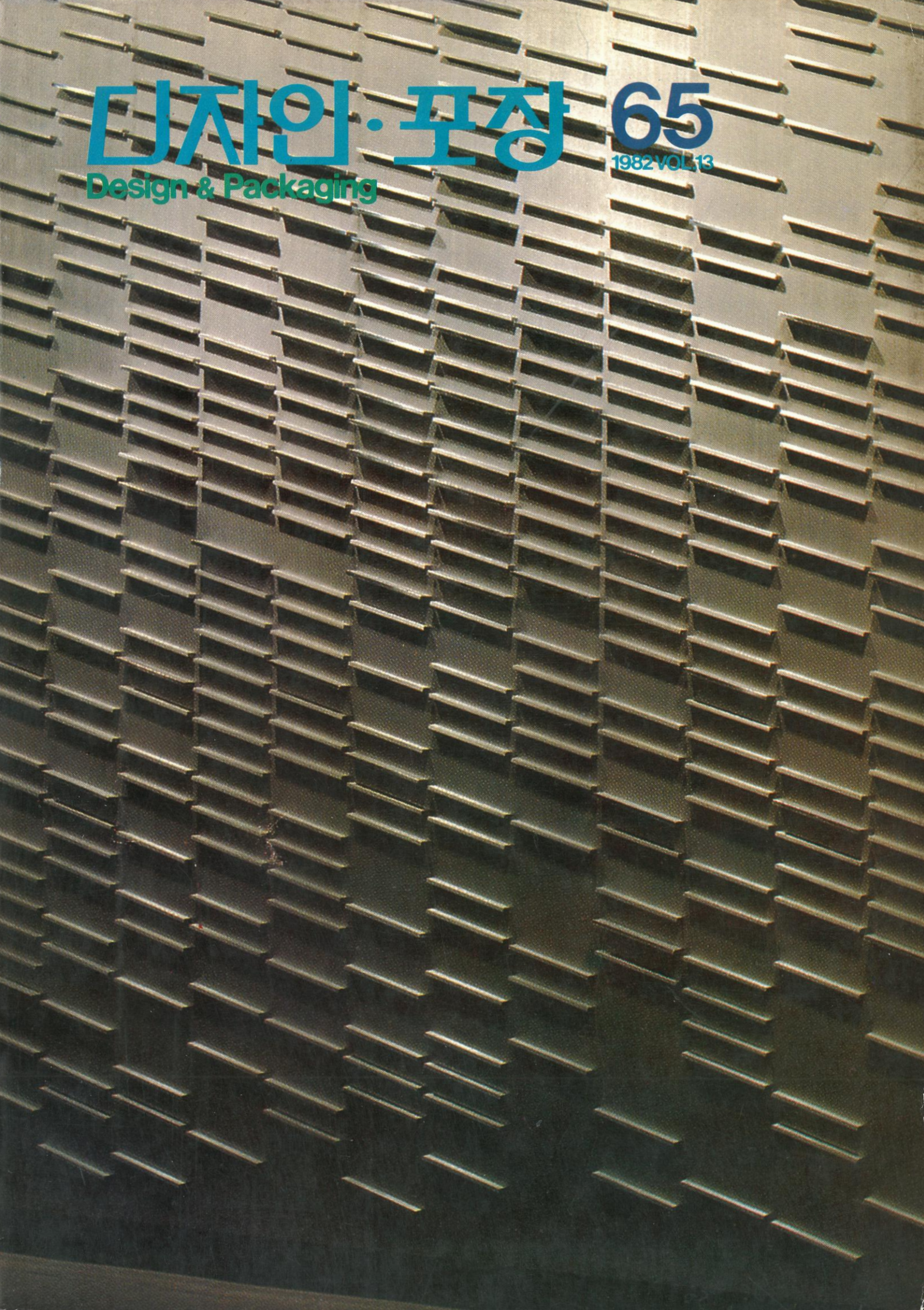


디자인·포장 65

Design & Packaging

1982 VOL.13





창조적 원색분해

원색분해는 주제에 대한 해석으로부터 시작됩니다

칼같이 예리하게 샤프니스를 살릴 것인가, 또는 은은한 소프트톤으로 분위기를 강조할 것인가 아니면 엄밀하게 원색재현을 목표로 할 것인가 등 한마디로 원색분해라해도 그 스타일은 다양각색입니다.

감각있는 원색분해를 추구하는 「로알프로세스」에서는 기술적인 원색분해 작업 이전에 원고주제에 대한 치밀한 해석으로부터 작업이 시작됩니다.

말하자면 원색분해는 창조적인 작업이라는 것을 잘 알고 있습니다.

최신시설

서독 Hell사의 DC 300, 영국 Crosfield사의 마그나스캔 540을 갖추고 있습니다.

신속체제

24시간작업시스템을 통해, 완전한 원고의 경우 24시간만에 분해가 완료됩니다.

서어비스

원고의 접수에서 분해필름의 제출까지 영업사원이 직접 활약하고 있습니다.

특수분해

포스타리제이션을 비롯한 특수 원색제판의 이론과 실재를 갖추고 있습니다.

위치안내

정동MBC옆 전화만 해 주십시오.
(753) 4465, (778) 2539, 2587

감각있는 원색분해

로알프로세스
ROYAL PROCESS

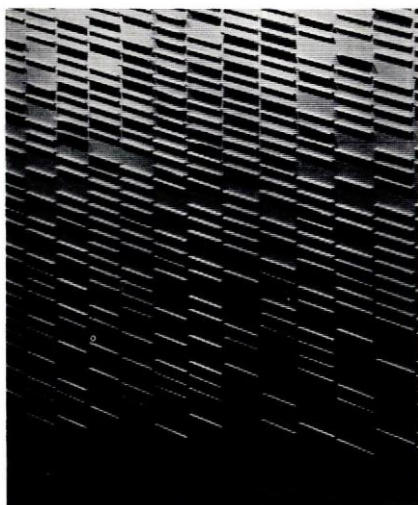
디자인·포장

Design & Packaging

目 次

Contents

- 産業 디자인 發展에 관한 考察…………… 2
인터프랜 代表 朴漢裕
- 視覺 디자인 教育의 앞으로의 方向…………… 9
梨花女子大學校 生活美術科 副教授 金永起
- 世界 有名商品 遍歷…………… 13
- 畫報/KDC : 大學生 디자인 公募展
入賞作品…………… 18
- 리차드슨/스미드社의 디자인 活動…………… 22
- 올림픽과 달라질 環境과 달라져야 할
디자인…………… 26
서울대 環境大學院 專講 黃琪源
- 로보트와 産業 디자인…………… 30
진 프로그너 킹
- 畫報/KSID : 産業 디자인賞 公募展
入賞作品…………… 34
- '82 토오코 팩 參觀…………… 38
韓國디자인包裝센터 包裝開發部長 李大成
- 韓國의 傳統紋樣(떡살과 무늬)…………… 41
- 20世紀의 굿 디자인 運動(美國篇)…………… 44
- 아시아 包裝聯盟 理事會 및 總會를
마치고…………… 50
아시아 包裝聯盟 事務總長 金宗煥
- 理想的인 生活空間을 위한 照明效果…………… 52
- 購買意慾을 높이는 包裝 디자인…………… 56
- 金細工藝의 定着過程과 技法…………… 58
誠信女大大學院 産業美術學科長 張潤宇
- 産業 디자인 製品의 蒐集難에 直面한
博物館…………… 62
크리스토퍼 윌크
- KDPC 資料室 圖書目錄…………… 68
- 우리 나라 工藝品 開發動向…………… 69
韓國디자인包裝센터 産業디자인開發部
主任研究員 심 호섭
- 디자인 아이디어의 開發…………… 74
- 海外情報…………… 77
- 디자인 뉴스…………… 78
- 굿 디자인 製品選定…………… 81
- 디자인 · 包裝 用語解説 24…………… 85



日本の 누마쯔市 文化 센터의 壁面으로서 알루미늄板에 立體感을 주는 線을 사용하였다. 企業의 아이덴티티나 또는 都市의 아이덴티티가 필요한 時代에 누마쯔市에서는 都市 人們이 이 公共建物과 接觸 時 어떤 共鳴을 일으키는 가에 主眼點을 두고 디자인했다.

● 隔月刊 『디자인·포장』 通卷 第65號, Vol. 13
● 發行 召 編輯人
金 熙 德
● 發行日
1982年 12月 31日
● 編輯·發行

한국디자인포장센터

本 社 / 서울特別市 鍾路區 蓮建洞 128-8
Tel. (762) 9461~5

示範工場 / 서울特別市 九老區 加里峯洞 第2工團
Tel. (856) 6101~4

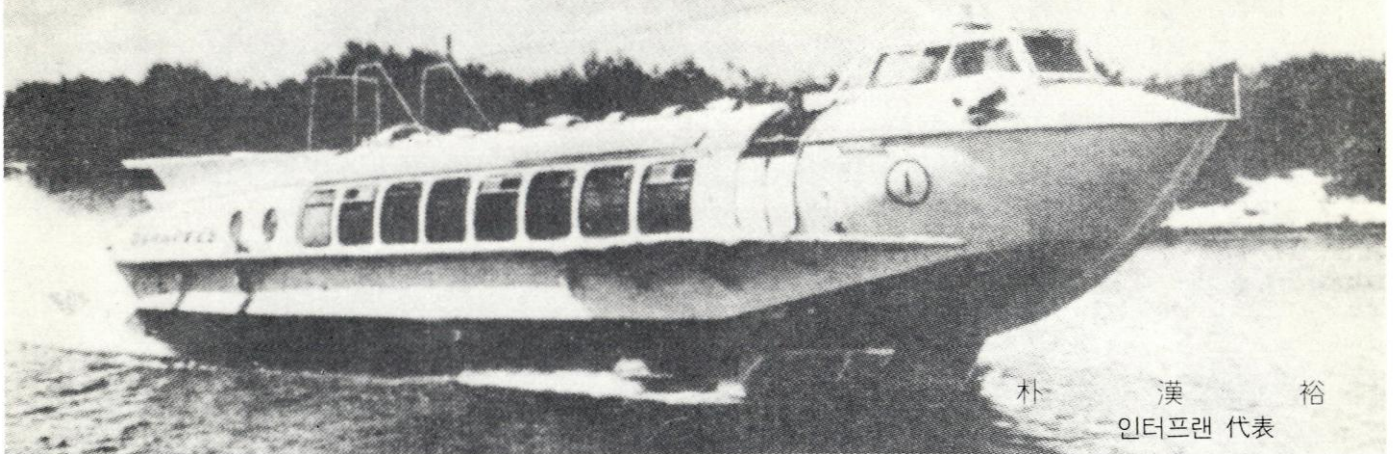
釜山支社 / 釜山直轄市 釜山鎮區 鶴章洞 261-8
Tel. (92) 8485~7

● 登錄番號 바-599號
● 登錄日字 1971年 1月 14日
● 印刷·製本
平和堂印刷株式會社(代表 李壹秀)
● 寫眞植字
青 友
● 定 價
1卷 3,000원 / 1年 구독료 15,000원

出版委員: 姜先同·鄭漢愚
編 輯: 鄭海根·李敦圭
디 자 인: 趙先嬉·鄭國東
사 진: 李權熙

본지는 한국 도서 윤리 위원회의 잡지 윤리 실천 강령을 준수한다.

産業 디자인 發展에 관한 考察



朴 漢 裕
인터프렌 대표

現代的 意味의 産業 디자인을 바르게 이해하고 發展過程을 체계 있고 올바르게 설명하려면 思考方式이나 哲學思想의 根源은 古代 그리스로부터, 生産方式이나 조직은 中世 길드(Guild) 組織에서, 技術面에서는 石器時代로부터 오늘날의 고도로 발달된 科學技術에까지 인간의 끊임없는 創造와 改善의 역사를 더듬어 보아야 할 것이다. 또한 經濟的 측면에서는 物物交換의 原始經濟에서 오늘날의 복잡한 高度經濟까지 살펴보아야 할 것이다. 이것 외에도 깊은 영향을 주었던 政治·社會의 역사적인 背景도 파헤쳐서 이 모든 요소들을 유기적으로 생각해 볼 때 비로소 産業 디자인 이전에서부터 그 이후까지 뚜렷한 聯關關係와 發展過程의 體系를 세울 수 있겠지만, 이것은 너무 광범위한 일이므로 産業 디자인의 직접적인 根源부터 간단히 설명하고자 한다.

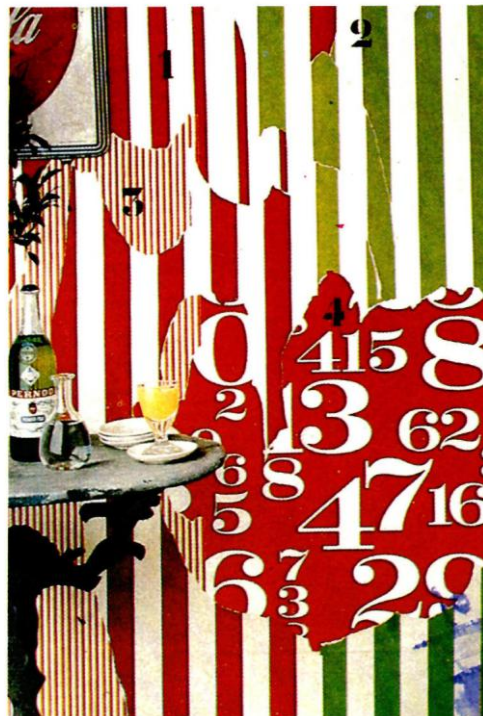
現代的 産業 디자인의 직접 根源을 찾자면 우리는 어쩔 수 없이 産業革命을 들지 않을 수 없다. 즉, 産業革命이 近代工業의 시작이라 해도 과언이 아니며, 産業 디자인의 始初라는 것은 너무나 당연한 일이다.

産業革命의 전모가 처음으로 사람들에게 확실한 윤곽을 나타낼 수 있었던 기회는 1851년 英國 런던의 世界博覽會라고 하겠으며, 이는 産業革命이 보다 일찌기 시작되었고 그 와중에 있던 英國이 그들의 工業國家로서의 國力を 세계에 과시해 보려는 뚜렷한 의도 때문이기도 하다. 당시 빅토리아(Vic-

toria)朝의 實業家들에게는 機械와 分業에 의한 量産만이 큰 關心事였고, 商品의 質이나 디자인은 전혀 問題視하지 않았다. 따라서 그들은 과거의 歷史的 裝飾樣式(傳統的)을 統一性이나 아무 분별 없이 끌어들이어 조잡하고 추악한 商品을 洪水와 같이 量産하기 시작했다. 1851년의 런던 世界博覽會場에는 값싸고 질이 나쁜 이러한 商品으로 가득 차 있었다.

商業主義란 어떠한 경우에 있어서도 現實肯定的이며 機會主義的이라 하겠다. 또한 利潤의 極大化라는 經營經

壁紙 디자인. 1, 2, 3은 美國 Eisenhard社의 作品. 4는 大日本印刷社의 타카시 코노의 디자인

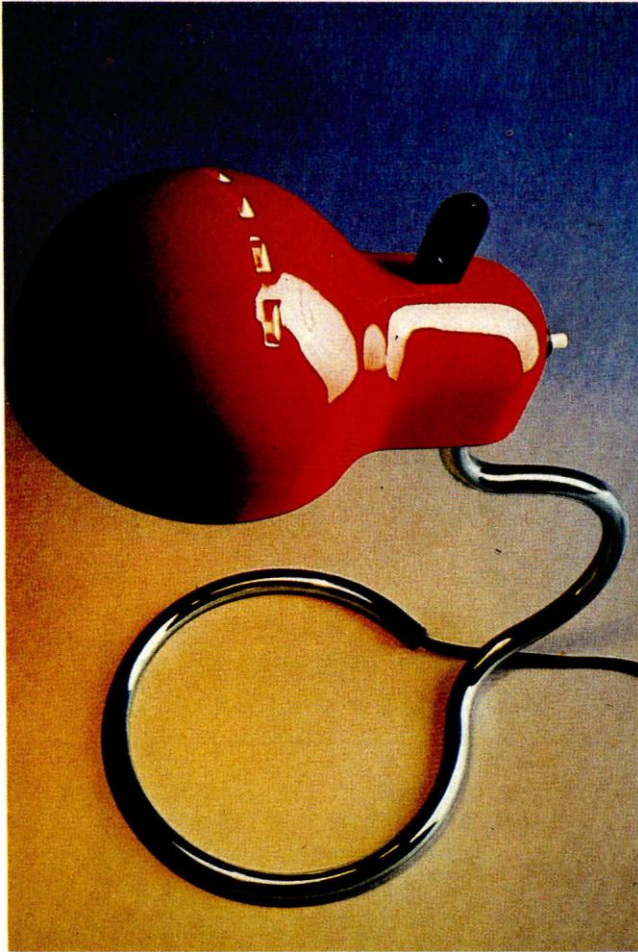


濟原則과 결합되어 어떤 商品이든 팔리는 한 막 만들어 팔자는 主義였다.

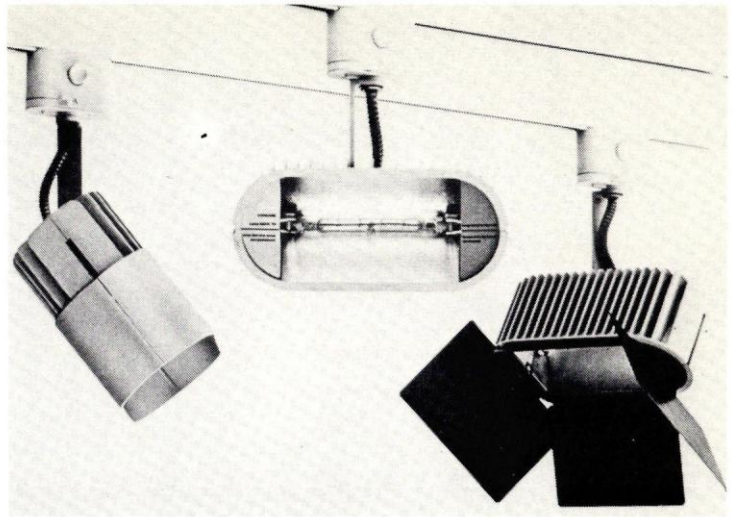
이와 같은 商業主義와 美術과의 關係에 있어서 商業主義의 이러한 橫暴에서 보다 큰 被害를 입는 쪽은 美術이라 할 수 있다. 따라서 美術家도 자연히 피해를 입게 된다. 美術家들에게는 質이 중요한 關心事였으며, 量은 問題視하지 않았기 때문에 量을 生命으로 삼는 당시의 實業家들의 産業主義와는 正面對立을 할 수밖에 없는 宿命的인 關係라고 하겠다.

19세기 유럽의 '藝術을 위한 藝術'이란 思想의 發生背景에는 '産業을 위한 産業'이란 思想이 가로놓여 있었다. 그리고 이 兩者間의 分열은 결정적으로 어쩔 수 없는 것이었다. 이러한 시기에 産業主義와 對決하고 生産에 藝術性을 부여하려던 것이 윌리엄 모리스(William Morris)의 美術工藝運動이었다. 이것은 量에 대한 質의 防衛이며, 산업에 대응하는 美術의 地位回復이었다.

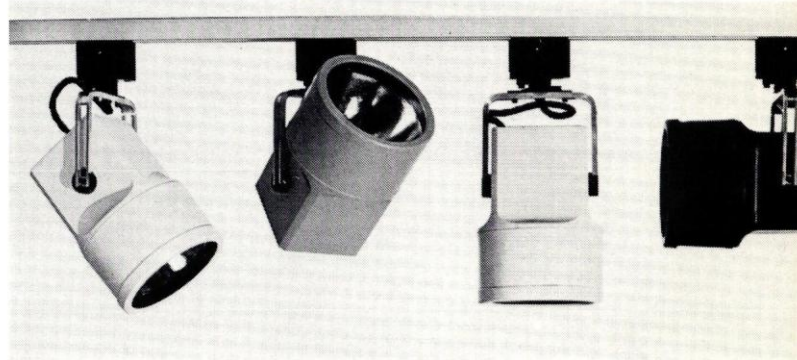
그러나 윌리엄 모리스는 機械의 배척에 급급한 나머지 近代民主主義社會에서 모든 市民에게 골고루 좋은 物件을 配分하는 데 절대 필요한 量産體制를 완전히 否定하는 모순에 빠졌다. 그 結果의 여파는 고딕(Gothic) 樣式을 讚美했으며, 일종의 neo Mediävialisums에 빠져 産業活動과는 멀리하고 떨어지며 또한 經濟活生을 경멸하고 隱遁者와 같은 美術工藝家 존 글로그(John Gloag)를 낳는 데까지 이르렀다.



이탈리아 Stilnovo社의 탁상 램프. Joe Colombo의 디자인



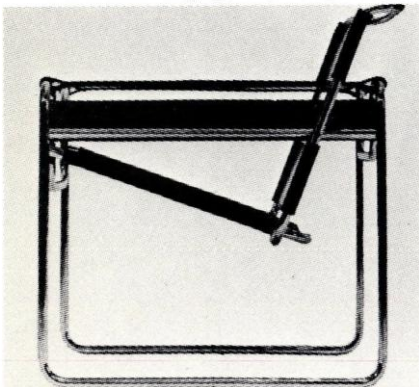
덴마크 Louis Poulsen社의 시스템



덴마크 Louis Poulsen社의 照明器具 시스템

그러나 보다 偉大한 時代에는 그 時代精神에 알맞는 統一 있는 造形樣式이 생기지 않으면 안 된다는 윌리엄 모리스의 根本思想이 近代 디자인 運動의 出發點이 된 것은 부정할 수 없다. 이와 같은 영향에서 출발한 벨기에와 프랑스를 중심으로 한 아르누우보오(Art nouveau)나 오스트리아와 독일을 중심으로 일어난 세셋션(Secession) 運動도 量과 質, 産業과 美術이란 對立을 충분히 解消하는 데는 성공할 수 없었다.

아르누우보오는 헨리 반 데 벨데
마르셀 브로이어의 鋼鉄 파이프 의자
(1926년부터 생산 개시)



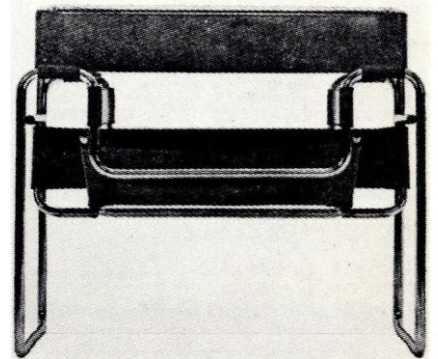
(Henry van de Velde)나 빅토르 홀타(Victor Horta)와 같은 作家를 배출했으며, 曲線을 극도로 驅使하는 엘레건트(elegant)한 裝飾樣式을 창조했고, 세셋션은 안티아카데미즘(Antiakademismus)을 주장했으며, 간결한 直線을 驅使한 요셉 호프만(Joseph Hoffmann) 등의 Wien 工房을 낳게 했으나 아직 近代 디자인의 本質的 課題를 파악한 것이라고는 할 수 없다.

良質生産이란 모토를 근본으로 삼아 바른 軌道에 디자인 運動을 올려 놓은 것은 1907년에 창립된 獨逸工作聯盟(Deutsche Werkbund)의 運動이다. 英國에 住宅政策을 조사하러 갔던 헬만 무테지우스(Hermann Muthesius)가 윌리엄 모리스 등의 運動에 지대한 注目을 하였으며, 그 精神에서 배울 점이 있음을 認識했다. 그는 귀국 후 英國의 建築家나 工藝家들을 초청하여 독일의 디자인 教育을 改革하려던 것에서부터 獨逸工作聯盟의 運動은 시작된다. 그러나 그는 윌리엄 모리스의 思想에는 共鳴하면서도 그 中世讚美에는 合勢하지 않고, 오히려 근본적으로 機

械生産方式을 긍정한다는 입장에서 美術과 産業의 새로운 結合을 목표로 했다.

무테지우스의 뛰어난 점은 종래의 'art'라든지 '美術工藝' 또는 'art and craft'라고 하는 애매한 用語를 버리고, 工作(Work)이라는 概念을 강력히 내세우고 良質生産(Qualitätsprodukt)이란 형태로 機械化時代의 造形問題의 核心을 바로잡은 데 있다고 하겠다. 獨逸工作聯盟의 또 다른 強點은 그 構成 멤버 가운데 페터 베렌스(Peter Behrens)나 그의 弟子 발터 그로피우

마르셀 브로이어의 鋼鉄 파이프 의자





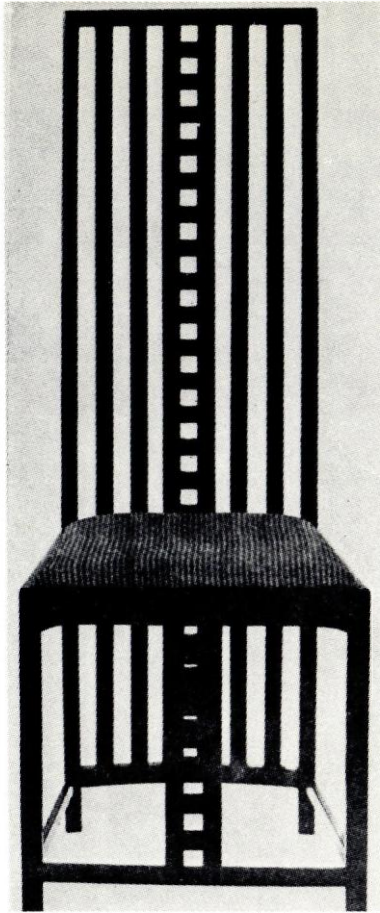
Morris & Co社의 Sussex Chair 1865년

스(Walter Gropius)같은 유력한 작가
를 갖고 있었다는 데 있다. 그들은展
覽會나 講演會 또는 刊行物을 통해서
그 運動을 확대했고, 1910년에는 360
명의 美術家, 267명의 實業家, 105명
의 教育者·評論家들을 그 멤버로 가
담시키기에 이르렀다.

AEG(Allgemeine Elektrizitäts-Ge-
sellschaft)社는 페터 베렌스를 顧問으
로 추대하고 디자인 部門을 설립했으
며, 독일 國內의 大印刷會社도 유능
한 印刷 디자이너를 채용하여 타이포
그래피(Typographie) 改良을 시작했
다. 베를린의 베르트하임(Wertheim)
이나 뒤셀도르프(Düsseldorf)의 티즈
(Tietz)와 같은 百貨店도 새로운 樣式
의 빌딩을 건설하고 진취적인 室內裝
飾을 시도했다.

이와 같은 獨逸工作聯盟의 성공은
産業活動과 밀접한 관계를 맺게 되었
으며, 이러한 獨逸工作聯盟의 實例는
各國에 크게 영향을 주었다. 오스트리
아와 스위스 등에도 工作聯盟이 탄생
했고, 英國에서는 産業 디자인 協會
(DIA; Design and Industries Associ-
ation)가 結成되었으며, 스웨덴의 Slö-
jdförening(1910~1917)도 獨逸工作
聯盟의 運動方向을 택했다. 産業體의
작업 및 製品의 高級化는 美術·工業
과 手工業(이것은 個人的 발달된 技能
이라 해석해도 좋겠다)의 통합된 協助
에 의해 이룩되며, 그 실천은 教育과
弘報活動을 통해 행해져야만 한다고
생각했다.

또 하나는 극도로 高級화된 獨逸商
品이 세계에 넘쳐 퍼지고, 그 商品들



Charles Rennie Mackintosh의 높은 등판 의자
1904~1905년

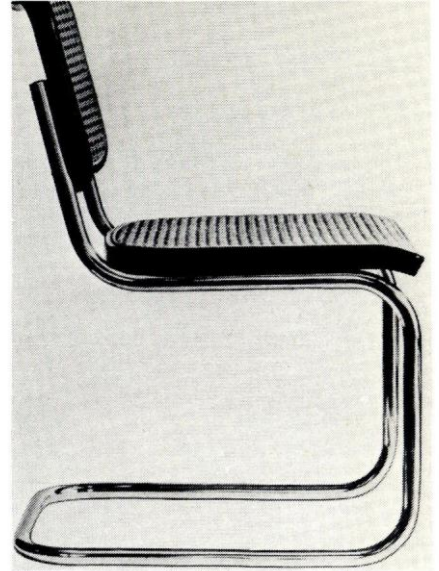
에 競爭力이 있게 하기 위해 投資하
고 일할 수 있을 때 독일은 세계에서
 으뜸이 된다고 외쳤다.

特記할 만한 것은 獨逸工作聯盟運
動이 이데올로기나 概念에 치우친 傾
向이 있긴 하지만 보다 중요한 것은 어
떤 個人이 아니고 전체적으로 계획되
고 組織된 運動이란 점과 그 方法論
에 있다고 하겠다.

獨逸工作聯盟의 또 하나의 功績은
바우하우스(Bauhaus)의 創始者인 발
터 그로피우스를 키워 온 것이다. 그
가 이 綜合造形 아카데미에서 실천하
려던 教育은 工作聯盟의 精神과 다름
바 없었다.

종래 바이마르(Weimar)에는 쿤스트
아카데미(Kunst Akademie)와 工藝學
校가 각기 독립된 機關으로 존재했었
다. 1919년 빈드바르트(Windwald)推
進에 의해 그로피우스에게 그 經營을
위탁하게 되었다. 그로피우스는 곧 兩
者를 合併해서 建築을 中軸으로 하는
繪畫·彫刻·工藝 등 繪畫教育의 터전
으로 만들기 시작했다.

特記할 만한 것은 基礎教育의 過程
이다. 즉, 요하네스 이텐(Johannes It-
ten)을 중심으로 하는 기초디자인(Ba-



Mart Stam의 鋼鉄 파이프 의자
1927년 Bauhaus Dessau의 作品

sis Design)의 訓練을 모든 學生에게
履修케 한 것이라 하겠다. 그들은 이
훈련을 통해 모든 概念에 대한 지식을
주고, 材料와 직접 접함으로써 각자의
特有의 技法과 才能을 스스로 발견하
도록 유도했다. 그러나 바우하우스의
教育이 보다 충실해지고 국제적인 각
광과 디자인 交流의 터전이 된 것은 데
사우(Dessau)의 新校舍로 옮겼을 때
부터이다. 그 곳의 完備된 作業場에서
는 매우 진보적인 實驗들이 행해졌다.
마르셀 브로이어(Marcel Breuer)의
鋼鉄 파이프 의자를 위시해 새로운 照
明器具나 린디히(Lindig)의 食器, 스
톨즐(Stolz)의 織物 디자인이 創始되
었고, 때로는 모홀리나기(L. Moholy-
Nagy)에 의한 새로운 展示形式이나 사
진의 創作이 발표되었다. 그리고 헬버
트 바이어(Herbert Bayer)에 의한 새
로운 活字의 디자인이나 포스터(Pos-
ter)의 스타일이 개발되었다.

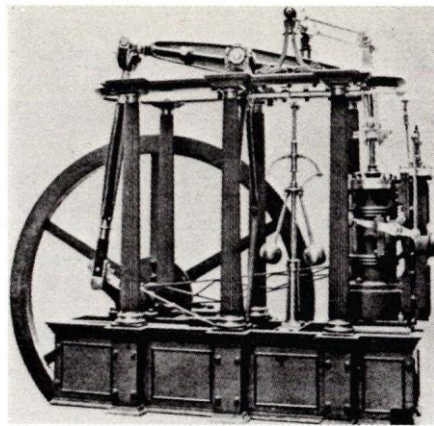
또 다른 側面에서 바우하우스를 본
다면, 바우하우스의 成果는 立體派에
서 시작된다고 해도 과언이 아니다. 즉
現代造形의 모든 思潮를 集約했다는 데
있겠다. 네덜란드의 드 스틸(de Sti-
jl)이나 러시아의 슈프래마티즘 및 構
成主義, 獨逸의 表現主義 등 모든 경
향이 集約되고 綜合되었다. 즉, 모던
아트(Modern Art)의 諸流派는 視覺言
語에서 方言 정도에 그쳤으나 이것을
世界語로서 國際文法에까지 높인 것이
바우하우스의 디자인 理論이었다. 그
理論的 지도자는 그로피우스와 모홀
리나기였다. 바우하우스의 閉鎖 후에도
이것이 美國의 뉴우바우하우스(New

Bauhaus) 나 디자인 研究所에까지 연결되었고, 유명한 '視覺言語(Language of Vision)(1951)의 著者 케페스(Georgy Kepes) 등도 거기서 배출되었다.

바우하우스와 함께 중요한 運動의 하나는 프랑스를 중심으로 일어난 르 꼬르비제(Le Corbusier)들의 에스쁘리 누우보오(Esprit Nouveau)이다. 그들은 1922년 이래 에스쁘리 누우보오(새로운 精神)라는 機關誌를 發行하여 機械의 純粹機能과 幾何學의 純粹形態를 쌓는 소위 프리즘 運動을 전개했다. 이리하여 그들은 住居하는 機械로서의 建築, 앉는 기계로서의 의자, 쓰기 위한 機械로서 타이프라이터라는 式으로 人間의 手足이 되고 그 延長이 되는 道具이자 機械라고 생각하는 思考方式이었으며, 이것이 바로 工藝이며 建築이라고 主張했다. 1925년 파리에 열린 國際裝飾美術展에 그들의 實驗 디자인이 발표되어 세계적인 名聲을 얻었다. 르 꼬르비제의 門下에서 살롯 페리앙(Charlotte Perriand)과 같은 女流家具 디자이너가 배출되었으나 르 꼬르비제의 천재적인 巨步가 바우하우스와 같은 組織的 運動으로 크게 育成되지는 못했다.

바우하우스이든 에스쁘리 누우보오이든 간에 유럽의 디자인 運動은 理論이 앞섰고 産業活動에서 實際와 일치시키는 데 미흡한 점이 있었다는 것도 부인할 수 없다. 그러나 이들 디자인 思潮는 國際樣式·機能主義·即物主義 등의 形態로 세계 각국에 영향을 주었고, 20세기 前半을 크게 지배했다.

한편 美國에서는 1930년대의 初期부터 노만 벨 게데스(Norman Bel Geddes), 도오윈 티그(Dorwin Teague),



1830년대의 英國工場의 스팀 엔진

레이몬드 로오위(Raymond Loewy), 헤롤드 반 도렌(Harold Van Doren), 헨리 드레뤼스(Henry Dreyfuss) 등의 産業 디자이너가 많이 나왔다. 당시 美國의 상황은 고도로 발달된 資本主義의 黃金時代에 있었다. 企業間的 경쟁은 치열했고, 많은 技術의 발전과 이에 따른 수많은 새로운 材料의 등장 등이 모든 것이 美國의 商業主義와 결합되어 있었다.

이런 輿件들은 産業 디자인이 발달할 수 있는 基盤이 되었다고 하겠다. 그들은 '성냥갑에서부터 高層建物까지'라든지 '루즈에서 電氣機關車까지'와 같은 모토를 내세우고 工業生産의 모든 분야에 進出해 나아갔다. 오늘날 우리 눈에 익은 電話機나 자봉틀 및 타이프라이터 등등 많은 디자인이 그들에 의해 기초적인 形態가 잡혔다 해도 좋을 것이다.

그러나 美國의 디자인이 국제적 평가를 받는 造形樣式을 확립하기 시작한 것은 第2次世界大戰이 일어난 이후라고 하겠다. 즉, 나찌스의 迫害를 피해 美國에 亡命한 바우하우스 사람들의 感化를 직접 간접으로 받을 수

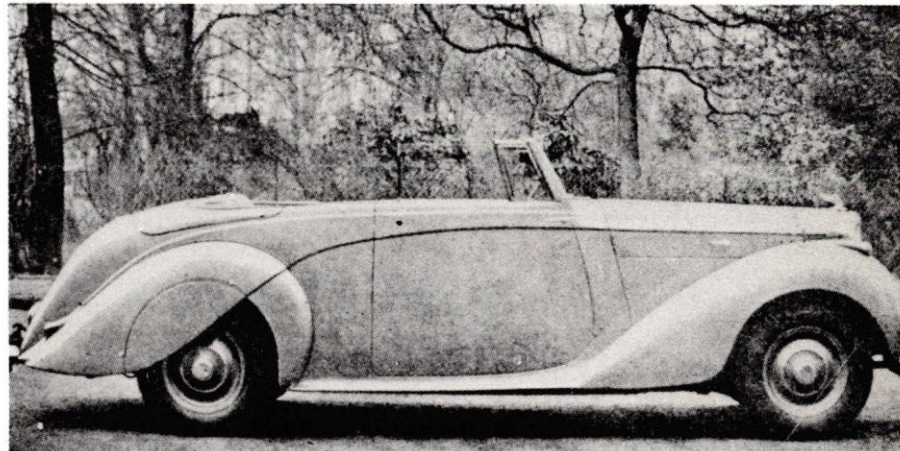
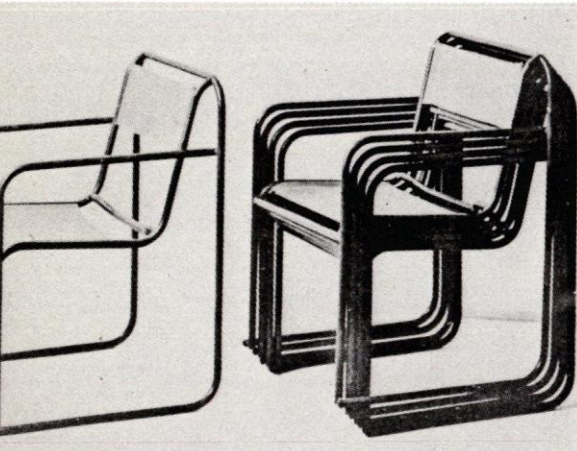
있었던 世代的 디자이너, 예를 들면 찰스 에임즈(Charles Eames), 이이로 사아리넨(Eero Saarinen)이나 포올랜드(Paul Rand), 어빈 루스팅(Arvin Lustig) 등을 중심으로 하고 있다. 그 밖에 家具의 조지 넬슨(George Nelson), 木器의 제임스 프레스티니(James Prestini), 글래스(Glass)의 피터 슴본(Peter Schlumbohn), 陶器의 헤롤드와 트루디 시틀(Harold and Trudi Sitterle) 남매의 이름도 빼놓을 수 없다.

한편, 英國은 윌리엄 모리스 등의 運動에 의해 일찌기 디자인 運動을 시작했음에도 불구하고 오랜 休息狀態를 계속하고 있었다. 그러나 허버트 리드(Herbert Read)의名著 '美術과 産業', '인더스트리얼 디자인의 原理' 등의 感化에 의해 비로소 디자인 問題가 國策으로서 취급되었고, 드디어 세계에서도 제일 完備된 産業 디자인 協會(Co. I. D.)와 그 傘下에 業種別 디자인 센터의 制度를 만들기까지 이르렀다.

전반적으로 볼 때 産業 디자인이나 商業 디자인에 관한 관심은 英國이나 美國뿐만 아니라 세계의 重要工業國家들에서도 점차 높아져 갔다. 따라서 英國에서는 밀너 그레이(Milner Gray)와 로빈과 루신 데이(Robin and Lucienne Day) 부부, 이탈리아에서는 마르셀 니졸리(Marcel Nizzolli), 스위스에서는 막스 빌(Max Bill), 西獨에는 바겐펠드(Wagenfeld) 등 국제적으로 이름난 産業 디자이너가 배출되었다.

근래에 이르러서는 이러한 産業 디자인 이외에 모던 크래프트(Modern Craft)도 빼놓을 수 없다. 機械生産이

Serge Chermayeff의 鋼鉄 파이프 의자 Windowver社의 二人乘 오픈 카아. 1947~1948년

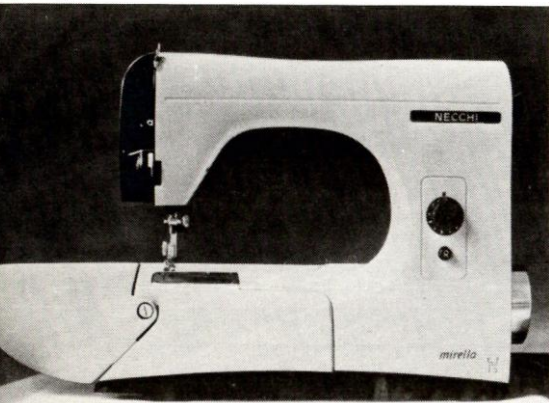


高度化됨에 따라 生産體制 및 販賣體制에 커다란 改革과 變化를 가져왔다. 이런 量産 시스템에 적응한 産業 디자이너들이 主流가 됨으로써 自然히 機能主義와 合理主義가 세계 디자인계를 지배하게 되었다. 그러나 量産에 따르는 規格化나 標準化는 다른 한편으로 人間의 자유로운 想像이나 우리에게서 또는 그 商品에서 人間적인 따뜻함을 잃게 한다고 생각하는 디자이너가 나타나기 시작했다. 그들은 機械化나 規格化·標準化에 반발하여 手細工(Craft)의 長點을 살려 자유롭고 人間美 있는 디자인을 만들어 내려고 했다. 즉, 모던 크래프트가 생기기 시작한 것이다. 특히 北歐와 이탈리아에서는 戰前부터 알바 알토(Alvar Aalto)나 지오포티(Gio Ponti)와 같은 뛰어난 건축가나 디자이너가 나타나 機能主義의 흐름에 따르면서도 風土나 歷史的傳統에 입각한 새로운 디자인을 만들어 내었다. 그것이 戰後가 되어 스웨덴 모던(Schwedisch Modern), 핀란드 모던(Finnisch Modern), 덴마크 모던(Dänisch Modern) 등으로 불리는 北歐의 機能工藝(Functional Craft)가 되었고, 이탈리아의 모던 크래프트가 되어 세계의 주목을 끌게 되었다.

같은 모던 크래프트라고 해도 北歐의 그것은 바우하우스의 機能主義와 即物精神의 感化가 크고, 이탈리아의 모던 크래프트는 모던 아트의 造形實驗의 영향이 짙다고 하겠다.

대표적인 모던 크래프트의 디자이너로서는 스웨덴의 린드버그(Lindberg), 핀란드의 케이 프랭크(Kay Frank), 타피오 비르칼라(Tapio Wirkkala), 덴마크의 핀주울(Finnjhl)과 카즈 보제센(Kaj Bojesen)과 이탈리아의 브르

이탈리아 Necchi社의 家庭用 자봉틀

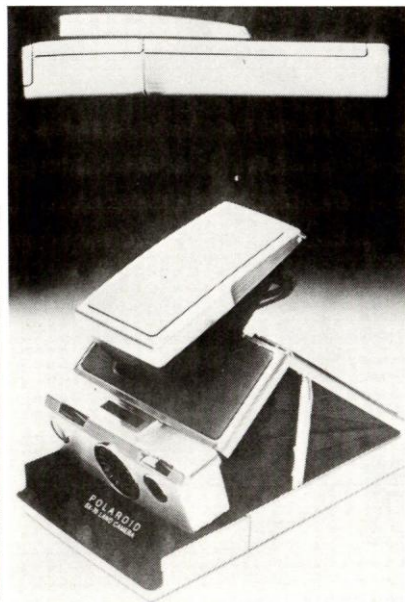


새로운 시스템에 의해 製作된 市内 버스 Lindinger와 그의 팀의 디자인 1977년

노 무네리(Bruno Munari) 등을 들 수 있다.

第二次世界大戰 후의 美術活動은 일반적으로 美術을 우리 생활과 연결시키는 美術의 生活化 경향이 강해졌다. 라울 두피(Raoul Dufy)는 비단 무늬, 우아한 의상(파아티服), 벽지 도안, 도자기의 무늬, 카페트 디자인 등을 했으며, Lurçat 등의 建物内部空間에 대한 작업 및 카페트 디자인, 페르낭 르제(Fernand Léger)와 같은 建築家 출신의 畫家は 立體派의인 스틸(Still)의 住居空間構成이라든지 포스터와 같은 面이나 色의 造形으로 모던 포스터(Modern Poster)에 영향을 주었으며 陶藝에도 참여했다. 그리고 마티스(Matisse)의 壁紙 디자인, 피카소(Picasso)나 존 미로(Joan Miró) 등의 陶藝, 살바도르 달리(Salvador Dali)의 舞臺裝置, 마르크 샤갈(Marc Chagall)의 스탠드 그라스 등등의 例와 같이 많은 美術家들이 디자인 분야에 참여하여 뜻있는 實驗을 하는 例가

美國 Polaroid社의 速成寫眞機 SX.70 1974년



많고, 이것은 반면에 디자인에 큰 영향이나 자극이 된다고 하겠다.

대체로 볼 때 20세기의 세계 디자인은 英美를 중심으로 하는 産業 디자인, 北歐나 이탈리아를 중심으로 하는 모던 크래프트(Modern Craft), 프랑스를 중심으로 하는 美術工藝 등 세 갈래의 뚜렷한 흐름을 볼 수 있으며, 많은 적든 간에 어떤 의미에서 서로 作用하고 있다고 해도 될 것이다.

최근의 産業 디자인은 항상 變化·발전하고 있는 우리 社會와 같이 그 方向이나 業務의 성격 또는 그 本質 자체가 크게 달라져 가며 점점 國際化되어 가고 있다. 따라서 産業 디자인을 단순하게 商品의 굿 디자인(good design)만으로 해석하고 설명하기에는 매우 어렵게 되었다. 産業 디자인 業務 자체만 해도 예전과는 비할 수 없이 매우 多様하고 복잡해져 여러 사람이 협동해서 처리해야 하는 팀 워르크(team work)의 필요성이 절실했으며, 팀 워르크의 합리적인 수행을 위해서는 새로이 디자인 매니지먼트(Design Management)의 중요성이 강조되었다. 그 밖에도 여러 가지 새로운 概念들이 導入되었고, 産業 디자인을 복잡한 政治社會 시스템이나 經濟 시스템 또는 生産 시스템 속의 일부로서 이해하고 單位要素로서 融和시키려는 노력이 필요해졌으며, 이것과 아울러 커뮤니케이션(communication)의 問題역시 큰 비중을 차지하게 되었다.

그리고 급속한 技術革新은 매우 폭넓게 새로운 각도에서 디자인 問題를 해결할 수 있는 可能性을 제시하였다. 그 반면에 資源의 고갈과 公害問題 및 政治經濟의 급격한 變化가 가져오는 심각한 社會問題 등 많은 制約과 難

이탈리아 Ceramica Bardelli社의 便器 세트 Ezio Didone의 디자인 1970년대

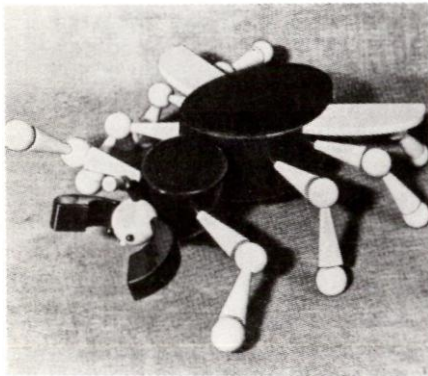


題에 마주치게 되었다. 어떤 形態이든 간에 問題解決을 위해 앞으로는 産業 디자이너가 적극 참여해야 한다는 사회적 요구가 높아져 가고 있다.

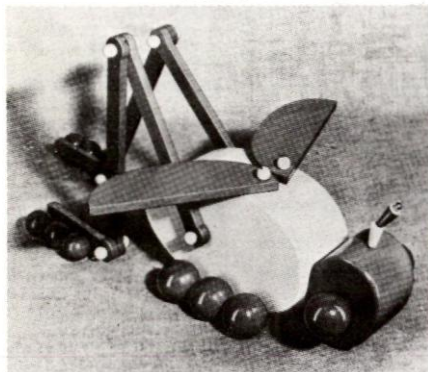
여기서 소련을 중심으로 하는 東歐 共產圈 내의 産業 디자인에 관해 잠시 언급해야만 하겠다. 소련을 비롯한 東歐圈에 대한 情報가 매우 빈약하고 西方世界에 輸出되는 工產品·消費品들이 극히 적기 때문에 정확한 狀況을 파악하기가 지극히 어렵다. 그러나 그러한 빈약한 정보들과 그들의 政治·經濟·社會的 조건을 통해 우리는 부분적으로나마 推定해 볼 수 있다.

소련은 10월 革命 後까지 바우하우스의 영향을 받아 美術文化研究所(INCHUK)가 생겼고, 이것은 wchUTE MAS가 되었으며, 뒤에 wchUTEIN (일종의 소련 바우하우스) 등이 創立되었다. 어떤 형태이든 실제의 産業 디자인으로 連結되기를 당시 소련 사회나 經濟·工業水準이 너무 낮았기 때문에 실질적인 産業 디자인으로 그 運動을 발전시키기에는 너무나 힘든 條件들이 많았다. 그리고 政治적 혼란과 美術이나 디자인 등의 政治理念化 내지 政治道具로서의 이용은 사실상 實際問題를 해결하기보다 理念의 장난만 반복하게 되었고, 그 모든 것을 억

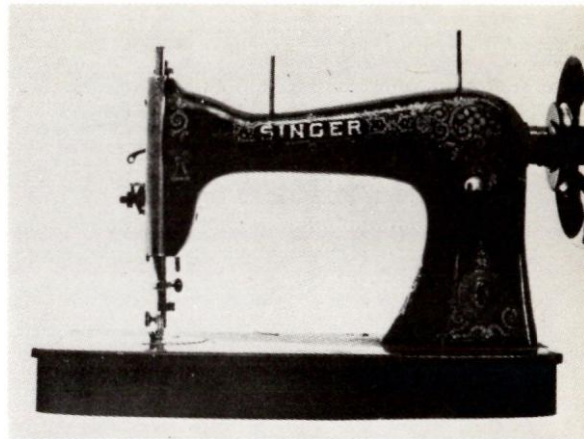
소련의 木材玩具 1976년



소련의 木材玩具 1976년



西獨 Rolleiflex社의 二眼 레흐렉스 카메라 美國 Singer社의 家庭用 자봉틀. 1900년대 (그 原型은 1928년에 製作되었음)



지로 '우수한 社會主義體制'의 이데올로기에 뜰어 맞추는 데만 급급할 뿐 스탈린 時代의 무서운 暗黒은 제한된 범위 내에서의 활동마저 거의 불가능하게 만들었다. 오늘 옳다고 認定되었던 文化的 思想이나 美術의 社會主義 이데올로기가 내일 갑자기 反社會主義·反動的 이데올로기로 낙인찍히고 處斷되는 것이 보통이었다.

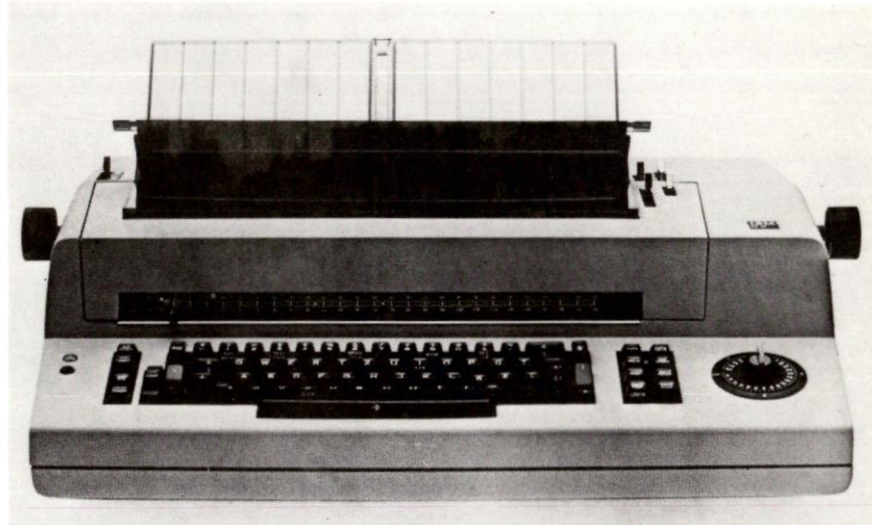
모든 文化·藝術活動은 黨에 의해 통제되고 黨에서 세운 이데올로기에 맞추어 활동해야 했으며, 모든 作家들은 黨에서 내주는 課題만을 다루어야 했고, 이것은 黨이 인정하는 위대한 社會主義路線과 일치해야만 했다. 그리고 作家들은 항상 黨의 思想의 검토를 받아야만 했으며, 西方에서와 같이 자유분방한 思想의 발전이나 作品活動은 용납될 수 없었다. 抽象繪畫라든가 彫刻 또는 이와 유사한 美術의 實驗活動

은 어떤 것이든 黨政策上 전혀 용납되지 않았다.

産業 디자인이 발전할 수 없는 다른 이유는 거듭 실패한 5個年 農業計劃과 이와 관련된 그 社會의 人間이 최저로 필요로 하는 生活必需品마저 부족했기 때문에 모든 사람이 쓰고 즐길 수 있는 우수한 디자인의 좋은 商品을 生産한다는 것은 너무나 비현실적인 일이었다.

또 다른 이유의 하나는 私有財産을 인정하지 않기 때문에 진정한 의미의 商行爲가 일어날 수도 없고 需要와 供給의 원칙이 적용되지 않으므로 競爭도 없을 뿐만 아니라 需要와 供給에 의한 실제(現實的) 물가도 형성되지 못한다. 더우기 一般國民이 꼭 필요로 하는 生活用品을 적절하게 공급한다는 것마저 어려운 형편이기 때문에 늘 계속되는 物資難이나 質의 低下는 큰 문

美國 IBM社의 文章記憶式 打字機 IBM82 M



제거리이다. 다시 말해서 中央集權의 計劃經濟의 병폐 속에서는 産業 디자인이 발전될 수 없다는 것이겠다. 또한 정치적 이유든 단순한 軍事의 이유든 간에 지나치게 힘에 겨운 軍備擴張은 다른 輕工業·生必需品·消費品 部門의 발전과 생산의 위축을 가져왔다. 重工業 이외의 部門은 매우 등한 시되어 여기에 産業 디자인이 뿌리를 내리고 발전한다는 것은 매우 어려운 일일 것이다.

그러나 스탈린의 死後부터는 樣相이 매우 달라져 갔다. 즉, 世界赤化의 計劃도 매우 많은 制約을 받게 되었고, 여러 면에서 修正을 가해야만 하게 되었다. 스탈린 시대의 鐵의 帳幕이 조금씩 西方社會로 열리기 시작했으며, 여러 가지 政治·經濟의 이유에서 제한된 범위에서나마 西方國家들과 協同해야 한다는 필요성이 생기기 시작했다.

그리고 소련의 지배하에서 벗어나 自由化를 갈망하는 東歐衛星國의 움직임, 항상 生活用品 부족난에 허덕이는 共產國家들 國民의 불만, 날로 늘어나는 外債負擔 등이 經濟狀態를 더욱 악화시켰다. 東獨·폴란드·체코슬로바키아·헝가리·루마니아 등 나라마다 정도의 차이는 있지만 모두 같은 실정이다. 國民의 불만은 날로 심해 가고 이를 조금이라도 해소하려면 무역의 增大, 다시 말해서 수출의 증대와 새로운 技術의 導入임을 통감하고 있으며, 이에 필요한 産業 디자인에 대해 많은 관심과 흥미를 갖고 차차 政策的으로 研究가 진행되고 있는 것으로 알려졌으며, 이것은 소련보다는 체코슬로바키아·폴란드·東獨 등에서 더 빨리 추진되고 있는 것 같다. 그들 國家들은 예전부터 상당한 수준의 工

業國家이기도 했다.

소련의 경우는 다른 東歐國家보다 좀더 다른 事情들이 있다고 하겠다. 그들의 시베리아 開發을 위해서는 막대한 資金과 技術이 필요한데 이를 西方國家에 많은 部分을 의존해야 하며, 그 償還方法은 대부분 源資材로 상환하는 方式을 취하고 있다. 또한 農業政策의 실패로 인해 많은 量의 곡물도 輸入해야 하는 차제에 무역의 필요성이 더욱 높아졌고, 源資材를 파는 것보다 工產品을 파는 것이 더욱 利益이 란 것도 인정하게 되었다. 따라서 工業技術의 도입과 産業 디자인에도 많은 힘을 쏟고 있다.

이러한 필요성을 절감한 소련 政府는 늦긴 했지만 1960년대에 産業 디자인의 중요성을 인정했으며, 1962년에는 黨政策으로서 全國民의 次元의 一元化된 産業 디자인 시스템의 확립을 閣議에서 議決하고 그 組織에 착수했다.

이 시스템의 목적은 産業 디자인이 科學의 원칙과 방법으로 生産에 긴밀히 연결되어 産業體에서 값싸고 견고하며 質이 좋은 製品을 生産케 함으로써 소련 國民의 生活水準을 더욱 높이고 아울러 生活環境을 개선·발전시켜 소련 國民의 利益과 福祉를 더욱 增大시킨다는 데 있다.

