

디지털 시대를 이끌어가는 산업디자인



Oullim

아트 & 디자인 유학? 세계 일류와 경쟁하십시오.

동서 유학원에서는...

각 개인의 희망 전공을 여러 국가에서 선택 할 수 있는 맞춤 교육을 추천하고 있습니다.
또한 디자인 관련 기업세미나 알선, 단기 디자인 해외 연수 프로그램 기획, 외국 예술대
학과의 자매결연 등을 통해 활발한 국제 교류를 추진 하고 있습니다.

동서유학원 DONG SUH EDUCATION CENTRE

1987년 설립된 아트&디자인 전문유학원

국제 아트 & 디자인 유학 가이드 출판

외국 유명 예술 대학교의 국내 대표 사무소

미국

University of the Arts, FCC 패션 컬리지

영국

The Nottingham Trent University

도무스 아카데미, 마랑고니, 세폴리

RMIT, Monash University, KvB 예술대학

Whitehouse 패션 스쿨



디지털 시대를 이끌어가는 산업디자인

목 차

뉴스

세계의 전시	16
신상품	23
KIDP 뉴스	24
전시	26
업계소식	29
신간	32
공모	33
독자엽서	34

특집 I : 어울림

첫째날 동양과 서양	36
둘째날 인간, 기술, 자연	44
셋째날 과거, 현재, 미래	70
부대행사	74

특집 II : 케이스 스터디

가을·겨울 컬렉션을 통해 본 어울림의 미학 _ 김미정	76
디지털 어울림과 글로벌 마케팅 _ 정무관	80
자연과 어우러진 야외건축물 : 건축가 페터 쾰머의 울림통	82
옛 것과 새 것, 탄광시설과 고급식당의 어울림 : '카지노'	84
전통적 조형 이미지를 첨단 기술로 구현한 서울 월드컵 스타디움	86
601 이상의 '까치-호랑이 어울림'	88
자연과 에너지: 태양열을 이용한 태양열 집열판 생산하는 솔라 파브릭	90

포커스 I : 새천년 건설 환경디자인 세계대회

유니버설 디자인 대회	93
그린 디자인 대회	100
컬추럴 디자인 대회	104

포커스 II

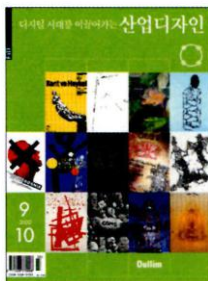
일본의 디자인 관련 계약과 비용 보수(산출) 가이드 라인 II _ 일본 산업디자인협회	110
---	-----

포커스 III

시그라프 2000 _ 이성구	116
-----------------	-----

디자인/디자이너

켈리 호펜	120
-------	-----



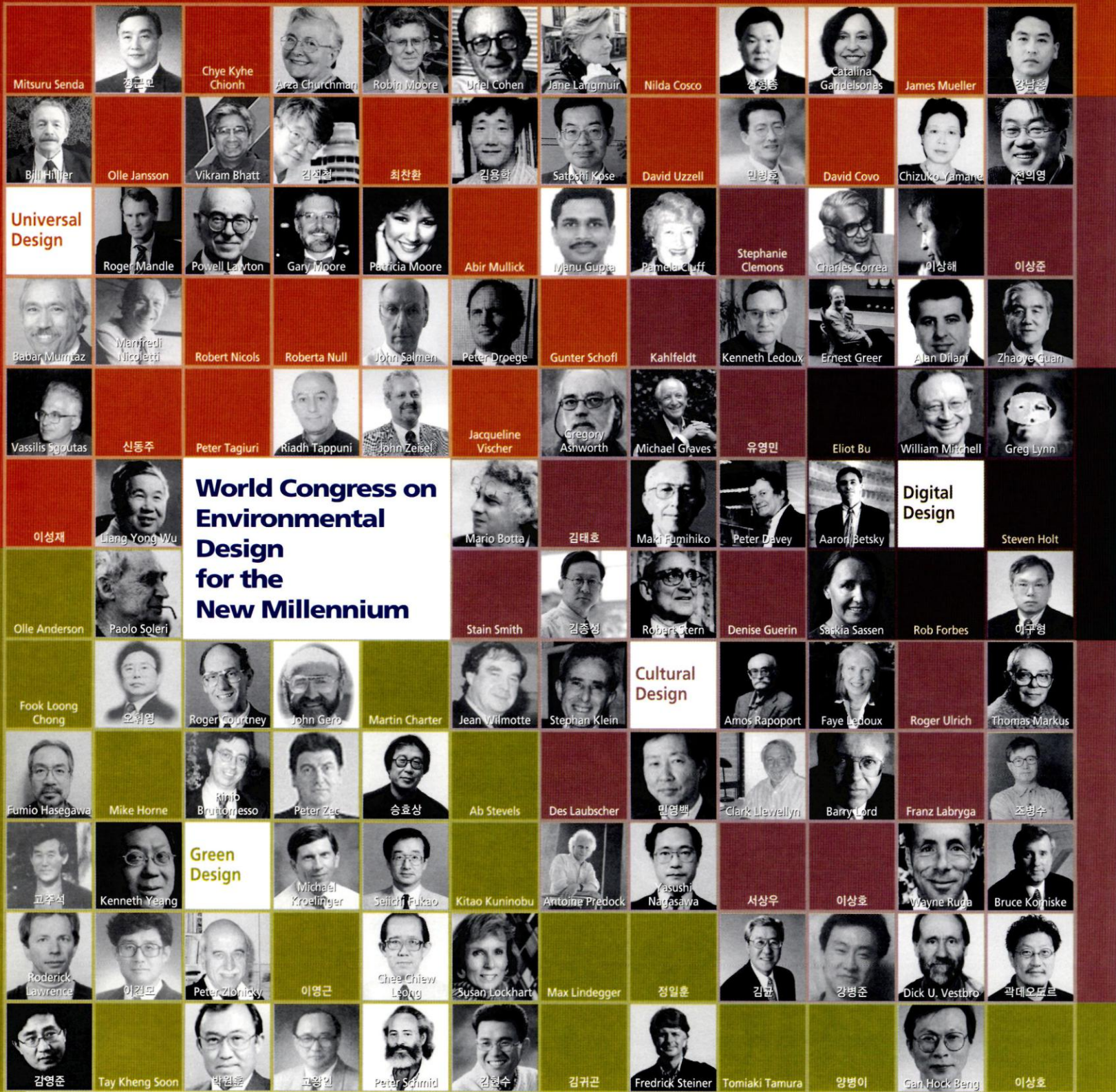
통권 172호 (격월간)

- 발행처: 한국산업디자인진흥원 | 원장: 정경원
서울시 종로구 연건동 128-8
전화 02 708 2077 | <http://www.kidp.or.kr>
- 발행일: 2000.9.1
- 등록번호: 마-599호
- 등록일자: 1971.1.14
- 발행인: 정경원
- 편집 자문위원: 이순인
- 기획·제작: (주)안그라픽스 | 대표: 김옥철
전화 02 763 2320 | 팩스 02 743 3352
e-mail: id@ag.co.kr
- 편집: 신현숙 _ dmsco7@ag.co.kr
김성희 _ arke@ag.co.kr
- 디자이너: 박민수·오성훈
- 사진: 박정훈
- 영업: 김한석·김상인·하지혜
- 광고: 류기영·최근원·정향래·최은숙
- 회계: 황원문·박경미
- 관리: 이효미
- 해외통신원
나탈리 박·디자인포·지나 박
- 출력: 삼화칼라 전화 02 2273 8065
- 인쇄: (주)한성문화 02 2269 8201

- ※ 본지는 한국도서관리위원회의 잡지윤리 실천강령을 준수합니다.
- ※ 본지에 실린 필자의 글은 본지의 편집방향과 다를 수도 있습니다.

【社告】

1999년 9월부터 1년간 게재된 인터넷 디자인 탐험 코너는 새이름으로 단정해 11/12월호에 선보입니다.



“인간 · 지구 · 문화”를 존중하는 창의성



새천년
건설환경디자인
세계대회

유니버설 디자인 세계대회 : 2000년 11월 9일~13일

그린 디자인 세계대회 : 2000년 11월 13일~17일

문화 디자인 세계대회 : 2000년 11월 17일~21일

<http://www.millenniumed.org>

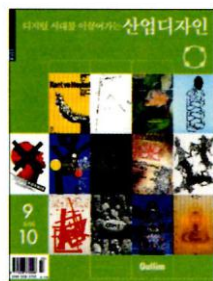
Seoul2000@millenniumed.org

Tel : (02) 3147-1192, 3 Fax : (02) 3147-1194

기획 · 자문 새천년준비위원회 조직 연세대학교 실행 새천년건설환경디자인세계대회 준비위원회 후원 건설교통부 보건복지부 환경부 문화관광부 정보통신부 행정자치부
국외후원 세계건축가연맹(UIA) 세계건설연합회(CIB) 국제실내디자인학회(IDEC) 세계실내디자인학회(IF) 미국실내디자인학회(ASID) 국제환경디자인학회(EDRA) 국제환경행태학회(IAPS) 일본환경디자인학회(MERA)
국내후원 대한건축학회 대한건축사협회 한국건축가협회 한국실내디자인학회 한국실내건축가협회 대한전문건설협회실내건축공사협회 한국디자인학회 한국주거학회 한국주택학회 협찬 아시아나항공

FUTURE OF INDUSTRIAL DESIGN

CONTENTS



no. 172 (Bimonthly)

- Published by KIDP (Korea Institute of Industrial Design Promotion)
President & CEO Kyungwon Chung
128-8 Yunkun-dong, Chongro-ku, Seoul, Korea
Tel. +82 2 708 2077 | <http://www.kidp.or.kr>
- Publishing Date: September. 1. 2000
- Publisher: Kyungwon Chung
- Editorial Advisor: Soonin Lee

- Produced by Ahn Graphics, Inc. | President: Okchul Kim
Tel +82 2 763 2320 Fax +82 2 743 3352
e-mail: id@ag.co.kr
- Editor: Hyunsook Shin _ dmsco7@ag.co.kr
Sunghee Kim _ arke@ag.co.kr
- Designers: Minsoo Park, Sunghoon Oh
- Photographer: Junghoon Park
- Marketing Staff: Hanseok Kim, Sangin Kim, Jihye Ha
- Advertising Staff: Kiyong Ryu, Geunwon Choi,
Hyanglae Jung, Eunsook Choi
- Accounting Staff: Wonmun Hwang, Kyungmi Park
- Managing Staff: Hyomi Lee
- Correspondents: Natalie Park, Designfo, Jina Park

- Editorial Prepress Production: Samwha Color Tel +82 2 2273 7058
- Printing: Hansung Print Tel +82 2 2269 8201

※ Contents Copyright 2000, Korea Institute of Industrial Design Promotion (KIDP) All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means without prior written permission from KIDP.

※ The opinion addressed in the articles herein are solely those of the authors and do not necessarily represent the position of Industrial Design.

News

International Exhibitions	16
New Product	23
Kidp News	24
Exhibition	26
Design Field	29
New Book	32
Competition	33
To the Editor	34

Special Issue I : Oullim

The Oullim of East and West	36
The Oullim of Nature, Humans and Technology	44
The Oullim of Past, Present and Future	70
The Oullim Event	74

Special Issue II : Case Study of Oullim

Aesthetics of Oullim at the S.F.A.A. Fall/Winter Collection _ Meejung Kim	76
Digital Oullim and Global Marketing _ Mookwon Jeong	80
Outdoor Architecture in Harmony with Nature : Swiss Sound Box at Swiss Pavilion, World EXPO2000 Hannover by Architect Peter Zumthor	82
The Old and the New, A Coal Mine and A High-End Restaurant in One : Restaurant Casino Zeche Zollverein	84
Traditional Images Realized by Cutting-edge Technology, Restaurant Casino Zeche Zollverein	86
Magpie and Tiger, An Icon of Delicate Harmony of Oullim	88
Solar Energy Receiver Producer. Solar Fabrik	90

Focus I : World Congress on Environmental Design for the New Millennium

Universal Design Conference	93
Green Design Conference	100
Cultural Design Conference	104

Focus II : How to Settle a Contract and Get Paid

The Guidelines for Designers II _ Courtesy of Japan Industrial Designer's Association(JIDA)	110
---	-----

Focus III

A Report from New Orleans, Siggraph 2000 _ Sunggu Lee	116
---	-----

Design / Designer

Kelly Hoppen	120
--------------	-----

'어울림'이란 '큰 조화'를 뜻한다.
'어울림'은 자연, 환경, 기계, 기술 그리고
사람 사이의 큰조화를 말하며, 동-서-남-북 간의 조화,
과거, 현재 그리고 다가오는 미래의 '큰 조화'를 포괄한다.

동양과 서양, 인간과 기술, 전통과 진보가 함께 하는

어울림의 장으로 당신을 초대합니다

icograda millennium congress,

oullim 2000 seoul

기간 : 2000년 10월 24일 화요일 - 27일 금요일

장소 : COEX, KIDP

<http://www.oullim.org>

[2000 세계그래픽디자인대회] 프로그램

Day 0 - 전야제 / 2000년 10월 24일 화요일

Day 1 - 주제 : 동양, 서양 / 2000년 10월 25일 수요일

Day 2 - 주제 : 인간, 기술, 자연 / 2000년 10월 26일 목요일

Day 3 - 주제 : 과거, 현재, 미래 / 2000년 10월 27일 금요일

초청연사

조나단 반브룩(Jonathan Barnbrook) · 영국
미셸 부베(Michel Bouvet) · 프랑스
다니엘 보야스키(Daniel Boyarski) · 미국
데이비드 카슨(David Carson) · 미국
블라디미르 차이카(Madimir Chaika) · 러시아
장동원(Chang Don-Ryun) · 한국
피터조(Peter Cho) · 미국
조영제(Cho Young-Jae) · 한국
싸이안(Cyan) · 독일
셀라 드 브레트빌(Sheila Levrant de Bretteville) · 미국
스타시스 에이드리제비우스(Stasys Eidrigevicius) · 폴란드
게리 에머리(Garry Emery) · 호주
후쿠다 시게오(Shigeo Fukuda) · 일본
하라 겐야(Kenya Hara) · 일본
윌리엄 하랄드 왕(William Harald-Wong) · 말레이시아
로리 헤이콧 마켈라(Laurie Haycock Makela) · 미국
히라노 케이코(Keiko Hirano) · 일본
황영송(Huang Yung Sung) · 대만
암릭 칼시(Amrík Kalsi) · 케냐
칸타이쿱(Kan Tai Keung) · 홍콩
사딕 카라무스타파(Sadik Karamustafa) · 터키
김수정(Kim Suzung) · 한국
김용욱(Kim Young-Oak) · 한국
이성표(Lee Sung-Pyo) · 한국
알랭 르 퀘르네크(Alain Le Querrec) · 프랑스
우베 뢰쉬(Uwe Loesch) · 독일
로랑스 마드렐레(Laurence Madrelle) · 프랑스
차스 마비안 데이비즈(Chaz Maviyane-Davies) · 짐바브웨
토마스 뮐러(Thomas Mueller) · 미국
레일라 무스피(Leila Musfy) · 레바논
크베타 파코프스카(Kveta Pacovska) · 체코
사토 코이치(Koichi Sato) · 일본
버트 슈미트(Bernd Schmitt) · 미국
에릭 스피커만(Erik Spiekermann) · 독일

헨리 스타이너(Henry Steiner) · 홍콩
스기우라 코헤이(Kohei Sugiyura) · 일본
루실 테나자스(Lucille Tenazas) · 미국
토마토(Tomato) · 영국
가스 워커(Garth Walker) · 남아프리카공화국
왕슈(Wang Xu) · 중국
윤송이(Yoon Song-Yee) · 한국

기념행사

이코그라다 그래픽 디자인 교육선언
(Icograda Graphic Design Education Manifesto)

[이코그라다 그래픽 디자인 새 천 년 교육선언]은 구이 본시에페(Gui Bonsiepe, 독일, 인터페이스 디자인 이론), 다니엘 보야스키(Daniel Boyarski, 미국, 카네기 멜론대 교수), 에스터 류(Esther Liu, 홍콩 폴리테크닉 대학 교수), 마리안 사우토프(Marian D. Sauthoff, 남아프리카공화국, 프레토리야대 교수, 이코그라다 교육회장), 안상수(한국, 홍익대 교수) 등으로 구성된 '이코그라다 그래픽 디자인 새 천 년 교육선언 100인 위원회'에 의해 작성될 예정입니다. 100인 위원회 위원 5인이 1차 워크숍을 서울에서(3월 23일-3월 26일) 개최했으며, 역시 서울에서 100인 위원회 위원 5인이 2차 워크숍을 개최할 예정입니다. 이 선언문은 '이코그라다 그래픽 디자인 새 천 년 교육선언 100인 위원회'의 최종적인 협의를 거쳐 10개국어로 번역, [2000 세계 그래픽디자인대회] 국제학술회의 제 2차 날인 2000년 10월 27일 전세계를 향해 발표됩니다.

이코그라다 아시아 지역 회의
(Icograda Regional Meeting)

21세기 아시아 디자인의 현재를 점검하며, 아시아 지역간의 상호 유대를 위한 이 회의는 2000년 10월 23일 오전 서울 COEX에서 열릴 예정입니다. 이 회의에 참석할 이코그라다 회원 단체는 한국(KIDP · VIDAK · KECD), 중국(CAFA · Shanghai GDA · SHENZHEN), 일본(JAGDA · IDCN · JDF), 대만(GDA · CETRA · TGDA), 싱가포르(Temasek Polytechnic), 호주(AGDA · DIA, 인도(ITT), 러시아(AGD) 등이며, 비회원 단체의 자격으로 몽고, 미얀마, 베트남, 인도네시아, 캄보디아, 필리핀, 홍콩, 마카오 등에서 활동하고 있는 디자이너들이 참석할 예정입니다. 특히 이 회의에는 국제 디자인계에 알려질 기회를 갖지 못했던 이코그라다 비회원 단체들이 참여함으로써 상호 유대는 물론 아시아 디자이너들의 잠재력을 확인할 수 있는 중요한 계기가 될 것입니다.

컷팅 에지 국제 영상 페스티벌
(Cutting Edge Moving Image International Festival)

문화 환경의 변화에 따라 영상 디자인의 중요성이 부각되고 있는 현시점에서 디자이너의 활동 영역 역시 확장되고 있습니다. 영상, 비디오, 컴퓨터 산업에 대한 보다 깊은 고찰과 관심을 반영하기 위한 이 행사의 출품작들은 국제학술

회의 기간 동안 상영될 예정입니다. '어제, 오늘 그리고 내일'이란 주제로 제작된 영상물이 8명의 국제적인 심사위원에 의해 선정될 예정이며, 대상 한 작품에 5000달러의 상금이 수여될 예정입니다. 선정된 36개의 작품은 행사장에서 상영되는 것은 물론 CD 등으로 제작, 보급됩니다.

기념전시

이코그라다, 오늘의 시각 커뮤니케이션 전
(Icograda Visual Communication Today)

2000년 10월 24일부터 31일까지 COEX 대서양관에서 열리는 [이코그라다, 오늘의 시각 커뮤니케이션 전]에는 이코그라다 회원의 작품들이 전시됩니다. 42개국 61개 회원 단체의 활동을 살펴 볼 수 있는 이 전시에는 포스터, 라플렛, 영상물 등 그래픽 디자인 일반이 전시되는 것은 물론, 참가국의 문화적 정체성을 반영하는 여러 가지 문화적 오브제(신문, 잡지 등의 출판물, 우표, 국기, 정부 양식지 등의 공공 인쇄물, 맥주병 등의 상품의 용기 및 포장재)가 전시됩니다. 이번 전시의 주목적은 회원들의 작품을 통해 이코그라다의 목표인 문화와 문화, 그리고 회원과 회원 상호간의 이해를 도모하기 위한 것으로, '디자인과 문화적 정체성의 상관관계'를 보여줄 수 있는 의미있는 전시가 될 것입니다.

디자인의 특별전
(Designit Exhibition)

2000년 10월 20일부터 31일까지 COEX 대서양관에서 열리는 [디자인의 특별전]은 1998년 영국의 토니 블러어 수상과 한국의 김대중 대통령에 의해 출발된 디자인인 프로젝트의 결과를 전시합니다. 본 프로젝트의 목적은 아셈 회원국의 학생 및 젊은 디자이너간의 정보 교환과 유대 관계 구축을 바탕으로 공동 프로젝트를 수행하는 데 있습니다.

[디자인의 특별전]은 (1)미래의 운송(Tomorrow's Transportation), (2)정보와 통신(Information and Communication), (3)재생과 재활용(Recycling and Reusing), (4)공동체의 공간(Space for the Community), (5)패션과 정체성(Fashion and Identity), (6)신소재(New Materials) 등 6개 부분의 디자인 주제를 제시하고 있으며, 이 주제를 반영하는 자료와 정보, 지식 등이 아셈 회원국의 공동 연구팀들에 의해 구체적으로 형상화될 것입니다.

'어울림' 동아시아포스터전
('Oullim' East Asian Poster Exhibition)

['어울림' 동아시아포스터전은 2000년 10월 23일부터 29일까지 한국산업디자인진흥원(KIDP) 전시장에서 열립니다. '어울림'을 주제로 제작된 포스터들이 출품될 이 전시는 동아시아 그래픽 디자인의 현재를 보여줄 것입니다.

'어울림' 한국대학생포스터전
('Oullim' Poster Aperto Exhibition)

2000년 8월 18일부터 8월 25일까지 한국산업디자인진흥원(KIDP) 전시장에서 열린 이 전시는 국내 디자인 전공 학생들에게 [2000 세계그래픽디자인대회]에 대한 적극적인 참여와 관심을 고취시키기 위한 전시로서, 국내

주최
세계그래픽디자인단체협의회 · ICOGRADA
한국산업디자인진흥원 · KIDP
(사)한국시각정보디자인협회 · VIDA
(사)한국현대디자인실험작가협회 · KECD

후원
산업자원부
서울특별시
성남시
YTN
중앙일보
아시아나 항공

협찬
경성대학교
쌈지
디자인하우스
디자인네트
산업디자인
디자인신문
디자인정글
삼원특수지상사
두성종이
태평양

디자인회사 협찬
해인기획
안그라픽스
601 비상
인터브랜드 디씨엔에이
스튜디오바브
아이앤아이
그래픽엔조
인터그래픽
디자인중심
논디자인
심크리에이티브그룹
크로스포인트
유디자인온라인
정디자인
씨디알
홍디자인
보라존
이룸
디자인마크
디자인포커스
디자인 이가스퀘어
심팩트
탐렐커닷컴
아메바
코팩트
렉스플렉스 엔터테인먼트
엘앤씨디자인연구소
케이디에이
인터그램
행사컴
디자인블루

공식후원사 · 한국오피스



2000 세계그래픽디자인대회
icograda millennium congress
oullim 2000 seoul

icograda

대학생들의 젊고 진취적인 작품으로 한국 그래픽 디자인의 미래를 가능할 수 있었습니다.

특별 프로젝트

디자인 교육 DB
(Design Education Database)

이코그라다와 홍익대학교가 후원하고 KIDP가 구축하는 [디자인 교육 DB]는 세계 디자인 교육 데이터를 표준화하여 디자인 교육 상황 정보를 체계화하려는 프로젝트입니다. 이 프로젝트는 우선 디자인 교육 관련자들에게 교육관련 자료 및 정보를 제공하며, 일반인, 디자이너, 학생들에게 교육관련 정보를 제공하고, 더 나아가 디자인 관련 기관에게 디자인교육관련 정책수립을 위한 정보를 제공할 것입니다. 특히 사이버 디자인 학교 설립의 기반조성을 위한 국제적 네트워크 구축을 본 프로젝트의 장기적 목표로 설정하고 있습니다.

이코그라다 소개

이코그라다(ICOGRADA: International Council of Graphic Design Associations)는 그래픽 디자인과 시각 커뮤니케이션에 대한 포괄적인 이해를 돕고자 구성된 비정부단체입니다. 이코그라다는 전세계의 그래픽 관련 단체들로 구성되어 있으며(현재 42개국의 61개 회원단체), 1963년에 처음 발족되어 런던에 본부를 두고 있습니다.

이코그라다는 디자인의 영역과 실행을 국제적 차원에서 활성화시키기 위하여 출판했으며, 사회, 문화, 경제, 환경 등의 분야에서 현대인의 일상 생활이 어떻게 디자인과 유기적인 관계를 맺을 수 있을 것인가에 대해 큰 관심을 가지고 있는 동시에 디자인의 학문적 체계화를 위해 노력하고 있습니다. 또한 세계 각국의 사회, 문화, 학제간의 차이를 전제로 디자인의 국제적인 기준을 마련하기 위한 의견을 모으고 있습니다.

이코그라다의 가장 중요한 사업은 디자이너간의 국제적인 연대와 디자인 관련 정보교환을 위한 국제회의와 국제학술회의입니다. 국제회의는 2년마다 장소를 달리하며 열리도록 정례화되어 있으며, 6년에 한 번씩은 국제산업디자인단체협의회 ICSD(International Council of Societies of Industrial Design), 국제실내디자인연맹 IFI(International Federation of Interior Designers)와 연대하여 국제회의를 공동 개최합니다. 정례화된 국제회의 외에 UNESCO와 공동 주관하여 나이로비에서 개최한 "아프리카의 그래픽 디자인: 노년층을 위한 디자인(Graphic Design in Africa: Design for the Elderly)"과 동경에서 개최한 "이코그라다/자그라 범태평양 디자인 회의(ICOGRADA/JAGDA Pan Pacific Design Conference)" 등 활발한 활동을 펼치고 있습니다.

2000 세계그래픽디자인대회 등록안내

자격에 따른 참가범위

일반:

학술회의, 전시, 환영연회, 갈라디너, 개막식, 전시 개막식, 폐회식, 3회의 점심

식사와 다과, 행사자료집과 기념품을 포함한 콩그레스 키트가 제공됩니다.

학생:

학술회의, 전시, 환영연회, 개막식, 3회의 점심식사와 다과, 행사자료집과 기념품을 포함한 콩그레스 키트가 제공됩니다. 갈라 디너 제외.

회원동반자:

환영연회, 관광프로그램(프로그램 중 1회에 한해 선택) 기념품이 제공됩니다. (여기서 회원이라 함은 VIDAK, KECD 회원을 말합니다.)

등록비

등록시점	2000.8.31 이전	2000.8.31 이후	당일 현장
회원	340,000원	460,000원	510,000원
학생 회원	150,000원	200,000원	250,000원
비회원	460,000원	570,000원	690,000원
비회원 학생	170,000원	230,000원	280,000원
27세 이하	200,000원	280,000원	340,000원
회원동반자	180,000원	180,000원	180,000원

2000년 8월 31일 이전에는 서면으로 어울림 사무국에 취소요청을 할 경우 행정비용 60,000원을 제외한 등록비 전액을 환불해 드립니다.

2000년 9월 1일 이후에는 등록 취소가 불가능하나, 대리인에 의한 참석은 가능합니다.

납부방법

다음의 계좌번호로 등록비를 입금하여 주시기 바랍니다.

평화은행 041-25-0002-408

예금주: 한국산업디자인진흥원

전화: 02. 2222. 2215,

팩스: 02. 564. 8464

신용카드를 이용한 등록 서비스를 곧 개설할 예정입니다. 웹사이트인 <http://www.oullim.org>에서 최근 소식을 참고하여 주시기 바랍니다. 우편을 통한 현금 등록은 받지 않으며 현금접수는 현장등록에 한해 가능합니다.

등록방법

회의에 참가하기를 원하시는 분은 <http://www.oullim.org>로 접속하여 온라인 상으로 등록하시거나 어울림 등록사무국을 통해서 등록양식지를 요청하면 됩니다. 이 양식은 복사 또는 프린트하여 우편이나 팩스를 이용하실 수도 있습니다. 작성된 등록양식을 보내주시길 어울림 사무국의 연락처는 다음과 같습니다.

주소: 우110-450, 서울 종로구 원남동 150-2 용문빌딩 3층,

(주)코벤인터내셔널 어울림등록사무국

전화: 02. 766. 9580

팩스: 02. 764. 9580

전자메일: oullim@covanpco.co.kr

홈페이지: <http://www.oullim.org>

Design Afoot: Athletic Shoes 1995-2000

운동화 디자인전

샌프란시스코 근대 미술관(SFMOMA)

(2000년 7월 22일~10월 17일)

A Look Back at the Recent Years of Athletic
Shoes Design at SFMoMA,
'Design Afoot: Athletic Shoes 1995-2000'
(July 22-October 17, 2000)



스까사키 죽침(Acupuncture) 운동화
Collection Acupuncture Clothing, 1999년.

예로부터 동서양을 막론하고 인간의 발은 온밀한 신체의 일부분
으로 여겨져 왔다. 그러나 구두 페티쉬란 현상이 나온 법도 하다.
이탈리아의 전설적인 디자이너 살바토레 페라가모(Salvatore
Ferragamo)와 전 필리핀 영부인 이멜다 마르코스의 영감의 원
천도 다른 아닌 인간의 발을 감싸고 장식하는 구두가 아니었던
가. 구두의 운동화화(化)와 운동화의 구두화가 눈에 띄게 강조되
고 있는 최근 트렌드를 보여주려는듯 지난 몇 년간의 운동화 디자
인의 변천사를 한 눈에 살펴볼 수 있는 독특한 전시회가 성황리에
열리고 있어 화제다.

샌프란시스코 현대미술관(San Francisco Museum of
Modern Art, 이하 SFMoMA)은 'Design Afoot: Athletic
Shoes 1995-2000'이라는 제목으로 최근 운동화의 트렌드를
정리해 보는 전시회를 7월 22일부터 10월 17일까지 개최한다.
이 미술관의 건축, 디자인 및 디지털 프로젝트 분야 담당 큐레이
터인 아론 베츠키(Aaron Betsky)는 프로그디자인
(frogdesign, inc)의 스티븐 스코브 홀트(Steven Skov Holt)
와 공동으로 이번 전시를 기획, 지난 5년에 걸쳐 디자인된 러닝
슈즈, 운동화, 야외 활동용 신발 가운데 우수한 제품을 약 150점
을 선별하여 전시에 부쳤다.

"운동화 디자인과 광고 트렌드가 급변하고 있기 때문에 운동화
고유의 디자인이 지닌 기능과 특성을 기준으로 전시 아이템을 선
정했다"는 것이 베츠키의 말이다.

최근 들어 운동화 디자인과 구두 디자인 사이의 경계는 급속하게
모호해졌고 그와 같은 추세는 대략 5년 전으로 거슬러 올라갈 수
있다. 아디다스, 컨버스, 나이키, 오를리, 폴로, 프라다, 퓨마 등
10여개 운동화 제조업체들이 내놓은 패션 풋웨어와 고기능 운동
화의 양대 기능을 결합시킨 실물 제품들은 볼 만하다. 그 밖에도
디자이너 카림 라시드(Karim Rachid), 터커 피마이스터
(tucker Viemeister), IDEO 디자인 팀, 프로그디자인 팀, 그리
고 퓨즈프로젝트(FuseProject)의 이브 베하르(Yves Behar)
등 이번 전시를 위해 특별 커미션된 디자이너와 디자인 회사들의
2-D 형태의 미래형 운동화 프로토타입 이미지가 전시장 벽면 곳
곳에 걸려 있어 관객의 관심을 끈다.

무엇보다도 운동화 디자인이 흥미로운 것은 디자인 오브제가 지
닐 수 있는 보편성을 두루 담고 있다는 점 때문이 아닐까. 일상생
활 속에서 지면과 접촉해야 하는 인간 신체의 유일한 부분인 발을
보호하는 운동화는 착용이 편안해야 할 뿐만 아니라 보기에도 좋
아야 하고 여러 신체적 활동을 견뎌낼 정도로 견고해야 한다. 그
래서 최근 운동화 업계는 앞 다투어 그러한 조건을 만족시킬만한
제품 개발에 전력해 왔고 그 결과, 신소재 및 새로운 형태 등을 개
발하게 되었다. 특히 신소재 고어텍스(Gore-Tex)가 스포츠 소재로
각광받기 시작하면서 더불어 운동화의 품질은 어느 때보다 질기
고 견고해졌다. 고어텍스의 소재적 특징 덕분에 선명하고 밝은
색상과 다양한 곡선 형태의 운동화 디자인 생산도 쉬워졌다. 개

성과 패션감각을 중시하는 현대 도시인들에게는 스피드, 파워,
패션적 욕구를 단번에 만족시키는 운동화를 탄생시키는데 결정
적인 기여를 했다고 평가된다.

지난 10여 년 동안 운동화 업계에서 기술적인 면이나 스타일적
면에서의 혁신적 주도자는 역시 나이키였다. 테니스 코트와 육상
코트 선수들의 기록 갱신에 한층 속도를 가한 나이키는 운동화에
첨단 응용과학을 도입한 최초의 브랜드였음을 물론 율통불통하
고 기이한 인체공학적인 형태와 공기주머니를 기능이라는 이름아
래 장식으로 도입하기도 했다. 최근에는 독일의 아디다스가 나이
키의 아성에 도전하는 하이테크 운동화 개발 생산에 주력하고 있
고, 뉴발런스(New Balance)는 나이키의 과장적 표현성에 대한
응대로 원리주의적 스타일을 고수해 오고 있다. 한편 토미 힐피
거(Tommy Hilfiger)와 랄프 로렌(Ralph Lauren)은 패션이
우선된 하이패션 디자인 슈즈에 운동화적 요소를 한껏 활용하고
있다. 매 시즌 새로운 유행의 도래에 따라 변신하는 운동화 디자
인은 첨단 컴퓨터를 이용한 디자인 기술에 힘입어 다양하고 기능
적인 혁신을 계속할 것으로 보인다.

SFMOMA (San Francisco Museum of Modern Art)
151 Third Street (Mission and Howard Street)
San Francisco, CA 94103
Tel: (1) 415 357 4000 Fax: (1) 415 357 4037
www.sfmoma.org

IDEO의 미래형 고기능 운동화 컨셉 프로토타입

사용자의 편의와 안전, 운동 효과 및 효율성을 증대시키는 운동화 디자인은 제품의
역학적 기능 외에도 신소재 개발과 응용이 열쇠다.



근현대 사회 속에서 노동의 의미와 이미지를 사진으로 재조명, 노동의 문화전

바르셀로나 현대 문화 센터

(2000년 5월 24일~9월 17일)

Meaning of Labor in the Modern Society
in Photography, 'Cultures of Work' Show at Centre
de Cultura Contemporania de Barcelona
(May 24-September 17, 2000)

1. E. Yokerikhene, 스레고르카 직물공장을 방문중인 우즈베키스탄의 부유층 여성, 1938년. © Colleccio de la familia de Yevzerikhene
2. Boris Ignatovitch, 공장 노동자들의 식사시간, 1920년. © Colleccio K. Ignatovitch
3. Boris Ignatovitch, 공장 창고, 1931년. Colleccio Maison de la Photographie de Moscou © K. Ignatovitch



성경에는 인간은 하나님의 명을 거역하고 죄악의 과일을 맛보면서 평생 노동이라는 고역을 질어지고 살아가게 되었다고 기록돼 있다. 낙원에서 쫓겨난 아담과 이브의 후예들은 생존을 위해 필히 일을 해야 했고 인간의 역사가 발달을 거듭해 감에 따라 종사하는 일의 종류와 성격도 복잡, 다양해져 왔다. 지난 2세기여 간 서양 문화는 노동을 기초로 형성되었고 역으로 노동은 문화형성에 기여했다고 전제하고 있는 '노동의 문화' 전시가 바르셀로나 문화 센터(Centre de Cultura Contemporania de Barcelona)에서 9월 17일까지 계속된다.

근현대 사회 속의 인간에게 노동이란 무슨 의미를 지니고 있으며 어떤 형태로 묘사되어 왔는가? 그리고 더 나아가 미래 사회에서 노동은 어떤 변화된 형태와 의미를 지니고 등장할 것인가? 전혀 가볍지 않은, 오히려 철학적이기까지 한 이슈를 내걸고 기획된 이번 전시의 출발점은 신화, 공간, 현재와 미래, 미래의 직업세계를 포함하여 총 5개 주제로 구성되어 있으며 그 출발점은 19세기 말 산업혁명이다.

각 주제별 갤러리의 입구에는 조각 작품들이 설치돼 있는데, 조각가 펩 두란(Pep Duran), 로케(Roque), 수자나 솔라노(Susana Solano), 호안 브로사(Joan Brossa), 에두아르도 칠리다(Eduardo Chillida) 등이 노동을 테마로 제작한 것들로 관객들이 공장, 부두, 사무실 등과 같은 일터 분위기를 느끼면서 전시에 자연스럽게 젖어들도록 유도한다.

'기억의 공간'이라는 타이틀을 가진 갤러리에서는 산업체제가

고안해 낸 노동의 질서 체계의 대표적인 노동공간인 공장과 사무실의 여러 모습들을 실 세 없이 사진으로 보여주고 있다. 공장은 노동자의 육체를 통제하고 규칙적 노동을 유지하는 데 효과적인 노동공간 시설이었다. 파텔라니, 파이닝거, 첸텔레스, 호이서, 로드첸코, 살롬의 사진작품들과 대중선동용 영화와 몽타주 이미지에 나타난 공장은 편리한 노동공간임과 동시에 인간 노동력의 무자비한 착취의 산실에도 다름 아니다. 공장은 그래서 노동조합 활동, 파업, 시위, 노동협상 등과 같은 새로운 사회관계와 현상의 잉태소가 되었다.

또한 노동을 찾아 도시로 도시로 이주하는 노동자들의 이주상을 보여주는 공간도 있다. 콜러(Kollar), 페롤(Ferrol), 미세락스(Miserachs), 블러자르드(Blonzard), 하멘(Hammen), 리츠만(Litzman), 쿠아드라다(Cuadrada), 차이크넷(Chaiknet), 미쇼(Michaud)가 포착한 노동자의 이주상은 산업혁명 이후 급격히 재촉된 도시화 현상을 암시하고 있다. 시골에서 도시로, 소도시에서 대도시로, 남쪽에서 북쪽으로, 동쪽에서 서쪽으로. 노동에 의한 이주의 지리학의 역사는 한 세기를 거치면서 여러 방향과 장소로 번지고 발달했다. 노동자들이 낯선 곳으로 떠나는 한결같은 동기는 노동이 부와 생활의 안정을 가져다 줄 것이라는 막연한 희망과 기대였으리라.

한편 사무실은 프란츠 카프카의 소설 <성>에서 묘사된 관료제를 낳은 노동공간으로 현대적 의미의 관리 및 서비스 업무를 담당하는 곳이다. 컴퓨터화, 온라인화로 대변되는 오늘날의 후기산업사

회 속에서 사무실의 의미와 중요성은 그 어느 때보다도 비중이 커졌다. 노동착취와 노동통제라는 적대적 이해관계에서 도래하기 시작한 노동 제도와 노동자 보호 법안의 현실, 국가와 문화에 따른 노동자와 사용자 간의 사회적 권리와 이해관계를 포착한 소리아노(Soriano), 몰레렛(Moleres), 랭(Lange), 로니(Ronis), 드와즈노(Doisneau) 등의 사진작품들이 이어지면서, 노동사회와 공장체제가 낳은 유토피아와 디스토피아 논쟁으로 이끌어간다.

'현재와 미래의 공간'으로 명명한 갤러리에 들어서면 9개의 비디오 스크린-1개는 시계, 8개는 각 나라의 전형적인 노동자들의 일하는 모습을 보여주는 스크린-이 관객을 맞이한다. 그 한 컷에는 현대 경제의 세계화와 디지털 기술로 인한 급격한 노동시장 변화상을 그래프와 통계자료를 통해 강조하는 설치물이 있다.

마지막으로 페트루소프(Petroussov), 이그나토비치(Ignatovich), 볼프(Wolff), 할렌스레벤(Hallensleben)의 휴식과 여가를 주제로 한 작품들이 전시된 공간에 다다르게 된다. 미래의 노동시장과 노동체제는 어떻게 변화할 것인가. 한 마디로 결론 내리기는 불가능해 보이지만 적은 양의 노동과 최대한의 여가를 즐기고 싶어하는 인간의 원초적인 욕망은 더욱 강해질 것이라는 기대를 담은 전시 공간이다.

www.cccb.org

영국을 대표하는 7명의 디자이너 전 '프리즈-프레임' 전시회

리스본 디자인 박물관

(2000년 6월 27일~8월 31일)

'Freeze-Frame' Contemporary British Design and its Process Revealed (Design Museum Lisbon, 2000. June 27-August 31)

"움직이는 한 장면을 즉석 동결하여 영원한 이미지로 포착한다"는 의미의 '프리즈 프레임(Freeze-Frame)' 이 표현이 의미하듯 하나의 디자인 프로젝트가 탄생하기까지 디자이너의 작업 과정을 보여주는 전시가 개최되었다. 6월 27일부터 8월 31일까지 포르투갈의 수도 리스본의 벨렘 문화 센터 재단(Fundacao Centro Cultural de Belem)에서 계속된 '프리즈-프레임'전은 현재 영국에서 가장 활발한 활동을 벌이고 있는 생존 디자이너 7인의 작업을 통해서 바로 '현시점'에 놓인 영국 주류 디자인의 탄생과정을 '즉석' 포착한다는 흥미로운 착상에서 기획되었다.

'프리즈-프레임'전의 참여 디자이너들은 영국 컨템포러리 디자인의 간판스타들로 인정받고 있는 제임스 어바인(James Irvine), 재스퍼 모리슨(Jasper Morrison), 매튜 힐튼(Matthew Hilton), 마이클 영(Michael Young), 로스 러브그로브(Ross Lovegrove), 세바스티안 베르그뉴(Sebastian Bergne), 톰 딕슨(Tom Dixon) 등 총 7명으로 구성되었다.

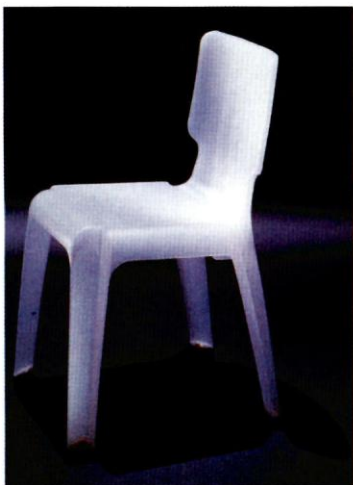
디자인 작품들이 어느새 세계 대도시 고급 화랑과 디자인 숍에서 고가로 팔려나가는 대중소비품이 돼버린 요즘에 "히트작의 디자인 프로세스 엿보기"라는 형식은 흥미진진한 이슈가 되기에 충분했다.

크게 '과정(process)'과 '오브제(object)'라는 두 가지 범주로 구성되었다. 7인의 디자이너들의 작업세계를 의미하는 7개의 서로 분리된 방마다에는 생산된 완성제품과 그 제품에 대한 컨셉과 작업과정이 진행된 작업 테이블과 분위기를 재구성했다. 각 방의 뒷 부분에 전시된 아이템은 개별 디자이너들이 직관과 감각에 따라 선별한 것들이며 미완성작들도 볼 수 있어서 창작과정을 짐작하는 데 유용했다. 또 방 앞에는 '작업 테이블'을 전시해 놓아 디자이너의 내적 사고과정과 프로젝트 전개과정을 재현해 놓았다.

이번 전시는 유명 디자이너들의 디자인 세계를 보여주려고 디자인 완성품을 즉각 열하는 식의 백과사전식 전시가 주를 이루는 요즘, 디자이너의 창조과정에서 소요된 감성성, 방법론, 해법적인 측면을 엿볼 수 있는 차별화된 전시였다고 할 수 있다.

벨렘 문화 센터 재단은 포르투갈 벨렘 지역의 각종 문화 행사를 기획하고 그 홍보 및 교육에 힘쓰는 비영리 단체로서, 향후 디자인 관련 전시 및 행사에 관한 보다 자세한 정보는 홈페이지 www.ccb.pt에서 얻을 수 있다.

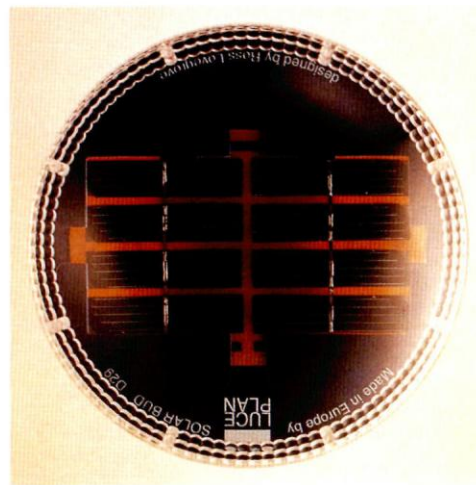
1. 'Chair Wait', 매튜 힐튼(Matthew Hilton) © Authentics 1997
2. 주석 가족(Tin Family), 재스퍼 모리슨(Jasper Morrison)
3. 'Solar Bud', 로스 러브그로브(Ross Lovegrove)
4. 'S Chair', 톰 딕슨(Tom Dixon) 1991~1992
5. "우스트라(Ultra)" 시스템에 의거한 메르세데스 벤츠의 새로운 자동차 디자인. 독일 하노버 시에서 디자인되었다. 제임스 어바인(James Irvine), 1999년 \ 메르세데스 벤츠(Mercedes Benz)가 제작한 버스.
6. 새로운 버전의 'Smarty', 마이클 영(Michael Young), 1998



1



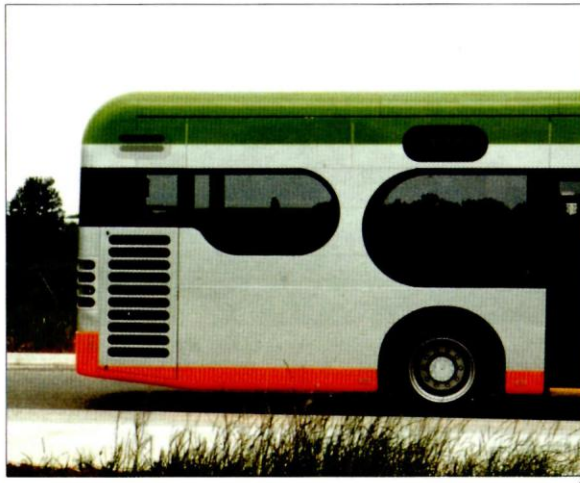
2



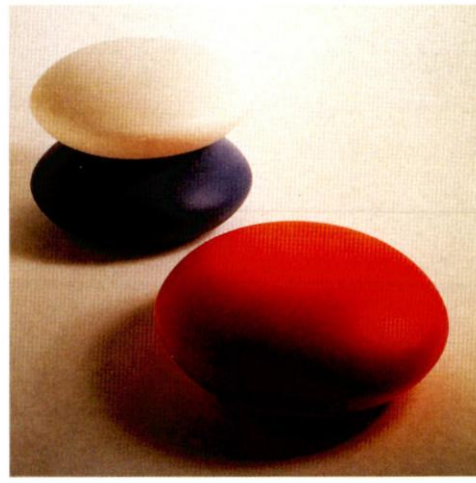
3



4



5



6

대가는 영원한 대가: 네덜란드 그래픽 디자이너 스웽 스톨크 회고전 네덜란드 그로닝거 미술관 (7월 9일~10월 22일까지)

"A Contemporary Dutch Graphic Artist's Work
in Retrospective, Swip Stolk :
Master Forever" Exhibition (Groningen,
The Netherlands, July 9th-October 22, 2000)

유행의 창조자, 독창적 혁신적 디자이너라는 수식어로 대표되는 네덜란드 출신의 그래픽 아티스트 겸 디자이너 스웽 스톨크(Swip Stolk)가 7월 9일부터 10월 22일까지 그로닝거 미술관(Groninger Museum)에서 1960년대부터 현재에 이르는 과거 40여년 간의 작업을 총정리하는 회고전을 갖는다. 부제인 '영원한 마스터(Swip Stolk Master Forever)'에서도 짐작할 수 있듯이 스웽 스톨크는 현대 네덜란드 그래픽 디자인의 큰 맥을 형성하는 대가로 평가되고 있는 인물. 그 기대에 부응이라도 하듯, 전시작들은 디자인에 관심있는 모든 관객들에게 유익한 영감을 제공하기에 충분하다. 또한 스톨크 개인의 작품발달사를 통해서 지난 30-40년 동안의 네덜란드 그래픽 발달사를 엿볼 수 있는 기회이기도 하다.

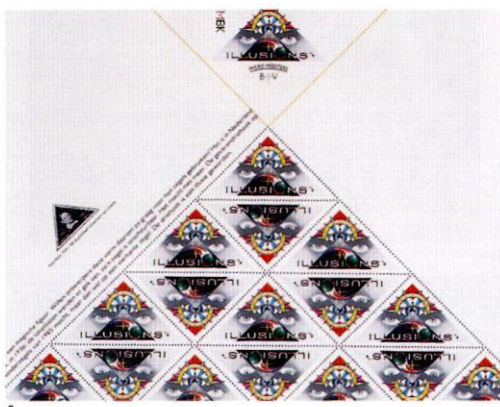
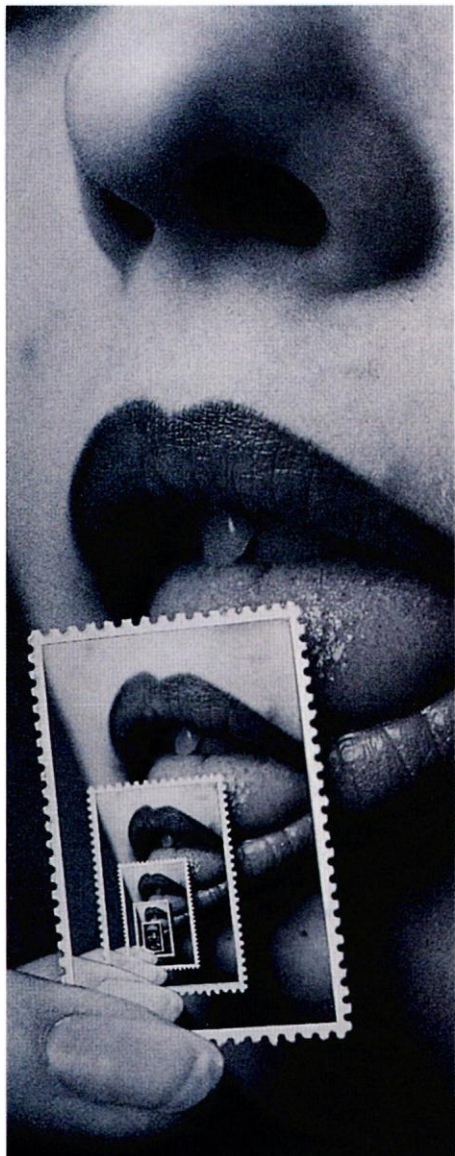
1960년대와 1970년대에 그래픽 아티스트로서 본격적인 명성을 구축하기 시작한 스웽 스톨크는 1968년 네덜란드 정부 산하 유제품 관리청(Netherlands Zuivelbureau)이 추진한 버터우유 광고 캠페인과 1971년 네덜란드 철도국 노선 캠페인에 사용된 그래픽 디자인과 로고 제작을 통해서 국내는 물론 해외 영국에서까지 그 독창성을 인정받았다. 그가 1970년대 말 네덜란드 VARA 방송국을 위해 새로 디자인한 수탉 로고 디자인도 오늘날 고전적인 작품으로 여겨지고 있다. 1980년대에 접어들면서 스웽 스톨크는

포스터 및 공공 그래픽물과 서적 디자인 분야에서 특히 활발한 활동을 계속하여 네덜란드 그래픽 분야의 최전사로 평가받기도 했다. 그는 또 바로 이 그로닝겐 미술관이 지난 여러 해 동안 전시했던 디자인용 각종 그래픽 및 홍보물 등 온갖 그래픽 제작 프로젝트를 담당해 온 이미지 창조자이기도 했다.

스웽 스톨크의 디자인 스타일은 유행과 시대적 대세에 휩쓸리지 않는 독창적이고 개인적인 길을 고집스럽게 걸어왔다는 점에서 특히 주목할 만하다. 특히 이미지를 통해서 논쟁적인 이슈나 의문제기를 대담하게 제시하는 도전적인 태도는 메시지 전달이라는 그래픽 아트의 주요 기능을 새롭게 한기시켜 준다.

스웽 스톨크는 그로닝거 미술관 신관인 암스텔담 렘브렌트 하우스(Rembrandt House, Amsterdam)의 디자인을 맡기도 했다. 1994년 개관한 그로닝거 미술관은 재능있는 신세대 그래픽 아티스트를 발굴하고 그들의 작품전시를 기획하는 인재발굴자 역할 외에도 <Dutch>라는 디자인 저널을 발간하고 있다.

Groningen Museum, Musemeiland Postbus 90, 9700 ME Groningen, The Netherlands
T. (31) 060 366 65 55 F. (31) 060 312 08 15
www.groninger-museum.nl



1. 1985년 스웽 스톨크가 제작한 전시초대 카드
2. 우표 디자인 (환영), Swip Stolk, Entwerp Postzegels Illusions, 1985
3. 전시회와 전시 카탈로그에 포함된 스웽 스톨크의 자화상
4. 요제프 이스라엘라 (마돈나 오두막집), 1863-67, 디트로이트 미술 인스티튜트 소장. Jozef Israella 'The Cottage Madonna,' 1863-67, The Detroit Institute of Arts. 1999년 12월 19일부터 2000년 3월 5일까지 그로닝거 미술관에서 열린 <요제프 이스라엘라 : 감성의 대가(Meester van het Sentiment)> 전시회의 설치에 스웽 스톨크가 참여한 그래픽 프로젝트.

해외 전시회 일정

[9 ~ 10 월]

FAT, FOa, 영국의 건축

• 프랑스 보르도 아르캉레보 건축 센터 • 영국 건축 디자인 전시회
Arc en reve centre d'architecture, 7 rue Ferrere, Bordeaux T. (33)-5-56 52 78 36 <http://www.arcenreve.com> • 5월 30일~9월 3일

디 이미지네레 마뉴팩투르 전

Die Imaginäre Manufaktur

• 독일 함부르크 • 보그트 + 바이체네거 디자인의 제품 전시 Vogt + Weizenegger Designbuero • T. (49) 040-30 62 11 00
<http://www.stilwerk.de> • 8월 4일~ 9월 3일

창조적 폭발 - 유럽 유리예술 50년

Die Creative Explosion - Glas der 50er Jahre in Europa aus eigenem Bestand

• 독일 뒤셀도르프 미술관 • 지난 50년에 걸쳐 생산된 유리제품을 작가별 및 유리제조업체별로 한 눈에 조망해 보는 전시. • Kunstmuseum Duesseldorf Ehrenhof 5 Duesseldorf • T. (49) 02 11-8 99 24 62 • <http://www.kunstmuseumduesseldorf.de> • 3월 12일~9월 10일

헤이키 오르볼라 공예 디자인전

Craft Design - Heikki Orvola Glass-Ceramic-Textile

• 장소 | 핀란드 헬싱키 미술 디자인 미술관 • 핀란드 전통을 현대적으로 계승한 공예가 헤이키 오르볼라의 개인전 • T. (358) 09-6 22 05 40 • <http://www.designmuseum.fi> • 9월 10일까지

스웨덴 초기 모더니즘 디자인

• 기능주의적 디자인으로 유명한 스웨덴의 모더니즘 디자인과 미술의 발달기를 조명해 보는 전시. • 독일 린다우 시립미술관 Stadtmuseum Lindau • 9월 10일까지

학생 도자기 전시회

독일 쉘프프릭스베르크 유럽 산업박물관 Europaisches

Industriemuseum • 부르크 기비헨슈타인 미술학교 졸업생 10의 도자기 작품을 전시하는 졸업전. • T. (49)0 92 87-7 71 25 • 9월 10일까지

독일 사진 디자인 30년사

Zeit Blicke - 30 Jahre Fotografie in

Deutschland 30 Jahre BBF Bund Freischaffender Foto-Designer • 독일 슈투트가르트 • Galerie der Stadt Stuttgart • T. (49)07 11-2 16-21 88 • <http://www.swo.de/galeriestuttgart> • 9월 3일까지

유럽 메트로폴리스를 위한 비전

Cityconnexion - Visionen

• Ost-West-Strasse • 독일 함부르크에서 활동중인 건축디자인 사무소와 멀티미디어 애니메이션 디자이너들이 협동으로 미래 유럽의 도시 비전을 제시해 보는 실험전. • Stilwerk Hamburg, Grosse Elbstrasse 68 • T. (49) 040-30 62 11 00 • <http://www.cityconnexion.de> • 7월 27일~ 9월 3일

동물의 집 - 애완동물용 디자인 아이템 전

Animal House : Designs and Furnishing Items for Pets and Humans

• 이탈리아 밀라노 • f Emporio 31, via Tortona 31 int.10 • T. (39) 02 34 53 21 63 • <http://www.designerexhibition.org> • 9월 8일~9월 11일

시장과 전시장 디자인 전

Markt- und Ausstellungshallen

• 독일 베를린 욱우 경매 시장 • 과거와 현재 독일 시장의 전개 배치 양식을 볼 수 있는 흥미있는 디자인 전시회. • Rinderauktionshalle, Eingang Eldenaer Strasse 36A • T. (49) 030-4284 61-0 • 9월 12일까지

호르겐 - 글라루스 가구 의자 전

• 스위스 베른 • 독일 가구제조 및 소매업체 호르겐 글라루스의 가구 제품 가운데 의자만을 모아 전시한다. 디자이너 막스 빌(Max Bill)에서 한네스 뱌트슈타인(Hannes Wettstein)을 포함하여 호르겐 글라루스가 추진해온 의자 프로젝트를 한자리에 모았다. • 문의 Theo Jakob AG Gerechtigkeitsgasse 25 • T. (41) 31-3 27 57 00 • <http://www.teojakob.ch> • 8월 22일~ 9월 16일

뱅 & 올루프센 전시회

Bang & Olufsen : Vision & Legend

• 덴마크 코펜하겐 • 덴마크의 유명 음향기기 제조업체인 뱅 & 올루프센이 덴마크 디자인 센터(Dansk Design Center) 신관 전시회장에서 지난 75년 동안 생산해 온 제품들을 한자리에 모아 전시한다. Dansk Design Center, HC Andersen's Boulevard 27 • <http://www.beo.com> • 6월 15~9월 17일

안테프리마 No.3

• 독일 라이프치히 박람회 • 라이프치히 선물 박람회 행사 일정가운데 하나로 건축 내부 디자인, 제품 디자인, 커뮤니케이션 디자인 관련

제품을 모아 전시하는 특별전. • Messe Leipzig, Glashalle • T. (49)03 41-6 78-0 • <http://www.cadeaux-leipzig.de> • 9월 15일~ 9월 17일

크레아티프 잘츠부르크 테이블과 주방 전

Creativ Salzburg und Tisch & Kueche

• 오스트리아 잘츠부르크 박람회 • 활동중인 주방용품 및 주방가구 디자인 트렌드를 파악하고 공급자와 바이어 개발을 도모하기 위한 박람회 행사. • Messe Salzburg T. (43) 06 62-44 77-25 8 • <http://www.reedexpo.atcreativ> • 9월 15일~ 9월 17일

하우스 랑게와 하우스 에스터스: 루트비히 미스 반 데어 로헤가 디자인한 두 빌라

Haus Lange und Haus Esters : Zwei Villen von Ludwig Mies van der Rohe

• 독일 크레펠트 • Haus Lange und Haus Esters, Wilhelmshofallee 91-97 • T. (49)0 21 51-77 00 44 • 9월 17일까지

미도라 시계 및 장신구 전시회

• 독일 라이프치히 박람회 • 독일 시계 및 장신구 제조업체인 미도라사가 자사 제품을 한데 전시하는 전시 • Messe Leipzig T. (49)03 41-67 80 • <http://www.midora.de> • 9월 15일~ 9월 17일

네덜란드 그래픽 디자인 전

Work from Holland : Graphic Design in Context

• 체코 공화국 브르노 • 1990년 이후 활발한 활동을 펼치고 있는 신세대 현대 네덜란드 출신 그래픽 디자이너들의 작품을 모아 전시한다. • moravian Gallery of Brno, Governor's Palace, Moravske Nam. 1a • <http://www.ui42.sk/pete-rb/dutchdesign> • 6월 21일~ 9월 24일

대중 스포츠 건축전

Stadium: Architecture of Mass Sport

• 네덜란드 로테르담 • 네덜란드 건축연구소(NAI)는 로테르담에서 200년 유럽 축구 챔피언십이 열리는 것을 기념하여 로테르담 축구 스타디움의 건축적 측면을 고찰해 보는 전시회를 개최하고 있다. • Nederlands Architectuurinstituut Museumspark 25 • T. (31) 10-4 40 12 00 • <http://www.nai.nl> • 6월 8일~ 9월 24일

마테리알리카 2000

Materialica 2000

• 독일 뮌헨 • 뮌헨 박람회 행사의 일부로 신소재 발굴 및 홍보를 목적으로 한다. • Messe Muenchen GmbH • T. (49)089-94 92 06 70 • <http://www.materialica.de> • info@materialica.de • 9월 25일~ 9월 28일

프랜2000 건축디자인 전

Plan2000

• 독일 쾰른 • 폴랜 2000은 현대 건축에 관한 포럼 행사로 전시회, 강연, 토론프로그램이 진행될 예정이다. • 문의 Buro Sabine Voggenreither • T. (49)02 21-2 57 15 34 • <http://www.vo>

세 계 의 전 시	신 상 품	K I D P 소식	전 시 · 공 연	업 계 소 식	신 간	공 모	독 자 업 서
<p>ggernreither.de • 9월 22일~ 9월 29일</p> <p>원헨 사진학교 20세기 기념 특별 사진전</p> <p>Lehrjahre-Lichtjahre, Eine Jubilaeumsausstellung :</p> <p>Die Muenchener Fotoschule 1900-2000</p> <p>• 독일 원헨 • 남부 독일 사진협회의 근원지 역할을 한 원헨 사진학교가 설립 100주년을 기념하여 20세기에 걸쳐 원헨을 중심으로 활동한 작가들의 사진과 영화를 전시하는 특별전을 개최한다. • Fotomuseum des Muechner, Stadtmuseums St.-Jacobs-Platz 1 • T. (49)0 89-23 32 29-48 • http://www.stadtmuseum-online.de • 7월 7일~ 9월 24일</p> <p>한스 힌터라이터 1902-1989</p> <p>Hans Hinterreiter Stufung fuer Konkrete Kunst</p> <p>• 로이틀링겐에 위치한 구상미술 재단은 원색과 기하학적 형태로 유명한 한스 힌터라이터의 생전 작업을 총정리하는 전시회를 개최한다. • T. (49)071 21-3703 28 • http://www.reutlingen.de • 9월 30일까지</p> <p>제37회 발렌시아 국제 가구 페어</p> <p>37th International Furniture Fair (FIM)</p> <p>• 스페인 발렌시아 • Feria Valencia • T. (34) 9 63 86 11 00 팩스 (34) 9 63 63 61 11 • http://www.feriavalencia.com • feriavalencia@feriavalencia.com • 9월 25일~ 9월 30일</p> <p>백스 맥주 디자인 역사</p> <p>Vom Gerstensaft zum Spitzen-Pilsener von Welt :</p> <p>Design Geschichte der Marke Beck' s</p> <p>• 독일 베를린 국제 디자인 센터 • 백스 맥주의 CI 브랜딩 패키징 디자인의 변천사를 정리한 전시. • Internationale Design Zentrum Berlin T. (49)030-29 33 51-0 • http://www.idz.de • 8월 25일~ 10월 1일</p> <p>파리 1900년 세계박람회 재현전</p> <p>Paris - Ein Fest fuers Leben Erwerbungen auf der Weltauss-tellung 1900</p> <p>• 독일 라이프치히 • 1900년도 파리 세계박람회의 의의와 모습을 재평가하는 전시. • Grassi Museum • T. (49)03 41-2 14 21 75 • http://www.home.t-online.de/home/grassimuseum • 10월 1일까지</p> <p>망명시대의 가구전</p> <p>Moebel aus dem Exil : Die Wohnungseinrichtung Paul und Johanna Dozsa von Ernst Schwadron, Wien 1933</p> <p>• 오스트리아 비엔나 • MAK-Oesterreiches Museum fuer angewandte Kunst • T. (43) 1 71 13 6 • http://www.mak.at • 10월 1일까지</p> <p>다리 전시회</p> <p>Living Bridges</p> <p>• 독일 뒤셀도르프 • 중세부터 현재에 이르기까지 전세계 에서 가장 아름답다고 평가되는 다리 건축물을 선별하여 전시한다. • NRW-</p>		<p>Forum Kultur und Wirtschaft • T. (49) 02 11-89-2 66 81 • http://www.nrm-forum.de • 7월 27일~ 10월 3일</p> <p>팅글리의 예술 정신</p> <p>L' Esprit de Tinguely</p> <p>• 독일 볼프스부르크 • 산업사회의 기계미학을 모더니즘에 도입한 20세기 조각가 장 텅글리(1925-1991)의 작품 200여점을 전시한다. • Kunstmuseum Wolfsburg • T. (49)0 53 61-26 69-0 • http://www.kunstmuseum-wolfsburg.de • 5월 20일~ 10월 3일</p> <p>시게루 반 도쿄</p> <p>Shigeru Ban</p> <p>• 독일 함부르크 • 함부르크 여름 건축전시회 Galerie Renate Kammer • T. (49)040-23-26 51 • 9월 7일~ 10월 7일</p> <p>마사히로 모리 일본 현대 도자기 디자인전</p> <p>Masahiro Mori : Zeitgenoessisches Porzellandesign aus Japan</p> <p>• 독일 할레 • 현대 일본 도자 디자인의 대표적 인물인 마사히로 모리의 작품을 전시한다. • Staatliche Galerie Moritzburg • T. (49)03 45-2 12-59-0 • 8월 6일~ 10월 8일</p> <p>포르 수오미</p> <p>Die Form Suomi</p> <p>• 독일 호헨베르크/에거 • 로제탈 수오미 도자 시리즈의 성공비결을 재고해 보는 전시회 • Deutsches Porzellanmuseum • T. (49)092 33-77 22-0 • 10월 8일까지</p> <p>새로운 길 새로운 도착자-영국 왕립 예술대학과 로제탈 공동 프로젝트 전</p> <p>New Routes-New Destinations</p> <p>• 영국 스탠포드셔 • 영국 스탠포드셔 대학 미술 디자인 학교 • Staffordshire University School of Art and Design • http://www.sraffs.ac.uk • 9월 18~10월 8일</p> <p>100% 디자인 런던 현대 디자인 쇼 박람회</p> <p>100% Design : The London Contemporary Design Show</p> <p>• 영국 런던 • Earls Court Two • T. (44) 02 89 10 77 24 • http://www.100percentdesign.co.uk • 10월 5일~ 10월 8일</p> <p>풍수와 기하학 전시회 및 워크숍</p> <p>• 독일 함부르크 풍수센터 • 중국 고대의 풍수지리설과 현대 지식을 결합한 인락한 생활공간 창조를 목적으로 한 전시회로 워크숍을 동시에 운영한다. • Feng Shui Center Eppendorf T. (49)040-42 91 29 46 • http://www.feng-shui-center.de • 9월 7일~ 10월 15일</p> <p>론 아라드 전</p> <p>Ron Arad : Before and After Now</p> <p>• 런던 • 론 아라드가 빅토리아 앤 앨버트 뮤지엄에서 최초로 갖는 디자인 개인전 • Victoria & Albert Museum T. (44) 171 9 38 85 00 • http://www.vam.ac.uk • 6월 12일~ 10월 13일</p>		<p>아비타레 일 템포 실내 디자인 박람회</p> <p>Abitare il Tempo</p> <p>• 이탈리아 베로나 • Veronafiere • T. (39) 51 86 43 10 F. (39) 51 86 43 13 • http://www.veronafiere.it/abitareiltempo • 10월 12~10월 16일</p> <p>덴마크 포름</p> <p>Dansk From</p> <p>• 독일 함부르크 • 데마크 디자인 전 Stilwerk Hamburg • http://www.stilwerk.de • 9월 21일~ 10월 22일</p> <p>파티 전단 전시회</p> <p>Follow the Signs : Party-Flyers from Zurich</p> <p>• 스위스 취리히 • 1980년대부터 유행하기 시작한 레이브 테크노 음악이 유행하기 시작하면서 새로운 문화현상으로 등장하기 시작한 파티 전단물 그래픽 디자인의 어제와 오늘을 살펴보는 전시. • 7월 26일~ 10월 22일</p> <p>바우하우스 1923-1932</p> <p>Das Bauhaus 1923-1932 Kunst und Tecknik-Eine neue Einheit?</p> <p>• 독일 데사우 • 20세기 초 독일 바우하우스 양식의 예술성과 기능성을 동시에 조명해 보는 전시 • Stiftung Bauhaus Dessau T. (49)03 40 6 50 82 50 • http://www.bauhaus-dessau.de • 8월 11일~10월 23일</p> <p>제르우드 응용미술 공모전 장신구부문 전시회</p> <p>• 런던 • Crafts Council Gallery • T. (44)171 2 78 77 00 • 9월 14일~10월 29일</p> <p>루이스 바라간의 조용한 혁명 전</p> <p>Luis Barragan : Die stille Revolution</p> <p>• 20세기 초 멕시코의 건축 환경에 지대한 영향을 미친 모더니스트 디자이너 루이스 마라간의 작품세계와 철학을 심도있게 제시한 전시회. • 독일 바일 암 라인 비트라 디자인 뮤지엄 • Vitra Museum • T. (49)0 76 21 7 02 33 51 • http://www.design-museum.de • 6월 22일~10월 29일까지</p> <p>제7회 베니스 건축 비엔날레</p> <p>• 이탈리아 베니스 • http://www.labiennale.org • 10월 29일까지</p> <p>빌헬름 바겐펠트의 100년 디자인 인생</p> <p>100 Jahre Wilhelm</p> <p>• Wagenfeld(1900-1990) • 독일 브레멘 • 빌헬름 바겐펠트 하우스 Wilhelm Wagenfeld Haus T. (49)04 21 3 39 99 33 • 10월 31일까지</p> <p>스웽스톨크 회고전</p> <p>Swip Stolk : Master Forever</p> <p>• Groninger Museum • 네덜란드 • www.groninger-museum.nl • 10월 22일까지</p>			

무라노 유리 공예의 맥을 잇는 Nastro

이탈리아 베니스의 명물로 꼽는 무라노 섬의 유리공예. 그 전통과 아름다움의 맥을 잇는 독특한 유리 조형기구가 선보여 눈길을 끌고 있다. 베니스 무라노 섬에 본사를 두고 있는 Andromeda사가 발표한 'Nastro'는, 바람에 긴 머리카락을 휘날리는 여성의 아름다운 뒷모습을 연상케하는 작품이다. 부드럽고 유려하게 휘어진 유리판들을 하나씩 조합해 원형이나 사각형 등 원하는 형태로 조립해 제작한 이 제품은, 기계 작업 없이 100% 수작업에 의존한 디자인 명품이다. 얼마전 밀라노에서 개최되었던 EUROLUCE Lighting Fair 2000에 선보여 호평을 받았다.

유리판을 휘는 작업부터 모두 사람의 손을 통해 이루어지기 때문에, 천편일률적인 동일한 형태를 만들어내는 기계 작업과는 많은 차이가 있으며, 각각각색의 유리판을 조합하는 방식을 통해 전 제품이 전혀 새로운 형태와 느낌을 표출하게 된다. 부분 부분 24k 순금을 사용해 은은한 아름다움과 빛을 발산함에 있어 고급스러운 효과를 배가시켰다.

현재 제작되고 있는 제품은 옅은 파랑, 빨강, 녹색의 3가지 종류이며, 클라이언트의 주문에 따라 색상 변형도 가능하다. 5-50와트의 전력을 사용해 빛이 주는 부드럽고 은은한 맛을 강조하고 있다. 문의 andromeda.int@iol.it

most successful pieces that has been shown at the last Euro luce

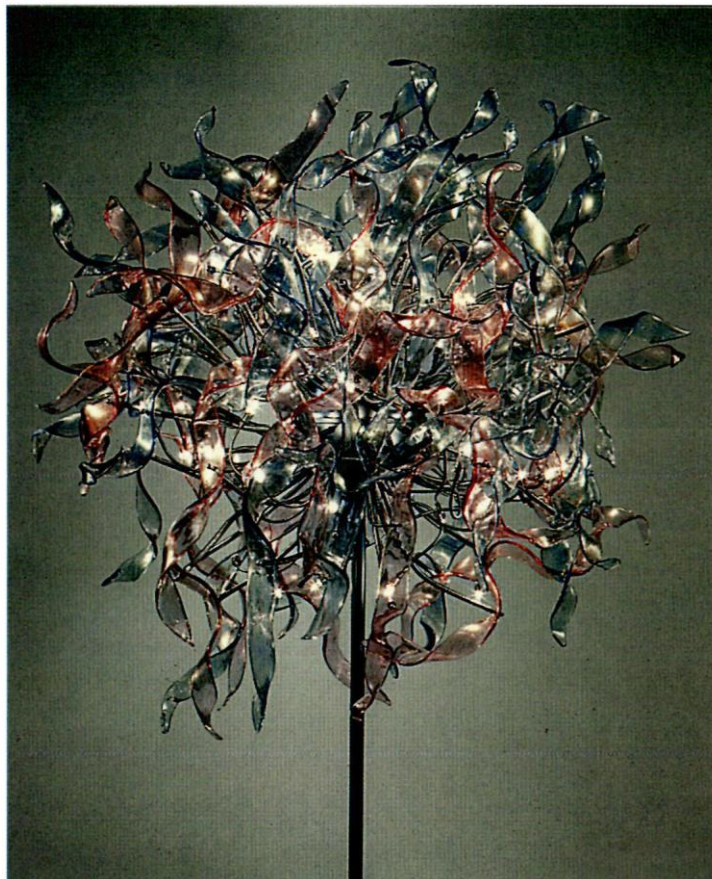
Lighting Fair 2000 in Milan (Italy), named NASTRO.

NASTRO is a complete hand made realization by the masters of ANDROMEDA, each glass piece is different from all the others, and They are installed in a frame with metal flexible elements: The result is that any fixture will never be the same to another one.

The original idea borned from the inspiration of a long woman's hair moved by the wind...

It is a "Custom Tailed" art lighting piece, and from the original design of a round shape it can be turn into larger or smaller size, squared or rectangular shapes, wall brackets, and any other design that a client may will desire.

The lighting sources are made by low voltage 1.2V with bulbs having a power from a minimum of 5 watts to a maximum of 50 watts. The glass parts are made in all gold, 24kt, all clear, and then with soft blue, soft green, and soft red: then any other color requested by the clients.



2000년 우수 산업 디자인(GD) 상품 선정

산업자원부가 주최하고 한국산업디자인진흥원이 주관하는 '2000년 우수산업디자인(Good Design)' 전의 수상자가 선정되었다. 현재 판매중인 우리나라 상품을 대상으로 디자인이 우수한 제품에 GD마크를 부여하는 이 제도는 1985년에 시작되어 올해로 18회를 맞는다. 올해는 총 685점이 접수되어, 이중 320점이 우수 디자인 상품으로 선정되었으며, 39점이 수상의 영예를 안았다. 공정성과 투명성의 보장을 위해 공개심사제를 실시했다.

데, 올해의 수상작으로는 대통령상에 현대자동차 '싼타페', 국무총리상에는 삼성전자 '55" HD 디지털 프로젝션'이 선정되었다. 이밖에 산업자원부장관상에 대림자동차의 '이룬 자동차', 한샘의 '3007 센스화이트', LG전자의 '슬림형 에어컨 휘센', 삼성전자의 '이디프로', (주)코엘산업의 '다기능 손톱깎이', 캐럿-투의 '시스템 주얼리', (주)맥켄리인터네셔널의 '드라이버(골프 클럽)', 주리아화장품의 '스킨, 에멀전, 크림', 현대중공업의 '산업용 로봇'이 선정되었다. 또한 한국산업디자인진흥원장상에는 삼성전자의 '인테리어형 냉장고 지펠' 외 25점이 선정되었다. 대통령상을 받은 현대자동차의 '싼타페'는 승용차의 편리함과

중형차의 강인함, 그리고 미니밴 수준의 다용도성을 함께 갖춘 새로운 개념의 '퓨전 카(fusion car)'로, 소비자의 기본적인 욕구를 만족시킬 뿐 아니라 미래지향적인 스타일로 디자인된 점이 높은 점수를 받았다. 경영진보다는 디자이너들의 아이디어와 기획력을 토대로 디자인하여 개발한 디자인 주도형 개발상품이라는 점도 좋은 평가를 받았다.

한국산업디자인진흥원은 올해부터, 수상작들에 대한 전시를 인터넷 사이트(<http://www.designDB.com>)를 통한 사이버 전시회로 개최, 언제 어디서라도 영구히 관람할 수 있도록 배려했다. 문의 (02)708-2079



2000년 우수산업디자인상품 대통령상을 수상한 현대자동차의 '싼타페' 국무총리상을 수상한 삼성전자의 '55인치 HD 디지털 프로젝션 TV'

디자인 혁신센터 설립

한국산업디자인진흥원(KIDP, 원장 정경원)은 올 하반기 지역별 디자인 혁신센터 4개소를 설립하기로 했다. 이는 지난해 10월, 대통령 주재로 개최된 제1회 산업디자인진흥대회에서 계획된 사업의 현실화이다. 디자인혁신센터(DIC: Design Innovation Center)는 해당 지역에 소재한 중소기업에 대상으로 독자적인 디자인 개발과 시제품 제작, 상품화를 돕는 지원센터로, 우선 부산, 대전, 경기, 광주에 설립될 예정이다. 부산은 캐릭터 디자인(동서대), 대전은 디지털 디자인(KAIST), 경기지역은 디자인 경영(중앙대), 광주는 문화관광(광주대)에 관한 특화된 혁신센터로 설립될 예정이며, 각 센터별로 약 15억 원의 예산이 지원될 예정이다. 문의 (02)708-2060

제1, 2회 젊은 디자이너와의 만남 (Young Designers' Meeting)

디자인 정책을 관장하는 KIDP의 정경원 원장과 디자인 전문회사의 젊은 실무 디자이너들과의 만남의 자리가 지난 6월 28일 대학교의 한 음식점에 마련되었다. 디지털 시대를 선도할 젊은 디자이너들의 여론 수렴 및 공감대 형성을 목적으로 열린 이날의 만남에는 디자인도트의 최양현 주임, 디자인드림의 서중환 주임, 퓨전디자인의 박연훈 팀장, 디자인네트워크의 이성호 차장, 디자인 모올의 조상은 팀장, 마린디자인의 김지경 씨, 인컴미디어의 이계환 팀장, AT이노베이션의 배동훈 팀장 등 30세 전후의 디자인 전문회사 실무 디자이너들 8명이 참석했다. 과거 KIDP의 간담회가 전문회사나 기업체의 대표급들만을 대상으로 했던 관례에 비추어, 매우 이례적인 일이라 할 수 있다.

제2회 젊은 디자이너와의 만남은 7월 초, 벤처기업 관련 인사를 대상으로 강남 LG타워에서 모임을 가졌다. 이날 참석한 사람은 하모니칼라시스템의 김길호 대표, 컬러 메이커의 남세우 실장, 디자인 중심의 유재갑 상무, 자이닉스의 김부루나 팀장 등 디자이너 출신이면서 벤처 기업의 현장에서 활동하는 젊은 디자이너들이다.

특정 주제에 국한됨이 없이 자유롭게 유쾌한 분위기에서 나눈 이날의 대화에는, 디자이너의 비즈니스 능력에 대한 비판, 스타 디자이너의 부재, 기업인들의 디자인에 대한 마인드 부족 등 디자인 산업계가 당면하고 있는 현상들에 대한 진취적인 소신과 의견들이 자유롭게 오갔다. KIDP가 외부 디자이너와의 지속적인 만남과 정보교류를 통해 각계 디자이너들과의 공감대를 형성하고 유기적 협조 체계를 구축하는 데 일조했으리라 기대되는 자리였다. 3회 만남은 차후 디자인 학계를 선도적으로 이끌어가는 40대 안팎의 디자인 관련학과 교수들로 구성될 예정이다. 희망자는 (02)708-2141로 신청하면 된다.



젊은 디자이너들과 대화를 나누는 정경원 원장

KIDP, 한국청소년개발원과 업무협정

한국산업디자인진흥원(KIDP, 원장 정경원)은 지난 8월 25일 한국청소년개발원(원장 최충욱)과 디자인 조기교육 및 인재육성에 관한 업무협정을 체결했다. 이로써 두 기관은 상호 유기적인 협조체제를 구축하여 디자인 산업 발전을 위한 조기교육과 디자인 인력기반조성을 통하여 청소년문화 육성을 도모하게 된다.

업무협정 내용은 정보공유 및 홍보, 연구개발 및 교육, 디자인교육 및 연구 등에 관한 조사와 연구활동을 공동 추진하며 각종 세미나 및 연구 등에 대하여 협조·참여하는 것 등이다.

문의 (02)708-2077

제2회 한국 밀레니엄 상품 선정

첨단기술 상품과 혁신적 디자인 상품, 문화 상품 분야에서 미래성, 독창성, 혁신성을 지닌 대표적인 상품들을 선정해 KMP(Korea Millennium Products) 마크를 부여하는 '한국 밀레니엄 상품 선정제'의 결과가 발표되었다. 첨단기술분야, 혁신적인 디자인분야, 문화상품 분야 등 3분야로 나누어 선정 심사가 진행되었다. 디자인, 경영, 재료학 계열의 전문위원으로 구성된 심사위원들이 심사를 맡았고, 미래성, 독창성, 혁신성 외에 사 용시 친근성을 고려한 상품들로 100여 점을 선정했다. '대기업과 중소기업의 참여비율이 고른 분포를 보이고 있다는 점에서 큰 기대효과를 가지게 되었고, 지역적인 차별성이 강조된 문화상품의 개발에 대해 기대감을 가지게 되었다'고 심사를 맡은 고을한 심사위원장은 말했다. 문의 (02)708-2070~4

KIDP, 개도국 인력양성을 위한 디자인 연수사업 가져

KIDP는 지난 8월 7일부터 8월 19일까지 약 2주에 걸쳐 KOICA(한국국제협력단)의 2000년도 연수생 초청사업의 하나인 '산업디자인 분야 연수사업'을 진행했다.

이 사업은 우리 나라가 축적해 온 디자인 분야의 경험과 노하우를 개발도상국에 전달할 뿐 아니라 이들 국가의 디자인 인력을 양성함은 물론 우리 나라의 국제적 이미지를 제고할 목적으로 실시되었는데, 교육에 참가한 사람들은 과테말라, 세인트키츠네비스, 온두라스, 콜롬비아 등 남미와 몽골, 방글라데시, 베트남, 스리랑카, 인도네시아, 파키스탄, 필리핀 등 아시아에서 온 12명의 디자이너, 디자인 관련 정부관료, 디자인 관련 기업체의 중간 간부들이다.

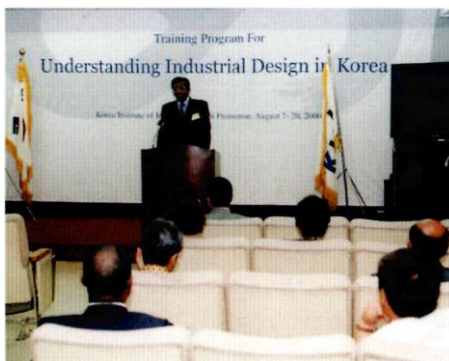
이들은 2주일간 LG전자, 삼성전자, 썬지 등 한국 기업의 디자인 성공 사례를 연구하는 한편, 현대중공업, 호암미술관 등의 업체와 박물관을 견학하고 디자인 산업, 교육, 정책으로 크게 나뉘어진 내용의 강연을 들으며 우리 나라의 산업 현황, 문화, 디자인에 대한 지식을 넓힐 수 있었다.

2주간의 교육일정을 마친 참가자들은 한결같이 이번 교육에 이은 심화교육이 필요하며, 다시 한 번 한국을 방문하여 깊이있고 실질적인 디자인 교육을 받고 싶다고 입을 모았다.

문의 (02)708-2057

디자인 연수 사업 수료식 연설

S. Winston Pathiraja_ 스리랑카 산업부 부이사



"먼저 이 자리를 빌어 산업 디자인과 관련된 이 훈련 프로그램에 대해 이야기할 수 있는 기회를 주신 나의 동료들과, 이 프로그램에 참여한 분들께 감사드리고 싶습니다. 개인적으로 매우 기쁘고 영광으로 생각합니다.

아시아시피 우리는 8월 7일 각국에서 아름다운 나라 한국에 도착했습니다. 그런데 벌써 오늘 이 프로그램의 효과를 평가하고 마무리하는 단계에 와 있습니다. 여러분들은 아마도 우리 각자가 자국의 연구소에서 담당하고 있는 공식적인 업무와 관련해 갖고 있던 산업디자인에 대한 배경지식을 이 프로그램을 통해 이론적으로나 실재적으로, 즉 서울과 주변의 문화적, 지역적, 사회적 중요지역을 답사함으로써 실무적인 경험을 통해 많이 넓힐 수 있었다고 하는 나의 평가에 동의하실 것입니다.

오늘날 우리는 디자인 진흥이 민족경제에 미치는 중요성을 잘 알

고 있습니다. 품질과 디자인은 상품을 팔고 새로운 시장을 개척하고 또한 새로운 시장으로 침투해 들어가는 데 매우 중요한 성공요인으로 작용하고 있습니다. 상품의 디자인과 질은 가격요인보다 더 중요한 것이 되어가고 있고 각국의 국가소득 성장률에 직접적인 영향력을 미치고 있습니다. 이러한 점에서 나는 이 훈련 프로그램이 우리 모두에게 디자인에 관련된 지식을 확대하고 심도있게 만드는 데 매우 유용했음을 단호하게 말할 수 있습니다.

KIDP와 KOICA가 주최한 이 협력 프로그램은 매우 전문적인 방식으로 계획, 운영되었는데 개념과 관련된 강의, 지식 중심적인 답사여행과 상호의사소통을 위한 기회 등을 포함하고 있고 한국의 유명한 디자인 회사와 디자인 전문가들의 전문적인 지원으로 그 효과가 배가되었다고 생각합니다.

