'아메리칸 모던, 1925에서 40년까지' 전을 통해 본 미국 모더니즘 디자인 15년

American Modern, 1925-40: Design for a New Age

장소 : 뉴욕 메트로폴리탄 미술관 헬렌과 밀턴 A. 키멀먼 갤러리 및 릴라 아치슨 월러스 윙 1층 전시장
기간 : 2000년 5월 16일 2001년 1월 7일

뉴욕의 메트로폴리탄 미술관에서는 미국의 모더니즘 디자인을 정의하고 그 미학적 의미를 고찰해 보는 전시가 한창이다. 노먼 벨 게데스(Norman Bel Geddes), 도널드 데스키(Donald Deskey), 폴 프랭클(Paul Frankl), 레이먼드 뢰비(Raymond Loewy), 이사무 노구치(Isamu Noguchi), 엘리엘 사아리넨(Eliel Saarinen), 월터 도르윈 티그(Walter Dorwin Teague), 발터 폰 네쎈(Walter von Nessen), 러셀 라이트(Russel Wright)를 포함해 50여 명의 거장 디자이너들의 작품 150여 점이 한자리에 전시되는 이번 전시는 가구, 시계, 전자제품, 포스터, 직물, 라디오, 테이블웨어, 그리고 욕실 세면대에 이르는 갖가지 제품들을 통해서 양차대전 사이 미국식 모더니즘 디자인 양식을 시대 및 주제별로 조명하고 있다.

파리박람회를 계기로 뒤늦게 불붙은 미국 모더니즘 디자인

독자적인 미국 모더니즘 디자인은 존재했던가? 그같은 질문에 전시 담당자 스튜어트 존슨은 "그렇다"라고 대답한다. 미국적 모더니즘 디자인 운동에 본격적인 발동이 걸리기 시작한 시점은 파리 국제장식미술전 및 현대미술박람회가 열린 1925년이었다. 프랑스는 이 행사를 빌어 미국의 공예와 산업 미술을 전세계에 소개할 수 있는 기회를 마련, 미국에게 전시관을 제공했지만 '새로운 영감과 진정한 독창성'을 추구한다는 기치하에 열린 이 박람회에 미국은 안타깝게도 참여를 거부할 수밖에 없었다. 당시 허버트 후버 미국 상공부 장관은 미국내 디자인계와 교육계 인사들의 조언을 구해 본 결과 미국에는 세계에 소개할 만한 모더니즘 미술이나 공예가 존재하고 있지 않다는 결론을 내린 때문이었다. 1925년 이전까지 미국의 디자인은 고전주의를 포함한 역사주의적 양식을 그대로 답습해 왔을 뿐 독자적인 모더니즘을 전개하지 못한 채였다.

1925년 이래 15년에 걸친 기간은 그래서 미국식 모더니즘 디자인의 탄생기이자 미적 탐구기였다. 1930년대에 접어들자 미국 경제와 문화를 황폐화시킨 대공황에도 불구하고 프랭크 로이드 라이트(Frank Lloyd Wright)와 리처드 노이트라(Richard Neutra) 같은 소수의 모던 계열 건축가들을 중심으로 미국은 새로운 미학의 시대를 열어나가기 시작했다. 그리고 그후로부터 10년 후인 1939 40년, 미국은 모더니즘 부재에 대한 수치감을 씻어 내리기라도 하듯 뉴욕에서 세계 박람회를 개최한다.

프랑스 아르데코 양식의 영향

미국의 모더니즘 디자인은 파리박람회를 통해 알려지게 된 아르데코(Art Deco) 양식을 받아들이는 것에서 출발했다. 프랑스에서 탄생한 이 호화 공예 양식은 모더니즘의 간결한 선과 세밀한 디테일 처리로 고급스러움을 한껏 발산한다. 파리에서 미술을 공부하고 1925년 파리박람회를 관람하고 돌아온 미국인 디자이너 도널드 데스키는 아르데코의 영향을 받아 제작한 테이블램프에 이어 1932년 뉴욕 라이오 시티 뮤직 홀 실내장식을 담당하기도 했다. 뉴욕시의 스카이라인을 화려하게 장식하는 마천루도 다름아닌 아르데코 양식에서 영향받아 디자인된 것들이다. 남성적인 힘과 대담성을 암시하는 뉴욕의 초고층 건물들은 과거의 한계에 대한 저항, 미래에 대한 신념, 20세기를 향한 흥분과 낙관주의를 표현하고 있었으며, 그러한 이미지는 회화와 조각에서 공예품에 이르기까지 반영되었다. 부와 성공의 상징이 된 펜트하우스가 등장하기 시작한 것도 이때이다. 맨하탄 고층 건물 꼭대기에 거주용 아파트로 지어진 펜트하우스는 자유와 화려한 삶의 대명사가 되었고, 세련되고 화려한 펜트하우스 실내외 경관을 배경으로 한 헐리우드 영화가 심심찮게 제작되기도 했다.

유럽 출신 모더니스트들 미국으로 대거 유입

유한계층을 주요 고객으로 발단된 아르데코와는 대조적으로 대중을 위한 생활미학을 창조하고 전파하려는 독일의 바우하우스 계열 디자인이 경제 대공황에 허덕이는 미국 사회에 크게 어필하기 시작했다. 1933년 나치의 예술탄압 정책으로 인해 유럽을 떠나온 발터 그로피우스, 마르셀 브로이어, 루드비히 미스 반 데어 로에 등은 미국으로 건너온 후 미국 특유의 산업디자인 발전에 기여하였다.

미국 출신인 월터 도르윈 티그는 1932년 코닝 글래스 웍스(Corning Glass Works) 소속 스토이벤에서 입방체와 구를 위주로한 미국적 단순미와 기학학적 양식의 유리제품을 디자인했다. 1923년 핀란드에서 이민온 건축가 디자이너 엘리엘 사아리넨은 미국 모더니스트 디자인에 북유럽적 우아함과 세련미를 소개했다. 전시중인 놋쇠 구형 찻주전자와 쟁반은 고전적 비례감각과 장식성에 모더니즘의 기학학적 아름다움이 오묘하게 조화된 걸작으로 여겨진다.

유선형 디자인, 아메리칸 스타일

아르데코는 프랑스, 기하학적 모더니즘은 독일, 그리고 유선형 디자인은 미국이라는 독자적인 정체성도 동시에 자리잡기 시작했다. 오스트리아 태생의 폴 프랭클은 뉴욕 마천루를 본 따 고안한 가구 디자인 시리즈를 통해서 상하직선으로 곧게 치솟은 오브제의 미학을 환기시킨 작가로 알려져 있다. 그러나 마천루 모티프는 일반인들에게 어필하기에 지나치게 극단적인 인상을 준다는 점 때문에 큰 호응을 얻지 못했다. 한편 1930년대 공학자들이 공기저항을 최소화하기 위한 유선형 디자인을 개발하자 스피드, 힘, 밝은 미래에 대한 희망을 나타내는 유선형 모티프가 각광받기 시작했다. 비행기, 자동차, 기차 등 대형 동력기계는 물론 갖가지 가정용 제품과 인테리어에까지 유선형 디자인이 지배하는 현상이 일어난 것이다. 켐 웨버(Kem Weber)의 비행기 형태 팔걸이 의자(1934)라든가 에그몬트 아렌스(Egmont Arens)의 '스트림라이너' 고기썰이 기계(1940), 길버트 로데(Gilbert Rohde)의 크롬 처리된 세련된 시계 디자인, 작자 미상의 '아이스 건' 얼음분쇄기는 미국식 기계미학이 유선형으로 재탄생한 대표적인 디자인 사례들이다.

편안함을 추구하는 미국식 모더니즘 모색과 그 후

1940년대 전후에 이르면 유선형 디자인의 열기가 한풀 꺾이면서 이전의 모더니즘적 양식에 편안함의 가치가 어우러진 절충적 양식이 등장하기 시작한다. 유선형 디자인의 물결과 더불어 수많은 가정용 제품을 디자인해 온 헨리 드레이퍼스나 산업디자이너 노먼 벨 게데스는 기존 유선형 디자인이 숭배하던 역동주의와 곡선의 세련미에 형식의 탈피와 편안함이라는 가치를 더했다.

이러한 절충양식은 북유럽에서 건너온 스칸디나비아 디자인과 특히 1936년 핀란드의 건축가 알바알토의 인테리어 가구들이 미국에 처음 수입돼 들어오기 시작하면서 가속화됐다.

부드러운 곡선, 유기적인 형태, 인간의 손과 신체를 안락하게 감싸는 스칸디나비아식 디자인 철학은 러셀 라이트의 우아한 디자인에 영향을 끼쳤다. '아메리칸 모던'이라는 모델명으로 1937년 판매에 들어갔던 그의 테이블웨어 시리즈는 8천만 세트를 판매하는 경이로운 판매기록을 올린 대히트품이 되었으며, 헨리 드레이퍼스는 '사용자 편의(user-friendly)'라는 이름의 주방용품을 선보이기도 했다.

1940년대 이후로 미국은 유럽 디자인과 겨룰만한 독자적인 디자인 양식을 개발했다는 자부심을 지켜오고 있다. 경제 대공황을 극복하고 풍요로운 대중소비사회로 접어들기 시작한 1950 60년대 미국은 다시 한 번 밝고 긍정적인 미래사회를 꿈꾸기 시작하는 한편, 기능적이면서 형식에 얽매이지 않은 편안함의 미학을 지속적으로 발전시켰고, 일반 소비자들 또한 1920 30년대의 기하학적 모더니즘과 쉬크함 대신 실용성과 편안함을 선택했다.

글/ 박진아(본지 오스트리아 통신원)

1

2

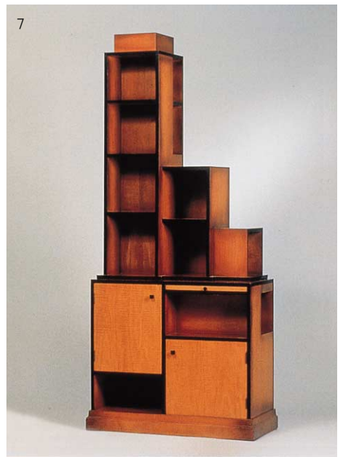
3

4

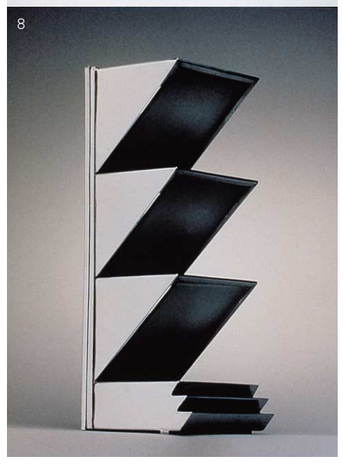
5

6

7

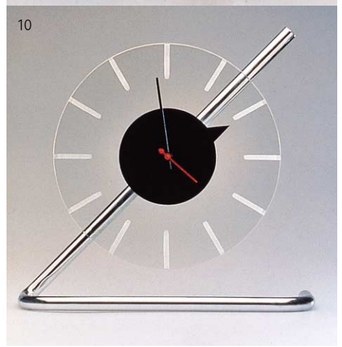


8



9

10

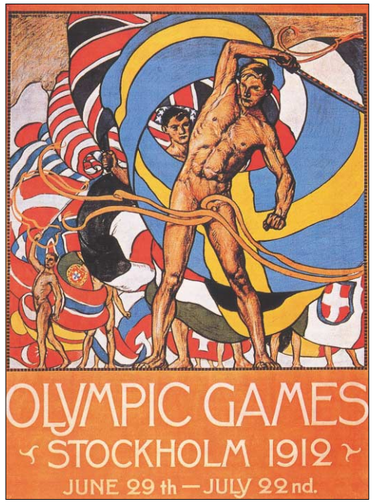


1. **헨리 드레이퍼스(Henry Dreyfuss)**. 전자 토스터기. 1932년 작. 크롬에 철. 플라스틱, 유리. 21x20x11.7cm. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.
2. **작자 미상. 아이스 건**. 1935년 경. 에나멜과 크롬 철. 16.5x27.9x7cm. John c. Waddell Collection, Promised Gift of Mark A. McDonald.
3. **월터 도르윈 티그(Walter Dorwin Teague). '블루버드' 라디오(Bluebird Radio)**. Sparton Corporation (Jackson, Michigan). John C. Waddell Collection, Gift of John C. Waddell, 1998.
4. **노먼 벨 게데스 (Norman Bel Geddes). '애국자(Patriot)' 라디오**. 1940년 작. 에머슨 라디오 축음기 코퍼레이션. 20.3x27.9x14cm. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.
5. **에그몬트 아렌스(Egmont Arens). '스트림라이너(Streamliner)' 고기썰이 기**. 1941년 작. 알루미늄, 철, 고무. 높이 34.3cm. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.
6. **러셀 라이트(Russel Wright). '아메리칸 모던' 디너웨어**. 1937년 작. 스토이벤빌 포터리 생산. 주전자, 커피포트, 티포트, 샐러리 접시, 소스사발, 소스 사발 받침, 소금후추통. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.
7. **폴 프랭클(Paul T. Frankl). '마천루(Skyscraper)' 책장**. 1927년 경. 단풍목과 바젤라이트. 높이 202.9cm. Purchase of Theodore R. Gamble Jr. Gift in honor of his mother, Mrs. Theodore Robert Gamble.
8. **도널드 데스키(Donald Deskey). 테이블 램프**. 1927년 작. 크롬 철판과 유리. 31.1x11.1x14.3cm. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.
9. **엘리엘 사아리넨(Eliel Saarinen). 차와 커피 주전자와 쟁반**. 1934년 경. 메트로폴리탄 미술관에서 1934년 '현대 미국 산업미술'이라는 제목으로 열린 전시회에서 은으로 제작되어 전시된 바 있는 작품. 은, 놋쇠, 바젤라이트. Purchase of Mr. and Mrs. Ronald Saarinen Swanson and John C. Waddell Gifts, and Gift of Susan Dwight Bliss, by exchange, 1999.
10. **길버트 로데(Gilbert Rohde). 전자 시계**. 허먼 밀러 시계 컴퍼니. 크롬판 금속과 유리. 30.8x31.8x8.9cm. John C. Waddell Collection, Promised Gift of John C. Waddell.

올림픽포스터예술전
-20세기 미와 감성의 발자취

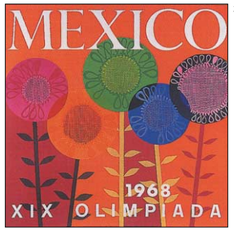
The Art of the Olympic Poster-The Trail of Beauty and Emotion in the 20th Century

기간: 2000년 8월 19일~9월 24일
장소: 오사카시립미술관



1

2

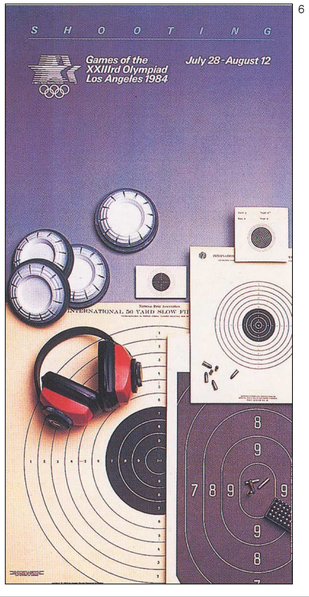


3

4

1. Olle Hjortzberg, 첫번째 올림픽 공식포스터, 1912년, 스톡홀름올림픽
2. Jean Droit, 1924년, 파리올림픽
3. Lance Wyman, Pedro Ramirez Vasquez, Eduardo Terrazas, 1968년, 멕시코 올림픽
4. Enric Satue, 1992년, 바르셀로나올림픽
5. Friedensreich Hundertwasser, 1972년, 뮌헨올림픽
6. Roy Richtenstein, 1984년, 로스앤젤레스올림픽

5



6

올림픽포스터예술전시회조직위원회, 일본올림픽위원회, 오사카2008올림픽유치위원회, 오사카21세기협회, 오사카시립미술관, 오사카시진흥협회가 공동 주최한 이 전시는 2008년 올림픽 유치를 위하여 오사카시(大阪市)가 벌이고 있는 사업의 하나로, 하계 올림픽의 역사를 조망할 수 있는 300개의 공식 올림픽 포스터가 전시되었다.

