

미국 산업디자인 정착기 환경에 관한 연구

A study on early industrial design in America from 1920s to 1930s

신 명 철(Myung-chul Shin)

대구대학교 조형예술대학 산업디자인학 전공

“이 논문은 2002년도 대구대학교 학술연구비 지원에 의한 논문임.”

1. 서론

- 1-1. 연구의 필요성
- 1-2. 연구목적
- 1-3. 연구방법 및 범위

2. 정착기 문화

- 2-1. 새로운 정착
- 2-2. 산업과 문화
- 2-3. 산업화된 생활

3. 산업디자인의 태동

- 3-1. 기계에 의한 생산
- 3-2. 산업미술과 순수미술
- 3-3 초기 디자이너

4. 산업디자이너의 전성기

- 4-1. 경제공황과 디자인
- 4-2. 새로운 소재 개발
- 4-3 산업디자인과 건축가

5. 산업디자이너의 활동

- 5-1. 월터 도윈 티그
- 5-2. 노만 벨 게데스
- 5-3 헨리 드레프스
- 5-4 레이몬드 로위

6. 결론

참고문헌

(要約)

산업디자인은 인간이 필요로 하는 것을 그 시대상황에 알맞게 순응하면서 새로운 도구를 만들어 왔다. 그러나 초기 미국산업디자인은 어렵게 정착 되었다고 볼 수 있다. 세계대전과 경제공황, 그리고 많은 이민자 등, 급변하는 사회환경 속에서 새로운 산업디자인을 세운다는 것은 쉬운 일이 아니었다. 디자인 형태의 흐름도 1920년대의 스텝모던 그리고 1930년대의 스트림라인으로 짧은 시간에 많은 변화가 있었음을 말해주고 있다. 그러므로 본 연구에서는 1920년대부터 1930년대까지 미국디자인에 탄생된 다양한 디자인환경을 대상으로 하고 있다. 특히 그 당시 활발하게 활동했던 4명의 디자이너의 활동과 성장환경을 이해하므로 미국 산업디자인의 뿌리는 물론 지금의 환경을 이해하는데 도움이 될 수 있다. 우리나라의 일부 디자인은 전쟁과 무역을 통해 미국의 영향이 있었다고 볼 수 있다. 지금 미국 산업디자인 초기 과정을 이해한다는 것은 지금의 세계 상황과 우리와 역학적 관계의 모든 면에서 매우 중요하다. 초기의 미국 문화는 청교도와 상업주의 등에 이루어졌지만, 오늘날은 여러 가지 문화가 커다란 용광로를 통해 융합된 하나의 문화를 갖고 있다.

(Abstract)

Industrial design has been need to made a new tool for human with adaptable to situation the age. But, at early America, It is very difficult that role of design settle down and progress than these days. It is not to be easy newly born in industrial design because of rapidly changing the America situation with multi settlers, the Depression and world wars. There was various design change in short period. So we called the step modern 1920 and the streamlined 1930. The study is background of American design by variety cultures & creatures from 1920s to 1930s. Some of Korea design has affected of America cultures at duration of 6.25 war and now. This study has included early culture & industrial life, designer activity, and at the part of rear new invention, industrial design relate to architect, four leading designers Walter Dorwin Teague, Norman Bel Geddes, Henry Dreyfuss, Raymond Loewy. In present world situation, It is important in all aspect to understand that early process at America industrial design. Early American culture is constructed from the building block of the puritan ethic and is sheathed by liberal mercantilism, today is become one stir it into the common melting pot.

(Keyword)

American design, streamline, R. Lowey.

1. 서론

1-1. 연구의 필요성

산업디자인은 지금까지 과거의 모든 상황을 받아들이며, 인간에게 필요한 도구를 만들어 왔다. 이러한 디자인의 역할은 지금 보다는 초기에 많은 어려움을 겪으면서 발전하는 과정에서 뿌리를 내릴 수가 있었다. 우리가 지금은 산업디자인의 필요성을 논할 필요조차 없지만, 1900년대의 급변하는 환경에 새롭게 태어나기는 쉬운 것은 아니었다. 물론 지금의 정보화시대와 그 당시의 기계생산에만 의존하는 것과 다르며, 시대의 변화도 신속하지 않았다고 보는 사람도 있다. 하지만 당시의 상황이 어떤 점에서는 지금의 세기보다도 더 다양하고 급변하는 사회라고 볼 수 있다고 생각한다. 왜냐하면 당시에는 국가간의 이념에 의한 1차 세계대전과 미국의 경제공황 그리고 과거의 세계에서 탈피하려는 많은 사람들의 움직임과 신대륙발견 후, 가장 많은 이민을 받아 드렸던 그 시점에서 미국의 모든 상황이 상당히 숨가쁘게 움직이고 있었다. 물론 지금도 많은 새로운 변화를 맞이하고 있고, 또한 어떻게 변화될지 예측하기 힘든 빠른 변화가 있지만 과거 사회환경도 그 당시 세계에서 가장 많은 변화가 있었던 미국의 초기 산업디자인 변화는 변화동기 및 정착단계 측면에서 우리가 연구할 가치가 있다. 더구나 산업디자인의 변화로 생각한다면 그 당시 세계 어느 나라보다도 많은 것을 필요로 하는 동시에 또한 여러 가지 어려운 사회환경을 극복해가면서 산업디자인이 정착하기란 쉽지 않았다. 그런 상황을 이해하므로 지금 우리가 나아가야 할 미래를 조금은 정확하게 이해할 수 있다고 생각되기 때문이다.

1-2. 연구목적

미국의 1920년대부터 1930년대까지는 짧은 시기임에도 디자인 정착이 시도되면서 다양한 디자인 흐름의 변화를 여러 번 맞이하게 된다. 이러한 변화는 어떤 점에서는 지금의 움직임보다도 더 다양한 것이며, 당시의 신기술에 의한 신제품은 소비자에게는 상당히 놀라운 것이었다. 따라서 이 변화를 미국식 디자인이 창조되는 시점으로 파악하며, 현재로서는 세계 초유의 강대국인 미국 초기 디자인의 흐름이 갖는 역사적 의미는 크다고 봐야 할 것 같다. 본 연구의 목적도, 문화가 우리와 다른 나라의 디자인 흐름이지만, 우리의 일부체계는 미국식을 많이 모방해왔고, 우리 디자인의 영향도 초기에는 미국으로부터 받은 것이 많기 때문이다. 따라서 지금 우리의 디자인 문화와도 간접적 관계를 생각할 수 있다. 그러므로 우리의 보다는 발전을 찾을 수 있다고 생각하기 때문이다. 물론 초기 미국 디자인과 지금의 디자인과는 많은 차이가 있다고 볼 수도 있으나, 뿌리는 그대로 흐르고 있다고 봐야하며, 우리도 일부 좋은 점은 생각하여 받아들일 필요가 있다고 본다. 현재 우리의 많은 생산 제품이 미국으로 수출되고 있으며, 미국식 디자인 문화의 일부본은 세계에 영향을 주고 있다. 그리고 우리의 문화 속에는 미국 문화의 일부가 같이 흐르고 있기 때문이다. 우리가 미국을 선진국으로 상대하면서 미국의 초기 정착단계의 디자인 문화의 이해가 우리의 변화에 참조가 될 수 있으며 우리의 산업디자인 문화가 해외에서 같이 호흡하며 보다 넓게 나아가갈 수 있다고 보기 때문이다.