또한 잘 짜여진 답사를 통해 한국에서 얻은 문화적 경험은 우리 각자의 나라에서 산업디자인의 증진을 위한 혁신적이고 창의적인 아이디어를 가지고 있는 디자이너들에게 나누어줄 수 있는 매우 소중한 보물이 되었습니다. 참가자들이 대표하고 있는 나라들은 공통적으로 개발도상국의 반열에 서 있고 따라서 우리가 이 훈련 프로그램을 통해 얻는 경험과 지식은 각자 나라의 산업디자인 분야에 큰 이득이 될 것이라고 믿습니다.

끝으로 나의 동료들과 국가를 대표해서 이 귀중한 훈련에 참가할 수 있는 기회를 제공해 주시고, 매우 흥미롭고 재미있었던 중요한 문화 유적지의 답사와 디자인 중심의 연구여행을 기획해 주신 KIDP, KOICA, ICTC 등에 깊은 감사를 드립니다."



LG디자인 연구소를 방문한 후



호익대 견학



호암미술관 방문후

디자인 관리자 교육(실무자 재교육) 안내

한국산업디자인진흥원 연수팀에서는 디자인 분야의 새로운 이론을 접할 기회가 거의 없는 실무 디자이너들, 디자인 마인드가 필요한 경영 및 마케팅 분야의 담당자들, 특히 관심은 있으나 관련 지식을 습득할 곳을 쉽게 찾지 못하는 실무자들에게 디지털 시대의 디자인계에서 통용되는 최근 이론동향과 사례연구, 법률 지식 등 담당업무와 관련된 실무를 배울 수 있는 기회를 마련했다. 교육기간은 9월 4일부터 8일까지, 오후 1시 30분부터 5시 30분까지이며, 5일간의 일정에 7과목을 수강하게 된다. 9월 4일 '디지털과 디자인' (우송대 이종호 교수), '디자인 경영' (산업정책연구원 신철호 원장), 5일 '컬러 마케팅' (IRI디자인 연구소 최종석 소장), '디자인 보호 법률' (문승영특허법률사무소 문승영 변리사), 6일 '디자인 개발전략' (서울산업대 한석우 교수), 7일 '디자인 마케팅' (디자인 마케팅 실무 및 국내외 성공사례), 8일 '글로벌

브랜드 전략' (서울대 문휘창 교수) 등으로 강연이 진행된다. 참가하고자 할 경우, 신청서, 참가비 입금증, 사업자등록증을 (02)741-3273으로 팩스 송부하면 되고, 참가비는 22만 원이다. 문의 (02)708-2069

KIDP, 산업정책연구원과 업무협정

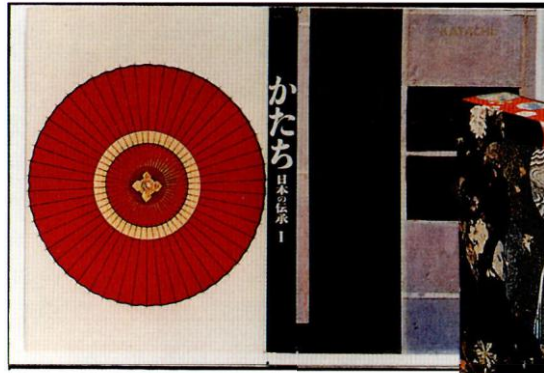
지난 7월 14일, 한국산업디자인진흥원이 산업정책연구원(대표 조동성)과 업무협정에 관한 조인식을 가졌다. 두 기관은 앞으로 디자인 경영의 중요성을 인식하고 디자인 산업 발전 기반 조성을 위한 디자인 경영 사례 연구 및 전문 인력 교육 등에 관한 유기적인 협조체제를 갖추게 된다. 주요 협력 내용으로는 '우수 디자인 경영 사례 개발', '디자인 경영 및 전략', '인적 교류 및 전문 인력 교육', '공동 세미나 및 프로그램 추진' 등이다. 문의 (02)708-2016

한국과 이탈리아 디자인협력 협정 체결

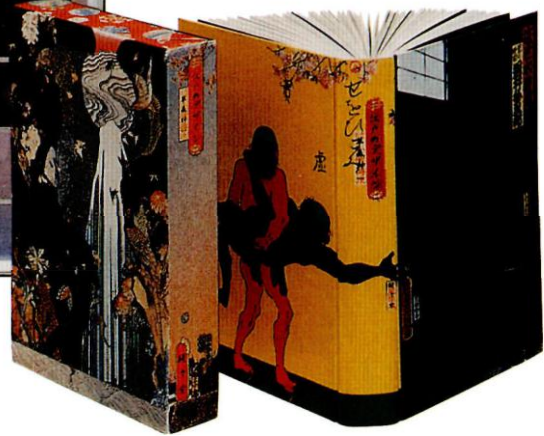
우리나라 산업자원부는 이탈리아 산업통상부와 '한-이탈리아 산업디자인 협력에 관한 협정(MOU)'을 체결했다. 지난 7월 20일 하얏트 호텔에서 열린 협정식에는 김영호 산업자원부 장관, H.E.Enrico Letta 이탈리아 산업통상장관 등이 참석했다. 이같은 협정 체결이 지난 3월 김대중 대통령이 이탈리아 방문에서 두 나라 산자부 장관을 위원장으로 하는 '중소기업 협력 선언문'을 채택하면서 섬유, 패션, 디자인, 기계, 전자, 전기 등에 협력할 것을 동의함에 따른 것이다. 이날 협정된 사항으로는 산업디자인 관련 정책에 대한 정보교환, 각종 세미나 및 워크숍 등을 통해 디자인 관점과 경험을 교류, 지원하고 공동 전시회를 개최하는 것 등이 포함되어 있다. 문의 (02)708-2056

일본 현대 북디자인전

일본 북 디자인과 동아시아 디자인의 정체성 찾기



'형식, 일본의 전통', 1963년 작



'옛 동경의 디자인', 1972년 작

일본 북 디자인의 세계를 통해 동아시아 그래픽 디자인의 역사적 정체성과 북 디자인의 예술적 형상성을 재조명하는 전시가 열리고 있다. 지난 7월 21일부터 9월 6일까지 예술의 전당 디자인미술관에서 열리고 있는 이번 전시는, 세계 디자인의 흐름을 조망하는 연속 디자인 기획전의 첫 전시다. 이번 전시에서는 지난 50년 동안의 일본 북 디자인의 동향을 작가별, 시대별 컨셉에 따라 일목요연하게 정리해 볼 수 있으며, 80여 명의 디자이너가 제작한 600여 책 디자인 작품을 관람할 수 있다. 하라 히로무, 이와즈 키요시, 가쓰이 미쓰오, 스가우라 고우헤이, 스즈키 히토시, 도다

쓰도무, 히라노 코우가 등 일본의 대표 디자이너들이 참여했다. 이 전시를 통해 일본 북 디자인과 주요 디자이너의 작품세계에 대한 개괄적인 이해와 국내 북 디자인 환경의 전문적인 체계화, 책과 조형의 관계를 통한 디자인 세계의 주목과 재발견 등 많은 수확이 있을 것으로 기대된다.

전시와 병행해 9월 1일과 2일에는 예술의 전당 서예관 4층 문화사랑방에서 심포지엄이 열린다. 심포지엄 첫날인 9월 1일에는 '일본 북 디자인의 역사적 흐름'이라는 주제로 일본 <그래픽 디자인>지의 편집장을 역임한 우스다 쇼우지 씨가, '일본 북 디자인

의 환경과 특성'을 주제로 스즈키 히토시 씨가 주제 발표를 하고 일본과 우리나라의 디자이너들이 함께 패널토의를 한다. 둘째날에는 '동아시아 북 디자인의 현재와 미래'를 주제로 정병규 씨가, '네트워크 시대의 북 디자인'을 주제로 마츠오카 세이고 씨가 발표를 갖는다. 북 디자인에 대한 심도 깊은 강연과 토의를 이끌어 낼 수 있는 좋은 기회다. 문의 (02)580-1648

세계적인 홈 인테리어 디자인 박람회

'Maison & Objet'



'서류 케이스', 아트 드 포인트사가 출품한 제품이다.



Maison & Objet 로고

'Lolita' 메탈 박스 안의 의자, 크레아티반도사 출품작.

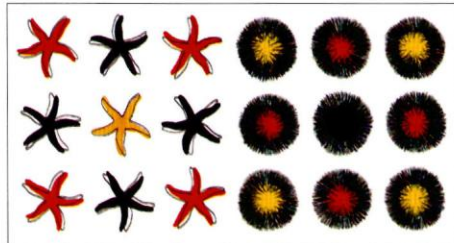
국제적인 홈 인테리어 전시회 '메종 에 오브제(Maison & Objet)'가 9월 8일부터 12일까지 프랑스 파리의 빌 뱅트 전시관(Parc des Expositions Paris-Nord Villepinte)에서 열린다. 이번 행사는 50여 개국의 25,000여 업체가 참가하는 세계적인 수준의 홈 인테리어 박람회로, 데코레이션, 테이블웨어, 선물용품 분야의 제품들이 소개된다. 전문 박람회로 열리는 이 행사에는 세계 각 대륙의 에스닉한 예술 진품들을 전시하는 '세계의 명품관', 각국의 유명 인테리어 디자이너들과 작가들의 작품을 소

개하는 '인테리어관', 은 식기류, 분차이나, 크리스탈 제품, 금은 장식류, 일반 식기류 및 식탁용품을 선보이는 '식탁용품관', 패브릭 홈 장식 제품을 전시하는 '홈패션용품관', 귀족풍의 화려하고 기품있는 전통 인테리어를 맛볼 수 있는 '장식 인테리어관', 유럽풍의 진귀한 핸드메이드 작품을 감상하는 '예술용품 전시관', 고전수집품, 기념품, 장식용품, 액자, 생활용품 등을 전시하는 '선물용품관' 등 독특한 컨셉의 전시관들을 마련하고 있다. 같은 기간에 200여 업체가 참여하는 전문 조명 전시회인 파리 국제 조명

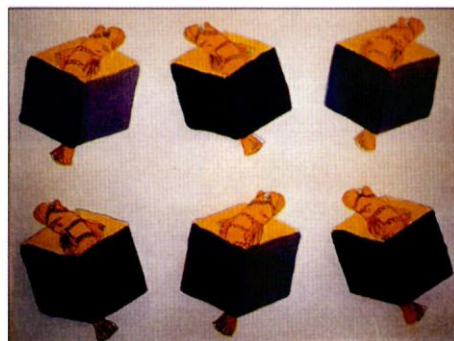
박람회도 열려, 관련 업계 및 일반인들에게 수준 높은 볼거리와 최근의 인테리어의 동향을 엿볼 수 있는 기회가 될 것으로 보인다. 문의 (02)3442-1636 SBA Korea

바다를 이루는 작은 물방울 전

일본의 전시 디자이너 이와사키 요시오 씨의 작품전 '바다를 이루는 작은 물방울 전'이 지난 8월 6일부터 9월 3일까지 코엑스 아쿠아리움에서 열렸다. 코엑스 아쿠아리움 전시 디자이너로 활동한 그는 이 전시에서, 해양 생물의 에너지와 다양한 형태를 모티브 삼아 제작한 도안화 20여 점과 해파리의 형태에서 착안해 제작한 나무 의자 디자인 작품을 전시했다. 눈으로만 보는 전시에서 벗어나 작가의 작품에 직접 앉아보기도 하고, 만져볼 수도 있게 배려한 재미난 의도가 돋보였다.



전시 디자이너 이와사키 요시오 씨와 그의 작품



해양 생물의 다양한 형태를 모티브로 제작한 도안화

“배우고 느낄 수 있는 디자인을 추구한다”

전시 디자이너 이와사키 요시오와의 인터뷰



1956년 일본 아마구찌 현 출생. 1981년부터 동물원, 수족관, 식물원 등 전시와 관련된 시설의 디자인 작업을 해왔으며, 우에노 동물공원 백곰의 집, 다마 동물공원 곤충생태원, 나고야항 수족관, 가고시마 수족관, 코엑스 아쿠아리움 등의 전시 디자인 프로젝트에 참여했다.

전시 디자인이라는 용어가 낯설다. 어떤 성격의 디자인을 뜻하는가?

테마파크, 전시장, 수족관, 동물원 등 사람들이 관람을 목적으로 찾는 공공 시설의 디자인을 말한다. 그중 나는 주로 실내에 생태계의 일부를 재현하는 디자인 작업을 하고 있다. 엄밀히 말하면 디스플레이 디자인의 한 분야라 할 수 있지만, 인테리어 디자인과는 성격이 다르다.

전시 디자인에 뛰어들게 된 동기는?

처음엔 화가가 되고 싶었다. 그러나 나의 목표와는 달리 그래픽 디자인과 건축에 관련된 일들만이 나에게 맡겨졌다. 숙명이다 싶었다. 나는 건축을 전공한 건축가는 아니었기 때문에 건물을 짓는 건축 자체보다 그 안에 설치될 수족관이나 동물원 등의 디자인을 주로 담당하게 되었다. 어떻게 보면, 전시 디자이너가 되고자 의도해서 되었다기 보다는 일을 하는 과정에서 전시 디자이너로서 인정받게 되었다 것 같다.

그간 어떤 작품들을 제작했는가?

‘바다를 이루는 작은 물방울 전’과 같은 개인적인 작업은 약 2년 전부터 꾸준히 해오고 있다. 10여 년전부터 펭귄, 들소 같은 동물을 주제로 삼아 그림을 그리곤 했었는데, 작업을 하는 동안 테마를 좁힐 필요가 있다는 생각이 들었고, 그래서 귀착된 주제가 ‘바다’였다. 지금까지 발표한 개인 작업은 대부분 바다를 소재로 제작된 것들이며, 그 외에는 공공 프로젝트였다. 대표적인 공공 전시 디자인 프로젝트라 한다면, ‘나고야항 수족관’, ‘카사이 인해 수족관’, ‘가고시마 수족관’ 등을 들 수 있다. ‘나고야항 수족관’의 경우 연구원들과 함께 우리가 구현한 생태계를 관람자들에게 자세히 설명하는 해설 패널을 만들어 이해를 돕도록 작업했던 것이 인상적이며, 도쿄에서 운영하는 ‘카사이 인해 수족관’은 돔(dome) 형태의 건축 양식이 돋보이는 건물 내부에 우리가 생각하는 이상적인 생태계를 구현했던 작업으로 기억에 남는다. 또한 대부분의 시설이 백화점식으로 다양한 생태계를 동시에 한 장소에 열거해놓는 방식을 채택하는 것과 달리, 큐슈 지방 특유의 남방 생태계를 주제로 디자인 작업을 한 ‘가고시마 수족관’도 잊을 수 없는 프로젝트다.

가장 기억에 남는 작업은 어떤 것이었나?

하나하나 기억에 남지않는 프로젝트는 없지만, 다마 시에 건설한 ‘다마 동물공원 곤충생태원(Zoological Park Insectarium)’이 가장 인상에 남는다. 세계 최초의 살아있는 곤충 생태 전시관인 이곳은, 나비와 곤충들이 자연에서와 마찬가지로 환경에서 살 수 있는 생태계를 구현해 그 안에서 관람할 수 있게 계획한 테마파크다. 건

물 내부에 일본 남부의 아열대 오키나와 지방의 생태계를 옮겨놓고, 일반 자연 환경과 유사하게 인공으로 바람을 흐르게 만들어 곤충들이 바람을 타고 날 수 있게 디자인한 점이 인상적이었다.

코엑스 아쿠아리움 디자인에도 참여했는데, 프로젝트 진행 과정을 듣고 싶다.

제작 의뢰에서 완성까지 1년 여의 기간이 소요되었다. 처음 6개월간은 지하라는 특이한 공간에 마련될 코엑스 아쿠아리움에 구현할 생태계에 대해 아이디어를 얻고자 하는 마음에 인도네시아 등지를 여행했다. 그리고 6개월 정도 작업을 진행해 완성했다. 나는 이곳을 ‘물의 여행’이라는 테마에 맞춰 물이 상류에서부터 강을 따라 바다에 이르는 과정을 통해 만나게 되는 다양한 수중 생물들을 소개하고자 했다. 관객들이 쉽게 만나볼 수 없었던 외국의 희귀 수중생물들을 선보이기 위해, 안데스 산맥의 잉카제국을 물의 발원지로 삼아 카리브해의 심해에까지 이르는 경로를 따라 전시를 구성했다. 디자인 구현을 위한 시스템은 대부분 외국의 힘을 빌었다. 하지만 이번 작업과정을 통해 한국 자체적으로 제작할 수 있는 부분들이 충분히 있음을 인식하게 되어 뜻깊었다.

이번 작업을 하면서 아쉬운 점이 있었다면?

한국에서는 처음 만들어지는 본격적인 테마파크 수족관인 만큼 재미가 있어야 하고, 인상에 남아야 한다고 생각했다. 그런 욕심에 수족관을 좋아하는 사람들의 기대를 완벽하게 충족시켜주고 싶었는데, 학습적인 측면에서 다 충족시키지 못했다는 약간의 아쉬움은 남는다. 이후로, 그것을 보충할 시설이 많아졌으면 하는 생각이다.

가장 이상적인 생태계는 어떤 것이라 생각하는가?

인간의 손길이 닿지 않은 생태계가 가장 이상적이라 생각한다. 우리 시대에도 이미 생태계는 이상적인 것이 아니다. 그렇기 때문에 우리 다음 세대들에게 ‘이상적인 자연이란 이러한 것이다’라는 것을 전해줄 수 있도록 교육적인 측면을 고려해 전시 디자인에 임하고 있다.

최근에는 어떤 작업을 하고 있는가?

나카가와 수족관, 오와라이 수족관, 아키타 수족관 등 주로 수족관 전시 디자인 작업을 하고 있다.

전시 디자이너가 되고자 하는 사람들에게 하고 싶지만 부탁한다.

외국의 경우, 동물원이나 수족관은 위락 시설이 아닌 생태교육의 현장이다. 본격적인 학습의 장으로 이러한 시설들을 제공하기 때문에, 이곳에서 받은 감동을 바탕으로 꿈을 키워나가는 많은 어린이들이 생겨난다. 그들이 자라 훗날 더 좋은 전문가가 되고, 과학자가 되는 것이다. 이와같은 교육적 효과는 계속해서 순환한다. 전시 디자인이 중요한 이유가 바로 이런 사이클을 돌리는 힘의 동기가 된다는 데 있다. 전시 디자인은 전문적인 디자인이다. 철저한 공부가 필요하며, 굉장한 독서량을 바탕으로 하지 않으면 안된다. 그냥 형태만을 디자인하는 것이 아니라, 생각이 담긴 디자인, 영향을 줄 수 있는 디자인을 하겠다는 의지와 끊임 없는 정진이 아니고는 힘든 디자인이라는 점만 명심해 주었으면 한다.

통역 | 민병근 호서대학교수 인터뷰 | 한혜경 자유기고가

새로운 영상예술의 제단, 〈환타지아 2000〉

1940년 애니메이션과 클래식 음악의 만남을 꾀한 월트 디즈니사가 처음 '환타지아'를 발표한 지 60년이 지난 오늘의 시점에서, 기존의 환타지아에 현대적인 감각을 가미해 재미와 감동을 더한 '환타지아 2000'을 개봉했다.

'환타지아 2000'은 음악을 따라 총 8개의 시퀀스로 구성되어 있다. 〈운명의 테마: 선악의 대결〉(픽소테 헌트 감독)편은 베토벤 교향곡 5번 '운명'을 테마로 했으며, 〈날으는 고래의 전설〉(헨델 뷰토이 감독)은 러스피기의 '로마의 소나무'를 애니메이션화한 작품이다. 그 밖에 〈30년대 뉴욕의 일상: 허쉬필드 거쉬인의 만남〉(에릭 골드버그 감독)은 조지 거쉬인의 '랩소디 인 블루'를, 〈뮤지컬로 보는 동화〉(헨델 뷰토이 감독)는 드미트리호 쇼스타코비치의 '장난감 병정'을, 〈요요를 하는 홍학〉(에릭 골드버그 감독)은 까마유 생상의 '동물의 사육제'를, 〈미키를 따라 환상의 세계로〉(제임스 알가 감독)는 폴 듀커스의 '마법사의 도제'를, 〈짜 읽은 도날드〉(프란시스 글레바스 감독)는 엘가의 '위풍당당 행진곡'을 재미난 영상으로 풀어놓았다. 또한 〈부활의 파날레: 희망의 불꽃〉(괴탄 브릿지, 폴 브릿지 감독)은 이고르 스트라빈스키의 '불새 연작 1991 버전'으로 제작된 작품이다. 이 작품을 위해 메트로폴리탄 오케스트라 예술감독을 역임한 제임스 레빈이 음악을 총지휘하고 시카고 심포니 오케스트라가 연주를 맡았으며, 제임스 알가, 퀸시 존스, 이작 필만, 배트 미들러 등 당대 최고의 아티스트들이 참여했다.



'부활의 파날레: 희망의 불꽃'의 한 장면



미키를 따라 환상의 세계로'의 한 장면



'요요를 하는 홍학'의 한 장면

청주 인쇄출판 박람회

현존하는 세계 최고(最古)의 금속활자본 '직지심체요절(직지)'이 인쇄된 고장 청주를 국제적으로 홍보하고 지식정보화산업을 주도하기 위해 마련된 행사다. 청주 고인쇄박물관 일원에서 9월 22일부터 10월 22일까지 1달 일정으로 열리는 이번 행사는, '문자 문화의 지난 천년, 새천년'을 주제로 하고 있으며, 지난 천년 동안의 인쇄문화 발달과정을 되새겨보고 새천년 디지털 시대에 지식정보산업이 나갈 방향을 제시할 예정이다.

전시관은 직지관을 비롯 인쇄체험관, 주제기획관, 출판문화관 등으로 꾸며지며, 국내외 30여개국에서 출품한 500여 종 1만여 점의 인쇄물들이 전시될 예정이다. 보다 자세한 내용은 청주인쇄출판박람회조직위원회 홈페이지(<http://www.cippexpo.com>)에서 접할 수 있다. 문의 webmaster@cippexpo.com

서울 국제 캐릭터 쇼 2000



지난 7월 30일부터 8월 6일까지, 서울무역전시장(SETEC)에서는 서울 캐릭터 쇼 조직위원회가 주최하고 유로컴이 주관하는 '국제 캐릭터 쇼 2000' 행사가 열렸다. 국내 캐릭터 산업의 육성과 21C 전략 산업으로서의 기반을 조성하고, 캐릭터 비즈니스의 효과적인 종합 마케팅장을 마련하고자 열린 이번 전시에는 국내외 애니메이션, 게임, 만화, 캐릭터 개발업체 등이 참여했다.

국내 캐릭터 개발 및 애니메이션 업체의 전시공간으로 마련된 제1전시장, 캐릭터 테마파크, 메인 무대 등 전시 이벤트 공간으로 구성된 제2전시관, 외국 캐릭터 라이선스 업체, 국내 캐릭터 상품 제조 업체 및 외국 캐릭터 관련 업체의 전시공간으로 구성된 제3전시관이 마련되어 다양한 이벤트와 전시물들을 관람할 수 있게 전시를 구성했다. 이번 전시로, 캐릭터 시장의 저변 확대 및 활성화, 국내 업체의 해외시장 개척 모색, 신규 캐릭터 업체의 시장 진출 기반 조성에 많은 도움이 되었을 것으로 생각된다. 문의 (02)542-2053

쌔미, 니마 콜렉션(NIMA Collection) 개최

(주)쌔미의 구두 브랜드 '니마'의 첫 아트 콜렉션이 지난 7월 7일, 올림픽공원 제3체육관에서 열렸다. '니마'의 이미지를 무용가 안은미 씨의 아방가르드적 무용과 함께 새로운 시각에서 보여준 이번 콜렉션은, 기존에는 볼 수 없었던 구두 패션쇼와 퍼포먼스 공연을 예술적으로 접목시킨 전혀 새로운 개념의 무대였다. 안성희 씨의 무대와 전성호 씨의 영상, 음악이 '꼬리'라는 하나의 테마로 어우러져 풍성한 볼거리와 신선한 느낌을 주었다. 이번 공연에 참가한 50여 명의 모델들은 인터넷을 통해 선발된 순수 아마추어 모델들이었고, 어어부 밴드, 공명, 사계의 연주와 라이

브 음악이 전혀 색다른 감각의 패션쇼를 한층 무르익게 했다. 문의 (02)422-8111



쌔미 니마 콜렉션 중에서

제4회 한국홍보상품 및 판촉물전시회

오는 10월 4일부터 7일까지 여의도 종합전시장 제2전시장에서, 한국홍보상품 및 판촉물 전문 전시회가 열린다. 홍보상품, 판촉물, 선물용품 관련 산업체가 참가하는 이번 행사는 관련 업계의 내수시장 활성화 및 수출증대를 위해 마련되었다. 문의 (02)755-4637

제2회 한국 밀레니엄 상품전

제2회 한국 밀레니엄 상품전이 오는 10월 20일부터 11월 2일까지 COEX 대서양관에서 열린다. 첨단기술 상품과 혁신적 디자인 상품, 문화 상품 분야에서 미래성, 독창성, 혁신성을 지닌 대표적인 상품들을 선정해 KMP(Korea Millennium Products) 마크를 부여하는 '한국 밀레니엄 상품 선정제'에서 선정된 제품 150여 점이 전시될 예정이다. 문의 (02)708-2070~4

목포 세계도예 Pre-Expo 2000

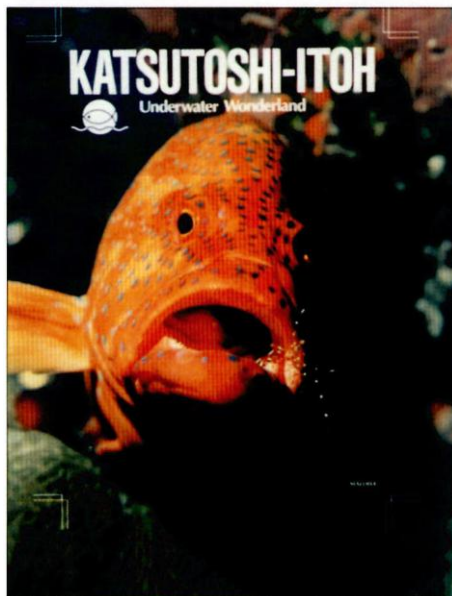
(Mokpo International Ceramics PRE-EXPO 2000)

전통과 현대 산업도자기, 그리고 도자산업의 미래상을 한눈에 살펴볼 수 있는 자리가 마련된다. 오는 9월 23일부터 10월 3일까지 전라남도 목포시 문화예술회관 일대에서 열리는 '세계 도예 Pre-Expo 2000'이 바로 그것. '전통, 과학, 예술 그리고 미래'를 주제로 10여 개국, 150여 업체와 150여 명의 작가 및 문화단체들이 이 행사에 참가한다. 문화관광부, 한국관광공사, 요업기술원, 한국시각디자인 진흥원, 목포MBC, 목포KBS 등의 후원으로 열리는 이번 행사는, 한국 도자 산업의 현재와 전망, 국제 경쟁력 등을 제고할 수 있는 좋은 자리가 될 것으로 기대된다. 문의 (061)284-3130, 284-4184/Fax (061)284-1031

바다 속 우주세계전

지난 8월 6일부터 9월 3일까지 코엑스 아쿠아리움 특별 전시실에서는 일본의 해양사진작가 이토카츠토시의 사진 전시가 열렸

다. '바다 속 우주세계전'이라는 제목으로 열린 이번 전시에서는, 바다 속의 아름다운 자연과 각양각색의 생물을 포착한 컬러 사진 30여 점이 전시되었다. 일본 시즈오카 현(縣)의 동이즈를 거점으로 수중 생물의 생태를 관찰하고 영상에 담아 신문, 잡지 등을 중심으로 사진작가 활동을 하고 있는 작가의 이번 전시는, 무한한 생명의 보고로서의 바다 속을 엿볼 수 있는 뜻 깊은 전시였다.



수중촬영 준비를 마친 이토카츠토시 씨와 그의 작품

(주)보이스텍, 책 읽어주는 '보이스 북' 개발

편안하게 컴퓨터가 읽어주는 소설을 듣는 시대가 도래했다. 음성 인식 벤처기업인 (주)보이스텍(대표 김수웅)과 국내 최대 디지털 북 전문업체인 (주)바로북닷컴(대표 배상비)은 지난 7월 19일, 코엑스(COEX)에서 텍스트를 음성으로 읽어주는 음성합성기술과 전자책(e-Book) 콘텐츠를 결합시킨 새로운 개념의 '보이스 북 (voice book)' 시연회를 가졌다. 이 두 회사는 시연회에 이어 전략적 제휴를 체결하고, 일차적으로 밀레니엄 현대문학전집'을 보이스북으로 공동 개발해 시판하기로 합의했다.

성우의 육성을 직접 녹음한 오디오 북의 경우 104권을 담으려면 수백 개의 테이프가 필요한 반면 보이스텍은 단 1개의 CD에 그와 상응하는 용량을 담을 수 있고, 재가공이 쉽고 파일단위로 인터넷 유통이 가능하다는 점에서 '보이스 북'은 새로운 매체로 부상되고 있다. 이와같이 음성 합성 기술과 전자책이 결합된 보이스북이 본격 출시될 경우, 국내외 도서시장의 판도 변화가 예상되며, 그동안 책을 읽기 어려웠던 시각장애인들에게도 양질의 독서 환경을 제공할 수 있을 것으로 보인다.

금호타이어, 세계 2번째로 초광폭 타이어 개발



금호타이어가 새로 개발한 초광폭 타이어 'KLT01'

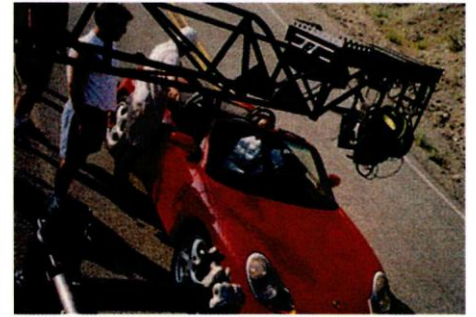
금호타이어(대표 신형인)가 세계에서 2번째이자 국내 타이어업계 최초로 19.5인치 트럭용 45시리즈 초광폭 타이어 제품인 'KLT01' 개발에 성공했다. 이번에 개발된 45시리즈는 기존에 미쉐린 타이어 사에서만 개발에 성공했던 초광폭 타이어의 기술을 한층 더 발전시켜 제작한 것으로, 기존 제품보다 가격이 50% 이상 더 높은 고부가가치 제품이다. 유럽의 볼보, 벤츠 등의 트레일러용으로 주로 사용되고 있는 타이어이기 때문에, 향후 지속적으로 시장 규모가 늘어날 미래형 제품인 점에서 뜻깊다.

금호타이어가 2년 여의 기간동안 30억 원의 연구개발비를 들여 개발에 성공한 'KLT01'은 유럽 수출시 반드시 거쳐야 하는 유럽 인증 테스트(ECE)까지 합격함으로써, 양산체제만 가동하면 수출에 필요한 모든 조건을 구비한 상태로, 양산 설비를 갖추는 내년부터 해외로 수출될 예정이다. 기술력 입증은 물론, 수익성 향상에 도움이 될 이번 초광폭 타이어의 개발로, 금호타이어는 300억 이상의 매출을 기대하고 있다. 금호타이어는 이미 지난 4월, 국내 최초로 승용차용 초저평면비 타이어인 20인치, 30인치 시리즈 타이어 개발에 성공한 바 있다. 문의 (02)758-1764

금호타이어, 전세계 TV-CM 방영을 통한 공격적 글로벌 마케팅 전개

금호타이어가 '새천년, 세계 기술'의 가치를 내걸고, 세계적인 브랜드 파워를 가진 기업의 위치를 보다 확고히 하고자 전세계 TV-CM을 통한 공격적 글로벌 마케팅을 전개하고 있다. 90년대 초

반부터 본격적으로 진행된 시장 확대 및 수익성 제고 전략을 토대로, 2000년에는 250억 원 상당의 해외 광고비를 책정해 글로벌 캠페인을 시도하고 있는 것이다. 그 일환으로 제작중인 해외용 TV-CM은, 금호타이어의 뛰어난 제품력을 강조하는 컨셉으로 제작되었다. 지난 6월 미국 캘리포니아주에서 촬영을 마친 이 TV-CM은 6월부터 유료 스포츠, Fox sports, CNN, ESPN, 스타 TV 등 세계 유수 케이블 및 위성 채널 뿐 아니라 독일의 RTL, 스페인의 Antenna3, 프랑스의 Canal+, 이탈리아의 Canale5 등 공중파를 통해 방영될 예정이다. 문의 (02)758-1764



금호타이어 글로벌 캠페인

홍익대 미술디자인공학 연구소,

(주)코사시스템과 태권도 용품 디자인 개발 산학 협력 조인

지난 7월 25일, 인터콘티넨탈 호텔 지하 1층 카네이션홀에서 안종문 홍익대학교 미술디자인 공학 연구소장(홍익대학교 산업디자인학과 교수, 대학원학과장)과 김성용 코사시스템 주식회사 대표가 태권도 용품 디자인 개발 업무 협약 조인식을 가졌다.

이번 협약은 대학과 회사간의 산학협동이라는 의미보다는 예술과 태권도와의 결합이라는 점에서 이목을 집중시킨다. 이날 협약에서 홍익대학교 미술디자인 공학연구소는 태권도용품 전반에 걸친 디자인 개발 부문을 담당하며, 코사시스템 주식회사는 태권도용품 생산, 유통, 판매 등의 업무를 담당하기로 했다.

태권도 용품 디자인 개발 업무 협약은 코사시스템(주)와 홍익대학교 미술디자인 공학 연구소의 산·학 협력을 통한 태권도 관련 업계의 활성화를 목적으로 하고 있다. 태권도 용품 디자인 개발 업무 협약으로 홍익대학교 미술디자인 공학연구소는 민간기업의

경영 마인드 접목, 대외적으로 공신력 있는 사업과의 연계를 통한 이미지 상승, 태권도용품 디자인을 통한 고급 인력 양성 및 노하우 습득이 가능해졌으며, 코사시스템 주식회사는 양질의 태권도용품 공급에 따른 대외 경쟁력 상승, 새로운 아이템 개발로 인한 사업 영역의 다각화, 태권도 용품 디자인의 전문적 노하우 습득, 기존 사업 추진 역량의 활용 등을 도모할 수 있게 되었다.

항공사 안전 광고의 새로운 시도, 아시아나 '안전편'



감성적 설득 방법을 채택한 아시아나 항공의 광고 '안전편'

(주)아시아나 항공(대표 박삼구)는 새천년 세계 최고의 항공사가 되겠다는 비전으로 '안전문화 정착'이라는 경영 전략을 공표하는 TV 광고 '안전편'을 새로이 제작 방영하고 있다. 이 광고는 항공사 광고로는 처음으로 일반 소비자를 모델로 안전을 소구했다는 점에서 기존의 국내 항공사 광고 뿐 아니라 세계적인 항공사들의 광고와 차별화된다고 할 수 있다. '새 비행기'라는 광고 컨셉에서 '편안하고 안전한 항공사'라는 이미지로 탈바꿈해 확실한 경쟁적 우위를 역설하고 있는 점이 돋보이는 광고다. 안전사고의 발생 가능성이 높아지는 장마철에 맞춰 적절하게 방영되었으며, 컨셉을 더욱 확실하게 전달하면서 공감하게 하는 감성적 설득 방법이 인상적이다. 문의 (02)2262-4563

연세대학교 정보대학원 디지털미디어 전문가과정 개설

연세대학교가 디지털 미디어의 중심지인 미국 실리콘밸리 인근의 미디어 전공 교수들과 실무 전문가들과 협력해, 국내 최초로 대학원 수준의 고급 교육과정인 '디지털미디어 전문가 과정'을 개설했다. 디자이너, 아트디렉터, 콘텐츠 기획/제작자, 뉴미디어 담당자, 관련 업계 2년 이상 종사자와 관련 학과 학생을 대상으로 지난 8월 19일에 원서를 마감했고, 9월 4일부터 12월 21일까지 16주간 강의를 진행한다. 이 과정의 특징은, 미국 실리콘 밸리 인근의 현직 교수 및 현업 전문가가 원격교육을 실시한다는 것이며, 실무에 입각한 기술만을 가르치는 기존 미디어 과정의 커리큘럼과는 차별되는 대학원 수준의 고급 교육과정이라는 점, 그리고 한국-미국 교수진의 교체 강의 및 특강, 진행을 돕는 강사들의 협동강의가 이루어진다는 점 등을 들 수 있다. 수강자에게는 미국 현지 수업 및 업계 탐방 기회도 부여한다. 보다 자세한 내용은 <http://gsi.yonsei.ac.kr>에서 접할 수 있다.

문의 (02)361-4187

산업자원부, 디지털 산업단지 구축사업 본격 착수

산업자원부는 지난 7월, 디지털 시대의 중소기업 경쟁력 제고를 위해 8월부터 안산지역의 반월·시화단지를 대상으로 디지털 산업단지 시범사업에 착수한다고 밝혔다. 디지털 산업단지 사업은

국내 중견·중소기업의 디지털 경영을 지원하기 위해 추진될 계획이며, 우선 안산지역의 반월·시화단지를 대상으로 7월 말부터 본격적인 시범사업을 추진할 방침이다.

총 사업비 16.7억 원(산자부: 10억 원, 산업단지공단 및 (재)안산테크노파크: 현금·현물 출자 6.7억 원, 주관사업자: 한국전자거래진흥원)으로 추진되는 이번 시범사업은, 안산 지역의 반월·시화단지(전체 3,600여 기업)에 입주한 전기·전자·기계분야의 중업원 50인 이상 중소기업 300여 개를 대상으로 한다.

안산 디지털 산업단지는 기업 개개의 성격에 맞는 각종 콘텐츠와 온라인 행정서비스를 제공하고, 동일산업단지·유사업종을 기반으로 하는 커뮤니티를 구축함으로써, 기업간 전자거래를 촉진시킬 수 있는 기회로 마련되었다. 이번 디지털 산업단지 시범사업은 7월말 공고를 통해 8월중으로 주관사업자를 선정하고 시스템 구축에 착수, 2001년 초 시범운영을 통해 미비점을 보완한 뒤, 2001년 5월부터 본격적인 서비스를 제공할 예정이다.

(주)212, 대진산업 LCD 모니터 디자인 출시



(주)212(대표 은병수)가 디자인한 (주)대진산업의 LCD 모니터가 출시되었다. 스피커 부위의 매쉬를 이용한 디자인이, 정교하며 고급스러운 음향기기를 연상시키는 이 모니터 시리즈는 사이드별 다양한 제품군을 형성하고 있다. 15인치와 15.1인치의 공용 디자인에, 15.7인치는 프론트 커버만 교체하여 사용이 가

능하도록 하였으며, 18인치 역시 15.7인치의 베이스를 그대로 사용할 수 있도록 하여 제조 비용을 절감하였다. TV 수신 기능이 첨가되어 있고, 디스플레이의 인간공학적인 레이아웃으로 조작성이 편리하다. 뒷 커버의 경첩(hinge) 제거로 벽걸이형으로도 사용이 가능하며, 뒷판에 손잡이를 장착하여 이동이 편리하도록 하였다. 심플한 프론트 커버에는 메탈릭 컬러가 적용되었고, 이와 대비되는 후면 및 베이스는 다이내믹하고 정교한 디자인의 투톤(Two Tone) 컬러가 조화를 이룬다. 컴퓨터 부품 전문업체로 LCD 모니터 사업에 처음 진출하는 대진산업은 고유 모델을 통한 국내외 제품 경쟁력 확보를 위하여 적극적으로 디자인을 개발, 품질 대비 저렴한 가격대로 호평을 받고 있다.

한편, (주)212는 지난 7월 중소기업청으로부터 제품디자인회사로는 처음으로 벤처기업으로 지정된 데 이어, 8월 1일 기술신용보증기금으로부터 우량기술기업으로 선정되었다. 우량기술기업이란 기술력 향상에 주력하는 중소기업 중 성장 잠재력이 우수한 신기술사업자를 인정하는 제도로써 이에 선정되면 각종 보증지원 제도의 혜택을 받을 수 있다.

문의 (02)5433-212, (주)대진산업 (054)973-6766

바론슨, 경매 사이트 '와와' 인수

코스닥 등록기업인 (주)바론슨이 개인간 중고품 경매업체인 와와를 인수해 인터넷 업체로 변신한다. 캐릭터 전문회사인 바론슨은 125억 원의 자금을 투입해, 중고품 경매 사이트 와와(<http://www.wawaaa.com>)의 지분 67.6%를 취득한다고 밝혔다. 바론슨의 와와 인수는 지난 6월부터 인터넷 기업으로의 변신을 모색해 왔던 회사 방침에 따라 이루어졌으며, 와와가 가진 온라인 비즈니스의 가능성을 인정해 인수를 결정한 것으로 알려졌다. 이번 인수를 통해, 바론슨은 온라인 유통 채널을 확보하는 한편 와와가 보유한 콘텐츠의 캐릭터를 상품화할 예정이다. 와와는 바론슨에 인수된 후에도 독립운영 체제를 계속 유지할 계획이며, 바론슨의 캐릭터와 문구, 팬시 용품을 활용한 대고객 서비스도 강화해 나갈 예정이다.



와와 사이트

그래픽 엔조, 웹진 'Cafenzo' 웹사이트 리뉴얼 디자인

그래픽 디자인 전문업체 그래픽 엔조(대표 김준호)는 자사가 운영하고 있는 인터넷 웹진 'Cafenzo'(<http://www.cafenzo.com>)의 리뉴얼 디자인 작업을 마치고 최근 공개했다. 전세계 디자이너의 작품을 갤러리에 전시함으로써 교류의 장과 함께 디자이너들의 커뮤니티를 구축하고 있는 인터넷 웹진 'Cafenzo'는 동양과 서양 문화의 결합이라는 퓨전 양식을 도입해 보다 새롭게 단장을 했다. 무국적주의를 표방한 이번 리뉴얼 디자인에는 '유머(Humour)',

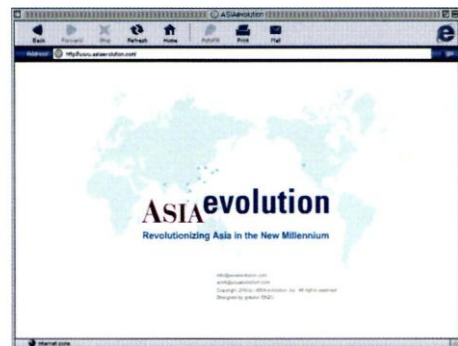
'위트(Whit)', 그리고 '키치(Kitch)' 라는 디자인 코드를 도입해, 각각의 컨셉을 디자인에 접목한 점이 특징이다. 현란한듯 전개되는 디자인 패턴과 컨셉에 따른 화려한 코드 아이덴티티는 기존의 디자인과는 차별화를 두고자 의도적으로 유도한 것이다. 문의 (02)549-1194



그래픽 엔조의 'Cafenzo' 사이트

Asia evolution 회사 홍보용 웹사이트 디자인 및 제작

그래픽 엔조(대표 김준호)가 Asia evolution의 회사 홍보용 웹사이트(<http://www.asiaevolution.com>) 디자인 및 제작을 진행했다. 아시아를 기점으로 세계 각처의 벤처 인큐베이팅이 주요 사업분야인 Asia evolution은 투자자와 고객사의 가치 극대화를 위해 그들만의 노하우로 각국에 지점을 두고 활발한 사업 활동을 하고 있는 기업. 이 기업의 이미지를 널리 알리게 될 홍보 웹사이트의 인트로 페이지는 젊음과 신뢰감을 주는 블루를 메인 컬러로 채택해 디자인하였고, 그들의 지점망을 Flash로 제작하여 국제적인 회사의 규모를 시각적으로 알기 쉽게 파악할 수 있도록 의도하였다. 전체적으로 Icon을 배제한 타입만을 이용한 최소의 그래픽 요소로 깔끔하게 회사의 이미지를 정립하였고, 플래쉬로 제작된 메인 프레임은 사용자 중심의 인터페이스를 최대한 고려한 것이다. 문의 (02)549-1194



Asia evolution 사이트

국내 첫 만화영화 박물관 개관

KBS 영상사업단은 국내 처음으로 '애니메이션 박물관'을 개관했다. 오는 11월 12일까지 경기도 과천시 서울랜드 이벤트홀에서 펼쳐지는 '놀자! 만화영화박물관'이 바로 그것. 상설 박물관은 아니지만, 국내 최초로 만들어진 본격적인 시설이라는 점에서 눈길을 끈다. '추억의 애니메이션 캐릭터 전시회'라는 부제로 열리는 이번 행사에는, 한국의 회귀 애니메이션 사료를 비롯해 일본, 미국 등 애니메이션 강국의 각종 자료들을 한 곳에 모아 전시함으로써, 교육적 효과와 즐거움을 함께 제공하고 있다. '황금박쥐' '타이거마스크' '마린보이' '로봇 태권 V' 등 70년대 인기

애니메이션에서부터 최근 어린이들 사이에서 최고의 인기를 누리고 있는 '코켓몬스터' 등의 다양한 애니메이션을 만날 수 있다. 더불어 70년대 만화방을 재현한 '고바우 만화방', 북한의 만화와 애니메이션 관련 자료 전시실 등도 마련해 놓았다.



3D로 제작한 태권 V

동서유학원, 제5차 아트 & 디자인 유학준비 설명회

아트 & 디자인 전문 유학원인 동서유학원이 지난 8월 18일 유학 설명회를 가졌다. 7월 29일에 이어 5번째로 열린 이날의 설명회에서는 국가별(미국, 영국, 호주, 이탈리아) 아트 & 디자인의 특성, 국내 교육과의 차이점, 외국 아트 & 디자인 교육의 현실 추세 등에 대한 이야기가 오갔으며, 유학준비방법, 어학연수, 조건부 입학, 정규과정 입학의 차이점 등, 그리고 포트폴리오와 Personal Statement의 중요성 등에 대해 설명하는 형식으로 진행되었다. 문의 (02)732-3371



로딩 호텔 롯데 대학 도서관

한겨레 일러스트레이션학교, 제4기 강좌 개강

한겨레 일러스트레이션학교가 제4기 강좌를 시작한다. 이 학교는 한겨레문화센터 전문학교 (6개월)과정으로 1999년 3월에 개설되어, 현재 3기 강좌가 진행되고 있는데, 4년제 대학의 선택과목이나 전문대학의 직능과정으로 편성되어 있는 국내 일러스트레이션 교육환경에 대한 비판적 대안으로, 전문 작가를 양성하는 실천적 목적을 강화한 국내 유일의 일러스트레이션 전문학교이다.

강사진으로는 광영권, 권혁수, 이성표 등 주임교수와 이해리, 이억배 객원교수, 그리고 홍성찬, 황성순, 이호백, 한병호 등의 현장작가들이 참여하고 있고 채인선, 주인석, 김란영, 엄혜숙 등 작가,동화작가, 편집자, 기획자 등이 특강 및 포럼 등 다양한 형식과 내용으로 일러스트레이션의 학습과정을 지원한다.

강좌설명회는 9월 6일(수) 오후 7시 한겨레문화센터(신촌소재)

제2강의실에서 있을 예정이고, 포트폴리오 접수는 9월 15일(금)까지 마감이며, 수강자 발표는 9월 19일(화), 개강은 9월 21일(목)이다.

문의 (02)3272-7575 서기철 차장

미디어시티 서울 2000 축제

미디어를 주제로 예술과 과학기술, 산업 등을 접목한 국제 미디어 종합축제가 열린다. 서울시의 밀레니엄 사업의 하나로 2000년 9월 2일부터 10월 31일까지 60일간 서울에서 화려하게 펼쳐질 이번 행사는 새천년을 열어가길 국제문화예술축제로, 2000년부터 2년마다 비엔날레 행사로 개최될 예정이다. 올해는 ASEM, 2002년에는 월드컵대회 기간에 맞춰 세계적인 축제로 열릴 계획이다. '미디어시티 서울 2000 축제'는 국제 정상급 미디어 작가와 전문가가 참여해, 예술과 과학기술, 산업이 한자리에 만나는 국제 미디어 종합축제로 21세기를 주도할 멀티미디어를 매개로 각 분야를 접목하여 새로운 가치를 창출해 내고 서울을 국제적인 '미디어 도시'로 거듭나게 할 목적으로 마련되었다. 행사 내용을 간략히 살펴보면, 국내외 정상급 미디어 아티스트들이 참여하는 본격 미술 전시로서 미디어 아트와 어제의 오늘을 한눈에 조망하는 '미디어 아트 2000(Media Art 2000)', 대도시의 혈관인 지하철 공간에 작품을 설치하여 도심의 일상과 예술이 만나는 기회를 마련하는 '지하철 프로젝트(Subway Project)', 상업광고 매체로 주로 사용되는 전광판에 영상예술작품을 상영함으로써 도시인들에게 새로운 문화를 체험케하는 '시티 비전(City Vision)', 어린이들이 멀티미디어를 이용한 놀이 공간에서 다양한 디지털 문화를 자연스럽게 체험하는 교육 프로그램 '디지털 앨리스(Digital Alice)', 영화, 광고, 방송, 뮤직비디오, 애니메이션, 게임 등 첨단 미디어 산업의 현장을 직접 경험할 수 있는 기회로서 흥미로운 실연 프로그램을 통해 내일의 미디어가 갖는 다양한 가능성과 의미를 전달하는 '미디어 엔터테인먼트(Media Entertainment)' 등의 전시행사를 주축으로 진행된다. 이에 부가되는 학술행사로는 매주 금요일 오후 2시에 서울 시립박물관 강당에서 '미래와 문화, 미디어'를 주제로 세계적인 석학들의 강연이 행해질 예정이다. 또한 9월 27일과 28일, 10월 18일과 19일에는 시립박물관 강당에서 '디지털 미디어 산업의 새로운 물결-디지털 감성'을 주제로 미디어 산업 심포지엄(Media Industry Symposium)도 열린다. 보다 자세한 내용은 <http://www.mediaeoul.org> 또는 <http://www.mediacity.seoul.kr>를 참조.



미디어시티 서울 사이트

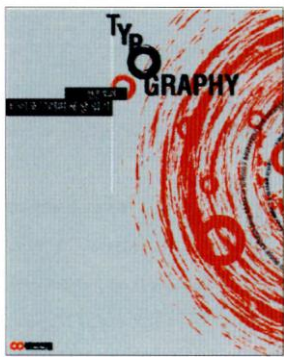
디자인하우스, 국내 최초의 디자이너론 시리즈 <대화> 발행



디자인 전문지 <월간 디자인>과 디자인 전문 서적을 발행해오고 있는 디자인하우스에서 세계 디자인 거장들의 디자이너론을 담은 <대화> 시리즈를 발행했다. 20세기 디자인과 삶에 지대한 영향을 남긴 디자인과 그 창조자로서의 디자이너의 세계를 그들과의 가상 대화를 통해 조명하는 색다른 방식의 이론서다. 디자인에 관심있는 전문가나 일반인 누구나 읽을 수 있도록 쉽게 쓰고 편집한 책으로, 우선 1차분 5권이 발매되었다.

1차분으로 발행된 대화 시리즈는 '영상 디자인의 선구자, 술 바스' (박효신 지음), '인간과 자연의 대화, 빅터 파파넬' (조영식 지음), '신 타이포그래피 혁명, 안 치홀트' (김현미 지음), '에드워드 슈타이켈, 성공 신화의 서터를 누르다' (최봉림 지음), '새로운 편집 디자인의 개척자, 알렉세이 브로도비치' (이정선 지음)이다. 월간 디자인과 박효신 씨가 공동 기획해 제작했으며, 각권 128쪽, 윌컬러에 가격은 7,000원이다. 문의 (02)2275-6151

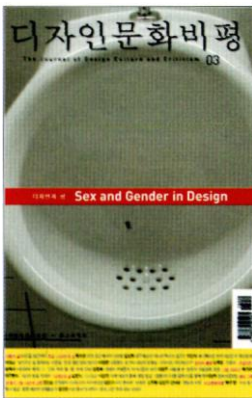
전은호의 타이포그래피 세상 읽기



외국 작가 작품 위주로 소개되던 타이포그래피 서적과는 달리, 순수하게 국내 디자이너의 시각으로 바라본 타이포그래피 작품들을 소개하는 책으로, 타이포그래피 디자이너이자 웹그래픽의 대표

인 전은호 씨의 솔직 담백한 타이포그래피 여행기가 담겨 있다. 책은 전체 3장으로 구성되어 있다. '타이포그래피란 무엇인가'에 대한 질문을 화두로, 일상 속에서 늘 접하면서도 간과하게 되는 타이포그래픽 요소들을 살펴보고 자연과 어우러지는 타이포그래피 세상 구현을 희망하는 작가의 소망을 1장 '철저한 세상 속에서 이루어가는 타이포그래피에 담았다. 미국, 캐나다 등지를 여행하면서 마주했던 그곳 사람들의 일상적인 타이포그래픽 요소들을 사진으로 소개하는 2장 '타이포그래피 세상 여행', 작가의 작품 세계를 보여주고 어떤 식으로 타이포그래피에 접근해 가는지, 어떤 식으로 타이포그래피 세상을 읽어내야 하는지를 보여주는 3장 '타이포그래피 포트폴리오'를 통해 타이포그래피를 보는 색다른 시각을 우리에게 부여한다. 도서출판 비비컴 발행, 160페이지, 가격은 19,000원. 문의 (02)573-9944

디자인문화비평 03 - 디자인과 성

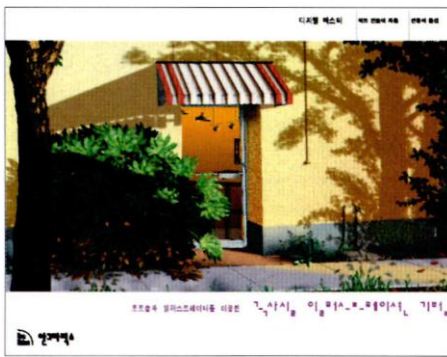


한국 최초의 본격적인 디자인 문화 비평지 <디자인 문화비평>은 01호 우상, 허상 파괴: 한국 디자인 문화의 진단과 처방 (1999년 9월), 02호 정치/디자인/권력 (2000년 3월)에 이어 2000년 7월 03호 '디자인과 성'을 발행했다.

디자인 문화의 생산계에서 '젠더 의식의 부재'는 전 매체 영역에 공통된 현상이라는 점에서 문제가 심각하며, 그것이 어떤 형식적인 간에 섹스와 젠더간의 상호작용을 이해하고, 인간의 차이점을 존중하는 사물, 이미지, 공간을 디자인하고, 그러한 가치들을 안치시킴으로써 디자인 문화를 다시 성찰하는 계기를 마련해야 한다는 취지에서 <디자인과 성>으로 기획했다 한다.

<특집: 디자인과 성>에서는 '건축 공간에서의 성차별', '공주패션과 미아리 텍사스 블루스', '해니메이션 속의 히로인과 섹슈얼리티', '젓소부인을 훑쳐보는 시선들: 한국 예로 영화 벗기기', '이동통신 광고와 여성의 정체성: 이미지는 의미하는가?' 등의 아티클을 만날 수 있으며, 그 외에 '이미지의 제국 (I): 신화 속의 몸, 몸 속의 신화', '괴테의 색채학, 그 현대적 재조명', '서울에 온 영국의 미술공예 운동' 등의 아티클이 실렸다. 디자인문화실험실에서 기획, 편집하고 안그래픽스에서 출판했다. 276쪽에 가격은 13,000원이다. 문의 (02)763-2320

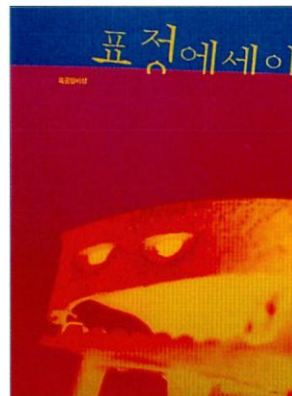
극사실 일러스트레이션 기법



미국의 뉴 라이더스사에서 작가가 자신만의 도구와 기법을 통해 창출해내는 시각적 독창성을 다루고자 기획한 책이다. 저자 버트먼로이는 도구와 기법 뿐 아니라 창작 과정에 고도로 활용하는 대가들의 창조적 방법론을 배울 수 있는 기회를 제공하는 차원에서 책을 저술했다. 책의 컨셉은 대가와 함께 하는 일대일 세미나에서 그가 작품을 구상하고 실현시켜가는 방법론을 직접 듣는 것 같은 환경을 만드는 것이다. 직접 따라해보기를 유도함으로써 자신만의 노하우를 공개하여 독자와 나누고 있다. 일러스트레이션을 의뢰하는 고객이 보낸 아이디어 스케치부터, 일러스트레이터 프로그램에서 작가가 잡은 레이아웃, 최종 작품 등을 빠짐 없이 볼 수 있으며 기본 용어에서부터 특정 효과를 얻기 위한 프로그램의 적용 방식까지 상세히 알 수 있다. 각 장은 원근법, 빛의 효과, 질감, 반사 등으로 다양한 시각적 요

소들에 초점을 두어 구성되어 있다. 20여 년 동안 뉴욕의 광고계에서 미술감독과 제작감독을 맡아왔던 뛰어난 작가의 사고 과정을 직접 따라가는 구성이 컴퓨터 아티스트들에게 영감을 줄만 하다. 디지털 아티스트, 그래픽 디자이너, 또는 일이나 취미 때문에 일러스트레이터와 포토샵을 사용하는 모든 사람들에게 직접적으로 도움을 주는 책이다. 안그래픽스 발행, 278쪽에 가격은 25,000원이다. 문의 (02)763-2320

표정 에세이



우리의 일상에서 쉽게 발견할 수 있지만, 미처 보지 못하고 지나쳤던 수많은 표정들을 모아놓은 재미난 책이 출간되었다. 육공일 비상이 펴낸 <표정 에세이>는 세상에 널리 있는 갖가지 사물과 자연

물로부터 예기치 못한 독특하고 재미난 표정들을 발견하여, 각각의 표정들이 전하고 있는 얘기를 진술하고 경쾌하게, 따뜻한 시각으로 담아내고 있다. 79컷의 다채로운 표정들 속에서 그 안에 담긴 추억과 사랑, 삶의 희망과 아픔을 진술하고, 때로는 농담처럼 가볍게 이야기한 내용과 편집이 돋보이는 책이다. 육공일 비상 발행, 184면, 15,000원이다. 문의 (02)3322-601

내 삶의 원표

육공일 비상이 출간한 '내 삶의 원표'는 언제나 바쁘게 앞으로 달리는 데만 열중한 현대인들에게 자칫 잊고 지나가 쉬운 '삶에 대한 조용한 반주'를 일깨워주는 책이다. 이 책의 가장 큰 장점이라면 그림과 글, 디자인이 이루는 조화가 돋보인다는 점이다. 여는 글에서 본문의 문장 사이사이, 그리고 제일 뒷표지까지 빠지지 않고 나오는 '원표'를 통해 강한 비주얼적 의미를 전달하고 있다. 문장의 맛과 느낌을 살려주는 시적 타이포그래피를 채택하여, 시와 음악과 다른 없는 50편의 문구를 읽으면서 느끼게 되는 묘한 삶의 맛을 읽는 순간 그대로 전해지게 편집해 놓았다. 글은 제일 기획 카피라이터 출신의 배준영 씨가, 그림은 서양화가 김양희 씨가 담당했다. 책 자체 외에 포장, 표지, 셀(seal), 엽서 등이 부가된 재미가 솔솔하다. 육공일 비상 발행, 132면, 12,000원.



목포 세계도에 PRE-EXPO 2000

• 주최 | 전라남도 목포시 • 주제 | 새로운 밀레니엄 시대에 어울리는 창의적인 조형정신 • 홈페이지 | <http://www.mokpoexpo.com>
 • 모집부문 | 전통생활도에, 산업도자, 문화상품 • 참가자격 | 제한 없음 • 응모방법 | 응모작과 출품원서를 목포문화예술회관, 서울산업대학교(서울), 경일대학교(대구)에 제출하면 된다. 출품료는 2만 원(국외 20\$)이다. 작품규격은 100x100x100cm 이내이며, 1인 5점 이내로 출품 가능하다. • 시상내역 | 대상 1천만 원, 우수상 3백만 원, 특선 50만 원 • 접수처 | 530-701 전라남도 목포시 용당동 1188-2, 목포 세계도에 PRE-EXPO 추진위원회(국제도예공모전) 담당자 • 마감 | 9월 5일 • 문의 | (061)284-3130 / Fax (061)284-1031

제3회 2000 ELLE 패션디자인 공모전

• 주최 | (주)한국종합미디어 ELLE • 주제 | 자유 • 홈페이지 | <http://www.elle.co.kr/2007/contest/contest.htm> • 모집부문 | 순수창작품으로 국내외 미발표 패션 디자인 작품(단, 출품작품은 응모 가능) • 응모방법 | 1인당 3점 이내로 출품이 가능하며, 규격은 A3 Size. 접수비는 1점당 1만 원(단, 담당 교수님의 동의서를 제출시 50% 할인 및 ELLE CLUB회원 무료) • 시상내역 | 대상 2백만 원, 금상 1백만 원, 은상 50만 원, 동상 30만 원, 장려상 20만 원 • 접수처 | 110-779 서울시 종로구 수송동 51-8 거양빌딩 9층 (주)한국 종합미디어 마케팅부 • 마감 | 9월 7일 • 문의 | (02)3702-0704, hdkang@elle.co.kr

제1회 향수 용기 및 패키지 공모전

• 주최 | 자트 • 주제 | 2002 월드컵 기념 향수 • 참가자격 | 제한 없음 • 모집부문 | 정선 랜드스케이프 발매 기념 2002 월드컵 기념 향수용기 및 패키지 • 응모방법 | 평면 2절 패브 제작 접수(2절 양식), 3D 랜더링(front, side, top, isometric) 또는 일러스트 랜더링, 작품 설명을 함께 보내야 한다. 출품료는 없다. • 시상내역 | 대상 3백만 원, 우수상 1백만 원, 특선 50만 원 • 접수처 | 서울시 강남구 논현동 64번지 삼우빌딩 3층, 전향 아트 사업부(자트) • 마감 | 9월 22일 • 문의 | (02)511-8377

노키아 아시아 태평양 미술 대전 2000

• 주최 | 노키아 • 주제 | 우리가 만들어가는 무한 상상 시대 (Playground of Your Imagination) • 모집부문 | 평면 현대 회화 또는 매체를 혼합한 작품(매체를 혼합해 사용할 경우 사진이나 재생된 이미지를 같이 사용하는 것도 가능함. 단, 60% 이상을 사진으로 구성한 작품은 접수되지 않음) • 참가자격 | 17-25세의 학생 • 응모방법 | 크기 1.5x1.5m, 무게 20kg, 캔버스 두께 10cm 이하이어야 하며, 액자는 하지 않는다.(아시아 태평양 검역법 외기). 응모 시 작품과 함께 작품의 제목과 작품과 주제와의 연관성을 250자 이내로 간략하게 기술해 첨부한다. 현재 공인된 학교에 재학중인 17세부터 25세(2000년 1월 1일 기준) 사이의 학생에게만 응모자격이 주어지며, 응모 시 응모자의 개인 신상 명세, 나이, 학력 사항, 재학 증명서, 응모자의 학교 이름과 주소 등을 적은 간단한 소개서를 첨부해야 한다. 참가 신청서에 5x7 크기의 컬러 사진이나 35mm 슬라이드 작품사진을 함께 동봉한다. 당선자는 웹진 디자인 정글(<http://www.jungle.co.kr>)에 발표한다. • 시상내역 | 아시아 태평양 그랑프리(Asia Pacific Grand Prize) 국제적인 교육 기회 부여(미국 파슨스 스쿨, 핀란드 헬싱키 미술 디자인대학) + 장학금 US \$8,000 + 노키아 제품, 2위 장학

금 US \$5,000 + 노키아 제품, 3위 장학금 US \$3,000 + 노키아 제품, 4위, 5위 각각 장학금 US \$2,000 + 노키아 제품 • 접수처 | 135-608 서울 강남구 우체국 사서함 889호, 노키아 아시아 태평양 미술대전 2000 담당자 앞 • 마감 | 9월 10일 • 문의 | (02)3468-2834

제2회 스틸가구디자인 공모전

• 주최 | 산업자원부, 매일경제신문사 • 주제 | 금속 가구 디자인 공모 • 홈페이지 | <http://www.mk.co.kr/> • 모집부문 | 사무용, 가정용, 공공용 가구 • 참가자격 | 대학생 및 일반 디자이너 • 응모방법 | 주재료로 철을 사용하고, 기타 부재료는 전체의 20%이내 사용, 규격의 제한 없이 제작한 실물 모형을 제출하면 된다. • 시상내역 | 일반부 대상 7백만 원, 우수상 3백만 원, 장려상 1백만 원, 가작 20만 원. 학생부 대상 300만 원, 우수상 150만 원, 장려상 50만 원, 가작 20만 원 • 접수처 | 서울 강남구 대치4동 892 포스코센터 아트홀 로비 • 마감 | 9월 28일 • 문의 | (02)2000-2751, (02)2275-0935

제1회 목실 설계공모전

• 주최 | 동원세라믹주식회사 • 주제 | 보여주고 싶은 목실 • 모집부문 | 일반주거용목실, 대중화장실(호텔, 백화점, 레스토랑, 놀이공원 등), 공공화장실(지하철, 터미널, 관공서 등) • 참가자격 | 제한 없음 • 응모방법 | A4 규격의 작품설명서(컨셉 설명, 설계 개요, 디자인 프로세스 등), 각 도면 출력 1부씩(스케일: 1/30), 필수 제출물(평면도, 입면도(2면 이상), 천장도, 랜더링 투시도), 선택 제출물(배관도), 도면이 저장된 디스켓(설계 H/W, S/W 기재), 보드작업(600x600mm 패브 2개- 도면, 모형사진, COLOR SCHEME 포함)를 제출하면 된다. 1인당 제출 작품수는 제한이 없으며, 작품당 2만 원의 접수비를 받는다. • 시상내역 | 대상 3백만 원(해외 전시회 참가 특전 부여), 최우수상 1백만 원(해외 전시회 참가 특전 부여), 우수상 50만 원 • 접수처 | 서울시 강서구 화곡 5동 111-89 동원빌딩 디자인 개발팀 • 마감 | 10월 7일 • 문의 | (02)2601-0141

제주 관광상품디자인벤처대회

• 주최 | 제주지방중소기업청 • 주제 | 제주를 대표할 수 있는 캐릭터 발굴 및 지역특화상품 개발 • 모집부문 | 관광문화상품으로 발전 가능한 디자인으로 생활용품, 장식소품, 장신구 및 기타 제주의 이미지, 민속설화 등을 소재로 한 향토성과 실용성이 있는 아이디어 뿐만 아니라 실험적 제안이나 흥미를 유발할 수 있는 디자인 • 참가자격 | 국적, 연령, 성별에 관계 없이 개인, 업체 또는 공동 참가 가능 • 응모방법 | 종이사이즈 A3로 6매 이내, 채색(Coloring) 또는 3D(Rende-ring), 디자인 의도, 제작방법, 도면 등 포함. (단, 국내외에서 이미 상품화된 작품 및 모방작품은 출품에서 제외된다.) 1인 최대 출품 작품수는 5점, 공동작품은 2점 이내 • 시상내역 | 대상 1백만 원, 금상 50만 원, 은상 30만 원, 동상 20만 원 • 마감 | 10월 14일 • 접수처 | 소상공인지원센터(제주도중소기업종합지원센터 4층) • 문의 | (064)723-2101

2000 서울문화상품전 우수문화상품공모

• 주최 | 서울특별시 • 주제 | 살아있는 서울문화, 서울문화상품전 • 모집부문 | 서울의 전통과 문화적 특성을 담아 개발한 문화상품 및 개발 아이디어. 전통문화상품(전승공예품, 서울토속민예품, 전통의식주용품, 전통소재상품 등), 생활문화상품류(의류, 장신구, 문구, 장식품, 선물용품, 주방용품, 인테리어 소품 등), 첨단문화상품류(CD-ROM 타이를, 캐릭터 개발상품, 놀이용품, 학습용품, 멀티미디어 상품 등), 관광

문화상품류(문화재 모형, 우표, 엽서, 사진, 화첩, 음반, 만화영화, 비디오, 민속공연물 등), 기타 생활용품을 활용한 환경문화상품 등 • 참가자격 | 제한 없음 • 응모방법 | 상품공모 부문: 해당 상품 및 사진 2매(5x7 사이즈) 제출, 아이디어 공모 부문: 우드락 전자 패브(600x900mm) 1-2장에 개발안의 개념과 입체도면을 담아 제출/시제품(필요시)/상품사진 2매(5x7 사이즈). 1인당 10점 이내로, 손으로 들어 운반할 수 없는 대형 상품은 심사에서 제외한다. 기존 상품의 모방이나 유사 공모전에 출품했던 상품도 제외. • 시상내역 | 대상 1천만 원, 금상 5백만 원, 은상 1백만 원, 동상 50만 원, 장려상 10만 원 • 마감 | 10월 2일 • 접수처 | 서울특별시 서초문별관 1동 1층 • 문의 | 김현선디자인연구소 (02)535-7779, 6657 / FAX (02)535-6578

제5회 대학생 목재 가구 디자인 공모전 1차 심사 발표

미국활엽수수출협회(AHEC)가 후원하고 대한국가공업협동조합연합회(KFFIC)와 한국가구학회(KSFT)가 주최한 제5회 대학생 목재 가구 디자인 공모전의 1차 심사가 지난 8월 21일에 있었다. 그 결과 입선작 24개 작품이 선정되었으며, 실가구 제작을 위한 특선 이상의 본선 진출작 10개 작품이 선정되었다. 8월 17일부터 19일까지 3일간 접수된 이번 공모전에는 전국 40개 대학에서 총 180여 명 103개 작품이 접수되어 열띤 경연을 펼쳤다. 특히 이번 공모전에서는 한국가구학회에서 엄선된 심사위원들을 주축으로 심사가 진행되었으며 학생다운 창의력과 목재에 대한 이해도가 고려된 것이 특징이다. 이번 1차 심사 발표를 통해 선정된 특선 이상의 10개 작품은 9, 10월 두 달간 본 공모전의 후원인 미국 활엽수수출협회의 지원아래 실가구 제작에 들어가며 오는 10월 30일에 열리는 2000년 국제가구전시회(KOFURN)에서 최종 수상자를 가리게 된다. 최종 수상자 중 대상 1팀과 우수상 2팀에게는 미국 목재, 가구 업계 시찰 여행의 기회가 주어지고, 나머지 7팀의 특선 입상자에게는 상패 및 상금 2십만 원이 수여된다. • 문의 | Tel 02 510 4119 오리콤 PR팀 장진승

한국산업디자인협회(KAID),

2000년도 한국산업디자인상 공모

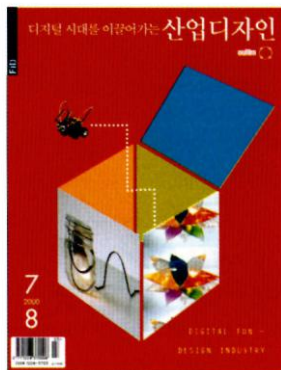
한국 고유의 디자인 가치를 발굴하여 국내외에 홍보해 대·내외적으로 제품의 경쟁력을 제고하고 산업디자인을 통해 삶의 질을 높여 국가 산업발전을 도모하는 것을 목적으로 하는 한국산업디자인협회(회장 민경우)가 제3회 한국산업디자인상(한국산업디자인협회)을 개최한다. 대한민국 국적의 디자이너(또는 한국 디자이너가 포함된 집단)에 의해 디자인되었거나, 한국 기업에 의해 생산된 제품 또는 최근 1년 이내에 생산되었거나 연내에 출시 확정된 제품이면 출품 가능하다. 일상 생활용품(Consumer Products) 부문, 산업용품 및 사무용품(Industrial & Business Products) 부문, 가구 및 환경 관련 제품(Furniture & Environmental Products) 부문, 운송 기기(Transportations) 부문, 기타 (Others), 제품디자인 탐구(Design Exploration) 등 생산을 전제로 한 제품 부문 등 6개 부문으로 진행된다. 심사는 2차로 나뉘어지는데 1차 심사에 의해 인증작이 선정되고 2차 심사에 의해 대상작이 가려지게 된다. 접수기간은 2000년 9월 20일부터 10월 5일까지이며 출품 원서는 협회사무국에서 배부받거나 협회 홈페이지를 통해 다운로드해 작성, 제출하면 된다. 문의 | TEL 02 565 6042-3 FAX 02 567 0449 (사)한국산업디자인협회 한국산업디자인상 사무국 www.kaid.or.kr

한샘 디자인 공모전

주방가구 및 인테리어 가구 전문업체인 주식회사 한샘이 오는 9월 1일 세계 최고 규모의 상금을 내걸고 인테리어 디자인 공모전의 요강을 발표한다. “동과 서를 넘어서는 디자인(Design beyond East & West)”을 주제로 베스트 셀러 디자인 개발과 참신한 인재 발굴을 위해 시행되는 이 공모전은 상금 규모에서뿐만 아니라 공모전 운영방식의 참신함에서도 진정한 프로들이 관심을 가져볼 만한 보기 드문 디자인 이벤트가 될 전망이다. 이 공모전이 벌써부터 디자인계 안팎의 뜨거운 화제가 되고 있는 이유는 무엇보다 상금의 규모에 있다. 대상 2만 달러(약 2천2백만 원)를 비롯하여 총 상금 5만 달러(5천5백만 원) 규모가 디자인 공모전으로서는 세계적인 규모인데, 이것은 좋은 디자인에 대해서는 합당한 보상이 이루어져야 한다’는 경영진의 의사가 적극 반영된 때문이라고 주최측 관계자는 전한다. 따라서 실용 품평을 통하여 ‘경쟁력 있다고 판단되는’ 입상작들은 상금의 지급과 함께 곧바로 제품으로 생산될 예정이며, 판매량에 따라서 상금과는 별도의 로알티가 주어지게 된다. 또한 입상자에게는 디자인 벤처 팀에 입소할 수 있는 특권이 주어지는 것은 물론이다.

사상 제도뿐만 아니라 공모전의 운영에서도 몇 가지 혁신적인 아이디어가 눈에 띈다. 첫째, 공모전의 모든 과정이 인터넷을 통해 진행된다. 즉, 요강 발표로부터 안내, 자료제공, 교육, 접수는 물론 심사(1차 도면심사)까지의 모든 과정을 전용 웹사이트인 www.designcompe.com을 통해 진행할 예정이다. 주최측은 현재 해외의 심사위원이 서울에 오지 않고도 인터넷을 통해 심사와 토론을 진행할 수 있는 방식에 대해 기술적 검토를 마친 상태이다. 둘째, 국내외 전문가로 구성되는 심사위원단을 공모요강 발표 시 함께 발표한다는 점이다. 이와 같이 심사위원단이 공모전의 전과정을 책임지는 큐레이팅 방식을 국내 최초로 도입하는 것은 공모전의 성격을 보다 분명히 하려는 주최측의 강한 의지를 반영한다. 즉, 사계의 권위자들인 심사위원들에 의해 실사의 기준도 미리 공표하고, 참고 자료도 제공하며, 인터넷을 이용 공모전 지원자들과의 대화방도 개설함으로써 심사위원이 평가뿐만 아니라 좋은 디자인을 탄생시키는 데 조력자의 역할을 할 수 있도록 하는 새로운 공모전 문화를 제시하려는 것이 바로 그것이다.

이러한 공모전 운영의 혁신은 기업의 입장에서 지극히 당연한 일로 풀이된다. 기존의 공모전이 주최사의 홍보나 개념적 아이디어 경연에 중점을 두어 가시적 성과가 적었던 것에 비해, 한샘은 공모전을 디자인 개발의 통로로 적극 활용하려는 계획이다. 시장에서 승부를 걸어보려는 국내외 모든 디자이너에게 문이 열려 있음을 강조하는 최양하(52) 대표이사는 “내부 스텝 디자이너만으로 경쟁력 있는 디자인을 개발하기엔 시장의 변화가 너무 빠르고 넓다. 스텝뿐만 아니라 세계 도처에 산재한 불특정 다수의 디자이너를 통해 혁신적인 디자인을 개발하려는 것은 무한 경쟁의 세계 시장, 특히 동북아시아 시장을 주도로 리드하려는 세계화 전략의 첫발”이라고 밝혔다. 한샘은 현재 국내외 유명 건축가와 인테리어 디자이너 5명 내외를 심사위원으로 내정한 상태이며, 9월 1일부터 전용 홈페이지를 통해 행사를 진행한다. 공모전에 관한 자세한 내용은 www.designcompe.com이나 www.hanssemcompe.com, www.hanssem.com에 수록되어 있다. • 문의 | 한샘디자인연구소 T 02-590-3472~4 F 02-593-8463 compe@hanssem.co.kr



◎ 디자인에서 중요한 것은 무엇보다도 디자인 트렌드를 아는 것이라고 생각합니다. 그런 면에서 산업디자인은 그 트렌드를 놓치지 않는 잡지중의 하나인 것 같습니다. 날로 새로워져가는 산업디자인에서 항상 노력하는 모습이 보여 무척 좋습니다. 주제 선정도 굉장히 재미있고 유쾌하기도 하구요. 특히 디자인 디자인너 코너가 저에게는 매우 인상깊었습니다. 앞으로도 계속해서 세계 각국의 디자이너를 심층적으로 소개하는 코너가 있었으면 합니다. 아울러 우리나라에도 수많은 디자인 회사가 있는데, 그 회사와 경영자들도 다루어주셨으면 합니다. 여담입니다만, 산업디자인자를 구입하려고 서점에 가면 항상 다른 잡지보다 늦은 감이 있더군요. 좀더 빨리 책을 만날 수는 없을까요.

- 정성호(27세, 교사)

◎ 회를 거듭하면서 항상 주어진 그 달의 주제에 충실한 콘텐츠를 준비하는 산업디자인자가 되고 있는 것 같아 디자인을 생업으로 삼고 있는 한 사람으로서 뿌듯함을 느끼곤 합니다. 더욱이 지난호의 주제는 개인적으로 관심이 많은 디자인이 인간에게 줄 수 있는 미래적이며 궁극적인 즐거움에 대해 진행해 책의 결장을 보면서 설레임을 금치 못했습니다. 아직까지 디자인이 줄 수 있는 요소로 기능적인 편리함과 심미적인 아름다움만을 생각하는 디자이너들이 많은 것 같습니다. 하지만 외국의 디자인 요소 중에는 빼놓지 않고 등장하는 것이 바로 ‘편’이라는 키워드입니다. 아주 작은 생활 소품에서도 즐거움을 찾으려 하는 그들의 디자인 문화를 보면 디자인을 진행하는 작업 자체가 디자이너로서 즐거움이 될 수 있지 않을까라는 생각을 갖게 했습니다. 특히 이번 호에서 ‘편’이라는 주제 외에 관심 있게 읽은 기사는 일본의 ‘디자인 관련 계약비용 산출 가이드라인’이었습니다. 국내에서 활동하고 있는 프리랜서나 디자인 관련 종사자들에게 유용한 자료가 될 것으로 생각되었습니다. 마지막으로 산업디자인자가 국내외 유명한 디자이너들의 작품을 많이 다뤄 해외에서도 호평을 받을 수 있는 전문잡지로 거듭나기를 기대합니다.

- 한영훈(36세, 디자이너)

◎ 저는 산업디자인을 즐겨 애독하는 독자입니다. 매호마다 특징 있는 특집이 마련되어 재미있게 읽고 있습니다. 지난호의 ‘Digital Fun + Design Industry’도 무척 흥미롭게 봤습니다. 제가 좋아하는 ‘Fun’적인 요소들을 적절하게 상품에 도입한 디자인 제품들을 구경할 수 있어서 좋았지요. 그런데 언제나 아쉬

운 점은 산업디자인자가 뉴스 정보에 약한 것 같다는 점입니다. 특히 해외 전시 리뷰나 국내 전시 리뷰 등 기록해놓을만한 전시들에 대한 리포트가 미진하다는 생각이 듭니다. 격월간지라 뉴스를 소화하기에 부적절한 면도 있지만, 뉴스 측면도 간과해서는 안된다는 생각이 드는데요

- 홍석은(23세, 학생)

◎ <산업디자인> 7/8월호가 한겨레신문에 실린 것을 보고 <산업디자인>을 구입했습니다. ‘디지털 편’이라는 신조어만을 가지고 디자인 아티클에 적용시켜 많은 프로젝트를 소개한 것을 보고 억지스러운 감이 없진 않았지만 ‘편(fun)이 이렇게 다양한 키워드를 만드는구나’라는 원초적인 감상을 하게 되었습니다. <산업디자인>은 하나의 주제를 사용해 책 한 권을 만드는 것을 잘 알고 있습니다. 한 프로젝트 한 프로젝트를 접할 때마다 각각의 주제에 잘 맞다고 생각이 들긴 하지만 잡지의 성격보다는 사보의 성격이 강한 것 같습니다. 이제는 잡지의 형식에 맞게 좀 더 다양한 디자인 경향이나 신소재, 신상품 등 디자인의 현장을 소개하는 코너가 마련되었으면 좋겠습니다.

- 하문정(30세, 프로그래머)

<산업디자인>은 격월간으로 제작되기 때문에 기한문제로 뉴스성 기사에 치중하지 못했던 것이 사실입니다. 하지만 오히려 격월간이기 때문에 세계의 디자인 동향에 대한 뉴스는 더욱 심층적으로 보도할 수 있다고 판단돼 이번 호부터 세계의 전시 코너를 신설하게 되었습니다. 각 국에서 벌어지는 전시회나 박람회 그리고 공모전 등을 세계 현장의 통신원들의 따끈따끈한 목소리로 제공하고자 합니다. 세계의 전시에 관련된 소중한 정보를 알고 계시거나 특정 지역의 디자인 전시 내용을 원하시는 분은 언제든지 연락주십시오. 정성스러운 기사로 독자들을 찾아 뵈도록 하겠습니다.

- 편집자 주

• 엽서를 보내주시는 모든 분들께 진심으로 감사드립니다. 격월간으로 발행되는 <산업디자인>은 국내 디자인 산업을 발전시키기 위해 발행되는 잡지로 독자 여러분과 함께 만들어 나갔습니다. 책을 보신 후 소감을 자유롭게 적어서 엽서(서울시 성북구 성북2동 260-88, 우136-022)나 이메일(dmsco7@ag.co.kr)로 보내주시길 바랍니다. 엽서를 보내주시는 분 중 세 분을 추첨하여 <디자인 사전>(안그라픽스 발행/2000년 개정판/정가 23,000원) 1권씩을 드리겠습니다.

• 이번호 엽서 당첨자
- 정성호, 서울 양천구
- 김진영, 서울 은평구
- 하문정, 경기도 분당시

• 엽서 당첨자제는 9월 30일까지 <디자인 사전>을 우편으로 발송해드리겠습니다.



‘이코그라다 새천년 서울 회의, 어울림 2000’

“우리는 대비(對比)의 시대였던 20세기의 끝에서 새로운 천 년의 새벽을 맞이하고 있다. 이 시절에서 우리는 지난 100년간의 디자인을 되돌아보고, 우리의 디자인 일반이 현재 어디에서 있는가를 되새겨 보며, 미래의 디자인에서 무엇을 중요하게 삼을 것인가를 생각한다.”

- 안상수(‘Icograda Millennium Congress, Oullim 2000 Seoul’의 집행위원장)

이코그라다 국제학술회의는 디자이너들의 국제적인 연대와 정보 교환을 위해 2년마다 열리는 행사다. 1995년 포르투갈에서 ‘움직이는 경계(Moving Borders)’, 1997년 우르과이의 ‘교환(ExChange)’, 1999년 시드니에서 ‘시간 속의 관점(Viewpoint in Time)’이 열렸으며 올해에는 새천년을 맞이해 한국에서 ‘어울림(Oullim)’을 주제로 열리게 된다. 또 2001년에는 남아프리카 공화국 센톤에서, 2003년에는 일본의 나고야에서 개최될 예정이다.

이번 대회는 오는 10월 24일 화요일 오후 5시 전야제 행사를 시작으로 3일 동안 50여 명의 디자이너, 철학자, 경영자, 문화행동가, 예술가들의 강연과 전시가 이어질 것이다. 25일 첫째날 주제는 ‘동양, 서양’이며 둘째날은 ‘인간, 기술, 자연’, 그리고 셋째날 주제는 ‘과거, 현재, 미래’다.

“이번 어울림 대회는 개체(個體)가 무시되지 않은 채 전체의 큰 조화 속에서 어울릴 때, 사람과 사람, 사람과 사물 등의 관계를 바탕으로 둔 자유와 절제를 통한 조화를 추구할 때, 우주의 본질과 통할 때만 논의되어지는 디자인을 기대하는 자리가 될 것이다”라는 안상수 교수의 말처럼 진정 이번 행사가 대비 문화를 종결하고 ‘어울림’을 화두로하는 새 패러다임을 창출하는 행사로 자리매김할 것을 기대해 본다. 이에 본지는 본 회의에 참여할 강연자들을 대상으로 지상(紙上) 강연의 형식을 빌어 강연 요약문과 프로필, 프로젝트 등을 소개하고자 한다. 각 자료는 강연자들에게서 직접 접수하는 것을 원칙으로 했으며 8월 25일까지의 도착분에 한해 게재했음을 알려둔다.

Icograda Millennium Congress Oullim 2000 Seoul

October 24 to 27, 2000 Seoul, Korea

Icograda (International Council of Graphic Design Associations) is holding a special international congress in Seoul, Korea to mark the new millennium. Organized broadly around the theme of Oullim, a Korean word meaning ‘great harmony,’ the congress features three days of presentations and seminars with prominent members of the world design community. In addition to the main program, exhibitions and other events will be held in conjunction with the congress. This historic gathering will be a remarkable opportunity for visual communicators from around the world to herald in the new millennium by reflecting on the past century of design, assessing the present, and exploring visions for the future.

