것이다. 화폐임금으로 따진 노동 능률이 국제 경쟁적임에도 불구하고 실제 외화 가득물이 그렇지 못하다면 중화학 공업의 수출 산업화는 크게 촉진될 수가 없을 것이다. 실제로 외화 가득물의 저하는 수

출용 원자재의 수입이 지나치게 우대를 받고 있는 데 기인하며, 대신 국산 원자재의 개발과 가격을 불리하게 쓰고 있다는 것이 된다. 따라서 100억 달러 수출 목표 달성 이후의 중화학 제품 수출이 수입 원자재의 가공도를 높이는 것이 되려면 그것은 수입 원자재의 절약으로 이루어져야 하고, 이로부터 외화 가득물이 제고될 때 비로소 중화학 공업의 수출 산업화도 더욱 용이해질 것이다.

중화학 공업이 수출 산업화되려면 수출 경쟁력의 강화 못지않게 해외 시장의 확보가 중요하다. 즉, 중화학 공업 제품의 생산 규모가 크다는 사실은 그만큼 시장 확대의 문제가 중요하다는 것을 의미하는 것이다. 수출의 증대가 곧 수출 산업 구조의 고도화를 가져올 수 있는 것이며, 이것은 또한 수출 시장의 다변화를 전제로 하여 비로소 성립될 수 있는 것이다. 물론 이 경우 중화학 제품의 수출 증대가 시장 다변화를 수반해야 한다는 것은 단지 100억 달러 수출 목표 달성 이전까지 우리 나라의 수출 시장이 주로 미국·일본 등 일부 지역에 편향한 것과는 대조적으로 앞으로의 중화학 제품 수출은 개발 도상국을 주요 대상으로 수출 시장을 개척해야 한다는 것을 의미한다. 그러나 현재 선진국에서는 중화학 공업의 많은 부문이 경쟁력을 잃어 가고 있는 반면, 이들 제품에 대한 수입 수요가 꾸준한 상승 추세에 있으므로 앞으로는 선진국 시장에 대해서도 시장 심화(市場深化)를 게을리하지 말아야 할 것이다. ■

## 디자인 용어

### □ 굿 디자인 전시회 □

미국에서 가장 제동적인 운동의 하나. 뉴우요크의 근대 미술관과 시카고의 머찬다이즈 마아트(Marchandise Mart)가 공동으로 공업 제품에서부터 수공예품에 이르는 생활 용품을 주대상으로 하여 '굿 디자인'을 선택하여 전시하는 전시회이다. 1950년 1월 제1회 전시회가 열린 이래 해마다 열렸는데, 제1회는 차알즈 이임즈, 제2회는 펜쥬울 등 저명한 디자이너들에 의해 열렸다. 가을에는 소규모 전시회가 근대 미술관에서 열리고 있다. 이 전시회의 효과는 미국의 우수한 근대 가구 디자인의 급격한 발전에 가장 유력한 원동력이 된 것이다.



# 1978년도 상공부 주요 시책

- 수출 입국의 실현을 위해 정부가 매월 실시하고 있는 무역 진흥 확대 회
- 의가 올해도 1, 2차에 걸쳐 지난 1월 27일과 2월 27일에 중앙청 회의
- 실에서 열렸다. 박 정희 대통령을 비롯한 관계관들이 참석한 가운데 2차
- 에 걸쳐 실시된 이 회의에서는 지난 1월에 최 각규 상공부 장관의 금년
- 도 125억 달러 수출 목표 달성을 위한 수출 진흥 종합 시책 보고와 박
- 동진 외무부 장관의 1978년도 경제 외교 추진 계획이 발표된 데 이어
- 2월의 회의에서는 1월 말 현재 우리 나라 수출입 실적 분석과 올해 공
- 장 새마을 운동 추진 계획 및 작년도 해외 전시 사업 성과가 최 장관으
- 로부터 박 대통령에게 직접 보고되었다. 다음은 지난 1월에 열린 제1차
- 회의에서 발표한 상공부의 금년도 주요 시책 및 운영 방침에 대한 기사
- 로서 디자인·포장 산업 분야에 도움을 주고자 않는다. <편집자 주>

최 장관은 이날 올해 125억 달러 목표 달성을 위한 종합 시책으로 ○ 수출 산업의 시설 투자 촉진, ○ 전략 수출 상품 집중 개발, ○ 플랜트 및 연불 수출 확대, ○ 원자재의 국산화 및 해외 개발 촉진, ○ 기술 개발 촉진 및 기술 인력 집중 양성, ○ 해외 시장 개척과 수입 다변화, ○ 행정의 능률화 등의 시책을 강력히 추진해 나가겠다고 보고했다.

최 장관은 수출 산업 시설의 과감한 투자를 위해 올해 내자(內資) 3,635억 원, 외자(外資) 13억 달러를 대부 지원하고 시설 투자 촉진 유인을 위해 제도적으로 보완하겠다고 말했다. 또 기계류·전자 제품·선박·자동차를 전략 수출 상품으로 집중 개발하고, 올해 플랜트 및 연불 수출 목표를 11억 달러(26건)로 책정, 1,500억 원의 자금을 지원하겠다고

말했다.

이 플랜트 및 연불 수출 지원을 위해 수출입 은행 자금 융자 조건을 개선하여 이자율 연 7%를 계속 적용하고 융자 절차를 간소화시켜 나가겠으며, 수출 보험 기금도 작년도 40억 원에서 올해는 70억 원으로 증액하겠다고 말했다. 또한 원자재의 국산화를 위해 AN 모노머, 캐프로락탐, SBR, LDPE 등 시설 규모를 적정화하고 산림·주석·철광석·동광석·인광석 등 해외 자원의 개발을 추진하겠다고 말했다. 기술 도입을 자유화하고 그 도입 절차를 간소화하며, 기업들의 특허 해외의 진출을 지원하겠다고 말했다.

최 장관은 판매 요원의 자질 향상을 위해 종합 무역 연수원을 설치 운영하고, 세일즈맨 기능장제(技能章制)를 실시하겠다고 말했다.

## 금년도 주요 시책

### Ⅰ 수출 산업에 시설 투자 촉진

#### 1. 과감한 시설 투자

(1) 제조업 시설 투자의 저조 <GNP에 대한 투자 비율> (1970~1976)

한국 : 5.2 %

대만 : 9.0 %

일본 : 7.4 %

(2) 시설 자금 공급

○ 1978년 계획

(외자 : 억 달러, 내자 : 억 원)

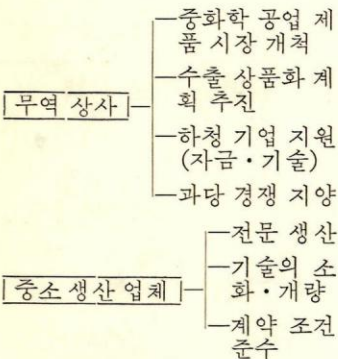
구 분	1977년 실 적	1978년 계 획
외 화 대 출	9.3	13
내 자	2,960	3,635
국민 투자 기금	1,401	1,720
중소 기업 자금	190	310
산은 자금 등	1,369	1,605



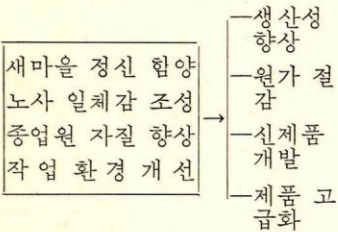
- 시설 확충을 위한 내자 공급 확대
- (3) 시설 투자 촉진을 위한 제도 보완

## 2. 수출 산업의 경쟁력 강화

- (1) 시설의 규모화 강력 추진
- (2) 최신 시설로 보강
  - 낡은 시설의 개체 촉진
  - 시설의 선별 도입 강화
- (3) 수출 취약 산업 중점 보강
  - 대상 업종 : 도금(鍍金) · 염색 가공 · 도장금형(塗裝金型) · 디자인 및 포장
  - 부문별 전문 공장 지정 우선 지원
  - 기술 지도 강화
- (4) 기업간 국제 경쟁 질서 확립



- (5) 공장 새마을 운동의 토착화
  - 기업 내 경쟁력 강화—



## 3. 수출의 저변 확대

—중소 기업의 경쟁 산업화—

- (1) 중소기업의 수출 전환 촉진

- 시설 자금 지원 확대 (70억 원)

- 소액 수출 업체의 애로 타개
  - 협동 조합 공동 사업 확대

- (2) 계열화 본격 추진
  - 계열화 대상 품목의 확대
  - 계열화 시범 업체의 지정 및 집중 지원
  - 계열화 지도
    - 장기 도급 계약 체결
    - 표준 계약서 보급
    - 업종별 담당 협의회 활용

- (3) 연영 및 기술 지도 강화
  - 연차별 기본 계획 수립
    - 기술 지도 심의회 구성
    - 지도 방법 개선
  - 전문 지도반 편성
    - 관계 기관 합동 구성
    - 14개 업종 현장 지도
  - 경영 및 품질 관리 교육 실시

- (4) 특정 중소기업 중점 육성
  - 선정 기준 및 대상 품목
    - 선정 기준 : 수출 전망 및 외화 가득를 생산 및 고용 효과 규모의 적정성
  - 대상 품목 : 공예품 · 완구류 · 염색 가공 · 봉제품 등
  - 대상 업체 : 400개 선정
  - 중점 육성
    - 자금 지원 (업체당 2억 원)
    - 수출 거래 알선
    - 기술 지도

- 선박, ○ 자동차

## 2. 집중 개발 대책

### (1) 기계류

- 주요 품목별 기본 육성 계획 수립 추진
- 기계 요소 공업의 중점 육성
- 대단위 기계 공장 건설 촉진
- 중소 기업 전문 기계 공장 지정 확대
- 창원 기계 공업 기지 건설 촉진

### (2) 전자 제품

- 부품의 국산화 촉진
- 세계 최신 일류 기술 도입 촉진
- 제품의 고급화 및 독자적 시장 개척

### (3) 선박

- 조선 능력 확대 : 267 만톤 → 400 만톤
- 조선용 기자재 개발
- 요트 수출의 개척

### (4) 자동차

- 부품 공업의 국제 수준화
  - 품목별 전문 생산 업체 지정 및 계열화
  - 부품의 표준화
  - 창원 기지 내 자동차 부품 단지 조성
- 완성차(完成車) 수출 촉진

③ 플랜트 및 연불 수출 확대

## ② 전략 수출 상품 집중 개발

### 1. 대상 품목

- 기계류, ○ 자전 제품, ○

### 1. 1978년 수출 계획

- 수출 : 11억 달러 (26건)
- 자금 공급 : 1,500억 원

### 2. 플랜트 및 연불 수출 제



## 도 개선

- (1) 수출입 은행 자금 융자 조건 개선
  - 이자율 7% 계속 적용
  - 융자 절차 간소화
- (2) 플랜트 수출 촉진법 제정
  - 플랜트 수출 체제 강화
    - 수주·공사 기계 제작
    - 수출 허가 등
  - 업무 전담 기구
  - 수출 위험 대책
- (3) 수출 보험의 개선
  - 기금의 증액
    - (1977) 40억 원→(1978) 70억 원
    - 대폭 확대 필요

## ④ 원자재의 국산화 및 해외 개발 촉진

### 1. 국산화 촉진

- (1) 시설의 적정 규모화 추진
  - AN 모노머, 캐프로락탐, SBR, LDPE 등
- (2) 소재의 다양화 및 고급화
  - 특수 규격 개발(化纖 및 綿紡)
  - 새로운 디자인 개발(직물류)
  - 날염 부문 육성
- (3) 국산 원자재의 사용 촉진

### 2. 해외 자원 개발 추진

- (1) 주요 개발 대상 품목
  - 산림·주석·철광석·동광석·인광석 등
- (2) 개발 추진
  - 합작 투자·기술 제휴 등

### 3. 원자재의 안정적 확보

- (1) 주요 기초 자료의 비축 확대
- (2) 원자재 비축 제도의 신축

## 적 운용

- (3) 선물(先物) 거래 확대

## ⑤ 기술 개발 촉진 및 기능 인력 집중 양성

1. 원천 기술의 과감한 도입
  - (1) 기술 도입·상담 센터 운영 강화
    - 최신 기술 정보의 조기 입수
    - 기술 도입 사전 지도
  - (2) 기술 도입 절차의 대폭 간소화
  - (3) 기술 도입의 자유화

### 2. 기업의 연구 개발 투자 확대

- (1) 기술 개발 자금 지원
- (2) 기술 개발 준비금 제도의 개선
- (3) 신제품 개발 수출 특별 보호 및 우대
- (4) 전문 연구 기관과의 공동 연구 개발 촉진

### 3. 특허 제도의 활용 및 표준화의 촉진

- (1) 기업 내 특허 전담 부서 설치 유도
- (2) 특허의 해외 진출 지원
- (3) 공업 표준화의 강력한 추진
- (4) 품질 관리 운동의 확산

### 4. 기능 인력 집중 양성

- (1) 기술계 대학 정원 증원 (단위: 인)

부 문	1977 정원	1978 증원	계
합 계	11,275	2,990	14,265
기계	2,550	1,275	3,825
전자	3,260	1,405	4,665
화학·금속	2,080	100	2,180
기타	3,445	210	3,655

- (2) 기능 대학의 설치 추진

(1979년, 250인)

- (3) 공공 직업 훈련에 의한 양성 확대

구 분	1976	1977	1978 계획
훈련 기관 (개)	80	83	87
훈련 인원 (천 명)	19	21	22

- (4) 중소기업 취업자 위탁 교육 실시
  - 공업 전문 학교: 160인
- (5) 사내 직업 훈련 강화
  - 1977: 4만 3천 명→1978: 6만 명
- (6) 기능 사원의 처우 개선

## ⑥ 해외 시장 개척과 수입 다변화

### 1. 해외 시장 정보 체제 확립

- (1) 시장 정보의 집중 관리(KO TRA)
- (2) KOTRA 활동의 기동화
  - 봉사하는 자세 확립
  - 해외 주재 요원 훈련 강화
  - 기능 보장
    - 시장 정보 관리 및 분석
    - 적극적인 거래 알선
- (3) 해외 시장 정보망의 확충
  - 상무관 증원
  - KOTRA 무역관 증설
  - 수출업체 지사 증설

### 2. 통상 교섭 및 시장 개척 강화

- (1) 통상 교섭의 강화
  - 상공 장관 회담: 36회
  - 기타 무역 회담: 36회
- (2) 국제 박람회 참가 및 전시회 개최
  - 박람회 참가
  - 전시회 개최
- (3) 민간 무역 사절단 파견



- (4) 수입 규제 대응책의 강구  
(5) 해외 시장 개척 활동 지원 강화

### 3. 판매 요원의 자질 향상

- (1) 종합 무역 연수원 설치  
(2) 외국어 훈련 강화(1,000인)  
(3) 세일즈맨 기능장제(技能章制) 실시  
○ 기능장 보유자의 해외 주재

### 4. 수입 자유화와 통상 환경 개선

—산업 정책과의 조화—

- (1) 기본 방향  
○ 산업의 경쟁력 강화 및 국제화  
○ 국제 무역 환경에 적응  
○ 국제 수지 변화에 대응
- (2) 추진 계획  
○ 품목별 자유화 시기의 사전 예시  
○ 신규 수입 제한의 가급적 억제  
○ 간접적 수입 조정 방식 활용  
○ 산업 통상 정책과 관세 행정의 조화
- (3) 수입 시장의 다변화  
○ 수입 마케팅 활동 강화  
○ 개발 수입 및 정책 수입 촉진  
○ 특정 지역 수입 편중의 탈피

## 7 수출 관련 시설의 확충 및 행정의 능률화

### 1. 시설의 보강

- (1) 해상 수송 능력 강화  
○ 외항선복량(外航船腹量) 50만 톤 증강  
—1977 : 341만 톤→1978 : 391만 톤  
—적취율(積取率) : 1977 :

42%→1978 : 48%

- 폴 컨테이너 선 2척 추가 투입  
(북미 태평양 및 구주 항로)  
○ 해운 인력 양성  
(海技士 8,500명, 선원 학교 120명)  
(2) 항만 시설의 확장  
○ 주요 항만 건설 공사 완공

항	만	완 시	공 기	건 설 호 과	
				하 역 능 력	접안 능력 (接岸能力)
부산항(1단계)		1978.	7	1천 4백만 톤/년	52척
인천 항		1978.	12	918만 톤/년	29척
목호 항		1978.	12	650만 톤/년	6척
군산 외항		1978.	12	154만 톤/년	6척

- 부산항 부두 기능의 전문화  
(3) 항공 화물 전용 터미널 설치

공항	규 모	연간 처리 능	건설 계획
김포	4,300평	28만 톤	1978.8
김해	2,200평	14만 4천 톤	1978.1

- (4) 수출품 보관 시설 확장  
○ 보관 창고의 증설  
○ 해외 현지 보관 창고 건설 지원
- (5) 통신 시설 및 제도의 보완  
○ 국제 텔렉스 교환 시설 : 536회선→696회선  
○ 스캐타 시설 : 324회선→384회선  
○ 위성 통신 시설 : 208회선→228회선

- 한일간 해저 케이블 설치 조사  
○ 선적 서류 등 사설 운송 제도 실시  
(우편법 개정 1978.1.1 시행)

### 2. 행정의 능률화

- (1) 수출입 업무의 현지 처리  
○ 시·도 상공국 기능 강화  
○ 현지 처리  
—수출 검사  
—수출입 추천  
○ 지방 공산품 검사소 보강
- (2) 법규 및 단체 정비  
○ 수출입 관계 법규 보완  
○ 수출입 관련 단체 정비  
○ 수출입 서식 및 절차의 획기적 간소화

## 디자인 용어

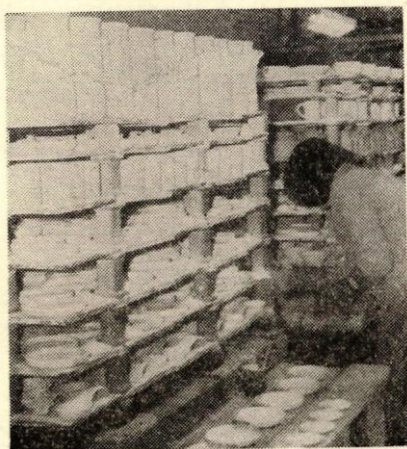
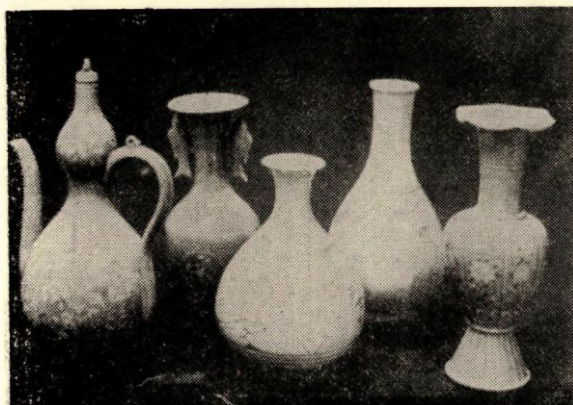
□ 비주얼 스캔들 □  
Visual Scandal

1950년경 프랑스의 그래픽 디자이너 사비낙이 주장한 시각 전달을 위한 아이디어의 표현 수단이다. '포스터는 보는 스캔들이다'라고 한 그의 말과 같이 두 개의 이질적인 이미지를 결합시킴으로써 생기는 비합리성은 보는 사람에게 공포·수치·의혹과 같은 충격을 주고, 그 다음에는 그것이 기발한 유우머가 되어 사람들을 즐겁게 해 주는 것이다. 그 표현은 동물이나 상품을 의인화(擬人化)한 것이 많고, 그 위치를 전도(轉倒)시켜 인간과 대등하게 행동시킴으로써 웃음의 요소를 부여하여 독창적이고 간결하며 정확한 셀링 포인트를 시각화(視覺化)시켜 준다.

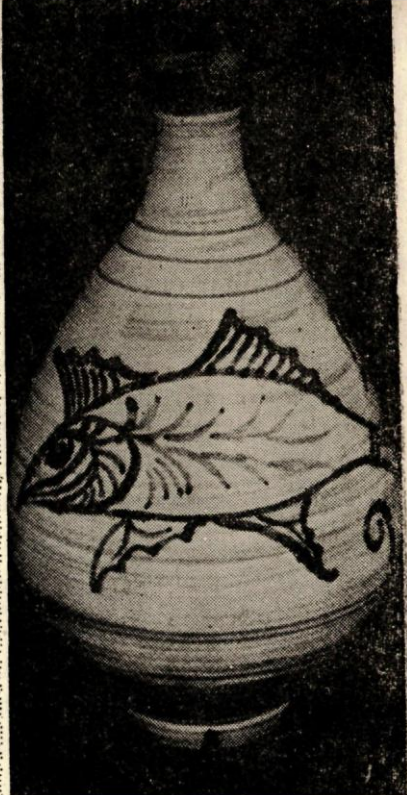


- 우리 나라 도예의 본질과 역사
- 도자기 유약과 그 원료
- 점토제 관광 토산품의 개발 및 육성 방안
- 신안 해저 원대 유물 인양의 의의와 자료적 가치
- 우리 나라의 요업 실태와 개발 전망
- 살아 있는 고려 청자 해강 유 근형 응
- 수출 목표 6,500만 달러를 겨냥한 도자 산업 현장을 찾아서
- 해외에서 빛본 한국 도예 문화의 근원

## 홍 보 과



# 企 集 劃 中 한국의 도자 산업과 도자 공예



도자 공예(陶磁工藝)는 우리 민족의 뿌리 깊은 점토의 역사와 전통을 자랑해 온 출중한 조형 감각의 예지를 세계에 알린 좋은 본보기다. '불과 흙과 지혜의 마술'이라 일컫는 도예는 가장 한국적인 소재인 흙으로 만들어지기 위해 창조 정신에 몰입되는 예심(藝心) 경지와 거기에서 얻어지는 예술적 가치는 가히 찬란하다 하겠다.

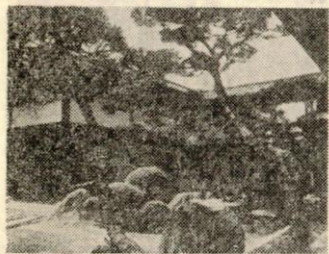
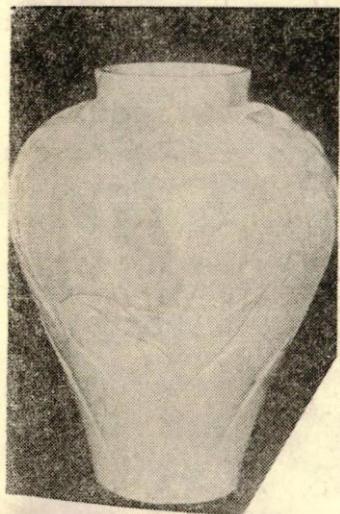
이러한 우리의 빛나는 도자 전통은 이제 도자기 본질의 예술적 차원에서의 미적(美的) 특질을 살려 수지와 국위 예술을 같이한 산업에 적용되었고, 많은 도예가들은 거듭되는 탐구와 노력을 하고 있다. 원시적 인간 생활로부터 비롯되어 다시 인간 생활로 되돌려지는 귀결의 도자 예술. 오늘의 도자 산업 발전은 어디까지 왔으며, 도자 예술의 산업화와 점토제품의 개발 방향은 어떠한가.

한·중(韓中) 대륙간에 화제를 불러일으켰던 신안 해저 인양 도자의 문화적 고찰 등 일선 요업업체를 탐방하여 '오늘의 도자 산업 실태'를 총정리한다.

〈편집자 주〉



# 우리 나라 도예의 본질과 역사



우리 나라의 도자(陶磁) 발전과 변화는 우리 도예(陶藝)에서의 미적 표현 욕구를 충족시켜 줄 뿐만 아니라, 현대 사회의 정신적 결핍까지도 어느 정도 충족시켜 줄 것으로 본다. 또한 자기 나름대로의 미의식(美意識)의 세계를 찾아 나가는 데에도 중요한 요인이 될 수 있다고 보므로 현대 도예의 본질을 한국 도자의 변천과 본성 속에서 찾아보고자 한다.

인간이 점토 제품(粘土製品)으로 생활 용기(生活容器)를 만들어 쓸 뿐 아니라 미(美) 표현의 중요한 재료로서 선택되고 이것을 처리할 수 있는 능력을 갖고 사회 생활을 영위해 온 것은 너무나 오랜 옛날부터다. 그러나 이러한 점토제의 사용이 인간의 생활에 만족을 줄 수도 없었고, 또 그 표현 미의식은 지극히 단편적이었다고 볼이 타당하겠다. 우리는 어떤 면에서는 어느 한 부분에 치우치는 미 표현 속에 살아 왔고, 유행성이나 또는 전통이라는 것에 얽매어 벗어나지 못하였으면서도 깊고 예민한 미의 우아성을 나타냈다고 자부해 보는 것이다. 그러나 정말로 발전적인 것은 어느 한 부분의 기교에서나 또는 예민한 감성 속에서도 만들어진다고 볼 수 없다고 본다. 우리의 옛 도자의 흐름이 진실로 참다운 발전과 미를 우리에게 물려 주었다면 제조 방법의 응용력과 미 표현이나 방법·기교 등에서 너무나 틀에 박힌 것에서 벗어나야 할 것이고, 회화(繪畵) 표현이나 조각 표현이 그 시대의 공통성에서 벗어나야 할 것으로 보며, 특히 창의력이 풍부해야 할 것이다.

우리는 옛 도자미(陶磁美)에 너무 얽매어 있을 뿐만 아니라, 옛 도자 기교에 매력을 느껴왔고 또한 느끼고 있다. 그러나 진정한 자기를 찾기에는 너무나 먼 거리에 떨어져 있는 듯한 감정을 갖게 한다. 이런 것은 어디까지나 과거의 사회가 자기 표현을

인정하지 않는 사회 구조 속에서 어쩔 수 없었다고 본다면, 현재의 우리 사회가 갖는 자유로운 속에서 자

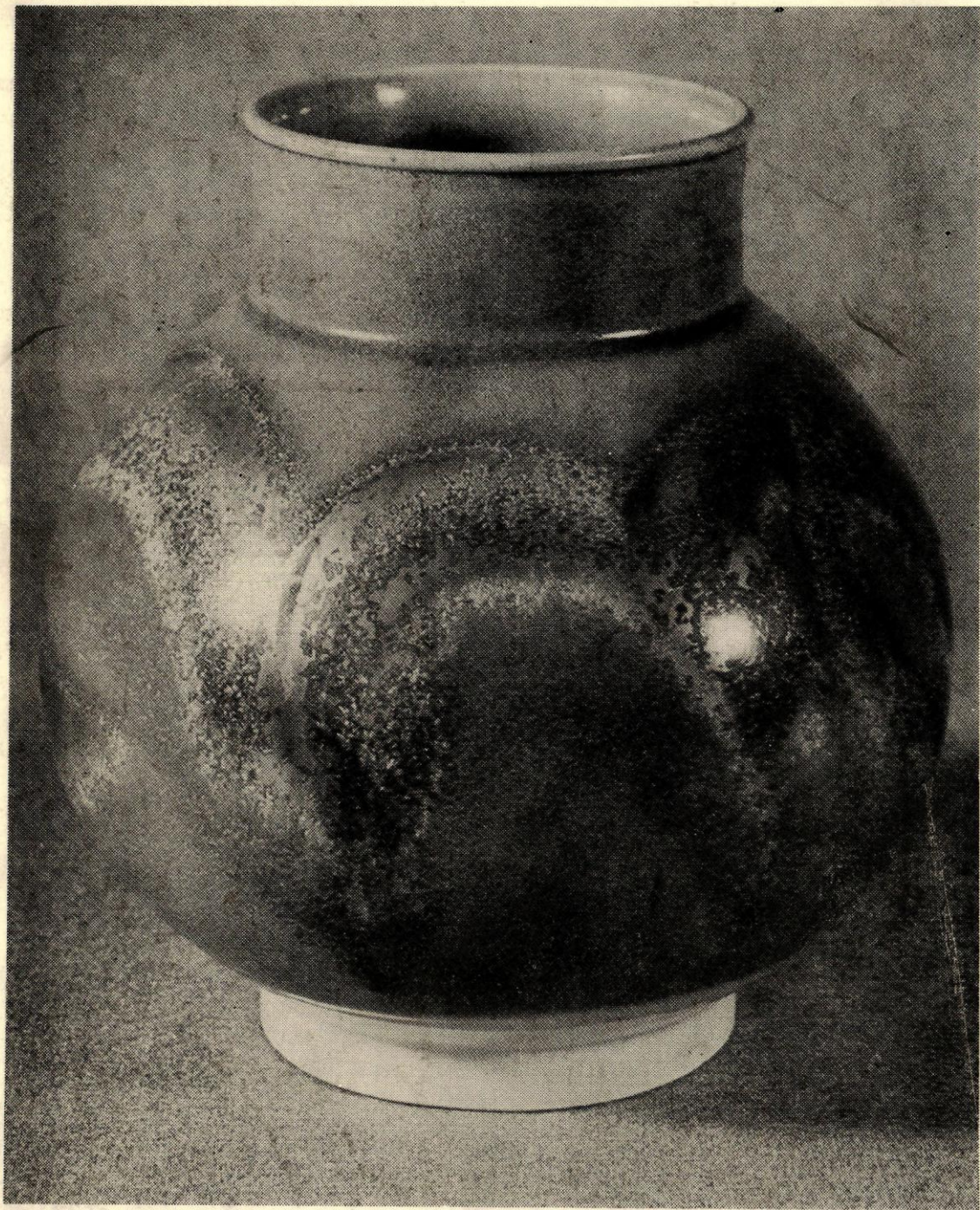


정담순  
단국대 요업 공예과 부교수











도 뚜렷하다.

청자는 그 만드는 태토(胎土)의 결합에서 유약의 조합(調合)뿐 아니라 소성(燒成)하는 과정의 환원 소성은 극히 적절히 맞춤으로써 얻어지는 불의 예술이라고 한다면, 고려 청자의 제작 과정의 복잡성과 그 과정은 도자를 만드는 사람들만이 맛볼 수 있는 특유의 경지라고 할 수 있다. 이러한 청자 속에 우리의 민족성을 표현해주는 운문(雲文)·학문(鶴文)·유문(柳文) 등을 적절히 배합하고 구성함으로써 우리 나라 시유기(施釉器)의 기반을 만들었을 뿐만 아니라, 제도 기교(製陶技巧)의 다양한 표현 방법을 만들어 줌으로써 세계 어느 지역에서도 볼 수 없는 우수한 제도 방법(製陶方法)의 모색과 표현 방법을 갖게 된 것이다. 이런 청자의 기반은 자유자재로 표현할 수 있는 고차원적인 미 표현의 선구적 필연으로서 유약의 아름다움에 형태의 아름다움을 첨가해 주는 것과 태토(胎土)와 유약의 결합에서 오는 특이한 색채감도 또한 말하지 않을 수 없다. 고려 청자의 아름다움은 한마디로 말해 비색(翡色)으로서 결말이 났다고 할 수 있으며, 이는 한민족의 고차원적인 색채감정의 발로라고 할 수 있다.

이런 청자의 성형을 보면, 타제(打製) 물체 성형의 숙달에서 오는 예민한 표현이 표출되어 나타남으로써 제조 후에 그 물의 무게가 가볍고 쓰임에 편리하였다. 이런 점으로 보아 고려 청자의 태토(胎土)는 점력(粘力)이 좋은 점토(粘土)가 다량 함유되었음을 알 수 있고, 특히 점토의 정전을 피하여 성형 후 뒤처리를 무난히 할 수 있음을 볼 수 있다. 이런 점들은 도자미(陶磁美)를 표현하는 기능상에 꼭 필요한 여건이기 때문에 점토를 처리하는 작업을 하는 사람에게는 필수적인 것이라 할 수 있다. 또한 표현되는 태토(胎土)의 색상은 완성 후의 질적 표출(表出)에까지 문제가 됨으로 해서 태토(胎土)의 배합은 그 당시에는 큰 문제였으리라 생각된다. 이런 여러 가지 어려움 속에서라 반대 색상을 이

용한 장식 방법 중의 상감(象嵌) 방법을 채택하고 있음은 아마도 점토의 색채뿐만 아니라 태토의 이색 동질(異色同質)을 찾는 기교까지도 겸하여 터득했던 것으로 볼 수 있다. 이런 기교의 발전은 후에 분장(粉粧) 방법의 발전을 가져다 주는 계기가 된 것 또한 뚜렷한 사실로 그 유물이 나타나고 있는 것이다.

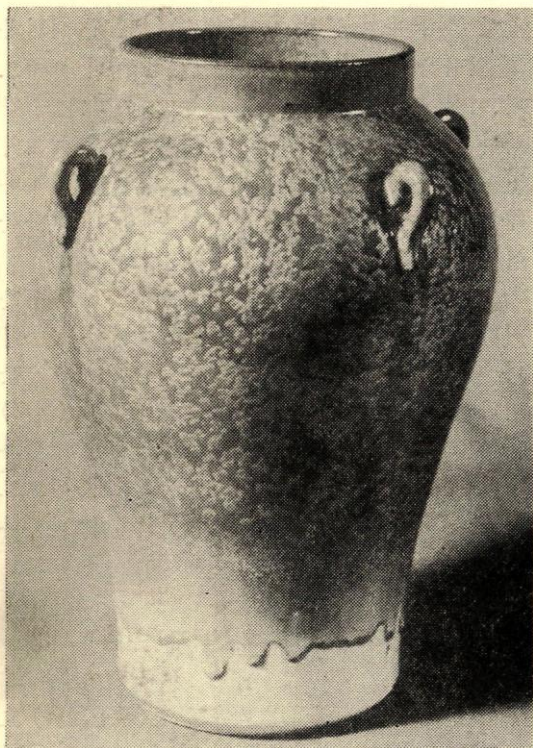
그뿐 아니라 고려는 형태의 차임새를 완성한 시기여서 기물(器物)의 구조상의 굽이나 몸통이나 전이 기하학적 구조상에서 어긋남이 없을 뿐 아니라, 한국 도자사상 가장 뚜렷한 기형(器形)을 갖고 있음을 볼 수 있고, 특히 대중 생활과 차차 결부되는 속에서 기형이 발전하게 됨으로써 소위 분청 자기(粉靑磁器)의 발생이 나타나게 되었다.

### (3) 분청자(粉靑磁)와 백자(白磁) 시대

한국 도자에서 특유한 태토 분장(胎土粉粧) 효과에 의한 도자기의 처리 효과를 응용한 시기가 고려 말에 이루어졌는데, 이런 방법은 인화분장(印花粉粧) · 감화분장(嵌花粉粧) · 백토분장(白土粉粧) · 박지분장(剝地粉粧) · 회분장(繪粉粧) 등 여러 방법으로 나타나게 되었다. 이는 원료의 불량함을 기술적으로 나타내게 되었다. 이는 원료의 불량함을 기술적으로 처리함으로써 얻어지는 효과를 나타내게 할 뿐 아니라 15세기에 확고한 기틀을 잡은 분청(粉靑)은 그 만드는 곳이 많아지고 제품이 많아지게 되었으며, 그 만든 품이 힘이 있고 자유로움이 넘치고 있다.

이와 같은 것들은 대량 생산되어 음식기로 사용되고 생활 용기로 사용되고 있다. 그리하여 이런 것들은 우리 나라 전국에서 만들어지게 되고, 특히 분청의 번창기에 들어서면서 회분청(繪粉靑)은 철사(鐵砂)의 처리 방법과 그 문양(紋樣)의 사용이 특이성을 나타냈을 뿐 아니라 회화 표현이 특히 자유롭고 대담함을 엿볼 수 있다. 이런 분청자(粉靑磁)는 고려 말부터 조선





의 분원(分院)이 1883년에 폐요(廢窯)되어 조선조 특색의 백자는 차차 그 자취를 감추게 되고 말았다. 이러한 조선조 백자는 두 번의 큰 정변(政變)으로 심한 타격을 받아서 변하였음을 사적으로 볼 수 있는데, 그 하나는 임진 왜란이고 다른 하나는 조선조 말에 서구 문물의 유입으로 상당한 혼란을 초래할 수밖에 없었던 것이다. 그리하여 우리보다 먼저 신문화를 유입한 일본에 의하여 새로운 원료 사용이나 새로운 성형 방법에 의한 공장이 만들어져서 왜 사기가 범람하게 됨으로써 전통 도자 생산 공정의 불합리성을 개선하지 않을 수 없게 하였고, 또한 대규모의 공장을 만들지 않을 수 없었으며, 새로운 생산 공정은 기계화되게 되었다. 1900년대에 와서는 공예(工藝)라는 새로운 분야의 등장에 의하여 도자도 생활 필수품을 생산하는 다량 생산 공장과 공예품을 만드는 소규모의 재래식 공장으로 분류할 수밖에 없었으며, 사회적 혼란은 공예의 시대적 참뜻보다는 전통 도자의 전승의 답사에 그치고 말았음을 볼 수 있다. 이는 일본인들이 우리 나라에 와서 우리의 도자미(陶磁美)에 매혹되어 복제품을 만들게 되고 우리 또한 도자의 참뜻을 모르고 새로운 감각으로 보게 됨으로써 우리 전통 도자의 미를 섭취하게 되고, 또한 진정한 이해가 이루어지지 않은 속에서 전승을 이어 나가려고 노력하기에 이르렀다.

그러나 1945년 이후 대학에서 미술을 전공한 사람들에 의하여 공예의 광범위한 미(美) 영역은 새로운 방향을 모색하게 되고, 또한 자기 사고와 창의력의 표현에 의해서 범인간적 자연 모색과 광범위한 표현 의식이 차차 우리 사회에도 등장하기 시작함으로써 1958년 이후에는 우리 전통 도자 방법에 토대를 둔 새로운 시유 방법(施釉方法)이나 기법에 의한 처리 방법 등을 구사하여 자기의 특성을 나타내려는 도예가가 등장하게 되었다. 그런데 어떤 부분에서는 서구적이라 할 수 있는 우려되는 도예 표현(陶藝表現)도 등장하게 되고, 제조 방법이나 유약(釉藥)의

조의 임진 왜란까지 성행하고 있음을 볼 수 있다. 그러나 조선조의 여러 조건에 의하여 백자(白磁)의 발전은 어쩔 수 없이 차차 이루어져 나갔다. 백자가 고려 시대에 나타난 것이기는 하지만 조선조에 들어와서 특히 활발하게 만들어졌고, 특히 예민한 표현보다는 둔후하고 믿음직스러움을 표현하고 있을 뿐 아니라 고려 백자가 갖는 여성적이며 귀족적인 상태에서 벗어나 남성적이며 자연적 형태미를 나타낸 백자로 나타났다. 더 나아가서 청화(靑華)의 사용은 조선조의 백자 위에 회화성(繪畵性)을 첨부해 주는 아름다움을 더해 줄 뿐 아니라, 청자라든지 철사(鐵砂)와 같은 채색 안료(彩色顔料) 사용의 자유로운 표현이 점차적으로 깊이 나타나서 일(日)·산(山)·수(水)·석(石)·운(雲)·송(松)·불로초(不老草)·구(龜)·계(鷄)·학(鶴)·용(龍)·추초(秋草)·화(花) 등의 회화적 표현이 자유롭게 표현되기도 했다. 그러나 사옹원(司甕院)







# 도자기 유약과 그 원료

- 고려 청자와 이조 백자를 중심으로 -



황 성 연  
이화 여자 대학교 강사

한국 근대 도자기는 1910년 일제의 식민지로 손과 발을 잡힌 수차와 고통을 겪게 되었지만, 찬란한 역사적 배경과 고려도·석회석 등 품질이 좋고 양적으로 많이 부존되어 있는 천부의 풍부한 천연 자원에 힘입어 8·15 해방 후 급속히 발전하였다. 이와 같이 시대적 조류에 따라 기형(器形)이나 문양의 변천은 물론이지만, 특히 고려 청자나 분청 백자와 같이 그 유색(釉色)의 변천은 그 어느 것에도 비길 수 없는 어려움이 뒤따르는 주지의 사실이다.

지금까지 경험만을 토대로 한 재래적 제조 방법을 재현해 온 유약의 개발, 이 제조 방법은 언제까지 계속될 것인가. 본고는 최근의 연구를 토대로 유약과 원료에 관해 기술함으로써 많은 도예 애호가들의 이해에 도움이 되리라 본다. (본문 중에서)

## Ⅰ 서 언

우리 나라의 민속 도예품은 크게 신라 이전의 토기(土器)와 그 후의 자기 제품으로 구분된다. 삼국 시대에는 토기가 완전히 생활화되었으며, 통일 신라 시대 때는 출토량(出土量)은 적으나 기술과 예술성이 뛰어났으며, 토기면(土器面)에 다 연유(鉛釉)에 의한 녹색유(綠色釉)를 입힌 시유기(施釉器)가 만들어져 도자기로서의 진면목을 나타낸 시기였다.

불교 사상의 영향을 받은 유명한 고려 청자는 왕족이나 귀족들의 취향에 따라 우아한 형상과 미려한 상감(象嵌) 무늬 등으로서 가장 화려하고도 독창적으로 만들어졌으며, 한국 도자기로서 최고의 명예를 쌓아올리며 순청자(純靑磁) 시대·상감청자(象嵌靑磁) 시대·화청자(畵靑磁) 시대로 근 3백 년간 이어져 왔다. 또한 이조의



도자기는 크게 분청사기(粉靑沙器)와 백자기(白磁器)로 나누어지고 있으며, 임진 왜란을 기점으로 하여 전에는 분청사기가, 후에는 백자가 주로 만들어졌다. 백자기도 원(元) 말기와 명(明) 초기의 영향을 받아 유(釉)에 깊이가 있는 순백자기와 소지(素地) 위에 코발트로 문양을 넣은 청화 백자기(靑華白磁器)와 자연 산화철(自然酸化鐵)로 백자기(白磁器)에 그림을 그려 넣은 철화자기(鐵畫磁器)로 구분하여 논하고 있다. 분청사기와 백자는 그 형이 평범하고 자연스러우며 다량 생산되어 일상 용기로 대중화되었음이 특징이다.

한국 근대 도자기는 1910년 일제의 식민지로 손과 발을 잡힌 수척과 고통을 겪게 되었지만, 찬란한 역사적 배경과 고령토·석회석 등 품질이 좋고 양적으로 많이 부존되어 있는 천부의 풍부한 천연 자원에 힘입어 해방 후 급속도로 발전되었다. 이와 같이 시대적 조류에 따라 기형(器形)이나 문양(紋樣)의 변천은 물론이지만, 특히 청자·분청·백자와 같이 그 유색(釉色)의 변천은 그 어느 것에도 비길 수 없는 어려움이 뒤따름은 주지의 사실이다. 그러므로 현대의 사람들은 많은 문화를 보고 이러한 민속품의 재현성을 위한 시도를 많이 하였으나 공개되지 않은 특유의 개인 작품으로 발전되어 왔는데, 현재 각처(특히 강진·이천 지구)에서 재래적인 제조 방법을 사용하여 제조 때마다 제품의 색상이 각양각색으로 되어 효율적인 제조 방법이 되지 못하고 있다.

본고에서는 최근의 연구를 토대로 유약(釉藥)과 원료에 관해 기술함으로써 많은 도예 애호가들의 이해에 도움이 되고자 한다.

## ② 유약의 분류

유약(釉藥 : Glaze)은 점토 제품의 표면에 용착(熔着)한 일반적으로 균질 규산염(均質硅酸鹽) 혼합물이다. 물리적·화학적 성질은 유리질이며, 경(硬)하고 강산(強酸) 혹은 강알칼리 이외에는 불용성(不溶性)이거나 혹은 극소량이 용해하며 개스 및 액체를 불투과(不透過)시킨다. 유리와 같이 일종의 고용체(固溶體)로서 취급되는 경우

가 많으며, 아름다운 색상과 광택 혹은 투광성(透光性)·불광택(不光澤 : Mat)을 나타내며, 때로는 형성된 결정유(結晶釉)도 있다.

대개 실용면에서 제품의 품질에 따라 도기유(陶器釉)·석기유(炻器釉)·자기유(磁器釉)로 부르는 경우가 많다.

### (1) 외관 상태에 의한 분류

#### ① 투명유(透明釉 : Transparent glaze)

유약이 유리화되어 투명하게 보이는 유약으로 소지면(素地面)이 보인다. 유리화를 잘 시키기 위하여 유조합(釉調合) 중에 소오다 장석(長石)이나 소오다회·붕산·붕사·프리트·Cullet(破유리)·규석 등을 일부 첨가하여 조절하거나 혹은 매용제(媒溶劑)를 소량 사용하기도 한다. 청자나 백자는 거의 반투명이거나 투명유이다.

#### ② 유탁유(乳濁釉 : Opaque glaze)

$ZnO$ ,  $ZrSiO_4$ ,  $SnO_2$ ,  $TiO_2$  등 유백제(乳白劑)를 많이 사용하여 유백(乳白)을 증가시킨 유약(釉藥)이다. 유탁유는 ① 용액(融液)의 결정화에 의한 결정의 생성, ② 조합물(調合物) 중에 불용성의 결정을 첨가했을 때, ③ 일반적으로 사용되는 유탁제는 상호 혼합되지 않는 두 개의 용화상(熔化相)을 형성시켰을 때 생성되는 불화물(弗化物),  $SnO_2$ ,  $ZrSiO_4$ ,  $ZrO_2$ ,  $TiO_2$ ,  $SeO$ ,  $MgO$ 이다. 불화물인 경우는 불릴 첨가제로서 빙정석(氷晶石 :  $Na_3AlF_6$ ), 규불화(珪弗化) 소오다( $Na_2SiF_6$ ), 형석(螢石 :  $CaF_2$ )을 사용한다.

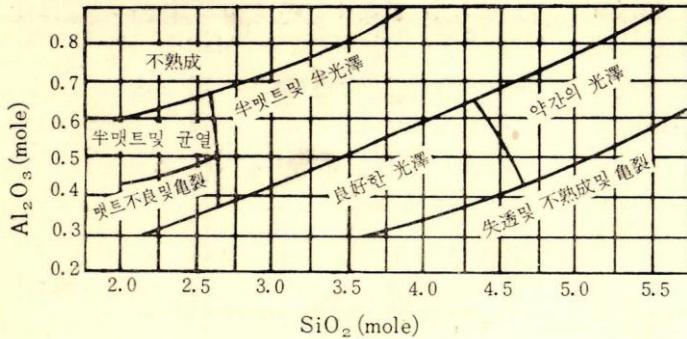
#### ③ 무광택유(無光澤釉 : Mat glaze)

$SiO_2$ ,  $Al_2O_3$ 를 적량(適量) 사용하거나  $ZnO$ ,  $TiO_2$ ,  $ZrSiO_4$ 를 다량 사용하면 백색 무광택유가 된다. 안전한 무광택유는 고령토와 납석 등을 다량 사용하여 제조한다.

#### ④ 결정유(結晶釉 : Crystalline glaze)

결정유에는 Diopside( $CaO \cdot MgO \cdot 2SiO_2$ )계인 엽상 결정(葉狀結晶)을 한 것과 Willemite( $2ZnO \cdot SiO_2$ )계인 선상 결정(扇狀結晶)을 한 것이 있는데, 착색제(Co, Mn, Fe, Ni, Cr)에 따라서 여러 발색(發色)으로 결정이 출현한다. 중국의 유명한





S. K. 10의 磁器의 範圍

천목유(天目釉)도 이에 속한다. 이러한 결정을 석출(析出)시키기 위해서는 일정한 소성(燒成) 분위기와 소성 스케주율, 특히 까다로운 서냉 조건(徐冷條件)에 따르지 않으면 불가능하다. 이상 외관 상태에 따라 네 가지로 크게 분류한다.

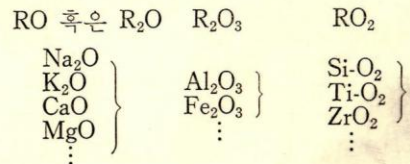
그 밖의 사금석유(砂金石釉)·진사유(辰砂釉)·구열유(龜裂釉)·회유(灰釉) 등은 많은 도에 책에 기술되어 있으므로 생략한다. 그러나 회유는 재의 종류에 따라서, 즉 참나무재는 비교적 철분 함량이 적고 백색에 가까운 유약에 사용하여 담청자유(淡靑磁釉)를 만드는 데 적합하며, 토회(土灰)는 보통 잡목을 태운 재로서 함유 성분은 일정하지 않으나 산화철과 산화 망간의 함량이 많으며, 산화 소성에서는 황록색, 환원 소성(還元燒成)에서는 담청록색 혹은 갈색을 띤 녹색이 된다. 집재에는 규산분(硅酸分)이 많고, 집을 태워서 분쇄수파(粉碎水簍)하여 사용하며, 유백(乳白)의 광택유에 사용한다. 이상의 조목재의 화학 성분은 지방에 따라 혹은 위치와 토질에 따라서 다르며, 수목의 연령에 따라서도 다르다. 또한 소성 분위기에 따라서도 그때 그때 재미난 유색(釉色)과 유면(釉面)이 형성되므로 도예 유약으로서 가장 관심의 대상이 되어야 할 것이다.

## (2) 제겔(Seger) 유식(釉式)

도예의 생유(生釉)는 물에 용해되지 않는 원료, 즉 천연 원료를 분쇄 조합해서 사용하는 것으로 최소 1,200°C 이상의 고온으로 소성하여야 하며, 유면의 상태를 좋게 하기 위하여 일부 용해 원료(소오다회·붕산·붕사 등)를 사용할 때

에는 가능한 한 10% 내에서 첨가시켜야 한다.

이 생유(生釉)의 조성(組成)을 표시하는 방법으로 보통 Seger 식을 이용한다. 일반적으로 유약의 조성은  $RO \cdot R_2O_3 \cdot RO_2$  그룹으로 표시하며, 이것을 유약의 일반식이라고 부른다. 유약의 일반식 중 RO는 염기성 산화물,  $R_2O_3$ 는 중성 산화물,  $RO_2$ 는 산성 산화물을 의미하며, 보통 유식(釉式)에서는 RO의 mole 함량을 1로 한다.  $RO \cdot R_2O_3 \cdot RO_2$ 의 각 기(基)에는 다음의 화학 성분이 들어간다.



유(釉)의 살이라고도 할 수 있는 RO 그룹의 mole 비(比)를 변화시킴으로써 유의 결점인 pinhole, waving, crawling, bloating 등을 조절할 수가 있다. 또한 뼈대 역할을 하는  $R_2O_3$  대  $RO_2$ 의 mole 비를 조절함으로써 투명·유백(乳白)·mat로 변화시킬 수 있다. 즉 유면에 광택이 나타나는 부분은  $0.3 \sim 0.5 Al_2O_3$ ,  $3.5 \sim 4.5 Si-O_2$ 인 경우이며, 대개 그 비가 1:10인 위치이고  $Al_2O_3$ 나  $Si-O_2$ 가 일방적으로 증가되면 매트 유(釉)가 되고 유면에 구열(龜裂)이 발생한다.

모든 자연 원료는 같은 원료라 할지라도 지역이나 위치에 따라 그 화학 성분이 달라 같은 조합비(調合比)라도 유(釉)의 상태가 엉뚱하게 나타나므로 항상 일정한 화학 성분으로 표시된 Seger

## < 참고 문헌 >

- (1) 黃鍾禮: “靑磁의 素地와 釉藥의 實驗의 考察”, 梨大 碩士學位論文
- (2) 김 방 언 · 최 종 호 · 정 대 규: “고려 청자 제조 시험” 공 연, 연구 보고 제 23집(1973)
- (3) 오 정 근 · 박 상 결 · 김 형 용 · 이 연 범: “미술 자기 제조” 공 연, 연구 보고 제 1집(1971)
- (4) 鄭昌柱 · 崔錫珍: “全南 海南 康津 地方의 粘土 特性과 그 利用에 關한 研究”, 窯業會誌 8(12), 1971
- (5) 金萬鍾: “靑磁 考”, 窯業會誌 5(6), 1968
- (6) 趙奉煥: “陶磁器工業”, 理工圖書出版社(1973)



식을 사용하지 않으면 안 된다.

### ③ 청자유(靑磁釉)

청자라 함은 강화도유(强火度釉) 중에 함유된 철의 환원으로서 청색 또는 녹색이 정색(呈色)된 자기를 말한다. 청자유 중에 함유된 철은 비교적 소량으로서 그 함유량은 2~3% 내외가 보통이고, 점차 환원이 곤란하여 6~7% 또는 그 이상이 되면 유(釉)는 황색 또는 황갈색을 띠게 된다.

청색 발색의 원인인 소지(素地) 중의 철분을 알고자 참고품(參考品)으로서 채집한 고고려(古高麗) 청자기의 파편 중 담청색의 색상이 훌륭한 것에서 소지 성분을 검사한 결과는 다음과 같다.

Si-O <sub>2</sub>	Al <sub>2</sub> O <sub>3</sub>	Fe <sub>2</sub> O <sub>3</sub>	CaO	MgO	K <sub>2</sub> O	Na <sub>2</sub> O	작열감 (灼熱減)
71.75	21.44	3.50	1.23	0.41	0.86	0.79	0.02

이 성분 중 발색제(發色劑)는 산화 제 2철뿐이므로 그 청색은 소지 중 3.5%의 산화 제 2철의 환원에서 발색하는 색과 유약의 색이 서로 가해져서 고려 청자의 색을 부여하는 것으로 보인다.

해방 후 청자의 연구에 선도적인 역할을 한 황 중구(黃鍾九)의 맨 처음 실험 결과에 의하면, 다음 조합비에 여색제(與色劑)로서 산화 제 2철 1.4~1.5%의 것이 좋은 청자의 색을 나타내고 있다.

수 토 (水土)	장 석 (長石)	규 석 (珪石)	적 토 (赤土)	석회석 (石灰石)
56	8	9	7	20

그 청자유의 조합 범위는 다음과 같다.

$$\left. \begin{array}{l} 0.113 \sim 0.116 \text{ Na}_2\text{O} \\ 0.086 \sim 0.095 \text{ K}_2\text{O} \\ 0.037 \sim 0.050 \text{ MgO} \\ 0.749 \sim 0.758 \text{ CaO} \end{array} \right\} \left. \begin{array}{l} 0.466 \sim 0.513 \text{ Al}_2\text{O}_3 \\ 0.032 \sim 0.034 \text{ Fe}_2\text{O}_3 \end{array} \right\} 3.426 \sim 3.454 \text{ Si-O}_2$$

유(釉) 중에 장석·목회(木灰)와 같은 칼리 또는 소오다의 화합물을 증가하면 황록색을 부여해서 색상을 나쁘게 했으며, 이에 반해서 규석·석회석을 증가하면 청색이 증가되어 그 색상을 좋게 했다. 자토(磁土)는 그 조합비가 적을 때는 그 영향이 별로 없으나, 지나치게 많은 경우에는 황색을 띠다고 하였다.

특히 철분의 함량이 많은 망우리(忘愚里)의 적토를 사용하여 청자를 만들었다고 해서 그 후 많은 사람들이 이를 사용하였고, 이 점토가 없이는 청자를 만들지 못한다고까지 하였다. 또한 재래의 등요 소성(登窯燒成) 방법이 아닌 도염식(倒焰式) 각요(角窯)에서 경유를 사용하여 최초로 수율(收率) 80% 이상의 좋은 청자를 만들었으므로 세상의 물의를 일으키기도 했었다. 그러나 경유의 불순물인 유황분에 의해 색상이 녹색 청자가 됨이 흠이라면 흠이었다. 그리하여 앞으로는 프로판 혹은 부탄 개스에 의한 소성 방법을 택함으로써 고려의 비색 청자(翡色靑磁)를 만들려고 연구 중에 있다.

