

산업디자인 INDUSTRIAL DESIGN

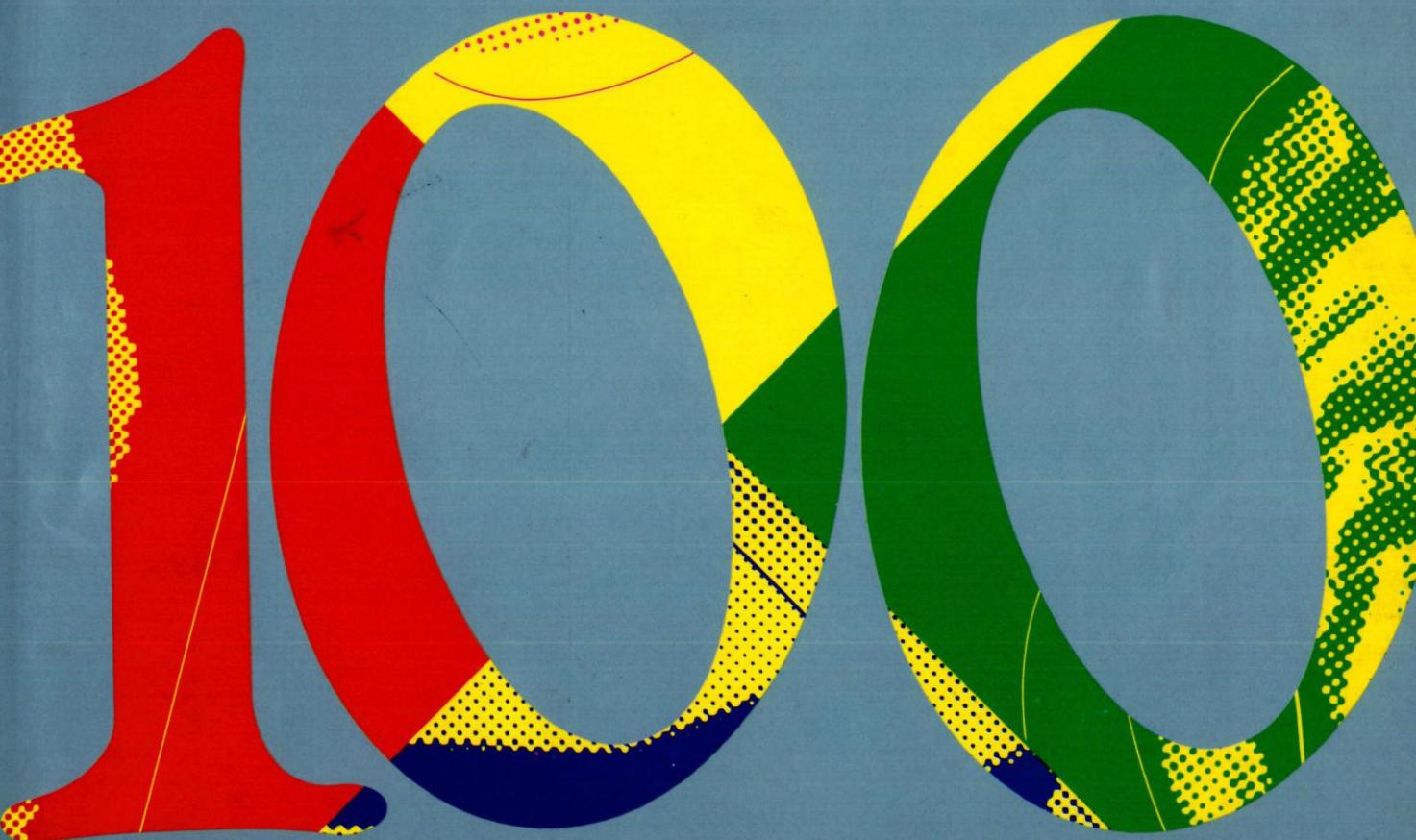
100
1988 VOL. 19

특 집 : 「산업디자인」지 100호 발간 기념 좌담회

88서울올림픽과 디자인

제 4회 한·일 디자인세미나

연구논단 : 산업디자인 개발을 위한 기호론적 연구



디자인은 멋의 인술

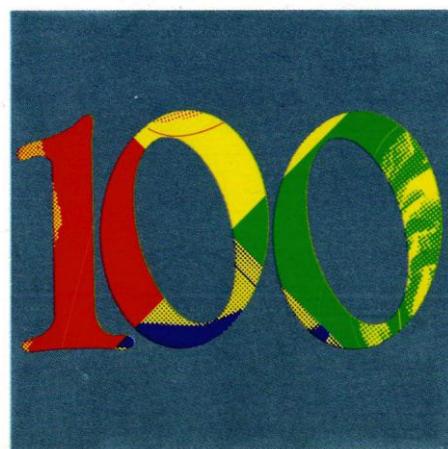


인술(仁術)이란 사람을 살리는 어진 기술이라는 뜻으로 의술(医術)을 달리 칠성을 때 사용하는 말입니다. 인간의 육신에 대한 매커니즘을 주로 다루는 것이 의술이라면, 디자인은 인간의 신체 · 정신 · 기능적 요구보통을 다루는 지각심리학이란 점에서 사람 혹은 기업 내지 상품, 을 살리고 죽이기는 매 한가지입니다. 「아름다움을 위해서라면 어떤 규칙도 깨뜨릴 수 있다」는 어느 원인의 말처럼, 현대인은 미(美)를 찾을 거기.
보다도 우선 시키고자 한다는 것을 강조하면서는 안될 것입니다. 디자인은 결코 시작적 기민중이 아닌 웃스프리에 대한 시작적 웅변이기 때문입니다.

목 차

Contents

권 두 언	100호 발간을 기념하면서 In Commemoration of the 100th Issue of 「Industrial Design」	조진희	4
특 집	「산업디자인」지 100호 발간 기념 좌담회 Discussion on the Publication of the 100th Issue		
	●좌담회 I : 미래지향적인 산업디자인 육성 방향		6
	●좌담회 II : 디자인 시대의 전문 디자인자의 역할과 사명		13
	'88 서울 올림픽과 디자인 '88 Seoul Olympics and Design	편집실	17
	제4회 한·일 디자인 세미나 4th Korea-Japan Design Seminar		
	●한국디자인 30년의 평가와 그 발전 방향	정시화	36
	●패션 비즈니스의 전개와 디자인	카아이레이	41
	●생활 문화로서의 현대 디자인	김명석	42
	●일본에서의 시장 변화와 ID	다다나루미	44
연구 논 단	산업디자인 개발을 위한 기호론적 연구 I A Study on the Semiotic Approach to Industrial Design	박대순	47
	디자인 교육에 있어 매킨토시 컴퓨터의 활용 Macintosh Computer in Design Education	이영희	54
디자인 정보	디자인 정보 수요 조사 결과 및 분석 Survey Research on Demands of Design Information	공재홍·김상호	64
	자전거 디자인의 변천 Development of Bicycle Design	그레함 빅커스	70
기획 연재	세계 유명상품 디자인사 Design History of World Famous Products	편집실	74
디자인 뉴스	디자인 동서남북 Design News		76
디자인 자료	도요타 자동차 디자인사 VI Design History of Toyota Motor VI	마사오 모리모토	79
	국내외 디자인 관련 정보 자료 The Latest Information on Industrial Design		86
	1950~1980년대 국내디자인 관련 석사학위 논문 목록 I 편집실 List of Master's Theses in Design 1950s~1980s	편집실	89
	「디자인·포장」 1호~「산업디자인」 100호 총 목차 Table of Contents of Industrial Design Issue Nos. 1~100	편집실	96
	1945~1988년 국내외 디자인 약사 Brief Design History 1945~1988	편집실	111



어떤 일의 회수나 수량이 '100'이라는 숫자를 가질 때 우리는 거기에서 무엇인가 완성되었거나 성숙되었다는 느낌을 받는다. 「산업디자인」지가 이번 호로 100호를 맞게 되었다. 1970년 11월 20일에 창간된 본지가 우리나라의 현대 디자인사와 숨결을 함께 하면서 18년 동안 이어져 내려와 이제 100호를 맞게 된 것이다. 앞으로 보다 성숙된 잡지로 만들 것을 다짐하면서 100이라는 숫자를 부각시켜 표지를 꾸며보았다.

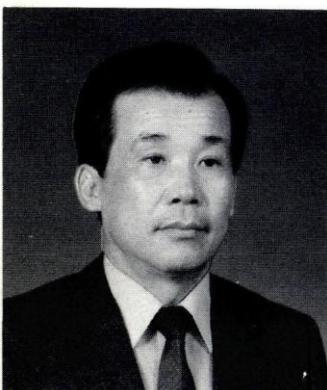
出版委員：朴漢裕·李大成
企劃：金暎民·金宰弘
編輯：李敦圭
寫真：黃善柱

- 隔月刊「산업디자인」通卷 第100號, Vol.19
- 發行社 編輯人：趙鎮龍
- 發行・編輯：한국디자인포장센터
- 發 行 日：1988年 10月 31日
- 本 社：서울特別市 鍾路區 蓮建洞 128-8
Tel.(762) 9461~5, 9130~7, (744) 0227
- 示範工場：서울特別市 九老区 加里峯洞 第2工團
Tel. (856) 6101~4
- 釜山支社：釜山直轄市 北区 鶴章洞 261-8
Tel. (92) 8485~7
- 登録番號：바-599號
- 登録日字：1971年 1月 14日
- 印刷・製本：정화인쇄(주)
- 寫真植字：(株)大通企劃

본지는 한국도서윤리위원회의 잡지윤리실천 강령을 준수한다.

100호 발간을 기념하면서

조진희 한국디자인포장센터 이사장



1970년 5월 19일, 기존의 한국수출 디자인 센터와 한국포장기술협회, 한국수출품 포장 센터 등 3개 단체를 합병시켜 발족한 저희 센터는 디자인과 포장의 중요성을 보다 넓리 인식시키고 이에 관한 정보와 지식의 효과적인 전달을 위해 그 해 11월 20일에 「디자인·포장」지를 창간, 계간지로 출범 시켰습니다.

돌이켜 보면 우리나라는 1960년대 까지만 하더라도 거의 외채에 의존한 빈약한 산업 기반 아래 모방생산과 주문생산에 의한 노동집약적인 수출산업 위주로 근근이 국민경제를 이끌어가고 있었기 때문에 디자인과 포장은 무관심과 무지의 영역으로서 거의 불모지에 가까운 분야였습니다. 그러나 1960년대 후반부터 수출산업의 질적인 발전과 더불어 고도 산업사회에로 사회구조가 이행함에 따라 새로운 사회적 요구와 일반 대중의 미적 인식이 향상되면서 디자인과 포장에 대한 개발 의욕이 태동하기 시작하였던 것입니다.

그렇지만 당시만 해도 국내에서는 이분야에 관한 전문 도서가 전혀 발간되지 않았을 뿐만 아니라 국소수의 전문 분야에 종사하는 사람들 이외에는 외국의 전문 서적을 구입하기도 어려운 실정이어서 정보와 지식의 공

핍을 해소할 길이 없었습니다. 따라서 디자인·포장 분야의 개발을 통해 우리 상품의 국제 경쟁력을 향상시키고자 하는 정부의 적극적인 수출 정책을 배경으로 설립된 저희 센터에서는 이러한 점을 깊이 인식하고 설립 첫해에 「디자인·포장」지를 창간 함으로써 이 분야에 관한 전반적인 지식과 정보를 제공해 주는 획기적이고 유일한 창구를 마련했던 것입니다.

그후 1976년에는 격월간지로 발전 하였으며, 1983년에는 보다 심도(深度) 있는 전문지로서의 역할을 다하기 위해 포장 분야는 「포장기술」지를 창간하여 분리시키고 현재의 「산업디자인」이란 제호로 변경시켜 이제 그 100호 발간을 맞이하기에 이르렀습니다.

따라서 지금까지 만 18년 동안 꾸준히 그 맥을 이어온 「산업디자인」지는 명실공히 우리나라 현대 산업디자인사(史)를 처음부터 지켜보며 함께 호흡해온 가장 오랜 역사를 지닌 디자인 전문지라 할 수 있습니다.

창간된 후 지금까지 18년의 기간을 되돌아 보면 그 동안 우리나라의 경제적인 환경과 국제적인 위상은 엄청난 변화를 거듭해 왔습니다. 노동집약적 산업에서 기술집약적 산업으로 전환되면서 70년도 당시 10억 달러에 불과하던 수출액이 올해에는 벌써 500억 달러를 넘어섰으며, 성공적으로 치루어 낸 '88 서울올림픽은 우리 민족의 자긍심을 한껏 높여주었을 뿐만 아니라 우리의 국력을 전세계에 떨쳐보임으로써 국제적으로도 그 위상을 확고히 다지는 계기가 되었습니다.

나아가 이러한 경제 성장을 배경으로 산업구조가 고부가가치 산업 위주로 전환됨에 따라 디자인 분야에도 팔목 할 만한 발전과 변화를 보여왔습니다. 특히 '88 서울올림픽은 우리의 우수한 문화와 접목된 독창적인 디자인을 전세계인을 대상으로 마음껏 펼쳐 보이게 해줌으로써 우리 디자이너들의 역량을

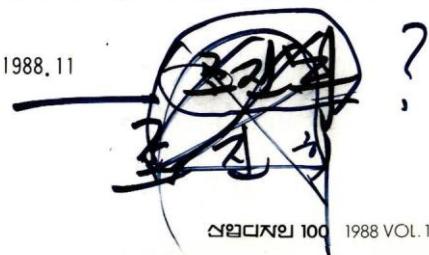
유감 없이 과시할 수 있는 기회를 제공해 주었을 뿐만 아니라 디자인계의 발전을 위해 새로운 도약의 기틀을 마련해 주었다고 할 수 있습니다.

이제는 수출 상품만이 아니라 내수상품도 국민들의 안목이 높아져 디자인이 우수하지 않은 상품은 팔리지 않는 시대가 되었습니다. 이러한 대중화 추세는 디자인 분야의 발전을 위해 매우 바람직한 현상으로서 그 동안 디자인 분야에 종사해 온 여러분들과 저희 센터가 기울여 온 노력이 조금이나마 그 결실을 맺은 것이 아닌가 생각합니다. 특히 「산업디자인」지는 디자인에 대한 개념이 일반 대중에게 전혀 정립되어 있지 않았던 초기부터 디자인에 대한 인식을 일깨워주고 이의 진흥을 위한 첨병 역할을 해온 매체라는 점에서 그 공을 결코 소홀히 평가할 수 없다고 봅니다.

그러나 그동안 저희 센터의 제반 여건과 예산상의 제약 등으로 인해 「산업디자인」지가 디자인계 종사자 여러분들의 요구에 부응할 수 있는 정보와 지식 전달에 미흡한 점이 많았다는 것도 부인할 수 없는 사실로 받아들이고 있습니다. 이제 100호 발간을 맞으면서 그동안 미흡했던 점을 하나하나 보완해 나가면서 새롭게 출발한다는 자세를 가지고 보다 내실 있는 잡지로 발전시키기 위해 배전의 노력을 기울여 나가겠습니다.

아울러 앞으로 디자이너 여러분들의 발전과 우리나라 산업디자인계의 앞날을 위해 보다 참된 동반자의 역할을 할 수 있는 「산업디자인」지가 될 수 있도록 더욱 많은 질책과 성원이 있으시기를 당부드립니다.

1988.11



특집

「산업디자인」 100호 발간 기념 좌담회

좌담회 I :

미래지향적인 산업 디자인 육성 방향

좌담회 II :

디자인 시대의 전문 디자인지의 역할



지난 1970년 11월 20일 「디자인·포장」 이란 제호로 창간호를 발간한 이래 만 18년 동안 우리나라의 현대 산업 디자인사(史)와 맥박을 같이 해온 「산업디자인」지가 이번 호로 100호를 맞이하게 되었다. 그 동안 우리나라의 경제는 70년대의 고도 성장기를 거쳐 80년대에 들어와서는 안정 기조를 다지면서 흑자 무역으로 돌아서는 등 괄목할 만한 신장을 해왔다. 이러한 경제 성장과 더불어 산업 디자인 분야도 국제 무역 시장에서의 성패를 좌우하는 가장 중요한 요소로 부각되면서 발전을 거듭해 왔는데 특히, '88서울올림픽은 우리 디자인사에 하나의 큰 획을 그으면서 국제적으로 도약할 수 있는 기틀을 마련해 주었다.

이에 본지에서는 100호 발간 기념
특집의 일환으로 관련 인사들을 초빙해
「미래 지향적인 산업 디자인 육성
방향」, 「디자인 시대의 전문 디자인지의
역할과 사명」이란 주제를 가지고
간담회를 개최함으로써 미래의 첨단
산업에 부응할 수 있는 산업 디자인의
나아갈 방향과 이를 뒷받침하고 선도해
줄 수 있는 전문 디자인지의 역할 및
사명에 대해 살펴보고자 한다.

〔펴진자 즈〕

INDUSTRIAL DESIGN

The Disabled
man Ryu Kee-Woo
Z / ODS Korea Inc.
+ Dreams
For Children

미래 지향적인 산업 디자인 육성 방향

좌담회 I

참석자 (가나다 순)

- ▲ 김교만 : 서울대 미대 교수
- ▲ 김철호 : 금성사 종합디자인연구소 소장
- ▲ 박대순 : 한양대 예체능대 교수
- ▲ 박문서 : 상공부 산업정책국 국장
- ▲ 박한우 : 사회 / KDPC 상무이사

일시 : 1988. 10. 19

장소 : KDPC 소회의실



▲ **사회** : 바쁘신 중에도 이렇게 시간을 내어서 나와주신 참석자 여러분들께 먼저 감사의 말씀을 드립니다. 오늘 마련한 이 자리에는 저희 센터에서 1970년부터 발행해 오던 「산업디자인」지가 이번에 100호 기념호 발간을 맞이함에 따라 지난 20년 간의 우리 디자인사를 돌아보고 미래의 우리 산업의 나아갈 방향과 이에 따른 디자인 정책을 제시하기 위해 오늘 참석해 주신 여러분들의 고견을 듣기 위한 자리입니다. 그동안 우리 경제가 지속적인 성장을 거듭해 오면서 산업 디자인 분야에도 괄목할 만한 발전을 보여왔습니다. 특히 '88올림픽을 성공적으로 치루면서 우리의 역량을 전세계에 유감 없이 과시했고 나아가 동구권과 공식적인 무역 교류 채널을 확보함에 따라 우리 경제는 이제 새로운 도약의 기틀을 마련했다고 할 수 있습니다. 이러한 변화의 물결에는 우선 기업체가 가장 민감한 반응을 보일 것으로

생각하는데, 김철호 소장님께서 기업체의 입장에서 먼저 말씀해 주시기 바랍니다.

기업의 디자인 정책과 방향

▲ **김철호** : 종전에 비해 디자인 부서에 대한 인식이 달라졌다는 걸 먼저 말씀드리고 싶습니다. 얼마 전까지만 하더라도 개발 부서에 중점을 두었으나 지금은 오히려 디자인 부서를 개발 부서의 상위 개념으로 보는 쪽으로 바뀌어가고 있습니다. 이것은 매우 발전적인 변화라고 볼 수 있겠지요. 저희 금성사의 경우에는 디자인 연구소가 생긴 지가 20년 이상이 되었습니다만 실질적으로 지금과 같은 규모의 조직이 이루어진 것은 최근의 일입니다. 그리고 현재 매년 약 20여 명의 디자이너를 신규 채용하고 있는데, 이것은 기업체에서 디자인의 중요성을 점점 더 깊게 인식하고 있는 결과라 보겠습니다. 과거에는 우리의 수출 시장이라는 것이

미국, 유럽, 일본 등의 선진국과 아시아 지역으로 양분되어 있었습니다만 지금은 중국 및 동구권을 포함해 보다 폭넓은 교류에 대비해야 합니다. 저희 회사 수출의 경우에는 자사 브랜드와 OEM 브랜드의 경우가 있는데, 특히 일본같이 디자인을 중시하고 디자인 활동이 활발한 나라에 우리의 브랜드를 붙여 수출한다는 것은 상당히 어려운 이야기입니다. 따라서 우리도 이제는 우수한 디자인이 아니면 물건을 팔 수 없다는 인식을 가져야 할 것입니다.

▲ **사회** : 경영자층에서 이에 대비한 투자 계획이나 대처 방안은 어떻다고 보십니까?

▲ **김철호** : 투자라면 첨단 기자재에 대한 시설 투자라든가 인력 보강을 위한 인력 투자 등이 있겠읍니다만 경영자의 입장에서는 궁극적으로 자사의 디자인 수준을 선진국의 수준으로 끌어올려 경쟁력을 갖추게 하는 데 투자의 목적이 있을 것입니다. 그러기 위해서는 먼저 이를

수행해 나갈 디자이너에 투자의 중점을 두어야 한다고 생각합니다. 이런 면에서 볼 때에는 기업체에 있는 디자이너들이 다른 분야의 디자이너들에 비해 해외에 나갈 기회가 많아 다소 유리하다고 봅니다. 저희 회사에서도 해외의 각종 정보를 수집하기 위해 디자이너를 내보내게 되는데, 이들이 나가서 디자인 전시회를 참관한다든지, 또 최근에는 대학이나 기업체와 연결을 해서 연수 교육을 받는다든지 해서 새로운 정보나 시장 동향을 접하게 됩니다. 그리고 특정 시장을 타겟으로 해서 제품을 만들 경우에는 현지의 시장 동향을 살펴보기 위해 디자이너를 직접 파견하기도 합니다.

이러한 적극적인 대처 방안이 시설 투자나 인력 보강보다 더 시급하고 바람직한 투자 방향이라 생각해서 여기에 투자와 노력을 집중하고 있습니다. 제 경우에도 최근에 일본의 히타찌사에서 1년에 한 번씩 열리는 매니지먼트 미팅에 다녀왔습니다. 히타찌사의 경우에는 디자인 연구소에 약 280명의 디자이너들이 있는데, 여기에서는 가전제품에서부터 중공업 제품까지 모두 커버하고 있습니다. 그 곳은 원래 공개하지 않는 장소인데, 이번에 저희들에게는 공개를 해주고 자세한 설명까지 곁들여 주는 것을 봤을 때 올림픽 이후 우리들을 그들과 동등한 수준으로 대우해 준다는 느낌을 얻어 상당한 긍지를 느꼈습니다.

▲사회 : 금성사 디자인 연구소에서는 현재 인원이 어느 정도나 됩니까?

▲김철호 : 현재 정확히 112명이 있습니다. 저희들은 가전제품만 커버하고 있습니다. 그러나 '금성'이란 이름이 붙은 계열사마다 3~5명 정도의 디자이너를 두고 있어 이를 통합하려고 하나 이를 위해서는 먼저 경영자 차원에서의 인식이 필요하다고 봅니다. 저희가 중요시 여기는 하나는 국제 정세가 변화하는 것과 마찬가지로 디자인도 과거와 경향을 달리하고 있다는 사실입니다. 예를 들어 과거에는 유럽 디자인은 곡면이 많고 미국 디자인은 각이 많이 지고 일본 디자인은 아기자기한 형태 등으로 지역별로 특징 있는 경향이 많이 나타났으나 이제는 이러한 것들이 하나로 통합되는 경향을 보이고 있습니다. 기업체의 입장에서는 별개로 만들어진 제품을 디자인을 통해 통합시켜 투자의 효과를 이끌어 내는 것이 중요한 것입니다.

▲사회 : 금성사의 경우에는 자사 제품을 외부에 용역을 주는 비율이 어느 정도나



박 대 순 교수

"대학의 올바른 디자인 교육을 위해서는 디자인 관련 학과의 명칭 정리와 커리큘럼 재조정이 있어야 한다고 생각합니다."

됩니까?

▲김철호 : 유럽, 미국, 일본에 용역을 주고 있습니다. 올해는 유럽쪽에 2건, 미국에 3건 정도 그리고 일본에 16건을 주었습니다. 그 외에 국내에도 조금씩 주고 있습니다.

▲사회 : 앞에서도 이야기가 나왔습니다만 우수한 디자인을 개발하기 위해서는 우수한 디자이너 양성이 가장 중요하다고 보는데 이를 위한 교육계의 움직임은 어떠한지 박대순 교수님께 여쭤 보겠습니다.

▲박대순 : 제 생각에는 아직까지 우리나라 대학의 디자인 교육은 혼란기라고 봅니다. 현재 우리나라에는 대학이 100개, 전문대학이 120개 정도 있는데, 이 중 70% 정도가 디자인 계열 학과를 갖고 있습니다. 그러나 명칭은 디자인 계열 학과지만 실제 교육 내용은 아직까지도 순수 미술 경향의 교육에 의해 주도되고 있는데 이것이 문제입니다. 그 동안 대학을 통해 배출된 디자이너가 한국의 디자인계에서 많은 역할을 해왔습니다만 실제 교육 내용이 예술 위주의 교육이었고 또 과거 도제(徒弟)식 교육이라는 데 문제가 있습니다.

앞으로의 디자인 교육은 산업과학 관련 분야 50%, 미술관련 분야 50% 정도되어야 올바른 방향의 디자인 교육이 이루어지는데, 우리는 아직도 그런 방향의 교육이 실천 안되고 있기 때문에 대학을 나온 디자이너들이 나름대로의 비전을 갖지 못하고, 피동적으로 위에서 시키는

작업만 하게 됩니다. 이와 같이 자기의 이념이나 개성이나 철학을 갖지 못하게 된 것은 이를 뒷받침해 줄 수 있는 이론적인 교육이 부족했다는 것을 말해 줍니다. 따라서 앞으로는 이론 교육을 강화시켜 디자이너들로 하여금 자기들의 디자인 행위에 대해 논리적이고 능동적인 자세를 취할 수 있게 해주어야 할 것입니다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 먼저 디자인 관련 학과의 명칭 정리와 한국의 21세기 디자인상을 위한 커리큘럼 재조정이 있어야 한다고 생각합니다.

외국의 경우를 보면, 특히 일본에서는 디자인 학회가 오래 전부터 결성되어 1956년부터 지금까지 학회지를 만들어 오고 있는데 그 수준이 엄청납니다. 그들은 디자인 행위를 하나 하는 데 있어서도 거기에 밀접성이 되는 모든 데이터라든지 여러 가지 문제가 검출되어 있습니다. 따라서 그것을 바탕으로 디자인을 할 때와 막연하게 스타일 위주로 그림 그리듯이 하는 디자인과는 근본적으로 차이가 있을 수밖에 없습니다. 일본의 디자인 학회지는 창간호부터 현재까지 나온 것을 제가 가지고 있는데, 그 내용을 통해 일본 사람들이 사회과학, 자연과학으로 디자인 문제를 해결하기 위해 접근하는 방법론을 보면 세계적인 수준입니다. 이런 점에서 볼 때 저를 포함해서 대학에서 디자인을 가르치고 있는 모든 교수들은 각성을 해야 할 것입니다. 적어도 대학 교수라면 도제 교육식의 실기 위주보다는 젊은 학생들에게 무한한 가능성을 가져다 줄 수 있는 이론적 배경을 심어주어야 할 것입니다. 왜냐하면 디자인은 나이가 먹을수록 자기 개인의 개성이 나와 대가가 되는 순수 미술과는 달리 60세가 되면 갑작적으로도 젊은이에게 당할 도리가 없기 때문입니다. 그런데 대학교수가 내가 하던 방식대로 하라는 것은 시대착오적인 사고방식입니다. 따라서 대학 교육 과정에서는 충분한 이론적 배경하에 실기 교육이 병행되어야 할 것입니다.

▲박문서 : 아까 박대순 교수님께서 대학의 디자인 교육은 산업과학 분야 50%, 미술 분야 50% 정도의 비율로 병행해서 실시해야 한다고 말씀하셨는데, 실례의 질문인 것 같습니다만 현재 대학에서 이러한 교육을 담당하고 있는 교수님들의 자질은 어떻다고 보십니까?

▲박대순 : 사실 저부터도 이제 혼역에서 물러나야 할 구세대라 생각합니다. (웃음)

앞으로는 해외 유학 등을 통해 새로운 학문을 접한 30~40대의 젊은 교수들이 대학에 많이 진출해야 우리의 디자인 교육에 밝은 미래가 보일 것입니다.

또 저희 대학에 국내 최초로 디자인 박사학위 과정을 두는 데 대해 저와 비슷한 세대들은 아주 부정적인 반응을 보인 반면 30대의 젊은 세대들은 아주 긍정적인 반응을 보였습니다. 우리는 이제 국내에만 얹매인 좁은 시야로 볼 것이 아니라 보다 큰 시야로 흐름에 순응해 나가야 할 때라고 생각합니다.

▲사회 : 대학 교육에서 해결해야 할 문제도 있지만 결국 대학에서 배출된 젊은이들이 기업체나 산업 현장에서 일을 하게 되는데, 이러한 산업체에서 디자인을 수용하는 자세에도 당장 해결되어야 할 문제들이 있다고 생각하는 데요?

▲박대순 : 우리나라 기업에서 제일 먼저 디자인실이 생긴 것이 금성사라고 알고 있습니다. 그런데 문제는 대기업들은 최근에 와서 디자인 개발에 많은 투자를 하고 또 해외에도 눈을 돌리고 있읍니다만 아직도 디자인 개발에 돈을 투자하는 것은 필요 없는 데 투자한다는 생각을 가지고 있는 기업주들이 많다는 점입니다. 앞으로 이런 기업주들의 디자인관이 바뀌어야만 국제시장에서 경쟁할 수 있는 상품을 만들 수 있을 것입니다. 아까 김철호 소장께서 금성사에서는 이제 디자인 부서를 개발 부서의 상위 개념으로 보고 있다고 말씀하셨는데, 이것은 매우 바람직한 현상이라 생각합니다. 앞으로는 이와 같이 기업 경영진이 디자인의 필요성을 직접 인식한 가운데 디자이너를 채용하고 또 디자인 개발에 비용을 투자해야 할 시기가 되었는데, 문제는 이러한 것이 대기업에는 가능하지만 중소기업에는 무리가 있다는 점입니다. 디자인이라는 것은 하나의 팀웍을 이루어 진행되어야 하는데, 중소기업에서는 이를 고용할 능력이 없는 경우가 많습니다. 따라서 이러한 중소기업들이 많은 돈을 들이지 않고도 디자인 개발을 의뢰할 수 있는 디자인 용역회사가 많이 생겨야 한다고 봅니다.

▲김철호 : 박대순 교수님께서 지금 디자인 용역회사 말씀을 하셨습니다만 이와 같은 디자인 저변 확대를 위해서는 정책적인 배려가 있어야 할 것으로 생각합니다. 그런데 역할 분담이라는 면에서 볼 때, 산업 디자인 분야 종사를 크게 나누어 보면 먼저 대학에서 디자인 교육을



박운서 국장

“지금까지 우리나라는 노동집약적인 저부가 가치 산업 위주였으나 앞으로는 기술집약적인 고부가 가치 산업으로 전환해 나가야 할 것입니다.”

담당하는 대학 교수, 기업체에서 실무를 담당하는 산업체의 디자이너 그리고 기업 디자인의 보충적 역할을 하는 프리랜서 디자이너나 용역회사로 나눌 수 있습니다. 우리나라의 경우는 디자인 용역회사가 없으나 선진국에서는 이렇게 구성이 되어 있습니다. 공업 디자인에 국한된 경우입니다만 과거에만 하더라도 정보가 하나로 묶여져 느린 속도로 접근해 왔기 때문에 교직에 계시는 대학 교수분들을 비롯해 누구나 그 정보를 수집해 디자인 활동을 할 수 있었던 것입니다. 그러나 지금은 다양한 정보가 엄청난 양으로 급속히 쏟아져 나오기 때문에 기업에서 디자인 활동을 하는 저로서도 그것을 그때그때 캐치해서 디자인하기가 어려운 입장입니다. 따라서 이제 디자인도 완전한 전문화 체제 시대에 접어들었다고 할 수 있습니다. 예를 들어 냉장고를 전문으로 디자인하는 사람, 자동차를 전문으로 디자인하는 사람 등이 깊이 있는 많은 정보량을 가지고 일정한 기간내에 디자인을 해야 국제사회에서 이겨나갈 수 있는 상품을 만들 수 있다는 것입니다. 그리고 제품의 디자인은 기업체에서 직접하게 되지만 디자인의 방법론이라든가 방향 제시 등은 산학 협동의 차원에서 학교에 계시는 분들이 연구를 통해 이론을 정립하여 기업체에 제시하고 이것이 다시 학생들을 교육시키는 자료로 활용되는 그러한 패턴이 바람직하다고 봅니다. 또

아까 말씀 드린 프리랜서 디자이너의 경우인데, 이들은 한 가지 대상물에 대해 기업체에 있는 디자이너보다 더 폭넓게 디자인을 해줄 수 있는 사람들로서 많이 활용을 해야 하는데, 우리나라의 경우는 프리랜서 디자이너들이 전무한 상태입니다. 따라서 디자인의 저변 확대와 활성화를 위해 이런 프리랜서들을 많이 키워야 하는데, 이를 위해서는 센터나 또는 정부 기관이 어떤 제도적 장치라도 마련해야 할 것으로 봅니다.

▲사회 : 여러 가지 하신 말씀들 중에 디자인계 자체에서 스스로 풀어나가야 할 일들도 있었지만 정책적인 배려가 필요한 사항들도 있었습니다. 박운서 국장님께서는 평소에도 산업 디자인 분야의 활성화를 위해 많은 관심을 보여주신 것으로 아는데, 앞으로 계획하고 있는 정책적 방향에 대해 말씀해 주시기 바랍니다.

정책적 차원에서의 디자인 진흥 방안

▲박운서 : 지금까지 우리나라는 노동집약적인 저부가 가치 산업 위주였으나 앞으로는 기술집약적인 고부가 가치 산업으로 전환해 나가야 할 것입니다. 더욱 우리 나라의 경상 수지가 흑자로 돌아섬으로써 임금 인상, 노사 문제 등 여러 측면의 산업 구조적 문제가 생기고 또 지적 소유권 보호, 수입 개방 압력 등 우리 주변의 환경이 변화함에 따라 우수한 디자인을 지닌 상품을 통한 고부가 가치 산업으로 옮겨가야만 선진 산업사회로 진입할 수 있게 될 것입니다. 디자인에 대한 인식 구조의 변화라든지, 산업과학을 가미한 대학의 디자인 교육 등 지금까지 여러 가지 말씀을 많이 해주셨는데, 저희들도 이러한 견해에 공감을 하고 있고 또 조직적 체계적으로 이를 해결해 나갈 여러 방안을 강구중에 있습니다. 그래서 먼저 첫번째는 한국디자인포장센터에 각종 정보 수집 가능을 강화시켜 나가야겠다는 생각입니다. 예를 들어 냉장고나 신발 등 이러한 모든 제품 하나하나의 생성에서부터 현대에 이르기까지의 변천 과정, 디자인 변화 과정 등에 대한 모든 자료를 센터에서 수집 소장함으로써 기업이나 학교에서 필요할 때는 언제든지 이를 제공할 수 있게 하면 새로운 디자인을 모색하는 데 큰 도움을 줄 수 있지 않을까 생각합니다.

두번째는 아까 말씀하신 전문 용역회사

문제인데, 저희들도 이러한 용역회사를 활성화시키기 위한 법 개정을 시도하고 있습니다. 올해에는 여러 가지 여건상 실행되지 못했으나 내년에는 창업 지원의 차원에서 자본금의 50%를 지원하는 등의 법 개정을 하려고 합니다. 그렇게 해서 용역비를 통해 충분히 경제적인 이윤을 추구해 가면서 전문성을 살릴 수 있는 전문 용역회사를 많이 설립되게 하고자 합니다.

그리고 세번째는 결국 제일 중요하다고 생각하는 것으로 대학에서의 올바른 디자인 교육이라고 봅니다. 몇개 대학에서 산업 디자인 학과와 포장기술 학과를 설치하기 위해 저희들에게 협조를 구하고 또 저희들도 문교부에 건의하고 있습니다만 대학의 디자인 교육에서 가장 중요한 것은 순수미술쪽의 교육이 아니라 산업 현장에서 활용할 수 있고 또 기업의 경쟁력 강화에 직결되는 인재를 키워내는 교육 위주로 해야겠다는 것입니다. 또 하나 덧붙여 말씀 드릴 것은 디자인 포장센터내에 대학원 석사학위 과정을 설치하여 현직 대학의 교수들이 기업체의 디자이너들을 대상으로 이론과 실무 교육을 시킨다면 바람직한 산학 협동 체제를 구축할 수 있지 않느냐는 생각을 해봅니다. 이렇게 하기 위해서는 어떤 인센티브나 자금이 주어져야 하는데, 법 개정을 통해서라도 산업 디자인 기금을 마련해 지원해 주는 방안을 현재 검토하고 있습니다. 과거에는 저임금을 바탕으로 주문 생산, 모방 생산 등으로 국적 없는 상품을 만들어 왔습니다만 우리는 이제 올림픽 이후에 국제적으로도 명성을 얻었기 때문에 우리 브랜드의 국적 있는 상품을 만들 때가 되었습니다. 교역 상대국도 공산권 세계에까지 확충됨에 따라 각 대상국 스타일에 맞춘 디자인 소량 생산 체제로 가야 되며 또 거기에 맞는 개성의 디자인이 뒤따라야 합니다. 이렇게 볼 때 너무 지나친 말이 될지도 모르겠습니다만 앞으로는 기술 개발과 디자인 개발이 가장 중요한 과제가 될 것이라고 생각합니다. 그리고 정부에서도 앞으로 이를 위해 할 수 있는 지원은 다해 나가고자 계획하고 있습니다.

▲사회 : 산업 디자인 분야의 활성화를 위해 정부 차원에서도 다각도로 노력을 기울이고 있다는 박국장님의 말씀을 들으니 이 분야에 종사하는 한 사람으로서 무척 반가운 마음 금할 길 없읍니다.



김 철 호 소장

“우리나라의 산업 디자인을 정말로 활성화시키려면 관(官)과 민간 기업이 함께 추진해 나가야 한다고 생각합니다.”

그리고 한편으로는 디자인 발전을 위한 구심점으로서 저희 센터에 부과된 막중한 책임감과 사명감을 느낍니다.

앞으로 저희 센터가 지향해야 할 보다 바람직한 방향에 대해 김교만 교수님께서 말씀해 주시기 바랍니다.

센터의 역할과 사명

▲김교만 : 우선 현실도 중요하지만 오늘날의 우리 디자인계가 있기까지 센터가 지대한 공헌을 해왔다는 사실을 먼저 말씀드리고 싶습니다. 특히 23년 전부터 개최된 대한민국 산업디자인전은 한국에 디자인과 디자인 교육이 실질적으로 도입된 직접적인 계기가 되었을 뿐만 아니라 지금 현재 각계 각층에서 활동하고 있는 디자이너들의 등용문으로서 우리나라 산업 디자인 발전에 직접·간접적으로 커다란 영향을 끼쳐 왔습니다. 비록 부정적인 측면이 없었던 것은 아니었습니다만 그 업적은 부인할 수 없다고 생각합니다. 또 인재 양성과 디자이너들의 자질 향상을 위해서도 센터에서는 그동안 소수이나마 장학금을 지급하여 해외에 유학시키거나 해외 전문기를 초청해 세미나를 열고 공동 프로젝트를 개발하고 워크샵을 실시하는 등 활발하게 사업을 펼쳐왔습니다. 이런 것들이 모두 현재의 우리 디자인계를 있게 한 긍정적인 측면이라 봅니다. 그리고

앞으로 바라고 싶은 방향은 앞에서도 언급되었읍니다만 모든 정보를 신속하게 수집 전파할 수 있는 공신력 있는 정보 센터로서의 기능을 다해 줄 것과 외국의 대학 및 관련 단체들과 보다 긴밀한 유대 관계를 통해 모든 사업을 보다 국제적으로 더욱 확대시켜 추진해 나가주었으면 하는 것입니다. 오늘날과 같은 국제사회에서는 우리 것만 고집할 수 없기 때문에 앞으로는 국제적인 디자인 감각이 없는 상품은 팔릴 수가 없습니다. 일본이 오늘날 단시간에 경제 대국으로 부상한 것은 그러한 우수한 디자인 감각이 있었기 때문인 것입니다. 우리 국민들도 이제 디자인의 필요성과 중요성을 어느 정도 인식하고 있습니다만 보다 적극적인 자세로 입체적인 노력을 경주해 나가야 할 것입니다.

▲박운서 : 이번 올림픽 개폐막식을 보고 저도 한국인의 한 사람으로서 우리 문화에 대해 상당한 자부심과 긍지를 느꼈습니다. 우리 선조들의 예술에 대한 감각을 다시 한번 느낄 수 있었는데, 저는 이것을 보고 이렇게 세계에 갈채를 받는 우수한 우리 문화를 디자인에 접목시킨다면 충분히 세계 무대에 나설 수 있을 것이라고 생각했습니다. 그리고 학교, 기업, 센터 측에서 유학을 보낸 많은 디자이너들이 그들이 보고 느낀 외국 문화와 우리 문화를 결합시켜 새로운 감각의 디자인을 한다면 디자인면에서는 일본에도 뒤질 이유가 없다고 느꼈습니다.

▲김교만 : 저희들 눈으로 보나 외국 사람들의 평가를 들어보나 이번 올림픽이 대단한 호평을 받은 것은 틀림이 없습니다. 우리가 이런 기회를 잘 살려 우리의 상품을 내보낸다면 대단한 성과를 거둘 것으로 봅니다. 일본인들은 외국에 그들의 상품을 팔기 전에 먼저 오페스트리를 내보낸다고 합니다. 즉, 일본에 대한 관심과 친근감을 미리 불러일으키게 한 뒤 상품을 판매하는 입체적인 작전을 구사한다는 말입니다. 따라서 우리도 지금 이 시점이 우리의 디자인을 재점검하고 재출발해야 할 단계라고 생각합니다.

▲김철호 : 역시 그러한 재출발을 위해서는 올바른 디자인 교육이 선행되어야 하며, 이것은 또 그러한 교육을 담당하는 교수님들에게 시대에 맞는 새로운 정보와 학문을 접할 수 있게 하는 재교육의 기회가 주어져야 하는데, 현재 우리의 실정을 보면 그것이 잘 이루어지지 않고

있는 것 같습니다. 제가 이번에 일본에 가서 전에 센터의 초청으로 내한한 바 있는 쓰꾸바대학(筑波大学)의 아키라 하라다(原田昭) 교수를 만났었는데, 그의 얘기로는 일본의 대학 교수들은 적어도 일년에 한 번씩은 미국, 유럽 등에 연수나 방문의 기회를 가져 새로운 정보와 디자인 감각을 익히고 온다고 했습니다. 그리고 우리나라 대학의 교수들이 거의 비서 역할밖에 하지 못하는 조교 1명만 데리고 수십 명의 학생들을 담당하고 있는 현실에 비해 그들은 연구 비용뿐만 아니라 연구할 수 있는 주변의 모든 분위기가 성숙되어 있어 좋은 연구를 할 수 있는 것 같습니다. 아키라 하라다 교수는 이번에 빅터사의 디자인을 맡았는데, 그들은 어떤 특정한 제품의 디자인만 하는 것이 아니라 그 회사 전체의 디자인 방향을 제시하는 보고서를 제출했다고 했습니다. 센터에서도 얼마 전에 해외 전문가를 초청해서 기업체 실무 디자이너를 참여시켜 공동 프로젝트를 개발한 것으로 알고 있는데, 우리들이 겉으로 보기에는 이러한 프로젝트를 진행하는 과정이 우리와 비슷하게 보일지 모르지만 아까 박국장님이 말씀하신 TV 디자인에 우리 문화적 요소를 가미한다는 문제를 예로 든다면, 우리는 그것이 좋다는 것을 알더라도 그것을 디자인에 연결시키는 방법론에는 그들에 뒤집니다. 그들은 이러한 방법적인 문제를 프로세스상에 잘 반영시켜 진행해 나가고 있습니다. 앞으로 센터에서 이런 사업을 더욱 체계적으로 확대시켜 나가면 이런 방법론 전개에 많은 도움이 될 것으로 생각합니다.

▲사회 : 그런 사업은 우리 자체적으로 하는 것과 UNDP수원사업의 일환으로 하는 것이 있는데, 현재 하고 있는 공동 프로젝트는 정부의 대일 수출 개선책의 일환으로 일본 시장에 대한 수출 확대를 목적으로 한 것입니다. 우리가 이런 사업을 할 때 해외 초청 전문가들에게 부탁하는 사항은 랜더링을 어떻게 그리고 모형을 어떻게 만드는가 하는 것은 우리 디자이너들도 충분히 배워왔고 또 그런 면에는 뒤떨어지지 않기 때문에 우리에게 부족한 측면, 즉 나타내고자 하는 이미지를 어떻게 상품화시키고 어떻게 판매에까지 연결시키느냐 하는 디자인 방법론에 강조를 두고 프로젝트를 진행시켜 달라는 것입니다. 앞으로 이런 사업을 더욱 확대시켜 보다 많은 디자이너들이 참여할



김 교 만 교수

“보다 폭넓은 범위의 정보를 수집하기 위해서는 세계 각국에 퍼져 있는 우리 유학생들을 활용하는 방법도 생각해 볼 수 있습니다.”

수 있도록 했으면 하는 의욕은 있으나 자금 문제나 기타 여건 때문에 어려움이 있습니다. 그런데 이러한 사업을 진행해 보면서 느낀 점은 기본이 되는 대학의 교육과 산업 실무에 필요한 디자인 교육 사이에는 불가피하게 어느 정도의 갭이 생기게 되는데, 이를 보완하기 위해 대학과 기업 사이를 연결시켜 줄 수 있는 어떤 교육 프로그램이 필요하다는 것입니다. 이에 대해 기업체나 대학의 입장에서 저희 센터가 앞으로 어떤 방향으로 나아갔으면 합니다?

▲박대순 : 일본이 약 15년 전에 무역 자유화 정책을 펴면서 “우리는 하나도 두려울 것이 없다. 왜냐하면 우리는 우수한 디자인을 개발할 자신이 있기 때문이다”라고 자신감을 피력했습니다.

그들은 그 때부터 벌써 통산성에서 디자인의 중요성을 인식하여 체계적으로 정책을 세워 나갔던 것입니다. 그 때 제품과학연구소(구 공예시험연구소)나 디자인센터 등에서는 모든 정보를 수집하여 각종 기능 문제를 해결해 주고 신소재를 소개하는 등 디자인에 필요한 뒷받침을 완벽하게 해주었습니다. 또 인간공학연구소를 별도로 개설하여 의자 하나를 디자인하는 데도 의자에 관한 모든 데이터를 과학적으로 종합 분석하여 각 기업에 제공합니다. 그들이 그런 데이터를 바탕으로 디자인을 하니까 자연히 팔리는 디자인이 되었던 것입니다. 과거에 제가

전의를 한 적도 있읍니다만 적어도 센터내에 이러한 인간공학연구소 정도는 갖추어야 한다고 봅니다. 이러한 정보 센터로서의 기능과 더불어 센터에 전의하고 싶은 것은 아까 박국장님의 말씀하신 대학원 과정이나 또 이것이 힘들다면 대학을 갓 졸업한 디자이너들이 기업의 실무에 필요한 교육을 받는 1년 정도의 인턴 과정을 마련해 주었으면 하는 것입니다.

▲박운서 : 사실 그 동안 정부에서 예산 문제 등 여러 가지 이유를 들어 디자인 분야에 소홀히 해왔습니다. 반면에 KOTRA나 무역협회 같은 기관은 그 동안 수출 지원의 차원에서 엄청난 예산을 쓰면서 그 조직 또한 엄청나게 비대해졌습니다. 그것은 과거에는 해외 시장 개척단 파견, 해외 전시회 개최 등을 통해 수출 시장을 확대할 수 있었기 때문입니다. 그러나 지금은 이런 차원에서 상품의 판로를 개척할 시기는 지났습니다. 즉, 디자인이 우수한 상품을 개발하여 상품 자체의 부가가치성을 높이는 수출 전략이 필요한 것입니다. 따라서 디자인포장센터가 KOTRA나 무역협회보다 더 크게 육성되어야 한다고 생각합니다. 그러나 이를 위해서는 정부에서도 노력해야겠지만 센터 자체에서도 스스로 발전시키려는 노력과 의지를 보여야겠습니다. 법 개정을 통해서라도 이 분야에 획기적인 발전의 전기를 마련하고자 노력하고 있으나 센터도 이제 새롭게 환골탈태(換骨奪胎) 할 시점이라고 봅니다. 재삼 강조됩니다만 디자인에 관한 모든 정보를 수립하여 온라인화시켜 기업이 필요할 때는 언제든지 제공할 수 있도록 하는 정보센터 기능을 강화시켜 나가야 할 것입니다. 재교육 문제 같은 것도 요즘 디자인에 컴퓨터가 많이 활용되니까 기기를 갖춰 놓고 CAD,CAM 교육을 시키는 등으로 하나하나 실행해 나가야 할 것입니다. 특히 우선을 두어야 하는 것이 우수한 인력을 양성해야 하는 것인데, 여기에 소요되는 비용은 이번에 세법 개정을 통해 대폭 감면 혜택을 주려고 합니다. 해외에 나가 디자인이나 기술을 배워오게 하기 위해 유학을 보내거나 외국의 전문가를 초빙해 공동 연구 개발을 할 경우, 그 비용을 법인세에서 100% 감면하는 조치를 곧 마련하고자 합니다. 지금까지는 디자인을 기술이라 보지 않았기 때문에 기술 개발시에 주어지는 여러 가지 혜택을

디자인쪽에서는 받지 못했으나 앞으로는 디자인 개발시에도 기술 개발시에 준하는 혜택을 주려고 합니다. 그렇게 되면 기업에서도 디자인 개발을 위해 과감한 투자를 하게 될 것이고 센터에서도 디자이너 교육 부문의 비용에 많은 혜택이 있게 될 것입니다. 그리고 앞으로는 중소기업에서도 불가피하게 디자인 문제에 많은 관심을 갖게 될 것이므로 앞으로 생겨나게 될 전문 용역회사와 더불어 센터에서도 팀을 이루어 이들을 지원해 나가야 할 것입니다. 이러한 일들을 지원하기 위해 내년에는 기술 개발 비용으로 확보된 예산을 디자인과 포장 부문 육성에 과감히 투자할 예정으로 있으니 이러한 정부측의 노력과 더불어 센터에서도 스스로 많은 노력을 기울여 나가야 할 것입니다.

사회 : 정부 차원에서 그렇게 적극적으로 지원 대책을 마련하고 있다는 말씀을 들으니 우리 디자인계의 미래에 상당히 밝은 전망이 보이는 듯 합니다.

또 저희 센터에 대해 지적해 주신 말씀에도 공감을 하고 있습니다. 센터에 대한 문제점은 한꺼번에 모든 것이 다 해결될 수는 없겠지만 저희 모든 임직원이 함께 힘을 모아 하나하나 개선시켜 나갈 수 있도록 노력해 나가겠습니다.

그리고 저희 센터의 정보 수집 기능에 대해 말씀드려 보겠습니다. 저희들은 이번에 국고 지원금으로 KOTRA에 용역을 주어 완구에 대해 집중적으로 정보 수집을 했습니다. 용역과 더불어 저희 연구원들이 직접 현지에 나가 슬라이드 촬영을 해오는 등으로 정보 수집을 하여 현재 10개국의 완구 디자인과 동향을 담은 슬라이드 300여 개와 40여 권의 보고서를 지니고 있는데, 여기에 소요된 비용이 약 5천만 원 가량 됩니다.

여태까지는 예산이 없어 이러한 형태의 정보 수집을 전혀 못했습니다. 제 생각으로는 이러한 자료를 100여 개 정도의 품목에 걸쳐 저희들이 소장할 수 있다면 정보 센터로서의 기능을 어느 정도 수행해나갈 수 있지 않을까 봅니다. 포장 분야는 농산물 포장에 대한 정보 수집을 디자인 분야와 함께 실시했습니다.

▲박운서 : 앞으로 신발류와 TV, 냉장고 등 가전 제품쪽으로도 확대해 실시해 나가면 좋을 것 같습니다.

▲사회 : 저희들은 중소기업 지원 차원에서 가능하면 대기업에서 생산하는 제품보다



박 한 유 상무

“대학의 디자인 교육과 산업 실무에 필요한 교육 사이의 갭을 메꿔 줄 수 있는 어떤 교육 프로그램이 있어야 한다고 봅니다.”

중소기업에서 생산하는 제품에 우선을 두고자 합니다.

▲김철호 : 그런데 저는 대기업 생산 품목을 제외시킨다는 데는 문제가 있다고 봅니다. 앞으로 우리나라의 디자인을 정말 활성화시키려면 관(官)과 민간 기업이 함께 추진해 나가야 하기 때문에 대기업에 대한 배려도 함께 있어야 할 것입니다. 예를 들어 일본의 나고야 디자인 박람회를 보더라도 각 기업들이 공식적인 부스 사용비 이외에도 일정액의 비용을 부담하고 있습니다. 하다찌사의 경우에는 500만 엔을 지원했다고 들었습니다. 만일 앞으로 우리나라에서 이런 박람회를 개최한다고 하더라도 정부 차원에서 여기에 소요되는 모든 비용이나 업무를 다 부담할 수는 없게 될 것입니다. 물론 중소기업의 정보 수집 기능이 낙후되어 있기 때문에 그렇게 추진하고 있는 것으로 압니다만 센터는 정보 수집의 차원만이 아니라 디자인 포장에 관한 전반적인 센터로서의 역할을 담당해주시기 바랍니다.

▲박운서 : 그렇다면 센터에서 여러 가지 의견을 종합하여 먼저 10개 정도의 품목을 선택해서 여기에 소요되는 비용과 수집 방법을 제시한 계획서를 만들어 제출해 주시면 수출 특혜 자금에서 이 비용을 지원하는 방향을 검토해 보겠습니다.

▲김교만 : 정보 수집 방법에는 아까 말씀하신 대로 센터에서 공적으로 직접

하는 방법도 있겠지만 전세계적으로 보다 폭넓은 범위의 정보를 수집하기 위해서는 세계 각국에 퍼져 있는 우리 유학생들을 활용하는 방법도 생각해 볼 수 있을 것입니다. 제가 아는 패션 디자인을 전공하는 유학생 한 사람은 모 회사에 패션에 관한 해외의 자료를 수집해 주고 학비를 보조받는 아르바이트를 한다고 합니다. 이런 방법을 활용하면 많은 경비를 들이지 않고도 폭넓은 정보를 얻을 수 있다고 생각합니다.

▲박대순 : 저희 학교에서 약 20년 전에 일본의 산업디자인협회장을 초빙해 세미나를 가진 적이 있는데, 그때 그분에게 재미있는 이야기를 들은 적이 있습니다. 그 당시 일본은 고도 성장을 거듭하면서 단체로 해외 여행을 많이 갔었는데, 그들이 여행한 서구 선진국에서는 “일본인들이 안경을 쓰고 입을 딱 벌리고 단체로 몰려 다니는 바보같은 사람”이란 모욕적인 평을 받았다고 합니다. 그런데 중요한 것은 그들이 귀국할 때는 반드시 무엇인가 한 가지씩 가지고 들어온다고 접입니다. 가령 시계 회사 종업원이면 자기 회사에 없는 색다른 시계 사진을 찍어 가지고 온다는 것인데, 바로 이러한 것이 모여 중요한 산업 정보가 되었던 것입니다. 그리고 유학생을 활용하여 각국의 유학생이 정보를 수집해 보내면 학비를 보조해 주는 정책을 그들은 그 때부터 사용하고 있었다는 것입니다.

▲김교만 : 우리나라로 마찬가지입니다만 외국의 기업을 방문해서 일반인들이 사진을 찍으려고 하면 절대로 허락하지 않지만 학생들의 경우에는 자기의 공부에 도움을 얻기 위한 것이라고 양해를 구하면 대개 관용을 베풀어 허락해 주는 경우가 많습니다.

▲박운서 : 그렇다면 우리들도 전세계에 퍼져 있는 유학생의 리스트를 뽑아 활용하는 방법을 모색해 보면 좋겠습니다. 그리고 그렇게 수집한 모든 자료는 컴퓨터에 입력시켜 원하는 자료를 키보드만 두드리면 쉽게 찾을 수 있도록 해야 할 것입니다.

▲사회 : 지난 여름에 학생 25명을 동원해서 사항 8만5천건을 작성해 현재 컴퓨터에 입력시키고 있습니다.

▲김철호 : 그런데 자료 정리에 있어서도 단지 어떤 디자인의 카세트나 TV가 있다는 등의 정보보다는 그 재질이나 도장의 종류, 표면 처리와 같이 세부적인

면으로 분류하여 가공되었으면 좋겠습니다.
▲사회 : 저희들도 방향은 그렇게 정하고 있으나 수없이 많은 품목들을 그런 식으로 정리하기에는 예산이나 인력이 부족한 현재의 저희 설정에서 어려운 점이 많습니다.

▲김철호 : 제가 센터에 한 가지 더 부탁드리고 싶은 사항은 기업체간의 디자인을 조정시켜 주는 어떤 협의체의 역할을 해주었으면 하는 것입니다. 일본의 경우에는 전자공업경영회의 디자인 분과에서 경쟁사의 관계자들이 일년에 수 차례 만나 디자인 방향을 결정합니다. 예를 들어, 여기에서 TV의 형태를 4각형으로 하자고 디자인 방향을 결정하면 6개월이나 1년 간격에 걸쳐 모든 TV 제품이 이 디자인 방향에 따라 4각형 형태로 생산되고 또 이것이 전세계의 TV 디자인 방향을 이끌어 가게 되는 것입니다. 그러나 우리의 경우에는 이런 디자인 방향이 각사마다 모두 비밀로 되어 있습니다. 물론 현재 일본이 세계의 제품 디자인을 주도하는 입장에 있기 때문이기도 합니다만 앞으로 우리가 이러한 주도적 역할을 할 수 있는 시기를 가상한다면 이런 협의체같은 것을 미리 마련해 보는 것이 어떨까 생각해 봅니다.

▲박운서 : 지난 번에도 한번 언급된 적이 있는 것으로 기억합니다만 우리나라로 디자이너들을 부문별로 나누어 위원회같은 것을 결성해 보는 것이 어떨까요.

기술 차원으로의 디자인 인식 필요

▲사회 : 그 문제는 지금 당장 어떤 위원회나 단체를 결성하는 것보다는 저희 센터가 앞으로 더욱 활성화되어 디자인계의 구심점 역할을 하게 된다면 여기에서 자연스럽게 그런 역할을 수행해 나갈 수 있지 않을까 생각합니다. 그런데 또 하나 문제가 되는 것은 아까 대학의 디자인 교육 문제에 있어 미술 분야와 과학 분야를 50%씩 하는 것이 바람직하다는 의견이 개진되었는데, 현재 대전에 소재하고 있는 한국과학기술대학에서는 다른 학과에는 다 병역 특혜를 주고 있는데, 산업디자인 학과는 과학 기술이 아니라는 이유를 들어 거기에서 제외시킴에 따라 학생들이 다른 학과로 전과하는 사태까지 발생하고 있다고 합니다. 앞으로 산업 디자인 분야가 전반적으로 활성화되기 위해서는 주위의

이러한 인식부터 바뀌어야 할 것입니다.

▲김철호 : 저희 회사에서도 대학의 우수한 학생들을 미리 장학금을 주어서라도 끌어오려고 하지만 방위산업체가 아니기 때문에 병역 문제가 걸려 어려운 점이 많습니다.

▲박운서 : 병역 혜택 문제는 현재 문교부에서 취합해서 병무청에 협조를 구하는 형태로 되고 있는데, 하이테크 분야는 대부분 혜택을 받고 있는 걸로 알고 있습니다. 앞으로 과학 기술 차원으로 산업 디자인 분야에 대한 인식을 바꿔가면서 이 문제를 함께 해결해 보겠습니다.

▲사회 : 오늘 이 좌담회는 저희 센터에서 발행되는 「산업디자인」지가 100호 발간을 맞이함에 따라 그 특집 기사의 일환으로 마련된 자리입니다. 「산업디자인」지는 우리나라에 아직 산업 디자인에 대한 올바른 개념이 도입되기도 전인 1970년에 「디자인·포장」이란 제호로 창간호를 발간한 이래 한국의 근대 산업디자인사의 발자취를 따라 19년 동안 이어져 이제 100호 발간을 맞이하게 되었습니다. 그동안 민간 업체에서도 디자인 전문지를 창간하여 지금은 몇몇 잡지가 발간되고 있습니다만 센터라는 특수한 입장에서 발간되고 있는 저희 「산업디자인」지에 대한 편집 방향이라든가 건의 사항이 있으면 말씀해 주시기 바랍니다.

「산업디자인」지의 나아갈 방향

▲김교만 : 사실 지금 디자인 전문 출판사에서 발간되는 디자인자들이 「산업디자인」지보다 컬러도 화려하고 정보도 빠르며 내용도 다양합니다. 이는 「산업디자인」지가 격월간이고 또 센터의 여건상 디자인 전문 출판사에 비해 예산을 많이 들일 수 없는 사정이 있기 때문인 것으로 압니다. 따라서 「산업디자인」지에서는 다른 디자인자와는 다른 어떤 성격을 뚜렷히 부각시키면서 산업과 관련된 전반적인 사항에 걸쳐 기사를 취급해 주었으면 합니다. 예를 들어 관련 논문이라든가 산업과 연관된 아이디어 그리고 외국의 작가 및 동향 등을 폭넓게 다루어 주었으면 합니다.

▲김철호 : 격월간보다 월간으로 전환시켜 주었으면 합니다. 정보 전파의 차원에서 보더라도 저희들이 여러 가지 형태로 정보를 접하게 되는데, 신속한 인쇄매체를

통해 얻는 정보가 가장 효율적이기 때문입니다. 또 기사 게재면에 있어서는 국내의 기업에서도 성공적인 개발 사례가 많이 나오고 있으니 이러한 개발 과정들을 자세히 취급해 주면 중소기업에서도 이를 통해 노하우를 습득하여 나름대로 자기들의 생산품에도 활용할 수 있게 될 것입니다.

▲박대순 : 외국의 디자인 전문지를 보면 1년에 한 번씩은 대학별로 특색 있는 디자인 교육 방향의 소개라든가 어떤 특별한 이슈를 특집으로 계획하여 폭넓고 깊게 다루어주고 있는데, 「산업디자인」지에도 이러한 방향으로 기획해 보는 것이 바람직하다고 봅니다.

▲사회 : 좋은 말씀 대단히 감사합니다. 사실 그 동안 인력이나 예산 부족 등으로 문제점을 알면서도 해결하지 못했으나 앞으로는 오늘 여러분들이 말씀해 주신 발전적인 의견들을 편집 방향에 충분히 반영하여 보다 내실 있는 잡지로 만들어 나가겠습니다.

오늘 장시간에 걸쳐 21세기를 지향한 우리나라 산업 디자인의 발전과 활성화를 위해 좋은 말씀들을 들려주셨습니다. 마지막으로 이를 결론적으로 정리해 보면 크게 대학의 디자인 교육 개편, 기업의 디자인관 개선, 디자인 육성 정책 방향, 센터의 역할과 기능 강화 등의 네 가지로 나누어 볼 수 있겠습니다.

오늘 제시된 의견들은 앞으로 우리나라 산업 디자인 발전을 위해 많은 도움이 될 것이라 생각하며, 저희 센터도 이를 참고하여 한국의 산업 디자인계를 위한 진정한 구심점의 역할을 수행해 나가기 위해 최선을 다하겠습니다.

마지막으로 불구하고 오랜 시간 동안 참석해 주신 여러분들께 다시 한번 감사를 드립니다. ■

디자인 시대의 전문 디자인지의 역할과 사명

좌담회 II

참석자 (가나다 순)

- ▲ 문신규 : 토탈디자인사 회장,
「꾸밈」지 발행인
- ▲ 이성만 : (주)아트센터 대표이사
「디자인저널」지 발행인
- ▲ 이영혜 : 디자인하우스 대표이사,
「월간디자인」지 발행인
- ▲ 박한유 : 사회 / KDPC 상무이사

일시 : '88. 10. 29

장소 : 앰배서더호텔 소연회실

디자인이 직결되어 있는 지금,
디자인지 끝이 전문지라 할 필요가
있는가에 대해서 의문을 느낍니다. 이제
디자인은 이미 대중화되어 있으므로 대중한테
어필하고 접근하지 않으면 근본적으로
존립해 나가기가 어렵다고 봅니다.

▲ 이영혜 : 사실 우리나라의 전문지라고
칭해지는 잡지들이 뛰어넘어야 할 장벽
중의 하나가 그들이 다루고 있는 전문적인
분야를 어떻게 널리 일반화하느냐 하는
문제라고 볼 때, 지금 문화장님이 하신
말씀은 매우 진보적이고 이상적이라
생각됩니다. 그러나 디자인 분야에 아직
있어서는 우리나라의 경우에 아직

이르다고 봅니다. 일본 같은 경우는 최근에
건축·그래픽·패션에 이르기까지를 하나의
웨이브로 풀어서 소개해 주는 책이 나오고
있읍니다만 우리의 경우는 아직 이를
분석하여 종합적으로 대중에게 어필시켜
줄 수 있는 사람이 부족하다고 봅니다.
더우기 아직은 디자인이 지니고 있는
사회적 위치로 볼 때, 대외적인 나름대로의
발언권이나 발판이 미약하고 또 전문직에
대한 정부 차원의 인식이 부족하기 때문에
일반화가 되었다고 보기에는 무리가

있다고 봅니다. 저희가 새로 만들고 있는
「행복이 가득한 집」이라는 잡지도 이러한
저의 생각과 연관을 지니고 있습니다. 즉,
아무리 감각적이고 우수한 디자인의
제품이 나와도 이를 알아주고 사주는
사람이 없어서는 안되겠다는 생각에서
사용자의 가장 큰 타겟인 주부들을
대상으로 디자인에 대한 안목을 서서히
높여주기 위해 이 책을 만든 것입니다.
전문지의 경우도 마찬가지라고 봅니다.
라디오 방송도 자기가 좋아 하는 채널에
맞추고 대중지도 자기 기호에 따라
선택하는 것이기 때문에 전문지도

타겟의 필요 충분 조건을 충족시켜 주는
데 관심을 가져야 할 것입니다. '책은
만인의 것'이라 하지만 이와 같이 결국
독자는 한정된다는 의미에서도 전문지의
필요성이 있지 않나 생각합니다.

▲ 이성만 : 저희가 여기 모이신 분들 중에서
가장 후발 업체가 되는데, 사실 저도
「디자인저널」지를 발간하기 이전부터
구상했던 것이 전문지를 대중화시킨다는
것이었습니다. 저희가 후발 업체이기
때문에 미리 출발한 기존의 잡지들을
면밀히 살펴봤는데, 가장 공통적으로
중시되는 것이 재정 자립도였습니다.
그런데 같은 성격을 지닌 몇 개의 잡지들이
전문지라고 해서 모두 전문 분야에
종사하는 사람들에게만 타겟을 정한다면
서로간의 재정 자립에 큰 문제가 생길
것이라 생각했습니다. 따라서 저는
처음부터 마켓을 전문 분야에만 두지 않고
일반 대중도 마켓의 대상으로 삼아 그들도
쉽게 접하고 읽을 수 있는 책을 만들기로
했습니다. 파브르의 곤충기나 유클리드의
기하학이 그 분야의 사람들에게만 관심이
있는 것이 아니듯이 전문 분야와 일반 대중
사이에도 어떤 공약수가 있을 것이라
생각했던 것입니다. 물론 전문지니까 전문
분야에 대한 정보와 지식 전달, 비판의
기능 등 매체의 기본적인 기능을 수행
해야겠지만 그러면서도 일반 대중에게
전달하기 위한 플러스 알파를 찾자는 것이
지금 저희의 숙제입니다. 다른 분들도
그렇게 느끼실지는 모르지만 저희 책의
기사는 기존 잡지와는 좀 다르다고
생각합니다. 처음부터 해외의 마켓에도
눈을 돌려 현재 약 60여 개국에 책이
나가고 있기 때문에 그렇지만 출발할
때에는 많은 의아심과 부정적인 반응이
받았으나 지금은 의도한 대로 좋은 반응이

▲ 사회 : 오늘 디자인 잡지 발행인

여러분들을 모시고 이렇게 간담회 자리
를 마련하게 된 것은 저희 센터에서
1970년부터 발행해 오던 「산업디자인」지가
이번에 100호 발간을 맞이하게 됨을
기념함과 아울러 디자인계에 커다란
혁신을 가져온 서울 올림픽을 계기로
새로운 도약의 전기를 맞이한 우리
디자인계를 위해 앞으로 디자인 전문지의
나아갈 방향과 역할을 다시 한번 제조명해
보기 위해서입니다. 바쁘신 가운데에도
시간을 내어서 나와주신 여러분께 감사를
드리며 우선 디자인 전문지의 성격이나
특징부터 하나하나 풀어나가고자 합니다.

전문 분야의 대중화 유도

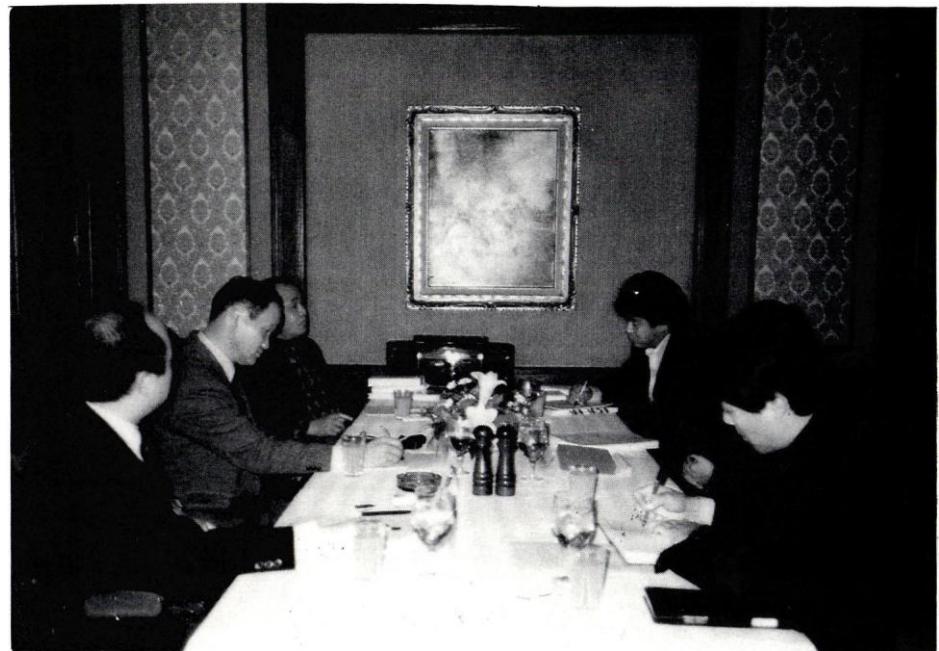
▲ 문신규 : 저희 「꾸밈」지는 처음에는 종합
디자인지로 출발했으나 지금은 순수 건축
전문지로 전환했기 때문에 현재는 산업
디자인과 직접적인 연관은 없습니다.
그러나 제 생각에는 디자인이라는 말조차
생소했던 초창기와는 달리 생활과

나오며 앞으로도 잘 될 것이라 보고 있습니다.

▲**문신규** : 좋은 전문지라는 것이 결국 내용이 충실하면서도 많은 사람에게 읽힐 수 있는 잡지라고 봅니다. 그러나 사실 잡지라는 것은 정보 전달의 역할만 하게 될 뿐이지 잡지라는 매체를 통해 어떤 한 테마를 깊이 있게 다룰 수는 없다고 봅니다. 저희는 격월간으로 발행되어 여유가 있는데도 그러한데, 월간지의 경우는 더욱 힘들다고 생각합니다. 다만 여기서 전문지의 정보 전달이라는 것은 개념적인 정보가 아니라 전문 분야의 사람들이 볼 수 있는 정보를 말하는 것입니다. 따라서 학생들이 공부하는 데에 도움을 줄 정도라면 모르지만 전문가가 이를 참고로 하여 연구하는 데 도움을 얻는 정도의 기사를 다루는 것은 어렵다고 봅니다. 그래서 제 생각으로는 판매나 편집 방향에서 너무 전문성을 내세우지 않고 대중화시키는 것이 바람직하리라 여겨집니다.

▲**이영혜** : 여기서 저희들이 대상으로 삼고 있는 전문지라는 것은 전문가를 대상으로 하고 있는 잡지일 뿐 논문이나 새로운 주제 발표의 장으로 이용되고 있는 학술지와는 다른 것입니다. 따라서 잡지는 학술지와는 달리 이러저러한 것이 있다는 쇼케이스 역할만 하게 되는 것이기 때문에 이를 통해 공부를 하게 만든다는 데 대해서는 문제가 있습니다. 그러나 잡지 한 권을 통해 교과서식으로 파고들어 공부를 하려고 하는 독자들의 태도 때문에 책을 만드는 데 가끔 혼란을 느끼기도 하지만, 어쨌든 잡지란 참고 정도로만 삼아 보고 넘기는 것이라고 생각합니다.

▲**사회** : 디자인에 대한 인식이 산업계나 정부 차원에서 어느 정도 자리 잡혀 간 것이 '80년도부터라고 생각합니다. 그러나 앞으로 디자인의 발전, 나아가서 디자인 대중화를 달성하는 데는 디자인 전문지가 상당한 역할을 해야 한다는 생각을 하는데, 저희 「산업디자인」지도 그 동안 이에 부응코자 무가지(無價誌)로 전환시켜 가면서 여러 측면의 기사를 다루었습니다. 그러나 저희가 처하고 있는 여건상 소홀히 다룬 부분이 많았고 또 앞으로 개선해야 할 점도 다분히 있다고 생각하는데, 디자인 전문지를 만드는 여러분들의 입장에서 저희 「산업디자인」지의 나아갈 방향에 대해 말씀해 주시기 바랍니다.



▲**문신규** : 사실 잡지를 만든다는 것은 상당히 어려운 일입니다. 특히 잡지는 편집장의 개성에 따라 그 성격이 달라지고 성패가 좌우되기 때문에 저도 이전에는 편집에 관여하여 편집 회의 같은 것을 주재하기도 했으나 지금은 편집장에게 일임하고 일체 관여하지 않습니다. 이러한 것들이 저희 개인 업체의 경우에는 가능합니다만 센터의 입장에서는 어떨지 모르겠습니다. 그러나 편집 내용에 있어서는 위에서 절대 간섭이 있어서는 안 될 것으로 생각하고 있습니다.

▲**사회** : 예산 집행상에는 제약이 있지만 편집 내용에는 전혀 제약이 없습니다. 그런데, 현재 저희 「산업디자인」지는 우선 격월간으로 발행되고 있기 때문에 정보 전달의 차원보다는 전문지 성격에 치중되고 있습니다. 그리고 지금 무가지로 전량이 기증본으로 배포되고 있어 예산상의 제약 때문에 부수를 늘여 필요한 사람에게 다 못주고 있는 실정입니다. 그래서 디자이너 등록자에게 우선으로 배포하고 나머지는 정책 기관이라든가 관련 전문 기관에 디자인의 중요성을 인식시켜 주기 위한 진흥 차원에서 배포해 주고 있습니다.

출판 사업의 사회적 기능

▲**문신규** : 출판 사업의 목적은 통념적으로 첫째, 수입과 둘째, 사회적으로 공헌하고 보람 있는 일을 한다는 두 가지로 볼 수 있습니다. 단 여기서 말하는 수입이란

출판을 통해 돈을 벌어보겠다는 의미가 아니라 단지 적자를 내지 않는다는 말이 되겠습니다만 센터에서 발간되는 「산업디자인」지는 무가지로 배포되니까 수입이란 목적은 자연히 빠지게 되므로 가능한 한 여러 사람들이 많이 읽을 수 있는 책을 만드는 것이 사회적 공헌과 함께 가장 중요한 일이라 봅니다.

▲**이성만** : 언론 매체가 가지고 있는 기능 중에는 학교 교육과 상대되는 사회 교육적 기능이 있다고 할 수 있는데, 오늘날과 같은 정보의 흥수 속에서는 인간의 인지(認知) 능력이나 기억력에는 한계가 있기 때문에 사회 분업적 측면에서 보더라도 전문지라면 전문인들에게 만족과 자극을 주는 기능을 해야 할 것이라 봅니다. 제 생각에는 크게 봐서 언론 사업의 목적이라는 것은 문화적인 면과 상업적인 면이 있다고 보는데, 그 중 어느 쪽에 가치관의 중점을 두느냐는 것은 커뮤니케이터, 즉 경영자의 의식이나 사고에 달려 있다고 하겠습니다. 무가지로 배포하는 센터측은 책을 팔아 자금을 회전시켜야 다시 책을 만들 수 있는 저희들 사기업과는 경우가 틀리겠습니다만 제가 보기에는 모든 책, 특히 그 중에서도 전문지는 잘 팔리지 않는다는 일반적인 생각에는 반대합니다. 나는 그것이 독자한테 책임이 있는 것이 아니라 경영주 자신에게 문제가 있다고 생각하고 이를 타개해 보려고 합니다. 출판 사업은 특히 사회적인 책임감이 중요시되는 특수한 사업이기 때문에 커뮤니케이터의 의식 구조가 더욱

중요시된다고 봅니다.

▲이영혜 : 출판 사업 또는 문화 사업은 다른 사업과 20가지가 다르다고 합니다만 일단 좋은 책을 만들어야 된다는 대전제가 있어야 될 겁니다. 그러나 전문지라는 것은 일반 대중지와는 달리 개인의 힘의 소산에 의한 것이라기 보다는 사회적 배경이나 변화의 거울이라고 거꾸로 볼 수도 있다고 생각합니다. 그런 속에서도 좋은 책을 만들기 위해서는 먼저 ABC를 갖춰야 한다고 생각합니다. 즉 아트(Art), 비즈니스(Business), 크라프트(Craft)가 그것인데, 책을 만드는 과정 자체가 철저한 프로세스에 의해 이루어지는 고뇌의 연속이라고 볼 때, 출판 사업만은 이 ABC에 대한 자질과 능력이 있는 사람이 해야 한다고 봅니다. 그런데, 문제는 우리가 여태까지 너무 교육적인 측면에만 치중해 왔지 않았나 하는 것입니다. 그렇다고 제가 지금 다른 측면을 무시하고 상업적인 측면으로 타락하자는 이야기를 하는 것이 아니라 책을 만들기 위해 필요한 인력, 제작비, 판매 등을 생각할 때 상업적 측면을 배려하지 않으면 존재 성립이 안 된다는 것을 말씀드리고 싶은 것입니다. 그리고 정말로 우리 주변 사람들에게 디자인이 개인의 비즈니스나 나아가 국가의 무역에 있어 하나의 커다란 무기가 된다는 사실을 알리고 역설하기 위해서는 산업적인 측면과 상업적인 측면에 잘 결부시켜야 할 필요가 있다고 봅니다. 그런 면에서 우리나라에도 디자인에 대한 큰 혁신이나 무브먼트가 있어야 된다고 생각합니다.

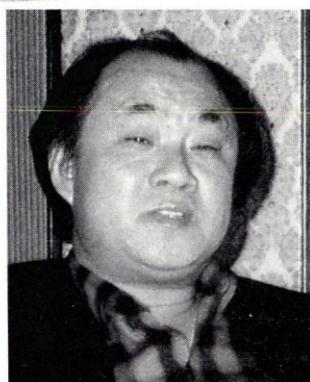
전문지의 정보 전달 테크닉

▲이성만 : 전문지라면 일반 대중지와는 다른 전문지로서의 컬러가 있어야 한다고 봅니다. 전문지의 필수적인 기능인 전문 분야에 대한 지식·정보를 충분히 전달하는 가운데 교육적인 기능이 있다고 생각합니다. 그러나 지식이나 교육을 위한 정보를 테크닉 없이 주입할 때 약이 아무리 효과가 좋아도 쓰면 안 먹듯이 이것은 효과가 없습니다. 따라서 이것을 달콤하게 주입시키면서 어떻게 비즈니스적으로 해결하느냐 하는 것이 문제입니다. 즉, 독자들이 투자한 돈의 몇 배의 가치가 되는 정보 전달을 해주도록 하는 것이 커뮤니케이터의 의무라 할 수 있는데, 상업적 가치에 따른 기사 선택에 의해서가 아니라 순수한 의미에서 이것을 먹기 좋게 하는 것이 관건입니다.



박 한 유 상무

“앞으로 디자인의 발전, 나아가 디자인의 대중화를 달성하는 데는 디자인 전문지가 상당한 역할을 해야 한다고 봅니다.”



문 신 규 회장

“잡지란 대중과 함께 호흡할 수 있고 대중을 위해 만들어져야지 너무 전문 분야에 치중해 만들면 안된다고 생각합니다.”

▲이영혜 : 전문지가 확립되려면 전문 업종이라는 기반 아래 전문 교육기관, 전문 협회, 전문가들의 윤리나 강령이 전제되어야 합니다. 지금 말하고 있는 전문지는 토탈적인 개념의 전문지인데, 레빈이라는 학자의 말에 의하면 책을 출판한다는 것은 개인의 수문장의 역할을 한다고 했습니다. 대내적으로 볼 때 우리들의 의견, 사상, 정보가 반영되어 포장된 것이 책이라면 그것을 쌓아 놓은 창고가 전문지라 할 수 있습니다. 그렇다면 전문지는 대외적으로 우리의 이러한 역량을 지켜주는 수문장 역할을 해야 한다고 봅니다.

▲이성만 : 저희 경우는 「디자인저널」을

만들면서 지식, 교양, 정보 전달보다는 디자이너들이 가장 갈망하는 것, 즉 디자이너에게 인스皮레이션(inspiration)을 불러일으켜 주는 소스(source)가 될 수 있는 기사에 중점을 두고 있습니다.

▲이영혜 : 아까 이성만 사장님께서 좋은 말씀을 해주셨는데, 교육적 측면이든 상업적 측면이든 간에 쓴 약을 어떻게 포장하여 달게 만들 것인가가 중요한 테크닉이라 생각합니다. 여기에 모인 네 개의 잡지들은 앞으로 이런 문제에 더욱 신경을 써야 할 것으로 봅니다.

▲사회 : 「꾸밈」지의 경우는 건축과 인테리어 분야를 다루고 있어 독자층의 폭이 상당히 넓을 것으로 생각됩니다.

▲문신규 : 사실 그동안 격월간으로 70호 이상을 내오면서 흑자를 본 적은 없읍니다. 아무리 효율이 좋아도 쓰면 먹지 않는다는 그 원리를 여태까지 몰랐기 때문에 저도 너무 교육적인 측면에 치중해서 만들지 않았나 봅니다. 그것을 전에는 자랑으로 생각했는데 오늘 여러분들의 말씀을 들으니 창피한 생각까지 드는군요. 제가 최근에 느낀 점인데 잡지란 대중과 함께 호흡할 수 있고 대중을 위해 만들어야지 너무 전문 분야에 치중해 만들면 안된다는 것입니다. 저도 결국은 그렇게 못했기 때문에 쓴 잡지를 만들게 되었는데, 그렇더라도 약효가 있으면서 쓴 잡지면 팬찮은데, 약효도 없으면서 쓴 잡지가 되다 보니까 적자를 본 것 같습니다. 결국 문예 잡지의 성공 여부는 판매에 달려 있는 것인니까 결론은 많이 읽히는 잡지를 만들어야 한다는 것입니다. 그러나 「산업디자인」지는 여기 세 잡지하고는 입장이 틀린 것 같습니다. 즉, 판매 문제는 제외되고 있으니까 타겟에 맞추어 소신껏 제작하는 것이 최선의 방법이라 봅니다. 따라서 타겟에 따라 전문적인 분야에 편집 방향을 맞추는 것도 타당하다고 봅니다. 그리고 하나 더 덧붙여 말씀드릴 것은 디자인이나 디자인 잡지 업무는 매우 크리에이티브(creative)한 것인가 때문에 만드는 사람이 자기 책임하에 소신껏 만들도록 해야지 외부에서 절대 관여를 하면 안된다는 것입니다. 그렇게 되면 절대 좋은 책이 나올 수 없습니다.

▲이영혜 : 좋은 책을 만들기 위해서는 전문가 자질을 갖춘 역량 있는 출판인이 있어야 합니다. 특히 편집이란 인간미가 가장 잘 반영되는 작업이므로 편집인에게 문화적 자산이 축적되어 있지 않으면 안

된다고 봅니다. 그리고 이와 더불어 실무적 훈련이 겸비되어 모든 프로세스상에 그러한 자질을 발휘할 수 있는 지적, 문화적 체계를 갖춘 사람이어야 할 것입니다.

▲사회 : 책을 만들면서 느낀 어려움 중의 하나가 좋은 거사, 좋은 원고를 짜줄 수 있는 필진의 발굴 문제였습니다. 여러분들께서는 이 문제를 어떻게 해결하고 계시는지요?

▲문신규 : 필진에 대한 어려움은 어느 잡지나 다 마찬가지라고 봅니다. 그러나 디자인은 시각 예술이기 때문에 글 자체만이 원고가 되는 것이 아니라 시각적인 것도 원고가 될 수 있는 것입니다. 그리고 필진을 어떤 특정 계층에만 한정해서 해결할 것이 아니라 주변의 모든 환경을 전체적 복합적으로 보아 거기에서 찾아야 할 것입니다. 즉, 글 쓰는 것 자체만 필진으로 보아서는 안 된다고 생각합니다.

▲이성만 : 저도 전적으로 동감합니다. 우리 주변의 모든 것이 디자인 소스이며 취재원이라 봅니다. 따라서 필진 문제의 해결 방향은 밖에서 보다 안에서 찾아야 할 것입니다.

이영혜 : 「산업디자인」지 입장에서는 저희들 책과는 달리 디자인 진흥과 계몽을 위한 정책적인 방향과 디자이너들을 위한 전문적인 방향 모두에 초점을 맞추어야 하기 때문에 편집 방향 설정에 어려움이 있는 것 같으니 우선 타겟 정리가 선행되어야 할 것으로 봅니다.

▲사회 : 디자인 전문지의 출판인 입장에서 저희 센터에 바라고 싶은 사항이 있으면 말씀해 주시기 바랍니다.

디자이너를 위한 센터의 역할

▲이성만 : 제가 센터에 바라고 싶은 것은 이런 전문지의 발간도 중요하나 아직까지 일반 디자인 업계에서 해결할 수 없는 사항이 많으니 이를 간파하여 디자이너들에게 도움이 될 수 있는 해결 방안을 적극적으로 모색해 주고 또 개개인이 입수하기 어려운 각종 국내외의 정보 자료를 제공해 줌으로써 디자인 업계를 리드해 나가는 그런 기관이 되었으면 하는 것입니다.

▲이영혜 : 올림픽 이후 디자인에 대한 인식이 많이 달라졌습니다. 사실 이번 올림픽을 통해 디자이너와 건축가가 할 수 있는 능력의 실체를 유감 없이 보여 줌으로써 우리의 디자인이 이제 도약할 수



이영혜 사장

“우리들의 시각, 사상 정보가 반영되어 포장된 것이 책이라면 그것을 쓰아 놓은 참고가 전문지라 할 수 있음을.”



이성만 사장

“지식이나 교육을 위한 정보를 테크닉 없이 주입할 때 약이 아무리 효과가 좋아도 쓰면 안 먹듯이 이것은 효과가 없습니다.”

있는 시기가 되었다고 느꼈습니다. 그런데 출판 분야에서도 이류의 시기가 있다고 합니다. 독일의 경우는 마틴 루터의 종교 개혁을 들고 있고, 영국은 산업혁명, 일본은 명치유신을 그 이류의 시점으로 보고 있습니다. 그러나 우리나라는 아직까지 이러한 이류의 시점이 없었다고 보는데, 저로서는 이번 올림픽이 작게는 출판, 크게는 전체 디자인계가 이류할 전기라고 판단합니다. 따라서 이제는 디자인이라는 것이 대(對) 사회적, 국가적으로 열마만한 기여를 하는가를 제대로 평가받을 수 있는 시기가 되었다고 생각합니다. 센터도 이러한 일들을 수행해 나가는 중심 기관이 되려면 지금부터 꾸준

수정을 해나가야 될 것입니다. 관(官)적인 색채를 버리고 보다 적극적으로 디자인계의 발전을 위해 혼신적인 노력을 기울여야 한다고 말씀드리고 싶습니다. 예를 들어 임대를 주고 있는 전시관도 조명이나 인테리어를 보완하여 보다 퀘적한 공간을 조성해 주고, 센터에서 하는 일에 대해 다른 디자인 잡지사에서 취재를 요청하면 센터의 홍보 차원에서라도 적극적인 협조를 해주는 등 그런 개방적인 자세가 필요하다고 생각합니다.

