

녹색규범과 미래 복식디자인의 방향에 관한 연구

김 문 속

서울여자대학교 의류학과 교수

A Positive Study on Green Imperative and Fashion Design

Moon-Sook Kim, Professor

Dept. of Clothing & Textile, Seoul Women's University

目 次

Abstract	3. 디자인에 있어서의 정신지향
I. 서론	4. 공유하는 지혜
II. 그린(green)의 개념	IV. 세계 최고의 디자이너
III. 녹색규범과 복식 디자인	V. 결론
1. 미래의 실종	참고문헌
2. 미래를 위한 디자인	

Abstract

The environment and the ecologic balance of the earth had been destructed by both man and ecological catastrophes and are no longer sustainable. We have no future unless we conserve our natural resourses and make efforts to change our basic patterns of consuming, production and recycling. Our earth had been contaminated without our recognition. We became indifferent to environmental problems and even more we have lost our interest completely. To overcome this period of crisis, the concept of "green imperative" has emerged. Since design powerfully influences our lives and the environment for good or ill, those at the forefront of design to consumers and the end-users can contribute to the well-being of the people and planet through new awareness of environmental and ecological based design. The spiritual awareness of green design will enrich the work of design through lasting performance of continuity and will make the future work.

I. 서론

얼마전 은 나라를 떠들썩하게 했던 낙동강 식수원 오염 사건은 오늘을 사는 우리에게 많은 교훈과 경종을 일깨워 주었다. “산 좋고 물 좋은 우리 강산”은 이미 옛날 이야기라고 하더라도 어떻게 우리가 먹고 마시는 것줄에 독극물을 탈 수 있는지 혀를 찰 수 밖에 없다. 이러한 아연과 희의는 우리가 왜 사는지, 앞으로 어떻게 살아야 하는지, 우리의 가치체계를 곰곰히 생각해 보게 하는 좋은 예라고 하겠다. 자고로 인간들은 환경의 지배를 받으면서 살아왔고 또 슬기롭게 환경을 이용하면서 살아오는 동안 때로는 환경에 순응하기도 하고, 때로는 환경의 힘을 빌려 역사를 이어오고 삶을 연장하기도 하였다. 그러나 미쳐 우리들이 인식하기도 전에 우리들의 환경은 오염되었고 환경에 대한 의식은 물론 환경과파가 가져올 미래에 대한 경각심마저도 망각한 채 생활을 계속하여 왔음도 사실이다.

환경보호에는 너와 내가 따로 있을 수 없으며, 환경에 대하여는 공동체 의식을 갖고 한마음이 되어 함께 대처할 시기이기도 하다.

환경은 비단 대기오염, 수질오염 오존층의 파괴, 산림벌채 및 다른 많은 환경적 주제뿐만 아니라 최근 20여년 동안 전 산업체에 걸쳐 환경적으로 친숙한 생산공정과 제품의 생산, 재활용에 대한 대중의 참여 등으로 우리들의 관심을 제고시키고 있음도 사실입니다.

날로 심각해지는 지구 환경문제를 해결하기 위하여는 개별 국가들의 노력만으로 절대적으로 부족하다는 공통된 인식은, 1992년 6월 Brazil의 항구도시 Rio de Janeiro 에서 개최된 United Nations Council for Environmental Development 즉 「유엔환경회의」에서 환경문제를 범세계적 차원에서 대처해야 한다는 기본 원칙을 합의케 하였으며, 지구환경의 보호와 개발을 동시에 달성할 수 있는 방안에 대하여 선진국과 개발도상국간에 공감대를 구축하기도 하였다. 물론 UNCED(유엔 환경회의)와 함께 WTO, ISO 같은 국제 기구는 물론 OECD의 무역 환경관련 각료 이사회, EC, NAFTA를 위시한 지역경제권들도 나름대로 환경관련 규제 문제를 심도 있게 검토하고 있다.

미국 같은 선진국의 경우 1970년 4월 22일에 Earth Day, 「환경보호의 날」을 제정함으로써 국가적인 문제로 등장시켰고, 독일의 경우에는 「일반환경보호 장치 설비에 관한 규정」 이외에 환경에 관련한 각종 통계, 예를 든다면, 어떤 물질을 어디에 사용하고 또 얼마만큼 사용하고 있는지 등에 대한 자세한 자료들을 일일이 보고해야 하는 의무를 기업에 부과시킴으로서, 기업들의 활동을 위축시킬 정도까지 행정규제를 하고 있다.

우리 나라도 최근에 들어 매스컴에서 환경문제에 대한 많은 홍보를 쉽게 접할 수 있으며, 또 정부도 환경부를 신설하여 환경문제를 심도 있게 연구함으로써 우리들의 Life style과 경제 체제의 근본적인 변화를 환경적 손상을 막으려는 필사의 노력으로 승화시키고 있음도 주지의 사실이다.

사실 학문적 연구로서의 환경문제는 사회학, 심리학, 경제학 등 모든 분야에 걸쳐 그 양이 방대하다. 이 방대한 환경문제에 대한 일반적인 3가지 영역으로는 첫째, 환경보존에 대한 집중적이고 지속적인 관심, 둘째, 특정한 환경문제에 대한 국한된 관심, 셋째, 환경적 손상이 경제적, 개인적인 것들에 미치는 영향에 대한 관심 등으로 구분할 수 있겠다.

이와 같이 환경문제는 우리의 중요한 과제로서 타학문 분야에서는 비교적 활발히 이루어지고 있으나 의류학 분야에서는 이에 대한 연구가 지금까지 별로 이루어지지 않았고 1990년대에 이르러서야 그 중요성을 인식했을 정도로 연구가 미흡한 상태이다. 고로 본 연구에서는 환경에 관한 모든 분야를 막라하여 설명하기보다는 좀더 집중적이며 효율적인 방법으로 접근하기 위해 의류학과 직접적인 관계가 있는, 세 번째 관심인 환경적 손상이 경제적 개인적으로 미치는 영향을 중심으로 해서 소비자 행동과 디자인 분야에 대한 환경 친화적 영향을 전체론적 관점에서 접근하였다.