또한 임 응극·이 영희 티임이 현재 일반 생산 도자기에 주로 사용하는 원료, 즉 안양 장석·지례 규석·포천 점토·석회석·백운석을 이용하여 청자 유약을 개발한 결과만을 보면 경유 소성용 시험 가마에서 가장 좋은 비취색을 나타내고, 유약의 결합이 없는 아래와 같은 유식(釉式)에다 소성 한계를 결정함에 있어서는 여러 형태의 Fe<sub>2</sub>O<sub>3</sub>를 유약 중에 2.5% 첨가하고 800°C까지는 산화 분위기로 하고 800°C에서 3시간, P.C.E. 7에서 10까지(1,250°C~1,300°C)에 3시간씩 환원성 분위기로 숙성하여 좋은 비취색을 얻을 수 있었다. 그리고 Fe<sub>2</sub>O<sub>3</sub>에 의한 발

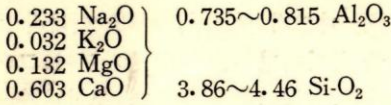
〈표 1〉

원 료 의 화 학 성 분

원 료 명	Si-O <sub>2</sub>	Al <sub>2</sub> O <sub>3</sub>	Fe <sub>2</sub> O <sub>3</sub>	CaO	MgO	K <sub>2</sub> O	Na <sub>2</sub> O	작열감
우 이 동 수 토	71.21	17.91	1.31	0.60	0.27	3.27	2.61	2.88
망 우 리 적 토	62.90	17.13	7.84	1.52	1.35	0.54	0.45	8.27
익 산 석 회 석	0.24	0.04	0.16	55.26	0.61	—	—	43.69



색은 침상·입방체상·구상의 순서로 좋은 색을 얻을 수 있었다.



또 다른 연구 결과를 보면 <표 2>의 29번 소지에 <표 3>의 유(釉)를 적용하였는데, 가장 적합한 청자 발색 첨가제의 사용 범위는  $\text{Fe}_2\text{O}_3$  1.5~2% 또는 규산철[(3Si-O<sub>2</sub>·Fe<sub>2</sub>O<sub>3</sub>) 산화철 47.3%와 규석 52.7%로 조합한 것을 270 mesh로 분쇄 성형하여 환원 소성(1300°C)으로 합성한 후 미분쇄]은 3.0~3.5%였으며, 여기에 ZnO 2.5~3%(갈색제), SnO<sub>2</sub> 1~1.5%(남색제), Li<sub>2</sub>CO<sub>3</sub>

0.25%(연두색제), Ti-O<sub>2</sub> 0.25%(황색제)씩 각각 첨가했을 때 특유의 색상을 얻을 수 있었다.

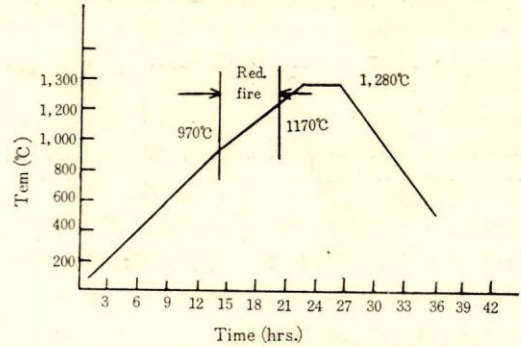


Fig. 1 Firing Curve

<표 2> 소 지(素地)의 화 학 조 성

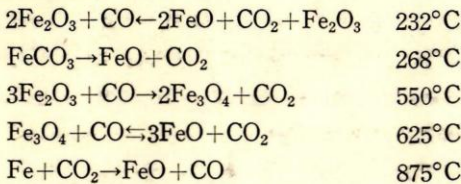
소 지 No.	Na <sub>2</sub> O	K <sub>2</sub> O	CaO	MgO	Fe <sub>2</sub> O <sub>3</sub>	Al <sub>2</sub> O <sub>3</sub>	Si-O <sub>2</sub>	RO 그룹
29	0.071	0.134	0.067	0.088	0.056	0.976	4.297	0.360
강 진 소 지	0.244		0.005	0.142	0.069	0.931	5.484	0.391
부 안 소 지	0.141		0.014	0.149	0.057	0.943	5.792	0.304

<표 3> 유(釉)의 조합비(調合比)

유 No.	안 장 석	총 석회석	하동 도색 카오린	김 천 석	진 도 석
12	46.65	10.10	16.77	15.44	11.04
20	43.67	11.91	12.07	16.18	16.17

Sweetser에 의하면 다음과 같이 산화철의 환원은 비교적 저온도에서 성취되므로 청자기는 환원염(還元焰)만 확보된다면 반드시 고온에서 소성할 필요가 없다는 것을 가르쳐 준다.

#### ◎ 산화철의 환원 온도



일반 반응 원리에 따라 고온하에서 환원이 빠르지만 동시에 산화도 빠르게 된다. 소성기에서는 비교적 용이하게 환원염이 확보되지만, 냉각기에는 연료가 요(窯) 내에서 타고 있지 아니하므로 냉각기 중의 산화 방지가 청자색 확보의 또 하나의 관건이 된다.

또한 전남 남해 강진(康津) 지방의 점토들은 2.86~5.85%의  $\text{Fe}_2\text{O}_3$ 를 함유하고 있는데 청자 소지의 철분의 주급원인 듯하고, 점토의 알칼리 성분은 Feldspar, Muscovite 형으로 존재한다. 또한 가삭성(可塑性)이 양호함은 미립의 존재와 Muscovite 같은 광물종의 기여가 큰 듯하고 소성 특성은 양호한 편인데, 이는 다른 점토에 비해서 Si-O<sub>2</sub>, Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub> 외의 성분이 크게 작용한 듯하며, 내화도(耐火度)는 다른 Kaolin 광물종보다 훨씬 낮아 앞으로 청자 원료로서의 이용 가치가 크리라고 본다.

#### 4 백 자 유(白磁釉)

백색 바탕에 얇은 청색미를 띤 이조 백자(청와 백자)의 유약 및 소지의 조성은 널리 알려져 있으나, 까다로운 소성 과정은 통일된 자료가 없으므로 제품의 재현성은 기대하기 곤란한 실정이다. 그러므로 소성 중에 일어나는 문제점을 검토하면, 원료는 일반적으로 널리 사용하며 구입하기 쉬운 소오다 장석인 안양 장석·청주 석회



〈표 4〉

해남·강진 점토의 화학 조성

	Ig. Loss	Si-O <sub>2</sub>	Al <sub>2</sub> O <sub>3</sub>	Fe <sub>2</sub> O <sub>3</sub>	CaO	MgO	Na <sub>2</sub> O	K <sub>2</sub> O	Color	(SK)
강진 칠량면	5.92	63.56	21.23	5.85	1.02	0.31	0.50	1.35	Pinkish-Buffer	14
강진 강진읍	6.78	61.50	24.53	4.77	0.72	0.52	0.40	1.30	Green-Buffer	16
강진 대구면	6.20	64.02	24.42	2.86	0.58	0.63	0.50	1.20	Pale Pinkish-Buffer	16
해남 산이면	5.93	68.00	20.00	3.58	1.17	0.21	0.30	1.10	Cartridge-Buffer	14
해남 송지면	5.02	68.14	22.84	2.34	0.44	0.43	0.20	1.10	Light Orchraceous-Buffer	15
해남 황산면	5.35	68.60	20.94	3.14	0.58	0.63	0.25	1.20	Orchraceous-Buffer	14

석·진도 납석·김천 규석 및 공업용 아연화물을 사용하고 조성의 유(釉)를 조합하여 Ball Mill(용량 0.1%)에서 50 시간 동안 분쇄하고 Magnetic Ferrofilter로 탈철을 사용하였다.

안양 장석 (%)	충주 석회석 (%)	진도 납석 (%)	김천 규석 (%)	ZnO (%)
45	15	16	13	6

소성 방법은 산화 소성에서는 O<sub>2</sub>가 20%, CO가 12% 되도록 하였고, 환원 소성은 CO<sub>2</sub>가 2%, CO가 5% 되게 하였으며, 중성 소성에서는 CO<sub>2</sub>가 5%, CO가 1% 되도록 하였다.

〈표 5〉 소성 온도와 분위기

Condition No.	Oxidation (°C)	Reduction (°C)	Neutrality (°C)
4	~900	900~1,100	1,100~1,280
5	~920	920~1,120	1,120~1,280
6	~950	950~1,150	1,150~1,280
7	~970	970~1,170	1,170~1,280
8	~1000	1,000~1,200	1,200~1,280

소성 시험의 연료는 경유를 사용하였고, 120°C까지는 목재 연료를 사용하여 약 30 분 동안 요(窯) 내부를 예열(豫熱)시켜 소성하였다. 이 때의 소성 곡선은 최고 온도인 1,280°C까지 24 시간 동안 가열한 뒤 그 온도에서 4 시간 동안 유지시켰다.

소성 번호 4번에서는 Yellowish white를 나타내고, 5번에서는 색상은 개선되었으나 황색미를 띠었다. 또한 6번에서는 Beige Color에 준하는 색상을 나타냈으며, 7번에서는 청와 백자에 준하는 좋은 결과를 얻을 수 있었다. 그리고 8번에서는 기물의 표면에 부분적으로 회색미를 띠는 Carbon 부착 상태를 볼 수 있었다.

이와 같이 산화 소성 시간이 길면 황색미를 나

타내고 짧으면 부분적으로 일록 반점이 생겼으며, 환원 시간이 길면 회색미를 띠는 경향이 있었다. 가장 적당한 소성 조건은 상온(常溫)에서 970°C까지는 산화염으로 18 시간, 970~1,170°C까지는 환원염으로 4 시간, 1,170~1,280°C까지는 중성염으로 5 시간 소성하고, 이 때 소성 유지 시간은 2 시간으로 하였을 때가 적당하였다.

## 5 결 론

우아한 색상과 정교하고 섬세한 옛 미술 자기에 대한 연구를 종합하여 보면 다음과 같다.

① 비색 청자를 재현하려면 우선 좋은 원료를 선정하여야 하며, 본문의 Seger 유식에 맞게 그 원료를 조합하여야 한다.

② 청자 발색 첨가제의 사용 범위는 Fe<sub>2</sub>O<sub>3</sub> 1.5~3% 또는 규산철 3.0~3.5%이며, 그 산화철의 발색은 침상·입방체상·구상의 순서로 좋은 색을 나타낸다. 더욱더 중요한 것으로서는 산화철의 순도에 영향이 크다고 본다.

③ 청자 발색은 소량의 산화철(Fe<sub>2</sub>O<sub>3</sub>→Fe<sub>3</sub>O<sub>4</sub>→FeO)의 환원에 의해 FeO의 발색으로 청자색이 됨을 알 수 있다. 그러므로 냉각 중에도 적극 산화 방지를 하지 않으면 안 된다.

④ 백자는 조합 원료의 철저한 탈철 방법(脫鐵方法)이 선행되어야 하며, 일정한 소성 스케줄과 분위기에 따르지 않으면 안 된다.

⑤ 일부 작품의 구열은 소성요(燒成窯)가 커서 요(窯) 내의 온도 분포가 균일치 못하거나 혹은 유약과 소지와와의 열팽창이 맞지 않거나 급속한 냉각 과정에서 생긴다. 현대 도예 작품은 용도성(用度性)보다 장식 내지 예술성을 중시하므로 이와 같은 것은 커다란 문제가 되지 않는다고 본다. ■



## 점토제 관광 토산품의 개발 및 육성 방안

관광 토산품은 단순한 상품을 벗어나 민족 업의 응결, 고유 문화의 잠류(潛流), 도의적 우의 정신의 함축을 엿볼 수 있고, 한 민족의 체취와 생활과 정신이 담겨져 있는 민족적 상품이어야 한다.

한            봉            립

원광 대학 응미과 교수

### 1 관광과 관광 토산품과의 관계

한때 특수층에서만 즐겨 왔던 관광은 날이 갈수록 대중이 즐길 수 있는 것으로 변해 가고 있다. 특히 20세기에 들어와서 인간은 고도의 과학 문명의 발달과 복잡한 산업 구조, 사회적·정치적 갈등과 같은 소용돌이 속에서 기능화되어 가고 있다. 따라서 인간은 문명 사회로부터 받는 생활 영역에서의 중압감을 잠시나마 벗어나기 위하여 관광에 더욱 깊은 관심을 가지게 되었다.

세계적으로 관광 사업을 외화 획득이라는 측면에서 볼 때, 선진국의 경우보다는 개발 도상국이 비교적 어느 산업 부분보다 외화 획득의 가득률이 높기 때문에 비상한 관심을 나타내고 있다. 그러므로 오늘날 관광 사업은 하나의 국가 전략 산업으로 등장하

여 관광 사업이란 새로운 관광 영역을 구축하기에 이르렀다.

인간은 단조로운 생활 구조에서 벗어나 관광을 할 때 많은 기대와 욕구가 충족되기를 원한다. 따라서 그들의 관광 동기는 우선 새로운 것에 대한 호기심과 그것에 의한 생활의 변화를 기대하며, 휴양과 휴식을 원하는 심리와 새로운 풍물에 관한 신비한 지식을 체험하여 사고의 폭을 넓혀 나가 생활의 권태로움에서 벗어나려고 한다.

이러한 관광객의 욕구를 충족시켜 줄 수 있고 관광 기간의 체험을 오랫동안 기억하게 하는 방법에는 관광 토산품의 구입이 매우 중요한 매체 역할을 한다. 또한 관광 토산품은 여행자들의 수집 본능을 충족케 하여 만족감을 얻을 수 있는 기회도 되고, 또한 같이 관광을 하지 못한 주위의 친지나 친구들에게 선물로도 활용할 수가 있다.

이와 같이 관광 토산품은 외국에 널리 소개되



어 그 나라의 소리 없는 외교적 역할까지 하게 되는 것이다. 특히 질 좋은 관광 토산품의 개발은 관광 의욕을 충족시키는 것으로서 관광객을 더 많이 유치시킬 수 있는 조건을 제시하는 것이다.

이러한 점으로 볼 때 관광 토산품은 단순한 상품을 벗어나 민족 열의 응결, 고유 문화의 잠류(潛流), 도의적 우의 정신의 함축을 엿볼 수 있고, 한 민족의 체취와 생활과 정신이 담겨져 있는 민족적 상품이어야 한다.

1974년도 우리 나라의 국제 관광 공사가 1,442명의 외래 관광객 실태 및 여론 조사를 한 관광 토산품의 기호도 조사 분석 결과에 의하면 인삼이 20.5%로서 1위이며, 그 다음이 도자 제품(陶磁製品)으로서 11.9%로 나타나고 있다. 그러나 인삼은 전매품이므로 논외로 하면, 도자 제품은 충분히 논의할 가치가 있다. 그러나 여기에서 말하는 도자 제품은 대부분이 고려 청자나 이조 백자를 모방한 모조품이 주류를 이루고 있다. 이러한 모조품들도 관광 토산품으로 매우 중요한 가치가 있기는 하나 기념품으로서 운반과 휴대에는 많은 문제점이 있고, 일품 공예(逸品工藝)의 생산에 있어 단가가 많이 들므로 구입 가격이 비싸 적절한 조건을 갖추고 있지 못한 결함이 있다. 따라서 한국의 전통미를 바탕으로 제작하며, 장식성과 실용성을 고려한 토산품의 개발과 그 양산 방법이 개선되어야 할 것이다.

한국은 반만년의 유구한 역사 속에서 찬란한 문화를 창조하여 왔다. 그 중 도자기 예술은 삼국 시대의 토기 문화(土器文化)의 발달을 계기로 청자의 발전은 고려 시대 불교 문화와 함께 그 아름다움이 한층 가속화되었다. 특히 고려 청자와 상감 기법은 우리 민족의 독창성을 대변할 만큼 훌륭한 발명이었으며, 아름다운 흑백의 색조와 곡선미의 조화는 더욱 도자 공예의 발달에 박차를 가하였고, 조선조 백자의 발전과 더불어 한국 도자 공예의 우수성이 더욱 널리 알려지게 되었다.

이렇게 우수한 역사적 전통 문화의 예술은 현재에 있어서 외국인들에게는 더 없는 흥미와 관심사임은 말할 나위도 없다. 이러한 사실은 앞에서 서술한 관광적 차원에서 볼 때 외래 관

광객에게 토산품 구매 의욕에 만족을 줄 수 있는 소재로서의 가치는 매우 중요한 것이다.

또한 인류의 문화 발생과 더불어 우리에게 가장 밀접하게 관련을 갖고 개발되어 온 것은 흙이다. 인류의 생활의 전반적 주변을 살펴보면 고대는 토기(土器)로서의 용기(用器)나 장신구 및 명기(明器) 등으로서의 활용과, 주거 생활 속에서는 건축물에 사용되어 와전(瓦墼) 등과, 현대에 있어서의 생활 필수품과 공업적 부분에 활용될 만큼 친밀성과 중요성은 날로 더하고 있는 것이다. 더구나 현대인에게 있어서의 점토 제품(粘土製品)은 날로 식상해 가는 현대인의 의식 구조 속에 흙의 친근감에 대한 관심도를 더하고 있는 것이다.

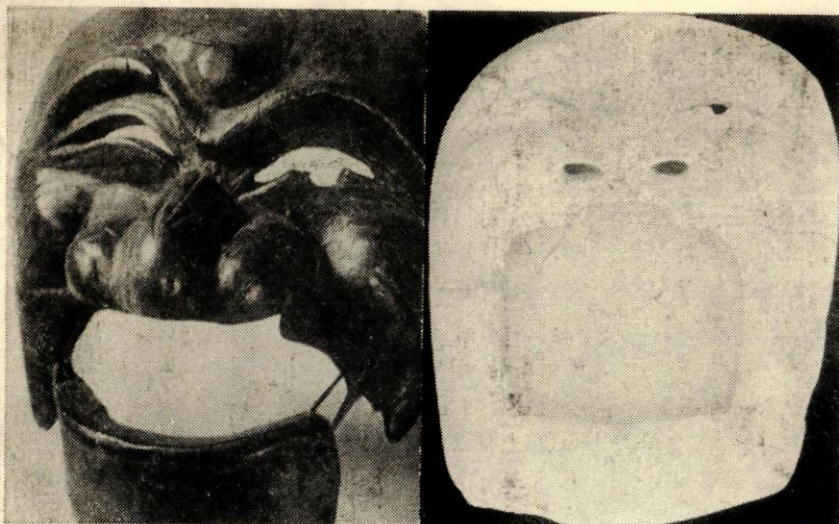
우리 나라에서는 풍부한 점토 재료를 개발하여 어떠한 재료보다도 가득물이 높은 상품을 개발할 수 있다는 이점을 살려 외화 획득에 중요한 계기를 마련해야 하겠다. 특히 점토제(粘土製)는 생산의 과학화로 다양한 형태의 디자인을 구사해 낼 수 있는 장점과 생산 원가의 절감으로써 양질의 제품을 개발할 여지가 많은 것이다. 이러한 좋은 점토와 그 밖의 원료가 풍부하며 많은 노동력을 확보할 수 있는 이점이 있으므로 점토제 관광 토산품의 개발 조건은 양호하다 할 것이다.

## ② 시판 점토제 토산품 현황

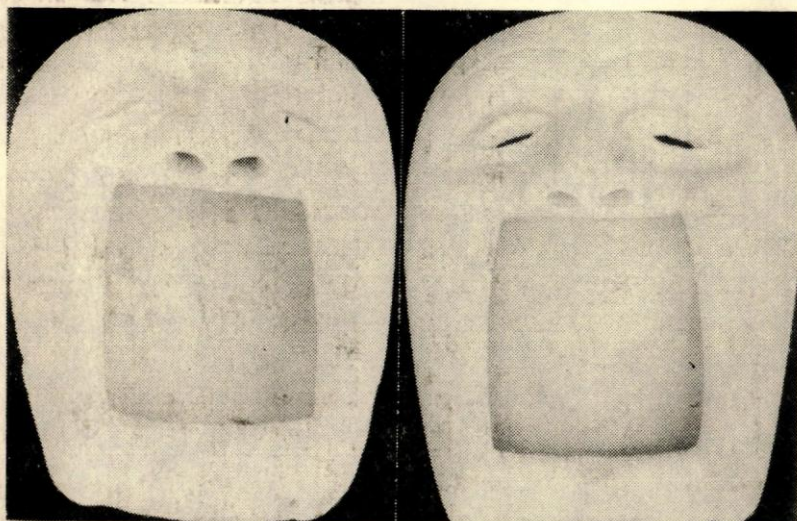
지금까지의 점토제 관광 토산품인 도자기류들은 주로 일본 관광객의 구매 요구에 의하여 계획·생산되는 고려 청자의 모조품과 조선조 백자·분청 사기 혹은 일본인의 도락(茶道) 용구인 찻잔(茶碗)이 주종을 이루어 왔다. 이러한 현상은 앞으로도 얼마간은 수요 공급 관계를 유지할 것이나, 일본인 관광객들도 백자·청자·분청 사기 등의 모조품에 대한 관심도가 점차적으로 낮아져서 모조품을 주로 생산하던 공장들은 경영에 심각한 문제점이 나타나는 것이 지금의 현실인데, 이는 중요한 사실이다.

한국의 전통 문화를 외래 관광객에게 널리 소개하여 기념품 용도로 개발하는 것은 매우 중요한 가치가 있다. 그러나 지금까지의 모조품 위주의 도자기 토산품을 생산하는 것은 수공예적 방





하회 가면의 먹중과 그것을 이용한 디자인



병산 가면의 양반과 그것을 이용한 디자인

법의 의존으로 많은 관광객의 구매 욕구의 기회를 평형하게 이루어 줄 수 없을뿐더러 수요 공급의 균형이 불규칙한 상태이기 때문에 일본인 관광객들 외에는 남들이 가기 어려운 상태의 고액으로 가격이 형성되어 있다. 또한 구태의연한 디자인의 일괄로 다양성이 배제되어 있으며, 많은 관광객으로 하여금 불평을 갖게 하여 만족감을 주기에는 부족한 형편이어서 관광객의 기념품용 내지 선물용에 적합하게 심리적 욕구를 충족시키지 못하는 실정인 것이다.

그러나 요즘은 기계적인 방법으로 대량 생산 규모를 갖추고 있는 중소기업 내지 대기업의 도자기 생산 공장들이 많이 설립되어 제품을 생산하고 있으나, 여기서 주로 생산되는 제품들 중에는 외국의 관광 토산품을 하청에 의해 생산하고 있는 것이 주류를 이루고 있다. 이와 같은 생산 규모와 방법으로 국내의 관광 토산품을 개발하여 생산할 경우에는 더욱 폭넓은 관광 사업의 차원을 이룰 수 있을 것이며, 더욱 많은 경제적 이득이 될 수 있으리라 생각된다.

정부에서도 관광 토산품 개발을 위하여 1977년부터 '전국 관광 민예품 경진 대회'를 개최하여 토산품 개발에 적극 노력하고 있다. 그 후 한국 농가 공산품 개발 본부의 활동과 전국 관광 민예품 경진 대회를 통하여 많은 토산품의 개발이 이루어진



것은 팔목할 만한 사실이었다.

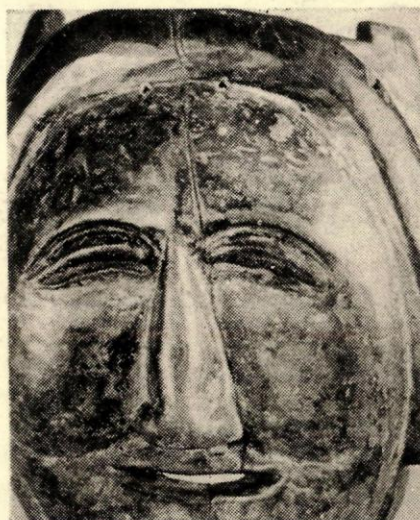
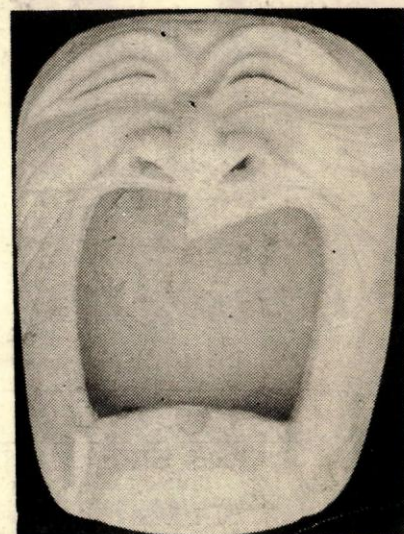
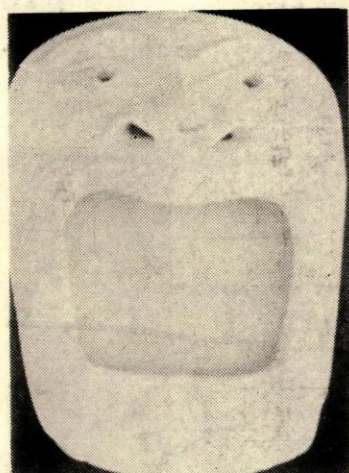
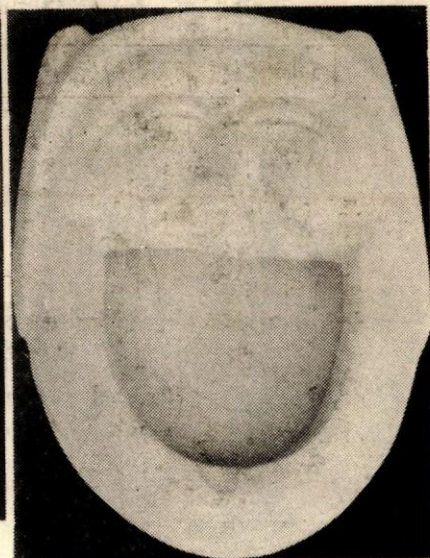
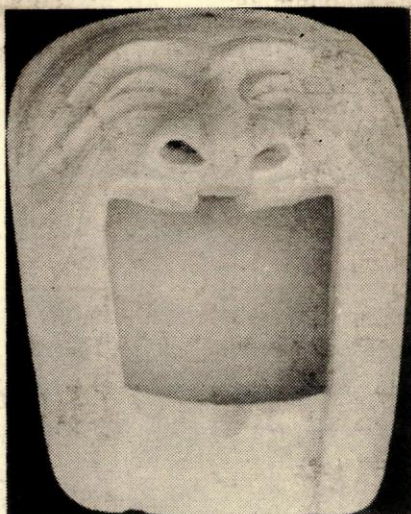
그러나 그 중 점토제 토산품들을 분석하여 보면 토기나 고려 청자·이조 백자·분청 사기 등을 모조한 것이 대부분이어서 관광 토산품으로서의 창의력 제발과 대량 생산에 안일한 일면을 드러내는 현상은 계속 문제점으로 지적되어야 할 것이다.

이와 같이 정부의 적극적인 뒷받침과 노력에도 불구하고 점토제 토산품의 아이디어나 디자인 생산 방법이 구매의연성을 벗어나지 못하는 것은 매우 안타까운 일이며, 토산품의 의의를 좀더 느낄 수 있는 제작 배경과 방법으로 구매 충동을 느낄 수 있는 제품 개발과 저렴한 가격으로도 대량 생산이 가능한 디자인의 개발과 판매 방법이 연구되어 개선되어야 할 것이다.

### ③ 점토제 관광 토산품 개발의 실례

관광 기념으로서의 토산품은 포장에 많이 연구되어 휴대하고 운반하기에 편리하여야 하며, 구입 가격에 부담이 없을수록 좋다. 이러한 제한성으로 인해 결국 토산품의 크기는 소품(小品) 위주로 개발되는 것이 바람직한 것이다.

또한 현대 감각과 시대적 배경·역사성·풍속·민속·문화 등의 전통적인 여건이 동시에 조화를 이루어야 한다.



하회 가문의 부네와 그것을 이용한 디자인



## 1 가면형 벽걸이를 검할 수 있는 재털이

가면은 어느 나라의 민족지(民族誌)에서도 볼 수 있으며, 또한 현존하는 많은 민족 사이에서도 사용되고 있다. 북극의 에스키모 족이나 열대의 아프리카 대륙 또는 오세아니아에 있는 여러 섬의 토인들은 아직도 주술적(呪術的)인 기능에서 가면을 사용하고 있다. 유럽의 여러 나라에서는 많이 퇴화되었으나 그런대로 민속 행사 속에 잔존하고 있으며, 동양의 많은 나라에는 가면 무극(假面舞劇)이 남아 있어 신예의 공연(公演)이라는 요소가 상존하고 있다. 이러한 사실은 인류 전반에 공통적으로 존재하였었다. 특히 현대인들은 원시 예능적 흥미와 주술 종교적인 관심으로도 충분히 호감을 느낄 수 있는 디자인이라 하겠다.

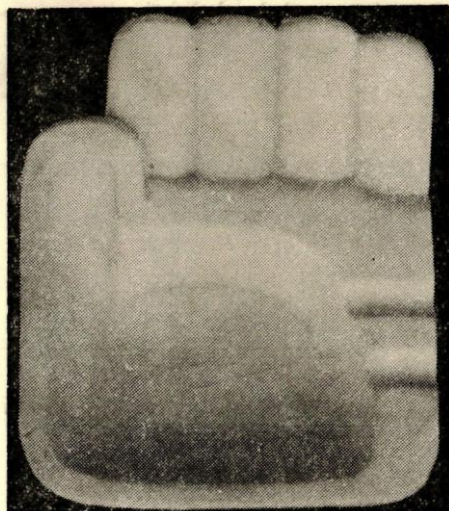
본 개발품은 국보 121호인 하회 가면(河回假面)과 병산 가면(屏山假面)의 기능과 특징을 살려 벽걸이와 재털이로 사용할 수 있도록 변형하여 디자인한 것이다. 이렇게 제작된 가면을 청자·백자 또는 여러 가지 색유로 처리하여 다양한 효과를 전개시켜 개성 있는 토산품화로 하려고 시도된 것이다.

## 2 손 형태의 탁상용 재털이

이 개발품은 손의 다각적 기능과 형태를 고려하여 디자인된 것이다. 또한 이 재털이는 파이프를 받칠 수 있는 받침대로서도 사용할 수 있도록 활용 범위를 넓힌 것이 특징이다. 두 개를 같이 사용했을 때에는 더욱 효과적이어서 실내의 적절한 곳에 놓아 장식성을 같이 할 수 있도록 디자인하였으며, 시각적인 면에서의 효과는 중량감이 있으나 실체는 속이 비어 있어 가볍게 처리되었다. 그리고 재털이 안쪽에 양각이나 음각 혹은 전사(轉寫)하는 방법으로 필요한 관광 지명을 표시할 수 있는 토산품으로 활용할 수 있게 디자인된 것이다.

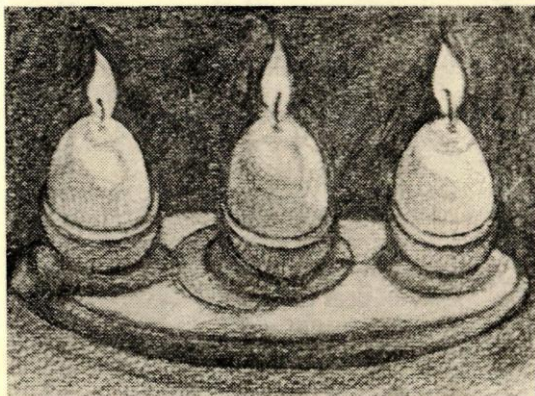
## 3 장식용 초 및 쏫대 겸용 수저 받침

장식용 초는 한국의 가정에서는 많이 활용되

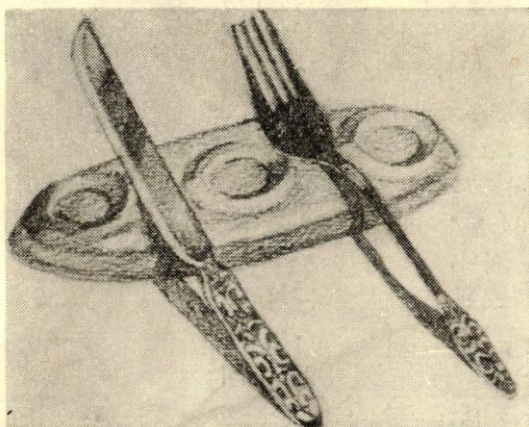


손 형태의 탁상용 재털이

고 있지 않으나 서양에서는 생활 필수품으로 이용되기도 한다. 이것은 외래 관광객의 기호와 구매 충동을 효과적으로 고려하여 계획되었다. 자연을 관광 상대로 하는 심리를 효과적으로 충



장식용 초



쏫대 겸용 수저 받침



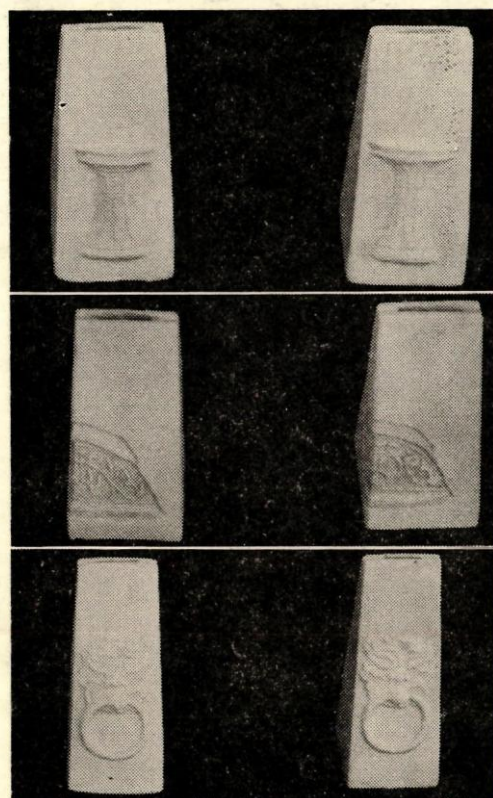
족시키며, 주거 공간 내에서 자연미를 느낄 수 있는 즐거움을 갖도록 하였다.

도토리 밀접질 부분은 갈색 소지의 무유로 소성하였으며, 윗부분에 해당하는 도토리 알맹이를 초로 만들어 다양한 색상의 조형미의 조화를 이루도록 하였다.

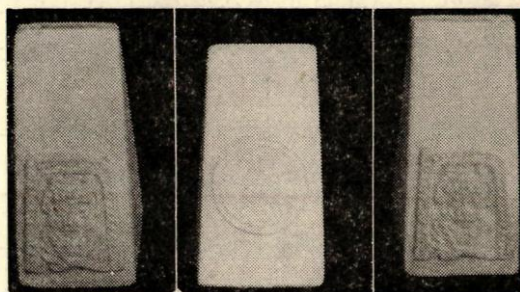
촛대는 식탁용 수저 받침으로도 활용할 수 있도록 디자인하여 장식성과 실용을 겸하며 위생적인 식탁 생활을 할 수 있도록 하였고, 포장 방법은 초 12개와 초 받침을 한 세트로 하여 인쇄된 마닐라 보오드에 투명 플라스틱 판을 알맞게 조형한 것을 내용물과 함께 압축하여 포장하는 방법으로 계획한 것이다.

#### 4 토기(土器) 부조(浮彫) 조미료기

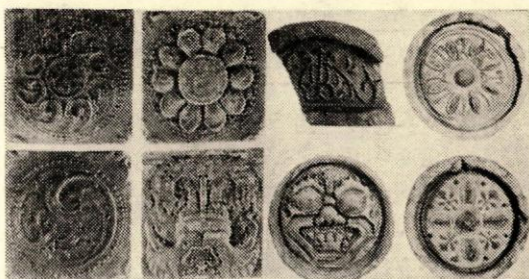
인류의 생산 도구 가운데서 가장 오래 사용해진 것이 흙으로 만든 용기이다. 특히 삼국 시대와 통일 신라 시대를 거치면서 토기는 훌륭한 조형성을 갖춘 공예품으로 발전하여 고려 시대에 이르러 훌륭한 청자를 이룩하는 데 많은 영



토기 부조 조미료기



와당문 부조 조미료기



여러 형태의 기와

향을 미쳤다. 이러한 토기의 아름다움을 조미료기(調味料器)에 부조(浮彫)하여 기능적인 것과 관광 토산품으로서의 조건을 갖추도록 디자인한 것이다.

이 조미료기의 형태는 안정과 기능의 효과를 고려해서 밀면을 정사각형으로 한 사다리꼴의 입체로 조형하여 식탁에 놓였을 때 식탁을 차지하는 시각적인 부담감을 적게 하였고, 사용할 때 음식에서 나오는 수분 입자로 인한 조미료의 응고 현상으로 입구가 덜 막히게 하기 위해 직사각형의 구멍을 뚫어 기능의 효율성을 고려하여 제작하였다.

#### 5 와당문(瓦當文) 부조 조미료기

옛 건축에 쓰이는 기와는 암기와와 수기와로 크게 나누어지며, 이 밖에도 도깨비기와(鬼面瓦)·서까래기와·저미(鷓尾) 등의 기와가 있다.



기와는 시대에 따라 문양(文樣)과 양식이 다채롭고, 문화의 전통성을 느끼게 한다. 이러한 것은 공예품으로서의 가치와 미술사 연구의 자료로서뿐만 아니라 관광객의 관광 대상으로도 매우 중요한 가치가 있다. 이런 것으로도 관광객들은 우리의 전통 문화를 이해하는 계기를 마련할 수 있는 것이다. 따라서 와당문(瓦當文)을 토산품 디자인에 활용하는 것은 중요한 관광적 의미를 가질 수 있다.

#### 6 청자 양각 죽절문병형 조미료기

이 조미료기는 청자 양각 죽절문병(靑磁陽刻竹節文瓶)을 그대로 축소한 형태로서 병의 전면에 할죽(割竹)을 세워 만든 것처럼 수직으로 양각하였다. 병의 가늘고 긴 목 부분과 전을 조미료기로서 활용할 수 있도록 고안하여 식탁 위에 놓고 사용할 때 미려함과 안정감을 느끼게 했다.

### 4 결 론

근래에 한국을 찾는 외국 관광객이나 내국 관광객들이 관광지에서 기념품으로 구입하는 토산품에서 만족감을 얻지 못하고 있는 것은 그 관광지의 특성을 잘 나타내는 토산품이 부족하고 가격이 적당치 못한 것이 문제로 지적되고 있는 것이다. 또한 현재 시판되고 있는 관광 토산품 가

운데는 품질의 조잡성으로 신뢰도를 저하시키는 제품도 생산되고 있어 우리의 우수한 문화와 전통을 피부로 느낄 수 있게 하는 관광 매체로서의 기능을 발휘할 수 있는 토산품은 그 수가 많지 못한 실정이다.

그리고 청자와 백자 등의 모조품은 옛것의 맹목적인 모방작으로 외국인은 물론 내국인들조차도 한국의 도자기에 관한 인식 개념이 고려 청자나 이조 백자 혹은 신라 토기가 그 시대의 배경에서 창작된 것인나, 많은 사람들은 현시대에도 창작되고 있는 예술품으로 오해하는 경우가 많아서 도자기 공예의 발전 전망과 올바른 방향 제시에도 큰 문제점으로 지적되고 있다.

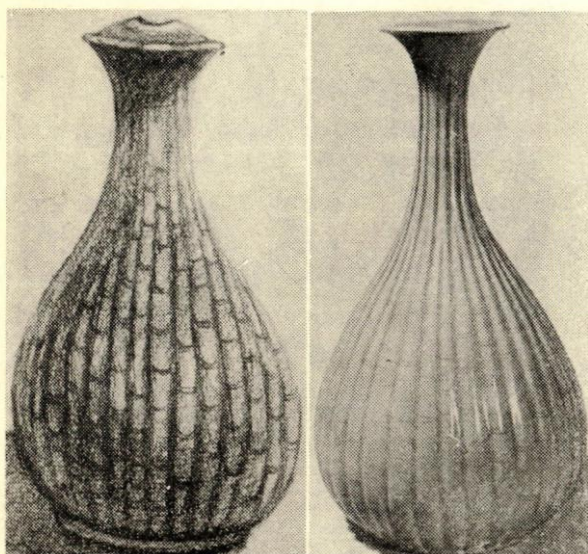
이러한 문제를 해결하는 방법으로는 첫째, 디자인과 제작 과정에서 맹목적인 모방을 삼가고, 옛것과 조화를 이루는 참신한 디자인을 모색하고 관광객들이 부담을 느끼지 않는 알맞는 가격의 토산품이 많이 생산되어야 한다.

둘째, 디자인 개발에 앞서 지역적 관제, 민족의 특성·풍속·문화 등을 과학적으로 연구하여 포괄성 있게 수용된 토산품으로서 관광객에게 폭넓은 관광을 유도하여 즐거움과 관광 효과를 만족시켜 주어야 한다.

세째, 토산품 생산 공장을 우리 나라의 실정에 알맞는 시설의 현대화로 능력을 향상시키고, 기술자의 증원과 양성으로 작업 방법을 개선하고 제품의 질과 양의 향상으로 가격을 낮춰야 한다.

특히 우리 나라는 지역적으로도 어느 곳이나 특색 있는 자연 경관(自然景觀)으로 관광 자원이 풍부하여 많은 외래 관광객을 유치할 수 있으며, 찬란한 문화와 역사 속에서 전통이 계승된 도자기 공예의 우수성을 관광 자원화하여야 할 것이다.

또한 전국 각지에 있는 양질의 풍부한 점토와 그 밖의 재료를 개발하고 유휴 노동력을 활용하여 지역 사회의 고용 증대의 기회를 마련해서 가득물이 높은 산업 발전을 시킬 수 있다. 관광 토산품은 때에 따라서 수출 산업으로서의 중요한 계기를 이루기도 하여 외화 획득과 국가의 인식을 널리 소개하는 선진 매체로서의 중요한 역할을 하기도 한다. 이러한 입장에서 보아도 관광 토산품의 개발과 육성은 관광 사업에 있어서는 물론, 어느 사업 부문에 있어서도 치우칠 수 없는 비중으로 발전시켜야 함은 매우 당연한 일이다.



청자 양각 죽절문병형 조미료기



# 신안 해저 원대 유물 인양의 의의와 자료적 가치



新安海底文化財引揚位置圖

국립 중앙 박물관 학예 연구실 엮음

## 인양 작업 일지

- 1975년 7월 25일 어부 최 형근 씨에 의해 최초로 발견
- 1976년 1월 13일 최 평근 씨(최 형근 씨의 아우) 신안 군청 신고
- 1976년 1월 16일 전남 도청 문화 공보실에 신고
- 1976년 1월 30일 박 창석 씨 문화재 관리국 신고(1점)
- 1976년 2월 최 형근 씨 문화재 관리국에 신고(6점)
- 1976년 2월 20일 문화재 심사위원회 개최
- 1976년 8월 20일 정 삼순(도굴단에 의해 12점 인양)
- 1976년 10월 15일 문화재 관리국 조사단급파
- 1976년 11월 1일 제 1차 인양 작업(1일간)
- 1976년 11월 12일~30일 제 2차 인양 작업(19일간)
- 1977년 6월 20일~7월 30일 제 3차 인양 작업

현장(동경 126도 5초~6초, 북위 35도 1초~5초 해역)

신안 해저 문화재 발굴 조사단: 단장 김 무병 교수, 부단장 김 정기 박사, 지도 위원 김 원용, 김 유선, 최 순우, 전 해중 교수, 위원 정 양모, 소 성도, 박 용안, 김 안수, 임 용국, 이 종건, 지 훈상 교수, 발굴단장 맹 인재, 정리반장 이 호관, 행정반장 김 삼봉 씨, 반원 20여 명.

20년 동안 바다 생활을 한 남해의 어부 최 형근 씨에 의해 1975년 7월 25일 최초로 발견된 신안 해저의 보물 단지는 물 속에 잠긴 지 600년 만에 갑자기 햇빛을 보게 되었다. 전라남도 신안군 지도면 도덕도 앞 해역에서 벌어진 제 1, 2, 3차 유물 인양 작업(1976년 6월 20일~7월 30일)이 종료되면서 송·원대의 도자기는 그 진가의 모습을 드러냈다. 우연히 그물에 걸려 올라온 도자기가 6점, 그러나 원 나라 때의 해상 무역선이 싣고 있던 유물의 물량은 지금까지 인양된 것만도 8,200여 점에 이르고 있다. 인양된 도자기들은 국내의 비상한 관심 속에 원모습대로의 세척 작업이 진행되었으며, 유물 연대는 문화재 평가 심사 위원회가 감정한 결과 “남송(南宋) 말에서 원대(元代)에 이르는 도자기”로 감정을 내렸고, 3점의 동전은 북송(北宋)의 순화원보(淳化元寶: 990~998 사이의 鑄錢)와 무평통보(戊平通寶: 998~1003)로 밝혀졌다.

이제 남은 것은 선체 인양과 인양된 유물의 원모습을 되찾는 세척 작업 및 문화재 자료적 가치로서의 연구 등이다. 그 동안 국립 중앙 박물관 보존 과학실과 원자력 연구소의 김 유선 박사 팀은 유물의 원모습을 찾기 위한 세척 작업을 주도해 왔는데, 그 결과는 좋은 편으로 제 1차 세척 작업을 끝낸 700여 점의 유물이 지난 연말 국립 중앙 박물관에서 전시됨으로써 궁금증을 더했던 일반인들에게 공개되었다.

캄캄한 바다 밑에서 잠자다가 갑자기 햇빛을 본 원대의 ‘노다지’! 그 제원과 문화적 자료로서의 가치에 대한 지견을 이번 호의 특집을 엮으면서 함께 심는다.

<편집자 주>





①

국립 중앙 박물관에서는 1977년 10월 18일부터 12월 11일까지 50일에 걸쳐 신안(新安) 해저 문화재 특별 전시를 개최함과 아울러 10월 22일부터는 신안 해저 문화재 국제 학술 대회를 개최함으로써 국내의 학계는 물론 온 국민의 관심을 한자리에 모았다.

신안 유물 특별전을 통하여 공개 전시된 유물은 신안 해역에서 1, 2차 및 3차에 걸쳐 인양된 7천여 점의 유물 중 7백여 점을 선보인 것인데, 이 전시회는 온 국민의 관심이 매우 높았을 뿐만 아니라 궁금증을 풀어 줄 수 있는 계기로서 마련된 것이다.



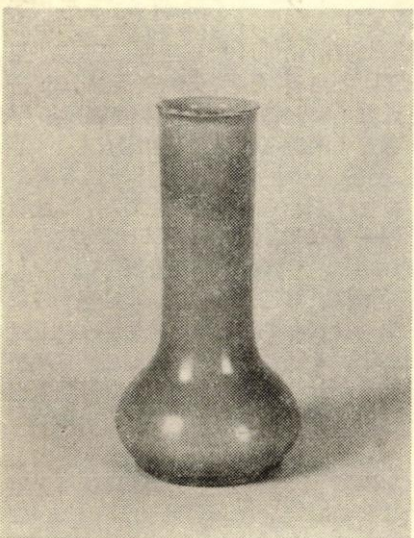
②

이번 특별 전시에는 청자(靑磁)·백자(白磁)를 비롯하여 금속 공예·석조 공예(石造工藝)·목칠 공예(木漆工藝)·동전(銅錢)·은정(銀錠) 등이 출품되었다. 특히 청자어룡식화병(靑磁魚龍飾花瓶: 남송~원대 용천요, 높이 27.5 cm)와 청자양각반용문관이병(靑磁陽刻蟠龍文貫耳瓶: 남송~원대 용천요, 높이 17.5 cm), 그리고 백유흑화당초문소병(白釉黑畫唐草文小瓶: 남송~원대 길주요, 높이 14.6 cm), 청백자철반문수우인물형연적(靑白磁鐵斑文水牛人物形硯滴: 원대 경덕진요, 길이 8.5 cm)과 단 3점만 인양된 고려 시대 청자상감운학문(靑磁象嵌雲鶴文) 대접, 청자양각목단당초문대병(靑磁陽刻牧丹唐草文梅瓶: 높이 27.3 cm), 청자상감연당초문잔탁(靑磁象嵌蓮唐草文盞托: 높이 6.1 cm) 등은 많은 관심을 모았다.

또한 신안 해저에 침몰된 선체(船體)가 14세기 전반기 무렵에 가라앉은 무역선임을 짐작케 해 주는 지대통보(至大通寶: 1308~1311, 원대)를 비롯하여 가정통보(嘉定通寶: 1208~1224, 원대), 건염통보(建炎通寶: 1127~1130, 남송대), 송통원보(宋通元寶: 960~975, 북송대), 건원통보(乾元通寶: 758~759, 북송대), 개원통보(開元通寶: 713~741, 당대) 등의 동전(銅錢) 20여 점은 중요한 자료인 것이다.

금번 특별 전시와 아울러 18일부터 개최된 신안 해저 문화재 국제 학술 대회에 참가한 국내의 학자와 발표된 주제는 다음과 같다.

- 최 순우(崔淳雨: 한국, 국립 중앙 박물관장): 한국 출토의 송·원대 도자기
- 김 원룡(金元龍: 한국, 서울 대학교 교수): 신안 해저 유물 발견의 의의와 과제
- 민 두기(閔斗基: 한국, 서울 대학교 교수): 13세기 후반 14세기 전반의 동아시아의 국제 관계
- 윤 무병(尹武炳: 한국, 충남 대학교 교수): 신안 침몰선(沈沒船)의 항로와 제문제



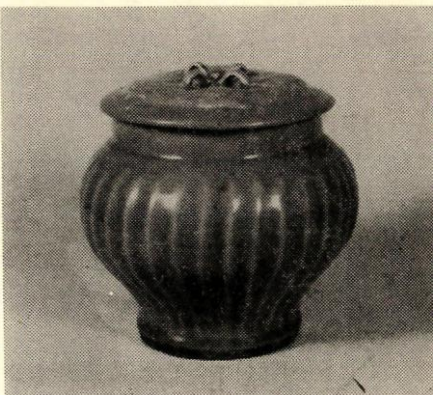
③



- 전 해종(全海宗 : 한국, 서강 대학교 교수) : 고려의 송·원(宋·元)과의 무역
  - 정 양모(鄭良謨 : 한국, 국립 중앙 박물관) : 신안 해역 도자기의 편년적(編年的) 고찰
  - 미카미 쓰기오(일본, 토오쿄오 대학교 명예 교수) : 동양의 송·원대 자기(磁器)의 무역
  - 오카자키 다카시(일본, 큐우슈우 대학교 교수) : 일본 출토의 송·원대 도자기
  - 하세베 가쿠지(일본, 토오쿄오 국립 박물관 동양 과장) : 일본에 전래된 기누다(拮) 청자
  - 똥이화(중국, 고궁 박물관 자기 조장) : 일본 출토 중국 도자기
  - 쉐칭광(중국, 고궁 박물관 학예관) : 송·원대의 무역 도자기
  - 존 에야(영국, 빅토리아 앨버트 박물관 극동 부장) : 남송(南宋)과 원대 용천요(龍泉窯) 청자(靑磁)의 편년(編年)
  - 존 포프(미국, 전 후리어 미술 과장) : 초기 중국 자기의 국제 무역
  - 도오널드 키드(미국, 미국 해양 고고학 연구소 연구원) : 고대 선박의 복원
- 이 밖에 국내의 학자 50여 명의 토론이 있었다.



④

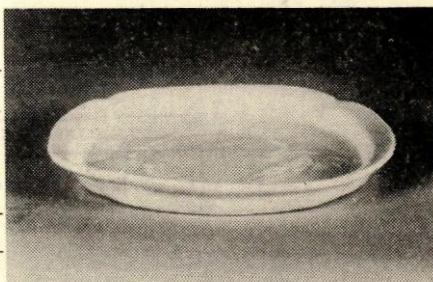


⑤

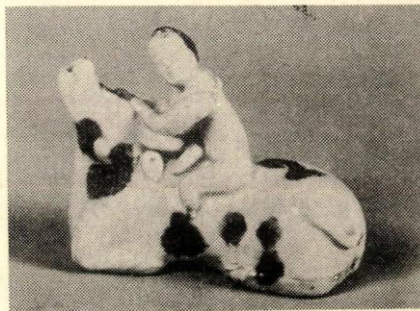
## 2

1975년 7월 전라남도 신안군(新安郡) 지도면(智島面) 도덕도(道德島) 앞바다에서 2명의 어부의 그물에 걸려 인양된 중국 송·원대의 도자가 세상에 알려지고 문화재 관리국에 신고되면서 학계는 물론 각계의 관심과 주의를 모으게 되었다. 문화재 관리국은 이해 10월에 신안 해저 유물 조사단을 편성하여 10월 하순부터 11월 그물에 이르기까지 인양 조사에 나섬으로써 진귀한 유물의 정체가 밝혀지기 시작하였는데, 특히 해저에는 선체가 남아 있음이 밝혀져 고대 선박의 규모에 관심을 가진 국내외의 학자들에게 또다시 큰 파문을 일으키게 된 것이다.

이 선체와 그 주위에 흩어져 있는 도자기·청동기(靑銅器)·목칠기(木漆器)·석조품(石造品), 그리고 은기(銀器) 등 금속품류와 그 밖에 수많은 동전(銅錢) 등 중국 송·원대의 공예 미술품이 조사되면서 한편 이 선체가 과연 무역선이었느냐, 아니면 고려의 선박이냐의 문제가 국내외의 학계와 국민의 큰 관심사가 된 것이다.



⑥



⑦





〈송·원대의 신안 해저 보물을 인양·세척하고 있다

### 3

1976년 10월부터 12월에 이르는 1, 2차의 인양 조사에서는 약 2천여 점이 조사되었는데, 이 유물들이 과연 언제 어디서 이 곳에 이르러 침몰하게 되었는지 각계의 의견이 분분한 가운데 1977년 6월 하순부터 7월 말까지에는 제 3차 인양 조사가 시작되었는데, 여기에서 인양 조사된 유물이 또한 약 6천여 점이 되어 놀라움을 금치 못하게 했던 것이다. 이 2차 조사에서 인양된 유물은 도자기류가 대부분이고, 그 밖에 청동기류·은기(銀器)·석조품(石造品)·목질기류(木漆器類)와 상당수의 동전 문치가 인양됨으로써 지금까지 신안 해역에서 인양된 유물은 총 6,731점에 이르고 있다.

이 해역은 우리 나라 서해안 특유의 해니(海泥)가 두껍게 깔려 있어 해저의 시야는 제로에 가깝고, 따라서 해저의 수중 촬영도 할 수 없기 때문에 선체가 놓여 있는 상태와 유물이 흩어져 있는 상황을 확실하게 파악할 수 없었던 어려움이 있었다. 또한 이 해역은 간만(干滿)의 차가 심하여 조류가 잠잠한 시간을 택하여 잠수 시간은 안전상 50분을 초과할 수 없었다.

1, 2, 3차에 걸친 작업을 통하여 인양된 유

물을 살펴보면 다음과 같다.

1, 2차 인양 작업에서는 청자류(靑磁類) 1,253점, 백자류(白磁類) 441점, 백독유류(白獨釉類) 18점, 잡유류(雜釉類) 32점, 흑유류(黑釉類) 56점, 철유류(鐵釉類) 7점, 천목류(天目類) 4점, 청동기류 12점, 동전 6,088점, 그 밖에 석적(石積)·저울추·주방구류(廚房具類) 등 기타 173점으로서 총 8,084점에 이른다.

