

# 이태리 디자인의 경쟁력 요인에 관한 연구

박종찬

시립 인천 전문대학 공예디자인과

중심어 : 아방가르드디자인, 민족성, 장인문화, 디자이너의 사상, 디자인 문화환경

## I. 서론

오늘날 Globalism과 Localism이 전세계의 관심거리이고 “국제경쟁력”이 그 어느때 보다도 강조되고 있는 시기에 즈음하여, 세계 산업 디자인 분야에서 이태리 디자인의 특별한 공헌은 그들 고유의 뚜렷한 藝術的 傾向과 독자적인 디자인 文化를 형성하고 있다는 점이다. 영국, 독일, 미국 등의 선진국들보다도 한참 늦게 시작한 이태리 디자인은 대부분 열악한 중소기업 형태의 산업구조를 갖고도 다른 선진국보다 경쟁력있고 차원높은 디자인 세계를 추구하고 있으며, 더욱이 世界 産業디자인의 흐름을 주도하면서 근원적이고 창조적인 역량을 발휘하고 있어 본 연구에서는 이태리라는 국가가 어떻게 세계 산업디자인을 리드하고 있는지, 또 그 원인과 디자인을 둘러싸고 있는 環境的 要因은 무엇인지에 대하여 알아보았다.

이태리 디자인의 명성은 결코 우연히 이루어진 것이 아니고, 이미 오랜기간 동안 이태리적인 “know how”가 쌓여서 이룩되었는데 이태리는 처음부터 예술과 산업사이에 특별한 접목을 시도하여 새로운 형식으로 발전시켰으며 이는 르네상스 이래로 탁월한 匠人文化를 배경으로 人本主義 思想이 짙게 깔린 정신적 物質文化가 바탕이 되었기 때문이다.

따라서 이태리 디자인의 根源的 背景이 되는 민족성, 산업구조, 장인문화, 그리고 그 안에서 형성되어온 이태리 디자인의 주요 造形運動을 연구하여 그 결과를 우리 산업 디자인에 효율적으로 활용함으로써 國際競爭力를 갖춘 高附加價値의 제품으로 세계시장에서 우위를 차지할 수 있는 바람직한 방향을 모색하고자 하였다.

## II. 본론

### 2-1. 시대를 앞서는 아방가르드 디자인

1900년대초 이태리 디자인의 實體를 형성하는 중심사상인 미래주의가 탄생하여, 이태리 산업디자인과 建築, 무대미술에 큰 영향을 주었으며 이는 속도감을 중시한 다이내미즘과 함께 커다란 精神的 文化革命이 되었다. 그리고 2차세계대전 이후에는 合理主義가 성행하면서 디자인 民主化의 구체적 표현으로 모더니즘을 추구하였고 특히 도머스지의 편집장이었던 Gio Ponti는 이태리 産業디자인의 황금시대를 개척하기 위해 많은 노력을 하였다.

아울러 1960~70년대 급속하게 성장했던 이태리의 ‘經濟 기적’과 더불어 이태리디자인은 국제시장에서 완전한 선두위치를 구축하게 되었다. 이는 革新的이고 세련된 디자인으로 세계 여러나라에게 깊은 인상을 심어주었기 때문이며 응용연구 실험소와 비슷한 이태리 산업디자인계의 노력과 기존의 기술적 규칙을 깨뜨리고자 했던 장인적 기질을 지닌 건축디자이너들의 노력의 산물이었다.

한편 이러한 상황속에서 기능주의 디자인을 반대하며 생겨났던 急進主義 그룹인 알키즘과 슈퍼 스튜디오는 ‘반디자인’운동을 전개하면서 科學技術보다 인간적인 것을 중요시하고 物神崇拜 폐지, 디자인의 정신적 환경창조 등 다양한 실험을 시도하여 이태리 디자인의 行動樣式에 큰 影響을 끼쳤다.

또한 1980년대에는 밀라노에서 알키미아의 대표적 두인물이었던 알렉산드로 멘디니와 에포레 소트사스간의 物에 대한 상반되는 哲學的 논쟁으로 인하여 소트사스는 그곳을 나와 멤피스라는 디자인 그룹을 만들면서, 당시 활기찬 젊은 에너지를 집결시키고 새로운 시대의 디자인인 概念을 시도하여

사회를 변화시켰는데, 이들은 人間的 문화와 科學을 연결시켜 보다 美的으로 기능하는 제품을 만들었으며 그 표현으로서 象徴的 의미를 채택하였다. 기억, 강박관념, 꿈, 이미지 등의 독자적 방법으로 秩序와 無秩序를 만들어내는 家庭의 중요성에 concept을 맞추어 디자인을 보다 인간적인 방향으로 시도해 나갔다. Memphis는 새로운 言語, 새로운 色彩, 새로운 材料를 요구하던 시대의 흐름, 시대정신에 부합하여 후기 모던 디자인사에 큰 획을 그어 놓았다.

