

# 부산시각디자인협회의 발달사

A Study on Development of Busan Visual Design Association

김복경

신라대학교 시각정보디자인학부

Kim Bok-Kyoung

Dept. of Visual Communication Design, Silla University

· Keyword : Busan Visual Design Association, Busan. Design history

## 1. 머릿말

부산의 디자인 발전사를 연구함에 있어 부산시각디자인협회는 단순히 많은 회원수와 긴 역사 의미 외의 중요한 의미를 가지고 있다. 2003년 창립 30주년을 맞이하는 부산시각디자인협회는 1974년 부산산업디자인협의회라는 명칭으로 창립전을 개최한 이래 매년 전시회를 거듭해오고 있다. 열악한 부산의 디자인 환경에서 부산 디자인 발전을 위해 나름대로 그 역할을 다하였으며 앞으로도 새로운 변화와 시도로, 지방의 단체라는 한계를 극복하고 타 디자인협회와 차별화된 기능을 수행 할 것을 기대한다.

본 연구는 부산 디자인 발전을 모색하는 연구의 일부 분으로 부산시각디자인협회의 변모를 통해 부산의 디자인 역사를 조명함은 물론 그 의미와 특성을 발견하고 새로운 디자인 발전 방향을 제시해 보고자 한다.

## 2. 부산시각디자인의 태동

부산은 지역적 특성으로 외국과의 교류와 상업이 일찍 발달했으므로 디자인도 빠르게 도입되었으리란 짐작을 가질 수 있으나 1970년대 이전의 자료를 찾기는 상당히 어렵다. 우리나라 디자인의 발전이 1960년대를 지나면서 구체화되었고 1970년대에 들어서면서 일반 산업과 디자이너가 부분적으로 협력하기 시작하였다. 일부 기업체는 모방의 단계를 탈피해 가는 경향으로 발전되었고, 디자인 분야별 전문화 경향도 뚜렷해졌으며, 디자이너들도 분야별로 협회와 단체를 구성하여 사회에 기여한다는 입장에 서게 되었다. 이런 경향은 부산에서도 뚜렷하게 나타났는데 무엇보다 대학은 디자인 교육을 세분화하였고 수적으로도 디자인 전공 학생들을 증가시켰다.

현재 신라대학교의 전신인 부산여자대학교는 부산여성 교육과 예술대학의 특성화에 정책을 진행시켜왔다. 이에 1979년 타 대학보다 구체적인 전공세분화에 앞장서 디자인을 미술대학에서 분리시켜 산업디자인학과와 산업공예학과로 출발하였다.

동아대학교도 1979년 응용미술학과로 디자인교육을 실시하였으며, 경성대학교도 같은 해 응용미술학과로 디자인교육을 시작하였다. 2년제의 전문대학에서도 공예·시각·제품의 전공을 분리한 학과를 개설하여 디자인 전공자의 양적 확대를 가져왔다. 따라서 1970년대는 부산의 디자인 교육에서 중요한 의미를 가지고 있다. 이와 같은 디자인 교육의 개편과 인식 변화는 엄

밀한 의미에서 사회적 요구에서라기보다 1970년대 초 부산의 젊은 디자이너들의 미래지향적 의지와 부산디자인 발전의 열망에서 출발되었다고 본다. 당시 부산은 순수미술분야에서는 많은 작가들이 활발히 활동하고 있었으나 이들의 예술관과 디자인의 인식부족으로 대치되고 소외된 교육관을 극복하기 위해 젊은 디자이너를 중심으로 새로운 그룹의 필요성을 인식하게 되었다. 이에 조일상, 박무봉, 조무광 등이 중심이 되어 1974년 부산산업디자인협의회라는 그룹이 결성되었다.