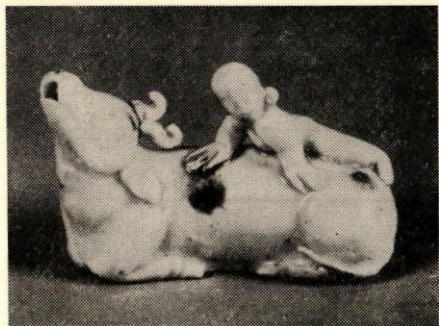
3차 인양 작업에서는 청자류 1,773점, 백자류(白磁類) 1,802점, 흑유류(黑釉類) 51점, 잡유류(雜釉類) 542점, 균요계(均窯系) 59점, 목제품류 140점, 금속류 218점, 동전 30점, 석재(石材) 4점, 기타 113점 등 총 4,732점으로서 압수품 437점을 합하여 총 7,168점(동전은 일괄로 계산한 것임)이 인양된 것이다.

### 4

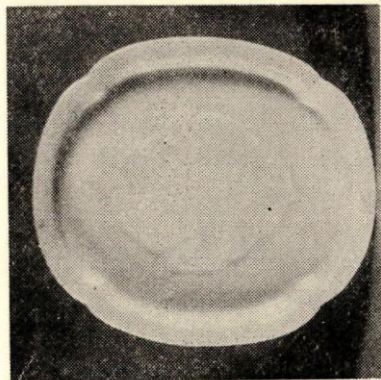
지금까지 신안 해저에서 인양 조사된 유물 중에는 도자기류가 대부분인데, 그 도자기의 9할 이상이 원대(元代: 13세기 후반~14세기 초경, 즉 1320년대까지)의 것으로 추정되고 있어 남송(南宋)에서 원초(元初)에 이르는 시기의 것으로 보여지고 있다.

청자는 절강성(浙江省) 용천요(龍泉窯)에서 제

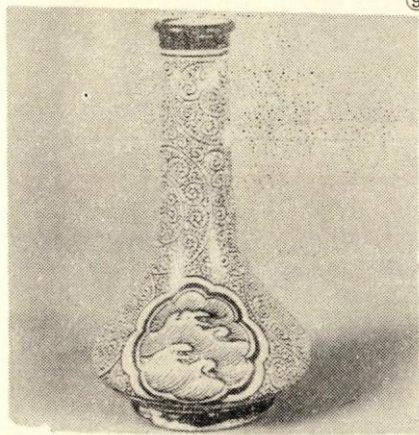




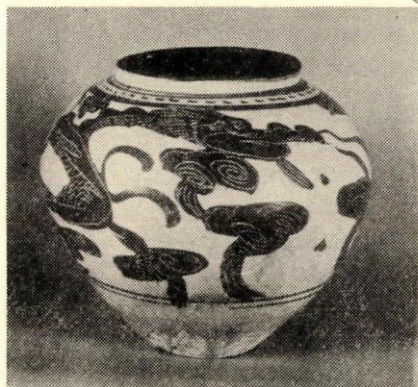
⑧



⑨



⑩



⑪

작된 것이 대부분이며, 청백자(靑白磁)·백자(白磁)는 강서성(江西省) 경덕진요(景德鎮窯)의 것이 대부분이다.

그 밖에 흑유(黑釉)·갈유(褐釉)·흑갈유(黑褐釉)계는 건요(建窯) 계통과 길주요(吉州窯) 계통의 것으로 추정되고 있으며, 균유(鈞釉: 白濁釉)계는 원균요(元鈞窯: 北方)의 산(産)으로 생산되고 있다.

지금까지 인양된 도자기류에서는 청화백자(靑華白磁)를 1점도 찾아 볼 수 없어 청화백자가 만들어진 1320년 후반경보다 이전의 무역선일 것으로 추정되고 있다. 또한 동전은 오수전(五銖錢)으로부터 지대통보(至大通寶: 元代)에까지 찾아볼 수 있어서 그 상한 연대를 추정해 볼 수 있다.

신안 해역에서 인양된 도자기 중 청자는 절강성(浙江省) 용천요계(龍泉窯系)가 대부분이며, 청백자·백자류는 강서성(江西省) 경덕진요(景德鎮窯)의 것이 대부분이고, 강서·절강·복건(福建) 등지의 청백자와 하성북(河北省) 정요계(定窯系) 백자와 강서성 임천요계(臨川窯系)의 것이 약간 포함되었을 것으로 추정되고 있다.

북송대의 도자기 산지로는 북송관요(北宋官窯)를 비롯하여 월주요(越州窯)·정요(定窯)·임여요(臨汝窯)·균요(均窯)·자주요(磁州窯)·경덕진요(景德鎮窯) 등이 유명하였는데, 이 계통의 도요지(陶窯地)는 남송대에 와서 겨우 명맥만을 유지하는 것이 많았었다. 이 때의 이름 있는 요지(窯地)로서는 남송관요(南宋官窯)·용천요(龍泉窯)·건요(建窯)·길주요(吉州窯)·경덕진요 등이 있었으나 질이 많이 저하된 것이었다. 이 중 용천요는 남송대에 특히 발전되어 세련된 비색 청자(翡色靑磁)가 만들어졌는데, 여기에서 제작된 청자는 중앙 아시아·동남 아시아·아라비아·일본 등에 수출된 무역 품중 중요한 품목의 하나였다.

그 후 원대에 와서는 청백자류(靑白磁類)를 비롯한 우수한 것이 많이 만들어졌고, 특히 뒤에는 청화백자(靑華白磁)가 제작되어 세계적인 도자기로서 발전을 보게 된 것이다. 이 시대의 요지(窯地)로서는 하북성 자현(磁縣)의 원균요(元鈞窯), 하남성 우현(禹縣)의 원균요, 복건성의 진주요(泉州窯), 강서성 길안(吉安) 시의 길주요(吉州窯)가 중요한 산지였다.

신안에서 인양된 청자류는 용천요(龍泉窯)와 용천요계의 청자로서 남송으로부터 14세기 전반(1310~1320년경)까지의 것으로 추정되고 있다. 이 중 남송용천요(南宋龍泉窯) 계통의 청자로 짐작되는 것이 약 40점 정도인데, 기형(器形)은 어룡(魚龍)·봉황식화병(鳳凰飾花瓶)·직구완(直口盃) 등이며, 색채는 비취색, 무늬는 소문(素文)이 대부분이고, 첩화문(貼花文)을 한 것이 다소 있다.

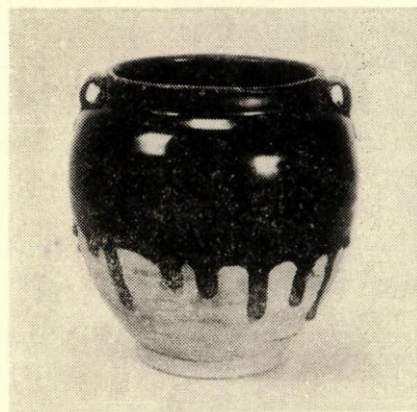




⑫



⑬



⑭



⑮

철반문(鐵斑文) 청자는 일본·동남 아시아 지역에서 많이 발견되었는데, 이러한 형식의 청자가 5점이 포함되어 있다.

특히 신안 해저 인양 유물 중에서 중요한 자료가 되고 있는 목제품으로 도자기 등 유물을 담았던 나무 상자 10여 개가 있는데, 그 중에는 상자 외면에 ‘大吉’·‘子顯’ 등의 문자를 묵서(墨書)한 것과 또 기호를 묵으로 써서 상호나 물품 표시를 한 것으로 보이며, 그 상자에서 나온 도자기 등에는 10개를 단위로 끈으로 묶여 포장되어 있는 상태가 흥미롭다.

금속기 중에는 촛대(燭臺), 토끼가 제수나무 밑에서 방아를 찧는 문양(紋樣)이 새겨진 동경(銅鏡)·취사용 용기 등과 제기류(祭器類) 등 그 종류가 다양하다. 석제품(石製品) 으로서는 벼루와 맷돌이 있고, 수정옥(水晶玉)·향로·선자(扇子), 그리고 칠기(漆器) 등 그 당시의 무역품의 종목을 짐작케 해 주는 많은 유물이 나왔으며, 후추가 가득 담겨 인양된 상자 등은 매우 중요한 자료로서 평가되고 있다. ■

#### ■ 사진 설명

- ① 靑磁象嵌雲鶴文대접 : 고려 시대(12세기 중엽, 康津窯)
- ② 靑磁魚龍飾花瓶 : 南宋—元(13~14세기 전반, 龍泉窯)
- ③ 靑磁瓶 : 南宋—元(13~14세기 전반, 龍泉窯)
- ④ 靑磁香爐 : 南宋—元(13~14세기 전반, 龍泉窯)
- ⑤ 靑磁壺 : 南宋—元(13~14세기 전반, 龍泉窯)
- ⑥ 靑白磁陽刻葉文접시 : 元(14세기 전반, 景德鎮窯)
- ⑦ 靑白磁鐵斑文水牛人物形硯滴 : 元(14세기 전반, 景德鎮窯)
- ⑧ 靑白磁鐵斑文水牛人物形硯滴 : 元(14세기 전반, 景德鎮窯)
- ⑨ 靑白磁鐵斑文瓢形小注子 : 元(14세기 전반, 景德鎮窯)
- ⑩ 白釉黑畫唐草文小瓶 : 南宋—元(13~14세기 전반, 吉州窯?)
- ⑪ 白釉黑畫龍文壺 : 元(13세기 후반~14세기 전반, 吉州窯)
- ⑫ 靑白磁桃形盞 : 元(14세기 전반, 景德鎮窯)
- ⑬ 白磁小香爐 : 元(14세기 전반, 景德鎮窯)
- ⑭ 黑釉耳壺 : 元(13세기 후반~14세기 전반, 吉州窯?)
- ⑮ 靑銅香爐 : 元(13세기 후반~14세기 전반)



# 우리 나라의 요업 실태와 개발 전망

이 중 군

한양대 요업 공예 과장

일반적으로 우리 나라는 자원이 적은 나라라고 한다. 그러나 요업(窯業)에 관한 한 자원은 풍부하며, 세계적인 요업국(窯業國)으로 군림하기에 부족함이 없다. 요업은 일반적으로 노동 집약적인 공업으로 알려져 있다. 우리의 생활 주변을 보자. 식탁의 사발·대접·접시·컵 등 대부분이 요업 제품이고, 김장독·맥주병·양주병·간장병·약병·꽃병 등 모두가 요업 제품들이다. 길거리에 나가 보자. 기와·벽돌·콘크리트·타일·유리창·보도 블록까지 보이는 것은 거의 다 요업 제품이다. 우리와 너무나 친근하고, 필수적인 물건들이다. 고분(古墳)을 발굴했다, 신안(新安) 앞바다의 보물을 찾아냈다 하면 그 대부분은 요업 제품이다. 우리가 찬란한 역사를 자랑하는 고려 청자·이조 백자(李朝白磁)·고려 개와(高麗蓋瓦), 이 모두가 요업 제품이다. 이와 같이 요업 제품은 내식성(耐蝕性)이 매우 강해서 천년의 세월이 흘러도 변함이 없고, 많이 쓰이고 또 오래 쓸 수 있다. 그러니 귀한 맛도 있지만 싫증도 잘 난다. 따라서 대부분의 요업 제품은 새로운 디자인을 요구하게 되고, 극단적인 다종 소량 생산제(多種小量生産製)가 적합하게 되며, 노동 집약적인 경향으로 흐를 수밖에 없다.

이와 같이 우리 눈에 많이 띄는 요업 제품만이 요업인 양 착각하기 쉽고, 또 일반적으로 그렇게 인식되고 있기도 하다. 그러나 요업은 우리 눈에 흔히 띄지 않는 제품이 보다 가지 수가 많고, 보다 우리 문화 생활에 중요성을 지니고 있다. 예를 들어 보자. 텔레비전을 보면 브라운

관만이 유리이고, 요업 제품은 그것만으로 보인다. 그러나 텔레비전의 생명이라고 할 수 있는 트랜지스터나 다이오드가 요업 제품이라는 것은 모르는 사람이 많다. 전자 계산기를 보면 그 신비에 놀라지만, 그 핵심인 기억 소자(記憶素子)도 요업 제품이다. 원자력 시대에 돌입하였는데, 그 핵심인 핵연료 역시 요소 제품이다. 이렇게 보면 현대 문명의 이기(利器)의 핵심은 모두 요업체(窯業體)이다. 이러한 요업체의 생산 공업은 현대 과학의 총집성체(總集成體)라 할 만큼 극도의 지식 집약적인 공업이다.

우리 나라에서는 중화학 공업과 기계 공업을 중점으로 발전시켜 나아가고 있다. 철강 공업에 있어서 쇳물을 만들고 녹은 쇳을 받고 이것을 주형(鑄型)까지 가지고 가서 쇳을 만드는 모든 용기는 내화물(耐火物)이라는 요업체로 되어 있고, 쇳을 달구어서 판(板)이나 근(筋)이나 관(管)을 만드는 가열로(加熱爐), 석유를 태워서 요소 비료(尿素肥料)의 원료인 탄산가스를 만드는 가스 발생로(發生爐)도 역시 내화물(耐火物)로 되어 있고, 시멘트 제조용 회전 가마도 내화물로 되어 있다. 쇳을 깎고 다듬고 연마하는 재료나 공구(工具)도 요업 제품이고, 바위를 뜯고 발파용 구멍을 만드는 공구도 요업 제품이다. 이렇게 볼 때 요업 제품은 쓰이지 않는 곳이 없고, 또 가장 중요한 역할을 하는 재료다.

한국 요업의 근대화는 1957년에 시작되었다. 즉 문경(聞慶)에 대한 시멘트, 인천에 한국 유리가 건설되어 요업의 근대화를 촉진하였고, 이



에 따라서 1963년에는 수출 산업으로 전환되기에 이르렀다. 그 후 세계 경기의 변동에 따라서 몇 차례의 기복을 겪기는 하였지만 꾸준히 성장하여 1976년에는 총수출액이 약 3억 달러에 달할 정도로 발전되었고, 그 발전 속도는 당분간은 가속화할 것으로 예견되고 있다. 그것은 요업의 많은 부문에서 기술 수준이 국제 수준에 육박하게 되었고, 그 원료 자원이 풍부하며, 서서히나마 기업의 전문화와 분업화가 진행되고 있기 때문이다. 요업의 현황을 업종별로 살펴보면 [표 1]과 같다.

[표 1] 요업 원료 자원의 부존(賦存) 상황

단위: 1,000 %

원 료 명	확인 매장량	가행 연수(稼行年數) (1976년 기준)
고령토(高嶺土)	39,597	100년
규 석(珪 石)	352,236	100년 이상
규 사(珪 砂)	70,760	100년 이상
장 석(長 石)	5,000	100년
납 석(蠟 石)	10,000	25년
도 석(陶 石)	30,000	100년
점토류(粘土類)	100,100	100년
전운모(絹雲母)	500	—

## 1. 도자기 공업

도자기 공업은 전통적인 요업의 대표이고, 요업 공정(窯業工程)의 근본인 원료-성형(成形)-소성(燒成)의 과정으로 제조되는 공업이다. 우리 나라에서는 고려 자기의 찬란한 역사와 이조백자(李朝白磁)를 가지고 있어 역사적으로도 자랑할 만하지만, 임진 왜란에 의하여 쇠퇴하였다. 8·15 해방 후 생활 필수품인 도자기의 제조 공업이 필연적으로 우후죽순처럼 발생하였지만, 도자기 공업의 근대화가 본격적으로 진행된 것은 1960년대부터다. 그리고 1963년부터 수출 산업으로 전환하였고, 꾸준히 성장하여 이제는 54

만 달러를 초과하는 수출 실적을 올리게 되었던 것이다.

원료면에서 보면 주원료는 고령토(高嶺土)·점토(粘土)·장석(長石)·도석(陶石)·납석(蠟石)·규석(珪石) 등인데, 모두 가행 연수(稼行年數)가 1백 년 이상이 되어 양적으로는 충분하다고 할 수 있으며, 질적으로도 점토를 제외하고는 천연 원료로서는 우수하다. 그러나 근대 도자기 공업은 원료 관리상 균질의 원료 공급이 필수 요건이며, 천연 원료로는 얻기 어려운 고도의 순도(純度)를 요구하는 경우도 많다. 그러므로 원료 공업의 발달이 절실히 요구되고 있고, 자원 절약을 위한 완전 활용 방안이 진요하다.

생산 시설면에서 보면 중심 시설이라고 할 수 있는 터널 가마가 1957년까지 전국에 1기(基)에 불과하던 것이 이제는 [표 2]에 나타난 바와 같이 96기에 달한다. 이것은 그간의 발전상을 여실히 나타내는 것이며, 이와 같은 발전은 종전 무진장을 자랑하며 애로를 느끼지 않던 원료면에까지 타개책을 강구하지 않을 수 없는 입장으로 바꾸어 놓았다.

[표 2] 도자기 공업의 시설 현황

품 종	업체 수	소성 시설 (燒成施設) 기(基)			생산 능력 (%)	종업원 수 (인)
		단 (單) 가마	서틀 가마	터널 가마		
도자기 식기류	29	25	7	44	21,770	4,788
노 벨 티 이 류	6	2	14	3	5,120	1,221
모자이크 타일	12	—	—	21	108,600	4,897
내 장 타 일	4	—	—	13	44,000	780
쿼리·외장 타일	10	—	—	12	87,000	1,220
애 자 류	4	6	—	3	6,000	600
계	65	33	21	96	272,490	13,506

생산면을 수출의 증가 추세에서 보면 [표 3]과 같고, 1976년도의 지역별 수출 실적을 보면 [표 4]와 같다.



## 전망 밝고 문제도 많다

[표 3]

도자기류의 수출 추세

단위 : 1,000 달러

연도 품목	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976
모자이크 타일	707	544	2,600	9,552	12,850	11,200	17,428
내장 타일	—	—	477	597	—	204	1,965
쿼리 및 외장 타일	—	—	284	895	1,121	1,190	2,163
식기류	115	14	109	442	1,347	3,524	9,011
위생도기류	—	5	569	287	116	76	214
노벨티이	—	5	53	167	705	1,397	2,216
기타	60	—	—	—	186	116	504
계	882	568	4,062	11,940	16,325	17,707	33,502

[표 4]

도자기의 품목별·지역별 수출 실적(1976년도)

단위 : 1,000 달러

나라별 품종	미 국	일 본	캐 나 다	동 남 아	중 동 기타	유 럽	오스트레 일 리 아	계
모자이크 타일	4,089	25	978	859	418	9,942	1,119	17,430
내장 타일	22	238	—	1,080	530	95	—	1,965
외장 및 바닥 타일	328	985	79	450	—	152	170	2,164
위생도기	139	—	—	45	16	12	2	214
완구류	838	4	98	22	1,145	109	—	2,216
식기류	6,276	13	504	176	32	1,746	264	9,011
화분류	235	—	—	47	—	—	—	282
애자류	—	—	—	218	—	2	—	220
계	11,927	1,265	1,659	2,897	2,141	12,058	1,555	33,502

한편 제품의 종류에 따른 추세를 보면, 현재까지 타일류 주도형으로 발전되어 왔지만 접차식기류 등 부가 가치율이 높은 품종이 발전 속도를 가속화하여 멀지 않아 주종 품목이 바뀌게 될 전망이다. 이것은 장차 노동 집약형의 도자기에서 지식 집약형의 도자기의 생산을 지향할 것을 나타내는 것으로서 바람직한 경향이 라고 할 수 있다.

### 2. 유리 공업

1957년에 한국 유리의 인천 판유리 공장과 대한 유리의 영등포 병유리 공장이 건설되면서부

터 유리 도가니 가마에 의하여 재생 유리의 생산에 급급하던 유리 공업은 급속도로 근대화가 진행되어 현재는 유리 식기류까지 건대식 탱크 가마로 생산되기에 이르고 있다. 판유리 공업의 발전상을 예로 들어 보면, 1957년 연산 12만 상자의 용량으로 생산을 시작한 것이 현재는 285만 상자의 생산 용량을 지니게 되었고, 1981년에는 580만 상자로 늘어날 계획이다. 기술적으로 보면 최초에는 Fourcault Process에 의하여 보통 판유리를 생산하던 것이 1970년대에는 Pennvernon Process로 발전하였고, 이제는 마판(磨板) 유리에 해당하는 Float Process에 의한 공장의 건설에 착수하고 있다. 그리고 1960년





대 초까지는 많은 유리 제품을 수입에 의존하여 왔으나 1963년부터 수출을 시작하여 점차 수출 산업으로의 기반을 닦아 가고 있고, 섬유(纖維)·유리·CRT 유리 등 새로운 유리 공업도 시작되어 생산 품종을 확대하여 가고 있다.

현재 가동중인 판유리 및 자동식 용기 유리의 제조 시설은 [표 5] 및 [표 6]과 같으며, 유리의 수출 실적은 [표 7]과 같다.

[표 5] 판유리의 시설 현황

1977년 12월 현재

소재지	생 산 품	시 설 명	기수 (基數)	생 산 능 력
인천	따은 판유리	포콜식	2	600,000 C/S
	열선(熱線) 흡수 유리	SPG식	1	150,000 C/S
	무늬 판유리	물아우트식	1	650,000 C/S
	따은 판유리	PV식	1	950,000 C/S
	강화(強化) 유리	강화유리로	1	60,000 C/S
부산	따은 판유리	포콜식	1	700,000 C/S
	무늬 판유리	물아우트식	1	300,000 C/S
계				3,350,000 C/S (강화유리제외)

유리 공업의 원료면을 보면 주원료인 규사(珪砂)·석회석(石灰石)·소다회는 충족되고 있지만, 규사는 양적으로는 많으나 질적으로는 양호

[표 6] 용기(容器) 유리의 시설 현황

업 체 명	소 재 지	용해로(鎔解爐)의 규모	기수 (基數)
대 한 유 리	영 등 포	60%	4
대 한 유 리	마 산	80%	1
한 국 병 유 리	군포(軍浦)	80%	2
		145%	1
연합(聯合) 유 리	안 양	45%	1
		55%	1
안성(安城) 유 리	영 등 포	45%	1
		30%	1
한일(韓一) 유 리	영 등 포	60%	1
현대(現代) 유 리	강서(江西)	70%	1
효성(曉星) 유 리	인 천	70%	1
동서(東西) 유 리	안 양	60%	1
계		1,050%	16



[표 7] 유리 수출 실적(1976년)

품	종	수	출	액 (\$)
맑은 유리		1,527,611		
무늬 유리		1,046,114		
열선 흡수 유리		20,098		
강화 유리		53,007		
판 유리		2,794,433		
유리 병류		2,267,583		
식기류		1,051,624		
조정기구		58,382		
기타		1,062,860		
계		9,881,712		

한 것이 적어서 현재로서는 안면도 규사(安眠島 硅砂)가 주로 이용되고 있다. 그러나 이것도 철분(鐵分) 함량이 0.1%를 초과하고 있어서 근래 유리 공업에서 많이 사용되고 있는 철분 함량 0.02% 정도의 규사 원료 생산 공장이 절실히 요망되고 있다. 또한 CRT 유리, 이화학용(理化學用) 유리, 광학(光學) 유리와 같은 특수 유리의 생산이 증대됨에 따라서 이에 소요되는 탄산바륨·탄산리튬·프르올 화물 등 기초 화학약품이 필요한데, 이와 같은 약품의 원료가 되는 중정석(重晶石)·인운모(鱗雲母)·형석(螢石) 등의 자원이 있으므로 이를 활용하는 기초 화학약품 공업의 건설 육성이 요망되고 있다.

### 3. 내화물(耐火物) 공업

요업 중에서 제강 제철(製鋼製鐵)을 비롯한 중화학 공업과 가장 연관성이 깊은 것은 고온재료(高溫材料) 공업이다. 근대 공업은 대체로 고온화의 경향에 있으므로 내화물(耐火物)은 거의 모든 공업의 생산성을 좌우하고 있다고 해도 과언이 아닐 것이다.

우리 나라의 내화물 공업은 원료면과 제조 기술의 수준과 연관 공업 및 발전 정도 때문에 남

석(蠟石)을 위주로 하는 점토질 내화물(粘土質耐火物)로부터 시작하여 고(高) 알루미나 질(質), 염기성(鹽基性) 내화물 및 캐스터볼·플라스틱 내화물과 같은 부정형(不定形) 내화물 생산으로 발전하였고, 질적인 면에서도 내화도(耐火度)·내압 강도(耐壓強度) 위주의 생산에서 수요처의 요구 특성에 맞도록 특성화시키는 방향으로 발전하고 있다. 원료면에서 보면 종래 천연 원료에 의존하던 경향에서 고령토(高嶺土) 샤모트의 제조, 해수(海水) 마그네시아클린커의 제조 등 원료 공업이 시작되어 인공 원료 내지는 합성 원료를 활용하여 생산하는 추세에 있다. 그러나 아직도 연관 공업의 발전 수준에 도달할 정도로 내화물의 품질은 수준에 달하지 못하는 부분도 많아서 수입에 의존하는 내화물도 많으므로 내화물 공업의 분발이 요구되고 있다.

내화물의 제조 시설을 보면 Top firing Tunnel Kiln이나 고압(高壓) 프레스 등을 설치하고 전반에 걸쳐 근대화된 공장도 있기는 하지만, 대부분의 공장은 소성 시설(燒成施設)이 Tunnel Kiln 하고 있는 이외에는 크게 근대화되지 못하고 있다. 내화 벽돌의 생산 상황과 수입 상황은 [표 8] 및 [표 9]와 같다.

[표 8] 내화 벽돌의 생산 실적

연 도	1968	1970	1972	1974	1975	1976
생산량 千	55,121	77,477	75,770	120,000	123,143	126,547

[표 9] 내화물의 수입 상황(1976년)

품	명	수량 千	금액 (\$)
단열(斷熱) 벽돌		11	32,269
내화(耐火) 벽돌(SK 34 이상)		6,607	4,542,611
내화 벽돌(SK 34 이하)		162	375,180
내화 시멘트(캐스터블류)		700	457,354
내화 물탈		113,230	1,187,346
계		120,710	6,594,760



#### 4. 연마재(研磨材) 공업

이 공업은 기계 공업과 밀접한 연관성을 지닌 공업으로서 지립 공업(砥粒工業)·지석 공업(砥石工業)·연마 포지 공업(研磨布紙工業)으로 대별할 수 있는데, 이 중에서 원료 공업이라 할 수 있는 지립 공업(砥粒工業)은 건설되고 있지 못하여 수입에 의존하고 있다. 지석 공업이나 연마 포지 공업도 근대화 과정에 진입한 상태이고, 대부분의 공장은 시설의 근대화 대체가 매우 지지한 상태이다.

연마 지립(研磨砥粒)과 연마 지석(研磨砥石)의 수입·생산·수출 상황은 [표 10] 및 [표 11]과 같다.

[표 10] 연마재(研磨材)의 수입 상황

연	도	1974	1975	1976
연마지립 (研磨砥粒)	수량 ㉔	4,063	3,344	4,372
	금액 1,000 \$	2,109	2,047	2,635
연마지석 (研磨砥石)	수량 ㉔	197	283	268
	금액 1,000 \$	856	802	964

[표 11] 연마 지석의 상황(1976년)

단위 : ㉔			
생산 능력	생 산	내수(內需)	수 출
6,372	3,600	3,567	33

이상으로 시멘트 및 시멘트 제품, 점토 제품과 전자 요업체(電子窯業體)를 비롯한 신요업체(新窯業體)를 제외한 요업에 대하여 개관하였는데, 그간의 발전상은 눈부신 바 있지만 이러한 발전 속도를 지속하기 위해서는 해결되어야 할 문제점이 적지 않은데, 그 중 주요한 것은 다음과 같다.

① 원료면에 있어서 자원 활용을 목표로 한 원료 공업을 육성하여 품위별 균질 원료(均質原料)의 공급 체계가 이루어져야 하겠고, 국내 자원을 활용하여 생산이 가능한 기초 화학 약품 공업이 발달되어 수입 대체를 이룩하고 나아가서는 수출 산업으로 전환시킴이 필요하다.

② 시설면에서 근대화의 목표를 설정하기 위해 업종별로 시설 표준을 정하여 모든 기업이 표준에 도달하도록 지도 육성하여야 한다.

③ 기술면에서 선진 기술을 과감히 도입하는 한편, 국내 기술 개발에도 전력하여 제품의 고급화와 국제 경쟁력을 강화하여야 한다.

④ 분업화·전문화·계열화와 협동 발전 체제를 갖추기 위해 단지(團地)를 조성하여 집단화하고, 시험 연구와 기술자 양성 등을 지원하여야 한다.

⑤ 집단화와 함께 낙후된 디자인의 개발, 공동 카탈로그의 제작 등 수출 증대책도 강구되어야 하며, 부재료(副材料)의 전문 공장도 유치함이 필요하다. ■

#### 디자인 용어

□ 일러스트레이션 □

삽화·신문이나 잡지 광고의 일러스트레이션은 광고 플랜의 아이디어를 완전히 소화하여 작품에 강한 개성을 부여하여 아이디어와 표현 기술이 혼연일체가 되어 호소 효과를 발휘하는 것이어야 한다. 일러스트레이션은 디자인이나 사진 등에 의한 사실적, 상징적, 만화적, 도표적 등 각종 표현 형식이 있다. 또 아이 캐처의 연속 사용에 의한 효과, 색채에 의한 강조 등 광범위한 표현 기술을 이용한다. 삽화 작가를 일러스트레이터라고 한다.



살아 있는 고려청자 / 인간 문화재

# 해강 유근형 옹

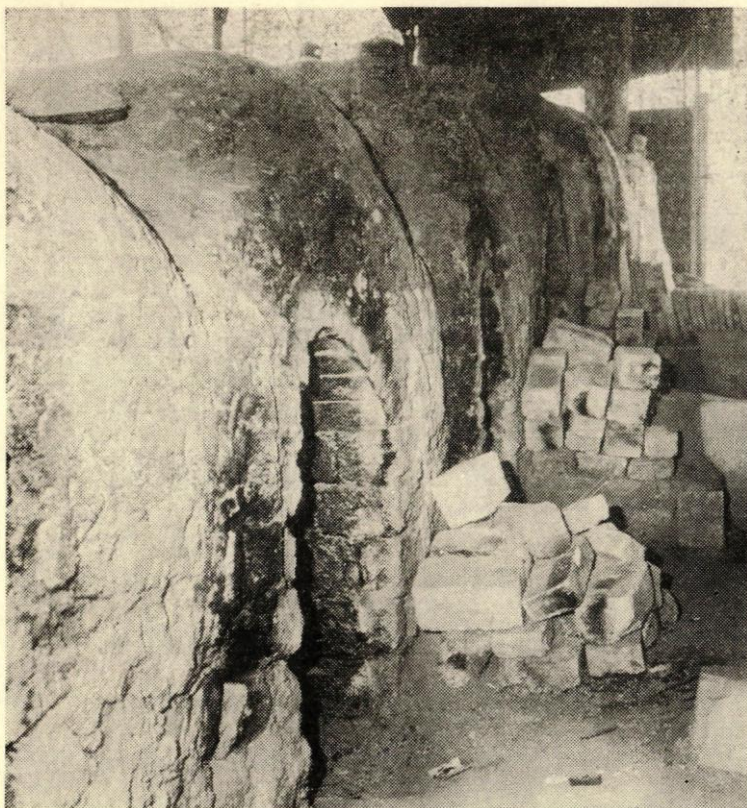
## 홍보과

### 작가 약력

1894년 2월 29일	경기도 안양 출생
1903년	보성 중학교 3년 수료
1971년	청자연구에 착수
1921년	청자 연구차 도일
1945년~1960년	안양 및 이천 등지에서 청자기 제작
1960년~1978년	이재균 선토련 수광리에 해강 고려청자 연구소를 설립하여 현재에 이름
1963년	어문과 판행본·인간 문화재 청자 부문에 청자 도공으로 취록됨
1960년	《동아일보》 및 《한국일보》에 인간 문화재로 지정(9호)
1928년	일본 별도 전람회에 청자기 작품 금패 수상
1950년	제1회 대한 민국 수출 공회품 전시회에 청자기 작품 개량상 수상
1953년	제2회 전국 국산품 전시회에 청자기 작품 진보상 수상
1954년	제3회 국산품 전시회에 청자기 작품 문표부 장관상 수상
1956년	미국 국제 전람회에 청자기 작품 금메달 수상
1971년	제1회 관광 민예품 경진대회에서 경기도 지사로부터 대상 수상

고려 청자 재현을 위해 80여 생을 가마(窯)의 불(火) 세계에 바쳐 온 해강 유근형 옹(85세)은 1960년 《한국일보》 지정 인간 문화재 9호로 지정되어 68년 동안 오직 고려 청자의 재현을 위한 연구에 몰두했고, 끝내는 그 유사성을 넘어 고려 청자의 특출한 녹색 색채의 세계를 정복했다. 등요(혹가마)의 현장에서 기도를 올리며 오직 일심(一心)의 집념으로 고려 청자 재현에 외로운 한 길을 걸어 온 그의 도에 세계속의 일생을 들어 본다.





로 개발에 대한 서로의 견해를 피력하고 친교를 맺게 된 것도 이 무렵이었다. 처음엔 풀끼를 섞어 통나무 재로 유약을 만들어 그릇에 발라 구운 결과 일단은 청자와 비슷한 효과를 얻을 수 있었으나 그 유사성에는 굉장한 차이가 났다. 이 때 처음 가마에 불을 붙였던 것이 올해로 꼭 68년째 개요일(4월 3일)을 맞게 된다. 이 유약에 대한 연구는 17 세 때에 시작해서 50 세가 넘을 때까지 계속되었으며, 농청 요변의 색채 세계를 정복하고자 인쇄와 창조의 집념으로 도전하여 끝내는 그 유사성을 넘어 하나의 색채 세계를 정복하고 해강 고려 청자를 탄생시켰다. 약관 17 세의 나이에 한국의 도예를 가늠해 보겠다는 집념으로 시작되어 50 년 동안 혼신을 다한 연구와 끊임없는 창조 정신에서 비롯된 위대한 소산이었다. 그러나 1960 년대의 그의 생활은 고난의 시절이었다. 70 세가 다 된 연로한 나이와 청자에

해강 도예 연구소가 있는 곳은 경기도 이천군 신문면 수광리. 한국의 고려 청자 하면 신문 청자라고 알려져 있다. 그만큼 해강 선생의 고려 청자는 국보적 가치로서 도예의 진가를 아는 나라의 도예계에 널리 알려져 있다.

해강 선생은 1901 년 보성 중학교를 졸업할 무렵 우연히 박물관(당시 창경원에 있었음)에 들러 고려 청자에서 풍기는 우리 고유의 민속적 풍취와 전통의 빛이 가득 배어진 데 심취되어 고려 청자의 독창적인 색채 세계를 재현시켜 보겠다고 마음먹고, 그 때부터 오직 고려 청자 재현을 위한 자료 수집의 방랑길을 떠나게 된다. 전국의 유명 가마(窯)를 찾기 위해 비·눈·바람을 맞는 노숙의 술한 고초를 겪었고, 황해도 조박골 등에서 청자의 기초적인 흙을 채토하는 요령과 여주·청진·주을 등 고려 시대 때의 청자 가마터를 두루 찾아 고려 성종 981 년에 시작된 청자의 역사를 터득하고 1959 년에야 지금의 자리에 정착하게 되었다. 당시 이천(利川) 땅에는 요지를 굽는 가마가 많이 있었으나 청자를 굽는 가마는 한 군데도 없었다.

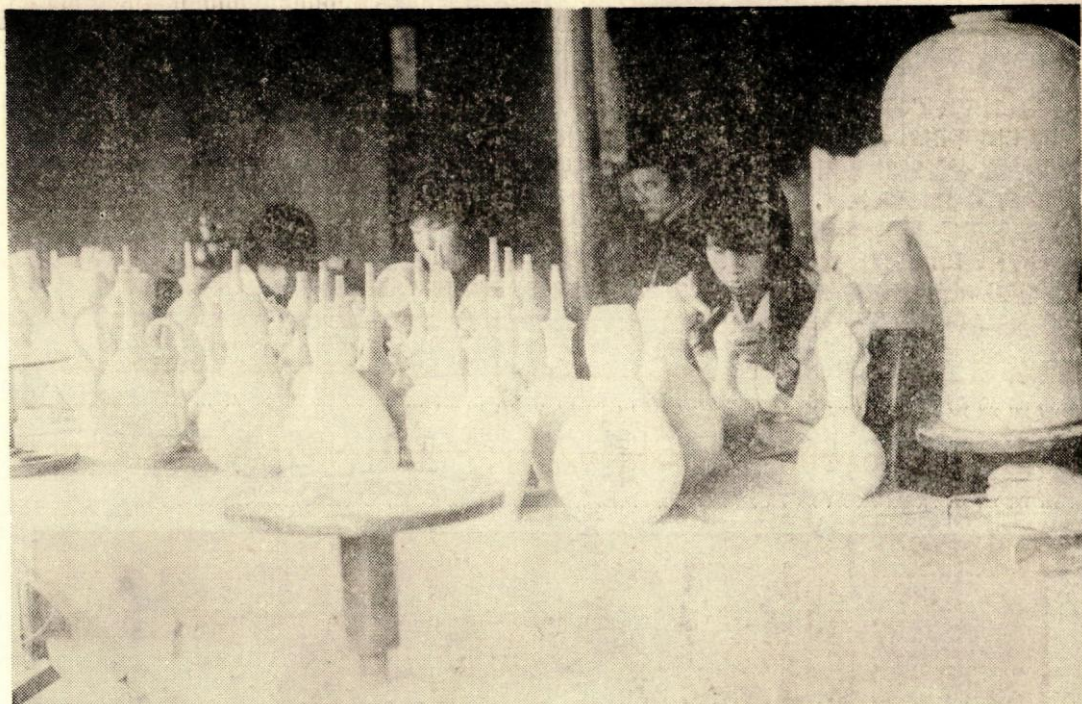
곳곳의 옛터에서 수집한 흙과 조각을 모아 연구를 하는 과정에서 우연히 일본의 유명한 고고학자이자 도예가인 아사카와 학고를 만나 청자의 성형과 유약 원

대한 인식이 부족했던 당시로서는 청자를 보급하는 데 많은 어려움을 받던 때라 다량 제작은 물론 제작비 활용에 큰 고초를 겪어야 했다. 그러나 청자에 대한 그의 집념은 대단해서 고려 시대의 상감 기법을 더욱 깊이 연구하고 뛰어난 창조적 정신을 발휘하며, 수차 어려운 고비를 넘기면서 도예 세계 속에 정신을 잃고 있었다.

이런 속에서 아들 유 광열 씨가 성장하면서 청자에 눈을 뜨기 시작하여 조각에 재질을 발휘했고, 둘째 아들 유 승열 씨는 성형 부분에 뛰어난 재질을 나타내어 해강 선생의 체험을 통한 기초 이론을 정립하고 보충 연구를 시작하여 청자 연구는 2 대에 3 부자를 연결하며 이수하게 되었다. 해강 선생이 《한국일보》지정 인간 문화재로 발표되어 제 9 호로 지정된 것은 1960 년, 그 때부터 청자 연구에 대한 자문을 얻고자 국내외에서 학생들이 몰려들기 시작했고, 작품은 국보적 가치로 일본을 비롯 세계 각처로 나가게 되었다. 68 년간의 외오침 세월 속에서 그는 갖가지 풍상을 다 겪었다. 그가 지니고 있는 작가적 기질 근성은 무서운 집념으로 융합되어 있었다.

지금도 그는 한옥으로 신축된 연구실에서 유약 원료의 개발과 등요의 열도·시간 등에 끊임없는 연구를





하며, 가마에 불을 붙이면 자기 도취에 깊이 빠져 가마 옆에서 불의 심판을 기다리며 밤을 새운다.

신의 선물, 1백 개를 넣고 1개를 건져도 오직 1개에 주어진 희소적 현상을 위해 99개를 던져 버릴 각오가 되어 있는 것이다. 성형실에 틀러 성형을 거친 청자의 형태를 보고 티끌만한 흠이라도 있으면 그는 성난 표범처럼 물형들을 던져 버린다. 아낌없이 던져 버린다. 그것은 68년 동안 꿈꾸어 온 그의 고려 청자가 될 수 없었기 때문이다. 그는 도예가가 갖는 특유의 오기와 근성을 지니고 있었고, 평생을 일심(一心)의 집념으로 흠을 만져 왔다. 그런 만큼 흙과(제토 성형) 불(窯)과의 싸움은 냉혹하고 냉철하다. 수만 작품을 아낌없이 깨어 버리고 해서 세밀한 감정을 거친 것이 해강의 전리품인 것이다. 그의 정신 속에서 나온 작품에 그는 낙관을 한다. 낙관을 하는 그의 손은 가늘게 떨며 힘줄이 돋는다.

이제 해강 선생은 85세의 천수를 누려 왔다. 그는 작년에 청자로 만든 불상 '오백나한'을 제작하여 강원도 속초에 있는 '정동 진리'라는 곳에 봉안시켰다. 청자로 제작한 '오백나한'은 남북 통일을 기원하는 청자

인생의 마지막 소원으로서 한국민의 대대 손손의 행복과 번영을 비는 뜻이 담겨 있다. 또 '오백나한'의 제작에 이어 '십육나한'도 제작하였다. 하루 빨리 남북 통일이 이룩되면 청진·주울 땅에 있는 가마에 달려가 더욱 깊은 청자 연구를 하는 것이 그의 소원이라고 한다. 자신의 청자가 빛을 볼 수 있었던 것은 학문적인 것이기보다는 체험을 통한 연구의 결정체라고 말하며, 완전 손놀림과 유약의 비법에서 얻어지는 신비스런 불의 선물이라 한다.

이제 그는 인생의 황혼에서 아들 형제에게 그 작업을 이주시키며 자서전을 쓰고 있다. 오랜 흙의 작업을 해 온 그의 모습에서 80여 생의 진실과 우리의 전통미를 살려 지켜 온 도도함을 엿볼 수 있다.

이제 그에게 마지막 한 가지 일이 남았다면 올해는 꼭 처음이자 마지막인 작품전을 갖는 것이다.

좋은 채토와 완벽한 공정, 정교한 문양, 밤색을 하는 등요의 과정으로 일생을 살아 온 유 근형 응, 그의 이러한 피의 작업은 청자와 오백나한과 함께 우리의 자랑스런 전통을 잇는 거대한 정신적 유산인 것이다.

## 포장 용어

### ● 선포장(先包裝) ●

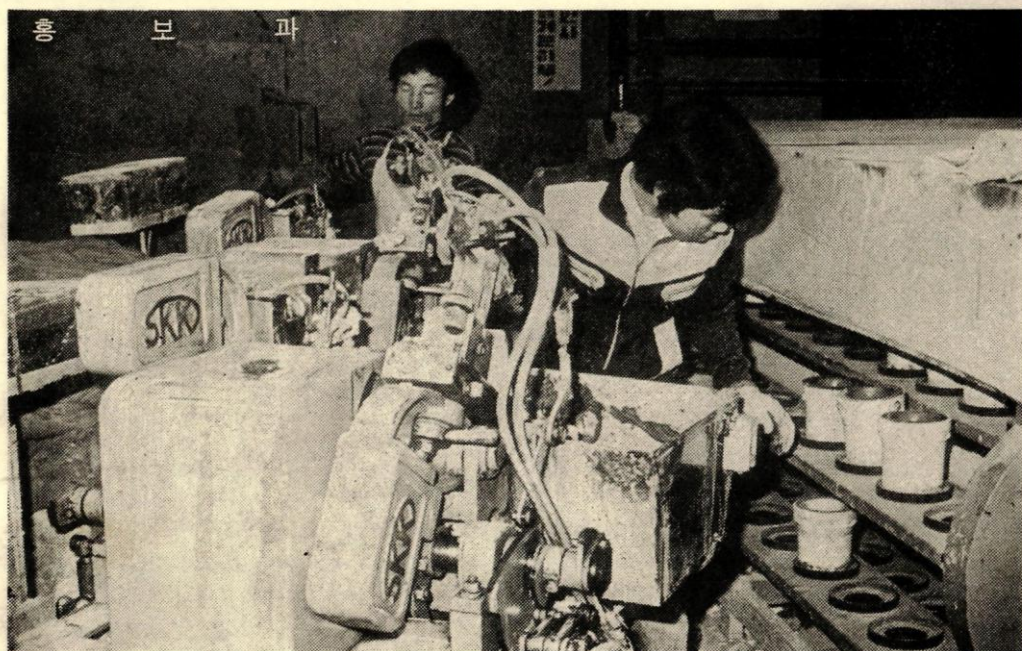
Pre-packaging

가구나 도자기 세트 등과 같은 상품 포장용 소매상이 재포장하지 않도록 생산 공장에서 직접 제품을 포장하는 것을 말한다. 일반적으로 자동 판매를 위한 소비자 단위로 포장된 신선한 야채·고기·치즈·과일 등의 포장에 이용된다.



“불의 장난”이라 일컫는 도자기 제작, 아무리 기계화를 촉진한다 해도 손의 역할을 벗어나지 못한다. 우리의 뿌리 깊은 전통을 이어 온 찬란한 도자 전통은 과거 1세기간의 침묵을 깨고 이제 수출 산업화의 일익을 감당하고 있다. 작년도 요업 제품의 수출 실적은 5,100만 달러이고, 올해의 수출 목표는 6,500만 달러로서 수출 신장에 단단한 한몫을 차지하고 있으며, 앞으로의 수출 전망은 물론 국내 수요자들을 위한 내수용품 생산도 격증되고 있어 요업 제품의 시장성은 밝기만 하다. 연간 240만 달러의 수출 실적을 올리고 있는 ‘선도 산업’의 제품 생산 공장을 찾아 제품 공정을 돌아보고 요업 제품의 생산 체제를 알아 본다.

## 수출 목표 6,500만 달러를 겨냥한 도자산업 현장을 찾아서



우리 나라는 요업국으로 군림하기에 부족함이 없는 나라다. 그 조건은 요업의 우수한 자원이 풍부하고 노동력의 풍부와 결하여 도예의 전통과 수준이 그 어느 나라보다도 깊고 높으며, 또한 우리의 생활 용구는 본디 거의가 요업 제품으로 쓰여졌기 때문이다. 선도 산업에서 만들어지는 종류만도 줄잡아 140여 종이나 된다. 그 종류는 반자기 제품으로서 코오피 세트·접시·항아리, 갖가지의 독·재떨이·화병 등 거의가 생활 용품들이다. 요업 제품을 만드는 원료는 풍부한 흙이다. 이 흙들은 세계적 산지인 전남의 강진·함평·하동에서 실려 온다. 그 종류도 고령토·점토·규석 등

이며, 빗갈도 점정·분홍·핑크색 등 다양색색이다.

이 흙들이 제토기실로 들어가면서부터 로스를 46%에 변수의 인자가 많은 요업 제품 제작의 어려움은 시작된다. 제토 작업 과정에서 중요한 것은 수분 조절이다. 흙을 완전히 분쇄하여 성형할 수 있도록 원료를 만드는 첫 공정이다. 잘 제토된 원료는 원액 상태로 잘 걸른 다음 반죽을 시켜 제형 작업장으로 옮겨진다. 제형 과정에서는 그릇의 형체를 만드는데, 이 작업은 예나 지금이나 손의 역할을 벗어나지 못하고 있다. 형체를 이룬 제품은 자동 성형·회전 성형·주입 성형 과정에 옮겨지는데, 이 공정에서 성형틀에 원료가 주입



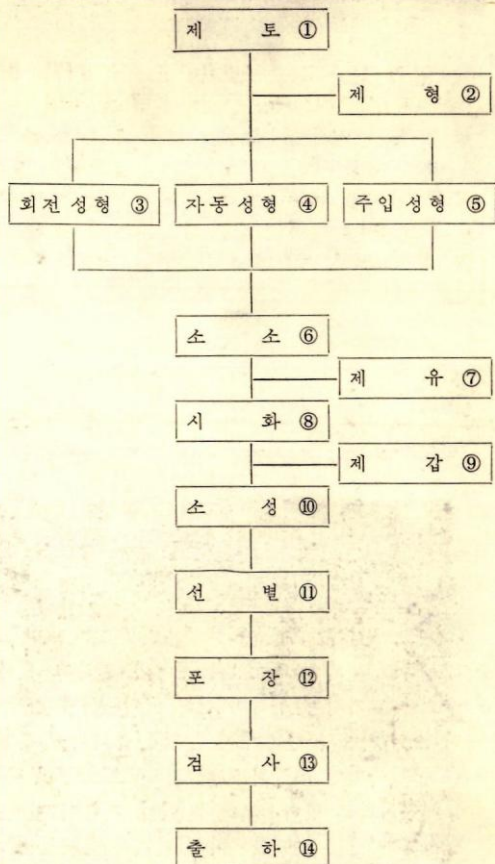
되어 제품의 완전 형태를 이루게 된다. 이 성형 공정은 회전 성형의 수동식이 있고, 자동 성형은 완전히 기계화되어 있다. 이 성형 공정이 끝나면 소소 직전의 완전 제품으로서의 형태가 이루어진 것이다. 이 물형들은 토벌 구의(소소)라고 하는 공정에서 섭씨 700~800° 되는 강한 열에 굽는 작업이 시작된다. 옛날 같으면 등요(흙가마)에서 며칠씩 구웠지만, 지금은 기계 작동으로 가마에 입출이 되고, 연료는 방카 C유를 사용한다.

1차로 구워진 제품은 유약을 분쇄시키고 색상을 넣는 제유 작업을 한 뒤 제품 하나하나에 무늬를 새겨 넣고 유약을 칠한다. 제품이 살고 죽는 것에는 모든

1977년도 업체별 수출 실적

업 체 명	금 액 (\$)
김포요업 주식회사	4,625,396.21
부산내화공업 주식회사	2,403,105.02
(주)아그로브요업	2,729,022.11
진흥요업 주식회사	5,663,593.73
한국송전타일 주식회사	2,338,510.17
한국요업 주식회사	5,175,966.72
한영요업 주식회사	2,017,435.52
대왕화성 주식회사	1,669,067.85
진진기업사	577,760.32
광천제도사	5,115.00
대경요업사	307,254.56
동아요업 주식회사	1,161,362.02
밀양도자기공업(합)	767,013.22
삼화요업사	416,154.86
선도산업 주식회사	1,899,963.43
영흥도기공업사	1,484,679.09
유니버스세라믹(주)	325,445.20
제일요업사	113,067.53
진흥요업 주식회사	452,284.15
강남산업 주식회사	884,708.11
대왕화성 주식회사	56,431.89
동기실업 주식회사	104,524.98
현대요업 주식회사	664,252.40
충남제도사	114,842.72
한국도자기 주식회사	2,540,764.62
한양요업사	778,735.89
한진물산 주식회사	946,542.83
강남요업사	683,781.42
삼성특수세라믹(주)	322,704.14
세라아트공업 주식회사	817,420.93
세창TK제도 주식회사	1,337,996.74
(주)요업개발공사	1,922,899.87
제림요업 주식회사	350,700.76
대림요업 주식회사	116,260.82
행남사	796,076.86
행남특수도기(주)	3,130,355.53
홍진산업사	20,742.20
서울세라믹(주)	61,685.41
계	1,709,917.38

## 도자기 제조 공정



공정이 다 중요하지만, 특히 이 시화 공정은 완전 수공으로서 여조각사들의 손놀림 하나하나로 어류·조류·불화 등의 무늬가 새겨지고 금선을 넣는 도공들의 손길은 무아 무념의 상태이다.

이 때의 과정은 벨트 시스템에 의한 완전 자동으로 제품이 이 손 저 손으로 옮겨진다. 여기서 형태의 디자인이나 무늬의 디자인 및 색상은 수출 대상국의 바이어들의 요청에 의해서 빗갈과 무늬를 넣게 되는데, 지금까지의 무늬와 색상에 거의 변함이 없어 새로운 연구와 개발이 절실히 요구되고 있다. 무늬를 넣는 작업이 끝나면 그 위에 얹혀 유약을 칠하고 제갈 공정에서 또 한 번 굽고 이 작업이 끝남과 연이어 유약을 칠한 상태에서 제 2차로 섭씨 1250~1300°의 가마에서 구워지게 되는데, 이 본국이 작업은 제품이 생산되는 공정의 마지막 단계라 하겠다. 가마 속에서 구워지는 시간은 20시간으로 이 마지막 소성 공정을 거쳐 나온 제품은 세밀한 등급 선별을 하고 곧 포장에 들어가게 된다. 하나의 제품이 생산되기까지에는 많은 정성과 손길이 가야 됨을 볼 수 있다.

여기서 만들어지는 제품은 전량 외국으로 수출되며,





수출 대상국도 세계 각처 20여 개국에 달하고 있다. 국내 수요품은 거의 생산하지 않고 있다. 외국 시장에서 우리 요업 제품의 인기가 좋은 것은 우리의 좋은 원료인 흙과 민속적인 고풍의 형태 및 심오스런 무늬에 반하기 때문이라고 한다. 그러나 이런 제품이 만들어지는 공정과 작업장에는 문제가 있다. 이 문제는 국가적 손해를 무시해 버린 상태라 하겠다. 경영주의 시설 확장에 따른 기계 도입과 공원들을 위한 후생 시설을 갖추려고 해도 건물 신축 허가가 나지 않기 때문이다. 성형 과정의 수동식 작업은 공급량 생산에 차질을 빚고 있으며, 소음과 탁한 실내 공기는 영세 기업 현장을 보는 듯하다. 제품을 적재할 전후 창고를 갖추지도 못했고, 포장된 상품들은 평지에 적재되어 우기철에 접어들면 수출 출하 직전의 제품의 포장이 더러워지고 습기가 차 결국 수출 시장에서 가격이 인하되고 주문량이

줄어드는 사태를 빚기도 한다. 몇 년 전부터 생산 증가를 위한 시설 확장과 후생 시설을 갖추려고 건물 신축 허가를 요청해도 그린 벨트에 묶인 상태여서 요지부동이라고 경영자는 안타까워한다. 공장 기계를 들여와도 땅은 있으되 설치할 건물이 없기 때문이다. 토스올 46%의 요업 제품은 이러한 출하 직전의 완벽치 못한 제품 관리로 52%의 파손율을 보이고 있다.

그러나 우리의 요업 제품의 국제 시장 확장과 수출 전망은 매우 밝다. 한 가지 아쉬운 것은 도자 제품의 중주국인 우리가 중주 제품을 별로 달갑지 않게 생각하고 국내 수요가 적다는 점이다. 요업 왕국으로 더욱 발달하려면 우리 제품은 우리가 알고 애용해야 함은 물론, 업체 집단의 대형화와 새로운 형태와 무늬의 제품 개발에 주력해야 하며, 관제 당국의 관심은 물론 지원책이 강구되어야 하겠다.

## 디자인 용어

□ 논 커미션드 포스터 □

프랑스의 사비냐는 제 2차 세계 대전 직후인 1950년에 파리에서 논 커미션드 포스터, 즉 “주문에 의하지 않고 만든 형식의 포스터” 전시회를 열어 작가가 포스터 디자인에서 자유롭게 아이디어를 낼 수 있다는 가능성을 보여 주어 주목을 끌었다. 이 일로 사비냐는 일약 그래픽 디자인계의 유행 작가가 되었다.





◀ 青磁象嵌牡丹菊花文瓜形花瓶

8稜으로 된 青瓜形 화병이다. 참외 모양의 동체에 치마 주름으로 된 높은 굽을 달고, 병의 입은 외꽃 모양을 본따서 나팔처럼 내뿜었다.

