

이탈리아 산업디자이너의 역할과 패러다임

A study on paradigm & Role of Italia Industrial Designer

박찬준

계원조형예술대학 산업디자인과 조교수

Chan Jun Park

Dept of Industrial Design, Kaywon School of Art & Design

●핵심어: 예술지향적 파라이디스, 디자인 르네상스, 문화식민지, 디자인 해바라기, 디자인 패러다임, 교감전이, 감성코드, 디자인메시아

1. 연구 목적 및 방향

신(God)과 함께 하는 예술지향적 파라이디스를 꿈꾸며 종교와 건축 이에 수반되어지는 미술, 음악, 의상, 조명 외 음식 문화들은 오늘날 이탈리아 디자인 환경에 시금석이 되었다. 이러한 이탈리아 문화에 있어 신과의 교감적 정체성은 시각적이며 물질적 컨셉에 국한되어 버린 우리디자인과 역사적 당대에 맥을 잃어버린 우리 조상들의 얼과는 달리 르네상스 이후 새로운 장르의 디자인 르네상스(Design Renaissance)를 재현시킨 이탈리아만의 종교적 에너지가 되었다.

나아가 상류사회에서 이탈리아 디자인 컬렉션에 관심을 갖는 이유 역시 동시대적 디자인 환경에서 벗어나 과거 종교적 역사성에 보여준 당대의 건축가, 화가, 조각가, 음악가들의 철학적 의미가 스며 있는 도제적 장인정신인 천재성과 오늘날 이탈리아의 디자이너, 예술가들의 실형적 욕구(Needs+Wants)가 이룩해 놓은 신국부론적 「디자인 신화」를 이룩해 놓았기 때문이다.

이러한 신화를 만들어 낼 수 있었던 문화유산들은 이탈리아 디자이너들의 역할수행에 파워 스트로크(power stroke)으로서의 디자인 패러다임(Design paradigm)을 만들어 가는 데 있어 커다란 축이 되었다.

더욱이 오늘날과 같이 정신문화가 강조되고 창의적 감성이 더 한층 요구되어지는 시대에 세계 디자인 패션의 주도국으로서 산업디자인 각 분야에 보여지는 디자인 생명력은 우리 정치, 경제, 문화, 예술에 종사하는 모든 이들이 각성해야 할 바로미터이기도 하다.

이것은 디자인 문화가 밀레니엄(Millennium)시대의 경제 패러다임을 국가경제의 변수로서 만들어 가고 있기 때문이다. 따라서 이러한 시대적 디자인 환경변화를 읽어 나갈 줄 아는 이탈리아 산업디자이너들의 역할과 역사성에 나타난 경제, 문화위상에서 본 연구의 해결적 방안을 고찰하고자 한다.

2. 본 론

2-1. 이탈리아 디자인과 역사적 환경 이해

2차 세계대전의 패망은 이탈리아 나라경제는 물론 의식주마저 해결할 수 없었던 필박한 부정부적인 혼란과 소용돌이 속에서 과거의 이탈리아를 추수할수조차 없는 무솔리니 정부의 실패로 막을 내렸다.

그러나 1950년대말 이탈리아 공산당정권은 사회당(P.S.I Partito Socialita Italiano)정권으로 바뀌면서 과거에 누리던 문화대국으로서의 자리를 되찾는 디자인, 예술분야의 새로운 전환적 국면을 맞이하게 되었다.

즉 유럽과 교역적인 지리적 환경과 장인적 기술 그리고 풍부한 노동력이 집약된 북부제일의 밀라노(Milano)로 경제수도를 옮기면서 본격적인 산업디자인 정책을 국가적 경제위기 극복과 회복의 핵심요소로서 재정비해 나갔다. 이것이 오늘날 디자인 문화대국으로서의 틀을 다지게된 또한번의 계기가 되었다.

디자인 필드(Design field)에서 요구 되어지는 시대적 상황대처의 순발력과 다양성을 익히 알고 있었기 때문에 그들은 행정과 역사의 수도인 로마를 벗어나 밀라노로 디자인 제반 단체의 행정력을 집중화시켜 나갈 수 있었다.