1-3. 연구방법 및 범위

우리나라도 산업디자인의 초기 역사를 1950년 또는 1960년부터라고 생각하지만, 당시의 산업구조가 본격적인 산업디자인이 활동하기에는 사회환경 즉, 산업사회의 구조가 뒷받침되지 못했다고 봐야할 것이다. 물론 산업디자인의 역사를 말하자면 유럽 일부국가에서 보다 긴 역사에서 논할 수도 있다. 그러나 산업생산이 활발하면서 이루어지는 산업디자인의 활동이 보다 의미가 있다고 봐야 할 것이다. 본 연구에서 오랜 역사를 갖지는 못한 나라가 미국이지만 다민족 다양한 문화에 의해 살아나가면서 단일 민족국가와는 다른 산업디자인문화가 탄생했고, 그러한 배경을 연구하는 것이다. 이런 연구를 당시의 사회환경과 디자인의 변화를 역사적 참고자료와 디자인관련 이론 서적을 참고로 했으며, 당시의 변화가 일어나게 된 동기 등을 연구하였다. 본 연구에서 미국의 1920년부터 1930년대까지의 디자인의 정착과 디자인 변화에 초점을 맞추었으며, 그 당시 디자이너들의 작품을 시대적 상황을 증명하였다. 앞부분에서는 당시의 사회적 환경변화와 디자이너의 정착을 다루었고, 계속해서 초기 디자이너의 활동 그리고 디자인변화와 산업기술 그리고 디자이너 중에서 활발한 작업을 했던 4명의 디자이너에 대한 작품과 활동 등으로 연구하였다.

2. 정착기 문화

2-1. 새로운 정착

미국은 단일 민족국가처럼 오랜 역사를 갖고 있지 않고, 나라의 건국이 이민으로 세워졌으며, 그 역사가 짧기 때문에 간단하게 초기 역사를 생각할 수 있으나, 실제로는 1492년 콜럼버스의 카리브해의 섬 동쪽해안에 상륙, 신대륙 발견으로 새로운 대륙으로 알려진 이후 많은 역사적 변화의 어려운 과정을 거쳐 왔다. 미국의 역사를 크게 5단계로 나눈다면 신대륙발견(1492년 - 1699년) - 식민지시대(1700년-1799년) - 영토확장과 전쟁(1800년-1899년) - 미국의 세계화(1900년-1949년) - 강력한 힘의 미국(1950년-현재) 등으로 구분할 수 있다. 특히 1609년 스페인 사람들이 뉴멕시코 땅에 정착하고, 1619년 아프리카 사람들이 처음 흑인 노예로 미국으로 들어 왔으며, 청교도들이 그들의 자유를 찾아서 1920년 미국 땅에 정착하면서 시작된, 여러 나라의 문화 유입은 신대륙 생활에서 또 다른 새로운 문화를 만들어나가는 계기가 된다. 본격적인 이민의 역사가 시작되면서 영국, 프랑스, 스페인, 홀란드, 스웨덴, 독일, 중국 등에서 그들의 꿈과 이상을 펼치기 위해 가져온 문화들은 거대한 미국이라는 하나의 용광로에서 융해되면서, 과거보다는 새롭고 발전된 합리적 미국문화를 정착시키는 일조를 하게 된다. 더구나 이들이 16세기에서 18세기 사이에 미국 땅을 발견한 것은 종교적 이유나 자기네 나라의 계급적 세습이 극에 달해 독재를 피해 자유로운 생활을 찾기 위해서 또는 새로운 광물, 삼림자원 등을 찾거나, 담배, 면화, 설탕 등을 재배하여 자기네 나라로 가져갈 계획 등 다양하다고 볼 수 있다. 정착 후 이들은 원주민과 거래를 하거나 또는 일부 자본가들의 유입으로 물건을 생산할 수 있는 제조공장을 세웠으며, 그들은 중세 기사도 정신으로 상업을 함으로서 많은 이득을 남기기도

1) John Mack Faragher, The American Heritage Encyclopedia of American History, Henry Holt and Company, Inc., p.1068, p.1077, (1977).

하였다. 나중에 미국으로 들어온 일부 귀족계급들은 그들의 가져온 재산을 이용해 부를 누리면서 그들의 재산과 사회적 계급을 후손들에게 넘겨주므로써 귀족사회의 일원으로 자기들만의 독특한 문화를 계속 유지하기도 하였다. 시간이 흐름에 따라 미국으로 오는 사람들 중에는 숙련된 기술자 그리고 자본가들이 보다 많은 투자를 하기 위해 들어오게 된다.

2-2. 산업과 문화

산업혁명 이후 초기 기계화된 작업 방법이 미국으로 유입되면서 미국 내에 많은 수요와 공급을 창출하게 된다. 더구나 단일 민족이 아닌 다국적 문화를 가지게된 후, 자기나라에서 가지고 들어온 고유한 문화와 기술은 하나의 커다란 산업국가로 변화시키는 역할을 한다. 지속적인 영토 확장으로 멕시코, 스페인, 영국, 프랑스 등과 많은 전쟁을 하면서 그것을 관리하기 위한 교통수단과 여러 번의 전쟁 속에서 새로운 무기개발 등 산업사회로 발전하기 위한 계기를 만들 수 있는 좋은 조건을 갖게 되었다. 이민으로 유입된 사람들은 그들의 고유문화를 간직하고 있으면서, 산업사회에서 변화를 따르기 위한 또 다른 사회적 문화를 갖게 된다. 전체가 동시에 변하는 것은 아니지만 미국화 하기 위한 시도는 그들의 일상생활 속에서 나타나고 있으며, 이런 흐름은 식민지시대를 벗어나 새로운 발전을 위한 요소가 됐다. 과거의 기술과 기능 및 재료로 만들어진 물건들은 새로운 기술로 개량된 물건을 보다 많이 생산할 수 있었고, 그런 가운데 경쟁적인 산업사회에서 발전된 또 다른 방법을 찾아 나서게 된다. 기술자들은 신문이나 제품 팸플릿을 보고 그들이 앞으로 생산하게 될 미래의 제품에 대한 정보와 지식을 얻게 되고, 또한 학교는 새로운 기술을 보급하는 장소가 되었다. 초기의 기술로서 생산된 제품은 좋은 제품을 만들 수가 없었으므로 생산량이 늘어남에 따라 제품의 개선을 위한 디자인이 도입되게 된다. 이런 현상은 식민지시대의 장인 정신과 대량생산으로 인한 제품 품질과 생산방법을 개선하는데 도움을 주게 된다. 이런 과정에서 얻은 새로운 지식은 많은 사람들이 공동 출자해서 세운 사립교육기관과 기존의 장식미술이나 순수미술을 가르치고 있는 공립교육기관을 통해 전파 되었다. 그리고 처음에는 대형 산업생산 제품을 유럽으로부터 구입해서 사용했으나, 점점 미국 내에서 생산이 가능함에 따라 미국 고유문화를 만들어낼 수 있는 또 하나의 계기가 되었다.