이 産業 디자인 시스템을 전체적으로 管掌하고 있는 機關이 VNIITE(綜合技術美學 研究機關)이다. VNIITE는 소련의 重要國家機關이나 研究所들과 연결되어 있으며, 소련의 모든 重要工業中心地에 地方機關을 두고 있다. VNIITE에는 1,500개 이상의 각 單位 産業體 내의 産業 디자인 部署, 팀(team), 디자인 事務所 및 設計 事務所와 연결되어 있다. 이들은 VNIITE로



어린이를 위한 캐트 카아 1976년

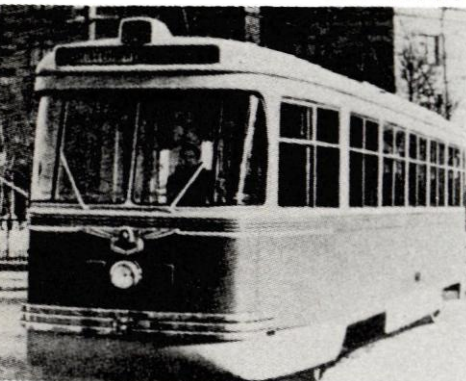
부터 필요한 情報과 科學技術上的의 問題 또는 方法論의 問題를 비롯해서 産業 디자인 問題解決에 필요한 모든 支援을 받고 있다. 아울러 VNIITE는 이들 單位 디자인 파아트(Design Part)의 디자인 業務를 지도 감독하고 있다. 그리고 VNIITE의 全體 시스템은 蘇聯邦 科學技術 國務委員會가 최종 감독하게 되어 있다. VNIITE는 産業 디자인에 관한 폭넓은 문제에 관해 産業 디자인의 諮問에도 응하며, 복잡한 工業品의 實驗研究와 자체 디자인 作業도 하고 있다.

産業 디자인 教育은 10개 이상의 大學과 40개 이상의 工科大學에서 教科課程을 통해 産業 디자인어를 育成하고 있으며, 그 밖에도 많은 다른 教育方便이 있는 것으로 알려졌다. 産業 디자인의 발전이 國民經濟發展과 매우 밀접한 관계가 있다는 産業 디자인의 중요성은 CPUS(소련 共產黨) 黨大會에서까지 인정했으며, 이에 따라 방대한 조직과 國策으로 추진하고 있다.

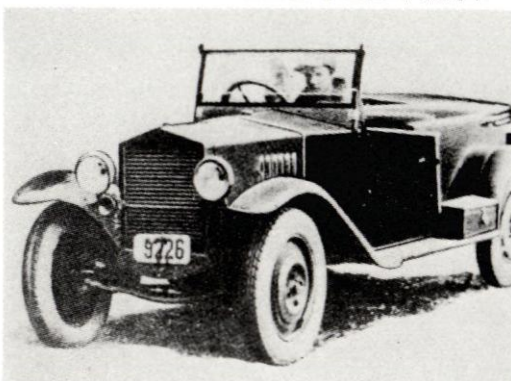
소련은 産業 디자인의 國際活動에도 참가하고 있다. 東歐 COMECON(Council of Mutual Economic Assistance) 國家는 물론 西方 産業 디자인 機關들과도 관계를 맺고 있다. 1965년에는 國際 産業 디자인 團體 協議會(ICSID)에 會員으로 가입했다.

그들의 經濟 시스템이나 行政 시스템이 그 發展을 원활히 하지 못하게 하는 것 같다. 다른 技術의 開發과 마찬가지로 産業 디자인의 發展 역시 그들이 해결해야만 하는 큰 課題 중의 하나이다. 그리고 그들은 그들 國民 앞에 資本主義 시스템보다 社會主義 시스템이 훨씬 우수하며, 人間을 살기 좋게 만든다는 것을 證明해야만 하는 宿命的인 悲劇을 갖고 있다. □

소련의 市内電車



1920년대 소련의 乘用車



視覺 디자인 教育의 앞으로의 方向

金 永 起

梨花女子大學校 生活美術科 副教授

1. 그래픽 디자인에서 視覺 디자인으로

턴벌(Arthur T. Turnbull)과 베어드(Russell N. Baird)의 共著 「그래픽 커뮤니케이션(The Graphic Communication)」에서 “디자인은 커뮤니케이션과 크리에이티비티(Creativity)를 결합하지 않으면 안 되며, 그의 任務가 메시지를 美學的으로 다듬어서 보내어진다는 측면에서 ‘그래픽 아트(Graphic art)’로 부를 수도 있겠으나 그래픽 디자인은 그의 作業들이 커뮤니케이션과 일차적으로 관련되지 않으면 안 되기 때문에 ‘아트’가 아니라 ‘그래픽 커뮤니케이션’이란 用語가 적당하다”고 말하고 있다.

왜냐 하면 그래픽 디자이너들이 하는 모든 일들은 커뮤니케이션의 要旨 및 要點들을 성공적으로 전환시키는 媒介體로서의 역할을 다하여야 하며, 그의 最大의 關心인 어떻게 사람의 마음을 끌 것인가?(How Attractive)가 그의 能力에 의하여 感嘆적으로 表現되기 때문이다.

이와 같이 볼 때 그래픽이 커뮤니케이션과 關係되면서 우리가 생각할 수 있다면 “그것은 얼마나 廣大한 것인가?”일 것이다.

따라서 廣大한 그래픽 커뮤니케이션은 우리들의 經濟的·政治的·文化的 實體의 힘을 나타내는 주요 부분이 되는 것이다. 커뮤니케이션은 필디치(J. Pilditch)가 「Communication by Design」에서 말하는 바와 같이 情報를 運搬하기 때문에 이 情報가 커뮤니케이션의 方法과 技術 여하에 따라 不確實性を 지니게 되며, 이러한 不確實性

을 제거하기 위하여 어떤 커뮤니케이션도 이를 제거하기 위한 方法論의 研究와 技術의 연구를 集中하고 있다. 이러한 技術이나 方法의 非科學性·非合理的 狀態는 바로 그와 關係된 經濟·政治·文化的 諸部分의 性格을 不確實한 方向으로 이끄는 결과를 가져오며, 社會的 合議(Social arrangement)에 도달하는 데 상당한 問題를 야기시킨다.

그래픽 커뮤니케이션도 그것이 커뮤니케이션에 關係되었기 때문에 이러한 不確實성은 제거되어야 하며, 이것을 제거시킬 수 있는 理論과 方法을 研究하지 않으면 안 되는 時點에 이미 도달해 있는 것이다.

무엇이 精確한 커뮤니케이션을 방해하고 있으며, 이를 제거해 낼 方法은 무엇인가?

턴벌은 “심볼은 意味를 유도하는 信號로서의 역할을 하며, 그러한 意味는 심볼 그 自體가 아니라 그 심볼을 보고 知覺한 사람의 마음 안에 있는 것이다”라고 말하고 있다.

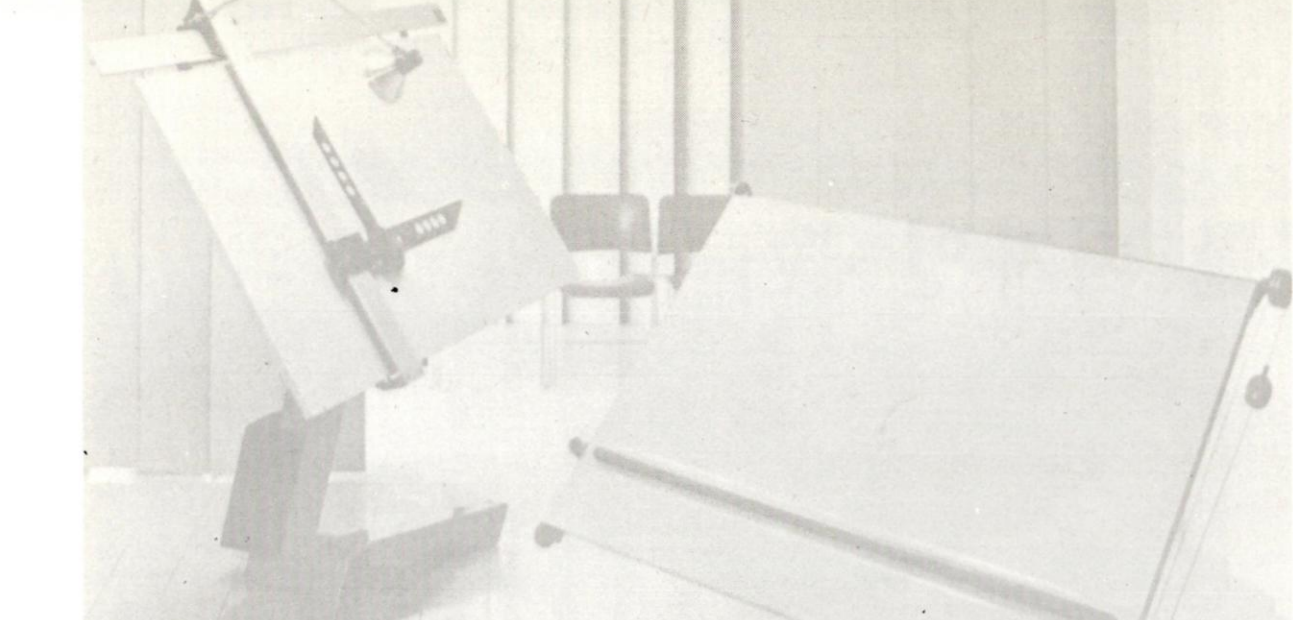
따라서 심볼은 사람의 마음 속에 있는 수없이 많은 時間과 空間 속에서 知覺되고 經驗된 知覺對象들 하나하나에 담긴 意味들과 이들의 關係 속에서 發生된 低水準 意味(Low level meaning)와 高水準 意味(high level meaning)들을 끌어내는 視覺的 信號에 불과한 것이다.

여기에서 우리는 ‘그래픽 커뮤니케이션’이 ‘그래픽’ 그 자체의 用語적 관심이나 메커니즘과 테크놀로지의 關心으로부터 人間의 情報過程(Human information processing)의 關心으로 돌려 놓게 하였으며, 이로 인하여 사람

의 感覺器管은 새로운 研究의 對象이 되었고, 이에 대한 理論들이 그래픽뿐만 아니라 美術全般, 나아가 모든 學問分野에 적용되기 시작하였다. 실로 形態心理學이나 知覺心理學의 힘은 그래픽 커뮤니케이션을 視覺 커뮤니케이션으로 발전시켜 새로운 概念으로 進歩시켜 놓았다.

視覺 디자인(visual design)이라고 하면 우선 視覺(vision)과 디자인의 二用語가 분리되며, 이를 다시 변형하면 視覺을 통한 디자인(design through vision)으로 具體化할 수 있고, ‘통하여’란 ‘通’은 바로 視覺理論이나 屬性들의 理解를 必然的으로 요구하게 된다. 이 視覺은 곧 視知覺의 意味(visual perception)와 同一視되기 때문에 결국 視覺을 통한 디자인은 視知覺을 통한 디자인으로 同一視할 수 있으므로 視覺 디자인의 方法論은 視知覺 理論이 없이는 단 한 치도 分析하거나 說明할 수 없는 것이다.

視覺 디자인은 단순히 그래픽 디자인의 進歩된 하나의 概念이 아니라 視覺과 關聯된 教授·學生·디자이너·美術家, 즉 화가·조각가·건축가·사진작가 그리고 그 밖의 모든 사람들에게 필요한 그들의 表現상의 問題를 解決해 주는 接近方法으로서 廣大한 分野를 수용하는 用語적 개념을 지닌다. 따라서 가렛(L. Garrett) 여사는 그의 著書 「視覺디자인(Visual Design)」에서 自然과 藝術의 創造 사이에서 깊은 關係를 맺고 있는 바탕이며, 자연으로서, 形態의 무한한 多樣性を 가능케 하는 것으로서, 기본적인 要素들의 關係를 창의적으로 결합하거나 재결합하는 성과로서의 美術에 그것을 제공



해 주는 것이라고 말하고 있다. 그것은 그래픽 문제 해결에 관련된 여러要因들의 질서적인 배열을 마련해 주며, 또한 노블러(N. Knobler)의 「視覺的對話(Visual Dialogue)」에서의 論理를 통해 知覺情報(Perceptual information)와 知覺概念(Perceptual concept)들의 意味解析의 視知覺的 分析으로 곧 視覺言語란 言語의 存在를 가능케 했다. 만일 視覺言語란 말에 視知覺的 理論的 根據가 없었다면 그 概念은 사용할 수도 없었으며, 그러한 用語는 탄생도 하지 않았을 것이다. 왜냐 하면 言語는 論理的 構造를 갖고 있으며, 이러한 論理를 세울 理論的 바탕이 마련 되어야만 하기 때문이다.

따라서 視覺 디자인은 그래픽 디자인의 단순한 명칭의 변화가 아닌 것이다.

2. 視覺 디자인 教育의 根本問題

言語이든 그것이 視覺言語이든 言語라는 것에는 공통된 論理的 構造와 意味論的 必然的으로 接近을 요구하게

된다. 이러한 接近은 論理的 思考能力에 의해서 가능할 것이다. 이러한 思考能力의 改善은 誤謬의 可能性을 제거하거나 최소한으로 줄이는 것이다.

자기의 메시지를 한 폭의 그림이나 하나의 표현으로 옮겨놓은 디자이너는 그가 표현했지만 그것이 정확하지 못함을 느낄 때가 있으며, 그것은 얼마나 비슷한가? 디자이너의 표현이 객관적이듯 모든 表現은 자기의 것만이 아니라 그것을 보는 모든 사람의 것이 될 수 있으며, 그것을 보고 있지 않더라도 그 自體로서 存在할 수 있다.

이렇듯 視覺表現도 결국 그의 思考能力과 論理化에 그 根本問題가 있는 것이다.

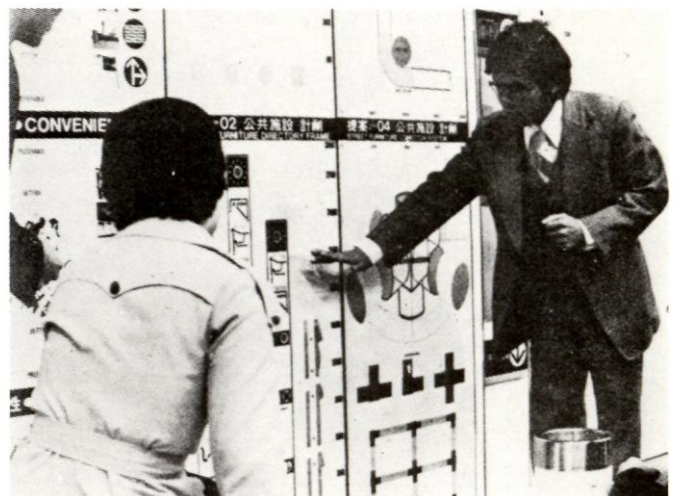
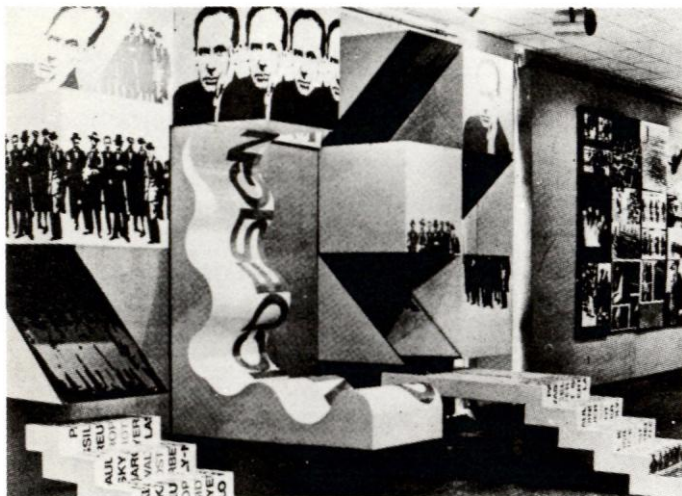
앞서도 말했듯이 우리가 경험하여야 할 對象은 엄청나게 많으며, 이 엄청나고 多樣한 對象들을 일일이 경험할 수 있는 大學教育에 할애된 時間과 講座는 限定되어 있으며, 다룰 수 있는 對象도 限定되어 있다. 따라서 視覺 디자인 教育은 당연히 이들의 對象이 지니는 共通된 問題들의 分母를 찾아 이

들 모두를 처리해 갈 수 있는 方法論的 思考와 論理를 갖추어 주지 않으면 안 될 것이다.

따라서 視覺 디자인 教育의 問題는 視知覺理論을 바탕으로 그의 思考를 視覺的 思考로 轉換시킬 수 있도록 하는데 있다.

단순히 意識하고 있다는 狀態와 무언을 생각해 내거나 생각하는 狀態와는 구별되어야 하며, 또한 무언가 意識하면서도 그것을 무언가 말로 표현할 수 없을 때가 있으며, 그것이 무엇인가를 물어도 무엇이라고 답할 수 없는 그런 것이 있으며, 잡히지 않으면 것이 意識 속에 나타날 때가 있다. 이러한 애매하고 잡히지 않는 그들의 世界를 教育은 가능한 한 나타낼 수 있게 해 주어야 한다. 따라서 視覺 디자인 教育의 場에서는 言語使用能力을 키워 주어야 하며, 教授는 言語使用의 規範的 位置에 와 있어야 한다.

그것은 論理的 思考가 言語를 사용하지 않고는 소통되기가 불가능하며, 人間의 思考能力이 人間의 言語에 의





존한다는 論理學的 立場에서도 當爲性
이 유추될 수 있다.

視覺的 思考를 일으키기 위한 視覺
디자인의 努力은 그것이 物理世界의
어떤 일에 관한 것이든 心理世界의 어
떤 현상에 관한 것이든 視覺言語世界
의 어떤 表現에 관한 것이든 그것을
파악하는 사람이 없이는 아무 의미도
없는 것이다. 왜냐 하면 의미를 파악
한다는 것은 어떤 한 사람의 마음 속
에서 일어나는 심리적 현상이며, 그렇
기 때문에 그러한 심리적 현상이 일어
날 수 있게 해 주는 個人이 있어야 하
기 때문이다.

이러한 心理的 야기는 形態心理學이
나 知覺心理學을 바탕으로 分析하고
說明될 수 있다.

우리가 눈으로 보는 自然의 여러 현
상들을 단순히 보는 現象으로서가 아
니라 그 自然現象들 속에 보이지 않는
關係들과 秩序를 말할 수 있을 때 그
는 自然科學教授가 될 수 있듯이 우리
는 學生들이 表現하는 色彩·形態·明
暗·質感·線 등과 같은 要素들과 視
覺言語를 構成하고 있는 要素들의 意
味論的 關係들 속에 있는 은밀한 關係
와 그들이 내포하고 있는 '애매성' 과
'모호성' 또한 視覺言語로서의 視覺文
章 속의 '그러므로' 나 '따라서' 들과
같은 視覺的 單語들의 상징들의 關係
를 설명하고 분석할 수 있어야 할 것
이다.

만일 視覺 디자인 教育의 場에 이러
한 改善이 오지 않는다면 우리는 손끝
의 感覺에 머물고 말 것이다.

3. 視覺文化를 創造할 수 있어야 한다.

그래픽 디자인 教育에서 가장 중요
한 觀點이라면 視覺文化의 創造일 것
이다.

文化는 헤아릴 수 없이 다양한 對象
들 하나하나가 아니다. 그 하나하나
속에 담겨진 공통된 知覺的 概念 또는
이미지가 곧 그 文化의 概念이며 이미
지라고 볼 때 表現한 사람의 의식과
그 表出된 對象과 -보는 사람이 받아
들이는 그 對象들에 담겨진 共通된 意
識이나 思考나 이미지의 關係 속에서
文化의 추상적 多面성이 나타날 때 文
化의 개념과 이미지의 一般化가 이루
어지는 것이다. 따라서 그 文化의 對
象들로서의 遺物들이나 實體들은 그를
研究하거나 탐구할 때 그 實體 자체
가 問題가 아니라 그를 통하여 그 對象을
만든 사람과 보는 사람의 意識이 상호
투사되어 있기 때문에 우리가 表現하
는 "어떠한 것" 속에는 우리의 意識이
흐르고 있으며, 이러한 意識이 곧 우
리 文化를 이루고 있다는 것을 알 수
있다.

또한 意識은 마치 양과 껍질같이 여
러겹의 층으로 形成되어 있기 때문에

意識的 努力이 없이는 文化的 意識化
는 불가능할 수밖에 없다.

어떠한 文化이든 오랜 歷史를 거쳐
오는 동안 우리의 意識을 형성해 온
많은 要因들이 있으며, 이러한 수없이
많은 要因들은 린든 허버트(Lynda
Herbert)의 말과 같이 世代로부터 世
代로 거쳐 오는 동안 調律되기 때문에
우리의 意識은 하나의 계쉬탈트를 이
루게 되는 것이다.

視覺 디자인 教育에서 文化的 계쉬
탈트에 대한 理解와 理論的 探究가 없
다면 이는 文化的 變質에 중요한 과오
를 범하게 되는 것이다. 왜냐 하면 視
覺 디자인이 關係되는 分野가 文化를
構成하고 있는 중요한 要素이며, 따라
서 視覺文化는 視覺 디자인의 터전이
며 홈 그라운드가 되기 때문이다.

이러한 이유에서 그래픽 디자이너는
視覺文化를 創造해 나아가는 主導者가
되는 것이며, 이러한 哲學的 觀點에서
分析되고 評價되지 않으면 안 된다고
보는 것이다.

또한 이러한 內容들의 分析이나 評
價는 理念論的으로 接近되는 皮相性에
서 벗어나 形態學的 理論이나 社會學
的 理論, 文化人類學的 理論 등에 의
해 논리적으로 전개되어야 하며, 실제로
그들의 表現을 수정하고 해결하는 결
정적 根據가 제시되어야 하는 것이다.

실로 視覺 디자인 教育에서 얼마나
많은 分野의 知識이 활용될 수가 있는
가? 이것이 視覺 디자인 教育의 성공
을 결정지을 수 있는 것이다.

이러한 論理的 바탕이 상실된 教育
의 場에서 教育은 大學教育이나 大學
院教育이나 專門學校教育이나 技能
教育에 그칠 수밖에 없는 것이다.

이러한 技能方式教育은 學生들을 계
속적으로 불확실한 상태로 持續시키
는 결과밖에 되지 않으며, 그들을 단
순한 感覺의 노예로 사로잡히게 하는
결과밖에 되지 않기 때문이다.

視覺的 思考를 일으킬 수 있는 視覺
디자인, 視覺的 思考를 담을 수 있는
視覺化의 專門家로서의 디자이너, 붓
을 들기 전에 그가 苦痛하고 있는 그
에게 주어진 主題와 테마를 分析하고
파헤치며 결론적 核心에 접근할 수 있
는 方法論的 思考, 論理的 思考, 哲學
的 思考를 할 수 있는 날카롭게 다듬

어진 視覺의 所有者가 視覺 디자인의 教育의 場에서 배출되어야 한다.

이것만이 그들의 앞날을 專門家답게 處理해 나아갈 수 있게 하는 武器를 주는 것이 되며, 그들은 반드시 이러한 무기를 갖고 나아갈 권리를 가지고 있는 사람들이기 때문이다.

또한 이것이 우리들 자신의 視覺文化의 質을 높이는 길이며, 이 分野에 맡겨진 使命이기 때문이다.

4. 文化人類學的 觀點에서의 視覺 디자인의 오늘의 問題

오스트리아의 美術史家 한스 제들마이어(H. Sedlmayr)는 19세기 中期 이후 藝術은 차차 '人生의 서 있을 곳'을 잃어 가고 있다. 非藝術的인 勢力, 즉 國家·商人 등을 위해 자기의 藝術을 봉사시키고 싶지 않다고 생각하는 藝術家들은 學問·技術·勞動·事業의 세계로부터 象牙塔 속으로 도피하는 수밖에 다른 길이 없다. — 中略- 勞動世界에 대한 고고한 예술은 스스로를 위해 자율적인 영역으로서 선언한다. 즉, '예술을 위한 예술'은 그들이 내건 주장이며……라고 주장했다.

오늘날 우리가 視覺 디자인 분야(편의상 이하는 그래픽 디자인이라 함)를 생각해 보면 제들마이어적 현상이 우리의 그래픽 디자인 분야에 너무나 뚜렷하게 나타나 있다.

그래픽 디자인 분야의 소위 엘리트라고 하는 대다수의 사람들은 마치 非藝術的인 세력들, 企業·國家·商人 등을 위해 봉사하기 싫다는 이유에서 그

래픽 디자인 그 자체를 위해 자율적 영역을 형성함으로써 그들만의 集團의 活動을 하고 있으며, 이들의 대부분이 教育을 담당하고 있다.

그래픽을 위한 그래픽이 성립할 수 있을까?

제들마이어의 觀點에서 볼 때 그래픽 디자인은 그와는 정반대의 개념이다. 즉, 디자인은 예술이 봉사시키고 싶지 않았던 企業·國家·商人 등과 같은 분야에 적극적으로 그들을 이해하고 설득함으로써 大衆과 企業에 봉사하는 적극적 概念을 지닌 분야이며, 그들이 學問·技術·勞動·企業 등의 세계로부터 象牙塔으로 도피할 때 디자이너는 그들 속으로 뛰어들어 적극적인 자세로 存在하는 능동적 자세가 있기 때문에 그래픽 디자이너들은 學問을 적극적으로 理解해야 하며, 技術이나 勞動이나 企業을 알지 않으면 안 되는 것이다.

視覺 디자인 教育의 場에서 이러한 것들에 대한 적극적 知識과 經驗이 없이는 확실한 問題發見과 解決이 불가능하게 되고 마는 것이다. 따라서 그래픽 디자인을 포함한 모든 디자인 교육은 개방적 자세를 취하면서 社會의 變化와 學問의 發展, 技術의 發達, 勞動環境의 變化 등에 대한 適應을 위하여 創意的·創造的으로 改善해 가지 않으면 안 된다.

그러나 우리의 그래픽 디자인 教育은 제들마이어가 보고 있는 藝術家의 도피 현상이 두드러지게 나타나고 있다.

앞에서도 언급한 바와 같이 그래픽



디자이너들 중의 대다수는 도피할 시기만을 기다리는 수동적 자세로 社會에서 생활하고 보고 있으며, 이러한 心理的 現象이 여러 형태의 社會的 行動으로 나타나고 있는 것이다.

각종 그래픽 디자인 展覽會의 대동소이한 性格들…… 그 모임에 모여 있는 디자이너들은 "그래픽을 위한 그래픽을 위해" 모인 도피적 集團임을 부인할 길이 없다.

또 하나는 미국의 아파치 原住民들이 힘에 밀려 산 속으로 산 속으로 밀려가는 여러 현상, 즉 文化意識의 수준, 技術理解의 수준, 그들에 대한 할만한 知識의 體系化, 教育水準의 너무나도 현저한 차이가 그들을 더 깊은 산 속으로 들어가게 하는 要因이 되었듯이 한 社會의 分野와 分野의 투쟁에서도 이와 같은 文化人類學的 現象이 우리 그래픽 디자인 분야에서도 그래픽 디자이너와 만나는 많은 분야의 교육받은 사람들과의 설득과 투쟁에서 밀리고 있는 것이 그들이 도피하고 싶어하는 理由가 되며, 그들은 象牙塔으로 들어갈 날만을 고대하고 있는 것이다.

왜 그래픽 디자이너들은 社會를 두려워하며, 이러한 두려움의 이유는 어디에 있는가?

이렇게 도피한 象牙塔 속의 많은 그래픽 디자인 教育 담당자들은 과연 적극적인 디자이너의 教育을 할 수 있을까?

이제부터라도 우리는 보다 적극적인 자세로서 使命感과 召命意識을 갖고 그래픽 디자이너의 規範者로서 행동하고 개선해 나아가야 할 것이다. □



世界 有名商品 遍歴

自動車・時計 기타

1. 自動車



제너럴 모터즈
(General Motors) - 美國

1916년에 創立된 세계 최대의 自動車 메이커로서 5 개 부문의 自動車を 생산하고 있다. 高級車を 상징하는 캐딜락(Cadillac), 知性的이며 信賴性이 높은 뷔익(Buick), 開發先行車로서 세계 제 2 위를 자랑하는 커틀라스(Cutlass)를 생산한 올스모빌(Oldsmobile), 個性적인 스포츠 카인 폰티악(Pontiac), 實用車로서의 베스트 셀러인 시보레(Chevrolet)가 그것이다. 제너럴 모터즈社는 메이커를 吸收·合併하여 1927년 이래 자동차 메이커로서 세계의 首位를 차지하고 있다.

최근에는 종래의 標準이었던 풀 사이즈(full size)車에서 2,000CC 級の 서브 콤팩트 카인, 1,256CC 級の 超小

型車 시보레 세벳트를 發賣하고, 大型車는 20~30cm를 短縮하여 생산하고 있다. 1975년의 總賣上高는 357억 2,500만 달러(韓貨 약 27兆 원)였다.



포워드 모터즈
(Ford Motors) - 美國

1903년 헨리 포워드(Henry Ford) 1世에 의하여 設立되었다. 세계에서 實用적인 大衆車로 이름 높은 포워드(Ford) T型을 1908년에 開發한 이후 19년 동안 15,007,033대를 생산하였다. 大統領 乘用車를 만드는 링컨(Lincoln) 部門, 그랜드 마퀴스(Grand Marquis), 쿠우거(Cougar), 모나크(Monarch), 보브캣(Bobcat) 生産의 머큐리(Mercury) 部門, 1976년 415,390대를 생산함으로써 세계 제 6 위를 차지한 그라나다(Granada)와 무스탕(Mustang) 生産의 포워드 部門이 있다.

종래의 貴族이나 富豪의 자동차에서

大衆의 자동차로 만들어 낸 功績이 컸으며, 매년 모델을 開發하고 있다.



다이믈러 벤츠 - 西獨

세계 최초로 개솔린 自動車を 開發하여 유명한 코트리브 다이믈러와 칼 벤츠의 協力에 의하여 1926년 設立되었다. 그 후 디젤 엔진·버스·트럭의 메이커로서도 유명하며, 戰時中에는 戰車·軍用車·航空機 엔진도 생산하였다.

高級車로 主流를 이루는 것은 메르세데스 벤츠(Mercedes Benz)로서 西獨 大統領 乘用車이기도 하다.



피아트(Fiat) - 이탈리아

1899년에 創立되었으며, 이탈리아 國

제너럴 모터즈社의 시보레



포워드社의 무스탕 II



제너럴 모터즈社의 캐딜락

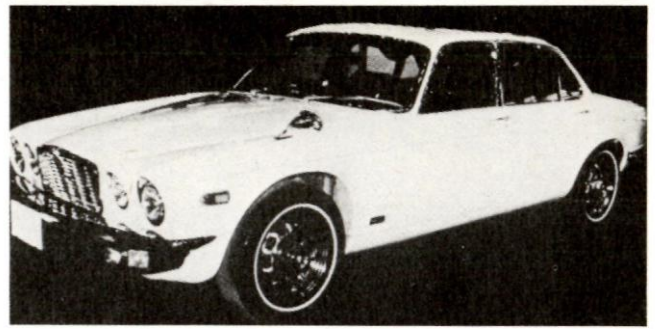


포워드社의 링컨 베르사이유





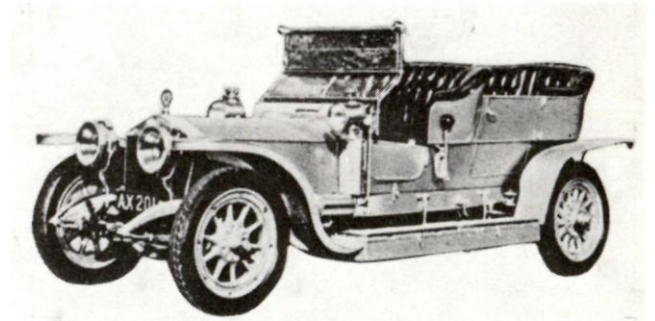
벤츠 280 E



브리티시 레이랜드사의 자가



벤츠 450 SEL



로울즈 로이스 1909년형



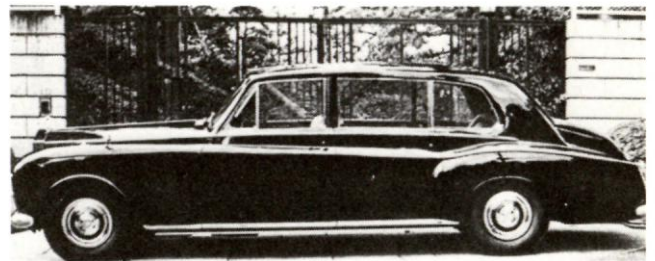
피아트 131 S



로울즈 로이스사의 실버 웨도우



피아트 X1/9




로울즈 로이스사의 팬텀형

內需要의 80%를 넘고 있다.

트랙터·航空機·鐵道車輛·가스터 어빈 등 넓은 分野에 걸쳐 생산하고 製網所도 가진 國家적인 民間企業體이다.

피아트의 산하에는 란치아·오토비안 키·헤라리 등을 거느리고 있으며, 다양한 車種의 小型車를 주로 생산하는 유럽 屈指의 메이커이다.

 브리티시 레이랜드
모우터 (BLMC) - 英國

英國 최대의 自動車 메이커로서 1975년에 國營企業이 되었다. 1968년 BMC

와 레이랜드(Leyland)의 兩大民族系 메이커를 1968년 合併하여 創立되었다.


모리스·MG·우스레·오스틴·자가 등의 有名車가 생산되었으나 美國産이나 다른 나라의 外産에 밀려 苦戰하고 있다.

 로울즈 로이스
(Rolls Royce) - 英國

세계에서 最高級車의 메이커로 알려진 로울즈 로이스(Rolls Royce)는 차알스 스튜어트 로울즈와 프레드릭 헨리 로이스의 協力으로 'Best car in the world'라는 슬로우건을 걸고 1904년에 創立되었다.

라이에이터 그릴(radiator grill)은 그리이스의 파르테논 神殿을 본딴 것으로서 유명하며, 社章은 두 사람의 이니시얼 R을 두 개 겹친 것으로 되어 있다. 本社工場은 런던 북쪽 리버풀(Liverpool)에 가까운 쿠르에 있으며, 대부분 손으로 정성들여 생산함으로써 信賴性和 耐久性이 뛰어난다.

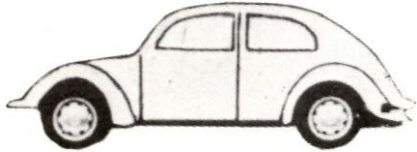
팬텀형은 英國女王의 乘用車와 日本天皇 乘用車로 사용되었다.

 폭스바겐 VW - 西獨

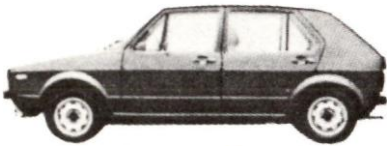
나찌스 獨逸의 히틀러 總統의 명령

으로 포르세博士가 1936년에 開發한 폭스바아젠(Volkswagen) 1200을 중심으로 中小型車와 商業車를 생산하였다.

원래의 폭스바아젠 1200은 딱정벌레型으로서 모든 國民들에게 널리 愛用되었다. 1975년에는 포오드 T型의 1,500만 대를 능가하는 生産量을 보였으나 프론트 후드(front hood)의 불룩한 部分이 前方을 보기에 어려운 點이 있어 지금은 水冷 엔진 F/F 로서 角形車體인 골프(Golf)와 시록코(Si-rocco)를 새로 開發하여 生産하고 있다.



최초의 폭스바아젠型



폭스바아젠 골프型



폭스바아젠 시록코型

2. 時 計

■ 보움 메르시 (Baume & Mercier) — 스위스

1830년 時計工藝家였던 W. 보움과 P. 메르시가 共同으로 제네바에서 設

보움 메르시



立한 會社이다. 가비노체라고 불렀던 裝飾工人의 마지막 손질을 거쳐 만든 工藝時計 보움 메르시는 당시(나폴레옹 3世의 第2 帝政時代; 1852~1870)의 上流階級에서 愛用되어 그 基盤을 굳혔다.

1946년에 보움 메르시社는 피아제 (Piaget)社와 提携하여 資本·技術·디자인·販賣面에서 더욱 強化되었다. 현재는 얇은 것[薄]이 아름답다는 美學에 따라 薄型時計를 大量生産하였다.

■ 샤테랑 (Chatelain) — 스위스

1867년에 創業하였으며, 現在의 社主 로자 샤테랑은 스위스에서 이름난 畫家로서 創業者로부터는 3代제가 된다. 祖父의 創業 때부터 네덜란드의 王室이나 局限된 資産家들의 요청에 의해서만 하나하나의 時計를 創作者의 藝術的 感覺에 따라 디자인하고, 그것을 정성들여 손으로 만들어 내었다. 그 方法은 3代제가 지난 오늘날까지도 傳受되고 있으며, 年間 1,500개라는 世界最少의 生産量을 굳게 지켜 나가고 있다.



샤테랑

現代와 같은 일렉트로닉스(electronics) 時代에 工藝的 手工의 좋은 點을 어떠한 方法으로 지켜 나갈 것인가가 샤테랑이 연구하고 있는 큰 課題이다.

■ 지라르 페르고 (Girard-Perregaux) — 스위스

이 會社의 起源은 1791년 장 프랑소와 보드가 寶石加工 및 時計工으로 일



지라르 페르고

하면서 시작되었으며, 스위스 時計 가운데서도 가장 오래된 傳統을 가진 時計의 하나이다.

단순하고 우아한 디자인은 古典的이면서도 독특한 個性으로 모던 스타일을 만들어 낼 뿐 아니라 그 精密度의 優秀性도 높은 評價를 받고 있다.

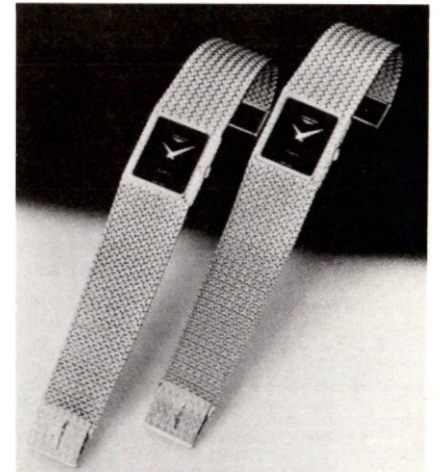
1977년 스위스 크로노메테 試驗局에서 좋은 成績으로 合格한 1,062件 중 약 80%인 891件을 지라르 페르고에서 차지하였다는 것만 보아도 그 精密性을 認定할 수 있다.

■ 론진 (Longines) — 스위스

론진이란 河畔의 地名을 딴 것이며, 古佛語로 '냇물이 흐르고 꽃이 滿發한들'이라는 뜻을 지니고 있다. 이 곳에서 1867년 엘네스트 프란시롱이 一貫 生産할 수 있는 근대적인 時計工場을 建設하여 設立하였다.

1873년 비인 博賢會에서 最高賞을 받은 이래 수많은 國際競演大會에서 受賞한 바 있다. 特色 있는 것은 세계 三大 寶石時計 디자인 컨테스트인 다이아몬드 國際 아카데미의 '오스카賞'

론진



바덴바덴 컨테스트의 골델 로즈賞, 몬토레 비주展의 '제네바市長賞' 등 3 개를 모두 受賞하여 패션성에 있어 높은 評價를 받고 있다.

■ 오메가(Omega)

그리스語의 알파벳 最終文字인 오메가를 商標名으로 사용하며, 약 130년의 歷史를 가지고 있다.

精密度面에서 1932년의 로스앤젤레스 올림픽 大會로부터 1980년의 모스크바 올림픽 大會까지 올림픽 公式時計로 사용되었고, NASA(美航空宇宙局)의 宇宙計劃에도 사용되어 아폴로 11號와 더불어 달에 着陸하였던 時計가 바로 이 오메가였다는 사실은 유명한 이야기다.

時計를 만드는 데 매우 엄격하다는 것을 證明할 수 있는 것은 1개의 오메가가 完成되기까지에는 1,215회의 洗淨과 1,497회의 檢査를 거친다는 사실로도 알 수 있다.



오메가

■ 피아제 (Piaget) - 스위스

1874년 스위스 누사텔에서 조르주 피아제에 의하여 創立되었다. 家内工業에서 출발한 피아제社는 현재 누사텔에 무브먼트 工場, 제네바에 케이스와 시계줄을 만드는 工場, 사파이어·유리 工場 등을 가져 완전한 一貫生産體制를 갖추고 있다.

超薄型時計를 1940년부터 開發하는데 힘쓰고, 오팔(opal)이나 다이아몬드 寶石을 文字盤에 사용하게 된 것도 가장 먼저 시작하였다고 한다. 또한 세계적인 美術家 살바돌 달리(Salvador



피아제

Dali)가 創作에 가담한 일도 있다.

피아제社가 1년 동안 사용하는 金の 量은 약 3톤, 다이아몬드는 약 3,500Ct에 달하고 있다.

■ 라도(Rado) - 스위스

라도 時計는 世界 100個國 이상에 輸出되고 있는 스위스의 세계적인 有名商標의 하나이다.

傳統과 歷史를 귀중하게 생각하는 스위스 時計界에 있어서 단독으로 傳統과 進歩를 標榜하는 라도社는 1917년 創立 이래 開拓者 精神과 끊임없는 노력을 理念으로 삼고 항상 一步前進하는 個性을 創造하여 소위 '라도 스타일'을 完成하였다.

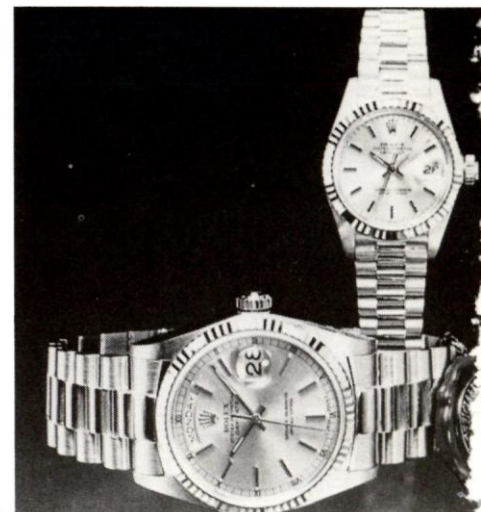
1962년에는 약 200년에 달하는 時計의 歷史에서 꿈의 實現이라고 말하는 '스크레치 프르프 워치(超硬時計)'를 發明한 것은 半永久的으로 빛나는 아름다움을 간직할 수 있는 것이어서 한층 더 그 이름이 높아진 큰 契機가 되었다.

■ 롤렉스(Rolex) - 스위스

創立者 윌스도르프는 1904년 25세 때에 世界最大의 消費地인 런던에 가서 小規模의 時計會社를 만들었다. 그러나 손목 時計를 만들고 싶은 野望으로 精密한 技術을 習得하기 위하여 스위스로 건너갔다.

1910년에 드디어 손목 時計를 完成하고 그 후 '오이스타'라고 命名한 完全防水 손목 時計의 完成과 로터 自動용수철 機構인 파페튜얼의 發明에 의하여 國際的 商品이 되었다.

롤렉스의 優秀성에 관한 이야기는 1927년 英國의 記者가 오이스타를 차고 英佛海峽을 헤엄쳐 건너간 일과 1953년 英國의 에베레스트 遠征隊가 愛用한 것이 롤렉스였으며, 1960년 프랑스 海軍이 10,908m의 深海에 潜水하였을 때 特製의 오이스타를 艦艇 옆에 붙여 놓고 일하였다는 유명한 逸話들이 많다.



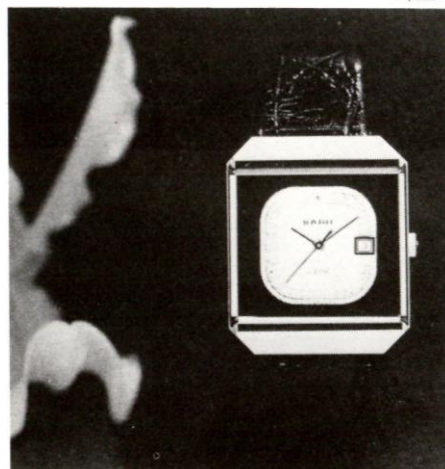
롤렉스

■ 바세론 콘스탄틴 (Vacheron Constantin) - 스위스

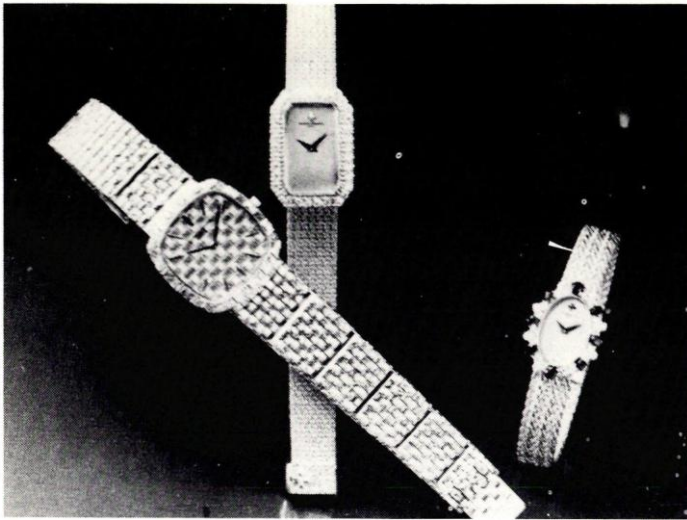
1755년 스위스의 제네바에서 장 바세론에 의하여 創立되었다.

장 바세론은 時計를 만드는 工人으로서 販賣에는 전혀 관계치 않았으나 1810년 事業을 引繼받은 자크 바루세레미는 時計工房에도 販賣의 專門家가 필요하다는 것을 알고 프랑스와 콘스탄틴을 登場시켜 1819년 社名을 바세론 콘스탄틴으로 改稱하게 되었다.

1844년에 제네바의 대표적 建物인 토투르 드릴로 옮기고 1875년에 改築



라도



하였다. 1880년에는 제네바 州章에 있는 '十字'를 본따서 時計의 톱니에 '마르타 十字軍'을 商標로 定하였다.

3. 其 他

■ 마비츠 (Marwitz) - 西獨眼鏡

1919년 創業 이래 메탈 프레임 (metal frame)의 여러 方面에서 發明·開發함으로써 메탈 프레임 製造에 있어서는 세계에서 가장 널리 알려져 있다. 材料는 니켈과 銅의 合金으로서 部品別로 각각 機能에 맞는 다른 材料를 사용하고 있다. 機能성과 디자인이 뛰어난 高級 프레임과 세계에서 가장 널리 認定받는 칼싸이스社의 렌즈를 組合함으로써 완벽한 品質로 定評이 나 있다.

■ 로덴스톡크 (Rodenstock) - 西獨眼鏡

1877년 創業되어 바로미터 (barometer)와 精密度量衡器·렌즈·오페라 글래스·雙眼鏡 등을 製造하고 있다. 안정된 品質과 최상의 調整機能, 그리고 携帶感和 實用성이 프레임의 특징이라 할 수 있다. 메탈 프레임의 종류는 180種 이상이며, 세련된 製造技術에 따른 디자인과 모양의 완벽한 一體성은 다른 것에 비할 수 없는 優秀성을 자랑하고 있다.

■ 필립스 (Philips) - 네덜란드

네덜란드의 電球 메이커로서 1891년에 創業되었다. 우리들에게 널리 알려진 것은 電氣面刀機이며, 1939년 하나의 면도날을 가진 필립셰이브를 發表

한 이래 交流式·充電式·乾電池式 등을 비롯하여 깎이는 壓力 調整裝置나 自動 셰이브 카운터 등 갖가지의 新機構를 도입시켜 세계의 男性 수염을 깎게 하고 있다.

■ 니콘 (Nikon) - 日本

카메라界에서 西獨의 라이카 (Leica)와 콘텍스 (Contax)가 세계적으로 대표적 地位를 차지하였던 일은 第2次 世界大戰 전의 일이었다. 1950년 韓國의 6·25動亂이 勃發하자 世界の 저널리스트들이 日本을 根據로 하여 報道 體制를 굳혀 活動을 개시하였다. 뉴욕 타임즈에서는 라이프誌 從軍 카메라맨을 派遣·取材케 하였는데, 이 때 사

필립스社의 充電式 面刀機



용하였던 카메라가 니콘이었기 때문에 '니콘 니코르 (Nikon Nikor)'의 優秀性이 記事化됨으로써 일약 日本光學의 '니콘'은 世界の 寵兒로 등장하게 되었다.

日本光學이 設立된 것은 1917년이며, 第1次 世界大戰 때 輸入이 불가능하게 되자 自給自足體制를 확립시키기 위한 作業이 시작되었다. 三菱財閥의 總帥 岩崎小彌太가 東京計器製作所와 岩城硝子製造所 및 藤井 렌즈 製造所 등 3社를 통합하여 日本光學을 創設하기에 이르렀다. 그 후 여러 가지 苦難을 거듭하면서 軍部에 의하여 카메라 렌즈의 研究를 의뢰받은 후 1932년 카메라 렌즈는 獨逸製라는 神話를 깨뜨리고 니코르 (Nikor) 렌즈를 완성하게 되었다.

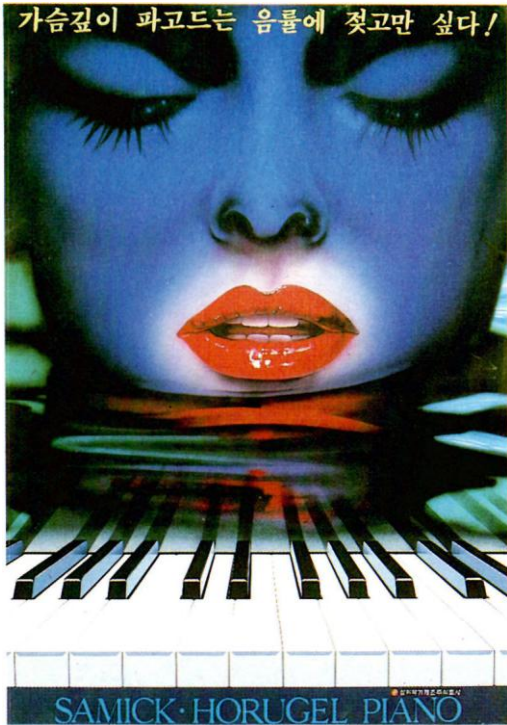
이는 카메라·현미경·測量機·醫療器機·眼鏡 등 모든 光學部門에 활용하여 1950년 이후에야 비로소 세계 굴지의 光學器機 메이커로 進出하였다. 이 때문에 西獨의 有名 카메라 메이커를 倒産危機까지 몰아 넣었고, 라이카와 콘텍스도 큰 타격을 받게 된 것은 周知의 사실이다. □

필립스社의 充電式·交流式 兼用 面刀機



KDC : 大學生 디자인 公募展 入賞作品

全國 디자이너 協議會 (KDC) 에서는 지난 11월 10일부터 11월 15일까지 제 11회 全國 大學生 디자인 公募展을 개최하고 入賞 및 入選작을 선정·발표했다. 視覺·工藝·工業 디자인의 세 部門에 出品한 1,300여 점의 작품 중 部門別로 선정된 金賞 3점, 銀賞 6점, 銅賞 9점과 2개의 特別賞을 포함한 20점의 入賞작품을 收錄한다.



金賞 / 성시준 : 삼익 피아노 PR 포스터



銀賞 / 이 정섭 외 : 조흥 은행 C.I.P.



銀賞 / 하정훈 : 모나미 파스 펜 포스터



金賞 / 손경숙 : 화 병



銀賞 / 이 미원 : 年輪



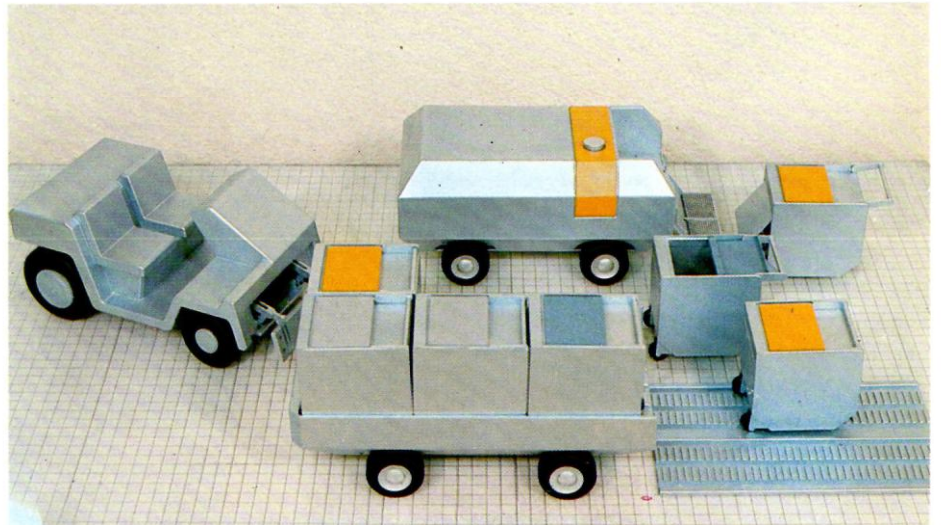
銀賞 / 이 국희 : 陶磁器



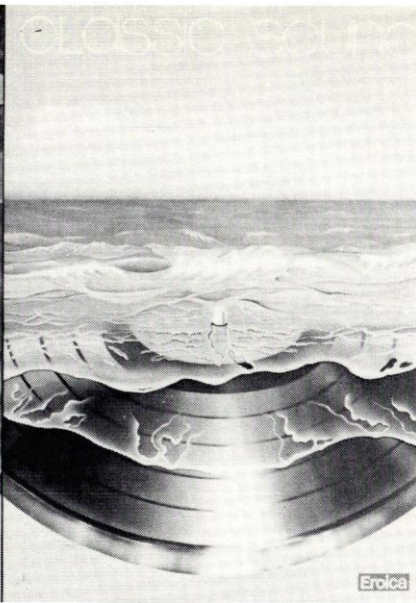
金賞 / 전 미현 외 : 올림픽 기념품용時計



銀賞 / 박 성규 : 觀光案内 標識板



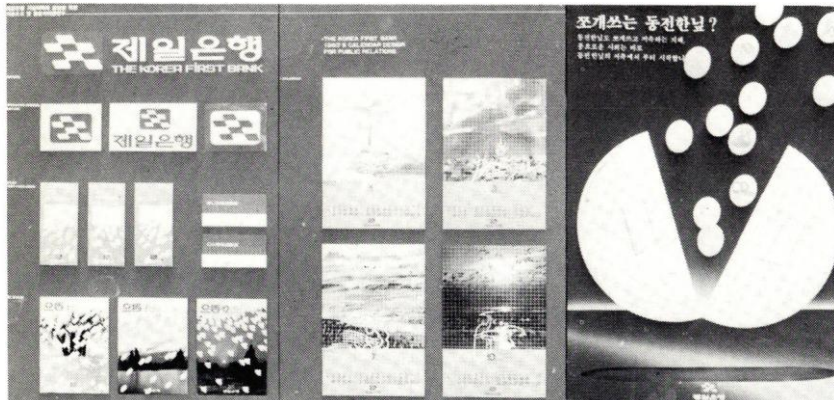
銀賞 / 최 병립 외 : 集團生活 環境管理을 위한 車輛試案



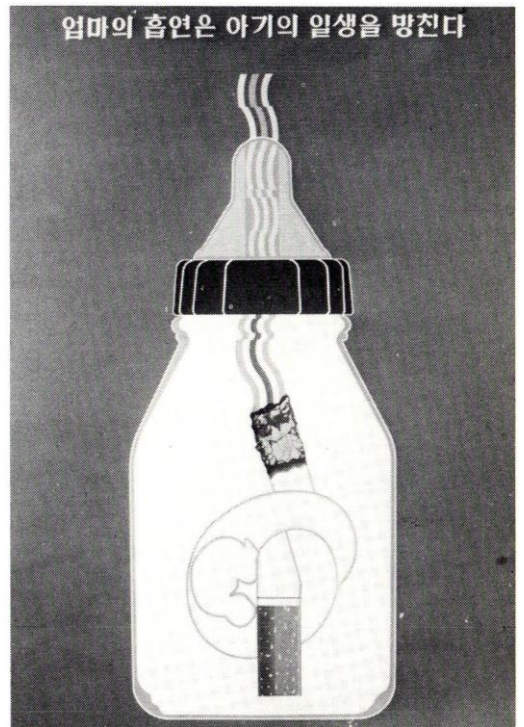
特別賞 / 정 동욱 : 에로리카 포스터



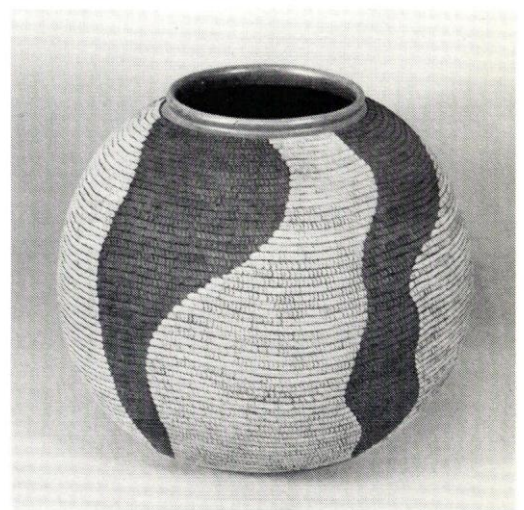
銅 賞 / 이 허령 외 : 文房四友



銅 賞 / 심 인보 : 第一銀行 C.I.P. 포스터



銅 賞 / 강 영미 : 禁煙 포스터



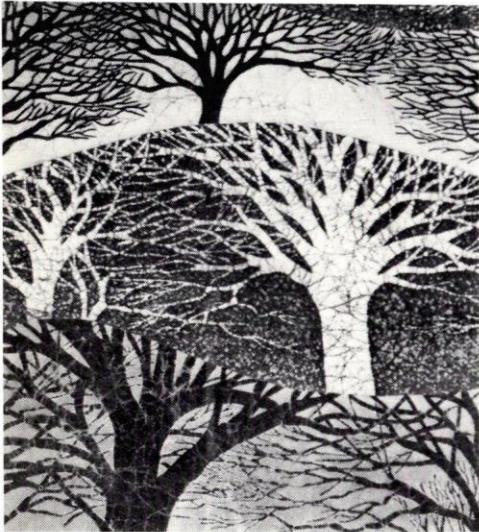
銅 賞 / 김 태기 : 線 '82



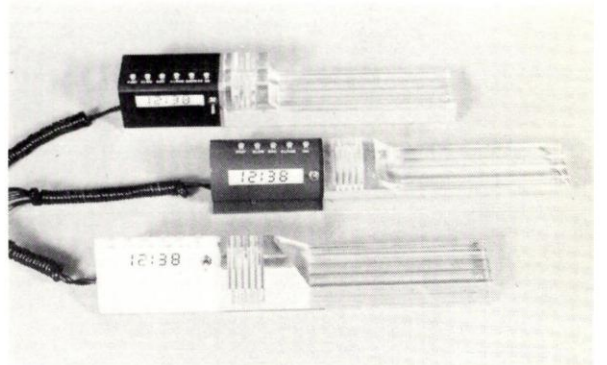
銅賞 / 서지영 : 삶



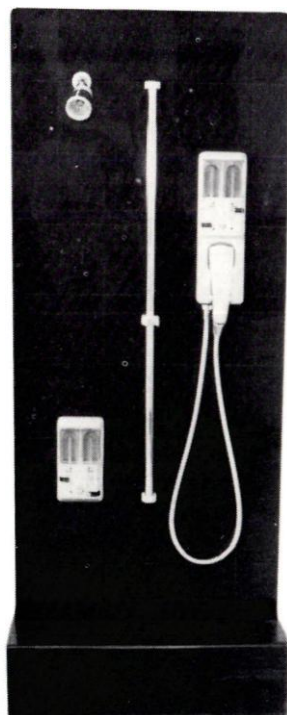
銅賞 / 김지은 : 金屬器 I, II



特別賞 / 이영순 : 동남



銅賞 / 김미호 외 : 데스크 서어비스



銅賞 / 최구희 외 : 빛을 이용한 사위키 디자인



銅賞 / 조영혜 : 幼兒用 學習遊戲道具

리차드슨 / 스미드社의 디자인 活動

企業經營者와 密着하여 市場競爭力 을 높이기 위한 디자인 活動

研究와 디자인은 서로 복잡하게 作用하여 하나의 組를 이루는 매력적인 技能이라고 리차드슨·스미드(Richardson/Smith)社는 생각하고 있다. 이 技能은 국제적인 製品開發과 커뮤니케이션으로서 경쟁력의 優位에 서기 위하여 필요한 것이라 생각되는 장래의 디자인 役割에 焦點을 맞추고 있다.