최근 환경연구에서 보여주고 있는 “어떻게 하기 위한” 가설보다는 본질적인 기초를 이해하는 방향에서 연구하였다.

II. 그린(green)의 개념

몇 년전부터 환경이라는 단어는 우리가 어디서나 접할 수 있는 친근한 단어가 되었다. 각종 매스컴과 시민단체에서는 환경에 대한 문제를 많이 홍보하고 있으며 종교단체에서도 환경보호 행사를 실시하고 있다.

Green이 20세기 후반에 있어 가장 중요한 단어 중 하나로 등장한 것은 부인할 수 없는 진실이다. 미국의 한 신문 측정에 의하면 1980년대 중반 어느 한달동안 신문잡지에서 사용한 green란 단어는 3,617회 이르고 있지만 1980년대 말에 가서는 무려 10배에 달하는 30,777회로 눈에 띄게 그 사용이 증가하고 있다고 한다.

그렇다면 green design에 관한 비평은 의미가 있는 일인지?

그렇지 않다면 새로운 이론으로 등장한 황제인지?

저명한 소비주의자 디자이너의 한사람이며 전 디자인 박물관 관장인 Stephen Bayley 씨는 1991년에 「green design이란 신문잡지의 편집인을 위해서 또는 신문잡지의 편집인에 의해서 창작된 어리석은 아이디어」라고 말한 적이 있다. 그렇지만 Bayley 씨는 “센스가 있는 디자인은 항상 경제성이 있고 또 환경 파괴적이 아닌 소재를 사용하고 있으며 자연 및 자연 원칙에 일치하는 것”이라고 믿었기에 green design은 일상생활에서 늘 착용하고 있는 신발, 항상 우리가 마시고 있는 물같이 반복 사용되는 것이라고 결론짓기도 하였다.

그렇지만, 오늘날의 소비자들은, 한 쌍의 신발이 진실로 도보를 위해 만들어졌으며 또 수통에 들어 있는 물은 안전하게 마실 수 있다는 사실을 확신하지 못하고 있으므로 반복 사용된다는 사실을 떠나서, 디자인은 형태와 기능간의 관계에서 조명해야 한다는 사실을 직시해야 한다. 고로 Green의 개념에 관한 요체는 이런 상반된 견해속에서 찾아보는 것이 타당성이 있을 것으로 思料된다.

III. 녹색규범과 복식 디자인

녹색규범(Green Imperative)과 복식이란 주제에 접근하기 위해서는 먼저 생태학적 및 자연 환경 규율간의 관계성을 검토하고, 다음으로 디자인에 있어서의 환경친화적 방안을 검토함에는 첫째, 생태적인 유지와 조화가 있는 생활방식을 창조함에 필요한 가치, 둘째, 환경

친화적인 윤리적 책임과 정신적 가치, 셋째, 사용자인 동시에 최종 소비자인 우리들이 상종하고 있는 특정 포인트의 급격한 변화에 대한 대처와 공헌에 초점을 두면서 환경친화적인 복식 디자인이 어떤 것인지를 찾아보겠다.

좀더 구체적인 예시와 설명을 위해 '미래의 실종', '미래를 위한 디자인', '디자인에 있어서의 정신지향', '공유하는 지혜'의 소제목을 두었다.

'미래의 실종'에서는 녹색규범에 관한 최소한의 설명과 이해를 위한 생태학적 및 자연환경 규율문제를 그리고 '미래를 위한 디자인', '디자인에 있어서의 정신지향', '함께 share 하는 지혜'에서는 디자인에 있어서의 환경친화적인 생활방식의 창조, 윤리적 책임과 정신적 가치를 포함한 상존하는 급격한 변화에 대한 우리들의 대처와 공헌 등을 중심으로 해서 설명하겠다.

1. 미래의 실종

지구의 환경과 생태학적 균형은 더 이상 유지될 수 없다는 것은 의심할 여지가 없다. 우리가 지구의 자원을 보호하고 유지하며 소비, 제조와 재생의 가장 기본적 패턴을 변화시키지 않는 한, 우리에게 미래가 있을 수 없다. 우리 모두 개인은 생태학의 문제와 관련되어 있기 때문에 오염되어 가고 있는 환경에서 야기되는 문제들에 접근함에 있어 우리들은 두 가지 방법 중 한 가지를 택해야 할 것으로 생각한다.

그 첫째 방법은 개인 또는 가족 차원에서 무엇인가를 시도하려고 노력해야 한다는 것이다. 예를 든다면, 수세식 변소의 물 사용을 줄이기, 의복의 재활용하기, 경제적인 연료 소비 시스템이 있는 자동차의 구입, 농업에 사용되고 있는 독성있는 화학약품에 대항하는 캠페인 등 소비자 선도력에 참여하는 일이 되겠다.

그 둘째 방법은, 우리들 각자가 사회에서 갖고 있는 자신의 특정한 역할을 통하여 기여할 수 있는 것이 무엇인가를 찾는 노력을 하는 것이다. 다양한 직업인으로서, 즉 대학교수, 건축기사, 택시운전사, 학교교사, 법률가, 주부, 학생, 정치가, 농부 등등 수없이 다양한 직종에서 각자가 무엇을 할 수 있으며, 그 직종이 환경에 미치는 영향이 무엇인가를 항상 자문해야 할 것이다.

대학교수의 경우를 보자. 교수가 강의를 할 때 data를 컴퓨터에 저장함으로써 복사 수량을 줄일 수 있으며 그 결과로 종이의 낭비를 줄이는 공헌을 할 수 있다.