▲문신규 : 저는 산업 디자인 분야와는 직접적인 연관이 없기 때문에 잡지 분야에 대해서만 말씀 드리겠습니다. 아까도 언급했지만 잡지를 만든다는 것은 독창성이 요구되는 것이기 때문에 뒤에서 누가 시켜서 만들어지는 것이 아닙니다. 따라서 잡지를 만드는 편집장에게 최후 제작권과 자율권을 주어야 특색 있는 잡지가 된다는 것을 다시 한번 강조하고자 합니다.

▲사회 : 저희 센터에 대한 충고와 당부의 말씀을 겸허한 자세로 받아들여 앞으로 우리나라 디자인계와 디자이너 여러분들에게 진정한 도움을 줄 수 있는 동반자의 역할을 다해 나가겠습니다. 오랜 시간에 걸쳐 디자인 전문지의 나아갈 방향에 대해 좋은 의견을 많이 피력해 주셨는데, 마지막으로 이를 결론적으로 정리해 보면 첫째, 잡지란 쇼케이스의 역할에만 그칠 뿐이므로 지나친 전문성 추구보다는 일반 대중도 쉽게 접할 수 있게 함으로써 디자인의 대중화를 유도하는 방향, 둘째 교육적 기능을 위한 효율적 정보 전달 테크닉이 필요성, 세째 상업적·산업적 측면에 대한 배려, 네째 편집권의 독립성 자율성 보장 등으로 나누어 볼 수 있겠습니다.

오늘 이 자리가 저희 「산업디자인」지와 여러분들이 발간하시는 디자인 잡지의 앞으로의 편집 방향, 나아가 전체 디자인계의 발전을 위해 많은 도움이 되기를 바라면서 오늘 간담회를 마치겠습니다. 앞으로 또 다시 이런 자리를 마련할 것을 기약하면서 오늘 참석해 주신 여러분들께 다시 한번 감사를 드립니다. ■



특집

'88서울올림픽과 디자인

'88서울올림픽에서 디자인이 차지한 비중은 매우 크다. 더 나아가 글자 한 획에서부터 거대한 조형물에 이르기까지 디자인과 디자이너와 결부되지 않은 것이 없을 정도이다.

따라서 서울올림픽조직위원회(SLOC)에서는 디자인전문위원회를 설치, 막대한 인적 물적 자원을 투입하면서 디자인 개발에 노력해 왔다. 전반적으로 볼 때 우리 고유 독창적인 문화 요소를 많이 살리고자 하는 노력이 엿보였으나 토탈적인 개념을 부각시키는 데는 다소 실패했다는 지적도 있다. 그러나 '88서울올림픽이 우리 디자인계에 하나의 분명한 큰 획을 그으면서 도약의 기틀을 마련해 주었다는 것은 부인할 수 없는 사실이다.

올림픽은 끝났다. 그러나 그 디자인물은 '88서울올림픽이 우리에게 남겨준 감동과 함께 우리 디자인계에 영원히 살아 남아 있을 것이다.

본지에서도 이들을 함께 간직한다는 의미에서 각종 디자인물을 한 데 모아 화보로 꾸며 보았다. [편집자 주]

공식 휘장 Official Emblem

서울올림픽대회의 휘장은 우리 민족 전래의 문양인 삼태극에서 착상됐다. 삼태극은 예로부터 한옥의 대문, 공예품, 민예품 등에 널리 사용되어 왔으며, 외국에도 이미 잘 알려져 있다.

서울올림픽대회의 휘장은 이 삼태극을 원심 운동과 구심 운동의 두 가지 형태로 형상화한 것이다. 구심 운동 모습은 온 세계인이 서울에서 모이는 것을 표현, 범세계적인 화합을 상징하며 원심 운동 모습은 인류의 영원한 행복과 번영을 향한 전진을 나타내고 있다.

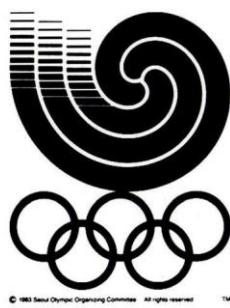
휘장을 인쇄, 복제하여 사용할 경우 반드시 휘장의 왼쪽 아래에 제작권 표시 "© 1988 Seoul Olympic Organizing Committee All rights reserved"를, 휘장의 오른쪽 아래에 상표권 표시 "TM"을 표시하여야 한다. 휘장이 너무 작거나 바탕의 재질이 특수한 경우 저작권 표시 문안을 아래 그림과 같이 줄여 쓸 수 있다.

서울대 양승춘 교수의 디자인 작품이다.



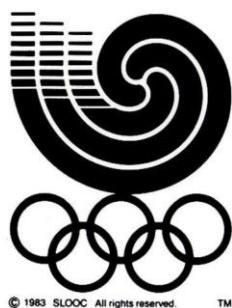
© 1983 Seoul Olympic Organizing Committee All rights reserved.

TM



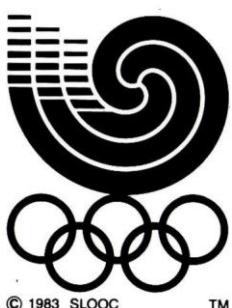
제1형

제1형은 40mm이상
50mm이하의 높이로 복제할
경우에 사용한다.



제2형

제2형은 15mm이상
40mm이하의 높이로 복제할
경우에 사용된다.



제3형

제3형은 15mm이하의 높이로
복제할 경우에 사용된다.

전용 글씨체는 서울올림픽대회의 공식 명칭을 나타내는 글씨체로, 지정된 여섯가지 이외는 사용을 금한다. 한글 전용 글씨체는 별도로 디자인 된 것이지만 로마자 전용 글씨체는 지정 글씨체를 조합한 것이다. 전용 글씨체는 시작적으로 글자와 글자 사이의 간격을 조절하여 하나의 형태로 고정된 것이므로 반드시 사진 제판 과정을 통해 복제하여 사용해야 한다.

서울올림픽대회의 시각 이미지를 나타내는 한글 지정 글씨체에는 견출고딕과 태고딕, 고딕이 있으며 이것은 대회의 각종 인쇄물의 제목 및 표지판 등에 사용된다. 지정 글씨체는 정체로 사용하여야 하며, 평체나 장체 등으로 변형 사용하는 것을 금한다.

로마자 지정 글씨체는 헬베티카체인데, 울트라 콤프레스트, 미디엄, 레귤러, 라이트 등 4가지 글자체가 각종 인쇄물의 제목 및 표지판 등에 사용된다.

1. 전용 글씨체
2. 한글 지정 글씨체 : 견출고딕, 태고딕, 고딕
3. 로마자 지정 글씨체 : 헬베티카 울트라 콤프레스트
4. 로마자 지정 글씨체 : 헬베티카 미디엄
5. 로마자 지정 글씨체 : 헬베티카 레귤러
6. 로마자 지정 글씨체 : 헬베티카 라이트

제24회 서울올림픽대회

SEOUL 1988

① GAMES OF THE XXIVTH OLYMPIAD SEOUL 1988

가 나 다 라 마 바 사 아 자 차 카 타 파 하
각 난 담 람 맘 밥 산 알 잠 찹 칼 탕 퍽 함

간 났 덤 림 목 빙 설 연 적 천 컨 털 필 혹
검 넉 들 렐 명 백 송 암 종 출 큐 텀 풀 훌

공 넌 동 록 막 봄 섬 양 준 층 콘 팀 평 흥
갑 남 달 를 문 불 상 업 장 충 컵 탱 팔 활

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(.,,:!?"'"---*/%)**

③
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(.,,:!?"'"---*/%)**

⑤
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(.,,"!?-*/%)**

⑥
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(,-!?"'/)**

공식 마스코트

Official Mascot

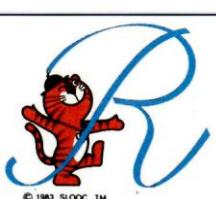
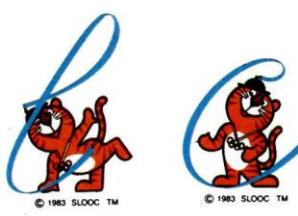
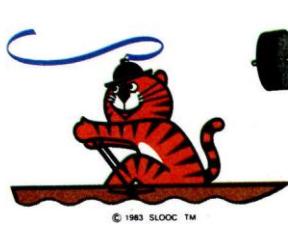
올림픽 마스코트는 엠블렘과 더불어 올림픽 개최지의 특성을 살려주고 친근감을 불러일으켜 주는 가장 중요한 역할을 하며, 사용권을 판매함으로써 올림픽 경비를 조달하는 재원이 되기도 한다. 올림픽에 마스코트가 처음 사용된 것은 1972년 제20회 뮌헨 대회 때 '발디'란 강아지를 등장시키면서부터인데 그 이후 '76년 몬트리얼 때 물개 '아미크', '80년 모스크바 대회의 아기곰 '미사', '84년 L.A 대회의 독수리 '샘'이 등장한 데 이어 서울 올림픽의 '호돌이'로 이어진다.

호돌이는 옛부터 민화나 전설을 통하여 우리 거례와 친근한 한국산 호랑이를 귀여운 아기호랑이로 형상화시켜 제작한 것이다. 몸 전체를 곡선으로 처리하여 부드러운 느낌을 줄 수 있도록 하였으며, 오륜 메달을 목에 걸어 올림픽을 상징시켰고 우리 고유의 멋을 더하기 위해 농악놀이의 상모 돌리는 자세를 취하게 했다. 상모끈으로 이루어진 'S'자는 개최 도시 서울의 영문 이니셜을 의미한다. 또 이 마스코트의 형태 전개를 통해 스포츠 종목 형태 26종, 대회 보조 형태 9종, 민속 주제 형태 7종, 그림문자 형태 19종이 제작되었다. 「디자인 파크」 대표 김현씨의 디자인이다.



© 1983 Seoul Olympic Organizing Committee All rights reserved. TM





공식 포스터

Official Posters

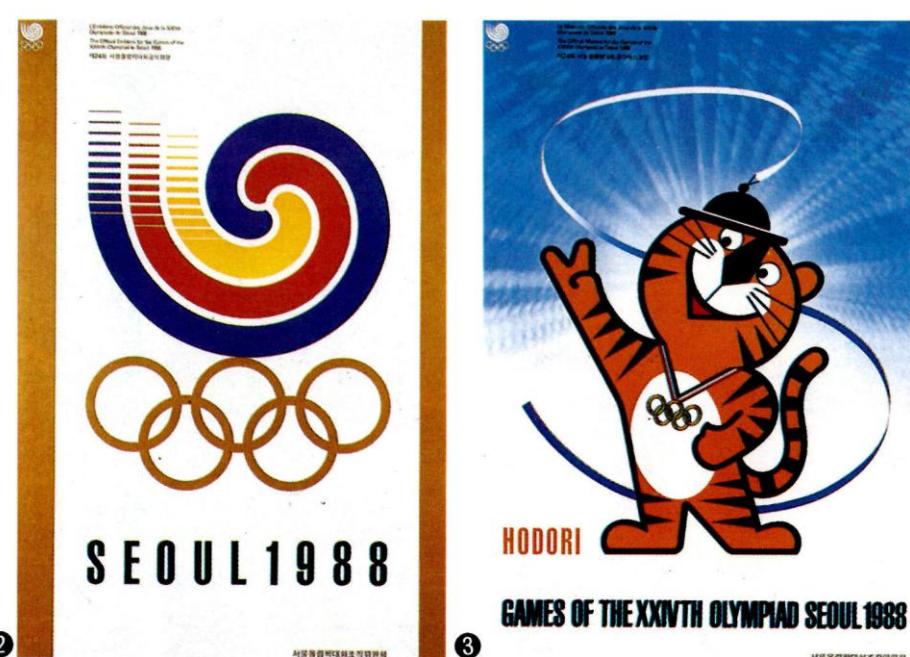
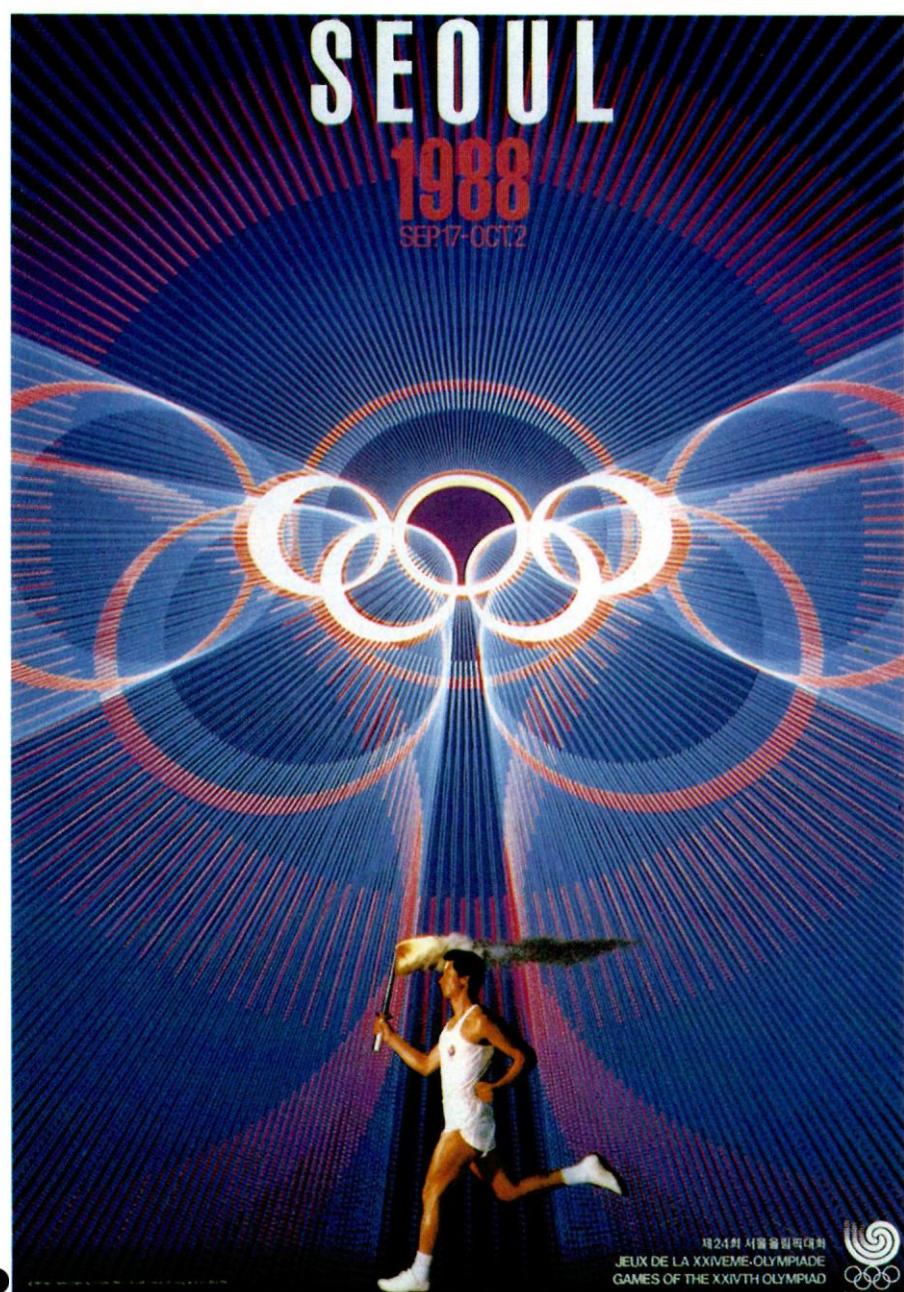
서울올림픽대회 공식 포스터는 서울올림픽의 이념인 ‘화합과 전진’을 표상하고 있으며, 친숙한 대회 이미지를 부각시킨다는 목적을 가지고 있다. 즉, 스포츠를 통한 온 인류의 화합을 제창한 순수한 올림픽 정신을 오륜으로 상징, 밝은 빛으로 형상화하여 올림픽이 이상이 온 세계에 달하도록 표현하였다. 또한 타오르는 성화를 들고 달리는 주자의 모습을 통해 인류의 염원인 행복과 번영을 향한 끝없는 전진을 상징하였다.

컴퓨터 그래픽 기법을 사용한 이 공식 포스터는 조영제 교수를 중심으로 한 팀워크에 의해 제작되었는데, 오륜의 환상적 이미지는 조종현 씨가, 컴퓨터 그래픽 처리는 일본의 컴퓨터 디자이너인 젠다(原田悅夫)씨가 그리고 성화 주자의 촬영에는 유병우(국민대) 교수가 각각 스텝으로 참여하였다.

1. 공식포스터

2. 고지포스터(엠블렘 포스터)

3. 고지포스터(호돌이 포스터)



공식스포츠 포스터 Official Sports Posters

서울올림픽 대회의 스포츠 포스터 시리즈는 사진 영상과 컴퓨터 그래픽 영상의 합성에 의해 완성된 다이내믹한 그래픽 디자인 작품이다.

사진 영상들은 “더 높게 더 빠르게 더 힘차게”라는 올림픽의 인간 드라마를 순간의 감동으로 포착한 지난 1984년 L.A. 올림픽과 1986년의 서울아시안게임 등에서 촬영된 사진들이 주로 선택되어 레스폰스 350 컴퓨터로 형태와 색상 수정 등 정교한 리터치 과정을 거친 것이다.

여기에는 합성한 컴퓨터 그래픽 영상들은 “인간의 무한한 에너지”를 추상적으로 상징하는 첨단 기법에 의한 조형으로 스포츠를 통하여 발산되는 무한한 인류의 정열을 각각적으로 표현한 것이다. 또한 첨단 기법을 아트디렉션의 컨셉트로 채택한 배경에는 서울올림픽을 통하여 선진 첨단공업국가로 도약 발전하고자 하는 범국민적인 한국인들의 의지 표출이 담겨져 있다.

조영제(서울대) 교수팀에 의해 '87년 11월 17일부터 '88년 4월 15일까지 약 5개월의 기간에 걸쳐 사진과 컴퓨터 그래픽의 합성으로 제작한 스포츠 포스터는 정식 종목 24종과 시범 종목 3종 등 모두 27종이 제작되었다.

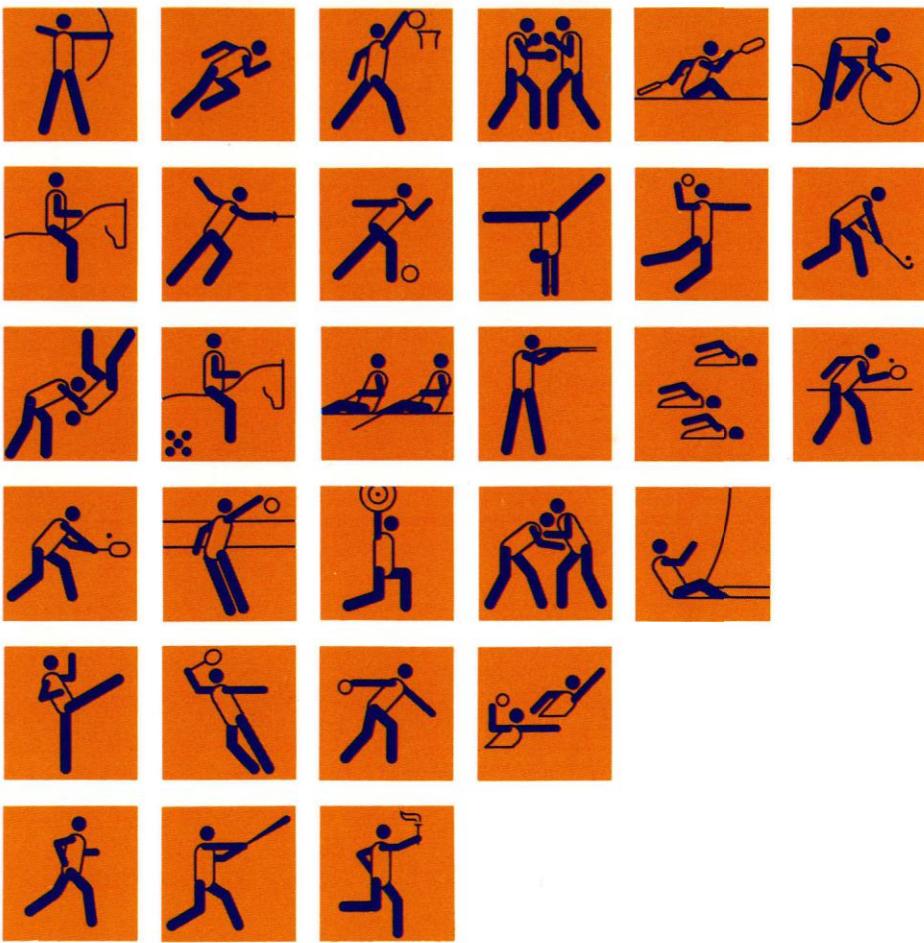
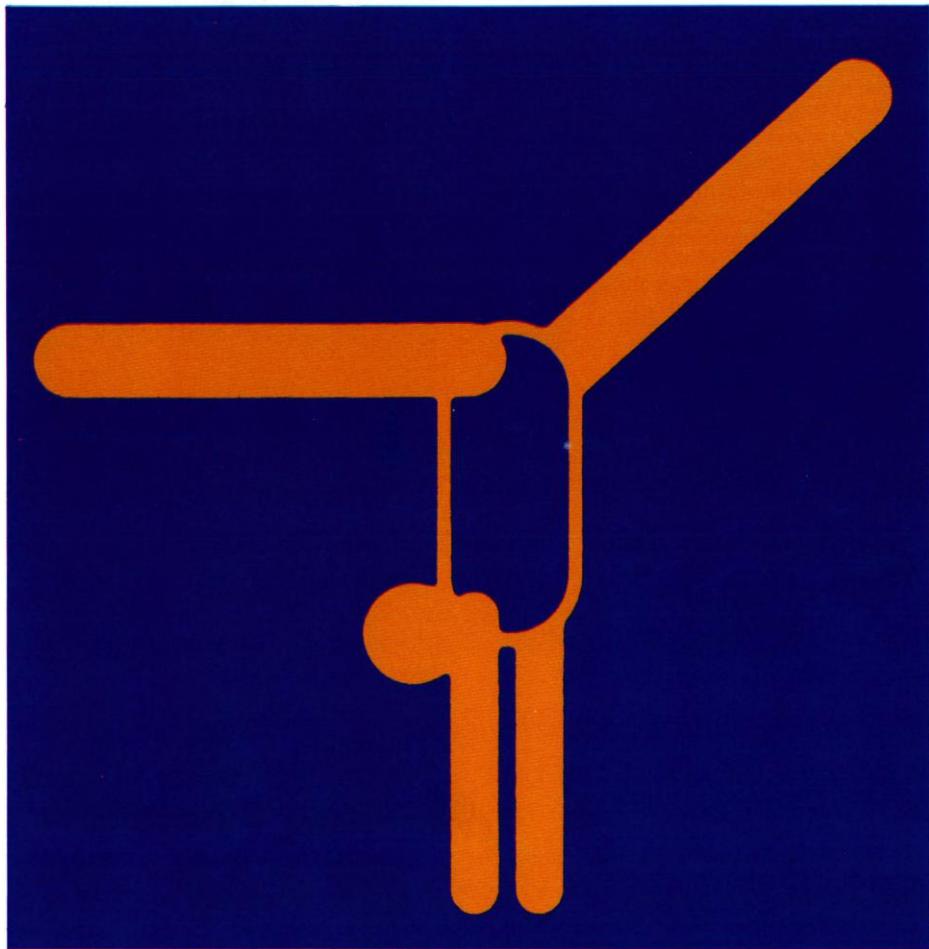


공식 스포츠 픽토그램

Official Sports Pictograms

스포츠 픽토그램은 각 경기 종목의 기본 동작을 그림 형태로 나타냄으로써 언어의 장벽을 초월하여 의사 소통을 가능케 하는 수단으로 쓰일 뿐만 아니라 경기장 시설내의 환경 장식용으로도 이용된다.

서울올림픽조직위원회(SLOOC)는 픽토그램을 제작하기 위해 지난 '84년 6월 디자인 전문 위원회에서 추천한 5인의 디자이너에게 제작을 위촉하여 시안 10종식을 접수 심사하였으나 당선작을 얻지 못함으로써 자체내의 황부용(당시 SLOOC 디자인실장) 씨를 중심으로 한 제작팀을 구성하여 '85년 3월에 완성, 지난 '86년 아시안 게임에 사용했다. 그러나 그 때 제작한 픽토그램의 일부 종목 동작이 역대 올림픽 개최 때 사용한 것과 비슷하다는 항의를 받고 부득이 서울 올림픽용으로 조직위에서 다시 제작했다.



공식 안내 픽토그램

Official Information Pictograms

안내 픽토그램은 언어 차이에서 오는 의사 전달의 불편을 줄이는 수단으로 쓰일 뿐만 아니라 환경 장식 등 여러 사용 목적에 부합되게 디자인하였다.

스트라이프가 픽토그램 전체에 적절하게 삽입되어 장식적인 면과 동적인 느낌이 들도록 하였으며 다른 디자인 요소와의 조화, 가독성, 독창성 등을 종합적으로 고려, 각국에서 제작되었던 여타 픽토그램과의 차별을 두어 우리 문화의 우수성을 나타낼 수 있도록 제작되었다.

디자인은 조영제(서울대) 교수를 아트 디렉터로 하여 조직위 디자인실의 황부용, 김승진 씨가 하였으며, 디자인 전문위원회의 심의를 거쳐 채택되었다.



안내표지판 Sign System

안내 표지판의 구성은 크게 기본 요소와 구성 요소로 나누어지며, 종류별로는 도로 사인, 단지 사인, 시설 사인 그리고 기타 사인으로 나누어지는 데, 토탈 디자인 개념에 따라 일관성 있는 계획과 체제에 따라 이루어져야 한다.

도로 사인은 대회 관련 시설 및 주차 시설에 이르는 노선에, 단지 사인은 시설 주변 단지내의 경기장, 편의시설물 등을 안내·유도하는 데 사용되며, 시설 사인은 대회 관련 시설물의 최종 목적지를 안내·지정하는 역할을 한다.

방향을 유도하는 기능을 갖고 있는 화살표는 픽토그램과 더불어 안내 표지판에서 핵심이 되는 중요한 요소이므로 끝이 날카롭고 모서리 등을 예리한 형태로 제작하여 가독성을 높였다. 작도법에서는 모듈이 정확하게 사용되어야 하므로 엄격한 그리드를 사용하였으며, 화살표의 날개 끝 부분이 좁아보이는 착시 현상을 줄이기 위하여 안목으로 3° 정도 들어가도록 했다.

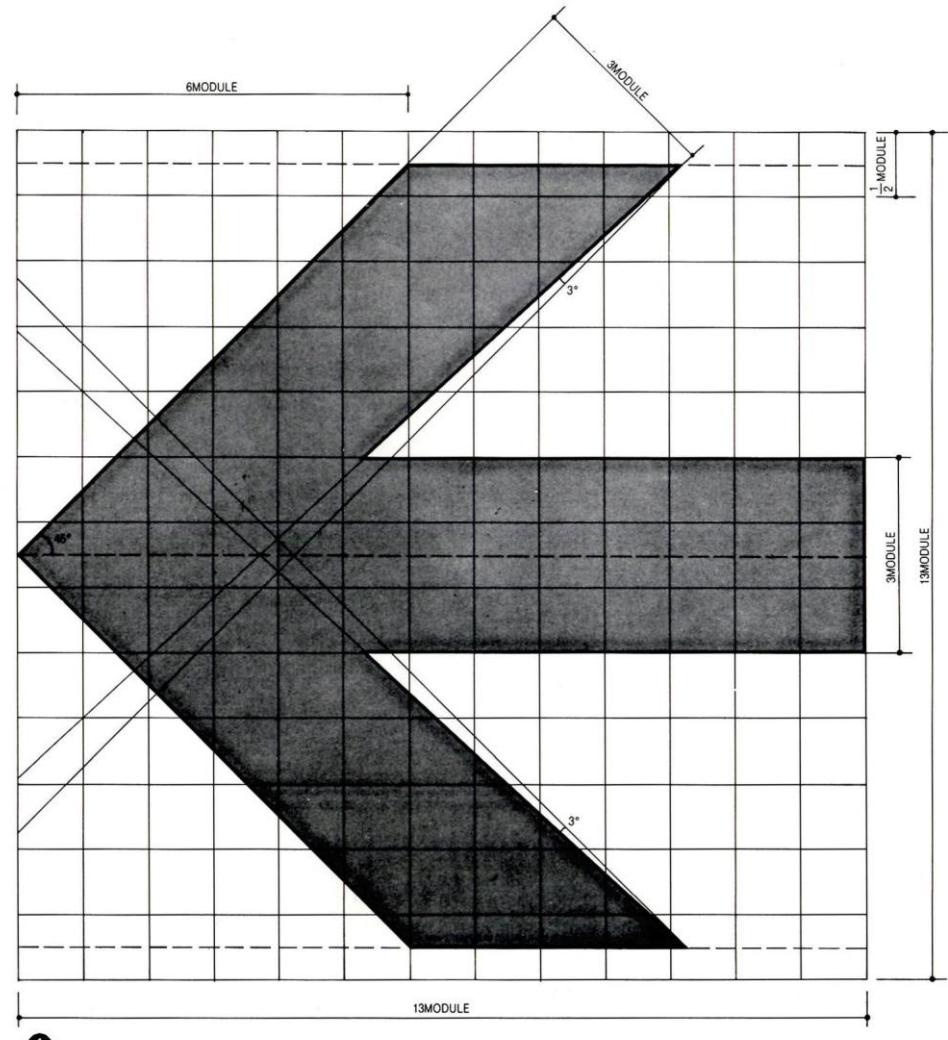
색상은 안내 표지판에 적용되는 주 색상 및 보조 색상으로 구분되며 일관된 이미지를 형성하는 기본 요소 중의 하나이다.

실외 안내 표지판은 황색이 바탕 색상이며 청색은 경기 픽토그램·서체 색상, 녹색은 편의 픽토그램 색상으로 사용된다.

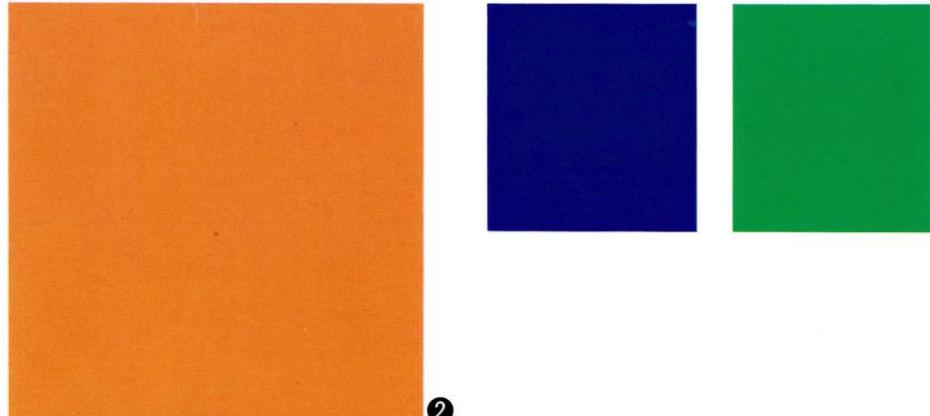
실내 안내 표지판은 군청색이 바탕 색상이며 황색은 편의 픽토그램, 백색은 서체 색상으로 사용된다.

문자는 한글과 영어, 불어의 3개 국어를 함께 적용해야 하는 점을 감안해 크기를 정했으며 서체는 견출고딕체를 가변성 있게 적용시켰다.

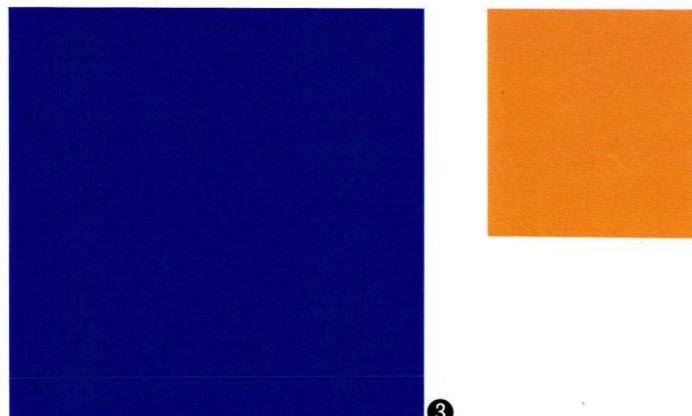
1. 화살표 작도법
2. 옥외 표지판 기본 색상
3. 옥내 표지판 기본 색상
4. 각종 안내 표지판
5. 올림픽 공원에 세워진 환영 표지판
6. 올림픽 공원내의 경기장 안내 표지판
7. 올림픽 공원 안내 표지판



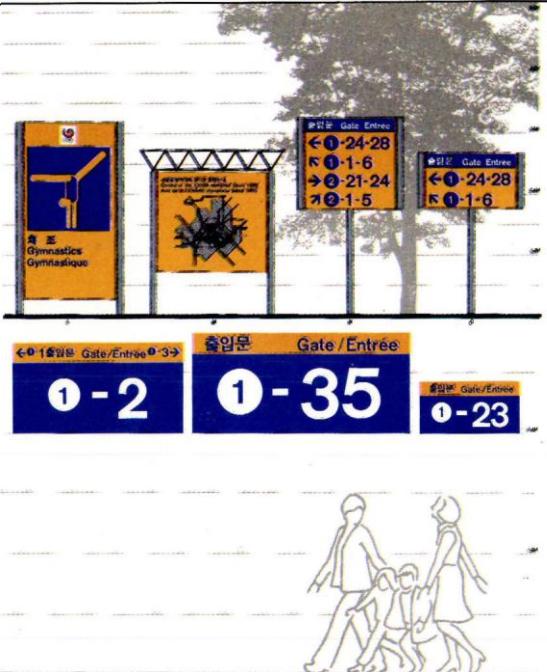
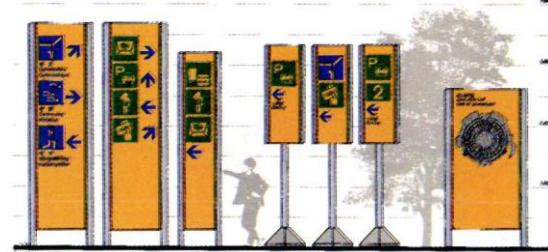
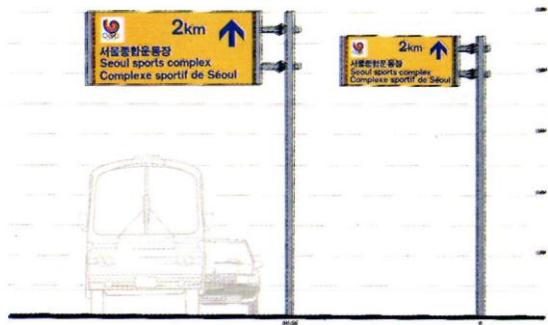
①



②



③



4



5



6



7

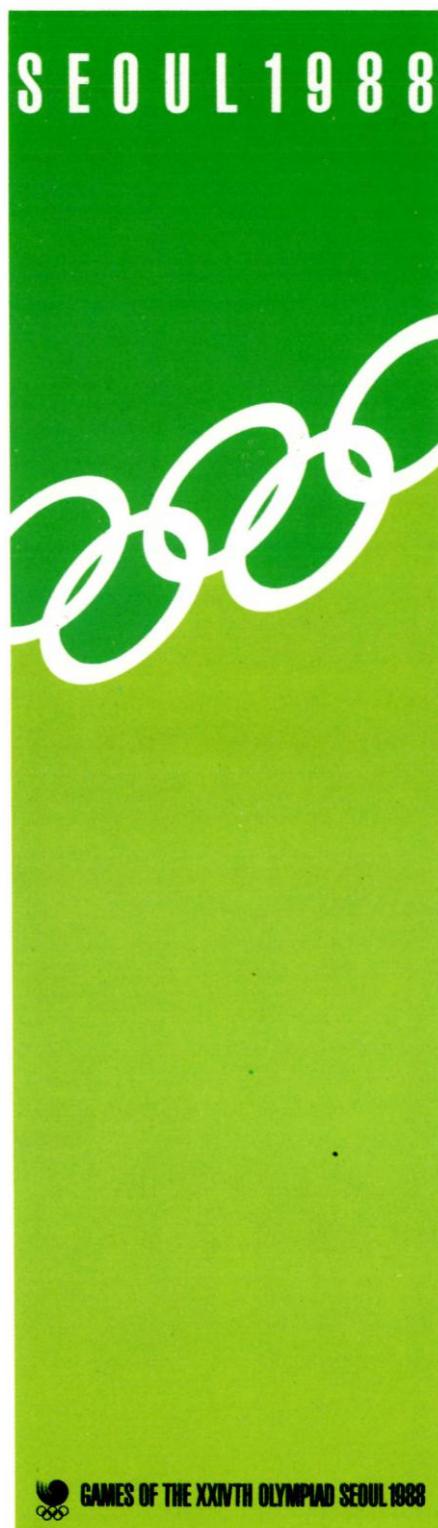
환경장식물 Environmental Decorations

일상적 도시 환경이 차분하고 안정된 시각 요소로 가라앉은 분위기라고 한다면 올림픽 개최 기간중의 환경은 그것과 다른 상기된 분위기가 시각 환경 요소로 채워져야 한다. 또한 경기 주최 도시의 사명감, 제전의 의의 등 감동을 불러일으킬 수 있는 상징적인 장식 등을 통해 산재되어 있는 경기장을 어느 정도 통일된 분위기로 조성해야 한다.

환경 장식에는 장식기, 섬유 장식물, 면처리 장식, 구조물 장식, 공간 장식, 입체조각 장식, 조명 장식, 화훼 장식, 부스텐트 등이 있다.

환경 장식물에 사용되는 기본적인 요소는 오륜, 엠블렘, 마스크트, 픽토그램, 전용 서체, 공식 색상 외에 한국의 전통 문화와 축제 분위기를 상징할 수 있는 색동의 6색을 주색상으로 지정했다.

1. 장식기 : 주제형 폴배너(오륜)
2. 장식기 : 축제형 폴배너(엠블렘)
3. 장식기 : 문화형 폴배너(단청, 금관)
4. 장식기 : 페넌트형
5. 섬유장식물 : 스트링거
6. 구조물장식 : 환영아치
7. 실내장식 : 전시장
8. 입체구조장식 : 오륜
9. 공간장식 : 출입구 장식 기둥
10. 화훼장식
11. 부스텐트 : 매표소



①



④



②



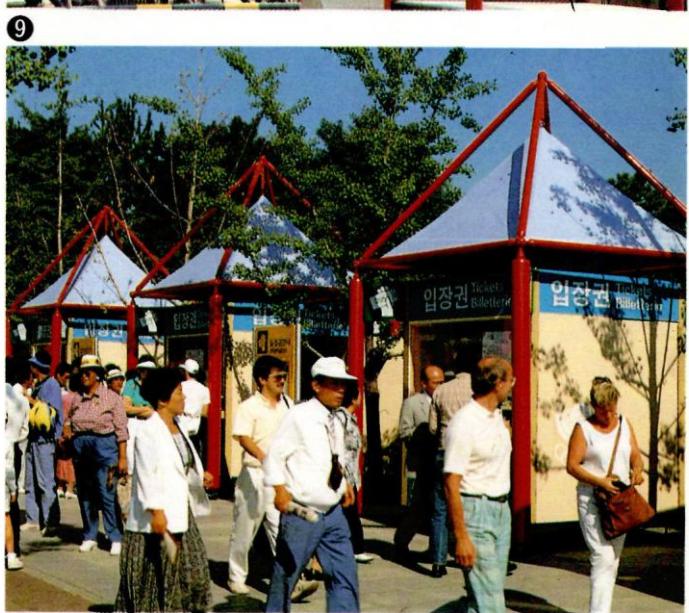
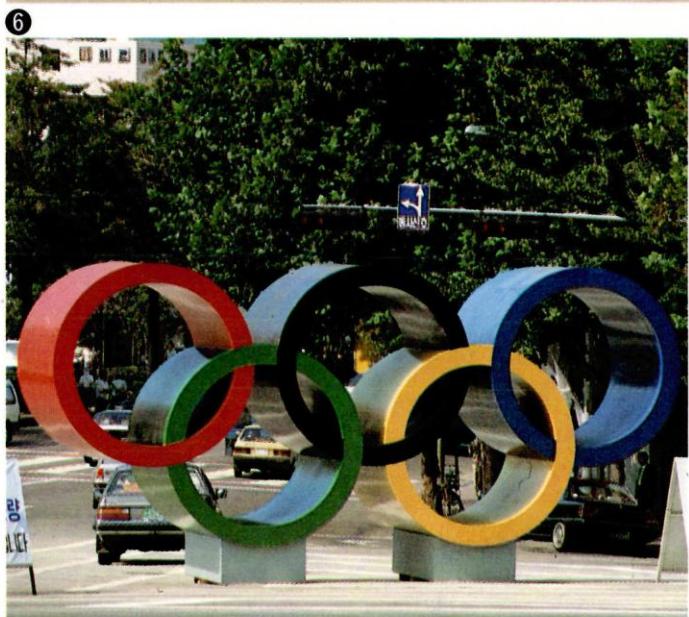
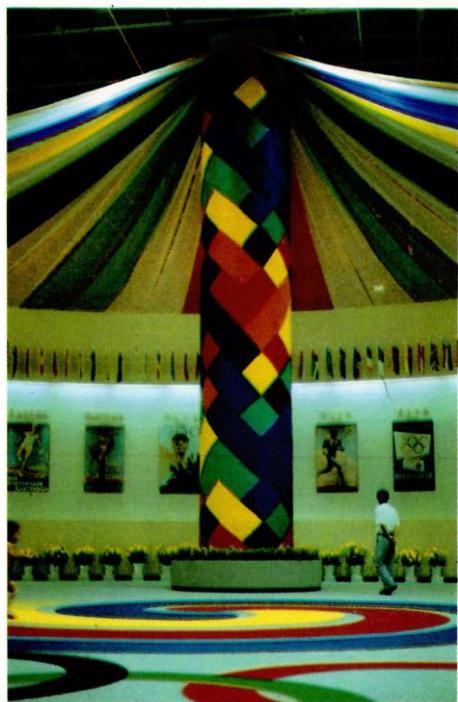
③



④



⑤



10

성화봉

Torch

올림픽은 그리스의 올림프스 신전에서 성화가 채화되면서 시작되고 여기에서 옮겨 붙은 성화대의 불이 꺼지면서 끝이 난다고 할 수 있다. 따라서 성화는 올림픽의 상징물 중에서 가장 그 의미가 깊은 것이라 할 수 있기 때문에 올림픽 개최국에서는 이 성화를 수송하는 도구인 성화봉의 디자인에 많은 관심을 갖고 있다. 또 성화봉은 디자인과 더불어 성화 수송시의 기상 조건에 관계없이 성화를 보호 운반해야 하기 때문에 화학적 기계적 특성도 갖추고 있다.

서울올림픽의 성화봉은 숙명여대 이우성 교수가 디자인한 것인데 조직위측에서 4명의 작가를 지명 위촉하여 1인당 2점씩 총 13점의 작품을 접수, 이를 디자인 심의회 등 각계각층 전문가들의 의견을 수렴한 후 최후 결정한 것이다.

디자인상의 특징을 살펴보면 화로 윗부분에 뚫린 24개의 불구멍은 제24회 대회라는 것을 상징하며, 화로 외부에는 2마리의 용이 성화를 감싸고 있는 형상을 양각하여 무진년 용의 해에 거행되는 행사를 나타내 주고 있다. 칠보로 조각한 화로 밑부분의 엠블렘은 매우 고급스러운 감각을 표출하고 있는데, 이우성 교수는 전체적인 형태는 고대 궁중에서 사용하던 용 무늬의 화로를 현대 감각에 맞도록 디자인한 것이라고 했다.



메달

Medals

메달은 입상 메달, 참가 메달, 기념 메달의 3종류가 디자인되었다.

입상 메달은 금·은·동이 다 같은 디자인으로 되어 있는데, 앞면에는 고대 원형 경기장을 배경으로 월계수를 들고 있는 그리스 여신상의 모습이 새겨져 있으며, 뒷면에는 평화의 상징인 비둘기가 월계수를 물고 날아가는 모습 위에 엠블럼이 새겨져 있다. 입상 메달의 앞면의 형태 디자인은 마회 변함이 없으나 뒷면은 IOC의 승인을 받아 개최국에서 디자인한다.

참가 메달은 국보1호인 남대문을 중앙에 배치하고 배경에는 학, 해, 구름, 산 등 입장생의 소재를 다루어 동양 사상의 심오함과 한국에 대한 이미지를 싣고 있다.

기념 메달은 조직위가 대회 기금 조성을 위해 조폐공사에 의뢰하여 제작하였는데, 순금으로 만든 금메달은 앞면이 주경기장의 배경 위에 남녀 성희주자가 달리는 모습이 새겨져 있고, 은메달은 주경기장 위를 뛰어넘는 멀리뛰기 선수의 움직이는 연속 동작 모습이 조각되었으며, 동메달은 남대문과 현대화된 서울의 빌딩들이 새겨져 있다.

1. 입상메달
2. 참가메달
3. 기념메달



①



②



③

신분증·등록카드·입장권 ID Card ·AD Card ·Ticket

신분증(ID 카드)

IOC 위원, 보도 임원, 기술 임원, 방송 요원 등 10개 범주로 구분되는 올림픽

패밀리에게 지급되는 대회 참가 신분증인 동시에 올림픽 기간 동안 출입국을 허가하는 카드로서 비자 역할을 한다.

기본 컨셉트는 한국적인 문양인 원자 무늬를 바탕으로 하여 서울 올림픽 엠블렘과 3원색으로 올림픽 분위기를 연출했다. 조직위의 송기영 씨가 디자인 했다.

등록카드(AD 카드)

대회 공식 참가자인 패밀리와 운영 요원에게 특정 대회 시설의 상시 출입을 보장하기 위해 발급되는 신분 증명 출입증이다. 출입국 통제 요원과 안전 요원들이 쉽게 식별할 수 있도록 하기 위해 기능성을 중시, 조직위의 송기영 씨가 디자인했다.

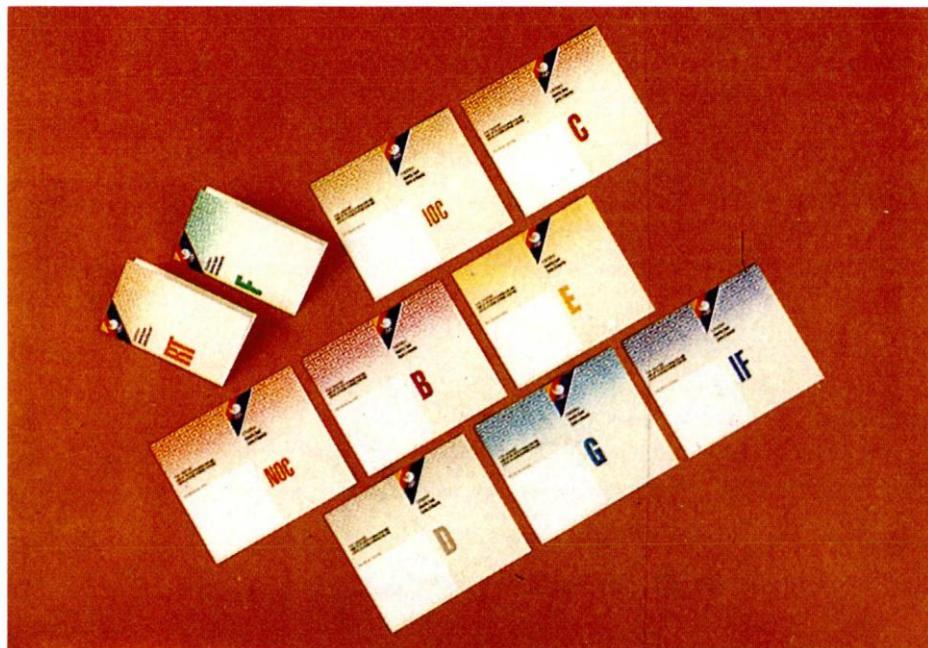
가로 사이즈는 남자 상의의 주머니에 들어갈 수 있는 크기로 하였고 세로는 필요한 내용을 적절히 표시할 수 있는 정도로 하였다.

입장권(Ticket)

서울올림픽 입장권은 한국의 전통성을 강조한다는 데 목표를 두고 전체적으로 화려한 색동 사용을 기본 컨셉트로 하였다. 개회식 입장권은 상·하단에 색동을 사용하고 폐회식 입장권에는 사방 모서리에, 그 외의 각종 경기장 입장권에는 좌우에 색동을 넣어 입장권을 종류별로 구분하도록 했다.

인쇄는 한국조폐공사에서 했는데, 위조를 방지하기 위하여 특수한 인쇄 방식과 재질을 사용했으며, 디자인은 디자인 전문위원회에서 지명된 양승춘(서울대) 교수와 안상수(안 그래픽스 대표)씨가 했다.

1. 신분증(ID 카드)
2. 등록카드(AD 카드)
3. 입장권(Ticket)



3

우표 Post Stamps

기념 우표는 행사의 의의를 빛내주고 기념할 뿐 아니라 우표 수집가들에는 1차적인 수집 대상이 되어 상당한 관심의 대상이 되고 있는 것이다.

서울올림픽 기념 우표는 1985년에 엠블렘과 마스코트인 호돌이를 모델로 해서 처음으로 두 종이 발행된 이래 모두 10차례에 걸쳐 32종이 제작되었는데 체신부에서는 이 기념 우표 시리즈의 패턴의 다양화를 기하기 위해 자체 우표 디자인실의 디자이너 외에 외부의 전문 그래픽 디자이너 6명을 참여시켜 다양한 디자인의 우표를 제작했다.

소재는 육상, 농구, 복싱 등 23개 경기 종목과 시범 종목인 태권도 외 성화 봉송, 올림픽 주경기장, 서울의 모습, 고막식전 행사, 올림픽 상징 조형물, 쿠베르탕과 오륜기를 담은 것이다.

특히 성화 봉송 기념 우표는 올림픽 정신을 재현하고 고대와 현대를 연결시키는 상징적 의미에서 올림픽 발상지인 그리스에서도 동시에 발행되었다. 한편 체신부에서는 올림픽 기념 우표를 시트와 낱장으로 세트를 꾸민 우표첩도 제작했다.



유니폼 Uniforms

서울올림픽의 유니폼은 크게 운영 요원 유니폼, 개·폐회식 유니폼, 선수 유니폼으로 분류된다.

대회 운영 요원 유니폼은 임원, 직원, 심판, 경기 진행자, 안내 요원, 의무원에게 지급되는 정장류와 봉사·기술 및 시설 관리, 경기 보조, 의무 보조, 안전 요원에게 지급되는 캐주얼류, 성화 주자가 입는 성화 봉송복, 시상식 요원 및 안내 요원이 착용할 양장과 양복이 있는데, 정장류와 캐주얼, 성화 봉송복은 배천범(이화여대) 교수, 한복은 신난숙(한복연구가) 씨가, 양장은 진태옥(프랑스와즈 대표) 씨가 디자인했다.

이번 서울올림픽의 유니폼을 결정하기 위해 조직위에서는 의상 디자이너 및 관계 전문가로 구성된 유니폼 디자인 전문위원회의 자문과 각계의 의견 수렴과정을 거쳤다.

디자인의 기본 방향은 각 직종간의 식별을 용이하게 하면서 축제 분위기를 고조시키는 데 역점을 두었고, 한국 고유의 전통적인 멋을 살려 한국의 이미지를 부각시키는 동시에 세계적인 유행 추세에도 맞추어 현대적 감각과의 조화를 꾀하는 데 두었다.

1. 한복류
2. 캐주얼류
3. 정장류
4. 통역안내복
5. 기술 및 시설관리 요원 유니폼
6. 좌로부터 메달 운반 요원 선두, 금·은·동메달 운반 요원, 안내요원(양장)



①



②



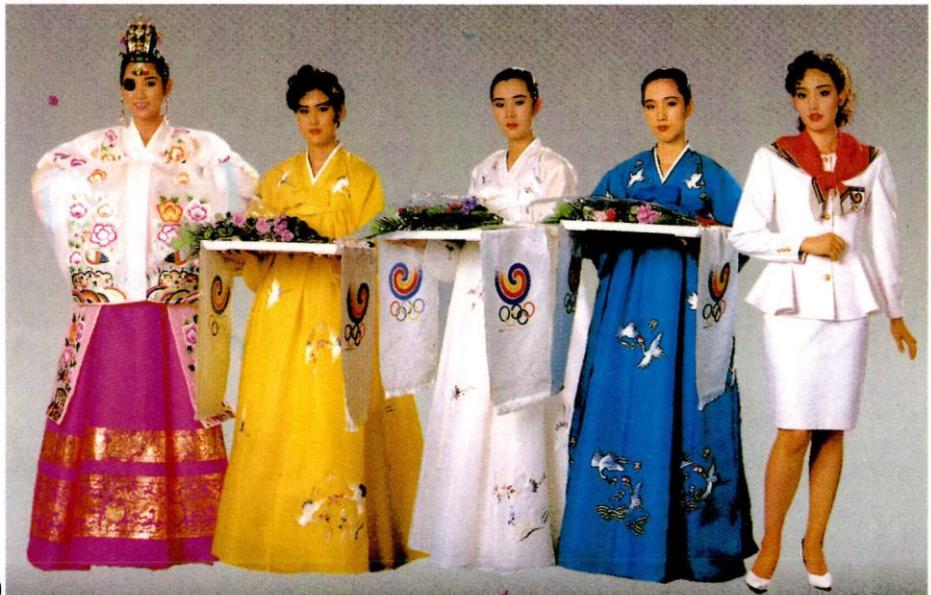
③



④



⑤



⑥

한국

디자인

포장

센터

국

디자인포장센터는 수출증대와 경제 발전에 가장 중요한 요소로 부각되고 있는 산업디자인과 포장의 연구·개발 및 진흥을 위하여 1970년 5월 19일 기존의 한국포장기술협회와 한국디자인센터, 한국수출품포장센터 등의 3개 단체를 통합 발족하였으며, 1977년 12월 31일자로 디자인·포장 진흥법이 제정, 공포됨에 따라 특별법에 의한 연구·진흥기관으로 새롭게 출발하였습니다. 이러한 설립 취지에 부응하기 위해 그동안 우리 센터에서는 디자인·포장 개발 및 진흥사업, 디자인·포장 정보 제공사업, 그리고 수출용 포장재 생산 시범 사업 등을 통해 우리나라의 디자인·포장 발전을 위하여 헌신적인 노력을 기울여 왔으며, 앞으로도 그 열기를 식히지 않을 것입니다.

개발부에서는 기업의 제품디자인 개발 및 지도·상담, 시각·장치디자인 개발 지원, 산업디자인 개발 용역 등의 연구 개발 사업과 교육 연수, 우수디자인 상품 선정제, 디자이너 등록제, 대한민국 산업디자인 전람회 등의 진흥사업을 통해 수출 진흥과 국민생활 향상에 기여하고 있습니다. 산업디자인이 오늘날 대량생산·대량유통·대량소비 제품의 개발에 주역을 담당하게 된 새로운 산업기술 분야로서 제품의 조형 요소를 최적화시켜 인간의 정신적·물질적 욕구를 충족시킬 수 있도록 하는 고도의 창조 행위임을 깊이 인식하고 있는 센터의 디자이너들은 창의적이고 독창적인 디자인 개발을 위해 끊임없는 노력을 기울이고 있습니다.

개발부에서는 연구·개발 사업으로 제품의 포장 방법 및 포장디자인 개발 지원, 기업·정부·공공기관이 특별히 요청하는 포장개선 용역 및 공동연구를 행하는 한편, 과학적이고 합리적인 연구 개발 업무와 기업의 포장재 시험 의뢰를 위한 포장시험실을 운영하고 있으며, 진흥사업으로 기업에 대한 현장 지도와 상담, 관련단체 활동 지원, 포장관리사 교육을 비롯한 교육 및 세미나, 각종 실태조사를 비롯해 「한국국제포장기자재전」과 「한국우수포장대전」 등의 전시 사업을 행함으로써 포장의 중요성에 대한 일반의 인식을 제고시키고 물적 유통 합리화와 마케팅 전략을 동시에 추구할 수 있는 합리적인 포장 개발을 위해 열과 성을 다하고 있습니다.

정보자료부는 고도로 발전해 가는 정보화 시대에 부응하여 국내외의 최신 정보자료의 신속한 수집·전파를 위한 정보센터로서의 기능을 다하고자 '87년 3월에 발족하였습니다. 국내 및 미국·일본·영국 등지의 해외 네트워크와 연결된 정보망을 통해 조사 수집한 디자인·포장 관련 최신 정보자료를 컴퓨터 시스템을 통해 과학적이고 체계적으로 정리 분석하여 관련 기업 및 기관에 신속하게 제공함을 주업무로 하고 있으며, 이를 위해 전산실과 자료실을 운영하고 출판사업 및 국제 협력 사업을 추진해 나감으로써 국제화 시대에 뒤떨어지지 않는 디자인·포장 발전을 위한 정보 제공 센터로서의 역할을 수행해 나가고 있습니다.

제4회 한·일 디자인 세미나

한국디자인포장센터와 일본총합디자이너협회(DAS)에서는 한·일 양국간의 디자인 동향 소개 및 학술교류를 통해 디자이너 상호간의 우호증진 및 유대 강화를 도모하기 위한 목적으로 지난 '85년부터 매년 한·일 디자인 세미나를 개최하고 있다.

지난 11월 3일 한국디자인포장센터에서 개최된 제4회 세미나에는 일본측에서 20명, 한국측에서 시각 및 제품 디자인 분야의 디자이너 30명이 참석한 가운데 양국에서 각 2명씩의 주제 발표가 있었다.

한국측에서는 정시화(국민대) 교수가 「한국 디자인 30년의 평가와 그 발전의 방향」, 김명석(한국과기대) 교수가 「생활 문화로서의 현대 디자인」을, 일본측에서는 카아이 레이(河合玲 : REI 디자인 연구소장) 씨가 「패션 비즈니스의 전개와 디자인」, 다다 나루미(多田愛実 : D 산업디자인 연구소장) 씨가 「일본에서의 시장 변화와 ID」를 주제로 발표했는데, 본지에서는 이들 발표 내용을 요약·소개함으로써 한·일 양국 디자이너들의 시각과 디자인 동향을 살펴보고자 한다.

한편 이번 세미나는 원래 일본에서 열리게 될 예정이었으나 내년 제5회 세미나를 나고야 세계 디자인 박람회에 맞춰 그 곳에서 개최키로 함에 따라 작년에 이어 또 다시 한국에서 열리게 되었다. (편집자 주)

한국디자인 30년의 평가와 그 발전 방향

정시화 국민대학교 조형대학 교수 이 글은 "21세기 한국 디자인 발전을 위한 시론"에서 요약한 일부분의 글이다

I. 머리말

그동안 우리 사회의 여러 분야에서는 21세기 또는 2,000년대의 우리의 사회상에 대한 예견과 연구가 있어 왔는데, 그 대부분의 토론이나 연구 보고서들이 지적하고 있는 공통된 견해는 더욱 민주화되고 복지화된 산업기술 국가가 될 것이라는 것이다. 1988년 10월 4일, 대통령의 국회 국정연설에 의하면 1992년의 국민 1인당 소득을 현재의 두 배인 6,000달러로 보고 있으며, 세계 10위권의 국제 교역국으로 지속 성장해 가서 더욱 기술 산업화된 선진국 대열에 서게 될 것으로 보고 있다.

또 산업연구원의 2,000년을 향한 국가 장기 발전 구상¹⁾ 보고서(1985년)에 의하면 1991년에서 2,000년까지 수출 전망 증가율이 가장 높은 공업부문도 역시 자동차 공업(23.8%), 기계 공업(16.9%), 전자 공업(16.6%), 스포츠 및 레저 산업(12.3%) 등으로 나타나 있다.

한국개발연구원의 2,000년을 향한 국가 장기 발전 구상²⁾ 보고서에 의하면 2,000년의 우리 사회의 특징은 고도산업과 정보화 산업사회가 될 것이며, 평준화, 다양화, 국제화되는 사회가 될 것이고, 개선된 주거 환경 가운데에서 보다 많은 중산층이 선진국형의 소비 형태의 생활을 영위하는 국민생활 수준이 될 것으로 전망되고 있다.

1950년대의 우리의 생활 수준으로부터 1980년대 오늘의 생활수준으로 발전된 상황과 1980년대 지금부터 2000년대의 생활 수준으로 발전되어갈 생활상을 비교해서 상상한다면,

그 정도의 차이는 있지만 2,000년, 다시 말해서 21세기 우리 사회의 특징은 지금보다 훨씬 나아진 생활 수준의 산업사회가 될 것이고 이러한 사회에서는 지금보다 더욱 산업 디자인의 필요성이 증대되는 사회가 될 것이다. 따라서 21세기를 향한 우리의 산업 디자인에 대한 논의도 이러한 전제 위에서 지난 30년의 디자인을 평가하고 그 발전의 이론을 찾지 않으면 안된다고 생각되며, 우리의 디자인 30년을 평가하는 자(尺)도 다음과 같은 전제 위에서 이루어져야 한다고 생각한다.

"1900년대 초에서 현재까지 60여 년 이상(1960년대를 가정해서) 세계사는 산업화로 일관했으며 예술과 문화도 이와 같은 발전의 보편성에 따랐던 것이다. 이러한 역사의 흐름을 우리의 역사의 흐름에 대입해서 가정해 본다면 1900년대에서 현대까지의 세계에 있어서 산업과 예술, 문화 사이에 놓여 있었던 논리는 우리의 경우 1960년대 초에서부터 60여 년간인 2020년대까지, 그 발전에 있어서 정도의 차이는 있겠지만 동일한 원리에 따라 발전할 것이라고 가정할 때, 적어도 현재 우리들의 디자이너와 앞으로 다가오는 세대의 디자이너까지도 디자인의 문제와 관계하는 한 산업화와 관련짓지 않고는 디자인에 대해서 논의할 수 없을 것이며, 디자이너가 될 수도 없을 것이다"³⁾

II. 산업 디자인 교육의 측면에서

산업 디자인은 산업생산품의 조형적 특성을 규명하고 창조하는 일로서 근대 산업사회 이후 근대화한 모든 나라에서는 이러한 일을 담당할 인력을 양성함으로써

그들의 산업 디자인 발전을 촉진하였다. 19세기초에서 20세기에 이르는 동안 영국 및 독일을 중심으로 하는 선진 유럽에서는 산업 디자인 교육에 대한 이념과 방법에 있어서 많은 시행착오를 겪었으나, 대체로 영국의 인습적인 초기의 응용미술 교육은 독일의 진보적인 산업미술 교육, 다시 말해서 1919년에서 1930년대에 세계를 놀라게 했던 바우하우스 디자인 교육의 이념과 방법으로 바뀌게 되었고, 그 때 이후 세계의 산업 디자인 교육은 바우하우스의 이념(Idea)⁴⁾을 따르거나 발전시켜 왔던 것이다. 여기서 지난 1세기 반 동안의 디자인 발달사나 디자인 교육의 역사를 서술할 생각은 없다. 산업 디자인의 문제를 해결하고 담당할 인력을 양성하는 교육은 재래의 미술 교육에 의해서는 불가능한 사회가 되었고, 전혀 새로운 이념과 방법으로 새롭게 인력을 양성하지 않으면 안된다는 사실이 이미 19세기 말에 이르러 바우하우스가 홀륭하게 실천하였다는데 주목할 필요가 있다.

그러나 우리의 근대사에서는 바로 이러한 점에서 이론이 없었으며, 1945년 이후 우리나라의 대학 교육 또는 직업 교육에서도 이러한 점에 대한 뚜렷한 방향이 없었다는 데 평가의 초점을 맞출 수 있다.

1946년, 국립대학 설립 이후 지금까지 우리나라의 모든 대학은 국립 서울대학교의 모형에 따랐으며, 대학별 특성은⁵⁾ 전무했고 우리나라의 미술대학 역시 이러한 것에서 예외일 수 없었다. 이리하여 지금 우리들이 논의하고 있는 산업 디자인 교육은 응용미술이라는 미술 교육의 테두리 안에서 미술대학의 회화, 조각 교육과 함께 성장해 왔던 것이다. 1949년 이후의 국전의 공예부의 공모 미술전도 이러한 의미에서 보면 공예미술가들의 등용문이었으며 우리나라의 현대 산업이나 심지어 공예 산업과도 전혀 관계 없는 미술 교육으로 일관해 왔던 것이다. 여기서 디자인이 미술이거나, 산업기술이거나 하는 결정주의적 논의는 필요로 하지 않는다. 물론 1960년대 이후 각 대학의 응용미술과 졸업생은 그 동안 발전해온 산업 가운데에, 예를 들면 광고 산업이나 전자제품의 공업 디자인 분야에서 활동하고 있지만 전체 산업 분야에 비추어 보면 극히 한정된 분야에 지나지 않아 전체적으로 평가할 때에는 항상 미술 교육의 테두리 안에서



작가 의식의 미술 교육으로 강조되어 왔다는 사실은 지난 30여 년 동안의 우리의 응용미술 교육 내용과 방법을 살펴보면 잘 알 수 있다고 생각된다. 그 가운데에서도 특히 공예에 관한 교육은 더욱 미술로서의 공예에 치우쳐 왔다고 평가할 수 있다.

지난 30여 년 동안 우리의 산업 디자인 교육이 미술대학에서 응용미술 교육으로 일관하는 동안 우리의 산업은 이러한 응용미술과는 관계없이 괄목할 만하게 발전하였고 이른바 응용미술가들은 계속 우리의 산업인과 사회가 응용미술, 또는 디자인에 대해 인식이 부족했다고 그들의 고집스러운 이상만 되풀이 해 왔을 뿐 변천하는 산업사회에 적응할 수 있는 새로운 인력의 양성이라는 발전적 변화를 교육에서 찾는 데 적극적이지 못했으며, 인습적인 예술 지향적인 의식에서 탈피하는데에는 그 이론이 결핍했던 것이다. 이렇게 하여 산업은 응용미술을 산업과 관계 없는 미술로 인식해 왔으며 응용미술 교육은 산업을 대립되는 존재로 인식해온 미적 이상에 편향했는지도 모른다. 그렇다고 해서 우리의 지난 30년의 역사 가운데에서 서구의 디자인 발전사에서 나타났던 것처럼 철저한 실용주의자들과 미적 낭만주의자들의 빛나는 논쟁을 발견할 수 있는 것도 아닌, 우리의 근대화 과정에서는 미술대학의 응용미술은 사회의 주목과 산업의 관심 대상이 되지 못했다고 보아도 지나친 일은 아닐 것이다. 왜냐하면 응용미술과 관계하는 한, 미술전시회의 형식으로 사회의 관심의 대상이 되었으며 그렇게 하여 지금까지도 항상 문화적인 관심의 대상으로만 사회에 인식되어 왔기 때문이다.

아직도 우리 사회에서는 디자인을 응용미술, 이른바 미술을 응용한다는 개념에서 벗어나지 못한 시대착오적인 의식을 가진 전문가도 있다. 응용미술은

이론적으로 타당하지 않은 개념이다. 스스로 미술의 하위개념 또는 종속 개념으로 인식함으로써 디자인의 자율성에 대한 이론적 근거를 제시하지 못하고 있다.

만약 우리의 근세사에서 일제의 침탈이 없이 순조롭게 근대화 과정을 겪었다면 – 유럽의 몇몇 나라들의 근대화 과정과 같이 – 조선시대 후기 수공업(예를 들면 자기수공업, 제지수공업 등 우리들이 오늘날 전통공예라고 부르는 것들)은 자연스럽게 근대공업으로 발전했을 것이다.⁶⁾ 또한 이러한 순조로운 역사 발전의 과정을 겪었다면 다소의 시행착오는 있었다 하더라도 우리의 산업 발전에 직접 기여하는 공예 교육이나 산업 디자인 교육의 패턴이 자연스럽게 생겼을 것이다.

돌이켜 보면 일제 식민지 통치는 조선 후기 수공업의 근대화를 차단한 결과가 되었으며, 이러한 수공업 속의 장인들을 조선미술전람회의 공예품부 공모전과 같은 문화 행사의 공예미술가로 흡수함으로써 전통적인 수공업이 발전적으로 근대화하는 가능성을 찾지 못한 결과가 되었다. 따라서 그 때 이후 지금까지 우리의 산업 가운데에는 이러한 전통적인 수공업이나 관청 수공업이 근대 공업으로 발전한 모형은 거의 찾아 볼 수 없게 되었고, 개인의 공예 기술에 바탕을 둔 전통 공예의 맥락만 이어져 오고 있을 뿐이며, 또한 이러한 개인의 장인적인 공예기술은 조선미술전람회와 해방 이후의 국전의 미술 공예로서 산업적인 속성과는 점차 멀어진 채 중국에는 미술대학의 응용미술 장르에 흡수되게 되었던 것이다.

이렇게 하여 우리의 응용미술 교육은 오늘날 그 명칭이 산업 디자인, 공예 등으로 불리우고 있다고 하더라도, 1960년대 후반 이후 일부 산업체, 예를 들면 광고산업, 전자공업 등을 제외한 모든 우리의 산업생산품, 이른바 우리들의 생활 제품은 우리의 응용미술 교육과는 무관하게 그 대부분이 외국의 것을 모방, 절충한 것으로 생산되고 유통되며, 수출되고 있다고 말해도 지나친 말은 아닐 것이다.

인간의 개인적 속성에 비추어 볼 때 우리의 미술대학에 속해 있는 산업 디자인 계열의 교육이 그 목표와 내용에 있어서 다양한 이론과 주장이 있을 수 있음을 인정하지만 우리의 논의가 산업 디자인인 한에 있어서는 인습적인 응용미술의

교육에서 벗어나 새로운 산업 디자인의 교육으로 지향하지 않으면 안될 것이다. 1988년 현재 전국 58개 대학(전기 및 후기 4년제대학) 180개 미술계 학과 가운데서 디자인 계열, 이른바 응용미술계 학과는 87개 학과로서 1960년부터 증가해 왔음에도 불구하고 순수미술계 학과 93개보다 적은 수이며, 극히 한정된 분야의 내용만 교수하고 있으며, 그 교육 방향 역시 대부분 미술 지향적이다.

이 가운데에서 실제 산업과 밀접한 관계가 있는 학과의 수는 전체 입학정원수의 40%에 지나지 않는다고 분석된다. 왜냐하면 공예 계열 학과나 공예 전공의 교육이 우리의 산업에 접근하고 유용한 교육이 이루어지고 있다고 평가하기 힘들기 때문이다. 오늘날 공예에 대한 예술적 표현의 시도와 그 탐색에 대한 경향과 이론이 특히 1960년대 이후 포스트 모더니즘의 세계적 경향과 함께 점증하고 있어 우리의 공예 교육은 점차 산업 디자인과는 더 멀어지고 있는 실정이다.

우리의 산업 디자인 교육은 이상과 같은 이유로 해서 교육 목표의 추상성(불명확성), 교육 방법의 비합리성, 교육 시설 및 설비의 부실, 비과학성, 교수 자질 등에 비추어 볼 때 개인적인 미술 표현적인 교육의 테두리에서 벗어나지 못하고 있으며, 교육 제도적으로도 인문주의적 전인 교육이라는 교육 이론에 얹여 불필요한 교과⁷⁾들을 이수하게 함으로써 효과적인 산업 디자인 교육을 시행할 수 없었다고 평가할 수 있다. 대학의 학사 학위도 일방적으로 미술학사를 수여하는 인문주의적 미술 교육이 되어 왔기 때문에 21세기를 지향하는 산업 디자인 교육은 이러한 상황에서는 결코 바람직할 수 없는 것이다. 장차 산업 디자인 분야에서 사회와 국가에 공헌하고 그들의 삶을 창조적으로 성취하기 위해 디자이너를 지망하는 젊은이들이 현재로서는 대학에 입학하기 전부터 일방적인 미술 의식에 젖어 미술학원(임시학원)을 거쳐 미술대학에 입학하고, 이러한 분위기에서 미술가로서의 작가 의식, 이른바 사회 의식보다는 개인 의식에 더 익숙해져 미술학사 학위를 갖고 졸업하는 교육 환경을 거쳐야 하기 때문에 급변하는 산업 사회가 요구하는 여러 가지 산업 디자인의 문제를 해결해 나갈 잠재적인 인력으로 육성되기는 아주 어렵다고 평가된다. 이러한 교육 환경



가운데에서 교육받은 졸업생들의 대다수는 틈만 있으면 자기 표현으로 자신의 세계에 충실했던 작품을 갖고 전시장이나 화랑을 떠워 왔으며, 그렇기 때문에 사회로부터도 항상 작가로서 대접받기를 희망해 왔던 것이다. 그들은 자신들의 디자인 능력, 감각(디자인 센스)을 산업적인 생산성과 결합되는 디자인 비즈니스 등에 연결시키거나 산업 가운데에서 그들의 능력이 발휘될 수 있는 가능성에 대해서는 항상, 사회와 산업의 모순, 인식 부족 등의 이유로 등한히 해왔다고 생각된다(물론 그 외에도 우리의 근대화 과정에서 나타난 구조적인 모순에도 많은 이유가 있다고 생각되지만). 이러한 모든 현상과 경향은 근대화 과정에서 나타나는 사회의 성향, 사회 심리, 개인의 인생관, 기질, 개성이 다르기 때문에 나타난 현상과 경향이라고 볼 수 있으나 산업 디자인과 관련하는 한에 있어서는 근본적으로 우리의 근대 교육의 초기에서부터 산업 디자인에 대한 이론과 교육이 없었다는 데 더 주요한 이유를 찾아야 할 것이다. 바로 이러한 점에서 우리의 산업 디자인 교육이 새로운 지표를 필요로 하게 되는 것이다.

III. 산업의 측면에서

지난 20년 동안 필자의 디자인 교육 경험에 의하면 산업 디자인 계열 대학 졸업생들의 취업 현황은 극히 한정된 분야에 치우쳐 있다는 사실을 말하고 싶다. 다시 말하면 대기업 중심의 전자제품, 생산업체의 디자인실, 광고대행사, 홍보선전실, 건축 설계 사무실 등이다. 왜 이러한 편중 현상이 생기는가에 대해서는 여러 각도에서 고찰될 수

있겠지만 그 주된 원인은 아직도 우리나라의 대다수의 제조업체, 특히 중소기업, 심지어 대기업까지도 그들의 제품 생산에 있어서 산업 디자인의 중요성은 인정하고 있지만 이것에 대한 노하우(Know-how)도 없을 뿐만 아니라 스스로 디자인을 개발하고 그렇게 하기 위해서 디자이너들을 적극적으로 채용하는 수준까지는 이르고 있지 못함을 의미한다. 지난 30여 년 동안 우리의 산업이 크게 발전을 이루었다는 것은 명백한 사실이지만 산업 디자인의 측면에서 볼 때에 대다수의 산업이 구조적으로 산업 디자인의 필요성이 지극히 낮은 산업이며, 디자인이 요구되는 생산 제품인 경우는 그 대부분이 외국의 것을 모방하는 데 의존해 왔음을 알 수 있다.

우리의 산업 생산 제품의 외국 제품 모방은 어제 오늘의 일은 아니지만 1960년대 후반의 여러 가지 잡지에 나타난 글 가운데에서 거의 공통적으로 지적하고 있는 사항을 보면 대개 다음과 같은 것들이다. “수출의 현실적인 문제를 잘 살펴보면 실제 디자인이 크게 요구되는 부분은 극히 희박하다. 대부분의 경우 보세가공품⁸⁾이 아니면 디자인이 현실적으로 요구되기 어려운 반제품이나 원료일 뿐이며, 기타 토속공예품, 전통공예 잡화품이 그 비율에 있어서 차지하는 비중은 얼마되지 않는다. 이점에 있어서도 디자인의 한국적인 문제가 제기되지 않을 수 없다. 국내시장 제품에 있어서도 대부분의 제품이 외국의 디자인을 모방, 전사에 급급하고 있다.”⁹⁾ 사실 이로부터 20년이 지난 오늘이라고 해서 이러한 문제가 바람직하게 해결되었다고 보기 힘들다. 물론 우리의 산업 분야에서는 외국의 선진 디자인 방법을 연구한

디자이너들이 있고 또한 산업 자체의 현실적인 요구에 따라 채용되어 새로운 디자인을 개발해 가는 국내 산업체 디자인실의 디자이너들의 잠재 능력을 과소평가할 수는 없지만, 앞에서도 지적했듯이 그것은 극히 한정된 분야에 지나지 않는다고 말하지 않을 수 없다. 불과 7,8년 전까지만 해도, 예를 들면 우리나라의 가구 제품은 그 디자인이 극히 조잡해서 국내 시장에서조차 인기가 없는 가구 회사의 제품이 많았으나 요즈음에 와서는 외국의 가구 회사와 제휴함으로써 새로운 디자인의 좋은 제품을 생산하기에 이르렀고, 수출을 위해서 외국의 현지 법인 설립과 함께 외국의 디자이너에 의해서 개발되고 있는 현실이지만 우리의 산업 디자인 교육에서는 이러한 인력을 양성하는 데 무관심한 정도이다. 다시 말해서 우리의 대학에는 가구 디자인과도 없지만 가구 디자인에 대한 교과 과정도 없다. 이와 같은 현상은 극히 일 부분에 관한 지적이라고 말할지 모르나 이것이 오늘날 우리의 산업과 산업 디자인 교육과의 관계를 잘 설명해 주는 것이다.

1987년 필자는 우리나라 한 중소기업인으로부터 다음과 같은 자문에 응한 일이 있는데 이것은 현재 우리의 산업이 당면한 디자인과 관련된 가장 현실적인 문제로 평가된다.

이 기업은 지난 십수년 동안 가정용품(식기류 및 기타 생활제품)을 생산하는 기업으로 성장하여 주로 외국에 수출하고 있는데, 제품 디자인은 거의 대부분 사장 자신이 사업자 외국을 여행하면서 수집한 여러 가지 견본을 모방하거나 변형, 응용해 왔다고 솔직히 고백하고 자신의 안목으로 볼 때에 이러한 방법으로는 더 지속할 수 없을 뿐만 아니라 앞으로의 기업 환경을 개척해 나가고 미래를 내다보며 기업을 발전시키기 위해서는 새로운 디자인 개발을 하지 않을 수 없으며, 그러기 위해서 디자인에 대한 잠재 능력과 정열을 가진 사람을 찾고 있다는 내용이었다. 실제 이러한 자문의 결과로 그 후 적당한 사람이 천거되었고, 그 기업에는 디자인실이 개설되어 계속 노력해 가고 있는 것으로 알고 있지만, 아마 대부분의 제품 생산에 관계하고 있는 우리의 산업인들은 그 정도의 차이는 있겠지만 누구나 이러한 문제에 대해서 절실히 느낀 경험이 있었을 것이다.

우리의 공업생산품의 수준이 날로 향상되고 외국의 시장에서 인기가 있다고 평가되고 있는 반면에, 외국의 디자인을 모방하고 있는 수준이라는 점도 간과할 수 없는 널리 알려져 있는 사실인데, 이 문제는 상표법, 의장법, 실용신안법 등 디자인 저작권법과 관련해 볼 때 간단한 문제는 아닐 것이다.

선진국에 있어서는 디자이너의 창작이 법적으로 보호를 받고 있으며 그렇기 때문에 많은 디자이너들은 끊임없이 새로운 디자인 개발을 위해서 노력하고 있으며 그러한 일이 디자이너의 궁극적인 목표임은 잘 알려진 사실이다. 그러나 우리의 산업 디자이너들은 그들의 디자인에 대해 합리적인 대우를 받지 못한다는 것도 우리의 산업 디자인 발전에 큰 장애 요인이 될 수 있다.

최근 일간신문에는 다음과 같은 광고가 실렸는데 그것은 우리의 산업에서 생산되고 있는 제품의 특성을 잘 나타내는 한 단면이라고 말할 수 있다. “올림픽을 개최한 여러 선진국에서도 모조품의 생산과 판매를 엄하게 금지하고 있습니다”라는 제하의 광고 가운데에 해외 토픽을 인용했는데, “워싱턴 포스트”지는 주로 미군들이 출입하는 이태원 지역에 갖가지 저렴한 가격의 모조품들이 범람하고 있으며, 외국의 압력에도 불구하고 모조품들이 전재할 뿐 아니라 교묘한 방법으로 외국에까지 수출되고 있다고 보도했다”¹⁰⁾는 내용이 적혀 있었다. 그러나 이 내용보다 실제로는 더 심한 정도라는 사실을 우리들 자신이 먼저 인정해야 할 것이다. 디자인 관련 외국 전문가들까지도 여러 가지 국제교류 관계로 서울에 왔을 때 한결같이 지적하는 것 가운데 하나가 한국 상품의 외국 모방, 디자인에 있어서 로얄티 문제 등이었다.

최근의 신문, 방송의 보도를 종합해 ’88올림픽 참가 160개국 외국 사람들이 우리의 상품에 나타낸 반응을 정리해 보면 소련을 위시한 동유럽국가, 중국, 아프리카 등 비교적 산업 생산 제품의 생산 기술면에서 우리보다 낙후한 나라에서는 우리의 전자산업 등을 중심으로 한 공업 생산품에 관심을 나타낸 반면에 서유럽 및 미국, 일본 등과 같이 우리나라보다 이러한 면에서 다소 앞선 나라에서는 우리의 수공예, 민예품 등에 관심을 나타냈다는 것을 알 수 있다. 이것은 산업 디자인의 측면에서 볼 때에 아직 우리의 산업

디자인은 선진국의 일상생활에서 보편화되고 있는 굳 디자인의 수준과 비교할 수 없음을 간접적으로 나타내는 것이라고 볼 수 있다. 그 대표적인 한 가지 예를 든다면, 한·일 무역 역조 협상 가운데에 한 가지 원인이 되는 상품의 질에 관한 문제로서 도덕적, 사회심리, 애국심 등의 동기를 제외한다면 우리들이 일본 상품을 선호하는 것은 성능뿐만 아니라, 디자인이 마음에 들기 때문이며(몇년전 사회의 지탄을 받았던 일단의 한국 부인들이 일본 여행에서 보온밥통을 집단적으로 구매했던 일도 결코 이러한 예에서 제외될 수 없을 것이다), 일본인이 한국제품을 구매하는 동기는 주로 값이 싸기 때문일 것이다.¹¹⁾

우리나라 공업생산품의 주요한 수출 경쟁력 가운데 하나가 가격이 싸다는 점이라는 사실은 그 동안 국제무역에 있어서 덤핑 판정에 대한 국제 분규 등이 잘 대변해 주고 있다. 그래서 정부나 산업체에서도 “제 값 받기”에 대한 노력을 하고 있는 것이다.

이러한 일련의 상황에서 산업 디자인을 “제 값 받기” 위한 중요한 요인으로 인식하게 되었고 나아가 부가 가치를 높이는 요인으로 인식은 되고 있지만 산업 디자인에 대한 근본적인 이해나 연구, 실천에 있어서는 정책 및 산업에서 모두 피상적인 것으로 평가된다.

정부나 산업체의 산업 디자인에 대한 관심은 1960년대 후반부터라고 말할 수 있는데, 앞에서도 지적했듯이 1969년 당시의 디자인센터와 관련해서 나타났던 “미술 수출”이란 슬로건이나 1977년 6월에 각 일간신문에 보도되었던 대통령의 유서¹²⁾ 이른바 국산 자동차의 수출 전망이 대단히 밝기 때문에 형태, 색채, 내장을 더욱 훌륭하게 해야 한다는 등으로 표출되었다. 나아가 요즈음에 이르러서는 제품의 부가가치를 높이는 디자인 등에 대해서 인식은 하고 있으나 산업 디자인에 대한 정확한 이해나 이것을 발전시키기 위한 기초 연구 및 구체적인 정책적 뒷받침과 산업체에서의 장기적인 연구 등에 대해서는 소극적이었다고 말하지 않을 수 없다. 최근에 이러한 기업에서 자사 제품의 디자인 개발을 위해 디자인상을 제정하여 정기적으로 공모¹³⁾하고 있으나 이것 또한 자사 제품의 선전이나 홍보 차원 이상의 성과를 거두지 못하고 있어 아직까지 산업 디자인 개발에

대한 투자가 바람직 하지 못한 수준에 있는 상태이다.

산업 디자인과 관련해서 그 우수성을 계량적으로 평가한다는 것은 취향의 문제에 깊게 관련된 것이기 때문에 어려운 문제이지만 우리의 산업 생산품(우리가 일상 생활 가운데에서 매일 사용하고 있는 모든 제품이라고 생각해도 좋을 것이다)의 디자인이 선진 제국의 그것과 비교해서 우수하다고 평가할 사람은 아직 많지 않다. 지난 30여 년 동안 우리들은 산업을 일으키고 기술을 개발하였으며, 수출 또한 크게 신장시켜 이만큼 잘 사는 나라가 되었다고 평가받고 있으나, 우리의 생활 그 자체를 자세히 관찰하면 반드시 우수한 품질의 제품(식기, 가구, 가정용품에서 주택, 환경 등에 이르기까지)으로 이루어져 있다고 평가할 수는 없으며, 특히 산업 디자인의 측면에서는 더욱 그러하다고 말하지 않을 수 없다. 이러한 모든 문제들은 근본적으로 우리의 산업 구조가 산업 디자인의 바람직한 창출을 촉진하는데에까지는 구조적으로 미치고 있지 못함을 증명하는 것이며, 이것이 곧 21세기를 지향하는 우리의 산업에서 극복해야 할 중요한 과제 가운데 하나라는 점을 지적하지 않을 수 없다.

만약 산업 가운데에서 디자인의 문제가 절실히 기업의 과제로 등장할 때에는 기업은 그 속성상 어떠한 방법으로라도 해결 방법을 찾기 마련이다. 우리의 몇몇 기업에서 그 좋은 예를 찾을 수 있다. 그리고 이러한 현실적인 문제들이 더욱 확대될 때, 예를 들면 우리의 중소기업까지도 중국에 가서는 외국 제품의 디자인을 모방할 수 없는 불가피한 상황이 되었을 때(점차 그러한 징조가 나타나고 있다)에도 우리의 산업인들은 우리의 디자이너를 찾을 것인가라는 의문에 대해서 그 해답은 아주 회의적이다.

왜냐하면 우리의 산업 디자인 교육을 통해 배출하고 있는 디자인 인력은 위에서 말한 폭넓은 산업 분야의 여러 가지 디자인 문제를 해결할 만큼 다양하지도 않고 또한 그 교육 방법, 시설, 환경까지도 실질적이지 못하기 때문이다. 산업 디자인의 방법에 관련되는 교육 방법에 있어서도 노하우가 극히 추상적이기 때문이다. 즉, 자동차, 가구, 도자제품, 기타 대부분의 산업생산품 및 환경 디자인 개발에 필요한 인력을 우리의 디자인 교육에서 충분히 공급하고 있지 못하기 때문이다.

IV. 맷는말

21세기를 향한 우리의 산업 디자인 발전을 위한 여러 가지 평가는 먼저 앞으로 우리의 사회가(현재부터라고 해야 옳을 것이다) 실질적으로 요청하는 다양한 전문 디자인 인력¹⁴⁾을 양성하는 새로운 방법의 산업 디자인 교육과 합리적인 진흥이 구조적으로 개선되어야 함을 시사한다.

산업 디자인 교육의 문제와 관련해서 가장 먼저 인식하고 개선해야 할 것은 산업 디자인이라는 창조 활동이 미술과 꼭같이 조형 요소를 매체로 사용한다고 하더라도 지금까지 우리들이 인식해 온 미술 교육과는 그 목표, 내용, 방법이 전혀 달라야 한다는 점이다.