“이 대회는 전세계의 비주얼 커뮤니케이터 공동체에 그래픽 디자이너의 잠재력을 확인하고 능력을 표현할 수 있는 독특한 기회를 제공하게 될 것이다. 기술적인 진보는 거리와 국경의 의미를 축소시키고 있다. 또, 개인적, 문화적, 민족적 정체성에 대한 근본적인 질문을 접하게 되었고 그래픽 디자이너야말로 이러한 변화를 반영하고 선도해야 하는 입장이다. 특히 시각디자인은 심한 변화를 겪게 될 것이다. 광고와 정보거래 기술 및 관습의 혁명적인 변화와 연동돼 있는 소비자와 서비스의 변화, 경제 분야의 폭발적인 확장 등의 변화에 직면하고 있는 디자이너들에게 이번 대회는 지난 세기를 되돌아보고 현재를 생각하며 미래를 예측하도록 도와주는 기회가 될 것이다.”

- 데이비드 그로스만

첫째날 _ 동양과 서양

200만 년 전에 인류가 처음 지구상에 모습을 드러낸 이후 디자인은 항상 인류문화와 함께 존재해 왔다. 좀 더 효율적으로 식량을 구하기 위한 돌도끼 디자인부터 화려한 봉건 영주들의 치령치령한 왕관에 이르기까지 인류의 역사는 바로 디자인의 역사이기도 하다. 하지만 현대적 의미의 디자인은 산업사회의 출발과 함께 시작되었고 대량 생산의 산업 사회가 몰고 온 모더니즘 사회는 대량 생산을 위한 근대적 디자인 컨셉을 요구하게 되었다. 산업 혁명과 모더니즘이 서양의 전통에서 출발했었기 때문에 현대적 의미의 디자인은 곧 서양의 철학과 역사를 주로 반영하게 되었다. 하지만 산업 사회와 모더니즘의 생명력이 의심받고 있는 지금, 새로운 디자인의 패러다임이 어떠한 모습으로 전개되어야 할 지에 대한 진지한 물음을 던지지 않을 수 없다. 새로운 21세기에도 '동양과 서양'이라는 단순한 이분법적 구분이 영속될 것인지에 대한 질문 말이다. 지금은 네트워크를 통해 전 세계의 정보와 문화가 하나의 망으로 연결되는 정보 디지털 혁명의 시대를 맞이하고 있는 시대로 동양과 서양의 구분은 이제 더 이상 큰 의미가 없다. 이러한 때에 디자인의 미래와 동양과 서양의 역사와 문화를 같이 논의하는 것은 대단히 의미있는 일이다. 실제로 동양과 서양의 '어울림'에 대해 디자이너들이 진지하게 의논했던 기회가 적었기도 하다.

동양의 디자인 전통은 나름대로 독특한 문화적 유산을 가지고 있다. 그럼에도 불구하고 동양의 디자인은 근대 디자인의 역사에서 주목받지 못했다. 하지만 생명과 자연의 철학과 명상을 근저로 한 동양의 문화적 전통이 새로운 천 년을 위한 미래의 디자인에 '신명과 상생'의 활력을 넣어 줄 수 있을 것이라는 점에서 동양의 디자인 전통을 다시 주목할 필요가 있다.

'동양과 서양'이라는 첫째날의 주제는 서양의 합리주의적, 기능주의적 디자인의 전통과 동양의 자연주의적, 생명주의적 디자인의 전통이 같이 어울릴 수 있는 뜻 깊은 자리가 될 것이다.

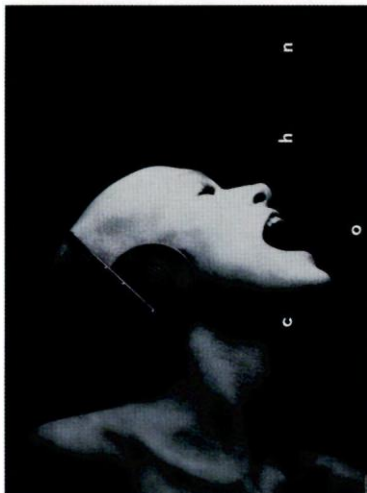
Wednesday October 25, 2000 | The Oullim of East and West

The first full day of the congress will feature presentations by eight speakers under the theme of The Oullim of East and West. The theme will explore ways in which the rationalist design traditions of the West and naturalist traditions of the East can be harmoniously merged. In the spirit of Oullim, the two great traditions can be the source of a new paradigm and a new starting point for design.



게리 에머리 Garry Emery는 CI&BI, 환경그래픽 디자인, 뉴미디어 디자인을 전문으로 하는 호주의 디자인 회사인 에머리 빈센트(Emery Vincent Design)의 디자인 실장이다. 에머리 빈센트의 대표적인 프로젝트는 호주 국회의사당, 동경과 베이징의 호주 대사관, 쿠알라룸푸르 시티센터, 멜버른 미술관, 파워하우스 미술관, 케세이 퍼시픽을 위한 홍콩 케세이씨티, 시드니 오페라 하우스, 호주 전쟁기념관, 포트 미술관, 브리스반 국제공항, 멜버른 국제공항, 빅토리아 국립 갤러리, 멜버른 올림픽 공원, 빅토리아주 도서관 등이다. 현재 게리 에머리는 2000년 시드니 올림픽 게임과 푸트라자야에 새로이 설립되는 말레이시아 정부 청사의 로고디자인 프로젝트를 진행하고 있다. 그의 명성은 2D 그래픽 디자인과 3D 환경그래픽 디자인부문 수상을 거치면서 국제적으로 알려지게 되었으며, 그래픽 디자이너로서 건축에 끼친 공헌을 인정받아 Royal Australian Institute of Architects로부터 대상을 수상하기도 했다. 최근 (Emery Vincent Design)이라는 서적을 출간하기도 한 그는 현재 국제 그래픽 연맹 (AGI)의 회원이면서 동시에 데킨대학교의 부교수로 재직 중이다.

Garry Emery is an internationally recognized designer. With awards for both two-dimensional and three-dimensional design, Emery is also the recipient of the President's Award from the Royal Australian Institute of Architects for his contributions to architecture as a graphic designer. Currently, Emery is design director of Emery Vincent Design, an Australian-based international design practice that specializes in corporate and brand identity, environmental graphic design, and new media design. Significant commissions by the firm include the signage and graphics programs for the Parliament House of Australia, the Australian embassies in Tokyo and Beijing, Kuala Lumpur City Center and the Sydney Opera House. Currently, the firm is working on signage programs for the Sydney 2000 Olympic Games and the city of Putrajaya, the new administration center for Malaysian government.



디지털 속으로

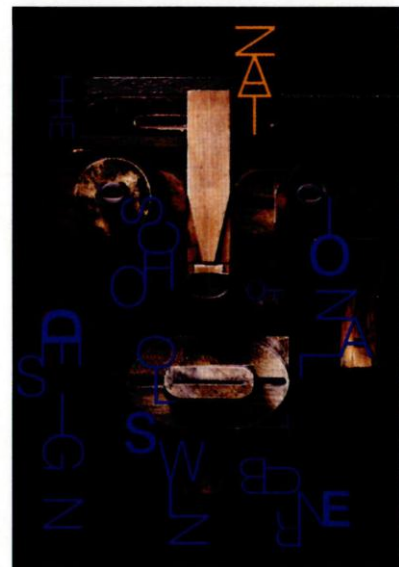
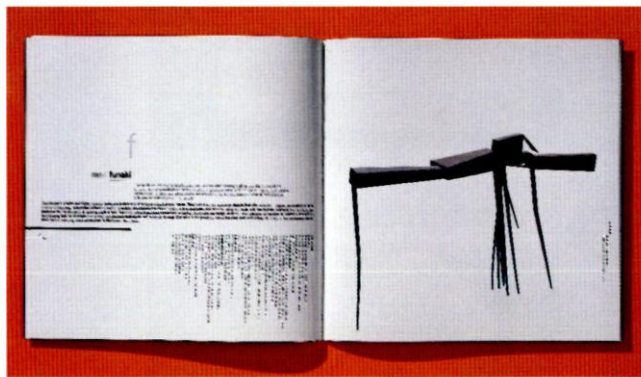
에머리 빈센트의 디자인 창조 활동은 주류적이지도 그렇다고 아방가르드의 전사격도 아니다. 단지 뭔가 새롭고 흥미로운 미래 뉴미디어 및 디지털 그래픽 디자인 분야 어딘가에서 작업하고 있는 그래픽 디자인 그룹일 뿐이다. 우리는 전문가라기 보다는 일반론가이다. 우리는 2차원, 3차원 그리고 특히나 점점 4차원적 디자인 프로젝트 등 두루 관심을 갖고 작업한다. 우리가 관여하는 작업 영역 또한 대체로 광범위하다. 규모로 말하자면 우표만한 크기에서 도시 하나를 뒤덮는 초대형에 이르기까지 말 그대로 제한이 없다. 단 한가지 중요한 점은, 우리는 상업과 문화 양대 세계를 공히 조리하되 모든 상업적 프로젝트를 문화적 차원으로 끌어올리는 것을 목표로 한다는 것이다. 에머리 빈센트 디자인의 작업이 전형적으로 호주적(Australian)이라고 정의할 수 있는가에 대해서는 나도 확신이 없다. 다만 절충주의임은 분명하다. 우리는 아이디어와 근거를 모더니즘과 기타 20세기 주요 미술운동, 테크놀로지, 대중문화, 현대건축 등에서 추려낸다. 흔히 일각에서는 우리의 작품양식을 두고 미니멀리즘으로 규정하곤 하는데 그와 같은 정의에 대해 우리는 다소 불편함을 느낀다. 우리의 디자인 작품에 다소간 추상적 특징이 담겨있다면 그것은 양식보다는 디자인 과정에서 비롯된 것이다.

작업에 임하는 우리의 기본태도는 정보를 추출하고 정화간결한 설명방법을 모색하는 것이다. 한편 미니멀리즘이 나에게 어느정도 강력한 매력으로 작용한다는 사실은 부인하지 않겠다. 내가 만약 다른 인물로 환생할 수 있다면 아마도 (디자이너임에도 불구하고 미니멀리스트로 각인된) 안도 타다오, 도널드 저드 또는 리처드 세라가 되었을지도 모른다. 타이포그래피의 역할은 텍스트가 지닌 기능적이고 정서적인 의미를 표현하고 독자에게 감정이입하며 의미를 강화시키고 이해를 넓히고 동시대적 가치관을 표출하는 것이다. 이것이 다른 모든 디자인 분야에도 확대되어야 하는 디자인의 기본 정의임을 상기할 때 이번 이코그라다 밀레니엄 대회에서 우리의 작품을 디지털화된 4차원 프리젠테이션으로 선보이고자 한다.

Into digital

I have never seen our design practice as part of the mainstream, nor as part of the avant garde, but as occupying some new kind of curious middle ground, with a keen interest in new media and the digital future of graphic design. We are generalists rather than specialists. We work with equal pleasure on two-dimensional, three-dimensional and increasingly also on four-dimensional design projects. Our scope of operations is similarly wide-ranging and varies literally from the size of a postage stamp to the scale of a whole city. One thing: we operate in both the commercial and the cultural worlds, and we endeavour to bring to all our commercial projects a cultural dimension. I am not sure that the work of Emery Vincent Design can be identified as being specifically Australian. Certainly we are eclectic: we draw on ideas and references from modernism and the seminal art movements of the twentieth century, from technology, from popular culture, from contemporary architecture ... Our work is often categorised as minimalist, but we are uncomfortable with this label. If there is an abstracted quality in our designs, it comes from a concern with design process, rather than a style.

The process of distilling information and searching for a precise, concise way of saying something is basic to how we operate. But I cannot deny that minimalism exerts on me a powerful attraction. If I could have been someone else, I would have been Tadao Ando, Donald Judd or Richard Serra - prominent design figures who have all been labelled minimalists. The role of typography is to express the functional and emotive meanings of text, to engage the reader, to enhance meaning, to extend understanding, to express contemporary values. That definition extends to all forms of design, and with it in mind, I am curious to experiment with a digitally-driven, four-dimensional presentation of our work to the IcoGrada Millennium Congress. Garry Emery, Emery Vincent Design Melbourne August 2000





베이루트에 소재한 American University의 교수이며 건축디자인학부의 그래픽 디자인 프로그램 디렉터이다. 그녀는 C.I., 서적디자인, 브로슈어, 카탈로그, CD 커버의 사인과 웹에 이르기까지 여러 가지 디자인 프로젝트를 담당해 왔다. 또한 아랍에서 있었던 국제 디자인 이벤트인 IBDA 99는 물론, 미래 텔레비전 디자인과 미술(Future television design and art)에 대한 컨설팅 경험을 가지고 있다. 또한 전 세계 유수의 잡지와 책을 통해 그의 작품이 소개되었다.

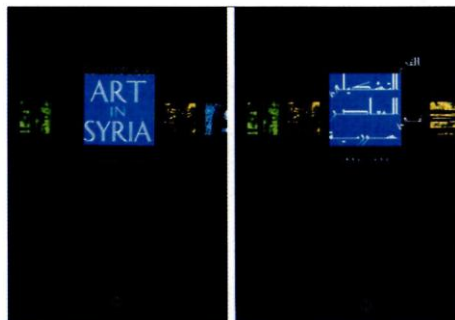
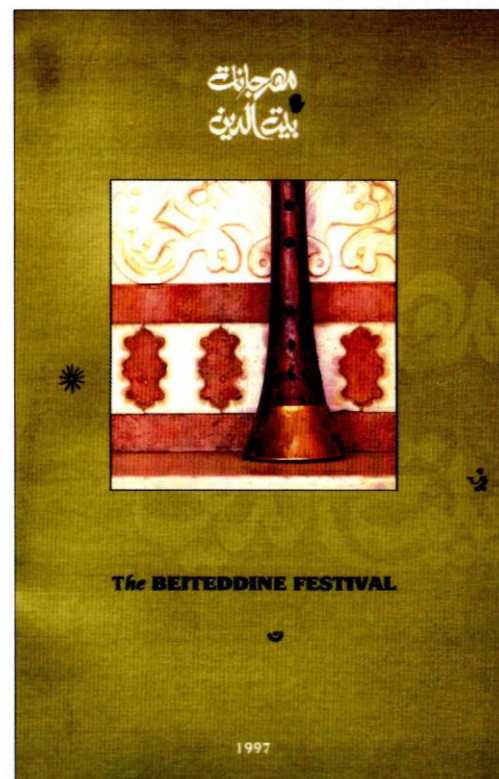
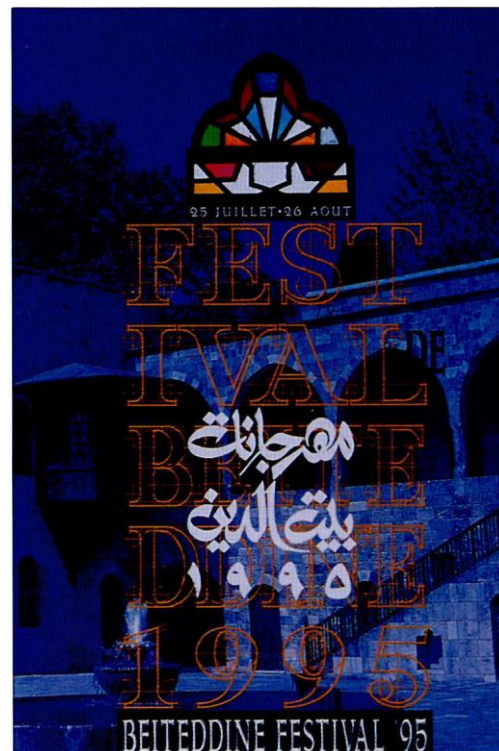
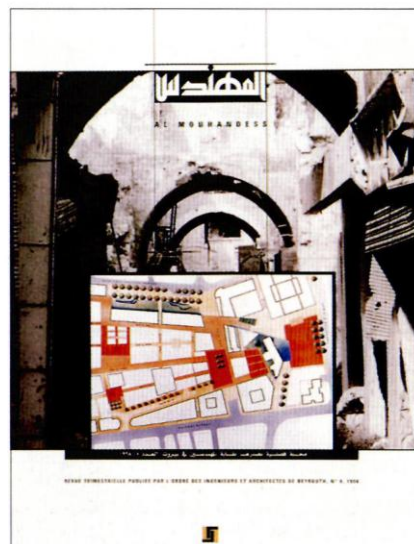
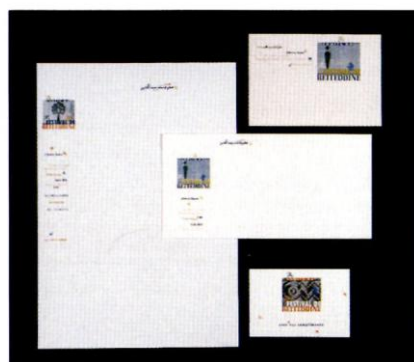
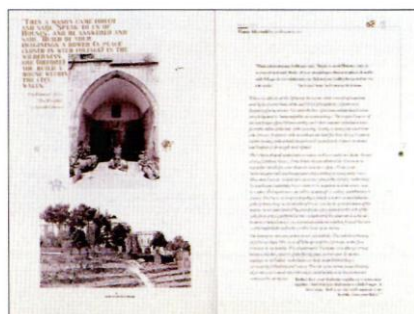
Born in 1956 in Lebanon, Leila Musfy studied design at Kansas City Art and received her MFA from the Cranbrook Academy of Art, USA. Since 1991, Musfy has focused on book designs, brochures, catalogs, signage CD covers and recently on the web. Musfy's design work has been recognized with many international awards and has been featured in numerous international design magazines and books, e.g. <Novum> <Output> <Al raida>. Currently, Musfy serves as Director and professor of the Graphic Design Program, Department of Architecture & Design, American University of Beirut. She also sits on juries and panels including ibdaa 99 design competitions, Ministry of Tourism Beirut Poster Competition, IAA/Phoenix Award, IAA/Arab Ad Print Award, and agfa competition.

보편 언어 대 아이덴티티-뒤쳐지지 않으려 몸부림치는 제3세계 국가들

내가 논의할 주제는 모방, 첨단 기술 따라잡기, 정체감 상실 등 동양과 서양이 충돌할 때 제기되는 디자인 이슈에 초점을 맞추어 전개될 것이다. 그리고 내 강의는 베이루트 아메리칸 대학(American University of Beirut) 디자인 교육 학과에서 최근 거론되고 있는 트렌드에 주로 근거한 것으로써, 내 작품과 학생들의 작품이 시각자료로 사용될 것이다.

Universal Language Versus Identity- The Struggle of Third World Countries in Keeping Up.

My topic will mainly focus on the Design Issues that East and West confront, as in imitation, staying up to date with the new technology, the loss of identity and so on. My speech will be based on Design Education in Lebanon Focusing mainly on the trends we adopt in our program at the American University of Beirut. My speech will be illustrated with my personal work and some of my student's work.

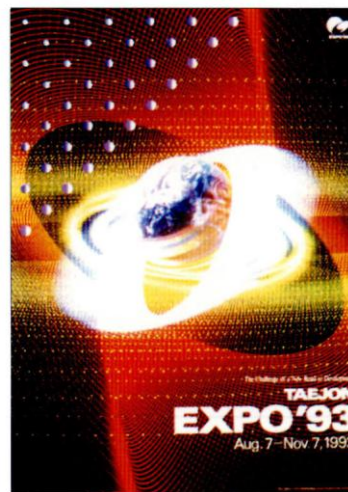
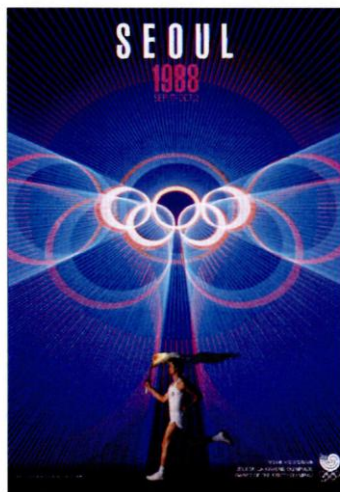


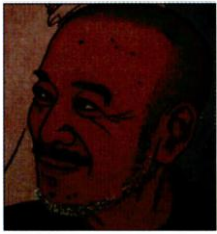


디자이너 회사 CDR의 디렉터로 근무(1973~1995년)했으며 이후 1988올림픽디자인전문위원회 위원장, 1993대전엑스포 디자인전문위원, 서울특별시 정책자문위원 등 정부자문위원과, 대우전자와 제일기획 등의 디자인 자문을 담당하기도 했다. 로드 아일랜드 스쿨 오브 디자인(Rhode Island School of Design), 북경 C.I.대학, 도쿄 한태평양 디자인 대회(Tokyo Pan Pacific Design Congress) 등 세계적인 세미나에서 강의를 진행한 바 있으며, 모리사와 어워드(Morisawa Awards)타이포 디자인과 홍콩디자인쇼 '98 등의 심사위원으로 활동하기도 했다. 한국 시각디자인 협회 회장과 이코그라다 이사를 역임하는 것을 포함해서 국제 디자인 협회에서 많은 활동을 하고 있는 그는 현재 서울대학교 미술대학 산업디자인학과 교수로 있다. 현재 한국 디자인학회의 명예회원과 일본 디자인학회의 정회원이다.

Cho Young-Jae is currently a professor in the Faculty of Design, College of Fine Arts at Seoul National University. From 1973 to 1995, Cho served as creative director of CDR Inc. During his lengthy career, he has held many prestigious consulting positions including consultant for the City of Seoul, the '88 Seoul Olympics Organizing Committee, Korean Ministry of Communications and the 1993 Taejon International Expo Organizing Committee. In addition, he has been active in professional associations including ICGRADA, Japanese Society for Science of Design, Visual Information Design Association of Korea (VIDAK) and the Korean Federation of Design Associations. He is also a frequent guest speaker at conferences and seminars around the world.

이상과 현실의 조화 Coordinating Dreams and Reality





1932년 도쿄 태생의 시각 디자이너로 1951~55년까지 도쿄 미술학교에서 건축을 공부한 후 졸업 시각 디자이너로 일했다. 1964~67년에 독일 울름 디자인 학교(Hochschule fuer Gestaltung Ulm)에서 객원 교수, 1968~70년에는 도쿄 조케이 대학(東京造形大學)의 조교수를 역임하고 1989년부터 현재까지 고베 디자인 대학에서 교수로 활동중이다. '만달라(Mandala-Now You See, Now You Don't)'(도쿄 세이부 미술관, 1980), '아시아 우주론-코스모스+만달라(Asian Cosmology-Cosmos+Mandala)'(도쿄 라포레 미술관, 1982년), '꽃문양 우주론-염색의 전통(Floral Cosmology-Traditions in Dyeing, Weaving, and Ornaments)'(도쿄 라포레 미술관, 1992년), '아광 국화(Florescent Chrysanthemum)'(런던 IDA 갤러리, 1969년) 등 동양적 문양과 관련된 전시회와 디자인 프로젝트와 포스터, 책, 잡지, 전시 카탈로그, 우표, 도표, 지도 디자인 프로젝트도 다수 수행했다. 저서로는 (Visual Communication)(1976) (Asian Cosmology Cosmos+ Mandala)(1982) (The Cosmology of Written Word)(1985) (3-D Stars)(1986), (Asian and Japanese Forms and Designs)(1994) (Art and Technology of Harmonious Circle)(1995) (Spirits of Forms and Designs)(1997) (Swallowing up the Universe)(1999) (The Tree of Life: Floral Cosmology)(2000) 등이 있다. 마이니치 신문 디자인과 산업 대상(1962), 노마 출판 문화상(1971), 라이프치히 도서디자인 페어 금상(1982), 교육부 미술상(1982), 마이니치 신문 미술상 등 다양한 수상 경력이 있다.

Born in 1932 in Tokyo and educated at Tokyo University of Arts in architecture, Kohei Sugiura is a visual designer whose design works consistently involving aspects in East Asian decorative design and its traditions. He has been invited to Hochschule fuer Gestaltung Ulm, Germany as a guest professor during 1964-67. He took up a position as an assistant professor at Tokyo Zokei University (1968-70), and has been professor at Kobe Design University from 1989 to present. He has been an active designer and planner of several exhibitions, including 'Mandala-Now You see, Now You Don't'(Seibu Museum, Tokyo, 1980), 'Asian Cosmology-Cosmos+Mandala'(Laforet Museum, Tokyo, 1982), 'Floral Cosmology-Traditions in Dyeing, Weaving, and Ornaments'(Laforet Museum, Tokyo, 1992), 'Florescent Chrysanthemum'(ICA Gallery, London, 1969), as well as other numerous projects for posters, books, magazines, exhibitions catalogues, postal stamps, diagrams, maps, and etc. His works have been recognized from several awards, and among them are Mainichi Newspaper Prize for Design and Industry(1962), Noma Publishing Cultural Award(1971), Leipzig Book Design Fair (Gold Prize,1982), Award in the Arts from Ministry of Education(1982), and Mainichi Newspaper Prize for Art.

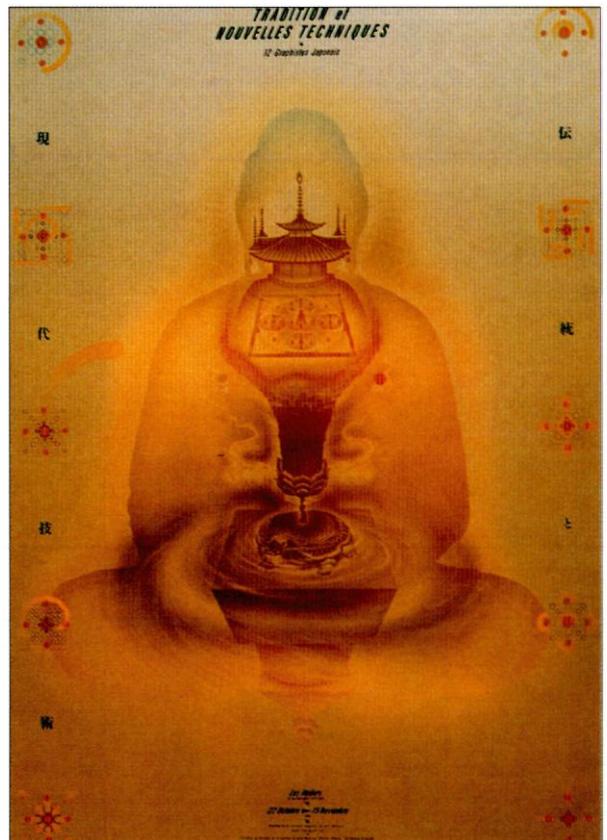
만물이 조율하는 세계, 건고의 우주철학

한국의 타악기 '건고'. 한국의 국악을 연주하는 이 타악기는, 세계에 유례가 없는 독특한 디자인으로 장식돼 있다. 타악기로는 유례가 없는 특이한 모습을 살펴보고 디자인의 미래와 결부된 특질을 풀어가고자 한다. 한국의 국악은 조정이나 궁중에서 기회 있을 때마다 연주되었던 고대의 음감 넘치는 유희한 음악으로 신계 기원하고 조상의 넋을 기리며 대자연의 유구함과 나라의 번영을 축복하기 위해 연주되었다. 국악의 원류는 고대 중국의 아악이다. 한나라 때(기원전 5세기경)로 거슬러 올라가는 아악은 신계 바치는 음악으로, 때로는 무악을 동반하는 다채로운 악기의 합주로 봉납되었다. 아악은 근대의 오케스트라의 아버지격으로 대규모의 양식을 가진 음악인데 그 구성에는 대자연의 섭리가 반영되어 있다. 고대 중국의 아악은 한국으로 건너왔고 다시 일본에도 전해지는데 각기 독자적인 변용을 이룩하여 현재까지 보존되어 활발하게 연주되고 있다. 한국의 국악에 사용되는 악기 중에는 음을 연주하는 기능을 넘어서 특이한 디자인을 가진 것이 몇 가지 있다. 그 중에서도 눈에 띄는 것이 3미터의 높이를 가진 큰 북, '건고'의 디자인이다. 제사 때 장엄한 회장의 가장자리에 일렬로 늘어선 악기들 가운데 건고가 자리잡고 있다. 직경 1미터 정도의 북통은 그 중심에 하나의 기둥이 수직으로 떠받쳐 공중에 떠 있다. 북 위에 얹힌 산 모양의 상자, 기둥 위에서 날개짓하는 흰 새, 사방으로 머리를 내민 용두, 거기에 사자머리와 호랑이의 모습도 휘감겨 있다. 북 모양치고는 지나칠 정도의 디자인을 사용한 까닭은 실은 이 북이 세계의 중심에 우뚝 솟은 우주의 산이고 우주의 나무이며 생명의 나무를 본뜬 것인 줄 이야기하고자 함은 아닐까. 여러 가지 특징을 겸비한 화려한 큰 북 '건고'. 하지만 이 북은 연주 중 하나의 음(혹은 지극히 적은 횟수)밖에 내지 못한다. 대자연의 소리를 단 한 번의 울림으로 상징하고 있는 것이다. '일음성불(一音成佛)'. 다채로운 모습을 지니면서 불과 하나의 음으로 그 존재를 웅축해서 보여주는 건고의 모습에서 디자인의 미래를 가늠해 본다.

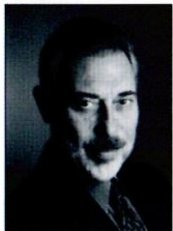
Cosmology of Keongo

Korean traditional percussion instrument Keongo is adorned with wondrous decorative elements. Keongo at first glance appears untypical to be a percussion instrument which also suggest a unique aspects of Korean design. Korean traditional music played for various ceremonies in the palace is characterized by deep resonance and grand scale, in gratitude for the great nature and in the earnest longing for the prosperity of the dynasty. The origin of Korean traditional music dates back to ancient Chinese music during the Han dynasty(5 century B.C.) intended to be offered to the God. The music was played by an orchestrated group of instruments often accompanied by performing shamans. This forerunner of modern symphony orchestra recreated the sounds of the great mother nature and its ways. Ancient Chinese music was transferred to Japan via Korea. Having influenced by Chinese music, both Korea and Japan have developed their own style of music throughout the history.

The instruments used in Korean traditional music often have unique decorative traits that defies assumed functions. The design of Keongo is a striking example of such kinds. Standing 3 meters in height, this ceremonial percussions is located at the center of percussions row. The 1 meter-diameter drum sits on a long pole and is decorated with a mountain-shaped cap and an open-wing crane. Four dragon heads stick out at the corners of the cap. Lions and tigers, intertwined with one another. Such an extravagance in the adornment of a drumming instrument is to serve Keongo's role symbolizing the center of the universe. This explains why Keongo is used once (or a few times) during an entire performance. The great nature is symbolized by the one resonating sound of Keongo. "One note achieves the way of Buddha"-Keongo embodies the symbolism of the great nature

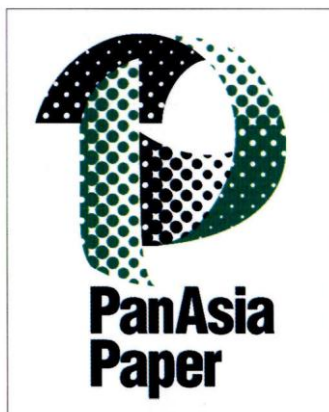


헨리 스타이너 Henry Steiner | Hong Kong



오스트리아 비엔나에서 태어나 뉴욕에서 성장했으며 1961년 홍콩으로 이주, 1964년에 그래픽 커뮤니케이션(현재 Steiner & Co.)을 설립했다. 뉴욕의 헨터 칼리지, 파리 소르본느, 예일대학교에서 그래픽 디자인을 전공했고 홍콩대학교와 홍콩중국대학교에서 그래픽 디자인을 강의한 바 있다. 특히, 홍콩에서 '올해의 디자이너상'을 수상하기도 했다. (The Asia Magazine)의 디자인 실장과 국제 그래픽 연맹(AGI)의 회장을 역임했으며, 현재 미국 그래픽아트협회, 뉴욕 아트디렉터스 클럽 등의 회원으로 국제 유수의 디자인대회와 심사와 강연 등을 담당하고 있다. 또한 1995년에 발간된 (Cross-Cultural Design: Communicating in the Global Marketplace)의 공동 저자이기도 하다. 주요 프로젝트로는 IBM, 체이스 맨하탄 은행, 홍콩은행, 힐튼호텔, 산미구엘 맥주, 쌍용그룹 등의 디자인 솔루션을 담당했다.

Henry Steiner was born in Vienna, raised in New York and educated at Hunter College, Yale University and the Sorbonne. He moved to Hong Kong in 1961 and founded Graphic Communication Ltd. (now Steiner&Co.) in 1964. His work has had a major impact on design in the Pacific Rim and has received worldwide recognition. A past president of AGI, he is a member of numerous design organizations including the American Institute of Graphic Arts, the New York Art Directors' Club and a Fellow of the Chartered Society of Designers. Mr. Steiner lectures and serves on design juries internationally.

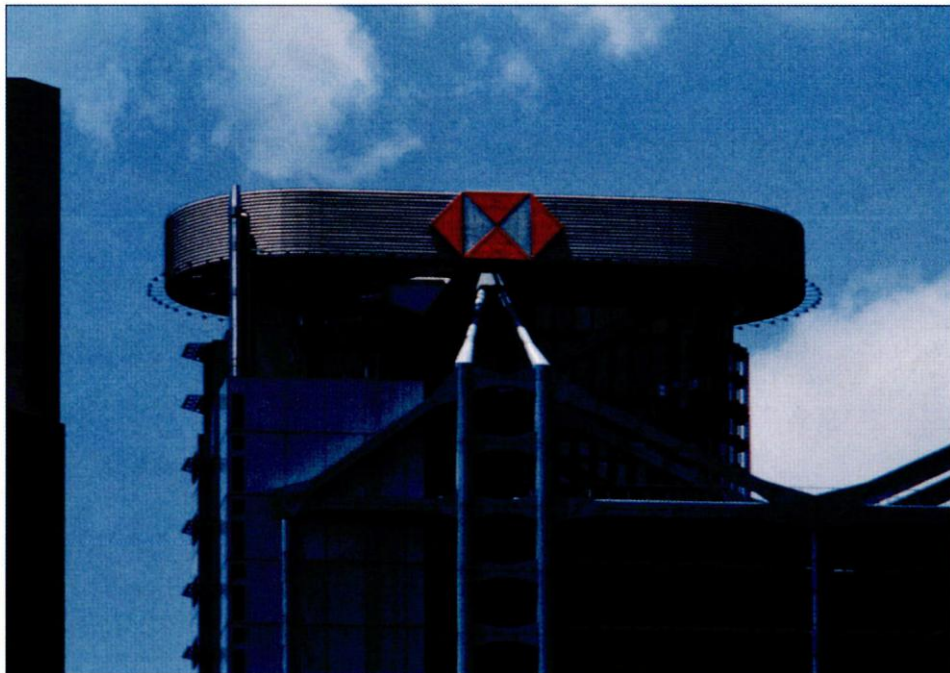


동문서답

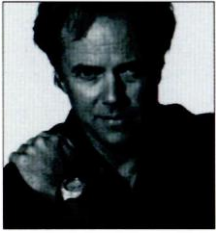
시장의 세계화와 전자 매스 미디어로 인해 우리는 과거 그 어느때 보다 동질화된 시각 환경에 처해졌다. 그러한 그래픽 언어는 또 본질을 상실하고 있거나 우리 일상생활과 상관없는 것들이 많은 경우가 많다. 이러한 현실 속에서 아시아의 여러 조직체들은 국제적 인식을 넓히면서 아시아 고유의 문화적 일체성이 살아있는 시각적 커뮤니케이션을 이룩할 수 있을 것인가? 그래픽 디자이너들에게 가장 우선적인 이슈는 명료한 아이디어 개발과 타문화에 대한 감수성이라는 것이 이 문제에 대한 헨리 스타이너의 믿음이다. 디자이너는 거주지와 작업지가 어디가 됐든 상관없이 문화적 다양성을 강화하는(문화적 독특성을 중성화시키지 않고) 풍부한 시각적 결과물을 창조하는 데 기여할 수 있어야 한다는 것이다. 홍콩에서 40년 가까이 작업해 온 헨리 스타이너는 국제적으로 잘 알려진 아시아 기업들을 상대로 일반인들의 인상에 깊이 각인되는 그래픽 프로젝트를 창조해왔다. 그는 아시아의 풍요로운 시각적 전통에서 크게 영감을 받았다고 설명한다. 시빅 퍼시픽(CITIC Pacific), 大新銀行(Dah Sing Bank), 홍콩 은행(Hong Kong Bank), 홍콩주식거래소(Hong Kong Futures Exchange), 스탠더드 차터드 은행(Standard Chartered Bank), 아시아 국제은행(International Bank of Asia), IBM, 자르맹 플레밍(Jardin Fleming), 크레딧아시아(인도네시아), 만다린 오리엔탈 호텔 그룹, 퍼시픽 센추리 사이버웍스(Pacific Century Cyber Works), PanAsia Paper, 쌍용 그룹, 중국 유니레버, 싱가포르 왕타이아시아(WingTaiAsia)는 그의 대표적인 아시아 기업 클라이언트들이다.

Tongmun Sodap (East question: West answer)

Two cultural forces in the world, one centripetal, one centrifugal, appear to be in conflict. The first is represented by the armies of homogenization: McDonalds, Coke, jeans, shopping malls with their designer brands, Disneylands and Guggenheims, the Three Tenors and Titanic. Opposing are the forces of diversity based on language, religion, or land, among them separatist Bretons, Basques and Catalans, the tribal warfare in Ireland, Israel and Sri Lanka, the fragmentation of Yugoslavia and the Indonesian archipelago. One line of research uncovers our genetic commonality - even race, the great divider, is accounted for by less than .01% of our genes. Yet other science indicates that culture not only shapes our different languages but even the way our brains themselves work. We are presented with challenges to understanding as seemingly fundamental ideas such as 'East' or 'brotherhood' or 'rational' can be deconstructed. Five years ago the book Cross-Cultural Design presented the credo: Business is global. People are different. Communication means survival. It remains so. If products are common, the people who buy them are not. More than ever designers must clarify their messages, avoiding blandness or blending, striving instead for articulation and contrast. These standards have always characterized successful design and will continue to do so. As professionals we need to discriminate between when design solutions may be appropriately cross-cultural and when they should communicate in a more universally acceptable manner. We'll look at visual examples of work, some culturally specific, some globally understood, and some which enjoy that special transformation when two or more cultures fuse and interact.



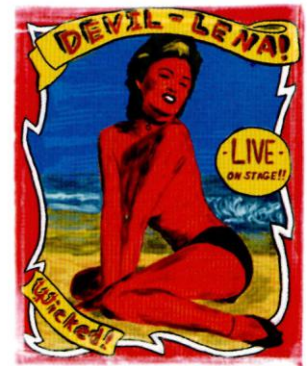
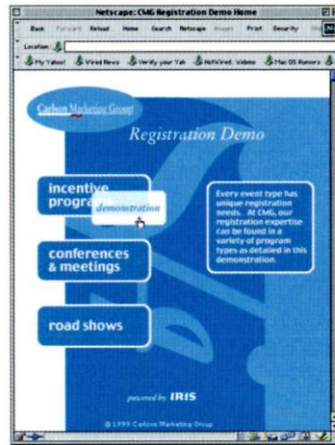
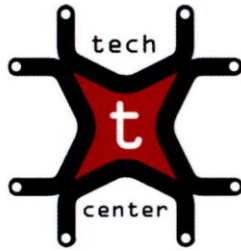
데이비드 카슨 David Carson | USA



데이비드 카슨은 뉴욕에 위치한 데이비드 카슨 디자인의 창립자이자 R/GA사의 크리에이티브 디렉터 겸 디자이너이다. 1989년 <비치 컬처(Beach Culture)>의 아트디렉터를 담당했고 1993년 11월 마빈 스코트 제릿(Marvin Scott Jarrett)이 창간한 얼터너티브 음악잡지인 <레이 건(Ray Gun)>을 디자인하면서 그는 영감의 강조된 즉흥적인 디자인 작업을 통해 전세계 젊은 디자이너들에게 새로운 편집 디자인의 트렌드를 제시했다. 1998년 마이크로소프트사와 조지 아르마니의 광고 캠페인의 기획을 담당한 바 있으며, 루슨트 테크놀로지사의 텔레비전 광고를 제작하였고 하버드 경영대학원의 존 카오(John Kao) 교수와 공동으로 'The Art and Discipline of Creativity'라는 다큐멘타리를 제작하기도 했다.

David Carson is creative director and designer at R/GA and principal of David Carson Design in New York. Among his major projects are advertising campaigns for Microsoft and Giorgio Armani and TV commercials for Lucent Technologies. He has also collaborated on a documentary, The Art and Discipline of Creativity, with Harvard Business School professor John Kao. Formerly art director of <Ray Gun> and <Beach Culture> magazines, Carson is also a published author. His book <The End of Print> is now in its fifth printing and has sold over 125,000 copies worldwide.

<The End of Print> 이후의 그래픽 디자인 Graphic Design after the End of Print



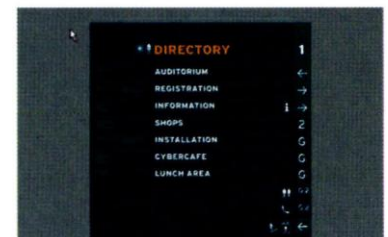
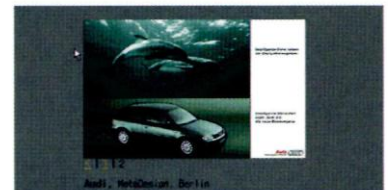
에릭 스피커만 Erik Spiekermann | Germany



현재 베를린 예술대학 교수로 재직중인 에릭 스피커만은 정보시스템과 타이포그래피에 주력해 온 디자이너로서 그의 'If Meta'와 'Itc Officina' 같은 서체는 걸작으로 인정되고 있다. 베를린 대학에서 미술사를 공부한 그는 런던으로 이주한 후 런던 판화학교에서 강의를 하며 디자인 회사의 컨설턴트로 근무했다. 1981년 베를린으로 돌아와 메타디자인이라는 이름의 디자인 스튜디오를 경영하면서 Berthold, Linotype, 어도비, 애플 등과 함께 여러 프로젝트를 진행했다. 1988년에는 아내 조안 스피커만과 함께 컴퓨터 서체를 우연 판매하는 폰트 onShop이라는 회사를 시작하였으며, 1990년에는 울리 마이어(Uli Mayer)와 하나 크루거(Hannes Kruger)와 함께 메타디자인플라스를 세웠다. 현재 베를린, 샌프란시스코, 런던의 사무실에 250여 명의 직원을 둔 독일 최대의 디자인 회사로 성장했다. 메타디자인은 베를린시 대중교통부와 뒤셀도르프 국제 공항의 정보시스템 디자인 프로젝트를 장기간 진행해오고 있으며, 폭스바겐과 아우디자동차의 디자인 업무를 맡고 있기도 하다. 독일 브레멘 미술 아카데미(Bremen Academy of Arts) 교수, 독일 디자인 위원회(German Design Council) 부사장, IIID 국제 정보 디자인 연구소(The International Institute for Information Design) 사장 직을 동시에 겸하고 있는 그는 <양 도둑질은 이제 그만(Stop Stealing Sheep)>(어도비 출판사, 영문판 및 독일어판)을 비롯해서 타이포그래피와 타이포그라피에 관한 저서 4권을 출간했다.

Erik Spiekermann designs information systems and typefaces. Some of his latest typefaces, including 'If Meta' and 'Itc Officina', have already been lauded as contemporary classics. Spiekermann is the founder of MetaDesign, Germany's largest design firm with offices in Berlin, San Francisco and London, and a staff of over 250. Currently, Spiekermann is also a professor at the Bremen Academy of Arts, Vice President of the German Design Council and President of IIID (The International Institute for Information Design). He has written four books about type and typography in German and English including <Stop Stealing Sheep> for Adobe Press and has lectured throughout the world.

정보, 정보 Information, Information





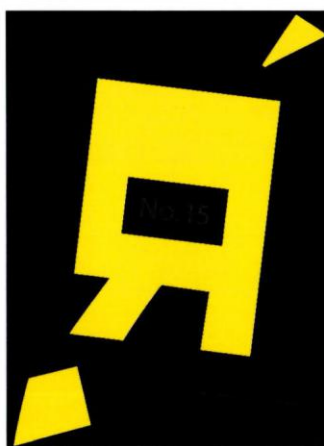
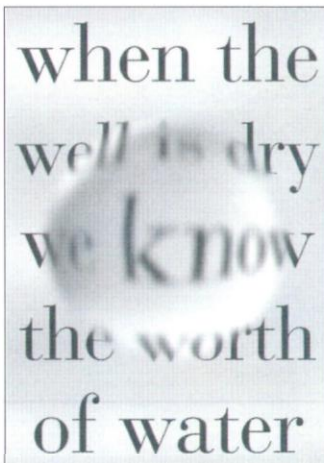
중국 광둥성 출신 디자이너인 왕 슈(Wang Xu)는 광저우미술대학교(Guangzhou Fine Arts College)에서 디자인을 전공했다. 1995년 중국 광저우에 자신의 디자인 회사인 Wang Xu & Associates를 설립했다. 왕 슈는 뉴욕 아트디렉터스 클럽, 브루노 국제 그래픽디자인 비엔날레, 멕시코 국제 포스터 비엔날레 등의 국제대회에서 다수의 수상경력을 가지고 있으며, 그의 작품은 <Print> <IDEA> <High Quality> <Graphis> 같은 잡지에 소개된 바 있으며, 미술산업 미술관(Museum fuer Kunst und Gewerbe), 독일 브란덴부르크 코트부스 미술 컬렉션(Brandenburgische Kunstsammlungen Cottbus), 덴마크 그래픽 미술관(Dansk Plakmuseum), 신 컬렉션(Die Neue Sammlung) 등이 그의 작품을 소장하고 있다. 그 밖에 왕 슈는 <디자인 익스체인지 매거진(Design Exchange Magazine)> 14개 호의 편집을 맡았고 <그래픽 디자이너의 디자인 인생(Graphic Designers' Design Life)> 시리즈를 여러 권 저술하기도 했다.

Born in Guangdong, China, Wang Xu is a graduate of the design department of the Guangzhou Fine Arts College. After working for over ten years as a graphic designer in Hong Kong, Wang founded Wang Xu & Associates Ltd. in Guangzhou, China in 1995. The recipient of numerous design awards, Wang participates actively in juries and exhibitions. His work has been featured in publications such as <Print> <IDEA> <High Quality> <Graphis>. His works are part of the collections of the Museum fuer Kunst und Gewerbe, Brandenburgische Kunstsammlungen Cottbus, Dansk Plakmuseum and Die Neue Sammlung. In addition, Wang has edited 14 issues of <Design Exchange Magazine> and numerous volumes of the book series <Graphic Designers' Design Life>.



크로스 컬처럴 디자인의 활용

The Practice of Cross-cultural Design East Meets West (with Garry Emery)



1943년 동독에서 태어나서 1959년 서독으로 이주했다. 1960년대 후반에 뒤셀도르프에서 커뮤니케이션 디자인을 공부했다. 그는 동·서양의 수많은 국제 공모전에서 수상했고, 세계 각국에서 30회 이상 개인전을 열었다. 그의 작품은 뉴욕현대미술관(Museum of Modern Art, New York)을 포함하여 세계 각국의 유명 박물관들에 소장돼 있다. 또한 'lograda Excellence Award' 과 'Grand Prix' 를 두 차례씩 수상한 경력을 가지고 있다. 1990년 이후로 독일 Wuppertal 대학에 있는 커뮤니케이션디자인학부의 교수로 재직 중인 그는, 동·서양 27개국의 대학과 학회에서 마려한 강의와 워크숍에 초청되었으며, 현재 AGI(AGI), 독일의 ADC(Art Directors Club) 그리고 뉴욕의 TDC(Type Directors Club)의 멤버이기도 하다.

Born 1943 in the East of Germany, Uwe Loesch studied Communication-design in Dusseldorf. He got numerous awards at the international biennials in East and West and had more than 30 one-man-exhibitions around the world. He was honored two times with the ICOGRADA Excellence Award and the Grand Prix in Lahti and Colorado. Since 1990 he has a professorship for Communication-design at the University of Wuppertal. He was invited to lectures and workshops at academies and universities in 27 countries in East and West, but never in Korea. His work is collected by the most important museums in East and West. Since 1983 his work is represented in the Museum of Modern Art New York. He is member of the AGI AGI, the ADC Art Directors Club for Germany and the TDC Type Directors Club New York.



둘째날 _ 인간, 기술, 자연

산업사회와 모더니즘의 출발은 인류가 처음으로 자연에 대한 정복을 시작했던 시기로 인류사에 기록될 것이다. 물론 운송 수단의 발달로 인한 물리적 시공간의 압축, 의약품 개발을 통한 질병 치료, 토목 사업을 통한 수자원의 통제 등은 근대 산업사회와 과학 기술이 이루어 낸 눈부신 업적들이다. 그러나 이 과정에서 인간은 그 정복의 대가를 톡톡히 치러야만 하는 쓰라린 아픔을 맛볼 수밖에 없었다. 더 이상 자연은 인간이 돌아가야 할 포근한 대지와 숲이 아닌 쓰레기와 공해, 그리고 환경 파괴로 나날이 썩어 들어가는 파괴와 오염의 장으로 변해 버렸다. 오늘날의 과학 기술은 정보화와 디지털이라는 화두 앞에서 새로운 시대를 이끌어 나갈 견인차로서의 역할을 부여받고 있다. 정보화와 창조화의 물결 앞에서 인류는 새로운 문명사회의 시작을 목도하는 순간에서 있기도 하다. 이제 21세기의 과학 기술은 지난날에 범했던 실수와 시행착오에서 벗어나 새로운 발전의 방향을 인류에게 제시하여야 한다. 그것은 바로 과학 기술이 그 자체의 논리가 아닌 인간과 자연의 생명을 상생하는 수단으로서의 역할을 깨닫는 것이다. 그렇게 함으로써 새로운 생명력으로 항상 활기 넘치는 새로운 신문명의 사회가 도래하게 될 것이다.

‘인간, 기술, 자연’의 주제는 우리의 삶을 이루는 이 세 가지 요소가 21세기에는 어떠한 방향에서, 상생의 논리로써 어울림을 이루어낼 수 있을 지에 대한 진지한 검토로서 자리매김할 것이다. 어울림의 마당에서 인간과 기술, 그리고 자연은 어떻게 하나로 어울려질 것인가. 이때 디자인의 역할은 무엇인가. 이러한 질문들과 반성 그리고 이 모든 것들의 어울림이 모색될 것이다.

‘인간, 기술, 자연’은 4개 분과로 나누어져 토론될 예정이다. 1분과(뉴 미디어), 2분과(아시아), 3분과(공동체), 4분과(세계)로 구분돼 각 분과에 8개씩 총 32개의 발표 및 토론이 있을 예정이다.

Thursday October 26, 2000 | The Oullim of Nature, Humans and Technology

The second day of the congress features thirty-two parallel sessions enabling participants to meet in small groups to discuss a variety of topics related to the theme of The Oullim of Nature, Humans and Technology. The start of the new millennium calls for an earnest examination of our relationship with nature and technology. Through the small group sessions, participants will have the opportunity to explore the issue of how humans, nature and technology can co-exist in a symbiotic relationship of harmony and examine the role of design in achieving this goal.

조나단 반브룩 Jonathan Barnbrook | U.K

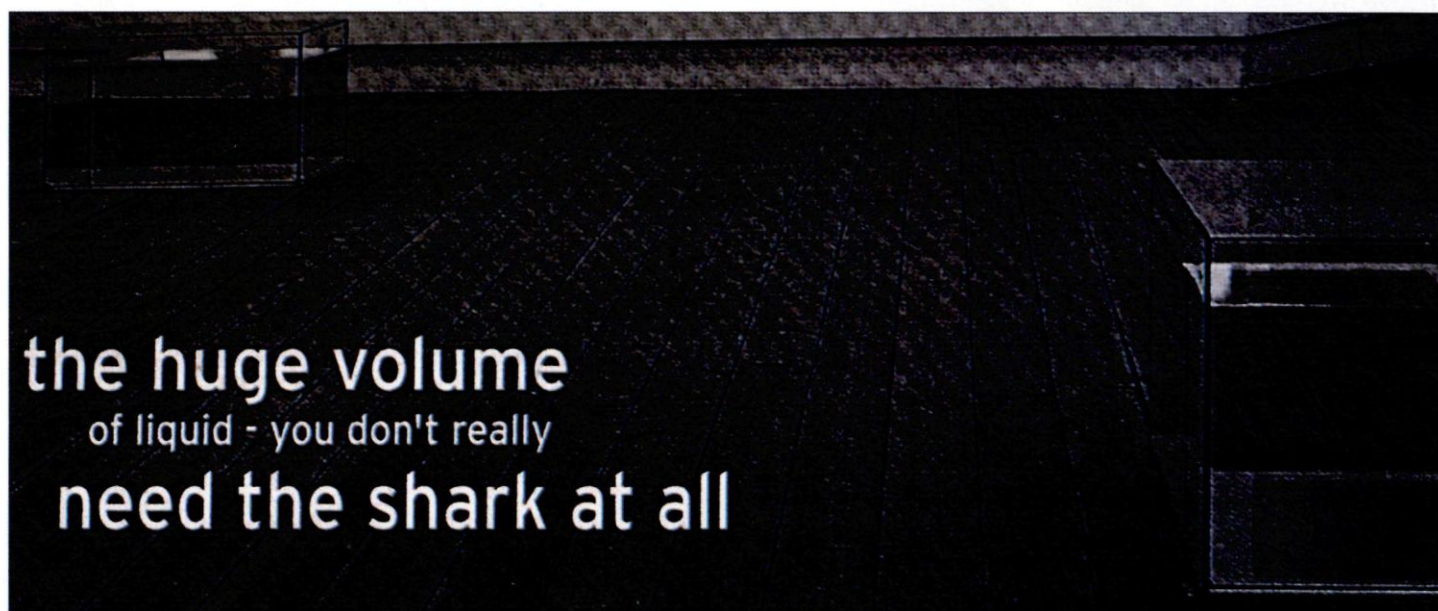
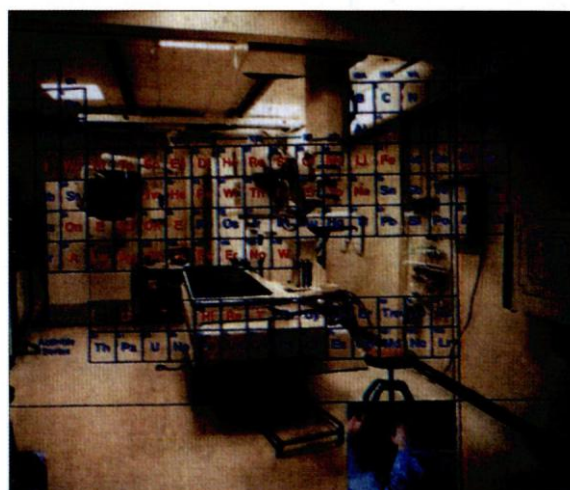
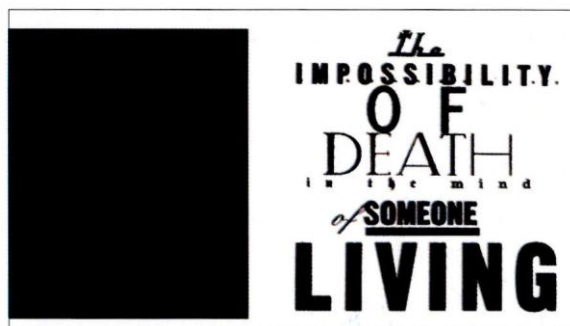
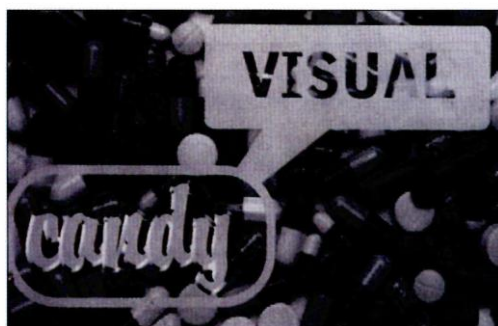


타이포그래피, 반브룩 바이러스 서체 공동 창작

지난 10여 년에 걸쳐 그래픽 디자인 분야에서 경력을 구축해 오면서 오늘날 영국에서 최고로 혁신적인 그래픽 디자이너 중 한 사람으로 자리잡았다. 신세대 그래픽 디자이너의 최선봉에서 활동하고 있는 그는 도발적이고 감각적인 작품으로 국제적인 관심을 끌고 있다. 현대 미술계 유망주인 데이언 허스트(Damien Hirst)와의 공동작업 프로젝트를 비롯해 저술활동, 나이키, 도요타 자동차, 마즈다, 기네스 맥주같은 클라이언트를 위한 광고 프로젝트에 이르기까지 활동 반경은 폭이 넓다. 메이슨(Mason), 엑소셋(Exocet), 프로작(Prozac)을 포함한 수많은 폰트를 디자인했고 <One to One>, <Always> 등의 북디자인을 담당했다. 현재 그는 영국 정부 후원하에 건설된 밀레니엄 돔(Millennium Dome)에 관한 저술작업을 마무리 중이다.

Typography, Barnbrook Virus-Typefaces & Artistic Collaboration

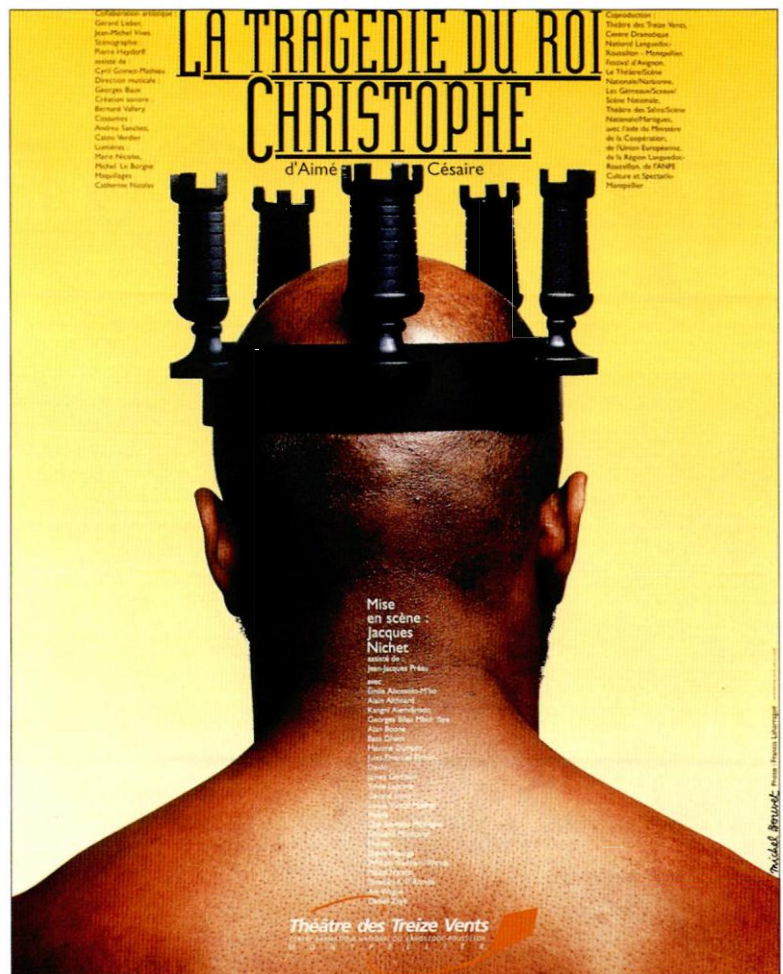
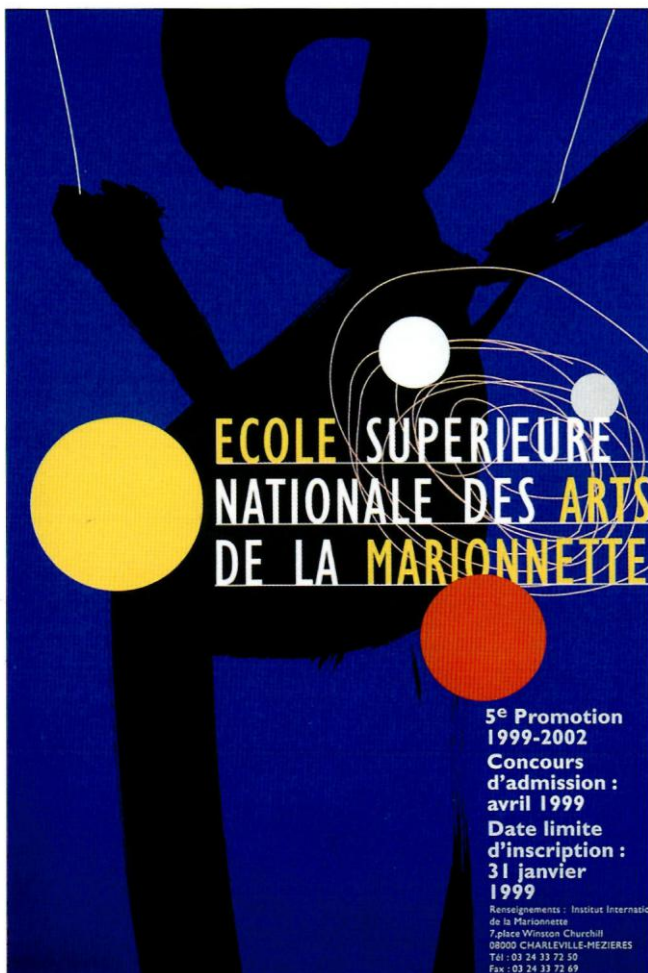
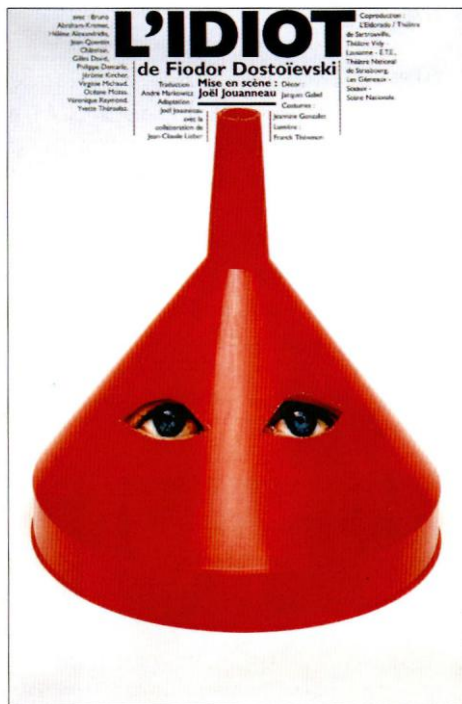
Over his ten-year career, Jonathan Barnbrook has developed a reputation for leading one of the most innovative designers on the UK graphic design scene. At the forefront of a new generation of graphic designers, Barnbrook constantly attracts international attention for his provocative and exciting work. His studio takes on diverse projects ranging from a collaboration with contemporary artist Damien Hirst on an award-winning monograph to advertising projects for clients such as Nike, Toyota, Mazda and Guinness. Barnbrook has also released a number of fonts including Mason, Exocet and Prozac. Currently, his studio is completing a book for the British government-sponsored Millennium Dome about writing at the end of the millennium.





프랑스 고등 미술 디자인 대학(Ecole Supérieure d'Arts Graphiques)의 교수로 재직중인 프랑스의 대표적인 그래픽 아티스트이다. 1955년에 출생하여 파리 미술학교(Fine Art School in Paris)에서 순수 미술을 전공하던 중 유럽 디자이너들의 작품세계에 매료되어 디자인의 길로 접어들었다. 샌프란시스코 여행중 접하게 된 사이키델릭 그래픽 디자인과 프라하에서 처음 본 브체크 카르텔(Vchek Cartel)의 작품세계가 순수미술에서 디자인으로 궤도를 수정하게 된 결정적인 요인이었다. 이후 그의 그래픽 디자인은 세계적인 인정을 받기 시작하여 파리 국립도서관을 위한 문화 포스터 공모전 그랑프리를 비롯하여, 미국 포트 칼린즈 국제 포스터 비엔날레 1등상, 폴란드 레체초바 극장 국제 포스터 비엔날레 2등상을 차지했다. 프랑스, 루마니아, 멕시코, 네덜란드, 독일, 남아프리카공화국, 쿠바, 인도, 필리핀, 일본 등지에서 개인전을 가진 바 있으며 (Graphis) (IDEA) (Novum) 등의 잡지에 소개되기도 했다.

Born in 1955, Michel Bouvet is a prominent French graphic artist. After studying painting at the Fine Art School in Paris, Bouvet became influenced by European designers of the time. Impressed by the graphic world of the psychedelic universe and Vchek Cartel encountered on trips to San Francisco and Prague, Bouvet switched to design. Since then, he has held exhibitions around the world and won numerous awards for his design work. Among these are the Grand Prize for a cultural poster for the Bibliothèque Nationale in Paris, First Prize at the International Poster Biennale at Fort Collins, USA, and Second Prize at the International Biennale of Theater Posters in Rzeszow, Poland. Currently, Bouvet is a professor at the ESAG (Ecole supérieure des arts graphiques) in Paris.





공공미술 작가인 동시에 그래픽 디자이너로 알려져 있는 그는 예일대학교에서 그래픽아트를, 콜롬비아대학교에서 예술사를 전공했으며 California College of Arts and Craft와 Moore College of Art and Design에서 예술 전반에 걸친 다양한 능력을 인정받아 명예박사 학위를 획득했다. 미국 뿐 아니라 전세계적인 공공 미술 프로젝트에 참여한 그는 루시 리파드가 기획하고 콜로라도 대학 미술관에서 열렸던 공공미술 프로젝트에 참여한 바 있으며, 미네소타에 소재한 워커아트센터 (Walker Art Center)와 워싱턴의 코코란 화랑(Corcoran Gallery), 휴스턴 현대 미술관 등에서 그래픽 디자인과 시각 디자인에 관련한 전시회를 가진 바 있다. 또한 그의 작품은 로스앤젤레스 현대미술관, 뉴욕도서관, 뉴욕현대미술관 등에 영구 소장되어 있기도 하다. 1990년 이래 예일대학교 예술학부 교수이자 대학원장으로 재직중이며, 미국 전역과 유럽, 아시아 등지에서 열리는 컨퍼런스나 세미나의 강연자로 초청받고 있다. 또 <Print> <IDEA> <Eye> 등의 잡지와 <The Lure of the Local> <Architecture of the Everyday> 등의 단행본에 참여한 바 있다.

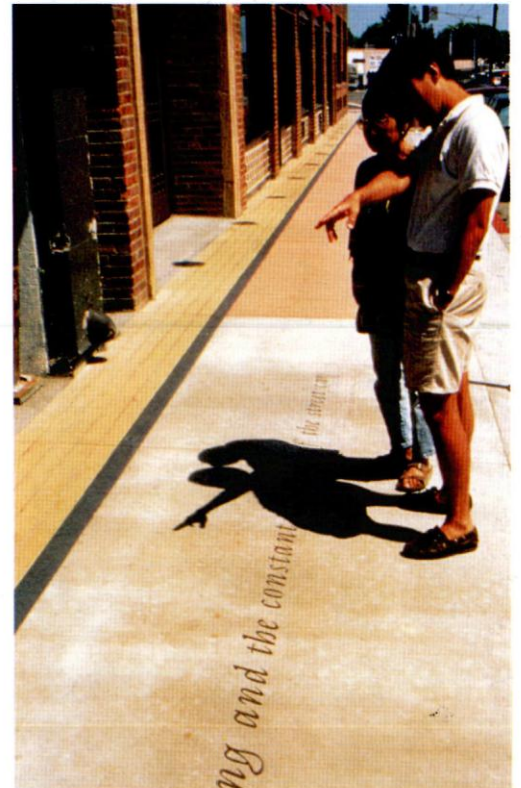
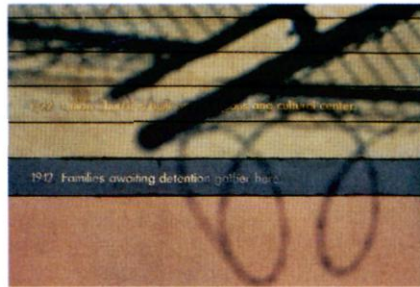
Sheila Levrant de Bretteville received her BA in Art History from Barnard College, Columbia University and MFA in Graphic Design from Yale University. Since 1990, she has been Professor and Director of Graduate Studies at Yale University's School of Art. She has previously held teaching positions at Otis Art Institute of Parsons School of Design in Los Angeles and California Institute of the Arts, where she co-founded The Women's Building. Her works can be found in collections such as the Museum of Modern Art in New York, the Victoria and Albert Museum in London, the Los Angeles Public Library and New York Public Library. She has also been active as a public artist, having created numerous permanent installations in public places. Articles by and about de Bretteville can be found in publications such as Print, IDEA, Sazio e Societa, Communication Arts, and Eye.

차이?

그래픽 디자인이라는 직업 세계는 흔히 전지구적이고 화려한 전자 미디어의 정반대편 즉, 지엽적이고 촌스럽고 재료중심적인 디자인을 양성해 온, 지독하게 비전문가적인 분야로 여겨져 왔다. 그런 가운데 그래픽 디자인의 주변 영역이면서 나 자신이 전문적으로 다루고 있는 특수 분야가 있다. 복잡다단한 주제성과 모순 갈등을 애국 없이 유지하되, 특정 장소를 재현하고 일상 속 시민들의 생활상을 반영하는 것이 내 작업의 초점이다. 그래서 나의 작업은 광산에서 광물을 캐내듯 도전을 기회로 삼는 것과도 같은 과정을 요구한다. 겉보기엔 죽은 것처럼 보이는 도시공간으로부터 감춰진 역사를 재발견하고, 표면에 활기를 가함으로써 전에 보이지 않던 사람들과 사건들에 대한 기억을 되살리고 이야기할 수 있게 한다. 그와 같은 프로젝트는 '인종' '민주주의' '성(gender)' 등과 같은 민감한 이슈에 따라붙는 규범적 개념들을 환기시키기도 한다. 특히 '여성' 문제는 '차이(difference)'라는 개념에 대해 재고해 보는 기회이다. 도전적인 프로젝트는 나의 주장을 표현할 수 있는 기회가 된다. 내 몇몇 작품에서 표현한 것처럼 특정 장소가 지닌 영혼과 그들이 제기하는 의문들은 바로 내 작품이 구현하고자 하는 주제들이다.

different?

The graphic design profession can be seen as having developed a deeply porous and sometimes rather local, gritty, material edge as well a global, glossy electronic media center. From within one of graphic design's material peripheries are professional practices such as my own, practices focused on representing particular places, and reflecting the participation of everyday citizens, each with their complex subjectivities and contradictions intact. The process by which such a practice as mine proceeds involves a process of seeing challenges as opportunities, making an active choice to work with seemingly dead urban space to discover its hidden history, enliven its surfaces so that they speak and restore to memory people and issues that have been invisible. Such a project can attempt to call into question normative notions attached to mobilizing signs "ethnicity" "democracy" "gender." Specifically, the challenge of "women" as a category can be seen as an opportunity to rethink difference. It is this project of seeing challenges as opportunities to speak. The spirit of a place, as represented by a few specific works and the questions they raise, that will be the subject of my presentation.

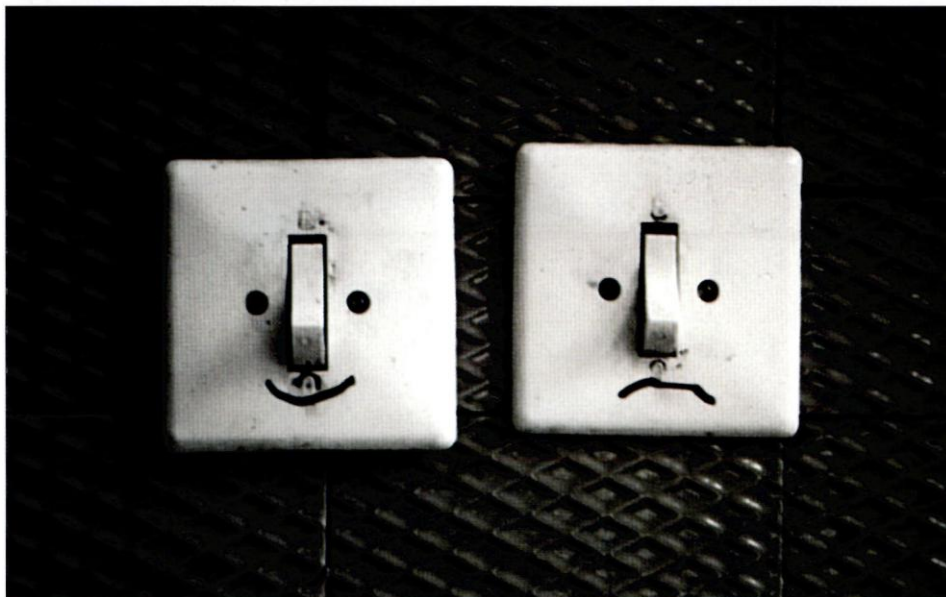


블라디미르 차이카 Vladimir Chaika | Russia



러시아의 Art School 1과 Stroganov Higher School of Arts and Crafts를 졸업한 후, 러시아 모스크바에서 프리랜서로 활동하고 있는 그래픽 디자이너이다. 브르노 국제 그래픽 비엔날레(체코 공화국, 1988년, 1994년), 헬싱키 국제 포스터 비엔날레(핀란드, 1995년), 콜로라도 국제 초청 포스터 전시회(미국, 1995년), 그리고 가장 최근에는 모스크바 국제 황금벌 비엔날레(러시아, 2000년)에서 수상한 경력있는 작가다. 러시아 그래픽 디자인의 3차원(드로지카, 1998년) 러시아 그래픽 디자이너 3인전(일본 오사카 DDD갤러리), '20세기의 문화' 국제 포스터 전시회(프랑스 팜탱, 1997년) 등에 참여했다.

Vladimir Chaika is a freelance graphic designer living and working in Moscow. He got numerous awards at the international biennials, such as Brno Biennale of Graphic Design. (1988, 1994), Helsinki International Poster Biennial in Finland (1995), Colorado International Invitational Poster Exhibition (1995) and the most recently at the Golden Bee Moscow International Biennale (2000). He also had several exhibitions around the world, e.g. Three Dimensions of Russian Graphic Design (Trojika, 1998) and Exhibition of Three Russian Graphic Designers (DDD Gallery, Osaka, Japan.), and Culture of Twentieth Century. International Poster Exhibition (Pantin, France, 1997).





캐나다의 브리티시 컬럼비아 대학 서양화과를 졸업하고 뉴욕의 파슨스에서 BFA를, 로스앤젤레스의 칼아트에서 MFA를 받았다. 나리기획과 디자인포커스, 홍콩에 있는 헨리 스타이너 & 파트너즈, 인피니트에서 크리에이티브 디렉터로 근무한 후, 1991년 C전문화사 DC&A를 창업하여 신라호텔, 매일경제, m.net 등 다수의 C와 B를 진행했다. 현재 서울대와 홍익대에 출강하고 있으며, 매일경제 광고 대상 심사위원, 2002 월드컵 디자인자문위원, 한국시각정보디자인협회 국제담당 부회장으로 활동하고 있다.

Chang Dong-ryun received a BFA from Parsons School of Design in New York and an MFA from the California Institute of the Arts in Los Angeles. Chang worked for several international design companies including Henry Steiner & Partners, The Infinite, and Design Focus before establishing his own design firm in Korea, Interbrand DC&A. Currently, as CEO of Interbrand DC&A, Chang specializes in corporate and brand identity projects. Hotel Silla, Hansol Oak Valley, M-Net, and Maeil Business Newspaper are among his clients. Chang also lectures at Hongik and Seoul National Universities and is artistic advisor for the World Cup Korea 2002.



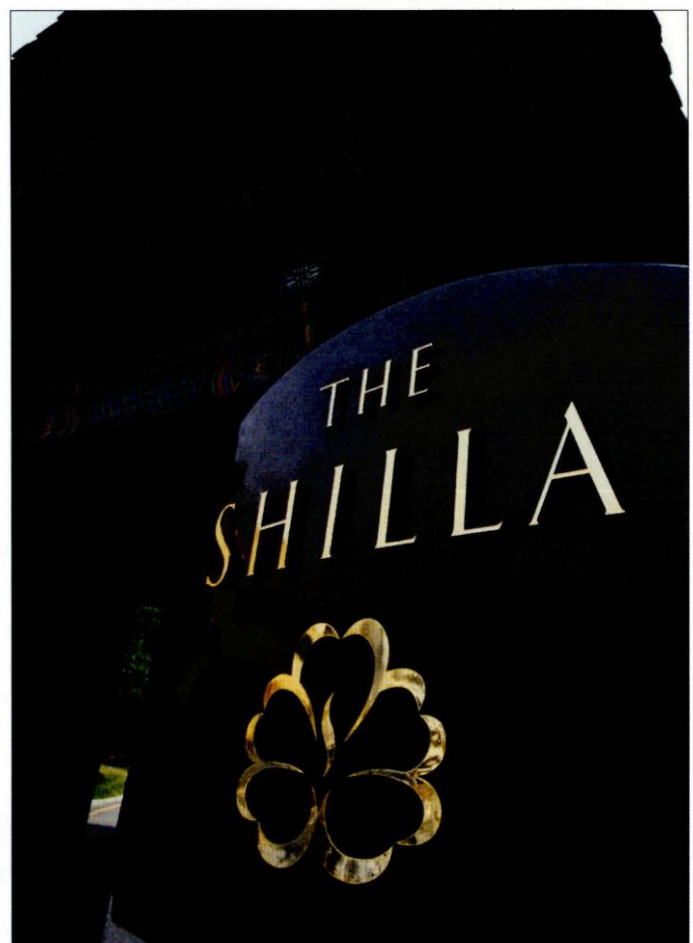
2002 월드컵의 글로벌 브랜드 개발과정

지난 몇 십년에 걸쳐 FIFA 월드컵은 4년 마다 한번씩 열리는 단순한 국제 스포츠 행사 이상으로 발전했다. 축구가 문화와 인종, 대륙, 종교, 언어 등을 초월하는 대표적인 팀 스포츠라고 한다면 이 대회는 최상의 수준에 도달하려고 하는 각 나라들의 노력의 정수라고 평가할 수 있겠다. 미디어와 기술의 진보와 함께 이제 월드컵 마케팅은 거대한 국제적 작업이 되었는데 이는 흥분과 기대를 효과적으로 경기까지 이끌기 위해 경기의 중요한 요소들을 브랜드화하는 일을 포함하고 있다. 한국과 일본에서 개최될 예정인 2002년 FIFA 월드컵은 이전 경기와는 다른 새로운 차원의 흥분을 더하고 있다. 새로운 밀레니엄의 첫 번째 FIFA 월드컵이라는 상징적 의미를 넘어서, 아시아 대륙에서 열리는 최초의 대회이며 동시에 공동주최라는 특징도 있다. 이는 두 나라의 문화적 특성을 어떻게 전략적으로 잘 조화시킬 것인가 하는 것과 나아가 그것을 FIFA의 정신과 통합시켜야 하는 매우 흥분되는 과제를 제기하고 있다. 2002년 FIFA 월드컵을 위한 브랜드 단계는 대규모 마케팅의 일부분으로 ISL과 국제적인 우수 브랜드 컨설턴트 회사인 인터브랜드(Interbrand)에 의해 공동으로 주관되고 있다. 조인트 레터널 프로젝트(The joint lateral project)는 최근 한국의 인터브랜드 DC & A와 일본의 인터브랜드와 영국의 인터브랜드에 의해 실시되고 있다. 주요 국제 스포츠 이벤트의 최초의 브랜드화에서 고려되어야 할 것은 혁신적인 접근이어야 한다는 것과 동시에 FIFA 월드컵의 보편적인 호소력을 지니고 있어야 한다는 것이다.

인터브랜드 DC & A의 크리에이티브 디렉터(Creative Director)로서 2002년 FIFA 월드컵의 상징과 마스코트의 개발로 이어진 계획, 커뮤니케이션, 혁신적인 전략 등에 대해 이야기 하고자 한다. 이 강의는 또한 진행중인 이 프로젝트를 통해 전지구적인 브랜드 이슈들에 대한 논쟁에 실마리를 준다는 의도도 가지고 있다.

Creating a Global Brand for the 2002 World Cup

The FIFA World Cup in the past several decades has evolved to become more than an international sporting event that is played out every four years. As football is the quintessential team sport that transcends beyond cultures, races, continents, religions and languages the event epitomizes the pursuit of nations to achieve the highest standards of excellence. With the advancement of media and technology, marketing the World Cup is now a massive global endeavor with branding perhaps the most major component to effectively channel the excitement and emotions leading to the tournament. The 2002 FIFA World Cup to be held in Korea and Japan in many ways will add exciting new dimensions from their forerunners. Beyond the symbolic fact that it is the first FIFA World Cup of the new millennium, it is the first to be held in the Asian continent, as well as being the first to be co-hosted. This brings many exciting branding challenges as how to strategically communicate the cultural attributes of the two countries as well as integrating them with the spirit of FIFA. The branding phase for the 2002 FIFA World Cup is part of an extensive marketing effort co-ordinated by ISL with Interbrand, the world's leading international branding consultancy. The joint lateral project is currently being conducted by Interbrand DC & A in Korea, Interbrand Japan and Interbrand UK. In what may be considered the first branding implementation of a major international sporting event an innovative approach was taken to capture and maintain the universal appeal of the FIFA World Cup.





1992년 다니엘라 하우페(Daniela Haufe)와 데틀레프 피들러(Detlef Fiedler)가 창업한 싸이안은 베를린 오페라, 라디오프리 베를린(Radio Free Berlin), 바우하우스 재단, 베를린 미술학교 등 정부 관련 문화단체 다수를 주요 클라이언트로 삼고 있다. 단행본, 잡지, 카탈로그, 포스터를 포함한 각종 인쇄물 디자인 업무는 물론 1996년 이후부터는 영화와 멀티미디어로도 관심영역을 넓혀오고 있으며 싸이안프레스(Cyanpress)라는 출판사를 운영하고 있다. <Eye> <Novum> <IDEA>를 비롯한 세계적인 그래픽 디자인 저널의 작품이 출판되었고, 1992~98년까지 베스트 포스터 어워드 100과 1995년 유럽 지역 디자인 어워드에서 수상했다.

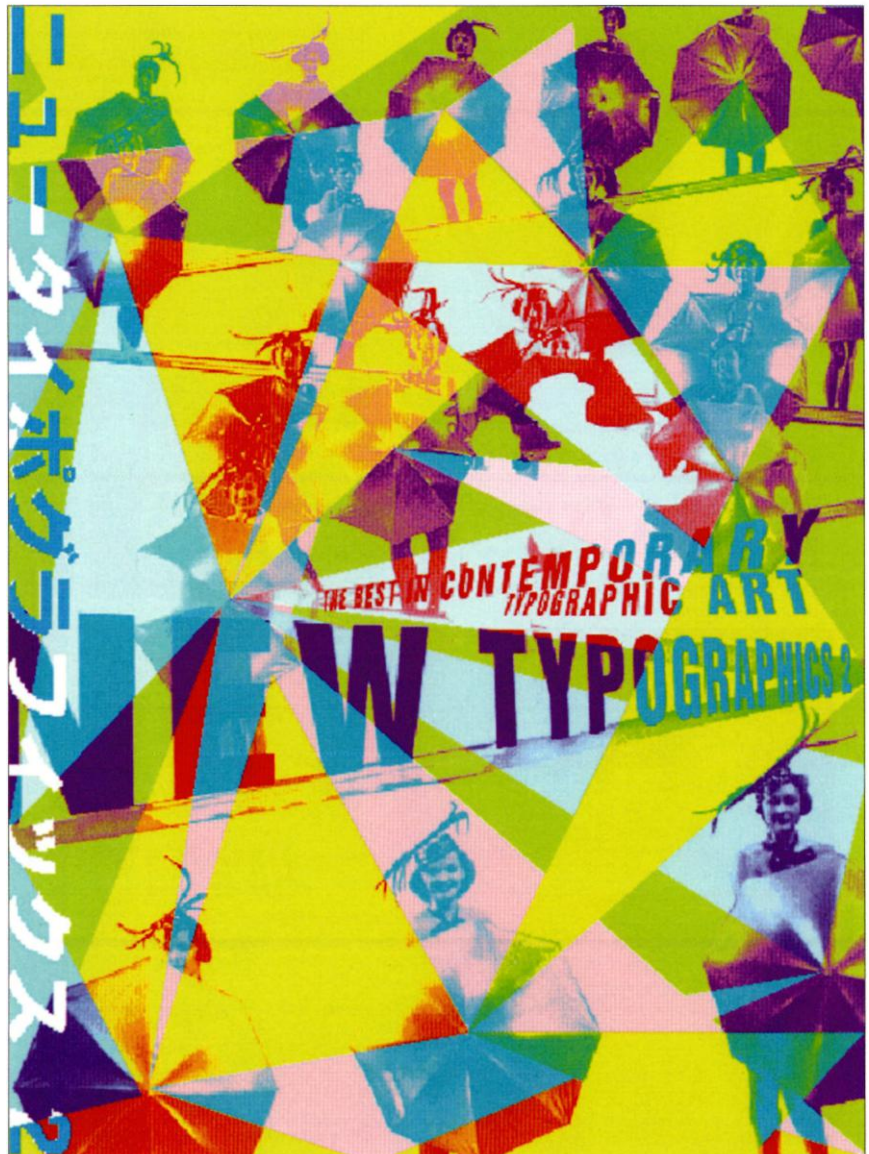
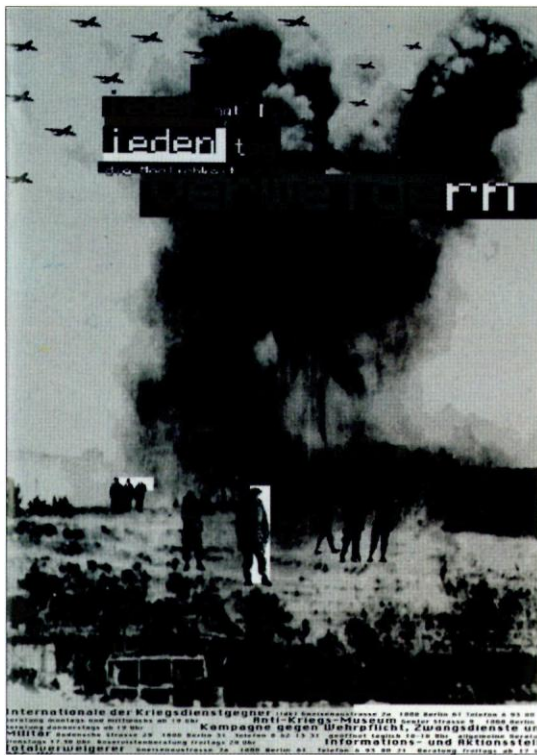
Cyan was founded in 1992 by Daniela Haufe and Detlef Fiedler. The studio's projects include books, magazines, film and multimedia works for clients in the cultural sector. Among Cyan's clients are the Berlin State Opera, Radio Free Berlin, Bauhaus Dessau Foundation, The Academie of Fine Arts in Berlin and various galleries and publishing houses. The studio also designed a multimedia stage set for Kurt Weill and a videofilm-slide combination for Aaron Copland. Their work has been featured in publications such as Eye, Idea and Creative Review. Among their awards are the European Regional Design Award and the 100 Best Posters Award for six consecutive years (1992-1996). They also founded Cyanpress, designing and publishing their own books.