택시 운전사의 경우는 택시의 엔진을 공 회전시키는 대신 가능한 스위치를 끄는 습관을, 그리고 승객을 태우기 위해 빈 차로 돌아다니기보다는 기다리는 습관으로 공해 배출을 줄이는 공헌을 할 수 있다.

이런 예는 일견하기에는 별것 아닌 것 같지만 이런 작은 행동이 곧 환경을 보호하는데는 큰 도움이 될 수 있다고 확신한다.

이상과 같은 인위적인 노력에도 불구하고 우리가 살고 있는 지구는 기상이변, 천재지변 등으로 인한 환경변화로 인해 계속 손상되어 왔음도 사실이다. 몇 가지 예를 들어 보겠다.

1990년부터 1994년까지 매년 여름 북유럽은 기록적인 더위가 있었으며, 1994년 5월에는 지구의 온난화로 인한 오존층의 파괴가 1987년에 예상하였던 속도의 거의 2배로 증가했고, 1993년 여름 미국 중서부의 큰 홍수와 Africa의 니제르, 차드, 세네갈, 아보리코스트가 가뭄으로 황폐되기도 하였으며, 우연의 일치인지는 몰라도 1990년부터 1994년 사이에 동남아시아에서

는 태풍의 피해가 이전보다 배로 컸다.

사실 지난 수년동안에 걸친 이런 예기치 못한 기온과 날씨의 패턴은 우리들에게 거대한 환경변화 속에서 살고 있다는 사실을 알려준 계기가 되었다고 하겠다. 물론 이런 자연현상 이외에도 사람들이 저지르고 있는 재난의 가속화도 사실 엄청나다. 우리 모두가 인지하고 있는 사실이기도 하지만 인류의 최첨단 기술이며, 가장 설계가 잘 되었다고 하는 Computer도 화씨 1~1.5 F, 섭씨로 환산하면 0.6~0.8 C의 온도를 내뿜고 있어 2,000년까지는 해면을 약 1m 높일 것이라는 예측도 나오고 있다. Alaska 연안에서의 사고 등 지난 18년동안 거의 2일에 한 번씩 바다에 기름을 퍼붓고 있다. 수많은 재난중 몇 가지의 예에 불과하지만 이런 재앙 즉 자연기상의 변화이던 인위적인 재앙이던 지난 수년 동안 이미 지구의 녹색 심장부를 강타하여 왔음도 사실이다.”

지구가 겪고 있는 이런 위험스런 시기를 단지 우리들은 열정, 상상력, 이해력과 중노동을 요구하는 그런 시대라고만 칭찬할 수는 없을 것이다.

미래의 실종에 연관된 문제들이 세계적으로 확산되고 있다. 그러나 아직까지도 분산적으로 또 일부지역의 사람들이 예상하는 노력만 하고 있는 현실을 우리들은 직시해야 할 것이다. 이것은 우리들이 의류학 연구자로서 또 소비자로서 우리들이 실행하고 있는 것에 대한 평가를 아직까지도 실행하지 못하는 부분적인 이유도 있다고 하겠다. 희망하기로는 인간이 유발시키고 있는 파괴를 조금이라도 회복시키는 적은 일들이 미래의 디자인에 적용되기를 기원한다.

2. 미래를 위한 디자인

Theodore Roszak는 오늘날 전염하고 있는 정신병은 우리들이 살고 있는 지구에 대하여 도덕적인 책임을 갖지 않는다고 믿는데서 기인한다고 하였다.”

지구상에서의 인간생활의 모든 것에 대한 기본적인 토대는 생태학과 환경의 균형에 있다고 하겠다. 다시 말해서 이런 균형이 없이는 생활도 없고 인간 문명도 없다고 하겠다.

디자인은 제품, 도구, 기계, 가공품 및 기타 설비의 개발에 관계되었으며 이러한 인간의 창작활동은 곧바로 생태학에 직접적이며 같은 영향을 준다고 하겠다. 디자인의 대응은 반드시 긍정적이어야 하며 하나로 통일되어야 하며 또 디자인은 인간의 니드, 문화 및 생태학의 가교 역할을 반드시 해야 할 것이다. 한가지 분명한 것은 어떤 제품의 창작과 제조는, 그 제품이 유용하게 사용되며 또 후일에까지도 실존하던 간에 6가지 단계로 구분할 수 있으며, 이 6가지 단계에는 생태학적인 손상이 잠재되고 있다는 사실이다.

한마디로 요약해서 제조에는 공해가 필연적으로 수반되는 점에 착안하여 미래를 위한 더 안전한 디자인이 되도록 우리가 하나 하나의 단계에 새로운 시도와 더많은 연구가 요구된다고 하겠다.

첫째 단계는 소재의 선택에 있다. 예를 들어 플라스틱의 사용은 값도 싸고 처분하기도 용이하지만 오존층에 심한 손상을 주고 있다. 그렇다고 아무런 일도 하지 말라는 뜻은 결코 아니

1) Victor Papanek, *The Green Imperative*, Thames & Hudson Inc., 1995, New York, pp.18-23.

2) V.Papanek, *Seeing the World Whole : Interaction between Ecology and Design, Fifth Inaugural Lecture*, University of Kansas, 1982.

다. 만들고자 노력하는 디자이너는 자기들이 작업하는 상황에서의 모든 선택과 갈등이 가깝거나 혹은 먼 미래에 생태학적으로 중요한 결과를 만들 수 있음을 반드시 인지해야 한다.

둘째 단계는 제조과정에서 디자이너가 당면하는 문제로 예를 든다면 작업장 또는 작업인부들이 유독성 매연 또는 방사선이 있는 원자재를 사용함으로써 피해를 받고 있는지를 또는 산성비를 유발하는 가스(gas)를 발생시키는 물질을 사용하는지도 고려해야 한다.

셋째 단계는 제품포장하기에 있어 디자이너는 생태학적 고려를 재료의 측면 또 방법측면에서 반드시 인지해야 한다.

