

# 북유럽 지역의 제품 디자인 특성 분석을 통한 뱅앤올룹슨 오디오 제품 디자인과의 상관성에 관한 연구

## A Study on the Correlation Between Bang&Olufsen Audio Product Design and Product Design Characteristics of the Nordic Region

주 저 자 : 배수연 (Bai, Suyoun)

서울시립대학교 디자인전문대학원 스마트이노베이션디자인 전공

교 신 저 자 : 김병수 (Kim, Byung Soo)

서울시립대학교 디자인학과

bskim1025@uos.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2024.3.305>

접수일 2024. 08. 25. / 심사완료일 2024. 08. 28. / 게재확정일 2024. 09. 09. / 게재일 2024. 09. 30.

본 논문은 2024학년도 서울시립대학교 기초·보호학문 및 융복합 분야 R&D 기반조성사업에 의하여 지원되었습니다.

## Abstract

At some point in modern daily life, Nordic design began to rapidly increase as a home design preferred by people. Northern Europe has developed a unique culture due to its geographical conditions, such as adapting to nature or being friendly, focusing on indoor life, and practicality through simplicity. In this study, the characteristics of Northern European Design were derived into four types through analysis of design cases of representative Northern European countries. Nordic countries are traditionally based on practicality, and are characterized by nature-friendly purity, aesthetics of cultural background, and sustainable simplicity. Bang & Olufsen was selected as the target to examine specifically how these Nordic design characteristics were applied to actual product design and how they changed over time. Bang & Olufsen is a world-renowned audio company in Northern Europe with a 99-year history. In this study, a case study of 66 representative Bang & Olufsen products from 1926 to 2023 was conducted, and the results showed that Bang & Olufsen's audio design generally maintains the characteristics of Nordic design over time. Among the characteristics of Nordic design, simplicity and aesthetics still remain strong over time, and purity is relatively low but appears to be increasing slowly as technology advances. Despite the lack of samples of target products for case analysis and some limitations in the expert survey, this study is significant in that it presents a method for analyzing design characteristics by examining the geographical characteristics and temporal changes in product design.

## Keyword

북유럽디자인(Nordic Design), 지리적 디자인 특성 분석(Characteristic Analysis of Regional Design), 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen)

## 요약

현대 일상 속 어느 순간부터 북유럽디자인은 사람들이 선호하는 홈 디자인(home design)으로 급증하기 시작했다. 북유럽은 지리적 여건으로 인해 독특한 문화를 형성해 왔으며, 자연 순응적 또는 친화적, 실내 생활 중시 및 단순함을 통한 실용성 등으로 표현할 수 있다. 본 연구에서는 북유럽 대표적 국가들의 디자인 사례분석을 통하여 북유럽디자인의 성격을 4가지 형태로 도출하였다. 북유럽 국가는 전통적으로 실용성을 바탕으로 하고 있으며, 자연 친화적인 순수성, 문화적 배경의 심미성, 그리고 지속가능한 단순성을 특징으로 하고 있다. 이러한 북유럽디자인의 특성이 실제 제품 디자인에 어떤 형태로 적용되었으며, 시대에 따라 어떻게 변화하였는지를 구체적으로 살펴보기 위하여 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen)을 대상으로 선정했다. 본 연구에서는 뱅앤올룹슨의 1926년부터 2023년까지 대표적인 제품 66개의 사례분석을 실시하였으며, 그 결과 시대적으로 뱅앤올룹슨의 오디오 디자인은 북유럽디자인의 특성을 전반적으로 유지하고 있는 것을 알 수 있었다. 북유럽디자인의 특성 중 시간이 지나면서 단순성과 심미성이 여전히 강한 모습을 보이며, 기술의 발전에 따라 순수성은 상대적으로 낮으나 천천히 증가하는 것으로 보여진다. 사례분석을 위한 대상 제품의 샘플 부족 및 전문가 설문조사에 대한 일정 부분 한계를 가지고 있음에도 불구하고, 본 연구는 제품 디자인의 지리적 특성 및 시대적 변화를 고찰함으로써 디자인 특성을 분석할 수 있는 방법을 제시하였다는 점에서 의의를 지닌다.

## 목차

### 1. 서론

1-1. 연구의 배경과 목적

1-2. 연구의 범위와 방법

## 2. 북유럽디자인의 이론적 고찰

- 2-1. 북유럽(스칸디나비아)디자인
- 2-2. 북유럽디자인의 특징

## 3. 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen) 디자인

- 3-1. 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen)의 배경
- 3-2. 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen) 디자인 철학

## 1. 서론

### 1-1. 연구의 배경과 목적

북유럽디자인은 미니멀하고 모던하지만 부드러운 디자인을 일컬을 때 익숙한 이름으로, 현대인들이 최근에도 추구하는 라이프스타일과 취향으로 유명하다. 그 예시로, 미니멀리즘으로 직선적이고 무채색을 가장 잘 활용하는 것으로 알려진 독일과는 달리, 북유럽은 좀 더 다양한 색깔과 부드러운 선, 그리고 자연스러운 소재들의 활용으로 따스한 느낌을 주어 현대인들의 홈 디자인으로 특히나 알려져 있다.

이런 성격을 가진 북유럽의 디자인 문화는 현대인들에게 스칸디나비아 디자인(Scandinavian Design)이라는 명칭으로도 불린다. 북유럽에서 홈 디자인(Home Design)이 가장 대표적으로 발달함에는 지리·기후·문화적 동질성이 가장 크게 영향을 미쳤는데, 홈(home)에서 다양하게 세분화한 디자인들이 생기며 각 특정 분야에서 유명한 메이커들이 현재 해외시장에서 자리를 잡게 되었다.

그렇게 분류된 홈 디자인의 분야 중에서 스피커와 오디오 메이커로 세계적으로 유명한 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen)은 북유럽을 대표하는 하나의 브랜드라고 볼 수 있다. 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen)은 올해 99주년을 맞이한 전 세계적으로 디자인마저 유명한 덴마크의 고급형 오디오 브랜드로 알려져 있다. 이 회사의 시작은 기술에 집중하여 기능적 사용성을 중시하는 모습을 보였으나, 시대의 변화와 사용자들이 바라는 디자인을 위해 현재처럼 깔끔하고 단순하지만 고급스러운 외형의 형태와 함께 지금의 대표적 디자인 브랜드라는 명성을 얻게 되었다.

이에 본 연구는 우선 북유럽의 국가별 디자인 성격

## 4. 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen)의 사례분석을 통해 본 북유럽디자인과의 상관성

- 4-1. 사례분석의 방법과 대상
- 4-2. 사례분석 결과
- 4-3. 사례분석 결과를 통한 소결

## 5. 결론 및 제언

### 참고문헌

에 대한 선행연구를 진행하여 북유럽디자인에 대한 특징을 정의하고자 했다. 그리고 북유럽에서 시작한 ‘뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen)’에 대한 배경과 개념을 정리하고, 뱅앤올룹슨의 디자인과 북유럽디자인이 어떻게 연관되어 있는지 오디오들의 사례분석을 통해 분석해보고자 한다.

### 1-2. 연구의 범위와 방법

본 연구는 먼저 북유럽 혹은 스칸디나비아라고 불리는 명칭에 대하여 배경과 그 정의를 명확히 조사하고자 국내의 선행 논문들과 검색할 수 있던 모든 온라인 문헌들 및 사이트를 통해 정리했다. 이처럼 같은 유럽권 속에서도 비슷하지만 다른 모습을 보이는 북유럽의 디자인 속에는 어떠한 사상이나 특징, 혹은 사회·문화적 배경이 밀바탕으로 깔려있는지 국내 논문과 문헌 등 선행연구를 통해 우선 살펴보고자 했다. 또한, 북유럽 국가에 속한 대표 국가라고 불리는 핀란드, 스웨덴, 노르웨이, 그리고 덴마크의 나라별 특징들을 조사하여 북유럽디자인의 특징을 순수성, 실용성, 심미성, 단순성 4가지로 분류하여 이에 대해 정리하였다.

그리고 ‘뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen)’의 공식 홈페이지, 외국 서적 등을 통해 그들의 배경과 디자인 철학 등을 파악하고자 했다. 본 연구의 목적인 뱅앤올룹슨과 북유럽 디자인과의 관계성과 특징을 분석하기 위해, 1926년도부터 2023년도까지의 오디오 디자인 중에 단종되지 않고, 정보 파악이 가능하며, 여러 버전(version)이 있는 경우 대표할 수 있는 제품들을 연도별로 선정하여 총 66개 작품을 회사 공식 홈페이지 및 외국 서적에서 발췌하여 연도별로 정리했다. 선정된 오디오 범위는 스피커, 사운드바, 헤드셋, 그리고 카세트까지 정의하여 포함했다. 해당 오디오 디자인들에 대해

앞서 선행연구를 진행한 북유럽디자인 특징과의 접점을 파악하고자 분석 범위 대상인 66개의 오디오에 보이는 그 성격들을 북유럽디자인의 특징인 4가지 요소 중에서 순수성, 심미성, 단순성 3가지로 선정하여 설문조사를 디자인 전문가 5명을 통해 병행했다.

위와 같이 조사한 66개의 뱅앤올룹슨 오디오 디자인을 토대로 북유럽디자인의 3가지 특징과의 연결성을 분석하고, 이를 통해 뱅앤올룹슨이 북유럽디자인의 성격을 어떻게 드러내고 있으며 그들의 디자인 철학과 북유럽디자인의 연관성을 분석함으로써 본 연구의 결론을 도출해내고자 했다.