### 2-2. 민족성과 디자인과의 관계

이태리인은 대개 라틴제이나 게르만, 아랍 피가 조금씩 혼합되어 있고 지중해 문화의 영향으로 매우 낙천적이며 개성이 강하고 풍부한 창의성을 지니고 있다.

또한 늦은 국가통일로 各地方에는 아직도 그 나름의 社會的, 商業的, 傳統的 慣習이 남아있다. 그러므로 이태리는 各州의 集合體로서 國家에 대한 충성, 시민권의 자각 등이 매우 부족한 편이고 국가보다는 地域社會(Commune), 地域社會보다는 家族指向性이 강한 鄉土主義를 나타내고 있다.

각 지역 사회는 아무리 작은 도시라도 中央에 광장(Piazza)이 있고 그 주위에 교회나 시청이 있다. Piazza는 정보교환 장소인 동시에 휴식장소이며 사교의 장이기도 하다. 이런 지역 사회는 혈연, 친구, 친지 관계가 중요한 역할을 하고, 이런 緣故주의(쿠리엔트리즘)는 이태리 社會에 깊이 뿌리내린 特徵이다. 심지어 企業間에도 血緣的인 연고로 이른바 特정의 「산업 가족」이 존재하는 극히 閉鎖的인 성격을 갖고 있다.

즉 개인 대 개인의 관계를 중시하고, 全體 혹은 集團에 집착하기보다는 個人生活을 즐기는데 매우 정열적이다.

특히 個人主義思想이 強하여 組織的인 행동은 아주 싫어한다. 그러나 組織을 떠나서 自主的인 行動을 할 수 있도록 委任받은 경우에는 뛰어난 才能을 발휘한다. 따라서 집단조직의 이성적 디자인 보다는 개인의 감성적 디자인이 잘 발달되었다.

이렇듯 개성이 강하고 藝術的 氣質이 다분한 이태리인의 民族性과 디자인과의 관련성을 정리해 보면 다음과 같다.

### <민족성과 디자인과의 관련성>

	민족성	디자인과의 관련성
1	쾌활하고 낙천적이며 스포츠 및 레저를 즐김	풍부한 창의력 개발
2	鄉土主義가 강함	개성이 강하고 다양성을 지님
3	家族 전원이 함께 식사하는 慣習 緣故主義	家族社會(노하우 계승) → 傳統主義 匠人정신 발달
4	組織的인 것을 싫어하고 개인주의가 발달	대기업은 드물고 거의가 소규모 중소기업 형태
5	사교적, 외교적	cosmopolitan적 사고→ globalism
6	個人 대 個人의 관계 중시	기업 경영주와 디자이너의 지속적인 유대
7	討論, 情報 交換 장소로서의 piazza	work shop industry 발달
8	지역사회(commune)	문화의 다양성 존재

### 2-3. 전통산업을 이끄는 장인정신 문화

이태리는 各 地域別로 都市國家 形態가 그대로 維持되어 個性的이고 特色있는 地域 文化와 文化의 多樣性으로 多元主義的인 現代 文明에 쉽게 동참할 수 있었고, 또한 地域的인 特征을 살린 家族 中心의 창의적이고 小規模的인 家內 手工業을 발달시킬 수 있었다. 그안에서 현대 산업사회가 빚어놓은 물개성화를 벗어나, 인간 본연의 욕구에 호소되어지는 제품적 만족을 찾아주고자 하는 장인 정신 싹텄다. 장인 정신은 산업이 전통적이고 소규모 형태이기 때문에 가능하다고 보아지는데 기술이 뛰어난 숙련공의 세밀함으로 다른 나라에서 좀처럼 보기 어려운 선이나 형태를 만들어 내며 제품에서 예술적 감각을 그대로 살려내고 있다.

따라서 제조업자와 숙련공에 대한 이태리 디자이너와의 밀접한 관계는 개성적이고 표현적 스타일을 추구할 수 있어 다른 나라보다도 디자인면에서 훌륭한 조건과 강력한 경쟁력을 지니게 하는 원동력이 되고 있는 것이다.