올림픽 현장에서 밝히고 있는 바와 같이 예술과 올림픽은 서로 밀접한 관계에 있다. 고대 올림픽에서는 음악가나 시인을 초대했고 경기장은 조각가의 작품 그 자체였으며, 근대 올림픽은 동반되는 다양한 예술 행사나 대회, 전시를 통해 힘과 아름다움이 어우러지는 문화행사로서 자리잡아 왔다. 올림픽 포스터는 올림픽과 예술을 연결짓는 상징적인 끈일 뿐 아니라 근대 디자인, 특히 로고, 픽토그램, CI 분야의 디자인 발전에 중요한 기여를 했음을 이 전시를 통해 살펴볼 수 있다.

1912년 스톡홀름 대회에서 공식 올림픽 포스터가 첫 등장한 이래, 64년 도쿄 올림픽 포스터가 사진술과 인쇄술의 발달을 이용하여 이 분야의 기념비적 양식을 만들어냈고, 68년 멕시코 대회는 처음으로 포스터를 통합디자인 체계 안에서 다루면서 디자인의 비약적인 발전을 이루었다. 이 밖에 유명한 예술가들의 작업이 돋보였던 72년 뮌헨 올림픽 포스터, 경기에 임하고 있는 선수의 사진을 클로즈-업한 몬트리올 올림픽 포스터, 컴퓨터 그래픽을 이용한 역동적인 동작의 표현과 전통적 문화의 표현이 조화로운 서울 올림픽 포스터 등이 흥미를 끈다.

이 전시는 스위스 로잔 올림픽박물관(the Olympic Museum) 소장의 귀중한 콜렉션을 통해 근대 올림픽의 역사를 살피고, 4년 단위로 변화하는 근대 사회의 문화적 트렌드 및 국가별 디자인의 정체성을 함께 통찰 할 수 있는 자리였다.

http://www.museum.olympic.org

2000 세계그래픽디자인대회 성공적으로 개최

Icograda Millennium Congress, Oullim 2000 Seoul

기간: 2000년 10월 24일~29일
장소: 삼성동 코엑스 및 한국산업디자인진흥원 전시장 등

세계 시각디자인계의 올림픽이라고 일컬어지는 '2000 세계그래픽디자인대회'가 지난 10월 24일(화)부터 29일(일)까지 열렸다. 특히 올해 대회는 2000년을 기념한 특별 학술대회였는데, 동양과 서양, 기계와 자연 등 대립되는 것들의 조화를 꿈꾸는 '새로운 천년을 위한 디자인 어울림(Design for a New Millennnum, Oullim)'이라는 주제로 학술회의, 기념전시 및 부대행사로 진행되었다. 세계 18개국에서 모인 유명 초청강사 40여 명을 비롯해 내외국인 1,500여명이 참여한 이번 대회는 마지막날 홍대앞 문화벨트에서 열린 '디자이너스 테크노 나이트'에서 다양한 기원굿과 공연, 패션쇼 등을 선보이며 모든 참가자와 일반 시민들이 함께 어우러진 거리축제로 성황리에 막을 내렸다.(관련기사 p102 121 참조)

http://www.oullim.org

새로운 경영자원으로서의 '감성'이 부각된 제2회 일본감성공학회 학술대회

기간: 2000년 9월 14일~15일
장소: 일본공학원대학

지난 9월 14,15일 양일간에 걸쳐 일본공학원대학(신주쿠 캠퍼스)에서 제2회 일본감성공학회(Society of KANSEI Engineering) 학술대회가 열렸다. '21세기의 조류 감성산업' '감성이라는 경영자원'을 주제로 개최된 이번 학회는 약 500여 명의 학회 회원이 참여한 가운데 논문발표, 포스터 발표 외에 공개 섹션과 공개 인터뷰, 패널토의 등 다양한 방식의 세미나로 진행되었다.

문부성의 엔도 도모요시(遠藤友麗)의 '감성을 기르는 교육'에 대한 기념강연으로 시작된 발표는 〈광고비평〉의 창간인이자 TV 비평가, 컬럼니스트로 활동중인 야마노 유우키치(天野祐吉)의 특별강연으로 이어졌다. 그는 시대의 흐름에 따른 감성의 적용 사례를 CF 변천사를 통해 살펴보았는데, "감성은 과거 1980년대 '감성의 비즈니스 화'라는 개념이 주축이 되어 게임이나 음악의 일부 업계에서 마케팅의 한 방법으로 적용되기 시작하였으며, 현재 최고 성장기를 맞이하여 '감성 자체에 대한 차별화'와 '경영자원으로의 감성'이라는 보다 적극적인 움직임을 보이고 있다. 감성은 비트, 모노, 돈, 정보에 이어 제5의 경영자원이 될 것이다"라고 전망하였다.

또한 소니뮤직 엔터테인먼트 대표이사인 마루야마 시게오(丸山茂雄) 씨는 도요다 자동차 'bB(Vitz)'의 성공사례를 감성적 측면에서 분석하고, 과거 부가적 요소로서만 받아들여졌던 감성산업이 본질적인 가치 자체로 인정받는 시대가 도래했다는 견해를 피력했다. 오픈 세미나에서는 '감성'이라는 요소를 산업에 적용시키는데 기여한 대표 기업의 담당자를 특별강사로 초빙하여 학회 회원과 함께 하는 패널토의가 마련되었다. 각 시대별로 표출된 감성의 수용방법에서부터 감성을 경영자원으로서 활용하기 위한 지침에 이르기까지 감성이라는 주제를 폭넓은 시점에서 고찰해보는 자리였다.

이번 학회에서 구두 발표된 논문은 총 180여 편이었다. 22개 작은 섹션으로 구성되었고, 이는 감성공학이 폭넓은 영역에서 연구되고 있음을 시사한다. 특히 감성공학을 실제 구현하는 감성인터랙션, 감성로보틱스, 감성비즈니스 모델에 대한 연구에 많은 사람들의 관심이 집중되었다.

해를 거듭해 갈수록 공업, 제품, 패션, 건축, 환경 등의 여러 디자인 분야에 '인간을 중시하는 디자인' 또는 '인간의 감성을 고려한 디자인'의 중요성이 크게 인식되고 있고, 감성공학회 대회는 이의 사회적인 의식화에 기여하고 있다. 제3회 일본감성공학회는 2001년 9월 13, 14일 중앙대학 이공학부에서 개최될 예정이다.

http://wwwsoc.nacsis.ac.jp/jske/index.html

새천년 건설환경디자인 세계대회

World Congress on Environmental Design for the New Millennium

주제: 인간, 지구, 문화를 존중하는 창의성
기간: 2000년 11월 8일~22일
장소: 삼성동 코엑스

국내외 건설, 환경 디자인을 총망라하는 세계 대회가 개최된다. 이 행사는 연세대학교에서 조직하고 건설교통부에서 후원하며 새천년 건설환경디자인 세계대회 준비위원회(위원장 이연숙 교수)에서 기획한 것으로, 서로 독립적이나 연계되는 유니버설 디자인 세계대회, 그린 디자인 세계대회, 문화 디자인 세계대회를 포함한다. 건설, 환경 부문에서 세계적으로 저명한 석학, 교육자, 디자이너 등 170명이 강사로 초빙된 이 행사는 전문가대회와 학생대회로 구분되어 진행되며, 여러 패러다임과 학문을 제언함으로써 디자인 정보 인프라를 다지는데 기여하리라 기대를 모으고 있다.

지난 4월 30일 접수 마감된 발표계획서들은 현재 약 250여 개가 심사를 통과하여 발표를 기다리고 있다. 발표물들은 연구논문 뿐 아니라 교육모듈, 디자인프로젝트, 워크숍 등을 포함하고 있어 대회 주제 전반에 관한 지식정보교류에 일조할 것으로 기대된다.

본발표는 각 대회 셋째 날과 넷째 날에 집중적으로 배치되어 있고, 전문가 대회에서는 연구논문, 교육자료, 강의모듈이 발표되며, 학생대회에서는 '세계적 디자이너, 학자, 교육자와의 만남'과 '디자인 사랫'이 진행된다.

11월 8일~13일까지 진행되는 '유니버설 디자인 세계대회'는 인간의 존엄성과 평등에 기초하는 보다 인간적인 환경, 디자인을 통해 민주주의가 실현될 수 있는 환경을 제시하려는 목적으로 초세대적 디자인(transgenerational design), 사용자 중심 디자인(user oriented design)을 비롯한 최근의 환경디자인 트렌드와 성과 환경, 개발도상국 국민과 환경에 관한 특별 심포지엄 등을 마련한다. 11월 13일~17일까지 열리는 '그린디자인 세계대회'는 생태환경보존과 관련한 문제와 인위환경과 자연 생태계간의 긍정적인 관계를 강화, 개발과 보존의 공존방법을 모색하기 위해 강의가 이루어지며, 도시건설 환경에서 제품디자인에 이르기까지 그린 개념이 어떻게 적용되는지를 보여주는 특별 심포지엄이 준비된다. 마지막으로 11월 17일~22일까지 개최되는 '문화디자인세계대회'는 삶의 질을 향상시키는 전통 및 현대의 문화적 다양성, 미학적 문화 특성, 미래 디지털 문화에 역점을 두면서 인간과 건설환경의 관계 및 결속력을 강화시키는 방법을 모색한다. 문화디자인의 특별 심포지엄의 주제는 전통을 화두로 삼은 공간미학과 박물관, 지역 전통과 세계의 보편성을 다루는 글로컬 디자인, 치료환경, 사물환경 등이다.

http://millenniumed.org

ASEM Ⅲ 개최기념 특별전시회 테크노 가든(Techno Garden) 개최

기간: 2000년 10월 20일~29일
장소: 삼성동 코엑스 컨벤션 홀 3층 대서양관

아시아유럽정상회의(ASEM)Ⅲ 개최기념 특별전시회 '테크노 가든'이 10월 20일부터 29일까지 삼성동 코엑스 컨벤션 홀 3층 대서양관에서 열렸다. 산업자원부, 문화관광부, 전경련이 주최하며 한국산업디자인진흥원이 주관한 이 전시는 동양과 서양, 전통과 새로움, 자연과 문명, 명상과 기술 등 대비되는 개념이 하나로 어우러지는 터로써, 디지털 사회로 이행하는 한국의 미래지향적인 문화와 이러한 미래문화의 초석인 한국전통문화의 유기적 관계를 보여주는 데 초점을 맞췄다.

총 15개국 155개 팀이 참여해 인터넷을 통한 아셈 회원국 젊은이들 간의 디지인 공동 프로젝트의 결과물을 전시한 '디자인 잇(designit)', 현대자동차, 한국타이어, 삼성전자, LG전자, 한샘, 쌈지 등 한국디자인을 선도하는 6개 기업의 디지털 컨텐츠와 영상물을 전시, 연출한 디지털 코리아(Digital Korea), 한국 밀레니엄상품 및 문화상품전으로 꾸며지는 2000 코리아 아이덴티티(Korea Identity) 등 3개의 전시로 구성된 테크노 가든전은 예술전시의 철학적인 측면, 디자인 전시의 구체적 측면, 상품전시의 마케팅 기능이 혼합되어, 앞으로 도래할 21세기 혼성문화의 양상을 볼 수 있는 기회였다. (관련기사 p118 121

테크노가든 디지털 코리아 섹션 중 LG전자관 전시장

벤처농업심포지엄 열려

일시: 2000년 9월 20일
장소: 대한 상공회의소

지난 9월 20일 대한상공회의소에서는 벤처농업포럼주최, 삼성경제연구소,동아일보사 후원의 벤처농업 심포지엄이 열렸다. 벤처농업포럼은 200여 명의 벤처 농업인이 농업 창업정보, 영농 성공사례, 상품개발 과정, 유통 등의 정보 교환을 위해 지난 4월에 결성한 모임이다. 이번 심포지엄은 농업을 첨단 유망 사업으로 발전시키자는 취지 아래, 한국 벤처농업의 필요성, 현황 및 과제에 대한 주제발표와 6개의 사례발표로 이루어졌다.

사례발표 중에서 특히 눈길을 끈 것은 '홍쌍리 청매실' '옹기인 삼초콜릿' '현미상황버섯' 등 지역성을 살려 상품화에 성공한 사례들.

광양 청매실 농원(대표 홍쌍리)의 홍쌍리 청매실은 1등급 매실을 전통 방식으로 제조한 청매실엑기스, 청매실원, 매실반찬, 매실단, 매실주 등의 제품을 개발, 판매하고 있다. 고품질, 고품격을 기본전략으로 한 청매실은 이미 제품 이미지를 국내외에 확립시켜 99년에 24억원의 매출을 올렸다. 올해에는 제품에 대한 정확한 정보 전달, 농장 이미지 판매, 매화꽃 단지 조성을 통한 문화적 부가가치 창출 등으로 200%의 성장을 보였으며,

인근 농가에 재배법을 적극 보급하므로써 농가소득 확대 및 고용 창출에도 기여하고 있어 명실상부한 벤처농업의 모델이 되고 있다.

벤처농업포럼에서 만난 청매실농원과 제휴하여 청매실초콜릿 개발을 추진 중에 있는 본정(대표 이종태)의 옹기인삼초콜릿은 역시 지역 특산물인 인삼을 가미하여 전통 옹기에 담아 판매하는 초콜릿 상품. KIDP의 '2000년 한국 밀레니엄 상품 50'선에도 선정된 바 있다. 본정은 인삼 고유의 쓴맛과 향을 제거하고 동양의 신비스런 맛과 건강을 부각시켜 국내 시장은 물론 해외 관광객들에게도 적극 공략하겠다는 야심찬 계획을 세우고 있다. 포장디자인에 신경을 써 획기적으로 매출을 증대시킨 사례도 있다. 일조생물산업(대표 이성구)의 동충하초나 상황버섯은 산학협동과 꾸준한 연구개발로 기능과 영양을 그대로 유지하면서도 가공성과 식용성을 획기적으로 개선하고 원가 또한 절감한 제품이다. 그러나 품질이나 판매 전략에 비하여 디자인 감각이 다소 뒤떨어져 있었던 것이 사실. 올 추석 이를 감안하여 포장을 바꾸자 매출이 급격히 올랐다.

이제 지역의 제품들이 품질 자체의 문제 뿐만 아니라 마케팅과 디자인에 대한 관심과 노력으로 부가가치를 창출할 수 있는 길에 관심을 쏟아야 할 시점이 되었다.

http://www.vaf21.com

포장디자인을 바꿔 매출을 5배나 신장시킨 일조생물산업의 제품
디자인 변경전(위)/디자인 변경 후(아래)

전통 옹기에 담은 본정의 옹기인삼초콜릿

홍쌍리 청매실 농원의 제품들- 청매실원, 청매실 농충액, 청매단

리스페스트 2000 서울 디지털 영화제

RESFEST 2000 SEOUL Digital Film Festival

기간: 2000년 11월 16일~19일
장소: 서울 호암아트홀

전세계의 디지털 작품들을 대상으로, 디지털 영사방식으로 상영되는 리스페스트 디지털 영화제(RESFEST Digital Film Festival)가 열린다. 2000년 새로운 예술의 해 추진위원회 영상부문이 주최하는 리스페스트 2000 서울은 지난 9월 7일 샌프란시스코에서 미국 도시 투어를 시작하여 유럽, 한국, 일본 등 세계 각지에서 온라인, 오프라인으로 개최되는 투어영화제다. 리스페스트 2000 서울은 디지털 방식이 만들어내는 새로운 시스템에 주목하여 다양한 제작시스템과 영상미학을 실험하도록 자극을 주고 배급, 유통에서 보다 많은 대안을 제시하고자 하는 취지에서 마련되었다.

