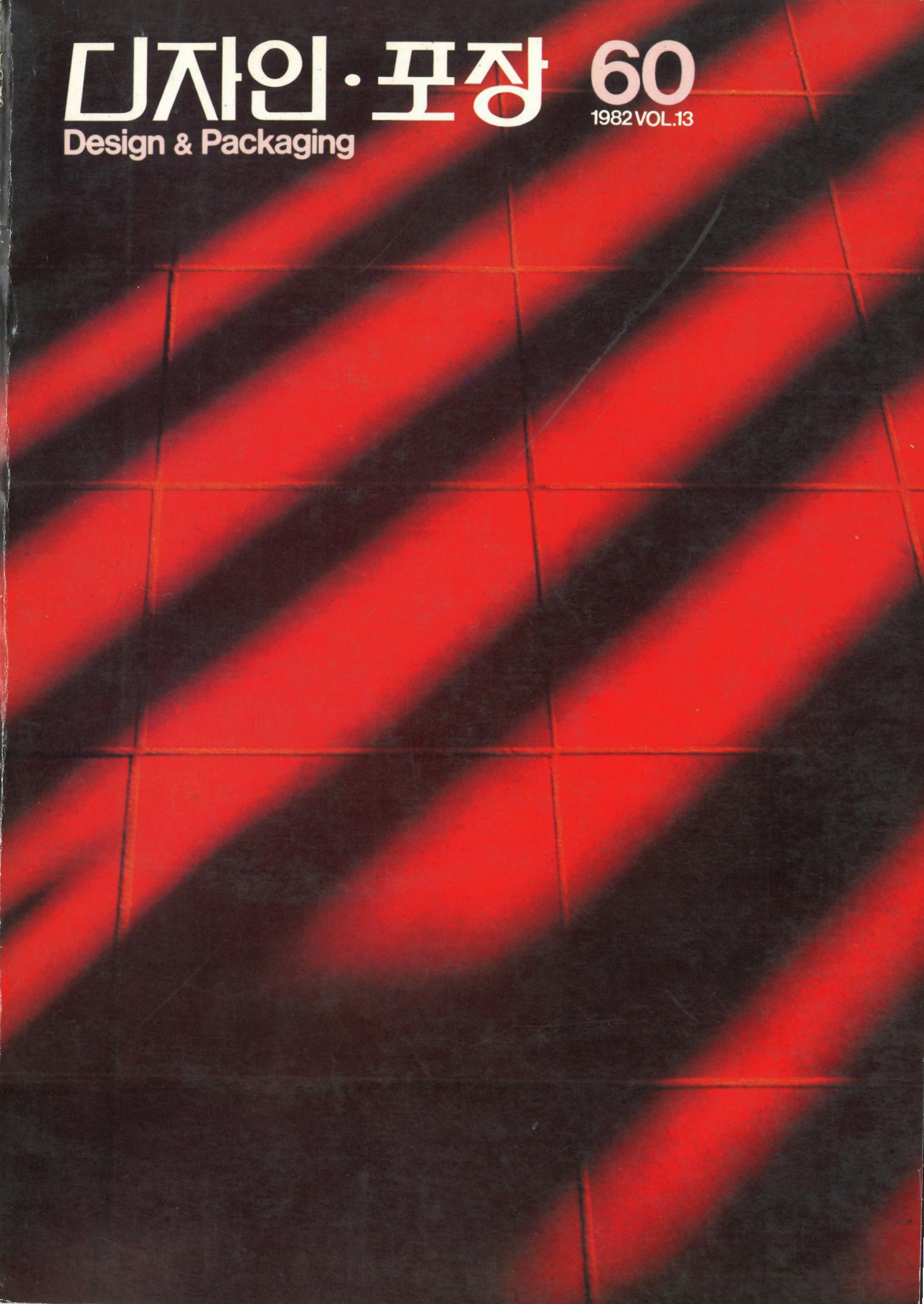


# 디자인·포장 60

Design & Packaging

1982 VOL.13





意匠登録 10321號

# 國內 最初로 VISION 廣告事業 開始 !

광일은 全國 主要 公共場所에 컬러TV와 비디오 器材를 美麗하게 製作·設置하고 鮮명한 映像放映으로 大衆의 視覺을 誘導하고 있습니다. 비디오 박스에는 CF를 제작·放映해 드리고, WIDE COLOR 및 포스터를 揭示할 수 있으며, 隨時交替가 容易합니다.



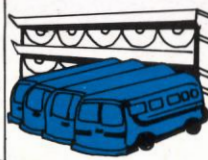
設置場所



■ 鐵道廳 各驛의 待合室



■ 港灣廳 旅客 待合室



■ 高速道路 休憩所



■ 一般버스 터미널 待合室



■ 綜合病院



■ 高速버스 터미널 待合室

事業案內: 廣告物 綜合 企劃·製作, VISION-C.F./WIDE COLOR, 네온사인, INTERIORS/DISPLAY/POP/特殊綜合廣告



株式  
会社

광

일

서울特別市 東大門區 新設洞 114-39號

☎ 253-2939·3939, 254-2939, 255-5405

工場 967-4565





색채는 빛의 자극으로 생기는 시각각(視感覺)의 일종으로서 색이 주는 심리적 효과는 색의 표상 지각(表象知覺)이 물체를 보는 사람의 감정을 어떻게 자극하는가에 따라 달라진다. 표지 사진은 실내 바닥에 투영된 음영으로서 전체 분위기와 조화를 이루고 있다.

●隔月刊『디자인·포장』通卷 第60號, Vol. 13

●發行 金 熙 德

●發行日

1982年 2月 28日

●編輯·發行

한국디자인포장센터

本 社 / 서울特別市 鍾路區 蓮建洞 128-8

Tel. (762) 9461~5

示範工場 / 서울特別市 九老區 加里峯洞 第2工團

Tel. (856) 6101~4

釜山支社 / 釜山直轄市 釜山鎮區 鶴章洞 261-8

Tel. (92) 8485~7

●登錄番號 바-599號

●登錄日字 1971年 1月 14日

●印刷·製本

平和堂印刷株式會社(代表 李壹秀)

●寫眞植字

青 友

●定 價

1卷 3,000원 / 1年 購讀料 15,000원

出版委員:美先同·鄭漢愚

編 輯:鄭海根·權容子

디 자 인:趙先嬌·尹錫儼

## 目

Contents

## 次

### ● 디자인 歷史 2

존 파일

集中企劃:韓國의 디자인 敎育, 무엇이 問題인가

### ■ 디자인 敎育의 理論的 背景과 그 目標 8

國民大學校 造形大學 副教授 鄭時和

### ■ 美國의 産業 디자인 敎育과 우리의 現實 14

弘益大學校 産業美術大學院 敎授 崔大錫

### ■ 우리 나라 環境 디자인 敎育의 方向 18

서울大 環境大學院 敎授 梁鉉在

### ■ 工藝 디자인 敎育의 現況과 問題 24

誠信女大 工藝學科長 張潤宇

### ■ 企業의 立場에서 본 韓國의 디자인 敎育 28

三星電子 디자인室 洪聖洙

### ● 今後 인더스트리얼 디자인의 課題 30

### ● 原色畫報: 한국 인더스트리얼 디자이너 협회 회원전 34

'81 誠信女大 作品展 36

### ● 어떻게 볼 것인가 1 40

조지 넬슨 글 / 朴榮順 譯

### ● 韓國의 傳統紋樣 1 45

### ● 現代都市環境과 수퍼그래픽 50

한국 산업 은행 디자인실 고 창훈

### ● 심볼의 理解度を 決定하는 方法 54

벨린다 L. 콜린즈 / 브라이언 C. 피어맨

### ● 世界 디자인·包裝 關聯 行事 및 展示一覽 57

### ● 美國의 홈 패션 디자인과 韓國纖維類의 國際化 58

朴洪根

### ● 디자인 講座 7: 디자인 展開過程과 活用方法 62

J. 크리스토퍼 조운즈

### ● 原色畫報: 그리기 염색(Fabric Painting) 66

### ● 굿 디자인 製品選定 70

### ● 캠퍼스의 屋外環境 디자인 72

誠信女大 藝術大學 工藝學科 助敎授 鄭大有

### ● 商品計劃에서의 色彩의 機能과 效果 78

### ● 海外情報 82

### ● 디자인 뉴스 84

### ● 包裝 디자인의 새로운 機能 86

韓國디자인包裝센터 研究員 李周憲

### ● 디자인·포장 用語解説 19 91





# 디자인 歷史

## DESIGN HISTORY

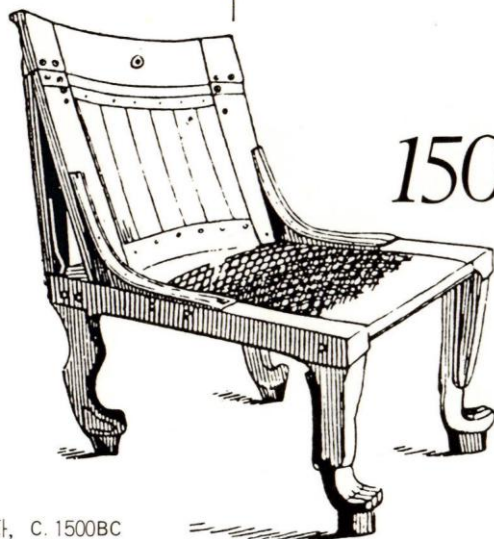
존 파일 (John Pile)

현대 가구의 발달 기원은 아마 고대 이집트의 의자들을 통하여 설명할 수 있을 것이다. 우리가 어떤 제품의 디자인 발달에 대한 연구를 할 때 반드시 시발점을 삼는 초기 샘플을 어떻게 찾아내고, 그것을 어떤 방법으로 설명하여야 할 것인가에 대하여 저술가이자 교육자인 존 파일은 산업 디자인 방향으로 초점을 맞추어 디자인 역사에 대한 연구를 시작하고 있다.

일반적으로 산업 디자인 직업은 1930 년대에 처음으로 시작되었다고 할 수 있다. 따라서 산업 디자인 직업이 생겨난 것이 최근의 일이고, 또한 이 직업에 대한 역사에 대하여 현재까지 주의를 기울이지 않았다는 것도 놀라운 사실은 아니다. 더 나아가서 이 직업의 전체적인 발달 과정을 어느 한 개인이 기억할 수 있는 동안은 공식적으로 이 분야에 대한 역사적인 연구를 한다는 것이 그렇게 필요한 것같이 보이지 않을 수도 있다. 그러나 1930년은 51년 전의 과거사이며, 그 시대를 생생하게 기억할 수 있는 사람들은 나이 많은 사람들뿐이며, 산업 디자인 직업에 종사하거나 이 분야를 연구하려는 젊은 사람들에게는 1930년이 고대의 역사같이 보일 수도 있다. 따라서 예전에는 거의 아무도 관심을 기울이지 않았던 디자인 역사 분야의 연구가 요즈음에 새롭게 시작되는 이유를 충분히 이해할 수 있을 것이다.

이와 같은 새로운 관심은 여러 분야에서 나타나고 있다. 우선 디자인 역사에 대한 서적을 살펴보면 단지 니콜라스 페이브너(Nikolaus Pevsner)의 「현대 운동의 개척자들(Pioneers of

과거의 디자인에 대한 관심은 디자이너의 성숙도를 나타낸다.



1500 BC

이집트의 목제 의자, C. 1500BC

the Modern Movement)」(1936)과 시그프라이드 기디온(Sigfried Giedion)의 「Mechanization Takes Command」(1948)와 같은 두 종류밖에 없으며, 그것도 둘 다 전적으로 디자인 역사를 다루었다고 볼 수 없음에도 불구하고 이 책들은 빠른 속도로 널리 보급되고 있다. 또한 메이클(Meikle)의 「20세기의 한계(Twentieth Century Limited)」와 베이레이(Bayley)의 「In Good Shape」 같은 책들은 이 분야의 일반적인 역사 서적인 페레비(Ferebee)의 「빅토리아 시대부터 현대까지의 디자인 역사(A History of Design from the Victorian Era to the Present)」와 헤스케트(Heskett)의 「산업 디자인(Industrial Design)」과 같이 서점에 나란히 진열되어 있으나 둘 다 이 분야에 대한 역사를 개괄적이거나 간략하게 취급하고 있음에 불과하다.

그러나 뉴욕 시에 있는 쿠퍼 헤유틀 박물관(The Cooper Hewitt Museum)은 디자인에 대해 최우선으로 관심을 표명하고 있으며, 현대 미술 박물관(The Museum of Modern Art)에서도 디자인 분야에 대한 관심을 증가시킴으로써 새로운 건물에 디자인 분야를 위한 전시관을 보다 넓힐 것을 약속하고 있다. 또한 수집가들이나 경매장에서도 도널드 데스키(Donald Deskey)와 러셀 라이트(Russel Wright)의 작품을 팔고 삼으로써 디자이너의 프라이드를 높여 주고, 여러 디자인 교육 기관에서도 디자인 역사를 정식 과목으로 채택

하고 있다.

이러한 시점이 바로 디자인 분야에 종사하는 사람들이 디자인 역사에 관심을 갖는 것은 물론 어디서 자료를 찾고 그것을 어떻게 연구하여야 할 것인가를 깊이 인식할 때이다.

### 아이덴티티에 관한 문제

어느 학문이든지 간에 그 분야에 대한 역사 연구의 가치를 합리화시키기 위한 노력이 반드시 필요한 것은 아니다. 우리는 단지 건축을 연구하는 학생이 수년에 걸쳐서 건축 역사를 연구하는 것처럼 디자인 역사를 연구하는 것이다. 건축이나 미술 분야에 대한 역사는 많은 연구 기금을 투입하여 오랫동안 연구되어 왔고, 방대한 자료들이 수집되었으며, 이 분야들에 대해서는 직접 이 분야에 종사하는 사람들이나 일반 대중이 모두 관심을 가지고 있다. 따라서 모든 사람들이 모나리자(Mona Lisa)를 누가 그렸는지 알고 있으며, 구겐하임 박물관(Guggenheim Museum)을 누가 디자인했는지 알고 있다. 또한 많은 사람들이 반 고흐(Van Gogh)나 미켈란젤로(Michaelangelo)의 생애에 관해 잘 알고 있으며, 그들의 작품에도 많은 관심을 가지고 있다.

그러나 사람들은 특별한 의자나 타이프라이터 또는 자동차를 누가 디자인했는지에 관해서는 잘 모르며, 애그몽 아렌(Egmont Arens)이나 엘리엇 노예스(Eliot Noyes) 또는 디터 램스(Dieter Rams)에 관해서 질문





이탈리아의 플라스틱 의자, 1970

하게 되면 매우 의아한 표정을 나타내게 된다.

우리가 역사를 연구해 보면 고대 사회에는 인간성이 많이 결여되어 있다는 사실을 알게 되지만, 그래도 우리는 거기에서 무엇을 배울 수 있다고 가정하고 과거의 역사를 토대로 하여 앞으로 전진할 수 있는 자세를 지녀야 한다. 이 밖에도 과거사(過去史)를 연구하는 것은 흥미로운 일이라고 생각하고 과거의 물건들은 어떻게 생겼으며 또한 어떻게 존재하게 되었는가, 그리고 좋은지 나쁜지에 관해 연구하는 것을 즐겁게 생각하여야 한다.

디자인 분야를 역사적으로 연구하는 데는 많은 어려움이 있으며, 이러한 문제들은 대부분 다른 분야의 역사를 연구할 때처럼 완전히 해결된 적도 없고 또한 완전한 해결 방안이 존재할 수도 없는 것이다. 이와 같은 문제들 중의 하나는 우리가 디자인 분야에 종사할 때 가장 쉽게 접하게 되는 아이덴티티(identity)에 관한 문제이다.

우리는 어떤 분야에 관해 논의해야 되며, 그 분야의 이름은 무엇인가? 이러한 물음은 표면적으로 보기에는 불합리한 문제같이 생각되지만, 현재로서는 완전히 만족할 만한 해답을 얻을 수 없다. 그러나 우리는 이 문제에 관해 어느 정도까지는 깊이 있게 토론함으로써 우리가 무엇에 대하여 논의할 것인가에 대한 어떤 확실한 합의점에 도달해야 한다.

‘산업(産業) 디자인’이란 말은 단지

공장에서 제조된 제품들에만 적용되는 의미로서 사용될 수 있기 때문에 우리가 논의하고자 하는 분야에 대한 용어로서는 너무 좁은 영역을 나타내고 있으며, 또한 산업 디자인이란 말은 근대 산업 생산 이전의 디자인과 손으로 만든 디자인 또는 기업 아이덴티티 프로그램 등과 같은 다양한 프로젝트의 포함이 배제되는 경향이 있기 때문에 산업 디자인 분야에 종사하지 않는 사람들은 산업 디자인을 단지 공장 내의 생산 라인에서 제조되는 공장 제품의 디자인으로만 생각할 수 있을 것이다.

또한 ‘제품(製品) 디자인’이란 말은 그래픽 디자인(Graphic Design)과 패키지(Package) 또는 우리가 직면할 수 있는 어떤 다른 활동 분야에 관해서도 분명하게 그 의미가 다르기 때문에 더 제한되고 좁은 영역을 나타내고 있다.

그러면 ‘디자인’이란 말은 어떠한가?

이 말은 적절한 것같이 보이기도 하지만 ‘장식적인 패턴(decorative pattern)’이나 또는 기계 공학에서 사용되는 특별한 의미로서도 사용될 수 있기 때문에 선택하여 사용할 수 있는 의미를 너무 많이 가지고 있다. 디자인이란 용어가 너무 건축 분야에만 치우쳐 사용될 수도 있고, 또한 일반 대중들은 그 의미를 다른 뜻으로 해석할 수도 있다. 즉, 예를 들면 많은 사람들이 디자인이란 단지 청바지에 자기 이름을 새겨서 판매하거나 무대 장치를 하는 사람으로만 생각하고 있을 수도 있다는 것이다.

## 무엇을 배제할 것인가?

위에서 언급한 문제는 우리가 우리의 분야를 역사적인 측면에서 고찰할 때에는 아무 도움이 되지 못하며, 지난 날에 기록된 술어들을 살펴보아도 혼란을 초래할 뿐이다. 사람들은 대개 디자인이란 말 대신에 ‘응용 미술(應用美術)’ 또는 ‘장식 미술(裝飾美術)’이라는 말을 사용했으며, 장식 미술이란 용어는 도서관이나 박물관에서 더 많이 사용되었다. 이와 비슷하게 ‘상업 미술(商業美術)’이나 ‘마이너 미술(minor arts)’이란 용어들도 전체적인 디자인 분야나 부분적인 디자인 분야를 표현하는 용어들로 사용되었었다.

따라서 우리는 우리가 관심을 가지고 있는 분야를 반드시 ‘디자인 역사’라고 불러야 될 것이며, 또한 우리는 반드시 이와 같은 명칭을 명확하게 정의할 수 있는 어떠한 것을 부가시킴으로써 혼란을 극소화시킬 수 있도록 노력해야 할 것이다. 이러한 목적을 위해서 우리는 무엇보다도 우선 ‘미술(art)’과 ‘순수 미술(fine art)’의 용어상의 관계에서 중복되어 발생하는 문제들을 해결하고 그 뜻을 분명히 구별해야 한다.

디자인 활동은 보통 미술 활동이라고 간주되고 있으며, 그 이유는 디자인이 디자이너들이 디자인 제품들을 미술 학교에서, 때로는 미술 박물관에서 전시하기 때문이다. 그러나 사람들은 디자인을 ‘순수 미술(fine art)’이라고 부르지는 않는데, 그 이유는 순수 미술이란 용어를 단지 그림이나 조각을 나타내는 의미로만 사용하기 때문이다.

이러한 문제들에 관하여 우리는 건축 때문에 또 한번 혼란에 빠지게 된다. 건축은 분명히 디자인 활동이고, 오래 전에는 순수 미술로서 존재했다고 볼 수 있으며, 사실 “모든 미술의 어머니”라고 볼 수 있기 때문이다. 그러나 이러한 문제는 미술가나 건축가에게 맡길 수밖에 없다. 왜냐하면 우리는 건축의 역사를 연구하려는 것이 아니며, 건축에 대한 역사는 이미 충분히 연구되었기 때문에 우리의 도움이 전혀 필요치 않기 때문이다.

우리는 건축가들이 언제든지 건물과 관련이 없는 어떤 다른 것을 디자인했을 때는 그것을 연구하려고 할 것이며, 또한 우리는 건축 분야가 아닌 건물 디자인이나 또 다른 어떤 구조물에 대해



서도 연구해야 할 것이다.

또 다른 한편 우리는 과학과 기술의 역사에 대해서도 거론하려는 것이 아니며, 디자이너가 때때로 발명가라고 간주되기도 하지만 우리는 발명의 역사에 대해서도 얘기하려는 것이 아니라고 분명히 밝혀 둔다. 전화·축음기·전기 모터 등은 발명에 의해서 생겨난 것들이지만 특별한 전화·축음기 또는 모터 등이 우리에게 관심의 대상이 되는 것은 아마 디자인적인 측면 때문일 것이다.

어떤 경우에는 엔지니어에 의한 디자인이 우리와 관련이 있는 것도 있지만 대부분은 우리와 관련이 없는 것들이다. 매일라트(Maillart)의 다리는 많은 기관차나 배와 마찬가지로 디자인 역사의 일부에 속한다고 볼 수 있지만, 대부분의 고속도로·다리·터널과 기계류 등은 우리와 관련이 없는 것들이다.

그러면 우리는 어떻게 이와 같은 복잡하게 뒤섞인 것들을 명확하게 분류할 수 있는가? 이러한 문제에 대하여 아마 우리는 만일 엔지니어에 의한 디자인이 시작적으로 훌륭하거나 예술적이거나 또는 탁월한 디자인 요소를 내포하고 있을 때는 디자인 역사의 일부분으로 간주할 수 있는데, 그것은 일반적인 엔지니어링 분야는 기술의 역사에 속하게 되기 때문이다.

그렇다면 수공업·직조·도자기·수제품 가구들은 어떠한가? 이러한 분야에 관해서 우리는 반드시 디자인적인 측면에서 관심을 가져야 하며, 이와 더불어 장인(匠人)들의 기술적인 측면에도 관심을 기울여야 한다. 또한 장인은 디자이너로 간주할 수 있기 때문에 이러한 경우에는 장인들의 제작물은 디자인 역사의 범주에 포함시킬 수 있다.

위에서 열거한 것 외에도 디자인 분야에 포함시킬 것인지 포함시키지 말아야 하는지에 대한 분명하지 못한 것들이 여러 디자인 분야에 수없이 많이 존재하고 있다. 인간의 필요와 욕망에 의해 독특한 형태로 발전하여 특별한 분야를 이루고 있는 의복과 패션 디자인은 어떠한가? 건축과 산업 디자인에 동등하게 소속될 수 있는 실내 디자인(interior design)은 어떠한가? 그래픽 디자인, 광고 디자인, 영화와 무대를 위한 디자인 등은 어떠한가?

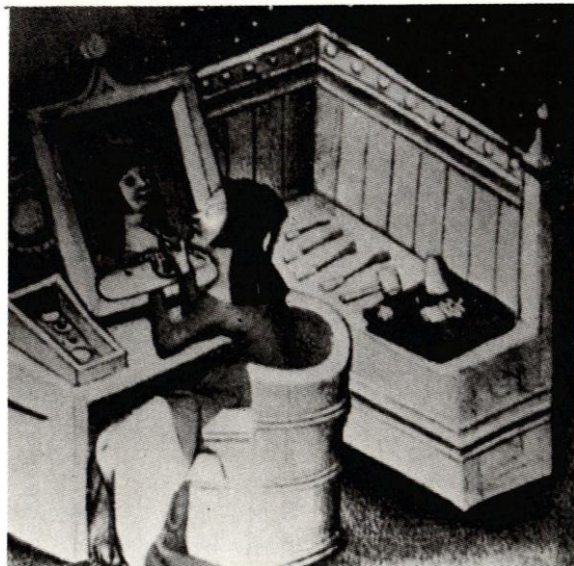
우리는 이러한 분야들에 대하여 반



## 디자인 歷史

### DESIGN HISTORY

15세기 수도사의 활동적인 테이블



드시 제한된 정도밖에는 관계를 가지고 있지 않을 것이며, 또한 우리는 이러한 분야에 대한 문제 연구를 그 분야의 전문화된 역사가들에게 맡길 수 있다. 만일 그들이 그 분야를 연구하는 과정에서 우리들의 중요한 관심사와 관련이 있을 때는 그 분야를 연구하는 사람들이 어떤 이유에서든지 우리에게 관심을 가지게 될 것이다.

이와 같이 전체적으로나 부분적으로 디자인 분야에서 배제해야 될 것을 기술해 나가는 과정에서 우리는 디자인의 일부분이면서도 디자인 분야가 아니라고 주장하는 분야들도 포함시켜 나가야 한다. 이러한 것의 대표적인 본보기가 디트로이트(Detroit)의 자동차 산업이며, 그들은 계속적으로 우리가 사용하고자 하는 디자인이란 용어를 적용하기를 거부하고 있다. 자동차 디자이너들은 때때로 '스타일리스트(stylist)'라고 불려지고 있으며, 그들의 활동은 '스타일링(styling)'이라고 규정되고 있으나 이것은 확실히 무의식 중의 자아 비판에서 비롯될 수 있는 매우 흥미로운 경우이다. 어쨌든 디트로이트(Detroit)에서 사람들이 어떻게 호칭하든지 간에 모든 교통 수단의 디자인은 군대 장비와 마찬가지로 디자인의 역사 범주에 포함되는 것만은 사실이다.

이와 같이 디자인 분야가 머리카락을 세는 것같이 여러 종류로 분류될 수 있는 것은 뒷면에 있는 도표에서 비롯되었다고 볼 수 있다.

### 타임 스팸(Time Span)

만일 디자인 역사의 범위를 규정하는 데 복잡한 문제가 발생한다면, 연대순으로 분류하여 취급함으로써 보다 쉽게 문제를 해결할 수 있다. 우리가 디자인 역사를 연구할 때는 미국에서 선두적인 산업 디자이너들이 표면적으로 활동하던 시기에서 최소한 50년 이전부터 출발해야 한다.

오늘날 산업 디자인 직업의 출현은 보통 어떤 단체를 형성해서 특별한 방법으로 나타났다고 보는 것이 일반적인 견해다. 그러나 우리가 디자인 역사를 연구하는 데는 반드시 바우하우스(Bauhaus)·아르누보(Art Nouveau)·공예 운동(Arts and Crafts Movement) 등이 포함되어야 한다.

디자인 역사 연구는 1800년경이나 1851년경의 산업 혁명(Industrial Revolution)을 기점으로 해야 한다는 의견도 있으며, 또한 앤 페레비(Ann Ferree)는 자신의 저서인 빅토리아 시대(Victorian Era)와 수정궁 전시회(Crystal Palace Exhibition)가 열렸던 시대를 기점으로 해야 한다고 주장하고 있다. 그러나 이와 같은 모든 제안들은 디자인 역사를 연구하는 데 어느 때를 기점으로 삼을 것인가에 대해 너무 제한적인 의견처럼 보이고 있다.

제품들은 역사 이전 시대부터 디자인되고 만들어지고 사용되어 왔으며, 디자인 역사를 넓은 의미로 인식하기 위해서는 제품의 형태로 증명될 수 있는 가장 초기 단계부터 발전해 나온 과





20세기 선각자의 활동적인 사무실

정을 기점으로 해서 디자인 역사를 연구하는 것이 타당할 것이라고 생각할 수 있다.

고대 이집트의 무덤에서 출토된 의자들은 놀랍게도 현대 사회의 의자들과 유사한 점이 많고, 역사 이전 그리스 시대의 도구들과 용기들도 현대 사회의 디자인과 거의 동일한 수준에 있으며, 때때로 미적인 측면에서는 현재의 것보다 우수성을 나타내는 것들도 있다.

이러한 현상은 우리가 디자인 역사를 연구하는 데 건축 역사가들이 그들 분야를 연구하는 것과 똑같은 방법으로 접근해야 한다는 것을 암시하고 있다. 즉, 그것은 우리가 발견하고 증명할 수 있는 최초의 견본을 추적하여 그것이 무엇인지를 간에 그 시기를 기점으로 역사 연구를 시작해야 된다는 것이다. 그 후에 우리는 반드시 그 제품들의 발달 과정을 추적하여 현대 사회에서 그 제품들이 어떻게 변형되었는가를 집중적으로 연구하고, 현대 사회의 디자인 역사 연구에 필요한 자료들이 증감함에 따라 보다 세부적으로 접근하여 연구해야 한다.

#### 특별한 문제들

디자인 역사를 연구하는 데는 미술과 건축의 역사 연구와는 다른 몇 가지 특별한 문제에 반드시 직면하게 된다. 그것은 미술과 건축은 대부분 중요한 작품들을 주로 취급하는 반면 일상 생활이나 평범한 것에는 주의를 기

울이지 않기 때문이다. 일반 대중들은 르네상스 시대의 평범한 미술 작품이나 빅토리아 시대의 수준 낮은 작품에는 거의 무관심을 나타내고 있다. 건축 역사가들은 대중적인 것이나 일상 생활과 관련이 깊은 건축에 약간의 관심을 나타내기도 하지만, 대부분의 건축 역사가들의 주된 관심사는 거대한 사원과, 대성당 및 궁전 들에 있다.

그러나 디자인은 우리가 여기에서 정의하고 있는 것처럼 대부분 일상 생활의 물건들과 관련이 있다. 도구들, 용기들, 식탁용 기구들, 가구, 짐마차, 화물 운반차 등과 같은 것들이 우리의 관심의 초점이 되며, 이러한 것들은 어느 한 개인의 중요한 작품이 아닌 것이다. 이와 같은 물건들은 평범하고 단순하며, 또한 만일 이러한 물건들이 고급스럽거나 고도의 정밀성을 갖고 있더라도 보통 일정한 수량을 유지하고 몇 가지 형태로 만들어지게 된다. 즉, 매우 가치 있는 독특한 치펜데일(Chippendale) 의자 또는 리베레(Revere) 은(銀) 커피 주전자 등도 단순히 대량 생산을 위한 하나의 견본에 불과한 것이다.

산업 생산이 출현함에 따라 대부분의 성공적인 디자인은 실제로 일정한 수량을 생산해 냈으며, 생산된 각 제품들은 모든 면에서 서로 똑같이 닮았다. 따라서 퍼드 모델 티(Ford Model T)를 연구하는 것과 레이놀즈 블루 보이(Reynolds Blue Boy) 또는 베르사유 궁전(The Palace of Versailles)

을 연구하는 것은 그 의미가 매우 다르다.

디자인 역사는 그 동안 너무 소홀히 취급되었던 경향이 있는 것 같다. 박물관들, 수집가들, 그리고 역사가들은 모두 중요한 작품들, 진기한 물건들, 독특한 것들, 가치 있는 것들에 대해서는 매우 정통하고 철저히 조사하는 반면, 보통 일반적으로 사용되는 물건들, 즉 칼·포오크·짐마차·화물 운반차·망치·쟁기·라디오·토스터 등은 전혀 연구 가치가 없는 것으로 생각하고 있다.

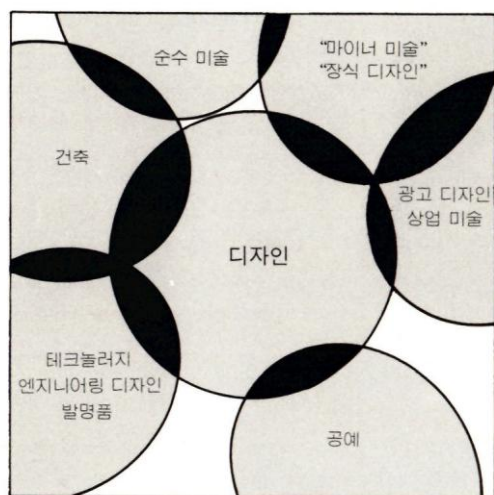
이러한 자세가 실제 사용되었던 물건들이 특별한 수집 단체들이나 오래된 물건들에 향수를 느끼고 특별한 관심을 가진 자들로 하여금 수집하도록 하였기 때문에 우리는 현재 농촌 박물관·자동차 박물관·미국 인디언 공예품 박물관 등을 가지게 되었다. 디자인 역사가들의 중요한 임무는 이와 같이 곳곳에 흩어져서 보관되어 있는 물건들을 전체적으로 조사·연구하여 그것들이 어떤 연관성을 가지고 있고, 어떤 특별한 방법으로 발달되어 왔는가를 밝혀 내어야 하는 것이다. 더 나아가서 디자인 역사가들에게 보다 어려운 임무가 있다면 그것은 각 시대의 가장 대표적인 것과 '가장 전형적인 것'을 판단할 수 있어야 한다는 것이다. 또한 디자인 역사가들은 어떤 것이 디자인 관점에서 볼 때 가장 최고 수준의 질(質)을 나타내는가, 또는 어떤 것이 우리의 관심에 가장 가치 있는 것인지를 결정해야 한다.

#### 후단잇 헌트(Whodunit hunt)

미술이나 건축 역사가들은 언제든지 정보가 입수되면, 특별한 사람들의 작품이나 그들의 생활이나 그들이 어떤 형태로 발전해 왔는지를 자세하게 개인적인 측면에서 증명할 책임과 지식을 가져야 한다. 그렇게 함으로써 우리는 파르테논(Parthenon) 신전을 누가 디자인했는지 알 수 있으며, 이집트의 거대한 피라미트를 설계한 건축가가 누구지도 알 수 있게 되는 것이다.

그러나 디자인 역사 분야에 관한 한 이와 같은 개인적인 정보는 그렇게 중요하게 생각될 수 없으며, 그것이 어느 면에서 보나 현대의 많은 디자인은 무명씨(無名氏)에 의해서 이루어졌다고 간주할 수 있기 때문이다. 또한 제조업





디자인 분야의 상관 관계

자들이 제품들에 대하여 개인적인 명예를 인정한다는 것은 기업의 명예를 손상시킬 수도 있다고 잘못 생각하거나 개인적인 명예를 인정해 줌으로써 디자이너가 급료 인상을 요구할지도 모른다는 단순한 두려움 때문에 그들의 책임을 회피하고 있는 것이다. 그러나 이와 같은 이유 때문에 프로젝트의 기록 일부와 프로젝트에 수반되는 정보에 관해 언급을 회피해야 할 필요는 전혀 없는 것이다.

이와 같은 상황 속에서 가장 나쁜 것은 가장된 거짓 디자인 명예가 현대 디자인 세계에서 공공연하게 통용되고 있다는 것인데, 그것을 우리는 ‘스타 시스템 (Star System)’이라고 부르며, 이 스타 시스템은 규모가 큰 어떤 디자인 조직이 어느 한 개인의 이름으로 되어 있을 때, 그 사람이 회장직에서 물러난 후에도 모든 명예가 그 사람한테 돌아가도록 되어 있다는 사실이다. 레이몬드 로위 (Raymond Loewy)는 그의 최근 저서 「산업 디자인 (Industrial Design)」에서 다음과 같이 언급하고 있다. 우리가 상대하거나 취급하는 많은 고객들과 프로젝트를 수행하는 데는 단지 우리의 스태프 (staff)들이 모든 일을 처리하기 때문에 모든 개인의 이름은 아무 의미가 없다고 밝히고 있다. 또한 디자인에 대한 논평에서도 많은 박물관 소장들이 어떤 디자인에 관해서 그 디자인이 어떻게 개발되었는지에 대한 숨은 사실들을 밝혀 내지 않고 제조업체나 디자인 사무실 사장

들의 이름으로 그것이 디자인되었다고 기록하고 그들의 업적으로 비평 없이 받아들이고 있다고 비난하고 있다.

전문 분야의 비공식적인 뉴스의 진실과 거짓을 구별하기란 매우 힘든 일이다. 르 코르뷔지에 (Le Corbusier)의 가구 디자인들은 정말 샬로트 페리앙 (Charlotte Perriand)의 작품들인가? 샬로트 페리앙은 정말 방향을 설정하고 비판하고 가장 중요한 결정을 내렸는가? 로위 스튜디베이커 (Loewy Studebaker)와 함께 일한 버질 엑스너 (Virgil Exner)의 역할은 무엇이었는가?

따라서 디자인 역사가는 이러한 특별한 문제들을 해결하기 위하여 조그만 조각이나 약간의 정보를 찾기 위해서 탐정도 되고 스파이 (spy)도 되어서 디자인에 업적을 남긴 사람들의 정당성을 가능한 한 많이 규명하도록 해야 한다.

지난 50년 동안의 디자인 업적을 연구하는 데 구전 (口傳)에 의한 사실들을 수집하는 것은 매우 필요하다. 그 이유는 당시 디자인이 어떻게 개발되었는지에 대한 정확한 사실이 어떤 기록에 의해서 남겨진 것이 아니라, 스태프 디자이너·제도사·회사 중역들, 또는 고객들의 기억을 통해서만 자료를 얻을 수 있기 때문이다. 이러한 의견들은 때때로 서로 엇갈리는 경우가 발생되고, 또한 개인의 명예에 많은 영향을 미칠 수 있기 때문에 매우 신중히 다루어야 한다.

이와 더불어서 디자인 역사 연구를 위해서는 최근에 기업을 성공적으로 확장시킨 사람의 캐비닛과 여러 종류의 상자들 및 디자인 사업을 폐업한 지가 얼마 안 되는 사람의 다락방이나 지하 창고에 남아 있는 문서·드로잉·편지·메모 등은 어떤 사실을 증명해 줄 수 있는 훌륭한 보조 자료가 될 수 있다. 이러한 자료들을 될 수 있는 대로 많이 수집하여야 한다는 것은 두말할 필요도 없으며, 가능하면 관련된 사람들이 죽기 전에, 자료들이 없어지기 전에, 역사적 가치가 소멸되기 전에, 또는 거짓된 것이 기정 사실화되기 전에, 사실을 너무 간단하게 표현하지 않으면 안 되게끔 자료가 불충분하기 전에 신속히 행동을 취해야 한다.

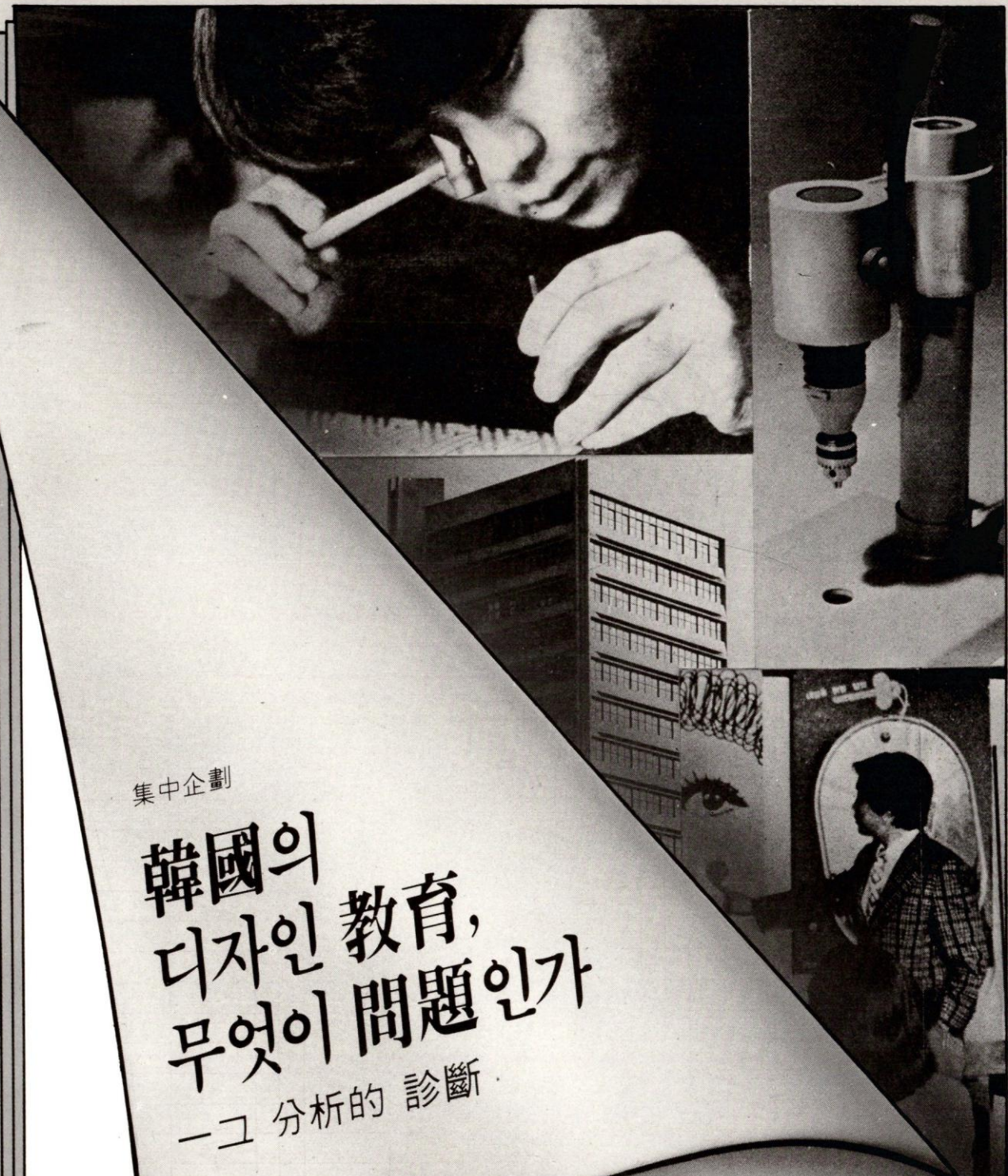
## 보 존

현재 보존되어 있는 제품들을 통해 디자인 역사를 연구한다는 것은 많은 문제점을 안고 있다. 그 이유는 제조업자들이나 구매자들은 토스터·전화·세탁기·트랙터·우유병·과자 상자·담배갑 등과 같은 모든 제품이나 상품을 전부 보관하지 않고 없애 버리기 때문이다. 따라서 우리들은 현재 존재하고 있는 제품과 수집이 가능한 견본들을 찾아내어 좀더 많이 수집하고 보관할 필요가 있다.

드로잉과 모델 등도 디자인 개발을 하는 데 훌륭한 도구가 되므로 그것들도 보존할 필요가 있으며, 고객 회사의 파일 (file)에 보관되어 있는 자료들, 스태프 디자이너의 스케치, 사진 작가나 일반 대중들이 우연히 찍은 사진들, 또는 선전용으로 사람들에게 배포된 유인물 등도 보존할 가치가 있으므로 모두 수집하여야 한다. 카탈로그나 소책자 또는 도서관에 비치된 자료들은 디자인 역사가에게 지난 과거를 연구하는 데 가장 생생한 데이터가 될 수 있으며, 디자인 역사를 가장 정확하게 전문적으로 연구할 수 있는 중요한 자료가 되기 때문에 소중히 다루어야 한다.

이러한 모든 점을 감안해 보면 지금 이야말로 모든 자료가 없어지기 전에 가능한 한 많은 자료를 신속히 수집하여 그것을 효과적으로 분류하고 분석해서 디자인 역사 연구의 기틀을 마련할 때이다. [계속]





集中企劃

# 韓國의 디자인 教育, 무엇이 問題인가

— 그 分析的 診斷 —

우리 나라의 디자인 教育은 産學協同을 그 指標로 삼아 왔다. 現代 디자인 教育이 始作된 이래 우리 나라도 1970년대 後半의 基盤構築 期를 거쳐 內實定着期에 들어섰다. 이러한 때 디자인 教育의 目的 과 社會的인 役割이 무엇인지 알아보고, 디자인 教育制度和 각 大學의 教育施設·敎科課程 및 企業體에서의 디자이너 收容方案 등을 綜合 診斷해 본다.



# 디자인 敎育의 理論的 背景과 그 目標

鄭 時 和  
國民大學校 造形大學 副敎授

## ① 머리말

이유야 어찌되었건 오늘날 우리 사회에 있어서는 아직도 '디자인'에 대해서 올바르게 이해하고 있는 계층이 좁으며, 또한 현재 미술 대학에서 응용 미술계의 미술로 敎育되고 있기 때문에 (전문가 敎育) 사회가 '디자인'에 대해서 미술 이상의 합리적 또는 과학적인 특수 분야(학문)로 보기에선 아직도 요원한 느낌이 없지 않다. 과거 수년간 응용 미술계를 지망하여 입학한 1학년 학생들의 자기 전공에 대한 의식(비공식적인 조사에 의하면)을 보면 대부분 고교에서 응용 미술을 지원한다는 것은 장차 미술가가 된다는 의식이었음을 보아도 우리의 디자인 敎育이 실제로는 합리적으로 전개되고 있다 할지라도 학생의 의식이나 사회가 디자인을 보는 눈이 전통적인 회화(繪畵)나 조각 중심의 미술 개념의 카테고리에서 크게 벗어나지 못하고 있다.

또 과거 수십 년간 특히 공예 敎育을 받은 졸업생들의 의식에 자리잡고 있는 것은 예술가 지향 일념뿐이었다고 말해도 과언이 아니며, 이유야 어찌되었건 공예 敎育을 받은 졸업생이 산업계에서 제품 생산에 종사하고 있다는 소문은 내가 과문한 탓인지 들어보지 못했음을 보아도 우리의 응용 미술 敎育에는 발전하는 산업 사회에 적응하는 능력을 함양한다는 敎育의 역할에 비추어 생각한다면 무엇인가 커다란 문제점을 갖고 있는 것임에 틀림없다.

나는 과거에 쓴 여러 가지 잡문에서 우리의 디자인 敎育이 안고 있는 문제는 크래프트맨십(craftmanship)의 상

실이라고 지적한 바 있다. 다시 말해서 과거의 우리의 敎育에서는 실습실이나 실습 기재가 부족해서 실험 실습을 하지 못한 敎育이 되었고, 그래서 '발주 공예 敎育'에 의존했던 점을 지적한 바 있었다. 그러나 현재에 이르러서는 이 문제점은 이제 거의 완벽하게 해결되었다고 말해도 좋을 것이다.

그러면 오늘의 디자인 敎育에서 문제되는 것은 무엇인가? 과거의 문제점은 외부적인 여건 때문에 생긴 문제점이었다면, 지금의 문제점은 내부적인 문제점이다. 나는 이것을 다음과 같이 분명히 문제로 제기하고 싶다. 즉, 과연 우리의 디자인 敎育에 있어서는 정직하게(진실하게) 학습 목표가 설정되어 있는가. 다른 말로 해서 디자인 敎育의 목적이 무엇이며 사회적 역할이 무엇인가를 정직하게 따지면서 敎育되고 있는가? 왜 이것을 따져야 하며 왜 학습 목표(디자인 敎育의 목적)를 거론해야 하는가에 대해서는 이 글의 마지막에 서술하고자 한다.

사회가 디자인 敎育을 전통적인 미술 敎育의 카테고리 이상으로 보지 못하는 데는 디자인 敎育 자체에도 이유가 있을지 모르나 미술에 대한 일반의 인식( 좁게는 敎育 정책 입안자나 정부 당국까지)이 미술은 생활에 필수 불가결한 어떤 측면을 갖고 있는 인간의 생활 그 자체라는(생활의 중심) 생각보다는 생활의 장식(회화·조각만 생각하기 때문에)으로 보는 뿌리 깊은 고정 관념 때문에 진보적인 미술 敎育(즉, 디자인 敎育)의 실천이 불가능한 것이다. 아직까지도 우리 사회에 있어서 예술 문화에 대한 의식은 순수 미술은 Major이고 디자인은 Minor라는 것이다. 이러한 의식이 발전하지 않는

한 敎育에 있어서 순수와 응용의 미술은 더욱 분화해 갈 것이며, 상대적으로 디자인 敎育의 발전에는 어두운 그림자가 가시지 않을 것이다. 과거 1960년대 초부터 일반 敎育에 있어서 미술 敎育의 시간에 50% 가까이 디자인 敎育(생산적인 만들기 敎育)이 실천되도록 교과 과정이 개편되었지만 그 실천은 성공적이지 못했던 것이다. 왜냐하면 과거 중등 敎育에 있어서 미술 敎育을 담당했던 교사는 대부분 미술가(화가·조각가)로는 성공하지 못한 사람들이었거나 이 계통의 대가가 되기 위해서 화업(畵業)을 계속하는 예비 미술가들이었기 때문에 논리적으로 말해서 그들의 일념은 그들의 개인적인 예술이었으며, 따라서 교사는 부업이었고 나아가 미술 敎育에 대한 도덕적인 책임감은 희박했다고 말해도 과언이 아니다. 그러나 중등 敎育에서 미술 敎育의 비정상성이 이들 미술 교사의 책임이라는 말은 결코 아니다. 우리의 중등 敎育이 영·수(英數) 학원식의 敎育인 이상 피할 수 없는 귀결이다. 다시 말해서 학력 고사에 미술 과목이 들어간 일은 없었고, 미술 대학에 입학하기 위해서 학교의 수업 시간에 배운 실력으로 입학했다는 학생을 본 일이 없으며, 미술 대학을 지원할 의사가 있는 학생은 반드시(?) 별도의 수업(학원)을 받아야 하는 것이 상식처럼 되었기 때문에 중등 敎育에 있어서(초등 敎育도 마찬가지이지만) 미술이라는 과목은 그저 敎育 과정상 구색을 맞추기 위한 그야말로 장식에 지나지 않았던 것이 우리의 敎育 현실인 것이다. 이러한 모든 원인은 여러 가지 요인에서 찾을 수 있겠지만, 여기서는 생략하고 미술 敎育, 특히 디자인 敎育에



대해서 다음과 같은 순서로 검토해 보고자 한다.

다시 한번 '디자인'이 무엇인가를 정의하고, 나아가 19세기부터 산업 사회가 발전해 오는 동안 미술 교육은 어떻게 발전해 왔고, 오늘날 사회에 있어서 디자인 교육의 역할과 목적이 무엇이며, 다시 한번 디자인 교육에서 학습 목표를 진실하게 실천하는 교육에 대해서 기술하고자 한다.

나의 이 글의 목적은 디자인 교육에 종사하는 모든 사람들이 지금이야말로 디자이너이기 이전에 디자인 교육 및 교육 방법에 대해서 깊이 연구하여야 할 때라고 주장하기 때문이다. 우리는 '60년대, '70년대 디자이너의 시대를 거쳐 이제 '80년대는 디자인 방법론의 시대이어야 한다고 주장하며, 교육에 있어서도 진보적인 디자인 교육 방법의 시대가 되어야 한다고 주장한다. 왜냐하면 이렇게 함으로써만이 '80년대의 우리의 사회가 요구하는 디자인 교육 및 디자인의 사회적 기능을 다할 수 있다고 믿기 때문이다.

## ② 디자인과 디자인 교육

미술은 분명히 회화(繪畵)나 조각만을 가리키는 것은 아니다. 오늘날의 경우에는 그 개념이 더 넓다. 오늘날의 미술은 새로운 형식을 채택하고 있으며, 새로운 재료까지 구사해서 Image-Making의 새로운 프로세스를 통해서 구체화된다. 회화와 조각뿐만 아니라 영상(映像)(film)·사진·전자 기술, 즉 컴퓨터에 의한 영상이나 구조 개발 등을 통해서 새로운 이미지를 창조해 낸다. 그야말로 시각(vision) 예술의 개념이다. 그렇기 때문에 오늘날 우리의 사회에 있어서 미술의 새로운 역할을 찾지 않으면 안 되게 되었다. 그래서 우리는 미술에 대한 개념 접근의 융통성을 갖지 않으면 안 될 것이다.

회화나 조각 등 개인적인 자유 표현 작품을 중심으로 하는 미술 교육에서 생활의 핵심으로서의 합리적인 측면과 전통 공예(傳統工藝)·디자인·영상·

디자인 과학(design science)·공연 예술·공학 등의 시각 교육(visual education)의 개념으로 확대해 가야 하며, 이러한 경향이 오늘날 세계 미술 교육의 조류이다. 이와 같은 개념의 미술 교육에서는 각 분야가 상호 협력해서 창조적인 작품을 만들어 내는 종합적(total)인 잠재 능력의 개발을 목표로 한다. 이와 같은 의미에서 회화·조각 중심의 전통적인 미술 교육은 이미 변했으며, 인간이 창조한 환경(man-made environment) 속에서 삶을 영위하는 인간을 둘러싸고 있는 사물의 형태에 책임을 지고 있는 넓은 의미의 디자인 교육으로 발전되었으며, 좁은 의미의 미술 교육이 포함되는 디자인 교육으로 강조되고 있음이 오늘날 미술 교육의 흐름인 것이다. 이러한 사고방식은 변화하는 세계를 비판적이고 새로운 방법으로 보는 시각 교육(visual education)이라는 점에서 더욱 그러하며, 문제 해결 능력으로서만이 사회에 적응할 수 있다는 교육의 사회적 기능이라는 측면에서 더욱 그러하다.

오늘날에 이르러서까지 디자이너들이 디자인을 우연히 획득된 예술품이나 예술적 수완 또는 생산 공정 가운데서 부가되어야 하는 어떤 시각적인 측면, 나아가 디자이너를 이러한 일을 하는 시각적 스타일리스트로 이해하고 있는 사람은 없을 것이라고 믿고 싶다.

전통적으로 미술은 고상한 취미(good-taste)나 표현 놀음(expressive play)으로 강조해서 이해되어 왔기 때문에 미술은 역사적으로 사회에 있어서 그 중요한 기능을 상실해 왔으며, 이 숙명적인 유산 때문에 아직도 미술을 사치로 보는 편견이 뿌리 깊고 미술에 대한 오해가 풀리지 않고 있다. (그 원인은 미술 아카데미에 있다.) 순수 미술 아카데미는 예술 무산 계급(藝術無產階級)(artistic proletariat)만 양산한 결과 그들은 사회의 생존 경쟁에서 발붙일 자리를 찾지 못했고 하나의 심각한 사회 문제가 되어 예술에 있어서 혁명이 일어났는데, 그것이 바로 미술 교육을 받은 사람도 역시 건강하고 유

용한 사회의 구성원이 되게 하는 새로운 이념의 미술 교육, 즉 생산적인 조형 교육(造形教育)의 이념이었으니 이름하여 디자인 교육이라고 말하며, 그 효시가 바로 Bauhaus(Hochschule für Gestaltung in Weimar, 1919: 고등 조형 학교=Design College)였던 것이다. 이 학교가 현대 세계 여러 나라의 미술 교육에 끼친 영향은 아무리 강조해도 지나치지 않고 가히 혁명적이었던 것이다.

이러한 context에 비추어 본다면 미술 교육에 있어서 priority는 당연히 디자인 교육이며, 디자인 교육은 적응력(adaptability)——모든 교육의 목적이 그러하듯이——을 목표로 하며 사회적으로뿐만 아니라 도덕적으로도, 그리고 기능적(職能的)인 측면에서 보아도 적응력은 디자인 교육, 미술 교육의 궁극적인 목표의 하나인 것이다.

왜냐 하면 디자인은 외면적인 부가 장식 같은 것이 아니며, 디자이너 또한 시각적인 스타일리스트가 아니라 인간 환경(人間環境)의 모든 것을 결정하는 결정자(decision maker)이기 때문에 디자인 교육 또한 이 원리에 따라야 하는 것이다. 디자인 교육은 비전적(秘傳的)인 (또는 비교적) 순수 예술가의 낭만적인 관념 밖의 일이며, 특히 오늘날의 산업 사회의 리얼리즘이 갖고 있는 (특히 사물의 측면에서) 여러 가지 문제를 해결할 수 있는 잠재 능력을 함양하는 것이다. 다시 말해서 디자인 교육은 고상한 취미(good-taste)를 부과하는 수동적인 교육이 아니며, 인간의 욕구(need; design for needs)에 대해 비판적으로 이해하고, 이러한 욕구가 타당한 것인가 아닌가를 평가하는 경험을 쌓는 문제 해결 과정(problem-solving process)의 교육인 것이다. 문제 해결 과정은 모든 교육에 공통되는 것이며 미술 교육에서도 중심이 되기 때문에 지금까지의 미술 교육의 개념이 오늘날의 사회 발전, 진보적인 교육 사상에 비추어 본다면 디자인 교육으로 발전된 것은 당연한 역사적 결과인 것이다. 교육의 효용성



과 책임 있는 교육은 디자인 교육의 중요한 개념이며, 대량 산업 사회에 있어서 교육의 역할과 미술가(예술가)의 사회적 책임과 관련할 때 오늘날의 미술 교육의 사조가 창조주의적 디자인 교육으로 발전되어 온 것은 당연한 역사적 흐름으로서 우리는 인식하고 과감히 받아들이고 실천해야 한다. (도표 참조)

### [3] 미술 교육의 발전 과정

필자의 도표에서 보는 바와 같이 미술 교육이 처음에는 대단히 실리적인 요구로부터 일반 교육의 교육 과정에 부과되었으나 심리학자의 연구에 의해 학생(아동 중심)의 창의력 중심의 미술 교육을 강조하게 되었고, 따라서 이와 같은 창조주의(創造主義) 미술 교육의 영향은 지배적이었지만 한편으로는 미술을 통한 교육이라는 미술 교육의 현실적인 범위를 벗어나 심리학이나 교육학의 문제로 발전해 감에 따라 미술 교육 자체의 현실적인 목적은 소홀히 하는 경향을 낳았던 것이다. 예를 들면, 19세기 초의 소묘(素描) 중심의 미술 교육은 순수하게 기능적인 목적에서 출발한 것이며, 빅터 로웬펠더(Victor Lowenfeld)의 창조주의적 미술 교육은 현대의 미술 교육에 있어서 창조성(創造性) (creativity)이라는 측면에서 획기적인 영향을 끼쳤지만 이것은 창조성과 정신적 성장(mental growth), 나아가 심리요법 등 근원적인 문제로 더 나아갔으며, 허버트 리드(Herbert Read)의 저서처럼 미술을 통한 인간 교육(education through art)이라는 교육의 깊숙한 문제제까지 연구되었을 뿐 현실적인 살아 있는 미술 교육이 위의 기능적 계기와 창조적 연구를 결합한 진보적인 미술 교육은 바우하우스(Bauhaus)에서부터 비롯한 것이다. 허버트 리드 자신도 그의 산업 시대의 미술 교육이라는 논문에서 미에 대한 교육은 초등 교육에서부터 시작해야 한다고 전제하고 산업 시대의 미술 교육의 원형을 바우하우스라

고 지적하고 당시 영국의 교육 제도에 서는 그와 같은 유행이 없었음을 개탄한 바 있었다. 그러나 바우하우스 교육이 미술 교육의 결론은 아니다. 오히려 오늘날 시대에 맞는 진보적인 미술 교육(디자인 교육)의 시작에 불과한 것이다. 영국의 이야기가 나왔으니 부연하는 것이지만 그 때 이래 영국의 미술 교육은 초등 교육에서부터 이러한 진보적인 미술 교육의 이념에 따르고 있는 것이다. 외국의 진보된 산업 국가도 이와 마찬가지로.

이제 이와 같은 진보적 미술 교육의 발전 과정을 살펴보자.

#### (1) 소묘 중심의 미술 교육

19세기 전에는 오늘날 우리들이 말하고 있는 이와 같은 미술 교육은 존재하지 않았다. 19세기부터 점진적으로 미술은 교육 과정 속에 채택되었으며, 미술관의 교육 프로그램 속에 포함되기 시작하였다. 그러나 이때의 미술 교육은 소묘(drawing) 개념 이상의 것이 되지 못했던 것이다. 20세기 초 까지도 이러한 유의 미술 교육이 지속되었는데, 미국의 Minifie(William) 같은 사람은 소묘는 산업에 대단히 유익한 도움이 되는 학습이라고 생각해서 1848년에서 1849년까지 볼티모어 고등학교(Baltimore High School)에서 이것을 가르쳤다. 그가 이 때 가르친 미술은 기하학적 원리에 근거를 둔 소묘(즉, correct drawing) 교육을 시행하였다. 그가 생각한 미술 교육은 제도(mechanical drawing)와 기하학적 소묘 능력을 학생들이 함양함으로써 산업의 요구에 적응할 수 있다고 믿었던 미술 교육관이었던 것이다. 한편 이 때의 사립 학교에서는 상류층의 여학생들의 교양으로서 미술을 가르쳤는데, 고작 자수라든가 장식 그림 그리기 등이었다. 이러한 예에 비추어 본다면 초창기의 미술 교육의 두 가지의 동기는 즉 산업의 요구에 부응하는 기능적인 측면과 문화적 성취(고상한 취미 획득)라는 측면이었던 것이다. 그러나 19세기 미국을 위시한 서구 선진

산업 국가에서 미술 교육은 기능적이고 실리적인 가치(vocational value)를 더 강조했음을 알 수가 있다. 1874년 미국 교육 위원회의 보고서에 의하면 날로 증가하는 생산성(生産性)과 사회에 있어서 산업적 가치의 중요성 때문에 생산업자들은 미술적 요소(art element)를 적극 보급해야 한다고 강조한 기록이 있다. 따라서 그들은 소묘(미술 교육)에 의해서 손과 눈이 잘 훈련되면 생산업에 종사하는 노동자에게 유익할 것이라는 사고방식으로 미술 교육의 역할을 규정하였던 것이다.

이러한 사고방식은 이 시대의 영국의 경우에도 동일했는데, 그들의 섬유 제품 수출의 신장을 위해서(섬유 수출 실적의 저하가 미술이 산업에 응용되지 않았다고 생각했기 때문이다) 미술을 산업에 응용할 필요가 있다고 생각하고 이러한 유의 미술 교육(학교 교육)과 평생 교육(사회 교육)을 주장한 나머지 그 방법의 하나로 민중의 취미가 높아져야 된다고 생각해서 지금도 남아 있는 국립 미술관(National Gallery)까지 건립하였던 것이다. 이렇게 해서 오늘날 우리들이 즐겨 사용하는(?) 응용 미술의 용어로 그럴싸하게 이 때 형성되었으며, 마치 미술(전통적인 비전적 관념의)을 산업에 응용하기만 하면 모든 것이 해결되는 것처럼 응용, 응용 했던 것이다. 이와 같은 사고방식은 곧 미술 교육의 역할이 산업 사회의 생산에 응용되어야 한다는 단편적인 일면이기는 하지만, 미술 그 자체에 대한 고정 관념에서 벗어나지 못했던 점과 미술과 산업의 함수 관계에 대해서는 채 인식하지 못했던 원시적 단계의 미술 교육이었던 것이다. 그러나 점진적으로 이러한 미술 교육은 폐기되기 시작하였다.

#### (2) 감상주의(鑑賞主義) 미술 교육

1880년경부터 심리학자 G. 스탠리 홀(G. Stanley Hall)을 중심으로 아동 연구 운동이 활발히 전개되면서부터 교육도 그 관심이 학생(아동)의 정신적·육체적 발달에 초점을 맞추게 되



었고, 이러한 움직임은 페스탈로찌(Pestalozzi)나 프로벨(Froebel)의 교육 이념으로 연결되었으며, 이와 같은 새로운 아동관(兒童觀)이 즉 하나의 개체(個體), 인간으로서의 아동——새로운 미술 교육의 발전으로 유도되었던 것이다.

그래서 지금까지 산업에 유용한 손재주(직업적 기술로서의) 함양에 목적을 주었던 미술 교육은 아동(학생)으로 하여금 미를 감상할 수 있도록 도와 주는 미술 교육을 강조하기 시작하였다. (사실 우리의 미술 교육은 기형적으로 감상·해설·지식 주입식으로 실천되고 있음을 상기할 필요가 있다.) 이와 같은 사고방식이 낳은 미술 교육이 곧 그림 연구(picture study)라는 감상주의(또는 정서주의) 미술 교육인 것이다. 이것은 역대의 세계적인 대가들의 작품(명작)을 감상함으로써 친숙하게 하고, 작가의 생애와 이야기에 익숙하게 되는 것이 곧 미적 판단과 심미감이 함양되는 것처럼 생각했던 것이다. 이와 같은 감상주의 미술 교육은 미술 교육을 지식 주입 교육으로 전락시켰던 것이다. 이 두 가지 교육의 패턴 역시 바람직한 미술 교육은 아닌 것이다.

### (3) 잠재해 있는 창조력을 개발하는 미술 교육

위에서 말한 소묘(correct drawing) 중심의 미술 교육과 감상주의(picture study) 미술 교육은 20세기에 접어들면서 여러 가지 외적 동인(動因)에 의해서 발전하기 시작하였다. 잠재해 있는 창조 능력을 개발하는 미술 교육의 이념이 성립하기까지에는 20세기의 존 듀윌(John Dewey)의 사상과 지그문트 프로이트(Sigmund Freud)의 꿈의 심리학이 크게 영향을 주었다.