이러한 숙련된 장인에 의해 만들어진 이태리 디자인은 후기 산업의 다원주의시대에 적합할 뿐 아니라 개방적이고 다양한 제품의 탄생을 가능케 해주고 있다. 그래서 혁신적 형태를 사용하여 물질적이기보다는 상징적 이미지의 형이상학적인 디

자인으로 국제시장에서 큰 효과를 얻고 있다. 이태리의 傳統的 産業은 先進國 중 가장 높은 對外 競爭力을 가진 분야로 纖維, 衣類, 신발, 玩具, 樂器, 家具, 貴金屬 등 디자인, Style, Fashion, 엘레강스와 같은 이태리 Mode에 바탕을 둔 非價格 競爭 部門에서 두드러진 강세를 보이고 있다. 한편 이태리 정부는 전후 가난했던 경제는 극복하기 위해 위와같은 소규모 전통산업을 지역별로 特化하여 그 지역에 관련된 모든 산업을 전문화 分業化시켜 상호보완성과 높은 대외경쟁력을 지니게 하였다. 또한 各種 輸出特惠 措置를 포함한 수출진흥책을 펼쳐나갔다. 그리고 지역별, 部門別, 관련 산업별로 協會를 두어 그 지역 산업이 世界最古가 維持될 수 있도록 産業을 보호, 육성하고 財政的인 보조, 연관산업과의 협조지원 및 수출의 지원으로 各種 産業의 견인차 역할을 하도록 하였다. 아울러, 이태리 모습을 全世界에 알린다는 戰略으로 탁월한 이태리의 文化 藝術을 바탕으로 民族的 優越性을 살린 디자인을 開發하여 패션의 변화를 리드하고 競爭의 우위를 점하고자 그 지역 관련 대도시에서는 세계 각국의 무역상들이 모여들도록 홍보차원에서 매년 세계규모의 각종 박람회를 개최하고 있다.

#### 2-4. 디자이너의 창조적 내면세계

이태리 디자이너의 사상적 배경은 첫째, 문화예술적 체험을 들 수 있는데 이는 고대 로마 이래로 내려온 무수한 文化遺蹟들로 이태리 전체가 살아있는 박물관의 역할을 하고 각 도시도 온통 藝術品으로 둘러 싸여 있기 때문에 그들의 잠재의식 속에는 항상 過去遺産들이 새로운 창작의 근원으로 자리 잡고 있음을 알 수 있다. 둘째는, 개성으로 이태리 디자이너에게는 결코 다른 사람이나 작품과 비교될 수 없는 각 디자이너만의 創意性이 있는데 이는 그들 자신과 그들 정신세계에서 비롯된 고유한 디자인의 뿌리가 있기 때문이다. 傳統的 思考에 현대 감각을 어떻게 적용시켜야 하는지 또 그것들에 대한 오늘날의 실제적인 디자인 감각을 어떻게 具體化시킬지는 그들만의 개성의 열쇠라 보여진다.

그밖에 자유분방한 脫理性的 思考와 형이상학적 가치중시, 생명력있는 제품 추구 등은 근대 기능주의의 인간성 말살, 합리주의적 사고에 대한 반디자인 표현으로 보아지며, 인간의 잠재의식의 의미를 강조함으로써 보다 자유로운 상상력을 추구하고 인간의 꿈의 세계를 바탕으로 삶의 진리와 예술적인 디자인을 실현하여 새로운 가능성의 세계를 探究하려함을 읽을 수 있다.

한편 이태리 디자이너의 대부분이 건축가 출신임을 감안해 볼 때 建築的 思考方式과 合理的인 면을 지적할 수 있는데 그들은 건축을 곧 삶의 무대로 생각하는 경향이 있다. 즉, 집을 기억과 경험의 단편으로 간주하고 도시의 삶으로 부터 유추된 유형을 작품에 투영하는 Micro 建築言語로 디자인계에 주목을 끌기도 하였다.

이태리 디자이너들이 그동안 破格的이고 急進的인 실험작품을 많이 추구한 점도 있지만, 근대 모더니즘 중 소홀히 다뤄온 情緒的, 美的 등 인간적인 측면들에 대해 현대적 상징으로 극복하고자 하는 시도 등은 다른나라 디자인계에 커다란 충격과 자극을 주었다. 이태리 디자인은 실용적 측면보다는 서정적인 측면에 가까운 정신적 내면세계를 느끼게 한다. 이와 같이 이태리 디자이너는 다양한 문화 속에서 어떤 틀 속에 얽매임없이 자유로운 사상의 표현을 디자인에 접목시키고 있다고 말할 수 있을 것이다.

#### 2-5. 디자인 문화 환경

이태리인은 항상 그 역사 속에서 여유를 갖고 살아간다. 그 역사 자체를 매우 중요시하게 여기고 있으며, 과거 추억에 대한 소중함을 간직하고 있다. 이러한 분위기 속에서 이태리 디자이너는 과거가 살아있는 듯한 생활을 사랑하고 그들이 살고있는 日常的인 생활을 디자인하고 있다. 그 디자인은 대체로 생활속 문화에서 나오는 것으로 디자인과 관련되는 사람들도 모두 文化的 背景을 갖고 있다.

