

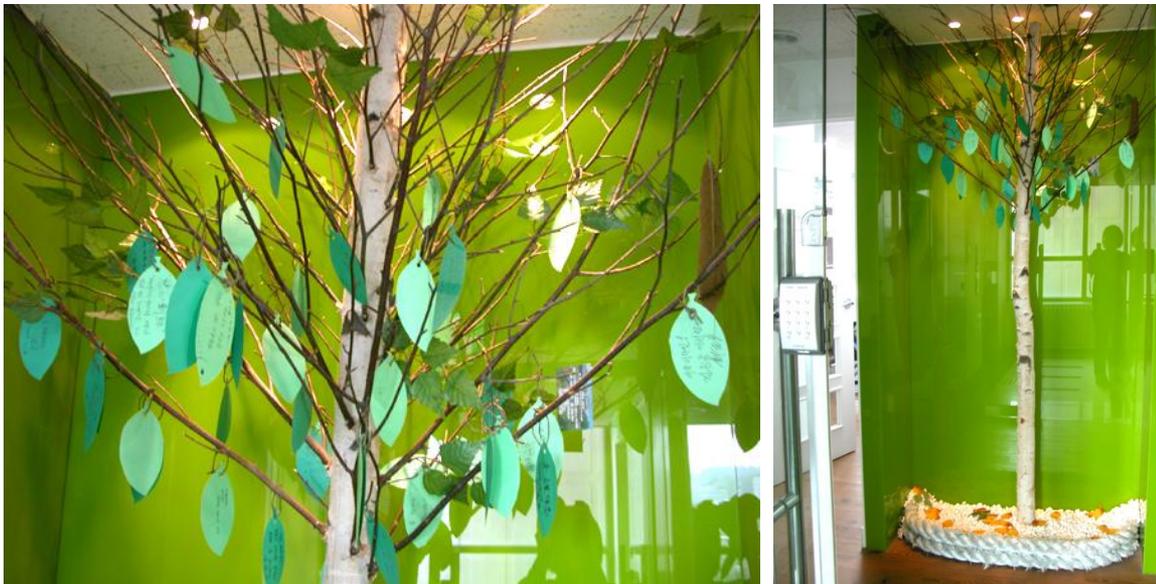


예측 트렌드 Trend Forecasting

콘텐츠 유형 : 스팟 리포트타주

취재 및 사진, 글 : 최성훈 (트렌드 리서처)

자료제공: 그린디자인 연구소



‘그린디자인’

-그린디자인 연구소 왕종두 소장-

그린디자인 연구소답게 물 밑바닥까지 보이도록 맑고 깨끗해진 청계천 바로 옆에 위치한 ‘마을 디자인’을 찾았다. 환경에 대한 관심과 그 필요성이 높아지고 있는 요즘 그린디자인 연구에 활발한 활동을 펼치고 계신 왕종두 소장님을 통해 그린디자인과 그린 마케팅이 무엇인지 그리고 그린디자인 필요성에 대해 이야기를 나누어보았다.



사진 2> '마을디자인' 에서 내려다 보이는 청계천 전경



사진 3> '마을디자인' 과 역사문화콘텐츠 '스토리텔링' C.I:
 특히 도시와 창과 농촌의 발을 이미지화 한 '마을디자인' C.I 로 "도시의 창을 열고 농촌과 교류하자", "농촌에서 도시를 꺼안자"라는 도시와 농촌의 동행 커뮤니케이션이 이루어지도록 노력하겠다는 의미를 담고 있다.
 역사문화콘텐츠 '스토리텔링'은 역사, 문화를 발굴하여 지역주민의 자긍심을 높여주고자 하는 취지를 담고 있다.

“한 차원 높은 생활의 시작... 작은 마음에 감히 지 않고 대한민국의 도시와 농촌의 미래를 생각하는 창의적이고 진취적인 청년기업”이라는 슬로건 아래 환경을 생각하며 지역, 마을 가꾸기와 이러한 공간과 시설물을 통한 수익이 발생하도록 컨설팅 디자인을 주요 업무로 하는 도시와 농촌 커뮤니케이션 '마을디자인' 의

그린디자인 연구소장인 왕종두 소장. 그는 자신을 오리콤과 금강 등에 20년 동안 몸담았던 광고쟁이었다고 소개하며 '침대는 가구가 아닙니다'라는 모 침대광고가 자신의 작업 중 하나라고. 이렇듯 광고계에서 자리를 확고히 하던 왕종두 소장은 환경운동가이며 그린디자인의 선구자인 국민대학교 윤호섭 교수님과의 만남을 통해 그린디자인에 관심을 가지게 되었고 이후, 그린디자이너로 전향하여 열정적으로 활동하게 되었다고 한다. 또한 그린디자인연구소장으로 활동하고 있는 현재의 생활에 더 만족을 느끼고 보람을 느낀다고 말하며 그린디자인에 대한 그의 깊은 애정을 나타냈다.

