



2. Adidas Originals's Superstar – adidas copyright

Adidas Original's Superstar, 하나의 신발을 넘어서 브랜드를 확고히 다지는 마케팅은 대중들에게 항상 이슈가 된다. 아디다스는 이 콜라보레이션을 Pharrel Williams 건축가 Zaha Hadid와 함께 진행하였다.

에 항상 쉽게 노출되어 있기 때문이다. 이는 우리나라에서 더욱 두드러지는 현상인데, 때로는 기초를 배제하고 이루어지는 혁신들 때문에 더욱 불편해지는 상황이 생기기도 한다.

Universal Design, 우리나라 말로 번역을 하면, ‘보편적인 멋 지음’이다. 이 단어는 미국 North Carolina State University의 건축사 Ronald L. Mace교수에 의해 처음 사용되었다. 이 개념 안에는 전반적으로 각 분야, 기본 세 계층을 대상으로 한 구체적인 시도와 전망이 담겨져 있다. 어떤 한 물건이 사용되는데 있어서, 모두가 사용할 수 있는 물건, 다양한 신체크기와 능력에 상관없이 사용될 수 있는 물건, 그리고 비 장애인과 장애인 모두 사용할 수 있는 물건의 경계가 없어야 한다는 것이 궁극적인 목표이다. 이 ‘보편적인 디자인’의 중심에는 동등한 상태와 취급 그리고 이점을 가지는 것을 목표로, 건축, 제품, 그리고 환경이 같은 조건 안에서 최대한의 가능성을 가지고 지어져야 한다는 것에 있다. 더 나아가, 사람 개개인이 가지고 있는 삶, 교육, 일 그리고 여가의 범주 안에서 동등하게 참여할 기회를 제공받아야 한다는 뜻도 포함된다.

그렇다면 왜 건축사는 Design, 즉 멋을 짓는 행위에 대해 관심을 가질까? 왜 건축사가 건축에서 산업 디자인까지 전반적인 영역에서 Design에 관심을 가질까?

이는 비단, 건축사로서 가지는 질문이 아닌, 디자이너로서 모두가 가지는 공통된 질문이라 볼 수 있다. 즉, 디자이너로서 자신이 다룰 수 있는 스케일과 프로젝트의 성격은 무엇인가에 대한 질문에서 시작한다고 본다. 건축사가 건축의 영역에서 벗어나 가구나 조명



3. Z.CAR-II by Zaha Hadid Architects - Zaha Hadid Architects copyright

은 만들 수 있지만, 자동차나 스마트폰에는 한계가 있고, 거꾸로 산업 디자인에 종사하는 디자이너가 거꾸로 마천루를 짓는데 한계가 있듯이 분명 그 경계는 있지만, 그 단순한 이분법적인 사고로 나눌 수 없는 디자인의 세계가 있는 것이다.

건축과 산업 디자인 사이의 경계에서 ‘보편적인 멋 지움’이란 더욱이 차이를 보이고 있다. 건축에서는 축적된 기술이 우선되고, 모두가 사용할 수 있어야 하는 궁극적인 목표를 가지지만 자체기능에 관련된 언급은 부족하다. 반면에 다른 요소들에 있어서 ‘멋 지움’과 관련된 보다 많은 정확성을 가지고 있다. 지난 기간 동안 건축 안에서 특정 수요를 가진 집단을 고려한 발달은 있었다. 이것은 기초 해결 방안 위에 특정 수요를 받아들인 해결책이다. 그리고 자주 최소화되어 새로운 프로젝트에 연결되거나 기존의 존재하는 다른 프로젝트에 추가가 되기도 한다. 사회적으로도 이러한 발달 구조에 관심이 많아지고 있다. 기능적인 요구와 수요는 건축에서 눈에 띄게 중요해진 것이다. ‘보편적인 멋 지움’과 연관되어 건축이 가지는 전문성을 발달시키기 위해서는 각 공간이 가지는 유용성 하나하나가 중요한 요소라는 것을 인식해야 한다. 이 과정에서 ‘보편적인 멋 지움’이 가지는 기능성의 보장은 하나의 프로젝트가 시작되어 마무리 될 때까지 중요한 구성요소로 간주되어야 한다.

반면 산업 디자인에서는 언급되는 부분이 약간 다르다. ‘멋 지움’이란 때론 순수하게 기술적인 측면에 연결되거나, 아니면 미적인 혹은 전적으로 사용자 측면에 연결되는 것을 기본으로 한다. 디자이너는 상식적인 실용주의나 예술적이고 이상적인 결정체 사이에서 선택해야하는 숙제를 가지고 있다. 전통적으로 인간이 중심이 되는 공학적인 사고를 하는 디자이너는 많지 않다. 미적으로 완성도가 높은 제품은 많지만 인체공학적으로 완성도 있는 제품은 사실 부족하다. 사용자 친화적인 제품은 종종 지금까지 단일 계층의 특수

한 목적을 대상으로 제작되어 온 것이다. 오늘날의 ‘멋 지음’이란 이러한 환경 속에서 그 상황이 복잡해진 것이다. 그 이유는, 디자이너가 처음 작업을 시작할 때 머리 속에 스스로 제품의 수요, 형태, 주제 등을 특정 대상으로 정하고 시작하기 때문이다. ‘보편적인 멋 지음’이란 이 환경 속에서 제품을 사용하는 대상을 확장시키고, 제품의 기능적인 요구를 바꿀 수 있다. 또한, 이것은 제품 만드는 범주 속에서 새로운 차원을 수용하고 꼭 필요하게 하는 정확성을 제작자와 디자이너에게 요구하는 것이다.

이후, ‘보편적인 멋 지음 - Universal Design’의 궁극적인 목표는 제품이 가지는 범주와 전문성에 대한 도전이다. 기존에 존재하는 ‘멋 지음 - Design’의 경계를 제한하지 않고, 다양한 이들에게 모두가 사용할 수 있는 해결책을 가져다주면서, 보다 나은 삶의 질을 제공하는 것이다. 건축사를 비롯한 모든 디자이너는 이 과정에서 자신이 보고 발견한 작은 부분까지 스스로 완벽하게 해결하고자 하는 자세가 결국 모두가 사용하기에 편리한 ‘하나의 멋 짓기’ 행동으로 나오는 것이다.



4. ZHDLAB23Serac bench - 사진 JACOPO SPILI