

스웨덴 디자인의 발전과 현재

The Study on the Swedish Modern Design

강현주

서울대학교 산업디자인과 강사

초록

스칸디나비아의 디자인은 디자인 역사에서 독특한 위치를 차지하고 있다. 특히 스웨덴은 스칸디나비아 국가들 중 가장 먼저 그들만의 고유한 20세기 디자인 운동과 양식을 발전시킨 나라였다.

‘스웨디쉬 모던(Swedish Modern)’, ‘스웨디쉬 그레이스(Swedish Grace)’ 등의 개념으로 특징지어지는 스웨덴의 디자인은 20세기 초 독일에서 시작된 기능주의 운동을 받아들여 보다 우아하고 따뜻한 인간미 넘치는 디자인 양식을 만들어 내었다. 휴머니즘과 함께 단순성, 아름다움, 민주주의적 이상이 조화된 이 양식은 국제적으로도 큰 성공을 거두어 유럽뿐 아니라 미국의 디자인 발전에도 큰 영향을 미쳤다.

본 연구에서는 스웨덴 디자인이 발전되어온 과정과 스웨덴의 디자인 교육, 기업체에서의 디자인 등을 통해 스웨덴 디자인의 특성이 과연 무엇이고 그것은 또 어디에서 비롯되는 것인지에 대해 살펴보고자 한다.

Abstract

Scandinavian design has special meaning in design history. Especially the Swedish designers have developed elegant and humane design style by combining the functionalism originated in Germany in the beginning of 20th century with their own crafts tradition. Now ‘Swedish Modern’ or ‘Swedish Grace’ is regarded as the most preferable style for modern industrial society. American design as well as European design has been much changed under the influence of this democratic, simple and beautiful style. To find out the essential qualities of Swedish design style, I want to investigate the history of modern Swedish design and the design mechanism in Swedish corporates. Also I want to introduce the design education system in Sweden, which has contributed to developing contemporary Swedish design philosophy.

중심어

Swedish Modern, Swedish Grace

1. 서론

스웨덴, 덴마크, 핀란드로 대표되는 스칸디나비아 디자인은 디자인 역사에 있어 매우 독특한 위치를 차지하고 있으며 유럽의 다른 여러 나라들 뿐만 아니라 미국의 디자인 발전에도 큰 영향을 미쳤다. 또한 최근에는 일본을 비롯한 비(非)서구권 나라에서도 스칸디나비아 디자인에 대한 관심이 고조되고 있다.

그러나 우리나라에서는 그동안 스칸디나비아 디자인이 구체적으로 어떤 특성들을 가지고 있는지, 어떠한 역사적 배경하에 발전하여 왔는지 그리고 현재 어떠한 활동들이 이루어지고 있는지에 대해서 접할 기회가 없었다. 이와 같은 상황은 지리적으로 너무 먼 탓도 있을 것이고 우리나라의 시장 규모보다도 작은 북구 전체의 시장 규모 등의 경제적 이유로도 설명될 수 있다. 그러나 무엇보다도 큰 이유는 세계 디자인 발전에 큰 영향을 미쳤던 미국, 일본, 독일, 프랑스, 이탈리아 등과 같은 나라들에만 우리의 관심이 집중되어왔다는 점이다. 하지만 이제는 이들 나라들 뿐 아니라 자신들의 전통을 지키면서도 나름대로 현대 산업사회에 알맞은 독특한 개성을 발전시켜 온 여러 민족들과 국가들에게도 관심을 쏟을 때라고 생각한다.

본 연구에서는 스칸디나비아 디자인을 이끌어 온 대표적인 나라인 스웨덴의 디자인 발전 역사와 디자인이 돋보이는 스웨덴의 대표적 기업들, 교육제도 등에 대하여 살펴보고자 한다.

동구권이 몰락하고 구(舊)소련이 경제적으로 어려움을 겪고 있는 요즘 상황에서 어떤 이들은 정치·경제적인 면에서 뿐만 아니라 디자인 측면에서도 스웨덴 모델은 이미 낡고 쓸모없는 것이라고 생각하고 있으나 개인적 견해로는 스웨덴 모델은 아직도 우리에게 많은 것을 시사해 준다고 생각한다.

스웨덴을 여행하다 보면 어느 곳을 가나 생활수준이 비슷함을 느끼게 된다. 아니, 오히려 도심에서 벗어나 농촌으로 갈수록 척박한 기후와 풍토 속에서도 자연과 어우러진 전원생활의 여유와 풍요를 느낄 수 있다. 지방 소도시들 역시 지루한 느낌이 들 정도로 도시구성이나 외관이 비슷하다. 이것은 두 가지 측면에서 생각해 볼 수 있는데 그 하나는 스웨덴 정부의 복지정책을 통해 온 나라가 빈부차이, 지역적인 차이를 넘어 일정 수준 이상의 생활조건들을 이루어냈다는 긍정적인 측면이고 또 다른 하나는 기능주의가 사회주의 이념과 함께 국가적인 이념으로 받아들여져 획일화·균등화가 지역적인 특성을 무시한 채 이루어져 조형적으로는 재미가 없는 나라가 되어 버렸다는 것이다.

처음 스웨덴에 가서 인상적으로 느낀 것은 스웨덴 사람들의 색감이었다. 백화점이나 옷가게를 둘러보면 한국의 가게들과는 무척 차이가 나는 것을 알 수 있었는데 대체로 차분한 파스텔톤의 색상들이 주류를 이루었고 원색적인 색상은 아주 드물었다. 이것이 이상하게 여겨지다가 차츰 그 이유를 생각해 보게 되었는데 그것은 아마도 스웨덴 사람들의 피부색이 희고 머리 색깔 또한 밝아 여간해서는 원색조의 강렬한 색상이 어울리지 않기 때문이라는 것이었으며 또 한편으로는 스웨덴의 자연적인 기후조건도 영향을 미쳤으리라는 생각이 들었다. 스웨덴은 위도상 매우 높은 곳에 위치하고 있어 한 여름에도 우리나라에서처럼 머리 위로 높이 뜨는 태양

을 볼 수 없다. 단지 해가 길어 백야현상이 나타나는 것일 뿐 해는 아주 낮게 떠서 비스듬히 지나가며 우리나라에서와 같은 강렬한 햇빛은 1년 중 어느 때도 볼 수가 없다. 이러한 조건하에서 아프리카의 강렬한 태양에 어울리는 원색을 선호하기는 어려울 것이다. 과학적인 근거는 없지만 우리나라 사람들이 강한 원색에 대해 거부감이 없이 관대하고 혹은 선호하는 것은 우리나라 사람들의 피부색과 기후조건 때문일 것이다.

