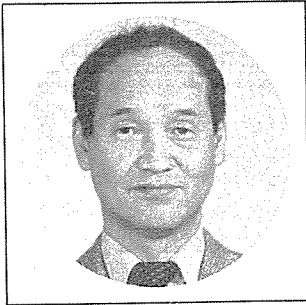


산업디자인 政策과 산업계의 수용태세

“제품의 革新的 경쟁력

비앙에 첩경”



朴 漢 裕

〈韓國디자인포장센터 常務理事〉

고도로 발전하고 있는 産業社會에서 産業디자인의 중요성은 날로 더해 가고 있다.

최근 몇년 사이에 우리나라에서도 산업디자인에 관한 관심이 매우 높아 졌으며, 제품을 생산하여 수출하는 기업은 일반적으로 低附加價値의 우리 상품을 高附加價値化·高級化하여 해외시장에서 충분한 경쟁력을 유지하는 데는 산업디자인이 절대적인 역할을 한다는 것을 피부로 느끼고 있다. 특히 수출의존도가 매우 높은 우리 경제구조에서는 산업디자인의 역할이 앞으로 더욱 커지리라 믿는다.

그리고 앞으로 해외시장은 新素材에 의한 새로운 상품개발경쟁과 디자인전쟁이 되리라는 것이 안목있는 기업인들의 공통된 견해이다.

이와같이 고조된 관심에 비해 산업디자인에 대한 바른 인식은 매우 미흡하여 산업디자인은 과연 무엇을 하는 것인지 正確하게 알고 있는 사람은 많지 않은 것 같으며, 대부분이 막연히 제품의 외관을 아름답게 하여 판매에 도움을 주는 미술의 일부분으로 알고 있는 것이 고작이다.

그 원인은 우리의 현대 산업발달역사가 매우 짧고, 산업디자인의 개념이 우리나라에 도입된지 불과 20여년 밖에 안된다는 것과 아울러 산업디자인이 관여되는 분야가 대단히 광범위하다는

데서 기인된다고 하겠다.

이와같은 그릇된 인식을 바로 잡는다는 것은 우리나라의 산업디자인 육성발전을 위해서 대단히 시급한 과제이다.

◇ 산업디자인의 바른 이해

여기서 산업디자인의 바른 이해를 위해 산업디자인의 개념에 관해 간단히 설명해 보자.

우선 일상용어로서의 「디자인」은 일반적으로 의견이 아름답다든가, 그렇지 않다든가의 뜻으로 사용되고 있다. 그런데 전문용어로서의 디자인은 매우 광범위하고 복잡한 내용을 담고 있는데, 이를 혼동하거나 혼용하는 데서 큰 혼란을 초래하고 있다.

원래 「Design」이란 말은 영어에서 유래하였던 것인데, 오늘날 「Design」은 국제통용어가 되었다. 국제화과정에서 「Design」이란 말이 각기 다른 나라말로 번역될 때 조금씩 다른 뜻으로 해석됨으로써 결국 개념상의 큰 혼란을 가져 왔다.

더욱 어렵게 하는 것은 산업디자인(Industrial Design)을 압축된 짧은 표현으로서 「Design」이란 용어로 사용하거나 혼동을 이끄는 것이다.

산업디자인의 개념에 관해 산업디자인의 본고

장인 유럽에서도 많은 논란과 토론이 계속되어 왔으나, 1972~1975년 사이에 수없는 논쟁과 토론을 거친후 이를 정리하여 비교적 일치된 개념으로 통일하여 적용되기 시작했다.

그 내용을 요약해 본다면 다음과 같다. 개인 또는 공공의 목적이나 그 수요를 위해 量産體制에 의해 생산되는 조형요소는 미적, 기술적, 그리고 경제적 요소로 分析되어지며, 그 요소는 제품의 기본을 이루고 있다.

그리고 대부분의 제품은 세가지 기능을 갖고 있다. 그것은 기술적 기능, 경제적 기능, 그리고 인간위주의 기능이며, 제품은 이 세가지 기능을 충족시켜야 한다. 그중에서도 인간위주의 인간과 관계되는 기능을 다른 기능과 잘 조화시켜 최적화하여 제품으로서 표현하는 것이 제품디자인이라 할 수 있겠다.