1965년 이래 우리의 중등교육 가운데에서 미술 교육은 그때까지의 “그리기” 중심의 정서주의 미술 교육에서 “만들기” 중심의 조형주의 미술 교육으로 발전되어 미술 교육 과정에 미술 수업의 40% 이상의 시간이 디자인 학습으로 지도되도록 훌륭하게 개편되었으나 교과서의 디자인 교육의 내용이 지나치게 미술 표현 중심이었으며, 지도교사들의 대부분이 디자인에 대해서 올바로 인식하지 못했거나, 디자인 학습을 소홀히 하여 국민 교육 수준에서 디자인을 이해하고 생활화 하는 데 성공적이었다고 판단하기 힘든다.

미술 교과목의 디자인 학습내용이 미술 표현 활동이나 감상 활동으로 치우쳐 미술과 마찬가지로 소질있는 특별한 학생들이나 하는 별난 일쯤으로 생각하는 국민 의식을 변화시키기에는 부족했다고 판단된다. 디자인 학습을 통해서 우리 주변의 환경과 생활 제품을 개선하려는 태도, 심성, 잠재 능력을 계발함으로써 국민의 습속을 생산적이게 하는 역할은 부족했던 것이다. 디자인 교육의 목표는 우리들의 일상 생활에 사용되는 모든 제품과 그리고 우리들이 살아가는 환경이 어떻게 디자인되어 생산되며 구축되는가를 올바르게 이해하는 데에서부터 출발해야 하기 때문에 교과의 명칭부터 ‘미술과 디자인’(또는 디자인과 미술)으로 개선되어야 한다.

전문 교육의 수준에서 우리의 디자인 교육을 지난 40여 년 동안의 미술대학 응용미술계 학과 졸업생을 중심으로 평가한다면 지나치게 미술 엘리트 지향적이었다. 산업 디자인의 본질적인 이념에 비추어 보아도 디자인은 미술과는

다르게 대중의 생활에 기여해야 하는 것이기 때문에 몇몇 엘리트 집단의 디자이너나 미술가들에 의해서는 불가능하다. 디자인의 근본 이상은 예술의 민주화이며, 현실적인 방법은 산업화라 할 때 디자인은 그 자체가 보편화됨으로써 국민적 혜택으로 생활화되어야 한다. 따라서 우리의 산업 사회가 요구하는 디자인 인력에 비추어 볼 때 지난 40여 년간 우리의 디자인 교육은 미술 엘리트화되어 일상성에서 멀어졌고 보편화에서 멀어졌기 때문에 올바른 디자인 개념을 이론적으로 인식하는 바탕 위에서 우리의 산업 디자인 교육은 솟직으로 더 확대되어야 하는 제도적인 개선이 절실히 필요하다. 비단 대학 수준에서 뿐만 아니라 전문대학 직업 교육 및 다양한 수준에서의 개선을 필요로 한다.

우리의 산업 디자인을 산업과의 관계에 비추어 볼 때에 디자인의 진흥은 지금부터 더 절실히 요청된다고 말하는 것이 옳을 것이다. 디자인 진흥에서 가장 중요한 것은 산업 디자인에 관한 기본적인 기초 조사 연구일 것이다. 공적, 또는 사적인 디자인 진흥 기관이 이러한 차원에서 활발하게 설립되도록 정부 차원이나 공기관 또는 기업의 차원에서 국가적 관심사로 촉진되어야 할 것이다.

지금까지 앞에서 고찰한 우리나라 산업 디자인의 실상에 비추어 볼 때에 21세기를 향한 한국의 산업 디자인은 국민 생활의 향상을 위한 실질적이고 절실한 문제로서 먼저 인식하고 이 분야에 대한 다양한 인력을 양성하기 위한 정책적인 배려와 개선이 있어야 할 것이며 사회적으로 적절한 산업 디자인의 진흥을 촉진할 수 있는 공적이고 사적인 기관들이 설립되도록 장려되어야 할 것이다.

[주]

1. 산업연구원 발행, 2000년을 향한 국가장기발전 구상, 공업부문편, 1986.
2. 한국개발연구원 발행, 동제목 총괄보고서, 1985.
3. 정시화, 현대디자인 연구, p. 283, 서울, 미진사, 1980.
4. 정시화, 바우하우스 디자인교육의 현대적 재조명 참조, 조형논총, 제7집, p.155~160, 국민대학교, 휴경디자인 연구소
5. 미술이나 응용미술과 관련하는 한 우리의 대학은 대학별로 특성이 없이 획일적인 교육이 이수된다. 따라서 응용미술과는 모두 미술대학에 회화, 조각과와 같이 개설되었으나, 1975년 국민대학이 최초로

디자인 계열 학과로만 구성된 조형학부를 개설하였고 1980년 조형대학이 되어 국내 유일의 디자인 대학이 되었다. 이러한 것에 영향을 입어 1987년에는 울산대학교가 종합대학이 됨에 따라 조형대학이 생기게 되었다.

6. 관청수공업(官廳手工業) 가운데에서 예를 들면 진배물(進排物)과 진상품 등 왕실용품을 생산했던, 도자기를 위시한 수공업이 순조로운 근대화 과정을 거쳤다면 현대산업화 또는 민영화되었을 것이다. 예를 들면 덴마크의 코펜하겐에 있는 왕립 도자기 회사 등이 그 좋은 예로서 조선후기의 관청 수공업은 그 당시의 제반 여건과 사정상 점차 민영화되어갈 상황이었다고 볼 수 있다.

7. 디자인과 같은 특수한 분야의 연구가 대학교(University) 체제 안에서 교육되고 있기 때문이다. 그 내용이 효율적이지 못한 일반교양과목을

이수하지 않을 수 없게 되어 비람직한 기초 교육을 실시하지 못하는 결과가 되었다. 유럽과 같은 여러 나라에서는 디자인 교육이 위와 같은 대학교 이외의 독립된 학교가 있어 보다 효과적인 디자인 교육을 시행할 수 있다.

8. 1964년도 일반수출총액 111,033,000 \$(수출총액 119,056,000 \$) 가운데에서 보세기공 수출액은 5,355,000 \$ 이었다.

9. 정시화, 한국디자인의 당면과제, 계간디자인, 1969.

10. 1988년 5월 31일 중앙일보

11. 1988년 중앙일보(10월 6일) 기사에 의하면 일본 시장내에서 한국 상품 수입 동기 가운데에서 값이 싸기 때문에 구입하는 동기가 43%이며, 디자인 및 품질의 우수성은 10.6%로 가장 낮은 것으로 나타났다. 이것은 대한무역진흥공사가 일본의 700여 수입상을 대상으로 조사한 「일본의 수입

구조와 수입 형태 분석」이라는 자료에 근거한 것이다.

12. 1977년 6월? 일자 일간신문 참조

13. 1983년 금성사의 산업디자인 공모전, 삼성의 굿디자인전(1983년) 오리엔트시계 디자인공모전(1988년) 등이 있으며, 국제적으로 널리 알려져 있는 공모전은 서독의 Braun상, 핀란드 Neste사의 Forina Finlandia Competition 등이 있다.

14. 21세기에 이르면 “이른바 기술 집약적 산업의 발달로 전체 취업 인구 중에서 과학기술 인력이 차지하는 비중이 크게 높아질 것이며, 두뇌 산업, 정보 산업의 확대에 따라 고도의 지식 수준과 연구 개발 능력을 필요로 하는 전문 인력의 수요도 가속적으로 증가할 것이다.” 문교 40년사 p.650, 문교부

패션 비즈니스의 전개와 디자인

카아이 레이(河合玲) REI DESIGN 연구소장

I. F·B(패션 비즈니스)와 정보화사회

패션이라 어떤 시기와 어떤 사항에 많은 사람들이 동조하는 것이며, 이 어떤 시기, 즉 시간적인 측면에서 보면 그 현상이라 역사적인 면에서 변환의 사이클이 있다는 것은 분명하다. 그 시간적 사이클이 현대에는 짧아졌기 때문에 정보화 사회의 진행 속에서 사람들은 정보를 찾고, 정보를 먹고 정보를 입고 정보 속에서 생활한다.

또 사람이 환경을 만들고 환경이 행동을 일으키고 그 행동에 참가하는 사람들의 모습이 패션화 현상을 낳는다.

과거 농경사회에서 사람들은 봄·여름·가을·겨울이라는 자연 환경 속에서 씨를 뿌리고 물을 주고 수확하고 또 아침, 낮, 밤, 태양의 운행과 함께 시간의 흐름이 순환하는 것을 알았다. 공업사회로 들어가 이 시간의 순환 개념에 변화가 일어났는데, 그것은 발주, 수주, 제조, 납기, 판매 관리 등의 직선 개념으로 성립하고 타임 테이블이 짜여지게 되었다.

정보화 사회의 시간 개념은 사계절에서 주(週)로, 나아가 시간에서 분으로 또 초로, 연속적으로 살아가야만 한다. TV나 디지털 시계의 보급으로 분 단위의 시간 유행을 중축으로 두는 것이 당연한 일로 되었다.

현대를 살아가는 사람들은 갑자기 침착하게 생각하는 때를 잊고 언제나 무엇인가에 쫓겨 눈앞의 변화를 신선한 것으로 받아들이고 있다.



물건에 싸인 생활을 막연한 행복감으로 받아들이는 동시에 웬지 불안이나 초조감을 갖고 생활하고 있다.

의(衣)·식(食)·주(住)·유(遊)·지(知)·건(健)의 어느 분야에 있어서도 패션화 현상이 일어나고 있다. 과거에는 편리함과 고품질이 가치가 있었는데 상품 환경에 있어서 획일화한 물건이 범람하고 물질적인 혼란이 진행하는 가운데, 마케트는 세분화를 비롯하여 '90년대를 향해 '개(個)의 시대'로 이행해 왔다.

그러나 가령 이미 갖고 있는 옷이 장농에 가득 있다고 해도 그 계절에 신선한 색이라고 느끼면 무의식중에 또 사들여 생활 속에서 토탈 컬러 이미지를 즐기게 되었다. 또 그 색을 선택하는 것은 자기 나름대로의 개성을 살려 색을 맞추는 방법을 알고 있다. 그래서 "소비자는 생활자가 되고 나아가서 창작자가 되었다"라는 말이 최근의 시장 분석의 키 워드이다.

II. 생활 문화 창조와 디자인의 역할

생활 재산업 분야의 디자이너들은 사회 환경의 변화, 인간 행동이나 가치관의 변화 등과의 연결성을 제외하고 디자인을 발상할 수 없다. 여기에서 '패션화 현상'이 사람들과의 취향이나 행동에 큰 영향을 미치는 상태를 조사할 필요가 생긴다. 이러한 점이 종래에는 마케팅 분야였지만 지금에 있어서 디자인은 마케팅과의 연동없이는 성립되지 않는다. 마케팅측에서 보면 '조사·분석'에 의해 이곳이 문제점이다라고 발견하지만 그 병의 원인을 아는 것만으로는 내과의사에 지나지 않는다. 한 발자욱 더 나아가 "어떻게 하면 될 것인가"에 있어서 실제로 메스를 잡는 것은 외과의사이며 산업디자이너는 소위 그 외과의사인 것이다.

"무엇을 어떻게 하면 사람들이 만족하여 사용해 줄까" "팔리는 물건이란 어떤 소재, 기술, 생산성, 판매 방법, 가격으로..." 등으로 구체적으로 디자인 할 수 있는 사람이어야 한다. 따라서 산업 디자이너는 창조성이나 미적 감성을 갖고 또 동시에 마케팅의 공부를 하지 않고서는 단순히 이미지만을 전달하는 사람이 되어 버리는 것이다. 이 양자의 관계는 패션화 현상이라는 베일에 싸여 명료하지 않다는 점이 문제다.

최근 일본에서는 DC(디자이너즈 캐릭터) 상품을 내걸어 실패하는 케이스가 속출하고 있다. 어떤 한 사람의

캐릭터만으로 성공한다는 것은 쉬운 일이 아니다. 그 배후에 계산된 비즈니스의 계획이 있어야만 성공의 확률이 높아진다.

따라서 앞으로 모든 분야의 디자이너 교육에도 이 점을 중시해야만 한다.

디자인이 '물건과 사항'에 형태를 받쳐 주고 마음의 표현을 통해 생활 문화를 토털적으로 구성하는 역할을 한 뒤 이것을 선택한 생활자가 공감과 공명을 가질 때 패션화 현상이 일어난다. 따라서 디자인과 패션의 시점은 일체화한다고 할 수 있다.

디자인도 패션도 모두 진보와 혁신에의

원동력이 될 수 있다. 21세기를 향한 지금 생활 문화의 혁신에의 전조는 우선 패션 세계에서 태어나고 그것을 기점으로 종합적인 디자인 운동이 일어나려고 하고 있다. 패션의 미의식은 복장의 레벨뿐만 아니라 생활 문화를 종합적으로 둘러싸서 사회 전체에 커다란 혁신을 초래함에 틀림없다. 인간과 산업 시스템을 조화시키는 디자인의 역할이, 환경은 물론 생활재의 모든 것을 미적 센스로서 꽤 적극하게 하기 위해서 하드(Hard) 지향(인간공학·재료·기술)에서 소프트(Soft) 지향(인간심리를 예상)으로

확대됨으로써 대중의 디자인 마인드를 높이고 나아가서는 크게 사회 전체를 다 포함시켜서 그랜드 디자인(Grand Design)을 지향할 시대가 올 것이다.

오늘날 일본의 디자인이 구미 각국과 어깨를 나란히 하게 되었고 자원이 없는 나라가 고난을 극복하여 산업 활동과 창조성이 풍부한 새로운 생활과의 조화를 이루는 것은 디자인 운동의 커다란 성과다.

이것은 동시에 아시아의 일원으로서 국제 사회에서 공존 공영을 지향하는 한국의 지향과 일치하는 것으로 생각하고 있다.

생활 문화로서의 현대 디자인

김명석 한국과학기술대학 산업디자인학과 교수

I. 문화의 시대

현대 사회는 「가치관의 다양화 시대」라고 일컬어지고 있다. 즉, 이것은 국민들의 생활 목표 내지 생활 의식으로서의 가치 지향이 극도로 다양화되고 있는 상황을 지적하는 말로 풀이되지만, 이는 1970년대 우리나라의 눈부신 경제 성장의 성과로서 생활 수준이 향상됨에 따라 양보다는 질을, 물질적인 것보다는 정신적, 문화적 가치가 높은 것으로 풍요로움의 질을 바꾸어 가고 있다는 뜻으로 풀이할 수 있다.

지금까지의 문화적 가치 또는 그 서비스는 고상하고 사치스러운 것으로 인식되어 극소수의 사람들에 의하여 향유되어 왔지만 근년 경제 사회의 발전이나 정보화 사회의 발전과 함께 문화적 서비스는 비약적으로 다수의 국민에게 공급될 수 있게 되어 바야흐로 문화는 '대중화 시대'를 맞이하게 되었다.¹⁾ 그러나 이와 같은 오늘날의 움직임은 본래의 문화가 목표로 하여야 하는 인간성의 회복 또는 한 사람 한 사람 개인의 내면적인 풍요와 발전에 직결되는 것인가라는 물음에 대해서는 신중한 음미가 필요하다고 본다.

이에 대한 실례로서, 1988년 초 시행된 문화 활동에 대한 의식 조사의 결과를 소개하기로 한다. 설문 내용이 "개인이 문화 활동을 해 나가는 가운데 무엇이 가장 문제가 되는가"였는데, 응답자의 분석 결과, 문화 활동이나 여가 활동을 마음 먹은 대로 하기 위한 조건으로서는 「시간, 장소, 돈, 기회」의 네 가지 인자가



합해져야 한다는 사실이 판명되었다.

그러나 "현대의 도시 생활을 영위해 나가는 중에 어떠한 인자가 결핍되고 있는가"라는 물음에 대해서는 시간이나, 시설, 금전보다는 '기회', 즉 정보의 부족과 '함께 즐길 사람'이 없다는 원망이 가장 큰 비중을 차지하였다.

정보화 사회라고 일컫는 오늘날, 더욱기 대도시의 주민들이 정보의 부족과 미비점을 탓하고 있다는 것은 과연 무엇을 뜻하는 것일까? 바로 이것은 대도시 속의 고독, 개인 생활의 분단화에 기인하며, 도시 주민의 고조된 문화적 요구의 저면에 깔려있는 연대감의 결여가 그 최대의 저해요인이라고 생각된다.²⁾

오늘날 사람들의 디자인 문화에 대한 욕구는 복제(複製)의 서비스만으로는 만족하지 않고 보다 고차적인 양상을 지향하는 동시에 한 사람 한 사람 스스로가 디자인 문화를 능동적으로 창조하여 그 곳에서 감동이나 인간적인 기쁨을 맛보고 자기 실현을 도모하려는 현상이 강해지고 있다. 이와 같은 디자인

문화에의 정신적 가치 지향이 과거의 물질적 풍요의 추구로부터 마음의 풍요를 얻으려 하는 것으로 바뀌어 가고 있으며, 금후 자유롭고 문화적으로 성숙된 사회를 만들어 나가기 위해서는 보다 중시되어야 할 과제이다. 도시의 문화 환경에는 시민 한 사람 한 사람으로서의 '개별문화'와 도시 전체로서의 '공용 문화'라고 하는 두 개의 의미가 있다고 생각되지만, 사실상 그것은 서로 밀접한 관계를 맺고 있다. 즉, 시민 각자가 문화적 소양을 생활화하여 도시 생활을 영위해 가면 그 총화로서 도시의 분위기가 고조될 것은 틀림없다.

II. 디자인의 생활화

지난 1983년 1월, 6회에 걸쳐 방영되었던 KBS TV의 월요 기획 「세계는 디자인 혁명 시대」라는 프로그램은 디자인의 중요성에 대한 범국민적 인식 제고에 큰 역할을 하였다. 그때 그 방송은 비단 디자이너뿐만 아니라 기업 경영인 또는 일반인에게까지 매우 깊은 인상을 남겨 주었다. 디자이너 또는 디자이너 지망생에게는 희망과 자부심을, 기업 경영자에게는 디자인의 중요성에 대한 새로운 인식을, 그리고 일반인에게는 새로운 차원에서의 디자인 문화에 대한 입장을 불어 넣어 디자인의 생활화에 대한 직접적인 계기가 되었다.

매스컴의 위력이 얼마나 대단한 것인가를 실감나게 했으며, 그 방송이 나간 이후 「디자인의 혁명시대」가 성큼 다가오는 듯 하기도 하였다. 그 당시 나는

유학중이었는데, 마침 일시 귀국 도중이어서 첫번째부터 빼놓지 않고 모두 시청할 수 있었으며 VTR로 녹화해 두는 정성까지 보였었다.

산업혁명 이후 이미 선진국에서는 산업제품의 품질을 높이고 국민 생활 수준의 향상과 수출 증대를 목적으로 특히 산업디자인 분야의 육성에 많은 힘을 기울여 왔다.

그러나 한국을 비롯한 개발도상국에서는 1960년경부터 산업 디자인의 중요성을 인식하기 시작하여 이 분야의 육성을 위한 교육기관 및 진흥기관을 설립하여 다각적인 노력을 경주하고 있는 실정이다.

또한 이제 디자인은 가정의 식탁 위에서도 화제의 대상이 되어가고 지하철 구내에서도, 길거리를 걸어가는 행인들에게 까지도 초점이 모아져 바야흐로 디자인의 전성기를 맞이하게 되었다. 즉, 디자인의 생활화라는 말이 어색하지 않으리만큼 친숙하게 성큼 다가온 느낌이다.

한 나라의 디자인 문화가 성숙되기 위해서는 그 나라의 정치, 경제, 사회, 문화적 환경이 매우 중요한 변수로 작용한다. 그것은 디자인은 바로 한 나라의 총체적인 산업 구조는 물론 문화 수준과도 밀접한 관계를 맺고 있기 때문이다.

그러나 무엇보다도 디자인이 사회 깊숙이 스며들고 생활화되기까지는 여러 가지 정책적인 고려가 요구되어지지만, 이를 위해서는 인재의 양성에 주력하여야 함은 말할 나위도 없다. 유능한 인재가 양성되어야만 여러 가지 어려운 여건을 극복하고 이 분야의 활성화와 생활화가 이루어지게 될 것이다. 따라서 우리의 디자인계에는 물론, 진흥기관, 정부 등이 당면하고 있는 과제 중의 하나가 올바른 디자인 교육의 확립과 기회 확충일 것이다.

이와 같은 시점에서 국내에서는 처음으로 설립된 과학 영재의 교육기관인 한국과학기술대학에 산업 디자인 학과가 설치되어 교육을 시작한 것은 나름대로 의의를 찾아 볼 수 있으리라 생각된다.

‘디자인’이란 말이 언제부터 사용되기 시작했을까? 또한 ‘디자인’이란 말은 도대체 어떤 의미를 갖고 있는 것일까?

현대의 생활 속에서와 같이 어느 곳에서나 어느 때나 관계 없이 이 말이 사용되어지고 있으면서도 실제로 그 깊은 뜻을 읊미할 기회가 좀처럼 주어지지 않는다. 우리나라에서 디자인이라는 말이

일반 사람들 사이에 사용되기 시작한 것은 적어도 어림잡아 30년 전쯤은 될 것이다. 1945년 해방이 되고 곧 이어 1948년에는 정부가 수립되고 1950년에 이르러 민족의 비극인 6·25동란이 발발하는 어수선한 시기가 지나간 뒤 초토화되었던 이 강산에 새로운 건설의 희망이 솟고 섬유 산업체가 생겨나기 시작했다. 이 때 젊은 여성들에게 창조적인 기쁨을 맛보게 한 것이 시중에 유행되기 시작한 양재학원이며 여기에서 디자인 이란 외래어가 도입되기 시작한 것으로 보인다.

어떤 물건을 만들어 내기 위해서는 목적으로 하는 최종 단계까지 이미지를 굳혀 나가야 한다. 그러기 위해서는 어떤 재료를 고를 것인가, 또한 스케치대로의 조형이 이 재료로서 가능할 것인가 등의 구상에 의하여 구체화시킬 수 있는 줄거리를 만들어 간다. 즉, 목적한 바에의 전개가, 또한 계획들이 잘 진행되고 있는지, 또는 디자이너의 의도와 맞아 들어가는지, 그리고는 최종적으로는 사용자가 그것으로 만족할 것인가 등이다. 진정한 디자인 이란 이와 같이 계획, 구체화, 착상, 발상 등과 같은 복잡한 언어학적 구조 속에 존재한다. 거기에는 항상 독창성이 존중되고, 새로운 생활에의 제안이 요구된다.

원피스나 블라우스, 스커트 등 서양식 의상에서 시작된 ‘디자인’이란 낱말이 이제는 철광석이나 섬유를 어떻게 디자인할 것인가라는 국제적인 경제어에까지 확대되고 있다. 철이라는 소재를 어떻게 해서 부가가치 높은 것으로 디자인 할 것인가? 거기에는 발상, 구상, 줄거리, 계획, 목적, 의도 등이 각각의 프로세스 위에서 중요한 의미와 기능을 요구하고 있다.³⁾

이와 같이 이제는 우리의 생활 속에 깊이 파고 들어와서 생활화되어 있는 디자인을 전문 디자이너의 입장에서 어떻게 컨트롤해 나가야 할 것인가가 앞으로의 과제라고 생각한다.

III. 현대 디자인의 원점

1945년 이후부터나 근원을 찾아볼 수 있는 한국의 디자인 발전 과정을 서울대의 민철홍 교수는 태동기(1945~1959), 유년기(1960~1969), 성장기(1970~1979), 그리고 정착기(1980 이후)로 나누어 고찰하고 있다.⁴⁾

그러나 이것은 우리나라의 현대

디자인사를 크게 구분짓는 것이기는 하지만, 이는 사회의 변화 발전과 더불어 나타난 자연적 현상으로 볼 수도 있다. 정시화 교수는 그의 저서 「현대디자인 연구」에서 “한국의 현대 디자인의 형성 과정은 이념적인 면에 있어서나 실제적인 면에 있어서나 서구의 그것과 다른 여러 가지 측면을 가지고 있다. 현대 디자인을 형성하게 한 여러 가지 요인들 가운데서 특히 과학기술적인 요인과 경제적 요인에 따르는 사회의 변화가 디자인 발전의 실질적인 요인이 되었기 때문에 현대 디자인은 어떠한 경우에 있어서나 공업화 하는 과정에서 사회적인 요구로부터 이루어졌던 것이다. 그러나 우리의 현대 디자인은 실제 사회적인 요구나 인식보다는 교육에서 먼저 인식했다는 특수성이 있다”고 지적한다.⁵⁾

그렇다면 진정한 현대 디자인이라 무엇을 가리키는 것일까? 모두가 당연지사로 생각하는 것 중의 하나가 대나무로 엮어 놓은 바구니같은 전통적인 공예품을 현대 디자인이라고 부르지는 않는다는 것이다. 현대라는 말까지는 붙이지 않더라도 어디까지나 오늘날의 생산 형태와 연관지어질 수 있는 것만을 ‘디자인’이라고 이름 붙인다. 즉, 대량 생산에 의한 복제화나 정보 시스템화를 배제한 미술품이나 공예품 등은 엄밀히 말해서 디자인이라고 부르지 않는다는 말이다. 어떤 사물에 직접적인 사용 가치를 부여하고, 거기에서 얻어지는 가능성이나 형태에 관계하는 것이 초기의 디자인 컨셉트이기도 했다. 윌리엄 모리스 이후, 바우하우스와 같은 디자인 운동은 이와 같은 사물의 합리적인 기능 가치면을 개량하여 생활을 쾌적하고 풍요롭게 하는 것을 목표로 하여 왔다. 이러한 의미에서 산업 제품으로서의 사용 가치보다 소비 욕망을 전제로 하여 성립된 것이 아메리카 디자인의 개념이기도 하다. 거기서는 사물의 직접적인 사용 가치에 의하여 소비의 욕망이 해소되면 다음의 새로운 욕망을 생성시켜 여기에 부응하는 행위가 디자인이라고 간주하게 되는 것이다.

하나의 유리컵을 예로 들어보자. 소비의 욕망이 컵의 기능이나 실용성이라고 하는 구체적인 사용 목적을 향하고 있는 경우, 여기에 방향성을 부여하는 것이 디자인이다. 그러나 컵의 실용성에 의해 욕망이 충족되면 그 다음 과정으로는 컵의 표면에 꽃무늬 등을 그려 넣는 것이

디자인이 된다. 즉, 컵에 대한 소비자의 욕망은 실용성을 초월한 존재라는 것으로 향하고 있기 때문이다. 따라서 여기에서 말하는 디자인이라는 컵이 어떻게 하면 실용성으로부터 이탈해 있을 것인가가 디자인의 가치 기준이 된다.

그데 이런 현대 디자인이라고 하는 것은 아무리 컵의 실용적 형태가 아름답고, 꽃무늬가 아름답다고 하더라도 그것을 디자인 행위라고 부르지는 않는다. 왜냐하면 어디까지나 컵은 여전히 컵에 지나지 않으며, 거기에서 컵 이외의 새로운 의미를 생산해 내지는 않기 때문이다. 현대 디자인에서는 컵이면서도 컵 이외의 새로운 의미를 생성하는 행위를 디자인이라고 이름짓고 있는 것이다.⁶⁾

레이먼드 로위(Raymond Lowey)가 기관차의 표면에 비행기 형태와 같은 유선형의 덮개를 씌웠지만 그 행위는 전혀 새로운 의미를 생성하게 되어 철도 사업의 일대 혁신을 가져와 새로운 사회적 관계를 맺게 한 것이다. 예를 들어 상표가 없는 상품은 지금까지의 상품의 개념을 초월한 것만은 틀림없다. 그것은 산업 사회 발생 이래 연속되어 온 상품의 심볼 체계가 붕괴되어 일단 원점으로 돌아온 것이기도 하며, 이 원점이 다시금 새로운 의미를 생성하는 환경에 처해 있다는 뜻이다. 하여튼 탈산업사회로 급회전하는 시대에 있어서 디자인 행위란 일단 원점에서 새출발한다는 의미로 받아들여진다. 이러한 뜻에서 우리나라의 현대 디자인사를 재조명해 보고, 우리의 전통 문화를 현대 디자인의 맥락에 연계시켜 보는 작업도 의미있는 일이라고 생각된다. 전통은 전수나 담습이 아니라, 지혜와 슬기이며 조상의 훌륭한 슬기를 본받아 오늘에 재창조하는 것이다.

우리들은 우리의 주변에서 누가 디자인한 것인지는 모르지만 오래 전부터 전해 내려오는 아주 훌륭하게 디자인된 가위나 도끼, 톱, 조리 기구와 같이 비교적 간단한 도구에서부터 건축물에 이르기까지 수많은 예를 대할 수 있다. 이것들은 오늘날의 산업 구조에서 하나의 신제품을 생산할 때나 어떤 건축물을 지을 때 의존하는 디자이너를 비롯한 여러 전문가의 도움 없이도 이루어졌지만 이들이 놓여지고 사용되어지는 물리적, 사회적 배경과 매우 잘 부합되고 있다.

이와 같이 산업사회 이전의 문화에서 이루어진 디자인은 오늘날의 디자인과 구분하여 여러 가지 이름으로 불리워지고 있다. 즉, 이들의 제조 방식을 나타내 주는 “무의식적(Unselfconscious) 디자인”, 발달과 변화 과정의 속도의 점진성을 나타내는 “점진적(Evolutionary) 디자인”, 이론적 배경의 결핍을 뜻하는 “대장장이(Blacksmith) 디자인”, 공식적인 계획이나 의식적 사고의 결핍을 의미하는 “버내클러(Vornacular) 디자인”, 직업이 보다 전문화되어지고 분명해진 오늘날의 문화로부터 구분하기 위한 “무명(Anonymous) 디자인”, 도시 문화와 구별되는 “민속(Folk) 디자인”, “원시(Primitive) 사회의 디자인” 등으로 불리우고 있다.

그러나 이들 디자인이 어떤 이름으로 불리우던 간에 이들에게서 현대의 그것에서는 발견할 수 없는 불가사의한 완벽성, 명료성 등을 발견하기란 그리 어렵지 않다. 그러나 버내클러 디자인 프로세스가 그토록 우수한 디자인을 해 낼 수 있었으면서도 산업 사회에 들어서면서 실패할 수 밖에 없었던 것은 여러 가지 면에서 규명될 수 있으나 이의 적절한 해답은 이 디자인의 프로세스상의

특성에서 찾아볼 수 있을 것이다.⁹⁾ 즉, 그것은 1)이론적 배경의 결여, 2)부적합성이 대한 즉시적 행동, 3)기술의 전수적 성격을 띤 점진성, 4)급격한 변화나 개혁을 억제하는 전통성의 고수 등으로 요약할 수 있다.

그러나 모더니즘에서 포스트 모더니즘의 전환기에 있는 현재, 현대 과학 그 자체도 해체로부터 구축에 이르는 자기 혁신을 꾀하고 있다. 현대란 포스트 모던·사이언스(Post Modern Sciencs)가 개축의 고뇌속에서 태동하기 시작한 과학 혁명의 시대인 것이다.

20세기 후반에 들어와 생활화되고 정착화되기 시작한 현대 디자인…, 이제 디자이너들도 “디자인이란 무엇인가”라는 물음보다는 “디자인이란 무엇을 위한 것인가”에 관심을 기울이고 있다. 즉, 그것은 어떠한 형태로서 인간에게 정신적인 안식을 가져다 줄것인가에 초점을 맞추고 있는 것이며 보다 인간 본연의 자세로 돌아가고자 하는 노스탈지아기도 한 것이다.

[주]

- 1.久保歴信一編, 都市の 教育・文化, あセブサソ 1982, p.30.
- 2.김명석, 문화적 도시시설의 인식구조와 관련된 기본적 연구, 대판대학 대학원 박사학위논문, 1985, p.38
- 3.豊口協, Gマーワの パテ, 일본실업 출판사, 1985, pp.12~13.
- 4.민철홍, 한국산업디자인 교육의 방향, KIT 86 산업디자인 세미나 강연집(한·일 산업디자인 교육의 동향), 1986, p.14.
- 5.정시화, 현대디자인 연구, 미진사, 1984, p.260.
- 6.木村恒, ワワエーテくブ・アナーキーの 時代, デザイ ング, (株)電通, 1986, pp.55~56
- 7.이건표, 디자인 방법론에 관한 연구, 문교부 학술진흥재단 연구 논문집, 1988, p.7.

일본에서의 시장 변화와 산업 디자인

다다 나루미(多田愛實) D산업디자인 연구소장

일본의 산업 디자인이 역사가 짧다고는 하지만 지금은 완전하게 사람들의 생활에 정착하고 산업 발전과 함께 국제 시장에 있어서도 인정을 받게 되었다. 산업에 디자인을 본격적으로 받아들이게 된 1953년경과 비교하여 디자인 워크로서의 범위나 디자인되는 대상도 확대되었기 때문에 그 내용도 다양화하면서 동시에 고도화되고 있다.

대상으로서는 주택과 도시계획에의 참가, 워크의 범위로서는 생활과학을 주체로 한 상품 기획, 상품화 기획, 이미지 전략과 같은 범위까지 미쳐 디자인 그 자체가 경영 레벨의 전략이 되었다. 그래서 각 디자인의 전문 분야를 종합적으로 콘트롤할 수 있는 인재가 필요하게 되었다. 그래서 오늘은 시대와 같이 변화해 온 산업 디자인 워크의 고찰을 통해 성숙화한

시장에서의 산업 디자인의 사고방식을 말해 보고자 한다.

I. 시대 배경과 디자인의 변환

1945~1950년대는 전후의 물자 부족 상태였기 때문에 물건만 있으면 팔렸던 시대다. 이 시대는 얼마나 자재를 모아 만드는가가 승부이고 디자인 같은 것은

필요가 없었다. 디자인은 오히려 구미의 복사 시대였기 때문에 선진국에서 소송(Claim)이 속발하였다. 그래서 1954년에는 통상산업성에 디자인과가 설치되었고 기업과 소비자의 계몽을 위해 G마크(Good Design)제도가 실시되었다. 이 무렵부터 가전·자동차 등의 대기업에 디자인과가 설치되게 되었다. 1955~1960년에 걸쳐서는 양산 방식이 도입되어 대량 생산·대량 소비의 시대가 되고 경제가 급속하게 발전한 시대이다.

디자인은 생산성이 좋은 아이템에 중점이 놓여지고 후반에는 편리함과 스타일링의 변화를 요구하게 되었다. 이렇게 별로 깊이 추구하는 일은 적었다. 1960년대에 들어가 물자도 많아지고 사람들의 욕구도 양에서 질로 이행하면서 디자인도 개성화와 고급화를 지향하게 되었고 생활과학과 인간공학, 마케팅 같은 분야에 주목하게 되어 그 업무 내용도 확대되었다.

1970년대에는 40대 후반부터의 창조적 욕구가 점점 증대하면서 동시에 시장의 고객도 석유 쇼크등의 교훈에 따라 분별해서 사고, 사용하는 풍조가 정착하여 자기 자신에게 맞는 진정한 좋은 물건만 사게 되었다. 1980년부터는 급속한 시장의 다양화에 따라 상품의 가능에서 의미로 소비자의 관심이 옮겨져 디자인도 제안의 시대가 되었다. 그에 따라 디자인도 섬세한 배려가 필요해지고 선명한 컨셉트가 요구되게 되었다.

이 점에 대해서 조금 더 파헤쳐 가보면, 사회의 다양화에 따라 그 속에서 생활하는 소비자의 구매 심리가 지금까지처럼 무엇을 사더라도 균일한 사고로 행동하지 않게 된 점을 들 수 있다. 소비자는 자신의 생활 속에서 경제적인 배려를 하는 한편 충분하게 즐겁게 생활해 가려는 생각을 가지게 되었다.

가령 쌀이나 휴지와 같은 일용잡화적인 물품은 결점만 없으면 보다 싼 것을, 냉장고와 TV와 같은 내구소비재는 조금 비싸도 성능과 디자인이 좋은 것을 선택하고 또 자신의 생활을 즐겁게 하는 취미 기호품 등을 비싸도 개성적이며 보다 아름다운 것을 선택하는 등 구별하여 사용하는 경향이 진화되었다. 그러나 이것도 극히 한 예에 지나지 않고 실제로는 개인 개인이 자신의 사는 방법이나 가치관에 맞추어 더 섬세하게 대상물마다 구별하여 사고, 사용하고 있다고 생각된다. 이렇게 생활의 실감을



통해 구별하여 사고, 사용하는 것을 충분히 고려하여 상품을 만들 필요가 있다. 그러기 위해서 라이프 사이클의 연구와 생활과학은 물론, 보다 창조적인 활동과 기획에서부터 판매, 애프터 서비스에 이르는 일관된 정책에도 중요성을 묻게 되고 디자인도 기업에 있어서 경영 레벨의 전략이 되어 보다 종합적인 어프로치가 필요해졌다.

II. 상품 개발에 있어서 정감성

이렇게 균일한 물건의 양산 시대에서는 상품 개발 등에도 과학적인 방법이 여러 가지로 생각되어 왔는데, 시장이 성숙해진 오늘날에서는 그 방법도 부적당해져 새로이 고도의 해석 방법을 요구하고 있다.

성숙화 시장에 있어서 상품의 미묘한 움직임을 포착하려면 물건이 갖고 있는 정량적인 측면은 물론, 감각적인 측면을 충분히 고려해야만 한다. 그래서 이 감각적인 면, 즉 인간에 관계되는 문제를 어떤 식으로 상품 개발에서 생각해가야 좋은지 그 요점을 생각해 보고자 한다.

정보화 사회에서의 의미성 중시

여기에서는 상품이 갖는 내용을 조금 더 생각해 보고자 한다. 우리들은 평소에 무엇인가 필요할 때가 있던가 어떤 매력에 끌려 여러 가지 상품을 사고 있다. 이 경우 「갖고 싶다」「갖고 싶지 않다」라는 감정의 배경에는 여러 가지 정량적인 정보와 정질적인 정보를 종합적으로 판단한 의식이 숨겨져 있다. 예를 들어 4인승의 스포티한 차를 갖고 싶다, 근처에 쇼핑을 가기 위해 잠시 돌아다닐만한 빨간 소형차를 갖고 싶다, 소형이며 가벼운 청소기, 방수이며 상처가 나지 않는 시계는 없는지, 금액에 드레시한 시계를 갖고 싶다와 같이 사람들은

상품에 여러 가지의 의미를 요구하고 있다.

이 종합적인 의식이 물건을 산다, 사지 않는다와 같은 행위를 결정하고 시장에서 수요로서 나타난다.

구매자가 상품을 사려고 하는 결심을 하는 배경에는 자신의 욕구의 종합적인 이미지가 그 상품이 갖고 있는 의미성과 합치하였기 때문이라고 할 수 있다. 이렇게 상품이 구매자에게 작용시키는 종합적인 이미지가 상품의 의미성이고 상품의 정보로서의 측면이다(선전은 이 의미성을 보다 강력하게 내세워 판촉을 도모하는 수단이다).

이 정보로서의 측면에 현대의 소비자는 보다 많은 것을 기대하고 있다. 그러나 이 욕구의 레벨은 고도의 것이고 사회의 환경, 즉 그 사회에 있어서 성숙도에 좌우된다. 또 이 상품이 갖는 의미성은 현대의 가치관과 함께 변화해가는 것이다.

이 정보의 측면으로서의 의미성은 구매자의 인생관이나 살아가는 방법에서 오는 가치관에 따라 변화하기 때문에 같은 기본적인 기능을 갖는 상품이라도 그것에 요구되는 의미는 달라진다. 동시에 하나의 기본적인 기능의 상품이라도 그 상품이 가질 수 있는 의미성은 복잡하고 구매자에게 주는 의미성도 다양하다.

1) 사회의 성숙 정도가 진행되면 정보적 측면의 절대량이 증대하여 복잡화할 경향이 있다.

2) 정보적 측면이 갖는 의미성은 개인의 가치관에 좌우되기 때문에 시대와 같이 변화한다.

3) 같은 기본 기능의 상품이라도 다양한 의미성을 갖게 하기 때문에 목적에 따라 어느 부분의 메시지를 강하게 하는가가 상품의 컨셉트이다.

이러한 점들을 컨트롤하고 상품군과 선전에 일관한 이미지를 갖게 하여 의뢰도를 증대해 가려는 것이 디자인 정책의 전략이다. 보다 고도화하고 다양한 상품이 범람하고 있는 가운데에 손님이 자사 상품을 보다 신뢰하여 지명할 수 있도록 회사의 정책을 상품뿐만 아니라 건축물·선전물에서부터 서비스와 같은 모든 시각적으로 전달할 수 있는 요소를 통해 통일된 형태로 표현하는 C.I(corporate identity) 활동도 활발해져 많은 중소기업의 회사가 경영 전략의 일환으로서 받아들이게 되었다.

III. 상품의 포지션과 역할

어떤 상품이든 그것이 시장에서 성공하는 가의 여부는 그 상품이 세상에서 존재할 수 있는 의미와 그 의미성이 소비자가 갖고 있는 이미지의 범위와 적합할 수 있는가의 여부에 달려 있다. 이 의미성이란 상품이 소비자에게 이해받기 위한 포지션과 그에 어울리는 특성이라고 할 수 있다.

야구를 예로 들자면 수비에서 투수나 3루수라고 하는 것처럼 전문 포지션이 있어 9명 각자가 자기 역할을 지키며 수비를 하고 있다. 또 이 포지션마다 그 곳을 지키는 독특한 특성을 요구하게 된다. 투수는 투수로서의 특성이 있고 3루수에게는 3루수로서의 특성이 있다. 투수가 조금 명성이 있다 하더라도 사구만 던지거나 계속 맞기만 한다면 당연히 팬들은 납득하지 않을 것이다. 아무리 강타자라고 해도 정면에서부터 승부에 도전하여 3진으로 잘라내는 투수쪽이 매력이 있다. 그 매력을 위해 관객은 돈을 내고 보러오는 것이다.

이렇게 세상에 존재하는 상품에는 모두 각각 적합한 포지션과 그 포지션에 어울리는 특성을 요구하고 있다. 그리고 상품이 이 요구를 충족시켰을 때 비로소 소비자가 이해하고 팔리는 현상이 일어난다. 그래서 이 생각을 상품 개발에 살리는 것이 상품의 포지션이라는 사고방식을 조금 더 구체적으로 설명하고자 한다. 세상에는 패션의 극치인 화장품에서부터 기술의 테두리를 모아 만들어진 기능으로 가득찬 우주선까지 빼빼하게 물건이 차 있다. 이러한 것들이 얼핏 무작위하게 줄지어져 있는 것처럼 보이지만 포지션이라는 관점에서 관찰하면 의외로 의미를 갖고 진열되어 있다는 것을 알 수 있으리라고 생각한다. 이 진열되어 있다고 하는 사고방식이 소중하기 때문에 패션적인 입술 연지에서부터 기능적인 우주선까지 모든 물건은 인간에 개인이나 또는 사회와의 연결성을 통해 진열되어 있다. 안전성과 정확한 기능을 요구하고 있는 가장 기능적인 포지션인 우주선에 장식을 한다는 것은 부적당한 것이며, 또 이론이나 구조만으로 정감성이 강한

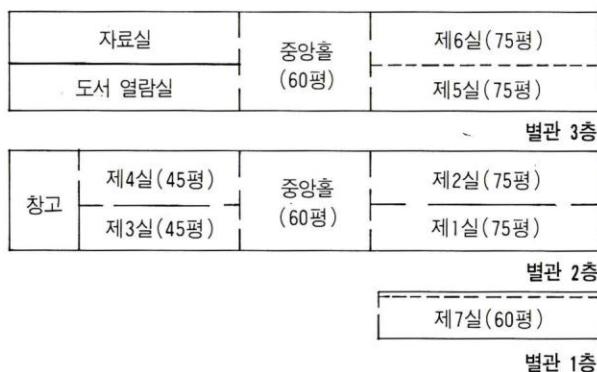
포지션에 있는 화장품을 만드는 것도 의미가 없다. 이렇게 각 상품에 대해서 그것을 사용하는 측의 인간에 따라 요구가 달라진다. 바꿔 말하자면 각각 물건으로서 사용하는 인간의 요구에 따른 기능성과 감정성의 배분에 조화가 있어야 되는데, 모두 배분의 비율이 다르다. 이 차이를 기획 단계에서 명확하게 해두지 않으면 그 기획된 상품의 특성 중 어느 점을 강조해야만 하는가의 판단을 잘못하여, 타사에게 뒤떨어지지 않는 구조인데도 팔리지 않는다면 성능과 형태는 좋은데 잘 안팔린다와 같은 일이 일어나게 된다. 이러한 것이 대부분은 그 상품의 기획 단계에서 세상에서의 포지셔닝 (위치 부여)이 잘못되어 있거나 어긋나 있음으로써 일어나는 것이다.

이렇게 상품을 단순히 기능의 견지에서만 보는 것이 아니라 인간의 정신면과의 관계를 포함한 고찰 속에서, 개인이나 사회에서의 생활 속에서, 새겨진 상품의 기능과 감정의 배분을 인식하는 것이 앞으로의 상품 개발에는 소중한 기본이 된다. ■

전시관 대관 안내

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

전시장 평면도



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 1000원(부가세 별도)
2. 신청 및 상담 : 당센터 총무부

 **한국디자인포장센터**
KOREA DESIGN & PACKAGING CENTER

서울특별시 종로구 연건동 128
전화 762-9461

산업디자인 개발을 위한 기호론적 연구 I

인자분석에 의한 평가축의 설정을 중심으로

박 대 순 한양대학교 예체능대학 산업미술과 교수



박대순 교수 약력

1929년 : 경기도 화성 출생
1949년 : 서울대학교 미술학과 응용미술학과 졸업
1970년 : 한양대학교 대학원 응용미술과 석사 학위 취득
1968~1980 : 한양대학교 응용미술과 학과장
1980~1983 : 한양대학교 사범대학 학장
1988~현 : 한양대학교 산업미술연구소장

1945년, 우리나라에서 최초로 서울대학교에 미술학부가 생기고 도안과가 설립된 지 40여 년만에 첫 디자인학 박사가 탄생했다.
한양대학교 응용미술과의 박대순 교수가 바로 그 주인공이다.

1984년, 한양대학교에 국내 최초로 디자인학 박사 과정을 설치하는 데 산파 역할을 하고 또 그 자신이 최초의 박사 학위를 받은 박대순 교수는 국내 디자인계를 이끌어 가는 원로로서, 대학의 디자인 교육에서 이론 교육 강화의 필요성을 남달리 강조하고 있는 교육자이다.

우리나라의 디자인을 학문적으로 발전시킬 수 있는 배경을 마련해 주었고 후학들에게 또 그 첫발판이 되어 주었다는 의미에서 박대순 교수의 박사 학위 논문을 요약하여 2회에 걸쳐 게재한다. (편집자 주)

I. 서론

1-1. 연구 목적

오늘날 디자인은 커다란 전환기에 처해 있다. 그것은 단순히 디자인 현상 내부에 있는 고유의 문제에만 관련된 것이 아니라 과학, 예술 등 인간활동 전반에서 요청되고 있는 지식의 Paradigm¹⁾ 전환을 떼어놓고는 생각할 수 없는 것이다. 그 한 예로서 디자인 방법론에 관한 체계적 논의는 1962년과 1965년 런던에서 개최된 심포지움을 시작으로 꾸준한 연구가 전개되어 왔다. 그러나 아직 극복되지 않은 난관이 현저히 눈에 띠고 있다.

디자인이라 부르는 현상은 인간 생활 중에서 생활을 구성하는 다양한 일에 대한 어떤 현실적 연관중에 성립하는 것을 본질로 하고 있기 때문에 번번히 다양하거나 복잡한 현상으로 파악되어 왔다. 따라서 디자인 학도 이에 따라 다차원적 다학문적인 속성을 보이는 것이다.

그래서 이와 같이 복잡한 현상을 분석 또는 설명하기 위해서 지금까지 많은 이론적 구조가 보여져 왔다. 이와 같은 이론적 틀이 구성되기 위해서는 보통 기성의 과학적 체계, 즉 미학, 인류학, 경제학, 사회학, 정보이론, 물리학, 화학, 심리학 등등에서 몇 가지가 선택되어 디자인 현상을 이루는 다양한 층을 부분적 또는 전체적으로 분석·설명 함으로써 이론적 구조가 구성되는 것이다.

그러나 특정의 과학을 바탕으로 분석·설명하여 얻게 된 디자인 현상에 대한 구조는 특정의 층, 즉 미학적 측면, 사회학적 측면, 인간공학적 측면, 커뮤니케이션 측면 등을 대상으로 하는 특수한 구조일 수 밖에 없는 것이다.

따라서 그와 같은 전문적 연구의 심화는

특수한 용어의 전문화를 가져와 타분야와의 연구에 있어서 자주 혼란이 야기되고 있다.

그러므로 디자인학이 과학으로서 하나의 체계를 구성하기 위해서 그리고 가능한 제반 과학의 인식이 디자인 활동에 있어서 통합되기 위해서는 그 이론적 구조의 많은 부분, 특히 용어에 대하여 상호 관련시키는 영역을 살펴보아야 할 것이다. 따라서 여기서 C.Morris가 모든 과학 용어의 체계화를 위하여 구상한 기호론을 디자인 분야에서 재정리시킬 필요가 있다고 본다.

최근에 들어와 디자인 상황은 물건의 범람으로 단순히 기능만을 충족해서는 사용자가 만족하지 않으며, 그 제품을 소유하거나 사용하는 데에서 보다 높은 가치를 가지게 되는 물건 또는 미디어로서 무엇인가 표현되어 시각이나 청각 등의 감각적으로 호소력이 있는 물건을 구하고자 하는 추세를 보이고 있다.

이와 더불어 전자기술의 진보로 컴팩트화하여 기계적인 작동을 거의 볼 수 없는, 전자회로에 의해 움직이는 Black Box적인 기기들이 출현하면서 형태와 기능이 펼연적으로 일치해야 하는지에 대한 문제가 제기되고 있으며 사용자도 그 기기가 어떤 작용을 하는지 외관만으로 판단할 수 없는 경우가 도래한 것이다.

그러므로 제품의 기능을 메세지화하여 사용자에게 전할 필요가 있게 된 것이며, 여기서 디자인 의미론이 그 의의를 가지게 되는 것이다.

따라서 여기서의 연구는 의미 작용의 국면에서 인간과 디자인 결과물의 상호 작용을 과학적으로 파악하여 포괄적인 입장에서 디자인 이론을 구축하여 새로이 그 방법론을 모색하는 것이다.

1-2. 연구 내용 및 범위

본 연구의 내용 및 범위는 다음과 같다.
(1) 디자인 기호론의 이론적 배경으로 디자인 기능의 시대적 변천, 디자인 개념과 전달매체로서 기호 현상, 기호 상태의 연구, 그리고 이를 바탕으로 한 디자인 기호론을 고찰 한다.

(2) 디자인 결과물에 대한 의미(meaning)를 측정하기 위한 의미 미분법(Semantic Differential Scale)을 고찰하고 이에 의해 사람들의 주관적 반응을 측정하여 디자인 의미에 있어서 주된 인자군을 추출하여 분석한다.

(3) 디자인 프로세스로서 디자이너의 업무내용 파악 및 디자인 행위의 성향에 대한 조사, 디자인 과정에서 추론방법 등을 연구하여 기호론적 입장에서 바람직한 디자인 프로세스의 모델을 제시한다.

(4) 디자이너와 소비자의 제품에 대한 의미론적 차이점과 합일점을 파악하여 그 인식성향을 밝혀 디자인 개발의 feed-forward로서 연구한다.

1-3. 연구 방법

본 연구는 다음과 같은 방법으로 진행하였다.

(1) 디자인 결과물로서 컨셉트에 대한 이미지(Image)의 측정은 해외 디자이너 또는 디자인 팀이 디자인한 10종의 TV를 선정하여 사진으로 제시하였으며, 디자이너의 경우에는 그 대상을 각자 디자이너들이 담당한 제품으로 대체하여 조사하였다.

(2) 조사 대상자 집단은 (1)항에서 전자의 경우는 디자인 전공 대학생(319명)으로 하였으며, 후자의 경우는 일선 디자이너(230명)를 대상으로 구성하였다.

(3) 평가척도의 구성은 (그림1)의 연구방법에 따라 51개의 양극(兩極) 형용사로 정하고, 디자인 대상 컨셉트에 대한 의미 측정은 이에 대한 7단계 척도로 측정하였으며, 그 외의 조사 내용에 대해서는 5단계 척도로 작성하였다.

(4) 사전 검사를 통하여 평가척도의 타당도와 신뢰도를 검증하였다.

(5) 분석 방법으로 자료 처리는 SPSS(Statistical Package for the Social Science)를 이용하여 컴퓨터 처리하였으며, 주인자 분석(Principal Factor Analysis) 및 최종 인자 분석으로 배리맥스 회전인자분석(Varimax Rotated Factor

Analysis)를 행하고, 인자별 상관을 알아 보기 위해 Pearson 상관계수를 구하였다.

II. 디자인 개념의 변천

2-1. 디자인 개념

오늘날 디자인 개념에 대한 규정은, 서론에서 밝힌 바와 같이 디자인 현상이 인간 생활을 구성하는 다양한 일에 대한 현실적 연관 중에 성립하는 것을 본질로 하고 있기 때문에 다양하고 복잡하므로 학설이나 전문서에서 여러 가지 관점으로 다루고 있다.

Gert Selle에 의하면 형태 부호(Formgebung)라든지 제품 조형(Product Gestaltung)이라는 서로 다른 개념의 해석에 대하여 기술적, 그리고 문화적·규범적 해석에 이르기까지 견해를 명확히 규정할 수 없는 것으로 보고 있다.

따라서, 그는 디자인이라는 구체적으로는 소비재와 투자재의 영역에 있어서 개개의 실용품이나 양산품의 조형(Gestaltung)뿐만 아니라 반드시 그것들을 감싸는 조직, 즉 물적 환경의 설비와 공간에 대한 계획과 설계를 포함하고 있다는 것이다.

사전적 의미로서 Design은 라틴어 “designare”(지시하다, 표시하다)에서 온 단어로 ‘의도를 가진 계획’(plan, a mental project or scheme in which means to an end are laid down)이나 ‘목적’(a particular purpose held in view)으로 설명하고 있으며, 그리고 다른 한편으로는 회화에서의 기본적인 스케치나 아웃 라인으로서의 의미가 있으며, 더 나아가서는 요소의 배치나 정리의 의미로 설명하고 있다.²⁾

Mukai Shutaro 등은 기호과정의 의미를 내포하는 디자인 개념에 관한 언급에서

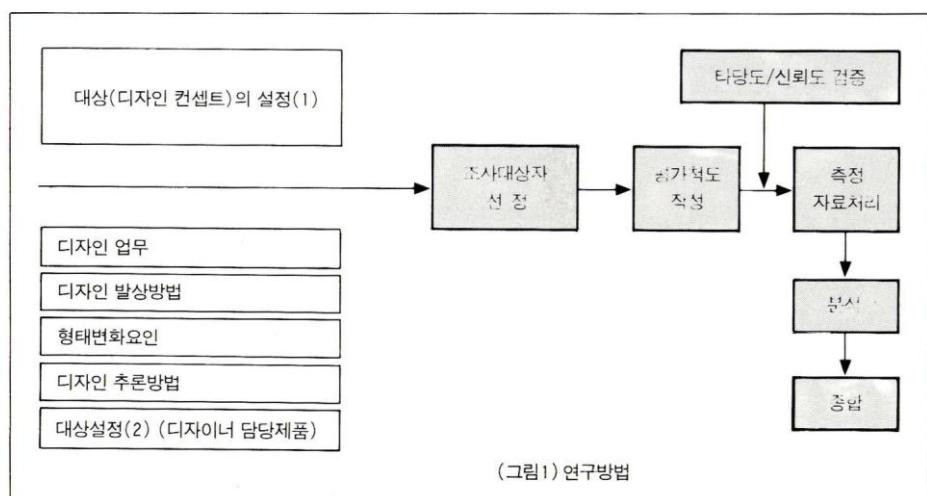
‘design’은 ‘de’와 ‘sign’으로 성립되므로 이 단어안에 원래 기호로서 sign의 의미가 있다고 보고 있다. ‘sign’은 원래 ‘특징’, ‘성질’, ‘범위’, ‘차이’ 그리고 ‘구별’ 등의 의미를 나타내며, ‘de’는 ‘완전히 한다’, ‘정한다’ 그리고 ‘명확히 한다’ 등의 의미를 갖는 접두어이므로 따라서 ‘design’의 어원적인 의미는 물건의 ‘특징 또는 성상(性狀)을 정한다’든지 물건의 ‘범위나 구별을 명확히 한다’라고 보고 있다.

小池新二에 의하면 광의의 디자인이라는 본래 무슨 일에나 일정한 의도에 의해서 사물을 종합하는 것, 즉 혼돈에 대하여 일정한 질서를 부여하는 것으로 보고 있다. 이 경우 주어진 질서란 형식의 의미에 있어서 필수적인 것이며, 도면이나 모형 등의 조형을 의미하지 않는다는 것이다. 또 협의로는 구체적인 물건을 만들기 위한 형식으로서 디자인이라는 것이다. 이 의미에 있어서 디자인은 어떤 효과를 갖는 하나의 정리된 전체를 만들어 내기 위해서 각 부분을 상호 관련시키는 것이다.

이상의 고찰을 토대로 디자인은 개념적 사고의 레벨에서 구체적으로 디자인된 대상물의 레벨에 이르기까지 몇 개의 레벨이 존재한다는 사실이다. 따라서 이 양자를 단계적으로 연속시키는 이론 및 방법이 요청되는 것이다.

이와 관련하여 Geyer는 「디자인이라는 학제적(学際的)으로 진행되는 생산품의 발전 과정에서 자연과학, 기술, 사회학, 생리학, 의학, 심리학 그리고 미학에서의 기능과 정보를 통합하는 것이다.」라고 언급하고 있다.

그러나 디자인 대상은 한편으로 물적, 경제적 모든 관계의 총체로서 사회의 경제적 기반의 부분 기능인 것이다. 이 기능 연관에 있어서 그것은 현실에서



직접적인 생산 과정 가운데서 생겨나는 것이다. 그렇지만 한편으로는 개념이나 가치관이나 행동을 일으키는 기능이 있는데, 그 디자인 대상과 관련되는 사람들이 그것을 반드시 의식한다고는 볼 수 없는 것이다.

디자인의 해석과 사회적 목표 설정은 직접 생산의 기반에서 일어나는 것은 아니다. 그것은 사회적 상부 구조³⁾에서 일어나게 되는 것이다. 즉, 기반의 인자와 상부구조에 의한 이중 규정이 주목될 때 비로소 디자인이라는 현상이 정당하게 평가되는 것이다.

이상에서 살펴본 바와 같이 디자인이라는 개념은 현저하게 확대되어 환경 계획이나 환경 형성의 의미에서 'Environmental Design'⁴⁾이라든지 인간의 여러 활동의 기본형이라는 의미에서 'Total Activity Pattern'⁵⁾이라는 말이 사용되어 왔다. 그 결과 디자인은 인더스트리얼 디자인에 관계된 여러 가지 일이라고 보는 micro의 분야와 포괄적인 환경형성에 관련된 macro의 분야로 구분되어지는 것이다.

인더스트리얼 디자인에 있어서 디자인 행위란 추상적 일반 원리의 일상 생활에 있어서 구체적 사물 및 가치에 향하는 일련의 프로세스에 지나지 않는다고 Kawma Tetsuo는 언급하고 있다.

또 디자인 행위를 행하기 위해 역으로 일상 생활에 있어서 사물 및 가치에서 추상적 일반 원리를 추출해 내는 것은 불가결한 일이다.

따라서 디자인은 광의로 어떤 의식의 바탕에 내용이 형식으로 변환하는 모든 프로세스이며, 또 형식에서 내용을 파악하는 모든 프로세스를 가리킨다고 정의하고 있다. 그리고 협의로는 내용(또는 효용)이 물적 형식으로 변환하는 모든 프로세스이며, 또 물적 형식에서 내용을 파악하는 모든 프로세스를 가리킨다는 그의 정의는 음미해 볼만한 가치가 있다고 본다.

2-2. 디자인 기능의 시대적 변천

Vernacular design⁶⁾의 형식으로 석기시대 이후 지속되어 온 디자인은 산업혁명으로 인한 제1차 기계시대를 거치면서 계속 변모되어 왔으며, 오늘날 다시금 커다란 전환기를 맞이하고 있다. 이 문제는 단순히 디자인 현상 내부의 고유 문제가 아니라 과학, 예술 등 인간 생활 전반에 관련된

지식의 패러다임(paradigm)의 전환을 떼어놓고는 생각할 수 없는 것이다.

산업혁명 이후 현재까지 약 140여 년의 역사는 유사시대 4000여 년, 그리고 더 나아가 인간의 역사 170만 년에 비하면 대단히 일천함을 알 수 있다. 그러나 1800년경까지 10억 정도이던 인구가 10억에서 20억이 되는데 100년이란 짧은 기간이 걸렸다. 그 후 30억이 되는 데는 1960년까지 30년이 걸렸으며, 40억이 된 것도 그후 15년만이었다. 현재의 성장률로 보아 세계 인구는 2015년까지 80억으로 증가할 것으로 보고 있다.⁷⁾

이와 더불어 수렵사회가 농경사회로 전환하는 데 수백만 년이 걸렸으며, 농경사회에서 산업사회로 전환하는 데 수천 년이 걸렸다. 그러나 산업혁명 이후 과학기술의 성과는 폭발적으로 증가되고 있는 추세이다. 특히 제2차 세계대전 후 세계적인 규모로 기술혁신이 진행됨에 따라 생산량이 증대되고 정보량이 팽창하였으며, 인간의 욕구·가치관의 변화 등 디자인 환경은 매우 복잡하게 되어 전통적인 방법으로는 해결될 수 없는 면이 디자인 문제의 대부분을 차지하게 되었다. 이러한 추세 속에서 1962년 런던, 1965년 베밍헴에서 디자인 과학으로서 디자인 방법론이 추구되기 시작한 점은 의의가 있다.

Shutaro Mukai는⁸⁾ 60년을 근대화 현대를 가르는 분수령으로 구분하고 있다. 그 이유로는 이 시기에 고도 경제성장이 이루어졌으며, 고도의 대중 소비사회로 이행되기 시작했으며, 그리고 기술이 기계적인 면에서 전자적인 면으로 전환되기 시작했다고 보고 있는 것이다. 1980년대가 정보화 사회라고 불리는 데서 알 수 있듯이 전자적 시스템에 의존되지 않는 부분이 거의 없을 정도로 구석구석

침투하여 기계에서 전자로의 전환에 의한 '형태의 상실'이 제1차 기계시대의 하나의 규범이었던 형태와 기계의 합일성이라는 조형원리를 점차 유리시키고 있는 추세임은 사실이다.

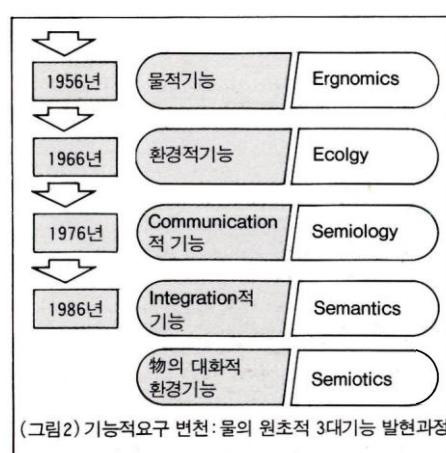
Shutaro Mukai는 그림(2)와 같이 제2차 세계대전 후의 40년간의 기술, 산업구조, 생산 및 소비 구조, 사회 구조, 자연 환경 등의 변화와 사람들의 의식 변화에 따라 물적 세계에 대한 기능적 요구의 내용이나 역점이 10년 간격으로 변천해 왔다고 주장하고 있다.

여기에서 우선 1950년대 이전으로 100년을 거슬러 올라가 보면 1850년 Josep Paxton의 Crystal Palace 와 '51년 제1회 런던 만국박람회로부터 오늘날 현대 디자인의 태동을 보이기 시작했으며 산업혁명으로 인한 기계의 발명과 분업에 의해서 대량생산이 가능하게 되었다. 그러나 생활 제품의 질이 극도로 타락되었다는 비판이 오늘날 현대 디자인의 근원이 되었던 점은 두 말할 나위 조차 없는 사실이다. William Morris는 그의 비판을 Arts and Crafts Movement에 의해서 실천하였으며, 그의 예술의 민주화와 사회화의 관념이 오늘날 현대 디자인의 배경이 되고 있다.

이어서 Art Nouveau에 의해 1890년경부터 1910년경까지 프랑스, 벨기에에 중심으로 모든 조형 분야에 걸쳐서 곡선적 장식이 풍靡하였다. 즉, 미술의 실용화와 과거의 양식에서 탈피하려 했던 양식혁명(樣式革命)이다. 이것은 독일의 Jugend Stil, 오스트리아의 Sezession, 이태리의 Stile Liberty 등 Art Nouveau의 여파로서 비슷한 시기에 유행하였다. Art Nouveau는 새로운 시대의 일시적인 쾌미에 지나지 않았고 기계시대의 기능주의적 전통이 성립되는 과도기적 현상에 불과하며 피상적인 과잉 장식으로 볼 수 있다.

이어서 1907년에 Muthesius를 중심으로 결성된 DWB(Der Deutscher Werkbund)는 예술과 공업과 상업을 잘 협동하여 궂디자인 운동을 실천하였으며, 1914년 쿠른에서의 DWB 전시회는 그 내용이 기계미학을 대표하는 새로운 형태(장식의 배제)로서 성공을 거둔 전시회였다.

이어서 1914년에 제1차 세계대전이 발발되었으며 DWB에 영향을 받아 영국에서도 1915년 DIA(Design and Industry Association)가 설립되었는데, 디자인



진홍을 담당하여, 기계에 의한 제품의 미적 특질을 인정하고 보다 나은 제품을 대중의 생활에 기여하도록 한 진정한 의미의 디자인 운동이었다.

1919년에 Gropius를 중심으로 설립된 Bauhaus는 19세기 말 예술, 문화, 사회에 영향을 크게 미친 디자인 운동으로서 현대 디자인의 기본적인 틀을 이루는 데 기여한 새로운 예술운동을 실현하고자 했던 디자인 교육기관이었다. Bauhaus는 DWB의 1914년 쥘른 총회에서 Muthesius와 Velde가 대립되었던 규격화의 논쟁을, 정신적인 것과 물질적인 것의 통합적인 관점을 취함으로써 해결하였던 것이다. 즉, 그 주된 원리는 정신적인 것, 또는 물질적인 것만이 아닌 문명사회에 있어서 모든 사람에게 필요한 생활요소의 통합적인 부분이라는 것이며, 창조적인 예술가들을 일상세계로 재통합시키고 동시에 거의 독점적이고 물질적인 기업인에게 폭넓은 인간미를 부여하는 것이었다. 생활의 실질적 제품을 규격화하는 개인을 로보트화하는 것이 아니라 오히려 이와 반대로 개인을 자유롭게 향상시키는 데 있어서 불필요한 부담을 제거하는 것이다. 이를 위해서 Bauhaus는 조형적 상상력과 기술적 능력을 조화시키는 것을 교육 내용으로 삼았는데, 양산 제품의 모델을 개발하고 실질적인 새로운 디자인을 창조하는 현대 디자인의 산실이었다.

이상의 고찰에서 산업혁명 이후 예술의 민주화에 이은 양식혁명은 급기야 디자인에 있어서의 이원론적 대립으로, Muthesius의 규격화와 Velde의 개성주의, Bauhaus에서 Gropius와 Johanna Itten의 교육 기초과정의 대립이 있었으며 이것은 미의 가치체계에 있어서 공리성과 절대성 문제이기도 한 것으로 이 이원론적 양극을 통합함으로써 진정한 현대 디자인의 이념이 정립 되었던 것이다. 물론 여기에는 인간 욕구 체계가 실용적 욕구와 정신적 욕구의 이원성이 동시에 공존하는 이유로 이원적 양극은 불가피하게 통합으로 귀결되었던 것이다.

Shutaro Mukai의 디자인에 있어서 기능적 요청의 변천을 다시 살펴 봄으로써 디자인 기호론의 역사적 의의를 확인하면 다음과 같다. 그는 1950년대 중반을 물적 기능이 요청된 시기로 보고 있다. 즉, 1957년에는 국제공업디자인 단체 협의회(SID)가 설립되었으며, 세계 최초의

인공위성이 발사된 해이며 일본에서는 "G"마크 제도가 수립된 해이기도 하다. 이 시기의 제품들에는 기계생산으로의 적용과 기계적인 물적 기능 및 인간과의 상호작용에 대한 문제 해결 가운데 대량생산의 조형미학이 요구되고 있었다. 이 시대의 과학적인 방법론으로서 Ergonomics가 그 극심(極芯)을 차지하고 있으며 Modern Design이 ID, GD, 건축 등으로 해체되는 현상이 나타나기 시작했다.

그 다음 1960년대 중반은 기술의 전자적 이해, 고도 대중 소비사회 또는 중산층의 등장과 취향의 다양화, 시장 중심의 상품화, 가속도적인 모델 체인지…등의 급격한 경제적 사회변혁이 수반되었다. 그리고 이 시기에 디자인 방법론에 관한 제1회 국제 회의가 1962년에 열렸으며, ICSID에서 '62년 파리회의(ID의 통일적 요소), '65년 비엔나 회의(디자인과 공공), '66년 몬트리올(인간과 인간) 그리고, '68년 런던회의(디자인과 사회의 미래)를 여는 등 디자인의 국제적 활동이 본궤도에 오른 시기이기도 한 것이다.

특히 이 시기와 관련하여 1965년 한국 디자인 센터가 설립되었으며, '66년에는 제1회 상공미술 전람회가 개최되는 등 우리나라의 디자인계도 디자인에 있어서 유년기를 맞고 있었던 것이다.⁹⁾

ID에 있어서는 모던 디자인의 규범을 벗어나서 대부분 시장 중심적인 전략으로 전환되어 다양한 스타일이 생겨났다. 새로운 형태 형성의 패러다임이 미처 자각되지 않은 채 시장이나 대중의 욕망으로 전환되어 갔다고 할 수 있다. 다시 말해 다양한 스타일이 있었다 해도 발신자측의 의식은 「물(物)」 중심의 사고방식으로 기계적 또는 물적·인위적 세계를 통해 인간들에게 모든 것을 충족시켜 준다고 믿었던 시기이다.

그러나 1960년대 중반을 지나면서 물의 범람에 의한 과잉사회, 그 결과로 인한 환경공해에 의한 자연이나 생명의 위기라는 상황이 도래되었다. 이 사태에 의해서 인간중심의 인위적 세계상은 점차 붕괴되었고 우리들 인간도 생명체로서 자연의 일부라는 사회적 인식에 직면하게 된 것이며, 구체적으로 공해대책 기본법이나 환경문제 담당 기구가 각 국별로 발족되기 시작하였다. 여기서 자연과의 공생이라는

생태학적인 배려, 화석자원(化石資源)의 유한성의 인식과 더불어 재순환의 문제 해결, 제3세계의 환경보전, 단일적 제품의 범람에서 도구나 제품의 상호 연관과 그 사용 환경에의 관계적 배려…등의 과제가 나타나 결국 디자인에 있어서도 환경적 기능이 요청되었다. 그러나 이러한 상황은 1973년 제4차 중동전쟁의 발발로 인한 오일 쇼크로 고도 경제성장은 단숨에 막을 내리게 되었다.

H. Lindinger의 ID연표에 의하면

1966년에서 1975년까지를 풍부한 생활을 위한 디자인의 시각과 디자인의 위기(과잉사회, 에너지 자원, 하이테크놀로지, 풀 오토메이션, 고용 등 여러가지 위기) 속의 인더스트리얼 디자인의 시대라고 부르고 있다. 말하자면 ID 수난의 시대라고 할 수 있는 것이다. 1973년에 이행된 저성장 시대에 들어 오면서 물의 과잉과 소비의 저조 속에서 진실로 풍부함이란 무엇이며, 양보다 질, 다품종 소량생산에의 전환, 그리고 물건보다 일 또는 사람 마음의 문제 등이 논의되었다. 즉, ICSID 7차대회(변화시대의 디자인), 8차 교토(京都)대회(인간과 마음과 물의 세계), 9차 모스크바대회(인간과 사회를 위한 디자인), 10차 더블린 대회(WDC의 창립), 그리고 11차 멕시코 대회(인류 발전 요인으로서 디자인) 등으로 ID의 문제를 사회적으로 그리고 보다 거시적으로 다루기 시작하였다. 그리고 이 시기가 난국에서도 KDC, KSID, 한국 디자인 학회, 현대 디자인 학회 등 디자인 활동이 본궤도에 오르기 시작한 성장기라고 볼 수 있는 것이다.

마케팅도 Socio-democratic 요인(연령, 학력, 직업, 소득 등)을 중시하는 라이프 스타일론으로 이행하여 언어적 의미를 모델로 한 SD법을 시작으로 다변량 해석 등에 의한 가설 생활상의 창출과 그 타겟 상품의 개발이 성행하게 되었다고 Shutaro Mukai는 밝히고 있다. 또한 시장의 상품에서도 일과성의 성향이 두드러진 커뮤니케이션 기능이 요청된 시대로 구분하고 있는 것이다.

1980년대에 이르러 급속한 정보사회의 생성, OA, MA 또는 INS와 Tele-Communication, Computerization에 의한 Man-Machine Interface라는 새로운 문제해결의 요구와 제품의 형태 상실이 직접적인 계기가 되어 제품 의미론이 중요시되었던 것이다. 즉, 물건의 형태도 경박단소화, Box화,

Panel화 하였으며, 더 나아가서는 고도의 반도체 기술에 의한 블랙 박스의 추세를 보임으로써 제품 의미론의 과제는 단순히 Man-Machine Interface나 전자 박스의 문제해결만으로 대응할 수 없는데서 더욱 더 그 의미를 보이는 것이다.

따라서 Product Semantics는 물건의 원초적인 3대기능으로서의 물적기능, 환경적 기능, 커뮤니케이션적 기능을 새로운 세계인식의 방법을 통해 물건의 형태언어로 고쳐서 포괄적으로 다루려는 시도이며, 형태언어의 통합(integration) 기능으로서의 형태의 의미를 문제시하는 것이다.

III. 기호 연구의 이론적 배경

3-1. 개요

조형언어로서 디자인 결과물은, 말과 글이 verbal language인 데 비해 non-verbal communication¹⁰⁾이라 할 수 있는데, 여기서 디자인 결과물은 주로 시각을 통한 지각과정¹¹⁾에 의해서 디자인 결과물에 내재하는 여러가지 정보가 자극의 형태로 해석·처리되어 적절한 반응을 유도하게 되는 시각언어적 기능에 의해 파악된다. 그러나 여기에서 디자인 대상의 기능에 따라 청각이나 촉각 등 그밖의 감각기관도 주된 지각의 수단이 될 수 있음을 간과해서는 안된다고 본다.

그러므로 디자인을 시각언어(visual language)의 관점에 보고, 그리고 디자인을 커뮤니케이션의 매체로 본다면 그것을 의미 전달과 작용 또는 기호론의 방법론으로 분석할 수 있다는 관점이 성립되는 것이다.

일반적으로 정보는 직접적인 지각을 통해서, 또는 개인들 사이의 의사 전달에 의해 얻어진다. 메세지를 받아들이는 지각은 질서 또는 구조를 파악하는 것으로 이루어져 있다. 그러므로 지각과 의사전달은 일정한 조건하에서만 가능하다. 주된 전제 조건은 기호들을 해석할 수 있다는 사실, 즉 이미 알고 있는 기호 체계가 존재해야 하는 것이다. 그러나 이와 관련하여 어떤 대상에도 내용과 표현이 존재하고 있는 것이다!¹²⁾ 즉, 내용은 의미 또는 기능이며 표현은 상징 또는 기호이다.

여기서 내용 또는 의미에 대한 연구는 의미론¹³⁾으로, 표현 또는 기호에 관한 연구는 기호론으로 구분하여 논하기로 한다.

3-2. 기호학적 관점

기호론은 19C 말 대상물의 본질적인 의미를 파악하기 위해 구조주의 영향 아래 연구되기 시작하여 특히 언어학 분야에서도 Saussure의 구조주의적 기호학(Semiology)과 미국의 C.P.Peirce (1838 ~ 1914)에 의한 기호론(Semiotics)이 대표적이다.

Saussure에 의하면 “언어는 생각들을 표현하는 기호의 체계이다. 따라서 써어진 글, 맹인용 점자, 상징적 축제, 예법의 약호, 군대의 신호에 비교될 수 있다. 언어는 이 모든 체계 중에서 가장 중요하다. 우리는 사회안에서 기호의 삶을 연구하는 하나의 학문을 생각해 볼 수 있다. 그것은 사회 심리학의 한 부분이 될 것이며, 따라서 일반 심리학의 한 부분이 될 수도 있을 것이다. 우리는 이것을 기호학(그리스어 ‘sémion’(기호)에 유래한다)이라고 부르려 한다”고 주장하고 있다.

Saussure의 정의는 중요하며 기호학적 인식을 높였다. 즉, 두 실체인 기표(記表 : signifier)와 기의(記意 : signified), 또는 기호 운반체(sign-vehicle)와 의미(meaning)를 지닌 것으로 기호의 개념이 예전되었고. 기호—기능의 모든 상관관계적 정의를 촉진시켰다. 기표와 기의의 관계는 규칙 체계, 즉 랑그(langue)에 기초해서 세워지기 때문에 Saussure의 기호학은 엄격한 의미 작용의 기호학인 것이다.

Peirce는 “Semiosis는 3개의 주체, 즉 기호, 그 대상, 그 해석자의 상호작용이거나 상호작용을 발생케 하는 작용과 영향을 뜻한다. 이 삼각 관계의 영향은 어쨌건 둘 사이의 작용으로 축소되지 않는다”고 밝히고 있다. 그에 따르면 기호란 “어떤 사람에게 어떤 것을 어떤 점에서나 어떤 자격으로서 대신하는 어떤 것이다”고 정의하고 있다.

이를 토대로 Umbert Eco는 기호를 앞서 형성된 사회적 관습에 근거해서 다른 어떤 것을 대신하고 있는 어떤 것으로 인정될 수 있는 모든 것으로 정의하고 있다.

전달하는 체계의 요소들을 전달받는 체계의 요소들에게 한 코드(code)를 분배할 때에 전자는 표현이 되고 후자는 전자의 내용이 된다. 즉, 표현과 내용이 상관되며 기저의미(基底意味 : denotation)와 부가의미(connotation)가 작용되는 것이다.

표현 과정에서 표현 요소와 방법을 체계화하기 위하여 R.Bartes는 5가지로 분류하였다.

① Langue와 Parole

기호론에서는 어떠한 사회 현상이라도 Langue와 Parole로서 조합된다. 즉, Langue는 현상의 집합적 국면으로 사회 현상의 무자각적인 국면이며, 사회적 관습일 뿐만 아니라 가치의 체계이다. Langue는 사회제도이며 절대로 행동이 아니다. 즉, 만일 의사소통하기 원한다면 그것은 총체적인 것으로서 받아들여져야만 하는, 근본적으로 집합적인 약정이다. 게다가 이것은 경기를 하기 위해서는 규칙을 알아야 하는 것처럼 사회적인 자생론이다. 그러나 Langue, 관습, 체계와는 반대로 Parole은 본래 선택과 현실화의 개별적 행위이다. 또한 Parole은 개별적인 국면으로 자각적 측면을 지니고 있다.

최근의 이론에서는 사회현상의 Langue는 Code(약호)로서 간주되며 Parole은 메세지로서 간주된다. 다시 말해 머리 속에 저장되어 있는 말을 Langue라고 하고 실제로 표현된 말을 Parole이라 한다.¹⁴⁾

② Significant와 Signifié

U.Eco는 기호기능을 기표(signifier)와 기의(signified) 사이의, 또는 기호운반체 (Sign vehicle)와 의미 사이의 상응관계로 보고 있다. 그리고 F.Saussure도 표현을 Significant라고 하고 내용을 Signifié라 하였다.

Significant는 Signifié를 포함하고 있으므로 다음과 같이 표시된다.

$$\text{Sign} = \frac{\text{Significant}}{\text{Signifié}} \quad \text{즉} \quad S = \frac{Sa}{Sé}$$

즉, Significant는 표현과 관계된 물리적 측면으로 형태를 나타내며, Signifié는 내용에 관련된 사고를 뜻한다. 특히 U. Eco는 이태리 건축가 M.L.Scavolini와 의견을 같이하여 건축 분야에서도 건축의 외적 형태를 Significant라고 내용을 Signifié라하여 건축을 기호의 구성체계로 생각하였다.

이와 관련하여 U.Eco는 ④ 하나의 약호(code)가 (그 가장 순수한 형식적이고 체계적인 국면에서) 내용국면과의 상호관계를 형성한다. ⑤ 기호기능은 표현체계의 추상적 요소들이 지니는 내용체계의 추상적 요소들과의 상호관계를 형성한다. ⑥ 이런 방법으로 약호는 일반적 유형을 형성해서 구체적 표지를 발생하게 하는 규칙을 생산한다. 즉, 의미소통적 과정에서 흔히 나타나는 그러한 기호들이다. ⑦ 두 연속체는 기호적 관계보다 앞서 있는 요소들을 재현한다. 그리고 기호학은 이 요소들을 다루는 것이 아니다.

〈표1〉과 같은 수문(水門) 모형에서 기호학은(電氣)의 법칙을 다루지 않을 뿐 아니라 전기적 신호를 만들수 있게 해주는 전기적 사태를 다루는 것도 아니다. 단지 신호들에 대해 관심을 가질 따름이다.

똑같이 기호학은 물의 여러 다른 상태의 물리학에 관심을 두는 것이 아니라 물의 가능한 상태에 대한 개념들을 기호학 체계가 조직한다는 사실에 관심을 둘 따름이라고 밝히고 있다.

③ Denotation과 Connotation

수문모형에서 기사는 물의 상태에 대한 정보를 받고 그래서 지금까지의 관습에 따라 그가 정해진 방법으로 반응해야 된다는 사실을 알게 된다. 이런 뜻에서 행동적 반응은 신호—자극에 의해서 전달된다. 물의 주어진 상태가 지시했던 사실에 대해서 기인된다. (또는 명령적 의미소통이 된다.) 즉, 앞서 있었던 의미 작용에 의해 이루어지는 의미작용이 발생한다.

이와 같은 약호들의 Superelevation을 Hjelmslev는 부가의미 적(Connotation) 기호학이라고 정의하여 다음의 〈그림3〉으로 나타내고 있다.

즉, 외연(Denotation)은 구조주의 언어학에서는 기층언어(기층기호) 혹은 1차 언어체라하고, 개념이 적용되는 범위를 외연이라고 하였으며, 내포(Connotation)는 기층기호에 의해 발전된 파생체로서 장식 언어체(장식 기호) 혹은 2차 언어체라 하며, 개념에 내포된 의미를 말하는 것이다.

〈그림4〉에서 표현 AB는 〈위험 수위〉를 지시의미하고 〈물을 빨 것〉을 부가의미 한다. 여기에서 기저 의미(Denotation)와 부가 의미(Connotation)의 차이는 약호 규약에 따른 것으로, 부가의미적 약호의 특징은 더 진전된 의미 작용이 관습적으로 먼저 것에 의지하고 있다는 사실이다.

④ 분체계(分体系)의 통합체

한 언어가 기능을 갖고 의미를 띠는 것은 언어의 상호 차이에서 만들어진다. 이 차이는 대립을 뜻하며, 각 대립체들은 분체계라 하고 이들이 다른 것과 대조될 때 의미가 명백하게 되는 것이다.

분체계는 의미를 갖는 기호의 저장소, 기억을 나타내며, 분체계가 동시적으로 질서와 규칙을 세워 연결될 때 통합체가 되는 것이다. 특히 C.Alexander는 Pattern Language에서 건축을 통합체로 보아 건축의 부분적 형태를 분체계로 보고, 분체계의 구성을 통합체로 보고 있다.

⑤ 대상으로서의 언어체와 초언어체(meta-language): 언어 전달에 있어서 같은 단어를 가지고 이야기하면서 서로 다른 의미를 가진 해석이 성립될 때가 흔히 있다. 즉, Significant는 같으나 Signifié가 분명하지 않으므로 이와 같은

대상으로서의 언어체인 1차 언어체에 관련하여 정확한 의미가 소통되도록 할 제3 언어체가 필요하게 된다.

여기서의 제3언어체가 초언어체(meta-language)인 것이다(그림5).

그리므로 Hjelmslev가 언급했듯이 어떤 시대의 건축이 $\frac{C_{on} f}{E_{xp} f}$ (내용과 표현의 형태)의 공식으로 나타낼 수 있듯이 디자인도 내용과 표현의 2분이 가능하여, $(\frac{C_f}{E_f})$ 는라 기호 또는 두 단계의 기호론적 결합은 더욱 정교한 상위—기호론(meta-semiotics) 또는 내포적 기호론이라고 할 수 있어 다음의 공식으로 표현되며, 아울러 이러한 과정은 무한히 진행될 수 있는 것이다.

$$\begin{array}{c} C_{on} \xrightarrow{s} \\ \downarrow f \\ E_x \end{array} \xrightarrow{s} \begin{array}{c} C_f \\ \downarrow f \\ E_f \end{array}$$

C_{on} : 내용(Content)
E_x : 표현(expression)
S : 실체(substance)
f : 형태(form)

3-3. 의미론적 관점

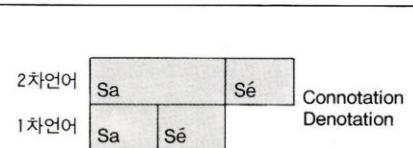
의미론(semantics)은 커뮤니케이션 연구의 중심이다.¹⁵⁾ 또한 의미론은 인간의 심리연구, 즉 사고과정, 인지, 개념화에 대한 연구의 중심이라고 Geoffrey Leech는 보고 있으며, 철학, 심리학, 그리고

언어학 모두가 이 분야에 깊은 관심을 보이고 있는 것이다. 의미론은 Signifier와 signifié, 즉 내용과 표현 사이의 의미와 작용의 관계를 연구하는 이론이다.

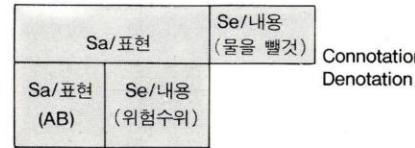
이것은 M.Breal에 의해 창시된 명칭으로 그에 의하면, 이 언어적 분야는 거의 대부분 전면적으로 말의 의미변화를 규제하는 법칙에 대한 연구인 것이다. 즉, 의미론이란 이 기호내용, 개념의 체계를 과학적으로 분석하는 학문인 것이다.

