

industrial design no. 159



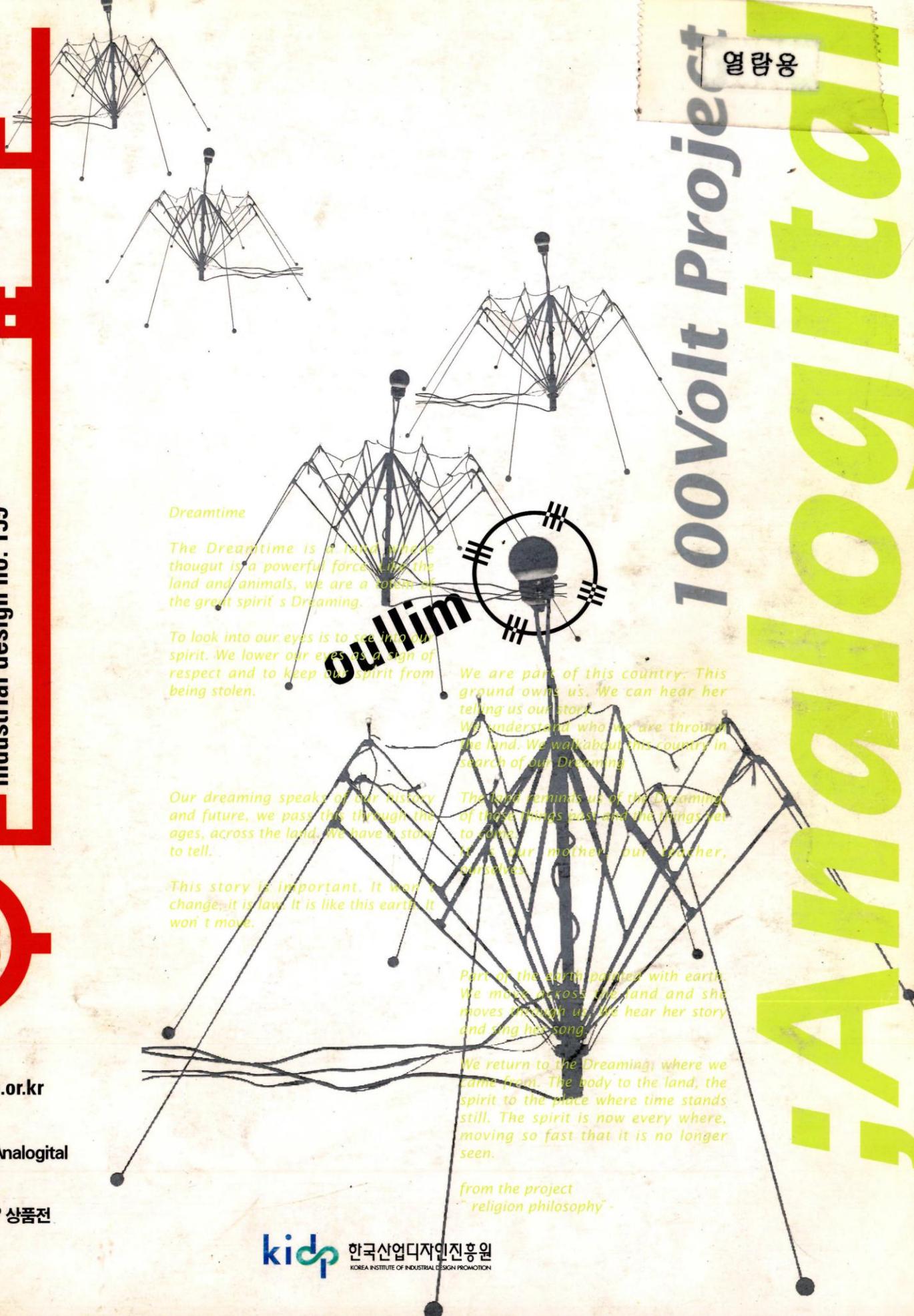
<http://www.kidp.or.kr>

특집

100Volt Project : Analogital

리뷰

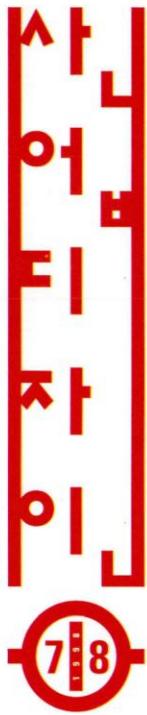
'98 우수산업디자인^{GD} 상품전



'98 우수산업디자인(GD)상품전



contents



포지디자인 김재호 | 계원조형예술대학 교수

'98년 표지 컨셉으로 진행될 '어울림'. 이번 호에는 '어울림'이 디자인의 중심이 되어 각 분야와 전 세계로 하나둘씩 불을 밝혀나감을 표현하였다.

산업디자인 통권 제159호 (격월간)
 ● 발행처:한국산업디자인진흥원(<http://www.kidp.or.kr>) ● 발행권 편집인:노정우 ● 내부지원원 이창렬
 ● 편집장:맹은주 ● 취재·편집 유관형, 김향희 ● 발행일: 1998. 6. 30 ● 본원 서울특별시 종로구 연간동
 128-8 전화 02 708 2059/2089 ● 등록번호: 마-569호 ● 등록일자: 1971. 1. 14. ● 인쇄: 제본 삼성아이비아
 (주) 전화 02 837 1331 ● 디자인 (주)아그리피스 전화 02 743 8065 ● 디자이너 빅민수 ● 디자인 및 출판
 인터헤드 전화 02 3446 3700 ● 본지는 한국도서윤리위원회의 윤리기준을 준수합니다.

디자인 프롤로그	4	세계적 새이미지를 창출할 때이다 김규현
어울림 리포트	8	미래가 있는 주제, 깊이 있는 회의 - 스톡홀름 이코그라다 회장단 회의 안상수
	12	2001년 세계 디자인총회 기틀 마련 - Interdesign '99 발대식 편집실
디자인 데스크	14	디자인 비즈니스 - 제품디자인 개발의 재정적 측면 관리 정리·강수정
	20	디자인과 의장법 - 비밀의장제도 황종환
	22	디자인 성공사례 - (주)제페 다기능 건강칫솔 유관형
	24	KIDP 지도상품 편집실
포커스 인터뷰	28	Korean Spirit in Design - 삼성디자인연구원 ^{ids} 김정배 과장 김향희
특집	33	100Volt Project : Analogital 기획·구성 김재호
	34	Analogital 프롤로그 김재호
	36	Koyaanisquatsi 김재호
	42	도시와 인간 사이의 'Medium' 디자인 유부미
	44	New Garbage 이흔주
	46	Vision of the Future 편집실
	52	스테파노 지오반노니와의 대화 김규혁
	56	Double Telephone 김의훈
	62	'Re' design 김재호, 정창진 외 다수
	68	어느 디자이너의 전화기 이야기 김재호
	76	이야기 마감 김재호
리뷰	81	'98 우수산업디자인 ^{GD} 상품전 편집실
공인산업디자인전문회사	87	(주)엠아이디자인 유관형
산업디자인 정보	89	21세기 환경변화에 따른 디자인의 과제 - 경원 차세대디자인정보센터 국제학술심포지엄 김난령, 김명석
	92	경험에 의한 디자인, 디자인에 의한 경험 - IDAS의 인터랙션 디자인 Steve Willan
해외 산업디자인	96	동구권 디자인 - 슬로바키아의 디자인과 문화 Zdeon Kolesar
	104	디자인 관련 해외 정기간행물 목차 편집실
디자인 · 디자이너	106	제품의 혼을 찾는 디자이너 - 김재호
연구논단	110	삼성 둔촌 어린이집 실내디자인 사례 이연숙
디자인 벤치	118	디자인 성과 증명하기 맹은주
디자인 뉴스	120	디자인 동서남북
	123	KIDP 소식

세계적 새 이미지를 창출할 때이다

이제 도심의 랜드마크적 환경시설물을 재창조, 확대하여야 할 때이다. 대학로, 비원, 인사동, 경복궁까지의 거리 모습이 우리 선조들이 가꾸어 왔던 토속적·민속적인 디자인 제품 및 환경 시설물들이 현대적 분위기와 함께 어우러진다면 그 파급효과는 굉장할 것이다. 또한 한강을 상징화하기 위해 20여 개의 다리 입구에 탑을 설치하거나 조명을 이용하여 각 다리의 모습을 재창출 할 수 있으며, 고속도로 주변의 모습을 세계에서 가장 긴 100km 이상의 인스톨레이션 환경그래픽으로 연출할 수 있는 프로젝트 등은 우리가 세계적인 이미지에 합류할 수 있는 계기를 마련할 수 있을 것이다.

팝 아트에서 포스트 모던, 뉴 웨이브, 근래의 해체주의에 이르기까지 세 계 디자인의 역사적 물결은 대략 10년을 주기로 그 유형과 스타일이 변화되고 있다. 우리 나라 디자인계 역시 2000년의 세계그래픽디자인단체협의회 ICOGRADA 대회와 2001년의 국제산업디자인단체협의회 ICSID 총회를 준비하게 되면서 과거 어느 때보다 커다란 변화의 중심에 놓이게 되었다. 또한 범국가적 행사인 2002년 월드컵 개최로 우리나라가 얻을 수 있는 경제적·문화적 효과는 상당하기 때문에 새로운 이미지를 창출하기 위한 디자인계의 노력이 절실히 요구된다. 과거 한국의 모습에서 변화하는 새로운 한국의 참 모습을 세계에 알릴 수 있는 절호의 기회가 될 수 있기 때문이다.

과거로 다시 돌이킬 수는 없는 시^時·공간^{空間}의 흐름은 우리와 세계에 변화를 요구하고 있다. 특히 IMF 체제하에 있는 우리는 어떤 변화된 모습으로 세계에 당당히 나설 것인가에 대해 심사숙고하여야 할 것이다. 이러한 노력의 배경이 있을 때 우리가 간직하고 있고 재발견할 수 있는 우리 자신의 세계적인 이미지는 분명히 존재하리라 생각되며, 그것을 창출할 때만이 그에 대한 효과가 극대화되리라 생각한다.

세계 여러 나라들이 그들 자신의 문화를 세계적인 이미지로 변화시킨 역사적 계기들은 많다. 1992년 바르셀로나 올림픽 개최 당시 스페인 정부는 과거 강대했던 해양국가, 세계적인 예술가들을 많이 배출한 나라, 강렬한 태양과 정렬의 춤 플라멩코의 나라, 투우경기 등의 모습을 대외 홍보에 적극 활용하였다. 또한 텔레비전을 통해서는 스페인의 세계적인 건

축 거장 안토니 가우디의 성^聖가정교회, 귀엘 공원의 타일 모자이크와 조각 등 도시환경물, 파블로 피카소, 살바돌 달리의 초현실적인 이미지, 원색적이고 강렬한 색채의 후안 미로 작품들을 부각시켰다.

이처럼 스페인은 광범위하고 다양한 부분들을 내포하고 있는 그들의 문화를 건축, 도시 환경, 미술 등 몇 가지 단순한 이미지로 표현하여 효과를 보았다. 이와 더불어 스페인을 대표 할 수 있는 세계적 차원의 이미지를 구축하기 위해 얼마 전 정부차원에서 해체주의 건축가 프랭크 게리가 디자인한 구겐하임 뮤지엄 Guggenheim Museum을 스페인에 건립했다. 이 건축물은 호주 시드니하면 떠오르는 오페라하우스처럼 스페인의 새로운 이미지로 온 세계가 집중하는 문화유물로 자리 매겨질 것이 분명하다.

프랑스도 우리에게 몇 가지 아이디어를 제공하고 있다. 그들은 세계에서 가장 유명하고 오래된 건축물 중의 하나인 피라미드의 이미지를 십분 활용했다. 현대적 감각이 물씬 느껴지는 유리를 소재로 루브르 박물관 광장에 피라미드를 재현해 낸 것이다. 아마 그들의 생각이나 개념이 그리 복잡했던 것은 아닐 것이다. 그저 이집트에 가면 '오리지널 피라미드'를 볼 수 있고 파리에 오면 현대적이고 미래지향적인 '세계적 이미지의 피라미드'를 볼 수 있다는 생각을 했을 것이다. 이러한 국경을 넘은 문화유산 재창출은 국가를 홍보하는 이미지로서의 가치는 물론 랜드마크 Landmark적인 역할도 수행하게 되는 것이다.

얼마 전 '98 프랑스 월드컵 홍보를 위해 에어 프랑스 소속 보잉 747기 십여 대가 비행기 몸체에 축구 하는 모습의 슈퍼그래픽을 그려 넣

고 날아가는 장면을 볼 수 있었다. 그들의 국가적 홍보전략과 계획에 감탄이 절로 나왔다. 적극적인 이미지 홍보와 관리, 끊임없이 노력하는 그들의 모습과 이러한 노력이야말로 우리가 말하는 국제화·세계화에 대한 개념이라 생각되었다.

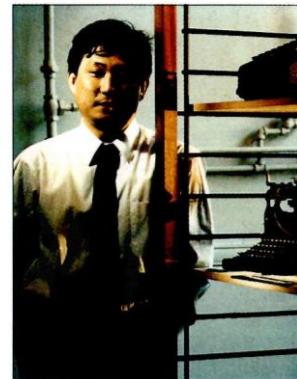
우리 나라의 홍보책자나 관광 포스터에 나타나는 이미지는 '조용한 아침의 나라', '오천년 역사의 찬란한 문화', '동방예의지국' 등으로 한정되어 있다. 10년 전이나 지금이나 큰 차이가 없다. 이미지를 극대화하려는 작업이나 노력이 거의 전무했던 것이다. 그래도 최근 들어 우리 나라의 정신과 문화에 대한 바람직한 연구와 시도들이 눈에 띠게 늘고 있어 반갑다. 그러나 우리가 우리의 문화를 재창조할 수 있는 여력은 무한대인 것에 반해 그 결과는 강하게 와 닿지 못하고 있는 실정은 한번쯤 다시 생각해 볼 문제이다.

몇 주전, 모 일간지에 백남준 선생의 근황이 소개되었다. 2000년에 미국 뉴욕의 구겐하임 뮤지엄에서 개인 전시회를 한다고 한다. 불편한 몸에도 불구하고 그 동안 정열을 바쳐왔던 비디오 아트와는 차원이 다른 레이저 조각을 새롭게 선보일 예정이라니 놀라울 따름이다. 더욱 놀라운 것은 전시실 안의 빛을 완전히 차단해야 하는 한 예술가의 작품 전시를 위해 기꺼이 기술적인 고민과 번거로움을 감수하고자 하는 전시관 관계자들의 자세였다. 그들은 전시관의 빛을 완전히 차단할 수 있는 방법을 찾아낼 것이고 깜깜한 전시장 안의 모든 공간 - 천장, 벽면, 바닥에는 한 예술가의 혼으로 다시 태어난 레이저가 아리랑처럼 찬란히 빛나게 될 것이다.

상기와 같은 맥락을 차치하고라도 이제 도심의 랜드마크적 환경시설물을 재창조, 확대하여야 할 때이다. 특히 서울의 대표적 문화공간이라는 인사동은 그 넓이와 길이가 매우 협소하다. 뉴욕의 소호 SOHO처럼 주변의 모습들도 문화보존지역으로만 묶어놓지 말고 새로운 문화공간으로서의 가치를 재창조할 때이다. 대학로, 비원, 인사동, 경복궁까지의 거리 모습이 뉴욕의 5번 가 5th Avenue처럼 사람이 즐길 수 있는 공간, 다닐 수 있는 거리로 연결된다면… 이런 길목에 우리 선조들이 가꾸어 왔던 토속적·민속적인 디자인 제품 및 환경 시설물들이 현대적 분위기와 함께 어우러진다면 그 파급효과는 굉장할 것이다.

또한 한강을 상징화하기 위해 20여 개의 다리 입구에 탑을 설치하거나 조명을 이용하여 각 다리의 모습을 재창출 할 수 있으며, 고속도로 주변의 모습을 세계에서 가장 긴 100km 이상의 인스톨레이션 환경그래픽으로 연출할 수 있는 프로젝트 등은 우리가 세계적인 이미지에 합류할 수 있는 계기를 마련할 수 있을 것이다.

디자이너의 특권 중에 가장 큰 특권은 상상할 수 있고 이것을 현실화 할 수 있다는 점일 것이다. 백남준 선생의 기사에 '매일 사과만 먹다가 바나나를 먹으면 바나나 맛이 신비한 것처럼 비디오 아트에 대한 지루함을 레이저 조각으로 변화시켰다'는 내용이 있다. 우리도 우리가 가지고 있는 이미지 그 자체에 만족하지 말고 새롭게 재창조해서 진정으로 우리 나라의 이미지와 가치가 새로워지고 전세계에 새롭게 부각될 수 있도록 노력해야 할 것이다. kidp



김규현 경희대학교 산업디자인학과 교수

1957년 생. 미국 Pratt Institute에서 산업디자인을 전공하였고, 같은 학교 대학원 M.I.D.을 졸업.

CBS 방송국과 Donald Deskey 디자인실에서 근무하였으며, 88년 뉴욕에서 알 디자인 ALL Design, Inc.을 설립하여 운영. 미국 General Scholarship과 The Korean Honor Scholarship을 받았으며, 대학 재학 중 미국산업디자이너협회 Industrial Designers Society of America로부터 Certificate of Merit Award를 수상하여 뛰어난 재능과 실력을 인정받음.

LG전자 디자인실 및 한국산업디자인진흥원에서 특강을 비롯하여, 산업디자인과 월간디자인자 및 다수 전문잡지에 디자인에 관한 비평을 기고. 또한 한국일보와 경향신문에도 그에 관한 글이 실림.

현재 환경·제품·전시·슈퍼그래픽 등의 토탈디자인 분야에서 활발하게 활동.

‘산업디자인’ 지의 과월호를 할인 판매합니다!

‘산업디자인’ 지는 앞으로도 다양한 정보, 깊이 있는 접근으로 더욱 노력하겠습니다.

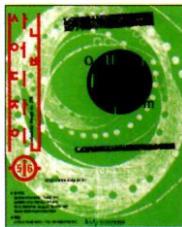
호수 151호, 97년 1·2월호, 152호, 97년 3·4월호, 153호, 97년 5·6월호, 154호, 97년 7·8월호, 155호, 97년 9·10월호, 156호, 97년 11·12월호, 157호, 98년 3·4월호, 158호, 98년 5·6월호

할인 가격 97년 발행호 - 4,200원^{40%} 할인 98년 발행호 - 5,600원^{20%} 할인

입금 방법 전화나 팩스로 신청하시고 온라인으로 입금 | 제일은행 233 20 017648 제금주: 한국산업디자인진흥원

문의 한국산업디자인진흥원^{KDIP} 출판사업팀 Tel_02 708 2059 / 2083 / 2089 Fax_02 762 5783

제158호 98년 5·6월호



디자인 프로그램

904 대한민국산업디자인진흥원에 즐음하여 | 민철홍

핫 이슈

905 제2차 ASEM 기념 ‘designit’ 웹사이트 개통 | 편집실

어울림 리포트

906 ‘98 한국디자인대회 – ‘아울림’ | 편집실

907 디자인 선진화로 경제 르네상스 실현 – 아울림 경과 보고 | 노장우

908 디자인은 경영전략의 핵심 – 전경련 치기 회장 연설 | 문 | 김우중

909 경영위기 극복과 21세기를 대비하는 디자이너의 결의선언

910 디자인 혁신을 통한 국가경쟁력 강화 – 대통령 연설 | 문 | 김대중

911 아울림란 무엇인가? – 아울림 좌담회 | 김향희

리뷰

912 제33회 대한민국산업디자인전람회 | 편집실

913 국가상징으로 환경 조성을 위한 가로 시설을 디자인 – 대통령상 수상작 케이스 스티커 | 정광진·이상호

914 환경디자인 아이멘티티 – 대통령상 수상자 정광진·이상호 인터뷰 | 김향희

특집

915 디자인의 역사를 바꾼다 – 우리나라 제품디자인 역사 | 기획·구성 노장우

916 주요 제품디자인 연표 | 편집실

917 제품디자인 40년, 그 어제와 오늘! | 최종열

918 전기기의 디자인 | 김향희

919 하드디스크, 휴대폰 – 대우전자, 삼성전자, LG전자 | 정희연·진재한·노창호

920 세계를 휩쓰는 우리 중소기업의 우수디자인 제품 | 정희철

909 우수디자인, GD 상품들 | 오승희

디자인 데스크

930 디자인 비즈니스 | 정리·강수정

931 디자인과 의장법 | 황종환

932 수출로 IMF를 이기다 – 웰코진자(주) | 유관형

933 KIDP 지도상품 | 편집실

포커스 인터뷰

934 해외 있는 디자인 – IDSA 회장 Craig Vogel 인터뷰 | 오승희

공인산업디자인전문회사

935 ISM Corporation | 유관형

해외 산업디자인

936 항가리 디자인의 숨은 저력 | 크리스티나 라카토스

937 디자인 관련 해외 정기간행물 목차 | 편집실

938 디자인학교의 세계 최고봉 – 파슨스 디자인스쿨 | 이규민

디자인·디자이너

939 강한 상징성과 메시지 – 박금준 | 편집실

940 디자인 사회화의 저작 달리마와 디자인 의미 고찰 | 조재경·이미리

디자인 벤치

941 디자인과 전쟁 | 윤대영

디자인 뉴스

942 디자인 동서남북

943 KIDP 소식

제157호 98년 3·4월호



‘산업디자인’ 지의 월호 표기가 97년까지는 발행된 월

을 기준으로 그 월과 이전 월을 표기하던 방식에서 98년부터는 다가올 월 표기로 바꾸었습니다.

157호 / 98년 1·2월호 → 157호 / 98년 3·4월호

디자인 프로그램

944 디자인, 거리의 시민운동으로 | 문호미

디자인 메시지 – KIDP

945 21세기 디자인을 위한 준비 | 노장우

Zoom in 98 – 디자인 관련 단체

946 한국공인산업디자인전문회사협회, 한국산업디자인협회, 한국시각정보디자인협회, 한국텍스타일디자인협회, 한국페어디자인협회, 한국디자인학회, 한국디자인법인단체총연합회

디자인 데스크

947 디자인 비즈니스 – 제품점포 경영하기 | 정리·김정희

948 디자인 라운드의 동향과 개정의장법의 주요 내용 | 황종환

949 천공과 제본을 동시에 – 에스피시 2공 천공제본기 | 김법태

950 KIDP 지도상품 | 편집실

포커스 인터뷰

951 ‘국민의 정부’ 혁신정책은 바로 ‘디자인의 고도화’ | 입니다 – 김대중 대통령의 국가디자인 발전 전략 | 편집실

특집

952 IMF 시대에 다 같이 생각한다 – 디자인 서바이벌 | 기획·구성 박임종

953 디자인과 벤처 | 박임종

954 디자인 분야의 벤처기업들 | 김향희
양철진, 디자인중심, 로고뱅크, 기나화랑 가나아트
샵, 이미지드롬, 인포로직, 마노디자인 & 컨설팅

955 디자인의 거품을 빼자 | 정도성·박세웅·박순보·송
지성·변주석·김교영

리포트

956 새로운 가능성을 위한 방향 찾기 – 대우전자 ID 캠프 | 오승희

해외 산업디자인

957 디순합의 길이를 디자인으로 – 스마트디자인사 | 최
윤호

958 세계 디자인의 판문 소호 | 이규민

959 기구의 기능주의 및 축소화 강세 – 월든 국제기구전
시회 | 문종영

960 폴란드 디자인의 뿌리와 역사, 현재와 미래 | 보이
체엔크 바비에耗费스키

961 디자인 혁명 속의 소형, 경량, 첨단감각 열풍 – 미국
리스베이스 동계 전자쇼 | 김진

962 디자인 관련 해외 정기간행물 목차 | 편집실

연구 논단

963 김성적 정보처리와 아이콘에 의한 이미지의 추상화
| 이승희

인포메이션

964 KOEX 전시 일정 | 편집실

965 1998 해외 전시 일정 | 편집실

디자인 뉴스

966 디자인 동서남북

967 KIDP 소식

디자인 벤치

968 디자인계의 영어 흥수 | 윤대영

제156호 97년 11·12월호



디자인 프로그램

969 IMF시대의 디자인과 문화 – 불황기의 디자인 생존
전략 | 김우현

특집

970 세계그래피디자인단체협의회(ICOGRADE)

971 ICOGRADA의 구성과 활동 | 편집실

972 제17차 우루파이 ICOGRADA 총회 | 정동련

973 ICOGRADA 부회장에 선출된 신선수 교수 | 편집실

974 세계그래피디자인 정신의 산실 – ICOGRADA 사
무국 | 이상원

이슈

975 산업디자인센터 설계 공모 당선작 발표 | 편집실

포커스 인터뷰

976 인터랙션디자인의 도래 – 카네기멜론대학 리처드
부케년 박사 | 편집실

산업디자인 정부

977 97 우수 산업디자인상(SD : Super Design)상
품 선정 | 편집실

978 KIDP 지도상품 시상전시

979 삼진종합상사 스카이 멀티박스 | 김법태

980 97 한국 전자전의 디자인 경향과 특징 | 유현오

981 97 한 일 디자인 심포지엄 | 김명식

982 97 일본 우수포장디자인전 | 편집실

동구권 디자인

983 에스토니아의 경제와 문화, 그리고 디자인 환경 | Heiki Kongi

해외의 산업디자인

984 영국 브리티시 어워드(BA)의 새로운 이미지
전략 | 정우랑

985 미국의 기구시장·전통 가구디자인의 물학 | 이규민

986 독일 97 프랑크푸르트 국제모터쇼 | 운종영

987 경제의 위기와 디자인의 기회 | 최윤호

988 Comdex Fall '97 | 임도교

989 ICOGRADA·ICSID 제연

990 한국의 디자인과 세계 디자인간의 만남과 어울림의
대회로 | 조중완

연구논문

991 기업 디자인 전략으로서 제품이미지 통합관리 | 이
태숙

디자인 뉴스

992 디자인 동서남북

993 KIDP 소식

디자인 벤치

994 코페르니쿠스와 우공(禹公) | 윤대영

제155호 97년 9·10월호



디자인 프로그램

995 2002 월드컵 축구대회와 한국의 이미지 제고 |
최창신

특별기획

996 2001년 ICSID총회

⑩ 산업으로 잊는 세계디자인총회	노정우 ⑪ 2001년 ICSID총회 개최와 의의	편집실 ⑫ 2001년 ICSID총회 유치 프리젠테이션	2001년 ICSID 유치위원회 ⑬ 제20차 ICSID '97 토론토대회	이해목 ⑭ ICSID '97 토론토대회 한국산업디자인 특별전시관 - 삼성전자	진재한 ⑮ ICSID '97 토론토대회 한국산업디자인 특별전시관 - LG전자	이철배 ⑯ 2001년 ICSID 총회의 성공적인 개최를 위한 제언 - 권은숙, 김덕경, 박우성, 정경원, 정석원, 조종원 ⑰ 디자인 인프라 시스템 - 디자인센터빌딩, MIDAS 프로젝트	편집실 **디자인 초점** ⑱ 제4회 전국 초·중·고등학생 산업디자인 전람회	편집실 **포커스 인터뷰** ⑲ 예쁜 한복, 이것이 넓으세요 - 한복쇼핑백 디자인	초등학생 김지민 양 ⑳ 디자인 감각이 솔솔 - 둘째모양의 자동통	중학생 이주희 양 ㉑ 전시회랑과 있는 입체 동화책 디자인	고등학생 김혜경 양 **리뷰** ㉒ KIDP 지도상품 지상전시 **디자인 성공사례** ㉓ 속눈썹 성형기 아이컬	김범태 **공인산업디자인전문회사** ㉔ 인간과 사회를 위한 커뮤니케이션 - 문화환경	유관형 **산업디자인 정보** ㉕ 한국 고유의 아이엔티티 실현 - 레간자	김태완 ㉖ 드론, 정밀, 인간공학적 형상의 LG헤어 드릴	김영기	김경태 ㉗ 우리풀 몰리와 외국 풀리의 한판 대결	편집실 ㉘ 제과업체의 소포장 바람	김광현 ㉙ 좀더 작게, 좀더 기볍게 - 휴대폰, 시티폰, PCS단말기 디자인	편집실 ㉚ 한국자동차디자인공모전	편집실 **해외 산업디자인** ㉛ 강력한 상품브랜드, 디자인의 영작 코카콜라 유리병	정우항 ㉜ 디자인, 기능, 인간공학, 환경적인 면까지 보증하는 빨간점	윤종영 ㉝ The Humane Village - '97 ICSID 대회 홍보 브로슈어 ㉞ 영국 디자인 뮤지엄	Penny Bassant ㉟ 각종 제품의 사용설명서 - 드미트리 이즈리칸 **리포트** ㉟ 디자인도 상품이다 - KBS 라디오 특별기획 '웨인 코리아 세계로 가는길' ㉟ 산업디자인 분쟁의 동향 및 분석	황종환 **연구논단** ㉟ 포장디자인의 마케팅적 이론개발을 위한 인지심리 학의 적용	김득수 ㉟ 브랜드 아이엔티티 요소로서의 포장디자인 역할에 관한 연구	김재홍 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 디자인들도 절필(絶筆)을	윤대영 **제154호** 97년 7·8월호 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **디자인 벤치** ㉟ 공존(共存)	윤대영 **디자인 프로그램** ㉟ 성수대교의 재개통에서 바라본 디자인과 인천성	민성근 **테마기획** ㉟ 산업디자인의 정의와 학문적 정립 ㉟ 산업디자인의 학문적 접근을 주제로 한 관련 논문 ㉟ 산업디자인의 학문적 범위와 영역에 관한 소고	전성수 ㉟ 디자인 교육의 새로운 변화를 찾는다	㉟ 보다 근본적인 정의로서의 '정보의 운영과정' 교육 - 한동대학교	이진구 ㉟ 새로운 교육시스템에 의한 디자인 교육 - SADI	박동애 ㉟ 과학적인 사고능력과 심미적인 조형능력 합당 - 한국과학기술원	임창영 **디자인 초점** ㉟ '97 우수산업디자인(GD) 상품선정제 수상작 ㉟ 세계 각국의 우수디자인 선정 제도 **포커스 인터뷰** ㉟ 끊임없는 공통분모 찾기 - 올레의 우수디자이너상 수상자 최충현	편집실 **리뷰** ㉟ KIDP 지도상품 지상전시 **디자인 성공사례** ㉟ 속눈썹 성형기 아이컬	김범태 **공인산업디자인전문회사** ㉟ KIDP 지도상품 지상전시	편집실 **디자인 개발사례** ㉟ 톡톡 뛰는 아이디어로 승부를 건다 - 라이저 코리아	김범태 **포커스 인터뷰** ㉟ 제32회 대한국산산업디자인전람회 대통령상 수상자 - 변희연·차강희	맹은주 **산업디자인** ㉟ 인터넷 공중전화기 - 공공장소를 위한 통합정보통신 시스템	변희연·차강희 ㉟ 온행권 디자인을 중심으로 본 한국 회폐디자인의 변천	조병수 ㉟ 화폐의 X세대, 전자화폐	편집실 ㉟ 양밀에도 패션화 바람	편집실 ㉟ 색깔, 깊이각으로 맥주시장에 제2 라운드 시작 - 트위스트 캡 맥주 출시	편집실 **해외 산업디자인** ㉟ 생활제품디자인의 선구자 - 헨리 드레퓌스	김병철 ㉟ 어른을 위한 장난감을 기분 컨셉으로 한 제품디자인 - 지오비니 페로네	최윤호 ㉟ 디자인의 세계화에 기여한 IF디자인상	편집실 ㉟ 월드스타 '96 수상작	편집실 **특집** ㉟ '97 APF(아시아 포장연맹) 종합행사	편집실 ㉟ 아시아스타상 ㉟ 제24차 아시아포장학술대회 - Diana Twede, Hugh Phillips, 한종구·이명훈, 김재능 **리포트** ㉟ 물류비 절감과 제품의 경쟁력 제고를 위한 포장표준화	편집실 **연구논단** ㉟ 포장디자인의 마케팅적 이론개발을 위한 인지심리 학의 적용	김득수 ㉟ 브랜드 아이엔티티 요소로서의 포장디자인 역할에 관한 연구	김재홍 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 도기바이에서 황금이로!	윤대영 **제153호** 97년 5·6월호 **디자인 프로그램** ㉟ 국내 산업디자인 발전을 위한 산업디자인 전문회사와의 역할 및 기능	이승근 **특집** ㉟ 국내 기업의 디자인 개발환경 ㉟ 기업 속의 디자이너, 디자인 개발환경	편집실 ㉟ 국내 기업의 디자인연구소와 해외 네트워크 - 대우전자, 삼성전자, 212디자인, LG전자, 현대자동차 ㉟ 디자인 관련 업종의 환경 ㉟ 국내 목업 업계의 환경 및 실체	변완식 ㉟ 국내 서체개발환경 및 이용 실태	장경아 **포커스 인터뷰** ㉟ '97 문화유산의 해와 문화경쟁력에서의 디자인	김창균 **이슈** ㉟ 제32회 대한국산산업디자인전람회	편집실 **특집** ㉟ 초·중·고생의 디자인 교육 ㉟ 문화시대의 디자인 교육	이규선 ㉟ 초·중·고 디자인 교육의 필요성과 방향	권은숙 ㉟ 초·중·고생 산업디자인공모전을 통해 본 국내 학생들의 디자인 수준	김득곤 ㉟ KIDP의 초·중·고 관련 디자인 교육	편집실	㉟ 초·중·고 디자인 교육의 나아갈 방향	임현진 ㉟ 창조성의 육성, 개성의 산상 - 일본	고웅상 ㉟ 창조적인 사고능력 중심의 교육 - 도일	윤종영 ㉟ 디자인 교육의 현장 - 삼명초등학교, 신일여중, 삼명공고	편집실 **테마기획** ㉟ 한국의 미와 디자인 ㉟ 전통 속에 담겨진 한국의 미의식	편집실 ㉟ 한국의 전통미와 디자인으로의 접근	이인자 ㉟ 한국한 컬렉션의 디자인 제품들	이승근 **포커스 인터뷰** ㉟ 2002년 월드컵 축구대회 조직위원회 디자인 담당 관 장주훈	편집실 **디자인 개발사례** ㉟ 한 가지 아이템으로 세계 일류를 지향한다! - 부키 월드	김범태 **산업디자인 정보** ㉟ 한국산업디자인 CI 개발 ㉟ 국내 자동차디자인의 고유 아이엔티티 찾기	박재숙 ㉟ 디자일미디어 시대의 도래와 영상과 통신의 결합	편집실 **산업디자인 정보** ㉟ 양방향의 능동적 디스플레이 - 인터넷 TV	김창언 ㉟ 새로운 영상통신매체 - 대우전자 개벽 인터넷 TV, LG전자 인터넷 TV ㉟ 영국 스타벅 공모전	맹은주 **공인산업디자인전문회사** ㉟ 이미지 아이엔티티의 출체적 프로듀스 - 에스포디자인연구소	편집실 **제152호** 97년 3·4월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제151호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 신뢰와 믿음을 바탕으로 산업디자인의 내실화에 역점 - KIDP 노장우 원장	편집실 **특집** ㉟ 초·중·고생의 디자인 교육 ㉟ 한국산업디자인 전총회에 바란다! - 조영제, 민경우, 김태종, 김철호, 박용환, 이기원, 최대석 **핫 이슈**	**산업디자인** ㉟ 한국산업디자인진흥원	편집실 ㉟ 신진국 진입을 위한 산업디자인 인프라 구축 ㉟ 한국산업디자인진흥원 조직 개편 ㉟ 산업디자인진흥법 **디자인 프로그램** ㉟ 마음을 움직이는 디자인, 그것이 바로 경쟁력이다!	윤은기 **테마기획** ㉟ 추억 속에서 인간성 회복과 자연 회귀를 꿈꾼다! ㉟ 추억의 아름다움을 디자인으로!	김주미 ㉟ 미국 페키지에도 복고풍 비범	김병철 ㉟ 구식냄새 풀풀 나는 산식공작실	김향희 **산업디자인 정보** ㉟ 96년 하트 상품을 통해서 본 국내 제품의 비가격 경쟁력과 그 미래	윤대영 ㉟ 해외 히트 상품의 토정비결	김주미 **지상경화** ㉟ 불행기의 광고 전략	나운봉 ㉟ 중소기업의 자생력, 공동 브랜드로 만들어간다!	오승희 ㉟ 저기각, 노마진의 PB 상품	오승희 **디자인 포럼** ㉟ 대우전자 국제대학생디자인캠프 ㉟ 공감할 수 있었던 젊음의 프리미엄	김향희 ㉟ 미래에 대한 도전	권순걸 ㉟ 컴팩트 카메리와 함께 한 추억	사사기 아쓰시 ㉟ 그 곳에는 벅치오름이 있다	석현정 ㉟ 죽부인을 응용한 Body Pillow	손승호 **공인산업디자인전문회사** ㉟ 이트와 테크놀러지와의 만남 - 아테크 디자인	김희경 **해외 산업디자인** ㉟ 품에 박힌 디자인 NO!	편집실 ㉟ 변화하는 최근의 용기 포장	편집실 **연구논단** ㉟ 도시디자인 연구에서의 디자인 접근법	Rajinder S. Jutla, PhD. **디자인 인포메이션** ㉟ '97 한국종합전시장 전시 일정	편집실 ㉟ '97 산업디자인 관련 해외 전시 일정	편집실 ㉟ 디자인 관련 신간 안내	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제150호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제149호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제148호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제147호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제146호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제145호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제144호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제143호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제142호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제141호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제140호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제139호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제138호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제137호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제136호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제135호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제134호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제133호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제132호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제131호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제130호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제129호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제128호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제127호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제126호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사	편집실 ㉟ 저작재산권과 디자인	편집실 **디자인 뉴스** ㉟ 디자인 동서남북 ㉟ KIDP 소식 **편집장의 글** ㉟ 연륜과 변화	윤대영 **제125호** 97년 1·2월호 **포커스 인터뷰** ㉟ 국상화 감성 척도의 개발	최종석 ㉟ ON - Road Type 이륜차 디자인 개발	박희연 **리포트** ㉟ 산업디자인 포장기술 개발지원사업 강화 및 개발사업 대폭 강화	편집실 ㉟ '97 아시아 포장연맹(APF) 종합행사

미래가 있는 주제, 깊이 있는 회의

안상수 홍익대 교수, 이코그라다 부회장

지

난 5월 7일^수부터 11일^월까지 스웨덴 스ток홀름에서 열렸던 98년도 제2차 이코그라다 iocografa 회장단 회의에 안상수 교수^{홍익대, 이코그라다 부회장}가 참석했다.

이번 회의에서는 세계그래픽총연합회^{기칭 월드 디자인} 창설에 관한 논의가 심도 있게 진행되었으며, 특히 이코그라다와 이피^{IFI : 세계설내디자인연맹}가 공동으로 회장단 회의를 개최, 그 무엇보다 의미가 있었다. 이 외에도 99년 여름, 서울에서 개최 예정인 '엑스디^{X.D : 국제청년그래픽디자인}' 워크숍에 대해 그 계획을 확정하기도 하였다.

한편 안교수는 그가 이코그라다에서 맡아서 진행하고 있는 '세계그래픽 디자인 교육선언' 제정 및 디자인 교육 데이터베이스 추진 경과와 한국의 디자인 진흥정책을 보고하고 스웨덴디자인협회가 주최하는 강연회에서는 '한글 타이포그래피의 세계성'에 대해 강연, 참가자들의 많은 호응을 받기도 했다.

1998. 05. 06. 수요일

서울→암스테르담→스톡홀름. 밤 10시가 넘어 스ток홀름 공항 도착. 버스를 타고 시내로, 고속도로 주변의 둑이 더 단단하게 보인다. 호텔까지 지하철로. 예약된 호텔에 방이 없다고 다른 호텔을 소개, 택시로 데려다 주었다. 민박집 같은 호텔. 싼 호텔인데도 달러가 비싸니 하루 밤 16만원이나 된다.

1998. 05. 07. 목요일

주변을 걷다. 원래의 호텔로 다시 옮기고 앤더스 수네손을 만나 내일 있을 세미나장 현장 기계를 점검하다.

저녁, 회장단이 속속 호텔에 도착하여 다 모이다. 1월 런던 회장단 회의 이후 4개월 만에 만나는 이코그라다 회장, 부회장들과 같이 저녁을 하다. 늘 하던 대로 경제적인 식당에서, 늘 하던 대로 더치 페이.

1998. 05. 08. 금요일

듣던 대로 스칸디나비아식 푸짐한 아침. 스ток홀름 국립미술대학 옆에 있



스웨덴디자인협회 건물.



스웨덴디자인협회 초청 리셉션.



회장단 회의 장면. 스웨덴디자인협회 회의실. 토요일 아침 9시부터 일요일 5시까지 이를 동안 진행되었다.

는 국립영화원 세미나장으로 향하다. 꼼꼼하게 기재를 챙겨주는 그곳 젊은 기술자가 존경스러웠다. 완벽한 시설… 구내 식당에서 점심을 먹고 오후에 바로 스웨덴디자인협회 Svenska Tecknarens가 주최하는 세미나를 시작.

멀린 사무총장이 이코그라다의 역사와 세계 디자인에서의 위치, 향후 역할에 대해 얘기하고, 쇼카르트 회장이 비주얼 커뮤니케이션과 그래픽 디자인에 대해 강의, 그리고 나의 차례였다. 나는 '한글 타이포그래피의 세계성'에 대해 강연. 이어서 줄리아 추의 '일본의 그래픽 디자인', 카라무 스타파의 '나의 작품세계와 터키 디자인'에 대해, 마지막으로 그로스만 차기 회장의 '현대디자인, 무엇이 문제인가?'가 있었다.

저녁. 스웨덴디자인협회 주최 리셉션. 스웨덴디자인협회 사무실에서 열리다. 협회 상근직원은 모두 여성. 많은 손님들, 가정집 같은 협회 사무실 분위기. 맛있는 요리는 사무실에 붙어 있는 부엌에서 만든 것이라고 한다.

1998. 05. 09. 토요일

올해 들어 이코그라다 두번째 회장단 회의. 오늘은 그 첫날 회의로 참석자 귀 쇼카르트 회장, 벨기에 데이빗 그로스만 차기 회장, 이스라엘 메리 멀린 사무총장, 영국 부회장 즈덴카 브리아노바, 슬로바키아 줄리아 추, 일본 사딕 카라무 스타파, 터키 그리고 앤더스 수네손 스웨덴 등 필자를 비롯하여 모두 8명. 장소는 스웨덴디자인협회 사무실. 정확히 9시에 시작하다.

우선 '차세대 디자이너 넥스트 제너레이션'에 대한 논의부터 시작. 2월 말 열렸던 런던 학생 세미나에 대한 보고가 있었고, 장학금에 대한 논의가 이어짐. 누가 여행 장학금 제도에 대해 얘기하다. 이것은 다른 나라 세미나나 워크숍, 그리고 대학을 여행하면서 학점을 따게 하는 시스템인데 학생들은 여행이나 유학에 관심이 많기 때문에 이코그라다가 주동이 되어 그 국제적 제도를 만들어야 한다는 취지.

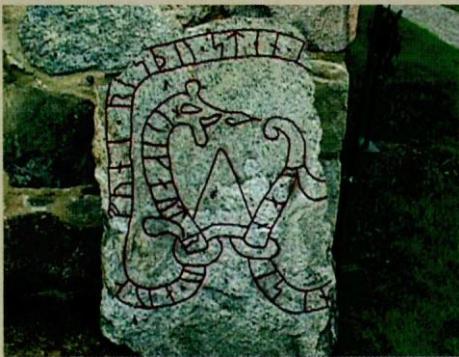
즈덴카 브리아노바 부회장은 슬로바키아 디자인센터 디렉터를 그만 두고 함부르크로 이사해서 살고 있다고 했다.

쇼카르트 회장 메시지. "시각 커뮤니케이션 및 그래픽디자인 국제단체로서 해야 할 일이 많다. 아시아 경제 환경이 변화하고 있다. 교육과 정보는 다른 접근을 요한다. 디자인 전공 학생과 프로 디자이너들을 위한 여러 가지 배려를 해야 한다. 세계화는 물론 지역 특성을 살려야 한다. 오픈 마인드, 서로 결속하고 연대해야 한다. 독일 슈펠른 종이회사가 많은 기부금을 낸다는 제의가 들어왔다. 고무적인 소식…."

칠레 브루쏘네 전 회장은 뉴스레터를 스페인어로 번역하여 중남미 전역에 보내고 있다고 한다. 그는 디자인 교육자 중심의 새로운 협회를 구상하고 있다. 내년에 '디자인 전람회 1998~2000'과 '디자인교육 심포지엄 1999'를 기획하고 있다. 중남미 디자인교육 네트워크는 우루과이, 콜롬비아, 파라과이, 니카라과, 엘살바도르, 아르헨티나, 브라질, 칠레, 멕시코가 적극적으로 활동하고 있다. 내년도 이코그라다 회장단 회의 중 한번은 쿠바 하바나에서 초청을 받아 그곳에서 할 예정이다.

메리 멀린 사무총장. 런던 세미나 경과보고, 사무국 현황 보고. 1999 시드니 총회 일정 확정. 1999년 9월 26일부터 30일까지 5일간, 10월 1일부터 2일은 총회. 회원들의 회비에 대한 문제, 그리고 멀린 회비 문제… 아시아 경제때문에 이곳도 그 영향을 받고 있었다. 회비 시스템에 관해서 나중에 다시 한번 논의하자. 미국이 가입되어 있지 않는 문제, 영국 타이포그래피협회 STD와의 문제, 중국 상하이디자인협회가 회원이 되고자 한다. 콩고, 불가리아 디자인센터, 리투아니아 디자인협회도 신청 중이다. 말레이시아 윌리암 헤럴드 윙과 레바논 베이루트의 할림을 연락 회원으로 하자. 베이루트는 중동의 아주 중요한 거점이다. 이란 그래픽 디자인협회의 모마예즈도 추가하자. 이란과 레바논은 같이 논의하면 어떤가? 콜롬비아 보고타협회는 호세 콘 전 회장에게 맡기자….

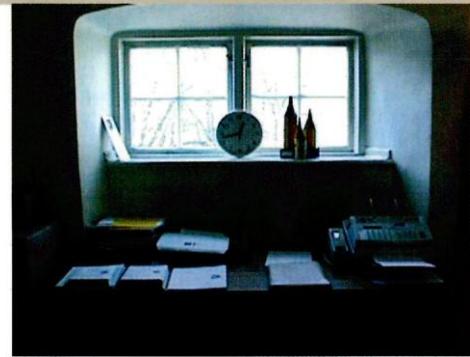
서울 이야기를 보고하다. 2000년 어울림 특별총회 개최 준비 상황에 대



중세 교회 마당의 비석에 새겨져 있는 룬(Rune) 글자.



이코그라다의 역사, 그리고 국제적 역할에 대하여 메리 멀린 사무총장의 강연.



스웨덴디자인협회 사무실.

해서는 KIDP에 어울림사무국이 설치되었다는 것, VIDAK과 KIDP, KECD가 주축이 되어 조직위원회를 구성했다는 사실, 무엇보다도 디자인대회에서 새 대통령이 경제 위기를 디자인에 대한 투자를 통해 극복해 나가자고 역설한 사실에 대해 참석자들은 놀라워 했다. 독일 제지회사의 이코그라다 후원. 아마 2000년 서울대회에 지원을 할 수 있게 되어 이것이 첫번째 수혜를 받는 경우가 될 것이다.

저녁. 스톡홀름 시가가 내려다 보이는 고급식당에 스웨덴디자인협회 주최 만찬에 초대받다. 두 명의 보디가드와 함께 온 스웨덴 국왕이 술을 마시고 있었다. 그의 평범한 나들이가 인상적.

하기 때문. 계속 이름이 나오다. World Design Initiative, World Design Action….

이코그라다, icograda 익시드, ICSID 이피IFI 세 자매단체는 세계디자인총연합회를 만들기 위해 지난 2년 간 노력해 왔다. 앞으로 디자인계의 미래에는 무슨 일이 일어날 것인가. 다른 단체들도 이것에 대해 궁금해 하고 있다. 지나치게 권위적이어서는 안 된다. 우선 세 단체가 비공식적으로 시작하는 것도 하나의 안이다. 민주적인 감각으로. 이제 WDA는 없어진 것이나 마찬가지다. 출발 시 정관은 아주 명확해야 한다. 현재는 15개의 국제협회가 있다. 세계디자인총연합회의 원래 설립 의도가 무엇이었던가? 누가 처음 제창했는가? 무엇을 지향하는가? 그것은 한 마디로 Project Oriented Association이다.

요점만을 정리해 보자. 소비자 단체도 낼 수 있다. 바르셀로나의 WDA. 에쿠안 켄지의 의지로 1년간 존속했지만 이제 그것은 빛을 잃었다. 다음 회의에서는 그도 찬성할 것이라고 생각한다. 예산은 프로젝트에서 나온다. 시작 단계는 바르셀로나 카탈로니아 주정부에서 부담하기로 하다. 세금 관계도 지원한다. 인도네시아 프로젝트, 이멸전시 하우징Emergency Housing처럼 예산을 위한 프로젝트를 개발해야 한다. 환경문제에도 초점을 맞춰야 한다. 우리가 무엇을 할 것인가에 대한 철학적인 개념의 키워드를 정관의 맨 처음에 적어야 한다. 조직을 위한 조직은 안된다. 목표를 정하자. 우리는 진보적인 단체를 구성하려는 것은 아니다. 가난, 환경, 윤리, 우정, 커뮤니케이션을 위한 국제기구여야 한다. 돈을 위해서가 아니라 그야말로 '보다 나은 삶'을 위한 디자인 프로젝트를 위해서. 비영리단체. 이 협회 기능의 키워드는 무엇인가? 어디에 사무국을 두는가? 언제 출범을 목표로 하는가? 예상되는 프로젝트는 무엇인가? 예를 들어 '커뮤니케이션의 새로운 시스템'에 대해 협회는 서로 연대할 수 있는 것처럼, 논의…논의…논의….

우리는 그래픽 디자인 활동을 보호하고 방어하는 역할을 맡아야 한다. 다른 여러 협회들과 공조할 수 있는 여러 가지 프로젝트를 만든다. 캐나

1998. 05. 10. 일요일

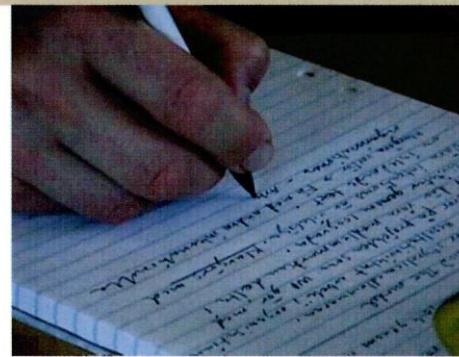
리투아니아 그래픽디자인협회 대표 두 명이 참가하다. 머리가 벗겨진 리투아니아 그래픽디자인협회 아우드리우스 클리마스 회장과 간사이인 짚은 디자이너 아이다스 우르벨리우스. 리투아니아에는 미술가 동맹을 포함한 3개 관련 단체가 있다고 한다.

세계디자인총연합회. 가칭 'World Design'에 대한 정관을 검토. 이것이 '옥상옥'이 되면 안된다는 동의. 이코그라다, icograda 익시드, ICSID 이피IFI 세계설내건축가연맹 UIA 세계포장디자인협회, AGI, 세계정보디자인협회, IID ATYPI나 패션, 텍스타일 등 세계적인 협회만이 가능해야 한다. BEDA, BCD같은 지역협회는 정식회원이 될 수 없다. 이 문제는 7월 말 다시 바르셀로나 회의에서 조정하기로 한다. 세계디자인총연합회를 만들어 구체적으로 무엇을 할 수 있는지를 논의.

이름을 지어보다. World Design Alliance, WUDA, WDA, World Design Association WDO. World Design Organization 나는 GDC^{Global Design Circle}로 제안하다. 이름은 중요하다. 특히 사람들이 중압감을 느끼지 않는 이름이어야 한다고 생각



강연하고 있는 쿠 소카르트 회장.



회의 스냅. 모두 자기 나라 말로 메모를 열심히 한다.



스웨덴 디자인협회 주최 디자인 포럼에서 '한글 타이포그래피의 세계성'에 대해 발표하고 있는 필자.

다 디자이너 마누는 마스크 디자인을 제안. 도시의 문제, 아프리카인에게 기술을 가르치는 방법 연구, 피터 크니본의 픽토그램 개발 사례, 교육 도구의 개발 등이 그 예가 될 것이다.

줄리아 추. 나고야국제디자인센터 활동 보고. 국제적인 디자인 데이터베이스 구축 프로젝트에 200만 달러의 예산을 책정하고 밀고 나간다. 4년 계획.

즈덴카 브리아노바가 디자인교육 데이터베이스에 도움을 주겠다고 자청. 런던 미들섹스대학이 추진 중인 이코그라다 웹 사이트는 잘 되어 가고 있다. 라틴아메리카 교육 심포지엄에 대한 논의 추가. 교육 회원 모집을 위한 추가 아이디어 논의. 호세 콘의 도움. 라틴 아메리카 학교 명단 입수.

영국 브라이튼대학 조나단 우드맨 디자인 역사 연구센터 소장 교수는 이코그라다에 아카이브를 설치하겠다고 제안했다.

'이코그라다 런던 세미나 1999'에 대한 계획 토의. 이코그라다 여름 보드 미팅을 교육 문제에 한정하여 98년 7월 15일부터 20일까지 브루셀에서 갖기로 하다. 이코그라다 가을 보드 미팅을 나고야와 서울에서 갖기로 확정하다. 일정은 10월 9일 금요일 나고야 도착. 10일 회장단 세미나. 11일 회장단 회의. 12일 일본그래픽디자인협회 JAGDA와 만남. 13일 서울로 이동. 14일 회장단 국제세미나. 15일 회장단 회의 이틀째. VIDAK+KECD와의 만남. 16일 귀국.

필자의 책임진행으로 이코그라다 디자인교육 데이터베이스 구축에 관해 논의. 익시드와 이피도 같이 추진하고 있다. 서로 연결을 하자. 별도로 코펜하겐 이코그라다+이피 미팅에서 논의한다. 익시드와 이피와는 달리 이코그라다는 디자인교육 데이터베이스 문제만을 치중한다. 나고야와 한국의 KIDP도 추진 중이다. 나고야디자인센터와 KIDP에서도 협조를 얻기로 하자. 이를 위해 특별위원회 구성. 각 나라에 한 사람씩 100인 위원회를 만들자. 제1회 '국제청년그래픽디자인워크숍' 을 99년 여름, 서울에서 개최하는데 원칙적으로 찬성. 구체적인 계획을 추진한다. 2000년 서울 세계디자인교육자대회를 개최할 수 있다면 더욱 좋음.

네 시경 회의를 끝내고 그곳 건축가의 안내로 스톡홀름 두 시간 관광. 나는 중세교회 비석에 새겨진 옛 문 글자에 관심이 갔다. 직업은 못 속이나 보다. 그 날 저녁 우리는 리투아니아에서 온 두 사람과 같이 시내 슈바이크 식당에서 같이 저녁을 먹다.

1998. 05. 11. 월요일

코펜하겐으로 이동. 마리팀 호텔. 호텔에 도착하자마자 가까이 있는 이피 회장 마리안느 프란센 집으로 가다. 이코그라다 전 회장 킴 파울슨, 차기 회장, 사무총장 등과 저녁. 밤 늦도록 파티.

1998. 05. 12. 화요일

아침 9시. 이코그라다+이피 정식 합동회의. 세계 디자인 데이터베이스 공조 문제 및 세계디자인총연합회 추진 문제 협의. 그리고 코펜하겐 공항으로. 공항은 한가했다. 인상적인 공항의 내부 디자인. 시스템도 좋았다. 암스테르담을 들러서 귀국.

에필로그

이코그라다 회장단 회의는 검소해서 좋다. 정이 깊고 예술과 디자인과 문화를 사랑하는 사람들이라는 것에 나는 안도한다. 그들과의 만남에 항상 감사한다. kidp

2001년 세계디자인총회 기틀 마련



인더디자인 '99 서울 Interdesign'99 Seoul

주최 : 한국산업디자인진흥원, KIDP 한국산업디자이너협회 KAID

일시 : 1999년 7월 1일~14일^{2주간}

장소 : 이화여자대학교 국제교육관

주제 : 몸과 마음의 합일을 위한 디자인 Design for Body and Mind

9년 서울에서 있을 세계적인 디자인행사 인더디자인'99 서울 Interdesign'99 Seoul 빌대식이 5월 15일 오후 7시 인터콘티넨탈 호텔 2층 국화룸에서 열렸다. 한국산업디자인진흥원 KIDP과 한국산업디자이너협회 KAID가 공동으로 주최한 이번 행사는 인더디자인'99 서울 Interdesign'99 Seoul의 성공적인 개최를 위해 정·재계 후원단체로부터 디자인 지원을 약속받고 디자인계 인사들의 결속을 다지기 위한 첫 모임이었다. 이날 행사에는 산업자원부 기술품질국 백만기 국장을 비롯하여 디자인계 인사 80여 명이 참석했다.

KIDP와 KAID는 이번 행사를 시작으로 인더디자인'99 서울 Interdesign'99 Seoul을 위한 체계적인 준비작업에 돌입하게 된다. 특히 인더디자인'99 서울 Interdesign'99 Seoul 인터넷 홈페이지를 개설하여 개최 요강을 게시, 홍보하고 전세계 중견디자이너들로부터 참가신청을 받을 예정이다. 또한

신청자들의 자격요건을 심사하여 8월 중순경 참가자를 최종 확정·통보하고 금년 10월 말~11월 초에는 보다 완벽하고 성공적인 대회를 위해 프리인더디자인 Pre-interdesign을 개최하여 내년에 있을 본행사의 리허설을 갖게 된다.

인더디자인 Interdesign이란 국제산업디자인단체협의회 ICSID 산하 프로그램 중 하나로 세계 각국의 중견 산업디자이너들이 하나의 주제 아래 약 2주간에 걸쳐 진행하는 세미나이다. 특히 세계 각 지역문화에 대한 이해를 바탕으로 상호협력적 문제해결을 위해 각 분야 디자이너들이 그들만의 경험과 기술을 취합하여 디자인계의 새로운 패러다임을 설정하는 국제적인 워크숍. 1971년 소련의 MINSK에서 시작되어 19개국에서 31회에 걸쳐 개최되어 왔으며 각 나라 및 지역별로 독특하고 당위성 있는 주제를 선정하여 다양한 디자인적 접근방식으로 매회 괄목할 만한 협의결과를 제시해 왔다. 참가자들은 경험이 풍부하고 그 나라를 대표할 만한 산업디자이너를 중심으로 한다. 경우에 따라서는 유망한 학생이나 신진 디자이너들도 참여할 수 있다.

인더디자인의 지명도와 문화력의 상징성으로 인해 전세계적으로 유치경쟁은 매우 치열하다. 인더디자인 유치를 위해서는 적어도 2년 여의 준비기간을 거쳐야 하며 적합한 주제 선정, 예산 확보, 조직위원회 결성, ICSID 회원국가들의 투표 등 복잡하고 까다로운 과정을 통해서만 유치국으로 선정될 수 있다. kidp

디자인 마스터

디자인 비즈니스 - 제품디자인 개발의 재정적 측면 관리

디자인과 의장법 - 비밀 의장 제도

디자인 성공사례 - (주)제페 | 다기능 실리콘 건강 칫솔

KIDP 지도상품

디자인 비즈니스

정리 강수정 KIDP 세계어울림디자인총회사무국

이번 호에는 영국 상공부 Department of Trade and Industry 가 기업의 재정적인 위험을 최소화하고 제품디자인 효과를 최대화시키기 위해 내놓은 효율적인 디자인 투자비용 점검 방법을 소개한다.

제품디자인 개발의 재정적 측면 관리

제품디자인은 회사의 재정적 성공에 서 중요한 역할을 하지만 디자인과 재정적 관리는 적절하게 통합되어 있지 못하다. 이 글은 재정관리자와 회계 담당자 및 디자인을 관리하는 책임자들에게 안내지침을 제공함으로써 그 틈을 메우는데 도움을 줄 것이다.