아동을 조그만 어른의 축소판(miniature adult)으로 보지 않고 완전한 인간(intelligent human beings)으로 성장시키기 위해서 정신적으로나 육체적으로 자유로워야 하며, 사람의 지능(human-intelligence)을 확대하고 경

험할 수 있는 능력을 신장하도록 하는 하나의 과정으로서의 학교이어야 한다는 듀윌의 교육 철학은 20세기 미술 교육에 지대한 영향을 끼쳤던 것이다. 그래서 미술과 교육에 있어서 창조력(creativity)의 역할을 강조하는 미술 교육에 대한 연구가 쏟아져 나오게 되었던 것이다. 마가렛 마티아스(Margaret Mathias), 벨 보아스(Bell Boas), 플로렌스 케인(Florence Cane), 빅터 다미코(Victor D'Amico) 등이 이러한 연구자들이며, 미술 교육에 관심이 있는 사람이면 모르는 사람이 없을 정도로 유명한 빅터 로웬펠드(Victor Lowenfeld)도 대표적인 이 카테고리의 미술 교육학자였던 것이다. 이렇게 해서 미술 교육에 있어서뿐만 아니라 다른 모든 교육에 있어서 창조 능력의 개발은 중요한 축점이 되었던 것이며, 이것을 개발하는 것이 미술 교육의 기본적인 교육이라고 생각했던 것이다. 따라서 이 카테고리의 교육자들은 미술로서의 교육 또는 미술을 위한 교육의 개념이 아니라 미술을 통해서 잠재해 있는 창조 능력의 개발이라는 이론을 정립하였던 것이다. 로웬펠드는 소련의 아동 미술과 미국의 아동 미술을 비교하면서 소련은 아동을 이러한 측면에서 창조 능력을 자유롭게 신장·개발하는 교육을 실천한 결과 오늘날 우주 공학에 있어서 선진 국가가 되었다고 보고한 바 있듯이 특히 아동 미술 교육은 미술가를 목표로 하는 교육이 아니라 잠재해 있는 창조 능력을 개발하는 교육임을 그의 여러 가지 저서를 통해서 실증하였던 것이다.

한편 프로이트의 심리학의 영향은 미술 교육에 있어서 창조 능력을 강조하게 했을 뿐만 아니라 심리 요법(心理療法)(미술 요법: therapy)의 측면을 강조하게 유도하였다. 1900년경에 발표한 그의 명저 「꿈의 해석」의 영향에 의한 것으로서 교육에 있어서 미술은 아동이 심리적으로 안락함에 도달하는데 기여하는 예방 의학, 즉 하나의 요법(療法)이 될 수 있으며, 이러한 관점에서 미술은 정신 성장(mental grow-

th)에 적극 기여한다는 이론이 성립하게 된 것이다.

미술 교육에 관계하는 한 로웬펠드의 역할은 대단했으며, 그의 저서 「the Nature of Creative Activity」와 「Creative and Mental Growth」는 미술을 통해서 아동을 성장시키는 방법에 대한 심리학적 바탕을 마련하였던 것이다. 그의 연구는 20세기에 걸쳐서 전 세계의 미술 교사를 교육하는 하나의 심리학적 체제가 되었음은 아무도 부인하지 못할 것이다.

그러나 이 카테고리의 미술 교육, 즉 잠재해 있는 창조 능력을 개발하는 미술 교육은 대단히 훌륭한 철학이지만 우리가 여기에서 거론하고 있는 미술 교육의 전부를 만족시키지 못한다. 이 이론은 미술을 통한 교육이라는 데 더 강조되고 있기 때문에 하나의 이상으로서, 또한 전인 교육(全人教育)을 목표로 하는 일반 교육에 있어서까지, 특히 전문가 교육이라는 측면과 미술 교육의 공리적(功利的) 측면, 사회적 기능이라는 측면에서 본다면 이 이론에 더 추가되어야 할 요소들이 많은 것이다. 창조 능력 개발을 위한 미술을 통한 교육은 오히려 심리학, 미술 심리학에 더 접근한 것이지 우리가 이야기하는 미술 교육 그 자체를 위한 실천 이론(實踐理論)으로는 미흡한 점이 많다고 생각된다. 왜냐 하면 미술 교육에 있어서는 가르칠 수 있는 것과 가르칠 수 없는 것이 있는데, 창조력이란 사실 가르칠 수 있는 성질의 것이 아니기 때문이다. 그러나 어쨌든 창조 능력의 개발은 비단 미술 교육에 있어서뿐만 아니라 모든 교육에 공통하는 것이기 때문에 미술을 통한 창조 능력의 개발은 미술 교육에 있어서도 역시 중핵(中核)이 되고 있다. 문제는 창조 능력 패턴이 다른 것이며, 창조 능력의 구체적인 외화(外化)가 다른 것이다. 개인적인 자유 표현 중심의 창조적 자유가 아니라 주어진 조건(문제) 가운데서 최대한의 창조 능력을 해방시킴으로써 사회에 유용한 미술가가 되게 하는 새로운 유형의 진보적인 미술



교육, 즉 디자인 교육 이념을 형성하는 데도 크게 영향을 준 것은 말할 필요도 없을 것이다.

#### (4)진보적 미술 교육 — 디자인 교육

바우하우스가 개교했을 당시에는 디자인 교육에 대한 뚜렷한 이념이 정립되지 않았던 면이 있었다. 그 이유의 하나는 초창기의 교육을 담당했던 요하네스 잇텐(Johannes Itten)의 미술 교육관에 이유가 있었던 것이다. 잇텐은 창조주의 미술 교육의 흐름을 주장한 화가 출신으로서 그는 학생들의 창의력을 해방하는 데 교육의 중심을 두었고, 장차 미술가가 되게 하는 교육 목표를 설정하였던 것이다. 바이마르(Weimar) 시대의 바우하우스가 수공예적(手工藝的) 디자인 교육으로 경도(傾倒)되었고 잇텐 역시 감상주의(picture study)류의 기초 교육을 강조한 나머지 결과적으로는 공예 논쟁(工藝論爭)으로 비화하였다. 그 결과 잇텐은 퇴진하게 되었고 그로피우스(Gropius)는 바우하우스를 재정비하여 디자인 교육의 궤도를 찾았던 것이다.

● 잇텐의 교육 가운데는 과거의 거장들의 작품을 분석적으로 연구하는 과정이 있었다.

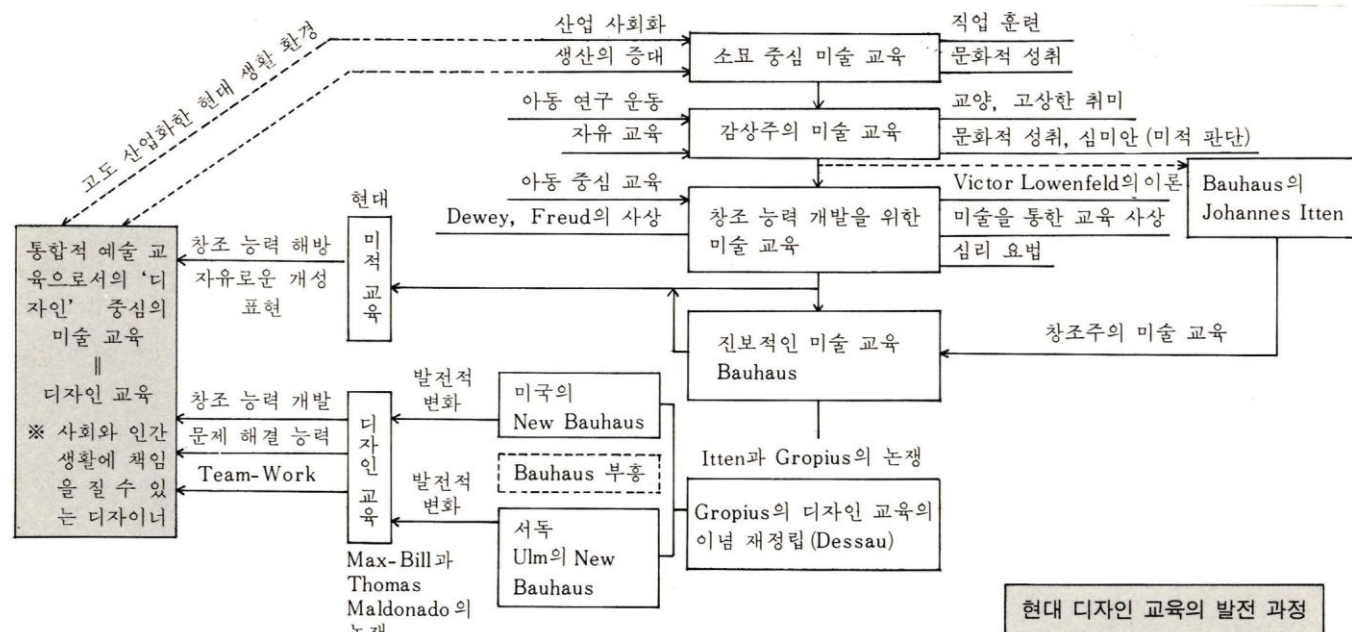
그로피우스가 바우하우스 교육에서 강조한 것은 일체의 선입견을 배제하고, 또 일체의 과거를 배제하여 학생들의 창조 능력을 개발한다는 흐름과 또 하나의 목표인 장차 그들(학생)이 사회의 유용한 구성원이 될 수 있도록 산업 적응 능력을 함양한다는, 다시 말해서 상상력(imaginative design)과 기술 능력(technical proficiency)을 함께 바람직하게 함양한다는 교육 목표를 정립했던 것이다. 이것은 오늘날 우리들이 흔히 이야기하고 있는 예술과 기술(또는 art and science)의 결합이라는 교육 이념으로서 이렇게 함으로써 오늘날 사회가 요구하는 인간적인 삶의 질에 책임을 질 수 있는 새로운 예술가, 이름하여 디자이너(new artist=designer)를 양성할 수 있다는 것이다. 우리들이 앞에서 고찰한 바와 같이 바우하우스의 교육은 직업적인 동기에서 나타났던 미술 교육과 창조 능력의 개발을 위한 미술 교육을 발전시켜 새로운 패턴의 통합 교육을 형성하였던 것으로서 그로피우스는 이것을 미술 교육(art education)이라는 용어를 사용하지 않고 바우하우스의 명칭이 그러하듯이 게스탈트(Gestalt) 교육이라고 말하였다. 즉,

형성(形成)·조형(造形)과 같은 뜻으로서 이 말에는 전체(whole)란 뜻이 더 강조된다. 그로피우스 자신도 교육의 목표를 단일 조화적 실체로서, 다시 말해 하나의 전체(a whole)로서 생활( 삶)을 파악할 수 있는 학생의 자연스러운 능력을 훈련하는 것이라고 표현했던 것이다. 이것을 교육의 기초로 삼는다고 말했다.

여기서 바우하우스 교육에 관해 더 이상 이야기할 생각은 없다. 그러나 바우하우스의 교육은 19세기에서 20세기로 발전해 온 두 가지의 커다란 미술 교육의 흐름을 하나로 통합하였다는 점과 또한 미술 교육의 사회적 역할을 명백히 했다는 점을 잊어서는 안 될 것이다. 그 때 이후 세계의 어느 곳도 이 바우하우스의 영향을 받지 않은 나라는 없었으며, 따라서 바우하우스의 교육은 '디자인 교육'이라는 대명사로서 진보적인 미술 교육의 전형이 되었는데, 그것은 완결(완성)이 아니라 하나의 시작에 불과했던 것이다.

#### (5)요 약(토론)

지금까지 개관한 미술 교육의 발전 과정을 요약·정리하면 아래 도표와 같다.





#### 4 맺는 말 — 디자인 교육 목표의 정직한 설정

나는 지금까지 세계의 미술 교육의 역사적·이론적 발전 과정을 정리하였으며, 또한 진보적인 미술 교육으로서의 종합적인 디자인 교육의 실천은 이러한 맥락에 비추어 볼 때 당연히 이 시대가 요청하는 교육임을 암시하였다.

여기서 나는 이러한 이론적 근거에 비추어 볼 때 나타나는 우리의 디자인 교육, 나아가 중등 교육에 있어서의 미술 교육이 당면하고 있는 문제들을 축약적으로 다루고 싶은 생각은 없다. 단지 서술의 초점을 전문가 교육, 즉 대학의 디자인 교육에 맞추어 변화되어야 할 몇 가지 내용에 대해서 서술함으로써 결론에 대신하고자 한다.

우리의 디자인 교육을 진단하자면 사실 여러 가지 항목별로 분석적으로 고찰되어야 하기 때문에 나는 여기서 단 한 가지의 문제만 언급하고 싶다.

머리말에서도 언급한 바와 같이 우리의 디자인 교육은 과연 디자인을 위한 교육(education for design)으로 실천되고 있는가라는 물음이다. 다시 한번 정직하게 디자인 교육의 목표를 생각해 보자. 디자인 교육은 책임 있는 디자이너를 양성하는 교육이다. 교육의 장에 있어서만은 이 교육 목표는 변함이 없다. 숙된 표현을 해서 디자인 교육을 받은 학생이 장차 그가 사회에 나아가서는 디자이너가 되든, 개인 미술가가 되든, 사업가가 되든 그것은 개인의 자유이지만 디자인 교육의 장에 있어서는 디자이너가 되게 하는 디자인 교육의 목표를 충실히 실천해야 될 것이다. 울름(Ulm) 조형 대학에서 막스 빌(Max-Bill)과의 논쟁에서 승리했고 결과적으로 막스 빌을 은퇴하게 하였던 토머스 말도나도(Thomas Maldonado)도 책임 있는 창조 능력을 위한 교육이 디자인 교육이라고 말했듯이 이 책임은 사회적으로 또는 문화적으로 디자인의 사회적 기능을 강조하는, 나아가 미술의 사회적(기능적)인 역할을 의미하는 것이다. (자기 표

현으로서의 창조가 아님을 말한다.)

우리의 디자인 교육에서 이제부터 강조되어야 하는 것은 디자인을 위한 교육 목표를 다시 한번 정직하게 설정하는 것이며, 이 목표를 바람직하게 실천하기 위한 디자인 교육의 방법을 연구하는 일이다. 교육 인구의 증가 때문에 교수 요원이 부족하고, 따라서 교수의 질적 수준이 우리 사회에서 문제가 되고 있는데, 디자인 교육에 있어서도 예외는 아니다. 만약 대부분의 교수가 그들이 학습을 받을 당시의 교수 방법 패턴으로 디자인 교육을 답습한다면 디자인 교육은 개선될 수 없을 것이다. 주관적으로 학습 목표를 해석하고 주관적으로 교수한 나머지(창조주의 미술 교육의 패턴 때문에) 디자인 교육의 진정한 의미는 종종 상실되었던 예를 우리는 과거에 많이 보아 왔다. 디자인 교육은 디자인 센스를 함양하는 교육이며, 문제 해결 능력(problem-solving)을 함양하는 교육이기 때문에 새로운 디자인 방법론의 측면에서 교육되어야 할 것이다.

과거 우리의 미술 교육(특히 중등 교육)이 지식 주입 교육에서 벗어나지 못했음은 누구나 피부로 느낄 수 있을 것이다. 디자인 교육은 직접 체험(경험)을 통해서 디자인 센스를 기르며 문제 해결 능력을 함양하는 것이지 복제된 예술품이나 정보를 습득하는 지식 습득을 위한 교육은 아니다. 이러한 의미에서 실험·실습이 중요한 것이며, 문제를 합리적으로 해결하는 디자인 프로세스가 강조되는 교육이어야 하는 것이다.

고도로 발전해 가는 산업 사회와 새로운 기술의 복잡한 요구에 융통성 있게 적응해서 창조적으로 인간 환경에 대해서 사회적으로 그리고 문화적으로 책임을 질 수 있도록 디자이너(학생)를 교육할 수 있는 새로운 방법론과 디자인 교육의 원리가 정립되고 실천되어야 함은 누구도 부인할 수 없을 것이다.

따라서 이러한 디자인 방법론은 디자인 프로세스를 강조하는 교육이며,

디자인 프로세스 그 자체는 그룹 활동에 의해서 실천되는 경우가 많기 때문에 교수법에 있어서도 새로운 교수법(teaching concepts)이 있어야 할 것이다. 디자인 학습과 문제 해결 연구는 목적(학습 목표)에 가장 타당한 것을 찾아내는 과정이므로 우리들이 말하는 개인의 아이디어(idea) 중심의 전통적인 발상법이나 개인 교수의 주관적 판단에 의해 진행되는 교육이 점차로 바람직하지 않을 경우가 많다. 디자인 교육에 있어서 학습 문제 자체가 논리적으로 많은 것을 포함하고 있기 때문에 — 예를 들면, 과학·공학·사적 고찰·사회학·커뮤니케이션 기타 등등 — 이 모든 것은 가장 중요한 디자인 문제를 중심으로 결합되어야 하며, 디자인 프로세스 연구도 팀에 의해서 학습되는 경우가 많아야 하지만 교수 방법에 있어서까지 Team-Teaching이 시도되어야 한다. (사실 우리의 교육 제도나 현실에서는 아주 힘든다고 생각된다.)

이 문제에 관해 장황하게 이야기를 계속하기보다는 나는 여기서 다시 한번 디자인 교육의 목적과 디자인 학습의 목표를 현실적이고 정직하게 설정하고 또한 정직하게 실천함으로써 앞에서 지적했듯이 막연히 미술가가 되겠다고 입학한 응용 미술 지망 학생들의 의식을 디자인 교육을 받고 있는 대학에 있어서나마 그들에게 올바른 디자인 의식으로 무장시키고, 또한 올바른 디자인 방법을 습득할 수 있도록 현재의 디자인 교육이 개선되고 발전되어야 할 것이다. 이렇게 디자인 교육이 바람직하게 실천되어 간다면 예술적이니 개성적이니 하는 뜬구름 잡는 듯한 예술 지향적 디자이너도 생기지 않을 것이며, 그 대신 그들은 진실로 창조적이게 될 것이다. — 대부분의 사람들이 창조적이라 하면 자기 표현(selfexpression)으로 잘못 이해하고 있는 관념에서 벗어난 — 그러면 우리는 진실로 디자인의 사회적 역할이 무엇인가를 실감나게 이야기하게 될 것이고 그것을 보게 될 것이다. □



# 美國의 産業 디자인 敎育과 우리의 現實

崔 大 錫  
弘益大學校 産業美術大學院 敎授

이 글은 진실로 우리 나라 디자인 교육의 발전을 염원하는 한 사람으로서 독자와 함께 디자인 교육계를 돌이켜 생각해 보는 기회를 갖기 위해 쓴 것이다. 여기에 현실의 부정이 있다면 그것은 발전을 위한 부정이고, 긍정을 위한 부정이다. 또 필자 자신의 반성이요, 새로운 시작의 다짐이기도 하다.

필자는 1968년 이래 직접 간접으로 디자인 교육계에 몸담아 오면서 타의든 자의든 많은 강좌를 통하여 시행착오도 겪어 오며 오늘에 이르고 있다. 이제 진실한 교육자적 양심으로 돌아가 행동하는 교육으로 임해야 할 때라고 믿고 있다.

필자는 지난 1980년 8월부터 1981년 8월까지 미국의 디자인 대학인 Rhode Island School of Design을 중심으로 Massachusetts College of Art, I. I. T., The University of Illinois, Pratt Institute, Cooper Union, Parson School 등 몇몇 대학에서, 특히 1981년 6월 IDSA (Industrial Designers Society of America)의 Summer Workshop에서 만난 200여 명의 미국의 중진 디자이너·매니저들과의 생활을 통한 경험을 토대로 주로 우리나라의 디자인 교육자로서의 자세에 관해 함께 생각해 보고자 한다.

한국의 현대 디자인 교육이 본격적으로 시작된 것을 1960년대부터로 본다면 지난 20년간의 성장은 물론 시행착오도 없지 않았을 것이다. 1980년대에 들어서면서 우리는 인류 역사상 그 어느 때보다도 절망과 희망이 엇갈리는 국내의 정세, 정치·경제·사회·문화의 여러 방면에 걸쳐 놀라운 변혁과 새로운 전환점을 맞이하고 있다고 하

겠다. 특히 국내의 경우 근년에 들어와서 생활 환경의 변화에 따라 디자인에 대한 인식이나 사회적 관심도가 고조되어 가고 있으며, 또한 생활 속에 스며들고 있다고 하겠다.

한편 디자인을 전공하는 국내의 많은 학생들과 교육자, 그리고 실무 디자이너들이 해외를 다녀오고 유학을 떠나는 일이 빈번해졌음도 디자인계의 밝은 전망을 나타내고 있다 하겠다. 이제 그들이 귀국하여 평소에 느끼고 경험했던 사실을 중심으로 활발한 만남과 대화를 통해서 디자인 분야에도 점차 새로운 활기를 찾아가고 있다고 하겠다. 이러한 때 우리가 디자인 교육의 제반 문제에 대해서 여러 면에서 돌이켜 보고 반성하며 개선해 나가야 한다는 사실은 지금 이 시점에서 가장 적절한 일로 생각된다.

주어진 주제가 「해외의 산업 디자인 교육」에 관한 것이나, 방대한 국가의 수많은 대학 및 기타 교육 기관에 관해서 미미한 자료를 일일이 나열하는 일은 의미 없는 것으로 본다. 지금까지 많은 전문가들에 의해서 디자인 전문지상에 디자인 교육에 관한 글이 여러 차례 발표되었고, 더우기 문제점으로 거론된 것은 주로 디자인 교육 시스템, 교과 과정, 시설, 학생들의 수준 등으로 요약할 수 있다. 국제화의 물결이 피부로 느껴지는 요즈음에 그러한 문제들을 새삼 재론할 생각은 없다. 오히려 어떤 면에서는 학생들의 수준이 문제된다거나 선진국의 교과 과정을 도입했다고 해도 그것으로 문제가 해결되지 못할 것은 자명하다. 문제는 누가 어떻게 교수하느냐에 따라 달라질 것이며, 오히려 교육자들이 우리의 현실정을 이해하고 거기에 적합

한 방법을 모색해 나가는 실험 정신이 아쉬운 것이 아닐까? 디자인이란 모름지기 주어진 시간과 여건에서의 최대 공약수를 찾는 것이기 때문이다. 이렇듯 우리가 제아무리 디자인이 발달된 선진국의 디자인 제도나 환경 시설을 도입하였다고 해도 실제의 교육에 임해서 내실을 기하지 못한다면 무슨 소용이 있겠는가?

## 1. 디자인은 디자인이다. 디자인의 특수성과 보편성

필자는 주위의 동료 교수나 일선 디자이너들과 디자인 분야의 현안 문제를 중심으로 대화의 기회가 있을 때 곧잘 이런 질문을 한다.

“대학에서의 디자인 교육은 디자인을 배출하기 위한 교육인가? 아니면 작가를 배출하기 위한 교육인가?”

한 마디로 대답하기 곤란하다고들 한다. 대학 교육이 산학 일체(産學一體)에 그 목표를 두고 있으므로 물론 산업계가 요구하는 디자인을 위한 교육이 되어야 한다고 하면 지금까지 그렇게 교육되어 왔다고 볼 수 있는가? 실무 디자이너들은 흔히 학교 교육은 너무 일반론에 치우치고 있고, 사실상 어떤 의미에서는 상식을 벗어나는 단계에도 미치지 못하고 있다고 한다. 그들은 적어도 전문적이고도 보다는 깊이 있으며, 단순한 테크닉이 아닌 실제적인 어떤 것을 요구한다.

디자인 교육이 본격적으로 시작된 이래 대부분의 디자인 교육자나 실무 디자이너들이 지금까지 디자인이나 기타 학술지를 통해서 주로 지적해 온 내용을 보면 한국에는 아직까지 디자인의 형성 여건이 조성되지 않았거나, 과도기적 현상이라거나, 초기에 불과





하다고 되풀이해 왔다. 디자인 교육자는 교육 환경, 특히 과밀 학급과 실습실의 부족, 학생들의 수준 저하, 교과 과정의 부실 등등으로 일관해 왔다고 해도 과언이 아니다.

한편 실무 디자이너들은 기업인의 디자인에 대한 몰이해, 클라이언트(client)의 인식 부족, 디자인 교육의 결핍 등 많은 문제점을 지적해 왔으며, 그러한 내용이 사실이기도 했다. 그러나 우리가 다른 한편으로 생각해 보면 영국에서는 산업 혁명 당시나 그 이후, 미국에서는 1920년대 말에서 1930년대에 처음으로 디자이너가 등장하여 일하던 시절을 생각해 보면, 그들에게도 여러 가지 문제점이 많이 있었겠지만 이를 딛고 오늘의 그들이 되었기에 우리는 현시점에서 만족할 만한 디자인 교육 여건이 조성될 때까지 기다려야 한다면 디자인 교육은 필요 없는 것이 될 것이고 디자이너라는 직업의 존재 의미도 없는 것이 아닐까? 누가 그러한 일을 해야 하는 것일까? 디자인이란 분명히 그러한 형성 여건을 창조·개척·노력해 나가는 그 자체이기 때문이다.

우리는 먼 곳에서가 아니라 바로 가까운 곳에서 종종 가장 평범한 진리를 발견하게 된다. 그것은 디자인이란 특수한 분야이며 그렇기 때문에 디자이너는 특별한 대우를 받아야 한다는 엘리트 의식, 즉 디자인의 특수성을 지나치게 의식하는 나머지 작가(예술가)의 의식으로 바뀌어 다른 분야와의 협동과 일체감에서 멀어지는 면도 간과할 수는 없을 것이다. 디자이너라는 직업의 등장과 디자인 작업이 이루어지는 과정은 어떻게 보면 다른 분야와의

친화 관계로 맺어져야 하며, 폭넓은 인간 관계, 즉 비즈니스맨십이 필요한 분야이기도 하다면 문제는 여기에서 비롯되는 것이라.

디자인 분야가 다른 분야와는 다른 구성 여건을 가졌다고 해서 특별하다면 다른 분야 또한 그 나름대로의 특수한 성격을 지니고 있는 것임에 틀림없다. 따라서 디자인의 출발은 가장 가까운 우리의 일상적인, 생(生)에 필요한, 가장 밀착된 곳에서부터 비롯된 것이라고 보면 디자인은 바로 전문가만의 특수 분야가 아니라 가장 평범한 우리의 대중 소비자와 호흡을 같이하는 분야로서 그들이 원하는 디자인이 바로 '굿 디자인(good design)'이며 여기에 디자인이 다른 면에서의 보편성을 지녀야 하는 이유가 있는 것이다. 따라서 일반 생활인은 물론 기업인의 인식 부족을 탓하기보다는 그들을 설득하고 자연스럽게 받아들이도록 이끌어 가는 일이 바로 디자이너가, 디자인 교육자가 해야 할 일이 아니겠는가.

## 2. 부정적 접근에서 긍정적 접근으로

생활 속의 굿 디자인을 찾아서

이제 디자인의 보편성에서 출발하여 인간-디자이너의 자세에 관해 생각해 보자. 우리는 지금까지 자신은 긍정적이고 다른 사람과 이웃은 부정이며, 여기에서부터 문제점을 찾아내는 자세였

다. 나는 만능이고 나 이외의 누구도 이런 일을 할 수 없다는 생각, 자기 중심적인 자세에서 디자인을 보아 왔다. 이러한 자세를 가진 디자이너가 있다면 이는 진정한 의미에서의 디자이너가 아니다. 왜냐 하면 디자이너야말로 가장 인간적인, 그러면서도 가장 합리적인 인간이어야 하기 때문이다. 그렇다면 디자인 교육자의 자세야말로 부정적 접근에서 보다 긍정적 접근으로 모든 디자인의 제 문제를 해결해야 하며, 긍정적 자세로 새로운 교수법을 배우고, 끝없는 실험을 통하여 자기 나름으로 보다 효과적인 방법을 모두 동원해야 할 것이다.

또한 항상 개방된 교육 풍토를 만들어 가야 하겠다. 왜냐 하면 우리의 활동 무대가 항상 국내에만 머물러 있는 것이 아니라 무한한 세계가 바로 우리의 무대가 될 것이기 때문에 편견과 부정은 종식되고 긍정적 차원에서 현실을 인정하고, 비디자인적 풍토나 사회 환경을 개탄하기보다는 굿 디자인을 발견하고 장려하며 실천해 나간다면 생활의 디자인화는 자연스레 이루어질 것이 아닌가?

그렇다고 무조건 현실과 타협하기 위해서 기회만 보는 식의 무관심한 태도 또한 배제되어야 하겠다. 우리에게



는 지금 무엇보다 디자인 교육자로서 인간 관계의 질서 회복에서부터 사회의 질서가 이루어지도록 해야 하겠다. 왜냐 하면 이 질서가 바로 디자인이기 때문이다.

### 3. 문제는 어디에 있는가? 디자이너인가? 교육자인가?

누구나 전공 분야의 새로운 경험과 연구를 위해 해외에 나가서 느끼는 공통점이 있다면 그것은 자신을 냉정하게 객관적 입장에서 되돌아 보고 나는 누구이고 무엇을 해야 하는가, 그리고 그 분야의 국제적 진출을 위해서는 어떤 연구가 필요한지 생각해 볼 수 있는 기회가 가장 큰 보람이 아닐까 한다. 필자의 경우도 예외가 아니었다.

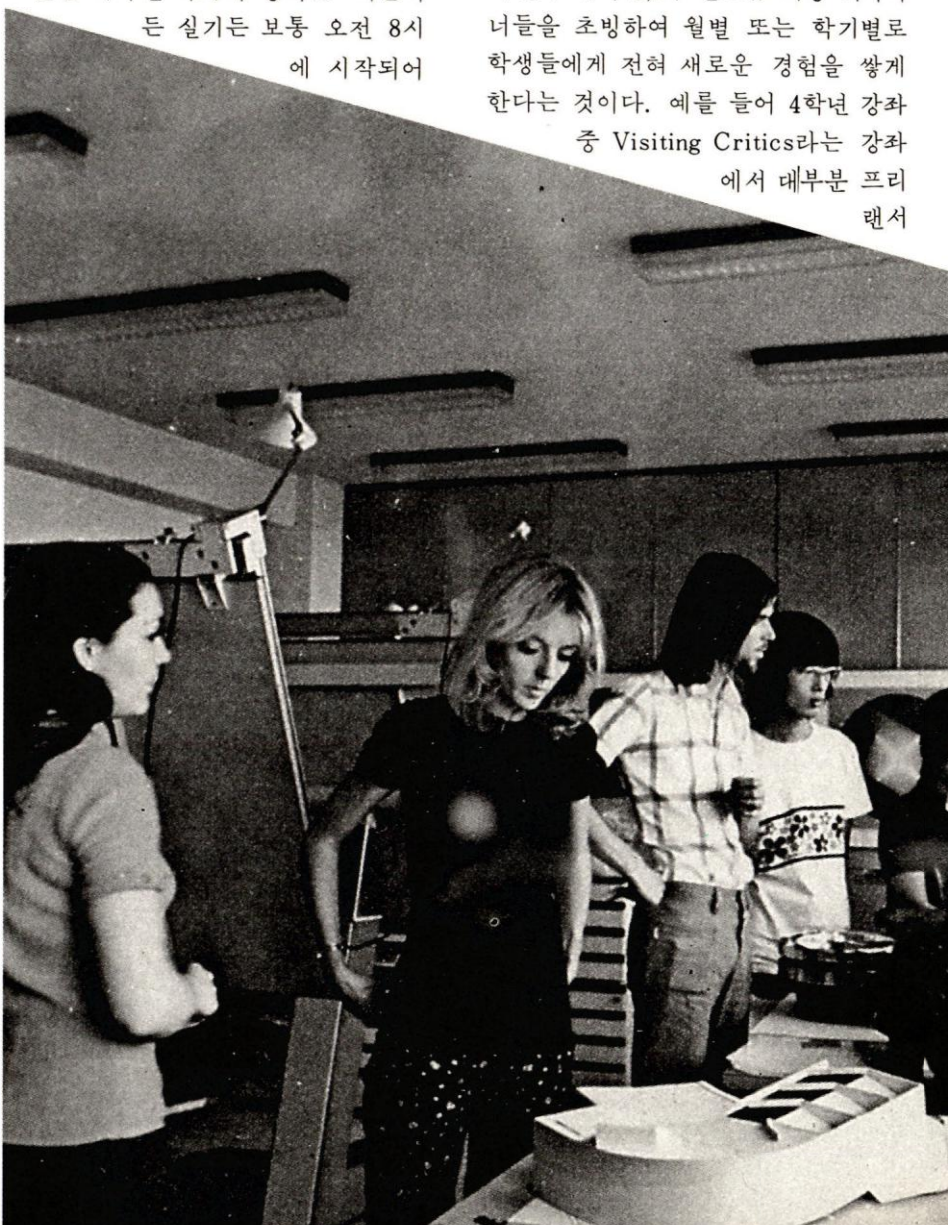
학생인가? 교수인가? 무엇을 가르치고 있는가? 무엇을 연구하고 있는가? 전공 분야 중 세분화된 전문은 무엇인가 등등 주위의 교수들과 학생들로부터 술하게 받았던 질문이었다. 그간의 경험에서 필자가 가장 부끄럽게 생각했던 것은 교수로서의 자세에 있었던 것이다. 책임감과 성실성이 있는 자세가 중요하지 살기나 이론의 실력이 문제가 아니었다. 오히려 국내에서 볼 수 있었던 문헌들은 그들에게는 별로 관심이 없는 이론에 불과했고, 도대체 그것이 어쨌다는 것이냐는 태도였다. 그들은 오직 디자인을 할 뿐 그런 것들은 거론조차 하지 않았으며, 개인적인 소수의 관심에 불과하였다. 여기에 비해 우리 나라의 디자인계는 실질적인 디자인 교육에서부터 지나치게 편협적인 파밍 관심이 있다는 생각이 들었다. 이러한 관심은 학문적으로 깊지도 자기 것이 되지도 못한 그런 상태에서 문제가 오히려 문제를 낳게

만드는 것 같았다.

필자는 또 무엇을 배워 왔는가라는 질문을 학생들이나 동료들에게서 받을 때, 진실로 보고 듣고 경험에서 배워 온 것이 있다면 그것은 자신의 길과 분야에 대한 확신을 다짐하는 계기와 보다 적극적인 자세로 디자인 교육에 임해야겠다는 용기였다. 미국 Rhode Island School of Design을 예로 들어 보자.

산업 디자인 학과의 강의는 이론이든 실기든 보통 오전 8시에 시작되어

오후 5시까지 점심 시간을 제외하고는 늦게 시작하는 일도 일찍 끝나는 일도 없으며, 더구나 휴강이란 찾아 보기조차 힘들었다. 오히려 하루 종일 계속된 강의 시간이 부족하여 밤늦게까지 수강하는 경우를 종종 보았다. 도대체 미술 대학 교수는 모두가 작품 활동을 해야 한다는 생각은 우리들만의 문제 중의 문제다. 더구나 소수의 전임 교수를 제외하고는 대부분의 강좌(상급 학년과 대학원)가 원로급 저명 디자이너들을 초빙하여 월별 또는 학기별로 학생들에게 전혀 새로운 경험을 쌓게 한다는 것이다. 예를 들어 4학년 강좌 중 Visiting Critics라는 강좌에서 대부분 프리랜서





디자이너로서 일하고 있는 저명 디자이너들 중 9월에는 공기와 비닐을 이용해서 새로운 시도를 펴하고 있는 전위 건축가 Howard Yarme, 10월에는 뉴욕 맨해튼에 위치한 George Nelson 등 많은 저명 디자이너의 사무실들이 모여 있는 곳에 그의 디자인 팀을 가지고 있는 William Plumb, 11월에는 1940년대부터 선구적 디자이너 역할을 해 온 할아버지 Don Wallance, 그는 특히 일생 동안 주방용구 중 수도꼭지와 식탁 용구 등을 디자인해 왔던 디자이너였다. 1981년 3월 신학기에는 장난감 전문 디자이너로서 보스턴에 자기의 사무실을 가지고 있는 Steve의 강좌가 끝없이 이어지고 있었고, 그 밖의 초청 강의가 거의 매주 각 분야에 걸쳐서 실시됨으로써 학생들은 항상 새로운 디자인의 세계에 접하여 정신을 못 차릴 정도로 바쁜 일정 속에서 그들의 프로



젝트를 해결하며, 특강은 특강대로 참석하는 등 거의 매일 밤 늦게까지 스튜디오에 파묻혀 있어야 했다. 우리의 경우 교육 환경·학생수·시설 등은 그들과 비교할 수도 없지만, 한 가지 확실한 것은 우리 학생들도 그들처럼 교육시킨다면 그 이상의 능력을 발휘할 수 있다는 자질을 갖고 있다는 확신을 얻었다.

우리의 디자인 교육의 문제점은 자의든 타의든 너무 많은 강의 시수를 말아야 한다는 점과 일부이기는 하지만 강의가 본업인지 비즈니스가 본업인지조차도 의심스러운 정도의 자세가 교육자로서 문제라 생각된다. 우리 나라에도 멀지 않은 장래에 선진국과 같은 교육이 이루어지리라 믿으며, 그 때를 위해 진실로 현실 도피가 아닌 어려운 여건 아래서 일하고 있는 많은 일선 디자이너들의 자세를 높이 사고 격려하고 싶다.

지금까지 학계와 산업계와의 공식적인 만남과 대화가 결여되었음을 솔직히 시인하고, 디자인 교육이 보다 적극적 활기를 찾는 의미에서 만남과 대화가 끊임없이 이루어지도록 노력하여야 할

것이다.

## 결론

죽는 날까지 자신의 개발을 위하여

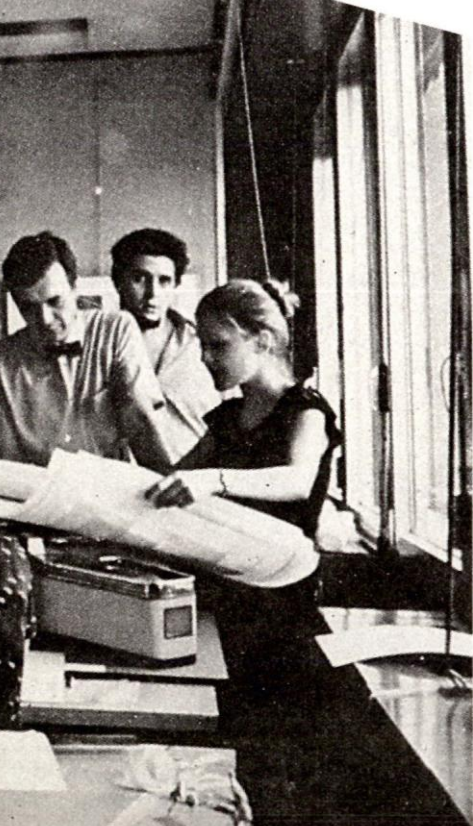
지금까지의 내용을 요약하면 문제는 디자인 교육자의 '자세'와 '자질' 및 '교수 방법'에 있다. 이를 전제로 할 때 다음의 몇 가지 항목에서 그 답을 찾을 수 있다고 본다.

● 책임 시수의 한계를 지켜야 할 것이다.

● 실기 이외의 강좌의 전문화와 특수성을 인정해야 할 것이다.

● 대학에 따라 전임 교수 구성원의 전공 분야에 따라 교과 과정이 구성되어서는 안 되며, 당연히 교육 목표에 따라 설정되어야 한다.

결국 우리가 오늘이 있기까지 디자인 교육의 공헌을 모르는 바 아니나, 오늘날 우리 디자인 교육계에 절실히 요청되는 것은 우리에게 만일 허(虛)가 있다면 스스로 인정하고 개선해 나가는 용기와 성실한 태도로 실천하는 일이며, 죽는 날까지 자기 개발을 위하여 노력하는 일뿐일 것이다. □





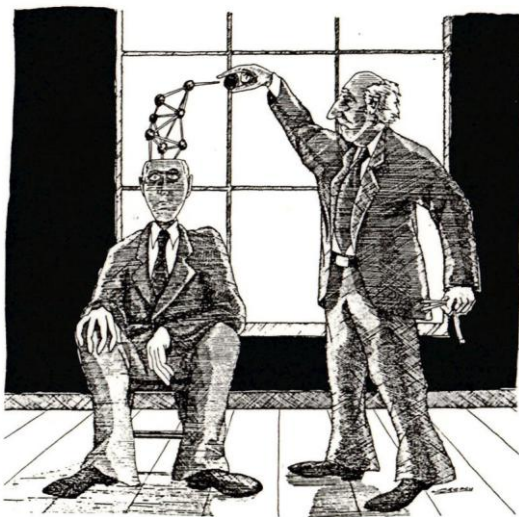
# 우리 나라 環境 디자인 敎育의 方向

梁 銳 在  
서울大 環境大學院 敎授

## ● 환경 설계 敎育이 왜 問題가 되는가?

우리는 잘 만들어진 그릇이나 컵에서부터 모양이 날렵한 자동차들이라든지 백화점 진열장 속의 가지각색의 상품들을 비롯하여 부자 동네의 호사스런 주택이나 도심지의 높은 빌딩과 호텔들, 그리고 값비싼 나무들로 단장된 정원들을 우리 주변에서 자주 볼 수 있다. 이런 모든 것들은 그 하나하나가 사실 세분화된 각 설계 분야의 소산품들이며, 그들을 소위 '생활 미술'이나 '산업 디자인', '건축'이나 '조경(造景)' 또는 '도시 설계' 등의 디자인이라는 커다란 테두리 안에서 그들 나름대로의 가치와 목적을 추구하며 우리 생활의 질을 높이고 새로운 변화를 찾아 우리의 환경을 가꾸고자 노력하고 있다. 이들 각 디자인의 전문 분야는 때로는 서로의 필요에 의해 또는 공존의 체제를 유지하기 위해 서로 돕고 경쟁하며 자기 분야의 독자성을 유지해 왔으며, 敎育이나 그 밖의 방법을 통하여 그들이 필요로 하는 전문인을 양성하고 그 분야의 발전과 사회로부터의 요구에 맞추면서 그 기반을 다져 왔다.

사실 어느 분야를 막론하고 敎育에 대한 역사적·문화적·사회적 필요성이나 중요성은 말할 나위도 없지만, 자칫 그러한 敎育이 "敎育을 위한 敎育"이라든가 생물의 종족 보존의 본능과 같이 그 분야의 "존속만을 위한 敎育"으로 전락해서는 곤란하다. 특히 우리의 생활을 담고 있는 그릇으로서의 '환경'을 가꾸고 만드는 일을 맡고 있는 설계 분야에 있어서는 더욱더 사회적인 중대성을 인식해야 할 것이다. 살기 좋은 환경, 잘 가꾸어진 환경을 만



들기 위해서는 비단 각 전공 분야의 敎育뿐만 아니라 그 분야 자체의 성장과 발전도 중요하겠지만, 그들 하나하나가 모여 전체의 조화가 이루어질 때 비로소 "바람직한 환경"이 조성될 수 있는 것이다. 그런데 만약 이들 각 분야들이 제각기 다루고 있는 대상이나 개별적인 환경 자체만을 위주로 생각한 나머지 전체적인 환경의 조화를 등한시한다면 과연 우리가 바라는 질서 있고 조화된 환경은 이루어지기 어렵다.

우리가 사용하는 그릇이나 집기·가구들도 값이 비싸고 좋다고 해도 그것들이 아무렇게나 놓여져서 전체적으로 짜임새가 없다면 집안 전체의 분위기가 무질서해 보이듯이, 우리가 한데 모여 생활하고 있는 공동의 환경인 거리나 도시도 잘 지어진 몇 동(棟)의 건물이나 값비싼 몇 그루의 나무들, 또는 매끈하게 포장된 도로가 있다고 해서 그 거리나 도시가 아름답다고는 말할 수 없다.

도시 얘기가 나왔으니 우리가 살고 있는 도시에 관해 한번 생각해 보자.

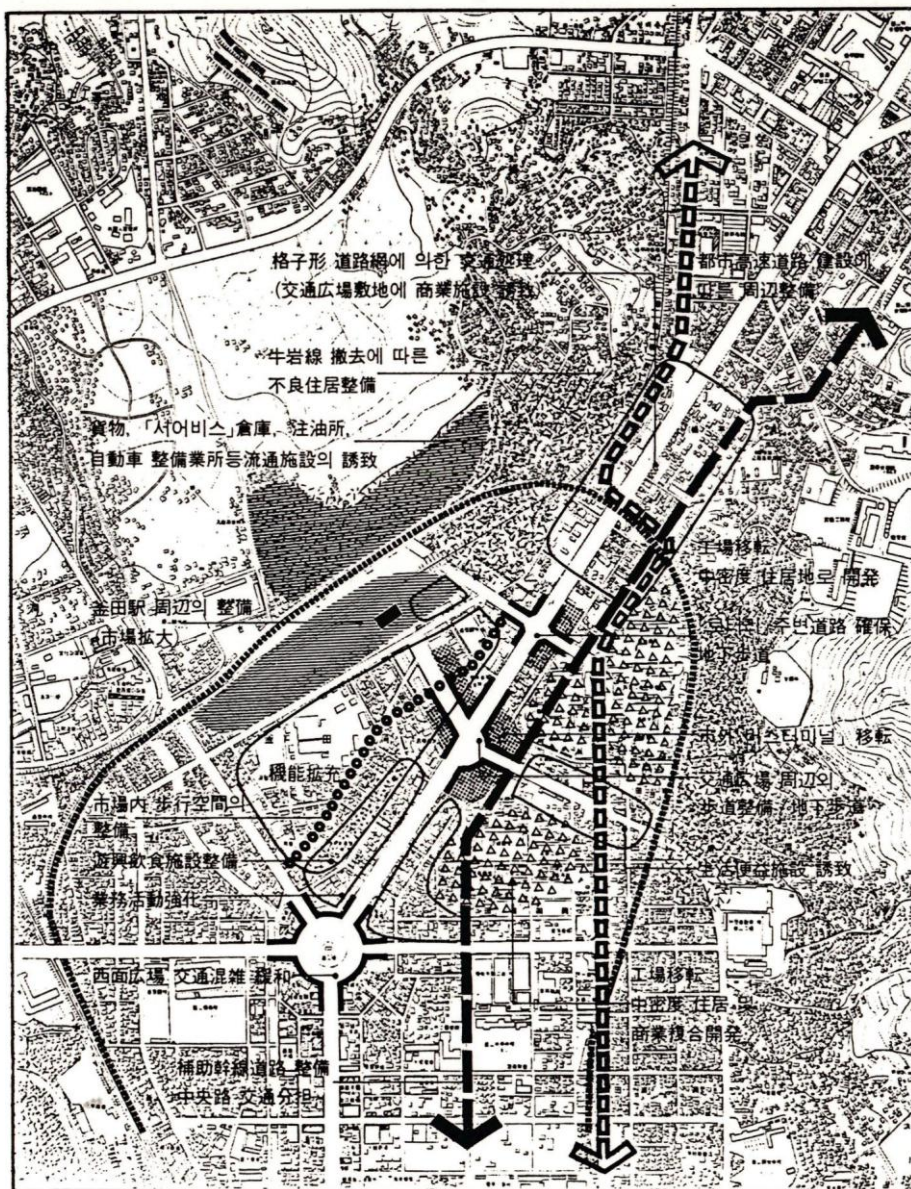
도시란 참으로 복잡적이고 다원적이다. 그 속에서 일어나는 일들은 한 마디로 표현할 수 없을 만큼 복잡하며, 도시를 구성하고 있는 요소들도 헤아릴 수 없을 만큼 많다. 이렇게 복잡한 도시도 과거에는 몇몇 사람들이 모여 제각기 터를 닦아 집을 짓고, 서로 왕래하며 길을 만들고, 필요에 의해 각가지 시설을 만들면서 계속적으로 변화되고 성장해 왔다. 그러다가 요즈음처럼 도시나 사회 구조가 복잡해지고 다양해지기 시작하면서 사람들은 환경에 대한 인식을 새롭게 하여 도시란 자연적으로 생겨나거나 있는 그 자체로서의 환경이 아니라 하나의 도시를 구성하고 있는 각각의 요소들간의 복잡한 '관계'를 찾아내게 되었으며, 도시는 이러한 관계의 유기적인 연결과 단절 속에서 움직이고 있다는 사실을 알게 되었다. 따라서 이러한 '관계'를 다루는 것이 바로 도시 계획이라는 것이며, 그 중에서 특히 물적 환경만을 다루는 것을 도시 설계라고 부를 때, 환경 설계는 비단 도시에 국한된 것뿐 아니라 우리 인간을 둘러싸고 있는 모든 공공의 환경(public environment) 중에서 물적 대상을 다루는 것이라고 말할 수 있다. 그러나 아직도 우리 사회에서는 이러한 물적 환경을 구성하고 있는 각각의 요소들간의 관계를 서로 맺어 주고 조절하며, 그들을 한데 모아 전체적으로 묶어 주는 역할을 할 '환경 설계'에 대한 인식이 부족한 듯하다. 예를 들어 단지 설계(團地設計)를 한다거나 하나의 가로를 꾸민다고 할 때 건축은 건축대로 건물만 설계하고, 또 토목 기술자들은 그들 나름대로 상하수도를 놓고 길을 닦는다든지 조경은 다른 것에 상관하지 않고 공원



이나 놀이터를 만들고 휴지통이나 가로등들도 주위의 상황을 무시한 채 설계한다면 비록 각각의 건물이나 시설들이 훌륭하다고 할지라도 단지나 가로들이 전체적으로 조화가 이루어지지 않는다면 그 속에서 사는 사람들의 생활은 불편할 것이며, 모든 기능들이 유기적으로 움직여지지 않을 것은 분명하다. 또한 지하철 역을 중심으로 한 역세권 개발과 같은 일도 전체적인 차원에서 여러 가지 필요한 사항들을 종합적으로 다루며, 그에 수반되는 복합적이고 다원적인 가치를 충족시켜 줄 수 있어야 하겠다. 이러한 환경 설계의 일들이 제대로 인식되고 환경 설계가 우리 사회에 정착되기 위해서는 첫째, 각 설계 분야가 환경에 대한 인식을 새롭게 하고 나아가서 환경 존중의 사고방식을 갖도록 해야 할 것이며, 둘째, 각 분야는 환경 설계의 테두리 안에서 그들의 독자성이 발휘되도록 해야 할 것이다.

### ●환경 설계가 해야 할 일

앞서 이야기한 바와 같이 환경 설계는 환경 조작에 있어서 전체적으로 구성해 주는 역할을 담당하도록 하며, 각각의 분야에서 해야 할 세부적인 일을 일일이 간섭하거나 관여해서는 안 된다. 환경 설계는 각 분야의 독자성을 존중하고, 그들이 목적하는 바를 달성할 수 있도록 전체적인 열거를 짜 주며, 그들의 일과 상충되지 않는 범위 내에서 각각에 대한 규제의 방침과 기술을 논리적으로 수행할 수 있도록 하며, 전체적으로 조화를 이룰 수 있는 종합적인 방법론이 제시될 수 있어야만 '환경 설계'의 본래의 목적을 달성



역세권 개발 계획의 구상 도면 : 지하철 역을 중심으로 한 토지 이용, 교통 및 기능별 활동 분포 상황 등의 문제점 분석을 통하여 1차적 계획 구상이 만들어진다.

할 수 있는 것이다. 이러한 일들은 구체적으로 단지 설계나 도시 재개발 등의 마스터 플랜이나 지구 상세 계획 등에서 나타나는 각 설계 분야에 대한 규제와 설계 지침 및 계획 전체의 틀을 마련하는 일들이 될 수 있겠다.

이러한 환경 설계의 일들이 제대로 되려면 다음과 같은 기본적인 요건들이 갖추어져야 되리라 본다.

첫째는 현상에 대한 정확한 이해가 필요하다. 즉, 인간 환경의 대표적 공동 공간인 도시의 예를 들어 보면, 도시란 도대체 어떻게 구성되어 있으며 변화·발전해 나가고 있는가, 그리고 그 속에서 사람들은 어떻게 살아가며 모든 활동이 움직이고 있는가에 대한 이해가 필요하다. 도시는 한 마디로 살아가 움직이는 복합적인 유기체라고

한다. 따라서 그 양상은 매우 복잡하며 그 구성 요소 또한 다양하다. 그들 구성 요소들이 서로 어떻게 얹혀 있으며, 그들의 상관 관계 속에서 도시의 모든 활동들이 이루어지기 때문에 도시의 현상에 대한 정확한 이해가 없이는 환경 설계를 하기란 힘이 들 것이다.

둘째로는 문제의 정확한 파악이 필요하다. 도시 문제는 그 구성 요소간의 관계가 서로 얹혀 움직이는 속에서 발생하고 있다. 따라서 이들 문제를 효과적으로 파악하기 위해서는 유사한 것들끼리 한데 묶어 체계적으로 정리하고 구성하며, 문제의 해결을 위한 분석의 능력이 갖추어져야 한다.

셋째, 환경의 '정신적'인 질에 대한 감성이 계발되어야 한다. 환경은 인간



이 창조한 기계는 아니며, 기능과 효율만으로는 좋은 환경으로서의 가치가 상실될 것이다. 따라서 환경의 질에 대한 정신적인 감성과 심미적인 요소가 수반될 수 있어야만 비로소 우리가 바라는 건전하고 아름다우며 편리한 환경으로서의 의미를 가질 수 있다.

#### ●환경 설계 교육과 그 방법

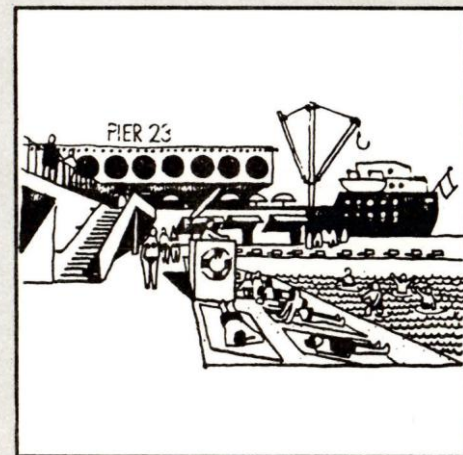
환경 설계 교육은 환경 자체의 복잡한 현상과 문제에 대한 경험론적 교육이 되어야 할 필요가 있다. 과거 사회 현상이나 도시 문제가 비교적 단순하던 시대에는 모든 것을 직접 경험할 수 있었을 테지만, 현대의 도시에 있어서는 한 사람의 능력이나 한정된 시간 속에서 많은 것을 경험하기란 거의 불가능한 일이다. 따라서 환경 설계 교육에 있어서는 우리가 흔히 사용하는 실

사례 연구(case study)를 통한 교육이 필요하다고 본다. 이는 모든 사회 현상의 각가지 사실을 간접적으로나마 경험할 수 있고, 계획과 현실과의 차이점을 파악하며, 제한된 시간 속에서 학생들로 하여금 가능한 한 많은 직접 또는 간접적 경험의 기회를 줄 수 있기 때문이다.

다음으로는 그러한 경험을 바탕으로 하여 실질적인 문제의식을 가질 수 있도록 하며, 그 문제들을 체계적으로 파악하고 조직적으로 구성할 수 있는 능력을 길러 줄 수 있는 교육이 되어야 한다. 설계 교육에 있어 가장 중요한 문제 중의 하나가 바로 문제의 파악과 조직적 구성을 통하여 합리적인 문제 해결의 방법을 연구하는 것이다. 이러한 과정을 우리는 일반적으로 '설계 방법론(Design Methodology)'이라 하며, 이것은 설계자나 학교마다 조금씩 차



지역 갱신 계획에 기초를 둔 인근 중심부의 광대한 부흥



깨끗한 물을 위한 수질(水質) 기준의 중요성

#### Harvard University의 Urban Design Program Structure

##### Urban Design Core Curriculum Courses

|                      |   |
|----------------------|---|
| Urban Design 100     | Case Studies in Urban Design              |
| Urban Design 101     | Studio II—Elements of Urban Design        |
| Urban Design 202     | Urban Design Implementation Methods       |
| Urban Design 102     | Design Communication Workshop             |
| Urban Design 103     | Studio I—New Urban Structure              |
| Urban Design 200     | Studio III—Revitalizing Downtown          |
| Urban Design 201     | Studio IV—Urban Development               |
| Urban Design 110/210 | Studio VI—Independent Study or Internship |

##### Required Course Areas

Structure and Dynamics of Economic Growth  
Planning Law and Administration  
Urban Real Estate Finance  
Urban Transportation  
History and Origin of Urban Settlements

##### Elective Course Areas

Behavior and Urban Environment  
Urban Ecology  
Analytical Techniques  
Housing Policies and Programs  
Urbanization in Developing Countries  
Visual Environmental Studies

#### University of Pennsylvania의 Urban Design Curriculum

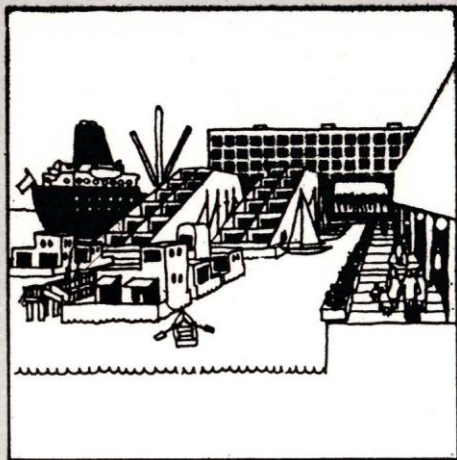
| 과 목  | 학 점 |
|--|-----|
| Urban Design Workshop                          | 3   |
| Introductory Problems in Urban Design          | 6   |
| Behavioral Factors in Urban Design             | 3   |
| Theory and Principles of Urban Design          | 3   |
| Case Studies in the History of Cities          | 3   |
| Introduction to Design Methods and Methodology | 3   |
| Advanced Problems in Urban Design              | 6   |
| Advanced Planning Problems                     | 6   |
| History and Theory of Urban Design             | 3   |
| Case Studies in Urban Design Practice          | 3   |
| Seminar on Urban Design Methodology            | 3   |
| Urban Transportation and Urban Design          | 3   |
| Independent Research Studies                   | 3   |
| Advanced Urban Design Seminar                  | 3   |

계 51

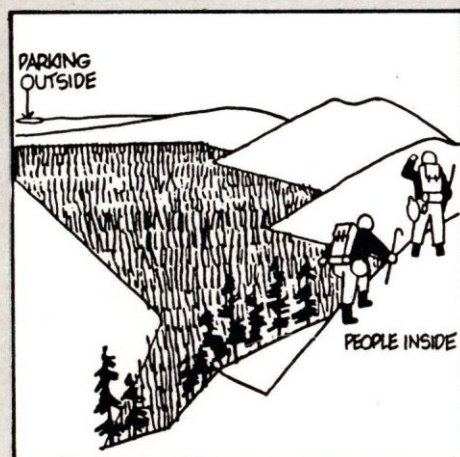




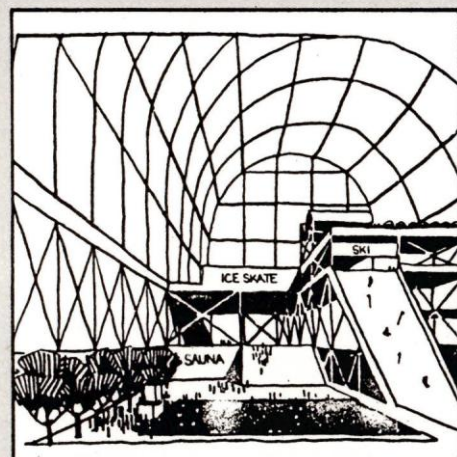
도시 중심부에 왕복 차량 주차 및 보행자를 위한 환경 조성



부둣가에 주택가와 공공 시설 산업체 구성



국유지에 대중의 출입을 편리하게 보증



지역 사회에 '휴양 궁전' 설립

이는 있겠지만 환경 설계 교육에 있어서는 앞에서 말한 환경 설계의 취지와 목적에 맞는 방법이 되어야 할 것이다.

다음으로 환경 설계 교육이 추구해야 할 일은 환경의 질에 대한 감수성의 함양이다. 여기서 말하는 환경의 질이란 어떤 의미에 있어서는 객관적인 미(美)가 될 수도 있으며, 그러한 미적 감각의 요소가 환경의 구성에 있어 차지하는 비중이 적지 않음을 우리는 도시의 구석구석에서 발견할 수 있다. 따라서 미에 대한 감성의 계발과 아울러 아름다움을 느낄 수 있는 능력을 기르는 것도 바로 환경 설계 교육이 추구해야 할 일이다.

이상과 같은 세 가지의 환경 설계 교육이 해야 할 일에 덧붙여 계속적으로 변화하며 새로운 것을 향하여 변천되

어 가는 우리의 환경에 대한 과거의 사실을 터득하고 비판하며 미래의 방향 감각을 갖기 위해서는 다른 분야와 마찬가지로 역사 교육(歷史敎育)이 필요하다. 과거의 사실이나 역사는 우리에게 많은 것을 일깨워 주고 문화를 계승하며 사회적 가치에 대한 인식과 미래의 창조적 사고에 가장 기본이 되는 것이기 때문이다.

그러면 이와 같은 환경 설계 교육은 어떤 방법으로 이루어질 수 있는가에 대한 점을 살펴보기로 하겠다. 우선 지금까지 언급한 네 가지의 교육, 즉 경험론적 교육과 문제를 파악하고 추상적 능력을 기르며 문제 해결을 위한 방법론적 교육, 그리고 환경의 질에 대한 미적 감각과 감수성의 함양 및 역사 교육 등은 포괄적인 학과목을 설정

하여 세미나나 강의 형식을 택하도록 하며, 이런 것들은 주로 사례 분석에 관한 연구가 중심이 됨으로 해서 가능한 한 많은 경험을 얻을 수 있도록 해야 한다. 그러기 위해서는 기초적인 과목들, 즉 정치학이나 경제학·사회학·지리학·미학·공학·생물학·통계학·심리학·역사학·생태학·법학 등과 같은 환경과 관련이 있는 모든 학문의 영역에 걸친 과목들을 다룰 수 있어야 하겠다.

환경 설계가 복합적이고 다원적인 환경을 다루는 것과 같이 그 교육 또한 종합적인 성격을 가져야 하기 때문에 그러한 특성을 충분히 살릴 수 있는 방법으로 스튜디오(studio)라는 설계 과목이 사용된다. 따라서 앞서 말한 모든 기본적인 과목과 네 가지의 사항들이 바탕이 되어 환경 설계가 추구하는 바를 이룰 수 있는 효과적인 방법으로서의 스튜디오는 실질적인 연구 과제(project)를 다루면서 지금까지 익혀 온 방법과 지식이 총동원되어 자신의 생각과 가치를 표현할 수 있기 때문이다.

이러한 과정을 통하여 학생들은 사고의 조직력과 문제 해결의 방법 및 설계의 기법을 터득하게 된다. 스튜디오를 담당하는 사람들은 교수가 중심이 되어 실제로 설계에 종사하는 경험이 풍부한 사람이나 그 과제와 관련된 사회의 각 계층의 담당자들이 함께 참여하여 실질적인 교육으로서의 효과를 거둘 수 있도록 하는 것이 바람직하다. 따라서 스튜디오는 대개 학년별로 다루는 내용이나 규모·방법이 달라질 수 있으며, 가능한 한 학생들에게 충분한 선택의 기회가 주어질 수 있도록 다양하게 프로그램을 짜야 한다. 스튜디오의 구성은 비교적 학생들의 자유 의사에





말기되 서로 다른 학문적 배경이나 전공을 가진 학생들로 구성하여 서로가 서로를 이해하고 배울 수 있는 기회가 되도록 하는 것이 중요하다.

이러한 교육의 방법은 학교마다 다소의 차이는 있지만 미국이나 유럽에서 보편적으로 설계 교육에 사용되고 있으며, 제1차 세계 대전 이후 독일에서 시작된 바우하우스(Bauhaus)의 교육 방법에서부터 커다란 변화 없이 지금까지 계속되어 오고 있는 실정이다.

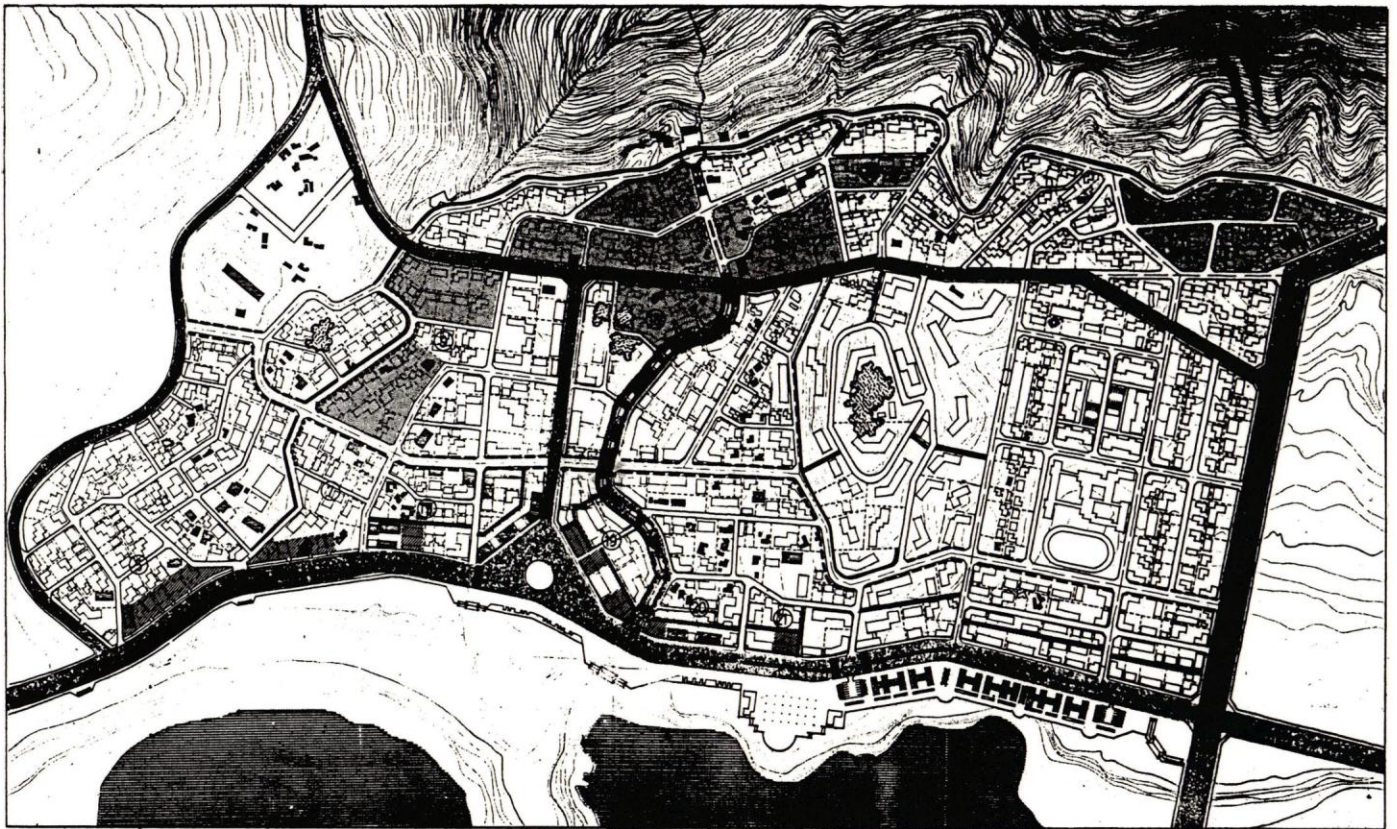
참고로 미국의 하버드 대학과 펜실베이니아 대학의 도시 설계 프로그램의 구조를 보면 앞 면과 같다.