국보 제94호 青磁素文瓜形花瓶과는 형태나 착안이 같은 것이지만, 이 瓜形聯은 국보 제94호 瓜形瓶이 맵자하고 깔끔한 조형과는 또 다른 안정감과 온아한 친근감을 느끼게 해 준다.



지정 번호 : 국보 제114호 ▲  
소 유 자 : 국유  
소 재 지 : 국립 중앙 박물관  
크 기 : 높이 25.6cm  
시 대 : 고려 시대(12세기)

여러 형태의  
요업 제품 ▶





◎ 白磁象嵌連唐草文大椀

口緣部가 약간 外反된 대접으로 고려 백자계의 器形과 질을 지녔으면서도 새나라(조선 왕조)의 양식을 소화하여 발전시킨 형식이다. 내부 口緣에 唐草紋帶가 있고 외부 側斜面에 連唐草文帶를 둘렀다. 胎土는 석고와 같은 질감이고, 器壁은 얇고 유약은 미세한 氷裂이 있으며, 얇은 상태로 광택이 빛난다.

지정 번호: 국보 제175호

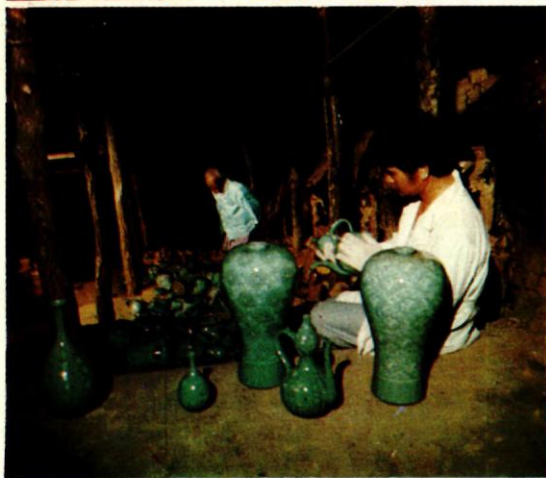
소 유 자: 李洪根(東垣 미술관)

소 유 지: 서울 성북구 성북동 13-22

크 기: 높이 7.6cm, 구경 17.5cm, 底徑 6.2cm

재 료: 白磁

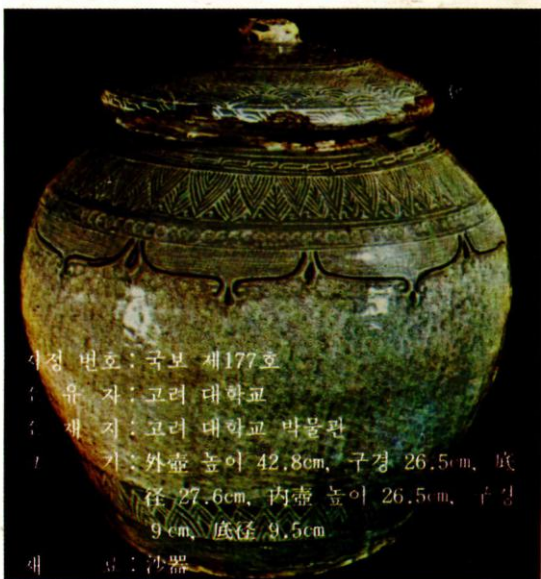
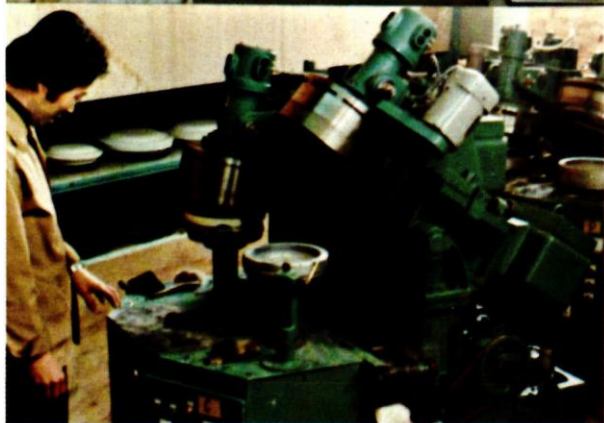
시 대: 15세기



◎ 인간 문화재 해강 유 근형 용(85)은 80여 생을 고려 청자의 재현을 위한 집념으로 살아 왔다. 오늘도 1백 개를 던져 한 개를 얻는 희소적 현상에 도전하며 등요의 작업 현장에서 밤을 새우고 있다.

해강의 낙관이 있기까지는 무수한 작품이 깨어진다. 불의 심판 속에서 구워 낸 고려 청자, 고려 청자 2대를 이어 가는 아들 유 강열 씨가 최종 감수를 하고 있다.





● 아무리 현대화된다 해도 손의 역할을 벗어날 수 없는 도자 산업. 그러나 벨트 시스템을 갖춘 제유 작업의 기계화와 자동 성형을 할 수 있는 주입 성형기 등이 도입되어 도자 산업은 더한층 발전 일로에 있다. (선도 산업에서)

### ● 粉青沙器印花文胎壺(内外壺)

内壺은 뚜껑에 2條의 龜甲文帶가 있고, 항아리에는 전면에 국화판문이 가득 차 있다. 釉藥은 담청을 머금은 회백의 전형적인 분청유이며, 内壺의 釉藥은 半失透로 광택이 없으며 뿌연 감이 있다. 1970년 고려 대학교 경내에서 발견되었으며, 이 항아리를 넣었던 石函이 남아 있다.





## 참신한 디자인! 완벽한 포장 개발로 미래를 개척하는 전문지!

「디자인·포장」은?

생활 주변에 그것이 아닌 것이 없는 디자인과 포장 분야  
와 산학계에 말 없이 공헌해 온 본지는—

- (1) 학구적 이론 정립과 심화
- (2) 변천하는 국제 사회의 새 지식과 기술·산업 정보 전달
- (3) 디자인과 포장 산업의 올바른 인식과 가치관의 부여로—

복지 문화 생활을 함께 누리려는  
참다운 생활 정보지……

◇「디자인 포장」 구독 안내◇

1) 정기 구독 희망자는 본지 제 36 호 (1978 년 3 월 발행)에 있는 카아드에 기재 사항을 기록하여 5,000 원 소액 송금환과 같이 등기 우송하면 매권마다 등기 소포로 받아 보실 수 있습니다.

2) 날권과 과월호를 구입할 때는 유명 서점이나 당센터 홍보과에서 직접 구입하실 수 있습니다.



**한국디자인포장센터**

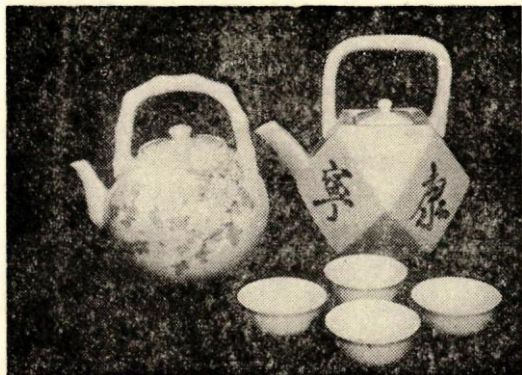


# 해외에서 빛본 한국 도예 문화의 근원

—우리 일과 기법 맥이어 산업화로 세계 시장 석권—

## 차 성 철

당센터 디자인 개발 연구실



근대 일본의 도예 문화와 그 발달의 근원이 한국이라는 사실은 결코 새로운 것이 아니다. 원래 옛 한인(韓人) 도공(陶工)들의 영향과 공로가 컸던 것으로 백제 사람에 의한 도예 문화의 전파 및 고려 청자의 영향과 그 이후의 본격적인 발아 과정(發芽過程)으로 입진 왜란 당시 강제로 끌려간 수많은 이조 도공(李朝陶工)들의 한많은 애환(哀歡)과 삶에의 투쟁에 의하여 고려 청자와 이조 백자의 모든 문화적 근원인 제도(製陶) 기능과 기술이 거의 일본으로 옮겨져 현대적인 문화와 융화하게 됨으로써 세계적인 도자기 생산국으로서의 위치를 확보하게 되었다.

따라서 최근 세계의 도자기 총생산량의 자료를 보면 (Year Book of Industrial Statistics, 1974, UN 발간), 가정용 도자기 제품의 1974년도 세계 총생산량은 1,036,392 백만 ¥인 데 비하여 일본은 735,509 백만 ¥로서 세계 총생산량의 72.2%를 점유하고 있고, 위생 기구류는 세계 총생산량 950,498 백만 ¥에 비하여 일본은 136,392 백만 ¥로서 세계 총생산량의 14.3%를 점유하고 있다. 그리고 교역 현황은 1974년도 세계 총수출액 728,494 천 달러에 비하여 일본은 227,840 천 달러를 수출함으로써 세계 총수출 대비 31.3%를 점유하고 있는 반면, 우리 나라는 1974년도에 고작 2,885 천 달러에서 1976년도 5,380 천 달러로서 극히 미미한 상태에 머물러 있는 실정이다.

이와 같이 고려 및 이조를 통하여 찬란했던 도자기 문화의 오랜 전통과 그 본향(本鄉)이던 우리 나라는 오히려 전통적인 기술과 기법, 그리고 생산면에서 낙후된 반면 우리 나라에서 배워 간 일본에서는 한창 도자의 찬란한 문화의 꽃을 피우게 됨으로써 우리가 다시 그 기능과 기법을 배워 오지 않으면 안 되는 아이러니가 있다.



일본의 연도별 도자기류 수출 실적

(단위 : US\$ 1,000)

연 도	식 기 류	노벨티이류	애 자 류	위생 도기	기 타	합 계
1974	168,291	79,795	52,452	2,535	45,212	348,285
1975	168,448	68,349	80,615	2,843	55,980	376,235
1976	222,503	81,208	59,516	3,452	60,249	426,928
전년대비	32.3%〈증〉	18.8%〈증〉	16.2%〈감〉	21.4%〈증〉	7.6%〈증〉	13.5%〈증〉

※ 타일류 제외

그러면 먼저 일본 도요(陶窯)의 발원(發源) 몇 가지를 열거해서 살펴보기로 한다.

일본 도자의 가장 유명한 아리다 야키(有田燒)는 임진 왜란 때 그 곳에 끌려간 수많은 이조 도공 중의 한 사람인 그 곳의 도조(陶祖) 이 참평(李參平)이 처음 자광(磁鑛)을 발견, 일본 최초의 자기요(磁器窯)를 축조함으로써 이조 기법의 백자와 청화염부(靑華染付)로서 도예 문화의 꽃을 피우게 되었으며, 현재 100개 이상의 요원(窯元)에서 기술 보존 및 기술 비법의 보급으로 현대적인 분업(分業) 시스템 작업을 갖추어 연간 200억 엔(약 400억 원) 이상의 제품매상을 올리는 규모가 되었다.

카라쓰 야키(唐津燒) 역시 비젠(肥前)에 끌려간 이조 도공들이 망향(望郷)의 애환을 달래며 요업에 전념, “심금을 울리는 파스함”이 스민 제품으로 다인(茶人)들이 즐기는 자완(茶碗) 등의 명품을 만들었으며, 한때는 300여 개소의 요원(窯元)이 있었으나 현재는 15~6개소가 남아 옛 전통을 이어 가고 있을 뿐이다.

또한 비요다이카와 야키(苗代川燒)를 개척한 이조 도공들의 흑유(黑釉)의 기법과 정열적인 기개는 그 곳 도조(陶祖)에 의하여 뼈대가 있으며, 그 14대손인 심 수관(沈壽官) 씨는 현재도 그 옛 한인들의 전통을 이어받아 도예에 열중하고 있다. 그 곳 이조 도공들의 생활은 엄격해서 일정 지역에 모여 살며, 일인 의복의 착용을 금하고 일인과의 혼인도 금지하면서 순수한 한인의 전통을 이어 영주해 왔던 것이다. 그들은 어떠한 악조건하에서도 굴하는 일이 없이 용장(勇壯)한 기개로 명도(名陶)만을 창조해 가면서 “자연의 어딘가에 삶의 질적인 고양(高揚)”으로서의 시름을 가볍게 해 왔던 것이다.

류몽지 야키(龍門司燒) 역시 이조 도공들이 처음 서요(西窯)를 축조, 한식 등고형(登高形)

의 요원을 세운 것이 시초가 되어 그 곳 용문사에는 고려신(高麗神)을 모신 비(碑)가 보존되어 있고, 향이 야키(萩燒)와 남아이몽 야키(長門燒)도 이조 도공 형제가 1604년 그 곳에 남치되어 가서 형 이 작광(李杓光)과 아우 이 경(李敬)에 의하여 요원이 축조되고 일관해서 다도(茶陶)를 만들었으며, 민예(民藝) 부운 이래 요원의 수가 급격히 늘어서 현재는 70개소, 점포는 1백 수십 개소에 이르는 융성을 보게 되었다.

시베 야키(砥部燒)는 1775년 이조 도공인 그 곳의 도조(陶祖) 스기노(杉野丈助)가 시코쿠(四國)의 대표적인 시베 야키를 개요(開窯)해서 간결하고 화려한 색회(色繪)로써 당시 일본 최대의 수출 산업으로 융성을 가져오게 하여 매년 4월 23일은 청홍도원의 도조비(陶祖碑) 아래에서 위령제를 올리며, 고도전(古陶展)과 신작전(新作展)의 축전(祝典)으로서 도예 발전에 힘쓰고 있다.

비젠 야키(備前燒)는 일본 육고요(六古窯) 중 제일 오래된 도요지이며, 임진 왜란 이후 수많은 이조 도공들에 의하여 축조된 서·남·북 등 3대요(大窯)가 있었으며, 차(茶)의 탕(湯) 전성기인 모모야마 시대(桃山時代)의 옛 비젠은 황금 시대를 이루었다.

비젠 야키의 매력은 신라 토기와 같이 무유요(無釉燒)로 특색이 있으며, “불의 마술”이라 하여 불가사의한 자연의 요변(窯變)의 미로서의 문양을 탄생시키는 데 있다. 또한 1668년에 세워진 한곡(閑谷) 학교는 가장 오래된 학교로서 와당(瓦當) 연구로 유명하다.

쿄오 야키(京燒)는 옛 백제 문화의 영향으로 1천 년의 오랜 전통을 지니게 된 교오 야키의 명도(名陶)·명공(名工)이 운집했던 코조오사카(五條坂)는 에도(江戸) 시대 때 도예 활동의 중심지가 되었다.

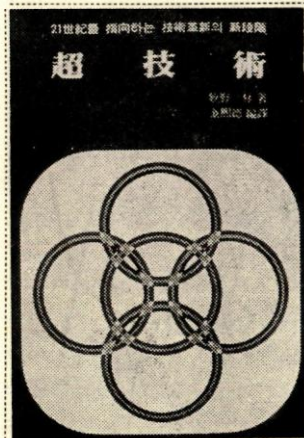


교오 야키의 원조(元祖)는 옛 한인 닌 세이(仁淸)로서 노노무라(野野村淸右衛門) 씨로 개명한 기와공으로서 카네모리(金森宗和)로부터 이어받은 다기(茶器)의 요법(燒法)으로 도기에 색회(色繪)를 처음 시도하여 성공했던 것이다. 그 후 교오 야키는 청수사(淸水寺) 산록(山麓), 기타(五條坂・蛇谷・泉涌寺) 등 일대에 점재해서 옛 명공들로부터 이어 받은 전통을 살려 제도(製陶)에 전념함으로써 저 유명한 카와라 마치(河原町)의 Kraft 상가를 활발히 움직이고 있다.

신라키노 야키(信樂燒)는 1,200년 전에 백제 문화의 영향으로 자향락(紫香樂)으로부터 계승해 온 도예의 전통으로 이 곳의 특질인 규목점토(蛙目粘土)와 목절점토(木節粘土)를 혼합·사용하여 요의 불 속에서 강회(降灰)로 인한 붉은 빛의 조도(照度)가 일어나서 재가 홀려 든 녹색조의 그 변화의 경색(景色)이 옛 신라쿠의 매력이라고 한다. 그만큼 이 곳 도기들은 무유(無釉)의 기질(器質)이 만든 천변만화의 명품으로 인하여 “일인들은 이조와 신라쿠에 미쳐 죽는다”라는 속담이 있다.

그 밖에 일본 6대 고요(古窯) 중에 瀬戸・常滑・丹波・越前 및 기타 伊賀・山陰・九谷・美濃・益子・笠間・會津本郷・平清水・新庄・仙臺・相馬・沖繩 등 본고에서 언급되지 못한 도요지가 많으나 지면 관계로 여기서 그치기로 한다.

그리고 근대 일본의 대표적인 원로 도예가인 坂谷波山, 富本憲吉, 河井寛次郎, 石黒宗麿, 金重陶陽, 加藤土師萌, 北大路魯山人, 川喜田半泥子 등에 대한 작가론적인 것도 다음 기회로 미루기로 하고 여기서 매듭을 짓는다. ■



## 초 기술

4·6판/195면  
값 1,000원



“출품되었던 50여 점의 작품이 몇 개 안 남고 다 팔려 나갔습니다.” 지난해 12월 6일부터 12일까지 미국 로스앤젤리스의 아아터 갤러리에서 ‘시와 공예’전을 마치고 귀국한 장운우(공예가·시인, 성신여사대) 교수는 작품전의 성과를 만족하게 말한다. 주로 금속을 사용하여 제작된 소묘품들로서 한국의 민속적인 풍취를 소개하는 등잔·화병·재떨이 등이 굉장한 인기를 끌었다고 한다.

“현지에 있는 교포들의 성원이 대단했습니다. 현지에 체류하고 있는 재미(한인 미술협회) 교포 회원들과 《로스앤젤리스 타임즈》·《한국일보》·《중앙일보》지사 등의 매스컴을 통한 지원도 정말 감사했습니다.”

전시회 참관자는 교포들이 60%를 차지했고, 작품을 사 간 층은 그 반대로 미국인들이 60%를 차지했다고 한다.

“그 사람들은 완전 수공품을 좋아합니다. 화려한 무늬와 오묘조밀한 갖가지 선과 잔손질이 많이 간 작품일수록 인기가 있더군요.”

장운우 씨의 이번 전시는 칠레의 산티아고와 일본에 이어 세 번째의 해외 전시였다.

“1910년도 겨울쯤 해서 다시 한번 미국에서 전시회를 가질 계획입니다. 그 때는 소품이 아닌 대작들을 출품하겠습니다.”

지금부터 작품 제작을 한다고 한다.

현지에 있는 교포들의 생활은 눈에 보이지 않는 차별감은 있으나 디자인 계통에 종사하는 분들은 모두 기업체나 학교에서 기반을 닦고 있다고 전한다. 제일 아쉽고 부러운 것은 미국인들이 가지고 있는 방대한 자료처와 전문기관의 활용이고, 작품 활동을 할 수 있는 스튜디오의 방대한 규모와 시설에 놀랐다고 한다. 우리도 그들의 반만큼이라도 시설이 있었으면 얼마나 좋겠느냐 하고 여운을 남긴다.



김 명 신

변리사

산업 디자인은 공업적으로 대량 생산할 수 있는 Industrial Design 또는 Industrial Model을 말하는 것으로서, 본고에서는 편의상 디자인이라고 줄여서 쓰기로 한다.

우리 나라는 의장법(意匠法)으로 물품의 형상·모양이나 색채 또는 이들이 결합되어 시각을 통하여 미감(美感)을 일으키게 하는 신규(新規) 고안을 독점 배타권(獨占排他權)으로 보호하고 있다.

우리 나라는 현재 22개국과 특허(Patent)·실용 신안(實用新案: Utility Model)·의장(意匠) 디자인 및 상표(Trade mark)에 관한 협정을 체결하고 있어 이 협정에 따라 다른 나라의 디자인을 보호하여 주고 있다. 그러나 이러한 협정이 없어도 우리 의장법(意匠法) 제 17조에 의하여 준용되는 특허법 제 40조 단서 규정(但書規定)에 따라 상호간에 호혜주의 원칙하에서 다른 나라의 디자인을 보호하여 주고 있으며, 또한 다른 나라에서 그들의 디자인을 보호하고자 우리 나라 특허청에 출원하고 있다.

여기서 특허법 제 40조를 검토하여 보면, “외국인으로서 국내에 주소나 영업소가 없는 자는 특허에 관한 권리를 향유할 수 없다. 다만, 조약·협정 또는 법률에 의하

여 우리 국민에게 자국에 주소 또는 영업소의 유무에 불구하고 권리를 허용하는 국가의 국민에 대하여서는 예외로 한다”고 규정하고 있다.

이와 같이 특허·실용 신안·의장 및 상표(이를 총칭하여 공업 소유권이라 한다)에 관한 조약이나 협정이 없어도 상기한 특허법 제 40조 단서 규정에 의하여 문호가 개방되어 있어 이 점에 관하여서는 우리 나라도 일찌기 국제적인 안목을 가지고 있었다.

그리고 이러한 우리 법의 테두리에서 최대한의 보호를 받고자 홍콩·영국·오스트레일리아·스웨덴·노르웨이·미국·벨기에·자유중국·아르헨티나·스페인·싱가포르·남아프리카 공화국 및 룩셈부르크 등에서 우리 나라에 계속하여 디자인 등록 출원을 하고 있으며, 이 밖에도 많은 나라에서 이 단서 규정에 근거를 두고 지금도 출원해 오고 있다.

이와 같이 많은 나라에서 우리 나라에 의장 등록(意匠登錄)을 하고자 하는 이유에는 여러 가지가 있다. 예를 들면 한국 시장에 직접 진출하여 마케팅을 해 보겠다는 경우도 있고, 직접적으로 수출까지는 하지 않는다고 하더라도 한국에서 모방품(模倣品)이 생산

되어 제삼국에 수출되는 것을 방지하고자 하는 경우도 있으며, 한국에 합작 회사나 기술 제휴선(提携先)을 확보하기 위한 사전 작업으로서 하는 경우 등 그 목적은 다양하다 하지 않을 수 없다. 이와 같이 외국 기업들은 자사(自社)의 디자인을 법적으로 보호하고자 혈안이 되어 있으나, 우리 기업들은 필자가 알기로는 몇몇을 제외하고는 이러한 제도가 있는지 또는 외국에서 우리 상품을 법적으로 방위할 수 있는 기업 경쟁의 무기로 활용할 수 있는지에 대하여 거의 소홀히 취급하고 있다고 시인하지 않을 수 없다.

더구나 정부에서는 금년에 W IPO(World Intellectual Property Organization)에 가입할 움직임을 보이고 있는데, 이 기구는 전세계적인 지적 소유권(知的 所有權: 공업 소유권과 저작권을 총칭하는 말이다)을 다루는 기관이다.

이와 같은 기구에 가입하는 이유는 공업 소유권, 특히 우수한 외국 기술과 디자인 분야에 국제적인 조류를 하루 빨리 소화시키기 위한 것이다. 지금까지 외국 기업의 디자인을 모방하여 수출하던 메이커가 혹 있었다면, 이와 같은 디자인 분야의 국제성에 입각하여 이제는 우리 기업의 우리 디자인



을 적극적으로 개발하지 않으면 수출은 고사하고 내수품(內需品)도 생산하기 어려운 시점에 와 있다는 점을 깊이 반성하여야 할 것이다.

막대한 연구 시설이 필요한 기술 분야에 비하여 비교적 작은 규모의 투자로서도 얼마든지 개발이 가능한 상품 디자인을 다시 한번 검토하여야 할 것이다.

필자가 경험한 바에 의하면 외국 바이어의 주문품을 수출한 연후에 다른 나라에 같은 상품을 수출하였다가 그 나라의 디자인 등록권 침해가 된다고 하여 크레임을 당한 경우도 보았고, 저작권(Copyright)을 침해하였다고 하여 통관(通關)이 보류되는 경우도 보아 왔다.

수출 100억 달러 고지를 넘어 보다 비약하여야 할 우리 기업들은 종전의 안이한 모방에만 급급하여서는 도저히 험난한 국제 시장을 개척하기가 힘들 것이 예상된다. 다시 말하면 다른 나라의 타사(他社) 디자인을 우리가 마구 모방할 수 있다는 것은 우리 기업의 신규 디자인을 다른 나라에서 마음대로 모방한다고 해도 무슨 뚜렷한 주장을 할 수 없게 된다는 뜻이리라.

상대방으로부터 대접을 받으려

면 상대방을 먼저 대접하여야 하는 이치와 같을 것이다.

우리 나라는 아직 Paris Convention(공업 소유권 보호 동맹 조약)에 가입하지 않았으나, WIPO에 가입한 후에 이 조약에도 가입할 것이 예상되는바, 이 조약에는 현재 전세계의 80여 개국이 가입하고 있으며, 이 조약 국가간에는 상호 권리의 보호는 물론이고 우선권(優先權: Priority)을 인정하여 특정국(特定國)에 출원한 후 일정 기간 내에 다른 조약국(條約國)에 출원하면 처음 출원한 날짜를 원용받는 등의 혜택을 부여하고 있다.

이와 같은 Paris Convention이 생기게 된 배경도 결국은 상품 수출의 국제성 또는 경제 구조의 국제성에 있다고 하여도 과언이 아닐 것이다.

얼마만큼 팔았다는 데에는 반드시 무슨 디자인으로 된 무슨 품목의 무엇이 팔렸다는 이야기로 직결되고 있다. 그렇다면 타국(他國) 또는 타사(他社)의 디자인을 모방한 것만으로는 이미 국제 시장에 나설 채비도 되지 않는 선까지와 있다고 생각된다.

다행히도 현재 우리 나라는 일본 디자인의 출원 및 등록을 받아 주고 있지 않으나, 언젠가는 일본

디자인을 법적으로 보호하여 주지 않으면 안 될 시점이 도래할 것으로 예상되는데, 그 때에는 지금까지 상품 디자인에 신경을 별로 쓰지 않던 기업도 부득이 사업을 위해서는 신경을 쓰지 않으면 안 될 것이다.

주지하는 바와 같이 일본의 산업 디자인 분야는 우리 나라보다 월등히 앞서 있을 뿐만 아니라, 경우에 따라서는 우리 나라의 신제품이 나올 때마다 일본 상품 디자인과 충돌되어 시비가 생길지도 모르기 때문이다.

바라진대 외국 시장 조사 때에는 자사 제품(自社製品)의 디자인과 동일 또는 유사한 것이 있는가? 없다면 수출 대상국에 우리 디자인을 등록시킬 수 있는가를 면밀히 검토하여 가능하다면 독점권(獨占權)을 확보한 연후에 수출하기를 권고하는 바이다.

그리하여 메이드 인 코리아 제품에 우리의 상표를 부착하고, 우리의 디자인으로 세계 시장에 우리의 것이 각광을 받는 날이 하루 빨리 오기를 기대한다. 차제에 특히 수출 메이커들은 자사 제품의 디자인 등록을 수출 대상국에 반드시 하여야만 된다는 점을 인식하여야겠다는 점을 다시 한번 강조하고자 한다.



# 포장 재료의 개발과 포장 정책

포장재를 통해 본 패키지 전략



상품화 계획에 있어서 직접 소비자의 손으로 넘어가는 상품이 있다면 포장을 계획 당초부터 고려하지 않으면 잘 팔리는 물건을 만들기는 곤란하며, 광고 선전이라는 면에서도 포장은 유력한 매체가 되고, 최후로 소비자의 판매 의욕을 일으키는 동기는 포장이 만든다는 심리적 기능을 보아서도 충분히 알 수 있다.

김 형 호

한국 포장 기술 연구소 소장

## 1. 서 론

포장의 목적은 보호성(保護性)과 수송·보관·하역의 편의성 및 판매 촉진에 있음은 주지의 사실이다. 그러나 근래에 와서 포장 재료의 양적·질적 개발과 수송·하역 장비의 개선, 현대화와 보관 시설의 근대화로 공업 포장의 기능인 보호성과 수송·보관·하역의 편의성을 주는 포장에는 그다지 문제가 되지 않게 되었다.

제품에 대한 개발의 한계성과 판매 경쟁, 특히 수출이 우리 나라의 경제를 주도하게 됨에 따라 상업 포장의 위치는 급진적으로 격상되어 내용품 생산자나 포장 업체는 이 부문에 많은 노력을 경주하여 어느 정도의 수준에 도달하게 되었다. 상업 포장이 가장 발달된 부류로서는 화

장품·의약품·가공 식품류 등이 대표적으로서, 보호 기능을 발휘하면서도 판매 촉진이나 내용품에 대한 가격 제고 등 상업 포장의 역할을 다하고 있다. 특히 화장품의 경우 가격을 인상하려면 내용물에도 향상이 있어야 하지만 포장과 상품명을 바꾸어야 하듯이, 이제 우리는 상업 포장하에서 생활하고 있으며 그 비용을 부담하고 있는 것이다.

포장 재료나 용기(容器)의 연구 개발은 종래의 자연재(自然材)를 소재로 한 목상자(木箱子)·목통(木桶)·벚짚·가공 용기에서 자연재를 공업화하여 만든 판지(板紙)나 골판지 상자·지대(紙袋)·마대(麻袋)·면대(綿袋)·유리병·금속기 용기로 발전하였고, 근래에는 석유 산업의 발달로 합성 수지(合成樹脂)가 개발되었다. 우리 나라에도 몇 종을 제외하고서는 국내 생산 원



료로서 그 목적에 따른 가공 방법이 도입되어 실제에 적용되고 있으며, 그 자체로 또는 상품에 포장되어 수출되고 있는 실정이다.

수년 전만 하더라도 국내의 상업 포장이 낙후되어 수출품의 단위 포장(單位包裝)은 수입국에서 다시 포장하는 것이라고 생각하였지만, 요즘은 양상이 바뀌어 단위 포장까지도 직접 우리가 하게 되었다. 그 이유는 우리 나라도 포장 기술이 발전하여 선진국의 기술과 큰 차이가 없고, 선진국의 인건비가 상승되어 종래의 방법으로는 수지가 맞지 않기 때문이다. 따라서 우리도 이제는 직접 전시 판매할 수 있는 좋은 상업 포장을 하여 상업 포장이 갖는 기능을 최대한 살려 고가(高價)로 다량 수출할 수 있는 기틀을 마련하여야겠다.

## 2. 포장 자재와 용기의 현황

1965년경부터 수출이 본격화되면서 포장 자재와 용기(容器)의 개발은 급속도로 가속화되어 강직(剛直) 포장 재료와 용기는 물론, 석유 화학의 개발로 각종 유연(柔軟) 포장 재료도 그 양적·질적인 면에서 일대 혁신을 가져왔다. 포장 자재 및 용기의 근대화는 석유 산업의 개발에서 얻어지는 각종 플라스틱 포장의 도입으로 이루어졌다.

석유 화학에서 얻어지는 플라스틱재 이전의 유연 포장 재료로는 종이와 셀로판 및 PVC 뿐이었다. 석유 화학 시대의 도래로 폴리에틸렌·폴리프로필렌·폴리스치렌·폴리비니리덴·폴리에스터·나일론·폴리비닐알콜·폴리카보네이트 등의 필름재와 용기가 개발되고, 포장 내용물의 보호법과 판매 촉진에 기능을 줄 수 있는 투명성, 방수(防水), 방온성(防溫性), 방기성(防氣性), 내약품성(耐藥品性), 내한 내열성(耐寒耐熱性), 강인성(強靱性), 내유성(耐油性)을 충족시킬 수 있게 됨에 따라 포장의 방법과 형태가 다양화되어 오늘의 포장을 낳게 하였다.

합성 수지 포장재의 개발 및 실용화는 1950년대에 들어와 서양에서 시작되었다. 일본은 1960년대부터 본격적으로 원료를 생산하였으며, 우리나라는 1970년도에 들어와 일본보다 10여 년 늦게 합성 수지 시대를 맞게 되었다. 물론 원료

가 국산화되기 이전인 1960년대에도 포장재를 수입 또는 원료와 가공 기계를 수입하여 포장에 사용하였으나, 그 물량면에서는 보잘것없는 것이었다.

현재 국내에서 생산되고 있는 합성 수지 포장재는 폴리에틸렌·폴리비닐크로라이드·폴리스치렌·폴리프로필렌 및 나일론뿐이며, 그 외는 재료를 수입한다든가 아니면 원료를 수입·가공하여 사용하고 있다. 국내에서 생산되고 있는 합성 수지 포장재는 포장재 수요의 90% 이상을 커버하는 대주종(大主宗)으로서 특수 포장을 제외하고서는 일반 포장을 충족시킬 수 있는 것이다.

합성 수지 포장재의 개발은 그 자체만으로 포장의 요구 특성을 만족시킬 수 없는 것을 위하여 복합 가공지(複合加工紙)를 생산하게 하였고, 더 나아가 지류(紙類)·금속·목재(木材)에의 가공에도 일익을 담당하게 되었다. 즉, 보통 셀로판으로 방온(防溫) 셀로판을 만든다든가 합성 수지—합성 수지, 합성 수지—종이—합성 수지, 합성 수지—금속—합성 수지—셀로판, 합성 수지—종이 등 2중 포장지로부터 5중 포장지까지가 생산되며, 갖가지 코우팅 방법이 도입되어 이제는 첩합(貼合)이나 코우팅 기술이 선진국의 수준에 달하고 있다.

이제 우리 나라에서도 포장에 필요로 하는 종이·판지(板紙)·합성 수지·셀로판·유리병·금속 관(金屬罐) 등을 국산화하여 사용하고 있다.

## 3. 마케팅과 포장

우리는 유통을 대별하여 상적 유통(商的 流通)과 물적 유통(物的 流通)으로 구분하며, 포장은 물적 유통의 시작으로서 끝까지를 잇는 중요한 기능을 가지고 있다. 그러나 포장은 물적 유통의 기능만을 가지고 있는 것이 아니라 상적 유통, 즉 비물적 유통(非物的 流通)에서도 중요한 기능을 가지고 있으며, 판매 경쟁이 격화되면 될수록 그 기능은 더욱 중요시되고 있다.

상업적 유통은 근래에 와서 넓은 의미로 마케팅이라는 말로 표현된다. 마케팅은 재화(財貨) 및 서비스를 최종 소비자의 손에 넘기는 데 필요한 일체의 수단과 행동으로서 정의되며, 이것을 경영학적인 관점에서 표현하면 소비자의



수요에 적합한 상품을 상품화하여 소비자에게 제공하는 상품의 품질, 가격을 바라는 때에 바라는 방법으로 바라는 장소에 제공할 수 있는 합리적인 기업의 시장 활동을 조사·기획·실시하는 경영 활동이라고 정의할 수 있다. 대량 생산에 의하여 만들어진 근대 공업의 산물을 대량 판매하기 위한 활동을 마아케팅이라고 하면, 포장도 또한 대량 판매에 큰 기능을 가진 것은 말할 필요도 없다.

상품화 계획에 있어서 직접 소비자의 손으로 넘어가는 상품이 있다면 포장을 계획 당초부터 고려하지 않으면 잘 팔리는 물건을 만들기는 곤란하며, 광고 선전이라는 면에서도 포장은 유력한 매체가 되고, 최후로 소비자의 판매 의욕을 일으키는 동기는 포장이 만든다는 심리적 기능을 보아서도 충분히 알 수 있다.

근년에 포장이 판매 촉진에 접하는 역할은 대단한 것이며, 상품의 균질화(均質化)를 포장의 특수성으로서 커버하고 자사(自社)의 브랜드를 침투시키는 것도 포장의 힘이고, 대량 판매를 위한 사전 포장(事前包裝)으로서 단위 판매량을 설정하여 편의성을 주었고, Multi-Package로서 최종 목적을 달성시켜 주고 있다. 형태가 완연하여 그 자체가 미감성(美感性)을 갖고 이동성이 있는 것은 그리 문제가 없지만, 식품이나 액체·분체(粉體)의 경우 포장은 상품화를 위하여 필수 불가결의 요소가 된다.

미국의 경영자 협회에서 발간된 『포장은 마아케팅이다(Packaging is Marketing)』라는 단행본은 포장이 물건을 팔기 위한 강력한 수단으로서 인식되어야 한다는 점을 강조하고 있다.

미국에서 발간된 『Hand Book of Package Engineering』에 수록된 'Packaging Research의 요점 12가지'를 기술하면 다음과 같다.

- (1) 제품에 어떤 특징이 강조되어야 하는가?
- (2) 선전과 판매 촉진에 있어서 어떤 상호 관계가 있는 미디어가 사용되어야 하는가?
- (3) 어떤 소매(小賣) 채널이 사용되고 있는가?
- (4) 판매 점포에는 어떤 상품들이 전시되는가?
- (5) 제품은 어떤 그룹의 사람들을 대상으로 하는가?

(6) 특별한 Shelf Life가 요구되는가?

(7) 어떤 질이 요구되는가?

(8) 소매 채널에는 무엇이 특별히 요구되는가?

(9) 제품은 Multi-Component의 면을 갖는가?

(10) 다른 제품과의 관련성을 가질 필요는 없는가?

(11) 사용 방법이나 사용량은 어떻게 되어 있는가?

(12) 시장은 어떤 가치를 포장에 인식시켜 주는가?

#### 4. 대 책

현재 유통되고 있는 상품의 포장을 관찰하여 볼 때, 한 마디로 말해서 너무 극과 극을 형성한다고 할 수 있다. 즉, 화장품이나 의약품 포장은 최고급인 반면 저가(低價)의 식품·완구(玩具)·잡화의 포장은 수준 이하의 포장을 하고 있다.

전술한 바와 같이 포장은 물적 유통에서의 기능뿐만 아니라 상적 유통에서도 중요한 기능을 가져 이들을 종합하여 적정점(適定點)으로 포장하는 것을 적정 포장(適正包裝)이라고 할 수 있겠다.

공업 포장은 규격으로서 어느 정도의 규제를 가할 수 있으나, 상업 포장은 규제가 거의 불가능하다. 따라서 상업 포장은 자유 경쟁 시대, 전쟁 기간, 번창 시대, 공황 시대 등 시대의 변천에 따라 그 기준도 달라지고 관념도 바뀌게 된다.

우리 나라도 1970년 초 소비가 미덕인 때에는 모든 포장 재료를 고급화하고 과잉 포장을 당연시하다가 석유 파동 이후 우리는 적정 포장을 제창하여 소비자의 손에 직접 건네지는 상품의 적정 포장 기준이 한국 디자인 포장 센터에서 초안되어 한국 공업 규격으로 되었으며, 여기에서는 공간 비율(空間比率)과 포장비가 규제되어 있다. 생산 공정을 경과하여 만들어진 물건은 그 자체로서 상품이 되는 것이 아니라, 여기에다 포장을 함으로써 비로소 상품이 되는 것이다.

포장은 내용물과 같이 가치를 창조하며 실용



품인가, 기호품인가, 유행성이 높은 상품인가에 따라서 내용물과 포장의 비율에 변화를 가져온다. 소득의 증대와 생활의 윤택 및 시간적 생활로 포장의 편리성이 더욱 요망되고 있다.

포장의 편리성은 형태의 편리성, 시간의 편리성, 장소의 편리성, 양(量)의 편리성, 포장 용기(包裝容器)의 편리성, 준비의 편리성, 조합(組合)의 편리성, 자동 조작의 편리성, 선택의 편리성, 크레디트의 편리성을 들 수 있다. 미국의 『Hand Book of Package Engineering』에 나타난 특정 품목별 포장 재료와 용기의 구성률을 보면 다음 표와 같다.

(단위 : %)

품	목	메이커의 판매 가격에 접하는 포장비의 비율
잉크 및 접착제		40.0
화장품		36.3
약		35.2
모우터	오일	34.0
맥주		30.0
식품		24.1
과자		21.2
문방구		20.0
왁스 광택제(光澤劑)		15.0
페인트		12.5
완구		9.1
담배		8.0
육류(肉類)		6.5
알콜 음료		5.2
자동차 부품		5.0
인물(刃物)		5.0
철물(鐵物)		4.0
사무기(事務機)		1.4

한국 공업 규격에 규정된 적정 포장 기준이나 미국의 경우 포장비의 구성률로 포장을 분석하여 볼 때, 과자류의 일부만을 제외하고서는 파인 포장이 거의 없다. 오히려 저급품(低級品)의 포장을 개선·향상시켜야 하는 문제가 발생한다.

일부에서는 극단적으로 소비자는 내용물을 사는 것이지 포장을 사는 것은 아니라고 하며 무포장론(無包裝論)을 주장하는 사람도 있지만, 우리도 이제 유통 채널이 종래의 일반 시장 기능이 약화되고 백화점·수퍼마켓·연쇄점(連鎖店)으로 이행됨에 따라 이에 적응될 수 있고 판매 촉진에 도움을 줄 수 있는 포장이 요망되어 생활 필수품의 포장은 앞으로 더욱 그 수요

가 증대될 것이다.

수요가 예상되는 포장으로서는 지기 포장(紙器包裝)·합성 수지 및 가공지(加工紙) 포장, 야채나 청과물의 Pre-Package, 가공 식품의 CIP·FIP·레토르트 포장, 합성 수지나 알루미늄의 트레이 포장, Bag in Carton 포장, Multi-Package 등의 광범위한 재료와 방법이 적용되어 시행될 것이다.

이와 같이 포장의 수요는 계속 증대되고 있고 개발도 계속되고 있다. 그러나 문제는 자원의 한계성과 공해(公害)의 발생에 있다.

석유 파동이 포장에 준 교훈은 생자원(省資源)의 차원에서 포장을 다루어야 한다는 사실을 확인시켜 준 것이다. 그 결과 생자원 포장(省資源包裝)과 폐기물 재생 산업의 부흥을 유발하게 되었다.

생자원이라 함은 로마 그레브의 제창과 같이 지구에 한정되어 있는 자원을 가장 유효하게 이용하는 것이라고 할 수 있다. 따라서 앞으로의 포장은 포장이 갖는 물적(物的)·상적(商的)인 기능을 발휘할 수 있으면서도 최소한의 자원으로써 가능케 하고 공해 발생을 최대한 억제시킬 수 있으며, 폐기물을 최대한 재활용할 수 있는 이상 포장(理想包裝)을 추구하여야 할 것이다.

이러한 이상적인 포장의 구현은 어느 특정인의 힘만으로써는 달성될 수 없는 것으로서 포장업자·소비자 단체·제품 생산 업체·판매 단체와 관련 산업 및 기관이 획적으로 잘 연결되어 어느 정도의 시간을 갖고 계속 노력함으로써 소기의 목적을 달성할 수 있을 것이다. ■

#### ■ 당센터 간행물 안내

#### 『포장 기술 편람』

포장 전문 기술을 필요로 하는 산학계의 실무 참고서로 포장 기사 1, 2급의 교재용임.

국판/예정 면수 800면  
발행 예정일 1978년 3월 말



## 미국 하이그레이드 사의 포장 디자인



기존 포장

김 지 철  
당센터 기획 관리실 연구 담당

FDA(미국 식품 및 의약품 관리국)가 1971년 육류 제품 포장에 관한 새로운 지침을 제정하였을 당시, 육류 가공업체인 HYGRADE 사(社)가 'BALL PARK'라는 Hot Dog 포장에 사용하던 방법은 육류가 공업에서 가장 많이 사용되는 것이었던바, 이는 붉은 체크무늬 또는 Cross Hatch(도판 등에 그물눈의 음영을 넣은 것)를 상표와 함께 인쇄한 필름 포장이다. 그러나 FDA는 이러한 사용법이 포장 지침에 위배된다고 단정하였는데, 그 이유는 Hot Dog에 포장된 필름에 인쇄된 붉은 체크 무늬가 Hot Dog에 묻기 때문이었다. FDA는 그해 연말까지 포장의 주표면(主表面)에 제품을 최소한 40%를 노출시키거나 혹은 완전히 불투명한 것으로 바꿀 것을 지시하였다. HYGRADE사는 최소한의 노력으로 이러한 정부의 새로운 규정을 준수하고자 했다. 한편, 경영자들은 이에 따른 디자인의 변경으로 판매 증대 효과까지도 거둘 수 있을 것이라는 점을 인식하였다. 이 회사는 자신의 BALL PARK FRANK(미국에서는 Hot Dog용 소시지를 FRANK라고 부르고 있음)의 완전한 새로운 시장 개척을 계획하고, 이러한 디자인 변경 문제를 뉴우오크의 포장 디자인 전문 회사인 Jarrin & Levitan 사에 의뢰하였다.



## 1 문제점과 해결책

Bud Jarrin 씨는 다음과 같이 말하였다. 일반적으로 말해서 과거의 Hot Dog 포장은 어떤 의미에서 어떤 것이나 대동소이하였다. 이들 포장은 제품 생산업자들에 의해서 설계되었다. 따라서 포장이란 투명한 Mylar(폴리에스터의 상표명)나 아세테이트 필름에 회사의 이름을 인쇄하여 여덟 개의 소시지를 포장한 것이라는 정도로 인식되어 있었으며, 치밀한 계획하의 설계에 의한 훌륭한 디자인은 전혀 없었다. 디자이너들이 설정한 디자인 기준은 BALL PARK FRANK 가 주요 경쟁 제품보다 최소한 10 센트나 가격이 비싼 우수 제품이라는 점에 역점을 두었다.

HYGRADE 사의 포장 디자인 개선을 위임받은 Jarrin & Levitan 사의 멤버들은 BALL PARK 사의 포장을 바꾸어야 하는 이상 경쟁 제품과 구별이 생기도록 해야 하며, HYGRADE 라는 회사 명칭보다는 BALL PARK 라는 상표의 독특한 이미지를 더 중요시해야 한다고 생각하였다. Jarrin & Levitan 사는 포장 기획을 BALL PARK 라는 Logo Type 를 튀어 나오는 인상을 주는 BLOCK-STYLE(Lettering의 선이 굵고 길이가 같은 것)로 되어 있어서 산만하고 어지러운 느낌을 주고 있고, 이 밖의 많은 Copy 들이 Design Motif 속에 들어 있어 포장의 Multiple-Identity-Look 가 없으며, 새로이 시도하는 포장 디자인은 정부의 규정과 부합되는 것이어야 했던바, Marketing Team 은 가능한 한 모든 포장 디자인 및 인쇄 기술을 동원할 것을 지시하였다.

Jarrin 씨가 최종적으로 고려해야 할 점은 맛과 식욕의 자극적인 디자인이고, 그 다음은 FDA 가 Cross Hatch 방법의 인쇄를 금지시키는 데 따른 문제가 있었다. Jarrin & Levitan 사가 염두에 둔 첫번째 문제는 상품의 상당한 부분을 노출시키는 것과 BALL PARK 라는 명칭을 돋보이게 하는 것이었다. 또한 이 상품에 적합하다고 생각하는 색채로는 Bright Red 를 선정하였고, 그 다음으로는 'BALL PARK'를 다른 형태로 전달하는 방법을 연구하였다. 'BALL PARK'라는 명칭은 원래 Detroit Tigers 야구 팀의 스타디움 구내 전용으로 생산되었다는 데서 유래

되었던바, 그 후 HYGRADE 사 내에서 비공식적으로 BALL PARK 라는 이름으로 불려졌고 정식으로 채택된 것은 FRANK 가 최초로 일반 수우퍼 마아켓에 소개된 1960 년대에 W. B. Doner 씨에 의해서였다.

디자이너들은 실제적인 야구 시험에 관한 일러스트레이션을 포장의 주표면에 실어 BALL PARK 라는 용어의 이미지를 살렸다. 또한 그들은 2 중 포장 디자인, 즉 여름용 포장에는 야구 선수의 사진을 싣고 겨울용 포장에는 미식 축구 선수의 사진을 싣는 방법을 시도하였다. 마지막 시도는 구미를 당기게 하는 방법이었는데, 이를 위해서는 날것 대신 즉석에서 먹을 수 있는 제품의 모습을 포장에 싣도록 하였다.

Jarrin & Levitan 사가 제시한 16 가지의 디자인 중에서 이 마지막의 것이 HYGRADE 사의 Marketing Team 의 관심을 끌었다. Jarrin 씨는 다음과 같이 설명하였다. 즉, HYGRADE 사의 선전은 오랫동안 "이것을 먹으면 살찐다"라는 구호 아래 행해져 왔는데, 우리는 포장에 이러한 구호를 반영시키도록 노력하였다. 우리는 구운 Hot Dog 를 나타내 보이기 위한 여러 가지 방법을 시험해 본 결과, 결국은 실물과 같은 크기로 포장을 압도하는 여러 개의 구운 Hot Dog 를 싣고, 그 옆에 BALL PARK 라는 Logo Type 를 넣기로 결정하였다.

## 2 디자인 결정

최종적으로 세 가지 포장 디자인 안을 채택하여 HYGRADE 사의 기존 포장과 각 지방에서 비교 테스트를 하기로 하였다. 첫번째 것은 안전 위주로 한 방법으로 정부 규정에 아주 부합되는 것이나, 새로운 판매 촉진은 어려워 보였다. 두 번째 것은 은색의 Mylar 필름에 새로운 광고문을 새기도록 한 기발한 방법이고, 세 번째 것은 포장 디자이너들이 가장 강력하게 주장한 것으로 구운 FRANK 를 클로우즈업시키고, 이 제품이 Pride 를 갖고 내놓은 것이라는 점을 암시해 주는 포장이다.

Jarrin 씨는 다음과 같이 말하였다. 우리가 이제까지 최종 디자인 안을 제출하였을 때, 우리의 고객인 HYGRADE 사와 HYGRADE 사의 광고





1차로 시도된 16종의 디자인 중 계절적인 2종 포장(雙種包裝)

대리점은 상상 밖의 반응을 보였던 것이다. 즉, HYGRADE사의 경영진은 우선 포장을 시험해 보는 대신 앞서 말한 세 번째 안에 크게 감동되어 우리와 광고 대리점간의 공동 전의, 그리고 HYGRADE사의 광고 및 판매 담당 부사장인 Clyde Riley 씨의 전의를 좇아 이 안을 직접 생산 시장에 내놓아 시험키로 결정하였다.

### 3 실용화

Standard Packing Corp Flexible Package Div. 이 제공한 새로운 포장을 1972년 초에 Toledo 시에 선보여 2개월 동안 면밀히 관찰하였는데, Toledo 지역은 이상적인 시험 대상 지역이었다. 왜냐 하면 이 도시는 Detroit 시에 인접하여 'BALL PARK'라는 상표가 어느 정도 낮익혀져 있던 반면에 판매고가 과히 높았던 지역은 아니었으므로 새로운 시장에 관해 필요한 자료를 어느 정도 제공할 수 있었기 때문이다. 이 지역에서의 시험 결과는 너무나 양호하여 Marketing

Team으로 하여금 이 포장을 모든 시장에 내놓아도 좋다는 확신을 갖게 하였다. 이 포장은 모든 시장 내의 신문 광고란에 전면 4도 인쇄로 실물과 같은 크기로 게재되었다. Cleveland 지역의 경우 첫달에 BALL PARK의 매상고가 15% 증가하였다. 이 수치는 그 당시 Hot Dog 판매고가 전반적으로 하락 추세에 있었고 가격은 폭등하는 상태였음에 비추어 대단한 수치라고 할 수 있다.

Jarrin 씨는 다음과 같이 말하였다.

“이러한 결과는 사람들이 잘 알려진 상표, 그리고 식욕을 돋우고 구매 충동을 유발하는 포장 상품에 대해 구매 의욕을 느낀다는 증거다.”

### 4 제2의 포장

1년 후 HYGRADE사는 또 다른 포장 문제, 즉 이 회사의 직원 Skip Robert 씨의 아이디어를 갖고 Jarrin & Levitan사를 찾았다. Robert 씨의 아이디어는 현재 Pork와 Beef로 만드는 FRANK



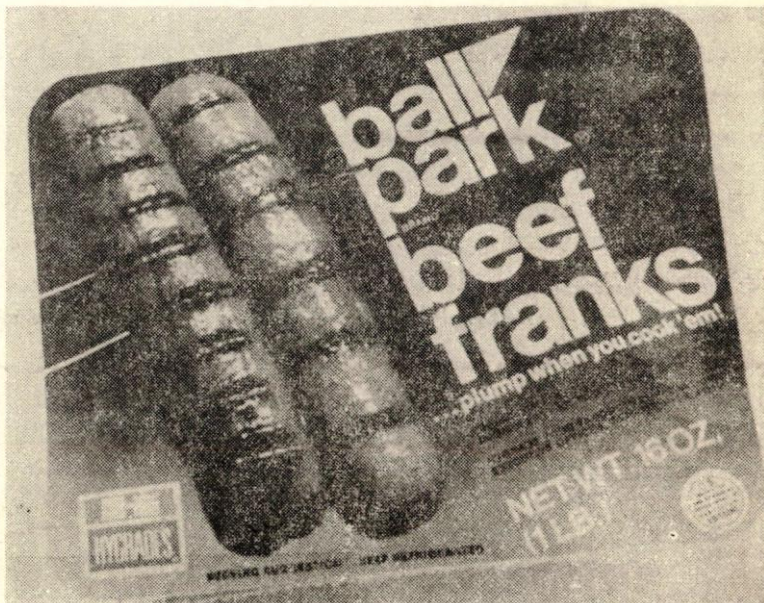
를 자매품으로 100 %의 Beef로 만든 FRANK를 생산하자는 것이었다. 포장 표면에 담을 이 제품의 첫번째 문구는 이 제품이 100% Beef로 만든 FRANK라는 것과 두 번째 문구는 질적으로 우수하다는 내용이었다. 이 포장 문제는 Jarrin & Levitan이 기존 BALL PARK 포장에서 거둔 것과 마찬가지로 성공적인 포장 디자인을 제공받을 수 있으리라는 기대 속에 이 Jarrin & Levitan사의 디자이너들에게 제출되었다. 디자이너들은 디자인의 기준 방향에 관한 구상을 함에 있어 이 포장은 무엇보다도 'BALL PARK'를 강조해야 된다고 느꼈다. 왜냐 하면 이 상표는 그 당시 이미 상당한 관록을 얻었기 때문에 전혀 새로운 상표를 소개하는 것에 비해서 판매 촉진의 효과가 크다고 믿었기 때문이다. 'BALL PARK'의 강조와 더불어 이 FRANK가 Beef로 만들어졌다는 점도 강조되어야 했다. 디자이너들은 또다시 일련의 포장 디자인 안을 작성하였는데, 이것은 모두가 첫번째 성공을 거두던 디자인을 참고로 하여 구상되었다. Black Color의 배경은 온화한 Brown (Toast 색)으로 바뀌었다. 디자이너들은 이 Brown색을 씌으로써 소비자에게 Beef에 대한 인상을 줄 수 있다고 생각하였다. 새로 추가된 사항은 디자인상에 Serving Fork의 삽입이다. Jarrin 씨에 의하면 이는 FRANK를 요리하는 이미지를 줌으로써 이 Hot Dog가 야외용(피크닉)이 아니고 디너용 고급품이라는 것을 나타내기 위한 것이다. HYGRADE사는 종전의 디자인에 손색이 없는 완전한 디자인이라고 인정하고 이를 받아들였다.