또한 이 會社는 디자인은 성공하는 企業의 必要條件이라고 확신하고 있으며, 이는 다채로운 顧客들과 오랫동안 거래하여 온 데서 비롯된 생각이다.

이와 같은 생각에 바탕을 둔 마케팅 指向의 커뮤니케이션 및 인더스트리얼 디자인 專門會社는 신중한 計劃에 따라 顧客의 문제를 해결하고 있다. 그 방법은 規則에 얽매이지 않고 顧客의 類型에 따른 組織의 内外要因에 副應한 戰略을 策定하는 데 特色이 있으며, 디자인은 인간이 그 世界一道具·機械

·環境·이웃들-와의 관계를 改善하기 위하여 서로 유대를 맺고 있는 여러 가지 문제를 조리 있게 잘 처리하는 데 있다는 신념으로 일하고 있다.

經營計劃

리차드슨/스미드社의 디자인觀은 항상 企業의 방향과 日常活動에 침투되어 있다. 예를 들면 디자인은 미래를 겨냥한 企業의 戰略的 經營計劃에 있어서 중요한 역할을 하는 것이라고 豫測하여 데이터 蒐集·總合計劃能力의 확장을 꾀하였다. 그 결과 同社의 프로젝트 및 營業活動은 同社의 總合計劃能力을 필요로 하는 顧客의 실제적인 요구에 응하기 위한 것으로 변화하였다.

리차드슨/스미드社는 經營計劃 專門會社이기도 하다. 同社는 顧客의 經營感情과 市場動向의 예측 및 市場開拓 활동을 돕고 顧客으로 하여금 통합된 디자인을 사용하여 事業目標을 現實化할 수 있는 代案을 개발한다.

리차드슨/스미드社의 철저한 企劃과 調查活動에 의하여 명확하게 정의된 訴求對象에 적합한 製品이 개발되고, 그를 위한 커뮤니케이션이 실시된다. 窮極의으로는 이 戰略的 디자인 基礎는 모든 디자인과 커뮤니케이션 機能을 市場에서 製品價値를 높이고 顧客의 이미지를 명확하게 하기 위한 機能으로서 統合한다.

行動科學

製品購入 결정에 관한 여러 가지 要因에 대한 理解도 중요하다. 최근에는 安全性·衛生·生産性·快適性·便利性·사용하기 좋은 要因이 製品의 市場性에 크게 영향을 주게 되었다. 다시 말하자면 人間工學의 要因을 중시한 製品設計가 製品의 가치를 결정짓는 중요한 要因이 된 것이다.

따라서 리차드슨/스미드社에서는 製品을 디자인하면서 이와 같은 要因을 考慮하고 "이 製品은 사용하기 편리한

左. 人間的 要素에 대한 考慮를 강조한 NCR의 桌上製品 디자인. 클라이언트 : NCR

右. 協會를 위한 C.L計劃. 클라이언트 : First Federal Savings & Loan Association





上. 일렉트로닉 서어비스面에서 先驅役
 劃을 하게 된 銀行의 C.I. 計劃
 클라이언트 : 방크 원社

下. GALION 車輪式 리프트 車輛
 클라이언트 : Galion社

프로젝트의 全期間을 통하여 이와 같은 힌트가 눈에 띄는 곳에 붙어 있으므로 팀의 멤버 이외의 사람에게도 손쉽게 指導하고 아이디어를 제공할 수 있다. 이와 같은 相互作用이 있음으로 해서 리차드슨/스미드社에서는 담당 팀 이외의 職員의 經驗을 이용한 問題解決도 가능하기 때문에 프로젝트가 社內에서 孤立하는 일은 결코 없게 되는 것이다.

가?” “사용자의 일을 쉽게 할 수 있을 것인가?” “價格·時間 양면으로 效率이 좋은가?” “環境에 적합한가?” 라는 疑問을 언제든지 제시하고 그에 대한 답을 구하고 있다.

팀 支援

리차드슨/스미드社의 職員은 모두 47명으로서 이 47명이 각 팀을 서로 支援하는 形態로 갖추어져 있다. 따라서

각 팀의 멤버는 여러 가지 專門知識과 技術을 活用할 수 있게 된다.

리차드슨/스미드社의 創造性은 이 스태프(Staff)의 相互作用에 合致하는 경우가 많다. 壁 전체에 아이디어 카드(idea card)나 비주얼 컨셉트 스케치(visual concept sketch)가 붙여져 있고, 製品設計의 全段階를 한 눈에 볼 수 있도록 되어 있기 때문에 아이디어와 情報의 交換은 싫더라도 하지 않을 수 없다.

計劃의 多樣性

리차드슨/스미드社가 顧客에게서 의뢰받은 디자인에 관한 일은 多種多様하며, 또한 이러한 多樣性을 歡迎하고 있다.

顧客은 긴급을 要하는 特定の 必要性을 충족시키기 위하여 리차드슨/스미드社를 찾는 일이 많다. 우수한 眼鏡用品을 생산하는 大企業 붓슈·롬(Bausch & Lomb)社의 경우가 좋은

예이다.

봇슈·롬社は 마케팅 戰略을 완전히 세운 段階에서 리차드슨/스미드社에 市場競爭을 높이기 위한 스키이용 고글 (goggle; 먼지를 막는 眼鏡)의 디자인을 의뢰하였다.

이것과 대조적인 것이 방크 원 코퍼레이션 (Bank One Corporation)의 경우이다. 이 會社의 경우는 리차드슨/스미드社가 同社의 디자인 依賴를 받

아 여러 가지 名稱의 變更에서부터 社内外의 모든 커뮤니케이션 要素의 再디자인에 이르기까지 완전히 새로운 아이덴티티 戰略을 策定하는 데 있어 그 책임을 져 왔다.

이 戰略의 모든 要素가 컴퓨터를 이용하는 金融 서어비스 會社로서의 이미지를 높이는 결과를 만들어 내었다.

앞에서도 말한 바와 같이 個個의 디자인 計劃의 시작은 각각 다르다. 醫

療診斷器機 메이커인 피커 인터내셔널 (Picker International)社의 경우 리차드슨/스미드社는 6년간에 걸쳐 製品의 外觀에 관한 戰略을 책정하였다. 리차드슨/스미드社가 同社의 디자인 相談役割로서 助言하고 리차드슨/스미드社에 協調함으로써 同社의 디자인은 一貫性を 유지하게 되었다.

이것과 類似한 것으로서 더욱 規模가 큰 경우로 크라운 컨트롤 코퍼레이션 (Crown Controls Corporation)社를 들 수 있다. 이 會社는 머티리얼 핸들링 (materials handling) 器機의 메이커로서 리차드슨/스미드社는 20년 전부터 同社의 디자인 關係를 담당하고 있으며, 이 때까지 CIP·製品設計·製品 그래픽·社内外 커뮤니케이션 등 同社의 企業活動의 各가지 面에 참여하여 왔다. 리차드슨/스미드社는 프로젝트를 통하여 효과적이고 統合性 있는 디자인을 함으로써 市場競爭力을 높여



上. 荷役機機 메이커인 크라운社 製品과 C.I 計劃

클라이언트 : 크라운 컨트롤社

下. 大學校를 위한 아이덴티티 計劃
클라이언트 : 오하이오 州立大學校





左. 薬品の店頭販売製品を 위한 包装 디자인
 클라이언트 : Adria Laboratories社
 右. Corning PH/Temp Meter 4
 클라이언트 : Corning Medical, Medfield, Mass.



環境保護廳을 위한 G.I.P. 클라이언트 : 오하이오 環境保護廳

주었다.

크라운社와 리차드슨/스미드社의 協調關係는 20년간에 걸친 協力を 통하여 培養된 뿌리 깊은 紐帶關係에 있다.

NCR과 제록스(Xerox)社의 프로젝트는 全製品 라인에 적용되는 長期的·戰略的 디자인 計劃의 見本이다.

NCR은 事務用컴퓨터와 小賣店用 端子裝置의 메이커이다. NCR의 프로젝트의 큰 특징은 模型製作(直感에 의한 模型, 論理에 바탕을 둔 模型, 統計에 의한 模型, 現實的 模型)이 많다는 것이다. 現實的 模型은 입체적인 實物大 模型이나 縮尺模型을 거쳐 최종적으로 試作品이 된다. 이 模型을 軸으로 하여 製品開發 팀과 NCR의 首腦陣은 구체적인 意思決定을 하게 된다.

제록스社의 리프로그래픽 그룹(Reprographics Group)의 경우는 리차드슨/스미드社가 대단히 복잡한 디자인 戰略을 담당하고 있다. 리차드슨/스미드社의 職員들은 人間工學的 要因의 操作性와 技術的 條件, 마케팅과 外觀에 관한 戰略의 兩者를 맞추어 總合的인 計劃을 立案하고 있다.

면밀한 디자인

이상과 같이 리차드슨/스미드社는 최선의 問題解決策을 찾아 내는 과정에서 柔軟성이 풍부한 接近方法을 택하고 있다. 이와 같은 柔軟성과 多樣성이 있기 때문에 리차드슨/스미드社는 각 顧客이 가지는 固有의 要因一組

織과 經營의 스타일, 市場에서의 위치, 현재의 이미지, 서어비스·連絡網·製造工程·豫算·日程의 조건-에 적합한 디자인을 選擇할 수 있게 된다.

리차드슨/스미드社는 자체에서 시행하는 하나하나의 일이 同社 특유의 면밀한 디자인을 遂行하는 데 있어 새로운 課題라 생각하고 있다. 顧客의 구체적인 必要性을 總合한 후에 그 필요성을 충족시키는 디자인상의 問題解決을 행하게 된다. 그리고 그 과정에서 顧客을 위한 장래의 디자인 계획을 제시한다.

리차드슨/스미드社의 顧客數가 많은 것과 顧客과의 持續된 關係는 同社의 능력에 대한 經濟界의 信賴와 企業活動의 일환으로서의 디자인에 대한 經濟界의 理解를 증명하는 것이다. 단지 눈앞에 닥치는 것만의 意思決定이나 대충 끼워 맞추는 問題解決과는 대조적으로 디자인에 대한 리차드슨/스미드社의 계획적인 접근 방법은 企業의 市場競爭力을 높이고 이를 유지하는 데 그 목적을 두고 있다.

비록 리차드슨/스미드社에 局限하지 않더라도 디자인業에 대한 장래의 展望이 밝은 것은 經濟界가 디자인에 관한 훌륭한 問題解決을 필요로 하기 때문이다. □

올림픽과 달라질 환경과 달라져야 할 디자인

黃 琪 源
서울大 環境大學院 專講

① 올림픽과 달라질 環境

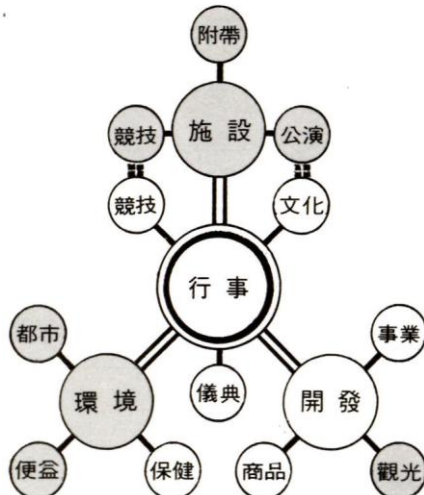
올림픽 自體는 단지 보름 동안에 열렸다가 끝나 버릴 一時的인 잔치이지만, 이 잔치를 준비하는 데에는 불과 4~6년(1 段階는 1983~1986년, 2 段階는 1987~1988년) 사이에 6천억 원 이상의 資金이 눈에 보이게 또는 보이지 않게 들 것으로 예상되는 값비싼 祭典이다. 이 祭典은 세계 151개 會員國에서 選手·任員 12,000여명을 비롯하여 國際機構要員과 報道陣 등 약 3만 명, 그리고 觀光客이 外國에서만 30만~40만 명이 몰려들 것으로 예상되는 거창한 祭典이다. 그뿐만 아니라 우리가 보여 주어야 할 施設이나 서비스가 國際水準을 능가하는 品位를 갖추어야 할 祭典이기도 하다. 더우기 지나치게 많은 經費를 소요함으로써 國家經濟에 부담을 주지 않아야 하고, 또한 올림픽이 끝난 후에도 서울 市民을 비롯한 全國民이 올림픽 施設을 즐겨 찾고 자주 쓸 수 있도록 미리 계획을 잘 세워야 한다.

금년부터 서울시와 올림픽 組織委員會 및 여러 關聯機關과 團體가 여러 가지로 事業計劃을 수립하고 있고, 專門家들의 참여가 서서히 일어나고 있다. 현재 表面化되었거나 豫想할 수 있는 주요한 課題를 살펴보면 다음과 같이 요약될 수 있으리라 본다.

가장 주요한 일은 당연히 올림픽 競技 자체의 進行과 運營, 여기에 관련된 儀典, 그리고 體育行事 못지않게 중요성을 지닌 公演이나 展示 등의 文化行事를 준비하는 일일 것이다. 여기에 필수적으로 뒤따라야 할 일은 이러

서울에서 1986년에 제10회 아시아 競技大會, 그리고 1988년에 제24회 올림픽 경기가 열리게 된다. 이 두 차례의 體育祝典은 우리나라의 國際的地位를 강화하고, 국민적 團합을 성취할 수 있는 좋은 계기가 될 것이다. 그리고 무엇보다도 行事를 성공적으로 치르기 위해서 競技施設을 비롯한 엄청난 施設投資가 뒤따를 것이므로 서울을 중심으로 한 우리의 環境이 크게 보다 낮게 달라지는 轉機가 될 것이다. 이와 같이 올림픽을 준비하는 과정에서 環境을 새로 만들어 내고 손을 대고 다듬어야 하는 일이 상당히 많아질 것을 염두에 두고, 環境設計分野에서 미리 생각을 하고 준비를 했으면 좋겠다는 事項들을 제시하고자 한다.

한 行事가 벌어질 競技施設과 文化施設, 그리고 選手·任員 및 記者들의 宿所와 通信施設 등 올림픽과 직접 관련된 施設을 새로 만들거나 손질하는 일이다.



다음에는 손님들이 지나다니고, 보고, 머물고, 들리게 될 都市環境을 손질하는 일일 것이다. 이것은 道路를 확장하고, 宿泊施設을 늘이고, 飲食店 등의 環境衛生業所의 量과 質을 확충해야 하는 작은 일에서부터 나아가서는 올림픽을 계기로 하여 기존의 都市環境이 안고 있던 문제들을 한꺼번에 해결하고 現代의인 都市로 탈바꿈하는 일까지 상당히 폭넓게 깊게 다루어질 일이다.

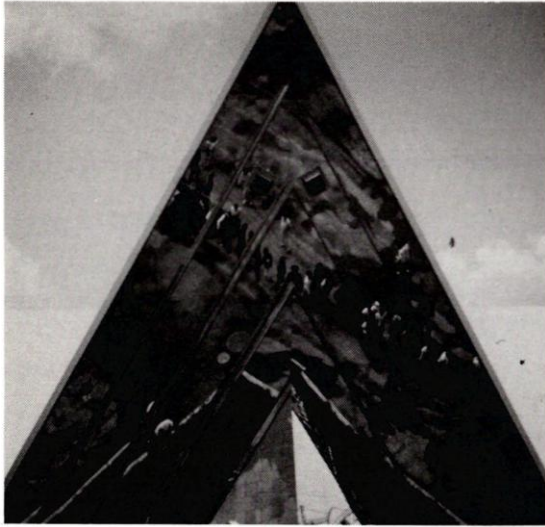
그리고 全國의 觀光慰樂施設과 서어비스를 향상하고, 民藝品 등 각종 商品을 개발하고 만들어 내는 일을 들 수 있다.

政府나 團體가 주도하는 이러한 조직적인 事業 이외에 民間部門에서 이끄는 크고 작은 事業들이 당연히 뒤따라 일어날 것임은 물론이다. 따라서 6~7년 후에는 우리의 環境이 상당히 달라졌음을 발견할 수 있을 것이다.

② 달라져야 할 디자인

‘디자인’이란 모르는 사람들이 흔히 생각하듯 겉모양을 예쁘게 하고, 花盆을 갖다 놓고, 풍선을 여기저기에 띄우는 일만은 아니다. 그렇다고 해서 디자이너들이 흔히 주장하듯이 세상의 모든 苦悶을 잘 풀어 주는 妙方도 아니다. 디자인은 다른 사람들을 위해서 부딪친 問題를 푸는 일과 좀더 적극적으로 세워 놓은 目標에 도달하는 일을 ‘도와 주는 것’이 本分이다.

環境 디자인은 여러 디자인 分野 중에서도 다루는 對象이 사람이 살아가는데 필요한 ‘그릇’ 또는 ‘터전’이라



SITRA '82



는 점과, 다루는 對象과 그것을 둘러싸고 있는 '環境과의 關係'를 고려한다는 점에서 다른 디자인 分野와 구별된다고 하겠다. 즉, 對象이 環境이고 操作方法이 環境的이라는 점이 다르다.

環境 디자인이 이러한 일이라고 보면 앞에서 이야기한 올림픽을 준비하는 일 중에서 주로 競技·公演·展示·宿泊 등을 위한 施設과 都市環境 및 觀光과 관계되는 施設이 關心과 作業의 對象이 될 것이다. 그러므로 이 施設들이 物的으로 일어나는 環境變化的의 主體가 됨을 알 수 있고, 따라서 올림픽 준비와 관련하여 環境 디자인의 역할이 對象뿐 아니라 여러 施設과의 관계가 갖는 重要性에 비추어 매우 중요한 것임을 알 수 있다.

● SITRA '82의 가르침

지난 가을에 열렸던 서울 國際貿易博覽會, 즉 SITRA '82 行事에서 올림픽과 관련된 環境 디자인의 준비에 參考가 될 만한 가르침이 몇 가지 있을 것 같다. 여기에서는 이 行事가 國際交易과 理解增進에 寄與하고 國民들에게 우리 나라의 높은 産業水準에 대한 自負心을 안겨 준 功勞는 인정하면서 他山之石으로 삼을 수 있는 몇 가지 問題點을 살펴보기로 하자.

먼저 이 行事는 특히 觀覽客의 需要豫測에서 크게 빛나갔던 점을 들고자 한다. 매일 엄청난 觀覽客이 몰려들어

量的으로도 豫測이 크게 빛나갔던 점은 물론이거니와 福券을 사기 위한 行列, 쓰레기 더미, 찌개를 끓여 먹는 行爲 등 觀覽客의 行態에 대한 예상도 크게 빛나갔다.

다음은 團地設計라는 環境 디자인에 대한 배려가 크게 모자랐던 점을 들고자 한다. SITRA의 施設은 既存의 KOEX 施設을 바탕으로 하여 KOEX와 인접한 空地에 綜合展示館 및 獨立館을 새로 지어 마련하였는데, 建物 하나하나의 構造나 形態·展示技法 및 街路裝置物 등은 좋은 評判을 들었다.

그러나 觀覽客의 動線을 고려하지 않은 配置, 각종 便益施設의 미비, 建物群끼리의 不調和 등과 같은 문제가 있었던 것도 사실이다.

다음은 行事 후의 處理計劃이 부족했던 점을 들고자 한다. 獨立館 등 상당히 크고 費用이 많이 든 施設이 假設 建物の 성격으로 지어졌기 때문에 끝난 후에 그냥 뜯어 버리기에는 아깝고 다른 쓰임새로 바꾸기에는 부적당한 상태에 빠져 있음을 볼 수 있다.

마지막으로 새로운 디자인 技術을 우리의 것으로 定着시키고자 하는 노력이 부족했음을 들 수 있다. 建築部門에서는 미흡하나마 새로운 試圖을 했던 흔적을 볼 수 있으나, 展示技術部門에서는 멀티비전(Multi-vision) 등 좋은 評判을 받았던 새로운 技術(프로그램 作成과 機械操作 등)을 과연 우

리 專門家들이 100% 수용하여 널리 기술 보급을 할 수 있게 되었는가하는 의문이다.

이러한 批判은 성공적으로 끝난 行事에 흔히 붙어 다니는 뒷말이라고 할 수도 있겠으나 짧은 準備期間을 가진 데 비해서는 그래도 성공적으로 끝났다고 볼 수 있다. 대부분의 觀覽客과 손님들은 結果와 눈에 보이는 現象만을 놓고 뒤에서 이야기를 하지만 準備過程의 어려움에 대해서는 거의 모를 뿐만 아니라 설명을 해도 納得을 하지 않는다는 점을 생각해 보아야 할 것이다. 왜냐 하면 우리가 언제까지나 하는 일마다 準備期間의 짧음을 탓할 수만도 없는 노릇이기 때문이다.

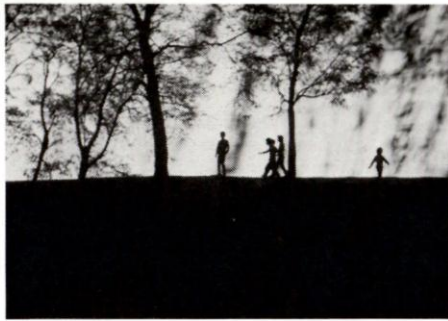
올림픽은 SITRA보다 월등하게 더 크고 중요한 行事이며, 일의 規模나 重要性으로 보아 4~6년이라는 準備期間이 결코 긴 시간이 아니라는 점을 고려하여 이와 같은 SITRA의 어려움을 되풀이하지 말아야 할 것이다.

● 綜合調整體制의 마련

앞에서 이야기한 바와 같이 올림픽의 준비에는 크게 行事·施設·環境·開發이라는 네 局面의 일이 다양하게 벌어지게 된다. 여기에 관련된 크고 작은 事業들은 성격도 目的도 形態도 다른 環境을 만들거나 고치거나 하는 일로써 具體化된다. 이러한 일들은 建設하고 管理하는 主體도 다르고, 資金



현재의 서울 잠실 일대



의 출처도 다르다. 그리고 일의 順序와 급하고 느림 등도 정도가 각각 다르다. 따라서 建築·造景·土木·都市設計·産業 디자인 등 여러 專門分野가 동시에 참여하게 된다.

그러나 이처럼 많고 복잡하고 급한 일들이 궁극적으로는 1986년과 1988년이라는 開催時限이 정해진 속에서 올림픽의 성공적인 開催라는 單一目標로 歸結되기 때문에 조금이라도 試行錯誤가 없이 일사불란하게 추진할 수 있는 綜合調整體制가 마련되어야 할 것이다.

현재의 體制를 보면 물론 初期段階라서 그런 점은 있겠으나 올림픽 組織委員會는 주로 行事に 직접 필요한 競技施設 및 附帶施設에 관심과 책임이 있고, 서울시는 競技施設과 附帶施設 주변 및 市内 主要地點(주로 外國人の 눈에 잘 띄기 쉬운 곳)의 環境改善에 관심과 책임이 있는 것 같다. 前者는 財團法人이라는 점에서 組織力과 執行力이 부족하고, 後者는 산더미처럼 쌓인 日常業務 속에서 많은 노력을 집중할 수 있는 與件이 부족하다는 限界를 안고 있다. 그리고 어느 組織에서나 있게 마련인 構造的 限界 때문에 相互 協調體制가 아직은 완벽하게 구축되어 있지 않다고 본다.

그러므로 디자이너의 입장에서 바라건대 個人이 맡은 일만을 아무 過誤 없이 끝내고자 하는 단일한 입장에서

탈피하여 올림픽을 계기로 하여 우리의 環境을 보다 더 훌륭하게 만들고자 하는 바램에서, 그리고 이런 일을 함에 있어 理想的인 作業環境을 얻고자 하는 바램에서 다른 部門뿐 아니라 특히 施設과 디자인에 국한된 綜合調整體制가 마련되기를 바라는 것이다.

이와 같은 綜合調整體制는 일의 種類別로도 중요하지만 특히 올림픽 施設이 한 곳에 집중되게끔 되어 있으므로 地區別(특히 잠실 일대의 국립 경기장과 서울 종합 운동장)로도 마련되어야 할 것이다.

● 技術刷新의 轉機 마련

올림픽 準備에는 우선 投入되는 物량이 많다. 資本이 많이 들어야 함은 물론이고 많은 人力과 여러 가지 技術이 필요하다. 그리고 이것들을 短期間에 잘 동원하여 활용해야 하고 더우기 質的으로도 國際水準에 이르러야 한다.

디자이너의 입장에서 보면 資本이 많이 投入된다는 사실은 일의 分量이 많아진다는 점을 암시하고 있어 흐뭇하지만, 한편으로는 현재의 專門人力在庫와 技術水準으로 능히 감당할 수 있을까 하는 걱정이 없을 수 없다. 建設 자체의 技術과 人力은 中東進出의 경험도 있고 해서 어느 정도 감당할 수 있다고 하더라도 設計 자체의 技術은 아직 國際水準에 크게 뒤떨어지고,

人力도 크게 부족함을 스스로 인정하지 않을 수 없다.

環境 디자인 分野의 技術은 産業 디자인이나 그래픽 分野와 달리 專門研究普及機關도 없는 형편이고, 쉽게 規格化하거나 標準化할 수 있는 성질의 것도 아니기 때문에 한층 더 어려운 與件을 안고 있다.

問題는 올림픽만을 잘 치르는 데 필요한 최소한의 技術을 갖춘 人力을 확보하는 문제에 있는 것이 아니라, 올림픽을 계기로 하여 技術刷新을 成就하고자 하기 때문이다. 어떻게 보면, 올림픽을 目標로서가 아니고 手段으로 活用하고자 하는 意圖가 과연 妥當한가, 과연 이룰 수 있느냐 하는 문제로 풀어 볼 수도 있다. 그러나 外國의 事例도 그러하고 國內의 事例(未完成이지만 수년 전 行政首都計劃을 계기로 環境計劃 및 設計分野에 技術刷新이 일어난 바 있다)에서도 볼 수 있듯이 다시 없는 이 기회를 技術刷新의 轉機로 活用하고 싶은 意圖는 타당한 욕심이라고 본다.

따라서 우선 손쉬운 대로 先進外國의 우수한 設計會社에 用役을 주고 施工까지 맡기는 近視眼的인 생각은 극히 高度의 技術을 요하는 일에만 국한시켜야 할 것이다. 어려운 대로 學校教育과 專門設計會社가 적극적으로 노력하여 가급적 많은 成果를 거두도록 함과 동시에 비록 올림픽 準備作業에는 바로 사용하지 못하더라도 長期的으로 쓸 수 있다는 점을 감안하여 不斷한 노력을 기울여야 할 것이다.

● 行事後 活用方案의 마련

環境 디자인의 結果物로서 나타날 여러 가지 施設은 다른 곳으로 옮길 수

원한 올림픽 때의 이모저모



없는 것들이고, 다른 製品과는 달리 外國으로 輸出할 수도 없는 것들이다. 따라서 일단 올림픽이 끝난 후에 방대한 施設을 그냥 放置시키거나 철거할 것이 아니라, 우리 국민이 계속해서 쓰고 즐길 수 있도록 장래의 可變性에 대한 배려를 初期의 디자인 단계에서 고려해야 할 것이다.

施設 중에는 用途를 바꾸거나 (選手村·記者村·프레스 센터 등) 일단 사용한 후에 철거할 것도 있을 것이므로 이러한 施設들은 事前에 미리 配慮하여 設置하는 것이 비교적 쉬우나 그런 計劃은 이미 세운 것으로 알기 때문에 크게 문제될 것은 없으리라고 본다. 문제는 계속해서 같은 用途를 유지할 施設(競技場·文化施設 등)들과 장래 需要豫測이 불확실한 施設(호텔·商業施設 등)들의 活用方案을 미리 배려하는 것이 상대적으로 어렵다는 데 있다.

競技施設의 경우 올림픽이 끝난 후에는 텅빈 벌판에 덩그렇게 주저앉은 채 1년에 단 며칠만 쓰이기를 기다리는 施設이 되어서는 안 될 것이다. 그렇다고 해서 억지로 競技를 만들어 벌이는 것도 限界가 있을 것이다. 따라서 競技施設 주변에 住居·商業·慰樂·文化施設 등 많은 사람들이 계속 모여 들고 머물 수 있는 誘引機能을 유지하고, 이를 적절히 묶어서 配置·運營할 수 있도록 하여 競技가 없더라도 競技施設이 일종의 公園과 같은 구실을 할 수 있도록 배려하는 것도 한 가지 對策이 될 수 있다.

특히 올림픽 競技施設이 집중될 서울 잠실 地區는 한강 연변의 각종 觀光·文化·慰樂資源이 풍부하고 石村湖 주변의 空地에 商業·慰樂機能을 받아들일 潛在力이 크기 때문에 이러한 생각이 가능하리라고 본다. 이와 같은 長期的인 構想이 확실시되면 需要豫測

런던 올림픽의 文化行事



런던 올림픽의 選手村



몬트리얼 올림픽의 主競技場

이 불확실한 施設들의 유치도 활발히 일어날 수 있을 것이다.

한편 올림픽을 준비하면서 어느 정도 刷新될 技術과 養成될 專門人力의 活用方案을 살펴보자. 이 경우의 技術과 人力은 다른 對象에 적용하기가 별로 쉽지는 않을 것이다. 그러나 이러한 資源들을 그대로 死藏시키거나 버릴 것이 아니고 계속 活用하여야 함은 물론이다.

中東이나 아프리카 등 海外에 진출하고 있는 建設用役의 質이 單純勞動集約的 프로젝트에서 점차 高度技術集約的 프로젝트로 옮겨 갈 것으로 예상되므로 一部는 이쪽으로 전환할 수 있을 것이다. 그러나 대부분의 技術과 人力은 올림픽이 개최될 서울뿐 아니라 全國各地의 環境改善에 직접 이바지할 수 있는 通路를 개척해야 하지만 화려하고 값비싼 環境보다는 國民의 日常生活環境의 개선에 活用될 수 있는 방향으로 이끌어 나가야 할 것이다.

● 日常生活環境 改善에 대한 關心集中

앞으로 수년 동안에는 원하던 원하지 않은 既存의 技術 및 人力의 대부분이 올림픽과 직접 관련된 일에 投入될 것으로 예상된다. 야심만만한 디자이너는 專門分野에 갓 入門한 디자이너는 名聲과 많은 돈을 벌 수 있는 큰 프로젝트에 參與할 기회를 찾을 것은 틀림없다.

이처럼 누구나 큰 課題에만 관심을 쏟고 매달리는 것은 올림픽 준비를 하는 입장에서 장려할 만한 것이지만, 한 가지 憂慮되는 것은 그 사이에 우리의 日常的인 '普通環境'이 버림을

받게 될지도 모른다는 점이다. 올림픽이라는 큰 잔치를 끝내고 보니 몇 개의 큰 施設, 몇 군데의 길이나 街區를 제외하고 나머지 環境은 지금보다 훨씬 더 못한 수준으로 轉落해 버리는 결과가 나타날 수도 있다는 걱정이다. 특히 開發 붐으로 인하여 여기저기서 벌어질 작은 규모의 民間開發은 아무도 관심을 기울이지 않는 데서 그러한 일이 빚어지기 쉽다.

모두가 바빠지겠지만 어느 누구가는 普通環境에 관심을 가져야 하겠고, 그 사람은 다른 사람이 아닌 바로 우리 자신이라는 점을 잊지 말아야겠다. 그리고 普通環境이라는 것은 다른 곳이 아닌 바로 우리 자신의 삶과 文化와 歷史가 드러나는 곳이라는 점도 잊지 말아야겠다.

올림픽은 우리 歷史에 길이 남게 될 큰 祭典임에 틀림없으므로 우리는 모든 준비에 萬全을 기해야 할 것이다. 특히 施設·環境 등의 일을 맡을 環境디자인 分野는 對象의 복잡성과 연결성을 고려하여 綜合調整體制를 마련해야 하고, 또한 國際水準의 技術과 人力을 短期間에 구비해야 한다.

그러나 올림픽은 우리 歷史의 한 순간에 지나지 않는다. 올림픽이 끝나면 우리의 歷史는 예전과 변함 없이 흘러갈 것이다. 그러므로 우리는 行事 후의 活用과 普通環境의 質에 대해서도 소홀히 할 수 없다. 그리고 올림픽이 디자인 分野의 수준을 國際級으로 끌어 올릴 수 있는 轉機로 삼아야 한다.

짧게 본 올림픽은 手段이 아니고 目標이지만, 길게 본 올림픽은 目標이 아니고 手段인 것이다. □

로봇과 産業 디자인

진 프로그너 킹

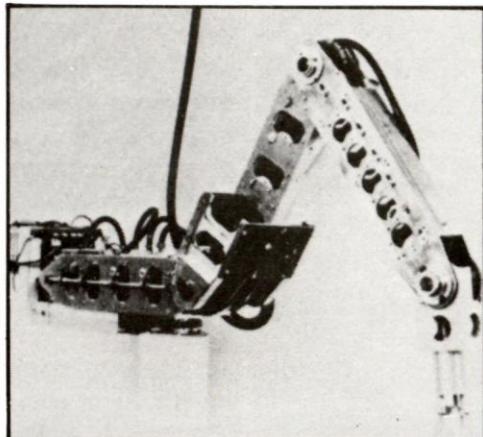
로봇이 새로운 組立 라인에 활용됨으로써 製品生産은 製圖臺로부터 모든 生産 프로세스에 이르기까지 많은 영향을 받게 되었다. 특히 컴퓨터 應用 디자인(CAD: Computer Aided Design)을 통한 部品の 製作에는 실로 지대한 영향을 미치게 된 것이다. 그럼에도 불구하고 오직 극소수의 디자이너들만이 그들이 하고 있는 作業에 로봇이 어떤 영향을 미치고, 또한 로봇을 어떻게 활용할 수 있을 것인가 하는 확실한 의미를 찾아내고 있다.

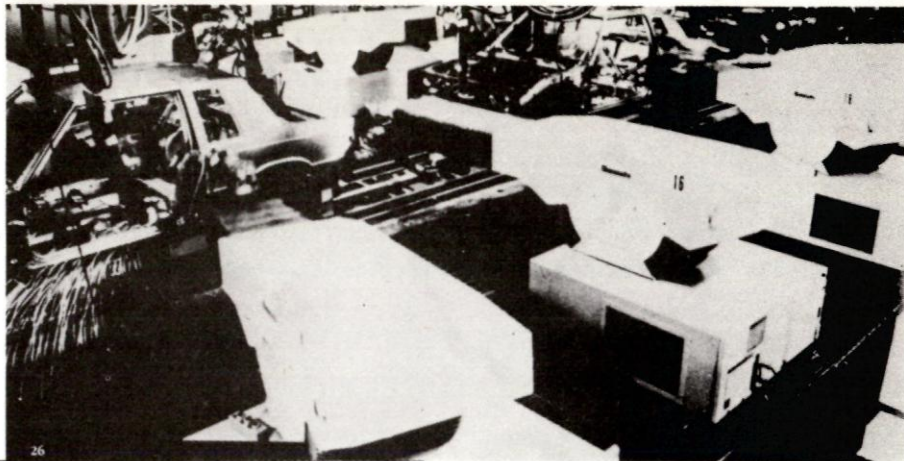
産業用 로봇은 수년 전부터 空想家들이나 實用主義者를 막론하고 모든 사람들에게 경이로운 존재로 부각되기 시작했다. 오늘날에는 로봇이 産業現場에서 실제로 活用됨으로써 鋼鐵業에 종사하는 職工들이 더 이상 더럽고 위험한 作業을 할 필요가 없게 되었다. 크라이슬러(Chrysler)는 다시 復興할 것이며, 美國은 이제 日本의 挑戰에 정면으로 맞서며 先頭走者로서의 위치를 고수할 수 있게 될 것이다.

오늘날 産業에 활용되고 있는 로봇은 약 7천 대에서 13,000여 대로 추정되고 있다. 美國에서는 3,200대 이상의 고도로 숙련된 로봇들이 生産라인에서 勞働者들과 친구처럼 어울려 作業하고 있다.

오는 1985년에는 매일 20대 이상의 로봇들이 거래될 것이며, 그 예산은 무려 6억 달러에 이를 것으로 추산하고 있다. 로봇들은 '쫓겨 온 아이' 클라크 켄트(Clark Kent)처럼 타고난 怪力을 갖고 있고, 언제든지 일할 수 있는 준비 태세를 갖추고 있으며, 고무 주름으로 된 소매를 말아 올리기도 할 것이다.

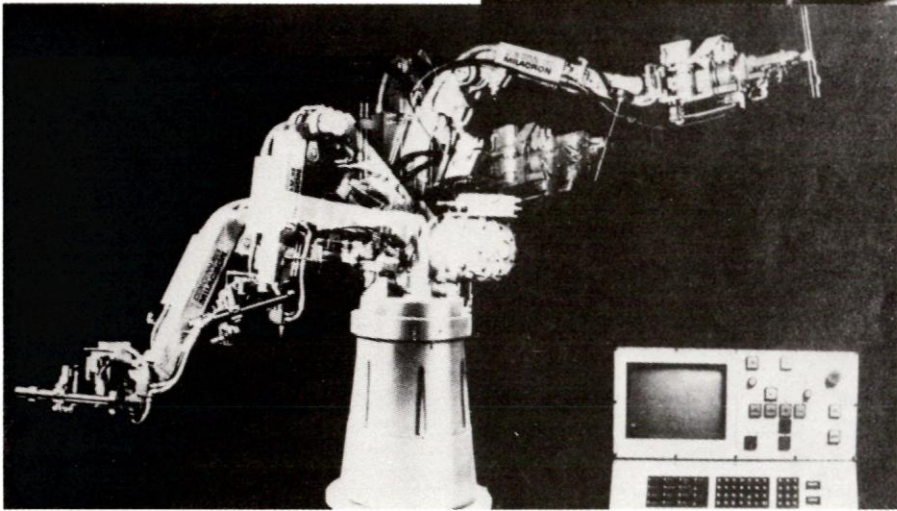
오늘날 다방면으로 활용되고 있는 産業用 로봇들은 3천 파운드 정도





上. 크라이슬러사에서 로봇을 利用해서 作業하고 있다.

下. 오른쪽에 있는 小型 컴퓨터의 指示에 의해 복잡한 作業을 하고 있는 로봇



의 무게를 갖는 열간이로서 그의 눈·코·귀에는 마개가 끼워져 있고, 그의 다리는 마룻바닥에 고정되어 있다. 또한 그의 全身은 노바케인(Novacaine; 局部麻酔劑)을 注入시킨 것과 같이 行動이 부자유스럽다는 사실은 産業界에 어떤 문제를 제기하게 될지도 모른다.

로봇 研究家들은 그와 같은 不具의 상태에서부터 로봇을 구제해 내기 위해 컴퓨터-視覺 시스템이나 고무·電氣線으로 만들어 機械를 만졌을 때 感覺을 느끼게 할 수가 있는 '皮膚'를 개발·발전시키려는 노력을 계속하고 있다. 만약 그와 같은 노력이 성공하게 되면 製品 디자이너들은 여러 部門에서 도움을 받게 될 것이다.

너무나 적은 關心度

“生産 라인에 로봇이 도입됨에 따라 製品 디자인은 분명히 큰 변화를 맞게 될 것이다”라고 코네티컷州 단부리(Danbury)에 있는 로봇 製造會社인 유니메이션(Unimation)의 副社長 조지 E. 먼슨(George E. Munson)은 단호하게 주장하고 있다. 그는 5,600

만 달러의 資産을 갖고 있는 그의 회사의 첫번째 上場株式들이 지난 1981년 11월에 投資家에 의해 동이 날 정도로 人氣가 있었음을 상기시켰다.

먼슨 씨는 통상적인 생산의 경우 製品을 어떻게 組立시키느냐 하는 문제에 관해서는 거의 關心을 기울여 오지 않았다는 사실을 지적하고 있다.

“組立 라인에서 部品들과 씨름하는데 사람이건 로봇건 종전의 방법으로는 시간이 너무 많이 허비되어 왔던 것이 사실이다. 그런데 사람은 어려움을 참고 견뎌 낼 수 있는 탁월한 適應力을 갖고 있지만 로봇은 그렇지 못하다. 그들은 部品들을 부수거나, 한꺼번에 몰아서 찌그러뜨리거나, 모두 잃어버리기도 할 것이다. 따라서 로봇을 製品生産 라인에 활용하려면 사용되는 모든 部品들이 最上の 것이어야만 한다.”

그렇다면 組立 라인의 로봇은 怪物 프랑켄슈타인(Frankenstein)에 지나지 않는단 말인가? 그것은 진실로 그렇지 않다.

로봇들은 근본적으로 프로그래밍할 수 있는 유연한 기계들로서 生産 라인 위에서 보다 경직된 기계들이 그랬

던 것처럼 勞動者들의 任務를 충실하게 대체해 줄 수 있는 것이다. 로봇 製造會社와 로봇 使用者들이 결성한 미시간州 디어본(Dearborn)의 美國 로봇 研究所(Robot Institute of America)에 따르면, 로봇은 “다시 프로그래밍할 수가 있고, 복합적인 機能을 갖고 있으며, 材料·部品·道具 들이나 특수한 機構들을 운반할 수 있도록 다양한 任務를 수행할 프로그램에 의해 動作하도록 디자인된 것이다.”

美國 로봇 研究所는 지금으로부터 7년 전에 설립되었으며, 로봇의 製作과 活用을 위한 情報提供·交流 등의 활동에 중추적인 역할을 담당하고 있다.

高度의 要求

로봇은 工場에서 製品을 오토메이선화하는 데 必要한 存在이다. 로봇의 기본적인 特性은 여러 가지 自動制御裝置를 활용한 교묘한 기계와 달리 그 자체가 스스로 動作할 수 있고, 필요에 따라서는 作業을 바꾸어 할 수 있는 能力을 갖고 있다는 점이다. 로봇은 생김새에서 인간과 전혀 닮은 데가 없고, 組立 라인에서 作業하는 것만을 보면 다른 종류의 機械들과 크게 다를 바 없는 것처럼 보인다. 그러나 좀더 자세히 관찰해 보면 모든 産業用 로봇들은 熔接·塗裝 또는 部品の 組立 등 어떤 作業을 담당하던 간에 인간의 팔과 유사한 점이 많다는 사실을 알 수 있다.

오늘날의 로봇들은 아인슈타인(Einstein)보다는 차라리 프랑켄슈타인이 낫다. 製品 디자이너들은 아주 제한된 센스만을 갖는 로봇들이 보다 효율적으로 作業을 수행할 수 있도록 디자인을 통해서 적절한 方法을 제시해 주어야 한다.

아래 내용은 몇 명의 專門家들에 의해 研究된 내용들로서 自動組立 라인과 같은 業務를 수행하는 로봇을 위한 것이기는 하지만, 오늘날 폭넓게 활용되고 모든 로봇들에게도 공통적으로 적용될 수 있는 것이다.

- 로봇은 다른 機械들처럼 완전히 균형을 이루고 있거나 아주 불균형한 部品들을 쉽게 組立할 수 있다. 만약 로봇에 그와 같은 能力이 없다면 그 部品들은 機械와 調和를 이룰 수 없게 된다.

- 만약 部品가 약간 불균형을 이루어야 한다면 그것들을 디자인하면서 약간 튀어나오게 한다든가 다른 形態의 特質을 부여함으로써 로봇이 그것을 識別케 하는 데 도움을 줄 수 있다. 만약 그 形態가 機能의 으로나 審美的으로 바람직한 것이 되지 못했을 경우에는 生産의 마지막 단계에서 바꿀 수도 있게 될 것이다. 그와 같은 처치에는 인젝션 몰드(injection mold)로 만든 플라스틱 部品들이 아주 실용적이다.

되는 것이 일반적이다. 記憶裝置는 作業内容を 기억시키고 레코딩할 수 있는 미니 컴퓨터에 의해 조절된다. 서보메카니즘은 壓縮空氣·水壓 또는 전기적인 장치 등 여러 가지 방법으로 제어된다.

이와 같은 종류의 로봇들은 움직임에서 고도의 柔軟性을 갖고 있으며, 다른 새로운 業務에 적용시킬 수 있는 能力이 크다는 長點을 갖고 있다. 이러한 長點은 대체로 50여 가지의 유니트로 이루어지는 生産過程에서 아주 유용하게 활용되고 있다.

規格화된 機械들

최근 美國의 대표적인 로봇 메이

오늘날 産業現場에서 활약하고 있는 로봇들은 人間이 종전에 했던 것보다 더욱 정확하게 作業을 할 수 있을 뿐만 아니라 때로는 더욱 빠르기도 할 수 있는 能力을 갖추고 있다. 따라서 로봇에게는 人間과 비슷한 어떤 物理的인 能力을 갖출 것이 요구되는 것이다.

人間の 關節들을 연구·분석하여 로봇 動作의 기본이 되게 하고 있으며, 로봇의 조인트 부분들은 人間の 어깨·팔꿈치 또는 팔목과도 같은 기능을 갖게 된다. 손의 경우 로봇은 대체로 완전히 독자적인 기능을 갖춘 손가락 대신에 두 가닥으로 된 손잡이(Grippers)로 되어 있으므로 '손'이라는 말은 거의 사용하지 않고 있다.

들어 올려 제자리에 놓기

가장 간단한 로봇들은 보통 '들어 올려 제자리에 놓을 수 있는 로봇'라고 하며, 電子工學的인 방법으로 통제하고 있다. 로터리(rotary)나 스텝핑 스위치들(stopping switches)과 릴레이들(relays)을 이용하여 로봇의 關節이 돌게 하거나 원하는 動作의 시

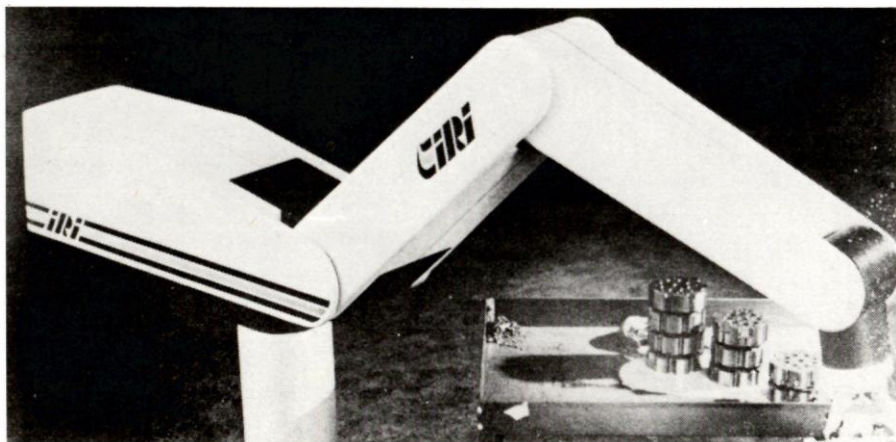
작과 끝을 자유자재로 조절할 수 있으며, 위와 같은 動作이나 서는 位置, 명확하게 방향을 바꾸는 機能 등 로봇의 動作을 統制하기 위한 프로그래머가 필요하게 된다. 이와 같은 종류의 로봇들에게 주어질 業務의 수행을 위해 어떤 位置에서 部品를 들어 올려 지정된 場所로 가져가게 하는 것은 긴 프로세스이며, 이상과 같은 機能을 수행하기 위해 한정된 수의 스위치와 릴레이들을 활용하게 된다.

이런 종류의 로봇들은 보다 복잡한 다른 로봇들보다는 값이 25~50% 정도 싼 것이 보통이며, 다이캐스팅(die-casting)·프레스 로딩(press loading) 및 플라스틱 몰딩(plastics molding) 등에서 성공적으로 활용되고 있다. 그러나 그것들은 큰 모델들과 비교해 볼 때 한정된 作業만을 하기 위한 것들로서 즉각적으로 作業内容を 바꿀 수 없다는 短點이 있다.

진짜 로봇들은 5만~10만 달러 정도의 가격이면 살 수 있으며, 그것들은 서보메카니즘(Servo-Mechanism)으로 作業의 시작과 끝의 位置를 조절할 수 있는 記憶力을 갖고 있다.

프로그램에는 약 30분 정도가 소요

마무리 作業을 위해 小型部屬品을 집어 옮기는 로봇



●로봇이 部品을 識別하는 데 도움을 줄 수 있는 立體的인 形態들이 部品의 表面에 나오도록 해야 한다.

●組立의 받침이 되는 가장 큰 部品이 아래쪽에 놓이도록 하여 部品이 계속 첨가되어도 重力的으로 安定性을 유지할 수 있도록 해야 한다.

●組立은 모든 作業이 단일한 平面·水平 또는 垂直의 위치에서 이루어질 때 가장 효과적이며 간편하다.

●나사로 조이는 連結方法은 될 수 있는 한 피해야 한다. 그와 같은 作業을 하기 위해 로봇들이 너트(nuts)를 채우고 스크루우를 돌릴 수 있지만 費用이 많이 들게 된다. 단순한 방법의 디자인이란 때를 뺀 채기박기 또는 끼워 맞추기 등을 의미하는 것이다.

●클로우즈 엔드 스프링(close-end springs)이나 링(rings)을 이용하는 部品들은 서로 뒤엉키거나 막혀서 움직이지 않는 일이 없도록 유의해야 한다. 얇게 모서리진 부분을 들어올리도록 해야만 로봇이 作業을 하기에 편하다. 끝부분이 비스듬히 잘린 것들이 바람직하다.

●로봇은 통상 사람들보다 힘이 세다는 점을 고려하여 材料를 선택해야 한다. 보다 耐久性이 강한 材料가 오래 가므로 보다 經濟的이다.

●문제가 발생하는 것을 방지하기 위해 사전에 生産 엔지니어들과 로봇 製作者들이 서로 협력해서 모든 問題點을 점검해야 한다.

커들은 重工業에서 유용하게 쓰일 수 있는 최대한의 柔軟性을 갖춘 대규모의 교묘한 機械들에 보다 큰 관심을 기울이고 있다. 새로 設立되는 會社들은 비록 규모는 작지만 아주 한정된 범위에서만 활용될 수 있는 規格화된 로봇을 만들어 中小企業이나 輕工業分野의 自動車生産에 크게 기여하고 있다. 멀지 않은 장래에 그와 같은 경향은 곧바로 市場占有分布에 영향을 미치게 될 것이다.

뉴욕 화이트플레인즈(Whiteplains)에 있는 스웨덴계 로봇 製造會社의 北아메리카 支部인 ASEA의 會長 아네 마아크(Arne Mark)는 “美國의 産業界가 오토메이션이아말로 生産性을 높이는 지름길이라는 점을 인식하게

됨에 따라 들어 올려 제자리에 놓는 機能을 갖는 로봇과 規格화된 로봇 및 보다 교묘한 動作을 할 수 있는 로봇들의 需要가 增大하게 되었다”고 말했다.

價格面에서 보면 로봇은 실로 經濟的이다. 가장 才能이 탁월한 로봇이 1시간 동안 作業을 하는데 소요되는 經費는 5~6달러이면 충분하나, 自動車 組立工의 경우 賃金과 手當을 합쳐 시간당 17달러 정도가 된다고 美國의 로봇 인스티튜트에서 발표한 바 있다. 그러나 오늘날까지도 로봇은 視覺과 觸覺을 갖고 있지 못하며, 그들이 하는 作業은 아직까지 초보적인 수준에 머무르고 있는 실정이다.

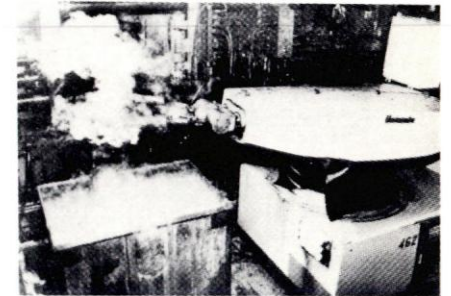
組立 라인이나 生産 라인에서 일하는 로봇들의 作業을 위해서는 모든 部品들이 規格化되고 단순한 방법으로 움직여야 한다. 그렇지 않으면 로봇이 보고 느낄 수 있는 능력을 갖추어야만 한다.

美國의 우수한 로봇 製造會社들과 教育機關에 종사하는 研究家들은 産業로봇의 販賣가 工場 오토메이션을 위한 총체적인 규모의 시스템 어프로치(Systems Approach)의 일환으로 전개되어야 하며, 그것이 곧 美國의 産業을 再建시키는 試金石이 되리라는 데 동의하고 있다. 그와 같은 革命의 前提條件을 하드웨어(hardware)의 측면에서 보면 컴퓨터 應用 디자인(Computer Aided Design)과 컴퓨터 應用 生産(CAM; Computer Aided Manufacturing)의 수립이다.

완전히 오토메이션화된 工場에서는 디자인 데이터가 中央 컴퓨터 시스템에 저장되어 있고, 그것을 對話式 컴퓨터 그래픽 시스템(Interactive Computer Graphic System)을 통해 활용할 수가 있다. 센트럴 데이터 베이스

(Central Data Base)는 마케팅의 意思決定을 위한 모든 데이터들을 入力시키고 算出해 낼 수 있는 能力을 갖추고 있으므로 새로운 製品의 디자인이나 既存製品의 變形에 필요한 모든 데이터들을 적절하게 공급해 줄 수 있게 된다. 그와 같은 데이터 베이스를 통해 효율적인 生産, 部品의 組立, 그리고 包裝에 이르는 모든 과정에서 필요한 情報들을 아주 쉽게 디자인에 실제로 적용할 수 있게 되는 것이다. ■

불결하고 위험하고 지루한 生産工程에 이용되는 로봇

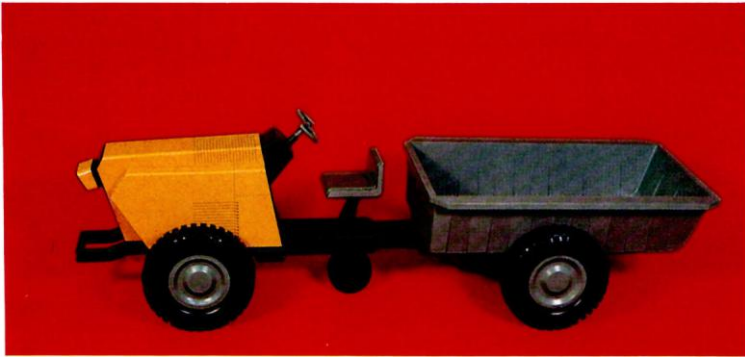


KSID : 産業 디자인賞 公募展 入賞作品

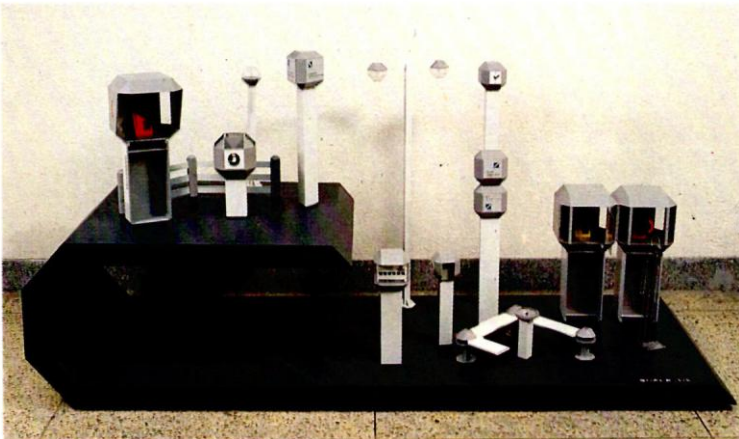
韓國 인더스트리얼 디자이너協會(KSID)는 創立 10週年을 맞아 第3回 韓國 産業 디자인賞 公募展을 개최하고 出品作 40點 중 26點을 선정, 지난 11월 20일부터 26일까지 韓國 디자인 包裝 센터에서 展示會를 가졌다.KSID에서는 有能한 産業 디자이너의 발꿈을 위해 韓國 産業 디자인賞 公募展을 隔年制로 개최하고 있는데, 올해 入賞作으로 선정된 大賞과 特別賞·優秀賞 등 8點과 入選作 10點을 실는다.