최근 우리나라에서도 바바리 코트를 즐겨 입는 사람들이 늘어나고 있다. 멋스러워 보이기 는 하지만 그 옷의 용도가 가을, 겨울에 비가 많이 내리는 영국이나 춥고 곳은 날씨가 오래 계속되는 북구 사람들의 옷의 용도와는 다르리라는 생각이 든다. 영국도 마찬가지로겠지만 스웨덴 사람들에게 있어 바바리 코트는 기후조건 때문에 한 벌씩은 다 가지고 있어야 하는 필요의 물건이지 멋과는 거리가 멀다.

스웨덴 사람들의 색감이나 바바리 코트에 대해 이렇게 강황하게 이야기한 것은 디자인에 있어 가장 중요한 요소라고 할 수 있는 색상과 기능이라는 것이 결국은 지리적, 기후적 측면과도 밀접한 관계를 가지고 있다는 것을 말하고자 했기 때문이다. 스칸디나비아에서 조명기구 디자인이 발전한 것도 어둡고 긴 겨울 때문이었으며, 목재 가구의 디자인이 발전할 수 있었던 것 또한 풍부한 산림자원이 바탕이 되어서였다. 같은 유럽 안에서 조금만 남쪽으로 내려가면 목재 가구들은 북구에서보다 값이 훨씬 비싼 고급가구로 취급된다. 물론 이러한 자연조건들만이 디자인을 발전시키는 것은 아니다. 그러나 이러한 자연적 불만을 극복하려는 노력, 풍부한 자연조건들을 활용할 수 있는 아이디어와 장인 정신, 사회적 여건, 경제적 조건 등이 잘 결합되어야만 좋은 디자인이 나올 수 있을 것이다.

2. 스웨디쉬 모던(Swedish Modern), 스웨디쉬 그레이스(Swedish Grace)

2-1. 요람에서 무덤까지, 복지의 나라 스웨덴

스웨덴이 제2차 세계대전 이후 부(富)를 축적하여 1960, 70년대에는 세계에서 가장 부유한 나라 중의 하나이자 가장 살기 좋은 나라가 되었는데는 누구나 아는 일이다. 사실 스웨덴은 200여 년이 넘게 전쟁을 겪지 않았으며 1, 2차 세계대전 때는 중립국으로서 전쟁에 참여하지 않고 독일군과 연합군 모두에 철강을 팔아 부를 축적했다. 산업혁명 역시 뒤늦게 겪어 영국, 독일, 프랑스 등이 산업혁명을 겪으면서 했던 시행착오들도 줄일 수 있었다. 또한 다이아마이트를 발명한 노벨을 비롯하여 1900년대 초의 활발한 발명으로 스웨덴 산업은 활기를 띠게 되었다.

그러나 이러한 점들은 그다지 흥미로운 것이 아니다. 급속한 경제발전으로 축적한 부를 어떻게 썼느냐가 중요한 것이다. 그들은 사회주의 사상을 받아들여 독특한 국가형태를 이루어 나갔다. 동서 냉전의 시대에 중간자적인 역할을 하면서 그들은 복지정책으로 세계 여러 나라에 모범을 보였다. 보수당의 3년 집권 후 지난해(94년) 선거에서 재집권한 사회민주당은 60년 넘게 집권하면서 스웨덴 모델을 만들어 왔다.¹⁾ 사회민주당의 목표는 최저 생활의 보장이 아니라 최고 수준의 서비스를 국민들에게 제공

한다는 것이었고 사회적, 경제적 평등에 대한 사회민주당 정부의 이상과 공공 서비스 개선은 외국의 많은 나라들로부터 찬사를 받았으며 이러한 사회적인 분위기가 스웨덴 디자인의 발전에도 큰 영향을 미쳤다.

스웨덴은 유럽에서 네번째로 큰 나라이며 국토의 절반이 숲이고 농지는 10%도 안된다. 곳곳에 호수가 퍼져 있으며 해안가를 따라 수천 개의 섬들이 있다. 인도양의 걸프만류로 기후는 같은 위도 상의 다른 지역보다 따뜻한 편이며 스톡홀름의 경우 겨울에는 춥고 여름은 날씨가 계속된다.

여름 6월, 7월에는 백야 현상으로 해가 거의 지지 않는다. 스웨덴의 총 인구는 840만 가량으로 우리나라의 8배가 되는 땅에 서울 인구보다도 적은 사람들이 살고 있다. 게르만계의 언어인 스웨덴어를 쓰며 루터교가 국가교회이다. 100년 전까지만 해도 스웨덴은 전형적인 농업국가였으나 현재는 전체 국민의 4% 미만이 농업에 종사하는 공업국가가 되었다. 천연 수력, 철, 우라늄, 기타 광물자원 등을 풍부하게 가지고 있으나 석유와 석탄 등의 중요한 자원들은 가지고 있지 못하다. 스웨덴은 수세기 동안 광물 자원과 목재 등을 수출해왔으나 본격적인 산업화가 시작된 것은 1870년 경이었다. 처음에는 천연자원과 반가공된 제품들의 수출이 주류를 이루었으나 차차 스웨덴의 기술적 혁신을 바탕으로 완제품들을 수출하게 되었다. 오늘날에는 생산된 제품의 50% 가량이 수출된다. 자동차, 대형트럭, 기계, 전자, 통신장비들이 주 수출품이며 현재에는 에너지, 환경 관계 프로젝트들이 활발히 진행되고 있다. 1970년대 중반의 경제침체는 기술혁신과 수출시장 개척을 강조하여 스웨덴 경제를 다시 한번 다시는 계기가 되었다.

2-2. 스웨덴적인 것은 무엇인가?

스웨덴 디자인의 특성이 무엇인지 단적으로 이야기하기는 어렵다. 스웨덴적인 것이 무엇인가에 대한 논의도 마찬가지이다. 오늘날과 같이 국제적 교류가 활발하고 정보유통이 빠른 사회에서 국가적인 특성을 강조하고 이를 찾아내려는 노력은 진부하고 무의미하게 느껴질 수도 있다. 그러나 현재의 스웨덴 제품과 디자인의 근간이 되는 것은 바로 그들의 경제적, 사회적, 문화적, 미적 전통들이며 이들에 대한 올바른 이해 없이 스웨덴의 조형언어를 이해한다는 것은 불가능한 일이다.

