

# 지속가능성의 관점에서 본 시각디자인의 사회적 모델

현대조형연구 | 금누리 교수

국민대학교 테크노디자인전문대학원 퓨전디자인학과 시각디자인전공 | 권교영

# 목 차

## I. 서론

1. 연구배경 및 목적
2. 연구방법과 범위

## II. 지속가능성에 대한 이론적 고찰

1. 생태주의 패러다임의 등장
  - 1-1. 생태적 지속가능성의 개념
  - 1-2. 지속가능한 발전과 사회
2. 기업적 측면에서의 관점
  - 2-1. 기업의 사회적 책임과 시민의식
3. 소비자 측면에서의 관점
  - 3-1. 지속가능한 소비행동
4. 디자인 측면에서의 관점
  - 4-1. 디자이너의 정신성

## III. 시각 디자인의 사회적 모델 도출을 위한 개념 고찰

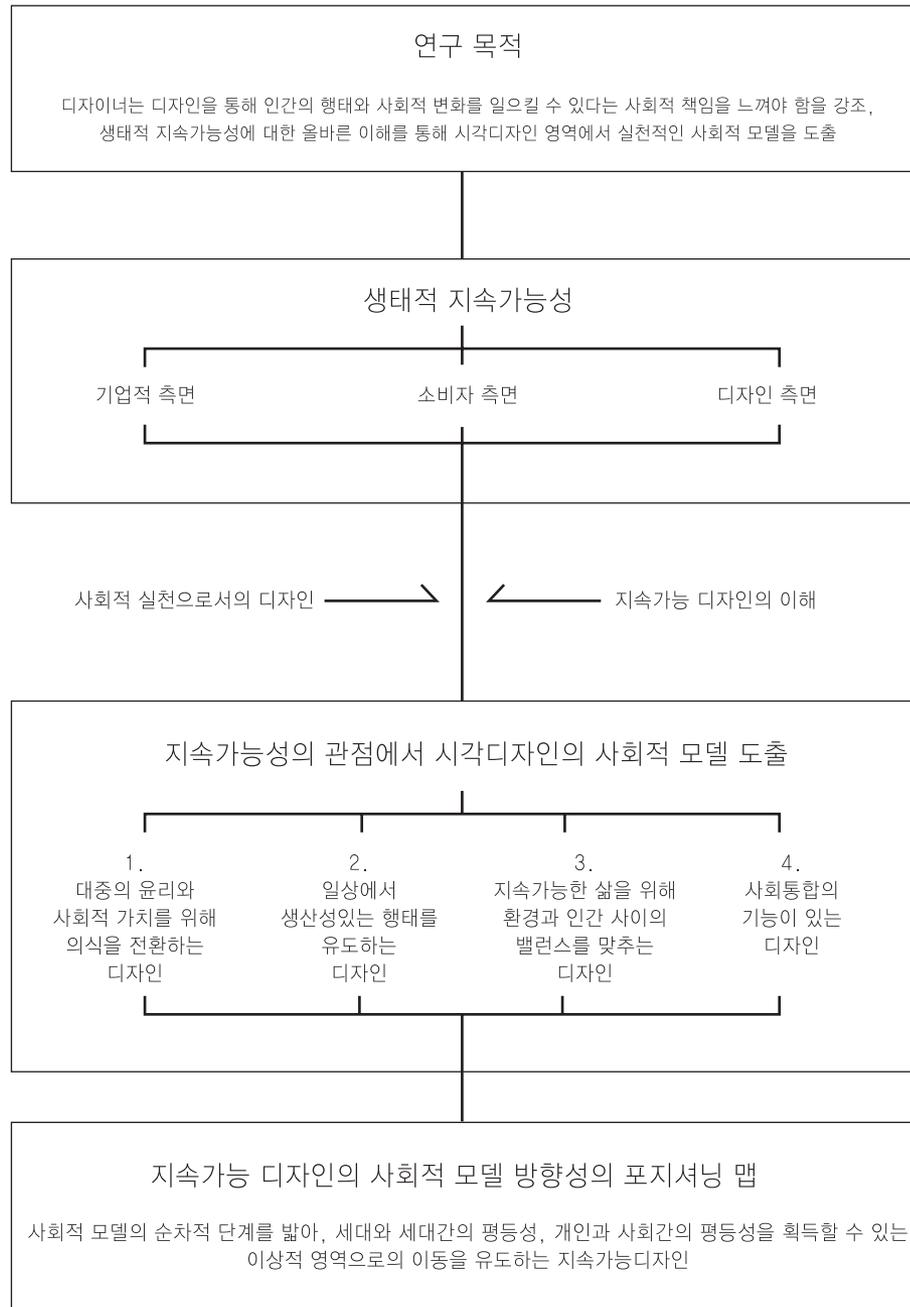
1. 사회적 실천으로서의 디자인
2. 지속가능 디자인의 이해
  - 2-1. 지속가능 디자인의 역사와 현재

## IV. 지속가능 디자인의 관점에서 본 시각디자인의 사회적 모델

1. 지속가능 디자인의 관점에서 본 시각디자인의 사회적 모델 도출
  - 1-1. 대상 및 방법
  - 1-2. 대중의 윤리와 사회적 가치를 위해 의식을 전환하는 디자인
  - 1-3. 일상에서 생산성 있는 행태를 유도하는 디자인
  - 1-4. 지속가능한 삶을 위해 환경과 인간 사이의 밸런스를 맞추는 디자인
  - 1-5. 사회통합의 기능이 있는 디자인
2. 지속가능 디자인의 사회적 모델 방향성의 포지셔닝 맵