넷째 단계는 완제품의 경우, 대체할 수 없는 원자재의 사용으로 낭비의 대상이 되어 생태학적으로 위험이 있는지도 고려되어야 한다.

다섯째 단계는 제품의 수송과정으로 운송과정에서의 pollution 발생 여부가 고려되어야 하며, 마지막 단계로는 “쓰레기” 문제를 거론해야 할 것이다. 사용수명이 끝난 후에도 재사용 또는 재활용이 가능하게 함으로써 생태계에 좋은 영향을 줄 수 있도록 고려해야 한다.

이렇듯 디자인과 생태학간의 관계는 아주 밀접한 것은 물론 때로는 예기치 않은 복잡성을 유발하기도 한다. 디자이너들은 더 이상 생태학적 파괴없이도 환경을 보호할 수 있는 방법에 참여하는 길은 수백 가지가 있다. 즉 그것은 생태학적 디자인에 있어 특별 전문가인 그런 디자이너의 출현에 있다고 하겠다.

고로 21세기에 있어서의 디자인은 첫째, 디자인된 제품이 질, 내구성, 숨쉬 등에 더 많은 강조점을 두어 급변하는 유행, 추세 및 패션을 시간에 구애받지 않는 제품이 되도록 그 기초를 두어야 할 것이며, 둘째, 새로 도입될 제품이 종국적으로 갖고 올 문제들을 검증해야 하며, 셋째, 디자인 단독으로만 존재할 수 없다는 사실을 인식하여 모든 디자인은 반드시 공공적으로 토의되고 평가될 수 있는 사회적, 생태학적 및 환경적 결과를 검증해야 하며, 넷째, 자연에 대한 더 깊은 이해와 관심으로 지구 환경을 보존하고 치료할 수 있는 힘을 제공할 수 있어야 할 것이다.³⁾

3. 디자인에 있어서의 정신지향

미래를 위한 green design을 하기 위해서는 어떤 정신 지향이 있어야 할지를 잠시 살펴보겠다. 지난 백년 이상을 디자이너는 “어떻게 하면 더 아름답게 만들 수 있을까” 라는 요구를 수용해야 했다. 그렇지만 바우하우스(Bauhaus)와 스칸디나비아(Scandinavian)식의 형태 부여(Form-giving)라는 교훈이 있는 후 이 요구는 “어떻게 하면 더 기능을 잘 발휘하게 만들 수 있을까”로 변하였다. 논리적으로 말한다면 기능(function)을 그리고 모양(look)을 더 좋게 할 수 있을까로 표현할 수가 있다. 이렇게 두 가지로 나누어진 교훈에 익숙한 디자이너는 “어떻게 하면 다르게 만들 수 있는가”를 자신들에게 끊임없이 질문하게 되었다. 다시 말해서, 정신적인 가치를 창출할 수 있는 디자인된 대상을 의도적으로 사용하는 것과 마찬가지로 그것은 디자이너의 의도라고도 하겠다. 정신적 가치를 창출하는 디자인을 위해서는 다음과 같은 몇가지 질문으로 설명을 대신하겠다. 첫째, 디자인이 환경유지에서 중요한 도움이 되는지?, 둘째, 사회에서 소외되어 왔던 몇몇 집단에게 보다 편안한 삶을 제공해 줄 수 있는지?, 셋째, 고통을 덜어 줄 수 있는지?, 넷째, 고통을 당하고 있는 가난한 사람들에게 도움을 줄 수 있는

3) *A Look at Eco-Design in Oeko-Architektur*, bauen mit der Natur, Darmstadt, 1979.

지?, 다섯째, 에너지를 절약하거나 새로워진 에너지를 얻는데 도움을 줄 수 있는지?, 여섯째, 대체할 수 없는 자원을 보호할 수 있는지?

이상과 같은 질문은 디자이너는 물론 제조업자가 반드시 수용해야 할 정신적 가치라고 하겠다.⁴⁾

디자인 종사자들은 이와 같은 디자인과 정신적 가치간의 상호작용에 대해서 반드시 생각해 보아야 한다. 현재 가치있는 일이라고 해서 반드시 진실인 것은 아니다. 가치, 창작, 미, 예술, 초자연적인 것 간의 직접적인 연결은 아마도 Abraham Maslow의 "Hierarchy of Value(가치체계)"라는 저서에 잘 소개되어 있다. "Maslow"가 인식하고 있는 더 높은 동기는 고도의 예술적 창작을 경험하고 있는 자신의 초월과 결과적으로 자기의 loss를 반드시 함께 존재한다는 것이다.⁵⁾

따라서 환경보호적 디자인을 하기 위해서는 디자이너 단독으로는 불가능하며 타분야 종사자들과의 연계 및 환경지향적인 기업과 정신과 그러한 기업을 보호할 수 있는 정부의 노력이 함께 요구된다고 하겠다.