산업혁명이후 급속히 발달한 생산기술의 발달은 대량생산이 가능해졌으며, 과거의 생산자와 사용자가 1대1로 거래하던 시대는 이미 지났다. 오늘날은 생산자와 사용자(소비자)가 직접거래하지 않아도 되는 시대이며, 사용자는 불특정의 집단으로서 제3자화 되었다.

동시에 인쇄기술의 발달은 출판물이나 인쇄물의 대량배포가 가능해졌고 최근에는 텔레비전을 비롯 첨단전자통신매체의 이용에 까지 발달하였다.

불특정의 사용자집단과의 정보전달 및 교환을 위해 앞서 말한 시각정보수단을 이용하여 어떻게 잘 연결하고 의사전달을 원활하게 하는지를 다루는 것이 그래픽디자인 또는 커뮤니케이션 디자인이라 하겠다.

다음에는 인간과 그가 사용하는 도구(제품), 그것들이 놓여지고 사용되는 공간(주거공간), 이와같은 여러공간들이 모여 큰 의미의 생활환경이 조성되며 도시가 만들어지고, 궁극에는 사회가 형성된다고 하겠다.

그리고 고도의 공업화는 강철, 유리, 기타 신소재의 등장과 그 이용기술 및 공법을 발달시켰으며, 이것이 대규모이며 규격화된 모던한 建築이 가능해졌다.

여기서 개개의 건축의 수준을 높이기 위한 건축디자인, 우리의 직접 생활공간을 쾌적하게 조형하는 인테리어디자인, 매우 쾌적한 근대 도시사회형성을 위한 도시계획등을 포함하여 人間에게 가장 편리하고 인간답게 살 수 있는 환경을 조형하는 환경디자인등 세가지로 區分된다고 하겠다.

이 세 부문은 각기 전문별로 세분된다고 하겠다. 그러나 이 세 부문은 별개로 독립된 것이 아니라 상호 밀접한 관계를 갖고 있다.

요즘 대학의 산업디자인 학과명칭만 보드라도 각양각색이며, 그 교육내용 역시 불분명하여 혼란을 거듭하고 있는데, 이는 속히 시정되어야 할 과제인 것이다.

◇ 우리나라 산업디자인

우리나라 산업은 1960년대의 단순한 노동수출에서부터 시작하여, 1970년대의 노동집약적인 주문생산단계로 성장했으며, 1980년대에는 자본·기술집약적인 산업구조로 발전해, 현재는 첨단산업에 도전하는 단계에 이르기까지 짧은 기간에 눈부신 발전을 해왔다.

반면에 우리나라 산업이 급성장하는 과정에서 기업은 정부로부터 과보호를 받아 왔으며, 대외로부터 지극히 폐쇄된 시장은 기업이 충분한 경쟁력을 기르고, 상품의 비교우위력을 갖게 하는데 매우 부정적 요인으로 작용하였다.

대부분의 경우 우리 상품은 저부가가치의 상품으로서 다른 나라 제품에 비하여 질은 뒤지지만 가격이 매우 싸다든지, 품질은 비슷하지만 독창성이 없고, 디자인이 뒤져 제값을 못받는 경우 혹은 마케팅기술이 없어 남의 브랜드마크로 수출해야 하는 경우가 비일비재하다.

주지하는 바와같이 최근에는 대폭 강화된 선진국의 수입규제, 시장의 전면개방압력 및 지적소유권의 보호 등은 우리 산업구조의 신속한 재편성을 절실히 요구하고 있다.

이러한 추세에 대응하여 우리 제품의 경쟁력을 높이기 위해서는 고부가가치화·고급화는 필

요불가결한 일이다. 따라서 이를 위한 기술개발, 원가절감노력, 마케팅기술의 개발과 산업디자인 개발에 총력을 기울여야 할 것이다.

과거와 같이 생산에 필요한 생산기술과 디자인까지 외국 바이어들로부터 제공받아 그들이 원하는 대로 생산만 해주고 대가를 받거나, 자체의 아무런 노력도 없이 외국 유명회사의 제품을 모방하거나 변조하여 유사품을 만들어 싼값으로 수출하는 안일한 방법을 취하고 있는 기업들이 아직도 많은데, 기업이 계속 건재하고 발전하려면 과거의 폐습을 하루 속히 청산하고 여러 방면의 축적된 기술기반을 마련하여 새로운 제품 개발에 온 힘을 기울여야 하겠다.