시장에 경쟁력 있는 제품을 끊임없이 제공하는 것만이 기업의 생존방법이다. 이 글의 목적은 제품디자인 및 개발의 재정적인 측면을 보다 효과적으로 관리하고 디자인 비용의 이익을 도모함으로써 이 문제가 어떻게 극복될 수 있는지 설명하는 것이다. 또한 신제품 제작을 방해하는 혼란스런 재정적인 사고를 제거함으로써 제품의 부가가치를 도모할 것이다.

이 글에서 논의되는 원칙들은 광범위하지만 25명 내지 500여 명의 직원을 거느린 중소기업에 초점을 맞추었다. 여기서 다루어질 내용들은 사업 및 공기업의 자회사의 경험에서 추출된 것이며 디자인, 기술, 제작, 마케팅 등에 책임을 질 중견간부를 대상으로 한다. 이 글은 또한 재정책임자와 회계담당자가 어떻게 제품 창조활동에 기여할 수 있는지 제시해 준다.

1. 생존과 성장을 위한 디자인에의 투자

디자인에의 투자는 부수적인 비용으로 취급되어서는 안되며 제품 성과 및 제작의 우월성을 보장하기 위한 중요한 투자로 여겨져야 한다. 디자인 비용을 소홀히 하는 것은 제품의 부가가치를 줄이는 것이며 사업의 생존 자체를 위협하는 것이다. 경쟁력 있는 최신의 제품을 보장하기 위해 디자인 비용은 충분히 확보되어야 하며 적정 수준까지 유지되어야 한다. 디자인에의 투자는 높은 회수율을 보장하며 신규 수익 또는 개신된 수익단계 모두에 적용된다. 따라서 디자인 투자에 대한 설계는 전체 사업전략에 통합되어야 한다.

디자인의 적절한 사용은 사업성과의 향상, 제작비용의 절감, 고객에게 제품의 가치를 알림으로써 제품의 경쟁력을 확보할 수 있다. 디자인은 혁신적인 제품 제작 및 제작상의 우수성을 얻기 위한 수단 뿐만 아니라 사업성과를 위한 추진력을 제공한다. 그러나 무엇보다 디자인은 제품의 부가가치를 위한 열쇠이다.

영국의 산업은 대부분의 선진국, 특히 독일 및 일본과 비교할 때 전통적으로 매우 낮은 부가가치 제품을 생산하고 있다. 낮은 부가가치 제품을 생산한다는 것은 저가격, 저기술의 외국 제품과 경쟁한다는 것을 의미한다. 그 결과 많은 영국의 기업들은 외국의 다른 기업보다 저항

● 증가된 디자인 영역과 기술적·상업적 위험의 혁신적 감소 사이의 관계

총 프로젝트 비용의 대략적인 비율	표석의 설치	병행 임무
착수	마케팅 요소	시장 조사
5~8	실행 가능성 점검	고객 조사
10	디자인 개요 승인	제작 및 품질 확인
20	컨셉 디자인 승인	고객 조사, 원가계산
30	세부 디자인 승인	계획 개선, 설비 평가
55	프로토타입 평가	마케팅, 원가계산
65	제작 디자인	설비, 사용설명
80	제작 평가	사용, 포장
100	제품 출시	제작

력이 약하다. 디자인에의 투자가 바로 이런 취약성을 낮추는 방법이다.

부가가치 생성은 잘 계획된 디자인과 개발 Design & Development 비용에 크게 의존한다. D&D란 제품 제작 방침에 필요한 모든 기술과 활동을 포함한다. D&D는 R&D의 중요한 부분이며, 직원 1,000명 이하의 회사들이 R&D 비용의 5% 이하를 이에 투자하는 것으로 보고되었는데 이는 프랑스, 일본, 독일의 20%와 좋은 대조를 이룬다.

D. Garbutt, Management Accounting Guide No 3, Research and Development Costs, London, 1989

이러한 조사를 통해 소기업들이 대기업보다 더 혁신적이라는 사실이 밝혀짐에 따라 특히 더 우려되는 바이다. 그러나 영국의 회사들은 여전히 제품의 경쟁력을 보장해 주는 디자인의 잠재력을 무시하며 성장을 위한 제작 생산성만을 바라보고 있다. 디자인 자금은 흔히 비용측면에서 효과적이지 않다거나 비경영적 위험을 내포하고 있다는 잘못된 생각으로 너무나 자주 하위로 밀려나고 있다.

(1) 디자인 비용수준

기업들은 경쟁력 있는 최신의 제품을 확보하기 위해서는 필요한 모든 것을 투자해야 한다. 현금이나 수익의 위기상황에서도 디자인 능력과 지식은 어떤 비용을 들여서라도 유지되어야 한다. 디자인 비용은

매우 중요하기 때문에 임의로 간주되어서는 안 된다. 디자인 비용의 생략은 판매와 이익을 감소시킴으로써 마침내 조직의 쇠약을 초래한다.

(2) 투자, 기획 및 이익

경쟁사의 연구조사 비용을 비교해 보는 것은 몇 가지 지침을 제공해 줄 수 있지만 다음과 같은 원칙을 준수해야 한다.

가. 투자와 회수율

디자인은 부수적인 추가비용이 아니라 수익의 가장 높은 부분을 만들어 내는 투자이다.

나. 전략과 기획

D&D 활동 비용의 기획은 전체 사업 전략 및 기획에 통합되어야 한다.

다. 수익의 증가와 유지

디자인에의 투자는 이로 인해 생성되는 수익의 증가라는 측면 뿐 아니라 이로 인해 유지될 수 있는 시간에 따른 역사적인 수익의 관점에서 기획되고 규정되어져야 한다. 이는 제품의 수명과 요구가 다해감에 따라 판매수익이 현격히 떨어지기 때문이다.

라. 미래의 지출을 위한 기초

부가가치는 판매수익을 올릴뿐만 아니라 디자

인과 효율적인 제작에 대한 지속적인 비용을 지원해 줄 것이다.

2. 디자인 비용의 규명과 합리화

제품 개발 비용이 중요하다면 이는 제품에 대비하여 정확하게 규명되고 요구되어져야 한다. 이는 주로 프로젝트에 대한 투자를 포함하며 판매에 의한 상환을 수반한다. 비용에 대한 정확한 규명과 요구가 없다면 제품의 수익성에 대한 분석은 심각한 결점을 갖게 되고 이는 디자인 비용의 이점에 대한 평가를 불가능하게 한다.

(1) 제품의 수익성

디자인 비용을 다른 비용과 구분하고 지출 수준을 결정하는 것은 제품의 수익성에 대한 조심스런 분석과 계산을 요구한다. '제품의 수익'과 '제품 비용'을 계산하는 데는 다양한 방법이 있으므로 각자의 사업에 맞는 적절하고 지속적인 방법을 찾아야 한다.

가. 총 이윤폭

몇몇 회계 시스템은 모든 가변비용을 제거한 후에 총 판매수익을 계산한다. 주로 사용되는 두 가지 방법 중 한 가지는 프로젝트의 규모에 따른 것으로 원자재비, 인건비, 특별한 제품이나

프로젝트에 관계되는 비용 등 모든 비용을 계산한 후 여기서 얻어지는 수준에 따라 총수익률 수준을 결정하는 것이다. 그러나 만약 완전한 신제품과 같은, 중요하고 장기적인 단일품목일 경우에는 총비용을 매우 신중히 계산해야 하며 모든 분할 비용과 고정된 간접비를 계산에 포함시켜야 한다.

나. 부가가치

부가가치는 간단하면서도 유용한, 사업성과의 측정도구로써 제품 수익성 평가에 언제나 한 부분을 차지한다. 이 글에서 부가가치는 판매가격과 제품개발에 사용된 구입한 상품 및 제품과 직접적으로 관련된 모든 서비스 비용 사이의 차이로 간주된다.

다. 제품의 순수익

사업계획, 연간예산, 월간 관리 보고서는 어느 제품이 가장 많은 수익을 올리는지를 나타내야 하고 제품 수익률의 변화를 기록해야 한다. 따라서 특정 제품, 또는 일련의 제품군에 의한 순수익의 평가가 요구되어진다.

(2) 투자와 환수

제품의 수익성을 계산할 때 투자와 환수는 정확하게 다루어져야 한다. 먼저 프로젝트에 대비하여 제품개발비용을 투자하고 관련 제품의 판매실적에 대비하여 개발비용을 상환하는 것이 좋다. 이는 마케팅과 상환에 대한 기본을 분명히 하는 것이다. 또한 상환해야 할 판매량을 실제보다 낮게 잡고 제품이 프리미엄 가격에 팔릴 수 있는 초기에 더 높은 단위 상환이 이루어 지도록 하는 것도 좋은 방법이다.

몇몇 프로젝트들은 기준 이하로 상환되는 경우가 있으므로 다른 부분에서 초과 상환이 이루어져야 한다. 어떤 회사들은 그들의 디자인과 개발비용 전체를 이런 방식으로 설명하고 다른 회사들은 특정 목적의 비용 요소, 또는 가변 비

용 요소를 상환한다.

디자인은 지속적인 과정이므로 표준회계실무규정 Statement of Standard Accounting Practice : SSAP 13번에 따라 현재 수입에 대한 비용을 말소하는 것이 통상적이다. 그러나 이는 디자인에 관한 비용으로부터 발생한 수익을 모호하게 한다. SSAP는 또한 주식자본을 제공하지만 여기서 이익을 얻는 회사는 거의 없다. 수익이나 손실에 대한 비용을 그 것이 발생한 해에 활용하는 것은 외부용 법정 재무제표에 너무 인습적인 신중을 기하는 것이다. 그러나 내부의 회계, 보고 및 조정에서 왜 수익이 보장되는 제품의 수명 동안의 디자인 비용을 상환될 수 있는 투자로 여기지 않는지에 대해서는 설명할 길이 없다. 그리고 통상 이 수명은 한 회계연도보다는 오래 지속된다. 몇몇 사업에서는 유사한 논리가 시장개발비용에도 적용된다.

(3) 디자인 부문 비용

디자인 부문 비용은 그 이익을 집중조명하는 방향에서 검토되고 배분되어야 한다. 이는 제품의 수익을 계산하는데 필수적인 부분이며 디자인 부문 비용은 임금 지불 비용, 장소 비용, 장비 비용, 일반 사무실 비용 등과 같이 분류될 수 있다.

(4) 제작, 판매, 다른 간접비

제품의 수익성은 직접 제작비 뿐만 아니라 다른 모든 간접비를 고려함으로써 계산된다. 일단 적절한 상환액이 감산되면 비용은 제작, 판매, 유지 과정에서 발생한 간접비용을 보상할 필요가 있다. 활동에 근거한 비용산출 방법은 비용이 제품의 특정한 기능들에 반영되어 있다는 것을 확인해 준다. 모든 비용을 적절하게 분배하고 모든 간접비 잔액은 회수할 수 있음을 기억하라.

(5) 최종 계산

위의 접근 방법을 이용함으로써 귀사의 회계 담당자는 제품의 수익성에 대한 실제적인 계산의 및 세금을 고려하지 않은에 도달할 것이다. 이 방법은 비용을 낮게 책정하는 때문 이와 더불어 가격을 낮게 책정하는 강박관념 및 소량의 제품에 대한 통상적인 성향을 피할 수 있도록 도와준다. 이런 '수익 관리' 계산은 제품개발비용에 대한 투자와 상환을 공제하도록 조정되어 왔다.

3. 사업기획 및 제품개발

사업기획은 현재, 그리고 미래의 당신 회사와 경쟁사의 위치를 규명해 내야만 한다. 그 기획은 총체적인 비용을 산출해내야 하며, 신중하게 테스트되어 알아보기 쉽게 만들어져야 한다. 그리고 그 기획은 개개의 환경을 고려하여 최소 3년을 내다봐야 한다.

제품과 마케팅 기획은 신제품 및 개선된 제품의 소개를 통한 수익 증대를 목표로 해야 한다. 이는 제품의 수명에 대한 정확한 이해를 바탕에 두어야 하고 또한 판매 및 총수익에 수반되는 다양한 위험 발생 및 잠재적 애리를 예상해 내야 한다.

자원자산에 대한 기획은 적정 수준의 관리능력과 내부 기술을 유지하는 것을 목표로 삼아야 하지만 또한 하도급도 제공해야 한다. 필요하다면 가능한 자본 공급원도 조사해야 한다. 프로젝트나 기능에 의한 필요사항을 평가해야 하며 자원을 적절하게 분배하고 변경해야 한다. 제품개발 프로그램은 사업 기획의 기본이 되어야 한다. 기업들이 자기 분야에서 선두주자가 되지 않고서는 혁신적일 수도 없고 수익을 높일 수도 없다. 살아남기 위해서는 성공적인 제품을 창조할 계획을 세워야 한다. 이는 또한 기업이 필요로 하는 어떤 자원이 기업의 목표에 맞을 것인지도 규정해 준다.

(1) 총사업계획

관리팀은 사업계획 준비를 위한 임무를 분배해야 하지만 또한 이를 준비하는 데는 개별적인 조언이 필요할 수도 있다. 총사업계획은 적어도 제품 및 마케팅 기획의 비용 산정, 자원계획의 비용 산정, 명확하게 정의된 관리지침, 재정적인 기획, 개별 수량화가 가능한 활동에 대한 위험 평가 등을 포함해야 한다.

또한 총사업계획은 가능한한 다음의 질문에 답을 줄 수 있어야 한다.

- 현재 상황은 어떠한가?
- 우리의 경쟁자는 지금 어디에 있는가?
- 3년 후에 우리의 경쟁자는 어디에 있을 것인가?
- 그 때 우리는 어디에 있기를 원하는가?
- 어떻게 우리는 거기에 도달할 수 있는가?

사업계획을 작성할 때는 실제적인 비용과 시간을 확실히 하기 위해 사내 임무수행과 예측에 대한 궤도를 참작하고, 목표가 언제 누구에 의해 달성될 수 있는지 지적해야 한다. 또한 재정적 생존과 성장에 필수적인 사항들에 특별한 주의를 기울여야 하고 일상적인 검토사항 뿐 아니라 구조적으로 중요한 변화요소들을 규명해야 한다. 그리고 '만약 이런 경우라면?' 이란 분석 방법을 사용하여 각기 다른 상황에 대한 재정적 문제들을 수량화하라.

사업기획은 현실적이고 실행가능한 내용이어야 하며 적어도 3년의 기간을 예측해야 한다. 비록 최적의 기획기간이 개개 환경에 의해 많이 좌우되기는 하지만, 특정 시기에 대한 지나친 강조로 제약받지 말라. 이는 전략적이기보다는 회계적인 발상이다.

기획은 다음 세 가지로 나뉜다.

- 예산 : 재정적 정의, 세밀한 단기 계획, 제한된 융통성

- 중기 개요 : 대략적인 기간, 광의의 재정적 평가
- 대안을 포함하는 장기 방향

사업계획이 회사의 성장과 수익 목표, 현금 제한 등에 부합하기까지 몇 회의 개선이 요구될 수도 있다. 사업계획서는 개선하기 쉬운 구조되어야 하며 연간 확장을 위해 수정되거나, 또는 예상하지 못한 외부 요인이나 이전의 예측이 틀린 경우 수정되어야 한다.

(2) 제품 및 마케팅 기획

제품과 마케팅에 대한 기획은 사업 전략에 없어서는 안될 부분이며 미래에 성공의 열쇠이다. 이는 디자인, 마케팅, 제작, 재정적 기능 등의 밀접한 협력에 의해 작성되어야 하고 다음을 명시해야 한다.

- 회수되거나 대체되어야 할 제품
- 소개할 수 있는 신제품 및 개선된 제품
- 제품 출시 등의 주요 일정
- 개별 주요 상품이나 시장 분류에 관한 총수익 예상

(3) 자원 기획

자원 기획은 물리적, 재정적 관점에서 필요한 개별 자원을 평가하는 것을 의미하며 인력, 간접비용, 고정자본 및 필요자본 등이 이에 해당한다.

- 내·외부의 인력 : 내부 디자인과 하도급 사이의 균형을 유지하고 제품화, 판매, 마케팅 프로그램에 따른 적절한 자원을 계획하라.
- 증가하는 간접비용 : 간접비에 대한 신프로그램의 효과 증가를 평가하라. 또 고정 자본 및 작업에 따른 비용을 할당하라.
- 고정 자본 및 작업에 따른 필요자본 : 자금흐름이나 이율 등에 영향을 미칠 수 있는 고정 자

본 및 운영자본 요소를 고려하는 것이 중요하다.

자원기획은 수용가능할 때까지 몇 번의 작업을 거쳐야 할 수도 있다. 완벽한 계획은 없으므로 변화를 수용함에 있어 융통성이 발휘되어야 한다. 이는 내부 인력의 융통성을 극대화하고 하도급 인력의 사용을 다양화함으로써 달성될 수 있다.

4. 프로젝트의 선택과 평가

성공적인 프로젝트는 제안서에 대한 선택 및 세심한 평가에 의존하는데 이 제안서는 무활동의 위험을 이해해야 하고 완성일까지 위험의 험축성이나 변화를 이해하고 있어야 한다. 회사들은 특정 사업에 대한 평가기술과 적절한 모델을 개발해야 한다.

기획 프로젝트는 세심하게, 그리고 확실하게 임무의 속도를 높여줄 것이고 또한 비용이나 위험을 감소시켜 줄 것이다. 디자이너가 사업상의 목표를 이해할 수 있고 회계 담당자가 프로젝트의 평가와 검토를 수행하기 위해서 디자이너와 회계 담당자들은 함께 일해야 한다. 목표 제품의 비용은 생산습득 곡선, Production Learning Curve 제작과정, 배치 사이즈, 한 번에 처리할 수 있는 분량 제작 이외의 추가 비용을 고려하여 보상할 수 있도록 신중하게 계산되어야 한다.

성공적인 재정관리는 세심한 프로젝트 기획 뿐만 아니라 다양한 프로젝트 중 최상의 것을 선택하는데에 달려 있다.

(1) 제안서의 평가

디자인, 마케팅, 제작 또는 재정 정책 파트의 경영자나 관리자를 포함한 소그룹은 제안서를 심사해야 한다. 모든 제안서는 적어도 두 가지의 하위단계를 갖고 있어야 하는데 첫 번째가 개요 단계이고 다음이 세부 단계이다. 각각의

단계에서는 그 다음에 검토되어야 할 항목이 드러나야 한다.

가. 위험평가와 가능성

위험에 대한 이해는 제품제안서의 선택과 평가를 이끌어내야 한다. 다른 종류의 위험을 내포하고 있는 것은 재정적 목표가 위험에 처하지 않도록 하기 위해 이해되고 평가되어야 한다. 간단하게 발생가능성의 확률을 증가시키는 것은 대체방법이 될 수 없다. 위험의 평가는 특히 비용과 시간에 특별한 주안점을 두며 모든 가능성에 대한 꼼꼼한 비교를 요구한다.

나. 제안서의 승인

경영자나 관련 책임자, 재정적 관리자들은 신규 프로젝트와 이전 프로젝트의 주요 생신을 인정해 주어야 하며 프로젝트의 목표달성을 책임을 질 프로젝트 매니저 임명을 승인해야 한다. 또 프로젝트 기획 및 비용예산을 승인해야 하고 중간점검을 위한 지침을 마련해 놓아야 한다.

(2) 프로젝트의 재정적 평가

프로젝트를 위해 적어도 한 가지의 적절한 재정평가 방법을 선택할 필요가 있다. 이는 프로젝트에 대한 대안들의 순위를 매기거나 프로젝트가 재정적으로 성공할 가능성이 있는지를 체크하는데 필수적이다. 회계담당자에게 특정 사업과 회계시스템을 가속화할 수 있는 방법과 모델을 선택하도록 하라. 그리고 그 방법을 준수하라. 그러나 그 방법은 인플레이션, 할인, 이자 등에 대해 논리적이어야 하며 내용이 명료해야 하고 가치하락, 이자, 세금 등과 보조를 맞추어야 함을 명심하라. 그리고 쉽고 정확하게 해석될 수 있는 해답을 제공해야 한다.

가. 재정평가의 기술

가장 보편적으로 사용되는 재정평가의 기술에

는 다음과 같은 것이 있다.

* 보상 기간 Payback Period : 이는 프로젝트의 시작부터 모든 지출 비용을 회수하기까지의 시간을 말한다. 이 방법은 유사한 형태의 프로젝트에 대한 제안서를 비교하는데 널리 사용된다. 그러나 여기에는 몇 가지 제약이 따르는데 특정 기간 내의 자금흐름에는 무감각하다는 것과 돈의 시간적 가치를 무시한다는 것, 보상기간 이후의 현금유통을 고려하지 않는 점 등이 바로 그것이다.

* 투자에 대한 평균 회수 : 투자에 대한 회수를 계산하는 가장 일반적인 방법은 세금과 이자 발생 이전에 행하는 것이다. 회수에 대한 투자율은 세 가지로 구성되는데 인플레이션 예상치, Estimated Future Inflation : 실제 구매력에 대한 투자의 자본가치를 유지하기 위해 요구되는 이론상의 이율 위험도 없는 보장이율, True Non-Risk Interest : 일반 투자수요와 일반 저축 공급에 의존하는 장기 사이클에 의해 다양해진다. 위험이 따르는 특정사업이나 프로젝트의 특별보상이율, The Risk Premium이 바로 그것이다.

* 할인된 현금유통 기술 : 돈의 시간적 가치를 드러내기 위해 순 현재가격 NPV와 내부회수율 IRR 방법이 할인 현금유통 기술을 사용한다.

• 순수 현재 가격 Net Present Value : 제품의 수명에 대한 연도별 자금 흐름에 대한 할인된 현재 가격을 계산한다.

• 내부회수율 Internal Rate of Return : NPV를 0으로 만드는 할인율을 계산하여 회수율의 객관적인 측정방법이다.

(3) 프로젝트의 기획

수평적 의사전달을 강화하고 각 분야별 지식의 차이를 줄여라. 부서간의 협력이 이루어지기 위해서는 프로젝트 매니저나 테스크 포스팀 TFP의 리더를 임명하고 강력한 수평적 의사전달과

책임의식이 장려되어야 한다. 프로젝트 기획이 세밀할수록 일의 차수가 빠르고 갑작스런 지출 비용이 줄어든다.

가. 자원과 비용의 할당

단시일 내의 활동에 각별한 주의를 기울이며 시간에 따른 제품디자인 활동을 기획하라. 자원과 예산비용을 각 활동에 할당하고 또 프로젝트 기획을 위해 이들을 통합할 필요가 있다. 디자인 투자가 일련의 제품들에 공통적이라면 투자에 대한 회수율을 계산할 때 개별제품에 대한 공통 디자인과 도구비용의 적절한 비율을 할당하라. 할당은 개별제품의 예상되는 요구사항을 반영한다.

나. 프로젝트의 기획 기술

프로젝트의 준비와 자원 기획은 PERT Program Evaluation & Review Technique 및 관련비용에 근거한 프로젝트 관리 소프트웨어를 이용함으로써 보다 효과적으로 관리될 수 있다. PERT 또는 이와 유사한 기술을 사용하든 아니든 간에 막대 도표는 프로젝트 기획을 설명하는데 필수적이다. 그래야 사람들이 그 기획안을 쉽게 보고 이해할 수 있으며 언제까지 무슨 일을 해야하는지 알 수 있다.

PERT 소프트웨어의 장점은 각 활동들을 보다 논리적으로, 그리고 보다 자세하게 계획할 수 있도록 도와주며 다양한 디자인 프로젝트의 자원들을 자동적으로 통합한다는 것이다. 이외에도 변화가 생길 때마다 전체를 자동으로 갱신하고 계획과 결과를 효과적으로 연결시켜 준다.

다. 재정적 목표

제품판매의 수준은 프로젝트의 궁극적인 성공과 실패를 결정할 것이다. 제품 창조의 효과적인 비용관리를 위해 프로세스는 제품비용과 디자인의 요구사항을 분명히 해야 한다. 디자인

및 개발비용에 대한 예산을 세우고 증가된 시장 및 이익 등과 같은 예상 수익을 예측하며 또한 목표, 예산, 예상 수익 등을 정기적으로 검토해야 한다.

디자이너는 목표^{종류}제품의 비용을 알고 거기에 도달하기 위해 필요한 모든 가설들을 이해할 필요가 있다. 디자인팀은 모든 제작비용 및 재료비용을 알고 있어야 한다.

라. 제품 비용 내리기

표준 부품과 재료를 사용하기 위한 정책을 세워라. 이는 배치 사이즈를 증가시킴으로써 표준 부품에 대한 비용을 감소시킬 것이고 부품의 종류를 감소시킴으로써 비용을 줄여줄 것이다.

5. 프로젝트의 회계와 점검

관리회계시스템은 실제적인 예측과 프로젝트의 검토가 가능할 수 있도록 적절한 시기에 충분한 정보를 제공해야 한다. 일의 진척은 프로젝트 상황 보고서를 통해 지속적으로 측정되어야 한다. 그리고 중요한 시기와 비용효과 내역이 조사되어야 한다. 일단 판매형태가 결정되면 프로젝트를 다시 검토하고 제품출시 이후에도 지속적인 개발^{향상}이 뒤따라야 한다.

(1) 진도 측정

프로젝트가 계획대로 진행되고 그 목표를 달성할 수 있도록 하기 위해 프로젝트 매니저는 그 상사나 재정관리자와 함께 점검과 통제를 위한 효과적인 진도 보고양식을 설정해야 한다. 이것은 프로젝트의 모든 재정상, 운영상의 관점들을 종합해야 한다.

프로젝트 매니저가 준비해야 할 일반적인 상황 보고서는 현 상황, 예상되는 문제점, 이에 대한 대응책, 시간, 프로젝트 비용 등을 포함하고

있어야 한다.

제품이 출시된 후, 즉 판매 형태가 이미 정해진 때에는 동종제품에 대한 조사가 이루어져야 하는데 목표가 달성되었는지의 여부, 마케팅, 고객의 반응, 제작단가 등으로부터 어떤 교훈을 얻었는지를 점검해야 한다. **kip**

참고문헌

- 1.Arthur D. Little, *Corporate Competitiveness - Achieving Best Practice through Managing Interfaces*, London, ¹⁹⁹⁰
- 2.Biggs, C. & Benjamin, D., *Management Accounting Techniques*, Heinemann Professional Publishing in association with The Chartered Institute of Management Accountants, Oxford, ¹⁹⁸⁹
- 3.British Standards Institution, *Guide to managing Product*, British Standards Institution, Milton Keynes, ¹⁹⁸⁹
- 4.Develin & Partners, *Activity-based Cost Management*, Develin & Partners, London, ¹⁹⁹⁰
- 5.Garbutt, D., *Management Accounting Guide No 3 - Research and Development Costs^{revised}*, The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, London, ¹⁹⁸⁹
- 6.Gray, R.H., *Accounting for R&D : A review of experience with SSAP 13*, The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, Milton Keynes, ¹⁹⁸⁶
- 7.Innes, J. & Mitchell, F., *Activity-based costing - a review of case studies*, The Chartered Institute of Management Accountants, London, ¹⁹⁹⁰
- 8.The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, *Guidance to Good Practice - Business Planning*, The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, Milton Keynes, ¹⁹⁸⁷
- 9.The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, *Guidance to Good Practice - Managing Innovation, Research and Development*, The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, Milton Keynes, ¹⁹⁸⁹
- 10.The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, *Statements of Standard Accounting Practice^{SSAP 13 - Accounting for research and development^{revised}}*, The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, Milton Keynes, ¹⁹⁸⁹
- 11.Lothian, N., *How companies manage R&D - A survey of major UK companies*, The Chartered Institute of Management Accountants, London, ¹⁹⁸⁴
- 12.NcNamee, P., *Management Accounting : Strategic planning and marketing*, Heinemann Professional, in association with The Chartered Institute of Management Accountants, Oxford, ¹⁹⁸⁸
- 13.Mortimer, J. & Hartley, J., *Managing into the '90s - Simultaneous Engineering*, Department of Trade and Industry, London, ¹⁹⁹¹
- 14.Open University/UMIST Design Innovation Group, *The Benefits and Costs of Investment in Design*, Open University, Milton Keynes, ¹⁹⁹⁰
- 15.Peters, T. J. & Waterman Jr. R. H., *In Search of Excellence - Lessons from America's Best-Run Companies*, Harper& Row, New York, ¹⁹⁸²
- 16.Pilditch, J., *Winning Ways, How 'winning' companies create the products we all want to buy*, Harper& Row, London, ¹⁹⁸⁷
- 17.Roy, Dr R. et al, *Design and the Economy^{second edition}*, The Design Council, London, ¹⁹⁹⁰

디자인과 의장법

황종환 (재)한국지적재산관리재단 이사장

Q 도자기류를 제조하는 중소기업입니다. 최근 찻잔과 접시를 몇 가지 디자인 했는데 회사 사정상 생산은 2년 후에나 가능할 것 같습니다. 그래서 개발팀이 자체 대책회의를 열기도 했는데 일부 직원은 개발한 디자인^{의장}을 2년 동안 사내비^{비밀}로 해야 한다고도 하고, 일부는 가능한 빨리 출원해야 한다는 의견도 있었습니다. 이런 경우 어떻게 하는 것이 최선의 방법입니까?

A 그런 상황이라면 가능하면 빨리 출원하되 비밀의장제도를 이용하여 생산·판매시까지 의장 공개시기를 늦추는 것은 물론 사내비 밀로 유지하다가 사업개시 약 1년 전쯤에 의장등록 출원을 하는 것도 생각해 볼 수 있습니다. 다만 그 기간동안 타인이 이와 유사한 의장을 출원·등록한다면 귀사는 애써 디자인한 찻잔과 접시의 생산·판매를 포기해야 하는 위험이 따릅니다.

비밀의장제도에 대한 기초지식

1. 비밀의장제도의 의의

비밀의장이란 의장등록을 출원하는 사람의 신청에 의하여 의장권 설정 등록일로부터 3년 이내의 기간을 지정하여 그 기간 동안 의장을 공개하지 않고 비밀로 하는 것을 말한다.

의장은 물품의 외관에 표현된 미적 감각이기 때문에 누구든지 단번에 이를 모방할 수 있을 뿐 아니라, 유행에 민감하여 관련 제품의 수명이 비교적 짧은 것이 일반적이다. 따라서 자신이 출원한 의장이 설정 등록되었더라도 자기가 판매하기 전에 공개되어 다른 사람이 먼저 모방품을 유통하는 경우 사실상 권리보호를 받지 못하게 될 수도 있다.

그러므로 새로운 디자인^{의장}을 개발한 사람은 이를 빨리 권리화 하는 것을 원할 뿐 아니라 자신이 직접 제조할 준비가 될 때까지는 누구도 그 내용을 알지 못하게 하고자 한다. 또한 의장등록 후에 시장 상황이나 수요자의 욕구를 감안하여 제품의 생산시기를 조절할 필요가 있는 경우도 있다.

그래서 의장에는 이와 같이 특수한 사정으로 의장권 권리화 전에는 그 내용을 공표하지 않을 뿐 아니라 무공고제도 = 등록공고제도 출원인이 원하는 경우

권리화 후에도 일정기간 이를 공표하지 않는 비밀의장제도라는 것이 있다.

2. 비밀의장등록의 효과

(1) 비밀보장기간 동안 공보에 게재되지 않는다.

비밀의장은 설정등록이 이루어져도 의장공보에는 도면이나 의장의 설명, 창작 내용의 요점 등 실체적 사항이 게재되지 않고 의장권자의 성명·주소 등 형식적이고 서지적인 사항만 게재된다.

(2) 또한 일반의 열람은 금지되며 특허청 직원도 비밀준수의 의무가 있다.

다만 공익상 필요나 특허 권리자를 침해하지 않는 다음과 같은 예외적인 경우에는 열람이 인정된다.

- 의장권자의 승낙을 얻었을 때
 - 그 비밀의장 등록과 동일, 또는 유사한 의장에 관한 심사·심판, 재판 또는 소송 당사자일 경우
 - 의장권 침해 경고를 받은 자가 그 사실을 소명하고자 청구하는 경우
 - 법원이 청구할 때
- 이상의 경우에만 의장권자 이외의 사람이 특허청에서 출원내용을 열람할 수 있다.

따라서 손해배상 청구시 의장권자 등은 침해자의 고의 과실을 입증해야 한다. 그러므로 의장권자 등은 자기의 의장권을 침해하는 자 또는 침해할 우려가 있는 자에 대하여 의장의 형식적·실체적 내용이 기재된 서면으로 침해행위임을 경고하고 그 후의 침해행위에 대해서만 손해배상을 청구할 수 있다고 보는 것이 통설이다.

(3) 기타 사항은 일반 의장권과 동일하다.

이와 같은 사항 외에는 보통 의장권과 동일하여 존속기간도 비밀 해제일로부터가 아니라 의장 등록일로부터 10년이다.

3. 비밀의장제도의 장·단점

앞에서 설명한 대로 비밀의장제도를 이용하면 설정등록되더라도 일정기간 동안 공표되지 않으므로 제3자의 모방이나 도용을 방지할 수 있고 자신의 사업준비 진척을 고려하여 비밀기간을 연장하거나 단축할 수 있다. 그리고 필요한 경우 비밀의장을 열람할 수 있으므로 의장권 이용이나 처분에도 지장이 없다.

그러나 비밀의장은 타인의 의장권 등 침해 시 과실의 추정규정이 적용되지 않으므로 손해배상 청구시 침해자의 고의과실을 입증해야 하는 어려움이 있으며, 의장의 비밀보장 청구 및

단축 또는 연장청구 등에 소정의 비용을 부담해야 한다.

4. 비밀의장제도의 활용

비밀의장 등록을 해둔 경우에는 사업개시 직전에 비밀의장·단축 청구를 하여 의장의 내용을 공개시켜 둘 필요가 있다. 그래야만 제3자가 권리를 침해할 경우 경고 없이 손해배상을 청구할 수 있으며 상대의 고의과실을 입증할 책임도 없어져 권리보존이 한결 유리하다.

한편, 6월 17일 매일경제신문이 보도한 바에 따르면 자동차업계가 비밀의장제도를 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났다. 1996년 1월 이후 출원된 비밀의장 175건 가운데 63%인 110건이 '완성자동차나 엠블렘 등 장식재'였던 것이다. 이 외에 전구·조명기구가 33건,^{19%} 가구 13건^{7%} 순으로 나타났다. kidp

● 이 글의 내용과 관련하여 궁금하신 사항이 있으시거나 보다 자세한 조언이 필요하신 독자께서는 (재)한국지적재산관리재단 (Tel. 02 566 7167/8)에 문의하실 수 있습니다.

직접 상담을 원하시는 경우 매월 두 번째·네 번째 금요일 오후 2시 ~5시까지 한국산업디자인진흥원^{KIDP}에서 개최되는 '디자인경영 종합상담회'에 참석하실 수 있습니다(참가신청 : KIDP 디자인경영상담팀 Tel. 02 708 2165/2044).

비밀의장제도를 이용하면 설정등록되더라도 일정기간 동안 공표되지 않으므로 제3자의 모방이나 도용을 방지할 수 있고 자신의 사업준비 진척을 고려하여 비밀기간을 연장하거나 단축할 수 있다. 그리고 필요한 경우 비밀의장을 열람할 수 있으므로 의장권 이용이나 처분에도 지장이 없다.

그러나 비밀의장은 타인의 의장권 등 침해 시 과실의 추정규정이 적용되지 않으므로 손해배상 청구시 침해자의 고의과실을 입증해야 하는 어려움이 있으며, 의장의 비밀보장 청구 및 단축 또는 연장청구 등에 소정의 비용을 부담해야 한다.

칫솔 하나로 300만 달러 수출

유관형 KIDP 출판사업팀 대리

회사명 : (주)제페
대표자 : 권영철
주소 : 서울시 구로구 구로5동 44-11
Tel : 02 328 8147

“**칫** 솔 품목 하나만으로 300만 달러의 수출을 달성하는 업체!”
종업원 9명의 소기업 (주)제페를 두고 주위에서는 이렇게 부른다.

지난 96년 설립된 제페는 웬만한 규모의 업체들조차 자기 얼굴이 아닌 주문자상표부착생산 OEM 방식으로 수출시장을 뚫고 있는 것과는 달리 철저히 ‘제페’ 고유브랜드를 고집하며 해외 시장을 공략하고 있다.

홍보와 마케팅 능력이 떨어지는 소기업이 ‘자체상표’ 전략을 세우는 것은 도산의 지름길이라며 주위에서는 극구 말렸지만 이 회사의 권영철 사장은 개의치 않았다.

왜냐하면 세계인에게 자신있게 내놓을 수 있는 품질과 디자인이 있었기 때문이었다.

올해 초 제페는 일본 치과용품 업체에 1차로 100만 개^{10억 원 가량}의 칫솔을 공급하기로 계약을 체결했다.

실리콘 건강칫솔은 포장하지 않은 상태로 대량 공급하고 있는데 수출 단가는 60엔 정도이다. 바이어들은 제품 포장을 거친 뒤 400엔에 판매하고 있다. 바이어들의 끈질긴 요구에

못 이겨 절반은 그들이 희망하는 상표를 사용 토록 양보했다. 물론 절반은 제페 고유브랜드이다. 이 제품이 해외에서 어느 정도 인기를 끌고 있는지 실감할 수 있는 대목이다.

미국 굴지의 시어스 백화점도 최근 제페를 찾아 1차로 60만 개의 칫솔을 공급해 줄 것을 주문했으며, 호주의 위생용품업체도 30만 개의 오더를 냈다. 이들 제품에 제페브랜드가 찍힌 것은 물론이다.

제페는 남아공·시리아·영국·프랑스 등에서도 제품 문의와 바이어 오더를 받고 있는데 올 상반기까지 모두 10만 개의 칫솔을 이들 지역에 공급키로 계약을 체결한 상태다. 이제 제페의 실리콘 건강칫솔을 사용하지 않는 대륙은 찾아보기 어려울 정도가 됐다.

그러나 실리콘 칫솔의 자체 개발에 성공한 96년 초기만 해도 권사장은 답답함을 금할 수 없었다. 성능으로만 보면 세계 제일이었지만 소비자의 취향을 제대로 반영한 디자인 개발에는 자신이 없었기 때문이다. 아무리 성능이 뛰어나더라도 칫솔의 경우 기능성을 제대로 살리면서 사용자에게 만족감을 줄 수 있는 디자인이 아니고서는 시장에서 외면당하는 것이 염연한

기존의 나일론 대신 항균실리콘 고무를 소재로 사

용했으며, 여기에 브러쉬Brush가 아닌 블레이드Blade

모양으로 디자인하여 치아손상을 최소화한 것이

특징이다. 손잡이 부분은 파지 후 양치질이 쉽도록

중간부분을 불룩하고 납작하게 하였으며, 욕실환

경과의 조화 및 여렷이 사용해도 구분이 쉽도록 다

양한 색상으로 디자인 하였다.



현실이기 때문이다.

그러던 중 우연한 기회에 중소기업의 디자인 개발을 지원해주는 기관이 있다는 소문을 접하고 그날로 한국산업디자인진흥원KIDP의 상담실문을 두드리게 되었다.

이때부터 본격적으로 공인산업디자인전문회사인 아이알아이IRI와 디자인 개발에 들어갔다.

제페가 자체 기술로 개발한 이 제품은 기존의 나일론 대신 항균실리콘 고무를 소재로 사용했으며, 여기에 브러쉬Brush가 아닌 블레이드Blade모양으로 디자인하여 치아손상을 최소화한 것이 특징이다.

10여 개의 수직 고무 날과 고무 송곳으로 구성된 이 제품은 치아와 잇몸 표면의 플라그를 효과적으로 제거할 수 있으며 상처없이 양치질 할 수 있는 장점이 있다.

손잡이 부분은 파지 후 양치질이 쉽도록 중간부분을 불룩하고 납작하게 하였으며, 욕실 환경과의 조화 및 여렷이 사용해도 구분이 쉽도록 다양한 색상으로 디자인 하였다.

개발을 담당한 아이알아이IRI의 최종석 사장은 “치아건강을 위해 새로운 재질을 적용, 기존

제품과 충분히 차별화가 가능한 제품으로 문화가 다른 세계 각국에서 부담없이 사용되도록 디자인 하였기 때문에 유망 수출상품으로 자리 잡을 것입니다”라고 평가한다.

지난해 미국 식품의약청FDA 승인을 받아 품질을 인정받았으며, 우수산업디자인GID 상품으로 선정되어 디자인에서도 그 우수성을 검증 받았다.

제페는 해외시장에서 인정받은 품질과 디자인을 바탕으로 최근 내수시장 공략에 들어갔다.

올해 내수 목표는 15억 원. 자본력이 떨어지고 판매망이 열악하더라도 아이디어와 기술력, 그리고 이것을 소화해낼 수 있는 디자인이 뒷받침된다면 소기업들도 해외시장에서 경쟁력을 가질 수 있다는 것을 제페는 보여주고 있다. kidp



KIDP

지도상품



무성

- 상품명 : 사무용 의자
- 대표자 : 김태호
- Tel : 0544-931-6100
- Fax : 0544-931-6103
- 주소 : 경북 성주군 월항면 장산리 1529
- 지도위원 : 윤병일^{IV 디자인}
- KIDP 담당자 : 강필현
- 특징 : 생산부품의 단순함과 사용상 안락함을 유지할 수 있는 인체공학적인 디자인.



우창공업사

- 상품명 : 사무용 가구
- 대표자 : 김진호
- Tel : 053-359-0311
- Fax : 053-352-7484
- 주소 : 대구시 북구 침산1동 1145-4
- 지도위원 : 윤병일^{IV 디자인}
- KIDP 담당자 : 최승연
- 특징 : 다리 디자인이 돋보이고 조립과 닥트 설치가 용이하며 원목 색상 및 다리부분에 파랑색을 적용하여 주변 인테리어와 조화되게 디자인.

에이컴

- 상품명 : 미량 전자저울
- 대표자 : 백성흠
- Tel : 0351-871-0193
- Fax : 0351-871-0194
- 주소 : 경기도 의정부시 의정부2동 479번지 동훈빌딩
- 지도위원 : 강장철^{디자인 디자인}
- KIDP 담당자 : 장병혁
- 특징 : 저울 본연의 기능인 정밀성과의 조화 및 기존 제품의 보편적인 형상을 곡선으로 다이나믹하게 처리하고 사용자의 편리성에 중점을 두어 디자인.



본아트

- 상품명 : 반진고리함
- 대표자 : 김애리사
- Tel : 0342-707-0612
- Fax : 0342-707-0615
- 주소 : 경기도 성남시 분당구 야탑동 151 라-411
- 지도위원 : 임경란^{디자인 디자인}
- KIDP 담당자 : 박동준
- 특징 : 한국의 고전적인 형태 적용으로 전통미를 살렸고 핸들부위 및 내부 편리성·보관성 등 조악했던 기존 제품의 문제점을 개선하여 내수 및 수출상품으로 개발.



디엘 텔리콤

- 상품명 : 핸드폰 액세서리^{전자파 차단패드}
- 대표자 : 김영훈
- Tel : 02-943-9172
- Fax : 02-943-9174
- 주소 : 서울시 성북구 장위3동 디엘 텔리콤 빌딩 3층
- 지도위원 : 이남호^{디자인 디자인}
- KIDP 담당자 : 강필현
- 특징 : 기존 핸드폰의 컬러 및 형태와의 조화를 고려하였고 핸들 수신부의 소리를 모아줄 수 있는 형상으로 디자인.





삼우정기

● 상품명 : 플라스틱 용기류

대표자 : 이원강

Tel : 032-814-6701

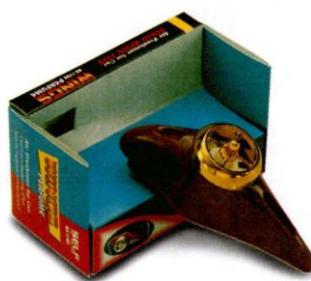
Fax : 032-814-6708

주소 : 인천시 남동구 논현동 436-8^{47B-9L}

지도위원 : 이건[서울시립대]

KIDP 담당자 : 박동준

특징 : 반찬용기 세트로 사용성·보관성을 고려하고, 유리 질감이 갖는 투명한 재질을 뚜껑 부위의 하늘색과 파란색의 컬러를 도입하여 깔끔하게 디자인.



진아산업사

●

상품명 : 방향제

대표자 : 황권선

Tel : 0343-22-2634

Fax : 0343-22-2637

주소 : 경기도 안양시 동안구 관양동 1474-402

지도위원 : 박성근[한국디자인]

KIDP 담당자 : 강필현

특징 : 상품의 후가공에 중점을 두었고 설치환경의 조화 및 고급적인 이미지를 살려 디자인.



평창무역

●

상품명 : 미용가위

대표자 : 정영희

Tel : 02-886-0401

Fax : 02-886-0403

주소 : 서울시 관악구 봉천7동 1596-6호

지도위원 : Andy Pidgeon[영국]

KIDP 담당자 : 이청천

특징 : 날부분이 100% 텅스텐으로 제작되어 내구성과 고광택이 유지되는 제품. 세밀한 마무리 처리와 손잡이 부분의 형태를 사용하기 편하게 디자인.

유신실업

●

상품명 : NEOMED 의료용품 포장디자인

대표자 : 유영호

Tel : 051-262-6331

Fax : 051-205-6395

주소 : 부산시 사하구 장림2동 550

지도위원 : 이권식[리드원]

KIDP 담당자 : 이성수

특징 : 건강의료용품 포장디자인으로 'NEOMED'라는 허리보호대의 기능적 특징이 효과적으로 표현될 수 있도록 제품에 대한 시야과 일러스트를 대담하게 배치.



파우콤

●

상품명 : 파우톤 분체로 컬러톤 샘플집 디자인

대표자 : 김제구

Tel : 0345-494-1125

Fax : 0345-494-1348

주소 : 경기도 안산시 성곡동 시화공업단지 6바 303

지도위원 : 임정군[VIDAK]

KIDP 담당자 : 최승연

특징 : '파우톤'이라는 분체로 컬러 샘플집 디자인. 제품의 이미지를 고유색상으로 그래픽 처리, 역동감 있고 모던한 느낌으로 브랜드 네임을 적용.



뉴본산업

●

상품명 : Baby's Health 유아용품 포장디자인

대표자 : 박용직

Tel : 02-484-6007

Fax : 02-488-9547

주소 : 서울시 강동구 성내동 516-7

지도위원 : 신언모[충남대학교]

KIDP 담당자 : 권영대

특징 : 제품의 브랜드와 색채에 어린이와 어머니가 친밀감을 느끼도록 핑크색 계열의 색상을 도입. 제품의 활용성 및 사용 후 효용성에 대한 이미지를 최대한 부각.



KIDP 지도상품



계산작목반

상품명 : 한빛 데라웨어 포도 포장디자인
 대표자 : 조남태
 Tel : 042-822-2383
 주소 : 대전시 유성구 계산동 126 계산동 계산작목반
 지도위원 : 김맹호 충남대학교
 KIDP 담당자 : 권영대
 특징 : 포도의 이미지를 크게 클로즈업하여 물방울이 맺혀있는 싱싱한 포도의 모습을 표현. '한빛 데라웨어 포도'라는 단일 브랜드로 통합시켜 브랜드 경쟁력을 높이는데 주안점을 두어 디자인.

삼현종합식품

상품명 : 손맛 토종 삼계탕 포장디자인
 대표자 : 강철구
 Tel : 0371-44-1717
 Fax : 0371-44-1718
 주소 : 강원도 원주시 지정면 간현리 905
 지도위원 : 남용현 강원대학교
 KIDP 담당자 : 신병두
 특징 : 순수한 한국적 이미지와 인삼이 지니고 있는 효능을 부각시켜 외국에 거주하고 있는 교포들이 고국의 정취를 느낄 수 있게 표현.

가야산업

상품명 : INFESO TV RACK 키털로그 디자인
 대표자 : 유봉연
 Tel : 032-813-6600
 Fax : 032-813-6605
 주소 : 인천시 남동구 고잔동 남동공단 135B-12N
 지도위원 : 하기옥 VIDAK, 흄스엔폭스
 KIDP 담당자 : 신병두
 특징 : 전체적인 컬러톤을 검정·빨강·회색으로 제한하여 고급스럽고 세련된 이미지를 부각. 컴퓨터 합성작업을 이용한 그래픽으로 시각부분을 자연스럽고 모던하게 디자인.



삼아인터내셔널

상품명 : 꼬마 웨하스 포장디자인
 대표자 : 이균희
 Tel : 02-571-3079
 Fax : 02-579-2574
 주소 : 서울시 서초구 양재동 265-24
 지도위원 : 이덕열 인티시스
 KIDP 담당자 : 이성수
 특징 : 수출용 웨하스 포장디자인으로 브랜드명과 웨하스 사진을 이용, 간결하고 현대적이며 고급스러운 이미지로 제품의 특성을 충분히 살려 디자인.



원강산업

상품명 : 향기나 전자증형 분사기 포장디자인
 대표자 : 이상도
 Tel : 032-562-0477
 Fax : 032-562-0479
 주소 : 인천시 서구 경서동 696-2
 지도위원 : 임수연 C&COM
 KIDP 담당자 : 최승연
 특징 : 전자동 향분사기 포장디자인으로 거실, 사무실 등에 어울릴 수 있도록 아늑하고 산뜻하게 디자인.





삼포농산

● 상품명 : 황토삼백초 포장디자인

대표자 : 김상목

Tel : 0598-945-0075

Fax : 0598-945-0055

주소 : 경남 거창군 용양면 신촌리 63

지도위원 : 소병규 상무기획

KIDP 담당자 : 최승연

특징 : 제품의 라벨, 낱포장, 겉포장 등에 삼백초의 이미지 패턴을 적용하여 상품의 동질성을 강조하였고 단순하고 산뜻한 배경에 강한 라벨형태의 제품명을 디자인.



예인실업

● 상품명 : 목재가구 제품홍보용 카탈로그 디자인

대표자 : 이상호

Tel : 0525-23-6610

Fax : 0525-42-6611

주소 : 경남 김해시 한림면 장방리 287-19

지도위원 : 이영용 부산예술전문대학

KIDP 담당자 : 채운병

특징 : 예인실업만의 제조특징과 기술을 표현하기 위하여 제조방법과 제품을 종류별로 소개하고, 자연의 느낌을 가미하기 위해 숲의 모습을 삽입.



오록통상

● 상품명 : 한복손수건

대표자 : 박근하

Tel : 0346-574-1656

Fax : 0346-573-8785

주소 : 경기도 남양주시 진건면 송능리 120 경남빌딩

지도위원 : 김강운 VIAK

KIDP 담당자 : 신병우

특징 : 수출용 한복손수건 포장디자인으로 손수건이 보이도록 원도우로 디자인하여 상품의 구매효과를 극대화.

덕신양행

● 상품명 : Water Pump 펌프기 포장디자인

대표자 : 박경서

Tel : 032-812-6257

주소 : 인천시 남동구 고잔동 682 남동공단 83B1

지도위원 : 이호명 인천시립전문대학

KIDP 담당자 : 권영대

특징 : 생수 관련 제품을 강조하여 시원한 물의 느낌으로 시각화하고 큰 하늘과 바다를 배경으로 하여 전반적으로 '안정되고 신선한 맛'을 느낄 수 있도록 디자인.

주암식품

● 상품명 : 감식초, 마늘식초, 솔식초

대표자 : 이기남

Tel : 0595-83-3282

Fax : 0595-83-3234

주소 : 경남 하동군 악양면 정서리 산97-10

지도위원 : 정진영 디자인센터

KIDP 담당자 : 신병우

특징 : 제품이 동일한 장소에서 판매되고 있는 점을 고려, 3가지 품목에 대해 통일된 BI를 적용. 전통문양과 현대감각에 어울리는 색상과 레이아웃으로 디자인.



Korean Spirit in Design

인터뷰 김 향희 KIDP 출판사업팀 기자

암 마전 지하철 벽에 붙어있는, 우리 나라를 소개하는 관광안내 포스터를 보곤 엄청 열받아 했다. 연지 곤지 찍은 새신부의 사진과 'KOREA'란 영문 글씨, 그리고 끝.

10년 전, 아니 훨씬 이전부터 보여져 왔던 그 이미지 그대로가 아닌가 하는 생각에 서글픔까지 들 정도. 나의 이 안타까움(?)을 작년부터 전통 포장에 대한 방대한 보고서를 준비하는 한 선배에게 얘기했더니 그녀는 내게 읽어보라며 윤덕민 교수의 '백자기술 보유국 조선이 망한 까닭은?' 이란 글을 보여주었다.

이 글에서 공감했던 여러 가지 것들

1. 임진왜란을 한편으로는 도자기 전쟁이라고도 한다. 전쟁에 참가했던 일본 다이묘^{영주}들은 당시 조선 천민들이 사용했던 막사발을 만들기 위해 제각각 경쟁적으로 조선 도공을 끌고 갔고 일본은 임진왜란을 계기로 자기를 만드는, 특히 백자를 만드는 비밀을 알아냈다. 이후 조선 도공들과 그들의 후예들이 만든 일본 자기는 놀랄 정도의 상상력과 참신성을 바탕으로 세계 도자기의 디자인을 선도했다. 이러한 상황에서 17세기 중반 세계 최고의 도자기 기술을 자랑하던 경덕진의 쇠퇴로 질 좋은 도자기를 얻을 수 없게 된 유럽은 일본을 주목했다. 일본 자기 '아리타야기'는 당장 유럽의 왕족과 귀족들을 매료시켰고 1710년 독일 마이센에서는 아리타야기에 대한 철저한 분석과 모방을 거쳐 유럽 최초의 자기를 완성, 비약적으로 발전하게 되었다는 사실.

2. 세계 어느 곳에서나 도기, 석기의 단계에는 일찍 도달했지만 자기를 만드는 국가는 극소수에 불과했다. 특히 한국과 중국은 그 몇 안되는 국가 중에서도 수 백년을 앞서서 자기를 만들어냈다. 요

즘 세계 도자기 시장을 주름잡고 있는 일본과 유럽은 각각 17세기와 18세기에야 비로소 자기를 만드는 기술을 터득했다. 반도체 등 첨단제품의 신소재로 널리 쓰이고 있는 세라믹이 달라 아닌 자기.

3. 조선 백자의 원류를 둔 일본과 유럽의 도자기들이 세계시장을 석권하며 막대한 부를 축적하는 동안 조선은 백자라는 첨단기술과 상품을 전혀 국가의 번영에 활용하지 못했다. 우리 서민들이 쓰던 막사발이 일본에서는 천만금을 줘도 구할 수 없는 환상의 도자기라는 점을 알고 있었다고 해도 조선의 관료들은 막사발을 소중히 여기는 일본 다이묘들을 야만인으로 취급할 뿐 그것을 수출해서 돈을 벌 생각은 하지 않았다. 여기서 조선이 1백 년 전 질서의 대변혁기에 철저히 실패한 원인을 찾을 수 있다라고.

지금부터 1백 년 전, 그리고 또 다시 1백 년이 지난 그 후의 1998년 오늘.

우리 것을 제대로 인식하지 못하고, 알리지 못하고, 이용하지 못한 것에 대한 책임이, 또 다른 천 년을 준비하는 IMF 시대의 우리에게 많은 것을 생각하게 했다.

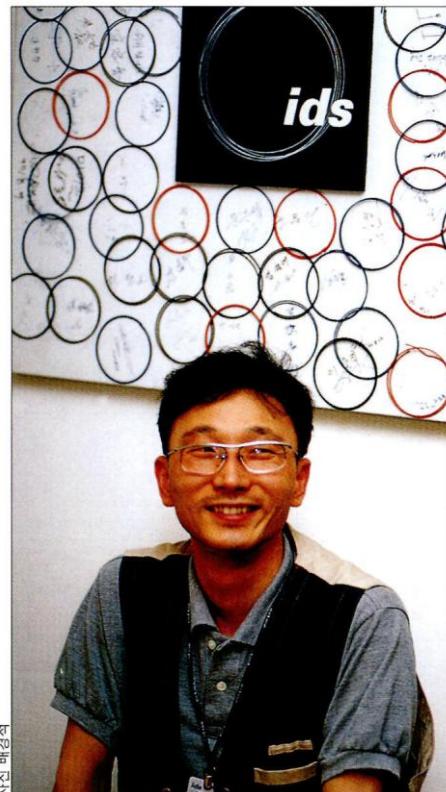
그런데 다행스럽게도, 정말 다행스럽게도 지난 5월 22일, 조선시대 우리의 문화유산을 과학적·논리적으로 분석한 영어판 CD-Rom 'Korean Spirit in Design'이 선보여 화제가 되었다.

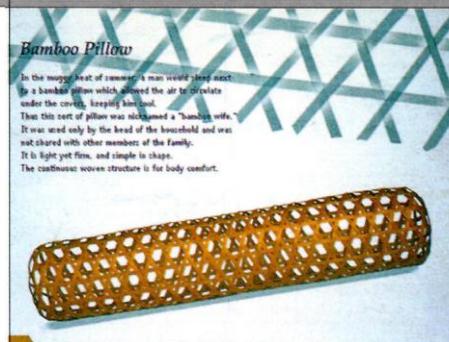
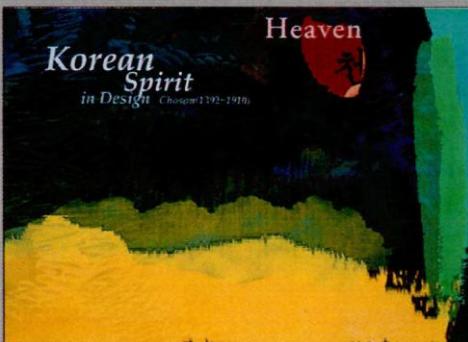
삼성디자인연구원^{ids}이 제작 소개한 이번 프로젝트는 조선시대 주요 건축물, 생활용구, 한복, 한글 등 각각의 유물이 갖고 있는 형상, 선, 색상, 형성의의 등을 천·지·인 사상에 기본 컨셉을 두고 전통음악과 함께 구성한 것.

특히 이 CD-Rom은 우리 문화를 이해하고 연

구하고자 하는 외국인을 대상으로 미국 메트로폴리탄 뮤지엄, 파인아트 뮤지엄, 아시아 소사이어티 등의 해외 유명박물관과 한국어과가 있는 해외 각 대학 및 도서관 등 한국 역사, 유물, 문화에 관심 있는 곳에 체계적인 한국 전통 자료로 제공할 계획이라고 한다.

다음은 이번 프로젝트의 매니저를 담당한 ids 멀티미디어 디자인학과 T/A 김정배 과장을 만나 보았다.





동기

유학 시절 독일 교수님과 얘기를 할 때마다 그가 우리 나라에 대해 단지 표피적으로 알고 있는 나보다 더 많이 알고 있었고, 또한 정말 보여줄 게 없다는 개인적인 아쉬움도 많이 느꼈다. 아, 이 질문에 관해서는 책 서문에도 적어놓았다. 참고가 될 것이다.

그리고 그는 일어나서 그간의 프로젝트 결과 정리를 정리하여 출간된 책 한권을 가지고 왔다. 다음은 그 글의 일부.

7년 동안 독일에서 유학하면서 빼저리게 느꼈던 것은 우리 나라의 것을 보여줄 것이 너무 없다는 것이었다. 대부분의 대학도서관, 공공도서관의 동양문화권에 대한 부분은 일본이나 중국의 문화를 소개하는 책, 잡지, 비디오 등으로 채워져 있고 한국에 관해서는 거의 전무하다. 서양인은 자연스럽게 일본과 중국 문화를 접하고 이해하게 되고 한국에 대해서는 거의 모르거나 무관심하고 혹 알지라도 일본과 중국의 통치와 지배아래 이루어진, 두 문화가 혼합된 문화 정도로 인식하고 있다.