2-3. 산업화된 생활

1784년 벤저민 프랭클린의 전기 연 실험에서 전기를 발견하고, 1787년 미국이 존 휘치에 의해 처음 만든 증기 선박을 델라웨어 강에 진수시켰으며, 1876년 알렉산더 그라함벨이 전화를 발명, 1879년에는 에디슨이 전구를 발명하였다. 이렇게 지속적인 미국에서의 새로운 발명은 산업혁명 이후 미국사회에서 산업생산의 가속화와 미국의 독립전쟁과 남북전쟁, 그 후 1914년-1918년까지의 1차 세계대전에 참여하면서 부수적으로 얻어진 신기술과 급속산업은 미국 가정 내에 변화를 가져오기 충분하였다. 1900년대와 1928년의 가정생활에서 공산품 지출 내역을 보면 1900년에는 자전거 \$70 탈수기와 빨래판 \$5 부러쉬와 빗자루 \$5 수동식 재봉틀 구입으로 \$25등으로 한가정당

\$105인데 비해, 1928년에는 자동차 \$700 라디오 \$75 축음기 \$50 전기 재봉틀 \$60 전화통신비 \$25 기타 가전제품 구입비로 \$25 등 \$1135이었다. 1945년까지는 아직 본격적인 수요와 공급은 없었지만 가정용 가전제품으로 TV, 에어컨, 자동세탁기, 건조기, 그릇 세척기, 믹서기, 전기 캔 오프너, 전기프라이팬, 전동칫솔, 헤어드라이, 전자레인지, 브랜더등이 가정생활용품으로 등장하게 된다. 1852년에 엘리사 오티스에 의해 처음 개발된 승객용 엘리베이터와 1908년에는 헨리포드가 첫 모델로 생산한 "T"형 자동차의 개발은 산업화된 생활로 과거에 느껴보지 못했던 편리함을 가져오게 되고 신기술에 의한 대량 산업생산 체제는 신속하게 제품을 만들어서 시장경제 활성화에 크게 기여하게 된다. 다음 표1은 1915년부터 1945년까지의 미국의 사회변화의 급속한 모습을 보여주는 통계이다.

	총인구수 (단위: 천명)	국민 총생산량 (단위: 백만불)	이민신청자수	자동차등록대수
1915년	100,549	\$42,1000	247,958	2,490,932
1920년	106,466	\$85,000	299,076	9,239,161
1925년	115,832	\$86,400	277,218	19,940,724
1930년	123,077	\$90,900	62,138	26,531,999
1935년	127,250	\$72,200	136,524	26,229,743
1940년	132,122	\$101,400	203,536	32,035,424
1945년	139,928	\$215,200	31,195	30,638,429

표 1) 1915년-1945년까지 인구 수 및 자동차의 변화(Modern America 1914-1945, Ross Gregory Facts on File, Inc. New York, N. Y. p.1, p.21, p.122, p.130, p.155참조, (1995).

3. 산업디자인의 태동

3-1. 기계에 의한 생산

1850년 아론 러프킨 데니슨(Aaron Lufkin Dennison)에 의해 생산된 미국 제품의 시계 이후로 미국시계주식회사의 윌트만(Waltham)시계는 당시 가격으로 1달러에 판매가 가능한 시계를 개발하였다. 이런 의미는 당시 미국 내에서 경쟁력 있는 대량생산제품은 시장에 빠르게 적응하여 일반소비자에게 싼 가격에 많은 구매 욕구를 가져올 수 있었다. 전기구동 모터가 (1888년) 개발되면서 숙련된 기술자의 손에 의해 만들어졌던 제품에 비해 기계제품은 싼 가격에 더 견고한 제품을 생산할 수 있게 되었다. 이러한 대량생산 제품은 수공업에 의한 제품보다 더 많은 디자인을 요구하게 되었다. 당시에는 그런 대로 충분한 자본력과 설비, 그리고 값싼 노동력, 땅을 확보할 수 있고, 시장구조도 계획에 의해 생산된 제품만큼의 소비도 할 수 있었다. 이제는 미국도 유럽의 생산방식이 아닌 미국 자체 내의 생산방식을 찾아나갈 수 있었고, 또한 그런 체계가 미국 문화를 형성할 수 있게 되었다. 1864년 제임스 잭슨 암스(James Jackson Jarves)는 "우리는 기계미학을 무시하지 않는다" 라고 말했으며, 그들은 기계제품을 유용한 도구로 생각했

2) Andre Kaspi, Great Dates in United States History, Factson File, Inc., New York, N. Y. p.116, (1994).

으며, 생산된 제품의 개선을 위해 꾸준히 노력하였다.³⁾ 새롭게 디자인된 제품을 기계에 의해 생산하므로 과거의 산업 예술적 제품과는 구별되는 기계미학으로서 충분히 신뢰할 수 있고, 경제적 측면이 고려된 제품이 될 수 있었다. 그 당시에는 실용적인 제품은 형태적 표현이나 응용된 장식에서 인정받을 만한 미적인 모습을 줄 수 있었다. 이런 뜻은 경제원리와 그들의 실용주의가 미국인들에게 자신도 모르는 사이에 가깝게 받아 드려졌다고 볼 수 있다.

3-2. 산업미술과 순수미술

기계생산 의한 산업제품이 계속 생산되는 가운데서 일부 사람은 미국의 지나친 실용주의적 제품에 대해 회의를 느꼈으며, 그런 이유로는 대량생산제품이 초기에는 디자인이 조잡하거나 과거의 장식적 제품에 비해 고급스러운 이미지가 떨어지므로 미국으로 이민 온 사람들은 자기가 살던 나라의 제품에 비해 부족함을 느끼고, 자국의 제품을 수입해서 쓰던가, 아니면 모방 제품을 생산자에게 의뢰하기도 했다. 이런 혼란 속에 일부 기업가들은 새롭게 디자인된 제품생산을 거부하기도 하며, 일부는 기능공을 고용해 과거의 장식적 모방제품을 생산하기도 했다. 이런 인식은 1차 세계대전이 끝난 1920년부터 사람들은 새로운 기술과 발명으로 생산된 제품을 선호하기 시작했으며, 특히 전자기술의 발달로 TV가 등장하면서, 1927년 뉴욕에서 첫 TV방송을 시작으로 변하기 시작했다. 그리고 새로운 기술은 생활의 편리함을 가져 왔다는 사실을 실제로 느끼면서, 그들 생활주변부터 서서히 바뀌기 시작하였다. 물론 초기 제품에서 장식적 요소가 아직 남아 있었는데, 이것은 당시의 생산자들의 인식이 아직 과거의 아르데코적 사고와 향수가 남아 있었고, 초기 제품의 고급스러운 이미지를 장식 효과에 치중하였기 때문이었다. 이렇게 변화하는 산업시대에 그 당시에 적절한 디자인 전문가를 필요했으며, 그러므로 전문가를 양성하기 위한 교육기관에 관심을 갖고, 뉴욕에 사립학교를 Charles R. Richards에 의해 1920년 설립하였다. 그리고 그는 기본적으로 산업에서 가장 중요한 영향을 주는 것이 디자인활동이라고 생각하였다. 그는 산업예술이라는 것은 산업과 대비하여 꾸밈이 없는 것이라고 생각하였다. 당시 산업 시대에 미국 디자인 교육기관에서 섬유, 금속공예, 주방용품, 가구, 조명기구, 금장식, 도자기, 유리공예, 벽장식, 판화 등을 포함시켜야 한다고 주장하였다. 그러나 아직도 일부계층에서는 가구나 주방용품의 경우 새로운 미국식 디자인을 찾기보다는 그들의 과거 전통적인 장식 제품을 더 선호하였다.