수세기 동안 스웨덴은 유럽의 변두리 지역으로서 지역적으로 고립되어 있었고 가난한 나라였다. 경제력 또한 미미해서 강력한 왕권이나 봉건 제도하에서의 영화를 누릴 수도 없었다. 그래서 유럽 대륙의 화려한 조형언어가 이곳에서는 간소하고 수수한 형태로 바뀌었다. 바로크조차도 스웨덴에서는 간소하게 표현되었고 로코코와 신고전주의는 귀족적인 우아함과 균형잡힌 엄격성 대신 유쾌하고 단순한 모습이 되었다. 스웨덴의 장인들은 유럽 대륙의 일류 장인들의 솜씨를 따라갈 수 없었으며 또한 그러한 안목도 가지고 있지 못했다. 현대인의 눈에 이러한 모습이 매우 모던하고 기능주의적인 것으로 비추어지는 것은 참으로 아이러니컬한 일이 아닐 수 없다. 단아한 화강암 교회, 통나무집, 무겁고 폐쇄적인 성, 이 모든 것들은 거칠고 서툰 단순화의 흔적이라 할 수 있다. 어디에서나 단순화의 요소, 절제의 법칙이 적용되었다. 이러한 물질적이고 지역적인 상황이 재료와 형식에 영향을 주었으며 이러한 특성들이 바로 현대 스웨덴 디자인이

발전하는 바탕이 되었다.²⁾

재료와 형태의 경제성을 강조한 검소하고 단순한 스웨덴의 조형언어는 산업 생산기술에 매우 적당했으며 구조적 명확성과 조화는 전통적인 수공예 작업에서만 아니라 대량생산되는 제품들에서도 필요한 특성이었다. 이러한 전통 속에서 스웨덴 사람들은 현대 디자인에 자연스럽게 적용되고 있는 단순한 형태에 대한 독특한 감각을 키워 왔다.

통나무로 지은 스웨덴의 농가는 겨울의 어둠 속에서는 다소 칙올해 보이지만 내부는 풍부하고 화려한 색상의 텍스타일과 장식적인 벽으로 생동감 있게 살아 있다. 이는 스웨덴 사람들의 공예가적 자질, 재료를 다루는 감각, 만들고 장식하는 것에서 기쁨을 찾는 취향 등을 반영한 것이다. 나무, 짚, 철, 모, 면 등을 이용한 자급자족적인 가정용품들은 순박한 공예가의 애정과 숙련된 재료 사용의 결과라고 할 수 있다. 조직적이고 이상적인 가정 공예운동에 의해 발달된 민간예술은 생산에 있어서 점차 근대적인 형태로 변화되었다. 스웨덴 디자인의 특성은 단순성과 엄격함, 그리고 재료에 대한 서정적인 감수성이다. 산업생산에 필요한 예민함과 정확성은 공예적 감각의 섬세함과 균형을 이루고 있으며 아마 이러한 것들 속에 우리가 소위 스웨덴적인 것이라 부르는 그 어떤 민족적 특성이 배어 있을 것이다. 왜냐하면 이것은 인위적으로 개발된 스타일이 아니라 확실한 경제적, 사회적 조건들의 표현이기 때문이다.

2-3. 스웨디쉬 스타일(Swedish Style)의 등장과 스웨덴 공예협회의 역할

스칸디나비아의 국가들에서는 공예적 전통이 강하였으나 19세기 말에 이르러서는 산업분야에서 영향을 받은 밝고 민주적이며 기능적이고 모던한 스웨디쉬 스타일이 등장하기 시작했다. 스웨덴 사람들은 휴머니즘과 함께 단순성, 아름다움, 민주주의적인 이상이 조화된 디자인 양식을 추구했다. 스웨덴은 스칸디나비아 국가들 중 첫번째로 그들 고유의 20세기 디자인 운동과 양식을 발전시킨 나라였으며 이것은 스웨덴 공예협회(Svenska Slöjdföreningen, 일명 S.S.F.)³⁾를 중심으로 이루어졌다. 1915년 스웨덴 공예협회는 산업체와 디자이너를 연결시키기 위한 에이전시(Agency)를 열고 당시 포스터 작가로 일하던 윌리엄 코게(William Kåge)를 구스타프베리(Gustavsberg) 세라믹 회사에 소개시켰다. 그는 구스타프베리사에서 저렴한 일상용품들을 위한 단순하면서도 장식적인 모티브를 발전시켰고 그후 할드(Hald), 시몬 가테(Simone Gate) 등이 스웨덴 공예협회의 주선으로 오레포쉬(Orrefors) 크리스탈 회사에서 일하게 되었다.

코게(Kåge)와 함께 이들이 바로 1930년대 말에 국제적으로 널리 알려

1) 1932년부터 1976년까지 사회민주당은 단일 혹은 연립정부의 형태로 계속 집권해 왔다. 그후 보수정당들의 연립정부가 6년간 집권한 후 1982년에는 사회민주당이 정권을 잡았고 1991년 선거에서는 보수당 연립이 정권을 다시 잡았으나 1994년 선거로 현재 사회민주당이 집권하고 있다.

2) Gregor Paulsson: What is Swedish?, Kontur, No.3, 1-5(1990)

3) 1845년 창립. 길드조직의 쇠퇴에 따른 여러 문예집단을 해결하고 공예활동을 진흥하기 위해 발족. 세계에서 가장 오래된 미술/공예협회. 초기에는 윌리엄 모리스(William Morris)의 영향을 받았으나 1914년 도이체 베르크본트의 펠른 전시회의 영향으로 근대화하여 오늘날의 스웨덴 디자인협회가 되었다.

지게 된 '스웨디쉬 모던(Swedish Modern)' 양식의 개척자들이었다. 당시 스웨디쉬 모던 양식의 확립에 이론적인 토대를 마련했던 그레고르 파울손(Gregor Paulsson)*은 이 양식이 단순성과 자연적 이미지의 이용, 민주주의적인 이상 구현 등을 특징으로 하고 있다고 말했다. 이러한 기본 원칙들은 전후 시기에 스웨덴 디자인이 나아가야 할 방향을 제시한 것이며 국제적인 인기를 얻게 되는 이유가 되었다.