비주얼을 소리로 표현한다

컴퓨터가 처음 등장했을 때 싸이안은 전자 테크놀로지의 새로운 가능성에 선헤 감동하지 않았다. 컴퓨터화된 새로운 디자인 양식 보다는 20세기 초 아방가르드 예술에 공감대를 두고 있던 싸이안에게 컴퓨터는 중요한 작업 수단일지언정 근원적인 표현 방식은 전통적인 타이프세트, 필름 사진, 잉크 캘리그래피가 제공한다. 문화단체나 정부 관련 기관에서 주도하는 프로젝트에 주로 관여하는 연유로 저예산 혹은 무예산으로 작업을 완성해야 한다는 부담을 거뜬히 해결해 주는 수단은 다름아닌 컴퓨터다. 컴퓨터는 전통방식의 리토프와 사진세팅 기술과 각종 사무에 잡비를 소요하지 않고도 신속하고 우수한 품질의 결과물을 약속하기 때문이다. 그런 점에서 컴퓨터는 경제적 문제에 대한 효과적인 솔루션임에 틀림없다. 그런 점에서 볼 때 컴퓨터는 돈 많고 시간 많은 소수 애호가들의 전유물로써의 그래픽 디자인 분야를 널리 대중화시키는 데 기여한 민주주의적 수단이다. 그러나 싸이안의 미적 철학은 빠르고 쉽게 소비되는 일상적 저속함과 커뮤니케이션의 패스트푸드화를 거부한다. 대중이 쉽게 소화하는 대규모식 디자인 마케팅은 궁극적으로 미학적 문화적 긴장과 갈등을 축소시켜 일개 미미한 기능품으로 전락하기 때문이다. 그래서 싸이안은 대중을 심적으로 동요시키고 주의를 집중시킬 수 있는 시각적 경험을 창조한다는 거창한 사명감을 지켜오고 있다. 예술은 디자인의 영역(언어나 디자인적 형식, 인스톨레이션 등)을 침범해 들어오고 있다. 마찬가지로 그래픽 디자인은 이미지와 단순한 대중언어로 의미를 전달하는 1차적 기능을 넘어서 이미지와 언어로 구성된 형식미와 의미해석의 여지를 제공해야 한다.

Sounding the Visual

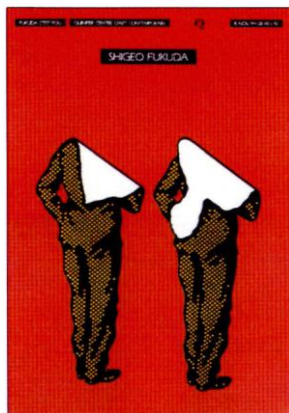
Pneumatic drills, hooting cars, screaming children, barking dogs - living in the centre of Berlin we couldn't get away from sound if we wanted to. The building site around us intrudes on and influences our inner building site. From the material lying around in a mess, unformed, something new arises and sound is an integral part of this. Nothing was ever built silently. We've always been fascinated by the interrelations between sound and visual forms. Is typography audible? Are sounds visible? Do sounds alter pictures and vice versa? Such questions have been constantly in the back of our minds as we have pursued our projects - books and posters for opera houses, corporate design for sound-art festivals, multi-media for the theatre stage etc., as well as teaching graphic design students. New technical means have blurred the borders between the arts and enabled designers to work independently in the low or no-budget sector, overseeing all stages of production in a way which was previously impossible. We will be showing examples of our work from over the last ten years, together with sound and film.





일본 디자인의 우수성을 세계적으로 널리 알린 사람 중 하나로 포스터 디자인으로 유명세를 떨치고 있다. 또한 일본 그래픽디자인협회의 부회장과 이코그라다 부회장을 역임한 바 있으며 'Warsaw International Poster Biennial(1972)'에서 금상을, 'Colorado International Poster Biennial(1979)'에서 은상을, 'Moscow International Poster Biennial(1985)'에서 최우수상을 수상한 바 있다. 또한 일본엑스포 공식포스터 제작(1970년)과 포르투갈 리스본시 공식 로고 제작(1988년)을 담당하기도 했다. 주요 전시로는 '후쿠다 시게오 - 150 개의 포스터' (1992, 폴란드), 'An Artist of Visual Wit' 동경국립현대미술관 개인전 (1997, 동경) 등을 들 수 있다. 현재 AGI, RDI, TADC 등의 회원인 동시에 동경 대학 예술학부 초청교수로 재직중이다.

Since graduating from the Design Department at Tokyo National University of Arts and Music in 1956, Fukuda has been active as a graphic designer, garnering numerous awards at competitions and exhibitions around the world including the Japan EXPO '70 Official Poster Competition, the Warsaw International Poster Biennial, Helsinki International Poster Biennial and the Paris International Poster Exhibition. He has also been named to the New York ADC's Hall of Fame and held several solo exhibitions. Formerly a vice president of Icofrada, he is currently the Vice President of the Japan Graphic Design Association and a guest professor at the Tokyo National University of Arts and Music.



불협 대 화음 : 크리에이티브 디자인에 있어서 분열의 주요 역할

유희의 눈 일본 속담에 "네 발걸음을 조심하라(Watch your footing)"는 말이 있다. 넓은 의미에서 해석하자면 사람은 모름지기 제 처지와 역할을 알고 그에 맞게 행동해야 할 것을 이른다. 이 가르침은 또한 지구상 어느 나라 어느 국민들이든 보편적으로 이해되는 인생 철학이라고 생각한다. 오늘날 나는 총 가입회원수 2천명을 보유한 일본 그래픽 디자이너 협회 JAGDA의 회원 겸 도쿄 국립 예술 음악 대학의 객원 교수직을 맡고 있다. 그러나 무엇보다 나는 여전히 그래픽 디자이너로 활동하고 있다. "네 발걸음을 조심하라"는 가르침을 염두한 채로, 나는 오로지 나만이 창조할 수 있는 작품을 위해 그래픽 디자인을 어떻게 바라보고 창조하고 도전했으며 또 내 직업을 통해서 내 개성을 표현하고 내 직업에 대한 자신감과 자부심을 키워나갔는지에 대해서 이야기해 보려고 한다. 또 나는 사회 속에서 그래픽 디자인의 중요성과 그래픽 디자인이 어떻게 생활과 문화를 재미있게 재창조했는가의 예를 슬라이드와 VTR 자료를 통해서 보여주고자 한다.

Discord Versus Harmony: The Central Role of Disruption in Creative Design

The Playful Eye We have a Japanese saying that goes, "Watch your footing" which in a broad sense instructs one to behave knowing his/her position, role, and won self. I think this precept is also a philosophy of life that can be understood by any people in any country on earth. Today I am a member of JAGDA, a Japanese organization for graphic designers with 2000 memberships, and a guest professor at Tokyo National University of Arts and Music. Last but not least, I am an active graphic designer. "Watching my own footing", I would like to talk about how I considered, created, and challenged graphic design that cannot be created by anyone but myself, that expresses my personality, and that gives me a confidence and a pride in my profession. I would also like to report my thoughts on the importance of graphic design in society, and on graphic design as a creation that makes life and culture fun to live, using slides and VTR.





아시아 지역 CI와 아트 디자인 분야 컨설팅에서 다년간의 노하우를 쌓아 온 William Harald-Wong & Associates의 대표 겸 아트디렉터/디자인 연구자로 활동하고 있다. 그는 말레이시아 쿠알라룸푸르에 있는 본사 이외에도 모멘트 폰트 스튜디오(Moment Font Studio)도 동시에 운영하면서 상호문화적 시각현상과 미감에 대한 연구와 자료수집에도 열렬한 관심을 보여왔다. 각 국가와 지역 교류의 문화와 관습에 그토록 높은 가치를 부여하게 된 데에는 인도네시아 발리, 베트남, 우즈베키스탄, 아프리카의 모잠비크에 이르기까지 방대한 지역을 오가면서 각종 프로젝트에 참여해 온 경험이 크게 작용했다. 최근 그의 관심사는 동남아시아의 전통적이며 본질적인 미학을 찾고 추출해내는 작업이다. 동남아시아는 지리적으로나 역사적으로 인도, 아랍권, 중국, 유럽, 말레이, 기타 토착문화가 골고루 뒤섞인 문화의 교차점이라는 점에서 이 작업은 동남아시아 현대 그래픽 디자인의 현주소를 파악하고 재창조하는 데 결정적인 열쇠가 될 것이라는 게 그의 신념이다. 그래서 현재 진행중인 자료수집 프로젝트 가운데에는 지금은 나이들어 '잊혀진' 세대가 된 전통 발리 댄서들과 음악가들의 이야기를 기록하는 작업을 비롯해서, 말레이시아/태국 국경의 무속 치료사, 지역 디자인 전통, 말레이시아 지역의 디자인, 광고, 문자형태에 관한 연구가 계속되고 있다. 네덜란드, 프랑스, 베트남, 라오스, 인도, 싱가포르, 말레이시아, 호주에서 일한 경험을 바탕으로 이들 국가들의 아이덴티티와 문화에 대한 연설에 다수 초청된 바 있다. '여섯 명의 아시아 디자이너'(1995년 일본), '글로벌 전시회 - 세계 33명의 디자이너'(1997년 일본), '살아 있는 발리의 유산-사진 기록 프로젝트'(1997년), 그리고 말레이시아 국립 미술 갤러리(National Art Gallery in Malaysia) 등에서 수 차례 작품이 전시되기도 했다.

William-Harald Wong is a CI and art design consultant in the Asian market. He is also a director and design researcher of William-Harald Wong Associates, based in Kuala Lumpur, Malaysia. Locating a high value in rediscovering and understanding of Asian and visual traditions, he also heads the Moment Font Studio, where he conducts research and collects data on the aesthetics of Southeast Asian and its cross-cultural aspects of visual phenomena. The traditional Balinese dancers and musicians, also known today as the "forgotten" generation is his latest topic for research. Wong's investigation and implecation of Southestern visual arts into contemporary design have long been seeded from his early career experience working for clients of various nations, including the Netherlands, France, Vietnam, Laos, India, Singapore, Australia, not to mention Malaysia. As a nationale of Malaysia, a country at the cross point of cultures from as close as India and China and as far as Arab and Europe, Wong works to combine the best of the all these cultures.

"우리는 용이 아니라 뱀이라네" - 그래픽 디자인의 교차점에 직면한 동남아시아

동남아시아는 여러 문화가 다원적으로 결합된 세계적 melting pots이다. 지난 수백 년 동안 이 지역 토착민들과 인도, 중국, 아랍, 유럽 무역인들 사이에 지속적으로 이루어진 교류 덕분에 지역 토착 전통과 외부적 영향력은 상호문화에 거름 역할을 해왔다. 여타 동남아시아 권 국가들의 경우와 마찬가지로 말레이시아도 전통적 가치관과 대량소비 가치관 사이의 갈등으로 고민해 왔다. 지나치게 소비지향적이고 대중 위주의 속물적 태도는 동남아시아인들이 원해서라기 보다는 근대화 과정의 일부로 받아들여진 현상이었다.

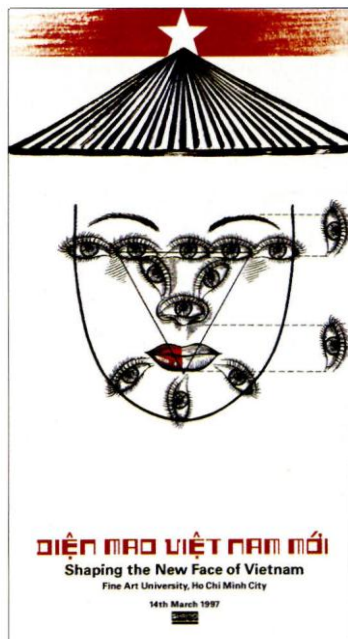
그러나 그 문화적 갈등과 다문화의 풍요성은 그래픽 디자인 창조에 우수한 기회를 제공해준다. 의미 있고 생명감 있는, 자부심과 지역적 특징(지리적, 역사적, 심리적, 공동체적)을 부여해주는 한편 우리 고유의 다문화적 현실을 재고찰할 수 있도록 재촉한다. 그래서 나는 동남아시아의 시각을 대표해서 슬라이드 자료를 보면서 다음과 같은 주제들로 논의를 전개해보려 한다:

- 이미지와 심볼- 유래(origination)와 독창성(originality)-차용 디자인이 '선사한 은총'; 이슬람 교리가 현대 로고 디자인에 미친 영향
- 언어와 텍스트 - 다양성의 복잡성, 영어의 아시아화 다문화주의(multiculturalism)-긴장 속의 조화, 정치, 종교, 인종, 문화, 언어, 교육, 고대 예술(창조의 의식) 간의 분리할 수 없는 연결성
- 창조적 예술가로부터 비롯된 '내면의 바람(Inner Winds)'의 개념
- 동남아시아인의 영혼 속에 또아리를 틀고 있는 나가스(코브라)

"We are the Nagas, not Dragons" - Graphic Design at the Cultural Crossroads of Southeast Asia

Southeast Asia was one of the world's original multicultural melting pots. For centuries, interactions between the indigenous cultures of the region with Indian, Chinese, Arab and European traders have engendered the continuing cross-fertilisation of local traditions and external forces. In Malaysia, as in other Southeast Asian nations, ancient values are being challenged by the values of mass consumption. Everything points to a future that is overly consumer-oriented, generic and banal - not least because Southeast Asians desire this change, equating it with being modern. But this cultural conflict and richness in cultural plurality offer great opportunities for the creation of graphic design that is meaningful and vital - works that are imbued with a sense of pride and place (geographical, historical, psychological, communal), and this will encourage all of us to re-examine our own multicultural realities. The following topics will be explored, from a Southeast Asian perspective, in a presentation of slides taken from around the region, and illustrated with examples of works from William Harald-Wong & Associates and Moment Font Studio:

- Image and Symbol- origination, originality, the "bestowed blessings" of appropriated designs; the influence of Islamic principles on contemporary logo creation.
- Language and Text - the perplexity of diversity, the Asianisation of the English language; propaganda.
- Multiculturalism - harmony amidst tensions, the inextricable linkage of politics, religion, race, culture, language and education,
- and Ancient Arts - the ritual of creation; the concept of "Inner Winds" which flowed from the artist or performer to the creation. Nagas (cobras), nesting in the soul of Southeast Asia.





프랑스의 파리 출신으로 영국과 미국에서 학창시절을 보냈다. 미국 로드아일랜드에서 말콤 그리어(Malcolm Grear)와 함께 병원과 주거지역의 사인 시스템을 구축하는 프로젝트를 기획한 바 있으며, 파리로 돌아온 후 장 피에르 그란펠드(Jean-Pierre Grunfeld)를 중심으로 구축된 디자인 그룹에 가담하면서 프랑스 정부를 위한 여러 시각정보 디자인 프로젝트를 진행했다. 1987년에는 파리에 자신의 디자인 스튜디오를 개업하면서 사인 시스템 개발에 주력하고 있다. 현재 건축 대학에서 강의를 진행하면서 건축에 대한 남다른 관심을 키워가고 있다.

A native of Paris, Laurence Madrelle spent her student and early work years in England and the US. While living in Rhode Island, she worked with Malcolm Grear on hospital and housing sign-system projects. After returning to Paris, Madrelle worked with a group of designers headed by Jean-Pierre Grunfeld, designing numerous communication campaigns for government ministries. Since 1987, Madrelle has been leading a studio in the Marais district of Paris, which specializes in making signs. She also has a deep interest in architecture and lectures at an architecture school.

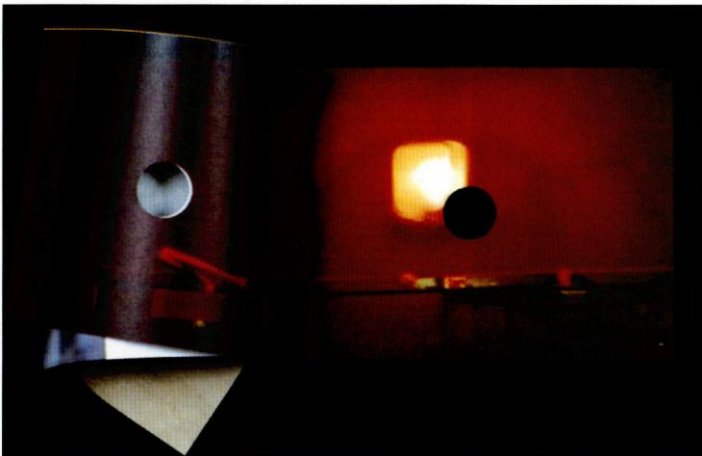
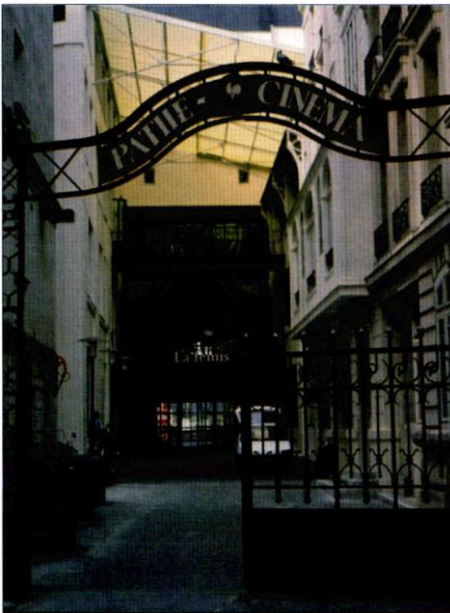
그녀는 의사소통하기를 좋아한다

프랑스의 로랑스 마드렐르는 자신의 그래픽 디자인 작품들 가운데 커뮤니케이션 디자인과 관련 깊은 작품들을 선별하여 보여줄 것이다.

- 문화부
- 역사적 기념비 100점에 대한 구두점
- 상보르 (Chambord)
- 역사 도시 120곳 네트워크
- 프랑스 박물관 행정실 루브르 박물관 맞은편으로 이사하다
- 프랑스 내 1000개 미술관을 위한 기호체계
- 차고 위의 신문
- 파리 제13구역 거리 한 구석에 위치한 공공도서관
- 에이즈 퇴치를 위한 긴밀한 협조를 호소하는 포스터
- 파리 북부의 한 도시
- 파리 제13구역
- 츠미(Tschumi) 빌딩을 기다리며 (기호 체계)
- 프랑스 영화학교 (The French Film School)
- 그녀는 다른 그래픽 디자이너들과 의사소통하기를 좋아한다.
- 그녀는 한 미술가와 의사소통하기를 좋아한다 - 데일 치홀리(Dale Chihuly와 공동 작업)

Elle Aime Communiquer : She Likes to Communicate

- Le Centre National des Lettres (Ministry of Culture)
- Punctuations for 100 historical monuments
- Chambord
- A network of 120 historical cities
- The French museums administration moves across the Louvre
- A sign system for 1000 museums in France
- A newspaper above a garage
- A public library on the street corner in the 13th arrondissement
- For a close relationship in the fight against aids
- A town in the north of Paris
- Paris 13th arrondissement Urban signals to mark a territory under construction
- Waiting for Tschumi's building (a sign system)
- The French Film School
- Elle aime communiquer avec d'autres graphistes
- Elle aime communiquer avec un artiste (work with Dale Chihuly)





황영웅(黃永雄)은 1943년 대만 태생으로 대만 타이베이 국립 미술 아카데미를 졸업했다. 1967년 대학을 마친 직후 대만 광고영화사(Taipei Commercial Film)의 부디렉터로, 1968년에는 장수영화사(Long Life Film Company)에서 제작한 영화 <나에게 감히 말할 수 없어(I Don't Dare to Tell You)>의 예술감독을 맡았다. 이후 70년대 이후로 중앙영화사(Central Motion Picture Company) 부 예술감독 및 사진가, 잡지 <에코(ECHO)> 아트디렉터 및 발간인, <한성(Han Sheng Magazine)> 아트디렉터 및 발간인을 거쳐 현재는 에코 프로덕션사(ECHO Production Company)에서 크리에이티브 디렉터 겸 이사회 회장으로 일하고 있다. 그는 또 국내외에서 전시회를 수차례 가진 바 있다. <UP>(대만 국립 역사박물관, 국립미술아카데미, 시멘딩 아트 갤러리, 1966~67), <Energy of Asian Design>(일본 디자인 위원회가 선정한 아시아 그래픽 디자이너 14인 전, 캐나다, 일본, 1997~99), <When Installation Art Meets Up with the Artistic Heritage Handed Down Through the Ages from Mother to Daughter>(중국 여성 민속 미술과 공예전, 대만, 1998년), <현대 동아시아 서체 디자인 전시회(Contemporary East Asian Calligraphic Design Exhibition)>(서울, 1998), <황영웅: 대만의 책 디자이너>(일본 디자인 위원회 갤러리, 도쿄, 1998~99), <Paw>(뉴욕 퀸즈 미술관 등 미국, 유럽, 아시아에서 순회전, 1999~2000) 등. Huang Yung-sung was born in Taiwan in 1943. Upon graduating from National Academy of Art in Taipei, Taiwan in 1967, he worked as an assistant to the Director at Taipei Commercial Film. In 1968 he became the artistic director for the feature film titled <I Don't Dare to Tell You> at Long Life Film Company in Taipei. During the 70s Huang worked as an assistant art director and photographer at Central Motion Picture Company in 1970. From 1971-75 he worked as the art director for ECHO Magazine and became the publisher and art director in 1975. Since 1978 to present, he has been the art director and publisher at Han Sheng Magazine Company. He is also currently the creative director and the chairman of the board of directors at ECHO Publications Company since 1994. Huang's past exhibitions include <UP>(Avant-garde conceptual art group founded by Huang, exhibited at The National Museum of History, Taipei, The National Academy of Art, Xi Men Ding Art Gallery, 1966-67), <The Energy of Asian Design-14 Asian Graphic Designers>(Organized by Japan Graphic Designers Committee, Tokyo, 1997-99), <When Installation Art Meets up with the Artistic Heritage Handed Down through the Ages from Mother to Daughter>(Chinese folk art and crafts, Taipei, 1998), <Contemporary East Asian Calligraphic Design Exhibition>(Seoul, 1998), <Huang Yung-sung: Taiwan's Book Designer>(Tokyo, 1998-99), <Paw>(Tour Exhibition in Queens Museum of Art New York, U.S. Europe, and Asia, 1999-2000).

중국 디자인의 원류 - 어머니에서 딸로 전승된 예술적 유산 (從設計的原點出發 談母親的藝術)

그 옛날, 옷, 모자, 신발, 담요에 이르기까지 막 태어난 아기 몸을 보호하고 따뜻하게 지켜주는 모든 것들은 어머니의 손으로 만든 것들이었다. 어머니들은 손으로 직접 짜고 염색하고 꿰매고 매듭짓고 가위로 잘라서 아름다운 모양과 색상으로 아기용품들을 만들었다. 사랑으로 만들어진 이 물건들은 우리 어머니들이 직접 디자인한 것들이었고, 그 물건들을 통해서 우리는 최초의 디자인을 접해본다.

최초 디자인은 어머니의 손으로 만들어졌다. 중국 베이징 조코우디안 산딩둥에서 발굴된 흔적에 따르면 바늘이 처음 발명된 시기는 지금부터 1만8천년 전으로 거슬러 올라간다고 한다. 동물의 뼈로 만들어졌던 이 원시 시대 바늘로부터 우리는 산딩둥 어머니들이 동물 가죽과 털을 꿰매어 가족들을 입혔을 모습을 상상해 볼 수 있다. 뼈바늘과 함께 구멍을 만드는 데 사용된 것으로 보이는 동물의 이빨과 조약돌도 발견되었는데 이들은 아마도 의복에 부착하는 장식으로 사용됐을 것으로 보인다. 디자인의 개념은 이미 인류사의 초창기 어머니들의 손에서 시작된 것이었다.

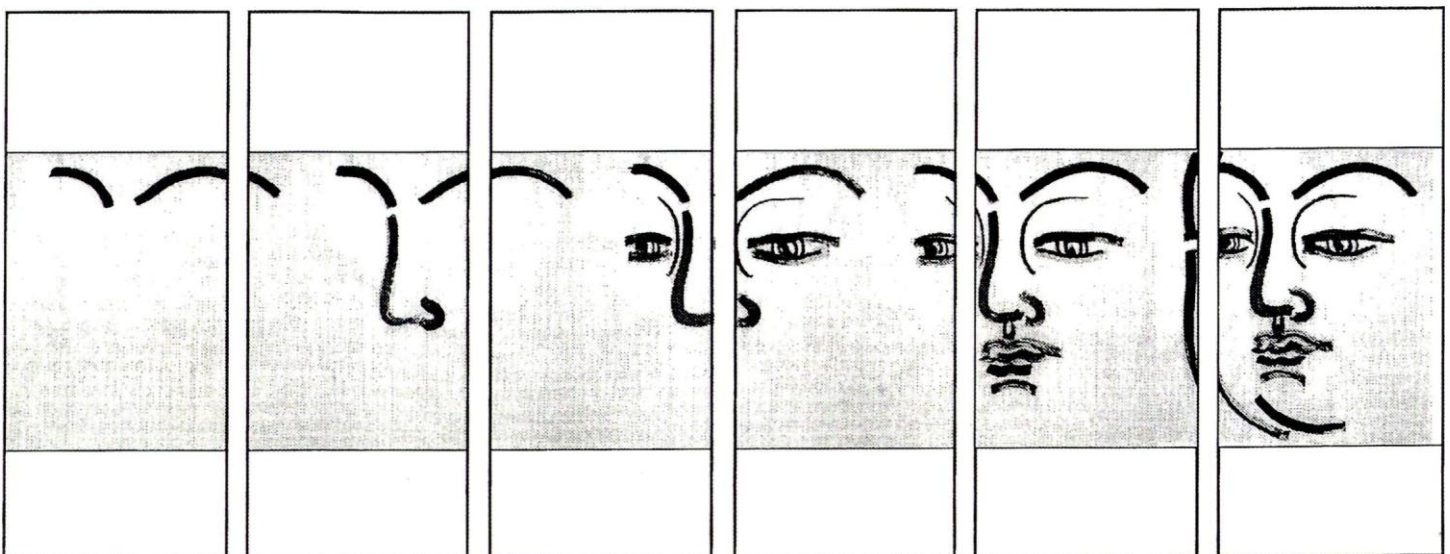
그 디자인의 원류로부터 우리는 지금 어디에 와 있을까? 그리고 그 원류로부터 디자인을 확장 발전시킬 수 있는 방법은 무엇일까? 짜기, 염색하기, 꿰매기, 자수, 매듭, 종이 자르기, 뽕밥기, 장난감 만들기 등 어머니들이 창조한 예술은 가족을 위해 만들어진 것들이다. 이후 점차 그러한 활동은 민속 생활과 문화를 두루 포괄하는 것으로 확대되어 오늘날 우리가 흔히 민속 예술이라는 개념으로 지칭하고 있다. 민속 예술은 어머니들이 창조한 예술의 확장형태라는 사실로 인해 모든 표현방식은 궁극적으로 '모성적 측면(mother aspect)'을 지니게 되었다. 그러한 '모성적 측면'은 모든 민속문화의 기초이기도 하고 보다 세련된 고급미술 형태가 탄생하는 데 밑거름 역할을 담당하기도 했다. 현대 사회 속에서 민속미술은 모든 현대 디자인의 원천이다. 현대 디자인은 민속문화가 지닌 방대한 다양성과 위력에 힘입어서 풍요로워졌다. 그래서 우리는 어머니가 창조한 예술, 즉 어머니로부터 딸로 전승되어 온 예술이 오늘날 현대 디자인의 근원점이라고 주장하는 것이다.

A Look at Chinese Design Beginning from its Point of Origin - Artistic Heritage Handed Down Through the Generations from Mother to Daughter

From the time of our birth, everything we wear - from the clothes that cover our body, the hat we wear on our head, the shoes we wear on our feet, the quilts we use to keep us warm when we sleep - are all made or given to us by our mothers. Either by way of weaving, dyeing, sewing, knotting, or cutting with a pair of scissors, our mothers have used their hands to create a world of beauty, a world filled with beautiful shapes and colors. These artifacts made with love are in fact the artistic designs of our mothers, and it is through these artifacts we - all of us - first come into contact and learn about design.

The earliest design are the designs made by the hands of mothers. The earliest extant needle discovered dates back to 16,000 years ago and was excavated in Beijing Zhoukoudian Shandingdong. From this bone needle, we can picture the mothers of Shandingdong sewing furs together to make robes for their family. Together with the bone needle were found pebbles and animal teeth drilled with holes. These we can surmise were strung together as decorative accessories. The concept of design was already in existence, as each artifact was created by the hands of mothers.

Where we have gone from this point of origin - how we can further expand and grow from this point of origin? The art created by mothers, whether they be weaving, dyeing, sewing, embroidery, knotting, paper cutting, baking, or toy-making, were all originally created for the family. Gradually this was expanded to cover all aspects of folk life and culture. This art form we now refer to as folk art. Because folk art is an extension of the art created by mothers, the 'mother aspect' is inherent in all expressions of folk art. This 'mother aspect' is the basis of all higher and more sophisticated forms of art. In contemporary society, folk art is the source of all modern design. Modern design has been enriched by the great diversity and power of folk culture. This is why we say the art created by mothers, the art that is handed down from mother to daughter is the point of origin of design today.





디자인 학위 뿐 아니라 경영학 석사학위를 가지고 있어서 디자인과 국제행정 분야에서 활동해 오고 있다. 나이로비대학에서 건축학, 디자인 및 행정학을 교수한 경험에 있는 그는 개발정책 연구를 업무로 하는 케냐의 민간단체 Mazingira Institute를 설립, 초대회장을 지낸 바 있다. 또한 다국적 기업, 유엔기관, 정부 등을 주고객으로 디자인, 마케팅 업무를 대행하는 System Design이라는 회사의 기획 책임자로 일하기도 했다. 그는 현재 유엔 인간정주계획(UN Centers for Human Settlements)의 나이로비 지부 공보 담당 사무관으로 재직하면서 출판 및 특별 행사 등에 참여하고 있다.

With a BFA in Design, MA in Visual Communication and additional graduate degrees in Management and Administration, Amrik Kalsi has been working in the field of design and development for many years. After teaching at the Faculty of Architecture, Design and Development at the University of Nairobi, Kalsi became a founding member and director of the Mazingira Institute, an NGO based in Kenya that works on development issues. He also served as Managing Director of Systems Design Ltd., a management, design and marketing consulting firm, before taking up his current position as Human Settlements Information Officer at the World Headquarters of the United Nations Centre for Human Settlements (Habitat) in Nairobi, Kenya. In his current position, Kalsi is in charge of design, publications and special events. He also participates actively in international conferences and seminars.

어울림 - 미래를 보는 시각

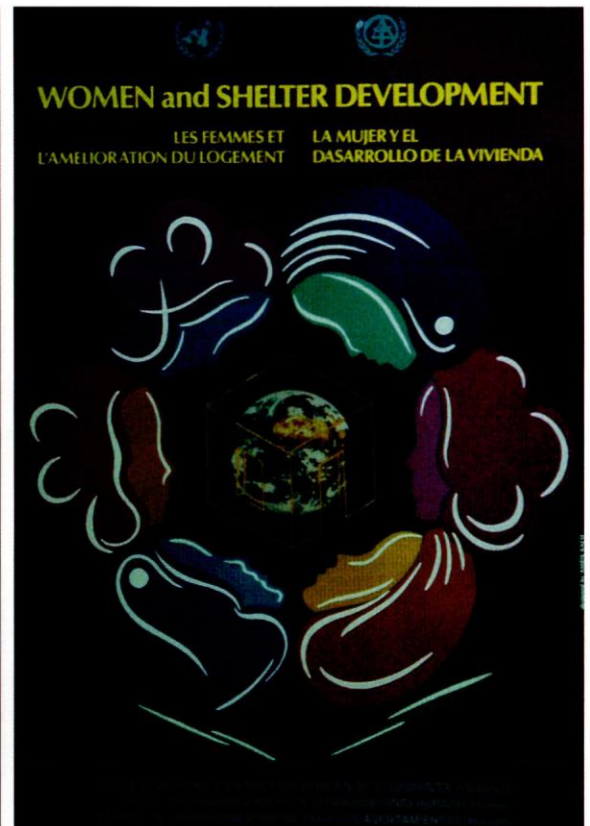
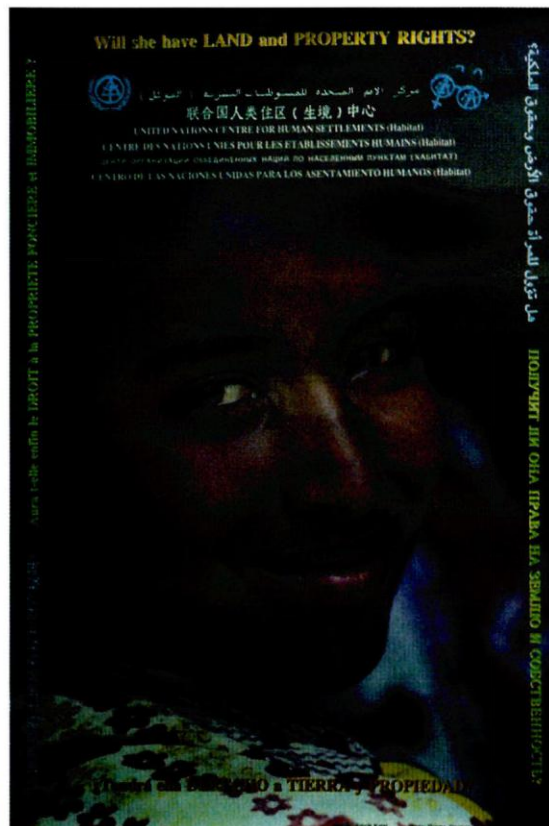
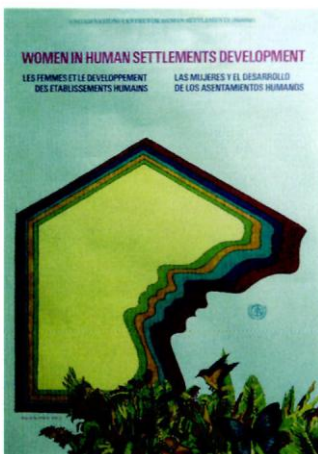
지구상의 생명체가 탄생한 지 40억 년 정도가 되었다고 한다. 지난 한 세기 동안 인간은 과학과 기술의 막대한 진보를 목격했다. 경제와 사회는 발전을 거듭했고 그 영향은 또 전세계 넓은 지역으로 전파됐다. 40억 년에 비하면 100년이란 세월은 눈 깜짝할 만만찮은 시간에 불과하다. 그런 짧은 시간에도 불구하고 인간 활동은 발전과 진보라는 이름 아래 자연의 아름다움과 천연자원을 해치고 고갈시켰다. 과학과 기술-여기에 광고와 마케팅이 한 몫 거들기까지 하여-의 발전 덕분에 오늘날 인간은 전에 없이 많은 양의 생활용품들을 소비하고 있다. 어마어마한 규모의 소비행위로 토지는 황폐화되고 바다는 오염되어 자연의 기반을 좀먹고 인간의 유일한 생존 수단을 위협하는 지경에 이르렀다. 인간은 지구가 얼마나 연약한 존재인가를 인식하게 되었으며 그런 문제의 대부분이 어느 한 지역에 국한된 얘기가 아닌 것도 알게 되었다. 북반구 대륙의 현대 산업 국가들은 막대한 에너지원과 원자재 소비 행위의 결과 엄청난 양의 폐기물과 환경 오염 증가에 주범 역할을 했다. 한편 남반구 개발도상 국가들은 빈곤과 인구증가의 압력에 몰려 산림과 토지와 수자원을 황폐화시켰다. 지구의 생명은 그렇게 망치기엔 너무 고귀하다. 이런 문제를 방지하기 위해 유엔은 매우 긴요한 역할을 담당하면서 빈곤해결을 위한 핵심 개발은 지원하되 지구 환경을 온전하게 보호하도록 돕고 있다. 전세계적인 차원에서 지구 보호활동을 추진하기 위해서 우리 모두는 제 임무를 수행해야 한다. 이러한 환경의식 창조는 그 어느 때보다도 긴요해졌고 그에 따라 디자이너들의 역할도 중대해졌다. 디자이너들이 정확한 정보를 대중에게 전달하고 지구 구원에 전념할 때 지구는 그 천연의 선물을, 더 나아가 어울림을 안겨줄 것이다.

Oullim - Vision for the Future

It is estimated that life has existed on this planet for about 4billion years. The last millennium has seen great progress in scientific and technological development; economies and societies have advanced and developed around the world; 100 years is a mere tick in comparison. Yet in this short period in the name of development and progress human activities have damaged and depleted the natural beauty and resources that took millions of years to develop. Thanks to science and technology - not to mention advertising and marketing - more people are consuming a more amazing array of worldly goods than at any time in history. A world of consumption has scarred the land and stained the seas, eating away at the foundations of nature and threatening to destroy humanity's only means of survival.

We have and are learning how fragile the earth is and that most of the problems know no boundaries. The modern industrial nations in the North due to their immense consumption of energy and raw materials have contributed to high volumes of waste and environmental pollution. While the developing countries in the South, due to the pressures of poverty and population growth are leading to degradation of forests, soils and water.

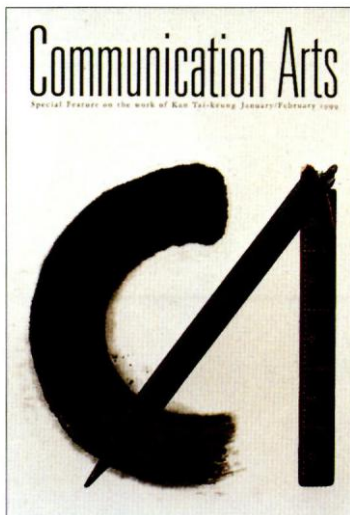
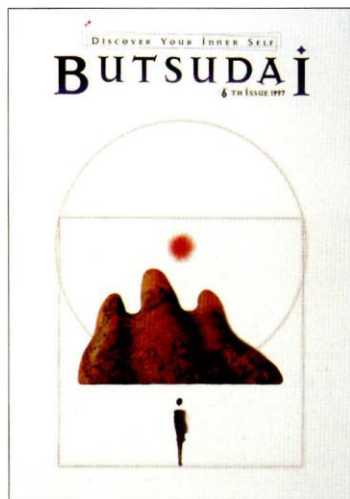
Our planet's life is too precious to squander - The United Nations plays an indispensable role in efforts to reverse these trends, supporting efforts to make development essential for overcoming poverty, and sustainable environment to protect our world. If we are to protect and pressure our planet on a global scale, we must do our part, as nations, as families and as individuals. The need for awareness creation has never been greater and the opportunity for us to make a difference is just as greet. Design can and has a vital role to play to make a difference. If we practice and communicate the right kind of information and commitment for our planet, it will continue not only to bring us its natural gifts, but also bring us Oullim.





홍콩 중화대학에서 디자인학과 응용미술을 전공했다. 1976년 디자인회사를 설립하여 국제적으로 '아시아 광고대상' 'Mercury Award' 'Clio Award'에서 각각 금상을 수상한 바 있으며, 제 1회 폴란드 컴퓨터예술대회 최우수상을 받았으며 1991년 홍콩에서 올해의 디자이너상과 디자인 공로상 등을 수상하는 등 다양한 수상 경력을 가지고 있다. 그의 작품은 <Creation> <Graphis> <NOVUM> <Communication Arts> 등 우수한 그래픽 디자인 잡지에 소개되었으며 <IDEA> 지가 선정한 세계의 디자이너 100인에 뽑히는 영광을 얻기도 했다. 그의 작품은 뎀의 스타리치 미술관, 함부르크 장식미술관, 코네티컷 대학교, 일본의 산토리 디자인 미술관 등에 소장되어 있다. 현재 홍콩 디자이너협회의 명예회원이자 벨기에 국제 트레이드마크 센터의 명예대사로 활동하고 있으며 베이징 미술대학의 초대교수이자 홍콩문화부의 명예 자문위원이기도 하다.

Born in China in 1942, Kan Tai Keung moved to Hong Kong in 1957. After spending 10 years as an apprentice and tailor, he took up design studies at the Department of Extramural Studies at the Chinese University of Hong Kong. From 1967, Kan started his career as a designer and he received immediate recognition with numerous awards. In 1976, he founded his own design company. Kan has continued to produce award-winning works. Most recently, he has been the recipient of an Outstanding Achievements Award and Honour of Bronze Bauhinia Star. Kan has been featured in numerous publications including <Creation> <Graphis> <Communication Arts> <IDEA> which included him among their selection of 100 graphic designers of the world. His works can be found in museums around the world. Kan also takes an active role in art and design education and in promoting the profession of art and design.



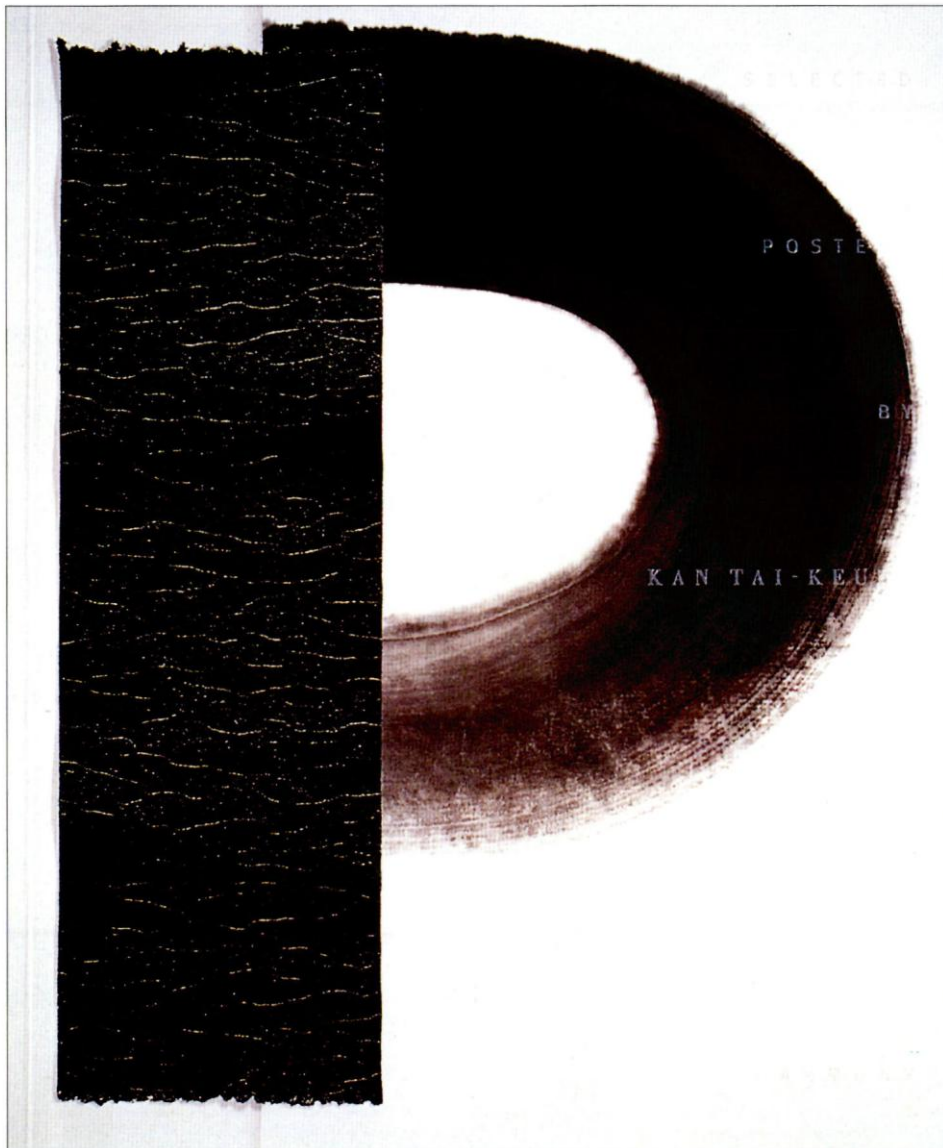
인간 - 문화 - 디자인

홍콩은 동방에 위치한 핵심 상업도시이다. 개방 경제체제와 선진 커뮤니케이션 네트워크를 갖춘 홍콩은 중국과 서양 문화의 한 가운데 서 있다. 1960년 대와 1970년 대로 거슬러 올라가면 홍콩의 문화적 발전은 전적으로 중국과 서양 문명의 영향에 따른 결과였다. 지난 30년 동안 자기성찰과 외부로부터 받은 동시대 사회발전의 영향력 덕분에 디자이너들은 디자인 작품을 통해서 독특한 문화를 형성해 나가기 시작했는데 각종 조직 및 정부관련 단체들과의 협력으로 문화 활동 홍보에 중요한 역할을 담당하게 된 것이 그 예다. 이러한 채널들을 통해서 우리 디자이너들은 커뮤니케이션 디자인의 중요성을 강화시켜 나감과 동시에 궁극적으로 홍콩 시민들의 생활을 윤택하게 하는 역할을 담당하고 있는 셈이다. 문화의 한 부분으로서 디자인은 본질적으로 예술적 가치를 지닌다. 커뮤니케이션 디자인은 그것이 보유한 문화적 특성들로 인하여 문화 홍보를 위한 통로만이 아닌 문화 속의 문화를 재발견하는 예술작품의 역할까지 지니고 있다.

Men - Culture - Design

Hong Kong is an important commercial city located in the East. Having an open economy and advanced communication networks, Hong Kong is standing between the Chinese and Western cultures. Tracing back to 60s and 70s, cultural development in Hong Kong was totally affected by Chinese and Western civilizations. With self-introspection and influence from concurrent social development in Hong Kong in the past three decades, designers started to develop a distinctive culture in their design works.

In collaboration with various organizational or governmental groups, designers play a significant role in promoting cultural activities. Our designers emphasize propelling communications design via these channels and eventually enriching the life of Hong Kong people. Being a part of culture, design has its intrinsic artistic value. With cultural characteristics, communications design is not only a channel for promoting culture, but also a piece of artistic work discovering culture within culture.





서울대학교 미술대학 산업디자인과와 동대학원을 졸업하고 뉴욕의 School of Visual Arts에서 컴퓨터아트를 공부했다. 아킴 디자인 스튜디오의 대표를 역임하면서 아동용 미술교육 CD-ROM 타이틀 제작 및 송원 그룹 CIP 디자인 등의 프로젝트를 진행한 바 있다. 최근에는 '내 마음의 풍금' '아나키스트' 등의 영화에 이미지 프로세싱을 맡기도 했다. 매크로미디어사가 주최하는 디자인대회에서 멀티미디어 부문 최고상을 수상하였으며, 다수의 개인전 및 단체전을 개최한 바 있다. 주로 쌍방향 멀티미디어 디자인을 연구해 온 그는 현재 동덕여자대학교 디자인대학 컴퓨터디자인과 전임강사로 재직중이며 이화여자대학교와 삼성IDS에도 출강하고 있다.

Kim Su-Zung received his BFA and MFA from Seoul National University and continued his studies in New York at the School of Visual Arts where he focused on interactive multimedia. While operating his own design studio 'Arim', Kim oversaw projects such as the creation of a children's art education CD-Rom for LG Media, CIP design for Song Won Co. and package design for guitarist Lee Byung-Woo. More recently, Kim has been working on image processing for feature films. The winner of numerous awards including the Macromedia People's Choice Award and prizes sponsored by Communication Arts and ID magazines, Kim's work has also been shown in various exhibitions in Korea and abroad. Currently, Kim lectures at Seoul National and Hongik universities and at Korea National Art School.

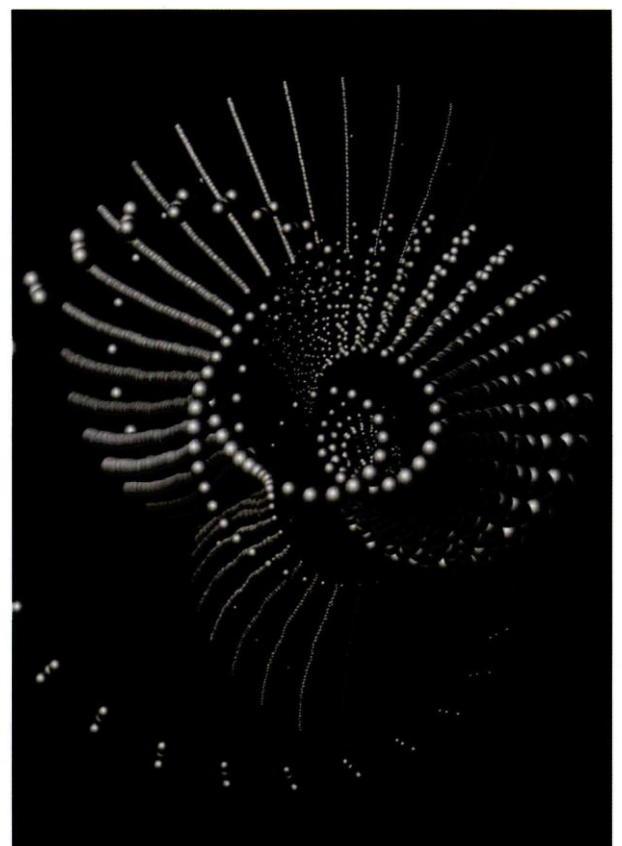
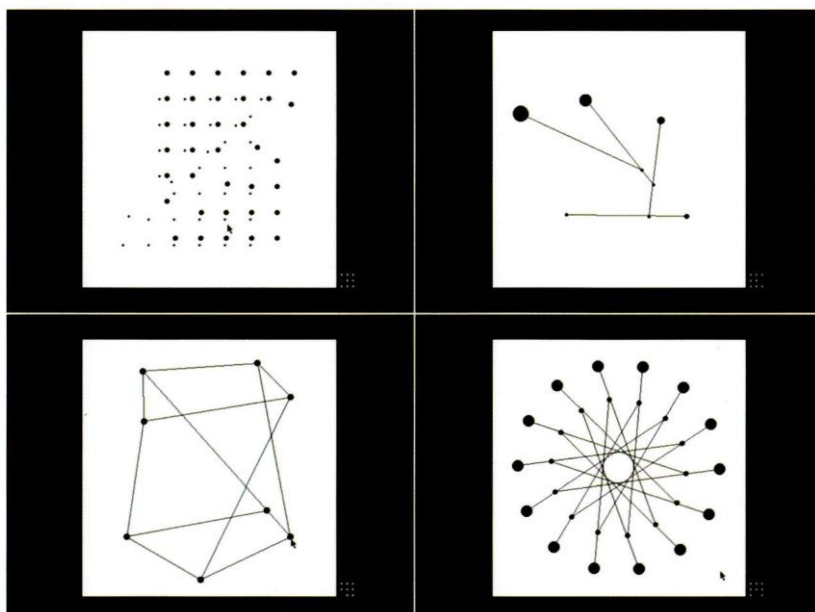
디지털그라피 : 디지털 머신과 그래픽 아트 사이에 다리 놓기

과거 그 어느 때보다도 지난 10년 간은 컴퓨터가 디자인 전반에 미치는 영향이 지대했던 시대였다. 유저 인터페이스 기반의 OS와 그래픽 프로그램, 인터랙티브 매체, 인터넷 등 디자인 작업에 응용성 높은 수많은 컴퓨터 기술들이 이 시기를 통해 출현했으며 디자이너들은 예전의 그 어떤 기계보다도 복잡하고 사용하기 어려운 컴퓨터라는 생소한 기계를 그들의 작업에 사용하기 시작하면서 색과 형태를 구현하기 위해 예전에는 경험하지 못했던 수학적 논리성을 사용하게 되었다. 또한 이와 함께 우리는 컴퓨터라는 도구와 디지털이라는 재료에 대한 맹목적 믿음이 또한 얼마만큼 디자인 활동과 그 결과물의 질을 저하시키는가에 대해서도 경험해 보았다. 최근 디지털 디자인의 한가지 경향으로서 컴퓨터 공학과 전통적 디자인 원리의 상호보완적 연구가 활발해지고 있다. 이는 두 영역의 교차점을 집중적으로 연구하여 21세기 디자인에 있어서의 새로운 가치를 창출하고자 하는 의도였는데 핀홀(Pin-hole)사진이나 포토그램(Photogram)의 독창적 표현양식이 '사진'이라는 재료의 특성에서 왔던 것처럼 디지털 재료에 대한 본질과 특성은 전통적 그래픽 디자인의 원리에 접합해 새로운 디자인의 영역이 될 것으로 기대된다. 다음 세대에는 컴퓨터의 논리와 디자인적 사고, 그리고 예술가적 창의성을 두루 교육받은 디자이너들이 나타날 것이며 이들은 우리가 그간 경험하지 못했던 새로운 디지털디자인의 세계를 열어줄 것이다. 이에 본 프리젠테이션에서는 이러한 새로운 그래픽 디자인 표현양식을 "Digitography"라 명하고 이에 대한 몇 가지 사례를 통해 이를 조명해 보고자 한다.

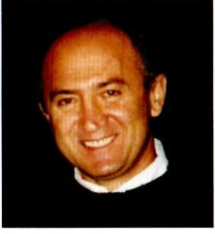
Digitography : The bridge between digital machine and graphic arts

No time in the history, have computers been more influential in the production of designs than past ten years. Highly applicable computer technologies, including user interface-oriented OS, graphics programs, interactive media, internet have emerged during this period. Designers began to explore the computers, the new digital machine that allowed designers to create form and color in drastically different ways using mathematical logics. Along with the virtue of the digital advancement, designers also experienced deterioration of the design quality due to insufficient discreteness and blind application of the technology. Today, digital design is in its enrichment phase due to active research

activities to link the bridge between computer engineering and principles of traditional design. More research on the shared part of the two fields will help further created new values for the design of the 21st century. As unique style of pin-hole photos and photograms have been derived from the technology of early photography, essence and characteristics of digital material will find its new territory with help of principles of graphic design. In the future age, we will notice designers equally-trained in computer logics, designs, and artistic creativity who will open up a new world of digital design. In this presentation, I will name the newly-emerging graphic design style as "Digitography," and we will look at some examples of it.



사딕 카라무스타파 Sadik Karamustafa | Turkey

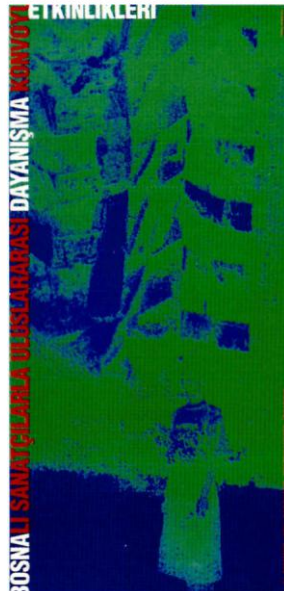
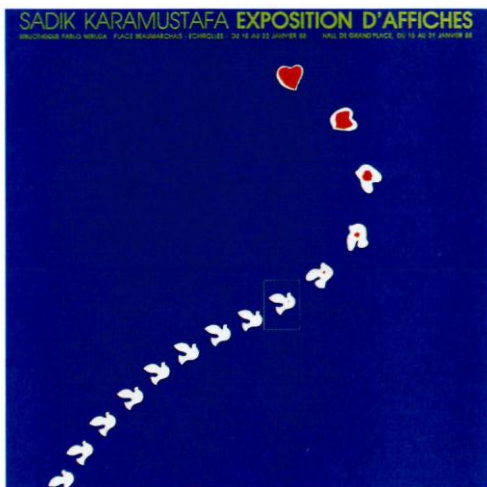
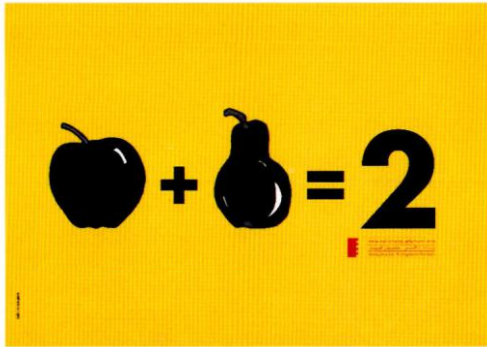


이stanbul주립미술대학(The State Fine Arts Academy in Istanbul)에서 그래픽 디자인을 전공한 사딕 카라무스타파(Sadik Karamustafa)는 광고회사와 출판사에서 수년간 일한 경험을 바탕으로 1979년 자신의 회사를 설립했다. 이stanbul에서 개최된 국제 그래픽디자인 행사인 IIDE 98의 총감독을 맡았으며 'Poster from Turkey'라는 제목의 전시를 기획, 터키 뿐 아니라 캐나다, 독일, 미국, 이스라엘에서도 전시회를 가진 바 있다. 이코그라다의 부회장으로 있던 1997년에서 1999년까지 '이코그라다 세계그래픽의 날' 프로젝트의 진행을 맡기도 했다. 1981년부터 세계적인 공모전 입상 등 총 36회의 수상 경력을 가지고 있으며, 다양한 국제행사의 심사위원으로도 활동하고 있다. 현재 1989년 이후 계속적으로 이stanbul의 미망신대학교(the Mimar Sinan University)에서 교수로 재직 중이며, Grafist의 프로젝트 매니저이자 AGI의 회원으로 활동 중이다.

Sadik Karamustafa studied graphic design at the State Fine Arts Academy in Istanbul. After working for advertising agencies and publishing houses for some years, he founded his own design studio in 1979. Since 1989 he is a teacher at the Mimar Sinan University in Istanbul. He organized IIDE 098 (Istanbul International Design Encounters) and curated an exhibition titled 'Posters from Turkey', which was shown in Canada, Germany, the United States and Israel. Furthermore, he coordinated Icoagrada World Graphics Day projects from 1997 until 1999. Karamustafa worked for the Turkish Society of Graphic Designers as board member, secretary general and president, which then followed by his position as vice-president of Icoagrada from 1995 to 1999. Since 1981 he has won 36 national awards for his designs. Sadik Karamustafa is an experienced international jury member. Currently Karamustafa is project manager for Grafist, Istanbul International Graphic Design Week and a member of AGI.

터키 출신 타이포그래피 디자이너인 사딕 카라무스타파는 이번 어울림 대회에서 강연 첫 편으로 "내일, 오늘, 어제, 그제"라는 제목 하에 "내 마음을 자유롭게" "유행창조자로서 디자이너" "장미는 붉다" "네 꿈을 가꾸라"는 네개 소재목으로 과거, 현재, 미래 속에서 그래픽 디자이너의 의미와 디자이너의 사회적 역할에 대한 논의를 펼친다. 그리고 강연 제2편에서는 "타이포그래피 오디세이"라는 소주제로 사딕 카라무스타파는 작가 자신의 프로젝트를 예로 들어 타이포그래피 및 레터링 창조와 역할, 각 프로젝트에서 활용된 레터형태 제작 과정과 영감적 원천, 레터링 작업에서 얻는 즐거움, 문자를 통해 의미와 감성 전달, 타이포와 이미지 사이의 상호작용, 언어와 알파벳 사이의 상호작용 등 관련 관심사에 대해서도 논의할 것이다. 카라무스타파는 미국의 그래픽 전문지 <프린트>에서 "다채롭고 다각적인 프레젠테이션과 창조적인 타이포페이스를 구사하는 특유의 유럽 그래픽 작가"라고 평가되기도 했다. 강연 제3편은 여행하는 디자이너라는 제목으로 그가 전세계를 돌며 습득한 경험과 관찰을 이야기할 것이다.

Sadik Karamustafa's Presentation in Oullim Congress will be on 1) TOMORROW, TODAY, YESTERDAY, DAY BEFORE YESTERDAY with subtopics on "Unchain my brain," "Designer as pace-maker," "Roses are red," "Take care of your dreams." With a metaphorical approach and by telling stories, Karamustafa will discuss, past, present and future roles of graphic and design and designer in society. 2) On the next topic A TYPOGRAPHIC ODYSSEY, Sadik Karamustafa will speak about the role of typography and lettering in his works; creating new letterforms for different projects; sources of influences; joy of playing with letter forms; conveying meaning and emotion through words; interaction between type and image; language and alphabets. 3) DESIGNER-TRAVELLER: "This is the first time in my life, I am driving a bus." Karamustafa has travelled a lot in recent years. He organized exhibitions, gave lectures, conducted workshops, attended Icoagrada board meetings, worked as juror in international competitions and worked in various locations as Buenos Aires, Sydney, Johannesburg, Moscow, New York, and Tehran. He will show images of his journeys; cities, people, life, graphic design work etc. "To say that Sadik Karamustafa's posters have a distinct style is to understate the case. With his colorful, multi-angled presentations and creative uses of typeface, Karamustafa has established a leading reputation among European poster designers," remarked <Print>. "When I was a kid, I loved walk around the city and to look at the shop signs, created by local sign painters. How colorful and fantastic letterings they had been! When designing a poster for the 8th Istanbul Film Festival, I was influenced by the typography of huge hand-painted cinema posters and shop signs made by the artisans." In 1968, as a young design student, he had the chance to work for theatres. "It was that time, when I really began to understand what type is. We had to print the Istanbul Municipal Theatre's posters with wooden or metal type blocks and cliches that I cut out from linoleum. It was a great experience, to work with real material, to smell printing ink and to learn from real people." Same year he created posters for the street theatre, "DIHT: Theatre for Revolutionary Action". "I learned to use collage technics and simple silkscreen printing, which were necessary for fast and cheap production". In 1979 he began receiving commissions from Egemen Bostanc, a famous show-biz producer of Turkey. "It was a real business and we had to attract the attentions of minimum a thousand people and persuade them to come to the theatre every night. Poster was one of the best instruments to achieve this task." In his big size posters for concerts and plays, he created diverse, colorful, provocative letterings for the titles, to be able to avoid the monotony and dullness of using ready fonts.





완성도가 뛰어난 현대적인 그래픽 디자이너로 평가되고 있는데 주요 프로젝트로는 이세이 미야키의 'im product' 광고디자인, 니까 위스키, 아지노모토 식품의 패키지 디자인 등이 있다. 특히 아사히신문이 발행하는 월간 <a book>의 아트디렉터를 담당하기도 했다. 출판, 패션, 산업, 건축 분야에서 창조적인 접근 방식으로 디자인으로서의 입지를 굳혀왔을 뿐 아니라, 공간 디자인 분야에서도 왕성하게 활동하고 있다. 'Architects' Macaroni', 'Takeo Paper Show', 'Umeda Hospital Sign System Project' 등의 전시를 기획하였고, 현재 일본 'EXPO Japan 2005'의 아트디렉터로 활동중이다. 나가노 동계 올림픽의 개막식과 폐막식에 사용될 공식 팸플렛을 디자인하기도 했다.

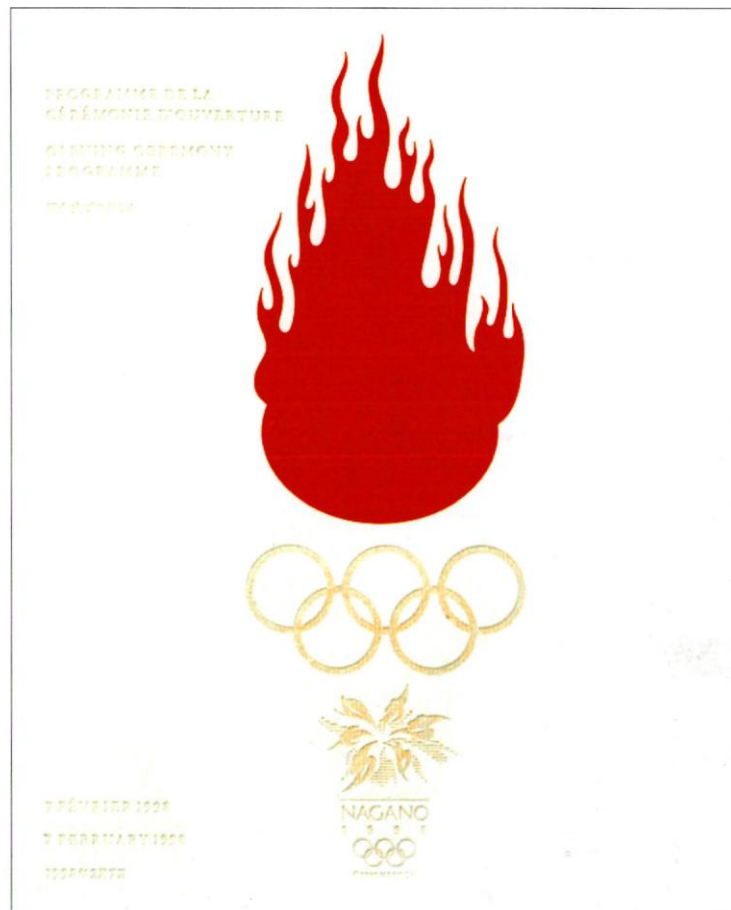
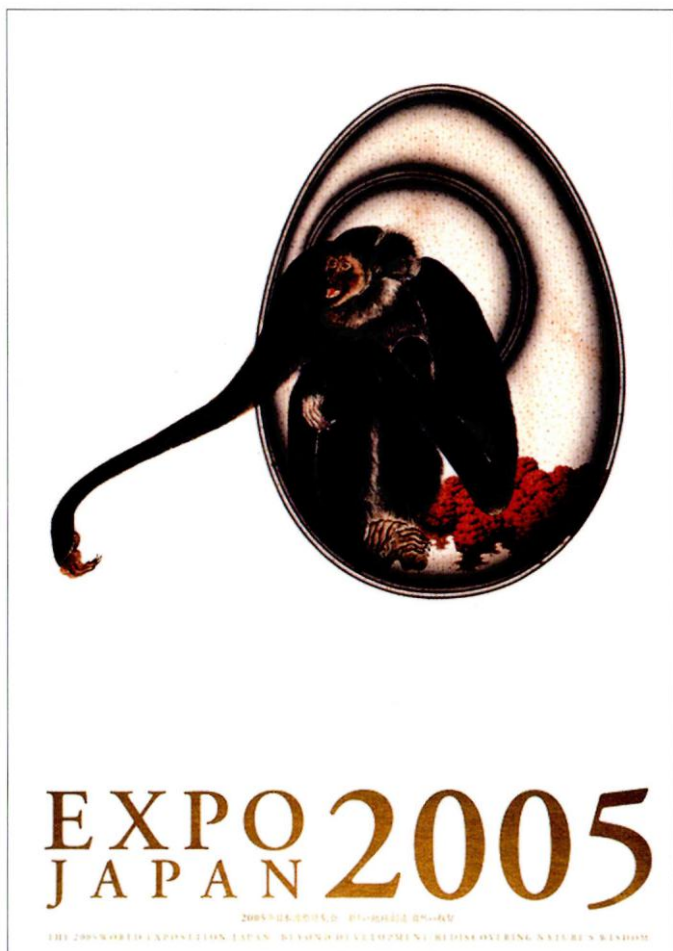
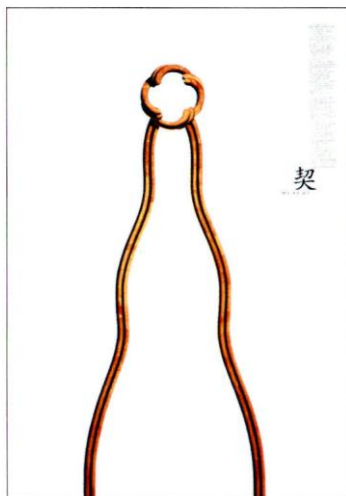
Hara Kenya is an active designer whose work covers a wide field of design from graphics to spatial art, representing the maturity of contemporary graphic design. His projects include advertising for Issei Miyake's im product, package design for major companies such as Nikka Whiskey and Ajinomoto General Foods, art direction for a monthly magazine called <a book> published by Asahi Shinbun Publishing Company, and book cover designs. Hara opened up the new field of spatial design with his work on exhibitions such as the Japan Institute of Architects' Architects' Macaroni, Takeo Paper Show and Umeda Hospital Sign System Project. Hara also increasingly participates in international events. He is currently art director of the EXPO Japan 2005 Project and was responsible for designing the official pamphlets for the opening and closing ceremonies of the Nagano Olympic Games.

국제행사과 정보디자인

켄야 하라는 변화하는 환경과 시대 속에서 디자인의 역할과 커뮤니케이션 디자인의 변형을 재고해봄으로써 일본 현재의 그래픽 디자인계 상황을 고찰한다. 이미 세 차례의 세계 올림픽을 치른 경험이 있고 곧 일본 역사상 두 번째로 세계 박람회(World Exposition)를 주최할 계획에 한창인 일본. 그래픽 디자이너 켄야 하라는 이미 1888년 나가노 올림픽 대회 때 개막식과 폐막식에 쓰인 대회 공식 팸플렛 디자인을 맡았었고, 현재는 EXPO Japan 2005 행사 디자인 위원회의 회원으로 활동하면서 국제 행사 관련 커뮤니케이션 디자인 프로젝트에 참여하고 있다. 그는 이러한 다양한 활동 경력의 견지에서 커뮤니케이션 디자인의 역할과 다양한 이슈들을 제기하고 논의할 계획이다.

inter/national

Hara will consider roles of design in the changing circumstances and eras, and transitions of communication design, examining the present situation of graphic design in Japan, which experienced three Olympic Games and is about to host a World Exposition for the second time. He was responsible for designing the official pamphlets for the opening and closing ceremonies of the Nagano Olympic Games in 1998, and currently, as a member of Design Committee for EXPO Japan 2005, is being involved in the present situation of communication design in international events. From such point of view, he wishes to talk about the roles and various issues of communication design.





일본 다카사키 출생으로 동경대학교 예술학부에서 시각디자인을 전공했다. 시세이 도사에서 광고디자인을 맡았으며 이후 프리랜서 디자이너로 활동하면서 1982년부터 약 5년간 동경대학에 출강하기도 했다. 1982년 긴자 그래픽갤러리에서 처음으로 개인전 '박스-2에 관하여'를 개최했으며, 1985년에는 작품집인 <Seven>, 1990년에는 <Koichi Sato> 등을 발간했다. 1995년 이후 다마 예술대학의 교수로 재직중이며, 현재 일본 그래픽 디자이너 협회(JAGDA)의 회장직을 맡고 있다. 또한 Tokyo Art Director's Club, Tokyo Type Club, AGI 회원이기도 하다.

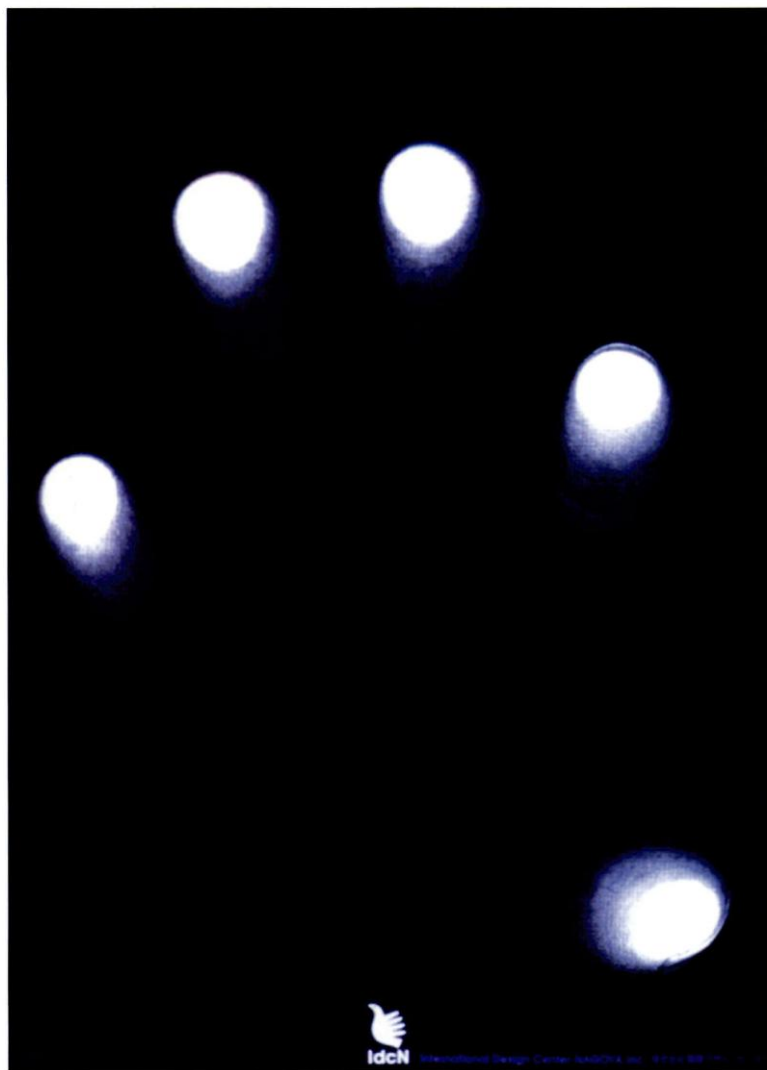
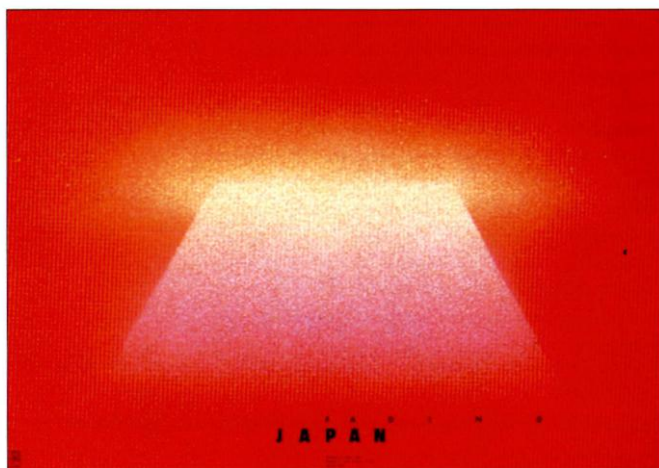
Born in Takasaki City in 1944, Sato graduated with a degree in visual design from the Tokyo National University of Fine Arts and Music. After working for the advertising department of Shiseido Co., Ltd., Sato worked as a freelance designer while lecturing at Tokyo National University of Fine Arts and Music from 1982 to 1987. In 1986, Sato held a solo exhibition About Box-2 at the Ginza Graphic Gallery. Two volumes have been published about his works, <Seven> (Graphic-sha, 1985) and <Koichi Sato> (Rikyuo-sha, 1990). His works belong to the collections of major museums around the world. In addition to being director of JAGDA (Japan Graphic Designers Association), he is a member of the Tokyo Art Directors Club, the Tokyo Type Directors Club, Japan Design Committee, and AGI (AGI). Since 1995, he has been a professor at Tama Art University.

히노마루 : 떠오르는 태양의 국기

흔히 알려져 있듯이 일본의 국기, 일장기는 일본어로 히노마루라는 이름으로 알려져 있으며 흰색 바탕 한가운데에 적색 동그라미가 그려져 있다. 어떤 점에서는 태극기와도 유사하지만 전세계 다른 국가들의 국기들과 비교해 볼 때 독특한 국기 중 하나라고 생각한다. 불행한 과거가 없었던 무계로 인해서 일장기는 국내, 해외 할 것 없이 불쾌한 감정을 불러 일으키곤 한다. 하지만 히노마루 자체의 디자인만을 두고 세심히 살펴다 보면 히노마루는 일본 고유 미감의 반영임을 느낄 수 있다. 그래서 히노마루를 일본 미학의 본질을 표현한 예시로 들어 현대 일본 그래픽 디자인의 근원을 분석해 보고자 한다.

HINOMARU : The Rising Sun Flag

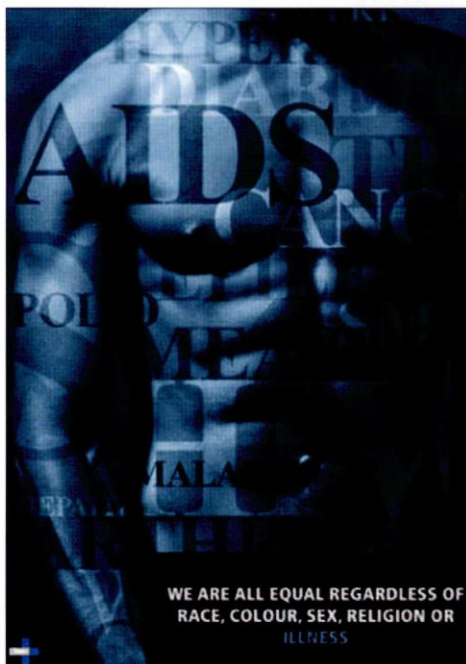
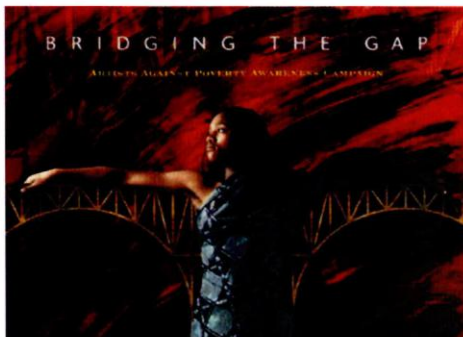
As is widely recognized, the Japanese flag, dubbed Hinomaru in Japanese, has a red circle right in the center of white background. It bears a certain similarity to the Korean national flag, still, I think it's quite unique when compared with national flags of other countries across the globe. Being burdened with unfortunate incidents in the past, Hinomaru can strike up unfavorable feelings both at home and abroad. However, a closer look into the design itself will reveal that it can be viewed as a reflection of the different aspects of Japanese concept of beauty. I would like to analyze Hinomaru as one of the few essences of Japanese aesthetics which is the source of the contemporary Japanese graphic design. Let's see where this analysis will take us.





짐바브웨에서 활동하는 디자인 전문 컨설턴트이자 영화제작자로서, 짐바브웨의 수도인 하라레에서 '마비안 프로젝트'라는 디자인 스튜디오를 경영하고 있다. 영국 의 미술대학과 Central School of Art and Design에서 그래픽 디자인을 전공하였고 그 후 1986년부터 1년 간 일본에서 3D 디자인을 공부하였으며, 런던의 성 마틴 예술학교에서 영화제작을 공부하기도 했다. 단편, 기록영화의 제작에서부터 출판물, 포스터, 로고, 광고 디자인 등에 이르기까지 다양한 분야에 대한 그의 활발한 활동은 아프리카 내에만 국한된 것이 아니라 전세계적이다. 런던 북 페어의 도서 디자인상, 짐바브웨 단편 영화제에서의 각본상, 미국 그래픽 디자인 대학의 특별상 등 그가 수상한 상의 범위 또한 활동 분야만큼이나 다양하다. 1998년에는 <ID>가 뽑은 '세계 40인의 디자이너'로 선정되었으며, 같은 해 스위스 제네바에서 열린 국제 에이즈 컨퍼런스의 포스터 디자이너로 초청되기도 했다. 이밖에도 국제적인 강의와 디자인 심사 활동을 해오고 있다. 현재 짐바브웨 그래픽 협회의 회원이자 브르노 비엔날레의 명예회원이다.

Chaz Maviyane-Davies is a Zimbabwean design consultant and filmmaker. Maviyane-Davies has a BA in graphic design from Middlesex University, an MA from the Central School of Art & Design in London, and a postgraduate diploma in filmmaking from the Central St. Martins School of Art & Design. He has also studied 3-D design in Japan. Maviyane-Davies worked for several design firms in London before setting up his design studio in Harare, The Maviyane-Project. Maviyane-Davies is also an award-winning filmmaker. His short film *After the Wax* has been invited to film festivals around the world. Maviyane-Davies has also achieved international recognition for his graphic design work, winning awards at Biennales and exhibitions around the world. His work has been featured in publications such as <IDEA> <Graphis> <Design>.



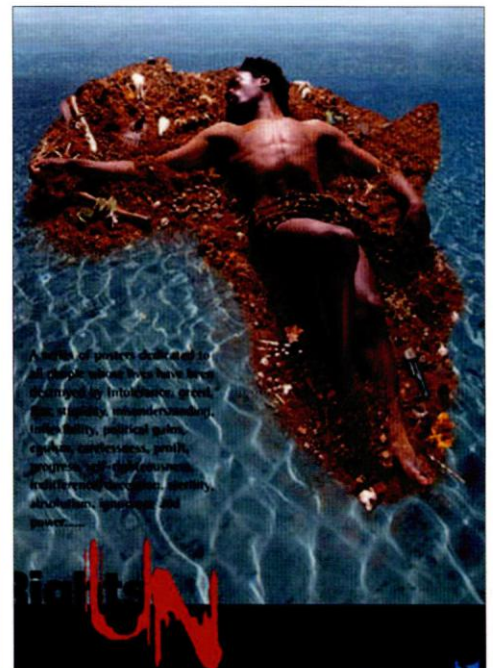
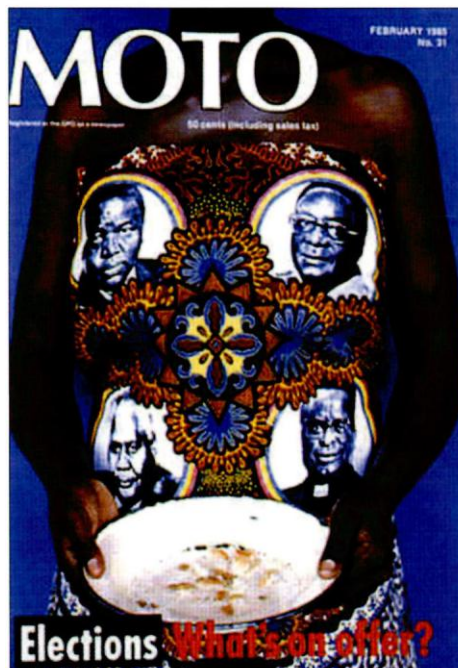
어제의 이미지를 보다 나은 내일을 위해 사용하기

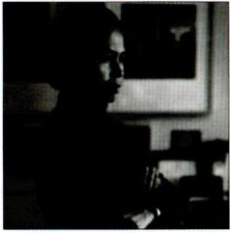
요즘 말하는 세계화라는 단어가 알려지기 전부터 인간은 '진보'에 대한 모색 과정에서 인간 문화의 상당 부분을 세계 속에서 인간의 역할을 정립하는 데에 사용하기 보다는 무의식의 세계로 내던져 버린 것이 아닌가라고 생각해 왔다. 개발도상국의 경우는 특히 그렇다. 이미지의 시점에서 볼 때, 우리 주변에 산적해 있는 서양식 생활방식과 사고방식을 즉각적으로 받아들이게 되는 반면, 전통이나 과거에서 연유된 도상이나 시각 현상은 열등한 것으로 치부하고 있다. 속물적인 유사성들로 가득찬 요즘 세상에서 과거의 일면을 모색해 창의적으로 추출, 변형, 활용하면 한층 새롭고 신선한 이미지와 도상을 제공하는 커뮤니케이션 수단이 되어줄 뿐만 아니라 우리의 보는 방식도 재구성될 것이다. 그러면 내일은 타인에 대한 관용심과 이해심이 깊어지지 않을까.

Using Yesterday's Images Today for a Better Tomorrow

Even before globalization as we know it came into being, I believe that in our quest for 'progress' we have relegated huge chunks of our cultures into the recesses of our subconscious, as opposed to using them to define our role in the world we want to live in. This is true of most developing countries.

From an image point of view - this means that any icons or visual manifestations of our traditions and past are way laid and considered inferior as we readily adopt the global (Western) lifestyles and attitudes that surround us. In a world saturated with mundane similarity, searching for, and creatively extracting and adapting aspects of our past, that are seemingly lost and using them as vehicles for communication, not only creates newer and refreshing images and icons but can hopefully revitalize our ways of seeing. This can also help us to become more tolerant and understanding of each other, tomorrow.





필리핀의 한 제약회사에서 그래픽 디자이너로 근무하다가 샌프란시스코에 자신의 회사를 설립하면서 본격적으로 미국에 진출했다. 시적인 감성과 실용성을 겸비하는 그의 작업은 인간적인 동시에 날카로움을 유지하고 있다고 평가받는다. California College of Arts and Crafts에서 수학했으며 크렐부룩 예술대학에서 미술석사 학위를 취득했다. 로드아일랜드 디자인학교(Rhode Island School of Design), 캘리포니아 인스티튜트 오브 아트(California Institute of Arts), 예일 대학(Yale University) 등에서도 강의한 바 있고 현재 캘리포니아 예술대학의 신설학과인 디자인 프로그램의 디렉터이자 교수로 재직 중이다. 또한 디자인 교육에 많은 관심을 갖고 디자인 워크숍을 활발하게 추진시켰으며 미연방 예술진흥기금, 'Chrysler Award For Design Innovation' 등과 같은 여러 디자인 및 건축대회에서 심사위원으로도 활동중이다. 1996년부터 1998년 사이에는 미국 그래픽아트 협회 회장을 역임했으며, AGI대표를 역임하기도 했다. 주요 클라이언트는 애플 컴퓨터, 리졸리 인터내셔널, 샌프란시스코국제공항이 있다.

Educated in Manila, Philippines, Lucille Tenazas continued her studies at the California College of Arts and Crafts (CCAC) and received her MFA from the Cranbrook Academy of Art. After working as a graphic designer in the Philippines and New York, Tenazas established her own firm in San Francisco. Her clients include Rizzoli International, Apple Computer, the National Endowment for the Arts and the San Francisco International Airport. With a deep interest in design education, Tenazas has conducted workshops in schools throughout the US and abroad. She is currently a professor affiliate at the CCAC and director of its new MFA in Design Program. She is also active in the American Institute of Graphic Arts (AIGA) and was invited to represent the US as a member of the AGI (AGI).