이것은 디자인 교육의 정서를 이탈리아 행정가와 디자이너 모두가 직시하고 있었기 때문일 것이다.

세계 최고의 예술 르네상스의 태동지로서 미켈란젤로의 혼이 서려 있는 피렌체, 로마네스크 양식의 진수로서 갈릴레오의 낙하법칙이 실험되어졌던 피사, 중세의 모습이 멈춰있는 도시 베르가모와 베로나, 롬바르디아 대평원 위에 고딕양식과 모던디자인의 어머니가 되었던 밀라노, 세계 최고의 대학역사를 가진 학원도시 볼로냐, 그 외 토리노는 사보이아 가문이 이룩해 놓은 바로크 시대를 열면서 후에 산업혁명과 더불어 미래주의(Futurism)를 탄생시켜 놓기도 하였다.

오늘날 이곳은 포강을 중심으로 자동차 산업(FIAT 그룹)과 인더스트리얼 디자인의 꽃인 '자동차 스타일링'의 역사를 이끌며 가장 아름다운 자동차의 대명사가 되어버린 '페라리'와 '람보기니' 외 20여개나 되는 스타일링 스튜디오의 도시로서 이탈리아 미래산업의 새로운 장을 열어가고 있다. 이러한 도시들은 각기 역사적 태동시기를 달리하면서 새로운 예술세계의 이정표로서 디자인의 모태 역할을 해 왔다.

그 중 밀라노는 Memphis(Memphis)운동 외에 스튜디오 알키미아(Studio Alchymia), 안티 디자인(Anti Design), 그루포 세테(Grupo Sette)등의 발상지로서 오늘날 포스트 모더니즘의 디자인 패러디에 전위적인 실험성을 확대시켜 산업디자인의 사회적 위상을 가장 잘 표현해 놓은 도시이기도 하다. 그 뿐 아니라 1923년 지오 폰티(Gio Ponti)가 발간한 세계 최초의 디자인 월간지인 도무스(Domus)는 노베첸토(Novecento)그룹의 프로그래시브한 컨셉들을 소개하여 국제적인 디자인 퍼스펙티브를 갖기도 하였다.

따라서 이러한 문화예술의 원형이 있기까지 이탈리아 디자이너들은 역사를 태동시키고 이끌던 예술가들의 노력과 흔적에서 그 의미를 찾아볼 수 있다.

2-2. 정신문화 지배자로서 이탈리아 기업 디자인과 디자이너

독일, 일본의 디자인이 집단적이며 이성적인 디자인이라면 이탈리아 디자인은 개인적이며 감성적인 디자인이다. 이것은 디자인을 하기 앞서 사람들이 무엇을 원하는지를 기술적 측면에서 출발하기보다는 비물질적 감성 영역에 초점을 두고 출발하기 때문이다. 즉 답습적이며 관념적인 조형언어의 틀에서 벗어나, 인간 삶의 공간을 채우려는 무생물적인 도구의 양적 출발이 아닌 느낌(Feeling)이 전이될 수 있는 감성적 영역의 질적 확대에 생명력을 두고자 한다.

이탈리아 디자인의 또다른 특징은 한정적인 물체(Object)로서 특징지워지기보다는 다양한 삶을 살아가는 인간 삶이 투영된 역사성과 문화적, 심리적 행동에서 비롯되는 비시각적 의미성이 함께 공존되어있기 때문이다. 과거는 물리적 기능성이 우선적이었다면 오늘날의 이탈리아 디자이너들은 질적 컨셉을 앞세운 고품격적 디자인 인터페이스 문화

(Interface Culture)를 유도해 나가고 있다.

그 중 가구산업을 주도해 나간 카시나(Cassina), 자노타(Zanotta), 비엔비 이탈리아(B&B Italia), 드리아데(Driade), 폴트로나(Poltrona), 멤피스(Memphis) 외 수많은 가구 전문 기업들은 세계 최대의 디자이너 활동을 수용한 기업뿐 아니라 중소기업 체제로 성공한 실례이기도 하다.