영화제는 전세계 디지털 작품을 대상으로 미국 RESFEST가 프로그래밍한 작품들과 국내 공모를 통해 구성된 서울믹스(Seoul Mix)를 상영하며, 온라인 상으로는 단편(Shorts), 테크노음악에 기반한 뮤직비디오 작업들인 시네마 일렉트로니카(Cinema Electronica), 서울믹스 부문이 진행된다. 이 행사는 또한 영화상영 외에도 '영화제작의 미래(The Future of Filmmaking)'를 주제로 하는 패널토의와 CD, DVD를 비롯한 디지털 장비 전시, 레이브 파티 등 디지털에 대해 여러 방향에서 입체적으로 접근할 예정이다.

전화 (02) 3275 3747 http://www.resfestkorea.com

2000 국제색채학회 서울대회
2000 AIC Meeting Seoul

기간 장소 2000년 11월 6일~7일, 코엑스 4층 국제회의장

2000 국제색채학회 서울대회가 11월 6일과 7일 양일간 삼성동 코엑스 4층 국제회의장에서 개최된다. 국제색채학회와 사단법인 한국색채학회가 주최하는 이번 세미나에서는 현대 사회에 있어서 색채 역할의 중요성이 커지는 가운데, 색채가 다양한 환경문제와 관련하여 어떤 역할을 할 수 있는가를 깊이 있게 다룬다. 이 대회의 주요 테마는 '색채와 환경' 외에 '색채과학(Color Science)' '색채기술(Color Technology)' '색채디자인(Color Design)' 등으로 관련 연구논문 발표가 예정되어 있다.

전화 (02) 365 5114 팩스 (02) 365 0014
http://www.event.co.kr/ aic

제13회 십만원비디오페스티벌
The 13th Broke in Seoul Video Festival(a.k.a. The 100,000won Video Festival)

기간 장소 서울 2000년11월 25일~26일, 경주 12월 2일~3일, 인천 12월 9일~10일, 서울 일주아트하우스 아트큐브(광화문 흥국생명 빌딩 지하 2층)

자생적인 비디오 문화운동으로 첫 발을 내딛은 십만원비디오페스티벌의 13회 행사가 열린다. '십령대부흥회'라는 주제로 다양한 취향과 개성 그리고 매체에 열려 있는 자세, 정보와 자원의 공유 등 진정한 아마추어 창작자가 갖추어야 할 십만원페스티벌의 '령(靈,영혼)'에 관해 언급한다. 본행사는 사운드세미나, 본선경쟁, 해외초청작 상영, 비디오메이커의 밤(25일), 상상력세미나, 십만원기획전, 본선경쟁, 시상 및 폐막(26일) 등이 진행되며, 부대행사로는 십원돈지랄쇼, 유랑극단쇼 등이 마련되어 있다. 이 행사는 채널인닷컴(http://www.channelin.com)에서 온라인으로도 상영된다.

전화 (02) 333 3995 (팩스겸용)
http://www.videofest.net

서울국제문구전시회

기간 장소 2000년 11월5일~8일, 코엑스 전시장

한국문구공업협동조합이 주최하는 서울국제문구전시회가 개최된다. 문구제조업의 수출산업화와 세계화, 해외바이어 초청상담, 수출증대를 꾀하는 이번 전시회는 학용품류, 미술 · 디자인 용품류, 사무용품류, 사무기기류, 제도용품류, 지제문구류, 금속문구류, 팬시문구류, 문구제조용부품 및 원부자재류, 문구류 제조 및 가공기계류 등을 전시한다.

전화 (02) 2278 7891-5
http://www.ksic.co.kr

타피오 비어칼라-눈, 손, 사고 전
Tapio Wirkkala-Eye, Hand, Thought

기간 장소 2000년 8월 25일~2001년 1월 14일, 핀란드 헬싱키 미술 디자인 미술관

핀란드 출신 제품 디자이너인 타피오 비어칼라(Tapio Wirkkala, 1915-1985)의 작품을 전시한다. 북유럽 핀란드 전통에 벗어나지 않게 단순 간결한 기능주의 미학과 곡선미가 우수한 목재, 유리, 금속, 도자기 제품들이 전시된다.

전화 +358 (9) 62 20540
http://www.designmuseum.fi

타피오 비어칼라, 유리잔

제2회 SBS 인터넷 정보통신박람회
Inter-Comm 2000 Fall

기간 장소 2000년 11월23일~26일, 여의도종합전시장 제1전시장

SBS가 주최하는 제2회 인터넷 정보통신박람회가 개최된다. 해마다 70% 이상 폭발적으로 늘고 있는 전자상거래의 성장에 적절한 대응전략을 마련하고 국내 인터넷, 정보통신 관련기업의 경쟁력 강화방안을 찾아보는 데 목적을 둔 이 행사는 인터넷 네트워크 시스템 및 기기를 비롯하여 인터넷 전자상거래, 인터넷 응용 및 솔루션, 인터넷 관련 통신서비스 등 미래의 주역이 될 각종 첨단산업정보 및 기기 등을 전시하여 인터넷, 정보통신의 최신 기술 및 정보를 한눈에 볼 수 있는 기회를 제공한다.

전화 (02) 786 6776
http://www.world-expo.co.kr
http://www.inter-comm.co.kr

알렉산더 지라드의 풍요로운 눈 전
The Opulent Eye of Alexander Girard

기간 장소 2000년 9월 12일~2001년 3월18일, 뉴욕 쿠퍼 휴잇 국립 디자인 박물관

20세기 가장 혁신적인 미국의 디자이너 중 한 명이었던 알렉산더 지라드의 작업을 탐구하는 첫 번째 대규모 회고전. 이 전시는 수많은 미국인들에게 모던 디자인을 소개했던 알렉산더 지라드가 디자인한 상점, 전시장, 주거공간을 전시하여, 20세기 중반 건축과 디자인에 대한 점증하는 관심에 부응하고 있다.

전화 +1 (212) 849 8400
http://www.si.edu/ndm/

카르텔의 기부작 전시회 : 콜롬보에서 아라드까지
La Donations Kartell -De Colombo a Arad

기간 장소 2000년 10월11일~2001년 1월 1일, 프랑스 파리 퐁피두센터

조 콜롬보(Joe Colombo), 이탈리아 디자이너 론 아라드

(Ron Arad) 등이 이탈리아의 유명한 인테리어 제품 디자인 제조업체 이자 소매업자인 카르텔(Kartell) 사를 위해 디자인한 가구제품들 중 퐁피두 센터가 카르텔 사로부터 기부받아 소장하고 있는 아이템들을 모아 전시한다.

전화 +39 (1) 44 78 1233

http://www.centrepompidou.fr

운동화 디자인 기능과 이미지 전
Sneakers : vom Sportschuh zum Kultschuh

기간 장소 2000년 9월 5일~12월 23일, 퀄른 60&70년대 디자인 미술관

팝돔 미술관에서는 60 70년대에 디자인되어 생산된 운동화와 관련 그래픽 및 광고 이미지들을 전시한다. 여가, 자유, 편안함을 상징하는 스포츠화의 디자인이 날이 갈수록 고급화 세련화되면서 오늘날 고급패션구두 디자인으로까지 파고들게 된 원류를 찾아볼 수 있다. 팝돔 미술관은 60 70년대의 팝문화를 바탕으로 한 디자인 제품만을 전문적으로 소장하고 전시 기획하고 있다.

전화 +49 (0221) 139 0463

http://www.popdom.de

팝돔 미술관 인덱스 페이지

바덴-뷔템베르크 국제 디자인상 시상식 및 수상작품전
Award Ceremony and Exhibition Baden Wurttemberg International Design Award 2000

기간 장소 2000년 10월 12일~12월 10일, 독일 슈투트가르트 디자인 센터

슈투트가르트 디자인 센터에서는 '작업환경(Focus Working Environment)' 을 주제로 한 2000년도 바덴-뷔템베르크 국제 디자인상 시상식 및 전시회를 갖는다. 바덴-뷔템베르크 디자인상은 생필품과 소비재에서 우수한 디자인을 개발한 제조사와 디자이너를 시상 대상으로 한다.

전화 +49 (711) 123 2636 팩스 +49 (711) 123 2577

http://www.lgabw.de

디자인어바웃 2000: 인터랙티브 에지스
Design About 2000: Interactive Edges

기간 장소 2000년 11월16일~17일, 레드먼드 마이크로소프트 컨퍼런스 센터

미국산업디자이너협회(IDSA)와 마이크로소프트 사가 공동 개최하는 행사로 사용자의 요구 탐구, 하드웨어/소프트웨어의 교차 지점의 정의 및 운용, 단순성을 위한 복잡성 관리방법 모색을 기치로, 인터랙션 디자인의 기술, 과정, 방법론을 탐구한다. 발표자는 컴퓨터 그래픽과 휴먼-컴퓨터 인터랙션 연구의 권위자인 빌 벅스톤(Bill Buxton, 알리아스/웨이브프론트 & 실리콘 그래픽 수석연구원), 브렌다 로렐(Dr. Brenda Laurel, 아트센터 미디어 디자인 프로그램 교수), 세스 뱅크스(Seth Banks, G.E. Medical Systems 웹디자인 책임자) 등이다.

전화 +1 (703) 759 0100 팩스 +1 (703) 759 7679

http://www.idsa.org

제8회 애뉴얼 리빙 서페이시스 컨퍼런스
Annual Living Surfaces Conference

주제 경험의 풍경(The Landscape of Experience)

기간 장소 2000년 11월 9일~12일, 시카고 뱅크 원 센터

예술, 비즈니스, 디자인, 과학 분야의 전문가들이 참여하여 네트워크 미디어, 가상현실과 실제 세계의 경계에 대해 컨퍼런스와 세미나를 개최한다. 발표자는 크리스틴 코스텔로(Christine Costello, ATG), 탐 홉스(Tom Hobbs, Meta Design), 팀 파시(Tim Parsey, Motorola) 등이다.

전화 +1 (312) 787 2018 팩스 +1 (312) 649 9518

http://www.ac4d.org

제2회 나고야 국제디자인 공모전 시상식 및 수상작품전
The 2nd Nagoya Design Do!

기간 장소 2000년 11월 10일~19일, 나고야 국제디자인 센터 디자인 갤러리

제2회 나고야 국제디자인 공모전(Nagoya Design Do!)의 시상식 및 전시가 열린다. 공모전의 주제인 '헤쳐나갈 미래(The Future Passed Through)' 는 다가올 미래에 아주 중요한 개념이 될 희망을 강조하고 있다. 제1범주(산업디자인, 교통디자인, 공예 디자인 부문), 제2범주(인테리어, 건축, 환경 디자인 부문), 제3범주(그래픽, 패키지 등 시각디자인 분야)의 수상작들을 전시한다.

전화 +81 (52) 265 2107

http://www.idcnagoy.co.jp

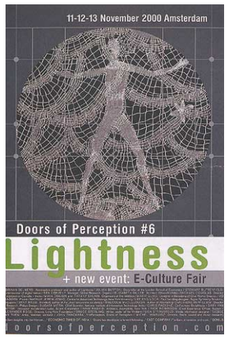
암스테르담 도어스 오브 퍼셉션 6
Amsterdam Doors of Perception 6

주제 가벼움(lightness)

기간 장소 2000년 11월 11일~13일, 암스테르담 비바우쉬스(Wibauthuis)

도어스 오브 퍼셉션은 ICT(Information and Communication Technologies) 관련해 새로운 디자인 의제를 만드는 국제회의이자 지식네트워크로, 디자인의 미래에 대해 알 수 있는 기회가 된다. 도어스 오브 퍼셉션6은 인터넷의 가변성에서 파생된 가벼움을 주제로, 디자인 전략 및 수년 내 우리가 일상용품, 서비스, 장소를 디자인하는 방법을 예측하는 행사이다. 발표자로는 디자이너 외 IT업계의 전문가들인 브루스 스털링(Bruce Sterling, 환경과 정보를 연결시키는 온라인 커뮤니티 Viridians 대표), 이렌느 맥윌리엄(Irene McWilliam, 필립스사 디자인 R&D 디렉터), 디자이너 마티 귁스(Marti Guixe) 등이다. 한편, 첫 선을 보인 이 컬처 페어(E-Culture Fair)는 뉴미디어 영역에서 독창적이고, 혁신적인 개념과 프로세스, 제품을 발표하는 이벤트로, Staging, Interacting, Learning, Playing의 영역에서 이루어진다.

전화 +31 (0) 596 3220 팩스 +31 (0) 596 3202



http://www.doorsofperception.com

도어스 오브 퍼셉션 6 포스터

뉴 밀레니엄 2000 오브제 전: 제6부 일상의 사물들
2000 Objects for the New Millennium Exhibition : Part 6 Everyday Things

기간 장소 2000년 11월 2일~12월 29일, 뉴욕 갤러리91

뉴욕의 갤러리 91에서는 지난 1월부터 올 12월까지 2000 Objects for the New Millennium Exhibition을 주제로 6개의 전시를 구성하였다. 종이(1월 12일~3월 11일), 미래(3월 16일 ~5월 20일), 유리(6월 1일~7월 15일), 환경(7월 20일~9월 2일), 뉴미디어(9월 26일~10월 28일), 일상의 사물들이 각 전시의 테마이다.

전화 +1 (212) 966 3722 팩스 +1 (212) 919 1684

http://www.Gallery91.com

제10회 디자인 경영 연구와 교육에 관한 국제 포럼
The 10th International Forum on Design Management Research and Education

주제 디자인과 지식 경영- 형식, 과정, 기구

Design and Knowledge Management-Forms, Processes, and Tools

기간 장소 2000년 11월16일~18일, 프랑크푸르트, 독일 디자인 협회 및 독일 도서관

디자인경영재단(Design Management Institute) 주최의 이 포럼은 전략적 능력, 지식, 교육과 조직 과정의 다양한 견지에서 디자인의 지식 경영에 대한 관계에 초점을 맞춘다. 브라운사를 비롯한 여러 조직의 지식 경영과 디자인 경영 관련 사례 연구 발표 및 디자인과 신제품 개발, 디자인과 소비자 조사, 디자인과 브랜드 경영 등의 주제에 관한 30여 개의 논문 발표도 함께 진행될 예정이다. 주제 발표자로는 장-클로드 타랑듀(Jean-Claude Tarondeau, ESSEC Business School 교수), 줄리 헤르텐스타인(Julie Hertenstein, 노스 이스턴대 교수) 등이 참석한다.

전화 +1 (617) 338 6380 팩스 +1 (617)338 6570

http://www.dmi.org

미래의 디자인: 박물관, 화랑, 문화기관 디자인 세미나
Design Futures: Design for Museums, Galleries and Cultural Institutions

기간 장소 2000년 11월19일~24일, 런던 브리티시 카운슬

박물관, 화랑, 그리고 문화기관을 디자인할 때 필요한 논제들에 대한 세미나가 개최된다. 1998년에 개최된 세미나의 2부로 진행되는 이 행사에서는 디자인이 엔터테인먼트, 쇼핑, 레저 활동과 경쟁하는 박물관과 화랑을 돕는 방식, 전시디자인 프로젝트 경영, 전시 디자인에서 멀티 미디어와 가상 현실 사용 등에 관한 사례 연구, 워크샵 등이 발표된다. 폴 톰슨(Paul Thompson, Design Museum), 애드리언 엘리스(Adrian Ellis, AEA Management Consultants), 다미엔 위트모어(Damien Whitmore, Tate Gallery) 등이 참가한다. 테이트 미술관, 대영박물관 등을 방문하는 프로그램도 포함된다.