## 2. 북유럽디자인

### 2-1. 북유럽(스칸디나비아) 디자인

북유럽이란 본래 기본적으로 덴마크, 노르웨이, 스웨덴 3개국을 지칭하지만, 정치, 경제, 사회, 문화의 유사성에 의해 핀란드와 아이슬란드까지 확장된다.<sup>1)</sup> 북유럽은 노르딕 혹은 스칸디나비아라고도 부르는데, 대부분 사람은 스칸디나비아 디자인이라는 단어가 익숙하여, 북유럽과 혼용하여 사용하기도 한다. [표 1]에서 볼 수 있듯이, 북유럽 혹은 스칸디나비아에 대한 국내 논문들을 선행 연구해 본 결과, 다음과 같이 3가지로 내용을 정리할 수 있다.

북유럽, 즉 스칸디나비아를 이해하기 위해서는 먼저 언어학적인 부분을 살펴보면 그 문화에 대해 잘 알 수 있는데, 과거에 고트어(고대 노르드어)를 사용했던 현재의 북게르만어 언어권을 정의한다. 고트어로 위험함을 뜻하는 *Skadān*과 섬을 뜻하는 *awjō*가 합성된 '위험한 섬'이라는 말에서 왔다는 설과 '물이 많은 섬'(Skadīn-awjō)에서 나온 말이라는 두 개의 설(說)이 충돌하고 있다<sup>2)</sup>고 했으며, 스칸디나비아는 Old Norse에서 파생된 북게르만어인 것을 알 수 있다.<sup>3)</sup>

두 번째로 북유럽은 하나의 사회-문화적 사상이 바탕으로 깔려있음을 알 수 있는데, 독일과 근접한 이유로 바우하우스의 영향을 많이 받아 모더니즘과 미니멀리즘의 특징을 띄는 것을 확인할 수 있다. 하지만, 직

선적이고 엄격한 느낌의 정통 독일식 미니멀리즘과는 달리, 북유럽의 유기적 미니멀리즘/모더니즘은 자연을 중심으로 한 디자인이므로 곡선과 따뜻한 형태와 색감을 보임과 동시에 본질인 간소함과 단순성은 유지한다.

또한, 기능주의(Functionalism)적 성격도 강하게 드러남을 확인할 수 있다. 기능주의는 19세기 후반에서 20세기 초에 유럽에서 활발하게 일어났던 움직임으로<sup>4)</sup>, 산업화의 발달로 대량생산이 가능함에 따라 사람들의 생각과 일상 삶의 형태에 많은 영향을 끼친 운동이다. 20세기 초 북유럽은 이러한 사회적 변화로 인해 불필요한 것을 견어내고 본질에 집중하고자 하는 사람들의 일상적 가치관이 삶에 자리 잡기 시작하여 표준화를 하기 시작했다. 즉, '일상생활 중의 아름다움'이란 개념을 제시하며 민주 디자인이 자리 잡게<sup>5)</sup>된 것이다.

마지막으로 북유럽 국가들은 지리적으로 북쪽에 위치해서 모두 유사한 기후환경을 가지고 있어 그 생활 방식이 비슷하다. 9-10개월 동안의 긴 겨울과 어둠이 1년의 대부분이며, 짧으면 1달 길면 2달 동안의 여름이 유일한 일조량을 얻을 수 있는 기후적 특성을 가진다. 스칸디나비아 산맥이 길게 자리를 잡고 있으며, 대부분의 국가들이 바다와 인접하므로 북유럽은 산림이나 물을 최대한 활용하는 생활 습관을 지닌다. 따라서 다른 나라들에 비해 비교적 빛이 부족한 현상에 따라 많은 북유럽의 디자인은 간소하고 정돈된 모습을 공통으로 보인다.

이처럼 북유럽에서는 광범위한 영향을 끼쳤던 산업화의 발달로 인한 미니멀리즘과 기능주의, 그리고 아르누보 시대 이후의 자연의 유기적 형태를 유지하는 유기적 모더니즘이 조화롭게 묻어있다. 즉, 북유럽(스칸디나비아) 디자인의 배경에는 크게 지라-기후적 요건과 함께 자연환경과 인문환경이 바탕으로 깔려있음을 알 수 있다.

앞의 선행연구를 토대로 북유럽에 속하는 국가들 중에서 핀란드, 스웨덴, 노르웨이, 그리고 덴마크 4개의 국가를 선정하여 각 국가의 디자인이 어떤 북유럽디자인 성격을 드러내는지를 분석해보고자 했다.

1) 이희숙, 스칸디나비아 디자인 개요, 전북대학교 국제문화교류연구소 심포지움, (2013,12), p.163.

2) 위키피디아-스칸디나비아, (2024.07.08.), URL: <https://ko.wikipedia.org>

3) 이희숙, Obid., p.163.

4) Ibid., p.82.

5) 위문근, 광대영, HSE를 통해 스칸디나비아 가구 디자인 분석, 한국디자인문화학회지, 2017, Vol.23, No.3, pp.511-523.

[표 1] 국내 북유럽(스칸디나비아) 관련 논문 및 저널

논문명	저자	논문의 내용	키워드
HSE를 통해 스칸디나비아 가구 디자인 분석	위문근, 확대영	스칸디나비아 디자인의 역사 사례연구를 통해 현대에서의 스칸디나비아 디자인의 위상 및 특징을 정리	환경의 단순성, 민족낭만주의
미니멀리즘 관점에서 본 스칸디나비아 디자인의 양식 연구	장의환	미니멀리즘에서 비롯되었다고 보고 조형적 기준인 단순성, 명료성, 비 관계적 구성을 기준으로 디자인을 분석.	미니멀리즘, 단순성, 명료성
북유럽 의자 디자인에 나타난 전통의 현대화 -알바 알토, 아르네 야콥슨, 한스 베그너의 의자 디자인을 중심으로-	김진우	북유럽의 핀란드, 덴마크의 의자 디자인 사례를 통해 국가별 디자인 특징 및 전통/현대화에 대한 용어의 이론적 고찰을 진행.	핀란드, 덴마크, 전통, 현대화
북유럽 디자인-모두를 위한 디자인	안애경, 한혜성	북유럽디자인에 대한 배경적 사실인 기능주의 및 사회·문화적 현상 및 인간과 자연의 공존을 중심으로 하는 북유럽 사회 언급	기능주의, 유기적, 민주적, 인간과의 공존
스칸디나비아 디자인 개요	이희숙	스칸디나비아의 배경과 정의를 정리, 자연을 바탕으로 한 경직성에 대한 정의, 인간공학을 기초한 단순성의 기능주의를 분석	언어학, 정도, 간소, 유기성
스칸디나비아의 국가별 특성에 의한 디자인 사례 연구	엄경희, 이민숙	국가별 특성을 위해 지역·문화적, 그리고 디자인적으로 구분	기능성, 유기성, 절제성, 전통성
인류세 담론으로 본 스칸디나비아 디자인	박지민, 문정윤, 이주은	기후(자연)와 인문기능주의를 연결하여 디자인 바탕에 깔린 사상을 설명, 스칸디나비아 본질에 집중된 디자인적 특징을 가진다고도 분석	인문 기능주의, 기후적, 본질, 집중

2-1-1. 핀란드 디자인

핀란드는 북유럽에 전반적으로 바탕이 된 기능주의와 자연조건에 따라 자연 친화적인 디자인으로 단순성, 간결성, 기능성, 그리고 담백성을 띄고 있다.<sup>6)</sup> 주어진 자연환경 속에서 그 삶을 소중히 대하고 가족과 사람들 간의 일상을 즐기며 사는 태도가 유기적이고 민족적인 면모를 서민 중심의 '민주적인 디자인'을 통해 보였다. 핀란드라고 하면 떠오르는 풍부한 산림자원은 주된 디자인 재료로 사용되며 지금의 핀란드 가구 디자인에서 흔히 볼 수 있다. 또한 인간 중심적인 사고를 근간으로 한 핀란드만의 모더니즘을 보였는데, 핀란드 근대 디자인의 1세대인 헤르만 게셀리우스(Herman Gesellius)는 자국의 민족성, 낭만성, 풍토성을 핀란드만의 전통 공감대로 형성하고자 하여 핀란드 고유의 민족적 낭만주의를 탄생시켰고, 이는 현재의 핀란드

6) Ibid., p.87.

7) 김진우, 북유럽 의자 디자인에 나타난 전통의 현대화 - 알바 알토, 아르네 야콥슨, 한스 베그너의 의자 디자인을 중심으로 -, 한국가구학회지, 2021, Vol.32,

디자인의 전통 바탕이 되었다.

하단의 [그림 1]은 핀란드의 대표 디자이너 중 알바 알토(Alvar Aalto)의 작품으로, 자연을 기반으로 한 Savoy vase는 핀란드 호수의 해안선과 지형 윤곽을 기반으로 묘사한 작품이며 소품부터 가구까지 전반적으로 다루는 디자인이다. 중간 사진 경우, 핀란드의 사우나용 양동이와 국자인데, 핀란드의 국민들 대다수가 사우나를 집에서 즐기는 문화가 있다.<sup>8)</sup> 이는 그들의 자연을 존중하고 즐기려는 모습에서 비롯된 것이며, 그들의 가장 큰 자원인 산림자원을 활용한 제품들이다. 우측의 사진은 Fiskars의 세계적으로 유명한 올로프 백스트롬(Olof Bäckström)의 주황 손잡이를 지닌 가위인데, 이는 사람을 중심으로 한 인체공학적인 손의 작용 범위와 모습을 고려한 제품이다. 손잡이를 주황색으로 하게 된 이유는, 그때 당시 오렌지 주스기를 만들며 남던 밝은 오렌지색 플라스틱을 가지고 색상의 투표를 진행하였으며<sup>9)</sup>, 결국은 60년대의 플라스틱과 인체공학적인 디자인 부흥의 산물이 되었다.