## V. 결론

# 논문구조도

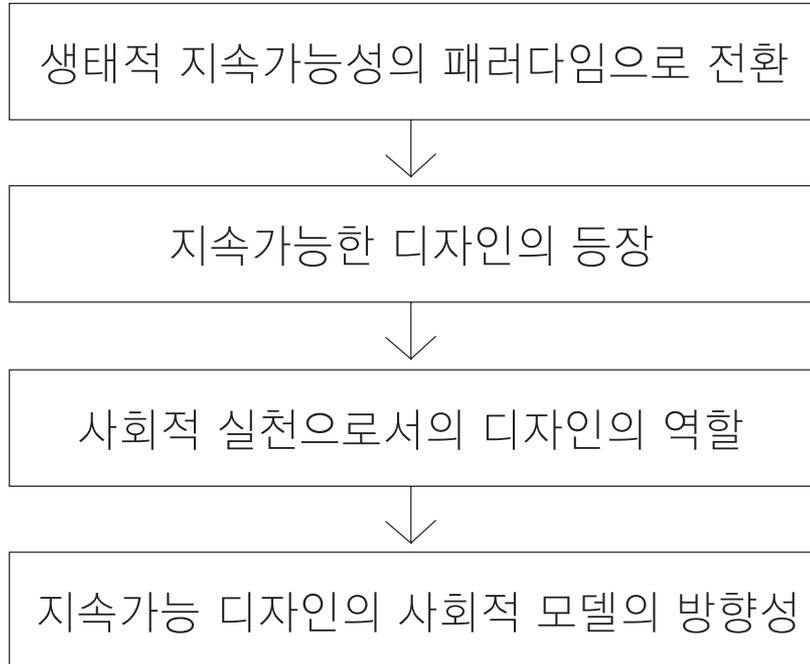


# 1. 서론

1. 연구배경 및 목적
2. 연구방법과 범위



# 1. 연구배경 및 목적



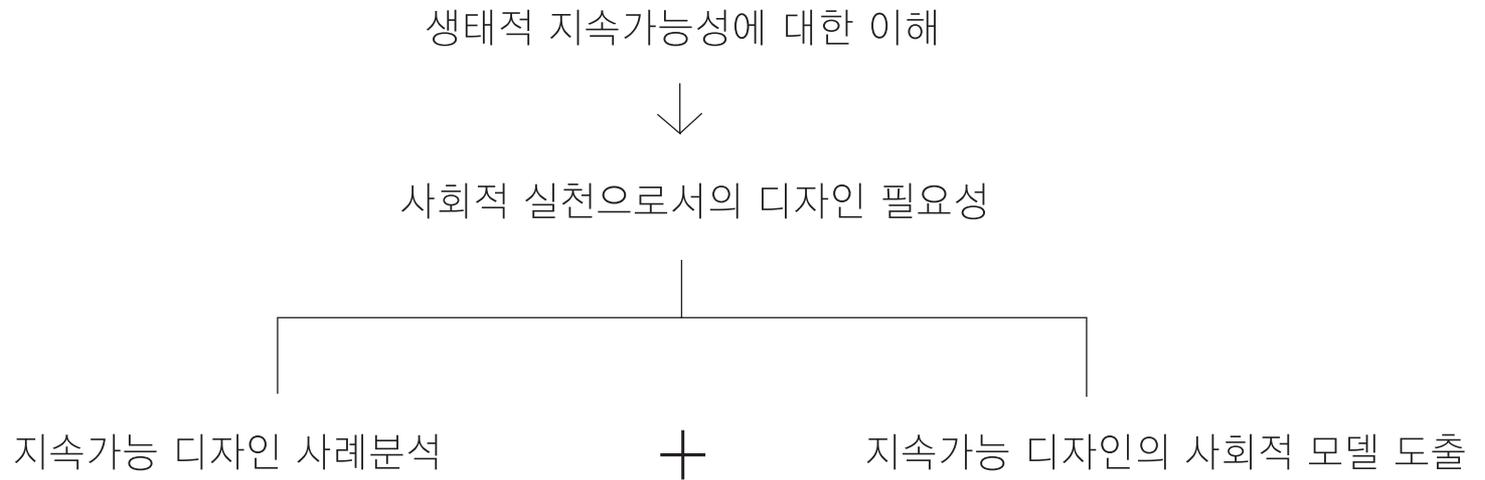
# 1. 연구배경 및 목적

1987년 세계환경개발위원회(WCED))가 발표한 브룬트란드보고서(The Bruntland Report)의 ‘우리 공동의 미래’ 에서 처음 제시된 지속가능한 발전(Sustainable Development)이라는 개념을 실현시키기 위한 방안으로 제시된 지속가능한 디자인은 최근 몇 년 사이에 언론의 큰 관심을 받아오고 있다. 즉 환경문제를 근본적으로 해결하기 위해 단순한 환경오염의 규제에서 나아가 경제나 정치, 사회와 문화를 어떻게 탈바꿈시킬 것인가 하는 전사회적인 패러다임의 전환이 모색되고 있다. 이러한 패러다임 전환 속에서 디자인이 소비의 동기유발과 촉진이라는 반 환경적인 명제를 근본으로 하고 있다는 문제점의 이해를 통해 패러다임에 맞는 새로운 디자인이 모색되었고 이를 지속가능한 디자인이라 한다.

이 연구에서는 디자인의 역할을 인간의 인지적, 감정적 영역의 매개체로서 인간의 사회적 행태와 사회적 구조에 영향을 줄 수 있는 시스템적 관점으로 보고, 기존의 제품디자인 중심의 지속가능 디자인의 한계가 있다고 보았다. 이렇게 디자인을 통해 인간의 행태를 변화시킬 수 있다는 자각은 디자인의 사회적 기능에 대하여 새로운 관점과 대응을 요구하므로, 생태적 지속가능성에 대한 올바른 이해를 통해, 시각디자인 영역에서 생태적 지속가능 디자인의 사례분석을 하고 실천적인 사회적 모델을 도출하려고 한다.



## 2. 연구범위와 방법



## II. 지속가능성에 대한 이론적 고찰

### 1. 생태주의 패러다임의 등장

1-1. 생태적 지속가능성의 개념

1-2. 지속가능한 발전과 사회

### 2. 기업적 측면에서의 관점

2-1. 기업의 사회적 책임(CSR)과  
기업시민의식

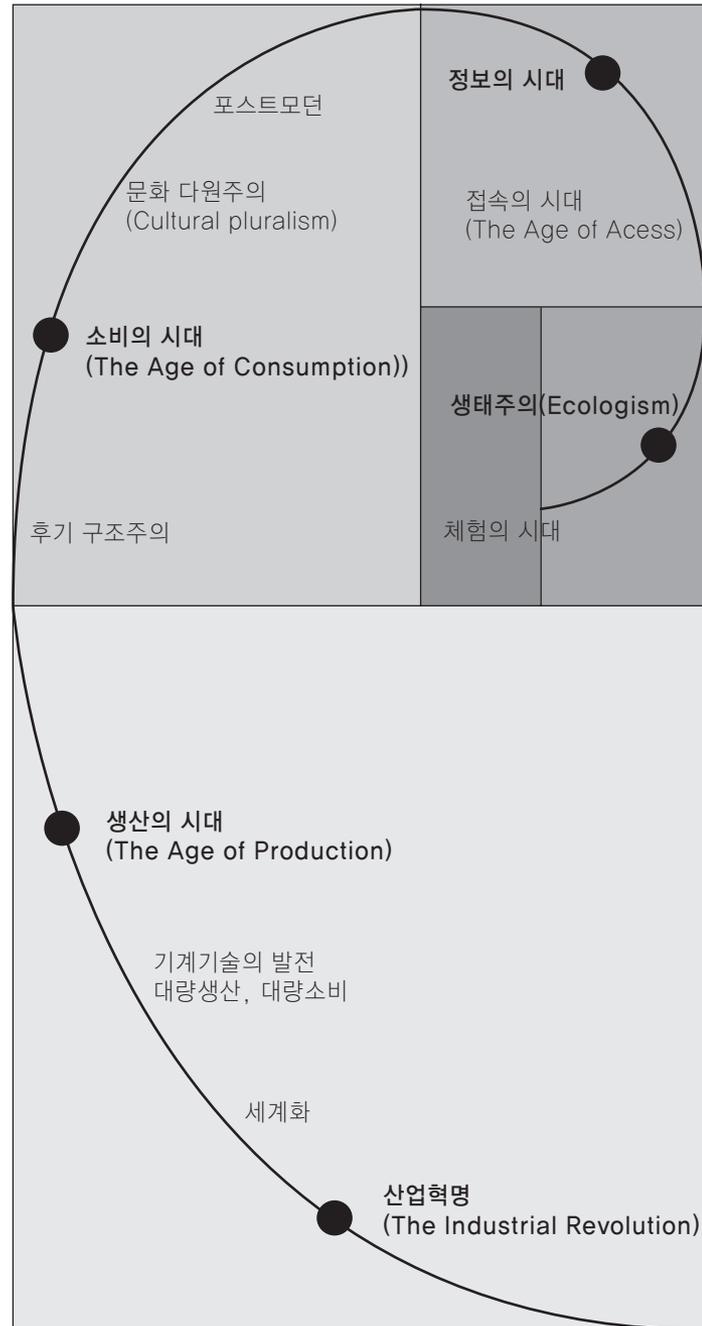
### 3. 소비자 측면에서의 관점

3-1. 지속가능한 소비행동

### 4. 디자인 측면에서의 관점

4-1. 디자이너의 정신성

# 1. 생태주의 패러다임의 등장



# 1. 생태주의 패러다임의 등장

근대사회가 시작한 17세기 이후 인류는 크게 세기별 사상적 변화를 경험했다. 첫째는 18세기 말 귀족계급에 대한 시민계급의 권리요구에 따라 모든 시민에게 평등한 정치적·경제적 원리가 주어진 자유주의적 자본주의의 탄생이다. 둘째는 19세기 중반 이후 노동자의 권리문제에서 비롯된 사회주의의 사상의 출현이다. 그러나 20세기를 거쳐 21세기에 이르러 범지구적 환경위기는 기존 사회사상에서 다루지 못한 자연의 권리에 대한 문제이므로, 새로운 사상을 필요로 했다. 이러한 흐름이 1970년대 초부터 서구사회에서 등장하였는데 ‘생태주의’ 또는 ‘생태주의 패러다임’ 이라 한다.

지속가능성의 패러다임은 환경문제의 해결과 함께 복합적인 사회문제를 해소해서 서로 잘 살 수 있는 사회를 만들자는 것이다. 새로운 패러다임으로서 지속가능성은 문제해결의 복합성을 특징으로 하고 있지만 이것을 다시 생태적 차원에서 접근해 보았을 때, 생태적 지속가능성은 인간에 의해 파괴되지 않고, 자연의 재생능력을 지속적으로 보장하는 것을 의미한다. 그런데 이것이 단지 자연보호로 이루어지는 것이 아니라 파괴되었던 자연을 회복시키는 것과 함께 지구 전체 차원에서 사람들의 인식전환과 공동의 노력이 이루어져야 생태적 지속가능성이 확보될 수 있는 것이다. 따라서 자연환경의 문제는 인간사회의 구조적 문제와 긴밀히 연관되어 있어서 사회 제도적인 개선도 뒤따라야 하고 개인과 사회의 인식전환도 이루어져야 한다. 이러한 점에서 지속가능성은 개인, 사회, 경제, 그리고 생태적 차원에서 새로운 패러다임의 형성이 요청되는 것이다. 이를 위해 생태에 대한 보다 깊은 근본적인 사유를 통해 근본적인 문제에 접근하여 생태환경의 위기 해결방안을 찾아야 할 것이다.