최종 선택된 포장

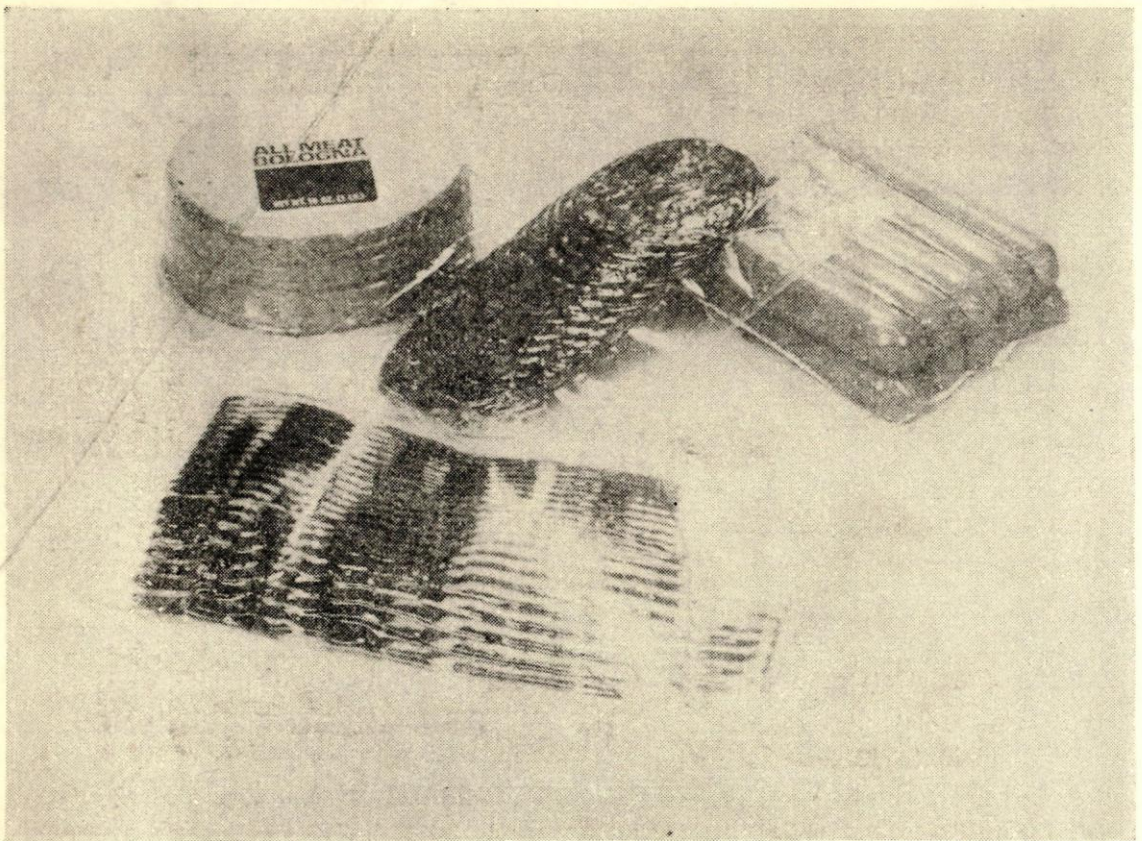
## 5 새로운 포장 디자인의 실용화

HYGRADE사의 Marketing Team은 1973년 11월에 이 포장 디자인 안을 경영진에 제출함과 동시에 이를 Test Market 없이 판매 지역에 즉시 내놓자는 전의를 하였다. 경영진이 이를 받아들여 최종 디자인이 마련되고 1973년 12월까지 인쇄되었으며, 또한 1974년 1월까지의 'BALL



All Beef Frank FDA 포장





PARK BEEF FRANK'가 시장에 등장하도록 예정되었다. Jarrin 씨는 다음과 같이 말하였다. "HYGRADE 사는 먼젓번의 포장으로 아주 좋은 평판을 얻었기 때문에 판매업자들은 이 회사가 내놓은 상품은 상품 가치가 있고 그로 인해 잘 팔릴 것이라는 인상을 주었던 것이다."

## 6 사후 평가

Beef FRANK 를 시장에 내놓은 후 W.B. Doner 사의 시장 조사자는 또다시 BALL PARK 소비자들의 반응을 조사하였다. 신제품인 ALL-BEEF-FRANK 는 재래의 BALL PARK FRANK 의

시장과 다른 별도의 시장을 구축하였고, Bee FRANK 판매 개시 후 최초의 5개월 동안에 이 두 가지 종류의 총매상고가 40 % 증가되었음이 밝혀졌다. 더우기 Beef FRANK 가 점유하는 비중은 전체적인 BALL PARK FRANK 시장에서 이미 30 % 이상에 달하였다. 이 새로운 포장은 HYGRADE 사의 역사상 가장 성공적인 신제품 개발 판매를 가능케 하였다고 판매 담당 부사장인 Riley 씨는 말했고, 또한 최근의 수우퍼 마켓의 Hot Dog 포장 디자인들이 점차 HYGRADE 사의 포장, 즉 4도 원색 인쇄에 구미를 당기게 하는 디자인을 강조하는 포장을 모방하고 있다고 Jarrin 씨는 말하였다. ■

### 디자인 용어

#### ● 줄 포장 ● Strip Packaging

캡슐이나 정제(錠劑)와 같이 작은 제품을 자르거나 또는 찢기 쉽도록 분절(分節) 혹은 주머니에 낱개 또는 여러 개씩 포장하는 방법을 말한다. 줄(strip) 포장재로는 주로 투명한 열 봉합 필름을 사용하나, 열 봉합 금속 박(箔)이나 필름과 박(箔: foil)의 합성물을 사용할 때도 있다. 줄 포장의 또 다른 용도는 소량의 액체물·분말 또는 입상체(粒狀體)를 긴 줄 또는 토막 줄에 부착된 작은 주머니 속에 포장하는 데 사용한다.



## □ 패키지 디자인 개발 성공 사례



김 종 호  
당센터 디자인 개발실 연구원

## 조일 산업의 패키지 CI

통조림과 넥타류의 패키지 디자인 제작 프로우필

### 조일 산업 주식 회사

소재지 : 경북 영덕군 강구면 오포동 12-1  
서울사무소 : 서울 중구 종로동 355. 뉴우 서울  
토오쿄오지사 : 일본 토오쿄오 항구(港區) 신교(新橋) 3-1-12  
대표자 : 송형구  
창립연월일 : 1945. 12. 4  
주요생산품목 : 콩치 보일드, 콩치 필레, 콩치 송이 가미, 고등어 보일드, 고등어 된장 찌개, 정어리 보일드, 정어리 된장 가미, 골뱅이 보일드, 골뱅이 가미, 백도·황도·간포도·사과 통조림, 딸기잼, 복숭아잼, 마늘 장아찌, 사과 넥타, 복숭아 넥타, 딸기 넥타, 포도 넥타, 양송이 통조림, 천연 송이 통조림 등  
1977년 수출 실적 : 120 만 달러  
1978년 수출 목표 : 250 만 달러  
주요수출대상국 : 미국·캐나다·일본·대만 등  
포상 : 1977년도 조세의 날에 대통령상 수상 등 다수



조일 캔 디자인 팀·왼쪽부터 김 지철 주임 연구원, 조 선희·김 종호·김 영경 연구원·김 철중 주임 연구원, 카메라맨 조 천웅 씨



## ● 기업적 안목의 소산

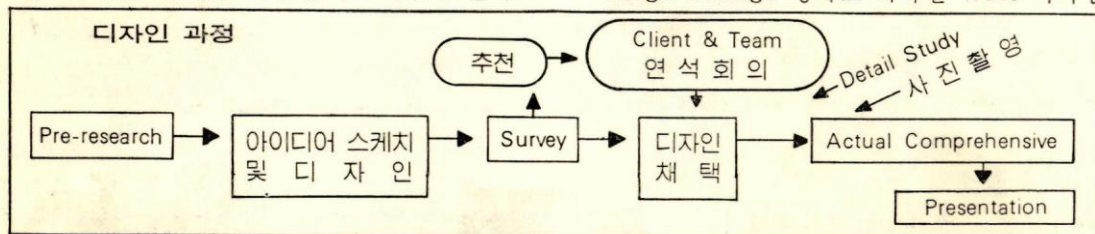
조일 산업은 수출과 내수 판매를 통해 튼튼한 사업 기반을 가지고 있는 통조림 제조 업체로서, 해외 시장에서는 'Pacific Star' Brand로 잘 알려져 있는 비교적 오랜 역사를 지닌 기업이다. 중소기업의 경우, 기업 스스로의 판단에 의하여 패키지 디자인을 개선해야겠다고 판단하는 것은 쉬운 일이 아닐 것이다. 조일 산업이 비록 당센터 연구원의 일련의 사전 방문과 당센터 이사장의 권유에 힘입은 바 크다고 할지라도 그것은 매우 현명한 기업적 안목의 소산이 아닐 수 없다. 본 프로젝트는 국내 통조림 메이커에서 패키지를 통한 C. I를 추진하는 첫 케이스가 되어 더욱 의의가 있다고 생각된다.

### (1) 조일 프로젝트 : 통조림류

- ① 회사 개요 : 생략
- ② 디자인 Item : 황도·백도·사과·깡포도·딸기·송이·양송이·마늘 장아찌/고등어보일드·꽂치 보일드·골뱅이·오징어 가미·고등어·된장 찌개·꽂치 송이 가미 통조림
- ③ 경쟁 제품 : 생략. (국내 통조림류 참조)
- ④ 디자인 기간 : 1977. 2. 1 ~ 4. 2

### ● 디자인 과정

본 프로젝트의 진행 과정은 대략 다음과 같다.



① **Pre-research** : 경쟁 제품을 수집하고 분석하며, 구 패키지의 결함, 통조림류의 마켓을 숙지하는 단계.

② **아이디어 스케치 및 디자인** : 디자인의 concept를 모색하는 과정으로서, Pre-research 중에 발견한 아이디어를 팀(사진 1)으로 구성된 5인의 디자이너가 각자 매일 5~10점씩 스케치(사진 2)했으며, 이것을 선정하여 7점의 스케치 패키지(Rough Package)(사진 4)를 만들.

③ **Survey** : 7점의 아이디어를 기존 경쟁 상품 4점과 함께 인기도를 테스트하였으며, Wave 디자인(사진 3)이 제일 높은 인기도를 얻었음.

④ **디자인 채택** : 조일측 대표 이사와 함께 한

첫번째 회의에서 Wave 디자인을 제출하고 디자인으로 채택함.

⑤ **Actual Comprehensive** (사진 5) : Wave 디자인을 채택함에 따른 graphic의 adjust와 인쇄된 상태와 같은 완전한 패키지 제작.

⑥ **Presentation** : 형식상의 디자인 제출.

⑦ **인쇄 제작**(사진 6) : 실용화·당센터는 인쇄값수를 담당함.

※ Client와 Team 연석 회의 : 디자이너와 최고 경영자가 문제점을 해결하기 위하여 직접 대화를 나누는 것은 매우 바람직한 일이다.

이 회의에서 다음과 같은 몇 가지 원칙을 정했다.

① **Color** : 수산물—Red/농산물—Green을 모든 제품에 통일해서 사용한다.

② **Symbol** : 심볼 마크를 지금까지 사용해 오던 것보다 훨씬 축소해서 디자인해도 좋다는 양해. 매우 힘든 설득이었음.

③ **Lay Out** : 상호(商號)를 비롯한 모든 작은 글자들을 측면으로 모은다는 등의 결정.

프로젝트 진행과 Meeting Holder는 김 지철 주임 연구원이 담당하였다.

### ● Actual Comprehensive

Rough Package 상태로 채택된 Wave 디자인

에는 다음 몇 가지의 보완이 필요했다.

#### 1) Wave Band와 Logo 조정

Wave Band는 Pre-research 단계에서 국내 통조림류의 100%가 수평적 와레이아웃임을 발견했으므로 상품명을 사선으로 놓기 위한 의도적 디자인이다. 왜냐 하면 사선으로 놓인 글자들은 Eye Catcher가 강할 것이 확실했기 때문이었다.

대체로 원통형은 가시 면적이 전체 면적에 비해 약 40% 정도인데, 좌·우측에서 캔의 중앙에 이르는 동안 시각 왜곡 현상이 있기 때문이다. Wave Band 또한 이런 곡면 위에서 진



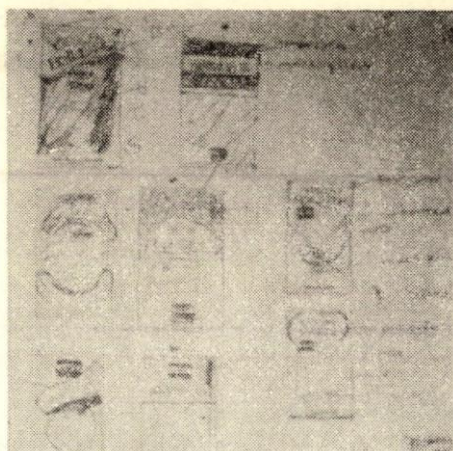


사진 2) 아이디어 스케치

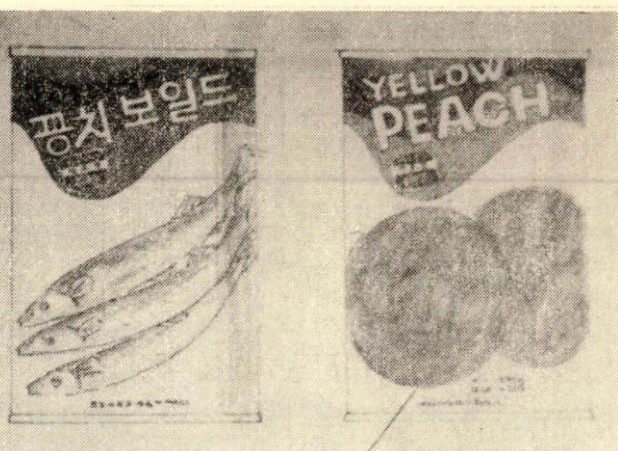


사진 3) Original Wave 디자인 김 종오 연구원

행되므로 평면에서의 곡선의 경우와는 다르게 취급해야 했다. 상자형 패키지는 정면(Front Panel)과 측면(Side Panel)·후면(Back Panel)이 분명하며, 레이아웃을 다양하게 할 수가 있으나 캔은 분명한 Panel이 정해져 있지 않다. 가령 디자이너가 좌측에 비중을 둔 레이아웃을 시도했다면, 실제로는 의도한 대로 되지 않을 것이다. 왜냐하면 소비자들은 화면의 중심을 이동해서 보기 때문이다. 우리들은 심리적으로 완전한 것을 바라는 경향이 있다. 캔의 경우에는 모든 조형적 요소가 중앙을 지향하게 되며, 따라서 소비자들은 전체 화면에 비추어 디자이너가 의도한 대로 반응하지 않고, 스스로의 시각적 밸런스를 추구하게 되는 것이다. 때문에 조형 요소들의 시각적 무게를 섬세하게 조정해야 할 것이다. 대부분 캔의 디자인은 Center Flush(중심에서 좌우로 대칭이 되는 레이아웃)로 디자인하는 것은 이런 때문인데, 디자인할 때 사람이 지닌 심리적 closure(완결성)를 감안해야 한다.

한편 Brand name의 경우, 'Yellow Peaches' 또는 'Mackerel Pike'와 같이 영문 logo는 단어가 너무 길기 때문에 가시 범위를 벗어나고, 국문 logo는 '백도'·'황도' 등과 같이 글자가 너무 적기 때문에 발생하는 Spacing의 언밸런스의 극복이 어려운 점이었다. 이 Wave와 logo에 대한 비중이 컸으므로 상당 시간 동안 몰두했으며, 시각적으로 만족스럽게 적응될 때까지 계속하였다. 영문 logo는 'Helvetica medium'으로 'Pacific Star'와 함께 묶고, 국문은 심볼 마아크와 함께

4호, 5호, 휴대판 각각에 알맞게 정리된 Wave 안에 앞뒤로 전개했다. 국문 logo는 김 철중 주임 연구원과 김 영경 연구원이, 영문 logo는 김 지철 주임 연구원이, Wave에 관해서는 본인과 조 선희 연구원이 각각 담당했다.

## 2) Photo Illustration

Wave 디자인의 그래픽적 기본은 "Wave Band+Photo Illustration"이다. 기존 경쟁 상품의 대부분이 붓 또는 Air Brush로 그린 내용물의 Illustration을 캔 패키지의 Selling Point 또는 Eye Catcher로 삼아 통조림 캔의 중심 부분에 나열하는 방법을 보이고 있다.

Illustration은 상품의 detail을 인위적으로 강조하거나 사진이 지닌 표현 영역을 넘어서며 환상적 표현 등 가능한 모든 수단을 동원할 수 있는 경이로운 디자인 요소이기는 하나, Illustrator의 테크닉 여하에 전체적인 디자인의 성패가 좌우되므로 탁월한 Illustrator를 만난다는 것은 Illustration을 이용한 패키지를 기획할 경우에는 상품의 장래를 위해서 지극히 필요한 일이다. 미국의 Illustrator들은 수준이 매우 높고 전문화된 개성을 가지고 있으며, 디자이너들과 함께 일하는 자신들의 역할에 대한 이해가 올바르고, 디자이너가 원하는 Concept를 정확하게 포착하므로 자신들의 역할을 증대시켜 매우 활발한 활동을 하고 있다. 따라서 디자이너는 그만큼 넓은 표현 영역을 가지고 있지만, 우리나라의 경우 그러하지 못한 실정이다.



#### 사진 4) Rough Package



디자인 : 김 지철 주임 연구원



디자인 : 김 철중 주임 연구원

조일 패키지에 Illustration 을 이용하지 않은 것은 대부분의 경쟁 패키지들이 저열하고 생생하지 못한 Illustration 으로 디자인되어 있는 등의 우리의 실정을 감안할 때, 오히려 사진을 이용하는 것이 더욱 좋은 이미지를 소비자들에게 줄 수 있기 때문이었다.

Photo Illustration 은 카메라맨의 사진 기술에도 좌우되기는 하나, 디자이너와 호흡이 잘 맞는다면 의도한 바에 육박하는 좋은 사진을 얻을 수 있어 훌륭한 표현 수단이라고 생각된다.

뉴욕요오크에서 Food Photographer 로서 유명한 AL GOMMI 씨의 스튜디오에서 촬영을 견학한 일이 있었다. AL GOMMI 씨는 연이틀째 같은 사진을 지루한 줄도 모르고 촬영하고 있었으며, 한편 같은 스튜디오 안에 있는 현상실에서는 방

금 촬영한 사진을 현상하고 있었는데, 색조가 나쁘면 다시 뽑고 다시 촬영하는 집요한 제작태도를 볼 수가 있었다. 정말 놀라운 일이었다. 일 개인의 스튜디오가 방 두 개에 딱 들어찬 각종 소도구들을 가지고 있는 것도 또한 부러운 일이 아닐 수 없었다. 사진 촬영에 필요한 여러 음식을 요리할 수 있는 멋진 주방도 구비하여 Food Stylist(실제로 먹어서 맛있는 음식을 만드는 것이 아니고, 음식의 빛깔·모양·차림새를 촬영했을 때 먹음직스럽게 돋보이도록 요리하는 전문가)가 한창 실력을 발휘하고 있었다. 애석하게도 당센터의 사진실에는 AL GOMMI Studio 처럼 멋진 주방이 없어 고등어를 비롯한 수산물은 냄새가 나고, 다루기도 난감했지만, 어쨌든 요리할 것은 하여서 촬영하였다. 생선류는 조명 등의 열 때문에 정작 촬영하기도 전에 표면이 건조되어서 선도(鮮度)를 잃었으며, 특히 피가 눈알로 배어 들어 촬영을 못하고 몇 번이나 시장에 다녀오는 곤혹을 치렀다. 생선류는 좋은 것으로 선택하는 선별과 보관이 중요하다. 혹시 당일 촬영을 못 마쳤을 때는 다음날 촬영에 대비하게 되는데, 보관시에 머리가 아래쪽으로 처지게 놓아 두거나 냉동된 어류를 물에 넣고 풀 때, 머리 부분이 아래로 가게 되면 약 1분 내외로 눈이 붉게 되므로 유의해야 한다. 채소류는 너무 삶으면 색조가 죽고, 그렇지 않으면 사실감이 없게 된다. 이런 여러 특수성을 감안하여 카메라와 연관지어 '시각적인 맛'을 만들 수 있는 기술이 필요했다. 김 영경·조 선희 연구원이 Food Stylist 와 디자이너의 일인 이역을 훌륭하게 감당했다.

생선류와는 달리 과일류는 비교적 형태들이 단순해서 Wave 에 쉽게 적용시킬 수 있었다. 복숭아는 통조림의 내용물을 꺼낸 뒤 촬영했는데 약해서 쉽게 부서졌으며, '백도'는 '황도'와 달리 창백한 색조를 띠고 있어서 사진 효과가 약해지는 경향이 있었다. 약한 색조의 물건은 디자이너가 전체적인 이미지에 주는 영향을 판단하고 보완해야 할 것으로 생각된다. 색 온도의 조절, 프린팅 조작의 가능성, 보조물(Props), 배경의 변화 등을 검토해 봄직하다. 그리고 딸기·포도·송이 등은 시기적으로 구할 수 없는 Item 이기 때문에 슬라이드 보관 자료에서 선





사진 5) Actual Comprehensive (Presentation 용 Package)

별하여 사용하였다. 미국의 경우, 식품류를 포함해서 패키지는 대략 6개월~1년 전에 디자인을 기획하는데, 우리 나라의 경우에는 그렇지 못하기 때문에 종종 미흡한 조건으로 멈추는 경우가 허다하다. 촬영 연출에 있어서 식탁·식기류·소도구 등도 매우 신중히 선택하였으며, 대부분 당센터 해외 자료실에서 구할 수 있었다.

혹시 그릇의 패턴이나 빛깔이 만족스럽지 못하면 전체의 이미지에 어울리도록 특수 물감으로 알맞게 가필해서 Wave Band와의 울림을 주었다. 화면 레이아웃은 캔을 전개했을 때에는 하나의 화면이 되면서 실지로는 각 파넬의 소구력이 높도록 화면 안배에 신경을 썼으며,

특히 Wave와 인접되는 부분의 빛깔과 형상들에 대한 고려를 잊지 않았다. 그리고 lighting에 큰 비중을 두었는데, 이는 무우드 있는 식탁의 이미지를 나타내기 위해서였다. 촬영에는 약 일주일일이 걸렸으며, 키메라는 조 천용 씨가, 연출은 본인이 담당했다.

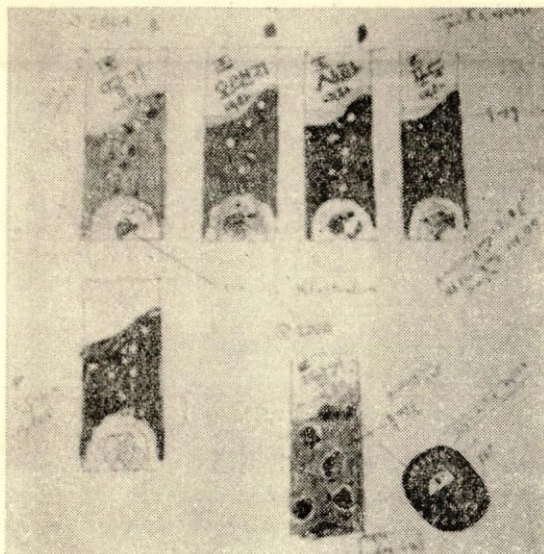
## (2) '넥타' 캔 패키지 디자인

조일 산업이 생산하고 있는 '오렌지·포도·복숭아·사과·딸기 넥타'의 패키지 디자인은 통조림류 디자인에 이어서 진행되었다. 넥타류의 패키지 디자인에는 통조림류의 그것에 비해 훨씬 경쾌한 느낌을 강조했다. Wave와 물방울,



사진 6) 인쇄 완료된 Can Package

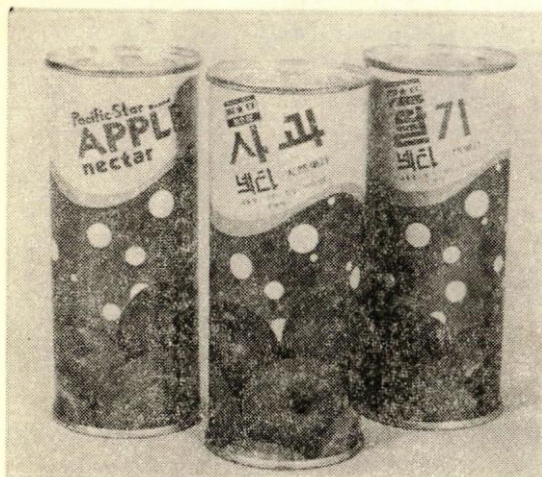




스케치



테스트



인쇄된 패키지

배경 빛깔은 디자인의 핵심이 되어서 “마시는 것”의 이미지를 강조하고 있다. 물방울의 흰 빛깔은 점두에서 강한 주의(attention)를 끌며, 특별한 상품적 결합이 없는 한 Selling Point로서 강한 소구력을 지니도록 의도했다. 그리고 이미지 테스트 결과 이런 점에서 다른 상품을 능가했다. ‘벡타’ 패키지는 Wave에 White를 사용했는데, Wave 아래의 백그라운드의 빛깔과 어울릴 때에 캔의 키가 더 커 보이도록 하며, 청결감을 주기 위해서이다. Family Product이면서 다른 류의 상품이란 세크멘테이션 이미지를 주자면, 동일한 Wave Band를 사용하고 빛깔을 달리해야 할 필요가 있기 때문이다. 디자인 컨셉트는 확립되어 있기 때문에 주로 감각적인 문제에 고심했다. 벡타 패키지를 완료함으로써 조일 C.I 프로젝트는 완결되었다. 벡타류의 디자인은 1977년 4월 7일에 시작하여 5월 9일에 완료했다. 디자인은 조 선희 연구원과 본인이, 사진은 사진실의 조 천용 씨가 담당했다. 이번에 도움을 주신 디자인실 동료 연구원들에게 깊은 감사 را 드린다.

### (3) 조일 패키지 디자인의 Concept

패키지 디자인에 있어 “BID의 원칙”은 수없이 강조되는 바이지만, 특히 본 프로젝트에서 ‘이미지’의 창조를 디자인 Concept로 삼은 것은 ① 중요 경쟁 메이커와의 Brand의 격차가 심하고, ② 군소 경쟁 업체들의 그것과는 대동소이하며, ③ Client 자체의 지명도가 다른 기업들보다 비교적 낮기 때문에 이런 정도의 Brand Value로서는 Brand를 앞세울 수 없었으며, ④ 조잡하고 불결한(위생 처리가 안 된 듯한) 느낌을 주는 것이 일반적인 통조림류의 디자인이므로 단순히 내용물을 나타내는 것만으로는 부족하고, ⑤ 경쟁 제품들의 대부분이 브랜드를 강조하므로 Brand보다는 ‘이미지’가 오히려 Selling Point로서 강점이 있을 것이라는 판단에서였다.

Wave Package는 청결감과 시즐 효과(음식의 맛을 나타냄) 및 무우드를 조성하므로 전체 경쟁 상품에 대해 차별 효과를 주고, 생산된 외제의 분위기, 점두 진열시 Wave의 반복에 의한 Display 효과 등은 ‘이미지’를 강화하기 위한 구체적인 디자인 전략이었다. ■



# 설악산 표지판의 시각 디자인 연구



인간의 삶을 위해 자연을 정복해 나아간 결과가 결국은 자연을 해치게 되고 파괴된 자연 때문에 인간 삶의 터전이 황폐해 가고 있다. 아름다운 조국의 자연은 무엇보다도 귀중한 우리의 재산이요 국력이다.

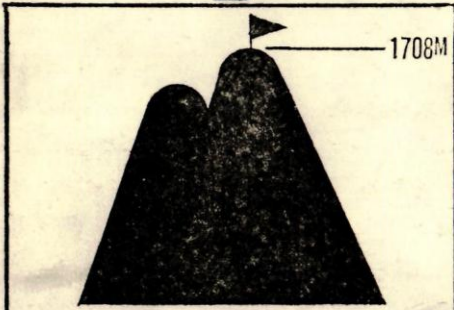
아름다운 산, 맑은 강물이 조화를 이루면서 수려한 명승지를 이루고 있는 아름다운 우리 강산은 일부 몰지각한 사람들의 행동으로 각종 공해와 쓰레기로 뒤덮여 있는가 하면, 각종 표지 안내판을 잘못 인식하고 파괴하는 행위가 허다하다.

범국민적 운동으로 번지고 있는 자연 보호 운동에 우리는 다 같이 적극 참여하여 수려한

자연 풍치를 우리 후손에게 물려 주어야 하며, 전 산하에 CI 계획에 의해 적재적소에 맞는 시각 언어를 부단히 창조하여야 할 것이다. 이 계획은 자연 보호를 위한 당국의 보다 적극적이고 치밀한 관심과 행동적 뒷받침이 요구된다 하겠다.

이 글은 관광 등반로 안내 표지판의 현황과 CI 계획 적용의 필요성, 안내문의 주의성 등 자연 환경 보존을 위한 시험적 연구 과제를 의도적 연구 테마에 맞추고 하나의 시도가 크게 파급되는 실마리로 펼쳐려는 장으로 엮게 된다. <편집자 주>





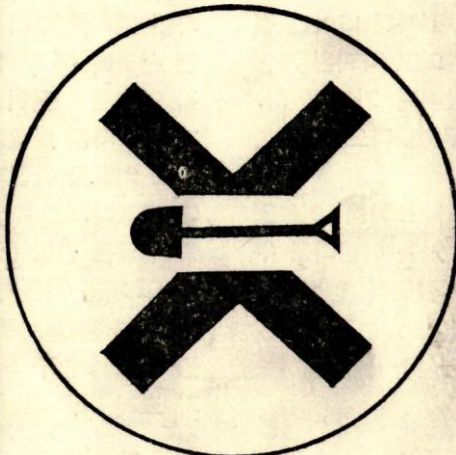
대청봉 (大靑峰)

DAECHUNG PEAK



오색약수 (五色藥水)

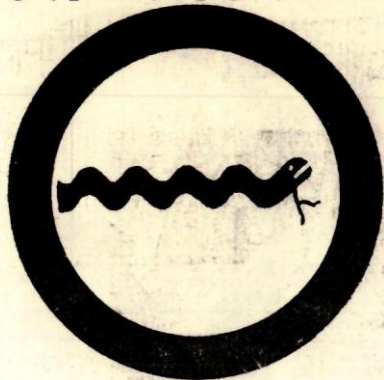
OSACK MINERALS



● 굴착禁止



## 서론



● 毒蛇조심



● 사다리조심



● 발을 깊이 밟도록



● 다리 건넌조심

설악산이 국립 공원으로 지정된 이래, 강원도 태백 산맥의 주봉을 이루고 있는 이 지역은 ① 각국의 공업 고도화의 부산물인 각종 공해를 피하려는 관광 인구 점증의 국제적인 추이, ② 우리나라의 급격한 경제 성장으로 말미암은 '레저' 인구의 증가, ③ 영동(嶺東)·동해 고속 도로의 개통에서 비롯된 국내 관광객의 격증 등으로 크게 불비하고 있으며, 우리 나라 남단의 제주도과 더불어 관광 산업의 전략적 기지로서 중요한 비중을 점하고 있음을 간과할 수 없을 것이다.

사실상 세계 각국의 국민 소득 증대는 인간이 '생존(生存)'이 아닌 인간다운 생활을 영위하고자 하는 너무나도 인간적인 욕구를 비례적으로 충족시키는바, 1975년의 국제 관광객의 이동량은 2억 1천 3백만 명으로 그 전년도인 1974년에 비해 무려 2%의 증가를 보였음이 최근 세계 관광 기구(WTO)의 집계 결과 나타났다. 이와 같은 국제적 추세는 관광이 소위 부(富)의 재분배 기능을 수행하기에 충분 조건을 갖추고 있다는 점과, 특히 관광 사업은 외화 가득률이 높아 국제 수지 개선에 큰 몫을 차지한다는 점에서 세계 각국이 국가적인 차원으로 그의 효율적 운용에 부심하고 있는 작금의 상황을 그대로 매번하는 것이다.

이와 같이 관광 문제가 중대한 국가 정책의 일면을 점하고 있고, 특히 우리나라의 설악산은 수많은 천연적인 관광 자원을 갖고 있으며 이를 효과적으로 가꾸고 보존하는 일은 보다 많은 관광객 유치에 위해서뿐만 아니라, 최근 활기를 띠기 시작한 자연 보호 운동의 본원적 정신에도 접근할 수 있는 길이기도 하다.

본 논고에서는 설악산을 오르내리는 등산객들에게 질서 있고 안전한 등반 및 야영을 할 수 있도록 시작적으로 유도함으로써 ① 자연 경관(自然景觀)의 파괴 및 훼손을 극소화시켜 보려는 관점, ② 등산상의 편의를 제공하고자 하는 서어비스적 관점, ③ 등산객들의 안전을 도모함으로써 각종 산악 사고를 미연에 방지하고자 하는 관점 등에서 이에 필요한 최소한의 시각 디자인 요소를 동원해 보고자 시도하였다.

따라서 본 연구는 설악산 국립 공원 지역 내에 ① 각 명소(名所)의 표지, ② 이정(里程) 표지, ③ 계몽 표지, ④ 알림(Information) 표지, ⑤ 금지 표지, ⑥ 주의 표지 등으로 Sign Board의 표지 내용을 구분하여 이것들에 대한 적절한 모형을 창출하고자 한 것이다.

이것은 동시에 크게는 두 가지의 시각 디자인으로 대별되기도 하는 그래픽 심볼(Graphic Symbol)과 일러스트레이션(Illustration) 중 포노그램(Phnogram)과 더불어 그래픽 심볼에 해당하는 로고그램(Logogram—Image related)에 국한한 것이다. 포노그램에



속하는 문자(Typography)는 기존 사진 식자체에 의존하였다. 또한 연구 방법에 있어서는 본고가 이 지역에 따른 시각 디자인 모델 설정이므로 설악산 현장을 수차 답사하여 현지 상황에 부합되도록 주력하였다. 현지 답사에 의한 방법 이외에 설악산에 관한 국내 각종 문헌 등에 의해 이를 보강하였다. 한편, 본 연구의 결과에 기될 수 있는 효과는 다음과 같다.

① 설악산 개발의 관광 정책 수립 효과

관계 당국에서 이 지역 개발 계획에 시각 디자인의 기초 자료가 될 수 있다.

② 설악산 내방 외국 관광객에게 대한 등반상의 편의 제공 효과

언어가 서로 다른 외국인들에게 통일된 시각 이미지를 도입함으로써 시각 전달(Visual Communication) 기능이 제고될 수 있을 것이다.

③ 지역 관광 명소의 기억도(記憶度: 회상도) 강화 효과

실제 관광 명소 각개의 모습과 Sign Board 상에 나타난 시각 디자인과의 동질성(Identity)을 느끼게 함으로써 회상도(回想度)를 증진시킬 수 있으며, 나아가 범국가적인 관광 이미지를 높일 수 있을 것이다.

④ 산악 사고·안전 사고의 미연 방지와 자연 경관 보존 효과

내국인·외국인을 막론하고 각종 산악 사고를 줄일 수 있으며, 자연 경관 파괴 및 훼손을 극소화시킬 수도 있다.

⑤ 미관(美觀) 효과

난립했던 종래의 각종 Sign Board를 정리·통합함으로써 해서 환경 정화가 가능할 것이다.

## 1. 설악산 등반로의 Sign Board 현황

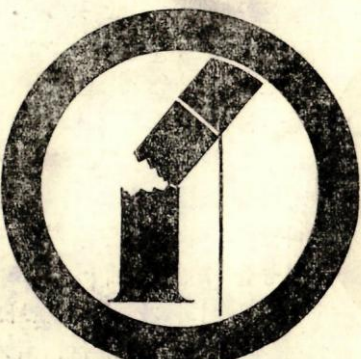
현재 설악산 주봉인 대청봉(大靑峰)



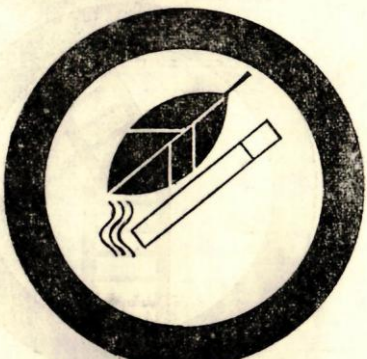
● 落石注意



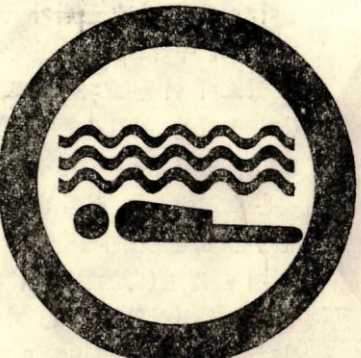
● 山사태조심



● 나무부러짐注意



● 담배불 조심



● 溺死・浸水注意



● 추락・失足조심



● 미끄러짐注意



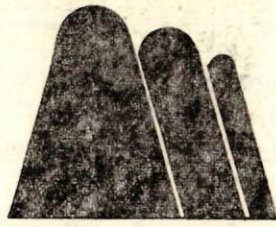
● 落雷注意





화채봉 (花彩峰)

HWACHAE PEAK



삼형제봉 (三兄弟峰)

SAMHYUNGJE PEAKS



희운각 (喜雲閣)

HIWOONGAK HUT



오색온천 (五色温泉)

OSACK HOT SPRING



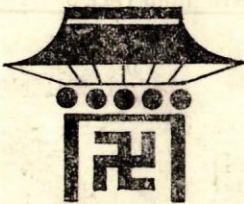
육담폭포 (六潭瀑布)

YOOKDAINFALLS



공룡능선 (恐竜稜線)

GONGREONG EDGE



신흥사 (神興寺)

SINHEUNG SA TEMPLE



야영지 (野營地)

CAMP TOWN



울산암 (蔚山岩)

WOOLSAN AM ROCK



에 이르는 외설악(外雪岳)과 내설악(內雪岳) 등의 등반로에는 여러 가지 잡다한 형식의 표지물들이 산재해 있음을 볼 수 있다.

이들을 유형별로 분류해 보면 다음과 같다.

① 영구적으로 석재(石材)에 음각(陰刻)한 유(類)

② 특정 명소의 인근 바윗돌(岩盤)이나 암석에 음각하거나 백색 혹은 적색 페인트로 그리거나 쓴 유

③ 천연 목판(天然木板)에 음·양각(陰·陽刻)한 유

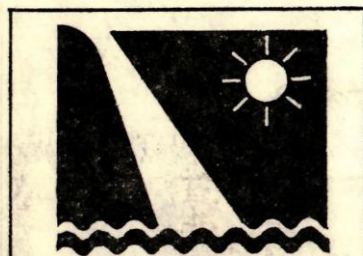
③ 한글·영자(英字)가 병기된 유

④ 그림이 곁들여진 유

⑤ 그림이 곁들여지지 않은 유

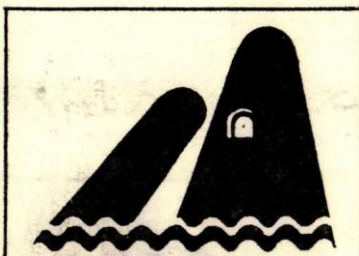
등등으로서 시각 이미지상의 일관성 내지는 통일성이 결여되고 있다고 해도 과언이 아닐 것이다. 이는 이와 같은 각종 표지물의 제작·설치가 그때 그때의 1회적·임시적으로 행해지고 있지 않나 하는 느낌과 표지의 주체가 분명하지 못한 느낌마저 들어 더욱더 이에 대한 정리·통합이 요청된다고 할 수 있다.

각종 표지물의 설치 실태도 가지 각색이어서



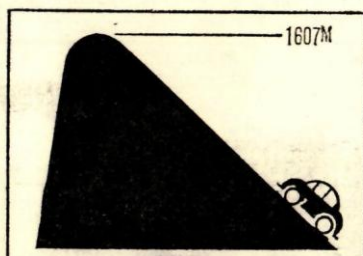
양폭포 (陽瀑布)

YANG FALL



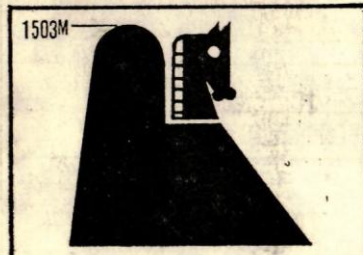
비선대 (飛仙臺)

BISUN DAE FALL



한계령 (寒溪嶺)

HANGAE RYEONG HILL



마등령 (馬登嶺)

MADEUNG RYEONG HILL



토왕성폭포 (土旺成瀑布)

TOWANGSEONG FALL



선녀탕 (仙女湯)

SUNNYO TANG FALL S

④ 백색 바탕의 목판에 페인트로 그리거나 쓴 유

⑤ 합석판에 그리거나 쓴 유(관광 종합 안내판의 경우)

등으로 요약될 수 있을 것이다. 이는 재료별로 석재(石材)·목재(木材)·합석 등이 사용됨을 알 수 있다.

한편 등반로에 산재한 각 표지물들의 표지 형식은,

① 한글로만 표기된 유

② 한글·한자가 병기된 유

표지물을 나무가지 위에 걸어 놓은 것, 명소 인근에 지주(支柱)를 박고 그 위에 표시한 것들도 있어 복잡하기 이를 데 없고 미관을 해치고 있는 사례가 너무나 많은 실정이다.

## 2. CI(Cooperate Identity) 계획

### 적용의 필요성

현대를 사는 생활인들은 그 어떠한 형태로든지 몹시 복잡다단한 가운데 자신들의 감각적 체험을 통해 객관적인 물리적 주변을 지각한다.



이러한 상황 아래서 어떤 대상(物: Object)을 특징지어 개성화시키는 작업은 복잡함으로 해서 동화되기 어려운 인간 본연의 심리가 강하면 강할수록 더욱더 가속화될 필요가 있는 것이다.

인간이 단순성(Simplicity)을 추구하고 이로 인해서 강렬한 이미지의 부각이 고조될 수 있다는 점을 전제로 본고가 다루고자 하는 산악 지역 내에서의 비주얼 아이덴티티(視覺同質性: Visual Identity)의 적용 필요성을 다음과 같이 열거할 수 있을 것이다.

### ① 관광 산업의 다국적화(多國籍化) 측면

각종 교통 수단의 급격한 발전으로 인해 세계

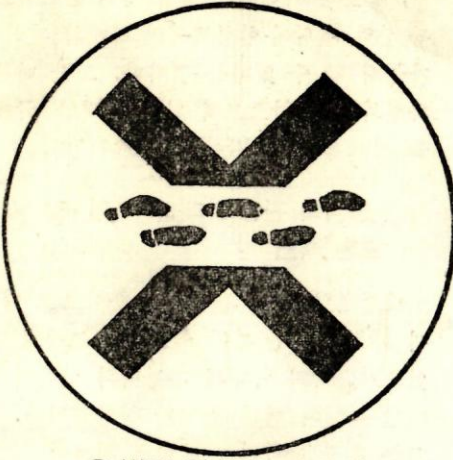
여, 상호간 이해의 간격을 좁혀 궁극적으로는 관광 산업 전략에 합목적적인 체계의 관리·운용을 가능케 할 수 있다는 것이다. 또한 다른 국가와 차별화를 기함으로써 관광에 대한 국제 경쟁력을 제고 할 수 있는 이점도 지닌다.

### ② 당국의 관광에 대한 책임 및 서어비스의 표현 측면

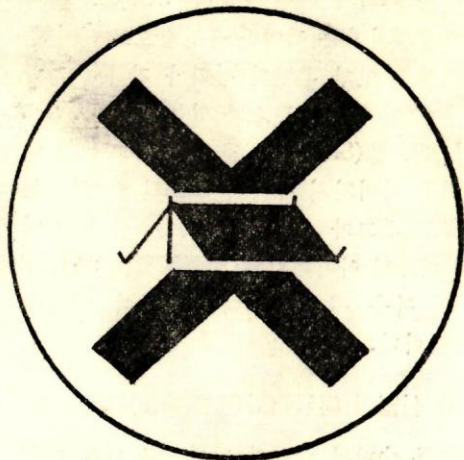
바람직한 관광 환경을 능동적으로 형성함으로써 당초 설정한 관광 목표를 순조롭게 달성할 수 있으며, 특히 국내의 관광객의 안내에 대한 주체인 당국의 책임 소재가 분명해진다. 부수적으로는 관광 당국의 서어비스 의식이 호전될 수 있



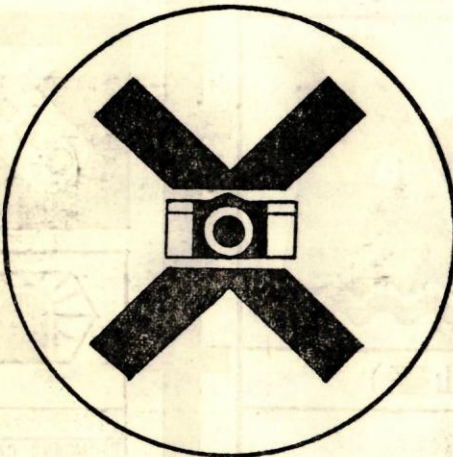




① 밟지 마시오. 出入禁止



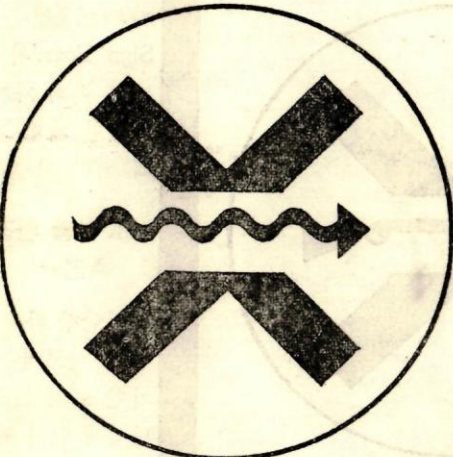
② 텐트設置禁止



③ 撮影禁止



④ 高声・騒音禁止



⑤ 登山路폐쇄



⑥ 모닥불・炊事禁止



없거니와 이런 심층적인 문제는 차치하고라도 우선 미관상 혼잡한 인상을 주고 있다. 보다 앞선 CI 계획을 수립하여 산악 환경이 정화되어야 하겠고, 보다 세련된 Sign Board를 설치하여 아름다운 자연 경관을 더 아름답게 유지해야 할 것이다.

### 3. 등반로의 Sign Board와 Pictograph

실제적으로 등반로의 Sign Board에 관한 한 포노그램(Phonogram)만으로써는 산악 Sign Board로서의 제 기능을 원활하게 수행할 수 없고, 설명 최소한의 기능이 인정된다고 하더라도 묘화적(描畵的) 심볼(Pictorial Symbols)을 동시에 표현하는 데 비해 그 능률은 훨씬 저하된다. 왜냐

이 단축될 수 있다는 자명한 사실이다.

② **상이한 언어를 초월한다** 인류 공통의 통일된 물적 이미지의 표현이 가능하기 때문에 문자로 장황한 설명을 하지 않아도 되어 간편하다.

③ **기억도(記憶度: 回想力)를 높인다** 소위 시청각 교육을 실시하는 이유를 쉽게 수증할 수 있는 것처럼 관광 명소들의 명칭 및 그 형태의 특징을 오랫동안 인상지워 줌으로써 보다 포괄적인 관광 목적에 접근할 수 있다.

④ **산악 등반의 피곤함과 지루함을 경감시킨다** 원초적으로 인간은 문자보다는 그림에 더욱 친밀감을 가진으로써 읽는(Read) Sign Board에서 보는 Sign Board로 유도할 수 있다. 따라서 아름다운 Sign Board는 충직한 무언의 안내자 역할을 감당한다고 볼 수 있다.

		
금강굴 (金剛窟)	흔들바위	비룡폭포 (飛龍瀑布)
GEUMGANG CAVE	HEUNDEUL ROCK	BIRYONG FALL

하면 시각은 의사 소통(Communication)의 기본적인 수단으로서의 가치가 예로부터 충분히 인식되어 왔기 때문이다. 예컨대, 고대 바빌로니아 인들과 아시리아인들의 설형 문자(楔形文字), 이집트인들의 상형 문자(象形文字), 중국의 한자 등도 관습적인 형태와 의미를 조화시킴으로써 그들의 생각(Idea)을 표현하고자 했음을 알 수 있다. 특히 산악이라는 특수성에 비추어 볼 때 이 곳의 Sign Board는 픽토리얼 심볼을 필수적으로 동반해야 될 것이며, 이 경우 최소한 다음과 같은 이점이 열거될 수 있을 것이다.

① **제한 상황에 대한 신속한 대응** 언어를 시각화한 Phonogram은 인간으로 하여금 그것을 읽고 이미지를 연상하도록 하는 데 비해 Pictorial Symbol은 시각을 통한 지각이 본능적·유기적으로 이루어지므로 그만큼 커뮤니케이션의 시간

⑤ **Symbol은 그것의 사용자와 보는 사람간의 무언의 계약이라는 점에서 상호간의 신뢰도를 고양시켜 준다.**

### 4. Pictograph의 조건

Matthew P. Murgio는 Symbol을 ① 묘화적(描畵的) 심볼(Pictorial Symbols), ② 관습적 심볼(Conventional Symbols), ③ 제한적 심볼(Limited Symbols), ④ 특수 목적의 심볼(Special-Purpose Symbols) 등의 네 가지 유형으로 대별하고, 이중 묘화적 심볼에 대해서 “가장 보편적인 심볼리즘 형식으로서 어떤 대상(Object)이나 아이디어를 묘화(描畵: Pictorialization)하는 것”이라고 정의하고 있다.

일반적으로 지칭되는 Pictograph는 어떤 특정



의 대상물과 동일화(Identity) 하면서 디자인의 특질을 갖추도록 단순화시키는 이른바 양식화(樣式化: Stylization)의 과정을 필수적으로 거쳐야 하며, 이 방법을 터득하기 위해서는 그 형태(대상)가 갖는 가장 단순한 2차원적 비례를 감각적인 체험으로 기하학적인 형태와 관련시켜 보아야 한다는 점을 전제로 본 연구에서는 시안(試案)을 안출해 내는 데 있어서 Murgio의 다음과 같은 Symbol 제작상의 유의점을 염두에 두었다.

① 심볼은 조형상(造形上)의 원리에 부합되어야 한다.

아무리 사소한 심볼일지라도 훌륭한 한 점의 그래픽 작품(Graphic Art)이어야 한다.

② 심볼은 가능한 한 간단·명료해야 한다.

대상물을 묘사함에 있어 그 식별이 용이해야 한다. 더우기 고도로 단순화되는 경우는 그 대상이 잘못 표현되지 않도록 주의해야 한다.

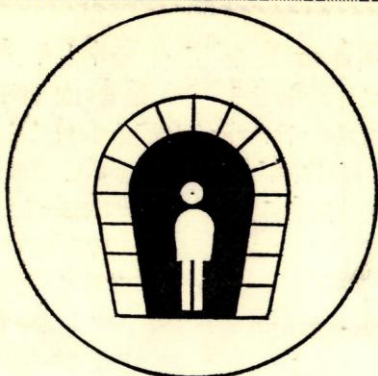
③ 심볼은 특별한 설명이 필요 없을 정도로 자명해야 하고, 보편적인 일반 통념에 적용되어야 한다

예컨대 자동차는 자동차 같아야 하며, 농부는 농부다와야지 범상한 사람이나 공장 노동자 같아서는 안 된다는 것이다.

④ 심볼은 융통성(Flexability)이 있어야 한다.

즉, 심볼이 축소·확대될 때에도 그것의 동일성(Identity)이 침해를 받아서는 안 된다.

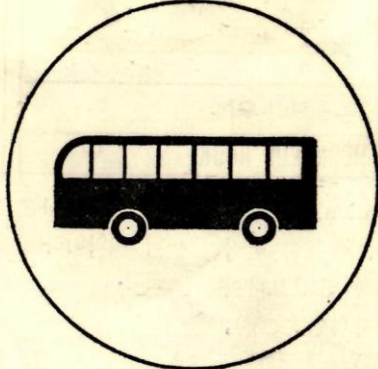
⑤ 심볼은 여러 가지 다른 테크닉을 구사할 수 있도록 고찰되어



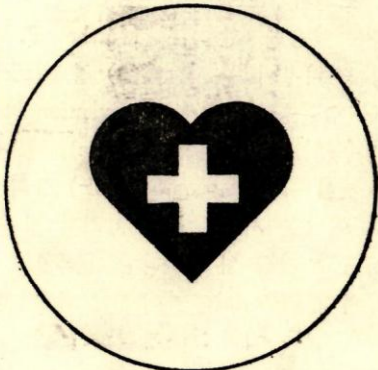
⑦ 天然동굴·대피소



⑧ 電話通信



⑨ 버스停車場



⑩ 救護所·응급치료

야 한다.

예컨대, 다색도(多色度)나 흑백이나 시일루엣(Silhouette), 또는 선묘(線描: Line Drawing) 등 여하한 다른 방법에도 사용이 가능해야 한다.

⑥ 심볼은 그것이 여러 개의 복합 단위로 반복될 때에도 단순해야 한다.

심볼은 하나 하나의 단위로 분리될 때에도, 또한 여러 개로 반복될 때에도 시각적으로 교란이 되거나 지루함이 없어야 한다.

⑦ 심볼은 그것이 여러 개의 복합 단위로 구성될 때 그 크기가 변하여서는 아니 된다.

즉, 심볼의 개체 단위(個體單位)의 수는 증감될 수 있어도 그 크기는 변할 수 없다는 것이다.

## 결 론

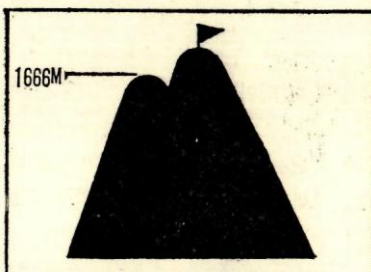
현대를 흔히 스피이드의 시대라고 한다. 우리의 인명(人命)은 그 무엇과도 바꿀 수 없을 정도로 소중하다. 또한 우리의 아름다운 자연 경관(自然景觀)을 충실히 보존하도록 해야 한다.

우리는 각자 모두가 귀중한 시간의 절약에 힘쓰고 이의 효용을 극대화시켜 나아가기 위해서, 우리 자신의 안전과 편의를 도모하기 위해서, 그리고 우리의 수려한 자연 풍치를 우리 후손에게 그대로 물려줄 수 있도록 하기 위해서도 설악산뿐만 아니라 모든 산하(山河)의 CI 계획에 적재적소에 맞는 시각 언어(視覺言語)를 부단히

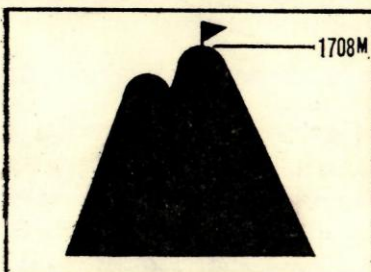




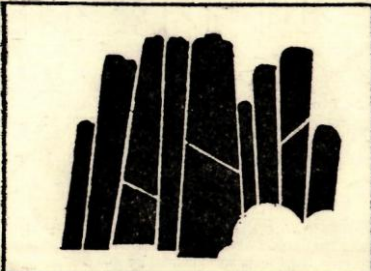
천불동계곡(千佛洞溪谷)  
CHEONBOOLDONG VALLEY



중청봉(中靑峰)  
JUNG CHUNG PEAK



대청봉(大靑峰)  
DAECHUNG PEAK



현인암(玄人岩)  
HYEONIN AM ROCK

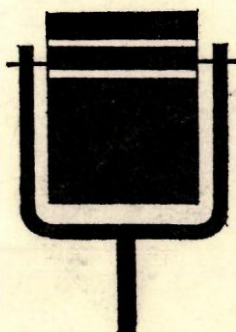
창조해야 하며, 이 계획의 추진에 적극적인 자세를 보여 주는 관광 당국이 되도록 힘써야 할 것이다.

각종 산악 사고로 야기되는 인명 손실, 제반 서어비스의 결여, 자연 파괴, 원활한 비주얼 커뮤니케이션 기능의 결여 등등은 관광 자원을 선용하지 못하는 우리의 책임이며, 이와 같은 것들은 우리의 인위적인 노력으로 얼마든지 극복할 수 있는 과제이다.