당시 사립학교로는 메릴랜드대학(Maryland Institute), 오하이오 기술학교(The Ohio Mechanics Institute), 크리브랜드 디자인대학(The Cleveland School of Design), 오티스 예술대학(The Otis Art Institute), 로드아일랜드디자인대학(The Rhode Island School of Design) 등이 있었으며, 대학 내에 설치된 곳은 덴톤 산업예술대학(The College of Industrial Arts at Denton), 뉴컴 예술대학(The Newcomb School of Art in New Orleans), 콜롬비아 사범대학 예술학과(The Art Department of Teachers' College of Columbia University),

워싱턴 미술대학(The School of Fine Arts of Washington University in St. Louis), 시라큐스 미술대학(The college of Fine Arts of Syracuse University) 등 이었다. 공립학교로는 매사추세츠대학(The Massachusetts Normal School), 휘셀 산업예술대학(The Fawcett School of Industrial Arts at Newark) 등 55개교가 있었다.⁴⁾ 이들 학교들이 미국 내에서 1920년 당시 산업미술을 가르치고 있었지만, 대부분은 미술공예운동의 교육기관으로서 존재하고 있었으며, 디자인이라는 의미의 교육은 거의 없었고, 산업디자인을 강의하는 곳도 없었다. 그리고 중요한 것은 당시에는 즉 순수미술과 산업미술과의 논쟁이 많은 교육현장에서 많은 영향을 주었던 때였다는 것이다. 그리고 젊은 디자이너보다 순수예술가가 더 인정을 받고 싶었고, 그리고 학교 내에서도 순수미술과 응용미술사이의 문제는 점점 확산 되어 두 분야사이가 멀어져만 갔다. 재능 있는 학생들이 순수분야를 많이 선호하는 경향도 나타나 산업미술분야의 연구는 점점 약해져만 갔다. 그러다가 실생활에서 산업미술에 대한 인식이 점점 나아짐에 따라 순수미술과 산업미술간의 거리를 좁혀 나갔으며, 서로의 상호보완적 측면에서의 공통점을 찾아 나서기 시작하였다. 실사회에서는 디자이너에 대한 전문직업적 인식이 뚜렷이 구분 없이 그저 생산공정에서 일부분으로 생각해 버려서 자신의 정확한 위치를 찾지 못하였다. 그러나 당시 유럽은 디자이너들은 자신의 권위 의식을 점차 확보해 나아가고 있었다. 심지어는 생산자들도 디자이너가 표면적으로 드러나는 것을 꺼렸으며, 그 이유로는 그들이 지나치게 부각되면 보다 많은 돈을 요구한다는가, 또는 어떤 새로운 조건을 제시하는 것을 꺼리는 눈치였다. 그러나 유럽에서는 디자이너가 자랑스럽게 생산자들에 의해 공개되기도 했다. 미국에서도 고급 패션분야는 경우, 기업가들이 디자이너의 보수와 사회적 인식을 높이는데 나서기도 했다. 디자인의 결과가 성공적일 때 하나의 좋은 사례로서 계속 존속할 수 있고, 만일 나쁜 디자인이면 쉽게 취소시키고, 다시 개선하여 좋게 만든다는 것은 기업가들의 인식에서 아직 자리를 잡지 못하였다. 이런 디자인에 대한 혼란 속에 일부 능력 없는 디자이너는 남의 성공한 디자인을 도용하는 사례도 있었다. 당시의 미술관은 순수미술과 산업미술에 대해 좋은 역할을 해주었다. 특히 신흥백만장자에서부터 일용직 근무자들 까지 많은 문화적 인식을 심어 주었다. 그리고 어떤 점에서는 그들의 새로운 역할은 좋은 디자인소스를 산업사회에 제공하고, 그들의 수집품은 디자인에 대한 인식을 높이는데 독특한 역할을 해주었다. 미술관에서 관심은 그들의 수집품에서 산업을 고무시킬 수 있는 자료를 제공했으며, 어떤 점에서는 전시된 초기 디자인 제품들에 대한 질과 활력을 넣어 주었다.

3-3. 초기 디자이너

1920년 초까지 건축가, 미술가, 장인들의 대부분은 다른 나라에서 미국으로 이민 온 사람들 이었고, 디자이너의 반 정도는 외국 사람들 이었다. 조지 사키어(George Sakier)와 윌리엄 레커즈(William Lescaze)는 프랑스로부터 폴 프랑클(Paul Frankl)과 요셉 어반(Joseph Urban)은 오스트리아로부터, 폴

3) Arthur J. Pulos, The American Design Ethic, The Massachusetts Institute of Technology, p.158, (1983).

4) ibid., p.271

라자로(Paul Laszlo)는 헝가리로부터 구스타프 쟈센(Gustav Jensen)은 덴마크로부터 피터 뮐러-몽크(Peter Muller-Munk)와 루돌프 코에프(Rudolph Koepf)는 독일로부터 왔다. 당시에 많이 활동했던 디자이너 3명으로 요셉 사이넬(Joseph Sinel)은 뉴질랜드에서, 레이몬드 로위(Raymond Loewy)는 프랑스로부터, 존 바쇼(John Vassos)는 그리스에서 왔다. 이들은 미국의 산업디자인 초기를 여는데 큰 역할을 했으며, 그들 중 일부는 건축가로서 뿐만 아니라 미술가로서도 활동하였으며, 초기에는 포장디자인이나 광고 일러스트레이터 활동하였다. 요셉 사이넬(1889-1975)은 뉴질랜드출생으로 1918년 호주와 영국을 거쳐 미국으로 들어왔으며, 미국 내에 산업디자이너로서 처음 활동을 했다. 그는 강한 디자인 의식을 갖고, 석판화와 일러스트레이터로 활동하였다. 그는 상표디자인에도 깊은 관심을 갖고 작업했으며 지금의 CI개념과 같은 좋은 상표가 기업에는 이익과 소비자에게 주는 영향을 강조하기도 했다. 레이몬드 로위는 프랑스 엔지니어 출신으로 1919년 단돈 40불을 갖고 미국으로 들어온 사람 이었다. 그는 어려서는 노트에 자동차와 기차를 주로 그려왔고, 항상 스케치 연습을 해왔으며, 나중에는 패션잡지에 그의 패션스케치가 실리기도 했다. 미국으로 이민와서, 그는 메이시 백화점의 쇼 윈도의 옷을 진열하는 일을 하였고, 보그(Vogue)사에 패션스케치를 그려주기도 했다. 존 바쇼는 콘스탄티노플에서 정치 풍자만화를 그렸으며, 1915년 강압에 의해 터키를 떠난 후 영국 해군에 입대, 1차 세계대전을 참전하였다. 1919년 그는 미국으로 건너와 미술과 일러스트레이션에 관한 공부를 했고, 그의 독특한 일러스트레이션은 하퍼스(Harper's)같은 잡지사의 상업미술 작업에 참여하여 인정받기 도하였다. 그는 미국에 처음으로 전문디자인 사무실을 창업했으며 알렉산더 코스텔로우(Alexander Kostellow)와 함께 초기의 산업디자인 교육프로그램을 완성하기도 했다.

4. 산업디자이너의 전성기

4-1. 경제공황과 디자인

미국의 경제공황은 변화를 요구하는 다수의 욕구에 의해 디자인도 과거에서 탈피 새로운 변화를 찾게 된다. 즉 과거의 계단형(Step - 각이진 형태)디자인에서 유선형(Streamline)디자인으로 눈을 돌리게된다. 당시 사람들은 어려운 경제상황을 탈피하기 위한 심리를 유선형이미지, 즉 당시의 비행기나 비행선 또는 권련담배의 형태의 이미지에서 새로운 발견 시도한다. 이런 변화는 과거 Skyscraper시대의 계단형과 직선으로 이루어진 디자인형태를 부드럽고 유선형적 이미지로 바뀌게 된다. 또한 이러한 생각은 직선보다는 유선형이 보다 빠르고 속도감이 있고, 경제적이라는 논리도 갖게 된다. 1929년은 미국 뉴욕 주식시장의 붕괴는 많은 사람들이 희망을 잃어버렸지만, 디자이너들에게는 변화의 시기가 된 것이다. 1차 세계대전(1914년-1918년)과 멕시코 전쟁(1914년-1929년), 뉴욕의 증권시장 붕괴 그리고 2차 세계대전 등은 비행기와 자동차, 전자화된 기계제품은 소비자들의 관심 속에 경쟁적인 발전을 가져온다. 이러한 산업환경의 변화는 디자이너에 대한 사회인식이 높아짐에 따라 책임 있고 과거보다는 대중과 함께 하기 위한 물질적 행복은 물론 정신적 공공심리를 고려하는 디자인을 하게된다. 1927년에 미국 공예 및 장식미술가협회(AUDAC-The

American Union of Decorative Artists and Craftsmen)가 산업미술가와 공예가들에 의해 결성되어 최초의 디자인 단체 역할을 하였다. 그들은 그들 자신의 특허보호와 생산자들에 의한 디자인 도용을 막기 위한 활동도 했다. 또한 그들의 단체 활동 목적에 대해 "정직과 권위 그리고 이익을 위해 미술가와 공예가를 대표해 일반소비자와 생산자들과 협력할 것이다 라고 하였다."⁵⁾ 그들은 이러한 애국심과 집중력 없이는 참다운 미국적 스타일의 완성된 결과를 기대할 수 없다고 생각하였다.