그리고 이태리 소비자들은 많은 전문 디자인 잡지를 통해서 깊은 정보를 접하고 있다. 비록 일반 주부일지라도 전문적인 디자인이나 fashion의 움직임에 항상 觸覺을 곤두세우고 있다. 특히 언론에서 조차 매주 디자인 패션에 관련 프로(Non

solo moda)를 방영하고 있기 때문에 일반소비자의 디자인 수준이나 감각은 매우 높은 편이고 따라서 기꺼이 디자인의 가치를 인정하고 있으며 나름대로 디자인을 구입하는 消費者의 identity가 형성되어 있는 실정이다.

한편 디자인계에 새롭게 등장하려는 젊은 신인 디자이너에게도 그들이 제안한 잠재적 디자인을 믿고 생산하려는 용기있는 기업이 많다. 이태리 회사는 규모가 작아 디자이너가 직접 사장을 만나 토론이 가능하기 때문에 創造的이고 뛰어난 디자인이 탄생될 수 있다. 그 대표적 기업으로서, 유명한 주방 기기업체인 알레시는 디자이너의 심오한 조형세계와 실험적 태도, 그리고 그에 상응하는 경제적 후원등 디자이너와 기업 간의 안정적인 유대관계를 잘하고 있다. 이와같이 이태리 디자이너들이 세계 디자인계에서 탁월한 능력을 발휘하는 것은 무엇보다도 디자이너 개인의 資質과 디자인 지향적인 經營 전략으로 급성장한 이태리 기업들의 적극적 사고와 실험정신이 큰 몫을 차지하고 있음을 알 수 있는데, 특히, 가구회사인 CASSINA와 B&B italia사, 조명회사인 FLOS와 아르테미테, 주방회사인 Alessi사 등은 생산부터 판매에 이르기까지 디자이너를 앞세운 철저한 전략과 고부가가치 作業으로 제품의 差別化와 기업의 아이덴티티를 착실히 쌓아올리고 있다.

### III. 결론

이태리 디자인의 경쟁력 요인을 집약적으로 간추려보면 다음과 같다.

첫째, 인간적인 디자인의 추구로 이태리의 디자이너들은 탁월한 문화 예술을 바탕으로 디자이너의 우월성을 키워나갔고, 개인의 개성에 따라 다양한 형태의 창의적인 디자이너가 탄생되었으며, 이들의 디자인 接近方式도 오랜 文化的 체험을 통한 사상적이고 哲學的이며 인간적 디자인으로 귀결되고 있다.

둘째, 장인중심의 산업발달로 가족 중심 경영 체제를 통한 철저한 현장 위주의 교육은 workshop industry를 발전시켰고 가업을 잇는 장인정신의 되물림으로 예술가적 혼이 담긴 섬세한 기술이 축적되어 인간적인 감성과 휴머니티가 살아있는 창조적 디자인을 창출할 수 있었으며, 또한 각지역마다 향토

색 짙은 專門化된 기업을 집중적으로 育成시킴으로서 강한 응집력과 競爭力을 실현시켰다.

세계, 훌륭한 문화적 환경으로 디자이너의 창조적 세계를 잘 이해는 문화적 관용, 매일 예술작품을 즐길 수 있는 사회, 창조에 열중하는 정열, 인간에 대한 진실성, 낙천적으로 인생을 찬미하는 태도 등과 함께 각종 출판과 전시회가 발달하여 이태리의 質 높은 디자인 文化를 세계에 보여주고 또한 디자이너들에게는 기업이 실험장소로서 역할을 수행하는 등등이 오늘날 이태리 디자인을 성장시키는 밑거름이 되고 있다.

이상과 같이, 이태리 디자인이 발달한 요인을 미루어 볼 때, 우리도 디자이너가 마음껏, 자신의 잠재력을 펼쳐나갈 수 있도록 디자인 주변의 환경을 인간 중심으로 재구성하고 물질문화보다는 정신문화에 대한 관심과 투자를 아끼지 않을 때, 우리 제품의 국제경쟁력을 한차원 더 높일 수 있을 것이다.

또한 이태리가 지역적인 특성을 다양하게 제품화해서 성공했듯이 우리도 시각을 안으로 돌려 우리 Nationality의 특징을 찾아 이를 고부가가치의 경쟁력있는 제품으로 개발하여 무한 경쟁시대를 맞아 국제화로 나아갈 수 있는 발판을 마련해야 할 것이다.