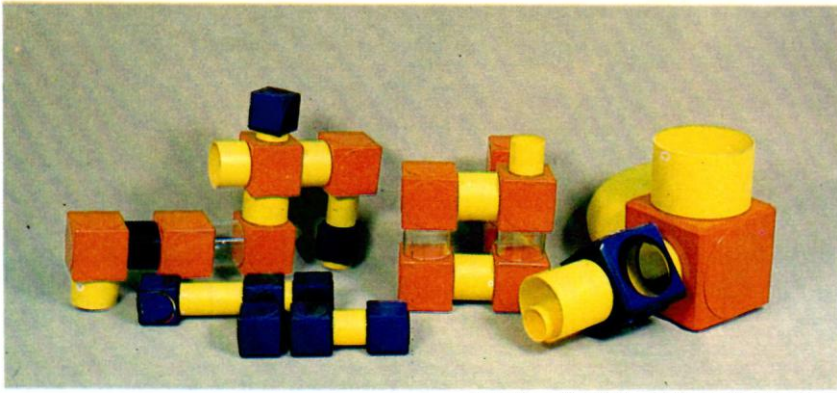
大賞 / 조수신 : 變換機能 運送車輛



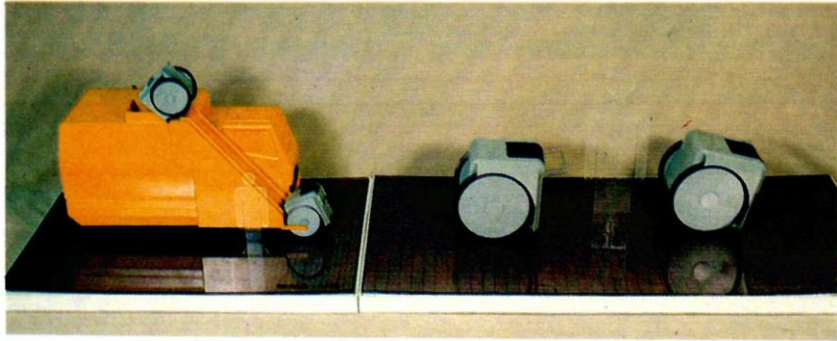
特別賞 / 이명학 : 多目的 農業用 車輛計劃



特別賞 / 송재은 외 : 普門山 工業 環境 디자인에 관한 研究



優秀賞 / 최 미경 : 屋外 놀이 器具計劃



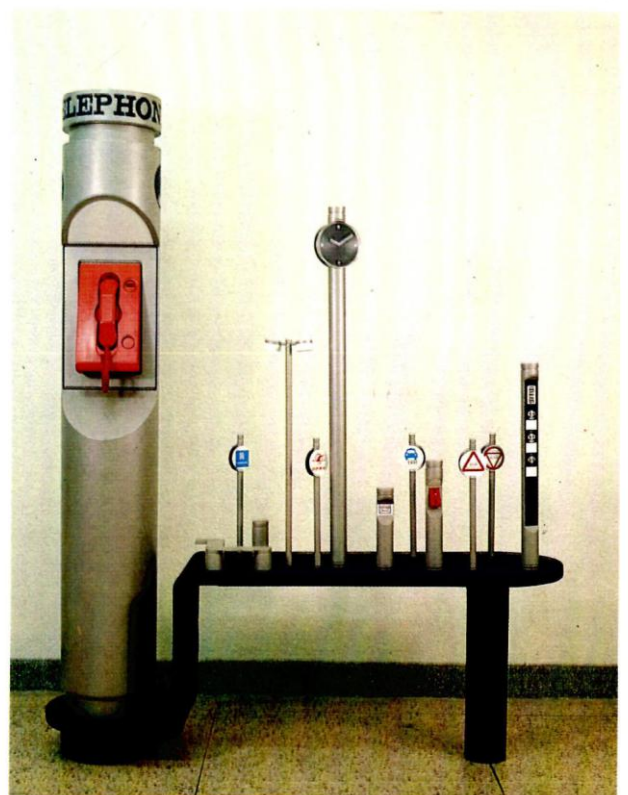
優秀賞 / 유 연식 : 쓰레기 收去 및 運搬에 관한 研究



優秀賞 / 노 창호 : 어린이를 위한 空間計劃



優秀賞 / 최 정식 : 屋外用 휴지통 收去車輛



優秀賞 / 김 기황 외 : 國際博覽會를 위한 스트리트 퍼니처



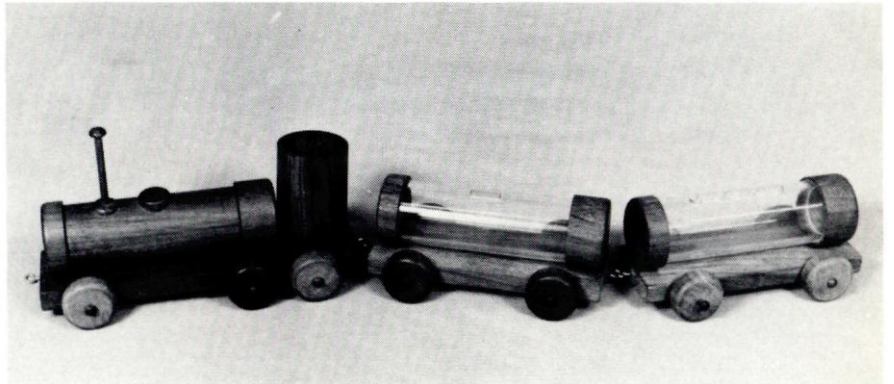
入 選 / 전 성수 : 컴퓨터 制御 無人車輛



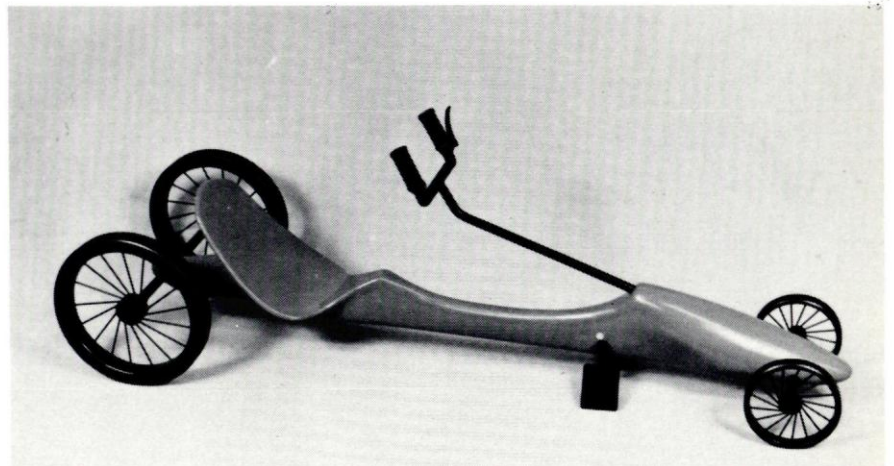
入 選 / 박 경우 외 : 休息用 組立式 椅子



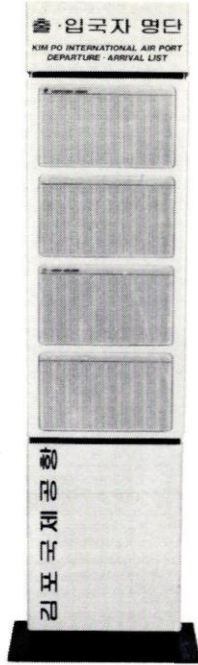
入 選 / 박 홍대 : Running Board 디자인



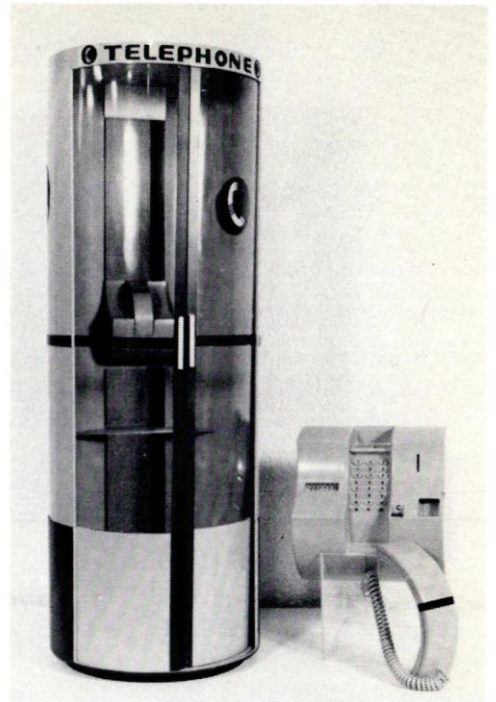
入 選 / 이 계선 : 兒童을 위한 玩具 檢 文具



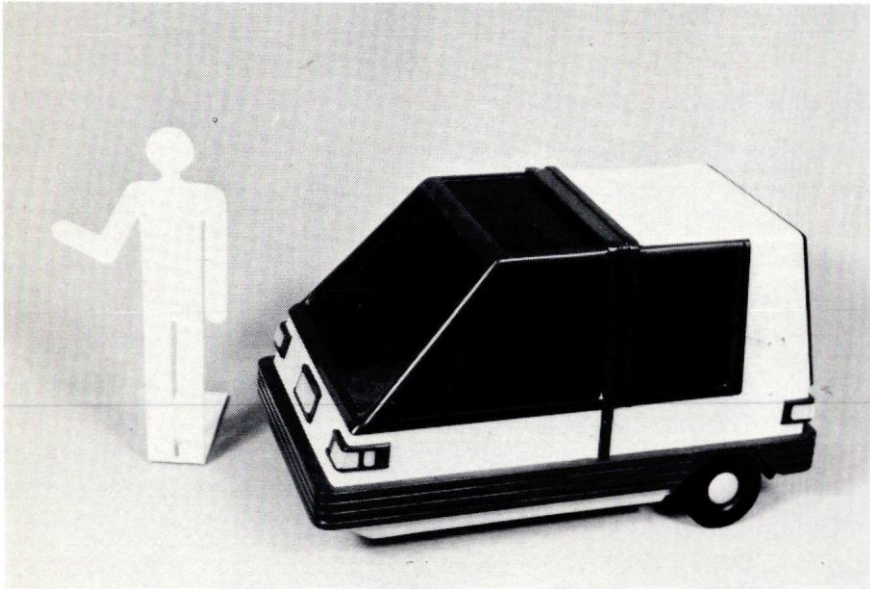
入 選 / 김 경수 외 : Transpeed



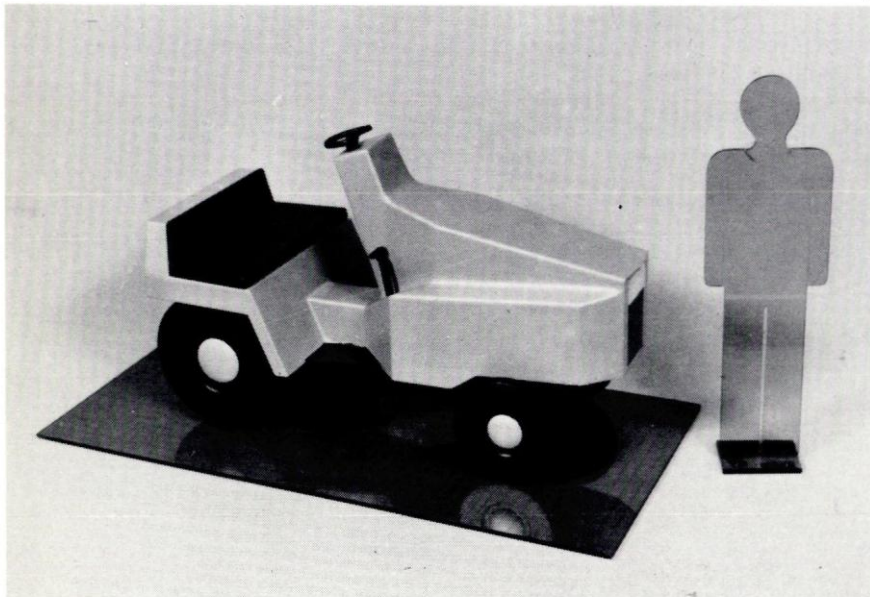
入選 / 김장숙 외 : 高速道路走行 티켓 無人販賣機



入選 / 전용관 외 : 公衆電話機



入選 / 정우형 : Mimax III



入選 / 김희선 : Diesel Power Tiller

'82 토오쿄 팩 參觀

— 보다 나은 生活, 보다 나은 社會, 보다 나은 包裝 —

李 大 成

韓國디자인包裝센터 包裝開發部長

韓國 디자인 包裝 센터가 主管한 동남 아시아 包裝 産業 調查團 派遣의 一員으로 토오쿄 팩(Tokyo Pack) '82를 參觀하였다.

여기에 그 參觀內容을 簡략히 소개 하기로 한다.

1. 概 要

'82 토오쿄 팩은 獨逸의 뒤셀도르프 팩(Düsseldorf Pack), 美國의 시카고 팩(Chicago Pack)과 함께 日本에서 개최되고 있는 국제적인 包裝展示會이다. 이 전시회는 아시아에서는 가장 큰 規模이며, 日本은 물론 아시아 각국에 包裝뿐만 아니라 生産·物的 流通 部門까지 각종 새로운 技術·情報 등의 交換場所로 발전하여 오고 있다.

우리 나라도 1회(1966년) 展示會 때

부터 包裝調查團을 파견하여 오고 있으며, 그 동안 이 展示會는 韓國의 包裝 産業에도 직접·간접으로 이바지한 바 크다.

토오쿄 팩은 1966년 이후 隔年制로 개최되고 있다. 올해는 9회째로 10월 7일부터 10월 11일까지 5일간 日本 토오쿄(東京)의 하루미(晴海)에서 “보다 나은 生活, 보다 나은 社會, 보다 나은 包裝”이란 主題下에 개최되었다.

參加國은 19個國이며, 총 456個 業體가 참여하여 2,459개 부우쓰(3m×3m)에 分野別로 9개 展示館으로 나누어 展示되었다.

2. 展示特徵

이전에는 包裝機械展示가 主類를 이



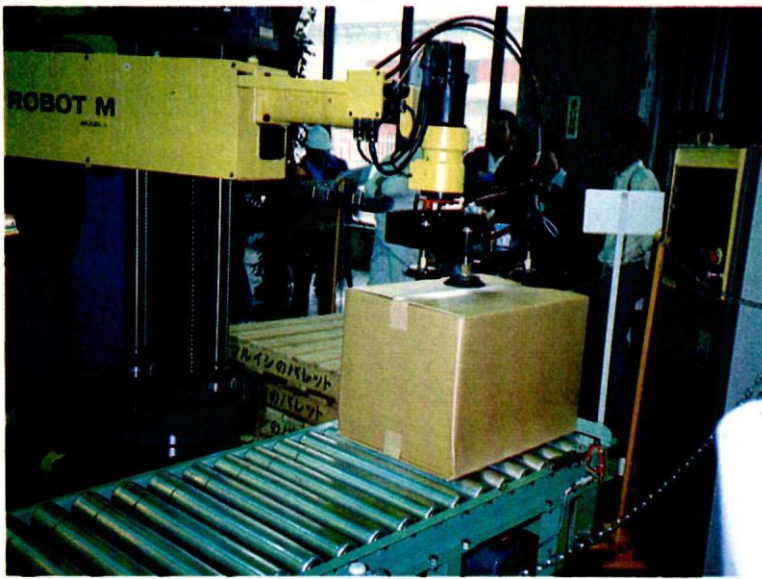
루었으나 저펜 팩(Japan Pack) (1983년 9월 6일부터 9월 10일까지 토오쿄의 하루미에서 개최)의 獨立으로 大型 包裝機械는 分散되었으며, 이번 展示會에서는 包裝資材 및 物的 流通 關聯 機械資材가 대량으로 展示되어 包裝의 省力化 部分이 더욱 돋보이는 것이 특징이었다.

日本의 包裝 産業은 다른 分野 産業의 급속한 伸張에 발맞추어 自動化에서 省力化로, 또한 이번 展示會에서는 一部 無人化에까지 그 領域을 넓혀 가고 있다. 즉, 1980년대의 尖端技術인 메카트로닉스(Mechatronics; 電子·機械 組合技術)의 副産物인 로보트(Robot)의 活用, 無人運搬車輛의 物的 流通 分野인 輸送·荷役部分에의 適用 등 우리 包裝 産業分野에서는 아직 요원한 技術分野에까지 전진·출품함으로써 이 분야 일부에서는 美國을 앞지르는 技術開發을 이룩하고 있었다.

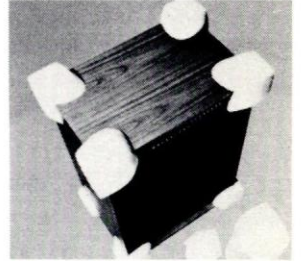
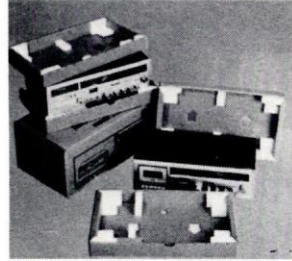
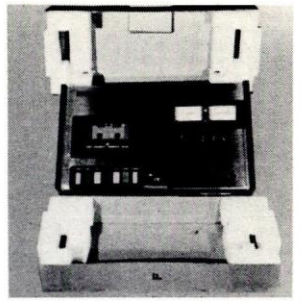
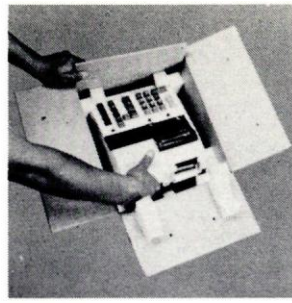
우리 나라의 包裝 産業도 1960년 이후 계속되는 經濟開發 5個年 計劃의



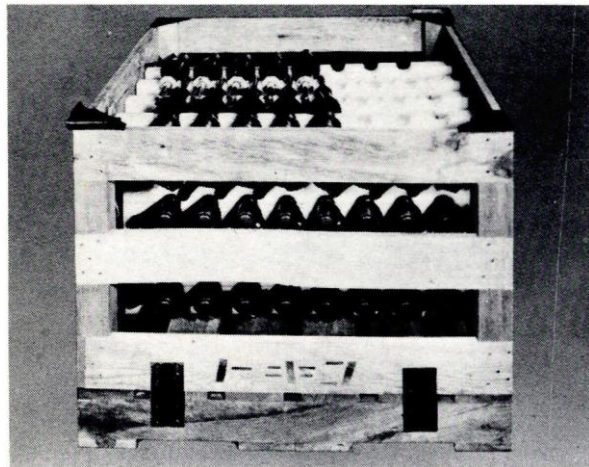
Bag-in-Box; 液體 包裝 容器 (술·우유·주우스 등)



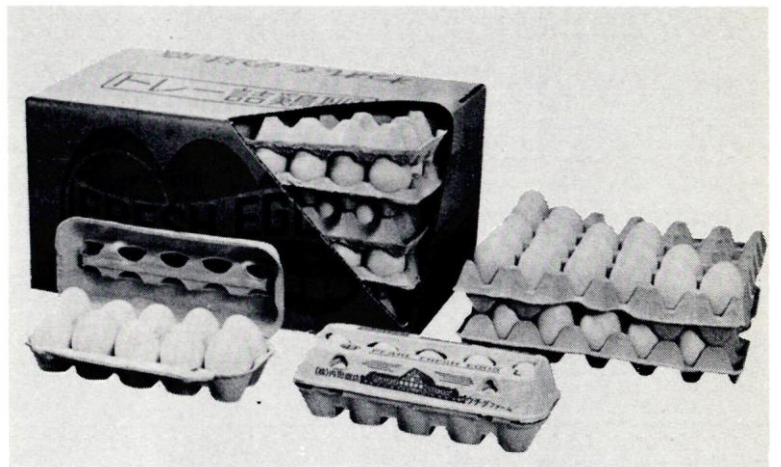
包裝된 貨物을 로봇가 파렛트에 積載하고 있다.



電子製品의 緩衝包裝



木箱子를 이용한 緩衝包裝



故紙를 이용한 달걀의 緩衝包裝

성공적인 수행으로 産業構造가 高度化 되면서 새로운 包裝資材의 출현과 加工技術의 改善, 包裝技術의 향상, 마케팅 部門과 包裝 디자인에 이르기까지 다각적인 면에서 계속 발전하여 왔다. 그러나 包裝産業 발전의 基礎가 되는 包裝機械部分의 발전이 늦고, 包裝産業 規模 또한 이러한 展示會를 개최하는 데는 아직 많은 問題點을 안고 있는 것이 사실이다.

(1) 展示場別 內容

展示場	展示內容	出品會社數	參加부우쓰 (3m×3m)	%
第1 展示場	包裝資材	86社	385 부우쓰	15.4
第2 "	包裝機械	131 "	688 "	27.6
第3 "	包裝加工機械	18 "	128 "	5.1
第4 "	食品機械	50 "	234 "	9.4
第5 "	海外出品	56 "	623 "	26
第6 "	關聯機械	74 "	234 "	9.4
第7 "	物流運搬機械	33 "	176 "	7.1
PR 센터		11 團體	13 "	
프레스 센터		7 社	14 "	
總計		466 社	2,495 부우쓰	100 %

3. 展示內容

(2) 分野別 展示概要

① 包裝資材

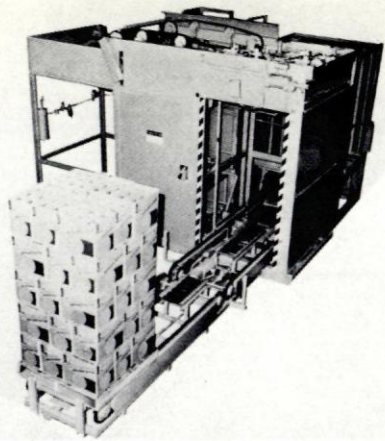
木製로부터 종이·플라스틱·金屬·유리 등 모든 분야의 包裝資材가 출품되었다. 종이 板紙 製品으로는 加工紙 관계의 新製品으로서 無公害·省資源 時代에 알맞는 故紙 回收가 가능한 防水·防濕紙, 알루미늄으로 대체된 包

裝紙로서의 金屬蒸着紙 등이 출품되었고, 골판지로서는 A, B, E 골 외의 三重 골판지·美粧 골판지·耐水 골판지·플라스틱 골판 箱子 등이 출품되었다. 플라스틱 製品으로서 PE, PVC, P-VDC, PET(폴리에스터), 나일론, PP 등 각종 필름 외에 熱封緘性(Heat Sealable)과 高 개스 遮斷性의 貼合(laminate) 필름 등의 新製品이 출품되었다.

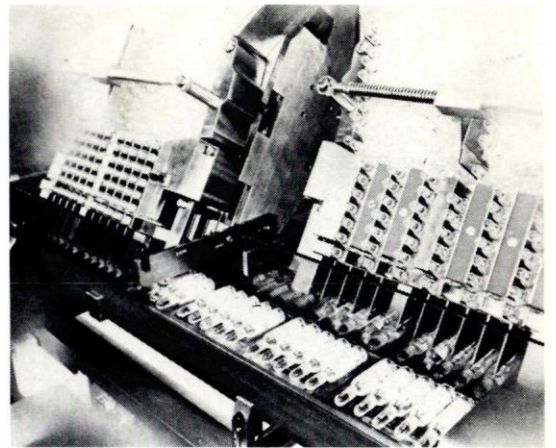
플라스틱 容器로서는 새로운 規格의 폴리에스터병 製品의 出品이 주목할 만하였다.

② 包裝機械

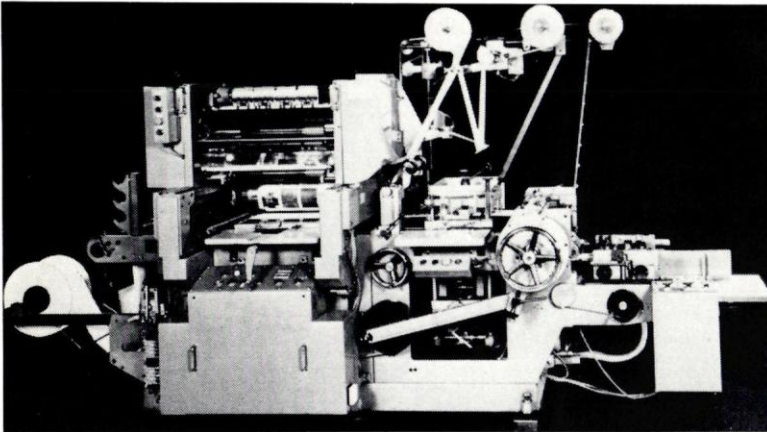
包裝機械 전체의 출품 경향으로서는 시스템化, 마이크로 컴퓨터(micro computer)化, 컴팩트(compact)化, 無菌 包裝化 등이 있지만, 이 가운데서 특히 食品包裝 관련 機械의 技術發展이 상당한 수준에 이른 것을 볼 수 있었다. 즉, 無菌化 包裝 시스템에서의 살균 장치·계량 장치·공급 장치와 充



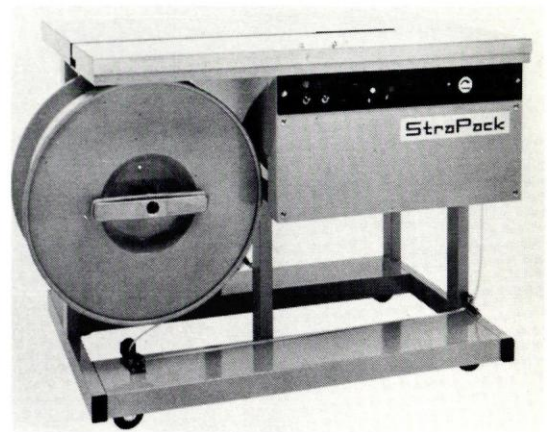
箱子 自動積載機



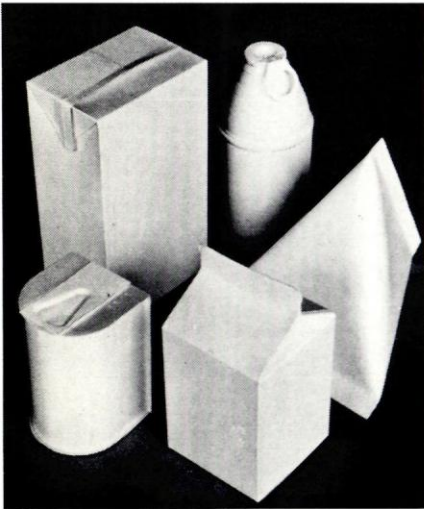
自動 앰플 (ampoule) 充填機



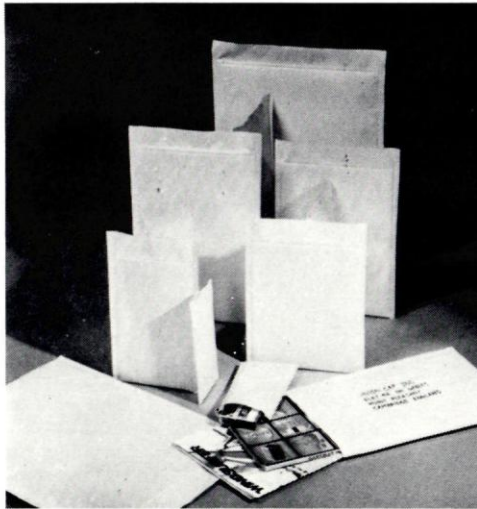
라벨 印刷機



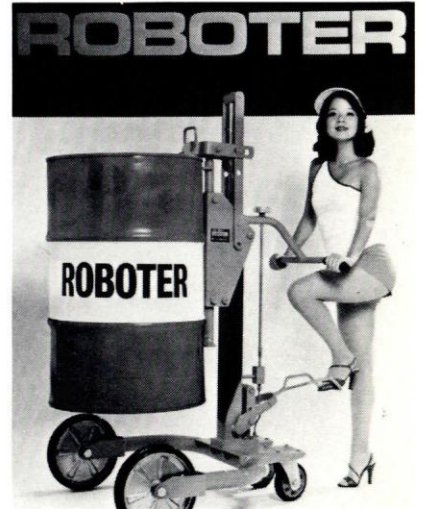
각종 包裝物 結束機 (Banding Machine)



Tetra Pack의 각종 形態



우편물 이용에 필요한 小型緩衝 봉투



드럼통 運搬車

填機로 연결된 全自動 라인化는 省力化時代에 알맞는 出品이었다고 본다.

③ 物流運搬機器

한 마디로 生産으로부터 包裝·物流까지 일관된 시스템化의 展示였다고 볼 수 있다. 즉, 生産에 연결된 각종 컨테이너(container), 팔레트(pallet), 랙(rack; 保管裝置) 시스템, 각종 컨테이너, 리프트(Lift; 들어 올리는 裝置), 로보트, 컨베이어(Conveyer), 小型運搬車輛, 이번에 처음으로 출품된 無人運搬車輛등 여러 종류의 物流

運搬機器가 出품되었는데, 包裝과 物流를 연결하는 토우털 시스템(total system)으로서의 合理化·省力化를 고려한 出품이었다고 본다.

4. 結 言

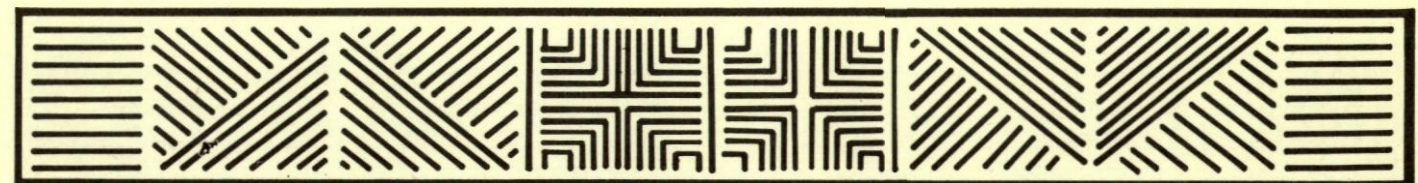
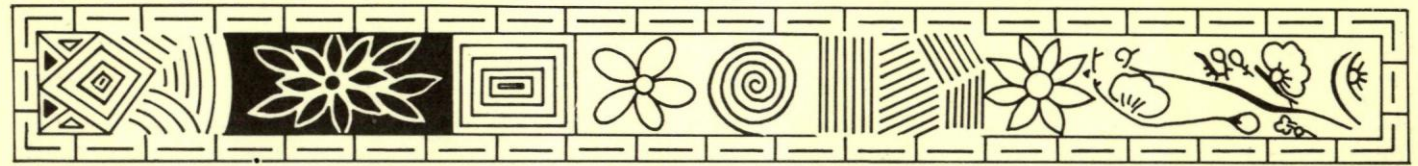
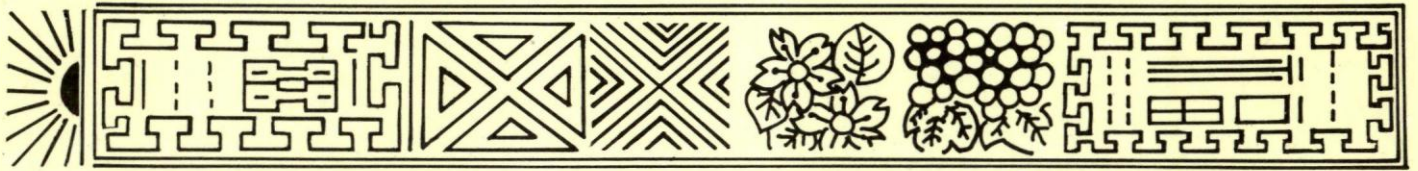
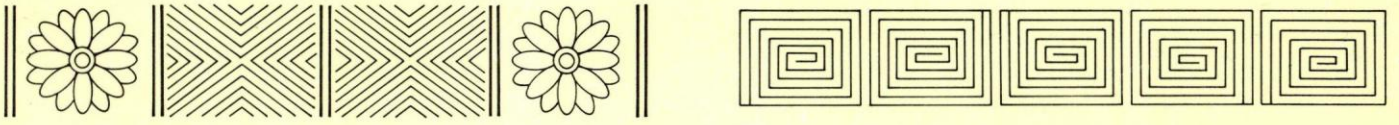
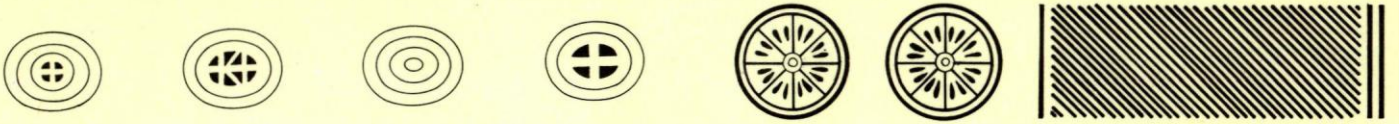
우리 나라의 包裝産業도 物量面으로 볼 때 GNP의 1.92% (1981년 基準: 약 8,285억 원)에 해당되는 規模가 큰 産業으로 성장하였으나 아직도 生産量에 비해 加工技術 및 包裝機械의 國産品 生産技術이 뒤떨어지고 있다. 이번

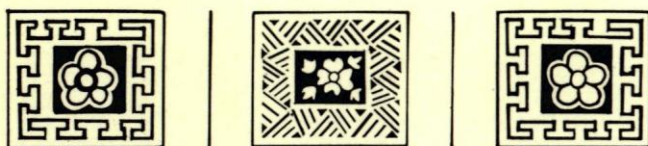
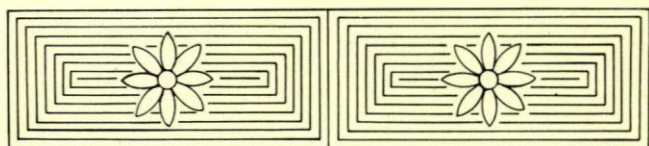
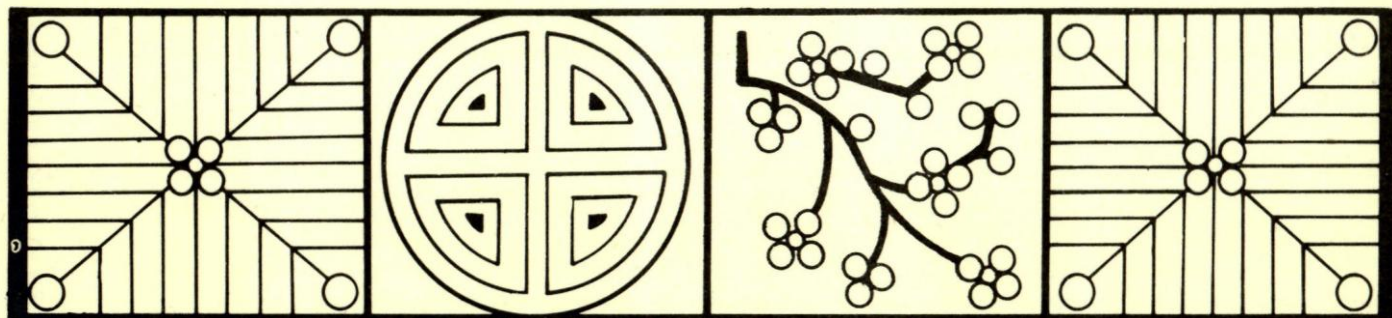
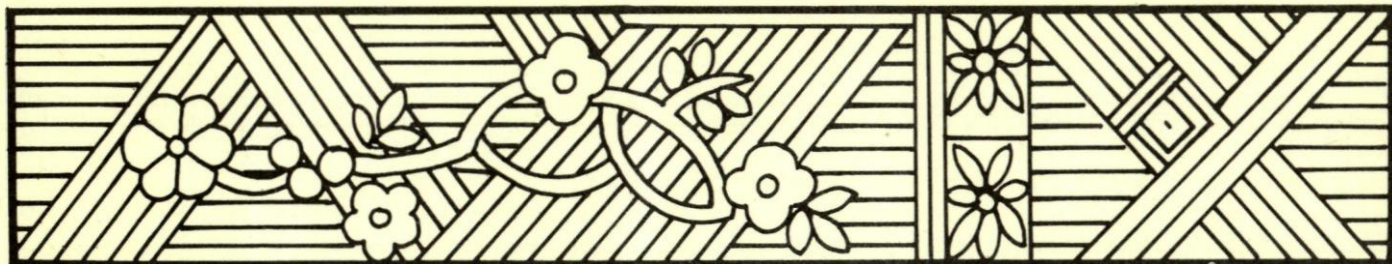
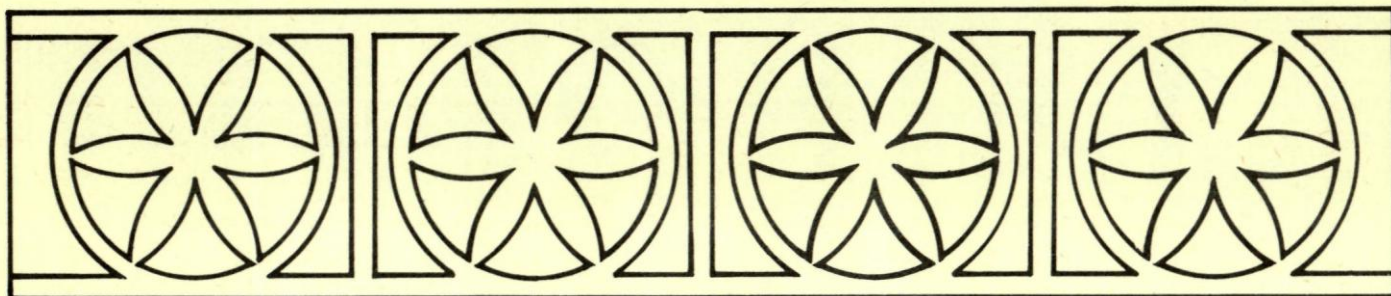
展示會를 통해 觀望하고 느낀 包裝部門의 自動化·省力化·無菌化·無公害化 등에는 요원하지만, 나름대로 包裝材料部門에서는 꾸준히 技術開發이 되어 종이 및 合成樹脂 일부는 동남 아시아 지역에 輸出까지 하고 있다.

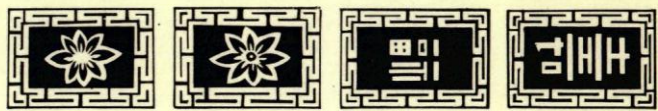
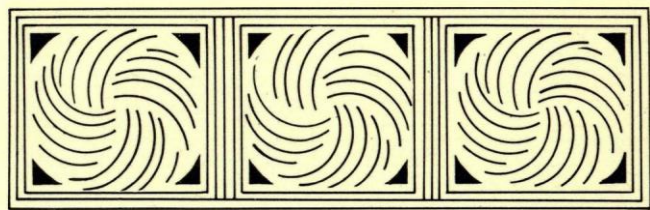
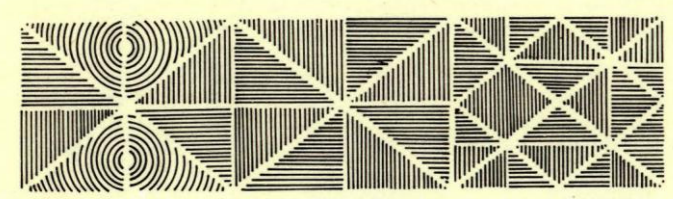
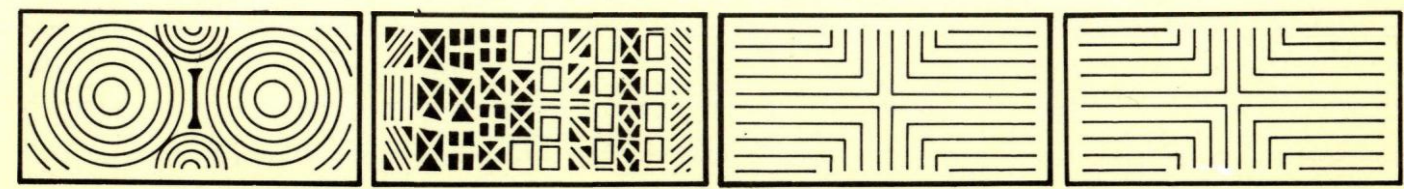
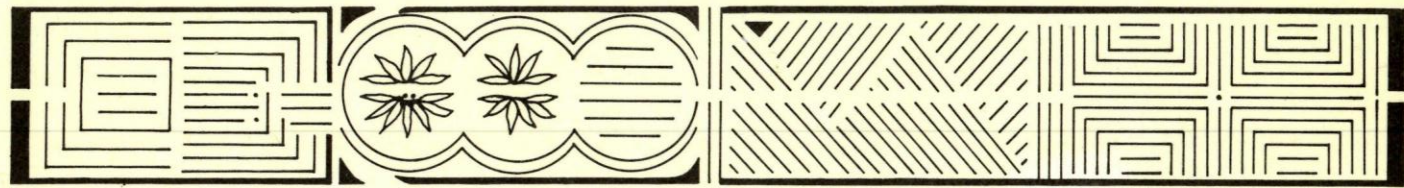
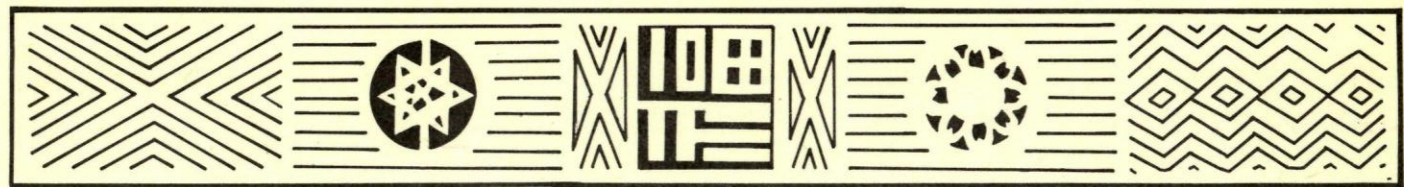
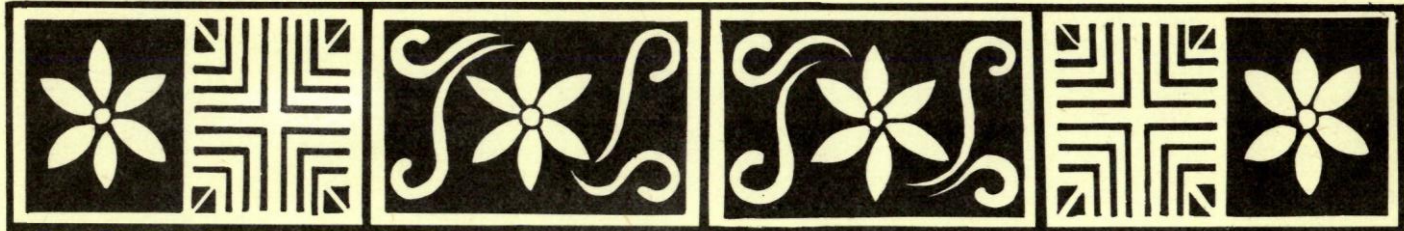
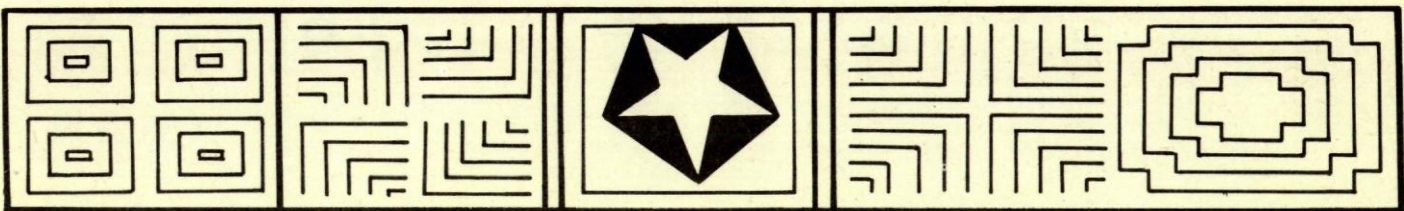
우리 包裝人은 더욱 분발하여 토오코 팩과 같은 展示會가 우리 나라에서도 개최되어 우리의 國力을 外國人에게 과시하였으면 한다. □

韓國의 傳統紋樣

떡살과 무늬







20世紀의 굿 디자인 運動

(美國篇)

1. 社會的·技術的 背景

白人인 아메리카 大陸에 侵入한 이래 그 大平原에 펼쳐 놓은 文明은 처음부터 '技術的 文明' 이라 말할 수 있는 것이었다. 종래 대부분의 美國史家들은 初期의 아메리카를 農業과 手工業의 나라로 보는 見解가 많았다. 분명히 南北戰爭 때까지의 美合衆國의 경제는 주로 農業에 의존하고 있었다.

그러나 그 農業技術은 그 때까지의 유럽의 전통적 農業技術과는 다른 점이 많았다. 美國의 大農場은 農耕機械를 驅使한 機械化農業으로서 처음부터 機械技術에 의존하여 성장하였다. 상징적 표현으로 바꾸어 말하자면 라이플銃과 連發拳銃이 短期間에 荒野를 정복케 하였고, 鐵道와 電信이 廣大한 大陸에 統一國家를 건설하는 일을 가능케 하였다.

이와 같은 美國人은 人類史上 근대적 科學技術이 서서히 세계를 뒤흔들었던 그러한 시대에 統一國家를 형성한 유일한 國民이라는 점에서 큰 특색을 지니고 있다.

유럽인이 機械에 대처하는 것은 마치 中年을 넘어서 自動車 운전을 배우는 것과 같은 상황이었다. 아무리 熟達하여도 끝까지 자기의 本質과는 다른 異質感이 생기는 일종의 違和感이 따르게 마련이다. 그 반면에 美國人은 청년의 情熱로 機械에 접하고 그 복잡한 機構에도 마치 자기 자신의 몸의 일부인 것처럼 親近感으로 대처한다.

대부분의 美國人이 나타내는 機械에 대한 이와 같은 愛情은 매우 뚜렷한 美國의 特色의 하나로서 開拓時代 이래 오늘날까지 시종 변하지 않는 先天的이라고까지 할 수 있는 性格이다.

그들은 機械技術의 環境下에서 오히려 안심하고 平安하게 쉬는 場所를 찾아내고 있다.

美國은 유럽(더우기 英國)보다 상당히 뒤늦은 南北戰爭 이후에서야 겨우 産業革命時代에 들어갔다. 그러나 그 후의 발전은 눈부시게 풍부한 資源과 未熟勞動力이라는 特殊事情으로 인하여 그 産業組織은 극도로 人力을 절약하고 機械加工에 의지하는 방향으로 향해 갔다. 이와 같은 과정을 거친 美國은 19세기 中期에서 20세기에 걸쳐 産業組織 및 科學技術에 있어 드디어 美國의 特色을 뚜렷이 나타내기 시작했다.

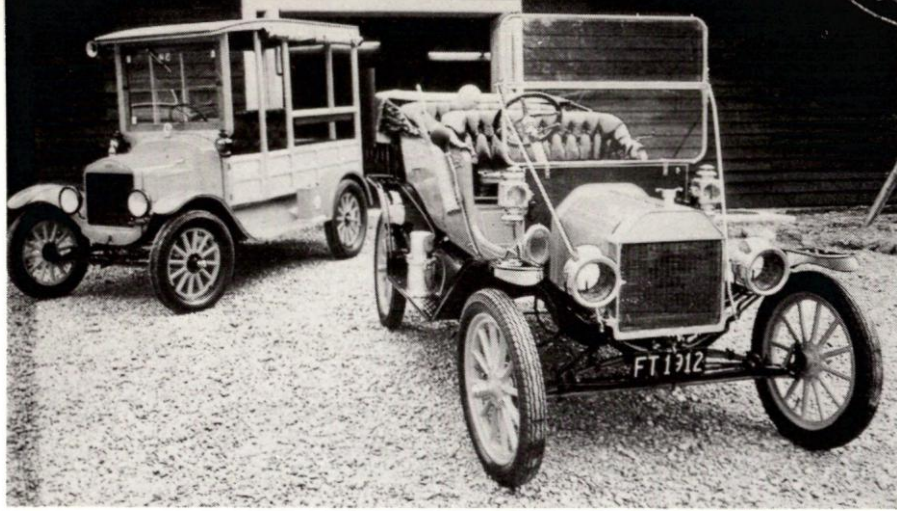
1851년의 런던 大博覽會에 出品한 美國의 日用品이나 家具가 벌써 유럽의 것과는 다른 特色을 나타내고 있

다는 점에 대해서는 많은 研究者에 의하여 指摘된 바 있다. 그러나 이로부터 25년 후인 1876년 필라델피아에서 열린 美國 100年祭 大博覽會는 더욱 획기적이었으며, 유럽인들은 異口同聲으로 각종 機械·器具 디자인의 美國의 特色에 주목하고 그 單純성과 철저한 機能性 追求의 태도를 높이 평가하였다.

美國의 工業製品 디자인에 나타난 單純性·機能性·經濟性·融通性 등은 이를 生産한 生産 시스템의 특징과 밀접한 관계가 있는 것이다. 中世風의 一品製作에서 바뀌어 部品加工과 組立作業을 분리시키는 量産方式(이와 같은 생각 자체는 프랑스인 르 블랑 [Le Brun : 1619~1690; 畫家·裝飾家·工藝家]의 것이었다.)이 실제 처음으

뉴욕 市街





포드사의 모델 T형 자동차

로 實行된 것은 美國에서였다. 美國 獨立戰爭 때 조조지 워싱턴 指揮下의 軍隊에 供給된 많은 銃砲는 그와 같은 量產方式의 최초의 實例였다고 한다. 그리하여 이 量產方式이 이후 급속히 各 産業에 普及된 것은 1870년대였으며, 이는 당시 1년간의 자본들 生産量이 60만 대에 달하였다는 것만 보아도 알 수 있다.

그러나 銃砲나 자본들의 디자인이 단순하지 않았더라면 이와 같은 量產方式이 적용되지 못했을 것이며, 반면에 일단 量產方式에 의해 生産된 製品은 불가피하게 단순하고 生産이 쉬운 形이나 構造로 강요되지 않을 수 없으므로 美國의 生産方式과 産業 디자인은 그 성격상 不可分의 관계에 있었던 것이다.

20세기에 들어오며 따라 美國의 産業은 그 特色이 점점 현저하게 나타났으며, 그 가운데서도 1909년에 生産되기 시작한 포드 自動車 모델 T는 自動車 産業史上 획기적인 일이었다. 그것은 전통적인 裝飾을 모두 제거한 벌거벗은 機械였으며, 大量生産方式의 원칙에 철저히 입각한 순수한 機械技術의 所産이었다.

여기서 포드가 意圖한 것은 美國 全人口의 95%에 달하는 大衆의 요구에 응하여 信賴 있고 값싸며, 단순하면서도 실용적인 車를 大量供給하는데 있었다. 이와 같은 일들을 오늘날의 입장에서 가장 쉽게 이해할 수 있는 實例는 第2次世界大戰 중에 활약한 美陸軍의 지이프車 디자인을 생각해 보면 될 것이다. 이러한 모두가 극단에 이를 정도의 實用성과 經濟性を 중시하고 모든 구조와 형태를 거기에서 導出시켜 합리적 정신, 다시 말하자면 既成의 概念이나 전통적 형식에

얽매지 않고 대담하며 자유로운 정신이었다. 이와 같이 포드 모델 T는 19세기 後半 및 20세기 初頭를 특징지워 주는 현란한 美國工業主義의 상징이었다.

그러나 1920년대를 경계로 美國의 産業은 販賣主義라고 말할 수 있는 新時代로 넘어가기 시작하였다.

포드(Henry Ford)는 1923년에 發刊된 그의 自叙傳에서 “오늘날 적당한 時期에 디자인을 바꿈에 따라 오래된 디자인을 廢品化하는 風潮가 보인다. 이렇게 함으로써 새로운 디자인을 사지 않을 수 없게 되는 方法이 正當한 商業政策이며 결코 惡德이 아니라고 생각하고 있지만 우리 社의 方針은 그와는 반대이다. 消費者가 가능한 한 오래 사용할 수 있도록 하는 것은 물론 消費者에 대한 서어비스 方法도 생각하여야 할 것이다. 먼저 사용한 디자인을 廢品化하는 것 같은 再디자인이나 改良을 우리들은 결코 하지 않는다. 어떤 特定部品은 같은 系列의 모든 車 상호간에 交換이 可能할 뿐 아니라 우리들이 오래 전에 生産한 모든 車의 어느 것과도 交換이 可能하다. 여러분들은 10년 전의 車를 사도 좋다. 그리고 부분적으로 새 部品을 적당하게 사서 改裝한다면 최소한의 費用으로 中古車를 새 車로 만들어 쓸 수 있게 된다”라고 말하였다.

그러나 公認롭게도 포드가 自叙傳을 출판한 해로부터 불과 4년 후인 1927년에 競爭相對인 제너럴 모터스(General Motors)社가 모델을 바꿈에 따라 消費者의 購買心理를 牽動하고 있다는 사실에 직면하자 드디어 포드는 모델 T의 生産을 중지하지 않을 수 없게 되었다. 그러나 포드의 모델 T가 美國의 一般大衆에게 준 영향은 대

단한 것이어서 美國文學作品 중 傑作의 하나로 꼽히는 화이트(Lee Srrout White)의 ‘Farewell My Lovely’는 모델 T가 市場에서 사라져 가는 것을 한탄한 哀歌였다고 한다.

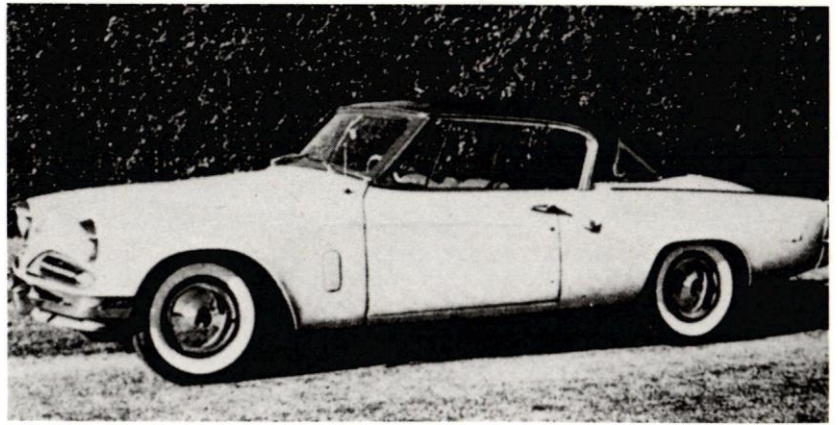
2. 인더스트리얼 디자인의 發祥

20세기에 들어서서 美國의 産業은 경이적인 노력으로 팽창하고, 특히 第1次世界大戰을 계기로 드디어 美國은 세계 第1位의 工業生産國이 되었다. 그것을 象徵한 것이 포드의 自動車 生産方式이었으며, 이 大量生産方式은 급속도로 各 産業分野에 普及되어 갔다.

그러나 그 직후 美國의 經濟는 하나의 중대한 위기에 봉착하였다. 그것은 1920년대에 시작한 經濟恐慌이었으며, 이로부터 미국 경제는 종래의 生産第一主義에서 販賣主義로 移行하였다. 소위 ‘産業 디자인’이라는 概念이 ‘마켓 리서치(Market Research)’라고 하는 概念과 더불어 거의 같은 시기에 나타났다는 것은 대단히 흥미있는 일이다.

1925년 프랑스의 파리에서 大博覽會가 열렸을 때 美國의 企業家들을 강렬하게 刺戟시킨 것은 展示品에 나타난 ‘모던 디자인(Modern Design)’의 風潮였다. 그 때 美國의 상황은 經濟恐慌이 한창이어서 消費者의 욕구를 불러일으켜 競爭에 이기는 수단을 暗中摸索하고 있던 때이었으므로 企業家들은 유럽의 모더니즘에 더욱 매혹되었다.