#### ●우리 나라의 환경 설계 교육과 앞으로의 방향

우리 나라에서 환경에 대한 문제가 대두되기 시작한 것은 불과 십수 년 전의 일이며, 이 분야의 교육이 본격적으로 시작된 것이 그로부터 몇 년 뒤인 1960년대의 말기라고 생각된다. 그

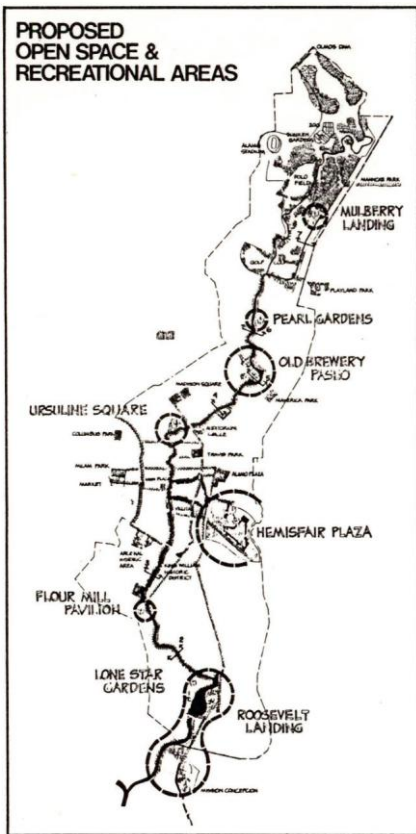
이전에는 부분적으로 각 대학의 건축과에서 도시 계획 교육이 실시되어 왔으나 이는 단편적인 도시 문제를 다루어 온 데 지나지 않았으며, 서울 대학 교에 환경 대학원이 생기고 난 뒤부터 본격적인 환경 교육이 실시되었다고 보겠다. 그러나 환경 설계 교육은 아직도 전문적으로 다루는 학교가 없는 실정에 있고, 학교마다 부분적으로 도시공학이나 도시 계획과에서 설계 교육을 하고 있는 셈이다. 그러다가 최근 들어 논란의 대상이 되고 있는 '도시 설

#### ■ 규제 계획도

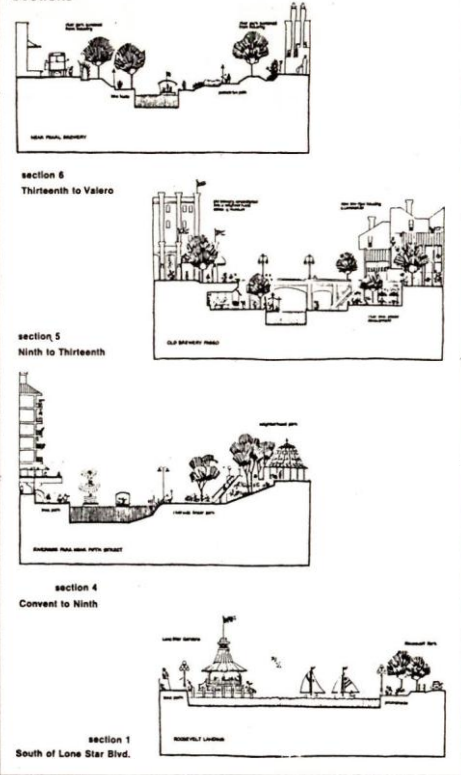


(A) 간선 가로 (B) 서어비스로 (C) 보행로 (D) 전방 확보 (E) 식생 보호 권장 (F) 식종 선택 기준 (G) 벽면선 후퇴 (H) 상·하수도 설치 공간 확보 (I) 통합 개발 권장





Typical River Channel Sections



환경 설계의 지역적 개발 내용과 구체적 설계 방향을 제시한 도면들

계'에 대한 교육의 필요성이 대두되고 있으나 이는 도시 환경에 국한시킨 것으로서 환경 계획이 도시 계획과 지역 계획을 다루는 것이라고 볼 때, 환경 설계는 도시 설계와 지역 설계(편의상 필자가 붙인 이름이다)를 모두 포함한다고 볼 수 있다. 그러나 이 글의 내용상 여기서 언급하는 환경 설계는 미국에서 시작된 도시 설계와 흡사한 것으로 생각해서 크게 차이는 없으리라 본다. 특히 지역 설계라는 것을 놓고 볼 때, 이는 광역적인 조경 설계의 한 분야로서 환경 설계는 바로 도시 설계와 조경 설계의 일부가 합쳐진 것으로 생각할 수도 있다.

요즈음에 와서 도시 설계를 포함하여 환경 설계에 대한 사회의 요구가 늘어남에 따라 전문 분야가 필요하게 되고, 전문인을 양성해 낼 전문 교육 기관이 필요하게 된 것도 극히 최근의 일이다. 그러나 지금까지 보아 온 대로 환경 설계가 건축이나 조경 또는 산업 디자인과 같은 설계 분야가 공동으로 참여할 수 있어야 하는 것이라면, 현재 우리나라에서 실시되고 있는 설계 교육의 상황 아래서는 환경 설계 교육이 시작되기 이전에 몇 가지의 조건이 우

선되지 않으면 안 될 것으로 생각된다.

첫째, 각 설계 분야의 공동 참여가 이루어질 수 있어야 하겠다. 현재 우리나라에서는 몇몇 학교를 제외한 대부분의 학교들은 과거 수십 년 동안 일본의 대학 제도를 그대로 답습하여 각 설계학과들은 공과 대학이나 농과 대학 또는 미술 대학 등으로 나누어져 제각기 독자적으로 교육을 하고 있으며, 그들 상호간에는 특별한 관계나 연결이 없는 실정이다. 따라서 환경 설계 교육의 특수성이 갖는 의미를 충분히 반영하기 위해서는 각 설계 분야가 한 울타리 속에서 서로의 지식을 교환하고 협력할 수 있는 바탕이 마련되어야 한다. 그러기 위해서는 학과나 전공 분야의 존립이나 체제의 유지 또는 교육을 위한 교육으로서의 태도는 지양되어야 할 것이다.

둘째, 환경 설계 교육은 사회적 수요를 충족시켜 줄 수 있어야 한다. 최근 이 분야에 대한 사회적 요구가 급증하고 있는 것은 사실이나 너무 성급하게 서둘러서 갖은 시행착오를 빚는 다든가 또는 사회적·문화적 배경이 다른 외국의 것을 그대로 옮겨와서도 안 될 것이다. 우리 나라는 아직도 환경

설계라는 전문 분야가 채 자리를 잡지도 못한 상태이며, 우리 나라와 같이 좁은 국토를 가진 나라에서 많은 인력을 배출해서도 그들을 수용할 수 있는 직장이 마련되지 않는다면 그것은 커다란 손실이 될 뿐이다. 따라서 환경 설계 교육은 먼 장래의 수요를 추정하여 신중히 대처할 수 있는 방향을 모색하여야 할 것이다.

세째, 환경 설계 교육은 대학원 중심의 교육이 되어야 한다. 외국의 경우를 보지 않더라도 앞에서 설명한 바와 같이 환경 설계 교육은 기초적으로 건축이나 조경 또는 도시 계획 등을 이미 마친 사람들을 위한 교육이 되어야 하며, 이는 풍부한 경험은 물론 다른 분야와 서로 협력하고 지식을 교환할 수 있어야 하므로 대학원 중심으로 교육이 되어야 한다.

네째, 그러기 위해서는 현실적으로 가능한 교육 기관에서만 환경 설계 교육이 행해져야 한다. 지금까지의 문교 행정이나 학교 운영은 사실상 너무 즉흥적이고 근시안적인 면이 많았다고 보겠다. 사회적인 여건이나 수요를 고려하지 않고 급조적(急造的) 사고방식 속에서 정원(定員)을 늘이고 학과를 신설하는 경우가 많았던 것은 사실이다. 따라서 환경 설계 교육의 중대성이나 장래의 수요 및 그 질적 관리와 가능한 교수 요원의 충원을 감안하여 실질적이고 효율적인 환경 설계 교육이 필요하고, 이러한 모든 여건이 갖추어질 수 있는 학교에서 이를 담당하도록 하며, 과거의 경직된 문교 행정이나 환경 설계에 대한 각 설계 분야의 인식은 물론이거니와 일반의 인식 또한 새로와지지 않으면 안 될 것이다. □



# 工藝 디자인 敎育의 現況과 問題

— 디자인 大學의 設置를 바란다 —

張 潤 宇

誠信女大 工藝學科長

## 프롤로그

공예 디자인 敎育의 효시라고 할 수 있는 국립 서울 대학교 예술 대학 미술학부 도안과(1949년 응용 미술과로 개칭)가 발족한 것은 해방 이후 미 군정 밑인 1946년이였다. 이어 1953년에는 미술 대학으로 승격되었고, 1959년에는 홍익 대학에 공예학부가 개설되어 디자인 敎育의 기틀을 잡기에 이르렀다.

해수로 보면 36년이란 긴 세월이었고 그 사이 이화 여대·숙명 여대·건국대·중앙대·서울 여대·성신 여대·경기 공전 등 전국의 모든 대학과 전문 대학에 공예 디자인 및 이에 해당되는 학과가 설치·운영되었으니 산업 사회의 발전과 더불어 이 분야도 확산되었고 공헌도 컸던 것이다.

공예 디자인의 태동기(1945~1959) 무렵에는 대중의 디자인 인식은 아주 희박하였다. 심지어 오늘날에 이르러서도 디자인이라면 패션 디자인·의상 디자인 정도로밖에 알지 못하고 미술의 부류인 순수 미술(Pure Art, Fine Art)에 대응한 응용 미술(Applied Art)이라고 자족하는 이가 많음에 놀란다.

응용 미술과가 설치될 당시와 급변된 오늘의 사회 구조의 상황은 천양지차가 있다. 사람들은 변화와 발전에 만족하면서도 디자인의 개념에는 아직도 구태의연하고 있는 것이다.

문제는 이 방면에 관련된 사람들까지도 때를 벗지 못하고 있다는 데 있다. 해당 학과에서 수학한 사람들, 그들이

다시 강단에서 후진들을 敎育하는 중요한 시튜에이션에 있으면서 새 시대의 흐름과 요청을 외면하거나 무감각하다면 이처럼 중대한 과오가 또 있을까.

1982년도 대학 입시가 많은 문제를 노정시킨 채 끝났다.

“학생의 입학·졸업까지 나라가 맡다니, 획일주의서 벗어나 증명용 敎育(証明用敎育)이 안 되게 敎育은 자율화되어야 한다”라든가, 제도를 바꾸는 것만이 능사가 아니라 계속 이 제도를 보완·시행해 나가겠다는 입시 당사자들만이 아니라 온 나라가 들먹거렸다.

그 가운데 예능계 입시 문제 또한 없지 않았다. 커다란 덩지 그늘에 가려 겉으로는 평온한 것 같기도 했다.

미술계라 하여 동양화와 서양화, 조소·공예·응미(應美)·생미(生美)·디자인 모든 계열을 같이 묶어 실기 전형 을 치르고, 서울의 비사범계(非師範系) 학과는 입시 공동 관리 제도를 시행하였다.

해당 대학의 교수들이 특성을 고려하여 자율 시행하는 것이 아니라 문교부에서 파견한 심사 위원들이 실기 채점을 하면 컴퓨터 작업을 거쳐 획일적으로 입학(入落)을 결정하는 방법이다.

제도적 장치는 정부에서 하는 일이므로 언급하지 않겠지만 당사자인 입시생들이 문제이다.

어찌 보면 미술계는 성적이 부진한 학생들이 지원하는 곳으로 착각된다. 데상(素描)과 구성(평면 색채)만 잘하

면 들어갈 수 있다고 생각하고, 이는 결과적으로 이런 단순한 조형 능력(造形能力)만 있으면 디자인에 소질이 있는 것으로 오인하게 된다는 것이다. 창의력을 테스트하는 것이기보다는 외다시피 반복한 묘사(描寫)와 공식(公式)으로 미끈하게 끝낸 것이 우월한 점수를 얻기에 미술 학원 만원사례를 가져왔다.

## 고등 敎育

문교부의 고등학교 실업계 교과 과정을 심의하면서 이만큼이나 나간 데 대해 격세지감을 느낀 바 있다.

개정된 공예 실기·재료·교과서는 손색 없을 정도이고, 특히 앞으로는 과명칭(科名稱)을 디자인과로 통일시키자는 우리의 결정을 지지해 주었다는 점에서 앞으로의 학생들은 현행 학생들의 경우보다 좋은 여건에서 밀착된 산 敎育을 받게 되고, 또한 이들이 사회 일선에서 활동하거나 전문 대학·대학으로 진학할 때 지금 안고 있는 문제점이 어느 정도 누그러지겠다고 생각했다.

과명칭의 통일은 가장 급한 문제 중의 하나이다. 전문 교재의 심화(深化)와 통일, 실험 실습의 기구와 지도자의 능력 등 풀어야 할 문제는 매우 많다.

제대로 敎育이 이루어지려면 敎育 내용과 敎육자·피敎육자의 기본적인 세 요소가 갖추어져야 한다는 것은 누구나 다 알고 있는 사실이다.



초기 디자인 교육에서 큰 문제는 이제 가지 요소가 모두 실통치 않다는 데 있다. 디자인 교육 현장에서 그 목표가 합당하게 세워져 있지 못하고, 따라서 구체적인 교육 내용이나 방법이 허술하게 되는 것은 당연하다.

교육자의 적재적소와 질의 문제가 바람직하게 이루어져 피교육자가 디자인 교육을 올바르게 받도록 유도함으로써 현장이나 진학으로 연계성이 잘 이루어져야 하는 것이다.

디자인 교육은 전혀 듣도 보도 못한 학생이 부진한 성적 탓에 대상·소요 정도를 단기간에 외다시피 익혀 가지고 진학하고 또 성공한 예가 많다는 것은 확실히 문제점이 아닐 수 없다.

이들이 과연 2~4년의 기간을 적성에 맞춰 수학하고 국가가 요구하는 인재로서 사회에 봉사할 수 있을 것인가.

디자인은 미술의 분화(分化)가 아니다. 종합 과학이다. 미술의 응용 정도로 적당히 생각하는 일은 금물이다.

## 전문 교육과 문제점

우리의 디자인 교육은 과학적 지식과 인접 학문과의 연계성을 무시한 채 다분히 회화적(繪畵的)이고 공작적(工

作的)인 수준에 머물러 있는 것 같다고 한다.

미술적으로 잘 표현하기만 하거나 우아한 공예미 정도로 좋은 디자인이 되는 것은 아니다.

아카데미(Academic)한 것이냐, 프랙티컬(Practical)한 것이냐, 어느 방향이 바람직한 것인가는 현재 교육을 담당한 교육자들 모두에게 대두되는 문제이다.

이상적인 교육은 시대에 뒤떨어진 것이라는 이도 있지만 과거와 같은 아카데미즘 교육이 아니고, 현실이 감안되고 미래를 지향하는 사고(思考)의 토대가 실제 교육을 위한 기본 자세일 수도 있다.

선진 여러 나라를 다녀 본 결과 이미 그들은 응용 미술(Applied Art)에서 디자인(Design)으로 개념을 바꿔 버린 것을 알았다. 교육에 있어 Applied Art는 미술 쪽으로 치우친 개념이다.

실용적·미적 조형 계획의 가시적(可視的) 표현으로서의 디자인은 여러 학문들이 복합적으로 이중 교배(異種交配)되어 이루어진 분야이다.

오늘에 와서는 어떤 학문도 독자적이기보다는 인접 학문에 대한 많은 지식이 종합되기 마련인데, 특히 디자인

의 문제 해결을 위해서는 항상 종합적인 접근 방법을 택하여야 한다. 이는 바늘에서 인공 위성과 컴퓨터에 이르기까지 모든 제품의 디자인화·수출화를 꾀하고 있는 정부와 업체의 전략을 위해서도 불가결하다.

1988년 서울에 온 전 세계 사람들이 무엇으로 한국의 레벨을 측정·평가할 것인가.

환경 디자인(Environmental Design) 시대에 접어든 이제 큰 울타리 속에서 모두 머리를 싸매고 도시의 환경, 국토의 환경, 제품의 개선을 위한 디자인 교육의 총체적인 계획을 수립하여야 한다. 이것이 바로 한국의 수준을 높이 인정받을 수 있는 첩경이기 때문이다.

정렬된 디자인 환경 속에서 자라고 배우는 학생들이 무의식적으로 몸에 배는 디자인 센스(Design Sense)를 부러워하기보다는 우리도 하루 빨리 시대착오적 디자인 인식과 교육 제도를 고쳐 따라 잡아야 한다.

서양이 개척과 정복과 지식의 산물이란 면 동양에는 온유와 지혜였다. 뒤늦게 저들의 과학과 지식을 배우지만 그들이 가지고 있지 못하는 지혜로움과 감각의 자량을 누릴 수도 있다.

유추(類推)하고 체험하는 5감(五感)의 디자인 센스를 이성(理性)보다 앞선 감성으로, 동양 특유의 묘(妙)로 융해시키자.

문제점은 실험 대학(Pilot University) 체제, 전문 대학(Technology College)의 학제(學制), 졸업 정원제의 검토, 그리고 여성이 압도적인 현행 학과와 디자인 교육의 방향 재설정, 유사 학과(응용 미술과·생활 미술과·산업 미술과·장식 미술과·공예과·산업 공예과·요업 공예과 등)의 명칭 통일, 디자인 교육 기관, 디자인 작품 발표전 등으로 이들을 풀어 나가야 한다.

대학의 디자인 교육 시행 과정에서 커리큘럼에 일관성이 결여되어 담당 교수의 취향에 편중되기도 하고 자주 바뀌어 백년대계는 생각조차 할 수 없는 실정이다.

●평가 기준이 없거나 애매하여 객





관적·종합적 타당성이 적고 주관적 감상에 흐르고 있는 것 같다.

●오늘의 상황에 밀착된 산 교육이 아니라 뒤쫓기에 바쁜 한물 간 내용이요 지도 방법이다.

●디자인 전공의 각 분야에 따르는 학년별 연계성(連繫性)과 교육 과정에서 일관성을 잃어 기초 개념과 디자인 실제 교육이 관념적·피상적으로 이루어지고도 있다.

디자인의 가장 큰 문제는 '무엇인가를 찾는 작업'이다. 이들의 과학적인 추리는 도상(圖上)에 그치는 것이 아니라 실제화되고 있기 때문이다.

### 개선 방향

선진국에서의 디자인 교육은 독립된 학과로서 5년제를 이상적인 연한으로 치고 있다.

우리 나라의 경우를 보면 전문 대학에서는 2년제, 대학에서는 4년제, 그리고 대학원에서는 2년제를 시행하고 있다.

디자인 교육 대학이 따로 있지 않고 종합 또는 단과 대학·전문 대학에 독특한 과로 분리 존재하여 커리큘럼의 올바른 편성과 시행에 어려움을 주고 있다.

일부 대학원에서 독자적인 학제나 과 운영을 시행하고 있어 바람직하나 폭을 넓혀야 할 것이다.

따라서 첫번째 개선책은 교육 제도이다.

디자인 대학이 설치되어야 한다.

오늘의 디자인 교육은 패적한 생활 환경을 요구하는 인간의 욕구에 충족시킬 수 있도록 실용적·미적 조형 계획을 계획하고 실현시킬 수 있는 능력을 배양시켜 주어야 한다.

예술의 극(極)으로부터 과학의 극에 이르는 횡단적(橫斷的)이고 폭넓은 영역을 물체의 조형과 재질에 이르기까지 총체적으로 다루는 전문화된 대학 과정이 있어야 한다. 일각에서 계획을 시도하고 있다는 말은 들었다. 서울을 비롯한 대단위 산업 기지 도시에 설립

하여 지역 사회(Community) 특성화 발전에 도움이 되게 하면 좋을 것이다.

학위 문제도 BA, MA의 현행 학위를 BID, BD 등 독자적 분야의 학위 지칭이 필요하다.

둘째는 교육 내용이다.

각 대학은 디자인 교육을 특성화시켜야 한다.

확실적인 교육을 받은 디자이너들이 적용할 수 있는 분야는 극히 한정되게 마련이므로 특성화시킴으로써 복합적인 사회 요구에 부응하게 되는 것이다.

전공 외에 부전공제(副專攻制)를 활용하여 선택의 기회를 확대시킴으로써 실험 대학 때문에 줄어든 학점(160학점에서 140학점으로 축소)의 폐에서 벗어날 수 있지 않을까 본다.

유럽의 경우처럼 디플로마(Diploma) 과정을 유념할 수도 있다.

현재 디자인 학과들이 시행하고 있는 방법으로는 미술계 학과 등이 졸업 작품전으로 학위를 주고 있으나 앞으로는 학위 청구 논문(Thesis Project)을 쓰도록 유도하고 싶다. 작품과 그 작품에 관련된 논문을 함께 제출하게 하는 방법도 있을 것이다.

디자이너를 사회적 기술자이고 조직자이며 미(美)의 조리사라고 한 것은 그들이 아이디어에서부터 설계·판촉(販促)·데이터 경영과 사후 관리에 이르기까지 일체의 것을 조립하고 책임감을 갖기 때문이다.

따라서 폭넓은 시각(視覺)과 의식, 즉 유려한 사고 과정을 거치게 하기 위한 연관 학문의 지식 섭렵이 필요하고, 언제라도 조리 정연하게 이론적 기술(記述)을 겸할 수 있게 하기 위함이다.

교육 내용 중 극복되어야 할 문제점으로 학습의 수동 현상(受動現狀)이 있다.

특히 여학생들의 경우 미지의 세계를 개척하고자 하는 조형상의 창조성이 결여되어 지도하는 내용의 암기와 기계적인 반복에 그치고 마는 일이 허다하다. 아울러 남의 세계에 관심을 기울이는 기미도 없다. 자기의 세계와 다른 사람의 것을 비교 분석하는 비판력

이 없어서야 바람직한 조형 추구가 어렵지 않을까 한다.

자신의 경험을 토대로 폭넓은 디자인 세계를 흡수해야 하지만, 남의 것을 빌어 자신의 조형을 현실화하는 유추(類推)의 방법도 때로 필요하다.

세째로 전문 대학과 4년제 대학의 독자성을 살려야 한다.

4년제는 현재의 독자성과 커리큘럼을 그대로 갖되 이념적 아카데미한 방향의 추구를 겸하고, 2년제는 실무적·프랙티컬한 측면에서 산업에 바로 적용할 수 있는 기능 연마로 나가야 한다.

4년제의 축소판이거나 잡다한 교육 내용의 나열로 혼란을 가져오거나 4년제를 지향하는 편법이어서는 안 된다. 그러기 위해 현 전문 대학의 디자인계 학과의 통폐합이나 진로 수정(進路修正) 등 과감한 개혁이 긴요하다. 예를 들면 일러스트레이션이면 그 한 가지만으로 전문가가 되어 생활할 수 있도록 해야 할 것이다.

각 대학별로 디자인 교육의 독자성을 갖되 그 자체에서의 전공 세분화는 최





소한 2학년 초에 해야 할 것이다.

횡적인 수평보다 종적인 깊이로 일찌감치 전문화시킴이 바람직한 것은 한 가지만이라도 제대로 알자는 뜻이다.

그리고 연례 행사격인 작품 발표전을 고쳐야 한다. 디자인도 없이 공방(工房)에서 다른 사람의 손으로 완성시켜 전시장에 배달하는 식은 없어져야 한다.

완성작보다는 제작 과정을 중시하여 도면과 더불어 수시로 평가함이 마땅하다.

학내(學內)에서 교육 평가전(가칭)으로 Idea-Design-Material-Technic-Model(또는 Mock up Sample)이 고른 비중으로 체크되는 것이 이상적이고 경제적이다. 자칫하면 대학과 지도 교수의 명예 평가전으로 와전될 우려가 있기도 하다.

한편 국가적인 차원에서 전국 전문대학·대학 디자인 공모전 형식이 있어야 한다.

디자인의 생활화·산업화·국제화를 꾀하는 마당에 엄청난 예비 디자이너들의 경쟁장, 공동의 광장을 주어 사기를 진작시켜 줌이 좋을 것이다. 지속적 경쟁만이 발전을 가져올 수 있다.

각 부문(시각 디자인·공예 디자인·공업 디자인) 최고 입상자의 해외 디자인 연수는 어떤 장학금 제도보다도 고무적인 제도가 될 것이다.

현장 실습을 학점화(學點化)하여 산업체와 학계의 유대를 갖는다. 교직 과목 이수자의 교생 실습(敎生實習)처럼 현장 실무 교육도 제도화(부전공 성격)하되 경우에 따라 기업 실무자의 초빙 강의도 갖는다.

산학 협동(産學協同)의 증거가 될 것이고, 졸업생의 취업 유도에도 효과적일 듯하다. 뿐만 아니라 취업하여 다시 훈련을 받아야 하는 이중 부담도 덜어질 것이다. 경우에 따라서는 유능한 기업인의 교수 요원 확보로 있을 수 있다.

고등 학교에서는 한때 이런 방식을 취하였다. 공과(功·過)는 차치하고 전문 대학·대학 과정에서 묘미 있게 실



현시킨다면 인력 개발과 디자인의 인식면에 새로움이 나타날 것이다.

이 밖에도 문제점과 개선점은 많다. 캐주얼 도처에 도사리고 있게 마련이다. 따라서 이런 모든 문제-교육의 중대성에 비추어-를 거론하고 해결할 수 있는 제도적 장치가 필요하다.

일본의 JIDPO만 하더라도 디자인 교육의 문제점을 많이 연구해서 바람직한 방향으로 유도하여 왔고, 국제 산업 디자인 단체 협의회(ICSID) 총회에 서도 디자인 교육의 문제점이나 방향을 토론하고 방법을 제시한 바 있다.

우리 나라에도 하루 빨리 디자인 교육 기관의 협의체가 구성되어야 한다. 36년이라는 디자인 교육의 역사가 있지만 독자적인 방법이 아니라 편의적인 것이었고 수입품이었다.

전문 대학·대학의 교수와 중견 디자이너 또는 해당 업체 기관장이 망라되는 협의체가 이 문제를 풀어 가야 한다.

#### 에필로그

시대는 변천한다.

세계가 한 지붕 밑이 되는 오늘의 디

자인은 아집(我執)이 있을 수 없고, 올바르게 빨리 수용하는 도리밖에 없다.

디자인은 하루 아침에 양성되는 것이 아니라 상기한 전제 밑에 끈기 있게 기다려야만 탄생된다.

갈수록 디자이너의 수요가 늘어 가고 디자인이 없는 인간 생활이란 생각할 수 없게 된다. 환경은 변화와 디자인을 요구한다.

제도만이 능사는 아니지만, 시대 변천에 따른 기능적이고 유연한 대응 기구(對應機構)가 필요하다.

요약하자면 교육 제도가 개선되어야 하고, 교육 내용도 독자성 있게 바뀌어야 한다. 고등 학교에서부터 전문 대학·대학·대학원에 이르기까지 모든 분야를 재검토하고 발전시키기 위하여 디자인 교육 연구 기구가 설치됨이 마땅하다.

전국 대학생의 디자인 공모전이 연례 행사로 열려야 하며, 산학 협동의 체제가 갖춰져야 한다.

디자인 교육의 백년대계를 위해 명칭부터 통합되어야 한다. 디자인 대학이 설치되어야 한다. ■



# 企業의 立場에서 본 韓國의 디자인 敎育

洪 聖 洙  
三星電子 디자인室

현재 우리 나라의 디자인 敎育의 문제점에 관해 논하기 전에 우선 우리 나라 기업이 처해 있는 현실과 그 기업체에서의 산업 디자인 현황에 관해 먼저 살펴보려고 한다.

산업 디자인이 기업에서 차지하고 있는 영역은 어느 정도이고, 기업은 어떤 敎育 수준의 디자이너를 원하고 있는가. 그리고 그에 따른 학계의 디자인 敎育 과정 개선과 디자인에 있어서의 산학 협동(産學協同) 추진 방안 등에 관해 숙고해 봄으로써 한국 디자인 敎育의 개선점 및 보완점을 들어 보고자 한다.

## 1. 기업에서의 산업 디자인의 역할

현대의 인간 사회는 고도의 물질 문명 속에서 자신들이 필요로 하는 새로운 제품을 개발·창조하기 위해 고도의 과학 기술을 최대한 활용하고 있으며, 또한 그 노력을 계속하고 있다. 이 노력은 각 기업들에 의해 이루어지며, 기업의 성장 추이는 신제품 개발의 성과에 따라 결정된다. 따라서 기업은 그 시대와 지역에 따른 소비자의 요구에 적합한 제품을 적기 적소(適期適所)에 공급시켜 줌으로써 생산성과 이익의 증대를 가져와 기업을 발전시키고 국가와 국민에 봉사하게 되는 것이다.

따라서 신제품 개발에 대한 연구의 필요성이 대두되며, 신제품 개발의 의의와 목적을 정확히 조사·연구하여 기업과 사회에 공헌하여야 한다. 여기에서 산업 디자인의 역할이 중요시되는 것이다. 즉, 제품 개발에서 제품화되어 소비자에게까지 연결되게 하는 역할을 산업 디자인이 담당하게 되는 것이다. 우리 나라의 기업에서도 점차 산

업 디자인의 중요성을 인식하고 20명 이상의 디자이너를 확보하여 독립된 전문 부서로서 활용하는 메이커들이 점차 늘어나고 있는 실정이다.

그러나 아직까지 대부분의 기업들은 제품 개발에 있어서 산업 디자이너 및 전담 부서의 필요성에 대한 인식이 부족한 실정이다. 대부분의 기업들은 막대한 비용을 투자하여 새로운 디자인을 채택하는 것은 많은 위험 부담을 안고 있는 것으로 생각하고 있다. 이를 개선하기 위해서는 기업의 성장은 곧 디자인을 위한 과감한 투자에 있음을 알고 산업 디자인에 대한 인식을 고취시켜야 할 것이다. 따라서 디자이너의 자질이 향상되어야 하며, 이를 위해서는 철저한 기초 디자인 敎育을 습득하고 전공 분야에 대한 철두철미한 지식을 敎育받아야 할 것이다.

이와 같이 기업에 있어서의 산업 디자인의 영역은 모든 부서와 관련되고 있으며, 이 산업 디자인 분야에 얼마나 과감한 투자를 하고 인식하느냐에 따라 기업 성장의 성패가 좌우되는 것이다.

## 2. 기업에서의 디자이너 敎育 수준

기업에서는 훌륭한 디자이너를 고용함으로써 참신한 신제품을 개발·창조하고, 기업과 소비자와의 간격을 좁히고 연결하는 역할을 담당케 한다. 즉, 기업에서의 디자이너는 모방에서 탈피하여 독창적이고 구매 의욕을 불러일으킬 수 있는 제품을 개발하여야 한다. 이를 위해서 디자이너는 재학 때부터 전공별 敎育을 받고 이를 최대한 활용해야 하며, 기업에서는 보다 실질적인 실무에 대한 전문적인 재敎育을 실시

해야 한다.

디자이너가 대학을 졸업하고 기업에 입사한 후 전문 지식을 습득하고 실무 능력을 인정받을 수 있는 스태프 디자이너(staff designer)가 되기까지는 1년에서 3년 정도의 기간을 거쳐야만 한다. 이 기간 안에 디자이너는 학교에서 배운 지식을 실제에 적용시키는 능력과 기업에서 실시하는 실무 敎育을 다시 받음으로써 자질(資質)을 향상시켜야 한다.

디자이너가 스태프 디자이너(staff designer)에서 차프 디자이너(chief designer)로, 그리고 다시 디렉터(director)로 성장하기 위해서는 오랜 실무 경험과 지속적인 디자인 敎育을 병행해서 받아야 한다.

최근의 대부분의 기업들은 대졸 디자이너를 채용하여 최단 시일 내에 실무에 활용하기를 원하며, 학교 敎育에 관해서는 보다 실제적인 敎育을 원하게 되었다. 즉, 대학 1학년부부터 전공(산업 디자인·그래픽 디자인·공예)으로 분리시켜 깊이 있는 敎育을 실시해 주기를 바라고 있다. 그러나 우리나라 대학에는 아직까지 1학년부부터 전공별로 분리시켜 敎育을 실시하는 대학이 없는데, 이는 기업의 입장에서 볼 때 매우 안타까운 일이라 하겠다.

## 3. 산업 디자인 대학의 필요성

기업이 세계 시장의 치열한 상품 경쟁에서 이기기 위해서는 신제품을 개발해야 하며, 이를 담당할 전문 디자이너의 양성이 시급하게 대두된다. 따라서 산업 디자이너를 양성할 전문 敎育 과정이 절대 필요함에도 아직까지 우리나라의 대학에는 산업 디자인 학



과가 설치된 곳이 한 곳도 없다. 현재 각 대학에 산재해 있는 각 과명을 전공별로 단일화하여 이에 맞는 교과 과정을 수립하여야 할 것이며, 각 디자인과를 통합하여 산업 디자인 대학을 설립해야 할 것이다.

공업 디자인과·시각 디자인과·공예 디자인과 등 전공별로 1학년부터 철저한 기초 교육을 받도록 하고, 처음부터 산업 디자인에 소양과 재질을 갖춘 학생들을 선발하여 이들에게 기초 과학과 디자인 전반에 걸친 이론 및 실제를 터득할 수 있는 충분한 시간을 확보하도록 해야 할 것이다.

특히 제품 디자인에 있어서는 기획에서부터 설계·생산·판매에까지 전반적인 지식을 습득하여야 하므로 4년간의 교육 기간으로는 다소 짧은 감이 없지 않다. 하물며 2년간의 전공별 교육으로는 충분한 지식을 습득할 수 없는 것이다. 따라서 기업에서 요구하는 충분한 자질을 갖춘 전문 디자이너를 양성하기 위해서는 디자인 교육 과정을 개편해야 하며, 이를 실현하기 위해서는 문교 당국과 학계 및 기업이 긴밀한 협조를 갖고 산업 디자인 대학을 설립하는 것이 바람직할 것이다.

#### 4. 디자인 교육에 있어서의 산학협동

최근 대기업들은 세계의 각 지역으로 파견되어 있는 지점망을 통하여 새로운 정보·기술·정세의 변화 등에 관한 신속하고도 정확한 네트워크(Network)를 형성하고 있으므로 학계보다 더 빠른 지식과 기술을 습득하고 새로운 정보를 입수하고 있다. 특히 디자인에 대한 기업주들의 인식 부족으로 외국 제품의 모방에서 탈피하지 못하고, 자체 디자이너들의 자질을 믿지 못하는 기업이 아직도 많이 있다. 이는 현재 우리 나라 학계의 디자인 연구 기관 제도와 활동이 빈약하고 디자이너들의 자질에도 문제의 일부가 있는 것으로 보인다. 따라서 학계에서는 산업 디자인 연구소를 운영하여 각 기업에서 기꺼이 용역 의뢰를 할 수 있는 충분한 조건을 갖추어야 하며, 기업에 대한 디자인 자문과 기업 디자인 정책 수립 등의 역할을 수행해야 한다. 또한 교수와 학생들이 기업의 실제적인 디자인 업무를 직접 접할 수 있고 실무 경험을 쌓을 수 있는 기회를 만들어 주어야 한다. 그렇게 함으로써 디자이너가 기업체에 입사하자마자 바로 실무

에 적응할 수 있는 능력을 기르게 되는 것이다. 이것은 학계 혼자만의 힘으로 는 어려우며, 기업에서도 학계의 디자인 연구소가 지적(知的)이며 참신한 디자인을 창출할 수 있는 여건이 갖추어져 있음을 인식하고 이를 십분 활용할 수 있는 제도적 여건과 조치를 강구해 나가야 할 것이다.

학계와 기업이 서로 비협조적인 관계에 놓일 때 한국의 산업 디자인 교육과 디자인 발전은 원점에서 맴돌 것이다.

#### 5. 결 론

기업의 입장에서 보는 한국의 디자인 교육은 지금까지 언급한 바와 같이 아직도 과도기에서 정착기에 접어들기 위한 전환기에 놓여 있는 상태라고 볼 수 있다.

학계는 기업에서 요구하는 디자이너의 질적 수준에 도달할 수 있도록 디자인 교육 시스템을 보완해야 할 것이다. 그리고 기업과 산업 디자인의 발전을 위해 전문 디자이너를 양성할 수 있는 산업 디자인 대학이 신설되어야 하며, 기업은 학계와 긴밀한 협조를 맺고 학계 내의 디자인 연구소를 활용하고 학계는 학생들로 하여금 실무 디자인 교육을 체험할 수 있는 제도적 개선을 마련해야 할 것이다.

기업이 디자이너를 채용할 경우 우선적으로 전문 지식을 2년간 교육받은 디자이너보다는 4년간 교육받은 디자이너를 원할 것이며, 실무 경험이 없는 디자이너보다는 실무 경험이 있는 디자이너를 요구하게 된다. 이는 곧 기업의 성장을 촉진하는 결과이기 때문이다. 이를 위해서 학계에서는 현재의 디자인 교육에 보다 실질적이며 혁신적인 제도를 도입하여야 한다. 그리고 이러한 목표를 성취하기 위해서 정부와 기업은 학계와 함께 헌신적인 노력을 기울여야 할 것이다. □





# 今後 인더스트리얼 디자인의 課題

- better environment by better design으로 向하여 -

이 논문은 일본 산업 디자인 진흥회가 기획한 '일본의 전기 제품 디자인 1950~1980' 특집 기사를 요약한 것으로 미래의 산업 디자인은 어떻게 발전될 것이며 산업 디자이너의 과제는 무엇인가를 예리하게 파헤치고 있다. 이 글은 우리 나라 산업 디자인에 있어서 오늘과 내일의 방향을 모색하고 비교 연구하는 데 많은 참고가 될 것으로 생각된다.

## 인더스트리얼 디자인의 발전 과정 분석

가전 기기(家電器機)의 인더스트리얼 디자인에 관해서 앞으로의 전개를 생각하자면 당연히 현재까지의 발전 과정을 분석 확인할 필요가 있을 것이다. 실질적으로 제2차 세계 대전 후에 출발되었다고 생각하는 일본의 가전 기기는 약 35년간의 짧은 기간에 국내 시장뿐 아니라 세계의 시장을 대상으로 일본 경제의 큰 지주가 되어 왔다. 또한 다른 산업에 비하여 제품의 종류도 많고 관련 분야의 폭도 넓어 일본의 인더스트리얼 디자인 발전도 가전 기기와 병행된 걸음을 걸어 왔다고 말할 수 있다.

이러한 걸음을 대별하면 다음과 같이 3기로 요약할 수 있다.

### 1. 견습·습숙기(習熟期) (1950~1960년)

이 기간은 구미 디자인 선진국의 정보를 적극적으로 수집하면서 소위 보고 흉내 내는 시기였다. 디자인 교육도 천천히 체계화되어 가고, 선진적인 기업이 초기의 파이오니어를 중추로 하여 디자인 조직을 설립하고 한편으로는 국가 이권으로서의 수출 진흥의 유효한 수단이라는 인식도 급속히 정착하였다. 그러나 인더스트리얼 디자인은 텔레비전의 양산(量産) 개시나 세탁기 등의 소위 "3종(三種)의 신기(神器)"에 의하여 상징된 것과 같이 대량 생산 지향 속에서 분업·형태(styling) 또는 덮개(covering) 역할을 할 수 있는 정도가 아니었을까 생각된다.

### 2. 질·양기(質·量期) (1960~1970년)

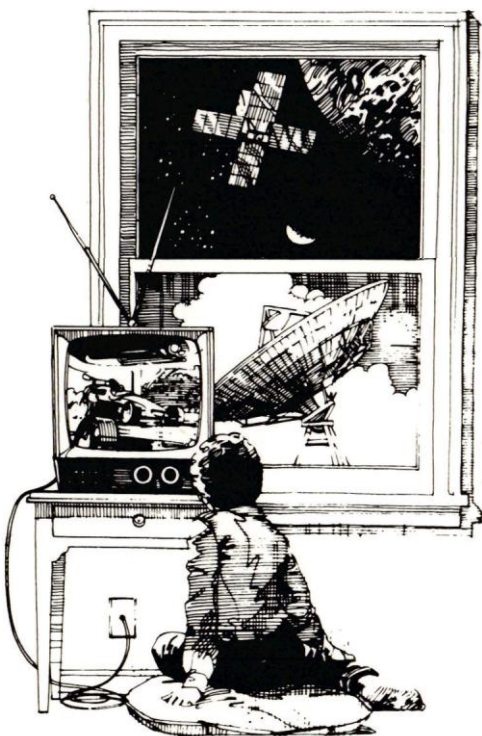
일본 경제의 고도 성장기로서 가전 기기는 양의 확대뿐 아니라 질의 향상도 급속히 전개되고, 세계 경제의 복잡한 테두리 속에서도 그 기반을 튼튼히 하였다. 전자 공학 기술을 비롯한 기술 혁신이 상승 효과(相乘效果)로 나타나 다양화로의 길을 걷게 되는 시기이기도 하였다.

디자이너 또는 디자인 부문의 인식도 상대적으로 향상되어 스타일링이나 개별 디자인에서 탈피하여 제품 기획(product planning) 영역이나 상표 이미지(brand image) 확립을 위한 팀 공동 디자인(line up design)으로의 지향이 나타난 시기였다. 그러나 이러한 활동은 생산성(生産性)과 밀착하는 제품 디자인의 영역에 그쳤다고 생각된다.

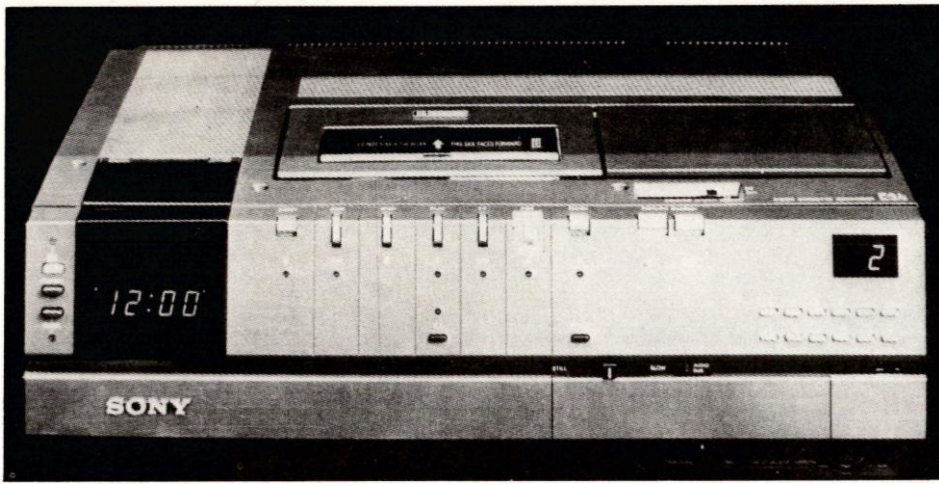
### 3. 변화 그리고 다양화(1970~1980년)

국제 통화 체계의 변화와 오일 쇼크 등에 의하여 상징된 세계 경제의 변동은 대단하여 가치관의 다양화가 급격히 진전되고 세대의 교체, 생활 양식의 변화, 그리고 필요성의 변화가 현저하게 나타났다. 소위 다양화 시대가 되어 디자인의 활동 영역도 이 때까지의 생산성 지향에서 마켓 지향으로 크게 변화한 시기라고 할 수 있다.

또한 디자인의 전문 영역을 넘어서 횡적으로 넓혀 가는 갖가지 형태로 나타난 것이다. LSI(대규모 집단 회로: large-scale integration)와 마이크로 컴퓨터에 의하여 대표되는 전자 공학 기술의 진화도 디자이너의 업무에 크







계 변화를 일으켜 가고 있다. 이러한 현상에 근거를 두고 금후의 전개를 예측하고 그 가운데서 미래의 과제를 찾아볼까 한다.

### 앞으로의 산업 디자인 과제

1. 국제성·다국성(多國性) 지향 기기(器機)의 분야를 불문하고 금후 일본 디자이너로서 가장 큰 과제는 국제성(國際性)일 것이다. 디자이너는 '세계는 하나'라고 하는 발상으로서의 국제성이 아니라 멀티내셔널(Multi-national), 즉 다국성(多國性)이라는 인식이 필요하다는 것을 강조하고 싶다. 특히 가전 기기 분야에서는 일부 상품을 제외하고는 대부분이 생활에 밀착된 생활 기반형의 상품이므로 풍토·기후·종교·식습관(食習慣)등 다양한 생활 양식을 무시할 수 없는 것이다. 이러한 것은 종래의 동서형(東西型) 무역에서 남북도 포함한 전역형(全域型) 무역으로 이행해 가는 데 따라 점점 큰 문제로 대두될 것이다.

한편 국제적 최적 생산성의 추구라고 하는 관점에서 생산지의 다국적화(多國籍化)라 하는 문제도 최근 급속히 부각되고 있다. 벌써 일부 상품에서는 금형(金型)·부품·틀 조립과 완성품 조립의 장소(국적)가 모두 다른 예를 보이고 있다. 즉 MADE IN ○○의 ○○ 부분이 다국적화되고 있는 것이다.

또한 디자이너의 국제 교류의 움직임이 활발하여 시장 조사를 위한 해외 출장뿐 아니라 현지 시장의 필요성을

보다 정확하게 파악하기 위하여 디자이너를 현지에 파견한다든가 일부 기업에서와 같이 외국적(外國籍)의 디자이너를 채용하는 예도 있다. 따라서 생산지의 다국적화와 같이 현지 시장을 잘 알고 있는 현지 디자이너와의 협동 작업(team work)도 갖가지 형태로 이루어지고 있다. 그 때문에도 시장에 대해서는 다국적 지향으로, 디자인 작업은 국제적인 협동 작업으로라고 하는 것이 미래가 아니라 벌써 현실에 와 있다는 인식을 갖지 않으면 안 될 것이다.

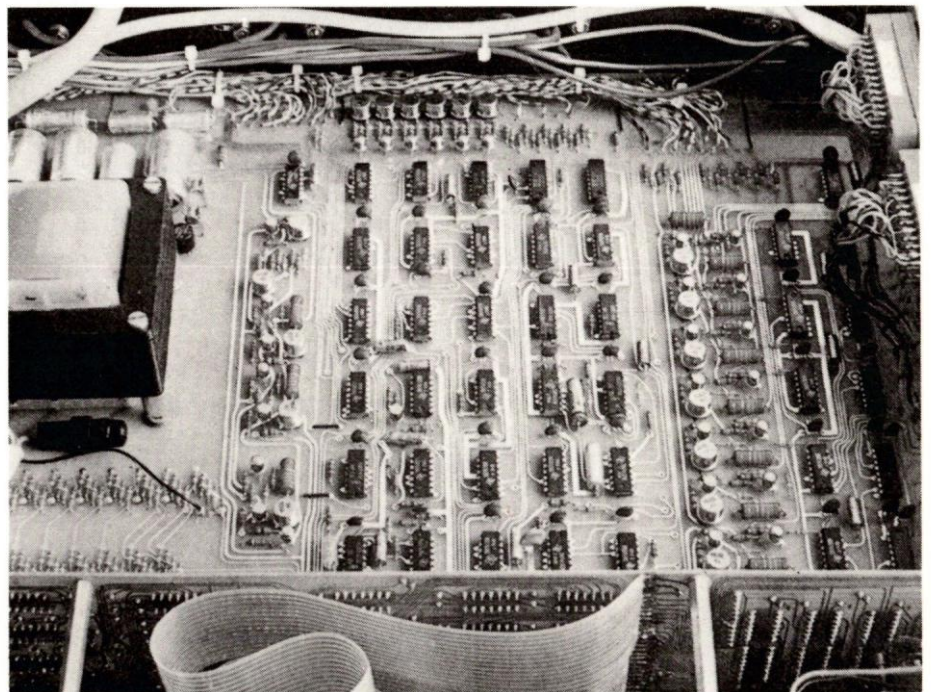
이와 같은 현실에 처해 있는 우리 디자이너들은 언어 장벽을 뛰어 넘어 국제 감각(國際感覺)을 얻는 것이 시급한 것이라 생각된다.

### 2. 정밀 기술(Fine Technology)

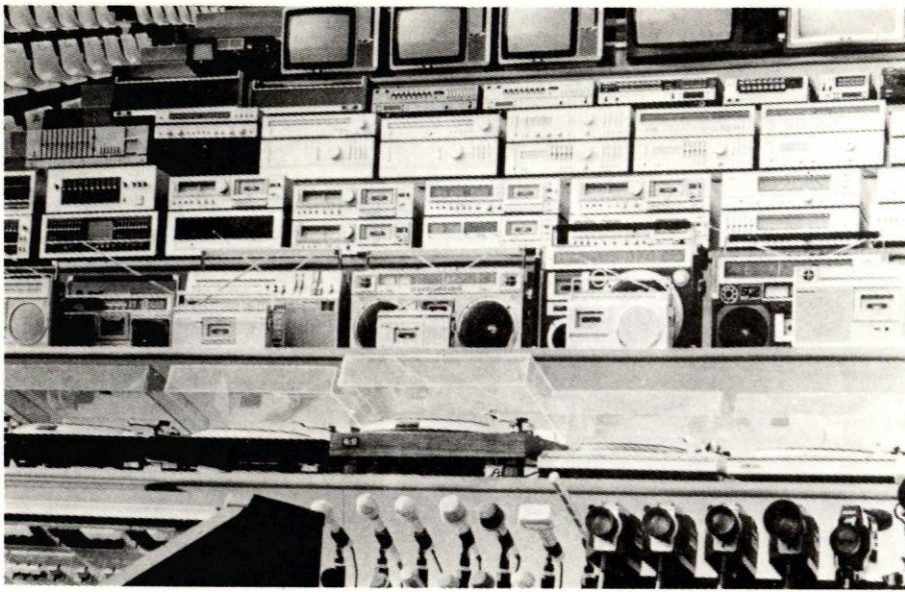
1955년 세계에서 처음으로 반도체(半導體)를 민생 기기(民生器機)에 응

용한 트랜지스터 라디오가 상품화되어 몇 년 만에 일본의 대명사가 될 정도로 세계 시장을 개척했다. 뒤이어 텔레비전은 영상(映像) 튜브를 제외한 모든 회로(回路)가 반도체(solid state)화되었다.

이 기술 동향은 소위 무선 기기(無線器機)에 그치지 않고 1962년에는 전파(電波)에 의하여 내부에서 식품에 열을 가하는 전자 레인지의 양산 개시, 다음해인 1963년에는 빛을 전기로 교환하는 태양 전지의 양산, 그리고 1964년에는 모든 트랜지스터 회로에 의한 전자식 탁상 계산기의 생산이 시작된 것 등 급속한 진보를 보게 되었다. 그 후 트랜지스터는 집적(集積)된 IC로 되어 그 집적도(集積度)는 점점 고밀도화하여 벌써 몇 밀리미터의 각(角)에 10만 개의 소자(素子)라고 하는 LSI 수준까지 도달하고 있다. 그리고 소위 VLSI(very large-scale







integration)는 그 집적도가 100만 소자가 될 것으로 예측하고 있다.

전자 공학은 그 제어 기능(制御機能)에 의하여 가진 기기뿐 아니라 자동차·광학 기기(光學器械) 등 일본의 대표적인 상품 분야에도 큰 영향을 끼치고, 지금은 모든 기기의 제어 기능이 전자화되어 있다고 해도 과언이 아닐 것이다. 이 고밀도화는 전자 공학뿐만 아니라 정밀 가공 기술의 진보를 촉진하고, 전자 공학과 마이크로 가공 기술을 합쳐 메카트로닉스(Mechatronics)라고 하는 새로운 말까지 생기게 되었다. 따라서 앞으로 급속히 전개될 것이라고 예측되는 생활 과학 분야까지 포함하여 파인 테크놀로지(fine technology)라는 말이 적절하리라고 생각한다.

지금까지 인간 생활을 도와 온 도구의 대부분은 인간의 손·발의 대행이라는 테두리에서 멈춰 있었지만 전자화(電子化)의 급속한 진전에 따라 도구 속의 전자 장치(black box) 영역이 증가하여 손·발뿐만 아니라 두뇌(brain)의 일부까지 대행하게 되었다. 창조는 하지 않는다 하더라도 기계가 느끼고(感知機能), 기계가 판단하고(制御機能), 기계가 행동하고, 기계가 말하는 시대가 왔다. 이러한 경향은 더욱 심화되어 한편으로는 소비자인 인간과의 사이에 생기는 격차도 필연적으로 커질 염려가 있을 것이다.

인더스트리얼 디자이너의 기본적 기

능의 하나인 기술(만드는 손)과 인간(사용하는 손) 사이의 격차를 줄이는 조정자로서의 역할은 이 전자 공학에 의하여 대표되는 기술 혁신의 급속한 전개에 대응해서 고도의 능력을 요구하는 것이 틀림없다. 기술의 진화를 항상 인간적인 측면에서 점점하고 기계의 인간화 및 기술과 인간의 공생을 성취함으로써 정감(情感)까지 함축한 'better environment by better design'을 구해 낼 수 있을 것이다.

### 3. 탈산업주의(脫産業主義) (Post-Industrialism)

최근 미국에서 실시한 어떤 조사에 의하면 소비자의 가전 제품 선택의 기준은 한층 더 엄격해지고 있다.

① 갖고 싶은 것만을 원하는 가격으로 신중하게 선택한다.

② 시간이 있는 소비자는 풍부한 정보를 근거로 확실한 상품만을 고른다.

③ 상표만을 의지하는 경향이 약해졌다.

④ 에베르기 효율이 높은 상품으로 관심이 높아졌다.

이와 같이 소비자의 가치관이 다양화·개성화되면서 타협하지 않는 관계로 기업은 철저하게 분업 전략(分業戰略)을 취하지 않을 수 없게 되어 상품 기획(商品企劃)은 점점 치밀하게 된다. 이것은 일찌기 볼 수 있었던 것이지만, 산업 확대의 요점이었던 '메이커 주도'형의 필요에 의한 창조 → 필요성 집중

에 의한 양산 효과(量産効果) → 양산 효과에 의한 자금의 선전 광고 투입에 따라 필요성의 재확대(再擴大)'라고 하는 대량 생산의 양상과는 전혀 맞지 않게 되었다. 이와 같은 경향은 '탈산업화(脫産業化) 사회(post-industrial society)'라 일컬어지고 있다. [다니엘 벨(Daniel Bell): 「미국 사회학자」]

산업화 사회가 세계 경제의 신장을 일으켜 놓은 것은 사실이며, 또한 산업 디자인도 산업화 사회의 필요에 의하여 진전되어 온 것도 부정할 수 없을 것이다. 그 기반이 되어 온 산업화 사회가 새로운 방향으로 움직이고 있는 현재 우리 나라의 인더스트리얼 디자이너들도 새로운 방향을 찾아 낼 필요가 있을 것이다.

### 4. better environment by better design

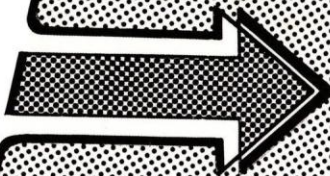
이상과 같이 우리 나라 산업 디자이너의 과제는 '국제성(國際性)'·'정밀 기술'·'탈산업화 사회'의 세 가지 문제를 어떻게 적합하고 확실하게 대응할 것인가로 집약할 수 있을 것이다.

그런데 이 세 가지 문제는 단독으로 존재하는 것이 아니라 상호 영향을 가지며 복잡하게 얽혀 있다. 따라서 문제 해결자로서의 디자이너의 능력 또는 디자인이라고 하는 직능에 대하여 기대도(期待度)도 점점 높아지고 있다.

지금이 바로 인더스트리얼 디자인이란 전문 직업의 원점을 찾아 내어 더 좋은 생활(better life)을 위한 더 좋은 도구(better tool)의 창조자라는 사실을 우리 서로 확인하고자 한다. □

샤프 株式會社 坂下 清 글  
韓國디자인包裝센터 振興部長 姜先同 譯





■ **이제는 확신의 시대입니다.**

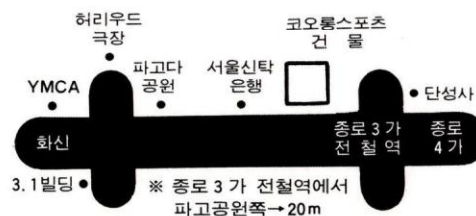
■ **당신도 확신을 가져야겠습니다.**

## 그 래 픽 디 자 인 인테리어 디 자 인

순간의 잘못된 결정으로 훗날 되돌이킬 수 없는 결과를 초래해서야.....

여기는 10여년의 전통 속에 디자인 세계에서 요구하는 모든 기법과 그리고 쉽고 빠른 독자적인 방식을 창안, 사회 유명 실무진이 짜낸 스케줄과 완벽한 시스템 운영으로 확실한 교육이 되어 독보적인 권위를 자랑하는 곳입니다.

인테리어 디자인, 그래픽 디자인,  
각 반 9명 정원제의 개인교육 계획표에 의한 실무실기 지도로 수시 모집  
하고 있으며, 수료후 전원 취업알선 및 개업 또는 창작활동을 적극 지원  
해 드립니다.

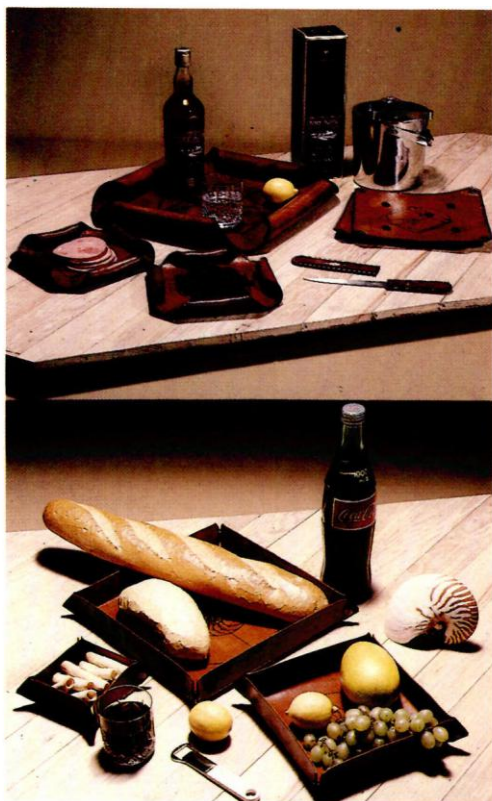


디자인 전문교육  
**신한중합디자인**  
762-1876

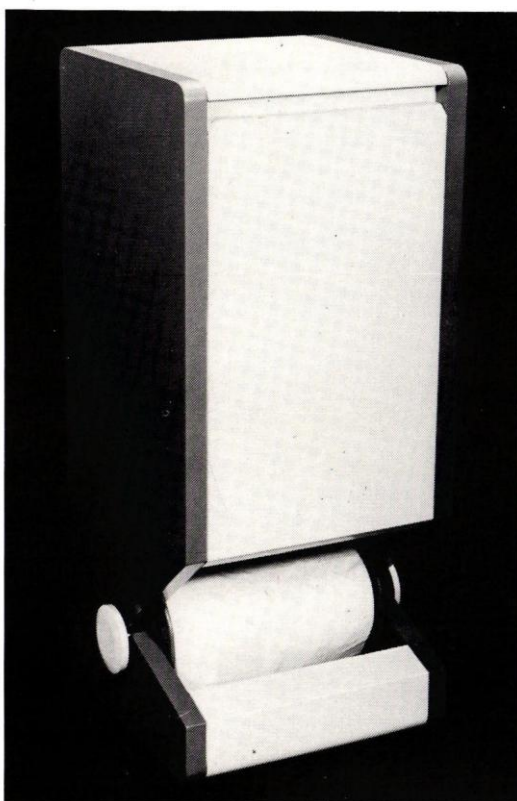


# 한국 인더스트리얼 디자이너 협회 회원전

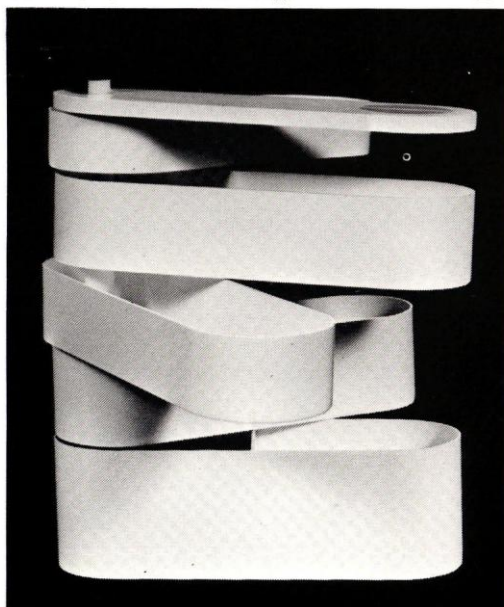
한국 인더스트리얼 디자이너 협회 (KSID)의 제10회 회원전이 1981년 11월 30일부터 12월 6일까지 한국 디자인 포장 센터 전시실에서 열렸다. 「식생활을 위한 디자인」을 주제로 주방용품·그릇장·조명등·테이블웨어·부엌 시스템 등이 출품된 이번 'KSID 회원전'의 전시 작품 중 일부를 수록하였다.



변 상태 : 가죽 용기 (Multipurpose Leather Tray)



민 철홍 : 트레시마스터 (Trashmaster)

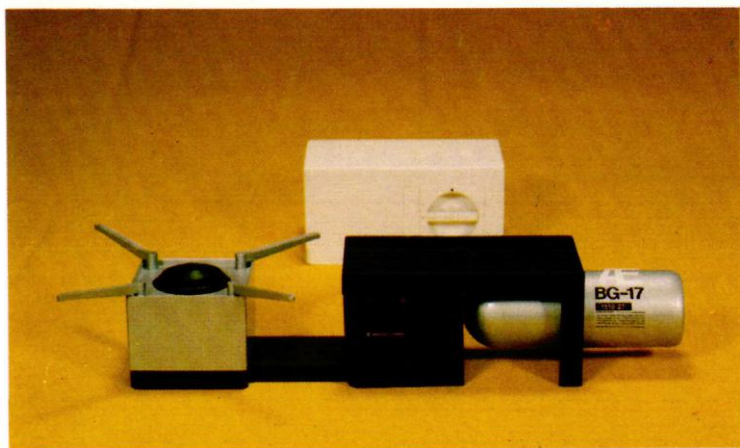


이 영재 : 주방 용품 서비스 디자인



이 건 : 식탁 (Dining Table)





장 호익 : 포터블 가스 렌지



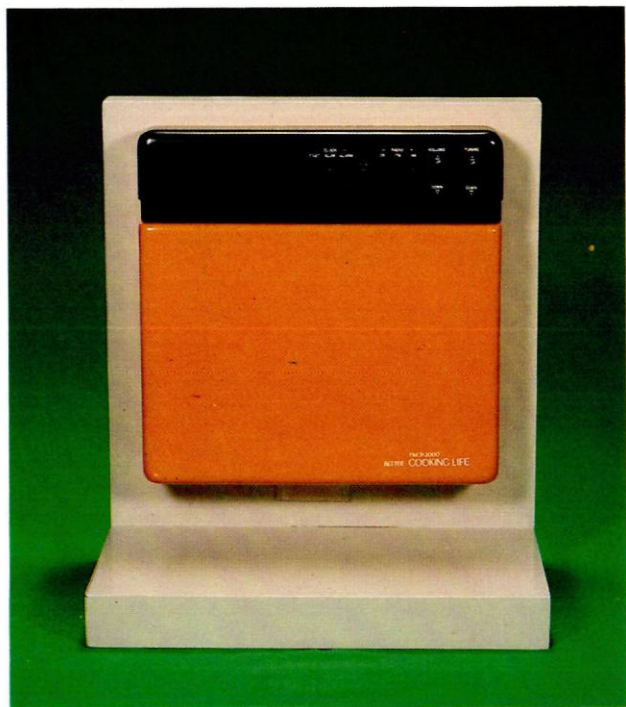
이 순혁 : 탁자등 (Table Lamp)



권 옥현 : 조명등



최 종석 : 김치 스토커

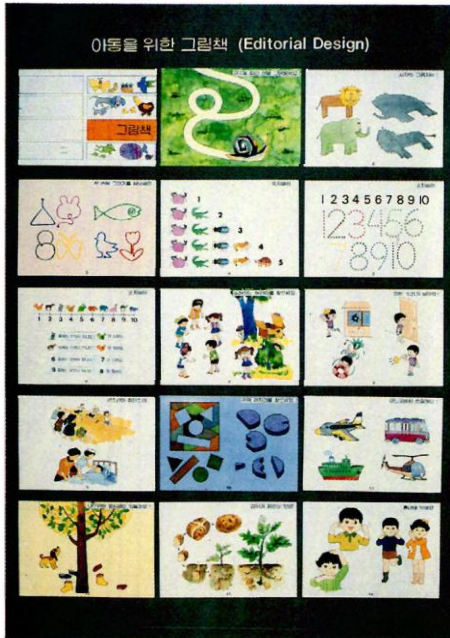


이 수봉 : 말하는 시계 · 라디오를 겸한 벽걸이식 전자 저울



# '81 誠信女大 作品展

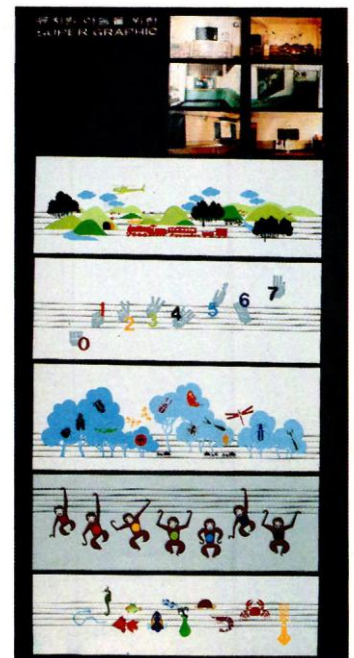
성신 여자 대학 미술학과 · 공예학과 · 산업미술학과의 작품전이 1981년 11월 23일부터 28일까지 한국 디자인 포장 센터 전시실에서 열렸다. 소묘 · 구성에서부터 시각 디자인 · 섬유 디자인 · 목공예 · 금속 공예 · 일러스트레이션 등이 출품된 이번 '성신 작품전'의 전시품 중 일부를 선정 · 수록했다.