**We hope this ad  
never appears in print**

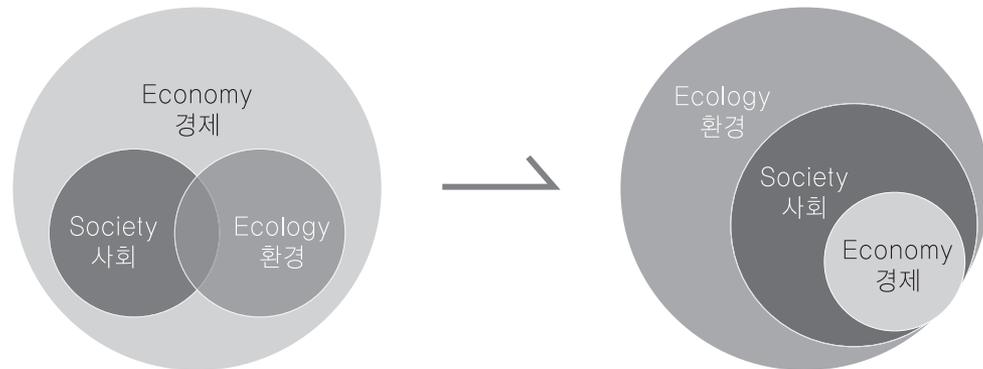
Do the world a big favour. Use less paper.



## 1-1. 생태적 지속가능성의 개념

- 지구와 미래 세대의 안녕을 위한 자연적, 사회적, 경제적 자산의 균형 잡힌 사용  
\_ 디자이너 아리스 셰린(Aaris Sherin)
- 첫째, 환경 파괴를 유발하지 않는 인간의 경제적 활동과 문화 등의 형태를 의미하는 또는 그것과 관련이 있는. 특별히 천연 자원의 장기적 고갈을 피하는.

둘째, 천연 자원 유지 그리고 미래 세대를 위한 환경의 보전과 양립 가능한 방식을 통한 천연 자원의 개발과 이용 \_ 2002년 개정된 옥스퍼드 영어 사전

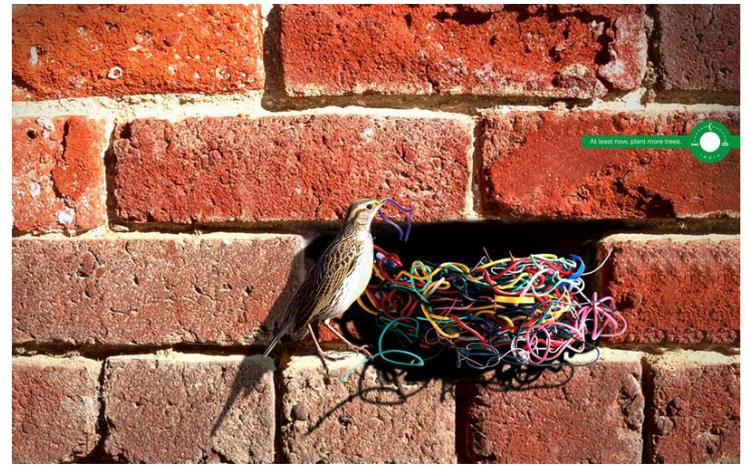


## 1-2. 지속가능한 발전과 사회

지속가능한 발전이란 인류가 물질적 효용이나 복지를 증진시키는 것을 궁극적 목적으로 하면서 자연환경에 대한 부정적 영향을 최소화하여 장기적으로 보존하면서 자원을 활용하는 것을 의미한다.

이러한 지속가능한 발전이 구현된 사회를 우리는 지속가능한 사회라 할 수 있을 것이다. 과연 그런 사회가 이 지구상에 실제로 존재하기에 지속가능한 사회라는 표현을 쓰다기 보다는, 적극적인 실천을 통해 인간 사회가 지닌 현재의 문제를 근본적으로 해결하기 위해 설정된 이상 사회의 모형이다. 그러나 지속가능한 발전이 구현된 사회라는 개념의 명료성이 부족하여 좀 더 다른 관점으로 지속가능한 사회를 규정지를 필요가 있다.

그렇다면 지속가능한 사회를 어떻게 규정지를 수 있는가? 지속가능한 사회는 세 가지 측면에서 살펴볼 수 있다. 첫째, 인간과 자연의 형평성이다. 지속가능한 사회에서는 인간과 자연의 관계가 서로 대립적이거나 심지어 적대적인 관계가 아니라 공존과 조화의 관계이다. 인간은 자연과 더불어 사는 세계관을 다른 사람과 공유하고 있다는 점에서 새로운 패러다임의 특성을 지니고 있다. 자연과 더불어 사는 세계관이 의미 있는 것은 인간이 자신의 삶의 질을 높은 수준에서 유지하고 지속적으로 양질의 삶을 향유하는 것이다. 둘째, 인간과 인간의 형평성이다. 지금까지의 사회는 대부분 인간과 인간의 관계가 서로 다른 이익의 문제로 인해 분열하고 갈등하며 대립하고 투쟁하는 관계였다. 그러나 지속가능한 사회에서는 인간과 인간의 관계가 적어도 공동 이익을 모색하고 서로 힘을 합치기 때문에 공존과 조화의 더불어 사는 관계가 가능하게 된다. 셋째, 현재 세대 미래 세대의 형평성이다. 세대 갈등은 어느 사회나 흔히 볼 수 있는 현상인데, 지속가능한 사회에서는 현재 세대가 미래 세대의 삶을 충분히 배려하고 준비하기에 미래 세대들도 양질의 삶을 살 수 있게 된다. 다시 말해 현재 세대와 미래 세대가 더불어 살 수 있는 세계관으로 지속가능한 사회가 실현될 수 있는 것이다.



## 2. 기업적 측면에서의 관점

세계 각국이 개별적으로 추진하는 정책과 감축노력만으로는 가속화되는 지구 온난화문제를 해결할 수 없다는 공감대가 확산되면서 시장의 변화를 이끌어 내기 위한 통일된 원칙과 행동지침을 마련하려는 노력들이 더불어 나타났다. 국제사회가 공유할 수 있는 보편적 가치와 개념, 일관된 언어와 측정기준 등을 만들어 국가와 기업, 조직들이 따를 수 있도록 하는 것이 가장 현실적이고 효율적인 방법이기 때문이다. 이처럼 경제활동의 새로운 패러다임이 요구되는 상황 속에서 기업들이 사회적 책임을 이행함으로써 세계화로 인한 문제들에 국제사회가 공동 대처할 수 있는 기반을 조성하고, 지속가능하고 포괄적인 세계 경제를 실현하려는 움직임이 많이 생겨났다.

기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 정의는 학자나 기관마다 조금씩 다르다. OECD는 ‘기업과 사회의 공생관계를 성숙시키고 발전시키기 위해 기업이 취하는 행동’으로 정의하고, WBCSD는 ‘직원, 가족, 지역사회 및 사회 전체와 협력하여 지속가능한 발전에 기여하고 이들의 삶의 질을 향상시키고자 하는 기업의 의지’라고 정의한다. 종합하면, 기업은 그 존속 기반을 사회에 둔 사회구성원으로서 재무적 이윤추구 뿐만 아니라 인권, 노동환경 등의 사회적 문제와 기후변화, 자원고갈 등의 전 지구적 환경문제에 대해 깊은 관심을 가지고 이의 개선을 위해 성실히 노력할 책임이 있다는 것이다.

이제 기업에게 CSR은 선택 가능한 사회적 활동이라기보다 지속가능 경영의 핵심으로써 기업환경의 글로벌화와 더불어 더 이상 피할 수 없는 사회적 요구로 다가오고 있다.