우리나라는 지금까지 경제적으로 성장하기 위해 노력해 왔다. 그러나 확고한 자기 문화의 정체성 없이는 국제적으로 현재의 '싸구려 상품의 대량생산 국가'의 이미지를 벗어나기 어렵다. 한국의 거시적인 발전을 위해 한국의 문화에 대한 인식을 확실히 해야 한다. 그렇다면 우리 나라에 독특하고 우수한 문화가 없는가? 절대 그렇지 않다. 정리가 안 되어 있고 홍보가 안 되어 있을 뿐이다.

우리 나라의 전통 디자인에 드러난 독창성, 우수성, 아름다움을 1년 동안 멀티미디어 디자인학과에서 배워온 네 명의 졸업생과 함께 정리하였다. 멀티미디어 환경을 응용하여 디

자인 관점에서 본 한국문화에 대한 인식을 새롭게 하고 이를 토대로 우리나라 디자인의 퀄리티를 찾는 하나의 시도였다.

우리 것에는 우리가 모르는 너무나 아름다운 디자인이 녹아있다. 단지 우리가 인식하고 있지 못할 뿐. 이에 정체되어 있는 우리 것을 알려야 되는 관점에서 현재 ids의 슈퍼바이저로 계신 제임스 미오 교수와 2기 연구원 중 성적이 우수한 4명과 함께 진행했다. 제임스 미오 교수는 6.25 전쟁 때 탱크병으로도 참전했다고 한다.

독일 유학

광고대행사에 근무하다 유학, 디자인과 테크놀러지를 접목한 디자인 인포마틱을 전공했다.

석굴암 프로젝트에의 매니저의 역할은

아니다. 그 당시에는 한국에 들어온 지 얼마 안 되었던 때였다.

이 프로젝트의 특징

정적인 표현을 많이 하려고 애썼다. 정신사적인 선조들의 정서를 디자인적으로 접목하고 싶었다.

멀티미디어에 대한 내 생각은 가장 중요한 스토리를 갖고 극대화시켜 사용자들에게 편한 툴로 이해하기 쉽게 접근해야 한다는 것이다. 그러나 지금 현재의 인터페이스 툴은 테크놀러지와 함께 무조건적으로 모든 것을 다 보여주고 있는 실정이다. 안타깝다.

이번 'Korean Spirit in Design'은 단순한 그림화면의 확대를 배제하고 우선 화면에 나타나는 글을 읽으면서 자연스럽게 보여지는 선

의 이미지를 극대화했다.

타 문화권의 사람들에게 우리의 문화를 이해할 수 있는 근원을 보여줄 수 있도록 가장 중요한 텍스트를 강조한 것. 모든 부분을 다 볼 수 있다는 것은 한편으로는 가장 중요한 것을 잊게 할 수도 있으니까 말이다.

제일기획 박준석 대리는 디렉터로, 삼성전자 홍유진 주임은 플래닝과 리서치를, 인터랙션 디자인은 삼성 SDS의 김효린 전임, 비쥬얼 리제이션은 삼성영상사업단 김정명 대리가 각각 그 역할을 담당했다. 이들은 모두 ids 2기생들로 각 연구원들이 단순히 상하 관계의 피라미드 형태 진행이 아니라 각자가 가장 잘 할 수 있는 분야의 최선의 것을 발휘할 수 있도록 시스템을 최대한 지원했다.

기간

97년 9월 시작, 98년 1월 최종 프리젠테이션을 진행했고 수정, 보완, Bug Test를 통해 지난 5월 22일 제작발표회를 했다.

선정된 각 아이템은 그 분야 최고의 전문가와 인터뷰를 진행했고 박물관과 책을 통해 철저하게 분석 조사했다. 그 당시의 독서량은 어마어마(?) 하다.

컨셉

최초 기획단계에서 선정된 아이템은 12개 부류의 100여 개 이상의 항목이었다. 아이템을 '디자이너의 시각에서 바라본다'라고 하였으나 이것 자체가 가지고 있는 범위의 모호함 때문에 많은 고민을 해야만 했다. 한국, 또는 한국인이라는 너무 광범위한 시각에서부터 조형성이라는 시각 사이에서 어느 한 곳에 디자인

의 평가기준을 세워야 할 필요가 있었다.

이번 프로젝트의 사상적 근간이 되는 천·지·인

천·지·인은 동양인이 바라본 우주의 원리이다. 그 세 가지는 독립적으로 볼 수도 있지만 동시에 하나이기도 하다. 하나의 이상적인 디자인을 만들에 있어 그 구성요소를 하나의 한정된 부분에서만 찾아오는 것이 아니라 통합적인 이해에서 찾는다는 원론을 적용하였다. 불교나 유교 등 한국을 오랫동안 지배해 온 정신사조가 다분히 외국의 영향을 받은 데 비해 천·지·인 사상은 비록 그 근원이 중국에서 왔다하나 한국인의 생활, 믿음과 밀접한 관련을 갖고 있다.

천·지·인은 구체적인 학문이나 이론적으로 정립이 되었다가 보다는 우리 민족이 오랫동안 체득하여 온 것으로 서양과는 다른 우리 고유의 사고의 틀이라 할 수 있다. 특히 우리 고유의 것을 우리의 방식대로 보여줌으로써 성격이 다른 요소들을 Color, Grid, Sound 등을 통해 일관성 있게 보여주고 있다.

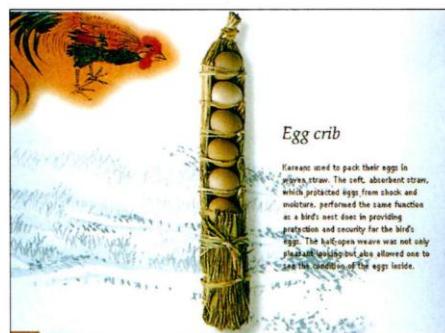
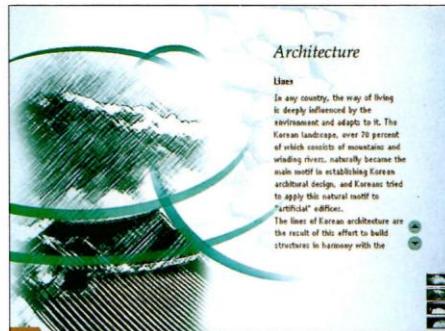
천^天은 한국인의 정신생활과 깊은 관련이 있는 것들과 단순히 조형적 요소로만 사용된 것이 아니라 특정한 의미가 내포된 상징들을 보여주고 있으며, 지^地는 자연산물의 물성을 잘 활용한 것들, 자연과의 조화를 이루어 자연 속의 인간을 실현한 환경디자인들을, 인^人은 하늘, 땅, 사람 간의 커뮤니케이션을 위한 것, 한국인 고유의 정서가 담긴 것들을 보여주고 있다.

따라서 이러한 비정형적인 사상이 우리 나라의 디자인을 구분할 수 있는 Spiritual Design, Natural Design, Human-Oriented 등의 관념으로 표현할 수 있다고 판단, 시각화된 형태를 '·', '—', '|'로 상징화 했다. 특히 이것은 한글창체의 원리와도 일맥상통하여 이번 프로젝트의 조형적인 요소의 근간이 되고 있다.

가장 힘들었던 것

우리 전통문화의 최고의 전문가라면 대부분이 장인들이다. 이 분들에게 멀티미디어라는 디지털 환경을 인식시키는 데 힘들었다.

가장 중요한 것은 오픈 마인드가 아닐까 싶



천

Spirit

- 유교의 엄격한 사회질서로 인해 발전되어 온 것 갓, 미녀, 은정도
- 외형보다는 그 안에 담긴 정신이 더 중요한 것 본체, 혁신

Symbol

- 근원을 알 수 없을 정도로 오래된 관념의 산물이지만 현실 생활을 지배했던 것 벽, 문양

지

Natural Material

- 자연에서 나는 산물을 그 성질 그대로 살려가며 만든 것 죽, 풀, 꽃, 풍물, 궁예품, 지공예품

Environment

- 자연을 대상체가 아니라 나를 포함하고 있는 하나의 환경으로 이해하고 만든 것 건축과 가구

인

Communication

- 하늘과 땅을 잇는 매개자로서 하늘과 땅과, 그리고 사람과 대화한 것 천문기구를 비롯한 축령기구, 해시계, 한글, 철, 탈춤, 춤곡, 음악

Devotion

- 일상적인 삶 속에서도 미적 감각을 추구했던 것 도자, 한복, 보자기, 퍽

다. 박물관에 전시하는 것만으로 우리 것을 다 보여주는 것은 아니지 않을까. 각 분야의 개개인이 가지고 있는 것을 함께 형성하여 공유하는 것, 물론 사상이 바뀔려면 100년을 준비해야 한다. 그러나 지금 상황에서 우리 것을 알리는 최선의 방법을 찾아야 할 때라는 의무감을 느낀다.

우리의 전통을 찾고 정리하는 프로젝트는 사실 학교에서 이루어져야 한다. 멀티미디어는 배우는 학문이 아니라 바로 놀이문화에서 그 환경이 조성되기 때문. 놀이문화에서 정신과 사상과 이야기가 전개된다. 지금 우리나라에서 멀티미디어의 전부(?)라고 생각하는 컴퓨터 툴은 사실 6개월이면 다 배울 수 있는 테크닉일 뿐이다. 우리의 멀티미디어 환경에는 지금껏 컴퓨터 툴의 테크닉만 존재한 것 같다. 디지털 환경을 잘 못 인식하고 있는 것 같아 안타깝다.

이에 반해 'Korean Spirit in Design'에서는 우선 텍스트를 먼저 보여주고 선의 형태를 보여줌으로써 모든 테크닉 툴을 인위적으로 절제했다. 디자인의 가장 중요한 근원적인 생활, 철학, 심리 등을 자연스럽게 멀티미디어 환경과 관련하여 강조했다. 표현하는 것만이 디자인은 아니지 않은가.

80년대 이후 전통에 대한 관심과 함께 그것에 대한 다양한 연구가 진행되었지만 단순히 연구로만 끝나는 경우가 많았다.

그냥 그 상태로 우리의 전통은 정체되고 있다는 생각인데

너무나 많은 사람들이 조각보 이야기를 자주 한다. 몬드리안이 우리의 보자기를 보고 만들지 않았을까 하는 우스갯 소리가 있을 정도.

웹사이트의 모든 형태에서 우리 것은 과연 무엇인가에 대한 고민을 많이 했다. 우리의 아이덴티티를 찾는 노력의 근원을 만들어주기 위한 시도이다. '우리 것을 제대로 알기'에 대한 노력을 기울이지 않는다면 디지털 문화에서도 뒤떨어지고 말 것이다.

디지털 문화 속에서 정말로 재미있게, 그리고 리얼하게 우리만의 것을 보여주고 싶다. 그 이야기거리는 얼마든지 있지 않을까. 우리에

겐 우리만의 풍부한 감성문화가 널려 있고 이리한 것을 미디어의 형태로 전개할 수 있는 점 근에 관한 고민이 필요한 때인 것 같다.

프로젝트를 진행하면서 정리된 생각

실제 화면작업은 화선지에 먹과 붓을 이용하여 진행했다. 이 부분은 한마디로 한국적 그래픽 요소개발을 의도함이다.

하지만 먹과 붓을 이용하여 지금까지 '한국적'이라고 불리워진 상당수의 작업을 통해 이루어진 결과물이 '너무 일본냄새가 난다'라는 것, 한동안 팀원들 모두가 당황했다. 하지 만 이것 또한 우리가 너무 일본의 인쇄문화에 접해 있었던 건 아닌가 하는 반성과 함께 이번 프로젝트의 중요성을 더욱 인식하게 되었고, 직접 화선지에 먹과 붓으로 정리한 것을 컴퓨터에 입력하는 방법으로 스크린 디자인을 진행했다. 이후 아이템 자체에서 오는 조형요소를 최대한 추출하여 각 아이템의 색, 선, 배경 등에 적용하였다.

멀티미디어

멀티미디어는 경험이다. 방법은 너무나 다양하고 많은 데 우리는 지금껏 하지 않았기 때문에 기준의 것만을 고집하고 있는 것 같다. 자, 만약 지금 부산까지 가야한다고 하자. 부산까지 가는 방법은 서울역에서 기차를 타고 갈 수도 있고 고속 버스를 타고 갈 수도 있고 또 비행기를 타고 갈 수도 있다. 시간이 정말 넉넉하다면 몇 달이 걸어서 갈 수 있는 방법도 있을 것이다.

디자인에 대한 여러 가지

디자인은 끝마무리다. 이번 프로젝트 발표회 때에도 이러한 끝마무리와 한국인의 정성을 보여주고 싶었다. 따라서 끝마무리의 정성을 보자기로 표현했다. 모든 CD-Rom 하나하나를 보자기로 쌌다. 그리고 프로젝트 설명회 초대장에 참빛을 넣어 발송했다. 참빛으로 '단장'한다는 의미성을 부여하고 싶었기 때문이었다. 물론 기획단계부터 이 모든 것을 함께

준비했다. 우리 것 하나하나가 이처럼 '정성'이라고 생각한다. 이번 프로젝트 이름 속에 'Spirit'라는 단어를 넣은 것도 이처럼 베푸는 우리의 문화를 이야기하고 싶어서였다.

디자인은 정신이다. 생활과 삶의 한 형태를 전개하는 것이 바로 디자인인기 때문.

행복

없는 것을 만들어 낼 때, 단지 나 개인의 것이 아닌 우리의 것을 만들어 낼 때, 새로운 것에 이를 때 행복함을 느낀다.

난 즐겁게 일을 하고 싶다. 다양한 고민의 흔적을 느낄 수 있는 새로운 것을 계속하고 싶다.

사실, 지금도 아주 굉장(?)한 것을 생각하고 있다. 정말 신난다. kidp

● 추진 일정 ●

970828 프로젝트팀 발족. 1차 기획회의 - 전통예술 공예 품 아이템 선정, 조선시대로 한정.

970901 2차 기획회의

970909 프로젝트 기획서 작성

970910 경복궁, 국립민속박물관, 전통공예박물관 - 왕실 건축, 민속생활사

970911 스케줄 조정, 출장 일정 조정 회의, 자수박물관 방문 - 전통자수, 보자기

970912 1차 컨셉 제안 - Indigenous Beauty,

Universal Beauty, Symbolism.

국립중앙박물관, 창덕궁, 비원 방문 - 왕실 건축, 삼국시대부터 조선시대의 예술, 공예품

970919 장안평 고미술 상가 - 전통 민속품, 골동품

970922 용인 민속촌 - 전통민속 생활

970923 호암미술관 - 한국전통 생활의 미 권운경 전임 인터뷰

970924 이천 해강도자 미술관 - 도자공예, 청자, 백자, 분

청사기 학예연구실 이종민 과장 인터뷰

온양민속박물관 민속자료 종합전시장

970925 안동 하회마을 - 유교 중심의 조선 생활상, 민간 신앙, 민속놀이

970928 부석사 - 사찰 건축

970930 중요무형문화재 대제전 국립국악원 - 전통예술명인

971002 Item Classification, 컨셉 회의

971007 Item Classification, 컨셉, 스토리 구성 회의

천·지·인 컨셉 설정

971008 천·지·인 컨셉 확정, 미호 교수 감수. 각 분야별 전문가 List Up. 짚풀생활사박물관 인봉선 과장 인터뷰

971013 스토리 보드 회의, 각 아이템별로 해 주어야 할 이야기 스토리 Diagram 확정

971015 고대 산업대학원 산업디자인과 김현 교수 자문

971023 텍스트 구성, 1차 스크린 디자인 구성 - 천·지·인 메인 화면. 삼성영상사업단 IES팀 정문경 부장, 신광호 과장 방문

971029 박물관, 사진 작가별 사진자료 목록 작성

971103 미호 교수 회의 - 분명한 컨셉을 유지할 것.

971104 카네기멜론대학 디자인학과 리차드 뷔캐넌 학장 방문

971105 사진 자료 요청 공문 발송

971106 호암미술관 학예연구실 김재열 실장 인터뷰

971107 한국자수박물관 협동화 관장 인터뷰

971110 분야별 내용에 대한 감수 의뢰

971114 한국예술종합영상원 영상디자인과 김형수 교수 자문

971120 사운드 자문 이병원 교수, 강호정 교수와 회의 - 기존의 국악곡을 선곡, 편집하여 쓰기로 결정

971121 정신문화연구원 이성미 교수 자문

971122 우송산업대 컴퓨터디자인과 이종호 교수 자문

971124 CD-Rom 1차 버전 - 스크린 위주

971210 Sally Adersen Bruce 정사진 사진촬영 완료 카. 월신.

참빛, 흥고리, 흑, 흑설, 연, 인형

971219 1차 프리젠테이션

사진작가별 저작권 사용에 관한 계약 체결

980109 최종 프리젠테이션

980124 ~ 0131 수정 보완, Bug Test

980522 제작 발표

KIDP 사이버 전시회 개최



http://www.kidp.or.kr



● '98우수산업디자인^상 상품전 개최와 때를 맞춰 KIDP 사이버 전시회가 7월 3일부터 KIDP 인터넷 홈페이지^{http://www.kidp.or.kr}를 통하여 개최된다.

KIDP 사이버 전시회는 한국산업디자인진흥원에서 실시되는 각종 공모전 및 특별전시회를 대상으로 인터넷을 통하여 넷 디자이너들에게 서비스되는 전시회이다.

KIDP 사이버 전시회는 짧은 역사에도 불구하고 지난 5월 개최된 제33회 대한민국 산업디자인전람회 사이버 전시회가 한국경제신문에서 주최한 '제1회 한경인터넷 대상' 공공기관부문에서 수상할 정도로 디자인은 물론이고 Contents와 구성의 짜임새가 우수한 홈페이지라는 평을 받고 있다.

이번 사이버 전시회에서는 95년 이후 선정된 GD^{우수산업디자인} 상품이 소개되며, 홈페이지에 접속하여 온라인상에서 관람할 사이버 전시회 중 GD전을 선택하면 된다.

주요특징은 GD제도와 선정에 관한 일반적인 소개를 하고 있는 'GD제도 소개', 각 부문별 GD선정작을 살펴볼 수 있는 'GD선정작 보기', 관람객의 반응을 알아보고 소비자가 원하는 디자인이라면 무엇인가에 대한 답이 될 '내가 뽑은 우수디자인 Best 5' 및 외국의 GD제도에 관한 홈페이지를 자세한 설명과 함께 소개해 놓은 '다른 나라의 GD제도' 등이 그것인데 이와 더불어 '이전 전시회 보기, 출품 인명 검색, 게시판' 등의 코너가 추가로 구성되어 있다.

GD제도소개

GD상품의 선정기준, 신청안내, 심사방법, 상품등록 등에 대한 정보를 얻을 수 있다.

선정작 보기

전시회의 실질적인 내용이라 할 수 있는 선정작 보기 코너에서는 모든 GD상품을 작은 크기의 사진으로 미리 볼 수 있으며, 이 중 자세히 보기를 원하는 그림을 클릭하면 큰 이미지와 함께 제작업체, 디자인 개발업체 등의 정보, 형태와 조작상의 제품 특징 설명을 볼

수 있다. 또한 제작업체와 디자인 개발업체 등을 홈페이지가 있을 경우 해당 홈페이지로 연결되게 해 연관되는 정보를 참조할 수 있도록 하였다.

내가 뽑은 우수디자인 Best 5

일반적인 사이버 전시와 원가 다른 흥미거리를 찾는 관람객이라면 '내가 뽑은 우수디자인 Best 5'를 주목할 만하다. 이 코너는 관람객에게 자기 취향의 디자인에 점수를 매길 수 있는 권한을 주어 올해 GD선정작 중 소비자가 뽑은 '내가 좋아하는 디자인'과 '그 이유'를 볼 수 있게 구성되어 있다. 관람객은 요즘 디자인 선호도와 유행에 관한 정보를 얻을 수 있으며 전문디자이너 또한 고객의 취향을 확인할 수 있는 좋은 기회가 될 것이다. 이 코너에서는 Best 5를 추천하는 관람객 각 10명 중 한 명씩을 무작위로 추첨하여 역대 대한민국산업디자인전람회 수상작 CD-Rom을 증정한다.

외국의 우수디자인제도

다른 나라는 우수디자인선정제를 어떻게 운영하고 있으며 그 효과는 무엇인지 알 수 있도록 각 나라의 Good Design 진흥관련 홈페이지들을 설명과 함께 링크해 놓고 있다. 또한 다른 나라 디자인관련 단체의 홈페이지를 가보고 싶으면 링크되어 있는 KIDP 홈페이지 Coolsite 코너에서 찾아볼 수도 있다. '검색코너'나 '과거 전시회 보기코너'에는 이미 구축되어 있는 이미지 데이터베이스에서 GD전은 95년부터, 산디전은 66년부터 현재까지 전시회 관련 자료를 찾아볼 수 있다. 또한 사용자 게시판은 '내가 뽑은 우수디자인 Best 5' 코너와 함께 우수산업디자인에 관한 사용자의 의견과 소비경향을 추측해 볼 수 있는 일종의 포럼의 역할을 위하여 구성되었다.

KIDP 사이버 전시회는 앞으로도 온라인 상에서 실물전시와 동시개최는 물론이고 관련 자료를 데이터베이스화 하여 전시기간과 상관없이 언제, 어디서, 누구라도 전시회에 관련된 최신의 정보를 확인, 활용할 수 있도록 디자인경향 제시와 더불어 우리 나라 산업디자인의 발전사를 체계적으로 기록해 나갈 계획이다. **kidp**



100Volt Project ;Analogital

Contents

: Analogital 프롤로그

김재호

Koyaanisquatsi

김재호

도시와 인간 사이의 'Medium' 디자인

유부미

New Garbage

이흔주

Vision of the Future

편집실

스테파노 지오반노니와의 대화

김규혁

Double Telephone

김의훈

'Re' design

김재호 · 정창진 외 다수 / 계원조형예술대학 산업디자인학과

어느 디자이너의 전화기 이야기

김재호

이야기 마감

김재호

Project Team

기획

김재호 / 계원조형예술대학

편집

윤창근 / (주) 킴벌리안

크리에이티브 디렉터

김규혁 / (주) 킴벌리안

제품디자이너

유부미 / (주) 킴벌리안

이흔주 / 프리랜서 디자이너

김의훈 / (주) 삼성전자 상품기획센타

정창진 외 다수 / 계원조형예술대학 산업디자인학과

Special Thanks

정국현 이사

(주) 삼성전자 상품기획센타

박용환 이사

(주) 킴벌리안

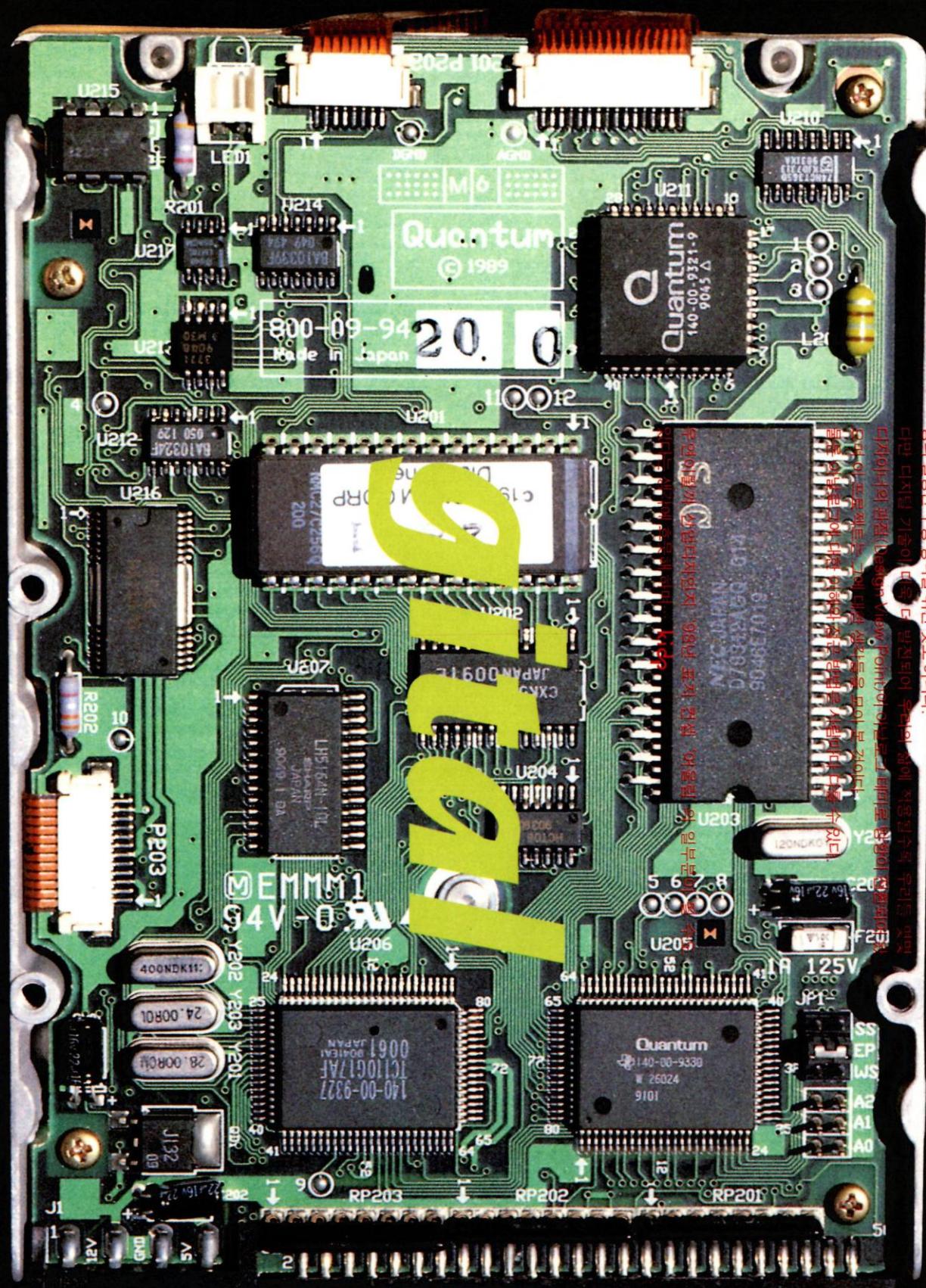
현재욱 국장

(주) 킴벌리안

김재호 / 제품디자이너



Life out of Balance, Human Communication, the Relationship between Human Beings and Objects, Analogue, Nostalgia.....Love, Nature.....



아프로젝트의 주된 이야기는 아날로그(Aalogical) 즉, 디지털과 아날로그의 적절한 조화에 관한 것들이며 그 어떤 이즘(-ism) 스타일. 트렌드는 무관하다.
그리고 보니 서론. 물론 결론 등의 논리적 사고 체계를 통하지 않고 또 내용을 구상하는 능력을 키워야 한다.

디자이너의 패션 디렉팅 (view Point)이 아님으로 디자인에 영향이 전달되어
오마이프로젝트는 그에 대처 생략들을 모아본 것이다.
물을 입암토구어 다룬 디자인은 빙대를 사용이다. 그를 수 있다.

"KOV.AA.NIS.QUA.TSI (HOP!) IN
1.CRAZY LIFE 2.LIFE OUT OF BALANCE 3.LIFE DISINTEGRATING 4.LIFE IN TURMOIL
5.A WAY OF LIFE THAT CALLS FOR ANOTHER WAY OF LIFE

미
리
▶
디
지
터
▶
마
이
▶
아
나
▶
▶
▶

김재호 / 제품디자이너

우편 배달부 슈바르

우편 배달부 슈바르는 하루 하루를 성실하게 살아가는 사람입니다. 자기가 해야 할 일, 즉 열심히 편지를 배달함으로써 많은 사람들이 행복해진다는 사실도 알고 있답니다. 그리고 그렇게 남들이 기뻐한다는 사실에 작은 감동을 느끼는 사람이기도 합니다. 그런 그에게는 작지만 꼭 이루어 보고 싶은 꿈이 있었습니다. 자신의 이상적인 궁전을 쌓아 보겠다는 것입니다. 그것은 신에 맞서 쌓아 올린 바벨탑 같이 지나친 욕망에 가득 찬 것이 아니었으며 또 동화 속에 나오는 아름다운 공주와 왕자가 사랑을 나누는 신비로운 것도 아니었습니다. 그저 하루를 성실하게 살아 가는 그에게 삶의 충실히 모습의 하나로 열심히 우편 배달을 하듯이 조금씩 궁전을 쌓아 가는 것이었습니다. 그리고 그것은 33년이 걸려 완성되었습니다. 모두가 감동의 찬사를 보냈습니다.

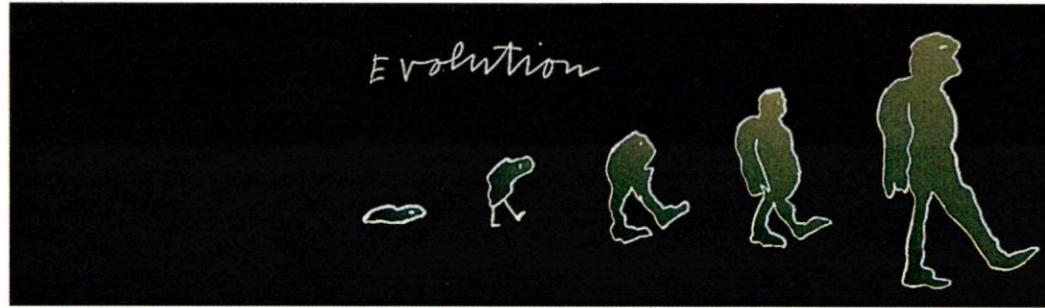
빌 게이츠가 얼마전에 한국을 다녀 갔습니다. 자기가 꿈꾸는 미래의 테크노 궁전 건설에 대하여 이야기했습니다. 여기 저기서 난리가 났습니다. 그리고 많은 사람들이 앞뒤를 돌아보지 않고 그의 뒤를 따르고 있습니다. 그들은 순식간에 최신 기종의 워크 스테이션으로 우편 배달부 슈바르가 33년에 걸쳐서 쌓아 올린 소박하지만 위대한 궁전보다 훨씬 멋있고 휘황찬란한 궁전들을 만들어 납니다. 모두가 굉장하다고 합니다.

그러나

.....

우편 배달부 슈바르의 궁전과 현대의 컴퓨터 그래픽이 만들어 내는 궁전 사이에는 큰 차이가 있다고 봅니다.

그 감동의 정도가 다르다는 것입니다.



전 세계적으로 디지털의 번성은 극에 달하고 있습니다. 디지털이 아니면 아무 것도 아니며 디지털을 조작할 수 없으면 현대인이 아니라는 정도까지 이르고 있습니다. 왜냐하면 디지털화는 많은 것을 빠르고 효율적이게 하며 또 시공간에 우리의 생활이 구속받지 않는 개념으로 변화시키는 힘이 있으니까요. 그래서 거세게 밀려오는 디지털화의 물결을 거부할 수는 없습니다. 수천 수만 페이지 분량의 정보가 마이크로 칩에 저장되고 수만 마일 떨어져 있는 정보를 쉽게 인공위성이나 네트워크화를 통하여 불과 몇 분 만에 전달할 수 있으니까요. 디지털은 천재입니다. 또 우리는 디지털적 발상, 디지털적 라이프 스타일이라는 말도 자주 합니다. 그런 디지털의 천재성이 리얼타임화 되었다는 의미겠지요.

디지털의 어원은 디지트(Digit)로 손, 발가락을 1, 2, 3...으로 세면서 산용숫자로 표시한다는 것에서 비롯되었고 글, 소리, 그림, 영상, 숫자 등의 온갖 정보들을 전자 장치들이 인식하고 이해할 수 있도록 특수 부호화(Digitization)시킴으로써 멀티미디어의 혁명이 시작되었다고 볼 수 있습니다. 물론 컴퓨터를 통하여 최초로 일반화되어 지금은 거의 모든 전자 기기들의 디지털화가 진행되고 있습니다. 흔히 우리가 디지털적 사고, 현상을 이야기할 때 수치적, 회수, 양, 순간, 정밀, 기술, 가상현실, 정보, 순간감각, 결과, 리얼타임, 긴장, 단기 등의 단어들을 떠올립니다. 그리고 이러한 단어들이 실제로 우리의 문화와 습관을 바꾸어 가고 있습니다.

저는 독신주의자는 아니지만 혼자 살고 있습니다. 혼자 살다보니 건강을 열심히 생각하고 있습니다. 그래서 아침을 거른 적이 별로 없으며 대부분 토스터로 해결하고 있습니다. 빵에 치즈를 바르고 오븐 렌지를 2분으로 맞춘 후 기다립니다.

조금증이 있어서 2분이 채 되기도 전에 몇 번인가 확

인해 봅니다. 그리고 2분이 지나고 아침식사가 시작됩니다. 2분, 단 한 번도 나는 빵의 상태에 심각하게 신경써 본 적이 없습니다. 나의 의식은 2분이 지났다는 사실만을 중요시합니다. 그러나 가끔씩은 웬지 모르게 바쁜 아침 시간에 피우는 '게으름'의 감동을 느껴 보고 싶어집니다.

요즈음은 세탁기의 기능이 아주 좋아졌습니다. 옷의 양과 종류에 따라 기능 선택이 다르며 행구고 삶고 탈수하는 과정들이 잘 정리되어 있어 어느 때에 무엇을 해야 하는지를 잘 알려 줍니다. 아니 그저 빨래와 세제를 넣고 스위치만 누르면 알아서 다 해결해 줍니다. 그리고 종료 소리만 확인하면 됩니다. 세탁의 상태에 대한 믿음은 이미 세탁기에의 의존도에 의해 막강된 지 오래되었습니다.

그러나 가끔씩 어릴 적 어머니께서 손수 빨고 삶아 주셨던 눈부신 면내의의 기억이 떠오릅니다. 그리고 또 가끔씩 어머니께서 주셨던 그런 사랑의 감동을 진지하게 느껴 보고 싶습니다.

디지털화만이 살 길일까요?

모든 것이 디지털화, 네트워크화, 모빌화, 글로벌화, 스피드화, 버츄얼화...만 되면 우리는 제2의 이상적인 르네상스를 구현할 수 있을까요?

오늘날 우리의 삶은 너무나 복잡하고 바쁜 것 같습니다. 디지털이 모든 것을 간단하고 신속하게 만들어 준다지만 아직 저에게는 복잡하게 느껴지는 부분이 많이 있습니다.

하루에도 수 없이 많은 것들을 받아들여야만 합니다. 수 없이 많은 정보, 물건들, 문화들, 사람들, 일들, 청구서들...그 어느 것 하나 소홀히 대하면 마치 큰일이 생길 것 같아 불안합니다. 우리의 하루가 이렇게 바쁘고 도시가 바쁘고 나라가 바쁘며 온세계가 난리법석입니다.

물건들은 또 어떻습니까? 어떻게 사용하는지를 파악하는 데만도 꾸준한 인내와 노력이 필요합니다. 아니 아무리 애를 써 봐도 모든 기능을 파악할 수도 없습니다. 물론 시대를 따라잡지 못하는 데서 오는 무지함도 이유는 될 것입니다. 그러나 기성세대의 소비시장을 생각해 보면 쉽게 그렇게 단정짓기는 어려울 것입니다.

그 문제뿐만이 아닙니다. 제품의 복잡 난해한 시각적 공해도 우리의 눈과 마음을 피곤하게 하기에 충분합니다.

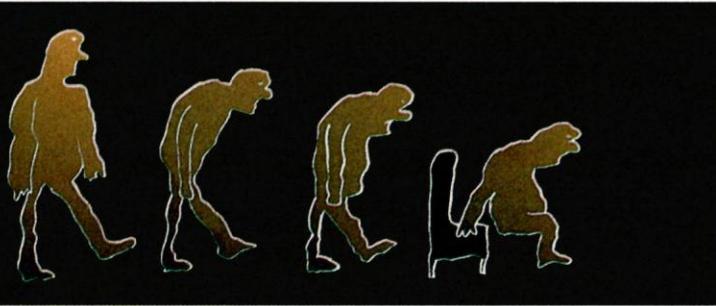
말초를 자극하는 광고들, 그저 물질적 만족도만 높이려는 왜곡된 서비스. 이 모든 것들에 의해 한때 순수했던 우리의 '흔'들은 그 예리한 판단력을 상실한 지 오래입니다.

작은 감동. 언젠가 보았던 광고의 한 장면에서 표현된 '작은 감동' 이란 문구가 새삼 그리워집니다.

디지털은 이미 현재진행형이지만 우리의 마음들은 어떠한가요?

아날로그적이었던 우리들의 순수했던 감성.

그 감성으로부터 느낄 수 있는 감동의 깊이는 디지털이 주는 이성적 합리성보다 더욱 깊습니다.



나이지리아의 이야기꾼

나이지리아의 한 부족은 언제 부족의 역사가 시작되었는지는 모르지만 오랜 시간 동안 평화롭게 살고 있었습니다.

자급자족하는 생활이었기에 물질적으로 풍족하지는 않았지만 마음만은 여유롭고 평안하였습니다.

어느날 그 부족에 전기가 가설되었고 각각의 움막에는 전구가 불을 밝하게 되었습니다. 그 부족의 현대화가 시작된 것입니다. 그리고 전구가 불을 밝힌 첫날부터 각 가족들은 전구 주위에 둘러앉았습니다.

물론 책을 읽고자 한 것은 아니었습니다. 그들은 책을 읽는 방법조차 몰랐습니다. 그저, 그들에게는 신비하기만한 과학의 매력에 빠져들어 물끄러미 전구만 바라보고 있을 뿐이었습니다. 그리고 그런 날들이 계속되었습니다.

예전에 그들은 저녁이면 부락의 중심에 모닥불을 피워놓고 둘러앉아 나이든 어른들의 이야기를 듣거나 이웃 마을에 관한 족장의 이야기 혹은 서로 간의 살아가는 이야기들을 나누며 생활의 지혜를 얻곤 했습니다. 그러나 이젠 그런 이야기꾼(Story Teller)의 모습은 찾아 보기 힘들어졌습니다. 그저 몇 개의 전구가 나이지리아의 어느 한 부족의 역사를 대신하게 되었습니다.

아날로그의 어원은 그리스어 아날로지아(Analogia)로 숫자적인 비율, 비교를 의미한다고 합니다. 디지털의 어원과 마찬가지로 아날로그도 숫자적인 어원을 가지고 있다는 점에서는 서로 공통점을 갖고 있습니다. 그러나 차이점은 아날로그가 옛날부터 사상, 사고, 발상이라는 별도의 면을 강하게 내포하고 있다는 점입니다. 아리스토텔레스는 '시인에게는 하늘에서 주어진 아날로지적 소질이 필요하다'며 인간의 마음, 감성의 중요성을 강조했답니다.

이런 아날로그적 사상이 디지털화가 진행되는 지금에 와서 다시 그 의미가 새워지고 있습니다. 아날로그적 라이프 스타일이라든가 디지털적 발상을 한다는 등 지금은 그 어원의 폭을 넓혀 대비시킴으로써 한층 선명하게 사고나 행동의 차이를 나타내고 있으니까요.

왜 빠르게 변해가는 디지털화 시대에 아날로그적 사고와 마음이 재부상하고 있는 것일까요?

왜 나이지리아의 부족민들에게는 옛날의 그 이야기꾼이 다시 필요한 걸까요?

자연은 아름답습니다. 그 아름다움에는 긴 시간 동안 이루어져 온 이치가 있습니다. 흔히 '자연의 법칙'이라고 하죠. 비가 내리는 것이 그 좋은 예입니다. 구름에서 비가 내리고 그 비는 작은 개울을 이루고 다시 강을 이루고, 바다를 이루고... 또 그 만큼 많은 양의 비는 땅으로 스며 들어 묘목을 자라게 하고 그 묘목들이 숲을 이루고, 자연을 이루고... 그래서 자연이 아름다운 것이죠.

그러나 어느 날부터인가 콘크리트가 땅을 대신하게 되었고 땅에 스며들어야 할 비는 갈 곳을 잃어 버렸습니다. 그래서 그 물은 홍수를 이루고 재난을 불러오게 되었습니다.

공업사회의 진전과 함께 발달한 것이 대량생산, 대량소비라는 것을 부정할 사람은 아무도 없습니다. 그리고 디지털화에 가속도가 붙으면서 '정보화'가 대량 생산, 대량 소비의 핵심요소로 부상하면서 더 많은 정보를 더 빠르고 더 싸게 그리고 더 간단하게 전달하는 것이 생존의 성공 여부를 결정하게 되었습니다. 확실히 수많은 '정보'들이 범람하고 있는 시대가 되었습니다. 그러나 우리들 중 얼마나 많은 사람들이 얼마나 많은 정보들을 얼마나 빠르게 습득, 활용하고 있는 것일까요? 정보는 범람하고

있지만 그것은 고객의 심금을 울릴 거를도 없이 흘러가 버리고 있습니다. 즉 '양'과 '확대' 만을 쫓다 보니 '질'과 '깊이'를 잃어 버린 것이지요. 꼭 디지털화 때문만이라고는 생각지 않지만 웬지 디지털화가 잘못되어 갈 수도 있다는 생각을 멈출 수가 없습니다.

나이지리아의 부족민들이 전기가 들어옴으로써 불행해진 것만은 아닙니다. 전기의 활용으로 더욱 생산성이 높아졌으며 그로 말미암아 누릴 수 있는 물질적 풍요는 오히려 그들을 더욱 행복하게 할 수 있습니다. 문제는 마음입니다. 비록 전기가 들어와서 마을의 현대화가 신속하게 이루어지더라도 그 누군가는 지속적으로 이야기꾼이 되어 그 부족의 역사와 전통과 도덕과 문화를 전해 주어야 하며, 부족민들은 그런 이야기꾼을 통하여 자신들이 누구이며 어디서 왔고 어디로 가고 있는지를 알아야 합니다. 그리고 그런 이야기꾼을 중심으로 비록 모닥불은 아니지만 전구 주위에 둘러앉아 이웃 간의 정을 느끼고 생활의 여유와 지혜를 찾아야 합니다. 그렇다고 전구를 버리고 모닥불 생활로 돌아간다는 것은 어리석은 짓이겠죠.

진보한 과학과 퇴보한 마음의 불균형을 느끼기 시작하는 디지털 시대에 아날로그의 역할은 막대합니다. 정보화가 진행되면 인간관계가 얕어지고 시간이나 생활에 여유가 없어지며 획일화되어 세상이 각박해진다고 합니다. 그러나 정보화는 앞으로도 더욱 발전될 것이며 이를 저지할 수는 없습니다. 그래서 어쩌면 보완 작용으로서 아날로그의 존재가치는 상상외로 클 수가 있습니다.

흔히 우리의 두뇌를 좌뇌, 우뇌로 나누어 좌뇌는 산술적이며 이론적 사고에 강하고 언어적, 컴퓨터적이어서 디지털 정보의 습득과 활용에 사용되며,

우뇌는 음악적이고 기하학적이며 실천 경험적이어서 직관적 아날로그 정보의 습득과 활용에 주로 사용된다고 합니다. 바꾸어 말하면 좌뇌는 논리, 양, 속도를 중시하며, 오른쪽 뇌는 감성, 깊이, 질 등을 중시한다고 할 수 있겠죠. 그러나 무엇보다 중요한 것은 우리의 두뇌는 좌뇌, 우뇌가 하나로 연결되어 있다는 것입니다.

좌뇌와 우뇌 간에 적절한 조화가 이루어질 때 더 희망적인 우리의 미래가 계획될 수 있다는 이야기지요.

까치와 디지털

아날로그 레코드가 다시 예전의 명성을 되찾고 있답니다. 일본의 콜롬비아 레코드사가 십 여 년 만에 레코드 바늘 생산을 재개하며 그 옛날의 추억이 깃든 포터블 전축 판매에 힘을 기울이고 있답니다. 그리고 비틀즈, 카펜터즈, 이글스, 퀸 등 60~70년대 사운드가 이상하리만큼 다시 인기를 얻고 있습니다.

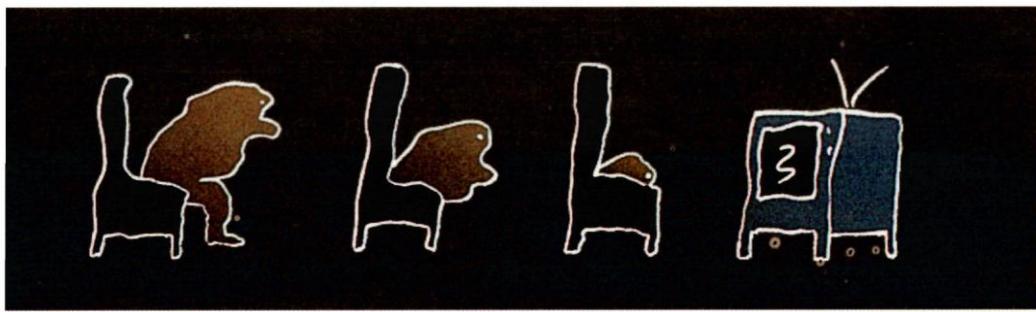
더불어 패션도 그 옛날의 추억을 되돌리기라도 하는 듯 모즈(Mods)풍이 부활하고 있습니다. 나필바지도 다시 곧 인기를 끌 것이라고 합니다. 취미 중에 가장 아날로그적인 것 중의 하나가 '낚시' 일 것입니다. 성급하고 시간만 생각하는 디지털적 사고는 낚시에 맞지 않습니다. 이런 지극히 아날로그적인 '낚시'에의 관심이 고조되어 그 동호인들이 늘어난다고 합니다. 그 만큼 낚시 도구의 시장 규모도 커지고 있답니다. 바둑에의 관심도 다시 크게 고조될 것 같습니다.

아마 낯선 곳으로의 여행으로부터 우리가 얻을 수 있는 가장 큰 가치는 '살아있는 체험' 일 것입니다. 일상으로부터 잠시 벗어나 지식과 이론만으로 느껴 온 인생의 의미를 새로운 경험을 통하여 다시금 새겨 보는 것이겠지요.

그러나 한동안 우리의 여행은 시간에 쫓기면서 재빨리 명소를 돌아다니며 카메라 셔터를 눌러대는 것이었습니다. 지극히 디지털적이었죠. 그러나 최근 몇 년간 여행의 스타일도 변해 왔습니다. 체험 여행, 배낭 여행, 대륙횡단 여행 등 지극히 아날로그적인 감각으로 변모하고 있는 것입니다.

광고와 판매는 또 어떻습니까?

통신 판매, TV 쇼핑, 인터넷 판매, 그외 PC통신, 전자우편 등을 이용하는 방법이 최근 그 편리함



때문에 인기를 얻고 있지만 여전히 '프리 마켓', '좌판', '벼룩 시장', '점두호객 판매' 등이 사라지지 않고 있습니다. 즉 판매자와 소비자가 물리적, 심적으로 가까이 있다는 지극히 아날로그적인 개념이 작용하고 있으니까요.

자동 디지털 카메라가 당연한 세상이지만 요즘 콘텍스T2, 콘텍스G1, 니콘 3STI, 그리고 라이카 M6 등 50~60년대풍의 카메라가 판매 호조를 보이고 있답니다. 조작하는 즐거움, 들었을 때의 무게감과 손의 온기, 독특한 셔터음 등 지극히 아날로그적입니다. 그리고 옛날로 돌아간 것처럼 흑백사진도 인기를 모으고 있답니다.

자기의 의지와는 관계없이 흘러가는 세상살이에 손목시계 만큼은 자기의 의사대로 움직이고 싶다는 것인지 손목시계, 탁상시계, 벽시계에 있어서는 디지털의 위세가 멈추었습니다.

태엽이 장치된 기계식을 좋아하는 사람이 반수가 넘는다는 아날로그에 대한 조사 보고서는 아직까지 여유로운 연속 생활감각이 생활에 계속 존재하고 있음을 알 수 있습니다. 빈틈없어 보이는 디지털 시대에 이런 아날로그적 감성들은 웬지 우리의 마음을 편안하게 해주는 듯합니다. 작은 여유로움을 주는 것도 같습니다.

사실 디지털 사고와 아날로그적 사고는 오래 전부터 적절하게 조화되어 왔습니다. 대표적인 예가 인류 근대화의 중요한 계기가 된 후기 르네상스 시대의 자연과학과 물리학의 발전이었습니다. 만유인력, 미적분 등이 발견되면서 합리성, 논리성, 이성 등이 직관보다 우위를 차지하게 되는 다시 말하면 디지털적 사고가 그 당시 사회 발전의 튼튼한 기초가 된 것입니다. 그러나 중요한 것은 그런 모든 사고의 저변에는 휴머니즘, 인문주의, 예술 등의 정신적 가치의

기초가 된 아날로그적 사고가 폭넓게 작용하고 있었다는 사실입니다.

과거 우리 나라에서 사용되었던 봉화 커뮤니케이션도 좋은 예가 될 수 있습니다. 적의 습격을 통보하거나 간단한 연락 사항 등을 연기 피우는 횟수에 따라 일정한 규칙을 정해 놓고 사용한 봉화는 지극히 디지털적이었습니다. 그러나 여기에도 분명 아날로그적 사고가 있었음을 엿볼 수 있습니다. 즉, 예상보다 많은 적이 습격해 오거나, 1급 비상사태가 발생할 때의 당황스러움 혹은 곤혹감을 뭉개 뭉개 거대하게 피워 올림으로써 서로 약속된 것은 아니었지만 감정으로 느낄 수 있었던 아날로그적 사고 의식의 발로라 할 수 있겠죠.

후기 르네상스의 자연과학이 그랬던 것처럼 디지털의 발전은 인류역사의 큰 전환점을 마련하고 있습니다. 아니 어쩌면 우리는 역사를 다시 써야 될지도 모릅니다. 레오나르도 다빈치의 자연과학은 그 당시 현실성의 상실로 오랜 시간 동안 역사에 묻혀 버렸지만 디지털의 발전은 다릅니다. 디지털 사고는 오래 전부터 있어 왔고 그 기술적 방법도 상상을 초월하며 빠르게 진행되고 있습니다. 디지털 사고와 기술이 전혀 문제될 것이 없다면 모든 것은 우리의 마음에 달려 있는 것 같습니다. 즉, 디지털 시대를 맞이하고 준비하고 있는 우리의 태도에 따라 제2의 르네상스의 실현 여부가 달려 있다고 할 수 있습니다. 후기 르네상스의 자연과학과 물리학의 저변에 있으며 모든 정신적 가치의 기준이 되어 온 인문주의, 휴머니즘, 예술 등과 같이 이 디지털 시대의 중심에는 우리(Human Being)가 있어야 합니다. 기계가 기계를 낳고 생산과 소비가 또다른 생산과 소비를 부추겨 온 근대 문명의 단점처럼 디지털화만을 추구한다면 우리의 미래는, 진실로 우리의 미래에 대해 고민하는

많은 사람들의 꿈과 의지와는 다르게 그 노선을 이탈해 버릴지도 모릅니다. 그리고 그 징후들이 하나 둘 나타나고 있습니다.

어릴 적 많은 눈이 내린 이른 아침, 앞마당 감나무에 앉아 물어대던 까치의 기억이 떠오릅니다. 까치가 울면 반가운 소식이 온다는 사실에 온 가족이 기뻐하던 생각도 납니다. 실제로 까치가 울고 간 어느 날 내가 가장 좋아했던 시집간 막내 이모가 와서 기뻤던 적도 있습니다. 요즈음은 까치의 울음소리는 들을 수 없어도 디지털에 관한 소식을 듣지 않는 날은 없습니다. 생각해 보면 까치의 울음소리 그 자체가 나의 가슴에 오랜 시간 동안 남아 있었던 것은 아닙니다. 까치의 울음소리에 대한 나와 우리 가족의 감성, 하루를 행복하게 살 수 있다는 마음과 마음이 오랜 시간 나의 가슴 깊은 곳에 남아 있었던 것입니다. 디지털도 마찬가지일 것입니다. 멀티미디어로 까치소리를 재현하여 매일 아침마다 듣는 일은 쉽겠지만 옛날의 그런 감성을 느끼기는 쉽지 않을 것입니다. 디지털이 '무엇을 할 수 있는가'라는 것보다는 '무엇을 위하여', '왜 할 수 있는가'를 이제부터는 생각해 봐야 하겠습니다.

저는 다른 능력에 비해 디자인 관련 능력을 많이 부여받았습니다. 그래서 열심히 디자인을 해 왔고 또 열심히 해 나갈 것입니다. 디자인에 대한 생각과 방법이 다양하듯이 이 디지털 시대를 맞이하는 디자이너들의 능력과 자세도 다양하게 표현될 것입니다. 그리고 우리들 중 몇 명은 디지털과 아날로그의 조화에 관하여 열심히 생각해 보고 있습니다. 물론 서로 다른 수도 있는 관점으로 말입니다. 그러나 한 가지 우리는 묵시적으로 약속한 사실이 있습니다. 그저 열심히 생각해 보고 행동해 보면 그 결과와 나머지는 신께 맡겨 두자고. kidp

'아린이들의 자연 체험을 위한 제품디자인'
'98 Compasso d'Oro Young Project Award 수상'

인간 과 도시 의 상호 작용 을 통한 'Medium' 디자인

유부미 / 제품디자이너

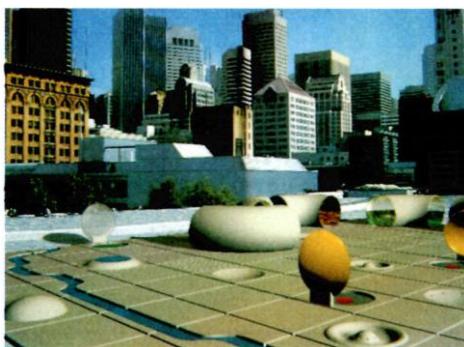


1. 동기 / 연구 목적

동시대의 많은 사람들은 직장, 교육, 소비, 생산, 주거 등의 목적으로 도시에 머물면서 그들에게 주어진 환경을 선택의 여지없이 받아들이고 있다.

현재 대부분의 도시 환경들은 성인들을 위주로 한 기능적 공간들로 구성되어 있으며 행정 관리의 요구를 수렴하는 방향에 초점이 맞추어져 있다. 환경의 영향을 깊이 받는 어린이들을 위하여 도시 설계가들이 어린이들과 상담하는 일은 거의 없다. 어린이들의 생활 공간은 대체로 블럭화되어 있어서 일상적인 도시의 활동 기능과 섞이지 못하고 그들만을 위한 제한구역 안에 놓이게 된다.

그러나 우리는 어린이들이 가까운 곳에 있는 놀이터를 벼려 두고 길거리에서 놀고 있는 광경을 종종 목격한다. 실제로 어린이들은 집주위나 인근 동네에 모여서 놀거나 백화점, 수퍼마켓 및 세탁소에도 부모와 함께 간다. 본 프로젝트에서는 어린이들이 그들만의 놀이 공간에 유리되지 않고 일상적인 도시



생활에 참여할 수 있는 방안에 대하여 연구하였다. 즉, 도시와 어린이들 사이를 중재해 줄 수 있는 'Medium'으로서 그것은 어디나 설치될 수 있는 제품의 형태로 나타나며 도시환경과 조화를 이루도록 하였다. 전통적인 건축의 요소들은 이제 그 모습을 달리하면서 물질로서의 가치를 넘어서 사람들과

상호 관계를 이루어 가고 있다.

물질적 존재보다는 정보와 에너지의 흐름을 더 중시하는 경향으로 바뀌어 가고 있으며 점차 가상적인 형체로 대치되어 가고 있다.

우리들이 살고 있는 도시의 모습을 인정하면서 환경의 구성 요소들이 생명력을 지니고 어린이들과 대화 할 수 있는 방법을 모색하며, 정보를 제공하고 위안을 줄 수 있는 매개체로서 우리들의 감각을 통하여 인식될 수 있는 표현적 환경(Expressive Environment)을 계획하고자 함이 본 프로젝트의 의도이다.

2. 개념

본 프로젝트에서는 'Medium'의 역할을 하는 것으로 자연, 특히 '숲'을 제안하였다. 숲은 도시인들에게 위로와 휴식을 주고 에너지를 재충전시켜 주는 매개체로서 새로운 유형의 진화된 제품이며, 이제까지



와는 다른 유형의 패러다임(Paradigm)을 유도하게 될 것이다. 사람들은 단지 도심 속에서 숲을 느낀다는 것만으로도 신선한 기쁨을 얻게 된다. 이것은 모듈화 된 타일과 같은 형태로 제각각 독자적인 기능을 갖도록 개발할 수 있으며, 사람들의 통행이 빈번한 도시의 광장, 쇼핑몰, 슈퍼마켓, 공항 대합실, 버스나 기차 정류장, 병원, 복지회관, 백화점, 음식점 등에 선택적으로 설치될 수 있다. 어린이들은 그들의 생활 환경 안에서 자연스럽게 만날 수 있는 이 제품을 보고, 듣고, 냄새맡고, 만지면서 많은 체험을 하게 된다. 그들의 일차적인 감각을 통하여 상상력을 동원하여 세상에 대한 호기심을 풀어나가게 될 것이다.

3. 모듈의 설정

어린이와 도시 사이의 필터와 같은 존재인 바닥 모듈은 어린이들에게 자연과 도시를 알게 해 준다. 각각의 모듈들은 숲에서 발견될 수 있는 요소들로 이

루어져 있으며 두 가지 크기로 진행되었다.

여기에서 제시된 요소들은 본 프로젝트의 개념을 설명

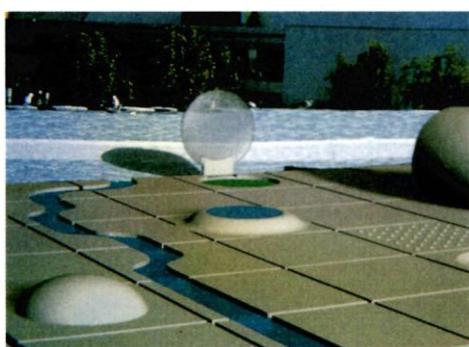


하기 위한 부분적 예시라고 할 수 있으며 그 이상의 다양한 개발이 가능하다.

- 그루터기
- 시냇물(터치 스크린)
- 진흙(밟으면 움직이는 신축성 있는 소재)
- 안개(증기기계 설치)
- 구멍(소리나는 기구)
- 메아리(두개의 마주보고 있는 포물면경)
- 확대기
- 터널(영상, 소리, 바람, 냄새, 습기 등의 사용)
- 터널(햇살, 촉감을 자극하는 재료 사용)

4. 도시 공간 내의 설치

광장, 공원, 공공 실내공간 등의 바닥 표면에



설치하며, 환경 여건에 맞추어 구성 요소를 선정하고 적합한 배치를 하며 다양한 연출이 가능하다.

5. 각 요소의 디테일

어린이들은 바닥에서부터 올라오는 안개로 놀이를 할 수 있으며 신축성 있는 재료로 만들어진 진흙 모듈 위에서 놀 수 있다.

바닥의 움직임에 따라 발걸음을 옮기게 되면



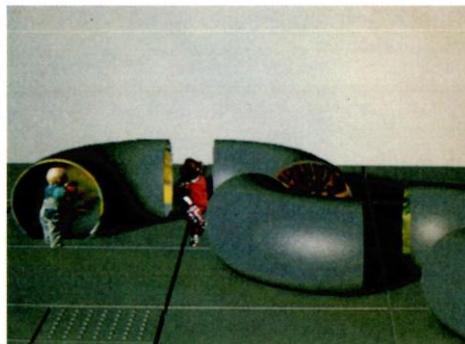
밟는 위치마다 여러 가지 다른 소리를 듣게 된다. 어린아이들은 작은 언덕과 같은 모듈 위에 올라가거나 앉을 수도 있다.

뒤에 보이는 소리나는 구멍은 어린이의 체중에 따라 다양한 자연의 소리를 들려준다.

한편의 포물면경의 초점으로부터 나온 소리는 거울에 반사되어 반대편의 거울에 부딪친 후 반대편의 포물면경의 초점에 다시 모이게 된다.



하나의 초점에 서서 말한 낮은 소리는 다른 또 하나의 초점에 서면 또렷이 들리게 된다. 어린이들과의 상호작용(Interaction)으로 작동되는 이 모듈은 스크린으로 이루어진 가상적인 시냇물로서 물길을 따라 걸으며 자갈소리, 물 흐르는 소리 등을 들을 수 있고 어린이들은 종이배, 나뭇잎 등 스크린에 보이는



형체들을 가지고 놀 수 있다.