전화 +44 (1865) 316 636

팩스 +44 (1865) 557 368/516 590

http://www.britishcouncil.org/networkevents/2000/0052an.htm

제1회 한샘 국제인테리어디자인 공모요강 발표

모집부문 공동주택 단위세대 평면설계 부문, 인테리어 디자인 부문, 가구 및 가정용소품 디자인 부문

심사기준 시장성, 기능성, 미래성, 창의성, 현대성, 유머성

접수기간 2001년 7월 16일 19일

지난 9월 7일 제1회 한샘 국제 인테리어디자인 공모전에 대한 기자 간담회가 열려 주제와 세부사항 등이 발표되었다. 상금 규모(미화 5만 달러) 및 전용 사이트를 통한 자료 제공, 전문가 상담 등 운영의 혁신으로 이미 화제가 되어왔던 이 공모전의 주제는 '동과 서를 넘어서는 디자인(Design Beyond East & West)' . 서구 모방 일변도의 디자인을 탈피하고 아시아의 문화, 정서, 생활양식에 맞는 새로운 인테리어 디자인을 제시한다는 의도이다.

이 공모전의 특징은 심사위원단을 미리 선정하여 공개하며, 홈페이지를 통해 심사위원과 질의, 토론이 가능하다는 점이다. 생산가치가 있고 판매가능한 작품을 공모전을 통해 발굴하고 국내외 전문인을 육성하여 디자인 산업의 세계화를 위한 기반 강화에 기여하고자 하는 취지에서 기획되었다.

문의 한샘디자인연구소

전화 (02) 590 3472~4 팩스 (02) 593 8463

http://www.designcompe.com

제2회 금호타이어 대학생 광고 공모전 발표

대학생들의 신선한 아이디어를 발굴하고 솔루스의 심볼인 돌고래를 활용해 브랜드의 친근감과 인지도를 확대하려는 의도로 기획된 금호타이어 대학생 광고 공모전이 올해의 수상작을 발표하였다. 올 행사에는 총 406팀의 스토리보드가 응모되어, 우수작 26편을 1차로 선정한 후, 최종 7개 작품이 본선에 올랐다. 솔루스 브랜드 컨셉 적합성과 독특하고 참신한 아이디어, 임팩트한 시각 요소, 공감되는 메시지를 기준으로 엄정한 심사를 거쳐, 대상에는 '볼링' (김용재 지영일)이 선정되었다. 우수작은 '도미노' 와 '영사기' , 장려상은 '실험실' '통일' '바이올린' '접시돌리기' 등 4편에 돌아갔다. 수상작은 금호타이어 홈페이지에서 볼 수 있다.

http://www.kumhotire.com

대상 볼링

DA2Z 포트폴리오 공모전
DA2Z Award 2000

마감 2000년 12월25일(본선)

모집부문 제품, 그래픽, 웹, 패션, 건축, 인테리어, 캐릭터 등 디자인 전분야. 자신의 포트폴리오를 제출한다.

응모방법 홈페이지에서 등록접수. 매달 예선에서 10개의 뛰어난 포트폴리오를 선정하고, 그 중에서 본선에 진출할 10개의 우수한 포트폴리오를 매년 12월에 선정한다. 그리고, 본선에 선정된 10개의 포트폴리오 중에서 "Top-Three"를 선정해 상금을 수여한다.

시상내역 금상 미화 10, 000달러, 은상 미화 3000달러, 동상 미화 2000달러

한편, DesignAtoZ.com(디자인에이투지닷컴, 이하 DA2Z)가 시행중인 DA2Z 포트폴리오 공모전에서 첫 선정작들을 발표하였다. 이번에 선정된 작품들은 mp3 컨셉트 디자인, 캐릭터, 웹 디자인 등 다양한 분야의 7점이며, 이 작품들은 오는 12월에 개최될 애뉴얼 포트폴리오 리뷰 공모전의 후보작이 된다.

http://www.designatoz.com

캐릭터 디자인 '카오스' , 사이버 디자이너 id: Bumper21

제3회 3M 자동차 그래픽 디자인 공모전

마감 2000년 11월 13일

주제 감각적이고 실용적인 디자인으로, 창의와 혁신의 3M 정신에 부합하는 참신한 아이디어

모집부문 대상차종 현대자동차(트라제, 스타렉스, 갤로퍼), 기아자동차(카니발, 카렌스, 스포티지), 대우자동차 (마티즈, 레조), 쌍용자동차(코란도, 무쏘), 대림자동차(Daystar, Trans up, VF125), 효성기계공업(Prima, Aquila, Midasll)

대상 디자인 전공 대학생 및 대학원생. 디자인에 관심있는 일반인 및 디자이너

시상내역 대상(1명) 상장 및 상금 3백만원, 최우수상(2명) 상장 및 상금 1백만원, 우수상(3명) 상장 및 상금 5십만원, 입선(출품수의 30%) 상장 및 상품, 제출된 작품은 반환되지 않으며, 작품의 소유권은 한국 3M자동차 제품부에 귀속됨.

문의 한국쓰리엠 자동차 제품부 정석용 대리

전화 (02)3771 4060, 4411, 4071

http://www.3m.co.kr

제33회 브라운 상
The 33th Braun Prize International

마감 2001년 1월 31일

주제 실제로 만들어진 제품을 상상하라!(Dream real products!) 일상생활에서 사용자의 편의를 도모하는 디자인과 기술의 혁신을 나타내는 새로운 제품 컨셉

모집부문 소프트웨어와 인터페이스 디자인을 제외한 모든 부문(브라운 제품 영역으로 제한 되지 않음)

대상 전세계 산업 디자인 전공 학생과 졸업한지 2년 이하의 디자이너

응모방법 1차 심사 디자인 스케치와 모델, 테크니컬 드로잉과 프로젝트에 대한 설명. 문서는 독어 또는 영어로 작성. 제출 서류를 보완하는 비디오와 CD-ROM도 제출 가능. 1차심사에 통과되면 2차 심사는 심사위원이 부과한 디자인 모델 제출

시상내역 20,000 DM 또는 브라운 디자인부에서 6개월간 인턴십. 최종심 탈락 5팀에 3,000 DM

문의 독일 브라운(Braun)사

전화 +49 (6173) 30 2314

http://www.braunprize.com

JCCP 국제카페트공모전 2001

마감 2001년 1월 10일

주제 자유 '생활문화를 즐겁게 한다' 실내에 두는 것만으로 생활에 기쁨을 줄 수 있는 것

모집분야 현대 인테리어에 어울리는 수제 카페트의 새로운 가능성을 모색하는 디자인

대상 개인이나 그룹 응모 가능

응모방법 작품은 1점 씩 B2판(515×728mm)을 사용한다. 카페트 사이즈는 262×335cm로, 1/6 비례축적도를 제출한다. 드로잉, C.G 등 표현 방법은 자유, 단 응모자의 오리지널 디자인으로 미발표작만을 대상으로 한다. 응모요강을 확인하고, 응모용지에 필수사항을 명기 후, 응모작품에 첨부한다. 한 사람이 여러 점 응모 가능하다. 응모작품은 원칙적으로 반환불가.

시상내역 그랑프리(1점) 150만엔, 금상(3점) 각 50만엔, 은상

(5점) 각 20만엔, 입선(약 10점) 각 10만엔 (수상작품은 카페트 제품으로 상품화)

문의 국제카페트디자인공모전 사무국

전화 +81 (75) 593 3151 팩스 +81 (75) 583 2002

http://www.prevell.co.jp

제10회 일본오사카국제디자인공모전

접수기간 2000년 12월 1일~2001년 1월 19일

주제 intermediation-차세대로 이어지는 메시지

모집부문 모든 디자인 분야의 디자인 작품. 복수 분야 응모가능

대상 전세계의 모든 분야의 디자이너, 기술자, 학생, 개인 혹은 그룹

응모방법 응모 전시작품은 반드시 접수 마감일까지 도착해야 함. 편지, 팩스, e-mail로 문의. 전화문의 사절

시상내역 총상금액 71,000달러. 대상(내각총리대신상 1점) 30,000달러, 금상(통상산업대신상 1점) 10,000달러, 오사카시장상(1점) 10,000달러 은상(협회장상1점) 5,000달러, 동상(협회이사장상 3점) 각 2,000달러, 장려상(기념품) 약 천여점

문의 재단법인 국제디자인교류협회(일본)

전화 +81 (06) 6346 2615

http://www.jidpo.or.jp

제14회 고이즈미 국제 학생 조명기기 디자인 공모전 The 14th Koizumi International Lighting Design Competition

마감 2001년 1월 30일

주제 Lightting Ecology-Lighting Lifeline

수많은 생활의 위기들을 극복하는 수단으로서 조명: 갑작스러운 정전 상황을 이기는 조명, 피난민이나 재난을 당하고 구조를 기다리는 사람들을 보호할 수 있는 조명

대상 2000년 9월 1일 기준 학생인 사람

응모방법 응모 등록 후 지원서, 패널(364×515mm)에 작품사진, 드로잉, 스케치 등을 붙여 제출. 예심은 제출한 사진, 드로잉, 스케치로 심사, 최종심은 예심통과자의 작품으로 심사

시상내역 금상(상금 100만 엔), 은상(30만 엔), 동상(10만 엔), 특별상과 가작 등

문의 Koizumi Sangyo Corporation

전화 +81 (6) 6262 1369 팩스 +81 (6) 6262 1490

http://www.koizumi.co.jp/compe/entry/ouboyokoe.html

제29회 KDC 전국 대학생 디자인 대전

접수기간 2000년 12월 1일

모집분야 시각디자인, 공예, 제품디자인, 환경조형디자인

응모방법 협회 홈페이지에서 지원서를 다운로드한 후, 한국산업디자인진흥원 전시장 2층에 작품접수. 출품료는 작품 1점당 30,000원

시상내역 대상(1점) 문화관광부장관상 100만원과 상패, 금상(3점) 한국산업디자인진흥원 원장상 상패 및 부상, 은상(6점) (사)한국디자이너협의회 회장상 상패 및 부상, 동상(9명) 시각디자인협회 회장상, 공예협회 회장상, 공업디자인협회 회장상 상패 및 부상. 2000년 12월 3일부터 12월 7일까지 입상작, 장려상, 입선작을 전시한다.

문의 사단법인 한국디자이너협의회 사무국

전화 (02) 423 3279 팩스 (02) 203 3999

http://www.kdc.re.kr

제2회 라자가구 디자인 공모전

접수기간 2000년 11월 6일~18일

주제 인간과 자연을 위한 현대적인 가구

모집부문 ①가정용 가구(장롱 세트, 붙박이장 포함) 제품 디자인 부문 ②가정용 가구 사용시 개선점 및 아이디어 부문. 특히, 라자가구 사용시 개선점과 아이디어를 작성한 경우 가산점을 부여한다. 제품디자인 및 개선, 아이디어 부문은 반드시 양산이 가능해야 한다.

대상 일반, 대학생(전문대학 이상)

응모방법 ①제품디자인 부문과 개선점, 아이디어 부문을 구분하여 제출 가. 제품디자인 부문 A2(420×594m/m) 패널 5장 이내(제작컨셉, 세부도면, 렌더링) 실물, 슬라이드필름, 디스켓 등은 일체 받지 않는다(패널만으로 심사) ②개선점, 아이디어 부문 A4 용지 5매 이내로 내용설명 및 아이디어 스케치 작성. 필요시, 기타 제품은 스캔 받아 제품 예시로 사용가능.

시상내역 대상(1명) 상금 500만원, 최우수상(1명) 상금 3,000만원, 우수상(1명) 상금 150만원, 장려상(5명) 상금 50만원, 입선(100명) 상장 및 고급앨범 증정. 제세공과금은 본인부담. 장려상 이상 입상자 중 적정 자격자에 한해 본사 디자인 인턴사원으로 채용할 수 있다.

전화 (032) 570 6606

http://www.raja.co.kr

(주)212, 네트파워 PC카메라 디자인

(주)212(대표 은병수)가 디자인한 (주)네트파워의 PC카메라 e-CAM이 출시되었다. 접을 수 있는 초소형 폴더 형태로 휴대가 간편하고 노트북과 데스크탑 부착이 자유롭다. 33만 화소(pixel)의 선명한 화질과 다양한 색상, 촬영상의 편의성을 고려한 스냅 샷 스위치, 미니타입 USB 케이블을 채택한 설치공간의 최소화 등으로 네트워크 세대의 취향을 고려했다. PC와 연결해 자신의 모습이나 이미 제작한 영상을 음성과 함께 실어보내는 등 영상메일, 영상회의, 전자앨범 등에 활용할 수 있는 제품이다.

전화 (주)212 (02) 5433 212, (주)네트파워 (02) 403 7678

초소형 폴더 형태의 'e-cam'

이노디자인, 미국 IDEA 2000에서 은상 수상

미국 실리콘 밸리에 위치한 제품디자인 전문회사인 이노디자인(대표 김영세)이 미국산업디자이너협회(IDSA)가 매년 주관하고 있는 'IDEA 디자인 어워드 2000'에서 은상을 수상했다. IDEA 디자인 어워드는 전세계의 디자인 전문회사와 유수 기업들이 참가하는 권위있는 제품 디자인 공모전으로서 수상작들은 경제전문지 〈Business Week〉에서 매년 특집으로 다루어지고 있다. 이번 공모전에서 은상을 수상한 안전지퍼(Safety Zipper) 디자인은 이노디자인이 A부터 Z까지 26개의 키워드를 통해 미래 디자인의 무궁한 가능성을 제시한 'Digital Design AtoZ' 전에 선보인 컨셉 디자인 중 하나이다. 이 안전지퍼 디자인은 소비자 부문, 비즈니스와 산업제품 부문, 디지털 미디어 부문 등 IDEA의 총 10개 카테고리 중 새롭고 창의적인 디자인에 높은 점수를 부여하는 디자인 탐구(Design Explorations) 부문에서 은상을 수상했다. 이노디자인은 지난 93년 이 공모전에서 '휴대용 버너(Single-Burner Portable Cooker)'로 금상을 수상한 바 있다. IDEA 디자인 어워드 2000의 수상작들은 9월 23일 미국 뉴올리언즈에서 열리는 미국산업디자이너협회 총회의 마지막날 시상식을 가진다.

전화 (02)3445 6304

IDEA2000 은상 수상작, '안전지퍼'

디자인중심, 사옥 이전

지난 9월 30일 디자인 전문 업체인 디자인중심(Designjoong-sim 대표 이옹찬)이 사옥을 이전했다. 이전 주소는 서울 강남구 논현동 216-18 대웅빌딩 6층

전화 (02) 562 4141

애플, 프랑스 파리 애플엑스포에서 '맥 오에스 텐 퍼블릭 베타' 출시

지난 9월 13일부터 5일간 프랑스 파리에서 열린 애플 엑스포에서 애플컴퓨터사는 맥 오에스 텐 퍼블릭 베타를 출시하고 새로운 컬러의 아이북 라인과 매킨토시용 최신 3D 그래픽 프로세싱을 제공하는 라데온 그래픽 카드를 선보였다. 맥 오에스 텐은 인터넷과 그래픽 기술, '아쿠아'라는 새로운 유저 인터페이스, '다윈'이라는 오픈 소스 유닉스 베이스 파운데이션 등 최첨단 테크놀러지를 제공한다. 이 제품들은 영어, 불어, 독어판으로 곧 시판될 예정이며 파워 PC 또는 G4를 장착한 모든 매킨토시 컴퓨터에서 사용할 수 있으며, 최소 128MB 메모리가 필요하다.