<바이탈 커리큘럼> 교수, 학습, 시각적 탐구 활동을 위한 자원 제공하기

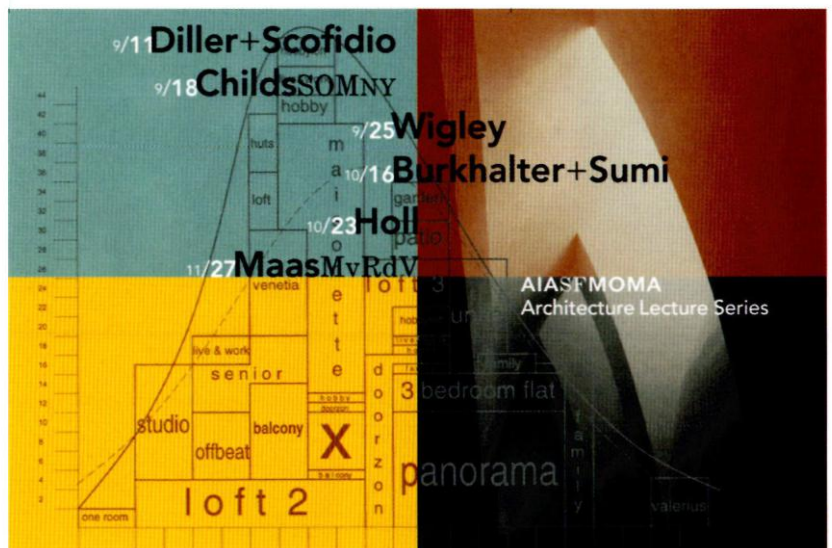
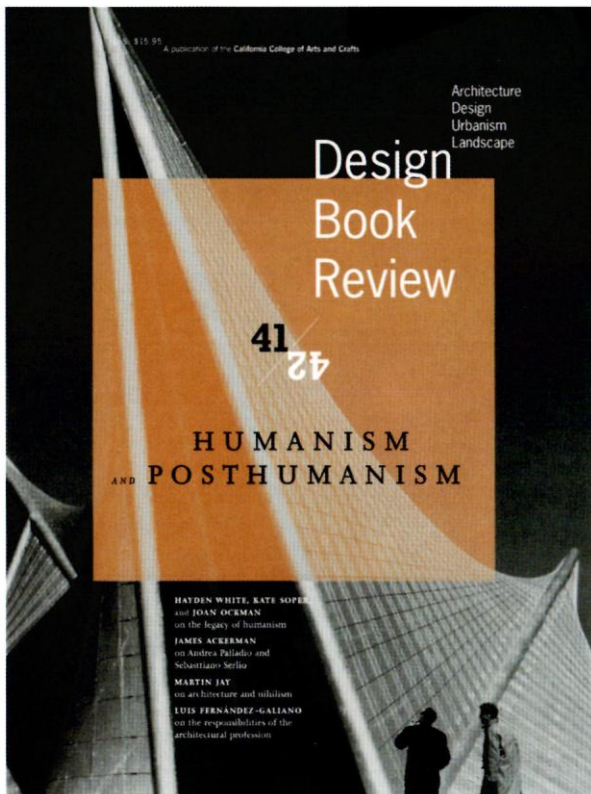
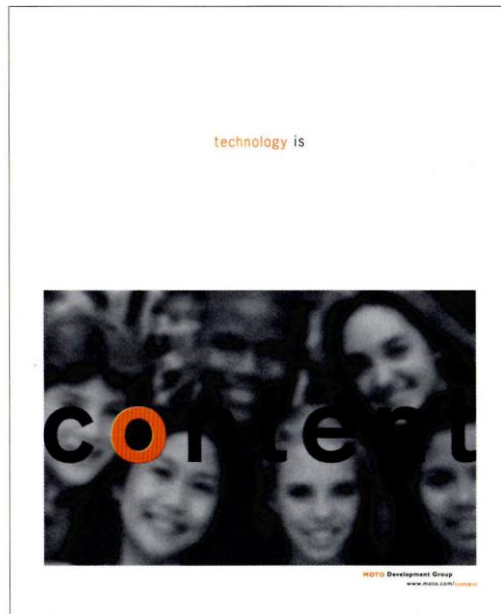
1998년, 지난 14년 동안 California College of Arts and Crafts에서 학생들을 가르치며 발전시켜 온 나만의 아이디어, 철학, 커리큘럼을 한데 묶은 <바이탈 커리큘럼(Vital Curriculum)>이라는 작은 출판물을 제작했다. 이 <바이탈 커리큘럼>을 기초로 그래픽 디자인에서 얻은 개인적인 생각들을 얘기해 보고자 한다. 또, 문화의 일부로서 디자이너의 역할에 대한 평가에 있어서 역동적인 조건으로서의 감정이입의 중요성을 언급하려 한다. <바이탈 커리큘럼>은 새로운 탐구를 유도하기 위해 고안된 프로젝트와 도전적인 의문 사항들을 요약해 소개하고 있다. 그리고 교수와 학생들의 사고와 형태-부여 행태 메커니즘을 재고하고 변화시킬 수 있는 기회를 마련해준다. <바이탈 커리큘럼>이 디자이너의 감정이입과 개인적 주장을 외칠 것에 대한 필요성을 강조한 것을 두고 로레인 와일드(Lauraine Wild)는 다음과 같이 평가했다. "그래픽 디자인에서 개인적인 주장 혹은 작가주의에 관한 이슈에 관련된 교수법 과정을 숨김 없이 묘사하고 있다는 점에서 <바이탈 커리큘럼>은 중요한 의미를 가지고 있다. 테나자스는 디자인 작업에서 개인의 주장 계발을 용납하면서도 대중을 커뮤니케이션 최종 대상으로 삼을 수 있는 방법론을 매우 상세히 서술했다."

<Vital Curriculum> Providing a Resource for the Activities of Teaching, Learning and Visual Exploration

In 1998 I produced <Vital Curriculum>, a small publication made in an effort to encapsulate ideas, philosophy and curriculum I've developed over the last 14 years of teaching at California College of Arts and Crafts. I will refer to <Vital Curriculum> as it explores ideas of authorship, process, and the relevance of personal experience in graphic design.

My lecture will also address the importance of empathy as a dynamic condition in the designer's assessment of their role in culture. <Vital Curriculum> outlines projects and challenging questions designed to promote new investigation, the book provides teachers and students with a mechanism to reconsider and transform their thinking and form-giving practice. In response to <Vital Curriculum>'s emphasis on the designer's necessary development of empathy and personal voice, Lorraine Wild wrote:

"The other reason that I think <Vital Curriculum> is so important is that Tenazas explicitly describes a teaching process that deals with the issues of "personal voice" or authorship within the discipline of graphic design. Tenazas has gone far in articulating a methodology that allows the development of the personal voice in design practice, but which still insists upon communication with an audience as a goal."

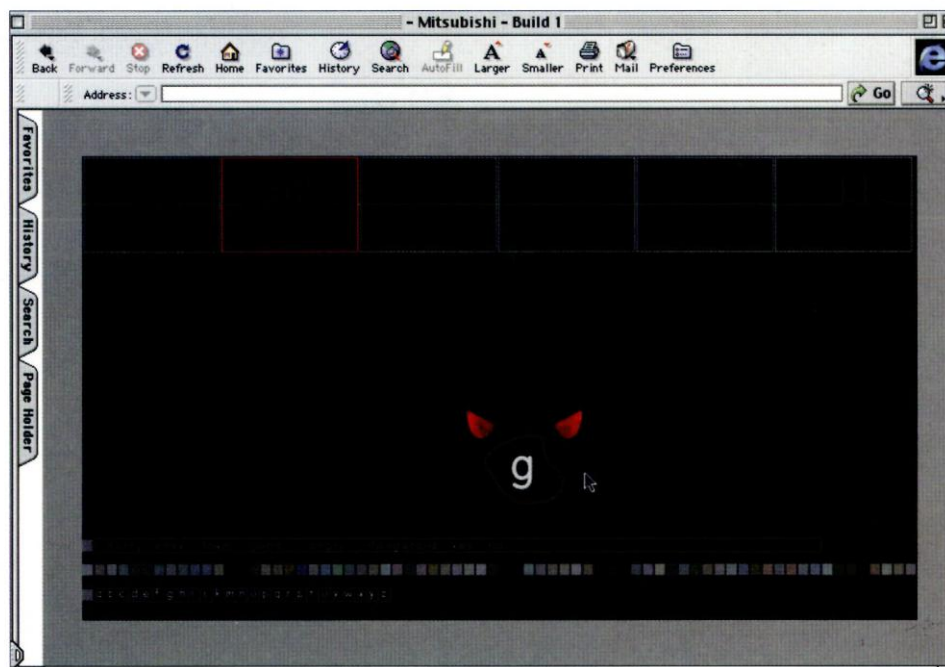
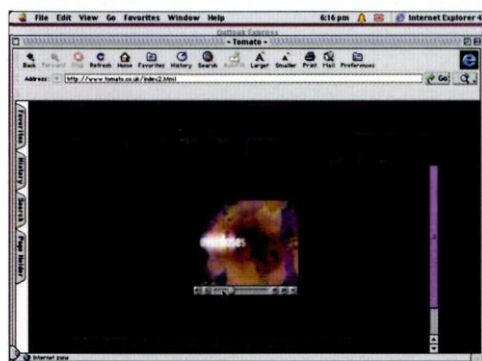
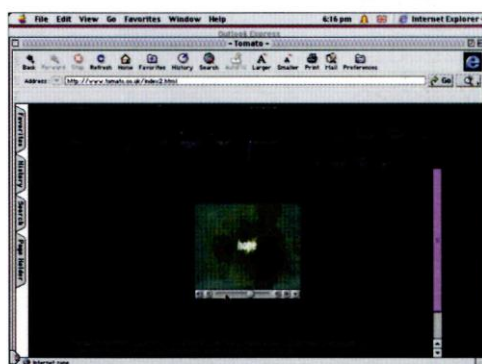
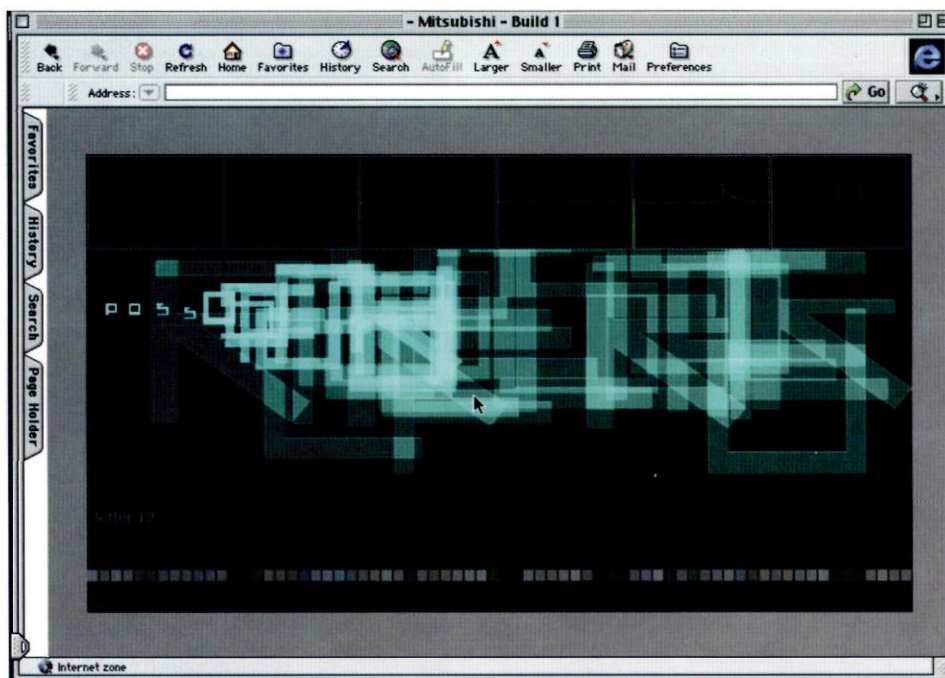
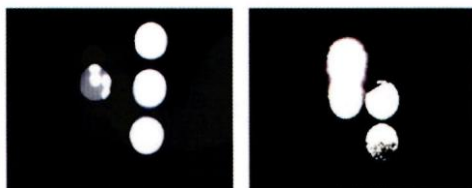


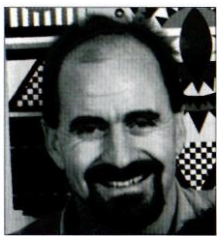


스티브 베이커

1991년 스티브 베이커(Steve Baker), 더크 반 도어렌(Dirk Van Dooren), 칼 하이드(Karl Hyde), 릭 스미스(Rick Smith), 사이몬 타일러(Simon Taylor), 존 와워커(John Warwicker), 그래픽 우드(Graham Wood) 등 7명의 디자이너에 의해서 설립된 영국의 디자인 회사로, 창사 이래 대중 문화와 언더그라운드 문화를 넘나들며 독창적이고 탁월한 아이디어로 국제적인 명성을 쌓아왔다. 토마토는 예술성과 상업성을 두루 갖추었다는 평가를 받으며 영화, 대중 음악, 광고, 복디자인을 아우르는 다양한 미디어에서 작업을 해오고 있다. 이들의 작업 중 최근 출판된 <Process: Tomato Project>는 토마토만의 독특한 디자인 세계를 담은 출판물로서 세계적인 호평을 받았다. 또한 토마토 전속 테크노댄스 그룹 'Underworld'는 영화 '트래인스포팅' 등의 사운드트랙을 담당해 전세계적인 인기를 누리며 많은 음반을 판매하고 있다. MTV, BBC, UK Channel 4, 리바이스, 아디다스, 나이키, IBM, 필립스, 하이네켄 등이 토마토의 주요 클라이언트다. 다양한 활동 영역과 무단한 실험정신을 가지고 있는 토마토는 문화생산자로서의 디자이너로서의 새로운 정체성을 디자인 세계에 제시하는 동시에 미래의 디자인이 담당해야 할 문화적 역할을 제안하고 있다.

In its nine years of existence, Tomato has built an international reputation for creative excellence in many different media. In November 1999, Thames and Hudson published <Process: A Tomato Project>, a visual and textual primer on the nature of discourse and exploration within Tomato. The book has received both critical and commercial success and is already in its second printing. Underworld, one of Britain's most respected, innovative and successful dance bands, is also part of Tomato. The band's single 'Born Slippy' was featured in the film 'Trainspotting'. The combination of Underworld's music and Tomato's projected visuals turn any concert into an installation piece. MTV, BBC, Levi's, Nike, Adidas, Philips and Heineken are among Tomato's endless list of clients.





1970년대에 남아프리카 공화국 더번에서 그래픽디자인을 공부했다. 약 16년간 다니던 회사를 정리하고 그 경험을 바탕으로 1995년 오렌지주스 디자인(Orange Juice Design)을 설립했다. 그는 컴퓨터 한 대만을 가지고 오렌지주스를 시작했지만 Ogilvy & Mather의 남아프리카 공화국 지사에 영입되어 지금은 더번(Durban)과 케이프타운(Capetown)에 사무실을 두게 되었고 곧 요하네스버그(Johannesburg)에도 지사가 생기는 등 괄목할만한 성장을 했다. 오렌지주스사의 주요 클라이언트는 폭스바겐 자동차, South African Breweries, Deloitte & Touche 등이다. 또한 남아프리카의 전통에 근거한 디자인 언어를 세계적으로 알리려는 목적으로 비영리 스튜디오 매거진인 (i-just)자를 발간하고 있다. 그는 국제적으로 60개가 넘는 상을 받았으며, 다수의 디자인 매체에 소개되기도 했다.

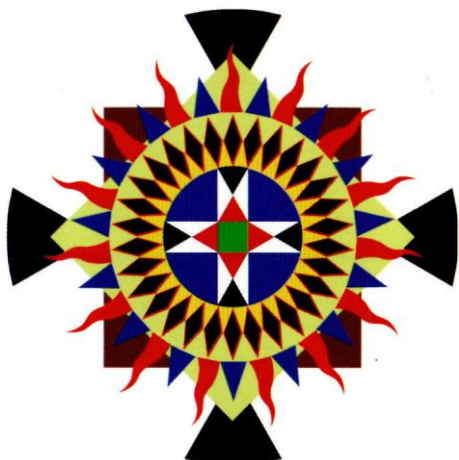
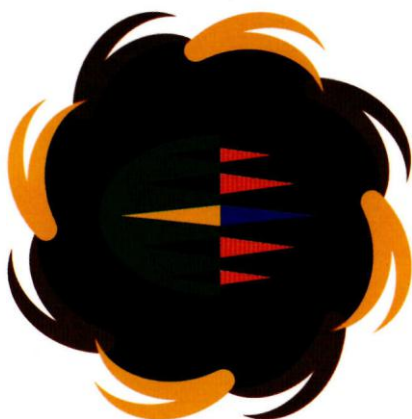
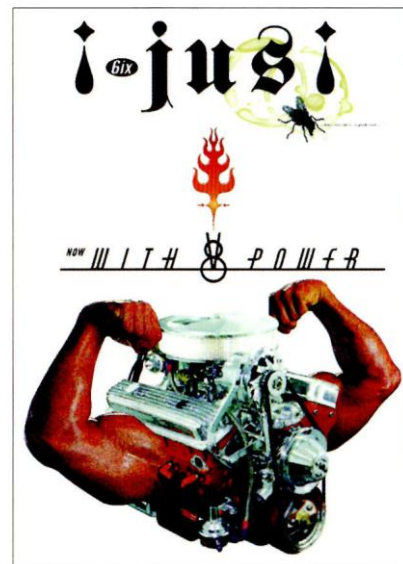
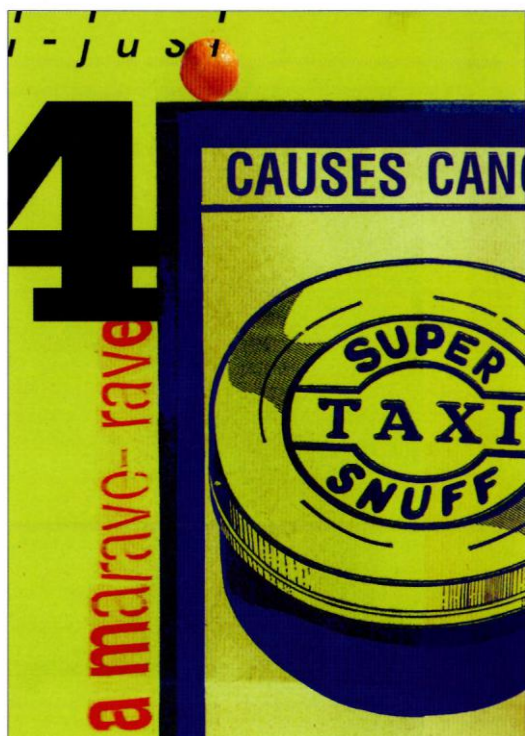
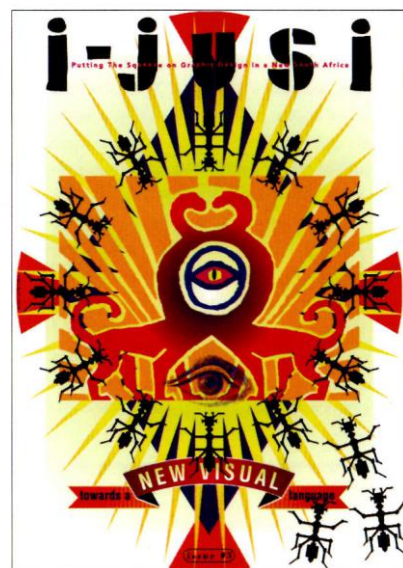
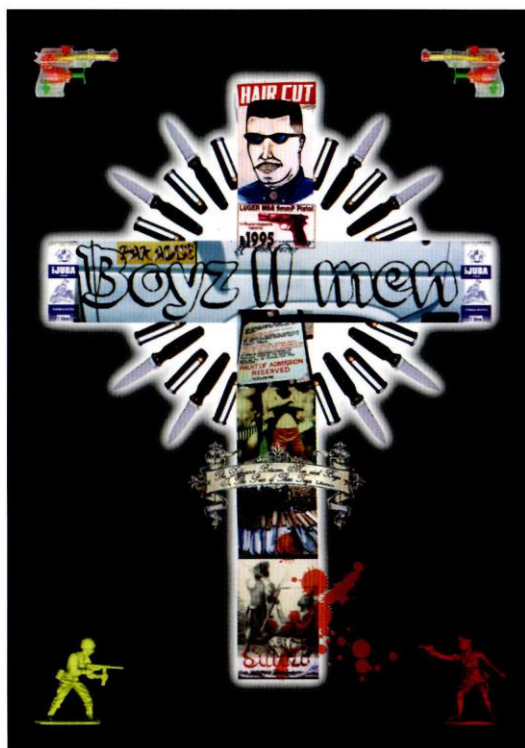
Garth Walker trained as a graphic designer in Durban in the 1970s. After working at a small design studio for 16 years, Walker established Orange Juice Design (OJ) in 1995. Started with only one computer, OJ was acquired by Ogilvy&Mather (South Africa) as its design brand. OJ now has a staff of 22 and offices in Durban and Capetown with plans for a new branch in Johannesburg in the near future. The company's clients include many of the nation's biggest brands such as Volkswagen, South African Breweries, Unilever and Deloitte & Touche. OJ also publishes a non-commercial studio magazine, <i-just> (zulu for juice), which aims to promote and encourage a local design language rooted in South African experience. Walker's design work has been recognized with over 60 international awards and has been featured in numerous international design magazines and books.

아프리카 혈통의 혼합 : 남아프리카를 통합한 그래픽 디자인의 위력

이 발표는 남아프리카의 거리와 마을에 나타난 디자인을 예로 들어 '어떻게 하면 진정한 고유의 아프리카 디자인 양식을 건설할 수 있는가'를 보여준다. 남아프리카 디자인은 매우 유럽 중심적이다. 그래서인지 아프리카 현지의 디자인 양식 창출이라는 거대한 논쟁이 오가고 있는 중이다. 나는 아프리카 디자인 양식은 이미 존재한다고 주장한다. 오렌지 주스는 방대한 남아프리카의 그래픽 디자인, 시나주, 건축 이미지 등의 컬렉션을 소장하고 있다. 평범한 흑인 시민들이 창조한 아프리카적 독창성의 놀라운 마술을 잘 보여주게 될 것이다.

African Blood Mixture: The Power of Graphic Design to Unite the People of South Africa

The presentation will show how design from the streets and townships of South Africa can create the building blocks for a true and unique African design style. South African design is very Eurocentric. The big debate in local design is how to create a local design style. I think there already is one... OJ has South Africa's best (and probably only) collection of graphic design, signage and architectural images from all over SA. These photos show the incredible magic of African creativity as practiced by ordinary (black) citizens.





리투아니아인으로 1980년 폴란드로 이주한 후 그래픽디자인, 회화, 사진, 조각, 퍼포먼스 등 다양한 분야에서 활동해 왔다. 전 세계적으로 많은 전시에 참여해 왔는데, 최근에는 덴마크의 Danish Museum of Poster, 로마의 Spicchi dell' Est Gallery, 동경의 GGG갤러리 등에서 개인전을 가진 바 있다. 또한 폴란드 Warsaw의 국립미술관, 런던의 British Museum, 뉴욕현대미술관(MOMA), 독일 뮌헨의 Museum of Applied Art 등에 그의 작품이 영구 소장되어 있으며, 다수의 국제적인 공모전 수상경력을 가지고 있다.

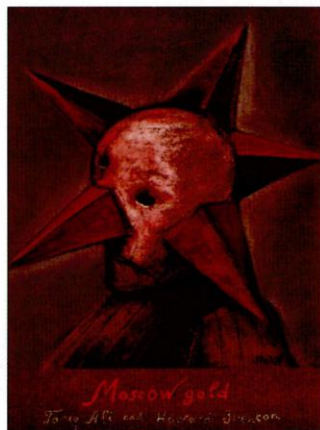
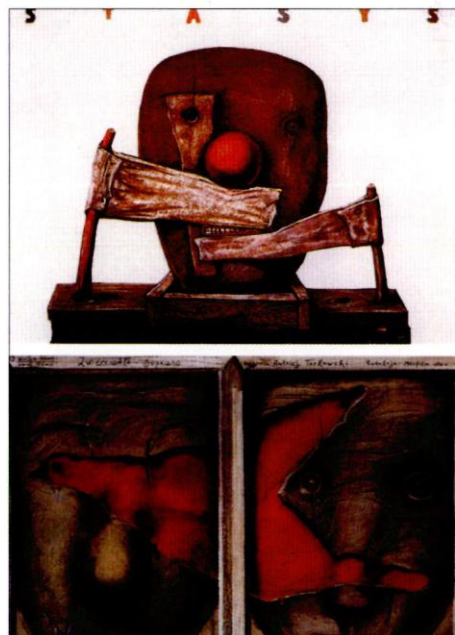
Born in Lithuania, Stasys Eidrigevicius studied at the Fine Arts Academy in Vilnius, Lithuania and moved to Warsaw in 1980. Eidrigevicius' work covers a wide spectrum of arts including painting, graphics, sculpture, photography, book illustration, posters, drawing and performance. His works have been featured in a long list of solo exhibitions around the world and can be found in numerous prestigious collections including the National Museum in Warsaw, British Museum in London, Ginza Graphic Gallery in Tokyo, Museum of Modern Art in New York and the Vatican Museum in Rome. Eidrigevicius is the recipient of numerous awards and a long-time member of the Polish Visual Artists Union and IAA AIAP UNESCO.

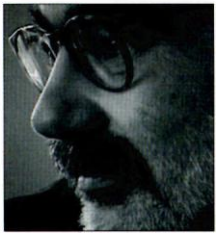
두 줄 사이에서

이코그라다 새천년 대회 로고를 바라보면 동그라미 한 개와 찢나를 의미하는 듯한 4개의 순환 기호들이 눈에 들어온다. 내 인생도 그 동그라미와 같고 내 인생도 순환한다. 리투아니아와 폴란드 사이에서, 그래픽 디자인과 시각 예술 사이에서... 나의 아버지는 폴란드 인이고 어머니는 리투아니아인이다. 내가 걷는 예술의 길은 포스터, 일러스트레이션, 회화 미술, 그래픽, 조각 사이에서 돌고 돈다. 한편 나는 포스터 언어를 회화 미술로, 단순의 경지로 이끌어 왔다. 그리고 점진적으로 스토리텔링(story-telling)에서 벗어나 힘의 언어로 옮겨 갔다. 힘이란 곧 이미지이고, 이미지는 내 필체로 제작된 캘리그래피와 깊은 연관을 지니고 있다. 단어들은 소규모 그래픽 전시회에 등장하기도 했다. 그것들은 사람의 이름과 장서명(ex-libris)이었다. 포스터에는 수필 제목, 장소, 날짜가 표현되었다. 포스터는 열린 예술, 거리 미술의 것이고 대중의 것이다. 하지만 이미지의 주된 의미는 크게 달라지지 않기 때문에 간략한 메시지, 독창적인 메시지를 전달해야 한다. 그리고 나의 개성, 감정, 사상을 표현해야 한다. 내겐 내가 출생하고 성장한 곳이 나에게 가장 중요한 곳이다. 나는 디자인과 시각 예술 사이의 커다란 벽을 만들지 않으면서 내 작품들을 통해서 그런 것을 표현한다. 그것이 나의 길, 나의 목소리이다.

Between Two Lines

When I look to the Icoagrada Millennium Congress logo, there is a circle and 4 moments like signs. My life is like that circle. And around: Lithuania and Poland, graphic design and visual arts. My father was Polish, mother, Lithuanian. My artistic way - between posters, illustration and painting, graphics and sculpture. I put my painting in book art, in poster art. I became-poster painter. On the other side I brought my poster language to painting - going to the simplicity. Little by little, I left storytelling and I went to the language of power. Power of the image. Image connected with my handwriting calligraphy. Some words were in miniature graphic-exhibitions. There was the name of the person and word-exlibris. In posters, written-title, place and date. The poster belongs to open art, street art, belongs to thousands of people. But the main sense of the image is similar - it must leave a short message, an original message. And it must express my personality, my feelings, my thoughts. All my art was and is connected to my personal life, with my biography. For me, where I was born and where I grew up have always been important places. I express it in my works, not making big walls between design and visual arts. It's my way, it's my voice.



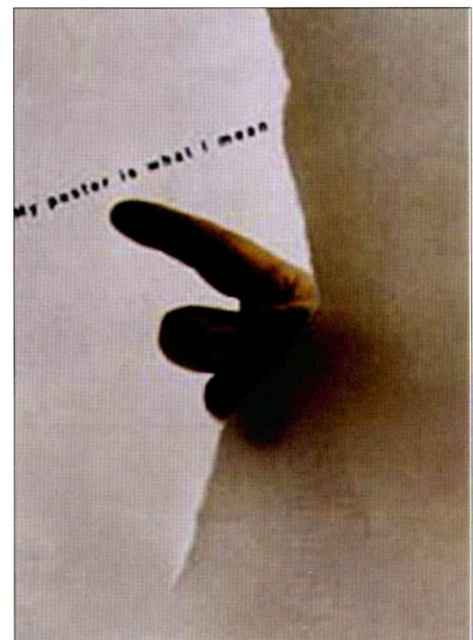
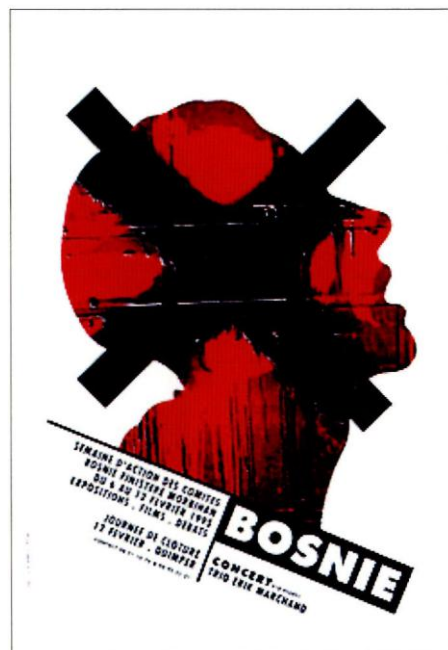
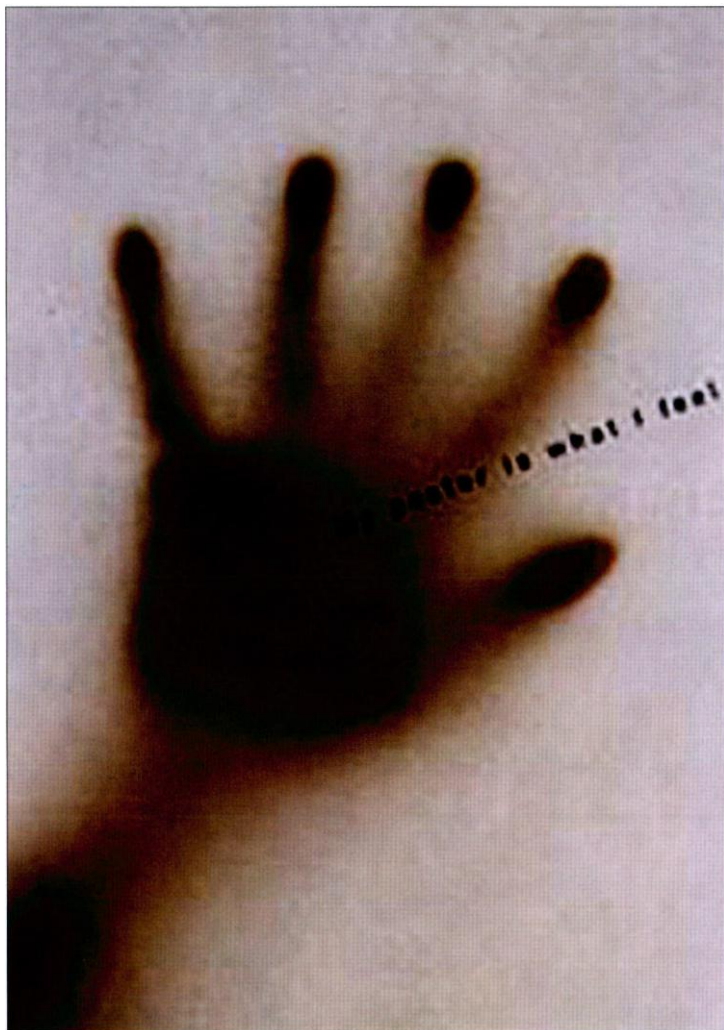


환상 속의 포스터 디자인. 유토피아의 역사

그래픽 디자이너 역시 시공간적 존재이다. 나는 1944년에 태어나서 유럽 끝자락에 있는 작은 나라의 한 작은 도시에서 활동을 시작했다. 어릴때부터 포스터에 매료되어 있었던 나는 파리에서 공부할 때의 두 가지 경험을 아직도 잊지 못하고 있다. 첫째는 포스터가 지닐 수 있는 표현의 자유를 증명해 보였던 포스터 스쿨, 포스터가 바로 행동이라는 것을 증명해 보였던 파리 68 학생운동의 저항 포스터이고, 둘째는 나에게 포스터 예술에 있어서의 진리, 즉 과유불급(過猶不及)을 가르쳐주셨던 Henryk Tomaszewski 교수와 함께 한 일년동안의 바르샤바 생활이 그것이다. 결국 나는 사회적이며 정치적이고 문화적인 살아있는 스트리트 포스터 액션(street poster action)을 만들기로 결심했다. 그래서 나는 실행에 들어갔고 지금도 그 일을 하고 있다. 나의 작업은 신기술의 등장과 함께 진전되었으며 거리에 아무렇게나 붙여졌던 나의 작은 포스터들은 형태를 갖춘 빌보드 포스터가 되었다. 열성적인 작업으로 보내었던 25년이 지난 지금 내가 질문하는 것은 바로 이것이다. 그래픽 디자인이 무슨 소용인가? 지엽적인 성공 배후에는 어떤 의미가 담겨 있는가? 모든 것이 환상이었던 것 같다. 그래픽 디자인은 나의 경험과 아무 관련이 없다... 불행하게도 나는 계속 나의 유토피아를 만들어가야만 한다.

Poster design in nowhereland. History of an utopia

As everyone, graphic designers belong to a time and to a place. Born in 1944, I have developed my action in a far little town in a wild country at the very land's end of Europe. Since my childhood I have been attracted and fed with the posters of loupot and Savignac, then when studying art in Paris I only remember two experiences : the polish school of poster that demonstrated the artistic freedom of expression a poster can have and the protest posters of the student revolution in Paris in 68 that demonstrated that poster is action. Beside this formation of my own I spent one year in Warsaw with professor Henryk Tomaszewski that taught and demonstrated me that in poster art, less is more. I had decided to develop a street poster action, alive, social, political, and cultural? So I did and so I am still doing. My work evolved with appearance of new techniques and new technologies and my small posters wildly stuck in the streets became framed billboard posters. After 25 years of intensive production, the question for me is/ What use is graphic design ? behind a local success what does it demonstrate, I have the feeling that all that was illusion and that graphic design has nothing to do with my experience....Unfortunately, for me I must continue my utopia.....



피터 조 Peter Cho (USA) | U.S.A

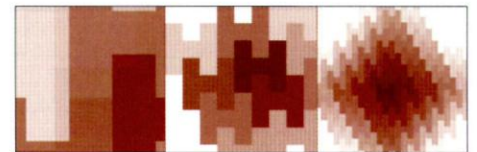
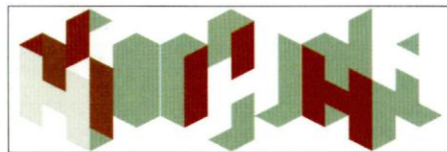
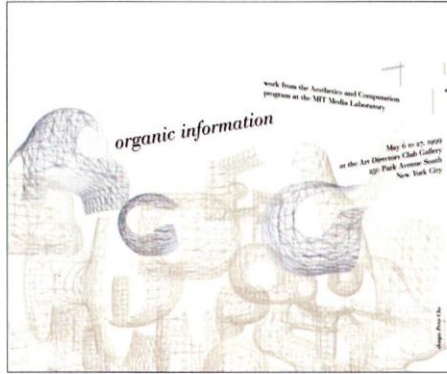


그래픽디자인이나 컴퓨터 프로그래머인 피터 조는 현재 미국 캘리포니아의 헐리우드에서 Imaginary Forces라는 영화(conceptual film), 방송, 환경디자인 관련 회사에 재직중이다. 피터조는 매사추세츠공대(MIT)에서 공학박사와 미디어아트(Media Arts and Sciences) 석사학위를 취득하였다. 그는 존 마에다(John Maeda)교수가 이끄는 MIT의 미디어랩인(the Aesthetics and Computation Group)의 회원으로서 인터랙티브 타이포그래피를 연구 개발하는 프로젝트를 독립적으로 진행해 오고있다.

그는 1998년 <ID> Interactive Media Review에서 금상을 수상하였으며, 2000년 Tokyo Type Directors Club에서 Interactive Design Award와 <Print>의 2000 New Visual Artists Review에 선정되기도 했다.

Peter Cho is a graphic designer and computer programmer. He works at Imaginary Forces, a conceptual film, broadcast, and environmental design firm in Hollywood, California. Cho holds a Master of Science degree in Media Arts and Sciences and a Bachelor of Science in engineering from the Massachusetts Institute of Technology. As a member of the Aesthetics and Computation Group at the MIT Media Laboratory, led by Professor John Maeda, Cho worked on independent research projects to explore the possibilities for interactive and temporal typographic forms.

His honors include a gold award in the 1998 ID Magazine Interactive Media Review, the 2000 Tokyo Type Directors Club Interactive Design Award, and inclusion in Print Magazine's 2000 New Visual Artists Review.



번트 슈미트 Bernd Schmitt | U.S.A



뉴욕의 컬럼비아 경영대학원의 교수이며 The Center on Global Brand Leadership이라는 회사의 설립자인 동시에 CEO이다. 그는 마케팅과 소비자 심리에 관한 연구를 여러 잡지와 신문에 기고하고 있으며, 주요 저서로는 <How to Get Customers to SENSE, FEEL, THINK, ACT and RELATE to Your Company and Brand> 등이 있다. 현재는 2001년 출간 예정인 <eXbusiness: Parables and Blueprints for the Brand-Focused Innovation-Driven eBusiness>를 집필하고 있다. 다수의 국제컨퍼런스에서 기조연설을 맡은 바 있으며, BBC, CNBC, CNBC-Asia, CNN, NHK 등의 텔레비전 방송에서 그의 실험적인 마케팅 전략에 대해 다룬 바 있다. 현재 그는 케세이퍼시픽, 에스테 로더, 맥킨지 컨설팅, 보그매거진, 폭스바겐, 볼보, 소니, 필립모리스, 모토로라 등의 다양한 기업에 대해 컨설팅 업무를 진행하고 있다.

Bernd Schmitt (Ph.D., Cornell University) is Professor of Business at Columbia Business School in New York and the Founder and Executive Director of the Center on Global Brand Leadership. At CEIBS in Shanghai, he holds the first endowed marketing chair of its kind in China. Schmitt is the author and co-author of numerous articles and several books including the best-selling <Experiential Marketing: How to Get Customers to SENSE, FEEL, THINK, ACT and RELATE to Your Company Brands> (The Free Press, 1999). He is a frequent keynote speaker at national and international conferences, and he has worked with clients around the world including Cathay Pacific, Estee Lauder, Motorola, Sony, Vogue Magazine, and Volkswagen.

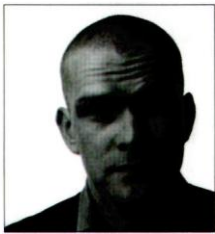
경험적 마케팅

경험적 마케팅은 도처에 깔려 있다. 점점 더 많은 마케터들은 전통적인 'features-and-benefits' 마케팅에서 소비자의 경험 창조 마케팅으로 옮겨가고 있다. 그렇다면 경험이란 무엇인가? 경험에도 여러 종류의 경험이 있을까? 경험은 어떻게 관리할 수 있을까? 이번 발표에서는 여러 업계에서 추출한 수많은 케이스 연구를 참고로 경영인들이 촉감, 감성, 사고, 행동, 연관이라는 5가지 경험 모형을 관리하는데 '경험 프로바이더'를 효과적으로 활용할 수 있도록 돕는 전략적 틀을 제공하려 한다. 이 발표에서는 또 경험적 마케팅의 궁극적인 목표, 즉 소비자들을 위한 총체적인 경험 창조에 관한 내용도 언급될 것이다. 경험 창조는 경험 중심적 조직 건설에 대한 전략적 이슈와 핵심 조직 이슈에 관한 전반적인 내용을 제기할 것이다.

Experiential Marketing

Experiential marketing is everywhere. More and more, marketers are moving away from traditional "features-and-benefits" marketing toward creating experiences for their customers. Yet, what is an experience? Are there different types of experiences? And how can experiences be managed? Using numerous cases from a variety of industries, this talk provides a strategic framework for how managers can use "experience providers" to manage five types of experiences: SENSE, FEEL, THINK, ACT and RELATE. The talk also addresses the ultimate goal of experiential marketing, which is to create HOLISTIC experiences for customers. The creation of these experiences raises a range of strategic issues and the key organizational issue of how to build an experience-oriented organization.

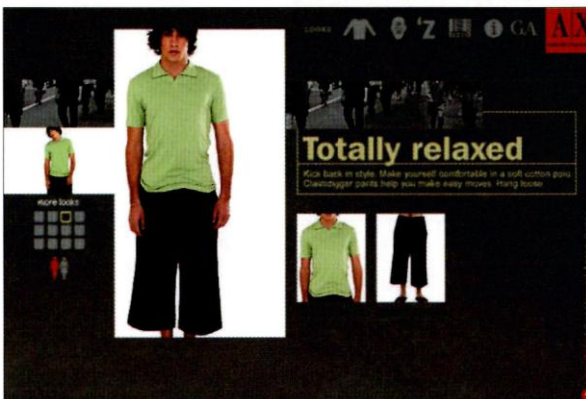
토마스 뮐러 Thomas Mueller | U.S.A



사용자 경험의 창조 Creating User Experience

뮐러 대학에서 그래픽 디자인을 전공하였고 미국 아트센터에서 풀브라이트 장학생으로 뉴미디어 디자인 석사 학위를 취득했다. 디지털/멀티미디어 디자인 회사 레이저피쉬에 합류하기 전 로스앤젤레스에 있는 프랙시스 디자인에서 사이먼 존스턴(Simon Johnston)과 함께 다양한 공동 작업을 진행하면서 게티 센터, 미국 영화 학교 AFI, 아트 센터 등을 위해 작업한 바 있다. 'Liquid Typography'와 'Understanding Concrete Poetry'와 같은 독특한 작품으로 다양한 어워드에서 수상하기도 했다. 디자인 컨퍼런스나 인터넷 관련 행사 등에서 디자인과 인터랙티브 미디어에 관한 강의를 진행하는 동시에 <I.D> <Multimedia Graphics> <The Digital Designer> <Type in Motion> 등의 디자인 매체에도 참여했다. 현재 'One Club'과 'The Society for Publication Designers' 디자인 대회의 심사위원으로 활동하고 있는 그는 AT&T, CBS, 아메리카온라인, 찰스&암, 마이크로소프트, 소니, 타임워너 등에 디자인 솔루션을 제공한 바 있다.

Thomas Mueller holds a BA in graphic design from University of Munich and an MFA in communications and new media design from the Art Center College of Design in Pasadena. Currently, he is Creative Director of Razorfish where he has driven successful design solutions for clients such as AT&T, America Online, CBS, Microsoft, Sony, The Smithsonian Institution, and Time Warner. Prior to joining Razorfish, Mueller worked at Praxis Design in Los Angeles. Other design projects by Mueller include Liquid Typography and Understanding Concrete Poetry (winners of numerous design awards), and commemorative stamps for the German government. In addition to his work at Razorfish, Mueller lectures on design at conferences and Internet industry events.



이성표 Lee Sung-Pyo | Korea



홍익대학교에서 시각디자인을 전공한 이성표는 중앙일보사 출판국 디자이너를 거쳐 홍익대학교 시각디자인과 겸직교수로 재직중인 일러스트레이터이다. 예술의 전당 포스터 디자인과 월간중앙의 표지 디자인, 삼성어린이 박물관 벽화와 LG전자를 위한 인터랙티브 디자인 등 다양한 프로젝트를 진행해온 그는 서적과 정기간행물 등의 출판물 디자인에 주력하고 있다. 번역서로는 <일러스트레이션 비즈니스>가 있으며, 저서로 <그림으로 만든 시> <디자인사전> <일러스트레이션 부문>이 있다. 또 그는 예술의 전당 미술관에서 있었던 '한국 일러스트레이션의 언어와 현실'전에 참여하는 것을 비롯하여, 2회의 개인전과 다수의 그룹전에 참여해 오고 있다. 현재 일러스트레이션 스튜디오 나카오의 대표이자 한국시각정보디자인협회의 부회장을 맡고 있다.

Lee Sung-Pyo received his BFA and MFA from Hongik University. After working as a designer for the Publishing Department at the JoongAng Daily News Co., Lee undertook a diverse range of projects on his own as a designer and illustrator. Major projects have included a poster for the Seoul Arts Center, cover designs for the Monthly JoongAng, a mural for the Samsung Children's Museum, and illustrations for the recently published <Dictionary of Design>. Lee has taken part in numerous exhibitions, including his recent solo exhibition, 'Language and Reality in Korean Illustration' at the Seoul Arts Center. He is also the author of several books including <Poetry by Drawing> (1996), and most recently, he translated <The Business of Illustration> (2000) by Steven Heller into Korean. Currently, Lee heads Nikao, a studio specializing in illustration, and lectures at Hongik University. He is also a vice president of the Visual Information Design Association of Korea (VIDAK).

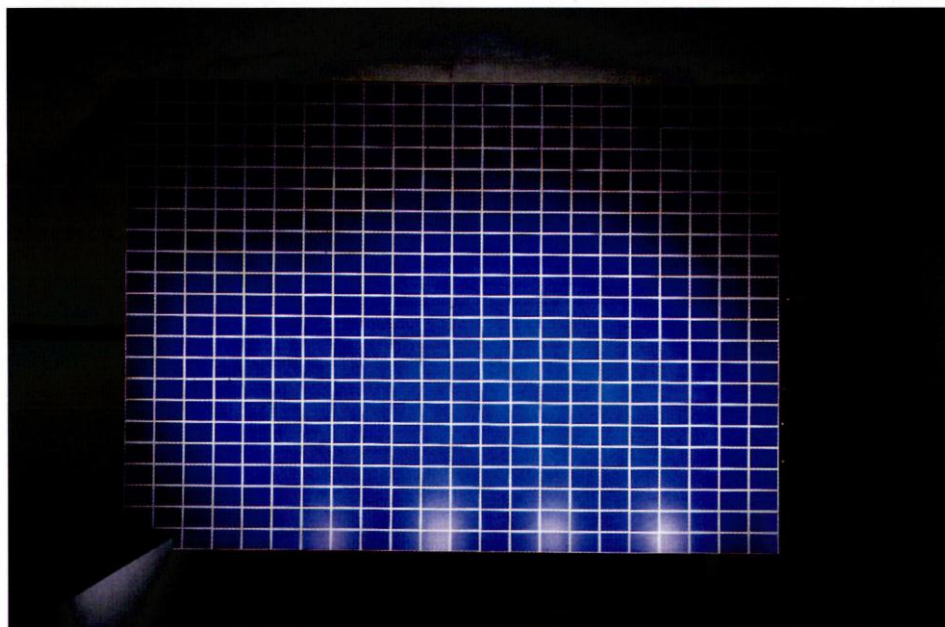
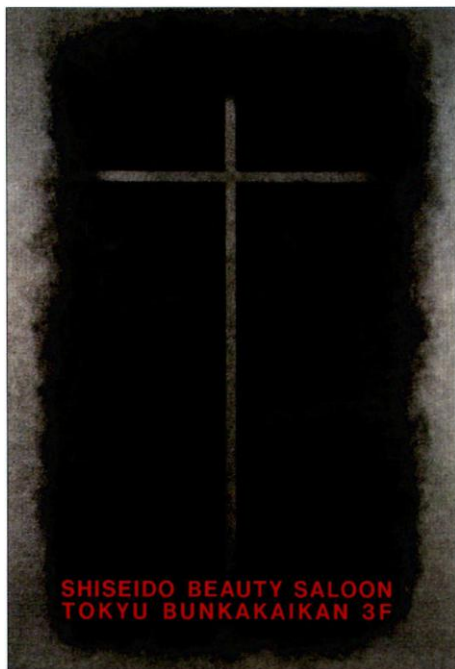
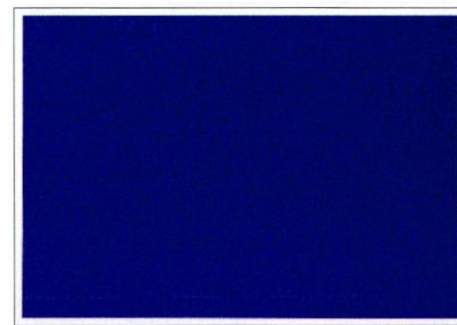
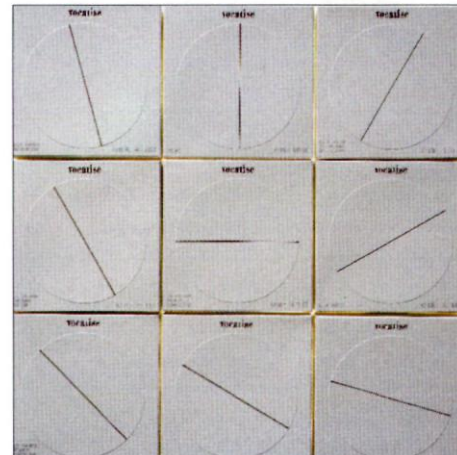
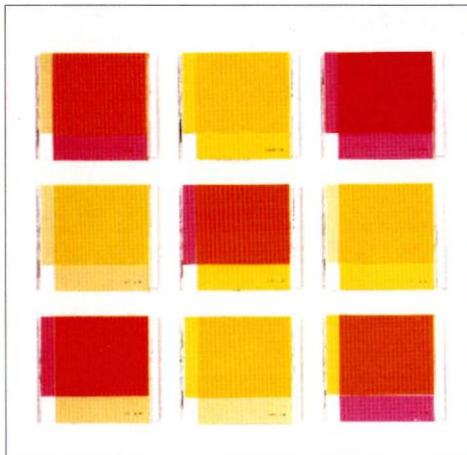


히라노 게이코 Hirano Keiko | Japan



1986년 프리랜서로서 그래픽 디자이너 경력을 쌓기 시작한 이후 15년 동안 현대적이면서도 섬세함이 돋보이는 독특한 디자인 세계를 구축하고 있는 그녀는, 1993년에 동경에 히라노 스튜디오라는 디자인 회사를 설립했다. 게이코 히라노는 지휘자 오자와 켄지의 앨범 디자인과 시세이도사의 패키지, 로고 디자인을 담당했다. 시세이도의 향수 'VOCALISE'의 디자인에서 히라노는 제품명을 'V'로 간략화시키면서 미니멀하고 섬세한 동시에 현대적인 감성이 살아있는 상품의 이미지를 창출해냈다. 유난히 흰색을 많이 사용해 자신의 미니멀한 디자인 세계를 강조하였으며 최상급의 종이를 사용해 디자인의 시각적인 부분과 촉각적인 부분을 동시에 감안해 디자인의 완성도를 높였다.

Hirano Keiko began her career as a freelance graphic artist in 1986. After spending a few years in Paris (1993 to 1996), she returned to Japan to establish Hirano Studio Inc. With awards from the New York Art Directors Club and Tokyo Art Directors Club, Hirano has been gaining attention with her packaging and logo designs. Notable projects have been a CD jacket for Kenji Ozawa and projects for Shiseido including her design for the perfume Vocalize.



로리 헤이콕 마켈라 Laurie Haycock Makela | U.S.A

미국 버클리대학교와 로스앤젤레스 디자인대학에서 수학하고 크랜부룩 예술대학교로부터 미술석사를 취득했다. 워커아트센터의 디자인실장을 역임하는 동안 워커아트센터의 전체적인 디자인 방향을 구축하였으며 다양한 학술서와 전시 도록을 제작하기도 했다. 또한 수년간 캘리포니아(California Institute of the Arts)와 오티스 예술학교의 교수로 재직할 바 있는데, 이 기간동안 게티 센터, 로스앤젤레스 카운티 미술관, 뉴욕 현대미술관의 도서와 포스터를 디자인했다. 현재 미연방 예술진흥기금, Type Director's Club, American Institute of Graphic Arts 등의 심사위원과 아메리칸 센터의 집행위원으로도 활동 중이며 현재는 크랜부룩 예술학교의 2D 디자인부 학장인 동시에 스위스 로잔의 E.C.A.L에서 부교수직을 맡고있다. 루이스 블랙웰(Lewis Blackwell)과 함께 저술중인 <Where is Here>이라는 시각디자인 서적이 2000년 10월에 출간될 예정이며, 'Addiction + Meditations'이라는 음반을 만들기도 했다. 또한 MTV, 애플루트 보드카, 버진, 레이건, 애플컴퓨터 등의 디자인 컨설팅 프로젝트를 진행하고 있다.

With an undergraduate degree from UC Berkeley, Laurie Haycock Makela continued with graduate studies at the Rhode Island School of Design and earned her MFA at Cranbrook Academy of Art. Formerly, design director of the Walker Art Center in Minneapolis and lecturer at the California Institute of the Arts and Otis Art Institute, Haycock Makela has created books and posters for clients such as The Getty Center for the History of Art and the Humanities, the Los Angeles County Art Museum, and the Museum of Contemporary Art. Currently, she is co-chair of 2D design at Cranbrook Academy of Art, partner of Words and Pictures for Business and Culture, and adjunct professor at ECAL, Lausanne, Switzerland. Most recently, Haycock Makela co-authored a 192-page survey of global visual communication, <WHERE IS HERE>, and released a new music CD, Addictions + Meditations.



셋째날 _ 과거, 현재, 미래

인터넷으로 대표되는 네트워크의 신문명 사회에서는 새로운 개념의 디자인이 필요하다. 이제 디자인은 물리적 공간 뿐 아니라 가상의 공간, 사이버공간으로 그 위치가 변하는 중이다. 합리성과 기능성만을 중시하는 근대 디자인의 개념만으로는 새롭게 변화하고 있는 디자인 환경을 쫓아가기가 어려운 시대를 맞이하고 있는 것이다. 새로운 도구, 새로운 예술, 새로운 감수성, 새로운 공간 앞에서 미래의 디자인이 무엇을 할 수 있을 것인지 질문해야 한다.

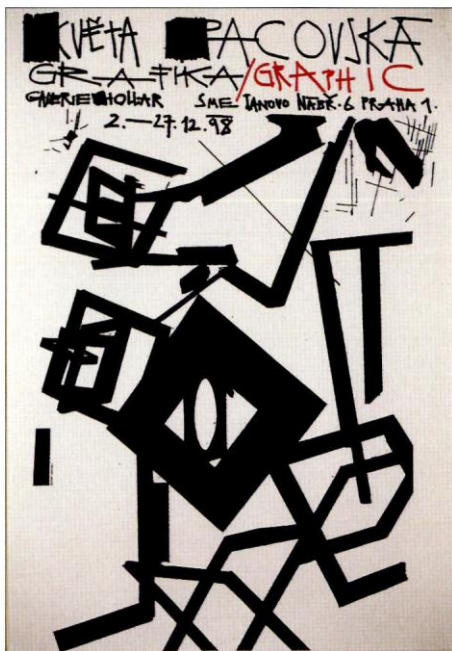
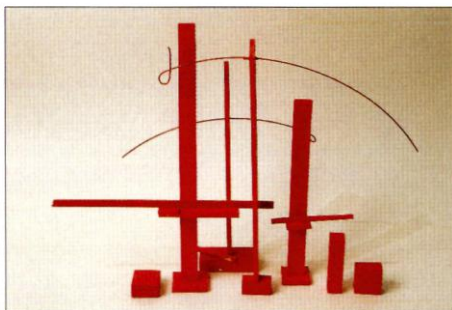
‘과거, 현재, 미래’에서는 미래의 디자인이 신인류와 신문명의 전개에 어떤 의미를 던져줄 수 있을 지에 대한 모색이 이루어질 것이다. 근대주의의 합리적 전통과 새로운 사회적 필요와 새로운 삶의 패러다임을 어떻게 디자인이 소화해 낼 것인지... 어떤 ‘어울림’의 형태를 만들어 낼 것인지...

Friday October 27, 2000 | The Oullim of Past, Present and Future

The congress will conclude with presentations by eight speakers and a closing ceremony. On this final day, speakers will examine the theme of The Oullim of Past, Present and Future, delving into questions about how design can emerge from the rational tradition of modernism and address the new social needs and paradigms of life in the new world.



1928년 프라하 출생으로 프라하에서 응용미술대학교(Academy of Applied Arts, Prague)에서 수학했다. 주로 그래픽아트, 회화, 개념 미술과 아티스트북(artist's book)분야에서 활동해온 그는, 1961년 이후 약 50회가 넘는 전시에 참여해오고 있다. 1960년대부터 그림책이라는 소재로 자신만의 독특한 3차원적인 작업을 개발하여 선보여 왔으며, 그 책들은 독일어, 중국어, 일본어, 불어, 이탈리아어, 포르투갈어, 핀란드어, 영어 등으로 번역되어 세계적으로 알려져 전시돼 왔다. 1992년부터 1993년까지 베를린 아카데미에서 객원교수로 강의를 한 바 있으며, 1995년과 1997년 사이에는 일본 나가노의 치히로미술관(Chihiro Art Museum)에서 '정원프로젝트(garden project)'를 진행했다. 1999년 그는 영국 킹스턴대학교(Kingston University)에서 디자인학 명예박사학위를 받기도 했다. Born in Prague in 1928, Kveta Pacovska is a graduate of the Academy of Applied Arts in Prague. She works mainly in the fields of free graphic arts, painting, conceptual art and books. Since 1961 her works have been shown in over 50 exhibitions. Since the 1960s she has been developing the picture book as a tactile and three-dimensional art object. Her large paintings and paper sculptures have been exhibited at museums and galleries around the world. Her books have been translated into German, English, Japanese, French, Italian, Portuguese, Danish, Finnish, Dutch and Chinese. From 1992 to 1993, she lectured at the Academy in Berlin as a guest professor. Between 1995 to 1997, she realized her garden project at the Chihiro Art Museum in Nagano, Japan. In 1999, she received an honorary doctorate degree in design from Kingston University in the UK.



알파벳: 기쁨의 건축물

어린이용 그림책 속의 그림들은 크거나 작거나 좁거나 등글거나 체크무늬거나 길거나 진지하거나 신중하거나 조소적이거나 밝거나 웃기다. 어떠한 타협은 있을 수 없다. 그들은 순수미술에 뒤지지 않는 미학적이고 예술적인 메시지를 담고 있다.

이것은 책이다: 이것은 해체되고 분할될 수 있다: 이 책은 소리내어 읽어도 속독해도 된다. 이 책에서 영웅은 누구인가? 이 책이 읽히기는 하는가? 이 책 속에서는 모든 것이 가능하다.

글자를 낱알이 살펴봐도 된다. 글자를 만져보라. 각 글자마다의 형태를 느껴보라. 각 글자를 소리내어 발음해보라. 글자마다 속으로 읽어 보라. 그리고 글자마다의 소리를 들어보라.

각 글자는 그만의 소리를 지녔다. 그만의 형태, 그만의 지속시간, 그리고 그만의 색깔을 지녔다.

AAA AAAA AAA - 글자 'A'의 소리는 무엇일까? 이 소리의 색깔은 무엇일까? 이 글자를 발음하는 데 소요되는 시간은 얼마나 될까? 그리고 얼마나 오래 발음해야 하나? 글자 'A'를 소리내어 발음해서 당신이 있는 공간을 채워보라. 빨리 발음할 수도 느리게 발음할 수도 있다. 글자들 가운데 가장 중요한 글자는 어느 것일까? 모든 글자가 중요하다. 글자를 볼 때, 발음할 때, 그리고 자신의 귀로 직접 들을 때 차이점을 느껴보라.

Alphabet: The Architecture of Pleasure

Pictures in picture books for the smallest children could be big, large, small, narrow, round, straight, checkered, long, serious, earnest, ridiculous, bright, funny - the making of which involves no compromises. They have an aesthetic and artistic message as strong as any in fine art.

It is a book: It could be deconstructed and divided: This book could be said aloud and silently. Who is the hero in this book? Is it possible to read anything in this book? All and anything is possible in this book.

We could look at each letter. Touch each letter.

Perceive the shape of each letter.

Read aloud each letter.

Read silently each letter.

And listen to each letter.

Each letter has its own sound. Its own form.

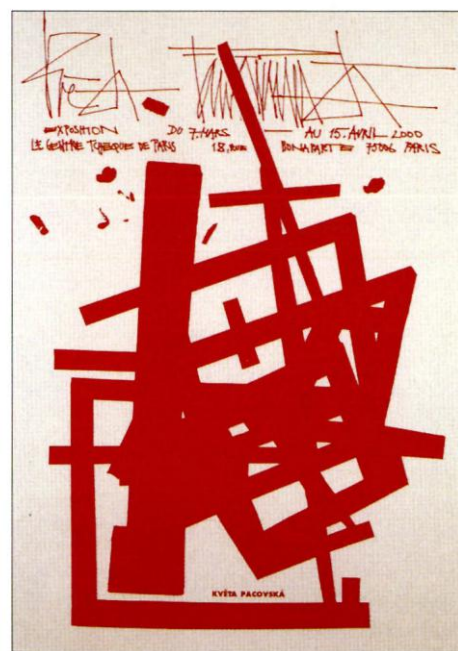
Its own duration.

And its own colour.

AAA AAAA AAA - What is the sound of the letter 'A'? What is the colour of this sound? How long do you need to read it? How long do you need to say it? Say the letter 'A' out loud to fill your space. You can say it quickly or slowly.

Which of the letters are most important? All the letters are most important.

Notice the difference if you see it, if you say it, and if you listen to your own sound.





일본 홋카이도 태생으로 1990년 Sega Enterprises에 입사한 후, 지속적으로 디지털 인터랙티브 오락분야의 선두주자로서의 입지를 구축해오고 있다. 1993년에 그는 motion ride를 이용한 첫 컴퓨터그래픽 영화인 메가폴리스 (Megalopolis)를 제작했고, 이를 시작으로 1994년 전자오락실용 게임프로젝트인 Sega Rally Championship, 1996년 Sega Touring Car Championship 등 가상 체험(Virtual Experience) 게임 분야를 개척해 나갔다. 또한 이러한 과정에서 전 세계 프로그래머들이 인터넷 상으로 자신들의 경기 스코어를 기록할 수 있는 시스템인 글로벌 네트를 추진하기도 했다. 그가 오락실용 게임기 개발에서 드림캐스트 게임 콘솔(Dreamcast Game Console)부서로 옮긴 후 첫 프로젝트인 Space Channel 5는 음악, 액션, 게임을 적절하게 사용한 것으로 1999년 12월에 출시된 이래 현재 미국에서 꾸준히 판매고를 올리고 있으며, 유럽에도 발매될 예정이다. 현재 그는 Sega의 R&D 부서와 함께 United Game Artists라는 독립회사를 설립, 대표를 맡고 있다.

Tetsuya Mizuguchi is regarded as one of the game industry's most innovative minds. Since joining the ranks of Sega Enterprises Ltd., in 1990, Mizuguchi has constantly pioneered new visions in digital interactive entertainment. In 1993, he produced Megalopolis which was the first ever CG movie created for a motion-ride arcade machine which then became presented in Siggraph (U.S.A.) the same year, and also was featured in the concert of Japanese techno-band YMO. In 1994, the first arcade game project he produced, Sega Rally Championship was a massive success worldwide. His following projects were virtual experience bike machine game Manx TT (1995), and Sega Touring Car Championship (1996). In March of 1998, his last racing project, Sega Rally 2 was released. Once this project was completed, he changed platforms from arcade to the Dreamcast consumer game console. His first project for the Dreamcast is Space Channel 5, which has been continually praised by the mainstream media since its release in December 1999. Recently, Mizuguchi is the president of the United Game Artists which was established as a separate company by his R&D section of Sega.

게임의 영혼을 찾아서

"비디오 게임은 온갖 언어와 문화적 장벽을 뛰어 넘은 보편 예술의 한 형태이다. 비디오 게임 산업의 진정한 미는 전세계 만인에게 재미를 안겨준다는 데 있다. 1992~99동안 개발한 비디오 게임 이미지-세가 랠리 2(Sega Rally 2) : 지난 몇 십년 동안 테크놀러지는 눈부실 발전을 거듭해 왔고, 드디어 테크놀러지의 도움없이 게임을 개발할 수 없는 경지에 이르렀다. 그러나 내 경험에 따르면 진정한 소비자들을 사로잡는 것은 테크놀러지가 아니라 "영혼(soul)"이라는 것을 깨달았다. 그리고 또 한가지 깨달은 중요한 교훈은, 훌륭한 비디오 게임은 우수한 팀워크, 즉 프로젝트 매니저에서 스태프 전원의 창의력과 수렴된 추진력이 있을 때 탄생한다는 것이었다. 그래서 이번 강연에서는 내가 지난 10여 년간 게임을 개발하고 디자인해 오는 과정에서 게임의 영혼을 개발하는 방법과 기법을 소개하고 그 예를 우주 채널 5 (Space Channel 5)를 통해 보여주고자 한다.

올 봄 미국시장에 출시된 우주 채널 5는 그래서 총과 피로 뒤범벅된 폭력 대신 사랑, 평화, 행복같은 다소 진부한 듯하지만 긍정적인 메시지를 전달하고자 했다. 무엇보다도 소비자의 감성과 기분을 긍정적인 방법으로 배출할 수 있는 게임을 만들었다는 점에서 자부심을 느낀다. 그리고 요즘처럼 게임 산업이 건진치 못한 방향으로 치닫고 있는 현실에서 소비자에게 건전한 엔터테인먼트를 제공하는 책임감있는 미래 디자이너를 양성하는 데 내 강연이 도움이 되길 바란다.

The Search for the Soul of the Game Tetsuya Mizuguchi

"Video Games are a form of art that transcends all language and cultural barriers. Through the creation of video games, we can communicate creatively with people around the world. That's the beauty of this industry? That our games can touch and excite people everywhere. ...One of the things that interests me the most is technology. Technology has improved so much in the past decade, and while we cannot make games without technology, I've learned that my best games don't rely solely on the latest and greatest technology. What makes people truly love a game and play it over and over is a core element that's more important than the fastest graphics. It's finding a common theme that inspires people and this is what I call creating "soul" in a game... It takes teamwork to create great games. The best development teams share creativity among all project members? both junior and senior staff -- and work with good management to achieve the same objective of creating a superior quality product. ... Space Channel 5 Project - We knew it would feature 60s style music and that the heroine would be a reporter at a TV station in space. In these early stages, we were mainly working with deconstruction and reconstruction processes. At this point, we had many discussions about what we'd do with the game. But we all agreed that the key to the game, or the soul of it, was to have fun, while maintaining a few basic elements, including what motivates the character, the music and the dancing. We spent a lot of time on this stage of development. Overall, I consider games to be a "sponge of human desire". Unless you create some driving force in the game that people really, really want, they will never fully enjoy it. So when I start to create a game, I begin with a search for a "theme" -- a theme that fulfills peoples desires. I search for a key word, which seems to be the most important factor, and then add in additional elements to support these key words or themes. This keyword should be a feeling or emotion that is universal and something that people around the world share. To come up with this process, I have designed a method to help us define a key word. ...To make the game interesting to consumers, I think of this process as building an atom and selecting all of the molecules that must be in place. This building process starts with the smallest element and then the player acquires more and more traits to be complete and reach the end desire, which in this case is to be the heroine. That's the feeling of accomplishment that makes you want to play the game. I never begin to develop anything until this foundation is established and I've determined the soul of the game. I spend a lot of time developing and creating this balance of making the game fun and exciting to play, yet difficult enough to be challenging, while still including the basics that make you want to keep playing and coming back for more. I equate it to the basic human desire of wanting to fall in love. Everybody wants to fall in love, yet it doesn't always happen every day and there's no guarantee that its going to last forever. Love is something humans crave and are constantly searching for. I try to think of the similarities of falling in love, not only by the human desire element, but also as a test of people's threshold for pain. A good video game pushes people to their limits and tests the lengths they'll go to achieve success. ...It's easy to play the game. You use rhythm, groove and your memory to mimic the dancing Morolians (the funny and invading aliens) and then shoot them. This again reaffirmed my belief that it's not advanced technology and CG technicians that necessarily make the best games. I started to recognize when I first got involved in the consumer software business, is the "message" that a game sends to the consumer. I am now reaching the age and point in my career that I must feel social responsibility. I believe we are entering an era when game creators must consider alternatives to violence when developing games. With this in mind, I have poured the message of "love, peace and happiness" into Space Channel 5. I will continue to make games that are filled with peace and happiness and leave people feeling good about themselves and towards others. As developers, we must take responsibility for our creations and strive to make the game community and the world a better place."





카이스트를 졸업하고 MIT에서 미디어랩 박사학위를 취득했다. 세계적으로 최첨단 분야인 합성캐릭터에 대해 연구하고 있다. 카이스트의 학부 시절부터 인공지능과 신경망에 관심을 가져왔으며, 인공지능 마이크로 로봇개발에도 참여하여 전국 마이크로 로봇축구대회에서 우승한 바 있다. MIT 재학시절에 대학 내의 인지과학 및 합성캐릭터 개발 그룹에 참여하여 'software creature'와 인간과의 쌍방향 소통을 가능케 하는 연구이자 '뉴로 사이언스'와 '로보틱스'를 접목시키는 독특한 분야를 연구했다. 올해 Affective Synthetic Characters라는 논문으로 MIT에서 컴퓨터 신경과학 박사학위를 취득함과 동시에, 6월에 바르셀로나에서 있었던 ACM International Conference on Autonomous Agents 최고 논문상을 받았다. 현재 맥킨지 서울지사에서 경영 컨설턴트로 근무하고 있다.

Yoon Song-Yee has received so much media attention for her remarkable research and professional experiences, as well as for her fast-track education background. Yoon had marked the record as the fastest graduate in the history of KAIS (Korea Advanced Institute of Science and Technology), finishing its four-year curriculum in three years. This year, she has received Ph. D. at MIT(Massachusetts Institute of Technology) Computational Neuroscience Program at the age of 24. Since her KAIST years, she has focused on combining neuroscience and robotics, and developed a micro robot soccer team which won the first prize of '96 Micro Robot Soccer Tournament. Working in the Synthetic Characters Group, Media Laboratory of MIT, she participated in developing three interactive characters with distinctive personality, and in 'sWAMPED' project, a three dimensional interactive computer graphics environment. Currently, Yoon works as a business consultant for McKinsey and Company (Seoul Office) developing strategic implementation plan for companies to cope with changes due to technological advancement.

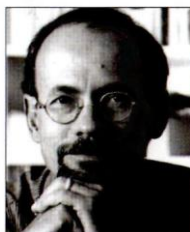


인터랙티브 합성 캐릭터

상호작용성을 그 특징으로 하는 디지털 미디어 환경은 새로운 캐릭터 패러다임을 정립할 것을 요구한다. 본 논문은 일정한 인터랙티브 텍스트 (동영상 포함)에 등장하는 모든 지적 행위자들 (intelligent agents)을 캐릭터로 본다. 이러한 캐릭터는 컴퓨터 기술과 뇌-신경 과학 이론, 동물 행위 이론, 인공지능 이론 등에 기초하여 여러 가지 형태로 합성 (가공) 될 수 있으며 우리는 이를 합성 캐릭터 (Synthetic Characters)라 부를 수 있다. 합성 캐릭터에는 전통적 텍스트에서 흔히 나타나는 '등장 인물' 뿐만 아니라 이야기의 흐름과 분위기에 따라 스스로 변화하는 '배경음악'이나 스스로 앵글과 샷을 결정하는 '카메라'도 모두 하나의 독립적인 캐릭터로 상정된다. 나아가 이야기 구조 자체도 다른 캐릭터들을 통제하는 하나의 메타캐릭터라 할 수 있다. 이러한 합성캐릭터는 기존의 매체에 기반한 방송 (영화 포함)의 개념을 근본적으로 바꾸어놓을 것이다. 참여했던 MIT Media Lab의 합성캐릭터 팀에서 제작한 몇 가지 작업도 동영상으로 보여줄 예정이다.

Interactive Synthetic Characters

New environment demands new paradigm. Our time characterized by prevalent digital media and mutual interactivity provided its presence commands the need for character paradigm. Within the character paradigm, intelligent beings that constitute responsive and intelligent environment, no matter they are virtual or physical, are modeled as 'characters' that can act and react in a believable manner and participate in the full interaction. To be a compelling character, it should be able to comfortably communicate with human participants in a transparent and adaptive manner. Character paradigm, which has been developed to effectively build this type of character, models a character's operation as governance by its 'creature kernel'. Creature kernel is modeled as a sum of four main parts -- the perception, motivation, behavior and motor systems and characters build based on this framework are called "synthetic characters". Especially within the context of a 'story', not only actors but also other components such as music, camera and story itself as an intelligent and responsive being that can be viewed as synthetic characters. The speaker will show a couple of video clips that demonstrate these intelligent beings in real time interactive settings.



다중 - 문화, 예술, 감성, 신기술

Multi-culture, Art, Sensibility, New Technology

인디애나 대학교에서 그래픽 디자인으로 석사 학위를 취득한 후 스위스 바젤의 Kunstgewerbeschule에서 그래픽디자인과 필름 애니메이션(Film Animation) 대학원 과정을 마쳤다. 인디애나 대학교(Indiana University, Bloomington)와 루이스빌 대학교(University of Louisville)의 부교수를 거쳐 현재 카네기멜론대학교 디자인학부 대학원장이자 교수로 재직 중인 보야스키는, 1979년 이래 Boyarski/Boyarski Design Consultants사의 공동 경영자로서, AT&T, 삼성, 소니, 미츠비시, IBM과 같은 기업과 루이스빌 오케스트라, 호주국세청, 피츠버그 어린이박물관, Hospital Albert Schweitzer 등에 디자인 솔루션을 제공했다. 그는 현재 ACD (American Center for Design) AIGA (American Institute of Graphic Arts), ACM (Association for Computing Machinery)의 회원으로 활동 중이다.

Daniel Boyarski received his BA in Art and Design from St. John's University in Minnesota and his MFA in Graphic Design from Indiana University. He continued his studies with post-graduate work at the School of Design (Kunstgewerbeschule) in Basel, Switzerland. Boyarski has had a lengthy teaching career, holding posts at Indiana University, University of Louisville and Carnegie Mellon University where he is currently Director of Graduate Studies for the Department of Design. Boyarski has also remained professionally active as a partner in Boyarski/Boyarski Design Consultants. Some of the company's major clients include AT&T Global Information Solutions, the Australian Tax Office, IBM, Mitsubishi, Sony and Samsung.

전야제

행사전야제에는 이코그라다 대표인 데이비드 그로스만과 김용옥 교수의 '어울림' 철학의 배경에 대한 주제 강연이 진행되며 행사 등록자와 40여 명의 연사들 그리고 이코그라다 관련자들을 위한 환영 리셉션이 열릴 예정이다.

김용옥 Kim Young-Oak (Korea)

도움 김용옥은 국립대만대학 및 일본 동경대학에서 철학전공으로 석사학위를 취득한 뒤 미국 하버드 대학에서 박사학위를 수여받았다. 동양 철학사상에 기반을 둔 그만의 독특한 학문과 연구방식으로 한국의 동양 철학계의 디딤돌 역할을 해왔다.

오랫동안 적을 두었던 고려대학교 철학과 교수직을 양심선언과 함께 사직한 후 원광대 한의학과를 졸업하고 현재 한의사 활동을 하고 있으며, 여러 매체를 통한 철학 강의를 활발히 전개하고 있다. Kim Young Oak earned a masters degrees in philosophy from Taiwan National University and another one from Tokyo National University. He continued his study of Eastern philosophy at Harvard University where he received his Ph. D. As a professor of philosophy at Korea University, Kim rose to prominence through his prolific writing. After resigning from his post at Korea University, Kim enrolled in the Department of Oriental Medicine at Won Kwang University. Currently he works as a doctor of oriental medicine but continues to remain active, lecturing at diverse venues.

커팅 에지 국제 영상 페스티벌

Cutting Edge International Festival

문화 환경의 변화에 따라 영상 디자인의 중요성이 부각되고 있는 현실점에서 디자이너의 활동 영역 역시 확장되고 있다. 영상, 비디오, 컴퓨터 산업에 대한 보다 깊은 고찰과 관심을 유도하기 위한 이 행사는 본 대회 본회의 기간 동안 상영될 것이다. '어울림, 어제, 오늘 그리고 내일'이란 주제로 제작된 영상물(1년 안에 제작된 1분 이상의 아날로그 영상, Quick Time, MPEG)은 6명의 국제적인 심사위원에 의해 선정될 예정이다. 대상 한 작품에 5000달러의 상금이 수여될 예정입니다. 선정된 35개의 작품은 행사장에서 상영되는 것은 물론 비디오 테이프, CD 등으로 제작하여 보급될 예정이다.

디자인잇 특별전

Designit Exhibition

(아셈 III 서울 개최 기념전시)

2000년 10월 22일부터 29일까지 열리게 될 '디자인잇 특별전'은 1998년 영국의 토니 블레이어 수상과 한국의 김대중 대통령에 의해 구상된 전시로 이 프로젝트의 목적은 아셈 회원국의 학생 및 젊은 디자이너간의 정보 교환과 유대 관계 구축을 바탕으로 공동 프로젝트를 수행하는데 있다.

미래의 운송(Tomorrow's Transport), 정보와 통신(Information and Communication), 재생과 재활용(Recycling and Reusing), 공동체의 공간(Space for the Community), 패션과 정체성(Fashion and Identity), 신소재(New Materials) 등 6개 부분의 디자인 주제를 제시하고 있으며, 이 주제를 반영하는 자료와 정보, 지식 등이 아셈 회원국의 공동 연구팀들에 의해 구체적으로 형상화될 것이다.

이코그라다 아시아 지역 회의

Icograda Regional Meeting

21세기 아시아 디자인의 위상을 제고하고 아시아의 디자인을 한국이 주도할 수 있는 계기를 마련하기 위한 이 회의는 2000년 10월 23일 오전 코엑스에서 열리게 된다. 이 회의에 참석할 이코그라다 회원 단체는 한국의 KIDP, VIDAK, KECD, 중국의 Shanghai GDA, 일본의 JAGDA, Nipon Design Center, 대만의 GDA, DPC, CETRA, TGDA, 싱가포르의 Tamasek Polytechnic School of Design, 호주의 AGDA, DIA, 인도의 IIT 등이며, 비회원 단체의 자격으로 마카오, 몽고, 미얀마, 방글라데시, 베트남, 북한, 소련, 인도네시아, 중국 6개 도시단체, 캄보디아, 태국 등에서 온 디자이너들이 참석한다. 특히 이 회의에는 국제 디자인계에 알려지지 않은 이코그라다 비회원 단체들이 참여함으로써 상호유대의 계기는 물론 이들의 잠재력을 확인할 수 있는 중요한 계기가 될 것으로 전망된다.

이코그라다,

오늘의 비주얼 커뮤니케이션 전

Icograda Visual Communication

Today Exhibition

2000년 10월 22일부터 29일까지 코엑스 전시장에서 42개국 61개 회원 단체의 참여가 예상되는 '이코그라다, 오늘의 비주얼 커뮤니케이션 전'에는 각국 회원 단체의 작품들이 전시될 예정이다. 포스터, 리플렛, 영상물 등 그래픽 디자인 일반이 전시될 예정이며, 참가국의 문화적 정체성을 반영하는 여러 가지 문화적 오브제(신문, 잡지 등의 출판물, 우표, 국기, 정부 양식지 등의 공공 인쇄물, 맥주병 등의 상품의 용기 및 포장재)가 전시된다. 이 전시의 주목적은 회원들의 작품을 통해 이코그라다 국제회의의 목표인 문화와 문화, 그리고 회원과 회원 상호간의 이해를 도모하기 위한 것으로, '디자인과 문화적 정체성의 상관관계'를 보여주게 될 것이다. 또한 전시장의 내부에는 전시 참여자와 본회의 등록자들의 편의를 제공하기 위한 사이버카페가 열려 인터넷, 전자메일, 웹 폰, 출력 등의 서비스와 함께 간단한 다과 및 서울 회의 기념품 등이 제공될 것이다.

'어울림' 동아시아포스터전

East Asian Posters Exhibition

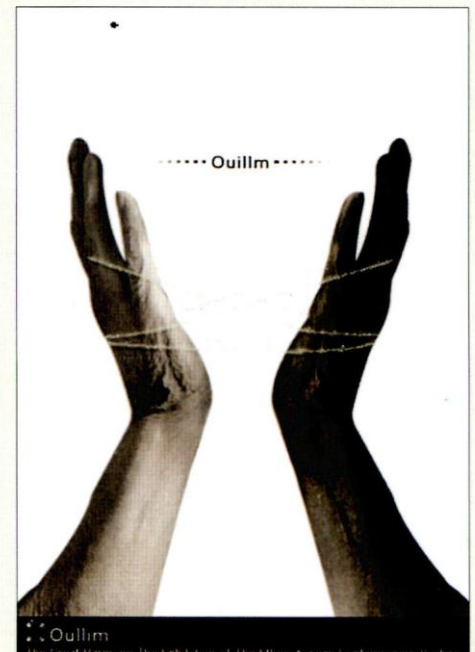
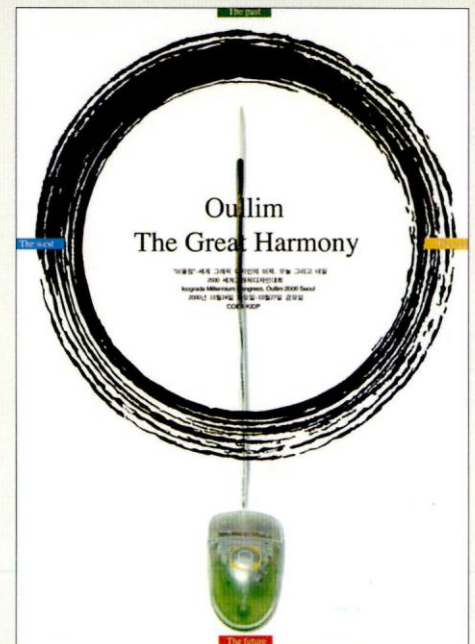
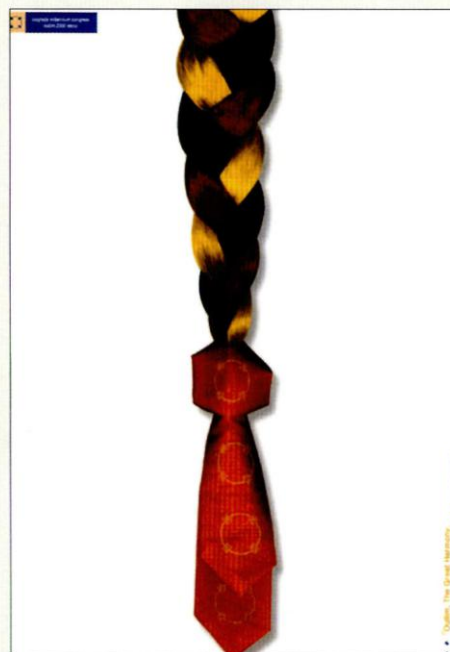
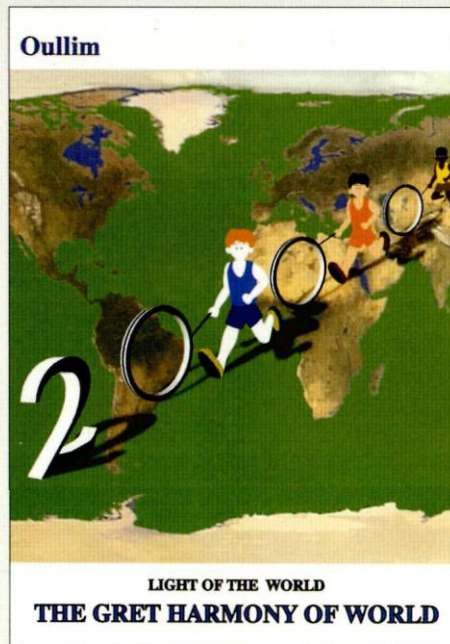
이번 행사의 특별전시인 '동아시아 포스터전'은 2000년 10월 23일부터 29일까지 한국산업디자인진흥원(KIDP)전시장에서 열린다. '어울림'을 주제로 제작된 포스터(한국 350점, 일본 100점, 중국 100점, 대만 70점)들이 출품될 이 전시는 아시아 그래픽 디자인의 현재를 보여주기에 충분할 것이다.

이코그라다 그래픽 디자인 새천년 교육선언

Icograda Graphic Design Education
Manifesto

‘이코그라다 그래픽 디자인 새천년 교육선언’은 이코그라다 부회장인 홍익대 안상수 교수가 제창한 프로젝트로서, ‘이코그라다 새 천년 서울 회의, 어울림 2000’의 중요한 이벤트가 될 것이다. 세계 디자인계가 이번 행사를 주목하게 될 가장 큰 이유는 ‘이코그라다 그래픽 디자인 새천년 교육선언’이라고 해도 과언 아니다. 이 프로젝트는 새로운 21세기를 맞아 20세기 근대 디자인의 담론을 반성, 반추하는 역사적인 시도로 해석된다. 어울림 전체 행사의 대미는 ‘이코그라다 그래픽 디자인 새천년 교육선언’의 공식적인 발표로 마감될 것이어서 새로운 천 년을 위한 디자인 담론의 방향을 설정하고 그 방향을 반영해 국제적인 공감대를 형성시킬 수 있는 위력을 가지게 될 것이다.