2-4. 1930년 스톡홀름 박람회

1930년의 스톡홀름 박람회⁴⁾는 스웨덴 디자인을 국제적으로 소개하는 중요한 기회가 되었다. 이 전시회에서는 작은 마을 형태로 소개된 주택들과 더불어 자동차, 버스, 공예품, 가구, 조명기기, 유리, 세라믹, 텍스타일 등이 광범위하게 소개되었다. 전체적으로 이 전시회는 기능주의 정신에 바탕하고 있었으나 스웨덴의 건축가, 디자이너들은 기능과 함께 인간적인 가치, 전통, 자연적 상상 등을 강조했고, 나무나 가죽 등의 재료에 대한 확고한 의지와 휴먼 스케일, 안락함 등에 대한 섬세한 배려로 스웨디쉬 모던(Swedish Modern)을 하나의 양식으로 자리잡게 했다. 이것은 엄격한 기계미학이 지배하는 종래의 기능주의의 특성과는 달리 전통과 혁신이 조화된 보다 인간적인 스타일이었다. 스톡홀름 전시회에서 선보인 브루노 마트손(Bruno Mathsson)과 알바 알토(Alvar Aalto)의 나무를 구부러 만든 가구는 유기적인 형태를 가지고 있었으며 따뜻한 느낌을 주는 자연 재료를 이용하여 기능적이면서도 인간적인 요소를 잘 간직하고 있었다. 한편 '구매 대중을 위한 건전한 대량생산품들(sound staple products for the purchasing masses)' 이 이 전시회의 슬로건이 되었으며 이것은 디자인에 보다 사회적으로 접근할 것을 주장한 그레고르 파울손의 '모든 사람들을 위한 아름다움'이라는 이념을 따른 것이었다.

2-5. 스톡홀름 박람회 이후 1970년대까지

스웨덴은 1937년의 파리박람회, 1939년의 뉴욕박람회 등을 포함한 주요 국제박람회에 참석하여 높은 수준의 디자인으로 국제적인 명성을 얻었다. 특히 1939년 뉴욕박람회에서 선보인 스웨덴 디자인에 대해 한 영국인 비평가는 '스웨디쉬 모던 - 디자인에 있어서 건전성을 향한 운동(Swedish Modern- a movement towards sanity in design)' 이라고 평하기도 했다.

1950년대와 1960년대에 스칸디나비아 양식의 인테리어는 서구의 가정에 큰 영향을 미쳤고 '스벤스크(Svensk)', '폼(Form)'⁵⁾ 등의 스웨덴식 이름을 가진 상점들이 전세계에 생겨났다. 스웨디쉬 스타일은 민주주의 이상을 반영하면서도 우아한 '굿 리빙(Good Living)'의 대명사가 되었고 디자인에 있어 전통, 인간적 가치, 아름다움 등을 중요시하게 했다. 인테리어 잡지들은 스웨덴 디자인에 대한 기사를 자주 실었으며 이와 함께 스웨디쉬 모던은 그저 바라보는 것이 아니라 함께 살아가는 것이라는 인식을 일깨웠다.⁷⁾

2-6. 1980년대와 1990년대의 스웨덴 디자인

1980년대가 포스트 모더니즘과 켈트 문화의 시기요 스칸디나비아의

기능주의적인 전통에 반(反)하는 시기였다면 1990년대는 환경에 대한 관심이 되살아난 시기이며 지난 20여 년간 외면되어 온 스칸디나비아 디자인이 다시 새롭게 조명받게 되는 시기가 아닐까 생각한다. 이것은 1993년 겨울에 시작되어 1994년 2월 말까지 런던 디자인 박물관에서 열렸던 스칸디나비아 디자인 전시회에 디자이너들뿐 아니라 일반인들까지 관심을 보였던 것에서도 알 수 있다.

지난 80년대에는 스웨덴에서조차 '보다 아름다운 일상용품들(Vackrare Vardagsvara)'이라는 슬로건이 주목받지 못했다. 대신 세련되고 예술작품에 가까운 디자인 제품들이 주류를 이루었다. 이것은 어쩌면 20세기 초에 강력한 영향력을 발휘했던 엄격하고 검소한 기능주의와 모더니즘에 대한 반발이었는지 모른다. 사실 디자인 분야에서는 기능주의에 바탕을 둔 표준화에 대한 믿음이 지역적 특성과 문화적 차이를 무시하는 획일화 현상을 빚기도 했다. 그러나 이러한 문제는 기능주의가 극도로 발달한 선진국들과 몇몇 성공적인 신흥 공업국에만 해당하는 사실이라고도 할 수 있다. 왜냐하면 대부분의 나라에서는 아직도 가사노동을 비롯하여 일상생활에서의 불편들을 개선하려는 노력들이 제대로 이루어지지 않고 있기 때문이다. 작고 섬세한 배려들이 우리의 삶을 얼마나 간편하게 하고 아름답게 하는지에 대한 기본적인 인식조차 되어 있지 않은 것이다.

폴 케네디 교수의 지적처럼 21세기 인류 최대의 위기는 아마도 선진국, 신흥공업국, 제3세계 국가들 사이의 발전의 불균형과 환경문제가 될 것이기 때문이고 그러한 때에 디자인 분야에서 재료와 형태의 경제성을 강조했던 스웨디쉬 모던의 정신이 새롭게 조명될 수 있을 것이라고 생각된다.

3. 스웨덴 디자인을 대표하는 기업들

3-1. 크리스탈 전문회사, 오레포쉬 (Orrefors)

1726년 제철, 목재 회사로 문을 연 오레포쉬는 1898년에 현재와 같은 크리스탈 회사가 되었다. 스웨덴 공예협회의 주선으로 1916년 초상화가 있던 시몬 가테(Simone Gate)가 함께 일하게 되었고 그 다음 해에는 에드워드 할드(Edward Hald)가 참여했다. 10여 년의 노력끝에 오레포쉬는 독특한 디자인과 제작기술로 국제적인 명성을 얻어 스웨덴 국내에서만 아니라 파리의 상젤리제와 뉴욕의 5번가에서도 주문이 쇄도하게 되었다.