〈표1〉 수문모형 표면국면과 내용국면

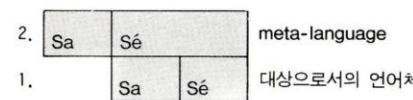
연속체	표현국면		내용국면		연속체
	단위들	체계	체계	단위들	
빛, 전기적 현상	AB	1 1 0 0	1 1 1 1	위험수위	우리가 그것에 대한 생각할 수 있는 모든 사태들과 병행하는 물의 위치의 형태화 되지 않은 연속체
	BC	0 1 1 0	1 1 1 0	경계수위	
	CD	0 0 1 1	1 1 0 0	안전수위	
	AD	1 0 0 1	1 0 0 0	부족상태	
비기호적 재료					비기호적 재료
			↑ 기호기능 ↓		
			↑ 표지기능 ↓		



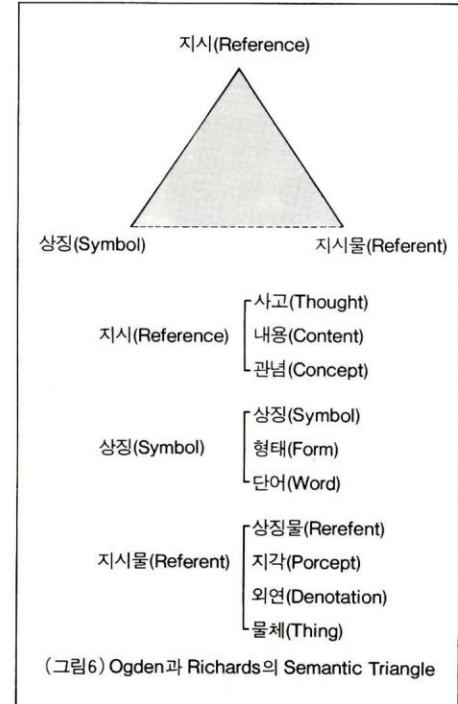
(그림3) 1차언어와 2차언어



(그림4) 표현내용



(그림5) meta-language



의미론에 관한 언급으로 Ogden과 Richards는 사상·말·사물의 관계로 분석하고 있다(그림6). 첫째로 말과 사물과의 관계가 간접적이라는 점이 주목할 만한 특징이다. 그리고 둘째로 사상과 상징과의 사이에는 인과관계가 지배한다는 점이다. 즉, 사람들이 담화에 사용하는 상징체계는, 일부는 우리들이 행하는 지시에 의해, 또 일부는 사회적 심리적 요인들, 즉 지시의 목적이나 우리들이 상징에 의하여 개인에게 부여하려고 하는 효과나 우리들 자신의 태도에 의해서 일어난다는 것이다.

세째로 사상과 지시물과의 사이에도 또 어떤 관계가 있다는 점이다. 그 관계는 눈 앞에 색채가 있는 표면을 생각한다든지, 주시할 경우에는 다소 직접적이며, 또는 현존하지 않는 대상을 생각한 경우에는 간접적인 것이다. 네째로 상징과 지시물 사이에는 간접관계 이외에 들출만한 관계는 없다는 점이다. 그 관계는 누군가가 지시물을 나타내기 위하여 사용될 때 생겨난다. 즉, 상징과 지시물은 상정(想定) 관계이지 직접 연결되어 있는 것이 아니다. 단지 삼각형의 두 변을 돌아가는 직접관계에 지나지 않는다.

<그림6,7,8>에 관련하여 U.Eco는 분명한 첫 요점으로 이 3각형들이 기호 생산이론, 특히 진술(mentioning)의 이론을 논의함에 있어서 유용하다는 것이다.

이상의 그림에서 U.Eco는 Saussure와 Pierce의 기호학은 상징과 지시(또는 의미) 사이의, 또 기호와 일련의 그 해석(interpretant) 사이의 관습적 관계의 이론이라고 보고 있으며, 따라서 대상물은 Saussure의 언어학에서는 고려되지 않고 Pierce의

이론적 골격에서는 단지 도상(Icons)이나 지표(indices)와 같은 특별한 기호들을 논의 할 때만 고려된다는 것이다.

그리고 의미(bedeutung)와 뜻(sinn)을 다음과 같이 정의하고 있다. (i) 의미는 한 문화가 한 개인으로 인식하고 그러므로 기저의미의 내용인 역사적 실체라는 정의로서 의도된 것이다. (ii) 뜻은 주어진 내용을 다른 문화적 관습에 따라 사고하는 방법이다. 그래서 전면 기저의미 내용에 대한 어떤 부가의미적 내용들을 우리의 고려안에 포함시키게 되는 일이다.

그러므로 의미에 대하여 무엇을 알기 위해 다른 표현으로 지시해야 한다는 것을 쉽게 이해 할 수 있는 것이다. 이와 관련해 Pierce는 기호가 다른 기호를 통해서만 설명될 수 있는 것이 그 이유라고 보고 보고 있다.

따라서 의미는 일련의 그 자신의 뜻을 통해서 파악되고 이런 점에서 뜻에 의해서 정의된 것이 의미인 것이다.

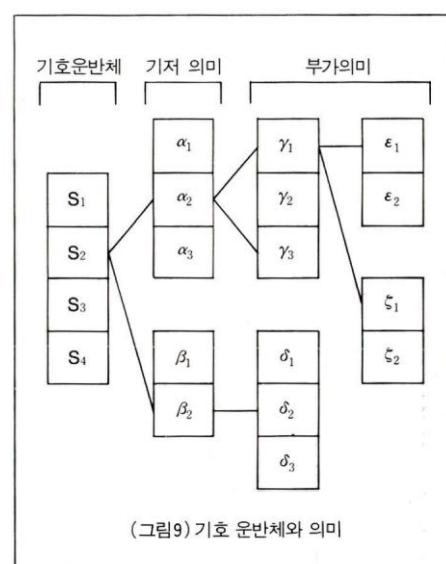
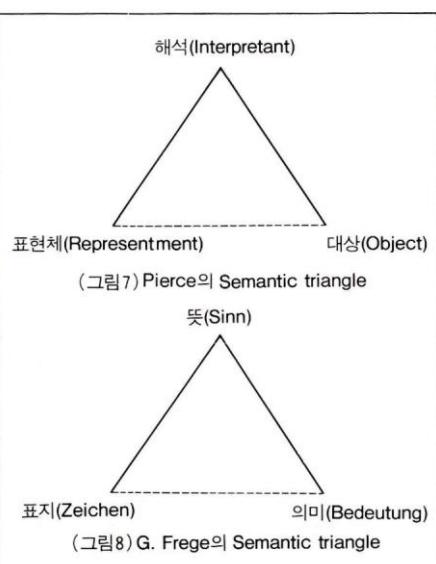
<그림9>에서와 같이 하나의 기호—운반체는 여러가지 문화적 단위들을 기저의미와 부가의미하고 이들 중 일부는 두 의미를 상호 배제 한다. 이것은 하나의 의미소를 양자택일적으로 꾸며주는 여러 기저의미와 부가의미들 중에서 상보적 이거나 상호 배제적인 읽음이 생길 수 있게 하여 의미적 상반성을 만들어 낸다. 예 세지의 송신자가 읽음을 선택하게 되는 결정이 기호생산(또는 해석)의 문제인 한편, 약호의 이론은 그러한 해석을 위한 구조적 조건을 전제해 주어야 하며, 그리하여 의미소들의 해석화와 모호화의 이론은 그것들의 합성적 성격의 이론에 달려 있는 것이다.

<그림9>에서 (i) 화자 A는 기호운반체 S_2 가 전달하는 의미소 S_2 의 약호 가능한 모든 기저의미와 부가의미를 안다. 그러므로 그것을 발신하거나 수신할 때에 그의 표현에서 어떠한 모호성도 조심스럽게 피할 수 있다. (ii) 화자 B는 약호에 대해, 약하고 불완전한 지식을 가지고 있어서 의미소 $\langle S_2 \rangle$ 는 $\langle \alpha_2, r_1, \epsilon_1 \rangle$ 만을 나타낸다고 믿는다. 그러므로 말 할 때나 읽을 때에 많은 오해를 드러내게 된다.

의미소의 의미론적 재현에 이 분명히 불만스러운 정의는 엄격히 형성화한 의미론 이론에 자주 조회함으로써 바르게 고쳐질수 있고 약호화된 상호관계에 대한 가능한 모든 지식의 광범위한 폭으로 사회 그룹의 일반적인 능력을 정의 함으로써 정확해 지며, 따라서 사전을 닦기보다는 백과사전을 닦는다고 U.Eco는 보고 있다. <계속>

주

- 과학적 체계의 Paradigm으로서는 미학, 인류학, 경제학, 사회학, 정보이론, 물리학, 화학, 생리학 등에서의 공유하는 이론, 법칙, 방법, 지식, 가치, 전통 등을 통털어 일컫는 말로서 T. S. Kuhn은 '범례(exemplar)'라는 용어로 설명하고 있다.
- Webster's Third New International Dictionary.
- Georg Klaus and Manfred Buhr, Philosophisches Wörterbuch (Leipzig) p. 1098에서 한 사회의 경제적 기반에서 생기며, 그에 상응하며 또한 적극적 작용이 반복되는 사회 특유의 이념과 사회제도의 총체로 설명하고 있다.
- Gui Bonsiepe, "Zur Abgrenzung eines Begriffs," "Form" No. 43(1968) p. 40
- Erich Geyer and Bernhard E. Bürder, "Design Management," "Form" No. 51(1970)
- John File, Design : Purpose, Form and Meaning
- Jeremy Rifkin, "Entropy : A New World View."
- Professor of Dept. of Sciene of Design, Musashino Art University.
- 민철홍은 81국제 산업디자인 대회에서 발표한 '한국의 산업디자인 발전과 전망'에서 우리나라 디자인 단계를 ① 태동기(1945~1959), ② 유년기 (1960~1969), ③ 성장기(1970~1979), ④ 정착기 (1980~)로 구분하고 있다.
- A. Rapoport, Human Aspects of Urban Form (London : Pergamon Press, 1977), p. 12
- Mathew P. Hurgo에 의하면 인간의 감각기관들이 정보를 받아 들이는 비중은 시각이 83%, 청각이 10%, 후각이 4%, 촉각이 2%, 미각이 1%라는 통계치가 있다.
- Umberto Eco, A Theory of Semiotics
- Semantics는 프랑스 언어학자 Michel Bréal (1832~1915)이 만든 용어이다.
- R. Barthes, Elements de Semiologie (Paris : du Seuil, 1964).
- Geoffrey Leech, Sémantics : The Study of Meaning (Penguinbooks, 1981)



디자인 교육에 있어 매킨토시 컴퓨터의 활용

이영희 이화여자대학교 미술대학 생활미술과 조교수

목차

- I. 컴퓨터와 시각적 사고자
- II. 매킨토시에의 이해
- III. MacPaint의 실제와 디자인 교과
- IV. 결언

※ 본 본문은 1987년도 이화여자대학교 교수연구기금 지급에 의한 것임.

I. 컴퓨터와 시각적 사고자

현대는 고도 정보화 시대의 발전과 반도체의 고집적화 기술로 마이크로 컴퓨터가 등장하게 되었고, 이를 통해 소극적인 산업 정보화 시대에서 사회 정보화, 나아가 생활 정보화 시대로 발전하게 되었다. 그 동안의 기술화가 인간의 사지 작용이나 감각 기능의 연장이었다면 컴퓨터에 의한 첨단 기술은 인간 두뇌 활동의 확장이나 능력의 연장이라 일컬어지고 있다.

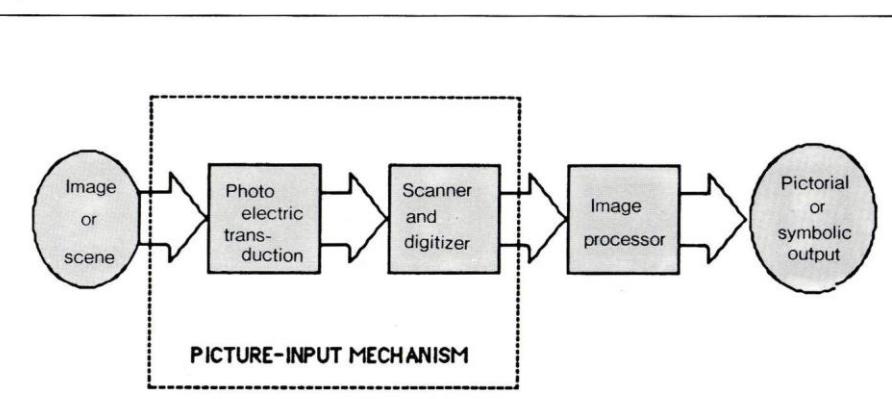
컴퓨터와 인간, 즉 기계와 인간에 관한 연구는 인공 지능이라는 언어와 함께 신경물리학적, 정신물리학적 시지각적 입장으로 이해되어 많은 탐색의 카테고리를 만들고 있으나 본 연구에서는 디자인과 기계라는 근본 문제에 접근하기 위하여 “컴퓨터는 랭귀지 바운드 (language bound)이다.”¹⁾라는 시지각적 견해를 인공 지능과 실제적 지능과의 관계에서 생각하고 인간, 즉 시각적 사고자 (visual thinker)가 어떻게 기계인 컴퓨터를 활용할 수 있는가 하는 문제를 다루어 보고자 한다. 새로운 컴퓨터의 장, 사회 커뮤니케이션의 중추, 컴퓨터의 꽃이라고 불리우는 컴퓨터 그래픽은 엔지니어들에게는 능력 확장을 위한 기술이 되고

예술가나 디자이너들에게는 도구로 쓰여진다. 기술이나 도구가 그 무엇을 스스로 창조할 수 없듯이 컴퓨터는 꿈을 꾸거나 아무것도 창조해 낼 수 없다. 컴퓨터란 기본적으로 많은 양의 계산을 자동적으로 처리한다거나 많은 양의 정보를 저장시켜 놓고 필요한 때에 신속하게 재생하는 기능 이외에 불투명하거나 애매하여 상상으로 밖에 표현할 수 없는 대상을 확실히

시각화해 준다거나 존재 할 수 없는 공간을 전개한다거나 하는 인간의 제한된 능력을 도와주고 있다. 인간은 자주 대상을 망막을 통해 받아들이고 최종적으로는 두뇌에서 처리한다. 컴퓨터는 인간의 손에 의해 랭귀지가 주어지면 그 주어진 랭귀지대로만 실행하는 랭귀지 바운드 (language bound)라 말하여진다. Anthur Köestler는 「The Act of Creation (창조행위)」에서 랭귀지는 “사고자와 실제 사이에 존재하는 막이 될 수 있다.”²⁾고 말한다. 아직까지 연구에서 컴퓨터는 막과 같은 중간 매체일 뿐이다. 구체적으로 창조적 사고자는 이원적 구조를 지닌다. 오른손과 함께 왼손을 쓸 수 있으며

왼쪽과 함께 오른쪽 두뇌를 사용할 수 있다. 언어를 사용하지 않고 곧바로 몸짓이라든가 하는 다른 표현 방식을 생각해 낼 수 있다. 그러나 컴퓨터는 「예, 아니오」「있다, 없다」와 같은 이원적 대답을 위한 처리 방식에는 능하나 오직 주어진 언어 방식에 의존할 뿐 다른 방식을 제공하면 기능을 수행하지 못한다. 인간의 두뇌가 하는 지적 활동을 모두 컴퓨터에게 시켜보자고 하는 인공 지능에 관한 연구는 계속되어 도형간의 유사를 찾아내는 유추 문제같은 것을 해결할 수 있기 때문에 감히 컴퓨터가 인공 지능을 가지고 있다고 생각하게 되었다. 그러나 컴퓨터는 범용기로서 그 추리 활동은 마치 인간 두뇌의 작용과 비슷하다고 말할 수 있으나 지적 활동을 하는 기계라기보다 하나의 시스템이라고도 말하여진다.

그러면 오늘날의 컴퓨터와 실제 지능적 존재 사이의 근본적인 차이는 무엇인가. 그 차이는 다름이 아니라 컴퓨터는 볼 수 있고 추리 능력도 있으나 사물을 지각할 수 있도록 되어 있는지에 있다. 여기서 중요한 문제는 지각심리학자들이 주장하는 바와 같이 컴퓨터가 의식이 없는



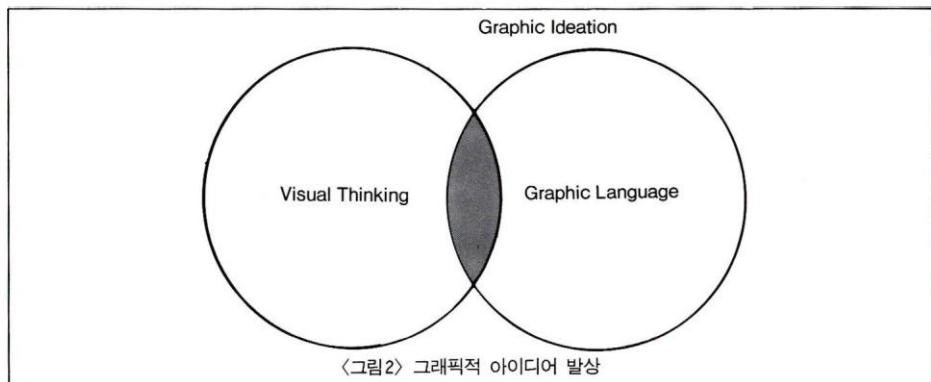
〈그림1〉 A block diagram of a computer vision system

것이 아니라 도형의 자연스러운 파악을 해낼 수 없을 뿐이라는 것이다. 이 때의 파악이란 지각과 지능의 근본 역량을 말한다. 어떤 형태를 인간과 컴퓨터에게 제시했다 하자. 인간은 도형의 크기나 모양, 바탕과의 상대적 특성, 배열 등을 인식하는 반면 컴퓨터는 형태의 판독을 위한 여러 측량적 특성들을 파악하지 못한다. 컴퓨터는 의식이 없다기보다 근본적으로 다른 방식으로 움직인다.

인간의 두뇌는 위상적 특성에 맞도록 되어 있어 수학적으로 정확한 측정보다는 물체가 가지고 있는 특징을 유기체에게 알려준다. 기계는 인간이 필요한 기준을 주면 어떤 위상 조건의 존재 유무에 관한 양적 자료를 내놓을 수 있다.

〈그림1〉은 컴퓨터 비전 시스템(Computer Vision System)에 관한 것으로 이미지나 어떤 장면은 광전 변화를 거쳐 스캐너나 디지타이저를 지나게 되고 이미지 프로세서를 통해 최종 그림이나 심볼 형태로 출력된다.³⁾ 이와 같은 방식으로 생각해 보아 인간의 비전 시스템은 역시 이미지나 어떤 대상은 망막을 자극하고 경험과 인식의 지식이 정신적이고도 신경물리적 과정과 함께 구체적으로 손에 의한 드로잉의 단계를 지나게 되고 이로써 사실적이거나 상징적 표현을 가능케 한다.

이 두 서로 다른 시스템 속에서 그들이 어떻게 이미지 프로세싱을 하느냐 하는 점선 부분의 영역은 기계와 인간의 근본적 차이를 보여준다. 반면 이것은 지각심리학자들이 컴퓨터의 인풋(input) 과정에서 어떤 형태를 제시하면 곧 처리하기에 적합하도록 분해하는데, 자극 재료를 눈의 망막이 처리하는 식과 매우 비슷하다는 생각을 갖도록 한다. 자극 재료는 그것이 적응할 수 있는 가장 단순한 전체 형태에 따라 자연스럽게 체제화되며 이러한 구조적 특징의 파악이 지각과 여러 지능적 행동의 근본적인 필수 조건이 되고 형태심리학에서는 이러한 절차를 “위로부터”, 즉 전체로부터 그 구성 요소로의 접근이라고 불렀다. 그러나 오늘날의 컴퓨터는 “아래로부터”, 진행한다고 생각한다.⁴⁾ 즉, 작은 요소들로 시작하여 전체로 이행한다. 비록 아래로부터 진행하는 열등적 처리 코드를 가지고 있다는 논리는 앞서 다룬 다른 유추 문제인 Marvin L. Minskey의, 컴퓨터가 “추리능력”에 의해 어떤 물체의 전체를 파악할 수 있다는 주장에 의해 혼돈되어



진다 하더라도 다시 반복하거나 어떠한 논리에도 불구하고 지능적 지각과 컴퓨터의 행동간의 근본적인 차이는 직선성과 폐쇄성 같은 형태 특징들의 파악도 할 수 없을 뿐더러 점 모양의 단위로 시작하여 선을 식별하고, 입체나 도형, 즉 전체를 식별하는 형태 인식(pattern recognition) 때문에 명백히 드러난다.⁵⁾

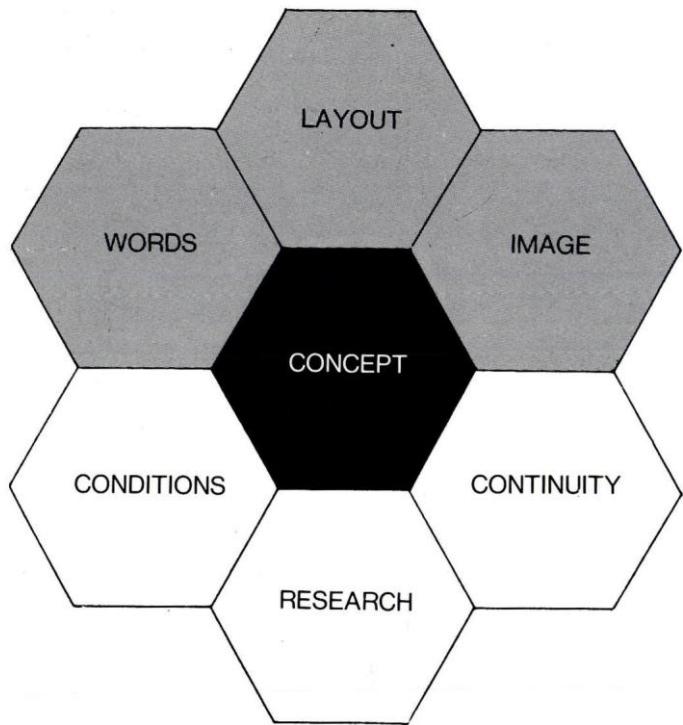
인간은 실제로 점으로 되어 있는 인식물을 볼 때 흑백점의 집합으로 인식하지 않는다. 우리는 여러 연속적 도형을 볼 때도 시지각의 원리(perceptual speed)에 의해 부분이나 하나하나의 도형을 지각하지 않고 집단을 볼 수 있다. 인간이 컴퓨터가 만든 화상을 볼 때도 하나하나의 점으로 형성되어 있음에도 불구하고 그것을 크게 간접 당함이 없이 전체 도형을 쉽게 인식한다. 컴퓨터를 새로운 언어로 인식한다는 시각은 그것이 지능적이건 아니건 크게 문제가 되지 않는다.

지능적 시각을 가진 사람, 즉 시각적 사고자(visual thinker)는 여러 가지 다양한 그래픽 언어를 이해할 수 있어야 한다. 랭귀지를 변화시키는 능력을 통해 시각적 사고자는 고정된 시점이나 사고나 제한된 정신 작용, 즉 랭귀지 룻(language rut)⁶⁾에서 벗어날 수 있다고 말하여진다. 모든 시각적 사고가 언어적 사고(language thinking)라고 말할 수는 없다. 시각적 사고는 통합 행위로서 기계를 조작할 수도 있고 어떤 정신적이고 지각적 이미지에 의해 대변될 수도 있다. 시각적 사고는 언어 사고 영역 이외에 꿈과 같은 무의식의 차원으로도 나타나기 때문이다. 미술이나 디자인에서 언어적 사고는 그들의 보다 확실한 표현 방법을 발견하게 해준다. 컴퓨터를 사용한다는 것은 새로운 랭귀지를 경험하는 것이며, 그 랭귀지에 의한 사고는 그들의 아직 확립되지 않은

추상적 언어(abstract language)를 실제적 언어(concrete language)로 전환시켜 주고 있으며 이것은 지금까지의 컴퓨터가 인간 능력의 한계를 극복시켜 주는 기기임에 틀림없음을 말해준다. 이제 그래픽적 아이디어 발상(graphic ideation)은 시각적 사고와 그래픽 언어⁷⁾라는 도식에서 시각적 사고와 컴퓨터라는 조합 공식으로도 해결할 수 있게 되었다.

그래픽 아이디에이션은 두 가지 기본적인 방향을 가진다. 하나는 실험적 방향(exploratory)인데 새로운 아이디어 개발에 종종 동반하는 애매한 이미지들을 탐색하고 조사해 보는 것이며 또 다른 하나는 발전적 방향(development mode)으로 성숙된 결과를 위하여 미성숙의 컨셉트를 구체화하는 것이다. 디자인 기재는 실험적 방향과 발전적 방향에 모두 응용될 수 있으나 특히 컴퓨터에 의한 작업은 발전적 방향에 있어서의 응용, 변형(variation), 전개라는 면제 해결에 도움이 된다.

또한 다른 각도의 견해로서 창의적 결과, 즉 아이디어는 A자료와 B자료의 합성이라면⁹⁾ 일반 자료 B는 기계적 과정에 의한 방법, 즉 자료원이 될 수 있다. 오랜 동안 그 기계적 과정은 프로세스, 카메라, 사진 등의 옵티컬 장비가 담당했으며, 이제 전자적 이미지도 등장하여 문제 해결을 도와주고 있다. 성공적인 디자인의 언어(verbal)와 비주얼(nonverbal)이 잘 조화되었을 때라 말할 수 있다. 이것은 언어(words)와 이미지(images)가 잘 짜여(layout)겼을 때라¹⁰⁾ 주장하는 견해가 있는데, 주목할 만하다. <그림3>에서 컨셉트(idea)는 디자인 통합의 중심부에 있으며 그 하부 구조는 공급되어지는 조사에 의한 정보, 그 그 정보가 수용될 수 있는가에 영향을 끼치는 환경 조건, 또한 많은 영향력 있는 인접 요소들을 말해주고 있다. 상위



〈그림3〉 컨셉트의 구조

개념으로 언어와 이미지는 레이아웃에 의해 영향을 받고 이 상부와 하부의 원활한 유대에 의해 다이나믹한 컨셉트가 창조된다 하였다. 컴퓨터 그래픽은 구체적으로 문자와 이미지와 레이아웃에 관계되어 진다. III장에서 기초 과정, 문자, 이미지, 레이아웃별로 컴퓨터라는 매개체에 의해 문제 해결을 하는 발전적 디자인 방향의 예들을 보기로 한다.

II. 매킨토시의 이해

1970년대 초반에 컴퓨터 시장에 등장한 마이크로 프로세서가 반도체 집적 기술의 발전으로 응용 범위를 넓혀감에 따라 탄생하게 된 퍼스널 컴퓨터는 그 중요성이 새롭게 인식되어 매년 폭발적인 수요 증가를 가져왔으며 가격이 현실적이면서도 기능의 다양성을 지니고 있어 그 응용의 범주가 광범위하게 확장되어 가고 있다. 초정밀 과학 기재로 연구소에서나 쓰여질

것같은 컴퓨터가 사무실에, 가정에, 그리고 국민학교로부터 대학 캠퍼스에 놓여지게 되었다.

1982년은 퍼스널 컴퓨터의 해로 세계적으로 약 144만대의 퍼스널 컴퓨터가 판매되었으며 이것은 전년 대비 70%의 증가를 나타낸 것이다. 90년대는 한 해에 최소한 1천만 대의 수요가 예상되고 있다.¹¹⁾

1975년에서 1982년까지 일반 사업체에서는 Apple II, TRS-80, 가정에서는 Tinex/sinclair 1000, Atari 400과 같은 8비트 컴퓨터들이었다가 반도체 기술이 급진보함에 따라 가격이 절감되면서 16비트, 32비트 마이크로 프로세서가 퍼스널 컴퓨터에 사용되기에 이르렀다.¹²⁾ 미국 애플사에서 84년초 생산한 매킨토시(Macintosh)는 IBM PC, Apple II에 이어 3위 브랜드가 되었고 또한 출력 기재인 레이저 프린터(Laser Writer)로 애플사는 개발 일 년도 못되어

북미 시장에서 휴렛 팩커드의 레이저젯(Laser Jet) 다음으로 2위가 되어 매킨토시와 레이저 라이터의 판매가 1985년 3분기 동안 1억불의 실적을 기록했다. 매킨토시는 1988년 현재까지 512K 매킨토시, 16비트 800K 매킨토시프러스, 32비트 20MB 매킨토시 SE, 32비트 매킨토시 II 모델이 개발되어 있다.

컴퓨터의 중요성이나 필요성을 인식하여 가까이 해야겠다는 의지는 있으면서도 첨단 기술의 초정밀 기기라는 선입관과 실제 접근해 보면 복잡한 언어 해독이나 훈련에 당면하게 되어 흥미를 잃거나 심지어는 컴퓨터 공포증(computerphobia)에 이르기도 한다. 대부분 컴퓨터 제조업체들은 기존 제품과의 호환성을 위하여 혁신적인 제품 개발을 꺼리고 있는 형편인데 이와 반대로 매킨토시는 타 제품과의 호환성을 전혀 무시하면서 자유분방하게 강력하고 편리한 소프트웨어를 개발하였다. 매킨토시의 가장 큰 장점은 누구나 쉽게 접할 수 있는 친근성이라 할 수 있다. 그러면 디자인 기재로서 본 매킨토시의 사용상 특징을 살펴보기로 한다.

첫째, 하고 싶은 것을 마음대로 선택하는 Pull Down 메뉴 방식으로 사용이 용이하다.

실행 명령을 내리는 방법이 종래의 컴퓨터는 키보드 조작에 의해 Basic, Cobol, Pascal과 같은 실행문을 제시하여 명령을 내렸던 것에서 글보다 쉽게 인식될 수 있는 그림 아이콘으로 되어 있어 사용자의 접근이 쉽다. 유선 리모콘 기능의 마우스를 움직이면 윈도우에 화살표도 따라 움직이고 이때 화살표를 필요한 메뉴에 맞추어 실행 버튼만 눌러 주면 원하는 명령이 자동 전달되어 키보드로 복잡한 명령어를 직접 내릴 필요가 없다. 아이콘은 각종 메뉴를 간단한 그림으로 표시하여 키보드 입력보다 빠르고 쉽게 메뉴를 선택할 수 있어 보통 컴퓨터의 훈련 시간을 40시간에서 80시간으로 볼 때 매킨토시는 2시간에서 4시간 가량으로 기본적인 훈련이 가능하다고 보고 있다.

둘째, 문자와 도형을 동시에 사용할 수 있다.

디자인에 있어 필요불가결한 요소가 문자와 도형이라면 이들이 한 화면상에서 사용자가 의도한 바대로 움직이게 할 수 있다는 것은 종이와 연필을 대하는 것처럼 자유로움을 준다. 하나의 프로그램에서

작성한 문자나 그래픽 등을 동일의 소프트웨어에서는 물론, 다른 소프트웨어에서 작업한 내용 등에서 일정 부분의 선택이 가능하여 자료를 한번 작성하면 여러 부분에서 이용이 가능하다. 세째, 작고 가벼워 장소에 관계없이 작업이 수월하다.

가볍고 얇고 작은 상품은 3차 기술 혁신시대, 즉 첨단 기술시대의 두드러진 현상으로, 이는 대형 상품에서 소형 상품으로의 시대를 의미한다. 특히 전자산업은 해를 거듭할수록 그 전해의 반 가격 반 크기, 그 대신 성능은 2배로 돼가고 있다고 말하여진다. 애플이라는 이미지가 그려하듯이 작고 아름다움은 매킨토시의 장점이 아닐 수 없다. 컬러 화상인 Mac II를 제외하고는 모두 흑백 화상으로, Mac Plus경우 9인치 화면에 무게가 8kg정도로 작고 가벼워 손쉽게 가방에 넣어가지고 다닐 수 있다. 이것은 판매 요원들의 휴대용 컴퓨터라는 개념과는 다르며 가정에서나 직장 혹은 학교에의 운반이 용이하여 작업장의 제한이 없다는 의미이다.

32비트 매킨토시 SE를 예로 그 하드웨어 사양을 살펴보면 메모리는 1MB RAM, 256K ROM, 800K 양면 디스크 사용에 20MB 인터널 디스크를 장착시킬 수 있다.

모니터는 9인치 Mono(흑백)이며 521×342픽셀, 총 175,000개의 픽셀로 고해상도의 출력을 한다. 키보드는 85개의 애플스탠다드이나 총 217개의 캐릭터가 소화 가능하다. 여기에 KS5602한글 표준자판이 추가될 수 있다. 인터페이스에 애플 토크(Apple Talk Connector Kit)로 별도의 비용 없이 LAN이나 멀티 유저 시스템(Multi User System)을 구성할 수 있다.

출력 기재로 이미지라이터(Image Writer)를 사용할 수 있으나 고품위 디자인 기재로는 레이저 프린터가 적합하며 그것은 모토로라(Motorola 68000 Micro Processor)와 같은 출력을 가진다. 제1브랜드인 휴렛팩커드의 레이저 젯이 타이포그래피 기능을 지닌 사무용이라면 레이저 프린트는 출판용 언어인 포스트 스크립트(Post Script)에 의해 타이포그래피와 그래픽 기능을 동시에 갖는다. 매킨토시와 레이저 라이터는 실제로 편집기재(desk top publishing) 시장 제품이다. 따라서 신문, 브로슈어, 보고서,

프로포절 제작에 주로 쓰인다. 「유 에스 에이 터데이(U.S.A Today)」가 시작, 「가네트(Ganett)」「나이트리더(Knight Ridder)」와 같은 큰 신문사에서는 레이저 라이터로 원고를 만들며 작은 신문사들은 매킨토시와 레이저 라이터를 동시에 사용하고 있다. 컴퓨터 그래픽스의 본산지인 메사츄세스의 신문인 「윌밍턴(Wilmington)」과 「타운크赖어(Towncrier)」도 타일 세팅 기재를 이들로 바꿨다. 일반 기업에서는 사보 등 책자 발간에 이용하고 있다. 1987년 7월 우리나라에 퍼스널 컴퓨터 수입 규제가 완화되어 국내 몇몇 컴퓨터 회사에서 매킨토시를 수입하고 그에 따른 한글화 작업을 시작하여 1988년 7월 현재 명조체가 완성되었고 이어 고딕, 디나루, 그레이체 등 기본 타입을 개발, 한글의 기능도 갖게 되었다. 따라서 3,000여 종의 영문 소프트웨어를 추가 비용 없이 한글 데이터 처리할 수 있어 이제 매킨토시는 한글, 영문 혼용으로 그래픽, 사진과 함께 그 활용폭이 넓어지게 되었다.

매킨토시에는 개발되어 있는 소프트웨어 중 Mac Paint, Mac Draw, Mac Write, Page Maker, GRAY Paint, EASY 3D, Super Paint 등이 보편적으로 사용되고 있다. Mac Write와 Page Maker는 편집 디자인 기능, GRAY Paint, Super Paint, Mac Paint 등은 일러스트레이션 기능, EASY 3D는 3차원 디자인 기능이 강조되고 있다. 본 연구에서는 매킨토시 사용자들의 사용도가 가장 높으며 활용 아이콘이 많고 문자나 일러스트레이션의 자유로운 묘사에 적합하여 디자인 교과 활용도가 높은 Mac Paint와 Mac Write, Mac Draw들이 주로 등장하게 될 것이다.

미국내 PC 시장에서 매킨토시의 보급은 특히 대학 캠퍼스를 중심으로 확산되어 전 미국 250개 대학의 30%가 대학 실습용으로 대량 보유하고 있다. 드렉실(Drexel)대학의 마이크로 컴퓨팅 프로그램에는 3학년 말이 되면 학생의 60%가 자기의 매킨토시를 소유한다. 프로그램이 개시된 이래 컴퓨팅 서비스 연구소는 수업에서나 도서관, 워크샵, 대학신문 제작 등을 지원해 준다. 그 프로그램에는 60여 명의 연구원들이 있고 Mac Paint를 사용하는 학생들의 컨설팅 그룹인 "Mac Paint Gallery"에는 항상 작품들로 가득 차 있다. 드렉실은 대략 전교에 100대의 매킨토시와 50대의

프린터가 공공으로 사용되도록 설치되어 있다. 30대의 매킨토시와 16대의 프린터가 설치되어 있는 가장 큰 장소에서 한 주에 약 1,000여 명이 이용한다. 각과에 2개의 매킨토시 교실이 마련돼 있고 한 시간씩 10번의 워크샵을 통해 사용 방법을 익힌다. 또한 「업데이트(Update)」라는 월간 컴퓨팅 서비스 뉴스레터나 주간지 「붓(Boot)」에 계속적으로 매킨토시에 관한 상식이나 정보를 게재하고 있다.¹³⁾ 캘리포니아의 산호세(San Jose) 주립대학도 실리콘밸리가 인접하여 컴퓨터 관련 프로그램이 활발하다. 도서관 2층에 자리한 미디어실에는 30대의 매킨토시와 7개의 레이저 프린터가 설치되어 있고 학생들은 자유로이 한 시간 단위로 사용하고 있다. 기본적으로 Mac Paint, Mac Write와 같은 소프트웨어가 제공되며 학생들은 레포트 작성에 이용하곤 하는데, 특히 디자인 계열 학생들에 애용되고 있다. 미술대학의 그래픽 디자인과에는 선택 과목으로 타이포그래피가 6강좌가 개설되어 있는데, 그 중 2강좌가 매킨토시를 이용하는 시간이라고 명시되어 있다. 일 주일에 3시간으로 교수는 매킨토시를 교실에서 실제로 데몬스트레이션해 보이며 강의를 하고 수업 후 학생들은 아트빌딩 안에 설치되어 있는 10대의 기재와 도서관의 기재를 사용하여 작업을 한다. 지난 87년 가을 학기 타이포그래피 강좌에 학생들은 총 25점의 작품을 했는데 그 내용은 다음과 같다.

●화살표 도형에 의한 평면 구성

기본적인 삼각형, 사각형의 도형을 만들어 봄으로써 선과 박스(Box) 아이콘의 자유로운 사용을 꾀하며, 바탕 처리 훈련을 해보는 내용이다(Mac Paint 사용).

●학생 자신의 이름을 이용한 문자 디자인 특별히 지정한 테크닉으로 여러 가지 이미지의 문자 제작을 한다. 이때 메뉴의 다양한 활용, 마우스의 컨트롤 기교 등을 훈련한다(Mac Paint 사용).

●편집자디자인

명함, 봉투, 편지지, 이력서를 통일된 아이디어로 제작을 하며 자기의 상징(Character)을 제작하기도 한다(Mac Paint 사용).

●전화번호부의 포맷(format) 제작 레이아웃 개념이 강조된 페이지 디자인이다(Mac Write 사용).

●워크북제작

제작한 모든 과제를 한 권의 책으로 편집하여 제목, 목차, 페이지 등을 갖춘 에디토리얼 디자인으로서 책자를 최종 제작, 제출한다.

III. Mac Paint의 실제와 디자인 교과

2차원 작업을 위한 소프트웨어 중에서 빌 애트킨슨(Bill Atkinson)에 의해 개발된 Mac Paint를 중심으로 그 실행 방법과 기능, 그리고 작업 예시를 들어 디자인 교과에의 활용 가능성을 살펴보자 한다. Mac Paint에는 다양한 아이콘과 메뉴들이 있는데, 그 내용은 다음과 같다.

- 아이콘은 디스플레이의 원도우가 열리면 왼쪽에 나타나며 25개로 되어 있다.
- lasso : 뱃줄 모양으로 되어 있으며 화상을 변화시키거나 이동할 때 묶는 역할을 한다.
- scrool : 펼친 손 모양이며 묶음이 없이 전체 화상의 이동시 쓰인다.
- area fill : 양동이 형태로 면을 메꿔주는 일을 한다.
- brush : 붓과 같은 기능을 하며 Goodies 메뉴의 brush shape로 그 굵기를 선택할 수 있다.
- line : 직선이 그려지며 5개의 line 및 border 아이콘으로 그 굵기를 선택한다.
- selection : 점선의 직사각형 모양으로 lasso와 유사한 일을 하나 lasso는 자유롭게 형태를 묶는 반면 selection은 사각형으로 묶는다.
- text-A : 글자가 표시되어 있으며 문자 선택시 사용되고 메뉴의 Font, Fontsize, Style과 함께 작용한다.
- spray paint : 에어졸캔 그림이 그려져 있으며 스프레이 기법일 때 쓰인다.
- pencil : 연필 그림으로 연필처럼 자유로운 가는 선 묘사에 사용된다.
- eraser : 지우개 그림으로 필요없는 부분을 지울 때 쓰인다.

• hollow shapes : 5개로 되어 있으며 각기 그림과 같은 선으로 된 도형을 그릴 때 쓰인다.

• billed shapes : 역시 5개이며 칠해진 도형을 그릴 때 각기 쓰이는데, 원도우 아래 부분에 나타나는 38개의 shading pattern과 함께 쓰인다. <그림4>의 메뉴는 원도우의 윗부분에 있으며 7개로 되어 있다.

• 사과 그림 : Apple사의 심볼인 사과 그림에는 Mac Paint에 대한 기본상식과 넣어 놓은 document를 잊었을 때 찾아보는 Find File, Printer의 종류를 선택하는 Chooser 등의 기능이 있다.

• file-New, open, close, save, print final, quit 등 : 원도우를 열고 닫거나 document를 저장하는 등의 기능을 한다.

• edit-undo : 바로 전 화상을 되찾을 수 있어 실수를 막을 수 있다.

• invert, fill, trace edges, fill, rotate : 화상의 변화를 위해 쓰인다.

• goodies : Grid, Fatbits, Show page, 32개의 Brush shape, Brush Mirror 등이 있어 표현의 다양함을 도와준다.

• Font : 10여 종류의 문자 타입이 사용되나 입력 여하에 따라 그 이상도 사용할 수 있다.

• font Size : 9개의 문자 크기로 9, 10, 12, 14, 18, 24, 36, 48, 72 point로 되어 있다.

• style : plain bold, italic, outline, underline, Shadow 등 6개의 문자 변형이 가능하며 3가지의 줄 맞추기 기능도 있다. 또한 option key로서 더욱 많은 효과를 볼 수 있다.

이상으로 아이콘과 메뉴의 내용들을 알아보았는데 그 활용과 효과에 관하여 살펴보자 한다.

• 반복 기능 : 똑같은 일을 계속할 수 있는 것이 기계의 특성이라 할 수 있는 바, 이 기능은 가장 기본적이라 하겠다.

• 다중 복사 기능 : 같은 화상을 수없이 겹쳐 반복과 중첩이 가능한데, 이 표현은 엘렉트로닉 테크닉의 대표격이라 할 수

있다.

• 축소 확대 기능 : 약 1000배의 축소나 확대가 가능하며, 수평·수직 비례가 다르도록 작업도 할 수 있다.

• 반전 (Invert) 기능 : Negative와 Positive를 자유로이 구사할 수 있다.

• 방향 전환 기능 : 좌우나 상하로 뒤집는 기능이다.

• 왜곡 (Distortion) 기능 : 디자이너가 원하는 바대로 방향이나 형태에 관계없이 늘리거나 찌그러트리거나 하는 형태 변형이 가능하다.

• 심메트리 (Symmetry) 기능 : Brush Mirror 사용으로 상하, 좌우 대각선으로 마주보는 화상을 그릴 수 있다.

• 수정 기능 : Goodies 메뉴의 Fat Bits 사용으로 수정할 부분을 크게 확대하여 점을 추가하거나 삭제함으로써 세부적인 수정을 할 수 있다. 도형의 샤프니스 연출에 도움이 된다.

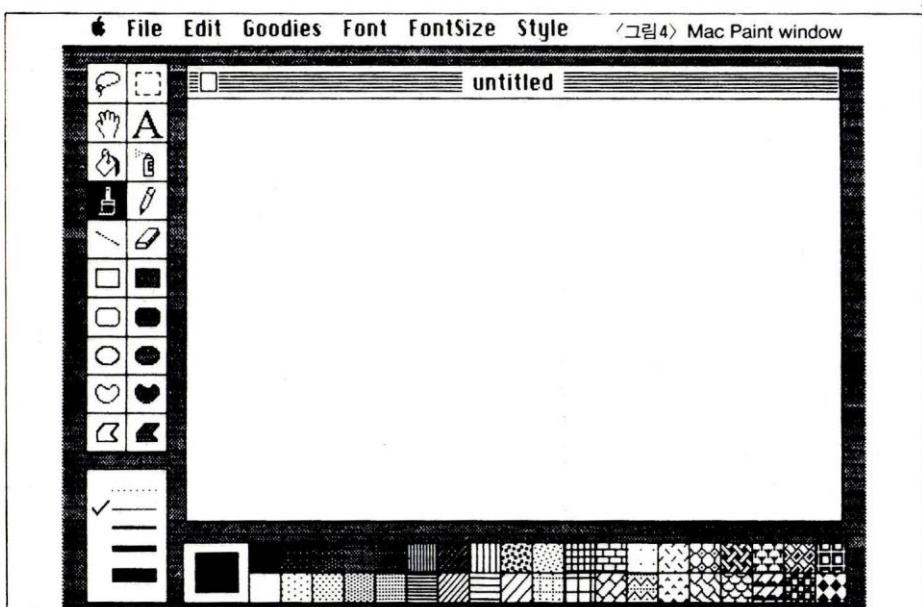
• 저장과 소각 기능 : 작업중이거나 끝났을 때 후일 다시 꺼내 수정하거나 계속하기 위하여 상을 보존해 둘 수 있다. 모든 컴퓨터의 기능 중에 저장의 기능은 가히 매력적인 것이다.

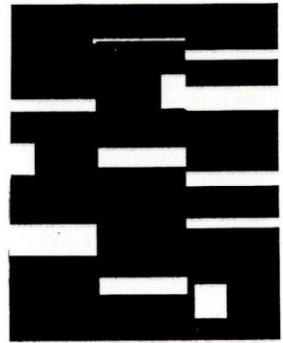
이외에도 더블톤 효과, 그림자 효과, 입체 효과, 번짐 효과, 파장 효과 등 여러 가지 다양한 표현 기능이 있는 바, 디자이너의 개발에 따라 그 표현 가능성은 더욱 확대되겠으며 본 연구자의 실험 결과 이외에도 20여 개의 특수 효과를 얻을 수 있었다. 다음에서 실례와 함께 자세히 보기로 한다.

II 장에서의 컴퓨터 그래픽은 문자, 이미지, 레이아웃과 관계되어진다는 설정을 취하여 가장 기본적 디자인 교과인 기초 디자인 외에 문자로서 한글, 영문 디자인, 이미지로서 문자의 이미지 변형과 일러스트레이션, 레이아웃으로는 표지 디자인을 그 내용으로 삼고자 한다.

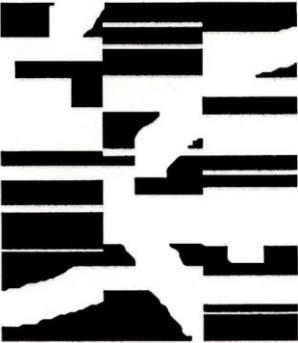
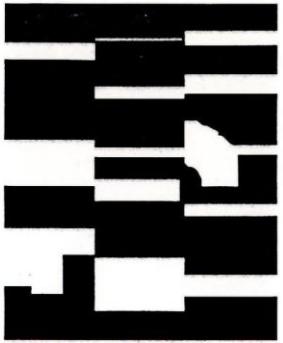
1. 기초 디자인

기초 디자인 과정은 사물에 대한 이해, 색채 연구, 입체 경험, 재료와 도구, 형식과 미학, 그리고 컨셉트 등을 다루는 서로 연관성 있는 여러 코스들로 짜여져 있다. 또한 시각적 조형적 감각 형식에 대한 지각력, 표현을 자유롭게 하기 위한 실기 능력과 그 과정의 명확한 이해를 높이도록 고려되어 있다. 스스로 문제 해결 능력이 부족한 기초 과정 학생들의 학습장에서는 실제로 직접 개별적인 교수와의 스터디를



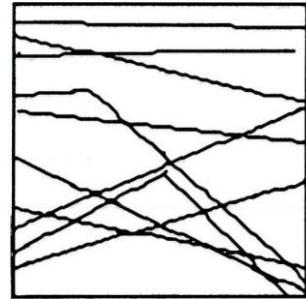


〈작품1〉 기초디자인

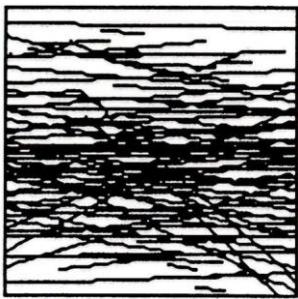
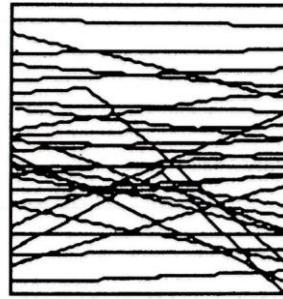


것이다. 놓여진 정방형이 마음에 들지 않으면 곧 간단히 수정하거나 재작업을 한다. 작업이라기 보다 오히려 유희적이라는 표현이 어울릴 정도로 흥미를 갖게 한다.

앞서의 예로서 그들의 그리고 지우고 복합시키고 하는 모든 작업 과정이 기초 디자인의 교과 목표이며, 그것은 하나의 결과라기 보다 여러 단계단계나 과정들의 합이라 말할 수 있다. 다시 말하면 어떠한 완성이나 결과도 여러 디자인 과정의 일부로서 디스플레이상에 나타났다가 다시 지워버릴 수 있는 디자인의 한 조각이며 연속적 작업의 한 부분이다. 컴퓨터의 저장 기능은 오늘 한 작업을 내일 다시 꺼내 주어진 조건을 변형시켜 보고 이것과 저것을 조합하며 때로는 삭제하고 뒤집어 결과적으로 질서를 찾으려 하는 기초 과정을 도울 수 있을 것이다.



〈작품2〉 기초디자인

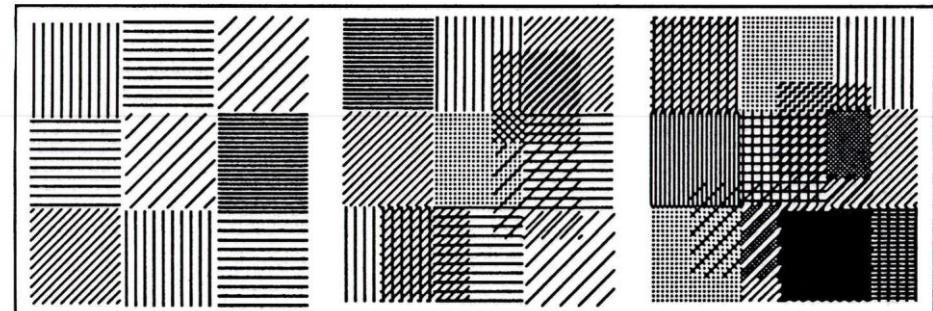


2. 문자 디자인

우리는 이미 입력된 소프트웨어에 의해 영문이나 한글 타입을 자유로이 선택해 사용할 수 있다. 본문용으로 그것들의 이용은 충분하다고 할 수 있으나 흔히 디자인에서 일컫는 헤드라인용으로 독특한 문자를 원할 때 디스플레이상의 점(dot)을 알맞게 조합시켜 문자 디자인을 해 볼 수 있다. Mac Paint로는 문자를 쓴다기보다 그런다는 개념으로, 어떠한 형태도 그릴 수 있다는 효율성으로 설명할 수 있다.

그러나 디스플레이상에 점으로 글씨를 쓴다는 것은 마치 바둑알로 바둑판에 글씨를 만드는 것과 흡사하여 유연한 사선 등은 자유롭지가 않은 표현상의 제한이 있다. 〈작품4〉에서 글씨 「반발」의 수직 수평 구조들은 무리 없는 형태로 만들 수 있으나 글씨 「기」, 「이화」에서는 수직 수평 구조를 벗어났을 때 이질적 선이 나온다. 이러한 이질감은 전자적 표현의 특성이기도 하나 수직 수평의 극히 정확한 각도, 모서리의 예리함 등에 의한 세련도에 접했을 때는 더욱 두드러져 보인다. 「반발」에서는 기계적 세련미가 미숙한 디자이너의 결점을 크게 보완해 주는 역할을 한다. 수직 수평선과 또한 45도 각도의 사선은 지그재그 현상을 일으키지 않아 「화, 기」에서의 사선은 명쾌하게 나타나 있다. 〈그림5〉는 각 선이 각도를 달리함에 따라 나타나는 지그재그의 현상을 보여주고 있다.

선a, 선h는 정사각형 점이 수평이나



〈작품3〉 기초디자인

통해 진행시켜 나가는 경우가 많은 부분을 차지한다. 쉬운 원리에서 어려운 원리쪽으로, 스스로 연구한 경험을 모아가거나 변형시키는 방법, 그 여러 작업 과정을 분석해 가는 방법 등이 쓰여진다. 이렇게 되면 학생의 개인적인 자질은 보다 부수적일 수 있다.

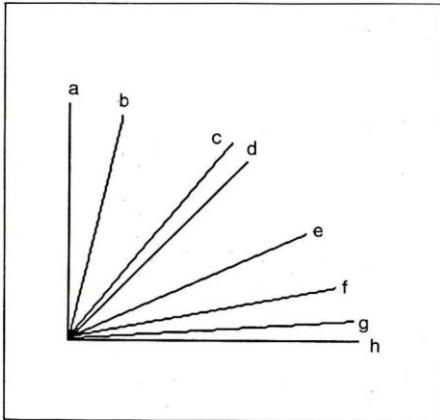
학생의 부족한 면을 기계적인 수단으로 보충해 보는 것은 좋은 발상이다. 실제로 선이나 면을 그리는 가장 기초적 작업조차 미숙한 그들은 곧잘 검은 종이를 칠이나 가위로 잘라가며 평면 디자인으로 시간을 보낸다. 〈작품1〉은 세개의 긴 직사각형을 가지고 그 주어진 조건을 변형시키고 분리하면서 전개해 보는 과정으로 결과적으로 전체의 작업 과정을 이해하도록 되어 있다. 실제 작업 과정에서 때로는 예기치 않던 즉시적인 판단을 하기도 하며 생생한 진행 과정을 즐길 수 있다. 긴 직사각형은 다양하게 잘라낸

세 개의 덩어리가 되며 이것이 종합되어 커다란 직사각형이 되고 이것은 다시 점점 파괴되거나 변모해 가면서 새로운 이미지로 분해되는 연속을 나타낸다.

기초 디자인으로 직사각형이나 정사각형으로 뚫어낸 것처럼 보이는 형태들은 Selection 아이콘에 의한 작업이며, 자유로운 선은 지우개 아이콘을 사용한 것이다. 〈작품2〉는 선 디자인의 예이다. 공간은 직선 아이콘으로 여러 방향의 선으로 채워지고 마지막에는 지그재그선이 복합되어 거칠은 면을 형성해 독특한 효과를 내고 있다. 문자 디자인 부분에서 다루어지겠으나 선의 각도에 따라 지그재그의 강도가 달라 선의 변화가 생긴다. 〈작품3〉은 서로 다른 단위들이 모이고 중첩되면서 변화해 가는 이미지를 보여주고 있다. 최적의 장소에 작은 선으로 된 정방형을 놓기 위해 작업자는 이리저리 옮겨가며 연구할

기반발이화

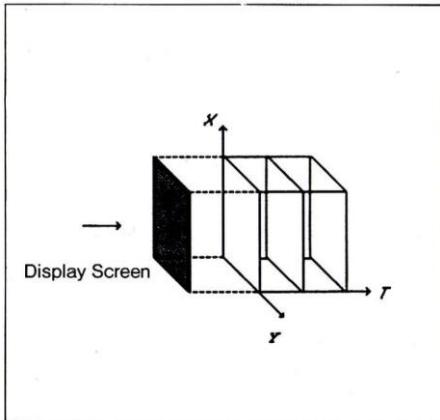
〈작품4〉



〈그림5〉 선의 지그재그 현상

수직으로 조합되어 곧은 수평 수직선을 이루고 45도 각도의 선d도 사선 모양으로 조합되어 곧은 선으로 지각된다. 선e와 같이 45도선 d와 h사이에서 d에 가까울수록 지그재그가 완만하며 h에 가까울수록 지그재그가 강하게 느껴진다. 반대로 선a와 선d 사이에서는 a에 가까울수록 잔잔하게 느껴진다. 이같이 선의 각도가 달라짐에 따라 점의 조합이 다른 방식으로 되어 명쾌한 선표현이 자유롭지 않다는 것은 전자적 이미지의 특징이면서 문자 디자인에 제한된 요소가 아닐 수 없다. 개발되어 있는 영문 자체의 구조를 Font 메뉴에서 찾아보면 모두 이와 같은 전자적 이미지로서의 특징이자 제한점을 고려했음을 알 수 있다.

일단 디자인된 문자를 다각도로 변형해



〈그림6〉 XYT차원

볼 수 있다는 것은 역시 컴퓨터가 가진 최대의 장점인데, 얼마나 다양하게 변형시킬 수 있고 깨끗하게 처리하느냐에 따라 기종의 가치가 좌우된다. 문자가 제작되면 가장 기본적으로 크기 조절이 필요하다. 급수 지정에 의한 사진식자나 프로세스 카메라를 통한 크기 변화는 실상 간단한 작업이면서 상당히 번거롭다. 디자인 스크립트나 스탯(Stat) 머신 등 디자인 기재가 갖추어 있는 경우도 약물에 의한 현상 작업을 거쳐야 한다. 전자적 처리는 순간적이라는 데에 큰 묘미가 있다. 크기를 단순히 크거나 작게 변화시키는 작업과 길거나(장체) 납작한 체(평체)로 변형시키는 것은 Selection 아이콘과 ②키보드 작동, 그리고 마우스의 조작(drag)으로 간단히 해결할 수 있다. 어떤

형태를 Point로 Fatbit에 지시했을 때 컴퓨터의 상은 작은 점들의 조합이라는 것을 확실히 알게 해준다.

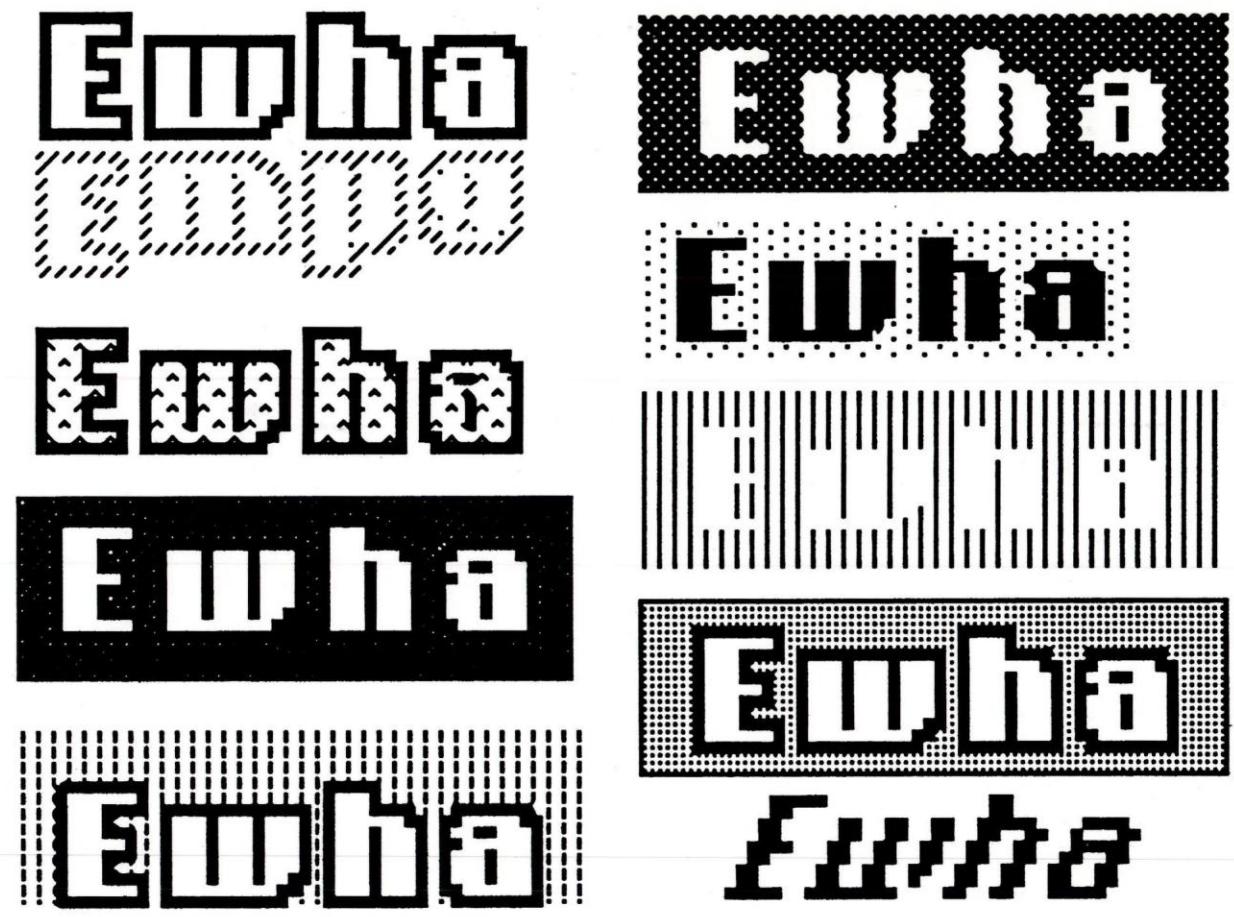
3. 이미지

컴퓨터 그래픽의 등장으로 종래의 XY 평면인 2차원적 스타일에서 XYT 3차원적 스타일로 그 디자인 방법은 크게 변모하였다. XY 2차원이란 “종이에 그려진 그림”이며 XYT란 디스플레이 스크린상에 표시되어 나오는 시각 정보를 일컫는다. 〈그림6〉에서 보는 바와 같이 XY는 시각 정보가 비쳐지는 스크린을 의미하며 T는 그 정보가 동적으로 변하며 이동하는 시간축을 나타낸다. 이와 같은 다이나믹한 XYT 3차원상은 종래의 XY 평면에 그려진 감각이나 이미지를 그대로 XYT 차원에 옮겨 놓은 것만으로 만족할 수는 없다. 앞에서의 문자 디자인의 경우 디스플레이상에 표현되었으나 정적이어서 XYT 차원의 작업이라 보기기에 부족하며 그러한 정적(Static) 정보를 동적(Dynamic)이거나 연속적(Sequential) 표현으로 변화시켰을 때 비로소 컴퓨터 그래픽의 창의성이 발휘된다고 말할 수 있다.

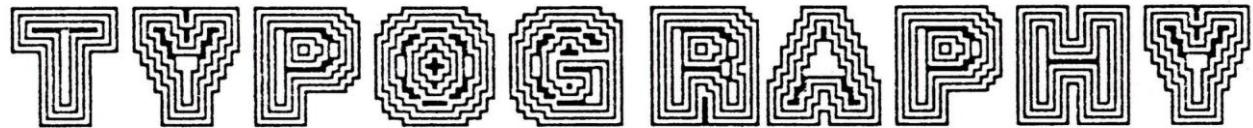
컴퓨터는 어떤 디스플레이상의 형태를 열변이고 스무번이고 반복하라 지시하면 현상시의 노출 부족이나 과다에서 오는 어떠한 필름상의 실수도 없이 정확히 재현해 낸다. 〈작품6〉의 왼쪽 상단 글씨 「Ewha」는 Font의 Bookman 타입의 사이즈 36스타일 아웃트赖인으로 반복하도록 지시한 것이다. 뒤집힌 상은 패턴메뉴 중에서 하나를 택해 비치는 그림자의 이미지로 연출해 본 것이다. 〈작품5〉의 글씨 「LET'S GO BEACH」는 글씨 중간을 Selection 아이콘과 Option, ②키를 사용해 마우스 조작으로 역시 해변의 이미지를

〈작품5〉





〈작품6〉



〈작품7〉

나타내고 있는데, 이런 표현이야말로 기계에 의존해야 할 예이다. 약간의 마우스 조작을 달리하고 Shape 패턴을 바꾼 것으로 실제로 망점을 확대하거나 선 망점 처리를 하는 제판 과정과 비교해 볼 때 이같은 신속성, 편이성, 정확성은 XYT표현의 가장 적합한 예라 하겠다. 정적인 문자에 어떤 모양이나 기하학적 도형을 조화시킴으로써 장식적, 현대적, 서정적인 여러 이미지를 꾀할 수 있다. 문자 내부나 또는 바탕에 Shading Pattern을 넣어 그 패턴들이 문자와 어울리면서 컨트라스트가 강하게 또는 은은하게, 어떤 것은 착시를 일으키는 등 다양한 이미지를 나타내고 있다(작품6). 최상의 제작물을 만들기 위해 수많은

시안을 제작하는 일은 학생은 물론 전문 디자이너들이 통상 거쳐야 하는 과정인데 시안이 충분한가 아닌가는 결과의 질에 영향을 미치기도 한다. 로고타입이나 심볼 제작시에 학생들은 시도해 보고 싶은 의지는 있으면서도 표현이 자유롭지 못한 작업은 기피하는 경향이 있고 실상 상당히 번거로운 일이기도 하다. 간단한 조작으로 1분, 2분만에 새로운 도형, 새로운 이미지가 창출된다면 신기한 일이 아닐 수 없어 창작 의욕은 계속될 것이다. 〈작품7〉의 글씨 「TYPOGRAPHY」도 XYT의 전자적 특성이 잘 나타나 있다.

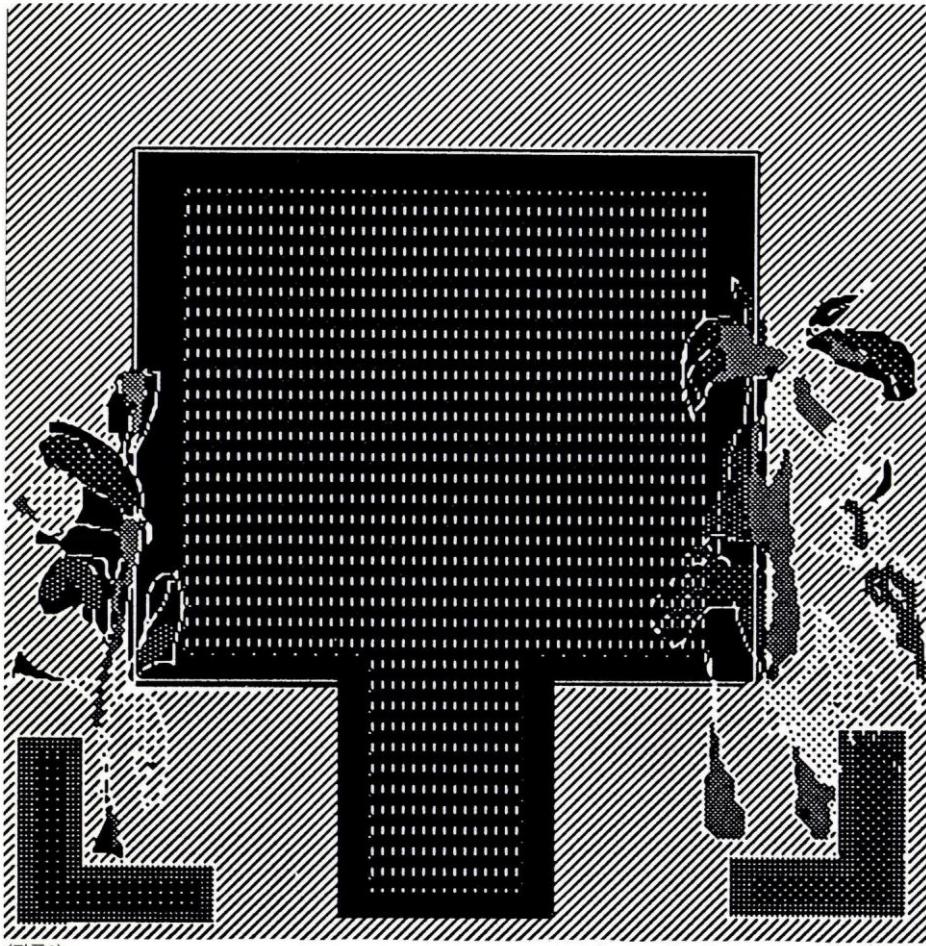
「TYPOGRAPHY」는 Selection과 Edit메뉴의 Trace Edges를 지시하여 작업한 것이다. 문자의 양감을 보아가며

적절히 지시 회수를 추가하거나 감할 수 있다.

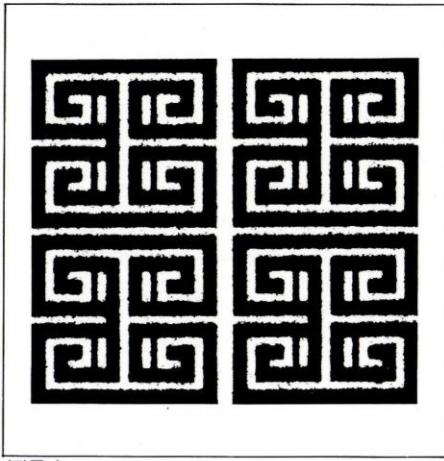
반면 〈작품8〉은 아르데코풍의 이미지를 패턴메뉴와 연필, Brush Shape를 사용해 그린 것이다. 좌우 대칭되는 부분은 Brush Mirror메뉴로서 쉽고 간단히 처리할 수 있다.

사실적인 일러스트레이션 외에 패턴 디자인이 연속적 동일 패턴 작업이나 만큼 디스플레이상의 작업은 그 효율성이 가장 두드러지는 부분이라 하겠다.

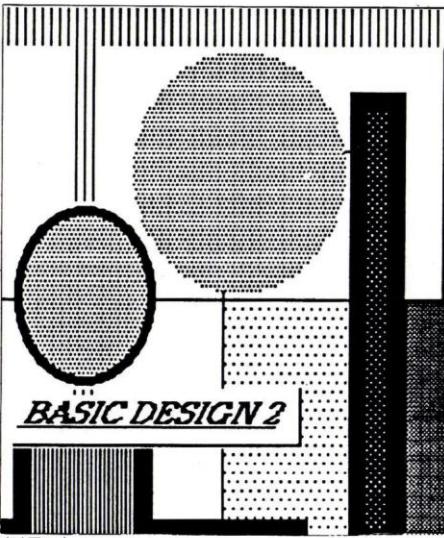
〈작품9〉는 한 개의 유니트를 그린 뒤 반복 지시에 의한 한국적 문양을(나채오 문양 참조) 보여주고 있으며 〈작품10〉은 텍스타일 자료와 같은 분위기를 나타내고 있다.



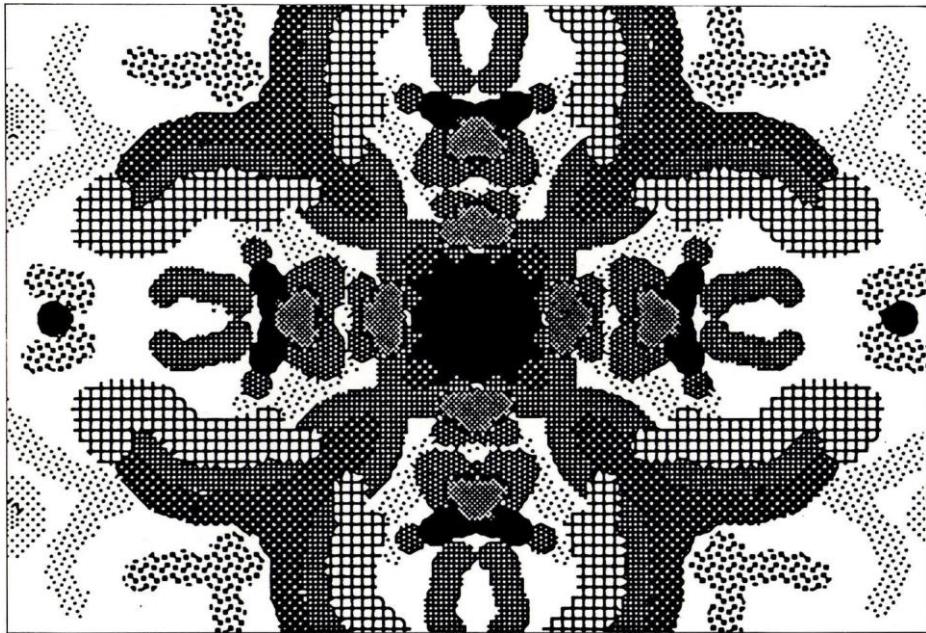
〈작품8〉



〈작품9〉



〈작품11〉



〈작품10〉

4. 레이아웃

도형과 문자를 한 화면에서 동시에 작업할 수 있는 특징을 가진 매킨토시는 편집 기능이 강조된 소프트웨어가 많이 개발되어 있는 D.T.P(desk top publishing) 기재로서 그 디자인적 노하우인 레이아웃에 상당히 유용하여 미국의

신문사나 잡지사에서 활용도가 높다는 것은 앞에서 살펴본 바와 같다. 여러 페이지로 구성되어 있는 책자의 포맷을 정하고 효과적인 레이아웃을 위한 그리드 시스템을 적용, 첫페이지부터 마지막까지 연속적 이미지로 제작하는 편집 디자인은 같은 이미지의 반복이라는 기계적 특성을

이용한 것이며 이로써 하나의 드라마가 용이하게 펼쳐질 수 있다.

〈작품11〉은 표지 디자인으로 단편적 레이아웃 작업에 불과하다. 삼각형, 원, 사각형, 그리고 문자나 패턴들은 서로 각기 독특한 게스털트를 이루면서 긴장하고 있다.

레이아웃이란 문자와 도형과 그 어떤 시각 요소들을 명쾌한 시각적 컨셉트에 따라 배열·배치하는 것이라 할 때 작업자는 삼각형이나 사각형을 적당한 위치에 놓기 위하여 Lasso나 Selection을 사용할 것이다. 흔히 하는 것처럼 자른 종이 도형을 손으로 이리저리 놓아보거나 연필이나 디자인 펜 등으로 그리거나 지워갈 때처럼, 붙이기 위한 풀이나 수정하거나 하는 지우개가 필요없이 두 도형을 겹쳐 투과해 보이도록 하거나 필요한 바탕 처리를 순식간에 해결할 것이다. 도형의 위치 선택이나 바탕 처리 등에서의 간편성보다 그 효과가 더욱 두드러지는 것은 레이아웃상의 문자 처리 부분이다. 일반적으로 손에 의한 레터링

작업은 조합하기 쉬워 문자 처리 부분에서 전체 레이아웃의 이미지를 떨어뜨리는 경향이 있으므로 디자인 현장에서는 프레스 타입 등의 기존 문자를 주로 사용하여 프레젠테이션의 명쾌함을 연출하고자 하지만 그 기존 문자들의 종류나 크기가 다양하지 않아 의도한 바대로의 표현에 어려움이 있었다. 그래서 기존 제작물을 오려 사용하거나 하여 프로포절 제작을 하기도 한다. 예시한 표지 디자인 외에 문자와 시각적 요소들의 관계에 의해 이루어지는 작업들은 통상 시각디자인 교실에서 행해지는 교과 내용들로 캘린더 디자인, 레코드, 자켓, 스테이셔널리 디자인, 다이아그램, 카탈로그, 인쇄광고, 패키지 등으로 시각 디자인 범주에 들어 있는 모든 표현 매체의 표현 가능성을 시사해 준다.

출력되는 크기에 있어 디스플레이상의 실제 작업상 몇가지 제한점을 들지 않을 수가 없는데 원도우에는 화면(work sheet) 전체의 1/4밖에 나타나지 않아 전체를 한눈에 보면 작업할 수 없는 레이아웃상의 불편함이 있다. 그렇기 때문에 작은 문자나 도형 작업들은 해당이 되지 않으나 20×30cm 정도의 작업일지라도 부분적으로 디자인하고 그때그때 전체를 Show Page 아이콘으로 지시해 보아가야 한다. 그러나 디스플레이상에 제시되는 모든 상은 종이 이외 필름상에도 출력이 되는데, 기존의 워드프로세서나 컴퓨터에서의 인쇄 상태보다 레이저 프린터로 출력하면 선명도가 높아 인쇄 원고로도 손색이 없다. 흑백 화상이란 점을 자칫 제한점으로 생각할 수 있으나 교실에서의 디자인 전개에 있어서는 그다지 큰 제한점이 되지 않는다. TV방송국이나 패션을 다루는 기업 등 필수적으로 컬러 기종이 필요한 곳과는 달리 교실에서의 컬러 작업은 디스플레이상의 효과를 보는 것만으로는 큰 의미가 없고 슬라이드나 워크 쉬트 형태로 출력된 화상을 필요로 한다. 그러나 실상 슬라이드에 의한 옵셋 인쇄는 거의 이루어지고 있지 않으며 흑백 원고를 가지고 별도의 간단한 인쇄 기법을 이용하는 경우가 대부분이다. 컬러 모니터를 갖춘 고급의 컴퓨터가 경제성에서 적합치 않다는 상식을 제기하지 않더라도 전적으로 기계에 의존하는 전면적 이용보다 오히려 실험자로서 기계적 특성을 부분적으로

활용하고 응용시켜 보는 데에 보다 큰 의의가 있다고 생각된다.

IV. 결언

지금까지 컴퓨터가 디자인에 줄 수 있는 도움의 한계를 살펴보기 위해 실제로 디자인 문제 해결에 있어 소형 퍼스널 컴퓨터 매킷토시를 활용하여 시작 디자인에 속하는 몇 가지 작품 예시와 함께 구체적 제작 방법과 가능한 작업 내용들을 살펴보았다. 컴퓨터 그래픽에는 그 창조 패턴을 아래의 두 가지로 보고 있다. 하나는 컴퓨터의 특성과 유니크한 점을 전적으로 이용하는 패턴으로, 이것은 지금의 엘렉트로닉스 시대라 불리워지는 문화를 그대로 흡수하면서 인간이 가진 창조성을 약화되고 기계가 편리하면 할수록 맡겨버리는 것이 좋다라는 적극적 숭배나 과대 평가를 말한다. 이로써 크리에이티브 일각에서는 컴퓨터 그래픽의 재인식 문제가 제기되는 바, 실제로 우리는 일부 광고 영상들에게 그 예들을 볼 수 있다. 다른 하나는 내면에 확립된 자기의 이미지를 컴퓨터를 도구로 이용해 나타내 보고자 하는 패턴으로, 이것은 개인의 개성이나 창조성이 강조되는 것인데, 기계를 사용한다는 것을, 사물을 보고 그리고 하는 본질에 보다 가까이 가려고 하는 수단으로 삼는 것이다. 교육의 장에서는 물론 후자의 창조 패턴이 요구되고 있는데 실제로 전자의 욕구 충족을 시키기에는 퍼스널 컴퓨터로서는 능력의 한계가 있으며 후자의 경우도 많은 제한점을 내포하고 있다. 컴퓨터에는 2백만 불 이상씩 하는 초대형으로부터 200불의 미니 슈퍼컴퓨터까지 그 용량과 종류가 무수히 많은데 디자인 교실에서 사용되어지는 것은 무엇보다도 경제성과 함께 효율성이 충족되어져야 하므로 제한점이 내재되어 있음에도 불구하고 그 활용도가 커서 적극 사용되고 있다.

디자인 교육에 있어 퍼스널 컴퓨터는 다음과 같은 점에 도움이 될 것이다.
첫째, 기초 과정에 있는 미숙한 디자인 학도들의 충실한 도구로서 그들의 표현 한계를 크게 도와줄 것이다.
둘째, 새로운 그래픽 랭귀지 경험을 종이와 연필이라는 이차원적 도구들을 떠나 XYT라는 공간적 차원에서 함으로써, 창의적 아이디어 발상에 기여할 것이다.
세째, 애매하거나 상상으로밖에 표현할

수 없는 추상적 이미지를 구체적이고 실제적으로 바꾸는데에 도움을 줄 것이다. 네째, 신속하고 명쾌하게 출력된 상은 디자인의 질을 높여 그들의 성취 의욕을 자극할 것이다.
이 연구는 특정기종의 특정 소프트웨어를 활용한 한 예이다. 첨단 기재들은 오늘 새로이 개발되어 어제 것은 점차 구식이 되어 간다. 하드웨어나 소프트웨어뿐만 아니라 그 활용 방법인 유스웨어(useware)의 개발이란 용어도 사용되고 있다. 컴퓨터를 대하기에 앞서 컴퓨터의 피상적 기능 이해에 그치거나 마이크로 컴퓨터의 기본 능력을 과대평가하고 있지는 않은가, 활용 효율이 높은 응용 분야를 개척할 수 있는가, 비용과 효율성이 비례하고 있는가와 같은 문제 분석이 선행되어야 하겠다.

주

1. Robert H. Mckim, experiences in visual thinking pws ENGINEERING BOSTON 1980, p26
2. 앞글 p26
3. MARTIN D. LEVINE VISION IN MAN AND MACHINE, McGraw-Hill, Inc. 1985, p25
4. Arnheim Rudolf Visual thinking, Kepes(143) Vol.I, p1-15
5. 앞글 p1-15
6. experience in visual thinking p130
7. 앞글 p130
8. 앞글 p122
9. Hanks & Belliston, RAPID VIZ, William Kaufman, Inc. 1980, p122~123
10. 한국과학기술원 전산개발센터, 퍼스널 컴퓨터 1984, p21
11. 앞글 p22
12. Boston college, Wheels For The Mind, WINTER 1986, p21

참고문헌

1. 한국과학기술원 전산개발센터, 퍼스널 컴퓨터, 1984, p.21
2. Allen Herbut, layout, Watson-Guptill Publications, 1986, p.94.
3. Arenheim Rudolf, Visual thinking, Kepes 143, VOL. P.1-15
4. Boston college, Wheels For The Mind, Winter 1986, p.21
5. Hanks Belliston, RAPID VIZ, William Kaufman, Inc. 1980, p.122
6. MARTIN D. LEVINE, VISION IN MAN AND MACHINE, McGraw-Hill, Inc. 1985. p.25
7. Robert H. Hckim, experiences in visual thinking PWS ENGINEERING BOSTON, 1980, p.26.

디자인 정보 수요 조사 결과 및 분석

공재홍·김상호 한국디자인포장센터 정보자료부 조사과 과장·동 연구원

현대는 정보화 사회라 일컬어지고 있다. 정보화 사회에 있어 정보의 역할은 농경 사회의 도구나 산업 사회의 에너지에 못지 않는 가장 핵심적인 기능을 하는 것이다.

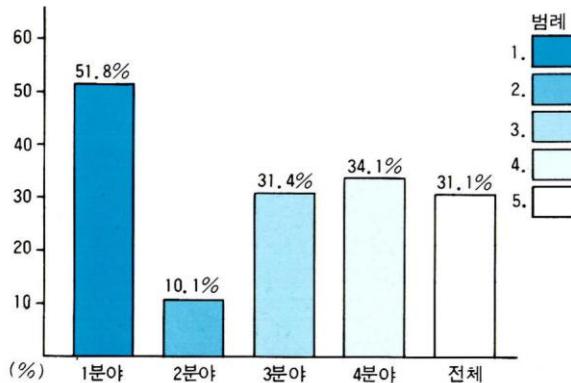
따라서 한국디자인포장센터에서는 이러한 정보화 시대에서 국제 경쟁력을 지닌 우수한 상품을 개발하기 위해 가장 시급히 해결되어야 할 문제가 디자인 포장에 관한 국내외 동향과 새로운 지식 및 정보를 유관 기관과 업체에 신속히 전파해 주는 일이라 인식하고 지난해에 정보자료부를 발족시켜 체계적이고 과학적인 정보 수집 및 전파 체계를 갖추었다.

본 기사는 당 센터 정보자료부가 이러한 기능을 보다 합리적으로 추진해 나가기 위해 기업체, 용역업체, 교육기관 등을 대상으로 디자인 정보 수요에 관한 제반사항을 설문지를 통해 조사한 내용으로서 앞으로의 조사 사업에 단계적으로 반영할 기초 정책 자료로 활용될 예정이다.

(편집자 주)

설문지 회수율

	분야	발송부수	회수부수	회수율
1	기업체	400	207	51.8%
2	용역업체	407	41	10.1%
3	교육기관	105	33	31.4%
4	기타	88	30	34.1%
5	전체	1000	311	31.1%



I. 조사개요

1. 조사목적

본 조사의 목적은 디자인관련 분야에서 요구되고 있는 각종 정보내용을 파악함으로써

가.'88년 이후 조사사업에 단계적으로 반영할 기초정책 자료로 활용하며,

나. 실제 필요한 정보를 조사 및 제공함으로써 업무의 효율성을 높이고,

다. 대외적으로 센터 조사 및 정보제공 사업의 신뢰도를 제고하는데 그 목적이 있음.

2. 조사방법

국내 디자인 관련 분야를 대상으로 조사설문서

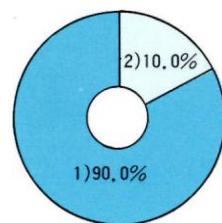
(양케이트)를 발송, 회수된 설문서에 따라 조사내용을 종합적, 분야별로 분류하여 분석하였음.

3. 조사기간 : '88. 7. 15 ~ 9. 10 (58일간)

II. 분석

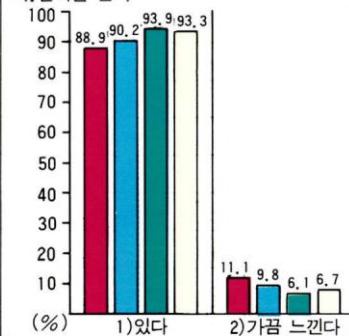
1. 디자인관련 국내외 정보수집의 필요성을 느껴본 적은?

가. 종합분석

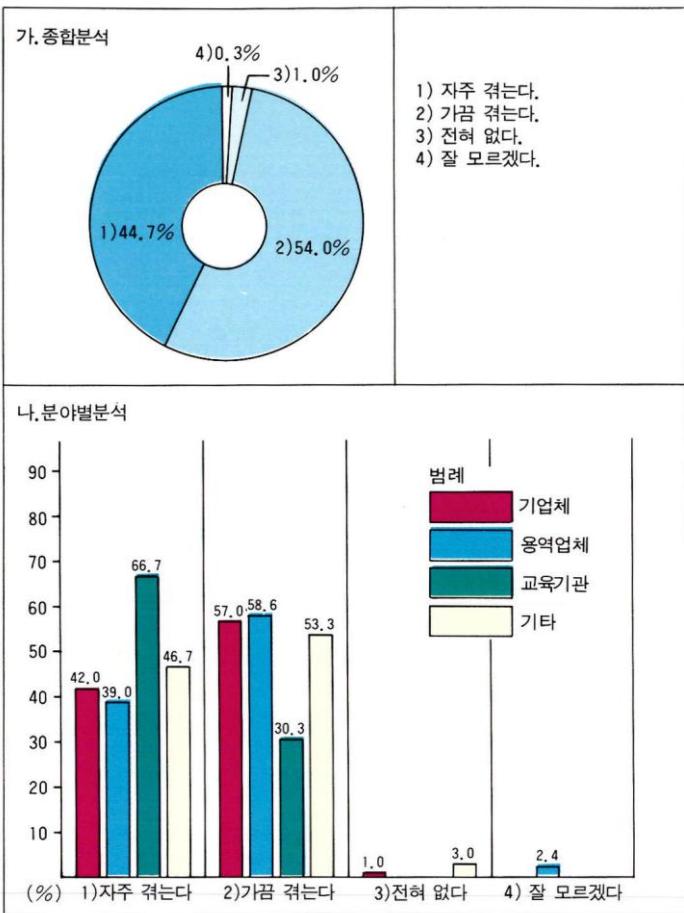


- 1) 있다.
- 2) 가끔 느낀다.
- 3) 잘 모르겠다.
- 4) 전혀 없다.