[그림 1] 핀란드 제품디자인 사례들 (좌측부터 Savoy Vase, 사우나 제품, Fiskars의 주황 가위)

즉, 핀란드의 디자인은 일상생활의 어디에서나 어울리며 사용이 가능한 북유럽디자인의 성격을 보였다고 볼 수 있다. 이처럼 많은 핀란드의 작품들은 자연을 빗대어 인간 중심적 디자인 하려는 모습을 보이는 것을 알 수 있다.

2-1-2. 스웨덴 디자인

스웨덴은 근대 산업화 이전엔 입헌군주제, 의원내각제 국가였던 만큼 공식 국명은 스웨덴 왕국(Kingdom of Sweden)으로 영국과 마찬가지로 국왕제 국가였다.

No.1, p.24.

8) Gpsmycity, (2024.07.07.), URL: <https://gpsmycity.com>

9) 패스트 컴퍼니(Fast Company), (2024.08.11.), URL: <https://fastcomany.com>

그러나 서유럽의 사민당 정권으로 전환되며 사회민주주의 국가로 변모하였지만 국왕제는 상징적으로 현재까지도 이어지고 있는 국가다.<sup>10)</sup> 당시 스웨덴은 사회민주당으로 변하고 다이너마이트를 개발과 빠른 근대화에 따라 많은 부를 축적하게 되었으며, 자국민들에게 최고 수준의 삶을 살 수 있도록 하였다. 이처럼 민주주의 성격이 자리를 잡게 되며 어린이, 노인, 일반인, 그리고 장애인 모두가 동등하게 누릴 수 있는 민주적인 디자인을 점차 발전시켜왔다. 디자인에서 이런 문화적인 성격을 보이는 현재의 대표적인 스웨덴 디자인 브랜드에는 이케아(IKEA)가 있으며, 이들은 사용자의 기호와 삶의 방식에 맞는 소품과 주방용품들부터 가구까지 직접 조립할 수 있는 시스템을 적용했다.



[그림 2] 스웨덴 가구-제품디자인 사례들 (좌측부터 브루노 매트슨의 Lounge Chair, Duett의 조명)

[그림 2]에서 볼 수 있듯이, 좌측 이미지는 브루노 매트슨(Bruno Mathsson)의 라운지 의자(Lounge chair)인데, 자연에서 볼 수 있는 선과 함께 모든 국민이 고급스러운 분위기를 즐길 수 있는 것을 목적으로 기능성과 조형성을 고려하여 디자인했다. 우측 이미지의 Duett의 조명 경우, 남녀노소가 모두 접근하기 친근한 색감과 더불어 잠재적 구매자의 기호에 맞는 선택을 할 수 있도록 디자인했다. 또한, 스웨덴 디자인의 특징에는 기후-지리적인 영향을 받은 모습도 보이는데, 스웨덴의 주요 경제 제품은 철과 목재로 많은 회사가 산림과 수력에 집중으로 접촉할 수 있는 곳들에 자리를 잡았다. 즉, 라운지체어와 같이 모든 나이의 사람들이 집이나 일상에서 쉽게 접할 수 있는 라운지체어와 다양한 색상의 선별을 통해 취향대로 택할 수 있는 조명에서 보이듯이 민주적이면서도 자주적인 디자인 성격을 찾을 수 있었다.

이처럼 스웨덴은 비단 인간을 중심으로 생각하는 것만이 아닌 익숙한 자연환경의 형태나 색상을 다양하게 활용하여 남녀노소 모두 선호할 수 있도록 하

10) 이용상, 최문기, 스웨덴 디자인에서의 이념 변화 연구, 기초조형학연구, 2017, Vol.18, No.5, p.410.

는 디자인을 중점으로 많이 내는 점을 살펴볼 수 있다. 이는 조건에 의해 사용이 제한되지 않도록 모두가 접근하기 좋게끔 하는 스웨덴의 민주주의 성격이 잘 나타난다고 할 수 있다.

### 2-1-3. 노르웨이 디자인

노르웨이는 민속예술을 전통성으로 아주 중시하는 모습을 보여왔다. 그 이유로는 노르웨이는 지리상 스칸디나비아 산맥이 영토의 대부분을 차지함에 따라 평야가 다른 국가들보다 현저히 적은 편이므로 지역주민들끼리 뭉쳐서 지내왔던 문화적 특징을 지니고 있었기 때문이다. 이런 부분은 사람들의 생활잡화, 가구 등 다양한 분야에서 도드라졌으며 독특한 유리 예술이나 패션의 패턴과 심벌 등에서 그 면모를 엿볼 수 있다.



[그림 3] 노르웨이 가구-제품디자인 사례들 (좌측부터 Oslo 접시, Rosewood Sideboard, Killa 행거)

그 대표적인 사례로 [그림 3]의 세 가지의 가구-제품 디자인을 뽑을 수 있다. 좌측의 Oslo 접시는 잉게 보게(Inger Waage)의 그릇으로, 그는 기념품 모티프를 만드는 것으로 유명하다. 그중에서 노르웨이의 수도인 오슬로(Oslo) 접시는 오슬로 시청, Gustav Vigeland의 어린이 동상, 스키 명소인 Holmenkollen, 그리고 오슬로 왕궁 등이 유리에 그려진 예술을 볼 수 있다.<sup>11)</sup> 중앙의 Rosewood Sideboard는 빈티지 사이드보드라고도 불리는데, 스반테 스코흐(Svante Skogh)가 디자인한 것으로, 로즈우드를 활용하여 날렵한 다리 디자인을 통해 재료의 색감에서 나타나는 무게감을 날려버리고, 다양한 공간 활용을 가능하게끔 하여 실용성을 높인 것을 알 수 있다.<sup>12)</sup> 우측의 Killa 행거는 다니엘 리바켄(Daniel Rybakken)의 디자인으로, 가구 회사 Artek과 함께 콜라보 한 제품이다. 단단한 나무다리와 금속

11) 네이버 블로그, (2024.08.10.), URL: <https://m.blog.naver.com/hyunbi8512/223414351345>

12) 네이버 블로그, (2024.08.10.), URL: [https://m.blog.naver.com/aarhus\\_container/223473608177](https://m.blog.naver.com/aarhus_container/223473608177)

조인트로 서로 결합이 된 이 행거는 제품명인 Killa에서 살펴보듯이, 핀란드어로 ‘뿔기박다’라는 의미인데 제품의 볼트로 나무를 뿔기박았다는 뜻에서 유래했음을 알 수 있다.<sup>13)</sup>

즉, 노르웨이는 특히 예술적인 성격을 보이는 것을 알 수 있었으며, 다른 나라들과 마찬가지로 자연의 활용과 오브제(objet)가 될 수 있는 특징을 함께 접목함으로써 심미적으로 사람들의 눈에 아름다울 수 있도록 비중을 잘 맞추는 것을 확인할 수 있다.

#### 2-1-4. 덴마크 디자인

덴마크는 서울 인구의 절반밖에 되지 않을 만큼 북유럽 국가들 속에서 가장 작은 영토를 가지고 있는 편이다. 하지만 영어뿐만 아니라 기본 3개 이상의 언어를 능숙히 구사하며 세계적인 박물관이나 컨퍼런스들을 수시로 개최<sup>14)</sup>할 정도로 덴마크 사람들은 본인 국가의 기후 및 인구 부족함에 맞서기 위해 다양한 노력을 하는 것을 알 수 있다. 또한, 덴마크의 기후는 한 달이 채 되지 않는 여름을 제외하고 전부 짧은 일조 기간을 가진 만큼 집에서 가족들과 함께 시간을 보내며 많은 대화를 나누는 것을 당연시하는 문화를 보인다. 그렇기에 덴마크 사람들에게 집과 가구, 그리고 사용하는 일상의 용품들은 오랜 시간 마주하더라도 질리지 않고, 오랫동안 사용하고 물려주더라도 여전히 고급지며 전통을 잇는 의미를 뜻한다고 볼 수 있다.

하단 [그림 4]의 좌측 사진은 씨에이치원(CH1)의 다이닝 চে어로 시간의 흐름과 달의 모양을 자연스럽게 의자 프레임 사이로 보이게끔 한 디자인이다. 가족이 많은 시간을 나누는 만큼 시간의 흐름에 따른 달 모양의 변화라는 아이디어가 매우 자연스럽게 볼 수 있다. 중간은 조르그 안센(Georg Jensen)의 에이치케이(HK) 피쳐로 아름다운 비너스의 곡선의미를 연상하는 주전자다. 마지막으로 우측의 사진은 스텔톤(Stelton) 브랜드의 올 안센(Ole Jensen)의 올레(OLE)사를 위한 머그잔 디자인으로, 조각적인 형태로 손으로 쥐었을 때 자연스러운 손의 형태가 받쳐지도록 한 손잡이를 보인다. 마치 자연스러운 사람들의 일상에 오래 사용하고 자리에 위치하더라도 질리지 않는 디자인을 대표하는

13) 네이버 블로그[웹사이트]. (2024.08.12.), URL: <https://m.blog.naver.com/kujungmaru11/221296584010>

14) 김진우, 교과과정의 특징에 기초한 덴마크의 가구 디자인 교육에 관한 연구. 한국실내디자인학회 논문집, 2001, Vol.26, p.4.