4. 공유하는 지혜

18세기 후반의 산업혁명 이래 20세기에 접어들면서 눈부신 과학기술의 발달과 산업화의 진전은 급속한 3M 즉 mass production, mass sales, mass consumption의 경제체제의 촉진을 가져왔다. 이로 인해 인간은 생활전반에 걸쳐 물질문명의 혜택을 누릴 수 있게 되었고 풍요로운 소비생활은 인간의 삶에 대하여 질적, 양적인 향상은 물론 쾌적하고 풍요로운 소비생활을 맛볼 수 있게 해주고 있다. 그러나 이런 소비생활의 변화는 자원 에너지의 소비를 가속화시켜 결과적으로는 지구 자원의 고갈과 환경파괴의 위기를 초래하였으며 인류의 지속적인 발전을 물론 생존마저 위협하는 중대한 사태에 이르게 되었다. 그렇다면 자원과 에너지를 절약하고 낭비를 줄이는 최선의 방법은 무엇이겠는가? "덜 사용하는 길" 밖에 없다고 하겠다. 이 말은 너무나도 단순하고 평범한 것같이 들리지만, 행동으로 인도하는 이정표로 삼을 수가 있을 것이다. 그렇지만 이 방법에 대하여는 즉각적인 반대가 있을 것이다. 경제적인 측면에서만 보더라도 개인과 사회의 이익은 물론 수백만명의 실업 및 회사의 도산과 경제의 황폐화는 어떻게 할 것인가? 이런 운명적인 시나리오를 개척하기 전에 우리의 상품중독을 고치도록 이끌어 줄 수 있고, 생태학적으로 온전하게 지속될 수 있는 그리고 동시에 우리의 생활을 풍부하게 만들어 주는 환경을 창조하도록 도와주는 전략들을 연구하는 것이 더 현명한 방법일 것이다. 다행스런 일은 소비자 중심주의는 세계의 문화 속에 스며들지 않았다는 사실이다. 우리들의 "녹초가 될 때까지 쇼핑하는" 그러한 행동을 촉진시키려는 강력한 조작에도 불구하고 여론조사에 의하면 사람들은 대부분의 여가시간을 가족과 함께 하거나 사회적 참여로 소일하며 이에 더하여 종교적 행사, 스포츠, 예술 추구에 더 많은 시간을 할애하고 있다. 필요한 것은 자연과 우리 자신의 뿌리를 함께 연결시켜 재정립하는 일이다. 활동을 위해 여가시간을 제공하는 사회는 순전히 이익을 지향하거나 물질적이지만은 않으며, 강한 인간관계를 수립할 수 있는 기회를 주는 사회는 덜 낭비적이며 인간의 니드(needs)에 좀더 깊이 관련되는 경향이 있다.

4) A. Maslow, *Motivation and Personality*, Harmondsworth, New York, 1970.

5) A. Maslow, *The Further Reaches of Human Nature*, Harmondsworth, New York, 1973.

이상에서 우리의 낭비적이며 환경 파괴적인 양상을 조사하기 위한 참고들을 설정했으므로 이제는 할 수 있는 일이 무엇인지를 조사해야 하겠다. 그것은 최종 소비자가 새로운 소유물을 구매하기 전에 생각해야 할 다음과 같은 여러 가지 질문들을 함께 생각해 봄으로써 그 답을 대신하겠다.⁶⁾

- ① 정말 꼭 필요한 것인지?
- ② 중고품으로 구매할 수 있는지?
- ③ 할인하여 구매할 수 있는지?
- ④ 빌려 쓸 수 있는 것인지?
- ⑤ 임대하여 사용할 수가 있는 것인지?
- ⑥ 리스하여 사용할 수 있는 것인지?
- ⑦ Share할 수 있는 것인지?
- ⑧ 그룹으로 소유할 수 있는 것인지?
- ⑨ 나 스스로 그것을 조립할 수 있는 것인지?
- ⑩ 조립할 수 있는 부품을 구매할 수 있는지?

이상과 같은 모든 가능성을 고려함에 더하여

- ① 환경을 훼손할 것인지?
- ② 재생 재료로 사용할 수 있는지?
- ③ 에너지 낭비적인 것인지?

등도 반드시 검토되어야 할 것이다.

우리들이 꼭 짚고 넘어가야 할 점은 “모든 사람들이 이런 방법에 관심을 갖고 있지 않다”는 사실로서 함께 노력하는 삶의 지혜를 발휘할 때라는 점을 다시 한번 강조해 두고 싶다.

이상과 같이 녹색규범에 따른 디자인에 있어서의 윤리적 책임과 정신적 가치가 무엇이며 어떻게 우리들이 대처하고 또 어떻게 공헌할 수 있는지를 살펴보았다. 그렇다면 환경친화적인 디자이너가 과연 누구이며 우리가 함께 공감하고 있는 세계 최고의 디자이너는 누구일까?

IV. 세계 최고의 디자이너

세계 최고의 디자이너는 누구이겠습니까? 종종 이런 질문을 받을 때마다 나는 늘 당황하게 된다. 통상 이런 질문을 하는 사람들은 그들 나름대로의 선택적인 답을 내놓기도 한다. 핀란드 사람일까? 덴마크 사람일까? 이태리 또는 독일 사람의 디자인이 이에 걸맞는지? 아니면 일본 또는 미국 사람들이 어떠한지? 신 소재, 변화하는 기술을 다루고 또 구매력에 영향을 미치는 일에 종사하는 디자이너의 활동이란 관점에서 조명한다면 이런 질문에 대한 답은 아주 단순하다. 그렇지만 디자인을 현실세계의 문제를 해결할 수 있는 것으로서 정의한다면 나의 최소한의 대답은 아주 명백하다. 즉 Alaska 북부, Canada 동부, Greenland 등지의 북미 최북단 지역에 걸쳐 살고 있는 Eskimo의 한 부족인 「Inuit」⁷⁾ 사람이 최고의 디자이너라고 하겠다.

제가 북극권 북식에 관심을 갖고 연구하는 사람중의 한 사람이라서 이렇게 대답하는 것은

6) V. Papanek, *The Green Imperative*, Thames & Hudson Inc., 1995, New York, pp.187-197.

7) C. Burland, *Eskimo Art*, London, 1973.

결코 아니다. 지난 여름 휴가기간동안 Alaska 북부지방을 방문하였을 때 Inuit 부족과는 아주 짧은 기간이었지만 귀중한 경험을 하였고 이들에 관한 문헌을 참고로 하였고 나름대로의 이유가 있다.