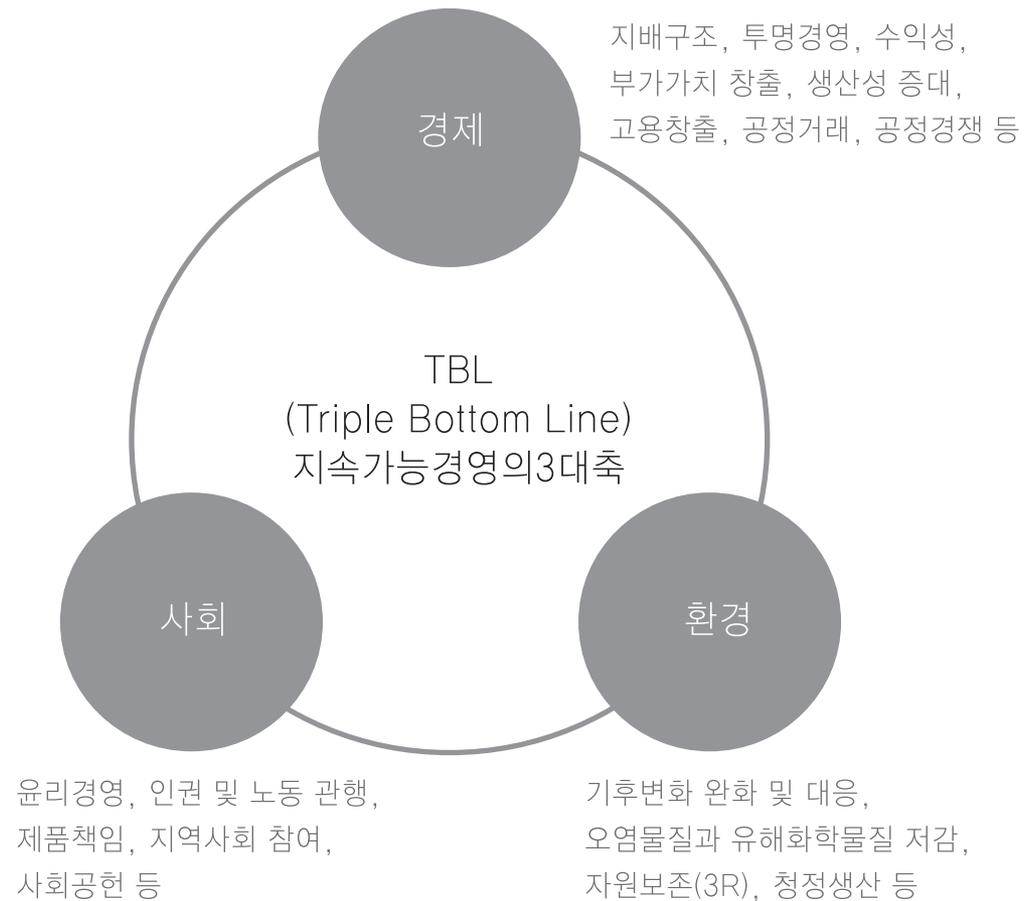
## 2-1. 기업의 사회적 책임(CSR)과 기업시민의식

사회가 기업을 바라보는 시각은 주주 중심의 이윤 추구를 강조하는 기업의 책임에서, 이윤 추구 뿐만 아니라 사회구성원에 대한 기업의 의무를 요구하는 환경으로 변화하고 있다. 즉, 기업이 지역사회에 대한 경제적 기여 뿐만 아니라 환경과 인권을 존중하는 높은 수준의 활동을 요구하고 있는 것이다. 사회적 관심이 높아져 가는 사회공헌활동을 시행함에 있어, 기업은 해당 지역의 특성에 맞춘 사회공헌 활동으로 대중의 평가와 인식을 높이기 위한 전략과 방안을 모색할 필요가 있다.

기업의 사회적 책임과 역할이 강조되는 것과 함께 기업의 가치를 지속적으로 향상시키는 경영을 추구하는 새로운 패러다임이 등장했는데, 이것이 '지속가능경영'이다. 지속가능경영은 경제, 환경, 사회적 가치를 3대 축(TBL, Triple Bottom Line)으로 이루어지며 사회적 책임 경영(CSR경영), 윤리 경영, 이해관계자 경영 등으로도 불린다. 생산성과 재무성과 향상 같은 경제적 측면을 최우선 과제로 꼽는 기존의 경영에 비해 중장기적인 성과를 중시하고, 미래고객을 우선하며, 정보 공개를 전략적으로 실시하고, 커뮤니케이션도 기업 외부로 확대하는 경향을 보인다. 지속가능경영과 CSR경영은 종종 같은 의미로 사용되기도 하는데, 굳이 구분하자면 지속가능경영은 조직의 지속가능성에, CSR경영은 조직의 사회적 책임에 보다 초점을 맞추고 있다고 할 수 있다.



## 2-1. 기업의 사회적 책임(CSR)과 기업시민의식



## 3. 소비자 측면에서의 관점

### 3-1. 지속가능한 소비행동

많은 경우에 있어서, 제품사용으로 인한 환경문제의 가장 큰 부분은 소비자들의 사용으로 인해서 야기된다. 제품 자체가 근본적으로 지속가능하지 않은 것 보다는 에너지 소모량을 감소시키기 위한 전략들이 도움이 되지만, 주로 그것은 소비자의 행동에 달려있다. 따라서 디자이너들은 디자인을 하는데 있어서 사용성의 지속가능성만이 아닌 지속가능한 라이프스타일에 대해서도 포괄적으로 고려해야 한다.

환경적 측면에서 지속가능한 행동을 유도하는 것은 제품 효율성을 개선하는 것 보다 장기적으로 아주 큰 이익을 가져다 줄 것이고, 경제적 측면에서 행동을 변화시킨다는 것은 새로운 사고방식으로 전환하여 사람들의 삶에 긍정적인 영향을 줄 것이며, 사회적 측면에서 사람들의 행동에 영향을 준다는 것은 더 나은 삶에 대한 용기를 줄 수 있을 것이다.

- 소비자 행동변화를 시도하는 마케팅 3단계 \_ Longhurst
  1. 재활용이나 에너지절약 같은 간단한 행동변화
  2. 소비자를 동기부여하기 위해 제품-구매행동 변화를 고무하는 것
  3. 기본적인 라이프스타일 변화로서, “속도를 줄이는” 라이프스타일을 충실히 이행



## 4. 디자인 측면에서의 관점

### 4-1. 디자이너의 정신성

이 시대의 생태환경과 지속가능한 사회를 위해 인간 사회의 형태와 삶의 방식을 유도하는 디자인과 디자이너는 지속가능성의 개념을 정확히 이해하고 실천방안을 제시할 필요가 있다. 왜냐하면 디자인 영역은 인간이 접하게 되는 최종 소비재 일반에 직접적인 영향을 끼치기 때문에, 디자이너에게 요구되는 생태환경에 대한 사회적, 윤리적인 신성한 책임감은 갈수록 그 비중이 커지고 있음은 주지의 사실이기 때문이다.

- 디자이너의 사회적 역할과 책임의 필요성이 증가하고 있으며, 디자이너는 물질적 가치와 정신적 가치를 동일선상에 놓고 생태적 관점에서 디자인하는 것이 무엇보다 중요 \_ 빅터파파넥



#### Unplug to save bags

Merlco, the country's top supplier of electricity, aimed to show goodwill to its consumers by educating them on how electric consumption works and how to read electricity bills.

Special bags that contained ElectricTips or information on how to save electricity and ways to practice smart electrical consumption were given away during Christmas bazaars and Merlco mall events.

The campaign participated in Christmas Bazaars in 29 days. A total of 2,145 people visited the booth and answered the survey. 60% of total respondents felt that the tips discussed were worth trying. 94% were likely to practice the tips at home or at the office.

	소비사회의 디자인 (생산과 소비를 위한 디자인)	지속가능사회의 디자인 (일상적인 삶을 위한 디자인)
생산자 기업의 측면	-좁은 의미의 마케팅 수단	-넓은 의미의 마케팅 수단
소비자 대중의 측면	-선택적 소비를 통한 생활양식의 표상 혹은 매개물	-상품이기 이전에 우리 삶을 이루는 하나의 차원으로 조화롭고 통일된 일상, 문화
디자이너의 측면	-산업생산의 한 과정으로서의 직업적 실천	-인간의 실천적 지혜를 담아내는 사회적 개념과 계획

### Ⅲ. 시각디자인의 사회적 모델 도출을 위한 개념 고찰

1. 사회적 실천으로서의 디자인
2. 지속가능 디자인의 이해

# 1. 사회적 실천으로서의 디자인

우선 ‘디자인’이라는 어원에 대해 살펴보면 영어 단어인 디자인(design)은 프랑스어 데지네(designer)와 마찬가지로 ‘지시하다’, ‘표시하다’ 또는 ‘고안하다’라는 뜻을 가진 라틴어 데시냐레(designare)에서 온 것으로, 활동을 위한 계획이나 모형제작 행위라고 정의할 수 있다.18) 그러나 어떤 그리스어나 라틴어에서도 근대의 디자인이란 단어와 정확히 일치하는 말이 없다는 것은 주목할 만한 일이다, 근대적 의미의 디자인이라는 단어와 가장 일치하는 그리스어는 아마도 ‘쓰다(write out)’란 의미의 ‘후포그라페인(hypographēin)’일 것이다. 보다 일반적으로는 ‘에노에인(en:안예+noein:생각하다)’과 ‘디아노에인(dia:통해서+noein:생각하다)’이라는 단어가 쓰였다.

그리스 인들은 인간의 행위를 물질적이거나 비물질적인 산물을 생산하기 위한 것으로 이해했는데, 그것은 행위의 결과가 목적인 ‘포이에시스(poiesis:제작)’와 행위 그 자체가 목적인 ‘프락시스(praxis:실천)’로 구분된다. ‘프로네시스(phronesis:지혜)’를 통해서는 실천의 영역에 적합한 것을 추구했다. 이 중에서 프로네시스는 여러 가지 덕성들 중 하나이면서 다른 모든 덕성의 기초가 되기도 하기 때문에 윤리와 동일시되기도 했다.