자연의 이미지를 보여주는 터널은 스크린으로 내부가 이루어져 있으며 어린이들이 이 터널을 지나가는 동안 꽃이 가득한 들판, 나뭇잎이 무성한 여름의 숲, 저녁 노을 등의 영상을 보게 된다. 터널 안에서 들리는 새소리, 벌레 소리 등 숲의 갖가지 소리와 함께 차갑고 더운 공기와 냄새를 직접 느낄 수 있게 한다.

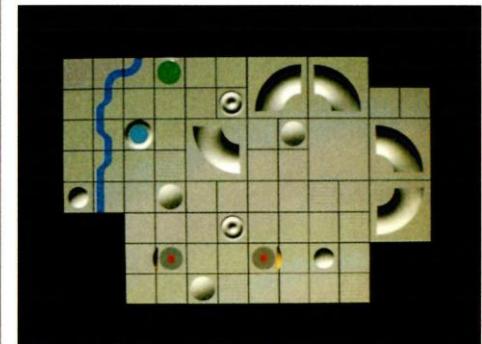
터널의 구멍을 통하여 들어오는 눈부신 빛줄기와 터널 내부의 촉감을 자극하는 재료들은 호기심을 더해 줄 것이다.



6. 결론

이것은 이제까지와는 다른 새로운 사용, 새로운 관계를 목적으로 하는 제품으로 일상적인 우리의 생활 습관을 바꾸도록 유도하고 있다.

구성 요소의 측면에서, 기술적인 면에서, 사용자 측면에서 유동적인 확산성을 지니고 있으며 우리들의 일상 생활 환경 속에 깊이 들어와 혼합되어 있다. 도시의 모습을 하고 있기 때문에 도시 환경과 쉽게 조화될 수 있으며 그 속에서 에너지를 지닌 자연의 모습을 발견하는 기쁨을 찾을 수 있다. kidp



New Garbage

이훈주 / 제품디자이너



“나의 디자인 중심에는 언제나 ‘사람들’이 있다. 깨끗하고 시스템화된 쓰레기장의 디자인도 중요하지만 나에게 있어서는 사람들이 만나는 정서 교감의 장소로서의 의미가 더욱 크다.”

이 작업은 주거(Dwelling)라는 테마 아래 새로운 발상으로 근미래적 공간을 디자인하여 인간과 공간의 정서적 교감이 이루어지는 환경을 제공하고 싶다는 다분히 개인적인 작업이었다. 우리 주변에 이미 많은 만남의 장소가 있었고 내가 창출하고 싶었던 공간도 그러한 만남의 장소였지만 특히 나의 관심을 끈 곳은 쓰레기장이었다. 쓰레기장에 가는 것은 그렇게 유쾌한 일은 아니나 누구나 쓰레기를 버려야 하고, 주거의 형태가 대단위 아파트를 중심으로 지속적인 발전이 이루어짐에 따라 개인화, 무관심화, 이기주의화의 우려가 고조되고 있다는 사실과 ‘환경 보존 및 자원 재활용’이라는 무척이나 보편화된 사실들이 디자인이라는 나의 생활 한가운데로 파고들어 오면서 더 구체적인 사실들로 다가와 나의 작업은 시작되었다.

새로운 개념의 쓰레기장은 과연 어떤 곳이 될 수 있을까?

스위스의 예를 들어 보자. 스위스는 세계에서 가장 깨끗한 나라답게 쓰레기 처리 또한 매우 엄격하게 실시되고 있다. 한 마을을 단위로 해서 공동의 쓰레기장을 만들고 특정한 요일과 시간에 맞춰 특정 쓰레기를 분리해서 버리는데, 이곳에서는 마을 사람들끼리 서로 인사를 나누기도 하고 물건을 교환하기도 한다. 분리 수거 또한 매우 세부적이어서 플라스틱도 종류별, 색상별로 분리되고 유리, 종이, 스티로폼, 가구, 철제품 등은 다시 자원으로 재활용되고 있다. 이러한 일련의 쓰레기 처리 시스템의 실행은 스위스 정부의 강력한 관리 능력이 작용되었다고 볼 수도 있겠지만 무엇보다도 스위스 국민의 자연을 아끼는 마음에 있다고 할 수 있다.

쓰레기장은 단순히 쓰레기를 처리한다는 기능뿐만 아니라 마을 주민들의 생활의 연장선상에서 정서를 교감하고 친분 및 효율적 생활 지혜를 얻을 수 있어야 한다.

그래서 나의 작업은 다음과 같은 기능들을 가지고 있다.

첫번째 기능

Separate Waste



두번째 기능

Recycling



세번째 기능

Work Shop



네번째 기능

Meeting Place



음식물 쓰레기뿐만 아니라 분리수거 할 수 있는 컨테이너를 좀더 세분화, 기능화시켰다. 종이류, 옷, 유리 제품, 가구류, 고무 제품, 냉장고 등 대형 쓰레기를 위한 컨테이너와 그림에서처럼 반투명 용기로 안의 내용물들을 볼 수 있도록 하여 분리를 용이하게 하였으며 악취가 심하게 나는 음식물 쓰레기를 위해 양쪽에서 쓰레기를 버릴 수 있게 만든 다른 용기와는 달리 한 면에서만 쓰레기를 버릴 수 있고 윗면을 밀폐시켜 악취를 줄이도록 하였다.

분리 수거된 쓰레기를 재활용하기 위해 이웃끼리 서로 필요한 물품을 교환한다거나 쓰레기를 이용하여 다시 가정에서 사용할 수 있게 하는 것도 좋은 아이디어라고 생각하고, 쓰레기장의 환경을 구성하는 조명, 의자, 실링 팬(Ceiling Fan) 등의 요소를 버려진 플라스틱 용기 등을 이용하여 재활용품으로 디자인하여 사람들이 이 쓰레기를 버리려 왔을 때 흥미를 유발시키도록 하였다. 이에 흥미를 느낀 사람들이 쓰레기를 이용하여 가정에서도 다시 사용할 수 있는 동기를 부여하고 직접 만들어 사용할 수 있는 공간을 마련하였다.

기본적으로 쓰레기장 내에서 플라스틱 용기나 스틸 캔의 부피를 줄이거나 부수는 장치를 마련하고, 재활용하고 싶은 물품을 직접 만들 수 있는 공간을 마련하였다. 여기에는 진공성형기 (Vacuum Machine), 절단기 (Cutter), 벤딩 머신 (Vending Machine) 등을 설치하였으며 소품 제작에 필요한 액세서리 등을 저렴한 가격에 구입할 수 있도록 하였다. 또한 몇 가지 재활용품을 제안하고 만드는 방법을 표시하여 누구나 쉽게 만들 수 있는 여건을 마련하였다.

기존의 쓰레기장에 대한 느낌은 더럽고 음식물 쓰레기로 인한 악취와 기타 좋지 못한 환경으로 사람들이 쓰레기장을 기피하는 경향이 많았다. 이러한 환경 조건을 앞에서와 같이 분리 수거를 한층 효율적으로 할 수 있고 재활용 및 쓰레기를 이용하여 직접 만들 수도 있는 좋은 환경으로 만든다면 쓰레기를 버리는 것이 그렇게 꺼려지지는 않을 것이라고 생각하며 자연스럽게 이웃과 대화할 수 있는 공간이 되리라고 생각한다.

이렇듯 새로운 개념의 쓰레기장은 이웃과의 만남의 장소인 동시에 분리 수거를 통한 자원의 재활용 및 재활용품을 만드는 과정을 통하여 환경에 대한 의식을 전환시킬 수 있는 공간이다. kidp

Vision of the future

편집실



미래를 예견하는 것은 쉽지 않은 일이다.

사람들의 비전이 시대와 상황에 따라 지속적으로 변화되고 과학 기술의 급속한 발전이 우리의 생활에 미치는 영향이 상상을 초월하고 있기 때문이다.

미래에 우리는 어떤 모습을 하고 있으며 무엇을 원하게 될까?

미래에 우리의 관심을 끌게 되는 것은 무엇이며 또 우리의 삶의 질을 향상 시킬 수 있는 것은 무엇일까?

필립스사의 'Vision of the Future'는 이러한 우리의 미래에 관한 이야기이다.

특히 2005년의 우리의 사회 문화적 변화를 예견하고 10년 이내에 개발 가능한 기술들을 제품에 도입하여 그 프로토타입을 제시함으로써 사람들의 잠재적 욕구와 갈망이 무엇이며 미래 제품과 서비스에서 그들이 가치를 두어야 할 것이 무엇인가를 인식하기 위한 디자인의 새로운 접근 방법이라 할 수 있다.

이 프로젝트의 주된 이야기자는 사람, 우리들이다. 일상생활 모든 영역에서 실현 가능할 수 있는 것에 초점을 맞춘 제품과 서비스를 제안함으로써 그 사용 중심에 우리가 있게하고, 최첨단 기술 중심적 제품 개발에만 관심을 집중시키지 않고 사회 문화적 변화와 예상 가능한 결과에 따라 채택될 수 있는 사회 문화적 제품 개발의 중요성과 가능성에 초점을 맞춤으로써 시장 점유의 우위보다는 우리의 삶의 질적 향상을 우위로 삼고 있으며 또 제품과 서비스의 사용 및 활용에 있어 우리의 감성과 직관 그리고 쉬운 의사 소통의 수단들을 적용시킴으로써 '우리의 마음과 신체의 연장선' 상에서의 제품 개발에 주력하고 있기 때문이다.

'Vision of the Future'는 세계화라는 단일 체계에서 발생하고 있는 불협화음의 해결책으로 인간이 중심이 되는 사회를 제시하고 있다. 사회의 개인주의 현상의 팽배, 불균형화에 따른 가정과 직장과 지역 간의 결속력 약화, 그리고 환경의 파괴와 에너지 자원의 고갈에 따른 생태학적 불안정 등을, 발전하는 기술의 장점을 통하여 우리의 균형 감각을 유지케 하고 삶의 새로운 모델과 가치를 추구함으로써 마음의 평화, 행복, 성취감을 이룩할 수 있도록 시도하고 있다.

<http://www.philips.com/design/vof>



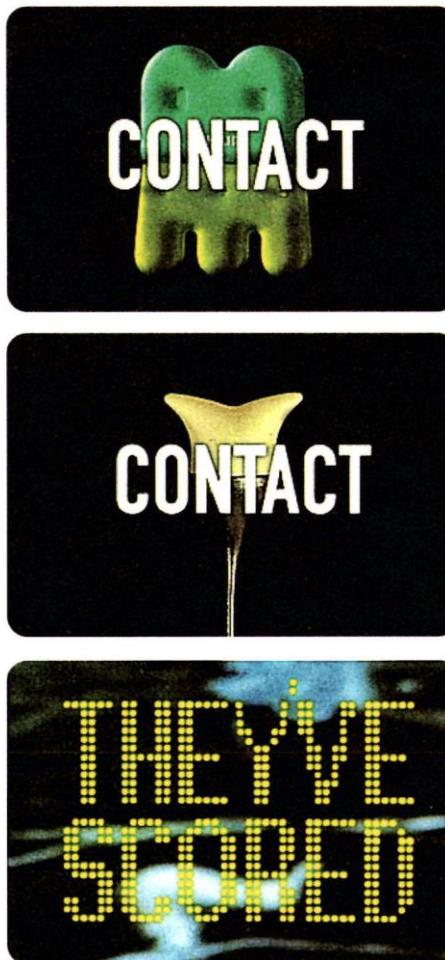
이 프로젝트는 인간이 중심이 되고, 10년 내에 개발 가능한 기술과 과학자, 미래학자, 디자이너 및 기타 관련 분야 전문가들에 의해 철저하게 조사, 분석, 제시된 사회 문화적 변화 동향의 결과들을 접목시켜 개인, 가정, 공공, 그리고 이동성의 4가지 영역으로 구분한 후 각각의 영역에서 필요가 예상되는 제품들의 프로토타입을 개발하였다.

개인적 영역의 주된 컨셉은 문화적 교류와 삶의 다양성에 따른 새로운 라이프 스타일에서 필요하게 될 시간과 공간 및 정보의 효율적 사용에 초점을 맞추고 있으며 가정의 영역에서는 각각의 가족의 구성원과 특성에 따른 기능적, 구조적 변화를 쉽게 조율하면서 미래에 예견되는 '다기능 가정 공간'의 창출을 시도했으며 공공의 영역에서는 새로운 개념의 직장에서 필요하게 될 제품들, 특히 정보 기술의 발전에 따라 변화될 출퇴근의 개념 변화와 다양한 경력의 보유 가능, 그리고 하나의 도구로 일과 레저와 오락이 동시에 가능해질 수 있는 상황의 연출과 그에 따른 관련 공공 상업 공간 및 제품의 모델들을 제시하고 있다. 이동의 영역은 커뮤니케이션 기술의 개발과 적용에 따른 육체적 정신적 여행의 개념이 주를 이루고 있으며 버츄얼 리얼리티의 실질적이고 긍정적인 리얼리티화의 가능성을 강조하고 있다.

모더니즘이 심리학자 마슬로의 '자기 활성화'의 제 1단계 '물질적 만족'을 가능하게 하였다면 미래의 우리는 급속한 변화 속에서 균형 감각을 유지하고 자존심과 인간성을 지키면서 인생의 새로운 가치를 추구하는 '지적 만족, 정신적 만족'을 추구하는 새로운 모더니즘을 이루어 가기를 절실히 희망할 것이다. 'Vision of the Future'는 그런 우리의 바램이 현실화되는 과정을 보여 주고 있으며 미래의 성공 여부는 우리의 노력에 달려 있음을 강조하고 있다.

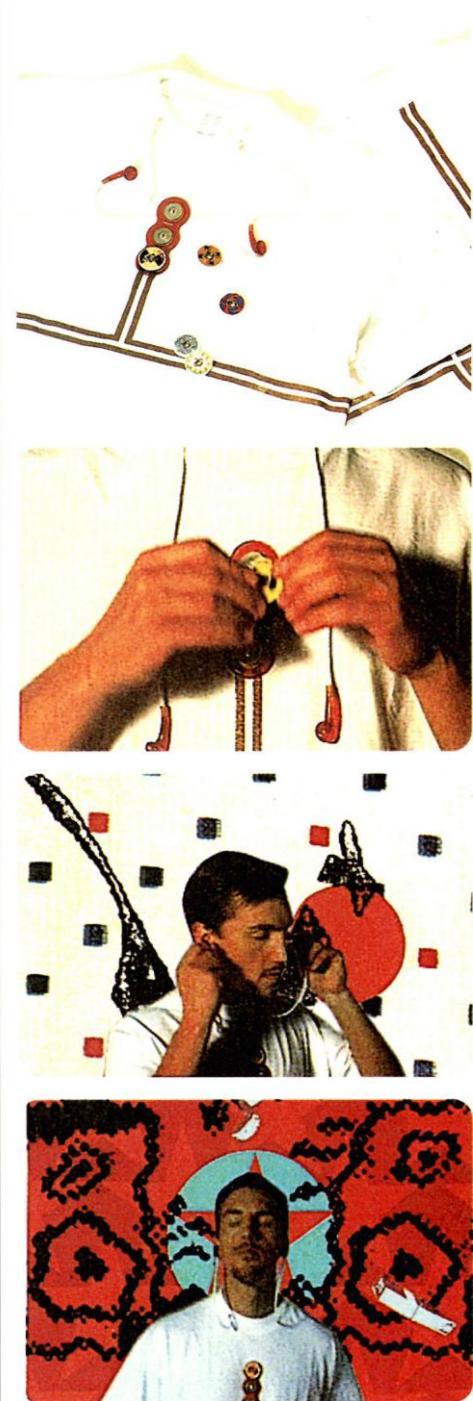
필립스사의 수석 디자이너이며 프로젝트의 리더인 스테파노 마르자노의 '미래는 빗물같이 그저 하늘에서 떨어지는 것이 아니며 미래를 위하여 의무감을 가지고 오늘 우리가 무엇인가를 시작하는 것으로부터 만들어질 수 있다. 과학 기술의 잠재된 밝은 미래로 가는 수단으로서의 가능성을 보다 많이 이해하고 또 사람들을 깨우침으로써 그런 시작과 의무감은 한층 용이해질 수 있다' 라는 말처럼 미래에 우리가 어떤 모습을 하고 있으며 무엇을 원하게 될 것인가는 지금 우리의 미래에 대한 자세에 달려 있다고 하겠다.

그리고 그런 우리의 자세와 의무감에 있어 'Vision of the Future'는 좋은 사례가 될 수 있을 것이다. **kidp**



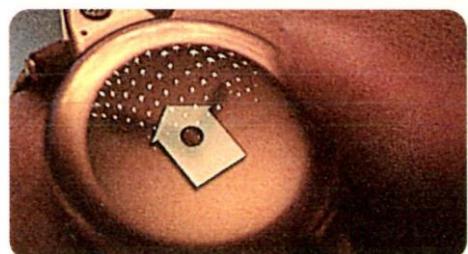
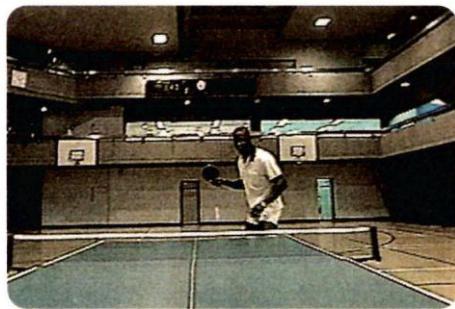
Hot Badges

바쁜 현대의 삶에서 자칫 상실되기 쉬운 사회적 친화력을 복돋기 위해 서로 간의 관심과 취미를 입력하여 목걸이나 배지처럼 달고 다니면서 그 누구라도 비슷한 취미와 관심을 가진 사람과 마주치면 시그널이 작동하여 대화의 시작을 유도하는 제품. 집에서 개인의 정보기기나 특수한 용기로 리치지 및 새정보 입력 가능.



Multimedia Clothing

디지털 기술의 발전에 따라 제품의 극소화가 가능해지고 휴대용의 개념마저 바뀌어 옷에 부착하는 것으로 변화함에 따라서 라디오나 CD플레이어의 개념들이 T-Shirt에 부착되어, 입고 활동하면서 언제 어디서나 자기가 좋아하는 노래가 수록된 마이크로칩이나 라디오를 통해 음악을 들을 수 있는 제품. 세탁 가능.



Bath Room

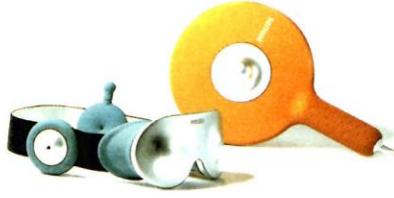
흔자서 활용하게 되는 화장실의 개념을 극대화시켜 신체적, 정신적 상태를 진단하게 하는 공간으로 변화. 유리, 비상구급약품통, 매트 등을 이용하여 자가 건강 진단을 가능케 하고 담당 의사와의 접속도 가능.

Ping-pong for One

흔자서 버츄얼 리얼리티를 통해 즐기는 탁구게임. 프로그램의 입력에 따라 전문 선수와 게임도 할 수 있고 또 코치로부터 교육을 받을 수도 있다. 뿐만아니라 육체적으로도 실제 탁구 게임을 하는 것과 같은 효과 기대.

Display Glasses

일반의 안경 기능에 메세지 디스플레이의 기능을 첨가한 제품. 시계에 의해 작동이 되며 안경테에 부착된 정보 프로젝트를 통하여 메세지가 안경렌즈에 디스플레이됨.

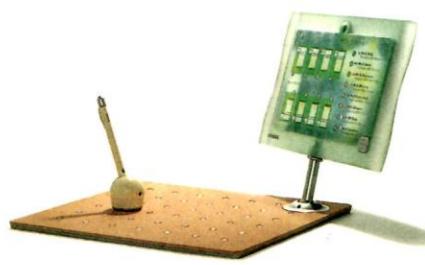


Virtual Experience

컴퓨터와 디스플레이 기술의 발전에 따라 시간과 공간의 제한을 넘어서 새로운 경험을 가능케 하는 제품들.

Immersion Goggles

3차원 공간의 초현실적 시각 효과를 머리의 움직임에 따라 반응하게 하는 제품으로 오락, 교육, 전문적 일 등의 모든 분야에 적용시켜 새로운 개념의 경험을 가능케 하는 제품.



Nurse Workstation

병원에서 의사와 간호원이 사용하는 많은 휴대용 기록 도구들을 관리 보관하고 또 환자들과 모니터를 통해 대화를 나누는 워크 스테이션.



New Bar

기존의 바의 개념에 멀티미디어 테이블을 설치하여 테이블의 네트워크를 통하여 주문하고 다른 테이블과 접속하여 가상현실에서 대화를 나누고 게임 및 기타 오락을 즐기는 개념.



Multimedia Kiosk

기존의 전화망을 이용한 멀티미디어 서비스 공간. 정보확인과 각종 예약 등의 서비스를 받을 수 있는 곳으로서 사용료는 자동이체됨.

Home Work

네트워크화가 발전됨에 따라 그에 대한 서비스가 양적, 질적으로 높아져 집에서도 사무를 볼 수 있는 경향이 증폭되는데 따른 제품들.

전통적인 목재풍의 책상에 액자 형태의 디스플레이어와 팩스, 그리고 인텔리전트 펜 등이 인터액티브 디스플레이 위에 설치.



the Living Room

기술의 발전에 따라 벽을 이용한 멀티미디어 제품이 가능해지고 네트워크화에 따라 멀리있는 가족, 친지, 친구들과도 가상현실로 만날 수 있는 거실 (living room)의 제품들. 음성 인식으로 작동되는 개인적인 도구, 터치 스크린화된 리모트 콘트롤.

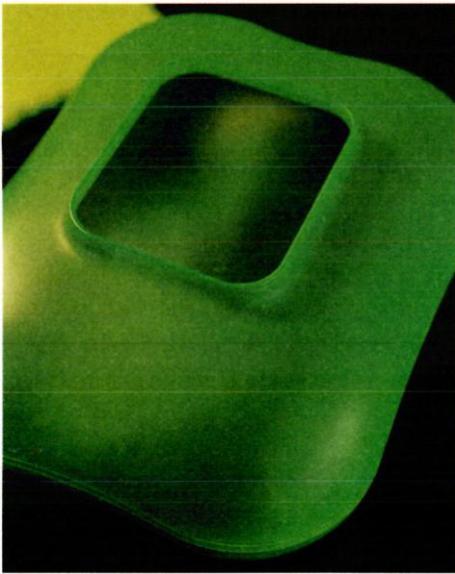
스테파노 지오반니와의 대화

김구혁 / 코리에이티브 디렉터



“나는 디자인으로 사람들과 이야기를 한다.
그리고 그 수단으로는 보편 공감적인 언어들, 특히 유우머를 즐겨 사용한다.”

내가 그를 새삼 떠 올리게 된 것은 근래의 일로써, 일본 여행길에서 우연히 구입한 손목시계 때문이다. ‘볼케이노(Volcano)’라는 이름을 지닌 이 시계의 첫 인상은 한마디로 ‘시계가 이렇게 생길 수도 있구나’ 하는 것이었는데 화산처럼 솟아오른 몸체의 형태와 전체를 감싸고 있는 플라스틱 재질의 선명한 컬러. 그리고 큼직한 크기로 디자인된 디지털 문자판의 타이포페이스가 시선을 끌었다. 튕는 감성의 틴 에이저들에게 잘 어울릴 듯한 디자인. 하지만 호주머니가 얇았던 나는 ‘이렇게 튕는 시계를 어떻게 끼고 다닌답...’ 하며 애써 평화하는 기분이 되었는데 패키지 디자인까지 매력적인 것을 확인하고는 결국 지갑을 열고 말았다. 볼케이노라는 시계에서 나는 다소 유니크한 인상을 느꼈던 것 같다. 이러한 인상이 이 시계의 디자이너는 20대 초반의 젊은 디자이너일 것이라는 추측을 낳았다. 아이디어에 제약을 받지 않는 아마추어적인 발상으로 가능한 상상력이라는 나름대로의 생각을 마치 당연한 결론처럼 내리고 있던 나는 시계 몸체 뒷면에서 그의 이름을 발견하곤 무릎을 치는 기분이 되었다. 볼케이노 역시 그동안 보아왔던 지오반노니 디자인의 연장선상에 있다는 느낌이 들었기 때문이다. 훌륭한 배우는 늘 바뀌는 배역 속의 인물로 충실히 변화하면서도 자신만의 아이덴티티를 지켜나가는 것과 같이 지오반노니는 대가적 면모를 지닌 디자이너다. 아마추어적인 발상과 이 노련한 디자이너와의 어떤 연결점을 생각해 보면서 나는 그에게 강렬한 호기심을 느꼈다.



Marry Biscuit / 과자상자, 알레시사



Mago / 빗자루, 마지스사



Meradolino / 변기 세척솔, 알레시사

1998년 4월 19일 오후 2시 밀라노 가구 전시장내 '마지스(Magis)' 사의 전시관. 북적거리는 인파 속에 스테파노 지오반노니가 서 있었다. 검은 모자와 검은 외투, 그리고 짙은 눈썹. 지오반노니의 이러한 모습은 화려한 색상들로 벽에 전시되어 있는 그의 플라스틱 빗자루 '마고' 와 오버랩되면서 묘한 분위기를 만들고 있었다. - 마고(Mago)는 이태리어로 남자 마법사를 뜻한다고 한다. 만나고 싶었던 사람을 뜻밖의 장소에서 조우하게 된 나는 실례를 무릅쓰고 인터뷰를 요청했다. 그는 곤란한 표정을 지으면서도 거절을 못하고 머뭇거렸는데 아티스트의 순수함 같은 것이 느껴져 안심이 되었다. 아마도 그의 비서를 통했더라면 이런 만남은 힘들지 않았을까? 다음날 오전 11시 밀라노에 있는 그의 디자인 스튜디오에서 그를 만났다. 스무 평 남짓한 공간에 서너 명의 스태프. 감동을 생산해 내는 그의 명성에 걸맞지 않게(?) 의외로 소박한 작업공간. 하지만 군더더기없이 필요한 것들로 채워진 편안한 느낌을 주는 곳이다.

당신의 디자인은 알레시의 주방용 소품들을 통하여 우리에게 가장 친근하게 알려져 있다. 알레시사와 관련한 에피소드를 듣고 싶다.

주방용품들이 전통적으로 그렇듯이 당시 알레시의 많은 제품들이 스테인레스 스틸을 사용하고 있었다. 나는 내 제품에 플라스틱을 사용할 것을 알레시사에 제안했다. 당시로는 파격적인 제안이었다. 알레시사는 나에게 재고해줄 것을 요청했지만 나는 내 의견을 굽히지 않고 알레시사를 설득했고 결국 상품화된 것이 'Lilliput, Fruit Mama, Nutty

the Cracker' 등이다. 이 상품은 회사와 내게 성공을 안겨 주었다. 이후 현재까지 많은 주방용 소품들이 플라스틱으로 디자인되고 상품화되고 있다.

그는 상식을 재평가하고 상식의 허를 찌르는 역발상의 중요성과 메가 트렌드를 창조하는 것은 어떤 분야의 오리지네이터가 되었을 때 가능한 것임을 역설했다.

당신은 주방용품뿐만 아니라 다른 제품에도 플라스틱을 즐겨 쓰는 것 같다.

그렇다. 나는 플라스틱을 좋아한다. 개인적으로는 플라스틱을 이시대 최고의 소재라고 생각한다. 최근 몇년 동안은 플라스틱에서 투명한 느낌을 얻기 위해 노력을 기울였다. 최근에 생산된 Mago의 경우 반듯하고 튼튼한 빗자루 대를 투명한 느낌으로 얻기是为了. 쉽지 않은 작업이었다.

투명함을 얻으려면 빗자루대 속이 비어 있어야만 했는데 필요한 강도와 휘지 않는 반듯함을 얻기가 어려웠다. 여러 차례의 실험과 시행 착오를 겪어야만 했다. 나중에는 사출한 빗자루대들이 창고를 가득 메울 정도였다.

지금은 독일에 있는 어느 호텔의 인테리어를 구상 중인데 로비 플로어 벽면 전체를 플라스틱으로 디자인해 볼 계획을 가지고 있다.

당신의 디자인 작업에 있어서 가장 중요한 관점은 무엇인가?

물론 사람이다. 그리고 나는 디자인은 쉬워야 한다

고 믿는 쪽이다. 나는 디자인으로 사람들과 이야기를 하고 있다고 생각한다. 그것은 언어를 뛰어넘는 일이다. 내 디자인을 누구나 쉽게 이해할 수 있어야 한다고 믿기 때문에 실제로 아이디어 샘플을 가지고 거리에 나가 보행자들에게 '이것이 무엇으로 보이는가?' 하고 물어 본다.

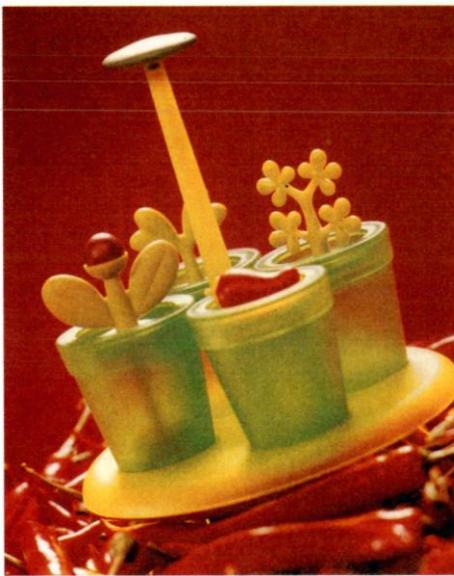
누구나 같은 대답을 하지는 않을 텐데?

연령이나 취향, 그리고 빈부를 떠나 누구나 좋아할 만한 디자인을 하고 싶다. 나는 대중적이고 비싸지 않은 물건을 디자인하는 것을 좋아한다. 디자인은 디자이너의 퍼스널리티와 대상과의 거리나 관계 등을 확인해 가는 과정이기도 한 것 아닌가.

제품을 개발하는 데 있어 당신의 관점들이 어떻게 고려되는가?

나는 모든 디자인 아이템들은 반드시 팔려야 할을 전제로 하고 있다고 생각한다. 팔리는 디자인이란 사람들의 센스나 감성에 어필될 수 있어야 할을 의미한다. 이를 위해 많은 것들이 반영된다. 어떤 추억 또는 미래에 대한 이미지 등이 디자인 작업에 배려되기도 한다. 중요한 것은 이 모든 요인들이 이해하기 쉬운 아이디어 안에 농축되어 있어야 한다는 것이며, 강한 커뮤니케이션으로 존재해야 한다는 것이다.

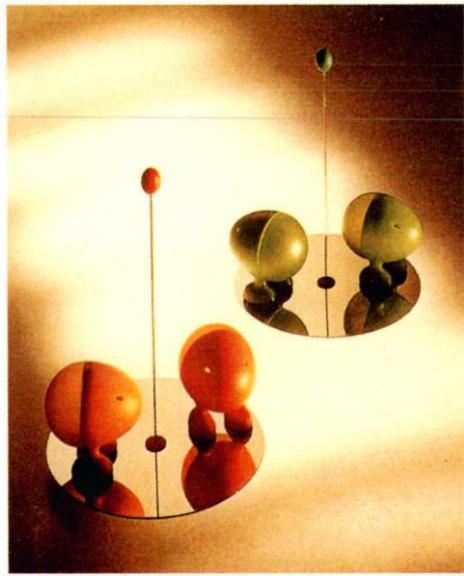
스테파노 지오반노니는 사려깊고 따뜻한 사람이다. 무엇보다 그는 소년처럼 티없는 웃음을 웃는다. 부끄러움을 타듯이 그는 조심조심 말하고 있지만 그



Happy Spices / 향료통, 알레시사



Volcano / 손목시계



Lilliput / 자석이 붙은 설탕, 후추통, 알레시사

의 말엔 고개를 끄덕이게 하는 설득력이 있다.

쉽고 강한 커뮤니케이션 심벌이라면?

예컨대 유우마같은... 인종과 계층, 성별을 초월한 보편 공감적인 것.

당신의 아이디어가

클라이언트에게 늘 채택되는 쪽인가?

늘 그렇진 않다. 마케팅의 측면을 고려해야 하니까... 생산에 필요한 기술적 한계, 제품의 단가, 판매 시장의 여건... 현실과의 타협이 어쩔 수 없이 필요하다. 얼마 전 일본의 한 전자회사를 위해 진공 청소기를 디자인했다. 무당벌레에서 모티브를 얻어 디자인했는데 착지면의 형태를 각지게 고쳐줄 것을 요구해 왔다. 각진 무당벌레라니... 내가 계속 반대하자 담당자가 거의 울상이었다. 임원들의 요구 사항이며 이것이 받아들여 지지 않으면 자신은 회사 생활을 계속할 수 없다면서... 결국 몇 달 간 연구했던 결과는 무위로 돌리고 이를 정도 디자인해서 요구하는 대로 해 주었더니 담당자의 얼굴이 밝아져서 돌아갔다. 비지니스란 이런 측면도 존재하는 것 아닌가.

당신이 디자인한 제품 중 특별한 애정을 느끼는 것이 있다면?

모두가 각별한 애정을 가지고 디자인한 제품들이다. 하나를 고르라면 역시 알레시사를 위해 디자인했던 변기청소기(il Merdolino Toilet Brush) 이

다. 화분에 담겨있는 새싹의 모습이 바로 제품이 되었다. 이것은 누구에게나 화분에 담긴 식물의 모습으로 있다. 늘 책상 위에 두고 있는데 기분 좋은 아이템이다.

스테파노 지오반노니는 예정에 없던 방문자 때문에 곤란을 겪고 있는 것 같았다. 인터뷰 도중 그의 비서가 여려번 다른 스케줄들을 상기시키기 위해 우리의 방을 찾았다.

최근에 당신이 관심을 갖고 있는 것이 있는가?

2년 전부터 컴퓨터에 관심을 가져 왔다. 다른 나라에선 그렇지 않겠지만 이태리에선 이것도 빠른 편이다. 현재는 모든 작업 시스템을 컴퓨터로 해결한다. 꼭 필요한 경우가 아니면 손으로 모델링하는 일도 줄어들었다. 내게 있어서는 큰 변화이다.

스테파노는 자신이 디자인한 프로젝트를 화면으로 불러내 작업내용과 진행과정을 상세히 보여주었다. 색채의 미술사라는 별명에 어울리게 과감하고 화려한 색채 운용이 돋보였다.

당신의 디자인은 화려한 원색계를 즐겨 쓰는 것으로 알려져 있다. 이것도 쉬우면서도 강력한 커뮤니케이션의 일환인가?

그렇다.

나는 뒤에서 조바심을 내고있을 그의 비서를 위해 이만 인터뷰를 마쳐야겠다고 생각했고 마지막으로

스테파노를 약간 놀려주고 싶었다.

내가 기억하기로는 당신은 어제 검은색 복장을 하고 있었다. 오늘도 역시 마찬가지이고... 심플하고 이지한 커뮤니케이션을 위해 원색을 즐겨 쓰는 제품에 대한 당신의 취향과 어제와 오늘 당신이 선택한 검은 옷들과 연결이 잘 안되는데? 당신도 원색의 옷들을 입어야 하는 것 아닌가?

나의 농담을 진지하게 받아들였는지

스테파노 지오반노니의 얼굴이 순간 빨개졌고 말을 더듬었다.

그것은 저... 저, 개인적인 취향과...

어쨌든 어제는 노란 운동화를 한켤레 샀다...

지오반노니의 스튜디오를 나섰을 때 시간은 점심시간을 훨씬 넘어서고 있었다.

4월의 날씨로는 너무 춥고 간간이 비마저 뿌리고 있었다. 식당을 향해 걸어가면서 나는 볼케이노에서 느꼈던 초심자적 밸상과 노련한 대가와의 연관성을 다시금 생각해 보았다.

쉽고 선명한 이미지로 보일 것. 하지만 대상이 공감할 만한 모든 것이 내재되어 있을 것.

간단명료한 룰이다. 하지만 그것을 이루는 일이 어찌 간단한 일이겠는가...

아 고단한 디자이너의 팔자여!

그 날 우리 일행은 낮술을 약간 마셨다. kidp

Double Telephone

'97 IDEA 국제 디자인상 수상

김의훈 / (주)삼성전자 상품기획센터

“디자인의 인간화 :
제품 본질의 재해석과 디자인의 새로운 가치 추구”

1887년 벨에 의해 발명된 전화기는 인간의 커뮤니케이션 도구로서 가장 보편적인 제품으로 자리잡아 왔다. 그러나 지금까지 전화기의 변화는 기계에서 전자식으로, 그리고 유선, 무선, 휴대폰 등의 기술적인 장르에만 한정되어 왔으며 인간 친화적인 제품 개념으로의 발전은 답보 상태이다.

그렇다면 인간의 가장 기본적인 커뮤니케이션 도구로서 전화기에 새로운 가치를 부여할 수는 없는 것일까? 그 해답은 제조자 중심, 기술 중심의 사고를 지양하고, 보다 인간적이고 소비자 관점의 소비자 중심의 도구로 전화기를 재해석하고, 가치를 부여하는 것에서 찾을 수 있을 것이다.

DB TelePhone 디자인의 시작은 성숙기의 정체된 시장에서 기술적인 한계와 지역성을 탈피하고 엔지니어의 논리나 가치보다 디자인의 가치를 제품을 통하여 더욱 극대화시키는 것이다.

이것은 근본적인 ‘커뮤니케이션 도구’의 가치를 사용자 중심의 사고로 전환시키는 작업이었다. 이를 통해 기존의 전화기가 가지지 못한 새로운 이야기 거리를 제공하고, 드라마틱한 화제성을 부여하며 사용자에게 사용환경과 잘 어울릴 수 있고, 개념의 전환을 가져올 수 있는 부분을 통해 디자인을 컨셉화 한 것이다.

먼저 전화기의 가장 기본적인 구조와 사용행위 즉, ‘플런저(Plunger)-전화 통화를 위하여 상대방과 연결되고 끊는 행위’의 이해를 바탕으로 주 컨셉의 방향을 설정하였다. 지금까지의 유선 전화기가 가지고 있는 공간적 제약이라는 제한된 범위에서 어떻게 하면 한계 상황을 극복하고, 새로운 가치를 부여할 수 있을 것인가?라는 부가적인 의문에도 초점을 맞추었다. 또한 지금까지의 전화기에서는 제한된 위치에 수화기가 위치해야 했다면, DB TelePhone에서는 자유롭고 새로운 수화기의 안착 방법을 제시할 수는 없을까?라는 의문이 새로운 컨셉의 출발점이 되었다. 이런 물음엔 엔지니어의 틀에 박힌 논리보다 디자이너의 감성적인 사고가 더 나은 해결 방안을 찾을 수가 있으며 보편화된 고정 관념을 탈피할 수 있는 중요한 수단임을 인식하게 되었다.

DB TelePhone 벽걸이용은 자유롭게 걸 수 있는 편리함을 부여할 수는 없는 것일까?라는 본질에 대한 의문에서 출발하게 되었다. 우리팀은 컨셉 발전(Concept Generation) 단계에서 수차례의 브레인스토밍과 협의를 통해, 베이스에 플런저(Plunger)의 기능을 두고, 수화기에 안착감의 편리함을 주는 것이 가장 바람직한 해결 방안임을 공유하였다. 그 다음은 어디에 수화기를 걸던지 자유롭게 걸 수 있어야 하며, 쉽게 인지할 수 있고, 누구나 쉽게 접근할 수 있는 형태를 가지는 것이었다. 그래서 기본 형상은 반원의 구를 베이스로 삼고 두개의 원이 회전 운동을 하는 원리를 기본적인 기능으로 삼았다. 그리고 원형을 이어주는 탄력이 강한 와이어(Wire)를 사용하여 유동적인 제품의 기본형을 유지할 수 있도록 디자인하였다. 즉 기존의 수화기가 가지지 못한 안착감과 위치에 대한 새로운 방식을 제시하기 위하여 어느 위치에 수화기를 놓아도 무게중심에 따라 와이어(Wire)의 중심에 위치하게 되는 기본적인 원리를 활용하였다. 또한 코드길이 조절기능을 두어서 사용자가 공간의 제약을 최대한 극복할 수 있도록 하였으며 볼륨 조절 기능은 사용환경에 따라 대응할 수 있도록 코드와 연결시킨 별도 구조물로 디자인하였다.

결론적으로, 벽걸이 전화기의 기본 컨셉은 걸이 구조와 원형 플런저(Plunger)의 물음에서 출발하여 사용자가 쉽게 걸고 아무데나 놓는, 쉽게 이해하고 재미있게 사용하는 것이었다.

탁상용은 제품의 소프트 요소와 하드 요소의 이원화가 가장 큰 이슈였다.

소프트 요소는 인간의 감성적 부분까지 고려한 디자인 요소이며 하드 요소는 제품의 구조 및 사용자의 편리성을 고려한 디자인 요소였다.

탁상용은 수화기를 베이스에 수평으로 넣는 구조와 수직으로 세우는 구조로 이루어져 있다. 수평구조는 기존 전화기의 안착감 보다 더욱 편한 각도를 유지하여 밀어 넣듯이 수화기를 안착 시킨다.

수직구조는 꽂는 듯한 느낌으로 디자인된 슬라이딩 구조의 전화기이다.

이것은 사용자의 형태분석을 통한 가장 기본적 방식이며 자연스러운 행위에서 기인한 사용 형태를 보여주는 것이다.



본체의 표면판(Face Cover)의 교체는 많은 의미를 부여한다. 재질(하프미러, 반투명 소재, 우드, 알루미늄, 그림 등)의 다양성은 물론 여러 가지 모양의 변화를 꾀할 수 있다. 인간의 내면에 자리잡은 야누스적 성격의 표현으로 남들과 같기를 거부하는 독자적인 모습을 보여 주는 것이다.

하프미러와 같은 반사재질은 타인과의 1:1통화뿐만 아니라 그 속에 비친 자신과의 은유적 대화를 통해 감성적 메시지 전달도 가능한 것이다.

자신에게 좀 더 솔직할 수 있는 세상을 꿈꾸며….



조형에 대한 의미는 형태뿐만 아니라, 제품의 사용 언어도 함께 가지고 있어야 한다.

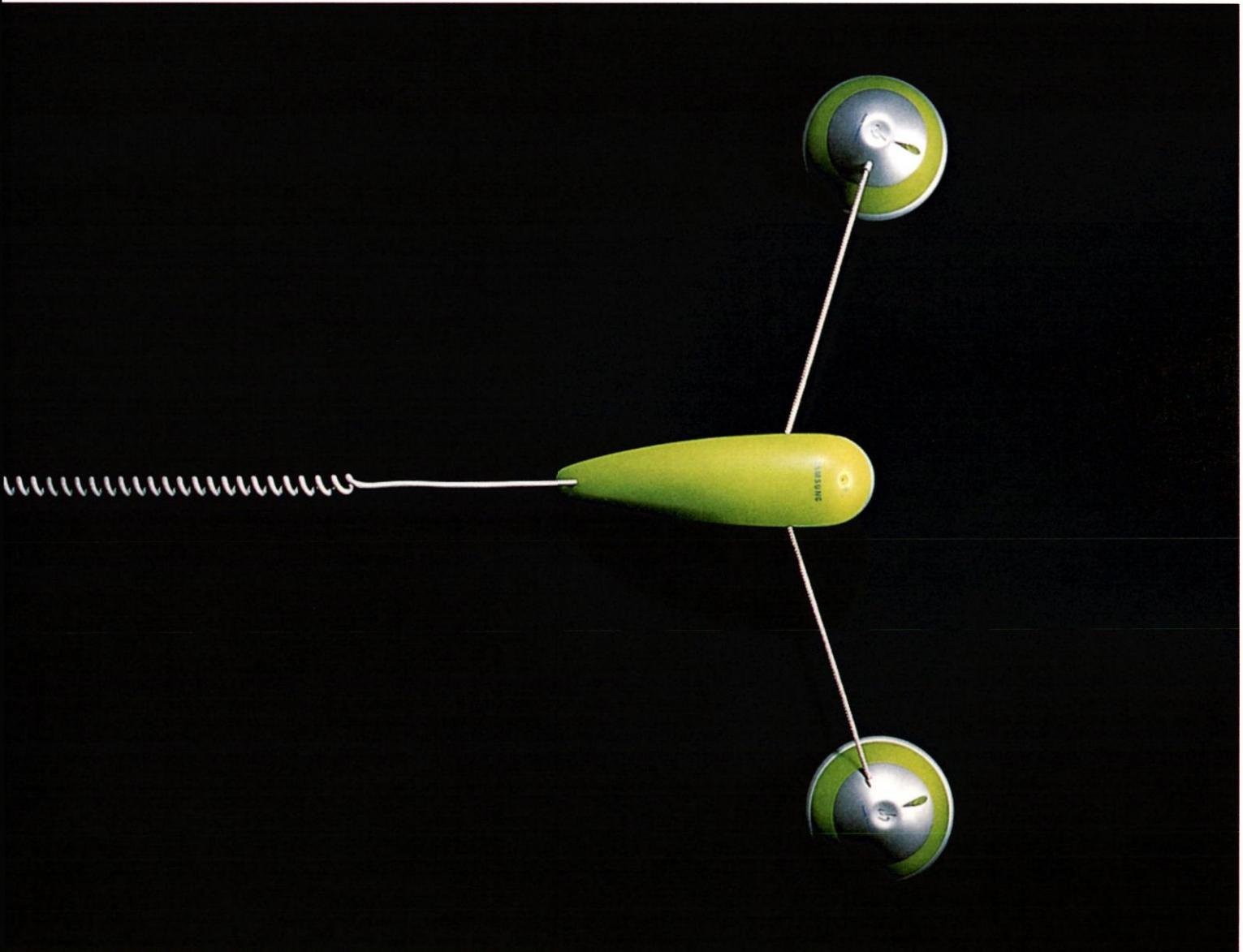
표면판(Facer Cover)의 4개의 돌기는 디자인 임팩트(Impact) 및 패널 교체의 이중적 기능을 지닌 것이다. 이것은 형태의 의미론을 말하는 것으로 마치 벽걸이 타입의 베이스가 회전 운동을 하기 위해선 원형이 될 수밖에 없는 조형 이유처럼 말이다. 조형은 관념의 틀을 벗어난, 디자이너의 제품에 대한 새로운 인식을 바탕으로 이루어지는 '컨셉의 표현 언어'라고 할 수 있다.



현대 디자인의 오류 중 하나는 디자인에 있어 단순함(Simplicity)과 상식(Common Sense)이 결여되어 있다는 것이다. 복잡한 구조, 어려운 사용 메시지, 외형의 스타일 변화에 치우친 조형 등, 인간을 위해 디자인되어야 할 제품이 오히려 인간에게 어려워지고 있는 것이다.

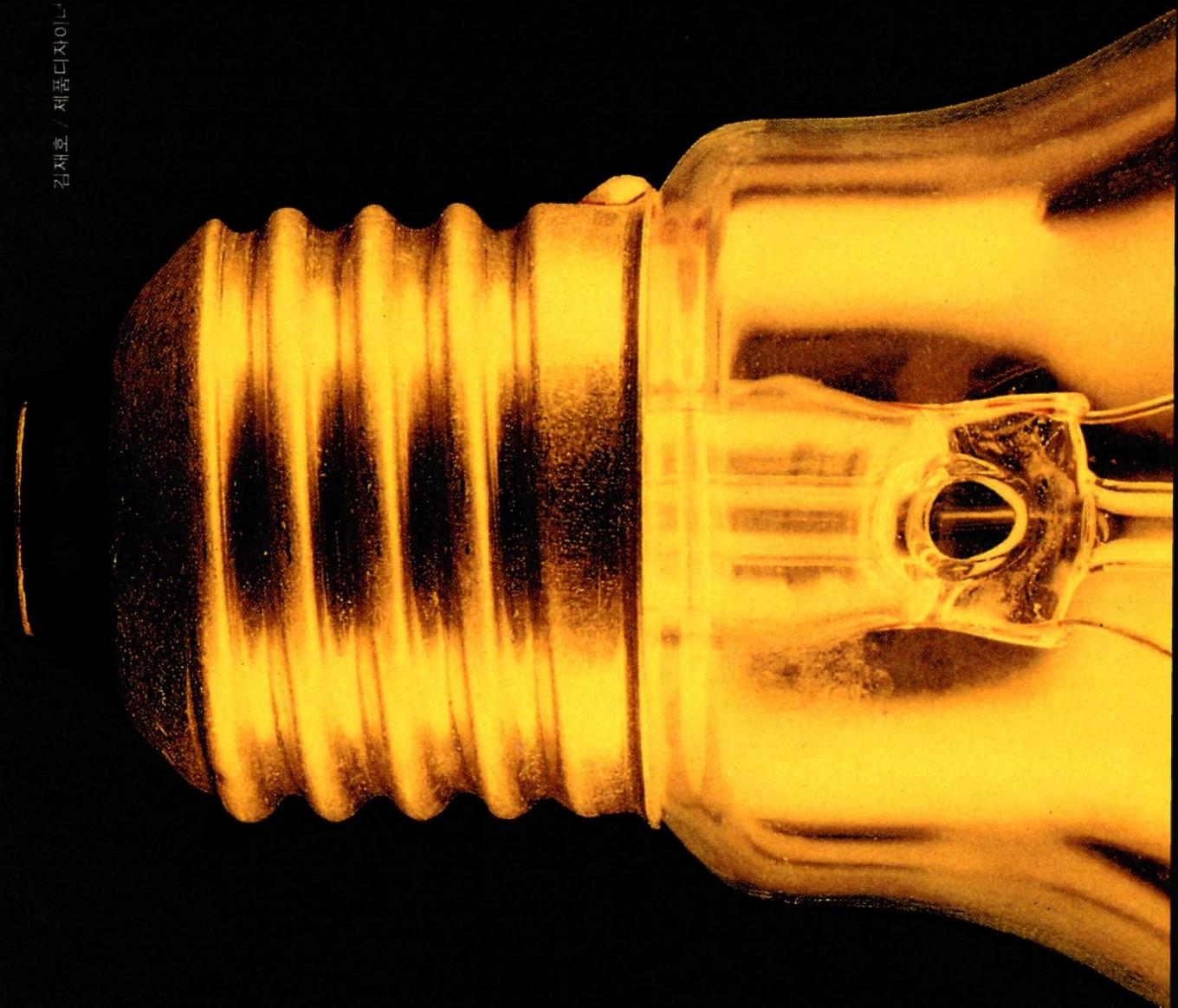
이런 관점에서 볼 때 DB TelePhone은 단순함(Simplicity)과 상식(Common Sense)을 바탕으로, 커뮤니케이션 본질의 재해석이라는 명쾌한 명제를 통해 사용자에게 새로운 사용형태를 제시한다.

이 디자인의 근원은 인간 중심의 사고에서 나온 “디자인의 인간화(Humanization of Design)”의 발상에서 나온 것이다. kidp



‘Re’
design

김재호 / 제품디자인



“물건을 사랑하는 마음으로부터 좋은 디자인은 시작된다
그런 좋은 디자인에는 ‘흔’이 깃들어 있다.
우리는 그런 ‘흔’을 찾는 디자이너가 되어야 한다.”

물건, 물건, 물건들 !

우리는 너무나 많은 물건들 속에 살고 있다. 여러분의 주위를 한번 둘러 보라.

하루에도 우리는 얼마나 많은 물건들 속에 살고 있는가?

텔레비전, 냉장고, 컴퓨터, 자동차, 자전거, 옷, 시계, 안경, 책상, 걸상, 볼펜, 만년필, 가방, 기차, 비행기, 토론, 휴대폰, 빼빼...

대부분은 매일 보고 또 사용하는 것들이지만 거의 의식하지도 못한채 지나쳐 버리는 것들이다. 그러다 보 그 가치의 중요성을 크게 인식하지 못하고 있다. 그 중요성을 인식하지 못하다 보니 물건에 대한 사랑이 크지 하다. 물건에 대한 사랑이 없다 보니 쉽게 쉽게 버린다.

낡은 우산, 카세트 테이프, 조금 깨어진 회분, 텅빈 새장, 전구 없는 소켓, 나사가 마모된 다용도 옷걸이, 쓰레기에서 늘 보는 하얀 플라스틱 물병, 아득한 기억처럼 흑색되어 가는 사진과 필름들.

어머니의 손때가 묻은 낡은 고무장갑, 녹슨 삼촌 자전거, 처음 디자인을 공부할 때 구입한 화구들.

내가 먹은 양만큼 쌓여 가는 계란판, 낡은 자동차 타이어, 큰형 고등학교 시절의 가스 버너, 아까워 버리 못하는 우리 어머니 마음 같은 주방용기들...

과학기술이 발전하고 사회가 급속하게 변화하면서 언제나 새로운 물건들은 만들어지고 사용되어야 하겠지
지금 버려지는 저 모든 것들은 정말 쓸모가 없는 것들일까?

디지털 시대가 도래하면 손가락 하나로 작동시켜 우리의 몸과 마음을 다스릴 수 있는 물건들이 만들어진다는
정말 그럴까? 그리고 우리의 몸과 마음이 정말 편안해질까?

디지털이 우리의 일상을 시공간을 초월하는 개념으로 변화시킨다면 지금의 우리가 가지고 있는 여러 가지 궁
점과 문제들은 해결될 수 있을까?

우리는 그런 디지털 시대가 완전히는 구현되지 않는 사회에 살고 있기 때문에 지금 불행한 것일까?

어머니께서는 할아버지, 할머니가 짚으셨을 때의 이야기랑, 아버지와 처음 만나서 테이트 하던 시절의 이야기
자주 해 주시며, 풍족하지는 않았지만 마음은 따뜻했고 풍요로웠던 행복이 넘쳤던 시절이라고 하시는
지금은 그 시절보다 물질적으로 더욱 풍요하고 과학기술도 많이 발전되었지만 왜 텔레비전이나 신문에서
인간성 상실, 도덕 부재, 문화 소실 등의 이야기가 끊이지 않고 있는 것일까?

나는 이해할 수 없다.

디자인이 아름다운 제품환경을 만드는 것이라는데 꼭 최첨단 유행파 과학이 적용된 고가의 전자 제품을 만들
야만 아름다운 제품환경이 창조되는 것일까?

왜 사람들은 아직도 충분히 사용할 수 있는데도 무리해서 새 차를 구입하고 최신 전자 제품을 매년 바꾸
가며 사들이는 것일까? 쓸모 있는 것들이 저렇게 버려지는데...

디자이너가 아름다운 제품 환경을 창조하여 우리 인간의 몸과 마음을 편하게 해 주는 일을 하는 사람들이어야
는데 왜 많은 디자이너들은 물건을 사고 파는 것에만 정신이 빠져 있는 것일까?

정말 그들은 물건을 사랑하는 마음으로 디자인하고 있는 것일까?

우리는 아직 디자인에 대해서 많은 지식을 가지고 있지는 않지만 우리의 생활 속에서 매일 사용되어야 하-
 좋은 물건을 만드는 게 디자이너의 역할이라면 그런 역할을 충실히 해 갈 수 있는 가장 기본적인 출발점-
 먼저 물건을 사랑하는 마음이라 생각한다.

우리는 좋은 물건에는 좋은 ‘흔’이 깃들어 있다는 것을 믿는다. 그리고 그런 ‘흔’의 발전은 물건을 사랑하-
 마음으로부터 생긴다는 말도 믿는다. 아직 그 ‘흔’의 진정한 의미가 무엇인지는 모르지만...

훗날 각고의 노력으로 그런 ‘흔’의 발견이 이루어질 수 있다는 큰 희망과 바람을 가지고

물건을 사랑하는 마음을 가져야겠다. kidp

조명

중고 새장과 폐회로 칩
그리고 폐건전지, 전구

너무나 미치겠다.
여기 저기의 광고판들.
현란한 자기 자랑의
원색 네온들.
어디서부터 시작되었을까
이런 환경들.
그 속에서 찾고 싶은 건....
순수.
맞다 순수 그자체일 것이다.
가공 되어 있지 않은 순수...
하지만 현재 내 주변엔
가공되어 있지 않은 것은.....
새, 그리고 없다.
자연, 원시, 원초.....



아날로그

그 하나만으로 가공된 순수가
설명이 되는 것 같다.
그래서 시작했다.
중고 새장과 폐회로 칩.
그리고 폐건전지,
전구 등으로....
그냥 적당한 크기.
50 X 50의 크기 안에서
설명이 될려나 모르겠지만
노력했다.
정말이지 그래서인지 답답도
하고 복잡하다.
설명도 어렵고 그렇다.

정말이지 어디서부터
시작되었는지 모르지만
혼란 속에 돌고 도는 이 속에
서 나가고 싶다.....
세상 밖으로 순수를 찾아서.

정창진

그때 그 추억

커텐

필름,
테이프,
필름통

어제는 우연히 사진첩을
보았다.
새로운 기억들이 가슴에
맴돈다.
그리고
기억할 수 있는 사진의
수만큼 필름들도 여기 저기 나



뒹군다.

명하니 교실 창밖을 보며
어저께 정리한 사진들 속의 얼
굴을 떠올렸다.
우연히 퇴색된 교실 창의
커텐이 눈에 들어왔다.
'그래! 바로 이거야.'
필름과 커텐의 만남.

근데

필름이 많이 있어야겠다.



홍대균

조명

조금 깨진 화분,
삶은 요구르트병, 전선, 전구

한참 낮잠을 자고 있는데
밖에서 어머니의 목소리가
들려왔다. 정신없이 나가
보았더니 평상시 무지 아끼시
던 토기 화분을 뚫기시다가
조금 깨뜨리신 모양이다.
어머니께서는 옛부터 집안에
이가 나간 접시나 화분이
있으면 좋지 않다며 그렇게 아
끼시던 화분을 버린다고
하셨다. 처음엔 그냥 그런가
보다 했는데 하루종일 아깝다
는 말을 수십 번 하시는 걸 보



고 문득 제품 디자인 시간에
과제로 받은 'Re' design이
생각났다. 이런저런 생각
끝에 어디서나 손쉽게 구할 수
있는 요구르트병이 생각났고
삶은 요구르트병에 빛을 넣어
심어 보았다.
어라! 웬지 심심한 걸?
방을 둘러보다 구석에 박혀 있
던 전선을 보았다. 전선을 꽂
대로 쓸까? 깨진 부분을
메꿔 새로운 분위기로 다시 태
어난 화분에 요구르트병을 꽂
으로, 전구는 그 꽃에 생명을,
전선은 꽃대가 되어....
이렇게 만들고 보니 이 순간에
도 쉽게 버려지는 많은 것들이
이처럼 다시 태어날 수 있다는
것에 놀랐고, 물건을 아낄 줄
아는 착한 형원이가 되자고 결
심했다.

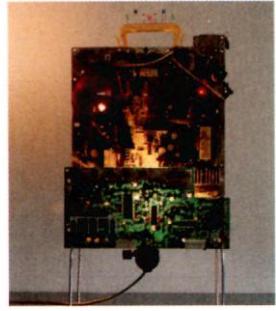
안형원

제 6 원소

조명

모니터 기판, 철사(5T),
60W전구, 전구 소켓, LED,
전선, 코드, 스위치 2개,
9V 건전지

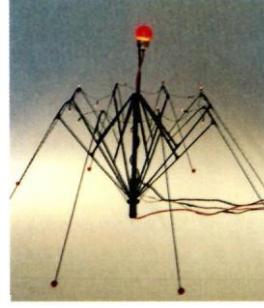
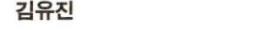
오늘은 학교에 일찍 갔다.
수업시간이 되자 교수님이 새
로운 과제를 주셨다.
'Re' design.