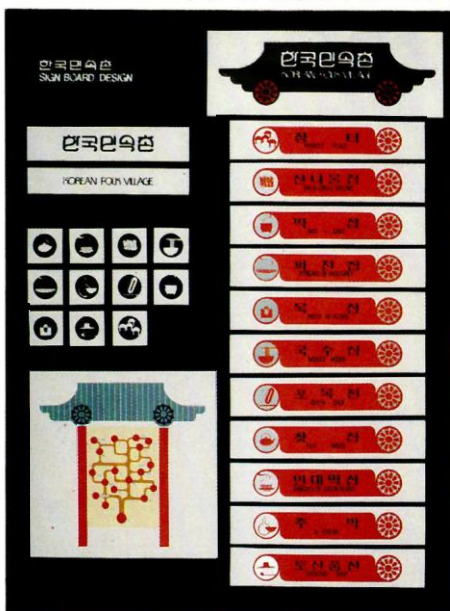
최 경숙 : 아동을 위한 그림책



한 현정 : 국민학교 1학년 미술 교과서



오 정숙 : 유치원 아동을 위한 수퍼그래픽



전 홍란 : 한국 민속촌 사인보드



김 옥남 : 바다



신 기용 : 정 (情)



박 미순 : 봄

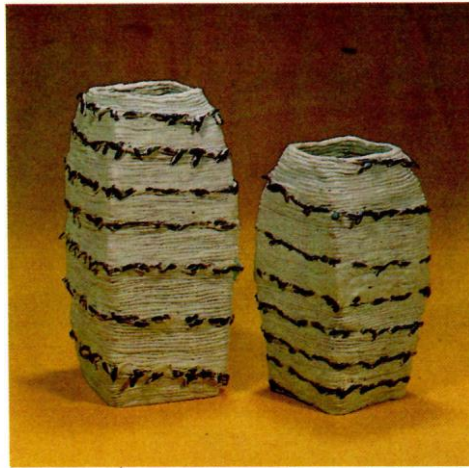




최 성욱 : 연 (蓮)



박 정희 : 소망



김 은숙 : 백 (白)



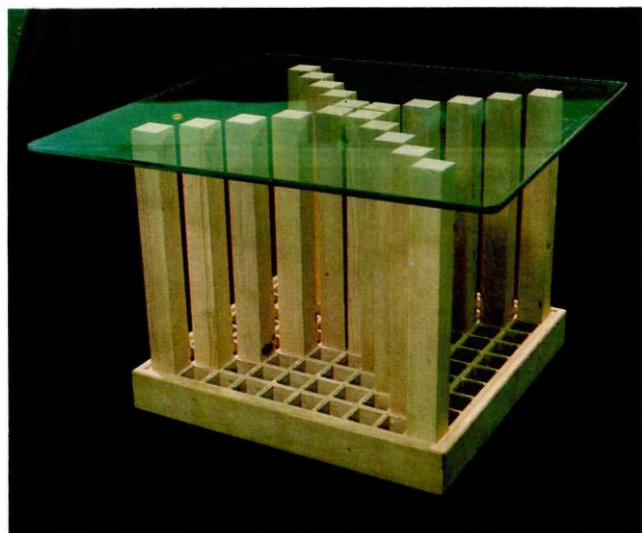
배 해숙 : 오후



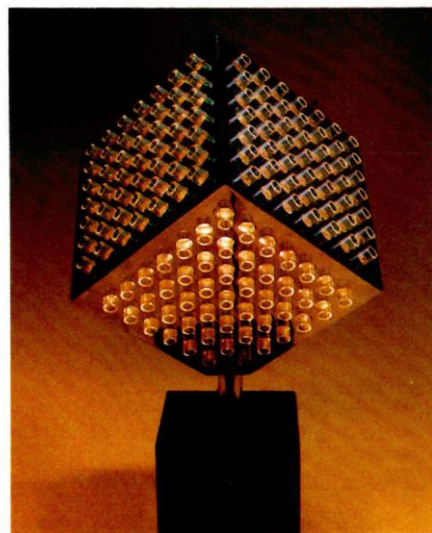
김 현 : 과기 Ⅲ



박 성신 : 설탕과 크림통

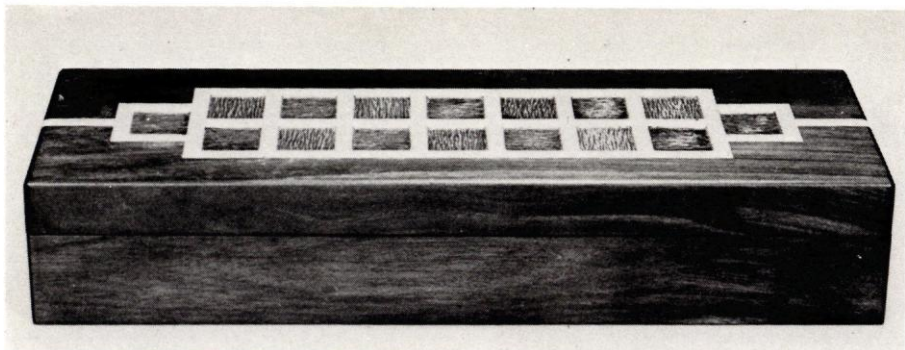


김 지은 : 티이 테이블

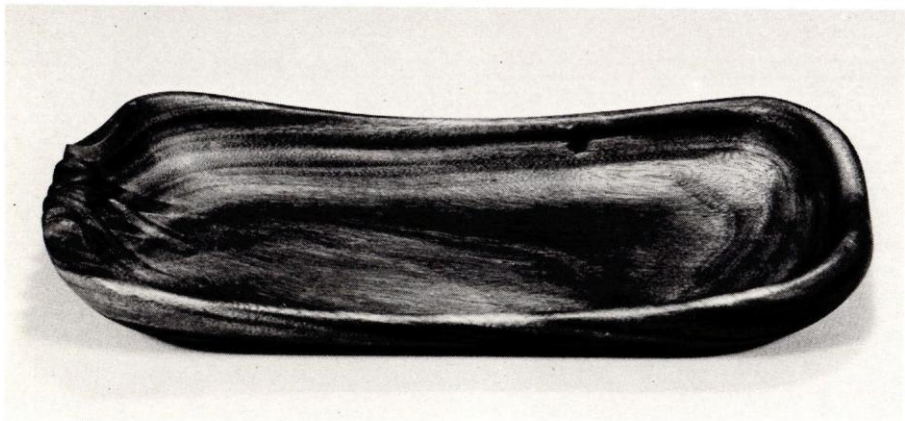


서 영애 : 조명등

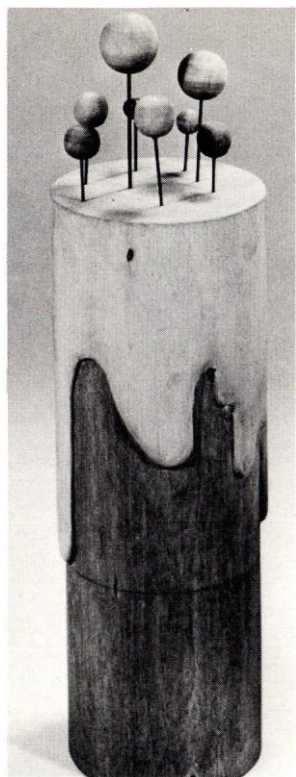




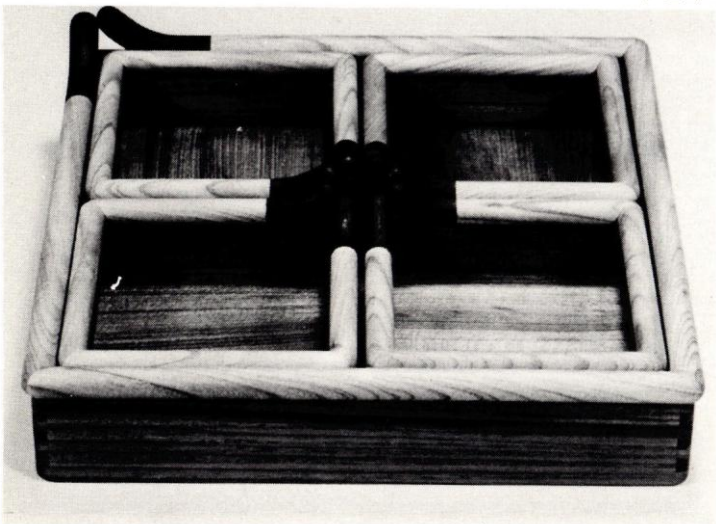
함 명순 : 함



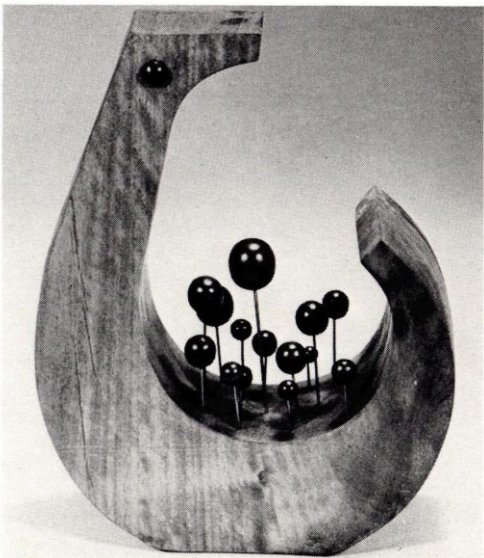
박 인재 : 할머니, 언덕, 강



김 천훈 : 우주



강 경란 : 모임



박 선화 : 보호



원 종람 : 등



윤 성원 : 가족

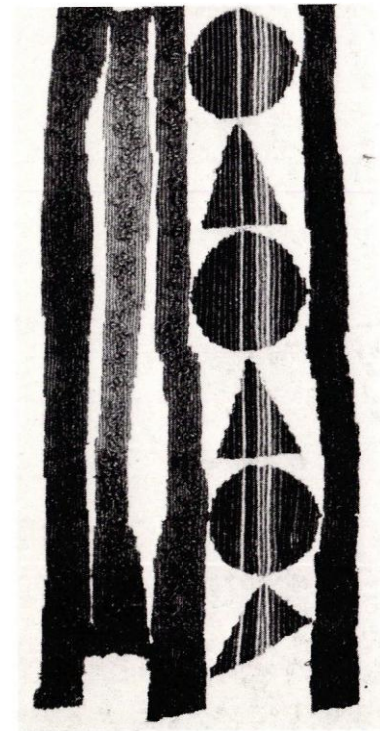




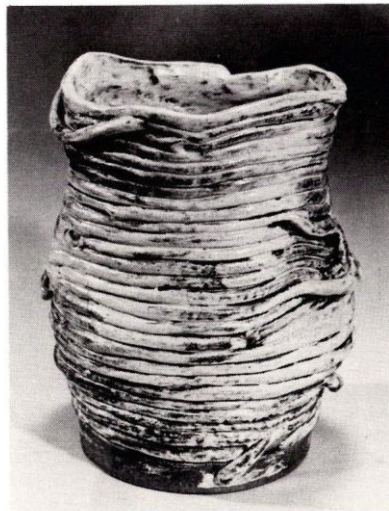
최 유덕 : 찻잔



김 향숙 : 나비



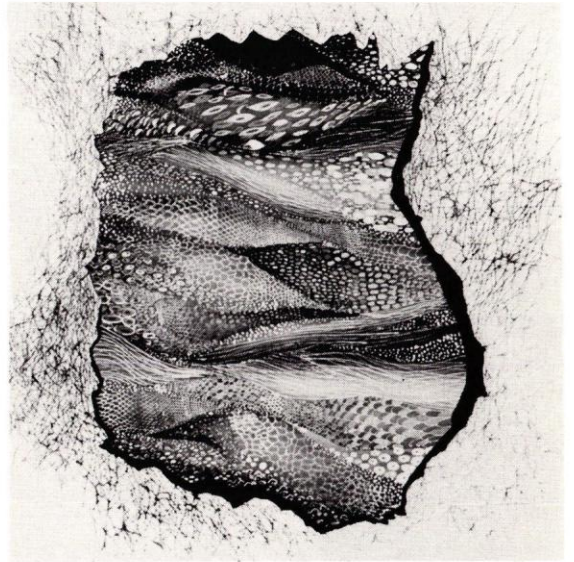
최 경숙 : 수직



고 미아 : 생각



이 이숙 : 꿈



이 문숙 : 파열



이 화영 : 대화



# 어떻게 볼 것인가

## 人造世界에서의 視覺的 探險

①

조지 넬슨 글

朴榮順 譯



모든 디자인은 시각적 전달의 의미를 가지고 있다. 즉, 우리가 살고 있는 환경의 모든 시각적인 문제는 전달하려는 의도를 가지고 있는 것이다.

그러나 우리는 무엇을 어떻게 볼 것인가에 대해 배우기 전에는 그 많은 전달의 의미를 해독할 수가 없다. 그리고 그 모든 것이 디자인에 의해 이루어진 것조차 인식되지 못한 채 지나쳐 버린다면 디자인은 아무런 의미를 갖지 못하는 것이다.

다음에 소개하는 글은 건축가이자 디자이너로 활약하고 있는 조지 넬슨(George Nelson)의 최근 저서 『어떻게 볼 것인가(How to See)』를 요약한 것으로 서문, I. 시각적 전달, II. 미술 작품, III. 기하학적 사물, IV. 도시 풍경, V. 표준화의 순서로 편집한 것이다.

조지 넬슨은 이 책에서 어떻게 볼 것인가에 대하여 예민하고 지능적인 해독으로써 우리에게 보이는 것을 볼 수 있도록 이끌어 준다. 저자가 보여 주는 미관에 대한 지적인 훈련은 평범한 곳에서의 시각적 가치를 향상시키고, 일상적인 대상에 있어서도 새로운 관점으로 대하게 한다.

### ■ 서 문

#### 신의 창조 이후의 세계

인류의 손이 미치지 않았던 자연 그대로의 환경인 신의 세계에 대해서는 많은 창조설이 있으나, 오늘날 서구 사회를 발전시켜 온 지배적인 전설에 의하면 만물은 1주일 동안에 창조된 것으로 되어 있다.

위대한 디자이너로서의 신은 최후의 작품으로 인간을 창조하여 모든 것이 무상으로 얻어지며 완전 무공해의 상태인 에덴 동산으로 보내었다. 그러나 불행하게도 인간에게 이 동산은 오래 지속되지 못하였다. 인간은 모든 것을 견디나 완전한 상태만은 견디지 못하는 것을 전능하신 신께서 모르셨는지, 아니면 계획상에 있어서의 실패였는지 알 수 없으나 교활한 뱀이 나타나 문제의 사과가 먹힘으로써 비상 사태가 일어난 것이다. 에덴으로부터의 인간의 추방과 함께 신의 창조적 디자이너로서의 역할은 역사에서 사라졌다. 이 후로는 솔로몬(Solomon)의 신전이나 잉카(Incas)의 길, 또는 내연 기관의 발명이나 휴스턴(Houston)의 천체 관측소 등 어느 곳에서도 신의 역할은 기록되어 있지 않은 것이다.

이제 우리는 인간이 만든 세계 속에서 살며 창세기에서 통고받은 처벌이 일

마나 큰 재난인가를 더욱더 확실하게 자각하는 것이다. 오늘날 인간은 전쟁과 같이 치열한 상거대적 현실 속에서 평화를 추구한다. 그리하여 생활의 공포를 인식하는 것이 이성적 성숙의 척도로서 여겨지게 된 것이다.

현실에 대한 자각과 인식은 퍼져 나가는 경향이 있다. 수질과 공기의 화학적 오염에 대한 인식은 곧 시각적 공해에 대한 인식으로 퍼져 갔다. 처음 시각적 공해로서 인식된 대상들은 시(市)의 폐기물, 주유소, 표지판과 간판, 전신주와 전선 등 분명히 시각을 괴롭히는 것들이었다. 이렇게 퇴락한 환경을 개선함에 있어서는 먼저 문제를 보는 방법을 배우지 않고서는 아무런 해결책도 가져오지 못한다. 따라서 이제 한 가지 명백한 것은 우리의 환경에서 문제가 되는 것은 간판이나 폐기물이 아니라 사람들이 시각적으로 문맹하다는 사실이다.

사람들이 실제로 무엇을 어떻게 보는가에 대한 실험으로서 200여 장의 슬라이드를 준비하여 여러 부류의 관람자를 대상으로 조사하여 보았다. 아인슈타인에 의하면 관찰자가 무엇을 보려고 하는가에 대한 이론이 확립되어 있지 않은 한 관찰이란 이루어질 수 없다고 한다. 이러한 의미는 과학자나

문외한에 있어서나 마찬가지로 적용된다. 즉, 우리는 자신이 알고 믿는 바에 의해서만 보게 되는 것이다.

이 조사를 위한 슬라이드는 아무런 줄거리도 없이 형태와 문양과 색채의 관련성으로만 배열하여 언뜻 보기에는 무작위한 이미지의 나열처럼 보였다.

실험한 다섯 그룹 중 네 그룹은 무엇을 보았는가에 대한 보고서에서 전혀 의도하지 않았던 답을 보였다. 예를 들면 자연물은 아름답고 따뜻하고 정다운 느낌이며, 인조물은 차갑고 거부적이며 비인간적이라고 보았거나, 자연에서는 신의 존재를 인식할 수 있으며 인간은 개척자라고 본다는 것 등이었다. 이들은 회사의 경영자, 연구 기관의 기술자, 박사 학위 후보자 등으로 학문적인 기술에 기초를 둔 종류의 대상이었다.

다섯번째로 건축과 학생들을 대상으로 하였을 때 답은 완전히 의도하였던 바와 같았다. 학생들은 즉각적으로 그들이 보고 있는 것이 학문적인 것이 아니라 시각적인 문제라는 것을 이해했다. 이들에게는 시각적인 문제가 기술적인 문제와 마찬가지로 쉽게 해독되는 것이다. 한편, 시각적으로 훈련되어 있지 않은 사람들은 지식 있는 성인의 90% 이상이 동배의 개라든가 신



호등이라든가 하는 매우 기초적인 시각적 해독을 제외하고는 아무것도 인식하지 못하는 것이다.

우리는 단지 보는 것에만 결핍되어 있는 것이 아니라 물질주의라고 표현할 수 있는 가치관에 대해서도 마찬가지로 지이다. 다시 말하자면, 인간은 현실에서 재고 실험하고 숫자적으로 증명할 수 있는 것을 믿는다는 것이다.

시각적 공해와 같은 문제는 정확하게 썰 수도 없으며, 그 효과에 대해 예측할 수도 없다. 자동차 배기 개스나 공장의 매연으로부터의 환경 공해는 필요한 기술자와 기계를 동원해서 정확히 썰 수 있고, 동식물의 실험으로 그 위험도를 측정할 수도 있을 것이다. 그러나 광고판의 대홍수로부터 받는 시각적 침해를 어떻게 측정할 수 있을까? 우선 어떻게 추함과 부적당함에 대한 의견의 일치를 볼 수 있을까? A는 아름답다고 느끼는 것을 B는 별로 아름답게 느끼지 않으며, C는 보아 온 것 중 가장 추한 것으로 느낀다면 어떻게 될 것인가?

이러한 문제가 자주 등장하는 것은 모든 척도 중에서 가장 의존하기 힘든 취향에 따른 논쟁이기 때문이다. 그러나 이러한 문제는 특히 보는 것에 대한 경험이 부족한 사회일수록 흔히 일어난다. 또한 예술이나 미학에 대한 지식은 없으면서도 자신의 취향에 대해서만은 확신을 가진 사람들 사이에서 더욱 자주 일어나는 문제이다. 우리가 영화나 연극에 대해 비평가에게 의존하는 것은 무엇보다도 그의 시각적 경험에 그 권위를 부여하기 때문이다.

따라서 이와 같이 의존하기 힘든 가치관의 결핍에 대하여 발전시켜 나갈 수 있는 한 가지 일로서 경험을 들 수 있다. 보는 경험은 단지 우리에게 보이는 것을 보고 생각함으로써 이루어진다.

신의 창조 이후의 세계는 아름답게 우거진 인조의 숲으로부터 거대한 규모의 산업 도시, 그리고 도처의 빈민가까지 참으로 다양한 국면을 우리에게 보여 준다. 이제 여기서 인간 종말에 대한 또 하나의 비가(悲歌)를 부르려는 것은 아니나, 불도저로 깎아내리는 시골의 전경과 바다 끝에서 끝까지 이르는 대륙이 아스팔트와 콘크리트로 포장되는 것은 실로 악몽과 같은 형상의 전개로서 보여진다. 이로써 우리

는 악한과 희생자의 양쪽 역을 다 맡은 진정한 민주적 드라마를 이루고 있는 것이다.

### 시각적 교육

교육이란 오늘날 모든 사회의 기반이 되고 있다. 읽고 쓰는 능력이 없다면 달나라를 정복한다거나 거대한 산업체를 운영한다거나 하는 일을 이룰 수 없을 뿐만 아니라 어떠한 기술적 발전도 상상할 수 없으며, 역사나 과학이 존재할 수도 없었을 것이다. 이렇게 ‘교육’이라는 말이 기본적으로 쓰여진 문자를 읽고 해독할 수 있는 능력을 의미한다면 ‘시각적 교육’이라는 말은 비문자적 메시지를 해독할 수 있는 능력을 의미할 것이다. 그러면 비문자적 메시지란 무엇인가?

우리는 상상하는 것보다 훨씬 많은 비문자적인 메시지와 함께 생활하고 있다. 상징적인 예로서 우리는 초록색 신호등일 때 가고 빨간색일 때 서는 것으로 통용된다. 또한 고급 주택가를 지나가다 보면 그들의 수입과 사회적 지위 또는 취향에 따라서 그들의 분위기를 전달받는 것과 마찬가지로 빈민가를 지날 때도 그들대로의 시각적 메시지를 전달받는 것이다. 신체 언어도 역시 하나의 말 없는 의사 전달 수법인 것이다. 따라서 색과 형태를 가지고 작업하는 건축가·디자이너·미술가들에게 우리는 고도의 시각적 메시지를 기대하게 된다.

시각적 메시지의 해독에는 다양한 정도의 차이를 내포하고 있다. 이러한 의미에서 근본적으로 문자와 별 차이가 없다고 본다. 예를 들면, 론 레인저(Lone Ranger)가 모래밭에서 발견한 이상한 발자국을 보고 무법자의 무리가 강탈한 노예를 끌고 갔으며 그들의 말은 최근에 말굽을 갈아 끼운 밤색으로 얼룩진 워라말이었다고 단정짓는다면, 우리는 그 조그마한 흔적으로부터 많은 정보를 캐내는 그의 기술에 대해 경탄할 것이다. 그러나 그가 피카소(Picasso)의 ‘게르니카(Guernica)’를 보고 무엇을 알아낼 수 있을지는 의문이다.

우리는 여기서 다시 쓰여진 문자와 의 연관성을 생각해 본다. 즉, 설명서를 잘 읽고 기화기(氣化器)를 조절할 수 있다고 해서 율리시즈(Ulysses)를 읽는 데 같은 기술을 적용할 수 없는

것과 마찬가지로의 일이다.

시각적 해독의 대가라면 영국의 설록 홈즈(Sherlock Holmes)를 빼놓을 수 없다. 그의 시각적 독해력에 대해서는 누구나 감탄해 마지않지만, 그의 본다는 행위는 그에 필요한 많은 특수한 지식을 수반하고 있다. 그는 화학생도이며 독물 전문가이고 많은 범죄상의 자료를 가지고 있으므로 그의 수많은 정보를 가진 기억력의 도움을 받는 것이다. 이와 같이 시각적 해독은 구술적 해독과 마찬가지로 해독의 정도는 그가 지니고 있는 정보의 양질과 직접적인 연관성을 맺고 있다.

F.M. 방송국에서는 완전히 확실적인 정보를 송신한다. 그러나 방송이 휴대용 라디오를 통해서 들려올 때와 고성능 하이파이 시스템을 통해서 들려올 때와는 그 메시지의 질에 있어서 엄청난 차이를 보이고 있다. 요약해서 말하자면, 본다는 작업은 송신(광경)과 수신(관람자) 사이의 관계로서 표현할 수 있다. 따라서 시각적 전달이란 기호나 문자의 수신과 마찬가지로 지혜를 필요로 하는 어떠한 다른 전달 방법과 다를 바 없는 것이다.

이제 현대 회화로 눈을 돌려 보면 그것은 더욱 명백해진다. 19세기 이전에 보여지던 인물·정물·풍경과 같은 익숙한 대상들이 회화의 주제에서 사라지자 시각적 결핍에 대한 반응이 두드러지게 나타난다. 미술관은 왜 네 개의 알루미늄통을 예술품으로서 전시하고 있는가? 흰 화면 또는 검은 화면 이외에 아무것도 아닌 것이 어떻게 회화로서의 가치를 지니는 것일까? 왜 입체파라는 화가들은 기타나 테이블이나 신문이나 병들을 도막내어 틀린 모양으로 붙여 놓는 것일까?

오늘날 우리의 전반적인 사회 구조는 재산이든 지식이든 얻는 것에 대하여 무엇이든 교환되는 가치를 찾는 데 급급하고 있다. 누구든 볼 수 있는 능력이 생활을 더 부유하게 만들 것인가, 더 즐길 수 있도록 만들 것인가에 대해 실제로 묻지는 않았지만, 무엇인가 가치 있는 일인 것만은 사실이다. 다시 말해서 삶을 개척하고 사회에 적응하고 생활을 보다 즐겁게 하는 데는 글을 해독하는 능력이 필요한 것과 마찬가지로 시각적인 능력도 생을 부유하게 한다.

보는 것이 생각하는 것이나 느끼는



것과 상관되는 것과 같이 디자인과도 밀접한 관계가 있다. 우리가 살고 있는 대부분의 환경인 인조 환경(人造環境)은 모두가 디자인에 의해 이루어진 것이다. 우리는 디자인 없이 아무것도 만들거나 세울 수가 없다. 모래성을 쌓고 있는 어린아이의 머리 속에도 만들고자 하는 모래성의 계획이 있으므로 다음 과정을 잘 알고 있는 것이다.

사람들은 여러 가지 동기 중에서 가장 근원적인 것을 알려고 추구한다. 이렇게 진실을 추구한다는 점에서 미술은 과학과 다를 바가 없다. 이들의 차이는 목적이 아니라 방법에 있다. 과학은 자연의 현상을 설명할 수 있는 법칙을 찾아 그것을 정확하게 측정한다면, 미술은 보다 시각적인 접근으로서 직관(直觀)에 의존하는 경향이 있다.

우리는 과학자의 발견을 읽거나 예술가의 발견을 읽거나 간에 읽어야 한다. 따라서 우리는 그 언어를 알아야만 하는 것이다. 시각적 언어란 빛·형태·색·질감(質感)·선·무늬·유사·대비(對比)·운동 등을 말한다.

현대 사회는 교육의 중요성을 매우 심각하게 인식하고 있으므로 많은 예산이 교육 행정과 기구에 투입되고 있다. 그러므로 시각적 결핍을 교육의

부족으로 돌리기는 어렵고 단지 교육의 내용에 대해 생각해 보아야 한다. 교육에 대한 열기는 많은 것을 성취시켜 왔지만 자세히 살펴보면 그것은 글자와 숫자로 가득 찬 것이었다. 그러면 왜 글자와 숫자에 대해서 그렇게 강조하는 것일까? 그것은 바로 산업 사회가 필요로 하는 지식이기 때문이다. 이로써 우리는 다음의 사항을 깨닫게 된다. 즉, 교육이라는 것은 어느 시대에서나 적용될 수 있는 최상의 것으로 고정되는 것이 아니라 그 시대의 독특한 사회적 필요와 신념에 따라서 다르게 받아들여져야 하는 과정에 불과하다는 것이다.

오늘날 기술적 사회는 인간을 점차로 사물로 전환시키는 경향이 있다. 그리하여 인간의 속성을 배제하려는 기계화의 압력이 가해지고 있다. 그러나 그러한 압력이 부분적인 성공을 이루었다고 해도 인간은 쉽게 바보나 볼 베어링(ball bearing)으로 전환되지 않는다. 기술 만능주의의 성취가 자신의 발에 걸려 넘어지는 현재 지구상의 모든 위기를 보아도 그것은 명백한 것이다. 통화 팽창, 경기 침체, 실직, 정치 체제의 붕괴, 핵가족 제도의 붕괴, 최고 지도층의 무기력 등.

이와 같은 방대한 변화 속에서 우리

가 한 가지 생각하여야 하는 일은 물질주의적 가치관으로부터 인간의 정신적 요구에 대한 인식이다. 이로써 우리가 다음에 해야 할 일은 인간의 우물이 정상적으로 작용할 수 있도록 시각적 지각의 개발을 교육 체제에 우선적으로 적용해야 할 일이다.

이제 다시 진실에 관한 의문에 도달한다. 진실은 무엇인가? 누가 최고의 심판자일까? 이러한 질문에 대해 생각할 수 있는 것은 우리의 눈은 변화 있게 사용할 수 있다는 사실뿐이다. 우리를 인도하는 것은 어떠한 특정한 이름의 진실이 아니라 단지 숨겨진 여러 의미의 가능성을 찾아내는 일이다.

앞으로 다섯 부분에 걸쳐 다룰 시각적 문제들은 필자의 개인적인 인식을 통해 이루어진 것이다. 물론 나의 인식에 찬동하는 사람들도 있겠지만, 그것이 진실을 보장할 수는 없는 일이다.

본다는 것은 언제나 조건적이며, 동시에 개인적이고 개성적인 문제이기 때문이다.

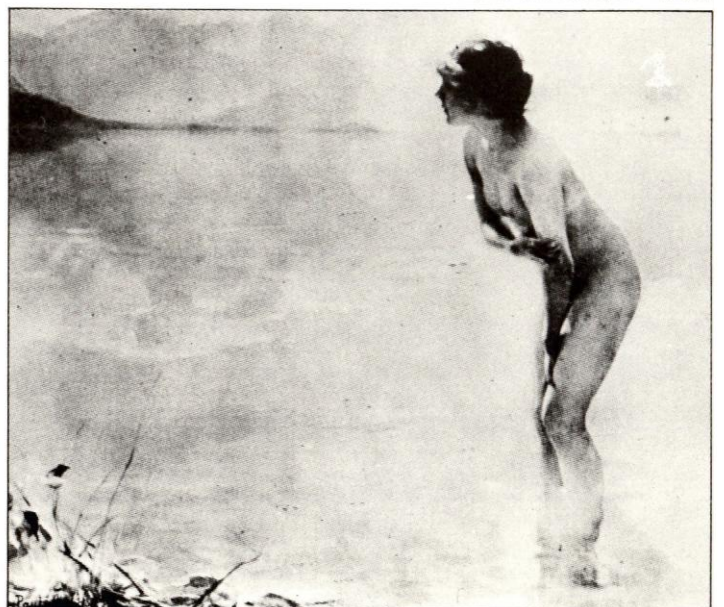
## I. 시각적 전달

### 문자와 숫자

시각적인 문제는 읽고 쓰기 위한 기초적인 문자를 배울 때부터 깊은 연관성을 갖고 있다. 처음 알파벳을 배우



잭슨 폴락(Jackson Pollock)의 추상화



샤바스(Chabas)의 나체화



기 시작하는 어린이들은 여러 가지 형태와 크기의 변화 있는 글자의 모양으로써 어느 글자인지 판별할 수 있도록 배운다. 그러나 보는 것에 대해서는 그것으로 그치고 만다.

어느 나라의 글자이든 서커스의 광고를 위한 포스터와 결혼 초대장에는 서로 다른 활자체를 사용한다는 것은 일반적으로 알고 있는 사실이다. 즉, 글자체는 우아한 형, 통속적인 형, 가벼운 형, 전통적인 형, 섬세한 형, 세련된 형 등 다양한 모양이 있어서 경우에 따라 최적의 글자체를 골라 사용하게 된다. 글자는 그 내용으로서의 전달뿐만 아니라 형태 자체도 전달의 의미를 지니고 있기 때문이다.

숫자도 활자체와 마찬가지로 수세기에 걸쳐서 변화되어 왔다. 우리의 도시 환경에서는 전달의 의미를 지닌 숫자들을 여러 곳에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 건물·간판·소화기·시계·자 등 우리의 환경에서 예기치 않던 모양과 크기의 숫자를 찾아보는 일은 예민한 눈의 훈련을 위한 좋은 연습이 될 것이다.

#### 쫓 점

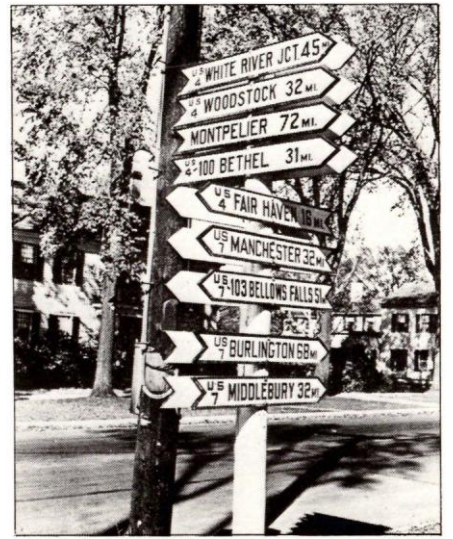
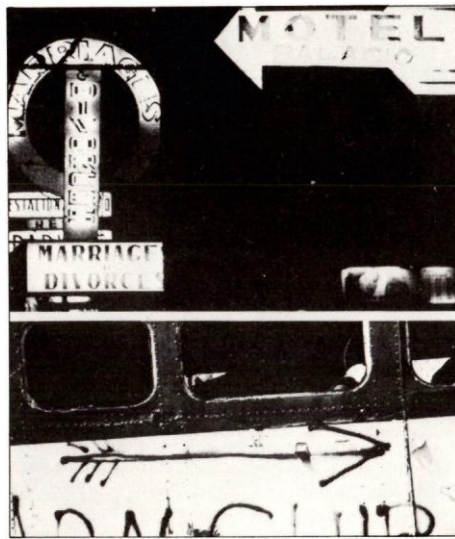
우리의 눈은 찾고 있는 것을 본다. 어떠한 장면을 볼 때 개념적으로 모든 것을 보아 넘기는 것은 아무것도 못 본 것과 다를 바가 없다. 같은 장소에서 하나는 먼 곳에 초점을 맞추고 다른 하나는 가까운 곳에 초점을 맞추어 두 장의 사진을 찍어 보자. 이것이 바로 마음의 눈이 갖는 속성이다. 먼 곳에 관심을 갖고 있을 때는 가까운 것을 볼 수 없으며, 반대의 경우에도 마찬가지이다.

우리는 우리에게 흥미로운 것을 본다. 시각적 결핍증에 있는 사람들은 대부분 추상 미술품보다 사실적인 것을 좋아하는 경향이 있다. 그들은 인물이나 풍경이나 정물 등을 판별할 수 있을 때에야 무엇인가 진정한 것을 본 것으로 인식한다.

많은 사람들에게 애호되어 온 샤바스(Chabas)의 나체화와 잭슨 폴락(Jackson Pollock)의 추상화를 놓고 다음의 질문을 생각해 보자.

● 두 개의 그림 중 하나를 가질 수 있다면 어느 것을 선택할 것인가?

● 두 그림에서 받은 첫인상은 어떠한가? 이 중 하나가 기호적이었나?



화살표의 여러 가지 유형

둘 다 기호적이었나? 둘 다 비기호적이었나?

● 어느 것이 더 사실적으로 느껴지는가?

● 예술 작품으로서 무엇을 보았는가?

● 무엇이 예술 작품인가?

화살표

프랑스의 화가 장-미셀 포롱(Jean-

Michel Folon)은 로마에서 브레시아(Brescia)까지 자동차 여행을 하면서 길가에 보이는 화살표를 세어 본 적이 있는데, 1천 개가 훨씬 넘는 숫자였다고 한다. 사실상 현대인은 인디언 시절에 실제로 남용되었던 화살보다도 훨씬 더 많은 화살을 사용하고 있는 셈이다.

화살표는 강력하고 설득력이 있으므로 이의 사용은 인간을 자극하며 충동



하고 권유하고 팔며 지시한다. 그리하여 우리의 두뇌를 혼돈시키며 손상시킨다. 그러나 그것은 공해나 엘리베이터에서 흘러 나오는 영업용 음악이나 경찰의 사일렌트 소리처럼 막을 수 없는 종류의 것이다. 다시 말하면, 화살표는 변동성에 몰두하는 오늘날 공공물로서의 한 부분이 되고 있는 것이다.

#### 표지판과 광고판의 메시지

거리나 건물에 있는 표지판은 하나의 비구술적(非口術的) 메시지로서 모든 대상으로 하여금 쉽게 빨리 읽히는 데 그 의미가 있다. 때로는 규제와 금지를 나타내고, 때로는 권유와 초대 의미를 한다. 이러한 메시지는 모두 종합적인 환경에 놓여 보행자나 차량의 편리와 생존을 위한 것으로서 존재하는 것이다.

그러나 현대 사회는 상호 전달에 있어서 실패한 많은 사람들의 욕구 불만의 원천이 되기도 한다. 흔히 거리의 메시지들은 출입 금지, 금연, 주차 금

지, 가시오, 서시오, 돌아가시오 등 일방적인 규제와 명령이며 라디오나 텔레비전도 일방적인 전달일 뿐이다. 많은 사람들은 그들의 의사를 전달할 방법으로서 불가피한 반항을 하게 되며, 공공 표지판이나 건물에 낙서를 하거나 파괴한다. 이러한 반항자들의 대부분은 현대 생활의 일부분인 고독과 절박감, 존재에 대한 불안감의 한계까지 밀려간 사람들인 것이다. 이러한 공공물의 손상에 대해 유감스럽게 개탄하는 사람들은 문제의 핵심을 보아야만 할 것이다. 무엇이 그러한 손상의 동기이며, 그들의 분출구를 위해 어떠한 제공이 있을 수 있는지에 대해서.

광고판은 이미 너무나 오랫동안 존재해 왔기 때문에 이제 우리는 광고판이 주는 영향에 대해 별로 느끼지 못하게 된 것 같다. 그러나 코펜하겐의 오래된 상가 한복판에 설치된 대형 내의 광고판은 도시의 미관에 커다란 손상을 끼치고 있는데도 불구하고 그러한 시각적 침식에 대해서조차 느끼지

못하게 된 것은 참으로 유감스러운 일이다. 때로는 광고판이 그 내용물에 있어서 매우 성공적인 것도 있다. 그러나 날로 대형화하는 광고판은 시각적 논의의 대상이 되며, 버몬트 주에서는 이미 금지된 바 있다. 공간만 있으면 어디든지 광고판을 내거는 개인적인 사업의 자유와 이러한 금지에 대해 우리는 어떻게 보아야 할 것인가?

#### 중요한 증서

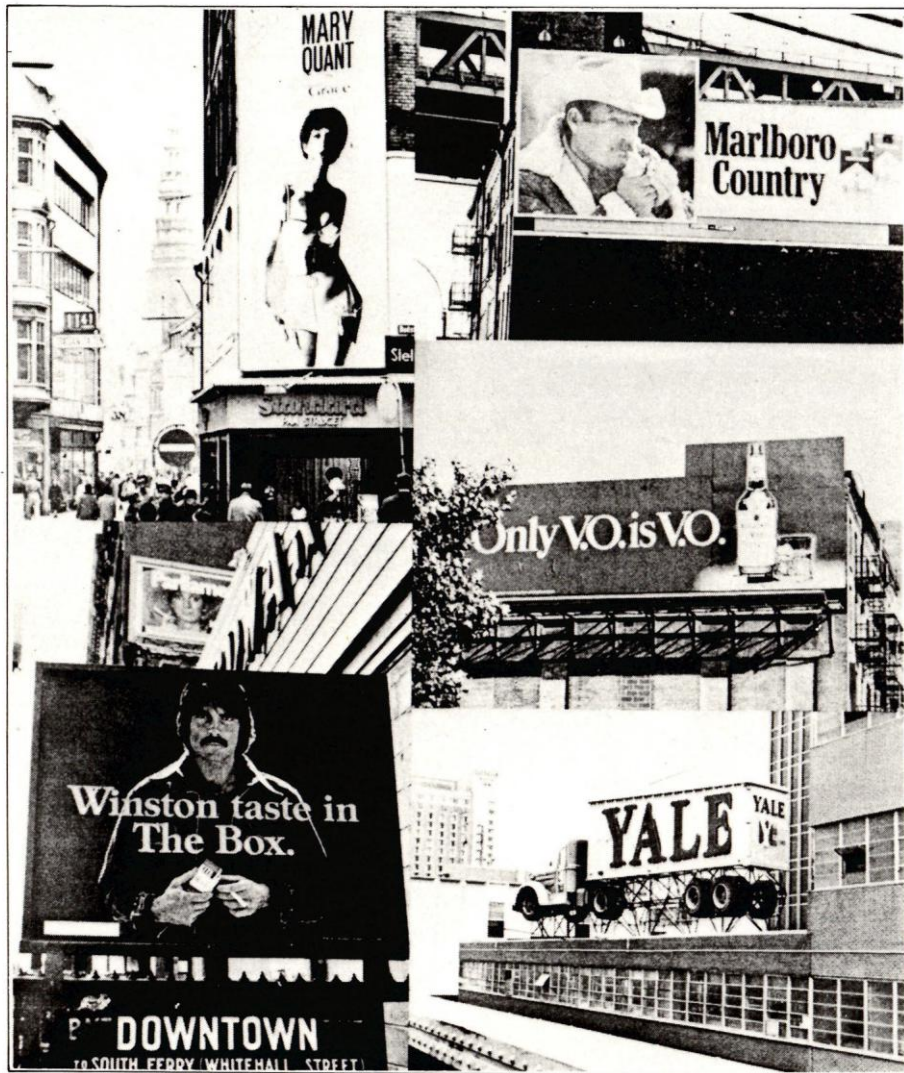
누구나 최소한 한 두 가지 이상의 중요한 증서를 가지고 있기 마련이다. 그것은 출생 증명서로부터 자동차 면허증·상장·졸업장·채권·주식 등이다. 이러한 모든 중요한 증서의 공통점은 모두가 복잡하고 구시대적인 양식으로 만들어져 있다는 것이다. 첫째로 복잡한 디자인은 위조품을 막기 위한 의도이며, 구시대적인 디자인은 현대적인 것보다 더 중요해 보이도록 하기 위한 것이다. 사람들은 오래된 전통적인 것에 대해서는 중요성과 확신을 부여하는 것이다. 물론 오래된 것의 대부분은 확신을 가질 만한 것이 사실이지만 모두 다 그러한 것은 아니다. 그러나 대부분의 사실 때문에 사람들은 온전한 전기 제품으로 이루어진 부엌을 근대적인 스타일로 변모시키며, 훌륭한 텔레비전 세트를 중세풍의 캐비닛 속에 집어 넣는 것이다. 또한 우리는 옛날 돈이 오늘날의 돈보다 가치 있었던 것을 잘 알고 있기 때문에 모든 주식 증서들은 오래된 장식으로 테를 둘러 마치 옛날 돈과 같은 인상을 주려고 하는 것이다.

그러나 이렇게 중요한 증서들을 자세히 보면 한 마디도 알아볼 수 있을 만한 메시지는 없다. 중요한 증서는 중요하게 보임으로써 그 메시지의 전달을 다하는 것이다.

#### 조지 넬슨(George Nelson)

조지 넬슨은 건축가이자 디자이너이며 편집자, 디자인 비평가, 수필가로서도 활약해 왔다. 그는 도시 환경을 위해 “중심가의 잔디”라는 개념을 개발해 낸 장본인이기도 하다. 대표적 저서로는 『디자인의 문제』, 『내일의 주택』, 『어떻게 볼 것인가』 등이 있다. 그는 뉴욕의 혁신적인 타운하우스를 설계하였으며, 자신이 운영하는 디자인 연구소를 가지고 있고, 채드윅(Chadwick)와 함께 건축 설계 회사를 공영하고 있다.

광고판 메시지의 여러 가지 유형





# 韓國의 傳統紋樣 1



1

8·15해방을 전후하여 한반도 전역에서 발견된 와·전(瓦·搏) 문양은 헤아릴 수 없이 많다. 옛 기와나 벽돌에 의장된 각종 문양에서는 그 시대의 종교적·신앙적 요소가 깃들어 있다. 각 시대의 사지(寺地)나 궁성지(宮城址)에서 발굴된 와·전에 나타나는 문양은 우리 나라의 건축 양식을 추정하는 데 귀중한 자료로서 활용되며, 또한 각 시대의 와·전이 어떠한 외래 영향을 받아왔고 한국 고대 미술 전반에서 어떤 형식으로 발전·변모해 왔는가를 밝혀 주고 있다.

이번 호부터 시리즈로 삼국 시대와 고려·이조 시대에 나타나는 와·전 문양과 떡살 무늬 등 각종 문양의 특성과 전개 형식을 간단한 해설과 함께 도판을 중심으로 살펴본다.



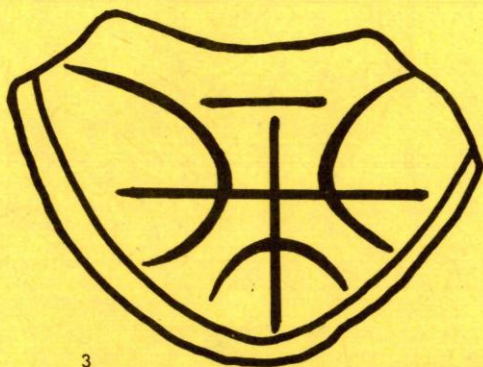
2



5



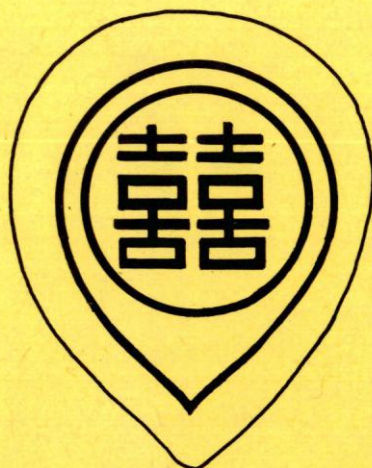
8



3



6



9



4

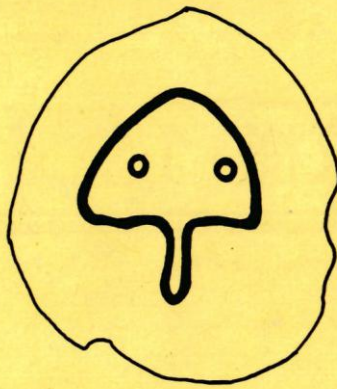


7

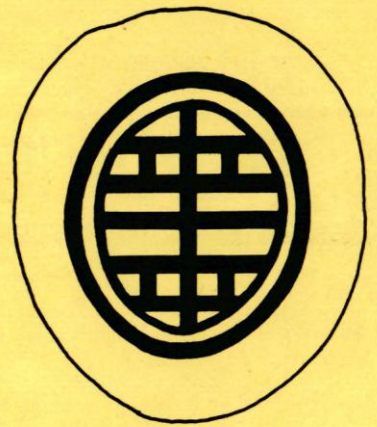




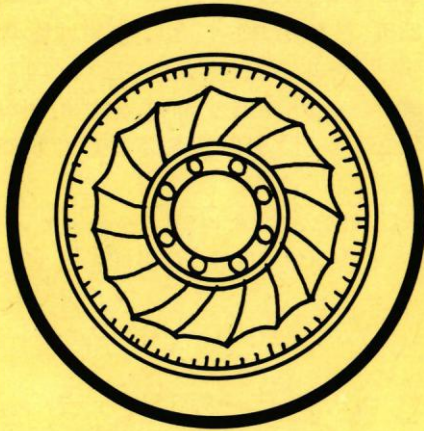
10



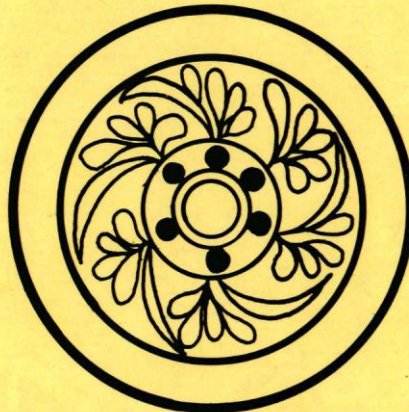
11



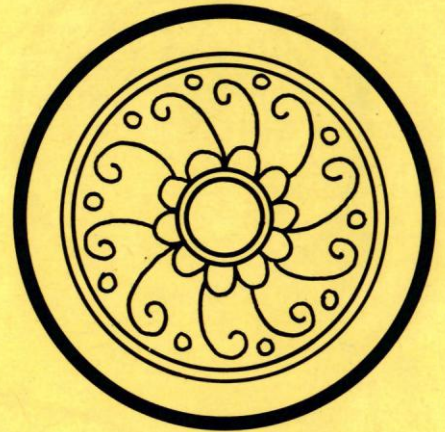
12



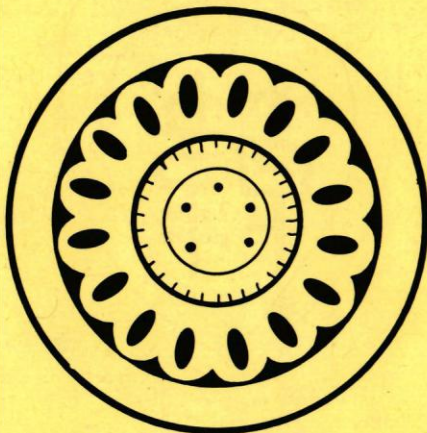
13



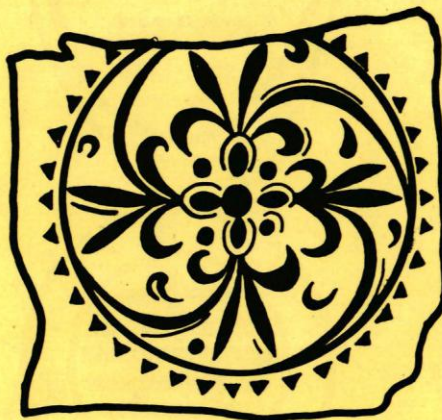
14



15



16



17



18

백제 와당의 발전 과정을 살펴보면 전기(前期)의 와당은 한강 유역에서 발견되는 초기 와당으로서 중국 남조(南朝) 시대와 고구려의 계통을 이어받은 것이라 할 수 있지만, 차차 백제적인 특성의 와당도 나타나고 있다. 그리고 후기(後期)의 와당은 당(唐)의 영향을 받아 좀더 장식적인 의장(意匠)이 가해지고 있는 것은 고구려나 신라의 경우와 같다. 전기 와당의 특징은 고구려 와당에서 나타나고 있는 차륜상(車輪狀)의 기하학적 구성과 똑같은 모양이 있는가 하면, 연화(蓮花)의 판단(瓣端)이 인자형으로 점형(尖形)을 이루고 연판의 윤곽을 융기선(隆起線)으로 돌렸다. 백제 와당은 고구려 와당처럼 다양한 형식은 나타나고 있지 않지만 단순·단정하면서도 전체적으로 부드러운 인상을 주는 것이 그 특징이라 할 수 있으며, 주로 연화문(蓮花紋) 형식이 주류를 이루고 있다.

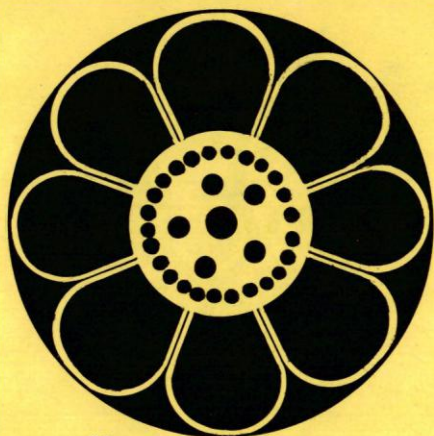
1~12: 이조 시대 문자문(文字紋)

13~19: 백제 와·전(瓦塼) 문양



19





20

신라 와당은 연화문(蓮花紋)이 주류를 이루고 있으며, 그 밖에 보상화문(寶相華紋) · 화훼문(花卉紋) · 당초문(唐草紋) · 인물문(人物紋) · 문자문(文字紋) · 서수문(瑞獸紋) · 서금문(瑞禽紋) · 운기문(雲氣紋) · 월상문(月像紋) · 귀면문(鬼面紋) 등이 주로 발견되고 있다. 신라 와당 중 숫막새 기와에는 자방(子房) 또는 중방(中房)이라 불리는 원곽(圓廓)이 있고 그 둘레에는 연판이 둘러져서 내구(內區)를 이루며, 그 둘레에 다시 연판이 둘러져서 외구(外區)를 이루게 됨으로써 중판(重瓣) 연화문이 구성된다. 자방에는 대개 연자(蓮子)가 도드라지게 표현되는 것이 상례이나 신라 기와에서는 커다란 돌기(突起)를 중심으로 연화문을 이룬 것이 나타나며, 좀더 화려한 무늬를 구성하고 있다. 신라 시대 와당은 무궁무진한 변형을 보여 주고 있어 당시 건축의 규모와 수량 및 화려함을 짐작할 수 있다.

20 : 백제 시대 연꽃 무늬 서까래 막새

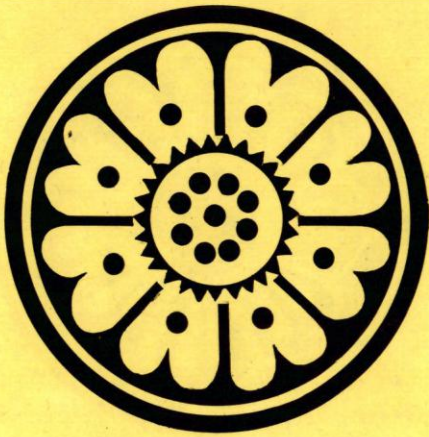
24~26 : 고신라 시대 연꽃 무늬 숫막새

21~23 : 백제 시대 연꽃 무늬 숫막새

27~30 : 고구려 시대 인동문(忍冬紋)



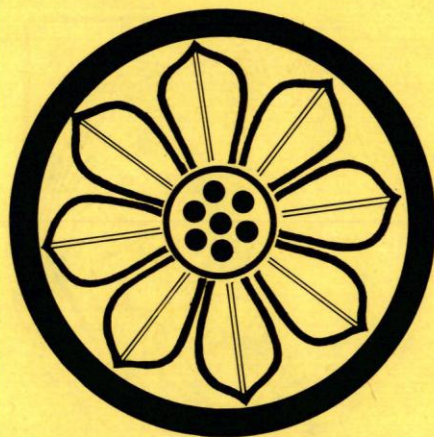
21



22



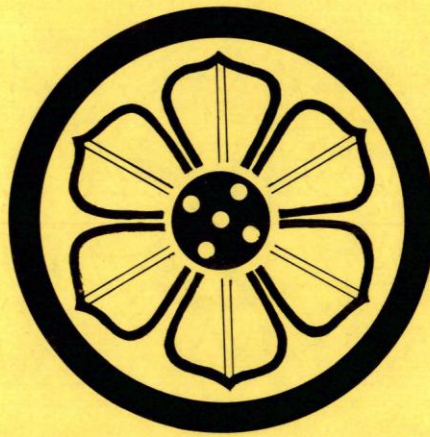
23



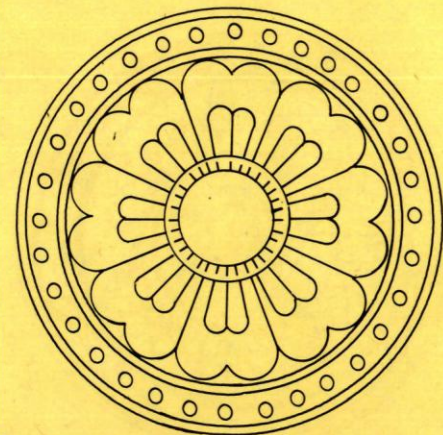
24



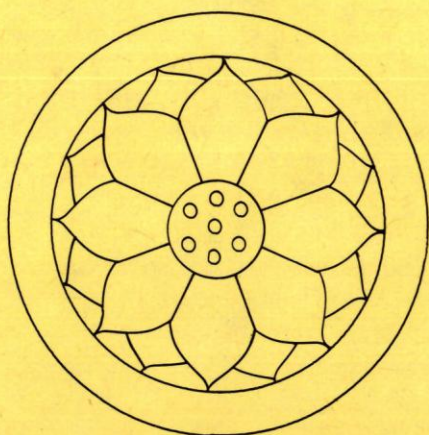
25



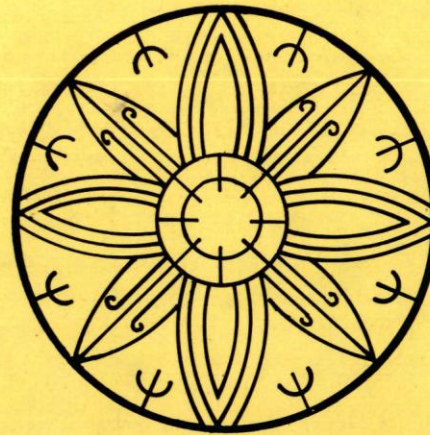
26



27

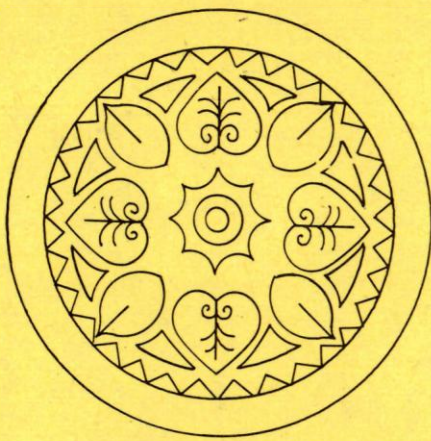


28

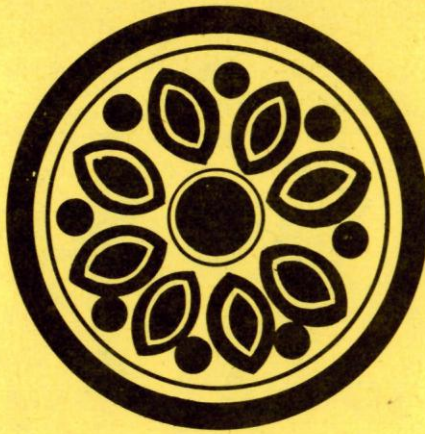


29





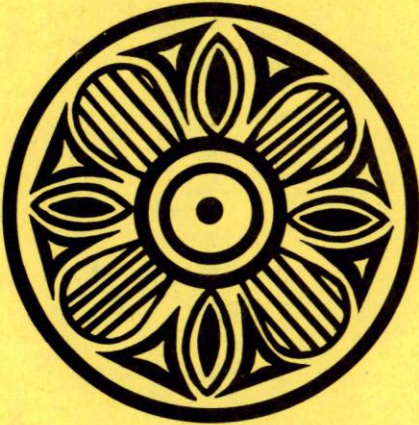
30



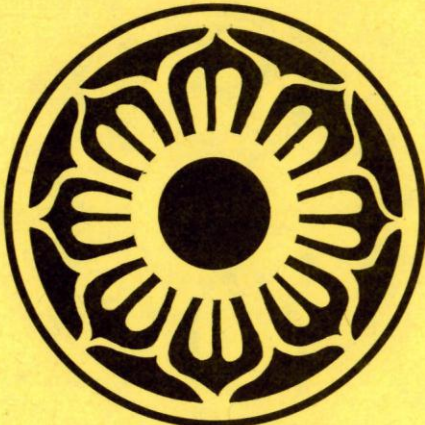
31



32



33



34



35



36



37



38

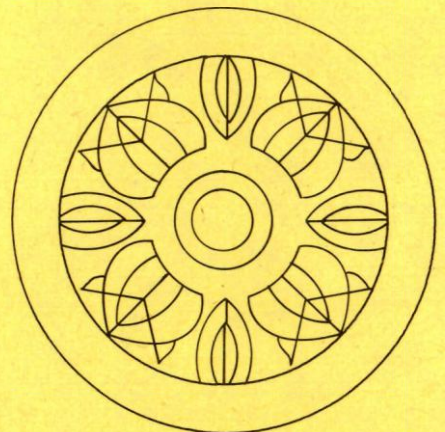
고구려 와당에 나타나는 문양에는 안정과 긴장이 가미되고, 구성적이고 기하학적인 양식을 보이고 있다. 고구려 와당의 유형을 살펴보면 우선 외형부터 수키와(九瓦·巴瓦)는 원형이 대부분을 차지하고 특수한 모양의 반원와(半圓瓦)가 일부 발견되었으며, 암키와(平瓦)는 눈썹형이 일반적이었다. 고구려 와당의 외형에 나타나는 의장 방법을 보면 테두리의 둘레가 좁게 둘러지고 내구(內區)와 둘레의 요철(凹凸)이 유난히 뚜렷한 것이 특징이다. 의장 문양에 있어서도 매우 단순하고 간명한 것이 특색이며, 태토(胎土)의 색깔도 통구(通溝)에서 출토된 기와는 회흑색을 띠고 평양 부근에서 발견된 기와는 적갈색 계통을 띠고 있다. 고구려 와당에서는 전반적으로 방사선상과 동심원(同心圓) 또는 차륜상(車輪狀) 형식이 다수 발견된다.

31~34 : 고구려 시대 연꽃 무늬 숫막새

38 : 고구려 시대 숫막새

35~37 : 고구려 시대 귀면문(鬼面紋)

39 : 고구려 시대 화문(花紋)



39



여기는 등산 길입니다. 화랑재는 당신 속에 있었던 것을..... 등산 길이 너무 어수선했군요. 세상을 밖으로만 볼 것이 아니라 당신 안으로 보세요. 더 깊고, 더 넓고, 더 높습니다. 그런 다음 우리가 당신에게 해 줄 수 있는 것은 당신의 무한한 잠재력을 일깨워 주고, 학교 안의 것보다 더 깊고 더 넓고 더 높은 것을 가르쳐 드리고 있습니다.



## 아트 센타 스쿨은 디자인 전문 교육기관입니다.

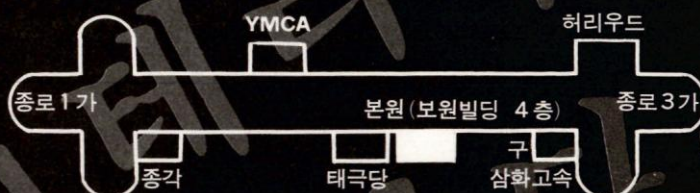


Art Center School

### 그래픽 디자인과, 인테리어 디자인과, 패션 디자인과

학생은 수시로 모집하며 수료 즉시 전원 철저하게 연관 업체에 취업을 시켜드리고 있습니다. 디자인 뱅크의 부설 교육 사업부 (Design Job Study Club)이므로 매반 9명을 정예 교육시키고 있으며 교육 내용에 관한 한 프라이드가 아주 강합니다. 또한 이곳 회원들은 누군가가 여기를 다른 곳과 비교해서 얘기하면 모욕감을 느낍니다.