## 3. 부산시각디자인협회의 역사

부산최초의 디자인 그룹인 부산산업디자인협의회는 1974년 10월 16인으로 남도화랑에서 창립전을 가졌다. 16인의 디자이너 중 조무광, 최용천을 제외한 대부분의 회원이 공예를 전공한 공예디자이너로 당시 부산디자인이 공예 중심이었음을 짐작하게 한다. 1970년대는 우리나라 전반에 시각디자인 전공자가 많지 않았으며 부산기업은 전문인력을 고용할 여력도 한 없었다. 1976년 제3회 전시회에 이르러 부산디자인협의회로 단체명을 변경하였고, 1980년 제7회 전시부터 공예와 그래픽은 분리되어 부산디자인협의회 그래픽파트전으로 개최하였다. 제7회 전시이후 회원 수는 꾸준히 증가하였고 팜프렛도 컬러로 제작되었다. 1982년 제9회 전시부터는 본격적인 디자인테마전을 갖게 되었는데 첫 번째 테마는 88서울올림픽기념 포스터전이였다. 회원수가 늘어나면서 부산시각디자인협회에서 분리된 새로운 그룹이 결성되었는데 이는 하나의 단체가 커 가는데 있어서 자연스러운 현상으로 이해될 수 있으며 현대시각디자인협회라는 새로운 그룹은 의욕적인 전시를 보여 주었지만 그리 오래 지속되지는 못했다.

1984년 제11회 전시회는 회원들에게 학문적 욕구를 충족시키기 위해 작품집 뒷부분에 디자인 담론을 실었는데 이런 지면 할애는 협회 나름대로의 새로운 기획으로 평가된다.

1985년 제12회 전시부터 오늘날의 협회명칭인 부산시각디자인협회로 협회명칭으로 개명되었고 1990년 제17회 전시까지 부산시각디자인협회는 기업과 협회가 협력한 산협협동 전시를 가졌다. 산협협동프로젝트를 실시함으로 기업은 협회에 일정한 재정적 지원을 하고 협회회원들은 기업이 요구하는 디자인 시안을 제시하는 의미 있는 전시회를 가졌다. 이 프로젝트는 디자인 인력이 부족한 기업이 전시회를 지원함으로써 기업 홍보 및 디자인의 시안을 확보하는 효과를 가질 수 있었

다.

디자이너들은 기업과 사회에 디자인의 중요성을 인식 시키며 향토기업에 도움을 주고자 하는 디자이너의 순수한 사회봉사적 역할이 크게 작용한 것으로 평가한다.

그 첫 번째 대상 기업은 (주)화승그룹으로 화승은 나이키 생산 업체였다. 당시 신발산업은 부산의 대표산업이며 수출이 대부분을 차지하고 있어 디자인의 중요성을 먼저 인식하고 있는 기업으로 부산의 기업 중 전문 디자이너를 고용한 대표적인 중소기업이었다.

1986년 제13회 전시는 화승의 르까프 브랜드로 화승 그룹이 나이키의 생산기술을 한국브랜드개발의 프로젝트로 탄생시킨 것이었다. 르까프 브랜드를 개발한지 오래되지 않았으므로 국내 홍보를 필요로 하였고 포스터 이외 여러 가지 디자인이 요구되어 회원들은 디자인팀을 만들어 각 영역별로 그룹작업을 했다. 이런 팀 작업은 분업을 가진 회원들로서는 상당히 부담스러웠지만 회원들간의 화합에서는 좋은 결과를 주었다. 우리나라 대부분의 협회전이 개인작품전으로 포스터 일색인 것에 비하면 주목할 점이다.

1987년 4월 부산시각디자인협회는 회원의 정보교환, 자질향상을 위한 자료제공, 기업과의 커뮤니케이션을 위한 회보집을 발간하였다. 창간호의 특집으로 '부산지역 디자인 활성화를 위한 소고'로 당시 부산 디자인계의 실태를 분석하면서 발전방향을 제시하고 있는데, 그 내용의 통계적 자료들은 부산 디자인의 역사적 자료로도 중요한 의미가 있다. 기획시리즈로 기업과 디자인시스템을 조무광회원이 창간호와 다음 호에 연재하였는데 당시 기업이나 디자이너 모두 CI시스템에 관심이 있었음을 짐작할 수 있고 디자이너들의 컬럼과 정보가 될 자료를 덧붙였다. 아쉽게도 부산시각디자인협회 회보는 1989년 제2집으로 중단되었지만 당시 회원들의 디자인과 협회에 대한 열정과 의지를 느낄 수 있다.

1987년 제14회 회원전은 King Star의 브랜드로 (주)명성의 산협협동 전시회였다. 명성은 미니카와 라이터의 수출업체이며 OEM생산방식으로 디자인에 대한 아쉬움을 절감하고있던 기업으로서, 이 전시를 통해 기업주는 디자인을 생산에 적극적으로 도입하는 계기가 되어 처음으로 디자이너를 채용하고 매년 디자이너를 증원시켰다.