AUDAC는 1930년 화랑(Grand Central Galleries)에서 5명의 유능한 실내디자이너들이 전시회를 가졌는데 이 전시 목적은 유용한 기술과 장식적 디자인 대한 미국의 가능성과 이미 메트로폴리탄(Metropolitan)전시회에 의해 특별히 생산된 제품과 일부 상류층의 주문 디자인에 의해 만들어져 시장에 나와 있는 제품이 다시 디자인되어 일반대중에게도 제공될 수 있다는 것을 보여주기 위한 것이었다. AUDAC는 1931년 건축가이면서 가구디자이너인 프랭크 로이드 라이트(Frank Lloyd Wright)와, 루이스 머퍼드(Lewis Mumford), 노만 벨 게데스(Norman Bel Geddes)를 발행된 미국 디자인연감에서 이들을 미국적 상업주의에 적절한 목적과 인간존중, 그리고 편리함 보여주는 유능한 디자이너로 소개하기도 했다. 그들의 이러한 활동은 확신을 갖고 산업 생산된 자국제품이 사회적 의미는 물론 문화적 측면에서도 예정된 소득이었다.

4-2. 새로운 소재 개발

일부 사람들은 디자인에 대한 변화를 가져온 제품의 외형에만 의존해 물건을 구입하지 않으며, 어떤 집단에서는 프랑스 디자인양식을 찾기도 했다. 백화점에서는 그들의 이득 때문에 소비자의 문화적 감각을 잃게 하고, 그들의 중간 구매자들의 문화적 흐름에 대한 책임을 포기한 채 현대미학의 전도사인 것처럼 나타나 대중과 협조 설명을 하고 전시하며 자기들이 만들어낸 디자인 문화를 일반 소비자에게 제공해 주었다. 당시의 현대적 스타일은 산업과 장식미술에서는 새로운 생산 방식과 소재에 의해 제품 디자인의 흐름이 변하게 된다. 새로운 목재가구는 열대산 나무로 만들어진 베니어로 장미목이나 흑단 같은 나무질감을 표현하기 위해 합성나무표면에 얇게 붙여서 만들었다. 또는 나무 표면에 알루미늄을 얇게 붙여서 자동차 표면에 사용하기도 했다. 그리고 이러한 응용제품은 비행기 표면에도 사용했으며 주방설비나 주방용품 또는 현대적 감각이 나는 표면재료로 많이 사용하였다. 동과 주석의 합금은 나중에 생산된 스테인리스 강판의 시작이 되었으며, 주방 싱크대나 상업적 설비에 사용 되었다. 그리고 상점 앞에 사용된 유리(Vitrolite Glass)와 화이버 보드, 폴크, 바닥재로 쓰이는 고무판, 리놀륨(Linoleum)등의 출현은 플라스틱 시대의 예고를 보여준 것이다. 대공황이 초기 플라스틱산업은 셀룰로이드나 베이클라이트 등은 지난 수십 년간 계속인 사용된 소재의 불안정성과 가연성 그리고 단순한 색상처리와 생산에서 어려움 등으로 그 제품의 사용이 제한되어왔다. 1932년 제너럴 밀스 주식회사(General Mills Company)가 새로운 아침 식사로 많이 먹는 시리얼 그릇제품을 플라스틱 "Skippy Bowl(얇

5) Arthur J. Pulos, op. cit., p336,

은 그릇)"은 당시의 플라스틱 붐을 일으키는 시작 이었으며, 미국 시아나미드 주식회사(American Cyanamid Company)에서 만들어진 플라스틱제품은 위생적이고 색상이 다양하며 쉽게 깨지지 않은 유용한 것이 됐다. 이 플라스틱은 비스킷 쿠키 포장용으로 사용 되었고, 이러한 다용도의 플라스틱재료의 생산은 전통적 재료로 만들어진 제품에 대해 많은 디자이너에게 변화의 기회가 되었다.

4.3. 산업디자인과 건축가

1934년 뉴욕 메트로폴리탄 미술관에서 두번째 주택가구전시회가 열렸으며, 이 전시회에서는 경제적 상황에 관계없이 다시 한번 초기에 생산 되었던 물건 모두를 전시하였다. 모든 디자인 건축에서 유래된다고 생각했기 때문에 미술관은 그들에 의해 항상 선점 되었다. 그러므로 대개의 전시는 건축가들에게 위임 되어 전시 되었다. 점차 산업디자인의 인식이 높아짐에 따라 일정비율로 월터 도윈 티그(Walter Dorwin Teague), 레이몬드 로위(Raymond Loewy), 도날드 더스키(Donald Deskey), 길버트 로드(Gilbert Rohde), 구스타프 쟈슨(Gustav Jensen), 러셀 라이트(Russel Wright) 등의 디자이너가 포함되어 전시기획에 참여하기 시작하였다. 어쩔 수 없이 건축관련 매체의 관심과 기득권, 박물관의 동정적 관심 때문에 많은 건축가들의 참여는 어쩔 수 없었으며, 나중에는 산업디자인의 대중성과 잠재력, 건축가들의 재능과 훈련을 위해 점점 관심을 갖게 된 것이다. 그리고 소수의 건축위원들이 산업디자인 분야를 인정하고, 젊은 건축가들이 산업디자인에 대해 매력과 관심이 또 하나의 동기가 되었다. 초기 건축가들 중에는 몽고메리 페라(Montgomery Ferar), 데이브 챔펜(Dave Chapmen), 레이 산딘(Ray Sandin), 브룩 스티븐슨(Brooks Stevens) 등이 관심을 갖고 작업을 했으며, 나중에 조지 넬슨(George Nelson), 엘리엇 노이스(Eliot Noyes), 찰스 이암(Charles Eames), 월터 포드(Walter B. Ford) 등이 합류하였다. 이들은 산업디자인 활동에서 성공적인 개발과 경험을 갖게 되었다. 오랜 기간 동안 산업디자인과 건축가들 사이에는 신중하고도 우호적 분위기를 가졌다. 건축가들의 이러한 역할로 일부 산업디자이너는 자신의 할 일이 없기도 했으며, 월터 도윈 티그는 건축가들을 따라가기 위해 그의 나이 55세인 1938 건축사 학위를 획득하기도 했다.

5. 산업디자이너의 활동

5-1. 월터 도윈 티그

티그는 1883년 감리교 순회 성직자의 아들로 태어나 인디애나 팬달톤의 조그만 마을에서 성장하였다. 고등학교를 졸업한지 얼마 되지 않아서 1902년 70불을 가지고 뉴욕으로 갔다. 그리고 광고 우편물을 위한 그림이나 간판그림 작업을 하는 아트 스트리트 리그에서 5년간 일을 했으며, 그리고 몇 년 후에는 몇 개의 잡지에 그림을 그려주거나 책 컷 표지 디자인을 하였다.