商務省에 보낸 視察團의 報告書 가운데는 유럽이 일으키고 있는 새로운 스타일에 주의할 것과 激化해 가는 國際競爭市場 속에서 이 風潮를 충분히



로오위가 디자인한 스투드 베커

認識하여 뒤떨어지지 않도록 해야 한다는 강한 警告를 담고 있었다. 그러나 視察團은 “美國에서 産業 디자인을 育成하는 방법은 유럽의 그것과는 다르지 않으면 안 된다. 유럽에서는 工場規模도 작으며 生産量도 적기 때문에 美國의 매스프로덕트 시스템(Mass Product System) 아래에서의 그것과는 對照의이다. 또한 그 디자인 프로세스는 비교적 自然的이며 간단하기 때문에 여러 가지로 變化가 풍부한 디자인이 가능하다”라고 덧붙였다.

이와 같이 美國工業製品의 의식적인 美化運動이 일어났지만 당시의 事情은 1936년에 出版된 체니(Sheldon Cheney & Martha C. Cheney)의 ‘Art and the Machine’의 다음과 같은 내용에서 자세히 알 수 있다.

“1927년 노만 벨 게데스(Norman Bel Geddes)는 최초로 인더스트리얼 디자인 事務所와 연구실을 開設하여 매우 재미있는 새 職業의 典型으로서 곧 세상에 널리 알려졌다. 이를 뒤따라 티이그(Walter Dowin Teague)도 이 分野에서 활동하기 시작하여 이들 모두가 異彩를 띤 存在가 되었다. 그 이래 이 두 사람은 그 때까지만 해도 定義가 내려지지 않았던 인더스트리얼 디자인에서 실제의 활동과 理想을 대표하는 두 가지가 像이라고 말할 수 있다.”

인더스트리얼 디자인이라고 하는 말 자체는 1919년 사이넬(Joseph Sinel)에 의하여 처음으로 쓰여졌지만, 이 말이 오늘날과 같은 意味의 内容으로 確定된 것은 게데스와 티이그의 활동이 시작하고부터였다. 이 두 사람에 이은 디자이너로서는 당시 뉴욕의 사키어(George Sakier), 드레퓌스(Henry Dreyfuss), 로오위(Raymond Loewy),

쿠러(Otto Kuhler) 등이 있었으며, 中西部에는 도너(Donald Dohner)와 반도렌(Harold Van Doren) 등이 있었다.

이와 같은 순수한 인더스트리얼 디자이너 외에 모더니스트 建築家라고 불렀던 그룹의 活動도 産業 디자인史上 잇을 수 없는 일이다. 뉴욕의 레스케즈(William Lescaze)와 키슬러(Fredrick Kiesler)나 캘리포니아의 노이트라(Richard Neutra) 등도 그러하였으며, 그들은 설리번이나 라이트의 思想을 이어받아 近代技術과 機能에 입각하여 建築構造에 있어 합리적이며 간명한 해결을 추구하였다. 그리고 그들의 문제에 대한 到達點의 방법은 종래의 建築家の 그것보다 오히려 인더스트리얼 디자이너의 것에 가깝다고 말할 수 있다.

위에서 言及한 사람들은 각각 開拓者로서 각자의 職業을 개척해 나간 사람들이며, 先驅者로서의 性格은 10년이 지난 1930년대 後半에 와서도 아직 변하지 않았다. 그렇게 볼 수 있는 것은 당시의 그들의 活動幅은 넓으며 서로 다르므로 그 가운데 共通의 領域이라고 하는 것을 결정짓기가 어렵고, 또 인더스트리얼 디자이너로서의 職能과 같은 것도 없어 당연히 職業上的 倫理綱領도 確立되어 있지 않은 상황이었기 때문이다. 당시 그들은 순전히 個人主義者였다고 할 수 있으며, 서로의 일의 内容에 관해서도 전혀 모를 뿐 아니라 또한 알고도 하지 않았다. 더우기 個個人的 일의 성향에서 都市計劃까지 또는 ‘루즈에서 機關車까지’라는 표현에서 나타나듯이 광범위하게 미치고 있어 職業으로서 명확하게 定義를 내리기에 너무도 그 實情이 混沌한 상태였다.

당시 産業 디자이너로서 요구되는

素質教養도 또한 그들이 하고 있는 일의 品種과 거의 같을 정도로 많이 나누어져 있었다. 어떤 사람은 機械技師였었고 어떤 사람은 電氣技師였었다. 또 어떤 사람은 舞台裝置設計家이기도 하고 室內裝飾家·建築家이기도 하였다. 이와 같이 상호 관련이 없는 背景을 가진 多種多様な 사람들이 서로 모여 있는 産業 디자이너라는 職業을 專門職業이라 하기에는 너무도 무질서한 상태였으나, 그 가운데서도 누구나 否定하지 못하는 풍요로움과 밝고 變化가 풍부한 가능성이 숨어 있었다고 말할 수 있다.

그런데 그 發生 이래 10년도 채 안된 短期間에 産業 디자이너라는 職業이 왜 그렇게도 세상에 話題가 되었으며 사회적으로 浮刻되었던 것일까? 사실 大量生産方式下에서는 특정한 個人이 製品을 創造한다든가 그 모든 것에 全責任을 지고 있다는 것은 있을 수 없는 일이다. 어떤 경우에는 製品은 매우 많은 사람(市場調査員·技術者·디자이너·販賣部員 등)의 共同作業下에서 만들어지는 것이며, 20세기 社會의 生産物에는 애너니머스(anonymous; 無名性)라는 특징이 필연적으로 따르는 법이다. 그럼에도 불구하고 1920년대의 美國에 인더스트리얼 디자이너라고 하는 일종의 藝術家가 생겨나서 그 이름이나 個性을 특히 강조하는 경향이 나타난 것은 다소 모순이었다고 생각된다.

이와 같은 風潮는 16세기의 레오나르도 다빈치의 萬能人的 再來를 동경한 데서도 解釋되고, 또는 한 天才의 獨創力이 역시 社會進步의 주된 原動力이었던 19세기의 天才尊重主義를 아쉬워하는 것이라 볼 수도 있을 것이다. 확실히 1920년대의 後半에 혜성과 같



'53년형 크라이슬러 코르도바 (Cordoba)

이 나타난 게데스, 티이그, 드레퍼스, 로오위 등은 그 활동領域의 넓음에 있어 萬能人의이었으며, 또한 未開拓分野를 獨力으로 뚫어 나가는 파이어니어로서 독특한 個性을 가진 天才들이었다. 그러나 그들의 活動이 그 出發點부터 너무나 화려하게 話題에 오름으로써 각 디자이너의 이름이 新製品과 더불어 크게 宣傳된 風潮는 사실 商業上의 販賣戰略을 위하여 만들어졌다고 보는 것이 옳을 것 같다. 無名의 많은 專門家의 共同作業에 의하여 만들어졌다고 말하기보다는 한 사람의 個性이 풍부한 天才의 이름을 쓰는 것이 훨씬 販賣效果가 있을 것이다. 더우기 20세기 初頭에 이르기까지 전통적인 藝術作品을 憧憬하고 傳統美學에서 탈피하지 못하고 있었던 美國의 一般大衆에 대해서는 어떤 製品의 디자이너를 하나의 藝術家로 浮上시켜 그 作品을 藝術品인 것처럼 만들어 낸다는 것의 宣傳效果도 절대적으로 큰 것이었을 것이다.

실제로 産業 디자인史上 역사적이라고도 말할 수 있는 몇 가지의 디자인 프로세스를 살펴보면 대개의 경우 그것이 디자이너의 創作이라고 보기에 너무도 많은 사람이 참여하고 있어 特定個人을 지나치게 誇張하고 있다는 것을 확실히 알 수 있는 것이다.

노만 벨 게데스는 1893년 미시건주의 南部 아드리안에서 태어났다. 14세 때 클리블랜드에서 버팔로로 가는 에리호의 汽船 급사로 있을 때 알았던 魔術師에게서 魔術法을 배우게 된 것이 劇界와 關係를 맺은 계기가 되었다. 1908년 엠파이어 株式會社라 칭하는 소규모의 巡廻劇團을 組織하였으나 곧 실패하고 그 후 少年魔術師와 道化師 등을 해 보았지만 어느 것이든 오래 가

진 못했다. 1912년에야 겨우 시카고 오페라 協會에서 舞台監督의 職을 얻어 1914년부터는 디트로이트로 옮겨 戲曲을 쓰기도 하고 舞台裝置를 設計하여 오다가 1916년 結婚을 한 그 해에 로스앤젤레스로 옮겨 여기에서 본격적인 舞台裝置 設計의 일을 하게 되었다. 舞台裝置의 手法로 포커스 램프(focus lamp)에 의한 스포트 라이팅(spot lighting)의 方法을 創案해 냈던 것도 바로 이 해였다.

1918년 오토 칸(Otto Kahn)의 援助로 뉴욕에 나와 舞台裝置·衣裳·照明 등 각 方面으로 활약하였다. 포커스 램프와 플랫 램프(flat lamp)를 並用하여 이상한 效果를 내어 성공한 것은 이 시절이었으며, 게데스의 이름은 일약 세계적인 것이 되었다. 1922년에 런던과 암스테르담에서 게데스의 作品展이 열리고, 1924년에는 라인할트(M. Reinhalt)의 유명한 미러클(miracle) 舞台裝置를 설계하였다. 그 밖에 게데스의 손을 거친 舞台裝置는 어느 것이든 近代演劇史上에 남을 획기적인 것이 많았으나, 이 때부터 토오키 映畫가 비약적으로 進歩되기 시작함에 따라 드디어 게데스로 하여금 演劇 디자인에서 産業 디자인으로 轉向을 決意하지 않을 수 없게 만들었다.

게데스는 1927년 다른 것에 앞서 美國 産業 디자인史上 최초로 獨立 디자인 事務所를 열고 自動車·汽船·家庭用 電氣器機·金屬家具 등 여러 분야에 걸쳐 활동하였다. 그 가운데 유명한 것은 1928년 최초의 流線型(stream line) 機關車, 1929년의 시카고 博覽會에서의 空中 레스토랑, 1932년의 流線型 티어 드롭(tear drop) 엔진 自動車 등이 있다. 또한 1937년에 발표한 '1960年의 都市'라고 命名한 都市計劃案은

1500만 명이 살 수 있는 미래의 都市를 計劃한 것으로서 당시 큰 話題가 되었다.

1933년 포오춘(Fortune) 誌가 발표한 美國의 대표적 産業 디자이너로 선정된 리스트에 의하면 10傑 중 당시 40세의 게데스는 직원 30명을 거느리고 있음으로써 最高位를 차지하였다.

1932년 게데스는 論文集 'Horizons; A Glimpse into the Not Far-Distant Future'를 出版한 바 있는데, 그것은 당시 점차적으로 일부 識者에게 認識되어 간 近代造形美(즉, 單純·機能性·流線型·의確 등)가 가까운 장래에 틀림없이 汽車·自動車뿐 아니라 建築·産業 디자인 또는 舞台裝置·服飾 디자인 등 여러 生活面을 장식할 主調로서 발전하게 될 것을 그 자신의 디자인을 實例로 들면서 대담 솔직하게 論述하였다.

게데스는 결코 단순한 스타일리스트가 아니었다. 디자인을 시작할 때 그는 설리번의 機能과 形態에 대한 信條를 踏襲하고 産業 디자이너는 먼저 對象의 內的 組織이나 機構 및 실제 목적의 研究者가 아니면 안 된다고 생각하였다. 形을 규정하는 것은 機能이며 참된 모더니즘에 있어서는 美의 源泉 및 構造는 기술과 재료와 목적에 基本을 두지 않으면 안 된다. 게데스는 "航空機가 우리들에게 주는 感興의 밑바닥에 숨어 있는 原理는 가장 아름다운 建築의 그것과 같은 原理이다. 自動車·汽船·飛行船과 같은 工業製品이 마치 파르테논의 建築이나 샤르트르 寺院의 窓 또는 미켈란젤로의 모제像을 볼 때와 같이 당신의 마음을 움직이게 한다, ... 그 때야말로 그것들은 인더스트리얼 아트(Industrial Art)라고 불러도 좋을 것이다"라고 말하였다.



실제로 게데스가 流線型의 機關車나 自動車를 디자인하였을 때 미리 독창적인 實驗을 여러 가지로 試圖하였고, 오늘날의 눈으로 보아도 그러한 實驗은 空氣力學的 實驗의 기본에 속하는 것이었다. 그가 그려 낸 모양은 모두 이와 같은 實驗의 결과에서 導出된 것이며, 그것이 소위 流線型이란 말의 참된 의미를 가진 內容이었다. 그것은 하나의 科學의 原理이며, 동시에 美的 原理이라고 생각하였다.

티이그는 게데스와는 대조적으로 現實主義者였다. 그런 관계로 결코 失敗를 범하지 않는 堅實性을 가지고 名聲을 높여 오늘날에 이르기까지 대단히 壽命이 긴 活動을 계속하고 있다. 티이그도 또한 '성냥에서 都市에 이르기까지의 모든 것'에 관하여 일하였으나 1939년 뉴욕 萬國博覽會의 計劃要員으로서 全體計劃에 참여한 사실은 그의 폭넓은 능력을 나타냄과 동시에 産業 디자이너에게 建築家 및 技術者와 협력하여 활약하는 기회가 주어졌다는 意味로서 주목할 만한 일이다.

좋은 意味로서의 事業家였던 그는 美라고 하는 말을 싫어하고 애매한 길을 걷는 것을 좋아하지 않았다. 디자인은 디자인하여야 할 것 속에 숨어 있는 것이며, 그것을 찾아내고 具體化하는 것이 디자이너의 일이라는 입장에 서서 一般消費者의 諸要求 및 會社의 각 部門(技術部門·營業部門 등)에서 提示하는 諸條件을 어떻게 調整하고 한데 統合시킬 것인가, 그리고 會社의 최종 利益을 최대로 가져오게 하는 最善의 해결을 찾아내어야 한다는 것이 그의 信條였다. 여기에서 게데스와는 대조적인 産業 디자이너의 다른 典型을 볼 수 있게 된다.

3. 流線型과 스타일링

流線型(stream line)은 20세기 前半을 대표하는 造形의 象徴이라 할 수 있다. 그렇다면 流線型이란 대체 무엇인가?

初期의 飛行機, 즉 1903년 라이트兄弟가 탄 최초의 비행기는 箱子型의 연과 같은 것이어서 流線型은 아니었다. 그 후 서서히 速力을 내어야 하는 문제에서 空氣나 물과 같은 流體 속을 달릴 때 생기는 抵抗을 작게 하기 위한 여러 가지 연구와 실험을 거듭한 결과 달걀형의 윤곽과 매끄러운 連續的 表面이 流體中을 달리는 物體(특히 高速으로 달리는 物體)에 있어서 抵抗을 작게 하고 또한 振動을 防止하는데 필요한 條件이란 것을 확인하였다. 즉, 流線型은 20세기의 要求(스피드와 能率)를 충족시키는 조건으로서 개발된 하나의 科學의 產物이었다.

그러나 모든 것이 그러하지만 독특한 形이 받는 宿命처럼 流線型도 드디어 科學的 事實의 뒷받침 없이 그 자체로 하나의 象徴의 意味를 지니게끔 되었다. 그리고 역시 다른 例와 다름 없이 流線型도 이 瞬間부터 墮落하기 시작한 것이다.

視覺的 造形이라는 의미로서의 流線型은 먼저 機關車의 디자인에서 시작하였다. 1928년 게데스가 流線型(stream line)의 實例로 발표한 機關車는 결국 實現되지는 못했으나 史上最初의 流線型 機關車로서 유명하다. 이것에 뒤따라 로오위와 쿠러 등은 機關車·列車의 再디자인에 참여함으로써 인하여 美國全土의 有力鐵道會社의 대표적 列車은 1930년대 사이에 거의 전부가 流線化되어 갔다.

流線型은 곧 自動車工業으로 파급되

어 그 때까지 自動車 디자인의 目標은 컴팩트니스(compactness)라고 하는 것에 두었으나, 流線型의 流行으로 인하여 스타일은 완전히 변화되고 말았다. 그러나 流線의 流行은 움직이는 것에서 움직이지 않는 것의 디자인까지 넓혀 가기 시작하여 스피드나 能率과는 관계 없는 器物(라디오·토스터·라이터 등)의 디자인에도 濫用되어 급기야는 그것을 宣傳文句에까지 사용하기에 이르렀다.

1930년대의 美國에서는 'stream line'이라는 말이 '모던(modern)'의 代名詞처럼 되어 '스트림 라인의 비즈니스', '스트림 라인의 政治'라는 표현까지 나타났다. 당시의 産業 디자이너는 그와 같은 時代의 風潮를 敏感하게 포착하여 流線型 디자인의 붐까지 일으켰으나, 그 背後에 商業主義·販賣主義로 重點이 바뀌어 가고 있었던 美國의 産業構造의 壓力이 作用했었다는 사실은 그냥 보아 넘길 수 없는 일이다.

美國에서 마케팅을 重視하게 된 것은 1900년경이라고 하지만, 특히 그것이 問題化된 것은 역시 第1次世界大戰 후의 生産過剩 아래 1920년대부터였다. 앞서서도 言及한 바 있지만 포오드 모델 T가 例示한 것처럼 一般消費者가 단순히 價格이 저렴하다는 것에 이끌리기보다는 타는 氣分이나 스타일에 더욱 關心을 가지기 시작하였으며, 제너럴 모터스(GM)社가 이와 같은 消費者의 要求를 교묘히 파악하여 每年 모델을 바꿈으로써 成功을 기할 수 있었던 사실에 直面하자 드디어 포오드도 1927년에 모델 T의 生産을 중지하고 方向을 轉換하지 않을 수 없게 된 것이다.

그러나 一般大衆들은 새로운 것의



티이그가 디자인한 보잉 707 内部

關心과 동시에 항상 낮익음이 없는 친숙하지 못한 것에 대한 恐怖心을 가지고 있다. 따라서 新製品의 디자인에는 그 時點에 있어서 大衆의 嗜好에 너무 동떨어지지 않기 위하여 多少의 保守性이 요구된다. 이렇게 하여 新製品에는 ‘新奇함’, ‘친숙하기 쉬움’이라는 서로 모순된 두 가지 條件을 필요로 하게 됨에 따라 이 要求가 소위 해마다 스타일을 조금씩 바뀌게 하는 마이너 체인지(minor change; 小變更)라는 특수한 現象을 가져오게 한다.

오늘날 大資本과 大規模의 設備를 필요로 하는 大企業에 있어서는 파이

어니어의인 디자인은 하나의 禁忌로 되어 있다. 1933년 크라이슬러社가 내놓은 Airflow를 보면 그 디자인 자체는 오늘날 定型화된 自動車 디자인의 傾向에 앞선 것인데도 불구하고 당시에는 전혀 팔리지 않아 會社를 危機에 빠지게 했던 일은 너무도 유명한 事例로서 大量生産品의 디자인에 있어서 모험은 禁物이라는 教訓으로 삼고 있다.

오늘날 大企業에서 일하는 産業 디자이너에게는 考慮해야 할 條件이 여러 가지로 賦課되지만, 그 가운데서도 결국 販賣上의 조건이 最優先的으로 취급되는 것이다.

리핀콧(J. G. Lippincott)은 그의 著書 ‘Design for Business’에서 다음과 같은 분명한 의견을 밝히고 있다. “産業 디자이너에 있어서 중요한 것은 그 製品이 藝術家로서의 아이디어에 충실해야 한다는 것이 아니라, 대다수의 購買者의 關心과 興味를 끌게 할 수 있어야 한다는 것이다. 한 마디로 말하자면 産業 디자이너의 일은 팔기 위하여 스타일을 디자인하는 것이다. 産業 디자이너가 고용되는 유일한 理由는 賣上을 올리게 하는 것이다. 따라서 ‘좋은 디자인’이란 것은 ‘大衆이 받아들이는 디자인’인 것이다.”

結 論

産業 디자인이란 말이 가지는 紐帶는 나라에 따라 다른 것 같다. 더우기 같은 美國 내에서도 時代에 따라 그 意味는 상당한 變遷을 면치 못했다.

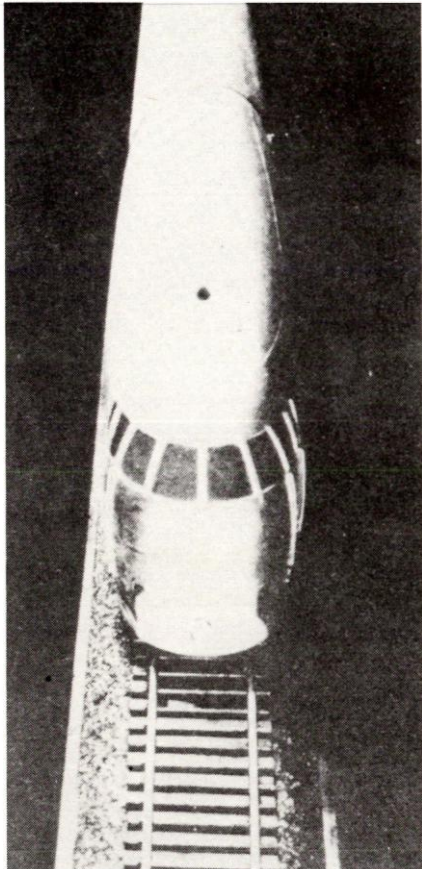
① 機械와 더불어 成長하고 機械를 자기 分身인 것처럼 사랑하고 키워 나온 美國人은 짧은 역사로 인하여 자신들의 전통적 藝術이나 手工藝를 키워

나오지 못한 것이 逆으로 다행이 되어 世界的이라 할 수 있는 技術이나 機械의 領域에서 독특한 近代의 造形美를 만들어 내었다. 産業 디자인을 意識的으로 시도하지는 않았다 하더라도 이 系譜에 분명히 속한다고 말할 수 있다. 그러나 初期의 産業 디자인은 그 發生에서부터 벌써 販賣競爭 속의 渦中에 있었으므로 갑자기 流行의 傾向을 면하기는 어려웠다.

② 無名性은 20세기 文化의 한 특징이다. 産業 디자인은 그 성격상이 無名性을 가장 단적으로 내타내어야 할 것임에도 불구하고 産業 디자이너가 故意로 藝術家風으로 僞裝하여 그 個性을 宣傳의 道具로 사용하였다는 점은 産業 디자인의 歷史를 크게 위축시켰다. 그러나 이것에 대한 반성은 戰後 서서히 나타나기 시작하였다. 例를 들면 티이그의 事務所에서는 자기들이 디자인한 製品에 自社의 이름을 붙이는 것을 피하는 傾向이 있었고, 이에 同調하는 디자인 事務所도 차차 증가하고 있었다.

③ 美國의 여러 가지 經濟條件은 大企業의 繁榮에 적합한 요소가 많았으므로 각 분야에서 다 같이 大量生産方式이 그 中核을 이루고 있었다. 그러나 오늘날에 이르기까지 美國 내 全生産量의 절반은 中小企業(從業員 500명 이하)이 차지하고 있으며, 더우기 現實에 맞는 디자인이나 機能 및 構造面에서의 참신한 試圖나 모험은 주로 이들 中小企業의 손에 의하여 이루어졌다. 그리고 그 결과는 大企業의 量産製品에 대단히 큰 영향을 끼쳤다. 이런 뜻에서 참으로 美國的인 工業製品은 大企業보다 오히려 中小企業과 거기에 參與하는 産業 디자이너에 의하여 만들어진다고 볼 수 있다. □

게데스가 디자인한 流線型 列車 모델



아시아 包裝聯盟 理事會 및 總會를 마치고

金 宗 煥
아시아 包裝聯盟 事務總長

아시아 包裝聯盟(Asia Packaging Federation)이 창설된 지도 어느덧 15년이 지났다. 1980년 10월 日本 토오쿄(東京)에서 개최된 總會에서 韓國 디자인 包裝 센터 金熙德 理事長이 APF 會長으로 당선되고 본인이 事務總長職을 맡게 되었다. 지난 해에는 서울에서 會議을 개최하였고, 금년에는 오스트레일리아의 시드니에서 회의가 개최된다.

10월 7일 日本 토오쿄에서 개최되는 토오쿄 國際包裝展示會('82 Tokyo Pack)를 참관하고 10월 12일 시드니의 理事會 및 總會에 참석하기 위하여 10월 6일 金熙德 會長과 함께 金浦를 떠났다. 약 2시간 후 日本의 나리타 공항에 도착하고 호텔에 여장을 풀게 된 것은 저녁 6시경이었다. 다음날인 10월 7일은 아침 10시에 開幕되는 토오쿄 國際包裝展示會를 參觀하고 오후 2시에 會議, 오후 6시 세계 각국에서 온 包裝關係者들을 위한 파티 등으로 日課가 너무나 바쁘게 계획되어 있었다.

APF 회의에는 몇 번 참석하여 보았으므로 어떤 議題가 上程되고 어떤 문제들이 論議될 것이라는 것은 대략 알고 있었으나 금년의 시드니 회의만은 여러 가지로 불안하였다. WPO(世界 包裝機構)의 運營을 둘러싸고 아시아의 APF 會員國 사이에서조차 意見調節이 되지 않아 이번 회의에서 이러한 문제를 해결하기 위해서는 어렵고 지루한 論議가 계속될 것이라고 예상하였기 때문이다.

10월 7일의 토오쿄 國際包裝展示會 開幕 때에는 세계 여러 나라에서 代表들이 참석하기 때문에 수시로 각국 代表들의 意中을 탐색하여 시드니 회의에서 長時間의 論議를 피하여야겠다고

생각하고 있었다.

旅裝을 풀고 호텔방의 소파에서 무료하게 휴식을 취하고 있을 때 金熙德 會長에게서 전화가 왔다. 호텔 로비에 日本包裝技術協會의 쿠스다 씨가 와 있으니 만나자는 傳囑이었다. 잠시 후 金熙德 會長과 나는 로비에 있는 코피숍에서 쿠스다 씨와 마주 앉게 되었다. WPO에 대한 APF 會員國의 태도 및 일본의 생각 등을 쿠스다 씨로부터 듣고 너무나 놀랐다. 지금의 일본은 WPO의 活動事項이 미약하니 10월 7일 오후 2시 각국의 代表들과 만나는 자리에서 현 WPO를 해산하도록 決議하고 새로운 組織體를 創設한다는 자기를 나름대로의 腹案을 이미 정해 놓고 있었다.

아르헨티나에 있는 WPO 本部의 엔리크 쉬콜니크(Enrique Schcolnik) 회장의 任期가 끝났기 때문에 金熙德 會長을 비롯한 몇몇 세계의 包裝分野 指導者들은 WPO의 건전한 활동과 유럽 여러 나라의 적극적인 참여를 유도하기 위해 WPO 本部를 내년 1월 1일부터 프랑스의 파리로 옮기고 定款을 改定하려는 계획을 세우고 있었는데 APF 會員國 중 日本이 전혀 다른 생각을 하고 있는 것이 아닌가.

이러한 日本의 發想에 대해 金熙德 會長은 WPO의 해산으로 인하여 야기될 복잡한 문제들을 설명하고 WPO의 本部를 파리로 옮겨 定款을 改定함으로써 많은 나라들이 참여할 수 있도록 誘導해야 한다고 설득했다. 그러나 쿠스다 씨의 反論으로 子正이 되어서야 비로소 우리측의 의도를 일본측에 완전히 납득시킬 수 있었다.

이러한 우여곡절을 거쳐 10월 7일을 맞았다. 오전에 토오쿄 國際包裝展示會 開幕式과 리셉션에 참석한 다음

오후 2시 긴자(銀座)의 호텔 회의장으로 갔다. 프랑스·캐나다·브라질·덴마크·노르웨이 등 여러 나라들의 代表들이 名牌를 앞에 두고 앉아 있었다. APF 會員國 중에는 일본·홍콩·필리핀·타일랜드 등의 代表들이 보였다.

쿠스다 씨의 司會로 개최된 회의는 一貫性 없이 혼란만 계속되었다. 원칙적인 문제를 討議하였다가는 또 사소한 枝葉의인 문제에 시간을 보내고, 두 시간만에 걸쳐 討議를 하여도 의견이 정리되지 않았다. 답답해진 일본의 쿠스다 씨는 金熙德 會長에게 의견을 調整해 달라고 發言을 청하게 되었다. 이에 金熙德 會長은 제한된 시간 내에 모든 것을 討議하는 것은 불가능하므로 WPO의 本部를 프랑스로 옮기는 문제와 원칙적인 문제만 토의하고 細部事項은 프랑스의 루이스 씨에게 委任하여 定款改定案을 만들자는 提案을 함으로써 오후 5시가 지나서야 대체적인 문제에 合意를 볼 수 있었다. 그러나 한편으로는 國際會議에서 여러 나라의 의견을 韓國이 調節하고 이끌어 나갔다는 데 대한 自負心을 느낄 수 있었다.

이렇게 하여 日本에서의 토오쿄 國際包裝展示會의 參觀과 회의를 마치고 10월 9일 밤 8시 나리타 공항을 출발하여 다음날 아침 6시 오스트레일리아의 시드니 空港에 도착하였다. 어두운 밤하늘을 남쪽으로 남쪽으로 날기 시작 한 지 9시간 만에 겨울이 지나고 봄을 맞이하고 있는 아름다운 港口都市 시드니에 도착하였다. 南半球에 위치한 시드니는 가을을 맞이한 우리나라와는 대조적으로 한창 꽃이 피고 있는 봄이었다.

10월 10일, 11일 이틀간에 걸쳐 아



아시아 포장협회 회원국 대표들. 앞줄 왼쪽에서 두 번째가 金熙德 會長, 맨 끝이 筆者

시아 12개국의 대표들이 모두 시드니에 도착하였다. 대부분의 대표들이 지난해 서울에서 열린 APF 會議에 참가한 대표들이라 금방 서로 알아 보고 그 동안의 여러 가지 이야기를 할 기회를 갖게 되었다. 10월 12일부터 개최되는 理事會 및 總會에 앞서 11일 저녁에는 主催國인 오스트레일리아 포장協會의 초청에 의하여 觀光船을 타고 약 3시간 동안 아름다운 시드니灣을 돌게 되었다. 나는 船上에서 우연히 印度代表 사브라마니안 씨를 만나 내일 개최될 會議과 WPO 문제 등에 관하여 이야기를 나누다가 그의 意外의 발언에 당황하지 않을 수 없었다. 金熙德 會長이 WPO의 本部를 내년부터 파리에 두고 定款을 개정하도록 토오쿄에서 세계 여러 나라 사람들과 합의를 보기 위하여 그렇게 노력을 기울였는데도 불구하고 인도 대표는 WPO 본부를 印度에 두기 위하여 열변을 토하고 있었다. 옆에 있는 스리랑카의 대표 위크라마라토네 씨도 印度代表의 意見에 同調하고 있었다. 이와 같은 사정을 즉시 金熙德 會長에게 보고하자 김 회장은 日本代表와 같이 달려왔다. 觀光船은 유명한 시드니의 오페라 하우스 앞을 지나 경쾌한 엔진 소리를 내며 빠른 속도로 하버 브리지(Harbar Bridge)를 통과하고 있었는데, 船上에서의 이야기는 쉽게 결론이 내려질 것 같지 않았다.

金熙德 會長은 부득이 印度代表와 스리랑카 代表를 호텔로 다시 초청하여 會議을 가졌다. 토오쿄에서의 회의 결과 日本代表는 우리측의 案에 찬성하고 있었기 때문에 WPO 本部를 파리에 두자는 韓國·日本과 印度에 두자는 印度·스리랑카 代表의 非公式 대치였다. 내가 먼저 설명하고, 쿠스다

씨를 비롯한 日本側 代表들이 토오쿄에서 가진 회의 결과를 附加하여 설명하였다. 다음날 개최될 理事會에서의 힘겨운 討論을 피하고 가능한 한 미리 의견을 조절하자는 事前交渉이었다. 우리측의 질서정연한 理論과 앞으로의 문제에 대한 展望을 밝힘으로써 印度와 스리랑카 代表들은 조금씩 納得하기 시작했다.

印度代表의 의견을 들어 보니 그들은 WPO에 대한 事情과 세계 여러 나라들의 의견 등을 너무나도 모르고 있었다. 英語를 國語로 常用하는 印度와 스리랑카의 代表들을 상대로 설득 작전을 펴는 것은 여간 어려운 일이 아니어서 子正이 넘어서야 그들을 완전히 이해시킬 수 있었다.

다음날인 10월 12일 아침 8시에 회의 준비를 위하여 2층의 會議室에 내려갔다. 한국에서 준비해 온 案件을 책상 위에 놓고 좌석 배치의 점검 등 기타 會議準備事項을 살펴보았다. 오전 9시가 가까이 되어 13명으로 構成된 인도네시아 代表團을 비롯하여 대부분 2명 이상으로 구성된 會員國 代表들이 차례로 입장했으며, 파키스탄과 스리랑카에서는 한 사람만 참석하였다. 中共에서도 2명이 참가하여 金熙德 會長과 인사를 나누었다.

APF의 事務國이 韓國 디자인 포장센터에 위치하면서 가장 불편한 것 중의 하나가 中共과의 직접 書信往來가 안 되는 것이었다. 한국에서 發送한 連絡事項을 받았는지 못 받았는지 확인할 길이 없었기 때문이다. 中共에서는 會費 등을 납부할 때도 일본을 통하여 내거나 英國 또는 美國 등 第三國의 銀行을 경유해서 송금하여 왔다.

오전 9시 開會宣言과 함께 理事會가 개최되어 각국의 活動事項 報告, 事務

局의 活動報告, 그리고 아시아 지역에 대한 UNDP 事業計劃 등이 예정대로 진행되었다. 오후에는 總會가 개최되고 문제의 WPO 문제도 논의되기 시작하였다.

地域包裝聯盟體 중에서 가장 활발하게 事業을 벌이고 있는 아시아 포장聯盟(APF)의 태도는 世界包裝機構에 지대한 영향을 미치고 있다. 라틴 아메리카·北美·유럽·아시아의 4개 地域別聯盟體 중에서 APF의 단결된 영향력은 절대적이다.

WPO 문제가 論議되고 토오쿄 會議에서 밝힌 각국들의 意見을 요약하여 本人이 설명하고 日本이 여기에 附加하여 狀況을 설명하였다. 파리에 WPO 本部를 두고 定款을 개정한다는 요지의 설명이 있는 후 金熙德 會長이 각국의 의견을 물었다. 토오쿄에서의 밤 12시까지의 討議와 시드니에서의 說得 등이 주요하여 만장일치로 결의할 수 있었다.

印度의 사브라마니안 씨와 스리랑카의 위크라마라토네 씨도 贊成發言을 하였다. 우리측의 意圖가 토오쿄와 시드니에서 그대로 관철된 것이다. 물론 정확한 판단과 洞察力에 의한 所信表明인지라 반대하기가 어려웠겠으나 各國代表들을 설득하는 데는 너무나 힘이 들었다.

이렇게 하여 10월 12일의 理事會와 總會는 예정대로 진행되고 예정대로 끝마칠 수 있었다. 오스트레일리아 포장協會에서 많은 수고를 하였으며, 내 나름대로 회의 준비와 행사 등에 별로 소홀함이 없었다고 생각한다.

10월 15일에 모든 行事が 끝났다. 金熙德 會長은 그동안 일곱 번의 演說과 한 번의 記者會見을 갖고, 會議의 議長으로서 많은 노력을 아끼지 않았다. 會議가 무사히 끝나고 나서야 비로소 시드니 港口의 아름다움을 느낄 수 있었다.

會議를 모두 마친 다음날인 10월 16일 시드니를 떠나 17일 토오쿄를 경유하여 서울에 도착했다. 이번 여행은 정말 피곤한 여행이었다. 그러나 모든 行事は 우리측이 主導하고 金熙德 會長 名義로 賞牌가 수여됨으로써 우리나라의 國威宣揚에 조금이나마 기여하였다고 생각하니 피곤보다는 흐뭇한 感이 앞섰다. □

理想的인 生活空間을 위한 照明效果

밝음과 어둠의 調和

照明이란 人工的인 빛으로 밝게 하는 것이지만 晝間과 같이 밝게 한다는 것은 아니다. 형광등을 一般家庭에서 처음 使用하게 되었을 때는 방안의 구석구석까지 비추어 낮과 같이 밝게 하는 照明이 유행되었다. 형광등은 보통의 전등에 비하여 電力의 消耗量이 적기 때문에 경제적이라는 利點이 있지만 戰時中의 어두운 生活에서의 解放과 미국적인 모던 리빙(Modern Living)에의 憧憬에서 방안을 대낮과 같이 밝게 하였다.

어둠은 貧困의 象徴이며 밝음은 富裕함을 느끼게 한다. 물론 밝음은 사람의 마음을 따뜻하게 하고 풍부하게 만들어 주지만 그것은 어둠이 있기 때문이다. 구석구석까지 밝다는 것은 밝음의 느낌을 가지지 못하게 하는 것이다. 밝음이 사람의 마음을 安樂하게

만드는 것은 어둠에서 도망하여 밝은 곳으로 나오는 기쁨에서 그렇게 된다. 그러므로 어두운 곳을 그대로 둠으로써 어둠을 느끼게 하면 밝은 곳의 기쁨을 한층 더 느끼게 할 수 있을 것이다. 이렇게 보면 照明에 있어서 어둠도 없어서는 안 될 重要한 要素라 생각되는 것이다.

그런데 一般住宅에서는 하루의 리듬을 마무리하고 조용하고 安樂함을 필요로 하는 밤에만 照明의 필요성을 느끼게 된다. 따라서 밤을 느끼게 하면서 그 가운데 밝음을 만들어 주면 낮의 밝음 속에서 얻지 못하는 느낌을 얻을 수 있다. 이와 같이 照明은 어둠과의 對比에 있어서도 효과적으로 이루어져야 할 것이다.

밝음은 空間을 만든다.

어둠 속에 밝음이 있으면 거기에 또



다른 어떤 공간이 만들어져 있는 것처럼 느껴진다. 밤길에 하나의 가로등이 켜져 있으면 그 곳에는 주위와는 다른 공간이 만들어지는 것이다.

방안도 마찬가지다. 스탠드나 天障에서 내려진 照明器具가 다른 部分과는 달리 어느 한 곳을 밝게 비추어 주면 이 때까지 느끼지 못했던 霧圍氣가 조성되는 것이다. 예를 들어 소파를 설치함으로써 그 곳이 단란한 장소가 되는 경우와 같이 照明의 효과에 의해서도 보다 강한 霧圍氣를 자아내게 하는 것은 흔히 우리들이 경험할 수 있다. 그러므로 방안에 變化를 주고 여러 가지 분위기의 공간을 만들려고 할 때 照明의 효과를 적극적으로 살려 利用한다는 것은 중요하다.

단순하게 照明이라 하지만 器具의 種類나 그 使用方法에 따라 갖가지 효과를 나타낼 수 있다. 照明이란 기본적으로 빛을 얻는 데 있으나 빛의 發生源, 즉 照明器具 자체의 役割도 결코 작은 것은 아니다. 그 대표적인 것이 샹들리에이며, 컷 글래스의 반짝임은 빛을 얻는다는 역할을 超越하여 裝飾效果가 훨씬 더 큰 것이다. 그러나 그와는 반대로 光源을 보이지 않게 하여 어느 곳에서인지 모르게 흘러나오는 빛의 분위기도 중요한 것이다. 이러한 것이 間接照明이라는 것은 누구나 다 아는 사실이지만, 細工에 따라 여러 가지 효과를 나타낸다.

일반적으로 設備라는 것은 그 發光源이 보이지 않아도 된다. 예를 들면 暖房이나 冷房은 따뜻하거나 시원하게만 하면 되므로 暖房器具·冷房器具는 보통 눈에 띄게 設置하지 않는 것들이다. 그러나 일반적으로는 冷暖房을 하고 있다는 誇示로 화려하게 디자인하여 방안에 裝飾하고 있는 경향이 있으나 이것은 사실상 우스운 일이다. 煖爐에서



진짜로 타고 있는 불이 밖으로 보인다는 것은 예외이지만, 機械에서 나오는 溫風이나 冷風을 器具에 의하여 誇示한다는 것은 좋지 않은 일이다.

그러나 照明의 경우는 같은 設備이지만 그와는 조금 다르다. 照明은 단순히 밝음을 얻기 위한 것뿐만 아니라 빛이라는 것은 그 發光源에 의하여 여러 가지 효과가 나타나므로 그것이 照明에 있어서는 중요한 要素가 되기 때문이다. 器具의 모양에 따라 빛이 擴散한다든가 모이며, 강하기도 하고 부드러워지기도 하는 것이다. 그리하여 방안의 분위기를 여러 가지로 만들어 주고 있다.

그러나 照明은 반드시 분위기를 만들어 주는 역할을 하는 것이 아니라 밝기만을 필요로 하는 경우도 많다. 부엌 일을 할 때의 照明이나 洗濯 또는 作業을 할 때 등은 분위기보다 밝기가 위주인 것이다.

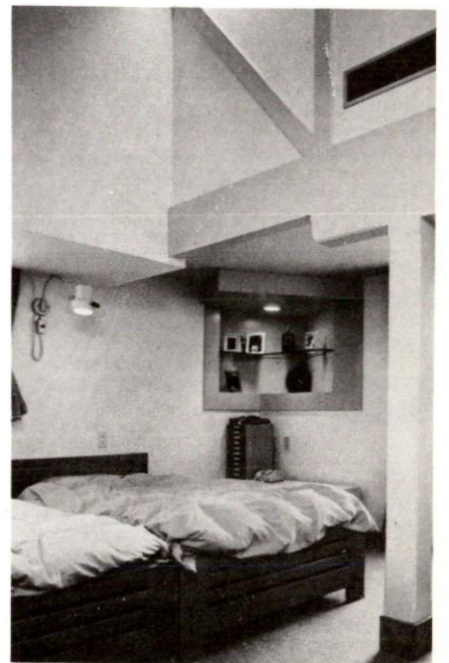
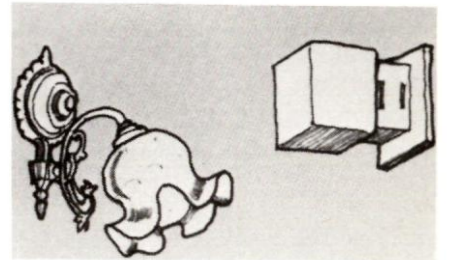
照明器具의 種類

1. 브래킷(bracket)

照明器具에서는 壁에 붙이는 器具를 말하며, 天障에 附着시켜 사용하는 경우도 가끔 있다. 이것을 목욕탕이나 화장실 등에 設置하여 실용적으로 사용하는 경우는 다르겠지만, 보통은 裝飾的인 意味를 더 많이 가지게 된다. 낮에 사용하지 않을 때도 눈에 띄고, 額字나 裝飾物의 彫刻과 같이 室內에 있

어서는 裝飾物로서 결정적인 要素가 된다.

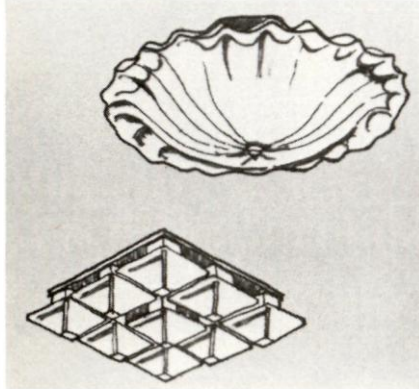
그러나 주의할 점은 室內 전체의 분위기에 비해서 지나치게 彫刻이 施工되는 경우이다. 벽에서 많이 突起된 것 등은 室內을 오히려 천박하게 만들 위험이 따른다.



2. 실링 라이트(ceiling light)

天障에 매다는 照明器具이다. 이것은 室内의 넓은 範圍를 전체적으로 照明하기 위하여 사용하는 것이지만 역시 天障에 붙이는 位置에 따라 效果가 전혀 다르게 나타난다.

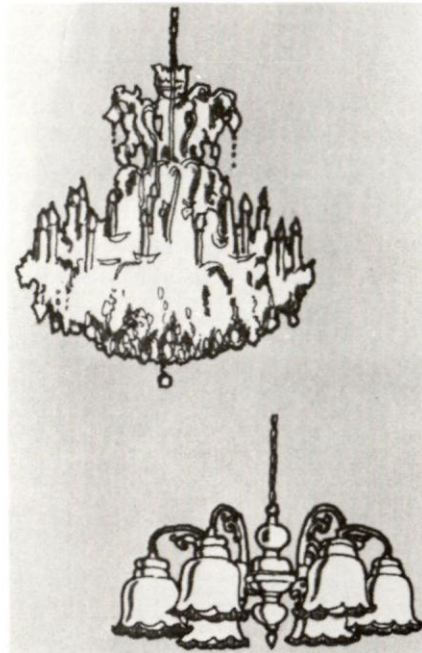
室内에서 사용하는 方途에 따라 位置를 정할 필요가 있으며, 直接照明·間接照明 등의 變化와 裝飾物에 따른 빛의 反射 등에서도 크게 분위기를 다르게 만든다.



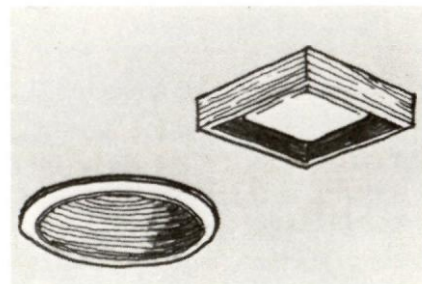
3. 샹들리에(chandelier)

유리나 金屬 등으로 細工하여 彫刻的인 裝飾을 照明과 같이 디자인하여 天障에 매다는 것이다. 샹들리에에는 컷글래스의 무게에 따라 價値가 다르다고 하지만, 무엇보다도 다이아몬드와 같이 반짝이는 유리의 個數가 많으면 많을수록 호화롭게 보인다.

샹들리에에는 주로 호을 같은 곳에 잘 어울리지만 호을의 크기에 따라 샹들리에도 크기를 맞추어야 하며, 一般住宅의 居室에도 많이 달고 있다. 그러나 전체의 분위기나 복잡한 裝飾物이 많이 있는 居室이나 應接室에는 調和되지 않는 경우가 많으므로 天障에 샹들리에만을 다는 것이 정상이다.



4. 다운 라이트(down light)



天障에 보이지 않도록 홈을 파고 묻는 方式의 照明器具이다. 天障이 심플하게 보이며 부분적으로 비추기 때문에 차분한 분위기를 자아내게 하므로 최근 큰 人氣를 끌고 있다. 이와 더불어



어 브래킷이나 펜던트 등을 兼用하는 것도 좋은 방법이지만 生活習慣이나 室内用途에 따라 長短點이 있다.

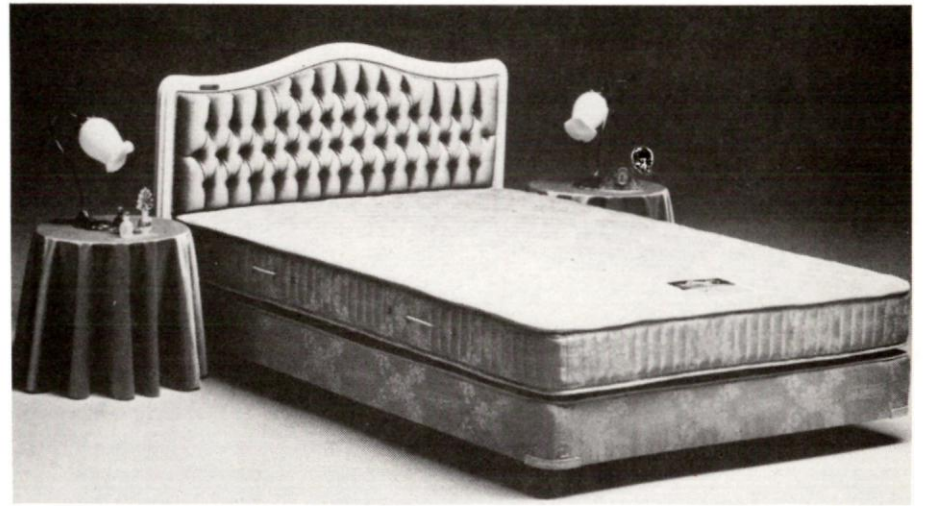
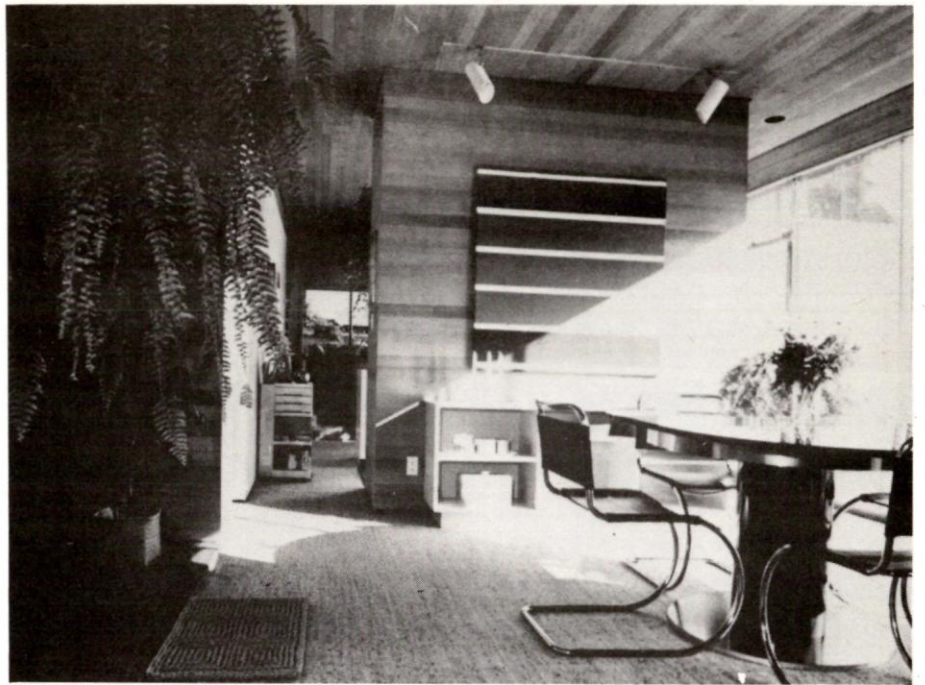
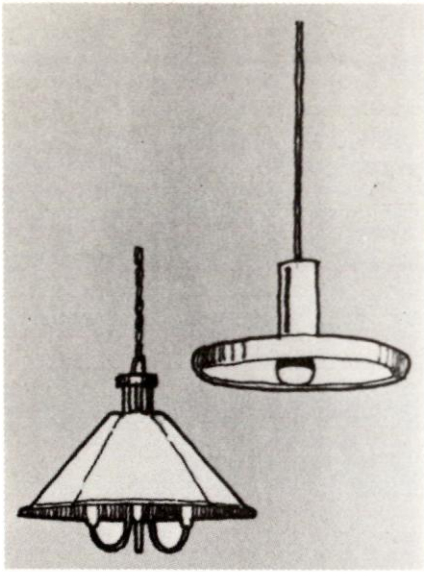
5. 펜던트(pendant)

天障에서 코오드를 늘어뜨려 그 끝에 器具를 다는 照明器具로서 光源을 上下로 조절함으로써 분위기를 調整할 수 있는 特徵을 가지고 있다.

가장 많이 사용하는 곳은 食卓이며, 펜던트를 設備하면 食卓이 돋보이고 단란한 분위기를 자아내게 한다.

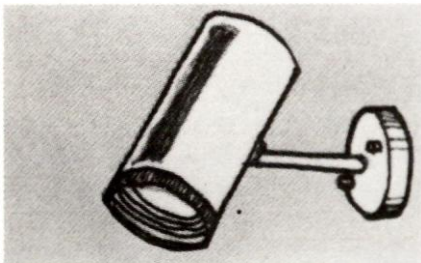
펜던트는 줄을 길게 늘어뜨려야 하기 때문에 코오드 자체도 디자인이 필요하며 또한 코오드를 사용하여 室内 디자인을 할 수도 있다.

주의할 점은 그 高低에 照明效果의 核心이 있으므로 너무 낮으면 답답한 느낌과 妨害가 되며, 너무 높으면 넓은 面積에 비추어지기 때문에 펜던트의 效力이 상실된다.

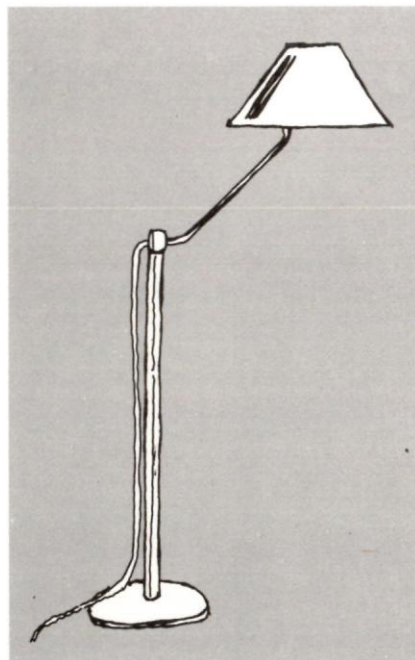


6. 스포트라이트(spotlight)

빛을 集中시켜 한 곳에 강하게 비추는 데 목을 둔 照明器具이다. 繪畫·彫刻·특별한 裝飾品 등에 사용되나 때로는 天障이나 壁에 비추어 놓으면 間接照明이 될 뿐 아니라 강한 액센트를 주고 빛의 모양에 따라 크게 效果를 나타내는 경우가 많다. 이것은 요즈음 庭園 또는 현관 등에도 많이 利用되어 한 군데를 강조하는 照明으로 脚光을 받고 있다.



7. 스탠드(stand)



책상 위, 침대 머리맡 또는 居室 등에 많이 사용되는 照明으로서 實用性보다는 일종의 裝飾性이 강하여 무우드 造成的의 큰 役割을 하는 것이다. 간단히 新聞이나 雜誌 등을 읽을 수 있고 여기저기 移動할 수 있기 때문에 氣分轉換을 시키는 데 편리하다. 한 가지 불편한 점은 코오드의 줄이 露出되기 쉬워 놓는 位置를 잘 選定하여야 하며, 스탠드 갖의 디자인도 室内에 調和시켜야 하는 주의가 필요하다.

이상과 같은 種類들을 調和 있고 편리하도록 設置하기 위해서는 자기의 生活水準·生活習慣·室内霧圍氣 등을 잘 고려하여야 할 것이며, 電氣照明器具나 設備에 따라 그 家庭의 水準·趣味·教養 등을 잘 나타내어 주는 중요한 우리의 生活器機임을 認識해야 할 것이다.

WHY PEOPLE BUY WHY PEOPLE BUY WHY PEOPLE BUY WHY PEOPLE BUY WHY PEOPLE BUY

購買意慾을 높이는 包裝 디자인

마케팅

원래 '판다'라든가 '산다'라는 것은 마케팅의 役割로서 취급하지 않으면 안 된다. 消費者는 물건을 왜 사는가? 또한 企業은 무엇을(商品), 얼마만큼, 얼마에, 어디에서, 언제 提供하면 消費者로부터 환영받을 것인가? 이와 같은 것을 檢討하는 것이 마케팅(marketing)인 것이다.

이 마케팅이라고 하는 것을 美國의 産業界에서 새로운 販賣管理나 販賣戰略으로 받아들인 것은 第二次 世界大戰 後의 일이다. 美國의 마케팅 協會에서는 마케팅을 '生産된 商品이 최종 消費者의 어디까지 이르는가에 관한 一切의 實業活動'이라고 定義하였다.

이와 같은 말에 의하여 예를 든다면 훌륭한 設備로 훌륭한 商品을 生産하였다고 하더라도 販賣하지 못한다면 企業은 이어 가지 못할 것이며, 逆으로 設備야 어찌 되었든 만들어 낸 製品이 많이 팔렸다고 한다면 前者의 企業보다 販賣戰略에서 승리하리라는 것은 明白한 일이다. 곧 販賣 없이는 事業이 없는 것이다." "

이와 같은 점으로 인하여 패키지 디자인(package design)에 관심을 기울

이고 廣告·宣傳 및 販賣活動을 展開할 필요가 있을 것이다. 그러나 이와 같은 것을 강력하게 推進한다 하더라도 팔고자 하는 商品 그 자체가 消費者의 요구에 만족을 주지 못한다면 販賣 解決策은 없는 것이다.

또한 파는 商品 자체가 아무리 훌륭하다 해도 包裝 디자인의 결함으로 消費者가 선택하지 않으면 이것 또한 販賣가 부진할 수밖에 없다는 것은 너무나 분명하다. 商品 자체에 결함이 있는 것을 廣告나 包裝 또는 販賣活動으로 무리하게 사도록 한다면 여러 가지로 사회적 비판을 받을 것은 당연한 일이다. 어디까지나 消費者를 만족시킬 수 있고 즐겁게 購買할 수 있게 하는 방법을 찾아 내는 데서 마케팅이라고 하는 것이 필요하게 된다.

사람들은 왜 사는가?

心理學者로서 市場調査의 權威者이며 「The Strategy of Desire」의 著者인 어네스트 디이터(Ernest Dichter)의 말을 빌어서 購買動機를 알아보기로 한다.