느낌이라고 볼 수 있다.

덴마크의 디자인은 기후적 요인에 따라 자연스럽게 가족들과 많은 시간을 보내는 데에 있어 오랫동안 사용하더라도 그 외관의 존재 자체에 있어 충분히 유행을 타지 않고 자리할 수 있는 디자인적 특징을 가지고 있다. 즉, 기후의 성격을 참고한 외적인 부분에서의 단순함이 보일 수 있는 장식적인 면모가 드러난다고 정리할 수 있다.



[그림 4] 좌측부터 CH1 다이닝체어, HK 피쳐, OLE 머그잔

#### 2-2. 북유럽디자인 특징

먼저, 북유럽의 디자인 특성은 4단계의 시대·문화적 변화<sup>15)</sup>를 거쳐왔다. 1단계로 지칭할 수 있는 1910년부터 1945년까지는 기능주의 시대로 독일 바우하우스 시대의 모더니즘과 기능주의의 영향을 받아 기능성, 실용성, 그리고 간결성을 중시하는 모습을 보임을 확인했다. 1945년에서 1960년까지는 유기적 모더니즘 시대로, 제2차 세계대전 이후의 산업화에 따라 과거의 소량 및 고가의 제품들보다 대량생산과 대중화의 과정을 거칠 수 있도록 기능적, 기하학적, 간결성, 비대칭성, 표현주의의 성격을 지녔다. 하지만 북유럽은 지라기후적 특성으로 인해 일반적인 모더니즘과 달리 자연의 특성을 담은 모더니즘을 보여서 ‘유기적 모더니즘’이라고 일컫는 새로운 명칭을 보였다. 1960년에서 1975년까지는 국제주의 시대로, 루드비히 미스 반 데 로헤(Ludwig Mies van der Rohe)의 고전적 모더니즘과 바우하우스의 부활하려는 노력을 통해 성취했다. 마지막 4단계인 1975년에서 1980년대는 탈모더니즘 디자인으로, 매너리즘화 되었던 스칸디나비아라는 디자인 개념이 역사와 전통 재인식 운동을 통하여 새로운 전통 디자인을 내놓게 되었다.<sup>16)</sup> 하지만, 전 세계에 북유럽 스타

15) 엄경희, 이민숙, 스칸디나비아의 국가별 특성에 의한 디자인 사례연구, 한국가구학회, 2014, Vol.12, No.1, pp.129-130.

16) 셔터스톡(shutterstock)[웹사이트], (2024.08.20.),

타일의 미니멀리즘을 알리게 된 시기는 1985년부터 2000년대로<sup>17)</sup>, 기존과는 달리 자연의 재료나 형태, 또는 색감을 활발히 사용하며 디자인의 기능성인 본래의 본질에 집중하고자 하는 모습을 강하게 보였다. 또한, 2000년대부터 2015년까지는 지속가능성의 성격을 보이며 모더니즘과 그란-에코 디자인의 중시에 따라 깔끔하면서도 따뜻하고 가정적인 특징을 보임을 알 수 있다. 2015년부터 현재까지는 디지털 모더니즘으로, 이전의 환경에 대해 생각하는 지속가능성의 성격을 유지하되 다양한 디지털 기술의 발전과 정보디자인의 성장에 따라 디자인이 다양하게 나타나고 있다.<sup>18)</sup> 북유럽 미니멀리즘이 유지되는 모습을 보이면서도 자연의 재료를 이전보다 더 활용하며 가정용 가구의 느낌이 강하게 드러나도록 따뜻한 실용적 아름다움을 보이는 가능성이 드러난다고 보고 하단의 [표 2]와 같이 총 7개의 시대적 변화로 정리할 수 있다.

[표 2] 북유럽의 시대적 7단계 변화

연도	양식	시대	내용	
1910-1945	역사주의	기능주의	독일 바우하우스의 영향 받음 기능성, 실용성, 간결성	
1945-1960	모더니즘	유기적 모더니즘	제2차 세계대전 이후 산업화 및 표현주의의 영향 받음 기능성, 기하학적, 추상적	
1960-1975		국제주의	고전적 모더니즘 및 바우하우스의 부활 절제된 디자인	
1975-1985		탈 모더니즘	역사와 전통의 재인식 정통성 + 현대 감성	
1985-2000		뉴 노르딕	북유럽의 미니멀리즘 출시 자연의 재료 + 기능성 중시	
2000-2015		지속가능성	그란-에코 디자인 + 모더니즘 융합 자연의 재료 + 단순함	
2015-현재		디지털 모더니즘		지속가능함 + 첨단 기술 융합
				단순성, 심미성, 실용성

또한, 북유럽 국가는 전통적으로 실용성을 바탕으로 하고 있으며, 자연 친화적인 순수성, 문화적 배경의 심

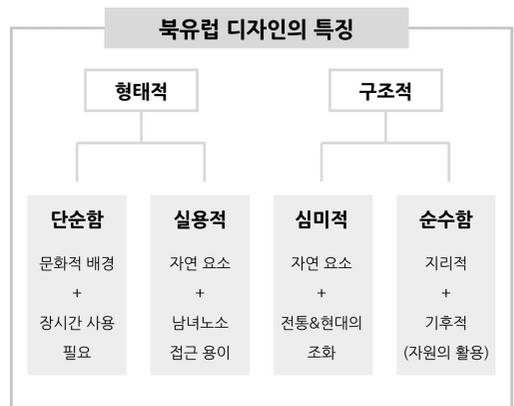
URL: <https://www.shutterstock.com/ko/blog/design-through-the-decades-1900s-1950s/>

17) 테크홀릭(tech holic)[웹사이트], (2024.08.20.), URL: <http://www.techholic.co.kr/news/articleView.html?idxno=51486>

18) 브런치스토리(brunchstory)[웹사이트], 디자인역사연표, 역사는 디자인된다 연표, (2024.08.22.), URL: <https://brunch.co.kr/@tigeryoonz/513>

미성, 그리고 지속가능한 단순성을 특징으로 하고 있다. 북유럽디자인이 보이는 공통된 특징은 각 국가가 같은 역사, 문화, 종교적인 배경을 나누면서도 앞서 설명한 것과 같이 결국 자연의 영향을 받으면서 동시에 그에 대한 존경심에서 비롯되었다는 점이다. 더 나아가 단순한 제품으로서만이 아닌, 오브제의 감성이 더해져 사용자들의 일상과 삶에 자연스럽게 연결된 성격을 보인다고 정리할 수 있다. 즉, 자연과 인간 간의 섬세한 이 관계는 지금의 북유럽디자인이 있게 한 출발점이며<sup>19)</sup>, 자연과 문화유산에 대한 깊은 존경심과 이해를 바탕으로 시작했다고 판단된다.

이처럼 북유럽의 디자인은 시대적 변화에 따라 자연스럽게 그 의미와 특징이 조금씩 변화되었으며, 앞서 선행 조사한 북유럽(스칸디나비아) 국가로 불리는 핀란드, 스웨덴, 노르웨이, 그리고 덴마크 4개국의 디자인 특징들을 종합적으로 정리한 결과 다음과 같이 크게 [그림 5]와 같이 형태와 구조적인 것으로 아래와 같이 정리할 수 있다.



[그림 5] 북유럽디자인의 특징

첫째, 형태적으로는 단순하고 정돈되었으며 간소한 부분만을 표현하는 것을 살펴볼 수 있다. 북유럽 사람들은 하루 중 많은 시간을 그 물건과 마주해야 하므로 질리지 않고 자연스럽게 일상에 묻어나야 하여, 북유럽 사람들과의 기후-지리적 유대감이 근본적으로 바탕이 되었기 때문이다. 그렇기에 대부분의 형태가 군더더기 없이 근본에 가장 집중한 기능주의와 자연주의적 삶의 태도를 반영한 것을 알 수 있었다.<sup>20)</sup> 게다가 현대에 들어서면서 디자인 그 자체가 하나의 장식품이 되기도

19) 안애경, 한혜정, 북유럽디자인=모두를 위한 디자인, 더원미술세계, 2012, p.85.

하는 모습을 볼 수 있었는데, 이는 북유럽에 전반적으로 깔린 지형적인 특성상 외부 문화와 시대적 변화를 향해 열려있던 개방적인 민족성이 하나의 제품에 대한 전통과 현대의 유기적인 관계가 디자인이 가질 수 있는 의미에 적용된 것이라고 볼 수 있다. 그 예로 과거에는 디자인된 가구나 제품은 전형적인 그 모습과 용도로만 사용되었다면, 현대에는 그 목적과 전통성이 당연하면서도 오브제(objet)적인 활용이 가능한 양면성을 지니는 것을 언급할 수 있다.