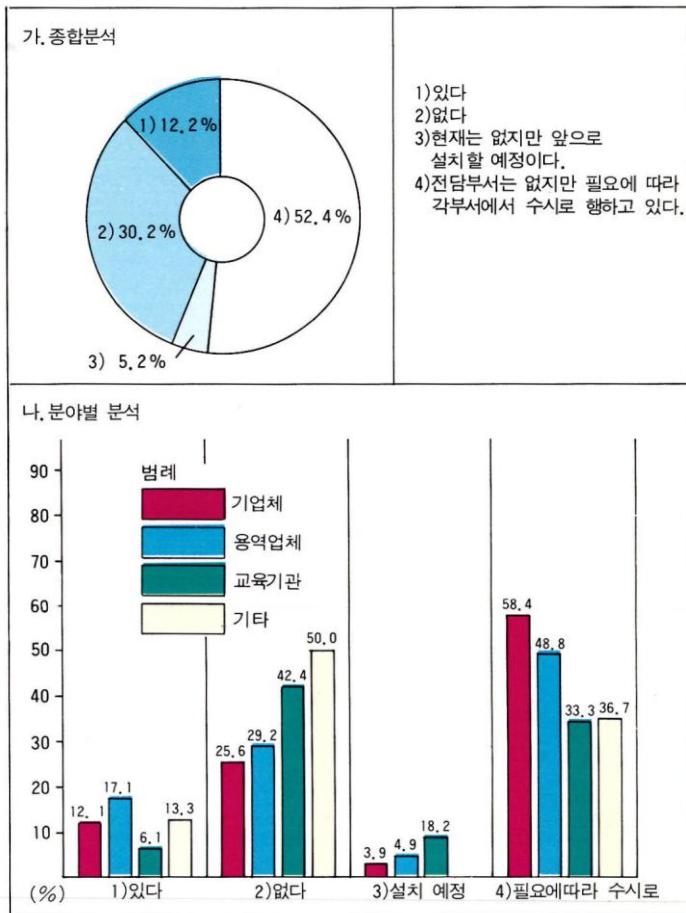
나. 분야별 분석



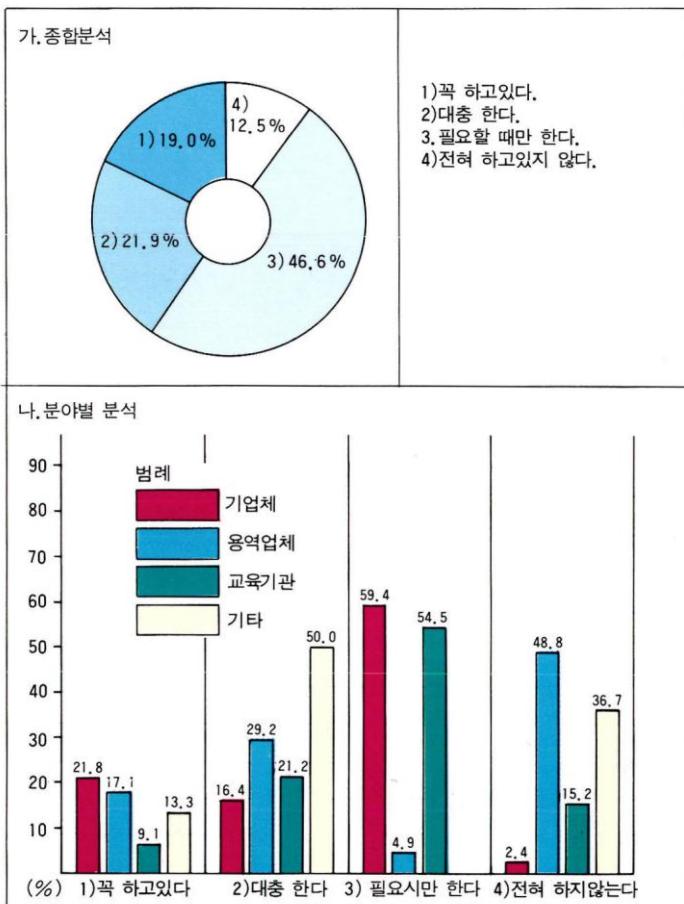
2. 디자인 정보수집 미비로 곤란을 겪은 적은?



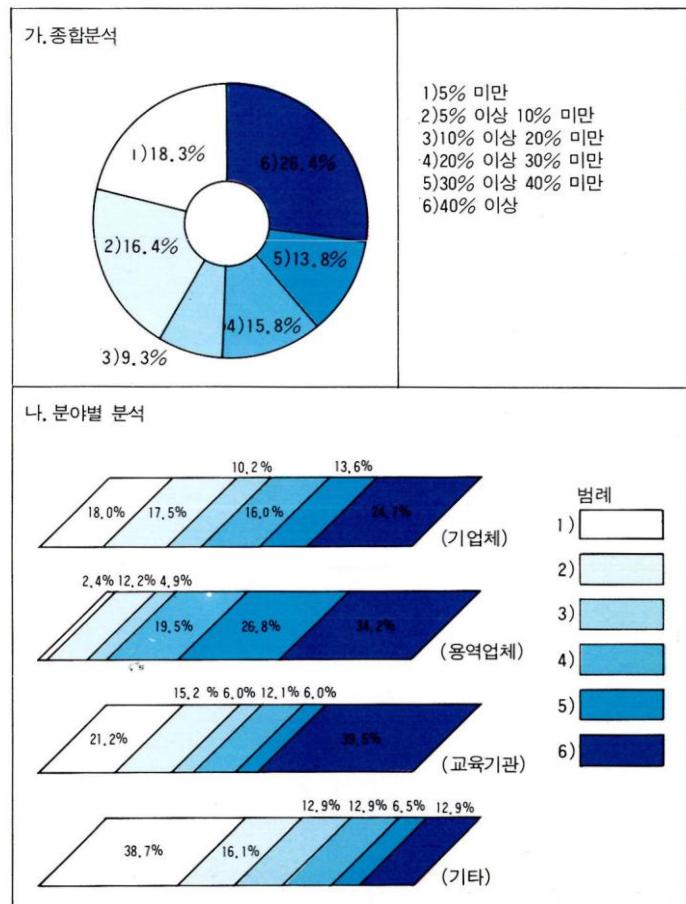
3. 국내외 자료조사 및 수집 전담부서는?



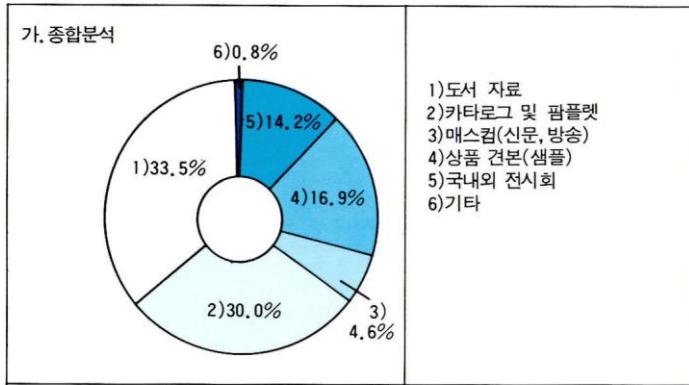
4. 디자인부문을 위해 해외자료 수집을 위한 조사활동은?



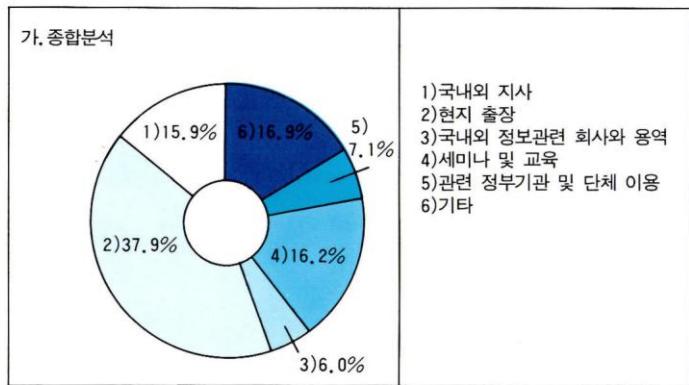
5. 정보자료 수집중 디자인관련 정보가 전체정보에 차지하는 비율은?



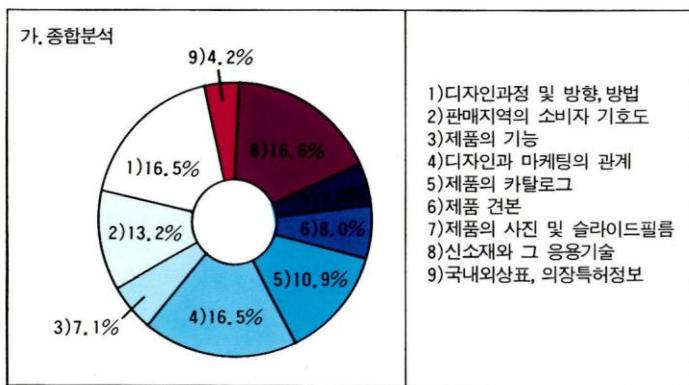
6. 디자인관련 정보수집을 위하여 현재 가장 많이 이용하는 매체는?
(2개 이상 표시)



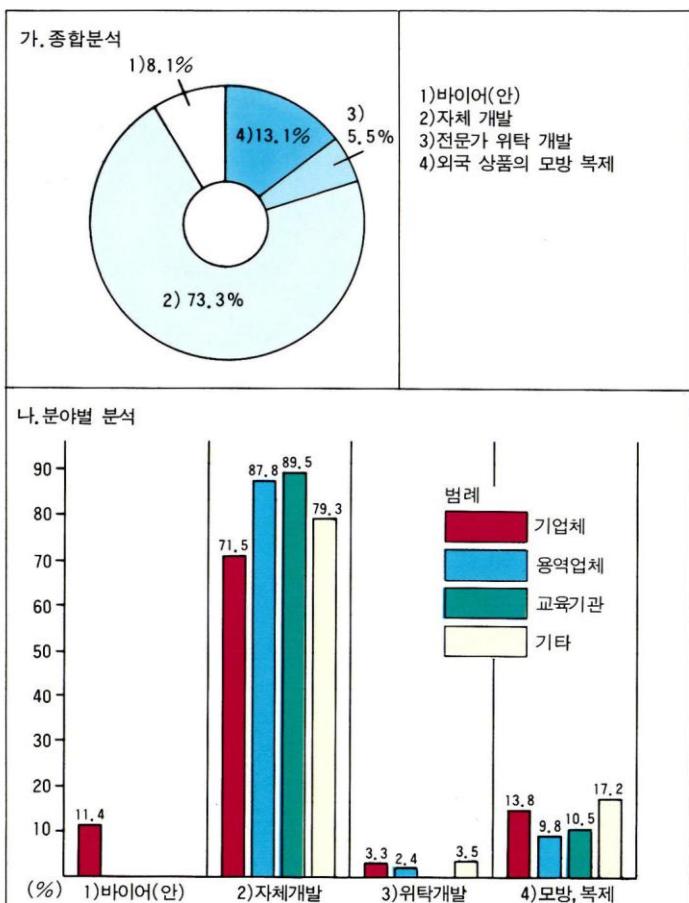
7. 디자인 정보수집 및 조사를 위한 주방법은?



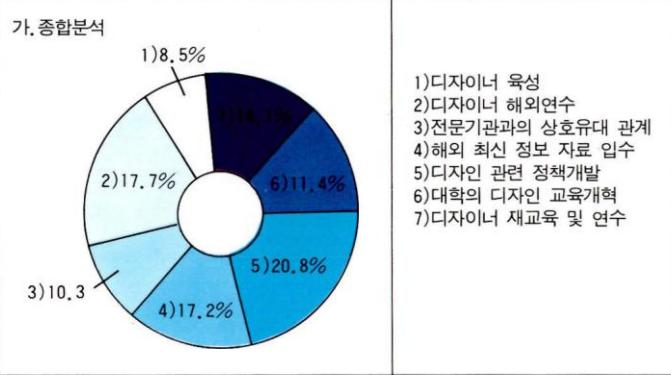
8. 디자인관련 정보중에서 가장 필요하다고 생각되는 것은? (3개이상표시)



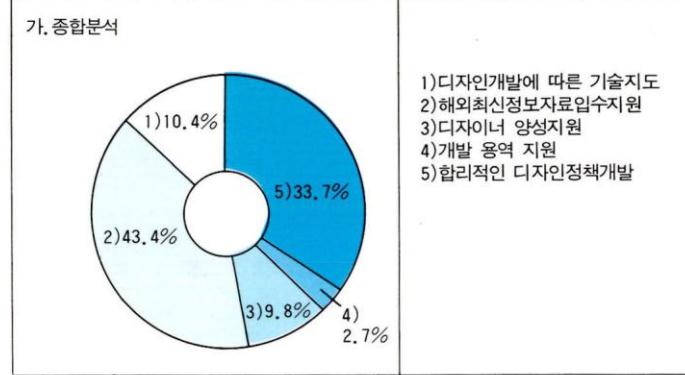
9. 귀사(단체)에서 디자인개발 주 방법은?



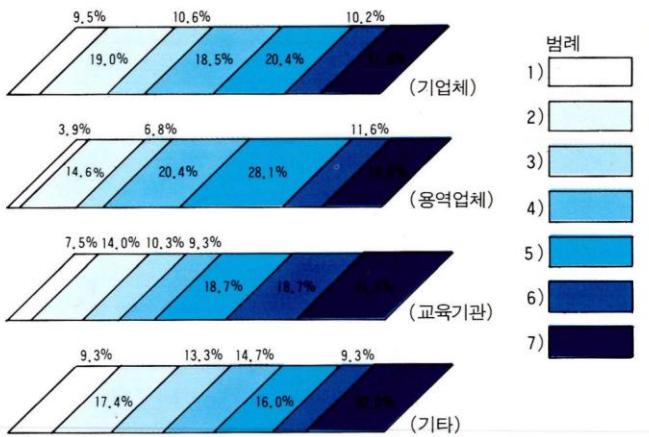
10. 효과적인 디자인사업 육성발전을 위하여 현재 시급하다고 생각되는 사항은? (2개 이상)



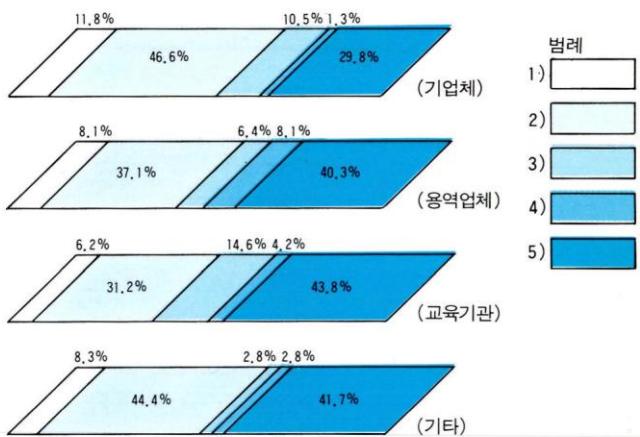
11. 한국디자인 포장센터에 요구하고 싶은 지원사항이 있다면?



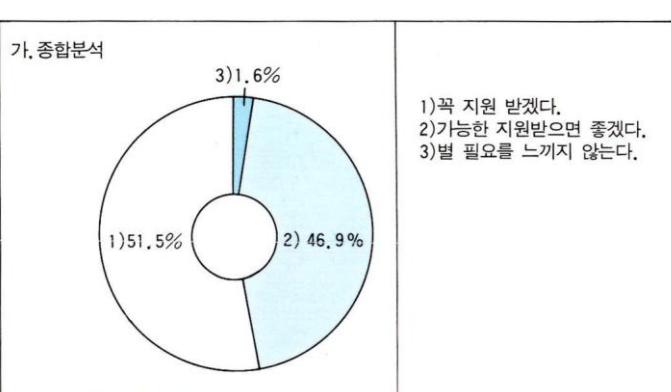
나. 분야별 분석



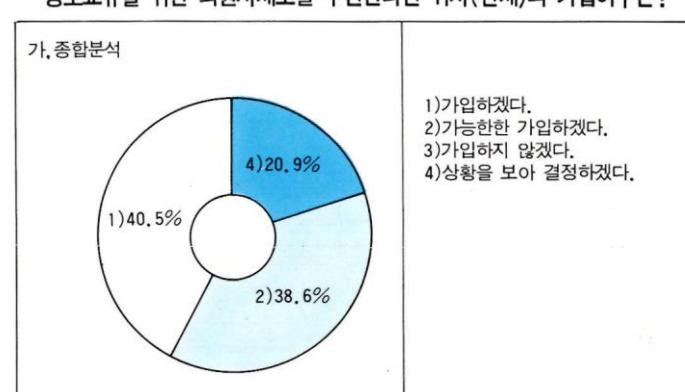
나. 분야별 분석



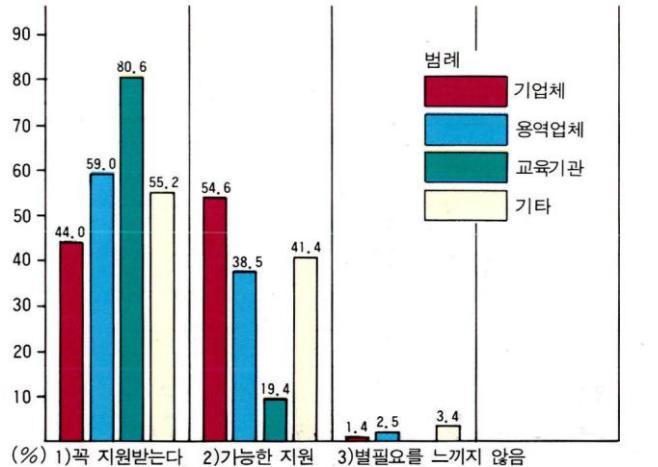
12. 한국디자인포장센터에서 디자인관련 국내외정보를 제공한다면?



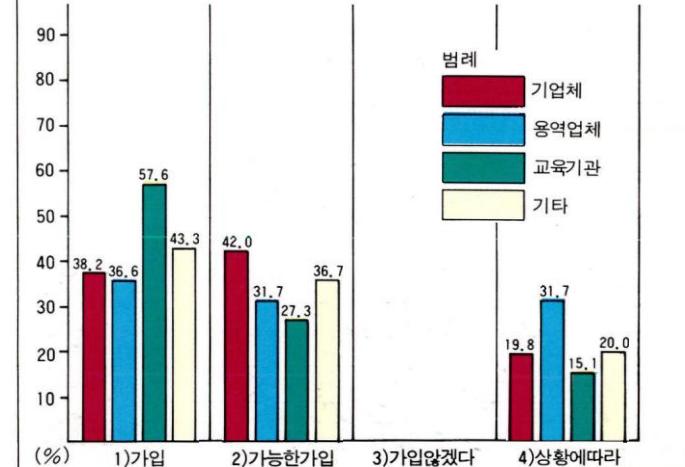
13. 한국디자인포장센터에서 디자인관련 각종 정보를 확보하여 지속적인 정보교류를 위한 회원사제도를 추진한다면 귀사(단체)의 가입여부는?



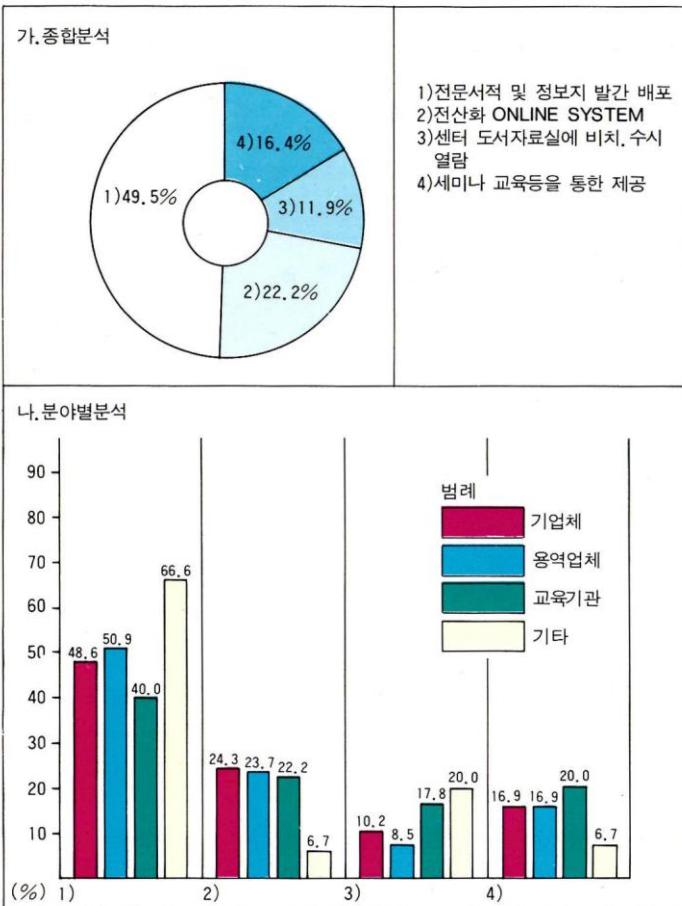
나. 분야별 분석



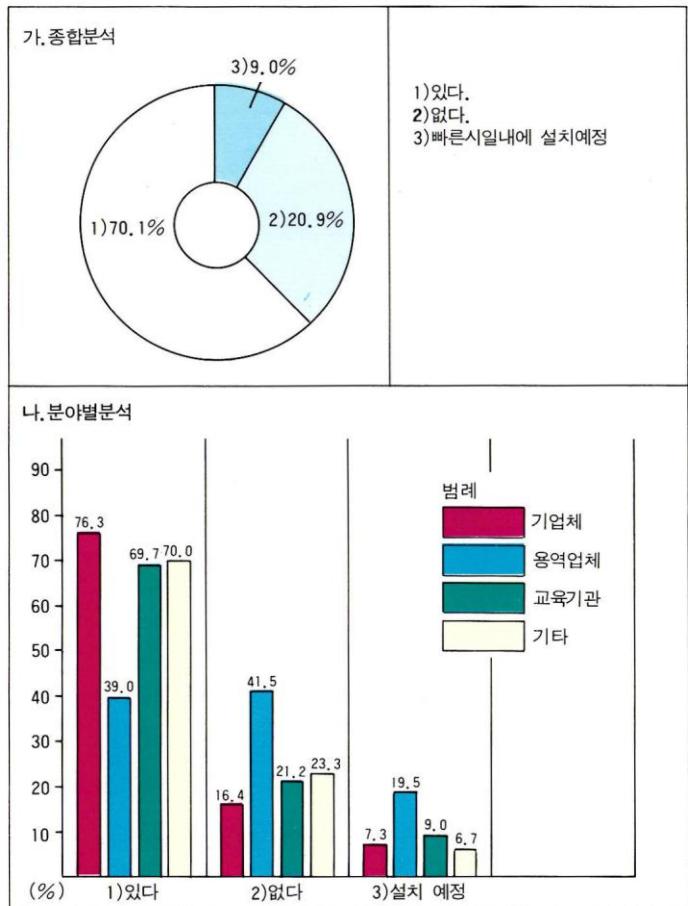
나. 분야별 분석



14. 정보제공 방법 중 좋다고 생각되는 것은?



15. 귀사(단체)의 전산화 시설은?



III. 종합분석결과

1. 디자인 정보 분야의 일반적인 실태

가. 디자인관련 국내외 정보수집의 필요성을 느껴본 적은?

종합적으로 볼 때에 정보 수집의 필요성을 “느낀다”는 응답이 전체의 90.0%이고, “가끔 느낀다”는 응답이 10.0%이다. 그리고 “잘 모르겠다”와 “전혀 없다”는 응답은 하나도 없어 정보 수집의 필요성이 전 분야에서 절실히 것으로 분석되고 있다. 나. 디자인 정보수집 미비로 곤란을 겪은 적은?

“가끔 겪는다”와 “자주 겪는다”가 전체의 98.7%로 나타나고, “전혀없다”와 “잘모르겠다”는 항목은 전체의 1.3%로 나타났다. 분야별로 볼 때에도 기업체, 용역업체, 교육기관 등 전 분야에서 97% 이상이 정보 수집 미비로 곤란을 겪고 있다는 분석이 되고 있어 정보 수집, 전파가 시급히 요구되고 있다.

다. 국내외 자료 조사 및 수집 전담 부서는?

자료 조사 및 수집 전담 부서가 설치된 곳은 전체의 12.2%이고, 52.4%가 필요에 따라 각 부서에서 수시로 행하고 있으며, 앞으로 설치할 예정인 곳은 5.2%이며,

“없다”라고 응답한 곳은 전체의 30.2%이다.

이 결과로 미루어 볼 때 64.6%가 자료 조사를 하는 것으로 나타나고, 향후 설치 예정을 포함하면 69.8%가 현재 정보 수집 및 조사를 위해 적극성을 보이는 것으로 나타난다.

라. 디자인 부문을 위해 해외 자료 수집을 위한 조사 활동은?

꼭 하고 있다(19%), 필요할 때만 한다(46.6%), 대충 한다(21.9%) 등으로 나타난 것은 전체적으로 87.5%가 현재 필요에 따라 어떠한 형태로든 자료 수집을 하고 있다는 것을 나타내고 있다. 그러나 용역업체에서 “전혀 하지 않고 있다”가 48.8%나 응답한 것은 우리나라 용역업체들이 대체로 규모, 예산, 구성원 면에서 영세성을 면치 못하고 있음을 보여주고 있다.

마. 정보 자료 수집 중 디자인 관련 정보가 전체 정보에 차지하는 비율은?

“40% 이상이다”라고 하는 응답이 전체의 26.4%로 가장 많고 “10~20% 미만”이라는 응답은 9.3%로 가장 적게 나타났다. 이는 디자인 관련 정보가 전 분야에서 절대적인 비중을 차지하고 있다는 결론에 이른다.

특히 기업체에서 높은 비중을 두는 것은 실제 해외시장에서 디자인의 중요성이 점증되고 있다는 분석이다.

2. 디자인 분야 정보 수요 현황

가. 디자인 관련 정보 수집을 위하여 현재 가장 많이 이용하는 매체는?

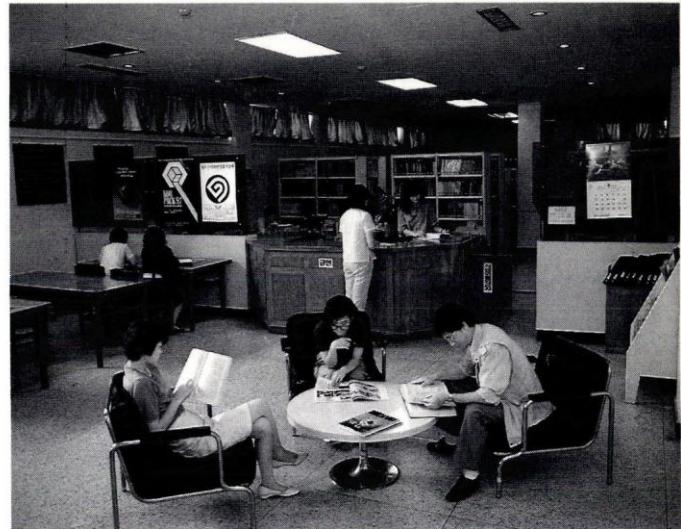
“도서자료(단행본, 정기간행물, 잡지등)”와 “카탈로그 및 팜플렛”이 각각 33.5%, 30.0%로 가장 높고, 다음으로 “상품 견본”이 16.9%, “국내외 전시회”가 14.2%이고 “매스컴(신문, 방송)”이 5.4%로 가장 낮게 나타났다. 이 결과는 수시로 발간되는 도서 자료가 가장 정보 가치가 높다는 결론이며, 향후 가능한 많은 도서 자료와 관련 제품의 카탈로그 및 팜플렛을 수집, 분석, 전파가 요구되고 있다.

나. 디자인 정보 수집 및 조사를 위한 주 방법은?

종합적인 분석은 관련 정보가 있는 곳으로 직접 달려가는 “현지 출장”이 37.9%로 가장 많고, 분야별로는 기업체에서 이 방법을 가장 많이 이용(47.5%)하고 있다. 따라서 관련 기관 및 단체, 지도기관, 정보 관련 회사 등이 향후 보다 많은



KDPC 정보자료부 전산실



KDPC 자료실

정보의 축적을 통해 보다 신속한 정보 제공으로 이들을 지원하는 체계가 요망된다.

다. 디자인 관련 정보 중에서 가장 필요하다고 생각되는 것은?

전반적인 분석에서는 “신소재와 그 응용 기술(16.6%)”, “디자인과 마케팅의 관계 (16.5%)”, “디자인 과정 및 방향(16.5%)”, “판매국(판매지역)의 소비자 기호도 (13.2%)” 등이 가장 많은 응답을 보였고, 분야별로 세분화하여 분석한 결과, 특히 기업체에서 “판매국(판매지역)의 소비자 기호도”가 15%로 가장 많았다. 이는 각 기업체에서 소비자의 기호도가 판매에 가장 많은 영향을 미치고 있다고 인식하고 있기 때문이다.

라. 귀사(단체)에서 디자인 개발 주 방법은?

설문서의 응답으로는 “ 자체개발 ”이 73.3%, “ 외국 상품의 모방 복제 ”가 13.1%, “ 바이어(안) ”이 8.1%, “ 전문가에 위탁 개발 ” 5.5%로 나타났지만, 실제로 대부분의 중소 기업에서는 자체 개발보다는 아직도 모방, 바이어(안) 등이 상당수에 이를 것으로 추정된다.

마. 효과적인 디자인 산업의 육성 발전을 위하여 현재 시급하다고 생각되는 시항은?

종합 분석에서는 “ 디자인 관련 정책 개발 (20.8%)”, “ 디자이너 해외 연수 (17.7%)”, “ 해외 최신 정보 자료 입수 (17.2%) ”의 순으로 나타나지만, 분야별로 세분화했을 경우 실제 생산 및 판매에 이르기까지 직접 일선에서 일하고 있는 기업체들은 “ 해외 최신 정보 자료 입수 ”가 가장 시급하다고 응답 (20.4%) 하고 있어, 어떤 분야에서도 “ 해외 최신 정보 입수 ”는 중요한 분야로 부상되고 있다고 사료된다.

3. 센터의 정보 제공 및 지원 사항

가. 한국디자인포장센터에 요구하고 싶은 지원 사항이 있다면?

“ 해외최신정보자료입수 ”가 43.4%로서 가장 많고 다음이 “ 합리적인 디자인 정책 개발 ”로서 33.7%를 차지하고 있다. 이는 “ 디자인 개발에 따른 기술 지도 (10.4%) ”보다 현재 디자인 관련 각 분야에서 “ 정보 자료 ”가 더 우선하고 있다고 분석되고 있다.

나. 한국디자인포장센터에서 디자인 관련 국내외 정보를 제공한다면?

전체의 51.5%가 “ 꼭 지원받겠다 ”는 응답과 “ 가능하면 지원받겠다 ”가 46.9%로서 총 98.4%가 긍정적인 면을 보이고 있어 전 분야에서 최신 정보 자료의 중요성이 고조되고 있다고 분석된다.

다. 한국디자인포장센터에서 디자인 관련 각종 제정보를 확보하여 지속적인 정보 교류를 위한 “ 회원사 제도 ”를 추진한다면 귀사(단체)의 가입 여부는?

“ 가입하겠다 (40.5%) ”와 “ 가능한 가입하겠다 (38.6%) ”가 전체의 79.1% 나 차지하고 있어 이에 대한 구체적인 대책이 장기적인 계획하에 추진되어야 한다고 결론된다.

라. 정보제공 방법 중 좋다고 생각되는 것은?

전체의 49.5%가 “ 전문서적 및 정보지 발간·보급 ”을 좋은 정보 제공의 매체로 요구하고 있고, On-Line System 도 22.2%나 요구하고 있어 향후 정보 교류를 위한 “ 회원사 제도 ”가 가능하다고 전망된다.

마. 귀사(단체)의 전산화 시설은?

현재 70% 이상이 이미 보유하고 있거나, 빠른 시일내에 설치 예정이라는 응답도 9%에 이르고 있어, 점차 전산 시설이 각

분야로 확산될 전망이며, 이에 따른 정보 수요 태세도 별 무리가 없다고 분석되고 있다.

4. 구체적인 디자인 관련 정보 요구사항은?

설문서 제16항의 응답으로서 기업체, 용역 단체, 교육 기관, 기타 관련 단체 등 전반적인 분야에 구체적인 디자인 관련 정보 요구 사항을 의뢰한 바, 각 분야 및 기업체의 성격에 따라 대체로 요구 사항이 다소 상이하나 그 중 전체적인 맥락을 같이 하는 주요 정보 요구 사항은 다음과 같다.

가. 색채에 대한 각국별 기호도 및 향후 유행정보

나. 선진국의 굿 디자인 자료집 및 운영

다. 신소재에 관한 새로운 정보

라. 디자인 연구 개발 사례집

마. 디자인 서적 (방법론, Cartoon, 일러스트, CIP, POP, Package 등)

바. 제품검본 (해외) 또는 카탈로그

사. 패키지 디자인 방법, 소재, 국내외 현황, 향후 방향

아. 국내외 컴퓨터 그래픽스에 대한 현황

자. 인간공학에 대한 전반적인 정보 (제품 종목당 실제 데이터)

차. 외국 도서의 표지 샘플 및 편집 방향 (에디토리얼)

카. 해외 디자이너와의 교류 및 작품 교환 전시 (센터 주관)

타. 선진국의 디자인 관련 교육 정책 및 커리큘럼

파. 디자인 측면에서 한국 제품의 위치 (선호도)

하. 국내외 기업체 자체 디자인 실의 활동 (조직, 운영, 실적)

자전거의 디자인의 변천

그래함 빅커스(Graham Vickers)

최근 들어 구식 자전거를 개량해 보려는 노력이 요란스럽게 시도하고 있다. 그러나 이같은 시도는 어느 정도의 진전을 이루었을까? 그래함 빅커스(Graham Vickers)가 다음과 같이 두 가지 성공사례를 소개한다.

(영국 「Design」지 470호 88. 2월호 발췌)

자전거를 재고안하려는 시도는 자전거 자체의 부족한 점을 보완하기 위해서 보다는 현재의 자전거 디자인에 대한 개선에 있다. 왜냐하면 재래식 체인 구동 방식 삼각형 차체 및 대형 바퀴가 자전거의 형태를 성공적으로 변형시키는 데 방해가 되고 있기 때문이다. 거의 80년 동안 부분적인 변화만 있었을 뿐 자전거의 기본적인 디자인은 개선되지 않았다.

정확히 말해서 이같은 사소한 변화는 마케팅 기술, 사회 가치, 변덕스러운 소비자 경향 그리고 무엇보다 발명가나 디자이너들의 개인적 망상에서 비롯된 것일지도 모른다. 그러나 최종적인 시험장은 동일하다. 새디자인한 자전거가 사용자에게 고통이나 불편을 준다면 상품으로서 실패할 것이다.

아무리 실용성보다 스타일을 높이 평가한다고 하더라도 멋 있지만 비능률적인 주전자가 10년이 넘도록 사용되지 않는 것과 마찬가지로 아무리 매혹적인 것일지라도 쓸모 없는 자전거를 사는 사람은 없을 것이다.

새로운 디자인의 자전거가 급증하고 있다고 한다. 오랫 동안 인기를 누려온 일요 증보판이나 주요 일간지의 래저난에는 근본적으로 새로운 자전거가 좀처럼 나타나지 않았다. 만일 그런 자전거가 있다면 그처럼 꾸물대지 않고

벌써 시장에 나왔을 것이다. 센트럴 스쿨(Central School)의 페리스 비른(Felix Byrnl)이 접는 자전거를 출품하여 켄우드 디자이너(Kenwood Degeriner)상을 받았을 때 다음 세가지 사실이 분명해졌다. 첫째, 비른은 접을 수 있는 자전거 디자인에 매혹되었다. 그러나 이것은 간결한 사실을 가장 훈한 말로 다시 고쳐 쓴 것과 다름이 없다. 둘째, 비른은 접는 기능에 열중한 나머지 '탈 것'이라는 자전거 본래의 기능을 대폭 축소시켰다. 세째, 이런 과정을 거쳐 제작된 불품 없는 작품이 공모전 심사위원인 존 스토다드(John Stoddard)에 의해서 '매우 훌륭한 작품'이라고 지지를 받았다는

점이다. 비른은 또한 기존의 페달 사용의 유혹을 이겨냈다고 칭찬을 받았다. 비른의 자전거는 자전거의 기본적인 기능인 유용한 수송 기계로써 심사받은 것이 아니라 디자인 문제 해결의 일례로써 평가받은 것 같다. 그처럼 간결한 것에 대해 성실하게 도전한 사람은 아무도 없었다.

세이모어 포웰(Seymour Powell)사의 제품 디자이너인 리차드 세이모어(Richard Seymour) 역시 자전거 디자인에 끊임 없는 흥미를 갖고 있다. 그 이유는 적어도 자전거 디자인이 비용이 적게 든다는 때문이다. "자전거 디자인은



1. Mark Saunders가 최근에 개발한 독특한 스타일의 스트리다 : 스타일면에서는 높이 평가되지만 인간공학적인 측면에서 볼 때는 크게 실패한 디자인이다.

가장 간결한 디자인 중의 하나다. 그러나 자전거 디자인을 하는 사람들은 이미 백 년 전에 발명된 제품을 더 좋은 것으로 만들어야 한다는 점에서 어려움을 겪게 될 것이다.” 그러나 만일 디자인한 결과, 디자이너의 바램과는 달리 쓸모가 없거나 위험한 기계로 되어 버렸다면 어떻게 될까? 이에 관해서 세이모어는 다음과 같이 설명하고 있다. “만일 이 문제가 필요한 경비의 절반만 갖고 훌륭한 것을 만드는 것에 관한 것이라면 당신은 결코 이 일을 해낼 수 없다. 그러나 결정적인 분야가 아니기 때문에 다소 우수하지 못한 것도 관심만 끌 수 있으면 허용되는 경우도 있다. 그러나 그런식으로 디자인된 자전거는 우리 주변에서 거의 찾아 볼 수 없다.”

그러나 예외도 더러 있는데, 마크 선더스 (Mark Saunders)의 맵씨있는 스트라이다 (Strida) 자전거가 바로 그 중의 하나다. 스트라이다는 현재 백화점이나 패션 가게에서 시판되고 있으며, 이는 누가 보아도 디자이너가 해낸 것임을 알 수 있다.

스트라이다의 성공은 바람직한 형태와 접는 문제를 맥클러렌(Maclaren) 유모차처럼 멋지게 해결했기 때문이다. 스트라이다는 보다 멋진 자전거로써 판매가 촉진되고 있다. 스트라이다는 맵씨 있고, 우아하며 매혹적이고 현대적이다. 스트라이다에는 기름이 묻어나는 체인 대신에 구동 벨트, 강화 나일론 바퀴 및 바퀴통 팽창 브레이크가 장착되어 있다. 이같은 장점에도 불구하고 기능 면에서 볼 때 스트라이다는 이제까지 많이 팔리고 호평받아 온 자전거 중에서 디자인이 가장 잘못된 자전거임에 틀림이 없다. 실제로 스트라이다를 타보면 거의 모든 것이 잘못되었다는 사실을 알게 된다.

스트라이다에는 기어 장치가 없기 때문에 경사진 길을 타고 오르는 것이 불가능하다. 또한 차체와 바퀴가 약하기 때문에 유통불통한 길에서나 체중이 100kg 이상인 사람은 탈 수가 없다. 과격한 기하학적인 자체 때문에 타는 사람의 키가 크면 클수록 안장을 낮추어야 하는데, 인간공학적인 측면에서 볼 때 이것은 난센스이다.

왜냐하면 페달을 편한 자세로 밟으려면 타는 사람의 체중이 페달 위에 놓여져야 하기 때문이다. 충돌시 두 다리 사이에 있는 바(bar)가 배를 치게 되므로 세련된



2. Seymour Powell사의 모터 자전거에 전원함이 장착된 자전거 : 35CC엔진이 앞바퀴의 플라스틱 통안에 고묘하게 장착되었다.

3. 성인용 BMX로 불리우는 Muddy Fox : 현재 자전거 스타일을 주도하고 있다.



디자인이 결국은 심각한 장파열을 일으키게 된다.

그럼에도 불구하고 리차드 세이모어는 스트라이다에는 확실히 타고난 우아함이 있다고 주장하고 있다. 스트라이다만 보게 되면 ‘멋있다’라는 생각이 든다. 그러나 매력적이고 심플한 보기 드문 자전거임에는 틀림없으나 사게 되면 얻는 것보다 잃는 것이 많게 된다. 기본적인 디자인이 그처럼 많이 변할 경우에는 선을 따라서 어느 정도 절충했어야 했을 것이다.

진짜로 과감한 기술적인 변화는 프랜시스 그린(Francis Green)의 로카바이크(Rockabike) 자전거에서 시도되었다. 약간 초현실적인 로카바이크는

달리는 동물의 동작을 흉내냄으로써 간단한 자전거의 모양을 재표현하였다. 프랜시스 그린의 접근 방법은 사람들의 눈길을 끄는 스트라이다와는 차원을 달리하고 있다. 로카바이크는 기능적이면서도 고도의 신체적인 관점에서 출발하였다. 로카바이크는 손잡이 부분을 수직축 레버(lever)화하여 이를 앞뒤로 저어서 페달에 의한 동력 이외의 추가적인 동력을 얻게 한다는 기본 관념하에서 디자인되었다. 손잡이뿐만 아니라 안장도 선회하면서 동력을 발생한다. 여기서 여러 부분에 관련되는 문제가 나타났다.

괴상하게 생긴 분리식 손잡이는 아직도 앞바퀴의 방향을 조정하고 있는데, 이는

오랜 동안의 연구를 통하여 여러 가지의 변형으로 시도되어 온 것이다. 이와 함께 부수적인 동력을 이용하고 이를 전달하기 위한 각종 톱니바퀴와 클러치가 증가함에 따라 로카바이크는 디자인 작품이라기보다는 하나의 다루기 어려운 발명품으로 되어 버렸다.

그러나 로카바이크 성패는 아마도 이를 만든 사람의 다음과 같은 신조가 심리적으로 어떻게 어필하느냐에 달렸다. “나는 고객으로부터 많은 돈을 받고 자전거를 디자인하도록 의뢰받지 않았다. 나로 하여금 자동차를 대체할 수 있는 실용성 있는 이자전거를 만들게 한 것은 사회생태학과 관련된 것은 아니다. 내가 이 로카바이크를 개발하게 된 주된 동기는 나 자신의 행복감을 향상시키기 위함이었다. 로카바이크를 타면 만족감을 경험할 수 있다. 뿐만 아니라 병이 나을 때와 같은 기분을 느낄 수 있다.” 흥미로운 것은 최근에 시판되고 있는 로카바이크 자전거는 경사진 스트ライ다보다 가볍게 보인다는 것이다.

프랜시스 그린의 부인에도 불구하고 그의 로카바이크는 1970년대 초 자전거에 대한 태도가 크게 변하면서 시기에 자리를 잡았다. 그 당시 영국에서는 건강, 스포츠 및 레저에 대한 관심이 크게 일면서 자전거 붐이 시작되었다. 이같은 현상은 미국에서 먼저 일어나서 영국의 자전거 붐에 영향을 주었다. 당시 미국의 거대한 시장은 수많은 일본 업자들이 공급을 시작한 가벼운 합금으로 만든 부품들로 인하여 활기를 띠고 있었다.

이들 일본 기업 중 가장 탁월한 회사는 1920년에 설립된 시마노(Shimano)사로서 체인 기어 등의 부품 공급 사업을 착실히 확대해 나가고 있었다. 시마노사의 자전거 부품의 특징은 튼튼하고 시장을 주도하는 디자인에 있었다.

오늘날 시마노사는 디자인과 혁신면에서 전통적으로 이 방면의 거성인 이태리의 Campagnolo사를 추월하는 데 성공하였다. 시마노사의 성공은 자전거 디자인 발전을 위한 확실한 방법을 지적해 주고 있다. 자전거의 외형이 근본적으로 바뀔 수 없다면 적어도 부품만은 기술적으로나 미적으로 세련되게 만들 수 있다. 합금으로 제작된 이들 세련된 부품들은 자전거 시장에서 대단한 호평을 받았다. 뿐만 아니라 이들 부품으로 인하여 어떠한 사고도 유발되지 않았다. 이에 따라

시마노사의 부품은 재래식 스포츠형 자전거 부품으로 각광을 받았다.

그러나 다루기가 어렵다는 점과 차체를 이루고 있는 관(tubing)의 두께가 너무나 다양하여 시마노사의 부품은 레저용으로는 첫눈에 구매력을 유발시키지 못할 것이다. 오늘날 자전거 구매시 가장 중요한 역할을 하고 있는 것은 바로 이 감정적인 호소력이다. 리차드 세이모어는 어린이용 자전거는 코퍼(Chopper)가 아직은 성공을 못하였으나 앞으로 성인용 자전거의 디자인을 이끌어 갈 것으로 보고 있다. 세이모어에 의하면 자전거는 은행과 같다고 한다. 어린이들이 은행을 많이 이용하듯이 자전거도 어린이들이 많이 갖고 있다. 코퍼와 그 후에 등장한 BMX는 자전거는 팔리는 것이라는 종래의 사고 방식에 큰 변혁을 일으켰다. 그 때까지만 해도 어린이들은 모두 손잡이가 구부러진 경주용 자전거를 갖기를 원했다. BMX는 그같은 기호의 차이까지도 없애버렸다.



④



⑤



4. Michael Strutt가 디자인한 Worksong : 일반 자전거의 차체로 된 접는 자전거

5, 6. Alex Moulton의 접는 자전거 : 60년대의 고전적 스타일로서 소형 바퀴를 사용한 이 자전거는 접는 자전거로는 최초의 것이라 아직까지도 제일 홀륭한 것으로 평가받고 있다.

그러나 디자인 면에서 볼 때 종래의 것과 크게 다른 점이 없다. BMX에도 여전히 2중 삼각형 차체가 사용되고 있다. 다만 두 개의 삼각형을 좀 더 수평으로 조립했을 뿐이다. 가장 많이 변한 것은 BMX의 이미지였다.

알렉스 몰튼(Alex Moulton)의 자전거도 이미지 덕분에 크게 성공하였다. 60년대에 나온 이 자전거는 바퀴가 작고 접을 수 있는 것인데 이 자전거의 이미지는 훌륭한 기술적 디자인의 부산물이었다.

야심적인 컨셉트, 독창적인 구조 및 생소한 외형에서 비롯된 이 자전거의 이미지는 알렉스 몰튼이 최근에 이를 변형하여 만든 우주선 형태의 차체를 갖춘 자전거를 가능케 하였다.

이 자전거는 소비자의 흥미를 끄는 힘이

대단하였다. 정교한 첨단 기술을 뜻하는 외형이, 뛰어난 제조에 의해서 구체화된 이 자전거는 타는 사람에게 즐거움을 준다.

이 자전거 역시 결국은 고전적인 자전거에 아무런 실제적인 개선이 없지 않느냐고 묻는다면 이 자전거가 바로 이 점을 잘 나타낸 것이라고 답변할 수 있다. 몰튼은 바퀴가 작고 차체가 가볍고 분해할 수 있으면서도 승차감은 보통 자전거와 동일한 자전거를 원했다. 많은 사람들의 시도가 실패로 끝난 데 반하여 몰튼의 문제 해결은 진지하고도 성공적인 디자인 작업이었다.

マイ클 스트루트(Michael Strutt)의 워크송(Worksong) 자전거 역시 디자인 면에서 성공한 예로 들 수 있다. 이

자전거는 스포츠형으로, 접을 수 있으며 보기엔 화려하지 않지만 수행해야 하는 기능보다 나타나서는 안되는 역기능을 많이 배제시켰다는 점에서 칭찬을 받아야 할 것이다. 안장 주변의 관(tube)을 단순하게 재배치함으로써 워크송은 단 하나의 경첩을 푸는 것만으로 자전거가 접혀진다. 그러면서도 승차감은 보통 자전거 중에서도 우수한 자전거의 그것과 같다. 한 번만 접어도 자동차 트렁크 안에 넣을 수 있으므로 자전거의 부피를 좀 더 줄이려는 시도는 하지 않았다. 문제를 피하지 말고 받아들여야 한다는 전통적인 해결 방법이 이 자전거를 성공시킨 것 같다.

새로운 소재는 이제까지 시도된 바 없는 새로운 가능성을 제공해 준다. Kirk Precision Frame사는 종래의 관형 차체 대신 압축 마그네슘 차체를 개발하였다. 탄소섬유관은 차체의 중량을 놀라울 정도로 가볍게 하였다. 그런가 하면 열성적인 연애를 하는 사람은 자기가 원하는 바를 언제나 잘 알고 있으나 애인이 없는 싸이클리스트는 스타일에 의해서 구애받기를 원한다. 세이모어 포웰사는 최근에 영국 굴지의 자전거 회사인 Madison Cydes사에 의해서 진단을 받았다. 이 두 회사의 결연의 결과, 무엇인가 재미있는 것이 나올 것 같다. 리차드 세이모어에 의하면 '자전거는 시장 지향형'이다. 자전거 시장은 기술 진보 등에 의해서 무엇인가 일어나기를 기다리고 있다. 그러나 3차원적 디자인 입장에서 보면 자전거는 하나의 고전으로 다루어져야 한다.

한편, 현재 성인용 자전거 스타일을 주도하고 있는 것은 마운틴 바이크(Mountain Bike)이다. 마운틴 바이크는 두툼한 타이어, 똑바른 손잡이 및 접속 기어가 장착된 괴물같이 생긴 자전거인데, 종종 성인용 BMX라고 불리우기도 한다. 마운틴 바이크는 원래 도로용으로 개발된 것이 아니기 때문에 들판이나 산악용으로 아주 적합하다. 그러나 마운틴 바이크, 특히 스타일에 신경써서 만든 무디 폭스(Muddy Fox)는 도시에서 흔히 볼 수 있다. 디자이너들은 그렇게 생각하지 않을지도 모르지만 고객들이 무디 폭스를 보면 실용적이며 건강에 유익하다는 것을 연상하므로 이는 최초로 성공한 전대 미문의 고전적 디자인으로 인정받게 되었다. 왜냐하면 무디 폭스는 실용적이면서도 보기 좋기 때문이다. ■



7



8

7. 1987년도 Kenwood Designer 상을 받은 Felix Byrne의 Scoot : 최근에 디자인된 접는 자전거로서 볼품이 없다.

8. Francis Green의 Rockabike : 가장 파감한 혁신을 시도한 자전거로 발뿐만 아니라 자전거 전체로부터 동력을 얻을 수 있도록 디자인되었다. 일반 자전거처럼 페달을 밟으면서 손잡이를 저으면 페달, 손잡이, 안장에서 동력이 발생한다.

세계 유명상품 디자인사

편집실

올리베티 레테라 타이프라이터 (Olivetti Lettera Typewriter)

올리베티의 독특한 스타일이 생겨난 것은 경영진, 그래픽 아티스트, 카피라이터, 저널리스트, 전축가, 산업 디자이너의 유니크한 협력과 노력의 결과다. 올리베티사에서는 출판물의 표지 색깔, 표어에 써여지는 형용사, 제품의 디스플레이 디자인, 종업원 사택의 양식, 주조(錢造)의 방법 등이 모두 동등하게 중요한 것이다. 그 목적은 제품인 타이프라이터와 사무기기에만 얹매이지 않고 좀 더 넓은 분야에서 일관된 일정 수준을 지켜나가는 데 있다. 이 일관성은 대량 생산되는 제품에 한정되지 않고 이 기업의 외관이나 인상에 관한 모든 것에 연결같이 적용되어 실제로 “산업 디자인”이라는 말로 표현할 수 있는 것이다.

카밀로 올리베티는 1908년에 이탈리아의 이플레어에 공장을 설립했는데 최초의 20년간은 스텠다드형 타이프라이터만을 계속적으로 생산하여 디자이너가 간여할 아무 일도 없었다. 그러나 카밀로의 아들 아드리아노가 맡으면서 올리베티를 근대적인 세계 기업으로 만들어냈던 것이다.

올리베티의 성장에는 제2차 세계대전이 크게 기여하고 있다. 경제적 의미에서의 유럽의 비극은 올리베티에 있어서는 실로 호기(好機)였다. 독일이라는 경쟁 상대가 일시적으로나마 자취를 감춤으로써 올리베티는 전세계 사무기기 시장의 대부분을 마음대로 컨트롤 할 수 있어 생산과 판매는 급증하였다. 몇년인가 뒤에 생겨난 경쟁사들과 격렬한 경쟁을 벌였을 때 올리베티가 시장 확보에 성공한 것은



제품이 기술적으로 대단히 우수하였기 때문이다. 사무기기는 시계나 자동차 등과 마찬가지로 수많은 요소의 집대성이이다. 그 여러가지 부품이 대개는 상자와 모양으로 뭉뚱그려져서 보관되고 있다. 이에 따라 디자이너가 해결해야 할 문제는 이 상자와 조작상 필요한 부속품의 형체를 만드는 일이었다.

올리베티 타이프라이터의 기능적 디자인을 담당하고 있는 엔지니어인 쥐제페 페치오는 스텠다드형의 기능을 크게 개량한 다음 그 부품 수를 3,000에서 2,000으로 줄였다. 올리베티의 제품은 기술적보다 우수한 외관으로 인하여 널리 알려지고 있다. 이것은 전축가 마르첼로 니초리의 작업에 의한 것인데, 그가 올리베티의 디자인에 협력한 것은 선전용 슬로건인 일러스트레이션의 디자인을 의뢰받았을 때부터 시작된다. 첫 작업에서 아드리아노는 니초리의 우수성에 매료되었는데, 그 때는 마침 아드리아노가

기계에 기능적으로 매치할 뿐만 아니라 자사 기계의 상징이 될만한 포름(form) 조사를 결론지으려고 할 때였다.

그러나 올리베티의 스타일은 우연하게 만들어진 것도 아니고 또 눈부신 재능의 번뜩이는 불꽃이 최종적으로 제품에 반영된 것도 아니다. 니초리는 1940년부터 동사에 협력하였는데, 그 최초의 제품 디자인인 계산기는 상자형으로 면(面)은 빈틈 없이 직각을 이루고 각(角)은 최소로 꼬부려 놓은 것이었다. 이 새로운 형태는 기계의 기능적 특색과 완전히 조화되고 있었으므로 니초리는 조작 부분의 디테일쪽에 중점을 두고 신중하게 생각하였다. 기계 본체는 이를 디테일의 배경이 되고 있는 것이다. 이 계산기가 대성공을 거둠으로써 니초리는 올리베티가 원하던 올리베티 루(路)을 만들어 냈던 것이다.

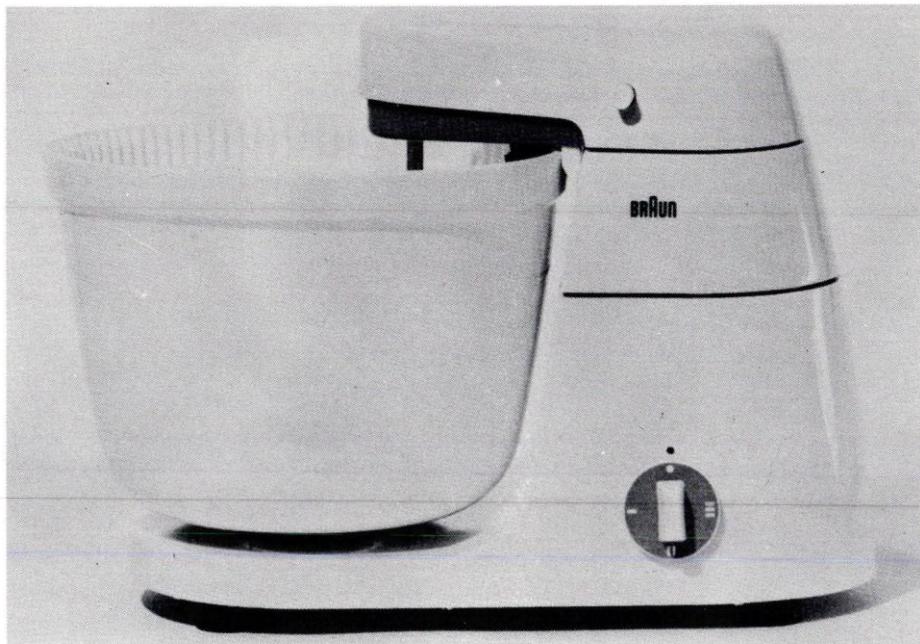
니초리가 최초에 디자인한 타이프라이터는 올리베티의 후속 모델의 선구(先驅)가 된 렉시콘 80이었다.

레테라22는 올리베티의 기술진과 니초리가 렉시콘을 소형으로 줄여 만든 것이다. 기기 전체가 편편한 형태로 뭉뚱그려지고 로울러도 거의 모두 빌트 인(built-in) 되고 있다. 우수한 디자인에 고도로 순화된

이탈리언 스타일로서 아메리카의 디자인에는 없는 멋과 지성의 향기가 넘쳐 흐르고 있다. 이것은 우수한 디자이너가 상업주의적 시장 한계를 작업의 전제로 하지 않고 그가 해낼 수

있는 한의 베스트를 다한 결과인 것이다. 디자인이 뛰어나기 때문에 상업상으로도 성공하고 “대중”이라고 하는 이름 때문에 속화(俗化)되지 않고도 굳 디자인은 팔린다는 사실을 증명하고 있는 것이다.

브라운 KM3 조리기 (Braun KM3 Kitchen Machine)



막스 브라운사(브라운 AG의 전신)는 1931년 창립되었다. 창립자는 자물쇠공(工) 겸 기사(技師)로서 조그만 작업장을 프랑크푸르트에 갖고 있었는데, 1938년이 되어 라디오 생산 판매를 하면서부터 겨우 얼마간의 수익을 올리기 시작하고 있었다. 전쟁중에 공장이 파괴되어 1947년에 다시 지었으나 브라운은 1951년에 사망하고 에르윈과 아르투르 두 아들이 30대에 회사를 물려받았다.

형체는 제품 디자인을 근대적이며 합리적인 단순화된 것으로 바꾸었다. 프리츠 아이힐러를 디자인 담당 중역으로 맞아들여 브라운사는 우선 라디오 제품 시리즈에서부터 손을 댔다. 그리하여 울름 조형대학의 한스 그쥬로 교수를 고문으로 영입했는데 브라운 스타일은 이 그쥬로의 공헌이 대단히 크다.

1950년대 중반은 회사로서는 안팎으로 크게 곤란한 시기여서 회사 간부가 새로운 방침을 설정하였기 때문에 기술 주임은 사직하고 여타 다른 스텝은 신임 디자이너들에게 마지 못해 협력한다는

실정이었다. 판매 부문도 마찬가지로 이 과도기 동안 혼란에 빠져들게 있었다. 1955년이 되어 디터 램스의 협력으로 전체 계획이 안정되고 1957년에는 디자인을 일신한 브라운 라디오가 비평가의 박수갈채를 받으면서 시장에 등장하였다.

マイ즈 반 데 로헤의 “less is more (보다 단순하게)”로 대표되는 바우하우스 디자인 철학의 궁극적 표현이 브라운 스타일의 특색이라고 할 수 있겠다.

이용 가치에 영원한 아름다움을 추가시켜 어떤 용도의 제품이거나 예외 없이 특득한 “브라운 스타일”을 만들어 냈다. 제품의 작동 부위는 모두 기능적으로 시각적으로 활용하지 않으면 안 된다라는 것이 브라운의 신조다. 에드워 브라운은 여기에 더 덧붙인다. “우리 회사의 전기기구는 조용하고 아담한 가정부겸 하녀이고 옛 시절의 충성스러움 비녀(婢女)처럼 원하기만 하면 더 아무 말 없어도 조용하게 나타났다가 조용하게 물려가는 그런 양상이 아니면 안된다”고 브라운의 대표적인 제품으로서 이 KM3

조리기를 들 수 있겠다. 이것은 1957년에 시판된 것인데, 경합(競合)제품과는 형태와 기능적 구성이 전혀 달랐다. 아이힐러의 말을 빙다면 “디자인 단계에서는 시장을 획득한다는 생각같은 것은 하지도 않았다. 우리가 만들어 낸 것은 이것이 최고라고 생각했기 때문이며 우리들 자신에게 어필해 왔기 때문이다”라고 했다. KM3은 조작의 효율과 단순성을 독특한 디자인에 매치시켜 막대한 매출과 획득에 성공하였다. 1957년의 트리엔날레에서 금메달을 수상하였는데, 미국산 믹서가 소형 모터 보트의 바깥에 돌출된 모터와 비슷한 형태로 되어 디자인 과잉과 추악성을 나타내고 있는 것과 좋은 대조를 보여주고 있었다. 그 우아한 스타일도 그렇거니와 보다 인상적인 것은 모터 부위가 낮은 위치에 있어 커피 뺏는 기계, 고기 써는 기계 등의 부속품을 부착하여 쓸 수 있게 했을 뿐만 아니라 적당하게 내용물이 뒤섞이도록 용기가 회전하도록 한 점이다.

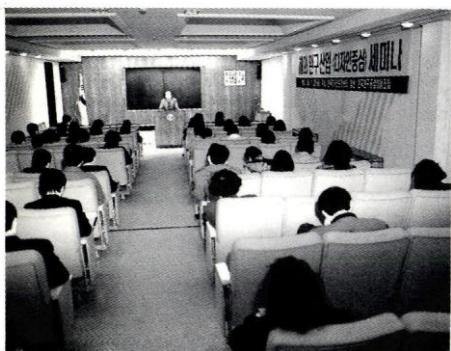
브라운 제품은 세계의 그 어떤 고급 제품과도 대항할 만한 좋은 디자인을 지니고 있다. 일반 미국인은 너무 무미건조하다고 보지만 최고의 기술과 좋은 디자인과의 결합을 알아볼 줄 아는 시선 있는 사람들이라면 단번에 매료되고 마는 것이다. 순수주의의 브라운 스타일은 아마도 앞으로는 구미(歐美) 제품의 특징인 유치한 형태를 일소시켜 시장에 변혁을 가져올 것이 틀림없다.

브라운의 일관된 스타일은 이성적인 조형과 혁신에 의한 새로운 기기 시리즈 개발의 가능성을 보여주고 있다. 이 계획은 올리베티와 자주 대비되곤 하지만 실현 결과는 전혀 다르다. 올리베티는 일관하여 이탈리아인의 활기를 표현한다. 그러나 브라운은 전형적인 게르만적 어프로치로서 신중한 태도를 나타내고 있다.

디자인 동서남북

국내 소식

해외 외구 산업 및 디자인 세미나



한국디자인포장센터에서는 지난 11월 25일 동 센터 강의실에서 해외의 주요 외구 시장 및 디자인 동향에 관한 세미나를 개최했다.

센터에서는 디자인 분야 정보 수집 사업의 일환으로 지난 4월 1일부터 9월 30일까지 6개월간 구미 지역, 동남아 지역, 호주 지역 등 10개국의 외구 산업 및 디자인 동향에 관해 조사를 실시했는데, 본 세미나는 국내 외구업체 종사자를 대상으로 그 조사 내용과 분석 결과를 제시함으로써 국내 외구 산업을 활성화시키고 수출 경쟁력 제고에 도움을 주기 위한 것이다.

한편, 11월 29일에는 부산상공회의소에서 부산 지역의 외구업체 종사자를 대상으로 지방 세미나를 가졌는데, 본 조사 내용은 본지 101호에 자세히 게재할 예정이다.

제4회 한·일 디자인 세미나

한·일 양국간의 디자인 동향 소개 및 학술 교류를 통한 디자이너간의 우호적

교류 증진과 유대 강화를 도모하기 위해 한국디자인포장센터에서 주최한 「제4회 한·일 디자인 세미나」가 지난 11월 3일 동 센터에서 열렸다.

이번 세미나에서는 일본측에서 20명, 한국측에서 30명의 디자이너들이 참여한 가운데, 한국측 2명과 일본측 2명의 주제 발표가 있었다.

한국측에서는 정시화(국민대)교수가 「한국 디자인 30년의 평가와 그 발전의 방향」, 김명석(한국과기대) 교수가 「생활문화로서의 현대 디자인」에 대한 주제 발표를 했으며, 일본측에서는 카아이레이(Rei Design 연구소장) 씨가 「패션 비즈니스의 전개와 디자인」, 다다 나루미 씨(D산업디자인 연구소장)가 「일본에서의 시장의 변화와 ID」라는 주제 발표를 했다.



한편 「한·일 디자인 세미나」는 한국측의 한국디자인포장센터와 일본측의 일본총합디자이너협회(DAS)의 공동 주최로 '85년부터 양국간을 왕래하면서 매년 개최되고 있다.

전국 대학생 디자인 공모전

디자인 전공 학생들의 창작 활동을 지원하고 전문 디자인 진흥과 육성을 위해

한국디자이너협의회가 매년 개최하고 있는 「전국대학생디자인공모전」의 '88년도 수상작이 결정되어 지난 11월 3일부터 8일까지 한국디자인포장센터 전시관에서 전시를 가졌다.



대상수상작 : T테이블

공업 디자인 부문, 시각 디자인 부문, 공예 등 3개 부문에 걸쳐 총 1,141점이 출품된 이번 공모전에서 영예의 대상은 공예 부문에 출품한 박미정(한양대)양의 「T—테이블」이 차지했다. 한편 이번 공모전은 한·일 학생 디자인 교류전을 겸해 일본총합디자이너협회(DAS) 공모전 수상 작품 12점도 함께 전시되어 한·일 양국 대학생들의 디자인 수준을 비교할 수 있는 좋은 기회가 되었다.

유아용 캐릭터 공모

도서출판 (주)계몽사에서는 수준 높은 어린이 그림책을 펴내기 위해 어린이의 친근한 벗이 될 참신한 동물 주인공 캐릭터를 공모한다.

새로운 캐릭터가 사용될 그림책은 만3~4세를 주 독자 대상으로 하여 의인화된 동물 주인공들이 펼치는 생활 속의 이야기로, 아동의 사회성 발달을 꾀한

창작 동화이다.

옹모 자격은 제한이 없으며, 작품은 다람쥐(남아 역할), 토끼(여아 역할) 등 공통 2점과 자유 선택 1점(동물 또는 상상의 동물) 인데, 채택 원고료는 1인 500만 원이다.

기타 자세한 사항은 아래 접수처로 문의하기 바란다.

접수처 : 강남구 역삼동772 (주)계몽사
편집기획부 Tel. 552-6817

'88 서울국제가구전시회

대한가구공업협동조합연합회가 주최하는 제3회 '88서울국제가구전시회가 지난 11월 3일부터 11월 9일까지 한국종합전시장(KOEX)에서 열렸다.

'84년 이후 격년으로 열리고 있는 이 전시회는 제품의 상호 비교와 새로운 디자인 동향 및 기술 정보를 입수하여 신제품 개발과 기술 혁신을 도모한다는 목적을 두고 있는데, 이번 전시회에는 우리나라를 비롯하여 캐나다, 서독, 이태리, 대만, 일본 미국 등 13개국 130여 업체가 참여했다. 특히 이번 전시회에는 가구류 제품 외에 목공기계, 목공용 도료 및 도장기계 등 연관 산업 제품도 전시되어 눈길을 끌었다.

제2회 한국광고대회 개최

한국광고협의회(회장 : 김덕보)가 주최하는 제2회 한국광고대회가 지난 11월 24일 힐튼호텔 국제회의장에서 개최되었다.

'바른광고 밝은사회'라는 슬로건을 걸고 개최한 이번 대회에는 신인섭(코래드 상담역) 씨의 「광고 관계법 무엇이 문제인가」, 이인호(럭키금성그룹 상무이사) 씨의 「매체 환경 어떻게 달라져야 하나」, 고동화(대홍기획), 이강우(세종문화) 씨의 「한국적 크리에이티브의 모색」 등에 대한 주제 발표가 있었다.

제16회 중앙그래픽전

중앙대학교 예술대학에서 그래픽 디자인을 전공한 동문들의 모임인 중앙그래픽의 16회 회원전이 지난 10월 4일부터 8일까지 동방플라자 미술관에서 열렸다.

1972년에 그래픽 13인전으로 출발한

중앙그래픽전은 3회 때부터 일정한 주제를 설정하여 실시해 오고 있는데, 이번 회원전에는 '서울'을 테마로 한 작품들이 선보였다.

제8회 행림전

성균관대학교에서 시각 디자인을 전공한 동문들이 모여서 펼치는 행림전이 지난 10월 17일부터 24일까지 금강 아트홀에서 열렸다.

이번 전시회에는 총 28점의 일러스트레이션 작품이 출품되었는데, 특히 주목되는 점은 평면 작품전으로만 그친 것이 아니라 이를 상품에 응용, 그 응용된 상품과 함께 전시되었다는 점이다.

이병학 개인전



영남대 산업미술과 교수인 이병학 씨의 개인전이 지난 10월 29일부터 31일까지 대구의 맥향화랑에서 열렸다.

이번 전시회에는 전화기 디자인을 중심으로 한 약 50여 점의 작품이 선보였다.

공진청 품질관리 전문위 설치

공업진흥청은 수출이 증대됨에 따라 대두되고 있는 클레임(claim) 방지, 공정 관리 등 품질 관리에 대한 당면 과제를 해결하기 위해 10개 부문의 품질 관리기법 연구 전문위원회를 설치했다.

한편 공진청은 기업의 연구 개발 의욕을 높이기 위해 품질 관리 연구 개발상을 제정, 전국 품질 관리 대회를 통해 포상하기로 했다. 그리고 공진청은 이 제도를 통해 연구 개발 체계를 확립하고 품질 관리 전문 인력을 양성하는 동시에 우수 사례를 발굴·보급키로 하였다.

제6회 흥익 시각디자이너 협회전

흥익대학교 미술대학에서 시각 디자인을 전공한 동문들이 모여서 펼치는 제6회 흥익시각디자이너 협회전이 지난 10월 15일부터 20일까지 조선일보 미술관에서 열렸다.

총 90여 점의 작품이 출품된 이번 전시회에는 박선의(흥익대), 이인자(경기대), 윤병규(단국대) 등의 교수 작품과 동문 회원들의 작품들이 출품되었다.

디자인 연구실 「디자인 브리지」 오픈

지난 5년 동안 서울올림픽 조직 위원회(SLOC)에서 함께 일했던 황부용·송기영·김승진 씨가 시각 디자인 분야의 연구실인 「디자인 브리지(Design Bridge)」를 오픈했다. 디자인 브리지에서는 앞으로 코퍼리트 커뮤니케이션 개발, 이미지 마케팅 및 비즈니스 디자인 개발, 그래픽 디자인 개발 및 간행물의 기획·저작·편집·제작 등의 일을 하게 된다.

주소 : 서울 서초구 방배본동 756-6 남광빌딩 302호 Tel. 599-2050

제8회 부산산업디자인전 개최

부산상공회의소가 주최하는 제8회 부산산업디자인전이 지난 10월 20일부터 27일까지 부산상공회의소 대회의실에서 개최되었다.

부산 시민의 디자인 전반에 대해 이해 증진과 부산 지방 디자이너들의 상호 정보 교류를 목적으로 열린 이번 전시회에는 시각 디자인·공예·제품 및 환경 디자인 및 초대·추천 작가 작품 등이 전시되었다.

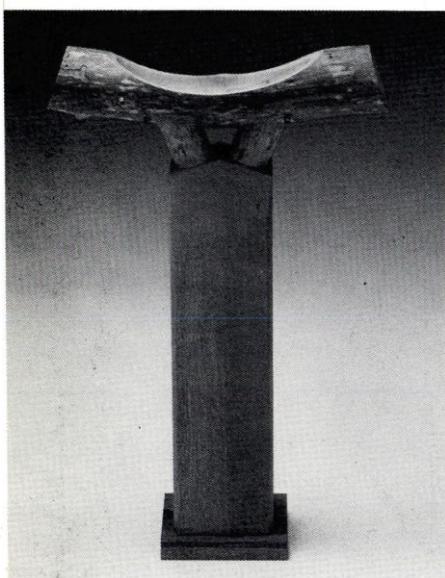
제7회 대구산업디자인전 개최요강

대구직할시와 대구상공회의소가 주관하는 제7회 대구산업디자인전람회가 12월 6일부터 5일간 대구상공회의소 전시관에서 개최된다.

대구직할시와 근교 거주자 및 시내 각 대학(교) 재학생들에게 출품 자격이 주어지는 이번 전람회에는 시각 디자인·제품 및 환경 디자인·공예 등 3개 부문으로 나누어 작품을 접수하게 되는데, 작품 접수는 11월 22일(시각 디자인 부문), 23일(공예 부문), 24일(제품 및 환경

디자인 부문)이다.

제6회 부산 신공예가회



정종민 작 : 생의 기원

부산에서 활동하고 있는 공예가들의 모임인 부산 신공예가회의 여섯 번째 회원전이 지난 11월 15일부터 21일까지 부산일보사 전시실에서 열렸다.

이번 전시회에는 나무, 금속, 점토, 섬유 등을 사용한 다양한 공예품들이 선보였다.

제16회 KDC 회원전

한국디자이너협의회(KDC)의 '88년도 회원전이 지난 11월 11일부터 16일까지 한국디자인포장센터 전시관에서 열렸다.

이번 전시회에는 시각 디자인, 공예, 공업 디자인 분야에 걸쳐 1백여 점의 작품이 출품되었는데, 특히 원로 회원인 남상교(한양대) 교수와 이명구(전국대) 교수의 회갑을 축하하는 의미로 깃들어 더욱 뜻 깊은 행사가 되었다.

제1회 위이빙 속 공모전 개최

섬유 예술 인구의 저변 확대와 수직의 활용 방안을 제시하기 위한 목적으로 위이빙 속(대표 : 박란)에서는 「월간공예」와 「한스리빙」의 후원을 얻어 제1회 위이빙 속 공모전을 개최한다.

출품 부문은 타피스트리 부문과 위빙 부문이며, 작품 접수는 '89년부터 3월 5일부터 7일까지 3일간이다. 기타 자세한 사항은 위이빙 속(Tel. 753-8322)과 한스 위빙(Tel. 585-8562)에 문의하기 바란다.

제14회 홍익창작도예전

홍익창작도예전의 14회째 회원전이 지난 11월 15일부터 20일까지 신세계 미술관에서 열렸다.

총 14인이 참여한 이번 전시회에는 1년 동안 회원 각자가 각고의 노력을 기울여 제작한 도예 작품 20여 점이 선보였다.

본 회는 현재 30여 명의 회원으로 구성되어 있는데 홍익대 대학원을 졸업해야 회원으로 가입할 수 있다.

국내광고산업 1조원 돌파

지난 77년 1천억 원을 넘어선 국내 광고산업이 11년 만에 10배 이상의 성장률을 보여 10월말 현재 사상 처음으로 1조원 규모를 넘어섰다. 이는 올림픽을 계기로 국내 광고물이 늘어났으며 새롭게 신설된 매체에 의해 광고 수요가 크게 늘었기 때문이라고 광고업계 전문가들은 분석하고 있다.

매체는 올 10월까지 신문, TV잡지, 라디오 등의 4대 매체가 전체 광고의 85%를 차지했으며, 이 중 신문이 36.8%를 차지해 1위를 했다.

제8회 중앙공업디자이너 회원전



지형선 작 : 코드리스폰

중앙대에서 공업 디자인을 전공한 동분들이 모여 펼치는 제8회 중앙공업디자이너 회원전이 지난 11월 17일부터 11월 23일까지 한국디자인포장센터 전시관에서 열렸다.

중앙공업디자이너회는 1980년 11월에 창립전을 가진 이래 매년 회원전을 개최하고 있는데 이번 정기전에는 갈종로 회장의 콤팩트 디스크 플레이어를 비롯한 20여 점의 작품이 선보였다.

제6회 섬유 패션 디자인 경진대회

한국섬유산업연합회는 상공부의 후원을 얻어 지난 11월 18일 힐튼호텔 컨벤션센터에서 제6회 대한민국 섬유 패션 디자인 경진대회를 개최했다.

이 대회는 역량 있는 신인 디자이너를 발굴 육성하고, 새로운 소재와 텍스타일 등을 의류에 도입시켜 한국의 섬유와 패션 산업을 육성하고자 하는 의도에서 해마다 개최되고 있다.

해 외 정보

제4회 오사카 국제 디자인 페스티벌 기업체 참가 안내

일본국제디자인교류협회(Japan Design Foundation)에서는 내년에 열리는 제4회 오사카 국제 디자인 페스티벌(본지98호 디자인 뉴스란 게재)의 일환으로 공모전과 병행하여 기업체 및 단체가 참여하는 국제 디자인 전시회를 마련했다.

'89년 11월 17일부터 26일까지 오사카의 INTEX에서 열리게 될 이 전시회에 자사 제품의 참가를 희망하는 업체는 부스(Booth)를 임대해야 한다.

부스는 기업 및 단체용인 A($36m^2$), B($54m^2$), C($61m^2$)형과 개인 및 그룹용인 D($1m^2$)형이 있는데, 임대료는 A,B,C형이 $1m^2$ 당 40,000엔이며, D형은 1유니트당 50,000엔이다.

'88 「앤틴 디자인 경연대회」 수상작 발표

듀폰사의 아시아·태평양 지부가 주최하는 아시아 지역 「앤틴 디자인 경연대회(Antron Design Awards)」의 두 번째 대회 수상작이 발표되었다.

1983년 미국에서 처음 시작된 이 대회는 건축가와 인테리어 디자이너들의 창작 의욕을 진작시키고 카페트에 대한 인식과 사용을 높이기 위해 마련된 것인데, 이번 제2회 대회에는 아시아 7개국에서 모두 52개의 작품이 응모, 한국에서 출품한 (주)아키반의 김석철·양원석 씨 작품 「예술의 전당, 서예관」이 대상으로 선정되었다. 이 작품은 각국의 인테리어 디자이너 5명으로 구성된 심사위원단에 의해 「서예관의 공간과 기능들을 잘 접목시켜 통합된 인테리어 디자인의 진수를 유출해 내었다」는 심사평을 받았다.

도요다 자동차 디자인사VI

마사오 모리모토(森本眞佐男) 일본 拓殖대학 공학부 공업디자인과 교수

6. 디자인 과에서 디자인 부로— 디자인의 운영·관리

1. 제1 기술부 차장

나는 1963년 2월의 직제 변경으로 제1 기술부 차장으로 승진하였다. 제1기술부라는 테는 설계 관계를 통합한 부로서 엔진, 샤시, 바디, 보조 기계, 디자인 등의 각과가 있었다. 부장은 야부따 도오조(藤田東三) 씨이고 나까지마 가츠라따로(中島桂太郎) 씨가 엔진 담당 차장으로 전부터 취임하고 있었다.

나는 디자인 담당으로 디자인 업무의 지도를 담당하는 한편 제1기술부의 관리, 운영면에서 부장을 보좌하는 직책이었다. 디자인 과장으로는 애에가사(八重櫻)군이 취임하였다. 디자인의 실무 작업은 디자인 과에 맡기지만 그 결과에 대하여서는 나에게 책임이 있었다. 따라서 제1기술부

차장이 되었어도 대체적으로 보아 이제까지의 디자인 과장직의 연장선상에 있었으나 다만 책임과 권한이 한층 증대하였으며 발언권이 강화된 양상이 되었다.

또한 제1기술부내의 설계 각과에 대하여서도 지도적 입장에 서 있을 수 있었다. 이것은 뒤에 디자인 과가 독립하여 디자인 부장이 되었을 때, 또는 제품기획실 주사(主査)가 되었을 때 디자인 이외의 각 설계 부문 관계 일을 알 수 있었다는 뜻에서 크게 의의가 있었다.

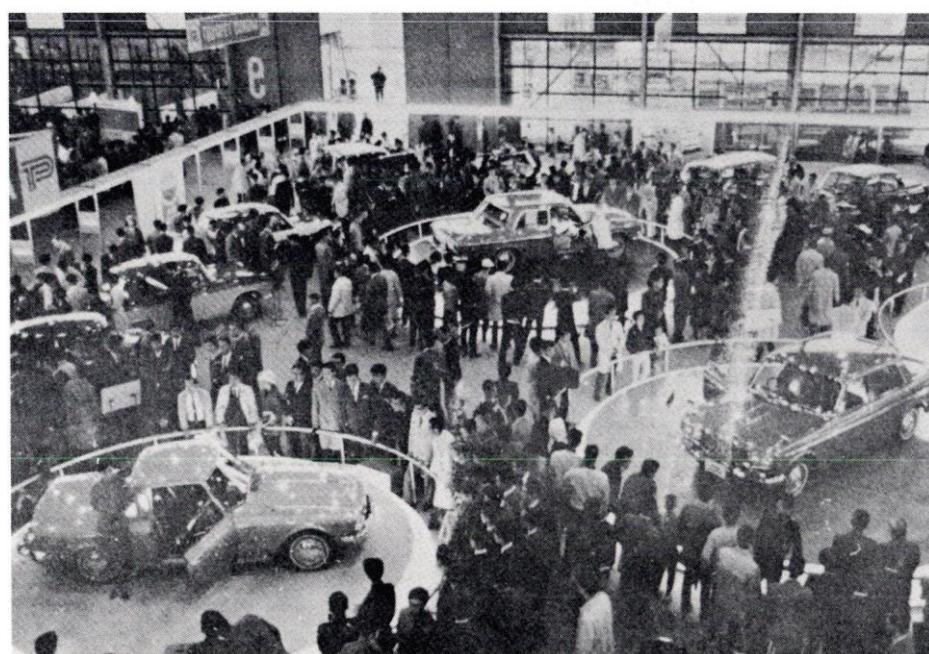
또 매주 1회 기술 담당 상무가 주재하는 주사 회의(기술부 관계 중역, 주사, 부차장에 의한 연락, 조정 회의로서 제품 기획의 중요 사항도 심의되고 격론이 오가는 일도 있었다)에 출석 하여 기술부의

중요 시책에 참여하고 의견을 제출할 수 있었다. 도요다 차의 디자인 그 자체도 물론 중요하지만 그것을 고도로 보전(保全)하고 업계를 리드해 나가기 위해서는 조직의 충실을 기하고 디자이너의 자질 함양과 인원 보충, 시설과 설비의 확충, 또한 기획실이나 타부문과의 제휴와 인간 관계를 원만한 상태로 만드는 일 등이 좋은 디자인을 제품에 구현(具現)시키기 위한 중요한 일들이었다. 제1기술부 차장에서 디자인 부장이 되기까지는 실제적인 디자인에 직접 참여하는 일이 적어진 대신에 이와 같은 양상의 관리·운영 등등의 일이 대폭으로 증가하였다.

2. 모터쇼 이야기

제1기술부 차장이 된 해에 제10회 모터쇼 기획위원이 되어 그 뒤 수년간 이 위원직을 맡아보았다. 특히 1963년은 제10회째이고 낫산(日産) 자동차가 ‘기술의 낫산’이라는 캐치 프레이즈로 기술면에서 도요다보다 한 발 앞섰다는 이미지를 일반에게 심어주려고 노력하고 있었던 때였다. 그에 대항하여 “도요다도 기술면에서 이만큼이나 진보하고 있다”는 것을 이 쇼에서 PR하고자 의견을 모으게 되었다. 특히 기술 코너라는 것을 만들기로 했는데, 그 코너를 위해 기술 각부를 동원하여 전시 품을 제작했다. 그 총지휘를 야부따 부장이 맡고 내가 각부, 과와 연락을 취하여 구체화시키기로 하였다.

4월 경에 기획 원안이 확정되었는데, 기술 코너의 전시 계획과 스페이스의



제10회 동경 모터쇼 광경

적정한 사용 방안, 특별 출품차(車)의 계획 등을 입안하였다.

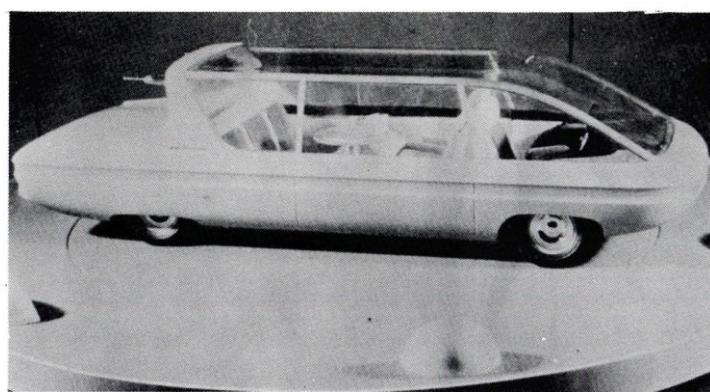
특히 도요 그레이드의 모형은 작동을 알아볼 수 있게끔 한 5배 크기로서 교오토의 과학 모형 전문 메이커에 의뢰하였는데 이 메이커에서도 처음 본다는 대규모의 것이었다.

모터쇼 회장에서는 인간공학의 브레이크 반응 시험 장치가 대단한 인기를 불러일으켜 날마다 관람객이 인산인해를 이루었다. 운전석에 앉아 전면(前面) 보드의 랜덤에 배치된 램프가 켜지면(어느 램프가 켜질지 모른다) 브레이크 페달을 밟는다. 그렇게 하면 그 반응 시간이 영점 몇몇 초로 숫자가 나오면서 당신은 합격이라든가 불합격이라든가 판정하는 것이었다. 이 장치는 그 뒤 도요다 본사의 PR홀에 설치되었는데, 개량된 것이 지금도 도요다 공관(公館)에 있다.

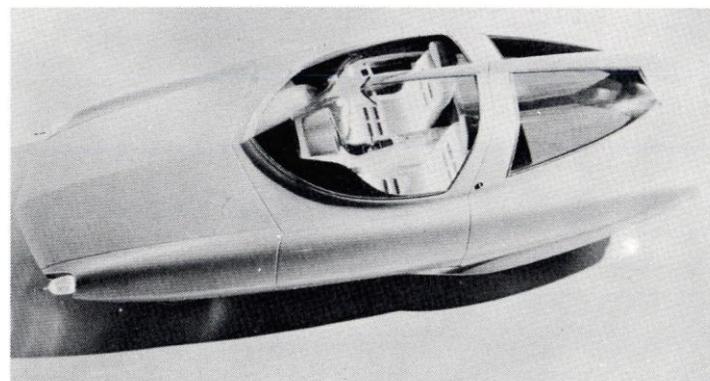
드림카 모델은 고속도로 개통을 익히하여 호화로운 캐빈의 달리는 응접실이라는 개념으로 1/5모델을 전시하였으나 다음 해에는 스피드를 상징한 1/2모델이 되고, 이어 실물 크기의 전시를 하여 차의 개념을 번번히 변화시키면서 거의 매회 이 종류의 모델을 전시하게 되었다.

모터쇼 전시의 주요 전시품으로는 신규 발매차나 풀 모델 체인지(full model change)의 차는 물론이고 그밖의 참고로 출품되는 차도 절대 빠뜨릴 수가 없는 것이다. 제8회 때는 도요다가 투 도어 스포츠쿠페 '도요페트 X'를 출품하니까 낫산 페어레이디 스포츠, 프린스 스카이라인 스포츠 등등 스포츠카가 줄줄이 인기리에 선을 보였고, 9회 때에는 혼다 스포츠 S360이나 퍼브리카 스포츠, 제10회 때에는 도요다의 코로나 쿠페, 스카이라인의 스포츠카, 퍼브리카 콤터터블, 콘네사 스프린트 등이 회장에 전시되어 자동차에 대한 사람들의 꿈을 펼쳐 보여주었다.

참고 출품차도 역시 그 나름대로 디자인하고 직접 손으로 시작(試作)한 것이므로 대단한 노력과 비용을 요하는 것이기는 하지만 디자인 향상이라는 점에서는 보탬이 되는 바가 여간 크지 않았다. 격년제 개최로 된 지금도 홀륭한 시작차를 전시한다는 일은 메이커에 있어서 나 같은 디자이너들에게 있어서나 커다란 공부의 기회인 동시에 성장의 양식(糧食)이기도 하다.



Dream Car의 1/5모델 : 제10회 동경 모터쇼에 출품된 딜럭스 리무진의 디자인



Dream Car의 모델 : 제11회 동경 모터쇼에 출품된 스피드 감각을 테마로 한 진보된 디자인



도요펫트X카 : 크라운을 기초로 한 스포츠 카의 프로토타입. 제8회 동경 모터쇼에 참고 출품되었다



179A의 1호차 : 도요다 캐롤라 KE10

3. 캐롤라의 발표

캐롤라는 현재도 세계를 통하여 베스트셀러 카로 되어 있지만 1966년에 전혀 새로운 차종으로 발표된 최초의 모델 KE10은 도요다 자동차의 디자인 역사 가운데서 여러 가지 의미로 획기적인 것이라고 하지 않을 수 없다. 그 디자인

프로세스의 요점은 다음의 몇 가지 항목으로 뮤을 수 있겠다.

- ① 패밀리카로서의 모든 조건을 종합적으로, 그리고 독자적 입장에서 고안한 제품 정책(80점 주의 정책).
- ② 위의 제품 정책을 완전한 형체로 구현(具現)화한 기획과 디자인의 일치.
- ③ 인간의 치수 자체는 변함이 없으나

그 인간을 제약된 디멘션(dimension) 안에 쾌적한 주거 공간으로서 실현시키기 위한 메커니즘이나 구조상의 섬세한 어렌지먼트(arrangement)로 만들어진 전혀 새로운 차량 디멘션에 대한 디자인의 완성.

④ 신규 생산 규모, 방식에의 대응책 등등 조목별로 정리하니 지극히 추상적인 것이 돼버렸는데, 구체적인 두 가지 예를 들어 참고해 보기로 한다.