문의 전화 725-1358





# 現代都市環境과 수퍼그래픽

고 창 훈  
한국 산업 은행 디자인실

햇빛의 무거운 콘크리트와 육중한 철골 구조물의 밀림 속에서 생활하는 도시인들은 넓게 펼쳐진 푸른 하늘과 바다를 염원하며, 도시 공간 속의 숲과 새와 꽃들을 갈망한다.

그러나 도심 속에서 사방을 둘러보아도 보이는 것은 거대한 회색빛 벽체(壁體)들이다. 이와 같은 도시 환경 속에서 생활하는 현대인은 어쩔 수 없이 정신적 무력감을 느끼고 비인간화되어 가기 마련이다.

인간의 감정은 환경의 영향을 많이 받게 됨에 따라 이러한 문제는 최근 시각 공해(視覺公害)라는 말로 불리면서 심각하게 대두되기에 이르렀다. 그런데 이와 같은 환경은 예술가들의 노력과 관심에 의해 마술처럼 탈바꿈되고 있다.

하늘을 가린 거대한 벽체(壁體)가 푸른 바다와 하늘로 변화하고, 때로는 공장 지대의 육중한 구조물들이 아름다운 도시의 오브제로 변화되는가 하면 복잡한 도시에 초원과 꽃들이 창조되기도 한다. 그 방법이 바로 환경 디자인으로서의 수퍼그래픽(supergraphic)이다.

수퍼그래픽은 인위적인 시각 환경을

창조함으로써 도시의 구조물이 가지는 질감(質感)이나 본래의 속성을 색채 계획에 의해 은폐시키고 가변적(假變的) 환상 공간(幻想空間)을 창출하여 도시가 가지는 물리적 강박 관념으로부터 해방시켜 주고, 햇빛 세계를 환상적 세계로 바꾸어 주는 환경 디자인으로서 구미에서 선풍적인 붐을 일으키고 있다.

수퍼그래픽은 1966년 미국의 건축가 찰스 무어(Charles W. Moor)가 소노마 해변에 설계한 시이 랜치(Sea Ranch)라는 별장의 내부에 색채와 패턴을 적극적으로 도입한 것에서부터 확산·발전되었다. 수퍼그래픽의 개념이 건물의 표면이나 공간의 표정을 효과적으로 변화시켜 주는 작업을 총칭한다면 그 역사는 단지 현대에 국한되는 것만은 아니라 할 수 있다. 예를 들면 인류 최고(最古)의 이미지로 남겨진 알타미라(Altamira)나 풍드곰브, 또는 라스코 동굴의 벽화 역시 일종의 수퍼그래픽의 잠재적 원형으로 볼 수 있을 것이다. 그리고 르네상스 시대의 성상(聖像) (Icono Graph)이나 스테인드 그래스 또한 동양의 사찰에 그려진 정화(幀畵)나 단청(丹青) 등에서 수퍼그

래픽의 유래를 찾아볼 수 있다. 어떤 의미에서 본다면 수퍼그래픽의 발생은 인류 역사와 함께 시작되었다고도 볼 수 있는 것이다.

현대적 의미의 수퍼그래픽은 1960년대 미국을 중심으로 시작되었다. 그 동기로서는 첫째 종래의 도시와는 달리 현대 도시가 점차 그 스케일이나 양의 확대에 의해 대형화·고밀도화됨에 따라 도시는 자연히 새로운 환경에 맞는 표정으로 색채의 기능과 조형성(造形性)을 요구하게 되었고, 따라서 그래픽이 상업적이고 합목적적 성격으로서 새로운 시각 환경 조성을 위한 수단으로 이용되면서 수퍼그래픽이 발전되었다는 점이다.

둘째로 캔버스의 제약을 초월한 거대한 스케일의 전시장장을 벗어난 회화양식(繪畵樣式)이 건물 외부에 도입되면서 보다 활발하게 발전되었다. 이와 같은 수퍼그래픽은 결국 도시 환경에 색과 조형성을 부여하게 되었고, 이것은 도시의 미감(美感)에 자연스럽게 조화를 이루게 되었으며, 인간 생활 환경을 보다 쾌적하게 해 주는 새로운 디자인 영역으로서 그 위치를 구축해 나가고 있는 것이다.

수퍼그래픽이라는 용어는 퍼블릭 아트(Public Art), 시티 뮤럴(City Mural), 스페이스 그래픽(Space Graphic), 빅 아트(Big Art), 뮤럴 페인팅(Mural Painting) 등의 많은 이름들로 불리고 있지만 언어학적으로 볼 때 수퍼그래픽이란 단지 거대한 그래픽이라고만은 할 수 없다. 물론 수퍼그래픽의 양상이 거대한 것만은 사실이나 오히려 그것은 종래 그래픽의 제한적 특성을 초월한 것으로서의 의미를 지닌 것이라고 할 수 있다.

그래픽은 1454년 구텐베르크(Johan-

① 캘리포니아에 있는 하이퍼리얼리즘 양식의 뮤럴

② 프랑스 아파트 단지에 도입된 색채 계획





nes Gutenberg)가 인쇄 복제술을 발명한 때부터 시작되었다고 할 수 있다. 따라서 본래 그래픽은 복제(複製)의 기능을 가지고 있으며, 종래의 그래픽 개념은 인쇄 복제 기계에 의한 한정된 사이즈의 성격에 있었다. 그러나 오늘날의 슈퍼그래픽의 개념은 그러한 한정된 틀을 넘어서 그래픽 적용 대상이 우리가 살고 있는 방이나 벽 또는 건물 외부의 페인팅을 비롯하여 집합 주택(集合住宅)이나 아파트의 색채 도입, 그 밖에 낡은 건물이나 점포의 색채, 패턴의 부가, 그리고 공공 시설물에까지 환경에 대한 이해를 바탕으로 거리·도시 또는 우리의 모든 일상적 생활 공간으로 확산되면서 종래의 그래픽 개념과 성격을 달리한 환경 디자인의 한 장르로서 우리에게 새로운 의미를 전달하고 있는 것이다.

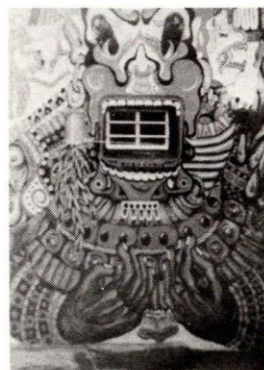
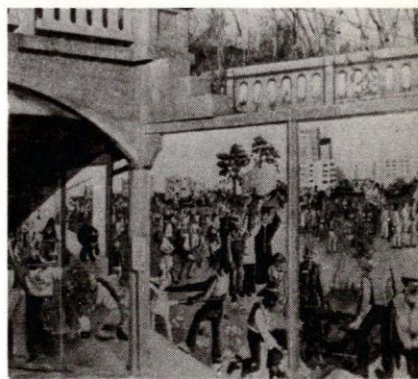
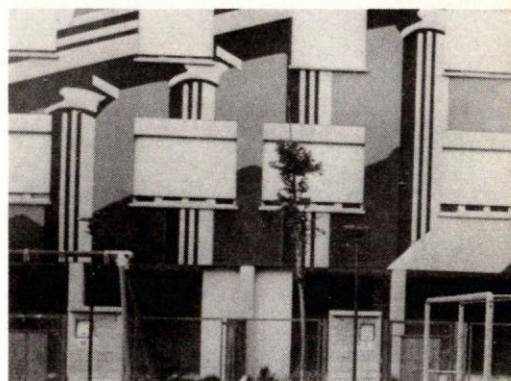
슈퍼그래픽은 현대의 도시 환경이나 건물의 스케일이 대형화함에 따라 상업 목적을 띤 대형 광고물의 영향과 더불어 새로운 미의식(美意識)을 부여하기 위한 회화상의 한 사조로서의 팝아트(Pop Art)적인 순수 미술과 만나게 됨으로써 보다 복합적으로 발전해 가고 있다. 특히 슈퍼그래픽은 미술에 있어서 독자적으로 지배되어 오던 미학 체계(美學體系)나 표현 방법 또는 조형·색채 등의 전통적 방법에 얽매이지 않고 미술과 사회 및 대중과의 바람직한 관계 설정이라는 측면으로까지 나아감에 따라 그 제한된 기성 개념을 탈피하여 대중 속에서 이루어지며, 또한 쉽게 이해될 수 있는 대중 예술로서 거리나 도시 그 자체가 하나의 캔버스·프레임·패널화한 초대형 회화(繪畵)로서의 성격과 더불어 시각 전달의 기능도 지니는 일종의 비주얼 아트(Visual Art)이기도 한 것이다. 이는 또한 그래픽 요소로서 도시 환경에 장식성(裝飾性)과 기능성(機能性)을 부여한 것에 큰 의미를 지니고 있다.

슈퍼그래픽은 다음과 같은 몇 가지 양상으로 분류할 수 있다.

#### ① 장식적 성격이 강한 것

추상 미술과는 반대로 구상적(具象的)이며 Pop적인 민중 예술이나 거리의 예술(Street Art)의 성격을 띠고 도시 환경을 장식하는 기능의 종류로서 하이퍼리얼리즘 양식의 로스엔젤레스 지역의 슈퍼그래픽을 예로 들 수 있다.

#### ② 건물의 기능을 의식한 합목적적인



3

③ 구조물의 기존 형태가 슈퍼그래픽의 요소로 역이용된 경우

것

낡은 건물을 그대로 보존하면서 새로운 용도를 겸하기 위하여 표층(表層)의 도색(塗色)을 바꾸거나 거대한 구조물의 단조로움을 피하기 위해 색채를 부여하는 경우와 공장·학교 등의 공공 장소의 외부뿐만 아니라 내부에도 색채 계획을 적용시켜 시각적 효과와 기능적 효율성을 제하기 위한 것을 들 수 있다.

#### ③ 개인적 환경과 관계 있는 것

슈퍼그래픽은 실외의 도시뿐만 아니라 개인 생활 공간인 방이나 부엌·침실 등에 도입함으로써 실내에서 느낄 수 없는 새로운 이미지를 창조하는 것으로서 가구·도구·커튼 등도 이에 해당된다.

#### 슈퍼그래픽에 있어서의 뮤럴 페인팅

슈퍼그래픽의 적용 대상은 우리의 모

든 일상적 생활 공간에 적용되고 있으나, 이를 대표할 수 있고 가장 많이 사용하는 적용 대상은 주로 건물의 벽이라 할 수 있다. 이러한 벽을 대상으로 하여 벽화적 수법으로 이루어진 슈퍼그래픽 현상을 뮤럴(Mural)이라 한다. Mural이란 프랑스어의 Mur(벽·담장)의 형용사 Mural에서 따온 단어로서 벽을 대상으로 한 슈퍼그래픽을 일반적으로 뮤럴이라 한다.

뮤럴 페인팅은 1960년대 말 미국을 중심으로 일어났으며, 미국의 뮤럴 운동은 멕시코 벽화의 영향과 미국의 사회적 정신 상황을 배경으로 흑인과 소수 민족들을 주축으로 탄생하였다. 미국의 뮤럴 페인팅은 미국 사회에 대한 능동적 참여에 의해 이루어졌다고 할 수 있다.

1960년대 미국의 정신 상황은 베트남 전쟁에 대한 반전 운동(反戰運動)과 흑인 차별 등의 인종 문제 및 경제



적 불황 등으로 인한 불안정한 노동 조건과 오염된 환경, 그리고 그 뒤에 일어난 워터게이트 사건 등의 모든 사회 불만 요소들이 하나의 사회 저항 운동으로 변했으며, 이 같은 저항 운동은 미국의 뮤럴 페인팅 운동이 생기게 하는 좋은 계기가 되었다. 특히 흑인들의 권한을 위한 외침이나 사회에 저항하는 소수 민족들의 영향은 예술가들에게도 파급되기에 이르렀다. 예를 들면 블랙 파워(Black Power) 운동은 흑인 민족 자신들의 이미지를 재정비 하였고, 미국의 소수 민족들에게도 공감을 갖게 하는 동질감(同質感) (identity)을 형성시켰으며, 이들은 역사적이고 문화적 유산을 찾으려고 노력하였다. 이 같은 사회적 정신 상황은 결

국 공동체에 대한 커뮤니티를 요구하게 되었으며, 이에 부응하여 뮤럴 페인팅은 공동 언어의 한 수단으로서 전개된 것으로 일종의 커뮤니티 아트(Community Art)의 기능을 수행하면서 전개되어 갔다. 또한 사회적 상황의 영향과 함께 뮤럴 페인팅은 미술관이라는 형식으로부터 탈피하려는 화가들의 욕망과 시도가 일치하여 뮤럴 페인팅 탄생의 또 하나의 큰 기폭제가 되었다.

현대 미술의 양상이 개인적 권위와 사조적 형식주의에 홀려 제한 공간(制限空間)으로서의 박물관이나 미술관에서만 전시됨으로써 대다수 대중과 유리되기 일쑤였던 현대 미술의 맹점에 상당수의 화가들이 회의를 품고 새로

운 미술 형식을 추구하게 되면서 팝 아트(Pop Art), 오퍼 아트(Op Art), 미니멀 아트(Minimal Art), 해프닝(Happening) 등의 양상으로 캔버스와 전시장의 제한 조건을 벗어나 거리의 수많은 벽면에서 그들의 감정 세계를 표현하게 되면서 도시에 독특한 시각 세계(視覺世界)를 창출하게 되었다.

이와 같은 상황을 배경으로 처음 탄생된 뮤럴 페인팅은 1967년 봄 시카고의 흑인촌에 버려진 한 2층 건물의 벽면에 윌리엄 워커(William Walker), 유진 에다(Eugene Eda), 존 웨버(Jhon Weber), 마크 로고빈(Mark Rogovin) 등이 주동이 되고 'O. B. A. C'라는 멤버들에 의해 제작된 '존경의 벽(Wall of Respect)'이라는 뮤럴 페인팅이었다. 이들 작품에 의해 분기(分歧)됨으로써 수많은 뮤럴이 제작되기 시작했는데, 이것은 조형성이나 미학적 가치보다는 사회적 성격이 강한 대중 예술로서 상징적이며 풍자적 성격을 지녔으며, 표현 방법은 대형 광고물 등의 영향을 많이 받았다. 이들 뮤럴 페인팅은 도시에 색채를 부여하여 생동감(生動感)과 표정을 주었고, 새로운 공간감(空間感)을 창조하는 시각 예술로서 결국 수퍼그래픽의 형태로 귀결되는 것이며, 또한 수퍼그래픽은 벽화적 성격이 강함을 말해 주고 있다.

### 수퍼그래픽의 특성

수퍼그래픽의 특성은 여러 측면에서 찾을 수 있으나 전술한 바와 같이 단적으로 말해서 그래픽으로부터의 확산에 있으며, 거대한 스케일과 착시 원리(錯視原理)에 의해 외위의 감동을 가져와 직감력(直感力)과 호소력을 주는 것이 커다란 강점이라 할 수 있다.

수퍼그래픽의 대상이 되는 것은 건물 그 자체이고 그 일부이면서 동시에 그것을 배경으로 존재한다. 이것은 제한된 캔버스에 그리는 작품과 완전히 다른 차이점이다. 즉, 환경에 있어서 그래픽 디자인의 경우에는 그것이 어디에 어떤 상황에 있는 것인가가 평가의 기준이 되는 것이지만 수퍼그래픽의 경우에는 건물에 연루되는 것을 조건으로 하면서도 거기에 결코 종속되지 않으며 어디까지나 독립하여 서로의 공존 관계를 가짐이 그 특성이라 할 수 있다. 그것은 또한 메시지를 전달

④ 뉴욕의 기하학적 양식을 대표하는 수퍼그래픽

⑤ 오를랜드를 상징하는 오크나무를 주제로 한 뮤럴

⑥ 현대 문명을 대표하는 텔레비전 문화를 대변하기 위해 배우를 등장시킨 로스앤젤레스의 초대형 뮤럴

⑦ 타이포그래피를 이용한 수퍼그래픽

⑧ 영화 배우를 주제로 한 로스앤젤레스의 수퍼그래픽

⑨ 백화점의 이미지를 잘 표현한 반포의 백화점





하려는 의도로도 제작되며, 도시가 변모해 가는 과정 속에서 수퍼그래픽은 더럽고 낡은 건물의 이미지를 저렴한 비용과 간단한 방법으로 탈바꿈시킴으로써 보존(保存)과 갱신(更新)의 양면성을 가지고 있기도 하다.

그러나 이와 같이 시각 환경에 기여하는 바가 큰 수퍼그래픽도 많은 단점을 가지고 있다. 그것은 종래의 그래픽처럼 제작이 용이한 것이 아니라는 점과 도시에 또 다른 시각 문제를 야기시킴을 배제할 수 없다는 점이다.

우선 제작상의 몇 가지 어려움으로서는 다른 그래픽이나 회화와는 달리 엄청난 크기(size)로 인하여 제작 비용이 많이 든다는 점과 작품을 제작할 벽면을 구하기가 어렵다는 점, 그리고 대중의 기호도(嗜好度)의 영향으로 그 수명이 짧다는 점, 그 밖에도 벽이 가지는 입지 조건이나 주변 환경, 벽의 텍스처와 형태 등에 많은 제약을 받는다는 점 등을 들 수 있다.

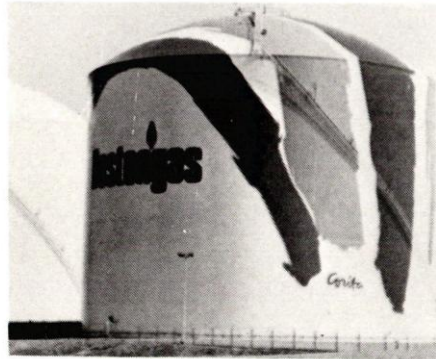
그러나 무엇보다 중요한 문제는 수퍼그래픽이 과연 도시 환경이나 미관에 어떻게 조화될 수 있느냐 하는 문제이다. 자칫 수퍼그래픽이 국가적·지역적 이미지나 주변 환경과 질서의 조화를 잃고 이질감을 주거나 색채나 조형들이 도시의 시각적 피로를 가중시켜 또 하나의 시각 공해의 요인이 될 우려가 많다는 점이다. 특히 상업적 성격을 띤 수퍼그래픽의 경우에 있어서는 명시성(明視性)이나 유혹성(誘目性)을 너무 의식한 나머지 도시의 미관을 저해하고 시각 공해화하는 문제들을 유발시키고 있는 점을 생각할 때 더욱 그러하다고 볼 수 있다.

### 수퍼그래픽의 우리 나라 도입 문제

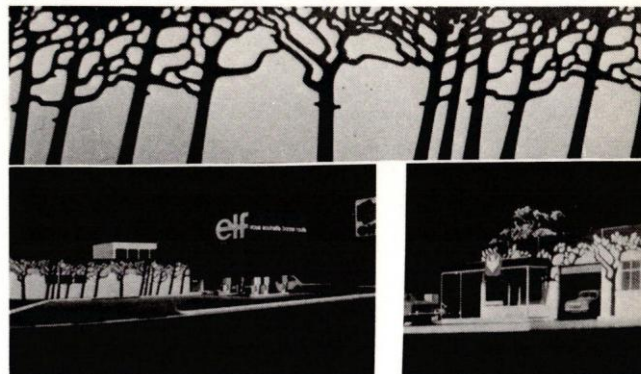
국내의 수퍼그래픽 도입에 있어서 우선 문제시되는 것은 외국의 수퍼그래픽이 색이나 조형에 있어 서양의 문화 의식이나 미의식을 기초로 이루어졌음을 고려하지 않을 수 없고, 따라서 당연히 문화권(文化圈)이 다른 우리 나라에 있어서 그 스타일을 그대로 받아들일 수 없다는 점이다. 즉, 우리의 여건이 서구의 생활 관습이나 지리적·지역적 특성, 그 밖에 사회·문화적 여러 여건에 있어서 많은 차이가 있는 만큼 어디까지나 우리의 여건이 우선적으로 고려되고 우리의 생활 환



10



11 12



⑩ 비상업 목적으로 도시 환경에 미감을 주는 명동 입구의 상가

⑪ 공장 지대의 무거운 분위기를 제거시켜 주는 수퍼그래픽

⑫ 영화 도시의 특성을 살려 배우를 모델로 하여 제작된 캘리포니아의 뮤럴

경에 맞는 수퍼그래픽이 이루어져야 할 것이다. 다시 말하면 민족적 기호도에 맞는 색채 연구 및 전통 문양에 대한 현대적 해석과 계승 발전, 고분벽화나 민화(民畵) 등의 응용과 새로운 조명 등이 가해짐으로써 서구 수퍼그래픽의 방법론에 전통 양식의 정신성(精神性)을 가미한 특이한 양식 등이 고려될 수도 있을 것이다. 또한 오늘의 우리 도시의 미관(美觀) 및 도시를 둘러싼 자연 환경이나 건축 양식과도 무리 없이 조화될 수 있는 방법들이 탐구되어야 할 것이다.

서구 도시에서 사용되는 수퍼그래픽의 강렬하고 자극적인 색채나 기하학적 문양 및 형태 등을 우리 나라의 도시 경관이나 동양적 자연 환경에 그대로 도입할 때 많은 무리가 생겨나고 거부감을 야기시킬 수 있을 것이다. 따라서 먼저 그 도입에 있어서는 색채나 형태, 그리고 우리의 도시 환경 여건 및 한국인의 미감(美感)과 체질 등에서 면밀하게 분석·고려되어야 할 것이다.

또한 우리 나라에는 아직 수퍼그래픽의 도입 여건이 무르익지 않았다는 점과 우리 나라의 기존 도시 질서나 건물이 수퍼그래픽의 도입을 염두에 두고 설치되지 않았으므로 마구 난립된

광고물이나 여러 시각 요소들과 구분하기 어렵게 혼란을 가중시켜 자칫 또 하나의 시각 공해 문제를 야기시킬 수도 있다는 점을 배제할 수 없다.

따라서 하나의 방법론으로서 우선 수퍼그래픽의 도입에 있어서 부분적으로 낡고 더러운 구조물의 표면에 색채를 부여함으로써 그 속성을 은폐시키는 방법으로부터 시작할 수도 있을 것이다. 따라서 우선 기존 시각 요소들이나 설치물과의 마찰을 최대한 줄이면서 보다 원활하고 효율적으로 이의 도입을 시도해 감으로써 수퍼그래픽의 공중 전달의 수단 측면 가능성도 아울러 타진하면서 순차적으로 전개할 수 있을 것이다. 그런 연후에야 서울이 서양의 한 도시로서가 아닌 한국의 도시로서의 아이덴티티를 확립할 수 있으리라 본다.

특히 한국에 있어서의 도시 공간에 새로운 시각 체험(視覺體驗)과 공간의 확대 해석을 위한 수퍼그래픽의 도입 문제는 정책 입안자의 양식 문제나 이 분야의 전문가 양성 문제, 그리고 그 밖에 시민의 미의식 고양과 같은 보다 복잡한 여건들로 인해 앞으로 더욱 연구되어야 할 사항이라고 할 수 있을 것이다. □



# 심볼의 理解度を 決定하는 方法

Establishing ways to decide whether people understand -symbols

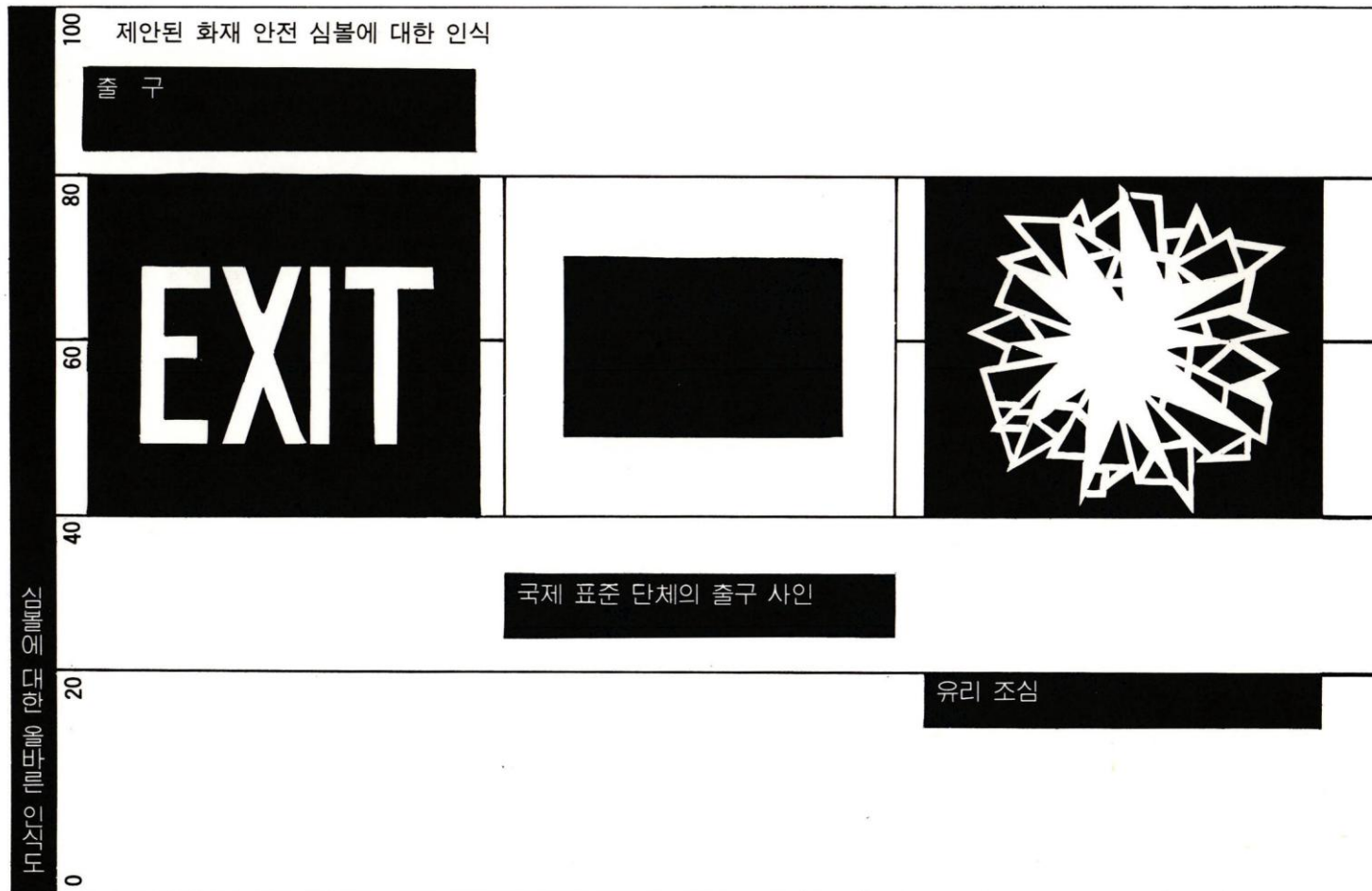
벨린다 L. 콜린즈 / 브라이언 C. 피어맨

국가 표준 사무국(The National Bureau of Standards)은 안전에 관련된 심볼들의 연구 프로그램을 설립했다. 왜냐 하면 안전에 관련된 심볼들을 실제로 사용하기 전에 사람들이 얼마나 이러한 심볼들을 이해하고 있는가를 조사하는 것은 매우 중요한 문제가 되기 때문이다. 국가 표준 사무국에서 조사한 바에 의하면 사람들은 화재가 발생했을 때를 대비하여 제시된 국제적인 심볼들을 잘못 이해하고 있는 것으로 나타났다.

일반적으로 미국의 건축물에서는 사용자를 위한 안내나 사용자 보호 또는 사용자에게 알리고자 하는 사항들은 대부분 글자로 표시하고 있다. 그러나 최근에 와서 이러한 사인(sign)들을 상징적인 심볼이나 픽토그램(pictogram)으로 대체하여 사용하고 있으며, 그 성장 속도는 놀랄 만큼 빨리 확대되고 있다. 이러한 노력은 1930년대 초기에 표준 교통 심볼의 개발과 함께 유럽에서 처음으로 시작되었다. 그 이후 이 문제를 연구하는 사람들은 이와 같은 심볼들이 언어가 서로 다른 사람들과

문맹자들에게도 매우 정확하고 빠르게 정보를 전달해 준다는 사실을 밝혀 냈다. 현재 국제적으로 표준화된 많은 심볼들이 노동자의 안전과 위험물 수송, 더 나아가서는 건강에 관련된 문제들에 적용되고 있다.

그러나 이러한 심볼 사용의 잠정적인 효과에도 불구하고 심볼들의 개발과 사용, 특히 개발된 것을 실제로 적용하는 데는 많은 어려운 문제들이 있다. 그 중의 하나는 이러한 심볼들이 표준화가 제대로 되어 있지 않다는 것을 들 수 있다. 모든 조직 단체나 산





업체들은 그들이 필요한 심볼들을 개발하는 데 다른 단체들과 전혀 상의하지 않고 독자적으로 개발하는 예가 허다하다.

일례를 들면, 미국의 교통 당국은 대중에게 정보를 제공하기 위하여 교통 관계에 수반되는 34개의 심볼들을 개발하였다. 그러나 이와 같이 교통 당국에 의해 개발된 심볼들은 다른 지역에서 반드시 사용된다는 아무런 보장이 없으며, 화재나 위험을 알릴 수 있는 심볼의 개발이 포함되어 있지 않기 때문에 완전하게 개발이 이루어졌다고 생각할 수 없다.

또 다른 문제는 하나의 심볼이 서로 다른 상황에서 한 가지 방법으로만 적용될 때 성공적인 효과를 나타내는 경향이 있다는 것이며, 이러한 예를 보면 교통 차량을 위한 심볼은 보행자를 안내하는 데만 사용된다는 것이다. 이와 반대로 하나의 특별한 문제에 여러 가지 심볼들이 사용될 때는 또 다른 문제가 발생되며, 그 한 예가 '출구(exit)' 심볼이 다섯 가지의 서로 다른 방법으로 사용되고 있는 점에서 찾아볼 수 있다. 이 밖에 이미 제작된 심

볼들이 거의 정확하게 평가되지 않기 때문에 심볼을 창조해 낸 사람들은 그들이 전달하고자 하는 메시지를 완전하게 이해하고 있지만, 이와 같은 메시지가 다른 사람에게도 그들이 이해하고 있는 것처럼 정확하게 전달되는지 또는 전달되지 않는지 확실하게 알 수 없다.

현재 국제 표준 단체(The International Standards Organization)에서는 화재의 안전 경보에 관련된 여러 가지 심볼들을 국제적으로 표준화시켜 하나로 통일된 것을 채택하기 위하여 기초 작업에 수반되는 여러 가지 문제들을 고려하고 있으며, 이 문제를 진행하는 과정에서 미국도 84개 국제 표준 단체 회원국의 일원으로 참여하고 있다. 그러나 이러한 문제와 관련된 심볼들의 예비적인 조사 결과는 미국에서 많은 사람들이 아직 이와 같은 심볼들을 정확하게 이해하지 못하는 것으로 나타났으며, 더 나아가서 이러한 심볼들을 평가해 보았거나 실험해 본 사실도 전혀 없기 때문에 이러한 심볼들이 안전에 관한 정보를 정확하게 전달하고 있는지 이에 대한 확실한 데이

터가 없는 실정이다.

우리들은 화재의 안전에 관련된 심볼들이 내포한 의미가 정확하게 전달될 수 있도록 국가 화재 보호 협회(The National Fire Protection Association) 분과 위원회의 후원을 받아 시각적인 사인들과 심볼들을 평가하고 있다. 이러한 시도를 통해서 우리들은 10개 단체의 143명에게 화재의 안전에 관련된 심볼들을 그들이 얼마나 정확하게 이해하고 있는지 질문했다. 이와 같은 프로젝트를 대학 사회나 정년 퇴직자, 그리고 몇몇 소방서의 자발적인 참여로 수행했음에도 불구하고 시간과 재정이 정확한 샘플을 수집하는 데는 충분하지 못했다.

그러나 준비된 심볼들을 하나씩 차례로 제시했으며, 규격은 1×1 피트의 플레카드(placard)로 하고, 거리는 30피이트가 넘지 않도록 했다. 제시된 각 심볼마다 즉시 간단하게 무엇을 나타내는 것인지 종이에 적도록 하고 잘 알 수 없는 것은 "모르겠다"라고 적도록 했다.

이러한 실험 결과를 세 사람의 심사 위원에게 주고 이미 정해진 각 심볼들

전 화



길을 가로막지 마시오

막힌 골목



이 내포하고 있는 의미와 응답자의 반응에 대한 판단을 내리도록 의뢰했다. 모든 심볼들은 “맞았다”, “틀렸다”, “무응답”의 세 가지로 구분하여 평가되었다. 세 사람의 심사 위원 중 두 사람의 의견이 일치되면 그 심볼에 대해서는 특별히 마지막 실험을 한 번 더 했다. 각 심볼에 대한 여러 가지 형태의 응답들은 각각 다른 형태로 평가되었다. 각 심볼에 대한 응답은 세 가지로 구별하여 집계되고, 집계된 것은 비율로 다시 계산되었으며, 이와 더불어 심볼에 대한 응답이 틀렸을 경우에는 틀린 숫자와 대체되어 나타낼 수 있는 의미들로 기록되었다.

### ●중요한 문제점들

이와 같은 실험을 통한 결과를 보면 전화와 종래의 출구(exit) 사인에 대해서는 응답자의 거의 전원이 심볼이 내포한 주제를 잘 이해하고 있는 것으로 나타났다. 그 반면에 막힌 골목에 대한 심볼은 한 사람도 이해하지 못하는 것으로 나타났다.

이와 비슷한 경우로 국제 표준 단체에서 제시한 “출구(exit)”에 대한 심볼과 “유리 조심”, “길을 가로막지 마시오”와 같은 심볼들에 대해서는 겨우 20%에서 25% 정도가 그 뜻을 이해하고 있는 것으로 나타났다.

이와 같은 결과는 매우 기초적인 실험에서 나타난 것이며, 국제 표준 단체에서 제시한 화재 안전에 대한 심볼은 미국에서 많은 사람들이 그 의미를 이해하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 더 나아가서 이러한 실험을 통하여 나타난 결과는 여러 가지 심볼들이 많은 사람들에게 이해되지 못하고 있는데, 여기에는 “출타 엄금(no exit)”과 “화재용 사다리” 등의 심볼들도 포함되어 있다.

또한 여러 가지 심볼들은 잘못 이해되고 있을 뿐만 아니라, 어떤 경우에는 사람들이 반대의 의미로 해석하는 경우도 있었다. 예를 들면 “출타 엄금(no exit)”에 대한 사인은 “출구(exit)”나 “안전 지대(safe area)”로 잘못 해석되는 경우가 있다. 더 나아가서 69가지의 주제에 대한 심볼들을 실험한 결과 거의 70% 정도가 심볼들이 나타내고자 하는 의미를 잘못 전달하고 있는

것으로 나타났다. 이와 같은 방법으로 실험된 전체적인 심볼들에 대한 결과에 의하면, 143가지의 주제에 대하여 140가지 정도가 심볼들이 나타내고자 하는 의미를 사람들이 잘못 이해하고 있거나 무응답으로 나타났으며, “전화”와 “금연”에 대한 심볼만이 “출구(exit)”와 같이 95% 정도 이상의 사람들이 정확하게 이해하고 있었다.

이러한 실험을 통하여 심볼들을 사용하는 데 가장 어려운 문제점으로 대두된 것은 제시된 심볼들이 반대의 의미로 받아들여지는 경우이며, 대체로 이와 같은 심볼들은 완전히 개발되지 않았거나 계획적으로 조리 있게 평가되지 못한 경우에 나타난 것들이다. 그러나 “출타 엄금(no exit)” 같은 심볼이 “안전 지대(safe heaven)”로 해석되는 경우는 잠정적으로 매우 심각한 위험을 유발할 수 있다. 결과적으로 심볼이 적용되기 이전, 특히 위험한 상황에 관련된 특별한 심볼들을 적용하기 전에는 안전에 대한 정보를 심볼이 내포한 의미를 효과적으로 사람들에게 전달하고 있는지 반드시 실험을 통하여 평가해 보아야 한다.

### ●국가 표준 사무국의 연구 내용

안전에 관련된 심볼들을 평가하기 위한 프로그램 연구는 반드시 모든 심볼들이 특별한 사람들에게 심볼들이 의도하고 있는 정보를 효과적으로 전달해 주고 있는지 확인해야 한다. 만일 심볼들이 나타내고자 하는 의미를 사람들에게 효과적으로 전달하지 못하는 경우에는 그 심볼들은 반드시 수정되어야 한다.

이와 같이 심볼들이 의도하고 있는 의미를 사람들에게 정확하게 전달하기 위해서는 첫째로 사람들에게 심볼들이 내포하고 있는 의미를 집중적으로 교육시킬 수 있는 교육 프로그램의 설치가 필요하며, 그 다음에 심볼들에 대한 효율성을 재평가하여야 하며, 둘째는 평가 기간 동안에 얻어진 정보들을 다시 사용해야 한다는 사실이다. 예를 들면 정확하게 의미를 전달하지 못하는 심볼들은 수정하거나 개선해서 사용하여야 하며, 수정된 심볼들을 적용하기 전에는 반드시 다시 한번 세밀한 평가를 거쳐야 한다. 이와 같이 새로

운 심볼들을 평가한다는 것은 매우 중요한 의미를 지니고 있는 것이다.

따라서 국가 표준 사무국에서는 보다 효과적인 심볼들을 사용하기 위해서 안전에 관련된 심볼들을 평가하는 프로그램을 만들고 이에 대한 연구를 시작했다.

다음은 새로운 심볼을 제작하는 데 반드시 검토되어야 할 중요한 문제가 되는 다섯 가지 사항이다.

●어떤 장소와 어떤 상황에서 심볼들이 필요한가?

●이러한 상황을 위해 제작된 심볼들의 효율성은 어떠한 기준과 어떠한 방법으로 평가할 수 있는가?

●효과적인 심볼들의 특징은 무엇인가?

●심볼의 효율성에 영향을 미칠 수 있는 조건은 무엇인가?

●특별한 심볼들에 대하여 사용자가 어떻게 평가하고 있는가?

긴급한 상황에 대처할 수 있는 장소나 작업장에 설치된 안전에 관련된 심볼들은 반드시 특별한 실험과 평가를 거친 것이라야 한다. 표준 심볼의 개발과 평가의 궁극적인 목적은 기술적인 문제들을 성공적으로 해결하여 표준 심볼로서의 유용성을 지니게 하는데 있다. 이러한 표준 심볼들을 개발하고 평가하는 과정에서 우리들은 다양한 방법으로 실험하고, 안전에 관련된 심볼들은 보다 세밀히 평가했으며, 심볼에 대한 사람들의 반응은 경험을 토대로 조사한 후에 심볼로서의 정당성과 유용성이 있는 것만 적용시켰다. 이와 같은 실험으로 얻어진 지식을 바탕으로 심볼 시스템을 개선하고, 교육을 위한 프로그램을 설정할 수 있었으며, 심볼들이 실제로 널리 사용될 수 있게끔 경험을 토대로 뒷받침할 수 있었다.

이미 제시된 심볼들, 특히 안전에 관련된 심볼들의 용이성에 대한 평가는 사용되기 전에 반드시 필요한 사항이다. 우리들은 이러한 표준 평가 방법의 개발이 매우 중요한 요소가 된다는 사실을 알고 있으며, 국가 표준 사무국의 연구 프로그램은 서로 다른 평가 기술에 대한 정보뿐만 아니라 세부적인 안전에 관련된 심볼들의 용이성에 대한 데이터도 제공하게 될 것이다. ■



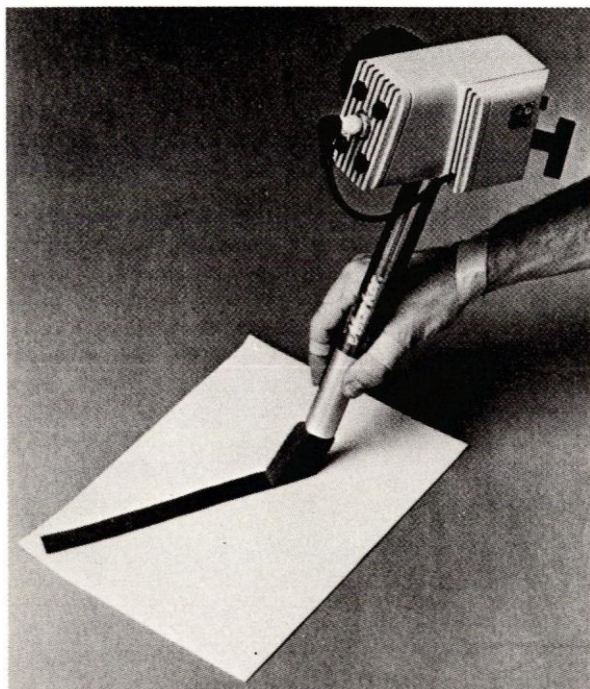
# 世界 디자인 · 包裝 關聯 行事 및 展示一覽

| 展示會名                        | 月 日       | 場 所       | 展示品名       | 展示會名                                     | 月 日         | 場 所       | 展示品名     |
|-----------------------------|-----------|-----------|------------|--|-------------|-----------|----------|
| ipak ima                    | 3.19~3.24 | 밀 라 노     |            | Food-Asia '82                            | 5.18~5.21   | 싱 가 폴     |          |
| 제9회 全日本 木工機械展               | 4.2~4.6   | 東京國際見本市會場 |            | Design Policy                            | 7.20~7.23   | 英國王立美術學校  |          |
| 國際 에네르기 技術展                 | 4.6~4.9   | "         |            | 世界工藝家協會(WCC) 總會                          | 8.8~8.13    | 케냐 나이로비   |          |
| Japan Printing Fair         | 4.9~4.11  | "         |            | EXPO Design                              | 9.20~9.27   | 프 랑 스     |          |
| Cevider '82                 | 4.13~4.18 | 스 페 인     | 도자·유리·장식품  | Software Show '82                        | 10월 上旬      | 토 오 코     |          |
| Competition of ID           | 4.14~4.15 | 스 페 인     |            | 제9회 東京國際包裝展                              | 10.7~10.11  | 東京國際見本市會場 |          |
| The 37th Tokyo Handbag Fair | 4.13~4.14 | 東京都立産業會館  |            | 제22회 全日本 플라스틱 모델 見本市                     | 10.19~10.20 | 東京都立産業會館  |          |
| 3rd Total Housing Fair      | 4.22~5.3  | 大阪國際見本市會場 |            | International Industrial Design Biennale | 10.         | 오 오 사 카   |          |
| 제15회 大阪國際見本市                | 4.22~5.3  | "         |            | 亞細亞包裝聯盟(APF) 總會 및 包裝大會                   | 10.13~10.16 | 시 드 니     |          |
| Mexico alim en tee '82      | 4.26~4.30 | 멕 시 코     | 포장 및 식품 관련 | 國際 産業 디자인 團體 協議會(ICSID) 아시아 會員國 會議       | 10.         | 홍 콩       |          |
| 제7회 東京國際住宅産業展               | 4.28~5.5  | 東京國際見本市會場 |            | Pack Expo '82                            | 11.15~11.19 | 시 카 고     | 포장·기계·재료 |
| '82 全國優良家具展                 | 4.28~5.5  | "         |            | 제25회 國際包裝展                               | 11.15~11.20 | 파 리       |          |
| 世界包裝機構(WPO) 總會              | 5.        | 알 제 틴     |            |  |             |           |          |
| MACRO PAK '82               | 5.10~5.14 | 네 덜 란 드   | 포장 관련      |  |             |           |          |
| Design for living           | 5.27~6.5  | 南阿 케이프타운  | 건축·실내 장식   |  |             |           |          |

## 새 디자인 用具

### 디자인 特選作 컬러 마카

Chrom-Matic Power Marker



디자이너의 필수 도구인 컬러 마카(Chrom-Matic Power Marker)가 개발되었다. 이 컬러 마카를 사용하면 드로잉(drawing)과 렌더링(rendering)을 크고 신속히 할 수 있다.

이 Power Marker의 17마력 공기 냉각 엔진은 2,500psi의 압력을 먹통에 가하며, 연료는 고급 개솔린으로부터 값싼 진(gin)에 이르기까지 다양하게 이용된다.

Power Marker는 사용하기에 매우 편리하게 디자인되었으며, 시간당 50장 이상의 스케치를 할 수 있다.

표준형 마커는 그린·브라운·그린·그린·브라운·그린 등 여섯 가지의 유행 색깔만이 가능하나, 보조 기구를 사용하면 몇 가지의 새롭고 독특한 색깔(medi-ocher, gang-green, gar beige, raw sienna, medium-to-well sienna)을 낼 수 있다.

부속 용구로는 다양한 색통(色桶)과 송풍기, 그리고 마카의 발전기로 사용할 수 있는 특수한 용구를 포함한다.

이 디자이너 용구에는 좁은 공간에서의 작업을 위한 전등과 수면 조정을 위한 자명종, 그리고 12,000와트의 큰 히터와 TV- 디너 쿠키 등이 포함되어 있다.

이 마카의 디자이너와 제조업자는 여러 가지 재료 중 알루미늄 튜브, 거품 덩어리, 머리 타래로 이 마카의 원형을 만들었다. 이보다 개량된 재료를 사용할 경우 제조업체의 판매 가격은 2개에 44.99달러, 4개에 99.44달러가 될 것이며, 여기에 수송·하역·파손 등을 고려할 때 500달러가 추가될 것이다.

이 Power Marker의 제작 책임자는 Gard-Wilson 사의 디자이너 John Gard와 Jay Wilson이다.



# 美國의 홈 패션 디자인과 韓國纖維類의 國際化

朴 洪 根  
在美 홈 패션 디자이너

## 1. 미국 디자인의 일반적인 동향

18세기가 마차와 마부를 동반한 귀족적인 생활 속에서 자연주의적이고 인습적인 디자인으로서 화려하고 유연한 곡선적인 미의 향유였다면, 19세기는 추상적인 디자인이 판을 친 단순미의 극치라고 말할 수 있다.

### 1. 모던 스타일과 그 영향

1893년 미국의 건축가 루이스 설리번(Louis Sullivan)이 시카고 전시회에 제출한 건축 설계도는 “형태와 기능은 일치한다”라는 이념에서 나온 것인데, 인구가 늘어나고 자동차가 질주하는 19세기의 환경에서는 대단히 적합한 것이었다. 그리하여 프랭크 로이드 라이트(Frank Lloyd Wright)와 같은 도시의 아파트 고층 건물을 가능하게 한 건축가가 나오게 되었으며, 이러한 건축에 적합한 가구와 예술이 싹터서 전세계적으로 폭풍 같은 인기 속에서 유행하게 된 것이 모던 스타일(Modern Style)이다. 이것은 아직도 공공 건물과 회사 및 상점 등에서 편리하게 사용되고 있다.

예술은 자연주의적인 것에서 추상적인 것으로 변하고 색상은 더욱 밝아졌으며, 가구나 공예품은 더욱 단순한 형태를 보이게 되었다.

### 2. Contemporary Style과 개성

과학 문명은 더욱 발달하여 자동차 시대에서 비행기 시대로 바뀐 20세기의 후반에서는 여러 가지 고난을 겪어 오는 동안에 일반 대중의 사상이 대단히 개성화되었음을 지적할 수 있다. 예를 들면 사각형의 현대식 건물 속에 옛날의 ‘퀸 앤’ 스타일의 가구를 들여놓거나 오래된 가구를 그대로 사용하고 역사적인 그림을 장식한다든가 하여

일률적인 유행에 만족하지 않고 각자의 성향에 의해서 절충식을 사용한다든가 역사적인 스타일 전체를 그대로 사용하는 사람들이 많이 늘어났다.

이로 인해서 한동안 사용되지 않던 구시대 역사의 색채와 형태 및 스타일이 새로 각광을 받고 재생산하게 되어 오늘날 사용되고 있는 디자인의 종류는 그야말로 이루 말할 수 없는 다양성을 표현하게 되었다.

## 2. 텍스타일을 통해 본 디자인의 기조와 역사

### 1. 이집트

길진 마지애다 ‘Ra’라고 하는 태양신(太陽神)의 문양과 ‘날개를 펼친 매’는 상징적인 의미로 사용되었으며, 연(蓮)의 디자인은 뱀이 오르는 나일강과 이집트인을 축복한다는 의미로서 사용하였다. 최근까지 평면적이고 단순한 이 디자인들을 많이 이용하고 있다.

### 2. 앗시리아



위에 있는 디자인은 ‘Tree of Life’

라는 것으로 100년을 넘게 사용되고 있는 것인데, 페르시아인들이 모방했다. 그 후 인도로 옮겨졌으며, 영국에까지 전파되어 텍스타일과 벽지에 사용되었다.

이 문양의 이미지는 사람이 천당을 향하여 손을 뻗치고 있는 형태이며, 날아오르는 모습 등도 보이고 있었다.

### 3. 그리이스

크레타 섬의 문화는 이집트에 이르기까지 대단히 전성을 이루었는데, 그 모티프로는 바다와 연관된 날으는 물고기와 문어·미역·물결 등이 있다. 꼬아서 짜는 천을 만들고 보오더(Border) 디자인을 넣어 옷을 지어 입었다.



### 4. 로마

고대 중국으로부터 비단을 받아들였으며, 사이프러스로부터는 금사(金絲)로 수를 놓은 것이 전해졌다. 거의가 그리이스의 것을 사용했으며, 페르시아의 패턴이 사용되었다. 티레(Tyre)에서 유래된 염색을 한 천은 부와 권력의 상징으로 여겼다.

### 5. 비잔틴

콘스탄티노플이 동로마의 수도가 되기 전에 비잔틴(Byzantine) 패턴이 사



람이나 새·동물 등속을 미숙한 상태로 그렸으며, 기하학적 형태로 집어넣었다.

그 후 콘스탄티노플이 로마 제국의 수도가 된 후에도 종교적인 상징을 디자인화했으며, 로마 제왕의 권위와 위엄을 보이기 위해 중국의 비단에다 대단히 화려하게 새나 동물을 표현하였는데, 이것은 9세기에서 12세기까지 사용되어 왔다.



6. 중 국



고대 중국은 비단으로 유명했다. 그

패턴은 양쪽이 똑같거나 다르게 하여 프레임(frame) 속에 모란꽃·연꽃 등속을 넣고 새나 용·학·사슴 등을 길조라고 하여 많이 사용하였다. 또한 구름 무늬와 바다 물결 및 종교적인 것도 많이 사용하여 왔다.

## 7. 일 본



일본은 중국과 달리 종교적인 것과 상징적인 디자인을 사용하지 않고 사람의 형상이나 꽃송이·새·일사귀 등을 단순하게 그렸는데, 후지(富士) 산은 가장 애용하는 디자인이기도 하다.

## 8. 이 란



모슬렘교의 영향에서 생긴 추상적인 디자인은 디자인계에 대한 지대한 공

헌이며, 이 사상은 아랍 정신을 영감(靈感)에 의해 충만하게 해야 하는 것이 자연의 재현이 무슨 필요가 있느냐고 생각하여 꽃·새·사람 등 눈에 보이는 것은 일절 사용하지 않았다.

그러나 이란의 지방에서는 Tradition을 사용하여 아름다운 디자인을 만들었는데, 이것이 현재에도 많이 사용되는 퍼션(Persian) 디자인이다.

또한 무어(Moor) 족이 모슬렘 디자인을 완성 단계로 끌어 올려 스페인 디자인에 많은 영향을 끼치게 되었다.

## 9. 이탈리아

시실리 섬에 모슬렘의 영향과 비잔틴의 맛이 접치고, 거기에 또한 Muslim Tradition이 교차되어 놀랄 만한 발전을 보였다. 즉, 좌우가 같은 스타일과 S-Curve의 리듬에다 동물이나 새를 집어 넣고 꽃을 넣어 디자인을 구성하였는데, 이런 것이 Italian Renaissance의 Fabric들이다.

13세기에 들어서서 시실리 섬의 직조공들은 정치적인 이유로 북부 이탈리아로 옮겨 직조를 계속하였는데, 종교적인 영향으로 천사라든가 Cherubim을 묘사하여 수를 놓았다. 이러한 천은 아직도 남아서 그 때의 찬란했던 솜씨를 말해 주고 있다.

팔레르모(Palermo)는 아름다운 비단에 금실로 수를 놓은 곳으로 유명하다.

플로렌스(Florence)는 일찌기 이탈리아 르네상스를 위해 눈부신 활동을 하였다. Velvets, Brocades와 Damask 등은 일반적으로 그 모양이 큰 편이고, 특히 페르시아의 영향에서 온 Pomegranate는 Artichoke 모양 비슷하게 만든 것이 또 하나의 스타일을 형성했다.

15세기에 들어와서는 동물 모양 대신에 무성한 꽃이나 일사귀들로 바뀌고 기하학적인 스타일도 줄어들었다.

디자이너들은 자연주의적이며 크고 대담한 디자인을 구성하여 조각처럼 튀어나오는 듯한 무늬를 만들었는데, 로오열 크라운(royal crown) 같은 모양과 화병 모양의 것을 특히 많이 사용하였다. 그리고 조그만 Allover Pattern들이 인기를 끌었다.

색도 재료로 쓰는 천과 마찬가지로 아주 아름답게 사용하였다. 그 색은 빨강·파랑·보라·크림색·흰색, 그



리고 연한 파랑·분홍색 및 초록 등을 질이 좋은 금색을 곁들여 사용하였다. 이렇게 하여 Woven Textile의 극치를 이루었다.

베니스에는 큰 무역 센터를 설립하여 오리엔트로부터 아주 값지고 진기한 비단을 수입하였으며, 중국은 베니스라는 관문을 통해서 그들의 비단을 유럽에 손쉽게 팔 수 있었다.

제노아(Genoa)는 중국의 영향보다는 르네상스 디자인을 산출해 내었는데, 이 벨벳은 여러 가지 타입으로 짜낸 화분(Jardinière) 같은 것이 알려져 있으며, 모티프는 Flower Garden 등 속이 있다.

## 10. 프랑스



15세기 중엽 예술의 중심지가 이탈리아에서 프랑스로 이전됨에 따라 텍스타일 공장을 세우고 활동을 개시하였으나, 18세기에 접어들어서야 좋은 디자인이 생산되었다.

루이 14세 시대에는 특히 예술이 발달하였는데, 그 이유로는 루이 14세 자신이 예술에 많은 관심을 가졌을 뿐만 아니라 모든 예술에 관한 문제들이 그의 즐거움이었기 때문에 그의 말년에는 대단한 전성 시대를 이루었다.

꽃과 과일 등으로 화관(花冠)을 꾸몄는데, 양쪽이 꼭 같도록 했다. 왕의 권위를 위주로 왕관을 둘러싸고 있는

화려한 꽃들은 참으로 장관을 이루었다. 이 루이 14세의 장려한 장식 모티프는 금속성 Brocades, 아름다운 레이스, 우아한 바로크 패턴 속에 다마스크(damask)를 직접 손으로 짜내었다.

루이 15세 왕조에는 Madame de Pompadour와 Du Barry가 가장 큰 영향을 미친 시대인데, 프랑스 디자이너들은 중국으로부터 온 디자인을 자기들 식으로 바꾸어 넣고 매우 사치한 경향으로 흘렀으나 이것에 대한 경제적 부담을 책임졌다. 흘러내리는 리본이나 스크롤·꽃다발 및 과일 등의 모티프는 대단히 커브를 지우는 곡선이 사용되었는데, 이러한 양식이 로코코(Rococo)를 낳게 한 것이다.

Du Barry도 역시 금과 은실을 사용해서 꽃을 더욱 생생하게 표현하여 그 극치를 이루었다.

루이 16세는 로코코의 절정에 도달시킨 왕조로서 마리 앙투아네트(Marie Antoinette)도 좋은 동반자였다. 직선은 끝이 없는 커브가 진 라인으로 바뀌고, 대단한 장식을 했으며, 색은 밝은 색조에서 회색조의 톤으로 바뀌고 아름다운 호박단이라든가 Brocades Armures와 벨벳 등속을 생산했다.

1804년 나폴레옹이 제왕이 되자 디자인계는 또 한 번 변화를 맞이하게 되었는데, 궁전에서 사용하던 형태는 제거되고 그 모티프는 고대 로마의 형식을 따르게 했다. 화병에 꽃다발과 월계수를 돌린 무늬, 햇불·별·독수리·사자, 그리이스의 날개 문양, 나폴레옹의 약자 'N'이 프랑스 제국을 상징하게 되었다. 역시 색상도 강하고 밝아졌으며, 가구 위에는 Satin을 덮고 실크로 벽을 발랐다.

## 11. 영국

영국의 텍스타일 산업은 프랑스의 루이 14세에 대항하던 종교 개혁자들 중직조에 경험이 있는 사람들이 영국으로 건너와 일을 시작한 데서부터 시작되었다.

영국은 이탈리아와 프랑스의 문예 부흥의 영향을 받았고, 인도의 영향도 받은 것으로 볼 수 있다. 따라서 영국의 꽃 패턴도 인도의 영향인데, 이것은 대부분이 목면(cotton) 위에 찍혀진 것이다. 인도는 목면을 처음 길렀으며, 그 목면 위에 프린팅하는 기술

이 대단히 발달하여 Floral Pattern은 살아 있는 것처럼 묘사하고, 부분적으로는 생략한 점이 있으나 프린팅 결과가 아주 좋고 주문이 많았다.

18세기에 들어와서 영국의 목면 공장이 맨체스터에 세워졌는데, 지금도 남아 있다. 또한 영국은 자기들의 스타일을 확립하여 무명에 프린트했는데, 그 꽃들은 특유한 영국 정원을 묘사하였다.

Adam period에는 좀더 고전적인 Arabesques와 Pompeian 디자인의 영향을 받았다. 또한 19세기 초기에는 프랑스의 사실주의를 받아들여 Victorian period를 형성했는데, 이 사실적인 기법은 탁월하였다.

## 12. 미국

초기 및 후기의 식민 시대를 보면 미국 초창기의 겸소한 스타일과 질기고 실질적인 천을 손으로 짜서 'Eagle' 같은 독창적인 것을 볼 수 있고, 미국 독립 전쟁을 모티프로 한 것들을 볼 수 있다. 그 밖의 화려한 디자인은 영국과 프랑스의 영향을 그대로 받아들인 디자인이라 할 수 있다.

## 3. 현대 미국 디자인의 현황과 시장 동향

### 1. 미국의 시장 동향

미국은 세계 인종의 전시장이라는 말과 같이 여러 인종이 혼합하여 살고 있으며, 이로 말미암아 그 풍습 및 문화와 기호가 서로 다르고 성별·연령·지역 및 계층이 자기 다른 개인의 집합체로 이루어져 있다.

오늘날 '고객이 왕', 즉 일반 대중이 자기들의 상품을 고르고 평가하는 시대에 와서 일반 산업체들은 자기들 마음대로 다량 생산을 할 수 없게 되었다.

이자율은 오르고 물건은 팔리지 않고 적자율은 날이 갈수록 높아져서 파산하는 업체의 수가 점점 증가하고 있다. 그리하여 슈마커·웨버리·코빙턴 같은 몇몇 회사를 제외하고는 사실상 'Costume Order'의 형식으로 바뀌고 말았는데, 이것은 품질과 디자인 및 색을 종류별로 나눈 샘플 북을 만들어 손님들에게 보이고 여기에서 주문을 받는 것만 생산해 주는 것을 말하고 있다.



## 2. 디자인과 색채의 사용 과정

디자인의 모티프는 앞서서도 언급한 바와 같이 추상적인 것과 사실적인 것이 공용되고 있다. 특히 요즈음에는 젊은 층을 위한 디자인이 많이 나오고 있는데, 새·동물·풍자 만화·풍경·일사귀·덩굴 등이 많이 사용되고, 노년과 장년층에서는 전통적인 것이 인기를 끌고 있다.

한 디자인을 사용할 것이냐 아니냐의 결정에는 대단히 신중을 기하는데, 우선 컴퓨터에서 어떤 종류의 패턴이 많이 팔리고 있는지를 조사하여 스타 일리스트가 추천하는 작품을 세일즈 매니저의 심사를 받아 경영자의 결재가 나야 그 디자인을 사용하게 된다.

색채에 대한 감식도가 대단히 높은 서구 사람들은 한 디자인의 색채 배합 때 13~14가지의 견본을 만들어 그것을 완전 검사한 후에 그 중 몇 가지를 프린트하게 되는데, 그 프린트 결과를 가지고 많은 실험을 해 본 후에야 비로소 상품이 생산되는 것이다.

## 4. 한국의 섬유류 수출 촉진 방안

### 1. 유능한 디자이너의 확보

뉴욕에는 파슨스라고 하는 전문적인 디자인 학교가 있으며, 뉴욕에서 일하고 있는 거의 모든 디자이너가 이 학교 출신이다. 또한 뉴욕이 경제적 패션의 세계 중심을 차지하고 있으므로 세계 각국에서 많은 디자이너들이 모여들어 그야말로 많은 수의 아티스트가 있으므로 그 경쟁은 치열하다.

유럽의 여러 나라들은 디자인 자체의 수출에도 대단한 열성을 보이고 있으며, 가까운 일본에서도 자기들의 디자인을 팔려고 경쟁하고 있다. 이러한 시점에서 볼 때 중동이나 아프리카같이 석유나 천연 자원이 풍부하지도 않고 땅덩어리도 조그만 나라인 우리 한국으로서는 인력(人力)이 가장 중요한 자산이 아닐 수 없다. 따라서 세계를 상대로 한 경쟁에서 이기려면 개념적으로 지식인을 만드는 대학 교육보다 구체적인 전문 분야 하나하나에서 전문적인 기능 디자이너를 양성해서 배출시켜야 할 것이다.

### 2. 자료의 확보

뉴욕에 있는 각 산업체마다 특수한

스튜디오를 소유하고 있는데, 이 스튜디오에는 각각 자기들이 필요로 하는 도서실을 갖추고 있다. 이 도서실에는 각종 패션 잡지, 디자인 세계 전집, 각종 식물·꽃·새를 중심으로 한 각종 다큐멘터리, 카아피(copy) 기계와 확대기, 각종 디자인 용지와 물감, 다른 회사에서 나오는 각종 샘플 북 등이 있다. 어떤 디자인을 할 것이냐에 따라 자료를 찾아서 충분한 검토와 판단을 거쳐 디자인을 만들고 있다.

### 3. 세일즈맨의 확충

미국의 산업체는 세일즈맨의 세상이라 해도 과언이 아니다. 깨끗하게 정장을 하고 샘플 넣은 가방을 든 청·장년들은 언제 어디에서나 눈에 띈다. 바로 이들 세일즈맨을 통해서 일선 상거래가 성립되기 때문에 그 숫자는 대단히 많다. 어떤 회사이든 사장이나 부사장을 직접 면담하는 일에는 시간이 많이 걸린다. 따라서 전화를 걸고 기다리고 서성거리고 먼 거리를 왕래하는 이들의 모습은 어디서나 볼 수 있다. 또한 이들은 손님을 만나 이야기하고 주문을 받는 동안에 손님이 무엇을 원하고 있는지 정보를 얻게 되며, 이 정보는 곧 회사에 보고되어 다시 제작 과정에 들어가기 때문에 세일즈맨의 훈련과 고용은 대단히 필요한 것이다.

### 4. 적절한 시기의 포착

아무리 좋은 상품도 그 시기가 늦으면 효율을 극대화시키지 못한다. 좋은 아이디어로 다량의 제품을 만들어 운반하는 동안에 다른 형태의 물건이 더욱 각광을 받게 되는 경우가 허다하다. 유행은 매번 바뀌며, 백화점 진열장에 나오자마자 그 회사는 벌써 다른 유행의 디자인을 개발하여 상품 생산 과정에 들어가 있기 마련이다. 한 번의 다량 생산에서 수입을 올린다는 것은 덩핑 결과를 물고오기 쉽다는 것을 알아야 한다.

## 5. 결 론

### 1. 우리 나라의 전통 디자인

자연미를 우리가 어떻게 형언할 수 없는 완전무결한 미의 복합체라고 한다면, 예술은 사람의 감정을 통해서 나온 것이기 때문에 우리가 잘 알 수 있

고 사용할 수 있으며 즐길 수 있는 것이라 하겠다. 이 예술은 시대와 지역과 민족에 따라 양상이 다른 미의 표현이 나오게 되는데, 각각 다른 예술의 연속적인 기록이 즉 전통 예술, 전통 디자인이라 하겠다.

우리 한국의 전통은 대단히 아담하고 유려한 특성을 갖고 있으나, 중국과 일본 등 역센 나라들 틈에 끼어서 아직도 그 진면모를 인식시키지 못한 단계에 있다. 대개 유행의 주기는 10여년 정도여서 10여년 전에는 동양계 디자인 선풍 중에서 고대 중국의 명·당 시절의 용·학·구름 등의 디자인이 소개되었고, 요즈음의 동양 붐으로는 일본의 대표적 전통 디자인이 인쇄되고 있는 것을 보았다. 이렇게 되면 1988년 올림픽을 주최하는 한국도 각광을 받게 될 것이며, 그 여세를 몰아 한국 디자인 붐이 오지 않는다고는 아무도 장담하지 못할 것이다.