결국 디자인 과정이란 인간의 ‘실천적 지혜’를 담아내는 ‘제작적인 사유’라고 할 수 있다. 아리스토텔레스에 의하면 ‘실천적 지혜’는 ‘실천적 활동’에 관계하는데 이 실천적 활동은 인간적인 선을 추구하며 올바르게 사는 것을 의미한다. 실천은 도덕적 상황에서 올바르게 행동하는 것이며 실천의 목적은 도덕적인 선을 실현하는 것이다. 그것은 ‘만들어지는 것’이 아니라, ‘행해지는 것’이다. 디자인은 이와 같이 도덕적 선을 실현하는 것을 목표로 만들 뿐 아니라 이를 행해야 한다. 또한, 나이젤 휘틀리의 경우, “ ‘굿 디자인’이란 단지 미적으로 아름다운 디자인, 세련된 취향을 드러내는 디자인, 상업적인 성공을 가져다주는 디자인이어서는 안 된다”라고 경고하였다. 단순히 스타일을 결정하던 디자인의 역할은 시대에 따라 문화, 개성, 경험 등 눈에 보이지 않는 것을 표현하는 것으로 심화되었고, 그런 과정에서 보다 포괄적이고 적극적인 윤리적 책임이 디자인에 전가되었다. 디자인 역사가이자 이론가인 빅터 마골린(Victor Margolin)은 이제껏 소비용품이라는 제한된 영역에서 미학적인 면으로만 취급되던 디자인을 인간의 개인적이고 집단적인 사회생활을 위한 개념과 계획의 핵심부분으로 인식하여야 한다고 보았다. 따라서 실제 생활에서 디자이너로서 그리고 사용자로서 어떻게 참여하는가에 대한 인식을 꾀하여야 한다.

- 사용자가 사회적 책임을 공유하고 행동으로 옮기는 시각디자인 영역에서의 지속가능성 디자인의 사회적 모델이 필요한 시점

# 1. 사회적 실천으로서의 디자인

구분	협의를 개념 (소극적 책임성)	광의의 개념 (적극적 책임성)
디자인 영향력의 범주 (에릭 찬)	형태적 재질적, 가격적, 재료적(물질적) → 기술적, 경제적, 정치적(사회 문맥적) → 문화적, 정신적, 생태적(의미적)	
내용	디자인과 직접 관련된 것에 대한 한정적 책임성	디자인이 수반하게 될 간접적 영향을 포함한 포괄적 책임성
대상	자발적 소비자만을 염두에 둔 디자인	비자발적 소비자만을 염두에 둔 디자인
과제	심미적, 조형적 측면에서의 문제 해결	행태적, 심리적 문제분석을 통한 심미적, 조형적 측면에서의 문제 해결

## 2. 지속가능 디자인의 이해

### 2-1. 지속가능 디자인의 역사와 현재

- 환경 친화적 디자인의 생태학적 기반과 사회 경제적 형평성을 고려하여 지속가능 사회 흐름으로 나아가고자 하는 디자인의 일환
- 재생 가능하지 않은 자원을 배재하고, 환경에 영향을 가장 적게 주며, 자연환경과 인간을 연관시킨다는 상징성
- 세계 환경 위험, 급격한 경제 활동과 인구의 증가, 자원의 고갈, 생태계와 생물의 다양성 파괴 등에 대한 가장 총체적인 반작용
- 현재 지속가능 디자인에 대한 연구는 제품과 건축 등 물질적인 시각물에 대한 연구에만 치중되어 있으므로, 총체적인 측면에서의 접근이라는 개념에서 지속가능 디자인을 연구할 필요



## IV. 지속가능 디자인의 관점에서 본 시각디자인의 사회적 모델

### 1. 지속가능 디자인의 관점에서 본 시각디자인의 사회적 모델 도출

1-1. 대상 및 방법

1-2. 대중의 윤리와 사회적 가치를 위해 의식을 전환하는 디자인

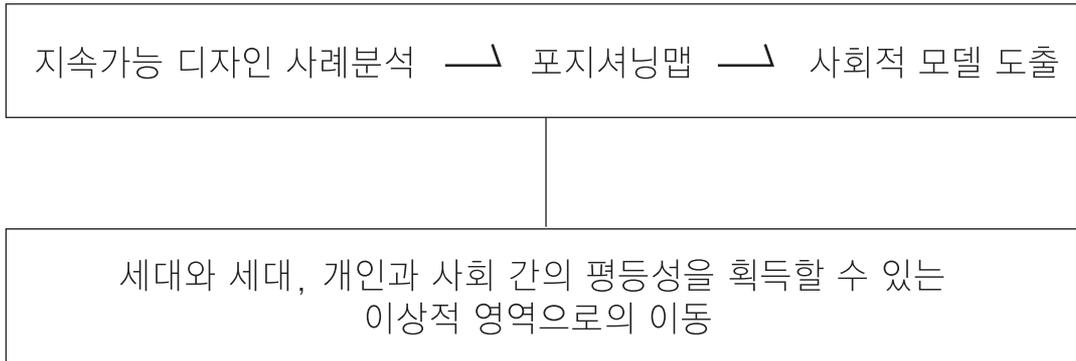
1-3. 일상에서 생산성 있는 행태를 유도하는 디자인

1-4. 지속가능한 삶을 위해 환경과 인간 사이의 밸런스를 맞추는 디자인

1-5. 사회통합의 기능이 있는 디자인

### 2. 지속가능 디자인의 사회적 모델 방향성의 포지셔닝 맵

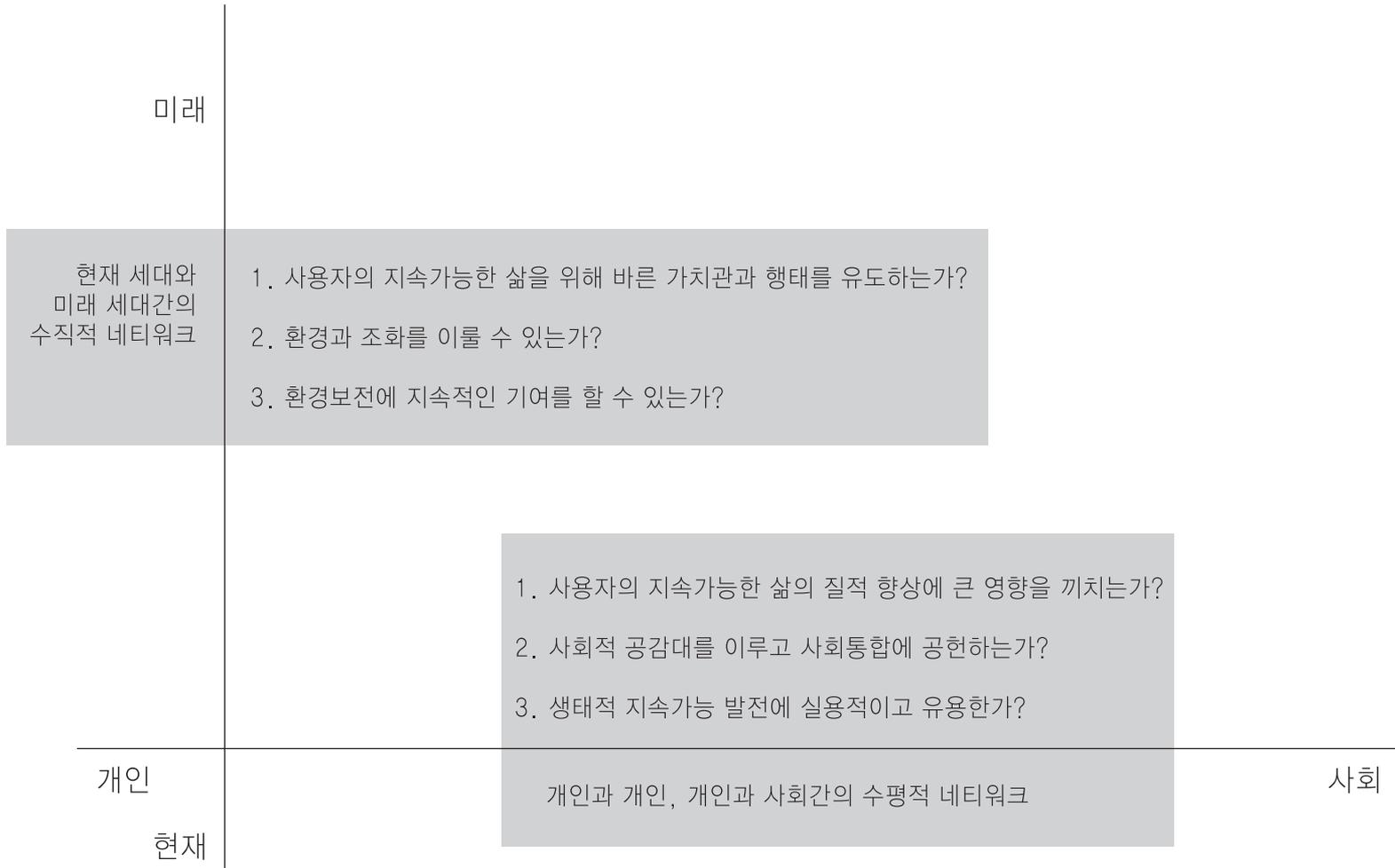
# 1. 지속가능 디자인의 관점에서 본 시각디자인의 사회적 모델 도출



- 마인 베르크 | 자연과 인간 사이의 관계의 위기에 대한 고찰은, 여러 가지 차원과 관점 및 문제 영역들을 포함하는 매우 포괄적인 철학적 작업
- 엘고어 | 지구 온난화를 비롯한 생태적 위기는 도덕적, 윤리적, 정신적 도전이다
- 안나 칼라일 | 오늘날의 활동들이 미래 세대들의 수요를 위협하지 않도록 책임진다는 것
- 빅터 파파넥 | 디자이너는 생태계 파괴에 대처하는데 주저하지 말고 적어도 원형을 회복하는데 영향을 줄 수 있는 방법과 대안을 찾는데 게을리해서는 안될 것