오레포쉬는 작가들을 지원하여 예술적 가치가 높은 작품들을 제작해

4) 스웨덴 올살라(Uppsala) 대학의 미술사 및 예술론 교수로 재직(1938-1956). 심리학적, 사회학적 관점에서 조형예술을 분석하여 스웨덴 굿 디자인 운동의 이론적 토대를 마련함. 대표적 저서로는 <현대 건축 Den Nya Arkitekturen (1916)>, <예술의 사회적 차원 Soziale Dimension der Kunst (1955)>, <사물의 형태와 효용 Tingens Bruk och Prägel (1956)>이 있음.

5) 스톡홀름 박람회는 스웨덴 공예협회가 주최하였고 그레고르 파울손 교수가 이론적 배경을 제공하였다. 이 박람회를 계기로 스웨덴의 현대 디자인이 세계에 알려지게 되었다.

6) Svensk는 영어의 Swedish와 같은 뜻이고 Form은 영어단어 Form과 같은 뜻이나 스웨덴에서는 디자인을 뜻하는 말로 쓰이기도 한다. 스웨덴의 대표적인 디자인 잡지의 이름도 <Form>이다.

7) Penny Spake: Design Source Book, Macdonald Orbis, 1987

내는 한편 유리 식기류와 장식적인 유리그릇 등 아름다운 일상용품들도 함께 생산하고 있다. 오레포쉬와 그곳에서 일하는 디자이너들은 예술작품으로나, 일상용품으로나 항상 매력적이면서도 흥미진진한 새로운 것들을 창조하려 노력해 왔다. 그동안 많은 훌륭한 디자이너들이 오레포쉬에서 일했으며 그들 중 많은 작가들이 국제적인 명성을 얻었다. 현재 세계에서 가장 큰 유리회사 중의 하나인 오레포쉬의 크리스탈 제품들은 스웨덴에서 전량 만들어지며 반수 이상이 수출되고 있다.

3-2. 대중을 위한 전문 가구 회사, 이케아(Ikea)

스웨덴의 가구 전문 회사인 이케아(Ikea)는 기본 아이디어가 좋고 이에 대한 대중들의 신뢰도가 높으면 회사가 어느 곳에 위치하든 이름이 또 어떻든지 간에 사업은 성공하기 마련이라는 사실을 입증시킨 대표적인 회사이다. 이케아(Ikea)는 잉그마르 캄프라드 에름타워드 아구나워드(Ingvar Kamprad, Elmtaryd, Agunnaryd)의 약자로 아구나워드의 에름타워드라는 곳에 사는 잉그마르 캄프라드라는 뜻으로 바로 설립자 자신을 말하는 것이다. 당시 그는 아구나워드라는 지역의 에름타워드라는 작은 마을에서 살았을 때 1943년에 메일오더(mail-order)사업을 시작하면서 이케아라는 이름을 지었다. 처음에 그는 많은 어려움을 겪었으나 포기하지 않고 꾸준히 새로운 사업 아이디어들을 실험했다. 1953년에 그는 메일오더의 단점을 보완하여 구매자들이 물건을 사기 전에 직접 가구를 살펴 볼 수 있는 기회를 가질 수 있도록 엘름홀트(Älmhult)에 전시장을 마련하였다. 그의 예상은 적중하여 많은 신혼부부들이 그들의 새 보금자리를 꾸미기 위한 가구를 사기 위해 전시장을 방문했다.

그러나 이케아의 진정한 도약기는 현재 사용되고 있는 유명한 이케아 포장 시스템⁸⁾이 개발된 1970년대였다. 구매자들로 하여금 직접 가구들을 조립하게 함으로써 가격이 과격적으로 절감될 수 있었고 가구들은 경제적이고 합리적이며 실용적으로 포장되었다. 직사각형의 평평한 포장과 조립할 때 사용되는 육각형의 키가 바로 이케아에 성공을 안겨 준 아이디어였다. 그는 대부분의 가구회사들이 서민들이 사기에는 너무 비싼 가구들만을 만들고 있다고 생각하고 일반 서민들을 위해 저렴하면서도 고품질의 조립식 가구를 만들고자 노력했다.

평평한 포장, 육각형의 키, 그리고 저렴한 가격이 바로 이케아의 엄청난 성공의 3대 비밀이었다. 새로운 제품들은 합리적으로 포장될 수 있도록 디자인되었고 각 단위들의 부피 또한 구매자가 직접 가지고 갈 수 있는 크기로 조정되었다. 구매자가 집에서 제품을 손쉽게 조립할 수 있어야 한다는 것도 중요했다.

오늘날 세계 각지에 퍼져 있는 이케아 전시장은 9천만에 가까운 사람들이 이용하고 있으며 대부분의 점포는 땅값이 싸면서도 교통이 편리한 도시 근교에 위치하고 있다. 해외 시장에서는 이케아가 스웨덴 회사라는 점이 판매전략의 일부로서 강조되는데 모든 건물과 로고의 색상은 스웨덴을 상징하는 파란색과 노란색으로 되어 있고 건물 안의 레스토랑에서는 스웨덴식 샌드위치인 스몰고스(smorgasbord)나 링곤베리 잼을 곁들인 미트볼이 판매된다.

이제는 세계적으로도 명불이 된 이케아의 카탈로그는 매년 15개국 언

어로 6천만부 이상 제작되며 어느 나라용이건 간에 이케아의 정신, 즉 더 나은 삶을 지위나 관습 등에서 벗어나 보다 자유로운 사람이 됨으로써 얻어지며 우리는 우리 자신만을 위해서가 아니라 우리를 둘러싼 세상에 영감을 주기 위해 새로운 라이프 스타일의 컨셉트를 설정해야 한다는 캄프라드의 정신을 반영하고 있다.

3-3. 전문 포장업체, 테트라 팩 (Tetra Pack)

테트라 팩이라는 스웨덴 회사의 이름은 잘 알려져 있지 않지만 우리는 그동안 테트라 팩의 포장을 많이 이용해 왔다. 우리나라에서도 대부분의 유제품, 주스 등은 테트라 팩의 포장용기에 담겨 판매되고 있다.

현재 단일 업종의 회사로서는 세계에서 가장 크다고 하는 이 회사의 성공 뒤에는 1950년대 초 전세계 사람들에게 새로운 형태의 포장방식을 선보인 테트라 팩의 창업자 루벤 라우징(Luben Rausing) 박사의 아이디어와 노력이 숨어 있다. 그는 에릭 오케룬드(Eric Åkerlund)와 함께 스칸디나비아의 첫번째 전문 포장회사인 오케룬드-라우징(Akerlund & Rausing)이라는 회사를 세웠고 그 회사는 우유 포장용기의 발달에 관심을 가졌다. 1951년 룬드(Lund)에 오케룬드-라우징 회사의 방계 회사로 세워진 테트라 팩은 그해 5월 기자회견을 통해 새로운 포장 시스템을 발표하면서 큰 관심을 불러일으켰다.