‘이코그라다 그래픽 디자인 새천년 교육선언’의 진행을 위해 구이 본시에페 (Gui Bondship, 독일, 인터페이스 디자인 이론), 다니엘 보야스키 (Daniel Boyarsky, 미국, 카네기 멜론대 교수), 에스터 류 (Esther Liu, 홍콩 폴리테크닉 대학 교수), 마리안 사우토프 (Marianne D. Sauthoff, 남아공, 프레토리아대 교수, 이코그라다 교육회장), 안상수(한국, 홍익대 교수) 등으로 구성된 ‘이코그라다 그래픽 디자인 새천년 교육선언 100인 위원회’ (위원장 안상수)를 구성했으며 2차에 걸친 워크숍을 통해 교육선언의 골자를 준비했다. 그래픽디자인 교육선언 1차 워크숍이 2000년 3월 17일부터 18일까지 연세대 상남관에서 Gui Bonsiepe(Univ. of Applied Sciences Cologne 인터페이스디자인 교수, 미국), Esther Liu(Hong Kong Polytechnic Univ. 그래픽디자인교수, 중국), Marianne Sauthoff(Univ. of Pretoria 시각디자인학과장, 남아공), Kirti Trivedi(Indian Institute of Technology Industrial Design Center 교수), 안상수 등 5인이 참가했다. 6월 16일부터 18일까지 열린 2차 워크숍은 Sharon Poggenpohl(미국 IIT 교수), Jan van(네덜란드 Jan van Eyck Academy 교수), Frank Barral(Escola Superior de Desenho Industrial 교수), 안상수(홍익대학교 시각디자인과 교수, Icograda 교육담당 부회장) 등이 참가했다.



2차에 걸쳐 채택된 교육선언은 ‘이코그라다 그래픽 디자인 새천년 교육선언 100인 위원회’의 인준을 받아 9개 국어로 번역해 2000년 10월 27일, ‘이코그라다 새천년 서울 회의, 어울림 2000’ 3일째 날 세계 각국을 향해 발표할 것이다.

‘어울림’ 한국대학생포스터전 Oullim Poster Aperto

2000년 8월 18일부터 8월 25일까지 열릴 이 전시는 국내 디자인 전공 학생들의 적극적인 참여와 관심을 고취시키기 위한 전시로서, 국내 대학생들의 포스터 400여 점이 한국 그래픽 디자인의 미래를 보여줄 것이다.

2000 F/W 컬렉션을 통해 본 어울림의 미학

글 | 김미정_자유기고가

전혀 새로운 일이 일어날 줄만 알았던 새 천년에도 우리들의 일상은 어제의 연속으로 이어지고 있다. 세기가 바뀌면 사이버 룩에 밀려 퇴물이 될 줄 알았던 옷장 안의 옷들이 그대로 입혀지고 있고 오히려 디자이너들은 몇 십 년 전에 입었던 스타일을 새 트렌드로 부활시켰다.

얼마 전 있었던 뉴웨이브인서울 컬렉션과 S.F.A.A. 컬렉션은 복고 바람을 확인하는 자리였다. 1980년대 글래머러스 룩을 필두로 1940년대의 페미닌 스타일과 1960년대의 모던 룩, 1970년대의 펑크 룩까지 여러 시대의 패션이 새롭게 재해석되면서 지난 시절의 향수를 불러일으켰다. 여기에 디자이너들에게 수 년 동안 개척해야 할 신대륙으로 여겨지고 있는 오리엔탈리즘의 열기까지 더해져 동양의 에스닉한 아름다움에 심취한 듯한 의상들도 많이 선보였다.

이렇게 새 천년의 첫해 패션계는 미래가 아닌 과거로 시대를 거스르고 공간을 넘나드는 일로 바쁘게 돌아가고 있다. 복고풍이나 오리엔탈리즘이 전 시대에 전혀 없었던 것들은 아니다. 그럼에도 이러한 패

션의 조류가 새롭게 느껴지는 것은 이 시대를 읽을 수 있는 단서가 되기 때문이다. 옛 것이 오늘에 어우러지고 서로 다른 땅의 이국적인 것들이 하나로 어우러지는 시대상을 너무나 잘 반영하고 있는 것이다.

과거를 보면 미래가 보인다

패션은 돌고 돈다. 그래서 복고풍을 의미하는 레트로 룩은 언제나 있어 왔지만, 그래도 레트로 룩의 바람이 이렇게 거셌던 적이 있었을까? 그 중에서도 특히 1980년대의 글래머러스하고 럭셔리한 룩이 강세를 띄고 있다. 커다랗고 번쩍번쩍한 금볼이 액세서리와 최대한 부풀린 어깨, 칼라 끝이 뽀족한 블라우스 등으로 대변되는 1980년대 패션의 특징은 화려함과 루즈함. 돌체 앤 가바나, 크리스찬 디올, 셀린, 베르사체 등이 제시한 이번 시즌 의상들은 1980년대 룩의 전성기를 느끼게 하기에 충분하다. 돌체 앤 가바나는 1980년대를 말할 때 빼놓을 수 없는 미국 TV 드라마 <다이너스티>에 등장했던 의상들에 심취해 있는 듯하고, 셀린이나 베르사체의 리치하고 컬러풀

한 텍스처나 실루엣 등도 그렇다. 또 크리스찬 디올은 방랑자의 이미지를 럭셔리하게 표현했다.

국내 디자이너들도 1980년대 스타일을 의식한 의상들을 선보였는데, 김선자와 한혜자의 경우 당대의 음악과 모델까지 동원시켜 1980년대를 직접적으로 표방했을 정도. 다른 디자이너들도 대부분 1980년대 스타일을 의식하는 가운데 그 이전 시대의 복고풍도 다양하게 접목시켰다. 헵번 스타일의 단정하고 우아한 스타일을 주로 해온 손정완의 경우 1960~70년대의 심플한 실루엣에 모던 룩을 가미해 보다 강렬한 섹시미를 구사했으며, 박윤수는 1970년대 불안정한 감성이 투영되었던 히피룩을 '보헤미안 레드'라는 테마로 요즘의 자유스러운 감성으로 풀어냈다. 장광효와 루비나는 다양한 시대의 레트로를 합성시켜 새로운 퓨전 스타일을 제시했다.

그동안 테크노 스타일에 치중해온 이상봉도 이번 시즌에는 19세기말까지 과거로 돌아갔다. 그는 '벽'이라는 주제로 중세의 화려함과 그 이면의 허무함, 보헤미안의 방랑과 자유로움을 핑키 스타일로 표현, 웅장하면서도 퇴폐적인 섹시미가 느껴지게 했다.



오프 꾸뛰르에 가까운 정도로 모든 디테일에 공을 들인 루비나 컬렉션. 웨스턴 스타일을 클래식과 조합시켜 그녀만의 로맨틱시즘을 선보였다.



당대의 모델까지 동원시켜 80년대 스타일을 표방한 한혜자 컬렉션의 한 장면. 1980년대의 루즈한 실루엣에 기본을 두면서 손으로 짠 듯 커팅한 헬라인을 비롯해 컬러와 텍스처의 사용에 자유로운 실험정신을 발휘했다.



몽고리언의 기상을 힘입은 여성상으로 투명한 지춘희 컬렉션의 한 장면

‘벽’이란 중세의 허물어진 성곽을 뜻하는 사전적 의미와 시대적 의미의 벽 두 가지를 중의적으로 표현한 것이라고.

패션이 10년을 주기로 변화한다는 말도 이제 옛말이 되려나 보다. 이렇게 다양한 시대의 레트로 룩이 동시대에 편집되고 있으니 말이다. 과거를 통해 미래를 보는 것도 디자인의 한 방법이 될 수 있을 것이다. 특히 세계적으로 현재 왕성한 활동을 하고 있는 디자이너들이 젊은 시절을 1980년대에 보냈던 만큼 1980년대에 대한 향수가 그들의 작품에 묻어나는 것은 지극히 자연스러운 일일 것이다. 하지만 그것으로 레트로 룩이 이렇게까지 전성기를 누리는 이유를 다 설명할 수 있을까? 더욱이 80년대 이후 세대들이 그 이전 시대의 패션을 나름대로 해석하고 있는 움직임은 어떻게 이해해야 할까?

촌티패션의 선두주자로 레트로 룩을 고집하고 있는 ‘아가씨’의 이경원은 ‘복고풍은 늘 있어왔지만 최근 문화가 다양화되면서 트렌드에 연연하지 않고 복고풍을 좇는 매니아들이 생겨나는 것이 두드러져 보이는 것’이라고 분석한다.

“풍요한 시대일수록 옛날이 더 그리워지는 법이고 1990년대 미니멀리즘에 싫증날 때도 됐죠. 그런 중에 30대 이상 디자이너들은 과거를 추억하고 30대 이하 디자이너들은 호기심으로 복고풍을 시도해보는 것 같아요. 양쪽 다 사치와 풍요의 시대에 걸맞는 리치하고 럭셔리한 스타일을 추구한다는 점에선 같죠.”

‘지난 것들의 구티를 벗겨내고 모던함을 불어넣어 새로운 미를 창조하는 것’이 그녀가 말하는 레트로의 미학이다.

미래에 대한 불안감에서 비롯된 회귀현상일 수도 있고 더 이상 새로운 것이 없기 때문일 수도 있다. 과거에 대한 추억이든 호기심이든 레트로 열풍은 쉽게 사그라지지 않을 것이다. 분명한 것은 이 시대가 지난 시간대의 것들도 흔쾌히 수용하고 그들과 어울려 새로운 가치를 창출해내는 데 열중하고 있다는 사실이다. 그래서인지 이상봉 컬렉션의 ‘벽’이라는 주제가 더욱 의미심장하게 다가온다.

오리엔탈리즘의 비전

동양적인 아름다움을 추구하거나 동양적인 스타일 또는 요소들이 하나의 트렌드로 자리잡을 때 등장하곤 하는 ‘오리엔탈리즘’이란 말은, 세계 복식사의 흐름을 서양 옷이 주도하고 있음을 결정적으로 확인시켜주는 용어다. 동양 옷이 패션의 주체라면 ‘동양적인’이란 말이 쓰일 리 없지 않은가?

그 ‘동양적인 것’이 세계 디자이너들에게 새로운 영감을 주는 신대륙 같은 존재로 다가선 것은 벌써 수년 전부터다. 이번 시즌에도 국내 많은 디자이너들이 오리엔탈리즘에 입각한 의상들을 선보였는데, 일본이나 중국에 이어 몽고풍이 등장했다는 점이 특기할 만 하다.

진태욱과 지춘희, 박동준이 그 대표 주자들. 야생 가죽 덮개를 비롯해 몽고 대륙의 야생미가 느껴지는 아이템들과 실크, 레이스 같은 소재와의 절묘한 조화로 수줍은 미소 속에 강인한 내면을 지닌 몽고 소녀들의 신비를 표현한 진태욱의 무대는 그녀만의 야방가르드한 모던함을 보여주었다. 또 지춘희는 몽고



핑크, 레트로, 클래식, 하이테크 등 다양한 시대와 스타일을 믹스한 퓨전 스타일을 제시한 장광호 컬렉션.



지층의 단면을 연출하듯 커커이 층을 내어 쌓은 소재와 아생 가죽 덮개로 뭉고 소녀의 이미지를 보여준 진태욱 컬렉션.



각진 패드를 넣은 재킷과 핀탈롱 팬츠, 뽀족한 것의 새틴 셔츠, 무릎 길이의 플레어 스커트 등을 선보인 김선자.

의 직접적인 표현보다 몽고인의 기상을 모티프로 한 여성상을 표현했고, 박동준은 비단 자수 의상에 중국 화병 같은 신발, 아암 모양의 모자 등으로 스타일링된 오리엔탈 퓨전 룩을 보여주었다. 그밖에 박항치, 최연옥, 임선옥 등도 부분적인 요소나 실루엣 면에서 동양적인 이미지를 활용했다.

한국적인 모티프로 아이덴티티를 견고하게 다지고 있는 설윤형은 이번 시즌에도 그녀만의 오리엔탈리즘으로 밀고 나갔는데, 한국적인 로맨티시즘과 웨어러블 컨셉을 잘 조화시켰다는 평가를 받았다. 여러 가지 아이템에서 포인트로 쓰인 꽃자수나 수묵화 프린트 등 한국적인 디테일을 1980년대의 글래머러스한 스타일로 무리없이 소화해냈다는 것.

“한국적인 모티프를 어떻게 현대화시키느냐가 관건이죠. 잘못하면 특히 우리 나라 사람들 눈엔 촌스럽게 보일 수 있거든요. 외국에서도 디자인 자체는 호평받지만 막상 사 입기에는 부담스러워 하더라고요.” 설윤형은 갈수록 한국적인 모티프의 한계를 느낀다면서 한국적인 디자인으로 소비자들이 입을 수

있는 옷을 만드는 것이 과제라고 말한다. 그리고 그것이 오리엔탈리즘 전체의 한계이며 과제일 것이라고 지적한다. 그 과제 때문에 오리엔탈리즘을 연구하는 디자이너들의 노력이 계속될 것이라는 예측을 하는 것은 그리 어려운 일이 아닐 것이다.

미래를 이야기할수록 원시적인 것을 갈망한다는 데, 그런 이유 때문에 동양적인 모티프가 이국적인 아름다움의 세계이며 때묻지 않은 순수의 세계를 찾을 수 있는 샘플로 여겨지는 것 같다. 그런데 동양적인 모티프도 더 이상 이국적인 것으로 받아들여지지 않는 때가 곧 올 것은 너무나 자명하다. 지리적인 경계가 무의미해진 시대에 살고 있기 때문이다. 동서양의 미를 한데 어우르는 작업이 시대적인 요청으로 보아지는 것도 그 때문이다.

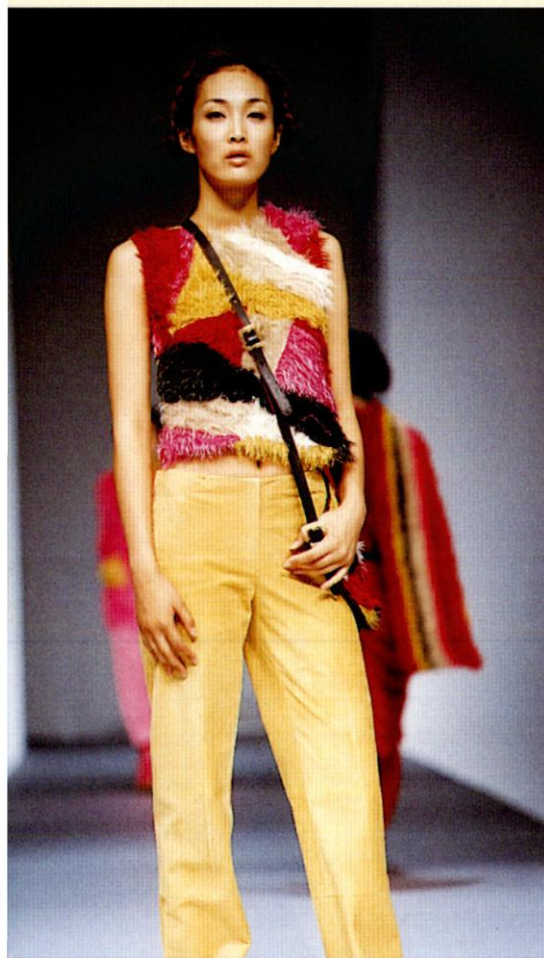
크로스 오버로 푸는 퓨전 스타일

성급한 판단일지 모르지만 이제 한 시대를 대표할만한 스타일을 말하기란 어려울 것 같다. 클래식, 핑크,

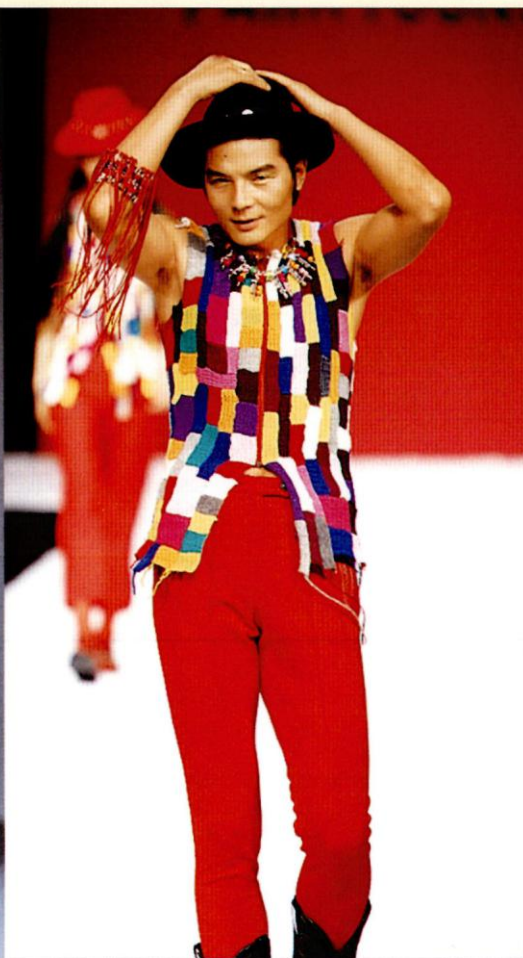
레트로, 하이테크 등 그 어느 때보다 다양한 시대의 스타일이 믹스되고 공존하는 시대이기 때문이다. 어쩌면 새로운 트렌드란 더 이상 없을 지도 모른다. 앞에서 여러 시대의 스타일이 조합된 케이스를 거론한 바 있지만, 서로 어울릴 것 같지 않은 소재나 컬러를 믹스하고 매치시키는 크로스 오버 스타일에 대한 디자이너들의 관심이 증폭되고 있는 것도 그 때문이다.

그 중에서도 오온환과 루비나의 활약이 돋보인다. 오온환의 경우 ‘신비스러운 퓨전’이라는 주제로 한국적인 색채와 디테일의 조합, 저팬 아방가르드, 1950년대 클래식의 현대적인 재해석 등 장르를 초월한 만남을 크리에이티브하게 연출했다. 특히 청소용구를 연상시키는 멀티 컬러의 ‘샤기’ 소재나 비즈와 수 장식이 화려한 에스닉한 패브릭들을 조각보처럼 패치워크해 다른 여러 가지 소재들과 접목시킨 라인업은 그녀의 소재 개발에 대한 집념과 퓨전 철학을 잘 보여준다.

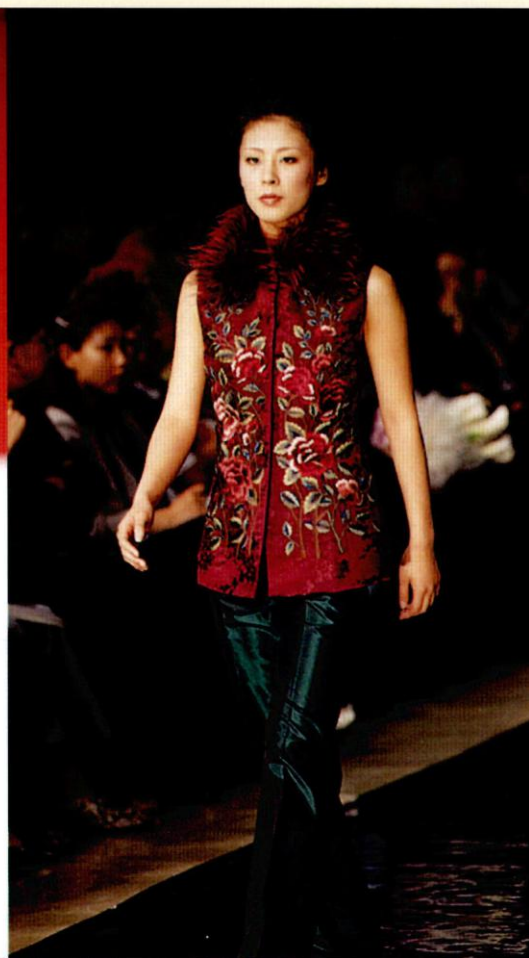
“소재나 컬러, 스타일을 막론하고 서로 어울리지 않는 것들을 어울리게 하는 것이 유행인 것 같아요.



조각보처럼 다양한 색채로 패치워크한 사기 아이템으로 소재 연구의 가능성을 한기시킨 오온환의 무대.



'보헤미안 레드'라는 테마로 모던한 히피 룩을 선보인 박윤수 컬렉션.



한국 자수와 다양한 컬러의 퍼와 가죽 등을 과감하게 믹스 매치해 1970~80년대의 로맨틱시즘을 보여준 설윤형 컬렉션. 한국적인 오리엔탈리즘을 웨어러블 컨셉으로 소화해냈다는 평가를 받았다.

그런 속에서 차별화된 디자인을 내놓으려면 더 많은 고민을 해야 하고, 소재 개발도 그 연장선에서 하는 것이죠." 오온환은 소량생산에 의한 유니크한 소재를 개발하고, 열린 눈으로 퓨전 스타일을 개척하는 것이 앞으로 패션에서 중요한 부분을 차지할 것이라고 전망한다.

이번 시즌 핸드 메이드 느낌의 니트와 광택 나는 가죽, 다양한 퍼 등을 소재로 다양한 시대의 로맨틱시즘을 감각적으로 합성시킨 루비나도 크로스 오버 코디네이션에 대해서는 일가견을 가지고 있다. "원래 세트 개념을 싫어해요. 엉뚱함의 신선미를 즐기는 편이죠. 그래서 매장을 찾는 고객들에게도 기존에 가지고 있는 아이템들과 코디할 수 있는 것을 권유하곤 해요."

이들 뿐 아니라 실크+내추럴 퍼, 스웨이드+레이스 등 이질적인 소재의 매치나 이색적인 컬러의 배합, 상반된 이미지의 절충, 황당할 정도로 엉뚱한 스타일링 등은 모든 디자이너들에게 아이디어의 근간이 되고 있다. '크로스 오버'와 '퓨전'이야말로 이

시대 패션 트렌드의 키워드라고 할 수 있을 것이다.

이제 서로 어울릴 것 같지 않은 것들의 결합과 조화가 미래적인 느낌으로 다가온다. 공식을 깨면 예기치 않은 아름다움이 기다리고 있다. 그 속에서 보다 정제된 컨셉을 마련해 새로운 퀄리티를 창출해내는 것이 디자이너들의 몫인 것이다. 디자이너의 역할과 역량에 따라 '혼돈'을 일으킬 수도 있고 새롭고 드라마틱한 '어울림'을 구가할 수도 있을 것이다.

사진제공 | SFAA사무국

Aesthetics of Oullim at the S.F.A.A. Fall/Winter Collection

The recent New Wave in Seoul and S.F.A.A. Fall/Winter Collection fashion show was a reiteration of Retro trends to return. Glamorous-look of the 80s as the central idea, the two events reinterpreted the feminine style of the 40s, modern-

look of the 60s, and punk style of the 70s. The latest sweeping trend of the Orientalism was visible through various attempts of interpreting the beauty of oriental ethnic look. The trendy attention to Orientalism and ethnic-look, though being not the newest theme under the sun, might offer a clue to understanding of the cultural trend of today and its effects to bring diversity into the harmonious unity.



디지털 어울림과 글로벌 마케팅

글 | 정무관_삼성전자 글로벌마케팅연구소장, 성균관대 겸임교수

우리가 생활하는 시장환경의 특징을 표현하는 키워드는 관여하는 업계, 학계, 시장의 특성에 따라 다르겠지만, 시장의 주도권이 이제 기업 중심에서 소비자 중심으로, 판매자와 소비자간 커뮤니케이션은 일방적인 다수 대상에서 쌍방향의 특정 세그먼트로, 시공간의 제약에서 전세계 동시 패선으로, 오프라인 거래에서 온라인 거래와의 경쟁과 공존의 장(場)으로, 또한 퓨전 푸드(Fusion Food)와 디지털 컨버전스(Digital Convergence)상품의 등장 등 공통점을 찾을 수 있다.

이러한 현상은 디지털 기술의 발전에 따라 사람들 간에 온라인으로 음성, 영상, 문자를 대용량, 고속으로 송수신할 수 있게 하는 인터넷, 멀티미디어의 등장과, 가정과 사무실은 물론 이동환경에서도 쌍방향 커뮤니케이션을 가능하게 했다. 그리고 다양한 교통수단의 발전에 따라 전세계가 1일 생활권 이내로 좁혀져 자연스럽게 각 나라의 전통양식과 문화의 변화는 물론 서로간의 고유 생활패턴까지 공유하기에 이르렀다.

그런데 인류의 환경파괴로 인한 부산물로, 계절과 지역에 관계없이 각종 자연재해와 이상기후가 발생하고 있으며 사람들의 의류, 음식, 주거양식, 전자제품의 디자인 등에도 그 영향이 미치고 있다.

이와 같이 디지털 환경과 기후 변화로 대변할 수 있는 오늘날의 생활환경에서 상품의 구매자 즉 소비자(또는 이용자)는 자신의 환경에서, 자신이 원하는 가치를 실현할 수 있는, 자신만의 개성을 살릴 수 있는 해결방안을 메이커에게 기대하고 있으며, 이를 끊임없이 오프라인은 물론 온라인상에서 혼자만이 아닌 일종의 커뮤니티를 통해서 요구하고 있는 것이다. 이러한 고객들을 상대로 사업에 성공하려는 기

업이라면 구매자인 고객의 실체를 어떻게 파악하고, 구분하며, 자신의 핵심역량에 근접하면서 경쟁사와는 어떻게 차별화를 할 것인지를 연구해 고객중심의 마케팅(Customer-driven Marketing)으로 로컬시장과 글로벌시장에서 균형과 조화를 갖추어가며 우위를 지켜야 한다.

그 예가 바로 가격경쟁이 극심한 PC시장에서 독특하게 사용자 중심의 디자인으로 차별화에 성공한 소니(SONY)의 바이오컴퓨터(Bio PC), PC사업의 재기에 성공한 애플(Apple)사의 파격적인 디자인, 독일 폭스바겐(Volkswagen)사의 신형 비틀(Beetle)형 승용차 디자인, 국내 전자 업체들의 실내가구와 조화를 이루는 가전제품이나 목걸이형 무선전화기 디자인 등이라고 할 수 있다.

최근 디자인에 대해 특징기사를 다룬바 있는 <타임> 잡지에서, “기능시대는 가고 형태 시대가 도래한다”는 기사와 <비즈니스 위크>의 “애플사의 핵심 경쟁력은 디자인”이라는 커버 스토리도 고객 중심의 디자인이 앞으로 마케팅에서 얼마나 중요한 역할을 할 것인지를 시사하고 있다.

향후 업계나 학계는 Y세대, N세대 중심만이 아닌 영, 실버와 같은 기존 소비계층도 흡수해야 하며, 로컬만이 아닌 글로벌 시장의 환경을 고려하고 디지털 환경에서 소외되는 계층도 고려해야 할 것이다.

Digital Oullim and Global Marketing

In today's world marked by the digitalized environments and changes, the demands of customers and users have been increasing for solutions that can help attain their values and strengthen their individualities. The means to achieve such trends among customers today can be seen in the on-line internet environment as well as off-line at a community level, as opposed to an individual level. A firm or a company looking for a success in today's cyber environment has to identify and understand its customers as well as defining its own core competency and building up differentiated strategies. The so-called customer-driven marketing strategy allows a company to keep the competitive advantage to achieve balance and harmony in the local and global markets. ❶

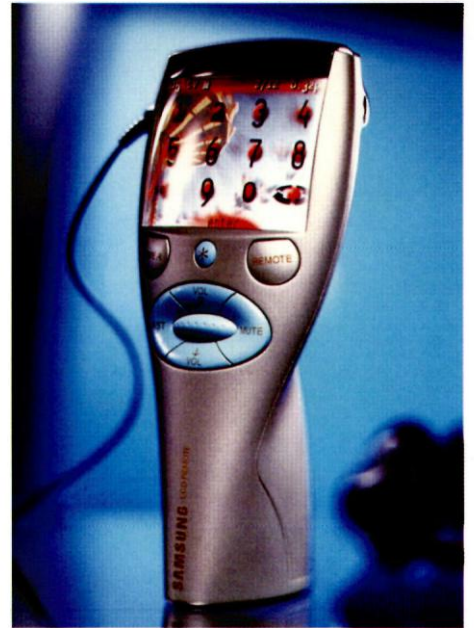


정무관(Mookwan Jeong)

한국항공대학교 졸업(1975년)하고 삼성전자 컴퓨터사업본부 Sales Engineering 파트에 입사(1979년)했다. Sperry Rand Korea사 Customer Engineering 파트에 1년 동안 근무했으며 삼성전자 컴퓨터사업본부 영업기술지원(1984년), 삼성전자 독일 법인 정보기기 마케팅 담당 주재원(1987년), 러시아 지점 마케팅 담당 주재원(1990년), 삼성전자 복미 Display 수출부장(1992년) 등을 담당한 바 있다. 서울대, 고려대, 연세대, 성균관대, 한양대, 서울시립대, 농림협회, 하나로통신, 제일제당그룹 등에서 강의한 바 있으며 단행본 <디지털 경제전망>(박영사, 1999년)과 <N세대의 디지털 복합제품수용>(2000년, 정무관 감태운 공저)이라는 연구문헌을 저술하기도 했다. 현재 삼성전자 글로벌마케팅연구소장과 성균관대 경영학부 겸임교수(마케팅)를 역임하고 있다.

mkjeong@samsung.co.kr

아래 | 최근 발매된 애플 컴퓨터의 신기종 컴퓨터 '큐브'
오른쪽 | 삼성 LCD 리모트 컨트롤 'Slingshot' TV나 가정 오락기기들을 위해 디자인된 유니버설 리모트 컨트롤.
손으로 쥐거나 바닥에 평평하게 세울 수 있는 탁월한 디자인이 돋보인다. 디자인 / Ideo



글로벌 패션과 디지털 마케팅

글 | 이승희_울산대학교 의류학과 조교수, 패션 마케팅 전공

지난 8월초 미국 마케팅학회(AMA)에서 새로 출시된 마케팅 책을 전시하는 전시장에 가보게 되었다. 다양한 디자인의 가운데에서도 순간적으로 한 책의 표지 디자인에 시선이 끌렸다. 그 책의 표지는 와인병이었고, 책 제목도 그 와인병의 라벨에 조그맣게 쓰여 있었다. 그 출판사 점원도 이 특이한 겉표지 디자인이 현재 가장 관심을 끌고 있고, 덕분에 주문이 많이 들어온다는 얘기를 들려주었다. 이렇듯, 현대사회에서는 단순히 제품의 기능보다는 점점 더 독창성이 돋보이는 디자인이 중요시되고 있다. 과거, 기업의 전쟁은 '경영권 확보' 전쟁이었지만 미래의 전쟁은 '정보 및 디자인 전쟁' 일 것이다. 특히 디자인 전쟁은 각 분야 디자이너들이 벌이는 지식과 창의력과 아이디어의 전쟁이다. 그리고 디자인 전쟁은 정보 초고속도로라는 글로벌 네트워크 안에서 가장 치열하게 벌어지고 있다. 과거에는 성실한 한 기업가가 한 기업을 이끌어갈 수 있었지만, 정보화 사회에서는 유능한 디자이너 한 사람이 한 기업을 성공시킬 수도 있다. 개인의 능력이 그만큼 크게 발휘될 수 있다는 것이다.

한편, 세계경제의 디지털화는 세계시장의 글로벌화를 가속시키는 원동력으로 작용하고 있는데, 특히 인터넷을 통해 세계시장의 동질화는 더욱 가속화되고 있다. 이런 추세는 패션에서도 동일한 경향을 보이고 있다. 이제는 각자의 방안에 앉아 프랑스 파리나 이태리 밀라노의 패션 컬렉션을 생생하게 볼 수 있다. 또 이태리 밀라노에서 새롭게 선보인 패션을 몇 일 내에 동대문 시장에서 그와 유사한 디자인으로 만나볼 수도 있다. 인터넷으로 모든 패션 정보를 습득할 수 있고, 패션 비즈

니스도 가능하다. 사이버 공간에서 패션 쇼를 열고 모든 판매와 주문이 사이버 공간에서 가능하다. 이렇듯 오늘날의 패션산업은 글로벌화 되어 '전세계의 동시 패션' 즉, '지구촌 안에서의 패션 어울림'이 실현되어가고 있는 것이다. 그러므로 21세기의 패션 산업은 한 마디로 인터넷을 통한 패션기업의 글로벌 마케팅활동이 빠른 속도로 진전될 것으로 예상되며, 급속도의 디지털화로 국제 마케터들 간의 경쟁이 더욱 심화되어 갈 것이다.

성공적인 글로벌 패션 마케팅을 위해서는 패션산업이 '고부가가치산업'으로서 소비자들이 선호하는 디자인이 수시로 변화한다는 사실에 주목하여 지속적인 디자인의 개발이 필요하다. 의류는 특히, 다른 제품보다도 유행에 민감하고, 다시 유행을 타기까지는 많은 시간이 소요되고, 또한 패션의 유행주기가 최근 점점 더 짧아져 오고 있기 때문에, 패션 마케터들은 빨리 바뀌면서 늘 새로운 것만을 추구하는 소비자들의 다양화된 욕구에 따라 끊임없이 유행을 창조해야 한다. 패션 마케팅 전략에서 지구촌 소비자들의 변화에 대한 욕구를 형상화한 패션디자인의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않는다. 이전에는 패션의 흐름이 서양에서 동양으로 이전되면서 우리나라의 패션 마케터들이 서양의 디자인을 많이 복제해 왔고 값싼 노동력을 토대로 '질'(quality) 보다는 '양'(quantity)에 의존해왔다. 하지만 이제는 독창성있는 디자인 개발에 적극적으로 나서지 않으면 세계 시장에서 살아남을 수 없다는 인식이 확산되어가고 있다. 따라서 21세기의 패션산업에서는 고객을 중심으로 생각하고, 소비자들의 구매욕구를 충족시키는 디자인 개발을 통한 디지털 마케팅 전략이 보다 핵심적인 요소로 작용할 것이 확실시된다.

Global Fashion and Digital Marketing

A successful global fashion marketing has to focus on consistent development of designs according to the fast changes of customer preferences. The fashion industry, now recognized as a high added value industry, has to adapt the product creation and development span, as the fashion cycle is becoming shorter and customers demands change faster than ever. The emphasis on fashion design development according to the global customer demands cannot be stressed enough. Fashion design development lacking in creativity in a true sense has no room for success in the world market today. ①



이승희(Seunghee Lee)

이화여자대학교 의류학과를 졸업하고 동대학 의류학 석사 (Textiles & Clothing, M.S.)를 받고 미국 오하이오 대학(The Ohio State University) 의류학(College of Human Ecology) 석사와 박사학위를 받은 후 동대학에서 강사와 객원교수로 일했다. 현재 울산 의류학과 조교수로 재직중이며, 세계 의류학회(ITA) 국제부 분과위원, 한국마케팅관리학회 이사, 한국소비문화학회 이사, 및 한국복식문화학회 평이사로 활동중이다. 미가정학회 의류학과 분과 최우수학생상 (Scholarship of American Association Family and Consumer Sciences, 1997년)과 미국 Ohio주 가정학회의 우수학생상 (Award of Ohio Association of Family and Consumer Sciences)을 수상한 경력이 있고, 미국 가정대학 장학회인 Kappa Upsilon Omicron의 회원(1995)으로 선발된 바 있다. 세계의류학회 등 국제학회에 20여편의 논문과 국내학회에 10여편의 논문을 발표했다.
lee792@hanmail.net

자연과 어우러진 야외건축물 : 건축가 페터 쾰토어의 하노버 엑스포 2000 스위스 관

도탈 아트로서의 울림통



하노버 엑스포 스위스관

목재를 가공하지 않은 채 겹겹이 쌓아놓은 구멍으로 바람이 스치고 빗물이 새고 햇빛이 들어오는, 어떻게 보면 허술해 보이기까지 하는 건축구조물이 하노버 엑스포 전시장에 모습을 드러냈다. 스위스관으로 이름 붙여진 이 건축물은 관람객들에게 알프스의 전형적인 악기에서 울려나오는 소리를 들려주거나 목재들이 조용히 뿜어내는 향기와 함께 커피를 제공한다.

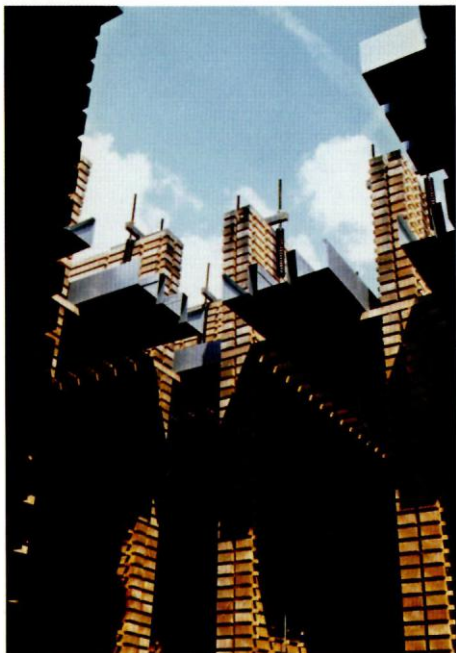
인간은 자연의 일부이기도 하지만 다른 생명체와 비교할 수 없을 정도로 자연을 훼손시키면서 발전해 왔다. 특히 주거를 위한 건축이란 긴 세월 동안 성장한 나무를 아낌없이 베어 재료로 쓰거나 멀쩡한 산과

평지를 깎아 길을 내는 등 인간에게만 편리하게 인공 환경을 제공해 왔다. 여행객들이 즐겨찾는 알프스는 실제로는 고지, 눈, 저온이라는 경작과 주거에 대한 악조건을 갖고 있었다. 하지만 스위스 사람들은 역사 속에서 습득한 기술을 자연적 악조건에 적용해 인간에게 필요한 만큼만 사용하고 나머지는 다듬어 보존해 오늘날의 '그림같은 집'을 그려낼 수 있게 된 것이다. 이러한 스위스의 전통적 가치관을 건축가 페터 쾰토어는 이번 하노버 엑스포의 중심 테마인 '인간-자연-기술'에 적용시켰다. 건축용 목재를 못이나 구멍을 뚫지 않고 쌓아올려 서로 연결된 벽들의

장력과 위에서 누르는 압력으로 버티게 만들었으며 총 99개의 벽과 50개의 출입구가 있는 미로 구조를 가진 건축물이다.

보기에는 지루해보이기 짝이 없지만 전시의 목적으로 설치된 다른 건축물과는 사뭇 다르다. 사람들이 오가며 건축과 음악, 휴식을 즐기는 카페테리아의 역할을 톡톡히 해내고 있는 것이다. 안내원과 방문객은 누가 먼저랄 것도 없이 하나가 돼 이 공간을 즐긴다. 이다 구트(Ida Gut)가 디자인한 안내 요원들의 의상은 스위스 전통 산업의 하나인 스위스 텍스틸 산업체 제품(프라다나 보그너 등이 사용하는)을 사용해 만들었으며 비르켄하우스(스위스의 유명 건축, 디자인 전문 서적 출판사) 출판사가 스위스와 관련있는 모든 내용과 참가자들을 알파벳 순서로 정리해 만든 안내책자 등을 통해 구성구석 스위스 산업에 대해 간접적으로 홍보하고 있다.

나무 벽에는 스위스 작가들의 글과 단어들이 비춰져 스위스 문학의 세계를 보여 주고, 다니엘 오토(Daniel Ott)의 기획 아래, 하루에 두 번씩 음악가들이 스위스 전통 악기인 아코디언과 실로폰 비슷한 학-브레트로 3시간 동안 전시관 여기저기를 이동하거나 함께 모여 연주하기도 한다. 다니엘 오토가 엑스포를 위해 특별히 작곡한 이 뮤직퍼포먼스는 연주자가 각자 떨어져 연주를 시작하다가 한 장소에 모이게 되는 시간, 특히 연주가 시작된 지 39분째, 크레센도가 지난 후에는 카페테리아, 인포메이션 데스크 등에 있는 전시관 안내요원 모두가 1분간 아무런 소리를 내지 않고 숨을 죽였다가 다시 연주한다. 음악



전시관 중간 중간 열린 천정



천정과 벽면 디테일



울림체에 음향을 제공하는 음악가들 공연
서로 각자 미로같은 전시관 벽들 사이를 움직이다 공연 시작 13분후부터
함께 모여 음악 연주 움직이는 음악기기
사진 | 토마스 플레히트너(Thomas Flechtner)

가들이 개인적으로 이동하면서 연주를 할 경우 마주치는 방문객들의 반응에 따라 연주되는 음악의 세기와 리듬이 달라지기도 해 모든 공연이 하나의 작품으로 여겨진다. 일정한 간격의 틈새가 있는 나무벽들은 바로 이러한 음악을 전시장 곳곳에 울려 퍼지게 해 스위스 관은 '울림통'이라는 애칭이 붙을 정도다. 전시장 내 3군데에 설치된 카페테리아는 비싼 요리가 아니라 서서 담화를 나눌 수 있는 스탠드 카페 형식으로 위마뉴 블랑세라는 스위스 포도주나 쥐스모스트라는 스위스 맥주, 스위스 초코코코아나 발리스 지방의 훈제육, 내부 스위스의 에멘탈러 치즈, 테신 지방의 아마레티, 바젤의 레컬리 등 스위스 여러 지방을 대표하면서도 일상에서 늘 접할 수 있는 식품을 자유롭게 제공하고 있다.

뿐만 아니라 스위스 관은 카페테리아 외에 닫힌 공간구조인 타원형으로 된 '르클루(Le Club)'이라는 VIP 라운지를 마련하여 원하는 사람들에게 대어하기도 한다. 최고 40명의 인원이 심포지엄을 갖거나 회의를 할 수 있는 르클루는 말년을 바젤에서 보낸 베르너 판톤의 의자들로 꾸며져 있다.

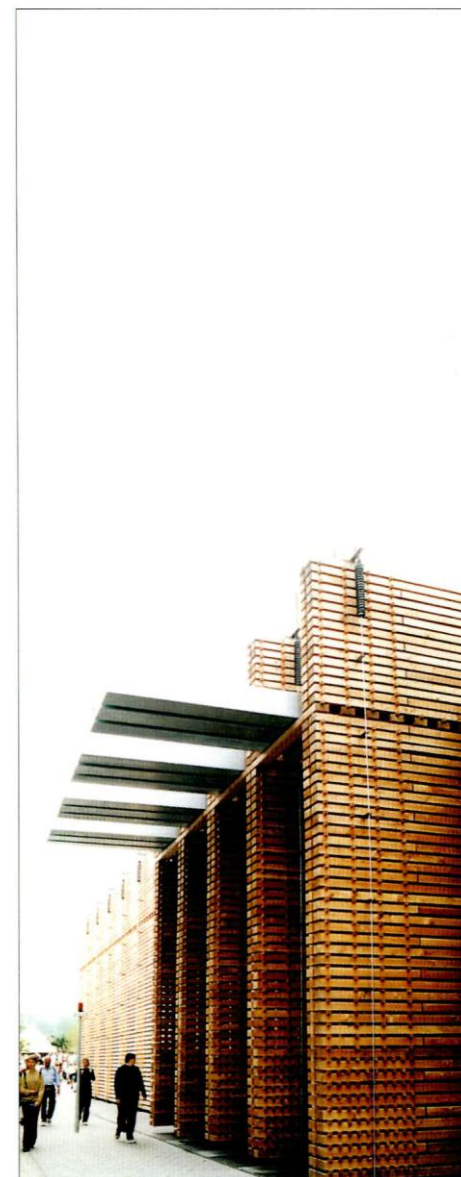
이처럼 스위스 관은 건축가 페터 쾰토어의 총연출 및 기획, 그리고 카롤린 그루버(Karoline Gruber)의 지휘 아래 만들어진, 건축과 자연 그리고 방문객과 안내원들 즉 인간, 그리고 음악, 음식, 문학, 패션, 정보 등이 서로 그 경계가 보이지 않게 어우러진 종합 예술 작품이다.

www.expo2000hannover.ch

Outdoor Architecture in Harmony with Nature :

Swiss Sound Box at Swiss Pavilion, World EXPO2000 Hannover by Architect Peter Zumthor

At this year's World EXPO2000 in Hannover, a piece of architecture stack-built with untamed wooden logs and pieces through which rain drops and sun shafts can penetrate. This unusual piece of architecture is the Swiss Pavilion presents the visitors from around the world the beauty of nature from the Swiss Alps. In the midst of subtle scent given off by the natural wood, visitors are offered with coffee and guided tours to the world of Swiss music, food, fashion, and culture. Named as 'Sound Box,' this cultural exposition at the Swiss pavilion presents itself to be the total art show of the nation. ①





케이스 스터디

옛 것과 새 것, 탄광시설과 고급식당의 어울림 레스토랑 '카지노'

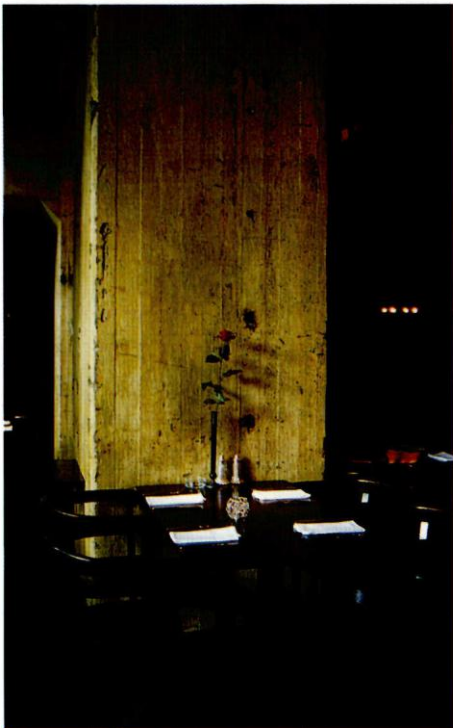
글 | 디자인포(designfo)

옛날 광산 시설이 예술과 디자인 센터 그리고 고급 레스토랑으로 변했다. 카지노-폴페어라인은 옛날 광산 시설물이 식당 테이블 세팅과 고급 의자, 바, 라운지와 어우러져 이색적이고 특이한 분위기를 준다. 1932년 설립된 탄광시설인 독일 에센의 폴페어라인 탄광은 1986년 폐광이 된 이후 루르지역 산업 건축물의 상징으로 남으면서 효과적으로 이용하자는 논의가 하게 되었다. 그후 1992년 예술가 올리히 뢰크림이 제 9회 도큐멘타의 지역 프로그램의 하나로 조각 전시회를 연 것을 계기로 문화, 예술의 마당으로

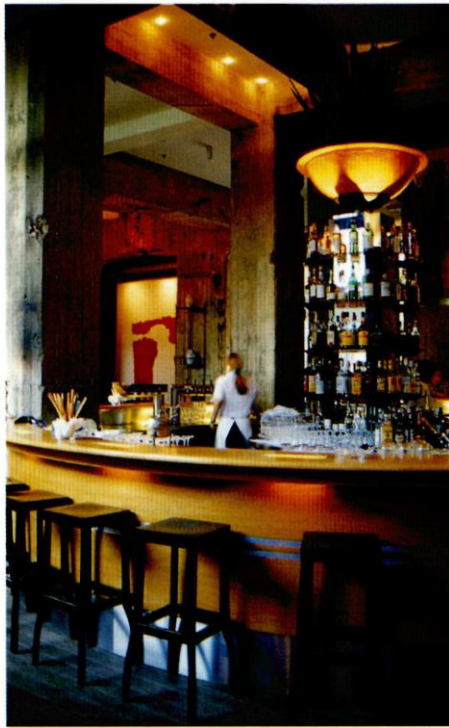
다시 태어나게 되었다. 건축가 프리츠 (Fritz Schupp)와 마르틴 크레머(Martin Kremmer)의 설계로 독일 산업 건축물 중 걸작으로 손꼽히는 폴페어라인 광산건물은 현재 NRW 디자인 센터를 비롯, 각종 전시장, 문화단체들이 자리를 잡아 예술, 디자인의 중심지가 되었다.

이 중 옛 터보-컴프레서 기기가 있던 홀을 건축가 뵐(Boell)과 크라벨(Krabel)이 고급식당으로 개조하였다. 노출 콘크리트로 처리된 굵은 네모기둥, 굵은 파이프 라인, 그리고 옛 공기압축펌프 등 시설물

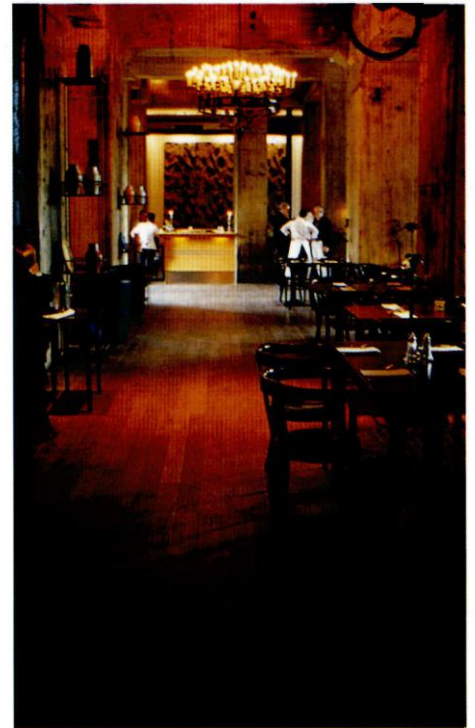
을 군데군데 그대로 노출시켜 새로 설치한 식당 인테리어와 묘한 대조를 이루게 하였다. 전체 200개의 좌석이 비치돼 있는 카지노는 식당과 라운지, 바가 함께 어우러진 복합 식당이다. 개조 작업 시에는 특히 산업 문화재로 지정돼 있는 원래 건물의 성격을 살려 주면서 식당으로서의 분위기를 유지할 수 있도록 조명 디자인에 역점을 두었다. 조명 디자인은 칼라 유흐스(Carla Uphues)와 건축문화재와 문화시설 조명 전문가 에르코(Erco) 사가 맡았다.



테이블과 굵은 노출 콘크리트 기둥을 배경으로 놓인 테이블



바의 모습



부엌입구 쪽에서 본 입구의 바



굵은 파이프 관과 어우러진 테이블 세팅



레스토랑 내부전경

The Old and the New, A Coal Mine and A High-End Restaurant in One - Restaurant Casino Zeche Zollverein

A Coal Mine facilities from an olden days has turned into a luxury restaurant at the cultural center of German city Essen. Zollverein is a coal mine first established in 1932 and has been remaining a symbolic architecture piece of vigorous industrial period throughout the German mid-century after its

permanent closure in 1986. Zollverein building, know today as one of the Germany's masterpiece architectural landmark designed by Fritz Schupp and Marin Kremmer, has become the culture-related organization offices such as NRW Design Center and other cultural events center for a number of exhibitions. Recently, two architects Boell and Krabel converted the turbo-compressor hall into a luxury restaurant that includes exposed square concrete pillars, thick pipelines, and old air

compressing pumps within the interior. Including bars and lounge area, Casino Restaurant has 200 guest seats. ①

전통적 조형 이미지를 첨단 기술로 구현한 서울월드컵스타디움

“2002년 6월 서울 상암동.

이곳은 월드컵 경기가 한창이다.

방패연갈기도 하고, 샷갓을 연상시키기도 하는 경기장은 세계 각국의 선수들과 축구팬들의 열기로 가득 메워져 있다. 그들의 몸놀림을 생방송으로 중계하는 각국의 방송사들은 무척이나 분주하다. 세계의 모든 시선과 관심이 이곳에 집중되어 있음을 한 눈에 알 수 있다.”

(CNN 가상뉴스)

상암동은 지금 월드컵 경기장 공사가 진행중이다. 대지면적 4만 6천 7백평, 지상 6층, 지하 1층 규모의 이 경기장은 일반석 6만 1천 1백 1석,贵宾석 8백 5석, 언론보도석 2천 24석, 총 수용규모가 국제 축구 연맹(FIFA)기준에 맞는 6만 3천 9백 3십석이다.

다른 경기장과 달리 이 프로젝트가 주목받는 이유는 첨단 기술에 우리의 전통과 문화가 한껏 발휘됐기 때문인데, 하늘에서 내려다 본 경기장 모습은 마치 커다란 방패연 내지는 샷갓이 두둥실 떠있는 것 같고, 풍요로움을 상징하는 소반과 팔각모반, 지붕의 곡선은 꼭 한국의 전통 기와와 처마선이다. 가장 한국적인 것이 가장 아름답다는 류춘수 회장(이공건축 대표)의 생각이 잘 반영된 이 경기장은 컨셉 자체에 연연하지 않는다. 즉 건축이란 과학적이고 논리정연한 것이기 때문에 기능을 무시한 채 상징만을 생각할 수 없으며, 어떠한 컨셉보다 사람을 위한 기능이 먼저 우선시 되어야 한다는 그의 철학 때문이다. 여기에 비로소 건물의 조형미가 추가된다.

방패연의 중이가 빛을 투과하는 것처럼 빛은 은은하게 테프론 막을 통하여 경기장 안으로 투과할 것이

며, 팔각 모양의 소반 또한 동그란 관람석보다 공기를 단축할 수 있다는 설계의 효율성을 반영하였다. 이렇듯 FIFA의 모든 복잡한 규정과 기능을 만족시키면서도 한국적인 미가 충분히 반영된 월드컵 경기장은 지구촌 모든 이들의 기대와 희망을 담은 화합의 장이 될 것이다.

또 경기장 주변으로 북측으로는 북한산이, 서측은 과학공원이 만들어지고, 동측은 생태하천인 불광천이 흐르며, 남측에는 평화의 공원이 둘러싸여 있어 인간과 자연이 함께 숨쉬는 공간으로 태어날 전망이다. 프랑스 생드니 경기장처럼 과거 서울의 쓰레기 매립장이었던 난지도를 새로운 생태도시로 부활시켜 인간과 자연이 공존하는 공간으로서 만들겠다는 야심찬 계획이다.

특히 이 프로젝트의 독특한 점은 최초로 대회가 끝난 후에도 복합영상관, 대형할인점, 문화센터, 스포츠센터, 전문음식점, 월드컵 기념관으로 재구성, 시민들이 항상 편리하게 이용하도록 미래형 복합시설의 경기장으로 만들겠다는 것이다. 따라서 사후 시설용도가 낮은 다른 곳에 반해 이 곳은 항상 사람이 만나고 함께하는, 편안하고 넉넉한 공간으로 거듭날 것이다.

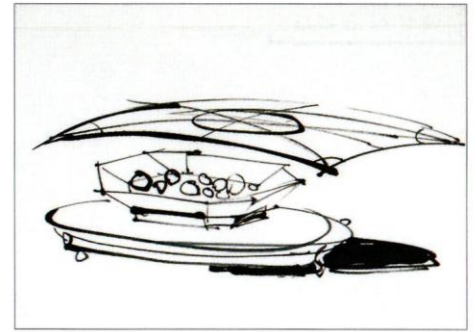
‘건축은 과학이고, 건축의 모든 과정이 디자인’이라는 류춘수 회장의 말대로 이 프로젝트는 스포츠에서 찾아볼 수 없었던 기능과 예술이 조화롭게 어울린, 가장 한국적이고 전통적인 작품으로 기억될 것이다.

Traditional Images Realized by Cutting-edge Technology, Seoul World Cup Soccer Stadium

Sang-am dong is currently where the construction for 2002 World Cup Soccer Stadium is well under way. Total area of 46,700 pyong, holding 61,101 regular spectators' seat, 805 VIP seats, 2024 press seats making up total of 63,930 seats, this 7 story(including underground 1st floor level) world-class stadium not only is fully-equipped with FIFA standards but also attracting worldwide interests at its unique combination of tradition and culture. With Pukhansan Mountain backdropped in the north, the Stadium is surrounded with a newly-constructed science park on the west, ecological river stream Pulgwangchon on the east, and the Peace Park on the south.

Taking the example from the France's Saint Denis Stadium, the World Cup Stadium is a project conceived from the idea to turn and revive Nanajido island, which previously has been a waste dump ground from the city of Seoul, into a eco-city where human and nature coexist in environmental harmony. ①





월드컵 경기장 디자인 스케치. 방패연과 소반의 모양



상암동 월드컵 경기장 조감도



월드컵 경기장 야간조명

“전통과 기술이 어우러진 작품”



류춘수 _ 건축가. 이공건축 대표

상암동 월드컵 경기장은 한국인이 아니면 결코 할 수 없는 작품이다. 방패연과 소반, 황포돛대 등 가장 한국적이면서, 전통적인 소재들이 포함된 이 프로젝트는 전통과 기술의 새로운 만남이 어우러진 작품이고 조화다. 조화란 한국적인 정서가 잘 배어있으면서, 아름답고,

기능이 고려된 것을 말한다.

건축이란 과학적인 것이기 때문에 단순히 어떠한 조형미만을 가지고 생각할 수 없다. 먼저 기능이 고려된 후 또한 조형미가 생각되어야 한다. 그러나 기능과 조형미는 동전의 앞, 뒷면과 같이 분리되어 생각할 수 있는 것이 아니다. 따라서 어떤 추상적인 개념만을 가지고 월드컵 경기장을 설명하는 것은 무리다. 우선 월드컵 경기장의 설계는 FIFA의 모든 요구사항을 충족시키면서 동시에 많은 사람들의 요

구를 만족시켜야 하고, 건물 안에서 사람들이 충분히 재미있고 즐거워야 한다고 생각한다. 또한 경기가 끝난후 활용되지 못한 채 그대로 있는 것이 아니라 경기장을 다목적으로 모두 활용할 수 있도록 설계되었다. 경기장안에 영화관, 마트, 체육시설, 국제적인 식당가, 월드컵 박물관 또 월드컵을 룠에서 볼 수 있는 호텔식 방이 들어서는 복합문화시설을 고안함으로써 충분히 사람들과 함께하는, 사람들에게 사랑받는 장소로 남을 것이다.

601비상의 ‘까치-호랑이 어울림’

마침내 그들은 만났다.

분단 50년만에 남과 북이 서로 만났다. 어떠한 상이나 이데올로기로도 민족의 핏줄을 갈라놓을 수는 없었다. 그래서 피는 물보다 진하다고 했던가. 바로 이산가족의 만남, 그 자체에서 참된 화해와 감동, 위대한 조화를 본다.

어울림은 자연 환경과 사람과 기계, 기술 사이의 조화이며, 동-서-남-북 간의 조화, 과거, 현재 그리고 다가오는 미래와의 조화를 포함한다. 어울림은 동양의 태극사상에서 유래되었으며, ‘한데 섞이어 조화된다’는 의미인데, 이는 음과 양, 동과 서, 남과 북, 빈과 부, 자연과 인간 등 상반된 개념의 조화를 일컫는 우주의 근본 원리다.

이러한 어울림의 철학이 잘 나타난 작품이 바로 601비상의 ‘까치와 호랑이’, ‘Together’, ‘Unification’ 등이다. 우리 민족은 예로부터 호랑이 이야기를 좋아했다. 또 까치는 길조로서 까치가 울면 반가운 손님이 온다고 하였다. 이렇게 ‘까치와 호랑이’는 우리 민화에 잘 등장하는 친숙한 동물로서 이 포스터는 까치와 함께 한 호랑이를 통해서 어울림을 표현하고 있다. 한글이 자음과 모음이 만나 비로소 소리를 내는 것과 같이 호랑이는 자음을, 까치는 모음을 소리냄으로써 결코 뗄 수 없는 상관관계를 설정한다. 우리 민족의 분단 상황을 상징적으로 표현하고 있는 이 작품은 이제 더 이상 서로 미워하지 말고 함께 어울려 하나의 소리를 내자는 강력한 메타포이다. 또 태극과 4괘를 디자인 모티브로 삼아 두 손을 맞잡고 있는 두 사람의 형상인 ‘Together’도 각각의 개성과 특성이 조화를 이루어 에너지를 발산하는 작품으

로 결국 우리는 하나라는 어울림의 다른 표현이다.

젊고 강한 디자인을 추구하는 커뮤니케이션 전문 디자인 회사인 601비상은 특히 실험성이 강한 작품을 선보이는 회사로서 대부분의 디자인 회사가 클라이언트가 제공하는 아이디어에 맞춰 디자인 개발만을 하는 경우가 많은 데 비해, 그들은 선제안(先提案) 즉, 클라이언트가 요구하기 전에 미리 디자인과 기획 아이디어를 제안하는 것으로 유명하다. 이미 권위있는 부르노그래픽 비엔날레2000에서 5점의 작품이 선정되는 성과를 거두었고, 지난해에는 한국산업디자인진흥원과 산자부가 주최하는 ‘대한민국 디자인 경영 대상’의 기획과 디자인을 전담하면서 더욱 실력을 인정받았다. 짧은 시간 안에 도약한 601비상의 성공비결은 다름아닌 철저한 자기관리를 통한 크리에이티브로 요약된다.

하늘을 나는 비상(飛上)이든, 업계에 비상(非常)을 걸었던, 비상(非常)한 사람들의 모임이든 간에 601비상은 따뜻함을 추구함으로써 인간적 교류와 교감을 통한 어울림을 지향하는 곳이다.

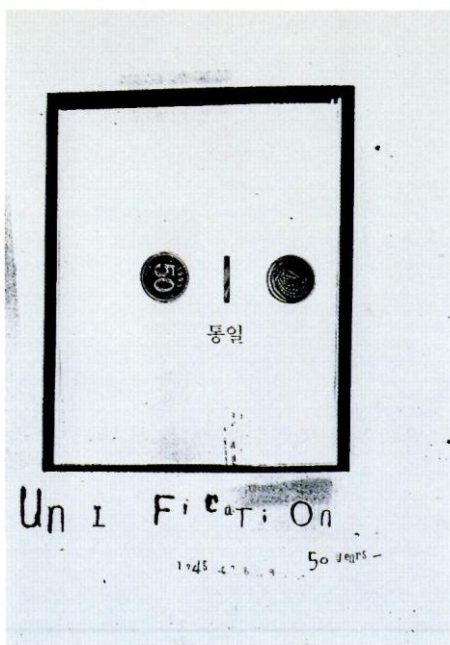
Magpie and Tiger, An Icon of Delicate Harmony of Oullim

Oullim is a harmony between natural surroundings and human, machines and technology, a harmony between and among the four directions, East, West, South, and North, between the past, the present, and the future. Oullim originated from the Principles

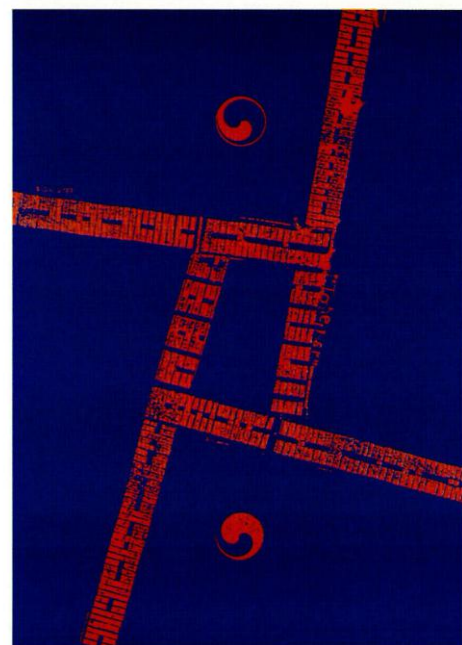
of Tae-geuk, meaning 'unite in one and become one another,' and it is the fundamental principles of cosmos that unites opposing concepts of the universe such as yin-yang, east-west, south-north, poor-rich, nature-human, and the like. The philosophy of oullim has been especially influencing the series by 601Bisang in such projects as 'Magpie and Tiger,' 'Together,' 'and Unification.' Derived from a traditional Korean folk tale, magpie and tiger respectively represent the sound of vowel and that of consonant, both of which are only functional as a working speech upon the existence of the other, symbolizing the inseparability of elements to create harmony. Also a strong metaphor of the divided Korea, 'Magpie and Tiger' conveys the message to stop the hatred and work together to reunite the North and the South. 'Together,' taking its motifs from the Taegeuk and four kuas, the two humanoid images hand-in-hand claims that individualities between individuals combined in harmony will create a positive energy. 601Bisang has been well-known in the communications design scene in Korea for its powerful messages seasoned with experimental approach. ❶



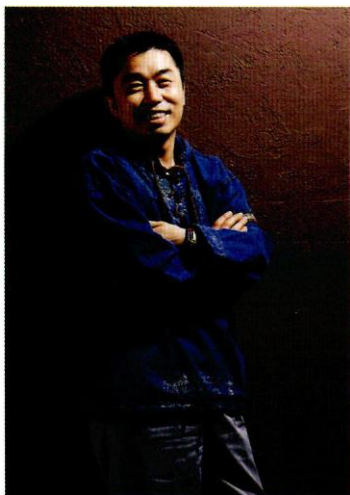
까차-호랑이 어울림(Oullim, The Great Harmony), 735mmx1038mm
한글은 구조적으로 자음과 모음이 어울려 하나의 소리를 내는데, 자음은 호랑이, 모음은 까치로 연결시킴으로써 서로 뗄수없는 관계를 설정하였다. 남북이 갈라진 분단상황을 상징적으로 표현한 것으로 같이 어울려 하나의 소리를 내자는 위대한 하모니의 역설이다.



Unification(통일원), 710mmx998mm
분단 50년. 동전의 양면같이 남과 북이 갈라져 있지만, 결국 우리는 하나다. 분단 50년을 상징하는 50원의 한국 주화를 소재로 하여 동전 한 가운데 통일이라는 문구와 연결되도록 하였다.



Together, 744mmx1047mm
태극과 4괘를 디자인 모티브로 하여 두 손을 맞잡고 있는 형상을 표현하였다. 태극의 음양, 청과 적색의 대비, 4괘의 운동감, 각기 다른 글자들로 구성된 Together가 싹틀하면서 조형적이다.



박균준(Kumjun Park)

1962년생. 홍익대학교 시각디자인과를 졸업하고 쌍용그룹 홍보실 디자이너로, 제일기획에서 아트디렉터로 활동했다. 도야마 국제 포스터 트리엔날레, 트르나바 국제 포스터 트리엔날레, 부르노 국제 그래픽 비엔날레(1998, 2000), 멕시코 국제 포스터 비엔날레, 헬싱키 국제 포스터 비엔날레, 몬스(벨기에) 국제 정치포스터 트리엔날레에서 22작품이 우수작으로 선정되었으며, 그래픽디자인 세계 최고 권위자인 Graphis Poster Annual에서 4년 연속 작품이 수록되는 영예를 안았다. 남서울대학교 겸임교수, 계원조형예술대학, 상명대학교 강사를 역임했고, 현재 홍익대학교에서 시각디자인을 강의하고 있다. 1998년 601비상을 공동으로 설립, 크리에이티브 디렉터로 활동하고 있으며 저서로 <우리는 가족이다>, <캘리더는 문화다>, <601아트북>, <노란책-유희공간>, <내 삶의 원표> <표정예세이> 등 다수의 실험작이 있다.



디자인 경영에 있어 독특한 비법이 있다면?

디자인 회사는 많지만 프로모션 쪽으로 특화된 회사는 드물다. 오너에게 끌려다니는 디자인 서비스에서 탈피하여 철저한 자기 관리를 통해 문화를 생산하는 주체가 되고 싶다. 클라이언트의 요청이 있기 전에 미리 디자인과 기획 아이디어를 제안한다. 그럼으로써 클라이언트가 스스로 찾아오게 만드는 것이다. 자체 브랜드 없이 디자인하는 성공할 수 없고 자기의 크리에이티브를 만들지 못하면 가치가 없다고 생각한다. 그러기 위해 601비상은 올해 디자인 서비스 비중을 줄이고 자체 브랜드 개발과 연구에 주력하기 위해 매출액의 50%를 차지하는 제일기획의 일을 과감히 정리하였다.

이번 주제는 '어울림'이다. '어울림'에 대한 생각은?

자연이 있고/없고, 인간이 있고/없고, 정신이 있고/없고, 물질이 있고/없고, 과정이 있고/없고, 결과가 있고/없고, 융합이 있고/없고, 해체가 있고/없고, 개별이 있고/없고, 집단이 있고/없고, 빈부가 있고/없고, 대립이 있고/없고, 남북이 있고/없고..... 어울림은 늘 그 속에 있다.

기억에 남는 프로젝트는?

4년째 계속 해오고 있는 동양제과 캘린더, <우리는 가족이다> 출판, 국민일보 스포츠 투데이 창간에 관련된 제작물, 601아트북 출판, 국제 한의회 박람회 관련제작물, 종합광고대행사인 거손의 브로슈어 제작, '99 한국 밀레니엄 상품 선정 관련 제작물, SK 이리돔DM, 삼성 정밀화학 팩트북...등이 기억에 남는 프로젝트들이다.

디자인 철학은?

나는 작업할 때 상징적인 언어로 응축되어 있는 오리지널리티를 추구한다. 오리지널리티가 있는 작업. 일방적인 메시지가 아니라

상호 교통할 수 있는 강한 디자인은 내가 추구하는 메시지이며, 주된 테마다. 이것은 '어떤 어휘를 구사하느냐' 보다 그 어휘가 어디에서 무엇을 향하고 있는지가 훨씬 더 중요하다. 이를 위해 독창적이고 근거 있는 디자인, 절제된 감정 표현이 녹아 들어가 있고 함축적이면서도 설득력 있는 카피를 통해 메시지를 강렬하게 전달하고자 노력한다. 즉, 보는 사람들의 눈을 크게 뜨게 해 주는, 기억이 잘 되는 작품이고, 초점이 잘 맞춰져 있어 전달이 잘 되는 디자인을 말한다. 또한 이렇게 디자인 된 모든 작품에는 그 작품만의 고유한 미학이 담겨 있어야 할 것이다. 결국 무엇보다도 가장 중요한 것은 작품 내에 들어 있는 작가의 철학적인 관점 때문이다.

<우리는 가족이다>에서 '불편함의 미학'이란 말의 뜻은?

불편함의 미학이란 말 그대로 위로 넘기고, 밀봉페이지를 뜯어보는 방식을 통해 독자를 책속으로 끌어들이고 호흡하기를 시도한 것을 말한다. <우리는 가족이다>는 바로 이러한 불편함의 미학이 들어가 있는, 내 가족의 따뜻한 가족 에세이다. 엄마와 아이의 대조가 조화를 이루고 있는 온 가족이 참여해서 직접 만들고 쓴 책이기에 그 의미가 크다. 8살 재민이의 성격, 일상생활, 동심 뿐만 아니라 엄마의 생각이 담긴 밀봉페이지는 이 책이 가진 가장 실험적인 면이 아닐까 한다. 독자는 뒷장의 엄마의 생각을 직접 뜯어보면서 스스로가 책에 참여하고 있다고 생각한다.

앞으로의 계획은?

따뜻함이 있는 디자인. 생명력이 긴 디자인, 최고의 질을 추구하는 디자인과 디자인 정신이 살아있는 책을 출간할 거다. 또한 601비상만의 독특함이 담긴 신규 브랜드를 창출할 계획이다.

자연과 에너지의 어울림, 태양열을 이용한 태양열 집열판 생산하는 솔라 파브릭

글 | 디자인포(designfo)



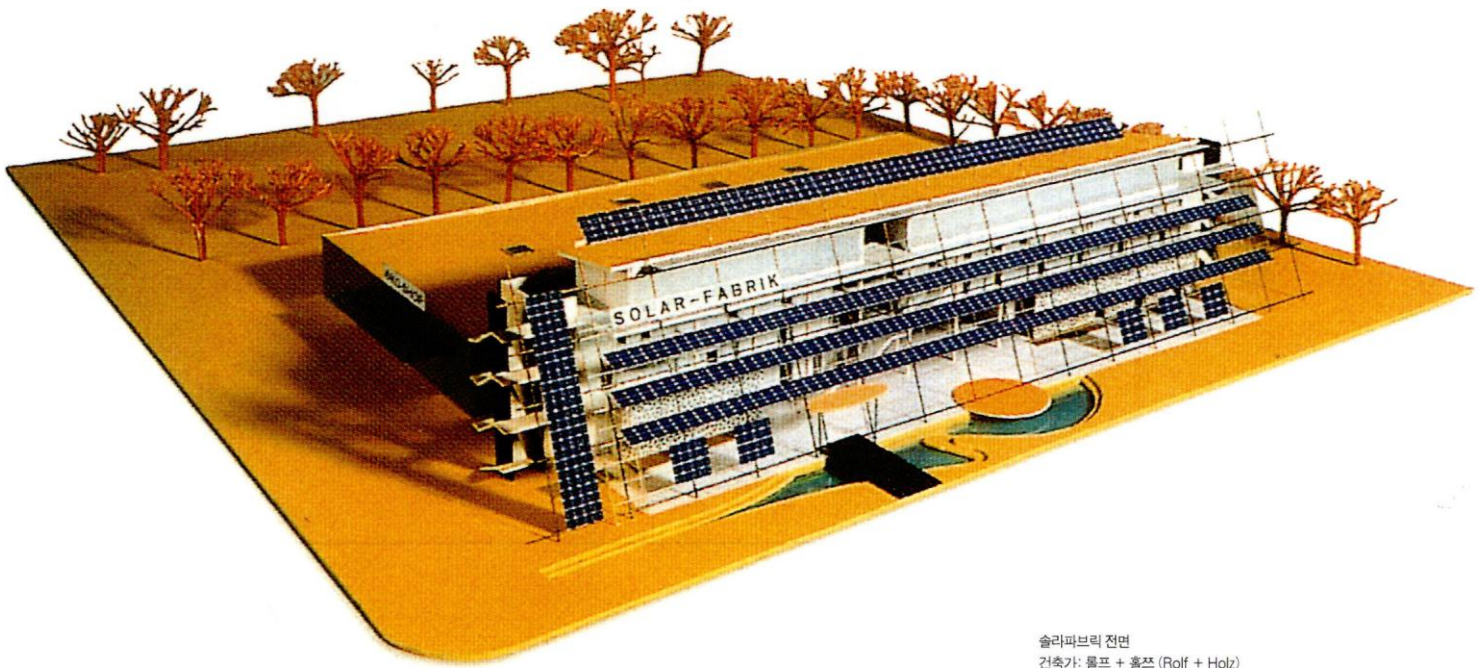
솔라모듈 SF-115

식량이나 보온 등 인간이 살아가는 데 필요한 기본요소가 에너지다. 인간의 역사는 보다 경제적이고 효과적인 에너지를 개발, 이용하는데 커다란 비중을 두어왔다. 곡식이 저장한 에너지 섭취에서부터 보다 많은 생산량을 얻기 위해 소나 말 등 동물의 에너지를 이용한 것, 나무, 석탄, 석유, 원자력 등을 이용한 열을 이용한 것, 역사가 발달할수록 늘어나는 에너지 소비를 충족하기 위한 에너지 원을 개발한 것 등이 바로 실 예다. 에너지를 얻기 위해 환경을 무단 훼손시켜 온 결과 우리가 살고있는 지구가 더 이상 에너지원으로서 기능을 담당하지 못하는 지금, 무공해 산업에 대한 관심은 그 어느 때보다도 간절하다. 1년에 전체 세계인구가 사용하는 에너지량의 만 배 이상의 에너지를 지구에 공급해주는 태양은 환경 훼손과 공해배출이 없다는 이점에도 불구하고 그 에너지를 생활에 필요한 양으로 전환시켜 정기적으로 공급해주는 기술 등의 낙후로 다른 에너지 원에 비해 이용율이 뒤떨어지고 있는 것이 현실이다. 독일에서 일조량이 가장 좋은 프라이부르크 지방에

는 이러한 태양열을 효과적으로 모으는 집열판을 생산하는 공장이 있다. 1996년 설립된 솔라파브릭(Solar Fabrik)은 집열판 생산을 위한 기계시설은 물론 공장 내부 조명 등에 필요한 모든 에너지의 30%를 공장의 앞면과 지붕 등에 설치된 총 575㎡ 크기 면적의 태양열 집열판을 통해 얻고 있다. 나머지 에너지는 근처의 평지 벌판에서 얻는 식물성 기름인 평지씨 기름에서 보충하고 있다. 태양열을 이용하기 때문에 에너지원으로 나가는 자금이 적어 생산 단가를 낮출 수 있을 뿐 아니라 에너지 사용 후에 남은 공해물이 없다는 이점도 있는 솔라파브릭은 설립한 지 1년만에 전독일 태양열 집열판 공급의 25%를 차지하기도 하였다. 20㎡ 크기의 솔라모듈(태양열 집열판)은 2.3 KWP의 에너지를 생산해내는데, 1년 단위로 환산하면 보통 4인 가족이 1년에 사용하는 에너지 소비량의 절반인 시간당 2000 KW의 에너지를 생산할뿐만 아니라 1년에 약 1500 kg의 이산화탄소(CO2) 배출을 줄일 수 있다. 솔라파브릭의 솔라모듈은 기술측면에서뿐만 아니라 형태면에서도 건



솔라파브릭 생산 장면



솔라파브릭 전면

건축가: 롤폴트 + 홀츠 (Rolf + Holz)

하우스 테크닉: 크렐저 & 프라이어 (Krebsler & Freyer)

에너지 컨셉: 태양열 에너지 사무실 (Bureau for Sunenergy)



솔라파브릭 입구



솔라파브릭 야경

Solar Energy Receiver Producer Solar Fabrik

Freiburg, one of the German region with highest daytime solar power, is where Solar Fabrik runs a factory since 1996. Solar Fabrik not only contributes significantly in producing solar energy receiver devices but also obtains 30% of its entire energy sources from the solar power collected from solar energy receivers (covering 575 square meters in area) installed on and around the factory building. Due to its environmental-friendly and low-cost products, Solar Fabrik supplied 25% of all German solar receivers market only after one year of the founding of the company. ❶

물의 벽면이나 지붕의 재료로도 손색이 없어 독일 건축가 협회와 BMBF가 공동으로 주관하는 '포토볼 테크 기술' 상을 비롯하여, 유로솔라상, 독일 환경상, 에너지 글로벌상 등을 받기도 하였고 하노버 엑스포에서 지역프로그램으로 소개되고 있기도 하다.

www.solar-fabrik.de



새천년 건설환경디자인 세계대회

'인간, 지구, 문화를 존중하는 창의성(Creativity Respecting Human, Earth, Culture)'이라는 주제 아래 국내외 건설, 환경 디자인을 총망라하는 세계 대회가 2000년 11월 8일부터 22일까지 코엑스에서 개최된다. 연세대학교에서 조직하고 건설교통부에서 후원하며, 새천년 건설환경디자인 세계대회 준비위원회(위원장 김연숙 교수)에서 기획하는 이 행사는 서로 독립적이면서도 연계성 있는 세가지 국제대회 즉 유니버설 디자인 세계대회, 그린 디자인 세계대회, 문화 디자인 세계대회를 포함하며 전문가 대회와 학생대회로 구분되어 진행된다. 건설, 환경 부문에서 이름난 석학들과 교육자, 디자이너 등 170명의 전문가가 강사로 초빙된 이 행사는 여러가지 패러다임과 학문을 제언함으로써 디자인 정보 인프라를 다지는 데 크게 기여할 것이다.

World Congress on Environmental Design for the New Millennium

Under the theme "Creativity Respecting Human, Earth, Culture," WorldCongress on Environmental Design for the New Millennium to be held from November 8th to November 22nd, 2000 at COEX, Seoul, will be presenting a comprehensive views and issues encompassing domestic and international construction and environmental designs. Organized by Yonsei University and sponsored by the Korean Ministry of Construction and Transport, World Congress on Environmental Design for the New Millennium's Preparatory committee(Head, Professor Lee Yeunsook) plans to include three independent yet interrelated international events-World Conference on Universal Design, World Conference on Green Design, and World Conference on Cultural Design. The event provides a Student Conference and Professional Conference for better understanding and transfer of information. Over 170 renowned scholars, educators, and designers have been invited for the speech, the event aims to present various paradigms and disciplinary fields and contribute to the enriched design information infrastructure.

유 니 버 설 디 자 인 세 계 대 회

Universal Design Conference

11월 8일 ~ 13일

인간의 존엄성과 평등을 기초로 하는 보다 인간적인 환경, 즉 디자인을 통한 민주주의가 실현될 수 있는 환경을 제시하는 데 목적이 있다.

인간과 건설환경의 관계 및 결속력을 강화시키고 다양한 사용자의 복합적인 욕구를 만족시키는 환경디자인에 초점을 두어 초세대적 디자인(transgenerational design), 융통성있는 디자인(flexible design), 생애주기 디자인(lifespan design), 사용자 중심적인 디자인(user oriented design) 등 다양한 최근의 환경 디자인 트렌드에 대해 폭넓게 다룰 것이다. 아울러 어린이와 환경, 청소년과 환경, 노인과 환경, 사회계층과 환경, 장애인과 환경, 성(性)과 환경, 개발도상국 국민과 환경에 관한 특별 심포지움이 마련돼 있다.

November 8th-13th : World Conference on Universal Design focuses on the vital issues on human environment to preserve human dignity and equality and, furthermore, creating an environment that can attain democracy through design. It will also cover the future of environmental design which will enhance the integration of human and environment. Some of the recent trends in environmental design such as transgenerational design, flexible design, lifespan design, user-oriented design will be discussed. Special symposiums have been organized to bring about additional scopes and attention on Children and Environment, Adolescent and Environment, Elderly and Environment, Social Class and Environment, Disabled and Environment, Gender and Environment, People in Developing Countries and Environment.

	11. 9 (Thu)	11. 10 (Fri)			11. 11 (Sat)	11. 12 (Sun)			11. 13 (Mon)		
9:00	개회 기조연설 1	스페셜 심포지엄 1	스페셜 심포지엄 2	스페셜 심포지엄 3	기조연설 5 기조연설 6		<P> 대회 발표물 프리젠테이션	<P+S> 디자이너 / 석학 / 교육자와의 만남	<S> 디자인 샐렛	현장답사	현장답사
10:00	기조연설 2 기조연설 3				스페셜 비주얼 프리젠테이션						
10:30											
12:00	패널 강연				스페셜 심포지엄 4					<P+S> 디자이너 / 석학 / 교육자와의 만남 <P> 대회 발표물 프리젠테이션	
1:30	토의										
3:00											
3:30											
5:30	환영만찬 기조연설 4	Free Evening			Free Evening		연회			Free Evening	
6:30											
9:00											

<P> : Professional <S> : Student



존 살먼 (John Salmen, USA)

Universal Designers & Consultants, Inc. 회장. Universal Design Newsletter 발행인. ADASAD(American with Disabilities Act and its Standards for Accessible Design - 미국 장애인장 및 접근 가능한 디자인을 위한 기준)의 기술적 측면에 관한 전문가 (Do-Able Renewable Home) (Accommodating All Guests) (Everyone's Welcome)

유니버설 디자인: 휴머니티를 향한 디자인 진화현상

Universal Design: Evolution for Humanity

새천년으로 접어들어 유니버설 디자인 운동은 인간을 위한 공간, 생산물과 정보 시스템 등의 디자인에 더욱 깊은 영향을 줄 것이다. 존 살먼은 의학 기술, 인권 및 디자인 방법론에 관한 점진적이고도 극적인 발전을 되짚으면서 20세기 이후에 나온 유니버설 디자인 원칙과 방법, 예제를 통해 유니버설 디자인의 미래를 제안할 것이다.

사람들의 육체적 능력이 개인적이고도 공적인 차원에서 어떻게 지원되는가 깊이 이해한다면 사회의 모든 구성원들에게 건강하고 생산적인 삶이 가능한 디자인을 만들어 줄 수 있을 것이다. 아마도 많은 디자이너들에게는 디자인 방법론에 있어 사용자의 편의를 받아들이는 것이 모험이 될 것이다. 오직 '우리는 유니버설 디자인의 학생이다' 라는 것을 깨달을 때 비로소 서로에게서 배우게 된다. 이 단계에서 환경 의사 결정자의 역할은 디렉터에서 조정자로 바뀌며, 결과적으로 모든 사용자를 위한 해결책을 찾게 될 것이다.

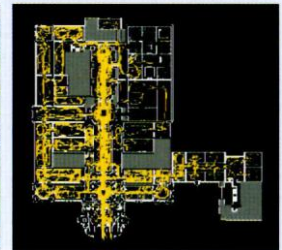


빌 힐리어 (Bill Hillier, UK)

런던 대학 건축과 도시 형태학 교수. 공간 통사 연구소 소장.
(Space is the Machine: A Configurational Theory of Architecture, 1996/1999)
(The Social Logic of Space 1984/1990)



런던의 공간 통사 컴퓨터 모델



Tate Gallery 공간 배치

디지털 기술을 바탕으로 한 창조적 미래도시 계획

Creative Urban Planning with Digital Technology for Future

도시의 미래는 과거와 어떻게 연계될까? 오늘날 우리는 사회의 실체적 기반을 급속도로 재구성하는 정보 혁명에 직면해 있다. 그 결과 전통적 도시의 '장소의 문화' 라는 공간적 접근개념을 대체하고 능가하는 네트워크가 생성됨으로써 도시는 공간 없는 영역으로 개편되고 있다. 따라서 공간은 과거와는 다른 양상으로, 과거 어느 때보다 막강한 사회적 역할을 한다. 도시의 특징을 규정짓는 '공간 문화' 는 개인과 조직을 도시로 끌어 모으는 면에서 굉장히 중요한 요소다.

이러한 변화 속에서 과연 도시의 미래는 어떻게 될 것인가? 빌 힐리어는 도시의 성격이 사회경제적 활동과 상호작용하면서 형성된다는 방법론을 기초로 최근 도시의 특정한 활동 패턴과 형태 변형을 검토하고 서로에게 어떤 영향을 미치는 지 보여줄 것이다. 그는 현재 보여지는 현상들이 사실은 지극히 정상적 도시 생활의 변환이며 과거에 물려 받은 도시가 미래에도 존속할 것이라고 주장한다. 또한 활동 패턴과 인구 분포는 달라지겠지만 전체적으로 지금까지의 어떤 도시 형태보다 더 훌륭한 도시가 될지도 모른다고 한다.