1988년 제15회의 (주)우림전자도 명성과 거의 유사한 규모와 성격의 기업이었으며 소형전자제품의 생산업체로 실질적인 디자인을 요구해왔다. 포스터 외에 신문광고, 캘린더, CI, 패키지의 작업이 이루어졌다.

부산시각디자인 협회의 이런 노력으로 부산의 중소기업 뿐 만 아니라 우리나라 가구업계의 대표기업인 (주)보루네오가 의뢰해와 1989년 제16회는 보루네오 테마전으로 부산, 대구, 서울의 순회전을 가졌으며 작품내용에서도 질적인 성장을 하였다는 협회의 자체 평가가 있었다.

1990년 제17회 전시는 낚시대 수출업체인 (주)원다의 테마전으로 이 전시회 역시 부산전시에 이어 서울의 KOEX종합전시장에서 전시회를 가졌다.

1991년 제18회 부산시각디자인협회전은 공익광고 포

스터전으로 자연보호가 테마가 되었다. 사회적 주요 관심사인 환경의 문제를 디자이너들이 계몽의 메시지로 표현했는데 이 주제는 타 협회에서도 1980년대 후반부터 많이 다루어 졌다.

1993년 제20회는 부산문화회관에서 부산이미지전을 가지면서 20주년 기념사업으로 세미나를 개최하였다. 주제는 기업이미지 전략과 디자인 마케팅으로 전문가의 초대 발표와 네오커뮤니케이션의 CIP사례연구 발표가 있었다. 1995년 제22회 전시회는 푸른부산만들기의 케치프레이즈 아래 '녹색전'이란 주제가 주어졌는데 디자이너들의 부산사랑에 대한 내용들이 표현되었다. 1996년 제23회는 2002년 부산아시아게임유치기념으로 아시아게임포스터전이 열렸으며, 1998년 제25회 전시회는 시사문제가 테마였다. IMF는 국민들에게 경제적 충격과 사회문제를 발생시킴에 따라 부산시민들에게 희망을 줄 수 있는 메시지로 전시회가 열렸다. 1999년 제26회 전시회는 New Millennium을 기념하여 새로운 세기에 대한 인류의 희망과 기대를 표현하였다.

2000년 제27회 전시회는 부산 아시아게임 조직 위원회의 후원으로 부산아시아 경기대회 홍보를 위한 문화포스터 지명 공모전이 실시되었다. 협회 내에서의 이런 지명공모전은 외부에 심사를 의뢰하는 등의 운영상의 여러 가지 문제점이 있었지만 회원들이 좀 더 진지하게 작품에 임하는 긍정적인 효과도 가져왔다.

부산시각디자인협회는 전시회 중심의 협회라는 한계를 크게 벗어나지 못했지만 나름대로 의미와 의의를 가지려는 흔적을 엿볼 수 있으며 이러한 노력들이 부산 디자인을 이끌어 왔음을 부정할 수 없다.

#### 4. 맺음말

부산시각디자인협회는 열악한 부산의 디자인 환경에서 30년이란 짧지 않은 역사를 유지해오면서 부산의 디자인교육과 기업의 디자인발전에 기여해왔다.

대학에 시각디자인전공의 개설을 촉진시켰으며 전공교육을 받지 못한 초기 디자이너들을 협회에 적극 참여시킴으로서 디자인 재교육을 유도하였다.

그리고 기업과 실질적인 교류를 가지면서 디자인의 정보를 제공하여 디자인 발전을 촉진시켰다.

오늘날 부산은 지역의 경제와 문화적 발전을 위해 문화컨텐츠산업을 강조하면서 디자인의 중요성을 인식하고 있다. 이런 부산의 정책을 성숙시키기 위해 부산시각디자인협회는 나름대로의 역할을 담당해야 할 것이다.

협회는 전시회 중심의 협회전에서 탈피하여 학술적 연구활동과 산협프로젝트로 지역적 한계를 특성으로 전환해야 할 것이다. 회원의 구성도 학계뿐만 아니라 업계디자이너 그리고 기업인들의 참여를 유도하여 새롭게 변화하는 디자인환경에 적응해야하며 국외의 단체와 적극적인 교류를 통해 세계화도 필요할 것이다. 무엇보다 디자이너들의 협회에 대한 사명감과 애정이 지속될 때 협회의 발전은 물론 부산의 디자인발전도 기대 할 수 있을 것이다.