“대체로 사람들은 물건을 사길 좋아한다. 그러나 왜 물건을 사는가 하고

물어 보면 '必要하기 때문에' 라고 말한다. 그러나 물건을 산다는 것은 더욱 중요한 意味가 있다. 그것은 人間에게 創造力을 발휘시키는 機會를 주게 한다는 것, 즉 우리들이 무엇을 사러 갈 때 실제로 가능한 한 안이한 태도로 자기의 創造力을 표현하고자 하는 것이 보통이다. 오늘날의 製品은 技術的인 見地에서 보면 대단히 신뢰할 수 있게 되었다. 실제로 같은 액수의 金額을 支拂하는 한 제너럴 일렉트릭社의 冷凍庫도 프리지듀어 冷蔵庫와 별로 다를 것이 없다. 이 경우에 있어 물건의 選擇은 製品과 有名商標를 가진 것, 그리고 이미지와 크기 등으로 결정하게 된다. 따라서 購買者측에 있어서 製品은 心理的인 의미를 가진 것이 결코 技術的인 문제는 아니다.

나는 이러한 심리적 要因이 매우 중요한 것으로서 看過할 수 없는 일이라 생각한다. 外出할 때마다 우리들은 어떤 特定種類의 商品을 選擇하는 것에서 자기의 마음 깊숙이 있는 欲望을 표현하는 能力이 있다는 것을 스스로 實證하고자 한다. 廣告主에 있어서(패키지 製作者에 있어서도 같지만) 중요한 것은 消費者의 이러한 심리를 미리 파악하여 商品의 販賣法에 여러 가지 방





법을 제시해 놓고, 消費者가 特定商品을 선택한 것은 결국 자기의 才能과 想像力 및 創造力を 충분히 발휘한 결과라고 느끼게끔 하는 일이다.”

製品이 第1, 包裝은 第2

사람들은 물건을 왜 사는가 하는 論議에는 우리들은 「Why People Buy」의 著者인 체스킨(Louis Cheskin) 씨의 色彩學的 接近에 의한 購買行動의 理論을 무시할 수 없다. 그는 消費者의 購買行動을 결정하기 위한 마케팅의 네 가지 面을 다음과 같이 들고 있다. 즉, 製品의 質이 販賣計劃을 성공시키는 제1의 側面이며, 패키지가 第2, 廣告가 第3, 第4가 價格의 側面이라고 말하고 있다.

이 네 가지 중에서 하나라도 缺陷이 있다면 販賣는 부진하고 利益은 감소하게 된다. 이와 같은 것은 실제로 상호 얽혀 있는 것이며, 이것에 의하여 販賣의 성공 여부가 결정된다.

ABC社는 단지 초콜렛을 파는 것이 아니라 ABC社의 초콜렛을 파는 것이다. 또 LMN社는 비누나 洗劑를 파는 것이 아니라 LMN社의 비누나 洗劑를 파는 것이다.

체스킨 씨는 “會社는 단지 商品을 파는 것만으로는 成長하지 못한다. 會社는 손님을 만들지 않으면 안 된다. 會社의 成長은 製品의 信用을 쌓아 올리고, 그 會社의 製品을 언제든지 살 수 있게끔 만드는 일이다”라고 말하였다.

단지 商品을 파는 것이 아니라 ○○ 會社의 商品을 판다고 한다면 몇 가지의 商品特徵을 가지게 하지 않으면 안

된다. 현재의 商品은 같은 類인 他社 製品의 品質이나 技術과 거의 同一水準에 있으므로 製品의 特徵을 찾아 낼 수 없다. 여기에서 당연히 包裝이나 容器 또는 레테르에서 會社의 特徵을 나타내어야 할 필요성이 있다.

販賣 때 包裝이나 容器 또는 레테르를 더욱 효과적으로 이용하기 위해서는 心理적으로 商品과 이어지는 이미지, 돋보이는 商標名, 심볼, 읽기 쉬운 로고타입, 또한 視覺적으로나 心理적으로도 적절한 色彩 등이 불가피하게 되는 것이다. 그것이 팔기 위한 要素였지만 오늘날에는 사계 하는 레테르이고 容器이며 패키지가 아니면 안 되는 것이다.

사계 하는 패키지 테스트

무엇이 사계 하는가? 패키지를 중심으로 테스트의 要約을 체스킨 씨의 말을 빌어 살펴본다.

체스킨 씨는 먼저 사계 하기 위해서는 패키지가 注意를 끌게 하는 것이어야 한다고 들고 있다.

注意를 끌게 하는 힘은 周知하는 바와 같이 아이 테스터(eye tester) 등의 機械를 利用한 可視 테스트에 의하여 測定된다. 즉, 이 測定은 競爭品과 같이 진열하였을 때 선반 위의 패키지가 全體로서 어떻게 어느 정도 보이는가를 밝히는 것이며, 최근에는 이 測定이 常識化되어 過去의 데이터에서 基準을 設定하고 디자인된 모든 패키지를 測定한다는 방법은 점점 사라져 가는 경향이 있다.

어네스트 디이터 씨는 無意識의 動機를 조사하여 마케팅에 중요한 寄與

를 한 바 있다. 專門家에 의한 動機의 조사는 사람수를 계산하고 被調査者의 말에 根據를 두고 統計를 내는 등의 방법에 비하면 매우 진보된 방법이지만, 이 방법은 과학적인 測定이 아니면 안 된다고 체스킨 씨는 지적하고 있다.

또한 체스킨 씨는 注意力을 끌기 위한 測定 다음으로 商品名의 可讀性을 두 번째의 중요한 要素로 들고 있다. 이 調査測定도 앞의 테스트와 같은 機械를 사용하여 같은 방법으로 測定된다.

세 번째로는 視線의 흐름이 중요한 要素라고 말한다. 즉, 패키지의 表面에 視覺이 어떻게 움직일 것이며, 어떤 곳이 눈을 끌 것이며, 어디에는 눈을 돌리지 않을 것인가 하는 것이다. 이것은 눈의 움직임을 記錄하는 機械를 사용하여 아이 무브먼트(eye movement) 테스트에 의하여 測定한다.

이상의 테스트는 패키지에 대한 自動的인 反應을 測定하고 패키지의 陳列效果를 밝혀 주는 것이다.

이러한 테스트를 거쳐 陳列效果가 좋아야 한다고 判斷되면 패키지의 部分 및 패키지 全體가 消費者에게 주는 心理的 效果를 測定하지 않으면 안 된다.

이미지라고 하는 것은 抽象的이지만 또한 事實的이기도 하다. 패키지 그 자체와 同一視하는 역할을 하는 이미지는 패키지의 중요한 要素이다. 따라서 그 이미지가 어느 정도 呼訴力을 가지는가, 어떤 聯想을 불러일으키는가, 어느 정도 記憶에 남는가를 명확하게 理解하지 않으면 안 된다.

다음으로 色彩問題가 있다. 主調가 되는 色彩는 패키지의 販賣效果上으로 중요한 要素이다. 따라서 色彩에 대한 消費者의 嗜好, 그것이 불러일으키는 聯想, 記憶에 남는 정도를 調査한다.

마지막으로 패키지 全體로서의 효과를 조사한다. 全體는 部分의 總合과는 다르기 때문에 그 효과는 충분히 調査해 놓을 필요가 있다.

이상과 같은 사실에서 살펴본 바와 같이 購買意慾을 높이는 패키지를 만드는 데 있어서 다시 한번 認識을 새롭게 할 필요성이 오늘날에는 더욱 強調된다. ■

金細工藝의 定着過程과 技法

張 潤 宇
誠信女大大學院 産業美術學科長

定着過程

新石器文化의 발상지인 近東地方에서 신석기 후기에 가서 純銅을 발견하였다. 이어서 純銅에 작은 量의 朱錫을 넣으면 강인한 靑銅으로 변한다는 것을 알게 되었다. 그 때는 우리나라에서 신석기 시대가 막 시작할 무렵인 西紀前 3000년경이었다.

美術遺物로서의 金屬은 靑銅器時代의 유물로 細形銅劍이 있을 정도로서 咸北 회령 5동, 나진의 초도, 平北 강계 공귀리, 平南 승원군 금탄리, 黃海道 봉산군 지탑리 등의 北韓地域에서 鐵器時代 초기에 잠시 존재하였다.

高朝鮮時代에 들어와 鐵器를 사용해서 農耕을 하였던 것을 입증케 하는 귀중한 자료가 出土되었다. 평북 위원군 용연동에서 많은 明刀錢¹⁾과 함께 철초·鐵鉞·철검·철식도·靑銅帶鉤 등이 그것이다.

평양 부근에서도 明刀錢과 함께 靑銅大劍 등이 많이 출토되었다. 平南 대동군 장천리에서는 이러한 靑銅劍을 주조했던 鑄型 2組가 발견되었다²⁾ 이것으로 미루어 이 지방에서 鑄造作業이 시행되었다는 것을 알 수 있다.

鑄型은 평양 부근에서 雙紐細文鏡의 鑄型 2面이 鏡과 같이 발견됨으로써 高朝鮮의 기술을 엿볼 수 있게 한다.

발굴된 雙紐細文鏡³⁾의 하나는 거의 완전한 형태로 鏡面은 평면이고 뒷面에는 7면의 緣을 두르고 윗부분에 雙紐가 나란히 있으며, 지름은 12cm이다. 前面에는 粗略한 鋸齒紋과 細線이 시공되어 있다.

漢의 元封 3년에 武帝의 공약으로 樂浪·臨屯·眞蕃·玄菟 등 4郡이 설치되었다. 이 중에서 낙랑만은 여러 변천에도 그 중심이 되어 멸망(西紀 314

년)할 때까지 한국의 北邊을 영유하여 큰 업적을 남겼는데, 木槨墳과 磚槨墳에서 발굴된 많은 副葬遺物을 통해서도 당시 金屬工藝의 면면을 엿볼 수 있다.

銅器類·金銀腕類·가락지·銅製龍形帶鉤 등 裝身具 외에도 武具와 馬具가 많이 발굴되었다. 소수이지만 金銀製 매듭 교구도 출토되었다. 특히 낙랑의 이름 없는 古墳에서 출토된 金銀錯銅管의 前面에 시공된 騎馬, 수렵이나 鳥獸, 山岳雲紋 등의 정교한 金銀象嵌의 기법은 경탄할 숨씨이다.

금속이기 때문에 갖는 長點(展性·軟性·강인성·光澤·硬度·酸化의 強弱 등)이 장신구 등 金細工의 금속한 발전을 가져오게 하고, 三國時代에 들어오면서 더욱 細分化되는 양상을 보였다.

金屬의 수요가 급속히 늘어 감에 따라 金屬材料의 採取가 문제가 되고, 冶金術이 발달되어 裝身具의 경우 製作

과 着用에 있어 체계적인 계통이 서게 되었다. 또한 身分制와 결부시켜 規制와 制度化가 확립됨으로써 정교하고 價値性이 큰 金屬工藝品이 속출하였다.

高句麗의 古墳에서 出土된 裝身具인 투각초화문금동관·투각용봉문금동관형 裝飾과 金銅 귀걸이 등은 정교한 細工으로서 가히 韓國金屬裝身具史의 起源을 이룩하는 데 손색이 없다. 佛敎美術인 佛像彫刻에서도 一般裝身具와 같은 嚴裝具가 나타나 장신구 사용이 보편화를 이루었다는 것을 알 수 있다.

百濟에서는 고구려보다 더욱 발달한 흔적을 엿볼 수 있다. 무녕왕릉에서 出土된 王冠과 王妃의 관식 등이 화제를 모았던 일도 있었지만 세환식 귀걸이·비녀·머리 뒤꽂이 등의 意匠은 특출하다.

新羅에 이르러서는 우리 나라 金屬細工 발달의 黃金期를 이룬다⁴⁾ 古墳을 중심으로 발견된 장신구의 대부분이 純金製이며, 技巧에 있어서도 前無後無

國民大 交換教授 Jack Silva의 金細工作業



의 자랑할 만한 것들이 많다.

金冠은 王室과 貴族社會의 절대적인 권력의 상징으로서 여러 古墳에서 출토되어 冠帽史上 최고봉을 이루었다⁵⁾

귀걸이인 耳飾도 태환식과 세환식 등 특출한 것이 나타났으며, 그 垂下飾의 복잡한 양식과 풍부한 종류는 新羅時代 이후에는 다시 볼 수 없는 것이 발견되었다. 더우기 목걸이에 있어서도 金製頸飾 같은 것이 신라의 代表作이라고 할 수 있다.

鑄帶와 佩飾에 있어서도 金板과 金銅板을 사용하여 만든 것으로 다른 곳에서는 찾아 볼 수 없는 특수한 형태의 것이다. 가락지와 팔찌에서도 加飾文을 새겨 한층 美를 돋우었다⁶⁾

足履에 있어서도 金銅製가 발견되었는데, 飾履塚에서 출토된 것은 여러 가지 모양을 새겨 細工術의 발달을 짐작하게 한다.

三國時代 後半(4世紀)부터는 金·銀·銅·鐵 등이 산출되어 採掘과 製鍊 및 細工이 조직적으로 발전되었다⁷⁾

4세기 末부터는 鍬(眞鍮)와 鐵錫도 사용되었는데, 三國史記에 따르면 新羅 景德王代 이전에 鐵鍬典이라는 金屬工藝를 管掌하는 기관이 설치되었으며, 5세기 말에서 6세기에 이르는 사이의 新羅金屬工藝의 수준은 遺物로만 보아도 황홀한 경지였음을 입증한다.

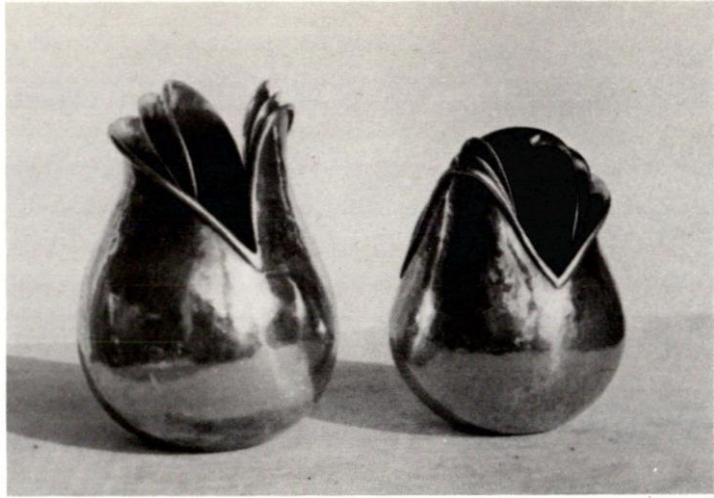
高麗時代に 접어들면서 樣相이 많이 변하고 技法도 쇠퇴한 감이 든다. 그러나 施文技術은 두드러지게 발달했다.

宋·元·明·몽고 등의 영향을 받아 固有性이 많이 없어지게 되고, 銀製가 많은 것을 보면 金의 수요가 늘어나서 얻기 힘든 때문으로도 풀이된다.

高麗는 佛敎를 숭상하여 佛像과 梵鐘 등의 鑄金이 발달하였다. 彫金과 鍍金 등 기법에 의한 明鏡·水盤·향로·장신구 등의 遺物이 전하고 있다. 그러나 신라의 傳統을 계승·발전시키면서 創意的인 면을 살리지 못하여 자연히 퇴보할 수밖에 없게 되었다.

李朝時代 金屬工藝의 특색은 銀象嵌이다. 이것은 高麗時代부터 번성하여 李朝時代に 와서 鍬·眞鍮 등에 象嵌이 이용되어 馬具·촉대·담뱃대 등에 시공되었다.

이상과 같이 金屬細工의 장구한 역



사를 시대적으로 간결하게 抽出하여 보았다. 日帝의 암흑과 해방 이후를 거쳐 오늘에 定着한 金屬工藝는 새로운 造形概念과 加工技術 및 合金의 발달 등으로 어느 분야보다 괄목할 만한 발전을 보여 주고 있다.

해방 이후 國立 서울 大學校 美術大學을 비롯하여 弘益大學校에 工藝系列學科가 설치되었고, 현재 전국의 150여 專門大 및 大學에서 金屬工藝講義 및 實技가 진행되고 있다.

金屬工藝專攻이 설치된 學科의 커리큘럼을 살펴보면 다음과 같다.

서울 대학교 美術大學⁸⁾

- I. 加工技法; 1. 組立과 成形(1. 線材結合 2. 線+板 3. 唐草紋樣 실뚝질하기 4. 板材結合 5. 뚜껑이 있는 원통형 상자 6. 높이가 다른 결합 7. 아프리카 상자 8. 圓板 6面體 9. 동진 펜던트 10. 고리줄 11. 경첩 12. 난집 13. Raising 14. Spinning 15. Bending 16. 두 쪽 板金作業 17. 組立)
- II. 加工技法-2. 彫金 (1. Texture 1, 2, 3, 4, 5, 2. 彫金정 만들기 3. 돌을새김 1, 2, 3, 4, 5, 6, 4. 파새김; Engraving 1, 2, 3, 4, 5)
- III. 加工技法-3. 에나멜링 (1. 有線七宝 1, 2 2. 彫金七宝 3. 腐蝕七宝 4. 透細工七宝 5. Limoges 6. Grisaille 7. 透明七宝)

加工技法' I 에서는 金屬工藝加工에 사용되는 각종 基本工具의 조작 및 실습을 통해 금속의 성질을 이해하고 成形能力을 습득시킨다. 또한 合金術과 線材 및 板材加工에 필요한 재료의 제작 능력과 이를 이용한 成形加工能力

을 함양케 한다.

加工技法 II 에서는 彫金에 필요한 用具製作과 갖가지 彫金技法을 실습을 통해 이해·습득시키며, 加工技法 III 에서는 에나멜링의 技法別 분류에 의한 내용으로 기술을 익히는 과정을 내용으로 하였다.

위의 加工技法 I, II, III을 통해 金屬工藝에 관한 基礎學年의 일반적 이해와 공구 및 재료, 加工技法 등을 폭넓게 이해함으로써 高級學年인 4학년에서의 造形物 제작에 필요한 지식과 기술을 습득할 수 있다.

實習進行表의 例를 보면 다음과 같다.

實習分類	加工技法 I	시간	4	실습번호	1-1
實習名	線材結合			도판번호	①

목적: 마름질의 정확성과 一般加工技術의 습득, 마이크로미터기의 사용법에 따른 주어진 線材의 規格化, 용수철 만들기 및 실뚝 사용 기술 및 은땜 기술 등을 기른다.

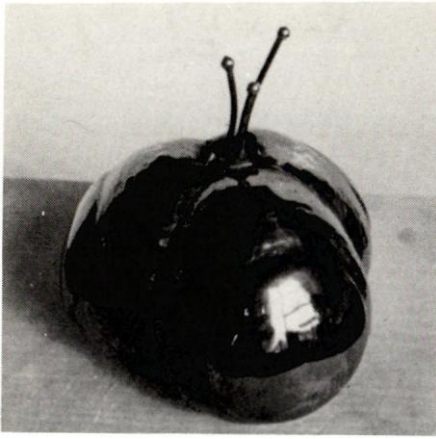
材料 및 用具·인발판(Drawing Dies), 인발 집게, 平바이스, 양초, 태장대(Bench Pin), 마이크로미터, 금긋기 송곳, 백동선(φ2㎜×100%) 용접기, 실뚝대, 은땜줄, 샌드페이퍼

國民大⁹⁾

2학년-基礎金屬工藝(銅板 텍스투어, 壁裝飾, 容器 만들기, 가락지 등); 週 4시간

3학년-金屬材料學, Enameling, Die forming, 鑄造, 板金; 週 9 시간

4학년-裝身具, 銀器, 精密鑄造; 週



5시간

※ (1학년은 專攻을 분리하지 않아 실시하지 않음)

誠信女大¹⁰⁾

2학년 - 立體 디자인 (한 學期별로 木 · 金屬을 교대로 실시) ; 週 3시간

3학년 - 基礎金屬工藝 (板金裝身具, Enameling Mould Casting); 週 3시간

4학년 - 精密鑄造, 벽 裝飾, Candy ball Set ; 週 3시간. 그 밖에 卒業作品

※ 專攻分離는 3학년부터 실시

그 밖에 각 대학 該當學科에서도 거의 비슷한 형태로 教育課程이 짜여 있다.

일반 工房이나 徒弟式 方法으로도 점차 활기를 띠고 있다는 점에 대해서는 급속히 늘어나는 展示會 및 研究物을 통해 확인되고 있다.

역사적인 흐름과 現行 대학의 커리큘럼이나 工房의 徒弟式 傳受에서 이제 어떠한 技法이 진행되고 있는가, 또는 어떻게 加工해야 할 것인가의 방법을 알아 본다.

技 法

작업에 앞서 作業室(工房; Workshop)과 基本施設 및 工具가 요청된다. 작업장에는 原木이나 시멘트 및 鐵製의 作業臺가 있어야 하고, 照明裝置, 上下水道, 열풀림대와 용접, 땀 시설, 換風施設, 집진 시설이 따른다. 基礎技法과 마무리 작업(finishing)도 중요하며, 主材料로는 金(Au 79)과 그 合金(White Gold, Green Gold, Yellow

Gold), 銀(Ag 47)과 그 合金(正銀 Sterling Silver),¹¹⁾ 구리(Copper Cu 29)와 合金(黃銅; Brass, 青銅; Bronze, 白銅; White Copper), 납(Lead Pb 82), 白金(Platinum Pt 78), 朱錫(Tin Sn 50), 亞鉛(Zinc Zn 30), 알루미늄(Aluminum Al 13), 니켈(Nickel Ni 28) 등이 쓰인다.

作業過程은 크게 네 過程으로서 板金 · 鍛造 · 鑄造 및 七寶로 나눌 수 있다. 基礎技法으로는 ① 실패대로 오리기, ② 줄로 다듬기(Filling), ③ 金屬板에 구멍 뚫고 잘라내기(Piercing), ④ 半球 형태 만들기(Doming), ⑤ 돌을새김(Punch Work), ⑥ 리포세(Repousse)와 채이싱(Chasing),¹²⁾ ⑦ 조각(Engraving), ⑧ 경첩 技法(Riveting),¹³⁾ ⑨ 열풀림(Annealing)¹⁴⁾ 등이 있다.

1) 板 金

金屬板을 다루는 技法이다. 오리기 같은 평면적인 것과 입체적인 것이 있다.

立體的 형태를 만들어 가는 過程으로는 다음과 같은 것이 있다.

① 올리기(Raising),¹⁵⁾ ② 용접 및 땀으로 형태 만들기(Welding, Soldering),¹⁶⁾ ③ 꺾거나 접어서 형태 만들기(Bending),¹⁷⁾ ④ 旋盤作業, ⑤ 열풀림¹⁸⁾

그 밖에 고리 만들기(Chain Making) 등이 있다.

2) 鍛 造(Forging)

金屬材料를 빨강게 달궂 준 상태에서 두드려 주는 경우(hot forging)와 식힌 상태에서 두드려 주는 경우(cold forging)가 있다. 鐵이나 純金屬은 대개 달궂 상태에서, 合金된 금속은 식혀서 鍛造하는 것이 理想的이며, 이 技法에 의해 금속 덩어리는 얇은 板 또는 길게 늘이거나 꼴 수 있는데, 이는 금속만의 특성이라 하겠다. 古代鐵器時代는 거의 이 수단에 의했고, 오늘날에 와서도 대장간은 흔히 볼 수가 있다.

여기에 필요로 하는 工具를 보면 평모루쇠인 앤빌, 금속을 달궂 주는 火爐, 여러 종류의 망치(500g에서 5~6kg까지), 집게, 바이스 등이 따른다.

3) 鑄 造(Mould Casting)

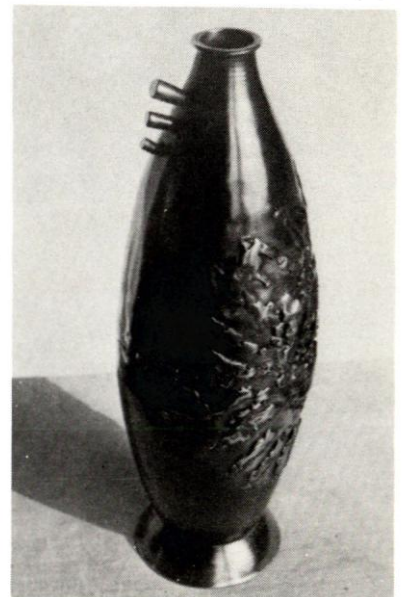
青銅器時代에 이미 鑄造技術이 발달하였지만 기본은 녹여진 금속이 鑄型에 부어져 形態가 이루어진다는 과정으로서 이는 지금도 마찬가지이다.

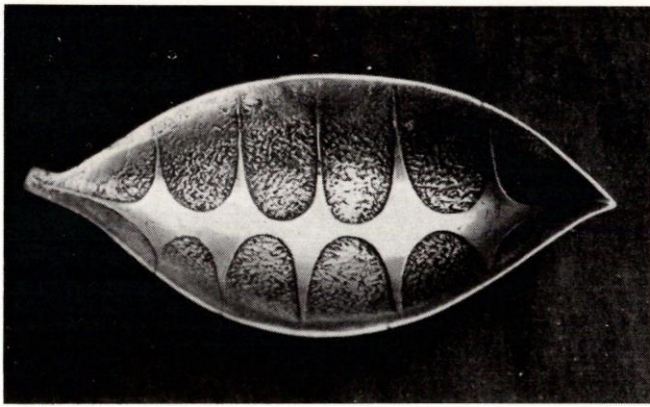
초기의 鑄型은 돌이나 높은 溫度에서 구워진 진흙이었으며, 대개 一般鑄造와 精密鑄造의 두 가지로 생각할 수 있다.

中國에서 발전된 精密鑄造方式의 Lost-Wax는 원하는 형태를 연한 왁스로 成形시킨 다음 埋沒劑(Investment)를 물에 반죽하여 왁스형 주위에 부어서 굳힌 뒤 熱을 가해 그 왁스형을 녹여 내고 빈 空間에 다시 金屬을 녹여 붓는 技法이다.¹⁹⁾

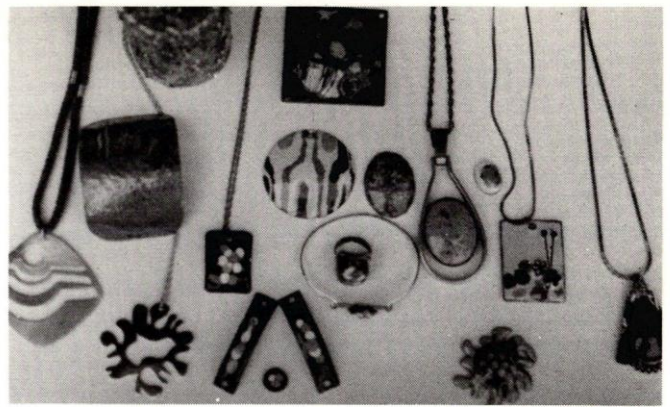
遠心鑄造機로서의 방법은 섬세한 디자인까지도 가능하게 하며, 러버(rubber: 고무틀)를 사용함으로써 大量生産할 수 있다. 다만 크기와 量에 제한이 따르지만 오늘날 대부분의 裝身具들은 이와 같은 精密鑄造技法을 통하여 생산되고 있는 狀態이다. 그 밖에 眞空鑄造와 壓力鑄造方式이 있다.

一般鑄造方式은 鑄物砂에 모형을 찍어 낸 뒤 入口를 통해 熔融된 금속을 부어 鑄造하는 것이다. 精密한 부분이나 원하는 모든 형태를 만들 수 없는 결점은 있으나 大量生産과 규모가 큰 鑄物이 자유롭고 鑄造過程이 간단하다는 利點이 따른다. 成形된 鑄物은 표면이 거칠기 때문에 와이어브러시(Wire brush), 버프(buff) 順으로 정리하여 광을 낸다.





張潤宇 作



七寶裝身具

4) 七寶(Enameling)

특유한 色相과 아름다움으로 인기를 모으는 七寶는 銀板 및 銅板에 가능하다. 크기에 따라 板의 두께가 달라지나 板(1mm 안팎)을 먼저 초산에 담가 不純物을 제거해 낸다.

곱게 걸러 낸 釉藥을 물에 개어 표면에 도안대로 입히고²⁰⁾ 電氣爐에 넣어 800°C 정도에서 구워 낸다. 밀칠하여 구운 것에 다시 釉藥을 칠해서 굽는 등 과정은 간단하나 여러 가지 技法으로 확대시켜 다양한 효과를 얻을 수 있다.

5) 表面處理 및 마무리 作業

表面을 어떻게 처리하고 마무리해 주느냐에 따라 金細工藝의 眞價가 나타난다. 즉, 鍍金, 腐蝕, 줄로 다듬기, 구멍 내기, 돌을새김, 리포세, 체이싱, 彫刻, 象嵌 등 여러 가지 기법이 있다.

마무리 作業에도 ① 표면 갈아 내기, ② 광내기²⁰⁾, ③ 着色²¹⁾ 등이 따른다.

문제는 디자인에도 있다. 傳統의 繼承과 開發도 중요하지만 세계적인 추세를 좇아 새로운 감각의 아이디어로 수용하여 다가오는 '86 아시안 게임과 '88 서울 올림픽에 대비한 세계적인 위치로서의 평가도 염두에 넣어야 하기 때문이다.

註

1) 中國 燕나라의 銅錢

2) 그 중 한 組는 거의 완전한 형태의 滑石製 鑄型으로서 길이 34.5cm, 폭 7.3cm, 두께 4.6cm이다. 그리고 여기에 역시 滑石鑄型으로서 鑄型 한 개가 출토되었는데 길이 15cm, 폭 7.7cm, 두께 2.7cm이다.

3) 원래 古漢時代 태양에서 불을 붙일 때 사용한 坩堝이다. 雙紐가 背面에 달린 것은 허리에 차기 편리하게 하기 위함이다. 뒷면의 무늬도 태양을 본뜬 것으로 陽燧라고도 했다.

4) 잉카의 黃金文化라고 할 페루 國寶展(1982. 10. 12~11. 10, 국립 중앙 박물관)을 보고 신비에 싸인 그들의 遺物들이 新羅에 비해 300~1000년이나 뒤늦었음에도 工法이나 造形美에 있어 新羅에 훨씬 못 미치는 점을 비교할 수 있었다. 이로 미루어 韓國美術 5000年展이 日本이나 美洲地域에서 얻었던 폭발적인 인기와 경탄을 가능하게 되었다.

5) 황 호근; 韓國裝身具史

6) 김 원용; 韓國美術史

7) 우리의 金屬生産이 활발하였음은 4세기 末 鐵資源을 얻기 위해 日本이 新羅에 派兵했었다고 하는 日本側 주장으로도 짐작된다. 日本書記에 百濟 近肖古王이 日本使臣에게 鐵鎚 48매를 주었다고 하고, 그 후에도 七枝刀와 七子鏡을 하나씩 보내면서 “百濟國 서쪽에 꼭나 鐵山이 있으니 그 鐵山の 鐵을 계속 보내겠다”고 말했다 한다.

8) 서울 大學校 姜燦均 教授의 연구로 시행중인 專攻基礎學年인 3학년 金屬工藝 실시 교육을 위한 指針으로 제작된 技法別 샘플 제작이다.(造形學術誌 3호, 1979)

9) 1979년도 현재 시행중이다. 金昇姬 教授 제공이며, 최근 靑 志바 教授의 지도로 새로운 作業進行과 그 評價展(12월 1일~12월 7일, 美國文化院)이 있었다.

10) 筆者의 指導方法이며, 工藝學科와 産業美術學科 兩科가 꼭 같다.

11) 正銀 외에 구리를 넣는 비례에 따라 70~90%까지 銀이 舍金되고 있다. 西歐에서는 법적으로 90% 이하는 silver라는 도장을 찍을 수 없게 규정되어 있다.

12) 돌을새김에서는 열풍림이 꼭 필요하다고 볼 수 없지만, 거의 비슷한 리포세와 체이싱 技法에서는 열풍림을 절대적으로 자주 해 주어야 한다. 체이싱 技法이 좀더 섬세하고 날카로운 線을 얻을 수 있다.

13) 金屬과 金屬을 땀질하지 않고 연결시키는 방법으로서 양쪽 板에 각기 같은 크기의 구멍을 뚫어 낸 후 그 구멍에 맞는 金屬棒이나 못을 끼워 때려 줌으로써 金屬板은 붙어 버리게 된다.

14) 金屬板을 다시 柔軟한 상태, 질이

고른 상태로 바꾸기 위해 일정한 溫度까지 熱을 전체적으로 가했다가 酸液이나 물에 넣어 식혀 주는 과정이다.

15) 金屬板을 망치로 두드려 줌으로써 半球·접시 등의 형태가 이루어지는 作業으로 0.8~2mm까지의 金屬板을 사용하며, Dutch Raising, Angle Raising, Crimping Raising, Stretch Raising, Sandbag Method, Blocking 등이 있다.

16) 金屬工藝는 주로 땀을 이용한다. 銀땀(Silver Solder)과 金땀 및 연납땀(Easy Solder; 300~400°C의 낮은 온도에서 녹일 수 있는 편리한 점이 있음)이 있으며, 땀을 한 후에는 유산액 속에 먼저 넣어 주어야 한다.

17) 新羅 金細工에서 볼 수 있는 태환식 귀걸이와 金製舍利函에서 좋은 예를 찾을 수 있다.

18) 熱을 지나치게 가해 주면 金屬組織은 제자리를 찾지 못하고 망가지게 되므로 필요한 만큼 올려 주어야만 한다. 적합한 온도는 구리 500~649°C, 黃銅 550~600°C, 니켈 750~900°C, 金 649~704°C, 純銀 300°C, 正銀 649°C이다.

19) Lost-Wax 鑄造技法은 이탈리아 플로렌스 지방의 金工(16세기 무렵)이나 조각가들에 의해 발달되었으나 점차 쇠약하였다가 1907년 치과 의사인 Taggest가 환자의 齒牙模型을 주조한 遠心鑄造技法(Centrifugal Casting)을 사용한 후부터 金細工分野에 획기적 공헌을 하게 되었다.

20) ① 뺨지 않은 釉藥 덩어리를 板 위에 놓거나, ② 은박지·銀線을 板 위에 놓고 透明釉藥을 입히거나, ③ 표면을 갈아 광택을 죽이고, ④ 釉藥을 흘리는 등 여러 효과를 시도할 수 있다.

20) 먼저 줄로 다듬고, Handpiece로 손이 미처 닿지 못하는 부분의 먼지를 제거하여 광을 내거나 갈아 낸다. 砂布紙로 필요한 부분의 뒷정리를 해 준다.

21) Coloring Metal은 제일 마지막 마무리 作業이다. 광택 표면으로 끝낼 수도 있으나 化工藥品(유화칼리 K₂S, 황산암모늄 NH₄SO₄나 PtCl₄, 알코올, KNO₃와 소금, 明礬의 용액 등) 등으로 着色 및 變色 처리해 주기도 한다.

世紀末이 다가옴에 따라 多數의 北美 博物館들은 産業 디자인 製品의 展示를 시작할 것이다. 筆者는 博物館들이 直面하게 될지도 모를 問題點과 産業 디자이너들이 問題 解決을 위해서 어떻게 寄與할 수 있는지를 설명하고 있다.

産業 디자인 製品의 蒐集難에 直面한 博物館

Museums face the problems of collecting industrial design

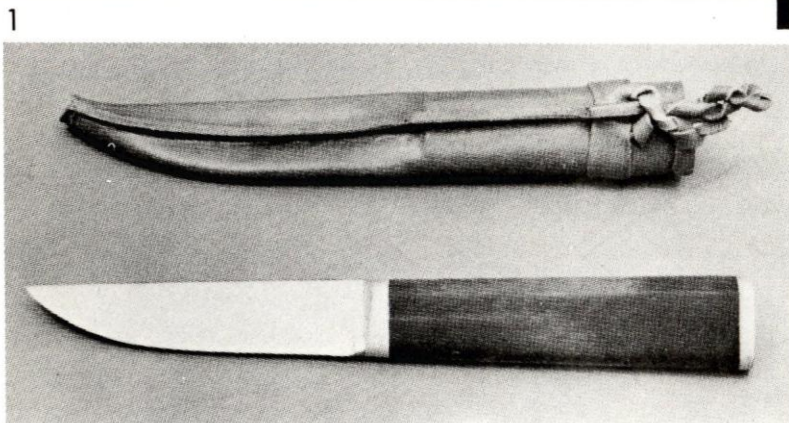
크리스토퍼 윌크

현재 美國 내 소수의 機關에서 産業 디자인 製品을 수집하여 전시하고 있는데, 이것은 결코 일반적인 現狀은 아니다. 예를 들면 美國에는 英國이나 독일처럼 展示會를 개최한다든지 情報 交換業務를 掌管하는 公私立 디자인 센터가 없다. 産業界는 물론 專門機關에도 전시 장소가 없을 뿐 아니라 一般大衆이나 국가에서는 생각조차 하지 않고 있다. 그렇기 때문에 이 문제는 博物館에서 맡게 되고 現代 디자인 製品은 博物館長의 裁量에 따라 선정되는데, 歷史的·美的 重要性 또는 두 가지 점을 동시에 갖춘 製品들이 고려된다. 어떤 사람들은 大量生産되는 實 製品을 박물관의 所藏品으로서 진열

대 위에 올려 놓거나 유리관 안에 넣어 놓는 것은 産業 디자인의 역할을 曲解하는 것으로 생각한다. 이것은 특히 젊은 디자이너들에게는 좋지 않은 본보기가 되겠지만, 다른 사람들은 이를 가리켜 産業 디자인을 홍보하는 적절한 행사로 생각한다.

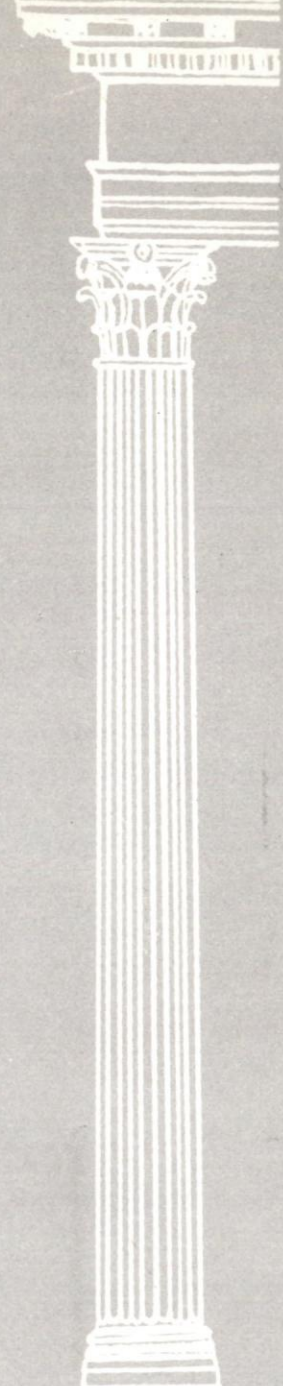
百年祭

사정이야 어떻든 멀지 않아서 보다 더 많은 博物館들이 産業 디자인 製品 蒐集을 시작할 것 같다. 博物館들이 그들의 형편에 맞는 제품을 발견한다면 그것은 아마도 디자이너들과의 협력에 의해서일 것이다. 어떤 博物館들은 産



1. 타피오 비르칼라 (Tapio Wirkala) 의 푸우코 칼 (Pukko-knife, 1963년, 필라델피아 미술 박물관 所藏)
2. 에스텔 (Estelle) 과 어윈 래번 (Erwin Larverne) 의 椅子 (1967년, 필라델피아 미술 박물관 소장)
3. 카이 프랭크 (Kai Frank) 의 2중 포도주병 (1957년, 필라델피아 미술 박물관 소장)
4. 안 재롭슨 (Arne Jacobsen) 의 椅子 (1957, 필라델피아 미술 박물관 소장)





業 디자인의 자료 수집을 원할 것이다. 그 밖에 다음 두 가지의 外的 影響이 중요한 영향을 미칠 것이다.

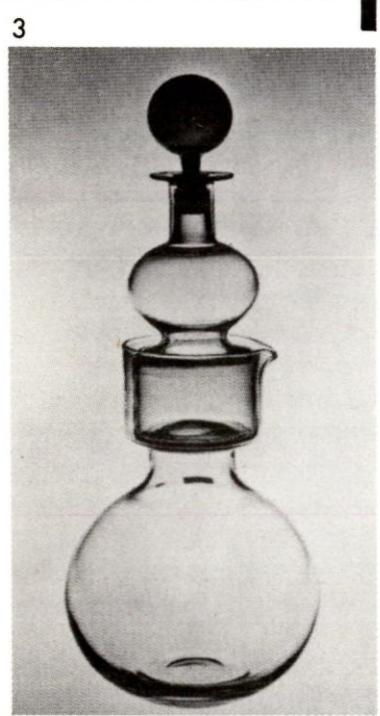
첫째, 今世紀末이 급속히 다가오고 있다. 博物館長들은 歷史家로서 100년, 10년, 1년 등의 時代變化를 항상 意識하고 있다. 그러므로 1세기나 半世紀가 지난 다음 지난 期間을 돌아보기 위하여 展示會를 갖는다는 것은 당연한 일이다.

둘째, 市場活動에 민감한 博物館들은 최근 들어 取扱商이나 개인에 의해서 20세기 製品, 주로 1925년에서 1955년대의 製品 수집이 급증됨에 따라 이들 製品들의 價格이 騰貴하고 있는 사태를 주목하였다.

많은 박물관들은 아직도 상점에서 販賣중인 現代의 대량 生産품을 전통적으로 장식품을 다루어 온 박물관의 소장품 範疇에 넣을 때 哲學的인 문제가 발생하는 것을 感知하였다. 그들은 裝飾美術品 전시실에 라디오·전화기·計算器 또는 헤어 드라이어가 들어갈 자리가 있을까 하는 문제에 반드시 直面할 것이다.

家具·木製品·金屬製品·유리제품들은 오랫동안 裝飾美術品 管理인 人의 분야였다. 그러나 어떤 博物館長들에게는 大量生産品을 수집한다는 생각은 이해하기 힘든 일이다.

數個 博物館의 장식 미술품 관장직을 歷任한 후 뉴욕 現代博物館(Muse-



博物館들은 무엇을 갖고 있고, 무엇을 원하며, 어떤 것을 拒否하는가?

“수집 활동이 활발한 필라델피아 미술 박물관(Philadelphia Museum of Art)은 런던의 빅토리아 앨버트 박물관(Victoria and Albert Museum)을 본따서 裝飾美術博物館으로 設立되었다”고 유럽 장식 미술관장 캐드린 히신저(Kathryn Hiesinger) 씨는 말한다. 히신저 씨는 所藏品의 모델을 가지고 美術과 産業을 鼓吹시키는 것이 박물관의 目的이라고 말하고 있다.

우리는 이러한 目的에 따라 器具를 제외한 모든 分野의 디자인을 수집하여 왔다. 우리는 이러한 수집 방법을

um of Modern Art, New York)의 디자인 관장직을 맡고 있는 스튜워트 존슨(J. Stewart Johnson) 씨는 “保守적인 박물관들 중 多數는 工藝品을 더 좋아하는 傾向이 있다. 그들은 대량 생산품 전시를 순수하지 못한 것으로 생각한다”라고 설명한다. 개인적으로는 이와 같은 見解에 同意하면서도 대량 생산된 現代의 의자·포오크(fork)·주발 등과 같은 品目の 收容을 원하지 않는 사람은 거의 없다.

몬트리얼 (Montreal) 裝飾美術品 박물관 館長 顧問 데이빗 헝크스(David Hanks) 씨는 “裝飾美術과 産業 디자인의 전반적인 문제가 해결되지 않았다. 박물관들은 品目を 분류해야 하는데, 그들이 구분하고 있는 방법은 항상 合理的인 것만은 아니다”라고 말한다. 헝크스 씨는 裝飾美術의 定義는

너무 좁게 한정되어 있으며, 따라서 그 範疇는 大量生産品을 包容할 수 있도록 開放되어야 한다고 믿고 있다.

다른 박물관장들은 哲學問題는 個別 品目만큼 중요하지 않은 것으로 믿고 있다. 쿠퍼-휴유틀 박물관(Cooper-Hewitt Museum, New York)의 장식 미술관장 데이빗 맥파덴(David R. Mcfadden) 씨는 博物館 專門家들이 철학적 문제나 政策問題를 토의해야 한다고 믿고 있으면서도 “각 품목은 별개의 것으로 고려되어야 하며, 디자인 수집에 관한 總括的인 政策이 없다”고 주장한다.

實際的인 問題들

모든 박물관들은 새로운 품목 수집을 어렵게 만드는 많은 실제적인 문제

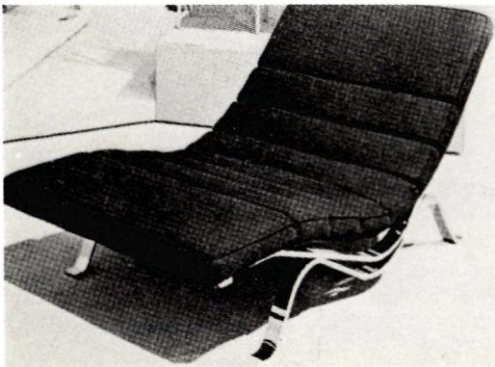
20世紀 産業 디자인 展示日程

스칸디나비아 現代 디자인展 (Scandinavian Modern, 1880~1980)

- 쿠퍼-휴유틀 博物館(Cooper-Hewitt Museum, New York); 1982. 9. 14~1983. 1. 2
- 미네소타 美術館(Minnesota Museum of Art, St. Paul); 1983. 2. 27~4. 24
- 렌윅 畫廊(Renwick Gallery, Washington D.C.); 1983. 7. 8~10. 10

美國家具展(Furniture by American Architects)

- 휘트니 美國美術館(Whitney Museum of American Art, Stamford, Conn.) 1982. 11. 12~1983. 1. 26

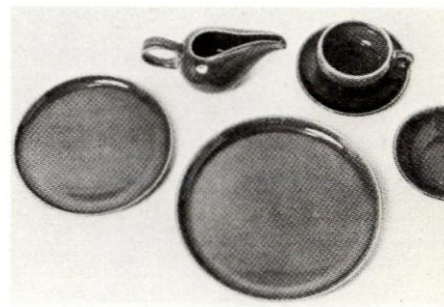


넬슨(Nelson)의 設備 디자인 (워커 미술 센터 소장)

로브메이(J. and L. Lobmeyr)의 유리 용기 (1926년, 쿠퍼-휴유틀 박물관 소장)



러셀 라이트(Russel Wright)의 食器(1937년, 쿠퍼-휴유틀 박물관 소장)



바꾸길 원한다. 디자인은 장식 미술품의 범주에 속한다. 그것은 未來에도 마찬가지일 것이며, 우리는 이러한 내용을 서둘러 이해해야 한다. 지난날의 裝飾美術品들이 그 時代に 중요했던 것처럼 하나의 작은 計算器도 우리 時代に 중요한 것이다.

워커 미술 센터(Walker Art Center, Minneapolis)는 ‘季刊 디자인(Design Quarterly)’誌를 發刊하면서 1946년 이래 디자인 展示會를 제공

하여 왔지만, 永久保存用으로 제품을 수집하지 않았다. 사실 지난 10년 동안 우리들은 現代 디자인 分野에서 거의 아무 일도 하지 않았다고 디자인 관장 밀드레드 프리드만(Mildred Friedman) 씨는 말한다. 현재 디자인에 관한 出版物이 무척 많이 있으며, 상점에서는 優秀 디자인 製品을 판매하고 있다.

우리는 建築이라든지 企劃問題를 주로 다루어 왔으며, 이제는 최근의 드

스틸 展示會(De Stijl Show)처럼 歷史問題를 다루고 있다. 現代製品의 견지에서 볼 때 우리는 前衛的인 것 또는 商店이나 雜誌에 없는 것들의 展示에 관심을 기울였다.

1976년에 開館된 스미소니언 國立 디자인 박물관(The Smithsonian's National Museum of Design)처럼 쿠퍼-휴유틀 박물관(Cooper-Hewitt Museum, New York)은 開館 이래 大衆으로 하여금 生活周邊에서 디자인

(1983~1985)

1940~1960년대 디자인 所藏展
(Design 1940~1960 : Selections from the Permanent Collection)

● 듀프레스네 裝飾美術館(Château Dufresne, Musée des Arts Décoratifs, Montreal) ; 1983. 1

러셀 라이트展(Russel Wright)

1983. 11~1984. 3(展示場所 未定)

1945년 이후의 디자인展(Design Since 1945)

● 필라델피아 美術館 (Philadelphia Museum of Art) ; 1983. 10. 16~1984. 1. 8

에 직면하게 될 것이다. 産業 디자인 標本 수집을 맡아 온 裝飾美術部署는 기간별로 다양한 유형의 제품들을 收容하여야 한다. 量産된 20세기 家具에 대한 클리블랜드 박물관(Cleveland Museum)의 관심에 대해 질문을 받은 장식 미술관장 헨리 홀리(Henry Hawley) 씨는 “우리는 이제 겨우 19세기 하반기의 家具 標本 중 1차분을 구입한 형편이다”라고 답변하였다.

모든 박물관들이 직면하는 가장 큰 障礙는 말할 것도 없이 資金問題이다. 資金은 박물관의 수집 및 展示能力을 결정한다. 한정된 人員으로는 모든 年代에 걸쳐 충실할 수 없다. 人件費가 없으면 寄贈을 받기 위한 활동을 할 수 없을 뿐 아니라 寄贈品을 수용할 수도 없다.

새로운 물건의 購入은 購買와 接受

뿐만 아니라 研究·分類·촬영·관리·展示·保存 등의 일을 수반한다. 그 밖에 대부분의 박물관에서는 購買나 寄贈 때 管財部나 위원회의 承認 및 支援을 필요로 한다. 어느 박물관장이 지적한 바와 같이 상점에서 구매할 수 있는 물건을 所藏品에 포함시킬 가치가 있다고 납득시키는 것은 어려운 일이다. 管財委員들은 그와 같은 제품들에서 매력을 발견하지 못한다.

많은 박물관장들의 念頭에 있는 또 다른 문제는 歷史的 展望과 客觀性이다. 보스턴 미술관의 장식 미술관장 조나단 패어뱅크스(Jonathan Fairbanks) 씨는 “所藏品을 발전시키려면 무엇이든 다 선정의 대상이 될 수 있다. 그리고 당신이 어떤 特定年代를 잘 알고 있다면 선택의 여지는 더 많아진다. 客觀性을 유지하기란 힘든 일



이임스(Eames)의 施設 디자인(위커 미술 센터 소장)

을 認識케 하는 데 모든 情熱을 쏟았으며, 資料의 源泉으로서 디자이너들에게 奉仕하여 왔다. 그 결과 同博物館에 소장되어 있는 多樣한 섬유·壁紙·設計圖·建築 랜더링·金屬工藝品 및 수많은 장식 미술품들은 디자이너들이 연구에 이용할 수 있게끔 準備되어 있다. 물론 쿠우퍼-휴위트 박물관은 設計圖 및 記錄保存資料와 함께 産業 디자인 제품 수집에도 관심을 갖고 있다.

스미소니언 研究所(Smithsonian Institution)의 家庭生活部(Washington D.C.)에서는 量産되어 나오는 現代 家具들을 구입하고 있다. 同部署의 책임을 맡고 있는 로드리스 로스(Rodris Roth) 씨에 의하면, 同部署의 關心事는 널리 사용되고 있는 日常生活用品이라고 한다. 美學이라든가 디자인의 質 문제는 文化藝術品과 함께 뒷전으로 밀리게 된다. 科學·技術歷史部에서는 냉장고·라디오 및 機械들을 수

집하고 있다.

보스턴 美術博物館의 裝飾美術館장 조나단 패어뱅크스 씨에 따르면 同博物館은 産業 디자인 製品을 충분히 확보하지 못하고 있다고 한다. 따라서 20세기에 만든 제품의 수집을 보다 활발히 전개하여야 할 것이라고 한다. 그러나 패어뱅크스 씨는 라디오와 같은 非傳統 裝飾美術品의 수집에는 명백히 반대하고 있다. 이런 製品들은 스미소니언 박물관과 같은 곳에서 다루어질

이다. 當代에서 고르는 것보다는 過去의 것 중에서 선택하는 것이 훨씬 수월하다”고 한다.

提案과 解決

제반 실제 문제들이 있음에도 불구하고 産業 디자인 제품을 수집하도록 하는 이유가 있다. 전통적인 裝飾美術品の 범주라는 용어는 금세기나 다가올 時代に 적합하지 않다는 것은 누구나 깨닫게 될 것이다.

專門用語들은 면밀히 검토되어야 한다. 예를 들면 裝飾美術 대신에 ‘應用美術’이란 용어가 여러 사람들에게 의해서 提案되었다. 時間은 間隔을 創造하기 때문에 보다 두드러진 客觀性을 부여하게 되고, 選擇은 보다 더 수월해진다. 그렇게 되면 지금 수집하는

것보다 저렴한 값으로 구입할 수 있으므로 보다 생산적이 된다. 무엇보다도 現代나 비교적 최근의 모델을 費用을 들이지 않고서도 확보할 수 있다.

20세기 제품들은 구하기 쉬운 것으로 생각되나 항상 그런 것은 아니다. 예를 들어 1920년대 르 코르부지에 (Le Corbusier)에 의해 量産된 강철 파이프 家具의 첫 生産品은 구하기가 매우 힘들다. 매우 드물게 판매되기도 하는데, 이 경우 매우 비싼 값에 팔린다.

차알스 이임스(Charles Eames)의 1950년대 합판 스크린조차도 현재 뉴욕 畫廊에서 3,500달러에 팔리고 있다. 그리고 텔레비전이나 厨房器具처럼 使用 후 부서지면 내버리는 短命한 製品들은 구하기가 거의 불가능하다.

때때로 지난 1980년대에 디자인되어

生産되었던 의자보다 18세기 토머스 치펜데일(Thomas Chippendale)의 의자에 관한 情報을 얻기가 더 쉬울 때도 있다. 文書作成은 歷史家들이나 博物館長들의 중요한 職分 중의 하나다. 디자인의 발전에 관한 情報을 제공하고 문제를 해결해 줄 디자이너가 生存해 있는데, 왜 이것들을 利用하지 않는가?

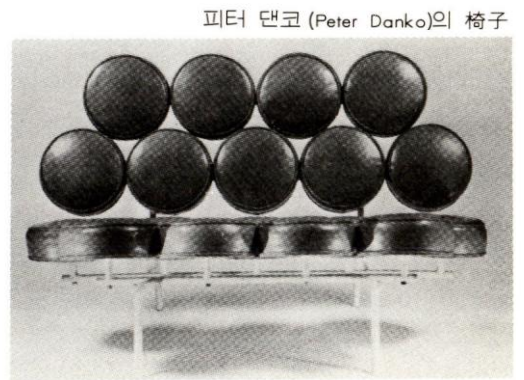
디자이너나 製造業者가 자신들의 제품을 어떤 박물관에 들어 놓고 싶으면 그 박물관의 소장품을 돌아보고 그 박물관에서 發行하는 刊行物을 읽는다는 박물관 職員과의 對話를 통해서 우선 그 박물관이 産業 디자인에 관심 있는지의 여부를 조사해야 한다. 그 다음에는 그들이 어떤 형태의 물건들을 수집하며 그들의 총괄적인 博物館觀이 어떠한 것인가를 알아 내어야 한다. 예



러셀 라이트의 安樂椅子(1932년, 뉴욕 현대 미술 박물관 소장)



조오지 넬슨(George Nelson)의 椅子



피터 댄코(Peter Danko)의 椅子

것이며, 우리는 그와 같은 綜合博物館이 아니다.

뉴욕 現代美術博物館은 年平均 65點을 구입하는데, 이들 중 대부분은 量産된 것들이다. 同博物館에서는 소수의 工藝品도 수집하며, 우연히 발견되는 19세기나 20세기 초반의 제품도 購入한다.

뉴욕 現代美術博物館의 製品選定基準은 設立者 알레드 바(Alred Barr)의 哲學, 즉 “디자인 製品은 美術品으로

로 전시되어야 한다”는 原則에서 비롯된다고 디자인 관장 존슨 씨는 설명한다. 그런 이유로 해서 同博物館의 優先的인 관심은 美學的인 면에 있다. 아울러 同博物館은 消費者聯盟처럼 製品 檢査施設이 없으므로 구입하는 제품의 機能面을 조심스럽게 고려하고 있다고 존슨 씨는 설명한다.

뉴욕 현대 미술 박물관 다음으로 20세기 제품의 수집 활동을 활발히 전개하고 있는 기관은 몬트리얼 裝飾美術

博物館(Musée des Arts Décoratifs)이다. 同博物館은 장식 미술품 수집에 중점을 두고 있으나, 溫度調節 주전자 · 電氣時計 · 라디오 등 非傳統美術品도 수집하고 있다. 同博物館은 첫 展示會를 지난 11월에 개최하였다.

시카고 美術研究所(Art Institute of Chicago)의 유럽 裝飾美術館長 린 스프링거(Lynn Springer) 씨는 20세기 製品選定에 관심을 갖고 있다. “그렇지만 우리는 傳統的인 裝飾美術의 範

를 들면 그들은 단지 工藝品에만 관심이 있는가? 美國 또는 유럽의 디자인만 수집하는가? 어떤 特定年代, 이를테면 1945년 이전에 디자인된 제품만 구입하는가 등등이다.