테트라 팩은 스웨덴의 룬드시에 본사와 대규모 개발·생산단지를 둔 회사로 현재 다양한 포장제품들과 포장기계들을 생산하고 있다. 전세계에 퍼져 있는 테트라 팩의 포장들 중 70% 가량이 우유와 그밖의 유제품을 위한 것이며 테트라 팩의 포장을 많이 이용하는 그밖의 제품으로는 과일주스, 비탄산음료, 생수, 와인, 간장류, 커피, 차, 식용유, 수프, 소스 등이 있다. 테트라 팩은 그들의 제품이 환경에 나쁜 영향을 미치지 않도록 최선의 노력을 기울이고 있으며 사용 후 재생이 가능한 필름을 주원료로 사용하고 있다. 포장기계 역시 소음을 최소화하도록 제작되었다.

테트라 팩의 방부 포장 시스템은 민감한 음식 유통시장에 큰 변화를 가져왔다. 이 포장들은 어떠한 영양 손실이나 냄새의 변화 없이 몇 달 동안이나 저장 가능하게 했으며 특히 변질되기 쉬운 우유의 배급에 큰 영향을 미쳤다. 현재 테트라 팩의 제품 중 3분의 2가 방부용 포장들이다. 1989년 6월 미국식품기술협회는 테트라 팩의 방부처리 포장에 1939년 이래 식품기술상의 가장 위대한 혁신이라고 극찬했다.

4. 스웨덴 디자인 교육의 산실 - 스웨덴 국립 미술공예디자인대학 (Konstfackskolan)

스웨덴에는 정규 대학과정의 디자인 대학이 세 군데밖에 없고 나머지는 모두 사립 전문학교들이다. 이중 콘스트팩이라 불리는 스웨덴 국립 미

8) 이케아의 모든 제품들은 디자인 단계에서부터 최소한의 공간에 분리되어 포장될 수 있도록 고려된다. 소비자들은 분리되어 있는 각 부분을 사다가 조립하게 되며 대부분 배달을 시키지 않고 스스로 운반하고 조립한다. 이케아의 제품들은 스웨덴 내에서는 결코 비싼 고급가구가 아니며 젊은 사람들도 부담없이 살 수 있는 저렴하면서도 품질 좋은 가구이다.

미술공예디자인대학⁹⁾은 스웨덴 디자인 교육의 산실이며 또한 대표적인 학교로서 스웨덴 디자인 교육의 특성을 대변하고 있다. 정규대학에서 디자인을 전공하고 졸업하는 학생들의 수는 매년 각 전공별로 70여 명 정도로 이들이 바로 스웨덴 디자인계를 이끌어 가는 디자이너들이 된다. 즉, 디렉터로서의 자질과 역량을 갖춘 디자이너가 되는 것이다.

정규 디자인 대학들 중 특히 스웨덴 국립 미술공예디자인 대학은 150여 년의 전통속에 스웨덴 사회에서는 매우 독특한 위치를 차지하고 있다. 매년 각 전공에서 10명에서 20명 가량의 학생들을 뽑는 이 학교에 입학하기는 매우 어려우며 일단 합격하고 나면 학생들은 자부심을 갖게 된다.

스웨덴의 대학학제나 교육과정은 우리나라와 매우 다르며 그것은 디자인 교육에 있어서도 마찬가지이다. 디자인을 전공하고자 하는 학생들은 디자인 대학에 바로 지원하는 것이 아니라 최소 2년 동안 예비학교에서 자신이 전공하고자 하는 분야를 공부하면서 포트폴리오를 만들게 된다. 학생들 중에는 디자인 분야에 직접 뛰어들어 실무경험을 한 후 자신의 실적을 포트폴리오로 만들어 제출하는 사람들도 있다. 즉 스웨덴 국립 미술공예디자인대학을 비롯한 스웨덴의 디자인 대학들은 우리나라처럼 자신이 전공할 분야에 경험이 전혀 없는 학생들을 받아들여 기초적인 교육부터 하는 학교가 아니라 이미 자신의 분야에 대한 전문적인 지식과 소양을 갖춘 학생들을 가르치는 대학원 과정의 학교이다.

스웨덴 국립 미술공예디자인대학은 환경예술, 그래픽 디자인 및 일러스트레이션, 공업 디자인, 인테리어 디자인, 가구 디자인, 텍스타일, 세라믹 및 유리, 금속, 조소, 미술교육, 사진 등의 10개 학과로 되어 있다. 학과에 따라 4년에서 5년까지의 교육과정을 가지고 각 분야의 전문인 양성을 목표로 하고 있다. 교육내용은 전문가 양성, 예술적 훈련, 워크샵, 이론교육 등 네 가지 측면에서 이루어진다. 학생수는 약 500명 가량이며 스웨덴 전역에서뿐 아니라 외국에서도 학생들이 온다. 교수진은 약 160명 가량이고 대부분 각 분야의 실무 디자이너들이다. 150여 년의 전통을 가지고 있는 이 학교는 보다 자유로운 교육환경에 초점을 맞추어 순수 예술과 공예, 디자인 교육을 조화시키려 노력하고 있으며 학생들에게 최대한의 자유가 보장되어 있기는 하지만 교수와 강사진들은 학생들의 작업에서 높은 수준의 질과 효율성을 요구하고 있다. 매년 5월 학생들의 졸업전시회가 열린다.

4-1. 스웨덴 국립 미술공예디자인대학의 기원

1844년 스웨덴 길드의 폐지에 따라 미술가, 공예가들을 위한 일요 학교가 문을 열게 되었다. 이 새로운 학교는 급속도로 성장하여 1968년에는 독립된 학교건물을 갖게 되었다. 이는 점차 여학생들을 위한 특별과정을 포함한 기술학교로 발전하였다.