우리의 전통 디자인을 그 특성에 맞추어 더욱 살리고 분명하게 하여 중국이나 일본과의 차이점을 보여 주어야 할 것이며, 자손 대대로 당당하고 고유한 문화의 유산을 남겨 줄 수 있는 기틀을 만들어야 할 것이다.

### 2. 만인 공통의 기호

우리가 수출을 하려면 수출 대상국 사람들의 기호를 알아야 할 것이며, 그 나라 사람들의 성향에 따라야 될 것이다. 그러나 아름다운 꽃이나 나무 또는 일사귀의 아름다움의 감식도에는 별차이가 없으므로 이런 모티프의 연구는 더욱 효과를 낼 수 있는 것이다. 또한 인습적인 칼리코 스타일 등은 만인 공통의 사용물이므로 쉬운 패턴이라 할 수 있고, 상·중·하 계급의 차이가 없이 누구나 사용할 수 있는 유리한 점이 있다고 하겠다.

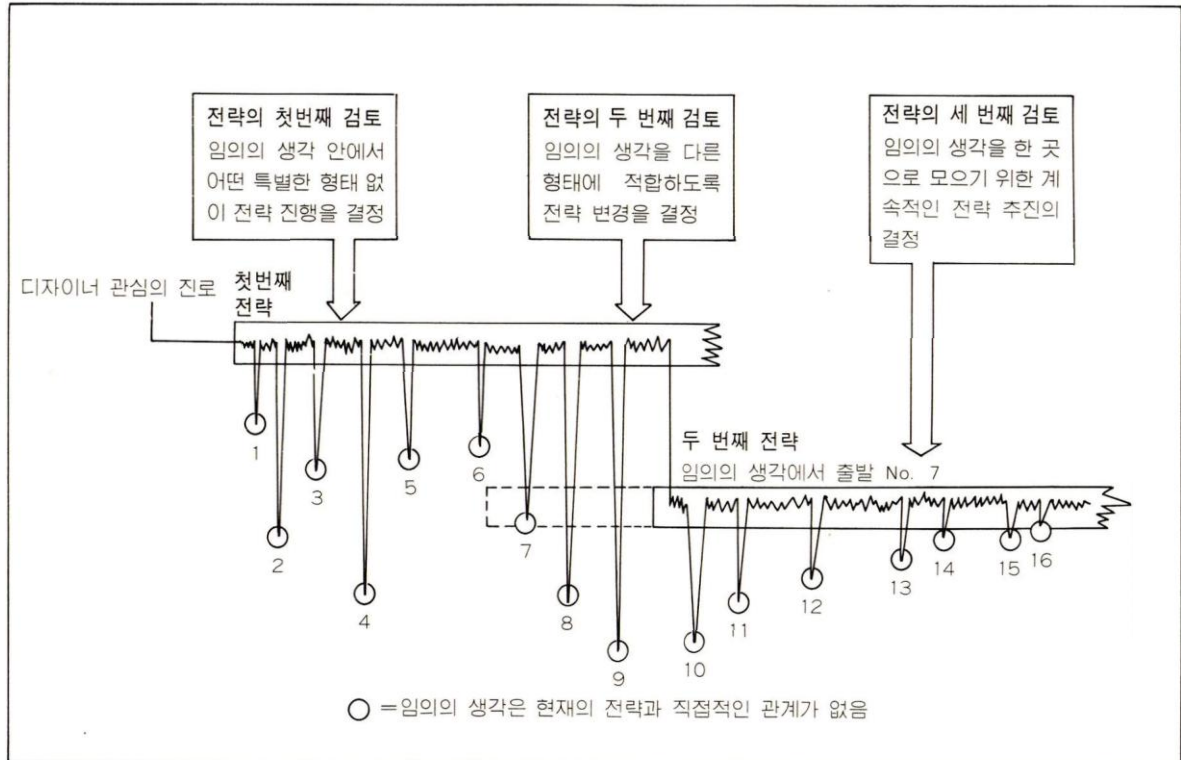
### 3. 테크닉의 고도화

흔히 말하는 적당주의를 버려야겠다. 꽃을 사생한다면 그 꽃이 정말로 살아야 하고, 고전적인 디자인을 한다면 가능한 한 그 시대 때 사용되던 것과 같도록 모양도 철저히 따라야 되겠으며, 색채도 그 시대의 특색을 보여야 하겠다. 완전한 디자인이 될 때까지 몇 번이고 수정하여 상품이 생산될 때에는 완벽한 디자인이 나올 수 있도록 계속 최선을 다해야 할 것이다. □



# 디자인 展開過程과 活用方法

Design Methods



‘나는 한 성직자의 지그재그(zig-zag)로 된 아아치에 대한 설명을 기억하고 있다: “악(Evil)은 코뿔소를 좋아하는 다. 또한 악은 언제나 직선을 요구하고 있다. 따라서 우리는 직선의 다리를 끊어 놓음으로써 악이 그 다리를 건너지 못하게 하는 것뿐만 아니라, 악이 발을 헛디디게 함으로써 물의 가장 깊은 곳으로 빠뜨릴 수 있다.”

「일본의 초상(A Portrait of Japan)」에서, 로렌스 반 데 포스트(Laurens Van der Post), 1968

## J. 크리스토퍼 조운즈

### 5. 디자인 전개 과정의 붕괴

우리는 이제 여기에서 인간이 창조한 세계의 계속적인 발전이 요구되기 시작한 현실에서 크게 팽창된 디자인 진보에 관하여 단계적으로 새로운 디자인 방법을 개선·검토하고 검토된 디자인 방법을 이해하는 것이 가능해졌음을 본다.

이 장(章)에서는 수많은 새로운 디자인 방법을 확장된 디자인 영역에 적용시키고 제안된 새로운 방법들이 서로간에 어떠한 관계 속에 놓여 있느냐 하는 것과 서로간의 상관 관계에서뿐만 아니라 새로운 디자인 방법이 과거에서부터 어떻게 발전되어 왔으며, 그리고 미래에는 어떠한 발전적 양상을 띠게 될 것인가에 관하여 가능하면 충분하고 자유스런 입장에서 설명하여 보고자 한다.

앞서 「1. 디자인이란 무엇인가?」의 서두에서 언급한 대로 새로운 디자인 창시자들과의 사이에서 이루어진 협약은 명백한 스케일 드로잉(scale drawing)이 이제 더 이상 디자인의 주요한 수단이

될 수 없다는 것이 그들의 가설(假說)이다. 또한 「3. 새로운 방법의 필요성」에서 제시된 것처럼 이 점은 제조된 제품의 성분뿐만 아니라 새로운 제도 속에서 봉사할 수 있는 공동 기구와 새로운 공정 조건에서 생산하는 제품에 이르기까지 철저하게 변화할 수 있는 자유스런 입장으로 쉐신시키고자 하는 필요성이 있기 때문이다.

디자인 방법론자들과 맺은 협약의 두 번째 포인트는 디자이너들이 그들 자신을 보호하는 일에 익숙해지고 여러 가지 방법 중에서 양자 택일(兩者擇一)을 취함으로써 소비자를 포함한 많은 사람들의 지식이 디자인의 시스템 수준에 반영되어야 할 것이다. 그리고 반영된 그들의 아이디어를 디자인 영역으로 이끌어 내어 비평적 결정을 내렸을 때에도 자기 자신들의 책임의 몫을 감수해야 한다는 생각을 갖도록 하는 것이다.

디자인 사고(思考)에 있어서 양자 택일이 평등하고도 훌륭한 이유는 그렇게 함으로써 가능한 한 디자인 자동화를 촉진

하기 때문이다. 또한 컴퓨터를 사용하게 되면 그와 같은 디자인 진행 부분에 속도를 가할 수 있으며, 디자인에 관한 사고력도 수학적 모델이나 진보적 상황에 의하여 대표되어 충분하고도 효과적으로 이해할 수 있을 것이다. 아마 디자인 방법에 관한 문헌상의 성격이 가장 뚜렷한 특징은 도표 구획이나 서로간에 얹은 많은 종류의 방송망들, 즉 여러 가지 등급의 수준을 나타내는 컴퓨터 프로그래머가 사용하는 도표와 수식이 널리 보급되어 있다는 것이다. 우리는 이러한 상호 관계를 나타내는 도표를 디자인에 관한 관념보다 현실적이고 실제적이며 무엇인가를 창조하려는 생산적 시도로 간주할 수 있다. 이것은 디자이너에게 광범위하고 충분한 지식을 단계적으로 주고 있음을 의미한다.

또한 방송망에 관한 키(key)가 될 수 있는 아이디어는 디자이너와 고객 양쪽에 똑같이 유용하면서도 아직까지 잘못 활용되고 있는 것 같다. 방송망의 유용성은 물질적·실질적 이익을 추구하기 위하여 시장에 제품을 내놓을 때 더욱 유용한 관계



를 나타낸다. 더우기 디자이너들은 제품과 방송망과의 관계를 소홀히 취급하고 방송망과의 관련성을 망각하기가 쉽기 때문에 이 점은 더욱 유의하지 않으면 안 된다.

디자이너들은 현실 세계에서 어떠한 대상도 묘사할 수 있다는 확신 때문에 자기 자신을 속이고 기만하는 현상이 나타날 수도 있다. 인간은 아직까지 모르고 있던 디자인상의 보물을 찾아 내기 위하여 모험과 그 유사한 행동을 통하여 디자인의 목적을 달성하고 기술을 익힐 수 있었다. 디자인상의 새로운 문제는 얼마든지 산재해 있어 아직까지 인간에게 알려지지 않은 미지의 광활한 땅과 같으며, 탐험가나 여행가들의 조직적이고 치밀한 계획에 의하여 발견될 수 있는 그러한 땅과 같다고 할 수 있다.

디자인 방법들은 바다에서 항해에 필요한 기구나 항해중 필수적으로 사용되는 항해도나 차아트, 즉 항해자들이 가고자 하는 목적지까지 항해가 가능하도록 제작된 도표와 같다. 디자인 방법을 새롭게 모색하고 연구하는 사람이라면 그가 한때 매우 불운했거나 형편이 어려운 사정에 놓여 있었다고 할지라도 오래 전 지표상의 구석구석을 찾아 헤매던 기억을 더듬으며 보물(그에게는 디자인의 새로운 방법)을 찾아 나서는 항해사처럼 끈질긴 노력을 해야 할 것이다. 그것은 그가 찾고 있는 지표에서 그에게 필연적으로 주요한 목표를 설정하고 일생을 소비하지 않고도 자기의 목표를 달성할 수 있도록 모든 단편적인 지식을 종합하고 참고가 될 만한 단서들을 수집해서 자기가 모은 지식이나 단서에 관한 새로운 인식 세계를 구축하는 일이다. 다시 말해 디자인은 항해와 같아서 일직선으로 전진해야 하며, 목적을 달성하기 위해서는 부정확한 지식에 의존함이 없어야 한다. 디자이너의 예측이나 전망에 있어서 탐험가와 다른 점은 그것들이 하나의 상상에 불과하며, 항상 확실하지 않고 불안정한 상태에 놓일 수 있다는 것이다. 디자이너의 예측이나 전망은 자기 자신의 힘이나 통찰력에 의존하여 창출되는 것이며, 디자이너의 계획이나 효용성을 적용시켜 타인의 이익을 추구하는 열망으로부터 수시로 변화될 수 있는 가정(假定) 속에 놓이게 된다.

「4. 새로운 디자인 방법의 재검토」에서 명백하게 요구되는 한 가지 문제는 디자이너의 직관(直觀)에 의하거나 아니면 이성적인 디자인 방법 사이에 어떤 설명

하기 어려운 관련성이 있다는 점이다. 또한 이와 관련된 것으로서 디자인 방법상의 문제가 디자인적인 양자택일의 방법으로 간주되느냐, 그렇지 않으면 디자인 전략 개념에 따라서 유일하게 결합시킬 수 있는 요소로 간주되느냐 하는 문제가 있다. 이러한 두 가지 문제에 대한 간단한 해결책은 아직까지 완전하게 대두된 것이 없으며, 이성적 혼합이나 직관적 통찰도 그러한 디자인 방법 선택 문제의 해결에 도움을 주지 못하고 있는 실정이다. 이러한 맥락에서 우리들께겐 판단과 계산의 복잡성이 해결되고 디자이너의 소망이 성취될 수 있는 방법이 아직 정립되지 않고 있으며, 아마 앞으로도 정립될 수 있는 가능성이 희박한 것으로 보인다.

특수한 사람들이 안고 있는 특별한 문제를 제외하고는 해결에 적응시키기 위하여 대입해 볼 수 있는 방법은 객관적으로 필요할 때 이용할 수 있는 증거의 양적 확보에 의존하고, 또한 일찌기 해결점을 모색하기 위하여 여러 가지 방법을 시도해 온 사람들의 경험과 기술에 의존하지 않으면 안 될 것이다.

디자인 결정 과정에서 파생되는 여러 가지 사실 중에서 유용성이 있는 것으로 입증될 수 있는 아이디어는 디자인 전략 수립 과정에서 디자인 결합 방법만이 거의 유일하게 제시되어야 하고, 디자인 결정 수립자들에게 관해서는 「4. 새로운 디자인 방법의 재검토」의 자체 구성 시스템과 계획, 조절란에서 설명한 바와 같다. 이상의 제안들은 디자인 전략 수립의 선택에 관련된 것으로서 앞으로 소개될 「6. 디자인 전략 및 방법 선택」에서 설명하게 될 것이다.

이제까지 설명한 디자인 방법은 디자인 방법 자체의 전략 수립에 따라서 이루어져야 하며, 아직까지 나타나지 않은 새로운 방법이나 재래의 디자인 결합 방법이 어떠한 것이든 모든 디자인 결합 방법은 개인적인 기호나 취향이 강렬하게 작용할 것으로 보인다. 또한 디자인 결합 방법에서는 아무래도 사람이 무엇을 할 수 있는가에 대한 이해가 포함된 문제가 남게 될 것이다.

일반적인 이론에 있어서도 같은 문제가 제기되겠지만 디자인 방법의 결합 문제에서 인간이 선별하여 언급할 수 있는 논리 전개가 가능할 수 있을 것인가? 이에 따른 평이한 대답은 “문제에 대한 실험과 관찰을 통해서 선별된 디자인 방법이 최선이라고 입증할 수 있는 자료가 아직 충

분하지 못하다”는 것이다. 우리가 최선을 다하여 할 수 있는 것은 디자인 방법의 여러 분류 및 분류 대상에 관한 심사숙고와 일반적인 이해를 쉽게 유도할 수 있는 생소하지 않은 제안, 그리고 효과적으로 디자인 전략 수립을 이루고 있는 것이 무엇인가를 규명해야 할 일이다. 그러므로 많은 사람들이 겪지 않으면 안 될 어려움을 해소시키고 어떤 사람이라도 이해하고 설명할 수 있는 이성적이고 직관적인 두 요소가 디자인 방법으로 결합되어야 할 것이다.

아처(Archer)는 1968년 디자인 진보에 관한 그의 논문에서 현대는 전반적인 디자인 부문에서 모든 사람이 쉽게 납득할 수 있도록 이성적으로 디자인 모형의 구조적 원리를 통보하지 않으면 안 된다고 강조했다.

디자인 방법의 혁신성을 주장하는 사람들은 일찌기 디자인 진보를 전제로 한 미세한 점에 이르기까지 자기들의 의견과 판단을 기록했다. 디자인에 관한 많은 사람들의 자유분방한 견해는 아처(Archer)의 지각(知覺)에 대한 제한성의 시작이 불확실한 상황에서도 가능하고, 또한 디자인 방법에 대한 제한성이 디자인 방법을 종래의 입장에서 탈피하게 하여 깨닫게 하지도 모른다는 다소 모호한 생각을 갖게 하기에 이르렀던 것이다. 더우기 아처의 이성적인 절차에 의한 매우 선명하게 정의된 디자인 문제들은 관계되는 대상에 유효 적절하게 적용시킬 수 있을 것이다.

## 세 가지 발전 단계에 따른 디자인 문제

디자인에 관한 가장 단순하고 가장 평범한 관찰 기록 중에는 많은 작가들이 동의하고 있는 대상 중의 하나로서 분석과 종합적 평가의 세 가지 본질적 단계를 포함하는 경우가 있다. 이러한 것들이 대두된 문제들의 하나하나를 해결할 수 있다고 간단히 설명할 수도 있다. 그러나 새로운 방법을 선택하여 사용할 경우 이에 수반되는 여러 순서의 새로운 준비를 위한 연습의 시행과 새로운 디자인 방법을 사용함으로써 대두되는 결과를 발견하고자 하는 부수적인 시험을 설명할 수도 있다.

대부분의 디자인 이론가들은 위에서 설명한 제반 상황에 부응하여 수차 여러 가지 시험과 연구를 거친 후에 디자인 방법을 바꾸는 것이 옳다고 주장했다.



디자인 발전의 세 가지 단계란 다음과 같다.

일찌기 보다 상세하게 순환을 위주로 구성한 우주적 전락 형태는 다른 것에 적용시키기 위한 것이 아니었다. 그러므로 새로운 디자인 방법 이론은 종래의 수많은 디자인 이론을 수용한 단순한 범주에 묶이지 않고 자유분방한 상황에서 훨씬 중요한 요소로 등장했다.

이와 같은 이론은 아직도 존재하고 있고 논란의 대상에서 부정확하게 취급될 수도 있으며, 때로는 피상적인 우리의 지식에 편파적으로 의존함으로써 무식할 범할 위험도 있다. 디자인 방법에 있어 세 가지 단계란 분리와 변형 및 집중이다.

이렇게 디자인 방법을 분류할 수 있는 것은 엔지니어링 디자인이 전통적 건축 공학에서의 진보보다 구조적 디자인이라는 새로운 문제에 관련되어 있음을 의미한다.

직업적인 디자이너는 혼란과 비유용성이 야기될 수도 있다는 측면에서 위의 세 가지 문제를 분리하여 생각할 수도 있을 것이다. 의심할 여지 없이 그들이 취한 분류는 필수적으로 빠른 속도로 이행되어야 하며, 방법론적인 특이한 측면에서 어떤 변화가 요구된다고 할지라도 그들이 취한 분류는 디자인 진보의 여러 면에서 필요 불가결한 요소라고 할 수 있다. 디자인 방법론자들은 모든 계통에서 의욕적인 연구를 행함으로써 자신들의 의도가 뚜렷이 나타날 수 있도록 기도(企圖)하며, 디자인 진보의 형태를 의욕적으로 회복시킬 수 있을 것이다.

## 1. 분 리(Divergence)

이 난에서는 디자인이 활동적이고 의욕적으로 생성(生成)되게끔 영역을 확장시킬 수 있는 디자이너들의 행동 변화를 충분하고 가장 효과적으로 이행시키는 데 수반되는 몇 가지 문제의 해결점을 모색하는 방법에 관하여 간단히 언급하고자 한다. 최적의 디자인 방법과 디자인 상황 조사도 우선 이 범주에 속하고 있음을 지적하고 싶다. 한편 디자인 방법에 관한 분류 연구의 결과로서 산출된 특징은 대략 다음과 같다.

① 연구 조사 대상으로 삼은 문제에서의 목적은 변화하기 쉽고 일시적인 것이었다.

② 문제 범위는 불안정하고 불명확한 것이었다.

③ 문제 해결에 대한 평가는 일정한 기

준이 없이 각각 다르고 문제에 관련된 평가가 다른 모든 것에 우선되었지만 중요하게 취급되지 않았다.

④ 제품 생산에 있어서는 목적한 투자의 출발점에서 스폰서의 설명이 중요하게 다루어져야 하나 경우에 따라서는 변경시킬 수도 있으며, 이와 마찬가지로 스폰서의 동의 없이도 발전 단계를 위한 분리 조사를 할 수 있었다.

⑤ 디자이너는 목표를 달성하기 위해 자신들의 불확실성을 신중하게 생각하고 평소의 대상에 대한 선입관으로부터 해방되어야 하며, 상호간의 상관 관계에 대한 그들의 대량 지식을 만일의 경우에 대비하여 재계획을 위한 것으로 키워 나가야 한다.

⑥ 조사나 연구의 한 가지 목적은 소비자 시장·스폰서·제조업자들의 민감한 반응을 디자인 결정의 중요 요소로서 간주하여 그들의 반응을 시험 대상으로 삼아 여러 각도에서 다양한 수준으로 시험하고 목표와 이에 따르는 문제 범위를 변화시킨 후에 따르는 결과를 유익한 방향으로 유도하여야 한다. 이와 같은 일을 하고 난 후 시험 반응이 조사된 자료는 현실적 상황에서 모순과 갈등을 타개할 수 있을 것이다. 안정을 목표로 한 시험은 디자인 방법의 분류에 대해서 조사 연구하고 모든 문제에 연관된 불안정성을 심사숙고함으로써 유용하게 이용할 수도 있다. 불안정성의 포인트는 대부분 조잡한 제품에서 쉽게 발견할 수 있으며, 때로는 많은 사람들이 원한다면 공동 목표인 우수 제품의 구성 요소에서도 인간은 신중하고도 가치 있는 판단을 통하여 발견해 낼 수도 있다.

이러한 단계의 실체를 입증할 수 있는 모형을 제시한다는 것은 불가능한 일이다. 디자이너의 목표는 가능한 한 불안정한 상태에 놓이는 것을 피하는 것이다. 그들이 연구 조사하여 발견하고자 하는 것은 훌륭하고 시기에 적합한 제품일 뿐이다. 디자이너들은 그들 문제의 배경에 관한 완전한 지식을 얻을 수 있는 단계까지는 어떤 선택된 방법을 고수해야 하며, 일반적으로 호응을 얻을 수 있는 데이터의 결과에 직면할 때까지는 기다리고 있어야 할 것이다.

디자인 방법은 이성적·직관적인 행동을 포함한, 즉 의자에 앉아서 연구에 몰두하느라고 심사숙고하는 것보다는 차라리 그들 모두가 행동하고 조사하는 활동성이 더욱 강조된다. 새로운 디자인 방법

론자들의 일반적인 잘못은 이러한 단계를 뛰어넘어 초연한 상태에 도달하지 못하고 비평적인 결정을 내리기 전에 이미 그들이 발견하고자 하는 사실을 관찰하는 데 실패하고 있는 것이라고 할 수 있다.

이러한 전문적인 디자인 활동을 하기 위해서 필요한 기술적인 문제는 에세이를 쓴다든가 과학적 조사 연구나 통계 분석을 하면서 일반인이 받는 교육이나 훈련이 훨씬 쉽게 이루어지고 있다. 전문적인 디자인 직업을 위해서는 엔지니어링이나 건축학·산업 디자인·도시 계획 등에 관하여 집중적으로 배우고 특별한 훈련을 받지 않으면 안 된다. 디자이너들은 무엇보다도 먼저 공명 정대하고 유연성을 가지고 전문의 폭을 적당하게 유지시킬 수 있어야 한다. 최종적으로 디자인 결정을 취할 수 있는 모든 방법과 지식을 동원하여 수집된 자료와 지식 속에서 버릴 것은 버리고 취할 것은 취한 후에 가장 현명하고 바람직한 상황에서 디자인 결정을 내려야 한다. 이러한 전문적인 디자인 연구에 소요되는 비용은 디자인 결합 기능의 조절로부터 얻어 낼 수 있다.

우리는 집합된 지식의 결합이 생겼을 경우 고객과의 위약을 피하려면 진실한 판단에 집착함으로써 그러한 행위가 본질적이라는 것을 인식하고 있어야 하며, 때로는 기획된 연구를 일관성 있게 수행해 나가는 것보다도 차라리 연구 계획 자체를 변경해 보는 것도 필요하다.

예를 들면 그것은 우리가 의존할 수 있는 지식의 관련 근거에 의하여 유용성 있는 어떤 계획을 수립한다거나 아니면 연구하는 사람 자신이 계획 전환에 합당하고 필요한 근거를 제시함으로써 지식의 실재성을 입증해 보이는 것도 대단히 중요하기 때문이다. 계획 전환 단계에서 범하기 쉬운 것은 잘못된 문제에 대한 질문이다. 문제 자체가 잘못된 것을 인식하지 못하고 적당한 대답을 구하기 위하여 어떻게 할 것인가를 결정할 때 제기된 질문에 대해서는 경험이 풍부하고 지적인 사람만이 정확하고 유익한 협력을 줄 수 있을 것이다.

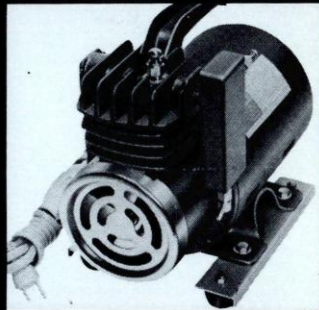
간단히 요약하면 분리 연구의 목표는 파괴나 재난을 줄이기 위한 것이라고 말할 수 있다. 또한 분리의 조사 연구는 가능한 한 빠르고 비용이 싸게 준비되어야 하며, 새로운 경험을 효과적으로 디자이너의 주변, 즉 디자인 연구소의 동료나 스폰서들과 실패의 요소가 있는 가상의 문제를 제거해야 할 것이다. [계속]



## 디자인+아이디어



날이 갈수록 새롭고 다양한 '디자인 기재'가 탄생되고 있습니다. 새로운 기법으로 새로운 디자인의 흐름에 항상 앞설 수 있도록 정성을 다하여 심부름해 드리겠습니다.

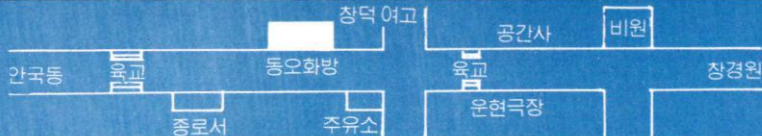


- 디자인 기재 백화점 -

# 동오화방

TEL. 722-4513

비원→안국동·중간 버스 정류장 앞



## 展示館 貸館案内

당센터 전시관은 시내 중심가에 위치한 현대식 시설과 쾌적한 환경, 철저한 관리와 운영으로 여러분의 각종 전시회를 불편이나 부족함이 없이 정성껏 도와 드리고 있습니다.

### 전시장 평면도

|        |           |           |
|--------|-----------|-----------|
| 자료실    | 중앙홀 (60평) | 제6실 (75평) |
| 도서 열람실 |           | 제5실 (75평) |

별관 3층

|    |           |           |           |
|----|-----------|-----------|-----------|
| 창고 | 제4실 (45평) | 중앙홀 (60평) | 제2실 (75평) |
|    | 제3실 (45평) |           | 제1실 (75평) |

별관 2층

|           |           |
|-----------|-----------|
| 중앙홀 (60평) | 제7실 (60평) |
|-----------|-----------|

본관

별관 1층

### 전시장의 특징

1. 완벽한 전시 시설 (냉·난방, 조명, 전시대)
2. 각종 전시회를 개최할 수 있는 다양한 전시실 구조
3. 넓은 주차장과 쾌적한 주위 환경
4. 저렴한 임대료와 편리한 교통

### 임대료 및 상담처

1. 임대료 : 1일 평당 800원 (부가세 별도)
2. 신청 및 상담 : 당센터 진흥부



**한국디자인포장센터**  
KOREA DESIGN & PACKAGING CENTER

서울특별시 종로구 연건동 128  
전화 762-9461~5



# 그리기 염색 FABRIC PAINTING

컬러 텔레비전의 방영과 중·고등 학교 학생의 교복 자율화 시책 발표 등으로 색채와 의상은 그 어느 때보다 우리 생활 속에서 긴밀한 관계를 유지하게 되었다. 패션의 의미도 종래의 모양 위주에서 색상 위주로 바뀌어 나갈 것으로 보인다. 급속도로 변천해 가는 주위 환경에 맞추어 주체적으로 아름답게 색을 물들이고 조화 있게 재구성할 수 있는 능력을 키워 나가야 할 것이다. 이번 호에는 원단에 직접 디자인 장식을 할 수 있는 염료인 컬러펜을 사용한 패브릭 페인팅 기법에 관해 수록한다.

## 2. 패브릭 페인팅에 필요한 재료

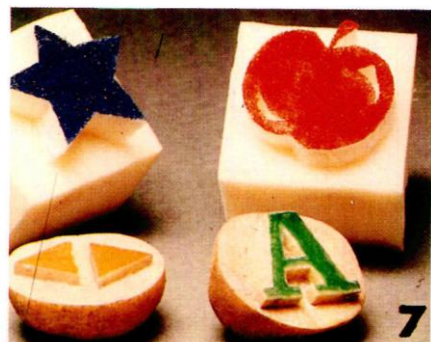
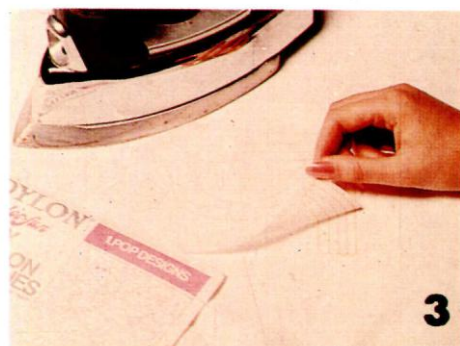
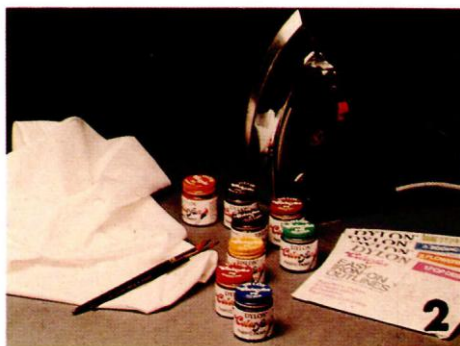
컬러펜, 보드라운 붓, 색상을 고정시키기 위한 아이론, 아이론할 때 덮어 줄 깨끗한 면으로 된 천조각, 다이론 컬러펜에는 어떤 종류의 원단도 쉽게 염색되므로 어떤 원단이든 준비하면 된다.

## 3. 원단에 디자인을 그리거나 다이론 패턴을 그대로 아이론하면 옷과 원단 등에 디자인이 박힌다.

## 4. 사용 전 컬러펜을 잘 흔들어 준다. 부드러운 붓을 사용하여 칠한다. 여러 색을 사용할 경우에는 붓을 잘 빨아 물기를 없앤 뒤에 다음 색상을 칠해야 색의 혼합을 막을 수 있다. 색상은 원단에 칠한 뒤 곧 바로 쉽게 마른다.

## 5. 원단에 색상을 완전하게 정착시키려면 색칠한 부분을 깨끗한 면천으로 덮고 약 1~2분간 매우 뜨겁게 아이론해 주면 된다. 찬물에다 넣고 잘 흔들어 준 뒤 더운물과 세척제로 빨아 준다. 그 다음 물에 잘 헹군 뒤 말리면 된다.

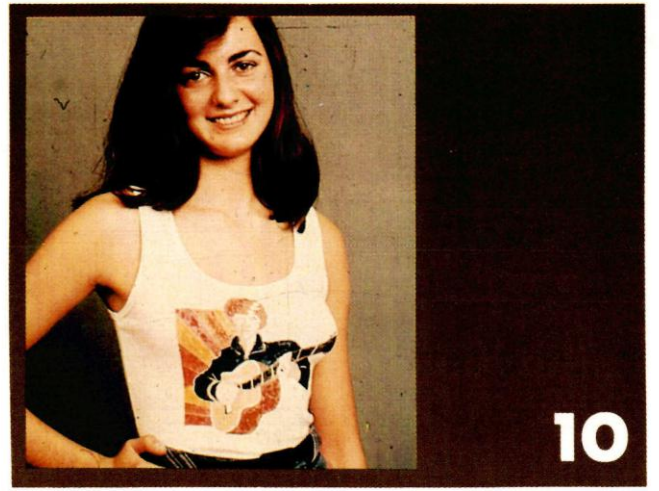
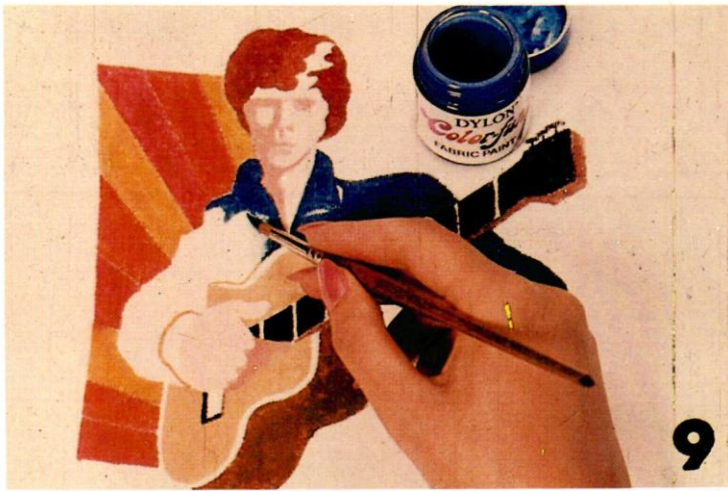
## 6. 페인팅이 끝난 작품



## 7. 감자·리노름 조각·형지(型紙) 등에 모양을 만들어 컬러펜을 찍어 쓰면 훌륭한 디자인을 만든다. 감자나 리노름 조각 등에 컬러펜을 묻힐 때는 접시나 쟁반 위에 얇은 스폰지를 놓고 여기에 컬러펜을 흡수시킨다. 그리고 감자 등의 모양을 스폰지 위에 살며시 눌러서 컬러펜이 고르게 묻히도록 한다.

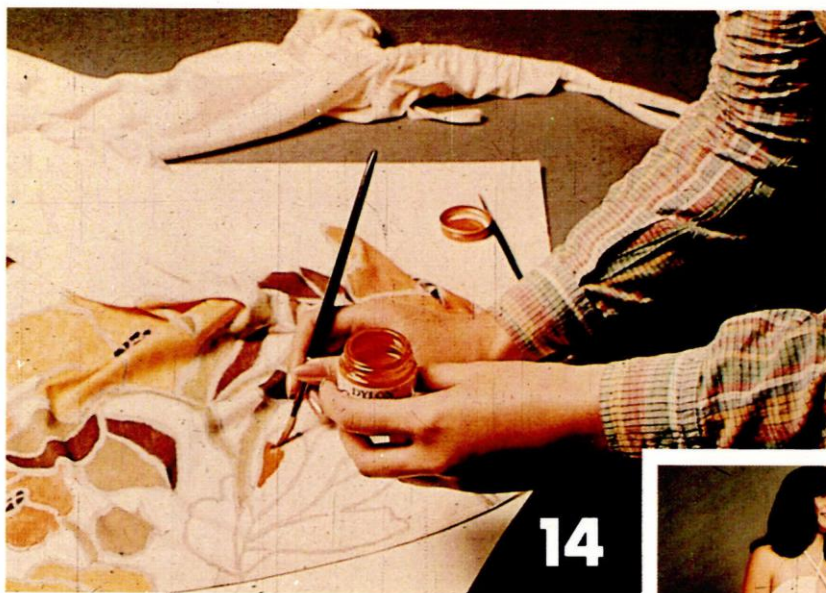
## 8. 실크 스크린도 훌륭한 페인팅 방법이다. 아주 좋은 품질의 면으로 된 천에다 실크 스크린 방법을 쓰면 아주 훌륭한 작품을 얻을 수 있다. 크리스마스 카드도 자신의 디자인으로 만들어 사용하면 아주 훌륭하고 독특하다. 자신이 선정한 디자인으로 쉽게 스크린판을 만들어 사용할 수 있다.





9. 티셔셔츠 기타 옷 등은 컬러펜을 이용하면 페인팅할 수 있는 좋은 주제가 된다. 티셔셔츠 등에 페인팅할 때는 옷 안에 신문지 등 두꺼운 종이를 넣어 아래쪽에 물감이 스미지 않도록 해야 한다.
10. 완전히 페인팅을 끝냈을 때의 모습이다. 엄마와 아기와 함께 하면 아기의 정서 교육에 아주 좋다.
11. 여러 가지 종류의 디자인이 있다. 더 생각하여 좋은 디자인을 만들어 본다. 자신의 생활 공간도 스스로 아름답게 꾸며 나갈 수 있다.
12. 진바지나 자켓 등은 장식하기에 아주 좋은 대상이 된다. 흡수성이 아주 강하고, 인디고 데님처럼 어두운 색상에는 밝은 색상(Polar White)을 사용한다. 그렇게 하면 디자인이 보다 선명하게 나타난다.
13. 이 디자인은 데님 셔츠에 페인팅한 것이다. 색상이 아주 매력적이고 다채롭다. 이 디자인은 밑부분의 점들로 인하여 보다 환한 느낌을 갖게 해 준다.





14. 컬러펜은 인조 섬유 · 나일론 · 폴리에스터 · 아크릭 등에도 사용된다. 항상 처음에 테스트하여 색상을 먼저 살펴보는 것이 좋다. 이 때는 조그마한 천 조각에 테스트하는 것이 좋다. 여기 보이는 원단은 폴리에스터 저어지이다.
15. 완전히 페인팅이 끝난 드레스이다. 물론 컬러펜은 전문 예술가가 필요로 하는 색상을 얻고자 할 때 원하는 색상을 서로 혼합하여 사용하면 디자인을 보다 아름답게 만들 수 있다.
16. 이 드레스는 폴리에스터 원단에 컬러 페인팅을 하여 만든 작품이다. 컬러 페인팅을 하지 않았을 때와는 전혀 다른 스타일임을 알 수 있다.



17. 하얀 드레스의 무늬는 간단한 스텐슬을 사용하여 페인팅한 디자인이다. 대담한 붉은 색 계통을 사용한 것은 인디언들의 전통적 예술에서 착상했으며, 이러한 디자인은 사쓰 · 쿠션 · 천으로 된 가방류 등에 사용된다.
18. 캔버스 · 가방 · 벨트 등도 아주 쉽게 그리고 화려하게 장식된다. 이렇게 하여 개성 있는 자신의 맛을 갖는다.
19. 여기 보이는 것은 또 다른 디자인이다. 옷이나 가방 등에 페인팅하여 끝낸 모습들이다. 이러한 디자인은 벽걸이 장식용으로도 꾸밀 수 있는 디자인이다.







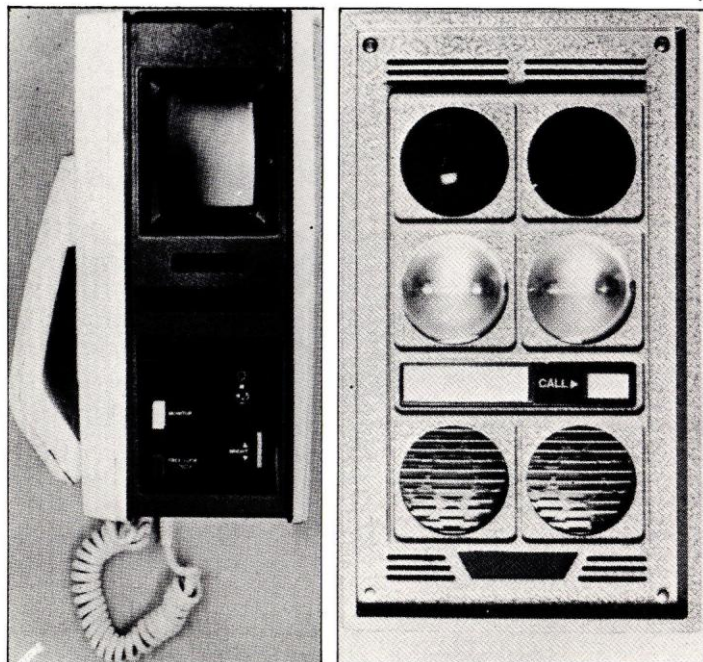
20. 실크 원단은 컬러펀이 아주 잘 페인팅되는 원단이다. Polar White 색상을 약간 섞어 사용했다.
21. 원단 조각들로 인형이나 동물들을 만든다. 이 때 얼굴 모양 등을 페인트하면 효과적이다. 어린이들에게 좋은 작품이다.
22. 벽걸이 장식용 그림을 만들 때 컬러펀은 아주 좋은 색상을 낸다. 이 곳에 보이는 용 디자인이 좋은 예이다.
23. 어떤 쿠션·커버 등은 컬러펀 페인팅의 좋은 대상이 된다. 어떤 원단이라도 사용하기에 편리하다. 여기 보이는 디자인은 재미있는 대담한 디자인이다.
24. 테블린넨 커버나 탁상용 수건 등에 그릇과 조화되는 디자인을 그려 넣어 완전한 세트를 이룬다. 간단한 디자인이나 아주 독특한 디자인을 선택하여 시도한다.
25. 침대 커버나 베갯잇 등은 보다 많은 노력을 필요로 하나 해 놓으면 아주 환상적인 작품이 된다. 디자인은 반드시 전체를 할 필요는 없다. 가장자리나 가운데 조그마한 부분 또는 한쪽 모서리 등에 하는 것이 효과적이다. 스텐슬이나 감자 각형 등으로 연속 무늬를 만들어 페인팅하는 것이 좋다.





# 굿 디자인 製品選定

1



## Nippon 인터폰 ①

단거리 viewphone과 현관문 개폐용 전화기 장치의 일부이다. 빛과 카메라를 이용해서 실내 소형 스크린에 방문객의 모습을 비춘다.

크기 320×200mm이고, 위쪽에 방문객을 비춰 주는 라이트와 카메라가 부착되어 있다.

## 전 화 기 ②

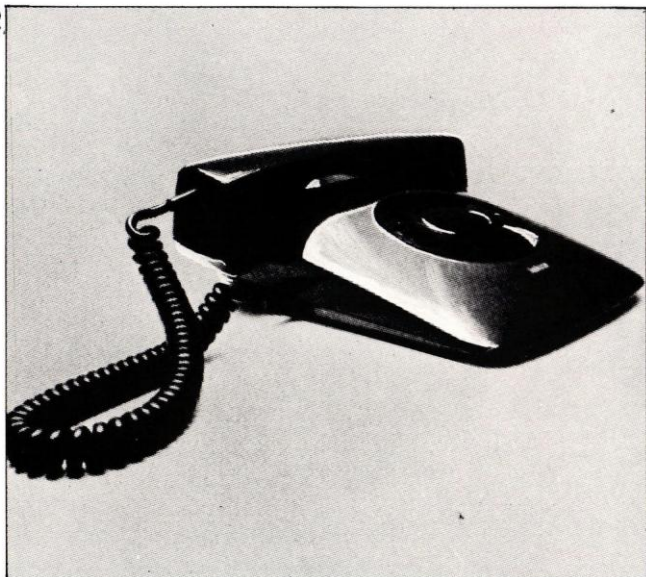
유고슬라비아와 서독에서 수상작으로 선정된 전화기이다. ABS 플라스틱을 재료로 사용하였으며, 전화기의 누름 단추와 회전 다이얼 및 수화기 디자인에 조화를 이루고 있다.

Davorin Savnik과 Viktor Bancic가 디자인했다.

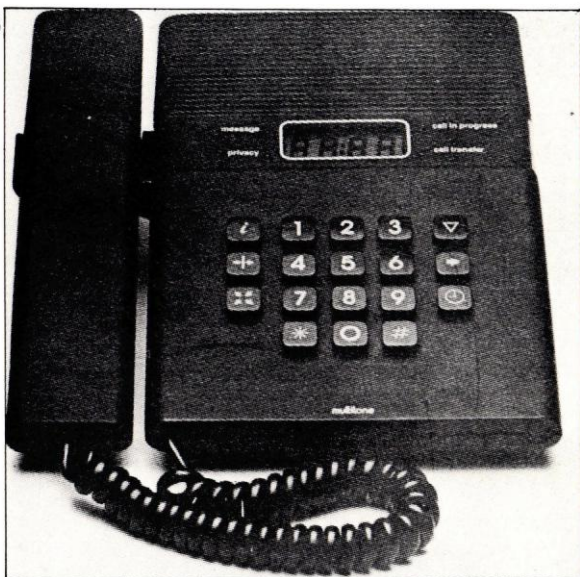
## 다부서(多部署) 내부 통신 시스템 ③

영국 Multitone Electronics의 의뢰로 디자인한 내부 통신 시스템이다. 100여 개의 내부 부서를 연결하기 위해 동축(同軸) 케이블을 사용한다. 마이크로프로세서(microprocessor)에 의한 예정 복귀 시간 표시, 자동 소환, 부재중 기록 등을 할 수 있는 특징을 갖추고 있다.

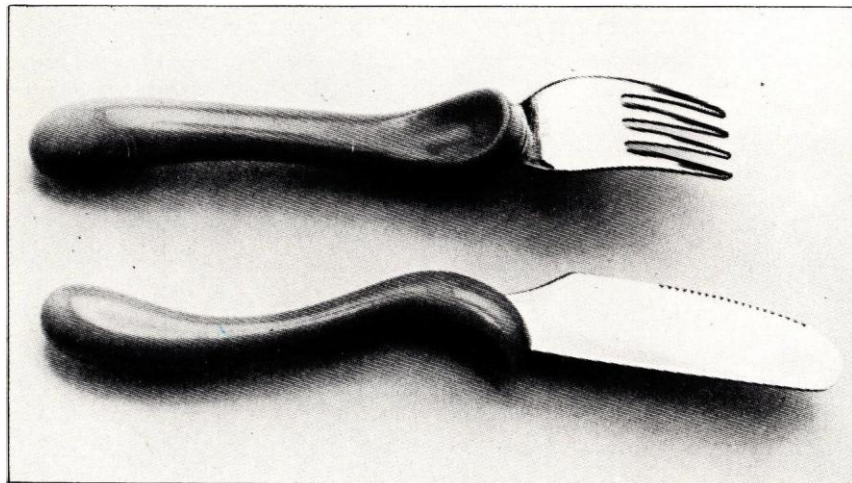
2



3



4



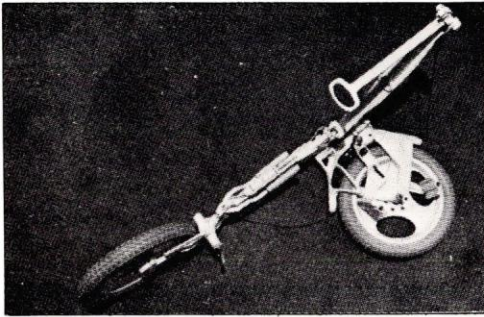
## 어린이용 나이프와 포크 ④

두 살 이상 난 어린이의 손과 손가락에 알맞게 디자인되었다. 사용하기에 편리하도록 ABS 플라스틱 손잡이로 만들었다.

영국의 Maws에서 디자인했다.



5



#### 자 전 거 ⑤

휴대용 가방보다 작고 가벼운 이 소형 자전거는 마음대로 접을 수 있으며, 보통 자전거의 속도로 200파운드의 물건을 운반할 수 있다. 표준 체인과 12인치 타이어를 달고, 다이캐스트(die-cast) 바퀴를 부착한다. 의자와 운반 상자는 나일론이나 가죽으로 만들 예정이다.

미국의 Melvin Best가 디자인했다.

#### 자전거 호드(트레일러) ⑥

자전거 및 트레일러(호드)의 바퀴와 타이어가 도로의 충격을 흡수하도록 조화를 이루고 있다. 이 트레일러는 어린이용 좌석으로 이용할 수도 있고 가방을 실을 수도 있다.

영국의 Bike-Hod에서 디자인했다.

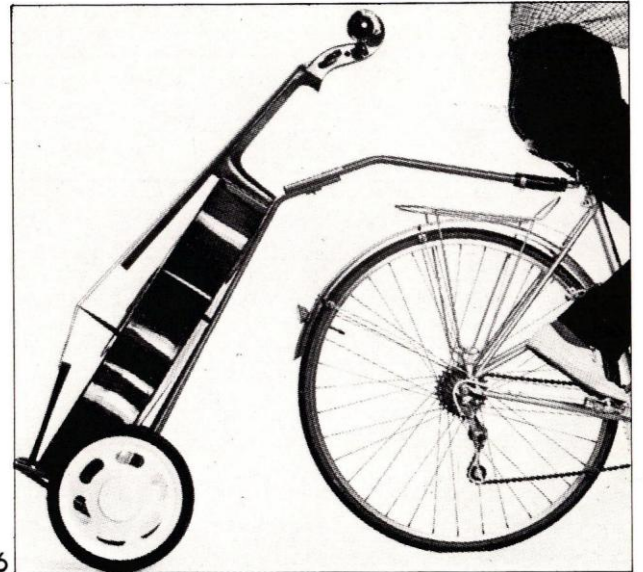
#### 탁상용 램프(Concorde) ⑦

이탈리아의 Hans von Klier가 디자인한 탁상용 램프다. 전기 분해한 검정색 알루미늄과 폴리카보네이트로 만들었다.

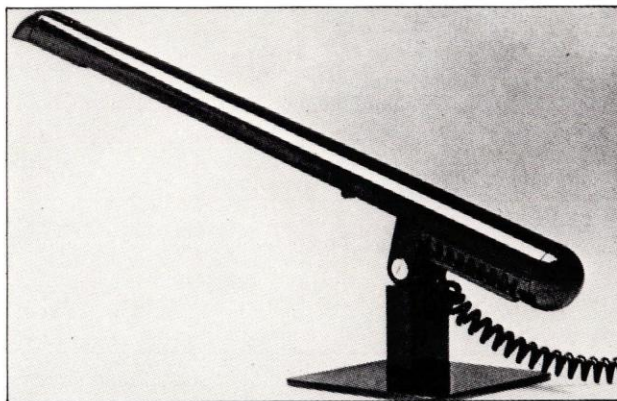
#### 전사기(轉寫機) ⑧

미국 Kasom 디자인 사무실의 Wayne Kasom, Diane Heggie, Don Salerno가 디자인했다.

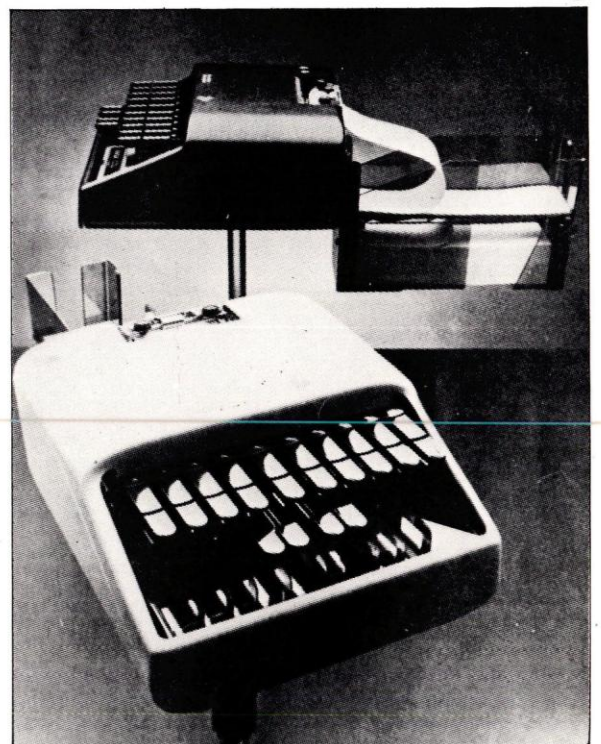
주로 법정에서 사용하도록 고안된 이 전사기는 복사지에 타이프할 수 있고, 타이프된 자료를 카세트 테이프에 녹음할 수도 있다. 카세트에 녹음된 내용은 소형 컴퓨터를 통하여 CRT 스크린과 인쇄물에 옮길 수 있다.



6



7



8



# 캠퍼스의 屋外環境 디자인

## 綜合大學校와 單科大學의 便益施設物에 관한 意識 調査

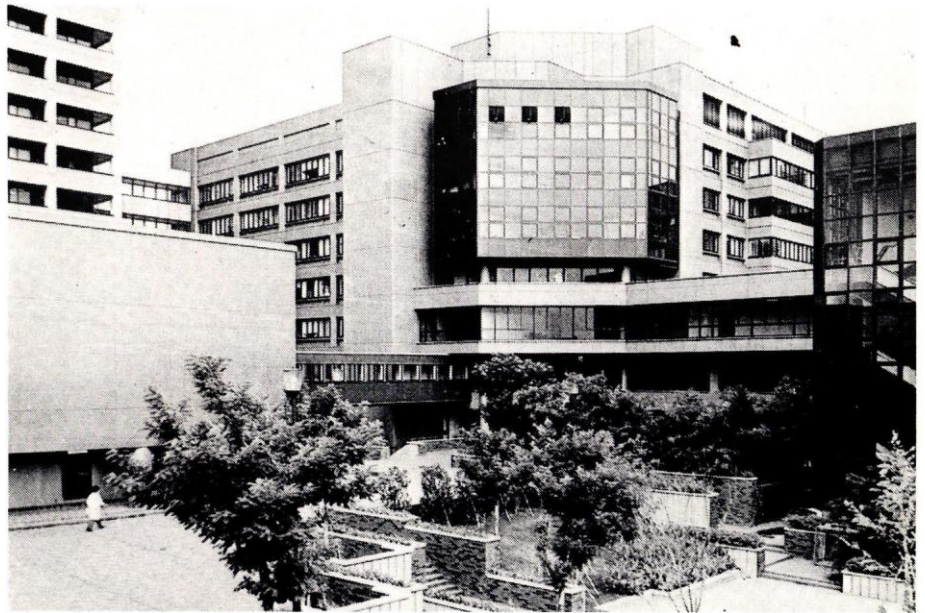
鄭 大 有  
誠信女大 藝術大學 工藝學科 助教授

급변하고 있는 오늘의 사회는 인간의 사고방식과 가치관을 크게 변화시키고 있으며, 가치관의 변화는 캠퍼스의 경우 그 구조적인 실내의 휴식 공간의 편익 시설물에 대한 사용자의 의식에 근본적인 개선을 요구하고 있다.

모든 시설물들은 학문을 지향하는 역할 기능이라는 소극적 태도에서 정서적 또는 의식 구조의 변화라는 관점에서 적극적인 개선 방안이 모색되어야 한다.

대학 정원의 증가 현상과 한정된 캠퍼스의 효율적 이용이라는 측면에 접근해 보면, 학문 연구와 학교 생활의 쾌적성(快適性)의 충분 조건이 구비될 수 있는 방안이 강구되어야 한다. 학교 환경은 현재 캠퍼스나 새로 계획된 캠퍼스를 막론하고 사용자의 심리적·물리적 욕구를 만족시켜 주고 사용자 상호간의 다양한 접촉 행위를 통하여 인격이나 학문의 정보를 제공해 주며, 독특한 특성을 창출해 낼 수 있도록 설계해야 한다. 따라서 학교 캠퍼스는 학생의 생활 장소로서 내부는 물론 외부 공간도 학문 연구와 인격 도야의 장소로서의 욕구를 다 함께 충족시킬 수 있는 장점이 있어야 한다.

학교 캠퍼스라는 집단 장소는 처음부터 사용자와 구조물들이 이루고 있는 환경들의 모임으로 건물과 건물의 크기, 지형(地形)과의 관계, 건물 상호의 관계, 사용자와 기타 구조물과의 관계, 차량과 사용자의 동선(動線) 관계, 공지 등으로 종합적 계획의 일부로서 해결 방법을 융통성 있게 접근해야 한다. 이에 따라 환경이 개선된다고 가정한다면 집단의 긴장감을 덜어 주고 명랑하게 되며, 서로의 이해도와 학업능률을 높이고, 밝고 균형 있는 성격 형



성을 키울 수 있을 것이다.

캠퍼스의 옥외 휴식 공간의 편익 시설물은 기능뿐 아니라 정서로도 만족을 줄 수 있어야 한다. 캠퍼스 내의 휴식 공간의 융통성 있는 배치와 기존 시설물의 개선은 성장기에 있는 대학생들에게 정서적으로 안정감을 줄 수 있을 것이다.

### 1. 학교 환경의 특성

#### (1) 학교 시설물에 대한 개념

학교 시설이나 설비는 교육 목표를 효과적으로 유도할 수 있는 물리적 교육 환경이라고 생각할 수 있다. 이와 같은 시설과 설비는 최소한의 법적 기준에만 일치하는 경우와 그것을 초월해서 좋은 시설과 설비를 계속해서 마련할 수 있는 경우가 있다.

한정된 캠퍼스 부지에 최대의 교육적 효과를 누리기 위해 기존 학교 시설·설비의 개선 계획에 소요되는 경비를 어떤 방향으로 투자할 것이냐에

따라 그 질과 양을 결정지을 수 있다.

학생수의 증가 추세에 따라 학교 시설의 확충과 개선은 부수적으로 따라야 할 것이다. 학교는 학문 전수만의 장소는 아니며, 개개인의 인격의 부딪침을 통하여 인생을 배워 가고 인격을 닦아 가는 동반자가 되는 장소로서의 역할을 하므로 모든 시설물이 중요성을 가지게 된다.

학교 환경은 가정 같은 분위기의 의미로 본다면 학생들을 보호하며 학문 연구에 지장이 없는 학교 환경을 확보해 주어야 한다. 학원은 현실과 이상의 격차와 괴리 속에서도 이상을 향한 노력의 장소라는 데 큰 뜻을 갖는다.

학교 시설물의 구성은 그 속에서 배우고 자라나는 학생들에게 정서적 품성을 키워 주며, 협동과 노력의 정신풍토를 진작시키는 교육적 효과를 얻는 것을 목적으로 하고 있다. 이러한 교육적 가치를 바탕으로 하여 전체적인 조화를 이룬 환경이 조성되어야 한다.

학교 환경을 이루고 있는 조경(造景)



은 시설물과 분리된 상태에 놓여 있는 모든 공간을 연관성 있게 조화를 이루게 하며 전체 분위기가 하나의 교육적 기능을 다할 수 있도록 해야 한다.

#### (2) 학교 휴식 공간의 성격

캠퍼스 옥외의 적절한 공간들은 정신 및 육체적 욕구의 생활을 뒷받침해 줄 공간으로서의 중요성을 인식시킬 수 있다. 휴식 공간은 학생들에게 생활의 암시성(暗示性)을 제공해 주는 장소로서 상상력과 자유로운 생활을 연출하는 역할을 한다.

캠퍼스 공간이 교육장(教育場)의 의미를 가진다면, 휴식 공간은 올바른 집단 생활의 지혜와 정서를 키울 수 있는 장소를 뜻한다. 인간의 공간감(空間感)은 자신의 감각과 밀접히 관계되어 있고, 자신의 감각이란 환경과 밀접한 관계가 있다.

캠퍼스의 옥외 휴식 공간은 학생 및 그 밖의 사용자가 휴식할 수 있는 기회와 프라이버시를 제공해 줄 뿐 아니라 기후 조건의 변화로부터 보호받을 수 있고, 공원과 같은 아늑한 분위기를 마련해 줄 수 있다. 이들 공간은 나무·잔디·돌·흙·물 등의 조경적 요소들을 갖춘 영역을 의미하며, 개성 있는 인간으로 사물을 시시각각 다르게 느끼게 된다. 때로는 고독하게, 때로는 동료들과 어울리는 공동의 장으로 들어가는 성격을 띤 것이 휴식 공간이 갖는 특징이다. 따라서 학생들의 정서에 적응할 수 있는 재료와 색채, 기능으로서의 구조물, 양지와 음지의 균형, 조

경적 요소로서 식물들도 구비되어야 한다. 인간의 주변을 둘러싸고 있는 공간은 시간적·물리적·조건에 따라 변화하는 동적 유기체이므로 절대적 또는 결정적으로 객관화시키는 일은 공간 작업에서 큰 의미를 갖고 있지 않으나 어느 정도는 객관성이 요구되고 있다.

생활 환경으로서의 공간은 의식·욕구·정서·사고 등으로 표현되는 속성의 지배를 받고 있으며, 인간의 행동은 공간의 성격에 의해 영향을 받는다. 따라서 캠퍼스의 옥외 휴식 공간은 사용자 중심으로 포괄적이며 종합적인 접근의 필요성이 인정되고 성격이 시도되어야 한다.

휴식 공간 환경은 학생 개개인의 학교 생활의 목표를 개발·발전시키는 데 필요한 물리적 상황의 결합이라고 한다면 인공 환경(人工環境)이라는 관점에서 자극을 주고 사물을 감지하고 감응할 수 있는 여건으로 구성된다.

학교 및 학생수의 증가 현상은 물리적 인공물의 수요를 증대시키게 되며, 내부 공간의 조정뿐만 아니라 외부 공간도 새로운 인공적 공간을 형성하게 된다. 단순에서 복합으로, 획일에서 다양으로, 불안정에서 안정으로 시간의 경과와 함께 변화를 주어야 하며, 일정한 수준을 유지하기 위한 상호 작용의 기능을 할 수 있는 평형(平衡)을 찾아야 한다. 또한 옥외 휴식 공간과 그 시설물들은 변화와 평형의 균형 있는 형태로 학생 개개인 스스로 자기 조정을 할 수 있게 해 주어야 한다.

### 3. 학교 옥외 휴식 공간 사례

#### (1) 현황 조사 및 비교 분석

설문별 분석을 보면 다음과 같다.

[설문 1] “학생이 학교 캠퍼스에서 주로 휴식하는 장소는 어디라고 생각하니까?”

[표 1]에 나타난 결과를 보면 종합 대학교는 전체 응답자 중 휴게실 18.5%, 정원 10.3%, 식당 9.6%의 순이다. 남녀별로 보면 남자는 휴게실 18%, 옥외 휴식처 14.3%, 정원 12%이고, 여자는 휴게실 19.3%, 식당 16.5%, 학생회관 11.4%의 순이다. 학년별로 보면 1학년은 정원 3.1%, 휴게실 2.8%, 식당 2.3%, 2학년은 휴게실 3.4%, 옥외 휴식처 2.6%, 학생 회관 2.5%, 3학년은 휴게실 9.6%, 옥외 휴식처 4.9%, 학생회관 4.6%, 4학년은 휴게실 2.6%, 실기실 2.5%, 옥외 휴식처 1.9%이다. 단과 대학은 전체 응답자 중 식당 15.6%, 음악 감상실 14.1%, 학생 회관 12.7%의 순으로 2학년은 음악 감상실 10.5%, 정원 8.7%, 식당 7.5%, 3학년은 식당 3.2%, 실기실 2.0%, 옥외 휴식처·휴게실 1.8%, 4학년은 학생회관 6.1%, 식당 4.8%, 음악 감상실 3.0%로 나타나 종합 대학교는 휴게실, 옥외 휴식처, 학생 회관, 식당이 주로 이용되고 있으며, 단과 대학은 식당, 음악 감상실, 학생 회관, 정원, 옥외 휴식처로 사용 장소의 유사성을 발견할 수 있다. 단과 대학의 음악 감상실 이용률이 높음은 여성의 성격을 나타내며, 상대적으로 캠퍼스의 규모를 생각할 수

[표 1] 학교 캠퍼스에서 주로 휴식하는 장소

종합 대학교

( ) 안은 %

| 문항<br>성별 | 무응답          | 강의실          | 복도          | 실기실          | 실험실        | 학<br>생<br>회<br>관 | 학<br>생<br>서<br>클<br>실 | 정<br>원        | 옥<br>외<br>휴<br>식<br>처 | 식<br>당        | 운동장         | 음<br>악<br>감<br>상<br>실 | 휴<br>게<br>실   | 강<br>당     | 체육관        | 도<br>서<br>열<br>람<br>실 | 계              |
|----------|--------------|--------------|-------------|--------------|------------|------------------|-----------------------|---------------|-----------------------|---------------|-------------|-----------------------|---------------|------------|------------|-----------------------|----------------|
| 남        | 58<br>(7.4)  | 82<br>(10.4) | 41<br>(5.2) | 62<br>(7.9)  | 6<br>(0.8) | 60<br>(7.6)      | 26<br>(3.3)           | 95<br>(12.0)  | 113<br>(14.3)         | 21<br>(2.7)   | 31<br>(3.9) | 24<br>(3.0)           | 140<br>(18)   | 3<br>(0.2) | 1<br>(0.1) | 26<br>(3.3)           | 789<br>(100)   |
| 여        | 51<br>(6.4)  | 27<br>(3.4)  | 4<br>(0.5)  | 79<br>(9.9)  | 2<br>(0.3) | 91<br>(11.4)     | 44<br>(5.5)           | 68<br>(8.5)   | 67<br>(8.4)           | 132<br>(16.5) | 16<br>(2.0) | 42<br>(5.3)           | 154<br>(19.3) | 0          | 0          | 21<br>(2.6)           | 798<br>(100)   |
| 계        | 109<br>(6.9) | 109<br>(6.9) | 45<br>(2.8) | 141<br>(8.9) | 8<br>(0.5) | 151<br>(9.5)     | 70<br>(4.4)           | 163<br>(10.3) | 180<br>(11.3)         | 153<br>(9.6)  | 47<br>(3.0) | 66<br>(4.1)           | 294<br>(18.5) | 3<br>(0.2) | 1<br>(0.1) | 47<br>(3.0)           | 1,587<br>(100) |

단과 대학

| 문항<br>성별 | 무응답         | 강의실         | 복도         | 실기실         | 실험실        | 학<br>생<br>회<br>관 | 학<br>생<br>서<br>클<br>실 | 정<br>원       | 옥<br>외<br>휴<br>식<br>처 | 식<br>당       | 운동장        | 음<br>악<br>감<br>상<br>실 | 휴<br>게<br>실 | 강<br>당 | 체육관 | 도<br>서<br>열<br>람<br>실 | 계            |
|----------|-------------|-------------|------------|-------------|------------|------------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|------------|-----------------------|-------------|--------|-----|-----------------------|--------------|
| 여        | 20<br>(4.0) | 20<br>(4.0) | 2<br>(0.4) | 38<br>(7.9) | 3<br>(0.6) | 63<br>(12.7)     | 7<br>(1.4)            | 59<br>(11.9) | 62<br>(12.5)          | 77<br>(15.6) | 3<br>(0.6) | 70<br>(14.1)          | 42<br>(8.5) | 0      | 0   | 29<br>(5.9)           | 495<br>(100) |



있다.