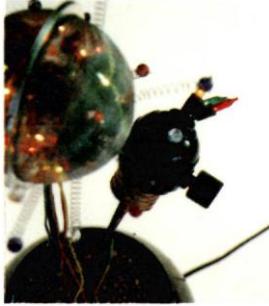
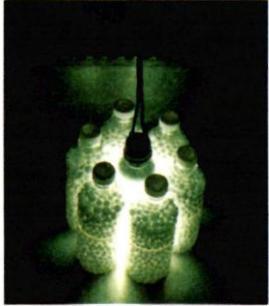


....
고장난 컴퓨터 모니터.
일단 분해부터 뚝딱 뚝딱
쾅....
부품으로 뭘 하지?
일단 만들어 보자.
또 다시 뚝딱 뚝딱.....
드디어 완성.
어두운 도시에 불을 밝히는 제
6 원소로 잃어버린 웃음을 되
찾자.

이용주

<p>환원</p> <p>FM/AM라디오</p> <p>マイク, LED램프, 장난감 신발, 아크릴, 소형 라디오, 9V 건전지, 1.5V 건전지</p> <p>산업 폐품들이 포화상태에 있다. 알고 있지만 무심코 그냥 지나쳐 버린다. 지금 이 시간에도 많은 산업 폐품이 버려지고 있고,</p> <p>버려진 것을 대체하기 위해 수없이 생산되고 있다. 새로운 물건이 아닌 폐품을 이용하여 수많은 조형물을 만들어 보면 다시 사회에 환원되고 자연과의 조화가 이루어질 수 있을까? '산업 폐품 - 디자인 - 조형물 - 환원'이라는 사이클을 생각해 보았다. 이러한 사이클을 생각하고 문제를 해결해 나가는 것이 디자인의 한 역할이라고 생각한다.</p>	<p>세월의 흐름</p> <p>평생 달력</p> <p>병뚜껑 40개, 플라스틱 계란판 2개, 자석 40개, 쇠줄 1개</p> <p>오늘도 하루가 흘러가고 있다. 얼마나 흘렀을까? 세월의 개념을 잊어 버린지 오래다. 살아 온 날보다</p> <p>장갑이야기</p> <p>설치 미술적 조명등</p> <p>군용장갑, 어린이 털장갑, 고무장갑, 위생장갑 흰 면장갑 철사</p> <p>송</p> <p>살아 가야 할 날이 많은 나에 게 세월은 무엇보다도 중요하다. 조카의 빠른 성장을 보면서 기쁨과 함께 세월의 무게감이 한층 느껴지는 요즈음이다. 집앞에서 쓰레기 분리 수거를 하던 중 버려진 계란판을 보고 세월의 소중함을 표현해 볼까 생각해 보았다. 세월과 탄생과 죽음. 연말마다 달력을 보면서 느끼던 감정들이다.</p>	<p>장갑이야기</p> <p>설치 미술적 조명등</p> <p>군용장갑, 어린이 털장갑, 고무장갑, 위생장갑 흰 면장갑 철사</p> <p>시들지 않는 꽃</p> <p>각종 꽃이 및 조명</p> <p>플라스틱병</p> <p>빈 페트병을 만지작거리다가 두드리고, 던지고,</p> <p>꼬마전구</p> <p>여러가지 종류의 장갑으로 표현된 손으로 사회 각분야를 의미하며 수화로 '화합'을 표현</p>	<p>시들지 않는 꽃</p> <p>각종 꽃이 및 조명</p> <p>플라스틱병</p> <p>빈 페트병을 만지작거리다가 두드리고, 던지고,</p> <p>꼬마전구</p> <p>여러가지 종류의 장갑으로 표현된 손으로 사회 각분야를 의미하며 수화로 '화합'을 표현</p>	<p>나의 사랑 나의 자전거 바퀴</p> <p>사랑의 Table</p> <p>자전거 바퀴, 58개의 전구, 철근</p> <p>때가 때이니만큼 요즘 자고 일어나면 듣는 소리가 있다. 환경오염, 아껴쓰기, 일회용 사용 금지, 사치, 쓰레기 문제, 70년대 새마을 운동 모두 모두 중요하지만 나의 연애 사업도 소홀히 할 수가 없으니 어떻게 하지? 고가의 구찌구두, 가방에 자가용은 기본, 고급 음식에 모든 것이 고급 고급....</p> <p>이옥주</p> <p>아무리 고급 사랑도 좋지만 나같은 젊은이들 소크라테스의 말처럼 "나 자신을 알아야 하지 않을까?" 영화 '내일을 향해 쏘라' 그리고 '첨밀밀'에서의 자전거를 타고 달리는 연인들 처럼 나도 티없이 맑은 낭만적인 그리고 경제적인 사랑을 해보면 얼마나 좋을까? 하지만 너무 부러워 하고 있을 수만은 없잖아. 'Re' design. 어두운 밤에 환하게 조명 밝혀진 자전거 바퀴를 사이에 두고 따뜻하고 몸에 좋다는 국산차를 마시며 나의 사랑과 마주보고 있을 나의 모습. 얼마나 경제적이고 낭만적일까?</p>
<p>정준구</p>	<p>이승후</p>	<p>김동용</p>	<p>배시영</p>	<p>이옥주</p>

이승환 4집	우왕좌왕	우리 가족은 항상 웃어요	풀벌레 소리
CD 꽂이	조명등	장난감 조명.	스피커 & CD 꽂이 & 조명
사용하지 않는 레코드 테입, 스테인레스 스틸 봉	폐 PCB와 부품들, 철망, 소쿠리	전구 10W, 전선, 소켓, LED은색 보자	스피커, 종이봉, CD, 전구, 철사
예전 내 생일날 예쁜 포장지에 둘러싸인 이승환 4집 CD를 선물받았던 적이 있다. 성실이에게서.... 선물이라 기분은 이만 저만 아 니었지만 불행히도 난 이승환 4집 카셋트 테입이 있었다. 나역시 용돈 털어 구입한 테입이었지만 지금은 CD만을 듣고 있다.	규정의 전화를 받은 시간은 새 벽 2시. 동생인 정오가 디지털 세계에 빠져서 자취를 감췄다는 소리에 나와 규정은 황급히 사라진 장소로 갔다. 그곳은 온갖 기관으로 이루어 진 현란한 무드램프의 세계. 넋을 잃고 보고 있는 동안 나 자신도 모르게 입을 크게 벌리고 있는 디지털 세계로 걸 어가고 있었다. 규정은 나의 손을 잡고 당겨 보기도 하고 가지 말라고 길 앞을 막고 있었지만 막무가내	허전한건 정말 참기 힘들다. 항상 혼자 있는 느낌.... 요근래 우리 가족의 모습을 볼 때면 모두 제 각각이다. 하지만 이해 할 수밖에 없는 상황이 더욱 싫다. 언제나 바쁘시던 아버지. 하지만.... 그 언제부턴가 가족들의 웃음이 보기 힘들어 졌다. 그 언제부턴가.... 예전엔 저녁 상만 차린 것이	유진이 물건 사랑 캠페인
			
그렇다면 아마도 내가 구입한 테입은 내방 테입 케이스 어딘가에서 서러움을 느끼며 나를 원망하고 있을거라 생각된다. 어쨌거나 버려질 운명이었던 내 소중한 테입을 가느다란 철 봉으로 연결시켰다. 이승환 4집 CD가 한층 돋보인다. 재활용인 만큼 제작하는 데 있어서 최소 경비를 추구했지만, 테입의 지나친 손상 탓에 600 원 짜리 레코드용 테입을 구입 했다. 철봉 역시 공구상에서 1200 원에 구입했다.	였다. 결국 디지털 세계의 포로가 되어 빗줄로 꽁꽁 묶여 있었다. 그때 누군가 나를 부 르는 것이었다. 형! 정오야! 얼마나 찾았는데 형! 너무 순식간에 일어난 일 이었어. 나도 그만 정신이 훌 려서.... 우리 이곳을 어떻게 나가지. 이런 우리의 대화 속에서도 사람들의 발길은 끊 이지 않고 있었다. 디지털 문화의 노예가 되어 가 고 있는 것이었다. 그때였다. 갑자기 불이 켜지 더니 사람들은 제정신을 찾으 면서 우왕좌왕했다. 규정이가 헐떡거리며 왔다. “형 기관에 연결된 스위치를 끄니까 되던데요!” 그 후로 우리는 디지털 문화란 일부분이란 걸 알았다.	서너 번.... 바쁘고 싶어서 안 달난 사람들도 아닌데, 단 한 번 얼굴 마주치며 웃어 줄 여유조차 없었던 것이다. 이젠 우리 가족 모두가 좋은 생각으로 항상 웃으며 살기로 약속했다. (너무 거창한가?) 'Re' design 과제였던 조명 으로 저녁 식사 시간 식탁에 불을 켜 놓았던 그날부터.... 말 그대로 리디자인 (Redesign)된 우리가족..... 엉성하고 불편 없었던, 또 저멀리 어두운 방구석에 내 던져 버려졌던 우리 가족들의 사랑과 믿음들.... 이제는 새로운 마음으로 새롭게 시작하려 한다. 우리 가족의 마음을 더욱 환 하게 비춰 줄 조명과 함께.	조명등 비온 뒤 전철에서 올고 있는 우산, 우리집 화장실 전구 전파상 아저씨에게서 500원 까아서 산 3500원 짜리 안개 전구들 요즘 나라 살리기 운동도
윤홍식	강학민	이윤정	김유진
			
스피커, 종이봉, CD, 전구, 철사	오래된 아파트, 벌써 여기서 지낸 지도 10년 이다 되었다. 여기에 처음 왔을 때가 생각난다. 새 아파트는 아니었지만, 아담하고 조용했다. 정원에는 꽃들도 있고, 풀도 많았다. 한쪽에는 야채를 키우기도 했다. 저녁에는 풀벌레 소리가 나곤 했다. 시간이 지나면서 차가 점점 많아졌다. 차를 주차하기 위해 정원을 없애고 주차장을 만들었다. 이제는 저녁에 주차하려는 차소리밖에 들리지 않는다. 너무 싫다. 예전에 미처 느끼지 못했던 것을 그리워하게 된다.	풀벌레 소리	김상아

<p>비오는 날 차 한 잔</p> <p>조명등 차 우려내는 뜰채, 전구 소켓, 항아리 갑자기 내리는 소낙비. 누군가 생각이 나거나 혼자 있고 싶을 때.</p> <p>음악을 들으며 생각에 잠길 때 향기 가득 마음을 감싸주는 따뜻한 차 한 잔.</p> <p>차를 마시다 바라본 뜰채. 은은한 향기를 온 방 가득 흘려보내 듯 아름다운 빛도 우려낼 수 있다면... 녹차, 아름다운 빛 그리고 항아리.</p> <p>심라미</p>	<p>지킬박사와 타이어</p> <p>옷걸이와 수납공간 페타이어, 쇠사슬, 볼트 & 너트</p> <p>우연히 폐차장 앞을 지나게 되었는데 산더미처럼 쌓인 폐타이어들이 눈에 띄었다. 새것처럼 보이는 것도 많았는데 거의 다 버려지는 것이라고 했다. 재활용을 해 봤자 어린이 놀이터에, 산사태를 막기 위해 산비탈에 깔아 놓는 것이 전부였다. 폐차장에서 손쉽게 폐타이어를 얻어</p> <p>무작정 가져 왔다. 무겁고, 둔하고, 색깔도 칙칙 해서 버릴까 생각하던 찰나에 방구석에 너절하게 쌓여 있는 옷들을 보고, 타이어를 봤다. 순간! 나의 뇌리를 스치는 번뜩이는 아이디어가 떠올랐다. 타이어를 자르고, 같아내고, 구멍뚫고, 쇠사슬을 달아 - 지킬박사 같 이 - 옷걸이를 만들었다. 쓰레기 취급을 받던 타이어가 옷들의 안식처가 되었다고 생각하니 흐뭇하고 뿌듯했다. 나와 몇 일을 같이 했던 T-3 6001이기 때문에 더없이 깊은 애정이 갔다.</p> <p>이춘우</p>	<p>석수병이 Mood Lamp가 된 까닭은?</p> <p>조명등 500ml석수병 7개, 링겔 2줄, 200V 전구, 전구를 연결하는 부품</p> <p>얼마 동안 아파트 잔디밭에 버려져 있던 석수병. 밝은 아침 햇살의 반짝임과 늦은밤 가로등 불빛의 은은함과 비오던 날 고인 빗물의 쓸쓸함을 지니던 석수병. 한동안 그렇게 있다가 언젠부 터인가 보이지 않는 석수병. 그리고 나의 생각들.</p> <p>경규정</p>	<p>누령이 2</p> <p>조명등 나사 빠진 옷걸이의 옷거는 부 분, 스프링, 녹슨 정병갓, 베 어링, 스프링, 세운 싱가에서 구입한 자유자재로 움직이는 쇠판, 터치센서, 전선, 220V 20W전구</p> <p>초등학교 때 수업을 마치고 집으로 왔을 땐 항상 그랬듯이 집에는 아무도 없었다. 하지만 나를 즐겁게 맞아주는 누령이가 있었기에 나는 외롭지 않았다. 몇 년 후 누령이는 불의의 사고로 세상을 떠나야만 했다.</p> <p>박정호</p>	<p>등산하는 어린이</p> <p>조명등 버너, 220V 30W전구, 소켓, 폐전선, 주방용 뜰채, 철사</p> <p>우리 집은 부모님께서 결혼하셔서 지금까지 33년을 한 집에서 줄곧 살아 오고 있다. 30여 년의 세월 동안 집 구석 구석에는 먼지로 뒤덮혀 못쓰는 것들이 많이 있다. 이런 것들은 할머니에 의해 창고로 들어갔다가 필요할 때는 요긴하게 쓰인다.</p> <p>박진한</p>
				

“세상은 아름다운 것들로 가득 차 있어야 합니다.”

아름다운 것들은 오랫 동안 가슴에 남아 있습니다. 오랫 동안 가슴에 담아 두고 사랑하며 기쁠 때나 슬플 때나 떠 올리며 그 의미를 새롭게 합니다. 아름다운 것의 의미는 사람에 따라 다르지만 우리의 세상에는 그 누구나 아름답다고 생각하는 것들도 많이 있습니다.

서로에 대한 사랑과 평화, 자연의 위대함과 순수함, 또 모든 생명체의 고귀함, 그러한 것들 -자연과 인류와 역사- 을 노래한 많은 이들의 명상과 작품들.

레오나르도 다빈치, 미켈란젤로, 반 고호, 칼릴 지브란, 크리슈나무르티, 갓프리레지오...

그리고 제2의 자연으로서 우리에게 아름답고 좋은 사물환경을 디자인해 온 이들도 있습니다.

차알스 & 레이 이임스, 루이 칸, 임고 마우러, 아킬레 카스틸리오니, 리차드 세퍼, 데이빗 라이언...

이들이 디자인한 제품들은 언제나 우리에게 사물의 ‘흔’을 느끼게 합니다.

그리고 이러한 ‘흔’들이 우리의 삶을 한층 기쁘게 합니다.

과학의 발달도 우리의 삶을 더욱 풍요롭고 기쁘게 또 아름답게 할 수 있습니다. 최근의 디지털 기술이 임태하는 여러 가지 기기들에 의한 문화는 시, 공간을 초월하는 개념으로 우리를 더 친밀하게 결속시키는 큰 계기를 마련해 줄 수 있습니다.

전화기가 그 대표적인 예입니다.

우리는 하루에도 수십 번씩 전화기를 통하여 멀리 있는 사람들과 대화를 나누고 있습니다. 때로는 기쁘게 때로는 슬프게, 또 때로는 화난 모습으로... 어쩌면 전화기는 우리의 감정을 멀리 있는 타인에게 전달하는 감정전달자일지도 모릅니다.

그리고 디지털 기술은 그런 우리의 감정을 더 빠르고 더 효과적으로 표현할 수 있게 하고 있습니다.

이렇게 우리의 일상 생활에서 뗄래야 뗄 수 없는 감정 이입체로서의 전화기는 당연히 우리 자신들과 아주 역동적인 관계를 유지해야 합니다. 더욱 친밀하고 편한 모습으로.

지금보다 더 친밀한 전화기를 디자인하는 데에 문제될 것은 없습니다. 왜냐하면 기술적인 측면에서 전화기는 단순한 기계에 불과하니까요.

문제는 형태입니다.

디지털기기는 디지털 형태다워야 한다는 논리를 저는 거부합니다. 왜 우리 생활의 중요한 한 부분인 전화기가 딱딱하고 차가운 기계의 모습으로 있어야 합니까?

예를 들면.

왜 전화기가 딱정벌레 같이 귀여운 모습이 될 수 없고.

왜 전화기가 뉴 멕시코의 은빛 모래 바람을 먹고 자란 한 송이 꽃이 될 수 없으며.

왜 전화기를 보면서 사랑하는 나의 어머니에 대한 기억을 그려 보지 못하는지요?

나는 아름다운 전화기를 디자인하여서 오랫 동안 가슴 속에 담아 두고 사랑하고 싶습니다. kidp

어느 따뜻한 오후의 햇살이 비치는 창가에 앉아
커피를 마시며
케니 지의 감미로운 음악에 젖어 있을 때
책상 위로
예쁜 딱정벌레 한 마리가 기어가는 것을 보았다.



얼마 동안 책상 위를
귀여운 걸음걸이로 산책을 즐기던 딱정벌레는
주위를 몇 번 둘러보다가 멈춰섰다.
무엇을 생각하는 듯 보였다.
무엇을 저렇게 생각하는 걸까?

? !



그런 딱정벌레를 물끄러미 응시하던 나도
깊은 생각에 빠져들었다.
생각. 생각. 생각.



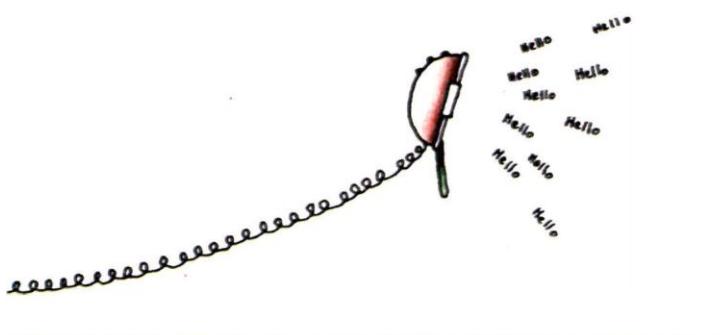
Be serious.
But not stupidly serious as many people are.
And that is called "humor."



생각.
딱정벌레는 예쁘다.
생각.
...
딱정벌레같이 예쁜 것들을 오랫 동안 내 책상 위에
둘 수 있다면...
그리고 또 생각.



생각.
...
그 때 갑자기 전화벨이 울렸다.
그리고
수화기를 들자마자 내가 소리쳤다.

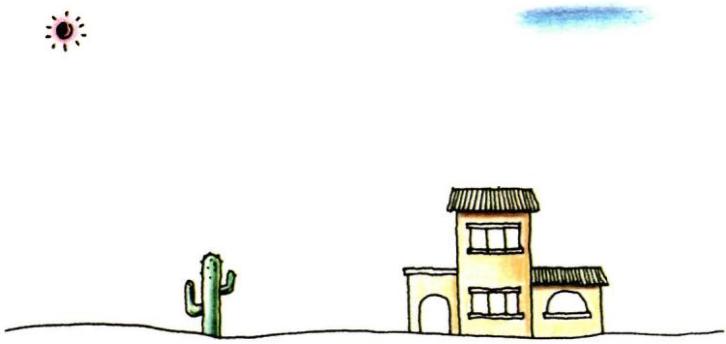


“여보세요, 딱정벌레는 전화기가 될 수 없나요?”

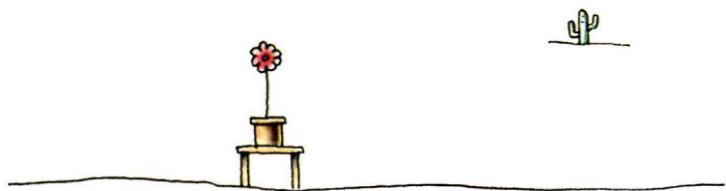


될 수 있어요!

뉴멕시코는 아름답다.
 파란 하늘.
 뜨거운 태양.
 은빛 향기나는 모래사막.
 싱그러운 선인장.
 색바랜 오렌지빛의 집들.
 그리고 그 창가에 놓여있는 작은 화분.
 뉴멕시코는 아름답다.



뉴멕시코의 공기는 뜨겁지만 맑다.
 그 뜨겁고 맑은 공기를 마시며 자라는 꽃들은 싱
 싱하고 예쁘다.
 담겨져 있는 화분의 색깔 만큼
 순박하기도 하다.



왜...
 이렇게 아름답고 순박한 것들을
 우리 주위에 오래 오래 둘 수 없을까?





왜...

우리의 일상용품들은 순수하지 못할까?

왜...

차갑고 아무런 느낌이 없는,

그래서 우리의 감정을 메마르게 하는 모습으로
있어야 하는가?



나는

뉴멕시코의 파란 하늘처럼,

은빛 아름다움의 모래사막처럼,

낭만적인 오렌지색의 집들처럼,

그리고 그 창가에 놓인

소박한 화분의 꽃처럼 부드러운

그런 것들을 디자인하고 싶다.

그리고...



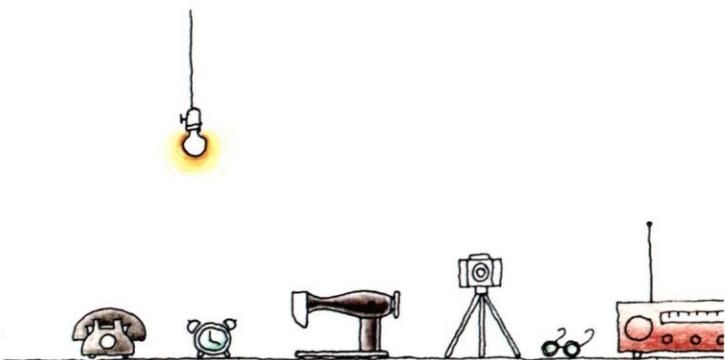
아름다운 액자 속의 그림처럼

벽에 걸어두고



언제나 바라보고도 싶다.

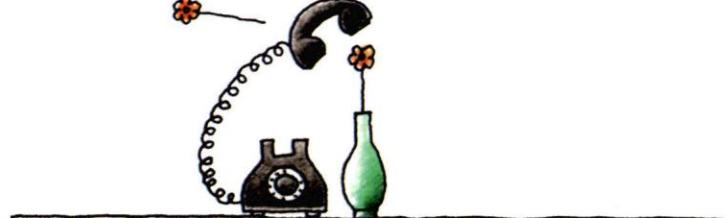
옛날에도 좋은 건 많았다.
 검은 빛 전화기, 다다미, 고무신, 태엽 알람시계, 재봉틀,
 할아버지 안경, 아버지 자전거, 삼촌 라디오, 옆집
 아저씨 연장통,
 그리고 어머니 꽃병.
 특히...



어머니께서 언제나 아끼시던
 옛날의 윤이나는 검은 빛의 전화기와
 그 옆에 다소곳이 몇 송이의 국화와 함께 놓여 있던
 꽃병은
 지금도 어머니에 대한 기억과 그리움으로
 나의 가슴을 설레게 한다.



어머니께서는 언제나 그 전화기로
 아버지의 퇴근 시간을 확인 한후 저녁을
 준비하셨으며
 매일 아침 청소를 하면서
 잠시 화병의 꽃 향기를 음미하면서
 싱그러운 아침 햇살을 즐기곤 하셨다.



**Wine comes in at the mouth.
Love comes in through the eye.
Design comes in from the deep heart.**



아름다운 것들은 오랫동안 가슴에 남는다.
오랫동안 가슴에 물어두고 사랑하며
기쁠 때나, 슬플 때나 떠올리며
그 의미를 새롭게 느낀다.
어머니와 전화기와 꽃병...



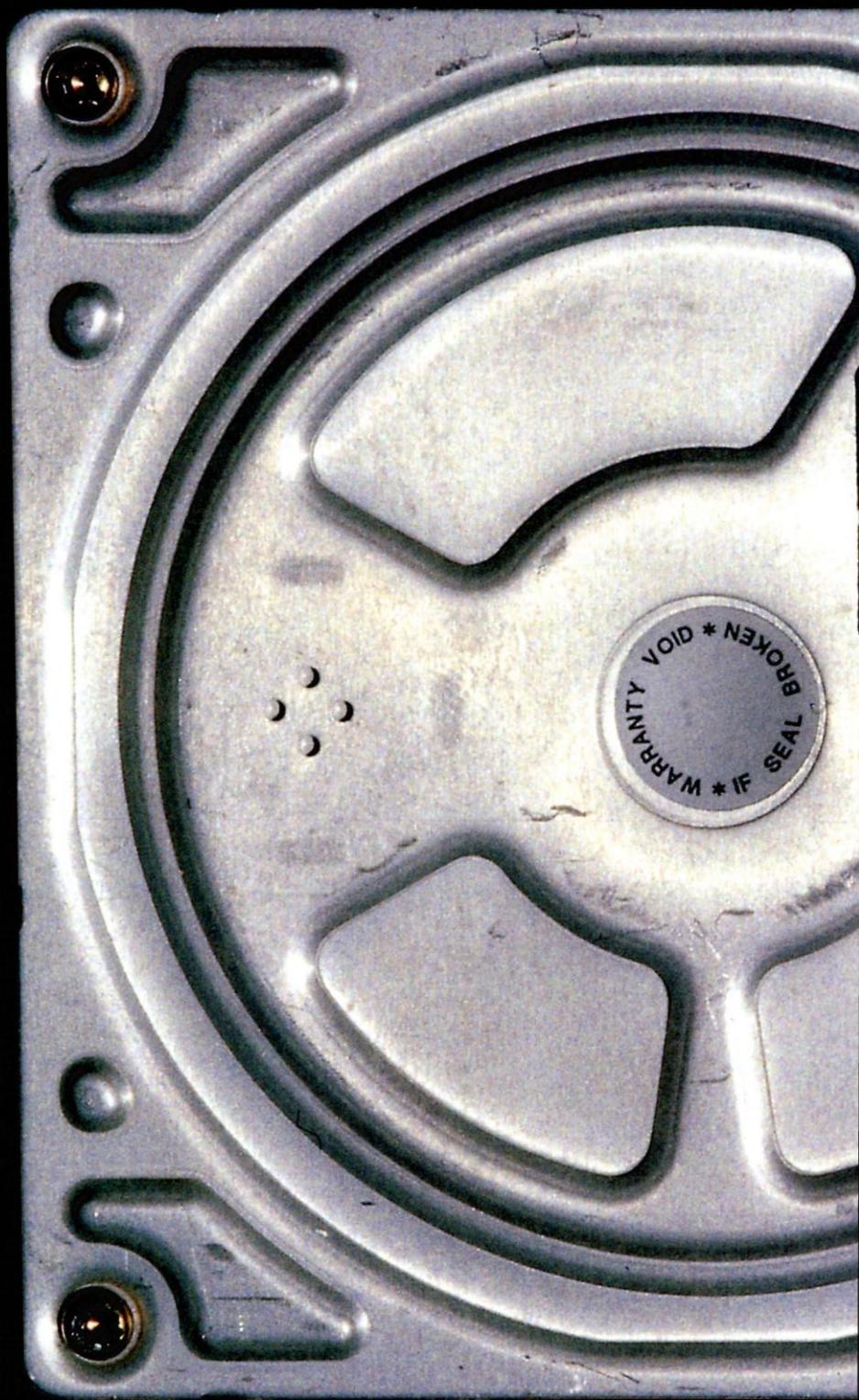
나는
이런 느낌으로 디자인한다.
오래 전부터 있어 왔고
또
지금부터 오랜 시간동안도
언제나 나의 곁에 있을
그런 것들을...

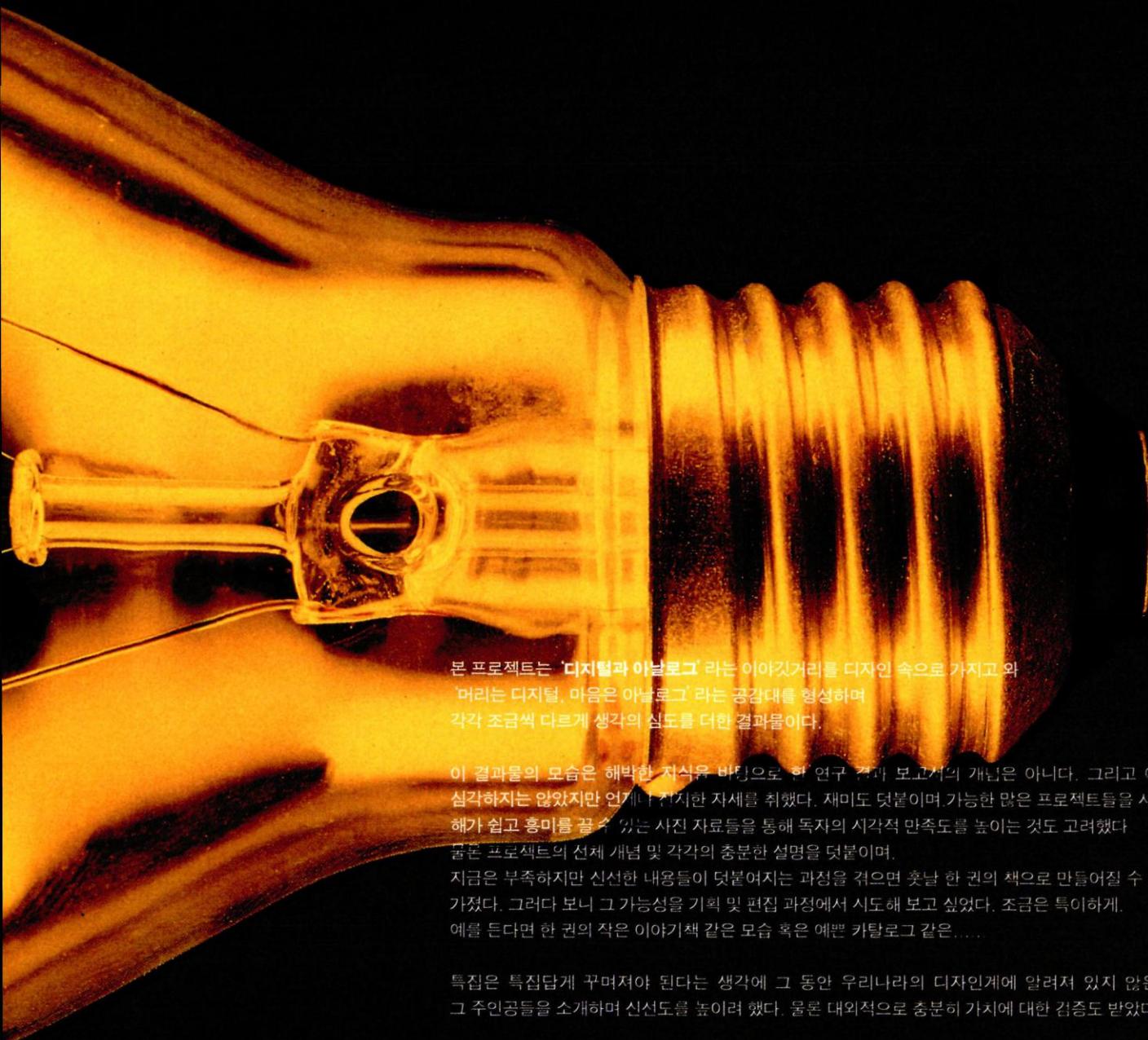


“어머니?”



“저예요!”





본 프로젝트는 '디지털과 아날로그'라는 이어깃거리를 디자인 속으로 가지고 와
'머리는 디지털, 마음은 아날로그'라는 공감대를 형성하며
각각 조금씩 다르게 생각의 심도를 더한 결과물이다.

이 결과물의 모습은 해박한 저식유 바팅으로 '학' 연구 결과 보고서의 개념은 아니다. 그리고 어리석을 만큼
심각하지는 않았지만 언제나 진지한 자세를 취했다. 재미도 덧붙이며 가능한 많은 프로젝트들을 사례로 들어, 이
해가 쉽고 흥미를 끌 수 있는 사진 자료들을 통해 독자의 시각적 만족도를 높이는 것도 고려했다
물론 프로젝트의 전체 개념 및 각각의 충분한 설명을 덧붙이며.
지금은 부족하지만 신선한 내용들이 덧붙여지는 과정을 겪으면 훗날 한 권의 책으로 만들어질 수 있다는 욕심도
가졌다. 그러다 보니 그 가능성을 기획 및 편집 과정에서 시도해 보고 싶었다. 조금은 특이하게.
예를 든다면 한 권의 작은 이야기책 같은 모습 혹은 예쁜 카탈로그 같은.....

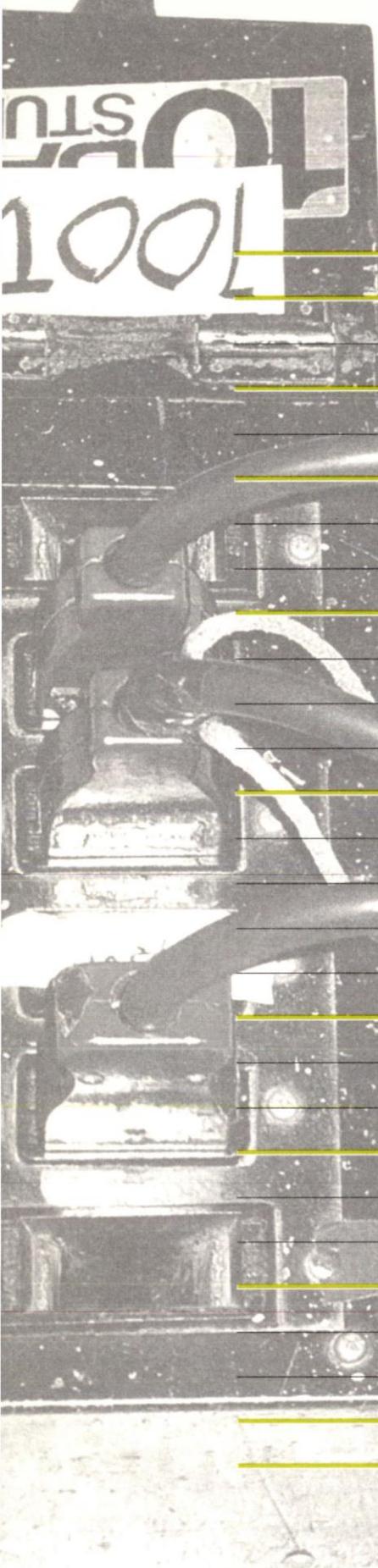
특집은 특집답게 꾸며져야 된다는 생각에 그 동안 우리나라의 디자인계에 알려져 있지 않은 프로젝트와
그 주인공들을 소개하며 신선도를 높이려 했다. 물론 대외적으로 충분히 가치에 대한 검증도 받았다.

흔히들 디자인과 사회 현상들을 연결시키면서 시대적 사명감을 보여 주는 경우를 많이 보았다.
문화적 해석과 의미를 무리하게 적용시키는 경우도 보았다.

'100Volt Project : Analogital'은 그런 부담감과는 거리가 있는 그저 각각의 경험에서 나온 생각들을 모은
것이다. 작은 공감대가 있었다면 아마 '좋은 제품 흰경 만들기' 정도일 것이다.

휴머니즘, 따뜻함, 감성, 직관.....

흔히들 많이 이슈화시킨 것들이지만 '100Volt Project : Analogital'은
그 내용에 있어 또 다른 의미와 가치가 될 수도 있다는 믿음을 가지고 우리나라 독자 모두에게
좋은 경험(Experience)이 되었으면 하는 바람으로 마무리했다. **kidp**



Dreamtime

The Dreamtime is a land where thought is a powerful force.

Like the land and animals, we are a totem of the great spirit's Dreaming.

To look into our eyes is to see into our spirit.

We lower our eyes as a sign of respect and to keep our spirit from being stolen.

Our dreaming speaks of our history and future,

we pass this through the ages, across the land.

We have a story to tell.

This story is important.

It won't change, it is law.

It is like this earth.

It won't move.

We are part of this country.

This ground owns us.

We can hear her telling us our story.

We understand who we are through the land.

We walk about this country in search of our Dreaming.

The land reminds us of the Dreaming,

of those things past and the things yet to come.

It's our mother, our teacher, ourselves.

Part of the earth painted with earth.

We move across the land and she moves through us.

We hear her story and sing her song.

We return to the Dreaming, where we came from.

The body to the land, the spirit to the place where time stands still.

The spirit is now every where, moving so fast that it is no longer seen.

- from the project "religion philosophy" -

제5회 전국 초·중·고등학생 산업디자인 전람회

주최기관

- 주최 : 한국산업디자인진흥원 KIDP, 조선일보사, 소년조선일보사
- 후원 : 산업자원부, 행정자치부, 교육부

출품작 접수

- 직접접수 : 98년 9월 2일^수 ~ 9월 4일^금 18:00까지[9월 5일] 한국산업디자인진흥원 KIDP 전시장 2, 3층
- 우편접수 : 작품과 신청서류가 9월 2일^수 18:00시까지 한국산업디자인진흥원 KIDP에 도착, 우송 중 훼손이나 파손이 되지 않도록 출품자는 주의
- ※ 신청서류의 모든 사항을 빠짐없이 기재, 접수시간 엄수

전시

- 기간 : 98년 9월 23일^수 ~ 10월 2일^금 10일간
- 관람시간 : 오전 9시 ~ 오후 6시
- 장소 : 한국산업디자인진흥원 KIDP 전시관 전관

출품자격

- 전국 초·중·고등학교 및 이에 준하는 제도적으로 인정하는 교육기관에 재학 중인 학생

출품부문

초등 및 중 고등

- 초등학생
 - 생활에 필요한 것 만들기 : 문구, 원구, 가구, 가전제품, 자동차, 비행기, 우주선, 컴퓨터, 공예품 등 현재와 미래의 생활에 필요한 것들을 쓸모 있고 아름답게 만들기
 - 포장에 필요한 것 만들기 : 포장지, 포장 용기 등 내용물을 포장하는 데 필요한 것들을 쓸모 있고 아름답게 만들기
 - 환경 꾸미기 : 우리 집, 방, 벽면, 공원, 학교, 교실, 마을, 무대, 전시장 등 생활 공간을 보다 편리하고 아름답게 꾸미기
 - 일리는 것 꾸미기 : 무늬, 마크, 문자, 책표지, 포스터, 초대장, 광고물 등 다른 사람에게 알리는 것을 목적에 맞도록 아름답게 꾸미기
- 중·고등학생
 - 제품 디자인
 - 소비자 제품 디자인 : 문구류, 조명기기, 원구, 가구, 가전제품 등
 - 공공용·사업용 제품 디자인 : 사무, 의료, 통신, 계측기기 등
 - 산업장비·운송설비 디자인 : 공작기계, 공업·농업·광업·수산기계류, 자동차, 기차, 선박, 항공기 등
 - 산업공예품 : 도자기, 텍스타일, 금속공예, 목공예 등의 생활 및 신변장식
 - 포장 디자인 : 포장용기, 포장지, 포장상자 등
 - 환경 디자인

환경계획물 : 공공시설 및 장소 등의 표시체계 및 공공장소에 설치된 벤치, 휴지통, 재떨이, 전화박스, 안내판 등의 스트리트 퍼니처 등

환경조형물 : 주변 환경구조물 및 슈퍼그래픽 등

시각 디자인

광고 디자인 : 신문, 잡지광고, 포스터 등의 인쇄매체

출판 디자인 : 레터링 등 문자를 주제로 한 디자인

일러스트레이션 : 인쇄매체를 통하여 어떤 목적이나 내용을 효과적으로 전달하기 위하여 표현한 일체의 그림

컴퓨터그래픽 : 컴퓨터를 응용, 제작된 작품

※ 출품작은 전부문 미래지향적인 디자인으로서 창의성, 실용성, 표현력에 중점

※ 국가상징(태극기, 무궁화, 애국가)을 소재로 한 디자인 작품의 출품을 장려

출품 절차

- 출품원서 배부
- 기간 : 98년 6월부터
- 장소 : 한국산업디자인진흥원 KIDP 정문 및 자료실
- 출품료 : 없음
- 출품수 : 1인 1작품, 1개교 50점까지 출품 가능
- ※ 출품은 소속 학교장 또는 제도적으로 인정하는 교육기관의 추천출품원서에 날인을 받아야 함. 날인되지 않은 원서는 접수할 수 없음.

출품규격 및 제작요령

- 평면 출품작
 - 초등학생 : 4점[기로54.5cm × 세로39.4cm]
 - 중·고등학생 : 2점[기로54.5cm × 세로78.8cm]의 패널을 제작하여 제출
 - 패널소재 : 품보드, 우드락, 포맥스 주의 : 나무패널 제작금지, 패널두께 5mm, 시리즈물일 경우 패널 2개까지 출품할 수 있으며 규격 준수
 - 입체출품작[상품, 모형]
 - 초등학생 : 가로, 세로, 높이 각각 120cm 이내
 - 중·고등학생 : 가로, 세로, 높이 각각 180cm 이내
- ※ 공동작은 접수할 수 없으며, 작품이 시리즈일 경우는 1개 작품으로 인정

심사

- 심사기구 : 디자인관련 교원 및 교육관계기관으로 구성
- 심사발표 : 한국산업디자인진흥원 KIDP 전시관 입구 및 KIDP 홈페이지 www.kidp.or.kr, 소년조선일보 ※ 기접수된 작품은 심사시 심사위원회의 판단에 따라 출품작의 성격 등을 고려하여 출품 부문을 조정 가능.
- ※ 출품물이 기준 작품을 모방하였거나 본인이 직접 제작하지 않은 경우 언제라도 수상이 취소되고 해당 학교와 관련 교육청에 통보되며, 향후 2년간 출품할 수 없음.

으뜸디자인학교 선정

- 선정기준 : 당해년도 특선이상 최다 수상학교를 선정하여 동수일 경우 입선수로 결정
- 선정수 : 초·중·고 각 1개교씩
- 시상내용 : '98 으뜸디자인학교 선정 상장 및 현판 수여
- 우대사항
 - KIDP 밤간 자료에 수록, 홍보
 - 조선일보 및 소년조선일보를 통한 학교 홍보
 - KIDP 홈페이지에 국내 디자인 명문으로 학교소개 및 홍보

시상

- 일시 : 98년 9월 23일 10:30
- 장소 : 한국산업디자인진흥원 KIDP 시상식장

문의

- 한국산업디자인진흥원 KIDP 전시사업팀
서울특별시 종로구 연건동 128-8 (우)110-460
Tel. 02 708 2067~74
Fax. 02 741 1653
KIDP 홈페이지 : www.kidp.or.kr
E-mail : sungmoo@kidp.or.kr

핀란드 예술디자인박물관 소장품전

'98 우수산업디자인^{GD} 상품전에는 수준 높은 디자인 제품을 함께 비교 관람할 수 있도록 핀란드의 아름다운 디자인을 함께 전시 한다. ●●●●● KIDP는 올해 GD 상품전 전시 기간에 맞추어 열흘간 핀란드 예술디자인박물관에 소장된 100점의 디자인 제품을 KIDP 전시장에서 일반에 공개키로 했다. ●●●●● 1936년 제작된 꽃병에서부터 노키아 휴대전화에 이르기까지 역사적인 디자인 제품을 비롯하여 현대의 보호장비, 전자제품, 스포츠용품, 의료용품 등 모두 100점이 소개되는 이번 전시는 KIDP와 핀란드 예술디자인박물관 Museum of Art and Design 주최, 산업자원부와 주한 핀란드대사관, 한국방송공사 후원으로 개최된다.

●●●●● 진보적인 핀란드의 디자인 역사를 감상하게 될 이번 핀란드전에서는 특히 전시 기법에서도 선진 수준을 자랑하기 때문에 이 분야에 관심이 있는 관람객에게 좋은 경험이 될 것으로 보인다. ●●●●● **이번 전시는 7월 3일^화 GD 상품전 개막식과 겹해서 KIDP 전시장에서 치러지며 입장료는 없다.** ●●●●● 한편 이번 행사를 공동 주최한 핀란드 예술디자인박물관은 1873년 헬싱키에 설립, 35,000여 점을 소장하고 있는 디자인 전문 박물관이며 특히 국제전시장으로도 유명하다.

문의 : 한국산업디자인진흥원^{KIDP} 전시사업팀 Tel. 02 708 2067~74

제1기 중등미술교사 실기위주 디자인 연수

교육부 지정 연수기관인 KIDP는 디자인에 재능이 있는 학생의 조기 발굴과 디자이너로서의 꿈을 심어주고, 일선 디자인 교육 현장에서 느끼는 애로사항을 줄여주기 위해 중·고등학교의 미술교사를 대상으로 실기위주의 디자인 연수를 실시한다. 전국의 중·고등학교 미술교사면 누구나 신청이 가능하고 교육 기간은 여름방학 동안인 **7월 27일^화부터 8월 8일^일까지 12일간**이며, 선착순 접수를 통해 40명의 교육대상을 선정한다. 교육은 디자인 개론에서부터 멀티미디어 분야에 이르기까지 디자인 전반에 관해 이루어지며, 교육수료 후 직접 지도가 가능하도록 실기 위주로 진행될 예정이다. 수강을 희망하는 교사는 해당지역 소재 교육청의 추천을 받아야 하며, 자세한 사항은 KIDP 교육연수팀으로 문의하면 된다.

문의 : 한국산업디자인진흥원^{KIDP} 교육연수팀 문성숙 대리

Tel. 02 708 2085

하계 대학생 광고디자인 워크숍

여름방학을 이용해 체계적인 광고 교육을 받을 수 있는 기회가 마련된다. 삼성전자, 제일기획, 엘지애드, 금강기획 등 우리 나라의 대표적인 광고대 행사가 참여하는 이번 워크숍은 **7월 14일^화부터 8월 1일^일까지 3주간**에 걸쳐 진행되며, 광고 디자이너 및 카피라이터, 마케팅 실무자로 구성된 강사진과 현장실습 위주의 교육진행으로 광고에 관심이 있는 학생들에게 좋은 경험을 쌓을 수 있는 기회를 제공하게 된다. 모집인원은 40명 내외이며, 교육 기간 중 광고대행사 견학, 실무프로젝트 진행, 진행 중인 프로세스 견학 등 특전이 주어진다. 이 밖에도 취업준비를 위해 교육 마지막 주에는 모의취업시험을 실시하며, 정상적인 교육 이수자에게는 수료증이 수여된다. 교육에 관한 자세한 내용은 KIDP 교육연수팀으로 문의하면 된다.

문의 : 한국산업디자인진흥원^{KIDP} 교육연수팀 박한출

Tel. 02 708 2084

'98 우수산업디자인^{GD} 상품전



'98 GD 상품전 부문별 출품 및 선정현황

부문	출품		선정	
	업체수	상품수	업체수	상품수
전기·전자	19	54	7	27
통신기기	17	45	13	24
생활용품	48	86	27	46
환경용품	3	3	1	1
산업기기	8	11	4	6
아동용품	2	2	1	1
의료기기	2	2	1	1
사무기기 및 문구	6	8	5	5
운송기기	5	8	4	5
주택설비	12	24	10	12
가구	10	28	8	14
레포츠	7	19	5	10
포장	24	53	14	27
기타	2	3	—	—
합계	165	346	100	179

올해의 우수디자인 상품을 선정하는 '98 우수산업디자인^{GD} 상품전
 이하 GD상품전 심사결과 100개 사 179점이 '98 GD 상품으로 선정되었으며, 그 중 41점이 수상작으로 결정되었다.

영예의 대통령상은 LG전자(주) 디자인종합연구소의 김진, 차강희, 김규진 씨가 공동 디자인한 '아하 프리 휴대용 소형 녹음재생기'에 주어졌으며, 국무총리상은 기아자동차(주) 곽강민 외 3명이 디자인한 '카니발'이 차지했다.

이번 GD전은 14개 부문에 모두 165개 사가 346점을 출품하여 지난해 218개 사 422점에 비해 약 82.0%의 수준에 머물러 전반적인 경기침체로 인한 신제품 개발에 대한 디자인 투자가 위축된 것으로 나타났다. 그러나 이러한 투자위축에도 불구하고 디자인 수준은 예년보다 높아진 것으로 평가되었다.

출품된 상품은 디자인 분야 및 소비자, 기타 관련 분야의 전문가로 구성된 선정심사위원회의 1차, 2차 심사를 거쳐 프리젠테이션을 통한 3차 심사에서 최종 수상 상품이 선정되었다.

GD마크를 획득한 업체는 산업기술개발자금을 우선 지원받을 수 있고, 중소기업청이 시행하는 유망선진기술기업 선정 시 평가점수에 반영된다. 또한 KIDP 정기간행물 및 국내외 언론매체를 통해 상품이 홍보될 예정이다.

산업자원부 주최, 한국산업디자인진흥원 주관으로 열리는 GD 상품전은 독창적이고 우수한 상품디자인의 개발 및 발굴을 촉진하여 국민경제 발전에 기여하고, 궁극적으로 국민생활의 질적 수준을 향상시키기 위해 지난 85년부터 개최, 올해로 14년째를 맞고 있다.

시행 첫해인 85년에는 총 출품작 284점 중 230점이 전자제품으로 마치 '전자제품 디자인전' 같은 느낌을 주었고, 그나마 대기업 중심으로 출품되어 우리 나라의 전반적인 디자인 수준을 평가하기에는 미흡한 점이 많았다.

그러나 90년대 중반부터 GD마크에 대한 인지도 상승 및 중소기업의 활발한 참여, 출품 분야의 다양화에 따라 GD 상품전은 우리 나라를 대표하는 디자인 상품전으로 자리잡게 되었다.

한편 이번 수상작을 비롯한 GD 선정 상품은 7월 3일^월부터 12일^월까지 10일간 KIDP 전시장 2, 3층에서 전시된다. **kidp**

대통령상

아하 프리 휴대용 소형녹음재생기

디자이너 | 김진, 차강희, 김규진

LG전자(주)

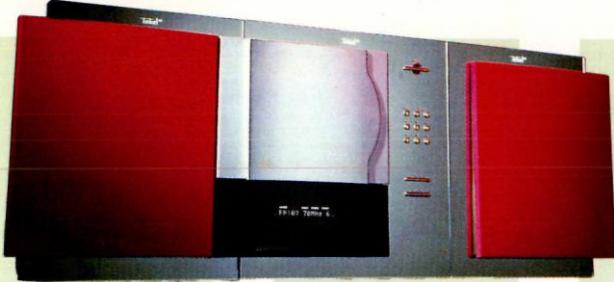


국무총리상

카니발 1-0962-001-000

디자이너 | 곽강민, 용성진, 변준형, 임정목

기아자동차(주)



산업자원부 장관상

인켈 스타일리쉬 오디오 WA-240

디자이너 | 이창술, 장학규

해태전자(주)

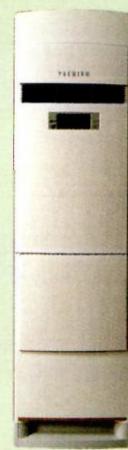


산업자원부 장관상

현대걸리버 HGP 1200

디자이너 | 이준욱

현대전자산업(주)



산업자원부 장관상

홈에어컨디셔너 LP-302 CDB

디자이너 | 성재석

LG전자(주)



산업자원부 장관상

승용차 마티즈

디자이너 | 김봉석

대우중공업(주) 국민차사업부



산업자원부 장관상

휴대용 디스켓고

디자이너 | 한국시스맥스 디자인과

(주)한국시스맥스



산업자원부 장관상

소호라이프스타일 프리스페이스

디자이너 | 조재경

(주)울타리



산업자원부 장관상

마젤란 400F B14AF

디자이너 | 김광국

한솔전자(주)



산업자원부 장관상

알파인클럽60 등산용배낭 팀버라인

디자이너 | 이재국

(주)우양코퍼레이션



특허청장상

초소형 퍼스널 복사기 마이카피
디자이너 | 박실희
(주)신도리코

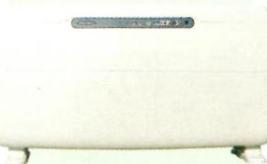
문화관광부 장관상

아비 병마개 SD-05
디자이너 | 새암디자인그룹
(주)새암디자인그룹



서울특별시장상

한샘 인텔리전트 키친 2000 엘로우
디자이너 | 조영철
(주)한샘



중소기업청장상

센츄리 공기청정기 AF-B20G1
디자이너 | 남수우
(주)센츄리



서울특별시장상

세레비오 엔시아 비타민 선
디자이너 | 박홍수, 이은태
코리아나화장품



중소기업청장상

빌딩자동제어시스템 DDC MEGA-3000
디자이너 | 정우성
(주)나라계전



중소기업청장상

마이폰 전화기 YT-8000
디자이너 | 주승
(주)와이티씨통신



특허청장상

메타맥 배선용 차단기 ABS시리즈
디자이너 | 이후영
LG산전(주)



전국경제인연합회 회장상

와이드 컬러 텔레비전 DVN-32F2
디자이너 | 이상운
(주)대우전자



중소기업청장상

벽붙이온냉수흔합꼭지 아쿠아 223
디자이너 | 정우형
대홍밸브공업(주)



한국무역협회 회장상

LG 전자동세탁기 WT-A100R

디자이너 | 김일환

LG전자(주)

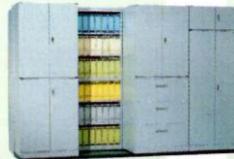


중소기업진흥공단 이사장상

미니공기청정기

디자이너 | 정우형

웅진코웨이(주)



중소기업협동조합중앙회 회장상

슬라이딩 캐비넷 트라이스타-SKS228B

디자이너 | 이홍직, 박희태

(주)심광시스템



대한상공회의소 회장상

가스오븐렌지 G-100C

디자이너 | 최재승

LG전자(주)

대한상공회의소 회장상

900MHz 무선전화기 파워 900 HT-961

디자이너 | 공주영

(주)한화/정보통신



한국무역협회 회장상

대우 노트북 컴퓨터 CN530

디자이너 | 한승현

대우통신(주)



중소기업협동조합중앙회 회장상

청호 나이스 냉정수기-II CH-650S

디자이너 | 우퍼디자인

(주)청호정밀



대한무역투자진흥공사 사장상

저가형 냉정수기

디자이너 | 정우형

웅진코웨이(주)

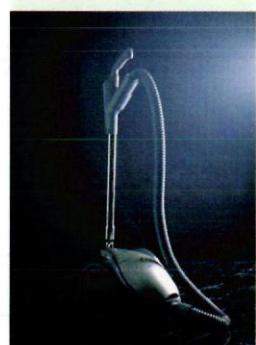


중소기업진흥공단 이사장상

자전거 타스만2

디자이너 | 최봉관

바이텍자전거(주)



대한무역투자진흥공사 사장상

진공청소기 잡잠 VC7550

디자이너 | 김형준

삼성전자(주)

농업협동조합중앙회 회장상

힘솟는 마가루, 미숫가루

디자이너 | 김재학

기린농업협동조합

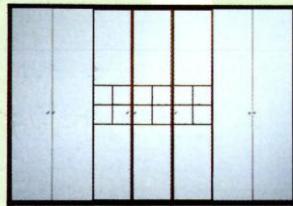


농업협동조합중앙회 회장상

연화산 감식초

디자이너 | 김기호, 정철원

동고성농업협동조합



한국산업디자인진흥원 원장상

리바트 장롱 HWA-7000

디자이너 | 강신우, 이기수

현대리바트(주)



한국산업디자인진흥원 원장상

위블 폰 유선전화기 SP-F126

디자이너 | 김성한

삼성전자(주)



한국산업디자인진흥원 원장상

스페셜 5000 애플

디자이너 | 전인우

(주)에넥스



한국산업디자인진흥원 원장상

자동차용 텔레비전 & 오디오 HAV-51

디자이너 | 김호준

현대전자산업(주)



한국산업디자인진흥원 원장상

레모니아

디자이너 | 장호영, 김종일

(주)LG생활건강



한국산업디자인진흥원 원장상

컬러 텔레비전 CN-29K1D

디자이너 | 전명섭, 조성구

LG전자(주)



한국산업디자인진흥원 원장상

LG 싸이언 LGP-5000F

디자이너 | LG정보통신(주) 디자인연구소 정보통신팀

LG정보통신(주)



한국산업디자인진흥원 원장상

마몽드 기초제품 회장품

디자이너 | 태평양 디자인연구센터

(주)태평양

(주)엠아이^{MI}디자인



유관형 KIDP 출판사업팀 대리

회사명 : (주)엠아이^{MI}디자인
대표자 : 문준기
주소 : 서울시 강남구 논현동 113-23
Tel : 02 543 9194
Fax : 02 544 8618
디자인분야 : 산업디자인 전반



지난해 천공제본기를 전문으로 생산하는 중소기업 SPC와 색다른 디자인 계약을 맺어 화제를 불러일으키고 있는 디자인 전문회사가 있다.

계약은 전혀 새로운 개념의 천공제본기를 디자인 해 주되 디자인 비용은 제품이 판매된 후 36개월간 매출액의 4%를 로열티 형태로 받겠다는 내용이었다.

현재 대부분의 디자인 전문회사가 프로젝트 당 디자인료를 받는 관행에 비추어 보면 이 계약은 매우 파격적이다. 단순히 디자인만 해 주고 끝나는 전문회사와 클라이언트의 관계가 아니라 업체와 공동으로 상품의 판매 성공까지 책임을 공유하여 클라이언트와 공생공사 하겠다는 뜻이 내포되어 있기 때문이다.

특히 자금사정이 어느 때보다 좋지 않은 중소기업으로서도 이 같은 방식으로 디자인 개발 계약을 하는 것은 매력적이다. 목돈을 들이지 않고도 디자인 개발을 할 수 있고, 상품이 판매되는 대로 디자인료를 내면 되기 때문에 부담이 없는 셈이다.

디자인업체는 디자인업체 대로 판매량에 따라 디자인료를 받게 되니 책임감을 갖고 작업을 해야만 한다. 이 과정에서 서로의 신뢰가 쌓이고 공고한 파트너십을 형성할 수 있다. 이 화제

의 주인공이 바로 엠아이^{MI}디자인.

철저하게 소비자 지향적인 사고에서 출발하여 제품을 개발하고 디자인을 만들어 가는 디자인 창조자로서의 선두주자 역할을 다하고 있다.

엠아이^{MI}디자인의 전문분야는 제품디자인, 디자인 컨설팅, 인테리어 디자인 등 산업디자인 전반.

이 회사의 문준기 사장은 지난 95년 1월, 자기만의 독창적인 디자인을 하고 싶어서 모전자회사 디자인종합연구소를 그만두고 5천만 원의 자본금으로 지금의 엠아이^{MI}디자인을 설립하였다.

디자인개발 분야에서 다양한 실력을 쌓은 전문 디자이너 5명과 인간공학, 라이프스타일 리서치, 다양한 분석기법 개발 등 컨설팅 전문가 3명으로 구성된 엠아이^{MI} 디자인은 남들이 부러워하는 팀워크를 바탕으로 96년 본격적인 사업을 시작하여 97년 5억 8천만 원의 매출액을 달성, 2년 연속 흑자를 내는 등 주위로부터 견실하다는 평가를 받고 있다.

원래 기계공학을 전공한 문사장은 우연한 기회에 디자인과 인연을 맺고 산업디자인에 뛰어들기 시작했다. 졸업논문도 '소비자 니즈 분석'으로 디자인 개발에서 가장 중요하게 여기는 부



본 이 때문에 지금도 소비자가 무엇을 원하는가, 어떤 디자인을 왜 원하는가에 대해서는 제일 관심하고 있다.

그 후 90년 이태리 밀라노에서 본격적인 디자인공부로 실력을 쌓게 되었다.

디자인은 외형만 예쁘게 만드는 것이 아니라 소비자의 요구를 포착해 새로운 컨셉을 상품에 담는 작업이라는 게 문사장 나름대로의 디자인 철학이다.