이러한 측면에서 에토레 소트사스(Ettore Sottsass), 리카르도 달리시(Ricardo Dalisi), 안드레아 브란지(Andrea Branzi), 알렉산드로 멘디니(Alessandro Mendini) 등은 단지 물질과 테크놀로지의 기계적 양산방법이 아닌, 수공예적 생산 방법을 병행, 역사적 의미와 기호론적 상징성들을 전개시켜 나갔다. 또한 일부 디자이너들은 종교와 문화예술의 에스프리(Esprit)를 시적(Poetic)감동으로 승화시켜 놓기도 하였다. 이러한 이탈리아 가구들은 생산자 공유 영역(marker Interface)에서 사용자 공유공간 컨셉(User Interface Concept)으로 발전시켜 성공한 기업들의 현주소이다.

조명산업 또한 르네상스 시대 이후, 예술문화가 일찍부터 대중화되어 온 데다가 미술품 전시와 수많은 오페라와 음악회 공연, 그리고 일찍부터 존재해 온 상류사회 생활공간은 가구와 더불어 그 역사를 같이 이어왔다. 조명 산업은 밀라노의 북동부를 중심으로 아르테미네(Artemide), 파프(PAF), 아르테 루체(Arte Luce), 루체 플랜(Luce Plan), 플로스(Fols), 이뜨레(ITRE), 이 구찌니(IGuzzini)등을 대표적으로 꼽을 수 있다. 이들 기업의 조명 디자이너들은 모두가 프리랜서(Freelancer)적 디자이너로서 미켈레 데루기(Michele De Lucchi) 리차드 사퍼(Richard Sapper) 알베르토 메다(Alberto Meda)등이 주도적인 역할을 해 나갔다. 즉 이들은 빛을 밝히는 효율성에서 디자인을 해결하기보다는 빛의 연출성과 공간창출의 예술적 환경을 만들어 가는데 조명의 가치를 부각시켜 나갔다.

이러한 기업들은 디자인을 통한 절대적 고부가가치화가 경영 전략의 전부라 해도 과언이 아니다.

2-3 이탈리아 산업디자이너의 역할과 디자인 철학

이탈리아의 디자이너 및 생산기업들은 세분화된 국제시장을 공략하기에 힘을 기울여 왔다. 구매계층의 다변화에 따른 중립적 디자인 상품의 선정, 이것은 도구의 물적 차원에서가 아닌 문화적 차원에서 디자인을 추구하게 되었던 것이다.

나아가 몇 년 전부터 소더비(Sotheby)예술품 경매 센터에서 에토레 소트사스의 스튜디오 알키미아(Studio Alchymia) 및 멤피스(Memphis)작품들과 같은 조각형태로서 독립적인 스타일을 갖는 이탈리아 디자이너 작품들을 공식 경매해 왔다. 이것은 디자인에 있어 예술품적 의미로서의 디자인을 새롭게 인식, 동일기능의 가구와 조명이라 할지라도 누가 디자인한 무엇을 소유하느냐라는 순수예술품 이상의 소유개념이 싹트고 있음을 증명해 주는 것이다.

그렇지만 이탈리아 산업사회 과정에서 보여준 올리베티(Olivetti)사무기기의 디자인들은 마르첼로 니폴리(Marcello Nizzoli)와 마리오 벨리니(Mario Bellini), 에토레 소트사스(Ettore Sottsass)의 역량으로 이탈리아 모더니즘을 이해하는 자료로서 세계 최초의 사무기기 디자인의 발전 과정을 보여주는 엘리트적 결과를 낳기도 하였다.

그 외 생산 및 유통체제의 중추적 기능을 총괄하고 있는 밀라노를 중심으로 가장 이탈리아다운 주방용품의 대명사인 알레시(Alessi)를 비롯하여 토리노는 피아트(FIAT)그룹 주도하에 자동차 및 전기, 전자, 중공업 산업을 주도하고 있다. 베네치아 또한 6-7세기경부터 전승되어 온 유리제법을 통하여 유리공예 산업을, 발렌자는 귀족과 백작들을 위한 귀금속의 장인정신을 되살려 귀금속 가공 및 전진기로서, 베르가모는 가구 및 인테리어와 조명분야로 피혁관련 제화산업은 비제바노, 실크 가공 및 염색산업으로 유명한

코모, 대리석 및 건축자재산업의 피렌체 등 지역특성에 맞는 전문화와 뛰어난 디자인 감각으로 이탈리아 경제를 이끌어 나가고 있다.