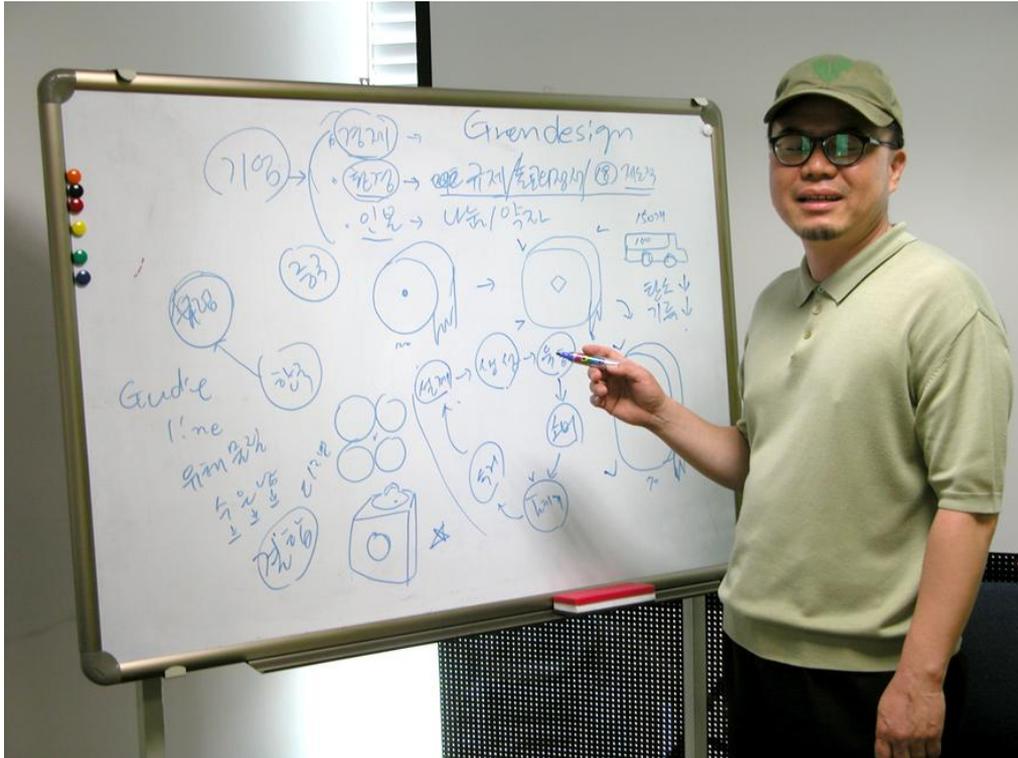


사진4> 반시계루 휴지디자인을 예로 그린디자인과 그린 마케팅에 대한 설명을 해주시고 계신 왕종두소장님 / 일본의 반시계루 휴지 디자인

‘그린 디자인을 통한 경제, 환경, 사람 모두에게 만족을 주는 마케팅이 진정한 그린 마케팅’

왕종두 소장은 일본의 반시계루의 휴지 디자인을 예로 그린디자인과 그린마케팅을 간략히 설명해 주셨다. 위의 오른쪽 사진에서 보이는 것처럼 반시계루의 휴지 디자인은 휴지의 중앙 심지모양을 사각으로, 전체 휴지모양을 사각에 가까운 형태로의 변형을 통해 원통형의 휴지보다 휴지사용량을 줄일 수 있으며, 운반차량 적재 시 불필요한 공간이 줄일 수 있다. 이를 통해, 운송비용 절감에 따른 에너지 절감, 탄소발생을 감소 효과에 이르는 경제적, 친환경 효과까지 얻을 수 있게 된다. 이렇듯 기업의 입장에서 경제, 환경, 사람 모두에게 적합한 마케팅이라 설명했다. 좀 더 구체적으로 정리하여, 1. 환경파괴, 환경문제가 전 세계적인 주요이슈로 부각됨에 따라 산업혁명, 사회구조의 획기적인 변화가 불가피 2. 고객만족을 주는 제품과 서비스를 제공하는 기존의 마케팅개념에서 기업의 사회적 책임 부각과 이익을 고려 3. 경제성장과 발전으로 대변되는 양적 가치에서 안정, 삶, 자연의 본질을 재인식하는 질(quality)요구에 부합하는 마케팅이 진정한 그린마케팅이라고 정의해 주셨다.