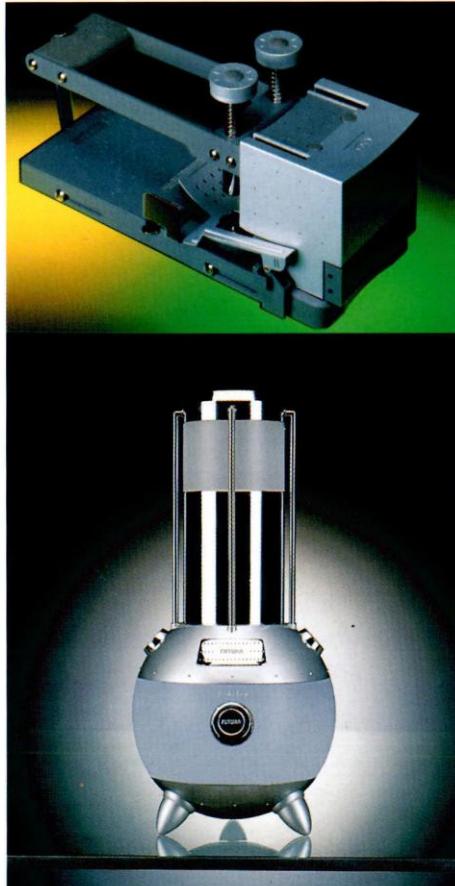
이 때문에 고객이 디자인 개발을 의뢰하면 디자인 뿐만 아니라 상품에 필요한 기능을 자신이 직접 제안해 새로운 제품을 탄생시키곤 한다.

최근 엠아이^{MI}디자인의 대표적 성공사례로 꼽을 수 있는 (주)SPC의 천공제본기도 이런 제품 중의 하나다.

서류에 구멍을 뚫고 동시에 제본도 할 수 있는 이 획기적인 제품은 지난해 열린 '97 국제문구전시회에서 대상을 받았으며, 이후 조달청 공식 납품 자격을 따낸 정도로 디자인과 품질을 인정받았다. 올해는 세계적 규모를 자랑하는 독일 하노버의 세빗^{CEBIT} 쇼에 출품되기도 했는데 현재 밀려드는 주문에 소화를 다하지 못할 정도이다. 그 이후 2호 제품의 개발이 완료되었고 미국시장을 위한 3호 제품을 개발 중이다.

이 밖에도 자금사정이 영세한 중소기업의 실정을 이해하고 돋기 위해 여러 가지 디자인 상품을 내놓았다. 금형비를 따로 들일 필요가 없는 '골프스윙 자세 교정기', 일반 음식점에서 사용하는 공기밥 보온기로 기존 제품의 단점을 보완하여 3단으로 제작, 칸칸보온이 가능하도록 만든 '보온고' 등이 성공사례로 꼽히고 있다.

그 외 '공기청정기'는 소비자들이 거실에 내놓고 보기 싫어 감추려 한다는 점에 착안해 너무 예뻐서 내놓고 자랑하고 싶어할 만큼 시각적 미관에 치중했으며, 일본 수출용 TV는 TV와 게임용 모니터를 겸하는 일본인들의 취향에 맞추어 사이버 오락용 기기처럼 디자인해서 호평을 받은 바 있다.



엠아이^{MI}디자인의 디자인 프로세스는 철저한 문제의식의 제기로부터 시작된다. 자료 조사, 현장 고객의 니즈 조사, 경쟁사 제품 분석 등을 기초로 도출된 문제점 간의 연관성 분석을 통한 주요 문제와 목표 도출, 조형 요소를 분석하고 실

험을 통해 사용상의 문제점 도출 등의 다각적 분석을 통한 컨셉 도출 과정을 거친다. 이를 통해 문제 해결 방안을 제시하고 최종적으로 디자인을 제안한다. 지금까지 LG전자, 대고전자, 성진전자 등의 디자인 전략 수립 등 다양한 전략 기획 프로젝트를 진행 하였으며, 연간 20여 건 이상의 제품 설계와 디자인 개발을 추진하고 있다.

디자인을 바라보는 외부의 시각만을 탓할 것이 아니라 디자이너 본인이 상품 속에 쏟아 부을 수 있는 풍부한 지식을 가져야 하며, 디자인의 부가가치를 높이는 것은 결국은 디자이너 자신이 다양한 경험과 지식이라는 문사장의 말처럼 엠아이^{MI}디자인의 디자인 제품에는 모두 일상 생활의 불편함을 조금이라도 줄이고 철저하게 사용자에게 다가가려는 디자이너로서의 사회적 역할과 책임의 노력이 배어있다.

세계 최고의 디자이너 그룹이 되겠다는 엠아이^{MI}디자인. 이 곳을 찾는 사람이라면 누구나, 한 국적 디자인으로 세계인의 사랑을 받을 수 있는 제품개발에 나서겠다는 이들의 야심만은 그 어느 디자인 회사보다 강하다는 것을 느낄 수 있을 것이다. kidp



21세기 환경변화에 따른 디자인의 과제

김난령 경원 차세대디자인정보센터 선임연구원

1965년 생. 경북대학교 문현정보학과를 졸업하고 출판계에서 번역가와 해외저작권 에이전트로 일함. 97년 영국 런던 인스티튜트의 LCPDT(London College of Printing and Distributive Trade)에서 인터랙티브 멀티미디어 석사 학위를 받음. 관심분야는 멀티미디어 상에서의 인터랙티브 커뮤니케이션 양상과 이에 관한 디자인 인터페이스 연구, 그리고 비선형 Non-Linear 나레이티브에 관한 연구.

‘21 세기 환경변화에 따른 디자인의 과제’라는 주제로 지난 5월28일 오후 1시30분 예술의 전당 4층 컨퍼런스홀에서 국제학술심포지엄이 개최되었다. 경원 차세대디자인정보센터 개관 기념행사의 하나로 기획된 이 심포지엄에는 로빈 베이커 영국 라벤즈번 디자인커뮤니케이션대학 학장, 밍 룽 국제산업디자인대학원 학과장 교수, 김찬호 경원 차세대디자인정보센터 주임교수 등 세 명이 주제 강연자로 참석하고 패널들과의 토론, 질의응답 순으로 진행되었다.

성동선 경원 차세대디자인정보센터 본부장의 개회사와 권명광 한국디자인법인단체총연합회 회장의 축사로 시작된 이날 심포지엄에서는 5시간이 넘도록 열띤 토론이 이루어졌다.

토론회에서는 윤호미 월간 feel 편집장의 사회로 김명석 한국과학기술원 교수, 박현제 (주) 두루넷 전무이사, 성완경 인하대 교수 미술평론가, 정진홍 한국예술종합학교 영상원 교수 등이 발제자들과 함께 토론을 벌였다.

이 심포지엄은 ‘디자인을 미래사회의 생활패턴, 행동양식, 사회구조를 구성하고 그것을 조형적으로 실현하는 학제간 통합연구의 문화공학에 둔다’는 경원 차세대디자인정보센터의 지향점과 그 방법론을 타진하는 관점에서 세 가지 발제 주제를 선정하였다.

기조 발제는 ‘멀티미디어 환경과 디자인 패

러다임의 전환’이라는 주제로 로빈 베이커 교수 가 강의를 맡았고, 제2 발제는 ‘디자인 교육과 산학협동’이라는 주제로 밍 룽 교수가, 마지막 발제는 ‘지역사회 활성화와 디자인 전략의 방향’이라는 주제로 김찬호 교수가 맡았다.

기조 발제에서 베이커 교수는 오늘날 디지털 시대의 성격을 다양화, 탈 중앙화 등으로 규정하고 이러한 환경적 변화가 디자인의 형태와 프로세스에 커다란 변혁을 몰고 왔다고 주장했다. 형태적 측면에서는 디자이너들이 감동적인 커뮤니케이션을 조작하기 위한 도구로 사운드, 모션, 인터랙티비티라는 세 가지 차원을 고려하여야 하며, 따라서 디자이너들은 이러한 새로운 형태와 그에 대한 이론, 그리고 이러한 형태를 적절히 응용할 수 있게 안내해 주는 방법을 개발해야 하는 도전에 직면해 있다고 강조했다. 그는 디자인 프로세스의 변혁에 관해서는 이러한 거대한 변혁의 물결을 가져다 준 것이 바로 ‘인터랙티비티’라고 규정하면서, 이 개념을 통해 그 동안 우리가 경험했던 2차원이나 3차원 공간과는 완전히 다른 차원의 훨씬 더 복잡한 개념적 공간을 창조하게 되었다고 주장했다. 베이커 교수는 맷음말을 통해 이러한 변혁에 대한 준비로 디자이너들은 매우 폭넓은 영역의 이론과 방법론, 그리고 기술들을 터득해야 하며, 특히 인간의 인지과정을 이해하는데 있어서 새롭게 재편된 커리큘럼과 통합된 이론교육을 받아야 한다고 역설했다.



이 심포지엄은 '디자인을 미래사회의 생활패턴, 행동양식, 사회구조를 구성하고 그것을 조형적으로 실현하는 학제간 통합연구의 문화공학에 둑다'는 경원

차세대디자인정보센터의 지향점과 그 방법론을 타진하는 관점에서 세 가지 발제 주제를 선정하였다.

기조 발제는 '멀티미디어 환경과 디자인 패러다임의 전환'이라는 주제로 로빈 베이커 교수가 강의를 맡았고, 제2 발제는 '디자인 교육과 산학협동'이라는 주제로 밍 릉 교수, 마지막 발제는 '지역사회 활성화와 디자인 전략의 방향'이라는 주제로 김찬호 교수가 맡았다.

두번째 발제자로 나선 밍 릉 교수는 자신이 교수로서, 또 디자이너로서 한국에서 보낸 몇 년간의 경험을 토대로 간추려 정리한 한국 디자인계의 현실과 디자인 교육의 문제점 등을 회두로 강의를 진행했다. 디자인 작업과 교육이 직면하고 있는 중요한 문제점들을 지적하면서 이 문제점들을 타개하기 위해 요구되는 변화의 양상과 새롭게 요구되는 자격들, 새로운 교육개념, 디자이너들의 새로운 태도, 새로운 세계관 등에 대해 통찰력 있는 제안과 주장을 펼쳤다. 또한 미래의 디자이너들은 혼자서 일하는 것이 아니라 정부, 미디어, 대학, 대기업, 해외시장 등등 광범위한 물적·인적 환경 및 단체들과 적극적인 교류를 맺어야 하며, 이를 통해 향상된 디자인 수준은 대중의 문화적 인식력을 더욱 고양시키며 소비자들의 디자인을 좀 더 이해하게 되는 사회 분위기를 조성하는 방식으로 피드백이 될 것이라고 주장했다.

마지막으로 발제한 김찬호 교수는 대상을 개별적으로 포착하던 방식에서 대상들 사이의 관계와 그것을 둘러싼 컨텍스트를 함께 생각하고 디자인하는 방식으로 확대되고 있는 새로운 디자인 패러다임의 전략적 축에, 지방화라는 현 사회 변화와 양상을 맞물리게 하여 '커뮤니티 디자인'이라고 명명한 새로운 과제를 21세기를 준비하는 디자이너들에게 제시했다. 그 과제는 사물과 사물의 관계, 사물과 생활과의 관계, 그리고 사람과 사람과의 관계를 유기적이고 조화

롭게 엮어내는 것이며, 이를 통해 경제의 성장과 생활공간의 쾌적함을 양립시키는 지역을 건설하고, 시민들이 자유로운 교류에 의해 공공문화를 배양하고자 하는 것이다. 마지막으로 김교수는 커뮤니티 디자인의 소임은 바로 지역적 특수성과 세계적 보편성을 함께 담보하면서 경제와 생활을 윤택하게 가꾸는 지역문화를 건설하는데 있다고 역설했다.

한편 이 심포지엄을 주관한 경원 차세대디자인 정보센터는 국책지원 지방대학 특성화 사업으로서 선진국형 산업구조 개편 및 조정에 관한 정부의 정책, 지역사회 개발과 중소기업 경쟁사업 육성방안, 그리고 대학교육의 개방적 국제 경쟁력 강화전략에 대응하기 위한 경원대학교 디자인계열 교육의 미래형 발전 모델이다. 본 센터는 세계지방화 Glocalization 개념을 지향점으로 삼고 토털아이덴티티 디자인을 목표로 한 3개의 기능복합체 디자인 마스터 아카데미, 디자인 정보 도서관, 디자인 종합연구소로 이루어져 있다. **kidp**



복합적이고 다양하게 진전될 21세기 디자인

5 월 28일 경원 차세대디자인정보센터 가 예술의 전당 컨퍼런스홀에서 개최 한 '21세기 환경변화에 따른 디자인의 과제'에는 로빈 베이커 Robin Baker 교수, 밍릉 Ming Leung 교수, 그리고 김찬호 교수 세 사람이 발제자로 나왔는데, 세 분의 견해에 공감하는 바가 컸다. 우리가 20세기 말이라는 시점에서 21세기를 전망하기 위해서는 과거 우리 인류 역사상 큰 변혁을 가져온 역사적 사실을 되돌아 볼 필요가 있다고 본다.

16세기 중엽 이탈리아의 피렌체를 중심으로 시작된 문예부흥운동 Renaissance는 인본주의를 제창하여 인간성 회복에 크게 기여하였다. 또 과거 3 천년 동안이나 지속되어온 '농경사회'는 17세기 후반에 시작된 산업혁명에 의해 '현대 산업사회'의 기초가 되었고, 1970년 경부터 본격화된 정보화의 물결은 불과 30년 만에 지구촌을 정보화 사회로 이루어 놓았다. 이러한 고도 정보화 사회에서는 창의적으로 인간의 환경을 창출해 가는 디자인의 역할이 매우 크게 자리매김 될 것이며 이에 따라 21세기 디자인의 과제는 매우 복합적이고 다양하게 진전될 것으로 생각된다.

로빈 베이커 교수는 지적한 것처럼 컴퓨터가 가지고 있는 두 가지의 상반된 개념, 즉 '인간성을

말살하는 위험체'로서의 모습과 '인간을 고역스런 노동에서 해방시켜주는 구세주'로서 양면성을 갖는다는 주장에는 나 역시 동감한다. 이 같은 사실은 이미 20세기 초에 상영되었던 찰리 채플린의 영화 '모던 타임즈'에서도 시사한 바와 같이 기계와 인간 사이의 갈등은 이미 오래 전부터 시작되었다고 보기 때문이다.

그러나 멀티미디어 시대를 맞이하는 우리에게는 더욱 복잡하고 다양한 변화가 기다리고 있을 것이다. 모든 매체가 디지털화 되고, 쌍방향 정보통신이 화상으로 전해지는 멀티미디어 시대에서의 디자이너에게는 무엇보다도 사고의 전환이 절실히 필요한 때이기도 하다. 즉 지식 기반이 확립된 유연한 사고 Flexible Thinking의 소유자야말로 21세기 디자이너가 갖추어야 할 필수조건이 아닐까 생각한다.

밍릉 교수의 발제는 우리 나라의 대학교육, 기업, 정부, 그리고 디자인을 전공하는 학생들에게 매우 귀중한 조언이라고 생각된다. 특히 3년 간의 한국 체류를 통해 우리 나라 사정을 통찰한 시각은 우리가 스스로 깨닫지 못한 부분을 세밀하게 알려준 것 같다. 밍릉 교수의 지적처럼 현대는 산업의 세분화에 의해 직업이 세분화되면서 다양한 일자리가 파생되고 이에 따라 디자이너

의 할 일도 매우 다양해진다고 본다. 따라서 21세기를 살아가야 할 디자이너는 다음과 같은 조건을 갖추어야 할 것으로 생각된다.

첫째, 시대의 구조를 읽을 수 있는 능력

둘째, 앞을 내다볼 수 있는 선견력

셋째, 정보를 쥐고, 가공하여 활용할 수 있는

정보의 미술사

넷째, 지식기반을 확충한 유연한 사고력

다섯째, 창의적인 개성의 창출능력

심포지엄을 주관한 경원대학교 차세대디자인 정보센터 Design Center for the Future의 설립 취지는 디자인의 지향점을 미래의 생활 패턴이나 행동 양식, 또 사회 구조를 구상하고 이를 조형적으로 실현하는 문화공간에 두고 있다고 하는데, 이는 바로 학문의 경계를 트고 학제적인 연계 하에 발전하려는 '미래의 디자인학'의 모습이라고 생각된다.

이와 같이 여러 학문 분야가 서로의 경계를 트고 학제적인 체계를 갖추어 가는 것은 21세기를 맞이하기 위한 준비과정으로 해석되며, 이는 커다란 시너지 효과를 창출한 것으로 기대되는 만큼 디자인 분야에서도 적극적인 수용 태세를 갖추어야 할 것이다. kidp



김명석 한국과학기술원 교수, 한국디자인학회 회장

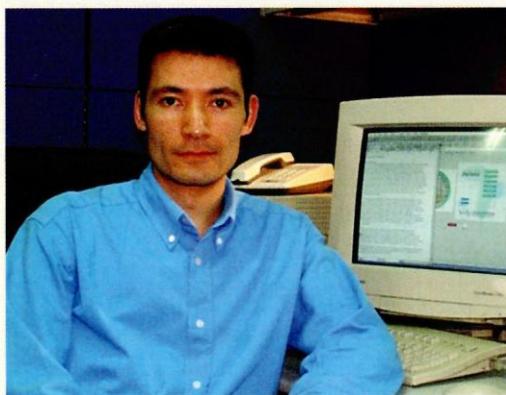
1949년 생. 홍익대 및 같은 학교 대학원에서 응용미술과 환경디자인 전공. 일본 오사카 대학에서 환경디자인 박사학위를 받음. 현재 한국과학기술원 산업디자인학과 교수이며, 한국디자인학회 회장, 한국기구학회 회장 및 '어울림 디자인철학' 정립 실무위원장, 한국디자인센터 설립추진위원, 김성디자인, 생활문화디자인 등의 연구에 관심을 갖고 있음.

경험에 의한 디자인, 디자인에 의한 경험

Design by Experience, for Experience by Design

스티브 월란

국제산업디자인대학원 IDAS 인터랙션디자인 교수



1964년 영국 출생. 86년 Manchester Polytechnic에서 3D 디자인분야 학사, 88년 Royal College of Art에서 컴퓨터 관련 산업디자인 분야의 디자인 석사. Alias Research Inc.에서 사용자 인터랙션에 대한 자문을 비롯하여 Crosfield Electronics Ltd.에서 디자인 시스템 내의 고급 휴먼인터페이스 프로젝트에 대한 자문 등을 진행. 특히 School of Design for Industry, RCA에서 컴퓨터 강의 및 시설관리자로 활동. 전기 및 테크놀러지 관련 분야에 대한 인간주의적 디자인을 주로 강조.

한국에 있는 외국인으로서 필자는 늘 매우 다른 문화와 상호작용 인터랙션을 해야 하는 중대한 문제에 직면해 왔다. 인터랙션을 디자인한다는 것이 이곳에서는 낯선 개념임에 틀림이 없다. 그럼에도 불구하고 마이크로 프로세서가 발명되기 수 백년 이전에 존재했던 종교의식, 춤, 연극 등 고대의 표현 방식에서 다양한 문화적 통찰력을 찾아 볼 수 있다. 무당의굿이나 주술의식, 전통혼례예식 등이 그러한 예라 할 수 있다. 이러한 사실에서 알 수 있는 것은 인터랙션이란 명백히 인간에 관한 것으로 인터랙션을 통해서 다른 인간들과 관계를 짓게 된다는 것이다.

이러한 시각이 갖는 중요성은 기계 기술의 혼미 속에 내동댕이 쳐진 우리에게 미래디자인에 대해 시사하는 바가 명백하다는 것이다. 기술은 인간을 위해 사

Prof. Steve Willan. *Design for Interaction, IDAS*

As a foreigner to this country, I have myself had to contend with major issues of 'interacting' with a very different culture. Early on, it became apparent to me that designing interaction is not a modern concept here. Diverse cultural insights can be found in the ancient expressive mediums of religious ceremony, dance and play which existed centuries before the invention of the microprocessor. Such examples can be found in Shamanistic dance and spiritual healing rituals, and traditional wedding ceremonies. By way of this, we can see that interaction is implicitly about people, it is through it that we relate to others.

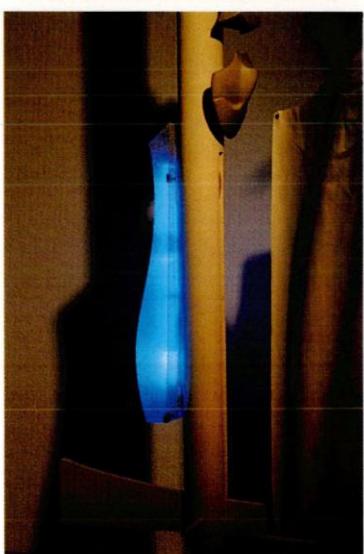
The significance of this perspective is that it clarifies the future basis for design amongst the confusion's of machine technology we now find littered amongst ourselves. The technology has to work for people, so we should start designing from 'people' requirements. Designers need to get back to fundamentals, and avoid the mistake of functional complexity for its own sake together with stylistic re-interpretations. At the same time, they need to move closer to the cultural implications of their skills and responsibilities. Industrial design in particular has to embrace the realm of communication media. Products and services will converge to bring new business opportunities, and as a result people will expect objects to 'speak' more clearly about their purpose, as they will become part of the total service. Mobile communications are clearly showing signs of this need already through their ubiquitous black plas-

용되어야 한다. 따라서 우리는 '인간'의 요구사항으로부터 출발하여 디자인을 해야 한다. 디자이너는 근본적인 문제로 되돌아갈 필요가 있으며 스타일을 이용하여 재해석을 내리거나 복합기능만을 목적으로 하여 기능을 디자인하는 실수를 피해야 한다. 동시에 디자이너가 갖는 기술과 책임이라는 문화적 의미에 더 근접해 가야 할 필요가 있다. 특히 산업디자인은 커뮤니케이션 미디어 영역을 포용해야만 한다. 제품과 서비스는 새로운 사업의 기회를 창출하고 결과적으로 인간은 그 목적을 보다 더 명료하게 말하는 물체를 기대하게 된다. 왜냐하면 그러한 것들이 토클 서비스의 한 부분이 될 것이기 때문이다. 검정색 플라스틱의 형태로 최소형을 추구하는 어디서나 볼 수 있는 휴대통신제품에서 이러한 사인을 발견할 수 있다. 따라서 산업디자이너는 자신의 디자인을 통하여 의미뿐만 아니라 표현을 할 수 있는 커뮤니케이션 방식을 고려해야 한다. 이제는 기술을 플라스틱으로 감싸는 것만으로는 충분하지 않다.

필자가 받는 개인적인 문화 충격은 낯선 것을 대할 때 정점에 달한다는 매우 기초적인 사실에 있었다. 우리는 모두 일상 습관에서 한번 '쿠션' 장치를 하고 나면 자명한 것조차 간과해 버리는 경향을 가지고 있다. 인터랙션을 디자인할 때 우리는 어떤 것도 당연하다고 가정해서는 안되며 발전을 시키기 위해서는 적어도 성공을 하든지 실패를 하든지 결과를 통하여 지식을 도출할 때까지 모든 것을 시도해 보려고 하는 자세를 가지고 있어야 한다.

IDAS의 인터랙션 디자인

사실 인터랙션 디자인 과목을 수강하고 있는 필자의 학생들은 이러한 문제에 직면하고 있다. 이 과정에서 필자는 급속도로 침범하여 제품을 점거하고 있는 기술이 우리에게 부과한 새로운 인터랙티브 미디어에 대한 이해를 인식시키기 위해 노력하고 있다. "인터랙션이 무엇이지요?"라는 질문을 종종 받지만 이에 대하여 모든 것을 간단 명료하게 설명하기란 쉽지 않다. 필자가 할 수 있는 최선의 대답은 질문자가 탐구하여 스스로 답을 찾을 수 있는 방법을 알려주는 것이다. 프로젝트는 학생들이 지식을 다듬을 수 있는 틀을 형성하고 실험을 할 수 있도록 짜여져 있다. 적용할 수 있는 과제가 학생들에게 주어지고 세심한 개별지도를 통하여 학습이 자연스럽게 일어나도록 한다. 이것이 바로 필자의 학문적 이론의 토대를 형성하는 방



Rebirth of Shamanism : 권장윤



tic forms and quest for miniturisation. Industrial designers must therefore consider the content and communication of expression through their designs. It is no longer sufficient to cloak technology in plastic.

My own personal 'cultural shock' has highlighted some very basic facts regarding all unfamiliarities ; we all have a tendency to overlook the obvious once we become 'cushioned' in our routine everyday habits. When designing interaction, we can never assume anything, and in order to progress, we have to be willing to try most things at least once in order to gain knowledge through the results, whether successful or otherwise.

Design for Interaction at IDAS

These are similar problems to the ones facing my students every day on the Design for Interaction course. On this course we are trying to make sense of the new interactive media that is imposing itself on us through the rapid invasion of technology based products. I am often asked, "What is interaction?", and it is difficult to provide a concise, simple answer that explains every aspect of it. The best answer I can provide is to give them a method by which they can investigate and answer their questions by themselves. The projects form the mould to shape the knowledge and encourage experimentation. Provided the student applies the work, then through careful tutoring, the learning will take place naturally. This forms the basis of my academic theory, and incidentally is closely linked to my personal philosophy of design approach.

The Design for Interaction curriculum guides students through a serialised program of short projects within the component skill areas. It is not a multimedia course, although we work with multiple media simultaneously. Students are introduced to the key skill areas, including cognition, language, graphical layout, performance, sound, form and narrative. The teaching is intensive, has a strong managerial business component and above all provides the basis for a critical

식이며 부수적으로는 필자의 개인적인 디자인 철학 까지 연결된다.

인터랙션 교과는 일련의 단기 프로젝트를 진행함으로써 해당 영역에서 필요로하는 기술을 학생들에게 지도한다. 멀티미디어를 동시적으로 사용하고 있기는 하지만 멀티미디어 과정은 아니다. 학생들은 인지, 언어, 그래픽 레이아웃, 퍼포먼스, 음향, 형태, 나레이티브 등 주요 기술을 배우도록 되어 있다. 집중적인 학습을 통하여 사업상의 매니지먼트 요소를 강조하고 그룹성원간의 비판적인 평가를 하도록 훈련하고 있다. 이것은 매우 중요한 점이라 할 수 있는데, 왜냐하면 유럽과 한국디자인 학교의 교육 방식의 차이가 바로 여기에 있기 때문이다.

디자이너에게 비평은 기본적인 것이다. 디자인은 기질을 의심해야 한다. 비판적인 이성없이 디자인을 진보시킬 수는 없다. 한국 유교 가치체계의 전통에서는 이러한 필수조건들이 자리잡기가 힘든 것 같다. 그러나 문화와 기술이 서로 교차하는 현기류에서는 문화적 가치와 이슈가 중요한 문제가 되고 있다. 이러한 의심과 적응성을 학생들에게 심어주어 그들이 이 과정을 마친 후에도 계속해서 자신들을 개발시켜 나가도록 도와주고 싶은 것이 필자의 바람이다.

많은 IDAS 학생들은 뛰어난 한국의 문화에 근거하여 새로운 기술을 적용한 인터랙티브 디자인을 하고 있다. 한 학생은 한국의 전통풍속화를 컴퓨터 운영시스템의 통제 미디어로 사용하였다. 또 다른 학생은 한국의 부채에서 모티브를 따서 개인용 휴대 디지털 제품^{PDA}에 적용하였다. 놀랍게도 무속신앙 커뮤니케이션 터미널을 위한 공간 및 형태에 관한 신중한 연구도 있었다.

이러한 프로젝트에는 전체적인 인터랙션을 고려함으로써 제품을 사용할 때 전체적인 경험을 할 수 있도록 디자인하는 학생들의 이해가 반영되어 있다. 이것은 물리적인 기계 인터페이스 디자인에서 한발짝 더 나아가 제품을 사용하는 사람들과 함께 전체적인 경험을 할 수 있는 방식을 탐험하는 것을 가능하게 해 준다.

이 과정을 수강함으로써 학생들은 인터랙션이 무엇인가라는 질문에 대한 답을 점차적으로 깨달아 나갈 것이다. 인터랙션은 단 한 가지의 디자인 이슈가 아니라 디자인에 연관된 모든 것에 관한 것으로 디자인 방법에 있어서의 재평가라고 할 수 있다. 더 높은 차원의 디자인 감각을 추구하기 위해서는 인터랙션 디자인의 의미와 무언의 목적이 완전히 이해되는 경험에 적용되어야 할 것이다. kidp

approach to group member evaluation.

This is an important point, as it seems to highlight an important difference in the methods of design education between European and Korean design schools. Criticism amongst designers is fundamental to design, and design therefore requires a questioning temperament. One cannot advance design if critical reasoning is not developed. This is a requirement that does not easily sit with the traditional Korean values of Confusionistic respect. But it seems that in the climate of cultural and technological interchange that is upon us, adaptability to cultural values and issues is an important skill. Above all, it is this questioning and adaptability that I wish to encourage in my students, so that they can continue to help themselves develop long after they complete their studies on the course.

As an encouraging sign, many of our students at IDAS have chosen to apply their new skills in the design of interactivity by way of a strong Korean cultural reference. We have seen students use traditional Korean painting as the medium for computer operating systems control by way of task agents. We have also seen gestural interaction taken from the Fan Dances applied to mobile personal digital assistant^{PDA} products. And to my delight, sensitive studies in form and space for a Shamenistic communication terminal.

What these projects show are an understanding of the students to address the design of a total experience when using products, by considering the entire interaction. This is much wider than the physical machine interface extends, and we are exploring the entire manner the object partakes with the people who use it.

Hopefully, by following the course, the answer to my students' questions are gradually revealed. Interaction is not a single design issue, but is a reappraisal in the methods for the design of all connected things. It is only through application experience that the tacit purpose and meaning of interaction design can be fully understood, in order to progress to higher levels of design sensitivity. kidp

Human-Computer O.S. interface design in the multimedia : 최광춘



한국 디자인 한국 디자인

동구권 디자인 - 슬로바키아의 디자인과 문화
디자인 관련 해외 정기간행물 독차

슬로바키아의 디자인과 문화

Zdeon Kolesar / Academy of Fine Arts and Design in Bratislava

토인 Velke Uherce에 위치한다는 사실은 상기해 볼 만하다.

수공예품에 기초한 가내 수공업이 주를 이루는 산업 형태는 전반적으로 낮은 산업화 수준에 비해 농업이 보다 발달한 국가의 산업 구조를 반영해 주고 있다. 이러한 가내 수공업은 다른 유럽 국가들에서보다 슬로바키아에서 오랫동안 지속되면서 확고한 위치를 차지하고 있었다. 세계 경제의 관점에서 바라보자면 확실히 부정적이었던 이러한 현상은 후에 산업 생산 과정의 보조적인 제조업 분야에서 사용될 수 작업 기술을 유지했다는 차원에서 긍정적인 면 또한 지니고 있었다. 이와 같은 상황은 스칸디나비아 반도의 국가들과 비교될 수도 있다. 그러나 그들은 유사한 출발점에서도 더 많은 이점을 지니고 있었다.

제1차 세계대전 후, 두 민족으로 구성된 하나의 새로운 민주국가인 최초의 체코슬로바키아 공화국의 건국¹⁹¹⁸은 공업 발전에 중요한 축진제가 되어 체코슬로바키아는 세계 제10대 산업국 가로 도약했다. 그러나 산업 생산은 주요 유럽 기계회사에 포함되는 Koda사와 Tatra사, 세계적인 대 신발 산업사인 Bata사 등 주로 체코의 영토에 집중되어 있던 실정이었다. 비록 느린 속도지만 금속류 제작회사인 Sandrik사와 몇몇 유리 제품 제조회사들의 생산품들이 유럽의 평균 디자인 수준을 능가했으며 해외로 수출되는 등 슬로바키아에서도 산업화가 추진되고 있었다.

장인들의 경험과 기술을 제조산업에 통합하려는 노력은 요셉 비드리^{Jozef Vydra}에 의해 1920년 설립되어 1924년까지 지속된 산업 예술 협회^{Society of Industrial Arts}에 반영되어 있다. 게다가 비드리^{Vydra}는 당대의 가장 진보된 산업디자인 교육기관들과 어깨를 나란히 하는 산업 예술학교^{School of Industrial Arts, 1928~1938}를 설립했다. 산업 예술학교는 독일의 바우하우스 운동 경험을 직접적인 접촉을 통해 활용한 것으로, 브라티슬라바^{Bratislava}에 위치한 이 학교에는 바우하우스 운동의 중심 인물인 라울로 모흘리나기^{Laszlo Moholy-Nagy}와 전 디렉터인 한스 마이어^{Hans Mayer} 그 외의 인물들이 이끄는 여러 강의들이 마련되어 있었다. 산업 예술학교는 디자인 교육에서 합리주의를 강조했고, 지금까지 실용주의적·창조적 접근을 원칙으로 공업기술과 산업 재료에 대한 지식을 함께 교육시켰다.

그러나 제2차 세계대전 후 체코슬로바키아



Standard Telephones, 1995 | Design : Michal Stasko

슬로바키아가 위치한 중앙 유럽 지역은 오랜 세월 동안 다양한 민족 국가들이 발생하고 소멸해 수많은 언어와 문화가 혼재하며, 여러 혁명으로 국경선이 수 차례 바뀐 곳이다. 오늘날의 슬로바키아 산업디자인의 상황을 이해하기 위해서는 역사적 배경과 함께 현재 이 국가에서 디자인이 차지하는 위치의 특징과 관계된 세부 요인들에 대한 지식이 요구된다.

지금 현재 슬로바키아 영토에서의 산업화의

시작은, Austro-Hungarian 왕조와 관계를 맺고 있으며, 1918년까지 그 왕조의 일원이었다. 더욱 더 산업화된 다른 선진 유럽국가들 영국, 프랑스, 독일의 발전에 비해, 이 다민족 군주국의 산업화는 매우 뒤쳐져 있었다. 슬로바키아는 19세기 전반까지 산업이 낙후된 지역으로 남아 있었다. 단지 일부 유리 제품과 철강 제조업만이 경쟁력이 있었을 뿐이다. 그러나 Thonet 공장들이 회사는 세계적 규모의 급은 목재 가구 제조회사였으며, 이 회사의 설립자인 Michael Thonet은 여러 면에서 산업디자인의 개척자로 인정될 수 있다.

중의 하나가 슬로바키아의 영

는 소비에트 연방의 일부가 되었고, 체코슬로바키아 경제는 소비에트 연방의 전략적 요구에 발맞추면서 산업 생산구조뿐만 아니라 디자인 부문에까지도 부정적인 영향을 미치게 되었다. 비록 슬로바키아에서도 대규모 산업화가 추진되었지만 상품의 생산은 주로 양적인 것에 비중을 두고 있었고, 부적절하게 중공업 분야의 산업화에 초점이 맞춰졌다. 그리고 무엇보다도 산업디자인 발달의 추진력이라 할 수 있는 시장 메커니즘이 존재하지 않았던 것이다. 특히 경쟁 환경이 전무했다. 체코슬로바키아의 경제 상황은 독점 생산자에 의해 결정되었고, 대부분의 수출액은 어떤 경쟁 상대도 없이 소비에트 연방 내로 흘러들어 갔으며 생산 혁신을 위한 경제적 압력 또한 없었다. 점차 기술은 퇴보했고 그로 인해 디자인 프로젝트에 대한 관심은 실행될 여지가 없었다.

이들은 2년 내지 3년을 주기로 국가에서 주최한 디자인 전시회를 개최하는 것이 고작이었다. 비록 전시회에서는 디자인이 상당한 반향을 일으켰음에도 불구하고, 매년 대회에서 수상한 디자인이 상품화되지 않은 사실은 실제적으로 디자인이 생산과의 관계에서 문제점을 드러내고 있음을 보여준다. 이처럼 디자인은 공식적으로 정부 이데올로기

고품질의 디자인은 인민들의 요구들을 포괄적으로 접하는 데에 기여하며, 그것은 사회주의 사회의 근본 목표로 표명되었다

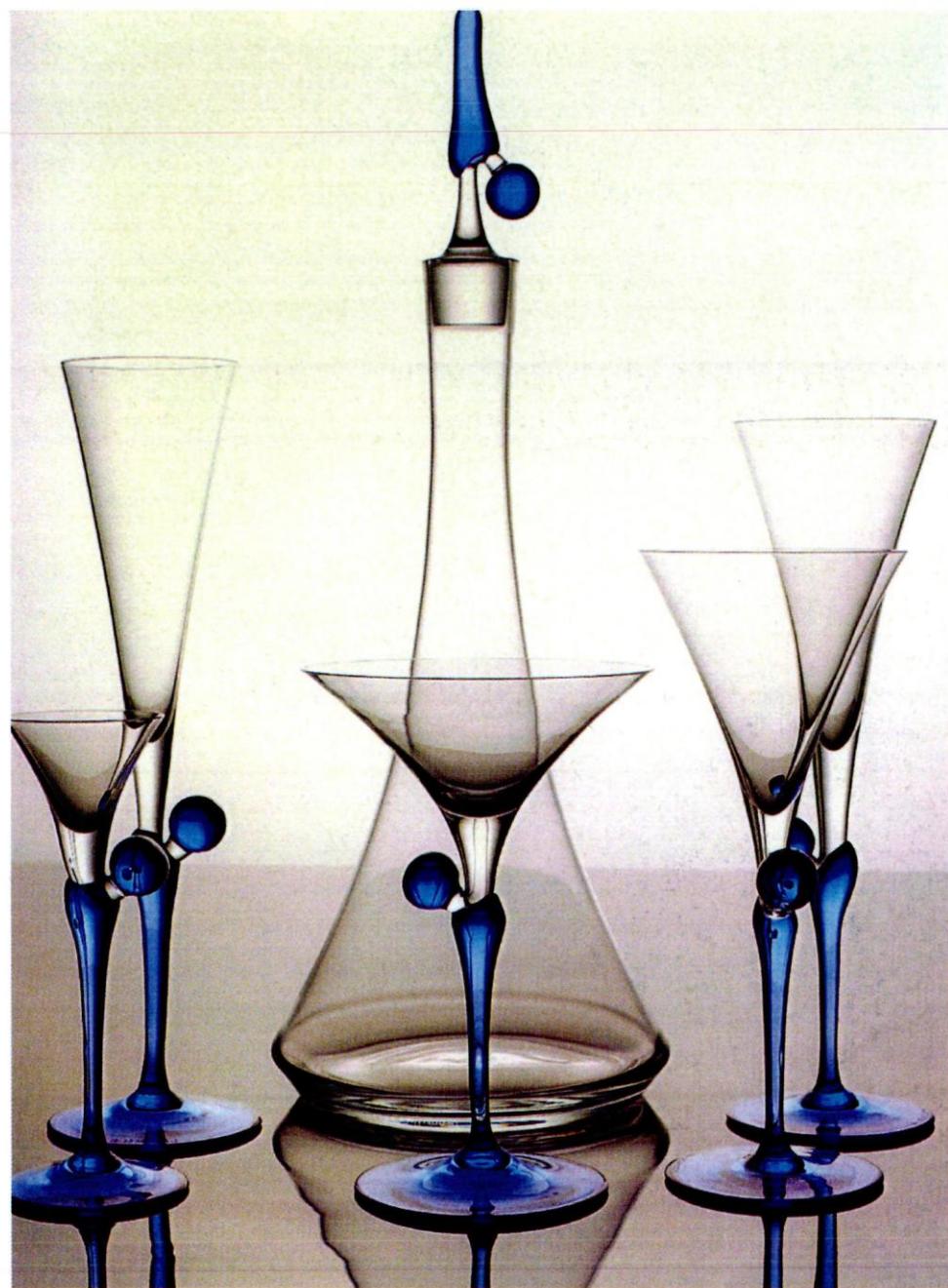
의 지지를 받은 플라토닉한 전문직의 위치에 불과했으며, 실제로 디자이너들은 불구하고 경제구조 안에서 귀찮은 존재였다. 몇몇 디자인 지원기관들

1945년 : Center of Artisan and Artistic Production, 1964년 : Board of Artistic Culture of

Production, 1972년 : 산업디자인연구소 Institute of Industrial Design

이 설립되었으나, 디자인을 산업에 현실화하는 데에 있어서는 매우 제한된 성과만을 거두었다.

마찬가지로 몇몇 예술 아카데미 학교에서 체계적인 교육을 받은 산업디자이너들에 주어진 취업 기회도 아주 협소했다. 학문적 체계를 갖춘 최초의 디자인 전문교육학교는 Zlin의 체코 타운에 위치한 산업예술 전문대학의 Machinery and Tools Design 학과였다.¹⁹⁵⁹ 이곳의 중심 디자이너인 Zdenek Kovar는 인체공학 디자인으로 세계적 명성을 지니고 있었고, 디자인 창조의 기능주의적 개념을 강조한 이 학교에는 물론 슬로바키아 출신의 디자이너들도 있었다. 슬로바키아 영토에서 최초로 아카데미 수준의 산업디자인 교육을 받을 수 있는 기회가 열린 것은



Drinking Glasses Set LR 2539, 1994 | Design : Jozef Kolembus | Manufacturer : LR Crystal Co., Inc.

1965년 Vaclav Kautman 부교수가 브라티슬라바의 순수미술 아카데미 Academy of Fine Arts에 산업디자인학과를 설립한 때였다. 후에 슬로바키아의 대학들과 아카데미의 디자인학과 수는 증가되어, 브라티슬라바의 순수예술과 디자인 아카데미, Academy of Fine Arts and Design 브라티슬라바의 슬로바키아 기술대학, Zvolen의 기술대학, Kosice의 기술대학 등 네 곳의 학교에서 디자인을 전공할 수 있게 되었다.

이처럼 생산과 동떨어진 슬로바키아의 디자

인은 전문디자이너들이 회사를 사직하거나 사회적 명성과 높은 보수를 누릴 수 있는 자유 예술로 전향하는 계기가 되었다. 다만 산업 생산에 있어 높은 수준의 디자인은 특별히 고도로 산업화된 국가로의 수출을 지향하는 기계산업 영역, 공작 기계류, 자동차, 오토바이, 의료기기 금속 산업과 유리제조 산업 등 몇몇 산업 분야에서만 유지 가능한 것이었다.

그러나 이러한 여건 속에서도 슬로바키아에서 배출된 유리제품 디자인 부문의 Karol



Seats, 1996 | Design : Dana Musecova

Holoshko와 Jaroslav Taraba, 식탁용 식기류 디자인 부문의 Jan Calovic, Jindrich Safrik, 의료기기 디자인 부문의 Jarolim Vavro, 일부 기계류와 소비용품 디자인 부문의 Tibor Herchi와 Igor Didor 외 기타 몇몇 디자이너들은 특정한 디자인 영역을 개선하는 데에 기여한 바 있다.

1980년 후반기에 소비에트 연방공화국뿐만 아니라 다른 동유럽과 중앙유럽의 국가들에는 점차적으로 사회주의 정치 개념에 대한 불신이 깊어갔다. 1989년 체코슬로바키아에서도 공산당의 독재 정치가 전복되고 의회민주주의 정치 제도가 복구되었다. 그 후 1993년 체코슬로바키아는 체코 공화국과 슬로바키아 공화국으로 분리되었다.

시장경제 체제로 회귀하는 후기 공산주의 국가들의 산업생산 형태는 매우 복잡하고도 난항에 처해 있었다. 과거 소비에트 연방 체제 하에 있었던 다른 여타 국가들과 마찬가지로, 슬로바키아에서도 시장경제의 압력으로 수많은 기업들은 자신들의 상품 개발 능력을 철저히 상실한 채 도산하거나 외국 기업인 연합의 인수조합에 종속되었다. 이러한 경제의 근본적인 모습은 지금도 여전히 지속되고 있다. 야심차게 자신들의 생산품으로 시장에 나서기 시작한 가내 수공업 식의 공장들은 양적으로 제한되어 있었으므로 디자이너들에게 많은 기회를 제공하지 못하고 있는 실정이다. 게다가 고도의 기술을 개발하고

새로운 자재를 마련하기에는 역부족인 문제점 또한 안고 있었다.

산업디자이너들은 사회주의의 '계획경제' 체제에서도 늘 그랬듯이 여전히 그들의 자유로운 작업 기회를 상실당하곤 했다. 그러한 계획경제 체제에는 경쟁이란 존재하지 않았기 때문에 제품의 가격을 최소화할 필요가 없었으나, 현재의 기업인들은 그들이 국제 경쟁무대에 나서기 위한 기본적인 전략으로 유일하게 낮은 가격만을 고수하고 있다. 그러므로 산업디자이너들의 활동형태는 근본적인 해결과 뛰어난 디자이너의 활약에 있기보다는 최소 생산비용의 낮은 발전 수준에 그쳤다. 그러한 대표적인 예로는 지난해 National Prize for Design Competition에서 최고상 가운데 하나를 수상한 Stefan Klein과 Ivan Cobej의 모터 기관차 디자인을 들 수 있다. 얇은 철판은 플라스틱 재료로 교체되었고 모듈 디자인은 특수 구성체들의 다양한 기능을 가능케 한 반면에, 디자이너는 기관차의 몸체와 프레임의 오래된 디자인을 고수해야만 했다. 그 결과 혁신적인 개혁은 아니었지만 제품은 국내 철도로서의 적절한 가격에 확실한 기능성과 세련된 외관을 제공했다. 물론 다른 디자이너들도 슬로바키아의 제한적인 공업 기반에 '끼어들기' 위해 최선을 다하고 있으며, 새로운 젊은 디자이너 세대의 활동은 우리를 만족시켰다.

작어도 Milan Biroš.
Ferdinand Chrenka, Stanislav Kvocka는 언급해야 할 것이다

전망이 밝은 또 다른 사실은 슬로바키아 디

자인 학교의 학생들이 몇몇 국제 디자인 대회에서 수상하였고, 그들 창조성의 잠재력은 많은 해외 전시회에서 찬사를 받고 있다는 것이다. 이렇듯 브라티슬라바의 순수미술과 디자인아카데미의 수송학과는 네 디자인 학교의 국제적인 엘리트 그룹의 일원이 되기 위해 노력하며, 독일의 자동차 회사인 폭스바겐의 디자인 파트와 직접적인 협력 관계를 맺고 있다.

슬로바키아의 산업디자이너들이 대량생산 라인 부문에서 일자리를 구하기가 상대적으로 어려운 상황에서, 이와는 대조적으로 그래픽 디자이너들은 전성기를 누리고 있다. 이들 중 많은 디자이너들은 기능을 더 많이 요구하는 소규모 생산 분야에서 일하기 시작했다. 예를 들어 가구와 인테리어 디자인 또는 목재 인형 디자인의 경우 대부분의 디자이너들이 디자이너의 역할뿐만 아니라 동시에 직공들의 일과 영업직까지도 병행하고 있다. 이러한 사실은 전 생산과정의 관리와 분배, 시간 관리가 디자이너에 의해 이뤄진다는 점에서 긍정적인 면이 있지만, 다른 측면에서 볼 때 다른 전문가들을 대신한 이들의 업무는 최고의 실적을 거둘 수 없다는 단점을 지니고 있다. 1980년 이후 슬로바키아의 소규모, 또는 단순 제조 산업영역의 디자인에서는 제1, 2차 세계대전 이후로 지배적이었던 개념인 업무 기능주의의 다른 해결책을 대표하는 경향이 있었다.

소비재 디자인의 의미론에 대한 포스트모던적 강조와 함께, 실용주의적인 기능의 해결뿐만



Collection Of The Carlo Toys Programme, 1997

Design : Karol Krcmar

Manufacturers : BUKOZA-Nabytok Co.,Ltd., Vranov nad Toplou and Prema Co.,Ltd., Bytca

아니라 커뮤니케이션 수단으로서의 상품들이 나타나기 시작했고, 산업디자인과 예술공예 사이의 경계는 종종 모호해졌다.

Peter Humaj, Jozef Gasparik,

Dana Mushecovq, Miroslav Debnar와 같은 세대인 Michal Stashko의 작품을 들어보자. 심지어 일반적인 상식으로서의 소비재 디자인을 목표로 하는 것이 아니라 소비사회에 있어 산업디자인의 위치와 역할을 나타내는데 목표를 갖는 양태들도 나타났다.

Frantisek Burian
산업생산에서의 디자인은 아직 국제적으로 인정된 수준에는 도달하지 못했지만, 슬로바키아에서는 품질 고급화 디자인에 중점을 두고 경제성장에서 디자인의 역할을 강조하며 디자인 교육과 진흥에 힘쓰고 있다. 1991년 산업디자인기관
Institute of Industrial Design이 폐지되고 시장경제로의 경제적 변화를 지원하는 목적으로 슬로바키아디자인센터^{SDC}가 설립되었다.

SDC는 정부에서 지원하는 비영리 공공기관이다. 현재 14명으로 구성되어 있으며, 정보지 및 분기별로 Full Color로 제작되는 전문디자이너 잡지인 DESIGNUM을 출판한다. 이 잡지는 산업디자인, 건축, 그리고 시각디자인을 포함한 광범위한 디자인 주제들을 다룬다.

SDC는 설립 이후 국립디자인공모전을 주최해 왔고, 좀더 작은 테마별 디자인 공모전의 주최자들과 협력해 왔다. 지금까지 1993년, 1995년, 1997년 3번의 국립산업디자인 공모전이 열렸다. 이 공모전들은 국내 산업디자인 작품들에 대한 정기적인 상을 수여하는 장이 되었다. 1996년 이래로 공모전의 이름은 '국립디자인상'

National Prize for Design'으로 불려져오고 있으며 이 공모전에 보다 많은 디자이너를 참가시키기 위해 SDC와 슬로바키아 문화부가 함께 노력하고 있다. 참가 부문은 신상품, 출판된 그래픽디자인 작품, 디자인을 활용한 새로운 생산 프로그램, 디자인 진흥활동 등이다. 매 공모전마다 국내 회사들에 의해 생산된 산업제품에 관심이 모아지며 여러 부문의 다양한 작품들이 경합을 벌인다. 이 공모전은 금전적인 시상은 없으며, 독창적인 생산 프로그램을 가진 국내 디자이너들과 생산자들의 사기진작을 위한 것이다. 매년 공모전의 결과는 도록으로 출판되고 다큐멘터리 사진 전시회를 통해 널리 알려진다.

지난해의 '국립디자인공모전 the National Prize for Design'은 제품디자인^{생산을 위한 프로토타입 포함}과 그래픽디자인^{포스터디자인과 책디자인 제외} 두 부문으로 나뉘어 열렸다. 83개 작품이 경쟁을 하여, 모두 네 작품이 대상을 수상하였다. 그들 중 두 작품은 자동차와 스프링 안락의자인 제품디자인에 주어졌고, 다른 두 상은 PARK 잡지 및 PUBLIC 회사 카탈로그인 그래픽 디자인 작품에 주어졌다. 이외에도 수도꼭지, 반자동 선반, 실내장식품과 장식 직물재료류, 목재 장난감, TV Markiza사의 사내 디자인 매뉴얼 등 8개의 작품이 특별상을 수상했다. 참가 작품들은 주로 가구류, 기계류, 악기류, 그리고 포장디자인류 등이다. kidp

Industrial Design in Slovakia

Since long time ago, the region of Central Europe where Slovakia is situated has been a territory of many languages and cultures, revolutionary movements, changed borders, origin and decline of various national states. In order to understand the current situation of the Slovak industrial design, it is necessary to know the historic background and specific features which are characteristic for the position of design in this country now.

The begin of industrialization in the present territory of Slovakia was connected with the existence of the Austro-Hungarian monarchy, of which Slovakia had been a part till 1918. In comparison with the development in other more advanced West European countries, Great Britain, France, Germany the process of industrialization in this multinational monarchy had been considerably delayed. During the whole 19th century, Slovakia had remained a region with poorly developed industry-only with some glassworks and iron foundries exceeding the local importance. The fact should be mentioned, however, that one of Thonet factories^{this company was the worldwide greatest}



Moter Locomotive R 755, 1997 | Exterior Design : Stefan Klein | Interior Design : Ivan Cobej
Manufacturer : Martinska Mechatronicka Co.,Inc.

manufacturer of bent wood furniture, and its founder Michael Thonet can be regarded as a pioneer of industrial design in many respects was located in the territory of Slovakia/at Velke Uherce.

The generally low industrialization level and rather agricultural character of the country have been reflected in prevailing domestic manufacturing based on handicrafts, which survived in Slovakia for a much longer period of time and in a much stronger position than in industrially more developed European countries. This phenomenon, which was surely negative from the viewpoint of global economy, had also a positive dimension in preserving handicraft skills that

could be used later in the sphere of manufacturing, complementary to industrial series production. e.g. manufacturing of wooden toys This situation can be compared with the Scandinavian countries, however, they have been able to take much more advantage of a similar starting position.

The establishment of the first Czechoslovak Republic after World War I¹⁹¹⁸ as a new democratic country of two nations was an important impulse for the development of manufacturing activities. Czechoslovakia became one of ten most industrialized countries in the world. But the industrial production was concentrated especially in the Czech territory. E.g. koda and Tatra, which were among the leading European machinery companies ; the worldwide greatest footwear manufacturer Bata, etc. Anyway, industrialization, though at a lower pace, had advanced also in Slovakia. For instance, the metal-working company Sandrik, and several glass-works, whose products exceeded the European average level even in design and were exported abroad.

The efforts to integrate the experience and skills of craftsmen into industrial manufacturing had been reflected in the Society of Industrial Arts, which was established in

1920 on the initiative of Jozef Vydra, and which had existed until 1924. Vydra was also of particular merit in establishment of the School of Industrial Arts¹⁹²⁸⁻¹⁹³⁸, which ranged among the most progressive institutions in industrial design education of those times. The School of Industrial Arts used experience of the German Bauhaus based on direct contacts : in the seat of the School in Bratislava, for instance, there was a series of lectures, read by one of leading Bauhaus personalities Laszlo Moholy-Nagy, its former director Hannes Mayer, etc. The School of Industrial Arts accented rationalism in design education, work with up-to-date manufacturing technologies and materials on the basis of functionalistic creative approach. However, successful employment of the school graduates in industry was hindered by insufficiently developed industrial basis.

After World War II, Czechoslovakia became a part of the Soviet block. The Czechoslovak economy had been adapted to strategic needs of the Soviet Union, what negatively influenced the structure of industrial production and design as well. Although there was a massive industrialization in Slovakia, the production was orientated rather on quantity, and heavy industry was inadequately preferred. First of all, however, there was an absence of the principle of market mechanism, which is a driving force of industrial design development - particularly, there was no competitive environment. The situation in the Czechoslovak economy had been determined by monopoly producers, most exports went to the Soviet block without any competition. Economic pressure for production innovation was missing. Gradually, technologies became backward, so that interesting design projects could not be implemented.

They had been presented particularly in design exhibitions, organized on a national basis every 2 or 3 years. Although design

Stainless Steel Dishes-Salad, Dessert And Soup Bowls Prototype, 1997
Design : Bjorn Kierulf
Manufacturer : Sandrik Co.,Inc.



was given a deserved attention in exhibitions, its actual state in the context of production was reflected in problems with yearly awards for design of actually manufactured products. In such a way, design was placed into position of a platonic profession, which was officially supported by the government ideology

high-quality design should contribute to meet people's needs comprehensively, what was declared as the basic aim of the socialist society

but in fact, designers were an abundant burden in the deformed economy. Several institutions for design support were established in 1945, the Centre of Artisan and Artistic Production; in 1964, the Board of Artistic Culture of Production; and in 1972, the Institute of Industrial Design, however, they had a very limited reach to the reality of design in industry.

Similarly limited were employment opportunities for industrial designers, whose education gradually developed in several schools and academies of arts. The first school specialized in design education, which was given an academic statute, was

the Department of Machinery and Tools Design at the College of Industrial Arts in the Czech town of Zlin¹⁹⁵⁹, where the central designer personality was Zdenek Kovar, having an international reputation in design ergonomics. This school, accenting functionalistic conception of design creation, was attended also by several Slovak designers. In the territory of Slovakia itself, the first opportunities to study industrial design at an academic level occurred in 1965, when the Department of Industrial Design at the Academy of Fine Arts in Bratislava was established by associate professor Vaclav Kautman. The number of design departments at Slovak universities and academies further increased later on, so that various design specializations can be studied at four schools: Academy of Fine Arts and Design in Bratislava, Slovak Technical University in Bratislava, Technical University in Zvolen, and Technical University in Kosice.

But let's go back to the history. The above mentioned problems with professional designer work in companies often resulted in designer resignation and 'flight' to free arts, where moral distinction and financial remuneration were higher. High design standards in industrial production could be kept only in few areas-particularly in industries orientated on exports to highly industrialized countries-in some spheres of machinery, machine tools, vehicles, motorcycles, medical instruments in metal working and glass working industry.

In this framework, some designer personalities emerged in Slovakia, who contributed to innovation in particular design areas: Karol Holoshko and Jaroslav Taraba in glass-ware design, Jan Calovka in table-ware design, Jindrich Safarik in motorcycle design, Jarolim Vavro in design of medical instruments, Tibor Herchl and Igor Didov in several areas of machinery and consumer goods design, etc.

In late 1980s, the Soviet Union as well as the other East and Central European countries had gradually left the discredited political conception of totalitarian socialism. In 1989, also Czechoslovakia turned over the dictatorship of the Communist Party and restored the system of parliamentary democracy. Afterwards, in 1993, Czechoslovakia was split into two independent states: the Czech Republic and the Slovak Republic.

In industrial production, the return of post-communist countries to market economy was complicated and very painful. Like in other countries of the former Soviet block, also in Slovakia the market pressure bankrupted many companies, while others were turned to subsidiaries of foreign syndicates, without any possibility to develop their own products. This basic economic feature is still in force. The quantitatively narrow basis of domestic companies, ambitious to launch their own products on the market, does not provide many opportunities for designers.



FUTURA - Water Faucets Set, 1996 | Design : Peter Paliatka | Manufacturer : Slovenska Armaturka Myjava Co., Inc.

Moreover, there are still problems pertaining to availability of high technologies and new materials.