이런 관점에서 합리적인 시각 디자인의 중요성이 요구되는 것이며, 이의 적절한 활용이 시급한 것이다.

심볼은 다이나믹한 조형(造形)의 시각 언어이다. 종족을 초월하여 범세계적으로 실용화 될 수 있는 인류만의 긴요한 생활 도구인 것이다.

복잡한 도시 공해(都市公害)로부터 완전 해방된 우리의 안식처를 한시 바빠 조성하여, 쾌적하게 운용하고자 할 때, '관광 한국'을 더욱 공고히 하고자 할 때, 시각 디자인의 역할은 더욱 커질 것이다. ■



휴지 · 汚物 처리장



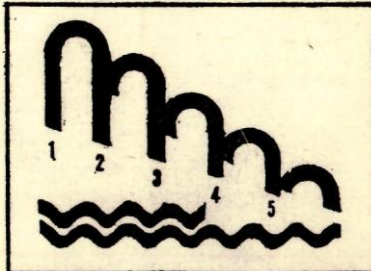
괴면암(怪面岩)  
GWOIMYEUN AM ROCK



오세암(吾世庵)  
OSE AM CELL



수림동대피소(待避所)  
SURYEUM DONG HAT



오련폭포(五連瀑布)  
ORYON FALLS



### 두 번째 매듭을 향해서

정 대 유

덕성 여대 응미과 전임 강사

지난 일들을 밀거름으로 매듭 짓고 앞으로 10년 후의 두 번째의 매듭을 향하여 첫 출발의 해로 생각해 보고 뜻있는 첫 해가 되길 바라는 마음뿐이다. 정초가 되면 새로운 계획을 세우고 일들을 벌여 놓게 마련이다.

좀더 다른 한 해가 되기를 생각하면서 맞이하는 1978년은 새로운 진통이 조용히 기다리고 있음을 느끼게 된다. 진통을 괴로움이라고 생각하기보다는 새로움을 잉태해 내는 밀거름이라고 판단한다면 그것으로 괴로움을 이겨 낼 수 있다는 사실은 언제나 생각하고 있지만, 마음의 자세가 되어야 한다는 사실에는 매우 어려움을 느끼곤 한다.

분별이 없었던 지난 10년을 매듭의 한 단계로 생각하고 새로운 매듭을 향하기로 마음먹은 것은 무질서했던 제작 생활을 정리시키려면 예리한 사물의 관찰과 판단하에서 사고 표현의 자세가 필요함을 느꼈기 때문이다.

의욕적인 제작 행위에는 사물에 대한 정확한 각도를 맞추고 현실화시킴에 있어 결과적으로 사회에 기여할 수 있는 적절한 표현이 필요하기 때문이다. 소재·형태·기법·용도적 제문제를 사회적 성격에 바탕을 두어야 한다는 이유에서 세 가지 측면을 생각해 보고자 한다.

첫째, 자기 재발견이다.

자신의 능력 평가와 분석하에 앞으로의 방향 모색과 미약점을 보강하여 새 차원의 자신을 발견해야겠다는 것이다. 근시적으로 자신의 능력에 만족함은 원시적으로 자기 재발견의 모순점의 발생 가능성이 많기 때문

이다. 또한 디자이너로서 미래에 대한 예측도가 더욱 불투명해지기 때문이다.

둘째, 소재 표현의 재정립이다.

지난날들의 표현 방법에 아집(我執)만 보인다면 보이지 않는 차원으로서의 표현은 발견하기 힘들며, 발전에 장애가 오기 때문에 다양성을 떠려고 한다. 주로 사용하였던 석재(石材)에서 금속재(金屬材)와의 복합재를 사용하여 두 재료가 갖는 특성에 관하여 연구하였고 재료가 나타나어 줄 수 있는 형태 문제에 부딪쳐도 보고 용도상으로 쫓대라는 소재로 전개시킨 지 3년으로 접어드는 시기이므로 복합 재료가 가지는 형태·재료·기법의 폭넓은 연구와 사회적 반응도에 대한 판단의 측정에도 중점을 두어야겠다는 생각이다.

세째, 이론적 바탕의 정립이다.

감각적인 조형적 표현만으로 이루어지는 것이 디자인에 있어서의 제작 행위는 아니며, 논리적 사고의 바탕 위에서 현실적인 표현이 이루어졌을 때 제작자 혹은 사회적 측면에서 공명할 수 있는 결과가 나타나게 될 것이다.

논리적 사고의 바탕을 쌓는 일은 사회성에 근거를 둔 인접 학문의 접근과 이해의 필요성에 있으며, 이에 따라 디자인 논리가 체계화되며 개성 있는 디자인이 나올 수 있다는 생각에서다. 철저한 자연 법칙의 이해에 힘을 기울여야 조형 표현(造形表現)에 응할 수 있는 자세가 되기 때문이다.

석재와 금속재와 불이라는 주제하에 서두르지도 않고 당황하지도 않으면서 조용하게 두 번째의 매듭을 향하여 진행시켜 보고 싶은 마음에서 자기 완성을 위해 1978년 한 해를 지내려 한다.

### 새로운 도전에 대처할 지혜

김 영 창

삼성 전자 디자이너

도시의 어두움이 가시기도 전에 어둑어둑한 골목길을 빠져나와 출근 버스에 몸을 담으면 비몽사몽 속에 어느덧 직장에 와 닿는다. 이렇게 해서 시작된 일과는 오전 거의 대부분을 설계 담당자의 독촉과 새로운 오



오더의 의뢰 및 전달에 의뢰했던 샘플의 검토로 보낸다. 그리고 오후에는 점심이 채 소화되기도 전에 개발 회의나 생산 회의나 혹은 생산 스케줄의 검토로 마친 뒤 의주 업체(外注業體)를 방문하고 나면, 정작 신제품의 아이디어를 스케치할 기회는 내일로 미룬 채 어둠이 포근히 내리깔린 한밤중이 되어서야 귀가하게 마련이다. 마치 수문장이 잠을 깨기 전에 몰래 빠져나와 온갖 바람을 다 피우고 나서 다시 잠든 사이에 살며시 들어가듯이 I. D Man(Industrial Designer)은 태양을 소유할 자격을 박탈당한 시대의 사생아는 아닌지? 짧다고 할 수 없는 지난 4년의 회고 속에 새로운 해(年)를 맞이한다고 해서 자신이 급전(急轉)하리라고는 생각지 않는다. 단지 많은 시대 착오적인 오류 속에 안이한 삶의 찬가보다는 새로운 도전을 달갑게 받아들일 수 있는 솔로몬의 지혜가 더욱 값지다.

디자이너가 마치 누에가 실을 뽑아내듯 술술 나오는 것처럼 착각하고 있는 사람도 새로운 디자인을 보면 설계가 까다롭다, 금형 제작이 어렵다, 사출 조건이 나쁘다, 생산이 힘들다고 험구만 늘어놓는 고정 관념의 집착자가 아니면 전통의 굳센 계승자라고나 할까? 대다수의 주위 사람들은 아직도 디자인을 몇 개의 선이나 기능의 자리 바꿈만으로 인식하는 경향이 많으며, 디자이너 또한 즉흥적인 착상이나 아이디어의 스케치를 수채화를 그리는 기분으로 처리하는 경우가 있다. 오늘날 우리 사회에서는 디자이너가 창조적인 직업이라고 하기보다는 아이디어를 거두어 들이는 숙련공이 되어 가고 있는 슬픈 현상이다. 더우기 오늘 오오더를 주고 내일까지 제출하라는 높은 분들의 사고방식이면 새삼 디자인 철학이니 디자인 폴리시니 하는 말을 거론할 필요가 없다. 금형(金型) 문제, 많은 외장물(外裝物)들의 가공, 표면 처리 문제, 빛깔, 자재, 가격, 생산에 이르기까지 수많은 문제에 대한 검토와 분석도 없이 어찌 하룻밤 사이에 좋은 디자인이 나올 수 있을까? 또한 제품 디자인에서 각종 안내서와 포장물의 라벨에 이르기까지 I. D Man은 위대하지도 않는 만능인이 되어 가고 있다. 지난 4년을 돌이켜 보면 분망하고 변화 많은 기간이었으나, 그간의 경험과 쌓은 지식은 보람이 있었다.

무오년! 말처럼 총명하고 힘찬 스테미너로 지칠 줄 모르는 주력으로 정진하련다.

## 한글 타이포그래피 연구

문 철

홍익대 응미과 조교

1978년 올해는 석사 학위 논문 연구와 함께 할 계획이다. 그동안 여러 개의 Item을 잡아 본 것 중 사회가 요구하고 있고 미개척 분야인 한글 Typography에 대한 연구를 하려고 한다.

우리는 한글이 세계에서 가장 과학적인 면을 함축하고 5백 년이라는 역사를 갖고 있음에 비하여 그것에 대한 연구가 소홀히 되어 있다고 본다. 그러나 최근에 와서 한글 전용화로 한글 연구에 체력질을 하고 있고, KSVD에서 한글 Typography 전시회도 개최한 바 있다.

다소나마 늦은 경향도 없지는 않으나, 글자체에 대한 연구가 선행되어야 할 것점에 이르렀다고 생각된다. 한글은 읽음으로써 알 수 있는 내용을 기호로 표시한 것이니, 그것을 직접 시각을 통하여 지각되도록 하기 위한 직감적인 효과를 생각하지 않을 수 없다.

문장이나 단어가 주는 간접적인 이미지보다는 문장이나 단어가 의미하는 글자체에서 오는 것만으로도 뜻을 이해할 수 있게 연구하려고 한다.

또한 현재 사용되고 있는 고딕체·명조체·그래픽체 등과 비교하여 글자체를 얼마만큼 빠르게 이해하며 심미안에 충족이 되는가 하는 측정도 해 볼 계획이다.

주체가 전달하고자 하는 의미(image) 표현을 글자체(形)에 의하여 형성시키기 위한 자료가 충분치 못할 뿐만 아니라, 개척 분야에 있는 이유로 많은 어려움과 난점을 감수하지 않을 수 없다.

이번의 연구가 한글 Typography의 발전에 조금이라도 발돋움의 될 수 있었으면 하는 기대 때문에 가슴 설레임을 감출 수가 없다.

### 디자인 용어

● 빠빠용 시스템 ●

박람회 정석적 전시 형식으로서 부문별로 각각 그 진열판을 끼우는 방법이다. 원래 병원을 수개의 층으로 나누어 세우는 방법인데, 1876년의 필라델피아 박람회에서 이 방식이 채택되면서부터 박람회는 대개 이 방법을 따르고 있다.



## 한국적이 아닌 한국의 것

민 병 혜

당센터 디자인 개발실 연구원

“자연스럽다”는 말은 일부러 꾸민 것이 아닌, 억지로 뜯어 붙인 것이 아닌, 그야말로 부담 없이 느껴진다는 뜻이다. 사람이 사람을 대할 때 자연스럽지 못하면 부담스럽듯이 모든 문화 활동 또한 무리가 없어야 함은 당연한 일이다.

수년 전부터 계속된 움직임이지만 요즘 “우리 것을 찾자. 옛것을 찾자”는 외침이 더욱 자주 들린다. 배부른 다음에 족보를 찾는다고 일제 시대다, 6·25 동안이다 해서 배고왔던 시절이 지나고 수출 100억 달러니 국민 소득 얼마니 하고 어느 정도 생활이 안정되니 새삼스러이 옛적 우리 것을 다시 찾나 싶다.

자기 고유의 것, 즉 전통을 살리자는 움직임은 우리나라뿐만 아니다. 1년 전 “현대 산업 사회에서 생존·성장하려면 전통 공예 및 기술은 어떻게 개발되어야 하는가?” 하는 주제로 열린 Hong Kong Design Workshop에 참가하였다. 상아조각·목조각·옥조각·자수·죽제(竹製) 가구 등 특이한 공예품이 많은 홍콩에서는 전통 계승자의 감소와 생산성 결여 등의 많은 문제점을 안고 있어 각국의 인더스트리얼 디자이너들을 초빙하여 상황을 진단받으며, Workshop을 통해 해결책을 모색하는 데 목적이 있었다. 3주간의 짧은 스케쥴로 홍콩의 공예 현황을 진단한다는 것은 무리이긴 하였으나 낙후한 기술, 비생산적인 재료난보다는 공예 디자이너의 부재가 가장 큰 문제로 지적되었다. 그들은 몇백 년 전부터 써 내려오던 재료와 도구로 한 치의 변경도 없는 똑같은 디자인의 제품을 수십 일씩 걸려 제작하고 있는 실정으로 현대 감각에는 도무지 어울리지 않는 골동품 같은 느낌이었다. 짧은 일정 관계도 있지만 각국의 공업 디자이너들에 의해 제시된 모델은 모두 자기 나라의 형태에 홍콩의 문양을 가미한 정도로 그쳤다. 홍콩의 공예는 역시 홍콩에서 낳아 홍콩에서 자란 홍콩 사람에 의해야 자연스러운 것이리라.

우리 나라의 경우는 어떠할까? “공예가는 있어도 공예품은 없으며, 디자이너는 있어도 디자인은 없다”고 말할 하듯이 많은 공예품이나 디자인은 항상 전시장이나 진열장의 예술품으로만 존재하였지 실제 생활과는 거리가 멀어 과연 우리 것은 어떤 것인지 우리도 잘 모르지 않는가? 특수한 역사성으로 인해 잃었던 우리의 것을 재생하고 재창조할 시기에 이른 것 같다.

요즘 신문이나 잡지 등에 ‘한국적’이란 단어가 공공연히 쓰이고 있다. 대표적 관광 도시인 경주는 기와 지붕이 없던 거대한 빌딩들로 인해 마치 양복 입고 갔든 것 같은 괴상한 형상으로 바뀌어 가고 있다. 비행기를 타기 전에는 한 눈에 볼 수도 없는 무궁화형 도시 계획안이나, 초현대적 공원이 약간 한국적이기 위해 박물관 돌담의 구석을 따서 벽을 쌓자는 제안도 있다.

모든 생활 양식이나 감각은 시대에 따라 변하기 마련이다. 궁상각치우에 의해 만들지 않은 가요나 가곡도 한국의 백박이요 가락이며, 거문고나 해금으로 연주되는 대신 기타와 피아노로 연주되는 한국인의 음악도 한국 음악이다. 마찬가지로 한국인이 설계해서 만든 건축물이 외국 것과 구별되지 않는다고 해도 역시 한국의 것이다. 프랑스 인들이 프랑스적인 건축물을 만들기 위해 종합 청사의 문을 개선문같이 하지 않고, 이탈리아 인들이 이탈리아적인 운동장을 짓기 위해 클로세움을 재현하지는 않지 않는가. 오늘날 스칸디나비아의 현대 디자인이 탁월한 것은 그들의 전통을 현대의 산업 구조 속에 잘 융화시켰기 때문이다. 오랜 기간 동안 전통을 자연스럽게 조화시킨 그들의 꾸준한 노력의 결과다.

거국적인 움직임에 지레 걱정하는 것 같아 방정맞긴 하나 최소의 비용으로 최단기일에 완성된 고속도로는 몇년 안 가서 보수 공사가 한창이고, 동양 최대의, 세계 최대의, 동양 최초의 음악관·전시관이라고 시끄럽게 떠들던 몇달 후에 문제점이 속출하고, 어제 지은 육교가 내일 헐리는 시행 착오가 사전 계획에 습관이 된 공업 디자이너에게 이해가 가지 않아 노파심이 앞선다.

급히 먹은 밥이 채한다고 차근차근히 역사적인 작업에 참여하였으면 한다. 한 방울의 물이 시내가 되고, 강이 되고, 바다가 되듯이 자연스럽게 이루어졌으면 하는 마음이 간절하다.

어설픈 ‘한국적’인 것을 만들지 말고, 우리의 것을 만들자. 옛것을 찾아 천천히 소화시키며, 자연스럽게 우리 것으로 만들자. 사전에도 나와 있듯이 “질서를 위한 사전(事前) 계획”인 디자인을 담당하는 디자이너들은 커다란 시행착오를 피도록이면 줄이기 위해 적극 참여하여야 할 때인 것 같다.



## 타이포그래피컬 디자인과 일러스트레이션

그들의 책은 활자의 디자인과 배열에서  
오는 그 이외의 장식을 갖고 있지는 않  
나, 분명히 예술 작품이었다. — 윌리엄 모리스

노 병 식

아시아 공론 편집 위원

### 타이포그래피의 뜻

타이포그래피라고 하는 말에는 현재 보통 사  
용될 경우 여러 가지 뜻이 포함되어 있다. 그것  
을 분석해 보기로 하자.

#### (1) 타이포그래피(좁은 뜻)

순수한 좁은 뜻에서 규정되는 타이포그래피.  
활자·패(野)·화변(花邊)·약물(約物) 등을 인  
테르나 꼭목 등으로 받쳐서 정돈된 판으로 만든  
다. 이 표현 기술을 타이포그래피라고 한다. 일  
반적으로 ‘활판술(活版術)’이라고 번역되고 있  
는데, 이것은 조판 기술이라는 것만을 뜻하지는  
않는다. 표현 기술도 포함해서 평가된다. 기술  
자와 예술가가 같은 한 사람의 인간이었던 시대  
의 마음이 타이포그래피라고 하는 말에 담겨져

있다.

구텐베르크 이후 많은 활판 인쇄물은 예기치는  
않았지만 이 범주에 속해 있는 셈이다. 이것은  
활자의 구조가 초래하는 필연적인 효과이며, 지  
극히 단순한 원리에 의해서 수백 년 동안이나 표  
현을 지배해 왔다. 특히 책의 체재나 구조를 생  
각할 때, 그 형식은 서양 활판 인쇄술의 발명 이  
전으로 거슬러 올라가 발견할 수 있을 정도이다.

기본적인 것이 가지는 올바름이나 강함이 재  
인식되어 복잡화한 현대에도 가장 순수한 타이  
포그래피의 방법으로서 “원리적으로 좋은 것”을  
발휘하고 있다.

#### (2) 의미의 일차적인 확장

인쇄술이 차차 발달하게 되자凸판이 많이 사  
용되게 되었다. 이들凸판도 초기 인쇄술에 있  
어서는 활판적인 소재로 취급되었기 때문에 활  
자 등과 마찬가지로 타이포그래피의 소재의 하



나로 생각하였다. 19세기에 들어와 신문이 창간되고 광고가 빈번하게 실리게 되자 이러한 경향은 한층 더 강해졌다. 그래서 여기서부터 타이포그래피의 의미가 차차 퍼져 나가게 되었다. 사진판이 발명되자 이것 역시 타이포그래피의 하나로 첨가되었다. 즉, 활판에 짜 넣을 수 있는 표현 재료는 모두 다 타이포그래피를 형성하게 된 것이다.

凸판이든 사진이든 한 개의 블록이 된 판(版)이 활자와 마찬가지로 전체를 형성하기 위한 하나의 단위(單元)으로 짜 넣어져 있는 것이 그 대표적인 양상이다.

그런데 최근에는 손쉽게 사진 제판을 할 수 있게 되어 문자도 활자 자체가 아니라 사진식자나 청쇄(淸刷)로부터 도판(圖版)과 마찬가지로凸판으로 하는 예가 많아져 이것이 타이포그래피를 어지럽게 만든 큰 요인의 하나가 되고 있다. 읍셋 인쇄가 내리막길에 있는 타이포그래피의 등을 밀어 이 경향을 더욱 악화시켜 버리고 말았다. 이것이 바로 제작을 할 때 특히 크게 배려할 필요가 있는 연유일 것이다.

### (3) 타이포그래피컬 디자인

현재는 활판뿐만이 아니라 읍셋이나 그라비아

로 인쇄되어도 활판적인 표현을 주조로 한 디자인은 일반적으로 모두 타이포그래피라고 부르게 되었다.

그리고 상업 디자인의 유행과 함께 타이포그래피는 디자인의 본질적인 것으로서가 아니라, 표현상의 형식의 한 종류로 취급하는 데 지나지 않게 되어 버렸다. 그리하여 법칙성(法則性)이라든가 사고적인 요소라든가 하는 좋은 면은 버려지고, 형식만이 남아 말초적인 뜻으로만 쓰이게 된 것이다.

미국의 일부 타이포그래퍼들은 요즈음에 와서는 사진 식자까지도 새로운 타이포그래피의 엘리먼트로 생각하여 거기서부터 출발하여 이제까지는 없었던 자유로운 공간 이념을 창조하려는 듯이 보인다.

그들은 때로는 인쇄 기술상 이제까지는 터부우시되었던 정밀한 흰 맞추기를 요하는 표현까지도 시도하고 있는데, 현재의 기술은 그것을 훌륭하게 해 내고 있다. 그러나 그들에게 걸리게 되면 이미 문자는 단지 회화적으로 지면상의 구성을 만족시키면 족한 것이고, 문자 본래의 기능이나 인쇄의 기술성이 표현 위에 어쩔 수 없이 종속하지 않을 수 없게 된다. 타이포그래피컬 디자인의 방향을 제시하는 한 가지 예로 보아 주기 바란다.



came in to the forest / And when the world knew that he  
him come / they were so fearful that they all began to flee /  
for they heard / that it had to be the lion / And the master of  
the ass searched and sought his ass in every place all about  
And as he had sought long / he thought that he would go to  
to the forest for to see if his ass were there / And as soon as



〈왼 쪽〉: 목판(木版)의 도판(圖版)과 활자  
조판

“이솝 이야기”

윌리엄 커크스턴(1940 년경)

〈오른쪽〉: 타이포그래피컬 디자인

자기 저서의 광고

포르트네트 데페로(1927 년)

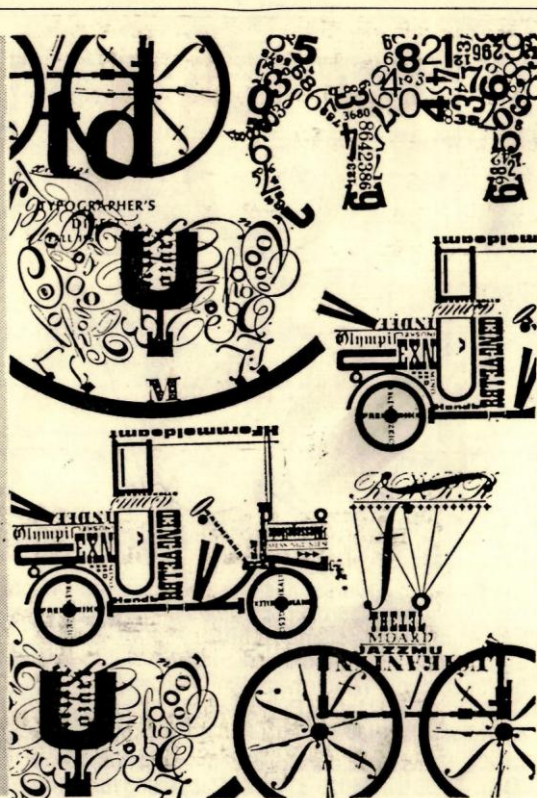








○ 타이포그래피컬 일러스트레이션  
잡지 표지  
가이스먼(1960 년)



○ 카리그래피와 타이프 페이스 디자인과의 일러스트  
레이션화  
잡지 표지  
오라프 로이(1966 년)

의지를 전달한다는 기능에서 우선 “읽기 쉬워야 된다”는 것을 첫째로 생각하여야 될 것이다. 활자의 서체(書體)와 그 폰트의 선택을 소홀히 여겨서는 안 된다. “선택한다는 것은 창조하는 일이다”고 한 니이체의 말을 여기에서 상기할 필요가 있다. 이 선택으로 타이포그래피는 반쯤은 결정된다.

다음에는 말과 말 사이, 행과 행 사이, 그리고 여백(餘白)에 대해서 생각하지 않으면 안 된다. 숙련자는 화이트 스페이스라고 하여 글자 안의 흰 부분이나 인쇄 잉크가 묻지 않는 부분을 중요시한다.

여백이라고 하면 판면(版面; 즉 한 페이지의 중앙부에 활자가 집합하는 부분의 기준 면적)이 그것이 인쇄되는 종이의 면 중 어떤 위치에 있는가, 몇 퍼센트 정도의 면적을 차지하는가 하는 것도 아주 중요한 문제다. 그 이외의 것이 즉 종이의 여백이다. 타이포그래피가 그래픽 디

자인으로서 사느냐 죽느냐 하는 것은 이 흰 부분을 어떻게 다루고 있느냐 하는 그 방법 여하에 달려 있다.

타이포그래피의 근본적 특징의 하나는 디자인이 구형(矩形)을 기준으로 하여 성립되어 있다는 것이다. 말할 것도 없이 활자가 물질적으로 장방형이며, 그 단면이 구형이라는 데에 그 원인이 있다. 그 구형은 또 타이포그래피의 법칙성의 가장 큰 기반이 되며, 질서와 간결함의 모체가 되어 있다. 그리고 그 때문에 심플한 표현이 매력이 되며, 거기에 사교적인 추구의 장(場)이 전개하게 되는 것이다.

## 레지빌리티 (legibility)

활자가 지니고 있는 기능을 유감 없이 발휘할 수 있게 하기 위해서는 조판의 원칙을 정확하게



과악하지 않으면 안 된다. 특히 문장을 조판할 때의 조건을 연구하지 않으면 안 된다. 우리 말의 경우나 영어의 경우에는 낱말과 낱말 사이를 2분(二分)이라든가 3분(三分)이라든가 하여 포인트 수의 반절 또는 3분의 1 정도를 배는 것이 상례다. 그러나 행간(行間)은 서체(書體)나 조판이 되는 것의 성격에 따라서 달라지며, 일반적으로 정해져 있는 것은 아니다. 엑스 하이트의 작은 서체로 조판을 할 때에는 행간에 인터라인(interline)을 넣지 않아도 읽기가 쉽다.

활자를 짜는 길이기도 문제가 된다. 바제르의

타이포그래피인 에밀 루더는 자기 체험을 통해서 계산해 본다면, 보통의 경우 1행 60자[60 letters 이고 60 words(낱말)은 아니다] 정도가 가장 알맞다고 했다. 그런데 이 사람과는 별도로 런던 대학의 심리학과 명예 교수인 시릴르 버어트 씨는 12세 이상인 사람에게는 역시 1행 60자 정도가 가장 좋다는 결론을 내리고, 우연하게도 뛰어난 체험과 학리(學理)가 일치된 의견을 내놓고 있는 것은 참으로 재미있는 일이라고 할 수 없다.

우리 나라 활자의 경우에는 이와 같은 연구는

# Neue Grafik New Graphic Design Graphisme actuel

Internationale Zeitschrift für Grafik und verwandte Gebiete  
Erscheint in deutscher, englischer und französischer Sprache

International Review of graphic design and related subjects  
Issued in German, English and French language

Revue internationale pour le graphisme et domaines annexes  
Parution en langue allemande, anglaise et française

# 1

LMNV  
Richard P. Lohse SWB VSG, Zürich  
Hans Neuburg SWB VSG, Zürich-  
LMNV

Hans Neuburg SWB VSG, Zürich  
Ernst Scheidegger SWB, Zürich  
Max Bill SWB, Zürich

Ausgabe September 1958

Inhalt

Einführung  
Der Einfluß der modernen Kunst auf die zeitgenössische Grafik  
Industrie-Grafik  
Foto-Experimente für die Grafik  
Die besten neuzeitlich gestalteten Schweizer Plakate 1931-1957  
Experiment Ulm und die Ausbildung des Grafikers  
«Die unbekannte Gegenwart.» Eine thematische Schau des Warenhauses Globus, Zürich  
Chronik  
Buchbesprechungen  
Hinweise  
Pro domo

Einzelnummer Fr. 15.-

Issue for September 1958

Contents

Introduction  
The Influence of Modern Art on Contemporary Graphic Design  
Industrial Design  
Experimental Photography in Graphic Design  
The best recently designed Swiss Posters 1931-1957  
The Ulm Experiment and the Training of the Graphic Designer  
"The Unknown Present." An Exhibition with a special theme for the Globus store, Zurich  
Miscellaneous  
Book Reviews  
Memoranda  
Pro domo

Single number Fr. 15.-

Fascicule septembre 1958

Table des matières

Introduction  
L'influence de l'art moderne sur la graphique contemporaine  
Graphique industrielle  
Photo expérimentale pour la graphique  
Les meilleures affiches suisses actuelles 1931-1957  
L'expérience d'Ulm et la formation du graphiste  
«L'actualité inconnue.» Exposition thématique des Grands Magasins Globus, Zurich  
Chronique  
Bibliographie  
Indications  
Pro domo

Le numéro Fr. 15.-

Herausgeber und Redaktion  
Editors and Managing Editors  
Editeurs et rédaction

Druck Verlag  
Printing Publishing  
Imprimerie Edition

Richard P. Lohse SWB VSG, Zürich  
J. Müller-Brockmann SWB VSG, Zürich  
Hans Neuburg SWB VSG, Zürich  
Carlo L. Vivarelli SWB VSG, Zürich

Verlag Otto Walter AG, Olten  
Schweiz Switzerland Suisse



그다지 혼하지 않아 정확한 결론을 내릴 수는 없으나, 한자와 한글을 혼용했을 때와 한글만을 썼을 때와는 체험으로 미루어 약간의 차이가 있는 듯하다.

일본에서는 노무라(野村宗十郎) 씨라든가 무라이히(今井道一) 씨 등 몇몇 사람의 연구 결과가 보고되어 있고, 특히 일본 국어 연구소의 이마이(村石昭二) 씨의 조사 보고는 주목할 만하다.

그 조사 연구 결과에 의하면 횡조(橫組)인 경우에는 1행 23자 정도가 제일 피로를 느끼지 않는다고 한다. 다만 전제가 되는 것으로서 활자의 디자인이 불안정한 것이 문제라고 지적하고 있다.

그런데 우리 나라의 경우 책으로 만들었을 때 약간의 실험을 해 본 결과 1행 26자로 조판했을 때에는 안정감이 약간 부족하다는 결론을 얻을 수 있었다. 그래서 31자로 다시 늘렸더니 안정감이 있었고 26자 1행으로 했을 때나 피로도에 별 차이가 없는 듯하였고, 36자 정도가 최대한도라는 결론을 얻었다. 그러나 36자로 했을 때에는 역시 피로도가 약간 상승하는 인상을 받았다.

그런데 여기에서 한 가지 문제가 되는 것은 시각의 흐름이다. 횡조로 했을 때와 종조로 했을 때에 어떤 차이가 생기느냐? 논자에 따라서 차이가 있을 수 있으나, 시각 구조로 보나 그 흐름으로 보나 역시 횡조가 적합하다고 할 수 있다. 그러나 이 문제는 여기에서는 본론이 아니므로 후일의 기회로 미루기로 하겠다.

어쨌든 이와 같은 “읽기 쉽다”고 하는 것을 영어로 ‘레지빌리티(legibility)’라고 한다. 레지빌리티는 글자의 시각적인 작용을 가리키며, 쓰이는 글자와 쓰이는 말을 여러 가지로 연구·검토해서 문장을 읽기 쉽게 한다는 ‘리더빌리티(readability)’와 비슷한 것같이 생각될지 모르나, 이것들은 전혀 별개의 뜻을 지니고 있는 말이다. 그러나 이 두 말은 서로 협력해서 좋은 커뮤니케이션의 장을 구축해 나가야 할 입장에 있다. 문자나 문장을 인쇄할 때 수레의 앞바퀴와 뒷바퀴라고나 비유할까.

또한 타이포그래피의 책을 만들 때의 엘리먼트에 대해서도 여러 가지 재미 있는 문제가 많

이 있지만, 이것 역시 다른 기회로 미루기로 하겠다.

## 단순(單純)에서 무한(∞)으로

그래픽 디자인의 세계는 얼마 동안은 반기능주의적인 경향이 주류를 이루고, 영국·독일·스위스 및 미국의 일부에서 타이포그래피를 연구하고 있었던 상태였다. 그러나 지금 스위스를 중심으로 하여 타이포그래피가 또다시 그래픽 디자인의 중심으로 간주되는 시대가 도래하려고 있다. 건축이나 인더스트리얼 디자인 등의 새로운 기능화와 함께 당연히 그래픽 디자인이 나가야 될 길이라고 해야 할 것이다.

타이포그래피가 단순하게 단순하게 하는 방향

gewerbe  
museum  
basel  
erhaltenswerte  
basler  
bauten  
ausstellung  
vom  
18. april  
bis  
25. mai

○ 광고. 에밀 루더(1959년)



# BAUHÜTTE ANHALT

DESSAU  
KAISERPL. 2

G. M. B. H.  
TELEFON 2843

Hoch-, Tief-, Beton-, Eisenbetonbau  
Dachdeckerei, Zimmereibetriebe, Bau-  
und Möbeltischlerei, Töpferei, Glaserei,  
Zementwaren - Fabrikation  
**Kleinwohnungsbau**



ZWEIGSTELLEN:

BERNBURG  
CÖTHEN  
COSWIG  
ZERBST

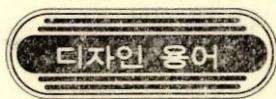
○ 광고. 바우하우스의 타이포그래피

## boîte à musique

musikfreunde plattenliebhaber und alle jene  
die sich und andern etwas schenken wollen  
treffen sich jetzt da die weihnachtssaison beginnt  
in basels neuestem geschäft für grammophonplatten  
mit einem alles umfassenden sortiment  
das klassik folklore jazz und moderne berücksichtigt  
lassen sich alle wünsche erfüllen und bestens beraten  
jede bestellung ausführen und die nadel kontrollieren  
den namen muss man sich merken: alle platten  
bei derrick olson im shopping center drachen basei

telefon 230423

○ 광고. 카루트 게르스트너(1958년)



● 그래픽 디자인 ●

인쇄 기술에 의하여 복제(複製) 양산되는 선전 매체의 시각적 디자인을 말한다. 상업 디자인 중에서도 평면적 조형 요소가 큰 것, 예를 들면 포스터·신문 잡지 광고·표지·일러스트레이션·지도·통계 도표뿐만 아니라 포장·PS 광고 등의 디자인을 포함하는 경우도 있다. 일반적으로 회화·도안·인쇄 등 평면상에 도형(圖形)을 나타내는 기술을 그래픽 아아트라고 한다.

으로만 자꾸 나가면 마침내는 작가의 '개성'이 소멸되어 버리는 것이 아니냐 하는 우려도 있을 수 있다. 그러나 이와 같은 문제는 단지 그래픽 디자인의 세계에서뿐만 아니라 음악의 세계에서조차 일어나고 있는 일이다.

가령 뮤직 콘크리트 등은 이미 과거의 개성에 의해서 성립된다고 하는 성질의 것은 아니다.

타이포그래피에도 성격은 다르지만 종래와 같은 개성에 대한 관념으로서는 도저히 도달할 수 없는 차원이 깃들고 있지 않은가.

개성이라고 하는 것은 힘이 그 차원을 추구하여 작용할 때 조금 볼 수 있다는 것으로 변화될 것이다.

하지만 타이포그래피는 법칙과 질서 사이에서 태어난 자식임에 틀림없다. 단순한 포름이 기능에 선행한다는 것은 있을 수 없는 일이다.

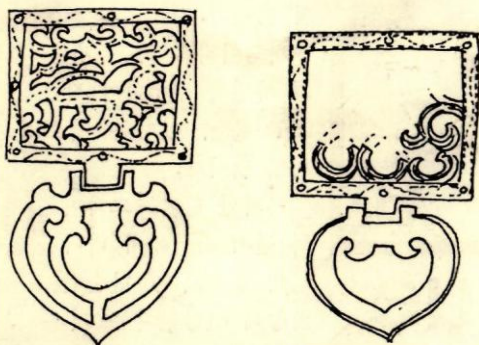
처음에 말한 몇 가지 뜻 중에서 ① 좁은 뜻의 타이포그래피가 가장 단순하며, 가장 단순한 타이포그래피가 가장 풍성한 가능성을 갖는다는 것을 다시 한번 깊이 생각해 보고 싶다. ■



# 한국의 공예미술

## 삼국시대의 금속 공예

귀걸이 · 목걸이 · 과대 등 장신구류



(본문 그림 중 ⑬)

삼국 시대의 미술은 크게 나누어서 두 가지 계통으로 구분하여 볼 수 있다.

첫째, 고분 미술(고분에 부장된 유물)과 돌재, 불교 미술(각종 불구 및 불기)로 구분된다. 여기서 다시 물질별로 세분하면 고분 미술에는 토도 공예 · 금속 공예 · 석조 공예, 그리고 고분 벽화 등으로 구분하고 불교 미술에는 금속 공예 · 석조 공예 · 목공예 등으로 구분한다. 그 중에서도 다양한 종류에 뛰어나게 발달된 것이 금속 공예로 장신구류가 그 대부분을 차지한다. 여기에서는 삼국 시대의 공예 미술을 통하여 각 시대에 따른 양식의 변천을 고찰하여 본다.

〈편집자 주〉

삼국 시대의 장신구류(裝身具類)는 그 정교한 기술을 보아서나 수량으로 보아서 세계적인 미술품으로 알려져 있다. 고대 고분에서 출토되는 장신구류에는 금관 · 금관식류(金冠飾類)를 비롯하여 각종 귀걸이(耳飾) · 목걸이(頸飾) · 팔찌(腕釧) · 비녀(釵) ·가락지(指環) · 뒤꽂이 ·과대(鈎帶) ·신발(履) ·요패(腰佩) 또는 호신용 패검(佩劍) ·도자(刀子)가 있으며, 그 밖에 모자(帽子)나 각종 옥류(玉類) 장식, 금구류(金具類) 등이 포함된다.

이러한 장신구류를 만들었던 그 당시의 재료로는 금 · 은 · 동 · 청동 · 철과 유리(琉璃) · 비취(翡翠) · 호박(琥珀) · 마노(瑪瑙) · 수정(水晶) · 천하석(天河石) 등의 귀금속을 사용하였던 것인데, 주로 많이 쓰였던 것이 금 · 은 · 동 · 유리 · 호박 · 마노 · 수정 등이었던 것이다.

우리 나라에 금속 문화가 도입된 것은 이미 철기 시대(鐵器時代) 이전으로 알려졌으나, 진정한 의미에서는 한문화(漢文化)에 연결된 낙랑(樂浪) · 대방(帶方) 문화가 이루어지면서부터다. 한반도 남부는 삼국 시대부터 광업지(鑛業地)로 알려져 있었는데, 특히 낙동강 하구를 중심으로 철의 산출이 많았고, 금은 부여에서도 산출되었다는 기록이 있으며, 신라에서는 금 · 은 · 동 등이 국내 각지에서 풍부히 산출되었다. 아울러 금속 세공 기술과 기교가 상당히 발전되어 있었음은 많은 유물을 통하여 능히 짐작하여 볼 수 있다.

목걸이 · 비녀 · 귀걸이 · 팔찌 등과 곡옥(曲玉) · 관옥(管玉) · 구옥(球玉) 등은 선사 시대 석상분(石床墳)이나 지석묘(支石墓) · 패총(貝塚) 등에서 다수 출토되고 있고, 특히 청동기 시대의 석총(石塚)에서는 각종 곡옥류(曲玉類)가 상당수 출토되고 있어 우리 나라의 장신구의 역사는 상당히 올라다보아야 할 것으로 생각된다.

삼국 시대의 장신구는 그 종류도 다양할 뿐만 아니라, 삼국이 각기 그 나름대로의 전통과 독창성을 뚜렷이 나타내 주고 있어 흥미로운 것이다. 삼국 중 신라 고분에서 출토된 금속 공예품은 질 · 양적인 면에서 모두 우수하다고 하겠는데, 그 가운데에서도 태환식 귀걸이 장식(太環耳飾)이라든가 각종 세환수식(細環垂飾) · 과대(鈎帶) · 요패(腰佩) 등의 장신구류에서 찾아볼 수



①



②



③



있는 세공 기법은 신라 시대 금공술(金工術)의 발달과 또한 그 당시의 국력을 입증하여 주고 있다.

신라는 진국 이래 도읍(都邑)을 계속 경주(慶州)에 두었었고, 삼국 중 다른 나라에 비하여 외침(外侵)을 적게 받았으며, 신라의 분묘(墳墓) 구조가 대개 적석 목곽분(積石木槨墳)이어서 백제나 고구려의 고분 처럼 도굴의 위험이 적기 때문에 다행히도 오늘날에 많은 유물을 전해 줄 수 있었던 것이다.

그러나 금속류나 토도류(土陶類)에 못지않게 많이 부장(副葬)되었을 것으로 생각되는 목제·철기·회화(繪畵)·의류 등은 거의 삭아서 소멸되어 지금까지 남아 있는 것은 매우 드물고, 다만 금속 또는 석제 토도(土陶) 유물을 통하여 그 당시의 문화를 이해할 수 있는데, 그 가운데서도 장신구류는 그 시대의 사회적 배경과 금공 기술(金工技術)·야금술(冶金術) 등 공업·경제 문화의 전반을 추정해 볼 수 있는 것이다.

### 1. 삼국 시대의 금공 양식(金工樣式)과 기법

고구려는 지역적인 환경 조건으로 볼 때 북방 시베리아 금속 문화의 영향에 힘입어 일찍이 광업과 야금술이 발달되었고, 또한 한대(漢代)의 철기 문화와 세공 기술(細工技術)이 전래되면서 각종 도구를 비롯하여 무기류가 다량 제작되었다. 그리고 귀족 사회에서는 관모(冠帽)를 비롯하여 각종 관식(冠飾) 장신구류가 많이 사용되었을 것으로 짐작되지만, 고구려 옛 땅에서 출토된 유물의 내용이나 수량, 그리고 질적으로 볼 때 신라의 것에 비할 수 없이 빈약한 것이다.

고구려 시대의 고분에서 출토된 귀걸이 장식(耳環飾)은 백제나 신라의 양식처럼 복잡한 수식(垂飾)이라든가 특출한 기교가 보이지 않고 단조로운데, 기본적인 제작 수법으로 역시 얇은 금판(金板)을 두드려서 둥근 봉(棒)을 만들고 다시 둥글게 고리(環)를 만드는 소위 중공법(中空法)을 쓴 것은 대개 그 시대의 제작법으로서 신라와 백제에서도 공통적으로 사용되던 수법인 것이다.

이식(耳飾)은 소위 태환식(太環式)과 세환식(細環式)이라는 제작 방법이 사용되었는데, 고리(環)가 크고 굵은 것은 태환 이식(太環耳飾)이라 하고, 가늘고 작은 고리는 세환 이식(細環耳飾)이라 불리어진다.

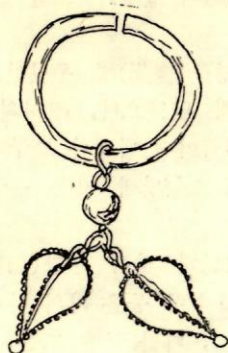
고구려의 금속 공예 중 관형 장식(冠形裝飾)이나 관모(冠帽), 또는 무기·마구(馬具) 등을 볼 때 투조(透彫)·투각(透刻) 기법이나 상감(象嵌) 방법 등은 매우 정교하고 화려한 것을 찾아 볼 수 있으나, 소형 금공품(金工品)이나 장신구류에서는 그다지 특이한 세공 기법이나 기교를 볼 수 있는 유물이 드물어 역시 고구려의 대륙적인 특성을 잘 나타내어 주고 있는 것이라 생각된다.

백제 시대의 장신구류는 여러 고분에서 발견되고 있으나 신라의 금공품에 비해 극히 적으며, 수공 기법(手工技法)도 많이 뒤지고 있다고 하겠다. 그러나 백제의 금공 양식(金工樣式)은 나름대로의 독특한 특성을 보여 주고 있고, 형식을 갖추고 있는 것이다.

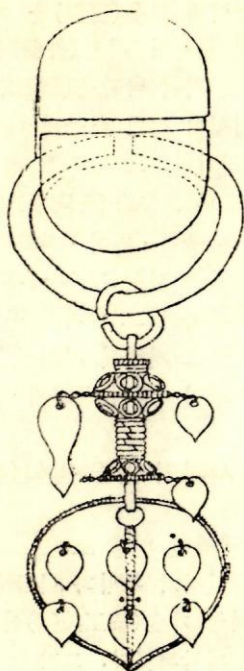
그 시대의 금공 기술(金工技術)이나 공업(工業)은 유물을 통하여



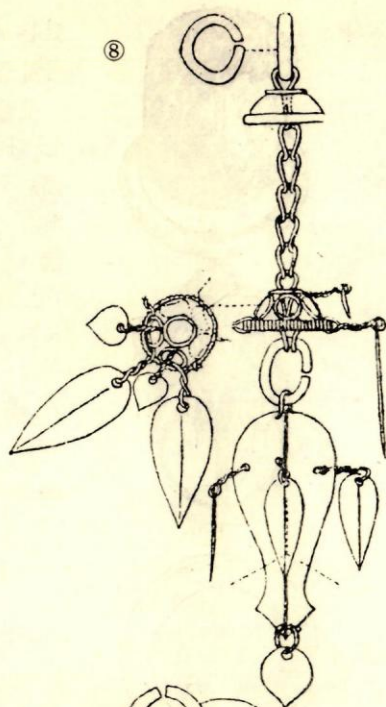
④



⑦



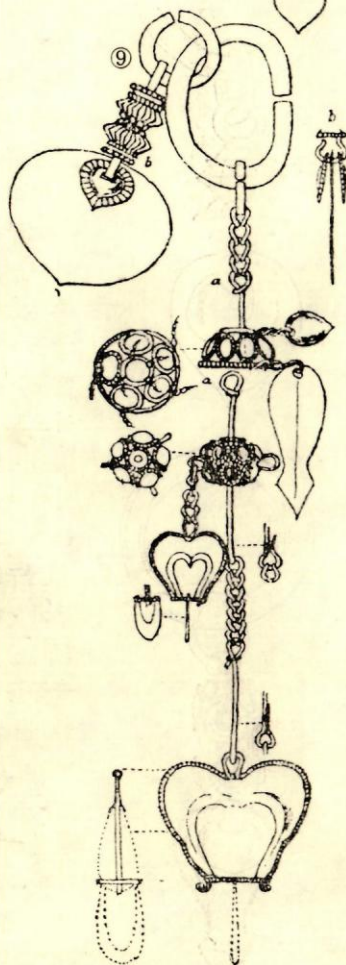
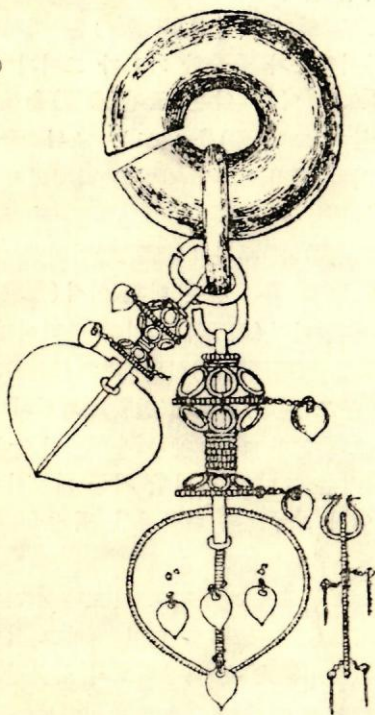
⑧



⑤



⑥





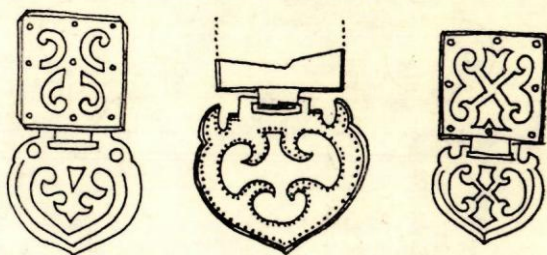
집작되거나 또한 문헌의 기록을 통해서도 알 수 있는데, 백제 고지(古址)인 송산리(宋山里) 무녕왕릉(武寧王陵)에서 출토된 유물 가운데 경자년명(庚子年銘) 은제(銀製) 팔찌 한 쌍에서는 그 제작 연대와 공장(工匠)의 이름이 음각(陰刻)되어 매우 중요한 자료가 되고 있다. 내면에 새겨진 명문(銘文)의 내용을 보면 “庚子年二月多利作大夫人分二百州主耳”라고 하였는데, 즉 무녕왕 20년(520) 2월에 다리(多利)라는 사람이 왕비를 위하여 만들었다는 것을 알 수 있으며, 그 외면에는 용(龍) 두 마리가 부조(浮彫)되어 있다.

일본 서기(日本西紀) 제체기(繼體紀)에 나타나는 지명에서 상다리(上哆唎)·하다리(下哆唎)라는 이름이 나타나고 있는데, 이 지명이 다리(多利)가 무녕왕 12년(512)에 가야(伽耶)에서 백제로 넘어갔다는 사현(四縣) 중에 나타나는 상다리·하다리와 어떤 연관이 되고 있는 것이 아닌가 추정되고 있다. 또한 일본 법릉사(法隆寺) 삼존불(三尊佛)을 제작하였다는 도리(止利)라는 사람이 원래 안공(鞍工)이었다는 것으로 보아서 무녕왕릉의 팔찌를 만든 다리(多利)의 후손이 아닌가 추측되고 있다. (무녕왕릉 발굴 조사 보고서, 문화재 관리국, 1973) 그리고 백제 시대의 공장(工匠)이 일본으로 귀화하였다는 기록도 남아 있어 이 시대에는 노련한 명공(名工)들이 많이 있었을 것으로 짐작된다.

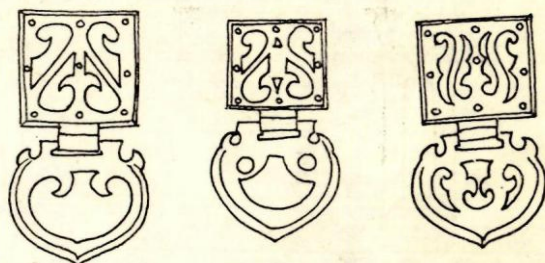
백제의 금공 양식(金工樣式)은 신라의 유물에서와 같이 도식적이고 상징적인 양식이 아니라 매우 자연적인 소재를 모티프로 구성한 것이 특이한데, 무녕왕릉에서 출토된 왕과 왕비의 관식류(冠飾類)라든가 머리 장식 금구(金具)와 나주(羅州) 출토 금동관(金銅冠)에서 볼 수 있는 초화형 입식(草花形立飾), 인동 당초문 장식(忍冬唐草文裝飾), 그리고 작은 화형 장식(花形裝飾)과 심엽형(心葉形)의 영락(瑩珞) 등은 일본 법릉사 석가여래상(釋迦如來像)·천개천인상(天蓋天人像: 7세기)의 양식과 연관이 되고 북위(北魏)식 불교 양식을 많이 따르고 있는 것으로 보아 백제의 왕가에서 불교 의식을 많이 따르고 있었음을 보여 주고 있는 것이다.

금식곡옥(金飾曲玉)이나 이식(耳飾) 등은 신라의 기법과 같은 누금 세공법(鍍金細工法)을

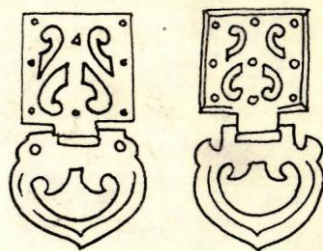
⑩



⑪

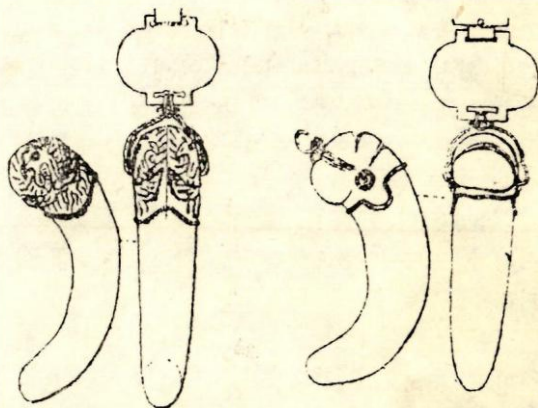


⑫

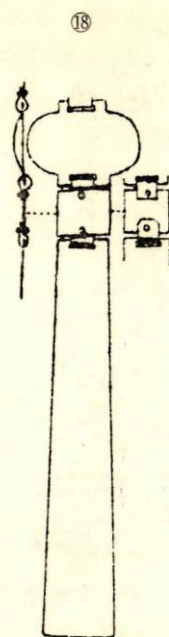
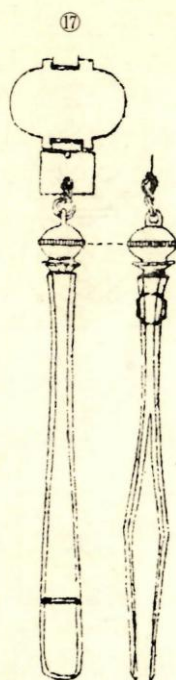


⑭

⑮







볼 수 있는데, 매우 정교하고 세심하게 만들어진 작품도 있다. 누금 세공 기법(Filigree Work)이란 순금 또는 순은으로 만들어진 표면에 미립자(微粒子)의 작은 방울을 고착시켜 무늬를 이루는 기법인데, 일찌기 그리스·이집트에서 사용되었다.

신라 시대의 금공술은 경주 부근의 고분에서 발견된 많은 유물을 통하여 이미 잘 알려진 바 있지만, 특히 장식 금구류(金具類)나 장신구류는 그 시대의 찬란한 문화의 배면(背面)을 보여주는 것으로 이른바 한국 금속 공예사상 황금기이며 절정기라고 할 만하다. 고대 사회에서 이러한 귀금속의 사용은 신분에 따라 제한되었던 것으로서 특히 왕가의 독점물이었지만, 신라 통일기에 와서 국력이 부강해지고 백성이 태평성대를 누리게 되자 차차 사치한 생활을 즐기게 되고 화려해져서 드디어 흥덕왕(興德王) 9년(834)에는 모든 관리와 백성의 복제(服制)에 금제령(禁制令)이 내려지기도 하였음을 보아도 그 사회가 얼마나 풍요했었는가를 짐작해 볼 수 있다.

신라 시대의 공장 제도(工匠制度)는 문헌의 기록을 통하여 짐작할 수 있는데, 이 때의 공업(工業)을 담당하던 관청으로는 철유전(鐵鑪典)·

축야방(築冶房)·공장부(工匠府)·전사서(典祀署)·칠전(漆典)·피전(皮典)·자인방(梓人房)·화전(靴典)·채전(彩典)·전채서(典彩署)·와기전(瓦器典)·마이전(麻履典) 등이 있어 자기 목공·석공·금공(金工)·와공(瓦工)·칠공(漆工) 건축 등에 종사하였고, 여기에서 각종 무기를 비롯하여 나라에 필요한 어용(御用) 장식 기구 등을 제작하였다. 이 가운데서 금속 공예품을 다루던 것이 철유전과 공방부 등의 기관이었다.