전화 (02) 563 8880

http://www.apple.com

금호타이어, 세단용 타이어 세렉스 DX 출시

15개월 동안의 개발기간을 거친 금호타이어(대표 신형인)가 세렉스 3차 제품 세단용 타이어 세렉스 DX 신제품 발표회를 갖고, 9월 22일부터 시판했다. 1993년 '고급차용 타이어'를 표방하며 탄생한 세렉스는 1997년, 뉴세렉스로 업그레이드를 거친 후 단일 브랜드로는 세 번째 제품인 세렉스 DX를 내놓았다. 세렉스 DX는 그동안 스포츠카 초광폭타이어에만 적용되던 '림-프로텍터' 기술을 처음으로 승용차 타이어에 적용하여 운전자의 안전을 최대한 고려했다고 한다.

전화 (02)758 1763~5

'전문가용 트루타입 서체 윤소호 PC용 4,5,6'과 웹디자인 전용 폰트 패키지 출시

윤디자인연구소에서 맥에서만 사용되던 TT(True Type Font) 서체를 PC에서도 사용할 수 있게 개발한 '윤소호 PC용 4,5,6'과 기존 서체 중 네티즌에게 가장 인기 있는 폰트 및 Web상에서 가장 많이 사용하는 폰트를 엄선하여 하나의 패키지로 묶은 '웹 디자인 전용 폰트 패키지'를 개발 출시하였다.

윈도우 환경의 사용자에 맞춰 재구성한 윤소호 4,5,6은 맥용 서체에 비해 메모리를 대폭 줄여 개인 사용자나 소규모 사무실 사용자들도 부담 없이 사용할 수 있게 했으며, 웹에서 구현했을 때에도 무리가 없다. 웹디자인 전용 폰트 패키지는 모두 84종의 서체를 포함하고 있으며, 맥과 PC에서 모두 사용할 수 있다. 특히, 새로이 개발된 윤디자인웹고딕, 윤디자인웹명조, 윤@폰트와 그림폰트는 웹환경에 꼭 필요한 요소로 디자이너들에게 좋은 반응을 얻고 있다. 권장 소비자 가격은 부가세를 포함해 각각 1시스템에 15만 4천원 이다.

전화 (02) 516 6040

이미지드롬, Dots: 'interactive kinetic art'로 〈I.D.〉에서 동상 수상

(주)이미지드롬에서 제작된 〈디지털 체험(Digital Experience)〉 시리즈 첫 번째 작품인 '점: 인터랙티브 키네틱 아트 (Dots: interactive kinetic art)'가 〈I.D.〉가 선정하는 2000년도 인터랙티브 미디어 디자인 리뷰(Interactive Media Design Review)에서 동상을 받은 데 이어, 〈Communication Arts〉의 인터랙티브 디자인 애뉴얼 6(Interactive Design Annual 6)에서도 수상작으로 선정되었다. 김수정 작(作) 'Dots'는 점과 선 같은 기초적인 조형요소들이 마우스의 움직임에 따라서 움직이며 새로운 형태를 창조해 내는 인터랙티브한 드로잉 장치이자 게임으로 CD-ROM과 책으로 만들어졌다.

문의 dots@imagedrome.com

(주)쌈지, 딸기 홈페이지 전면 오픈과 사운드 페스티벌 개최

쌈지의 캐릭터 브랜드 딸기에서 10월 5일 딸기 홈페이지를 오픈했다. 전국 각지에 있는 딸기 매니아들과 함께 재미있는 아이디어 회의 등 소비자들의 의견을 수렴하고 반영하는 방식으로 기획된 딸기 홈페이지는 지난 8월 12일에 일부만 오픈했었다.

딸기홈은 엔터테인먼트와 전자상거래를 겸하고 있다. 사이트는 우주 속 딸기별, 별 속의 딸기마을, 마을슈퍼, 동사무소, 농장, 목욕탕 등으로 구성되어 있다. 농장에서는 귀여운 딸기와 그 친구들을 기르며 돌볼 수 있게 하는 등 각각의 장소들이 딸기 특유의 개성으로 재미와 웃음 가득한 곳으로 꾸며진다. 한편 사이트를 서핑하며 자연스럽게 딸기의 제품들을 구경하고 원하면 즉석에서 구입도 가능하다. 구입액의 일부는 사이버머니로 적립된다. 또한 쌈지에서 새로 선보이는 e-nom,i-zie, o-di 등 사이버 브랜드 제품들을 만날 수 있다.

한편 쌈지와 인터넷음악방송국 쌈넷에서 지난해에 이어 두번째로 쌈지사운드페스티벌을 열었다. 10월 7일(토)에 연세대학교 노천극장에서 열린 이날 행사는 어어부밴드 프로젝트 사운드와 공명, 윤도현 밴드로 시작되어, 콘테스트를 통해 발굴된 신인밴드들의 무대, 이미 실력을 인정받고 있는 언더그라운드 밴드들의 공연으로 이루어졌다. 자유와 창조의 음악정신을 더 많은 대중들과 함께 하자는 취지의 쌈지 패스티발이 한국 대중 음악계의 새로운 활력소로 자리매김하는 공연이었다.

전화 (02) 422 8111

http://www.ssamzie.co.kr

http://www.dalkis.co.kr

딸기 홈페이지

태권넷, 사이트 추가 개편

작년 여름에 오픈하여 70여 국에 있는 태권도인은 물론 태권도에 관심 있는 모든 사람에게 신속하고 정확한 뉴스와 정보를 서비스하는 태권넷(대표 이승환)이 지난 5월, 사이트 개편과 인터넷 방송국 개국을 단행한 후, 8월에는 기자클럽을 추가하는 사이트 개편을 단행하였다. 이번 개편은 전세계 기자회원들로부터 들어오는 정보를 모든 네티즌들이 볼 수 있도록 하여 보다 많은 정보와 뉴스를 제공하고, 또한 좀 더 기사를 세분화하여 회원들이 원하는 정보를 쉽게 검색할 수 있도록 하기 위한 것이다.

태권넷은 웹진의 정보제공과 전세계 태권도장 무료 홈페이지 구축 서비스를 예정하고 있는 커뮤니티, 아마존과 공동마케팅으로 태권도 관련도서 및 태권도 캐릭터 상품, 교육용 비디오테이프, 포스터 등을 판매하고 있는 쇼핑몰, 태권도 인터넷 방송국인 TN Studio 등을 서비스하여 태권도의 글로벌 네트워크 커뮤니티를 구축하는 인터넷 서비스 업체로 부상하고 있다. 그 외에도 태권넷은 문화 관광 및 이벤트 사업과 태권도 캐릭터 산업 등 다양한 문화서비스를 하고 있는데, 특히 태권넷의 캐릭터인 태권동자 '태기'(TAEKI)와 사이버 태권도 사범 '태무'(TAEMU)는 태권넷 쇼핑몰을 통하여 전세계적으로 판매되고 있다.

전화 (02) 878 2241 http://www.taekwon.net

태권넷의 캐릭터 '태기'(TAEKI)

DKNY, 향수 출시

도시적 감각의 패션과 활동성을 추구해 세계 각국에서 폭넓게 인기를 얻고 있는 DKNY가 향수를 출시했다. DKNY향수는 옷에만 그치지 않고 라이프스타일 전체를 중시하는 도나 카렌의 패션관에서 탄생된 것으로 끊임없이 다양한 문화적 요소들이 충돌하고, 혼합되며, 모험정신으로 생동감이 넘치는 뉴욕의 이미지를 표현하고 있다. DKNY 향수는 이 같은 뉴욕의 이미지처럼 자신의 능력을 진취적으로 발산하는 여인들을 대상으로 한다. 또한 뉴욕의 상징인 웅장한 마천루를 표현한 포장과 용기는 DKNY 로고를 홀로그램으로 처리하여 강렬한 시각적 인상을 주고 있다. DKNY는 바디로션과 샤워젤을 비롯한 바디 케어 아이템을 향수와 함께 선보였다.

Will 프로젝트 개발 활발

아사히사, 카오사, 긴키 니폰 투어리스트사, 도요타 자동차, 마쓰시타 전기가 개발한 공동의 프로젝트 'WiLL'이 최근 발표되었다. 정보선택에 능동적인 20~30대를 타겟으로 5개 회사가 공동으로 프로모션 계획을 세우고 마케팅 전략을 연구 개발하고 있다는 점에서 WiLL 프로젝트는 주목을 받고 있다. 맥주에서부터 의류방취제, 패키지투어, 자동차, 개인용 컴퓨터, 가전제품에 이르기까지 다양한 종류의 제품이 'WiLL'이라는 로고를 붙여 상품화된다. 현재 상품화 된 것 중에서 냉장고와 전자레인지는 친숙함과 새로움을 함께 표현하는 복고적인 경향을 띠고 있고, 개인용 컴퓨터나 자전거는 신세대가 원하는 여러 가지 기능을 통합한 상품으로 나와 있어 수요자층의 다양한 요구만큼이나 다양한 컨셉으로 시장을 겨냥하고 있다

1

2

3

1. **마쓰시타의 WiLL 개인용 컴퓨터(CF-E1XV)** 단순하고 혁신적인 디자인에 비디오 영상과 음악을 편집하는 소프트웨어를 가지고 있어서 사용자 자신이 만든 원본 비디오를 편집할 수가 있다.
2. **마쓰시타의 윌 자전거(B-PWS27)** 다양한 작동 기능과 유행에 민감한 디자인을 특징으로 한다. 윌 자전거는 사용자의 취향을 보다 섬세하게 충족시키기 위해서 12가지 탄생석에 따라 12가지 색상으로 출시되었다.
3. **마쓰시타의 WiLL 전자렌지와 냉장고** 친숙함과 새로움의 조화를 표현하기 위하여 '모더니즘에 대한 향수'를 선택한 전자레인지와 냉장고

국제산업디자인대학원 뉴밀레니엄과정 동창회, 아이다스(IDAS) 운동 전개

일시: 2000년 9월 19일
장소: 여의도 국민일보 사옥

국제산업디자인대학원 뉴밀레니엄과정 제4기 입학식이 지난 9월 19일 여의도 국민일보사옥에서 열렸다. 이 행사에서 장대환 매경 사장은 뉴밀레니엄 과정 초대 총동창회장으로 추대되었고, 총동창회 '아이다스 코리아(IDAS KOREA)'가 창설되었다. 아이다스코리아는 4기 강좌로 끝나는 뉴밀레니엄과정의 학사과정이 내년에 완료된 이후 디자인 혁신운동인 '아이다스 운동'에 동참하게 된다.

아이다스운동은 디자인 리더십을 가진 의사결정자를 중심으로 하는 민간주도의 디자인 창의력 혁신운동이다. 21세기 지도자가 갖추어야할 핵심 역량이 디자인 마인드라는 인식 확산에 기반하는 이 운동은 한국을 세계 중심국가로 진입하게 할 디자인 문화운동으로 기대를 모으고 있다.

국제산업디자인대학원의 뉴밀레니엄 디자인 혁신 정책과정은 재계, 학계, 정계 등 각계의 사회지도층 인사들에게 디자인 마인드를 심고 경영과 정책 방향을 제시하기 위해 개설된 특수대학원으로, 지난 9월 5일 윤종용 삼성전자 부회장, 조정원 경희대 총장, 신동원 농심 사장을 비롯한 제3기 졸업생 70명을 배출하였다. 이번에 입학하는 이웅렬 코오롱 회장, 고은아 합동영화 서울극장 사장, 노소영 워커힐미술관 관장 등 4기 78명을 포함해 뉴밀레니엄과정 총동창 수는 270여명에 이른다.

동국대학교 기계공학과, 스파게티국수 다리 경진대회 개최

일시: 2000년 10월 14일
장소: 동국대학교 강당

지난 10월 14일에 동국대학교 기계공학과는 스파게티국수 다리 경진대회를 개최했다. 이 대회는 공학설계에 필요한 창의성을 개발하기 위해 다양한 프로젝트를 수행하도록 하는 '창의적 공학설계' 교과목의 2000년도 2학기 중간고사를 대체하고 있다.

창의적 공학설계는 현재 개발된 제품을 분석하거나 창의적인 아이디어를 제안해 창의성을 개발하고 설계에 대한 기본 개념을 습득할 목적으로 지난 학기부터 시행되고 있는 교과목이다.

14일 오전 10시부터 중강당에서 진행된 이번 행사의 출품작들은 스파게티 국수와 접착제만을 사용하며 길이 80cm이상, 폭은 10cm 이상 국수다리의 무게는 500g을 넘지 못하도록 제한하였다. 경연 과정은 1차, 2차, 그리고 결선으로 진행되었는데, 잠정적인 1차 통과 하중은 10kg에서 시작하여 차수를 높일 때마다 10kg을 더했으며, 결선은 40kg부터 추를 차례로 달아 진행되었다. 창의적 공학설계와 스파게티국수 다리 경진대회에 관한 자료는 동국대학교 기계공학과 홈페이지에서 찾아볼 수

산학협동으로 만든 새로운 개념의 컴퓨터 가구 〈미디어 시티 서울 2000 - 디지털 앨리스〉전에 전시

기간: 2000년 9월 2일 10월 31일
장소: 서울 시립미술관

〈미디어 시티 서울 2000 - 디지털 앨리스〉전(展)에 전시된 컴퓨터용 가구가 사람들의 눈길을 끌고 있다. 어린이들이 실제로 마우스를 클릭하며 인터랙티브하게 학습 프로그램이나 전자책을 경험하고 스스로의 작품도 만들어보도록 한 4, 5전시실의 '디지털 나라의 어린이 도서관'과 '나의 작업실'에는 아기자기하고 귀여운 모양의 컴퓨터들이 전시장을 견학 온 어린이들을 반가이 맞는다. 이왕에 사용될 컴퓨터를 기계가 아니라 디지털 나라로 함께 갈 수 있는 친구처럼 여길 수 있도록 배려한 이 작업은 〈디지털 앨리스〉 담당 큐레이터로부터 디자인 개발 제작의뢰를 받아 홍익대학교(조치원) 가구 제품디자인학과 4학년 학생들이 한 학기 동안의 수업으로 진행한 결과이다. 어린이들의 상상력과 호기심을 자극하고 동심을 잘 형상화했다는 평가를 받고 있는 이 프로젝트의 과정과 의미를 양영완 지도교수로부터 들어보았다.

조직위를 일종의 클라이언트라고 한다면, 클라이언트의 요구는 무엇이었으며, 프로젝트 진행과정에서 계속적으로 상호간에 의견 교류가 어떤 식으로 이루어졌는지요? 그리고 그 과정에 학생들도 참여를 했는지 궁금합니다.

〈디지털 앨리스〉는 유치원과 초등학교 어린이를 위한 공간입니다. 전시회의 기본 취지 또한 어린이들에게 꿈과 희망을 줄 수 있는 디지털 공간 조성이 핵심 포인트입니다. 이를 극대화시키는 것이 클라이언트의 당연한 요구이자 저희들의 해결 과제였습니다.

서로간의 의견 교류를 위해서 학생들 참여하에 프로젝트 설명회를 가졌고 미국, 프랑스 등의 사례를 비디오를 함께 보며 분석하였습니다. 국내의 유사 시설인 삼성 어린이 박물관에 견학하여 국내 현황도 참조했으며, 디지털 관련 디자인 전문가의 초빙 강연도 유치하였지요.

진행 과정에서 학생들에게 가장 강조한 부분은 무엇이었으며, 가장 힘들었던 작업은 무엇이었습니까?