Industrial designers often have no more room for manoeuvre than they used to have in the socialist 'planned economy'-which in the absence of competitive environment had not to minimize the costs so consistently like the present manufacturers, whose basic and often the only trump to come up in the international competition is a low selling price. Therefore, the cooperation of designers with industry is rather on the level of small improvements at minimum costs than the one of great designer gestures and radical solutions. A good example of that is the motor locomotive design by Stefan Klein and Ivan Cobej, which was awarded one of main prizes in the last year of the National Prize for Design competition. The designers had to preserve a several years old design of locomotive bogie and frame, while sheet iron was replaced by plastic materials, and modular design enabled variable functions of particu-

lar components. The result is not a revolutionary innovation, but a product providing functional reliability and cultivated look at a price acceptable to domestic railways. Also another designers have managed to 'fit into' the limiting framework of Slovak manufacturers, and we were pleased by a good participation of the young designer generation.^{let's}

mention at least Milan Biros, Ferdinand Chrenka, Stanislav Kvocka

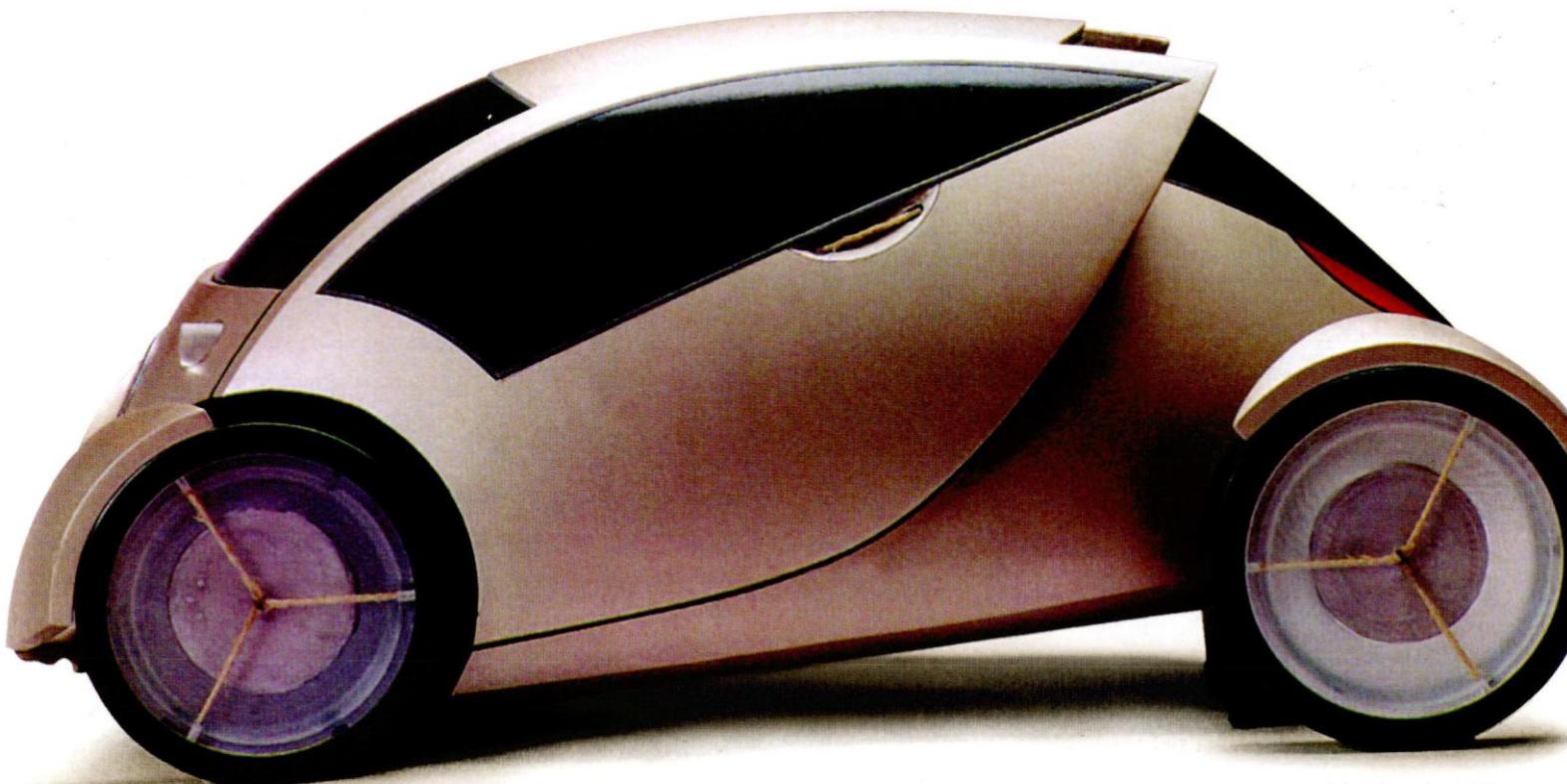
Another promising fact is that several students of Slovak design schools have been awarded in international competitions and their creative potential has been admired in many exhibitions abroad. Therefore, the Department of Transport Design at the Academy of Fine Arts and Design in Bratislava managed to become a member of an international elite group of four design schools, directly cooperating with the design department of the German Volkswagen automobile plant.

In the situation when it is relatively difficult for Slovak industrial designers to obtain jobs in general series production^{in contrast to graphic}

designers, who are in boom times due to commercial jobs^{control of all manufacturing and distribution}, many of them have started to work in the area of small-series production, often requiring a great proportion of craftsmanship. For instance, in furniture and interior design or in design of wooden toys many of them work not only in the role of designers but of manufacturers and sales managers at the same time. This fact has a positive side^{control of all manufacturing and distribution}

stages by the designer^{control of all manufacturing and distribution}, but on the other hand, when a designer works instead of other specialists, he/she cannot achieve an optimum performance. Since the 1980s, in the area of small series or solitaire manufacturing in the Slovak design, there have been tendencies representing an alternative to the functionalistic conception of work, dominating since the period between two world wars.

With the intention to put a post-modernistic accent on semantics of consumer goods design, there have occurred products where design was used not only to solve utilitarian functions but also as a communication means, while the border between industrial



Volkswagen Project, 1996 | Design : Juraj Mitro



Upholstered Armchairs RENO, NORA, 1996 | Design : Peter Bohus. Manufacturer : DOMARK Zilina Co., Ltd.

design and artistic handicrafts had been often blended.

let's mention works by Peter Humaj, Jozef Gasparik, Dana

Mushecova, Miroslav Debnar, and of the youngest generation Michal Stashko

There have occurred even procedures, which were not aimed at designing consumer goods in the common sense, but rather at indicating the position and the role of industrial design in a consumer society.

Frantisek Burian

As the use of design in industrial production has not reached its internationally accepted level yet, a particularly important role in Slovakia has design education and promotion, focused on presentation of high quality design and laying stress on its role in the economic growth. In 1991, the Institute of Industrial Design was terminated and the Slovak Design Centre was established with an aim to support the development of design in the conditions of economic transformation to market economy.

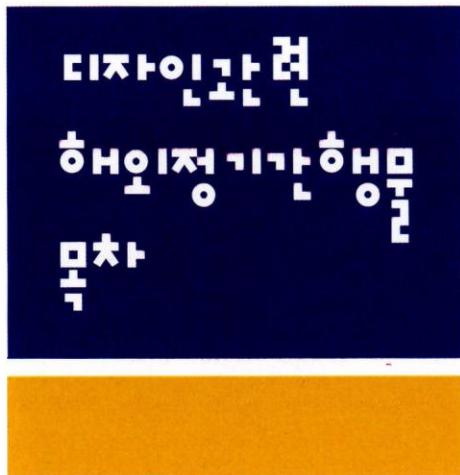
SDC is an information and documentary centre, sponsored by the government. At the present time, it has 14 employees and a statute of non-for-profit public organization. It issues an information bulletin and a professional designer magazine DE SIGN UM-a full

colour quarterly on 72 pages. The magazine is devoted to broad spectrum design topics, including industrial design, architecture, and graphic design.

Since its establishment, SDC has organized national design competitions and cooperated with organizers of smaller thematic design competitions. Up till now, there have been three national competitions in design of products, which took place in 1993, 1995, and 1997. They have laid the foundations of regular awards for domestic industrial design works. Since 1996, the competition has got the name 'National Prize for Design'. Designers are invited jointly by the Slovak Design Centre and by the Ministry of Culture of the Slovak Republic to participate in this competition. Subject to professional judgement are new products, published graphic design works, new production programs with the use of design, and design promotion activities. Every new year of the competition has its own focus with a variable register of competition categories. However, there is a continuing orientation on industrial products manufactured by domestic companies. The

competition is not connected with any financial award, it is a sort of moral distinction for domestic designers and manufacturers with original production programs. Results of every competition year are published in a separate catalogue and promoted through an exhibition of documentary photographs.

The last year of the National Prize for Design invited participants to compete in two basic categories : design of industrial products including prototypes ready for production, and graphic design. except for posters and graphic design of books In the competition of 83 participating works, the jury awarded four National Prizes for Design altogether. Two of them were awarded to industrial products. the motor locomotive and the upholstered armchairs, and the other two to graphic design works the PARK magazine and the catalogue of PUBLIC company Eight works have won a distinction, among them for instance a new water faucets set, a semiautomatic centre lathe, upholstery and decorative textile materials, wooden toys, a corporate design manual for internal use by TV Markiza, etc. The greatest number of products in the competition was represented by furniture, machines, instruments, and packaging design. **kidp**



Nikkei Design 1998. 5

특별 기획

디자인료

이제는 적절한 디자인료에 대해서 이야기해야 할 시기이다! 디자이너에게 적절한 디자인료를 지불하는 데 게을리하는 것은 디자이너의 경험을 인정하지 않는 것과 같다. 디자이너가 그의 클라이언트와 그의 디자인에 대한 합리적인 디자인료에 대해 논하는 것은 매우 이상적인 것이다. 이 아티클은 디자인료에 대한 현 상황과, 또 디자이너가 원하는 디자인료를 받기 위해 어떻게 해야 하는가에 대하여 고찰해 본다.

제1부 증거 : 단지 요구 금액의 절반 정도가 지불된다
제2부 이상 : 어느 정도가 '적절'한가?

제3부 디자이너 : 어떻게 그들을 납득시킬 것인가?

제4부 클라이언트 : 디자인의 가치를 보여주기를 기대한다

리포트

1. 특별 코스 : 개정 디자인법

디자인 보호제도 만들기

2. 집중 코스 : 세기말의 제품들

한정된 제품에서 배운다 - 사람들이 제품을 사도록 만드는 7가지

3. 지방 단체 : 모지코 호텔

디지털 서베이

1. 연작 리포트

DTP 산업에서 생긴 중요한 문제들 : 출력서비스가 디자이너와 라이벌이 될 것인가?

2. 리뷰

프리핸드 8J

3. 툴

새로운 디지털 제품들

오피니언

1. 인터뷰

카오루 멘데^{조영디자이너}

2. 프로파일

안나 카스텔리 페리에리^{디자이너, 건축가}

Nikkei Design

Nikkei Business Publication, Inc.
7-6 Hirakawa-cho 2-chome, Chiyoda-Ku Tokyo 102, Japan
Tel. +81 3 3869 8000
<http://bpwww2.nikkeibp.co.jp/ND>

Domus

Redazione Domus
Via Achille Grandi 5/7
20089 Rozzano, Milano, Italy
Tel. +39 2 824721
Fax. +39 2 82472386
<http://domus.edidomus.it/edicola/English/Avvio.htm>



3. 에세이

아스미치 모리타의 디자인 방법

4. 컬럼

아키코 암마누마^{Sony RME Co. 디자인센터}

히사노부 푸지티^{제품디자이너}

Domus 1998. 5

편집자의 글

프랑수아 부르크하르트 : 1989 분열

오피니언

피오토 립순 : 다양한 요소

슬로베니아

1. 안드레이 히라우스키

현대 슬로베니아의 건축과 그 뿌리

류블리아나의 현대역사박물관

마리보아의 제약회사 헤드 오피스와 창고

2. 보리스 포드레카

류블리아나의 인테그라 에이전시

3. 아날리사 아본

오스카 코고이의 '자연 디자인'

헝가리

1. 전원 풍경

현대 헝가리 건축물의 전원 소재

2. 부다페스트 주거 단지의 아트리움 하우스

3. 헝가리 디자인의 기회

폴란드

1. 제레미 크리코우스키

젬스가 디자인한 1989년 이후의 폴란드 건축물인 바르샤바의 주거복합건물. DDJM의 크라코우 은행지점

2. 크리스토프 인 가든

크라코우에 있는 일본 예술, 기술 센터

3. 제프 모로젝

전환점 이후의 폴란드의 인테리어

4. 베에타 보愠스카

쇠퇴를 통한 힘, 지속적인 공예 전통

5. 도로타 코지아라

순간예술

제품 조사

부엌과 집안 가구들

Domus 1998. 6

편집자의 글

프랑수아 부르크하르트

오피니언

데릭 드 케르코브

감각^{Sensoriality}

프로젝트

1. 바르트 루초마

네덜란드의 미네르트 대학 건물

2. 조르지오 그라씨

스페인 산티아고 드 콤포스텔라의 학교

3. 프랑수아 브르크하르트

카나리 군도 라스팔마스의 알프레도 크라우스 공연장

4. 안도넬라 마리

벤쿠버의 뉴튼도서관

5. 디에트마 스타이너

비엔나의 시계점 프로토타입

6. 파울로 드가넬로

아트 갤러리와 솜

디자인

1. 줄리 카펠라

마음으로부터 오는 가장 좋은 빛

2. 다리오 모레티

음악 더하기, 물질 빼기

3. 폴커 알버스

디지털 존재

4. 마리아 크리스티나 토마씨니

토털 프로젝트의 탄생과 발전

5. 프리다 도베일

디자인된 소재

FORM

Renstiernas gata 12, S-116 28 Stockholm, Sweden
Tel. +46 8 644 33 03
Fax. +46 8 644 22 85
<http://www.svensk-form.se>

Axis magazine

Axis Publishing Inc.
5-17-1 Roppongi, Minato-Ku, Tokyo 106, Japan
Tel. +81 3 5572 0803
Fax. +81 3 5572 0801
<http://www.axisinc.co.jp/english-f/AXmag-f.html>

Design Council

Published by the Design Council
34 Bow Street, London, WC2E 7D, United Kingdom
Tel. +44 171 420 5200
Fax. +44 171 420 530034
<http://www.design-council.org.uk>

아트

로버트 C. 모건 : 빌 비올라

이벤트

1. 피에르 레스타니

커뮤니케이션

2. 하인리히 클로츠

아트와 미디어테크놀러지의 중심

3. 불프 헤르조겐라쓰

독일 칼스루에

제품조사

램프

FORM 1998. 3호

유리의 탄생

스웨덴 유리산업의 선두를 이끄는 기업 Orrefors는 올해로 탄생 100주년을 기념하고 있다. 이에 FORM 최근 호에서는 핀란드의 디자인 심벌 중의 하나가 된 물결모양의 '사보이 병'의 전설을 간직한 알바 알토의 100세를 축하한다.

비스테트의 삶

지난 여름 칼마의 스벤스코 포름에 전시되었던 건축가 앤더스와 토마스의 통나무집이 스톡홀름의 섬에 지어졌다. 바쁘로 라슨 페레즈가 그 건축가들과 이 프로젝트의 시작자인 베르틸씨를 만나 인터뷰했다. 이제 그 집은 인테리어까지 맞추어지고 있다.

클라이메이트 에그

리스본에서 열린 Expo '98은 스웨덴 공예 & 디자인 협회의 참여를 시작한 곳의 하나이다. FORM지에서는 비게르트와 베르그스트의 4개의 클라이메이트에 그 아티스트를 보여준다.

아름다운 아크로폴리스

미국 서부해안에 문화적 분위기를 잘 나타내 주고 있는 양만장자 폴 게티의 LA아트센터를 소개한다.

밀란 가구페어

밀란 가구페어는 아직도 매년 큰 디자인 행사 중의 하나이다. 올해에는 스웨덴 참여자인 로타 존슨이 많은 작품을 출품하였다.

Axis magazine vol. 73 / 1998. 5, 6

특집

디자인 아이덴티티

일본디자인은 그것을 대표할 만한 얼굴이 없다고 말 하여져 왔다. 제조회사에서는 소비자의 욕구를 충족 시켜준다는 변명 아래 비슷한 제품들을 기술적인 차이 없이 차례로 만들어 왔다. 이것은 그 회사의 제품으로 인식하는 얼굴이라고도 할 수 있는 디자인의 부족으로 이어졌으며 그 회사의 제품으로 인식하는 각각의 독특한 캐릭터의 부족을 초래하였다. 이러한 환경 하에서 최근에는 '디자인 아이덴티티'의 필요가 이슈로 떠오르고 있다. 새로운 디자인 아이덴티티의 창조는 다양한 형태로 시도되어지고 있다. 이번 호에서 우리는 다가오는 후기 대량생산시대에 잠재력을 넣게 될 디자인의 속성을 알아보자 한다.

시리즈

전통공예품 '이스 카타가미'

사실 이스 카타가미 패턴은 기모노를 염색하는데 사용되어졌던 페이퍼 스텐실의 일종이다. 이것은 다양한 패턴은 매우 작은 많은 구멍을 잘라낸으로써 만들 어진다.

토픽

1. 새로운 문구 아이템 렉슨 제품의 컨셉

'세련된 형태. 혁신적인 컬러와 소재의 사용'. 이 표현은 시계에서부터 계산기, 라디오를 생산해내는 렉슨 제품을 나타내는 말이다. 렉슨의 아트 디렉터인 렌 애다에게서 제품의 컨셉을 들어본다.

2. BMW의 새로운 3가지 시리즈?

무엇이 바뀌었고 어떻게 그것을 이루었는가? BMW의 새로운 3가지 시리즈는 지난 3월 제네바 모터쇼에서 선을 보였다. 이것은 1975년 BMW가 시

작된 아래 4번째로 바뀐 모델이다. BMW의 치프 ^{Chief} 디자이너인 크리스 뱅글에게 BMW의 아이덴티티에 중요한 부분을 차지하게 될 새로운 3가지 시리즈를 디자인한 의도를 들어본다.

3. 포르세 디자인

S자형의 이온크리스탈릭 IC의 10개 공기 정화기가 눈에 띈다. 우리는 포르세 디자인과 테크에서 26년이 막 지난 포르세 디자인 밸달의 특징과 디자인 아이덴티티에 대해 물어 보았다.

Design Council 1998

커버스토리

나의 다른 차, 로투스

여러분은 아마도 로투스를 제조업체로 생각했을지도 모르나 3분의 2 이상이 엔지니어링 컨설팅으로 전환되었다. 찰스 다윈트가 최근 로투스 엘리스의 리더가 된 엔지니어링 디자인팀을 방문해 보았다.

편집자의 글

만약 여러분이 디자이너에게 "당신들은 엔지니어라고 생각하느냐?"고 묻는다면 아마도 그렇지 않다고 말하거나 어떤 디자이너는 대답 중에 그것을 전적으로 듣기 싫은 말이라고 할 것이다.

뉴스

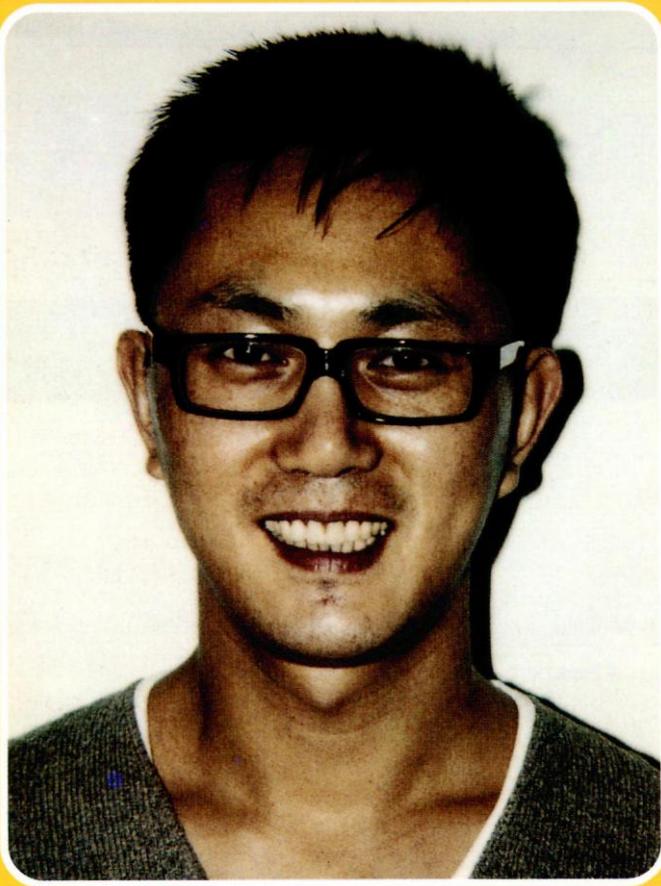
지난 4월 개설된 뉴 밀레니엄 프로젝트 웹사이트를 방문해 보라! 디자인 키운슬의 새로운 홈페이지, 외국 서기관의 새로운 오피스, 호스 가아드 퍼레이드의 디자인전, 디자인 교육 주간 등이 개설되어 있다.

인사이트

캔스 스캐너의 숨겨진 이야기

다리와 터널 맨

가정에서의 하부구조 프로젝트의 부족에 의해 시작되어진 영국의 시민과 스트럭처 엔지니어가 길을 때리고 있다. 짐 데이비스가 큰 아이디어를 둘보이게 만드는 전문가를 만나보았다. kidp



1959년 생.

계명대학교 공업디자인 전공.

일리노이 주립대학 University of Illinois at Urbana-Champaign 석사, 같은 대학에서

Basic Drawing 강의.

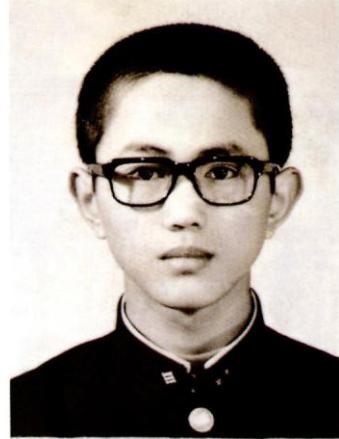
데이빗 라이언 디자인 David Ryan and Associates 근무.

(주)삼성전자 상품기획센타에서 근무.

현재 계원조형예술대학 산업디자인학과 전임강사.

제 품 의
魂 을
찾 는
디자이너
김재호

중학교 3학년



어린 시절부터 그림에 소질이 있다는 소리를 곧잘 듣곤 했다.

꼭 무엇을 하고 싶고, 무엇이 되어야 한다는 생각은 없었다.

디자인도 마찬가지였다.

디자이너가 되기 위해서라기 보다는 몇 번의 실패 끝에도 입시 성적이 좋지 않아 미대를 선택했다. 그뿐이었다.

그리고 장학금을 받아야만 졸업을 할 수 있을 것 같아 열심히 했다.

디자인이 무엇인지는 정말 모르고 있었다.

Let's hope it will be all right.

- Ettore Sottsass -



데이빗을 만난 것은 행운이었다. 승과 제자로, 그리고 동료 디자이너로. 당황하고 있을 때였다. 디자인이 무엇인지는 몰라도 어쨌든 우수한 성적으로 졸업하고 또 얼마간의 실무 경험을 가진 나였지만, 데이빗을 만나면서 나의 디자인에 관한 모든 것이 무너져 내리기 시작했기 때문이다. 사물의 '흔', '그것다음', '경험과 인내' ... 모두가 낯선 디자인 언어들이었다.

데이빗은 모든 것을 보여주기 시작했다. 그의 경험과 사고의 방법과 디자인 과정의 이쁨과 기쁨 모두를. 무엇때문이었는지는 모르지만 가슴이 뛰기 시작했다. 우리의 하루 하루는 온통 디자인과 커피 이야기뿐이었다. 디자인의 심오한 학문적 이기도 아니었고 커피에 대한 물리학적 분석도 아니었다. 그저 재미있는 또 가끔은 심각한 그런 것들이었다. 지나고 보니 '생활 속의 디자인'이라는 지극히 평범한 것들이었다.

4년 여의 시간을 같이 보내고 데이빗은 시애들로 이사를 갔다. 그저 시애들의 커피가 좋다는 이유로. 그리고 나는 우리 나라로 돌아왔다.

Good design is appropriate, and it can be seen as reason and intuition, function and form, undivided.

- David Ryan -

데이빗 라이언
David Ryan & Associates

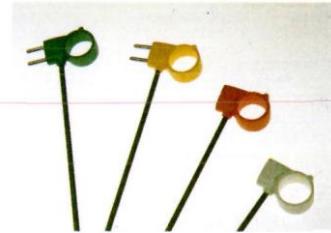


'듣는 것 만으로 쉽게 잊어버리고, 보는 것 만으로는 기억해 낼 뿐이지만 실제로 해보는 것은 많은 것들을 이해할 수 있다' 라는 말처럼 경험을 쌓아가기 시작했다. 디자인을 느낌으로 받아들이고 상상해 보는 것들이 큰 위로가 되었다. 물질의 세계를 공식적으로 파악하려고 노력하기보다는 그대로 보는 법을 배우려고 노력하였다.

디자인은 마치 여러 개의 공을 동시에 가지고 노는 것처럼 가끔은 혼란스럽기도 했다. 그럴땐 저 위대한 디자인 Master들은 어떻게 디자인 과정에서 발생하는 복잡한 문제들의 해결점을 찾아갈까라는 궁금점도 가졌다. 그들은 여러 개의 공들 중에서 어떤 공을 취하고 어떤 공을 버릴까? 그리고 언제나 데이빗이 강조한 사물에 내재된 '흔'을 느끼려고 노력했다. 가끔은 사물에서 '그것다음'이 쉽게, 기대되어지지 않는 가운데 발견되기도 했으나 많은 시간과 노력이 필요하기도 했다. 그러나 한번 발견되어진 사물의 고유한 '자연스러움'은 그 무엇하나 더하거나 없어야 할 것도 없는 명료한 것이며 오랜 시간 지속되는 것이라는 믿음이 생기기 시작했다.

To know that you do not know is the best. To pretend to know when you do not is a disease.

시애들
Stove Top Espresso Maker



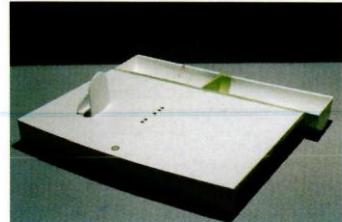
많은 디자이너들이 가슴으로 느끼고 경험해보는 것보다는 수많은 이론들을 만들고 사용하는 것에 많은 시간과 에너지를 사용하고 있다는 생각이 든다.

디자이너는 많은 사람들이 스스로 충분히 성숙되었다는 생각에 더 이상 관심을 가지지 않은 작은 것에 조차 끊임없이 질문을 던지고 또 그 작은 결과에 감동되는 사람이라는 생각도 들었다.

이제 그 감동의 깊이를 더해 가려고 한다.

Designer are much more sensitive to perceive reality, products, objects than most of people.

존재하는 사물들을 보고, 인식하고, 느낌을 가지기 시작하면서 'Why, Why, Why...'라는 생각을 많이 했다.



그러나
요즈음은 존재하지 않는 것들을 꿈꾸며 'Why not, Why not, Why not...'을 열심히 생각하고 있다.

107

Frog
플러그

Grand Ma
도마



사실 사람들은 자신들이 알고 있는 것보다 훨씬 많은 것들을 경험하게 된다. 그러나 그것은 오직 경험일 뿐 많은 것들을 다 이해한다고는 할 수 없다. 반면에 그런 경험들이 우리의 사고와 협태를 바꿀 수 있다는 생각이 든다. 경험은 그저 우리에게 무의식적으로 스쳐 지나가게 버려 두는 것보다 우리 스스로 겪고자 마음 먹을 때 비로소 '이해'가 동반되는 것이다.

나는 앞으로 이런 경험들을 쌓아가고 싶다.



소위

'New-Tech', 'Hi-Tech'라는 것들의 발전은 너무 빠르게 진행되고 있다.

나에게는 몇 명의 디자이너들이 시도해온 'Modernism', 'Machine Aesthetics'들이 마치 기계가 기계를 위하여 디자인된 것처럼 보인다. 합리성, 모던이미지의 추구라는 명명아래 나타난 그저 하나의 스타일에 불과하다는 생각도 든다.

단순히 테크놀러지와 디자인이라고 단정지어 생각해서는 안된다.

그것은

감성과 논리^{Reason and Feeling}가 적절하게 조화를 이루는 것이어야 한다.

Hi-Tech가 가지는 하나의 문제점은 그것이 우리의 기습과 밀접하게 연관 되어져 있지 않다는 것이다.

공학은 도덕이다.



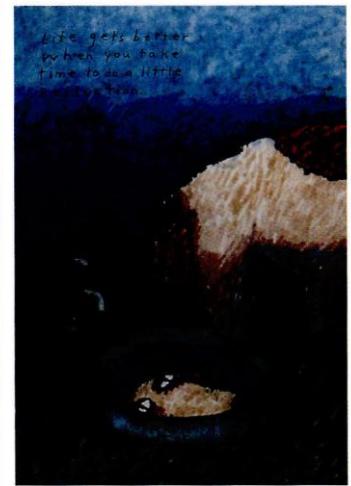
"We don't teach our students enough of the intellectual content of experiments - their novelty and their capacity for opening new fields..."

My own view is that you take these things personally.

You do an experiment because your own philosophy makes you want to know the result. It's too hard, and life is too short, to spend your time doing something because someone else has said it is important.

You must feel the thing yourself."

*- Isidor I. Rabi -
(Nobel Prize Winner / Physics)*



There is nothing really completed in my life ; though there's also nothing-thankfully-which I've had to wait forty years to begin.

I just have a lot of act-in-progress... If someone were to grant me a wish right now, I would ask for time to be stopped for a little while ; allowing me some free, empty moment to sit back and reflect upon, to attempt to fully appreciate, exactly who I have known and where I have been. The where I am going... I really don't worry too much about. I'm the same person as always ; I'll stick with my lucky numbers and my faith in all the wonderful people around me, and maybe-if I'm very fortunate-the star will deliver me another 40 years as rewarding and exciting as my first.

- Renzo Rosso 를 생각하며 -

New Mexico
무선 전화기

Enjo
게임겸용 TV (공동작업 : 현상민)

100Volt Project
램프 (공동작업 : 심라미)

일러스트레이션
Richard Stine

KIDP 주최 행사 일정

서울행사

'98 우수산업디자인^{GD} 상품전

전시기간 | 7. 3^화~7. 12^일 장소 | KIDP 전시장

제5회 전국 초·중·고등학생산업디자인전람회

전시기간 | 9. 23^수~10. 2^금 장소 | KIDP 전시장

중소기업산업디자인상품전

전시기간 | 10. 7^화~10. 14^화 장소 | KOEX

'98 일본우수포장디자인전

전시기간 | 12. 4^화~12. 9^일 장소 | KIDP 전시장

지방행사

강원 디자인대회 -“어울림”

전시기간 | 7. 24^화~8. 2^일 장소 | 치악예술회관

울산 디자인대회 -“어울림”

전시기간 | 10. 14^수~10. 20^화 장소 | 울산문화예술회관

충북 디자인대회 -“어울림”

전시기간 | 10. 29^화~11. 4^수 장소 | 청주예술의전당

제주 디자인대회 -“어울림”

전시기간 | 11. 10^화~11. 16^화 장소 | 제주도문예회관

전북 디자인대회 -“어울림”

전시기간 | 11. 26^화~12. 2^금 장소 | 전북예술회관

광주 디자인대회 -“어울림”

전시기간 | 12. 10^화~12. 16^화 장소 | 광주광역시립미술관

지도위원 공개 모집

KIDP는 최근의 경제위기로 한층 고통받고 있는 중소기업을 위해

중소기업디자인개발지원사업 지도위원으로 활동할 역량있는 중견디

자이너와 창의력있는 신인 디자이너를 공개 모집합니다.

다음의 4가지에 해당되는 개인 및 기업이면 누구나 신청가능하며 지

도위원 신청서 한 부와 포트폴리오, 경력증명서를 구비해 제품·환경

디자인 분야는 KIDP 제품지도팀, 시각·포장디자인 분야는 시각지도

팀으로 접수하면 됩니다. 신청은 연중 어느 때나 가능합니다.

신청자격

- 2년제 대학 이상의 산업디자인 및 관련학과 전임강사 이상인 자
- 4년제 대학에서 산업디자인 및 관련학과를 전공한 자로서 디자인 개발 분야에서 5년 이상 실무경력이 있는 자
- 산업디자인 및 관련학과의 박사학위 또는 기술사 자격을 보유한 자
- 산업디자인진흥법 제9조에 의한 산업디자인 전문회사

문의

- KIDP 홈페이지(<http://www.kidp.or.kr>)
- 제품지도팀 Tel. 02 708 2103/4
- 시각지도팀 Tel. 02 708 2111/2

삼성 둔촌 어린이집 실내디자인 사례



이연숙

연세대학교 생활환경대학원 실내환경디자인 전공 주임 교수.

1954년 생. 77년 연세대학교 주생활학과 졸업. 같은 학교 대학원에서 주거환경학 전공으로 석사학위 취득. 83년 미국 오클라호마 주립대학교 대학원에서 주거환경 및 실내디자인으로 박사학위 취득. 혁신적인 주제에 대한 이학적 접근법은 개별 연구

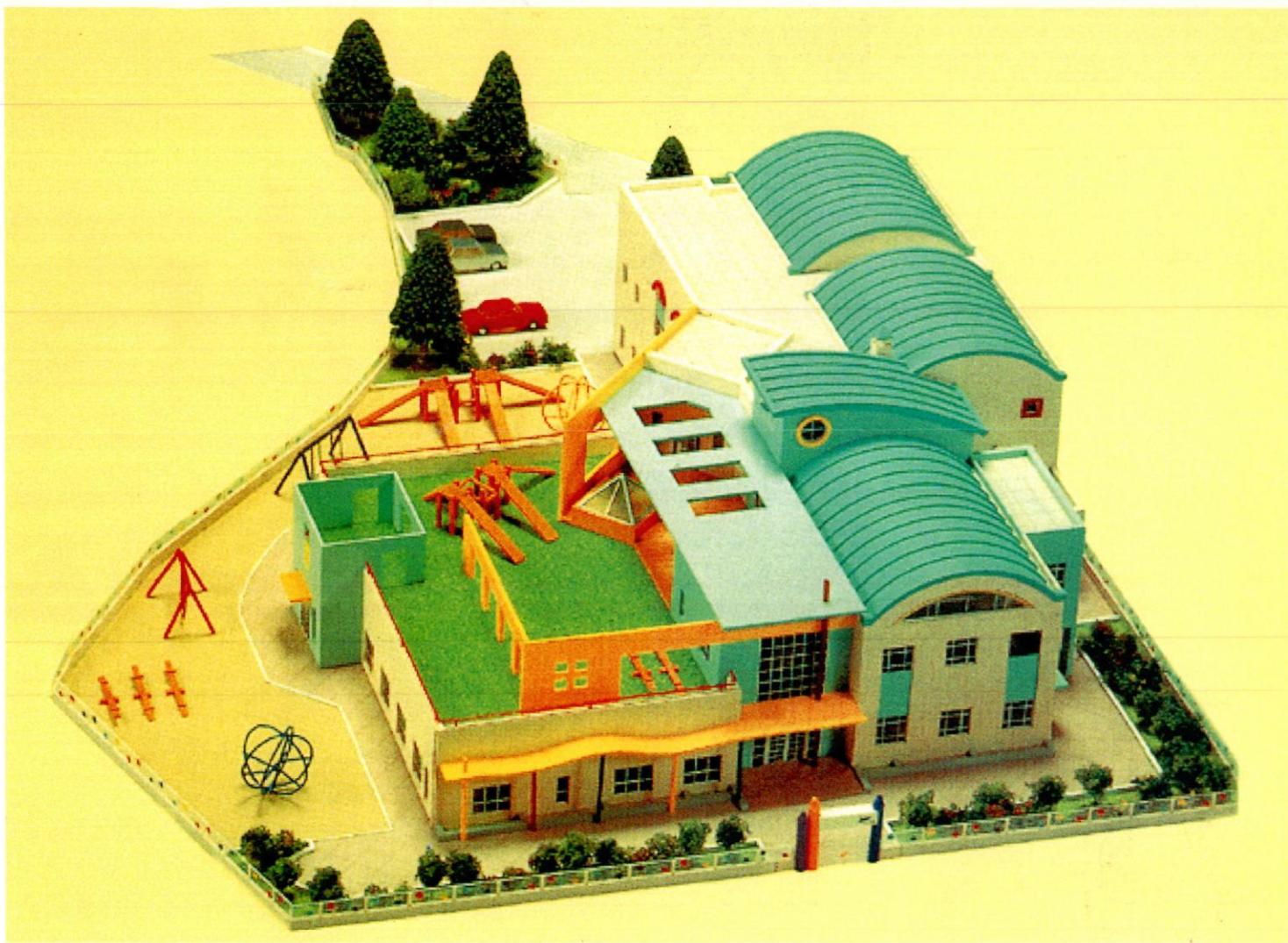
97년 대우 미래주택관으로 국제실내디자인학회 작품상 수상. 98년 삼성 둔촌 어린이집으로 국제실내디자인학회 작품대상 수상. 현재 한국산업디자인진흥원 산업디자인발전자문위원, 대한주택공사 설계자문위원으로 활동.

산업사회의 발달로 아동보육환경의 특성과 그에 대한 요구가 변하고 있다. 자연환경의 비중은 감소되고 보다 인위적 환경의 비중이 더욱 커져가고 있고, 가정에서 보육시설로 이전되어 오고 있으며, 아동을 둘러싼 각종 정보의 양이 비대해지고 또 그 질적 다양성도 광범위하게 펼쳐진 세계로 이동하고 있다. 특히 보호와 양육의 기능에서 보다 교육적 차원이 강조되고 있고 초기보육의 중요성이 과거 어느 때보다 관심을 받고 있는 등 많은 변화가 일어나고 있다. 이러한 현상은 단지 기혼 여성 취업이 늘고 또 아동양육을 지원해 온 노부모 가치관의 변화 뿐 아니라 현대 사회 환경 자체가 이러한 변화를 유도하고 있는 것으로, 비록 여성이 취업을 하지 않고 있는 경우라 할지라도 또 돌보아 줄 노부모가 있다 하더라도 보다 체계적 정보를 가지고 전문적으로 운영되는 집단 보육시설에 의존하는 방향으로 진전되고 있다.

이러한 수요를 반영하듯 많은 보육시설들이 우리 주변에서 급증하고 있다. 또한 계속 확산되어야 할 필요성이 곳곳에서 제기되고 있으며, 실제 건설되려 하고 있다. 환경의 영향이 커져가는 만큼 그 환경 속에서 아동이 보육되고 발달되므로 제반 물리적 환경특성에 보이게 혹은 보이지 않게 내재되는 그 잠재성을 보다 신중히 계획해야 할 필요가 있다. 단지 아동을 수용할 수 있는 공간의 크기를 확보한다는 생각에서 벗어나 공간도 아동을 보육할 수 있는 훌륭한 자원이 될 수 있다는 생각에서 교재개발에 공들이는 것 뜻지않은 관심과 노력을 들여야 할 것이다. 이에 대한 관심은 보육분야의 학계 및 실무분야 전문가들 뿐 아니라 건축 및 실내디자인 분야의 학계·실무계 전문가에게서도 보여져야 한다.

이러한 시점에서 삼성복지재단은 보육시설을 계획 건축하여 전국에 보급해 왔으며, 이 과정에서 적지 않은 문제들에 직면하게 되어 문제 해결방안을 모색하게 되었고, 더 나이가 미래의 바람직한 보육발전을 위해 어떠한 환경이 제공될 필요가 있는가에 관심을 보이게 되었다.

본 연구는 이러한 문제 제기로부터 시작되었다. 이는 보육시설을 확산시키는 과정에서 보다 시행착오를 줄이고 아동발달과 보육에 기여할 수 있는 디자인 지침을 마련한다면 이후 환경을 어느 정도 구성하는데 영향력이 있는 보육현장 전문가들 뿐 아니라 보육시설을 디자인하는 건축가와 실내디자이너들에게도 효율적으로 정보를 보급시키는 지름길



이 되기도 한다는 생각으로부터 추진되었다.

그러므로 본 과제는 보육시설 확산 일로에 있는 현 시점에서 도시 자원의 중요 부분인 물리적 환경이 보다 가치있는 방법으로 제공되고 또 사용되게 하기 위해, 아동발달에 긍정적인 자원으로 이용할 수 있고 보육의 가장 필수적 조건이 되는 환경적 자원을 어떻게 이해하고 접근하여야 하는지를 제시하기 위해 시도되었다.

이렇게 하기 위해서는 보육공간에 관한 기존 환경행태학적 이론을 정리하고, 선진국에서 발전시켜 온 업적들을 살펴보며, 한국 현실에서의 문제점을 진단해 보고 이 모든 것에 근거한 나름대로의 디자인 제언을 보다 이해하고 응용하기 쉬운 체계로 제시할 필요가 있다. 이를 위한 일련의 작업들이 4개의 세부과제로 구분 진행되었다.

제1 세부과제는 '보육공간 디자인 이론구축 작업'으로서 보육공간을 이해하는데 필요한 제반 이

론적 관점들을 종합 정리하고자 하였고, 제2 세부과제는 '보육공간 실내 디자인 지침 체계화 연구'로서 선진국에서 제시되어 온 기존 디자인 지침 내용을 체계화시켜 총괄적으로 이해할 수 있는 틀을 제공하고자 하였다. 제3 세부과제는 '한국 어린이집을 위한 보육공간 디자인 지침 개발연구'로서 우리 나라 보육시설을 위한 디자인 지침을 한국문화와 현실적 여건 등을 감안하여 선별 추출하고자 하였으며, 제4 세부과제는 '보육시설 내부 공간환경 디자인 지침서 개발작업'으로서 실제 디자이너 및 보육교사가 환경을 창조하고 구성하는데 이용할 수 있는 실질적인 안내서가 되도록 하였다.

우리 나라의 경우 이제야 보육시설의 디자인에 관심을 보이기 시작하였고 기존 국내 문헌들에서 일부 제시하고 있는 지침내용도 외국 문헌, 특히 미국 문헌을 인용하고 있는 사례가 대부분이기 때문에 앞으로 시설에의 관심이 높아짐에 따라, 미국 문

이 모델은 아동보육 및 발달에 중요한 소규모 어린이집 개념과 한국적 현실에서 운영관리의 효율성 축면과 사회적 혜택의 확산을 위해 불가피한 대규모 어린이집 개념을 접속시킨 것이다. 즉, 하나의 커다란 어린이집이라는 건물 체계 내에 있되 실제 4개의 작은 어린이집으로 구성되어 있고 중앙에 운영관리를 위한 행정사무 영역이 있다.

4개의 보육군은 연령별로 구분하여 제1 보육군은 13~29개월, 제2 보육군은 30~48개월, 제3 보육군은 49~60개월, 그리고 제4 보육군은 방과 후 아동을 보육하도록 되어 있다.

지상 1, 2층과 지하 1층으로 된 6000여 평의 이 건물에는 200여 명의 아동을 보육할 수 있게 되어 있다. 1층에는 제1·2 보육군, 중앙 행정공간과 부엌을, 2층에는 제3 보육군과 고사 영역을, 지하층에는 제4 보육군과 창고를 배치했다.

각 보육군의 아동은 각각의 환경에서 보육되어 각 군내에서도 인령에 따라 환경의 규모를 달리 경험할 수 있게 배려했다. 이렇게 함으로써 사실적 이미지가 주는 불필요한 사회적 자극들을 경감시키고 아동발달단계에 적합한 안정적이면서도 도전적인 환경적 경험이 가능하게 했다. 중앙의 행정체계를 원활하게 하기 위해서는 각 보육군별 책임교사를 원장실에 인접 배치하여 효율적 정보교류가 이루어지게 하고, 교사들이 보다 편안하고 자유롭게 입무에 임할 수 있도록 이들의 공간을 1층 중앙행정 영역으로부터 분리하여 2층에 두고, 그 옆에 교사용 휴게실을 배치했다. 그러나 책임교사와 각 보육군 교사들이 서로 원만한 업무체계를 유지하도록 1층과 2층 교사실이 계단으로 상호 연결되어 있다.

유치실의 전면은 영아실로 들어가는 전이공간으로서, 보육시설에 오는 아동들에게 보다 친밀한 느낌을 주고 심리적 안정감을 줄 수 있도록, 부모들이 출석 기록을 하는 동안 아이들이 일시적으로 놀 수 있는 공간으로 마련하였다. 그리고 단 위로 올리기면 인접해 있는 보육실을 관찰할 수 있고 구경을 통해 바깥전경을 볼 수 있게 되어 있는 개인공간(Personal Space)을 제공하였다.



이 영아실은 각각 3~4명의 영아를 위한 3개의 홈베이스 공간으로 구획되어 있고 각각의 홈베이스 전연 창기쪽으로는 작은 놀이학습공간이 마련되어 있다. 그리고 놀이공간 위에는 조명과 통합하여 움직일 수 있는 천정설치물을 제공하였으며 이는 보육자들이 피로감 없이 공간감을 자유롭게 조절할 수 있도록 편의를 도모한 것이다. 모든 창문은 영아들의 치수에 맞게 낮게 계획되었으며, 영아들이 호기심 있고 인락하게 반응하는 공간이 120~150cm라는 점을 감안하여 다양한 놀이의 공간이 창조되도록 하였다.



18~29개월 아동을 위한 보육실로 들어가는 카비부분, 화장실의 한쪽 벽이 부모들이 출석사인을 할 수 있는 수평 작업 면과 더불어 게시판으로 활용되도록 되어있다. 화장실 앞에는 작은 정원이 있어 아동들이 화장실을 사용할 때 보다 즐거운 시각적 경험을 할 수 있도록 하였다. 그리고 화장실 앞에는 물놀이 영역이 있고 한 쪽에는 기자기 같이 대기 있으며 물놀이 영역의 수납장에는 아이들의 양치도구들을 수납할 수 있게 되어 있다. 거울 위에는 시설적 느낌을 배제하기 위하여 영역을 분리하여 아이들의 작품으로 만들어진 타일들로 장식해 주었다.

현에서 제시하고 있는 디자인 지침 내용들이 보다 활발하게 소개되리라 예상된다. 미국과 유럽은 보육시설 디자인에 대한 관심 및 방향에 적지 않은 차이를 보이고 있는데 미국이 급격한 산업사회 발달 과정에서 인위적으로 보육시설환경을 발전시켜 왔다는 관점에서 현재 한국의 상황과 유사한 점이 많다. 특히 미국에서 경험한 시행착오 결과가 우리나라 보육시설 발전에 참고가 될 만한 점이 상당하리라 생각된다. 그러나 이러한 디자인 지침 내용이 언급된 문헌들은 연구자에 따라 제시된 형식, 내용의 범위 및 양, 구체성의 정도, 체계성들에 있어 매우 다양하여 실제 연구자나 디자이너가 어느 문헌을 참고하는지에 따라 제공되어지는 정보의 양과 질, 그리고 성격이 달라질 수밖에 없다. 그러므로 이 연구에서는 미국의 보육시설에 관한 대표적 문헌들에서 언급하고 있는 디자인 지침 내용들을 내용분석 기법(Content Analysis)으로 분석 종합하여 공간별, 지원성 별로 디자인 지침항목들을 체계적으로 조직하여 제시하였다.

그러나 본고에서는 지면관계상 전체 연구과제가 수행된 결과에 근거하여 실제 사례를 디자인할 경우 어떻게 시각화될 수 있는가를 보여주기 위해 삼성 둔촌 어린이집 실내디자인 사례 부분만을 소개한다. 이 디자인 작품은 '98 국제실내디자인학회에서 작품대상을 수상하였다.

삼성 둔촌 어린이집 디자인 사례 개요

이 모델은 대지 효용성 및 건축적 제약을 전제하지 않고 하나의 이상적인 실내공간 모형을 자유롭게 구상해 본 것이다. 바람직한 보육공간의 디자인 지침은 무수히 많으나 기존 보편적인 어린이집 건축 설계도면으로부터 출발할 경우 많은 중요한 지침들을 놓칠 수 밖에 없는 경우가 발생하기 때문에 일단 그러한 제약이나 조건에 얹매이지 않고 이상적인 디자인 지침을 최대한 수용할 수 있는 실내 설계 사례안 개발에 충실했으나, 이럴 경우 건축설계 방향제시에도 도움이 되리라 생각되었다. 대부분의 경우 건축은 실내 디자인의 첫 시발점이 되며 실내디자인 방향 설정에 중요한 영향을 미치기 때문에 보육시설 건축 방향에 전환점이 생기지 않으면 바람직한 내부 공간환경이 발전되기 어렵다.

한편 이 실내 설계안이 옥외놀이터 구성에 부정적인 영향을 미쳐서는 안되므로 각 연령에 맞는 '소규모의 친밀한 놀이터'를 전제로 실내계획을 하였다.

디자인 목표

1. 국제적·세계적 사례모델 A Global Case Model

아동보육시설의 이상은 풍부한 자연환경을 가능한 많이 확보하는 것이라 해도 과언이 아니며 실제 자연환경의 비중이 보육을 위한 물리적 환경의 질을 기름하는 것으로 여겨지고 있다.

그러나 이는 자연환경 자체가 풍부한 일부 국가에서만 가능한 것으로 대부분의 산업국가, 특히 미국의 경우 많은 보육시설이 인위적 특성을 띠고 발전되어 왔다. 이들의 시행착오를 통해 그간 이상적인 어린이집을 위한 디자인 제언이 적지 않게 축적된 것에 비해 그러한 제언을 만족시켜 주는 이상적 실제사례는 거의 없었다는 점을 고려하여 본 어린이집의 디자인 목표는 국제적이고 세계적인 모델 사례를 개발하고자 하였다. 이는 국가적·문화적 차이를 넘어 어린이 공간, 특히 보육 공간을 창조할 때 공통적으로 고려해야 하는 많은 개념들을 창조적·시각적으로 풀어 보임으로써 질적 보육 공간의 한 국제적 사례로 이용될 수 있게 하고자 함이다.

2. 문화적·한국적 사례모델 A Cultural Case Model

그동안 우리 사회는 다양하고 많은 분야에서 서양의 선진 문명과 문화를 여과 없이 그대로 들

여온으로써 시행착오를 겪었고, 특히 우리의 핵심문화 Core Culture와의 갈등은 '무조건적인 서양 문물 도입'에 대한 비판적 의식과 반성의 기회를 가져다 주었다. 이러한 관점에서 이 모형이 시행착오를 줄이고 진정한 세계적 모델 사례가 되기 위해서는 '한국 문화의 반영'이 필연적임을 인지하고 이를 서양의 발전적인 양상과 통합시켜 독창적으로 해결해 보고자 하였다.

3. 현실적 모델 A Realistic Model

21세기 보육 모형은 다양하다. 본 삼성 어린이집의 '개방 교육 모형' 만 해도 연령에 따른 보육 모형이 또 달라질 수 있다. 21세기로의 진전에 따라 나타나는 연령별 보육 모형은 그 시대 시대마다 유일하고 가장 보편적인 모형이라는 뜻이 아니라 이전 시대보다 이들에 대한 실험이 더 활발히 일어나리라는 것을 의미한다. 이들 각각에 대응되는 이상적인 공간 모형 또한 다양 한데 현시점에서 실제 이상적 모형으로 어느 것을 선택해야 하는지는 이 모형이 단지 시각적으로 보여지는 전시물이 아니라, 둔촌동의 대지에 실제로 건설·시공되고, 타 어린이집과 마찬가지로 운영될 것이라는 점을 생각하여야 한다. 즉, 현재의 보육 프로그램이나 그것을 실시하는 교사의 질, 그리고 제반 업무여건 등을 고려하

여 현실적 보육여건 속에서, 혹은 현실이 수용할 수 있는 역량 내에서 현재보다 더 나은 보육의 질적 향상을 유사령 모형을 기대해 볼 수 있는 물리적 환경을 보여주고자 하였다.

주요 디자인 개념

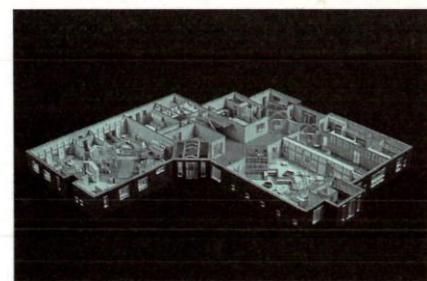
1. 아동보육에 동참하는 공간

최근까지 보육에서 가장 중시되어 온 보육 주체는 교사와 프로그램이었다. 이는 교사와 프로그램을 물리적 환경에서 제외시키면 완전 무능해지는 것이 곧 물리적 환경이라는 의미였다 해도 과언이 아니다.

그러나 본 어린이집은 설사 교사와 프로그램이 현장에 일시적으로 없는 상황을 가정했을 때라도 물리적 환경, 즉 공간과 그 안에 내재해 있는 물리적 요소, 기구, 교구 등이 아동의 행태에 미칠 수 있는 영향력이 적지 않도록 하고, 또 아동과 비언어적 교류 Nonverbal Communication를 보다 적극적으로 하도록 디자인을 의도했다.

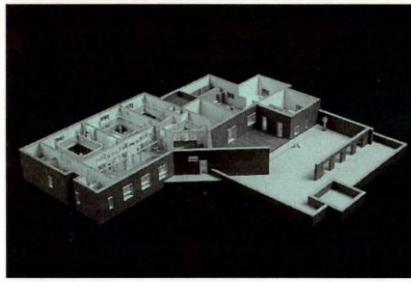
2. 교사를 지원하는 공간

흔히 공간의 디자인을 평범한 것에서 탈피하고자 하면 교사의 업무량을 늘려 놓지나 않을까

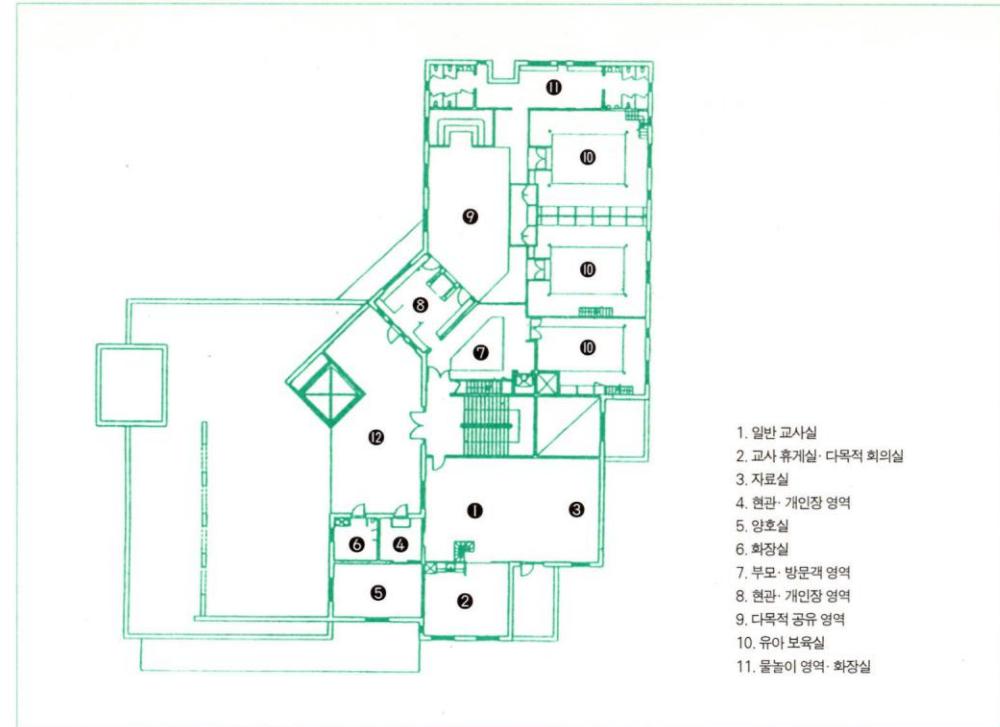


1층, 중앙행정관리 영역, 중앙급식 서비스 영역, 제1 보육군^{1층과 2층 보육군} 영역, 제2 보육군^{2층과 3층 보육군} 영역으로 구성되어 있다. 중앙현관을 포함하여 각 보육군으로 들어갈 수 있는 현관이 모두 3개^{1층 1개, 2층 1개, 3층 1개}가 있으며 현관에는 아동 개인 수납장이 통합되어 있어 아동의 정체성을 향상시킬 수 있도록 배려됐다. 특히 실내와 공간을 직접 연결하고 신발을 벗고 들어오는 한국문화를 수용하여 아동을 보다 관리하기 쉽게 계획되어 있다.

제1 보육군에는 영아와 영유아실 사이에 영유아용 유희실을 별도로 두어 다른 연령대의 큰 아동으로부터 보호될 수 있는 가운데 대근육 활동이 조성되도록 하였다. 제2 보육군 중앙의 다목적 공유공간은 제한된 공간 여건을 감안하여 인접한 세 보육실에서 효율적으로 융통성있게 활용할 수 있게 하였다.



2층 교사 영역과 제3 보육^{교사}로 구성되어 있으며 지붕이 있는 반 옥외 공간과 옥상 놀이터와 연결되어 있다. 한쪽에 다목적 공유 영역을 두고 그 옆으로 3개의 보육실이 나란히 있으며 각각 보육실 내에는 벌코니를 제공했다. 2층의 아동이 모두 함께 쓸 수 있는 물놀이 영역, 물을 사용하는 미술 영역을 화장실에 근접시켜 제공했다. 교사실은 교사용 휴게실 겸 다목적 공간과 암호실에 연계되어 있도록 계획했다.



1. 일반 교사실
2. 교사 휴게실·다목적 회의실
3. 자료실
4. 현관·개인장 영역
5. 암호실
6. 화장실
7. 부모·방문객 영역
8. 현관·개인장 영역
9. 다목적 공유 영역
10. 유아 보육실
11. 물놀이 영역·화장실

걱정한다. 그러나 진정으로 잘 디자인된 공간은 교시를 막중한 업무량으로부터 보다 자유로울 수 있도록 돋는 것이다. 질적 교육은 전적으로 교사와 아동의 질적 상호작용에 있으며 이를 교사 측에서 보면 교사의 질적 에너지가 아동을 위해 할애될 수 있을 때 가능하다. 즉, 교사가 지나친 업무량으로, 혹은 스트레스, 피로감 등으로 인해 아동에게 좋은 교육을 제공할 수 없는 상황이 발생하지 않도록 물리적 환경이 보다 질서 있게, 또 피로감을 일으키지 않게, 편리하게 디자인 됨으로써 보다 나은 에너지 교류가 아동과의 상호작용시 이루어질 수 있게 하고자 하는 것이다.

3. 발달학적 행태를 고민시키는 공간

아동의 행태는 미래 지향적인 발달학적 의미를 가지고 있다. 그동안 환경은 보육 프로그램, 교재, 교사 등에 의한 보육을 단지 수동적 배경으로서만 지원하는 기초적 역할을 해 왔으나 본 어린이집 공간은 그 자체가 아동의 제반 발달학적 특성을 고민시킬 수 있는 보다 적극적인 역할을 하는 자원으로서의 공간이 되게 하였다.

4. 어린이집 좋은 추억의 행태적 세팅으로서의 공간

고향이라는 과거에의 추억 등은 언제나 사람들의 마음에 흐뭇한 정서감을 주는 좋은 요

소이며 인성의 형성에도 영향을 미친다고 알려져 왔다. 오늘날의 어린이는 과거 어른들이 가졌던 '고향'의 이미지를 가지고 있는지, 어린이에게 추억의 이미지를 만들 수 있는 행태적 세팅은 어떠한가. 태어날 때부터 고향은 병원에게, 우리집 골목길은 주차장에, 옥외 놀이터는 산업용 건물에 빼겨 버리고 결국 보육 공간이 어린 시절의 중요한, 그리고 많은 시간을 보내는 주된 공간이 되고 있다. 그렇다면 보육 공간은 아동들에게 많은 추억거리를 만들 수 있는 공간의 다이나믹스를 지니도록 보다 정교히 계획될 필요가 있다. 본 어린이집은 아동들이 나름대로의 중요한 사건을 향유할 수 있는 다양한 공간적 구성을 이름으로써 다양한 공간 경험을 제공해 줄 수 있는 행태적 세팅이 되게 하였다.

5. 질서 있는 공간적 경험을 제공하는 공간

아동은 그들이 속해 있는 공간적 범위 속에서 이동하며 사회적 질서를 습득한다. 오늘날 어지러진 공간을 보고 '공간이 어지러워라'라고 하기보다는 '정신없어라'라는 표현을 쓰는 예를 보더라도 공간적 질서는 마음의 질서와 같다. 이 질서는 반드시 반듯반듯한 꽉 짜여진 공간이라는 의미가 아니다. 무언가 가르쳐 주는

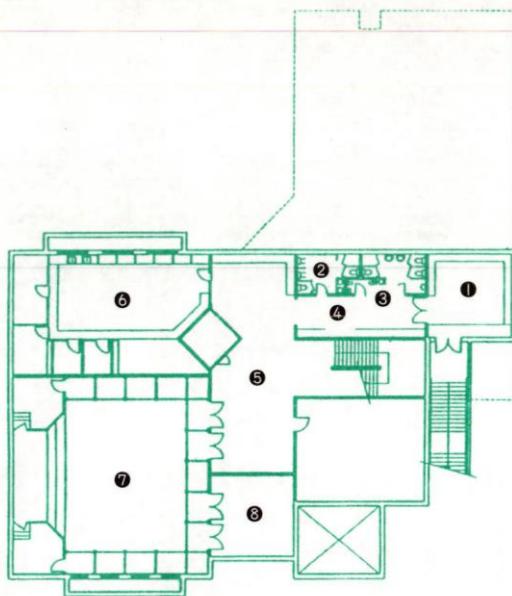
사람 없이도 공간 그 자체 내에 질서가 들어가 있음으로써 아동이 스스로 어디서 무엇을 해야 할지를 안다거나 보다 조화로운 체계를 의식적, 무의식적으로 느낄 수 있는 특성을 의미한다. 공간 속에 내재하는 질서 체계를 통해 세상의 짜여진 모습을 미리 경험하고 판단하게 하는 훈련도 할 수 있을 것이다.