둘째, 구조적인 점을 보았을 때, 대부분의 디자인이 최대한 원재료를 살릴 수 있도록 최대한 단순하게 서로 얽혀있는 모습을 볼 수 있다. 이는 북유럽의 지형적인 조건에 의해 가장 흔히 접할 수 있는 자원을 최대한 활용하여 디자인한 것에서 시작되었다고 볼 수 있다. 예를 들어, 가장 대중적인 자원의 재료인 목재나 물과 실리카(모래), 그리고 근접 국가와의 교류를 통한 철의 활용 혼합의 활용도가 높음을 확인할 수 있다. 이를 활용한 디자인이 다른 재료들과 혼합되거나 독보적으로 쓰임에 따라서 깔끔하고 최대한 절제된 구조를 지니는 특징을 볼 수 있다.

[표 3] 북유럽 국가별 디자인의 특징 정리

국가	디자인 특징	차별성	공통점
핀란드	시대의 흐름에 따라 자연조건을 최대한 활용한 디자인	순수성	지속적인 사용성 친근한 조형 간결한 외관 오브제적 특징
스웨덴	북유럽 자연의 선과 색을 통해 남녀노소가 접근이 편한 조형의 디자인	실용성	
노르웨이	민속예술의 중시와 부드럽고 화려한 장식적 디자인	심미성	
덴마크	지속적 사용이 가능한 단순한 디자인	단순성	

북유럽디자인이 보이는 공통된 특징은 각 국가가 각은 역사, 문화, 종교적인 배경을 나누면서도 앞서 설명한 것과 같이 결국 자연의 영향을 받으면서 동시에 그에 대한 존경심에서 비롯되었다는 점이다. 더 나아가 단순한 제품으로서만이 아닌, 오브제의 감성이 더해져 사용자들의 일상과 삶에 자연스럽게 연결된 성격을 보인다고 정리할 수 있다. 즉, 자연과 인간 간의 섬세한 이 관계는 지금의 북유럽디자인이 있게 한 출발점이며<sup>21)</sup>, 자연과 문화유산에 대한 깊은 존경심과 이해를 바탕으로 시작했다고 판단된다.

20) 엄경희, 이민숙, Obid., p.26.

21) 안애경, 한혜정, 북유럽디자인=모두를 위한 디자인, 더원미술세계, 2012, p.85.

### 3. 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen) 디자인

#### 3-1. 뱅앤올룹슨의 배경

이상에서 분석한 북유럽디자인의 특성이 실제 제품 디자인에 어떤 형태로 적용되었으며, 시대에 따라 어떻게 변화하였는지를 구체적으로 살펴보기 위하여 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen)을 대상으로 선정했다.

오디오, 스피커, 라디오 등 고급형 전자기기 회사로 유명한 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen, B&O)은 전 세계적으로 많은 이들에게 사랑받는 브랜드이며, 매니아 층이 있을 정도다. 뱅앤올룹슨은 덴마크 코펜하겐의 오루후스 대학교 공과대학(Engineering College of Aarhus University)에 다닐 때부터 라디오와 같은 전자 제품에 대한 관심이 많은 피터 뱅(Peter Bang)으로부터 시작되었다.<sup>22)</sup> 1924년에 졸업하고 이미 라디오가 시장에 널리 퍼졌던 미국으로 넘어가 라디오 업계에서 일하며 자신이 직접 라디오에 대한 장비를 만들고 싶다는 의욕을 준 계기가 된다. 스벤드 올룹슨(Svend Olufsen)은 덴마크 국회의원의 아들로 퀴스트럽(Quistrup) 영주 저택에 사는 부유하지만 소심한 아들이었다. 그 또한 피터 뱅과 같은 연도에 오루후스 대학을 졸업하고 자신만의 전자 장치에 대한 실현 가능성을 높이고자 동료가 필요하던 차에 피터와 손을 잡게 된다. 이렇게 기술자이던 스벤드가 미국에서 돌아온 친구 피터와 공통으로 관심을 가지던 무선 전송 개발을 위해 스벤드네 집의 작은 다락방에서 모였던 것을 시작으로 1925년 12월 7일에 설립되게 되었다.<sup>23)</sup>

1930년대 그 당시에는 전기라는 것이 사회에 통용되며 방송국들이 유럽 전국에 대거 출현하기 시작했고, 사람들이 파티를 즐기고 음악을 즐기는 문화가 많이 시작되었다. 이에 따라 사람들이 높은 가격이라 구매력은 낮더라도 높은 품질의 음악을 듣기 위한 선택이 높아졌고, 뱅앤올룹슨은 그러한 사람들을 주 고객층으로 접근하고자 했으며 이들의 첫 목적은 곧 현재까지 이루어지고 있다. 1940년 4월에 덴마크에 제2차 세계대전이 일어나 독일이 덴마크를 침공하였을 때도 뱅앤올룹슨은 계속 본인들의 제품을 디자인하기 위해 라디오 제조에 필요한 원자재를 준비하여 출시했으나 1945년 1월 14일에 결국 폭탄으로 인해 공장 전체가 파괴되고 만다. 하지만 그들은 빠르게 공장을 재건하였으며 이 모든 것이 현재의 '새로운 라디오 문화'를 가능하게끔 한 역사의 시작이다.<sup>24)</sup>

22) Ibid., p.10.

23) Ibid.

뱅앤올룹슨은 처음부터 고품질의 소재와 신소재 적용에 큰 관심을 가졌었으며, 자신들의 목적에 부합한 제품을 만들어내기 위해서는 끊임없는 도전을 해왔다. 배터리의 무거운 무게와 방송의 최고조에 다다랐을 때의 방전에 대한 문제점을 안고 있던 기존의 라디오들 기술에 대해 B&O는 불만이였다. 이 점에서 시작되었던 것이 The Eliminator라는 제품이었으며,<sup>25)</sup> 이후에는 B&O가 스칸디나비아에서의 최고의 라디오 기업이 되게끔 해준 결과물이 된 것이다. 이들은 한 세기가 지난 지금도 음향과 고급스러움을 동시에 수반하는 디자인을 만들어내기 위해 노력하고 있으며 음향 및 전자 기기 분야에서의 하이엔드 이미지를 이어가고 있다.

### 3-2. 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen) 디자인 철학

뱅앤올룹슨(B&O)이 두 명의 기술자에 의한 디자인 속에는 음향과 기술에 대한 근본적인 중점은 변하지 않고 있다. 이들은 덴마크에서 시작된 만큼 덴마크 디자인의 국제적인 취향에서 기반하였으며, 사회성과 현대를 유지하면서도 북유럽의 전통을 고수하고 있다. 물론 유럽권의 미니멀리즘을 영향받은 만큼, 단순함을 보이면서도, 가능성을 현재까지도 중시하는 면모를 보인다. 1970년 전반기에 들어 뱅앤올룹슨은 디자인은 물론, 새로운 마케팅과 커뮤니케이션 전략을 활용하여 국제적인 타겟을 겨냥한, 지금의 ‘라이프스타일(life style)’ 디자인을 시작하게 된다. 또한, 그들의 “Bang & Olufsen은 가격보다 취향과 품질을 고려하는 사람들을 위한 것입니다.”라는 1968년의 광고 슬로건에서 살펴볼 수 있듯이 디자인을 언어, 즉 기술과 컨셉에 대한 회사의 가치와 비전을 전달하는 매체로 브랜드의 이미지를 고수하고자 한 것이다.<sup>26)</sup>

이들의 디자인에는 큰 공통점이 자리잡혀 있는데 과거부터 자연을 디자인에 반영해왔다는 점이다. 그 예시로 여태 출시한 제품들에 목재가 반영된 경우가 많았으며, 현대에 들어와서는 형태 자체를 자연으로부터 영감을 받아 반영하는 사례도 있었다. 꼭 직선적이지만은

않고 부드러운 곡선을 통한 절제된 단순함을 강조하며 접근하기도 했다. 그들은 자신들의 디자인이 목적 그대로의 딱딱한 모습으로 남는 것이 아닌, 집 안에서 가구나 인테리어 장식품으로도 조화롭게 그들의 라이프스타일과 맞물리는 지속적인 노력을 보인다.

또한, 뱅앤올룹슨은 [표 4]와 같이 과거부터 지금의 8가지 라인업(line-up)으로 제품들을 출시했다. 여기서도 그들만의 디자인 철학이 엿보이는데, 먼저 각 제품군의 기능이나 목적에 맞춰 명칭을 지었다. Beolit의 경우 가볍게 들고 다닐 수 있던 light라는 단어가 직관적으로 떠오르듯 가볍고 이동이 가능한 이동식 라디오를 의미한 것이다. BeoVision의 경우는 텔레비전의 vision을 덧붙여 텔레비전을 의미한다. BeoCenter의 경우는 center라는 단어에서 볼 수 있듯이 음향 장치의 중심을 의미한다고 볼 수 있으며, 최근에 나온 BeoPlay의 경우 play의 의미인 ‘재미처럼 더 활동적이며 사람들에게 쉽게 접근이 가능한 대중 지향적 성격’을 지녔다는 것을 의미한다. 이는 뱅앤올룹슨의 제품은 제품 그 자체의 형태와 기능만이 디자인적인 것이 아니라, 명칭에서도 사람들에게 직관적인 판단이 가능하도록 실용적인 면모를 보이는 것을 판단할 수 있다.