가장 강조한 부분은 역시 컨셉의 차별화입니다. 기존의 가구에서 볼 수 있는 고정관념에서 탈피하여 사용자의 가슴에 호소할 수 있는 디자인 접근입니다. 가구가 갖고 있는 고유의 기능성을 배제할 수는 없었지만 '+α'를 위해 노력하고자 강조하였습니다. '+α'는 다시 말해서 사용자, 즉 어린이들의 감성을 자극할 수 있어야 한다는 것입니다. 이를 위해서 디자이너(참여학생)들에게 동심의 세계로 돌아갈 것을 주문하였고, 원전(이상한 나라의 앨리스)의 필독, 디즈니가 제작한 만화영화 시청, 디지털 문화 관련 영상물 시청, 어린이 박물관 견학, 교육시설 방문 및 앙케이트 조사 등 디자인 배경 형성을 위한 과정에 많은 시간과 노력을 투자하였습니다. 이 과정이 가장 중요했으며 힘들었던 작업이었습니다.

특히 이번 프로젝트는 그룹을 만들어 여러 학생이 참여했는데, 초기에 컨셉을 잡을 때 서로의 의견을 조율하는 과정이 매우 중요했으리라 생각합니다. 팀작업의 장단점은 무엇이라고 생각하십니까?

팀작업인 관계로 컨셉 도출 및 아이디어 전개에 있어서 의견 조율에 고민한 것은 사실입니다. 이를 위해서 팀별 또는 전체적인 디자인클리닉, 프리젠테이션 등을 통해 이해와 타협으로 조정해 나갔습니다. 팀 내의 의견조율 뿐만 아니라 다른 팀과도 차별화된 디자인을 추구하여 전체(13개 팀)가 각자의 독특한 아이덴티티를 확보해 나가야 하는 어려움도 있었습니다. 디자인이란 작업은 결국 개인이 아닌 팀이 하는 작업이라는 특성을 감안할 때 문제점이 있다 하더라도 그것을 해결하기 위해 노력하는 것이 중요하다고 봅니다. 결국 '디자인'이란 '문제해결'이라는 말을 되새겨 보면 좋겠습니다.

이러한 수업에 대한 학생들의 반응을 알고 싶습니다. 또한 학생들이 이 수업을 통해 얻은 점은 무엇이라고 생각하십니까?

최근 5년 사이에 외부 프로젝트를 수행해본 결과 학생들의 반응은 매우 긍정적입니다. 여기에 중요한 사실은 디자인은 작품이 아니고 디자이너는 작가가 아니라는 사실을 배운다는 점입니다. 또한 디자인 결과물이 보고 감상하고 모셔놓는 것이 아니고 실제로 양산되고 사람들이 사용할 것을 전제로 해야 한다는 점입니다. 작품을 제작하는 일반적 개념의 과제나 전시회에서 탈피해야 할 것입니다. 학생들은 외부 프로젝트를 수행하면서 예비 디자이너로서 실무적인 체험을 하게 되고, 본래 올바른 의미의 디자인 경험을 습득하게 됩니다. 외국의 경우 대학의 많은 수업이 외부 프로젝트를 다루고 있으며 이를 자랑으로 여기고 있습니다. 우리나라도 더욱 더 활성화 되기를 바라고 있습니다.

향후 제품화 가능성에 대해서는 어떻게 생각하십니까? 또한 전시된 작품들은 전시 기간이 끝난 후엔 어디에 보관이 되는지요?

전시장에서 어린이들이 호감을 갖고 있으며, 어른들의 반응도 좋은 듯하여 보람을 느낍니다.

1

2

3

4

1. **TINO** | 강남규, 김진호, 이현선, 박정연
앨리스는 상상의 세계에서 트럼프 카드 병정에게 쫓기게 되면서 더 많은 세계를 경험하게 된다. 카드병정의 이미지를 가지고 있는 TINO는 사이버틱한 이미지를 표현하기 위해 철재를 사용하여 그 느낌을 극대화시켰으며 빨강과 노랑색의 포인트 칼라로 블랙 실버의 차가운 분위기를 부드럽게 조화시켰다.
2. **Smuff** | 이기섭, 손현근, 김효진, 정지나
숭충이의 버섯에서 그형태적 모티프를 가져온 이 컴퓨터 가구는 어린이들이 어떤 관심거리를 중심으로 둘러앉아 같이 즐기며 논다는 것에 착안하여 가장자리에는 부드러운 가죽 질의 소재를 사용하였으며 상단부에는 투명한 아크릴 반구를 씌우고 모니터의 배치 방식을 달리하였다
3. **Fiore** | 류원상, 오일교, 김현정, 채희정
인조 잔디를 깔고 반짝거리는 재질의 알루미늄(Polishing Aluminium)을 사용하여 햇빛을 시각화시켰으며, 모니터 부분의 주황색 꽃잎 형태나 상단부의 연두색 잎사귀 형태는 자연의 포근한 느낌을 전달하는 역할을 하고 있다. 프린터용 테이블도 반짝거리는 알루미늄을 부착하여 그 속에 비친 자기 모습이 자연과 동화되었다는 느낌을 가질 수 있도록 디자인하였다.
4. **White Kids** | 김승찬, 이중재, 이혜원, 이선경
한 아이는 세상을 안고 있고, 한 어린이는 거꾸로 세상을 바라보고 있고, 또 한 아이는 세상을 받들고 있다. 유머러스한 형태와 경쾌한 재질, 산뜻한 색이 어울려 동심의 세계를 매우 적절하게 해석하고 있다.

양영완_1956년 생. 홍익대 산업미술대학원과 이탈리아 밀라노 디자인 인스티튜트에서 수학하고 현재 홍익대학교(조치원) 가구 제품 디자인학과 교수로 재직중이다. 1998년 (주)리바트와 차세대를 위한 학생용 가구 디자인, 1999년 한국자원재생공사와 폐품을 이용한 생활용품 디자인, 2000년 '생명의 숲 가꾸기'와 환경제품 디자인을 개발하는 등 산학협동으로 많은 프로젝트를 진행해왔다.

IDAS 이노베이션 워크숍, 클리브 그리니어 씨 주재로 열려

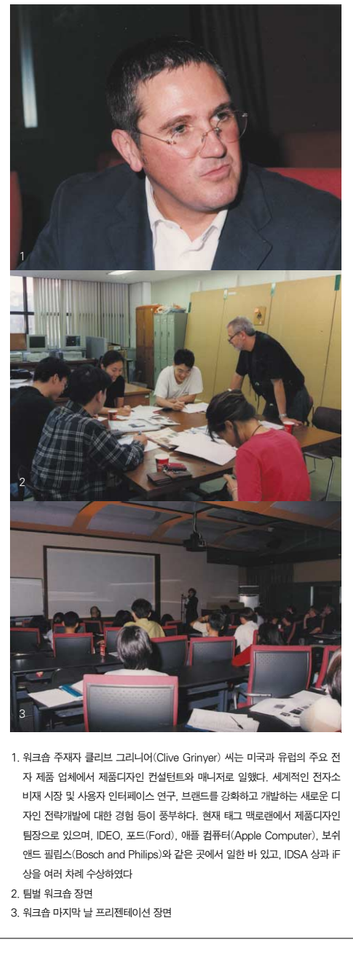
기간: 2000년 9월 25일 28일
장소: 영국문화원 및 국제산업디자인 대학원

국제산업디자인대학원(IDAS, 총장 박판제)과 영국문화원이 공동으로 주최하는 이노베이션 워크숍(Innovation Workshop)의 올해 행사가 지난 9월 25일부터 28일까지 나흘동안 개최되었다. 이노베이션 워크샵은 영국 디자인 교육의 실제를 국내에 소개하며 영국 디자인계와 교류를 확대하고, IDAS재학생들에게 다양한 디자인 경험을 살릴 수 있는 기회를 제공하기 위해 매년 열리는 행사이다.

이번 행사의 주제는 '브랜드웨어 프로젝트(Bransware Project)'. 현재 태그 맥로렌 오디오(TAG McLaren Audio)사 디자인 팀장이며 디자인 컨설턴트로 활약중인 클리브 그리니어(Clive Grinyer)가 워크숍을 주재했다. 그는 제품 디자인 및 개발 과정에서 브랜드가 어떻게 일관되고 독특한 전략적인 토대를 제공하는지, 또 디자인이 어떻게 브랜드의 최종적인 수단, 즉 사용자 경험을 전달할 수 있는지를 이해하는 데에 워크숍의 목적이 있음을 밝혔다.

워크숍 첫날은, '디자인 우수성(Design Excellence)'이라는 주제로, 디자인에 대한 새로운 시각과 우수 디자인의 창조를 위한 방향성을 제시하는 데에 초점을 맞추었다. 이를 위해 올해의 D&AD 수상작인 애플 컴퓨터 사의 아이맥(iMac)과 후보작이었던 브리티시에어웨이(BA)의 비즈니스 클래스인 '클럽월드'의 디자인 우수성을 살펴보았는데, 애플컴퓨터사는 아이맥 디자인에서 거둔 혁신으로 기업의 성공과 함께 새로운 디자인 문화를 창조하였고, BA의 '클럽월드'는 탑승자의 불편사항을 수렴한 획기적인 공간 디자인(모두 앞면만 바라보고 있어 장거리 여행동안 바로 눕지 못하는 단점을 보완, 앞면을 바라보는 좌석과 뒷면을 바라보는 좌석을 번갈아 배치함으로써 충분히 누울 공간을 확보)으로 성공을 이루었음을 발견할 수 있었다. 이 같은 디자인 우수성의 사례에서 그리니어는 디자인 우수성을 실현하는 방안으로 창의력 성장시키기, 디자인 관리의 비전과 전략 수립, 고객의 입장에서 고객의 이해를 구할 것, 자기 목표와 소비자 욕구에 부합하는 의미있는 혁신 추구, 국제적인 수준의 비전을 가질 것, 우수성에 대한 열정을 가질 것 등을 제시하고, 이번 워크숍을 통해 바로 브랜드의 중심가치를 찾아내고 나아가 최적의 합을 찾아낼 수 있는 안목을 배양하자고 제안하였다.

이후 3일 동안의 워크숍은 IDAS 교수진을 팀장으로 한 8개 팀을 구성, 작업에 들어갔다. 워크숍에서 제시된 과제는 첫째, 알고 있는 주요 브랜드를 선정하여 그 브랜드를 구성하고 있는 가치가 무엇이고 그것이 어떤 방식으로 나타나는지를 분석하라. 둘째, 선택된 브랜드를 사용하는 자가 누구인지를 정의하고, 그 브랜드 사용자들을 연결시킬 수 있는 다른 제품과 브랜드를 파악하라. 셋째, 브랜드를 채택하거나 만들어 브랜드의 핵심가치를 식별할 수 있는 연습을 반복하라. 넷째, 브랜드의 소비자가 누구인지 알아내고, 그들이 기능적이며 정서적으로 갈망하고 있는 것을 이해하라. 다섯째, 자신의 브랜드를 만들어 5명 이상이 이상적인 소비자를 찾아내고, 그들의 라이프 스타일, 제품에 대한 기능 및 정서상의 요구 사항들을 기술하라. 여섯째, 브랜드가 전달될 수 있는 일련의 제품이나 서비스를 개발하라. 일곱째, 제품에 담겨야 하는 디자인의 주요한 측면을 개발하고 이 제품에 대한 디자인 개요를 작성하라 등 7단계로 이루어졌고, 참여한 IDAS 학생과 일반인들은 사흘동안 이를 수행한 결과를 마지막날인 9월 28일 발표하였다.



1. 워크숍 주재자 클리브 그리니어(Clive Grinyer) 씨는 미국과 유럽의 주요 전자 제품 업체에서 제품디자인 컨설턴트와 매니저로 일했다. 세계적인 전자소비재 시장 및 사용자 인터페이스 연구, 브랜드를 강화하고 개발하는 새로운 디자인 전략개발에 대한 경험 등이 풍부하다. 현재 태그 맥로렌에서 제품디자인 팀장으로 있으며, IDEO, 포드(Ford), 애플 컴퓨터(Apple Computer), 보쉬 앤드 필립스(Bosch and Philips)와 같은 곳에서 일한 바 있고, IDSA 상과 iF 상을 여러 차례 수상하였다
2. 팀별 워크숍 장면
3. 워크숍 마지막 날 프리젠테이션 장면

그 결과, 1등 이노베이션(Innovation)상은 2팀(지도교수: 김후성), 2등 크리에이티비티(creativity)상은 4팀(지도교수: Roger Pitiot), 3등 프로페셔널리즘(professionalism)상은 6팀(지도교수: Lance Noel Green)에게 돌아갔다. IDAS 측은 이와 같은 워크숍을 정례화시켜 이를 한국 디자인 교육의 모범으로 삼을 계획이라고 밝혔다.

1등 이노베이션 수상작 '오클리(Oakely)'

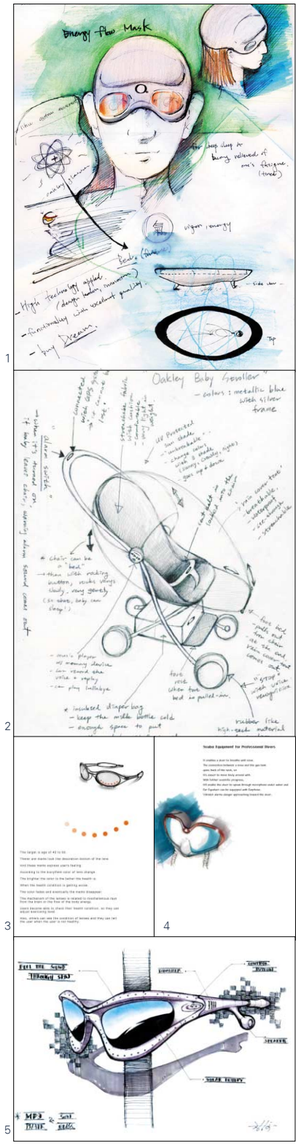
오클리는 기존의 나이키, 아디다스와는 차별화된 기업철학과 뚜렷한 아이덴티티를 지니고 있으며, 점차 세계적으로 확산되는 고급 스포츠 브랜드이다. 2팀은 오클리의 주생산품인 선글라스와 고글, 스포츠 액세서리 등이 첨단 기술을 사용과 우주적이고 미래지향적인 디자인으로 사용자들에게 어필한다는 점에 착안, 일상생활에서는 활동적이며, 예술적이고, 이성적인 성향을 보이는 10대에서 30대를 오클리 매니아로 선정하고 미래지향적이며 고기능성이라는 이미지를 접목시킨 제품을 디자인했다. 제품은 기능성을 강조한 건강(health)과 아기(baby)를 위한 것, 레저(leisure)를 위한 것으로 나뉘어진다.

2등 크리에이티비티 수상작 새로운 브랜드 '레인(Rain)'

4팀은 브랜드를 파는 세계유명 브랜드를 브레인스토밍한 결과 독일의 가정용품 생산 기업인 브라운(Braun)을 선정했다. 브라운 제품은 기본설계에서 디자인까지 신뢰성과 내구성, 그리고 합리적인 기능성이라는 기본 철학을 일관되게 적용하고 있다. 따라서 브라운 제품 사용자들은 25세 이상 구매자들이며 좋은 교육배경을 가지며, 중산층 이상의 삶을 영위하는 프리랜서나 자가고용자들로, 이들과 관련된 키워드는 functional, durable, reliable, simple, strong, musculine, solid, serious, essential 등으로 파악되었다. 이 같은 분석을 바탕으로 4팀은 브라운 사용자들이 구매할 욕실기구를 생산하는 회사를 설정, 지적이고 쿨한 느낌을 포함해 욕실의 이미지를 전달해 줄 수 있는 이름으로 Rain을 선정했다.