‘자연을 회복시키고 지키는 것이 진정한 그린디자인’

“디자인은 시장을 움직일 수 있는 힘을 가지고 있습니다. 이러한 맥락에서 볼 때 그린(Green)과 디자인(Design)이 만나면 사람들을 움직일 수 있는것입니다. 일반 환경운동은 매우 광범위하며 포용력 떨어지는 면이 있지만, 그린디자인은 포용하면서 생활 속에서 실천 가능한 일들을 통한 환경 운동이라고 말할 수 있습니다. 그린디자인은 재사용을 위한 디자인, 재활용을 위한 디자인, 제품수명연장을 위한 디자인, 쓰레기제로 디자인, 최소부피/경량화 디자인, 소재의 순수성을 높이는 디자인, 다품종 소량생산을 위한 디자인, 분해를 위한 디자인을 말합니다” . 이어서 왕종두 소장은 재사용을 위한 디자인의 예로 루마니아 디자이너 안드레이 보조르(Andrei Bojor)가 디자인한 세면대와 세탁기가 결합된 스페이스세이버(Space Saver)를 설명하며 공간의 활용뿐만 아니라 세면대에서 사용한 물을 세탁기에서 다시 재사용할 수 있다는 점에서 굿 그린디자인 제품의 사례로 꼽았다. 또한 유사한 재사용을 위한 디자인으로 욕실 세면대와 양변기가 결합된 디자인들이 이미 소개되고 있지만 아직 국내의 대 단지 아파트나 공공 건물에서의 활용 사례가 없다는 점에서 왕종두소장은 안타까움을 나타냈다.



사진5> 재사용을 위한 제품 디자인의 예: 루마니아 디자이너 안드레이 보조르(Andrei Bojor)의 스페이스세이버(Space Saver)

원본이미지출처: <http://www.bornrich.org/entry/spacesaver-lets-you-wash-hands-as-it-washes-clothes>



사진5> 왕종두 소장의 '태양광 십자가' 시리즈: 최근 충북 음성군의 성당에 설치된 태양광 십자가 (맨 왼쪽)는 그의 세번째 작품이다. 명일동 성당에는 LED로 십자가를 형상화한 두번째 작품(가운데)을 기증했다. 오른쪽 작품이 그의 처녀작이다.

사진6> 이준모씨의 작품: 친환경 유골함



기존 도로 그래픽

도로 그래픽 대안 1
페인트 양을 줄일 수 있다

도로 그래픽 대안 2
페인트 양과 노동력을 동시에 줄일 수 있다

사진7> 윤호섭 전 국민대 교수작품



사진8> 우리나라 발우공양그릇: 발우란 양에 맞는 그릇이란 뜻이다. 발우공양의 정신은: 1) 모든 사람이 똑같이 나누어 먹는 평등공양, 2) 철저히 위생적인 청결공양, 3) 조금도 낭비가 없는 절약공양, 4) 욕심까지도 버리는 비움공양이다.

‘경제흐름은 환경사업의 영향을 받게 될 것’

환경디자인의 시대 흐름을 묻는 질문에 80년대에는 그린 디자인(green design), 근래에는 에코 디자인(eco design)으로 나아가 다가오는 미래에는 지속가능 디자인(sustainable design)이라는 흐름으로 전개된다고 대답하며, 앞으로 세계경제의 흐름은 유럽으로부터 시작될 것이라고 전망했다. 그 이유는 환경사업의 주요분야인 탄소관련 시장을 선점하고 있기 때문이라고 설명했다. 미리부터 환경을 생각하고 보전하기 위한 노력과 시간을 투자한 당연한 결과라고 말하며 그들을 따라가기 위해 해야 할 일이 너무도 많다고 덧붙이며 그린디자인 연구의 필요성과 열정을 다시 한번 드러냈다.

<취재후기>

왕종두 소장님과의 인터뷰를 통해 그린디자인의 필요성과 중요성을 다시 한번 느끼게 되었다. 특히, 그린 디자인은 환경을 고려한 디자인이라는 측면 뿐만 아니라 에너지절감, 경제적 측면 등 일거다득(一舉多得)의 효과를 얻을 수 있는 필수디자인이라고 생각되었다. 또한 그린디자인은 새로운 디자인인 아닌 기존의 디자인에 그린(Green)개념을 첨가 한 디자인이라는 왕종두 소장님의 이야기처럼 조금만 관심을 가지고 연구한다면 그린디자인은 쉽게 발전될 수 있으리라 생각된다. 이렇듯 인간과 환경과 경제를 위한 필수 그린디자인을 위해 더 많은 디자이너와 기업들이 그들의 창의력과 기술력으로 만들어진 그린디자인 제품을 통해 매일매일의 일상 생활 속에서 환경을 지키고 보존할 수 있게 되기를 바란다.

왕종두 소장 약력.

국민대학교 조형대학 시각디자인과 졸업
국민대학교 디자인대학원(국내최초그린디자인 석사) 졸업

1984~ 1993 두산그룹 광고대행사 ㈜오리콤
1988~. 광고교육원 기획과정 수료
1989~. 일본 덴츠 광고대행사 동경연수
1993~. 미국 CLIO광고제 참관 및 연수
1995~ 1997 현대그룹 광고대행사 ㈜금강기획CD실장
1996~. 미국 Creative Director초청 뉴욕연수
1998~ 2002 Wangcom Boutique 대표(창업)
2003~ 2004 ㈜유퍼스트컴 종합광고대행사 공동대표
현재 마을디자인 그린디자인 연구소장
한세대학교 그린디자인 겸임교수