추상적인 제품 기획의 정책을 완전히 구체적인 디자인으로서 실현하는 일은 자동차뿐만이 아니라 가전 제품이나 기타 기기거나간에 무릇 공업 디자인의 기본이므로 이것이 되어 있는지 안 되어 있는지가 좋은 디자인이나 아니냐의 갈림길이다.

캐롤라의 경우, 이 기획 정책에 따른 디자인의 통일을 기하기 위해 각 디자인 프로세스의 단계에 있어서 여러 가지 수법을 송두리째 구사하여 제품 기획, 담당 주사, 회사 수뇌부, 그리고 관계 개발 부서와의 사이에서 의사 통일이 꾀해졌다. 이럴 경우, 자칫 각 부문의 소극적 의견에 밀리어 매력 없는 디자인으로 수렴돼 버릴 우려가 있으나 캐롤라에서는 적극적으로 독자적인 디자인을 추진 시킬 수가 있었다. 다만 스타일 결정에 이르는 단계에서 도요다 자판(自販)과의 사이에 의견 대립이 생겨났다. 그것은 보디 후면의 패스트 페 스타일의 정도에 대해서이다. 자공(自工) 디자인 그룹은 이 차의 성격상 고성능을 표현하기 위하여 패스트 페 스타일로 밀고 나가고 있었다. 자판에서는 그 스타일은 지나치게 진보적 이어서 일반에게 먹혀 들지 않을 우려가 있으며, 시장 조사 결과를 보아도 대중의 기호는 노터 페 스타일이 좋다고 반대하였다. 결국 회사 수뇌부의 재량으로 그 중간인 세미 패스트 페 스타일로 되었던 것이다. 수정은 전체적 밸런스를 손상시키지 않도록 정성을 다하였다. 그리하여 캘로라가 발매되었을 때 그와 같은 부자연성을 일반에게 전혀 느끼지 못하게 하였을 뿐 아니라 오히려 캐롤라의 특징이라 할 수 있는 새로운 스타일로 받아들여진 것이라고 생각된다. 보다 스포티한 태입을 즐기는 젊은 층을 위하여 그 뒤 패스트 페 스타일로 된 스프린터 쿠페를 제품화시켰다.

도어에 처음으로 곡면(曲面) 유리를 사용한 것도 획기적인 일이었다. 전폭을 넓히지 않고 실내 유효폭을 확보하기

위하여 커브 클래스를 사용했는데, 효과가 대단히 컸다. 지금에 이르러서는 당연한 일로 되어 있지만 이것이 공기 역학적으로 정면 면적을 작게 하면서도 거주 공간을 확대하는 데 공헌을 했다. 곡면 유리 제조 공정의 혁신이 자동차 디자인의 혁신을 가져다 주었던 것이다.

4. 디자이너 충원의 어려움

개발 차종의 증가와 디자인 작업 내용의 다양화, 그리고 신차 발매 타이밍의 중요성으로 디자인 개발 기간을 단축시키기 위하여 인원의 증강과 설비의 확충이 필요하게 되었다.

실물 크기 모델의 마무리와 선도(線圖)의 완성 등 때문에 심야 작업과 일요 출근이 강요되었다. 더우기 납품 기일에 쫓기는 일이 많은 연말연시나 휴일에도 매년 어김 없이 출근한다는 것이 상례였다. 이와 같은 사정은 기술 각부 모두가 동일한 상황이었는데, 기술 관계 신입 사원 배속은 인사부가 채용하여 기술 각부에 나누어 주었다. 그러나 디자인 관계 학교의 졸업생을 획득하기 위해서는 나 자신이 직접 그들 학교를 찾아다니며 우리 회사에 입사할 것을 종용해야만 했다. 특히 치바(千葉) 대학이나 도오쿄 예술대학에는 졸업생을 중심으로 하는 PR 대(隊)를 파견하여 학생들에게 자동차 디자인을 PR하여 관심을 높이고 되도록이면 다수의 우수 학생이 우리 회사에 취직을 희망하게끔 운동하였다. 또 학생 실습을 실시하여 그 가운데서 우수한 자를 가려 뽑기도 하였다. 처음에는 여름 방학을 이용하였으나 여의치 않아서 나중에는 봄방학에 하기로 하였다. 이것은 현재까지도 지속되어 각 자동차 회사, 가전 메이커에 까지 확산되고 있는데, 학생을 교육하는 입장이 된 지금에는 대단한 악습을 만들었다고 그야말로 후회가 막심하지만 그 때는 일본이 고도 성장기이고 인력이 달리던 시기였으므로 우수한 디자이너를 끌어들이려는 소위 고육지책(苦肉之策)이었다.

5. 디자인 돔(dome)의 건설

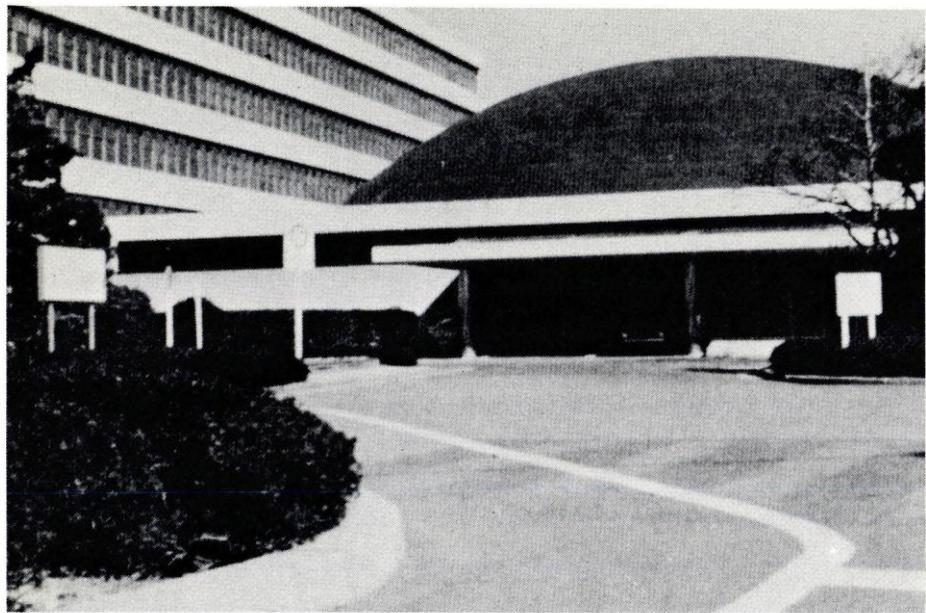
디자인을 검토하거나 심사하는 데 있어서 실물 크기 모델이나 실차(実車)는 테스트 코스나 모델 옆의 옥외에서 하지

않으면 안되는 일이 많았다. 비오는 날은 못했으며 날씨가 개이거나 흐림에 따라 조건이 변했다. 또 더운 여름날이나 찬바람 부는 겨울날에 사장이나 중역을 이와 같은 장소에 세워 놓기란 대단히 민망스러운 일일 뿐더러 판단을 그르치게 할 우려까지 있었다. 또 극비(極秘) 모델은 남이 엿보지 못하도록 옥외에 내놓고 버스로 이워싸거나 하지 않으면 안 되었다.

그와 같은 날씨나 기상에 관계 없이 일정한 조건하에서 관찰할 수 있는 장소를 마련한다는 일은 오랫 동안 지녀온 실로 절실한 염원이었다. 디트로이트의 GM의 스타일링 디비전을 방문하였을 때 관람한 돔의 내부나 완전히 가려진 마당같은 야외 전시장이 어찌나 부러운지 그와 같은 서비스를 가졌으면 하고 기회 있을 때마다 제안해 왔었는데, 그 꿈이 디자인을 중심으로 한 기술 3호관과 부속 돔 및 모델숍의 설립 계획에 따라 실현 단계에 이르게 되어 1966년 11월 우선 돔과 모델숍이 완성되었다.

돔의 조명은 거의 모든 조건과 날씨를 표현할 수 있는 것이었다. 태양에 해당하는 스포트가 중앙에 놓인 3개의 턴테이블을 향하여 하일라이트를 사출(射出)하게 되는 것인데, GM에서 본 그것보다도 훨씬 개량된 것이었다.

디자인 돔은 테크니컬 센터의 정문 옆에 있어 튀김 남비를 엎어 놓은 것 같은 둥그런 지붕이 독특한 경관을 구성하고 있는데, 보통 때는 각종 디자인의 검토나 회사 간부에 의한 스타일 심사가 이루어져 일반인은 물론이고 사내 사람에게도 극비 장소였다. 그 디자인 돔에서 딜러를 상대로 한 신차의 발표회가 있을 때는 돔 안에서 화려한 세레모니(ceremony)가 이루어졌다. 그 때에는 딜러 대표자와 회사측 대표, 그 차종의 개발 담당자, 제조 담당 책임자 등이 참석한다. 사회자로는 미야다나 가나하라같은 유명 텔런트가 초청되고 그 사회자의 말에 따라 일단 조명이 꺼진 돔 중앙에 자리한 턴테이블 위에 우선 대표적 차형(車型) 중의 1대가 화사한 스포트 조명을 받으며 부상한다. 박수 소리. 두 군데 입구로부터 각 차형의 독자적 색채로 칠해진 차가 유유히 나타나 장내를 일주하고 정해진 위치에 자리 잡는다. 하나하나 차가 나타날 때마다 박수가 쏟아진다. 모든 차가 배치되면 한 단 높이 가설된 스테이지에서 사장이나 회장의 인사말이 있은 다음 개발을 담당했던



디자인 둘의 외관 : 디자인 둘의 완성됨에 따라 일정한 환경 조건하에서 디자인의 검토와 심사를 행하게 되었다. 회사 외부인은 물론 직원들 조차도 관계자 이외에는 출입 금지 구역이다.

주사가 차량에 대하여 설명한다. 그러는 동안 사회자는 능숙하게 말을 서로 이어주고 또 주사에게 익살스런 질문을 던지곤 한다. 딜러의 사장들은 그 호화로운 신차에 완전히 매혹되고 딜러 대표가 “몽땅 팔아보이겠읍니다”고 맹세의 인사말을 한다. 이 세레모니에 있어서는 누가 뭐래도 담당 주사가 주역 배우다. 디자인을 담당한 우리는 이미 2년쯤 전에 일에 착수하였고 1년쯤 전에는 거의 손에서 떠나가 버려 슬슬 마이너 체인지 계획에 착수하고 있는 형편이지만 그래도 또 새삼스러운 감격에 젖어드는 것이었다.

6. 디자인 부가 생기기까지

디자인과는 제1기술부에 속하고 있었으나 디자인 부문을 독립된 부로 만들기 위해서는 조직상 먼저 과의 수를 복수로 할 필요가 있었다. 그러기 위하여 두 가지 방법이 고안되었는데, 하나는 디자인과와 모델숍을 분리하는 일이고, 다른 하나는 디자이너를 부위(部位)에 따라 그룹을 분할하는 일이었다.

첫째 방법인 모델숍 분리는 디자이너와 모델러의 융화를 긴밀하게 해야 한다는 점에서는 바람직하다고 생각되지 않았다. 그리하여 두 번째 방법 중 디자인을 외형 스타일링과 인테리어 디자인으로 나눈다는 것을 생각하게 되었다. 그 때 마침 도요다의 디자인이 외형 스타일은 빼어나니까 내장 디자인도 이에 맞춰 강화하라는 수뇌부의 지시도 있었다.

그 방책으로, 외형 스타일링이 진행된 뒤에 인테리어가 뒤따라 가는 것이 아니라 외형 스타일링과 동시에 진행시키고 또 내장 디자인을 그 구조의 설계와 밀착시켜 수행할 것을 강조하고 보디 설계과에 속하고 있던 시트 등의 내장 관계 설계 그룹을 흡수하여 내장 설계과를 설치하였다.

이렇게 하여 실내 치수의 검토, 입안이나 실내 목업의 제작 시기가 앞당겨지고 또한 설계와 일체를 이룬 체제는 그 정밀도에 있어서 한결 진보된 면을 보여주었으며 인테리어 디자인의 외관과 실질(實質)이 다같이 괄목할 만한 향상을 가져왔다.

그렇게 하여 디자인 부문의 조직, 인원, 설비 등이 대략 정비된 1967년, 제1 기술부에서 분리 독립하여 디자인부가 탄생되었다. 부장은 우선 야부따 중역이 겸임하였는데, 1년 뒤에 내가 부장으로 취임하였다.

7. 컬러 디자인 이야기

디자인 부문 가운데서 컬러 디자인 그룹을 독립시키고 담당자를 배치한 것은 씩 오래 전부터의 일이다. 컬러 디자인에는 특수한 감각과 지식, 기술이 필요하고 또 독자적인 관리 체계를 구축하지 않으면 안되기 때문이다.

컬러 디자인은 자동차의 외판 도색(外板塗色)을 결정짓는 일이 중요한 업무지만 더 나아가 인테리어 색채 조화,

플라스틱 부품 등의 색조에서부터 레더(leather)류, 직물류의 디자인에 이르기까지 대단히 광범위하다. 동시에 그 재료의 성질을 깊이 이해하지 않으면 안되었을 뿐 아니라 그와 같은 일을 맡아서 관리하는 부문이 달리 없기 때문에 아무래도 디자인 부문에서 생산상의 지시에까지 손을 뻗치지 않으면 안되게 되었다. 1965년의 테밍상(賞)을 목표로 회사가 전개한 QC 활동을 위해 디자인부가 실시한 것 중에서 가장 효과를 거둔 것이 컬러 디자인의 합리화였다.

일반 수요자에게 우선적으로 어필하는 것이 차체의 빛깔이다. 한정된 색수(色數)의 표준색을 사용해 수요자의 기호를 골고루 커버하지 않으면 안된다. 그러려면 직접적인 수요자의 기호 조사를 해야 하는데, 특히 심리학적, 통계학적 해석이 필요하다. 또 기호의 시계열적(時系列的) 변화 및 과거의 판매 양상의 변화와 추이를 파악하지 않으면 안된다. 또한 도색에 의한 도로의 내광성(耐光性), 경제성 등을 고려하여야 하며 제품 품질이 항상 일정하게 관리되도록 해야 한다.

이상과 같은 조건은 내장용 부품이나 직물에 대해서도 마찬가지인데 특히 직물은 직조와 무늬 때문에 더욱 어려웠다. 이와 같은 컬러 디자인의 합리화는 1963년 경부터 일본 색채연구소에 의뢰하여 크게 성과를 올릴 수 있었다. 일본색채연구소는 지난날 신일본호(新日本号)의 컬러를 선정해 낸 와다(和田三造) 선생이 창설한 연구소로서 도요다 자동차와는 오래 전부터 인연을 맺어 왔었다. 색채연구소와의 공동 연구를 통해 ‘컬러 코드 매뉴얼(manual)’, ‘컬러 시뮬레이터(simulator)’, ‘광택계(光澤計)’ 등을 개발하고 디자인이나 품질 관리에 성과를 올릴 수 있었다.

그런데 컬러 디자인이 매우 어렵다고 생각한 것은 내가 큐슈(九州) 지역의 딜러를 순방하면서 의견을 들었을 때다. 같은 큐슈라도 북쪽의 후쿠오카와 남쪽의 미야자끼(宮崎)와는 전혀 상반된 의견을 보였다. 후쿠오카에서는 “빨간색 같은 그런 화려한 빛깔은 필요 없다”고 한 반면 미야자끼에서는 “빨간색을 왜 폐지했느냐”고 사뭇 항의조로 나오는 것이었다. 그러니 기후, 풍토, 국민성이 각기 다른 세계 여러 나라에 수출한다고 하면 그것을 어떤 방식으로 집약하는가가 여간 어려운 문제가 아니다.

8. 뜻다 쓴 특수한 디자인

● 도요다 스포츠 800

제9회(1962년) 도쿄 모터쇼에 특별 출품한 쇼 카(show car)의 하나로 그 플로트 타입이 전시되었다. 퍼브리카의 공냉(空冷) 엔진을 사용한 소형 스포츠카인데, 캐빈이 후방으로 슬라이드하게 걸쳐져 있는 기발한 아이디어가 채택되고 있다. 간또(関東) 자동차 고문인 사또(佐藤章藏) 씨가 자유분방하게 디자인 솜씨를 발휘한 제품인데, 사또 씨는 그 이전에 닛산 불루버드와 세드릭을 디자인한 바 있다. 닛산에서 도요다 진영으로 옮겨 앉아 마음껏 그의 아이디어를 실현시킬 수 있었던 것으로 생각된다. 이것이 베이스가 되어 생산형의 도요다 스포츠 800(UP15)이 1965년 3월에 발매되었다. 캐빈의 슬라이드 헤드는 보통의 2도어로 변경되었고 따라서 모양 그 자체는 플로트 타입과는 전혀 다른 형태지만 프론트의 모습을 비롯하여 전체적인 이미지는 그대로 남겨지고 있다.

사또 씨 개인의 컬러가 확연하게 나타난 차로서 그것은 그 나름대로의 장점이 있어 지금도 그 차를 회상하며 그리워 하는 사람도 있다. 그러나 도요다의 디자인 정책과는 동떨어진 곳에 놓여 있는 차였는데, 때로는 그와 같은 성격의 차가 있어도 좋다는 생각이 듦다.

● 도요다 2000GT

도요다 2000GT는 디자인 부문 업무에 올려진 것이 아니라 스포츠를 담당하는 그룹의 개발 프로젝트로 디자인 되었다. 주사는 고오노(河野二郎) 씨이고, 디자인은 마침 그때 디자인과에서 이 프로젝트 팀으로 전속해온 노자끼(野崎喻) 군이 주로 맡아한 것이다. 기획 프로젝트 팀에 들어가서 그 기획과 일체가 되어 외부의 간섭을 받는 일이 없이 소신껏 스타일링을 행한 일례이다. 이와 같은 스포츠 타입의 차의 경우, 좋은



시작(試作)형의 도요다 스포츠800 : 캐빈이 후방으로 슬라이드한 형태로서 제9회 동경 모터쇼에 참고 출품되었다.



생산시의 도요다 스포츠800 : 도어는 보통의 2도어 타입으로 되었다.

프로포션의 차량 기획과 레이아웃, 디멘션이 필요한데, 2000GT의 경우 그것이 마침 성공하였고 아울러 이미지를 적극적으로 표현할 수 있었기 때문에 뒤에 그 눈부신 성능 기록과 한 데 어울려 명차(名車)로 일컬어지는 작품이 되었다. 그러나 애석한 것은 생산성의 조건이 걸맞지 않아 코스트가 높아졌던 것인데, 그것을 끌어내리려고 한 정책에 휘말려들으로써 도중에 디자인이 허물어져 버렸다.

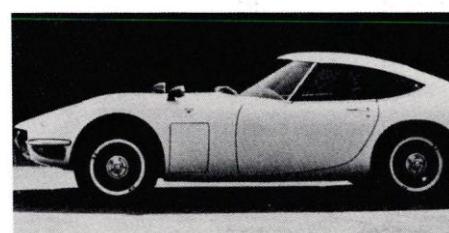
● 마크II의 탄생 경위

코로나가 1964년의 모델 체인지와 차종 체계의 충실로 일본 베스트 셀러 승용차의 지위를 확보하였다. 다음의 모델 체인지의 구상을 가다듬는 데 있어서 담당 주사의 생각을 크게 지배한 것은 점차 확대되어 가는 모터리제이션(motorization)에 의한 수요층의 고급화 지향이라는 점이었다. 또 한편 캐롤라 발매와 그 매출고의 확대가 코로나의 다리를 걸어 넘어뜨리는

것이 아닌가 하는 걱정도 있었을 것이다. 그리고 크라운과의 사이에는 아직도 격차가 있었다. 코로나 다음의 모델에서는 차의 치수, 차격(車格)의 확대라는 방향으로 기획이 기울어진 것도 지극히 당연하다고 할 수 있는 사고방향이었다. 코로나의 차체를 절단하여 확대한 시작차를 만드는 등으로 검토한 결과 모델 체인지 기획이 확대의 방향으로 수립되었다.

스타일링은 RT40을 통해 획득한 평가를 중시하여 그 이미지의 연장선상에서 디자인이 진행되었다. RT40의 특징인, 앞으로 기울어진 프론트 마스크를 기본으로 하고 도어에 커브 글래스를 채택하는 등의 새로운 패턴을 시도한, 이제까지의 코로나 보다 외관적으로도 여유가 있는 스타일링이 완성되었다.

자공(自工)과 자판(自販) 수뇌부에 의한 스타일 심사가 이루어졌는데, 새로운 코로나의 모델과 비교하기 위하여 본래의

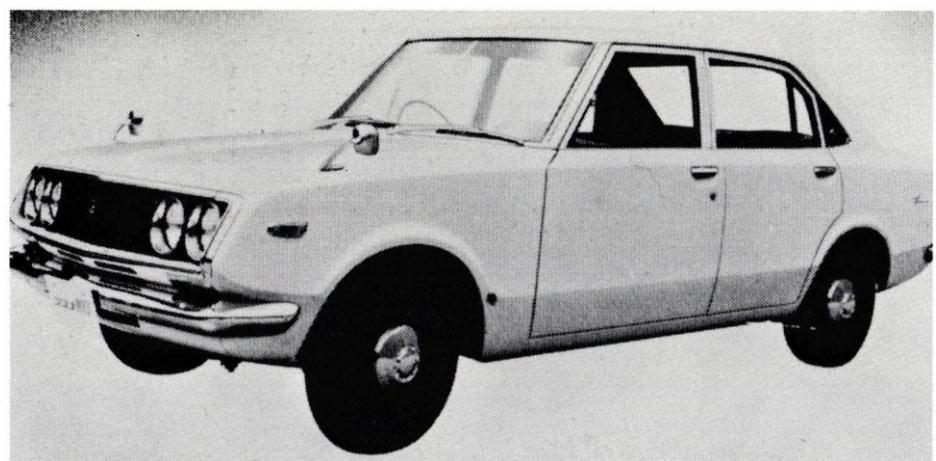


도요다2000GT

코로나가 나란히 놓였다. 그 석상에서 간야(神谷) 자판 사장이 직접 “이것 둘 다 만들어 주시오”라는 말을 했다. 청천벽력이었다. 하기야 자공, 자판 수뇌부 사이에서 코로나의 다음 모델에 대하여 의견 교환이 있었으리라고는 충분히 짐작이 갔다. 그런데, 그것이 이 스타일 심사석상에서 결단이 내려진 것이라고 생각된다.

새로 나온 코로나쪽은 코로나 마크II로 명명되었는데 마크II 발매 후에도 기존 코로나의 판매 성적은 순조로웠다. 마크II은 다음의 1972년의 모델 체인지에서 코로나와 결별하는 독자적 디자인을 확립시켰다.

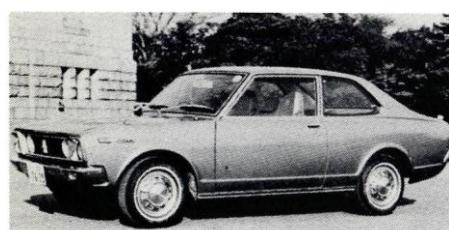
● 코로나와 동일한 프론트 도어의 캘리너 코로나의 좋은 판매 성적이 도요페트 계열에 유리하게 기울어지고 있다는 사실이 도요다 계열의 딜러를 자극하였다. 도요다 계열에서도 코로나 클래스의 차를 팔게 해달라는 요청이 나왔다. 그에 응한 것이 캘리너이다. 최초의 캘리너의 모델은 보디의 아랫 부분과 프론트 도어는 코로나와 동일하다. 엔진의 시리즈를 코로나와 별도 시리즈를 채택함으로써 이미지를 달리한 데다 스타일링에서 다시 코로나와 다른 이미지를 내게끔 디자인하였기 때문에 코로나와 디멘션이 비슷하면서도 사실상 전혀 성격이 다른 차종이 탄생하였다. 프론트 도어가 코로나와 동일하다는 것을 일반 사람들은 아마도 알아차리지 못하였을 것이다. 캘리너도 다음 모델 부터는 독자의 디자인이 되었다.



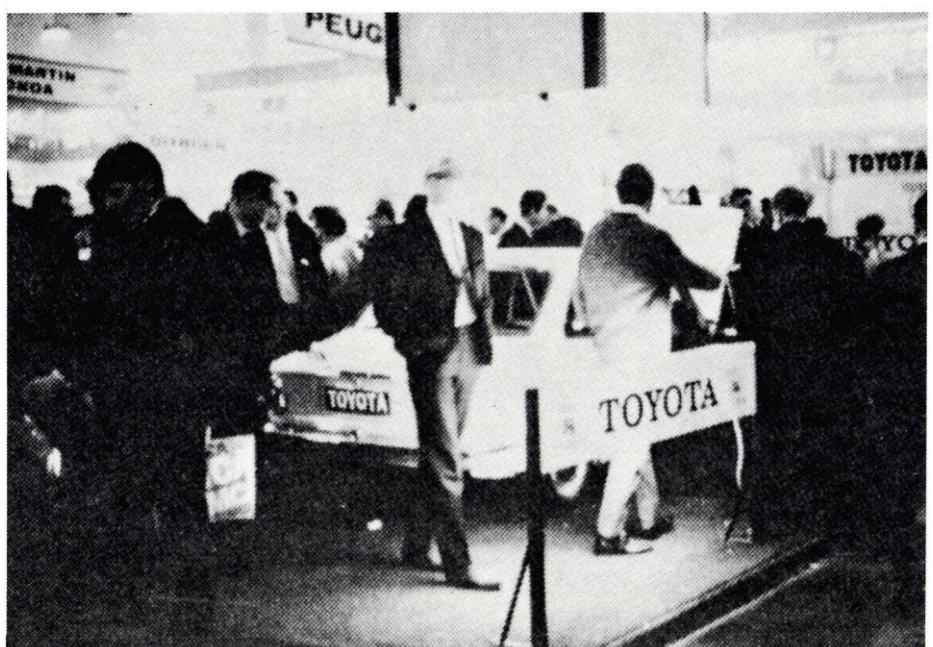
코로나 마크II : 그 때까지의 코로나보다 사이즈가 크지만 프론트 뷰에 코로나의 이미지가 남아 있다.



런던 모터쇼 전시장 입구



캘리너1400 TA10형 : 보다는 코로나와 공통된 부분이 많으나 전혀 다른 이미지의 차가 되었다.



런던 모터쇼에 전시된 캐롤라

9. 국제적인 디자인을 지향하여

아트센터에 유학하고 돌아온 지 10년이 지났다. 그 동안 수많은 디자이너를 해외에 내보냈으나 나 자신은 그 뒤로 해외에 나간 일이 없었다. 그러나 도요다의 차는 미국을 비롯하여 유럽 각국에도

대대적으로 진출하게 되었다. 이 10년간에 많은 변화를 보였을 미국과 유럽에 꼭 한번 가보았으면 싶은 마음이 간절했었는데, 1967년 10월, 한 달 예정으로 모터쇼 견학을 겸하여 주로 자동차업계를 시찰하고 오라는 출장 명령이 떨어졌다.

우선 로스엔젤레스에서는 마크 민 선생님의 두텁고 따스한 손이 나를 맞아 주었다. 그리고 아트센터 스쿨에서는 큐프리 학장과 자겐슨 선생 등에게 친절한 영접을 받았다. US도요다에서는 널찍한 사무실에서 여러 명의 직원이 분주하게 움직이고 있는 모습을 보고 흥미를 느끼지 않을 수 없었다.

디트로이트에서 GM의 스타일링 부서 책임자 미첼 씨도 만나고 또 많은 디자이너들과 더불어 대화를 가진 다음 아름다운 캐나다의 가을을 거쳐 빠리에 입성하였다. 모터쇼는 물론이려니와 이스탄불 공원에 앉아 양리 루소의 비행선을 생각하고 저녁놀을 등진 노트르담의 아름다움에 정신을 빼앗기며 유럽 문화라는 것을 흡뻑 맛보았다.

영국에서 런던 지사장인 프라이드 씨가 “나는 일본 자동차의 코스트를 팔고 있는 것이 아니라 품질을 팔고 있는 것이다”라는 말을 했을 때, 싸구려 조악품으로 레텔이 붙었던 지난날의 ‘메이드 인 저팬’의 인상을 완전히 불식시켰다는 느낌이 들어 감명이 깊었다.

독일의 오펠을 방문했을 때 GM에서 와있는 조단 씨(현재 GM의 수석 디자이너)는 작은 GM이라고 할 수 있는 오펠의 스타일링 섹션을 구석구석 구경시켜 주었다. 헤어질 무렵에 조단 씨는 “아메리카에 상륙하는 일본 자동차는 모조리 태평양에 쓸어 넣겠다”고 했는데, 그것은 언제 어느날 실현될 것인지.

이 한 달간의 여행을 통해 유럽에 있어서의 자동차 사정과 더불어 유럽 예술의 위대성을 살펴보고 자동차 디자인의 국제성, 문화성에 대한 의의를 새삼 깊이 인식하였다.

10. 디자인의 기계화를 향하여

차종 증가와 모델 체인지 빈도의 증가는 당연히 개발 기간의 단축을 강요하게 되었다. 테크니컬 센터 내의 생산 기술 개발 부문에서 형(型) 제작의 NC화가 진행됨에 따라 디자인 프로세스상에

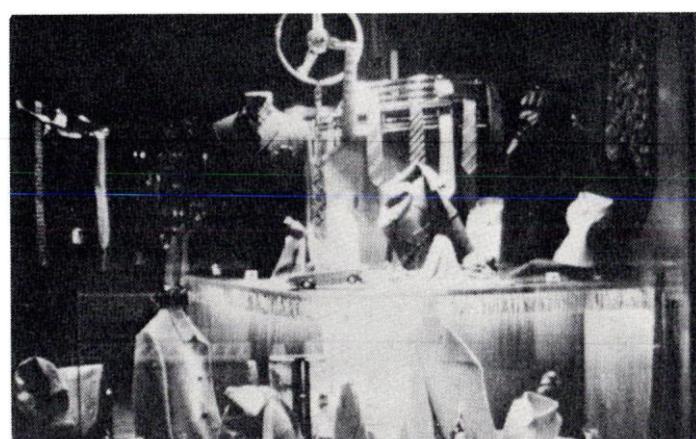


상좌 : 네덜란드에서 크라운을 배경으로 한 필자와 브뤼셀 주재원.

상우 : 오펠 스타일링 부서에서 당시 여기의 책임자인 GM의 조단 씨와 필자



토리노 모터쇼(1967년)



토리노의 유명한 자동차 거리에서는 자동차의 모델이 상품의 디스플레이에 이용되고 있다.

전산화가 과급되어올 것은 필연적이었다. 그에 따라 모델 제작, 측정, 선도화(線圖化)에도 전산기를 도입하기로 하였다.

디자인 부내에 전산화 전문 인원을 배치하고 프레스 형(型)의 제작과 자동 측정기 및 자동 제도기를 설치하여 조형과 (造型課)를 신설하기로 함에 따라 1968년 말 조형 측정실의 건설이 이루어졌는데, 엄청난 경비를 들인 막대한 설비가 도입되었다.

이 설비 계획을 설비 회의에서 제안하고 그 효과에 대하여 설명하였을 때, 담당 중역이 “그렇게 좋은 것이라면 고작 한 대로 팬창을 것인가. 나중 증설한다는 건 오히려 더 힘드니 처음부터 좀 더 큰 설비로 하면 어떨까”라고 말하였지만 당시는 그다지 확신이 서지 않아 우선은

한 조(組)만 설치하였다. 지금은 이 측정기를 몇 대씩 설치한 대공장이 되었는데, 자동 제도실에도 여러 대의 자동 제도기가 놓인 것을 보고 그 중역이 올바로 지적해 주었다는 것을 느꼈다.

디자인 프로세스 자체의 전산화, 즉 CAD와 맞겨루기 시작한 것도 도요다가 일본에서는 처음 시작한 것이라고 생각한다. 3면도에서 퍼스펙티브(perspective)를 그려내는 일 등을 도시바(果芝)와 후지츠(富士通)와 더불어 연구를 진행시키기로 하였는데 디자이너의 요구를 전산 기술자가 무리 없이 받아들여 주게끔 호흡을 맞추는 일이 중요한 일이었다. CAD를 지향한 체제가 일단 구축되고 이제부터 시작이라는 단계에서 1969년 2월 뜻하지도 않았던 제품 기획 실주사로 임명되었다. <계속>

국내외 디자인 관련 정보 자료

1988년 10~11월 한국디자인포장센터 자료실 신착도서 및 자료

IDEA('88.11)

발행처 : 誠文堂

● 디스플레이 디자이너 Edgar Reinhard : 스위스 출신의 세계적 디스플레이 디자이너인 Edgar Reinhard의 5년간의 작품들을 소개하는 기사이다. 그에 관한 기사는 이전에도 한번 IDEA지에 게재된 바 있다. 그의 근작 가운데서 가장 중요한 작품은 IBM을 위한 "TELECOM '87 프로젝트"로서, 이 프로젝트가 잡지에 소개되기는 이번이 처음이다. 그는 클라이언트에게 제품에 관한 정보를 정확하게 제공할 뿐만 아니라, 디자인 재료와 기법을 효과적으로 사용하여 기업의 아이덴티티를 충실히 표현한다. 재료를 위낙 대담하고 특이하게 사용하기 때문에 재료에 생명을 불어 넣는 작가라고 그를 평가한다. 그가 디스플레이용으로 개발한 여러 장치들은 나중에 새로운 디스플레이용 제품으로 판매되기도 하였는데, 모빌 타입의 안내판은 그의 천재성을 보여주는 좋은 예다.

● 제2회 국제포스터 트리엔날레 입상작 : 이 전시회는 Toyama 현대미술관이 주최하는 것으로, 포스터 미술을 통해 시각 디자인의 흐름을 제시하는 데에 목적을 두고 있다. 올해는 49개국의 1,000명 이상의 디자이너들로부터 2,400여 점의 작품을 접수받아 엄정 심사 끝에 360점의 입선작을 가려내었는데, 본 기사에는 입선작들과 심사위원들의 작품, 그리고 심사평이 포함되어 있다.

● 朝日廣告賞 수상작 : 일본 아사히신문사 주최 제36회 朝日廣告賞 수상작이 발표되었다. 올해의 주제는 "가슴에서 가슴으로 통하는 정보"로서 일본

전국에서 1,129점의 작품이 출품되어 신문광고에 대한 높은 관심을 보여주었다. 작품 수준은 지난해에 비해 전반적으로 향상되었으나, 개성이 부족하다고 심사위원들이 지적하고 있다.

● The Art of Persuasion : 광고사진의 발달과 그 시대 배경. 1800년대 중반에 최초로 출현한 아래 사진은 가장 객관적이고 정확한 커뮤니케이션 도구로 인식되어 왔다. 사진이 광고 표현의 한 수단으로 동원되게 된 시대적 배경과 발전 과정을 보여주는 자료로서, 1890년부터 1988년까지의 대표적 광고사진을 수록하고 있다.

商店建築('88.10)

발행처 : 商店建築社

● 일본고유양식의 호텔 [巾の毛り間に毛と] : 온천 휴양지로 유명한 大分 縣別府市에 소재한 이 호텔은 2층 목조 건물로서 전평은 그리 넓지 않지만, 대연회장, 응접실, 옥외 목욕탕 등의 시설을 갖추고 있다. 이 건물의 특징은 別府市의 특산물인 대나무를 많이 사용하고 있는 점인데, 특히 호텔 로비의 벽과 천정에 부착된 대나무 장식과 조명 기구가 일품이다. 설계 : Shigeru Aoki

● The B : 지난해 민영화된 이후, 일본 전신전화국은 CIP작업(기업 이미지통합)을 광범위하게 도입하였으며, 그 일환으로 새로운 타입의 전화국이 건립되었다. 시부야 전신전화국 빌딩의 1층에 새롭게 문을 연 이 전화국에는 기존 전화국의 시설 외에 카페, 잡화점 등의 시설이 갖추어져 있다. 리셉션룸에서는 연극, 영화, 음악회 티켓을 발매하기도 한다. 프레임 형태의

파사드에는 새로 개발된 텐트천이 사용되었는데, 이 천은 외부 기온의 변화에 따라 색상이 변하는 특징을 갖고 있다. 설계 : Kunihiko Hayakawa

● Hotel Ramada Renaissance Resort Okinawa : 일본의 최남단에 위치한 오키나와는 일본의 가장 유명한 해양 휴양지 중의 하나이다. 이 호텔에는 조그마한 바다 위의 섬과 해변을 연결시키는 긴 목재다리가 설치되어 있는데, 섬 위에는 바베큐 레스토랑과 디스코 클럽이 마련되어 있다. 디스코 클럽이 바다 속에 있기 때문에 춤을 추는 동안 유리를 통해 고기들이 헤엄치는 모습을 볼 수 있다. 또 다른 특징으로는 호텔 중앙의 안뜰(Atrium)로서, 이 아트리움으로 자연광이 쏟아져 들어온다.

설계 : Hachiro Matsuno

● Disco ZIP : 최근 우리는 그로데스크한 분위기의 상점 인테리어를 자주 접한다. 이 "Disco ZIP"도 그러한 유형의 하나로서, 디자인의 기본 모티브는 전쟁에서 살아남은 사람들의 이미지로 구성되어 있다. 바닥은 녹슨 철판들로 덮여져 있으며, 철판을 용접하여 만든 인체조각들이 공중에 매달리거나, 벽에 기대어져 있다. 설계 : Kazutoku Ito

Asian Sources Electronics ('88.10)

발행처 : Trade Media Ltd

● 팩시밀리 : 팩시밀리 시장이 붐을 이루고 있으며, 이러한 붐은 오직 일본에 의해 주도되고 있다. 일본은 아시아 지역뿐만 아니라, 전세계 팩시밀리 시장을 지배하고 있는데, 일본의 세계 시장 점유율은 90%에 달한다. 팩시밀리 생산은 Ricoh, 마쓰시다, 도시바, 캐논, NEC와

같은 소수의 제조업체에 의해 이루어지고 있다. 대만의 메이커들은 모뎀과 스캐너 자체 개발을 시도하고 있으며, 신제품 생산량이 급격히 증가될 것으로 전망되고 있다. 한국 기업들은 내수용 제품만을 생산하고 있다.

● **가정 안전 시스템** : 아시아 전지역에 걸쳐 이 시스템에 대한 수요가 증가하고 있으며, 가격은 안정세를 유지하고 있는 가운데 PIR 센서를 갖춘 모델에 대한 판매가 활발하다. 대만에서는 마케팅 활동이 DIY 유니트에 집중되고 있으며, GSP 특혜를 상실하기 전에 최대한으로 상품을 판매하려고 노력하고 있다. 홍콩의 메이커들은 소형 다기능 모델들을 개발중이며, 새로운 부품 공급업체를 물색중이다. 일본과 한국의 생산업체들은 국내 시장 개척에 주력하고 있다. 그 이유는 환율 절상의 가속화로 수출이 급격히 감소하였기 때문이다.

Fashion Accessories ('88, 11)

발행처 : Trade Meadia Ltd

● **Handbags** : 동 품목에 대한 시장 경쟁이 격화됨에 따라, 관련 메이커들은 새로운 디자인과 소재 개발에 혈안이 되어 있다. 사용 재료로는 소가죽이 주종을 이루고 있으나 PU, PVC, 타피스트리, 금속 및 과총류, 뱀장어 가죽 등도 사용되고 있다. 대만과 홍콩의 두 개 업체에서는 서독산 고품질 PVC수입 원자재를 사용한 제품을 생산하고 있는데, 이 재료는 진짜 가죽과 거의 흡사하다. 많은 기업들이 생산 시설 향상에 주력하고 있으며, 환율 절상, 인건비 상승과 시장경쟁의 격화 등 제반 문제를 극복하기 위해 고가품 생산에 치중하고 있다.

● **조사대상국** : 홍콩, 필리핀, 대만, 인도, 일본, 한국, 싱가포르, 태국.

● **플라스틱제 보석** : 플라스틱은 성형성이 매우 뛰어나기 때문에, 이것을 사용하여 자유자재로 수많은 보석 디자인을 할 수 있다. 플라스틱으로 대리석, 나무, 풀의 느낌을 줄 수 있고, 인조진주나 인조보석을 제조하는 데 폭넓게 사용된다. 금속제 보석이 유행함에 따라 플라스틱에 금속 도금을 한 제품들이 증가하였는데, 이들 제품은 진품에 비해 무게가 훨씬 가볍다. 사용되는 플라스틱 종류로는 Acrylic, Urea, Polyester, Lucite, Polystyrene 등이 있다.

- **조사대상국** : 홍콩, 대만, 한국, 인도, 필리핀
- **India-ITME '88 International Textile Machinery Exhibition** :
 - 섬유기계 및 부품 전
 - 기간 : 12월 1일 ~ 12월 5일
 - 장소 : Bombay(인도)
 - 문의 : India ITME Society '76, Mittal Tower, B wing, 7th floor, 210 Nariman Point, Bombay-400021
Tel : 2020032/Telex : 11-5173 TM WAIN
- **4th Inter-Footwear '88 International Footwear Fair HongKong** :
 - 신발, 신발원자재 및 제조기계전
 - 기간 : 12월 3일 ~ 12월 6일
 - 장소 : HongKong Convention & Exhibition Centre
 - 문의 : Headway Trade Fairs Ltd.
Sing-Ho Finance Building, 9/f, 168 Gloucester Rd, HongKong
Tel : 5-8335121/Telex : 72554 HEWAY HX
FAX : 5-745356
- **3rd Inter-Handbags '88 International Handbags and Travel Goods Fair** :
 - 핸드백, 가방, 여행용구, 원자재, 기계장비전
 - 기간·장소 : "Inter-Footwear '88"과 동일

The Color Handbook ('87)

발행처 : Gower Technical Press

상업환경의 색상을 선택할 때에 단순히 선택 당사자(디자이너, 건축가...)의 기호에만 의존해서는 안된다. 왜냐하면, 색채의 올바른 선택으로 인해 상품 판매 실적과 생산성 향상을 가져올 수 있기 때문이다. 이 책의 저자인 Eric.P.Danger는 '75년 이래 색채 연구 컨설턴트로 일해 오고 있으며, 수 차례 색채와 마케팅의 다양한 측면을 다룬 기사를 발표한 바 있다. 이 책은 그동안의 저술을 집대성한 것으로서, 색채가 마케팅, 판매, 생산성에 미치는 영향을 다루고 있다. 내용은 크게 빛과 색채의 기본 원리, 색채 선택의 기본 원리, 색채 카다로그로 구분되는데, 색채 선택의 기본 원리에서는 색채에 대한 기본 지식을 5개의 영역에 효과적으로 응용하는 기법이 기술되어 있다. 여기서 다루어지는 5개의 영역은 다음과 같다.

- 사무실, 공장과 같은 생산시설
- 상점, 식당과 같은 매장
- 포장, 인쇄 등에 그래픽적으로 적용
- 소비제품(특히 가정용)

- 장비 등과 같은 산업용 제품

신제품 개발 시스템 및 연구개발관리

서식집 ('88. 8)

발행처 : 한국산업기술진흥협회

최근 국내기업들이 앞을 다투어 부설연구소를 설립하고 있으나, 기술 개발의 역사가 짧아서 연구 개발 활동을 효율적으로 수립, 추진하는 능력이 매우 부족하며, 또한 국내에는 연구 개발 방법론에 대한 실질적 지침서를 거의 찾아볼 수 없는 실정이다.

이 책은 이러한 배경에서 발간된 것으로서, 다음과 같은 내용이 문장보다는 주로 도표형식으로 수록되어 있다.

1. 연구개발의 프로세스
2. 연구개발에 관한 규정
3. 아이디어 제안
4. 개발정보조사와 계획시스템
5. 사업개발계획 시스템
6. 개발의 문제점과 대책
7. 연구개발의 정의와 개념
8. 신제품 개발의 프로세스
9. 연구개발의 조직
10. 개발에 있어 TOP 관리자의 임무
11. 공업화 연구
12. 프로세스 설계로부터 操業化까지
13. 신제품 개발의 체크리스트
14. 개발(정보기술자료) 시스템
15. 연구개발에 관한 서식
16. 연구개발의 평가개요
17. 연구개발의 평가방법
18. 연구개발의 전략양식
19. 아이디어 관리양식
20. 개발프로젝트 관리양식
21. 일반 R&D 관리양식

Shopping Bag Design in Japan ('88)

발행처 : Nippon Shuppan Hanbai Inc.

쇼핑백은 내용물의 손쉬운 운반과 상품의 보호라는 단순한 기능뿐만 아니라, 기업 이미지를 전달하고 소비자로 하여금 구매 심리를 자극하는 광고 매체로서, 백화점과 같은 유통업계에서는 가장 중요한 판촉물의 역할을 담당한다. 따라서, 최근 이들 업계에서는 광고 매체로서의 잠재력을 인식하여, 쇼핑백 디자인 개발에 더 많은 노력을 기울이고 있다.

이 책은 일본 전국에서 수집된 3,600점의 쇼핑백 중 500점을 용도 및 특성별로 분류, 수록한 것으로, 이를 통해 일본 그래픽 디자인의 한 단면을 가늠해

볼 수 있다.

- 포크기 : 300mm × 220mm
- 페이지 : 248페이지(216컬러페이지)

ID(Magazine of International Design)

('88. 9. 10)

발행처 : Whitney Publication

● Shiro Kuramata : 일본의 디자이너인

Shiro Kuramata는 20여 년 동안 꾸준한 작품 활동은 하였지만 그의 경력에 비해 이름이 별로 알려져 있지 않다. 그러나 그가 디자인한 가구 및 인테리어를 접한 바 있는 사람들은 그를 금세기의 대가 중의 한 사람이라고 평가한다.

본 기사에서는 그가 1970년에 디자인한 바 있는 비정형적 형태의 가구, Steel Mesh로 제작한 의자, 그리고 동경 세이부 백화점 내의 Issey Miyake 남성복 매장의 인테리어 등 멤피스 스타일의 일련의 작품들이 소개된다.

● Student Talent : 포토폴리오

ID지가 올해로 3번째 기획한 학생디자인 작품 소재 기사로서 Art Center 등 50여 개 이상의 미국 디자인 대학에 재학중인 학생들의 그래픽 및 제품 디자인 작품들이 수록되어 있다.

● Student Talent : Les Ateliers

파리 시내에 있는 Les Ateliers는 학교가 설립된 지 5년밖에 되지 않았지만 커리큘럼이나 교수 진용의 구성 등에서 후기 산업사회를 위한 교육 모델을 제시하고 있다고 평가된다. 학교에 대한 전반적 소개와 더불어 컨버터블 타입의 자동차 등 학생 작품들이 게재되어 있다.

● Student Talent : 디자인 공모전

최근, 학생들을 대상으로 한 디자인 공모전의 수가 부쩍 늘어나고 있다. GE 플라스틱 학생 공모전, Unisys 디자인 공모전 등 학생디자인 공모전의 수가 헤아릴 수 없이 많으며 참가 자격 제한이 없는 오사카 공모전, Forma Finlandia 공모전 등에도 학생들이 출품하여 좋은 성적을 거둔 바 있다. ('87년 이 두 공모전의 대상은 학생들에게 돌아갔다)

이와 같은 전시회들은 학생들에게 창작 의욕을 고취시킨다는 점에서 긍정적으로 평가되지만 한편으로 정상적인 교육 과정을 왜곡시킨다는 비판을 받고 있기도 하다.

본 기사에서는 공모전 스폰서, 디자인

교육가, 그리고 학생들의 공모전에 대한 견해와 아울러 'Sony Design-a Vision' 공모전에서 대상을 받은 Animan(robotic television) 등 각종 전시회에서 수상한 학생들의 작품이 소개된다.

● Student Talent : 컴퓨터

오늘날 컴퓨터는 디자인 전공 학생들에게 필수적인 도구의 하나로 자리잡고 있다. 미국에 있는 거의 대부분의 디자인 대학, 또는 학과에 컴퓨터 디자인 과정이 개설되어 있으며, 이에 따라 수준 높은 컴퓨터 아티스트들이 배출되고 있다.

Art Center, Rochester Institute of Technology 등 미국 디자인 대학의 컴퓨터 디자인 교육 현황, 그리고 학생 작품들을 수록하고 있다.

● New & Notable :

최근 세계 각국에서 제조된 디자인이 우수한 제품 20여 점(소형 카페기, 카메라, 램프, 의자 등)을 수록.

● Design School :

학부 또는 대학원 과정을 개설하고 있는 미국의 디자인 학교 명문으로서 50여 개 학교의 주소, 교수진, 개설되어 있는 학위 과정을 간략히 소개하고 있다.

Car Styling ('88. 11)

발행처 : 三榮書房

● "量産車에도 명확한 개성이 필요"

—VW Design 개발부장과의 인터뷰 : 금년 폭스바겐사는 두 개의 신모델(Passet와 Corrado)을 시장에 내놓았다. 비록 이 모델에서도 폭스바겐사 제품 특유의 실용성이 추구되고 있지만 지금까지 이 회사에서 개발했던 차종에서는 느낄 수 없던 명확한 개성을 신모델에서 감지할 수 있다. Golf와 Scirocco 차종이 개발될 당시만 해도 VW Design은 거의 쥬지아로의 재능에 의존하였었는데, 현재는 130여 명의 직원을 거느린 대규모 조직으로 성장하였다.

본 기사에는 VW Design의 디자인 개발 현황, 디자인 철학 등이 수록되어 있다.

● Richardson Smith—세계최대의 디자인 사무소 :

28년전 오하이오주의 어느 한적한 도시에서 발족되었던 이 사무소는 금년 6월 Fitch & Company PLC 디자인

사무소와 합병함으로써 직원의 수가 500여 명에 달하는 세계 최대 규모의 디자인 조직으로 급성장하였다.

본 기사에는 특히 Richardson Smith사의 경영 전략과 디자인 작업으로서 Voyager(교육용 완구), 개인용 컴퓨터 등이 수록되어 있다.

〈Voyager〉

이 새로운 교육용 완구는 상호 음성 인식 기술을 이용하였으며, 4세 ~ 8세 사이의 아동들이 흥미있게 공부를 할 수 있도록 고안되었다. 소프트웨어 카트리지(카세트 테이프)에 3종의 학습 프로그램이 녹음되어 있으며, 안전상의 이유로 헤드세트가 한쪽 귀만을 덮고 있는데 이로 인해 완구를 사용하는 동안 주위의 소리도 들을 수 있다. 또한 청각 기능을 보호하기 위해 Volume Limiter가 스피커에 장착되어 있다. '87년 3월 개발에 착수하여 6개월만에 완성되었는데, 금년 크리스마스에 판매를 개시할 예정이다. 가격은 미화 80달러(헤드세트, 교재, 소프트웨어 모듈 1개 포함). Texas Instrument사 제품.

● The Geography of Color(색채의 지리학) :

파리를 방문한 적이 없는 사람들도 사진 등을 통해 이 도시가 매우 아름답다는 것을 알고 있다. 엄격한 환경 기준이 건물들에 적용되고 있으며 건물의 색채도 세련된 색채 감각에 의해 채택되어 아름다움을 더 해 주고 있다.

이와 같이 파리가 도시미를 유지할 수 있는 비결은 파리 시민들의 일치된 노력과 더불어 환경전문가(건축가, 디자이너, 도시계획 전문가 등)들의 체계적인 연구가 뒷받침되고 있기 때문이다.

본 기사에서는 이들 전문가 중에서 파리 시내 공공 시설과 주거공간의 색채 계획을 담당한 바 있는 Jean Philippe Lenclos의 작품들이 소개된다.

〈수록작품〉

공공시설 : 파리 지하철 색채 계획, Robespierre 학교 슈퍼그래피, 쇼핑센터, 병원의 색채 계획 등.

주거공간 : La Haye aux Moines와 Chateau Double 집합주택의 색채 계획, 아파트 거실의 색채 계획 등.

50~1980년대 내디자인 관련 석사학위 논문 목록

나라의 대학에서 미술 계열의 학부가 설치된 것은
부터이지만 대학원 과정에서 디자인 관련 석사학위
나오기 시작한 것은 50년대에 들어서이다. 그동안
이 과연 학문으로 성립될 수 있는가에 대해 회의적인
있었으나 지금은 매년 수백편의 디자인 관련 석사
쏟아져 나오고 있으며 특히 올해는 국내에서 최초로
학교 박대순 교수가 박사 학위를 받음으로써 디자인이
으로 발전할 수 있는 배경을 마련해 주었다.

그동안 우리나라의 디자인 교육이 너무 실기 위주로만
되어 이론적인 배경이 약하다는 지적이 있어 앞으로
디자인 교육에서는 이론 교육이 강화될 추세이다.
본지에서는 앞으로 보다 체계적이고 과학적인 디자인
개발을 위해 참고 자료로 활용할 수 있도록 1950
부터 지금까지 발표된 국내 디자인 관련 석사학위 논문
을 연대별로 정리하여 4회에 걸쳐 게재한다. [편집자 주]

1950~1960년대 학위논문

- 이혜숙 사진론 특히 창작 이론에 관하여 이화여자대학교 1957. 2. 28
 천병옥 이조시대 주택의 장식적 의장에 관한 연구 이화여자대학교 1958. 2. 28
 한동섭 고구려 자기의 역사적 고찰과 기형의 문양에 대해서 서울대학교 1958. 3. 28
 황종례 청자의 소자와 운양의 실험적 고찰 이화여자대학교 1961
 서재행 Design에 있어서의 Symmetry의 문제 이화여자대학교 1961
 엄정윤 지수의 조형예술에 있어서의 위치 이화여자대학교 1962
 진양숙 색채론 연구 조선대학교 1962
 민경숙 동양자수의 기원과 발달에 대한 고찰 이화여자대학교 1963
 최민린 한국가면의 조형성 서울대학교 1963. 2. 26
 이영숙 현대미술과 한국자수 이화여자대학교 1964
 문수미 원시적 기하학적 무늬와 동양동전 홍익대학교 1965
 변은개 한국시각디자인(Visual Design)의 제문제 홍익대학교 1965
 김석환 이조 청화백자의 연구 홍익대학교 1965
 조정현 고려 청자상감 국화문양의 연구 이화여자대학교 1965
 이명영 상업디자인의 색채계획 이화여자대학교 1966
 이성준 Design에 있어서의 형태와 균형 이화여자대학교 1966
 김인중 Kandinsky의 생애와 그의 예술 서울대학교 1967. 2. 27
 최현칠 이조시대 상(床)에 대한 연구 홍익대학 1967
 고기숙 금일의 기정에 있어서의 색채와 역할 수도여자사범대학 1968
 박윤정 고려자기와 이조자기의 비교—사용에 따른 분류에 미감의
 서울대학교 1968. 2. 26
 박창용 색채와 생활에 대한 연구 홍익대학 1968
 지혜실 이조생활 장식 문양에 대하여 수도여자사범대학 1969. 3
 변정현 이조시대 도자기에 나타난 문양에 대한 연구 이화여자대학 1969
 김민자 이조시대 흉배에 대하여 이화여자대학교 1969. 2. 24
 김삼대자 이조시대의 등기(燈器)에 관한 고찰 이화여자대학교 1969
 박선의 디자인 교육의 기초이론과 그의 전개 홍익대학 1969
 이양섭 한국의 직물과 그에 나타난 문양연구 홍익대학 1969
 장순자 이조시대 복식에 나타난 문양 홍익대학 1969

1970~1980년대 학위논문

- 곽계정 조선왕조 목공예에 나타난 장식연구 홍익대학교 대학원 1970
 김경의 한국신문집지 상품 광고 미술의 방향 이화여자대학교 대학원 1970
 김태이 자수도안의 조형적 분석 이화여자대학교 대학원 1971. 2. 22
 김혜수 기구연구 수도여자사범대학 대학원 1971. 2. 5
 박종화 디자인 고찰 수도여자사범대학 대학원 1970. 2
 손원잠 이조분청 도자화 연구 서울대학교 대학원 1971. 2. 26
 손정리 이조자기의 연구 서울대학교 대학원 1970. 2. 26
 심향식 조형성을 중심으로 한 자수교육의 문제 이화여자대학교 대학원 1971. 2. 22

- 국 자수의 조형성 연구 이화여자대학교 대학원 1970. 2. 23
 namelling에 관한 요소 서울대학교 대학원 1970. 8. 31
 조시대의 조형물에 나타난 길상문양에 관한 연구 이화여자대학교 대학원 1970. 2. 23
 국의 전통적 염색공예 홍익대학교 대학원 1970. 2
 국 신문광고 디자인의 변형에 대한 소고 서울대학교 대학원 1971. 2. 26
 조시대별전에 나타난 문양의 조형적 분석 이화여자대학교 대학원 1971. 2. 22
 개인개발을 위한 어린이 장난감의 유형에 관한 연구 서울대학교 대학원 1971. 8. 30
 형을 중심으로 한 도자기 디자인에 대한 연구 서울대학교 대학원 1972. 2. 26
 조시대 제기(祭器)에 관한 연구—서울 문묘와 전남 필암서원의 사례 심— 홍익대학교 대학원 1972. 2. 22
 국 현대산업 도자기 디자인에 대한 연구 서울대학교 대학원 1972. 2. 26
 국 자수에 관한 연구 이화여자대학교 대학원 1972. 2. 28
 주도 추(樞)에 대한 연구—장식문양을 중심으로— 홍익대학교 학원 1972. 2. 22
 고디자인의 표현과 그 문제점—Printed media ado의 Layout을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1972. 2. 22
 국의 상감문양에 관한 연구 이화여자대학교 대학원 1972. 2. 28
 교론적 방법을 통한 도자본질론 서울대학교 대학원 1971. 8. 30
 뮤니케이션 디자인 방법론에 대한 연구 서울대학교 대학원 1972. 2. 26
 살문양의 연구—목재떡살 중심으로— 홍익대학교 대학원 1973. 2. 22
 조시대 사령방 기구에 관한 고찰 이화여자대학교 대학원 1973. 2. 22
 국도자문의 조형성 연구—운학문을 중심으로— 익대학교 대학원 1973. 2. 22
 종 전등조명이 실내의장에 미치는 연색성과 보색에 관한 연구 화여자대학교 대학원 1973. 2. 26
 국귀갑문의 연구—귀부조각을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1973. 2. 22
 청사기목단문에 대하여 홍익대학교 대학원 1973. 2. 22
 국옹기공방의 실태 연구—제작기법용어 중심으로— 익대학교 대학원 1973. 2. 22
 리나라 Industrial design에 관한 고찰 서울대학교 대학원 1973. 2. 26
 대기업의 경영전략과 Corporate identity program에 대한 연구 서울대학교 대학원 1972. 8. 30
 조의 절병과 다식문양 연구 홍익대학교 대학원 1973. 2. 22
 Industrial design에서의 형태와 시대성 서울대학교 대학원 1973. 2. 26
 선조 시대 비녀에 나타난 문양과 형태의 분석 홍익대학교 대학원 1973. 2. 22
 대 예술로서 도자의 가능성 서울대학교 대학원 1973. 2. 26
 문양에 대한 연구 —고려시대를 중심으로— 홍익대학교 대학원 1973. 2. 22
 료와 소재가 현대자수에 미치는 영향 이화여자대학교 대학원 1973. 2. 26
 조 청화백자의 특질에 관한 연구 서울대학교 대학원 1973. 2. 26
 천군 가야지방의 눈박이 자기에 관한 연구—구원리 도점을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1973. 2. 22
 rporate identity program에 관한 연구 이화여자대학교 대학원 1972. 9. 2
 각범종의 장식문양 연구 —특히 현존하는 범종을 중심으로— 익대학교 대학원 1973. 2. 22
 銅鏡(銅鏡) 연구 —형태와 문양을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1973. 2. 22
 전용주 조선조시대의 자물쇠에 대한 연구 —형태구성을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1973. 2. 22
 조준영 현대광고 Design에 나타난 具象的 Illustration의 연구 홍익대학교 대학원 1973. 2. 22
 최갑례 이조판본문양의 연구 홍익대학교 대학원 1972. 9. 15
 최대석 Industrial design에 있어서 형태와 기능의 상관성의 연구 서울대학교 대학원 1973. 2. 26
 최주경 유약원료와 시유에 관한 연구 서울대학교 대학원 1973. 2. 26
 권명광 한국현대 Graphic Design의 형성과 그 전개 홍익대학교 대학원 1974. 2. 22
 김경애 한국주택에 있어서 내장재가 조명효과에 미치는 영향 이화여자대학교 대학원 1974. 2. 25
 김계은 응기질 수반에 대하여 홍익대학교 대학원 1974. 2. 22
 김영자 이조화문장에 대한 연구 홍익대학교 대학원 1973. 9. 15
 김난경 조선시대 베갯모 문양에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1974. 2. 22
 김윤환 Office의 능률화를 목적으로 한 System 가구 Design 연구 홍익대학교 산업미술 대학원 1974. 2. 22
 김인경 조선시대 목각날염판문양에 대한 연구 홍익대학교 대학원 1974. 2. 22
 김정민 이동공원환경계획에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1974. 2. 22
 김정재 건축물 외부 Design에 관한 연구 홍익대학교 산업미술 대학원 1974. 2. 22
 김창신 이조시대 기하학적 문양의 조형적 연구 이화여자대학교 대학원 1974. 2. 25
 김택훈 우리나라 신문광고 Design의 내용과 표현 홍익대학교 대학원 1974. 2. 22
 남경숙 우리나라 금속재 대(Belt)의 Design에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1974. 2. 22
 박영숙 기죽염색공예에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1974. 2. 22
 박재갑 TV수상기 신문광고 Design에 대한 연구 홍익대학교 산업미술 대학원 1974. 2. 22
 박정석 수직에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1974. 2. 22
 박현숙 날염문양의 개선에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1974. 2. 22
 방정옥 조미료용기의 Design에 관한 소고 홍익대학교 산업미술대학원 1974. 2. 22
 백금남 POP 광고와 한국 POP 광고의 현황에 대하여 홍익대학교 대학원 1974. 2. 22
 소진숙 현대한국공예염색의 표현양식에 관한 연구 수도여자사범대학 대학원 1974. 2. 23
 송번수 Silk Screen Process Printing 감광제판에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1974. 2. 22
 신언보 한국 인삼 및 인삼제품의 포장개선에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1973. 9. 15
 엄상문 도기수반에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1974. 2. 22
 우진순 이조노리개의 의장연구 서울대학교 대학원 1973. 8. 30
 이경희 광주관묘 백자접시의 조형적 고찰 홍익대학교 대학원 1974. 2. 22
 이남미 페르샤 사파비朝 융단 문양연구 홍익대학교 대학원 1974. 2. 22
 이복선 한국적 문양을 살린 Carpet 홍익대학교 산업미술대학원 1974.
 이순만 상표가 현대광고에 미치는 영향분석 홍익대학교 대학원 1974.
 이신자 TAPESTRY 미술의 특성과 한국에 있어서의 산업적 전망 홍익대학교 산업미술 대학원 1974. 2. 22
 이영순 매듭에 대한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1974. 2. 22
 이태길 시대변천에 따른 한국 기구에 관한 연구 성신여자사범대학 대학원 1974. 1. 25
 임신숙 실내에 미치는 인공조명의 효과와 심리적 영향에 관한 연구 홍익대학교 산업미술 대학원 1974. 2. 22
 임옥주 정밀주조에 의한 장신구 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1974. 2. 22
 장 진 커피잔 손잡이에 대한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1974. 2. 22
 정국혜 고려청자의 연구 수도여자사범대학 대학원 1973. 9

- 국내산 은 Tea spoon의 한국적 의미에 대한 소고 홍익대학교 산업미술대학원 1974. 2. 22
- 한국 도자기에 나타난 화장토기법에 대한 연구 홍익대학교 대학원 1974. 2. 22
- 관광 백화점 전시공간 계획에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 통영나전칠기의 연구 —재료와 끓음질 기법을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1974. 9. 12
- 근대 한국자수에 관한 연구 이화여자대학교 대학원 1975. 2. 24
- 구매편리를 위한 백화점 환경계획 연구 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 이조 백자를 통한 이조공간 의식 연구 서울대학교 대학원 1975. 2. 26
- 무용창작의 전통과 개성에 관한 연구—Style 정립의 당위성을 중심으로— 이화여자대학교 대학원 1974. 8. 31
- 우리나라 주택의 정원양식에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 한글 Logotype의 기초적 조형요소에 관한 연구 서울대학교 대학원 1975. 2. 26
- 단계적 과정을 통한 Jewelry Design에 관한 연구 서울대학교 대학원 1974. 8. 30
- 이조후기의 서민여성 잠식(簪飾)에 대한 고찰 수도여자사범대학원 1955. 2. 22
- Concert Hall 음악설계와 실내공간 Design에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 도제장식원구의 연구—동물원구의 제품화 방안을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 실내 의장용 커텐재의 차광, 차음 및 단열효과에 관한 연구 이화여자대학교 대학원 1975. 2. 24
- 조선조공예품에 나타난 나비 문양연구 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 전(軒)의 연구—현대건축용재로서의 타당성과 제작을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1974. 9. 12
- 한국기업의 디자인 활동현황 분석 —Coparate Identity Program 실시를 전제— 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 현대장신구 Design의 소재개발에 관한 연구 서울대학교 대학원 1975. 2. 26
- 레스토랑 실내환경에 관한 연구 —도심지 스낵 점포를 중심으로— 홍익대학교 대학원 1974. 9. 12
- 한국근대도자의 고찰 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 도시공간 정비를 위한 가로조경의 연구 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 한국가면극 의상에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 신라이식(耳飾)에 대한 연구 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 아동공원유희시설 Proto Type化에 대한 연구 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 광고미술의 해학에 대한 연구 —시각적 표현을 중심으로— 서울대학교 대학원 1975. 2. 26
- 우리나라 기호상품 포장 디자인의 분석연구 —담배포장디자인을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 국내 아이스크림 제품의 C.M. 내용분석 —T.V. CF를 중심으로— 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 한국현대 화분에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1975. 2. 22
- 한국 현대공예의 형태와 기능 이화여자대학교 대학원 1975. 2. 24
- Reading Disability의 요인에 관한 연구 —읽기가 부진한 아동의 특성을 중심으로— 이화여자대학교 대학원 1974. 8. 31
- Georgy Kupes를 중심으로 한 시각언어에 대한 연구 홍익대학교 대학원 1976. 2. 21
- 화장품 광고의 표현전략에 관한 연구 홍익대학교 산업미술 대학원 1976. 2. 21
- 우리나라 우표 디자인에 관한 연구 —기념 우표를 중심으로— 홍익대학교 대학원 1975. 9. 16
- 아동복 표준치수 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
- 김덕진 문방염기법에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2.
- 김명희 화각공예에 나타난 문양화 연구 서울대학교 대학원 1975. 8.
- 김수봉 한국현대 도자기 디자인의 개념 정립에 관한 연구 서울대학원 1976. 2. 26
- 김영순 조선조 지수문양의 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2.
- 김인숙 한국산 보석개발을 위한 장신구 디자인 연구 —옥을 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
- 김재원 이조 심장생 문양의 분석적 연구 이화여자대학교 대학원 1976. 2. 23
- 김학성 Lopotype 形에 의한 Image 형성 연구 홍익대학교 산업미술 1976. 2. 21
- 김현숙 이조 후기 턱자류의 의장 소고 이화여자대학교 대학원 1976.
- 김혜경 조선왕조시대 금박에 관한 연구 숙명여자대학교 대학원 1976. 2. 25
- 김홍명 삼국시대·통일신라시대 불상대좌의 연회문에 관한 연구 이화여자대학교 대학교 1976. 2. 21
- 나성남 신문광고의 주목효과에 관한 연구 —한국기업의 기업 광고 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
- 노섭우 Art Nouveau Pattern이 현대 Poster Design에 미친 영향 연구 —표현양식을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1976. 2.
- 문성혜 자연석문양을 응용한 타일의 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
- 박명자 몬드리앙의 조형적 전개에 있어서의 이론과 실제 —신조형 Destyl을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1976. 2. 21
- 박수철 한국 패션 일러스트레이션(Fashion Illustration)의 표현방법 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1975. 9. 16
- 박연선 TV. CF 제작에 관한 연구 —우리나라 TV. CF 작품의 실태분 중심으로— 홍익대학교 대학원 1975. 9. 16
- 박영철 한국의 양복 변천에 관한 연구 —신사복을 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1975. 9. 16
- 박화순 한국관광산업에 종사하는 종업원 유니폼에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
- 방태희 반상에 관한 연구 성신여자사범대학 대학원 1976. 2. 25
- 손근호 해수욕장 경관조성에 관한 연구 —다대포 해수욕장을 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
- 손혜원 한복지를 위한 문직문양에 관한 연구 홍익대학교 산업미술 1976. 2. 21
- 신상호 한국 철재(鐵彩)자기의 연구 홍익대학교 대학원 1976. 2. 21
- 신영우 우리나라 직물에 나타난 금박문양 연구 홍익대학교 대학원 1976. 2. 21
- 안복순 한국완조공예의 편직법과 염색기법에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1975. 9. 16
- 안성복 십이지상의 조형에 관한 연구 서울대학교 대학원 1976. 2. 20
- 예덕희 조선조시대 주머니 문양에 관한 연구 홍익대학교 산업미술 1976. 2. 21
- 오근재 시각 디자인의 시각적 유인효과에 대한 고찰 —인간심리 및 생태적인 면에서— 홍익대학교 산업미술대학원 1975. 9. 16
- 우명자 국·중·고·대학생의 일반색명에 관한 색채 감각도의 비교 및 조사 연구 수도여자사범대학 대학원 1976. 2. 19
- 우정상 민속마을 환경조성에 관한 연구 —경북 안동 하회 마을을 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
- 유연봉 Shopping mall 계획에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1975. 9. 16
- 육명심 근대미술에 있어서의 사진의 문제 홍익대학교 대학원 1976.
- 이 건 국민학교용 교구에 관한 연구 —책걸상을 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1975. 9. 12
- 이명수 조선조시대 수복문에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
- 이명조 납털염의 균열 효과 비교 연구 효성여자대학교 대학원 1976.
- 이문원 국민학교 조경계획에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
- 이승배 제품 디자인의 Approach Science의 연구 홍익대학교

- 업미술대학원 1975. 9. 16
 et Mondrian의 작품에서 본 현대 Design과의 관련성 연구
 성여자대학 대학원 1976. 2. 28
 자인을 중심으로 한 한국 현대청자기의 시장성에 관한 연구
 익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
 ittern으로서의 아동용 벽지의 특수성에 대한 연구 홍익대학교
 학원 1975. 9. 16
 상정원조성에 관한 연구 —신세계옥상정원을 중심으로—
 익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
 색인쇄물의 스크린 기법에 대한 연구 —신문광고를 중심으로—
 익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
 성아동복의 소비과학적 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 76. 2. 21
 대 한국 아파트 실내장식의 특성에 관한 연구 이화여자대학교
 학원 1976. 2. 23
 조시대 금박문양에 관한 연구 이화여자대학교 대학원 1976. 2. 23
 국근대여자양화(洋靴)에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 76. 2. 21
 t Nouveau의 대중성과 현대 Poster 숙명여자대학교 대학원
 76. 2. 25
 청문양과 기법에 관한 연구 서울대학교 대학원 1976. 2. 26
 ioffee Set Design 개발에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 76. 2. 21
 성복 개발을 위한 기본 치수의 필요성과 방법론(원피스를 중심으로)
 체격과 연령에 따른 색채와 디자인— 홍익대학교 산업미술대학원
 75. 9. 16
 국 도자제주병(製酒瓶) Design에 관한 연구 —형태를 중심으로—
 익대학교 산업미술대학원 1975. 9. 16
 출을 위한 낙전칠기 개발에 관한 연구 —기류를 중심으로 한
 채칠공예에 대하여—홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
 국벽지 디자인에 관한 조사 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 76. 2. 21
 글 로고타입 (Logo Type)에 관한 연구 홍익대학교
 업미술대학원 1975. 9. 16
 선에 나타난 에로티시즘 —서양의 여성 복식을 중심으로—
 익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
 iebelle Chanel의 일생과 그 작품세계 —Fashion Design의
 질성 파악을 위하여—홍익대학교 산업미술대학원 1976. 2. 21
 책의 거실공간 Design에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 75. 9. 16
 각언어의 변천과정 연구 한양대학교 대학원 1976. 2. 28
 rporate Image Identity에 있어서 Symbol Design에 관한 연구
 울대학교 대학원 1975. 8. 31
 각유도를 위한 레이·아웃 연구—시각적 인쇄 디자인을 중심으로—
 성여자대학교 대학원 1977. 2. 26.
 조건물의 단청무늬에 대한 연구 —조선말기 단청무늬를
 것으로— 홍익대학교 대학원 1977. 2. 22.
 과트용 김치저장용기에 관한 연구 —옹기질용기의 개선을
 것으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1977. 2. 22
 걸디자인이 인간에 미치는 영향에 관한 연구 —형태를 중심으로—
 양대학교 대학원 1976. 8. 30.
 shion Illustration에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 7. 2. 22.
 ual Illusions의 특성과 그 사례에 관한 연구 —시각 디자인의
 품을 중심으로— 이화여자대학교 대학원 1976. 8. 28.
 국 카렌다 디자인 방향 분석에 관한 연구 이화여자대학교 대학원
 7. 2. 28.
 문 광고에 나타난 광고문안 연구 —의약품 광고를 중심으로—
 익대학교 산업미술대학원 1976. 8. 31.
 대 한국여자 모자에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 7. 2. 22.
- 김윤선 매듭공예의 기법과 매듭사의 수직연구 효성여자대학 대학원 1975
 김현언 우리공예에 대한 연구 —재료와 제작기법을 중심으로—
 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 8. 31.
 김현경 이조시대 '박'에 대한 고찰 이화여자대학교 대학원 1976. 8. 28
 김혜자 Christian Dior의 선(線)에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 1977. 2. 22.
 김희경 Johanna Itten의 기초 디자인 교육에 대한 분석 —기초 디자인
 있어서의 대비효과— 이화여자대학교 대학원 1976. 8. 28.
 남상교 원초제품 가공기술개발에 관한 연구 한양대학교 대학원 1977.
 노덕주 고려청자문양에 관한 연구 한양대학교 대학원 1977. 2. 26.
 문상아 한국 양장용어의 사용실태와 그 통일방안에 관한 조사 연구
 홍익대학교 산업미술대학원 1977. 2. 22.
 박경숙 우리나라 화장품 포장 디자인에 관한 연구 —지함을 중심으로—
 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 8. 31.
 박상구 컨테스트 신문광고에 대한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 1977. 2. 22.
 박선영 시각디자인에 있어서 선의 효과 —포스터를 중심으로—
 이화여자대학교 대학원 1977. 2. 28.
 박형철 한국 현대 목칠공예에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1976. 8. 31.
 배병례 우리나라 상형 도자기의 연구 성신여자사범대학 대학원 1977.
 배정자 한국 여성복지 기호색에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 1977. 2. 22.
 변인희 Apartment 실내공간의 One Room System에 관한 연구
 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 8. 31.
 손귀주 그리스 도기의 조형적 특성 연구 홍익대학교 대학원 1977. 2. 2.
 손세희 카톨릭교 전례복에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1977.
 송원희 주택 거실 실내 색채에 관한 연구 이화여자대학교 대학원
 1977. 2. 28.
 송정혜 도자식기 형태에 관한 연구 서울대학교 대학원 1976. 8. 30.
 신상재 이조 청화백지문양의 조형공간에 관한 연구 한양대학교 대학원
 1977. 2. 26.
 신학수 작업용 좌석 디자인에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 1977. 2. 22.
 오 송 한국 현대 염색공예와 염색 디자인에 관하여 이화여자대학교
 대학원 1976. 8. 28
 오영민 조선조 칠보노리개에 대한 연구 홍익대학교 대학원 1977. 2. 22.
 유성오 어린이 완구 디자인을 위한 실제적 배경에 관한 연구
 홍익대학교 산업미술대학원 1976. 8. 31
 유한태 우리나라 TV 커머셜에 관한 조사 연구 서울대학교 대학원
 1976. 8. 30.
 유해철 아동을 위한 실내용 목마에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 1976. 8. 31.
 윤 균 조선왕조시대의 반닫이에 관한 연구 중앙대학교 대학원 1977. 2. 28.
 윤상순 체형에 따른 Proportion과 실루엣의 분석 홍익대학교
 산업미술대학원 1976. 8. 31.
 이건호 완구 디자인의 이론과 실제 중앙대학교 대학원 1977. 2. 23.
 이병천 Logotype의 Communication에 관한 연구 —제품적 Logotype
 중심으로— 한양대학교 대학원 1976. 8. 30.
 이부연 도자제 전기소명등의 연구 서울대학교 대학원 1977. 2. 26.
 이성원 염색공예의 표현양식에 관한 연구 —현대 한국에서의 염색공예
 중심으로— 이화여자대학교 대학원 1976. 8. 28.
 이수정 장식타일의 디자인 개선 연구 서울대학교 대학원 1976. 8. 30.
 이영주 유리공예의 기법연구 효성여자대학교 대학원 1977. 2. 26.
 이종환 중학교 디자인 교육 홍익대학교 대학원 1977. 2. 22.
 이중재 한강 고수부지 개발에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
 1977. 2. 22.
 이해경 한국문양의 조사 연구 —현대화된 기하문과 연화문을 중심으로—
 서울대학교 대학원 1977. 2. 26.
 전천혜 우리나라 여성양복지 문양에 관한 연구 이화여자대학교 대학원
 1977. 2. 28.
 최미영 한국 포스터에 관한 연구 서울대학교 대학원 1977. 2. 26.

- 홍승희 한국여자 양장의 Foundation에 관한 연구 홍익대학교
산업미술대학원 1976. 8. 31.
- 강인숙 한국 Visual Sign에 관한 연구 이화여자대학교 대학원 1978. 2. 27.
- 곽순화 현대 한국의 온기제조 공방실태에 관한 연구 서울대학교 대학원
1978. 2. 27.
- 권영순 조선조 여인의 난모에 관한 연구 이화여자대학교 대학원 1978. 2. 27
- 김민기 부적문양을 중심으로 고찰한 한국 가구 손잡이 홍익대학교
산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 김상란 현대 TAPESTRY에 관한 연구 —BAUHAUS로부터 현대까지의
변천과정을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1977. 8. 31.
- 김승환 스키이장 조경계획에 관한 연구 —용평 스키이장을 중심으로—
홍익대학교 산업미술대학원 1977. 8. 31.
- 김영 면의 풀염에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1978. 2. 22.
- 김영숙 본견직물을 대상으로 한 염색공예에 관한 연구 —방염공예가공을
중심으로— 성신여자사범대학교 대학원 1978. 2. 25.
- 김영은 한국 고건축 금속장식 흥성여자대학 대학원 1978. 2. 25.
- 김영호 조선조 금속촛대에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 김옥주 완(碗)의 비례분석을 통해 본 도자기 형태 변천에 관한 연구
서울대학교 대학원 1977. 8. 30.
- 김유경 고려도자제 주전자에 관한 고찰 홍익대학교 대학원 1977. 8. 31.
- 김춘선 한국여성 양장의 변천에 관한 연구 이화여자대학교 대학원
1977. 8. 27.
- 남성희 조선시대 후기 직물에 나타난 무늬와 색채에 대한 고찰
홍익대학교 산업미술대학원 1977. 8. 31.
- 명규수 Visual Communication Design으로서의 Graphic Symbol
홍익대학교 산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 박복규 한국 쪽풀 염색에 대한 고찰 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 박숙희 우리나라 관광 포스터에 대한 연구 —관광동기유발형을 중심으로—
홍익대학교 산업미술대학원 1977. 8. 31.
- 박영선 타피스트리의 역사적 발전과정에 관한 고찰 홍익대학교
산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 박정숙 혼합색소 산화물의 발색에 관한 실험 연구 —mat glaze를 base로
하여— 서울대학교 대학원 1978. 2. 27.
- 박종원 원과 사각형의 기하학적 조형에 관한 연구 한양대학교 대학원
1978. 2. 25.
- 박 현 한복의 사적 고찰 및 조형적 분석 —치마 저고리의 선을 중심으로—
홍익대학교 산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 배병우 Moholy-Nagy의 조형이론이 현대시각 디자인에 미친 경향
—시진적 표현을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1978. 2. 22.
- 백옥석 자연경관의 분석에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
1977. 8. 31.
- 서경민 아연 결정유에 관한 연구 서울대학교 대학원 1978. 2. 27.
- 서길용 각형 청화 백자 개발에 관한 연구 —조선조 각형 청화 백자를
중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 서명덕 한국 광고시대사 실태분석 연구 서울대학교 대학원 1977. 8. 30.
- 성동욱 현대 가구에 대한 연구 —합판재 가구를 중심으로— 홍익대학교
산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 손영순 Renaissance 복식구성에 관한 고찰 홍익대학교 산업미술대학원
1978. 2. 22.
- 손정례 자수 작품에 있어서 색표현에 관한 연구 이화여자대학교 대학원
1978. 2. 27.
- 송 춘 한국 현대염색 공예의 고찰 —1954년~1976년까지의 국전을
중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 신문용 FERNAND L'EGER론—그의 회화에서 나타난 기계적 특성과
주제를 중심으로— 홍익대학교 대학원 1978. 2. 22.
- 신혜순 육아를 위한 “어린이집” 환경 디자인에 관한 연구 —내부공간계획을
중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 안석란 이조후기의 연적에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1977. 8. 31.
- 안애희 동양 편사 염색에 대한 고찰 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 안 영 한국 녹청자에 관한 고찰 단국대학교 대학원 1978. 2. 25.
- 연현일 국립공원 집단시설지구의 Group 배치방안에 관한 연구 —설악동
집단시설 지구를 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1978.
- 오경순 한국 매듭과 서양 매듭의 비교 연구 —기법을 중심으로—
홍익대학교 산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 오영숙 주거의 식생활공간 DESIGN에 관한 연구 홍익대학교 산업미술
1978. 2. 22.
- 오천학 도제 기와 개발에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원
1978. 2. 22.
- 유승우 간판 디자인에 관한 연구 —도시 상기간판의 기호표식화를
중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 8. 31.
- 윤병규 판매에 연동하는 광고표현 전략 —신문, 잡지, 라디오, 텔레비전
매체를 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 이미아 매견의 기능과 제작방법에 관한 고찰 이화여자대학교 대학원
1977. 8. 27.
- 이미야 현제 심사정의 회화 홍익대학교 대학원 1977. 8. 31.
- 이봉섭 시각 전달매체로서 빌보드에 대한 연구 홍익대학교 산업미술
1977. 8. 31.
- 이상중 우리나라 중등 미술교육의 평가 분석 홍익대학교 산업미술대학원
1978. 2. 22.
- 이승영 조선왕조 시대 능화판문양에 대한 고찰 수도여자사범대학 대학원
1978. 2. 18.
- 이승진 조선조 후기 도자 필통에 관한 연구 홍익대학교 대학원 1978.
- 이시웅 민속 박물관 환경 Design에 관한 연구 —전통문화 구현을
중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1977. 8. 31.
- 이필재 한국 현대건축에 있어 금속재를 이용한 Doov Handle Design
관련 연구 서울대학교 대학원 1978. 2. 27.
- 이행자 묵로 이용우와 그의 작품세계 홍익대학교 대학원 1978. 2. 22.
- 이행정 조선조를 중심으로 한 도자공예 용어의 고찰 홍익대학교 대학원
1977. 8. 31.
- 이현자 한국 산업도기의 채식기법에 관한 연구 —채합채식을 중심으로—
홍익대학교 산업미술대학원 1978. 2. 22.
- 이황옥 커텐 문양에 관한 연구 이화여자대학교 대학원 1978. 2. 27.
- 임경순 현대 여성복이 캐쥬얼웨어로 변화되어 가는 현상에 관한 연구
홍익대학교 산업미술대학원 1977. 8. 31.
- 임영주 전(電)문양에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1977. 8.
- 장미숙 주택의 개구부와 실내 디자인에 대한 연구 이화여자대학교 대학원
1977. 8. 27.
- 장수홍 귀열유에 관한 연구 서울대학교 대학원 1978. 2. 27.
- 장숙영 한국 관광 호텔의 C.I.P.에 관한 연구 —서울에 위치한 관광
한국적 Image회를 위하여— 홍익대학교 대학원 1978. 2. 22.
- 장순이 중학생 색연상에 대한 조사 연구 이화여자대학교 대학원 1979.
- 정소강 관광용 유치를 위한 광고정책에 관한 연구 —관광 팜프렛을
중심으로— 홍익대학교 대학원 1978. 2. 22.
- 정진숙 복지에 따르는 실루엣과 디테일의 선별 연구 —복지의 외관
효과를 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1977. 8. 31.
- 정진원 철유에 관한 실험 연구 서울대학교 대학원 1978. 2. 27.
- 천복희 적토의 백색과 응용에 관한 연구 서울대학교 대학원 1977. 8.
- 천유수 민속공예품의 수면 가공기술개발에 관한 연구 —싸리제품을
중심으로— 수도여자사범대학 대학원 1977. 9. 21.
- 최동신 기초 디자인에 있어서 인쇄기법 도입에 관한 연구 홍익대학교
대학원 1977. 8. 31.
- 최병찬 Jackson Pollock의 회화 연구 —All-Oven Painting을 중심으로—
홍익대학교 대학원 1978. 2. 22.
- 최선희 형태미에 작용되는 선의 미적 요인 연구 이화여자대학교 대학원
1977. 8. 27.
- 한경희 구한말 궁궐건축 내부 의장에 관한 연구 이화여자대학교 대학원
1977. 8. 27.
- 한봉림 한국의 점토제 관광 토산품 개발에 관한 연구 홍익대학교
산업미술대학원 1977. 8. 31.
- 한현숙 의상 디자인의 요소가 여성심리에 미치는 영향 홍익대학교
산업미술대학원 1977. 8. 31.
- 한홍근 한국의 도제 보도 블럭에 관한 연구 —문양과 제작과정을

- 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1977. 8. 31.
 한국 도자제 합(盒)에 관한 고찰 —고려 청자항합의 형태와 문양을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1978. 2. 22.
*Joan Miro*의 회화작품에 관한 연구 —기호와 형상을 중심으로— 홍익대학교 대학원 1978. 2. 22.
 한국 인더스트리얼 디자인 교육에 관한 연수 서울대학교 1978. 8. 30.
 조선조 문방기구와 의장 연구 호성여자대학교 1979. 2. 24.
 한국 나전칠기의 연구 —기법과 무늬의 상관성을 중심으로— 홍익대학교 1979. 2. 22.
 국내 의약품 포장 디자인에 대한 연구 —감기약 포장 디자인을 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 2. 22.
 현대 한국산업도자기의 문양 연구 계명대학교 1979. 2. 20.
*G. Segal*의 조각 작품에 관한 연구 성신여대 1978. 9. 25.
 집합주거의 외부공간 디자인에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 8. 31.
 한국산업도자의 변천에 관한 고찰 및 문제점 1945~1977
 식기류를 중심으로 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 2. 22.
 야수주의 운동의 회화사적 위치에 관한 연구 홍익대학교 1978. 8. 31.
 정보의 시각화 방안에 관한 연구 서울대학교 1979. 2. 26
Victor Papanek 디자인 이론의 현대적 의의에 관한 연구 홍익대학교 1979. 2. 22.
 국산승용차의 형태적 변천과정에 관한 연구 —그 발전과정과 외형을 중심으로— 한양대학교 1979. 2. 25.
 조명기구 디자인에 관한 연구 —휴식용 조명기구 디자인을 중심으로— 중앙대학교 1979. 2. 21.
 조선조 목공예품에 나타난 기하학적 문양 연구 호성여자대학교 1979. 2. 24.
 조선시대 궁궐건축에 나타난 무늬양식에 관한 연구 이화여자대학교 1979. 2. 26
 도제 목걸이 장신구 개발에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 8. 31.
 르네상스 타피스트리에 관한 연구 홍익대학교 1979. 2. 22.
 도시환경의 시각구성 요소로서의 수퍼 그래픽 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 8. 31.
*Plant Organic System*의 조형성에 관한 연구 —당초(唐草)문양을 중심으로— 조선대학교 1979. 2. 24.
 시각 유고를 위한 한글 타이포그래피 홍익대학교 1979. 2. 22.
 조선조 벼루의 의장적 분석 연구 호성여자대학교 1979. 2. 24
 공작용 유희기구에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 2. 22.
 공예디자인의 이해 및 기호 반응 연구 호성여자대학교 1979. 2. 24.
 조립식 부엌에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 2. 22
 중국기구의 의장에 관한 연구 —명·청 시대를 중심으로— 이화여자대학교 1978. 8. 26.
 조선시대 죽림기구에 관한 연구 이화여자대학교 1979. 2. 26.
 현대미술에서 환경문제 서울대학교 1978. 8. 30.
 조선조 시대 반상기의 형태와 문양에 관한 연구 —궁중 식기를 중심으로— 한양대학교 1979. 2. 25.
 9세기 서양회화를 중심으로 한 색채연구 홍익대학교 1978. 8. 31.
 이조시대 도자제적(硯滴)에 관하여 —형태와 문양을 중심으로— 이화여자대학교 1979. 2. 26.
 한국산업 디자인 진흥에 관한 연구 —대한민국 산업디자인 전람회를 중심으로— 이화여자대학교 1979. 2. 26.
 륙판의 발염효과 비교 고찰 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 2. 22.
 한국광고사진에 나타난 사진기법에 대한 고찰 —대한민국 산업디자인전을 중심으로— 한양대학교 1979. 2. 25
 남자 중고등학생 교복의 현황과 그 개선방안에 대한 연구 —동복을 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 2. 22.
 한국 현대 포스타의 새로운 개념 형성을 위한 연구 서울대학교 1979. 2. 26.
 한국조류문양에 관한 연구 홍익대학교 1978. 8. 31.
- 이영실 공예, 염색 기법에 관한 연구 —시험 및 작품 제작을 중심으로— 한양대학교 1979. 2. 25.
 이외주 한국인의 색채감정 —조선시대 후기 공예작품의 시채(施彩)를 중심으로— 숙명여자대학교 1978. 8. 30.
 이윤수 Poster Design의 사적고찰과 구술적 Image 조선대학교 1979. 2. 24.
 이정현 주거환경의 미세기후에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 2. 22.
 이준섭 초현실적 표현기법의 일러스트레이션에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 2. 22.
 조해묵 조선조 반다지의 지역별 특성에 관한 연구 홍익대학교 1978. 8. 31.
 임기우 조선시대 자기의 공간장식에 관한 연구 성신여자사범대학교 1979. 2. 24.
 정애선 한국자수의 전통성과 현대성에 관한 비교 연구 이화여자대학교 1979. 2. 26.
 조병학 한국현대도자공예의 연구 단국대학교 1979. 2. 24.
 조복실 한국 동제(銅製) 향로에 대한 연구 —고려조 조선조를 중심으로 한 조형분석적 고찰 홍익대학교 1979. 2. 22.
 조숙현 조선조 민화에 나타난 효제도에 관한 연구 홍익대학교 1979. 2. 22.
 조숙희 국민학교 저학년 단위교실계획에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 8. 31.
 조호령 조선조 표주박에 관한 고찰 홍익대학교 1979. 2. 22.
 조화라 Poster의 시대성과 예술성에 대한 고찰 성신여자사범대학교 1979. 2. 24.
 진숙현 화장토(化莊土)에 관한 연구 —융화 화장토의 실험을 중심으로— 이화여자대학교 1979. 2. 26.
 최병훈 우리나라 관광토산품 개발에 관한 연구 —지역별 특성을 중심으로— 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 2. 22.
 최영숙 조선조 복식의 문양 연구 호성여자대학교 1978. 8. 30.
 최영자 날염문양의 의장적 연구 계명대학교 1979. 2. 20.
 최인철 한국도자기공업의 식기제품 디자인에 관한 연구 —문제점과 해결방안에 관하여— 홍익대학교 1979. 2. 22.
 한경순 한국골호의 형태와 문양 연구 호성여자대학교 1979. 2. 24.
 홍순관 한국 다구(茶具)에 대한 고찰 홍익대학교 산업미술대학원 1978. 8. 31.
 홍정희 라려(羅麗) 석비의 이수 및 구분 연구 성신여자사범대학교 1979. 2. 24.
 황성진 분청사기에 나타난 어문(魚紋)에 관한 연구 홍익대학교 1979. 2. 22.
 강경애 염색공예의 교열기법에 관한 연구 호성여자대학교 1980. 2. 23.
 고정은 우리나라 견직물의 염색현황에 관한 조사연구 이화여자대학교 1980. 2. 25.
 곽동희 우리나라 기성복 발전을 위한 머어천다이징의 중요성에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
 곽영애 상감기법과 칠보에 관한 비교연구 —고려시대와 조선시대를 중심으로— 성신여자대학교 1980. 2. 23.
 곽철희 한국문양을 응용한 염직디자인 개발에 관한 연구 성균관대학교 1979. 8. 25.
 궁민순 고려청자도판의 연구 이화여자대학교 1980. 2. 25.
 권오훈 도자제 장식등 개발에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
 김경배 옥외구조물의 디자인 계획에 관한 연구 서울대학교 1980. 2. 28.
 김경중 시내버스와 이에 관련된 안내 표지에 대한 시각적 분석 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2. 23.
 김광숙 조선조시대 목기구의 장식물에 관한 고찰 —자물쇠와 자물쇠 앞바탕을 중심으로— 성신여자대학교 1980. 2. 23.
 김대건 프랑스문화와 파리(Paris) Fashion에 대한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
 김동희 도자제문진의 개발에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
 김두영 가정용 초음파가습기 Design 개발에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
 김미화 이조시대 목공가구에 나타난 문양 연구 세종대학교 1979. 9. 14.
 김병억 천목유(天目釉)에 관한 연구 홍익대학교 1979. 8.
 김성연 우리나라 산업염색에 관한 고찰 이화여자대학교 1980. 2. 25.
 김성희 조선조 후기 조각보에 대하여 —침선을 중심으로— 홍익대학교 1980. 2.