1945년 이 학교는 콘스트팍(Konstfack)으로 이름이 바뀌었고 오늘날과 유사한 학교특성을 갖게 되었다. 넓고 시설이 잘 갖추어진 강의실과 스튜디오, 작업실 등을 갖춘 현재의 건물은 1960년에 완성되었다. 1978년 콘스트팍은 대학으로 승격되었으며 1986년에는 대학원 과정의 교과과정이 마련되었다. 1994년에는 학교건립 150주년을 기념하여 콘스트팍 출신들뿐 아니라 다른 디자이너들도 참여하는 축제가 있었다.

4-2. 스웨덴 국립 미술공예디자인대학의 교육목표¹⁰⁾

1) 그래픽 디자인 및 일러스트레이션

그래픽 디자인 및 일러스트레이션 전공은 분석적 능력과 예술적 감수성, 상상력, 창의성 및 앞으로의 전문적 작업에서 필요한 기본적 조형 능력을 갖춘 그래픽 디자이너와 일러스트레이터를 양성하는 것을 목적으로 한다. 이러한 목적을 달성하기 위해서 다음과 같이 교육한다.

- 이론적 지식을 습득하게 한다.
- 문자와 그림을 이용한 작업에서 새로운 아이디어와 표현방법을 개발하도록 자유스러운 분위기를 조성한다.
- 분명하고 효율적인 커뮤니케이션 방법을 가르친다.
- 실무경험을 쌓는다.
- 다양한 과제 선정으로 직업적 훈련을 한다.
- 디자인 업체의 작업방법에 대해 학습한다.
- 다른 관련 분야에 대한 관심을 키운다.
- 학생들 스스로 새로운 지식을 찾고 작업할 수 있는 능력을 키운다.

2) 공업 디자인

공업 디자인 전공은 창조적 능력과 색상과 형태에 대한 발전된 감각, 작업의 조건에 대한 인식, 방법론적 접근 등을 통하여 산업 생산의 제품들의 질을 향상시킬 수 있는 자질을 가진 디자이너 양성을 목표로 한다.

3) 인테리어 디자인

인테리어 디자이너와 가구 디자이너의 교육은 예술적이고 기술적이며 사회지향적인 것이다. 이는 자연조건이나 사회적인 여건, 인간의 요구 등에 중점을 두고 우리의 근접환경을 계획하고 형상화하는 데 중점을 둔다. 이 교육은 학생들에게 디자인 영역이나 인테리어 디자인 영역내의 문제들을 인식하고 해결하는 능력을 키워주는 것을 목적으로 한다.

4) 텍스타일

텍스타일 전공의 교육 목표는 다음과 같다.

- 텍스타일의 예술적 형상화 능력
- 현재 이 분야의 실제적 문제들을 인식하고 분석하며 해결할 수 있는 능력을 키운다.
- 텍스타일 분야의 전문가, 비전문가간의 협조와 커뮤니케이션 할 수 있는 능력
- 정보 수집 능력

5) 세라믹, 유리

세라믹, 유리 전공에서는 예술적인 교육과 실제적인 교육을 조화시키려 노력하고 있다. 교육목표는 학생들이 독립적이고 비판적으로 전통적

9) 스웨덴 국립 미술공예디자인대학은 스웨덴어로 콘스트팍스콜란(Konstfackskolan)이며 대개 콘스트팍(Konstfack)이라 줄여 말한다.

10) Kursplaner 1990/91, Konstfackskolan

인 공예기술을 습득하고 창조적인 작업 활동을 할 수 있도록 하는 것이다.

6) 금속

교육목표는 작가로서의 금속 공예가와 산업체의 디자이너로서의 금속 공예가를 키우는 것이다.

7) 조소

조소 교육의 최우선 목표는 재료와 기술에 대한 튼튼한 지식을 바탕으로 예술적 작업에 초점을 맞추어 환경적 과제를 해결할 수 있는 능력을 키우는 것이다.

8) 환경예술

콘스트락의 작가 양성 교육은 전문인 양성을 위한 예술적, 기술적 교육이다. 독자적인 작품활동이 교육의 주를 이룬다. 교육목표는 학생들에게 회화작업뿐 아니라 세노그라피나 건축적 관례하에서도 조형적 문제를 해결할 수 있는 능력을 키워주는 것이다.

9) 사진

사진 전공의 교육목표는 관습적 수업보다는 예술적 발전에 초점을 맞추고 있다. 그러므로 표현수단으로서 사진의 영역을 확대할 야심을 가지고 윤리적이고 예술적인 문제들에 대한 여러 프로젝트를 진행하고 있다.

10) 색상과 형태

색상과 형태의 과정들은 콘스트락에 다니는 모든 학생들에게 필수이며 이를 통해 학생들은 공통된 학습기초를 다진다. 이 과목의 수업에서는 각 분야별 교수가 활발해 학생들은 다른 전공 학생들을 만날 기회를 갖는다. 색상과 형태는 학생들의 예술적 창의력과 이해를 발전시키는 도구이다. 이는 여러가지 예술적 테크닉의 숙련에 응용되며 특별한 과제에 관련하여 문제해결뿐 아니라 예술적 과정의 중요성에 대한 인식을 키운다. 예술적 문제에 대한 인식은 예술교육에 있어 필수적인, 학생들의 실험과 보다 깊은 자기인식에 대한 상상력과 욕구를 증대시킨다. 색상과 형태 과정은 또한 광범위한 역사 속에서의 조형적 형태와 표현 속에 미술사, 공예·디자인사 등의 과목을 통해 역사적 안목을 키우는 것을 포함하고 있다.

5. 결론

스웨덴 디자인과 이탈리아 디자인을 비교해보면 그 차이점을 분명히 알 수 있다. 왜냐하면 그 특성이 아주 두드러지기 때문이다. 특히 가구 디자인에서 이러한 점이 선명해진다. 주관적인 판단인지는 몰라도 스웨덴 디자인이 기능주의 이념에 충실한 '소리치지 않는 디자인'이라고 한다면, 이탈리아 디자인은 포스트모던한 특성을 많이 지닌 '소리치는 디자인'이라고 할 수 있다. 스웨덴 가구들은 평범한 가정들과 사무실에서 별로 눈에 띄지 않게 놓여 가구로서의 제 기능만을 충실히 수행하려 한다면 이탈리아

의 가구들은 화려하게 장식된 고급주택이나 가구전시장에서 그 독특함으로 눈을 끄는 특성을 가지고 있는 것 같다. 이것은 아마도 내성적이고 실제적인 능률을 증시하는 스웨덴 사람들의 게르만적인 국민성과 외향적이고 화려한 문화전통을 자랑하는 이탈리아 사람들의 라틴적인 특성을 반영한 것이리라 생각된다.