「Inuit」들은 기후, 환경 및 공간 개념에 대하여 일찍부터 인식하고 있었으며 적어도 이러한 것들은 그들이 함께 하고 있는 문화적 유산만큼이나 중요하였다. 사실 생존은 인류의 존재에 있어 아주 중요한 단어이다. 생존방식은 문화, 민족, 기후, 환경과 자원에 따라 다양하다. 오늘의 문명사회 사람들은 열핵사고와 환경오염의 증가 등에 기인한 위협이 없었더라면 생존문제를 그렇게 심각하게 생각하지는 않았을 것이 분명하며, 한편 원시적인 수준에서 살고 있는 민족에게는 생존이란 매일 일어나는 문제인 것만은 틀림없는 사실이다. 즉, 식량, 의상, 주거 및 고기잡이 사냥, 야생동물로부터의 방어 및 보호 등 가장 기본적인 요소에 추가하여 개인적 존경과 수용에 의식적 의미가 있는 대상물과 문화유물에 따라 차이가 있을 것이다. 그러나 「Inuit」들의 생존은 더 제한적인 상황에서 수행해야만 했다. 우리 민족과 같이 비교적 온화한 기후조건하에서 거주하고 있는 사람들과는 달리 「Inuit」의 생활은 자연과의 끊임없이 대결하는 동반의 관계를 유지해야 하기 때문에 환경과의 협력적인 상호작용에 의존하는 환경친화적 생존의 한계를 정하는 것이 기후만은 아니었다. 10세기 중반까지만 해도 「Inuit」가 이용할 수 있는 재료로는 상아, 동물의 뼈, 부목, 생가죽, 모피와 가죽이었으며 최근에는 금속을 사용하였다. 우리들은 디자이너로서 엄격한 제한과 지나친 강요가 혁신적인 디자인을 도울 수 있다고 인식하고 있는데, 이런 예를 「Inuit」족의 복식 중에서, 특히 의상, 눈 안경, 마스크 등의 복식특성을 실례로 들면서 함께 살펴봄으로써 문제에 접근해 보겠다.⁸⁾

먼저 의상의 경우를 보자.

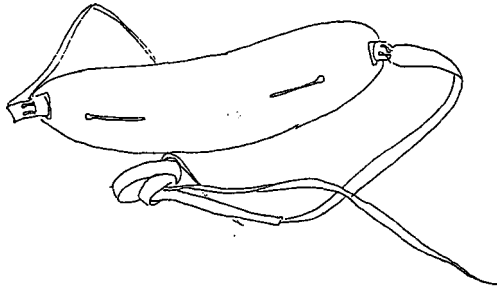
생존하기 어려운 기후를 극복하기 위해 「Inuit」의 의상에는 건축의 특성이 적용되어 기온을 차단할 수 있는 절연공간이 있는데, 이 공간을 다시 칸막이 역할을 할 수 있는 외부층과 피부에 근접하는 부분에는 부력이 있도록 털이 있는 새가죽으로 내부층을 구성하고 있다. 가장 외부층의 겉은 눈, 얼음, 물을 발산시키게 하며, 속기는 물이 흘러나가도록 하는 배수관과 같은 역할을 하도록 디자인되어 있다. 우리가 주목할 수 있는 것은 이런 디자인적 측면뿐만 아니라 천연 재료만을 사용하여 의상을 만들고 있다는데 있다. 물론 최근의 「Inuit」들은 대체재료를 플라스틱과 인조모피 등을 사용하고 있어 천연재료의 사용은 문헌상으로만 남게 되었다.

야생가죽과 북극 여우의 모피는 눈, 얼음, 혹한에 효과가 있는 반면, 인조모피, 합성섬유 등은 보온성과 통기성이 부족하여 얼굴의 안면 피부와 뺨을 얼게도 하고 인체에 땀을 많이 흘리게 해서 착용자의 건강을 해치고 있다

다음은 snow-goggle인 눈 안경의 경우를 보겠다.

「Inuit」의 눈 안경은 부목 또는 화석화된 해마의 상아로 만들어지고 있다. 이 안경은 눈보라를 피할 수 있도록 아주 좁게 눈구멍을 만들고 있지만 보다 시야를 넓히기 위해 구멍의 양 끝을 둥글게 하고 있고, 제작상의 변형이 가능하고 착용자의 얼굴에 감각적인 맞음새를 제공하고 있으며 얼굴을 덮는 면적이 넓지 않아 뺨을 완전히 노출시키도록 되어 있다. 이는 심지어 풍향이나 수분 등의 미세한 변화까지도 감지하여 광활하고 방향감각 혼미한 눈보라 속에

8) M. Thrity, *Eskimo Artifacts Designed for Use*, Seattle, 1977.



<그림 1> 「Inuit」의 눈안경⁹⁾



<그림 2> Caribou의 가죽 및 여우털로 된 마스크¹⁰⁾

로 된 여섯 개의 술은 구름을 연상시키고 있다. 이 가면은 의식에서 사용되기보다는 시각적 보조기구로써 손으로 들고 다닐 수 있을 정도의 크기로 디자인되어 있다.

이상의 몇가지 예에서 그리고 「Inuit」의 생활 속에서 우리들은 「Inuit」의 디자인 기술이 다음에 몇가지 재능과 감각에 직접적으로 연관되고 있음을 찾아볼 수가 있겠다. 첫째, 정확한 관찰력, 둘째, 고도의 기억력, 셋째, 그들 전통의 겨울 집인 Igloo의 무지향성, 넷째, 우리들과는

서의 정확한 좌표를 찾을 수 있도록 하기 위해서 그렇게 만들었다고 하겠다. 안경의 모양은 <그림 1>에서 보여주고 있다.

이에 반하여 우리들이 착용하고 있는 현대적 의미인 선글라스 또는 스키안경의 경우 플라스틱 안경테는 혹한 속에서는 쉽게 부서지며 금속안경테는 섭씨 영하 59°에서는 위험을 야기시키기 때문에 「Inuit」의 눈 안경은 나름대로의 환경 친화적인 디자인을 하고 있다고 하겠다.