[표 4] 뱅앤올룹슨(B&O) 제품 라인업

라인업 명칭	종류
Beo Play	Audio, Video, 헤드폰 & 이어폰
Digital Media	BeoLink, 하드디스크, 리코더, MP3 등
Music System	BeoCenter, BeoCord, BeoGram, BeoLab, BeoLink, BeoMaster, BeoSound 등
Speaker	Active(Lab)스피커, Multiroom, Passive(Vox)스피커, Beolit
Accessories	가구, 마이크로폰, 키링, 컨트롤러 등
Telephone	전화기 등
Television	BeoVision
VCR & DVD	BeoCord 등

이를 통해 앞서 선행연구를 진행한 북유럽디자인에서 드러나는 디자인적 성격인 자연조건의 활용을 한 순수성, 자연의 선과 색을 통해 모두가 접근이 편한 실용성, 과거와 현대의 조화를 통한 디자인의 심미성, 지속적으로 사용해도 질리지 않도록 하는 형태적 단순성이 드러나는 뱅앤올룹슨의 디자인 철학에 관한 모형을 [그림 6]과 같이 정리할 수 있다고 본다. 즉, 뱅앤올룹슨은 자신들의 모든 디자인에 전통이던 자연의 자원과 형태에서 메타포적 의미를 가져올 뿐만 아니라, 사회적 바탕이던 미니멀리즘과

24) 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen-A short history-The first 25 years)[웹사이트], (2024.07.16.), URL: <https://beoworld.org>

25) Audio Revolution-The story of Bang&Olufsen[웹사이트], (2024.07.18), URL: <https://youtube.com>

26) [음향 강좌] 스피커 종류 구분하기, Hostramus, [웹사이트], (2024.07.26.). URL: <https://hostramus.tistory.com>

모더니즘을 함께 수반하며 그들의 디자인 철학에 충실히 하려는 기능주의적 면모를 보인다는 것을 알 수 있다.



[그림 6] 뱅앤올룹슨(B&O) 디자인 철학

#### 4. 뱅앤올룹슨(Bang&Olufsen)의 사례분석을 통해 본 북유럽디자인과의 상관성

##### 4-1. 사례분석의 방법과 대상

앞선 선행연구 결과를 토대로 북유럽디자인의 특징이 순수성/실용성/심미성/단순성으로 나타남에 따라 실제 사례분석의 평가 요소에 대한 기준을 [표 5]와 같이 설정했다. 하지만, 디자인적인 관점으로 뱅앤올룹슨의 디자인과 북유럽디자인 요소의 상관성 여부에 대한 설문조사를 진행하기 위해서는 ‘실용성’ 항목은 설문응시자가 판단할 때 실제 제품을 모르는 상태로 이미지들만 보고 판단하기 애매한 부분이 있으므로 설문지에는 배제하고 순수성/심미성/단순성 3개의 항목으로만 설문을 진행했다.

[표 5] 설문조사에 선정한 북유럽디자인 평가 요소 설명

평가 요소	설명
순수성	색상이나 소재 등에서 북유럽의 자연을 잘 살린 자연친화적 특징이 보이는가?
심미성	과거와 현재의 디자인 특징들이 잘 조화되어 보이는가?
단순성	제품 형태의 조형적인 부분에서 단순함이 돋보이는가?
실용성	일상적인 생활에서 사용이 용이하고 자연스러운 디자인인가?

분석할 사례들은 앞서 설명한 [표 4]의 선택된 47가

지 항목의 뱅앤올룹슨의 오디오의 범위(Beo Play, Digital Media, Music System, Speaker)에 해당하는 제품들로 이루어져 있다. 모든 제품을 사례로 선정하기 어려운 부분이 있다고 판단되어 [그림 7]과 같이, 단종되지 않고, 정보 파악이 가능하며, 여러 버전이 있는 경우 대표적이라고 볼 수 있는 사례인 좌측을 선택하는 과정을 통해 총 66개의 사례만을 선별하게 되었다.



[그림 7] 사례 선정의 과정 예시

또한, 설문 응시자들은 [표 6]에서 확인할 수 있듯 모두 뱅앤올룹슨을 잘 알고 있는 중급 디자이너 기준인 실무경력 8년 이상의 전문가 5명으로<sup>27)</sup>, 실무경력과 강의경력이 모두 최소 5년 이상 되는 학과 전임 교수들로 선별했다.

[표 6] 설문 응시자의 인적 사항

전문가	전공 분야	실무경력	강의경력
A	산업디자인학과	8년	10년
B	산업디자인학과	9년	7년
C	디자인학과(제품전공)	10년	10년
D	디자인학과	11년	9년
E	산업디자인학과	13년	16년

##### 4-2. 사례 분석의 결과

[표 7]은 뱅앤올룹슨의 디자인 66개 작품 이미지 분석표 [표 8]을 보는 방법을 표시한 도표이다. 우선 표의 최상단은 각 작품 이미지 번호를 ‘작품번호 순년도’로 표기했으며, 순서대로 메인 이미지와 제목, 설명을 간략히 작성했다. 작품번호의 경우, 출품 순서가 아닌 1부터 66까지의 단순 번호 순서로 표기하였다. 3가지 요소인 순수성, 심미성, 단순성은 각 형태나 외관, 색상을 바탕으로 작품이 내포한 정도를 산정하여 채워진 동그라미로 그 정도를 나타내고자 했다. 예를 들어

27) 디자인대가기준종합정보시스템, [웹사이트], (2024.09.04.), URL:

[https://designcareer.kodfa.org/ds/desg/register\\_intro](https://designcareer.kodfa.org/ds/desg/register_intro)

[표 7]에서 '18-1989' 작품의 경우, 순수성과 단순성에서 모두 강한 성격을 보이며, 심미성은 조금 강한 정도로 확인할 수 있다.

[표 7] 사례 분석표 보는 방법 예시 (18-1989의 경우)

년도	18-1989	
이미지		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 매우 약함</li> <li>● 조금 약함</li> <li>● 보통</li> <li>● 조금 강함</li> <li>● 매우 강함</li> <li>○ 100%</li> <li>◐ 50%</li> <li>○ 0%</li> </ul>
제목	Beovox Cona	
설명	등근 원기둥 모양의 컴팩트한 서브 우퍼 스피커	
순수성	●●●●●+	
심미성	●●●●○+	
단순성	●●●●●+	

18번째 1989년 작품은 순수성과 단순성 모두 강한 성격을 보이며, 심미성은 조금 강한 정도로 확인되었다.

[표 8] 1926년부터 2023년까지의 뱅앤올룹슨 오디오 디자인 66개

년도	1-1926	2-1929	3-1934	4-1939	5-1960	6-1966	7-1967	8-1972
이미지								
제목	Eliminator	5 Lampler	Hyperbo 5 RG Steel	Beolit 39	Beovox S60	Beosound 9000	Beovox 2500 Cube	Beogram 4000
설명	B&O 타이틀을 달고 전원을 오로지 첫 출시 된 라디오 콘서트에서만 무선 전원 연결이 가능하도록 한 제품	라디오의 캐비닛	전기 버너와 스틸 피커	운동과 브루어의 대우기적인 부의 대시보드 모양의 스피커	시각형의 형태와 스테드를 가진 벽 장착 및 스테드 이 가능한 스피커	등플로어 스테드에 걸 수 있는 예술작품 같은 show용 고급 스피커	균부 모양으로 된 주파수 확장용 보조 스피커	인와 직선 직사각형을 활용한 '대시보드' 스피커
순수성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+
심미성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+
단순성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+
년도	9-1976	10-1976	11-1981	12-1983	13-1984	14-1985	15-1986	16-1986
이미지								
제목	Beomaster 1900	Beovox S45	Beomaster 1700	Beovox S55	Beovox CX 100	Beovox RL 60	Beocenter 9000	Beolab Penta
설명	터치 방식의 라디오 수신기 겸 앰프 피커	직사각형의 박스형의 스피커	직사각형 형태에 사각의 변들과 리지 선을 가진 튜너/앰프 스피커	스테드 위아이어와 유출리거나 선반시 가장 성공한 라우드 스피커	유아미들과 패브릭의 조화로 역사적인 수동음 극선 느낌의 스피커	시각형의 패널이 오아방기드한 느낌을 보여주는 CD 플레이어+라디오	B&O 최초의 5각형 모양의 스테드 라우드 스피커	직사각형의 박스형의 스피커
순수성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+
심미성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+
단순성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+
년도	17-1988	18-1989	19-1991	20-1991	21-1992	22-1995	23-1995	24-1996
이미지								
제목	Beolab 5000	Beovox Cona	Beolab 2500	Beovox 3000	Beolab 2000	Beogram 7000	Beocenter 2500	Beolab 1
설명	직선과 몬드리아안 스타일의 패널과 패브릭 배치가 된 디자인	등근 원기둥 모양의 컴팩트한 서브 우퍼 스피커	벽 장착 또는 리지 선으로 가구 장식 가능한 스피커	목파란색 또는 회색의 표면과 광로 이루어진 리지 선으로 가구 장식 가능한 스피커	두 개의 시각적으로 다른 판과 반투명 유리 커버로 이루어진 리지 선으로 가구 장식 가능한 스피커	은색의 판과 반투명 유리 커버로 이루어진 리지 선으로 가구 장식 가능한 스피커	모던한 선형의 스피커	직사각형의 박스형의 스피커
순수성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+
심미성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+
단순성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+
년도	25-1997	26-1997	27-2000	28-2001	29-2001	30-2003	31-2003	32-2004
이미지								
제목	Beolab 3500	Beolab 4000	Beosound Century 2000	Beosystem 1	Beolab 2	Beolab 5	Beosound 3200	Beolab 3
설명	원기둥 형태의 벽걸이형 스피커	다양한 색상의 원기둥 형태의 스피커	직사각형의 가로세로와 원형 패널이 독립형 스피커 기기	여러 개의 직사각형 패널이 쌓인 듯한 시각 형태의 액티브 스피커	하나의 구체가 원형 위아이어와 중간 위아이어를 갖춘 원기둥의 서브 우퍼를 내는 스피커	잘린 원뿔 모양의 원기둥을 납작한 스피커를 내는 스피커	모기강조와 세로 스테딩이 되어 장치가 가능한 스피커	원의 면을 3개의 면으로 잘라 곡선의 단면화를 한 스피커
순수성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+
심미성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+
단순성	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+	- ●●●●○+