이러한 공장(工匠)의 일을 보던 제충은 본디 부곡(部曲), 노예 출신의 천민과 여진·글안 등에서 귀화한 사람들로 구성되어 모든 수공업에 맡아 보았던 것인데, 어용 장식 기구의 제작을 맡아 보는 관부(官府)가 생기면서 어느 정도 분업화되었던 것으로서 이러한 기관은 고려 시대에 와서 공조서(供造署—中尙署) 등으로 발전을 보게 되었다. 신라 시대의 공예 미술을 대략 고분 미술과 불교 미술로 구분하여 볼 때, 첫째 고분 미술은 금관총(金冠塚)·금령총(金鈴塚)·서봉총(瑞鳳塚)·천마총(天馬塚), 경주 98호 남북분(南北墳) 등에서 출토된 장신구 중 금관·이식(耳飾)을 비롯한 각종 관식(冠飾) 금구류(金具類)가 대표적이라고 할 수 있으며, 또한 구옥(勾玉)·관옥(管玉)·환옥(丸玉) 등을 말할



수 있다. 그 중에서도 특히 보관(寶冠)·귀걸이(耳環飾)·가락지·과대(鈐帶: 허리띠 쇠)·신발(履)·팔찌(釧) 등은 그 기술의 정교함이 세계적인 미술품으로서도 손색이 없는 훌륭한 것이다. 이러한 고분 출토 유물은 대개 신라 시대 전기에 해당하는 것으로 한대(漢代)의 영향이 컸었던 것으로 생각된다.

둘째, 불교 미술 중에서 공예품으로 석등(石燈)·석탑(石塔)·석불(石佛)을 비롯하여 사리함(舍利函)·불감(佛龕)·동경(銅鏡)·동종(銅鐘), 그리고 사찰에서 전해 오는 향로(香爐)를 비롯한 각종 불기(佛器)와 불구류(佛具類) 등 금속 공예품이 있는데, 이러한 것은 대개 통일 신라 시대를 전후하여 제작된 작품이 대부분이며, 특히 통일 신라 시대를 전후하여 제작된 불상(佛像) 중에는 놀라운 금공 기술(金工技術)과 주조술(鑄造術)을 보여 주고 있는 걸작품이 많이 있다.

신라 시대의 금공품에 보이는 양식과 요소는 대개 중국 육조(六朝)의 전통을 이어 받은 당(唐)의 양식에서 많은 영향을 받았던 것으로 생각된다. 그러나 간혹 서역(西域) 계통의 양식을 보이고 있는 유물을 고분 출토품에서나 불기(佛器) 가운데서 찾아볼 수 있으며, 또 서역의 전래품이라고 생각되는 것도 있어 그 당시 중앙 아시아와의 문화 교류가 직접 이루어졌으리라 짐작된다.

1. 金製太環 귀걸이(古新羅, 5~6세기, 慶州 普門洞 夫婦塚 出土)
2. 金製細環 귀걸이(古新羅, 5~6세기, 慶州

皇吾洞 出土)

3. 金製細環 귀걸이(古新羅, 5~6세기, 慶州 普門洞 出土)
4. 金製細環 귀걸이(古新羅, 5~6세기, 傳居昌 出土)
5. 金製細環 귀걸이(古新羅, 5~6세기, 出土 未詳)
6. 金製太環 귀걸이(古新羅, 6세기, 金冠塚 出土)
7. 金製太環 귀걸이(古新羅, 6세기, 金冠塚 出土)
8. 金製細環 귀걸이(古新羅, 6세기, 金冠塚 出土)
9. 金製細環 귀걸이(古新羅, 6세기, 金冠塚 出土)
10. 金製鈐帶의 형식(古新羅, 5~6세기, 昌寧 出土)
11. 銀製·金銅製鈐帶의 形式(古新羅, 6세기, 金冠塚 出土)
12. 金製鈐帶(古新羅, 6세기 초, 梁山 出土)
13. 金製鈐帶(6~7세기, 日本 筑後月岡 出土)
14. 金製腰佩勾玉形裝飾(古新羅, 6세기, 金冠塚 出土)
15. 金製腰佩硬玉形勾玉(古新羅, 6세기, 金冠塚 出土)
16. 金製腰佩兩脚形透彫裝飾(古新羅, 6세기, 金冠塚 出土)
17. 金製腰佩短冊形裝飾(古新羅, 6세기, 金冠塚 出土)
18. 金製腰佩手拔形裝飾(古新羅, 6세기, 金冠塚 出土)

## 디자인 용어

### ■ 굿 디자인 ■

디자인된 것 가운데서 특히 우수한 디자인을 말한다. E. 카우프만은 “근대 디자인이란 무엇인가”에서 디자인상의 여러 법칙·형태·기능이 완전히 하나로 융합되고 또한 민주 사회를 위한 공업 생산이라는 테두리 안에서 인간적인 따스함이 표현된 것이라고 굿 디자인을 정의하고 있다. 즉 훌륭한 디자인이란 어느 시대나 그 시대의 디자이너가 제작한 최상의 디자인인 것이다.



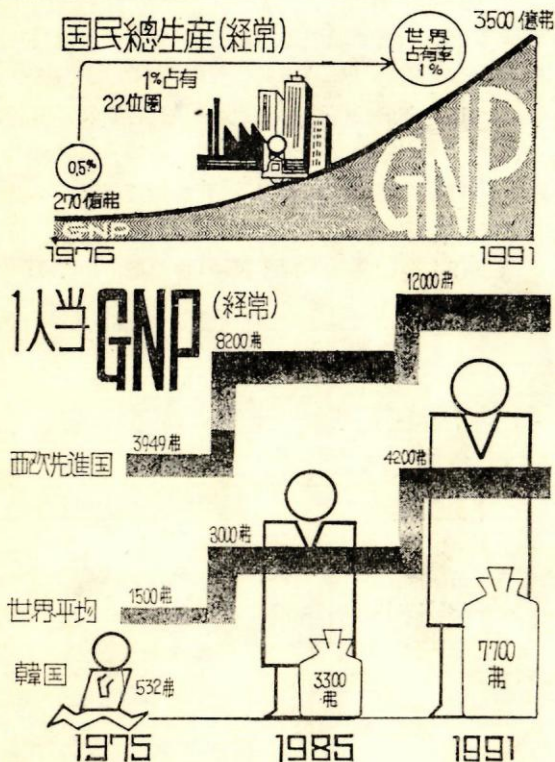
# 한국의 미래상

도표로 본 1991년의 한국

한국 경제 개발 연구원에서는 지금부터 15년 후인 1991년에 펼쳐질 우리 나라의 경제 및 사회 전반에 걸친 발전상을 입안하여 발표하였다. 이 연구원의 청사진에 의하면, 1991년에는 우리 나라 국민의 1인당 GNP가 7,700달러로 크게 늘어나고 수출도 1,150억 달러로 늘어나 세계 20위권의 경제 대국으로 부상한다고 전망하고 있다. 따라서 국가에서는 중학교까지 의무 교육을 실시하게 되며, 소득의 증대에 따라 국민의 문화 생활도 크게 향상되어 17명당 한 대꼴로 승용차를 보유하게 되고 해외 여행이 완전히 보편화되어 서구 선진국의 생활 수준에 접근할 전망이다. 본란에서는 고도 성장을 유지하고 있는 한국 경제가 15년 후에 맞이할 미래상을 도표 중심으로 조감해 봄으로써 디자인과 포장 산업의 역할 및 미래상을 설계하는데 유익한 자료로 삼고자 동 연구원의 한국 경제 장기 전망을 매일 경제 신문사 제공 자료로 수록한다. <편집자 주>



## □ 한국의 미래상



## 1인당 GNP

1991년의 국민 총생산(GNP)은 경상 가격(經常價格)으로 3천 5백억 달러에 달한다. 이와 같은 GNP의 규모는 세계 전체 GNP의 1% 정도를 차지하는 것으로서 현재 146개국 중 GNP 점유율이 1%를 넘는 나라는 22개국뿐이다.

이에 따라 1인당 GNP도 7,700달러로 크게 늘어나 세계 평균 수준 4,200달러를 훨씬 넘어서고, 1990년대 말에는 서구 선진국의 수준에 접근할 전망이다.

1인당 GNP를 1975년 가격으로 환산하면 3,900달러로 1975년의 영국, 1974년의 서구 여러 나라의 평균 수준과 같은 액수다. 이제 우리 나라가 세계 20위권의 경제 대국으로 부상하는 날도 멀지 않았다.

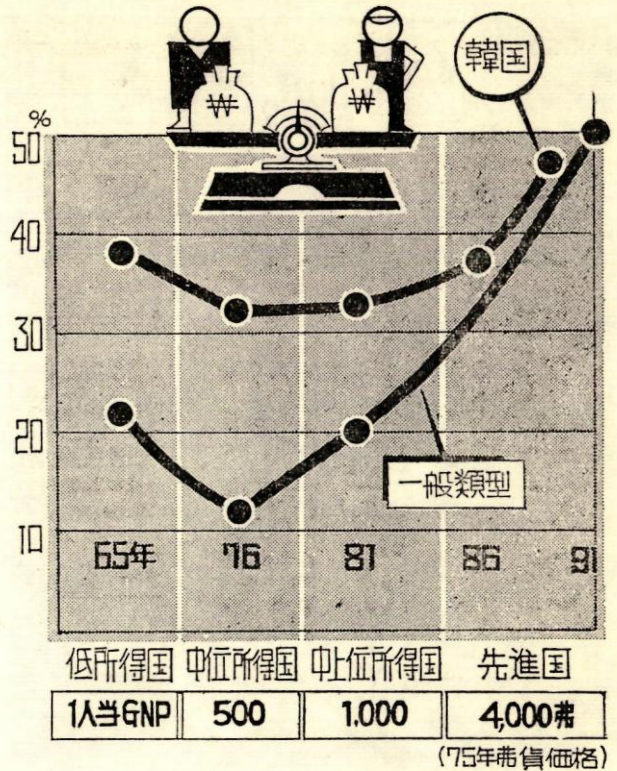


## 소득 분배 개선

국민 소득의 증가 못지않게 중요한 것은 소득의 균형 있는 배분이다. 소득 분배 상태를 나타내는 지표로는 고소득 상위층 5%의 소득에 대한 저소득 하위층 20%의 소득 비율이 사용된다.

<도표>에서 보는 바와 같이 일반 유형은 1인당 GNP가 5백 달러의 수준이 될 때까지는 오히려 소득 분배가 악화되다가 중상위 소득권으로 들어가면서 개선되는 양상을 나타내고 있다.

이에 비해 우리 나라는 현재도 일반 유형보다 좋은 상태에 있어 1991년에 가던 선진국의 분배 구조, 즉 저소득층의 소득 비율이 45%를 이루는 복지균점(福祉均霑)의 시대를 맞게 될 전망이다.



도표로 본 1991년의 한국 □

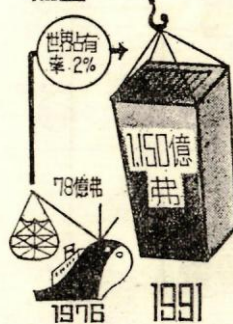
## 수출 · 수입

1991년의 수출은 1,150억 달러, 수입은 1,100억 달러가 되어 수출입 모두 세계 시장 점유율이 2%로 높아져 10위권의 수출입국으로 부상하게 된다. 그만큼 경제 규모가 커지고 국제 경제에서의 비중도 커진다고 할 수 있다.

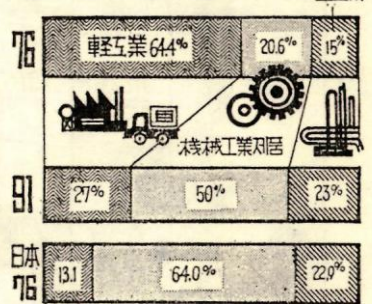
수출 구조에서 경공업 제품이 차지하는 비중은 27%로 낮아지는 반면 기계 공업 제품이 차지하는 비중은 50%의 수준으로 늘어나 현재 일본의 수출 구조에 접근하게 된다.

그런데 수입 구조를 보면 자본재(資本財) 및 연료·원료 등의 비중이 떨어지고, 소비재 및 기타 부문의 비중은 식료품 등의 수입 증가로 38% 수준까지 늘어날 전망이다.

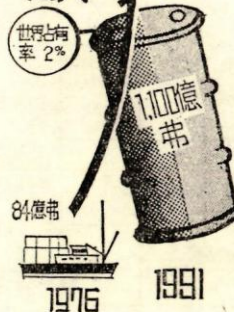
### 輸出



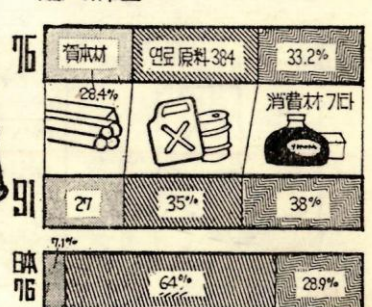
### 五產品輸出구조



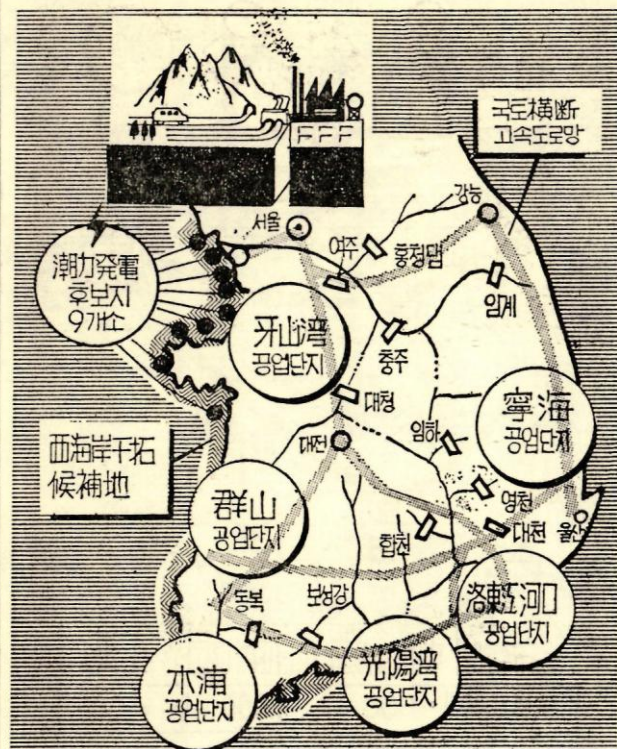
### 輸入



### 輸入構造







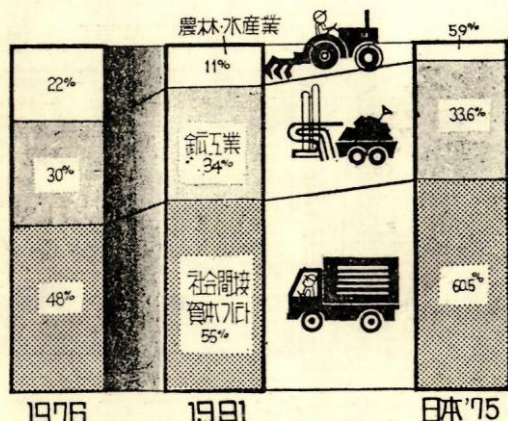
1991년에는 우리 나라의 지도가 크게 바뀐다. 2,800 km<sup>2</sup>에 달하는 서해안 간척 후보지에 대한 개발이 본격적으로 추진되어 꾸불꾸불한 해안선이 매워지고, 그 위에 산업 및 관광 도로가 뚫린다.

포장 능력 400 만 kW로 추정되는 9개소의 조력 발전(潮力發電) 후보지도 그 타당성의 조사와 함께 개발이 추진될 예정이다.

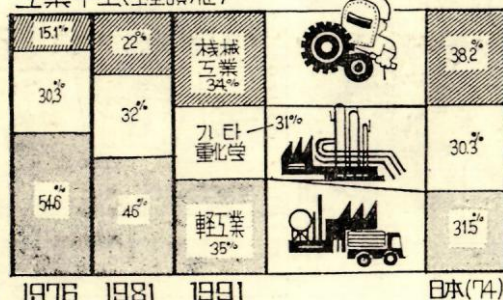
수자원(水資源) 개발을 위해 충주 댐 등 다목적 댐이 곳곳에 건설되고, 6개소의 임해 공업 단지가 건설된다.

이와 같은 국토 개발로 현재 98,800 km<sup>2</sup>의 국토 면적이 1991년에는 99,000 km<sup>2</sup>로 늘어난다.

□ 한국의 미래상



도업구조(生産額 기준)



산업 및 공업 구조

경제 규모의 확대와 아울러 산업 구조도 고도화된다. GNP 중 광공업(鑛工業)의 구성비는 1976년의 30%에서 1991년에는 34%의 수준으로 높아진다. 또한 사회 간접 자본 및 기타도 48%에서 55% 수준으로 제고됨으로써 선진국의 산업 구조와 비슷한 형태에 이를 전망이다.

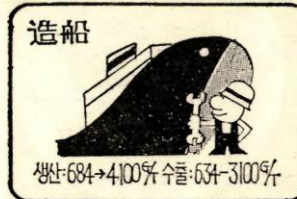
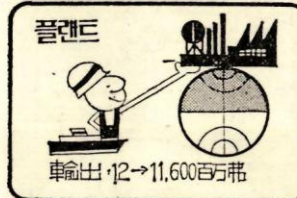
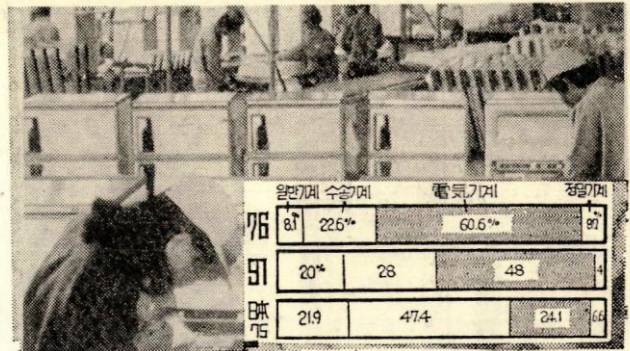
공업 구조면에서도 중화학 공업, 특히 기계 공업의 신장이 두드러지게 된다. 기계 공업이 차지하는 비중은 생산액 기준으로 1976년의 15.1%에서 1991년에는 34% 수준으로 늘어난다. 그 반면 경공업 부문은 54.6%에서 35% 내외로 크게 줄어들어 현재의 일본 등 선진국 수준의 공업 구조를 갖는 고도 산업 국가가 될 것이다.



## 기계류 수출

기계 공업의 발전과 기계류 수출이 성장의 열쇠다. 산업 구조가 고도화되면서 기계 공업은 기술 및 노동 집약적이고 산업 연관 효과가 높기 때문에 집중 개발될 것이다.

기계류의 수출은 1976년의 15억 달러에서 570억 달러로 늘어나 1991년의 총수출의 50%를 차지하게 된다. 기계류의 플랜트 수출이 161억 달러로 늘어나고, 자동차·선박·전자 제품의 생산 및 수출이 크게 늘어나게 된다. 특히 자동차는 1991년에 210만 대를 생산, 이 중 90만 대를 수출하게 된다. 우리의 공업 역량과 기술 수준이 집약된 각종 제품이 세계의 구석구석을 누빌 전망이다.



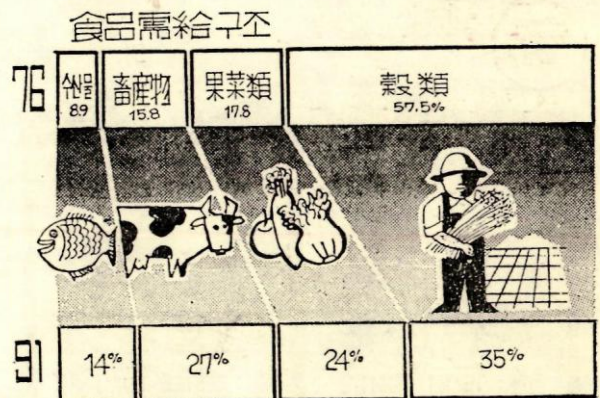
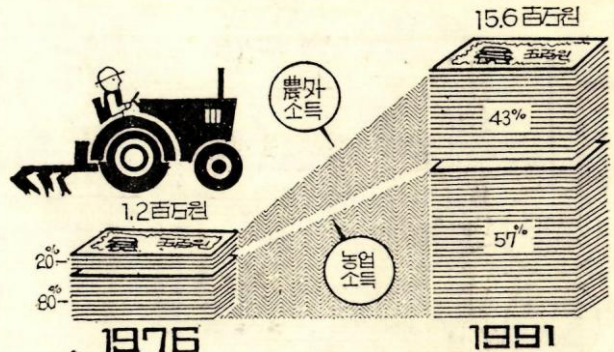
도표로 본 1991년의 한국 □

## 농가 소득·식품 수급

영농(營農)의 기계화와 함께 수리 안전담(水利安全畓)의 비율이 97%로 높아지고 경지 정리가 83%에 이르게 되어 농가의 호당(戶當) 소득도 1976년의 120만 원에서 1991년에는 1,560만 원으로 높아진다. 1975년의 가격으로 해도 현재보다 3~4배가 늘어나는 셈이다. 이 가운데 농외 소득(農外所得)의 비율이 높아져 1976년의 20%에서 43%를 차지하게 된다.

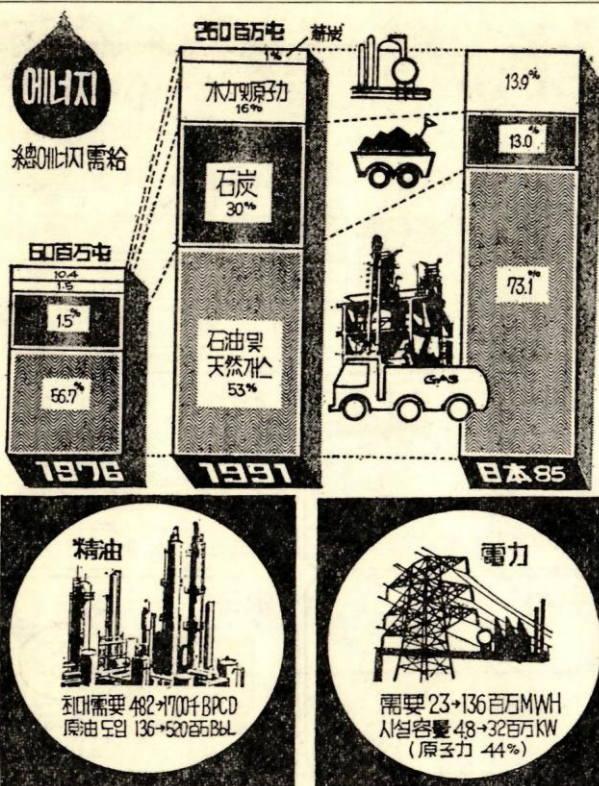
국민들의 식품 수급(食品需給) 구조도 달라져 수산물 및 축산물·과일·채소류의 비중이 높아지게 된다. 그 반면 곡물 수요는 1976년의 57.5%에서 35% 내외로 줄어들 전망이다.

이 같은 식품 수급 구조의 변화에 따라 쌀의 자급률은 100% 이상으로 높아지지만, 육류·수산물의 자급률은 오히려 80% 내외로 떨어진다.

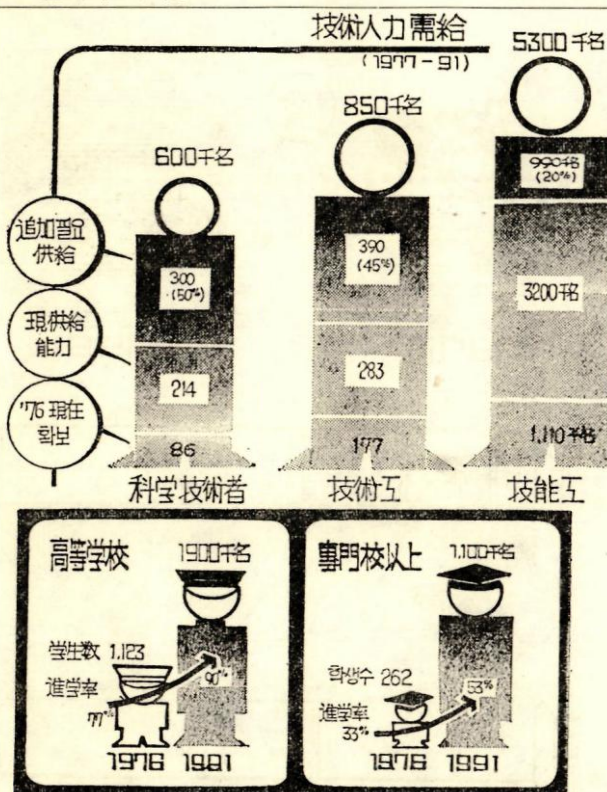




## 에너지 수급



### □ 한국의 미래상



## 기술 인력 교육

에너지의 총수급 규모는 석탄 기준으로 1976년의 6천만 톤에서 1991년에는 2억 6천만 톤으로 4배 이상 늘어날 전망이다. 에너지원별로는 수력 및 원자력의 비중이 16%로 늘어나는 반면 석탄은 30%, 석유 및 천연 가스는 53%로 줄게 된다. 이와 같은 수급 구조의 변화로 수입 에너지의 비중이 1976년의 60%에서 1991년에는 75%로 높아진다. 만약 그 동안에 대체 에너지가 개발되면, 이와 같은 수급 구조는 크게 변할 것이 분명하다.

전력의 수요는 연평균 12%씩 늘어나 1991년에 1억 3천 6백만 MWH로 증가함에 따라 발전 용량이 3천 2백만 kW로 늘어나고, 원자력의 발전 비중이 44%에 이를 전망이다.

1991년까지 과학 기술자 60만 명, 기술공 85만 명, 기능공 530만 명이 필요하게 된다. 현재의 공급 능력으로는 과학 기술자의 경우 수요의 50%에 해당하는 30만 명, 기술공은 39만 명(45%), 기능공은 99만 명(20%)이 부족할 전망이다. 따라서 고급 인력 양성을 위해 고등 교육 부문의 정원이 현재보다 2배 이상 늘어나야만 한다.

1991년에는 학급당 인원이 40~50명으로 과밀 학급이 완전히 없어지고, 의무 교육도 중학교까지 실시하게 된다.

고교 진학률은 92%, 전문 학교 이상의 진학률도 53%가 되어 고교 이상의 학생 수는 3백만 명의 수준이 될 전망이다.



## 소비 생활

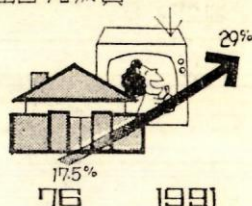
성장 일변도의 경제 정책은 부의 편재를 가져오기 쉽다. 따라서 경제 성장이 어느 정도에 이르면 개발 성과의 배분이 더욱 중요한 문제로 제기된다. 정부가 주거 환경 개선, 국민 보건 향상, 사회 보장 확충 등을 통해 국민 생활의 안정과 질적 개선을 도모하려는 것도 이 때문이다.

1991년에 이르면 생활 수준의 향상으로 소비 지출 구조가 크게 개선될 전망이다. 문화비의 지출이 늘어남에 따라 음식료품비의 비중이 1976년의 50%에서 24%로 낮아져 선진국형이 된다. 주거비·광열비·피복비·교육비·의료비 등의 비중은 모두 높아져 일본과 비슷한 형태의 소비 생활을 하게 된다.

### 飲食料品費



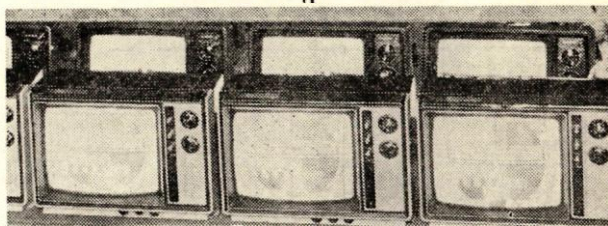
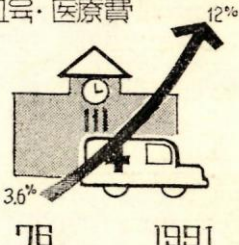
### 住居·光熱費



### 被服費



### 교육·医療費



도표로 본 1991년의 한국 □

## 문화 생활

소득의 증가에 따라 국민들의 문화 생활도 크게 향상될 전망이다. 승용차의 보유는 1976년의 1대당 3백 명에서 1991년에는 17명당 1대로 줄어든다. 평균잡아 세 집 중 한 집은 자가용을 갖게 된다는 계산이다.

전화의 보급도 1대당 28명에서 3명당 1대로 되어 집집마다 전화가 보급된다.

해외 여행도 완전히 보편화되어 1990년대가 되면 현재의 일본인들처럼 해외 여행자가 크게 늘어난다.

의료 시설도 크게 확충되어 병상당 인구는 130명, 의사 1인당 인구는 1,200명으로 줄어든다.

### 自動車



台当人口: 300 → 17명  
1976 '91

### 電話保有



台当人口: 28 → 3명  
1976 '91

### 海外旅行



### 医療施設



病床当人口: 742 → 130명  
 의사1人当人口: 2000 → 1200명



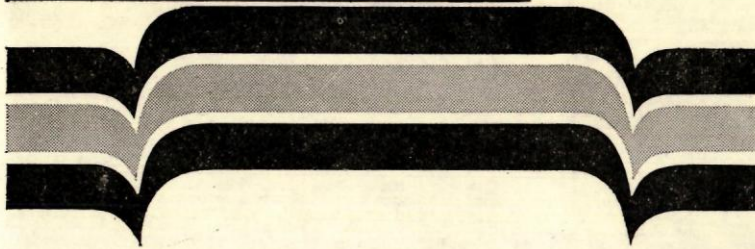


## 해외 디자인 · 포장계 소식

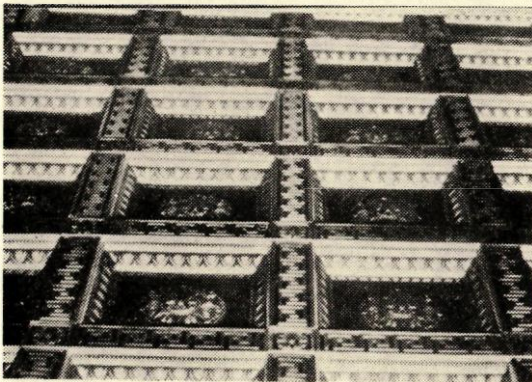
●...이 자료는 당센터가 세계 각처에 있는 여러 유관 단체를 통하여 입수한 것으로서, 여기에 게재된 각종 행사의 참가 요령 및 주최측의 세부 계획은 당 센터 국제과에서 우편·전화 또는 면담을 통하여 문의에 응하고 있으니 많은 이용을 바랍니다. <편집자 주>

나라 별	주요 회의 및 전시 행사	기 간	장 소	나라 별	주요 회의 및 전시 행사	기 간	장 소
미 국	전자 쇼우 '78	5.23~5.25	보 스 턴	이 탈 리 아	이탈리아 미술전	3.24~4.4	토 리 노
	국제 수공예전	7.	시 카 고		밀라노 교역전	4.14~4.23	밀 라 노
	제 8차 ICOGRADA 회의	8.3~8.8	시 카 고		국제 수공예 교역전	4.23~5.5	피 렌 체
	국립 미술 및 고대 미술제	10.7~10.15	뉴우요르크		식품류 및 포장 기기 국 제 전시회	10.3~10.9	
영 국	세계 포장 대회 국제 포 장 주간 '78	10.30~11.3	시 카 고	오 스 트 레 일 리 아	국제 수공예 교역전	4.23~5.1	피 렌 체
	국제 국제 박람회 '78	2.5~2.9	런 던		EXPO '78	6.9~6.13	시 드 니
	전자 쇼우	2.14~2.16	런 던		국제 선물 박람회 및 완 구 쇼우	7.	멜 보 른
	국제 해양 개발 산업전	3.5~3.10	서 색 스		제 3차 오스트레일리아 전자 쇼우	8.	시 드 니
독 일	연구소용 보안 기재전	3.7~3.9	런 던	캐 나 다	플라스틱 쇼우	5.8~5.12	토 론 토
	영국 공업 기술 협회전	3.7~3.9	요 오 크서		국제 전자 전람회	10.27~11.2	코 펜 하겐
	국제 전자·자동화 기기전	3.13~3.17	버 어 밍 겐		국제 포장 전시회	12.5~12.9	코 펜 하겐
	국제 공압(空壓) · 유압 (油壓) 기기전	3.13~3.17	버 어 밍 겐		국제 교역전	8.18~8.27	말 뢰
프 랑 스	국제 전기전	3.13~3.17	버 어 밍 겐	핀 란 드	아시아 교역전 '78	5.7~5.21	마 닐 라
	포장 기기전	4.18~4.21	런 던		제 19차 APF 이사회 및 제 5차 AP 회의	9.	마 닐 라
	국제 무역 박람회(포장 기기 및 포장재)	6.8~6.14	뒤셀도르프		국제 교역전	11.3~11.12	헬 싱 키
	국제 교역전(산업·무역 수공예)	9.27~10.1	뒤셀도르프		영국 산업 전시회	3.6~3.11	
일본	국제 교역전(전자 부품 조립품)	11.9~11.15	윈 헨	대 만	오스트레일리아 산업 교 역전	5.23~5.26	
	국제 전자 부품 전시회	4.3~4.8	파 리		대만 직물 및 의상 쇼우	3.7~3.11	타 이 페 이
	제 23차 국제 포장 전시 회	11.13~11.18	파 리				
	오오사카 교역전 '78	4.19~4.30	오 오 사 카				
본	제 8차 세계 공예 협회 총회	9.9~9.10	쿄 오 토	대 만			
	토오쿄오 포장전	9.16~9.20	토 오 쿄 오				
	국제 완구 박람회	9.	토 오 쿄 오				





## 우레탄 플라스틱제 장식 천장판



아트카브드(Artcarved) 천장 패널은 욕내 장식용의 예술적 무늬가 있는 플라스틱제 장식 천장판이다. 장식 무늬에는 24가지가 있다.

우레탄 플라스틱으로 제조된 이 아트카브드 천장판은 가로 세로 60센티미터의 정방형 천장틀에 손쉽게 장치할 수 있는데, 빛깔은 호도 나무색, 밝은 오크 나무색, 그리고 하얀색 등이 있다.

● 최근 가격 : 21 달러 50 센트 내지 55 달러 (평방미터당)

## 신형 전자 생산율 측정기

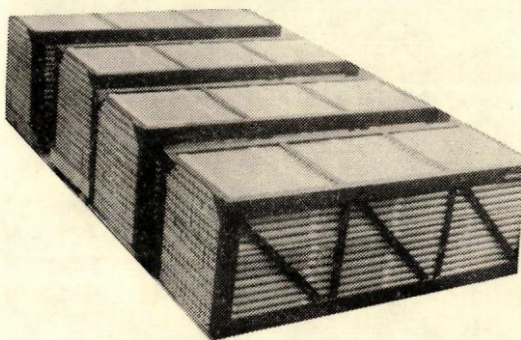


시간당 10개 내지 6만 개까지의 제품 생산 속도를 신속 정확하게 측정하는 장치가 나왔다. 이 장치는 종전의 스톱워치나 어떤 다른 측정기보다 빠르고 신용할 수 있는 신형 전자 생산율 측정기인데, 이 측정기를 사용하면 생산 속도의 무단 조절이나 생산 지연, 혹은 원료 투입의 이상 등을 방지할 수 있다.

이 측정기는 유리·전자·자동차·타이어·화공품 제조 및 식품 가공업자들에게 유용한 기계다.

● 최근 가격 : 270 달러 내지 375 달러

## 특수 열 에너지 저장 장치



물이나 바닷물을 이용한 열 에너지 저장 방법보다 훨씬 간편한 “열 에너지 저장 장치”가 나왔다.

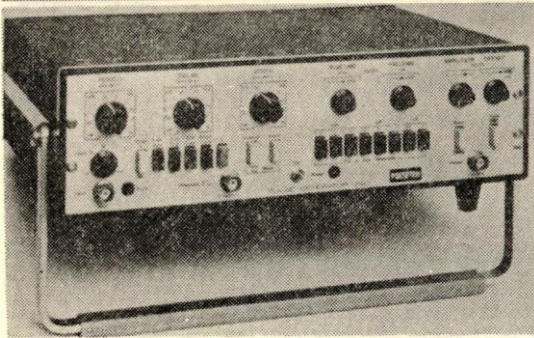
이 공작물은 태양열 수집기, 열 펌프 및 증발식 “에어 컨디셔너” 등에 비길 만한 재료들을 사용하고 있는데, 크기는 61×61×183센티미터이다.

이 공작물의 열 저장 능력은 1개당 약 13만 5천 BTU이며, 필요하면 1개 이상 여러 개를 연결시킬 수 있다.

● 최근 가격 : 3,500 달러



## 출력 증대 및 강하 조절이 되는 펄스 제너레이터

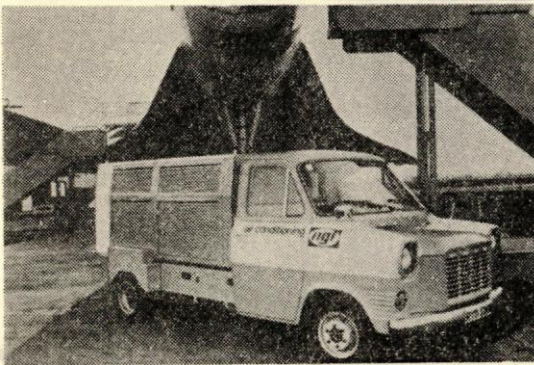


영국에서 제작된 50-MHz 펄스 제너레이터키형은 5nsec와 5 sec 사이에 100:1 비율까지 독립해서 출력 증대와 강하 시간을 변경할 수 있다.

±10V 한계 안에서 기준선을 보충하고 0.5V에서부터 10V까지 펄스 증폭을 변경할 수 있다.

이 타입 240은 어떠한 크기의 저항성 또는 유도 저항 부하라도 다룰 수 있다. 이 제너레이터에서 50 ohm 전원 임피던스는 케이블 끝에서 정확한 50 ohm 이 나타난다.

## 항공기용 트럭 장착 공조 장치

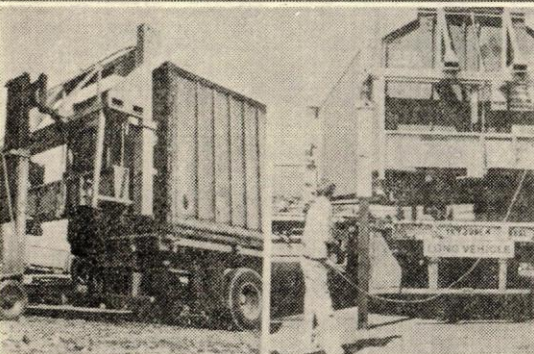


헬리콥터, 용무 제트기 및 6톤까지의 능력이 있는 호버크라프트 등 항공기의 지상 공조용으로 트럭에 장착한 설비를 영국 회사가 개발했다.

타입 5106K를 포드(Ford)나 베드포드(Bedford) 사시에 장착해서 사용하는데, 이것은 기온이 더울 때 항공기 엔진이나 보조 동력 장치를 비행장에서 가동할 필요가 없음을 뜻한다. 이 장치는 야전 병원과 창고에도 적합하다. 동력원이 자체 내에 장치되어 있거나 외부로부터 공급받을 수 있게 되어 있다.

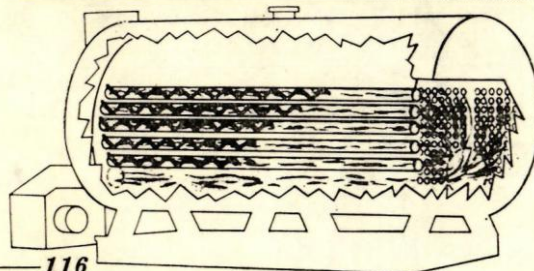
베드포드 사시 장착의 경우 전체 치수는 4.7m(길이) × 2.23m(폭) × 2.1m(높이), 포드사시 장착의 경우 5.13m × 2m × 1.96m이다.

## 도로 운송 차량용 측면 하역 시스템



트럭과 관절식 또는 세미트레일러의 운송 플랫폼에 영국제 수압 작동 하역 시스템을 설치하면 다른 어떠한 하역 기구를 따로 사용하지 않고 ISO 컨테이너와 그 밖의 무게 60톤까지의 하물을 옮겨 놓을 수 있다. 이 장비는 국지용 하역 장비가 다른 작업에 사용되고 있을 때의 부뚝가, 철도 화물 구내 및 공장 하역 장소에서 흔히 일어나는 좁은 통로의 불편을 극복할 수 있다. 특별히 다루기 어려운 하물을 제외하고 차량 운전 기사가 운전대 안에 있는 자동 제어 장치를 사용하여 전체 하역 작업(하물 적재가 평균 약 10분 내에 가능하다고 한다)을 수행할 수 있다.

## 보일러 연료 절약용 교류 조성기

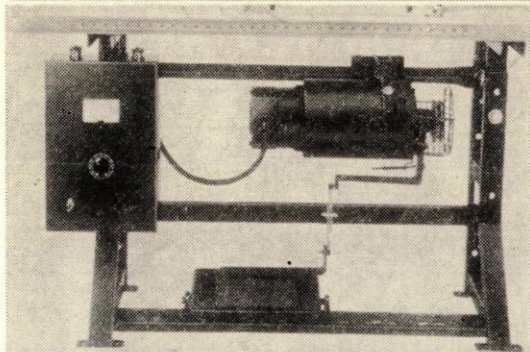


스미크 터뷰레이터(Smick Turbulator)는 가스나 유류를 연료로 하는 보일러에 설치하여 연료를 약 10퍼센트 절약할 수 있는 연료 절약용 교류 조성기이다.

스미크 터뷰레이터는 신형 및 재래식 보일러의 화염관(火焰管)에 쉽사리 설치할 수 있는데, 이 교류 조성기는 연소 능률을 증대시켜 보일러의 전열(傳熱) 능력을 증가시켜 줄 뿐만 아니라 화염관 내부를 골고루 가열한다.

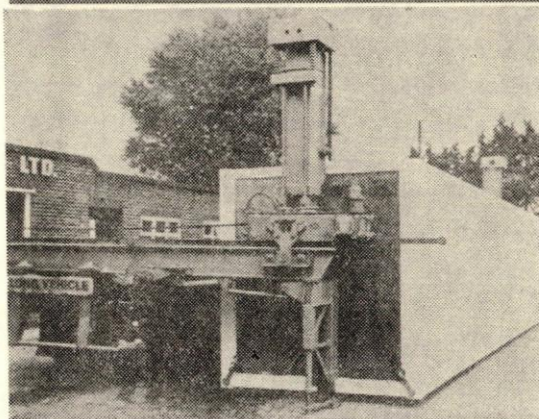


## 실내 난방방 장치 통제기



더모스태트 거버너(Thermostat Governor)는 아파트 건물과 상용 빌딩 내 각 실내 온도를 높여 주거나 낮 추어 주는 개개 온도 조절기를 통제하는 반도체(半導體) 장치이다. 더모스태트 거버너는 건물 내의 각 실 사용자가 건물 관리자가 정해 놓은 실내 온도 이상 혹은 이하로 각 실내 온도를 제멋대로 조정해 놓는 것을 방지하기 위해 고안된 장치라고 이 장치의 제조업자들은 말하고 있다.

## 콘크리트, 아스팔트 절단 톱

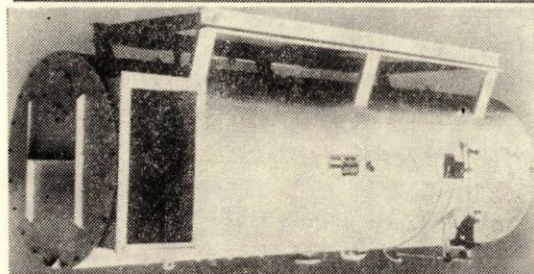


영국 회사에서 소개한 자체 추진 콘크리트, 아스팔트 바닥 절단 톱은 기계 양쪽에 톱날 장착 포인트가 포함되어 있어 날 하나로 한쪽만 또는 두 날로 동시에 양쪽을 절단할 수 있다.

도로 수리를 비롯하여 상한 길이나 포장 부분 절단, 전화선이나 교통 신호등과 차량 통제 포인트 설치를 위한 루프선 탐지 케이블용 도관 절단, 도로나 활주로 건설시 콘크리트의 신축 이음 절단 등에 응용된다.

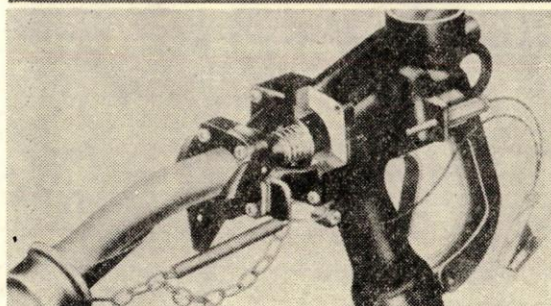
절단폭 범위는 4~25 mm, 날 한 개로 한 번 통과에 콘크리트는 길이 40~50 mm, 아스팔트는 길이 125 mm까지 절단할 수 있다.

## 에너지 절약 가정용 물 끓이는 기계



내부에 유리가 사용된 에너지 절약형 가정용 온수기 콘저베이션리스트(Conservationist)가 나왔다. 연료로는 전기나 가스가 사용된다. 콘저베이션리스트는 밑으로부터 찬 공기가 들어가지 못하게 하기 위해 특별한 이중 격리 장치와 아울러 다리 대신에 받침대를 사용하고 있다. 에너지를 줄이게끔 특수 설계된 이 장치는 23 퍼센트까지 연료비를 절감함으로써 이 장치의 수명 기간인 10년 내에 본전을 뽑는다는 것이다. 크기에는 여섯 가지가 있다.

## 엔진 동작 중에도 가능한 연료 보급



엔진이 작동중이고 회전력이 돌고 있는 사이에 헬리콥터에의 안전한 연료 보급은 영국 회사에 의해 개발된 연료 보급기로 처음으로 가능하게 되었다고 한다.

G 457의 노즐은 제트엔진에 연료를 보급할 때 흘러거나 우발적인 주입이 없게끔 되어 있어 헬리콥터가 육지나 해상에서나 긴급 상황에서 연료의 재보급을 받을 수 있다. G457 노즐을 탱크 연료 주입구에서 빼내었을 때 자동적으로 연료가 차단된다. 거품이 특수 장치에 의하여 없어지기 때문에 퓨얼 센서(fuel sensor)가 탱크의 실제 레벨을 측정할 수 있다.



# DESIGN

## 정보

### 완구 디자인에 등록제 실시

#### 자가 개발품의 모방 침해 보호

한국 완구 공업 협동 조합은 지난 1월 26일 하오 시내 풍전 호텔에서 올해 정기 총회를 열고 금년도 수출 목표 1억 3천만 달러 달성을 뒷받침하기 위해 해외 시장 개척 확대, 공동 판매 사업 확충 및 안전 관리 제도 확립을 추진키로 하는 올해 사업 계획을 확정했다.

한국 완구 공업 협동 조합의 주요 사업 계획 내용을 보면 다음과 같다.

올해 수출 목표를 효율적으로 달성키 위해 수출 신장이 예상되는 플라스틱 및 금속 완구 수출 시장 개척을 목적으로 아프리카·북미·북구·중동 지역에 무역 사절단을 파견하고, 또한 2월 9일부터 2월 22일까지 서독과 미국에서 개최되는 박람회에 참가하여 외국 우수 상품을 수집하고 국내에서 비교 전시회를 개최키로 했다.

또한 생산 업체의 계열 및 전문화를 조성하고 협업화를 통해 하청 기업을 육성하며 내수 산업의 수출 산업화를 유도하여 수출 증대에 기여하도록 하는 한편, 업종별 분과 위원회를 구성하고, 수출 애로 타개 및 협업화 조성과 생산 정보를 교환하여 기업의 합리화를 꾀하기로 했다.

한편 완구 디자인 보유 등록 사업을 전개하여 자가 개발품의 모방 및 권익 침해를 보호하고 완구 안전 제도를 자율적으로 실시하기 위해 완구류 검사소를 설치 운영하며, 1980년대 3억 달러 수출 목표 달성을 위한 기반 조성을 위해 완구 금형(金型) 금고 제도를 실시, 새 제품 개발을 위한 우수 금형을 공동으로 제작케 함으로써 자금 부담 경감 및 생산 의욕을 고취시키고 완구 공동 판매장 운영을 개선, 생산자 중심의 공동 운영체로 전환시켜 제품 판로 기반을 확립케 하기로 하였다.

### 한국산 양식기 품질 인정받아

#### 고급품 생산 선진국에 수출

노르웨이에서 한국산 양식기(洋食器)의 품질이 인정받고 있어 수입이 증가 추세에 있으나, 쿼터에 묶여 급격한 수출 신장은 어려울 것으로 전망된다. 노르웨이는 다량의 철제 수공구(鐵製手工具)를 자체 생산하고 있으며, 제조업 중 공구류 및 제철 식기류 생산업의 비중이 높은 편으로서 제조업의 6.76%를 차지하고 있다.

현재 노르웨이 국내 양식기 생산 업체는 43개 업체로서 동 제조업에 종사하고 있는 종업원은 1,167명이며, 1975년도 총생산액이 5,200만 달러에 달하고 있다.

노르웨이는 자체 생산한 양식기의 16.5%를 해외에 수출하고 있으며 1976년도엔 약 130만 달러 상당의 양식기를 수입했는데, 주요 수입국은 서독·스웨덴·영국·스페인·일본·네덜란드 등이다. 아시아에서는 일본이 약 54만 달러로 최대 공급국이며, 다음으로 싱가포르·태국·한국 순으로서 1976년 말 우리 나라 수출은 6만 달러에 불과한 실정이었으나 점차 한국산 제품에 대한 품질이 인정되어 수출이 증가 추세에 있는 실정이다.

그러나 이 제품이 쿼터 품목에 포함되어 1977년도 수출 쿼터가 75만 크로네로 제한되어 연도말 24만 달러 이상의 수출은 어려울 것으로 판단된다.

### 전탁(電卓) 부착 회중 시계

#### 일본에서 곧 판매 개시

일본의 중견 시계 메이커인 루사(樓社)는 작년 12



월 중순부터 전락(電卓)과 디지털 회중 시계를 함께 한 복합 상품 '미카도 캘크론'을 판매한다.

전락 시계뿐 아니라 스톱 워치·랩타임 측정 기능·파자명 시계의 다섯 가지 기능을 함께 가지고 있어 폭넓은 수요층에 파고들 것으로 보이는 이 제품은 얇고 소형(폭 48.5×높이 65.6×두께 9.2밀리)인 것이 특색으로 와이셔츠 윗주머니에 넣고 다닐 수 있다.

## 태양 전지 개발 사업 본전화

### 미·일 제휴 아몰파스 소재 기업화

일본의 동아 연료 공업은 혁신적인 반도체(半導體) 기술로 세계적으로 주목되고 있는 아몰파스(非結晶質) 소재(素材)를 개발하여 기업화에 착수하기로 하고 최근 이 기술을 보유하고 있는 미국의 에너지 콘바이션 디바이스(ECD)사와 기술 제약을 체결하기로 원칙적인 합의를 보았다.

이 아몰파스 소재는 전기적·광학적 특성을 이용하여 태양 전지 여열 발전(餘熱發電)의 성능을 비약적으로 높일 수 있는 등 메모리·사진 등에도 응용할 수 있는 기술인데, 이 회사는 우선 아몰파스 유리에 의한 태양 전지의 에너지 관련 기술의 기업화를 도모할 계획이다. 아몰파스 소재는 빛과 열을 전기로 바꾸는 에너지 변환 특성이 우수하며, 에너지 절약·에너지 수집 분야의 새로운 소재로서 세계적으로 주목되고 있다. 특히 태양 전지에 대해서는 금년도 노벨 물리학상을 받은 영국의 에빌 모트 캄브리지 대학 교수도 "100 km 사방의 태양 전지로 미국의 전 전력 수요를 충당할 수 있을 정도의 고능률"이라고 평가하고 있다.

## 일본 모피 제품 고급화 경향

### 작년 밍크 수입 약 4배 증가

일본 모피업계에서는 토끼로부터 밍크로의 전환이 급격히 이루어지고 있다. 일본 원모피(原毛皮) 협회의 조정에 의하면 일본의 모피 제품 중 태반이 의존하고 있는 원모피의 수입 내역은 토끼 모피가 여전히 많지만, 밍크 모피의 수입이 격증하고 있다.

이는 모피 제품에 대한 소비자의 선호가 고급화 이미지를 추구하고 있다는 것을 뒷받침하고 있는 것으로 보이는데, 모피 제품 취급업자들도 밍크 같은 고급품

으로 전환하고 있는 것이 눈에 띄게 나타나고 있다.

## TV 게임으로 다시 활기

### 일본 완구업계 올 판매 70만 대 돌파할 듯

지난 2,3년간 히트 상품이 없었던 일본 완구업계가 'TV 게임'의 출현으로 모처럼의 활기를 되찾으려 하고 있어 업계가 기대를 모으고 있다. 이 TV 게임은 임천당(任天堂)·토미 공업 등 유력 메이커가 작년부터 계속해서 상품화하여 시장에 내놓은 것인데, 송판옥(松坂屋) 백화점에 따르면 지난 9,10월부터 급격히 판매가 늘어나 작년보다 105%나 신장되고 있으며, 이대로 가면 당초 예상했던 올해 일본 판매량 50만 대를 훨씬 넘어서 연말까지 70만 대를 돌파할 것이라고 한다. 이 TV 게임은 가정용 일렉트로닉스 기술을 사들여 즐길 수 있게 한 게임으로서 미국에서도 폭발적인 인기를 불러일으키고 있다.

TV 게임은 국민 학생부터 중학생용으로 조준을 맞추어 만들어진 것이나, 어른들도 함께 즐길 수 있는 것이 인기의 비밀인 것 같다. 조작은 각 가정에 있는 TV에 연결, 빈 채널에 맞추으로써 화면이 나타나 자기가 즐기는 테니스·아이스하키·축구·농구 등 4게임에서 15게임을 4명이 한꺼번에 즐길 수 있게 되어 있다. 가격은 대당 8,900원(圓)에서 3만 8천 원까지인데, 완구로서는 비싼 편이나 1만 5천 원 정도의 것이 잘 팔린다고 한다.

## 우산·간이 텐트 겸용

### 미국업자, 연 10만 개 수입 희망

우산과 간이 텐트를 겸하여 이용이 간편한 스포츠 브렐러(sports brella)가 미국에서 고안되어 앞으로 큰 인기를 끌 것 같다. 이 상품의 장래성을 내다본 미국의 한 수입업자는 벌써부터 한국에서 이 상품이 개발되어 미국으로 수입할 수 있기를 바라고 있을 정도다. 이 업자는 연간 10만 개 정도를 한국에서 수입하기를 희망하고 있다고 한다. 현재 미국에서 이 상품을 수입한 실적은 아직 없으며, 한국에서 수입할 때에는 약 20%의 관세가 적용될 것이라는데, 이 미국업자가 제시한 가격은 개당 6달러(FOB 한국)이다.

이 스포츠 브렐러는 우천 등 기후가 나쁠 때 운동장



에서 경기를 관람하거나 낚시 등 야외 취미 생활을 즐기기에 불편함이 없도록 만들어진 일종의 텐트 umbrella이다. 이 제품은 원래 미국의 Sebastian International Inc. 이 처음으로 고안한 개발 상품으로 아직 시판되지 않고 있는데, 앞으로 시판 가격은 최소한 1개당 40 달러 정도는 될 것이라고 한다.

이 제품은 ① 가지고 다니기에 간편하고, ② 조각이 텐트 umbrella보다 쉬우며, ③ 완전 방풍 처리가 되어 있어 다른 우산과 같이 휘거나 부러지지 않고, ④ 시야를 방해받지 않는 등 여러 가지 장점을 갖고 있다.

이 스포츠 umbrella의 제작은 우산 제조 방식을 기초로 하고 있기 때문에 한국의 관련업자가 손쉽게 제작에 임할 수 있을 것으로 보여지는데, 우산과 같이 텐트를 결합할 수 있게 완전히 뿔을 때는 직사각형의 간이 텐트가 되도록 만들어져야 하며, 사용 직물은 반드시 방수 처리를 한 것이어야 한다.