6. 효용성을 증진시킨 공간

우리나라는 그 절대적 대지 면적이 적고 또 인구에 비해 토지부족이 심한 나라이다. 그러기에 토지의 효율성을 높이는 것이 공간 환경구성 시에 필연적 개념으로 고려되어야 한다. 또한 복지 재단의 궁극적 목표는 '질적 보육에의 공헌'이겠지만 이 과정에서 필연적으로 겪어야 할 부분은 우선 아동에게 보육의 기회를 부여하는 것 이고 이 기회는 많을수록 좋다는 것이다. 그러므로 이렇게 되기 위해서는 필연적으로 공간자체의 효용성을 극대화 할 수밖에 없는 것이다.

7. 한국 문화적 특성을 반영한 공간

서양 선진문명·문화가 들어올 때, 혹은 도입될 때는 그것에 내재하는 장점을 들여오기 위한 것이 분명하나 장점만 들어오지 않고 단점, 또는 우리 문화권에서 소화하기 어려운 부분



1. 현관 개인장 영역
2. 화장실
3. 유아 화장실
4. 복도 전시화랑
5. 홀
6. 방과 후 탁아 학습영역
7. 유아 유희실 겸 방과후 탁아 운동실(어린이 날 행사 및 지역 사회를 위한 다목적 공간)
8. 창고



지하층, 방과 후 아동의 탁아공간^{초등학교 학생공간}은 조용히 공부하는 영역과 운동과 놀이를 하는 영역^{유아실 혹은 적연 배려층}으로 구분, 제공되어 있다. 조용한 영역에서는 숙제, 피아노 연습, 토의, 놀이, 미술활동 등을 하며 운동 영역에서는 놀이 및 대근육 활동이 가능하도록 했다. 또한 탁아에서 보육공간 로비로 오는 과정에 작품 갤러리를 형성하여 긴 복도가 지루하지 않게 하고 자신들의 작품을 감상하는 기회를 제공하였다.

유희실은 오전에는 종일제 아동이 기후가 좋지 않은 경우 실내유희실로 사용하게 하고 오후에 방과 후 탁아가 전용 운동 및 놀이공간으로 사용하게 하였다. 또 경우에 따라 지역사회 활동, 학부모 행사, 어린이집 행사 등에 사용할 수 있는 강당식의 공간으로 쉽게 전환되도록 충분한 수납공간을 인접 배치시켜 유희실이 다목적 공간으로 쉽게 변할 수 있게 해 주었다.

까지 같이 들어오므로 늘 서양 문화의 장단점은 논의의 대상이 되어왔다. 한편 우리 나라에 특정 부분이 이루어지지 않았을 경우 그 부분을 발전시키려면 어쩔 수 없이 그 문화를 들여 올 수 밖에 없었다. 그렇다면 한국보다 수십 년 보육 공간의 필요성을 절감하고 또 발전시켜 오는 과정에서 보다 질 높은 보육을 위해 갖추어질 필요가 있다고 분석 제의해 온 선진국의 경험을 분석 고찰하는 단계 중 문화적 관점에서 제고해 볼 필요가 있는 부분을 미리 검진함으로써 우리 문화적 행태에 보다 적합한 공간 특성을 구상하고 이를 시각적으로 제시하고자 하였다.

8. 어린이집 시설 이미지를 전환시킬 수 있는 공간

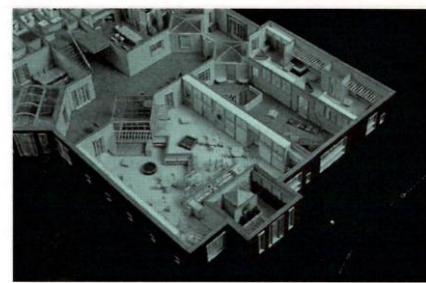
보육시설의 초기 역사적 발달단계에서 저소득층이나 여성취업으로 인한 어쩔 수 없는 보육 요구를 최소한 만족시켜 주기 위해 생긴 보육시설의 이미지는 '수용시설'이었다. 그러나 점차 아동들에 대한 관심이 증대하고 전문적 보육이 사회로부터 요청됨에 따라 질적 보육환경에 대한 시각이 달라져 왔다. 이러한 이유로 각종 '시설적 이미지'를 바꿀 필요가 있는데 이는 외관의 이미지에서 교사와 아동의 보다 더 친근한 상호작용, 그리고 내부공간의 질감의 변화에 이

르기까지 다양하게 풀어질 수 있다. 기존 어린이집도 수준 높은 보육시설이 될 수 있도록 제반 노력을 보여 왔으나 본 디자인에서는 그러한 시설적 이미지를 개선할 수 있는 제반 대안을 더 다양하게 시도하고자 하였다.

9. 최종 자극환경의 초기세팅으로서의 공간

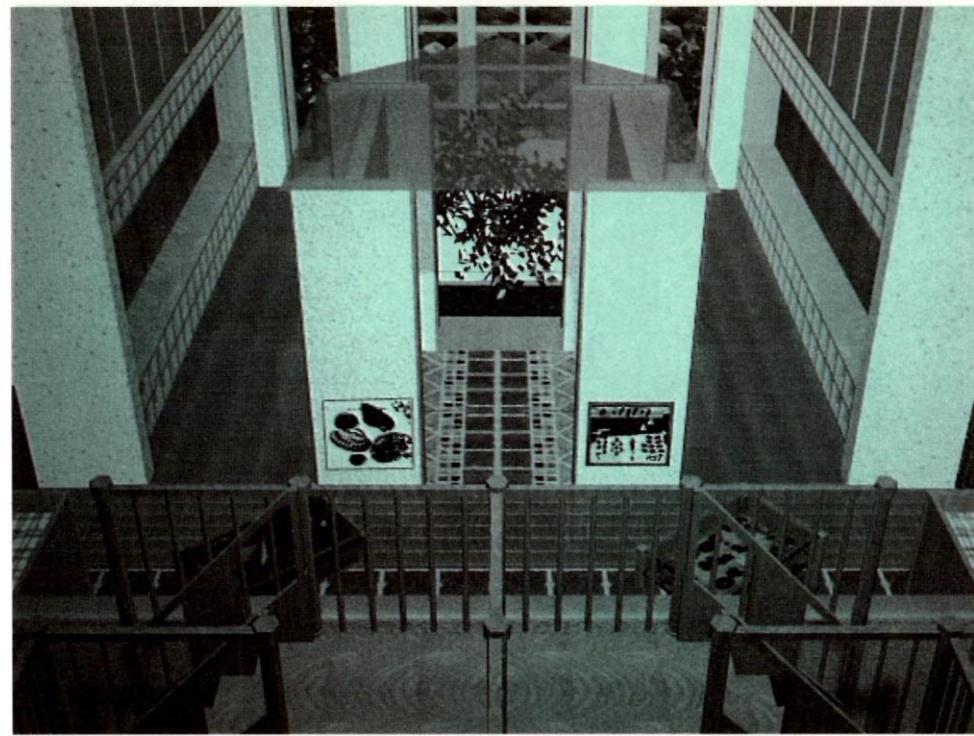
일반적으로 실내디자인은 초기공간 구성에서 최종 공간분위기 창조에 이르기까지 전과정을 통칭한다. 그러나 어린이집은 기존 보육 원장들과 교사들에 의해 많은 기구·교구·교재 등이 공간 내에 들어져 오기 때문에 실내디자인을 할 경우 교구가 들어오기 직전까지의 작업만을 하게 된다. 이때 그 이후 어떤 교구들이 들어오는지를 감안해야 하고 또 많은 아동들이 존재할 뿐 아니라 이들은 끊임없이 움직이는 이동형 자극들이므로 실제 완성되었을 때에는 실내공간의 특성은 다이나믹할 수 밖에 없다. 즉, 공간의 기본적 형태를 완성하는 '실내디자인' 일 수 밖에 없는데 이때 제시된 디자인은 그 자체가 놀이동산 같다든지 할 경우 최종 환경은 더 없이 자극적이 될 것이다.

그러므로 본 어린이집은 이러한 최종 단계의 환경적 특성을 감안하여 이들을 수용해 내는 특성을 지니게 할 것이다.



13~29개월의 영아를 보육하는 제1 보육군, 현관 옆에^{마루} 영아보육실이 있고 그 옆에는 영아방과 영유아반이 공동으로 사용할 수 있는 유희실이 있으며 사진 옆 앞 쪽으로는 영아들을 위한 2개의 보육실이 있다. 2개의 보육실은 하나의 카비^{마루} 공간을 통해 각각 들어가게 되어 있다. 이 곳의 카비는 신발을 벗고 들어가는 한국의 주거문화를 수용하여, 현관과 수납공간을 통합시키고 화장실, 물놀이 영역에 인접되게 하였으며, 실내외 출입을 자유롭게 관리하기 위해 화장실 전면의 작은 실내정원 앞에 풋 컨트롤^{마루}을 두었다.

보육실의 루프트^{Loft}에서 현관커비를 내려다보는 전경이다. 화장실의 중앙을 통해 작은 실내정원의 식물이 보이고 그 바로 아래 화장실 앞에서 물놀이하는 다른 아동들을 볼 수 있게 되어 공간 지각 능력과 사회적 관찰성을 함양시켜줄 수 있게 되어 있다.

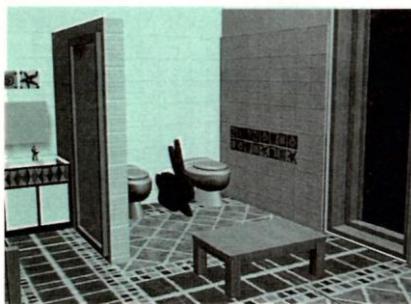


10. 쉽게 유지 관리되는 공간

현재 한국 보육 현실은 교사 일인당 아동 수가 많고 교사업무 외에 관리업무까지 담당하고 있는 경우가 대부분이므로 '관리의 용이성'이 전제되지 않고서는 바람직한 어린이집 대안은 교사에게 무의미한 공간이 될 수도 있다. 따라서 보육 사업의 현실상 관리요원을 별도로 두는 것은 기대하기 어렵기 때문에 디자인 과정에서 '유지 관리의 용이성' ^{Low Maintenance}을 부여해야 한다.



영유아 보육실로서 창문 앞을 의도적으로 물풀 들어가게 하여 쉬거나 명상하는 아이들이 다른 아동들 때문에 방해되지 않고 안정성을 가질 수 있게 의도적으로 이런 공간을 창조하였으며 곳곳에 바퀴달린 학습교구장들을 꺼냈을 경우 외벽쪽으로 작은 창문이 있는 개인공간이 출연하게 하였다. 아동들은 이 작은 창문을 통해 바깥에서 걸리자는 다크취, 토키 등이 자라나는 모습을 내부에서 관찰할 수 있게 되어 있다.



30~48개월 아동 보육실의 물놀이 영역 옆에 배치한 아동 화장실로 아동들이 화장실을 사용하는 동안 대개 교사들은 기다리고 도와주게 된다. 이 화장실은 아동들이 변기를 사용하는 동안 아동의 작품으로 만들어진 타일들로 흥미로운 관찰을 가능하게 했으며 프리아바시가 강하게 필요하지 않은 연령 층의 아동들이 사용하는 변기는 그 영역만 구별하기 위해 낮익은 모티브를 이용한 칸막이를 설치함으로써 화장실에서 재미나 흥미를 느낄 수 있게 해주었다. 그리고 화장실 앞에는 벤치를 두어 교사가 기다리는 동안 앉아서 아동들과 이야기 할 수 있게 하였다. 또한 바닥부터 천정까지 이르는 창을 설치하여 기다리는 교사들의 피로감을 덜게 해 주었다.

필요가 있기 때문이다. 따라서 '영아 < 영유아 < 유아 < 유치'의 순으로 이동가능한 공간의 면적, 거리, 수직적 이동의 가능성이 각 보육군 내에서 커지도록 하였으며 또 유희실Gym도 영아, 영유아의 경우 1층 각 보육실에 인접한 곳에 두어 이동 거리를 좁혔으며 그 이상의 아동들은 지하 유희실로 이동하여 공간이동범위를 넓게 하였다.

(2) 공간 사용상의 융통성 정도의 차별화

영아나 영유아의 경우, 공간 내에서 하는 활동의 양 및 수준에 한계가 있으며 독립적이지 못하기 때문에 교사에게 반 의존함으로써 교사의 보육업무가 교육보다는 양육에 상대적으로 시간과 에너지를 많이 들이게 되는 패턴이 되므로 공간활용 면에서는 공간이 비교적 고정적이고 융통성 있는 유동적 변용은 그다지 요구되지 않는다. 그러나 유아 및 유치아로 올라 갈수록 영유아보다는 교육의 의미를 지닌 활동이 증가하고 그 종류 또한 많다. 또 각각 종류별 수준도 다양해지므로 이들을 융통성 있게 제시해야 할 상황이 상대적으로 많이 발생한다. 특히 교사당 아동수도 많아 빠른 프로그램 활동의 변환이 필요하고, 또 인력이 적음으로 해서 보다 용이한 융통성이 부여되지 않으면 공간의 효율성은 기대하기 어려워진다. 그러므로 본 어린이집은 연

11. 각 보육군 디자인의 차별화

본 어린이집 디자인은 우선 '소규모화' 이론에 입각하여 전체 실내 공간을 4개의 큰 보육군으로 구분하고 각 보육군에서 유사 연령 대의 아동을 보육하도록 하였다. 그러므로 연령에 의해 그 특성이 구분된 보육군별 차별화를 시키기 위한 방안이 구상되었다.

(1) 공간행동범위의 가능성 정도의 차별화

연령별 가능한 공간행동범위 ^{Spatial Behavior Range} 및 고무시켜 주어야 할 공간행동범위를 감안하여 연령이 높아질수록 이를 크게 제공하였다. 이는 연령에 따라 신체적 동작이 활발해지고 공간탐험 능력이 증대하며 공간 이동성향 및 인지능력이 향상되기 때문에 이를 적극적으로 반영해 줄

령이 낮은 경우 공간활용상 비교적 고정적 요소가 많고 연령이 높을수록 보다 유동적, 이동형 요소가 많게 하여 연령이 증가함에 따라 용통성을 높게 하는 방향으로 디자인 하였다.

(3) 공유공간 경험 정도의 차별화

공간을 공동으로 사용한다는 것은 공간 이용상의 효율성을 의미하며 또한 아동의 사회적 접촉범위, 그리고 경험하는 공간적 규모영역 등의 범위를 의미한다. 연령이 낮은 경우 적응 가능한 자극 환경의 크기가 제한되어 있으므로 공유 정도를 적게 하고 또 유희실 등도 시간대 별로 달리 사용하게 함으로써 일시적으로 공간경험의 폭을 넓혔다. 연령이 높아질수록 공유할 수 있는 공간의 종류 및 크기도 점점 늘려감으로써 공간경험을 단계적으로 증진시킬 수 있게 하였다. 즉 연령이 가장 높은 유아 후기의 경우 화장실도 분산시키지 않고 공동 대근육활동 공간 옆에 공동으로 집중시켜 다른 아동을 만날 기회를 증진시키고 같이 사용하는 문화에 더 크게 접하도록 하였다.

(4) 화장실의 프라이버시 정도의 차별화

화장실에서 아동들이 가질 수 있는 감정은 두려움과 프라이버시이다. 이 두 정서는 연령에 따라 그 상대적 비중이 변하므로 이를 고려해서 화장실이 디자인되어야 한다. 특히 어린시절 화장실은 배변 훈련을 긍정적으로 하게 하는 중요한 공간이고 또 이 훈련은 제반 인성 형성에 중요하다고 알려진 만큼 신중히 계획될 필요가 있다.

즉, 영아·영유아의 경우 변기 사이 칸막이가 굳이 필요 없으며 초기 유아의 경우 칸막이가, 후기 유아의 경우 앞에 간단한 문, 유치아의 경우 정식으로 된 문까지 점진적으로 달리 제공되게 디자인 하였다. 이 때도 아동이 심리적으로 폐쇄감과 두려움을 느끼지 않도록 그 높이는 성인과 달리 조정 배려되었다.

(5) 인체 치수에 따른 시설물 치수의 차별화

어린이집에서 아동들에게 활발하고 자립적인 태도와 정서적 안정감을 제공해 주려면 무엇보다 어린이가 직접 접하게 되는 실내 구성 요소의 치수가 아동들의 치수에 적절하게 대응되어야 한다. 특히 아동용 수납장과 공간구분시

사용되는 칸막이 등은 이러한 아동 스케일을 신중히 반영해야 한다. 영아·영유아·유아·유아 후기로 올라갈수록 수납가구 높이를 각기 다르게 계획하였다.

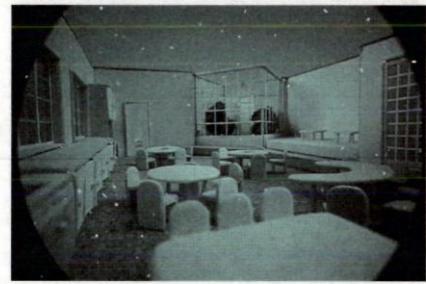
(6) 질감의 양 및 질감환경 성격의 차별화

어린이집에서 '부드러움'은 중요한 측면이고 이를 성취할 수 있는 방법 중 대표적인 하나의 방법이 질감을 다양하게 제공하는 것이다. 영아·영유아 등 낮은 연령일 경우 질감은 촉각 환경에 꼭 필요한 것으로써 아주 중요하며 이 질감은 주로 아동이 부딪히고 만지는 환경 속에서 제공되어져야 한다. 유아·유치아 등 연령이 높은 아동인 경우 많은 다양한 활동 및 유지관리가 수반되는 활동으로 인해 아동이 직접 접하기보다는 시각적으로 질감이 제공된 경우가 더 많게 하였다.

(7) 세부공간 성격의 차별화

어린이집 내의 보육공간은 보다 작고 친밀한 규모의 많은 영역들로 구성되어 있다. 즉 먹고, 자고, 기저귀 갈고, 쉬고, 화장실 사용하는 등의 일반 가정에서와 똑같은 주거 생활행위에 관련된 홈베이스 영역, 독서, 물놀이, 음률, 극놀이 등의 활동영역들이 있다. 활동영역도 그 자체가 놀이와 학습개념이 통합된 특성을 지니고 있지만 연령에 따라 강조되는 세부특성에는 차이가 있다. 영아·영유아의 환경에 더 관심을 보여 온 무어가 이러한 영역을 활동포켓(Activity Pocket)으로 정의한 것에 비해 새노프(Sanoff)는 학습영역(Learning Center)이라는 용어로 정리하고 있는 것으로도 알 수 있다.

영아의 경우 홈베이스 개념이 영유아·유아 보다 더 비중이 있게, 학습영역 성격보다는 놀이영역 성격이 더 부각되게 한 반면, 연령이 높아질수록 홈베이스영역 비중이 줄어들고 학습영역 성격이 상대적으로 이전 연령대 아동보다 더 느껴지도록 계획하였다. kidp



초등학교 방과 후 택아공간으로서 좌식·입식공간과 개방적·폐쇄적 공간들을 다양하게 배치해 줌으로써 아이들이 대화, 놀이, 피아노연습, 학습, 공동 토의 등을 서로 피해주지 않고 할 수 있게 했다. 지하의 공간이므로 보이드 공간(VOID Space)을 통해 실내조경을 형성하였다.

디자인 성과 증명하기

맹은주 KIDP 출판사업팀 팀장

영국의 디자인 진흥기관 '디자인 카운슬'은 97년도 사업보고서에 기업이 디자인을 통해 어떤 성과를 얼마나 얻을 수 있는지 몇 가지 사례를 들어 소개하고 있다. 다음은 편집디자인 개선으로 17억 원 이상을 절약한 이야기다.

유럽 최대의 통신회사 BT^{British Telecom}는 꼭 필요 한 정보를 담고 있기는 하지만 분량이 너무 많고 사용하기 어려웠던 전화번호부 서문을 개선하기 위해 필라정보디자인^{Pillar Information Design}사에 디자인을 의뢰했다. 새롭게 디자인된 서문은 페이지 분량이 줄어든 반면 실려 있는 정보의 질은 향상되었고 읽기도 쉬워졌다. 뿐만 아니라 17억여 원 £750,000이라는 어마어마한 인쇄비도 절감시켰다. 이 돈은 소설책 '전쟁과 평화'를 70만6천8백18권을 인쇄하고도 남을 만큼의 종이와 잉크, 그리고 9만1천1백 50개의 음료수 캔을 생산해 낼 수 있을 만큼의 알루미늄에 상당하는 비용이다.

BT의 성공사례를 읽고 "우와! 디자인을 좀 바꿨다고 그렇게까지 절감될 수 있나?" 라며 놀라는 이들이 많을 것이다. 절감된 '17억 원'이라는 액수 자체도 그렇지만, 그러나 언뜻 상상이 잘 안 되는 그 돈의 가치를 소설책이나 음료수 캔과 같은 우리가 흔히 접하는 물건으로 설명한 대목에서 놀라움은 더 증폭 된다. 더 확실하고 쉽게 이해되기 때문이다.

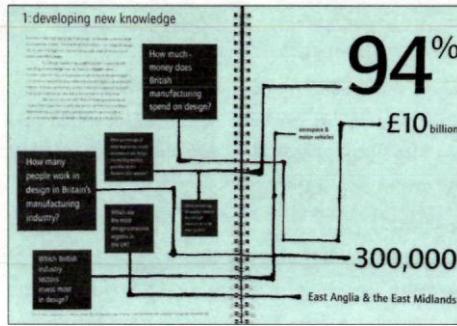


영국 디자인 카운슬 '97 사업 보고서에 실린 BT 전화번호부 디자인 성공사례.

이렇게 같은 내용이라도 금액이나 백분율 등 숫자로 설명하면 의미가 명확하게 전달될 뿐 아니라 더 쉽고 설득력 있게 들린다. 통계나 데이터는 추상적이고 모호했던 서술 사항을 구체적이고 객관적인 사실로 뒷받침해 주기 때문이다. 여기서 우리 디자인계가 주목해야 할 부분은 객관적인 자료나 근거, 그리고 이를 통해 입증된 사실은 기업의 투자나 사업방향 결정과 같이 중요한 판단에 큰 영향을 미친다는 것이다. 그리고 자신이 의도한 결과를 얻기 위해 상대를 효과적으로 설득할 수 있는 더 없이 확실한 수단이기도 하다.

경제위기로 국내 기업 활동이 잔뜩 위축되어 있고 각종 사업예산과 인원이 줄고 있다. 그러나 모든 부분이 똑같이 줄어들고 깎이는 것은 아니어서 임의로 정해진 투자 우선 순위에 의해 재조정되고 결정되기 마련이다. 그런데 안타깝게도 디자인 관련 예산이나 인력은 순위에서 뒤쳐져 있는지 최근 심각한 타격을 입고 있다.

요즘 우리 디자인계가 겪고 있는 이런 어려움의 원인을 분석해 보면 '디자인 성과 증명'에 소홀했던 지난 날을 반성하지 않을 수 없다. 물론 그 동안 디자인계가 맥 놓고 있었던 것은 아니다. 나름대로 열심히 했다. 그러나 전략적이고 효과적인 방법과 기술로 비디자인계를 향해 외치고 그들을 확실한 디자인 산업의 팬으로 만드는 일에는 실패한 듯 하다.



영국 디자인 카운슬 '97 사업
보고서. 숫자를 적절히 이용해
이해도를 높였다.

그렇지 않다면 디자인이 중요하다는 말을 그 누구도 부인하지 않을 요즘, 더구나 우수한 디자인은 기업의 생산비용을 절감시키고 수입도 늘려준다는데 왜 경영자들이 디자인을 뒤로 밀어 놓았겠는가? 클라이언트들은 왜 그렇게 쉽게 디자인 프로젝트를 취소·연기하는가? 대통령도 나서서 수출상품 경쟁력의 핵심요소는 디자인이라고 강조하는데 반해 정부는 왜 또 올해 디자인 예산 지원을 13% 삭감했겠는가?

아무래도 우리의 설득이 충분하지 않았고 우리가 제시한 근거가 미약했던 것이 틀림없다. 만약 기업이든 정부든 예산을 담당하고 결정권을 가진 사람들이 디자인의 중요성을 절감하고 그 어떤 경영전략보다 디자인의 수익성이 높다고 확신했다면 디자인은 결코 투자 대상에서 뒤로 밀리지 않았을 것이다. 이제부터라도 디자인이 할 수 있는 일, 디자인으로 거둔 성과를 누구나 인정하고 확신할 수 있도록 '증명' 해 나가는데 힘써야 할 이유가 바로 여기에 있다.

지금까지는 꼼꼼하게 챙기지 못했지만, 앞으로는 BT의 예처럼 디자인 성과의 계량·계수화와 수익성 분석이 반드시 이루어져야 한다. 프로젝트가 완료되면 손을 떼는 것이 아니라 해당 디자인의 판매실적과 추이, 효과 등을 면밀히 추적·분석하고 디자인의 성과를 철저히 밝혀내서 그 결과를 전략적으로 홍보하고 활용해야 한다.

전문회사 등의 홍보 브로슈어에 그동안 진행했던 디자인 결과물들의 사진만 실을 것이 아니라 해당 디자인 프로젝트를 통해 얻은 수익을 강조해 넣는다면 잠재적 클라이언트를 당장 끌어들일 수 있을 것이다. 어떤 색, 어떤 모양의 디자인이나 보다는 그 디자인으로 얼마를 벌 수 있는가에 관심을 갖고 있는 경영자나 클라이언트에게 장황하게 '디자인이 어떻고…'를 설명하기보다는 우리가 디자인한 이 제품으로 A사는 얼마를 벌었고, 이 디자인 프로젝트로 B사는 생산단가의 몇 %를 낮추었다는 식의, 확실한 성과를 근거와 함께 제시하는 것이 효과적일 수 있다는 것이다.

그리고 이제 우리 디자인계도 과학, 체계, 논리, 통계, 분석, 데이터 등과 친밀해져야 한다. 디자이너들도 '꿈꾸는 디자이너'의 모습을 벗어버리고 개성과 창의성을 발휘하되 시장경제에 맞게 빈틈없이 계산해 내는 논리적인 디자이너가 되어야 한다.

'디자인 성과 증명' 작업은 비#디자인계를 대상으로 이루어지는 것이므로 과학적이고 신뢰성 있는 근거를 제시해야 함은 물론 커뮤니케이션 능력을 갖추는 것도 중요하다. 비#디자인계와 대화하기 위한 준비의 첫 단계는 논리적이고 객관적인 표현능력을 기르는 것이기 때문이다.

많은 디자이너들이 그릴 줄은 아는데 글은 못

쓴다. 자신의 생각이나 주장을 논리적으로 말하는 디자이너도 많지 않다. 지나치게 많은 수사적 표현을 섞어가며 복잡하고 장황하게 말하는 경향이 있어서 전달하고자 하는 내용이 추상적이고 모호해지는 경우가 많다. 작가나 아나운서와 같은 능력을 갖추자는 것이 아니다. 꿈보다 해몽이 좋다는 말도 있듯이 디자인 결과물이나 의도, 기대효과 등을 클라이언트에게 효과적으로 이해·설득시키는 능력은 디자인 능력만큼이나 중요하기 때문이다. 그리고 사실 의사소통 능력은 디자이너의 기본 소양이다.

이 외에도 디자인의 성과를 입증하는 방법은 많을 것이다. 앞으로 디자인계가 이런 식으로 전략적인 행보를 계속해 나간다면 우리의 미래는 결코 어둡지만은 않을 것이다. 높은 수익성이 입증된 디자인에 투자하지 않을 기업이 어디 있겠는가! kidp

대학생 벤처기업 Menafe, 김대중
대통령 캐릭터 개발

20대 대학생으로 구성된 Menafe 대표 박정규 가 김대중 대통령 캐릭터를 개발했다. 올 2월, 국내 기반이 미약한 캐릭터 산업에 도전한 Menafe는 가장 인지도가 높은 김대중 대통령을 첫 캐릭터 사업 대상으로 삼아 그 결과물을 내놓았다.

홍익대 시각디자인 전공의 디자이너와 협력 하에 이루어진 이번 캐릭터는 김대중 대통령의 이미지를 허덕하고 순박하게, 그리고 선량하고 강직한 모습으로 묘사했으며, 김대중 대통령의 약간 어색해 보이는 웃음을 사실적으로 묘사한 것이 특징.

전체적으로 선의 두께를 조절하여 우리 나라의 선맛을 살린 이 프로젝트는 '대통령 초상권'이라는 법적 문제 때문에 어려움이 있었지만, 청와대 공보실의 협조로 가능하게 되었다.

이 캐릭터는 지난 5월 30일부터 6월 6일까지 열린 '98서울국제캐릭터박람회'에 참가했으며 대형 포스터 1종, 대형 캐릭터 패널 2종, 인형 1종, 뱃지 7종, 머그 3종, 티셔츠 4종, 리플렛 1종 등으로 상품화되기도 했다.

문의 : 02 716 8541

중소기업 수출업무 대행 및 지원을 위한 각종 서비스

골든키 서비스

대한무역투자진흥공사 KOTRA가 중소업체들의 수출을 지원하기 위해 해외 바이어 발굴에서 수출계약, 사후관리까지 일괄 지원해 주는 시스템이다. 연회비 48만원을 내고 회원으로 가입하면 KOTRA는 기업의 수출관련 애로사항을 해결해 주기 위해 전담직원인 '홈닥터'를 한 명씩 배정해 주며, 회원사가 해외 시장에 관한 자세한 정보를 요청하면 전 세계 1백 15개 무역관을 활용해 해외정보를 제공하고 시장조사를 대행해 주기도 한다. Tel. 02 551 4429/31

시장개척보험

한국수출보험공사가 중소 무역업체들의 해외전시회 참가, 해외판매장 설치 등의 시장개척활동과 관련한 손실을 최대 80% 까지 보상해주는 제도이다. 시장개척비용

이 1천만 원인 경우 1.5%인 15만 원만 내면 전액 손실이 발생할 때 비용의 80%인 8백만 원까지 보상받을 수 있다. Tel. 02 399 6813

수출인큐베이터

중소기업진흥공단이 국내 중소기업들의 해외 수출을 현지에서 지원하기 위해 설립한 것.

시카고에 개설되는 1호 수출인큐베이터는 수출 유망 품목을 생산하고 있는 중소기업 중에서 미국 현지 판매법인·지사를 설립하려는 업체를 대상으로 입주업체를 선정, 7월 1일 문을 연다.

사무실과 각종 집기 무료제공, 현지 전담 자문요원 1명 상주, 마케팅 조언, 회의실과 공동 전시실 이용 등 다양한 혜택을 받을 수 있다. Tel. 02 769 6705

이 밖에 한국무역협회 IMF대책팀 Tel. 02 551 5118~9은 무역업계 애로사항 접수와 해결

알선, 대한상시중재원 Tel. 02 551 2000은 무역 클레임 등 분쟁상담과 중재, 한국수출보험공사 수출신용정보센터 Tel. 02 399 6825~9는 해외신용정보 수집과 제공, 중소기업청 중소기업 상황실 Tel. 02 509 7087은 중소기업 애로사항 신고 접수 및 처리 등 중소기업 관련기관에서는 다양한 서비스를 제공하고 있다. 중앙일보 6월 12일자

iF 제품 디자인상 & 환경디자인상

iF 제품디자인상과 환경디자인상이 오는 8월 14일까지 작품접수를 받는다. 제품디자인상은 사무환경, 가정용품, 조명, 운송수단 등 10개 분야의 제품을 대상으로 외적인 아름다움, 재료의 선택, 기능성, 안전성, 환경친화성, 내구성 등을 심사기준으로 삼고, 환경디자인의 경우에는 사무환경, 가정용품, 의료기기, 포장 등 13개 분야의 제품을 대상으로 제조, 유통, 사용, 재활용 등 제품 수명의 전 단계에 대한 종합적인 심사를 실시해 수상작을 선정한다.

1차, 2차 심사를 거쳐 최종 심사결과는 오는 12월 5일에 발표되며 대상은 3만 마르크를, 우수상은 2만 마르크를 상금으로 받게된다.

iF 디자인상에 대한 더욱 자세한 정보는 iF 인터넷 웹서비스를 통해 검색해 볼 수 있다.

문의 : iF Design Awards 1999

iF Industrie Forum Design

Hannover, Messegelände, D-30521 Hannover,

<http://www.ifdesign.de>

iF Product Design Award

Tel. 49 511 89 324 03~4

Fax. 49 511 89 324 07

iF Ecology Design Award

Tel. 49 511 89 311 29/05

Fax. 49 511 89 324 01

영국, 한국인 유학생에 25억 원 지원

주한 영국대사관은 최근 경제난으로 재정적 어려움을 겪는 한국 학생들을 지원하기 위해 한·영 특별장학금 제도를 신설, 올해 총 1백10만 파운드 한화 25억 원 상당를 지원할 방침이다.

선발인원은 영국에 유학 중이거나 유학을 계획 중인 대학생 1백 74명, 대학원생 2백 60명 등 모두 4백 35명이며 이들에게는 각각 1천 6백 파운드, 3천 파운드가 지급된다.

문의 : 주한영국문화원

Tel. 02 737 7157

<http://www.bricoun.org/eis>

파리 maison & objet 박람회

홈인테리어, 식탁용품, 홈패션, 선물용품 등의 세계적 흐름을 엿볼 수 있는 maison & objet 박람회가 9월 4일부터 8일까지 5일간 파리의 빌 뺑트 박람회장 Parc des Expositions Paris-Nord Villepinte에서 열린다.

문의 : SBA Consulting 한국지사 유은아

Tel. 02 3442 1635

Design Innovations '98 개막

독일 베스트팔렌주 디자인센터인 디자인 젠투룸 Design Zentrum이 주관하는 Design Innovations '98이 6월 22일 개막식을 갖고 7월 22일까지 전시에 들어갔다.

세계적 권위의 국제적 공모전인 Design Innovation '98에는 22개국 647개 기업과 343개 디자인전문회사가

<p>참여하는 등 모두 1,380점이 접수되었다. 이 가운데 216개 제품이 우수디자인상^{Red Dots For High Design Quality}을 받았고, 22개 제품</p>	<p>아트센터에서 개최된 이번 전시회는 아시아문화교류연구소, 문화환경 소시얼디자인연구소, 중국명인서화전, 국제그림동화</p>	<p>행될 수 있도록 하였고, 이를 통해 서로 다른 개념들을 적용하고 실질적인 문제해결 방법을 배울 수 있도록 구성되었다.</p>	<p>처음 실시하는 The Aluminium Award '98이 8월 1일까지 신청접수를 받는다. 알루미늄 완제품 및 알루미늄 함량이 높은 제품 중 알루미늄이 유용하게, 또는 혁신적인 방법으로 제작된 제품을 대상으로 시계·가정용품 등의 소비용품 분야와 로봇·기계설비 등 산업용품 분야로 나뉘어 접수를 받으며, 97년 1월 이후 제작되었거나 출시된 제품이어야 한다.</p>
<p>이 최우수 디자인상^{The Red Dots For Highest Design Quality}으로 선정되었다.</p> <p>혁신적인 디자인으로 생산된 제품에 대해 8개 부문으로 나누어 심사한 이번 공모전에서는 특히 처음으로 제정된 텍스타일 디자인 특별상이 스위스의 Schoeller Textil AG of Sevelen사에 돌아가기도. 한편 이번 전시는 인터넷^{http://www.design-germany.de}으로도 만나볼 수 있다.</p>	<p>원화전시회, 세계아동미술전, 세계어린이 공책전시회, 좋은 아버지가 되려는 사람들의 모임, 북한도서특별전, 유네스코꾸리에, 현지법인 중국문화환경 등 광범위한 활동을 하고 있는 강우현 소장의 다양한 작품 세계를 접할 수 있는 좋은 계기가 되었다.</p>	<p>특히 이 책은 현재 시각적 연구에 쓰이는 많은 교재들이 각 접근방법이 다르고 기본 이론 개념이 다른 각도에서 설명된 이유로 기초 과정을 지도하는 데 많은 어려움을 겪어왔던 대학교수들의 고민을 덜어주는 해결책이 될 것이다.</p>	<p>이 책을 공동 집필한 찰스 월츠레거와 신디아 부식 스나이더씨는 미국의 산업디자이너회 정회원으로 대학과 현장에서 오랜 경험과 노하우를 담았으며 깊이가 상대 원유홍 교수는 '한글타이포그래픽스'를 공동 저술했고 '타이포그래픽'을 번역한 바 있다.</p>
<p>문의 : Design Zentrum Nordrhein Westfalen Gelsenkirchener Str. 181 45309 Essen, Germany Tel. 49 0201 301040 Fax. 49 0201 3010440 E-mail. Design_Germany@compuserve.com</p>	<p>세계적인 건축가 안도 타다오 건축전이 6월 13일부터 7월 29일까지 과천 국립현대미술관에서 열리고 있다.</p>	<p>건축, 그 창조의 과정' 이란 주제로 개최되고 있는 안도 타다오 건축전은 건축의 발상에서 완성에 이르기까지 진행되는 과정을 스케치, 모형, 도면, 드로잉, 사진, 비디오 등을 통해 감상할 수 있다.</p>	<p>문의 : 안그라피스 Tel. 02 743 8065</p>
<p>홍콩 Pen & Paper 무역박람회</p> <p>홍콩 무역진흥기구와 독일 메세 프랑크푸르트사가 공동으로 주최하는 국제문구제품전^{The Pen & Paper Trade Fair}이 오는 10월 29일부터 31일까지 홍콩 컨벤션센터^{Hong Kong Convention & Exhibition Centre}에서 열린다.</p> <p>이 전시회를 통해 문구 및 사무용품 부문의 다양한 국제 교류가 이루어질 전망이며, 아시아 시장이 성장함에 따라 그 중요성이 커지고 있다.</p>	<p>프로 권투선수를 지내는 등 독특한 경력을 가지고 있는 안도 타다오는 독학으로 건축을 공부하여 오히려 기존의 건축과는 다른 참신한 작품을 통해 세계적인 건축가로 인정받고 있다. '스미요시 나가야' 주택을 통해 세상에 널리 알려지기 시작, 그 후에도 '빛의 교회', '물의 교회', '물의 절' 등 일련의 종교건축을 발표하면서 건축의 새로운 가능성을 보여주었다. 특히 '나오시마 현대미술관'은 섬 전체를 하나의 미술관으로 만들어 미술품과 섬의 자연이 모두 작품화되는 새로운 박물관의 개념을 보여주는 등 그의 작품은 기하학에 의한 구성과 깨끗하게 노출시킨 콘크리트, 자연과의 조화 등의 요소를 부각, 미니멀하며 시적인 건축으로 평가받고 있기도 하다.</p>	<p>CI 및 BI 디자인전문회사인 로고뱅크는 최근 캐나다의 청과물 유통회사 'JAKO'의 CI를 선보였다.</p> <p>고객에게 항상 신선하고 깨끗한 과일만을 유통한다는 기업 이념을 담는데 주안점을 두어 제작된 'JAKO'의 심벌마크는 과일의 형태를 대표하는 빨간색 타원으로 시각적 인지도를 높이고 푸른 잎으로 무공해의 신선함을 표현하였다.</p>	<p>CI 및 BI 디자인전문회사인 로고뱅크는 최근 캐나다의 청과물 유통회사 'JAKO'의 CI를 선보였다.</p> <p>고객에게 항상 신선하고 깨끗한 과일만을 유통한다는 기업 이념을 담는데 주안점을 두어 제작된 'JAKO'의 심벌마크는 과일의 형태를 대표하는 빨간색 타원으로 시각적 인지도를 높이고 푸른 잎으로 무공해의 신선함을 표현하였다.</p> <p>영문로고타입은 신선한 과일과 상큼한 과즙의 이미지를 복합적으로 느낄 수 있도록 볼륨감과 리듬감 있는 구성으로 현지인들에게 친숙한 느낌을 줄 수 있도록 디자인 모티브를 다양하게 활용했다.</p>
<p>문의 : The Pen & Paper Trade Fair Messe Frankfurt^{HK} Ltd., 1809 China Resources Building 26 Harbour Road Wanchai, Hong Kong Tel. 852 2802 7728 Fax. 852 2511 3466 E-mail. mfhkfair@netvigator.com</p>	<p>신간 '디자인의 개념과 원리'</p> <p>'디자인의 개념과 원리'는 시각 예술과 관련된 다양한 교육 프로그램을 보조하기 위해 평면과 입체의 기초시각과정을 전반적으로 다루고 접근과정과 디자인 관련기법 및 기술을 가르쳐주고 있다.</p>	<p>각 장마다 개요와 목표를 제시하고 독자들이 시각 언어를 배울 수 있는 다양한 접근 방법을 여러 가지 연습문제로 제공하고 있으며, 풍부한 사진과 일러스트레이션을 통해 각 단계의 실습이 실제적으로 전</p>	<p>주최 : 삼성 SDS CAD/CAM 사업부 응모분야 : 애니메이션 부문 - 2D 및 3D 애니메이션, 시뮬레이션, 프리젠테이션, 방송 등. 멀티미디어 부문 - 웹 디자인, 멀티미디어 타이틀, 게임, 안내시스템, VOD 등 응모자격 : 삼성 각사 부문 - 삼성 각사 멀티미디어, CG업무 담당자. 학생부문 - 국내외 2년제 이상 대학 또는 대학원에 재학 중인 자 시상내역 : 삼성 각사 부문, 학생부문 공히 대상 300만 원, 금상 200만 원, 은상 100만 원, 동상 50만 원 접수 : 98년 9월 1일~10일</p>
<p>강우현 멀티캐릭터 아트전</p> <p>며 드로잉, 그림, 영상 그래픽, 일러스트레이션, 디자인 캐릭터, 애니메이션 등을 묶은 동양적인 캐릭터로 21세기 디자인 문화마케팅을 제안하는 '강우현 멀티캐릭터 아트전'이 개최되었다.</p> <p>지난 5월 27일부터 6월 2일까지 공평</p>	<p>문의 : 로고뱅크 Tel. 02 549 5054</p>	<p>The Aluminium Award '98 신청접수</p> <p>네덜란드의 Aluminium Centre가 올해</p>	<p>문의 : 삼성 SDS CAD/CAM 사업부 Tel. 02 3429 2943 http://www.sdsacad.com</p> <p>'98 소방광고대상 작품 공모</p> <p>주최 : 한국 소방안전협회 주제 : 불조심의 생활화 정착과 화재 예방 계몽에 기여할 수 있는 내용</p>

모집부문 : 포스터, 표어
대상 : 제한 없음
작품규격 : 2절 크기에 작품설명서 첨부.
4도 색상
시상내역 : 포스터 대상 200만 원, 우수상 150만 원, 기작 50만 원, 표어 최우수상 30만 원, 우수상 20만 원, 기작 10만 원
접수 : 98년 7월 31일까지

문의 : 한국소방안전협회 홍보과
Tel. 02 679 8749

스피드 012 빠삐 디자인 공모

주최 : SK Telecom
주제 : 새로운 유행을 창출할 수 있는 차별화된 형태로 크기, 모양, 색상에 제약이 없는 자유로운 빠삐 디자인
대상 : 제한 없음
시상내역 : 대상 300만 원, 금상 100만 원, 은상 50만 원, 동상 30만 원, 장려상 10만 원
접수 : 98년 7월 15일까지

문의 : 012 빠삐 디자인 공모 담당자
Tel. 02 3709 0356

제5회 전국 대학생 패키지디자인 공모전

주최 : 사단법인 한국패키지디자인협회, 한국포장디자인학회
출품부문 : 식음료, 화장품, 제과, 제빵, 생활용품, 주류, 팬시, 문구류, 레저 스포츠, 의류, 의약품, 문화, 공익부문
응모자격 : 전국 전문대학, 대학교, 대학원, 이에 준하는 학교 재학생
시상내역 : 입상자에게 상장과 상패
접수 : 98년 10월 25일까지

문의 : 사단법인 한국패키지디자인협회
Tel. 02 271 3457

'99 세계 우표 디자인 공모

주최 : 정보통신부
대상우표 : UPU창설 125주년 기념우표, 제108차 IOC 서울총회 기념우표

주제 : UPU창설 125주년 기념우표-국제협력 증진과 통신의 중요성, 제108차 IOC 서울총회 기념우표-올림픽의 신조와 이상의 구현
대상 : 제한 없음
작품규격 : 가로138×세로198mm, 가로198×세로138mm - 우표크기의 6배
시상내역 : 최우수상 300만 원, 우수상 200만 원, 기작 100만 원, 입선 50만 원
접수 : 98년 9월 1일~30일

문의 : 정보통신부
Tel. 02 750 2241/2245

제2회 하나은행 달력 공모

주제 : 손님의 기쁨 그 하나를 위하여
소재 : 하나은행의 이미지를 부각시킬 수 있는 것, 국내외 미발표 순수 창작품
대상 : 학생 및 일반
작품규격 : 30×52cm 표지를 포함하여 총 7장
시상내역 : 대상 300만 원, 우수상 150만 원
접수 : 98년 7월 11일까지

문의 : 하나은행 홍보팀
Tel. 02 754 2121

제2회 산업기술 포스터 공모

주최 : 산업기술정책연구소
주제 : 산업기술개발을 통한 IMF 체제 극복 및 수출증대에 대한 전국민의 관심을 유도할 수 있는 내용
대상 : 학생부문 초·중·고 및 일반부문 대학 등
작품규격 : 2절지 혹은 4절지
시상내역 : 일반부문 최우수상 300만 원, 우수상 100만 원, 학생부문 최우수상 50만 원, 우수상 30만 원
접수 : 98년 8월 16일~31일

문의 : 산업기술정책연구소 기술자원실
Tel. 02 829 8763
<http://www.itep.re.kr>

Who can? 디자인 공모전

주최 : 하이네켄의 후원

출품분야 : 맥주광고용 브랜드 네이밍과 상품 디자인
참가자격 : 제한 없음
시상내역 : 1등 4500 달러, 2등 3000 달러, 3등 2000 달러
접수 : 98년 10월 1일까지 인터넷 접수
문의 : <http://www.designcontest.com>

코렐 월드 디자인 콘테스트

주최 : 코렐 Corel
출품분야 : Corel Draw로 제작한 모든 작품 - 인물, 동식물, 풍경, 추상, 테크니컬 드로잉, 페이지 레이아웃과 프로모션 웍스 등
시상내역 : 각 부문마다 수상작에 5천 달러 지급
접수 : 99년 1월 31일까지

문의 : 한콤서비스
Tel. 02 639 8778
<http://www.corel.com/contests>

1998 노마 콩쿠르

주최 : 유네스코 아시아 태평양 문화센터 ACCU
출품자격 : 아시아 태평양 지역에서 제작된 그림책용 일러스트레이션, 미출간된 원화, 동화 한 편 당 5컷 이상의 작품을 제출
시상내역 : 최우수상 3천 달러
접수 : 98년 11월 15일까지

문의 : 노마 콩쿠르 조직위원회
NOMA CONCOURS SECRETARIAT,
Asia/Pacific Cultural Center for UNESCO,
Fukuromachi,
Shinjuku-ku, Tokyo 162, Japan
Tel. 81 (3)269 4445
Fax. 81 (3)269 4510
E-mail. book@accu.or.jp

1999 모리사와 국제 타입페이스 디자인 공모전

주최 : 모리사와 Morisawa
출품분야 : 일본어와 라틴어 글자체 디자인으로 한 번도 발표된 적이 없는 순수창작물에 한함

참가자격 : 국적에 관계없이 누구에게나 개방
시상내역 : 일본어 부문 - 금상 3백만 엔, 라틴 부문 - 금상 2백만 엔. 각 부문 공히 은상 1백만 엔, 동상 50만 엔, 장려상 20만 엔, 기작 10만 엔
접수 : 99년 8월 31일까지

문의 : Office of the Morisawa Award 1999 International Typeface Design Competition c/o Morisawa & Company Ltd., 2-27 Shimomiyabi-cho, Shinjuku-ku, Tokyo 162-0822, JAPAN
Tel. 81 3 3267 1233
Fax. 81 3 3267 1536
E-mail. compe@morisawa.co.jp
<http://www.morisawa.co.jp>

제9회 오사카 국제 디자인 공모전

주최 : 일본디자인협회
주제 : 아드^{일본어} - 뜨다, 엿다, 짜다, 편찬하다
출품분야 : 모든 디자인 작품
시상내역 : 최고상 3만 달러
접수 : 99년 1월 21일까지

문의 : Y. Hada or A. Dobashi, Public Relations Department, Japan Design Foundation,
3-1-800, Umeda 1-chome Kita-ku, Osaka 530, JAPAN
Tel. 81 (6)346 2612
Fax. 81 (6)346 2615
E-mail. jdf@meshnet.or.jp

국제 학생 그래픽디자인 시각 커뮤니케이션 디자인 공모전

응모자격 : 그래픽 디자인 전공학생, 또는 졸업한지 2년 미만인자
출품분야 : 비주얼 커뮤니케이션, 포토그래피, 일러스트레이션, 멀티미디어
접수 : 98년 7월 15일까지

문의 : Rat fur Formgebung / German Design Council
Tel. 49 69 747919 Fax. 49 69 7410911
<http://euro-design-guide.de/output>

Kidp 소식

제3차 산업디자인발전자문위원회



2000년과 2001년에 열리게 되는 icograda 대회 및 ICSID 총회의 성공적 개최와 준비과정을 사전 점검하기 위한 '산업디자인발전자문위원회'가 지난 5월 29일⁹ 11시 프레스센터 19층 목련홀에서 열렸다.

양대 국제디자인행사의 조직위원회 위원 추천 및 인선과 제2차 ASEM에서 확정된 Design Challenge 연구사업 추진을 위한 운영위원회 구성, 양 국제행사의 마스터플랜 수립을 위한 방안 마련을 위해 열린 이번 자문위원회에는 위원장인 이어령 이화여대 석좌교수와 송자명지대 총장, 이연숙 연세대 교수, 조영제 서울대 교수, 이규행 중앙일보 고문, 최청림 조선일보 논설실장, 김진애 (주)서울포럼 대표, 유환덕 LG기계 대표, 이주영 서울YWCA 회장, 정광모 한국소비자연맹 회장, 최정호 한국미래학회 회장, KIDP 노장우 원장 등이 위원으로 참석했다.

이날 참석한 위원들은 양대 국제행사의 주제인 '어울림' 사상과 심벌에 대한 수정과 보완의 필요성을 제기하고, 양대 행사를 대비한 한국적 디자인의 정립 및 디자인 상품의 개발, 국민적 관심을 불러일으킬 수 있는 문화행사로서 다양한 이벤트 마련 등 체계적인 준비작업이 필요하다고 지적하였다.

한편 KIDP는 이날 논의된 자문내용을 수렴하여 양대 국제디자인대회 준비를 위한 조직위원회와 Design Challenge 연구사업 추진을 위한 실무협의체를 구성하고 이를 바탕으로 금년 내에 종합 마스터플랜을 마련하여 본격적인 준비작업에 돌입할 계획이다.

제1기 아트패키지 창업과정 입과식

선물포장 분야의 창업을 돋고, 포장 전문

인력을 양성하기 위한 국내 최초의 아트패키지 창업과정 입과식이 지난 6월 8일¹⁰ 19시 KIDP 대강당에서 열렸다.

8월까지 3개월 과정으로 진행되는 이번 교육은 포장환경과 재료, 국제적인 포장디자인, 포장기법 실무, 마케팅, 경영, 창업절차 등 창업에 필요한 실질적인 내용에 대해 포장기술사, 국제 포장디자이너, 창업지원센터 소장, 대학교수 등이 강의를 맡고 있다.

수강생은 모두 33명으로 이들에게는 교육 종료 후 KIDP가 인증하는 자격증이 부여되며, 교육 전과정에 대한 실습자재와 교재 무료 제공, 교육기간 중 제품 및 시각디자인 단과교육 무료 수강 등의 혜택이 주어지게 된다.

지자체 첫 캐릭터사업 '홍길동' 상품 5종

의적 '홍길동'이 캐릭터 상품과 만화¹¹, 게임·음반, 테마파크 등으로 재현된다. 홍길동의 고향인 전남 장성군은 KIDP의 지원을 받아 (주)D&K 등 4개 중소기업에 라이선스를 줘 홍길동 인형, T셔츠, 우산, 열쇠고리, 초콜릿 등 5종의 캐릭터 상품을 선보

였다.

지방자치단체 캐릭터 1호인 홍길동 캐릭터는 전통문화의 고부기 가치화를 위한 시금석이라는 점에서 비상한 관심을 모아왔다. 장성군과 KIDP는 특히 올해 중 의류·신변잡화·생활 용품·인터넷용품·문구·팬시 제품 등 300여 종의 홍길동 캐릭터 상품을 개발하기로 했다. 장성군은 내년 1월부터 캐릭터 상품의 라이선스 사업을 전개, 로열티 수입을 올리며 재정확충을 기대하고 있다. 이에 앞서 KIDP는 올 초 홍길동 캐릭터의 기본형¹²과 응용형¹³을 개발한 바 있다.

양 기관은 또 올해 안에 홍길동 만화책 기본형 4권을 제작하고, 2002년까지 전남 장성에 13만 평 규모의 홍길동 테마파크¹⁴와 민속공원¹⁵를 조성한다는 마스터플랜을 가지고 있다. 또한 내년에는 홍길동 만화책¹⁶을 완성해 주인공의 각종 동작과 이야기, 문안 등을 상품에 적용할 계획이다. 특히 2000~2002년에 26편 가량의 TV 만화영화¹⁷를 제작, 국내 방영과 함께 수출에 적극 나서 홍길동 캐릭터 사업을 극대화하기로 했다.

이와 함께 홍길동 캐릭터를 소재로 교

육용 교재·오락게임·음반사업을 벌이는 한편 테마파크 조성을 완료, 2002 월드컵 특수에 대비할 방침이다.

실무를 담당하고 있는 KIDP의 한 관계자는 "지난해 말 학술토론회를 통해 홍길동의 고향이 장성이라는 것이 확인되면서 장성군이 발빠르게 홍길동 캐릭터 사업을 통해 재정자립과 지역이미지 제고를 꾀하고 있다"고 말했다.

'98 경기디자인대회 - "어울림"



KIDP는 5월 21일부터 27일까지 7일간 경기도 문화예술회관 전시실에서 '98 경기디자인대회 - "어울림"'을 개최했다.

지난 3월에 열린 대구행사에 이어 올 들어 두 번째 지방 산업디자인 종합행사인 이번 경기디자인대회에서는 산업디자인 개발 지원사업으로 개발이 완료된 약 100여 점의 신상품과 제33회 대한민국산업디자인 전람회 입상품 160여 점이 전시되었다.

또한 이번 행사는 기업 경영자와 공무원을 대상으로 하는 산업디자인 인식교육, 초·중·고생의 디자인에 대한 관심을 유도하는 산업디자인 조기교육과 함께 산업디자인 전공학생이나 업계 디자이너들을 위한 산업디자인 세미나도 개최되었다.

지방의 산업디자인을 활성화시켜 상품 경쟁력을 강화시키고 이로써 지역경제를 발전시키는 데 크게 기여하고 있는 KIDP 주최의 지방 산업디자인 종합행사는 대구, 경기행사에 이어 강원도, 울산, 충북, 제주, 전북, 광주에서 차례로 열릴 예정에 있다.

포장상품 비교전시회

인류의 환경문제에 대한 관심 고조와 이에 대한 국내 기업의 현황을 알아보고 정부의 과대포장 규제강화에 따른 대책으로 올바

른 포장방법을 제시하기 위한 '포장상품 비교전시회'가 6월 19일³ 10시 개막식을 시작으로 7월 3일⁴까지 15일간 한국자원재생공사 재활용품 종합전시관에서 개최되었다.

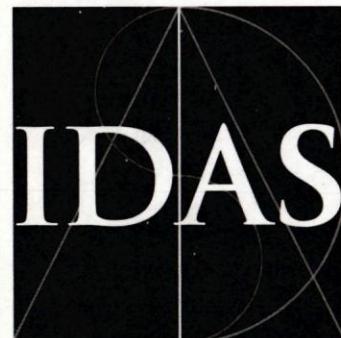
개막식은 환경부 장관, KIDP 원장, 한국자원재생공사 사장을 비롯해 포장업계 등 각계 인사가 참석한 가운데 진행되었다.

KIDP와 한국자원재생공사가 공동 주최하고 환경부가 후원한 이번 전시회는 환경부령 제4호의 '제품의 포장방법 및 포장재질 등의 기준에 관한 규칙'에 따른 과대포장 및 적정포장상품을 선별하여 전시했으며 식품류와 화장품류, 리필제품, 1회용용기, 환경친화제품, 종합제품, 외국사례별로 부스가 나누어 소개되었다.

문의 : KIDP 포장기술지원부

Tel. 02 857 4681/2

IDAS, 새로운 CI 도입



지난해 IGSID에서 IDAS^{International Design School for Advanced Studies}로 영문 이니셜을 바꾼 국제한국디자인대학원이 보다 국제적인 학교로 도약하기 위해 새로운 심벌마크와 디자인시스템을 개발했다.

98년 3월부터 디자인 개발을 시작해 4월 29일 최종 프리젠테이션을 거쳐 완성된 심벌마크는 우리 나라를 대표하는 국제 수준의 디자인 대학원으로서의 IDAS의 위상을 표현하기 위해 한국의 철학과 국제적 감각을 효과적으로 형상화 한 것이다.

먼저 외곽의 정사각형은 이상적인 디자인 스퀘어^{Design Square}를 상징하는 것으로 IDAS가 지향하는 조화와 균형을 기본으로 하는 올바른 디자인 교육을 나타낸다.

디자인의 기본요소인 사각형, 삼각형, 원, 곡선 등을 활용하고 특히 정사각형 내

부의 'I', 'D', 'A', 'S'를 직선과 곡선으로 구성하여 IDAS가 기존의 체계에서 벗어나 전혀 새로운 디자인 교육의 출발지가 될 것을 강하게 표현하였다.

'S'자 형태의 태극무늬는 우리 나라의 디자인 교육을 이끌어 갈 IDAS의 역할을 상징하며 다채로운 색상은 IDAS가 연구하고 교육하는 다양한 디자인 철학을 의미한다.

'98 산업디자인기반기술개발사업 신청 마감

디자인 분야의 기반기술 개발을 위한 '98 산업디자인기반기술개발사업의 신청과제를 접수한 결과 모두 74개의 과제가 접수되었다. 분야별로는 디자인 조형 6개, 디자인 경영 22개, 디자인 인간요소 9개, 컴퓨터 응용 16개, 디자인 커뮤니케이션 6개, 환경 디자인 15개 과제 등이다.

KIDP는 접수된 과제에 대해 심의위원회의 1차 서류심사를 통해 1차 선정을 완료하고, 2차 프리젠테이션을 거쳐 최종적으로 신청과제를 선정하게 된다. 선정된 과제에 대해서는 1억2천만 원 내외의 연구개발비가 지원된다.

공인산업디자인전문회사 신고

문의 : KIDP 디자인사업지원팀

담당자 : 함병필 대리

Tel. 02 708 2027

Fax. 02 741 1654

E-mail : astroboy@mail.kidp.or.kr

등록디자이너 신청

문의 : KIDP 디자인사업지원팀

담당자 : 정철현

Tel. 02 708 2029

Fax. 02 741 1654

E-mail : medrop@mail.kidp.or.kr

KIDP 전시관 대관 안내

- 대상 : 산업디자인 및 각종 관련 분야 전시회, 졸업작품전, 공모전 수상작 전시회 등
- 위치 : 대학로 입구 KIDP 전시관 2·3층
- 규모 : 60평~660평
- 대관료 : 1일 평당 4,400원 부가세 포함
- 계약금 : 각종 대관료의 40%
- 사용 가능 기간 : 7월, 8월, 12월 이 기간 외에는 계약 외료
- 문의 : KIDP 총무팀

Tel. 02 708 2167/2034 Fax. 02 745 5519

2층 전시관(300평)

4실 (60평)	중앙홀	중앙홀	2실 (90평)
3실 (60평)	중앙홀	중앙홀	1실 (90평)

3층 전시관(360평)

8실 (90평)	중앙홀	중앙홀	5·6실 (180평)
7실 (90평)	중앙홀	중앙홀	