많은 사람들이 월터 도윈 티그를 전형적인 비지니스맨이라 불렀다. 당시 디자이너 중 가장 열정적으로 작업을 했으며, 현실적인 사람이었고, 제품의 바람직한 생산증가와 제조체제와 생산된 제품 판매에 집중하였다. 소비자측면에서 생각한다면

“제품디자인이란 경제적인 생산과 좋은 서비스 그리고 개선된 외관이라고” 생각하였다. 모든 디자인은 생산성과 제조업자가 생산할 수 있는 구조체계 그리고 광고 기법이라고 주장하였다.⁶⁾

그가 처음 의뢰 받은 제품은 아돌프 스티버 이스트만 코닥사로부터 2개의 카메라 디자인 이었다.(그림1, 2 참조) 그의

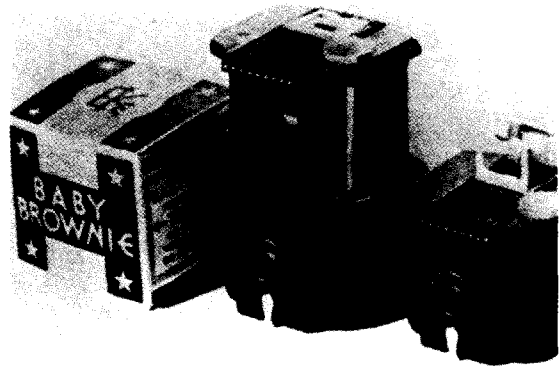


그림 1) 월터 도윈 티그가 디자인한 코닥 베이비 브라우니 카메라 1935

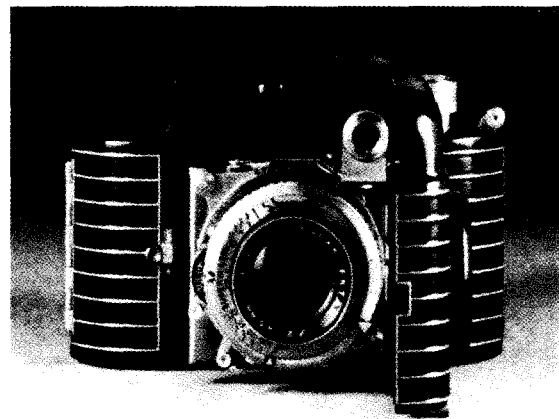


그림 2) 월터 도윈 티그 가 디자인한 브라우니 카메라. 미국 이스트만 코닥사 1936

명성은 메트로폴리탄 미술관에 근무하는 바흐(Richard F. Bach)로부터 알려지기 시작하였다. 티그는 생산자가 스케취만 해줄 것을 요구하는데 당황했으며, 그는 공장의 기술자와 함께 공동연구 할 것을 주장하였다. 이와 같은 디자인 비즈니스는 향후 계속된 코닥과의 디자인용역에 관한 일을 성공적으로 이끌어낼 수 있었으며, 이러한 요구는 당시 기업가가 생각해왔던 디자이너에 대한 인식으로부터 티그는 빨리 성공할 수 있었다.

5-2. 노만 벨 게데스

그는 쇼우맨적인 기질을 갖고 있었으며, 그가 실패로부터 얼마나 빨리 대중성을 얻을 수 있는가를 잘 알고 있었다.

6) Jeffrey L. Meikle, Twentieth Century Limited, Temple University Press, Philadelphia, p.43 (1979).

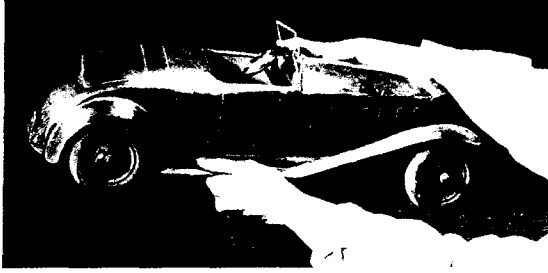


그림 3) 노먼 벨 게데스가 디자인한 자동차 모형. 1929

그리고 그의 초기는 물론 이름이 알려져 있을 때에도 이렇게 해서 자신의 명성을 끌어 올렸다. 그의 렌더링과 작품 사진이 무역잡지에 실리기도 했으며, 그가 저술한 책 *호라이즌(Horizons)*을 통하여 많은 수는 아니지만 리디자인을 통해 좋은 결과를 가져왔던 사례가 제조업자에 제공되기도 했다. 이런 방법은 대중들에게 좋은 세일즈 방법 이었고, 그런 이미지는 가끔 현실감각보다 앞서가기도 했다. 1929년 대공황이 시작되면서 그의 모든 역량은 극장 실내 디자인에서부터 산업디자인까지 확대된다.

그가 새로운 경력을 갖는데 대한 답변으로 그는 가구제조나 공장을 설계하거나 연극무대장치를 하든가, 시를 쓰든가, 그림을 그리던 자신의 아름다움을 창조할 수 있는 노력 있는 한, 자신의 본연의 길을 잃어서는 안 되는 것이 예술가라고 했다. 그는 결국 그가 그의 분야에 아무것도 아는 것이 없이 들어와서 그가 원했던 모든 것을 이루어 낸 산업디자이너로 성공했다. 당시 사람들이 그를 한마디로 이야기한다면 그는 논쟁을 좋아하는 사람 이었다.

5-3. 헨리 드레프스

드레프스는 극장용품 공급상회를 운영하는 가족에서 1904년 뉴욕에서 태어났다. 그의 아버지가 그의 아버지가 돌아가신 후 1915년 그 사업은 망했으며, 그의 어머니와 동생의 생계를 위해 간판을 그리거나 배달원 생활을 하였다. 1920년 고등학교(Ethical Culture Arts)에 입학했고, 2년간은 장학금을 받았다. 그는 고등학교 시절에는 학교 설립자의 교육적 이념이 나중에 그의 인생에 많은 영향을 주었다. 학교의 설립자(Felix Adler)는 우리가 사는 것은 그저 그렇게 기본적으로 행복하게 되기 위한 것이 아니고, 가능한 도움을 줘서 우리는 사물을 발전시킬 수 있어야 한다고 생각했다. 1922년 고등학교 장학금으로 아버지 밑에서 일한 극장에 대한 경험으로 게데스가 운영하는 무대디자인과정에 입학하였다. 처음에는 학생으로 그리고 나중에는 게데스의 조수로 일했고, 드레프스는 게데스가 가장 야심 차게 생각하는 프로젝트에 참여하여 그의 기술을 배우기도 하였다. 극장 무대디자인 일을 하다가, 그는 나중에 메이시(Macy's)백화점의 부사장에 의해 스타일리스트로 발탁되었다. 이것이 그의 산업디자이너로 경력을 바뀌게 되는 동기가 됐다. 처음에는 메이시백화점에 근무하면서 이미 팔리고 있는 상품의 디자인변경에 대한 의뢰를 받고, 그의 스케치 몇 장을 제조업자에게 보냈으나, 그의 스케치는 제조공정이나 재료의 한계성을 이해하지 못한 상태에서 그렸기 때문에 그의