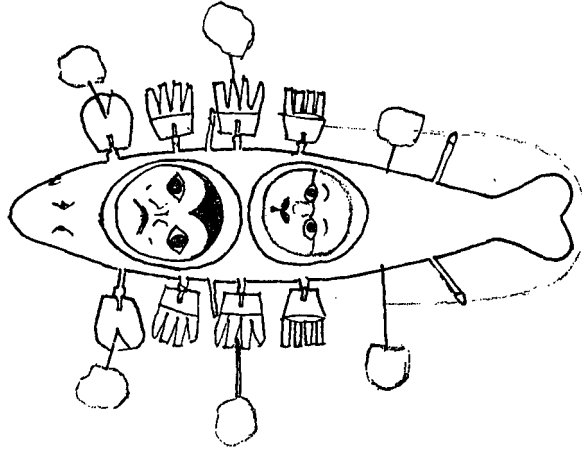
그리고 Inuit의 가면(마스크)에는 3가지의 포인트가 있는데, 첫째는 조각가 시야의 다중방향성, 둘째는 설화적이며 전설적인 이미지 특성, 셋째는 전체로서 조화가 있지만 부분의 위계가 없는 질서와 동시성이다(그림 2).

그런가하면 고래, 에스키모인들이 사용하는 배인 카약(kayak), 그리고 하늘을 표상하는 형태를 하고 있는 마스크도 있다. (그림 3)

전체적인 이미지는 고래의 몸체뿐만 아니라 이는 또한 카약(kayak)을 연상시킬 수 있는 이중의 이미지로 가면의 위쪽에는 눈안경을 쓰고 있는 「Inuit」 사냥꾼의 얼굴이, 아래쪽에는 빙하에서 호흡구를 통해 응시하고 있는 표정을 하고 있는 바다표범의 얼굴이 보이고 있다. 양옆에는 사냥꾼의 손모양, 바다표범의 물갈퀴 모양, 카약의 짧고 폭넓은 노와 같은 모양이 보여지며, 세 번째 층은 구조를 완성하는 큰 'U'자 형태로 하늘을 상징하는데, 가면은 짙은 암록색으로 북극해의 가을 하늘색을 정확하게 표시하고 있으며 북극곰 털

9) V. Papanek, *The Green Imperative*. Thames & Hudson Inc., 1995, New York, p.224.

10) V. Papanek, *The Green Imperative*. Thames & Hudson Inc., 1995, New York, p.225.



<그림 3> 「Inuit」의 마스크¹¹⁾

차이가 있는 환경 친화적인 생활 방식, 다섯째, 습도, 풍향, 음향같은 아주 작은 변화에 대한 민감한 반응, 여섯째, 기계적 재능, 일곱째, 일상 생활에서 예술 또는 예술가적 개념의 부재.

「Inuit」부족의 디자인 기술의 특성을 설명할 수 있는 앞에서 열거한 여러 가지 재능과 일상 생활의 실제의 사례는 수없이 많지만 일일이 설명하는 대신 몇 가지 독특한 것만 살펴보겠다.

「Inuit」가 살고 있는 겨울용 Igloo의 경우, 가장 주목할만한 것은 「Inuit」부족은 밖으로부터 모형을 짓는 대신 안에서 바깥쪽을 보면서 만들며, 눈칼을 갖고 각과 모서리를 깎아내고 내부는 위쪽으로 갈수록 비스듬히 기울어지게 눈블럭을 쌓기 시작하여 나선형의 둥근 지붕을 형성하고 있다. 1960년대까지 공간을 둘러싸고 있는 직사각형에 대한 견해는 「Inuit」부족에게는 친숙하지 않았기 때문에 Igloo는 수직벽, 수평면, 직각 또는 수직선까지도 사용하고 있지 않아 space에 무지향성을 주고 있다.

또한 겨울의 수평선은 희미해져서 땅과 하늘 사이의 차이를 구별할 수 없고, 눈보라가 칠 때는 시각적인 방향감각과 원근감의 개념도 의미가 없어지게 된다. 따라서 그들은 시각보다는 청각에 의존하는 환경적응방식을 택하게 된다. 그러한 영향은 일상생활에도 적용되어 그들은 일상적인 그림을 볼 때 상하좌우를 고려하지 않는데, 이와 같이 「Inuit」부족에게는 시각적인 개념에 대한 의미가 적기 때문에 환경에 적응하기 위해 청각뿐만 아니라 수분, 풍향, 음향과 같은 작은 자극의 변화에도 민감한 반응을 보이고 있다. 「Inuit」의 방향감각은 새가 보금자리를 찾아가는 본능만큼이나 우리들에게는 신비스러운 것인데, 이는 「Inuit」의 생존을 위해서 필수적인 것이며, 「Inuit」의 모든 예술과 디자인에 대한 강한 기본원리가 된다. 사냥꾼은 자신의 외투의 털에 바람에 날리는 것을 보고서 바람의 변화를 감지한다.

게다가 「Inuit」부족은 놀라운 이해력을 가지고 있으며 복잡한 기계적 장치를 일찍이 터득한 사람들이다. 그들은 기계장치를 눈에 의해서가 아니라 귀를 통해서 터득하여 선진국의 기계공들이 고칠 수 없는 기계도 정확히 고치고 있다. 이와 같이 「Inuit」부족은 세부적인 것에

11) V. Papanek, *The Green Imperative*, Thames & Hudson Inc., 1995, New York, p.226.

대해 예리한 관찰자였으며, Igloo의 벽에서 느낄 수 있듯이 공간개념은 정지되어 있지만 관점에 있어서는 다중 방향성을 가지고 있다고 하겠다.

이런 모든 것들이 북쪽 멀리 떨어진 「Inuit」의 부족에서만이 아닌 모든 예술과 디자인에 강한 기초가 되고 있다는 사실이 아주 중요하며 우리들이 간과해서는 안되는 부분이라고 하겠다. 보다 중요한 사실은 「Inuit」에게는 디자인은 행위이며 대상은 아니라는 점, 그리고 의식적이기는 하지만 소유가 아니라는 점이다. 스포츠 장비, 캠핑과 압력등반 기구, 요리 기구 등과 같이 최적의 성능을 필요로 하는 제품에 있어서는 심미적인 측면뿐만 아니라 기능적인 측면도 중요하게 고려되고 있으나, 일반적으로 우리를 포함하여 서구인들의 디자인은 보다 편안한 생활, 의미가 없는 안락과 소위 말하는 노동절약적인 기구를 지나치게 추구해왔다고 하겠다. 그러나 「Inuit」들은 한계상태에서 환경친화적인 디자인으로 재료를 함께 공유하면서 창작활동을 하는데 더 많은 흥미를 보이고 있다.