3등 프로페셔널리즘 수상작 '쌈지 파티나(Ssamzie Patina)'

(주)쌈지는 예술이 브랜드에 생명을 불어넣는다는 신념으로 다양한 분야의 예술가들과 교감을 형성하며 이를 디자인에 반영해왔다. 대표브랜드인 쌈지부터 놈, 아이삭, 쌈지 스포츠, 니마, 딸기 등 기존 브랜드의 타겠은 10대 후반에서 20대 중반 위주로 구성되어 있다. 이에 6팀은 쌈지의 브랜드웨어 강화를 위해 경제활동의 실질적인 주역이며 소비력과 구매잠재력이 가장 높은 집단인 30대를 대상으로 브랜드를 제시하였다. 6팀은 대상 고객인 30대가 10대와 20대 위주의 문화적 환경 속에서, 여가를 주로 TV 시청으로 즐기며, 개인보다는 조직생활, 테크노 음악보다는 포크음악, 스타크래프트보다는 동창회 사이트를 선호한다고 보았다. 새로운 브랜드 이미지의 키워드를 30대에 어필할 수 있도록 valuable, graceful, antique, noble, natural로 설정하고, 제품, 서비스, 프로모션 전략을 제시하였다.



1등 이노베이션 수상작 '오클리(Oakely)'

1. 에너지 플로우 마스크(Energy Flow Mask). 건강을 위한 제품으로, 운동 후 휴식을 취할 때 글라스에 적외선이 작용하여 눈의 피로를 풀어주고 에너지를 보강하여 휴식과 수면을 돕는다.
2. 오클리 베이비. 선글라스의 UV 차단 기능을 응용해 아이의 안전을 도모하는 제품으로, 오클리의 기능성을 잘 살렸다.
3. 바이오리듬 선글라스. 운동하는 사람의 바이오리듬을 체크해 운동시 건강 상태를 선글라스 하단에 표시해서 운동량을 조절할 수 있게 한다.
4. 다이버를 위한 스쿠버 고글. 코를 덮어 숨 쉴 수 있으며, 미래에는 수중에서 의사소통이 가능하도록 디자인되었다.
5. Mp3와 선글라스의 기능을 합친 디자인. 운동할 때 Mp3를 별도로 가지고 있을 필요가 없다. 오클리의 미래지향 디자인을 잘 표현한 작품이다.

2등 크리에이티비티 수상작 새로운 브랜드 '레인(Rain)'

1. Rain 디자인가이드라인. 견고하고 단순한 느낌을 주는 스테인리스 스틸과 유리를 주재료로 설정하고 부분적으로 고무를 사용한 제품들을 구상하였다. Rain에서 생산하는 제품들의 특징은 버튼이나 조작대가 따로 없이 손을 근처에 가져가면 작동하거나 음성으로 작동을 지시한다는 점이다.
2. 세면대에는 자동으로 온도를 감지하고, 수도꼭지는 벽에 삽입이 되어 있다.
3. 욕조. 시방에서 물이 분사되고 바람이 발생해 물이 밖으로 튀는 것을 막아준다. 욕조와 세면대 스타일은 최대한 간결한 직선으로 이루어지며, 스테인리스 스틸로 이루어진 구조부와 유리로 이루어진 전면이 있으며, 상단에는 점점이 동그란 검은 고무가 박혀 미끄럼을 방지하며 동시에 하이테크한 이미지를 표현하였다.
4. Rain 로고

3등 프로페셔널리즘 수상작 '쌈지 파티나(Ssamzie Patina)'

1. 쌈지 파티나의 로고
2. 브랜드 이미지 창출을 위한 제품전략은 고급스러운 명품의 느낌과 시간을 간직하고 친근함을 주는 방향이다.
3. 남성용 제품 광고. 이야기를 간직한 제품을 추구하고 있다.

한국밀레니엄상품(Korea Millenium Products) 선정 전시

기간: 2000년 10월 20일 27일
장소: 삼성동 코엑스 '테크노 가든전' 코리아 아이덴티 2000 섹션

한국산업디자인진흥원은 지난 8월 선정한 2000년 한국밀레니엄상품 103점에 대한 전시회를 개최했다. 한국밀레니엄상품은 한국산업디자인진흥원이 1999년 시작하여 2002년까지 4년 동안 첨단기술상품과 혁신적 디자인상품, 문화상품 분야에서 미래성, 독창성, 혁신성을 기준으로 21세기 세계 산업을 선도할 한국의 대표적 상품을 선정하여 KMP마크를 부여하는 제도이다. 특히 올해의 한국밀레니엄상품은 지난 10월 20일 ASEM Ⅱ를 기념하여 개최된 특별전시회인 '테크노가든전'의 코리아 아이덴티티 2000 섹션에 전시되었다.(본지 p118 121 참조)

올해로 두 번째를 맞은 한국밀레니엄상품 선정을 맡은 선정 위원회는 기계, 디자인, 경영, 재료 등의 부문에서 전문위원을 구성해, 기술과 문화상품 분야를 구분하여 최상의 한국밀레니엄상품을 선정하였다. 올해 밀레니엄상품 선정위원장인 서울산업대학교 고을한 교수는 "기술상품분야에서 미래성과 독창성이 사용자친화적(user-friendly)으로 디자인되었는가를 중시하였고, 문화상품 분야에서는 이미지 창작 근거에서 독창성과 미래성, 혁신성을 평가기준으로 삼았다"고 밝혔다.

1

2

3

4

5

1. MP3 네트워크 오디오(첨단기술분야). 삼성전자 이주성 개발. 포터블 오디오의 착탈개념을 지속적으로 확대, PC 주변기기로서의 오디오 컨셉을 추가한 상품이다. 오디오가 PC의 주변기기로서 역할을 수행할 것이라는 전망에 따라 향후에는 웹브라우저 검색이 가능한 제품으로 발전될 계획이다.
2. 듀오프리즘(혁신적디자인분야), (주)두솔시스템 김희운 개발, 상담창구 등에서 한 화면 모니터를 이용하는데 따른 불편을 해소하고 정보공유를 쉽게 하며, 대화의 진행이 원활히 이루어지도록 한 사용자 친화성이 돋보이는 제품이다.
3. 라미네이터(Laminator, 첨단기술분야), 지엠피 김양평 개발. RUTHENOX Heating System을 도입, 균일한 열분포를 내어 품질을 개선하였고, 초정밀 실리콘 로울러로 최상의 라미네이팅이 가능하게 하였다.
4. 토카(Punchung Ceramic Tile, 문화상품분야), (주)한국민예 신은자 개발. 분청사기를 이용한 평면 형태의 건축마감 장식재료, 한국전통 도자기의 자연스러운 멋과 아름다움을 수작업으로 표현하여 예술적 가치를 느낄 수 있도록 한 제품이다.
5. 한국 궁중의상 종이접기 인형(문화상품분야), (주)미콤아트페이퍼 강진욱 개발, 한국전통궁중의상을 종이접기 인형으로 만든 것으로 한국의 화려한 복식문화를 내외국인에게 알릴 수 있는 문화관광상품이다.

제7회 전국 초중고등학생 산업디자인전람회 개최

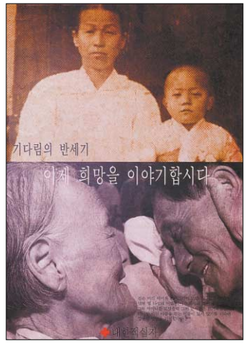
기간: 2000년 10월 5일 9일
장소: 한국산업디자인진흥원 전시관

한국산업디자인진흥원은 지난 10월 5일부터 9일까지 5일간 KIDP 전시관에서 제7회 전국 초중고등학생 산업디자인전람회를 개최했다. 한국산업디자인진흥원이 주최하고 산업자원부, 행정자치부, 교육부, 한국청소년개발원이 후원한 이 전시회에는 총 1,855점의 작품이 출품되어, 수상 54점, 특선 158점, 입선 446점 등 총 658점이 선정, 전시되었다.

고등부 대상은 홍정원(안산공고 3학년)군의 '남북이산가족 찾기 포스터', 중등부 대상은 홍나리(대전 신일여중 3학년)양의 '동물을 응용한 다용도 꽃이 디자인', 초등부 대상은 정용승(수원 송정초등학교 3학년)군의 '숲속의 곤충 놀이터'가 선정되었다. 금상 이상 수상자에게는 국내 또는 해외 견학의 혜택이 있다. 또한 특선 이상 최다 수상학교에 수여하는 '으뜸디자인학교상'은 서울 불광초등학교, 대전 신일여자중학교, 원주 북원여자고등학교가 차지했다. 홈페이지, 만화영화, 게임 등 디지털 기기를 활용 제작한 디지털 디자인 작품과 국가상징 등 우리 고유문화를 활용한 디자인 작품을 적극 장려했던 올해 행사는 KIDP 홈페이지 내 '디자인 전시' 란에서도 관람이 가능하다.

1

2



3

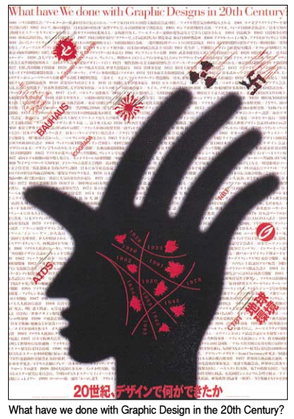
1. 초등부 대상작, 정용승(수원 송정초등학교 3학년), '숲 속의 곤충 놀이터' 환경오염으로 멸종 위기를 당하고 있는 곤충들을 소재로 어린이 놀이터를 디자인했다. 반딧불, 다슬기 등 다양한 곤충모양의 놀이기구를 타고 보면서 어린이들이 자연스럽게 곤충과 자연의 소중함을 배울 수 있도록 의도되었다.
2. 중등부 대상작, 홍나리(대전 신일여중 3학년), '동물을 응용한 다용도 꽃이 디자인' 책상과 벽걸이용 문방구 꽃이로 아크릴을 재료로 사용하여 다양한 동물 모양을 연출하였다. 아크릴의 탄력을 다양하게 활용한 점이 돋보인다.
3. 고등부 대상작, 홍정원(안산공고 3학년), '남북이산가족 찾기 포스터' 남북 이산가족의 슬픔을 감정이입하게 하는 작품으로 남북화해의 시기를 맞고 있는 현실을 반영하고 통일에 대한 염원을 불러일으킨다.

'어울림' 동아시아 포스터전 개최
Oullim East Asian Poster Exhibition

기간: 2000년 10월 23일 29일
장소: 한국산업디자인진흥원 전시장

지난 10월 23일부터 29일까지 한국산업디자인진흥원 전시장 3층 전관에서는 세계그래픽디자인대회의 부대행사의 하나인 어울림 동아시아 포스터전이 개최되었다. 이 행사는 한국산업디자인진흥원(KIDP)과 사단법인 한국시각정보디자인협회(VIDAK), 사단법인 한국현대디자인실험작가협회(KECD)가 주최하였고, 인간과 자연, 동양과 서양, 인간과 기술, 전통과 진보가 함께 조화되는 어울림의 세상을 지향하는 새로운 디자인 철학을 시각적으로 보여주는 자리였다.

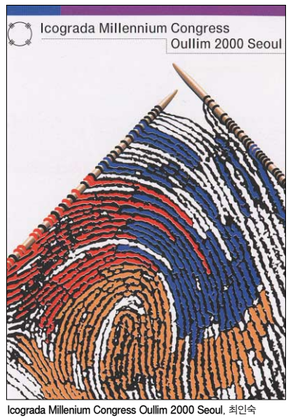
한국은 '어울림'을 주제로한 작품을, 일본은 Design을 주제로 한 JAGDA 포스터전에 출품했던 작품들이 대부분이었다. 한국, 일본, 중국, 대만에서 약 850여점이 출품된 이 전시는 동아시아인들이 하나로 어울려 그래픽디자인의 현재를 조망하며, 일반인들에게는 다양한 아시아 국가들의 포스터를 구경할 수 있는 기회를 제공했다.



What have we done with Graphic Design in the 20th Century?
우노 야스유키(Uno Yasuyuki, 일본)

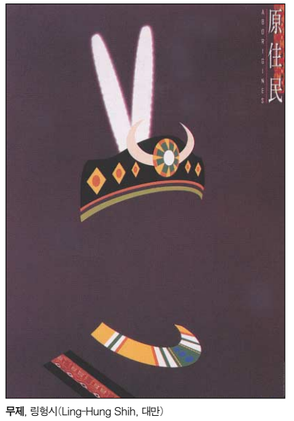
무제, 팡 첸(Fang-Chen, 중국)

A Fine-Tooth Bamboo Comb, 최호천

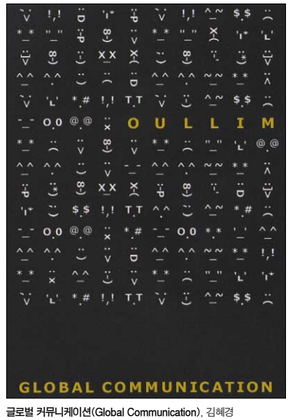


Icograda Millenium Congress Oullim 2000 Seoul, 최인숙

디자인(De-Sign), 이노코 스스무(Inoko Susumu, 일본)



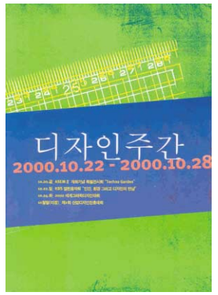
무제, 링형시(Ling-Hung Shih, 대만)



글로벌 커뮤니케이션(Global Communication), 김혜경

산업자원부, 10월 22일부터 28일까지 디자인 주간 (Design Week) 선포

'디지털 DNA'와 함께 신 3D산업인 '디자인'이 21세기 핵심 산업이 되고 있는 가운데, 산업자원부는 ASEM Ⅲ 개최기념 특별전시회 'Techno Garden'(2000년10월20일~29일), 열린음악회 '인간, 환경, 그리고 디자인의 만남'(2000년 10월 29일), '2000 세계그래픽디자인대회(icograda)'(2000년10월 24일), 제2회 산업디자인진흥대회 등 행사가 개최되는 10월 22일부터 28일까지를 '디자인 주간'으로 선포했다.



'디자인주간' 리플렛

제2회 산업디자인진흥대회 개최

'Design Korea, Korea Brand'를 위한 제2회 산업디자인진흥대회가 산업자원부 장관 등 정부관계자, 디자인계 및 기업체 대표 등 관련 인사 200여명이 참석한 가운데 11월 초 개최된다. 이번 행사에서는 대통령 주재로 '디자인산업의 비전과 발전 전략 추진실적'과 '한국 브랜드의 세계화 전략'을 발표하며, 2000년 대한민국디자인대상 우수기업과 디자이너에 대한 시상식이 있을 예정이다. 특히 이번 행사에서는 디자인 올림픽이라 불리는 '세계산업디자인총회'의 2001년 개최를 축하하고 국내 디자인 산업의 발전과 국제화, 선진화의 의지를 담은 디자인 선언문을 발표하며 2001년을 '디자인의 해'로 선포한다.

이코그라다 아시아 지역회의 개최
Icograda Regional Meeting

아시아 그래픽디자인의 현재를 재정립하고 상호 유대를 긴밀히 하기 위한 이코그라다 아시아 지역회의가 지난 10월 23일 타워호텔에서 개최되었다. 이코그라다 회원단체인 한국산업디자인진흥원(KIDP)과 사단법인 한국시각정보디자인협회(VIDAK), 사단법인 한국현대디자인실험작가협회(KECD)외에 중국 2개 단체(GDA), 일본 2개 단체(JAGDA, Nippon Design Center), 대만 4개 단체(GDA, DPC, CETRA, TGDA), 싱가포르(Tamasek Polytechnic School of Design), 호주2개 단체(AGDA, DIA), 인도(IIT) 등이 회원 단체 자격으로 참여하였고, 비회원 단체 자격으로 마카오, 몽고, 미얀마, 방글라데시, 베트남, 러시아, 인도네시아, 중국 6개 도시단체, 캄보디아, 태국 등에서 활동하고 있는 디자이너들이 참석했다.