만프레디 니콜레티 (Manfredi Nicoletti, Italy)

로마 대학(University of Rome)과 미국의 MIT 대학에서 건축학 전공
사피엔자 대학의(La Sapienza University of Rome) 건축학 교수
국제 건축 아카데미(International Academy of Architecture) 부회장
1964 The Tronchetto Vehicular and Maritime Terminal of Venice, Italy 1위
1983 The New Central Railroad Station of Bologna, Italy 2위
1989 The New Biblioteca Alexandrina, Egypt 2위
1990 The New Acropolis Museum in Athens, Greece 1위 (개발 중)
1992 The MUSE Project - Gille Seguin, Bas Meudon, Suresnes 재개발 프로젝트, Paris 1위
1993 The New Museum of Natural History of Rouen 국제 설계 경기, France
1994 The Cardiff Bay Opera House, UK
1997 The New Hall of Justice of Reggio Calabria 유럽 설계 경기, Italy 1위



인간, 지구, 문화를 존중하는 창의성

Creativity Respecting Human, Earth, and Culture

근대 건축은 도시와 인간을 한데 아우르는 건축적 개념을 저버린 데에 그 실패의 원인이 있다. 이를 해결하기 위해서는 인간과 건축, 도시 그리고 그것들의 본질인 자연환경까지 포함한 총체적인 환경개념의 인식을 통해 건축과 도시를 하나의 맥락에서 바라보는 태도가 필요하다. 건축은 역사적으로 갖는 유형과 연속성 내지는 그러한 요소들을 전개할 때에 비로소 문화상의 가치를 지니는데 근대 건축이 갖는 문제점을 벗어나기 위해서는 인간, 자연, 도시, 그리고 문화를 하나로 이어주는 건축의 개념이 필요하다. 현대 건축의 문제 해결을 위해서도 이와 같은 건축적 철학이 요구되고 있으며, 많은 현대 건축가들이 이 패러다임을 중심으로 나름의 철학적 근거를 마련하고 작품활동을 하고 있는데, 그중 건축가 만프레디 니콜레티는 그들 중에서도 아주 독보적인 존재로 평가된다.

조형적인 건축 형태와 친환경적인 기술을 훌륭하게 접목시킨 작품들로 널리 알려진 그의 작품은 미래지향적이다. 문화를 거스르지 않는 범위 내에서 자연을 생각하고 또 휴머니즘을 반영하는 것이 그의 건축의 중요한 철학적 바탕이 되며 동시에 많은 현대 건축가들이 봉착한 문제들을 해결할 수 있는 새로운 방향을 제시해준다.

근대 이후 세계적으로 도시가 불규칙하게 발달하고 확산되면서 야기된 많은 도시 문제들을 해결하고, 서구의 힘에 의해 철저히 무시되어 온 미개발 국가들의 문화적 정체성을 되살리는 등 근대 건축의 문제점을 해결하기 위한 노력은 현재에도 계속되고 있다. 그러한 노력을 보다 활성화시키고 미래의 청사진을 제시할 수 있는 계기를 마련하는 데 있어, 만프레디가 중요시하는 건축과 이를 둘러싼 모든 문화 및 환경과의 유기적인 관계에 대한 구체적인 논의가 큰 역할을 할 것으로 기대된다.

이번 연설에서 그는 대회의 주제인 인간과 지구, 그리고 문화와 인위적 환경과의 조화를 모색하는 현대 건축의 전반적인 패러다임을 다루는 강의를 할 것이다. 지금까지 해 왔던 작품들을 중심으로 전통적 건축의 개념을 새로운 언어로 표현해내는 디자인 프로세스에 관해 직접 소개함으로써, 한국의 건축적 문제를 해결할 수 있는 힌트를 얻는 중요한 자리가 될 것으로 기대된다.



아자 처치만 (Arza Churchman, Israel)

이스라엘 기술공과대학(Technion-Israel Institute of Technology) 건축 및 도시계획학과 교수, 환경심리 전문가, 도시 및 지역 연구를 위한 센터장, 이스라엘 자연보호를 위한 사회모임(Society for the Protection of Nature) 일원, 하이파지역의 수준 높은 계획 및 발전을 위한 협회(Association for Quality Planning and Development in Haifa) 회장, 캘리포니아 어바인 대학(University of California, Irvine), 로마 CNR Istituto di Psicologia와 위스콘신 밀워키 대학(University of Wisconsin, Milwaukee) 건축 및 도시계획학부의 사회생태학 프로그램에 교환 연구원으로 참여, IAPS(International Association for People-Environment Studies) 회장 및 회장단 역임, <Journal of Architectural and Planning Research>, <Environment and Behavior>, <Housing>, <Theory and Society>의 편집위원



어린이와 도시환경: 도시에 과연 어린이들이 있을 곳이 있는가?

Is There a Place for Children in the City?

서로 다른 요구와 선호도를 가진 다양한 인구 집단을 고려하는 도시환경을 계획하고 디자인하는 것은 매우 복잡하고 도전적인 작업이다.

이 강연에서는 남성과 여성의 요구와 선호도, 그들의 독특한 표현방식, 계획 및 디자인이 갖는 의미에 대한 유사성과 상이성 문제에 초점을 맞추어, 성(性)과 도시계획 사이의 상관관계를 개인-환경연구의 이론적, 실증적인 관점에서 바라보고자 한다.

이러한 관점은 개인과 그룹이 최적의 삶의 질을 이룩하기 위한 조건을 물리적 환경이라고 보고, 인간과 물리적 환경 사이의 관계를 해결해야 할 문제로 가정하는데, 특별히 남성과 여성, 그리고 도시 환경의 상황에 적용될 것이다. 또한 이번 연설에서는 밀집 문제와 공공/개인 서비스, 공공 오픈 스페이스, 조닝(zoning), 교통, 고용기회 등 주거환경과 관련된 디자인 및 계획에 대하여 언급하고, 이를 통하여 접근성, 선택, 안전, 건강의 측면과 그들의 요구와 선호도에 있어 여성과 남성 모두에게 '정확하게 들어맞는' 다양한 '해결 방안'을 찾을 수 있도록 할 것이다. 뿐만 아니라 도시환경을 향상시키는 데에 필요한 실질적 변화로서, 계획 단계에 대중이 참여하여 의사결정을 할 수 있도록 하는 디소 정치적인 주제를 다루고, 이렇게 함으로써 과연 모든 사람이 보다 나은 삶의 질을 누릴 수 있도록 하는 목표에 어떻게 기여할 수 있을 것인가 하는 문제도 제기될 것이다.



로빈 무어 (Robin C. Moore, USA)

EDRA(Environmental Design Research Association) 회장 역임, 북 캐롤라이나 주립대학(North Carolina State University, Raleigh) 디자인대학의 조경건축과 교수, Natural learning Initiative의 이사, <자연 학습(Natural learning)> (1997), <놀이를 위한 식물(Plants for play)> (1993), <아이들의 영역: 아동 발달을 위한 놀이와 장소(Childhood's Domain: Play and place in child development)> (1986, 1992)



스웨덴 Hags사의 어린이를 위한 놀이 시설

어린이와 옥외환경

Children Immersed in Nature

지구의 생명을 지속시키려는 노력은 지구 자체의 보존을 위해 반드시 필요한 것처럼 보인다. 그러나 세계 사회는 이같은 명백한 논리를 따르지 않고 있으며, 인간의 탐욕은 Gaia (대지의 여신)에 대항하고 있다. 인류의 비극(Tragedy of the Commons)을 자초하지 않을 정도로 인간이 지구를 사랑할 수 있게 하는 어떠한 강력한 디자인 전략이 우리에게 있는가?

지구의 새로운 거주자들은 적합한 자연 환경 속에서 살아야 할 필요가 있다. 어린이들은 자연물과 생태활동에 대해 다양하고 감각적인 자극을 경험하며, 자연스럽게 배우고 자연의 지식을 습득, 모든 생명체가 의지하며 살아가는 지구의 자연생태계를 존중하고 보존할 줄 아는 시민으로 자라날 수 있는 장소를 필요로 한다.

본 강연에서는 자연 속으로의 몰입을 위한 디자인 테마를 가지고, 계획된 환경과 비형식적인 교육 프로그램의 모델, 예제들을 제시하게 될 것이다. 이 예제들은 어린 아동기로부터 성인에 이르는 범위를 총괄하며, 지구와 인류의 가장 위대한 가치인 환경윤리를 보여줄 것이다. 논의의 주제로는 젊은 층을 대상으로 한 참여디자인 과정, 발달학적인 측면에서 본 아동기 조경을 위한 적정 디자인 원칙, 비형식적인 교육자의 역할, 놀이전문가와 디자이너의 협력작업이 포함될 것이다. 끝으로 유니버설 디자인의 주요 논지이자 모든 아동의 요구를 가장 효과적으로 수용할 수 있는 예방건강의 측정도구로서 자연을 끌어안기 위한 전략들을 논의할 것이다. 생물학적으로 지혜로운 사회를 창조하기 위해 모든 아이들은 그들이 지닌 잠재력을 최대한 발휘할 수 있도록 지원해 주는 환경을 가질 권리를 갖는다는 점을 들어 강조할 것이다.



파웰 로튼 (Powell Lawton, USA)

필라델피아 노인병 센터(Philadelphia Geriatric Center) 연구원
콜롬비아 사립대학의 의학심리학분야 박사학위 수료
미국 노인 사회(Gerontological Society of American)의 의장 역임
<환경과 노화>, <노인을 위한 계획과 운영지침>

노인과 환경: 이론, 연구, 실제

Elderly and Environment: Theory, Research, and Practice

유니버설 디자인 원칙은 노인 생활에 적응가능하다. 첫 번째 원칙은 대다수의 사람들이 인락하게 느끼면서도 각각의 특정한 요구들도 무시되지 않는 방향으로 일상생활 환경의 디자인을 확대하는 것이고, 두 번째 원칙은 '주류' 디자인을 사용할 수 없는 소수를 위한 대안적인 실내디자인을 제공하는 것이다.

이러한 접근을 위한 이론적 기반은 아브라함 마슬로우(Abraham Maslow)의 '결핍 감소'와 '동기 성장'의 컨셉에 있다. 무능력자를 위한 디자인의 실제적 접근방법은 완전한 수행을 방해하는 장애를 제거하는 것과 평균 이상의 수행을 위한 가능성을 제공하는 것이다. 이 원칙은 부정적인 감정을 제거하고, 긍정적인 감정을 증가시키려는 정신적인 요구에 부합된다. 인간의 욕구는 두 가지 동기유형 모두에 해당되며 그러한 욕구를 만족시키려는 행동은 근심과 우울과 같은 부정적인 감정으로부터의 해방과 동시에 행복과 흥미와 같은 긍정적인 감정의 발생에 의해 강화된다.

인간의 주요 욕구들은 각기 그것의 만족을 위한 잠재적인 가능성을 가지고 있다. 디자인 과정은 잠재적 사용자층의 독특한 욕구가 체계적으로 고려되고 보편적인 디자인 해법의 경계와 특정한 사용자를 위한 디자인이 적용되어야 하는 지점을 정하기 위한 평가를 요구한다. 이번 강연에서는 노인들을 위한 특수한 디자인 예들이 제시될 것이다.



패트리샤 무어 (Patricia A. Moore, USA)

로체스터 공과대학 시각·제품·환경디자인학과 전공
컬럼비아대학 미술학 석사, 행동발달학(노인사회학) 석사
1996년 Community Service Award 수상
〈숙임수: 진실한 이야기 (Disguised: A True Story)〉



노인의 적응능력을 증진시키는 제품의 창조

Elderly and Enable Product

패트리샤 무어는 세계적으로 인정받는 노인학자이자 디자이너다. 그녀는 노인의 생애주기에 따라 장차 노인이 될 모든 사람의 행태와 요구에 관한 환경디자인 분야에서 선도적 입장과 권위를 갖고 있다. 무어는 자신이 창설자로 공인받고 있는 '유니버설 디자인'이라는 방법론을 통하여 접근성과 사용편의성을 증진시키고 있다. 유니버설 디자인이란 가능한 최대한의 사용자 요구를 만족시키는 환경디자인이나 제품디자인을 말하며, 제품이나 환경을 보다 많은 사람들이 편리하게 사용하도록 함으로써 모든 사람들을 위한 생활을 쾌적하게 하는 것으로 정의된다. 이번 발표에서는 노인을 인위적 환경 내에서 자립할 수 있도록 지원해주는 제반 이론, 연구, 실제디자인 지침이 통합되도록 하였으며, 이어 대표적 디자인 사례를 소개하여 현실화하는 방법을 전달하고 미래사회에서의 대비를 함께 모색하도록 할 것이다.



유리엘 코헨 (Uriel Cohen, USA)

미국 노년학협회(Gerontological Society of America)의 회원
이스라엘 공과대학과 일리노이 대학교에 재직
〈집에 대한 집착: 치매환자를 위한 환경 디자인하기〉
〈치매환자를 위한 최신 환경 (Contemporary Environments for People with Dementia)〉

노인의 적응능력을 증진시키는 환경의 창조: 치매환자를 위한 환경 디자인

Environment for People with Dementia: From Particular Design Principles to Universal Applications

치매환자의 환경에 대한 연구나 디자인 실무는 그 인지적 손상 및 증상과 같은 특정 의학 주제에 대해서만 중요하게 다루었다. 또한 과거 거주자의 제약이나, 치매와 노령화에 따른 손상 등에만 집중되어 있었다. 그러나 최근의 경향은 의학적인 관심으로부터 사회적인 관심으로 전환되고 있으며, 점차 사용자의 남아있는 능력과 잠재성을 다루는 쪽으로 옮겨가고 있다.

본 강연에서는 치유의 목적과 치매환자를 위한 특별한 보호환경을 디자인하도록 도와주는 원칙들이 기술될 것이다. 또한 치매라는 특정 이슈에 대해 특정한 대응을 해야 하는 응용 디자인이 어떻게 유니버설 디자인으로 형상화될 수 있는지, 그리고 인지적인 손상을 입지 않은 노인들을 위해서 어떤 건축환경과 표준화가 이뤄질 수 있는지가 제시될 것이다.



사토시 고세 (Satoshi Kose, Japan)

일본 건설성 건설경제연구실 실장
CIB/TG19의 고령화사회를 위한 디자인(Designing for the Ageing Society) 분과의 코디네이터
〈장애없는 디자인의 시대〉(1997)
〈사람들 마음속의 주택계획-장수사회 대응주택을 위한 지침〉(1995)



고령화 사회에서의 주거디자인 지침: 유니버설 디자인 개념을 토대로 한 미래에 대한 대비 방안

Design Guidelines for Dwellings in the Ageing Society: Preparing for the Future through Universal Design Concepts

세계는 빠르게 고령화 사회로 변하고 있으며 일본도 예외는 아니다. 장애 없는 환경을 만들어 나간다는 것은 일상생활에서의 불편함을 해소하는 데 있어 아주 중요하다. 1994년에는 신체 장애자와 노인이 접근 및 사용 가능한 건물에 대한 법(Act on Accessible and Usable Buildings by the aged and Physically Disabled Persons)이, 1995년에는 미국의 ADA법과 FHAA 지침과 유사한 고령화 사회에서의 주거계획지침(Design guidelines of Dwellings for the Ageing Society)이 제정되어 노인들이 지역 내에서 쉽게 이동할 수 있게 되었다. 이것은 가족중심 혹은 시설보호라는 이전의 개념에서 벗어나 유니버설 디자인으로 진일보한 것이다.

새로 시행된 주거계획지침은 일본인들이 주거에 대해 가지고 있던 생각을 변화시키는 데 특히 커다란 영향을 미쳤다. 일본인들은 60세 가량이 되어서 재건축을 하면 된다고 생각하는 경향이 있어 40대에 처음으로 주택을 구입하거나 지을 때 접근성에 대한 고려를 할 필요가 없다는 생각이 지배적이었다. 그러나 새로운 지침 시행과 함께 주택을 고치는 것이 이전처럼 용이하지 않으리란 사실을 이들에게 주지시키고 초기단계에서부터 접근가능한 주택을 계획하도록 권고하였다. 주거계획지침은 현 가족원이 노인이 되었을 때를 염두해 두기보다는 그들 자신이 자신의 미래를 준비하도록 하는 개념을 기본으로 하였다. 점에서 진정한 의미의 유니버설 디자인이라 할 수 있다. 주거계획지침은 일본 주택대출기구(Japan housing Loan Corporation)에서 장기대출(mortgage)을 받을 수 있도록 경제적 유인책을 마련함으로써 거주자를 더 나은 미래로 인도하는 데 실질적인 도움을 주었다. 일본이 이러한 성공을 거둘 수 있었던 이유는 주택시장이 신중한 계획을 세워 효과적으로 움직였기 때문이다.



정근모 (Kunmo Chung, Korea)

호서대 총장
한국 과학 기술 협의회 의장
미국 국립 기술 아카데미와 스웨덴의 왕립 기술 아카데미 의원

사랑의 집짓기 운동을 통한 주거 환경개발과 사회정의 실현

Social Justice through Environmental Development : The Case of Habitat for Humanity for the Less-Privileged

사랑의 집짓기 운동(Habitat for Humanity)은 무주택 빈민들에게 위생적이며 안락한 집을 건설해 주는 국제적인 자원봉사 운동이다. 집 없이 비위생적인 주거에서 소망없는 생활을 하는 극빈자들에게 삶의 보금자리를 마련하여 주고 가정을 회복케하고 공동체 생활을 부활시켜주는 이 운동은 단순한 주택 건설운동을 넘어서 바람직한 주거 환경개발과 사회정의의 실현에 구현하고 있는 사회회복 운동이기도 하다. 1976년에 미국 남부 흑인 빈민촌에서 시작한 이 운동은 이제 세계 74개국에서 전개되고 있으며 2000년 말에는 10만 채의 집을 준공하게 된다. 1992년에 시작한 한국의 사랑의 집짓기 운동은 1994년에 필리핀에서 봉사활동을 시작한 이후 국내에서 73채, 해외에서 120채를 지어 국내외에서 주거환경개발과 사회정의의 구현에 열심을 다하고 있다. 2000년 8월에는 전남 광양시 섬진강변의 대지에 서 국내외 1000여 명의 자원 봉사자들이 34채의 집을 지어 영남의 16세대와 호남의 16세대 가정들에게 분양되었다. 국가 지도자들과 같이 집을 짓는 지미카터워크 프로젝트 (Jimmy Carter Work Project)를 2001년에는 한반도 전역에서 펼쳐져 되는 바 한국의 사랑의 집짓기 운동은 남한의 6개 지역과 북한의 2개 지역에서 150채의 사랑의 집들을 지을 예정이다. 영호남의 화합을 상징하는 평화를 여는 마을과 더불어 이들 마을들은 한반도의 평화와 민족화합의 모습을 보여 주게 될 것이다.



파멜라 클러프 (Pamela Cluff, Canada)

영국에서 공부하고, 1950년대에 캐나다로 이주한 건축가. 1969년 노인과 장애자를 위한 프로그램인, 연구 및 관련 프로젝트 실행을 전문으로 하는 연구·컨설팅 업체인 Associated Planning Consultant Inc.을 설립

유니버설 디자인에 있어 왜 성과 건축이 논쟁의 화두로 떠오르는가

Why Gender and Architecture Are Becoming an Issue in Ensuring Universal Design for All

21세기는 우리 사회와 건축환경에 있어서 새로운 비전을 줄 수 있는 기회를 의미한다. 지난 50여 년간 우리는 나이, 성, 신체적 장애, 인종 혹은 경제력 등을 이유로 일부 집단을 격하하여 이들이 사회 생활에 참여할 수 있는 기회를 제한해왔다. 정책 입안자, 계획자, 디자이너와 건축가로서 자신들이 봉사하는 사용자에게 대해 알아야 할 도덕적 의무가 있으며 능력도 있다. 이에 대한 근본적인 이해를 통해 인간 모두에 대해 책임지고 대응할 수 있는 환경을 발전시킬 수 있는 데 그러한 환경이 유니버설 디자인이며, 이는 인위적인 정의나 한정된 해결책으로 더 이상 개인이 격리되지 않도록 하는 해결안이 될 수 있다. 유니버설 디자인적인 접근을 하기 위한 정책 구조를 구축하는데 있어서, 우리는 공공사회 및 건강 서비스의 공급은 물론 건물과 공공 위락시설의 건설 및 도시의 기반시설 디자인을 관리하는 규제적 틀을 재검토해야 한다. 아울러 필요한 특정 요소의 지원을 고려하거나 또는 우리가 일상에서 자주 접하는 물건의 디자인을 재검토할 수도 있다.

우리는 정보기술의 시대를 살고 있다. 이러한 정보기술은 실제로 매우 포괄적이어서, 일상생활에서 사용되는 무선 및 이동식 도구와 같은 수많은 관련 기술들을 부수적으로 개발시켜왔다. 또한 무제한으로 응용이 가능하기 때문에 디자인이 우수하고 널리 퍼질 수 있다면 장애자나 아동, 노인들이 사회에서 살아나가는 데 큰 도움이 될 수 있다. 교통수단과 레크리에이션, 서비스 역시 매우 포괄적인 기술·전략 분야이다.



카탈리나 간델소나스 (Catalina Aida Gandelonas, Spain)

아르헨티나 출생.
건축가, 도시계획가.
부에노스 아이레스 대학(Diploma in Architecture, University of Buenos Aires) 건축학 석사,
캘리포니아 대학(Master in City and Regional Planning, University of California)의 도시계획학 석사.

성(性)과 도시디자인

Gender and Its Relation to Urban Design

역사적 관점에서 본다면 건축과 도시계획을 통해 이루어진 건설환경의 형태문제에 있어 '성 문제'는 최근에 와서야 초기 계획단계의 일부분으로 받아들여지게 되었다. 전통적으로 아이 낳는 여성은 남성과 다른 역할로 인한 생산적 역할 때문에 더 큰 사회적 책임을 지녀왔다. 이는 많은 사회에서 여성들이 가족을 위해 노동을 제공하며, 가족을 보살피는 가사부담을 가져왔음을 뜻한다.

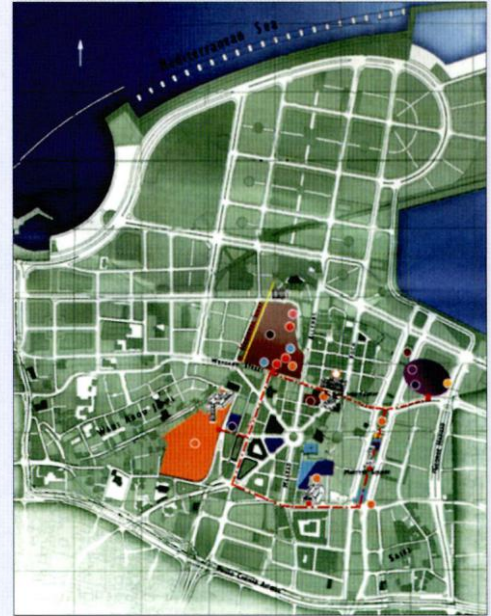
성역할 행태와 공간사용은 문화권마다 다르며 도시공간은 여성과 노인, 아이들의 요구사항에 대하여 무관심하게 디자인되어 왔음을 인식하는 것은 대단히 중요한 일이다. '성 문제'가 도시 디자인 프로세스에 적극적으로 포함된다면, 우리의 도시공간은 보다 더 친근하고 안전한 장소가 될 것이다. 이 강연에서는 다음 두 가지에 중점을 둘 것이다.

첫째, 성문제와 도시계획 프로세스와의 연관성에 관한 분석과 제안, 둘째, 성이 디자인 프로세스의 일부분으로 고려되어진 케이스 스터디. 마지막으로 도시계획 분야에서 여성의 요구를 반영하는 것이 얼마나 중요한 문제인지를 다룰 것이다.



리아드 타푸니 (Riadh R. Tappuni, Lebanon)

현 UN의 코소보 임시 통치기관 내 주거 및 도시 개발 지역 코디네이터로 활동
 바그다드 공과대학교(University of Technology in Baghdad) 건축학교 학장 역임
 <유니버설 디자인 핸드북(Universal Design Handbook) 중 제 14장 베이루트 센터의 재건축에서의 접근>
 <장애자를 위한 접근성: 무(無)장애 환경을 위한 디자인 입문서>
 <ESCAWA지역 도시환경에서의 장애자를 위한 접근성, 그 계획 및 디자인 해결방안>



베이루트 중심지역 전경과 마스터 플랜

사회 모든 계층을 포괄하는 도시계획: 베이루트 중심지역의 전후 재개발 사례 (Inclusive Planning in Post War Reconstruction: the Beirut Central District)

이 강연은 베이루트 중앙 지역에서 접근 가능한 환경을 만들기 위해 일하면서 얻은 경험에 기반한다. 1990년대 초에 시작된 재건축 바람은 설계자나 디자이너들에게는 모험이자 기회였다. 일의 규모와 복잡성은 거대하였으며 프로젝트의 지리적 위치는 곧잘 논쟁을 불러일으키곤 하였다. 그러나 설계안에 대해 벌어진 격렬한 대중토론은 해당 계획이 사회적 측면에 좀더 고려하도록 이끌었다. 이러한 각도에 서 사회 모든 부분을 포괄하는 도시계획을 재건축하는 데 세심한 노력이 기울여졌다. 현재 이 센터의 상당 부분은 이미 완공되었다.

베이루트에서의 경험은 다음과 같은 사항들을 강조한다. 첫째, 유니버설 디자인은 의사 결정자가 정치적 의지를 갖고 있고, 대중이 유니버설 디자인의 중요성에 대해 자각할 때에만 완성될 수 있다. 지침들과 법률은 지역 환경에 적합해야 하며, 전체 과정은 실제 현장에서의 피드백에 의해 보완되어야 한다. 둘째, 유니버설 디자인에 관한 기술적인 정보와 설계 및 디자인 과정은 호응이 있어야 한다. 셋째, 설계, 교육 및 감사에 관여하는 수의 그룹에게는 없어서는 안될 역할이 있다. 넷째, 장애인 대표 그룹의 참여로 이루어진 사후 평가는 접근 가능성 전략이 성취된 정도를 평가해주며, 계획 및 디자인에서의 실패요인을 지적하고 또한 해결방안을 제시해준다. 다섯째, 유니버설 디자인은 그것이 디자인 윤리의 한 부분이 되었을 때 최적으로 완성되며 설계자와 건축가의 정식 교육에 포함될 수 있다.



마누 곱타 (Manu Gupta, India)

SEEDS(Sustainable Environment and Ecological Development Society)의 공동 설립자
 프로그램 디렉터.
 인도 정부의 정책 프로그램의 자문위원



거주자를 위한 주거단지 계획에 있어 공유 공간의 잠재성 Secured Shared Space as a Potential for Community Planning for Residents

역사적으로 인간 거주지의 유기적인 발달과 디자인은 지역 사람들의 종교적 입장과 국가제도 및 자연환경의 영향에 따른 인간의 선택을 반영해왔다. 그러나 지난 몇 세기동안은 지역의 계획과 디자인에 영향을 주는 요소들에 엄청난 변화가 있었다. 기술의 발달로 인해 사람들은 이전보다 더 쉽게 세계 여행을 할 수 있게 되었고, 사람들의 이동과 함께 사고와 선호, 민족 특유의 지식기반이 또한 퍼져나갔다. 때때로 이러한 여러 문화의 융합은 훌륭한 문화로 발전되기도 했지만, 인도를 포함한 아시아의 많은 나라들에서 볼 수 있듯이 자주 외부로부터 소개된 설계계획 및 디자인 체계가 개인의 자유와 영감을 억압하는 경향을 보였으며 심지어 적절한 법적, 제도적 장치가 부재한 경우 그 자유와 영감은 미처 펼쳐보지도 못하고 고사하였다.

이러한 계획 방법의 비효율성으로 인해 도시 문제들이 한층 심각해졌다. 유일하게 실행가능한 대안은 '시민에게 권한주기(people empowering)'와 같은 접근방법인 듯 하다. 이해당사자들의 직접참여는 현 패러다임의 변화시기에 핵심적인 역할을 한다. 이 개념은 1960년대에 처음으로 적용되었으나 이 운동에 대한 '공식적' 지지의 부족으로 인해 확고하게 정착되지 못하였고, 현재도 '위에서부터 아래로(top down)'의 진부한 관행은 여전히 우선시되고 있다.

따라서 새로운 세계에는 이러한 새로운 접근을 도시개발과정에 통합하는 방향으로 활기찬 첫 발을 내딛어야 할 것이다. 점점 작아지는 세상에서 새 천년 동안 이러한 통합을 실행해 나갈 힘은 유니버설 디자인 개념의 성장에 달려 있다. 이 개념은 증가하는 도시인구와 인류 건강과 생계의 취약성 급증 등에 대처할 수 있는 매개변수들에 기초해야 하며, 또한 사회-종교적 구조, 도시지배와 환경친화적 생활과 같은 전통적 개념들에 대해 새로운 방법으로 재검토할 필요가 있다.



게리 무어 (Gary Moore, Australia)

게리 무어는 캐나다에서 태어나 캐나다와 미국에서 교육받았으며, 현재 시드니대학 건축과 학과장이자 교수이다. 버클리 대학교 건축과에서 학사학위를 받았고 클라크대학에서 인지 발달과 환경심리로 석사학위를 받았다. 또한 그 분야의 주요 협회와 국제적 저널의 회원이며, Two Graham Foundation Fellowships, Three Progressive Architecture design research citations and awards 등 많은 상을 수상했다.

북미의 디자인 방법의 창시자인 무어의 초기 연구는 조직적인 디자인 방법론으로써 첫번째 저서인 최신 환경 디자인과 계획방법에서 다루어지고 있다.

저서로는 <최신 환경 디자인과 계획방법>, <환경적 인식>, <장애아동을 위한 환경 계획>, <환경 디자인 연구 방안> 등이 있으며 13개국의 다양한 국가들에서 출판되거나 재판되었다.



김용학 (Yonghak Kim, Korea)

김용학은 연세대학교 사회학과 교수로서 <합리성과 사회(Rationality and Society)>의 고문편집인이자, <사회비평>과 <현상 2000>의 편집인이다. 동대학 대학원 학장을 역임한 바 있으며 <미국 사회학 저널(American Journal of Sociology)>의 공동 편집위원으로도 일한 바 있다. 지난 10년간 한국사회학회의 운영위원으로 일하기도 했다.

대통령실, 내무부, 교육부, 과학기술부 주관 하의 다양한 정부기획에 참여한 그는 사회과학방법론, 사회네트워크 이론, 사회조직과 지역주의 등의 분야에서 많은 책과 논문을 썼는데 그 중 하나는 출판 저널에서 뽑은 '1945년 이후의 베스트 50'에 선정된 바 있다. 비교사회학, 사회조직, 통계, 사회이론에 있어서의 사회구조와 행위 문제, 정보사회(사이버 강의) 등을 가르치고 있다.



존 자이젤 (John Zeisel, USA)

존 자이젤 박사는 알츠하이머병을 앓고 있는 사람들을 위한 주거 공간을 관리하는 회사인 Hearthstone Alzheimer Care 회사의 대표이다. 그는 컨설턴트로서 노인주택, 병원 뿐만 아니라 학교, 법원, 등 다양하고 복잡한 건물 유형들에 관한 분야에서 경험을 쌓아왔다. 연구자, 연사, 작가 등으로 명성이 높은 그는 미국 건축가 협회(The American Institute of Architects) 등 여러 기관들로부터 많은 상을 수상한 바 있다.

콜럼비아 대학교에서 박사학위와 하버드 디자인스쿨에서 Fellowship degree를 받은 후 예일 대학교와 몬트리올의 McGill 대학교에서 가르쳤고, 그후 8년간 하버드의 건축과 교수를 지냈다. 1980년부터 1990년까지 자이젤 박사는 응용연구와 발전 회사인 Building Diagnostics Inc.사의 대표를 했고 1994년에는 미네소타 대학의 건축과에서 객원교수를 역임했다.

주요 저서로는 <Inquiry by Design: Tools for Environment-Behavior Research>와 <상호의존을 통한 독립: 노인을 위한 집합주택>, <디자인 지침에 대한 두 권의 책(Two volumes of design guidelines)> 등이 있다.



제인 랭뮤르 (Jane Langmuir, USA)

제인 랭뮤르는 로드 아일랜드의 Jane K. Langmuir, Inc.의 대표적인 전문 디자이너이다. 이 회사는 유니버설 디자인의 원칙 하에 만들어진 디자인들을 다루고 있지만 가구 디자인부터 공간계획과 디자인, 주거 건축, 주거 및 사업장 개조에 이르기까지 다양한 프로젝트들을 섭렵하고 있다. 제인의 전문가로서의 경험은 1966년 에로 사리넨 연합(Eero Saarinen Associates)의 건축회사에서 시작되어 John M. Thornley Architect와 Kite Palmer Associates Architects에서 일했다. 1993년 그녀는 RISD에 의해 유니버설 부업 리서치와 디자인 프로젝트의 프로젝트팀장으로 임명되었다. 이 프로젝트의 목적은 작업기능이나 사회기능면에서 나이, 키 혹은 신체적 제약 등에 상관없이 모든 사용자들의 필요를 채워줄 수 있는 부업을 디자인하는 것이다. 이 프로젝트의 결과물은 1998년 쿠퍼 휴잇 국립 디자인 박물관(Cooper Hewitt National Design Museum)과 플로리다, 올란드에서 열린 '부업과 욕실 쇼'에서 전시되었으며 미국의 유명한 텔레비전 프로인 오프라 윈프리쇼에서도 '새로운 밀레니엄을 위한 상품들'이라는 이름 하에 방영되었다.

현재 로드아일랜드 디자인 스쿨을 비롯하여 뉴욕, 보스턴, 샌프란시스코 등지의 대학에서 인테리어 건축 디자인 분야에 관해 후학들을 가르치고 있으며 <장식과 리모델링>, <뉴욕타임즈> 등에 유니버설디자인, 부업프로젝트 등과 관련된 논문 기고 및 강연활동을 활발히 하고 있다.

그린디자인세계대회

Green Design Conference

11월 13일 ~ 17일

생태환경의 지속적인 보존과 관련된 다양한 문제들을 다루며 인위적인 환경과 자연 생태계간의 긍정적 관계를 강화시키고자 개발과 보존의 조화로운 공존방법을 모색하는 데 주안점을 둔다.

특히 기초 및 특별강연의 경우 3단계로 나누어 진행되는데 제1단계에서는 대회의 공통 주제인 창의성, 미래에 대한 비전, 패러다임 통합에 관한 강연이, 제2단계에서는 그린디자인의 종합적 추이에 관한 이해를 돕는 강연이 선포될 예정이다. 제 3단계에서는 보다 세분화된 회의들에서 구체적인 정보를 나누게 될 것이다. 이밖에 환경디자인의 범위에 따라 거시적 차원에서의 도시건설 환경, 마을과 단지계획, 나아가 제품디자인에 이르기까지 그린 개념이 어떻게 적용되는지를 보여주는 3개의 특별심포지움이 마련돼 있다.

November 13th-17th : World Conference on Green Design will address issues on various topics on sustainability of building ecological environments and seeks for a solution for the harmonious relationships and coexistence between human settlement and nature. The keynote speech and special lectures program will be divided into three parts to coherently address issues - First Part : Creativity, Future Vision, Paradigm Integration; Second Part : Various speeches on the comprehensive issues to facilitate the latest trends in Green Design; Third Part : exchanging ideas on specific topics on the specifics areas of interest. The conference also plans to conduct three symposiums to provide macro-perspectives on Urban Design and Environment, Community Planning and Design, and Product Design and their applications.

	11. 13 (Mon)	11. 14 (Tue)	11. 15 (Wed)	11. 16 (Thu)	11. 17 (Fri)		
9:00	개회 기조연설 1	스페셜 심포지엄 1	스페셜 심포지엄 2	스페셜 심포지엄 3	스페셜 비주얼 프리젠테이션		
10:00	기조연설 2 기조연설 3					스페셜 비주얼 프리젠테이션	
10:30							
12:00	패널 강연						<P+S> 디자이너 · 석학 · 교육자와의 만남
1:30							
3:00	토의	<P> 대회 발표물 프리젠테이션					
3:30							
5:30	환영만찬 스페셜 비주얼 프리젠테이션		<P+S> 디자이너 · 석학 · 교육자와의 만남				
6:30							
9:00	Free Evening			Free Evening	연회	Free Evening	

<P> : Professional <S> : Student



존 지로 (John Gero, Australia)

시드니 대학 건축대학 학장 및 디자인 과학대학(University of Sydney) 교수
시드니 대학 내 디자인 컴퓨팅과 인식력 센터의 공동 이사
연속 국제회의 인공지능 디자인 (Artificial Intelligence in Design) 현 의장
창조적인 디자인 컴퓨터 모델 (Computational Models of Creative Design) 현 공동의장
카네기 멜론대학에서 5년 동안 건축과 부교수로 재직
디자인과 컴퓨터의 결합에 공헌한 것으로 국제 정보 프로세싱 연방의 Silver Core 수여

디자인의 창의성: 지식을 기반으로 한 세계화

Creativity in Design: Knowledge-based Globalization

월드 와이드 웹(World Wide Web)의 영향은 아직 완전하게 나타나지 않았지만 우리는 그 영향을 이미 받고 있으며, 최근의 지식 기반 시스템은 창조적인 디자인 프로세스를 설계하는 데 사용되고 있다. 이 두 기술의 사용은 디자인의 세계화를 통한 디자인 대량 주문생산의 가능성을 보여준다. 만약 디자인 대량 주문생산이 가능하게 되면 현재 연구에 기초한 새로운 디자인 기술이 필요할 것이다. 이 연설은 창조적인 디자인 프로세스를 개발하는 현재 연구와 그들이 디자인 세계화에 미치는 영향을 다룰 것이다.

여기서 소개할 컴퓨터 모델은 유추, 진화론적 시스템 등을 이용한 디자인을 포함하는 디자인 프로세스를 다루고 있다. 이 컴퓨터 시스템은 자동적으로 디자인을 생산하는 것이 아니라 디자이너가 평가한 디자인을 생산할 수 있도록 돕는 것이다. 즉, 그것은 디자이너의 요구에 따라 혁신적이고 창조적인 디자인을 생산해낼 수 있도록 그 능력을 증폭시키는 것을 목적으로 한다. 따라서 이 시스템은 컴퓨터 사용과 디자인 생산자동화가 야기하는 표준화에 오히려 반대의 입장에 있다. 혁신적이고 창조적인 디자인을 생산해내도록 배가된 능력은 또한 그런 디자인에 대한 수요를 증가시킬 것이다. 세계화가 디자인 행위에 미칠 잠재적인 영향 또한 발표에서 설명될 것이다.



로더릭 로렌스 (Roderick Lawrence, Switzerland)

스위스 제네바 대학의 사회경제학부 교수
제네바 유럽 경제위원회의 주택, 밀딩, 계획 위원회 고문
파리 경제협력기구(OECD)의 도시문제 부서 고문을 역임
1994년 WHO(the World Health Organization)에서 환경과 건강을 위한 유럽센터(the European Centre for Environment and Health)의 학술 자문단으로서 임명
(스위스 불어권 지역의 일반 주거와 밀상생활) (1860-1960)
(주택, 주거, 집: 디자인 이론, 연구와 실제)
(우리 도시에 대한 더 깊은 이해: 도시 지표의 역할)
(인간 정착 유지: 새로운 밀레니엄에 대한 도전)

인류 거주지의 지속성: 새천년을 위한 총체적 개념

Sustaining Human Settlement: A Holistic Framework for the New Millennium

이 발표에서는 UNESCO MOST의 '사회적으로 지속 가능한 도시를 향하여' 라는 프로그램의 일환으로 진행 중인 연구를 간략하게 제시하고 있다. 이 연구는 정책결정에 있어 적절한 연구과제를 결정하는 데 참여할 수 있는 모든 잠재적 협력자가, 어떠한 이유와 방안으로 상호간 협력관계를 이용해 그들의 역할과 책임을 재정의해야 하는가를 보여주려고 한다. 이 협력관계의 틀 속에서는 정보와 지식의 전달이 닫힌 체제와는 사뭇 다르다는 것을 알 수 있다. 각 파트너간의 우선사항과 관점은 정규 회의 동안에 발표되고 논의될 수 있으며 이러한 접근방식은 제네바의 주택 관찰연구소에서 적용돼 왔다.

이 주택 관찰연구소는 민간분야, 공공분야, 제네바시, 부동산 보유자, 건물 조합, 제네바 대학 대표들이 공동으로 구축한 기구로서 상호간 의견을 수렴하여 양적, 질적인 측면에서 제네바 연방주의 주택 수요를 검토할 것을 결정하였다. 그는 연방 주택 관찰 연구소의 제네바 대학 대표로서 20,000 명의 인구가 거주하는 메이린(Meyrin)의 지방자치제에서 주택의 질적 측면을 확인하고 이해하기 위한 연구 프로그램을 고안하였다. 주택 관찰연구소에서의 협력자들의 관점과 지방자치제 대표자들의 관점은 연구의 주제와 방법을 정의하는 데 중요한 역할을 한다.

연구결과 90%의 응답자가 주택 단위, 주거빌딩과 이웃에 대하여 만족한다고 응답하였음에도 불구하고 27% 이상이 이주하기를 원하는지를 이해할 수 있는 몇 가지 중요한 문제를 확인할 수 있었다. 이러한 중요 문제는 통계적으로 분석하고, 지리학적 정보 시스템으로 설명하는 연구과정 등을 거쳐 수집된 정보와 자료로 해석될 수 있다. 이러한 종류의 시각적 설명들은 특별히 연구에 참여했던 거주자들과 같은 대중과 공공부문관계자, 그리고 주택 관찰연구소의 모든 협력자들이 연구결과를 서로 숙지하고 토의하는 데 도움을 준다. 보다 일반적인 수준에서 얘기하자면, 이러한 접근방법은 정책가들과 공공 행정가들이 연구자들과 연구계약 맺을 때 사용하는 전통적인 방법에 의문을 제기할 수 있는 좋은 근거를 제시한다. 참여적인 접근방법은 연구와 실제 사이의 정보와 지식 전달에 있어 공통 방법을 대체하는 데 사용될 수 있다. 이러한 방식은 연구자들을 위한 적절한 연구 계획서를 고안하기 위해 초기에 많은 실행자 그룹을 동참시킨다. 이러한 혁신적인 접근방법은 각자의 전문성을 유지시키고, 서로 배워가며 협동할 수 있도록 도움을 줄 것이다.



피터 슈미트 (Peter Schmid, Netherlands)

이탈리아 로마 출생
아인트호벤 기술대학(Eindhoven University of Technology) 교수 재직
네덜란드에서 "A Global Network of Peace Gardens" 프로젝트로 수상
(생태학적 디자인 입문 (An Introduction to Ecological Design))



지속가능한 건축물 디자인

Sustainable Building Design

디자인은 '그린(green)' 개념을 가질 때에만 '유니버설(universal)' 디자인이라 할 수 있다. 또한 디자인은 '그린(green)' 개념을 가질 때에만 '문화적(cultural)' 디자인이라 할 수 있다.

이러한 관점에서 '그린디자인'이란 인간과 자연과의 교류와 불가분의 관계를 자각하는 것을 의미하며, 이는 건물과 건축기술을 통해 반영된다.

'그린' 또는 지속 가능한 건축 디자인은 건축물의 제작과 유지관리를 포함한, 건물의 내부와 외부를 총괄하는 미시적이며 거시적인 영역을 모두 포함하며 따라서 모든 건축물의 영역이 여기에 포함한다고 할 수 있다. 모든 건물은 지속가능해야 하며 이 맥락에 준하는 가장 중요한 영역은 패러다임, 디자인 보조기구, 교육과정 및 사례 등에서 찾아볼 수 있다. 단순한 의미에서는 그린개념을 깨닫고 환경친화적이며 건강하고, 살기 좋고, 스마트한 지속가능한 건물 디자인 그 자체에서 찾아 볼 수 있다.



로저 코트니 (Roger Courtney, UK)

Cambridge, Bristol 그리고 Brunel 대학에서 학위 수여
영국 과학 기술 정책을 다루는 내각 사무국 최고 과학기술부 자원관리 책임.
BRE의 부이사장 및 부회장 역임
현 BRE 대표

환경친화적 건설을 위한 벤치마킹의 역할

(The Role of Benchmarking in Achieving Sustainable Construction)

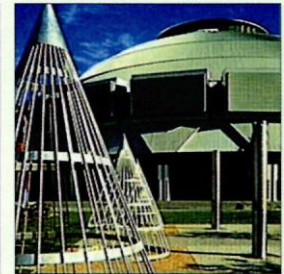
벤치마킹은 조직의 기능을 향상시키기 위해 실행 측면에서 다른 조직과 기능적으로 해당 조직을 비교하는 것을 말한다. 더 큰 의미의 벤치 마킹이란 개개의 건물이나 도시 지역의 건축물을 국내 혹은 국제적인 목표와 기준에 비교하여 해당 건물을 진일보시키는 데 이용될 수 있다. 이 강연은 막연하게 지속 가능성 여부를 밝히는 것이 아니라, 어떻게 벤치 마킹이 민간 회사와 공공 부문의 지속가능성 여부에 기여할 수 있는가와 또한 건축부문에 있어서 현재 추진되고 있는 벤치마킹을 보여주어 벤치마킹이 건축 환경의 지속 가능성을 위한 강력한 수단이 될 것이라는 것을 증명하게 될 것이다.

마이크 혼 (Mike Horne, Australia)

정부 건축 디자인 이사회(GADD: Government Architect Design Directorate)의 매니저
호주 환경건축 연구소, 뉴 사우스 웨일즈 그룹(New South Wales Group) 대표
아일랜드 국립 회의 (AILA National Councilor) 대표
NSW 도시 디자인 연합 등 창립멤버
캔버라 대학 조정건축과를 졸업



시드니 올림픽 경기장 건설부지 홈부시 베이 (Homebush Bay) 마스터플랜



시드니 올림픽 수퍼 돔. 일반적인 돔과 비교하여 효율적인 에너지 사용으로 이산화탄소의 방출을 줄일 수 있다.

시드니 올림픽 경기장 건설에 적용된 그린 디자인 기술

Green Design for the Sydney Olympics

홈부시 지역은 시드니 올림픽 게임의 주요 지역중의 하나이다. 주요 스포츠 경기장과 문화시설을 갖춘 중심부와 주위의 광범위한 공원들로 구성되어 있는 이 지역은 이전에는 심하게 오염된 버려진 산업 쓰레기로 둘러싸인 곳이었다.

이 연설은 '도시 중심부'를 위한 마스터 컨셉 디자인에 초점을 맞추고자 한다. 이 계획은 이 지역의 공공영역을 서로 연결시켜 올림픽 개최장으로 적합하게 만들고자 하는 목적 하에 이루어졌다. 통합된 공공 공간 체계는 홈부시의 전망을 일련의 의도적인 연관-즉 문화/환경, 자연/기술, 과거/현재/미래 안에서 새롭게 조형함으로써 새로운 차원의 풍부함과 의미를 제공한다. 특히 생태-포장도로와 구조화된 대지, 구성된 습지대가 개념적, 기능적으로 어떻게 연결되어 일종의 매뉴팩처 체계가 형성되었는지를 보여준다.

밀레니엄 파크랜드의 형성은 그 자체로 매우 혁신적인 변화다. 360ha의 버려진 습지는 모자이크 형식으로 조합되어 부근의 스포츠 경기, 거주, 산업 및 상업 용도의 지역들과 함께 통합된다. 이것은 장기 간의 실질적인 노력과 투자가 어떤 성과를 가져올 수 있는가에 대한 분명한 증거이다.

또한 나아가 하슬람 강(Haslam Creek)을 역동적인 다용도 습지체계로 개조한 것과 바다습지와 지방 플랜트 공동체를 보존한 것에 대해서도 다루게 될 것이며, 버려지는 물의 재활용 및 관리와 매립지 개선 등에 대해서도 언급할 것이다.



리니오 브루토메소 (Rinio Bruttomesso, Italy)

수변도시 국제센터 소장, 베니스
베니스건축대학 도시계획학부 교수
〈Aquapolis〉 편집자 - 수변도시 국제센터 발행 계간지
〈Water and Industrial Heritage〉 (1999)
〈LandWater International Terminals〉 (1998)
〈Cities on water and transport〉 (1995)
〈Waterfronts. A new frontier for cities on water, International Centre Cities on Water〉 (1993)



도시와 수자원 : 도시 재개발과 디자인을 위한 전략적 요소로서 워터프론트의 역할

Cities and Water: the Role of the Waterfront as a Strategic Factor in Re-design and Urban Development

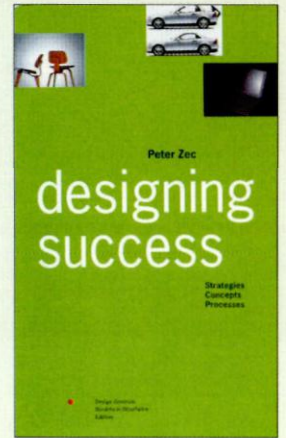
물의 현존, 과거에는 녹지가 가능한지와 관련된 문제였지만, 앞으로 다가올 미래의 이것은 도시 재편성에 있어서 필수적 요인의 하나가 될 것임에 틀림없다. 도시와 물과의 긍정적이며 다각화된 연계는 이 지역을 다루는 모든 계획작업의 본질적 대상이 될 것이며, 따라서 이 생동감 넘치는 도시의 일부본은 거주적 합성과 도시미학을 가능케 하는 매개가 될 것이다.

그러므로 수변공간은 도시의 개별적 부분으로서의 '기능'을 재정의하는 데 있어, 물과 도시공간 사이의 완충공간일 뿐 아니라 도시경제에 있어 사회적이고 경제적인 성장을 위한 새로운 장소로 기능할 수 있다는 전략적 측면이 부각될 필요가 있다. 이런 관점에서 물에 가깝게 접근해 있는 많은 도시들의 경우, 잘 보호하면서 또한 개발한다면 수변공간은 매우 바람직한 결과를 가져올 수 있는 훌륭한 자산으로 부각될 것이다.



피터 젝 (Peter Zec, Germany)

현 독일 디자인 센터 NRW 디자인 쉼터(Design Zentrum Nordrhein Westfalen) 소장
현 독일 베를린 대학에서 비즈니스 커뮤니케이션(Business Communication) 강의
독일 그래픽 디자이너 협회(BDG)와 독일 산업 디자이너 협회(VDID) 디렉터로 활동
한국 산업디자인 진흥원(KIDP)과 관련된 디자인진흥사업의 자문으로 활동
디자인 쉼터 주최의 국제적인 상품디자인 대회(Design Innovation Competition) 개최



당신의 디자인은 얼마나 친환경적인가

How green is your design

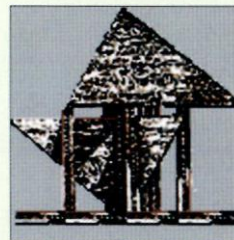
오늘날 세계에서 기업이 살아남기란 쉬운 일이 아니지만, 계속 심화되어 가는 판매경쟁 속에서 많은 기업들이 현재까지도 어떠한 장기적인 개발에 대한 생각이나 판매전략 없이, 그저 질 좋은 제품을 합리적인 가격에 판매하는 것만이 성공하는 길이라고 여기고 있다.

그러나 오늘날 기업들은 완전히 새로운 도전들에 직면해 있고, 다른 경쟁자들에 맞서 전략적 방향을 전환할 필요성이 있으며, 그러한 방법중의 하나가 디자인이다. 디자인은 특별히 양적인 요소보다 질적인 요소들을 중시하는 기업들에 있어 중요한 주제이며, 오직 디자인을 통해서만이 장기적으로 성공할 수 있다. 여기서 기업의 환경에 대한 책임의식이 중요하고, 기업가들의 활동은 항상 책임이 따라야 하며, 그들의 활동은 항상 사회와 환경을 고려해야 한다. 왜냐하면 기업의 활동 그 자체가 우리들이 살아가는 세상을 창조하는 활동이며 이 세상의 환경과 가치는 기업의 활동에 의하여 크게 영향을 받기 때문이다. 모든 새로운 제품의 창조는 그것이 우리의 삶을 어떻게 바꿀 것인가에 대한 고려를 수반하며, 이것은 피할 수 없는 기업의 책임이다. 따라서 기업은 개인들보다 중대한 의무를 지며, 그들이 생산하는 제품은 우리의 환경을 더 좋게도 혹은 더 나쁘게도 변화시킬 수 있을 뿐 아니라, 무책임한 디자인은 사회에 큰 부담을 안겨줄 수 있다.



파올로 솔레리 (Paolo Soleri, USA)

1919년 이탈리아 투린(Turin) 출생
토리노 공대(Torino Polytechnico)의 건축부문에 박사학위 수여
비영리 교육 재단인 코산티(Cosanti) 재단 설립
아리조나 주립대학(Arizona State University)의 건축대학 강의



Paolo Soleri의 미래 비전

Future Envisioned by Paolo Soleri

100억 명의 사람들을 위한 음식과 쉼터를 발견할 수 있다면 누구나 풍요롭고 다양한 문화를 향유하며 공평한 대우를 받을 것이다. 도시는 이러한 역할을 가장 잘 수행할 수 있고 명쾌히 풀어낼 수 있음을 증명하였다. 인간(모든 조직)의 내부 논리는 한없이 미묘하고 끝으로 갈수록 그 크기는 미미하다. 거주지 논리는 그것이 거대화를 지향하면서 처음부터 그 종말을 예고하였다. 도시가 정제되는 것은 문명이 정제되는 것을 뜻한다. 도시 외곽의 주거지는 이미 환경과 사회의 취약성을 드러내고 있다. 그러나 이것은 단지 시작일 뿐이다. 우리는 불규칙적으로 확장되어가는 현상을 우리의 적으로 규정하고 이에 적극적으로 대항해 나가야만 한다.



마틴 차터 (Martin Charter, UK)

마틴 차터는 유니버시티 칼리지(University College)의 서예 & 디자인 연구소에 속해 있는 지속가능한 상품 디자인(Sustainable Product Design)분과 초빙교수이자 코디네이터다. 1988년 이후 오랫동안 그는 컨설턴트, 출판, 이벤트와 리서치 등을 통해 비즈니스와 환경이라는 문제를 다루었고, 이전에는 조경(gardening)을 위한 전략, 리서치와 마케팅, 건축, 상업전시, 자금조달, 컨설턴트 분야에서 일했었다. 마틴은 영국 최초의 SMEs를 위한 그린 비즈니스 클럽의 코디네이터로 일했고 현재는 '생산자의 책임성' 문제에 초점을 맞춘 지역 네트워크를 지도하고 있다. 또한 <녹색 경영 편지>와 <녹색 경영 인터내셔널(The Green Management Letter and Greener Management International)>의 편집장을 역임한 바 있으며 현재는 <지속가능한 상품 디자인 저널>의 편집인으로 일하고 있다. 저서로는 <녹색 마케팅> (1992, 1999), <녹색경영 지도자(e-book)> (1996) <에코 디자인 경영> (1997), <지속가능한 해법> (2000 출판예정) 등이 있으며 지속가능한 상품 디자인, 에코-상품 개발, 전자-상거래, 창의성 & 혁신에 학문적이면서 사업적인 관심을 가지고 있다.



수잔 제이콥스 록하르트 (Susan Jacobs Lockhart, USA)

수잔 제이콥스 록하르트는 프랭크 로이드 라이트 건축학교(Frank Lloyd Wright School of Architecture)의 행정관이자 선임이사다. 미국의 위스콘신-매디슨 대학, 이탈리아 로마 등지에서 파인아트, 음악, 무용을 공부한 그녀는 오랫동안 프랭크 로이드 라이트 건축학교에서 연구와 강의에 힘썼다. 지금은 이 학교 학사 및 석사과정 프로그램의 건축 고문, 평가인, 강사로 있는 수잔은 1943년 라이트(Wright)에 의해 디자인된, 지속가능한 건축물의 역사적 한 예인, 고라 헤미사이클 거주지(Golar Hemicycle residence)의 건축을 도왔다. 아리조나, 위스콘신 등지를 중심으로 장식 아트-글래스, 나무, 섬유, 석기(石器), 도자기 디자인분야에서 활발하게 활동한 그녀는 현재 프랭크 로이드 라이트 빌딩 감독 위원으로 연구여행을 하면서 도교에서 건축물 역사보존에 관한 강연을 하고 있다.

문화디자인세계대회

Cultural Design Conference

11월 17일 ~ 22일

전통, 현대 그리고 미래의 다양한 문화가 서로 어우러지는 문화디자인 세계대회는 새천년 건설환경 디자인대회의 마지막을 장식할 것이다. 이 대회는 삶의 질을 향상시키는 전통 및 현대의 문화적 다양성과 미학적 문화 특성, 미래 디지털 문화에 역점을 두면서 인간과 건설환경의 관계 및 결속력을 강화시키는 방법을 모색하는 자리가 될 것이다. 또한 문화 디자인의 특별 심포지움은 전통을 화두로 삼은 공간미학과 박물관, 지역적 전통과 세계적 보편성을 다루는 글로벌 디자인, 현재 디자인계의 핫이슈인 치료환경, 사무환경, 공항 등이 특별주제로 다뤄지며, 미래 환경의 핵심어로 부상한 디지털에 관한 '디지털 미래와 문화'가 LG전자와 공동주최로 열릴 예정이다.

November 17th-22nd : Cultural Design Conference will be the culminating event of the World Congress on Environmental Design for the Millennium, examining ways to bring together diverse traditional, present, and future cultures in harmony. Emphasizing the importance of relationship between culture and built-environment, especially in the respect of multicultural environment and its aesthetics. As a part of the Culture Design Conference program, a three-part special symposiums will discuss various issues on Space Aesthetics and Museums, Local Tradition and Global Universalism, Therapy Environment, Work Environment, Airports. In cooperation with the LG Electronics, the World Congress will hold special conference on "Digital Future and Culture."

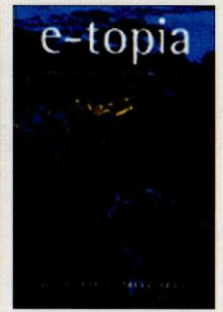
	11. 17 (Fri)	11. 18 (Sat)	11. 19 (Sun)	11. 20 (Mon)	11. 21 (Tue)	11. 22 (Wed)
9:00	특별 국제 심포지움	개회 기조연설 1	스페셜 심포지움 6	^P^ 대회 발표물 프리젠테이션	현장답사	현장답사
10:00						
10:30						
12:00	디지털 미래의 문화	기조연설 2 기조연설 3		^S^ 디자인 샐렛	현장답사	현장답사
1:30						
3:00						
3:30	디지털 미래의 문화	스페셜 심포지움 1	스페셜 심포지움 2	스페셜 심포지움 3	스페셜 심포지움 4	스페셜 심포지움 5
5:30						
6:30						
9:00	Free Evening	환영만찬 스페셜 비주얼 프리젠테이션	Free Evening	연회	Free Evening	Free Evening

<P> : Professional <S> : Student



윌리엄 미첼 (William Mitchell, USA)

MIT의 건축대학 학장, 건축학, 미디어학과 교수, MIT 총장의 건축 고문
UCLA(University of California, Los Angeles)와 하버드 대학 디자인 대학원 교수 역임
오스트레일리아 왕립건축협회와 미국 예술과학 대학 회원
<E-Topia : Urban Life Jim - But Not As We Know It>
<비트의 도시: 공간, 장소와 정보의 열차 City of Bits: Space, Place, and the Infobahn>
<디지털 디자인 미디어>
<디지털 이미징: 포스트 포토그래픽 시대에서의 시각적 진실>
<건축의 형태언어: 디자인, 컴퓨터 작업과 인식>



(e-Topia)

도시+ 네트워크: 이토피아 e-Topia

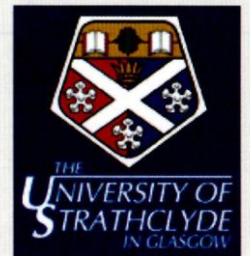
윌리엄 미첼은 디자인 이론, 건축 및 도시계획에 있어 컴퓨터의 적용, 이미지와 이미지 합성에 관하여 연구하고 이를 강의하고 있다. 그는 미국 IT 기업들의 후원으로 설립된 MIT의 media lab.을 통해 새로운 기술이 주는 가능성을 누구보다도 먼저 경험하고 교육에 적용하고 있으며, Microsoft 등 많은 기업의 자문역을 맡기도 하였다.

그는 이번 강연에서 정보기술(IT)이라는 이중의 구조가 가져온 도시환경과 인간 삶의 패턴 변화를 동시대적/비동시대적, 지역적/전역적 관계로 설명할 것이다. 또한 물리적 도시, 교통체계와 새로 등장한 발달된 통신 등이 총체적으로 만들어내는 네트워크의 복잡성을 설명할 것이며, 이를 통해 앞으로 디지털로 인해 변하게 될 미래에 대한 인간생활과 커뮤니케이션의 비전을 제시할 것이다.



토마스 마커스 (Thomas A. Markus, UK)

스트라클라이드 대학교(University of Strathclyde) 건물과학부(Building Science)의 교수
건축가, 건물 전문가(buiding scientist), 건축 역사학자, 이론가
<건물과 힘: 현대 건축물 유형의 기원에 있어 자유와 통제> (1993)



환경의 힘으로써의 건축언어: 건물과 텍스트

Language as a Power in the Environment: Building and Their Texts

의사소통을 위해 말 또는 글로 표현되는 '언어'는 인간을 동물로부터 구별시키는 가장 중요한 특징이다. 말하기와 듣기가 사회적 활동이기 때문에, 언어생활과 밀접하게 관련된 디자인과 건축작업 또한 사회적 활동이라 할 수 있다. 언어활동은 교육, 토론, 논쟁, 평가, 보고서 작성, 교과서, 논문, 건축법 및 인쇄, 라디오, 텔레비전과 인터넷, 전시, 관광객 및 유적지 안내서 등과 같은 미디어 분야를 포함하고 있다.

언어는 항상 개인 혹은 집단의 가치, 지각, 행동 그리고 정치적 입장을 표현하는 수단이다. 비록 어떠한 논지에 있어 중립적, 객관적 또는 기술적으로 표현하였다고 주장하는 경우가 흔히 있지만 사실상 언어가 순수해지기란 불가능하다. 본문의 구성, 논조, 사용된 단어 및 아이디어와 사람, 대상의 분류를 통해 더 나아가 묵시적인 방법(말할 수 있지만 말하지 않은 것)을 통해 글로 표현되지 않은 작가의 의도는 항상 존재한다. 이러한 의도에는 성별, 사회적, 경제적 지위, 민족성에 따른 입장과 의사를 반영하며, 특히 내재하는 갈등 및 저항을 반영할 것이다. 도시나 건물을 다룰 경우, 학습하고 디자인하고 건축하는 방식뿐만 아니라 건축에 대한 비판적 시각을 형성하는 데도 커다란 작용을 한다.

이 연설에서는 건축물과 그것에 관한 저서들의 과거 및 현재의 예를 통해 그들 사이의 관계를 밝히고 그러한 저서들이 어떻게 사회적 진행과정을 통해 건축환경에 실질적 영향을 미쳤는가를 제시할 것이다. 건축에 관한 짧은 기사들, 관광객 안내서, 교육자료 및 건축법 등이 예로서 제시될 것이며 특히 건축가와 건축 이론가들이 글을 쓰는 방법 및 그들의 집필활동에 이를 반영하는 방식에 역점을 두어 발표할 것이다.



그레고리 애쉬워스 (Gregory Ashworth, Netherlands)

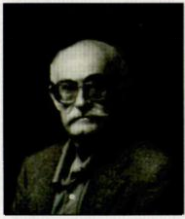
케임브리지의 성 요한대학(St. John's College), 리딩대학교(University of Reading), 런던 버베크 대학(Birkbeck College)에서 경제학과 지리학을 수학
그로닝겐 대학의 교수
공간과학부(Spatial Science)의 공간정책연구대학(International school of spatial policy studies) 학장으로 재직
<유럽의 도시(The Europe city)>
<도시 팔기(Selling the city)> (1990)
<도시중심부 경영학(City Centre Management)> (1998)
<오래된 내부 도시와 정책(Inner city used and policies)> (1998)

도시의 문화유산, 디자인 그리고 그 의미 Heritage, Design and the Meaning of Cities

문화유산은 현재의 욕구를 만족시키기 위해 과거를 상품화한 것이며, 보존된 환경은 이러한 문화유산을 창조하고 전수하기 위한 주요 수단으로 간주돼 왔다.

다문화주의는 문화유산에 대해 두 가지 측면에 도전하고 있다. 첫째, 사회적 단절을 위해서, 혹은 단순히 문화유산의 부조화라는 결과를 피하기 위하여 현존하는 문화적 다양성이 문화유산 보급에 반영되어야 한다는 요구가 널리 인식되고 있다는 것이다. 둘째, 보다 수단적인 측면으로서는 다문화적인 정책을 수행함에 있어 문화유산이 중요한 도구로 사용될 가능성이 있다는 것이다. 그러나 양자 모두 본 연설에서 다룰 많은 딜레마와 직면하게 된다. 이는 공간적 스케일의 역설을 포함하고 있다. 우리는 한 지역이 세계화 되는 동시에 세계가 지역 특성에 맞게 변형되는 풍토화를 동시에 목격하고 있다. 도시계획 전반과 좀 더 사소한 디자인 문제 양쪽 모두에 있어 다양한 경제적, 조직적, 정치적인 이유로 인해 이질적인 것들 사이의 뚜렷한 동질화가 일어나고 있다. 이와 같이 문화유산은 독특하고 개별적인 장소와 독자성을 표현하는 수단인 동시에 증가하는 국제적 도시조경 표준화의 도구이기도 하다.

세계적인 문화유산 관리기관은 실제적으로 과거(문화유산)를 국유화하는 것을 반대하기 보다는 장려하는 방향으로 운영되는 경향이 있다. 만일 문화유산의 사용자가 정해져 있고, 모든 문화유산이 더 확장되어 다양하게 매매될 수 있다면 같은 문화유산이 다양한 범주의 사용자들에게 도움이 될 것이다. 다문화정책의 목표는 이같이 매우 다른, 어쩌면 상충되는 경제적, 사회적, 정치적 목적들과 공존할 것이다. 결과적으로 다문화주의와 다문화정책은 일반적으로 모호하게 정의되어 왔으며, 전세계에 걸쳐 수많은 모델들이 다양한 수준에서 적용되어져 왔다. 이 연설은 이러한 모델들의 딜레마와 모순들에 접근하는 실제적인 방법을 제공하고자 하는 것이다.



아모스 라포포트 (Amos Rapoport, USA)

현 위스콘신-밀워키 대학의 건축 및 도시계획학부 명예교수
건축비평국제위원회(the International Committee of Architectural Critics)의 회원
<도시 생태학(URBAN ECOLOGY)> 편집장 역임
EDRA(Environmental Design Research Association)로부터 공로상 수상
<주거 형태와 문화> (1969)
<도시 형태의 인간적 측면> (1977)
<건축환경의 의미> (1982, 1990)
<환경디자인의 역사와 선례> (1990)

환경 디자인에 어떻게 문화를 활용할 것인가 Using Culture in Environmental Design

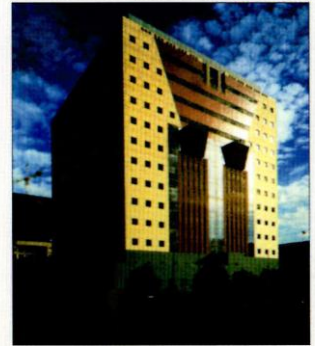
이 강연은 개념적이고 방법론적이어서 열거한 모든 것이 환경 범주에 공통으로 적용될 수 있다. 즉 모든 환경 규모에 적용되며, 모든 유형에 적용되며 또한 모든 개별 주제에 맞추어 다루어질 수 있다. 최근 물리적 환경과 인간의 관계 속에서 문화가 갖는 역할에 대한 관심이 증가하고 있다. 이 점에 대해서는 논란이 없을 것이다. 중요한 문제는 그럼에도 불구하고, 왜 그러한 문제가 연구에서 드물게 다루어지며, 디자인에 있어서는 거의 다루어지지 않는가 하는 것이며, 또한 왜 중요하게 평가될 수 없다고 주장하는가 라는 것이다. 이에 대한 대답은 두 가지이다. 첫째는 '문화'라는 개념 자체가 명확히 정의되어 있지 못하며, 환경 디자인에 있어서 문화가 수행할 수 있는 역할 또한 명료화 되지 않았다는 것이며, 둘째는 문화의 개념이 너무나 방대하거나 너무 추상적이기 때문에 그러한 개념을 사용하는 것이 불가능하다는 것이다.

'문화'의 명확한 정의에 대해서는 간략하게 검토·논의하는 한편 '문화'의 개념을 좀 더 구체적으로 만들어가는 방법을 다루게 될 것이다. 이러한 일반적인 접근은 문화의 개념을 해체하여 선택, 사용할 수 있게 함으로써 문화를 구성하는 특정요소의 규정과 문화에 대한 좀 더 구체적인 표현을 가능케 할 것이다. 이러한 조작된 '문화'의 개념은 적어도 연구에 있어서는 역시 조작된 개념으로써의 다양한 '환경'의 측면과 상대적으로 쉽게 관련되어 질 수 있음을 보여준다. 그러나 디자인에 있어서 유용한 문화의 개념은 예술의 형태보다는 과학적 연구를 적용함으로써 재정의 돼야 한다. 이렇게 되기 위해 환경행태연구의 이론을 발전시켜야 할 필요성이 있으며 이 부분 역시 주의 깊게 다루게 될 것이다.



마이클 그레이브스 (Michael Graves, USA)

신시내티 대학에서 건축을 전공, 하버드 대학에서 석사
프린스턴 대학 교수.
아메리칸 아카데미 이사



전통적 정신과 이미지를 현대 디자인으로 변형해 내는 창조성 Creativity in Transforming Old Spirit & Images into Contemporary World

그레이브스는 역사와 문화, 그 곳에서 보여지는 의미의 문제를 규명하기 위하여 의미론의 개념을 수용하고 있다. 의미론적 차원이란 내재적 의미와 외형적 의미의 차원이 이차원적으로 전개되고 있다. 내재적 의미란 르코르뷔제의 기계형태학적 입체파와 엄격하고 이지적인 구조를 추구한다는 점에서 일맥상통한다. 마이클 그레이브스에게 의미를 생성하는 기본원리는 은유이며 그 은유적 차원에서 그의 건축에 자주 인용되는 기동들은 완전한 하나의 원형을 지니고 있어 새로운 의미체계로 강렬한 신화적 의미를 갖는다. 1970년대 중반 이후 주로 인용되는 기동은 고전적 아름다움으로서의 의미는 사라지고 형태만 남게 된다. 플로색 주택의 주 출입구인 두 개의 기동은 기존 환경과의 조화에 민감하게 반응하는 프로젝트다. 또한 그레이브스가 만들어 내는 은유적 환경은 색채의 적극적인 사용에 의해 창조된다. 그 색채들은 미국의 지역성을 표현하고 환기시킨다.

그레이브스는 상징적 의미를 강조하기 위해 이중성의 개념을 통하여 요소의 의미개념을 도입한다. 의미/형태, 자연/문명, 서술/묘사, 심층적/표층적 등의 이분법적 사고방식을 갖는다. 똑같은 원리로 그레이브스의 건축물에서 차가운 색과 따뜻한 색, 남성과 여성, 직선과 곡선, 인공과 자연, 수직선과 수평선 등과 같은 여러 쌍의 대립구도가 형성되면서 이것들 사이의 이중적 관계로부터 다양한 의미작용이 일어나게 된다.



마리오 보타 (Mario Botta, Switzerland)

1943년 스위스 출생
New Swiss Italian University 교수
베니스 건축대학에서 공부
1989 CICA 건축상
1993 대리석 건축상,
1993 국제 건축비평가상 수상



장 텅글리 박물관

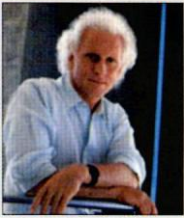


건축물의 윤리 The Ethics of Building

마리오 보타는 "건축이란 정체성의 상실로부터 벗어나기 위한 수단이며 일상생활의 무료함으로부터 탈출하기 위한 방편인 동시에 소비사회로부터 이탈하기 위한 도구여야 한다"고 주장하며 끊임없이 지역성을 탐구하는 건축가다. 그의 건축세계는 강력한 기하학적 형태, 빛과 어두움을 이용한 공간연출, 그리고 철저하고도 환상적인 디테일의 3대 요소로 특징지어진다.

건축 작업은 건축가의 생각, 관념, 그리고 물리적 실체라는 두 의미의 합성어이다. 그러나 건축은 추상적인 것이므로 오직 건물로 실체화된 것만이 인간의 욕구를 충분히 충족시킬 수 있으며 문서로 된 프로젝트 이상의 무한한 흥미를 느끼게 한다. 또한 건축은 미학적인 것 이전에 윤리적인 학습이다. 왜냐하면 인간사회의 공간구조 안에는 어떤 특정한 거주 원칙을 선호하는 경향을 지닌 윤리적 긴장이 있다. 건축이 지어졌을 때 이러한 원칙들은 거주자의 '권리' 즉, 사람들이 원하는 대로 건물들을 이용할 자유가 있는 '천부적' 권리가 된다. 이러한 도덕적 차원은 건축이라고 하는 것이 이상적이고 지적인 측면에서 뿐만 아니라 개별 시민들의 건축물과의 실제적 관계를 지속시킬 수 있는 구체적이면서도 유용한 어떤 것으로 되어야 함을 의미한다.

이번 대회에서 그는 지나치게 기능중심으로 해석되는 근대건축에 반하는 건축의 또 다른 세계를 우리에게 보여줄 것이다.



안톤 프리닥 (Antoine Predock, USA)

뉴욕 콜람비아 대학에서 건축 외에도 미술과 무용을 공부



환경에 혼을 부여하는 주요 원천으로서의 지역 문화

Regional Culture as the Major Source for Spirit of Environment

안톤 프리닥은 지역주의 건축가라는 꼬리표를 더 이상 원하지 않지만 성스러운 산 밑에 세속과 초월의 세계가 혼재하는 인디언 폐허의 도시 앨버커키는 여전히 그에게 정신적인 메카로 남아 있다. 과거와 현재와 미래를 넘나드는 시간적 초월성은 이 메카의 울타리를 벗어나지 못하고 공간의 한계성과 극한의 대비를 이룬다.

그의 작업은 항상 하늘과 땅을 동시에 향하고 있다. 디자인에서의 기본적인 접근은 대지에 잘 들어맞으며 장소의 영혼을 불러내는 자연과 문화가 그의 디자인에 있어서 중요한 요소이다. 특히 관심사는 "어떻게 건축물이 주변환경과 상호 작용하는가"이다. 그는 그의 작품을 추상적 풍경의 스타일이라고 말한다. 즉, 건축물을 주변 풍경에 혼합시킨다. 그래서 대부분의 작품들이 사막같은 남서부의 혹독한 기후와 거친 지형에서 이루어진 지역적 스타일인 것이다.

그는 새로운 장소와 부딪히게 되면 이를 다른 방식으로 해석한다. 그 해석은 염서, 잡지, 현지 화폐 등을 결합해 만드는 콜라주에서 드로잉, 문학에 이르기까지 다양한 매체를 통해서 이루어진다. 특히 드로잉은 프로젝트를 실현하는데 필수적이다.



관 자오 예 (Guan Zhao Ye, China)

현 중국 청화대학(Tsinghua University) 건축과 교수
현 Chinese Academy of Engineering 회원
베이징 청화도서관(Tsinghua Library)에서 주는 주의회 금메달 수상

중국의 공간미학과 문화

Living Spaces of China

본 발표에서는 아시아권의 전통문화가 갖는 다양한 모습을 비교 이해하기 위한 중국의 사례로, 유네스코가 세계 문화 유산지로 지정한 중국 남서지방에 있는 리지양(Lijiang)을 중심으로 소개할 것이다. 이곳은 매우 잘 보존된 역사적, 문화적 도시로 상업적, 전략적으로 중요한 주변 지역들과 조화롭게 공존하고 있다. 이곳의 건축양식은 중국 수세기의 역사와 함께 일어났던 몇 개 문화의 요소들이 공존하여 나타나고 있는데 현재에도 여전히 효율적으로 그 기능을 다하고 있는 고대 수하 공급시스템의 복잡하고 정교한 창의성이 남아 있는 곳이기도 하다. 전통문화를 현대에까지 이어오면서 유지하는 문화에 대해 우리의 생활환경을 개선하기 위한 새로운 방법을 찾고 있는 현대의 건축가와 도시 설계자들에게 영감을 불러일으킬 수 있는 있을 것이며, 중국 전통의 건축 및 생활문화가 갖는 고유의 특성을 깊이 살펴보고 이해할 수 있는 기회가 될 것이다.



배리 로드 (Barry Lord, Canada)

박물관 설계자
LORD Cultural Resources Planning & Management Inc. 부사장
(The Manual of Museum Planning) (1991)
(The Manual of Museum Management) (1997)
(The Manual of Museum Planning) (1999)



용산 새 국립중앙 박물관 외관 및 내부 디자인

인류 정신의 맥락을 이어주는 박물관

Museum as a Linkage of Human Spirit

박물관은 예술작품, 역사적 유물, 또는 과학적 표본의 전시와 설명뿐만 아니라 물질 유산의 보존이라는 이중의 목적을 지니고 있다. 이러한 이유로 전시회를 개발하기 위한 박물관 체제는 연극을 만들어내는 극장만큼 단순하지 않다. 박물관 전시는 통상의 수단이며, 그러한 관점에서 평가되어야 한다. 따라서 그것은 근본적으로 디자인의 문제가 아니라 예술작품, 유물 또는 표본(specimen)의 의미를 어떻게 전달하는가 하는 문제인 것이다. 한편으로는 연구 및 전시작품에 대한 감성능력과 해박한 지식을 필요로 하지만 동시에 방문객의 입장에서 그들에게 흥미롭고 계몽적인 경험을 제공하는 편안하면서도 영향력을 미치는 학습 과정의 일부로써 의미를 가져야 한다. 전시회의 평가는 계획 및 디자인 과정의 일부로 시작되어야만 하며 위와 같은 기준에 기초를 두어야만 한다.

본 강연은 흥미로우면서도 계몽적인 관람객 경험을 제공하며 편안하면서도 영향력 있는 학습 환경 내의 커뮤니케이션 수단으로의 박물관 전시회 및 디자인 접근 방식을 확립하는데 그 목적이 있다. 또한 LORD Cultural Resources Planning & Management Inc.의 플래닝, 디자인 및 전시회 관리에 관한 범세계적인 경험, TSO의 Gail과 Barry Lord가 집필하고 편집한 박물관 매뉴얼 시리즈로 2000년 9월에 런던에서 출판될 새 책인 <The Manual of Museum Exhibitions>을 위한 연구를 기초로 강연할 것이다. 이후 서울의 박물관 전시에 대해서는 한국의 박물관 전문가와 학생들과의 회의를 통해 적용될 것이다. 이에 대한 결과는 본회의 중 발표될 예정이다.



웨이인 루가 (Wayne Ruga, USA)

헬스디자인 센터 창립자 및 회장
하버드 대학 디자인대학원 연구원 활동
〈혁신적 헬스케어 디자인 (Innovations in Healthcare Design)〉
〈헬스케어 디자인 (Healthcare Design)〉

치료 및 보호 환경을 위한 새로운 문화의 창조

Creating a New Culture for Healing and Caring Environments

오늘날 대부분의 개발도상국 사람들은 산업혁명이 몰고 온 패러다임에 따라 디자인된 건설 환경 속에서 거주하며 일하고 있다. 우리들의 환경이란 기술적 의미에서 효율적인 '박스들'로 규정되었으며, 박스들로 하여금 우리들의 인간적인 요구들을 지원하게끔 하였다. 그러나 이런 환경들이 진실로 우리들의 인간적 요구들을 지원하는가?

이번 연설에서는 '치료환경(Healing and Caring Environments)'의 진정한 의미를 규정하여 분명히 할 것이다. 더욱 중요한 것은, 이번 발표가 최대한의 광범위한 맥락 속에서 지속가능성의 역할을 고려할 것이라는 사실이다. 이 논의는 하나의 문화적 예시로써, 또한 그것이 어떠한 환경 조건 아래에서도 적용될 수 있음을 고려함으로써 지지될 것이다.

지금까지의 논리를 따르다면 다음과 같은 결론에 도달할 수 있다. 즉 환경이 문화의 산물이라면, 환경의 질을 향상시키는 가장 강력한 수단은 다른 어떤 문화를 발전시키는 일일 것이다. 그러나 말은 쉽지만 실천하기가 어렵다.

이번 연설에서는 문화의 진정한 의미를 드러낼 것이다. 즉 치료환경을 창조한다는 목적 아래 환자들을 위한 유니버설한 문화적 이상을 제시할 것이다. 그런 환경 속에서 환자들은 그들 자신의 삶 속에서 '인간의 존재'와 '인간의 창조물' 사이에 일어나는 절묘한 상관관계를 감지할 수 있을 것이다.



딕 어번 베스트브로 (Dick Urban Vestbro, Sweden)

로알 공과대학 건축환경 분석학 교수
IAPS (International Architect for People Environment Studies)의 회원
〈스칸디나비아의 집합주거〉
〈어떻게 페미니즘은 모더니스트의 시도를 교정했는가〉

선진국과 개발도상국 주거 단지 및 도시계획에 미친 모더니즘의 영향

The Relevance of Modernism in Housing and Town Planning in Developing and Developed Countries

이 강연에서는 공동협력과 민주적 참여, 남녀의 동등한 기회보장을 진작시키기 위한 이전의 건축 및 지역 프로젝트들과 현재 진행되고 있는 사례들이 제시될 것이다. 스웨덴과 기타 서구의 집합주택(collective housing)과 주택지구 사례들이 슬라이드로 보여질 것이며 지역 공동체가 추구하는 것과 성공의 단계들이 이 공동체 형성시기에 디자인 요소가 맡았던 역할과 함께 논의될 것이다. 초기 집합주택 주거단위의 중요한 목적은 주부가 가사와 직업을 조화시킬 수 있도록 하는 것이었다. 또한 주택지구 계획의 주요 목적은 정치 및 사회생활에 구성원을 민주적으로 참여할 수 있도록 하며, 건강과 문화, 교육을 촉진시키는 것이었다. 그후의 집합주택 모델은 인간관계가 약화되고 거대화된 도시환경 속에서 익명성이 증가함에 따라 공동체 의식을 고취시키고 안전성을 확보하기 위한 목적을 가지게 되었다. 따라서 공동체 의식의 고양을 통한 협력과 민주적 참여가 물리적 도시계획을 통해 성취될 수 있는지, 그렇지 않다면 사회적 요소가 이에 대한 주요한 역할을 하는 지에 대한 문제가 제기된다. 이 프로젝트는 공동체가 갖추어야 할 이상적인 요소와 지속가능한 발전을 위한 요구에 비추어 공동주택의 미래와 이상 등을 제시할 것이다.



알란 딜라니 (Alan Dilani, Sweden)

국제 건강과 디자인 학술원(International Academy for Health and Design)의 설립자
국제 공공건강단체(International Public Health Group-UIA)의 회원
제 19차 국제 공공건강 세미나(19th International Public Health seminar)의 발기인
〈병원계획에 있어서 디자인과 보호〉
〈지지 환경으로서의 헬스케어 건축〉 저술

정신사회학적으로 환자를 지원하는 환경디자인을 통해 새로운 치료문화의 창조

Creating a New Culture for Psychosocially Supportive Design

알란 딜라니는 스톡홀름의 왕립공과대학에서 수행한 현대의 병원 디자인에 적용된 전략 및 기준과 기본 아이디어를 소개하며 특히 그 발전 과정을 단계별로 제시한다. 프리젠테이션은 3단계의 분석으로 이루어지는데 첫 단계는 총체적인 역사적 관점에서 본 병원 건축의 발달에 대한 내용이다. 다음은 지역환경과 보호철학의 관점을 강조한 9개의 간호 병동에 대한 분석이며, 마지막 세번째 단계는 현대 병원 디자인의 예로써 노르웨이 트론헤임에 있는 대학병원, RIT 2000의 병원시설 디자인에 대한 분석으로 구성된다.

본 연구는 관찰과 면담, 그리고 디자인 관련 문서와 문헌 연구의 분석에 의해 얻어진 실증적 자료에 근거하고 있다. 기획 의도는 상대적으로 소규모이면서도 헬스케어 작업의 분산화 등의 목적에 부합할 수 있는 헬스케어 환경을 창조하기 위한 것까지 시도들을 살피는 것이다. 또한 환자 중심의 헬스케어와 플랜트리(planetree) 철학의 개념이 적용된 RIT2000의 사례연구를 중심으로 병원의 구조와 보호 철학에 관한 최신의 아이디어들이 논의될 것이다. 본 강연은 정치가와 실제 디자이너 뿐만 아니라 연구자, 병원관계자, 의사 결정권자, 프로젝트 인솔자, 계획가, 건축가 및 헬스케어 시설 매니저들에게 도움을 줄 것이다.



웨이 르두 (Faye J. LeDoux, USA)

헬스케어의 인터리어 프로젝트 디렉터 현 부회장
미국 건축가 협회의 미네소타 조합 및 국제 시설관리 연합 회원으로 활동
1996년 연세대학교 의료 센터로 현대 헬스케어 디자인상 수상
1994년 위스콘신의 Luther 병원 응급실 디자인으로 미 실내 디자이너 협회상 수상



병원 디자인 이미지

다양한 문화권에서의 병원 디자인

Hospital Design in Different Cultures

다양한 문화에 대해 이해하고 대응하는 디자인은 세계적인 헬스케어 센터 뿐 아니라 지역적 차이가 심한 북미에도 적용된다. 예를 들면 지난 10년 동안 미국 내 병원들은 환자의 치료를 증진시키는 보조 시스템의 중요성을 깨닫게 되었고, 이런 흐름과 발맞추어 설계자 및 디자이너들은 환자의 친구나 가족의 숙식을 제공하는 부가적인 공간과 지원 기능을 헬스케어 센터 내에 배치할 필요성을 주장해 왔다. 그러나 이와는 달리 아시아에서는 사회적으로 병원에 환자와 동행하고, 그들의 기본적인 요구를 받아주는 환자 보호자의 역할이 관례화되어 있으므로, 병원은 환자 보호자들의 주둔을 오랫동안 지원하고, 그들을 위한 공간을 센터 내에 마련해왔다.

이 프리젠테이션에서는 이와 같이 지역적 관습, 사회적 규범, 종교적 믿음 및 국가적으로 위임된 빌딩 코드 등의 다양한 문화적 측면이 어떻게 헬스케어 기관 디자인에 영향을 주는가에 대해 개괄적으로 살펴볼 것이다. 토론을 통해 비교를 하고, 국제적 경험을 통해 얻은 시각적 자료들을 제시할 것이다. 또한 러시아와 북유럽 국가들이 사용하고 있는, 환자와 직원들이 자연광을 쉽게 접할 수 있도록 하는 빌딩 코드에 관해 배우고 또한 적합한 디자인 해법을 논의할 것이다.