년도	33-2004	34-2005	35-2005	36-2007	37-2007	38-2009	39-2009	40-2010
이미지								
제목	Beocenter 1	Beocenter 2	Beolab 4	Beolab 9	Beosound 3	Beosound 5	Beosound 6	Beolab 10
설명	7단위의 오각형 양의 셋톱박스 스피커	모크 원형 패널이 경첩처럼 양쪽으로 열리는 CD 스피커	새삼각형 모양의 가시각 피라미드 형태의 스피커	면을 원기둥 형태로 양면이 있는 모서리가 둥근 구부러진 형태의 스피커	앞면에 원형의 패널이 있는 모서리가 둥근 구부러진 형태의 스피커	디스플레이와 작은 요소를 가진 원형의 메인 MP3 플레이어	원형의 외곽과 칩셋을 가진 MP3 플레이어	삼각형 모양의 얇은 패널로 된 스피커
순수성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
심미성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
다수성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
년도	41-2011	42-2011	43-2012	44-2012	45-2013	46-2013	47-2014	48-2014
이미지								
제목	Beovox 2	Beolab 11	Beoplay A8	Beoplay A9	Beolite 20	Beolab 18	Beolab 17	Beoplay Form 21
설명	벽 천정 장착 가능한 특정 방향 소리 집중 가능한 수동형 원형의 스피커	공보오리 또는 씨앗과 같이 벌어지는 형태의 곡선 스피커	두 개의 원형 패널을 직사각형이 이어진 안전 형태의 스피커	원형의 사운드도넛 모양으로 디자인된 무선 충전이 가능한 포터블 스피커	모양으로 가능하지는 않지만 원형의 사운드도넛 모양으로 디자인된 무선 충전이 가능한 포터블 스피커	원형의 사운드도넛 모양으로 디자인된 무선 충전이 가능한 포터블 스피커	원형의 사운드도넛 모양으로 디자인된 무선 충전이 가능한 포터블 스피커	얇은 판이 구부러진 다양한 색상과 다양한 선택이 가능한 초경량 헤드폰
순수성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
심미성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
다수성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
년도	49-2015	50-2015	51-2016	52-2016	53-2018	54-2018	55-2019	56-2020
이미지								
제목	Beolab 19	Beoplay A2	Beolab 90	Beoplay A1	Beosound 2	Beosound Edge	Beosound Shape	Beolab 50
설명	앞면이 오각형 형태로 보이는 무선 스피커	후대성이 좋고 양면 사용되는 등고 마그네트릭이 된 직사각형 스피커	사각형태의 면으로 이어진 각이 진 가동형 스피커	후대성과 장식성이 강점이 남작한 원기둥 형태의 포터블 스피커	원형의 사운드도넛 모양으로 디자인된 무선 충전이 가능한 포터블 스피커	단순하며 직관적인 터치로 사용이 가능한 원형의 무선 스피커	자연의 눈 결정과 모양의 사용자를 고려한 벽걸이형 스피커	동일한 두 면을 세로선과 부드러운 단면으로 자른 스피커
순수성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
심미성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
다수성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
년도	57-2020	58-2021	59-2021	60-2021	61-2021	62-2022	63-2022	64-2023
이미지								
제목	Beosound Stage	Beosound Balance	Beolab 28	Beosound Emerge	Beosound Level	Beoplay EX	Beosound Theatre	Beosound A5
설명	앞면 직사각형으로 이루어진 B&O 최후의 사운드바	조각된 비드와 나치 패턴으로 이루어진 스피커	피노 재질과 마그네트릭이 다른 원기둥 형태의 스피커	입상 속에서 숨어 있는 책 형태의 스피커	앞면 직사각형 형태의 수평 수직 사용이 가능한 세계 최초 Cradle to Cradle Certified 스피커	무선이며 몸체로는 다닐 수 있는 이어버드	단단한 참나무로 세로선과 부드러운 B&O 프리미엄 사운드에 맞는 스피커	2-Way 셋업의 고품격 사용자 환경에 맞춰주는 포터블 스피커
순수성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
심미성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
다수성	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+	- ●●●○+
년도	65-2023	66-2023						
이미지								
제목	Beolab 8	Beosound Explore						
설명	상단에 원형 패널과 참나무 패널로 어진 음통을 가진 원형의 스피커	색상 선택이 가능한 이류수평 및 수평 방향의 방수형 포터블 스피커						
순수성	- ●●●○+	- ●●●○+						
심미성	- ●●●○+	- ●●●○+						
다수성	- ●●●○+	- ●●●○+						

### 4-3. 사례분석 결과를 통한 소결

총 66개의 분석된 오디오 디자인 사례들에 대해 벵 앤올롭슨이 설립된 이후 첫 제품이 출시된 1926년부터 현재 2023년까지 총 99년이라는 세월을 시대별로 먼저 정리했다. 이를 위해 앞의 선행연구에서 정리했던 북유럽디자인의 시대적 변화에 따라 제품들을 나눠 총

7개의 그룹으로 분류하고 설문 이후 분석된 결과값이 실제로 해당 시대의 특징과 연관성이 있는지 확인하고자 했다. 시대별의 제품 개수는 4개 분류로 나누어 각각 정리했는데, 해당 분류 기준은 앞의 [표 4]의 제품들 라인업에 선정한 Beo Play, Digital Media, Music System, 그리고 Speaker에 해당하며, 도표에 작성하기

쉽도록 약자를 각자 Play, D.M., M.S., Spe.로 표기하였다. 또한, 각 시대 단위 구간에서 나타나는 순수성, 심미성, 단순성의 작품 개수를 분석해보고자 했으며, 이때 ●가 4개 이상(조금 강함, 매우 강함)인 작품들만 선별하여 계산했다.

아래의 [표 9]에서 확인할 수 있는 가장 크게 드러나는 점은 과거의 작품 수들이 현재보다 현저히 적다는 점이다. 이는 해당 작품들을 모두 수집하기에 정보를 찾기 어렵다는 한계점이 드러남을 알 수 있었으나, 수집된 결과로 다음과 같은 분석을 할 수 있었다.

**[표 9] 뱀앤올룹슨(B&O) 시대별 오디오 분류 및 성격 분석**  
(단위: 개)

시대 단위	총 작품 개수				순수성	심미성	단순성
	Play	D.M.	M.S.	Spe.			
1926~ 1945	4				2	1	2
	-	2	-	2			
1945~ 1960	1				1	-	1
	-	-	-	1			
1960~ 1975	3				2	3	3
	-	-	2	1			
1975~ 1985	6				4	6	5
	-	-	2	4			
1985~ 2000	13				7	13	13
	-	-	11	2			
2000~ 2015	23				12	21	22
	4	1	14	3			
2015~ 현재	16				14	12	13
	2	-	12	2			
총 계	66				42	56	59
	6	3	41	16	(63.6%)	(84.8%)	(89.4%)

먼저, 1926년부터 1945년까지의 Digital Media 2개와 Speaker 2개, 총 4개의 작품에서는 각각 순수성 2개, 심미성 1개, 그리고 단순성 2개의 성격을 드러내는 것으로 나타났으며, 이는 그 시대의 디자인 특징이던 기능주의와 유기적 모더니즘에 맞춰 제품 그 자체의 성질에 집중하고자 한 재료의 순수성이 목재와 철을 사용한 몸통 부분에서, 그리고 직선적이면서도 유기적인 단순성이 잘 드러났다고 볼 수 있다.

1945년에서 1960년까지의 Speaker 분야인 1개 작품에서도 순수성과 단순성에서 각 1개씩 성격을 보인다. 이 시기에는 제2차 세계 대전 이후의 여파로 인해 전 세계적으로 프로파간다(prapoganda)로서의 디자인과 기존의 아르데코 형식이 맞물리며 실용적이면서도 대량생산 할 수 있는 제품들을 만드는 모습을 보였

다. 또한, 이때 설립했던 회사가 폭격으로 인해 터지며 잠시 디자인이 정지되었던 시기였기에 다른 사례들을 찾기도 정보 등을 수집하기 어려웠던 한계가 드러났다.

1960년부터 1975년까지는 Music System에서 2개, Speaker에서 1개, 총 3개의 작품으로, 순수성에서 2개, 심미성 3개, 그리고 단순성에서 3개의 성격을 보임을 확인할 수 있다. 이때는 북유럽의 민주적 디자인이 가장 도드라지게 나타났던 시기며, 대량생산에서 벗어나 고품질 디자인과 이를 대중화하려는 모습이 심미성과 단순성에서 드러난다. 앞의 디자인들과 달리 급격히 외관에서부터 기존의 미니멀리즘 형식이 특히 돋보이며 기존의 제품들과 달리 현재 우리가 알고 있는 북유럽디자인의 모습이 보이기 시작함을 확인할 수 있다.