아이디어 스케치는 받아 들어지지 않았다. 그래서 그는 단지 코스메틱 변경(Cosmetic Change)만 할 수 있었다. 그러므로 그는 디자이너는 제품의 결과 안을 전부 이해해야 한다고 생각했다. 그는 회사에 고용 되어 디자인 작업을 하는 것 보다 독립적인 디자인 사무실을 원했고, 부사장 친구의 도움으로 개인사무실을 갖게 되었으며, 디자인 외관 변경작업을 계속하였다. 그는 게데스 밑에서 공부했지만 산업디자인의 개념은 티그를 닮았고, 당시 사업가들에 대한 디자이너의 이미지를 개선시켰으며, 그의 트레이드 마크된 갈색 양복은 비실용적인 전형적인 예술가들의 설득을 위한 상징처럼 보였다. 그의 사무실에는 인간에게 적합한 기계와 인간에게 부적합한 기계를 볼 수 있었다. 그의 디자이너로서 자신의 신조에 대해 우리가 어떤 대상물에서 개인으로 사용 하든가 또는 단체로 사용하던가 또는 동작시켜보고, 활성화하고, 이야기하고, 관찰하며, 조사하여 함께 나아갈 수 있을 때까지 일하는 것이라고 인식하였다. 좀더 일반적인 관점에서 본다면 비록 사람과 제품이 만나는 관점에서 의견이 불일치해서 산업디자이너가 실패했을 때에도 위와 같은 생각을 가져야 한다고 생각했다. 그는 좀더 제한적 결정을 하지만, 그러나 티그나 게데스 보다도 목표가 보다 실 제적 이었다. 티그는 사회에 대한 디자인의 응용은 황금시대의 창조라고 예견하였고, 게데스는 그가 가지고 있는 상상력의 예시는 현실의 희망이다 라고 했으며, 드레프스는 사회 그 자체를 받아 드렸다. 그는 그의 고객들에게 이득을 줄 수 있었다. 왜냐하면 그는 대중이 좋은 디자인에 대한 본능적 인식을 알고 믿었기 때문이다. 소비자 와 사업가에 대한 디자이너의 목표는 디자이너의 심사숙고를 통한 의견일치라고 볼 수 있다고 생각하였다. 1928년 그는 월세 25달러의 자신 소유의 사무실에서 문손잡이, 버클, 등의 디자인을 했고, 1929년 뉴욕의 5번가에 새로운 사무실을 카드테이블 접는 의자 등의 가구를 빌려서 두명의 직원과 함께 사무실을 오픈 하였다. 처음에는 그의 디자인 작업은 플라스틱 담배라이터, 열쇠, 시계, 금속그릇 등 이였으며, 대개의 디자인은 이미 공장에서 일하는 제품설계자에 의해 디자인된 것을 외관만 조금 변경하여 주는 것 이었다. 그러나 드레프스는 벨 전화회사와의 디자인 용역 제휴에서 그는 장식적 변화만주는 디자인용역 보다는 그 자신의 종합적 의견을 받아들여질 수 있도록 요구했다. 벨 회사의 첫번 데스크형 전화기는 송화기와 수화기가 하나로 되어 있는 것이 1927년 소개 되었으나, 보기가 안 좋았으며, 그 전화기는 4천명의 인체측정을 바탕으로 공장기술자에 의해 디자인되었다. 좀더 나은 형태를 찾기 위해 벨 전화회사는 1929년 아트 센터에 의해 추천된 10명의 디자이너에게 1000달러를 주고 이상적인 전화기 디자인을 요구하였다. 그러나 드레프스는 공장 기술자에 의해 합작으로 유도되는 리디자인이라고 생각했기 때문에 거절했다. 일년 후 벨 전화회사는 드레프스의 의견이 옳다고 생각 그 의견을 받아 드려 벨 전화회사 데스크 폰 프로젝트의 상담역으로 고용 되었다. 그 후 벨 전화회사에서 10명의 디자이너에게 의뢰한 디자인이 나왔지만, 그것은 기능 측면에서 실패했기 때문에 비실용적인 것이 돼버렸다. 10명의 디자인결과물 중 하나인 구스타프 쟈센(Gustav Jensen)의 디자인은 가늘고 긴 손잡이에 6개의 계단형 구조로서 잡기에 불편한 것이었다. 드레프스는 산업디자이너가 제조공정을 알지



그림 4) 헨리 드레프스가 디자인한 전화기 벨 텔레폰 1937년

못하고 디자인을 한다는 것은 실패할 것이라고 생각하였다. 그는 1930년 새로운 전화기 디자인을 시작하여 1937년 내놓았고(그림4 참조), 1950에 또 다른 디자인으로 대체 되어 새롭게 내놓았다.

그의 이러한 형태 접근은 유럽의 이론가인 르콜르브제(Le Corbusier)나 멘델손(Mendelsohn)을 무시했고, 그의 이런 주장은 기계미학의 비계획적이거나 실용주의인 것처럼 보였다. 기자가 말하기를 그의 목표는 단순성에 있다 라고 했다. 우리는 몇 년 전만 해도 우리는 빌딩 건축물이 이렇게 높게 올라갈 줄 몰랐으며, 그런 고층빌딩(Skyscraper)이 제품디자인의 변화를 가져왔다고 생각했다. 드레프스의 많은 디자인 중 전화기는 남의 흉내를 내지 않고, 선의 단순성을 가져왔고, 다른 작업에서 그는 현대적 감각이나 유선형 이미지를 반영하였다. (그림5 참조) 그러나 그는 다른 디자이너의 것을 받아들이거나 그들의 형식을 바꾸는데는 참조하지는 않았다. 그러나 정형적 보수억제와 함께 그는 그들이 다른 점에서 지나쳐 버렸거나 또는 받아들여졌을 때 그는 그들의 디자인을 일부 응용하였다. 그의 이런 태도는 제품의 기능과 형태에 알맞은 바램으로부터 나온 것이며, 상대를 무시하는 것은 아니었다. 어떤

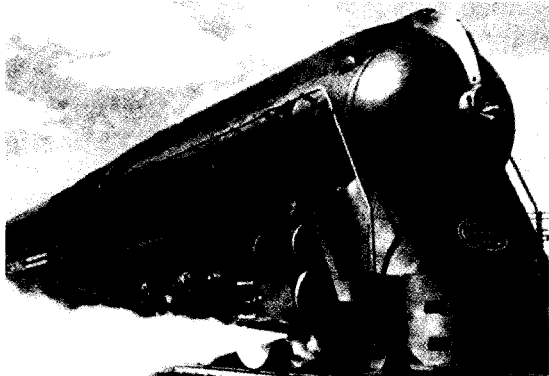


그림 5) 헨리 드레프스가 디자인한 20세기 특별 열차. 1938

기자는 그의 태도를 요약해서 그의 특징을 결론 내리기를 번쩍이는 모던과는 반대로 단순한 모던이 그의 취향 이었다. 기 드레프스의 산업디자인에 대한 개념은 환경을 재 개편하는 계

7) Jeffrey L. Meikle, op.cit., p.59

획이 포함된 것은 아니었으며, 그의 이런 공공질서의 추구는 그 자신과 그의 직업 때문만은 아니었다. 그들 환경의 독특한 요소와 대중사이에 관계를 실질적 작업에서 단순화하는 것으로 그의 시간을 보냈다.

5.4. 레이몬드 로위

그는 파리에서 태어났으며, 많은 미국 전문디자이너 중 외국 출신 이었다. 그는 전쟁 전에는 전기상회에 몇 달간 근무했다. 로위는 프랑스 육군으로 1차 대전에 참전하여 많은 공을 세웠으며, 전쟁의 지루함을 달래기 위해 폐 주택에 들어가 양탄자 거울 의자 등을 훔치기도 하였다. 제대 후 파리를 떠나 장식업에 종사했었다. 그는 미국으로 이주해서 1919년 뉴욕으로 이주해서 제넬랄일렉트릭에 근무하기를 원했지만, 뉴욕으로 배를 타고 오면서 그는 다른 경력을 갖게 된다. 그는 잘 차려 입은 젊은 여자들이 갑판에서 산보하는 모습의 스케치를 자신