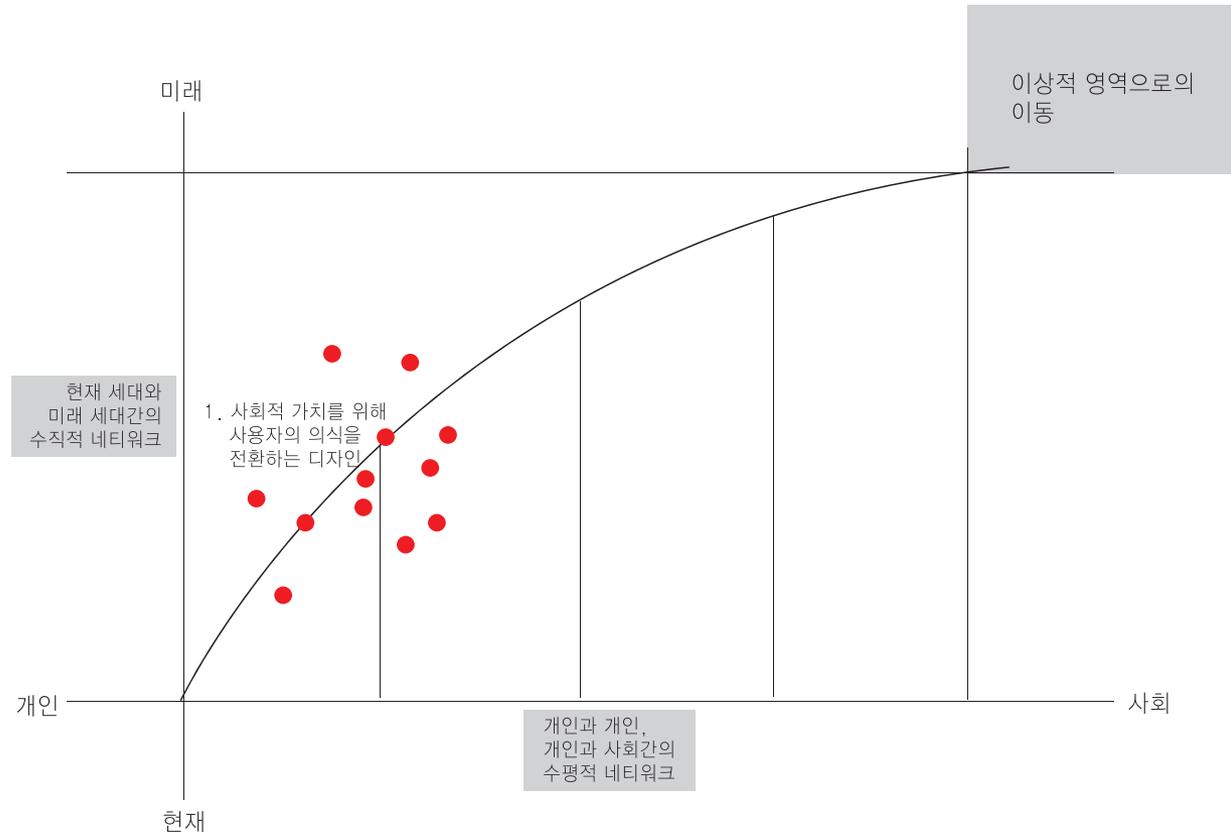
## 1-1. 대상 및 방법

- adsoftheworld.com33)에 올라온 2000년 이후 제작물 중에서 사용자의 환경에 대한 사고전환을 유도하고, 환경의식 수준을 높일 수 있는 시각디자인 영역에서의 지속가능 시각디자인 자료 400여종을 분석



## 1-2. 대중의 윤리와 사회적 가치를 위해 의식을 전환하는 디자인

- 내용에 있어서는 환경오염의 문제가 내일이 아니라 개인의 사고전환을 유도하였고, 형식에 있어서는 사태에 대한 정보를 시각화 하였으며, 타겟은 성인이었다.  
디자인 요소는 블루와 그린컬러, 환경오염의 실태를 보여주는 비주얼과 미래의 파괴된 지구환경을 보여주는 비주얼이 많았다



## 1-2. 대중의 윤리와 사회적 가치를 위해 의식을 전환하는 디자인



- Global Warming Awareness  
인간에 의해 파괴된 지구환경에 대해  
경각심을 알리는 광고



- WWF  
지구의 허파인 자연이 황폐해져  
가고있음을 알리는 광고



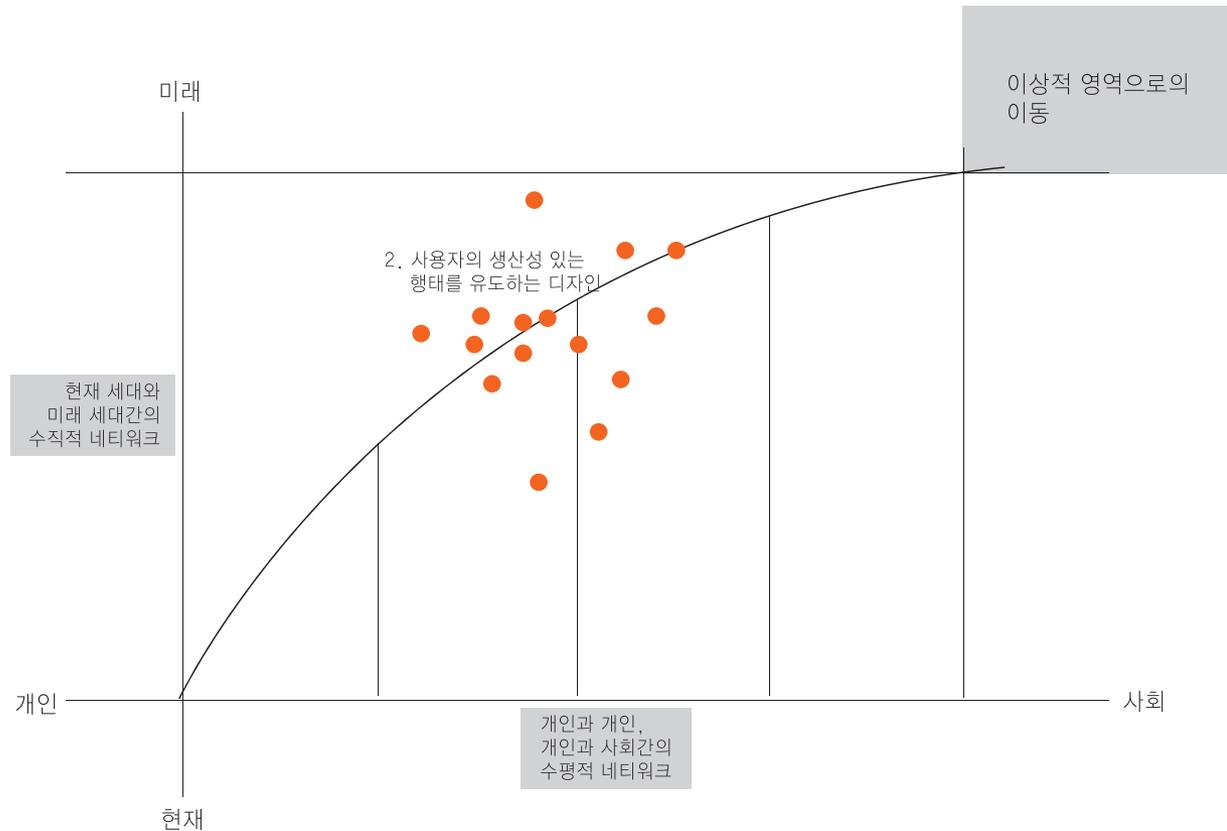
- Natural Resources Defence Council  
지구 온난화로 우리가 음용할 수 있는 식수가  
줄어들고 있음을 보여주는 프로모션광고

A world map sticker is glued on the bottle, the water inside it simulates world's potable water supplies. At the bottle is written: "World's potable water supplies are running out. Stop Global Warming."

NRDC.org - Natural Resources Defense Council.