다행히 몇년 사이에 우리나라 대기업은 기업 내에 디자인연구소를 설치하고 수 십명의 디자인어들이 신제품개발과 디자인 개발에 열중하고 있으며, 디자인개발과 그 요원양성에도 많은 투자를 하고 있다는 것은 매우 고무적인 일이다.

이외에 화장품업계와 식품업계에서도 이 방면에 많은 노력을 기울이고 있지만 아직도 많은 중소기업에서는 구태의연한 방법으로 현상을 유지하려는 기업이 많다는 것이 문제가 아닐 수 없으며, 더우기 문제를 정확히 인식하고 있더라도 해결할 수 있는 여력이 없는 중소기업들이 대부분이라는 것이 커다란 문제라고 하겠다.

◇ 기술적 측면에서 본 산업디자인

전반적으로 볼때 현재의 산업디자인기술은 초기단계로서 제품위주의 산업디자인 수준이며, 단순히 그들 제품의 질을 높이는 데 급급하고 있는 실정이다. 새로운 수요를 창출하는 신상품을 계획하고 개발하여 상품화하는 데는 아직도 우리 기술이 여러 면에서 매우 미흡한 실정이다.

오늘날의 상황은 단순히 질이 좋은 제품을 생산하면 된다는 제품위주의 사고나 체제에서 마케팅 위주의 사고방식과 체제로 전환해야 하는 시기에 놓여 있다.

왜냐하면 최근의 사정은 매우 달라졌다. 제2차 세계대전 이후 우리 생활환경은 크게 변해왔다.

기술발전의 성과로 신제품이 잇달아 탄생했으며, 이와같은 새로운 기술은 사회적 변화를 가져왔고, 우리 생활을 크게 변하게 했다.

오늘날의 현대사회에서 인간은 항상 몇가지 가치관, 가치기준을 동시에 받아 들여야만 하고 복합적인 사고가 필요해졌다. 자연히 인간의 욕구 역시 다양해 졌으며, 생활은 과거에 비해 매우 풍요롭게 되었다. 따라서 몇몇 단일상품으로는 만족하지 못하게 되었다. 즉, 다양한 상품이 필요해졌으며, 그 상품의 라이프 싸이클 역시 대단히 짧아졌다. 때문에 기업은 다양한 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있도록 다양한 상품을 항상 준비해야 한다.

여기에서 중요한 것은 소비자의 욕구를 분명히 파악하여 무엇을 필요로 하는지 정확히 알고 있어야만 할 것이다. 그것을 바탕으로 하여 상품을 계획하고 디자인해야 팔릴 수 있는 상품이 될 것이다.

이와같은 상품을 개발하기 위해서는 기업은 질 높은 제품을 생산한다는 방식에서 전환하여 복잡미묘하게 변화하는 시장조건 또는 환경에 적응할 수 있는 상품을 개발하여 소비자의 욕구를 충족시키고 궁극에는 인간에게 풍요와 행복을 가져다 주는데 초점을 맞추어야 할 것이다.

이와같은 까다로운 조건을 충족하는 상품을 개발하려면 종래의 생산효율 지향적 생산방식만이 품질이 높은 제품은 물론 최대치를 얻는다는 하드웨어적인 기술만으로는 도저히 불가능해졌다.

먼저 인간이 어떤 도구를 필요로 하며, 그것을 어떻게 사용해야만 하는지, 또는 어떻게 사용할 것인지에 관한 면밀한 조사연구와 그것이 우리 생활환경에 어떻게 받아들여질 것이며, 자연생태계, 사회와 문화에 미칠 영향까지 예측해야 할 것이다.

이를 바탕으로 하여 그 최대치로서 생산하고자 하는 제품은 어떤 형태가 되어야 하는지 결정되고, 그 실현화를 위한 치밀한 계획이 세워져야 할 것이다. 이와같은 기술은 보이지 않는 부분을 보이게 하여 이미지화 하고 실현시키는 고

도의 Soft Technology이며, 이와같은 소프트 테크놀로지의 노력없이 앞으로 새로운 상품의 개발은 불가능할 것이다.