같은 북구의 나라지만 스웨덴과 핀란드의 디자인 사이에도 많은 차이가 있다. 세계적으로 널리 인정받고 있는 핀란드 디자인은 스칸디나비아의 전통을 유지하면서도 디자인에 있어 유럽속의 일본이라는 평에 어울리는 비장함, 날카로움, 차갑게 정리된 느낌 등이 특징이며 예술적 감수성 또한 돋보인다. 이에 비해 스웨덴 디자인은 무엇보다도 기능에 최우선의 관심을 두고 예술적인 실험보다는 따뜻한 인간미를 느끼게 하며 자연 및 환경에 최대한 적응하려는 자연스러운 모습을 강조한다. 그러므로 디자인되지 않은 듯한 모습의 디자인 또한 가능한 것이다.

1990년 여름에 스웨덴의 말뫼(Malmö)시에서는 노드 포름(Nord Form)이라는 스칸디나비아 디자인 박람회가 있었다. 이 박람회에서는 세라믹, 유리, 텍스타일, 그래픽 디자인, 공업 디자인, 가구, 인테리어 등 북구의 각 디자인 분야의 작품들이 선보였는데 특히 필자의 관심을 끈 것은 스웨덴, 핀란드, 덴마크, 노르웨이, 아이슬란드 등 북구의 각 나라들에서 한 채씩 지어 선보인 여름 집이었다.

그 집들 중 마치 본드리아의 그림과 게리트 리트벨트(Gerrit Rietveld)의 직·청 의자를 연상시키는 핀란드 집은 가장 확실한 컨셉트를 보여 개성이 강하다고 느껴졌으며 스웨덴 집은 환경문제와 수납공간의 문제에 초점을 맞추어 기능적이고 편안한 느낌의 디자인을 구현했다는 느낌이 들었다. 그러나 그해 가을 학교가 시작된 후 첫 수업시간에 스웨덴 학생들과 대화를 해본 결과 그들이 덴마크 집에 가장 높은 점수를 주고 있는 것을 발견하고 상당히 놀랐다. 왜냐하면 덴마크 집은 너무 평범했기 때문이었다. 그러나 그들의 의견은 얼마만큼 디자인되었는지 간에 집은 결국 사람이 사는 공간이라는 것이었다.

핀란드 집 같은 경우 디자인적인 측면, 즉 다시 말해 디자인 컨셉트의 참신성 혹은 하나의 조형물로서 집을 볼 때 느껴지는 미적, 조형적인 특성의 극대화라는 측면에서는 높이 평가될 수 있었지만 자신들은 결코 그러한 집에서는 살 수 없으며 그것은 비인간적인 일이라는 것이었다. 이에 비해 덴마크 집은 전통적인 집의 기능을 충실히 수행하면서도 북구의 전통과 현대 생활의 특성이 잘 어우러져 독특한 맛을 내면서도 당장이라도 그곳에서 살 수 있을 듯한 푸근한 느낌을 준다는 것이었다.

이러한 이야기를 들으며 그들의 생각이 매우 보수적이라 느꼈으며 일반 사람들도 아니고 디자인을 공부하는 학생들의 생각이 그렇다는 데 대해 매우 놀랐다. 왜냐하면 그동안 무의식적으로 디자인은 일반인들의 감수성과는 다른 무엇인가 아주 특이한 것, 기발한 것을 만들어내는 일이라는 생각을 가져 왔기 때문이었다. 물론 디자인에 이러한 특성이 없는 것은 아니다. 하지만 우리나라의 디자인계에서는 지나치게 이러한 특성들만이 강조되어 마치 디자인은 모두 그러한 속성만을 지닌 것으로 오해된 것은 아니었는가 하는 생각이 들었다. 진부한 표현일지는 모르지만 디자인은 결국 '인간을 위한 것'이어야지 단순히 판매수단, 경쟁수단으로서만 비인

간화되어서는 안된다는 것이다. 또한 외국의 새로운 디자인을 배우고 익히는 것 못지않게 우리의 자연적 조건, 문화적 전통에 맞는 조형언어를 개발해내는 것이 중요한 일일 것이다.

본 연구는 스웨덴 디자인의 특성은 무엇이며 스웨덴적인 것은 어디에서 연유하는지에 대한 간략한 소개라고 할 수 있다. 스웨덴은 자신들의 수공예적인 전통을 현대의 산업사회에 훌륭히 접목시켜 발전시킨 대표적인 나라라고 할 수 있다. 200여 년간 전쟁을 겪지 않고 순조로운 발전단계를 거처온 이 나라와 근대화 과정에서 슬한 어려움을 겪어왔던 우리나라를 비교하는 것은 어쩌면 공정하지 않을 수 있다. 그러나 중요한 것은 이제 우리도 우리의 것을 가지고 세계 무대에 나아가 인정받아야 할 때가 되었다는 것이다. 1920년대, 30년대 스웨덴 디자이너들의 각성이 1960년대, 70년대에 이르러 국제적으로 명성을 얻게 된 스웨디쉬 스타일(Swedish Style)을 키워냈듯이 우리도 우리의 것에 대한 인식을 새롭게 하고 현대 사회에 적합하면서도 우리 고유의 특성을 잘 살릴 수 있는 디자인 개발에 힘써야 할 것이다.



참고문헌

- Penny Sparke: An Introduction to Design & Culture in the Twentieth Century, Unwin Hyman, 1989
- Penny Sparke: Design Source Book, Macdonald Orbis, 1987
- Peter Domer: Design since 1945, Thames and Hudson, 1993
- 정시화: 산업디자인 150년, 미진사, 1992
- Kathryn B. Hiesinger, George H. Marcus: Landmarks of Twentieth Century Design, Abberville Press Publishers, 1993
- 勝見勝 외, 박대순 역: 현대 디자인 이론의 사상가들, 미진사, 1991
- Kerstin Wickman 외: Form Genom Tiden, Form, 1992
- Gunnar Hedin: Kvalitet Informationsförlaget, 1992
- Franklin D. Scott: Sweden, the Nation's History, the University of Minnesota Press, 1977
- Kontur, No. 1, 1950, Svenska Slöjdföreningen
- Kursplaner 1990/91, Konstfackskolan