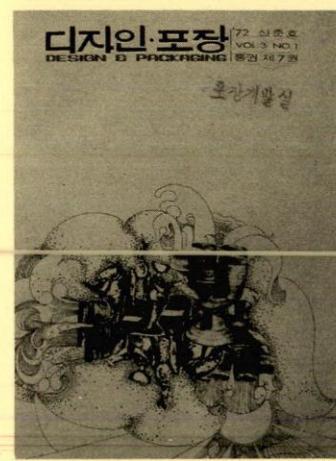
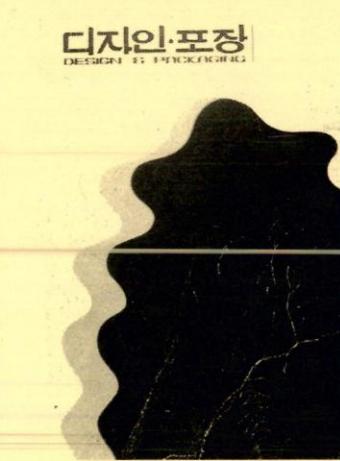
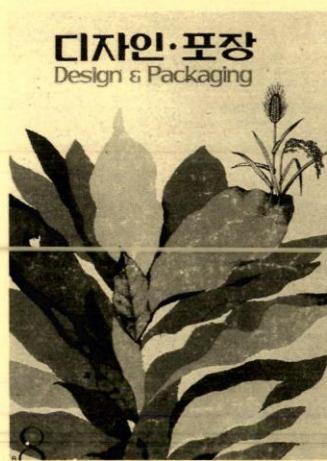
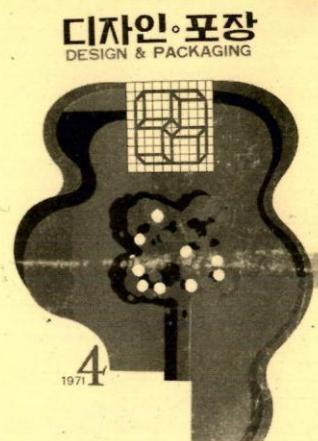
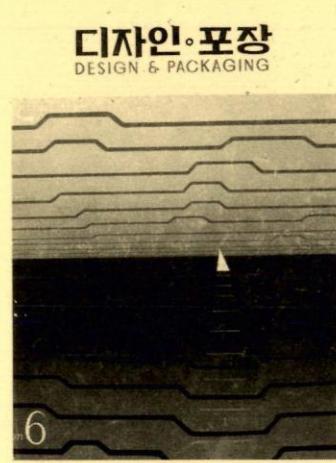
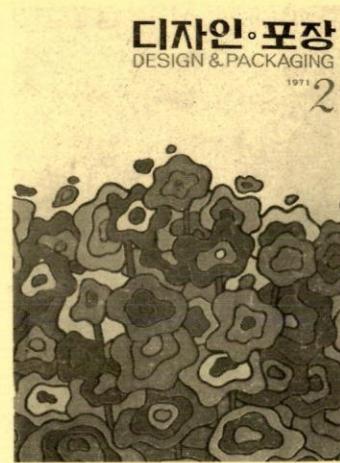
- 김순희 산업염색공예의 기공기법 및 작품제작에 관한 연구 성신여자대학교 1980. 2. 23.
- 김승희 한국 반지에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 김아원 Hotel 객실의 실내 Design에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 김영신 조선조 보(補)와 흉배의 문양연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
- 김영혜 염색제품의 생활화에 대하여 이화여자대학교 1980. 2. 25.
- 김영희 대한매일신보에 나타난 광고 Design에 관한 연구 —Layout을 중심으로— 호성여자대학교 1980. 2. 23.
- 김윤주 어린이의 지적발달을 위한 디자인 연구 숙명여자대학교 1980. 2. 25
- 김의신 주거공간에 있어서 주침실의 실내 Design에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
- 김인수 발달단계에 따른 색기호 변이에 관한 조사연구 계명대학교 1980. 2. 22.
- 김재은 한국도자에 반영된 연화문의 유형에 대한 고찰 성신여자대학교 1980. 2. 23.
- 김준호 식물성 염료에 관한 실험 연구 홍익대학교 1979. 8.
- 김춘이 현대 한국교회 건축 실내 Design에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
- 김태호 학습용 음향기기 개발에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 김해순 한국 팔찌에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8
- 김향열 직물 디자인 교육의 현황과 방향 탐색 성균관대학교 1980. 2. 25
- 남정순 분원청화백자의 호(壺)와 병에 나타난 장생(長生)문(紋)의 연구 홍익대학교 1979. 8.
- 문미영 1980년 이후에 우리나라 여성복지에 나타난 Print Pattern에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8
- 문영희 삼국시대 과대에 관한 연구 숙명여자대학교 1980. 2. 25.
- 민경란 염색에 있어서의 표현방법 연구 중앙대학교 1980. 2. 23.
- 민남례 국내 생산 가전제품 광고디자인 비교연구—일간지에 나타난 3社를 중심으로—성균관대학교 1980. 2. 25.
- 민병혜 지체부자유 이동을 위한 교육 환경시설에 관한 연구 서울대학교 1980. 2. 28.
- 박영애 가야토기의 형태미방 서울대학교 1979. 8. 30
- 박영진 한국삼국시대 금속장신구에 관한 연구 —특히 금속관모를 중심으로— 한양대 1980. 2. 23.
- 박은경 지오토 연구 홍익대학교 1980. 2.
- 박정애 한국 현대수직의 조직에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
- 박종서 9인치 소형 포터블 TV 디자인 개발에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2
- 배경희 Silk 발염에 관한 실험연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 백 철 한국 우표 디자인에 관한 연구 중앙대학교 1980. 2. 23.
- 백인자 이조시대의 정기에 관한 연구 중앙대학교 1980. 2. 23.
- 백희숙 날염공예기법에 관한 연구 —수공날염기법을 중심으로— 성신여자대학교 1980. 2. 23.
- 변상태 아동을 위한 학습용 가구에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 성방주 Cracking Pattern의 조형적 분류에 관한 연구 이화여자대학교 1980. 2. 25.
- 손석진 무역 촉진을 위한 공산품 전시공간 Design에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 손영수 국내주류(위스키) 광고의 표현에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 송외남 가면의 조형성에 관한 연구 이화여자대학교 1979. 8. 25.
- 신동수 재유에 관한 실험 연구 서울대학교 1980. 2. 28
- 신용호 판매촉진을 위한 기성복 광고 방향에 관한 연구 한양대학교 1980. 2. 23.
- 신명식 조선조 철사(鐵砂) 백자에 관한 연구 홍익대학교 1980. 2.
- 신선옥 에디토리얼 측면에서 본 한국의 그림 동화 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2
- 신수길 ID의 가치관 변천에 관한 연구 서울대학교 1979. 8. 30
- 안귀숙 조선조 후기 뒤꽂이에 대한 고찰 홍익대학교 1979. 8.
- 안종문 현대 Industrial Design의 생성과정에 대한 연구 홍익대학교 1979. 8.
- 양경진 신라토우에 나타난 미의식에 관한 연구 숙명여자대학교 1980. 2. 25.
- 오주연 크롬적색채료를 이용한 착색유약에 관한 실험연구 경희대학교 1980. 2. 23.
- 우미하 Erté의 디자인에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
- 유병호 회화에 있어서의 공간해석에 관한 연구 홍익대학교 1980. 2.
- 유은성 한국고대토기의 조형성에 관한 연구 —수적(數的)비례를 통한 분석— 성신여자대학교 1980. 2. 23
- 유은주 한국인의 색채감각에 관한 연구(가치요소의 변천을 중심으로) 서울대학교 1979. 8. 30.
- 윤지순 염색공예에 있어서 수공염 및 기법에 관한 연구 세종대학교 1980. 2. 9
- 윤희주 종이 다면체 입체구성 이화여자대학교 1980. 2. 25
- 이동근 Golf Course의 계획과 설계에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
- 이양자 어린이 놀이터 시설물에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
- 이명숙 점공제(粘工製) 장식용 조명등 개발에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 이상태 스크린 날염제도 효과에 대한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
- 이성례 이조기구의 금속장식 연구 중앙대학교 1979. 8. 31
- 이수종 도제인형 개발에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8
- 이수창 한국적 곡선미에 관한 연구 계명대학교 1980. 2. 22.
- 이순종 기업에 있어서 제품디자인 정책의 연구 서울대학교 1980. 2. 28.
- 이영희 세이스피어극(햄릿, 맥베드)의 의상과 무대의상 디자이너의 역할 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8
- 이인숙 화각공예의 조형적 연구 이화여자대학교 1980. 2. 25
- 이일성 한국전통도자형태의 황금비에 의한 분석 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 이재희 우리나라 식품포장 디자인에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2.
- 이진영 한국 전통기구의 현대화 과정에 관한 연구 이화여자대학교 1980. 2. 25
- 이현국 도자조형의 현대성과 그 기법에 대한 연구—전통도자를 기초로한 조형사조를 중심으로—경희대학교 1980. 2. 23.
- 이혜숙 이조 복색에 관한 연구 홍익대학교 1980. 2
- 이호명 행사 포스터에 대한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 이호선 가로(街路) 시각환경 개선을 위한 자동차 표면색채에 관한 연구 이화여자대학교 1980. 2. 25
- 임동자 조선시대 공예에 나타난 구름문양의 고찰 홍익대학교 산업미술대학원 1980. 2
- 임인선 대중 수송차량의 색채계획에 관한 연구(서울 시내버스와 택시를 중심으로) 서울대학교 1979. 8. 30
- 장연순 염색공예에 있어서 염료의 발색효과에 나타난 실험연구 이화여자대학교 1980. 2. 25
- 전혜정 아파트 단지 환경질서를 위한 VISUAL DESIGN에 대한 고찰 성신여자대학교 1980. 2. 23.
- 정경원 한국 Industrial Design 정책수립에 관한 연구 서울대학교 1980. 2. 28.
- 정재윤 목재 원구에 관한 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 조수도 어린이방의 실내 공간 Design 연구 홍익대학교 산업미술대학원 1979. 8.
- 진정혜 날염에 있어서 Crack의 효과에 관한 연구 이화여자대학교 1979. 8. 25.
- 최 건 고려청자의 장식기법에 관한 연구 홍익대학교 1979. 8.
- 홍경희 한국 동제 정병(淨瓶)에 대한 연구 홍익대학교 1979. 8.
- 홍을미 Recoco의 직물 무늬에 관한 연구 숙명여자대학교 1980. 2. 25
- 황옥현 조선조 댕기에 관한 연구 홍익대학교 1980. 2.

「디자인·포장」1호~「산업디자인」100호 총 목차

지난 1970년, 「디자인 포장」
이란 제호로 창간호를
발간한 이래 만 18년 동안
이어져 내려온
「산업디자인」지는 한국의
현대 산업디자인사(史)와
그 맥락을 함께
해왔다.

그동안 편집진도 수차례
바뀌었고 판형과 제호의
변경도 있었으나,
우리나라의 산업 디자인과
포장의 발전을
위해 중추적인 역할과
사명을 다한다는
한국디자인포장센터의 설립
이념에 따라 「산업디자인」
지도 디자인 분야의 활성화를
위해 많은 노력을 기울여
왔는데, 이제 이번 호로
100호 발간을
맞으면서 디자인 분야 종사자
여러분들께 참고 자료로
활용토록 하기 위해
창간호부터 지금까지의
총 목차를 발췌·소개한다.
「디자인·포장」이란
제호로 발간된 65호까지는
디자인 분야만
발췌했으며, 전체적으로는
논문과 참고 자료로 활용될
수 있는 기사 중심으로
선택·발췌했다. (편집자 주)

1호	1970년 11월 20일 발행	필자	제명	이원수	지상상품화 계획. (4)
필자	제명	원목	목각공예		
김교만	우리 나라 디자인 진흥책에 대한 소고	이화수	색채학 노트② 미의 법칙은		
유근준	한국의 문양 ①〈대문의 특성과 종류〉	하상국	영원하다		
이화수	한국의 공예 ①〈역대 한국 공예 의장의 특색〉	최영기	디자인 강좌 ⑦ 디자인의 재분야 (4)		
이원수	산업 디자인 강좌 ① 상표	봉상균	공업 디자인 실무 (1)		
2호	1971년 2월 20일 발행	버트랑	생산기업과 공업 디자인		
필자	제명	라이벌	마아케팅 및 광고의 기획·제작		
유근준	한국의 문양 ② 기하문의 특성과 종류	정시화	신가격 기준표		
이화수	한국의 공예 ② 역대 한국의 공예의장의 특색	광고 도안의 실제	수출완구제품 디자인의 문제점		
	디자인 강좌 ① 디자인의 방법	김홍련	판매촉진을 위한 상품포장의 이미지 메이킹		
3호	1971년 4월 30일 발행	유근준	명태현		
필자	제명	신언모	일본 디자인계의 활동상		
유근준	한국의 문양 ③ 당초문의 특성과 종류	이윤수	1972년 6월 30일 발행		
이화수	한국의 공예 ③ 역대 한국의 공예의장의 특색	조영철	필자		
박홍호	광고 이미지 폴리시		제명		
이효일	광고 Image Policy		제7회 상공미전 및 1972		
	디자인 강좌 ② 디자인의 방법		포장대전 전시성과		
4호	1971년 6월 30일 발행	유윤진	한국 화폐도안의 변천과 분석		
필자	제명	이화수	한국적 에로티시즘의 시각적 표현 가능성 (下)		
유근준	한국의 문양 ④ 연고문의 특성과 종류		Package Design의 Checklist		
	패키지에 있어서의 기능과 형태		유제품의 상품화 계획		
	상품 포장—그 색채와 소비자 심리		목각공예 (下)		
	여성의 색채심리와 구매효과	신언모	마아케팅 및 광고의 기획·제작		
	과자류 패키징 디스플레이 화의 원칙	광고 도안의 실제 (2)	신가격 기준표		
이화수	한국의 공예 ④ 역대 한국의 공예의장의 특색	유근준	생산기업과 공업 디자인 (2)		
강신영	우리 나라 화장품 디자인에 대한 소고	김종오	지속성과 적시성의 세일즈 프로모션		
5호	1971년 10월 15일 발행	이능재	프로덕트 디자인		
필자	제명	신인섭	디자인의 재분야 (5)		
강정준	청주업체의 디자인 포장의 제문제	이화수	색채학 노트② : 배색은 미를 조성한다		
이화수	한국의 공예 ⑤ 역대 한국의 공예의장의 특색	조영철	MANDOM Packaging의 의미하는 것		
김영호	한국 포장 디자인계의 활로 디자인 강좌 ④ 디자인의 재분야				
6호	1971년 12월 30일 발행				



이 규 용 광고시평 : 매체와 스폰서의 윤리적 책임

정 재 규 환경 디자인과 비쥬얼 디자인

이 원 수 Package Design 의 Checklist (II)

함 성 실 Visualization과 杉浦後作

유 윤 진 공업 디자인 실무 ② 경영과 공업

디자인

스위스의 민중예술

이 화 수 색채학 노트 (4) 색채는 감정을 보유한다.

황 선 민 마이케팅 전략 ② : 통조림 제품의 상품화 계획.

11호 1972년 12월 31일 발행

필자 제명

임 영 주 우리 나라의 문양 ② 한국

조 병 수 전통문양 자료 연구

양 규 회 우리 나라 크리스마스 셀 도안의 변천과 분석

우리 나라 담배갑 도안의 변천과 분석

좌담 : 우리 나라 수출상품의 디자인과 포장은 어디까지 왔나

오 광 수 정보화 시대의 디자인

양 호 일 상업 디자인 교육의 문제제점

정 재 규 목공예의 재료와 기법

주 홍 길 건전한 디자이너 단체의 성장을 염원한다

이 규 용 광고시평 : 어휘개념의 퇴화

이 화 수 색채학 노트 ⑤ 색채는 판매를 촉진한다

정 시 화 포장 디자인의 시각화

유 균 준 포장 디자인의 심리

황 선 민 마이케팅 전략 ③ 맥주제품의 상품화 계획

이 원 수 Package Design Checklist (III)

김 영 만 '73년을 향한 부츠 하이라이트

12호 1973년 3월 15일 발행

필자 제명

정 시 화 디자인+포장 FORUM : Mach

Band 현상과 그 외

김삼대자 전통미의 계승 (1) : 등

신 영 훈 한국의 고문양 : 청찰 무늬

이 경 성 시각공예 ① 간판

오 광 수 광고 디자인과 현대미술

강 회 주 실내 디자인 개설

이 화 수 Package Design : 패키지

디자인의 제작

양 규 회 우리 나라 성냥갑 변천과 도안의

분석

이 규 용 광고시평 : 신년광고의 주변

김 성 환 일러스트레이터 서울·

스티커버그의 세계

이 상 화가와 타파스리 : 보젠스키의 경우

김 명 철 현대 마이케팅의 이론과 실제

최 광 열 해외시장 개발전략 : 경물

문 일 영 일본종합상사의 기능

수수께끼의 억만장자 하와드 휴즈

13호 1973년 6월 30일 발행

필자 제명

민 철 흥 디자인+포장 FORUM : Product

Design의 Form

신 영 훈 한국의 고문양 ② : 먹살 무늬

이 형 구 전통미의 계승 ② : 흡연구

오 광 수 Bauhaus에서 현대까지 ①

이 세 웅 외국의 패션 경향과 우리나라의 디자인 문제

이 경 석 아프리카인의 디자인

김 세 중 미술과 산업

이 화 수 Package Design ② 패키지

디자인의 제작

한 홍 택 경합시대의 포장 디자인

박 래 향 시각공예 ② : 인쇄물과 포장

이 규 용 광고시평 ⑤ : 문체제기, 그리고 선언

정 재 규 금속공예

김 성 환 일러스트레이터로서의 로트렉과 그 역할

14호 1973년 9월 30일 발행

필자 제명

이 준 구 한국의 고문양 ③ : 능화관

이 형 구 전통미의 계승 ③ : 신

이 경 성 Visual Design 한국 버스의 색채문제와 그 방안

박 래 경 상공미전에의 제언

오 광 수 Bauhaus에서 현대까지 (2)

이 경 석 아프리카 디자인 (2) : 표주박의 형태와 장식적 표현

조 병 수 凹판조각과 인쇄

김 종 오 대중속의 디자인

이 명 동 디자인과 사진

임 응 식 포토 앤세이 (3) : 한국의 담

이 화 수 Package Design ③ 패키지

디자인의 제작

황 선 민 백화점의 마이케팅 관리와 합리화 방안

임 수 종 도자기의 종류와 제조

정 재 규 공예와 재료의 기법

이 순 만 Marketing과 Package의 연관성

이 규 용 광고시평 ⑥ : 외양대 내실의 현절한 소구방향

15호 1973년 12월 25일 발행

필자 제명

특집/디자인 포장 전홍사업의 당면과제

조 영 제 상업 디자인 부문— 학계에서 본 견해

윤 병 규 상업 디자인 부문— 산업체에서 본 견해

권 순 형 공예 디자인 부문— 학계에서 본 견해

박 상 우 공예 디자인 부문— 산업체에서 본 견해

민 철 흥 공예 디자인 부문— 학계에서 본 견해

조 광 응 공예 디자인 부문— 산업체에서 본 견해

박 래 경 디자인 모티브

이 화 수 패키지 디자인의 조건

곽 대 응 한글 템터링·타이포그래피

오 광 수 Bauhaus에서 현대까지

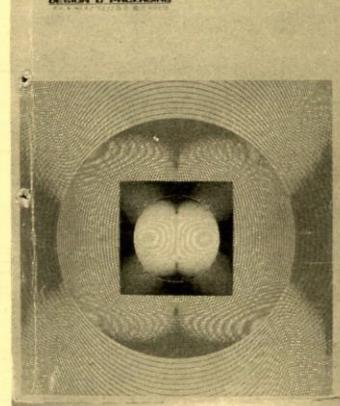
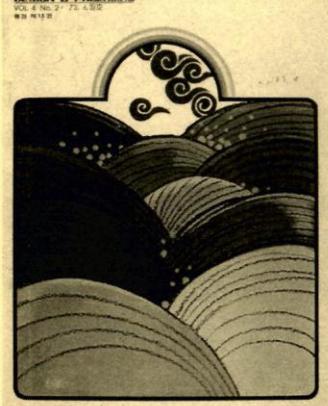
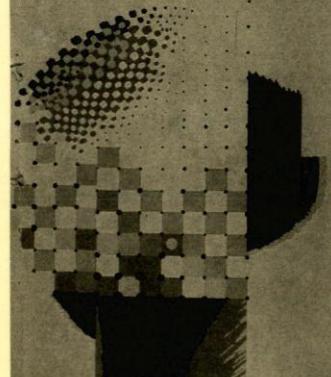
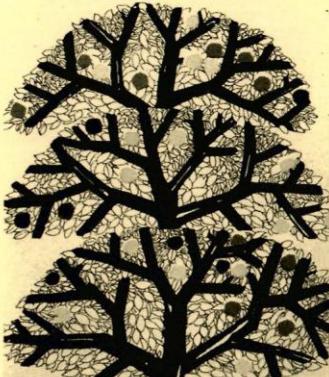
이 경 석 아프리카 디자인

김 영 준 해외 혁(革)제품 디자인의 특색

이 세 웅 우리나라 상품의 디자인 포장의 문제점과 그 해결방안

조 병 수 위조·변조 화폐도인의 분석

이 규 용 광고시평 ⑦ : 나를 사주셔요와 나를 사랑해 주세요



16호 1974년 3월 30일 발행

필자	제명
최대석	특집/한국 전통미 패턴의 활용과 개발
정남순	한국 디자인
유윤진	도자제품
양호일	직물 디자인
원주호	한국의 Symbol 고찰
문태선	이조별전의 문양
서병주	Graphic Design에 있어서 Op Art의 영향
오광수	경쟁의 식품—인더스트리얼 디자인
이경석	Bauhaus에서 현대까지
유준상	Renaissance 회화에서 보이는 인체의 표현성
이경성	도시 조경과 간판 디자인의 문제
이화수	디자인 시평: 1973년도 하반기의 디자인 전망
조영철	Package Design ⑤ 광고와 패키지 디자인
임연	(일본광고 Agency) 소개/기업과 소비자를 잇는 Communicator
이규용	광고효과와 판매촉진
	광고시평 ⑧ 환경변화에 대응하는 광고

17호 1974년 6월 30일 발행

필자	제명
조영제	특집 I/제9회 상공미전
김종대	상공미전과 디자인 교육계
로이 V. 윌슨	상공미전과 수출산업에의 기여도 외국 디자인 전문가가 본

대한민국 상공미전

권순형	제9회 상공미전 심사평
김순배	이조의 목칠공예
임영주	칠보문양의 특성과 종류
김정숙	현대조각에서 추상조각에 이르기까지
양호일	장식 포스터의 본질 고찰
김순성	서독 BRAUN社의 Design Policy
이화수	Package Design ⑥ 생산과 패키지 디자인
이규용	광고시평 ⑨ Media Survey에 의한 광고조망

18호 1974년 9월 30일 발행

필자	제명
오범식	특집 I/국제화 시대에 대처하는 디자인의 개선점과 수출전망
김종대	해외시장에서의 우리 상품 제값받기 위한 디자인 개선책 수출증대를 위한 디자인 개발의 중요성과 그 진통방안
성기초	도자기제품
김종수	전자제품
길한식	잡화제품
황선민	완구제품
유윤진	섬유제품
김사달	한국도예의 가격과 그 개발
곽대웅	고급 환경장치물에 관한 소고
곽규정	우리 나라 가구장식의 기법
임영주	한국전통문양의 연구/연화문의 종류와 그 비교
김희진	매듭과 끈목(每輯과 多繪)

조영철 디자인 효과의 측정

김순성	경영전략과 Design Policy
이화수	Package Design ⑦ 판매와 패키지 디자인

19호 1974년 12월 30일 발행

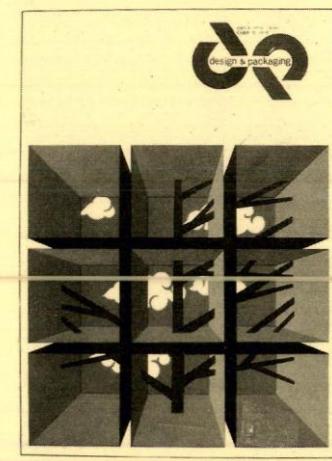
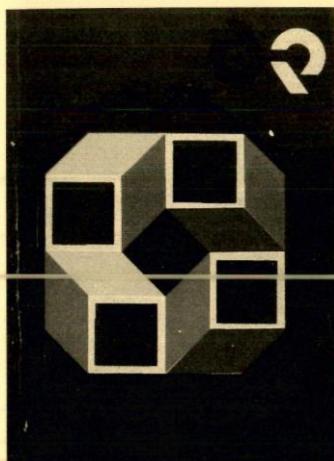
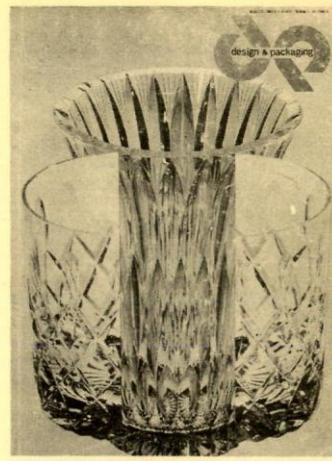
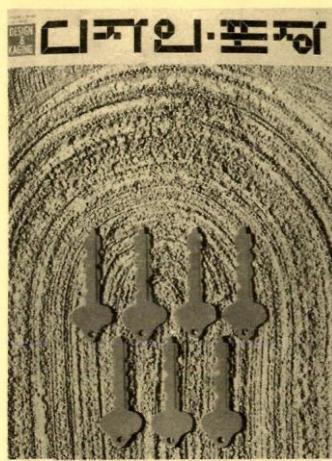
필자	제명
최대석	특집 I/공업 디자인
이순혁	공업 디자인 연구개발의 요건
김근배	공업 디자인 교육의 문제
조광웅	공업 디자인상의 인간공학 수출증대를 위한 공업 디자인의 역할
이효석	우리 나라의 토산품 디자인 개발과 수출전망
유희준	건축작품의 디자인 평가에 있어서의 관심분포
곽규정	우리 나라 가구장식의 종류와 그 형태
임영주	한국전통문양의 연구/한국의 동물문양
장윤우	뇌문(雷紋)의 기본 패턴과 변형 디자인 연구
남상교	넥타이 디자인
정시화	'74 디자인 시평/디자인에 있어서의 질(質)의 문제
한기성	제6차 ICOGRADA 총회 참가보고
최순덕	우리 나라의 의장제도
이화수	Package Design ⑧ 수출과 패키지 디자인

20호 1975년 3월 30일 발행

필자	제명
----	----

특집 I/불황극복을 위한 디자인 개발의 제문제

안광호	불황타개와 수출증대를 위한 디자인 개발의 과제
이춘화	전자제품 디자인의 제문제
김태홍	완구제품 디자인의 제문제
백태완	한국전통공예의 어제와 오늘
유희준	Interior Design의 어제와 오늘
한홍택	Visual Design의 어제와 오늘
김근배	공업 디자인의 원리와 인간공학
박재진	Corporate Image의 사적 고찰
김윤환	Systematic Furniture Design의 지향점
곽대웅	도로 표식의 헤더링
유윤진	고밀도 사회에서의 디자인
임영주	한국의 건축문양·창호문양
원주호	이조별전의 조형의
정대유	교육적 측면에서 본 조형의 표현
장윤우	I.D.와 예술
이화수	그래픽 디자이너가 본 일본의 오늘과 내일
21호	1975년 6월 30일 발행
필자	제명
김교만	특집 I/제10회 상공미전
김현기	상공미전 10년/어제와 오늘
이명구	상공미전의 산학계 기여도와 그 개선 방향
김근배	디자인계에서 본 상공미전과 그 개선책
주홍길	공예 디자인상의 심리적 작업능력과 인간공학
	경쟁의 무기—인더스트리얼



박상우	디자인 오늘의 공업 디자인 원리와 그 적용 방향
권길중	신라 금공술의 공정적 구명
장윤우	수공예의 제작방법과 그 재료
곽대웅	기업을 살리는 색채전략 ①
이승희	기업경영과 디자인의 역할
박재진	Corporate Image란 무엇인가
임영주	한국의 전속문양/외당무늬
서동희	산업도자기 제품의 종류와 디자인 개선책
이웅길	우리 나라 가구의 사회적 배경과 미의 본질
이혜선	페르사 응단 문양과 그 분류
박래경	Bauhaus의 디자인 교육
윤종혁	디자인 교육의 본질과 그 전개

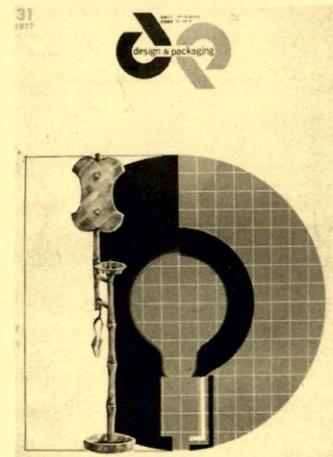
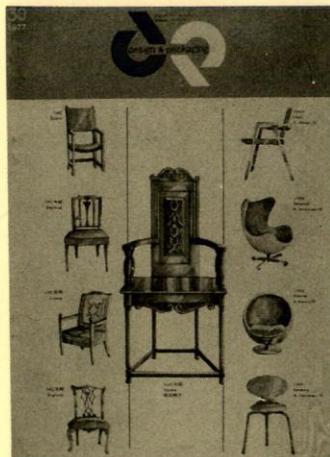
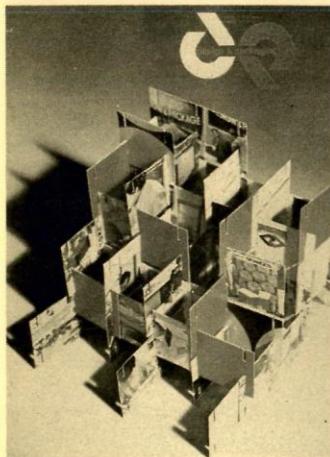
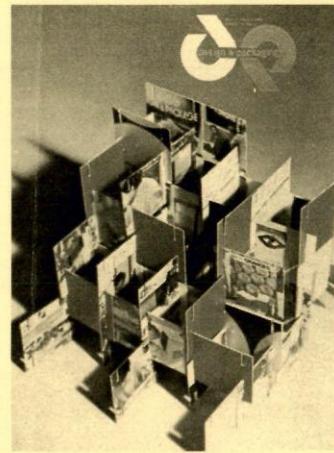
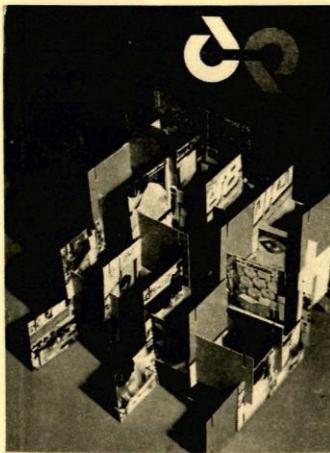
1975년 9월 30일 발행

필자	제명
장건희	특집 I/환경 디자인
미래건축을 위한 현대건축 디자인의 특질	
조성렬	현대사회와 공간설계의 방향
장문기	자연환경과 조경 디자인
곽대웅	기업을 살리는 색채전략 ②
박재진	Corporate Image란 무엇인가 ③
주홍길	인더스트리얼 디자인의 역할
임영주	한국전통문양/공예
장윤우	공예재료의 연구 ①
손정리	조선시대 호(壺)의 종류와 문양
최영숙	우리 나라 담배 포장 디자인의 조형적 분석
오혜경	실내 의장용 커튼의 종류와 기능

원주호	세계 기념화의 디자인
23호	1975년 12월 30일 발행
필자	제명
조영제	특집 I/광복 30년, 디자인 어디까지 왔나
정시화	상업 디자인의 현황과 문제점
이경성	공업 디자인의 현황과 문제점
강건희	공예 디자인의 현황과 문제점
곽대웅	환경 디자인의 현황과 문제점
박재진	기업을 살리는 색채전략 ③
임영주	Corporate Image란 무엇인가 ④
장윤우	한국전통문양/공예 ②
손정리	공예재료의 연구 ②
이훈	도자기 유약의 성분과 배합
유윤진	레스토랑 실내의 환경 디자인
차성철	현대 생활과 전통산업 진흥시책
	고유 전통미 도입에 관한 고찰
24호	1976년 2월 25일 발행
필자	제명
김교만	특집 I/상업 디자인
이명구	상업 디자인의 발전과정과 방향
이화수	상업 디자인의 연구개발과 진흥
강건희	폐기지 디자인의 색채 심리와 구애효과
이경성	환경 디자인과 도시의 미
곽대웅	한국 디자인의 좌표 ①
박재진	기업을 살리는 색채전략 ④
임영주	Corporate Image란 무엇인가 ⑤
장윤우	한국전통문양/공예 ③
남상교	공예재료의 연구 ③
홍명숙	한국 현대공예의 형태와 기능
남상교	완초제품 디자인

김순섭	근대 한국자수 디자인의 변천과 특성
김재원	이조 십장생 문양의 사화성과 조형성 분석
	특집 II/기업체에 있어서의 디자인 활동
김필승	태평양화학공업(주)의 경우
윤병규	(주)유한양행의 경우
박종서	대한전선(주)의 경우
손기철	우리나라 산업 디자이너와 실태분석
25호	1976년 4월 25일 발행
필자	제명
최대석	특집/공업 디자인
민철홍	공업 디자인의 발전과정과 그 방향
이순혁	수출증대를 위한 공업 디자인의 역할과 질적 문제
이화수	공업 디자인 교육의 실제와 효율화 방안
이경성	Design, Design, Design
박재진	한국 디자인의 좌표 ②
김덕겸	Corporate Image ⑥ Label Identity
임영주	DECOMAS ①
장윤우	한국전통문양/공예 ④
양호일	수출증대를 위한 공업 디자인의 역할과 질적 문제
김근배	죽세공예의 기술개발과 디자인 개선 방안
이화수	디자인 강좌 ① 디자인의 과제와 조형훈련
한종철	디자인 심리학
임세순	상품 이름과 광고 문안
하태문	우수제품 디자인 소개
손기철	디자인 화제와 소식
27호	1976년 8월 25일 발행
필자	제명
김교만	특집/제11회 상공미전

하태문	우수제품 디자인 소개 디자인 화제와 소식
26호	1976년 6월 25일 발행
필자	제명
백태원	특집/공예 디자인
문우식	공예 디자인의 개발과 진흥방안
곽대웅	공예 디자인 교육의 실제와 효율화 방안
목훈	디자인 컴럼/공예미학
이경성	한국 디자인의 좌표
박재진	Corporate Image ⑦ Package Identity
김덕겸	DECOMAS ②
임영주	한국전통문양/공예 ⑤
장윤우	공예재료의 연구 ⑤
양호일	포스터 디자인론
김근배	죽세공예의 기술개발과 디자인 개선 방안
이화수	디자인 강좌 ① 디자인의 과제와 조형훈련
한종철	디자인 심리학
임세순	상품 이름과 광고 문안
하태문	우수제품 디자인 소개
손기철	디자인 화제와 소식
28호	1976년 10월 25일 발행
필자	제명
김교만	특집/상공미전



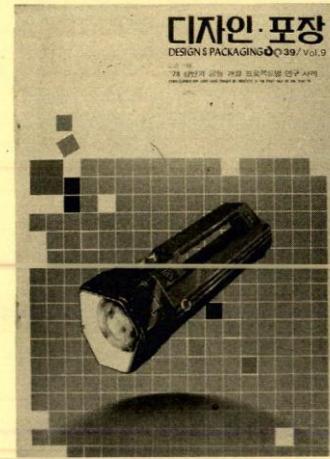
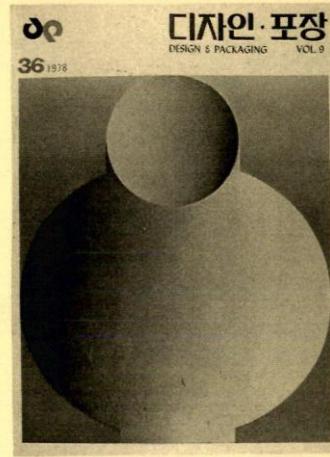
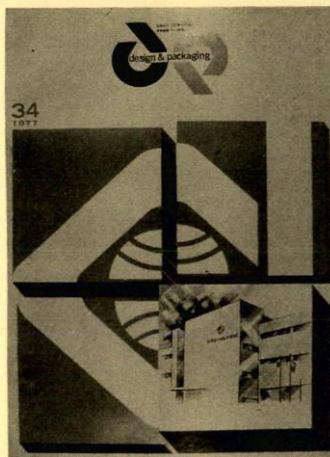
이명구	상공미전과 디자인 교육
권중환	상공미전과 수출산업
정시화	디자인 컬럼/텐 페르마네트
이경성	한국 디자인 좌표④
김덕겸	DECOMAS ③
임영주	한국전통문양/연판문의 특성과 종류
장윤우	공예재료의 연구⑥
한종철	디자인 심리학
이화수	디자인 강좌 ② 창안에서 구현으로
황선민	기업과 디자인
신상재	공업 디자인의 색채계획
하태문	우수제품 디자인 소개
	디자인 화제와 소식

28호 1976년 10월 25일 발행

필자	제명
김지철	산업 디자인의 기능과 역할
최대석	산업 디자인에 있어서의 인간공학
임영주	한국전통문양/도자문양
장윤우	공예재료의 연구⑦
박순녀	디자인 수상/일송달송한 관계
김영준	제화 디자인과 그 특성
양호일	포스터 디자인론 ③
이화수	디자인 강좌 ③ 디자인과 의장의 실상
신상재	공업 디자인의 색채계획
한종철	디자인과 예술의 합수
하태문	우수제품 디자인 소개
임세순	디자인 화제와 소식
	광고시 평/이 달의 문제작 광고

29호 1976년 12월 25일 발행

이명구	상공미전과 디자인 교육
권중환	상공미전과 수출산업
정시화	디자인 컬럼/텐 페르마네트
이경성	한국 디자인 좌표④
김덕겸	DECOMAS ③
임영주	한국전통문양/연판문의 특성과 종류
장윤우	공예재료의 연구⑥
한종철	디자인 심리학
이화수	디자인 강좌 ② 창안에서 구현으로
황선민	기업과 디자인
신상재	공업 디자인의 색채계획
하태문	우수제품 디자인 소개
임세순	디자인 화제와 소식
	광고시 평/이 달의 문제작 광고
28호	1976년 10월 25일 발행
필자	제명
김지철	산업 디자인의 기능과 역할
최대석	산업 디자인에 있어서의 인간공학
임영주	한국전통문양/도자문양
장윤우	공예재료의 연구⑦
박순녀	디자인 수상/일송달송한 관계
김영준	제화 디자인과 그 특성
양호일	포스터 디자인론 ③
이화수	디자인 강좌 ③ 디자인과 의장의 실상
신상재	공업 디자인의 색채계획
한종철	디자인과 예술의 합수
하태문	우수제품 디자인 소개
임세순	디자인 화제와 소식
	광고시 평/이 달의 문제작 광고
29호	1976년 12월 25일 발행
필자	제명
최대석	산업 디자인에 있어서의 인간공학 ②
김지철	산업 디자인의 기능과 역할 ②
신상재	산업 디자인의 전개와 단계적 발상
이화수	디자인 강좌 ④ 산업 디자인의 세계
이경성	한국 디자인의 좌표 ⑥
김덕겸	DECOMAS ⑤
차임선	동양 디자이너의 창작경험
이윤수	디자인의 체크 포인트와 프로세스
임영주	한국전통문양/도자문양
장윤우	공예재료의 연구 ⑧
하태문	우수제품 디자인 소개
임영조	'76년도 그레이픽 디자인전과 우수광고
	1977년 2월 25일 발행
필자	제명
최대석	산업 디자인에 있어서의 인간공학 ③
이윤수	낮산(일산) 자동차의 디자인 활동
김지철	산업 디자인의 기능과 역할 ③
이화수	디자인 강좌 ⑤ 산업 디자인의 변혁
이경성	한국 디자인의 좌표 ⑦
김덕겸	DECOMAS ⑥
임영주	한국전통문양/옛 등기(燈器)
신상재	디자인 조건과 굿 디자인
김근배	디자인 관리·연구·가치공학
김경숙	디자인 논리
	우리 나라 캘린더 디자인의
30호	1977년 4월 25일 발행
필자	제명
최대석	산업 디자인에 있어서의 인간공학 ③
이윤수	낮산(일산) 자동차의 디자인 활동
김지철	산업 디자인의 기능과 역할 ③
이화수	디자인 강좌 ⑤ 산업 디자인의 변혁
이경성	한국 디자인의 좌표 ⑦
김덕겸	DECOMAS ⑥
임영주	한국전통문양/옛 등기(燈器)
신상재	디자인 조건과 굿 디자인
김근배	디자인 관리·연구·가치공학
김경숙	우리 나라 캘린더 디자인의
	1977년 6월 25일 발행
필자	제명
김희덕	과학성화시대의 건강관리
이화수	디자인 강좌 ⑦ 산업 디자인의 생활화
김지철	산업 디자인의 기능과 역할 ⑤
임범택	그레이픽 디자인과 산업사진
장윤우	산업과 미술, 산업과 광고
임영주	한국전통문양/고분벽화
	1977년 8월 25일 발행
필자	제명
김교만	산업 디자인 전의 의의
이반규	산업 디자인의 개발과 수출입국의 의지
권순형	종합심사평
31호	1977년 4월 25일 발행
필자	제명
하태문	우수제품 디자인 소개 및 디자인 정보
임영조	작품과 이변
	1977년 4월 25일 발행
필자	제명
이화수	디자인 강좌 ⑥ 산업 디자인의 세계
김지철	산업 디자인의 기능과 역할 ④
이경성	한국 디자인의 좌표
김덕겸	DECOMAS ⑦
임영주	한국전통문양/이조의 민화
임세정	GOOD DESIGN ⑦
박종서	디자인 개발의 FORM 및 전개방법
김종우	미국 패키지 디자인의 현황
민병해	'76 홍콩 워크샵 참가 리포트
노병식	광고의 정보화
김근배	한국 현대공예의 발전과 대학공예교육
이규현	공예 디자인의 이론적 한계와 그 정의
하태문	우수제품 디자인 소개 및 디자인 정보
	1977년 9월 20일 발행
필자	제명
김명신	집중기획/영국의 디자인 포장산업
윤혜숙	영국의 디자인 등록제도
이화수	영국의 산업 디자인 기구와 현황
강기덕	디자인 강좌 ⑧ 산업 디자인과 인간공학
한희영	해외조류/포장 디자인의 4가지 기능
임영주	자원절약을 위한 포장대책
백남기	한국의 전통문양/폐수문·폐조문
양호일	디자인 개발과 공업소유권
이대성	포스터의 역사 ④/일본 포스터 악사
H.C. 테르나	조사보고기/중동지역 수출상품
김두영	포장 현지조사
노병식	디자인 개발의 방향
	가전제품 디자인 연구
33호	1977년 9월 20일 발행
필자	제명
김명신	집중기획/영국의 디자인 포장산업
윤혜숙	영국의 디자인 등록제도
이화수	영국의 산업 디자인 기구와 현황
강기덕	디자인 강좌 ⑧ 산업 디자인과 인간공학
한희영	해외조류/포장 디자인의 4가지 기능
임영주	자원절약을 위한 포장대책
백남기	한국의 전통문양/폐수문·폐조문
양호일	디자인 개발과 공업소유권
이대성	포스터의 역사 ④/일본 포스터 악사
H.C. 테르나	조사보고기/중동지역 수출상품
김두영	포장 현지조사
노병식	디자인 개발의 방향
	가전제품 디자인 연구
34호	1977년 11월 28일 발행
필자	제명
김교만	집중기획 I / 제12회 산업 디자인 전람회
이반규	산업 디자인 전의 의의
권순형	산업 디자인의 개발과 수출입국의 의지



최 대 석	산업 디자인 개발과 디자인 교육의 제 문제
김 기 양	제품개발과 법적 보장
김 근 배	산업 디자인의 표시 일반론
이 인 석	외국의 전시활동과 실태
유 윤 진	산업 디자인 전을 마치고
차 성 철	제품개발과 디자인
장 권 봉	캐나다 소 지역사회 디자인 계획
임 영 주	한국의 전통문양/원시공예
김 지 철	디자인 개발과 정보
조 소	제품 디자인과 환경
이 화 수	디자인 강좌 (끝)
김 흥 련	한글 문자 디자인의 고찰
장 윤 우	공예연구/기능시대의 공예
권 명 광	'77년도 문제작 광고(신문 광고 중심)

35호 1977년 12월 30일 발행

필자	제명
고 수 삼	일본 산업 디자인의 어제와 오늘
박 재 진	풍부한 디자인 재료 아쉬워
유 제 국	우리 것에 관심을 갖자
	특집좌담/일본 디자인계를 돌아보고
이 인 석	집중기획/78년에 바란다
한 문 교	한국 수출상품의 국제수준
김 두 영	한국 수출상품의 디자인 문제
곽 대 응	신제품 개발에 총력 쏟아
신 언 모	환경 디자인의 개발에 힘쓰자
	연구사업과 진흥홍보업무를 강화할 때
최 용 천	실력있는 디자이너가 되자
김 철 호	디자이너의 자질 향상을 기할 때

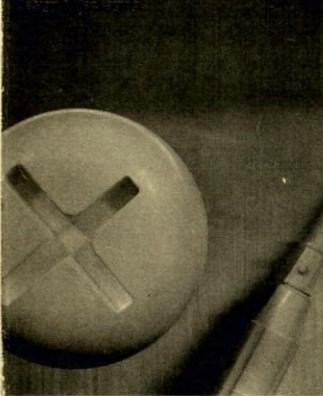
산업디자인 100 1988 VOL. 19

장 윤 우	기술시대의 공예(하)
장 권 봉	온타리오 소도시 디자인 계획 ②
권 명 광	시각 디자인 원리로서의 통일성과 균형 ①
36호	1978년 3월 10일 발행
필자	제명
이 은 규	중화학 공업 육성과 수출 산업화 집중기획/한국의 도자산업과 요업공예
정 담 순	우리 나라 도예의 본질과 역사
황 성 연	도자기 유약과 그 원료
한봉림	검토제 관광 토산품의 개발 및 육성 방안
이 종 근	우리 나라의 요업 실태와 개발 전망
차 성 철	해외에서 빛본 한국 도예 문화의 근원
김 종 오	조일 산업의 패기지 CI/통조림과 베티류의 패기지 디자인 프로우필
유 한 태	설악산 표지판의 시각 디자인 연구
노 병 식	인쇄 디자인 ④/타이포그래피컬 디자인과 일러스트레이션
임 영 주	한국의 전통 문양/삼국 시대의 금속공예 ②
37호	1978년 4월 30일 발행
필자	제명
장 전 회	집중기획 I/환경 디자인과 미래 설계
한 도 통	우리 나라 환경 디자인의 문제점 및 그 대책
	밝은 생활 공간 창조를 위한 환경
38호	1978년 7월 1일 발행
필자	제명
이 치 영	디자인 개선을 위한 전문 기업 육성을
	집중기획/제13회 대한민국 산업 디자인 전람회

한 창 진	디자인의 제문제
국남 섭	환경 디자인과 미래 도시 설계
	고속 도로의 환경 설계와 조경 사업
배 중 광	생활 환경 개선과 농촌 새마을 운동
장 윤 우	병·의원의 환경 조성을 위한 실내외의 디자인
차 성 철	Action office 연구 자료 ① Action office의 대두
최 정 현	호텔 내부의 공간 디자인과 그 실제
이 창 연	쾌적한 실내 환경 조성을 위한 가구 디자인
명 계 수	관광 산업 개발을 위한 환경 디자인의 제문제
신 상 재	디자인 칼럼/한국의 현대 디자인 교육
명 태 현	전시 과학 ①/디스플레이 계획
안 대식	온타리오 소도시 디자인 계획 ③
임 영 주	일본 산업 디자인 개발과 사조의 흐름
차 성 철	한국의 전통 문양/한국의 공예 미술/삼국 시대의 금속 공예 ③
임 영 주	인쇄 디자인 ⑤/동凸판 ①
노 병 식	디자인 개선을 위한 전문 기업 육성을
	집중기획/제13회 대한민국 산업 디자인 전람회

명 태 현	전시 과학 ②/디스플레이 계획
장 권 봉	온타리오 소도시 디자인 계획 ③
차 성 철	일본 산업 디자인 개발과 사조의 흐름 ②
안 대식	신제품 개발 계획 ②
임 영 주	한국의 전통 문양/한국의 금속 공예
차 성 철	Action office 연구 자료 ②/ Action office의 대두
김 종 오	색채로 팔리는 패기지 ①
권 명 광	광고 시평 시리즈 ①/카야파를 중심으로 본 문제작
39호	1978년 9월 30일 발행
필자	제명
강 선 동	디자인의 변화와 진통 방향
박 대 순	산업 디자인 출품작의 실용화 대책
정 시 화	이 시대 디자이너가 할 일
	집중기획/78 상반기 공동 개발 프로젝트별 연구 사례
권 옥 현	자동 화재 속보기 디자인
문 수 근	경주 조선 호텔 CIP 연구
강 필 구	강원도 특산품 포장 디자인
김 장 호	제24회 국제 기능 올림픽 대회 CIP 계획
최 정 봉	관광 토산품 디자인
엄 상 문	코스타리카의 도자기 공업
성 동 우	합판재 가구를 중심으로 본 현대 가구
오 영 숙	주거의 식생활 공간 디자인
명 태 현	전시 과학 ③/디스플레이 계획
임 영 주	한국의 전통 문양/신라종과

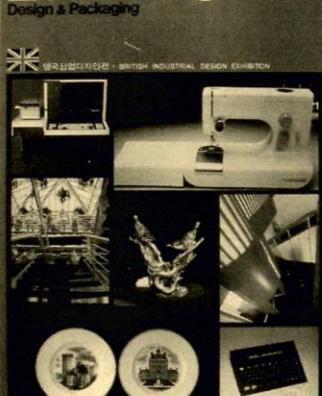
디자인·포장 43



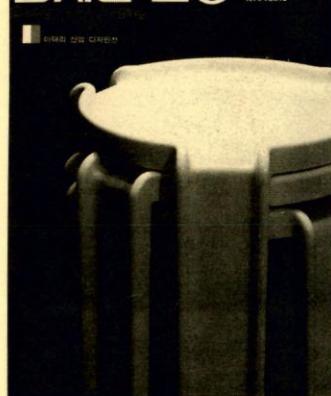
디자인·포장



디자인·포장 45



디자인·포장 46



디자인·포장 47



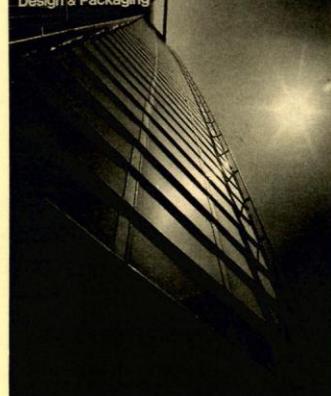
디자인·포장 48



디자인·포장 49



디자인·포장 50



노 병식	고려종 인쇄 디자인 ⑦/부식 凸판 (腐蝕凸版)
김 종오	색채로 팔리는 패키지 ②
40~41호(합본) 1978년 12월 31일 발행	
필자	제명

모 성기	원색화보/1978년도 세계 주요 자동차 디자인 집중기획/한국의 자동차 공업 디자인 자동차 디자인의 변천사 ① 디자인 경쟁에 들어선 한국 자동차 공업
김 근배	자동차 디자인과 인간공학
윤 준모	우리 나라 자동차 생산 및 수급 현황
이 병학	자동차 디자인의 허(虛)와 실(實)
유 홍종	수출 전략 산업으로서의 자동차 공업
한 도룡	전통과 스타일 중심으로 발전하는 차(車)
박 교신	자동차 디자인의 이론과 실제 ①
임 영주	한국의 전통 문양/보상화문 (寶相花紋)
정 대유	도시 공간의 가로 장치와 산업 디자인의 역할 ①
이 화수	현지 르뽀/오늘의 일본 산업 디자인
장숙영	연구논단/한국 관광 호텔 CIP 연구논단 ③/색채로 팔리는 패키지
김 종오	

연현일	국립 공원 칠단 시설 지구 그룹 배치 방안
장윤우	디자인·포장 수상/시와 미술
신재성	인터팩 참관기
명태현	전시과학 ④/디스플레이 계획
노병식	인쇄 디자인 ⑧/망그판(網凸版) 과 오우버 프린팅

42호	1979년 2월 5일 발행
필자	제명

정대유	『좋은 디자인은 보다 나은 생활을 영위하게 한다.』 한국 디자인·포장 20년 도시공간의 도로장치와 산업 디자인의 역할 ②
최대석	우리 나라 디자인의 토착화 전통공예
김성수	사라져 가고 있는 철기 항아리
강수화	한국의 전통문양/산경문 ①
임영주	덴마크의 사회보장제도와 신체장애인들을 위한 특수시설
곽원모	산업 디자인의 현실과 전망 5% 미의 작업
이순혁	『아르누보』 포스타
권명광	외국의 패키지 디자인 개발 사례/ Suchard-Express

43호	1979년 3월 31일 발행
필자	제명

민철홍	산업 디자인 정착을 위한 수평적 실행과제
김교만	영국의 그래픽 디자인 교육과 현황 침목과의 대화—에토레 소트사스

Jr.의 디자인 철학 정대유	도시공간의 가로장치와 산업 디자인의 역할 ③
이경성	세계의 산업 디자인사 1/ 석기문명과 고대 동방의 디자인 디자인 경영사례/새 모형 개발과 품질향상에 기여하는 스페리 유니박 디자인 센터
임영주	한국의 전통문양/산경문 ②
정담순	산업도자 개발의 진로
조영재	믿고 찾는 브랜드는 지혜와 노력과 인고의 결실
박교신	자동차 디자인의 이론과 실제 ②

44호	1979년 6월 30일 발행
필자	제명

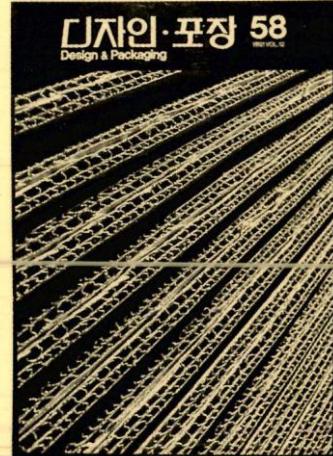
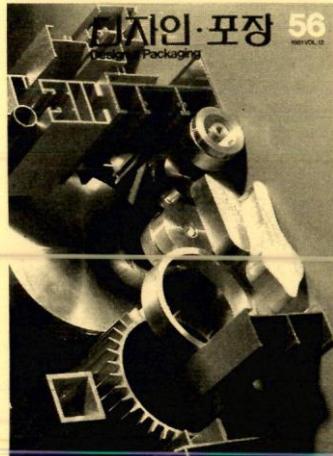
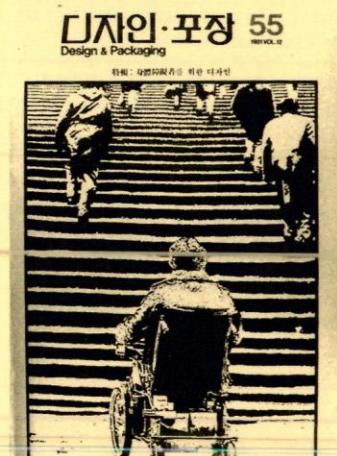
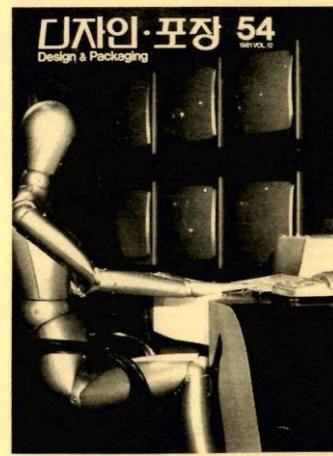
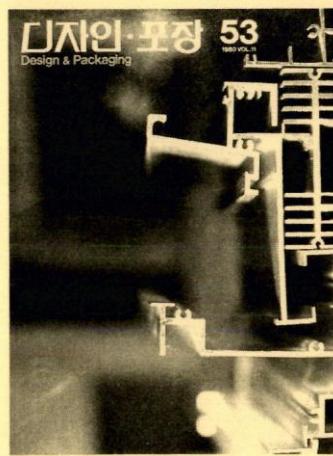
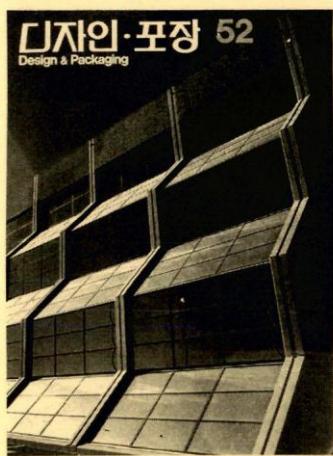
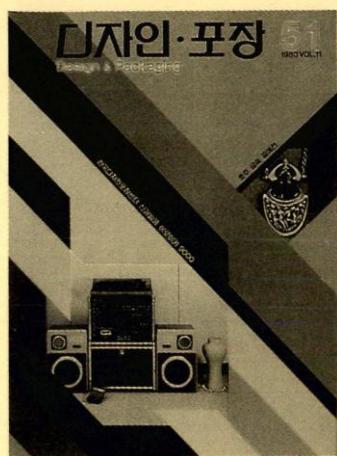
김교만	원색화보/제14회 대한민국 산업 디자인 전람회 입장 작품
강선통	제14회 산업 디자인 전시총평
곽원모	제14회 대한민국 산업 디자인 전람회 출품 및 전시 현황
이순혁	디자인과 기술
권명광	섬유 디자인의 조건
김종오	디자인 경영 사례/기술혁신과 제품개발 ①
김교만	포스터 비엔날레 '78
임영주	한국의 전통문양/보상화문
이경성	세계의 산업 디자인사 2/ 고전미술과 디자인의 자작
장숙영	근대 디자인 개척자들의 생애와 작품 ②/4차원의 디자이너 소울 비스
김종오	한글 타이포그래피 연구

45호	1979년 10월 15일 발행
필자	제명

김희덕	왜 산업 디자이너는 제네럴리스트가 아니면 안 되는가?
거트루드 K. 페러	우수 산업 디자인과 포장의 현장 영국 산업 디자인전 Color Pictorial/British Industrial Design Exhibition
조스만서	영국의 산업 디자인 단체 근대 디자인 개척자들의 생애와 작품 ③/영국 산업 디자인의 전위 펜타그램
봉상균	디자인 교육의 문제점
김영기	디자이너, 디자인 교육, 디자인 정책 ①
라리벨	컴퓨터를 이용한 산업 디자인 한국의 전통문양/비천의 예술 디자인 경영 사례/기술혁신과 제품개발 ②
임영주	디자인 경영 사례/기술혁신과 제품개발 ②
이경성	세계의 산업 디자인사 ③/신의 영광과 미의 향수
모성기	자동차 디자인의 변천사 ② 출판 디자인

46호	1979년 12월 20일 발행
필자	제명

김길홍	단순·명쾌한 디자인의 실용품 화보/콤팩스 도로 이탈리아 디자인상 수상 작품 비비스 힐리어
김종오	산업 디자인은 20세기의



신 인 섭	예술인가?
김 진 평	1970년대의 한국광고 한글 디스플레이 타이프 개발 방향 ①
죠지넬슨	디자인은 인간생활을 고양하는 것이라야 한다
김 영 기	디자이너, 디자인 교육, 디자인 정책 ②
이 경 성	세계의 산업 디자인사 ④/인간과 미의 조화
임 영 주	한국의 전통문양/홍예문양 근대 디자인 개척자들의 생애와 작품 ④/영국 산업 디자인의 전위 페인트그램 출판 디자인
존 파일	자동금전출납기 디자인 세계의 테이블웨어 디자인

47호 1980년 2월 28일 발행

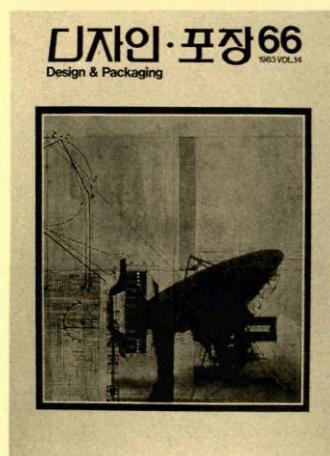
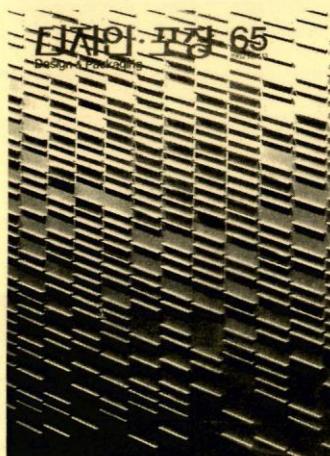
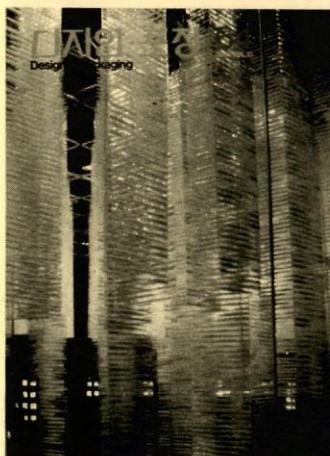
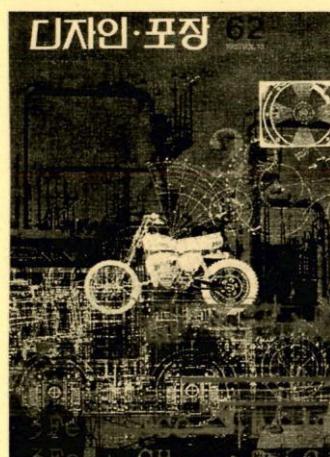
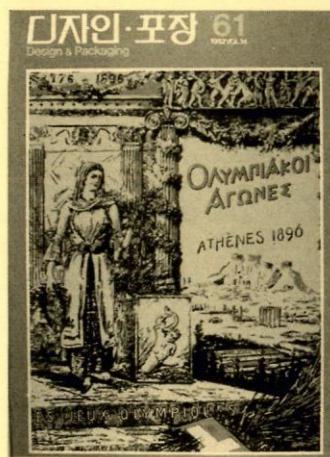
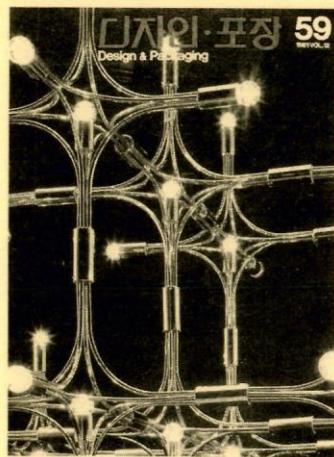
필자	제명
이 순 혁	「산업 디자인」을 중심으로 본 '70년대의 디자인
김 교 만	제품부문/제품 디자인 정착의 기틀 마련
정 대 유	시각부문/그래픽 디자인의 성장기 이룩
A.J. 폴로스	공예부문/일품공예 벗어난 생활용구화 바람직
임 영 주	미학의 윤리
김 영 기	한국의 전통문양/고려동전의 문양
김 진 평	디자이너, 디자인 교육, 디자인 정책 ③
	한글 디스플레이 타이프 개발

C.M. 파이퍼	방향 ②
유 관 호	사고방지를 위한 시스템 어포로치 '79 프린트 팩 참관 및 동남아 산업 디자인계를 돌아보고
이 경 성	세계의 산업 디자인사 ⑤/위대와 허구의 미학 고객의 편의를 위한 은행장치 디자인 출판 디자인 텍스타일 프린트 백과 ④
박 무 현	근대 디자인 개척자들의 생애와 작품 ⑤/아비타레 프레스코의 전개 기획 시리즈 ⑤/포장개선과 판매전략
존 그래엄	기업은 소비자의 변화되는 가치관을 만족시키는 디자인을 이용해야 한다

필자	제명
델 코우트스	미학의 이해/신던 구두에서 찾잔까지'
홍 성 수	기술혁신시대에 있어서의 산업 디자이너의 역할 ①/전자산업의 기술혁신과 산업 디자이너의 역할
존 W. 그래엄	기업정책수립을 위한 디자이너의 참여
박 상 우	연구논단 1/환경조형에 대한 제안적 연구
휴 보 웬	능률향상을 위한 사무실 디자인
임 영 주	한국의 전통문양/백제 문양전을 통해 본 백제문화의 성격

이 대 성	한국 디자인·포장단체의 어제와 오늘 해외 산업 디자인 개발사례/자동차의 기능을 대신 하는 자동차
이 경 성	세계의 산업 디자인사 ⑥/ 산업혁명과 디자인의 발견 텍스타일 프린트 백과 ⑤
정 경 원	근대 디자인 개척자들의 생애와 작품 ⑥/생활개선을 위한 이기의 청조자 마리오 벨라니
존 그래엄	金子 也의 창조의식을 통해 본 산업 디자인관 해외 산업 디자인 개발사례/ 비엔나의 지하철 「레드 라인」

49호	1980년 6월 30일 발행
필자	제명
아서 J. 폴로스	디자이너가 다루어야 할 3단계 전략 특집 '80 산업 디자인 세미나·'80 한국 포장 세미나
이영재	산업 디자인과 교육 신제품 개발전략과 산업 디자인
변상태	榮久庵 憲司 '80년대에 있어서의 디자인 사명
이병학	기업의 디자인 매니지먼트 기본 산업 디자인의 발자취
박인철	디자인에 의한 생활 연구논단 2/환경조형에 대한 제안적 연구 세미나 디자인의 기술혁신과 제품개발 근대 디자인 개척자들의 생애와 작품 ⑦/간결한 시각미의 선구
이경성	세계의 산업 디자인사 ⑧ 산업 디자인의 탄생 근대 디자인 개척자들의 생애와 작품 ⑧/캐나다의 그래피 디자이너 칼 브레트 모리스 골드링 그래피 디자인의 컴퓨터 활용



허 범 구	인삼제품의 용기 디자인과 포장개발
임 영 주	한국의 전통문양/한국의 병·전 문양(II)
김 영 창	제품 디자인 개발사례/미용기구 뷰티 세트 디자인
남 병 화	한국 디자인·포장단체의 어제와 오늘 해외단신/수공업의 전통지켜 오는 웨지우드사의 자기 디자인

51호 1980년 9월 15일 발행

필자	제명
조 소	'80년대의 제품 디자인
라 리 벨	우주공간의 생산화와 디자이너의 도전
피츠기번즈	우주개발기술의 지상이용 제품 디자인 개발사례/오디오 래프 스피커 시스템 디자인
김 광 현	미국의 상품포장의 포장 디자인
임 영 주	한국의 전통문양/한국의 병·전 문양(III)
짐 만	디자인 상담과 경영자의 책임
김 기 양	파리 조약 가입과 공업소유권 보호를 위한 우리 대책
김 명 신	파리 조약 가입에 따른 기업의 디자인 관리 대책
정 시 화	현대 산업 디자인의 이해와 그 전개
박 무 익	산업 디자인과 마케팅 전략
이 경 성	세계의 산업 디자인사/산업 디자인의 전개와 확대
로드니 클로우	텔레비전 녹상기/자유시간에

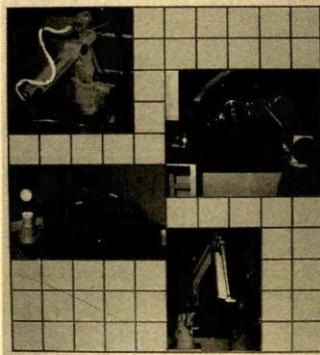
존 W. 그래엄	대중의 양식을 넓혀 주는 매체. 녹화 비디오와 시장경기 근대 디자인 개척자들의 생애와 작품⑨/캐리지 디자인의 선구 쉬와르츠 현대 미국의 실용주의 「Art for Use」 展 의의 및 성과 세계 유명회사 CIP 사례/이미지 혁신의 미술사 L&M사 세계의 심볼 사인 디자인 ①
52호	1980년 11월 20일 발행
필자	제명
민 철 흥	한국 인더스트리얼 디자인의 발전과정과 그 전망
유 균 준	해외 산업 디자인의 동향과 그 현황
존 W. 그래엄	디자인 경영자의 시대가 도래한다
시드니 웨인	포장 디자인의 선택을
스타인	위한 고객의 뇌파측정
임 영 주	한국의 전통문양/한국의 병·전 문양(IV)
	제품 디자인 개발사례/강력 전자 분쇄기 디자인
윌리 올린스	경영전략으로서의 디자인 통합
김 광 현	미국의 CIP 전략과 그 유형
에텔 캐슬러	세계인권을 위한 포스터 시리즈
조 종 호	다기능 비디오 VTR의 개발과 미래의 전자산업
이 경 성	세계의 산업 디자인사/산업 디자인의 정착
	상표보호를 위한 국제협력 방안
	해외 환경 디자인 개발사례/

런던의 지하철 환경 디자인 근대 디자인 개척자들의 생애와 작품⑨/커뮤니케이션 창조의 범세 계적 그룹 랜도사 세계의 심볼 사인 디자인 ② J. 크리스토퍼 조운즈	세계의 심볼 디자인 ③ 로버트 멜먼
53호	1980년 12월 31일 발행
필자	제명
차일스 모로	제품 디자인과 인간적 요소
봉 상 균	수출산업과 인더스트리얼 디자인의 상관성
길드 드워르	보행인의 관점에서 본 포스터의 기능
오 세 진	기술혁신시대의 산업 디자이너의 역할 6/제품에서의 알루미늄 표면처리
시드니 해리스	산업 디자인에 대한 비전문가의 개인적 견해
김 기 양	특허해설 1/특허제도 신설
J. 크리스토퍼 조운즈	디자인 강좌 2/디자인 전개 과정과 활용방법
김 흥 련	한글 타이포그래피 연구
A·우드	가로 설비물의 선택과 설치
임 영 주	한국 전통문양/신라시대 문물에 나타나는 각종 문양요소
김 학 성	도시미관을 위한 시각표식물 디자인
	근대 디자인 개척자들의 생애와 작품 11/미국의 그래픽 디자이너 루이스 도프스만
프랜시스터퍼	생활공간이 확대된 사무실

54호	1981년 2월 28일 발행
필자	제명
유 균 준	디자인 센터의 기능
안 정 언	시각 디자인의 기능과 개발방향
한 길 흥	산업도자기/제품 디자인을 위한 새로운 가능성의 제안
차일스 모로	제품 디자인과 인간적 요소
양 병 이	도시조경의 실제
로버트 멜먼	환경 디자인 개발 사례/ 도시환경 개발
이 순 혁	수출경쟁과 산업 디자인의 역할
김 기 양	특허해설 2/특허출원절차(I)
김 장 호	인도의 디자인 교육
조 성 렐	인터넷 디자인의 현황과 과제
J. 크리스토퍼 조운즈	산업 디자인 실태 조사 1/우리 나라 기업체의 산업 디자인 실태
55호	1981년 4월 30일 발행
필자	제명
김 회 덕	미래의 산업 디자인
권 명 광	실험대학(pilot institute)

산업 디자인 67

INDUSTRIAL DESIGN 1983 VOL. 14



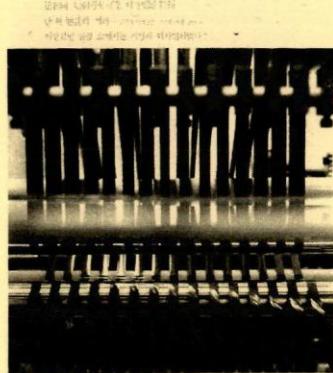
산업 디자인 68

Industrial Design 1983 VOL. 14



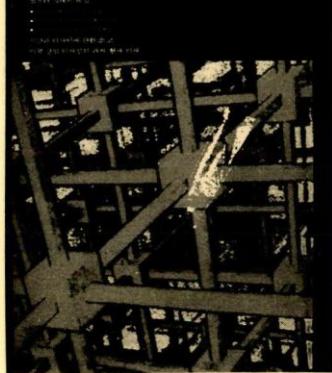
산업 디자인 69

Bi-monthly Review of INDUSTRIAL DESIGN 1983 VOL. 14



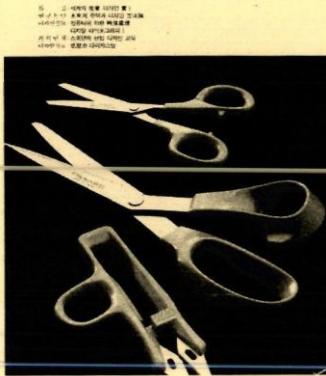
산업 디자인 70

1983 VOL. 15



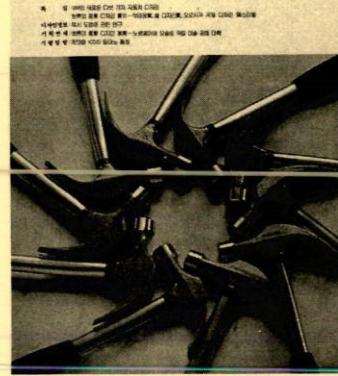
산업 디자인 71

INDUSTRIAL DESIGN 1984 VOL. 14



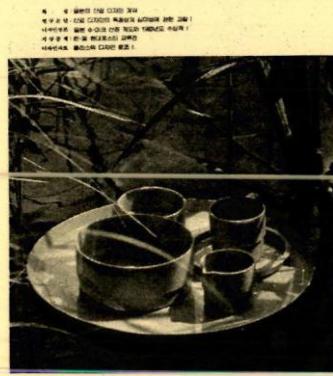
산업 디자인 72

INDUSTRIAL DESIGN 1984 VOL. 15



산업 디자인 73

INDUSTRIAL DESIGN 1984 VOL. 15



산업 디자인 74

INDUSTRIAL DESIGN 1984 VOL. 15



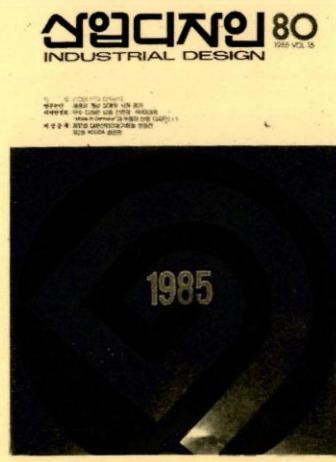
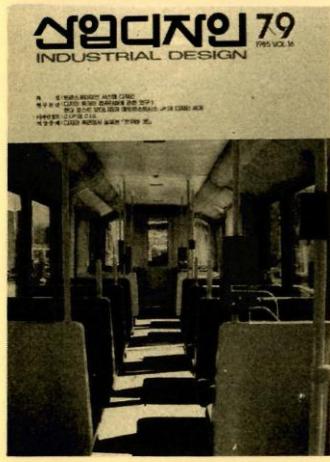
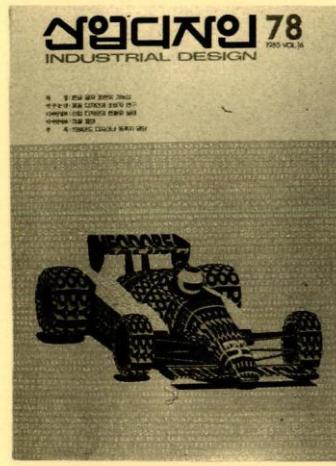
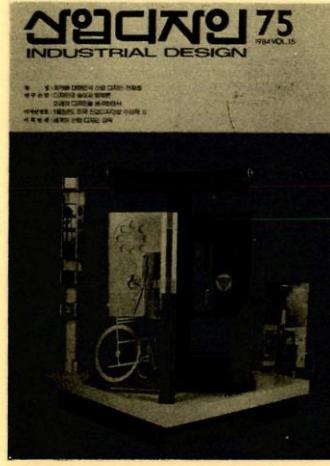
봉상균	컴퓨터 시대의 산업 디자인 특집/신체장애자를 위한 디자인 신체장애자를 위한 제품 디자인 신체장애자를 위한 환경 디자인 새로운 시스템에 의한 신체장애자용 디자인 추진 인체의 다양성이 디자인의 관건 도시조경의 이론과 실제 산업 디자인 실태 조사 2/ 우리나라 기업체의 산업 디자인 실태 특허해설 3/특허출원절차 (II) 금세(金細)공예의 정착과 표현기법 디자인과 디자이너 서울 시내 버스 정류장 계획을 위한 예비 연구 문화파괴와 공공조명 시스템 민속공예품 복고취미에 이상 있다 (상) 세계의 심볼 사인 디자인 ⑤ 한국의 전통문양/한국 불상조각의 문양요소 2 J.크리스토퍼 디자인 강좌 4/디자인 전개과정과 활용방법
56호	1981년 6월 30일 발행
필자	제명
김희덕	기업과 산업 디자인
차알스 모로	인체의 다양성이 디자인에 미치는 영향
한도룡	제품개발정책/순수한 디자인 기초개념에서 접근
황기원	도시조경의 기반조성을 위한

빅터 파파넥	보행환경의 체계화 디자인을 대중에 밀착시키는 다섯 가지 방법
신언모	수출상품의 디자인과 색채문제
김영기	디자인 칼럼/디자인의 균형 산업 디자인 실태 조사 3/우리
권영식	나라 기업체의 산업 디자인 실태 공예품 수출을 위한 디자인의 문제점과 개선방안
김기양	특허해설 4/특허심사의 관련절차
조영철	건축물의 표식종류와 디자인 과정 1
김득용	인테리어 디자인과 가구 디자인의 방향
이화수	민속공예품 복고취미에 이상 있다 (하)
이병학	제품개발사례/마이크로 프 프로세스를 이용한 선풍기 디자인
J.크리스토퍼	디자인 강좌 5/디자인 전개과정과 활용방법
조운즈	활용방법
김학성	연구 논단 上/색채계획에서 색지정을 위한 제안
임영주	한국의 전통문양/한국의 불교문양 세계의 심볼 사인 디자인 6
정경연	우리 나라 염직공예의 실태와 개발방향

필자	제명
김교만	시각 디자인과 회화와의 관계
봉상균	과학화 시대의 산업 디자인
존W.그래엄	기업을 위한 디자이너의 역할
이재원	제품개발사례/전자식 오일 캐스

주입기	집중기획/81 국제 산업 디자인 대회
A.J.플로스	산업 디자인에 대한 미래의 도전 에쿠안 켄지 도구의 생태
체-밍 챈	미래의 산업 디자인 수미타 요이치 산업 디자인과 과학기술의 발전
데이빗	산업 디자인에 없는 산업 G.테리 디자인인란?
세실 S.O.찬	홍콩 산업 디자인의 현재와 미래
타카야부	지역산업을 위한 제품개발
이성만	그래픽 일체조형의 표현기법
민경우	디자인 칼럼/문화와 생활환경
J.크리스토퍼	디자인 강좌 9/디자인 전개과정과 조운즈 활용방법
조영철	건축물의 표식종류와 디자인 과정 2
김학성	산업 디자인 실태 조사 4/우리 나라 기업체의 산업 디자인 실태 연구 논단 下/색채계획에서 색지정을 위한 제안
차알스 모로	유아급식용 제품 연구개발 세계의 심볼 디자인 7

최대석	미국 전통명문의 디자인 대학 현장 스케치/한국 우수포장전, 22차 APF 이사회 및 8회 아세아 포장대회
유관호	유럽의 환경 디자인 CIS 개발사례/한일은행 디자인 통합 계획
이재국	한국과 미국 산업 디자이너의 자세에 관한 비교연구
차알스 모로	디자인에 관한 손해배상의 의무와 책임
봉상균	한국 풍물의 멋 김기양 특허해설 5/특허출원절차 (II)
김현중	도시 가로조명에 관한 연구
최동신	입체 그래픽의 방향
59호	1981년 12월 31일 발행
필자	제명
박대순	수출 제품을 위한 산업디자인 개선
고일남	해외 시장 적응을 위한 디자인 개발
아더 J.플로스	컨텍트—산업 디자인 서비스 판매
조성렬	'88 유틸리티 신청도시 서울관 디자인
박영순	산업 디자인에서 본 현대의 가구 디자인 모듈
이수봉	세계 프리랜서의 디자인 방법과 프로젝트 관리
장윤우	성장 제품의 디자인 패키지를 위한 제언
조안셀린	개발도상국 수출제품의 상업포장
조영철	건축물의 표식종류와 디자인 과정 3
노명식	한국의 미학과 산업 디자인 우리나라 기업체의 산업 디자인
박용숙	우리나라 기업체의 산업 디자인



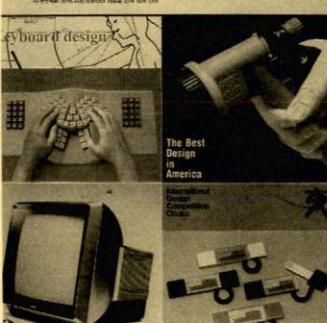
김기양	실태 새 발명과 특허 제관 수출 제품의 기호도와 디자인 개발
차알스 모로	제품 디자인과 참고 자료
이재국	한국과 미국 산업 디자이너의 자세에 관한 비교 연구
60호	1982년 2월 28일 발행
필자	제명
존파일	디자인 역사 한국의 디자인 교육 무엇이 문제인가?
정시화	디자인 교육의 이론적 배경과 그 목표
최대석	미국의 산업 디자인 교육과 우리의 현실
양윤재	우리나라 환경 디자인 교육의 방향
장윤우	공예 디자인 교육의 현황과 문제 기업의 입장에서 본 한국의 디자인 교육
홍성수	
죠지넬슨	어떻게 볼 것인가 ① 한국의 전통 문양 ①
고창훈	현대 도시 환경과 수퍼 그래픽
B.C.피어먼	심볼의 이해도를 결정하는 방법
박홍근	미국의 홈 패션 디자인과 한국 섬유류의 국제화
J.C.조운즈	디자인 전개 과정과 활용 방법
정대유	캠퍼스의 옥외 환경 디자인 상품 계획에서의 색채의 기능과 효과
61호	1982년 4월 30일 발행