## 물이 스미지 않는 피혁 등장

### 미국 이어 일본서도 제조법 실용화

‘물이 배어들지 않는 피혁’의 제조법이 일본에서도 실용화되고 있다. 일본의 삼양 화성(三洋化成)과 미국 다이어먼드 섀프크 사와의 합작 회사인 선 노프코 사는 최근 야기 산업(野崎産業)과 공동 도입한 유피(鞣皮) 제조법 및 그 피혁(상품명: 논리웨트)에 관해 업무 제휴하기로 합의, 일관된 마케팅을 공동으로 전개하기로 했다. 제휴 내용은 야기 산업이 종래부터의 판매 채널을 활용하고 피혁을 독점적으로 판매하는 한편 피혁 제품의 상품화와 마케팅을 추진, 선노프코가 유피 제조업자에 대한 소수성 가지제(疎水性加脂劑) 등 약제 공급과 기술 서비스를 담당, 양사의 협력으로 적극적으로 판매하자는 것이다. 이 시스템은 이미 미국에서 하이킹 슈즈 등의 형태로 실용화되어 국내에서의 시험 판매에서도 호평을 받았으며, 통기성(通氣性) 등 우수한 특징이 있어 천연 피혁의 용도 확대라는 점에서 획기적인 것으로 주목된다.

## 디자인 용어

□ 디자인 요소 □

디자인은 제품 또는 작품의 목적·용도·기능·경제성·생산 방식 등의 추상적 조건을 전제로 하며, 이들을 종합하면서 최종적으로는 형태와 색채의 결정으로 표시된다. 따라서 디자인의 형식적 요소는 점(點)·선(線)·면(面)·입체(立體) 공간·색채·광선 등이다. 이것들은 전부 추상적으로 처리되는 수도 있으며, 실체를 형성하는 재로 처리되고 또한 기능의 구체화로 나타내는 수도 있다.

## 내용물 레이블에도 함량 표시해야

### 수출 인삼차에 부착하게 촉구

인삼 제품 수출업체는 최근 들어 인삼차(人蔘茶)의 엑기스 함량 표시인 태극 마아크가 겉포장에는 되어 있으나 내용물 레이블에는 되어 있지 않아 해외 수입업자로부터 제품의 신빙성이 우려된다는 항의가 들어오고 있다고 지적, 이의 시정을 촉구했다. 전매청은 1976년도 인삼 제품 가운데 수출 물량이 많은 인삼차의 조약품 근절을 위해 인삼 엑기스 8%부터 20%까지 4단계로 구분, 각각 함량별 태극 마아크를 의무적으로 붙여 수출토록 조치했으나, 최근 들어 해외 바이어들이 겉포장에는 태극 마아크가 들어 있으나 내용물 레이블에는 태극 마아크 표시가 되어 있지 않다는 이유로 제품의 신뢰도가 우려됨은 물론 관측 활동에도 적지 않은 지장을 주고 있다고 지적, 이를 조속히 시정해 줄 것을 요청해 오고 있다는 것이다.

업체는 이에 따라 인삼차의 지속적인 수출을 유도하기 위해 해외 바이어들이 안심하고 발주할 수 있도록 인삼차의 겉포장에 표시되어 있는 태극 마아크를 내용물 레이블에도 표시하도록 하는 방안을 마련해 줄 것을 촉구했다.

## 캐나다에 전자 시계 인기

### 수입 수요 격증, 한국 적극 진출해야

캐나다 시장에 전반적으로 스며들고 있는 경기 침체 현상에도 불구하고 작년도 캐나다의 시계 시장 경기는 예상 외로 계속 호전되고 있는 것으로 나타났다. 손목 시계 소비는 1976년도에 이어 1977년도에도 지속적으로 증가하고 있으며, 특히 전자 손목 시계는 일반 손목 시계보다도 인기도가 상승하고 있다. 관련 제조업체 및 수입상들은 전자 손목 시계가 향후 5년 후인 1982년에는 시계 수요의 60%를 점유할 것이라고 내다 보고 있다.



“히히히!” 믿음직스러운 울음 소리와 요란한 말발굽 소리가 천지를 진동시키며 1978년의 새해가 밝았다. 늑름하고 영리하고 용감한 기상이 어둠을 가른다. 준마와 명마와 필마의 얘기를 우리는 오래 전부터 들어 왔다.

멀고 먼 황야를 달려오고도 지칠 줄 모르는 스피이드의 힘을 우리는 서부 개척의 영화에서 보아 왔다. 온 누리에 서기(瑞氣)를 안겨 주는 그 모습이 더없이 정겹다. 새로운 역사를 잉태하고 찬란한 소망을 펼쳐 줄 말(馬)의



김 미 옥

팻션 디자이너

해에 너 나 없이 크고 작은 소망을 갖는다.

“백 번을 더 속는 한이 있더라도 오늘의 희망은 소중한 것이”라고 한 토머스 플러의 금언이 새삼 가슴을 뚫듯하게 하는 말의 아침이기에 기대는 마냥 부풀기만 한다.

말은 소와 더불어 인간과 가장 밀접한 관계를 가진 동물이다. 뿐만 아니라 동서를 막론하고 오랜 옛날부터 크게 숭상되어 왔다. 고대 그리이스의 신화에 나오는 아폴로 신(神)의 4필의 천마(天馬) 이야기와, 신라 시조 박 혁거세(朴赫居世)가 들어 있는 알을 향하여 절을 하고 길게 한 번 울고 나서 백말이 하늘로 올라갔다는 『삼국유사』의 설화 같은 것이 모두 말에 대한 숭상의

표시이며, 그 밖에 대지신(大地神)·농업신(農業神)·수신(水神) 등으로 숭상하기도 했다.

말(馬)은 힘과 스피이드의 상징이다. 늑름하고 용감하고 의리를 생명으로 하는 그 기상은 가히 인간이 본받아야 할 것이다. 거기에는 온순하고 영리하고 인내력이 강하고 전쟁을 할 줄 안다.

일찌기 징키스칸의 말이나 알렉산더 대왕의 명마 부케파라스를 들먹이지 않더라도 말은 일찌기 역사를 바꾸는 기수(騎手)가 되어 왔다. 그런만큼 말의 해에 태어나는 사람은 행동력이 강하고 이지적이며 남에게 지기 싫어하는 기질을 갖는다고 알려져 있다. 여자의 경우는 팔자가 드세다 운운하기도 하지만 근거 없는 속설이라 하겠다.

옛말에 사람이 말상(馬相)이라는 말이 있다. 얼굴은 길고 사고(四庫)가 깊으며 이(齒)가 크고 허리가 길고……한 마디로 좋다는 얘기다. 말처럼 날렵하고 부지런하고 흰하다는 얘기다.

또 말은 행운을 가져온다고 알려져 있다. 속담에 “말 편자를 많이 주으면 부자가 된다”는 말이 있고, 서양에도 비슷한 말이 있다.

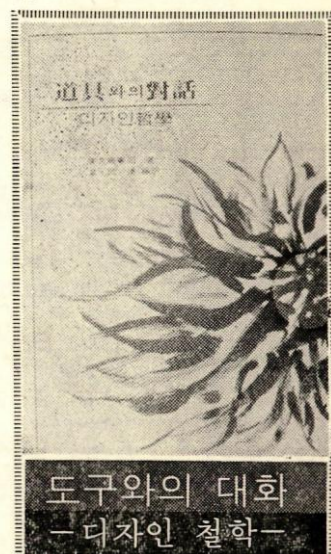
“말 편자를 주으면 행운의 신(神)이 찾아온다”하여 집에 가져가 대문 위에 V자 형으로 걸어 놓기도 한다. 이 행운의 말 편자는 요즈음도 볼 수 있는 우리의 풍습이다.

말 해(馬年)를 분류하면 백말(白馬)의 해가 있는데, 올해는 황마(黃馬)의 해라고 한다. 간지(干支)로는 무사(戊士)이며 색상은 노오란 색을 띤 날렵한 황마를 생각해 보자. 얼마나 기운차

고 가상스러운가를. 거기에는 ‘트로이’ 목마(木馬)에서 볼 수 있는 기지를 발휘하며 넓은 황야와 초원을 내달리고 열심히 일하는 모습……

아름든 무오년 말해의 아침은 밝았다. 우리는 말의 기상처럼 두려움 없이 용기와 힘과 지기를 가지고 출발했다. 어떤 어려움이 닥치고 시련이 온다 해도 참고 이기며, 인내와 지혜로 새로운 삶을 창조하는 슬기로운 국민이 되어야 하겠다.

천리준마(千里駿馬)처럼 일사천리의 행군이 아니라도 좋다. 말의 용기를 배우고 온 힘을 다하여 열심히 일하고 노력하면 더욱 부강해지고, 땀가에 따른 말편자의 행운이 우리에게 올 것이다.



# 도구와의 대화 - 디자인 철학 -

인간 생활에서 배움을 수 없는 도구의 본질을 인간의 그것과 결부시키면서 디자인계에 새로운 활기와 가치를 부여, 그 심오한 진리를 파헤친 디자인 철학서!

김 희 덕 역

4·6판/237면. 1969년 10월 발행  
발행처·한국 디자인 포장 센터



Mr.

Design

100元

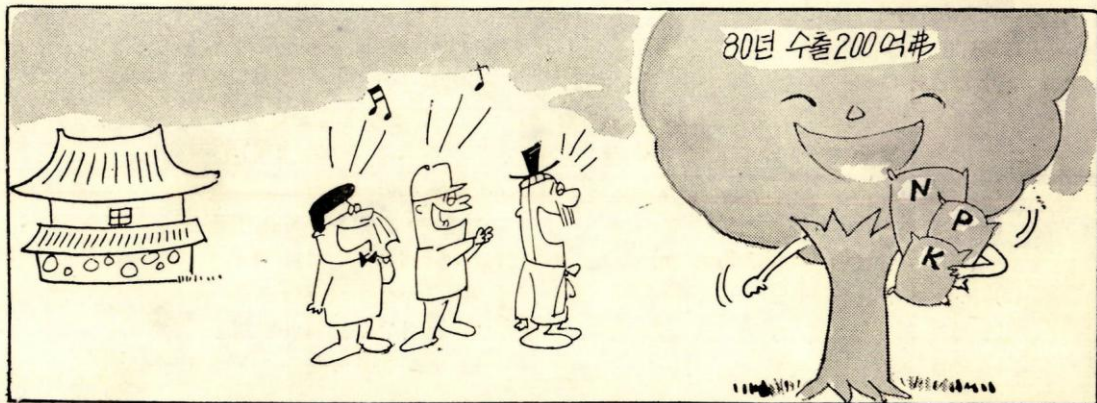
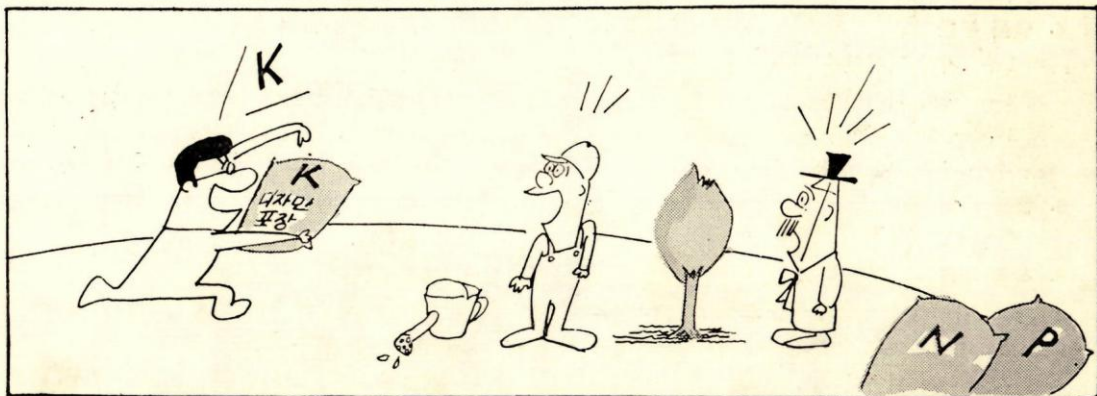
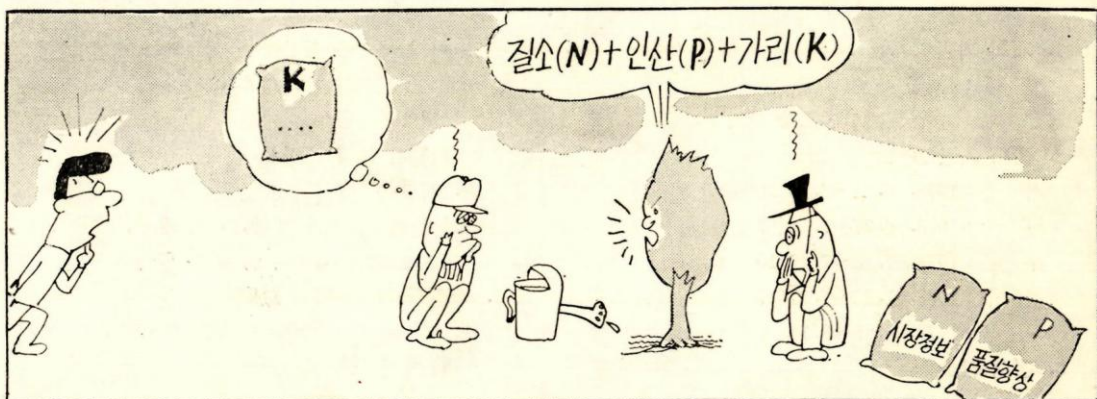
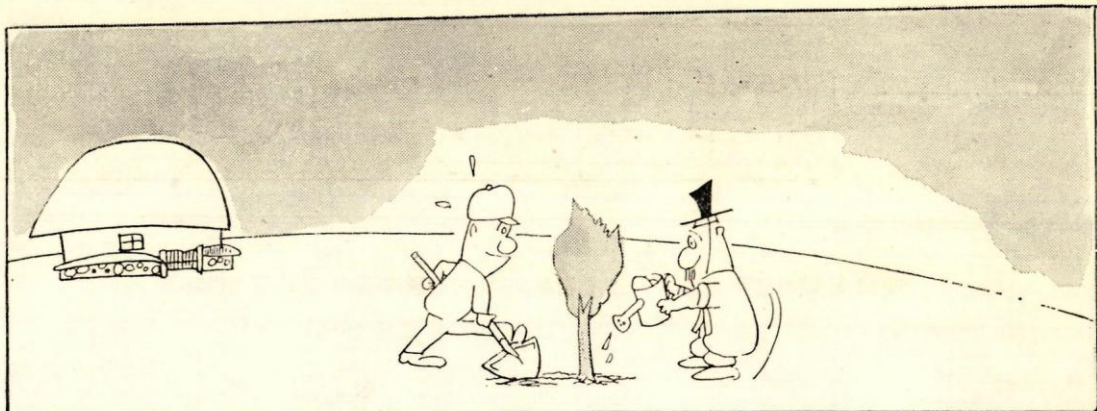
200元



★戶錫煥★









# 제13회 대한민국 산업

상공부 공고 제 78-11 호

제 13 회 대한민국 산업 디자인 전람회 개최 요강을 다음과 같이 공고한다.

1978 년 2 월 21 일

상 공 부 장 관

## 1. 개최 기관

주 최 : 상 공 부

주 관 : 한국 디자인 · 포장 센터

## 2. 전시 기간

서 울 : 1978. 6. 1~6. 20(20일간)

대 구 : 1978. 6. 27~7. 3(7일간)

부 산 : 1978. 7. 8~7. 17(10일간)

광 주 : 1978. 7. 25~7. 31(7일간)

대 전 : 1978. 8. 5~8. 11(7일간)

## 3. 전시 장소

한국 디자인 포장 센터 전시관

## 4. 출품 부문

제 1 부 시각 디자인부

제 2 부 공예 디자인부

제 3 부 공업 디자인부

※ 우수 상품 창조 출품

## 5. 출품 자격

제한 없음.

## 6. 작품 내용

산업 디자인의 개발 활동을 조성하여 생산 제품의 품위를 향상시키고 수출 진흥에 기여할 수 있는 아래 각 분야의 디자인

가. 제 1 부 시각 디자인부

(1) 선전 디자인

(가) 포스터 : 상품 및 산업 PR, 자원 절약 제등, 판광선전, 자연 보호 및 새마을 운동 제등, 수출 증진 제등 등

(나) 캘린더, 카탈로그, 구매 시점 광고(POP)

(다) 경영 전략으로서의 디자인 통합  
(CIP: Corporate Identity Program)

(2) 포장 디자인

(가) 상업 포장

(나) 공업 포장

※ 이상 제 1 부 작품에는 실존하는 주체를 대상으로 할 것(업체 및 상품).

나. 제 2 부 공예 디자인부

공예 작품 및 토산품

다. 제 3 부 공업 디자인부

가전 제품, 섬유 제품, 레저 용품, 운송 기기, 의로보전기, 인테리어, 기타 공산품

## 7. 작품 규격 및 제작 요령

가. 제 1 부 시각 디자인부

(1) 평면 작품

전지 1매(73cm×103cm) 단위로 1매 또는 2매, 두께 3cm의 판넬에 부착할 것.

(2) 입체 작품

(가) 작품 진열 면적이 전지 1매 이내로 작품량을 제한.

(나) 작품과 별도로 설명 판넬을 동시에 출품할 것(설명 판넬의 규격은 평면 작품에 준할 것).

나. 제 2 부 공예 디자인부

작품 진열 면적이 가로, 세로, 높이 각각 2m를 초과하지 않을 것.

다. 제 3 부 공업 디자인부

(1) 작품 진열 면적이 가로, 세로 각각 2m, 높이가 2.5m를 초과하지 않을 것.

(2) 실물 또는 모형의 설제도를 판넬에 부착하여 동시에 출품할 것(판넬 규격은 전지 1매 단위로 1매 또는 2매).

## 8. 출품 제한

다음 각 호에 해당하는 작품은 출품할 수 없다.

가. 국내외에서 이미 공개 발표된 작품

나. 모방성이 농후한 작품

다. 공서양속을 해치는 작품

※ 창조 출품 부문은 “다”항만 적용



# 디자인전람회 개최안내

## 9. 출품 절차

가. 출품원서 배포처 : 상공부 지도과  
한국 디자인 포장 센터  
각 시·도 상공 회의소

나. 배포 기간 : 1978. 4. 1 부터

다. 작품 접수

(1) 제 1 부 시각 디자인부 : 1978. 5. 15(월)

(2) 제 2 부 공예 디자인부 : 1978. 5. 16(화)

(3) 제 3 부 공업 디자인부 : 1978. 5. 17(수)

라. 작품 접수 장소 : 한국 디자인 포장 센터 전시관

마. 출품료 : 작품 1 종당 2,000원

※ 찬조 출품은 출품료 없음.

## 10. 작품 심사

가. 심사 기구 : 관계 기관과 사계 권위자로 구성된 심사 위원회

나. 심사 기준

(1) 재료의 특성이 유효 적절하게 사용되어 있을 것.

(2) 용도적, 기능적 조건을 충족시키고 있을 것.

(3) 미적 감각을 만족시킬 수 있도록 종합적으로 조형되어 있을 것.

(4) 독창성이 있을 것.

(5) 양산에 적합하며 합리적인 가격일 것.

다. 심사 기간 및 내용

(1) 기 간 : 1978. 5. 19~5. 20(2일간)

(2) 내 용 : ○ 입선작 선별

○ 특선 및 입상 후보작 선별

(3) 심사 발표 : 1978. 6. 1

## 11. 전시 작품

가. 입선·특선 및 입상 작품

나. 심사 위원 및 추천 작가 작품

다. 기타 상공부 장관이 필요하다고 인정하는 작품

## 12. 시 상

가. 일 시 : 1978. 6. 20.

나. 장 소 : 한국 디자인 포장 센터 회의실

다. 내 용 :

구분	훈격	수량	부	상
일반작품출품부	대통령상(최고상)	1	2,000,000원	해외연구시찰추천
	국무총리상	1	1,500,000원	"
	부총리 겸 경제기획원 장관상	1	1,000,000원	"
	상공부 장관상	1	500,000원	"
	한국 디자인 포장 센터 이사장상	1	300,000원	해외연구시찰추천
	대한상공회의소 회장상	1	300,000원	"
	한국 무역 협회 회장상	1	300,000원	"
	전국 경제인 연합회 회장상	1	300,000원	"
	중소기업 협동 조합 중앙회 회장상	1	300,000원	"
	특선 및 입선	1	특·입선장	(입선은 제외)
추천작가부문	대회장상	1	1,000,000원	해외연구시찰추천

## 13. 작품 반출

○ 모든 출품 작품은 다음 기간 내에 반출하여야 하며, 기간 내 미반출품은 주관측이 임의 처리한다.

○ 입상 작품은 실용화 추진을 위하여 1년간 한국 디자인 포장 센터 전시관에 보관한다.

가. 반출 기간

(1) 낙선품 : 1978. 6. 5~6. 10

(2) 전시품 : 1978. 8. 16~8. 22

나. 반출 장소 : 한국 디자인 포장 센터 전시관

## 14. 특 전

디자인 전람회의 전시 작품을 실용화하는 경우 다음 사항의 특전을 부여한다.

가. 수상품에 대하여는 실용화를 위한 행정상의 지원을 할 수 있다.

나. 수출의 날 표창 추천(수출이 될 경우)

문의처 : 상공부 지도과 70-3536

한국 디자인 포장 센터 진흥부

(직통) 762-9137

(교환) 762-9461-5



# 제13회 산업디자인 전람회, 무엇이 달라지나

동양 최대의 전문 전시관(당센터 대전시관에서)

출품 희망자 작품 제작 서둘러야

수상자 특전 외에도 상금 대폭 인상

지방 전시(대전·광주 등) 전국에 확대

매년 1회씩 개최하여 그 해의 산업 디자인 개발의 새 면모와 새로운 방향을 한눈에 보게 하는 대한민국 산업 디자인 전람회가 금년으로 제 13 회째를 맞이하게 된다.

올해에도 거국적인 행사로 상공부가 주최하고 당센터가 주관하는 이 산업 디자인 전람회가 지난해와 어떤 점이 달라지는지 연초 벽두부터 그 준비에 몰두하고 있는 실무 부서를 통하여 문답식으로 풀어 봄으로써 사실상 전 디자이너들의 선망의 대상이며 실질적인 디자이너의 등용문인 이 전시회의 참가를 위한 궁금증을 풀어 본다.

☐ 우선 이번 제 13 회 대한민국 산업 디자인 전람회가 지난번의 제 12 회 때와 비교하여 달라진 점은?

☐ 산업 디자인 전람회는 "매년 같은 목적하에 실시되는 연례 행사이기 때문에 원칙면에서는 크게 달라질 수는 없고, 다만 그 내용을 충실하게 하기 위하여 몇가지를 보완했다. 첫째로 출품자의 출품 의욕을 고취하기 위하여 종전에 입상자에게 부여한 여러가지의 특전 외에 상금을 대폭 인상하였고, 특히 추천 작가 작품의 질적 향상을 기하기 위하여 추천 작가 부문에 대회장상을 책정하였다. 작년도와 금년도의 상

금 액수를 비교하면 다음과 같다.

훈	격	1977 (12 회)	1978 (13 회)
대	통	1,500,000(원)	2,000,000(원)
국	무	1,000,000	1,500,000
부	총	500,000	1,000,000
상	공	200,000	500,000
한	국	200,000	300,000
대	한	200,000	300,000
한	국	200,000	300,000
전	국	200,000	300,000
중	소	200,000	300,000
대	회		1,000,000

둘째로 지방 이동 전시 지역을 확대하였다. 지금까지 부산·대구 지역에서만 개최해 온 지방 전시회를 다른 지방의 디자인계에도 끌고루 인식시키도록 해야겠는데, 마침 이들 지역에서 적극적으로 요청해 왔기 때문에 대전과 광주(전남) 지역을 지방 이동 전시 지역으로 추가하게 된 것이다. 따라서 저희 실무진은 여러 가지 어려운 문제를 안고 있지만 상대적으로 산업 디자인 전람회의 관람을 위하여 종전과 같이 지방에서 버스를 대절하여 단체로 상경해야 하는 불편은 거의 해소될 것으로 본다.

☐ 전시 기간과 지방 이동 전시 계획은?

☐ 지방 이동 전시 일정 계획은 다음과 같다.

대구 : 6.27~7.3(7일간)

부산 : 7.8~7.17(10일간)

광주 : 7.25~7.31(7일간)

대전 : 8.5~8.11(7일간)

☐ 수년간 산업 디자인 전람회를 담당해 온 실무자로서 심사과정을 여러 차례 보아 왔을 텐데, 작품 제작 요령에 대하여 알아보면?

☐ 실제로 심사 과정에서 느껴 왔던 것을 토대로 살펴보면, 공업 디자인의 경우 한 작품에 너무 다양한 기능을 무리하게 복합시키지 말 것, 최종적인 처리를 깨끗하고 완전하게 할 것, 기능과 외형을 다 같이 중요시할 것, 가급적이면 작동될 수 있는 것으로 할 것 등이 기본적인 심사 기준 외의 제작상의 요령으로 말할 수 있고, 공예 디자인의 경우에는 장식용품보다는 실제로 생활에 유용하게 사용될 수 있는 소품이 바람직하며, 시각 디자인에서는 포스터보다 패케이지가 유



## 제12회 대한민국 산업디자인 전람회 시상식



리할 것 같다. 작품의 소재에 있어서도 너무 현실에 국한시키는 것은 불리하다고 본다. 이를테면 작년도부터 금전 등록기가 사회에서 대두되니까 11회와 12회에 연속하여 금전 등록기가 쏟아져 나왔는데, 결국은 동일 품종을 너무 많이 전시할 수 없으므로 극히 우수한 작품 몇 점을 제외하고는 탈락시키지 않을 수 없었다. 심사 결과를 떠나서 산업 디자인 전람회의 바람직한 장래를 생각하더라도 너무 현실에만 국한된 소재는 바람직하지 못하다고 생각한다. 다시 말해서 미래를 겨냥한 창조가 좀더 많아야겠다는 것이다. 이진 개인적인 생각이지만, 디자인에 있어서도 현재의 형태를 크게 벗어나지 못하는 것 같다. 이왕 창작품의 콘테스트니까 좀더 과감한 창조가 이루어졌으면 한다. 산업 디자인

전람회의 경우 현재에 급급한 디자인은 막상 실용화 단계에선 이미 유행이 지난 디자인이 되고 말 것이다. 적어도 우리 산업 디자인 전람회는 미래를 향한 디자인 개척자의 광장이 되었으면 한다.

☞ 끝으로 수년간 산업 디자인 전람회를 감당해 온 실무자로서 출품자에게 바라고 싶은 말이 있다면?

☞ 작품의 파손에 관한 이야기인데, 우리가 작품을 접수해서 반출하기까지에는 십여 번을 포장하고 펼치고 그리고 수천 리를 옮겨 다녀야 하는데, 작품은 종이 인형처럼 연약하여 세심한 주의를 기울여도 많은 작품에 손상이 오기 마련이어서 크게 애로를 겪고 있다. 가능한 한 실제품처럼 튼튼하게 제작하여 출품해 주실 것을 간곡히 부탁드립니다.

고, 아울러 바라고 싶은 것은 시간적인 여유를 두고 작품을 제작하여 적어도 접수 마감일 3~4일 전에 출품하는 것이 좋을 것 같다.

너무 미루다가 밤새워 성급하게 제작하게 되므로 접착제도 제대로 마르지 않은 상태로 출품하게 되고, 게다가 접수 장소에서 수정을 가하는 사례가 이전에 많았다.

이런 경우에는 출품자 자신도 고생이지만 전시 준비 요원들이 보통 골치를 썩이는 게 아니다. 아무쪼록 우리 다 같이 협조하여 디자이너들의 최대의 선망의 대상이며 작품을 통한 내실의 광장인 이 산업 디자인 전람회가 보다 좋은 내용의 전람회가 되기를 바라 마지않는다.

—〈대답해 주신 분 : 신 을 재〉

(당센터 전시과장)



☆ 하나

별나라 아저씨와  
별나라 아줌마를  
아십니까?



☆☆둘

디자이너들의 뒷바라지를 해온 지도 어언 20  
년이 넘었습니다.

디자인과에 입학을 해서 졸업을 하고 최일선  
의 디자이너로 성장한 많은 디자이너들과 함께  
별나라도 서울 미술 공사로 성장했습니다.

디자이너라면 누구나 별나라 아저씨와 별나  
라 아줌마를 압니다.

디자이너들과 고락을 같이하며 한 세상 사는  
것이 저희 부부의 큰 보람입니다.

제일 좋은 것을 가장 필요한 때에 보내 드리  
는 것이 저희들의 소망입니다.

**서울미술공사(구 별나라 문구)**

서울시 종로구 연건동 78-4 762-9759





## 당센터 정기 이사회 개최



당센터는 지난 2월 28일 당센터 대회의실에서 1978년도 정기 이사회를 개최하고 1977년도의 결산과 정관 개정, 직제 규정 개정, 디자인 포장 진흥 기금 운영 계획 등에 관해 토의를 갖고 이어 당센터의 임원 선임에 들어갔다.

이날 이사회에서는 지난 1977년의 사업 실적과 분석을 토대로 1978년도의 주요 활동 사항 안전을 하나 하나 처리하는 과정에서 올해는 수출 100억 달러 달성 이후의 첫출발이 되는 해인만큼 센터의 기본 운영 방침에 따른 업무의 내실을 더욱 기하고 디자인 포장 산업계의 중추적 역할을 담당하는 당센터 업무 추진에 박차를 가할 것을 결의했다.

이날 이사회는 새로 개정된 정관과 직제에 따라 임원을 선임했는데, 그 명단은 다음과 같다.

이사장: 김 회덕(유)

부이사장: 하 진필(신직제: 유)

감 사: 김 종진(유)

진흥 개발 이사: 봉 상균(신: 전 효성 여대 응미과장)

사업 담당 이사: 박 지용(유)

◆ 본지는 국내외 디자이너와 포장 관계 업무에 종사하는 여러분의 주요 활동 사항을 널리 알리고 독자 상호간의 유대와 신속한 정보 교환을 위하여 독자 여러분의 원고를 기다립니다.

여러분들의 생활 주변에서 일어나는 크고 작은 일에서부터 자기 직장이나 단체의 소식 등 디자인·포장에 관한 얘기면 어떤 내용이든 좋습니다.

종 류: 각계 행사, 새 상품 소개, 동인 활동, 개인 동정  
(본지에 대한 편집 내용 등에 대한 의견)

칭찬보다는 비판의 글을 참고하겠습니다.

마 감: 수시 접수

보낼곳: 당센터 홍보과 편집 담당자 앞

## 100억 달러 수출의 날에 대통령 표창

당센터 시범 공장의 임 창도·조 성호 씨



1977년 12월 22일 100억 달러 수출의 날 기념식에서 당센터 시범 공장에 근무하는 임 창도(생산 과장: 사진 오른쪽) 조 성호(합지 반장: 사진 왼쪽) 씨가 대통령 포상자로 추천되어 100억 달러 수출 달성의 공로자로 표창을 받았다.

표창을 받은 임 창도 씨는 1974년 9월 16일 생산 과장에 보직된 이래 국내 총수출량의 40% 이상을 공급하고 있는 복잡한 다양한 각종 수출 상자용 상자의 적기 생산 공급을 위하여 상자 설계시의 결점, 작업 계획 관리 조정 및 생산 감독, 공정 품질 관리 등 방대한 업무 분야를 연중 무휴의 왕성한 책임감과 성실로 수출상자의 적기 공급에 헌신적으로 노력해 왔다.

조 성호 씨는 1974년 1월 16일 합지 반장에 보직된 이래 수출 포장지의 생산 공급을 위하여 직원들의 인화 단결에 앞장서서 골판지 상자의 생산 공급에 온 노력을 경주하였고, 특히 사내 QC 서여클에 참여해서 로스 발생률을 절감하고 연간 원지 70%에 해당하는 수출용 포장재의 원가 절감에 앞장서 왔다.



**덴마크 산업 전시회 연내 서울서 개최** : 덴마크 한국 경제 협력 위원회 위원장이며 덴마크 경제인 연합회 부의장인 빈트 켈드 룬트 씨는 2월 6일 상호 조석태 한·덴마크 경제 협력 위원회 위원장과 김 입삼 전국 경제인 연합회 상임 부회장을 예방하고 덴마크 산업 전시회를 연내에 서울에서 개최키로 합의했다.

빈트 켈드 룬트 위원장은 이날의 예방에서 이제 한국과 덴마크는 상호 경제 협력의 기운이 무르익었다고 전제하고, 특히 전자·조선·정밀 기기 분야에 있어서 양국간의 협력 전망은 매우 밝으며, 이를 위해 덴마크 경제계는 연내에 30여 개 이상의 기업체가 참가하는 덴마크 산업 전시회를 서울에서 개최토록 하겠다고 약속했다. 이 밖에 작년에 설립된 한·덴마크 경제 협력 위원회를 통해 양국간의 자본 및 기술 협력 증진을 위한 다각적인 방안이 모색되었다.

**한국의 산업 디자인 JIDA 지에서 소개** : 일본 지사에서 발행하는 <산업 디자인>지 91호에 “동남 아시아의 디자인 사정”이라는 특집에서 “한국의 산업 디자인의 과거와 장래”라는 제목으로 1960년 이래 한국 산업 디자인이 급성장해 온 발전 과정과 1970년대에 접어들면서 일대 전환점을 맞이했던 우리나라의 디자인 산업계를 소개하는 글을 게재했다.

이 글은 서울 대학교 정 시화 교수가 위촉받아 기고한 것으로서 최근 급진적으로 발전하고 있는 한국의 산업 디자인의 발전상을 소개하고 한국 디자인 포장 센터가 발족한 이래 이룩한 여러 가지 성과와 미래상에 대해서 피력했다. 이 특집에는 한국을 비롯 대만·홍콩·필리핀·싱가폴·인도 등의 디자인 진흥 기관과 디자인 진흥법 제도 등에 대해 상세히 게재하고 있으며, 최근에 개발된 각국의 제품도 사진과 함께 소개했는데, 우리나라의 개발품으로는 포니 자동차와 민 병혜(제 12회 산업 디자인 전람회 대통령상 수상자)의 ‘포터블 전자 미싱’ 등 전자·기계·가정 용구·완구 등 여러 부문에 걸쳐 소개하였다.

**3인 도자전** 서경민·신동수·한애규 3인 도자전이 지난 2월 15일부터 20일까지 경기 화랑에서 열렸다. 이 3인 도자전에는 단지·병·술잔 등 50여 점이 전시되었다.

**남우회전(마산)** 제 6회 남우회전이 지난 2월 3일 마산 가야 백화점 전시실에서 열렸다. 출품 작가들은 남정현·홍경자·백순홍·김세진 등 젊은 작가들이다.

**제 1회 청아전** 제 1회 청아전이 2월 8일부터 14일까지 안국동 미술 회관에서 열렸다. 이 전시회에는 상명 여사대 공예과 2회 졸업생 20명의 염색·도자기·목공예 등 40여 점이 출품되었다.

**현대 공예 창작회전** 현대 공예 창작회 창립전이 2월 2일부터 6일까지 미도과 백화점 화랑에서 열렸다. ‘1978+그림자’란 주제로 젊은 작가 10명의 전위적이고 실험적인 작품을 한곳에 모았다.

**토탈 갤러리 개관** 디자인 분야의 전문 잡지인 <토탈 디자인>(격월간) 발행사에서 화랑 토탈 갤러리를 서울 동숭동 전 서울 대학교 교정에 마련하고 지난 2월 5일까지 개관 기념 초대전을 열었다. 초대 작가로는 동양화에 송영방·이규선, 서양화에 윤명노·이봉열, 도예에 황종래 씨 등 중견 작가 5명이다.

**이방자 여사 자서전** 심신 장애자를 위한 가혜 이방자 여사(78세)의 자서 전시회가 지난 2월 16일부터 19일까지 조선 화랑에서 열렸다. 영친왕이 공의 부인인 이 여사의 자서전은 이번이 두 번째로 출품작은 화조를 중심으로·동양화·서예·도화 등 총 80여 작품이다.

**이대 겨울전** : 이화 여자 대학교 미술 대학 졸업생들의 겨울전이 지난 2월 15일부터 21일까지 전지 화랑에서 열렸다. 김미자·김보희·정선희·최수연 양 등의 도자기·조각·공예·염색·회화·등 24점의 작품이 전시되었다.

**김종일 광주전** : 김종일 광주전이 지난 2월 20일부터 25일까지 광주 전일 미술관에서 열렸다. 이번이 다섯번째의 광주전으로 이번 작품전에서는 짙은 흑색을 주제로 한 일련의 작품을 내거는 데 원초적인 생명을 뛰어넘는 무궁한 개념을 표현했다.



## 전시 안내

- ◇ 견지 화랑 : 다실화전 : 3월 9일~15일
- ◇ 경미 화랑 : 중구 서화전 : 3월
- ◇ 공간 화랑 : 금동원전 : 2월 24일~3월 2일
- ◇ 국립 현대 미술관 : 역대 국립 수상 작가전 : 2월 28일까지
- 국제 판화 교류전 : 3월 6일~12일
- 프랑스 후기 인상파전 : 3월 1일~4월 16일
- ◇ 길 화랑 : 이대 생활 미술화전 : 3월 10일째
- 부산·광주·대구·대전·전주 지방 작가 초대전 : 4월
- ◇ 동산방 : 안 수남 동양화전 : 3월 15일~21일
- 동양화 15인전 : 4월 초
- ◇ 문화 : 박 근미 발표회전 : 3월 하순
- ◇ 미도파 화랑 : 이 강술 동양화전 : 3월 23일~28일
- 채 열회전 : 3월 2일~7일
- 현대 동양화 소장전 : 3월 9일~14일
- 홍 순택 사진전 : 3월 16일~20일
- 이 준희 도예전 : 3월 23일~28일
- 강 지주 동양화전 : 3월 30일~4월 4일
- 문 일 동양화전 : 4월 13일~18일
- 이 경순 유화전 : 4월 20일~25일
- 김 석영 서예전 : 4월 27일~5월 3일
- ◇ 미술 회관 : 불교 석본전, 전 용중 사진전, 아홉전 : 3월 22~28일
- 김 재인 작품전 : 회화 9인전 : 3월 28일~4월 3일
- 한국 신 미술 회원전 : 3월 9일~15일
- 박 찬감 개인전 : 사진전 : 3월 16일~22일
- 김 선 개인전, 안 승인 서양화전 : 3월 23일~29일
- 이 광우 수채화전, 창립회전 : 3월 30일~4월 5일
- 한국 기영서 도회전, 한 광용·차 대덕 동인전 : 4월 6일~12일
- 한 석 개인전, 한국 수채화 창작 협회전 : 4월 13일~19일
- 김 호걸 유화전, 이 순영 화전, 청토전 : 4월 20일~26일
- 이 춘기 작품전, 이 필연 작품전, 이 승조 개인전 : 4월 27일~5월 3일
- ◇ 선 화랑 : 박 민경전 : 3월 22일~28일
- 예전, 허 민전 : 3월 1일~7일
- 윤 지현 서양화전 : 4월 4일~12일
- 김 영덕 서양화전 : 4월 20일~26일
- ◇ 신문 회관 : 길도 서예전 : 3월 19일~28일
- 동아 사진 살롱 : 3월 25일~31일
- 장 영화 개인전, 김 기혁 동양화전 : 4월 1일~6일

- 정 학원 서예전, 김 대규 동양화전 : 4월 7일~13일
- 고 남술 서예전, 동양화 증진 작가 10인전 : 4월 14일~20일
- 오 옥진 조각전 : 4월 21일~27일
- ◇ 신세계 화랑 : 동양화 증진 작가 13인 초대전 : 21일~27일
- 강 정완 초대전 : 2월 28일~3월 6일
- ◇ 예총 화랑 : 호 영화 사진전 : 3월 16일~19일
- 무지개 클럽 사진전 : 3월 18일~22일
- 다인회 사진전 : 4월 6일~9일
- 제 3회 대동 서가회전, 이 태극 서화전 : 4월 22일~26일
- ◇ 진 화랑 : 유 영교 조각전 : 3월 하순
- 늘목 동양화전 : 4월 중순
- ◇ 청년 작가 회관 : 청년 작가회 조각 그룹전 : 3월 6일~12일
- 개관 1주년 기념전 : 3월 20일~26일
- 이 성자 회화전 : 3월 27일~4월 2일
- 조각 그룹전 : 4월 10일~16일
- 회화 3인전 : 4월 17일~23일
- 오 형태 조각전 : 4월 24일~30일
- ◇ 한국 화랑 : 이 항성전 : 3월 1일~10일
- ◇ 현대 화랑 : 개관 8주년 기념 동 서양화전 : 3월 24일~30일
- 이 우환 개인전 : 4월 10일~17일
- ◇ 회 화랑 : 원 창연 개인전 : 3월 14일~20일
- 변 영원 개인전 : 3월 22일~28일
- 누드전 : 4월 초순
- ◇ 한국 디자인 포장 센터 : 산미 30년전 및 제 14회 산미 공모전 : 4월 24일~30일 (대한 산업 미술가 협회)
- ◇ 서울 문화 회관 : 4월 초 : 개관 기념 공연 (종합 구성 세계를 향하여)
- △ 21일 : 현당 교향곡 (강 석희 작 용비어천가, 안 익구 작 한국 환상곡)
- △ 22일 : 현당 국악
- △ 23일 : 아악 (국립 국악원)
- △ 24일 : 가극 심청전 (김 자경 오페라단), 신작 국악 (강 상후 외 3명)
- △ 25일 : 판소리 춘향가, 이 충무공전
- △ 27일 : 종합곡 「백야」 음률과 가곡 (정 농악회 이 동규, 김 월하)
- △ 28일 : 각 도 민요와 배뱅이굿
- △ 29일 : 시립 교향악단 연주·서울 시립 국악관 현악단의 연주
- △ 30일 : NHK 교향악단 (지휘 볼프강 자발리쉬, 피아노 신 수정), 시립 무용단의 한국 전통 무용



## 캠퍼스

### ※ 1978년도 각 대학교 미술대학 졸업생 현황

◇ 등덕 여대: 회화과·미술학과: 50명. 수석 졸업: 송 경희

◇ 단국대: 응용 미술학과: 30명

◇ 중앙대: 공예: 47명, 생미과: 41명. 수석 졸업: 백 홍수

◇ 인덕 전문: 136명. 수석 졸업: 김 경선(공업 디자인과)

한국 디자인 포장 센터 이사장상: 김 한성(공업 디자인과)

◇ 경희대: 요업 공예과: 26명

◇ 건국대: 공예 학과: 23명, 생미과: 28명. 수석 졸업: 조 숙희(공예학과)

◇ 덕성 여대: 음미과 (주야간 포함): 550명

◇ 서울대 미술 대학원: 수료자 및 수료 논제: 금속 공예 전공

곽 순희: 한국 현대 금속의 공방 실태 조사

이 필재: 금속재를 이용한 도어 핸들에 관한 연구

도자 공예 전공: 서 경민: 아연 결정유에 관한 연구

장 수홍: 균열유에 관한 연구

정 지원: 철유에 관한 실험 연구

박 정숙: 혼합 색소 산화물의 발색 효과에 관한 연구

◇ 홍익대: 공예 디자인·상업 디자인·공업 디자인과: 126명. 수석 졸업: 윤 병훈(상업 디자인과)

◇ 홍익대 대학원: 19명(야간 포함)

수료자 및 수료 논제

명 제수: Visual Communication Design 으로서의 Graphic Symbol

윤 병규: 판매에 연동(連動)하는 광고 표현 전략을 중심으로

박 현: 한복의 사적 고찰 및 조형적 분석

이 현중: 우리 나라 중등 미술 교육의 평가 분석

박 영선: 타디스트리의 역사적 발전 과정에 관한 고찰

박 복규: 한국 쪽물 염색에 대한 고찰

오 경순: 한국 매듭과 서양 매듭의 비교 연구

성 동욱: 현대 가구에 대한 연구

연 현일: 국립 공원 집단 시설 지부의 그룹 배치 방안에 관한 연구

서 길용: 각형 청화 백자에 관한 연구

송 춘: 한국 현대 염색 공예의 고찰

김 문기: 부적 문양을 중심으로 고찰한 한국 가구 손잡이

김 영호: 조선조 금속 축대에 관한 연구

안 순희: 동양 경사 염색에 대한 고찰

손 영순: Renaissance 복식 구성에 관한 고찰

이 현자: 한국 산업 도기의 채색 기법에 관한 연구

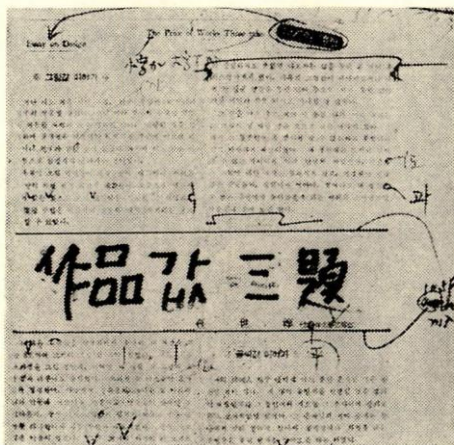
오 천학: 도제 기와 개발에 관한 연구

오 영숙: 주거의 식생활 공간 디자인에 관한 연구

신 혜순: 육아를 위한 「어린이집」 환경 디자인에 관한 연구

지난 1977년 12월호(제 35호) 118~119면에 게재됐던 디자인 수상(그림값 三題: 임세순<태평양 화학 홍보실>)은 문맥이 통하지 않은 채 책이 엮어져 큰 실수를 저질렀읍니다. 3교(아래 사진) 과정에서 완전 오자를 잡아 문맥이 이루어지겠끔 교정을 보고 책임 O.K 교로 인쇄에 들어갔으나, 연말 격무에 시달린 인쇄소 정판 담당자들이 마지막 수정 작업에서 실수를 저질러 문맥이 통하지 않는 상태로 개판(改版)되고 인쇄되어 제본이 되고 말았읍니다.

독자들의 전화 질책에 죄송함과 한편으로 감사를 드리우고, 필자 임 세순 님께서는 정중한 사과를 드립니다.





## 動 靜

◆ **정 시화**(서울대 응미과 교수) 진 방학 동안 뉴서울 호텔 701호실에 장기 투숙, 문교부 검인정 교과서 제작에 참여하고 있다.

◆ **이 병학**(금성사 디자인실 연구원) 1월 31일 크로오치 회관에서 결혼식을 올려 노총각 신세를 면했다.

◆ **신 상재**(수도 여사대 응미과장) 금년에 개인 작품전을 갖기 위해 작품 제작에 여념이 없는 데, 날짜와 장소는 아직 미정.

◆ **서 덕인**(삼양 펄프 사장) 해외 시장 동향과 수출 시장 개척을 위해 2월 8일 상오 대한 항공 편으로 도일했다.

◆ **공 재홍**(당센터 포장 개발실 연구원) UN DP 진흥 사업의 일환으로 식품 포장 기술 습득을 위한 해외 연수 교육을 받기 위해 3월 5일 대한 항공 편으로 인도로 떠났다. 교육 기간은 오는 7월 30일까지 6개월간이다.

◆ **문 권호**(당센터 포장 개발실장) 일본국 통상성 제품 과학 연구소에서 한·일 공동 연구 과제인 물유 합지화를 위한 포장지 개선에 대한 2개월간의 연구를 마치고 지난해 12월 25일 귀국했다.

◆ **조 소**(금성사 전자 디자인 과장) 지난 2월 19일 수원 새마을 연수원에 입교하여 일주일간 교육을 받았다.

◆ **정 연중**(선광 기획 대표·디자이너) 코오롱 그룹 해외 카탈로그 제작에 여념이 없다. 3월 10일쯤 작업을 끝낼 예정이라고 한다.

◆ **노 병식**(아시아 공문사 편집 위원) 지난 1월 1일 교통 사고를 당해 철도병원(237호실)에 입원 가료중인데, 거의 회복되어 가고 있다.

◆ **홍 성수**(삼성 전자 디자인 실장) 지난 1월 4일부터 약 4주간에 걸쳐 구미 지역 7개국을 순방하고 유럽을 비롯한 구미 각 지역의 최신 디자인 개발 동향을 연구하고 2월 10일에 귀국했다.

◆ **조 현호·김 종오·최 정봉**(당센터 디자인 연구실) 세 연구원은 지난 2월 상공부 장관으로부터 1백억 달러 수출의 날 행사에 공헌한 공적으로 표창장을 수여받았다. 세 연구원은 지난해 연말 1백억 달러 수출의 날 기념식장의 내부 장식과 심볼 마아크 등을 제작하였다.

## 理事長動靜

◇ 신세계 화랑에서 열린 시각 디자인 협회전에 참석하고 이들의 노고를 치하. (1977. 12. 15)

◇ 연말 연시를 맞아 전방의 주한 미군 제1여단과 육군 제7사단을 위문. 이 자리에는 박 충훈 무역 협회장과 임원 다수가 동행했다. (1977. 12. 15)

◇ 경제 4단체 주최 국무총리 및 경제 각료 초청 카테일 만찬회에 참석. (1977. 12. 12)

◇ 장충 체육관에서 거행된 수출의 날 기념식과 이날 오후 중앙청에서 열린 100억 달러 수출의 날 기념 리셉션에 참석. (1977. 12. 22)

◇ 1978년도 시무식에서 지난해에 이룩한 확고한 토대를 바탕으로 올해는 더욱 성실하고 빈틈 없는 내실을 다져 당센터 발전과 국가의 디자인 포장 산업 진흥 개발에 전력하자고 다짐. (1978. 1. 4)

◇ 상공 회의소 주최 신년 인사회에 참석. (1. 6)

◇ 한미 경제 협의회 제9차 이사회에 참석. (1. 10)

◇ 상공부 김 동규 기업 차관보 일행의 순시를 받고 신축 사옥과 전시실 및 당센터 현황을 소개했다. 이 자리에는 한 재열 중소기업 국장이 함께 했다. (1. 11)

◇ 유엔 개발 사업장인 당센터의 지원 사업 평가단을 맞아 제2차 유엔 개발 사업 추진에 대한 견해를 피력. (1. 23)

◇ 1978년도 제1회 무역 진흥 확대 회의에 참석. (1. 27)

◇ 상공부 주최 서정 색신 추진 확대 회의 참석.

◇ 무역 협회 주최 상공부 장관 초청 간담회에 참석. (2. 17)

◇ 중앙청에서 열린 1978년도 제2회 무역 진흥 확대 회의에 참석. (2. 27)





김희남 안  
조셉 머피 저  
장재익의 힘  
3월 31일  
정간지 판매중

● 이번 호에는 「우리 나라의 도자 산업과 도자 공예」를 집중 기획으로 엮었다. 종전에 많이 써 오던 한문을 한글로 전용했으며, 꼭 필요한 한문은 괄호 안에 묶어 독자들의 이해를 돕게 했다.

내용의 충실화를 기하고 체재의 변모를 위해 노력했으나, 읽어서 오직 유익하고 자료가 되고 참고가 되고 하는 심판은 독자가 할 것이다. 계속 노력을 쏟으려고 한다.

#### 제 12 회 산업 디자인 전람회 도록 발간

제 12 회 산업 디자인 전람회의 각 부문별 입상작·특선작·입선작 및 심사 위원과 추천 작가의 작품을 컬러와 단색으로 수록한 『제 12 회 대한민국 산업 디자인 전람회 도록』이 발간되었습니다.

4·6 배판/128 면/정가 8,000 원

#### 새 특약점 회현 서림

당센터는 3월 1일부터 중구 회현동 소재 회현 서림(전화: 22-0902, 22-8528)과 특약점 계약을 체결하고, 당센터 간행물의 위탁 판매를 하게 되었습니다. 「디자인·포장」, 「산업 디자인 전람회 도록」, 「장재익의 힘」, 「초기술」, 「도구와의 대화」 등 모든 간행물은 회현 서림에서 서울과 전국 서점에 배포하게 되겠습니다.

단, 정기 구독 신청은 종전과 같이 당센터 홍보과에서만 취급합니다. 독자들의 착오가 없기를 바랍니다.

당센터 간행물 특약점이던 「미진사」는 계약 기간 만료로 당센터와의 특약점 계약이 해약되었으므로 본지에 대한 정기 구독 신청 및 구입 요청은 반드시 당센터 홍보과로 문의하시기 바랍니다.

격월간 「디자인·포장」

1978年 2月號

VOL. 9, No. 1(通卷 第36號)

登録日字 1971年 1月 14日

登録番號 바—599호

1978年 2月 26日 印刷

1978年 3月 10日 發行

發行兼: 金 熙 德  
編輯人: 金 熙 德

發行所: 한국디자인포장센터

本社: 서울特別市鍾路區蓮建洞 128~8  
TEL (762) 9461~5

示範工場: 서울特別市永登浦區加里峯洞第2工團  
TEL (86) 6102·6103·6105

釜山支社: 釜山直轄市釜山鎮區鶴章洞 261~8  
TEL (9) 1485~7

印刷製本: 光明印刷公社

印刷人: 李 學 洙 <값 900원>

본지는 한국도서잡지윤리위원회의 잡지 윤리 실천 강령을 준수한다.  
편집 기획—이 정웅, 편집—이 진우·정 해근/표지 디자인—이 윤수









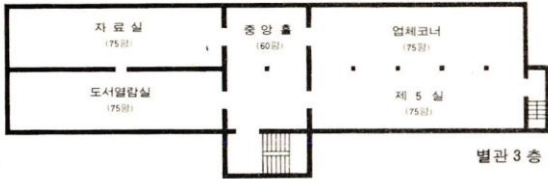


# 전시관 대여안내

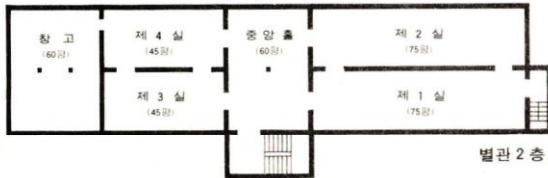
## 전시관 대여안내

언제나 참신한 디자인과 포장 기술의 개발 및 진흥 사업에 역점을 두고 일하고 있는 당 센터는 우리의 오랜 숙원이었던 디자인과 포장 분야의 전용전시관을 국내 최대, 최신 시설로 신축하고 여러분들의 편리를 도모할 준비를 갖추게 되었습니다.

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



별관 3층



별관 2층



### ■ 전시장의 특징

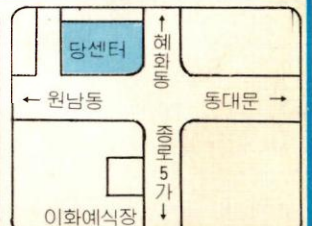
1. 완벽한 전시시설 (전시대, 조명, 냉난방, 기타)
2. 열가의 임대료
3. 넓은 주차장과 쾌적한 환경
4. 다양한 전시실 구조

### ■ 임대료 및 사용신청

1. 임대료: 1일 1평당 200원
2. 사용신청: 계약금 (전세 임대료의 30%)과 함께 당 센터 소정양식에 의거 신청
3. 접수처: 당센터 진흥부 전시과

### ■ 연락처

종로구 연건동 128번지  
한국디자인 포장센터 진흥부  
전시과  
Tel. (762) 9461~5, (762) 9137





 한국디자인포장센터 KOREA DESIGN & PACKAGING CENTER