야스시 나가사와 (Yasushi Nagasawa, Japan)

동경대학교 건축학과 교수
MERA(인간환경 학술연구 협회) 부회장 및 JIHA(일본 헬스케어 건축학회), HEAJ(일본 헬스케어 공학 협회), JSHA(일본 병원 관리 조합) 위원회 회원
GUPHA(헬스케어 건축 국제 교육 프로그램)의 설립 멤버
1978년 영국 국립 아카데미 어워드(National Academic Awards, UK)로부터 건강시설계획
Post-graduate Diploma 취득

일본 병원 건축 디자인의 최근 경향

Health Facility Design Trend in Japan

이 강연의 목적은 일본의 병원 및 노인 치료 시설 디자인의 트렌드를 보여주는 것이다. 20세기 동안 이례적으로 발달된 건강 시설 디자인이 다음 세천년에는 어떻게 될 것이며, 미래 건강 모델은 어떠한가에 초점을 둘 것이다. 이에 앞서 일본의 역사적, 지리적, 문화적, 인구학적 그리고 역학적 배경에 대해 간략하게 살펴보고, 지금까지의 건강 관련 이슈와 헬스케어 시설 디자인에 관해 설명할 것이다. 마지막으로 세천년을 위한 건강 시설 디자인에 필요한 요소들과 건강 관련 이슈를 논의할 것이다. 또한 야스시 나가사와는 움직이는 병원(Mobile Hospitals)이라는 주제로 디자인 사례를 진행할 것이다. 보통 건강 시설들은 특정한 위치에 자리하고 있지만, 어느 곳이나 의료 서비스를 필요로 하기 때문에 여러 가지 상황에 대응할 수 있는 대안적인 병원 형태의 가능성을 제시하고 있다. 다양한 이동이 가능한 병원은 예를 들면 우주선, 비행기, 비행선, 헬리콥터, 자동차, 기차, 배나 잠수함 등과 같은 다양한 운송 수단 형태의 개념에서 고려될 수 있다.



로버트 스텐 (Robert A.M. Stern, USA)

로버트 스텐은 콜롬비아 대학교 예일대학을 졸업하고 현재 건축가, 교사, 작가로 활동 중이다. 뉴욕 로버트 스텐 건축설계사무소의 설립자이며, 미국건축대학의 명예교수인 그는 1984년 뉴욕지부로부터 명예훈장을 수여 받았다. 콜롬비아 대학에서 유적보존학과 교수와 학과장을 역임한 그는 현재 예일 건축대학의 학장을 맡고 있고, 미국과 전세계적으로 역사적인 건축 화제는 물론 동시대적인 건축 문제에 대한 강연을 광범위하게 펼치고 있다. 또한 작가로서 (미국건축의 새로운 방향), (조지 하우: 현대 미국 건축을 향하여), (모던 고전주의)를 저술하였고 특히 Thomas mellins, Gregory Gilmartin과 공동저술한 (뉴욕1930년)은 National Book Award에 후보로 지명되기도 했다.



이상해 (Sanghae Lee, Korea)

이상해는 현재 성균관대학교 건축학과 교수로서 건축의 역사와 도시 개발, 그리고 건축 보존 분야에 관심을 가지고 있다. 서울대 건축학과를 졸업하고 미국 코넬 대학교에서 석박사과정을 마친 그는 1995년 이후 3년동안 베이징, 톈진, 칭다오 대학 건축학부의 초빙교수로 일하기도 했다. 현재 한국 건축사가 연구소의 부소장, 한국건축연구소(The Korean Institute of Architects)의 이사, 건축연구소(The Architectural Institute of Korea) 저널의 편집위원, 한국 문화관광부의 국립 역사 유물 보존위원회의 고문, 유네스코의 ICOMOS 한국위원회 회원으로 있다. 서울시 디자인의 과거와 현재, 그리고 한국 건축의 역사에 관한 많은 저서와 문헌을 국내외적으로 발표하고 있다.



김종성 (Jongsoung Kim, Korea)

1935생인 김종성은 서울대학교와 일리노이 공과대학교(IIT)에서 공부했고, 미스 반 데어 로에의 사무실에서 10 여년간 일했다. 동시에 1996년부터 1997년까지 IIT에서 건축설계 스튜디오를 진행했으며, 1980년부터 1990년까지 서울대학교 대학원 건축과에서 세미나를 지도하였다. 1978년 김종성은 건축설계 회사인 서울건축(SAC)을 설립하여 디자인의 질에서 독특한 일관성을 가진 작품들을 완성하였다. 주요 작품으로는 1988년 서울 올림픽 역도경기장, 경주 신재미술관, 수원 의주대학교 에너지시스템 연구소와 병원, 서울 힐튼호텔, 그리고 최근 완성적으로는 서울의 SK빌딩 본사 사옥이 있다. 또한 1990년 몬트리올의 UIA의 회, 1995년에는 서울의 ANYWISE 회의, 1998년 로스앤젤레스의 게티 예술사 등 건축계의 국제적인 교류에 활발히 참여한 그는 현재 미국 건축가 협회 원로회원인 FAIA이며, 한국건축가 협회와 대한건축학회의 회원으로 IIT건축대학 후견인단의 일원으로 활동중이다.

일본의 디자인 관련 계약과 비용(보수) 산출 가이드라인 (2)

이 글은 사단법인 일본 산업디자이너협회(Japan Industrial Designer's Association, 이하 JIDA)가 1999년에 발간한 연구자료인「산업디자인 계약과 보수 가이드 라인」을 KIDP 국제협력팀에서 JIDA로부터 공식적인 게재허가를 받아 번역·요약한 것임을 밝힙니다. 전편에 이어 이번 호는 디자인 계약시 필요한 자료인 계약서 양식과 계약과 관련된 질문과 답을 정리한 Q&A를 게재하였습니다. 또한 본 내용의 저작권은 JIDA에 있으므로 JIDA의 허가없이 본 내용을 무단으로 복사, 복제, 전재할 수 없습니다. (편집자주)

계약서식의 예 -1 > 디자인컨설팅계약-1

디자인 컨설턴트 위탁계약서

○○○○공동조합(이하, '갑'이라고 한다)과 주식회사○○○○(이하, '을'이라고 한다)는
_____의 디자인컨설턴트 업무(이하 본 업무)와 관련 아래의 각 항에 준하여 계약(이하 본 계약)을 체결한다.

제 1조 (위탁사항)

(1) 내용
_____의 디자인 개발에 관한 컨설팅 (_____에 대하여, _____의 지시를 포함한다)

(2) 계약기간

_____년 _____월 _____일부터 _____년 _____월 _____일까지

(3) 계약금액

금 _____ 원 (소비세 포함)

(4) 계약금 지불 방법

_____년 _____월 _____일까지 반액 또는 그 이상의 금액을 지불하고
계약 종료시에 잔금을 지불한다.

제 2조 (회의)

갑과 을은 계약기간 중에 매월 2회 이상 원칙적으로 갑의 사무실에서 회의를 개최하고 개발
테마에 대하여 협의한다.

제 3조 (비밀보호 의무)

갑과 을은 본 업무 수행과정에서 알게된 쌍방의 사업에 관한 정보를 상대방의 사전 허락 없
이 제 3자에게 알려서는 안된다.

제 4조 (협력)

갑은 전문가로서 능력과 성의를 가지고 본 업무를 수행하고, 을은 이를 위하여 필요한 정보
제공 등 가능한 협력한다.

제 5조 (이의)

본 계약에 대하여 이의가 생겼을 경우에는 '갑'과 '을' 양자가 성의를 가지고 협의하여 해결하도
록 한다.

_____년 _____월 _____일

(갑) ○○○○공동조합
이사장 ○○○

(을) 주식회사 ○○○○
대표 ○○○

계약서식의 예 -2 > 디자인컨설팅계약-2

업무위임계약 기본계약서

○○○(이하 '갑'이라고 한다)와 ○○○(이하 '을'이라고 한다)은 다음과 같이 계약을 체결 한다.

제 1조 (총칙)

갑은 '갑'이 생산·판매 하고자 하는 상품의 개발에 관한 디자인 컨설턴트업무(이하 본 업무라
고 한다)를 '을'에게 위탁하고 내용 및 상호 권리 의무 관계를 명확하게 한다.

제 2조 (개별위탁사항)

1. 사원디자인 교육
2. 제품디자인 실무
3. 그 외 디자인 전반에 관한 상담

제 3조 (업무위탁 및 실시방법)

1. 갑은 전조항의 1. 또는 2.를 위탁하기 전에 착수시일 및 기간을 서면으로 '을'에게 명시하
고 '을'은 이것을 확인한다.
2. '을'은 업무수행 상 필요한 정보제공을 갑에게 요구할 수 있고, 갑은 이에 협력한다.

제 4조 (대가)

1. 대가금액은 '을'이 제시하는 디자인요금 체계에 의하고, '을'은 위탁 내용별로 견적을 갑에
게 제시한다.
2. '을'은 위탁업무 종료와 함께 갑에게 대가를 청구할 수 있다. 청구액이 견적액보다 많을 경
우에는 사전에 갑의 승낙을 얻어야 한다.
3. 갑은 '을'로부터 대금청구를 받았을 경우에는 월말 및 다음달 _____일에 지불한다.

제 5조 (업무가 중지된 경우의 보수)

1. '갑'이 '을'에게 위탁한 업무의 전부 또는 일부를 중단하거나 중지할 경우에는 신속히 '을'
에게 통지하고 '을'은 이미 착수한 부분에 대한 보수를 받는다.

제 6조 (비밀보호)

갑과 을은 본 업무 실시 중에 알게된 상대방의 정보를 다른 곳에 누출해서는 안된다. '을'은
위탁업무 완료와 함께 갑으로부터 제공받은 자료 등의 일체를 반환한다.

제 7조 (업무의 종료)

1. '을'은 본 업무 종료시점에서 종료통지(모델, 필요사항, 최종보고서 등)를 갑에게 제출하고
갑은 그 결과에 대하여 10일 이내에 '을'에게 통지한다. 10일 이내에 결과통보가 없을 경
우에는 본 업무의 종료를 승낙하는 것으로 간주한다.

제 8조 (손해배상)

본 업무와 관련하여 '을'의 책임으로 인하여 갑이 손해를 입었을 경우에는 '을'은 손해배상의
책임을 진다.

제 9조 (디자인에 관한 권리)

‘을’ 이 디자인업무를 실시하면서 얻은 지적재산권 및 각종 수상 할 권리(노하우 제외)는 ‘갑’ 에 귀속된다. 단, 디자이너의 이름 표시권은 잃지 않는다.

제 10조 (계약유효기간)

본 계약의 유효기간은 _____ 년 _____ 월 _____ 일부터 _____ 년 _____ 월 _____ 일까지로 한다. 단, 기간만료 1개월 전까지 ‘갑’ 과 ‘을’ 의 신청이 있을 경우에 본 계약과 동일 조건으로 1 년간씩 연장하는 것으로 한다.

제 11조 (기타사항)

1. 본 계약에서 정하지 않은 사항은 ‘갑’ 과 ‘을’ 모두가 성의를 가지고 협의해서 결정한다.
2. 전 항의 협의가 성립되지 않고 또는 협의 할 수 없을 경우에는 법원에 따라야 한다.

본 계약 체결을 인증하기 위하여 본 계약서를 2부 작성하여 ‘갑’ 과 ‘을’ 이 날인한 후 각각 1통씩 을 보관한다.

_____ 년 _____ 월 _____ 일

(갑) 주식회사 ○○○○
대 표 ○○○

(을) 주식회사 ○○○○
대 표 ○○○

계약서식의 예 -3 > 위임계약형 디자인업무 위탁계약

계 약 서

○○○ (이하 ‘갑’ 이라고 한다)과 ○○○(이하 ‘을’ 이라고 한다)은 디자인 개발 업무(이하 본 업무)와 관련하여 아래와 같이 계약(이하 본 계약)을 체결한다.

제 1조 (업무위탁)

‘갑’ 은 ‘을’ 에게 _____ 디자인 개발을 위탁하고 ‘을’ 은 이것을 수탁한다.

제 2조 (계약기간)

본 계약은 상대방의 책무불이행에 의하여 중도 해지되는 경우를 제외하고는 다음과 같은 효력을 가진다.

_____ 년 _____ 월 _____ 일부터 _____ 년 _____ 월 _____ 일까지

제 3조 (계약금액)

‘갑’ 은 ‘을’ 에 대하여 다음과 같이 본 계약에 기하여 금액을 지불한다.

총액 _____ 원

단, 상가금액은 소비세가 포함되어 있지 않습니다.

제 4조 (지불방식)

계약료의 지불은 현금으로 하고 청구 및 지불일을 다음과 같이 정한다.

	갑의 지불금액	을의 계약청구일	갑의 계약료지불일
스텝 1.	_____ 원	_____ 년 _____ 월 _____ 일	_____ 년 _____ 월 _____ 일
스텝 2.	_____ 원	_____ 년 _____ 월 _____ 일	_____ 년 _____ 월 _____ 일
스텝 3.	_____ 원	_____ 년 _____ 월 _____ 일	_____ 년 _____ 월 _____ 일

지불방법은 ‘을’ 이 지정하는 은행계좌에 입금한다.

제 5조 (특별경비)

‘을’ 은 ‘갑’ 에게 사전 승낙을 받은 후에 본 업무에 속하는 다음 각 항의 비용을 특별 경비로서 ‘갑’ 에게 청구 할 수 있다.

1. 동경 이외의 출장경비
2. 숙박료
3. 해외출장의 일당

4. 모델 외주비, 참고품 매입비, 외주조사비

특별경비의 지불식별은 발생된 당월에 정산하고 다음달 말일에 현금으로 지불하는 것으로 한다.

제 6조 (진행)

본 계약에 의해 업무를 진행함에 있어서 ‘갑’ 과 ‘을’ 은 협의하여 본 업무의 진행계획을 작성한다. 계약기간 내에 목적을 달성하기 위하여 노력하고 만일 ‘갑’ 을 중 한쪽의 사정에 의하여 계획내용의 변경, 연장 등의 사태가 발생했을 경우에는 필요한 연락을 신속히 취한다.

제 7조 (비밀보호 업무)

‘갑’ 과 ‘을’ 은 본 계약 기간중이나 본 계약 종료 후에도 상대방으로부터 얻은 정보 및 그 외 일체의 기밀을 제 3자에게 누출시켜서는 안된다.

제 8조 (하청)

본 계약 기간 중에 ‘을’ 은 ‘갑’ 의 양해를 얻지 않고 타인에게 하청을 줄 수 없다. 또 ‘갑’ 은 본 계약과 동일한 업무를 ‘을’ 의 양해를 얻지 않고 계약기간 중에 타인에게 의뢰하지 않는다.

제 9조 (지적재산권)

1. ‘갑’ 이 채택한 성과물에 대해서는 ‘을’ 은 특허, 실용신안권, 의장권, 공업소유권등의 권리를 ‘갑’ 에게 양도한다.
2. 전 항의 규정에 의해 ‘갑’ 에게 양도한 성과물 이외의 것에 대해서는 ‘갑’ 의 권리에 귀속되는 것을 제외하고는 공업소유권이 ‘을’ 에게 귀속된다.
3. ‘갑’ 은 본 계약 종료 후에 전 항에 의해 ‘을’ 에게 귀속된 디자인을 영업적 이유로 사용할 경우에는 본 계약에서 지불하는 대가 이외에 별도의 대가를 지불하고 ‘을’ 로부터 양도받을 수 있다.
4. ‘을’ 은 본 업무를 진행하는데 있어서 ‘갑’ 과 함께 사전조사를 하고 가능한 한 제 3자의 공업소유권에 저촉되지 않도록 노력해야하며, 본 계약 종료 후 제 3자로부터 공업소유권의 침해를 받았다고 경고 또는 소송을 받았을 경우에는 ‘갑’ 은 자기책임으로 간주하고 해결해야 한다.
5. 본 업무에 의해 ‘을’ 이 창출한 렌더링 등의 저작권은 ‘을’ 에게 귀속된다.
6. ‘갑’ 은 본 업무에 의해 ‘을’ 이 창출한 저작물에 대한 사용권을 ‘을’ 에게 요구할 수 있다.

제 10조 (추가계약)

계약기간 중에 추가 개발의 필요가 생겼을 경우에는 신속하게 상대방과 연락하여 대가, 성과물의 지적소유권 등에 대하여 ‘갑’ 과 ‘을’ 이 협의하여 결정한다.

제 11조 (결정)

1. 제 9조 1항의 규정에 의하여 대상품목에 대한 선정 및 결정은 ‘갑’ 이 하고 채택된 성과물이 고객 등에게 손해를 입혔을 경우에는 그 책임은 ‘갑’ 이 부담한다.

[제조물 책임]

2. ‘을’ 은 성과물 결정 후에 본 사업 완료계를 ‘갑’ 에게 제출하고 이것에 대하여 ‘갑’ 이 10일 이내에 결정통보를 하지 않았을 경우에는 본 업무의 종료를 승인한 것으로 간주한다.

제 12조 (발표)

‘을’ 은 제품이 시장에 발표되는 날 까지는 ‘을’ 이 개발한 저작물을 발표해서는 안되며 발표일 이전에 발표할 경우에는 미리 ‘갑’ 의 승인을 얻어야 한다.

제 13조 (디자인 변경)

디자인 실시에 있어서 변경, 수정 또는 개량이 필요하다고 판단되는 경우에는 사전에 ‘갑’ 은 ‘을’ 에게 연락하여 협의하여 결정한다.

제 14조 (잔여업무)

본 계약 기간 완료 후에도 제 7조 및 제 9조 규정은 계속 유효하다.

제 15조 (협의)

본 계약서에 기재하지 않은 사항에 대해서는 ‘갑’ 과 ‘을’ 이 협의하여 결정한다.

본 계약 체결을 인증하기 위하여 본 계약서를 2부 작성하여 ‘갑’ 과 ‘을’ 이 날인한 후 각각 1 통씩을 보관한다.

_____ 년 _____ 월 _____ 일

(갑) 주식회사 ○○○○
대 표 ○○○

(을) 주식회사 ○○○○
대 표 ○○○

계 약 서

1. 건 명 (디자인 등의 제작위탁)에 대하여

2. 계약기간 _____년 _____월 _____일 ~ _____년 _____월 _____일

3. 계약금액 _____원 (소비세 포함되지 않음)

_____주식회사(이하, '갑'이라고 한다)와 주식회사 _____(이하 '을'이라고 한다)은 _____디자인의 제작(이하 디자인 제작이라고 한다)위탁에 관한 청부계약을 다음과 같이 체결한다.

(총 칙)

제 1조 '을'은 상기 계약금액으로 상기 기간 내에 별도 지시서를 참조하여 디자인 제작을 한다.

(권리의무의 양도)

제 2조 '을'은 계약에 의해서 발생하는 권리 또는 의무를 제 3자에게 양도 또는 승계해서는 안 된다.

(하청금지)

제 3조 '을'은 본 업무의 일부 또는 전부를 제 3자에게 양도해서는 안 된다. 단, 미리 '갑'의 승인을 얻은 경우에는 해당되지 않는다.

(사업종료의 확인)

제 4조

- '을'은 사업이 완료한 경우에 '갑'에게 서면으로 통보하고 '갑'의 검사를 받는다.
- '갑'은 '을'로부터 결과통보를 받았을 경우 그 날로부터 10일 이내에 검사를 행하고 검사에 합격한 경우에는 결과물을 양도받은 것으로 한다.
- '갑'의 검사 결과 불합격 처리된 경우에는 '을'은 '갑'이 지정하는 일시 범위 내에서 수정 또는 처리를 행하고 '갑'의 검사를 받아야 한다. 이 경우에 있어서 전항에 규정하고 있는 기간은 '갑'이 '을'로부터 수정처리가 통보된 일로부터 계산한다.
- 전 각항에서 규정하고 있는 검사에 합격하였을 때 '을'사업의 완료일로 본다.

* (대금 지급)

제 5조

- '을'은 '갑'이 제 4조의 규정에 의해 완료를 확인하고 청부업무의 내용이 완료되었다고 인정하는 경우에 '갑'이 정하는 수속 절차에 따라 계약금액을 청구할 수 있다.
- '갑'은 전항의 대금요청이 있었을 경우에 그 지불청구서를 수리한 날로부터 30 일(이하, 지불계약기간) 이내에 지불해야 한다.
- 부당하다고 인정되는 지불청구서를 제출한 경우의 지불약정 기간의 계산에 대해서는 그 지불청구서를 개정하기 위하여 '을'에게 반송한 날로부터 정당한 지불청구서가 도착하는 날까지는 계산에 넣지 않으며 지불청구서의 부적절함이 '을'의 고의 또는 중대한 과실이 있을 경우는 적법한 지불청구서를 수리한 날로부터 익일까지로 한다.

(지불지체상금)

제 6조

- '갑'의 책임으로 인하여 청부계약금액이 전 항의 규정에 의한 지급일까지 지급되지 않았을 경우에는 '을'은 '갑'에게 지불일 익일부터 지불되는 날까지 일수에 대한 지불지체상금(8.25%의 비율로 계산한 금액)을 청구할 수 있다. 단, 천재지변이나 어쩔 수 없는 이유에 의하여 지불시기가 늦어진 경우에는 그러하지 아니하다.
- 전항의 규정에 의해 계산한 지체상금액이 100엔 미만일 경우에는 지체상금을 지불하지 않고 또 그 금액이 100엔 미만의 단수가 있을 경우에는 그 단수는 절사한다.

(유상연장)

제 7조

- '을'의 책임으로 업무완료 기한 내에 종료가 안된 경우에는 '갑'은 '을'에게 지체상금을 요청할 수 있고 업무 완료 기한을 연기할 수 있다.
- 지체상금은 업무완료 기한 최종일 익일부터 업무가 완료되는 날까지 지체일수 1 일당 1,000분의 2에 해당하는 금액으로 한다
- 제 4조에 규정하는 검사에 합격되지 않았을 경우의 지체일수의 계산은 별도지시서에서 정하는 작업이 완료된 후부터 불합격 통지를 한 날까지는 지체일수에서 제외된다.

(무상연장)

제 8조 '을'은 천재지변등 '을'의 책임에 속하지 않는 이유로 계약기간 내에 업무를 수행할 수 없게 된 경우에는 '갑'에 대하여 그 이유를 첨부하고 계약기간 변경을 요청할 수 있다. 단, 그 변경은 '갑'과 '을'이 협의하여 정하는 것으로 한다.

(기밀유지)

제 9조

- '갑'과 '을'은 상대방이 승낙하지 않은 본 계약과 관련하여 알게된 상대방 비밀을 타인에게 공표하거나 유출해서는 안 된다.
- '을'은 본 계약의 수행과 관련하여 '갑'으로부터 받은 정보 또는 자료 중 기밀이라고 명확하게 지정된 것에 대해서는 '을'이 보유한 정보나 자료와 동일한 등급으로 기밀을 유지해야 한다.
- 기밀유지의무는 본 계약이 종료한 후에도 지속된다.

(유상해제)

제 10조 '갑'은 '을'이 다음 항목을 위배하였을 경우에는 계약을 해제할 수 있다.

- '을'이 정당한 사유없이 해제를 요청한 경우
- '을'의 책임으로 계약을 수행할 가능성이 없을 경우
- 전 각항 이외에 계약을 위반했을 경우
- 전항의 규정에 의해 계약을 해제한 경우에는 '갑'은 '을'로부터 계약금액의 100분의 10에 해당하는 금액을 위약금으로 징수한다.
- 제 1항의 규정에 의해 계약을 해제한 경우에는 '갑'은 청부업무중 완료한 부분에 해당되는 금액을 '을'에게 지급한다.

(무상해제)

제 11조

- '을'이 천재지변 또는 '을'의 책임에 속하지 않는 이유로 계약해제를 신청한 경우에는 '갑'은 본 계약을 무상으로 해제한다.
- 전항의 규정에 의해 계약을 해제한 경우에는 제 10조 3항의 규정에 준한다.

(대금지불의 상쇄 및 지체상금)

제 12조

- 본 계약에 의해 '갑'이 '을'로부터 징수할 수 있는 금전채권이 있을 경우에는 '갑'이 '을'에게 지불대금을 상쇄한다. 또 상쇄한 경우에도 '갑'이 '을'로부터 징수할 수 있는 금전채권의 잔액이 있을 경우에는 '을'은 잔액을 '갑'의 요청에 의해 지불해야 한다.
- 제 10조 제2항 및 전항의 규정에 의해 '갑'이 '을'에게 청구한 것에 대하여 '을'이 지정일 까지 지불하지 않았을 경우에는 '갑'은 '을'에 대하여 기한 익일부터 지불일까지의 일수에 따라 미지급액에 대하여 년 8.25%의 비율로 계산한 금액을 지체상금으로서 청구할 수 있다. 이 경우에는 제 6조 제1항 및 제2항의 규정에 준한다.

('갑'의 책임에 의한 계약의 해제 또는 변경)

제 13조

- '갑'은 필요에 따라 본 계약의 전부 또는 일부를 해제·변경할 수 있다.
- 전항의 규정에 의해 계약의 전부 또는 일부를 해제한 경우에는 '갑'은 '을'에게 발생한 모든 손해배상을 한다.

(제 3자의 손해)

제 14조

'을'은 본 계약의 수행에 있어서 제 3자 또는 '갑'에게 손해를 입혔을 경우에는 배상에 대한 책임을 져야 한다. 단, 책임이 '갑'의 사유인 경우에는 해당되지 아니 한다.

(계약에 관한 분쟁의 해결)

제 15조

본 계약과 관련하여 '갑'과 '을' 간에 분쟁이 생긴 경우에는 '갑'과 '을'이 협의하여 결정 한 중재자에게 의뢰하여 그의 제안에 따른다.

(협의)

제 16조

본 계약에 정해져 있지 않은 사항, 또는 이의가 발생한 경우에는 '갑'과 '을'이 성의를 가지고 협의하여 원활하게 문제를 해결한다.

본 계약 체결을 인증하기 위하여 본 계약서를 2부 작성하여 '갑'과 '을'이 날인한 후 각각 1통씩을 보관한다.

_____년 _____월 _____일

(갑)

(을)

의장실시에 관한 계약서

○○○ (이하 '갑' 이라고 한다)와 주식회사 ○○○ (이하 '을' 이라고 한다)는 의장의 실시허락과 관련하여 다음과 같이 계약을 체결한다.

제 1조 (정의)

본 계약 중에 사용되는 용어는 다음과 같은 의미를 가지는 것으로 한다.

1. (특허의장)이란 _____ 년 의장등록번호 _____ 호의 원서 기재 및 원서에 첨부한 도면에 기재된 의장과 이와 유사한 의장을 말한다.

제 2조 (실시허락)

'갑'은 '을'에 대하여 특허의장과 관련하여 특허지역 내에서 계약제품을 제조 판매하는 독점적 (비독점적) 실시권을 허락한다.

제 3조 (하청실시)

1. '을'은 계약제품을 제 3자에게 하청 제조시킬 수 있다. 단, 하청제조발주처에 대해서는 미리 '갑'의 승낙을 얻어야 한다.
2. '을'은 전 조항에 의한 하청제조제품에 대해서는 계약제품으로서 모두 인수하여야 한다.

제 4조 (수출)

'을'은 계약 제품을 수출허락지역 범위 내에서 수출 할 수 있다. 또, '을'이 수출시 필요로 하는 디자인법에 등록할 경우 '갑'은 의장권자로서 등록에 필요한 승낙서를 '을'에게 주어야 한다.

제 5조 (실시료)

1. 제 2조에 의한 실시권의 승낙 대가로서 '을'은 '갑'에 대하여 계약제품 1개당 공장 출가가격의 %의 실시료를 지불한다.
2. 전 조항의 규정과 관계없이 '을'은 실험용 또는 시장개척용으로 사용한 계약제품에 대해서는 실시료를 지불할 의무를 지지 않는다. 단, 그 수량에 대해서는 미리 '갑'의 승낙을 얻어야 한다.
3. 본 조항 제 1항의 실시료의 각 계약년도에 있어서 최저실시료를 _____ 만원으로 하고 계약년도 중에 발생한 실시료의 총액이 해당금액에 달하지 않을 경우에는 '을'은 그 차액을 제 6조에서 정하는 실시료의 지불과 동시에 지불한다. 단, 계약체결 후 2년간은 이에 해당되지 아니한다.

제 6조 (실시료의 계산, 보수 지급)

1. '을'은 계약체결일로부터 6개월씩 나누어 기간 중에 발생한 제 5조 1항에서 정하고 있는 실시료를 계산하고, 기간종료 후 15일 이내에 서면으로 보고한다. 보고서에는 실시료의 계산에 필요한 사항을 기재해야 한다.
2. '갑'은 본 조항 제 1항의 보고서에 기재된 실시료를 확인한 후 '을'의 실시료를 청구하고 '을'은 청구일로부터 30일 이내에 실시료를 '갑'이 지정하는 은행 계좌에 입금한다.

제 7조 (장부의 보관·검사)

1. '을'은 각 계약 연도별로 계약제품의 제조에 관한 장부를 작성하고 관계서류와 함께 이것을 보관하는 것으로 한다. 당해 장부 및 관계서류 보관은 당해 계약년도 종료 후 3년간으로 한다.
2. '을'이 제 6조 1항에 있는 실시료 보고서를 제출하지 않은 경우 또는 '을'이 제출한 실시료 보고서에 기재된 사항에 대하여 이의가 발생하였을 경우에는 '갑'은 중립적 입장의 변호사 등을 통하여 장부 및 관계서류를 검토시킬 수 있고, '을'은 여기에 협력해야 한다. 단 검사는 '을'의 영업일 중 영업시간 내로 제한한다.
3. '갑'은 변리사에게 실시료 산정에 필요한 사항 이외의 것에 대하여 '을'의 기술상 업무상 비밀에 속하는 것을 유출해서는 안된다.

제 8조 (허락의장 유지)

'갑'은 허락의장의 설정허락을 받은 후에 그 등록료를 특허청에 납부한다.

제 9조 (담보책임)

'갑'은 허락의장의 등록설정에 어떠한 결격사유가 없음을 보증한다.

제10조 (실시의무)

1. 계약제품의 품질 및 규격에 대하여 '갑'의 지시가 있을 경우에는 '을'은 지시에 따라야 하고, 품질 및 규격이 제조상 힘들 경우에는 '갑'과 '을'이 협의하여 품질 및 규격을 변경할 수 있다.
2. '을'은 계약제품의 판매촉진에 대하여 최선의 노력을 다해야 한다.

제11조 (의장의 변형, 이용)

1. '을'은 허락의장을 어떠한 이유에 있어서도 변형해서는 안된다.
2. '을'은 허락의장의 변형이 필요하게 된 경우에는 별도의 대가지불을 전제로 '갑'에게 청구할 수가 있다.
3. '갑'은 전 항의 청구가 생산기술 등 제조상의 사유에 의한 경우에만 자기의 비용과 책임에 대하여 수락한다.

제12조 (디자이너 표시)

'을'은 계약제품 및 카탈로그에 (Designed by _____) 라고 표시를 첨부한다.

제13조 (권리침해)

1. 계약제품에 대해 제 3자로부터 지적소유권을 침해하였다고 경고 또는 소송의 제기를 받았을 경우에는 '갑'은 자신의 비용과 책임 하에 변형을 해야 한다. 단, 디자인 도면에 있는 것으로서 금형 등 제조과정에 관한 물품류의 변형은 포함되지 않는 것으로 한다.
2. 전 항의 침해사건은 일본국내에서 의장권 또는 저작권에 관한 것이고 특허의장의 변형이 필요하게 된 경우에는 '갑'은 자기비용과 책임하에 변형을 해야 한다. 단, 디자인 도면에 있는 것으로서 금형 등 제조과정에 관한 물품류의 변형은 포함되지 않는 것으로 한다.
3. 제 1항의 침해사건은 일본국내에서 의장권 또는 저작권에 관한 것으로 '을'이 부담하는 화해금, 변제금, 재판비용, 배상금 등의 비용이 발생한 경우에는 '갑'은 비용의 반액 또는 당해 소송제기일까지 수령한 실시료의 반액중 적은쪽의 금액을 부담하고 '을'에게 협력한다.
4. 제 3자로부터 허락의장을 침해 또는 침해된 사실이 발생한 경우에는 '갑'과 '을'은 협의하여 침해자에 대한 경고, 소송제기 등을 행한다.

제14조 (양도 금지)

1. '갑'은 허락의장 또는 본계약을 제 3자에게 양도해서는 안된다.
2. '갑'은 특허의장이 공업소유권으로서 설정등록된 후 권리를 목적으로 전용실질을 제 3자에게 허락해서는 안된다.
3. '을'은 '갑'의 승낙이 없다면 본계약 또는 본계약에서 정하는 권리의무를 제 3자에게 양도할 수 없다.
4. '을'은 본계약에 의한 실시권을 기준으로 재실시권을 제 3자에게 허락해서는 안된다.

제15조 (제조물책임)

계약제품에서 기인된 문제의 모든 책임은 '을'이 진다.

제16조 (비밀유지)

'갑'과 '을'은 본 계약 체결과 관련된 또는 본 계약 기간 중에 알게된 상대방의 영업상, 기술상의 비밀에 대해서는 본 계약 종료 후에도 비밀을 유지한다. 단 비밀성을 상실한 정보에 대해서는 그러하지 아니하다.

제17조 (해약)

1. '갑'과 '을'은 상호간에 파산선고, 회사정리명령, 화의개시결정, 회사변경수속 개시결정 또는 해산이 결의 되었을 경우에는 상대방이 곧바로 본 계약을 해약할 수 있다.
2. '갑'과 '을' 상호간의 책임으로 인해 본 계약에서 정하는 의무를 수행하지 않았을 경우에는 상대방은 본 계약을 해약할 수 있다. 단, 불이행 당사자가 불이행 수령일로부터 30일 이내에 완전히 문제를 해결한 경우에는 그러하지 아니하다.
3. '을'이 계약제품과 관련된 영업을 중지한 경우에는 전 항의 규정과 관계없이 '갑'은 곧바로 본 계약을 해약할 수 있다.

제18조 (계약종료)

1. 계약기간이 종료되었을 때에는 '을'은 계약제품의 제조를 곧바로 중지하지 않으면 안된다. 단, 제작중인 물품에 대해서는 30일안에 한하여 제조를 계속할 수 있다.
2. '을'은 계약기간 만료시 재고분(전 항에 따라 제조를 완료한 제작물품 포함)에 대해서는 계약 만료 후에도 3개월간에 한해 이것을 판매할 수 있다.
3. '을'은 본 조 제 1항에 의한 제조를 완료한 제작중인 물품에 대한 실시료에 대해서는 제 5조에서 정하고 있는 실시보고와는 별도로 계약기간 만료 후 45일 이내에 서면으로 보고하고 당해 실시료를 당해 보고 월의 익월 말에 '갑'에게 지급한다.
4. 제17조 1항에 의한 해약종료가 될 경우에는 계약제품의 취급, 실시료의 지불 등에 대해서는

갑'과'을'이 합의한다.

5. 갑'의 의무불이행에 의해 본 계약이 해약완료 된 경우에는 '을'은 제조중인 물품을 제외하고는 계약제품 제조를 중지한다. 단 재고품에 있어서는 '을'의 계약종료 후라도 실시료의 지불 없이 판매를 할 수 있다.
6. '을'의 채무불이행에 의하여 본 계약이 해약완료 된 때에는 '을'은 계약제품의 제조판매를 곧바로 중지하고, 갑'의 종료일까지의 실시료를 종료 후 30일 이내에 갑'에게 지불해야 한다.
7. 갑'과'을' 상호간에 채무불이행에 의하여 계약이 종료된 경우에는 상대방은 불이행에 대한 일체의 손해를 불이행한 측으로부터 청구할 수 있다.

제19조 (계약기간 및 갱신)

1. 본 계약 유효기간은 체결일로부터 2년간 존속한다.
2. 계약기간 만료 6개월 전일 경우에는 갑'과'을' 중 어느 한쪽이 상대방에게 서면으로 계약갱신의 의사표시를 한 경우에는 본 계약은 갑'과'을'이 합의하는 조건으로 2년간 갱신할 수 있다.

제20조 (불가항력)

1. 갑'과'을' 어느 쪽이든 불가항력의 사유로 인하여 본 계약 수행이 불가능 또는 곤란하게 된 경우에는 채무자는 신속하게 서면으로 보고한다. 여기서 말하는 (불가항력사유)란 홍수, 폭풍, 지진, 폭발, 화재, 파업, 법령의 변경, 행정청의 명령, 권고 그 외 외부로부터 발생하는 사건으로 채무자의 주의력 및 예방 수단을 다해도 방지할 수 없는 것으로 정한다.
2. 불가항력의 사유 발생으로 본 계약에서 정하는 채무(금전채무는 제외)의 수행이 불가능 또는 곤란하게 된 경우에는 당해 채무의 수행기간은 불가항력 사유가 존속하는 기간만큼 연장

되며 채무자는 여기에 대하여 책임을 지지 않는다. 또 3개월 이상 지속되면 양자간에 최선책을 협의한다.

제21조 (완전합의)

1. 본 계약체결 전까지 갑'과'을' 사이에 구두 또는 서면에 의한 합의는 그것이 본 계약의 내용과 상이할 경우에는 없었던 사항으로 한다.
2. 본 계약 체결 전까지 갑'과'을' 사이에 교환된 모든 서면과 구두상의 진술은 본 계약 선택자료로서 사용할 수가 없다.

제22조 (분쟁의 해결)

1. 본 계약과 관련하여 발생하는 분쟁 또는 해석상 의미에 대해서는 갑'과'을' 간의 협의하여 우호적 해결을 취할 수 있도록 최선의 노력을 다해야 한다.
2. 전 항과 관련하여 해결할 수 없는 분쟁이 발생된 경우에는 동경지방법원소에 재판을 의뢰한다.

_____년 _____월 _____일

(갑) 주식회사 ○○○○
대 표 ○○○

(을) 주식회사 ○○○○
대 표 ○○○

Q & A

계약당사자의 표현

Q.. 계약하는 상대를 '갑'으로 할것인지 '을'로 할것인지를 어떻게 정하면 좋을것인가? 의뢰자는 항상 '갑'인가?

의뢰자와 디자인 회사 사이에 대리점이 낀다든지 디자인회사가 개인 소유일 경우 또는 3자 이상에 의한 공동연구일 경우의 (계약당사자)는 누구를 선택하고 어떻게 표현해야 좋은가?

A.. 계약서 조항 중에 계약당사자의 이름(회사명)을 인용할 필요가 있는 경우 혼잡을 피하기 위하여 '갑', '을', '병' 이라든지 'A', 'B', 'C' 등의 약칭을 사용합니다. 어떤 약칭을 사용할 것인가에 대해서는 아무런 제한이 없지만 일반적으로는 고객에게 '갑' 이라든지 'A' 를 사용 합니다. 대리점 등이 단순한 대리인이거나 입회인이 아니고 당사자로서 계약에 관련할 경우에 세 번째 당사자에게는 보통 '병' 이나 'C' 를 사용하는 것이 상례입니다.

계약기간

Q.. 계약기간을 계약서에 작성할때 그 변경시기나 방법, 조건 등은 어떻게 명기해야 하는가?

A.. 계약기간이 마감된 경우를 제외하고 기간이 연장 될 가능성이 있을 경우에는 (기간만료의 경우에는 당사자중 한쪽이 이의가 없다면 동일한 내용으로 변경한다)라든지(계약만료 경우에는 당

사자 쌍방의 합의에 의해 계약기간을 연장 할 수 있다) 등의 조항을 붙이는 것이 상례입니다. 이들 조항이 없다면 계약기간 만료와 함께 계약의 효력이 상실된다고 생각해야 합니다.

계약의 정의

Q.. 계약서와 각서의 차이점은?

A.. 당사자간에 성립한 합의내용을 증거로서 남기기 위해서 작성하는 서류로는 계약서, 각서, 합의서 등이 있습니다. 어느 것이든지 성립된 합의 내용을 기재한 서류라는 점에서는 각각의 서류에 질적인 차이는 없습니다. 기본이 되는 합의 내용을 기재한 서류를 계약서라 하고 기본이 되는 합의에 부가되는 합의라든지 기본이 되는 합의에 선 합의를 한다든지에 따라 각서, 합의서 등으로 나누는 것이 일반 통례입니다.

2가지 계약의 혼재

Q.. 한가지 계약에 2가지의 계약 개념이 혼재할 경우 (예를들어 업무프로세스 상에서는 위임계약, 후반은 청부계약으로 하고 싶을 경우)한가지의 계약서에 기재하는 것은 가능한가?

A.. 계약 자유의 원칙에서 본다면 한가지 계약 중에 위임적요소 가강한 조항을 두고 또 청부적 요소가 강한 조항을 두는 것도 당사자가 합의한 상태라면 물론 가능합니다. 단, 한가지 계약 중에 각 항의 내용이 모순된다든지 상반되는 경우가 있을 수 있으므로 주의해야 합니다.

합의서

Q.. 계약을 하기 전에 합의서(개별 테마, 기간, 디자인료 등은 포함되지 않은 계약서)의 위치는 어떻게 되는 것인가? 예를 들어 (실제계약에 앞서 교환한 조건 등의 합의가 있다면 실제계약에서는 발주서, 청구서 등으로 해결된다)라고 하는 조항은 가능한 것인지?

A.. 합의서와 계약서는 이름만 다를 뿐 질적으로는 차이가 없기 때문에 우선 합의서라고 이름 붙여진 서면을 교환하는것은 별 문제가 없습니다. 합의서도 성립된 합의내용을 기재한 것이기 때문에 이름을 합의서라고 해도 훌륭한 계약으로 성립됩니다. 따라서, 합의서를 기준으로 발주서, 청구서를 교환해서 작업을 개시할 때에는 합의서라고 이름을붙이면 계약으로서 성립되는 것입니다. 첨부하는 수입인지 가격도 계약서와 합의서는 차이가 없습니다.

건적이 불가능할 때의 금액

Q.. 계약시점에 작업량 등이 명확하게 결정되어 있지 않아서 정확한 건적을 낼 수 없는 경우에는 계약서에 금액을 기재하지 않고 계약할 수 있는 유효한 방법은 없는가?

A.. 작업량의 단가가 명확한 경우는 그것을 기재해야 되지만 불 명확할 때에는 (본 건의 디자인 업무의 대가는 건적이 가능하게 된 시점에서 별도 협의한다)라고 기재하는 방법이 있습니다.

로열티

Q.. 로열티 계약을 할 경우 금액의 기준이 되는 생산수량, 판매 수량, 매출고 등을 체크하는 방법에 있어서 어디까지 계약내용에 포함시키는 것이 좋은지?

A.. 저작료의 지불 방법은 작자와 출판사의 신뢰관계에 의존하고 있으며 로열티의 지불을 받는 측으로서는 상대방에 대 하여 생산, 판매에 관한 장부, 컴퓨터 기록의 열람, 볼 수 있는 권리를 최대한 합의하여 계약서에 기재해 두어야 합니다.

Q.. 클라이언트(기획측)와 공동으로 디자인 개발을 할 경우 로열티 방식 계약을 할 수 있는 것인지? 또 정당성은?

A.. 물론 가능하고 정당합니다. 개발에 공헌한 정도에 따라 정규 로열티금액을 클라이언트와 디자인회사가 배분해야 합니다.

명칭의 차이

Q.. 지적재산권, 지적소유권, 무체재산권의 의미차이와 사용분류는 어떻게 되는가?

A.. 이들 3가지의 내용에 큰 차이는 없고 신문이나 잡지에서 동의를 용어로서 사용되는 경우가 많습니다. 지적재산권을 국제적으로 관리·운영하기 위하여 설립된 국제연맹 전문기관 WIPO를 일본에서는 [세계지적소유권 기관]이라고 부르고 있습니다. 특허청의 1998년판 보고서 중에는 [지적재산권]의 동향이 약간 달라져서 [지적소유권관련기관]이라든지, [지적소유권센터]라는 용어도 볼 수 있습니다.

권리의 발생

Q.. 업무 실시과정에서 발생하는 모든 권리를 그 발생과 동시에 의뢰자에게 양도하는 계약에 있어서 제출 또는 보고되지 않았던 권리나 파생적(또는 잠재적)인 권리에 대해서는 어떻게 하면 좋은가?

A.. 제출 또는 보고되지 않았던 권리나 파생적, 잠재적인 권리도 당연히 의뢰자에게 귀속되는 것으로 되어 있고 제출, 보고되지 않았던 계약 당사자는 계약위반의 책임을 져야 합니다.

지적재산권

Q.. 기업내의 디자이너, 설계자와 외부 디자이너가 공동으로 공업소유권을 출원 할 경우에 혹시라도 1명(외부 디자이너)이 80%의 업무를 진행하였다고 해도 연명출원으로 평등하게 취급되는 것으로 알고 있는데 이것을 (주창작자)로 표시한다든지 (서열표시)를 하는 것은 가능한가?

A.. 권리자 내부에서의 권리비율을 각각 정하는 것은 가능합니다. 평등하게 취급할 필요는 없습니다. 하지만 출원할 때에 (주창작자)나 (서열표시)를 할 수는 없습니다.

의장권

Q.. 거리의 (시계탑)이나 (장치물시계)와 같은 것도 양산업체가 생산하지만 실제로 수량이 극히 적은 경우 (예:50개 이하의 경우)에는 (의장등록)이 되는가? 의장등록이 안될 경우 저작권은 가질 수 있는가?

A.. 상기의 예와 같은 경우에도 의장등록은 가능합니다. 의장등록은 수량과 관계없습니다.

저작권

Q.. 수주한 업무중 렌더링만 재하청을 주었을 경우에 발주기업이 제품 카탈로그에 그 렌더링을 사용할 수 있도록 승낙을 요청하였는데 렌더링 하청업체가 저작권을 주장하여 왔다. 이것은 타당한 것인지?

A.. 하청업체의 주장은 타당합니다. 단 이 경우에 주장이 가능한 것은 렌더링 저작권으로 한정되어 있고 이것을 실현한 디자인 또는 상품형태는 해당되지 않습니다.

권리범위

Q.. 채택되지 않은디자인(안)을 의뢰했던 기업의 디자이너가 일부를 변형하여 제품화 시켰을 경우에는 어떻게 대응해야 하는가?

A.. 불채택된 디자인에 대한 지적소유권이 외부 디자이너와 발주기업 중 어느 쪽에 귀속되는지가 계약상으로 정하여져 있다면 해결될 문제입니다. 변형에 있어서는 일반 지적소유권과 동일합니다.

효용기간

Q.. 외부 디자이너가 제안해서 채택된 디자인(안)이라도 발주기업의 사내 사정으로 장기간 제품화되지 않았을 경우에 이러한 (재고디자인)을 다른 회사에 사용해도 되는지? 또 이러한 것은 계약서에 기재해야 되는가?

A.. 이것은 계약상의 문제입니다. 당사자간에 협의하여 결정하면 되는 사항입니다.

기밀보호

Q.. 기밀보호가 계약에 포함되어 있는데 경쟁업체의 일을 병행해도 되는 것인가?

A.. 경쟁기업의 일을 하는 것 자체가 기밀에 해당되지 않는다면 기밀보호 의무에는 위반되지 않는다고 생각되어 집니다. 하지만 계약 당사자에 대한 중요한 한가지 규칙은 (신의성실의 원칙) 줄여서 (신의칙)이 있고 동시 병행적인 경쟁기업의 일을 하는 것은 이 신의칙에 위반되는 것이기에 피하는 것이 좋습니다.

Q.. 기밀보호 계약을 할 경우에 디자인 회사측이 계약종료 후에는 성과물을 발표한다고 하는데 계약서에는 어떻게 표현 하면 좋은가?

A.. 발표의 시기, 방법, 장소 등을 특별히 정하여 계약서상의 발주자에게 사전합의를 받아 두어야 합니다

기간규정

Q.. [비밀보호 의무], [轉心의무], [금지외무] 등에 있어서 기간규정은 어떻게 해야 되는가?

A.. 보통은 계약기간의 종료와 함께 해제되는 의무가 많지만 예를 들어 [비밀보호 의무]등에 대해서는 (계약종료후 3년 간은 비밀을 누설해서는 안된다)라고 하는 형식으로 기간이 연장될 경우가 많습니다.

변경의 이해

Q.. 발주기업이 메이커가 아니고 유통업이나 서비스업인 경우에 계약조항에 [디자인 변경에 있어서는 디자이너의 양해를 얻어야 한다]라고 설정을 해도 발주기업이 또 다른 제 3자와 디자인 허락 계약을 체결할 때에는 그것이 반영되지 않는 경우가 있는데 이러한 것을 방지하기 위해서는 어떻게 하는 것이 좋은지?

A.. [디자인 변경에 있어서는 디자이너의 양해를 얻어야 한다]라고 되어 있다면 (제 3자에게 디자인 실시를 허락한 경우에도 동일하다)라는 계약을 제 3자와 계약한다는 것은 매우 어려우므로 직접 계약상대자와 합의해 두는 것이 좋습니다.

입찰계약

Q.. 입찰에서 참가를 제약하기 위하여 1업종 1회사라고 하는 계약조항을 설정하는 경우가 있는데 대기업 등에서는 1개사에서 복수의 업종이 존재할 경우가 있다. 이러한 경우에 제약범위를 구체적으로 설정해줄 필요가 있는지? 예를 들면 (동일품목·테마), (동일시장), (도입기간)등의 3조건을 만족시키지 못하는 업체는 입찰에 참가할 수 없다 라는 표현은 필요한 것인지?

A.. 이 제약은 원래 발주자가 디자이너에 대하여 요구하는 것이므로 기본적으로는 발주자 의향이 우선된다고 생각됩니다. 디자이너에게는 (동종의 품목에 대해서는 다른 발주자로부터 디자인 업무는 수주할 수 없다)라고 하는 형식으로 업무 내용 측면에서 이 제약을 생각하시는 것이 좋다고 생각됩니다.

공개규정

Q.. 해외의 유명한 디자인 회사(수주측)가 자사의 선전이나 광고 목적으로 프로젝트 내용을 공개하였지만 발주측에서는 공개하지 않았던 예가 있는데 이럴 경우에 어떻게 계약을 하면 가능한 것인가?

A.. 공개의 시기, 방법, 장소 등을 특별히 지정하여 계약서 상에서 발주자의 사전 동의를 얻어 놓아야 합니다.

최첨단 컴퓨터그래픽 '예술과 기술의 만남', 세계 최대 규모 컴퓨터그래픽 축제 시그라프 2000

실시간 '가상현실' 구현과 리얼한 '3D 캐릭터' 디자인 돋보여

글 | 이성구 _ 웹진 정글 기자



아트갤러리 게임. 장난감처럼 생긴 긴 막대를 들고 있으면, TV속에서는 게임용 무기로 바뀌어 보여진다. 마치 SF영화의 주인공처럼 게임에 참여할 수 있게 제작돼 있다는 점이 매우 흥미롭다.



아트갤러리-그네. 그네를 타고 있으면 호수에 있는지, 스튜디오에 있는지 공간이 안긴다. 그네 밑으로 펼쳐지는 다채로운 영상과 사운드가 가상세계로 폭 빠져들게 만든다.



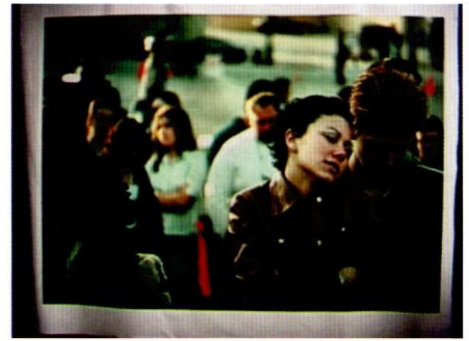
아트갤러리-마술책. 가상현실 특수 헤드셋을 쓰고 있으면 캐릭터가 살아 움직인다. 이 캐릭터가 읽어주는 동화책은 앞으로의 출판 시장의 미래를 들려주고 있다.

세계 최대 규모이자 세기의 마지막 컴퓨터그래픽 축제였던 시그라프 99(SIGGRAPH 99)가 작년 7월 LA에서 성대한 막을 내린데 이어, 올해는 미국 뉴올리언즈에서 2000년 새 밀레니엄 시대의 개막을 알리며 '시그라프 2000(SIGGRAPH 2000, The Association for Computing Machinery Special Interest Group on Computer Graphics 2000)'이라는 이름으로 지난 7월 23일부터 28일까지 6일 동안 개최돼 새로운 기술과 비전을 제시했다.

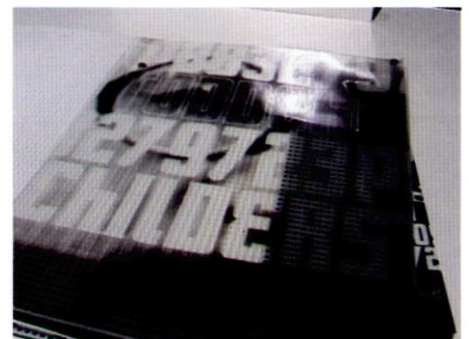
장대하게 펼쳐진 멀티미디어 및 컴퓨터그래픽 신기술과 디지털 디자인, 애니메이션 작품들에 전세계 컴퓨터그래픽 매니아들의 이목이 집중됐으며, 일본을 비롯한 중국 홍콩 등 아시아 지역에서도 상당한 관심과 참여가 이뤄졌다. 특히 전세계 컴퓨터그래픽 매니아 6만여 명이 전시장과 컨퍼런스, 컴퓨터그래픽 애니메이션 페스티벌 영상관 등을 가득 매웠으며, 한국의 참관단도 3백여 명을 넘어선 것으로 잠정 집계되고 있다.

한국 참관단 숫자가 이렇게 많았던 것은 국내 컴퓨터그래픽 디자인 분야의 활성화 열기를 단적으로 보여주는 실례로, 3D 캐릭터 애니메이션 분야 뿐만 아니라 웹디자인, 가상현실 등 다양한 분야의 디자이너들이 참가했다.

'시그라프 2000'이 열린 뉴올리언즈는 제츠의 본고장으로, 참관단들은 최첨단의 컴퓨터그래픽 기술에 덧붙여 자유로운 재즈를 접하는 흥미진진한 6일간의 여정을 보낼 수 있었다.



아트갤러리 작품



필름에 타이포그래피를 적용해 만든 아트북



아트작품 중 제목: 미래의 가스탱크 숭배(Adoration of Gas Tank)
작가명: Marjan Moghaddam



트루스페이스 아트갤러리 작품



트루스페이스 아트갤러리 작품



트루스페이스 아트갤러리 작품



트루스페이스 아트갤러리 작품



트루스페이스 아트갤러리 작품

시그라프는 크게 4가지 정도의 큰 행사로 나누어 진행되었는데, 전세계 약 4백여 컴퓨터그래픽 관련 업체가 참가하는 '전시행사', 최첨단 기술을 예술과 접목시킨 작품을 모은 '아트갤러리', 한 해 동안 컴퓨터그래픽을 가장 잘 활용한 CF 영화 캐릭터 애니메이션 작품 등을 공모하고 상영하는 '컴퓨터그래픽 애니메이션 페스티벌', 당해년도 컴퓨터그래픽 관련 업계에 가장 큰 쟁점으로 떠오르는 이슈들에 대해 발표하고 논의하는 '컨퍼런스' 등이 그것이다.

전시행사

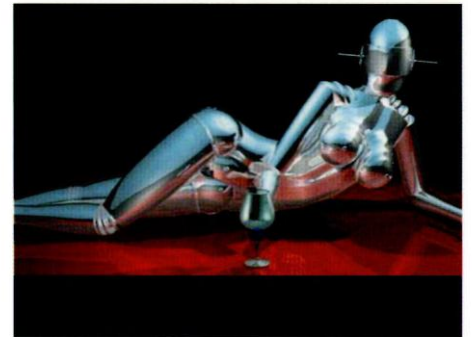
코엑스(COEX)의 약 4배가 넘는 뉴올리언즈 컨벤션센터 전시장은 미국에서도 2~3번째 정도로 큰 규모를 자랑하는 매머드급 전시장이지만 4백여 컴퓨터그래픽 관련 업체들이 빼곡하게 전시장을 채웠다. 참가 업체들의 부스 규모로 보면 SGI와 알리아스웨이브프론트 사가 단연 큰 규모를 차지하고 있었으며, 그밖에 소니, 스퀘어소프트, 인텔, 어도비, 매크로미디어, HP, 디즈니, 뷰포인트, 픽사, 칼리가리 등이 그 뒤를 이었다.

참가 업체들의 주요 출품 품목은 3D 컴퓨터그래픽 분야가 가장 많았고, 그 다음 분야가 버추얼리얼리티(VR)를 구현할 수 있는 모션캡처 분야였다. 간혹 홀로그램을 이용한 4차원 영상 디자인 분야도 눈에 많이 띄곤 했다.

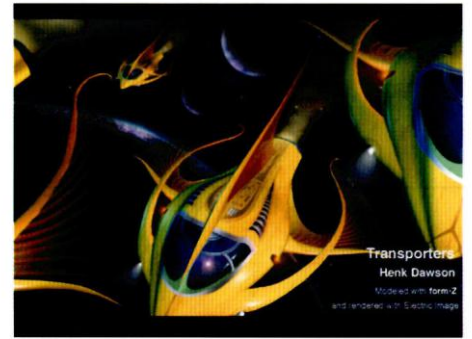
작년과 비교해봤을 때 가장 큰 변화라면 '2D 그래픽을 찾아보기가 거의 힘들다'라는 것과, '세계적인 그래픽 업체들이 3D와 VR 분야로 완전히 돌아섰다'라는 느낌이 아주 강했다는 것이다. 또한 실시간 리얼타임을 구현해내는 업체들이 참가업체의 1/3을 넘어설 정도로 압도적으로 많았으며, 모션캡처 부문에서도 다양한 종류의 신기술들이 대거 선보였다.

이번에 전시된 3D 소프트웨어들은 대부분 건축이나 토목용 시뮬레이션용이라기 보다는 게임 및 애니메이션에 등장하는 3D 캐릭터용 제작툴로 많이 활용되고 있었고 3D의 대부분은 모션캡처 분야와 연계돼 리얼한 동작 연출에 많은 신경을 쓰고 있었으며, 실시간 방송용 캐릭터와 애니메이션 제작 여부가 가장 첨예한 관건이었다.

특히 모션캡처 기술은 최근 국내에서도 많은 관심의 대상으로 일부 업체에서 사용하고 있는데 신체에 많은 전기선으로 연결해야만 하는 마그네틱 방식에서 보다 발전된 옵티컬 방식의 모션캡처 장비들이 대거 선보였다. 이 옵티컬 방식은 신체에 작고 가벼운 센서만을 부착해 원격으로 그



트루스페이스 아트갤러리 작품



트루스페이스 아트갤러리 작품



폼즈의 아트갤러리 작품



폼즈의 아트갤러리 작품



폼즈의 아트갤러리 작품



아트갤러리 입구 사진. 대형 멀티 조형물과 전시 부스로 가득찬 아트갤러리 전경



뷰포이트의 3D 클립아트 '벌'



인터랙티브 무비를 준비하고 있는 소니와 스퀘어소프트사의 최종판



3D 클립아트. 동물말고도 사람, 사물 등 수백종을 제작해 놓은 상태다.



특수 헤드셋을 쓰고 가상현실 세계에 몰입하고 있는 모습

센서의 움직임을 포착해 디지털로 변환해 주는 장치다. 뿐만 아니라 페이스 모션캡처 분야도 다각적으로 연구되고 있는 상황인데, 이 분야에서 역시 오피컬 방식을 많이 채택하고 있었다. 모션캡처와 연관된 애니메이션들은 컴퓨터그래픽 애니메이션 페스티벌을 방불케 했는데, 각기 자사 소프트웨어로 제작한 애니메이션들을 무료로 상영하고 있었다.

그 중에서도 픽사와 소니, 마야 부스 등이 가장 많은 인기를 끌었다. 디즈니와 손잡은 픽사의 3D 애니메이션과 파이널 판타지로 유명한 스퀘어소프트사와 손잡은 소니, 전문 그래픽 워크스테이션으로 유명한 SGI와 알리아스웨이브프론트사의 마야 등은 첨단 기기와 기술, 마케팅 등이 하나로 연결해 이뤄낸 '대작'으로 불려지고 있었다.

아트갤러리

1층에 위치한 5백 평 규모의 대형 아트갤러리에는 1백여 디지털 영상 작품들과 VR작품, 인터랙티브 작품, 인터넷 웹디자인 작품 등이 골고루 섞여 전시돼 있었다. 가장 인상적이었던 것은 역시 VR분야였다. 가상현실 분야가 얼마나 많이 발전해 있는지 그 수준을 가늠케 하는 전시회였는데 SF 영화 속의 한 장면처럼 가상현실 안경만 쓰면 게임 속이든 영화 속이든 자유롭게 넘나들며 펼쳐지는 모습이 바로 눈앞에서 실현되고 있다는 점에 많은 참가자들이 감탄했다.

'인터랙티브 무비', 이번 아트 갤러리에서 또 하나 이슈가 있다면 그것은 인터랙티브 무비였다. 일반의 일방적 영상 제공의 무비가 아닌, 관람자의 선택과 행동에 따라 스토리가 무궁무진하게 변하는 인터랙티브 무비가 매우 인상적이었다.

컴퓨터그래픽 애니메이션 페스티벌

이번 컴퓨터그래픽 애니메이션 페스티벌의 작품 경향은 예년과 크게 달라진 바는 없었지만, 구현해내는 3D 컴퓨터그래픽 기술은 훨씬 더 월등해졌다는 느낌이다. 특히 광고와 영화에서 사용된 3D 영상은 그 규모와 스피드, 테크닉과 리얼한 분위기에서 단연 압권이었다.

특히 앞으로 상영될 예정인 할로우맨의 디지털 인간을 만들어내는 장면은 아직도 잊을 수 없는 영상 중 하나다. 처음 뼈에서부터 근육 핏줄 힘줄 등을 인체의 세밀한 부분을 섬세한 컴퓨터 그래픽으로 하나하나 입혀나가는 모습은 특수효과 만점이다.

또한 '게토레이 광고'에서의 공룡과 프로농구 선수와의 환관승부, 인체 형상은 없이 옷만으로



버추얼 퍼즐. 허공에서도 손의 움직임으로 가상의 퍼즐을 맞출 수 있다.



뷰포이트의 3D 클립아트 '동물 뼈'



아트갤러리-홀로그램. 가로 1m, 세로 50cm, 높이 1.2m의 홀로그램 입체 조형물. 사람이 보는 각도와 위치에 따라 조형물 내부에 있는 홀로그램 영상물들이 자유롭게 움직이게 제작돼 있다.



뷰포이트의 3D 클립아트 '개미'



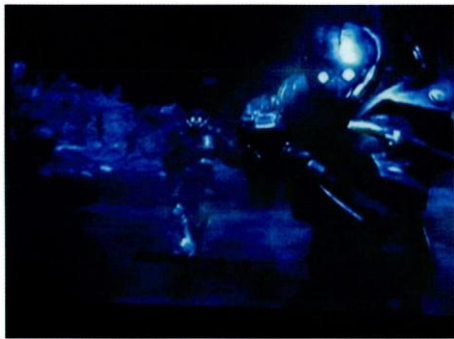
아트갤러리-무비. 보이는 시야를 외부로 끌어냈을까... 안구 모양의 스틱을 움직이면 움직이는 만큼 하단의 영상이 자유롭게 움직이게 제작돼 있다.



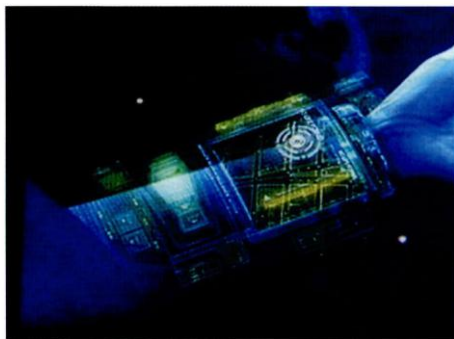
아트갤러리-텍스트. 스크린 앞에 사람이 서 있으면 사람의 그림자를 타고 텍스트가 흘러 내린다. 마치 텍스트가 사람을 인식하고 있는 것처럼..



아트갤러리 - 악기 중. 가상 미니 축구장으로 손의 움직임에 따라 영상판 밑에 있는 버추얼 공이 빠르게 움직인다. 이 공은 벽에 부딪히기도, 골대에 튕겨져 나오기도 한다. 축구장 밖으로 공이 튕겨져 나올 열려야 할 필요가 없다.



파이널판타지 2001은 현재 게임에서 발전 풀 3D 영화로 제작중이다.



파이널판타지 2001은 현재 게임에서 발전 풀 3D 영화로 제작중이다.



소니, 스퀘어소프트사에서 제작한 파이널판타지 2001년 영화 스틸 컷. 이 영화에서는 관람자가 화면의 위치와 카메라 방향을 조정해가며 관람할 수 있게 제작됐다.

사람의 형상을 만들어 연출한 '리바이스 광고-쇼크', 게임과 컴퓨터그래픽으로 3차원과 4차원 세계를 오가며 맹추격을 벌이던 '나이키 광고' 등은 컴퓨터그래픽의 승리라 불리 올만하다. 더욱 높이 평가하고 싶은 부분이 있다면 스토리를 전개해 나가는 아이디어 부분이었다. '인렉스'라는 애니메이션은 인간의 허무함을 간접적으로 표현한 작품인데, 사람 머리를 한 물고기와 그 물고기를 잡으려는 여자의 다리 미끼가 등장한다. 이 흉칙한 모양의 인어는 텃석 여자의 다리를 물고 도망을 치는데... 결국 잡히고 난 후의 장소는 수 천 마리의 인어 사체가 매달려 있는 지옥 같은 곳...

또 하나의 볼거리라면 애니메이션 전반에 등장하는 캐릭터들이다. '핀맨'의 큰바위 얼굴, '하이포케놈'의 로봇 합성 인간, '루시예'의 주인공 뼈에로의 슬픔 표정과 리얼한 캐릭터, '사무라이스'의 무뚝뚝한 목을 소유한 주인공 캐릭터 등이다.

이러한 CF, 영화, 캐릭터 애니메이션, 특수효과 등을 포함해 약 1백여 편의 애니메이션이 행사 기간 중 끊임없이 상영됐다.

시그라프2000 평가 및 비전

하지만 전체 행사를 놓고 봤을 때 아쉽게도 한국 전시부스나 한국인 아트갤러리, 애니메이션 작품 등은 찾아볼 수가 없어, 최근 국내의 참여 열기가 반영되지 못한 듯한 느낌이어서 참관단들에게 많은 아쉬움을 남기기도 했다.

다음행사인 시그라프2001은 미국 로스엔젤레스에서 개최된다고 한다. 그전에도 오는 8월의 히로시마 애니메이션 페스티벌, 10월초 일본의 디자인위크, 10월 독일에서의 프랑크프르트 국제도서전, 11월 미국 라스베이거스에서 열리는 컴덱스 등 국제적인 디자인 행사들이 지속적으로 열릴 예정이다.

앞으로는 온라인만 글로벌이 아닌 온라인 오프라인이 모두 글로벌화 되는 시대가 도래할 것이라고 한다. 해외 디자인행사에 좀 더 많은 관심과 열정을 가지고 찾아다니다 보면 우리의 눈과 디자인 수준도 한 차원 더 높아지지 않을까 싶다.



아트작품 중 수백개의 영상과 사운드가 복합적으로 이어져 있는 영상물의 일부. 제목의 '귀와 귀의 연결'이라는 작품



아트작품 중 전시장 천정에 걸려 있던 배너.



애니메이션 페스티벌. 제목: 디멘션(Dimension). 작가: George Schermer



애니메이션 페스티벌. 제목: Fixture Fixation. 작가: Marc Stanyk



애니메이션 페스티벌. 제목: 스모 에어 (Sumo Air). 작가: Ryan Powell

동서양 퓨전 인테리어 디자인과 켈리 호펜

Kelly Hoppen, The Designer of East Meets West

인터뷰 · 글 | 박진아_오스트리아 통신원

“어울림은 바로 내 디자인이 담고 있는 메시지다. 오늘날 서구에서도 그 개념에 대해 잘 이해하고 있다고 본다. 오늘날 우리는 매우 각박한 시대를 살고 있고, 그럴수록 평화로움과 조화가 있는 가정의 중요성은 커진다. 그리고 어울림은 그 언제보다도 필수적인 요소가 됐다.”



켈리 호펜(Kelly Hoppen)은 1996년 앤드류 마틴상(Andrew Martin Award)을 수상한 이래 오늘날 영국에서 가장 인기있는 인테리어 디자이너 가운데 한 사람으로 주목받고 있다. 이른바 ‘동서양의 만남(East Meets West)’이라는 수식어로 대변되기도 하는 그녀의 인테리어 디자인은 서양의 현대적 감각에 일본식 전통 인테리어에서 영감을 받은 깔끔하고 정돈된 분위기를 결합한 퓨전 인테리어로 알려져 있다. 〈하우스 & 가든〉, 〈홈즈 & 가든즈〉, 〈태틀러〉, 〈보그〉, 〈하퍼스 & 퀸〉 등 인테리어 디자인 전문지에 단골 출연하다시피 하는 그녀의 프로젝트들은 그래서 대중적인 인지도가 높다. 동양적 고요함과 서양적 화려함, 심플함과 호화로움을 결합시킨 조화롭고 평화로운 실내 환경의 창조는 켈리 호펜 디자인의 키워드이다.

표구상을 운영하던 어머니의 영향 때문에 일찌기 실내장식에 눈을 뜬 켈리 호펜의 인테리어 디자인 경력은 16세에 시작됐다. 16세 때 한 가족 친구의 주방을 디자인했고 17세 때에는 유명한 두 카레이서 가이 드웨즈와 케케 로즈버그의 주택 실내장식을 맡았다. 이후 호펜은 줄곧 자택에서 개인적인 인테리어업을 해오다가 1995년 알마 스튜디오(런던 사우스 켄징턴)로 사무실을 옮기고 현재는 올림피아에서 12인 디자이너가 함께 일하는 켈리 호펜 인테리어(Kelly Hoppen Interiors)를 운영하고 있다.

1998년 호펜은 앤드류 마틴 디자인 하우스와 공동으로 독특한 질감과 심플함을 강조한 직물 컬렉션을 발표했고, 영국 인테리어 스토어인 데벤햄스(Debenhams) 홈인테리어 아이템 시리즈를 내놓아 큰 호응을 얻었다. 데벤햄스 컬렉션은 단순한 기하학적 형태의 꽃병과 양초, 동양적인 래커상자, 황회색계열의 자연주의적 색상이 특징적이다. 영국 항공(British Airways) 1등석, 롤스 로이스 등의 고급 실내장식을 맡았고, 파이어드 어드(Fired Earth)와 공동으로 ‘퍼펙트 뉴트럴(Perfect Neutral)’이라는 인테리어 프로젝트에 참여했다. 〈동서양의 만남(East Meets West)〉(1997년 출간), 〈테이블 쉬크(Table Chic)〉, 〈인 터치(In Touch)〉 등 세 권의 책의 저자이기도 하다.

contemporary silk hessian roller with painted square detail: 실크 원단에 사각형 무늬 디테일을 강조한
현대적 감각의 블라인드. 아일랜드 산 린넨, 울, 캐시미어를 혼합하여 직조된 이 블라인드는 유리창을 통해 들
어오는 일사광선을 부드럽게 여과하여 방 내부로 투사시켜 부드러운 실내분위기를 연출한다.



아시아적 디자인 컨셉에 처음 접하게 된 동기는? 1990년대 서구에서 불기 시작한 "팬슈이" - 풍수(風水) - 열풍과는 어떤 관계가 있는가? 이러한 조류 가운데에서 자신의 디자인을 자리매김한다면?

내가 처음 인테리어 디자인을 시작한 나이는 16세였고, 당시 디자인 조류에 대해서 못마땅함을 느끼곤 했다. 디자이너들은 하나같이 극단적인 모더니즘 아니면 극단적인 전통주의를 고집하고 있었고 나는 그에 대한 대안을 모색하게 됐다. 그래서 눈을 돌린 곳이 동양적인 원천이었고 동양이야말로 내가 가야 할 길임을 깨달았고 내 작업에 완전한 조화(harmony)와 균형(balance)을 제공해주리라고 믿었다. 일견에서는 내 디자인에 풍수사상이 응용됐다고 평가하는데, 이는 내가 직관적으로 얻은 깨달음에서 자연스럽게 발현한 효과일 뿐이다.

당신은 1987년 저서 <동서양의 만남(East Meets West), Conran Octopus출판사>을 출간했고, 1998년에는 런던의 전통 스타일 자택을 아시아 디자인에 영감받아 개조한 것으로 알고 있다. 이 두 프로젝트에 대한 배경에 대해 설명해 달라.

<동서양의 만남>은 내 디자인 작품과 그 이면에 깔린 철학을 조리있게 보여주기 위해 쓴 책이다. 출간 직전까지만 해도 동서양 퓨전 디자인은 알려지지 전이었다. 이 책 출간 이후로 현재까지 20만 부 가까이 판매됐다. 1998년 내 자택 인테리어 개조 작업은 3개월 만에 완성한 도전적인 프로젝트였다. 건물을 완전히 개조하여 개방된 선(禪)적 분위기를 창조하고자 했다. 동양적인 오브제는 많이 사용하지 않았으나 장식줄여서 동양적 여백의 감각을 살리는 것이 핵심이었다. 나의 새로운 저서 <인터치(InTouch)>에서 설명한 것처럼 가정의 실내 디자인에서 중요한 요소로 질감과 감각을 살리는 데 주력했다.

다른 디자이너와 비교할 때 당신의 클라이언트들의 특징이나 희망사항은?

나를 찾는 클라이언트들은 앞에서 언급했듯이 나의 디자인의 특성을 잘 알고 있다. 그들이 원하는 것은 고요함과 조화가 어우러진 균형잡힌 홈인테리어다.

당신이 진행한 프로젝트 가운데 기억에 남는 것이 있다면?

내가 담당했던 프로젝트들 하나 하나가 다 잊을 수 없는 것들이어서 어느 것 하나를 꼬집긴 어렵다. 그 나름대로 각기 다른 열정을 요하는 것들이었다.

현재 작업중인 프로젝트로는 어떤 것이 있는가?

전세계 클라이언트를 상대로 일하고 있다. 아주 최근에는 영국항공(British Airways)

의 1등석 실내디자인 개조 작업을 끝마쳤고, 미국 뉴욕, 로스앤젤레스, 프랑스, 모나코 생트로페즈, 아일랜드, 웨일즈 등 국내외 해외의 개인 클라이언트를 위한 프로젝트를 진행중에 있다.

'어울림'은 한국어로 대동(大同) 또는 하나됨을 의미한다. 서구적 사고방식에서는 오해를 불러일으킬 수 있는 개념인 것으로 알고 있는데 아시아적 미감과 조화의식에 대한 당신 개인의 견해는 무엇인가?

어울림은 바로 내 디자인이 담고 있는 메시지로 이제 서구에서도 그 개념에 대해 잘 이해하고 있다고 본다. 오늘날 우리는 매우 각박한 시대를 살고 있고, 그럴수록 평화로움과 조화가 있는 가정의 중요성은 커진다. 그리고 어울림은 그 언제보다도 필수적인 요소가 됐다.

켈리 호펜 인테리어의 미래 계획은?

내년에 런던을 출발점으로 전세계에 켈리 호펜 스토어를 열 계획에 있다. 지금까지 작업해온 모든 것들을 한데 모은 토탈 라이프스타일 스토어가 될 것이다.

East Meets West, Fusion Interior Design by Kelly Hoppen :

Interview • Text by Jina Park

A British interior designer and decorator who began at the age 16, Kelly Hoppen rose as Britain's one of the most sought after designer since her work has been recognized by the Andrew Martin Awards in 1996. Kelly Hoppen's style is characterized by the simplicity and zen-like silence of the Asian space arrangement fused with clean, modern, and yet luxurious feel of the contemporary Western chic, the style which is termed as the title of her book <East Meets West>(London: Conran Octopus, 1997). In today's environment where everyone is stressed from work and therefore seeks a quiet and inspiring retreat at home, Hoppen discovered the therapeutic aspects of the Asian culture and its philosophy reflected in the sense of space and living. Her new inspiration attracted

spoil panels... 사일런트 글리스 유리창 장식 프로젝트. 엘리 호펜의 '동서양의 만남(East Meets West)'의 언어를 재한
기시키는 공간 분할 시스템이 특징적이다. 일본식 여닫이 문인 쇼지를 응용했다. 백색 린넨 직물을 채택했으며 전사각형 문
양을 새겨 넣었다. 사용자의 기분과 필요성에 따라서 쇼지 패널을 마음대로 재배치할 수 있어서 융통성 있다.

동서양이 만나는 창(窓), 사일런트 글리스 프로젝트:

사일런트 글리스는 영국의 창문 관련 디자인 제품 보급업체. 호펜은 최근 사일런트 글리스와 공동으로 새로운 블라인드 컬렉션을 발표했다.

과거 다른 프로젝트에서와 마찬가지로 이번 프로젝트에서 나타난 호펜의 영감적 원천은 절충주의이다. 태국의 고대 불교사원,

일본식 미니멀리즘, 아프리카의 강렬한 색채, 현대적 도회 분위기로부터 추출한 여러 이미지들을 소화시킨다.


올 5월 런던 데코렉스 2000(Decorex 2000) 인테리어 페어에서 발표한 사일런트 글리스(Silent Gliss) 창문 장식 컬렉션. 로마 양식,

베니치아 양식, 일본식 쇼지(미닫이) 창에 이르기까지 동서고금에서 영감받은 고급 컬렉션이다.

호펜의 트레이드마크 색상인 토페(taupe: 갈회색계 지구톤)와 선(禪)적 단순간결미를 다시 한 번 재현했다.



wide attentions in the early to mid 90's together with the West's hype of Feng Shui and its applications.

Hoppen's recent notable projects, among others, include fabric collection in collaboration with design house Andrew Martin(1998), homeware collection for Debenhams, British Airways First class cabin interior, and Rolls Royce interior designs. Hoppen's stylistic trademark which incorporates high quality luxurious fabrics with neutral shades ranging from white, cream, and especially taupe and Asian-inspired shapes and patterns in simplistic forms. The collaboration projects with such as Fired Earth, Bosanquet Ives(Perfect Neutrals), Kelaty, and blinds for Silent Gliss. Today Kelly Hoppen works with 12 designers at her office Kelly Hoppen Interiors in London and plans to open Kelly Hoppen Store in London and other major international cities. She also has published <Table Chic> and <In Touch>(1999). 

특이한 소재를 이용함으로써 혁신적인 분위기를 창조하는 이 검정색 롤러 블라인드는 당김줄 디테일로 인조 광택 중국 옥석을 활용하여 여백을 강조한 전체적 실내 분위기와 조화시켰다.



동양의 미학을 현대적으로 해석, 영국의 퓨전 인테리어 디자이너의 <동서양의 만남> 리뷰

East Meets West :

Global Design for Contemporary Interiors Kelly Hoppen

(London : Conran Octopus Limited, 1997)

영국 출신 인테리어 디자이너 켈리 호펜(Kelly Hoppen)은 전세계를 여행하면서 동양의 공간 철학과 미감에서 새로운 가능성을 발견했다. 풍부한 색채 감각과 화려함을 자랑하는 옛 페르시아 땅과 인도, 광활한 대륙과 그에 걸맞는 대담한 스케일의 중국, 고요와 신비의 땅 티벳과 버마, 절도와 매력의 일본은 서양적 공간 미학에서 찾아 볼 수 없는 여유와 여백의 세계를 열어주었을 것이다. 달라이 라마가 전 세계 불교신자를 향해 외치는 자비와 조화의 미덕, 상반되는 사물과 원리들을 두루 감싸안은 음양원리, 이국적인 자연환경, 허름한 듯한 여유의 매력 - 이 모든 것들은 여전히 서양인들의 감상 속에 살아있는 아시아의 이그조티시즘(exoticism) 일 것이다. 에드워드 사이드(Edward Said)가 그의 기념비적 저서인 <오리엔탈리즘>에서도 지적했던 대로 오리엔트(당시 오리엔트는 중동 지방을 주로 지칭하는 것이었지만)는 서구의 해석에 의해서 비로소 의미를 갖는다고 믿었던 서양중심주의가 머리를 스친다. 켈리 호펜의 East Meets West 인테리어 디자인은 동양적 배치와 모티프를 이용하여 서양적인 구성 방식으로 재창조한 서구식 인테리어 디자인 트렌드임을 이 책을 통해서 확인할 수 있었다.

전통 아니면 진보라는 극단적인 미학이 세력다툼을 거듭하는 서구 미학에서 발견되는 실내 공간은 온갖 가구와 장식물로 빼곡하게 채운 전통적 귀족적 내지는 브루조아 인테리어가 아니면 북유럽적 절제주의가 지배하는 바우하우스식 미니멀리즘 인테리어로 양분되곤 한다. 호펜은 이 책에서 자신의 동서양 퓨전 디자인의 근원과 철학적 바탕을 설명한다. 중국 가정에서는 죽자나 장식 소품 등을 수시로 바꾸면서 집안 분위기를 쇄신한다고 한다. 그리고 가진대로 방 안을 채우고 디스플레이하는 서양식 실내와는 달리 일상생활에 장식용으로 쓰이는 것들은 그 가정이 소유한 장식품의 10분의 1만을 디스플레이한다고 한다. 일본의 전통식 주택 건축물은 기후와 날씨의 변화에 따라 실내 노출도를 조절할 수 있어서 자연과 친근하도록 설계되었다고 한다. 절제성, 융통성, 자연적 친화성 등으로 해석되는 동양의 그와 같은 공간 이용방식은 조화(harmony)와 균형(balance)이라는 개념으로 이해된다. 그리고 그것은 저자가 재차 강조하고 있듯이 직접 경험(experience)하여 느끼는(feel) 직관(intuition)의 세계이다. 그래서 그녀는 "인테리어는 보기 좋을 뿐만 아니라 기분도 좋게 해 주는 것"이라고 주장한다. 그래서일까. 이 책에 실린 사진을 들여다 보고 있노라면 동양 산수화를 보면서 느낄 수 있는 평온함과 휴



사일런트글리스 프로젝트. 실크소재의 헤시안 로만 블라인드. 인조 고슴도치 털 장식. 자연주의적 색상 선택과 여러 종류의 고급 원단을 혼합하는 호펜식 직물 이용방식이 다시 사용됐다.

식감을 느끼게 된다. 조화(harmony), 침착(serenity), 평화(tranquility)의 분위기를 효과적으로 연출한 때문일 것이다.

삼베색을 떠올리는 자연톤을 주배경색으로 삼아 강렬한 원색으로 액센트를 주는 배색 활용 방식도 호펜의 해석이다. "질감(texture)은 제2의 색상"이라고 할 만큼 그녀에게 색채에 못지않게 중요한 디자인 요소는 질감이다. 세계 각지에서 생산되는 최고급 모, 베, 실크를 즐겨 사용하는 한 질감을 경험하는 사용자는 행복할 수 밖에 없을 것이다. 그런 점에서 "동양 문화는 단순성과 정신성에 기초하고 있으며 그것은 지극히 평범하고 허름한 것들을 디스플레이하는 것에서 반영된다"라는 지적과 "동양문화권에서는 무엇하나 버리거나 낭비하는 법이 없다"는 평가를 하면서 한편으로, 고가 디자이너 가구, 장식품, 원단을 즐겨 사용하는 저자의 취향과 어떻게 조율해야 할 것인지는 의문으로 남는다. 동양적 명상주의와 서양적 쉬크함을 찾는 소비자들에는 새로운 디자인 비전을, 스트레스에 쫓기는 바쁜 프로페셔널들에게는 평화를 안겨줄 수 있다면 그것으로 사명을 다 한 것이리라. 그녀의 4번째 저서의 출간을 기다려 본다. ❶

서울시 성북구 성북2동 260-88
전화 02)763-2320 팩스 02)743-3352
<http://www.aqbook.co.kr>

이 광고 어디에 빅아이디어가 숨어있을까요?

J&B Blended Scotch Whisky, 43% Alc. by Vol., Imported by The Riddington Corporation, Ft. Lee, NJ © 1989.

ingle ells,
ingle ells.

The holidays aren't the same without **J&B**

J&B Scotch Whisky. Blended and bottled in Scotland by Justerini & Brooks, fine wine and spirit merchants since 1749.
To send a gift of J&B anywhere in the U.S., call 1-800-528-6148. Void where prohibited.

세계적인 스카치 위스키 J & B의 크리스마스 시즌 광고다. 헤드라인은 "J & B가 없는 크리스마스는 같을 수가 없습니다" 무슨 소리지? 한번 읽어보라. 잉글 엘스, 잉글 엘스????????? 이게 무슨 소리야? 크리스마스 시즌광고라는 것을 염두에 두고 다시한번 읽어보자. 잉글 엘스, 잉글 엘스, 뽀뽀뽀... 무언가 온다! 감이 잡힌다! 그대 바로 그렇다. 정글 벨스 정글 벨스에서 J자와 B자가 빠진 상태다. J & B와 함께 지내는 크리스마스는 정글 벨스 정글 벨스의 기분, 너무나도 기분좋은 것이고 J & B 한잔도 없이 지내는 크리스마스는 잉글 엘스 잉글 엘스 정도의 반쪽 기분이라는 이야기. 녹색 바탕이 포인 세티아의 푸른 잎을 연상케해 크리스마스 기분에 맞게 한다.

지금 구상하고 계신 작품을 한번
저희 삼화칼라에 맡겨주십시오.
저희 삼화칼라는 국내 최선의
장비를 보유하고 있어 어떤작품도
멋지게 뽑아 드리겠습니다.

저희는 최선을 다합니다.
지금 작업중인 이 일이
여러분 '필생의 대표작' 일지도 모르기 때문에...



삼화가 보유하고 있는 장비

- 토탈스캐너 사이텍스 시스템
- 스캔 스킨터미널 2대
- 스캔뷰어, 스캔스케일, 스캔셋트
- 투사용 농도계, 반사용 농도계
- 자동올렛 소부기, 교정기
- 프린터 : EPSON STYLUS PRO 9000
(해상도 1440×720dpi)



(주)삼화 칼라

전화: (대) 2273-7058, FAX: 2267-8963

부모님이 오신다

명절때마다 먼 길을 마다 않으신다

그래도 늘 편안하다고 하신다

아시아나를 탔기 때문이다