최승천	'88 서울 올림픽 개발 방향
정대유	수출 상품으로서의 민예품 개발
김장호	올림픽 상품 디자인 개발 역대 올림픽 포스터
	로스엔젤레스 올림픽과 시각 디자인
박대순	기업과 산업 디자인
봉상균	환경 디자인 분야에서 본 시작 공해 문제의 개선안
피터G.로런스	기업 경영과 디자이너
황기원	서울시 도시 경관을 위한 체언 디자인 역사
C.맥더문트	오늘의 자유중국 디자인계
김교만	어떻게 볼 것인가
죠지넬슨	산업 디자인 서비스 판매
아더J.풀로스	코미컴 일러스트레이션의 효과와 작법
이현복	디자인 전개 과정과 활용 방법
62호	1982년 6월 30일 발행
필자	제명
이순혁	기업의 디자인 정책과 디자이너의 기능
김영기	디자인과 기업
김근배	기업·디자인·디자이너
P.G.로런스	기업 경영과 디자이너
리처드 혼	디자인 역사 상품 계획에서의 색채의 기능과 효과
김홍련	한글 문자와 사인 보오드 디자인 전개 과정과 활용 방법
J.C.조운즈	올리베티의 역사와 디자인 방침

미래의 오피스 계획 20세기의 굿 디자인 운동 (스웨덴 편)	
죠지넬슨 어떻게 볼 것인가?	
63호 1982년 8월 31일 발행	
필자	제명
변상태	스트리처 피너처 종합 조정 계획
김철수	개인용 컴퓨터 TRI GEM 20 디자인
	제17회 대한민국 산업 디자인전 20세기의 굿 디자인 운동(독일편)
김기양	특허 권리와 특허권 보호
김태호	고려 청동제 香爐의 상감기법
엘프 캐플린	기업 전략으로서의 디자인
페니스파크	디자인 역사
양호일	시각 디자인의 발전적 성찰
정경원	미국의 산업 디자인 교육(上)
64호 1982년 10월 31일 발행	
필자	제명
김희덕	오늘의 산업 디자인
홍성수	산업 디자인과 제품 개발
아더J.풀로스	인류의 공존과 산업 디자인
	박한우 서독 산업 디자인의 바탕과 여건
장호익	스웨덴의 산업 디자인
민정우	이탈리아의 산업 디자인
정경원	미국의 산업 디자인 교육(下) 로돌포보네토 자기 표현으로서의 디자인의 문화
65호 1982년 12월 31일 발행	
필자	제명
박한우	산업 디자인 발전에 관한 고찰
김영기	시각 디자인 교육의 앞으로의 방향
황기원	올림픽과 달라질 환경과 달라져야 할 디자인
J.P.킹	로보트 산업 디자인
이대성	'82 토오쿄 팩 참관 20세기의 굿 디자인 운동(미국편) 이상적인 생활 공간을 위한 조명 효과
장윤우	금속속공예의 정착 과정과 기법
C.윌크	산업 디자인 제품의 수질난에 직면한 박물관
심효섭	우리나라 공예품 개발 동향 디자인 아이디어의 개발
66호 1983년 2월 28일 발행	
필자	제명
김희덕	로보트 시대와 산업 디자인
유근준	디자인 전략
그리스글래브	컴퓨터와 산업 디자인
이남식	산업 디자인과 인간공학
한도통	'83 산업디자인의 전망 인테리어 디자인의 역사 ①
이순혁	소프트웨어와 디자인 문화
D.스터링	현대 디자이너의 무대가 된 미래의 부엌
로나아라토	해외 시장으로 진출하는 캐나다

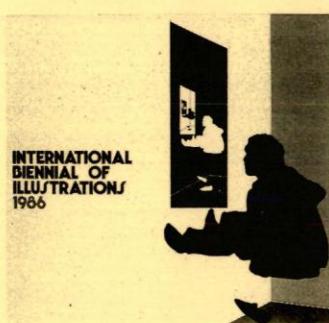
산업디자인 83

INDUSTRIAL DESIGN



산업디자인 84

INDUSTRIAL DESIGN



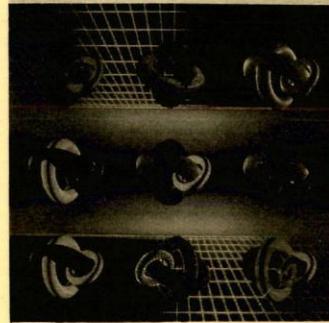
산업디자인 85

INDUSTRIAL DESIGN



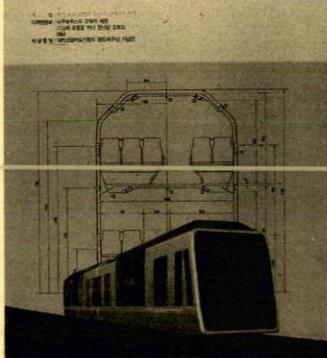
산업디자인 86

INDUSTRIAL DESIGN



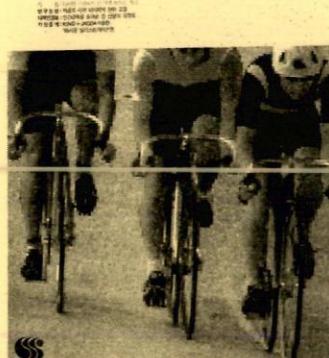
산업디자인 87

INDUSTRIAL DESIGN



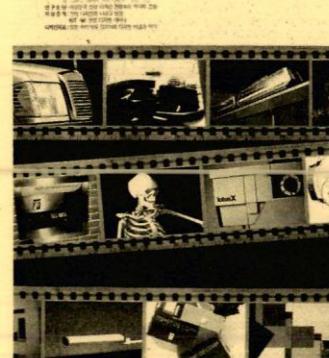
산업디자인 88

INDUSTRIAL DESIGN



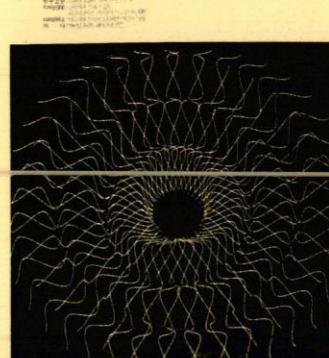
산업디자인 89

INDUSTRIAL DESIGN



산업디자인 90

INDUSTRIAL DESIGN



디자이너
슬라이드 발표의 간결을 위한
휠등기 디자인
브라운사의 디자인 사상 ①
도로 표지판의 형태와 규격

67호 1983년 4월 30일 발행

필자 제명
김 철 수 ID에 있어서의 인간공학의 역할
J.W.그레이엄 디자이너를 활용하는 방법
한 석 우 산업 디자인의 특성과 현상
인테리어 디자인의 역사 ②
브라운사의 디자인 사상 ②
리차드 페니 금융기관 CIS 개발 사례
조숙진 가구 디자인의 다양성과 인간
요소의 고려
공공 공간을 위한 슈퍼그래픽의
역할과 필요성
세계 각국의 주요 디자인
진흥기관
국제 디자인 관련 기구
산업디자인과 패키지 디자인의 접근

68호 1983년 6월 30일 발행

필자 제명
김희덕 산업 디자인의 새로운 전기
민철홍 디자인 진흥을 위한 지원과 관심
박대순 인류 문화의 방향을 제시해 줄 수
있는 디자인 이념과 철학관
이미숙 공업 디자인 방법론에 대한 연구
김철수 ID에 있어서 인간공학의 역할
정경원 제3회 APO 제품 디자인 세미나

존 W.그레이엄 디자이너를 활용하는 방법
아더 J.풀로스 세계의 산업 디자인 교육
딕 포웰 일본의 디자인 매니지먼트
도래인와일드 현대 미국 그래픽 디자인의 균원
A.캐플란 휴먼 팩터의 기본 개념과
디자인과의 관계
P.팝 햄 캡슐 호텔 침대
디자인 관계 석사학위 논문 목록

69호 1983년 8월 31일 발행

필자 제명
이수봉 OA를 위한 시스템 퍼니처 디자인
박 억 철 외 퍼스널 컴퓨터 시스템 계획
이미숙 공업 디자인 방법론에 대한 연구
존 W.그레이엄 디자이너를 활용하는 방법
피터 미셸 키 보드의 종류와 사용 방법
P.브래드포드 리처드 사울 울먼의 그래픽 세계
P.마이크제너 안내 표지판의 실제
세계의 산업 디자인 교육
아더 J.풀로스 미국 산업 디자인의 과거·현재·
미래
제19회 대한민국 산업디자인전
수상작
'83 일본 포장 디자인전 수상작

70호 1983년 10월 31일 발행

필자 제명
터너 휴드 컴퓨터 그래픽스의 최신 동향
제리 보웰 컴퓨터 응용 디자인의 현황과
전망
멜 코우티스 초보적인 CAD 시스템 선정 방법
해노 애쉬 디자인과 기호학
세계의 산업 디자인 교육
J. 더블린 미국 산업 디자인의 과거·현재·

미래
가공된 판재료의 디자인 기법

71호 1983년 12월 31일 발행

필자 제명
특집/세계의 산업 디자인상 I
■ 영국의 디자인 카운슬상
■ 일본 마이니찌 산업 디자인상
미래의 주택과 디자인 방법론
산업과 공예의 이상적인 조화
컴퓨터에 의한 영상처리
디지털 타이포그래피 I
국제적인 사인 시스템 디자인을
위하여
슈타로 무카이 모던 디자인
테리 파버 앤지니어링과 조형의 조화
시게루 와타노 딕 브루너의 작품 세계
엔드류 네이엄 이탈리아 자동차 디자인의 현재
B.에른스트 불가능한 것처럼 보이는
조형 세계
장호익 세계의 산업 디자인 육성
리처드 S.래谮 미국 산업 디자인의 과거·현재·
미래
김장호 산업 디자인 발전을 위한 아시아
지역 국제 협력 활동

72호 1984년 2월 28일 발행

필자 제명
특집/GM사의 새로운 다섯 가지
자동차 디자인
세계의 산업 디자인상 II
■ 제7회 부라운상 공모전
■ 웰 디자인상 공모전
■ 오오사카 국제 디자인 페스티벌

죠 선더먼 제약 속에서의 디자인 재능
松尾良彦 개성적이고 이성에 넘친 스타일링
찰스 비겔로우 디지털 타이포 그래피 II
•도널드 데이

B.에른스트 투시 도법에 관한 연구
이인보울 자전거 디자인의 발달 과정
이미숙 세계의 산업 디자인 교육
민경우 제13회 ICSID 밀라노 총회

73호 1984년 4월 30일 발행

필자 제명
특집/일본의 산업 디자인 계약
이재국 산업 디자인의 독창성과 심미성에
관한 고찰 I
일본 G—마크 선정 제도와
1983년도 수상작 I
로래인 와일드 미국 현대 그래픽 디자인의 기원
멜 코우티스 컴퓨터 애니메이션
이카코 부쉬 디자인 쟁크 탱크
윌리엄 R.오델 CT9800: 컴퓨터화된 활영 시스템
비즈니스 그래픽스
미국의 시각 디자인

74호 1984년 6월 30일 발행

필자 제명
조영제 효과적이고 이상적인 CI·문화의
정립
국내 C.I.P.개발 사례
강우현 C.I.P.도입의 실제
이재국 산업 디자인의 독창성과 심미성에
관한 고찰 II
1983년 미국 산업 디자인상
수상작 I
엘버트 C. 육상 인력 운송 기구의

산업디자인 91

INDUSTRIAL DESIGN

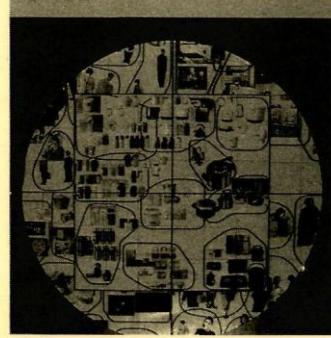
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회



산업디자인 95

INDUSTRIAL DESIGN 1987/VOL.18

한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회



그로스 외 민 경 우 김 교 만	기체 역학 미래의 자동차 한·일 현대 포스터전에 관한 소고 디자인 자료/플라스틱 디자인 기법 II
75호	1984년 8월 31일 발행

필자	제명
이 순 종 권 명 광	특집/제19회 대한민국 산업 디자인 수상작 디자인의 습성과 방법론 미래의 디자인을 생각하면서 일본 G마크 선정 제도와 1983년도 수상작 II

크리펜도르프 스튜어트모건	제품 의미론 1983년도 미국 산업 디자인상 수상작 II
마이클 맥코이 A크로스	디자인에 있어 신기능주의의 정의 인간공학적 요소를 고려한 이상적인 사무용 의자

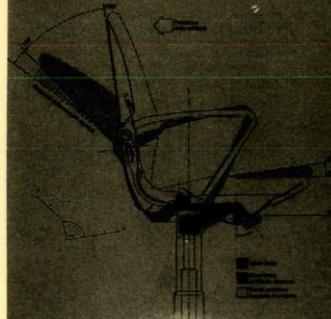
필자	제명
빌 보넬 유 근 준	특집/1984년 영국 디자인 카운슬상과 에던버러 공작상 금성사 산업 디자인 공모전 및 삼성 굿디자인전 자연 유기 시스템을 통한 디자인의 전개

김 민 수	특집/1984년 영국 디자인 카운슬상과 에던버러 공작상 금성사 산업 디자인 공모전 및 삼성 굿디자인전 자연 유기 시스템을 통한 디자인의 전개
-------	---

산업디자인 92

INDUSTRIAL DESIGN

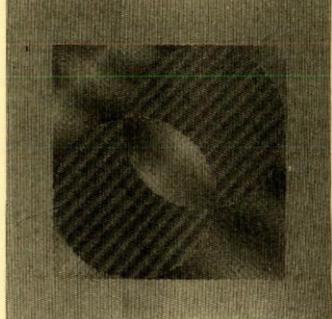
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회



산업디자인 93

INDUSTRIAL DESIGN 1987/VOL.18

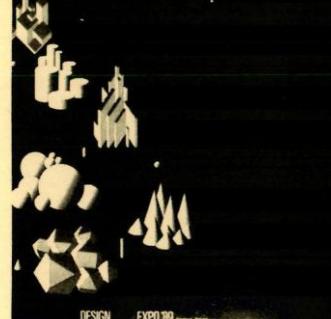
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회



산업디자인 94

INDUSTRIAL DESIGN 1988/VOL.19

한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회



산업디자인 96

INDUSTRIAL DESIGN 1988/VOL.19

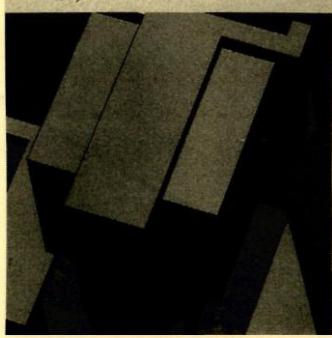
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회



산업디자인 97

INDUSTRIAL DESIGN 1988/VOL.19

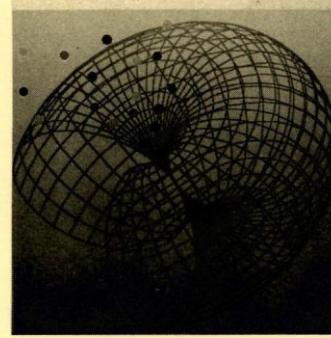
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회



산업디자인 98

INDUSTRIAL DESIGN 1988/VOL.19

한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회
한국 산업디자인 협회



렌 D.싱거	오디오 컴퓨터 시스템에 관하여 산업 디자인과 문화
요센 그로스 존 헤스케	디자인의 새로운 물결에 관한 역사적 전망 제품 언어를 통한 전달과정 메인드 인 저팬

나가다 사부로	장애자를 위한 전자공학 분야의 현재와 미래
J.I..마이클	아스펜에서 맨페스까지 디자인 자료/금속 코팅의 방법과 실제

77호

1984년 12월 31일 발행

필자	제명
----	----

박 한 유	특집/지역 사회 발전을 위한 산업 디자인의 역할
신 지 식	우리 나라 산업 디자인의 발전과 조망

78호

1985년 2월 28일 발행

필자	제명
----	----

이 수 봉	전남 지역의 전래 공예 산업화 현대 산업 디자인의 전개와 한국적 현황
-------	--

79호

1985년 4월 30일 발행

필자	제명
----	----

민 경 우	특집/트랜스포테이션 시스템 디자인
-------	-----------------------

아카이 하라다	자동차의 인테리어 디자인 디자인 정보/세계의 디자인 플라스틱과 자동차 인간공학과 이상적인 웍스테이션 새로운 디자인만이 좋은 것인가?
---------	---

김 진 평	1985년 2월 28일 발행
레트라 세트의 발달	

필자	제명
박 영 순	제품 디자인과 소비자 행동 연구

김 면	기업 커뮤니케이션 수단으로서의 코퍼레이트 심볼과 그 효과
-----	------------------------------------

안드리스 반담	디자인 정보/세계적인 제품의 허와 실
---------	-------------------------

이 승 근	그래픽을 위한 소프트웨어 90년대를 위한 트렌디자인
-------	---------------------------------

홍 정 선	산업 디자인의 현황과 실태 디자이너 등록 제도의 의의와 운영 방향
-------	--

이 수 봉	부록/1984년도 디자이너 등록자 명단
-------	--------------------------

필자	제명
----	----

민 경 우	특집/트랜스포테이션 시스템 디자인
-------	-----------------------

아카이 하라다	자동차 개발의 평가 기준에 관한 연구
---------	-------------------------

스티븐 홀트	미국의 저히칠 디자인
--------	-------------

잔 블레이크	영국의 항공기와 소련 및 서독의 기차 디자인
--------	-----------------------------

이 수 봉	디자인 워크의 컴퓨터화에 관한 연구 I
-------	--------------------------

서 병 기	현대 포스트 모더니즘과 에토르 소트사스 Jr.의 디자인 세계
-------	--------------------------------------

구 성 회	C.I.P.와 C.I.S.
-------	----------------

M. 크렌치먼	자동차의 변천사(1884~1984)
---------	---------------------

문 기 종	주방 설계의 디자인 요소
-------	---------------

박 암 종	디자인 측면에서 살펴본 「쓰쿠바 '85」
-------	---------------------------

80호

1985년 6월 30일 발행

필자	제명
----	----

유 석 순	특집/해외의 산업 디자인상
-------	----------------

문 수 근	●1984년 셀 디자인상
-------	---------------

조 영 상	●1984년 일본 굿 디자인상
-------	------------------

이 수 봉	●1984년 우수 상품 선정제—GD 마크제
-------	-------------------------

이 현 주	공기역학적 승용차 스타일에 관한 역사적 고찰
-------	-----------------------------

J.J. 레인	NCR의 인더스트리얼 디자인
---------	-----------------

프랭크 III	전략
---------	----

폴크 T.	현대의 미학과 그 방법을 예시한 수정궁
-------	--------------------------

박 한 유	"Made in Germany"와 독일의 산업 디자인 (I)
-------	--------------------------------------

클라인 필드	성년기를 맞고 있는 산업 디자인 디자인 자료/알루미늄 시출 방법
--------	--

필자	제명
----	----

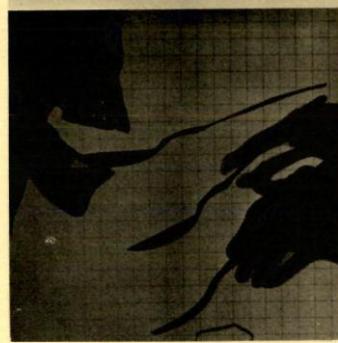
81호	1985년 8월 31일 발행
-----	-----------------

필자	제명
----	----

특집/85 우수 디자인 상품 선정	제20회 대한민국 산업 디자인 전람회
--------------------	-------------------------

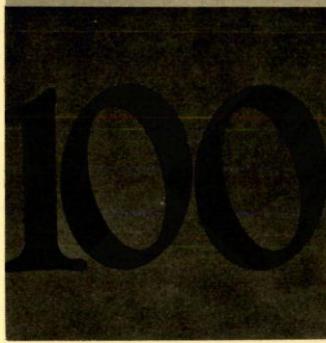
오 근 재	시지각과 스타일리제이션과의 접점
-------	----------------------

산업디자인 99 INDUSTRIAL DESIGN 1988 VOL.19



메리 알렉산더	관계에 대한 고찰 창조적 시장 관리와 혁신적인 소비자 제품 디자인
스티븐 홀트	커뮤니케이션 수단으로서의 표면 홍콩 제품의 실제
콜린 로빈슨	디자인 정보/하이파이 스피커박스 디자인 단말기 디자인 인간공학사들의 소극적 태도 마그네슘 압력 다이캐스팅
82호	1985년 10월 31일 발행
필자	제명

산업디자인 100 INDUSTRIAL DESIGN 1988 VOL.19



돈 웨스터	관계에 대한 고찰 창조적 시장 관리와 혁신적인 소비자 제품 디자인 커뮤니케이션 수단으로서의 표면 홍콩 제품의 실제 디자인 정보/하이파이 스피커박스 디자인 단말기 디자인 인간공학사들의 소극적 태도 마그네슘 압력 다이캐스팅
82호	1985년 10월 31일 발행
필자	제명

이 병학	특집/지역 산업 디자인의 활성화를 위한 디자이너의 역할 "지역 개척자로서의 자세가 필요"
이 종훈	"관광 민예품 개발에 역점을 두어야"
임태운	"현대는 디자인 정보 시대"
이용욱	중국 월주요 청자에 관한 연구
조병수	역대 올림픽 기념 주화와 서울 올림픽 기념 주화
칼 아우벡	미래의 환경 개선을 위한 디자이너의 역할 신체 장애자를 위한 부엌 시스템
스테芬 브리운	디자인 교육에 있어서의 인간 공학
빌 에반스	일본의 제품 디자인과 기업 전략
아더 폴로스	씽어사의 디자인 역사(1850~1985)
허프 페어먼	조명등의 빛과 그림자
정주훈	제품 디자인 개발 사례
신승모	ICSID 총회에 다녀와서
토니 크라크	열기소성 고무의 공학적 개관
83호	1985년 12월 31일 발행
필자	제명

김수석	특집/지역 산업 디자인 활성화의 디자이너의 역할 "디자인은 무언의 가치 형성"
신언모	"지방 기업의 디자인에 대한 이해 절실"
이영재	"산학 협동 체제의 확립이 필요"
박한우	특집/한·일 디자인 세미나
조영재	한국 산업 디자인의 현황과 전망
오타카	한국 그래픽 디자인의 오늘과 내일
다케시	디자인 교류—오오사카로부터의 메시지
기무라 카즈오	일본 디자인 정책의 새로운 방향
장호익	제품 디자인에서의 안전성 증진

윤우용	한국 자동차 디자인의 실태와 수출 전략
민경우	소형 승용차 디자인의 연구
한기웅	표현 기법 보조 교재 개발에 관한 연구
찰스L 그레이	미래의 자동차
칼 아우벡	한국 산업디자인의 문제점과 개선 방향
A. 스벤슨	스웨덴의 그래픽 디자인
스테판 베일리	로보트
다이터 램스	브라운사의 디자인 전략
	기획연재/무선 휴대기 디자인—디자인 개발 사례

86호 1986년 6월 30일 발행

필자 제명

양행기	방안에 관한 연구 텍스타일 디자인 연구 오오사카 국제 디자인 페스티벌 수상작
마이클 로즈	'85 미국 최우수 디자인상 수상작 키보드와 인간공학
마가렛 브루스	여성과 산업 디자인 '85 일본 굿 디자인 제품 수상작
	글로벌
편집부	스트리트 퍼니쳐의 문제점과 개선 방안

84호	1986년 2월 28일 발행
필자	제명

박대순	특집/굿 디자인란?
민철홍	굿 디자인 선정 제도에 관하여
최대석	굿 디자인과 생활 문화의 향상
문병암	우수 디자인과 의장 특허
이덕재	기업과 굿 디자인의 관계
최대석	제품 디자인의 인식에 관한 비교 연구
이봉규	식생활 공간을 위한 서비스 왜건에 관한 연구
에드워드	'85 영국 디자인 및 아트 디렉션
부스 클리본	공모전 수상작
앤드류 너	'85년 뉴욕 아트 디렉터 클럽
폰 에멘느	광고 편집 디자인
그랑강	스크린 작업장에 있어서의 인간 공학
박희면	접구조 식탁 및 의자 디자인 연구
정하성	스테인리스 보온병 디자인
J·타운드로우	모든 상품이 최상인가?
편집부	'85년도 우리 나라 산업 디자인 실태
김교만	국제 일러스트레이션 비엔날레 '86을 참관하고 디자인 뉴스/디자인 동서남북 디자인 자료/고무를 이용한 설계

85호	1986년 4월 30일 발행
필자	제명

유근준	특집/[공예]의 나아갈 방향 공예와 산업
장윤우	시대적 추세와 대학인의 공예
이종석	미대 공예 교육의 방향
허충희	공예인의 시대적 사명
전영선	특집/한국의 자동차 산업
박병무	한국 자동차 80년사 수출 전략 산업으로서의 자동차 산업

87호 1986년 8월 31일 발행

필자 제명

김택훈	특집/지역 사회 발전을 위한 디자이너의 사명
명승수	지역 디자인 활성화를 위한 소고 대중의 요구를 대행하는 디자이너
박용원	지역 사회 발전을 위한 그래픽 디자인의 고찰
에니타 크로스	바우하우스의 교육적 배경
빌레이너	시각 구조의 외견적인 움직임의 지각 능력
피터고브	디자인 매니지먼트
에니타크로스	디자인 인테리전스
요시다 가오루	기능과 표정을 지닌 장난감
글렌빌	미국과 일본의 평화 포스터전 당기라 프로젝트
스티븐헬리	IBM
베스서만	실리콘 베리 스타일 볼웨사의 어린이용 모의 비행기

88호 1986년 10월 31일 발행

필자 제명

린A·쿠퍼	특집/디자인 측면에서 본 서울 아시안 게임
황부용	●엘블랜 ●유니폼 ●스포츠 픽토그램 ●사이언스 시스템 ●기념주화, 메달 ●경기 규정집 ●전용서체 ●안내 픽토그램 ●포스터 ●환경디자인 ●등록 업무 관련 디자인 ●신분증류
G.A.그레고리	제품의 시각 이미지에 관한 고찰
김태호	인간공학을 토대로 한 신발의 과학화
박선의	마르코보스카 레저용 경비행기
편집실	소니 디자인 I

91호 1987년 4월 30일 발행

필자 제명

정경원	특집/제22회 대한민국 산업디자인 전람회
황부용	1987 우수디자인 상품 선정 오션페스트사의 요트디자인
G.A.그레고리	컴퓨터를 통한 사회과학의 발전
김태호	물체에 대한 내면적 사고양식
박선의	'92년 올림픽 개최지 바로셀로나
편집실	현대의 일본 산업 기술
정수송	스테레오 헤드폰의 개발사례
박선의	영국 현대 그래픽 디자인의 의의
편집실	소니 디자인 I

92호 1987년 6월 30일 발행

필자 제명

정경원	특집/제22회 대한민국 산업 디자인전
정수송	'86-'87 해외 디자인상 수상 작품 선구적인 산업 디자이너 『레이먼드 로위』
정수송	디자인 정보/마리오 벨리니의 사무용 의자 디자인
정수송	합성섬유의 기능성 특화 소재 개발 현황
정수송	디터 베스트 유트피아를 창조하는 디자이너 다니카 노보루 「Autoboy 3」의 디자인 개발 과정

더글러스캘리 편집실	디자인 마케팅 소니 디자인 II
93호	1987년 8월 31일 발행
필자 제명	
조원호 테츄오가와마 슈타로 무카이 칼 가드너 고영준 황부용 김성만	특집/제1회 한국 우수 포장대전 수상작 제3회 오사카 국제 디자인 공모전 산업미술에 있어서 산업디자인의 정착과 기술과의 관계 기호의 관점에서 본 산업 디자인 제품 의미론 87 도모테크니카 국제 주방용구 박람회 가전제품 CPI 연구 사례 지상중계/88 서울 올림픽 문화포스터 한국시각디자인협회 제13회 회원전 산업용 점토를 이용한 모델 제작 디자인 자료 소니 디자인 III
94호	1987년 10월 30일 발행
필자 제명	
박대순 정시화 나카네 키요시 박한우 민경우 박해동 심효섭 신권희 김태호 한영호	특집/제3회 한·일 디자인 세미나 ● 전통 문화와 디자인 ● 디자인과 문화 ● 공업과 예술의 융합 특집/특성있는 지역문화 창출을 위한 디자인의 역할 ● 전통과 현대의 유기적인 통합 ● 문화와 디자인의 현실체의 명확한 구분 ● 산업발전과 디자인의 역할 ● 전통 문화를 계승 발전시킨 산업디자인 개발 ● 귀금속 공예 산업 디자이너의 육성 방안 ● 특성있는 전통문화의 창출 알마르 아랄토의 가구 디자인에 대한 연구

한상덕 95호	수면 시간과 침구 규격이 생활에 미치는 영향 디자인 에스포 '89	
필자 제명		
편집실 97호	특집/대일(對日) 무역 불균형 개선책 특집/특성있는 지역문화 창출을 위한 디자인의 역할 ● 디자인 철학과 전통속의 지역문화 ● 문화적 표현으로서의 산업디자인	
이우성 98호	● 균형있는 지역문화 발전을 위한 정책적 배려 ● 문화 표현의 지표적 관점에서 본 디자인	
박대순 99호	● 시스템으로 우수성을 위한 디자인 프로세스	
정의철 100호	● 슈타로 무카이 전달매체로서의 기호학 소형버스 팀스타 시티 개인용 컴퓨터를 이용한 디자인 A&P 광고 대행사의 독창적인 광고전략	
최동찬 101호	양경식 102호	식품 포장디자인에 관한 연구
박영택 103호	도요다 자동차 디자인사 I	
104호		
105호		
106호		
107호		
108호		
109호		
110호		
111호		
112호		
113호		
114호		
115호		
116호		
117호		
118호		
119호		
120호		
121호		
122호		
123호		
124호		
125호		
126호		
127호		
128호		
129호		
130호		
131호		
132호		
133호		
134호		
135호		
136호		
137호		
138호		
139호		
140호		
141호		
142호		
143호		
144호		
145호		
146호		
147호		
148호		
149호		
150호		
151호		
152호		
153호		
154호		
155호		
156호		
157호		
158호		
159호		
160호		
161호		
162호		
163호		
164호		
165호		
166호		
167호		
168호		
169호		
170호		
171호		
172호		
173호		
174호		
175호		
176호		
177호		
178호		
179호		
180호		
181호		
182호		
183호		
184호		
185호		
186호		
187호		
188호		
189호		
190호		
191호		
192호		
193호		
194호		
195호		
196호		
197호		
198호		
199호		
200호		
201호		
202호		
203호		
204호		
205호		
206호		
207호		
208호		
209호		
210호		
211호		
212호		
213호		
214호		
215호		
216호		
217호		
218호		
219호		
220호		
221호		
222호		
223호		
224호		
225호		
226호		
227호		
228호		
229호		
230호		
231호		
232호		
233호		
234호		
235호		
236호		
237호		
238호		
239호		
240호		
241호		
242호		
243호		
244호		
245호		
246호		
247호		
248호		
249호		
250호		
251호		
252호		
253호		
254호		
255호		
256호		
257호		
258호		
259호		
260호		
261호		
262호		
263호		
264호		
265호		
266호		
267호		
268호		
269호		
270호		
271호		
272호		
273호		
274호		
275호		
276호		
277호		
278호		
279호		
280호		
281호		
282호		
283호		
284호		
285호		
286호		
287호		
288호		
289호		
290호		
291호		
292호		
293호		
294호		
295호		
296호		
297호		
298호		
299호		
300호		
301호		
302호		
303호		
304호		
305호		
306호		
307호		
308호		
309호		
310호		
311호		
312호		
313호		
314호		
315호		
316호		
317호		
318호		
319호		
320호		
321호		
322호		
323호		
324호		
325호		
326호		
327호		
328호		
329호		
330호		
331호		
332호		
333호		
334호		
335호		
336호		
337호		
338호		
339호		
340호		
341호		
342호		
343호		
344호		
345호		
346호		
347호		
348호		
349호		
350호		
351호		
352호		
353호		
354호		
355호		
356호		
357호		
358호		
359호		
360호		
361호		
362호		
363호		
364호		
365호		
366호		
367호		
368호		
369호		
370호		
371호		
372호		
373호		
374호		
375호		
376호		
377호		
378호		
379호		
380호		
381호		
382호		
383호		
384호		
385호		
386호		
387호		
388호		
389호		
390호		
391호		
392호		
393호		
394호		
395호		
396호		
397호		
398호		
399호		
400호		
401호		
402호		
403호		
404호		
405호		
406호		
407호		
408호		
409호		
410호		
411호		
412호		
413호		
414호		
415호		
416호		
417호		
418호		
419호		
420호		
421호		
422호		
423호		
424호		
425호		
426호		
427호		
428호		
429호		
430호		
431호		
432호		
433호		
434호		
435호		
436호		
437호		
438호		
439호		
440호		
441호		
442호		
443호		
444호		
445호		
446호		
447호		
448호		
449호		
450호		
451호		
452호		
453호		
454호		
455호		
456호		
457호		
458호		
459호		
460호		
461호		
462호		
463호		
464호		
465호		
466호		
467호		
468호		
469호		
470호		
471호		
472호		
473호		
474호		
475호		
476호		
477호		
478호		
479호		
480호		
481호		
482호		
483호		
484호		
485호		
486호		
487호		
488호		
489호		
490호		
491호		
492호		
493호		
494호		
495호		
496호		
497호		
498호		
499호		
500호		
501호		
502호		
503호		
504호		
505호		
506호		
507호		
508호		
509호		
510호		
511호		
512호		
513호		
514호		
515호		
516호		
517호		
518호		
519호		
520호		
521호		
522호		
523호		
524호		
525호		
526호		
527호		
528호		
529호		
530호		
531호		
532호		
533호		
534호		
535호		
536호		
537호		
538호		
539호		
540호		
541호		
542호		
543호		
544호		
545호		
546호		
547호		
548호		
549호		
550호		
551호		
552호		
553호		
554호		
555호		
556호		
557호		
558호		
559호		
560호		
561호		
562호		
563호		
564호		
565호		
566호		
567호		
568호		
569호		
570호		
571호		
572호		
573호		
574호		
575호		
576호		
577호		
578호		
579호		
580호		
581호		
582호		
583호		
584호		
585호		
586호		
587호		
588호		
589호		
590호		
591호		
592호		
593호		
594호		
595호		
596호		
597호		
598호		
599호		
600호		
601호		
602호		
603호		
604호		
605호		
606호		
607호		
608호		
609호		
610호		
611호		
612호		
613호		
614호		
615호		
616호		
617호		
618호		
619호		
620호		
621호		
622호		
623호		
624호		
625호		
626호		
627호		
628호		
629호		
630호		
631호		
632호		
633호		
634호		
635호		
636호		
637호		
638호		
639호		
640호		
641호		
642호		
643호		
644호		
645호		
646호		
647호		
648호		
649호		
650호		
651호		
652호		
653호		
654호		
655호		
656호		
657호		
658호		
659호		
660호		
661호		
662호		
663호		
664호		
665호		
666호		
667호		
668호		
669호		
670호		
671호		
672호		
673호		
674호		
675호		
676호		
677호		
678호		
679호		
680호		
681호		
682호		
683호		
684호		
685호		
686호		
687호		
688호		
689호		
690호		
691호		
692호		
693호		
694호		
695호		
696호		
697호		
698호		
699호		
700호		

1945~1988년 국내외 디자인 역사

우리나라 디자인사(史)의 출발은 1945년 서울대학교 예술대학에 미술학부가 생기고 이어 도안과가 설치되면서부터라고 할 수 있다. 이

당시에는 시각적 기능적으로 최적의 상품을 만들어 마케팅에까지 연결시켜야 하는 오늘날의 디자인 개념은 생각할 수도 없는 상태에서 단지 시각적인 도형

위주의 도안 개념에서 출발했던 것이다. 그 후 각 대학교에 미술대학을 설치하면서 응용미술과라는 명칭으로 학과를 개설, 일반에게도 미술의 한

부분으로서 인식된 채 지속해 오다가 최근에는 산업의 발달과 함께 산업과 연계된 엔지니어링 분야의 개념이 강조되고 있는 추세이다.

이와같이 디자인은 그 발전에 있어 사회적 여건과 밀접한 관계를 가지고 있는데, 본지에서는 100호 발간을 맞아 해방 이후 1945년부터 1988년

현재까지의 우리나라 디자인사를 해외의 디자인계 동향 및 국내외 정세와 함께 살펴 보고자 한다. (편집자 주)



1945

- 서울대학교 예술대학 미술학부 설치
- 조선미술가 협회 창립
- 조선미술 건설본부 공예부 설치(위원 : 이순석)

- 광복
- 군정포고
- 기관차 제작성공
- 전매청 최초 담배 '승리' 발매
- 건전지 생산

- 영국산업미술가협회(SIA)가 산업미술과 공업디자인의 두 부문으로 분리됨
- Modern Art in Advertising전 개최
- 제2차 세계대전 종전
- UN발족

- 미, 일본에 원자폭탄 투하
- 제2차 세계대전 종전
- UN발족

1946

- 조선미술가 협회 창립전
- 조선공예가 협회 결성(회장 : 김재섭), 제1회 조선공예 미술전 개최
- 조선 조형 예술 동맹 공예부

- 서울시민에 쌀 배급
- 38선 통과 금지
- 생필품 가격통제

- 라줄로 모홀리 나기 사망
- '영국은 해낼 수 있다'전 개최
- 폴 랜드 디자인에 관한 명상(Thoughts on Design) 출간
- 허버트 리드의 디자인의 실제(The Practice of Design)
- Coradino I'Ascanio가 베스파 모터 스쿠터 디자인

- 제1회 UN총회 안전보장이사회 설치
- 피리평화회의 개최
- 흑백TV생산(미)

1947

- 이순석 장식도안 개인전
- 운봉숙 자수전

- 과도정부 수립
- 전선생산

- 영국산업미술가협회(SIA)의 격언감 '영국의 디자이너' 창간
- 시카고에서 라줄로 모홀리 나기의 비전 인 모션(Vision in Motion)이 출간됨
- 뉴욕에서 '타입 디렉터즈 클럽'(Type Directors Club)이 설립
- 국제연합 널 딩이 르 고르뷔지에의 인을 기초로 국제적인 공동설계팀에 의해서 디자인 됨

- 모스크바 4개국 외상회의
- 트루만 독트린, 마아샬 플랜제창
- 코인포름 결성
- 포드사랑

1948

- 숙명여자대학 미술과 설치
- 조선미술가 협회를 대한산업미술가 협회로 개칭

- 대한민국 정부수립
- 북한, 남한에 송전중단
- 한미 경제협정조인
- 여순 빙란

- Eero Saarinen이 합성수지와 강철을 굽혀 만든 회의용 의자를 디자인
- 영국의 디자인 교육제도 개혁
- Robin경에 의해서 Royal College of Art가 재조직(영국)
- 올름의 유통조형대학이 개교(독일)
- 분데 일루스트리에르테(Bunte Illustrierte)지 창간(독일)
- '현대디자인의 개척자들(Pioneers of Modern Design)'의 증보개정판이 출간 — 뉴욕현대미술관
- 제1회 광고엔쓰상 제정 — 미쓰시다 전기(일본)

- 소련 베를린 봉쇄
- 이스라엘공화국 수립
- 트랜지스터 발명

1949

- 제1회 국전(4부 공예 설치로 국전공에 시작)
- 생활미술연구회 주최 이순식 도안전

- 경제부흥5개년 계획수립
- 민간항공 서울↔부산 취항

- 영국의 '디자인'지 창간(COID기관지)
- Gio Ponti — 커피판매기 디자인

- 북대서양 조약기구 설립
- 중화인민공화국 정부수립

1950

- 6. 25 발발

- 로 고르뷔지에의 'L'modular'
- 스위스 비젤에서 국제 그레피언맹(Alliance Graphique Internationale; AGI) 결성
- 미국의 포토폴리오(Portfolio)지 창간
- 이탈리아 팔마 도오르(Palma Doro)상 제정, 올리베티사에 수여
- 독일 공예미술가연맹(Das Deutsche Werkbund)이 전국조직으로 결성
- 영국에서 인간공학학회(Ergonomics Research Society)의 발족

- 인도공화국 수립
- 인도네시아 단일국가 성립
- 아랍집단 안전보장조약 결성

1951

- 이화여자대학교 예술학부에 미술학부 설치
- 부산에서 산미전 개최

- 한·일 통상협상체결

- 아스펜국제디자인 회의가 윌터 페브케에 의해 창립
- 제1회 테마는 「매니지먼트의 한 기능으로서의 디자인」
- 페스티벌 오브 브리튼 개최
- 영국 런던의 로얄 칼리지 아트에서 제1회 국제디자인 회의를 ColdD가 주최, 테마는 「기업경영자의 책임으로서 디자인 풀리시」
- 프랑스 산업미학협회(Institute d'Esthetique Industrielle)

- 미국의 CBS 텔레비전 방송개시

1952

- 홍익대학 공예도안과 개설

- 한·미 경제조정협정조인

- JIDA창립(일본)
- 제1회 AGI회의 런던에서 개최
- '포름 운트스'('Form und Kunst'), '포플'('Form')이 스위스에서 막스 밀에 의해 간행
- 뉴욕현대미술관에서 올리베티사의 광고, 디자인 등에 관한 전람회 개최
- 제1회 신일본 공업디자인 콩쿨개최(후에 마이니찌 공업디자인 상으로 개칭)
- 제1회 이시히 광고상 개최
- 도쿄아트 디렉터즈클럽 결성
- 레이먼드로위 피스(日) 담배 디자인

- 사르트르와 카뮈의 혁명관 논쟁
- 미, 빅터프레밍감독 '바람과 함께 사라지다'
- 전자식 자동교환기 연구원료(Bell system)

1953

- 서울대학교 미술대학 음용미술과 설치
- 한홍택 제1회 개인전
- 한국사진작가협회의 칼라사진 발표(정인성, 임웅식)

- 휴전성립
- 통화개혁 100 : 1 평가절하 '환' 단위 사용

- 파리에서 산업미학('esthetique Industrie le')에 대한 세계 최초의 회의가 개최, 회의장 Jacques Vienot씨가 산업디자이너를 위한 국제회의 창설 제의(후의 ICSID)
- 슈트트가르트에서 국제공업디자인전 개최
- 울름조형대학 첫수업
- 알베르토 로셀리하에 의해 'Stile Industrio' 창간호 발행

- 동베를린 반소폭동
- 스탈린 사망
- 제네바 인도차이나 정전협정에 의해 베트남이 남북으로 분할
- 일, 자위대 발족
- 영국인 힐러리, 텐진과 함께 에베레스트를 최초로 등정
- 미, 휴 헤프너에 의해 '플레이 보이'지가 창간

1954

- 공예 활동재개 (6. 25 4주년기념 제6회 미술전 제4실 공예 전시)
- 제3회 국전공예를 응용미술로 개칭
- 제1회 성미전

- 사사오입 개원
- 독립적인 경제부총 5개년 계획 수립
- 한·미 경제 협정조인
- 중앙기독 방송국 개국

- 미국 I-D자(공간, 제호는 'Industrial Design')
- 도쿄 ADC 제1회전 개최
- 이태리 라리나센터 백화점에 의해 황금 캠퍼스상제정 (후에 ADI로 이관)
- 아드리안 프리티거, 유니버스체 디자인

- 제네바 협정조인
- 원자력점수함, 노틸러스호 진수(미)
- 종공, 약자사용 개시
- NTSC 방식으로 첫 칼라TV 방송개시(미)
- 트랜지스터 라디오 상품화

1955

- 한홍택 작품전
- 공예작가 동인전
- 숙대 생활 미술전
- 제4회 국전 응용미술에서 공예부로 환원

- 부흥 5개년 계획 성안
- 해방 10주년 기념 산업 박람회 개최(시발택시, 대통령상 수상)

- 허버트 리드 윌롭조형대학 고문이 되다
- 제2회 황금캠퍼스상 국내대상과 국제대상을 신설
- 솔 바스, 영국 '황금의 꿀을 가진 사나이' 타이틀 제작
- 보잉 707 제트여객기 출현, 보잉사 스텁과 Walter Dorwin Teague Associates가 디자인
- 파리, 미·영·프·벨이 참가한 회의에서 International Committee of Industrial Design이란 명칭 사용

- 바그다드 조약성립
- 동구 8개국 비르사비조약 조인
- 물리학자 아인슈타인 서거

1956

- 제1회 한국미협전에 이순석, 백태호 출품
- 제3회 흥의미전, 공예과 설치의 계기 마련

- 흑백 TV방송 (HLKZ-TV)
- 부흥 5개년 계획발표

- 이태리 밀라노에서 이태리 디자인 진흥기관인 ADI 설립
- Gregor Paulsson의 'Tingens bruchoch Pragel' 출판
- CoID의 제5회에 따라 London디자인센터가 설립
- 폴 랜드, IBM 디자인
- Charles Eames의 최전의자와 밸걸이의자 디자인
- 인디펜던트 그룹이 런던에서 '이것이 미래이다'라는 전시회 개최

- 헝가리, 폴란드 반공의거
- 이집트, 수에즈동관 발생
- 소련과 일본 국교정상화

1957

- 한국공예시범소 개소
- 백태원 공예 작품전
- 벨기에 만국 박람회 출품 작품전(이순석, 김교만, 권순형 출품)
- 한국미술품 연구소와 한국조형문화 연구소의 설립

• AFKN-TV개국

- ICSID 제1회 총회, 런던에서 창립
- 일본 G마크 제도 제정
- 헬베티카의 원형인 뉴하스 그로테스크 발표(스위스)
- 인간공학 학회 창립, 학회지 Human Factors 간행(미국)
- 독일 Form기 창간
- Design Council Awards 제정(영국)
- 막스 빌, 벽시계 디자인

- 인공위성 스포트니 1호 발사성공(소련)
- BS2 무대를 세계일주 비행성공
- EEC 조약성립

1958

- 한홍택 모던아트전
- 민공 미술전

• 서울에 철야송전

- 베를린 예술대학에 산업형태론에 관한 강좌 개설
- '울름'지 창刊(울름조형대학 기관지)
- 카를로 비비 웨리, 스위스 국영 텔레비전의 VI(Visual Identity)를 발표함
- 미국의 제록스(Xerox)사, 삼업용 복사기 첫선
- 헤르만 차프(Herman Zapf)의 올티마 디자인
- 뉴욕현대미술관, 브라운사 제품 영구 진열홀로 결정

- 인공위성 익스플로러 1호 발사
- 후크 팀협대 남극대륙 횡단성공
- 프랑스 5공화국
- 이집트와 시리아 합병, 아랍연합공화국
- 토코토워 완성
- 미, 제록스사 삼업용 복사기 첫선

1959

- 금성사 공업 의장실에서 공예제품디자인 하다(라디오 : 박용귀)
- 국제무역박람회 최우수전시관 선정(한국공예 시범소)
- 공예 동인전(공예에서 디자인으로의 변화 보임)

- UNDP 개발계획
- 시리호 태풍피해
- 진공관식 라디오 생산

- 일본디자인센터 발족
- 헤르베르트 베이어, 음절에 대한 음성기호를 디자인
- 'Form and Industrial Wastes' 전시 임스테르담 시립 미술관에서 개최
- 뉴욕 현대 미술관에서 페카지 전 개최
- 동경예술대학 미술학부 디자인과 신설
- ICSID 총회(스톡홀름)

- 쿠바혁명, 카스트로 집권
- 유럽 자유무역 연합(EFTA) 조인
- 소련, 달 로켓트 발사
- 월랭군 리오스 침입

1960

- 권순형 작품전
- 공예시범소 폐소
- 공예미술전(미국인 디자인)

- 4. 19 혁명
- 제2공화국 출범
- 경제개발 3개년 계획안을 수정 채택
- 트랜지스터 라디오 생산
- 자동전화기 생산

- 동경에서 세계 디자인 회의 개최, 테마 '금세기의 전체상은 인류의 미래사회에 무엇을 기여할 것인가'
- 폴 랜드, 트레이드 마크에 관한 작품집을 발표함
- 게르트너와 구티가 '새로운 그래픽 디자인'을 출간
- 임스테르담 국립미술관에서 「인쇄미술의 승리전」 개최
- 헨리 드레이퍼스 'The Measure of Man' 출간
- 폴 레일리, 런던의 디자인 협의회(Design Council) 회장 취임

- 제15차 UN총회, 동서수뇌의 회장
- 인공위성2호 개 2미리 회수에 성공
- 전자교환기의 실용화
- NHK 컬러TV 방송

1961

- 한국응용미술가협회 결성(서울대 응용미술과 출업생 중심)
- 황종례 도예전

- 5. 16 혁명
- KBS-TV 개국

- 스텀펠 주조공장(서독)에서 헬베티카 헤밀리 발표
- 동경올림픽대회 심볼마크 발표
- ICSID 회의 베니스, 테마는 'Towards an Aesthetic of the Invisible Design and Tradition'

- 중립국 수뇌 베오그라드회의
- 작가 해임웨이 서거
- 유인 인공위성 16분간 비행
- 유인 우주선 보스토크 1호 100분간 지구일주
- 미, 쿠바와 국교단절

1962

- 한홍택 그래픽 디자인전
- 여창구 개인전
- 제1회 서울 국제 음악제포스터 시리즈 제작(조영제, 민철홍, 한도봉)
- 제1회 광고사진 공모전 (조선일보사)

- 제1차 경제개발 5개년계획
- 단기→서기 연호 변경
- 세나라 공장 준공(日, 낫산과 기술제휴)
- Condenser 생산
- 라디오 수출

- 영국에서 포스터디자인상 제정(CoID 주최)
- 스위스 그레피스사에서 'Who's who in Graphic Art' 발간
- The International Poster Biennale Warsaw 창설

- 쿠바 대봉쇄
- 미, 유인 인공위성 1호 발사계획 성공
- 최초의 통신위성 Telstar 1호로 미국, 구주간 TV중계
- 헤르만 헤세 서거

1963

- 한국 상업미술가 협회창립
- 권명광 그래픽 디자인전
- 그래픽 아트회 창립
- 국전 공예부 박한유 대통령상 수상

- KBS-TV 광고방송시작
- 제3공화국 출범
- FM 방송국 개국

- ICSID 총회 파리에서 개최, 테마 'Industrial Design-Unifying Factor.....'
- ICOGRADA가 설립
- IFI(International Federation of Interior Designers) 창립
- 제1회 디자인과 아트디렉션 협회전이 런던에서 개최
- 비우하우스 동경전 개최
- 세계 공업디자인전, 파리 루브르 미술관에서 개최

- 미 대통령 캐네디 암살

1964

- 조일광고상 제정(조선일보)
- 한홍택 문화상 작품전
- 서울대, 상업미술과 공예미술로 분리
- TBC-TV개국
- 미터제 실시
- 비상계엄 실시
- 월남 파병
- 이리랑호(최초의 대일여객선) 취항

- 동경올림픽개최, 기쓰미 마사루의 픽토그램 처음 사용, 기메구라 유사꾸 포스터 채택
- 제1회 브루노 그레픽 아트 비엔날레 개최(체코)
- 동경 일러스트레이터즈 클럽 발족
- 제1회 세계 크래프트 회의(WCC:World Craft Conference), 뉴욕에서 개최
- 제1회 일본 패키지 디자인 협회전 개최
- 세이머 크라스트 아톤 잉크의 패키지디자인

- 후르시초프 실각, 브레즈네프 취임
- 프랑스, 중공승인
- 360 Series Computer개발

1965

- 공예기술 연구소설치 결정(수출진흥회대 회의)
- 중앙일보사 중앙광고대상 제정
- 한국 선전미술협회 발족
- 이순석 회갑기념전
- 세계 공예가 협의회(W.C.C)의 자국으로 한국공예가회(K.C.C) 결성(박대순 외 11명)
- 한국 포장기술협회 설립
- 한·일 협정
- 전축 생산
- 어업에 관한 수역선포

- ICSID비인 총회, 테마 '디자인과 公共'
- 미국 그레이트아트협회 창립50주년 기념전
- 르 고르뷔지에 시망
- 폴 랜드, ABC방송사 마크 제작

- 미공군 북베트남 폭격 개시
- 레이저9호, 달 표면 TV중계 성공
- 처칠서거
- Mariner 4호, PCM방식에 의하여 화성표면의 사진전송

1966

- 제1회 대한민국 상공미전 개최(위원장 : 이순석)
- 한국공예디자인 연구소 설치
- 김호 그래픽 디자인전
- 한홍택 그래픽 아트전
- 서리벌예술대학, 공예과 설치
- '공간'지 창간
- 한국포장기술협회 창립
- 한·일무역 협정조인
- 진공관식 흑백 TV생산
- 신진(자), 코로나 생산

- 브라운상 제정(독일)
- 율률 조형대학폐쇄(독일)
- 제1회 비르사바 국제 포스터 비엔날레전 개최
- 랜드 와이간, 1968 멕시코 올림픽 디자인

- 중국문화혁명
- Lunar 9호의 달 표면 연착성공

1967

- 프랑스 고대 포스터 실물전
- 프리즘 그래픽 디자인 그룹 창립전
- 김교민 한일은행 칼린더 발표
- 학동통신 광고기획실 설립
- 동아공예 대전
- 제2차 경제개발 5개년 계획
- 증기기관차 퇴역
- 이병철, 한비 주식 51% 정부에 현납
- I-C 조립생산
- 경제기획원 IBM14 도입
- 신진(자), 크라운 생산

- 'Visible Language'지 창간
- 국제색채학회(AIC) 창립
- 허브 블루린, 'Mother and Child' 타이포그래픽 제작
- 밀턴 글리이서, 기수 볼밀린을 위한 포스터 제작
- ICSID 몬트리올 회의, 테마 'Man, His Needs and His Wants'

- 미국 휴인폭동
- 제3차 중동전쟁 발발
- 아름안할, 수에즈운하 폐쇄
- 탁상전자계산기에 IC회로 사용

1968

- 공업기술원 제품과학연구서 설치
- 제1회 한국 무역 박람회 개최(조영제, 민철홍 포스터 제작)
- 세계포장기구(WPO) 가입(한국포장기술협회)
- 북괴 무장공비 서울침입
- 제1회 무역박람회
- 서울 여의도 윤중제 준공
- 전력생산 100만 KW돌파
- VHF 송수신기 생산
- 페브리카, 코티나 생산

- 뉴욕에서 아방가르드지 주최 반전 국제포스터 콘테스트 'No More War' 개최
- 허버트 리드 시망
- 일본 포스터 100년전 개최
- 헤르만 츠프 "타이포 그래피"
- '영웅적인 게릴라의 날'의 포스터 제작(쿠바)
- Marco Zanuso와 Richard Sapper, 플라스틱 접는 전화기 디자인

- 미·일맹평화회의
- EEC관세동맹 발발
- 미대통령선거(닉슨당선)
- 서구 전역 통화위기
- 이스리엘, 베이루트공항 기습 폭격(중동 긴장악화)

1969

- 66년의 한국공에 디자인연구소→69년 2월 한국디자인센터→69년 3월 한국수출디자인 센터로 개칭
- 만보사가 광고대행사로 발족
- 한국수출포장센터 설립(제작: '디자인' 발간, 박정희 대통령의 '美術輸出'이란 어휘 사용 계재)

- M16 공장건설
- 신진(자), 지프생산
- KAL 민영화
- 3·1 고속도로 개통
- 경인고속도로 개통

- 아풀로 달 착륙
- 미스 반 데 로해 시망
- ICSID 런던 회의, 테마 'Design, Society and the Future'

- 제1차 월남평화 파리 확대회담
- 이스라엘 아랍공, 시나이반도서 공중전
- 베트공, 월남에 임시혁명 정부수립 발표
- 프랑스 대통령선거(퐁피우 당선)
- 미 우주비행사 앤스트론, 올드린 인류 최초로 달 착륙 (아폴로11호)
- IBM 빙도체 메모리 실용화
- 전I-C 칼리TV 실용화

1970

- 제4차 수출진흥 확대 회의에서 (사)한국포장기술협회, (사)한국수출디자인센터, (재)한국수출품포장센터 통합방침 결정, 5월 19일 한국디자인포장센터 설립
- 디자인 포장지 칭간(현 산업디자인자)
- 스위스 포스티전 개최
- '70 KOREA DESIGN PACK 전
- 우수공예전
- 해외자료전
- 도작가회 창립

- 서울 인구 500만돌파
- 남산 1호터널 개통
- 트랜지스터식 흑백 T.V생산
- 경부고속도로 개통

- 제1회 월드스타상 제정(네덜란드)
- 컴퓨터 그레픽스 '70전(영국)
- 피터 맥스 '리브' 포스터 발표
- 가에쿠리 유사구, EXPO 오사카 국제박람회 포스터 디자인
- 헨리 드레이퓌스 사망, 주요 저서 '인간을 위한 디자인'

- IMF, SDR발효
- 이스라엘, 오르단령 침공
- 닉슨 미대통령, 외교교서(닉슨 독트린 발표)
- 일, 미국박람회(EXP '70) 개막
- 오르단, PLO와 휴전협의

1971

- '71 KOREA PACK
- 제1회 전국관공민예품 경진대회
- 전국 디자이너대회 개최
- 한국 디자이너 협의회(KDC) 설립
- 한국 시각디자인협회(KSVD) 설립
- 한국 광고협의회 창설
- 세계 공예기협회(W.C.C) 가입

- 국토 종합개발 10개년 계획 확정
- 남북 기죽찾기 회담(애비) 판문점에서 개최
- 영동고속도로 개통
- 비상시태 선포
- 택상용 전자계산기 생산

- ICSID 바르셀로나 회의, 테마 '변화 시대의 디자인'
- Paul Klee 전(시카고)
- 어니 스미드 공공방송사 로고 제작

- 중동 산유국, 원유가 일방적 인상
- 마르크화 평가절상 기미에 유럽통화 혼란으로 유럽각국 환시 폐쇄
- 동서독 베를린협정(동·서 베를린 왕래) 조인
- 4-Bit Microprocessor 개발

1972

- 한국 시각디자인 협회(KSVD) 창립전(9월)
- 한국 인더스트리얼 디자이너 협회(KSID) 창립전(11월)
- 중앙그래픽 디자인 협회 창립
- 디 슈비르츠 창립전
- ICOGRADA 가입
- 서울대, 흥의대 I-D전공개설

- 제4차 경제개발 5개년 계획
- 경제의 안정과 성장에 관한 긴급령령—모든 기업 사채 지급동결
- 7·4 남북공동성명
- 비상계엄
- 유신헌법

- 자연 환경 보전법 제정(일본)
- Furniture '72 개최, Col'd 주최
- UN 회의 'Human Environment'(스웨덴)
- 디자인, 공예와 장식미술전(뉴욕)
- 이태리디자인전 뉴욕에서 개최
- 영국 디자인센터 'The Design and use of symbols' 전 주최
- 미국—일본 컴퓨터전(일본)

- 미·중공 평화 5원칙 합의(미, 대만을 중공의 일부로 변경)
- 일, 자연환경 보전법
- 1/2인치 Portable VTR 발표(일, 산요)

1973

- ICSID가입
- 스위스 포스티전 개최
- 산업디자인 세미나(로이 월슨)
- 전통공예 및 산업디자인 세미나
- 해외 우수포장비교전
- 제1회 관광사진 및 포스터 공모전
- 한국공예기 협회(KSD)설립

- 오일쇼크
- 포항제철 준공
- 소양강 디록저댐 준공
- 6, 23선언
- 세계 부처리디오 생산
- 기아, 일본에 기술린엔진 첫수출

- ICSID 교토 '인간의 心과 物의 세계'
- 인간공학 심포지움(영국)
- 밀리노 가구 전
- 마르셀 브로이어전(뉴욕)

- 국제통화 위기 재연
- 워터 게이트사건 폭로
- 제4차 중동전 발발
- 이란 산유 5개국, 미국 등 이스라엘 지원국에 석유수출 중지
- 4K Bit IC Memory개발(IBM)
- 액정표시기를 사용한 택상전자 계산기 개발(일, 사프)

1974

- 독일 산업디자인 심포지움
- 벽지제품 디자인전
- 69동인회 참립전
- 전국 공예가 초대전
- 현대 포니, 이태리 Turin Motor Show 참가

- 정부, 에너지 종합대책 발표
- 서울 지하철 수도권 전철 개통식
- 한강 수질 오염 심각
- 긴급조치 선포
- 박대통령 저격미수 사건, 육여서서거
- 키티 TV수상기 생산
- 기아, 브리사 생산

- Domotecnica 전(독일)
- ICOGRADA 회의 '교육과 비주얼 커뮤니케이션'(독일)
- 얀 쿠풀드 시장
- 로저쿡과 돈 사노스키, 미국 교통성을 위한 사인 심볼시스템 제작

- 소련, 화성호 화성 착륙
- OPEC 7국 대미원유 급수 해제·생산제한 철회·
가격동결 결정
- 프랑스 대통령선거, 지스카르 당선
- OPEC, 단일 유가제 채택

1975

- 광복 30주년 기념 한국현대공예대전
- 해태 디자인전
- UNIDO, 국제포장세미나 개최
- 디자인세미나(榮久庵憲, 皆川正)

- 세마을 사업 종합계획 확정
- Radio Cassette Tape Recorder 생산 수출

- 스칸디나비아 디자인전 'Formland-Copenhagen 75'
- 핀란드 디자인 100년전(헬싱키)
- 알버트 일토전(뉴욕)

- 미, 신통신법 발효
- 파이잘 사우디왕 암살
- 월남, 베트콩에 무조건 항복
- 이스라엘과 이집트 '시나이협정' 조인
- 스페인, 과격파 처형에 항의 반프링크 데모 유럽전역에 파급
- 카라 TV의 I-board화
- 신Azimuth 방식에 의한 2시간 녹화 VTR실용화(일, 소니)

1976

- 조영재 데코리스 사례전
- 「디자인」「구임」지 창간
- 한·중 그루브 교류전
- 서울 커피라이터즈클럽(SCC) 창립
- 김교안 작품전 '한국'
- 세계의 광고전시회
- 프랑스 도예전
- 독일 현대 도예전

- 도끼만행사건
- 포니 첫출고
- 기아, K-303 생산

- Dessau Bauhaus 50년전 개최
- Design for need 전(영국)
- Corporate Design Management 회의(보스톤)
- P·O·P 회의, 테마 'Sales Promotion Technique in Food';
알버트 일토(1989~1976) 사망
- 안 레네카(Jan Lenica), 빌리바 포스터 비엔날레 포스터 제작

- 포드 미 대통령, 대외군원 특별 교서 발표
- 시리아군, 레바논 진격
- 모택동 중공당 주석 사망
- 미대통령에 '카터' 민주당 후보당선

1977

- 디자인·포장 진흥법(법률 제 3070호) 공포
- 대한민국 산업디자인으로 개창(구 상공미전)
- 이태리 산업디자인전
- 금성사 디자인 연구소 발족
- 한국 디자인 학회 설립
- 한국 현대 디자인학회 설립
- 삼화인쇄(주) 한국 최초 스캔너 도입
- 디자인 용어사전 발간(미진사 박대순)
- 아시아 포장대전

- 제4차 경제개발 5개년 계획
- 에베레스트 정복
- 이리역 화약수송차 폭발사건
- 버스 토큰제
- AFKN-TV 칼라방송 시작

- C·C·I(Centre de Creation Industrielle) 창설, 파리
- Human Factors in Consumer Product Design(옥스퍼드)
- ICSID 회의, 도브린 'Identity and Development'
- Phillips Award(개발도상국의 디자인 발전을 기리기 위한 상), Colin King Grand Prix(산업디자인 분야에서 혁신한 업적을 기리기 위한 상) 제정
- Vision '77 : 테마 Communication Typographics
- '여성과 광고' 전(파리)
- 피에트 츠비르트 사망

- 카터 미대통령, 주한미군 철수 계획안 발표
- '빈사디트회의'(아랍강경파 수뇌) 개최
- 중동평화회의 개최
- OPEC총회(베네수엘라), 유가 6개월간 동결결의
- 303×Series의 Computer 발표(IBM)

1978

- 디자인·포장진흥법 시행령(대통령령 제 9011호) 공포
- 서울 패키지 디자인 협회 발족
- 제1회 한국문화디자인상 공모전(KSID 주최)
교수, 권명광 교수 입상(파리)
- 산업미술 30년전(산업미술가 협회전)
- 타임지 표지화전(미국문화원)

- 부동산투기 사회문제화
- 12해리 영역선포
- 고리 원자로 1호기 준공
- 자연보호현장 선포

- 로보트 오토메이션 전(밀라노)
- Bang and Olufsen : 디자인 컬렉션
- Harry Bertoia 사망(스틸와이어 의자 디자이너)

- 카터 미대통령, 사디트 이집트 대통령과 중동문제 협의
- 팔레스타인 개밀라, 이스라엘 상륙
- 이스라엘 레바논 남부 점령지에서 철수 개시
- EC부녀회의, 구주 신통회제도 박족함의
- 요한 비로로 2세 즉위
- 미·이스라엘·이집트 3국 수뇌, 중동평화회담 개최
- 사디트 이집트 대통령·베긴 이스라엘 수상, 노벨평화상 수상
- 중공·베트남 전면전 돌입
- 이란, 빙정부 데모로 석유생산 전면 중단

1979

- 영국 산업디자인전
- 제2회 이태리 산업디자인전
- 독일 산업디자인전
- 한·불 가구공예전
- 제1회 BIM 트리엔날레
- 영국 빌보드트 사진전
- 한국 이미지전
- 한국 종합전시장(KOEX) 개장
- 정호의 ICSID 주최 제1회 세계 디자인 혁신 콘테스트에서 2등상 수상
- 아시아 국제 그래픽 디자인 비엔날레 한국작품전시

- 2차 오일쇼크
- 10, 26 박정희 대통령 피격, 서거
- 12, 12시태
- 전자교환기 생산
- VCR 개발

- ICSID, 엑시코시티 회의, 테마 '인간 발달의 한 요소로서의 디자인'
- 이태리 디자인전(옛센, 독일)
- 스칸디나비아인 포장전(코펜하겐, 덴마크)
- 미스 반 데 로헤전(워싱턴)
- In Good Shape-스티븐 베일리 저(Design Council Publication) 발간
- 레이먼드 로위 'INDUSTRIAL DESIGN' 저 발간
- 소니, Walkman 개발 시판
- Mr. Kenji Ekuani Colin King Grand Prix 수상

- 갤러비 이란국왕 이집트로 탈출→호메이니 일정수립→이란 회교혁명 수립
- 미, 일, EC, '동경 라운드'(디자인 무역협상) 합의 의사록 기초안
- 영국 축선, 대처 취임
- 이란·미국간 철(이란: 갤러비 전국을 인신인도 요구, 미국: 이란 석유수입 정지, 재미 이란 자산동결)
- 소련, 아프가니스탄 침공
- 소니 Walkman 개발 시판
- 음성 타이프라이터 개발

1980

- '80 한국포장대전
- 호주 공예품전
- 브루노시 국제 그래픽 비엔날레 한국초청작가 지명(김교만, 김현)
- 한·중 현대 그래픽 교류전
- 제1회 민속공예 학술학회
- 한국 디자인학회 1차 연구발표 '한국 수출산업을 위한 산업디자인 개선에 관한 연구'
- 제1회 하계대학(KSID),
- 홍익섬유 조형전
- 김교만 일러스트레이션전, '한국의 가락' 발간
- 세계 현대작가 미술포스터전

- 5, 18 광주민주화운동
- 11, 14 언론기관 통·폐합
- 칼라 TV방영

- 'Women In Design' 전(L.A.) 개최
- 'Robots in Action' 전(발사모, 이태리) 개최
- 'Energy-A Design Opportunity' 전(필리델피아) 개최
- 심포지움 80 : 산업디자인과 소비재에 있어서 인간공학
- 'A London Design Studio 1880~1963' 전 개최
- 존 헤스켓의 'INDUSTRIAL DESIGN' 출간

- 중공, 동소평체제 개막
- OPEC 각료이사회, 신무역선언 채택
- 이란·이라크 군사충돌
- 중공, 신경제체제 도입(사회주의 경제와 자유경제 혼합)
- 로널드 레이건, 제40대 미대통령에 당선
- OPEC, 복합유기체제 합의

1981

- 기에구라 유사구 내한강연 '일본 그라픽 디자인의 과거·현재·미래' (KSVD 주최)
- 영국 포스터전
- 국제 산업디자인대회 개최
- 한·일디자인 세미나, 한국현대디자인학회 주최 (勝見勝, 間井周太郎, 정시화 주제 발표)
- 한국디자인학회 정기세미나 '디자이너의 고객과 소비자'
- 정연증 '한국의 미 포스터전'
- 한국 우수포장전 개최
- 해외 우수 원구전 개최
- 일체그래픽전

- 한국미술 5천년전(워싱턴 스미소니언 박물관 등 순회전시)
- 5공화국 출범
- 1988년 하계올림픽 서울개최 결정
- 칼라 TV-I-C화
- VTR 테이프 공장증설

- ICSID 월성기 회의, 테마 'Design Integration'
- 그로피우스전과 강연(일본) 개최
- 마르셀 브로이어전(뉴욕) 개최
- World Cities III (베를린) 전시회 개최
- Memphis 탄생
- '디자인과 경영전략' 풍피두센터

- 프랑스대통령, 미테린 당선
- 중공, 실용주의 지도체제 선언
- 사디트 이집트 대통령 피격사망
- 폴란드 사태
- 32Bit 마이크로 프로세서 개발

1982

- 대한 인간공학 연구회 창립
- 제1회 대학생 학술 세미나
- 부수언 기구 디자인전
- 대한민국산업디자인전, 테마 '서울올림픽을 위한 산업디자인'
- 올림픽 기념품 소정전
- 올림픽 상품디자인 개발위원회 설치
- 홍림회 창립
- 나제오 전 한국의 얼굴'
- KSID 창립 10주년 기념전

- 제5차 경제·사회 발전 5개년 계획(1982~85)
- 이철희·장영자시간
- 이근룡금 해제
- 32K RAM 연구개발(KIET)
- 프로야구 출범

- Destijl : 1917~1931, Visions of Utopia
- 'Art and Industry' 전, 런던 보일러 하우스
- 스위스 포스터전(미국)
- IOCGRADA 세미나, 런던

- 이스리엘, 레바논 전쟁 참공
- 아르헨티나, 포글랜드 점령 75일만에 영국에 항복
- PLO, 사베이루트 칠수 개시
- 사베이루트내 팔레스티인 난민 대량학살
- 브레즈네프 소련서기장 사망
- 국제장애자의 해
- 8mm VTR 표준화(일)

1983

- 홍익 시각디자이너협회 창립전
- 국제 아동 일러스트레이션 콘테스트 수상(김교만, 안정언)
- 대한민국산업디자인전 공업디자인 부문을 '제품 및 환경디자인 환경디자인'으로 변경
- 금성사 디자인 공모전
- 삼성 굿디자인전
- KBS 1TV '세계는 디자인 혁명시대' 제작 방영
- 88 서울올림픽 위원회 디자인 (양승준) 및 미스코트디자인 (김현)
- 서울 일러스트레이터협회 창립
- IAA 세계 광고회의 개최

- 문교부, 중고생 교복 및 머리자율화
- KBS, 이산가족 찾기방송
- 버마 아웅산묘 족발사건
- 소련전투기 KAL기 격추
- 64KD RAM개발
- 초소형 VTR개발

- ICSID 말라노 회의, 테마 '스푼으로 부터 도시'—30년후'
- ICOGRADA 회의, 더블린
- 오사카 국제디자인전
- 그래픽디자인 심포지움(로체스터 대학)
- 디자인 이슈지 발간(미국)

- IDU(국제 민주연합) 발족(영, 런던) : 서방 19개국 지도자, 사회주의의 인터내셔널에 대항 위해
- 베그니노 이카노 필리핀 아당지도자 미 망명 후 귀국증 피격사망
- 미, 그러나 참공
- 미, Super Computer 개발계획(83~92)
- 256KD RAM 생산본격화

1984

- 디자이너 등록제 실시(KDPC)
- 이기순 Tapestry 전
- 한국설유 비엔날레
- 한국여류 시각디자이너 협회 창립
- KSID, ICSID 가입
- '86 아시아 경기 및 88올림픽 포스터 제작
- L·A 올림픽 포스터전
- 아시아 광고대상
- 독일 그래픽전
- KSVD + JAGDA전
- 한국그리픽 디자이너 협회(KOGDA) 창립전

- 교황비오로 2세 방한
- 북한 적십자 통해 수해물자를 전달
- 88주경기장 개장
- 한국산 컬라 TV吊顶 판정
- 16bit 마이크로 컴퓨터 P-C개발성공

- 미국 I.D지 'Made in Japan' 특집
- 모리사와 국제 활자체 공모전
- ICSID 진흥기관 회의(비르슬로나)
- 스페인 발레치아 국제 산업디자인 공모전
- 영국디자인 연구학회 '디자이너의 역할' 회의

- 소련 공산당 안드로포프 사망
- 레바논 미대사관 폭발사건
- 미대통령에 레이건 재선
- 인도 보팔시 유독가스 누출대참사
- 영, 중공 홍콩 반환협정 정식조인
- 미, 음성다중 방송

1985

- G.D 마크제 실시(KDPC)
- 그래피 코리아 '85전 (구동조, 김상락, 나재오, 방재기 등)
- 한국 여류시각디자이너 협회 창립전
- 한국컴퓨터 그래픽스협회(KCGI) 발족
- 구텐베르크 인쇄자료전
- '88 서울 장애자 올림픽 마스코트, 취창 제정
- 이월복 일러스트레이션전
- 삼성전자 VTR 일본 G마크 획득
- '86 서울아시아 경기대회 공식포스터 5종 제작
- 제1회 한·일디자인 세미나

- 남북한 고향방문단 서울과 평양 도착
- 자동차 100만대 돌파
- 3·5인치 H.D.D개발
- 256 KD램 개발

- ICSID 위상전 회의, 테마 '현실과 암암'
- 제1회 국제 포스터 전
- 제2회 오사카 국제디자인전
- 아르헨티나 아트카뮤니케이션 센터 창립 20주년 기념 전시회 및 세미나, 테마 '미래의 디자인 개발'
- 제1회 국제 시각디자인 대회(이스라엘)
- ICOGRADA 니스 회의

- 체르네코 소 공산당서기장 사망, 새 서기장 고르비초프 피선
- 이스라엘군, 레바논 철수완료
- 사우디, 새 원유판매 방식 네트 백 시스템 채택
- 레바논 기독교·희교 민병대 내전 종식 위한 평화협정조인
- 쯔구바 과학박람회

1986

- '월간디자인' 100호 발간
- '86 아시아 경기대회 및 88 서울올림픽 안내프로그램 완성
- 한·미 금속공예 워크샵
- 이순석 응 별세
- 김교수 교수 「국제 일러스트레이션」 참석, 주제 발표
'한국 일러스트레이션의 발전 과정과 현황, 앞으로 전망'
- 디자인 심포지움 공예의 나이갈 방향'
- 「현대 상품개발 프로세스」 주제로 미찌오 한유 초청 세미나
- KIT 세미나

- 이시안개임
- 정부, 금강선댐 공사 중지 촉구
- 독립기념관 화재
- 4mm 카메라 일체형 VTR개발
- 르망, 베스타 시판

- 제1회 미노 국제 도자기 전
- Ergo Design '86 회의 개최, 스위스 망뢰, 테마 '사업장 전자화의 발전 과정'
- 레이먼드 로위 사랑
- 슈트가트 세계디자인 축회 개최, 테마 'Erkundungen'

- 필리핀 대통령에 코리슨·아키노 취임
- 미, 리비아, 지중해 시드리만에서 무력충돌
- 소련, 체르노빌 핵발전소 원자로 파손사고
- 일본수상 나카소네 재취임
- 이란·아리크, 미사일보복 공격전
- 미 WP지, 이란게이트 사건보도
- 미, 한국에 '대한군사판매처장 공여 계획' 종결발표

1987

- 제1회 한국우수포장대전 개최
- 공예대전 미술주관으로 개최
- 김재석 응 태계
- 한국 현대장신구전
- 서울올림픽 스포츠프로그램 완성
- KSID 'Industrial Design 80/86발간'

- 박종철군 고문차사 사건
- 4, 13호현조치
- 6, 29선언
- 10, 28 선전제 개한안 국민투표 실시
- 대통령선거
- 콩코드 신차 발표

- Public Design 전 개최
- Design '87 Amsterdam, ICSID·ICOGRADA·IFI 공동주최
- 제3회 오사카 국제 디자인전
- 국제 디자인 공모전 'East Meets West'
- 제3회 신치 장애자를 위한 국제 디자인 심포지움
- Forma Finlandia 전(플라스틱을 소재로 한 제품디자인전)
- BASEL '87(스위스)
- ICSID/UNESCO 인테리어 디자인 워크샵

- 미국재정적자 영향으로 세계가 대폭락
- 미, 미국기계양 유조선에 대한 공격의 보복으로 이란 석유 시추 플랫폼에 포격단행

1988

- 일러스트레이션 페스티벌 개최, (주)디자인하우스 주최
- 박대순 교수 산업디자인 박사 학위 취득(이학 박사)
- '디자인 저널' '월간공예' 창간
- 결핵협회 크로스미스설 국제콘테스트에서 김현희 1등상 수상
- 프랑스 디자인전, 한·불디자인전 개최
- 한국컴퓨터 그래픽 전시회, 세미나
- ICOGRADA회장 니코 슈펠브링크씨 방한, '디자인 프로젝트의 방법'에 관한 강연
- 현대자동차 소나타 시판
- 한홍택 작품집 발간

- 6공학국 출범
- '88서울 올림픽 개최
- '88서울 장애자 올림픽 개최

- '88 국제 포스터 전시회(파리)
- 프랑크푸르트 국제 자동차전
- 이태리 Turin 쇼
- 국제 디자인 논문 공모전(영국 Royal College of Art 개교 150주년 기념)
- 세계 그래픽디자인의 해(ICOGRADA 제정)
- ICOGRADA 25주년 기념포스터전 및 축회(오슬로, 노르웨이)

- 미, 부시 대통령 당선

포장기술편람 발간 안내

우리센터에서는 날로 높아져 가는 포장기술에 대한 산업체의 갈증을 해소하고자 금번 최신 「包裝技術便覽」을 발간하였습니다.

'78年度 발간된 포장기술편람을 대폭 개정, 보완하여 최근 포장동향 및 포장기법을 총망라한 동 편람을 다음과 같이 판매하오니 많이 애독하여 주시기 바랍니다.

1. 발간일 : 1988. 12. 20

2. 판 형 : 4.6배판

3. 본 문 : 1938쪽

4. 지 질 : 미색서적지

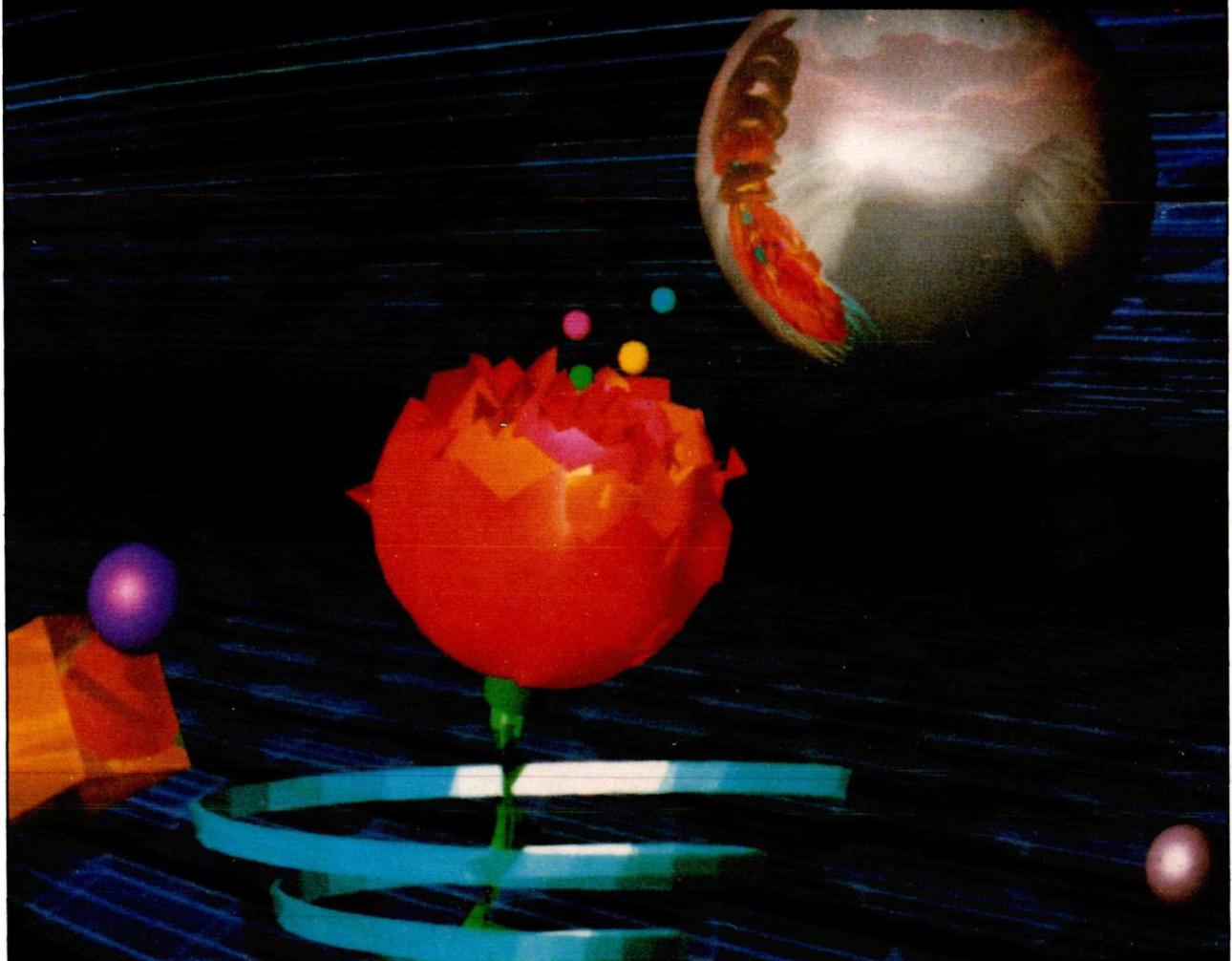
5. 판매가 : 권당 50,000원

6. 주요수록내용

차례	구분	내용
제1편	포장개론	포장의 역사, 포장의 정의와 기능, 유통과 포장관리, 포장의 안전과 위생
제2편	포장재료	포장재료총론, 목제포장용기, 지류포장재, 골판지 및 골판지상자, 지기·지통, 플라스틱 필름 및 시이트, 유연포장복합가공재료, 셀로판, 알루미늄 박, 금속용기, 유리용기, 액체용 1회용 용기, 브로우 용기, 마개, 대, 봉합결속재, 방청제, 포장용 완충재, 접착·점착제
제3편	포장기법	포장기법총론, 방수·방습포장기법, 방청포장기법, 완충포장기법, 식품포장기법, 중량물포장기법, 포장인쇄기법, 응용설계기법
제4편	포장기계	포장기계총론, 포장기계각론, 겉포장·하조기계, 포장시스템
제5편	포장시험	개요, 시료채취 및 전처리, 물성 및 강도, 포장화물시험
제6편	포장디자인	포장디자인개론, 신상품 개발과 디자인개발 프로그램
제7편	부록	포장관련규격일람, 취급주의표지일람

7. 문의처

컴퓨터 그라픽스의 꽃



AT & T에서 개발된 TARGA 16, 24, 32와 VISTA는 컴퓨터 그래픽 전용의 VIDEO GRAPHIC BOARD로서 수만가지의 색상을 VIDEO로 재현할 수 있으며 AT & T 및 많은 회사에서 제공되는 다양한 SOFTWARE를 사용할 수 있으므로 TARGA와 VISTA는 모든 디자인 분야에 꼭 필요한 현대 첨단과학의 꽃이라 할 수 있습니다.

■ Hardware

- TARGA 16, 24, 32
- VISTA

■ Software

- TIPS
- RIO, RIO-PCS
- TOPAS, TOPAS-PCS
- TOPAS ANIMATOR
- PHOTOBASE
- VERSACAD, AUTOCAD
(PC/XT/AT, 386, MAC II 전용)

■ 응용분야

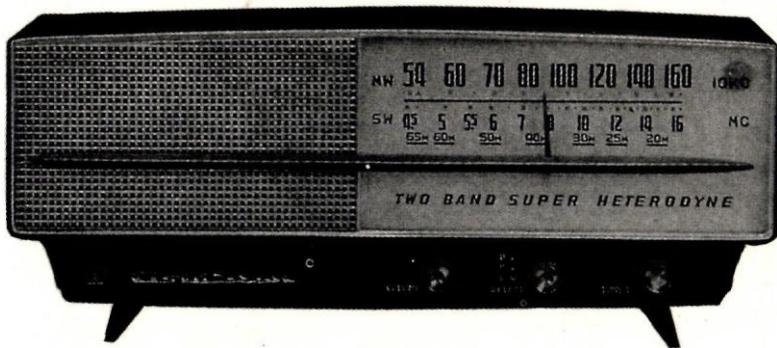
- 산업디자인
- 방송용 그래픽 디자인
- 텍스타일, 패턴, 패키지, 각종 시각 디자인
- 애니메이션
- 광고기획분야 디자인
- 건축설계 디자인
- 순수미술



AT & T/TRUEVISION 한국공식대리점
(주) 어플라이드 엔지니어링
주소 : 서울·영등포구 당산동 1가 7 계림빌딩 308호
시사회 : 서울 청량리 사서회 289호
전화 : (02)679-7691 (대)
FAX : (02)677-3863
TELEX : K27928 APPLKOR

사업내용 :

- CAD/CAM/CAE
 - Data Acquisition & Control/Robot/Sensor
 - Graphics/Image Processing/Robot Vision
 - IBM Series/1을 이용한 자동화 시스템
- 당사와 동참할 응용분야별 전문대리점 모집중



“1958년”

이 땅에 처음으로 전자산업이라는 기술의 씨앗을 뿌린 금성사 창업의 원년입니다.

금성사는 그해 공업의 장실을 열어 산업디자인의 불모지에 산업디자인의 불길을 당긴 한국최초의 기업이 되었습니다.

이듬해인 1959년 기술부서와 공업의 장실의 공동노력 끝에 금성사는 11월 15일 드디어 한국전자공업의 효시인

진공관식 라디오 A-501를 생산하게 되었습니다.

금성사는 국민경제 성장과 공업기술의 발전에 발맞추어 29년을 성장해오는 동안 편이성 높은 소비자 제품개발을

통한 문화창조에 힘을 모아왔습니다. 슬기로운 가정생활의 기품이 감도는 가정용 전자제품에서부터 나아가 새로운 재료와 첨단기술을 들여 20세기를 주도해 나갈

첨단제품생산에 이르기까지 실로 광범위한 영역에 걸쳐 창의성 높은 디자이너의 연구를 쌓아 나가고 있습니다.

높은 수준의 부가가치를 창조하는 절대적인 수단인 디자이너의 창의력!!

심오한 예술의 경지와 같이 생활의 참다운 감동을 불러일으킬 수 있다고 믿습니다.

기술세계와 인간세계의 물질적인 아름다움을 함께 융화시키고 정신적인 즐거움으로 승화시켜 나아가는 목표만이 금성사디자인종합연구소의 나아갈 길이라고 믿습니다.

“1958-saw the establishment of Goldstar Company Ltd. Who planted the seeds of the electronic industry of Korea.”

The same year Goldstar opened the Industrial Design Section for the first time in Korea.

Industrial Design was state of barren before Goldstar had adopted design in product development.

The following year Goldstar began the radio production line for the first time through the laborious studies and preparations of the Engineering section and the Design section. From the advent of the radio A-501, the Goldstar Design Center have been stressed and developed to create consumer aesthetics by convenient home appliances during the last 29 years.

Now the Goldstar Design Center is making endless pursuit to develop a wide range of products from home appliances to Hi-tech products which will be initiated in the decades.

We firmly believe that the creativity of the designers could provide high added value and stimulate a profound state of arts.

All of the designers in Goldstar Design Center are affirming the ideals of the Design future, centered on the harmonization of the technological world and the material world to sublimate the emotional happiness of the mankind.



GoldStar