이러한 환경을 만들 수 있었던 이탈리아의 국가적 정책과 디자인 철학의 배경은 다음과 같다.

- ① 장인 정신의 전통 계승 전략화
- ② 중소기업들의 상품 전문화(비메카니즘적인 것)
- ③ 고유 상품 명품화 및 협동조합화(지역과 기업)
- ④ 예술가치 창출의 저변화 및 고품격화
- ⑤ 교수와 디자이너의 역할분담
- ⑥ 공간 및 도구세계의 내레이션(Narration)추구
- ⑦ 저명 디자이너들의 적극적인 기업 참여화

이상은 인간의 내·외적 욕구를 충족시키기 위한 실험성을 바탕으로 한 디자인의 나라, 이탈리아의 재산인 것이다.

이러한 디자인 철학은 우리현실에 시사하는바 매우 크다. 더욱이 세계적인 제품디자인 부재속에 혼란스런 우리의 디자인 행정력 부재와 교수이자 디자이너로서 혼돈되어버린 정통성의 결여 또한 역할 분담차원에서 크게 다른 점이다. 원로 교수는 있으나 원로, 저명 디자이너가 없는 우리 현실.

정신문화의 열매인 산업디자인을 계승 발전시켜 나갈 원로, 디자이너들의 부재는 우리모두의 책임이자 절대적인 고부가가치생산 경영전략에도 차질을 만들 것이다.

결론

한 국가의 대외적 전략산업이 틀을 형성하는데 있어 이탈리아의 국가적 이미지 관리의 역사성을 기초로한 예술의 태동적 의미와 함께 21세기 문화와 경제가 하나가 되는 문화경제 대국의 시대성을 말해주고 있다.

즉 전략적 문화산업으로서 디자인 산업화에 예술과학이 빛어낸 디자인 가치로서 전세계인들은 이미 문화시민이 되어 버렸다고 해도 과언이 아니다.

한 국가에서 만들어낸 의식주를 장식하는 실내외 건축설비품목에서부터 하이브랜드 패션 및 조명, 가구, 주방용품 나아가 최고급 스포츠카와 요트에 이르기까지 우리는 이미 자신도 모르는 사이에 감성언어 코드가 버전업(Version up)되기를 희망하는 이탈리아 디자인의 해바라기가 되있는지도 모른다. 더욱이 자신의 물질적 고감세계에 국한시키지 않고 글로벌화된 문화적 역사성을 시장 지향적(Market Oriented Research)만족가치로 승화시킨 이탈리아 산업디자이너들은 이탈리아 경제회생의 디자인메시아(Design Messiah)로서 그들의 역할적 가치성을 발휘해 나가고 있다.

끊임없는 감성적 형태 언어와 실험적 안목에서의 다양한 시도들은 이탈리아 디자인 문화 패러다임(Design culture paradigm)을 만들어가는데 첨병역할을 해나가고 있다. 나아가 이탈리아 디자이너들은 밀레니엄시대에 있어 국가 경쟁력과 위상을 높이는데 새로운 지평선을 먼저 열어나갈 것이다.

참고문헌

1. 박찬준, 「신개념 공간과 이탈리아 디자인」 월간 실내장식, 1994
2. 박찬준, 「이탈리아 산업디자인의 텔레시틱 의미와 상관성 연구」, 계원논총 VOL 1995
3. 진중권 역, 「예술·기호·정보」, 셋길, 1992
4. 전진삼 역, 「디자인 문화시대」, 도서출판 국제, 1991
5. A. I. Espa, 「Memphis」 Domina, 1991
6. Ettore Sottsass, 「A Conversation with Ettore Sottsass」, Azure, 1989
7. Penny Sparge, 「Italia design」 Thames & Hudson, 1988