만일 당신의 디자인 意圖가 박물관에서 수집하고 있는 것과 일치하면 제품의 사진이나 슬라이드를 說明書·書信과 함께 적당한 박물관장에게 보내도록 하라. 박물관으로 實物을 발송해서는 안 된다. 박물관들은 대개 요청하지 않은 물건이 들어왔을 경우 이를 감당할 人員이나 空間이 충분치 못하기 때문이다. 그리고는 기꺼이 기다려라. 아마도 당신의 편지는 직원들이 回信하는 데 애를 먹게 될 수많은 편지 더미 위에 놓여질 것이다. 그렇지만 당신은 결국 回信을 받아 보게 될 것이다.

未 來

전반적으로 未來에 대한 展望은 밝다. 10년 전 産業 디자인 製品의 박물관 所藏問題에 거의 관심이 없었던 박물관장들이 지금은 이런 문제를 論議하고 있다.

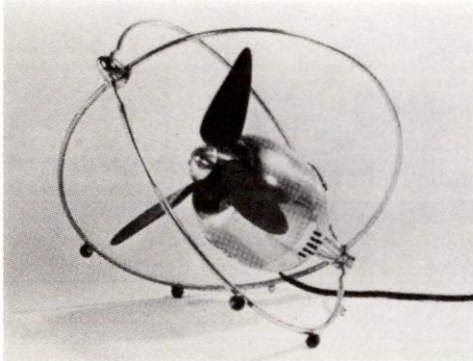
對話가 계속됨에 따라 박물관들은 분명히 産業 디자인 製品을 수집하고, 최초의 제품 모델과 追後에 生産된 것과의 차이점과 같은 특정 문제에 관해 언급하게 될 것이다. 모델과 함께 設計圖도 수집해야 하는가? 플라스틱 제품과 같은 用具의 長期保存을 보장하기 위하여 어떤 새로운 기술이 구사되어야 하는가?

다행히 20세기 用具에 대한 관심은 앞으로 開催될 展示會에서 일반에 의해 感知될 것이다. 통상적으로는 展示

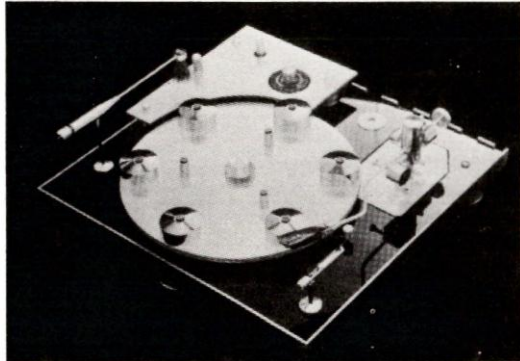
場所 관계상 대부분의 제품들은 倉庫에 보관된다. 産業 디자인 제품 구입을 다소 망설이는 박물관조차도 결국은 그러한 추세가 촉진되는 것을 피할 수 없을 것이다. 專門機關과 博物館간의 接觸은 도움을 줄 것이며, 이러한 接觸은 마땅히 권장되어야 한다. 産業 디자인이 展示 및 研究價値가 있는 20세기 미술의 한 形態로 간주되는 것은 의심의 여지가 없다.

크리스토퍼 윌크

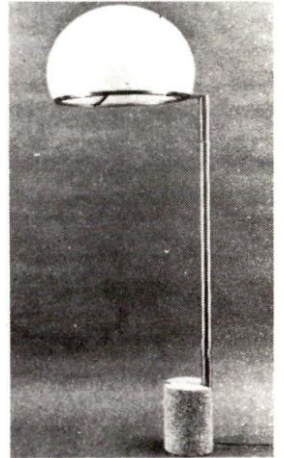
크리스토퍼 윌크(Christopher Wilk)는 뉴욕시의 作家로서 오랫동안 博物館과 20세기 디자인을 연구하여 왔다.



左. 에지오 피랄리(Ezio Pirelli)의 電氣換風器(1954년, 뉴욕 현대 미술 박물관 소장)



中. 데이빗 개몬(David Gammon)의 턴테이블(1965년, 뉴욕 현대 미술 박물관 소장)



右. 비토리오 그레고티(Vittorio Gregotti)와 스토피노 메네헤티(Stoppino Meneghetti)의 電燈(1965년, 뉴욕 현대 미술 박물관 소장)

疇에 벗어나는 製品은 수집하지 않는다”라고 스프링거 씨는 附言하였다.

스프링거 씨는 또한 19세기 美術 및 産業博物館 建立에 관한 히신저 씨의 주장을 되풀이하면서 그런 생각은 디자인을 育成하고 디자인 水準을 向上시키는 데 있었다고 한다. “그러나 우리는 웬일인지 지난날의 目的을 잊은 것 같다”고 스프링거 씨는 말하고 있다.

하이 박물관(High Museum, Atlan-

ta)의 裝飾美術館長 도널드 피어스(Donald C. Peirce) 씨에 의하면 同博物館은 産業 디자인을 포함한 美國 裝飾美術品을 수집한다고 한다.

“수집하기 시작한 것은 10년밖에 되지 않지만, 우리는 앞으로 보다 많은 産業 디자인을 수집할 예정이다”라고 피어스 씨는 附言하였다.

KDPC 資料室 圖書目録

單行本

著者	圖書名	出版社名 発行年度
齊藤玄孝	'81 パッケージング年鑑	(株)パッケージング 1981
東京P-トディレクターズクラブ編	'80 年鑑廣告美術	美術 出版社1980
中江克己	'82 コピー年鑑	誠文堂新光社 1982
Manfred Maier	染織事典	泰流社 1981
	原色染織大辭典	淡交社 1977
	Basic Principles of Design	Van Nostrand 1977
Walter Herdeg	世界の一流品大圖鑑 '81	Rein Hold
	Graphis Annual '80/'81	講談社 1981
吉田光邦	植物とデザイン	Graphis Press- 1980
	カタログ製作ハソドブシク	Corp.
包装技術研究會	植物とデザイン	八坂書房 1980
Walter Herdeg	包装用語辭典	視覚デザイン研究所 1980
	Archigraphia	日刊工業新聞社 1980
Peter Green	一流品 食器 大圖鑑	Graphis 1981
Alan Topalian	Design Education	婦人生活社 1980
Johannes Itten	The Management of Design Projects	Batsford 1971
	Design and Form	Associated Business Press
Peter Perce	Experiments in Form	Thames and Hudson 1978
G. A. Hicks	Design & Technology Wood	Van Nostrand 1980
	Design and Industry	Rein Hold
	Design Courses in Britain '81/'82	Wheaton 1979
J. Christopher Jones	Design Methods	The Design Council 1980
Jack Hill	The Complete Practical Book of Country Crafts	The Design Council 1981
John Hammond	Understanding Human Engineering	John Wiley & Sons 1980
Rodney Peppé	Rodney Peppé's Moving Toys	David & Charles 1980
D. J. Leech	Management of Engineering Design	David & Charles 1978
A. Bearley	The Management of Drawing & Design	Evans Brothers Limited 1980
Glen L. Urban	Design & Marketing of New Products	Gower Press 1975
Anna-Maja Nytén	Swedish Hand Craft	Gower Press 1975
	500 D. I. Y. Wood Moulding Projects	Prentice Hall 1980
Stanley Oliver	The Management of Production Technology	Van Nostrand 1977
William Chow, Ph. D.	Cost Reduction in Product Design	Rein Hold Co.
ローレンス・リー	Stained Glass Designers' Choice	朝倉書店 1976
	J. I. S. ハンドブック物流包装 '81	Design Publications 1981
金在允	木の家具	日本規格協會 1980
	朝鮮線材熔接棒(Graphic Standards Manual)	讀賣新聞社 1981
	工業 디자인의 教育課程研究	(株)朝鮮線材 1981
	Honey Cook	誠文堂新光社 1982
Walter Herdeg	Graphis Posters '82	Graphis Press 1982
	ヨーロッパの一流品(女・男性版)	世界文化社 1982
福田繁雄	福田繁雄のポスター	光村圖書 1982

海外定期刊行物

圖書名	出版社名
包装タイムズ紙	包装タイムズ紙
食品工業	食品工業協會
商店建築	商店建築社
インテリア	インテリアP社
Commercial Photo Journal of the Electronic Industry	玄光社
アトリ工	アトリ工社
美術手帖	美術出版社
Motor Fan	三榮書房
Car Graphic	三榮書房
Car Styling	三榮書房
パッケージングアイデア	日本パッケージング社
圖案ライフ	誠文堂新光社
紙ハ技協誌	八寶堂
食品と科學	細川活版所
三彩	食品と科學社
食品と容器	三彩社
Nob	岳詰技術社
設計與包裝	インテリア出版社
	中華民國對外貿易發展協會
Graphis	The Graphis Press Zurich
Art Direction	Art Direction Book Co.
MD	M. D Co.
Das Spielzeug	Meisenback, KG
Die Schaulade	Meisenback, KG
Present	Meisenback, KG
Novum	Art Graphic Pub.
Craft Horizons	A. C. C.
Design	Design Co.
Gift & Decorative Accessories	Geyer-Mcallister
Domus	Gianni Mazzach
Progressive Architecture	Rein Hold
Ilbagnò	Propanganada
Craft	Crafts Adversory Committia
Artigianto	Trimestrale della mostra International
Digital Design	Benwill Pub.
Engineering	Design Council
Design Studies	Design Council
ID	Design Pub.
Ceramic Industry	Cahners Pub.
International Textiles	International Textiles
Tin and its uses	Tin research institute
Modern Plastic	Mcgraw-Hill
International	
Boxboard Containers	Maclean-Hunter
Made in Europe	Made in Europe marketing Organization
Food and Drug Packaging	Magazines for Industry

우리 나라 工藝品 開發動向

심 호 섭

韓國디자인包裝센터 産業디자인開發部 主任研究員

工藝品 디자인의 開發

'86아시안 게임과 '88서울 올림픽大會의 성공적인 개최를 위해서 각關係部處 및 關聯機關의 효과적이고 유기적인 업무 수행이 절실한데, 政府의 올림픽 産業 育成計劃의 一環으로 1982년 2월 1일 韓國디자인包裝센터에 올림픽 商品 디자인 專擔班을 설치하고 전국의 工藝業體를 대상으로 디자인 開發을 요청하는 業體를 우선적으로 選定하고 支援해 왔다. 20여 명의 올림픽 商品디자인開發專門研究員과 5명의 올림픽 商品 디자인 開發委員(教授)으로 구성된 專擔班은 既存 工藝品の 品質改善 및 新規商品 디자인에 관한 相談과 디자인 開發을 支援하여 왔다. 현재까지 전국의 工藝品生産業體 및 工藝品市場을 순회하면서 보고 느낀 韓國工藝品 生産業體의 生産實態와 市場動向 및 問題點, 그리고 개선되어야 할 몇 가지 사항에 관해 살펴보고자 한다.

우리 나라 工藝品の 어제와 오늘

어제의 工藝品이란 高度의 産業文明 이전의 大衆社會에 필요한 日常生活用具를 工藝品이라고 하였다. 이러한 工藝品을 만드는 사람이란 천부적인 才能의 솜씨를 타고나 王室의 요청에 의해 貴族工藝를 만들었던 名人藝가 아니라 이름도 없는 無名人인 工人으로서 이들의 손作業에 의해 똑같은 型的 것이 大量生産되어 값싼 生活用具로 사용되었던 것이다.

그러한 生活容器는 大衆生活 속의 '用'이 主體로서 반드시 數에 의한 생산 방식이었으며, 또한 이에 따른 流通構造를 가졌었다. 따라서 工藝品の 線이나 形態의 수준은 貴族工藝와는 달리 치졸하고 천진난만하며, 鄉土色이 짙은 生活風習과 수준을 表徵하게 되는 것으로서 한 나라의 地域特色과 생활의 傳統性을 나타내게 된다. 또한 그 素朴性과 가식 없는 健康性 때문에 그 形態美는 工藝의 원모습으로 後孫

에까지 영원히 보존되는 것이다.

그러나 오늘날에 와서는 고도의 産業文明 환경 속에 工藝品の대를 이어왔던 工人들이 生計를 위하여 다른 직업 環境으로 전환하는 경우가 많아지고 있다. 그나마 오늘날의 工藝品 生産業體는 대부분 과거부터 工藝品을 만들었던 技術人으로 구성되어 있고, 또한 工藝品과는 아무 관계가 없었던 매뉴팩처어 생산 방식의 일반 中小業體들도 새로운 國內工藝市場 및 輸出 工藝市場을 목표로 工藝品生産에 참여하고 있는 실정이다.

工藝品은 그 시대적인 變遷過程의 개념에서 보면 手工藝(美術工藝)過程이 있었다. 이는 사람의 손과 두뇌에 의해 만들어지고 제작되므로 技術을 가진 匠人이 필요하게 되었고, 그 匠人에 의해 意匠·紋樣·形態·色彩·構造·技法의 모든 것을 해결하려는 工藝形態이다. 이것은 두 가지 개념으로 구분되는데, 하나는 그 시대의 文化全盛期의 宮廷工藝로서 王侯 및 貴

紙工藝인 太極扇의 製造



옛날 大衆의 生活陶器인 古民藝品(濟州博物館 所藏)





上. 실용적인 機能을 살린 現代의 螺鈿漆器 工藝品
下. 祭器形能의 컵과 화병에 實用性을 살린 陶器製品

族들의 요청에 의해 고도의 技術과 藝術의 경지에서 만들어지는 貴族工藝로 이는 통상 美術工藝라 불렸다. 그리고 또 다른 하나는 民衆生活 속에 호흡되면서 民衆의 한 工人에 의해 만들어진 工藝品이다. 따라서 工藝品이란 그 時代 生活人의 illian적 요청에 의해 生活用具로 만들어졌기 때문에 그 완성된 工藝品은 누구나 살 수 있는 用具로서 大量으로 생산될 수 있고 또한 값이 싸야 되는 원칙이 있었다. 그러므로 工藝品을 生産工藝라고도 칭하였다.

그러나 현대의 大衆生活方式은 고도의 産業文明의 영향으로 모든 生活圈은 윤택해지고 편리해짐으로써 의식적으로 現代人은 品格 높고 실용적인 生活用品을 원하게 됨에 따라 生産者 입장에서라도 이러한 需要市場에 대응하기 위해 기계를 사용하여 매뉴팩처어 생산 방식에 의한 生産工藝로 변천하고 있다. 이 生産工藝의 원칙은 생산 방식이 손에 의존하는 것이 아니라 기계에 의해 大量生産되는 방식이므로 그 제품의 生産價格이 美術工藝에 비해 싸며, 방대한 需要市場의 공급을 충족시킬 수 있기 때문에 現代生活에 알맞는 工藝方式이라 할 수 있다.

그러나 오늘날의 現代人은 품격 높은 工藝品(당대의 手工藝的인 貴族工藝品)이면서 동시에 값이 싸고 실용적이며 기능적인 工藝品(오늘날의 生産工藝品)을 원하고 있으며, 生産者는 流通市場의 運用에 있어 國內市場은 물론 海外市場輸出까지 상대적인 입장에서 考慮해야 하므로 여기에 문제점이 발생되는 것이다.

또한 工藝品은 그 生産方式이 대부분 手工藝에 의존하고 있으므로 生産價格을 내리는데는 어쩔 수 없는 취약점이 있고, 생산된 完製品도 많은 需



要市場에 미처 충분히 大量供給할 수 없는 실정에 이르게 되었다.

産業文明이 발전함에 따라 化工系 原資材의 종류가 다양하게 증가되어 이를 사용하는 開發이나 生産方式이 늘어나는 추세이다. 또한 종전에 쓰였던 原資材의 代置資材도 다양해지고 있으며, 完製品의 形態나 表面處理效果도 종전의 原資材技法과 비등한 효과를 보면서 大量生産에 의한 生産價格調整에도 많은 효과를 거두고 있다. 外國觀光客의 入國이 해마다 늘어나고 있으며, 輸出市場도 그 범위가 확장되는 추세 아래 國內外 消費者의 嗜好도 세련되어 품격 높은 工藝品을 分별·구매하는 추세에 있다.

國內工藝業體는 총 4,390個社로서 각 品目別로 분류해 보면 貴金屬 寶石 工藝業體가 650개 업체로 가장 많고, 身邊裝飾用 工藝業體가 550개, 木工藝業體가 340개, 非金屬工藝業體가 280개, 竹細草徑製品業體가 120개 등의 순으로 되어 있다. 그리고 기타 공예품(漆器工藝·陶磁工藝·刺繡·구슬백·

皮革製品·紙工藝 등) 업체가 전 工藝業體 중 약 절반을 차지하는 2,000개 업체로 구성되어 있다. 製造方式도 종전의 地域中心 공예품 제조 방식에서 점진적으로 都市集中의 生産業體 제조 방식으로 변천되고 있다.

商工部가 지정한 150개 工藝品 指定業體의 地域分布를 보면 서울이 53개 業體로 1위, 京畿가 44개 業體로 2위, 全北이 11개 業體로 3위, 그 다음 釜山·慶南·大邱·忠南의 순으로 되어 있다.

(1) 工藝業體 施設現況

오늘날의 國內工藝業體는 ① 生産工藝品 시설 방식의 業體, ② 美術工藝品 시설 방식의 業體, ③ 工藝品 시설 방식의 업체와 ①과 ②의 施設方式을 함께 運用하는 업체로 구분된다.

國內工藝業體의 특징은 大量生産體制의 生産工藝品業體가 있지만 고도의 美術工藝 생산 채비를 갖추어야 할 施設이 미비되어 있고, 대개의 業主들은 무조건 비싼 生産工藝品 제작 시설보



大量生産工程에서 完製된 濟州道 石工藝品

다 美術工藝와 生産工藝가 혼합 연결 될 수 있는 시설을 원하고 있다. 그리고 陶磁工藝를 제외한 대부분의 업체가 工藝品에 해당하는 機械施設 이전의 一般中小企業 생산 시설로서 工藝品製造에 대처하고 있다. 따라서 完製品의 마무리 과정에서 정교하고 품격 높게 처리되어야 할 전문적인 機械施設이 미비되어 있고, 이를 구입할 情報에도 어두운 실정이므로 필요 이상의 生産時間을 소모하게 될 뿐 아니라 完製品은 품질이 저하된 상태이므로 자연스럽게 人件管理費問題로 生産價만 높아지고 있다.



(2) 工藝業體 技術人 現況

과거의 技術人이란 工場에서 수년간 다루었던 제한된 原資材에 제한된 技術技能만 발휘하던 工人들로서 주로 手工藝品만 제조하여 왔으나 생산 환경의 多變化過程에서 一品工藝工法(美術工藝의 工法)을 다루는 技術人과 생산 기계품을 운용하여 工藝品을 제작하는 技術人으로 구분되었다.

그러나 이들 두 종류의 技術人들은 모두 현재의 既存製品을 생산하는 과정에서 새로운 製品開發 및 技術의 창안과 既存施設의 기술적인 보완, 새로운 기능의 기계 제작 등으로 代置해 가고 있지만 외부의 전문적인 기계나 개발의 도입은 거의 束手無策으로 차단된 상태에서 自活的인 자세로 운영하고 있다. 또한 특이한 사실은 10인 이하의 조직으로 구성된 全國의 60%를 차지하는 工藝業體의 경우 業主가 技術者로서 운영하는 事例가 많다.

全國工藝業體의 업체별 종업원 구성 현황을 보면 10인 이하 업체가 61.4%, 11~12인 16.5%, 21~50인 11.2%, 50인 이상 10.9%로 나타나 있다. 중

업원수가 적은 업체일수록 手工藝方式을 취하는 형태이고 종업원수가 많은 업체는 대개 生産工藝方式의 업체였다. 지금은 工藝組合이 해산되었지만 日帝 때부터 1973년까지 번창한 忠北 淸州-圓의 구슬 공예나 濟州道의 정동 공예, 江華島 花紋席 莞草工藝는 마을 集團家內手工藝의 하나이지만, 業體內 생산 과정보다 業體外 外注生産過程을 더 많이 갖는 技術人도 있었다.

가장 많은 技術人을 보유하고 있는 工藝品은 漆器工藝品부문으로서 7,000여 명을 헤아리고 있는데, 과거 慶南-圓에 분포되어 있었으나 이제는 都市를 중심으로 한 漆工藝業體가 전국에 산재되어 있다. 그 뒤를 이어 身邊裝身具·貴金屬裝身具와 기타 工藝品·木工藝品 등의 순으로 되어 있다.

(3) 工藝品業主 및 開發品 現況

앞에서도 언급한 바와 같이 국내 工藝業體 중 10인 이하의 업체는 대부분이 技術者가 業主인 경우가 많아 業主

는 생산·판매 및 경영까지 1人多役을 맡고 있었으며, 그 밖에 10인 이상 업체의 業主들은 新工藝品 開發의 필요성을 긍정적으로 느끼면서도 業體內 모든 開發與件이 현실적으로 여의치 않아 종전의 生産方式이나 販賣方式을 踏步的으로 시행하고 있었다. 더우기 開發品이나 開發品의 시설에 필요한 市場情報分析이 어두운 상황이었으며, 이를 改善하여 시행할 계획도 적극성이 없는 미비한 상태였다. 10인 이상의 큰 工藝業體의 경우 國內觀光市場은 물론 輸出市場에까지 事業을 확장 추진하는 樣相은 괄목할 만한 일이나 生産過程의 대부분이 輸入國의 회사로부터 보내 온 정해진 設計圖面에 의거하여 工藝品을 주문받아 생산·수출하는 실정을 볼 때 대부분의 수입국 주문이 그 수입국의 嗜好에 맞닿는 범주 내에서 주문하는 관계로 外國의 공예품을 국내에서 下請받아 만드는 격의 事例가 되고 있는 실정이다.

輸出契約이 이루어지기 전 入札을 할

上. 현대적인 패턴 디자인으로 제조된 莞草工藝品

下. 완성된 형태에 부분적인 핸드 페인팅으로 마감 처리하고 있다.



때 다른 나라와의 輸出競爭 때문에 다른 나라와 같은 종류의 原資材로 加工된 상품을 기준으로 볼 때 완벽하여야 할 技能이나 形態의 일부분을 보완하지 않는 짝 가격으로 應札해야만 다른 競爭國을 제치고 落札되어 수출할 수 있다는 一部業主들의 思考方式은 우리나라 공예품 발전의 沮害要素라 아니 할 수 없다.

해마다 증가되는 外國觀光客들의 訪問 추세에 즈음하여 그간 국내 觀光地가 많이 新設되고 확장되어 그 環境도 개선되고 있지만 觀光地의 工藝品 流通狀況에 있어 몇 가지 큰 문제가 노출되어 있음을 지적할 수 있다.

우리 나라를 방문하는 外國人들의 심경은 새로운 나라와 고장을 방문하여 그 지역의 自然이나 文明을 눈으로 보고, 그 지역의 사람과 접하고, 傳統風習을 보면서 자신의 세계와 비교하며 흥미를 갖게 된다. 따라서 歸路에는 그 지역 특유의 工藝品을 기념으로 마련하는 것이 常例인데 국내 어느 觀

光地를 가 보아도 그 지역의 特産工藝品은 他地域에서 들어온 工藝品에 밀려 그 지역의 歷史的 固有性을 잃게 되고, 마치 國際市場의 雜貨店 같은 인상을 받게 된다. 어느 道를 가 보아도 그 물건이 그 물건이라면 生産業體의 입장에서나 道의 입장에서든 꼭 짚고 넘어 가야 할 문제점이 아닐 수 없다.

더우기 高價의 一品工藝를 전수하고 있는 업체들의 工藝品은 現實性 있는 시장을 고려하지 않고 구색 없이 덩지만 크게 高價로 市場에서 판매를 기다리고 있는 실정이었으며, 國內外人들 모두 그들이 만든 工藝品의 높은 逸品性에는 경탄하나 아이쇼핑(eye shopping)으로만 끝나는 예가 많았다. 工藝品의 流通過程에서도 商品을 포장할 包裝紙가 없이 대개가 신문지나 다른 용도로 만들어진 一般商品의 빈 包裝케이스에 工藝品을 넣는 式으로 包裝概念의 意識化가 되어 있지 않다는 것도 한 實例로 지적할 수 있다.

改善해야 할 事項 및 디자인 開發의 役割

일련의 造形世界를 前提해서 韓國人과 이웃 日本人을 서로 비교하여 볼 때 日本人은 하나의 個人으로서는 약하나 組織으로 뭉치면 강하고 人工的이지만 韓國人은 個人으로서 강하며 지극히 自然的이라고 비유할 수 있다. 하나의 例로서 庭園을 보아도 일본은 庭園樹 하나, 自然石 하나에 이르기까지 깎고 다듬어 만들고 湖水도 물을 담은 造形의 그릇처럼 加工하고, 왕모래 하나, 흙 한 줌까지 사람의 손을 거쳐 庭園을 만들지만 韓國人은 굽어 휘어지는 소나무의 自然的인 線을 사랑하고 自然石도 가공하지 않은 그대로 크고 작게 구성된 自然空間을 造景하여 그 韻致에 심취한다. 따라서 韓國人들의 그러한 자연스러운 분위기에서 손으로 빚어 낸 工藝品은 組織에 의해 결합된 藝術品에 비해 한 사람 한 사람 孤高의 精氣가 통한 藝術의 꽃을 피우는 경우가 많다.

예부터 韓國人은 세계 어떤 民族보다 손재주가 많았다. 이러한 손들이 지금의 工藝品에까지 傳承되어 우리의 것을 만들어 왔다. 그러나 시간의 흐름에 따라 시대의 요청이 달라지고 生産體制나 市場狀況도 크게 변하고 있다. 이러한 현실에 대응하기 위해서는 무엇보다도 지금의 세계를 바르게 直視하고 추세에 적응하는 것이 타당할 것이다.

工藝業體의 施設面에서는 현실의 市場趨勢에 부응하기 위하여 美術工藝品과 生産工藝品 生産施設을 겸용 구비하면서 모든 工程이 大量生産化되도록 하되 중요한 手工工程部分을 필연적으로 거치는 방식이 필요하다. 그러기 위해



漆器에 자개패 象嵌을 사용한 漆器工藝品

서는 보다 전문적인 機械施設을 보완하고 불필요한 시설을 정리하는 환경적인 考慮가 요청된다.

技術人的 경우 그 동안 많은 시간을 보내면서 쌓아 올렸던 자신의 專攻品目分野에 대한 技術을 개발하되 다른 품목으로 전환하는 일은 止揚되어야 하며, 새로운 化工系 原資材 加工能力을 단계적으로 배양하여야겠지만, 무엇보다도 중요한 것은 長久한 안목으로 工藝業界를 이끌고자 하는 工藝人의 확고한 자세가 필요하다. 이러한 自覺的인 자세의 요청이란 어떻게 하면 적당히 만들어 싸게 많이 파느냐의 생각보다 어떻게 하면 잘 만들어 우리 공예품에 대한 自負心을 갖느냐 하는 것이다. 새로운 工藝品을 아무리 개발해서 만들어도 競爭業體에서 곧바로 모방해서 만들기 때문에 開發할 필요가 없다는 소극적인 생각은 더 좋은 工藝品을 만들 수 없다는 생각과 같은 것이므로 이것은 반드시 排除되어야 할 일이다. 덩치 큰 工藝品이나 너무 精巧하여 細工分野의 시간이 많이 소요되어 하나의 工藝品을 완료하는 데 1~2년씩 걸리는 제품보다는 규모를 작게 하여 구입한 뒤 携帶가 가능하도록

해야 한다. 또한 잡다한 工程을 줄여 生産時間을 단축함으로써 大量生産이 가능하도록 新製品 개발 계획을 할 때 고려하여야 할 것이다.

流通過程에서 自社의 상품을 보호하고 이미지를 상승시키며 국내외에 告知시키기 위해서는 企業의 象徴 마크나 브랜드를 제정하여 상품에 넣도록 하고, 상품 개발 때에는 包裝費用을 고려하여 包裝紙나 케이스를 만드는 방법도 상품의 附加價値를 상승시키는 데 바람직한 일일 것이다. 종래에 生産工場에서 기계와 연장 속에 있었던 業主는 생산 라인의 技術人들과 뚜렷이 구분되어야 하며, 오히려 그는 社外의 새로운 개발이나 市場情報에 치중하여 經營者로서 施設의 보완이나 기술자들 사이에서 새로운 운영의 架構役割을 할 수 있는 리더가 되어야 할 것이다.

手工藝方式의 우리 나라 工藝業界는 그 長久한 세월을 보내면서 특별히 제품의 개발이라는 개념 없이 앞서간 技術人들에게서 전수받은 기술을 그대로 踏習하는 경우가었지만, 오늘날의 業主들은 다변화되고 광대해지는 市場에 대처하기 위해 새로운 商品의 開發이

필요하므로 이에 상품 디자인 개발을 필연적으로 적용하여야 할 것이다.

工藝品 디자인 개발이란 生産이나 市場이나 需要의 입장에 모두 개선된 利點을 부여하게 된다. 그것은 하나의 개선된 生産工程을 낳게 하여 大量生産을 유도하게 됨으로써 生産時間을 조정하며, 市場에서는 다른 工藝品을 견제하며 새로운 需要層을 만들고, 實用面에서는 새로운 機能과 美가 균형 있게 조화될 수 있도록 해 준다. 그런데 문제는 이러한 개발을 담당하여야 할 環境인 여건이 구비되어야 하는데, 한 번에 성공을 기대하기보다는 많은 開發時間과 별도의 개발 디자이너가 구성되어 거쳐야 할 과정을 수행해야 그 實效를 볼 수 있는 것이다.

한 나라의 工藝品을 生産工場에서 가까운 流通市場을 배경으로 판매한다는 어제의 概念에서 世界市場을 배경으로 판매한다는 오늘의 개념으로 바뀌고 있다. 다시 말해서 필요한 生活用具를 大衆에 공급하기 위한 工藝品에서 이제는 그 나라의 傳統文化와 民族의 개성적인 얼을 工藝品에 담아 세계에 공급하고 소개하는 상황으로 변천되는 것으로서 이것은 지극히 자연스러운 일이며 당연한 일인 것이다.

맺는 말

지금까지 어제와 오늘의 國內工藝品에 대한 動靜을 市場과 業體를 배경으로 기술하여 보았다. 國內工藝業界의 業主들은 현재 自業體의 既存商品이나 施設을 점검하면서 앞으로 폭넓은 新製品開發에 참고가 되기를 바라며, 全國 工藝業體를 대상으로 새로운 工藝品 디자인 개발과 指導相談을 담당하고 있는 韓國 디자인 包裝 센터와 긴밀한 유대를 맺어 製品開發 때 필요한 開發情報를 入手·分析하는 데 충분히 활용해 주었으면 한다.

1982년 2월부터 全國工藝業體를 대상으로 새로운 工藝品 디자인 개발에 주력한 韓國 디자인 包裝 센터는 앞으로 새로운 工藝品의 創案을 위하여 연구 정진할 것이다. □

디자인 아이디어의 開發

未來의 새로운 부엌 시스템과 아마튜어 寫眞師를 위한 革新的인 카메라

1. 완전한 부엌 시스템

종전의 부엌 시스템보다 좀더 發展된 부엌 시스템의 프로토타입(Proto-type)이 필립스(Philips) 社의 완전한 부엌 시스템 開發研究에 의하여 1980년 도모테크니카(Domotechnia) 展示會에 처음으로 소개되었다.

이 展示會에 선보인 새로 開發된 부엌 시스템 디자인은 부엌에서 사용되는 여러 가지 機具들을 불박이 形態로 디자인된 장소에 모두 모아서 保管할 수 있게 하고, 부엌의 照明을 最適化시키고, 오디오/비디오(audio/video) 시스템을 부엌에 統合시킨 것이 특징

이다.

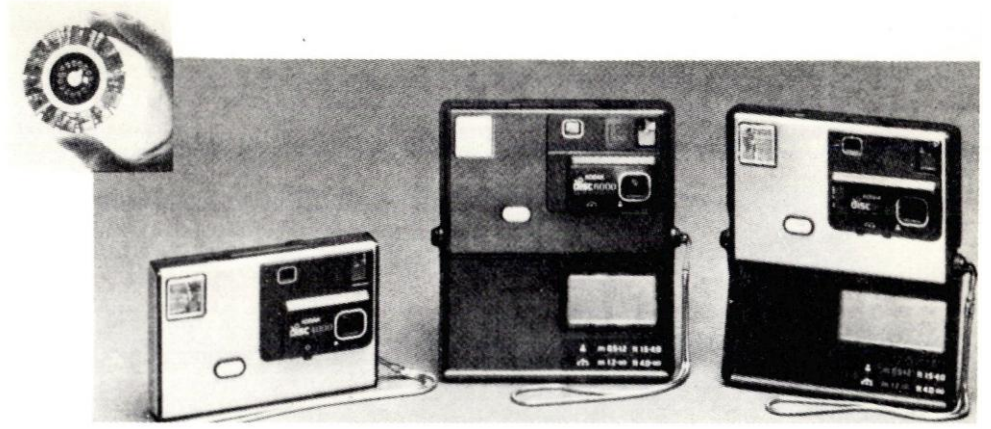
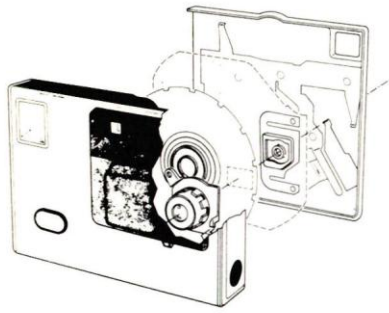
오늘날 부엌 시스템의 問題들을 실질적으로 解決하기 위한 필립스社의 노력은 未來의 부엌 시스템을 開發할 製造者들에게 아이디어를 提供해 주었으며, 그들이 이번에 새로 開發한 부엌 시스템은 保管場所·作業空間·設置場所·調理臺使用의 네 가지 기본적인 要素로 이루어져 있다.

부엌의 基本構造는 부엌에서 사용되는 여러 가지 機具들을 保管할 수 있는 장소를 考慮하여 디자인했으며, 이때 지금까지는 부엌 設計에서 考慮되지 않았던 調理臺 위에 설치된 찬장과 調理臺 사이에 생기는 空間의 사용 문

제를 신중히 考慮하였다. 保管場所를 測定하기 위해서는 에르고노믹스(ergonomics)의 문제뿐만 아니라 調理臺 전체의 높이와 깊이의 最適化를 고려하여 디자인했다.

保管場所에는 여러 가지 부엌 機具들을 形態와 機能에 따라 분류하여 보관하도록 디자인되어 있다. 예를 들면 아침 식사를 위한 機具들인 커피메이커(coffeemaker)·토우스터·주우스 器 機들은 한 곳에 보관되고, 電氣 콘센트와 코일 코오드 또는 電氣를 이용한 다른 여러 가지 機具들은 원래 놓여 있는 위치에서 옮기지 않고 그대로 사용하도록 되어 있다.





作業空間의 設計는 여러 調整裝置·스위치·電氣 소켓 등의 연결을 가느다란 線을 사용하여 保管場所 아래부분에 설치함으로써 調理를 자유롭게 할 수 있도록 組織化시켰다.

부엌 裝備를 설치하기 위한 場所는 조리대 아래의 찬장 뒤에 위치하게 함으로써 수도물·개스·電氣·排水口 등이 모두 연결되도록 設計하였다.

調理臺의 높이는 조리대 바로 밑에 서랍을 달 수 있도록 디자인되었고, 調理臺板은 料理가 끝난 후에 밀면 안으로 들어갈 수가 있게 하여 作業空間을 넓히도록 디자인하였다.

또한 이 부엌 시스템은 부엌의 많은 空間을 차지하는 냉장고·調理機具·접시 닦는 機械·洗濯機 등뿐만 아니라 오디오/비디오 시스템도 붙박이式으로 디자인된 것이 특징이며, 집안에서 일어나는 여러 狀況을 볼 수 있는 텔레비전 畫面도 설치되어 있다.

이와 더불어 새로 開發된 螢光性의 電球 PL 11을 사용한 照明 시스템은 作業空間을 골고루 밝게 해 주며, 종전의 照明 시스템에 비교하면 75%의 에너지를 절약할 수 있다.

필립스社의 부엌 시스템 概念은 이탈리아의 Product Divisions Major Domestic Appliances 와 네덜란드의 Small Domestic Appliances 에 의해 1982년에 開發되었다.

2. 코닥이 開發한 새로운 디스크 카메라

코닥(Kodak)社는 그들이 開發한 새로운 디스크(Disc) 카메라가 아마추어 寫眞師들의 '자유로운 撮影'을 가능케 해 주었다고 주장했다. 새로운 디스크

카메라는 광범위한 人間要素의 연구뿐만 아니라 아마추어 寫眞師들이 寫眞攝影을 할 때마다 항상 문제가 되는 빛과 거리의 문제를 집중적으로 연구함으로써 간단하지만 매우 精巧하게 제조되었으며, 코닥社의 主張에 의하면 보통 사진보다 25% 정도 더 훌륭한 寫眞을 撮影할 수 있다고 한다.

코닥社는 이 새로운 카메라의 性能을 완성시키기 위해 컴퓨터로 만든 문제를 철저히 分析했고, 카메라의 目的을 달성하기 위하여 새로운 카메라의 概念과 目的을 컴퓨터 分析에 의뢰함과 동시에 電子部品, 光學上의 문제, 機械的인 문제 및 生産上의 문제 해결을 위하여 연구를 거듭했다.

이러한 研究結果에 의하여 새로 開發된 것이 디스크 形態의 카메라이다. 이 카메라는 寫眞의 影像을 정확히 나타나게 하기 위하여 필름이 완전히 평평한 狀態로 놓이도록 되어 있을 뿐만 아니라 필름통의 크기를 축소시켜 조그만 모우터가 필름을 자동적으로 前進시켜 주며, 寫眞現像도 單純化시켜 주는 역할을 하고 있다.

코닥社는 새로운 카메라를 開發하기 위하여 코닥社의 従業員들이 撮影한 수천 장의 사진에 데이터를 첨부하여 根據資料로 사용했으며, 사진의 문제점과 카메라의 사용 패턴을 발견하기 위하여 40여 가지의 다양한 방법으로 각 사진의 內容과 質的인 문제를 調査·分析하였다.

分析된 데이터에 의하면 寫眞攝影에서 가장 문제가 되는 것은 撮影 당시 카메라가 흔들림으로 해서 발생하는 露出不足 現象으로 나타났고, 또 다른 문제는 필름이 바뀌는 문제와 플래시(flash)의 作動과 構造가 약한 것으로

나타났다.

따라서 코닥社는 이러한 要因을 해결하기 위하여 카메라의 性能을 極大化시키고, 철저한 人間要素의 연구로 문제를 最少化시켰다. 예를 들면 露出範圍를 極大化시켜 露出不足 現象을 해결하고, 플래시의 사용 범위를 넓히고 가능한 한 플래시가 손가락의 방해 를 받지 않는 곳에 위치하도록 했다.

寫眞攝影 때 카메라의 흔들림을 방지하기 위하여 하이 스피드 셔터(high speed shutter)를 사용했고, 셔터 릴리스 버튼(shutter release button)을 附着시켰다. 또한 필름이 바뀌는 문제와 플래시 作動의 문제를 해결하기 위하여 이런 것들을 모두 自動化시켰다.

리튬-카arbon 모노플로라이드(lithium-carbon monofluoride)로 된 두개의 3볼트짜리 電池의 사용과 電子 플래시 장치는 약 2,200정도의 露出量의 빛을 發散할 수 있도록 했다. (이 카메라 使用者가 새로운 電池를 사용하기 위해서는 반드시 카메라를 코닥社로 보내야 한다.)

셔터 스피드와 렌즈의 口徑은 自動 露出裝置에 의해서 정확하게 調節되도록 디자인되었다.

납작한 필름 디스크는 15장의 필름을 담을 수 있다. 각 필름의 크기는 0.3×0.4인치로 되어 있고, Y字 모양의 새김으로 필름이 정확하게 놓이도록 하고 모우터를 사용해서 필름이 自動으로 바뀌도록 디자인되었다.

컴팩트 디스크(compact disc)는 카메라의 크기를 약 1×3×5 인치로 축소시켰다. □

展示館 貸館案内

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

전시장 평면도

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

별관 3층

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

별관 2층

중앙홀 (40평)	본관	제7실 (60평)	별관 1층
--------------	----	-----------	-------

전시장의 특징

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

임대료 및 상담처

1. 임대료 : 1일 평당 900원 (부가세 별도)
2. 신청 및 상담 : 당센터 진흥부



한국디자인포장센터
KOREA DESIGN & PACKAGING CENTER

서울특별시 종로구 연건동 128
전화 762-9462



包裝試驗室 利用 會員 加入 案内

- 包裝試驗室 利用 會員制 實施 (包裝材 및 容器 生産業體와 使用業體, 包裝 關聯業體들의 包裝試驗 業務를 위한 便宜 圖謀)
- 會員 加入者는 包裝試驗·鑑定 等에 대하여 手數料 減免 特典과 包裝에 관한 技術 및 情報 無料提供
- 非會員은 所定の 手數料를 納付하였을 時 包裝試驗·分析·鑑定을 받을 수 있다.

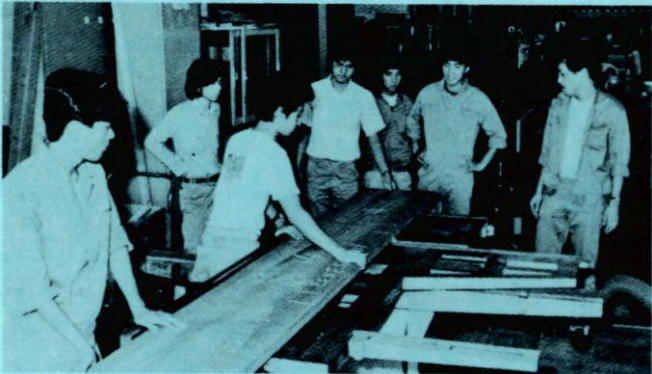
會員 區分	會費 (年間)
A 級 會員	500,000원
B 級 會員	300,000원



한국디자인포장센터
KOREA DESIGN & PACKAGING CENTER

包裝開發部 ☎ 762-9463

日本 職業訓練大學校 科學·技術·技能의 三位一體



日本 神奈川縣 相模原市에 8만 坪에 달하는 넓은 캠퍼스의 보기 드문 희귀한 大學이 있다. 질서 정연하고 아름답게 꾸며 놓은 校庭은 물론이거니와 이 넓은 學校에 學生數가 겨우 600명밖에 되지 않고, 이들을 指導하는 教授가 230명이나 된다는 것은 더욱 놀라운 事實이다.

이 大學校는 勞動省 所管으로 운영되고 있으며, 授業內容은 一般大學과 같아 大學院 進학과 就職에도 동등한 대우를 받게끔 제도화되어 있다. 설립은 1961년 職業訓練法에 의하여 勞動省 所管의 대학으로서 1965년에 현재의 校名으로 改稱하였다.

設立目的을 살펴보면 “職業訓練法에 따라 公共職業訓練施設 및 事業主들이 실시하는 직업 훈련의 指導員 養成과 직업 훈련에 관한 조사 및 開發 研究를 主目的으로 한다” 라고 되어 있다. 系列은 機械·金屬·電氣·建築·化學의 5系列 10個科로 구성된 訓練部, 東南 아시아를 비롯 해외에서의 研修生을 받아들이고 있는 國際協力部, 再訓練部, 通信訓練部, 職業訓練研究 센터가 있다.

建築系에 속한 木材加工科를 例로 든다면 木材의 基

礎研究用的 試驗器機가 완비된 연구실, 製圖室, 기본적인 木材加工에 필요한 각종 工作機械가 즐비한 實習室 등 누구나 놀라움을 금치 못하는 設備를 갖추고 있다.

더우기 熟練된 指導員과 教授가 學生들을 거의 맨 투 맨이라 할 수 있을 정도로 密度 높은 訓練을 시키고 있으며, 學校側의 말로는 一般大學과 같은 基礎學科에 技能을 합친 커리큘럼이기 때문에 사실은 6년간의 교육이 필요하지만 이를 4년 동안에 습득시키자니 學生들은 餘暇를 즐길 시간도 없으며, 아름답고 融通性 있는 感受性을 키울 수 있는 情緒的인 시간과 복잡하고 변화한 都心을 거닐면서 都市의 刺戟을 받을 필요가 있으나 그럴 시간이 없어 걱정이라고 여유 있는 말을 하고 있다. 그러나 학교의 立地條件, 최상의 교육 환경, 졸업 후의 進路確約 등으로 정신적인 安定을 갖고 있어 엄격한 學習課程에 열중할 수 있는 것은 다행한 일이라고 덧붙였다.

이와 같은 大學이 각 분야에 걸쳐 專門化된다면 國際競爭은 물론 生存競爭에서 이겨나갈 수 있는 힘이 培養될 수 있을 것이다.

13차 ICSID 총회

제13차 ICSID(國際 産業 디자인 團體 協議會) 總會 및 會議가 1983년 10월 24일부터 10월 30일까지 1주일 동안 이탈리아의 밀라노에서 開催된다.

主題는 'From the Spoon to the City, 30 years later'

로서 一般個人的 日常道具인 스푼에서부터 共同社會인 市가 이용·관리하는 環境에 이르기까지의 計劃 및 디자인의 現況, 특징적 관계 등에 관한 전반적인 사항을 반영하여 討議한다.

13회 國際 産業 디자인 競演大會

제13회 國際 産業 디자인 競演大會 및 展示會(CEVIDER '83)가 1983년 3월 3일부터 3월 8일까지 스페인의 발렌시아(Valencia)에서 開催된다.

이번 大會의 出品部門은 陶磁·硝子·裝飾用品 등이며, 受賞作은 스페인·폴란드·美國·이탈리아인으로 구성된 5人的 審査委員에 의하여 결정된다.

最高賞인 國際賞 'LLAMA DE ORO'(賞金 약 130만 원)와 國內賞 'LLAMA DE PLATA'(賞金 약 100만 원)

를 비롯하여 2個部門의 特別賞이 수여된다.

出品願書 및 出品作의 마감은 각각 1983년 1월 10일과 1월 30일까지이며, 1983년 2월 21일과 22일 양일간 審査한다.

國內에서 이번 競演大會에 참가하고자 하는 사람은 1983년 1월 5일까지 韓國 디자인 包裝 센터 振興部로 문의하면 상세한 내용을 알 수 있다고 한다.

國際 디자인 심포지움

西獨 디자인 協會 主管, 國際 産業 디자인 團體 協議會(ICSID) 協贊의 國際 디자인 심포지움(International Design Symposium)이 1983년 1월 18일부터 19일까지 이틀 동안 베를린 國際會議 센터에서 개최된다.

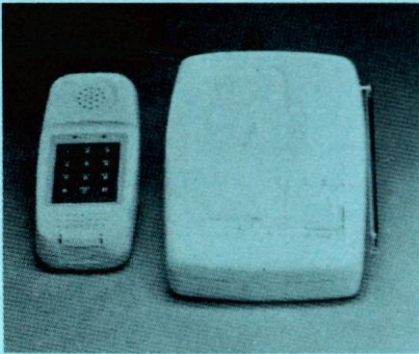
이번 심포지움에는 '方法論과 디자인의 質(Methodology and Design Quality)'이란 主題를 가지고 前 ICSID 會長이었던 美國의 플로스(A. J.

Pulos), 日本의 에쿠양 켄지(榮久庵憲司) 씨를 비롯한 7個國 13명의 著名 디자이너들이 講演할 예정이다.

11회 KSID展

創立 10週年을 맞은 韓國 인더스트리얼 디자이너協會(KSID)는 제11회協會展을 지난 11월 20일부터 11월 26일까지 韓國 디자인 包裝 센터 展示館에서 가졌다.

40점의 작품이 出品된 이번協會展에는 박억철 씨의 '無線電話機', 윤영태 씨의 '코오피 포트' 등 電氣電子製品과 정경원 씨의 '照明讀書臺', 신명철 씨의 '作業用工具', 권옥현 씨의 '화병' 등 日常生活用品이 주로 전시되었다.



박억철 작 「無線電話機」

韓國工業 디자인賞 公募展

韓國 인더스트리얼 디자이너協會(KSID)가 創意的이고 유능한 産業 디자이너의 발굴을 위해 隔年制로 개최하고 있는 韓國工業 디자인賞의 세 번째 公募展이 지난 11월 20일부터 11월 26일까지 韓國 디자인 包裝 센터에서 열렸다.

KSID 創立 10주년 記念行事의 일환으로 열린 이번 公募展에는 총 40점이 出品되어 26점이 선정되었는데, 규모가 크고 實驗性이 강한 것을 내용으로 하는 작품이 많았다는 데 특징이 있었다.

10회 KDC 會員展

韓國 視覺 디자이너協會·韓國 工藝 디자이너協會·韓國 工業 디자이너協會의 세 단체로 結成된 韓國 디자이너協會(KDC)의 제10회 會員展

가 지난 11월 10일부터 11월 15일까지 韓國 디자인 包裝 센터 展示館에서 열렸다.

'88 서울 올림픽에 대비하여 참신하고 아름다운 디자인과 세련되고 高級化된 製品開發을 목적으로 한 이번 會員展에는 視覺 디자인 部門 26점, 工藝 部門 71점, 工業 디자인 部門 23점 등 會員들의 作品 총 120점이 展示되었다.



이명구 씨의 일러스트레이션

KDC : 大學生 디자인 公募展

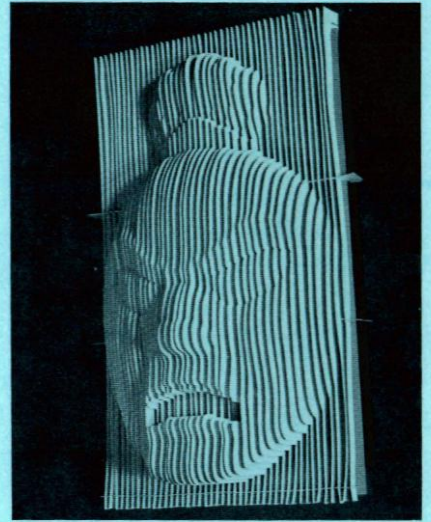
韓國 디자이너協會(KDC) 주최 제11회 全國 大學生 디자인 公募展이 지난 11월 10일부터 11월 15일까지 韓國 디자인 包裝 센터 展示館에서 열렸다.

視覺 디자인·工藝·工業 디자인의 세 部門으로 나누어 公募한 이번 作品展에는 총 1,351점의 作品이 出品되었으며, 그 중 金賞을 비롯한 20점의 入賞作과 588점의 入選作이 전시되었다.

立體 그래픽展

弘益大學校 美術大學 同門들의 모임인 立體 그래픽 디자인회의의 세 번째 立體 그래픽展이 지난 11월 8일부터 11월 13일까지 韓國 디자인 包裝 센터 展示館에서 열렸다.

이번 展示會에는 李周憲 씨의 '韓國의 얼굴'을 비롯한 10여 점의 作品이 전시되었는데, 모든 作品을 종이의 특징과 紙器構造 등을 이용하여 가능한 크게 製作함으로써 방대한 紙面에서 오는 느낌이 종이에 대한 既存觀念을 바꾸어 주었을 뿐만 아니라 간단한 構造로서 복잡한 종이 立體物을 형성



李周憲 作 「韓國의 얼굴」

함에 따라 종이의 사용 가능 범위를 더욱 넓혀 주었다.

이번 作品展의 出品者는 이주현·원유홍·강운성·강성철·김영환·김유화·이은용·조형준·김정희·강세균 씨 등 10인이다.

韓國工藝家會 會員展

韓國工藝家會의 아홉 번째 會員展이 지난 12월 14일부터 12월 20일까지 韓國 디자인 包裝 센터 展示館에서 열렸다.

이번 作品展에는 陶磁部門에서 辛光錫 씨의 '自然'을 비롯한 35점, 木漆部門에서 金德謙 씨의 '角函'을 비롯한 39점, 染織部門에서 李德姬 씨의 '愛馬'를 비롯한 34점, 金屬工藝部門에서 申權熙 씨의 '동냥'을 비롯한 38점 등 총 146점의 각종 工藝作品이 전시되었다.

崔賢七 作



仁德 그래픽 디자이너회 創立展

仁德工業專門大學에서 그래픽 디자인을 專攻한 同門들의 모임인 仁德 그래픽 디자이너회의 創立展이 「文化行事를 위한 포스터展」을 테마로 지난 11월 1일부터 11월 7일까지 韓國 디자인 包裝 센터 展示館에서 열렸다.

한 나라의 문화적 수준은 각종 行事를 알리는 포스터로 代辯할 수 있다는 趣旨로 열린 이번 展示會에는 황 방현 씨를 비롯한 21명의 會員들이 출품한 20여 점의 각종 文化行事 포스터가 전시되었다.

中央 工業 디자인展

中央大學校 藝術大學 工藝學科의 中央 工業 디자인展이 스포오즈와 레저 産業製品이란 테마로 지난 12월 13일부터 12월 19일까지 韓國 디자인 包裝 센터 展示館에서 열렸다.

洪聖洙 씨의 플라이휠일 사이클 (Flywheel Cycle)을 비롯한 스포오즈·레저用品 20여 점이 출품된 이번 展示會는 날로 심화되어 가는 輸出市場의 경쟁에서 이기기 위한 스포오즈·레저 製品의 高級化에 그 목적을 두었다.

曉星工藝家會展

曉星女子大學校 藝術大學 工藝科 教授·講師·大學院 在學生 및 卒業生들로 구성된 曉星工藝家會의 두 번째 展示會가 지난 11월 4일부터 11월 10일까지 百想紀念館에서 열렸다.

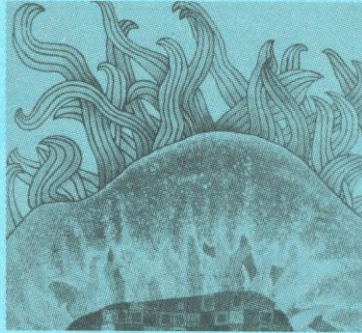
曉星工藝家會는 지난 봄에 日本 토오요(東京)에서 韓日交流展을 가진 바 있는데, 이번 전시회에는 그 때의 작품과 新作이 함께 전시되었다.

우리 先祖 여인들의 슬기와 지혜, 悲嘆과 환희를 主題로 한 이번 作品展에는 染色·陶藝·木工藝·金屬工藝·織造 등의 분야에서 노리개·주머니·수저집·바느질함·寶石函·고비·춧대·裝飾襪 등 民間生活에서 여인들이 평소에 아끼는 小道具를 중심으로 한 23점의 作品이 전시되었다.

2회 淸음展

崇義女子專門大學 應美科 同門들의 제2회 淸음展이 지난 11월 13일부터 11월 19일까지 韓國 디자인 包裝 센터 展示館에서 열렸다.

이번 作品展에는 染色·織組·金屬工藝 등에서 25점의 作品이 전시되었다.



박경희 작

鄭大有 工藝展

誠信女大 工藝學科 鄭大有 씨의 工藝 作品展이 지난 12월 6일부터 12월 12일까지 서울 그로리치 畫廊에서 열렸다.

이번 工藝展에는 石工藝展으로 춧대 시리즈의 作品을 전시하였다.

權相玖 그래픽 디자인展

權相玖(信一專門大 應用美術科) 씨의 그래픽 디자인 作品展이 12월 7일부터 12월 12일까지 大邱 YMCA 畫廊에서 열렸다.

이번 作品展에는 '88서울 올림픽 포스터 등 다수의 그래픽 디자인 作品이 전시되었다.

朴商雨 環境 디자인展

朴商雨(嶺南大學校 美術大學) 부교수의 環境 디자인展이 지난 11월 9일부터 11월 23일까지 嶺南大學校 캠퍼스에서 열렸으며, 이어 11월 25일부터 12월 1일까지는 서울의 寬勳美術館에서 열렸다.

이번 個人展에 선을 보인 作品은 木材와 鐵材를 사용한 作品과 石造形 作

品으로서 視覺的 鑑賞을 초월하여 人間의 모든 感覺器官을 통하여 느낄 수 있도록 試圖하였다는 데 그 특징이 있다.

韓南 디자인展

승전 대학교 大田 캠퍼스를 韓南大學으로 名稱을 바꿔 처음으로 개최하는 應用美術科의 제1회 卒業展과 제4회 在學生 作品展을 겸한 韓南 디자인展이 지난 12월 14일부터 12월 20일까지 韓國 디자인 包裝 센터 展示館에서 열렸다.

視覺 디자인·製品 디자인·工藝 專攻으로 구성된 應用美術科의 이번 作品展에는 35명의 卒業生들이 출품한 100여 점과 在學生들의 200여 점의 作品이 함께 전시되었다.

徐吉龍 陶藝展

徐吉龍 씨의 네 번째 個人展이 지난 11월 17일부터 11월 23일까지 光州의 아카데미 美術館에서 열렸다.

徐吉龍 씨는 이번 個人展을 통하여 좁쌀·보리·볍씨 등을 象嵌하는 방법으로서 作家 자신이 命名한 '穀物象嵌技法'을 사용하여 텍스처 처리를 하였다는 데 특징이 있다.

成均館大 卒業作品展

成均館大學校 生活美術科의 아홉 번째 卒業作品展이 지난 11월 22일부터 11월 27일까지 同校 展示室에서 열렸다.

이번 作品展에는 28명의 卒業生들이 工藝·染色·그래픽 등의 作品 50여 점을 전시하였다.

誠信女大 卒業作品展

誠信女大 藝術大學 卒業作品展이 지난 11월 8일부터 11월 13일까지 同校에서 열렸다.