### 1-3. 일상에서 생산성 있는 행태를 유도하는 디자인

- 내용에 있어서 폐기물 처리 과정에서 재활용과 재사용을 유도하였고, 형식에 있어서는 재활용과 재사용, 에너지 절약 실천에 대한 정보를 시각화 하였으며, 타겟은 성인이었다. 디자인 요소는 에너지 절약이나 재활용을 도식화한 비주얼이 많았다



### 1-3. 일상에서 생산성 있는 행태를 유도하는 디자인



- Columbia  
당신이 에어컨을 가동하여 시원하게 지내는 동안 지구 한 편에서는 지구온난화로 인한 자연재해가 끊임없이 일어나고 있음을 알리고, 에너지 절약을 유도

ecofont  
ecofont  
ecofont  
ecofont  
eco

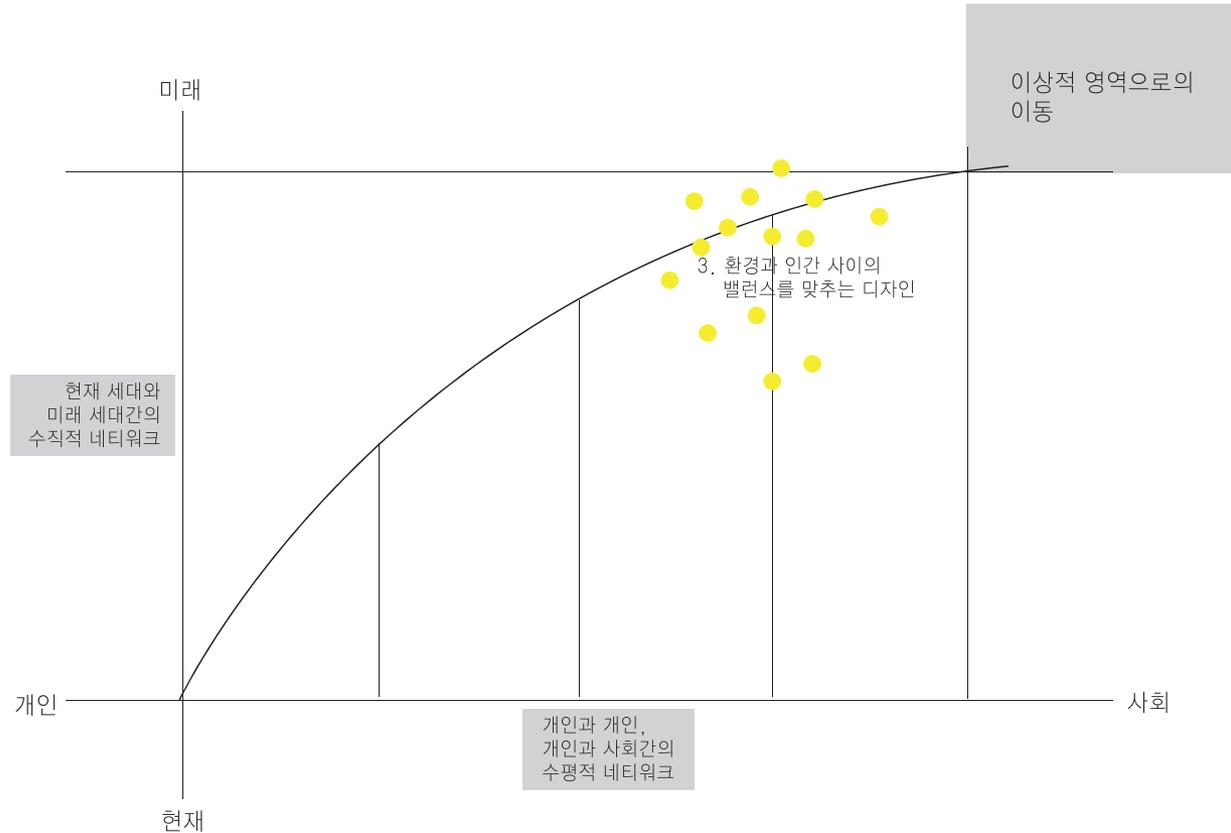
- Ecofont  
글자체에 구멍을 뚫음으로써 가독성은 유지하면서 최소한의 잉크만 사용하게 되는 친환경 서체



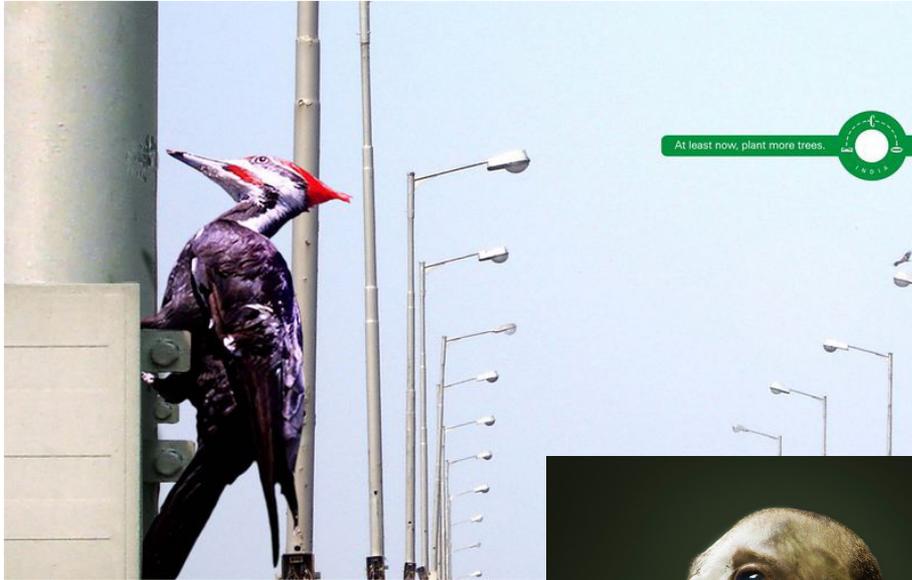
- Greenpeace  
지붕을 하얗게 함으로써 태양열을 반사해 지구온난화를 막자는 캠페인 포스터

## 1-4. 지속가능한 삶을 위해 환경과 인간 사이의 밸런스를 맞추는 디자인

- 내용에 있어서 조화롭고 순리를 따르는 자연환경의 소중함이 많았고, 형식에 있어서는 자연환경의 의외의 모습을 보여줌으로써 그것이 당연하지 않음을 반어적으로 표현하였다. 타겟은 성인이었고, 디자인 요소는 자연물, 미래의 달라진 자연환경 비주얼이 많았다



## 1-4. 지속가능한 삶을 위해 환경과 인간 사이의 밸런스를 맞추는 디자인



- Eco India  
사라진 자연환경으로 인한 상황을  
과장되게 보여주는 광고



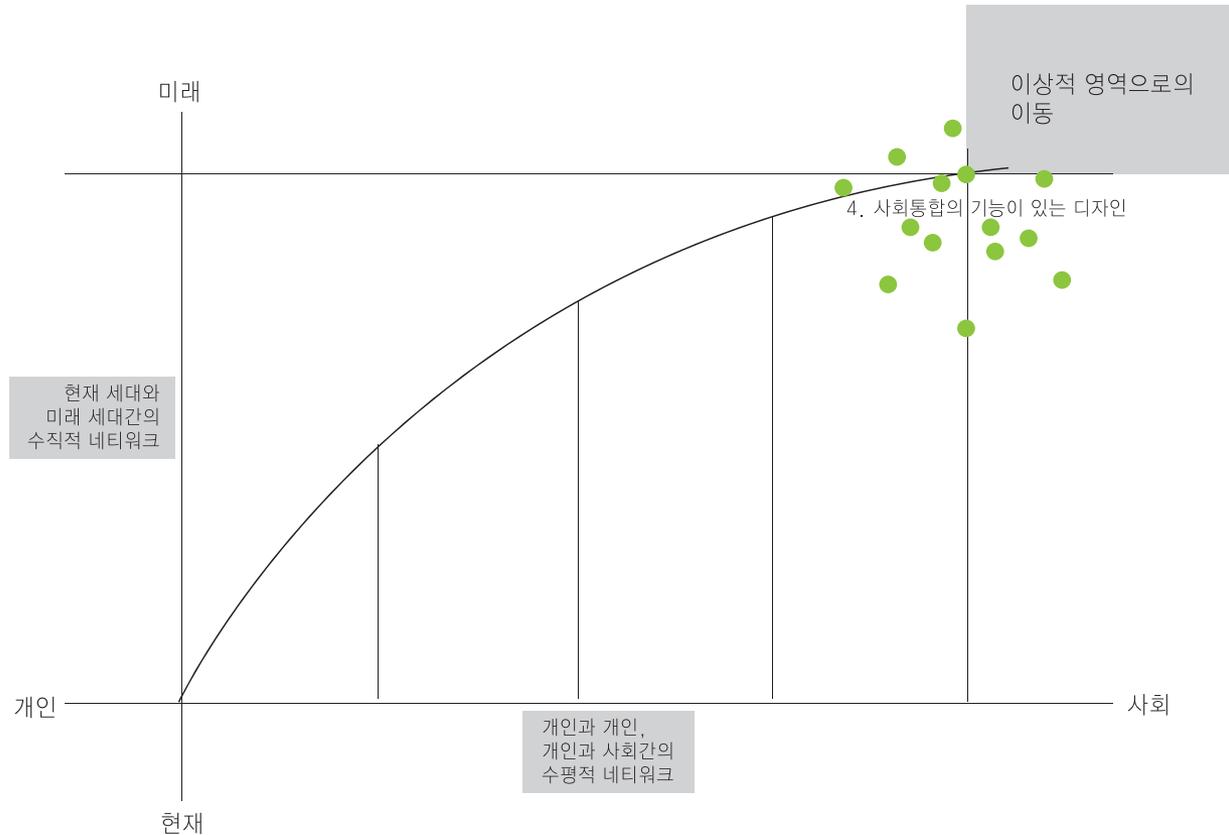
- Global Warming Walhi  
나무를 심음으로써 지구의 온도를 낮출 수 있음을  
알려주는 포스터