[설문 2] “학교 캠퍼스의 휴식 장소에 설치되어 있는 시설물은 어떤 것이 많다고 생각합니까?”

[표 2]에 나타난 결과를 살펴보면 종합 대학교는 전체 응답자 중 의자 34.2%, 휴지통 30.7%, 공중 전화 19.3%의 순이다. 남녀별로 보면 남자는 의자 33.0%, 휴지통 31.7%, 공중 전화 17.9%이고, 여자는 의자 35.0%, 휴지통 29.7%, 공중 전화 20.6%의 순이다. 학년별로 보면 1학년은 의자 5.6%, 휴지통 5.0%, 공중 전화 2.2%, 2학년은 의자 8.0%, 휴지통 6.4%, 공중 전화 4.3%, 3학년은 의자 16.5%, 휴지통 14.7%, 공중 전화 9.5%, 4학년은 휴지통 4.6%, 의자 4.1%, 공중 전화 3.3%이다. 단과 대학은 전체 응답자 중 의자 34.0%, 휴지통 28.8%, 공중 전화 21.4%의 순이며, 2학년은 의자 20.1%, 휴지통 17.4%, 공중 전화 12.7%, 3학년은 휴지통 5.2%, 의자 5.0%, 게시판 2.0%, 4학년은 의자 8.9%, 공중 전화 7.2%, 휴지통 6.2%로 나타나 설치되어 있는 시설물 15종 중 의자·휴지통·공중 전화·게시판의 인식도가 높은 반면 기타 시설물의 종류에 관한 인식도와 관심도가 낮음을 알 수 있다.

[설문 3] “학생이 현재 이용하고 있는 시설물은 편리하다고 생각합니까?”

[표 3]에 나타난 결과를 보면 종합 대학교는 전체 응답자 중 보통이다 46.5%, 그렇지 못하다 43.7%의 순으로 나타났다. 남녀별로 보면 남자는 그렇지 못하다 49.8%, 보통이다 42.6%이고, 여자는 보통이다 50.4%, 그렇지 못하다 37.6%의 순이다. 학년별로 보면 1학년은 보통이다 8.7%, 그렇지 못하다 7.0%, 2학년은 보통이다 9.6%, 그렇지 못하다 9.5%, 3학년은 보통이다 22.1%, 그렇지 못하다 21.2%, 4학년은 보통이다와 그렇지 못하다 6.0%이다. 단과 대학은 전체 응답자 중 그렇지 못하다 60.6%, 보통이다 37.6%의 순으로 나타났고, 2학년은 그렇지 못하다 35.8%, 보통이다 23.0%, 3학년은 그렇지 못하다 10.3%, 보통이다 3.0%, 4학년은 그렇지 못하다 14.5%, 보통이다 11.5%로 나타나 시설물의 편리도에 관해서는 단과 대학이 종합 대학교보다 부정적 의식을 나타냈는데,

[표 2] 학교 캠퍼스 휴식 장소에 설치되어 있는 시설물

종합 대학교

( ) 안은 %

| 성별\문항 | 휴 지 통      | 게 시 판      | 의 자        | 공중 전화      | 계           |
|-------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| 남     | 184 (31.7) | 101 (17.4) | 192 (33.0) | 104 (17.9) | 581 (100)   |
| 여     | 185 (29.7) | 90 (14.5)  | 219 (35.0) | 128 (20.6) | 622 (100)   |
| 계     | 369 (30.7) | 191 (15.9) | 411 (34.2) | 232 (19.3) | 1,203 (100) |

단과 대학

| 성별\문항 | 휴 지 통      | 게 시 판     | 의 자        | 공중 전화     | 계         |
|-------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 여     | 116 (28.8) | 64 (15.9) | 137 (34.0) | 86 (21.3) | 403 (100) |

[표 3] 현재 이용하고 있는 시설물의 편리도

종합 대학교

( ) 안은 %

| 성별\문항 | 무 응 답   | 매 우 편리하다 | 편리하다     | 보통이다       | 그 령 지 못 하 다 | 모르겠다    | 계         |
|-------|---------|----------|----------|------------|-------------|---------|-----------|
| 남     | 1 (0.4) | 1 (0.4)  | 14 (5.3) | 112 (42.6) | 131 (49.8)  | 4 (1.5) | 263 (100) |
| 여     | 1 (0.4) | 4 (1.5)  | 23 (8.6) | 134 (50.4) | 100 (37.6)  | 4 (1.5) | 266 (100) |
| 계     | 2 (0.4) | 5 (1.0)  | 37 (7.0) | 246 (46.5) | 231 (43.7)  | 8 (1.5) | 529 (100) |

단과 대학

| 성별\문항 | 무 응 답   | 매 우 편리하다 | 편리하다 | 보통이다      | 그 령 지 못 하 다 | 모르겠다    | 계         |
|-------|---------|----------|------|-----------|-------------|---------|-----------|
| 여     | 1 (0.6) | 1 (0.6)  | 0    | 62 (37.6) | 100 (60.6)  | 1 (0.6) | 165 (100) |

[표 4] 현재 이용하고 있는 시설물의 거리

종합 대학교

( ) 안은 %

| 성별\문항 | 무 응 답   | 매우멀다     | 멀 다        | 가 깎 다    | 보통이다       | 모르겠다    | 계         |
|-------|---------|----------|------------|----------|------------|---------|-----------|
| 남     | 1 (0.4) | 20 (7.6) | 119 (45.2) | 16 (6.1) | 102 (38.8) | 5 (1.9) | 263 (100) |
| 여     | 1 (0.4) | 21 (7.9) | 134 (50.4) | 13 (4.9) | 93 (35)    | 4 (1.5) | 266 (100) |
| 계     | 2 (0.4) | 41 (7.8) | 253 (47.8) | 29 (5.5) | 195 (36.9) | 9 (1.7) | 529 (100) |

단과 대학

| 성별\문항 | 무 응 답 | 매우멀다     | 멀 다       | 가 깎 다     | 보통이다      | 모르겠다    | 계         |
|-------|-------|----------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------|
| 여     |       | 10 (6.1) | 66 (40.0) | 20 (12.1) | 66 (40.0) | 3 (1.8) | 165 (100) |

시설물의 편리도에 대한 개선의 필요성이 느껴진다.

[설문 4] “학생이 현재 이용하고 있는 시설물의 거리는 어떻다고 생각합니까?”

[표 4]에 나타난 결과를 살펴보면 종합 대학교는 전체 응답자 중 멀다 47.8%, 보통이다 36.9%이다. 남자는 멀다 45.2%, 보통이다 38.8%이고, 여자는 멀다 50.4%, 보통이다 35%의 순이다. 학년별로 보면 1학년은 멀다 8.3%, 보통이다 6.6%, 2학년은 멀다 10.2%, 보통이다 8.1%, 3학년은 멀다 21.7%, 보통이다 17.2%, 4학년은 멀다 7.6%, 보통이다 4.9%이다. 단과 대학은 전체 응답자 중 멀다 40.0%, 보통이다 40.0%이며, 2학년은 보통이다 23.6%, 멀다 21.8%, 3학년은 보통이다 9.1%, 멀다 3.6%, 4학년은 멀다 14.5%, 보통

이다 7.3%로 나타나 실험실·실기실·강의실은 학년에 따라 동선(動線)의 조정이 필요하며, 캠퍼스 규모에서 나타나는 결과를 발견할 수 있다.

[설문 5] “학생이 현재 이용하고 있는 시설물의 모양은 어떻다고 생각합니까?”

[표 5]에 나타난 결과를 살펴보면 종합 대학교는 전체 응답자 중 재미 없다 57.8%, 보통이다 38.4%의 순이다. 남자는 재미 없다 57.8%, 보통이다 38.4%이고, 여자는 재미 없다 57.9%, 보통이다 38.4%의 순이다. 학년별로 보면 1학년은 재미 없다 10.6%, 보통이다 6.8%, 2학년은 재미 없다 11.3%, 보통이다 9.1%, 3학년은 재미 없다 26.3%, 보통이다 19.1%, 4학년은 재미 없다 9.6%, 보통이다 3.4%이다. 단과 대학은 전체 응답자 중 재미 없다



69.7%, 보통이다 24.8%의 순이며, 2학년은 재미 없다 39.4%, 보통이다 17.6%, 3학년은 재미 없다 10.9%, 보통이다 2.4%, 4학년은 재미 없다 19.4%, 보통이다 4.8%로 나타나 단과 대학은 종합 대학교보다 형태에 대한 불만이 더 많아 기능은 물론 디자인 측면에서도 연구의 필요성을 느낀다.

[설문 6] “학생이 현재 이용하고 있는 시설물에서 중요시되어야 한다고 생각하는 것은 무엇입니까?”

[표 6]에 나타난 결과를 살펴보면 종합 대학교는 전체 응답자 중 거리 18%, 기능 17.5%, 종류 16.2%의 순이

다. 남자는 기능 19.0%, 모양 16.3%, 거리 16.2%이고 여자는 거리 20.4%, 종류 18.7%, 기능 15.9%의 순이다. 학년별로 보면 1학년은 종류 4.2%, 거리 3.2%, 모양 2.8%, 2학년은 기능 4.2%, 거리 4.0%, 종류 3.1%, 3학년은 기능 8.9%, 거리 8.5%, 모양 6.9%, 4학년은 거리 2.7%, 모양 2.5%, 기능 2.3%의 순이다. 단과 대학은 전체 응답자 중 종류 23.4%, 거리 18.8%, 기능 16.6%의 순이다. 2학년은 종류12.3%, 거리 10.7%, 모양 9.7%, 3학년은 종류 4.4%, 기능 2.8%, 거리·재료 1.8%, 4학년은 종류 6.6%, 거리 6.3%,

기능 4.4%로 나타나 대체로 재료에는 별로 반응이 없으나 [설문 4]의 조사 결과와 같은 점을 발견할 수 있다. 대체로 거리·기능·종류·모양에 관심이 높으며, 단과 대학은 종류에 관심의 우선을 두고 있다.

[설문 7] “시설물의 색채에 대한 만족도는 어느 정도입니까?”

[표 7]에 나타난 결과를 살펴보면 종합 대학교는 전체 응답자 중 그렇지 못하다 50.9%, 보통이다 38.9%의 순이다. 남녀별로 보면 남자는 그렇지 못하다 54.0%, 보통이다 35.7%이고, 여자는 그렇지 못하다 47.7%, 보통이다 42.1%의 순이다. 학년별로 보면 1학년은 그렇지 못하다 8.9%, 보통이다 7.4%, 2학년은 그렇지 못하다 9.6%, 보통이다 9.1%, 3학년은 그렇지 못하다 24%, 보통이다 18.3%, 4학년은 그렇지 못하다 8.3%, 보통이다 4.2%이다. 단과 대학은 전체 응답자 중 그렇지 못하다 46.1%, 보통이다 45.5%, 2학년은 그렇지 못하다 27.3%, 보통이다 26.7%, 3학년은 보통이다 7.9%, 그렇지 못하다 6.1%, 4학년은 그렇지 못하다 12.7%, 보통이다 10.9%로 그렇지 못하다는 반응이 많아 색채에 대한 개선이 요구된다.

[설문 8] “시설물의 색채를 바꾼다면 어떤 계통의 색상이 좋다고 생각합니까?”

[표 8]에 나타난 결과를 살펴보면 종합 대학교는 전체 응답자 중 크림색 계통 34.0%, 초록색 계통 29.1%,파랑색 계통 18.9%, 노랑색 계통 17.8%의 순으로 나타났다. 남녀별로 보면 남자는 초록색 계통 34.1%, 크림색 계통 27.8%, 노랑색 계통 19.8%, 파랑색 계통 18.3%이고, 여자는 크림색 계통 40.5%, 초록색 계통 23.9%, 파랑색 계통 19.7%, 노랑색 계통 15.8%이다. 학년별로 보면 1학년은 초록색 계통 5.8%, 크림색 계통 4.7%, 노랑색 계통 3.6%, 파랑색 계통 2.6%, 2학년은 크림색 계통 8.5%, 초록색 계통 5.3%, 파랑색 계통 3.2%, 노랑색 계통 3.0%, 3학년은 크림색 계통 14.3%, 초록색 계통 13.7%, 파랑색 계통 10.2%, 노랑색 계통 9.6%, 4학년은 크림색 계통 6.6%, 초록색 계통 4.9%,파랑색 계통 3.0%, 노랑색 계통 1.7%이다. 그리고

[표 5] 현재 이용하고 있는 시설물의 모양

| 종합 대학교   |         |             |      | ( ) 안은 %   |             |          |           |
|----------|---------|-------------|------|------------|-------------|----------|-----------|
| 문항<br>성별 | 무 응 답   | 매 우<br>재미있다 | 재미있다 | 보통이다       | 재<br>없<br>다 | 모르겠다     | 계         |
| 남        |         |             |      | 101 (38.4) | 152(57.8)   | 10 (3.8) | 263 (100) |
| 여        | 3 (1.1) | 2 (0.8)     |      | 102(38.4)  | 154 (57.9)  | 5 (1.9)  | 266 (100) |
| 계        | 3 (0.6) | 2 (0.4)     |      | 203(38.4)  | 306(57.8)   | 15 (2.8) | 529 (100) |

단과 대학

| 문항<br>성별 | 무응답 | 매우<br>재미있다 | 재미있다   | 보통이다     | 재<br>없<br>다 | 모르겠다   | 계        |
|----------|-----|------------|--------|----------|-------------|--------|----------|
| 여        |     | 1(0.6)     | 2(1.2) | 41(24.8) | 115(69.7)   | 6(3.6) | 165(100) |

[표 6] 현재 이용하고 있는 시설물에서 중요시되어야 하는 것

| 종합 대학교  |               | ( ) 안은 %      |               |              |               |               |               |            |                |
|---------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|------------|----------------|
| 성별 \ 문항 | 무응답           | 거 리           | 모 양           | 재 료          | 기 능           | 종 류           | 색 채           | 모르겠다       | 계              |
| 남       | 101<br>(12.8) | 128<br>(16.2) | 129<br>(16.3) | 71<br>(9.0)  | 150<br>(19.0) | 108<br>(13.7) | 99<br>(12.5)  | 3<br>(0.4) | 789<br>(100)   |
| 여       | 112<br>(14.0) | 163<br>(20.4) | 111<br>(13.9) | 66<br>(8.3)  | 127<br>(15.9) | 149<br>(18.7) | 66<br>(8.3)   | 4<br>(0.5) | 798<br>(100)   |
| 계       | 213<br>(13.4) | 291<br>(18.3) | 240<br>(15.1) | 137<br>(8.6) | 277<br>(17.5) | 257<br>(16.2) | 165<br>(10.4) | 7<br>(0.4) | 1,587<br>(100) |

단과 대학

| 문항<br>성별 | 무응답         | 거<br>리       | 모<br>양       | 재<br>료       | 기<br>능       | 종<br>류        | 색<br>채       | 모르겠다       | 계            |
|----------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|------------|--------------|
| 여        | 17<br>(3.4) | 93<br>(18.8) | 73<br>(14.7) | 57<br>(11.5) | 82<br>(16.6) | 116<br>(23.4) | 55<br>(11.1) | 2<br>(0.4) | 495<br>(100) |

[표 7] 현재 이용하고 있는 시설물의 색채에 대한 만족도

| 종합 대학교   |         |            |          | ( ) 안은 %   |                            |          |           |
|----------|---------|------------|----------|------------|----------------------------|----------|-----------|
| 문항<br>성별 | 무응답     | 매우<br>만족한다 | 만족한다     | 보통이다       | 그<br>렇<br>지<br>못<br>하<br>다 | 모르겠다     | 계         |
| 남        | 2 (0.8) | 1 (0.4)    | 13 (4.9) | 94 (35.7)  | 142 (54.0)                 | 11 (4.2) | 263 (100) |
| 여        | 1 (0.4) | 3 (1.1)    | 12 (4.5) | 112 (42.1) | 127 (47.7)                 | 11 (4.1) | 266 (100) |
| 계        | 3 (0.6) | 4 (0.8)    | 25 (4.7) | 206 (38.9) | 269 (50.9)                 | 22 (4.2) | 529 (100) |

단과 대학

| 문항<br>성별 | 무응답 | 매우<br>만족한다 | 만족한다   | 보통이다     | 그<br>렇<br>지<br>못<br>하<br>다 | 모르겠다   | 계        |
|----------|-----|------------|--------|----------|----------------------------|--------|----------|
| 여        |     |            | 8(4.8) | 75(45.5) | 76(46.1)                   | 6(3.6) | 165(100) |



〔표 8〕 시설물의 색채에 대한 기호도

종합 대학교

( ) 안은 %

| 성별 \ 문항 | 무 응 답 | 노랑색 계통    | 파랑색 계통     | 초록색 계통     | 크림색 계통     | 계         |
|---------|-------|-----------|------------|------------|------------|-----------|
| 남       |       | 54 (19.8) | 50 (18.3)  | 93 (34.1)  | 76 (27.8)  | 273 (100) |
| 여       |       | 41 (15.8) | 51 (19.7)  | 62 (23.9)  | 105 (40.5) | 259 (100) |
| 계       |       | 95 (17.8) | 101 (18.9) | 155 (29.1) | 181 (34.0) | 532 (100) |

단과 대학

| 성별 \ 문항 | 무 응 답 | 노랑색 계통    | 파랑색 계통    | 초록색 계통    | 크림색 계통    | 계         |
|---------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 여       |       | 26 (13.9) | 29 (15.5) | 61 (32.6) | 71 (38.0) | 187 (100) |

단과 대학은 전체 응답자 중 크림색 계통 38.0%, 초록색 계통 32.6%, 파랑색 계통 15.5%, 노랑색 계통 13.9%의 순이며, 2학년은 크림색 계통 25.1%, 초록색 계통 19.8%, 파랑색 계통 7.0%, 노랑색 계통 6.4%, 3학년은 크림색 계통 5.9%, 초록색 계통 4.8%, 파랑색 계통 3.7%, 노랑색 계통 3.2%, 4학년은 초록색 계통 8.0%, 크림색 계통 7.0%, 파랑색 계통 4.8%, 노랑색 계통 4.3%로 나타나 대체로 크림색·초록색·파랑색·노랑색 계통의 분포를 보여 시각적으로 안정된 색채의 선택을 발견할 수 있다.

그 밖에 학교 캠퍼스의 휴식 장소에 설치되어 있는 시설물의 재료에 관한 설문 조사를 보면, 종합 대학교는 전체 응답자 중 목재 23.6%, 시멘트 재료 21.6%, 벽돌 재료 12.5%로 나타났다. 남자는 시멘트 재료 23.1%, 목재 22.7%, 금속 재료 13.1%이고, 여자는 목재 24.6%, 시멘트 재료 19.0%, 벽돌 재료 12.8%이다.

단과 대학은 전체 응답자 중 목재 22.0%, 시멘트 재료 19.6%, 합성 수지 재료 14.1%의 순이다. 따라서 시설물의 재료는 목재와 시멘트 재료가 주종을 이루고 있음을 알 수 있다.

시설물의 재료를 바꾼다면 어떤 것이 좋다고 생각하느냐는 설문에 관한 응답을 보면 종합 대학교는 전체 응답자 중 목재 27.9%, 석재 19.3%, 벽돌 재료 15.1%의 순이다. 남자는 목재 27.5%, 석재 21.1%, 벽돌 재료 13.9%이고, 여자는 목재 28.2%, 석재 17.5%, 벽돌 재료 16.3%의 순이다.

그리고 단과 대학은 전체 응답자 중 목재 28.7%, 석재 20.8%, 벽돌 재료 15.8%의 순이다.

목재·석재·벽돌재의 선호도가 높

아 자연 재료가 주는 친근감을 발견할 수 있으며, 기후 조건에 따른 재료 선택의 연구가 필요함을 말해 주고 있다.

#### (2) 의식 비교 분석

의식이란 각성한 사람의 마음의 상태를 말하며, 자기 정신의 자각을 뜻한다. 과거의 의식은 현재의 그것에, 현재의 그것은 장차 일어날 의식에 관계를 가지고 영향을 미친다.

학교 캠퍼스는 살아 있는 유기체로서 발전·변화하고 있으며, 오늘의 것이 어제와 같아서는 안 될 것이고 내일의 것이 또한 오늘의 것과 같아서도 안 될 것이다.

집단 생활이 일어나는 공간과 공공 공간, 개개 구성인의 생활 공간 중 어느 한쪽이 다른 쪽을 지배하지 않고

서로 보완할 때 비로소 학교 캠퍼스도 그 기능이 가능할 수 있다. 학교 캠퍼스 내 옥외 휴식 공간의 집단 생활 양태와 개개 또는 집단의 의식을 파악해야 할 것이다. 이것은 옥외 거실(屋外居室)의 역할을 하기 때문이다.

설문 내용의 비교 분석 결과 특이한 점은 남자는 옥외, 여자는 옥내의 장소를 택하고 있음을 알 수 있다. 그리고 기존 편익 시설물의 종류에 대한 인식도가 대체로 낮으며, 의자가 우선적이거나 사용상의 만족도는 따르지 못하고 있다. 설치 장소는 멀다는 반응이 대부분이고, 캠퍼스의 동선(動線)에 대한 면밀한 연구가 필요하다.

조형적 측면에서 본다면 재미 없다가 과반수로 나타나 형태의 친근감이 요구된다. 색채의 기호도를 보면 크림색·초록색·파랑색·노랑색 계통의 시각적으로 피로감을 덜 주는 색상의 접근이 요구된다.

재료에 대한 기호도는 목재·석재·벽돌재의 비중이 높으며, 설치 장소의 위치는 학년에 따라 다소 차이는 있으나 강의실·학생 회관·도서관 등 가까운 장소로 나타나 있다.

인간생활에서 작업과 휴식은 서로 상반되는 행위이나 서로 조화되어야 한다. 이는 인간이 행동을 할 때 동력원







(動力源)에는 한계가 있기 때문이다. 휴식으로 동력원을 회복하였을 때 작업 가능성의 회복이라고 한다면 이 과정에서 긴장된 작업 의지를 풀어 주어야 한다. 학교 캠퍼스의 휴식 공간은 이러한 의미에서 정신 완화의 공간이며, 시설물은 도구이다.

#### 4. 문제점의 비교 분석

##### (1) 문제점의 조절 방법

분석 과정에서 표출된 바 있는 여러 문제점을 개선키 위한 방법으로 휴식 시설물의 양적 문제보다 학생들의 사용상의 의식에서 나타난 반응이 중요시되어야 한다. 양적 문제는 시설 규모 및 설치 기준에는 일시적 충족을 줄 수 있으나, 의식 구조의 변화와 학생수의 증가에 따른 교육의 질적 개선이 요구되는 시기에 장기적 안목으로 휴식 시설의 종류와 규모가 대학 설치 기준령에 보충되어야 할 것이다.

학교 환경에서 그 시설물은 주택의 가구만큼이나 중요성을 가지고 있지만 아직도 인식이 미약하다. 설치하는 과정에 사용자와 설치자와의 의식의 차이가 있게 마련이나 고려되어야 할 기준은 적합성·크기·재료·장소 및 수량은 물론 사용자의 의식이라 생각하나 무시되기 쉬운 사항들이다.

캠퍼스 옥외 공간의 처리를 교육적

가치와 기능적 가치를 전제로 한다면 실용성·유용성·건강·미·매력성을 고려해야 한다. 이러한 것들은 학습 활동이나 생활의 장벽을 뚫고 나갈 수 있는 교량적 역할을 담당하며, 사회 환경으로서의 관심을 넓게 할 수 있고 자연 환경과 대비되는 개념으로 사용되므로 인위적·물적 소산에 한정되기 때문이다.

교육적 가치와 기능적 가치를 가지고 있는 캠퍼스 옥외 휴식 공간의 편익 시설물은 개별적인 기능과 형태도 중요하지만 보다 개개 시설물이 집합된 형태도 중요하다. 오늘날의 캠퍼스는 사용자의 활동의 질은 교육 내용의 질에도 관계가 있으나 자연적 환경 여건을 기초로 창조되는 물리적 환경으로서의 조형적 장치의 질에 크게 영향을 받고 있다. 대학 특성의 형성은 캠퍼스 환경을 구성하는 모든 시각적 요소들에 의해서 결정되고 있는 것이다.

##### (2) 개선점에 대한 제언

설문지 분석 결과에도 나타났듯이 시설물에 대한 욕구는 높으나 캠퍼스가 지니는 능력이 충족감을 주지 못하고 있다. 사회적 변화에 따른 의식 구조의 급속한 변화를 감안한다면 앞으로 그 욕구는 더욱 커질 것으로 예측된다.

휴식 공간의 편익 시설물이 학교 환경의 단조로움을 덜어 주고 교육의 장

으로서 기대감을 키워 주며 동료간의 부드러운 접촉의 기회를 마련해 준다고 가정하고 다음의 몇 가지를 제언한다.

첫째, 학교 환경의 일부인 옥외 휴식 공간의 편익 시설물 설치하는 학생들의 의식을 바탕으로 해야 한다.

둘째, 설치 장소와 시설물은 현실정을 참작하여 캠퍼스 종합 계획 때 공간·동선·계절에 따라 검토되어야 한다.

세째, 소수이지만 지체 부자유 학생을 위한 특수 시설물도 시도되어야 한다.

환경과 생활 양식은 인간의 기능 조건을 결정할 뿐 아니라 정신적 성장기에 있는 대학생들에게 작용할 때 그 영향력이 깊고 오래 계속될 것이다. 환경의 자극적 요인에 반응함으로써 육체적·정신적 개성을 발전시킬 수 있고 성인이 지니는 개성적 특성은 대부분 성장기에 이루어진 전체 환경에 대한 반응의 결과와 산물이라 할 수 있기 때문이다.

캠퍼스의 시설물에 대한 의식을 조사·분석한 결과 다음과 같은 결론에 접근하였다.

첫째, 편익 시설물의 설치 문제는 학생의 휴식 형태에 바탕을 두어 장기적 계획 아래 캠퍼스 실정에 알맞게 종합적 검토에 의해 연구되어야 한다.

둘째, 편익 시설물이 설치되는 휴식 공간은 캠퍼스 공간의 일부로서 휴식 장소 중심으로 제공되도록 적절한 공간에 설치하여 건물과의 동선이 상호 관계를 갖도록 연구되어야 한다.

세째, 편익 시설물의 형태·종류·색채·재료·기능은 학생들에게 관심을 일깨워 주며 사용할 수 있는 욕구를 갖도록 연구되어야 한다.

네째, 종합 대학교와 단과 대학생의 의식은 대체로 같으나 몇 가지 차이점이 나타난다. 따라서 캠퍼스 규모와 특성에 알맞게 세부적 연구가 필요하다.

본 비교 조사 연구는 대상이 소수이며, 지역적으로 서울에 국한되어 전국적으로 넓게 연구가 뒤따르지 못하였고 일부 계절에 지나지 않았으나 사용하고 있는 학생, 설치를 맡은 학교 당국, 전문가들은 새로운 각도에서 개선 방안을 모색하고 해결 방법에 접근할 수 있는 방법을 강구해야 할 것이다. ■



## 1. 색채 조절의 뜻

색채의 효과는 결코 그 미학적(美學的)인 활용 범위에서 그치는 것은 아니다. 제2차 세계 대전 이후 색채의 기능적인 활용, 즉 색채 조절(色彩調節)이 갑자기 크게 부상하게 되었다. 공학적(工學的)인 정의로는 “색채 조

에 와서 아주 중요하고 활발한 일이 되어 있다. 이른바 기능주의와 유선형화(流線形化)를 통하여 미술과 산업이 결합해서 제품에 대하여 보다 나은 유용성과 심미성을 가하게 되었다.

색채는 신중하게 설계되어야 한다. 타이프라이터·제산기·계기판과 각 공장의 기계 설비 및 세탁기, 또한 그 밖의 가정 용품 등은 특히 가시성(視認性)과 눈의 피로라고 하는 요인이 중요시되고 있다. 그런데 이 요인이 무시당하는 경우가 있다. 예를 들어 재디자인된 자봉틀은 부분 조명의 작은 광원을 장치하고 있다. 이 광원은 사용하는 사람을 돕는 것이 아니라 불쾌하고 눈을 피로하게 만든다. 실제로 크게 해롭지는 않다 하더라도 그 원인은 명암(明暗)의 대비(對比)에 의한 것이다. 그리고 거울과 같은 반사에 피로움을 당하게 된다. 다른 종류의 자봉틀에서도 사용하는 사람은 공간(空間)에 대해서 자기가 하는 일을 관찰할 필요가 있다. 사용하는 사람의 모든 능력, 즉 자봉틀 자체의 능력이 작업 환경에 완전히 좌우되어 있는 셈이다. 수많은 가정 용품·라디오·한라계·시계 등은 낮은 가시성(視認性) 때문에 사용하기 불편하게 만드는 경우가 있다. 이것 역시 약간 익숙하지 못하다는 이유로 기계적·미적인 특징만이 고려된 것이다. 가시성(視認性)·판독성(判讀性)·조명·열의 반사는 모두 직접적으로 과학적인 방식에 적응시켜야 될 문제인데도 흔히 단순한 경험적 판단으로 빠뜨리기도 하고 혼동하기도 한다. 기묘한 이유로 색채를 사용하는 경우가 더러 있다. 예를 들어 녹색은 눈을 쉬게 한다는 이유로 응용되고 있는데, 결론적으로는 아무런 과학적 근거도 없다. 또한 적색은 마아크 콘트룰에 관용(慣用)되어 마아크·표찰·오일 버너의 심볼에까지 눈에 띄게 하기 위해 쓰이고 있다. 그런데 스펙트클색 중에서 적색은 지하층의 환하지 않은 광선 가운데서 맨처음 어두워지는 색채이다. 이렇게 해서 공학적(工學的) 어프로우치는 제품 디자인과

# 商品計劃에서의 色彩의 機能과 效果

색채 조절이란 채색 공학의 원리에 따라 생활 환경을 구성하는 일정한 대상에 그 대상의 본래의 기능, 즉 존재 의의를 최고도로 발휘할 수 있는 색깔을 선택하여 부여하는 것이다.

절이란 채색 공학의 원리에 따라 생활 환경을 구성하는 일정한 대상(건물·교통 기관·기계·기구·설비·집기·사무 용구·상품·포장·광고·의복 등의 물체)에 그 대상의 본래의 기능, 즉 존재 의의를 최고도로 발휘할 수 있는 색깔(물체의 색깔 또는 빛깔)을 선택하여 부여하는 것을 말한다”고 규정되어 있다.

원래 색채 조절에 관한 연구는 1930년경부터 미국에서 본격적으로 시작되어 제2차 세계 대전 이후 급속히 발달하였다.

우리 나라에서 공장 관리에 색채 조절이 적용되기 시작한 것은 1960년대 후반으로 기억되는데, 본격적인 연구와 보급은 아직도 출발 단계에 머물러 있다. 그러나 지금은 공장·사무실·학교·병원·기계·교통 기관·위험 방지의 안정색, 상품 계획에서 판매 촉진에 이르는 경영 활동에 색채가 활용되고 있다. 단순히 감정적 배려를 위해 색채가 활용될 뿐만 아니라 일정한 목적과 일정한 효용을 위해 사용되고 있다. 예를 들어 산업 디자인은 최근



상품 계획 담당자와 직접 관련을 맺게 된다.

적정하게 디자인된 자동차의 계기판은 수많은 자동차 애용자에게 영향을 미친다. 책상·리노름·계단·부엌 용품·양탄자·유모차·비치 파라솔 등에 적절한 색채가 선정된다. 황색으로 색칠한 트랙터는 눈에 소구할 뿐만 아니라 아주 뚜렷하게 보인다. 밝은 색채의 문 손잡이는 검은색 또는 다색의 것에 비해서 어두운 곳에서도 비교적 확실히 또 쉽게 찾아 낼 수 있다. 같은 뜻으로 전기 스위치 등을 들 수 있다. 이 점에 대해서 색채 학자 페이버 비렌(Faber Birren)은 “사실 기능적 어프로우치는 흔히 순수하게 미학적 어프로우치를 보완하기 위해서 쓰인다. ……공업 디자인 및 상품 계획은 어떤 새롭고 잠재적인 판매 논거(販賣論據)를 발견할 수 있을 것이다”라고 말하였다.

## 2. 가시성(可視性)

적색과 황색은 가장 주목을 끄는 색채이다. 적색은 진취적이고 적극성이 있으며, 황색은 극단적으로 선명하여 가시성(시인성)이 높다. 이러한 색채는 인간의 눈에 영원한 매력을 지니고 있다. 그러나 색채에 대한 기호(嗜好)와 색채의 작용은 반드시 일치하는 것은 아니다.

색채 학자 페이버 비렌은 “사람들이 가장 좋아하는 색채는 반드시 사람들이 가장 적극적인 반응을 보이는 색채가 아니다”라고 색채의 상대적인 소구와 미(美)에 관해서 문제를 제기하고 있다.

그런데 색채의 주목 가치(注目價值)로서는 선명한 적등색(赤橙色)이 아마 어떤 색채보다도 뛰어난 색이다. 그에 이어서 황등색(黃橙色)·주황색·황록색·분홍색 등을 들 수 있다. 일반적으로 주목 가치란 명백하게 인식되는 것과 동시에 갑자기 눈을 놀라게 하는 능력을 수반한 것이다.

미국 해군성에서 공·해(空海)의 구

조 작업을 할 때의 색채의 발견성에 대한 실험 조사 연구를 한 일이 있다. 그 결과 황색은 시인성이 높지만 물 위에서는 쉽게 인식할 수 없다. 즉, 하늘에서 보았을 때 황색은 흰 파도의 선명도 때문에 혼란을 일으킨다. 해면에서 보았을 경우 황색은 하늘의 색깔과 명도(明度)가 너무나도 접근하고 있다. 그런데 이 경우 선명한 적색은 시인성이 대단히 높고, 더구나 적색 그 자체가 인간의 눈과 뇌에 상(像)을 맺는 것을 주장하기 때문이다. 이 실험 연구는 다음과 같은 절차를 밟은 것이었다.

항공기가 해상에 불시착했을 때 표지(標識)라든가 표지 염료, 구명대와 같은 색채를 쓴 장비는 흔히 현장에서 항공기의 구조를 인도하기 위해 활용되고 있다. 이러한 장비에 사용되는 색채는 가능한 한 먼 거리에서 볼 수 있도록 물과의 대비(對比)를 주어야 한다.

이 점에 대한 지식을 제공하기 위해서 계획된 이 실험 연구에서는 직경 34인치의 색채 표적이 쓰였다. 그리고 이 표적은 실제로 해상에 띄워지고, 지정된 항로를 날으는 항공기의 관찰자는 각 표적을 최초로 발견하면 지적하도록 의뢰받았다. 이 순서에 따라 각 표적이 발견된 거리를 확정하고 다시 평균 거리가 표적의 각 색채에 대해서 산출되었다.

모두 22색의 표적이 테스트되었는데, 그 중에는 4색의 형광색도 포함되어 있었다. 색채는 주로 황색계·등색계 및 적색계와 이들의 혼합색이었는데, 물론 이들 색채에는 명도(明度)와 채도(彩度)의 변화가 가해진 것이었다.

그 결과 형광 도료의 표적은 최대 거리에서 눈에 보였다. 특히 황색(황색의 형광색)과 등색(등색의 형광색)이었는데, 각각 2.6마일과 2.4마일의 거리에서 보였던 것이다. 보통 도료에서는 선명한 적색과 황색을 띤 녹색이 최대 거리 1.9마일에서 보였다.

그러나 그것은 최고의 시인성을 낳는 색상(色相)은 아니었다. 오히려 명도와 채도, 특히 채도의 문제였다.([표

1] 참조) 이 표에는 실험 대상이 된 22색 표적색 전부가 발견성(發見性)에서 본 평균 이상과 평균 이하로 분류되어 있다. 발견성의 평균 이상 12색 중 10색은 채도가 높았지만, 평균 이하인 10색은 채도도 명도도 낮았었다. ([표 1] 참조)

[표 1] 명도·채도에 의한 해상의 색채 표적의 발견성

| 발견성   | 높은 채도 |       | 낮은 채도 |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|
|       | 높은 명도 | 낮은 명도 | 높은 명도 | 낮은 명도 |
| 평균 이상 | 4     | 6     | 1     | 1     |
| 평균 이하 | 0     | 0     | 0     | 10    |

이러한 실험 연구로 색채는 다른 환경에서도 대비에 의해 크게 활용되었다. 예를 들어 기체의 움직이는 부분과 그 배경을 구별하기 위해서는 펀치 프레스기와 같은 운전자가 당연히 주목해야 될 기계에서 가장 중요한 요점에 색채가 배려된다. 이런 움직임은 장치를 돋보이게 하기 위해서는 통상 위험 경고로서 선명한 색채 또는 황색과 먹의 줄무늬로 색채가 쓰인다. 또한 계단의 가장자리를 표시하기 위해서나 장애물을 쉽게 인식하게 하기 위해서 색채의 시인성이 활용되고 있다.

시인성에 관해서 색채 대비가 효과적으로 사용되고 있는 전형은 도로 표지이다. 특히 흐린 날, 짙은 안개가 낀 날, 비가 내리는 날, 황혼, 새벽녘 등과 같이 불리한 조건에서 문제가 된다. 이에 관한 연구에서는 색채의 혼합 또는 혼성 효과가 조명의 변화에 의해서 상대적으로 결정되었다. 대체로 조명은 0.25피이트(feet) 측광(우리 나라에서는 룩스가 사용되며, 구미에서는 피트 측광을 쓰고 있으나 자료가 우리나라의 것이 아니므로 그대로 피이트 측광을 쓰기로 한다. 피이트 측광은 1 피이트의 거리에서 나오는 그표준 측광의 조도)에 이르는 것이다. 이와 같은 조건에서 스미드(F.O. Smith)는 다음과 같은 실험 연구를 하였다.

쓰인 색채는 적·주황·황·녹색·청



의 5 색이었다. 이 색채는 짜맞추어 10명의 피실험자에게 제시되었다. 그리고 먹색·흰색·주황색과 비교해서 먹색의 'STOP'이라는 레터링을 각 색별로 사용하였다. 피실험자는 여러 가지 색채와 그 혼합을 판정하도록 의뢰받았다. 그 실험 결과가 [표 2]에 표시되어 있다. 각각 비교해서 최고 시인성과 제2차 최고 시인성이 판정된 것이다. 이 연구는 어떤 색채가 도로 표지에 가장 알맞는가를 결정하기 위한 것이었는데, 그 결과는 다른 대상에도 큰 도움이 되는 것이라고 생각된다.

[표 2] 여러 가지 색채 및 배색의 시인성

| 비 교         | 판 정 (색채와 비율) |            |
|-------------|--------------|------------|
|             | 최고 시인성       | 제2차 최고 시인성 |
| 다른 색채와 비교해서 | 주황색 70%      | 황 색 67%    |
| 먹색과 비교해서    | 황 색 80%      | 주황색 68%    |
| 백색과 비교해서    | 녹 색 61%      | 청 색 59%    |
| 주황색과 비교해서   | 청 색 48%      | 황 색 44%    |

예를 들어 미국의 애리조나 주에서는 여러 가지 색채의 반사적(反射的) 도로 표지가 루트의 주요 행선지를 지시하기 위해서 활용되고 있다. 예를 들어 북쪽(주황색), 동쪽(다색), 남쪽(녹색), 서쪽(청색) 등으로 식별색이 정해져 있다.

그러면 시인성(視認性)과 거리와의 관계는 어떠한가? 거리의 판정은 어느 정도 색채의 영향을 받는다. 어떤 색채는 다른 색채보다도 훨씬 가깝게 보이기 때문이다. 존스(E. H. Jones)와 섬너(F. C. Sumner)는 색채의 혼성이 분명히 같은 거리의 위치로 이동할 수 있는 장치를 사용하여 연구하였다. 그 결과 분명히 거리가 같았을 때보다 선명한 색채(백색과 황색)는 그것들이 있다고 생각되었던 위치보다도 실제로는 훨씬 더 먼 거리에 있었다. [백색과 황색은 시인 거리(視認距離)가 길다는 것을 뜻한다.] 또한 짙은 색채(청색과 먹색)는 그것이 있다고 생

각되는 위치보다도 훨씬 더 가까이에 있었다. (청색과 먹색의 시인 거리가 짧다는 것을 뜻한다.) 그리고 적색과 녹색은 중간쯤의 위치를 차지하고 있었다. 바꾸어 말하면 선명한 색채는 짙은 색채보다도 훨씬 더 가깝게 보인다는 것이다. 단, 이 실험에서는 작은 컬러 카아드(color card)를 사용했었다는 것을 명심해야 한다. 벽면과 같은 큰 색채 면적에 대응할 경우 거리의 판정에 관해서 또 다른 효과를 낼을지도 모른다.

조명의 조건이 달라지면 눈의 감수성도 달라진다. 명순응시(明順應視)의 눈에서는 스펙터클색의 황색과 황록색이 가장 선명하다. 암순응시(暗順應視)의 눈에서는 스펙터클색의 청록색이 가장 선명하며, 적색은 먹색이 되어 사라져 버린다. 비교할 수 있는 방법에서는 눈의 시계(視界)가 여러 가지 색상(色相)의 광선으로 조명되었을 경우 눈은 여러 가지 예민성을 갖는다는 것이다.

러키이슈(Luckiesh)는 “황색이 선택의 최대한 영역이며, 스펙터클색 가운데서 가장 선명한 부분이다”라고 광원(光源)의 시인성에 관해서 지적하고 있다. 황색은 수차(收差)가 없고, 더구나 심리적으로 쾌적하다. 러키이슈는 실험을 통해서 다음과 같은 사실을 밝혔다. 수은등의 청색과 자색의 광선을 필터에 통과시켜서 필터에 흡수된 광선의 양이 감소했는데도 시력(視力)은 실제로 변하지 않았다. 이것은 시력에 관한 한 황색이 일정한 유리성(遊離性)을 가지고 있음을 뜻한다. 페리이(Ferree)와 랜드(Rand)는 황색의 조명이 가장 좋고 다음은 등황색·황록색·녹색의 순으로 정했는데, 진한 적·청·자색은 시력으로 보아 가장 바람직하지 못하다고 주장하였다. 사실 청색은 눈이 상(像)을 맺는 것을 어렵게 한다. 그리고 물체를 후광으로 에워싸서 희미하게 보이게 한다. 그러나 가장 극단적인 암순응시(暗順應視) 아래에서는 눈이 적색 광선에 의해서 가장 좋은 예민성을 갖게 된다고 보고

있다. 따라서 적색 조명은 항공기의 계기판이나 선박·잠수함 등의 조작실에도 널리 활용되고 있다. 적색의 조명은 암순응시의 눈에 영향을 미치지 않는다. 그리고 사실 그것은 망막 외역(外域)에서는 보이지 않는데, 거기에는 시세포(視細胞)의 원추체(圓錐體)가 결여되어 있기 때문이다. 즉, 적색 광선이 중심공 가까운 곳을 자극하는 이외에 눈을 자극하는 일은 없다. 이러한 사실은 상품 계획에서 수많은 실천적 응용을 촉구하는 것이다. 예를 들어 색안경에 가장 좋은 색채는 무엇인가? 어떤 색조의 종이 가장 평온함을 주는가? 디스플레이되어 있는 상품을 위해서 가장 좋은 성질의 광선은 무엇인가 등이다.

색안경의 경우 색깔을 지우는 회색과 황색 및 황록색이 틀림없이 가장 좋은 색채이다. 이런 종류의 색채는 태양 광선의 직사로 생기는 과도한 눈부심(그것은 망막에 무거운 부담을 준다)을 저감(低減)시켜 시인성과 예민성을 높일 뿐만 아니라, 자외선의 나쁜 영향을 막을 수 있다. 사실 태양이 내려찍는 날 황색 안경은 실제로 시력을 증가시키고 눈이 먼 곳까지 바라볼 수 있도록 도와 준다. 그러나 한편으로는 주로 환각(幻覺)과 변덕스러움 등 심리적인 효과로 청색 안경은 내려찍는 햇빛 속의 세계를 서늘하고 차갑게 보이게 할 수 있다. 이 효과는 눈에 매력적인 상황을 제공해 준다. 이와 관련해서 소비자는 황록색 색안경이 과학적으로 유리하다는 것에 대해서는 관심도 없이 황록색을 좋아하지 않는다. 이것은 아마 황록색의 색안경을 끼면 소비자 자신의 얼굴이 기묘하게 보이고 표정이 동물 비슷해지기 때문일 것이다. 따라서 소비자는 단지 평판이 좋은 장미색 색안경을 선택한다. 색안경은 본질적으로 눈부심을 감소시키기 위해서 디자인되므로 그 색조는 소비자가 좋아하는 것인 동시에 기능적(機能的)이어야 한다. (호박색·분홍빛을 띤 색, 청색을 띤 색)

책이나 장부의 종이 재료로는 흰색



이 거의 전반적으로 쓰이고 있는데, 그것이 좋지 않다는 증거는 없다. 여기에서는 대비(對比)가 뛰어난 시인성을 위해 필요하다. 이 대비를 감소시키는 색채는 통상 눈에 헨디캡을 준다. 물론 번쩍번쩍 빛나는 종이는 바라지 않는다. 이와 같은 이유로 백색 이외의 색채로는 연한 크림색과 상아색 등 중간색에 제약된다. 그리고 녹색계와 청색계는 포함되지 않는다. 이에 대한 결론은 시인성과 판독성(判讀性)을 대상으로 하고, 주목 가치와 감정적인 만족이라는 요인은 별개의 논제가 된다. ([표 3] 참조)

[표 3] 시인성의 순위

| 조건<br>순위 | 높은<br>시인성<br>(멀음) | 높은<br>시인성<br>(가까움) | 낮은<br>시인성  |
|----------|-------------------|--------------------|------------|
| 1        | 먹색과<br>황색         | 먹색과<br>상아색         | 먹색과<br>담청색 |
| 2        | 먹색과<br>흰색         | 녹색과<br>상아색         | 적색과<br>녹색  |
| 3        | 적색과<br>백색         | 먹색과<br>주황색         | 주황색과<br>황색 |
| 4        | 진한 녹색<br>과 흰색     | 녹색과<br>백색          | 적색과<br>회색  |

광선 신호의 연구에서는 색채의 전달력에 대하여 수많은 사실이 밝혀졌다. 광원(光源)이 선명해지면 그만큼 그 광원은 칩고 멀리 보이는 것이라고 가정되는데, 적색이 가장 좋은 신호색(信號色)으로 되어 있다. 적색은 쉽게 나타낼 수 있고 즉각 알 수 있으며, 낮은 명도(明度)에서도 확실히 보인다. 그 다음은 녹색, 3위가 황색, 4위가 백색이며, 청색과 자색은 보거나 식별하기에 힘이 든다. 다만 아주 어두컴컴한 광선에서는 눈이 완전히 암순응시(暗順應視)되어 있으므로 청색은 적색보다도 훨씬 넓은 시각의 영역에 걸쳐 보인다. 사실 눈의 간상체(桿狀體)는 어두컴컴한 광선 아래서 가장 능동적이 되어 적색은 전혀 볼 수 없다. 이러한 사실은 모순된 것처럼 보일지도 모른다. 상품 계획의 대부분의 조건에서는 암순응시(暗順應視)의 눈은 전혀 존재하지 않는다. 따라서 이런 현상은 관련이 없다. 그러나 네온사인에서 적색을 활용하는 것은 가장 좋은 사례이

다. 즉, 신속하게 눈을 끌고, 재빨리 알 수 있으며, 쉽게 읽힐 수 있기 때문이다.

색채의 공간적 또는 입체적인 국면은 포스터 디자인 및 시각 범위의 문제와 중요한 관계가 있다. 그 원칙은 “장파장(長波長)의 색채가 단파장(短波長)의 색채보다도 훨씬 가깝게 보인다”이다. 선명한 황색의 정방향 위에 있는 짙은 청색의 원형은 둥근 구멍이 뚫려 있는 것처럼 보인다. 그런데 짙은 청색 바탕 위에 있는 황색 원형은 짙은 색깔의 커튼 앞에 매달려 있는 선명한 구체(球體)처럼 보인다. (또는 밤하늘의 달처럼 보인다.) 모든 색채는 그 자체가 후퇴와 진출의 단계를 지니고 있다. 예를 들어 선명한 황색에 청색을 약간만 가해도 황색은 후퇴한다. 반대로 짙은 청색에 약간 황색을 가하면 청색은 앞으로 진출한다. (이것을 계속해 나가 양자의 단계가 같아졌을 때 녹색이 된다.)

원거리의 시인성은 단순하고 대담한 패턴으로 얻을 수 있다. 이 경우 색채의 대비는 강렬하다. 대체로 “우수한 포스터는 디자인과 색채가 단순화되어 깃발과 같은 성격”을 지니고 있다. 그러나 가까운 거리에서 보는 디자인은 강렬한 대비가 필요 없다. 이 경우는 조화가 대비보다도 뛰어나야 한다. 그리고 대비는 부분 효과를 위해서 활용된다. 예를 들어 1m 이내의 가까운 거리에서 볼 경우, 눈에 패감을 주고 더 가까이 가서 보고 싶은 충동 내지는 흥미를 촉구할 필요가 있다. 이런 점에서 색채는 상대적으로 명도와 채도가 낮은 편이 활용된다. 발광 잉크 또는 형광 잉크는 근거리에는 부적당하다.

색채의 시인성에 대해서 정리하면 합리적이고 결정적인 원칙은 다음과 같다.

① 황색은 최고의 시인성을 가지고 있는 색채이다. 그 이유는 황색이 망막에 정상적으로 상(像)을 맺게 하기 때문이다. 그런데 황색 이외의 모든 색채에 대해서 눈은 결상(結像)시키기 위해서 조절해야 된다.

② 스펙터클 적색의 끝에 있는 색채(난색계)는 청색 끝에 있는 색채(한색계)보다도 훨씬 더 시인성이 뛰어났다.

③ 순색(동일 색상 중에서 가장 채도가 높은 색채)은 거기에서 끌어내는 어두운 색(어떤 색채에 먹색을 섞어서 생기는 색채) 또는 명색(明色: 어떤 색채에 흰색을 섞어서 생기는 색채)보다도 훨씬 더 시인성이 뛰어났다. 그러나 명색이 처음 색채보다도 높은 시인성을 갖는 색채와 섞일 경우에는 반드시 그렇지도 않다. 예를 들어 어떤 색채에 황색을 섞으면 섞을수록 그만큼 시인성도 높아질 경우 등이다.

④ 색채의 시인성은 그 색채의 보색(두 가지 색채를 섞어서 무채색이 될 때 이 색채는 서로 보색이 된다)과 나란히 놓으면 증대한다. 예를 들어 황색은 어두운 청색 또는 짙은 자색과 나란히 놓고 보면 그 시인성은 더한층 증가된다. 만약 보색이 순색일 경우 대비의 날카로움이 눈에 장해가 된다. 이와 같은 현혹 효과(眩惑效果)를 피하기 위해서는 그 보색은 먹색·흰색 또는 이 두 가지 색을 넣어서 약화시켜야 된다.

⑤ 시인성과 관련해서 황색은 가장 기억이 잘 되는 색채이고, 청색은 기억이 잘 되지 않는 색채이다. 이 원칙은 증거가 약간 결여되어 있는데, 시인성과 기억 정도와의 사이에는 어떤 밀접한 관련이 있다는 사실이 밝혀지고 있다. 일반적으로 시인성을 측정할 때 카메라로서의 눈의 기능을 다룬다. 그리고 눈이 보는 것에 대해 지각하는 사람 또는 판단하는 사람으로서의 뇌를 다루는 것이다. 한편, 기억 정도를 측정하는 일은 환경이나 개인적인 연상과 같은 순수하게 개별적인 요인을 가미해서 완성된다. 그런 만큼 그것을 보편화하는 데에는 약간 신뢰성이 결여되어 있다. □

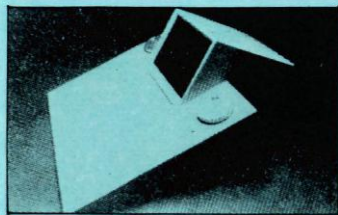
노 명 식  
(월간 「체인 스토어」 편집장)



## 優秀 産業 디자인賞

IDSA가 주관한 1981년도 優秀 産業 디자인賞(Industrial Design Excellence)에서는 10個分野 중 特許品·機械類·家具 및 家具設備·消費者 製品分野의 4個部門에서만 受賞작이 결정되었다.

① 機械分野 : 샌프란시스코의 Steinhilber & Deutsch 社가 出品한 'CMX 비테오 테이프 편집기'

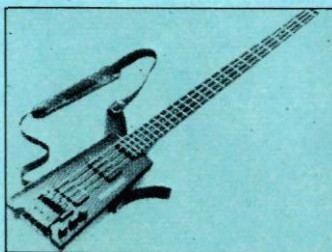


② 特許分野 : 케셀만(David A.

Kesselman) 씨의 'Torque Limiter'로서 나사가 지나치게 죄어 있을 때 쉽게 풀수 있는 道具

③ 家具 및 家具設備: 샌프란시스코의 Bruce Burdick社의 'Burdick 그룹의 事務室 備品'

④ 消費者製品: 'Steinberger Bass 전기 기타'의 再디자인



## 각 디자인 團體 새 會長 選出

◆ 스페인 디자이너 協會(Association of Industrial Designers of FAD), 즉 ADIFAD는 Cristian Cirici 씨를 新任會長으로 選출하였다.

◆ 西獨 디자이너 團體 Verband Deutscher Industrie Designer의 會長인 Eberhard Fuchs 씨의 急逝로 Karl Heinz Krug 씨가 새 회장으로 취임하였다.

◆ 노르웨이 디자이너 協會 Norwegian Group of Industrial Designers의 새 會長은 Ruedi Ap-orta 씨이다.

◆ 英國의 디자이너 團體 Society of Industrial Artists and Designers(SIAD)는 Edward Pond 씨를 新任會長으로 결정하였다.

◆ 이스라엘 디자이너 協會 Israel Industrial Designers Ass.(IIDA)에서는 Arthur Goldreich 씨를 新任會長으로 選출하였다.

◆ 네덜란드 디자이너 協會 Kr-ing Industriële Ontwerpers(KIO)는 Hans Kraayenhof 씨를 新任會長으로 選출하였다.

## 유리 包裝 專門家 페르손 씨 來韓

유리 包裝 專門家인 페르손(H. R. Persson) 씨(스웨덴)가 UN DP 受援事業의 일환으로 1월 13일부터 1개월 동안 研究指導하기 위해 우리 나라에 왔다. 페르손 씨는 1981년 1월부터 2개월 간에 걸쳐 우리 나라 유리 包裝 産業의 改善策을 제시하고 새로운 情報를 提供한 바 있다. 또한 페르손 씨는 우리 나라의 여러 企業體를 視察 指導하여 많은 成果를 거둔 바 있다.

## '84 L.A. 올림픽 심볼 마크



제23회 로스앤젤레스 올림픽 (Runyan's Design Office)을 운 심볼 마크를 디자인한 디자이너 영하고 있는 로버트 마일즈 런안 (Robert Miles Runyan) 씨로 알직 위원회 시각 디자인 부문 카 려졌다. 운셀러이며 런안 디자인 사무실

## 모빌의 디자인賞 (Mobil's Design Award)

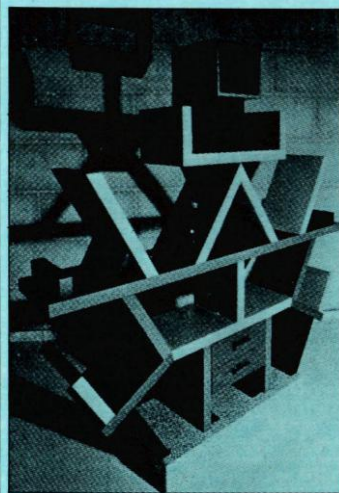
재벌 그룹과 中小企業들이 새 社가 生産 販賣하고 있다.

로운 유대 관계를 갖고 新製品 開發의 의욕을 고취시키기 위하여 英國의 모빌 社가 後援하는 디자인賞 制度는 賞金 10,000 파운드(약 1,400만 원)를 수여하게 되며, 海外市場開拓에도 큰 도움을 주고 있다.

'81 모빌 디자인賞 受賞品은 Rigby 電子會社가 出品한 '赤外線 安全保護 시스템'이며, 이미 Electrolux 社와 General Motors



## 스타 '82 「第13回 國際室內裝飾展」



제13회 室內裝飾展인 스타 '82가 이탈리아의 밀라노에서 개최된다. 展示作品은 방직기·날염기·室內裝飾品·벽지·가죽 제품·커어튼·카아팟 등과 이탈리아 特有의 家具까지도 展示될 예정으로 室內用品으로서의 디자인 開發이 활발하게 추진되고 있음을 잘 나타내고 있다. 그런데 이번 전시회는 1982년 5월 21일부터 5월 25일까지 밀라노 貿易會館에서 열리게 된다.





日本産業 디자이너協會(JIDA)에서는 企業과 敎育에 관한 設問調査를 실시하였다. 이 가운데 敎育機關에서의 ID 理念과 企業體의 不滿이 토론된 부분이 있다. 그 중 重要한 事項 몇 가지를 간추려 보면 다음과 같다.

1. ID 코오스의 敎育理念은 무엇인가?

①人間으로서의 良識을 가진 제너럴리스트(Generalist)의 디자이너를 育成

②造形能力이 있는 産業 디자이너의 育成

③폭넓은 見識을 가진 전문적인 디자이너의 養成

④人間生活에 무엇이 필요한가 하는 물음에 答할 수 있는 能力을 重視

⑤종래의 縱的 코오스인 ID 코오스만의 敎育뿐만 아니라 넓은 視野를 가진 유연성 있는 ID 敎育

⑥Open Mind

⑦開學理念인 全人敎育에 중점을 둔 少數敎育, 專門家 敎育

⑧道具를 만드는 기본 자세를 생각한다. 歷史 속에서 現代의 位置를 바르게 理解하고 文化를 만들어 내는 일의 重要性을 認識한다. 觀念으로 事物을 생각하지 않고 스스로의 손으로 造形할 수 있는 디자이너. 愛情 있는 人間.

⑨問題意識과 컨셉트의 充實, 스케치 테크닉의 습득만으로 끝내지 않는다.

⑩綜合大學으로서의 特色을 살려 디자인 分野와 다른 學問과의 關係를 폭넓게 學習시키고, 디자인 문제를 實際적으로 해결하도록

목 習得하는 데 노력하며, 또한 풍부한 人間形成에 注力.

2. 最近 ID 코오스의 졸업생에 대한 不滿은 주로 무엇인가?

〔業體〕

①學生時代에 대상(Dessin)을 하는 學生이 적어짐으로써 立體感 파악이 약해진 사람이 많다.

②敎授陣이 각 개인에 적합한 指導를 하기가 어려우므로 각자 본래의 좋은 점을 충분히 發揮하지 못한 채 入社하고 있는 실정이다.

③디자인 이전의 人間の 熱意, 물건이나 精神에 대한 愛着心の 不足

④ID라고 하는 職能을 통하여 自身이 최종적으로 어떠한 使命을 지니고 있는가의 自覺이 없다.

學校의 課題를 단지 안일하게, 더우기 자기가 좋아하는 범위 내에서만 다루고 있는 印象이 강하다.

⑤반풍수가 많다.

⑥問題意識 및 疑問을 가지지 않는다. 자기의 독특한 要素를 가지고 있지 않다.

〔學校〕

①知的 好奇心이 결여된 학생이 많다.

②태반의 사람들은 企業에 지나치게 埋沒된 것 같으며, 디자인 運動(배운다는 입장에서조차)과 같은 형태의 움직임이 없다.

③테마에 관한 追求姿勢에 연약한 점이 눈에 띈다.

④굳이 말하자면 研究에 대한 持久力の 不足.

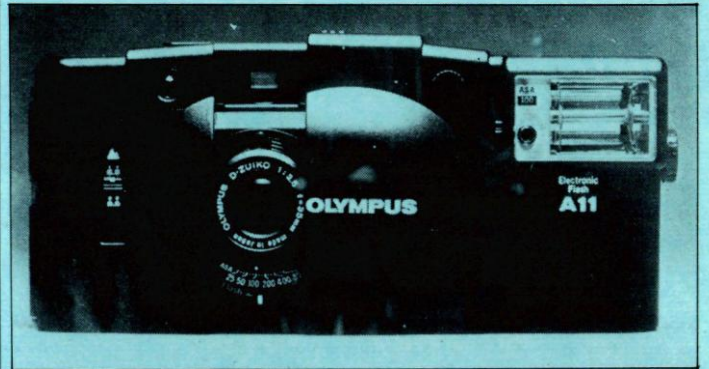
國際 産業 디자인 비엔날레(International Industrial Design Biennale)의 主催團體가 될 國際 디자인 交流協會가 일본 오오사카에서 발족되었다.

外國의 경우 많은 國際 디자인大會를 갖고 있으나 日本은 거의 없는 상태였다. 國際 디자인 交流協會는 일본의 디자이너들을 자극시키고 一般大衆에게는 關心과 理解를 深化시키며 企業體에

는 개발할 수 있는 기회를 부여할 目的으로 일본의 著名 디자이너들에 의해 發起되었다.

總基金 8억 엔(U.S. 달러 360만)으로 운영하게 될 이 대회는 隔年制로 열리는데, 세계적인 規模로 開催될 전망이다.

1982년에 제1회 대회를 열기 위해 總合企劃·審査·테마·弘報의 4개 實行委員會에서 구체적으로 검토하고 있다.



通産省 주최 제25회 굿 디자인(Good Design) 商品(G 마크)選定에서 굿 디자인 大賞, 굿 디자인 部門別 大賞, 롱 라이프(Long Life) 디자인 特別賞이 발표되었다.

총 申請點數 2791點에서 650點이 G 마크 商品으로 선정되었는데, 그 중 올림푸스(Olympus) 光學工業(株)의 35밀리미터 카메라 XA2엘렉트로닉 후렛슈 AII가 대

賞으로 선정되었다. 受賞理由로서는 카메라로서의 全體 均衡(Total Balance)의 卓越性和 商品概念의 特異性이 높이 평가되었다.

選定된 商品은 1982년 2월 5일부터 2월 10일까지 토오쿄오에서 전시되고, 카네자와(金澤)·오오사카 등 각 도시에서 巡回展示할 예정이다.



美國 産業 디자이너協會(Industrial Designers Society of America: IDSA)의 事務局이 아

래 場所로 移轉하였다. 會長은 로버트 스미드(Robert Smith) 씨이다.

6802 Poplar Place Mclean, VA22101

그런데 미국 산업 디자이너 협회는 미국의 산업 디자인을 대표하는 비영리 단체다.



## 올림픽 商品 開發委 設置

韓國 디자인 包裝 센터는 '86 아시안 게임과 '88 서울 올림픽을 우리 나라에서 개최하게 됨에 따라 同 센터 내에 '올림픽 商品 開發 委員會'를 설치·운영하고 있다.

同 委員會는 民藝品·紀念品·一般 商品의 디자인 開發, 製品에 대한 現場指導 및 相談, 올림픽 商品에 관한 情報蒐集 및 調査, 국내의 商品의 常設展示館 운영 등의 業務를 수행한다. 또한 새로운 商品 개발을 위한 相談과 아이디어 제공, 審議를 마친 新規開發 品에 대한 開發支援資金 貸出 申請, 세계 각국의 民藝品·工藝品·紀念品·一般商品과 우리 나라의 製品를 展示 전시하게 된다.

## 서울 美術祭 作品公募

서울 美術祭 運營委員會에서는 力量 있는 美術人의 발굴을 위한 제1회 '82 서울 美術祭 作品公募展'을 갖는다. 出品作은 繪畫 1부(東洋畫), 繪畫 2부(西洋畫), 書藝, 手藝(동양 자수·서양 자수·매듭), 寫眞(컬러·黑白)의 5개 部門이며, 4월 1~2일의 양일간 韓國 디자인 包裝 센터 展示室에서 접수하며, 4월 4일부터 4월 10일까지 同 展示室에서 展示한다.

## 서울 디자인 센터 설립

오랜 기업 활동에서 얻은 경험을 바탕으로 企業과 消費者를 연결하는 새로운 디자인 분야를 개척하기 위하여 해태 제과에 근무하던 장 윤호 씨가 서울 디자인 센터를 설립·운영하게 되었다.

서울 디자인 센터는 앞으로 包裝設計 및 디자인, 販促物 연구 개발, 展示事業 企劃 및 進行 업무 위주로 운영하게 된다.

## KBS 生活陶藝 公募展

韓國放送公社에서는 傳統陶藝에 바탕을 둔 生活陶藝의 보급과 발전을 위

해 '生活陶藝 公募展'을 개최한다.

이번 公募展은 畫廊의 진열대 위나 일부 사람들만이 즐길 수 있었던 이제까지의 도예 개념이나 활동 범위를 넘어서서 寬 闊으로 누구나 구입하여 즐길 수 있는 일상생활의 美를 창조하려는 데 그 의의가 있다.