이미지화된 새로운 제품의 실현에 있어서도, 오늘날엔 고도로 전문화된 여러 분야의 지식과 기술을 필요로 하며, 각기의 기술이나 지식은 그 고유영역에 머물러 있어서는 안될 것이고, 각부분의 필요한 기술과 지식은 목표에 맞게 유기적으로 연결하여 그 최대치를 얻는 시스템화가 필요해졌다.

그리고 이와같은 작업은 한사람의 힘으로는 불가능하며, 관련되는 전문분야의 전문가나 실무자들이 팀이 되어 서로 그 분야의 기술이나 지식을 서로 교환하여 힘을 모으는 긴밀한 협동작업에 의해 가능하다.

이와 마찬가지로 새로운 제품을 디자인한다는 것은 여러 분야의 지식이나 기술을 모아 필요한 것을 다시 종합하여 새로운 제품을 창출해 내는 것이다. 산업디자인도 소프트 테크놀로지에 속하며, 이러한 일을 할 수 있는 우수한 인력을 육성해야 우리 산업의 밝은 앞날을 기대할 수 있을 것이다.

지금까지 기술이나 경제적측면에서만 산업디자인을 살펴보았는데, 산업디자인의 사회·문화 측면도 깊이 고려해야 한다는 것을 아울러 강조하고자 한다. 왜냐하면, 아무리 좋은 디자인의 제품이 생산되었다 해도 이를 이해하고 아끼며 사용하는 소비대중이 없다면 실효성이 없을 것이기 때문이다.

앞으로 산업디자인의 발전을 위해서는 생활수준의 전반적인 향상과 동시에 문화생활의 질적 향상의 추구라는 견지에서 산업디자인에 관한 계몽활동이 폭넓게 전개되어야 할것이다. 이로서 산업디자인의 저변확대는 물론 문화적 측면에서 기여하는 길이 될 것이다.

◇ 산업디자인의 발전대책

① 산업디자인 육성정책을 위한 기본조사연구가 필요하다. 이를 바탕으로 하여 장래를 내다본

장기계획이 수립되어야 한다.

② 산업디자인진흥기관의 정책적인 지원과 예산 및 인력의 보강이 필요하다. 이로서 산업계 학계·정부를 연결한 유기적인 육성정책을 펴야 할 것이다.

③ 산업디자인교육을 산업체와 연결하여 이론과 실체가 일치하는 교육이 행해져야 하며, 산업계는 그들 자신의 발전을 위하여 산업현장을 학생들에게 과감히 개방해야 할 것이다.

④ 현재의 산업디자인교육을 미술교육 범주에서 탈피하여 독립된 산업디자인 전문교육체제를 확립해야 한다.

⑤ 보다 능력있는 고급두뇌가 산업디자인학문에 지망할 수 있게 현행 입시제도를 개편해야 한다.

⑥ 기업체에서는 제품계획단계에서 부터 산업디자이너가 참여할 수 있도록 해야 하며 이와같이 능력있는 인재육성을 위하여 과감한 투자가 필요하다.

⑦ 모방 일변도에서 탈피하여 적어도 4~5년 앞을 전망하여 새로운 상품개발에 투자할 것이 요청된다.

⑧ 산업디자인과 관련된 마케팅기술의 개발이 시급하며, 기타 산업디자인개발에 필요한 기초연구의 활성화가 필요하고, 이러한 우수한 연구소의 설립이 필요하다.

⑨ 산업디자이너는 폭넓은 지식과 그에 관한 정보를 유용하게 활용할 수 있도록 항상 실력연마를 해야 한다.

⑩ 중소기업을 위한 디자인용역회사의 설립이 절실하며, 이를 위한 정부의 정책적인 지원이 요청된다.

⑪ 해외의 산업디자인 관련정보를 신속히 수집, 가공하여 제공하는 정보센터의 설립이 절실하다.

앞으로 우리의 산업디자인 발전을 위해서는 교육기관, 산업체, 정부 그리고 소비자가 혼연일치가 되어 온 힘을 기울일 때 우리 상품이 세계에서 일류가 될 것이다. 이는 국력과 민족의 역량을 세계에 과시하는 길이며, 한편 생활의 풍요한 발전을 기대할 수 있을 것이다.