이코그라다 집행위원회는 이같이 지역회의 한국 개최를 추진하기 전인 지난 6월 26일부터 7월 7일까지 총 4개팀으로 나뉘어 동남아시아에서 지역설명회를 가진 바 있다. 이 행사는 아직 국제 디자인계에 알려지지 않은 이코그라다 비회원 단체들도 함께 참여해 아시아 디자이너들의 상호유대는 물론 아시아 디자인의잠재력을 확인할 수 있는 기회가 되었다.

지역 디자인 산업 활성화 위한 간담회 개최

한국산업디자인진흥원(KIDP, 원장 정경원)은 지역디자인 산업 활성화를 위한 간담회를 개최했다. 지난 9월 21일 전남 광주 아리랑 하우스에서 가진 1차 간담회에 이어, 9월 28일 경북 대구 그랜드호텔, 10월 6일은 경남 부산 상공회의소에서 2차, 3차 차례로 간담회가 진행되었다. 대구 경북지역 간담회는 디자인 관련학과 교수, 디자인 회사 대표 등 지역 디자인계 인사들이 참석한 가운데, 지역특성에 맞는 디자인 개발전략 수립과 지역 디자인 전문회사들의 경쟁력을 기르는 방안 등이 논의되었다. 또한 경남 부산 지역 간담회에서는 KIDP 디자인 혁신사업 및 디자인 관련사업에 대한 지역 디자인계 인사와 협력증대 강화 및 애로사항의 의견을 청취하였다. 이 외에도 2000년과 2001년 세계디자인대회의 지역참여 방안과 2001년 '디자인의 해' 추진 등에 대하여 의견조율을 하였다.

지역 디자인 산업 활성화 간담회는 지역사회의 디자인 경쟁력 제고 방안을 제안하며 지역사회의 의견을 경청하고, KIDP가 협조할 일이 무엇인가를 알기위해 KIDP 측의 제안으로 개최된 행사이다.

제4회, 5회 '젊은 디자이너와의 만남' 개최

디지털 디자인시대를 선도할 각계의 젊은 디자이너들을 대상으로 디자인계의 동향 및 여론을 파악하고 진흥원과 외부 디자이너 그룹간의 공감대 형성과 유기적 공조체제 구축을 유도하기 위한 제4회 '젊은 디자이너와 KIDP원장과의 만남'이 지난 9월 20일에 개최되었다. 40세 미만의 디자인 대학 교수를 대상으로 한 이번 행사에는 김낙권(인천기능대, 제품디자인), 박우성(서울여대, 제품디자인), 윤종영(한양대, 제품디자인), 이미영(대진대, 시각디자인), 이원진(한세대, 시각디자인), 정지홍(국민대, 컴퓨터그래픽), 정현미(부천대, 텍스타일)등 7명이 참석했다.

디자인 교육계가 당면하고 있는 현실적 문제점들과 발전방향, KIDP의 디자인 정책을 위한 조언 등이 자유로운 분위기에서 논의된 자리에서 국민대 정지홍 교수는 문화의 전달자로서 디자이너의 역할에 대한 의견을 피력했다. 또한 근래 붐이 일고 있는 디지털 디자인에 대한 인식의 혼돈과 오류가 심각함을 지적하고, 디지털은 디자인의 한 분야가 아닌 기반으로서 이해되어야 할 것임을 강조하였다. 부천대 정현미 교수는 섬유디자인 분야가 디자인산업의 지원정책에서 소외되고 있음을 토로했다. 또한 KIDP가 산 학계에 신속하게 최신 디자인 정보를 전파하는 정보센터의 역할을 수행해야 한다는 의견을 밝혔다. 한세대 이원진 교수는 디자인에 대한 기업과 일반인들의 지식 및 인식이 취약한 현실을 지적하고 KIDP의 적극적인 디자인 마인드 확산정책을 당부하였다. 대진대 이미영 교수는 여성의 장점이 디자인 작업에 잘 반영될 수 있는 사회적 풍토가 조성되어야 함을 지적하였다. 한양대 윤종영 교수는 디자인 산업의 육성을 위해서 KIDP가 디자인 정보의 데이터베이스를 구축하고, 기존 대학이 해결하기 힘든 범대학간 네트워크 기반 구축을 담당해야 함을 강조하였다. 서울여대 박우성 교수는 KIDP의 산업디자인전람회가 최근 타성적으로 흐르고 있음을 비판적으로 개진하고, 디자인 정책의 방향에 부합되는 명실상부한 전람회로 거듭나야할 것을 주장하였다. 또한 학계 교수들의 KIDP에 대한 반목감이 심함을 지적하고 KIDP와 디자인계의 대화의 장이 확대되어야 할 것을 강조하였다.

이에 대해 정경원 원장은, 우리나라가 디자인 강국으로 도약하기 위해서 필요한 가장 중요한 성장엔진은 디지털이며, 디지털 디자인 우수성(Digital Design Excellence)을 조기에 실현하는 것이 KIDP와 디자인계가 승부를 걸어야 할 지점임을 강조하였다. 아울러, KIDP의 고객은 디자인계이며 이러한 인식의 실천으로 KIDP는 지난 5월 사내 비전 워크샵을 통해 디자인계에 대한 서비스 실천 전략을 'Design for You'로 정했다고 소개했다. 끝으로 정경원 원장은, 우리 디자인계가 21C 리더로서의 역할을 다하기 위해서는 KIDP와 학계가 함께 변하지 않으면 안될 것과 양자간에 더욱 진솔하고 긴밀한 대화와 노력이 있어야 할 것을 당부하였다. 이번 '젊은 디자이너와의 만남'을 계기로, KIDP의 정책활동이나 교류활동 등에 젊은 교수들의 참여와 연대의 폭이 더욱 확대될 것으로 기대된다.

한편 제5회 '젊은 디자이너와 KIDP 원장과의 만남'은 중견기업의 실무 디자이너들을 대상으로 지난 10월 11일에 개최되었다. 이날 참석자는 서연아트 이선희 디자이너, 에넥스 송윤섭 주임, 벽창호 한신옥 팀장, 동아연필 이소현 대리, 남양알로에 우태제 대리, 로만손 이동수 대리 등 20대 중반에서 30대 초반의 디자이너 6명이었다. 참석자들은 기업 내 디자인 부서의 위상과 디자이너 처우 등과 같은 현안 문제를 비롯해 디자인경영에 대해 자유롭게 의견을 교환했다.

정경원 원장은, 기업경영의 전략적 수단으로 디자인이 활용되어야 하며 이를 위해 최고경영자의 디자인 마인드가 제고되고 디자인 부서의 위상이 정립되어야 한다고 설명했다. 또한 도래하고 있는 디지털 시대에는 우리 젊은 디자이너들이 주역이 되어서 'e-Design Excellence'를 이룩하고 World Design Leader로 도약할 것을 당부하였다.

제5회 '젊은 디자이너와의 만남' 장면

처음부터 기발한 놈은 없다

이일경 지음/ 도서출판 리수/ 7,900원

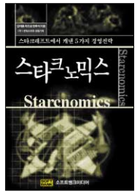
읽고 난 책을 계속해서 활용하는 방법 10가지는? 입 구(口) 자에 두 획을 더하여 만들 수 있는 글자들은? 산토끼의 반대말은?

이러한 질문에 당신은 얼마만큼 거침없이 기발한 답을 내놓을 수 있는가? 고정관념이 통하지 않는, 예측할 수 없이 변화하는 이 디지털 시대의 경쟁력은 단연코 유연하고 독창적인 사고, 창의력에서 나온다. 하지만 창의력은 타고나는 것, 노력한다고 얻을 수 있을까?

저자는 이런 의문에 대해서 '처음부터 기발한 놈은 없다'고 답한다. 누구나 생각의 습관을 바꾸는 연습을 하면 자유로운 발상의 소유자가 될 수 있고, 디지털 시대의 창의적인 리더로 당당히 설 수 있기 때문이다. 워크북 형태의 이 책은 일상 생활에서 간과해온 사례를 통해 독자들이 스스로 성찰하고 창의력을 개발할 수 있도록 도와주는 다양한 연습을 시키고 있다. 말끝마다 부정문을 만들어 보기, 모든 이론을 의심하기, 문제가 있으면 지구 끝이라도 쫓아가기, 태어난 후 한번도 하지 않은 일을 생각해내고 꼭하기, 나의 확실한 실패 분석하기, 하루 동안 밤에 불 켜지 않고 지내기 등 재치있는 제안이 돋보인다.

문의 2299-3703

스타크노믹스(Starcnomics) :
스타크래프트에서 캐낸 5가지 경영전략



김태홍 라도삼 장후석 지음/
소프트뱅크미디어/ 12,000원

지난 2년~3간 10대는 물론 30대 직장인까지 컴퓨터 앞에 잡아두고 열광시킨 스타크래프트. 인터넷 상에서 이 게임으로 상대방과 싸움을 벌인다는 것은 예측 불가능한 상황에서 변화에 대처하며 살아남아야 한다는 것을 의미한다. 스타크노믹스는 이런 스타크래프트의 속성을 경영전략에 적용하고 있는 책이다.

스타크래프트와 기업경영은 많은 점에서 서로 닮아 있다. 기업은 다른 회사와의 경쟁에서 이기는 것을, 게임은 상대방과의 전투에서 승리하는 것을 목표로 한다. 더구나 스타크래프트의 면면은 새로운 시대의 상황과 변화를 옹변하고 있다. 그래서 스타크노믹스에서 저자들은 1. 상대의 강점을 공략하라 2. 최상의 전략은 없다 3. 방어보다 공격의 비용이 적다 4. 자신의 본거지에 안주하지 마라 5. 최고가 최고를 만들지는 않는다 등 스타크래프트의 게임 전략을 기업 전략으로 제시한다.

또한 이 책은 스타크래프트가 새로운 사회문화적 변화의 선두주자였음을 언급하면서 이를 디지털과 네트워크 시대 진입의 대표적 현상으로 해석한다. 경제, 경영분야의 연구소에서 몸담아 온 저자들이 경제적 측면과 함께 사회문화적 측면에서 독특하고 젊은 감각으로 스타크래프트 증후군에 대해 아우르고자 한 점이 인상적인 책이다.

문의 3430-6600

디자인 원리
DESING PRINCIPLES and PROBLEMS

Paul Zelanski Mary Pat Fisher지음
김현중, 이명기 옮김/ 국제/ 22,000원

해외 대학의 강의 교재로 주로 사용되어온 디자인 및 조형원리에 관한 개론서가 번역되어 나왔다. 그동안 조형의 기초에 관련한 서적들이 다양한 관점을 가지고 저술되어 왔으나, 다른 책들과는 달리 이 책은 강의를 듣는 것 같은 현장감을 살렸으며, 수업에 활용할 수 있도록 가이드 라인을 제시하였다.

이 책의 특징은 유명 프로젝트는 물론, 학생들의 작품, 실패한 프로젝트까지 많은 사례를 들어 비교 설명함으로써 디자인의 기본 원리와 요소의 핵심을 구체적이고, 이해하기 쉽게 전달하고 있다는 점이다. 또한 조형 요소와 디자인 요소를 단순 분류하지 않고 순수 예술 작품들을 예로, 그 속에서 발견되는 조형요소들을 디자인과 관계지어 해석하려는 시도도 돋보인다. 그리고 각 디자인 요소의 마지막에 항목별 세분화된 실습을 위한 연습과정을 추가하여 보다 확실하고 체계적인 이해를 할 수 있도록 하였다.

문의 359-7606

비전 2003

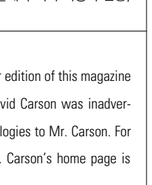
미치오 가쿠(Michio Kaku) 지음/
김승욱 윤석완 옮김/ 작가정신/ 18,000원

비전2003은 세계적인 이론 물리학자이며 뉴욕시립대 석좌교수인 미치오 가쿠가 150여명의 석학들과 인터뷰한 것을 축으로 21세기를 향한 비전을 제시한 연구서이다.

1부 〈21세기 새 경제 패러다임〉, 2부 〈정보화 시대의 주체 컴퓨터혁명〉, 3부 〈생명 연장과 창조의 꿈, 생체분자혁명〉, 4부 〈우주시대의 개막을 알리는 양자혁명〉의 제목에서 보듯이 저자는 21세기를 이끌 변혁의 주체를 컴퓨터혁명, 생체분자혁명, 양자혁명으로 제시하고, 이러한 첨단기술혁명이 산업 뿐만 아니라 경제와 사회를 어떻게 비약적으로 변혁시킬 것인지를 구체적으로 예측하고 있다. 먼저, 컴퓨터혁명으로 강력한 원거리 통신망에 의해 전세계가 더 밀접하게 연결되고, 인공지능이 가능해지며, 편재하는 컴퓨터(unbiquitous) 시대가 도래하게 될 것이다. 생체분자혁명은 유전자를 원전히 해독하여 의학과 식량문제 해결을, 양자혁명은 새로운 에너지원 및 새로운 형태의 물질 창조의 능력을 제공하여 우주로 나갈 수 있는 가능성을 가져다 줄 것이다.

21세기에 대한 위와 같은 예측을 통해 저자가 궁극적으로 얘기하고자 하는 것은 이 세기의 부와 번영의 유일한 원천은 이 3가지 첨단기술혁명이고, 승자가 되기 위해서는 이 혁명의 속도를 따라갈 수 있도록 첨단기술에 대해 과감히 투자하는 길 뿐이라는 것이다. 기술낙관론에 치중한 감은 있으나, 미래학 서적 중에서는 매우 실증적인 연구의 결과라는 점에서 돋보이는 책이다.

문의 335-2854



Making Use:
Scenario Based Design of Human Computer Interaction

John M Carroll 지음/ MIT Press 발행

당신이 사람들이 사용할 무엇인가를 디자인하고 싶어하고, 그것이 특히 인터랙티브해야 한다면, 그것의 사용패턴을 고려하라. 그리고 사용자가 그것을 가지고 어떤 일들을 하게 될지 시나리오를 작성하라.

컴퓨터 사이언스, 심리학 교수이며, 버지니아 테크(Virginia Tech) 인간-컴퓨터 인터랙션 센터장인 존 캐롤은 이 책에서, 배우기 어렵고 사용하기에도 불편한 인포메이션 시스템 때문에 우리는 종종 쓸데없고 원하지도 않는 일을 하게 된다면서 이는 시나리오 기반 디자인(scenario-based deisgn)을 통해 극복할 수 있다고 주장한다. 저자에 의하면, 시나리오 기반 디자인은 문제의 구조와 역동성에 관해 더 많은 것을 알아내고, 다양한 여러 가지 상황을 관찰하며, 각 상황의 구체적인 요소들과 상호작용하므로써 디자인의 복잡성과 유동성을 개발하는 방법론이다.

예를 들어 시스템이나 소프트웨어를 디자인하고 분석할 때, 그러한 시스템이나 소프트웨어가 인간 활동의 맥락에 따라 어떻게 변형되고 제재를 받게 되는 지에 관해서 미리 사용의 환경,

사고

1. 본지 9/10월호 42페이지에 실려 있는 데이비드 카슨(David Carson)의 작품은 www.davidcarson.com이라는 홈페이지에 있는 이미지를 잘못 사용함으로써 발생했습니다. 데이비드 카슨 측에 진심으로 사과드립니다.
   참고로 그의 홈페이지는 **www.davidcarsondesign.com**입니다.
2. 지난호 92페이지 새천년 건설환경디자인 세계 대회 준비위원회 위원장 김연숙 교수는 이연숙 교수의 오기이기에 이를 바로잡습니다.

Notice

On page 42 of the September/October edition of this magazine an image from the home page of David Carson was inadvertently used. We offer our sincere apologies to Mr. Carson. For reference, the correct address of Mr. Carson's home page is **www.davidcarsondesign.com**.