- WWF  
환경오염이 불러올 미래의 변화를  
과장되게 보여준 광고

## 1-5. 사회통합의 기능이 있는 디자인

- 내용에 있어서 남의 일이 아니라 사회적으로 모두가 동참해야한다는 메시지가 많았다.  
형식에 있어서는 우리가 애써 외면하려고 하는 자연재해와 소중한 문화를 담고 있는 도시를 상기시키는게 주를 이루고, 타겟은 성인이었다. 디자인 요소는 자연재해, 재난, 아름다운 도시 건축물을 담고 있는 비주얼이 많았다



# 1-5. 사회통합의 기능이 있는 디자인



- WWF Global Warming 지구온난화 방지 탄원서에 싸인을 유도하는 광고

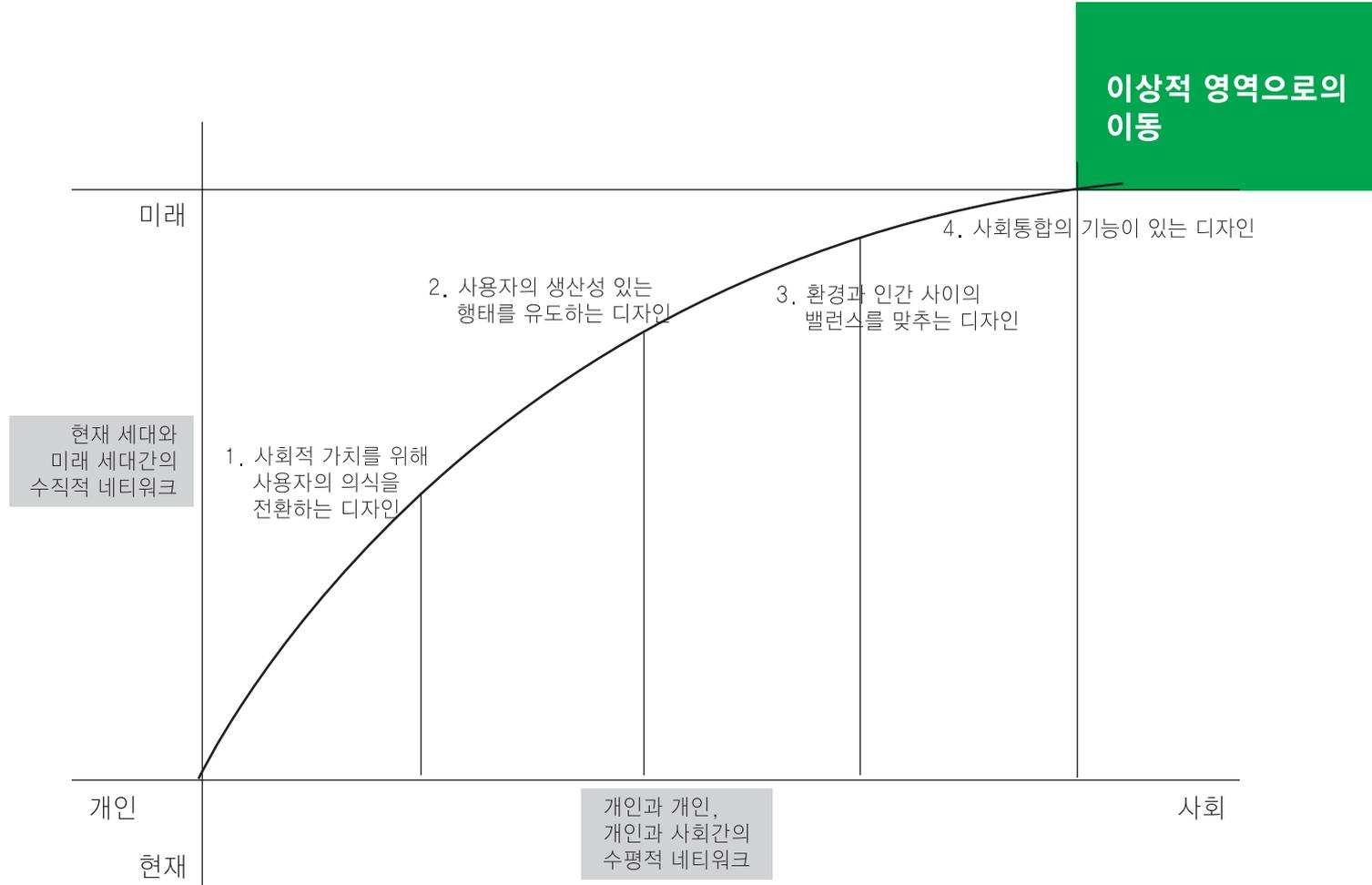


- Young Global Leaders Earth Love Movement Foundation 지금이라도 환경보호를 위해 동참해야한다는 메시지의 광고



- Greenpeace 물에 잠긴 뉴욕시를 상징적으로 보여줌으로써 세계인의 관심과 환경운동 동참을 유도하는 광고

## 2. 지속가능 디자인의 사회적 모델 방향성의 포지셔닝 맵



## 2. 지속가능 디자인의 사회적 모델 방향성의 포지셔닝 맵

	현재 지속가능 디자인의 속성	미래 지속가능 디자인의 속성
형식	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 교육을 통한 사고전환</li> <li>- 환경오염에 대한 정보 시각화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 재미를 통한 참여 유도</li> <li>- 감성을 동원한 도덕적, 윤리적, 정신적 문제해결</li> </ul>
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 바람직한 폐기물처리, 에너지 절약, 환경보호 유도</li> <li>- 생태적 위기감 조성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미래의 인간과 자연의 조화로운 모습, 인간과 자연의 관계회복</li> <li>- 미래세대에 대한 책임</li> </ul>
타겟	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성인에 한정됨</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다음 세대의 주인인 어린이, 청소년도 포함</li> </ul>
디자인 요소	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상징적인 그린, 블루컬러 사용</li> <li>- 환경오염폐해 비주얼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미래 세대의 지속가능한 라이프 스타일</li> <li>- 지속가능한 사회와 문화</li> </ul>

## V. 결론

우리의 행동이 지구의 장기적인 기후변화 자체의 새로운 일부분인 것처럼,  
기후변화가 우리를 시대적으로 훨씬 더 큰 무대에 올려놓는다

\_ 조안나 메이시

본 연구는 다음과 같은 4가지 중요한 과정을 거쳐 시각디자인의 사회적 모델의 방향성을 도출

1. 새로운 패러다임 속에서 디자인을 통해 인간의 행태를 변화시킬 수 있다는 자각은, 생태적 지속 가능성에 대한 올바른 이해를 통해, 사회적 실천으로써의 디자인이 필요하다는 결론에 이르렀다
2. 시각디자인 영역에서 생태적 지속가능 디자인의 사례 분석을 하고, 사례분석 포지셔닝 맵의 항목을 구체화하여 각 사례분석에서 의미를 찾아내 정리하였다.  
세대와 세대 간의 평등성, 개인과 사회 간의 평등성을 획득할 수 있는 이상적 영역으로의 이동을 보여줄 수 있는 사회적 모델 4가지를 도출하였다
3. 지속가능 디자인의 사회적 모델은, 첫째 대중의 윤리와 사회적 가치를 위해 의식을 전환하는 디자인, 둘째 일상에서 생산성 있는 행태를 유도하는 디자인, 셋째 지속가능한 삶을 위해 환경과 인간 사이의 밸런스를 맞추는 디자인, 넷째 사회통합의 기능이 있는 디자인이다
4. 지속가능 디자인의 사회적 모델이 지향하는 이상적 영역에서 우리가 실현할 수 있는 준거들을 제시하고 이를 정리하였다. 이는 인간과 자연과의 관계회복과 세대와 세대 간의 평등성, 지속가능한 사회와 문화가 될 것이다