作品은 工藝陶藝 부문과 工業陶藝 부문으로 나누어 공모하며, 工業陶藝 부문은 大量生産이 가능한 것으로 模型 1점과 設計圖를 첨부해야 한다.

施賞은 金賞·銀賞·銅賞 및 入選에 한해 하며, 出品 마감은 5월 30일이다.

## 韓·中 디자인 交流展

韓國 디자인 學會(회장 朴大淳)와 韓國 디자이너 協議會(會長 李信子)는 中華民國 美術設計協會와 中華民國 空間藝術學會의 초청으로 2월 14일부터 2월 28일까지 臺北市 國父紀念館 畫廊에서 韓·中 親善 디자인 交流展을 가졌다.

韓·中 兩國은 또한 '産業 디자인의 世界的 趨勢'라는 題下의 세미나도 개최했는데 발표자와 主題는 다음과 같다.

- 朴大淳(漢陽大 教授): 「産業 디자인의 未來」
- 金敎滿(서울대 美大 教授): 「韓國 視覺 디자인의 現況」
- 楊英風(臺灣): 「電子製品 디자인의 方向」

## 優秀 어린이 用品展

韓國 어린이 保護會 主管, 國際展示 企劃公社 主催 「'82 優秀 어린이 用品展」이 2월 20일부터 3월 1일까지 한국 디자인 포장 센터 전시실에서 열린다. 우리 나라 어린이 용품의 건전한 육성·발전과 新技術 개발 촉진 및 輸出增大를 위해 우수한 어린이 용품을 종합적으로 비교 전시함으로써 情報交換의 계기를 마련하고 어린이들이 優良品을 올바르게 선택하도록 하기 위해 마련된 이번 用品展에는 文房具類·가방·신발류·運動機具·玩具類·科學機具·工作教材·제빵 과자류·음료수류·모자·

衣類·樂器·家具·圖書 및 裝身具類 등이 出品된다.

## '82 KSVD 會員展

韓國 視覺 디자인 協會(KSVD)는 '88 서울 올림픽을 위한 심볼 및 마스크트 디자인 試案展을 9월 중 미도와 화랑에서 열 예정이다.

作品規格은 가로 50, 세로 50, 두께 3센티미터로 흰 바탕을 원칙으로 하며, 色度는 자유이다. 그 동안 '88 서울 올림픽 마스크트 후보로 거론된 대상은 무궁화·인삼·학·까치·토끼·호랑이·진도개·장승·고려청자·다보탑·남대문·태극·한복 여인 등이다.

제출 마감은 8월 15일까지이며, 作品은 한국 시각 디자이너 협회 사무국에서 접수한다.

## 朝鮮朝 木器 名品展

제11회 朝鮮朝 木器 名品展이 1월 19일부터 31일까지 新世界 美術館에서 열렸다. 이 朝鮮朝 木器展에는 소박하고 억지가 없는 가운데 機能美의 극치를 자랑하는 옷걸이장·먹감 2층장·經床·강화 반닫이 등 1백여 점이 전시되었다.

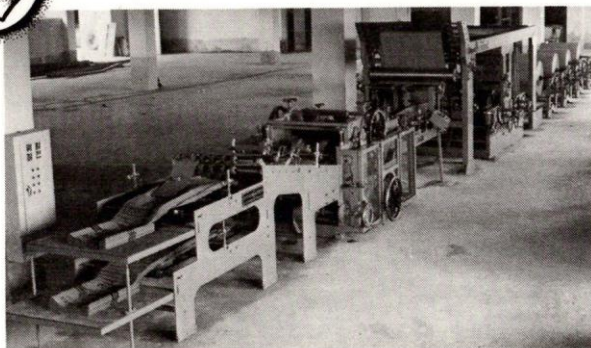
## KDPC 上半期 展示日程

1982년도 上半期에 한국 디자인 포장 센터 展示室에서 개최 예정인 展示日程은 아래와 같다.

| 展 示 名              | 期 間       |
|--------------------|-----------|
| '82 優秀 어린이 用品展     | 2.20~3. 1 |
| 韓國書藝大賞 公募展         | 3.24~3.30 |
| 海外 廚房器機 展示會        | 4. 1~4. 7 |
| 서울 美術際 公募展         | 4. 2~4. 8 |
| 纖維 副資材展            | 4.10~4.25 |
| 韓國 스크린 印刷物 展示會     | 4.15~4.21 |
| 現代美術大賞 公募展         | 4.27~5. 8 |
| 書 藝 展              | 5. 3~5. 9 |
| 第34回 大韓産業美術家協會 公募展 | 5.29~6. 4 |



# 東南亞로 輸出하는 水溶性 잉크의 先驅!



## 主要 生産品目

各種 紙袋  
박 스  
壁 紙  
플렉소 잉크  
그라비아 잉크



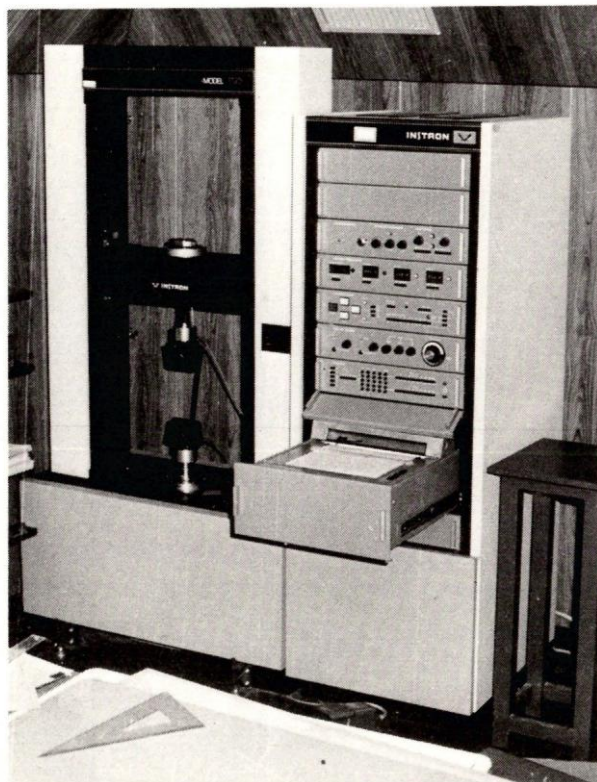
京進色素株式會社

서울特別市 永登浦區 永登浦洞 631-16

☎ 833-8400, 833-8922

釜山出張所 54-2168

## 包裝試驗室 利用 會員 加入 案内



■ 包裝試驗室 利用 會員制 實施(包裝材 및 容器 生産業體와 使用業體, 包裝 關聯業體들의 包裝試驗 業務를 위한 便宜 圖謀)

■ 會員 加入者는 包裝試驗·鑑定 等에 대하여 手數料 減免 特典과 包裝에 관한 技術 및 情報 無料提供

■ 非會員은 所定の 手數料를 納付하였을 時 包裝試驗·分析·鑑定을 받을 수 있다.

| 會 員 區 分 | 會費(年間)   |
|---------|----------|
| A 級 會 員 | 500,000원 |
| B 級 會 員 | 300,000원 |



한국디자인포장센터  
KOREA DESIGN & PACKAGING CENTER

包裝開發部 ☎ 762-9461~5



# 包裝 디자인의 새로운 機能

李 周 憲  
韓國디자인包裝센터 研究員

## I. 서 언

현대인들은 ‘디자인 공해(公害)’ 속에서 살고 있다고 해도 과언이 아닐 정도로 디자인 범람 속에서 살고 있다. 이에 따라 디자인이 현사회에 대해서 갖는 중요성을 생각하고 이해할 겨를도 없이, 또한 디자인에 대한 완전한 의미도 찾지 못한 채 실생활에 남용되고 있을 뿐 아니라 그 올바른 인식이나 실용화에 많은 저해를 주고 있는 실정이다.

디자인의 한 분야인 포장 디자인에 서도 이러한 현상을 많이 볼 수 있다. 어떤 상품의 포장을 평가할 때 그 외관상의 형태만으로 ‘디자인이 멋있다’거나 ‘포장이 잘 되었다’라고 단정하고 모든 기능적인 면까지 포괄적으로 속단하는 예가 비일비재한 실정이며, 이를 실제 사용할 때의 불편과 미비점 등으로 당황하게 되는 경우가 허다하다. 또한 필요 이상으로 경제력을 소모하면서까지 외형상의 아름다움만 추구하는 과잉 포장(過剩包裝)도 흔히 볼 수 있다.

우리 나라는 8·15해방 이후 디자인 분야에서 미약하나마 꾸준히 발전해 오다 1965년 청와대 수출 진흥 확대 회의 이후 정부의 뒷받침으로 비약적인 발전을 이룩해 왔다. 이 때부터 포장에 관한 중요성이 인식되어 발전을 보이기 시작하였으나 포장 디자인은 아직도 다른 디자인 분야에 비해 교육상 또는 실무 포장 디자이너의 자질상 많은 문제점이 있다는 것은 부인할 수 없는 사실이다. 오늘의 세계를 사는 우

리는 디자인 세계, 특히 포장된 세계 속에서 살고 있고 포장된 세계 속에서 인간은 존재하는 것인지도 모른다.

이와 같이 포장은 현 산업 사회에서 필수 불가결한 것이며, 인간 생활 환경의 모든 영역을 지배하게 되었다. 따라서 날로 발전되어 가는 산업 사회 속에서 포장 디자인은 기능주의 미학을 바탕으로 예술적 측면과 산업적·사회적 측면을 동시에 받아들여야 하며, 공학적 기준에서 얻어지는 외형적 구조와 조작성의 편이성 외에도 인간에 주는 육체적·정신적 쾌적성의 정서 작용 또는 시대성·민족성·사회성·개성 등이 복합된 공약수적 미의식(美意識) 위에 생리적·심리적 기능도 포함되어야 한다. 이와 같이 포장 디자인은 디자인의 새로운 장(場)을 열었다고 할 수 있으며, 짧은 시간에 우리의 생활에 깊은 뿌리를 내렸다.

이제 우리는 남의 것만을 추종할 것이 아니라 포장 디자인에 대한 새로운 인식을 가지고 우리의 것을 찾아 진정한 현대의 것, 나아가 세계의 것으로 승화시키기 위해 새로운 교육적·사회적 뒷받침으로 실력을 갖춘 포장 디자이너의 배출이 시급하다. 이러한 일을 하루 빨리 성취함으로써 앞으로 우리나라의 디자인이 세계에 알려질 기회에 대비하여야 할 것이다.

## II. 포장 디자인 개념의 변혁

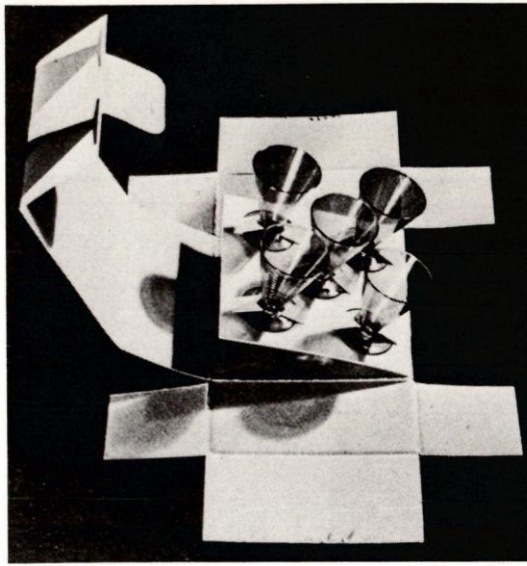
산업 사회의 도래와 더불어 19세기부터 끊임없이 추구되어 온 디자인은 산업 기술과 예술의 만남으로 새로운

예술을 성취한 것이기 때문에 현재의 디자인은 산업디자인(Industrial Design)을 의미하게 되었다. 그러나 19세기의 디자인은 디자인되는 것이 일품 제작(一品製作)에 의한 미술 공예품은 물론 대량 생산에 의한 것으로서 제품의 모체에 부가되는 외면적 장식을 고안하는 것이 주업무이며, 당시의 디자인은 장식 도안이나 모양의 고안자였다. 따라서 도안이라고 하면 모양이나 장식을 의미하는 경우가 많았다. 금세기에 들어와서 디자인의 초점이 장식보다도 제품의 기능이나 구조·가공 기술 등의 종합 계획에 놓여지게 되었으며, 기계에 의한 대량 생산과의 연관성이 더한층 의식되어 단순 명쾌한 디자인이 지배적으로 되기에 이르러 이

과자 포장(스페인): 진열상 효과를 줄 수 있고, 포장 이외의 2차적인 효과도 고려하여 사용 후에는 아이들의 장난감으로도 된다.







컵 포장(스위스): 폴딩 카아톤  
(folding carton)의 예

것을 도안이라는 용어로 표시하는 것이 곤란하게 되었다. 요컨대 디자인은 금세기의 새로운 조형 정신(造形精神)과 미의식(美意識)에 의한 합목적 조형의 구체적 계획을 의미하게 되었다. 따라서 디자인 개념도 산업 시대에 있어서 새로운 예술 개념으로 태동한 산업 미학(産業美學)이라 하겠다.

이러한 디자인의 개념 변혁과 더불어 포장 디자인의 개념 또한 변혁되어 왔다. 지금까지 디자인 분류상 '포장 디자인'의 위치는 주로 시각 디자인에 속해 있었으나 현시대에 들어서서는 제품 디자인과 시각 디자인 사이에 위치시켜 분류되고 있다. 이렇게 개념상 변혁이 이루어진 몇 가지 주요 원인을 들어 보면 다음과 같다.

첫째, 용기(容器)나 포장에 플라스틱과 같은 새로운 재료가 사용되었고, 재료에 따른 인쇄 및 코우팅(coating) 기술이 발달하였다.

둘째, 매스 프로덕션(mass production)에 의해 포장의 제조 공정(製造工程)이 변화되어 이에 따라 디자인도 그에 적합되도록 이루어져야 하며, 이 경우에 포장 디자인은 완전히 제품 디자인의 방향과 일치한다 하겠다.

세째, 상품 시장(商品市場)·판로(販路)의 확대로 구조의 기능뿐 아니라 디자인 감각도 세계적·보편적인 것이 요구되었다.

네째, 판매 방식과 유통 구조의 변화로 이제는 상품 자체가 스스로 판매 능력을 가질 수 있어야 한다.

이러한 원인들을 종합해 보면 포장은 하나의 단위로서 쓰기에도 처리하

기에도 편리하여야 하고 시각적으로도 인상적이어야 하며, 또한 그것이 집단화된 경우에도 시각적인 효과를 발휘할 수 있어야 한다.

여기서 포장의 구조적 기능과 심미성(審美性)에 따른 문제가 생긴다.

### Ⅲ. 포장의 구조적 기능과 심미성

이제 발전된 포장 디자인계가 당면하고 있는 큰 문제는 포장의 구조적 기능면과 심미성의 문제이다.

구조적 기능에는 기술 혁신을 비롯하여 모든 사회적 요구-보전성(保全性)·안전성(安全性)과 자원절약 및 폐기물 처리의 문제 등-와 경제적 요구-가격이나 유통 경로의 문제 등-등이 포함되어 있다.

한편 심미성은 단지 그래픽면에만 그치지 않고 시각 전체의 문제에서 휴먼 인터레스트(human interest)의 문제까지 광범위하게 걸쳐 있다. 그리고 이들 두 요소가 서로 충돌하거나 융합하거나 하여 새로운 포장 디자인의 방향을 찾으려 하고 있는 것이다.

#### (1) 구조적 기능

오늘날의 포장 디자인은 상품을 겉으로 미화(美化)하고 장식(裝飾)한다기보다는 가장 다이내믹(dynamic)한 기능적 원칙에 따르고 있다. 평상시 혼

히 쓰고 있는 소모품(消耗品)도 판매나 수송을 위한 편의성(便宜性) 외에 그 용기(容器)나 포장을 소비자가 쓸 때 가장 쓰기 쉬운 기능을 갖춘 형태로 변화되어 가고 있다. 또한 포장의 용도도 직접 포장 용기(包裝容器)가 되는 외에 포장 이외의 다른 용도나 또 다른 포장으로도 사용할 수 있게끔 구조상 변화되어 가고 있다. 이 경우에는 조형 예술(造形藝術)에서 경험하고 있는 것과 같은 공간성(空間性)의 문제에 일치한다. 예를 들면 골판지를 붙여 맞춘다는 원형이 아니고 한 장의 판지(板紙)를 합리적으로 잘라내어 접는 폴딩 카톤(folding carton)을 들 수 있다. 구조에서 보더라도 역학적인 강인함을 충족시키면서 동시에 물건을 단순히 감춘 덩어리가 아니고 공간으로서 상품을 표현하게 된다. 이러한 것은 포장으로서 사용 후 펼쳐 보관하였다가 다른 용도의 포장으로도 사용할 수 있는 것이다.

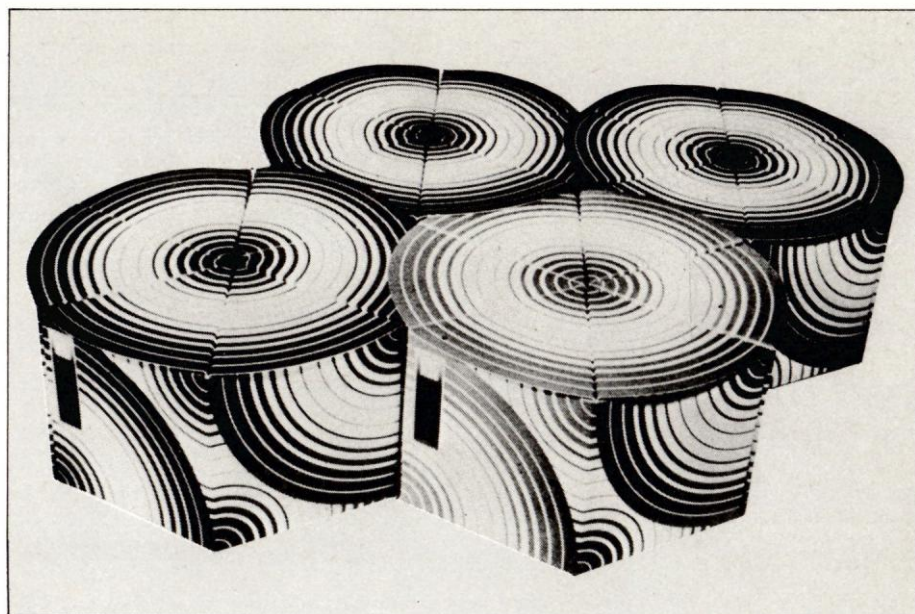
이제 포장 기구(包裝機構)는 더욱 고도화되었다. 쓰기 쉽고 잘 찢을 수 있으며 내용물을 잘 보전하고 있는가, 또한 애프터 유즈(after use), 즉 2차적인 이용을 할 수 있도록 고안되었는가, 그리고 새로운 양질의 재료를 쓰고 있는가 등의 포장 용기의 기능 디자인은 포장 디자인상 매우 큰 비중을 차지하게 되었다.



## (2) 심미성(審美性)

포장 디자인의 효과는 매점의 기능에 따라 좌우된다. 파는 점원이 여러 사람이어서 이것저것 고객을 위한 접대를 해 주는 판매점 같으면 포장에 그다지 신경을 쓰지 않아도 될 것이지만, 지금과 같이 나날이 유통 과정이 변천하고 대형화해 가는 판매점에 있어서는 파는 사람이 전혀 없든가 또는 있다고 하더라도 일일이 고객을 상대할 수 없으므로 상품 자신이 판매원이 되지 않으면 안 된다. 이와 같이 고객 자신이 선택해야 된다는 셀프 서비스 세일링시스템(self-service selling system)은 세계적으로 확대되어 가고 있고, 우리 나라도 점원을 줄이려는 경향이 나날이 늘어 가고 있다. 이러한 경향 아래에서는 포장 디자인의 심미성을 절실히 필요로 하게 되고 좋은 포장이나 아름다운 포장은 이제 판매원의 도움을 필요로 하지 않게 되며, 상품 자신이 자신을 스스로 파는 힘을 가져야 한다.

이제 포장은 상품과 일심동체(一心



과자 포장(일본) : 기하학적 패턴을 이용하여 진열상 효과를 주어 시선을 유도하고 있다.

同體)의 것이며, 우리들은 내용물을 쓰면서 상품을 오브제(물건)로 보기도 하고 만지기도 하며 느끼게 되는 것이다. 그러므로 포장은 상품을 나타냄과 동시에 그것을 오브제화하는 것이라고 말할 수 있다. 만일 포장이 판매 정책의 각도에서 보아 점포에서 고객의 눈을 끈다는 심리적인 기술로서만 고려된다면 그 상품은 불완전한 것이다. 즉, 그것이 우리의 생활 속에 뚜렷이 자리 잡고 생생하게 물건의 실재감(實在感)을 주는 것, 또한 늘 쓰면서 생활에 어떤 활기나 친밀감을 주는 것이 아니면 안 된다.

용기(容器)란 내용이 소모되고 나면 버리는 것이 보통이다. 그러나 그것은 되풀이하여 같은 것이 우리들의 눈에 띄고 손에 만져지게 될 것이다. 이렇게

하여 포장은 광고 미술과 같은 시각적인 영역뿐만 아니라 촉각적인 생활 속 에까지 깊숙이 침투하여 항구적(恒久的)인 공예품이나 일용품과는 달리 끊임없이 신선한 맛을 풍기는 독자적인 물건으로 생활을 영위하게 된다. 포장 디자인의 미적인 신비는 바로 이러한 속에 있을 것이고, 이러한 포장은 공통적으로 기능과 심미의 접점(接點) 속에서 엄격하게 자기 주장을 관철하려는 것이어야만 할 것이다.

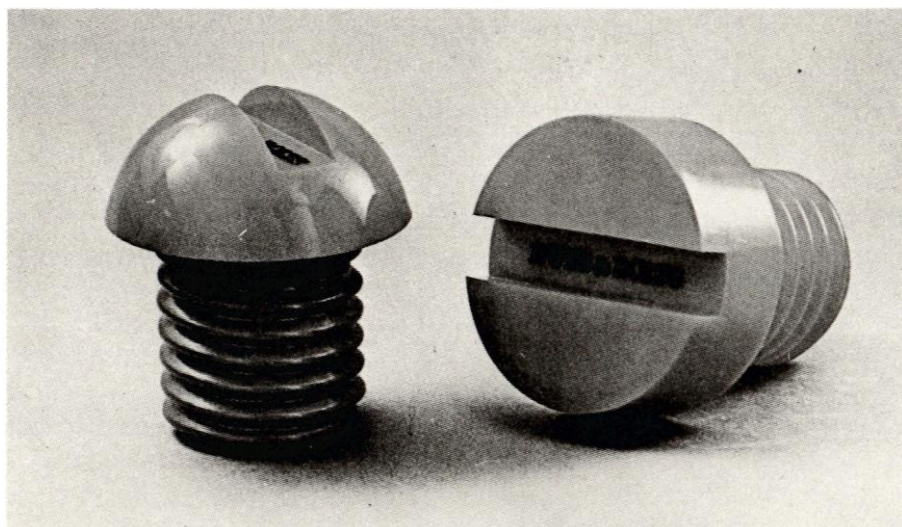
생각해 보면 포장은 발생의 역사와 함께 기능과 심미라는 쌍둥이를 업고 가야 할 숙명에 있었지만, 이것이 시대의 흐름에 따라 좌로 우로 흔들리면서 새로운 방향을 찾아나가고 있는 것이다.

## IV. 포장 디자인의 방향

개관(概觀)컨대 포장 디자인계에도 1973년의 유류 파동(油類波動: oil shock)이라는 말이 통용되고 있다. 이 말이 갖는 뜻에는 기술·개념·사회적 인식과의 관련 등 포장 디자인이 안고 있는 잡다한 모든 요인이 포함되어 있다.

유류 파동 이전에는 고도 성장의 물결을 타고 포장 디자인계는 보다 화려(gorgeous)하고 보다 호화(de luxe)롭

남성용 화장품 포장(미국) : 새로운 용기 형태의 디자인도 외장 디자인 이상으로 시각적 효과를 높일 수 있다.





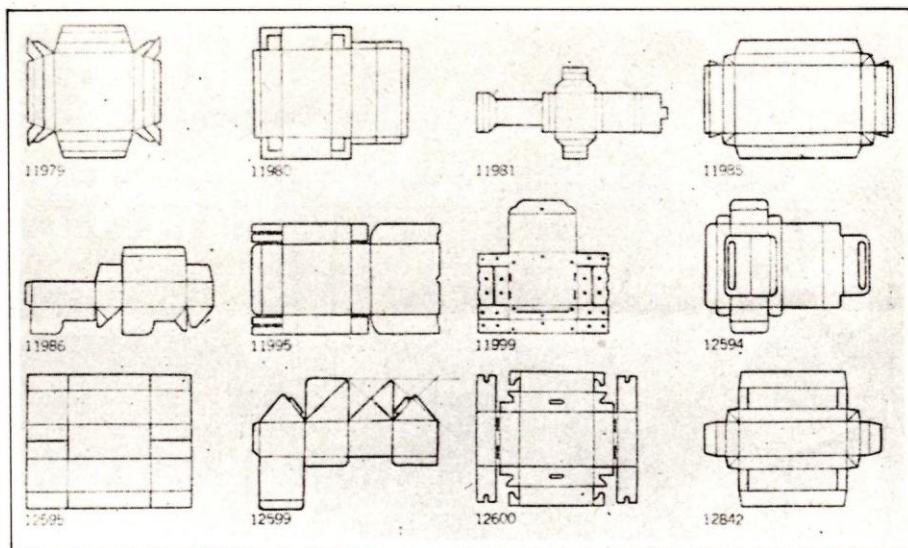
제 외장(外裝)의 멋을 경합(競合)하기에 급급하여 과잉 포장과 사용 후의 폐기물 처리 문제 등으로 많은 비난을 받았다.

그러나 유류 파동은 이 같은 풍조에 대해 물리적 데미지(damage)를 가해 자원 부족(資源不足)과 원료 고등(原料高騰)이라는 사실 및 '사회의 재점점'이라는 논리가 유류 파동 이전의 허실 사상(虛實思想)을 와해시켜 버렸다.

이와 같이 하여 포장 디자인계는 수년 전부터 겨우 침체에서 벗어나 궤도에 오르기 시작하였다고 할 수 있으나 아직 우리 나라의 교육이나 사회적 인식은 이에 미치지 못하고 있는 실정이며, 이러한 것은 하루 빨리 교육되고 보급되어야 할 것이다.

#### (1) 교육적인 면

우리 나라의 포장 디자인 교육은 그래픽 디자인 전공의 한 분야로 취급되고 있으며, 실제 포장은 시각적으로 어필하는 것처럼 보이고 매스커뮤니케이션(mass-communication)을 전제로 하여 인쇄라는 표현 수단을 필요로 하는 점에서부터 색채 및 표면 그래픽 등 그래픽 제반 요소를 필요로 하므로 그래픽과 매우 흡사한 모습을 지니고 있다. 따라서 포장 디자인이 그래픽 디자인 분야에서 다루어졌다고는 하나 매우 소홀히 취급되어 온 것은 사실이고, 그 원인은 제작 시간과 소요 경비에 있어서 평면 작품이 전시 효과나 인정받을 수 있다는 판단이 더욱 유리하고 안일하기 때문이다. 평면적 포스터



일본 혼슈 포장 센터의 퓨어팩(pure-pack) 연구로 개발된 지기 구조의 전개도

가 그래픽 디자인을 대표할 수 있는 표현 양식으로 알려져 있는 비정상적인 인식 때문이었다고 볼 수 있다.

그러나 포장은 '용기(容器)+디자인'으로 성립되고, 여기에서 용기는 포장의 보호 기능을 뜻하는 매우 넓은 의미로 쓰여진다. 이것은 부피가 있으며, 무게와 내용물을 감당하고 보호할 수 있는 포장 재료와 포장 형식 등을 필요로 한다.

순수한 그래픽적 사고로서는 해결할 수 없는 포장의 또 다른 면모를 보여주는 것으로서 상품의 성격에 따라 다양하게 변화되는 여러 가지 상황에 적응하기 위함이다. 특히 금속·플라스틱·유리 등 포장에 이용되는 재료가 제한이 없을 정도로 다양해지면서 이에 대한 조형적 탐구가 다분히 제품 디자인적 경향으로 흘러 포장의 양면성, 즉 평면성과 조형성이 더욱 두드러지고 있다.

이와 같이 포장 디자인의 디자인 적용 범위는 확대되고 있으나 교육은 과거나 지금이나 똑같은 과정을 걸어 오고 있다. 물론 우리 나라에 그래픽 디자인이 싹트기 시작한 지는 그렇게 오래되지 않으며, 더구나 대학에서 그래픽 디자인의 제반 분야를 교과 과정에 설정하기에는 너무나 역사가 짧은 것은 사실이다. 그러나 오늘날과 같이 급격히 변화하고 성장한 사회에서는 이

제 새로운 각도의 디자인 교육이 이루어져야 할 것이며, 특히 포장 디자인 교육은 외장(外裝) 디자인만이 아닌 새로운 구조·기능의 디자인까지를 고려하여야 한다는 점에서 평면적인 교육만이 아닌 입체적 공간 조형의 교육과 새로운 재료에 익숙해질 수 있는 교육이 실시되어야 할 것이다.

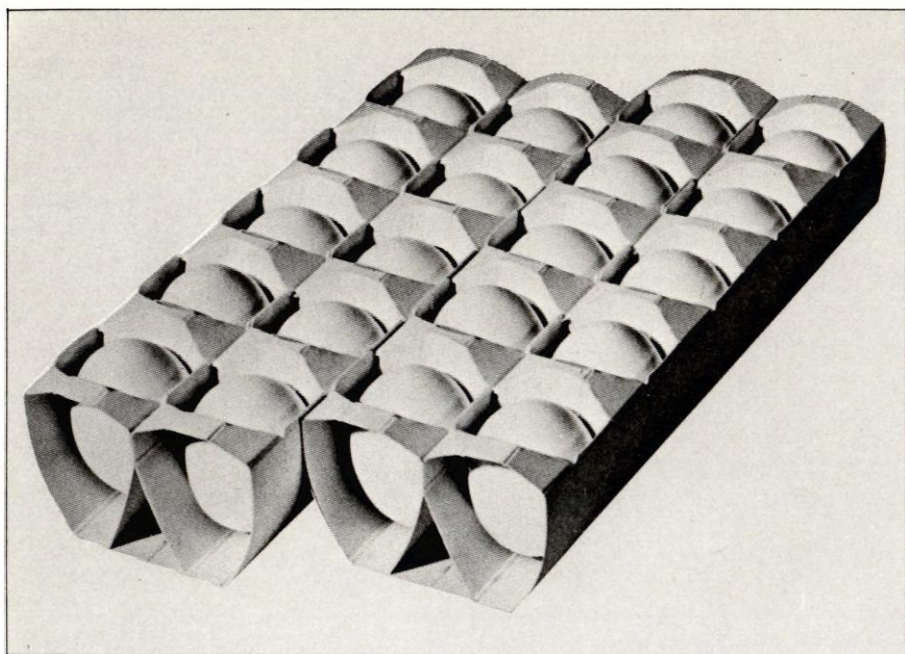
#### (2) 사회적인 면

앞서 기술한 교육적인 면은 각급 디자인 전문 교육 기관에서 디자인을 일생의 업으로 선택할 디자인 전문가 교육인 교육 내적 영역의 '디자이너 교육'의 문제라고 한다면, 사회적인 면은 사회적으로 보다 나은 시민 생활의 창조를 목적으로 하는 하나의 사회 교육인 교육 외적 영역의 '디자인 교육'의 문제라 하겠다.

이러한 관점에서 본다면 우리 나라의 디자이너 교육은 이제 점차 본궤도에 오른다고 할 수 있으나, 디자인 교육은 아직 요원한 것 같다. 이 말은 사회적으로 아직 디자인에 대해 올바른 인식을 갖고 있지 못하다는 의미이다.

지난 몇 년 동안 우리의 산업은 값싼 노동 집약적 기술에서 벗어나 오토메이션(automation)의 시대로 차차 변모되었다. 이제까지 기업이 혜택을 받아 오던 값싼 임금은 더 이상 기대할 수 없게 되었고, 세계 시장 속에서 우





달걀 포장(일본) : 종이의 지기 구조만 이용해도 충격을 방지함으로써 달걀을 보호할 수 있는 훌륭한 포장이 될 수 있다.

리 기업이 경쟁하기 위해서는 굿 디자인(good design)이 절실히 필요하게 되었다. 우리 기업도 이제는 덤핑으로 일관되어 오던 값싼 생산업자의 이미지에서 벗어나 좀더 나은 가치, 즉 양질의 제품을 만들기 위하여 노력하여야 할 시기가 온 것이다.

이러한 상황에서 기업에 요구되는 포장 디자이너에게는 효과적인 포장의 개발을 위한 디자인 능력이 그 어느 때보다도 더욱 필요하게 되었고, 기업에는 포장 디자인의 중요성을 더한층 인식하고 기업의 요구에 충족시켜 줄 포장 디자이너의 발굴 및 양성이 시급하게 되었다. 그러나 디자이너는 그들 나름대로의 책임을 회피하려 하고 있고 기업은 기업대로 기업 디자인 정책에 적극적이지 못한 것이 현재 우리나라의 실정이다.

선진국 대기업에서도 볼 수 있듯이 이제 일부를 제외하고는 모든 기술이 어느 정도 정지된 상태이고, 그러한 상황에서 제품의 포장 개선은 디자이너의 능력에 그 비중을 더해 가고 있는 실정이다. 어느 기업이 먼저 실행해 나가느냐가 기업의 성패를 좌우하게 될 것이다. 물론 아직도 많은 기업주들은

외국의 것을 모방하기에 열광하며 자체 디자이너가 세우는 공적에는 미온적인 태도를 보이기도 한다. 그러나 포장 디자이너는 기업을 성공적으로 이끌어 가기 위하여 포장의 여러 요소를 종합하여 기능과 형태를 결정하는 창조자로서의 역할과 책임이 막중하다는 것을 디자이너와 기업주 모두 함께 재인식하여야 할 것이다.

국가적인 차원으로도 이제는 기술 인력 개발 목표에 따른 제도의 개선에 대응하여 전문적 디자이너의 대량 배출 문제가 심각하게 검토되어야 하고, 또한 기업에 대한 디자인 교육 방안도 검토되어 기업의 디자인에 대한 관심을 높임으로써 우리나라의 특성과 현실성에 맞는 새로운 포장 디자인이 개선·강화되도록 뒷받침하여야 할 것이다.

또한 기업주(企業主)와 디자이너는 다 같이 책임을 가지고 꾸준히 노력하여 우리의 상품이 넓고 새로운 구조의 해외 시장에 나아가 외국 상품(外國商品)과의 경쟁에서 포장 디자인 문제 때문에 뒤지는 일이 없도록 하여야 할 것이며, 이러한 것은 국내 시장(國內市場)부터 새로이 인식되도록 해야 할 것이다.

## V. 맺는 말

예전과 비교해 본다면 이제는 포장이나 용기(容器) 없이 상품이 판매되는 일은 점차 적어졌고, 수출품의 경우에는 포장되지 않은 상품이란 있을 수 없게 되었다. 따라서 포장은 수요자에게 하나의 단위가 되었다고 할 수밖에 없다. 그러므로 어느 한 상품을 상할 때에는 먼저 떠오르는 것이 포장이다. 따라서 포장 디자인은 이제 상품 판매 수단상 가장 중요한 위치를 차지하게 되었고, 매프로덕션(mass-production) 시대를 연출하는 중요한 역할을 담당하여 화려하게 등장한 것이다.

우리 나라도 이제 성장하여 대량 생산 시대에 본격적으로 돌입하여 소비자에 대해 대량으로 선전하고 대량으로 소비시키는 것이 장사의 주류가 되었다. 판매를 신장시키려면 상품에 큰 매력을 갖추게 해야 하고, 현대와 같은 유통 경로에서는 상품 자신이 자신을 파는 힘을 지녀야 한다. 이런 시기에 절실히 요구되는 것은 포장 디자인상의 문제이고 기업은 이에 대한 재인식이 필요하게 되었다. 따라서 이제는 기업주와 포장 디자이너가 좀더 과학적·합리적으로 포장이라는 것에 접근하여 해결점을 찾으려고 노력하여야 할 것이고, 국가는 디자인 교육만 막연히 팽창시킬 것이 아니라 이제는 질적인 팽창이 되도록 뒷받침하여야 할 것이며, 이에 따른 올바른 디자인 관리가 이루어져야 할 것이다. ■



●시각 언어(視覺言語, language of vision) : 조르지 케피츠(Gyorgy Kepes)의 1944년의 저서 『시각의 언어』에서 생긴 말이다. 이 책은 조형 원리(造型原理)를 설명한 것인데, 시각 언어가 의미하는 바는 시각으로 직접적인 의사를 소통시키는 언어라는 것이다. 이와 같은 사고 방식은 근대적인 조형 예술의 일반 개념으로 이전부터 존재하고 있던 것이지만 그에 의하여 처음으로 상세하게 규정되었던 것이다. 시각 언어의 종류는 조형 예술 · 영화 · 사진 · 텔레비전 등 인간의 시각에 의한 생활이나 경험을 재현시킨 것으로서 그것들을 구성하는 여러 가지 요소가 시각어(視覺語)이며, 이 조형 요소인 시각어로부터 시각 언어가 성립하고 있다고 설명하고 있다. 커머셜 디자인에 있어서도 이 사고 방식이 중요시되고 있다.

●시각 중앙(視覺中央, optical center) : 사람이 수직선이나 장방형(長方形)을 볼 때 감각적으로 중심으로 보이는 위치를 말하는 것인데, 실제의 제도적 중앙(製圖的 中央)보다도 다소 위에 위치한다. 레이아웃할 때 이용된다.

●시리얼 패턴(serial pattern) : 연속하여 변화하는 도형을 말하는데, 애니메이션(animation)으로 이용되기도 한다. 추상 도형의 시리얼 패턴으로서는 독일 화가 쿠르트 크란츠의 '기하학적 테마에 의한 배어리에이션'이 유명한다. 이것은 158매의 연속적으로 변화하는 화면으로 구성되어 있다.

●시맨틱스(semantics) : 의미론(意味論), 언어 및 그밖의 기호(記號) 대상에 대한 관계를 연구하는 학문이다. 시맨틱스는 (1) 언어학적 의미론, (2) 철학적 의미론, (3) 일반 의미론의 3가지 연구를 포함하고 있다. 프랑스의 피에르 기로(Pierre Guirout)의 의미론에서는 기호를 표상(表象)을 위한 아이콘(icon, 像)과 전달을 위한 심볼(象徴)로 나누고, 아이콘은 예술, 심볼은 정보 이론(情報理論)과 결부된다고 하였다. 특히 상징적인 기호를 연구하는 학문을 세미오틱스(semiotics)라고 한다. 시맨틱스와 세미오틱스는 시각 전달(visual communication)의 문제와 관련하여 디자인 분야에서도 주목되고 있다.

●시멘트 도공못(nail, cement coated) : 못에 시멘트 수지류(樹脂類)를 도공(塗工)한 것으로 마찰이 증대되며, 나무 상자에 사용했을 경우 상자가 한층 더 단단해진다.

●시스템 엔지니어링(system engineering) : 생산 관리 방식의 하나. 오퍼레이션 리서치(operation research)에서는 기존 설비를 어떻게 효율하게 이용하느냐가 문제인 데 반해 시스템 엔지니어링은 공장이나 사무소를 신설할 경우 공학(工學) · 공정(工程) · 통계 자료 · 전망 등을 종합 연구한다는 사고 방식인데, 생산 공정의 낭비를 어떻게 제거하느냐가 그 대상이 되고 있다.

●시약봉(施藥棒, applicator rod) : 시약용(施藥用) 캡과 같이 사용되는 직경 2~4mm의 짧은 유리봉을 말하며, 캡으로 들어가는 쪽의 끝부분은 직각으로 절단되어 있으나 다른 끝부분은 일종의 광택(光澤) 끝손질되어 있다.

●시약용 소약병(施藥用小藥瓶, applicator vial) : 유리 시약봉(施藥棒)을 용접하거나 접합할 수 있게 넣어 두는 오목한 두부(頭部)를 가진 작은 유리 약병으로 목부분은 나사형으로 되어 있다.

●시이 그린(sea green) : 색 이름. 바다색의 초록. 초록 중에서도 청에 가까운 색을 일반적으로 말한다.

●시이트(sheet) : 금속 · 플라스틱 · 직조물 · 종이 등의 길이와 너비에 비해 두께가 매우 얇은 재료. 시이트에 대한 여러 가지 용어로서 박(箔) (0.006인치보다 두꺼울 때), 필름(0.010인치보다 두터울 때), 판지(board) · 판(plate) 등이 있다. 연속적인 길이라기보다는 개별적인 편재(片材)로 존재하는 플라스틱이나 종이와 같은 시이트의 편재를 가리키기도 한다. 시이트라는 용어는 일반적으로 0.002~0.250인치까지의 두께를 가진 얇고 동일한 물질의 층을 나타내는 것으로서 정확한 한계를 둘 수 없는 용어이다. 보다 비중이 큰 판은 블록(block)이라 부른다.

●시이트 라이닝 상자 판지(box board, sheet lining) : 지함용 판지(紙函用 板紙)를 생산할 때 시이트로 절단한 후에 라이닝(lining)한 판지.

●시일(seal) : 봉투나 포장지를 매는 작은 인쇄물. 구멍이 뚫린 형으로 상표 등을 표출(表出)시킨 것이 많으며, 뒷면에 풀을 붙여 둔다. 시일링 스탬프(sealing stamp) 또는 시일 라벨(seal label)이라고도 한다. 봉투나 포장지의 색과 조화를 고려하여야 한다.

●시일 벨벳(seal velvet) : 바다 표범의 모피(毛皮)같이 매끄럽게 생긴 벨벳.

●시일 캡(seal cap) : 특별한 기구로서 끼우거나 덮어 씌워 봉합하는 형상을 이용하여 설계된 특수 보호용 캡. 한 번 봉합한 후 봉합부(封緘部)를 파괴하지 않고 개봉할 수 없기 때문에 부정 방지캡이라 한다.

●시임 두께(seam thickness) : 관(罐) 이음매의 두께, 즉 단면(斷面)의 내부에서 외부까지의 거리.

●시임 컴파운드(seam compound) : 금속관(金屬罐)의 상 · 하면의 홈속에서 가스켓 역할을 하는 탄력성 재료.

●시트론(citron) : 색 이름. 희미한 오렌지색을 띤 밝은 황색이다.

●시폰(chiffon) : 강연 생사(強捻生絲)로 짠 비단인데, 오글오글하고 아주 얇은 비단과 시폰 벨벳 등이 있다.

●식물성 양피지(羊皮紙)(parchment, vegetable) : 동물성 양피지와 유사한 종이로서 면섬유(綿纖維)로 만든 워터 리프(water leaf) 시이트나 황산조(黃酸槽)에서 세척된 순수한 목재 펄프 등으로 다시 이것을 완전히 물로 세척한 후 건조하여 만든다. 가공된 시이트의 특성은 원료나 워터 리프 시이트를 만드는 종이의 가공 과정 및 양피지 공정 과정 등 여러 가지 처리에 좌우되며, 주요 특성으로 무색 · 무미 · 내유성(耐油性) · 방유성(防油性)과 오랜 시간 동안 물에 젖어도 유지되는 고습(高濕) · 강도(強度) 등을 갖고 있다. 한편 온수 · 냉수 · 염용액 또는 기타 용액 내에서 분해되지 않는 높은 저항력이 있다. 가스성 물질의 적용으로 시이트를 부드럽게 만들 수 있으며, 왁스 처리 · 도공(塗工) · 돌음 처리 · 주름 작업을 할 수 있다. 용도는 인쇄용 양피지로서 광고용 팜플렛 · 연하장 · 상자 라이너 등으로 사용되며, 옷셋 인쇄 · 활판 인쇄 · 그라비아 인쇄 · 다이스탬핑 · 스크린 인쇄 등의 인쇄 용지로 사용된다. 또한 여러 가지 중량이나 반투명 · 불투명 용지로서 냉동 · 온성(溫性) · 유지성(油性性) · 건조 식품 등의 포장용으로 사용된다. 그리고 물건을 굽거나 서어비스용 지함(紙函)의 라이너재로 사용되고, 반투명 양피지는 디아조 타입(diazo type)의 사진 인쇄용으로 사용된다.

●식물성 접착제(adhesive, vegetable) : 분(粉) · 전분(澱粉)이나 천연 고무처럼 식물성 자원으로부터 얻어진 접착 재료. 고무기(基)의 접착제와 송진도 식물성 자원에서 얻지만, 일반적으로 식물성 접착제로 취급하지 않는다.

●식품용 케이싱(casing, food) : 표면이 밀착되면서 포장되는 유연성 튜브나 우육(牛肉) · 닭고기 · 치즈 및 기타 식품의 포장에 사용된다. 식품용 케이싱은 동물 내장이나 재생 셀룰로오스 · 플라스틱 · 합성 섬유 · 고무 · 필름 등으로 만든다.

●식품용 특수 판지(special foodboard) : 수분을 함유한 액체 또는 유성 식품(油性食品)의 포장용으로 만든 판지로 24"×36" 인치 500장의 중량 90파운드 이상을 갖는다. 식품용 판지의 두 가지 형태는 85% 이상의 화학 펄프로 만든 화학 펄프 판지와 85% 이상의 화학 펄프에 쇠목(碎木) 펄프(ground wood pulp) 또는 동등한 섬유 재료를 혼합한 펄프 판지가 있다.

●신문 광고(advertising for the daily press) : 신문 지상에 게재되는 광고. 신문 광고는 각종 광고 매체 가운데서도 가장 유력한 것이다. 신문 광고의 특색은 ①신문의 발행 부수가 매우 많기 때문에 널리 일반에게 호소할 수 있다는 것, ②신문 광고의 비용은 그 발행 부수에 비하여 매우 저렴하다는 것, ③신문 광고는 신속하고 발행 회수가 많기 때문에 광고의 좋은 시기를 용이하게 포착할 수 있다는 것, ④신문이 가지는 사회적인 용이 광고면에 대한 신용이 되는 것, ⑤되풀이하여 광고함으로써 인상이 누적되어 강력하고도 선명해진다라는 것 등이다. 신문 광고는 표현 형식에 따라서 기사 광고 · 삽화 광고 · 의장(意匠) 광고 · 안내 광고 등으로 나누며, 게재 위치에 따라서 보통 광고와 특별 광고로 구분할 수 있다. 보통 광고는 기사하 광고(記事下廣告), 특별 광고는 돌출 광고 · 기사중 광고(記事中廣告) · 제자하 광고(題字下廣告) 등으로 불려진다. 신문 광고의 스페이스의 크기는 전5단이나 5단 2분의 1 등으로 불리는데, 전자는 높이가 5단으로 전단이고 후자는 반단의 것을 말한다.

●신장도(伸張度) : 장력하(張力下)에서의 지류(紙類)의 신장도를 말한다. 장력하에서의 종이나 판지의 팽창 신장도는 인장 시험기(引張試驗機)로써 측정하며, 종이가 찢어지기 전까지의 팽창을 백분율로 표시한다. 보편적인 종이의 신장도는 5% 미만이며, 잔주름 공정(creping), 엠보싱(embossing), 톱니 모양의 오목(凹) 처리(indenting) 및 이와 비슷한 방법에 의해 30%의 신장도를 낼 수 있다. 신장도를 크게 한 종이는 종이의 구조가 이중으로 짜이는 것이 필요한 곳이나, 유동성 제품을 담는 대(袋)나 라이너재로 사용된다. 신장도는 공기 중 습도 함량의 영향을 받는다.



●신장(伸張) 가장자리(extension edge) : 붙임 상자에 있어서 상자의 내면에 연장시킨 상자의 바닥이나 뚜껑 외측에 붙인 판지. 그 공정은 수동식 또는 기계적 방법으로 행한다.

●신장선(伸張線, stretcher strains) : 금속에 있어서 잡아 당기는 힘이 끝난 후 당기는 방향에 나타난 선.

●신장성 종이(paper, extensible) : 높은 에너지 흡수성을 가지는 신장성(伸張性) 종이. 이와 같은 신장성 조절은 용지의 면 사이에 있는 종이 섬유소를 건조하는 동안 적정점의 축축한 시이트에서 유도된다. 응집 현상(compaction)은 초지(抄紙)와 탄력성 물질이 압력 조임기를 지나갈 때 탄력성 물질의 위축으로 발생한다. 이렇게 하여 생산된 제품은 부드럽고 일상 사용하는 종이의 모양이 된다. 이와 같이 각종 평량(坪量)과 등급을 가진 신장성 종이는 다층대 포장(多層袋包裝), 배접(背接) (laminating), 래핑(wrapping) 등에 사용된다.

●신장률(伸張率, elongation) : 물질의 본래 길이의 백분율(%)로써 보통 표시되는 물질의 길이. 팽창 금속의 신장률은 일반적으로 처음 길이에 비해 늘어날 때까지 늘어나는 총길이를 표시한다.

●신조형주의(新造形主義, neo-plasticism) : 매우 단순화된 기하학적인 형식을 취하는 추상 미술의 선구적인 유파. 1917년 네덜란드에서 몬드리안(Piet Mondrian)과 도에스부르크(Van Doesburg) 등이 중심이 되어 '드 스티일'(De Stijl)' 그룹을 결성하고 기관지 '드 스티일'을 발행하여 활약하였다. 신조형주의는 회화에서 재현적(再現的)인 요소는 물론 우연이나 감정의 투영을 배제하고 「선과 순수한 색채와의 순수한 관계에 기초를 둔 새로운 미학」을 주장하였다.

●실(sill) : 나무 상자나 살 상자의 바닥이나 앞면에 수평으로 되어 있는 틀.

●실내(室內, interior) : 건축의 내부, 특히 그 사용자와 밀접하게 관계 있는 부분이 많은 방의 내부를 말한다. 그러나 단지 방 그 자체뿐만 아니라 가구 기타의 가동적(可動的)인 설비 또는 설치된 부동(不動)의 설비가 포함된다. 이것들은 건축가가 전부 디자인하는 경우도 있지만 실내는 가변적인 부분이 많아 계절에 따라서 모양을 바꾸는 수가 있으며, 전문적인 인테리어 디자이너(interior designer)가 담당하는 경우가 많다. 인테리어 디자인은 방의 건물 전체에 대한 관계나 사용상의 제조건과 사용자의 심리 등에 중점을 두고 경제적이고 합리적으로 추진하고 동시에 새로운 조형 감각을 얻는 것이다. 장치적(裝置的) 의도를 디자인의 핵심으로 하는 실내 장식(interior decoration)은 구식(舊式)의 관념으로 되어 있으나 오늘날 아직 벽지나 커튼을 바꾼다거나 천장이나 목재 부분의 칠을 다시 하는 것을 주업으로 하는 장식상이나 장식주의(裝飾主義)의 실내 장식가(interior decorator)가 적지 않다. 이는 부유 계급의 회고적인 취미 또는 귀족적 취미의 요구에 의하는 경우가 많고, 이에 따른 실내 장식가는 가구 및 실내의 역사적 양식에 통달하도록 요청받고 있다. 이에 반하여 근대적 의미의 인테리어 디자이너는 건축가나 조명·급배수(給配水)·공기 조절 기타에 관계하는 기술자와 협력한다는 점에서 인터스트리얼 디자이너와 동일 기점(基點)에 서는데, 사실 인터스트리얼 디자이너로 인테리어 디자인에 숙달한 사람도 적지 않다.

●실내온도(temperature, room) : 대다수의 사람들이 안위를 느낄 수 있는 온도로서 범위가 확정되어 있지 않다. 대개 60~90°F 사이의 온도를 말한다.

●실루엣(silhouette) : 실루엣이란 말은 원래 영상(映像)·윤곽·화상(畵像) 등을 의미한다. 이 말의 기원을 찾아보면 1754년 프랑스의 재무 장관으로 임명된 에쉴드 드 실루엣이 재정을 충실히 하기 위하여 극심한 과세 정책과 건축 정책을 썼는데 여론이 나빠 4개월 만에 사임했다. 그가 그림자처럼 사라졌다 하여, 그리고 그의 극단적인 절약 정책을 비유하여 이 말이 생기게 되었다고 한다.

●실리카겔(silicagel) : 콜로이드 실리카(colloidal silica)의 일종으로서 외관상으로 굵은 모래와 같은 형식을 가지고 있으나 세밀히 관찰하면 많은 미세한 기공(氣孔)을 가지고 있어 흡수성이 매우 좋다. 건조에 의해 활성화한 후 건조제로 재사용한다.

●실리카 처리(silicating) : 매끈하고 단단한 표면 끝손질을 하기 위해 소듐 실리케이트(sodium silicate)를 사용한 판지의 처리 과정. 잘 달라붙는 물질의 내부 면지로 사용하기 위해 종이에 처리한다.

●실리콘 플라스틱(silicone plastic) : 중합(重合) 사슬의 주요부는 실리콘과 산소 원자가 교대로 배열되어 있고, 주위에는 탄소 그룹이 배치된 구조식(構造式)을 가지고 있는 수지로 만든 플라스틱이다.

●실버 화이트(silver white) : 산화연(酸化鉛) 연백(鉛白)을 원료로 하는 백색 안료. 이황산개소·유화수소(硫化水素) 등과 합하면 흑색으로 변한다. 독(毒)하므로 취급에 주의할 요한다.

●실용(實用) 두루마리(utter box roll) : 왁스 도포지(塗布紙)·필름·박 또는 이와 비슷한 재료의 가장자리를 다듬은 작은 외경(外徑)을 가진 가

정용 두루마리(卷取, utility roll)이라고도 한다.

●실용량(實容量, capacity, actual) : 미국 I.C.C 규격에 있어서 실용량은 표시(명목상) 용량에 30갤런 용기 또는 그 이하의 용량일 때에는 2%와 1/4을 더하며, 용량 30갤런보다 더 큰 용기일 때에는 2%와 2/4를 더한다.

●실크스크린 프로세스(silkscreen process) : 공판 인쇄(孔版印刷)에 속하며, 비단의 결을 통하여 불투명성의 잉크를 칠하는 인쇄 방식이다. 매우 손쉽게 할 수 있기 때문에 근년에 와서 상당히 유행되고 있다. 비단을 붙이는 틀과 실크스크린을 반듯하게 밀착시키는 기반(基盤) 및 로울러 대신으로 쓰이는 스퀴지로 구성되어 있다. 서적의 장정(裝幀)·권두화(卷頭畵)·포스터·캘린더 등에서부터 포장품(布製品)·합성수지·유리 제품의 인쇄 등 광범위하게 이용된다.

●심봉(芯軸·卷芯, mandrel) : 권취(卷取)·주형 성형(注射成型)·압출 성형(押出成型) 등에 의하여 어떤 모양을 만들 때 권심(卷芯)으로 사용되는 봉(棒) 또는 원통을 말한다.

●심지(芯地, duck) : 삼(麻)이나 털로 짠 옷감에 심지를 속에 대는 천으로서 두꺼운 목면으로 짠 것. 남자옷의 가슴과 소매의 심지에는 마모(馬毛)를 짜서 형태가 흐트러지지 않게 만든다.

●심층 면접법(心層面接法, depth interview) : 동기 조사(動機調査)에 있어서 면접 기술의 하나인데, 개인의 간접적인 동기를 밝히려는 방법. 개인의 욕구와 감정은 직접적인 질문으로는 드러나지 않았으므로 이것을 알려는 시도가 발달하여 잠재해 있는 강렬한 동기는 심층 면접법으로 파악할 수 있다.

●심커 못(nail, sinker) : 보통 못에 비하여 몸체가 다소 가늘며, 못머리부터 못의 동체로 점점 가늘게 된 못으로서 못을 박거나 빼는 경우 못머리가 쉽게 파손되는 것을 방지한다.

●싱크로(synchro) : 싱크로나이즈(synchronize)의 약어(略語). 사진 촬영에 있어서 셔터와 섬광 전구(閃光電球)의 발광을 동조시키는 것을 싱크로 촬영이라고 한다.

●싱크로 리더(synchro-reader) : 1매의 그림(시이트)의 앞면에 문자·사진·회화 등을 인쇄하고 뒷면에 자기 녹음막(磁氣錄音膜)을 부착시킨 것인데, 앞면을 보면서 녹음 헤드를 회전시켜 음성을 취입할 수도 있고 들을 수도 있는 기계다. 녹음과 재생이 쉽고 값도 싸며, 또 접거나 파ילו도 만들 수 있고 책으로도 만들 수 있어 이용 범위가 넓다.

●싱크 마크(sink-mark) : 성형물 표면에 보조개 모양으로 쑥 들어간 곳으로서 둥근 가장자리가 깨끗이 형성되며, 이 가장자리의 둘레에는 표면 필름이 있다.

●아라모드(a la mode) : 새로운 유행이라는 의미이다.

●아라베스크(arabesque) : 아라비아풍(風)의 장식 모양을 뜻한다. 일반적으로는 당초(唐草) 무늬 모양의 장식을 말하는데, 정교하고 복잡한 무늬를 말한다.

●아르티잔(Artisan) : 장인(匠人)이라는 의미인데, 기교만 뛰어나고 예술적 정신이 부족한 작가를 artist와 구별하여 부를 때 이 말을 쓴다. 테크니션보다도 멸시하는 의미가 강하다.

●아마(亞麻) : 유럽의 삼(麻)으로는 최량의 재료이다. 이 실로 짠 천을 린넨(linnen)이라고 부르며, 셔츠·헝커치프 등 흰 천으로 사용된다.

●아르누보(Art nouveau) : '새로운 예술'이라는 의미로 20세기 초 프랑스와 벨기에를 중심으로 하여 생겨난 하나의 디자인 양식. 건축이나 공예에 있어서 곡선을 위주로 한 자유로운 의장(意匠)이며, 과거의 형식을 타파하여 한때는 세계적으로 유행했다. 반 데 벨데가 새로운 양식의 가구에 이 이름을 붙인 것이 그 시초인데, 러스킨이나 모리스의 공예 운동에서 큰 자극을 받은 점을 간과할 수 없다. 기능에서 유리된 형식주의로서 하나의 유행에 그치고 말았지만 디자인 운동사에서 하나의 역할을 했다.

●아마존(amazon) : 세방 모사(細紡毛絲)로 짠 무늬 없는 복장지(服裝地).

●아메디스트(amethyst) : 색 이름. 자주빛이 다소 섞인 색. 히브리어에서 나온 말로 자수정(紫水晶)이라는 뜻이다.

●아미노 수지(樹脂) : 요소(尿素)·멜라닌·알데하이드와 같은 아민의 축합(縮合)에 의해 만들어진 플라스틱.

●아밀로우스(amylose) : 전분 분자(澱粉分子)의 무기성(無枝性) 당분자(糖分子) 부분. 전분 폴리 퇴화된 것이다. 아밀로우스와 아밀로펙틴과의 비율에 따라 전분 풀의 종류가 다르다.

●아밀로펙틴(amylopectin) : 전분 분자가 분기(分枝)된 것. 전분 풀의 점도(粘度)를 부여하는 물질.

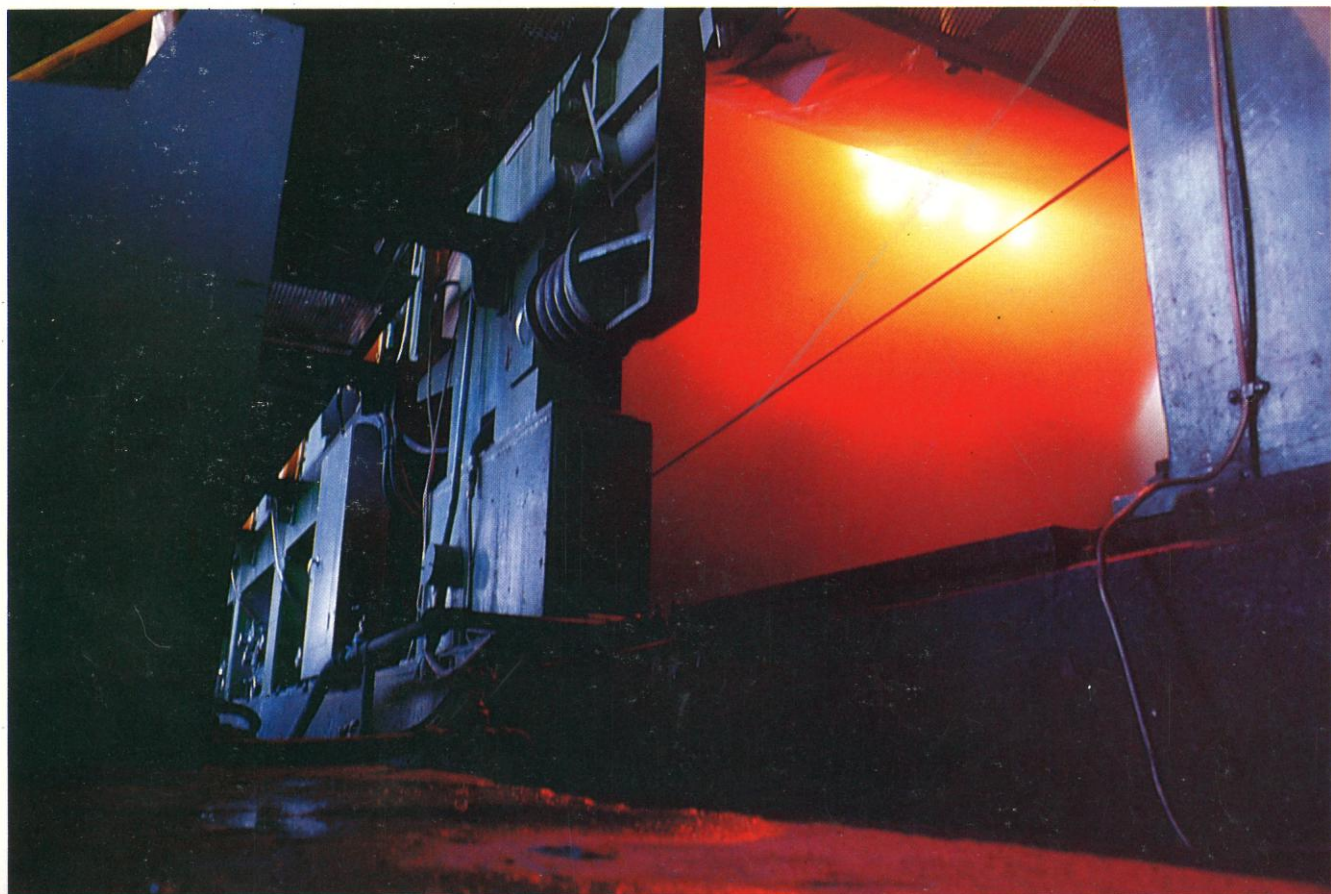
●아세테이트(acetate) : 초산 섬유소 인견.

●아스트라칸(astrakhan) : 소련의 아스트라칸 지방 특산의 새끼 산양의 모피를 말하는데, 곱슬곱슬한 털로 짠 과일지(織)으로 모피와 비슷하게 짠 부인 외투지가 있다.



## 1 號機 長網式 초지기

- 생산 능력 : 月間 600M/T
- 생산 품목 : 수출용 골芯紙  
내수용 골芯紙



## 2 號機 丸網式 초지기

- 생산 능력 : 月間 700M/T
- 생산 품목 : 수출용 골芯紙  
K原紙

國內最大紙幅 丸網초지기 보유 幅 3100<sup>m</sup>/m

## 범양제지공업주식회사

住 所 : 全南 光州市 北區 林洞 122-10  
☎ 光州 56-9123, 56-7822  
서울 사무소 : 서울특별시 중구 수표동 56-13  
동신 빌딩 301호  
☎ 265-2062, 269-2556





## '86아시안게임 '88서울올림픽

위대한 민족의 긍지를 살려  
이제부터라도 우리 상표의 중요함을  
다시 인식해야 될 때입니다



### 현대칼라 II 필름

수입품이면서도 왜 우리상표를 붙였나?



30여년동안 축적해 온 기술, 정성, 경험,  
그리고 세계적인 규모의 현상 시설로써 이  
땅에 우리의 사진왕국을 이룩한 현대칼라—

그런데 칼라필름 만큼은 수입에 의존할 수  
밖에 없는 점이 안타깝습니다. 왜냐하면 전  
세계 150여 나라 가운데 칼라필름을 만드는

나라가 미국, 일본, 서독 세 나라 밖에 없는 탓입니다. 따라서 빨간색  
포장의 현대칼라 필름도 수입품인 것이 사실입니다만 그러나 외래  
상표를 그대로 사용함으로써 외제 선호풍조에 편승하기에는 우리의  
긍지가 용납을 하지 않습니다. 여러 불리한 조건을 무릅쓰고라도  
우리는 반드시 우리의 상표를 붙여 내놓고 싶습니다. 그래서 내용물의  
필름과 감음쇠는 물론 포갑지 인쇄 및 밀봉까지 완전히 우리 상표  
현대칼라로 100% 완성시킨 후에야 우리는 수입을 하고 있습니다.

'86아시안게임과 '88서울 올림픽을 치르는 민족적 긍지를 위해서라도  
우리는 이제 우리 상표의 중요함을 다시 한번 인식해야 될 때라고 생각  
합니다. 감사합니다.

국내 최대의 사진 종합 현상소

現代交易(株)現代칼라

서울·용산구 서계동 33-112 대표전화 714-0171~0180