이러한 의미에서 본인은 세계 최고의 디자이너는 곧 「Inuit」라고 하겠다.

V. 결 론

이 지구상에서의 삶의 유지는 인류에게 뿐만 아니라 다른 모든 종류의 생명체에게도 매우 중요하며, 이러한 지속이나 유지는 디자인에 의해서 도움을 받을 수도 때로는 방해받을 수도 있다. 그러므로 윤리적 디자인은 환경적으로도 건전해야 하며 생태학적으로부터 시작되어야 할 것이다.

이러한 디자인은 정부의 도움과 산업, 실업가 그리고 법률가들의 도움이 요구되며 또 특정 지역 사용자 그룹들과 같은 보통사람들의 지지와 현명하게 물품을 구입하기 위한 개인의 개별적인 결정과 윤리적인 투자도 필요하다. 특히 디자이너들은 임의로 고안되어진 스타일보다는 좀더 실질적인 요구에 기초하여 우리가 만든 상품에 대해 새로운 형태나 새로운 의미를 제공해 줄 수 있는 어떤 신선한 스타일이나 혹은 방향을 주어야 한다. 그리고 모든 디자인은 현란한 체스처나 기호론적 언급보다는 좀더 근본적인 단계에서 소비자의 필요를 충족시킬 수 있어야 한다.

한층 더 중요한 것은 지구의 환경 그리고 인류를 위한 깊은 정신적 고려가 강화되어질 때 디자인은 도덕적이고 윤리적인 관점의 견지에 귀착하게 되는 당연한 귀결일 것이다.

이렇게 시작된 출발은 새로운 형태와 표현 즉 우리 모두가 필사적으로 찾고 노력해야 할 새로운 미학을 제공하여 줄 것을 확신한다.

대부분의 디자이너들은 모더니즘, Memphis, Post-modernism, Deconstructivism, Neo-classicism, Object-semiotics 그리고 Post-Deconstructivism 이후의 새로운 방향 즉 Fad와 Trend 혹은 Fashionable한 스타일을 초월하는 그런 방향을 찾으려고 오랫동안 준비하고 있었다.

디자인에 있어 새로운 방향은 갑자기 생기는 것이 아니며 사회, 문화 그리고 개념의 실제적인 변화로부터 일어나게 된다는 사실을 우리는 항상 염두해 두어야 하겠다.

강도 높은 미학적 경험과 정신적 지각에 근간을 두고 추구한다면 디자인을 풍요롭게 할 것이며, 오래 지속되는 것은 물론 연속성을 통해 영구한 형태가 되도록 하는 미래를 보장받을

수가 있을 것이다.

지구 환경 문제와 관련된 국제적 동향 등 가까운 미래를 내다볼 수 있는 업계는 미리 환경 보호시설에 투자함으로써 동종 타제품과 제품 차별화를 할 수 있는 절호의 기회이다. 환경 친화적 제품은 환경 마크(Eco-Label)를 부착할 수 있으며, 이로 인해 선진국 시장을 개척할 때 진정 우리의 산업에 경쟁력을 회복시키고 강화시키는 일이라고 思料된다.

참고문헌

1. 강일모, 그린 마케팅전략의 궁극적 의미, 『월간 경영과 마케팅』, 1991년 5월 호.
2. 구기윤, 그린 마케팅의 근원, 『광고정보』, 한국방송공사, 1993년 3월호.
3. 김만영, 녹색상품의 여덟가지 조건, 『환경운동』, 1994년 2월호.
4. 김문숙, 북극권의 복식에 관한 연구, 서울여자대학교 논문집, 제19집, 1990.
5. 김문숙, Great Plains 文化圈 복식 양식의 發展단계와 特性에 관한 연구, 복식, 한국복식학회, 18호, 1992년 5월호.
6. 김문숙, 국제 경쟁력과 의류산업의 대응에 관한 연구-품질의 역할을 중심으로-, 대한가정학회지, 제32권 5호, 1994.
7. 김문숙, 한성지, 그린 마케팅 차원에서 본 의류제품, 서울여자대학교 자연과학연구 논문집, 제 7집, 1996.
8. A. Maslow, *A Look at Eco-Design in Ocko-Architektur*, bauen mit der Natur, Darmstadt, 1979.
9. A. Maslow, *Motivation and Personality*, Harmondsworth, New York, 1970.
10. A. Maslow, *The Further Reaches of Human Nature*, Harmondsworth, New York, 1973.
11. Bureall Paul, *Green Design*, London, 1990.
12. C.W.Cook, *The Social Value of Marketing*, in the Environment of Marketing Management, R.J. Hollway and R.S. Hancock eds., 1974.
13. C.Burland, *Eskimo Art*, London, 1973.
14. Dumond, Don E., *The Eskimos and Aluets*, London, 1977.
15. M. Thrity, *Eskimo Artifacts Designed for Use*, Seattle, 1977.
16. Victor Papanek, *The Green Imperative*, Thames & Hudson Inc., 1995, New York.
17. V. Papanek, *Seeing the World Whole : Interaction between Ecology and Design, Fifth Inaugural Lecture*, University of Kansas, 1982.
18. Wann David, *Bio-Logic: Environmental Protection By Design*, Boulder, Colorado, 1990.
19. Yamamoto Akira, *Culture Spaces on Everyday Life*, University of Kansas Publications in Anthropology, No.11, 1979.