이번 作品展에는 150여 卒業生들이 純粹美術分野와 平面 디자인·工藝 등 各部門에 260여 作品을 出品하였다.

大邱工藝家會展

大邱를 중심으로 한 工藝家들의 모임인 大邱工藝家會의 네 번째 作品展이 지난 11월 26일부터 12월 2일까지 大邱의 수 畫廊에서 열렸다.

이번 展示會에는 36명의 會員들이 陶藝·木工藝·金屬工藝·染織 등의 분야별로 30여 점의 作品을 出品하였다.

孫完鎬 木工藝展

孫完鎬(啓明大學校 美術大學 産業美術科 助教) 씨의 木工藝展이 지난 11월 26일부터 12월 1일까지 大邱 YMCA 畫廊에서 열렸다.

이번 作品展에는 '花器'를 비롯한 독특하고 개성 있는 木工藝作品 10여 점이 전시되었다.

中央大 工藝學科 디자인展

中央大學校 藝術大學 工藝學科의 디자인展이 卒業作品展과 함께 지난 10월 25일부터 10월 30일까지 同校에서 열렸다.

이번 展示會에는 4학년의 卒業作品으로 視覺 디자인 부문에서 23점, 工藝部門에서 69점, 工業 디자인 부문에서 15점 등 100여 점과 在學生들이 出品한 50여 점의 作品이 함께 전시되었다.

1회 仁荷美展

仁荷大學校 師範大學 美術教育學科의 제 1회 仁荷美展이 지난 11월 3일부터 11월 9일까지 同校에서 열렸다.

東洋畫·西洋畫·디자인 및 彫塑를 전공한 33명의 졸업생들이 60여 점의 作品을 出品하였다.

同德女大 産業 디자인展

同德女子大學 産業美術科에서는 제 3회 産業 디자인展을 卒業美展과 함께 지난 11월 23일부터 11월 28일까지 韓國 디자인 包裝 센터 展示館에서 가졌다.

이번 展示會에는 4학년 卒業生들이

출품한 30여 점의 卒業作品과 在學生의 作品 100여 점이 視覺 디자인·工藝·工業 디자인 部門으로 나누어 展示되었다.

서울大 美大 卒業美展

서울 大學校 美術大學의 卒業美展이 지난 11월 24일부터 11월 30일까지 同校에서 열렸다.

學士課程과 碩士課程의 졸업생들이 함께 出品한 이번 展示會에는 學士課程 繪畫科의 東洋畫部門에서 30여 점, 西洋畫部門에서 40여 점, 版畫部門에서 10여 점 등 모두 90여 점이 出品되었으며, 彫塑科에서는 15명의 졸업생들이 100여 점의 作品을 出品하였다. 그리고 應用美術科에서는 陶磁工藝部門에서 20여 점, 金屬工藝部門에서 8점, 視覺 디자인 부문에서 100여 점, 工業 디자인 부문에서 50여 점 등 學士課程에서 총 400여 점의 作品이 전시되었다.

또한 碩士課程에서는 繪畫部門에서 20여 점, 陶磁工藝部門에서 10여 점의 作品이 전시되었고, 視覺 디자인 부문 6점과 工業 디자인 부문의 出品作 등 모두 60여 점의 作品이 전시되었다.

曉星女大 藝術大學 卒業作品展

曉星女子大學校 藝術大學에서는 繪畫科 9회, 應用美術科 18회, 工藝科 1회의 卒業作品展을 지난 11월 16일부터 11월 20일까지 同校에서 가졌다.

이번 作品展에는 應用美術科 김 윤희 양의 '계몽 포스터'의 40여 점, 工藝科 김 정이 양의 '休'의 40여 점 등 총 120여 점의 作品이 전시되었다.

淸州大 卒業作品展

淸州大學校 藝術大學 工藝學科의 제 1회 卒業作品展이 지난 11월 15일부터 11월 21일까지 淸州文化院 展示室에서 열렸다.

이번 作品展에는 木工藝·金屬工藝·陶磁器工藝·染色工藝 등의 분야에서 26점의 作品이 出品되었다.

檀國大 卒業作品展

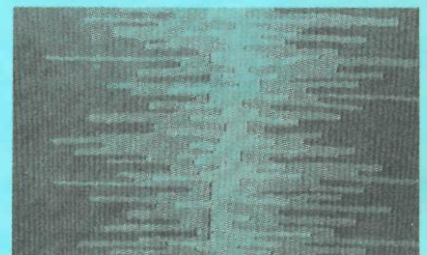
檀國大學校 文理大 應用美術科의 여덟 번째 卒業作品展이 지난 12월 1일부터 12월 5일까지 韓國 디자인 包裝 센터 展示館에서 열렸다.

이번 作品展에는 이 상화 양의 花器를 비롯한 32점의 陶磁工藝製品과 강혜경 양의 '88 서울 올림픽 포스터'를 비롯한 9점의 視覺 디자인 作品이 전시되었다.

목원 대학 産業 디자인展

목원 대학 美術學部 産業美術科에서는 제 2회 卒業美展과 제 5회 校內美展을 지난 11월 3일부터 11월 9일까지 大田文化院과 大田市民會館에서 가졌다.

이번 卒業美展에는 최 응철 씨의 '수퍼그래픽 디자인'을 비롯한 7점의 그래픽 디자인 作品과 김 경숙 양의 '테마'를 비롯한 7점의 텍스타일 作品, 김 윤희 양의 '座鏡'을 비롯한 7점의 木工藝品, 여 중영 씨의 '雲'을 비롯한 7점의 陶磁器製品이 出品되었다.



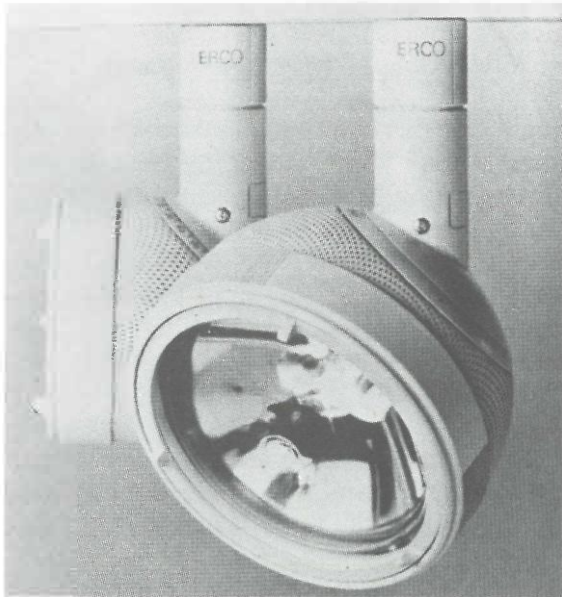
이 동본 작 「테이블 클로스」

圓光大學校 卒業作品展

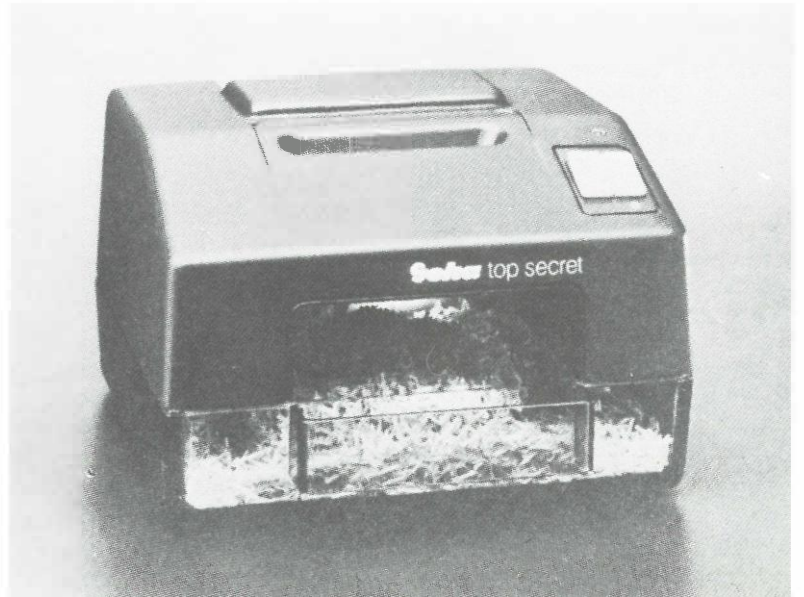
圓光大學校 美術大學의 卒業作品展이 지난 11월 15일부터 11월 21일까지 全州 全北藝術會館에서 열렸다.

이번 卒業作品展에는 美術教育學科의 西洋畫 전공 66점, 韓國畫 전공 30점, 彫塑 전공 10점 등 106점이 出品되었다. 또한 應用美術學科 視覺 디자인 作品 45점, 工業 디자인 作品 33점, 陶磁器 33점 등 111점이 出品되었으며, 金屬工藝學科에서 出品한 108점 등 모두 127명의 卒業生이 出品한 300여 점의 作品이 展示되었다.

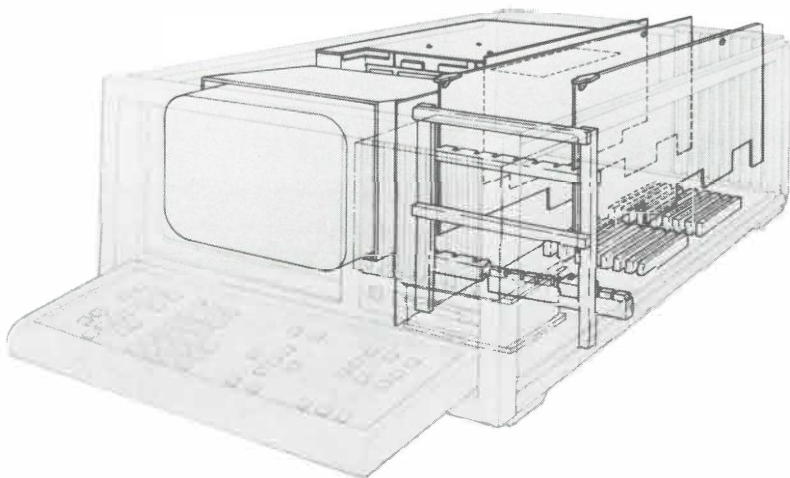
굿 디자인 製品選定



1



2



低電壓 스포트라이트 ①

분리되어 있는 變壓器를 이용하여 정상적인 電壓에서뿐만 아니라 低電壓에서도 사용이 가능한 스포트라이트(spotlights)이다. 20~100W의 할로겐 램프와 反射 램프를 사용하여 빛을 더욱 밝게 내면서도 内部熱은 감소시킨다.

耐久性이 강한 플라스틱과 金屬板으로 만들어진 이 製品은 西獨의 Emilio Ambasz 씨와 Giancarlo Piretti 씨가 공동으로 디자인했다.

秘密文書破棄機 ②

3

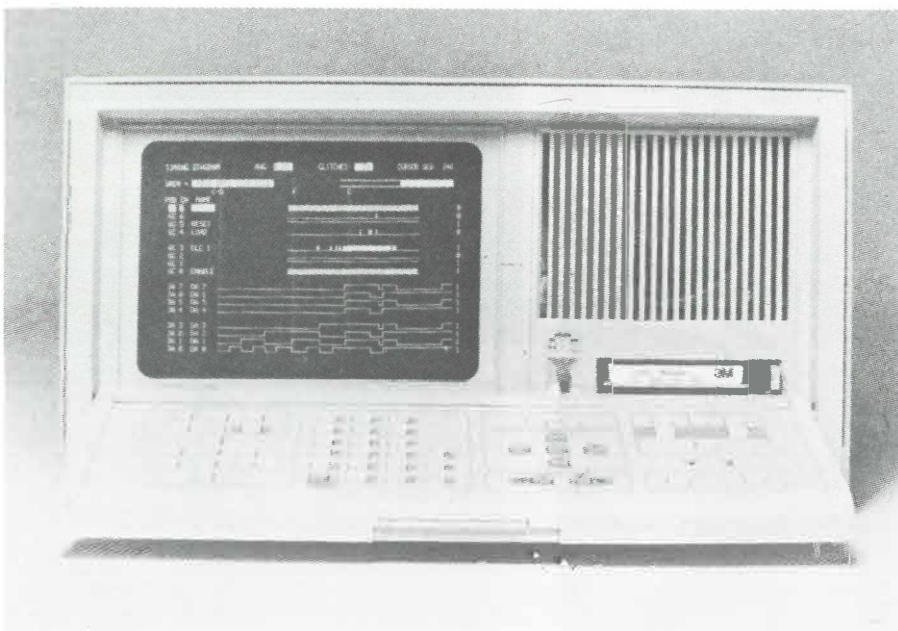
150 W의 모우터를 사용, 견고한 鋼鐵 톱날로 6초 만에 종이 2장을 4,500개의 조각으로 粉碎할 수 있는 강력한 秘密文書 破棄機이다. 무게 13.6파운드, 규격 9.36×8.8×6.2인치로서 電話機보다 조금 크다.

西獨의 Kunt Bliesener 씨와 Holger Kristen 씨가 공동으로 디자인했다.

디지털 製品 分析機 ③

이 機械는 컴퓨터나 마이크로 웨이브 오븐기와 같은 디지털(digital) 제품을 試驗하는데 사용되는 최초의 컬러 分析機이다. 이 分析機를 사용함으로써 내용을 신속 정확하게 分析할 수 있다.

美國의 Garry Burgess 씨와 Rob Sanford 씨가 공동으로 디자인했다.



高性能 손전등 4

할로겐 電球를 사용하여 강력하고 遠距離까지 비출 수 있게 제작된 高性能 손전등이다. 무게 5파운드, 규격 13.26×3.32×4.3인치인 이 손전등은 屋外保安 點檢時나 餘暇善用 등 野外에서 주로 사용되며, ABS 플라스틱으로 제조되었다. 西獨의 Dieter Witte 씨가 디자인하였다.

캐비닛 모듈 5

이 캐비닛 모듈(cabinet module)은 開放된 선반과 밀폐된 貯藏場所로 구성되었으며, 알루미늄과 참나무로 만들었다.

美國의 Rangine社에서 제작했다.

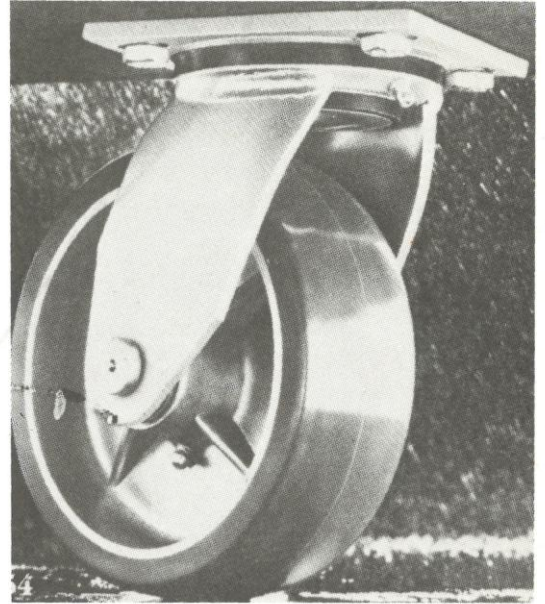
캐스터(caster) 6

바퀴 内部에 들어 있는 그리스(grease)가 밖으로 새어 나오지 않도록 製作되었으며, 스팀과 물로 세척하기가 용이하다.

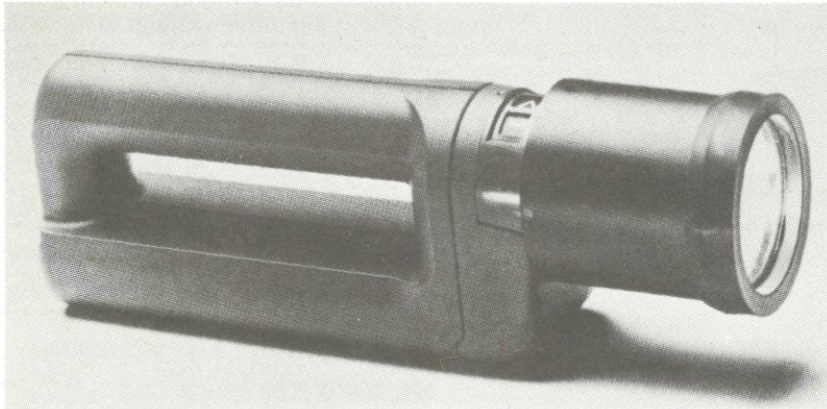
美國의 Evansvill社가 제작하였다.

휴대용 製圖器具容器 7

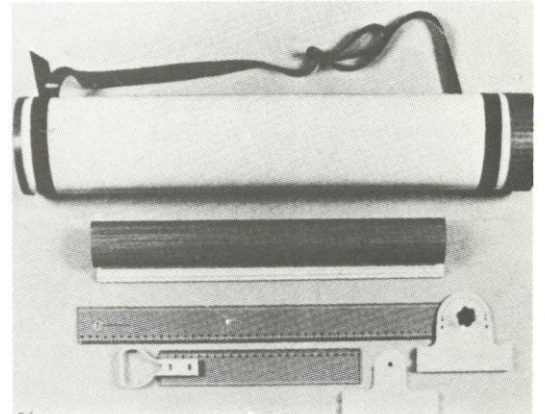
디자인 製圖 때 필요한 곡선자 등을 넣어 다닐 수 있는 휴대용 容器이다. 美國의 Ferleen International社에서 제작했다.



6



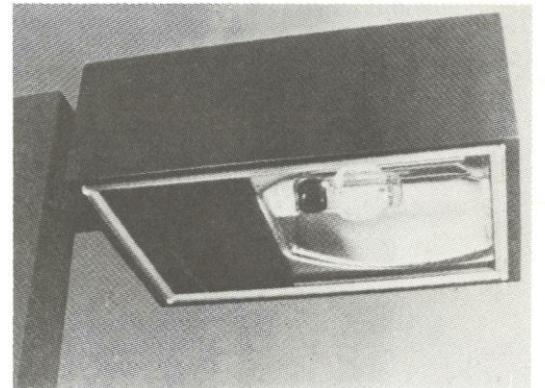
4



7



5

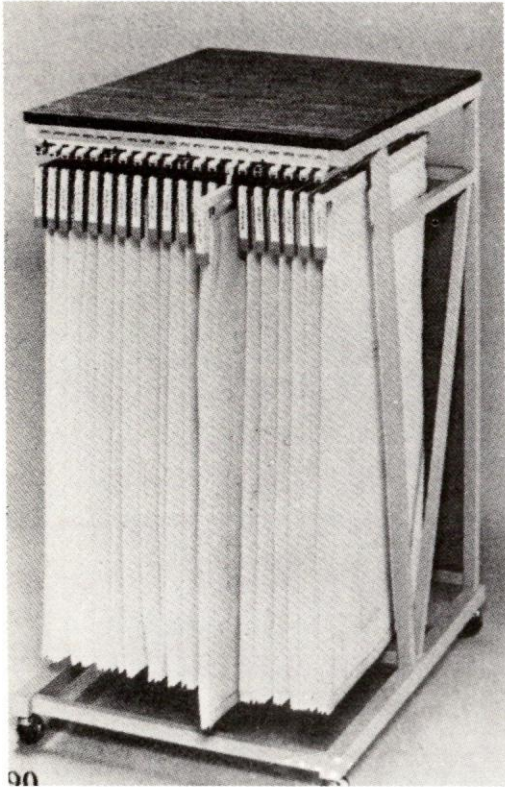


8

外 燈 8

車道・駐車場・캠퍼스 등 外部地域에 설치하는 外燈으로서 불빛이 遮斷되므로 住居地域에서도 사용할 수 있다. 램프는 175~100 W의 高壓 소듐(sodium) 램프를 사용할 수 있다.

9

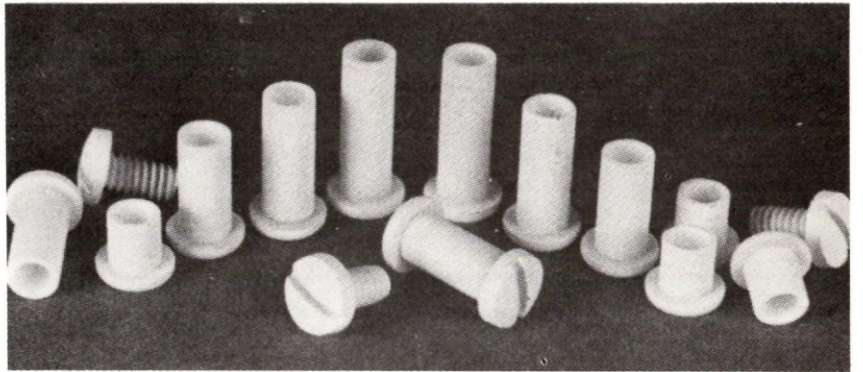


90

10



11



12

書類保管 스탠드 9

약 2,000枚 정도의書類를 종류별로 정리해 놓고 편리하게 移動시켜 사용할 수 있는 書類綴 스탠드이다.

美國의 Plan Hold社에서 디자인했다.

庭園 除草器 10

무게가 11 파운드밖에 되지 않는 庭園用 電氣式 除草器이다. 톱날을 앞으로만 회전시키는 종래의 방식에서 벗어나 톱날을 앞뒤로 회전시킴으로써 除草器의 内部가 막히는 것을 방지하고 調整을 용이하게 해 준다.

강력한 모우터를 부착시켰으나 무게가 가벼우며, 톱날이 돌과 부딪치면 자동으로 停止되는 특징을 가졌다.

美國의 HMC社에서 제작했다.

小型 스쿠우터 11

이탈리아의 Gilera/Piaggio社가 개발한 50 CC형 小型 스쿠우터이다. 프레임은 녹이 슬거나 腐蝕되지 않는 철판으로 되어 있으며, 振動이 매우 작다.

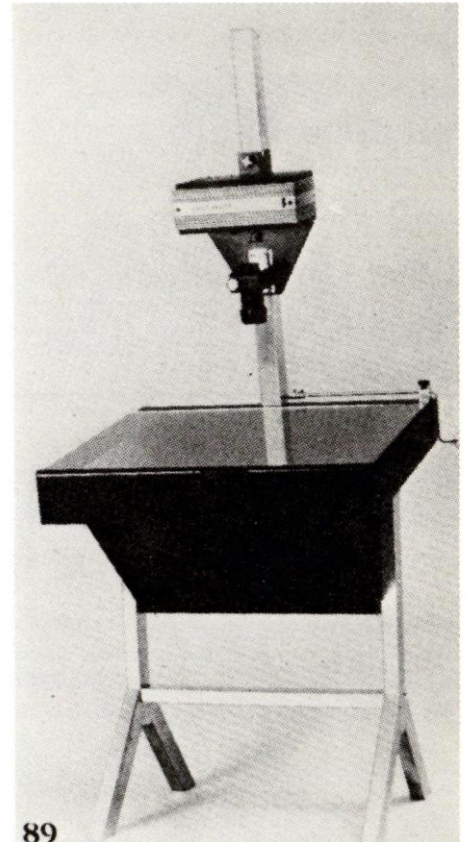
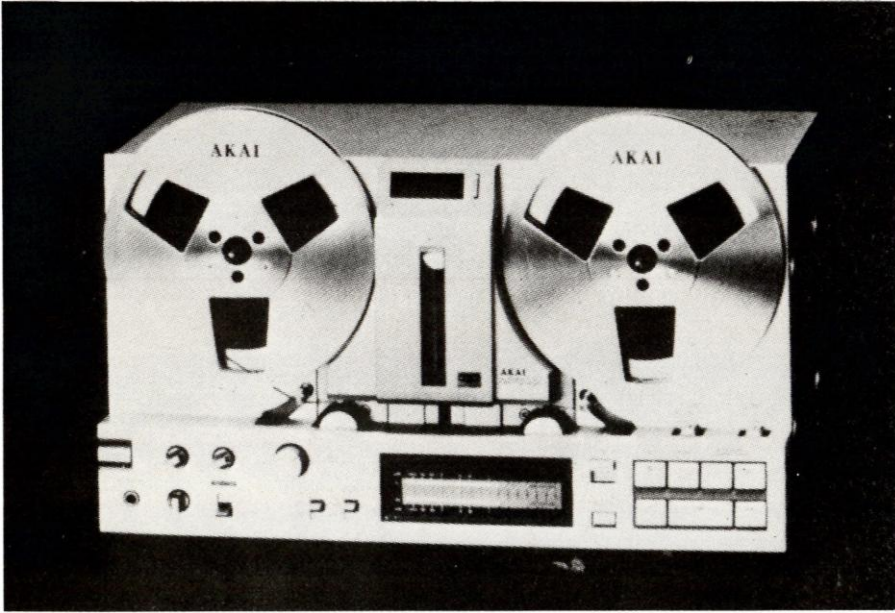
플라스틱 나사 12

書類나 카탈로그를綴할 때 신속하고 편리하게 사용할 수 있는 플라스틱 나사이다: 손으로 눌러서 사용할 수 있으며, 다양한 사이즈를 가지고 있다.

美國 Ark-Plas社의 製品이다.



13



89

15

自動式 録音器 13

테이프가 모두 풀리면 자동으로 다시 감기는全自动 시스템으로 된 新型 릴(reel) 녹음기이다. 녹음상태를 여러 가지로 調整할 수 있는 모니터가 附着되어 있다.

美國의 Eiichi Hamanaga 씨가 디자인했다.

쌓아 놓기 위한 椅子 14

鐵製로 된 다리 부분과 플라스틱으로 된 시이트 부분을 結合시킴에 있어 조임 나사를 사용하지 않고 아주 간편한 방법으로 組立함으로써 여러 개의 의자를 포개어 놓기가 매우 용이하다.

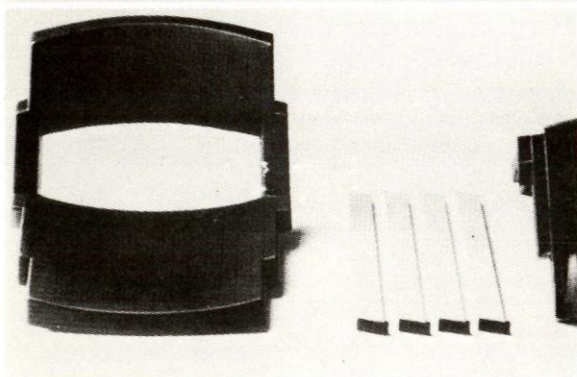
이탈리아의 Roberto 씨와 Lucci Paolo Orlandini 씨가 공동으로 디자인했다.

프로젝터 (projector) 15

두 개의 거울을 사용하여 35mm의 슬라이드를 27.5×32인치 유리 表面에 비추어 최고 15배까지 확대할 수 있는 프로젝트로서 빛이 있는 방에서도 사용이 가능하다.

美國 Floral Park社에서 디자인했다.

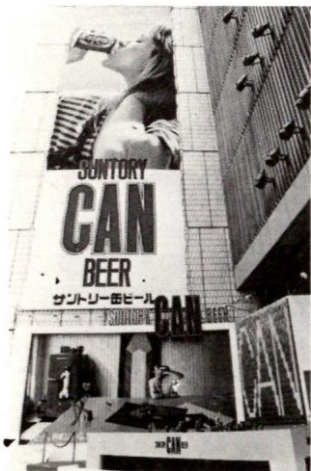
14



- 오픈 디스플레이(open display) : 消費者가 직접 손으로 만지고 볼 수 있도록 한 陳列. 따라서 消費者에게 抵抗感을 주지 않고 販賣할 수 있다. 반면에 물건이 상하기 쉽고 도난당할 염려가 있으므로 카메라·시계 등 高級品の 진열에는 적합치 않다.



- 오픈 랍(open lap) : 완전히 封緘되지 않고 겹쳐져 있는 部分.
- 오픈 코너 袋(sack, open corner) : 벨브型和 開口型의 中間型의 大紙袋. 재봉된 바닥을 가지며 열려 있는 윗 部分은 部分的인 裁縫에 의해서 密封된다. 冷却凝固되는 액체의 물품을 넣는데 사용된다.
- 오피니온 리더어(opinion leader) : 宣傳이나 說得으로 特定集團에 영향을 미쳐 그 사람들의 의견을 일정한 방향으로 주도해 나가는 중심적인 개인인데, 커뮤니케이션의 媒介者가 되는 사람들이다.
- 옥도劑 바이얼병(vial, iodine-applicator) : 瓶口가 나삿니로 끝마무리된 바이얼瓶. 그 나삿니 위의 목의 開口部는 内容物이 흘러 쏟아지지 않도록 收縮되어 있어 닦을 수 있다.
- 玉羅紗 : 紡毛絲를 써서 털을 일으켜 구슬 모양·물결모양의 무늬를 낸 외투생지.
- 屋外廣告(outdoor advertising) : 廣義로는 간판·廣告塔 등이 포함되지만 狹義로는 廣告揭示의 스페이스를 제공하는 屋外構架物을 말한다. 이것은 美國에서 가장 발달해 있다. 屋外廣告에서 首位를 차지하고 있는 것이 포스터이다. 녹색 테두리에 흰 칠을 한 스페이스가 있는 패널이 전국 각지에 설치되어 이 곳에 포스터를 붙이게 되어 있다. 크기는 24시이트 포스터(24sheets poster)가 가로 12피트, 세로 25피트, 3시이트 포스터는 가로 7피트 7인치, 세로 25피트 10인치짜리가 사용된다. 24시이트라는 것은 初期에 28×42인치짜리 시이트를 24장 붙인 데서 나온 이름인데, 현재는 10장이나 12장으로 구성되어 있다. 또 이 밖에도 9시이트, 6시이트, 26시이트 등이 있다. 9시이트의 경우에는 24시이트



포스터의 디자인을 축소하여 사용할 수 있다. 金屬板을 액자처럼 만든 構架物로 포스터와 달리 직접 손으로 그리는 페인트블레틴(painted bulletin)이 있다. 우리나라의 驛 構內나 거리의 요소에 常設되어 있는 간판도 일종의 페인트드 블레틴이다. 建物の 벽을 제공하여 이 곳에 디자인을 손으로 그린 것을 페인트드 월(painted wall)이라고 한다. 이상의 두 종류를 페인트드 디스플레이(painted display)라고 한다. 電鐵이나 버스 등의 카아 카아드(car card)의 게시는 외국에서는 有料 스페이스인데 일종의 屋外廣告로 간주된다.

- 올드 로만(old roman) : 레터링, 活字.
- 올드 로즈(old rose) : 색이름. 연한 중간 明度の 흐린 빨강. 시든 장미꽃의 색에서 나온 이름이다. 빅토리아 王朝時代의 流行色名으로 대단히 大衆性이 있다.

- 올드 블루(old blue) : 색이름. 파랑이 다소 흐린색, 프랑스어의 블루빠세(Bleu passé)와 같다.
- 올레핀계 플라스틱(olefin plastics) : 올레핀계의 重合 또는 올레핀계가 가장 많이 포함되어 있는 올레핀계와 기타 불포화 化合物의 縮重合에 의해 만들어진 樹脂에 그 기초를 둔 플라스틱.
- 올 바운드 옆판(all bound end) : 라이너 補強木과 鐵製 와이어로 補強한 것. 3型箱子에 사용된다.
- 옴셋 印刷(offset printing) : 보통 인쇄는 板面에서 직접 인쇄되는데 반하여 옴셋 인쇄는 板面에서 로울러(roller) 고무에 인쇄된 것이 채 마르기 전에 紙面에 轉寫되는 印刷方法인데, 일반적으로 平版印刷은 옴셋 인쇄의 양식을 취한다. 多色의 인쇄를 요하는 인쇄는 윤전식 옴셋 인쇄기가 사용된다.
- 攔壁 門(retaining door) : 모래나 실리카겔 등과 같은 無包裝物質 등이 흘러지는 것을 막기 위하여 판지(라이너 接合)와 철대로 조립된 문을 가리킨다.
- 옹이(knot) : 木材의 内部에 묻혀 있는 枝脈의 단면.
- 옹이 구멍(cat faces) : 새가 부리로 쪼은 것보다 큰 조그마한 마디가 있는 木材의 결함. 소나무科 植物의 광술을 뺀 結果로 생긴 줄기 위에 생긴 홈.
- 옹이 구멍 덮개(knot hole cover) : 나무 箱子 덮개의 옹이 구멍을 씌우는 데 사용되는 작은 金屬板 덮개의 内部表面에 부착된다.
- 와드(wad) : 스크류 캡 内部에 라이너(liner)의 탄력성 있는 背面材를 나타내는 英國式 用語.
- 와딩(wadding) : 緩衝材料로 사용되는 섬유질(fibre) 부스러기로 된 갈판.
- 와이 바운드 箱子(box, wirebound) : 輸送用 木箱子의 일종으로 보통 두께 3/8인치 이하의 木材·板紙 또는 그 組合된 것이 鐵絲와U字못으로 結束되어 있다. 또 體積 및 重量이 작고 容器에 損傷이 거의 없으며, 容易하게 開閉할 수 있는 組立展開式으로 사용 후 취급이 간편하므로 再使用의 效果가 크다. 또한 木材가 보통 나무 상자에 비하여 1/3정도밖에 들지 않아 木材가 절약되는 經濟性 등의 長點을 가지고 있으며, 密閉形과 變形의 두 종류가 있고 箱子의 길이가 2m 미만, 内容物의 重量 250kg 정도일 때 사용된다.
- 와이어 바운드 상자 工具(box wire bound, tools for) : 와이어 바운드 箱子를 組立·封緘하거나 開封하는 데 사용되는 工具類.
- 와이어 스테이징기(wire-staying machine) : 붙임 종이 箱子의 모서리 補強을 위한 機械.
- 와이어 스티칭기(machine, wire stitching) : 보통 板紙箱子의 이음부를 납작하거나 둥글게 鐵絲로 封緘하는 기계.
- 왁스(wax) : 植物性·動物性·鐵物性 物質로서 低溫일 때는 固型, 구리스 또는 塑性이며 뜨거운 때는 液體이다. 120°~160° F 범위의 여러 가지 融點을 가지고 있다. 왁스를 塗布하므로 여러 가지 材料, 특히 板紙나 종이 등에 어떤 特性을 부여하며 熱可塑性 부착면을 만든다.
- 왁스 濕強紙(paper, wet-waxed) : 녹아 있는 왁스 槽에 통과시키고 난 후 즉시 냉각 로울러를 이용하여 냉각시키거나 보통 쓰이는 방법으로 서 찬물에 침지시켜 왁스를 塗工한 종이. 이렇게 하여 만든 왁스紙는 침투되지 않고 다만 表面에 남아 있게 된다. 왁스 處理 전 이 종이의 坪量은 18~30파운드(24×36-500) 정도이다.
- 왁스 처리된 글래스지(glassine, waxed) : 透明度가 높아지고 濕氣 및 수증기에 대한 抵抗力을 증가시키기 위해 파라핀 왁스(石蠟) 처리된 透明紙.
- 왁스 熱處理용 잉크(ink, hot wax) : 印刷된 物質을 뜨거운 파라핀 왁스 處理槽에 담구어 왁스 塗布될 수 있도록 蠟 包裝紙, 우유나 아이스크림 紙函 또는 기타 原料 등의 印刷用으로 처방된 잉크. 그 媒介體는 파라핀에 녹지 않는 樹脂로 조성되었으며, 파라핀에서 녹을 수 있는 용매에 서는 分解되지 않는다. 그 印刷된 用紙가 뜨거운 파라핀 液槽을 통과할 때 충분한 용매가 그 媒介體로부터 파라핀으로 이동하여 잉크를 정착시킨다.
- 왁스 注入 필트 板紙(pulpboard, saturated) : 파라핀 왁스를 注入한 필트 板紙로서 저항력을 유지시키면서 파라핀 왁스를 반쯤 注入시킨 다음 일정한 두께의 왁스가 板紙의 表面에 침전되게 한 것. 일반적으로 나사식 캡의 라이너材로 사용한다.

● **왁스 處理 크라프트지(waxed kraft)** : 防水性·防氣性 및 防油性의 특성을 갖도록 왁스 처리된 크라프트紙.

● **왁스 판지(waxboard)** : 때로 왁스 펄프(waxed pulp)라 불리며, 펄프 보오드를 溶解된 파라인 왁스에 浸漬시켜 表面에 얇은 보호막을 만든다. 用途는 유리 容器 뚜껑의 라이너로 사용된다. 값은 비싸지 않으나 대부분의 商品에 대하여 만족스러운 라이너로 사용되지는 못한다.

● **玩具(toy)** : 玩具는 일반적으로 遊戲의 대상이 되는 물건 또는 유희의 補助物을 말하는데, 반드시 유희를 前提로 하는 것은 아니며 玩具가 유희를 낳게 할 수도 있다. toy의 語源은 네덜란드어 Tooi(장식물)이다.

● **完全自動式 라벨 機(labeler fully automatic)** : 機械를 통하여 운반된 라벨이 붙지 않은 容器나 包裝物 또는 기타 物體 등이 밖으로 밀려 나오기 전에 하나 이상의 라벨을 붙이는 機械. 이 라벨 機는 機械調整者 외에 어떤 手工의 助力도 없이 자동적으로 계속해서 作動한다.

● **緩衝 깔판(cushion)** : 彈力이 있고 부드러운 材料로 包裝되어 의우게 만든 깔개(마찰·손상 등을 막기 위한 깔개). 일반적으로 나무솜(木綿)이나 이와 비슷한 材料로 채워진 종이 의우게, 즉 깔개(pad)로서 모양을 만들어 容器와 內容物 사이에 緩衝役割을 하도록 바꾸니 덮개 아래 둔다.

● **緩衝器(buffer)** : 衝擊力을 완화시키기 위해서 容器의 側內에 裝置한 材料 또는 裝置. 일반적으로 緩衝材料나 壓縮性材料로 만든다.

● **緩衝材(cushioning)** : 外力에 의한 충격이나 反作用을 완화시키도록 고안된 材料를 內容物 둘레에 位置시킴으로써 內容物에 物理的인 損傷을 막는 장치 또는 緩衝裝置에 사용된 彈力인 材料.

● **緩衝下部結構貨車(car cushion-under frame)** : 水平移動로부터 최상의 충격을 받도록 緩衝裝置를 한 蓋貨車의 일종. 緩衝下部結構貨車에 輸送을 요하는 包裝이나 파렛트 積載方法에 이와 같은 貨車가 이용된다.

● **왕겨(rice hulls)** : 벼를 정미할 때 생긴 각지. 緩衝材로 사용된다.

● **王冠(crown)** : 목이 좁은 炭酸飲料水 병이나 圓錐型의 맥주병 또는 이와 유사한 容器用 뚜껑으로서 合成 코르크나 플라스틱으로 안대기를 한 것이나 안 한 것. 王冠은 壓縮된 內容物을 담을 수 있게 瓶口部分을 팽글 수 있도록 주름 加工이 되어 있다. 加壓時 變形이 되어도 直線形이 되도록 玫瑰의 中間部가 약간 높여져 있다.

● **王冠封緘機(machine, crowner)** : 유리 容器나 王冠이 사용되는 金屬容器에 王冠封緘하는 機械.

● **外面結束鐵絲(wire, outside)** : 와이어 바운드 箱子의 블랭크(blank) 가장자리의 살(cleat) 위에 封緘針으로 結束된 鐵絲.

● **外部 치수(O.D.:outside dimension)** : 容器나 포장물의 外部 치수. 금속 드럼에서는 회전 테두리(hoop)의 直徑이다. 원통형 포장물·철사·밭줄·튜브 등의 外部 直徑을 가리키기도 한다.

● **外側 높이·外面 높이(outside-height)** : 完全 密閉된 뚜껑을 가진 용기의 바닥에서 最上段(頭部 테두리) 위까지 높이. 완전히 떼어낼 수 있는 뚜껑을 가진 容器에서 바닥의 테두리부터 뚜껑이나 자물쇠 고리(locking ring)까지의 높이 또는 容器의 全體 높이.

● **外側 덧대기(cheat, outside)** : 와이어 바운드 箱子의 옆면에 부착되어 있는 胴板(blank) 가장자리 덧대기.

● **외트 밀(wet mil)** : 젖은 상태에서 표면에 適用된 接着劑나 塗布劑 두께의 밀(길이를 측정하는 單位; 1000/1인치)의 數. 實際測定値는 불가능하나 일반적으로 두께는 接着劑가 적용된 紙積을 적용된 면적으로 나누는 값으로 계산한다.

● **외包裝(over pack)** : 하나 이상의 耐久性이 약한 内部容器를 보호하기 위하여 다시 덮은 일반적인 나무·파이버(fibre)·鐵材 등으로 만든 外部容器.

● **尿素 플라스틱(urea plastics)** : 尿素(urea)와 알데히드의 縮合體로 된 熱硬化性 플라스틱.

● **容器重量(tare weight)** : 容器에 內容物이 充填되었을 때나 부분적으로 充填되었을 경우 內容物의 무게를 純重量(net weight)이라 하고 容器의 무게를 容器重量(tare weight)이라 한다. 또 純重量과 容器重量의 합계를 總重量(gross weight)이라 한다.

● **容量(capacity)** : 容器内部의 空間體積 또는 적당한 單位로 표시되도록 지정된 空間. 일반적으로 容積은 容器의 벽 두께를 무시할 수 있을 때를 제외하고 内部 치수로 계산한다.

● **용수철 패드(pad, spring)** : 물체에 용수철 같은 작용을 해 주기 위해서 兩面 膠판紙를 한 두 번 접어 만든 패드.

● **銲接表示(weld mark)** : 塑性狀態에 두 개 이상 材料의 흐름 방향이 불완전하게 結合될 때 생기는 것으로 銲接線(weld line)이라고도 한다.

● **溶劑(solvent)** : 物質을 溶解시키는 데 사용되는 媒介體로서 普通液體이다. 때로는 有機溶劑로 표기하기도 한다. 이 用語는 接着劑가 分散되어 있는 液體와 같은 內容物 속에 미세하게 분리된 物質이 分散되어 있는 媒介(vehicle)을 의미하는 데도 사용된다. 또한 어떤 接着劑(페인트 잉크 등)를 희석하기 위한 稀釋劑를 呼稱하기도 한다.

● **溶劑封緘(solvent sealing)** : 塗布劑를 부드럽게 하기 위하여 揮發性 有機液體를 소량 사용하여 包裝材를 접착시키는 방법으로서 溶劑가 蒸發하면 包裝材가 바로 접착된다. 溶劑 그 자체에는 接着性이 없으며, 다만 塗布劑가 溶劑의 接着성에 의존한다. 이와 같은 封緘方法은 魚物冷凍業에서 防濕 셀로판을 封緘하는 데 처음 사용하였으며, 그 후 열 불함으로 변모하여 적당한 溫度와 壓力을 받아 熱可塑性 塗布劑가 熱可塑性 材料의 接着力에 의한 熱封緘으로 대체되었다.

● **溶劑洗滌(cleaning solvent)** : 구리스를 除去하기 위해 케트롤린(석유) 分溜나 鹽化物 溶劑를 사용하여 洗淨하는 방법 또는 汚物을 除去하기 위해 케트롤린(석유)이나 기타 液體溶劑를 사용하여 洗淨하는 방법.

● **溶劑 컷백(solvent cutback)** : 사용하기에 적당한 流體狀態로 하기 위해 基本材料를 석유 용제에 分散시킨 일정한 防腐劑나 塗布劑類를 묘사하는 데 사용된다.

● **溶解索引表(melt index)** : 美 ASTM Method D-1238-57T에 폴리올레핀(polyolefin)系의 무게로서 溶解指數이 규정되어 있다.

● **우레탄 플라스틱(urethane plastic)** : 水酸基(OH)를 포함하고 있는 樹脂 또는 合成物과 有機 이소시아나化合物的 縮合으로 만들어진 樹脂로 된 플라스틱. 우레탄 플라스틱(urethane plastic)은 이소시아나化合物的 일종으로서 일반적으로 發泡硬質 플라스틱·塗布劑 등으로 사용된다.

● **郵送箱子(box, mailing)** : 郵送法에 의해 우편물을 우송하는 경우 충분히 보호할 수 있는 容器를 말한다. 郵送用 튜브브라고도 한다. 2 개 이상의 接着劑를 바른 날개가 있는 불임 箱子로 그 날개는 物品을 넣은 後 密封할 수 있도록 한 쪽이 길게 되어 있다.

● **우유병 배달용 상자(crate, milk-bottle)** : 工場으로부터 우유병이나 紙函 배달용으로 사용되는 나무·鐵鋼·알루미늄 등으로 만들어진 살 상자.

● **우유병 封冠(closure, milk-bottle)** : 우유병을 封緘하는 데 사용되는 둥근 板紙(disc), 덮개(hood), 스냅-온 캡 등 質이 좋은 板紙를 다 이 컷트(die cut)하여 만든 둥근 圓形板紙(disc)를 牛乳瓶이나 容器 開口部에 挿入한 것. 덮개(hood)는 구멍의 最小內徑部分을 후드(hood)의 最大直徑材로 덮어 주며, 板紙·銀箔紙·鐵·셀로판 등을 單獨材나 組合材로 하여 圓形으로 만든다.

● **郵便 保管용 튜브(tube, mailing and filing)** : 兩端에 마개가 있거나 또는 없이 된 원통형 용기. 郵便用·保管용으로 사용된다.

● **運動感(movement)** : 動勢라고도 한다. 造形藝術에서 나타나는 대상의 運動感이다. 造形藝術은 본래 그 자체가 靜的이므로 運動感은 한 순간만을 나타내며, 그 앞뒤를 암시적으로 나타낼 뿐이다. 未來派는 운동의 連續性을 동시적으로 그림으로써 이것을 해결코자 하였다. 그런데 近代 美術에서는 조형 자체의 運動感을 말하는 경우가 많다. 즉, 하나하나의 부분이 전체를 흐를 때, 曲線과 斜線이 다이나믹하게 뻗거나 교차할 때, 또는 色彩나 形態가 리드미컬하게 배치되어 있을 때 視覺上的 움직임이 인상을 받게 되기 때문이다. 그러나 오늘날에는 직접 움직이게 하거나(모빌 조각), 움직이는 기계(키네틱 조각)를 만들어 실제의 運動感을 나타내고 있다.

● **雲母 塗工紙(papei, mica coated)** : 반짝이는 外觀을 갖도록 적당한 粘着性 物質에 운모를 塗工한 종이. 일반적으로 아황산 펄프지를 基材로 어떤 것은 碎木 펄프紙를 基材로 하여 만들어진다. 用途는 箱子의 덮개·연하장 등에 쓰인다.

● **運搬 고리(lifting eye)** : 積載·보관·취급 등을 편리하게 하기 위하여 만들어 붙인 容器 등의 金屬附着物이나 장치.

● **運搬器(carrier)** : 籬이나 유리병 등의 多量包裝에 사용되는 일반적인 包裝을 通稱한다. 즉, 아래와 같은 形態 중의 하나의 수단을 말한다.
① 바구니(basket)型 : 유리瓶 運搬용으로 사용되며, 일반적으로 多量의 살로 엮어진 뚜껑 없는 容器로서 中央에 손잡이가 달려 있다.
② 오버랩 : 籬이나 紙函·유리병과 같은 多數物品의 둘레를 시트(sheet) 材料로 둘러싼 것.
③ 바구니 띠고리型 : 간막이(隔壁) 材料들을 서로 교차시켜 만든 바스켓. 運搬器는 어깨 높이의 바구니로 손잡이 板에 좁은 띠고리를 앞면에 달았다.

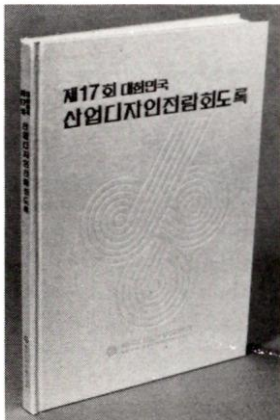
● **運轉沙 보호용 플랫폼(platform, guard, operator's)** : 운전사를 보호하기 위해 트럭 운전석 뒤에 장치된 보호용 고리 또는 鐵柵.

● **울름 造形大學(Hochschule für Gestaltung, Ulm)** : 1955년 10월에 獨逸의 울름 구베르트 언덕에서 발족한 造形大學. 현대의 공업적인 生産方式를 갖는 製품을 디자인할 디자이너의 育成을 목적으로 한 교육·연구 기관으로서 세계적인 特殊大學이다. 뉘스하우(Deussau) 시대의 바우하우스(Bauhaus) 출신인 막스 빌(Max Bill)을 初代校長으로 맞아 새로운 교육을 시작하였다. 빌이 교장을 맡자 옛 바우하우스 思想을 현대에 살리려는 의도라든가 바우하우스를 계속하려는 것이 보여 뉴우 저먼 바우하우스(New German Bauhaus)라고 불리기도 한다.

한국디자인포장센터 발행 도서

잠재의식의 힘 조셉 머피 著 / 金熙德 編譯 4·6판/330면	대한민국 산업 디자인 전람회 도록 5·7배판/128면
道具와의 對話 (디자인 哲學) 榮久庵憲司 著 / 金熙德 編譯 4·6판/238면	包裝技術便覽 菊判/1, 308면
오늘의 産業 디자인 金熙德 編著 4·6판/230면	包裝産業 經營管理 T. J. 네일, J. H. 브리스턴 共著 / 金熙德 編譯 新4·6判/358면
超 技術 (21世紀를 指向하는 技術革新의 新段階) 牧野 昇 著 / 金熙德 編譯 4·6판/232면	韓國傳統紋樣 (陶磁紋樣) 5·7배판/128면
價値觀의 大轉換 金熙德 編著 4·6판/326면 / 洋裝	「디자인·포장」 合本 1981년도 발행 54~59호

「제17회 대한민국 산업 디자인 전람회 도록」 발간



제17회 대한민국 산업 디자인 전람회의 入賞作·特選作·入選作 및 招待·推薦作家의 作品을 수록한 「제17회 대한민국 산업 디자인 전람회 도록」이 발간되었습니다. 제1부 視覺 디자인 53點, 제2부 工藝 86點, 제3부 製品 및 環境 디자인 49點, 招待作家作品 15點, 推薦作家 作品 62點 등 265點이 畫報로 收錄되어 있습니다.

□ 5·7倍版 / 116面 / 洋裝 / 20,000원

(자르는 선)

전국 직판 서점 명단

한국 디자인 포장 센터 발행 각종 도서를 판매하는 전국의 직판 서점은 아래와 같습니다.

□ 서 울

- 중앙 도서 전시관 ☎ 722-1653
- 송 문 사 ☎ 722-7275
- 종 로 서 적 ☎ 722-2331
- 동 화 서 적 ☎ 725-0351
- 중 앙 서 림 ☎ 724-9598
- 한국출판판매(주) ☎ 725-5401
- 양 우 당 ☎ 723-4292
- 흥 의 서 점 ☎ 323-1672
- 동 양 서 림 ☎ 762-0715
- 교 보 문 고 ☎ 725-6151

□ 부 산

- 문 경 서 림 ☎ 83-0700
- 대 구
- 청 곡 서 림 ☎ 44-1467
- 전 주
- 전 북 서 림 ☎ 2-0495
- 광 주
- 무 등 화 방 ☎ 2-4892
- 대 전
- 기 술 서 적 ☎ 72-5761

「디자인·포장」誌 題號變更 및 「包裝技術」誌 創刊

韓國디자인包裝센터에서 發行하는 「디자인·포장」誌는 1983년도부터 分野別로 보다 專門化된 알찬 內容과 最新 學術·技術情報를 신속히 提供하기 위해 「産業 디자인」誌와 「包裝技術」誌로 分離·發刊하게 되었습니다.

「産業 디자인」誌

從前的 「디자인·포장」誌의 編輯內容과 版型이 同一합니다. 內容으로는 視覺 디자인·工藝·環境 디자인·産業 (製品) 디자인 등 디자인의 모든 分野를 망라한 綜合 專門 디자인誌로서 國內外的 學術理論과 最新 技術情報 및 디자인界 動向 등을 收錄할 豫定입니다. 理論과 實務 兩面에서 充實히 活用할 수 있는 專門 디자인誌로 發行함으로써 韓國의 디자인界를 이끌어 갈 先導的 役割을 다할 것입니다.

■ 隔月間 發行 / 5·7倍版 / 100面 内外 / 半洋裝
各卷 3,500원 / 1年 定期購讀料 18,000원

「包裝技術」誌

오늘날의 複雜하고 多樣的 商品流通過程에서 包裝産業의 專門化 및 現代化는 시급히 要請되는 課題라 할 수 있습니다. 이러한 問題를 解決하기 위해 「디자인·포장」誌에서 包裝分野를 分離하여 國內唯一의 包裝專門誌 「包裝技術」誌를 1983년 3월에 發刊하게 되었습니다. 「包裝技術」誌에는 包裝에 관한 專門知識 및 技術情報, 國內外 包裝業界的 動向, 開發事例 등을 收錄하게 됨으로써 包裝 關聯業體와 包裝分野에 從事하시는 분들이 學術面에서나 實務에 많이 活用할 수 있을 것입니다.

■ 隔月刊 發行 / 4·6倍版 / 100面 内外 / 半洋裝
各卷 2,000원 / 1年 定期購讀料 10,000원

신 청 방 법 : 절취선 아래의 디자인·포장 정기 구독 카드에 주소와 성명을 기재하신 후 구독료와 함께 보내어 주시면 「디자인·포장」지가 발행되는 즉시 우송하여 드립니다.

구독료 송금 방법 : (1) 대체 구좌 불입 : 우체국의 대체 구좌를 이용, 구좌 번호 548883으로 우송.
(2) 소액 환 불 입 : 우체국에서 구독료를 소액환 증서로 바꾸어 카드와 함께 등기 우송.
(3) 본사 직원의 방문 수금도 가능합니다.

보 내 실 곳 : 서울특별시 종로구 연건동 128-1 한국 디자인 포장 센터 진흥부 전화 (762) 9462

(자르는 선)

「産業 디자인」誌 정기 구독 카드

독자 번호 :

우편번호

성 명						자택전화	
책 받을 곳							
근 무 처						전 화	
구 독 호 수	호 부터	호 까지 (6 호분)		신청년월일	년	월	일
82 년 도	호 수	66호	67호	68호	69호	70호	71호
	발송확인						
83 년 도	호 수	72호	73호	74호	75호	76호	77호
	발송확인						
입 금 확 인	담 당			비 고			
	과 장						

1. 정기 구독료는 일시불하셔야 합니다.
2. 정기 구독료를 완납하신 분에 한하여 간행물을 우송하여 드립니다.



훌륭한 디자인으로 밝은 사회 조성을 위함이 디자이너의 사명이라면 디자이너를 위하여 보다 좋은 재료를 공급하는 것이 저희 신한의 사명입니다. 저희는 세계적인 칼라 메이커인 일본의 니카 포스타 칼라와 적극적인 기술 협조로 색상이나 발색의 효과, 내구성 등 포스타 칼라로서 갖추어야 할 모든 것을 거의 완벽에 가깝게 제조하였습니다.

디자이너가 보다 능률적으로 작업을 할 수 있도록

MAXON LETTERING

MAXON COLOR

MAXON SCREEN

을 수입하여 공급하고 있습니다.



서울특별시 종로구 견지동 87-1 진우 빌딩 304호
전화 724-4119, 388-5156

알고보니 거 참 재미있는 필름이구나! “네, 맞습니다.”

현대칼라 필름, 외국상표를 쓰지 않으면서도 내용물은 물론 포장까지 완전 수입품인 국내 유일의 우리 피부색을 잘 표현하는 고급 필름입니다.

우리 주문에 의한 원산지 생산 수입품입니다.

외국상표만 내 붙이고 국내에서 가공 출하하는 필름이 아닙니다. 원산지가 아닌 제3국 제품의 필름도 아닙니다. 현대칼라 필름은 우리 상표로 원산지에서 주문 생산된 국내 유일의 독보적인 칼라 필름입니다.

우리의 가장 아름다운 얼굴색이 나옵니다.

자연광선 아래서 과연 어느 필름이 우리의 피부색을 가장 자연스럽게, 그리고 아름답게 표현해 내는가 하는 실험 결과 사진 전문가들은 잘 압니다. 인물사진의 기본이 되는 피부색의 차이는 결코 적은 차이가 아닙니다.

찍는 일 못지않게 현상도 중요합니다.

우리나라에서 제일 큰 시설의 사진종합 현상소, 정부 각 기관 및 언론기관의 대형 칼라사진 현상·인화를 거의 도맡고 있는 현상소— 이것이 바로 현대칼라입니다. 무슨 필름이든 말기실때 “현대칼라



로 뽑아주세요.”라고 확인하십시오. 현대칼라의 사진 뒷면에는 “뽀빠이”가 있습니다.



현대칼라 취급업무 안내

- 팬탁스 카메라 수리 서비스센터 ● PENTAX카메라 부품 렌즈류 ● OLYMPUS카메라, 렌즈류 ● COMET STROBO
- HORSMAN뷰카메라 ● CALUMET 뷰카메라
- SCHNEIDER렌즈 ● TOMIYAMA아트스텐트 ● PAKON 플라스틱마운트 ● DISC(디스크) 필름현상인화 ● 현대캠바스 사진제작 ● 현대 와이드칼라 제작

우리상표로 된 완전수입품

現代칼라 II 필름

写真의 歴史를 이끌어 온 110年の 伝統

Sakuracolor Paper

국내 최대의 사진 종합 현상소

現代交易(株) 現代칼라

서울·용산구 서계동 33-112 대표전화 714-0171~0180