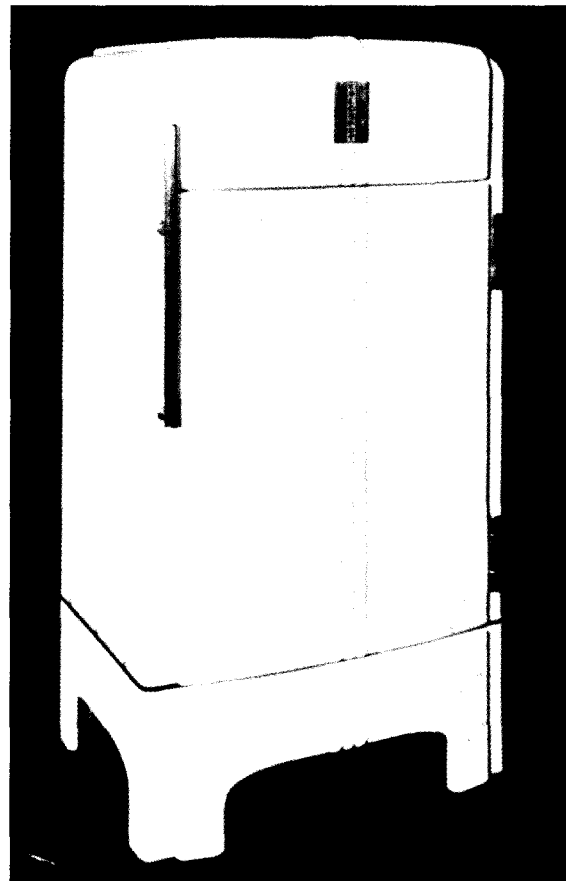


그림 6) 레이몬드 로위가 디자인한 냉장고. 시어즈로백사 1935.

경매에 제공하였다. 여기서 그의 재능을 인정받아 패션 일러스트레이터로 활동하게 된다. 1924년 삭스 5번가(Saks Fifth Avenue)에 사무실을 오픈 하여 그의 첫 번째 작업이 엘리베이터 오퍼레이터의 유니폼을 디자인하는 것이었다.

게데스는 로위에 대해서 이야기하기를 그는 디자인 작업에서 보다 가정생활에서 더 재미있는 사람이라고 했다. 또 다른 친구는 로위에 대해 말하기를 그의 열정을 그자신 생활의 표상

에서 찾을 수 있는데 그는 여름에 흰색 큰 오픈카를 타고 멋 있는 금발머리 아가씨와 롱아일랜드 드라이브하는 것이다 라고 하였다. 본질적으로 그는 디자이너답게 보인다라고 했다. 결국 그는 성공하여 그의 취향에 맞는 집을 뉴욕, 맥시코, 팜 스프링에 구했다. 그러나 로위는 디자인을 그의 사치스런 생활에 근거하지는 않았다. 그의 생활과 디자인 작업은 동전의 앞뒷면과도 같았다. 비록 그는 우연히 산업디자인에 들어와서 그의 흥미는 자신의 주변환경을 취향에 맞고 개인적으로 편안함을 창조하면서 살아가는 것이었다. 그의 이런 취향은 전쟁터의 방공호로부터 변화가 시작된 것 이었다. 그는 가끔 추하고 천박한 것에 분개해왔다. 미국의 환경요소에서 단순하고 날씬하고 조용하고 빠른 것을 찾기를 기대하였다. 대신에 그는 무겁고 거친 인상을 받았다. 점차로 그는 자신주변의 색상에 관한 것들이라든가 소음은, 실제적 형태로부터 불안정한 잠재의식을 느끼게 된다.

6. 결론

미국을 부를 축적할 수 있는 "기회의 땅" 또는 "약속의 땅"이 가고 부리며, 다양한 인종이 건너와 공동사회를 형성해 나가고 있다. 이런 땅에서 초창기의 청교도 정신과 함께 실용주의 적인 미국인들의 사고는 모든 문화 전반에 걸쳐 중용한 핵심이 되어 왔다. 과거의 미국에서 지금은 많은 부분이 발전되어 세계제일의 부강한 나라임을 인정받고 있고, 그 동안 디자인의 역사 또한 변모하여 과거의 기계 생산적 제품의 디자인에서 정보, 산업생산, 일부 첨단 산업분야에서 세계 제일의 자리를 굳히고 있다. 이런 변화는 과거에 단순 기계생산에 의한 산업 생산제품을 후진국이나 중진국으로부터 들어오는 대신 지금은 다른 산업분야에서 부가가치를 높여 가고 있다. 이런 변화 속에서도 오늘날의 미국은 짧은 역사 속에 가장 부강한 나라로 되어 있다. 자료에 의하면 군사력 측면에서 최고의 강력한 힘을 갖고 있고, 인구수가 중국, 인디아, 그리고 미국으로 1997년 통계로 약 2억 6천만 명을 살고 있으며, 원자폭탄을 세계 최초로 발명하였고, 세계최초로 달에 인간을 착륙시켰으며, 세계제일의 산업기술 개발, 석유 생산에 전기생산 또한 1위이다. 미국은 자력에 의해 독립을 했고 국민경제생산과 소비가 세계1위이다. 자동차 보유대수가 1996년 기준으로 국민1000명당 778대로 약2억6백만 대의 차량을 보유하고 있고, GDP가 1996년 기준으로 약 7조6천억 불에 달하고 있다.⁸⁾ 물론 모든 디자인에서 미국이 세계 제일은 아니다. 디자인은 국가마다 특징이 있고, 우리주변에 다양하게 존재하고 있으므로 어느 특정국가가 세계제일이라는 것은 잘못된 생각이라고 할 수 있다. 그러므로 여기에서 논한 미국의 초기디자인에 대한 것은 우리의 상황과 비교할 필요도 있고, 한편으로는 미국적 경향의 디자인 흐름도 파악할 수 있으며, 또한 강대국인 된 미국과 현재 세계 디자인 흐름과도 비교해 연구할 필요가 있다고 본다. 산업디자인 초기 디자이너의 정착 환경이 미국 산업디자인 문화로 출발하였으며, 그와 같은 문화적 흐름이 아직도 존재하고 있다. 여기서 제시한 4명의 디자이너는 성장 환경과 생각은 서로 다르지만 미국의 산업디자인 흐름을 이어

가는 하나의 역할을 하고 있었음을 알 수 있다. 이것이 앞에서 말한 이면으로 국가가 이루어진 다원주의적 사고의 미국이면서 실용주의를 추구하고있음을 보여 주고 있는 한 단면이다. 디자인의 흐름은 한번 지난 것은 똑같은 모습으로는 우리에게 안 나타나지만 모습을 달리하여 다시 나타나기도 하기 때문에 과거의 디자인 흐름이 우리 미래 디자인과도 관련이 있다고 봐야 할 것 같다. 우리도 이제는 디자인에서 세계와 같이 호흡할 수 있는 단계까지와 있고, 앞으로도 계속 발전해 나아가야 함으로 상대국의 디자인 흐름 역시 중요하다고 볼 수 있다. 더구나 정착기의 디자인 변화는 그 나라의 디자인의 뿌리가 될 수 있기 때문이다.

참고문헌

- 최병현 외, 미국문화와 사회, 대우출판사, (2000).
- 명승수, 현대 디자인학의 지평, 월간디자인 출판부, (1986).
- Allan Carpenter and Carl Provorse, The World Almanac of The U.S.A, World Almanac Books Aprimedia Company, Mahwah NJ, (1998).
- Andre Kaspi, Great Dates in United States History Factson File, Inc. New York N.Y, (1994).
- Arthur J. Pulos, The American Design Ethic, The Massachusetts Institute of Technology, (1983).
- Jeffrey L. Meikle, Twentieth Century Limited, Temple University Press, Philadelphia, (1979).
- John Mack Faragher, The American Heritage Encyclopedia of American History, Henry Holt and Company, Inc. (1977).
- Ross Gregory, Modern America, 1914-1945 Facts on File, Inc. New York, N.Y, (1995).

8) John Mack Faragher, op.cit., p.13, p.16, p.17 (1977).