1975년부터 1985년은 총 6개로, Music System에서 2개 그리고 Speaker에서 4개의 작품을 분석한 결과, 순수성 4개, 심미성 6개, 그리고 단순성 5개로 드러났다. 이 시기는 포스트모더니즘으로 포디즘(Fordism)과 대량생산의 종말이 맞물리며 맞춤형이며 비산업적 재료를 사용하는 모습을 볼 수 있다.

1985년부터 2000년까지는 13개의 작품으로, Music System 11개 그리고 Speaker에서 2개의 제품에서 순수성 7개, 심미성과 단순성은 모두 13개로 드러났다. 이 시기는 북유럽디자인이라는 명칭이 부상하기 시작한 때로, 현재 우리가 알고 있는 유명 제품들이 나타난 시기다. 예를 들어, 점차 형태적인 모습이 수직적이기보다는 다양한 조형적 요소들과 부드러운 형태들, 그리고 다양한 색상의 시도가 드러나며 이는 현대인들이 알고 있는 북유럽디자인의 특징이다.

2000년부터 2015년까지는 23개의 작품으로 Beo Play의 항목이 처음으로 출현하기 시작함을 알 수 있다. Play에서 4개, Digital Media 1개, Music System 14개, 그리고 Speaker 3개로 드러났다. 순수성은 12개, 심미성 21개, 단순성 22개로 심미성과 단순성이 비슷한 수준을 보이는 것을 볼 수 있다. 이 시기의 작품에서는 지속가능성을 중시하는 모습을 보이기 시작했는데, 이는 북유럽디자인의 가정용 제품으로써 적합하도록 형태와 기능 등을 의미한다. 그 예시로 이전까지의 디자인은 사각형 등 직선의 형태였다면 유기적 모더니즘의 시대보다도 더 다양한 형태와 색깔들을 활용하기 시작했다.

2015년부터 최신의 2023년까지는 총 16개의 작품인 Beo Play 2개, Music System 12개, Speaker 2개

로 순수성에서 14개, 심미성에서 12개, 그리고 단순성에서 13개의 성격을 보인다고 드러났다. 이 시대에는 북유럽디자인과 지속가능성이 유지되며 디지털 모더니즘이 함께 접목하기 시작했다. 이에 따라 모든 북유럽 디자인 특징을 포함하는 선적인 요소와 색감, 그리고 재질의 활용이 기술의 발전으로 인한 이어버드(earbud), 방수형, 이동형 등에 적합한 디자인을 보이기 시작했다.

이처럼 99년간 뱅앤올룹슨은 꾸준히 제품을 만들어 왔으며 거듭 성장을 하고 있다. 분석 결과 북유럽디자인의 특징인 순수성, 심미성, 단순성을 고르게 포함하는 편이었다. 전체 북유럽디자인의 시대별 작품 개수를 합했을 경우, [표 9]와 같이 순수성은 42개, 심미성은 56개, 그리고 단순성은 59개의 제품으로 확인됐다. 북유럽디자인이 자연을 많이 활용하며 바우하우스의 영향을 받은 미니멀리즘 사조를 본인들만의 색으로 표현하는 만큼 뱅앤올룹슨의 디자인에서 또한 전반적으로 고르게 나타났다. 모든 3개의 성격이 전부 60% 이상의 성격을 드러내는 것으로 보아 뱅앤올룹슨은 사람들의 인식에 미니멀리즘과 깔끔한 느낌을 추구하는 것만이 아닌 가정용 고품질 오디오 브랜드답게 따뜻한 느낌과 색감, 그리고 남녀노소가 사용하기 쉬울 수 있는 그들만의 디자인 철학을 지키고 있다는 의미를 확인할 수 있었다.

## 5. 결론

본 연구는 북유럽디자인의 지리적 특성 및 시대적 변화를 고찰하고 체계화된 디자인 특성을 분석함으로써 특정 제품의 디자인에 미치는 영향을 살펴보고자 하였다. 이를 위해 북유럽의 특정 국가들을 대상으로 문헌 조사와 선행연구를 통해 북유럽디자인의 특성을 도출하였으며, 이 지역의 대표적인 기업인 뱅앤올룹슨을 하나의 사례로 선정했다. 앞서 도출된 북유럽디자인의 특성이 선정된 브랜드의 실제 제품 디자인에 어떤 형태로 적용되었으며, 시대에 따라 어떻게 변화하였는지를 전문가 설문을 통해 분석하였다.

그 결과로 세 가지의 결론을 도출할 수 있었는데, 첫 번째로는 앞의 이론적 선행연구들을 통해 북유럽은 지리적 여건으로 인해 독특한 문화를 형성해 왔으며, 자연 순응적 또는 친화적, 실내 생활 중시 및 단순함을 통한 실용성 등으로 표현한다는 점이다. 그중에서도 북유럽의 대표적 국가의 디자인 사례분석을 통하여, 북

유럽디자인 성격을 4가지로 도출하였다. 북유럽 국가는 전통적으로 실용성을 바탕으로 하고 있으며, 자연 친화적인 순수성, 문화적 배경의 심미성, 그리고 지속가능한 단순성을 특징으로 하고 있음을 알 수 있었다. 하지만, 이러한 선행연구들에서 북유럽 혹은 스칸디나비아 디자인을 체계적이고 대표화 한 연구가 없었기에 관련 정보들을 취합하고 체계화하고자 했다는 점에서 본 연구는 향후 북유럽디자인에 대해 연구하려는 이들에게 기본 길라잡이가 될 수 있다고 생각한다.

둘째, 디자인에 특화된 기업으로서의 뱅앤올룹슨이라는 기업이 가진 디자인 철학의 근원에 대하여 보다 구체적으로 살펴볼 수 있었다는 점이다. 뱅앤올룹슨은 북유럽에서 오디오로 유명한 회사로서 99년의 역사를 가진 회사이다. 본 연구에서는 북유럽디자인 특성과의 상관성을 살펴보기 위해 1926년부터 2023년까지 대표적인 제품 66개의 사례분석을 시행하였으며, 설문 결과, 시대적으로 뱅앤올룹슨의 오디오 디자인은 북유럽디자인의 특성을 전반적으로 유지하고 있는 것을 알 수 있었다. 그중 북유럽디자인의 특성 중 단순성과 심미성은 지속적으로 강하게 나타나는 경향이 있으며, 순수성은 상대적으로 낮은 특성을 나타내나, 시대적인 변화에 따라 자연 친화적인 순수성이 문화적 배경의 심미성과 함께 어우러져 점차 강세가 늘어나는 것을 알 수 있다.

셋째, 뱅앤올룹슨의 디자인 철학은 ‘라이프스타일’을 중시 여겨 가정적인 성격을 지니면서도 그들의 기술적 음질뿐만 아니라 디자인에서 또한 고급스러움을 사람들에게 선사하고자 했다는 점을 알 수 있었다. 이 철학의 바탕에는 북유럽의 기후적인 요건에 의해 오랜 시간을 가정에서 보내야 했던 만큼 질리지 않고, 성별과 나이에 구애받지 않고 선호하는 디자인이 되기 위한 노력이 있었음을 알 수 있다. 이는 그들의 오디오 디자인에도 적용되었으며 깔끔함을 통해 고급스러움을 유지하면서도 부드러운 곡선이나 다양한 색감의 활용, 그리고 현대로 넘어오면서 자연적인 재질의 활용으로 소비자들의 삶에서 고급스러움을 선사하고자 하는 노력이 그들의 디자인 요소로 작용한다고 볼 수 있다.

상기 작성된 연구의 세 가지 결론을 통해 연구의 의의와 한계, 그리고 후속 연구의 방향성을 다음과 같이 정리할 수 있었다. 북유럽디자인 혹은 스칸디나비아 디자인에 대한 이론적 선행연구는 많았으나, 이를 종합적으로 정리한 연구는 없었다는 점에서 본 연구는 앞으로의 디자이너들이 북유럽디자인에 대한 정보를 탐색하기 위해 좋은 선행연구 사례가 될 수 있다는 연구의

의의를 지닌다고 본다. 반면에, 한계점으로는 본 연구에서 사례분석을 위한 특정 제품의 과거 정보 취득이 어려웠던 점으로 인해 분석의 객관성에 한계를 가지고 있을 수 있었다는 점이다. 또한, 특정 회사 사례 하나만으로는 북유럽디자인이 실제로 관련 국가들의 디자인 브랜드와 접점이 있는지에 대해 분석하기에는 부족하다고 판단되지만, 본 연구에서 제시한 제품 디자인의 지리적 특성 및 시대적 변화를 통한 디자인 특성 분석 방법을 제시하였다는 점에서 의의를 찾을 수 있을 것이다.

따라서, 향후 추가적인 연구에서는 언급하였던 한계점인 충분한 사례를 수집하여 분석할 수 있는 다른 북유럽디자인 회사 사례들과 함께 진행되어야 한다고 생각한다. 더불어 객관적인 결과의 도출을 위해 현지의 디자이너를 포함하는 보다 실무적인 전문가들의 심층인터뷰를 진행하고 이를 토대로 한 분석적인 연구가 추가적으로 필요하며, 이를 연계된 논문에서 진행하고자 한다. 더 나아가, 본 연구와 같이 북유럽디자인과 하나의 특정 회사를 엮은 연구가 아닌, 개별적 논제로 한층 더 심도 있는 후속 연구를 계획하고자 한다.

## 참고문헌

1. Tim Jarman & Nick Jerman, Bang & Olufsen, The Crowood Press, 2008
2. 강현대, 곽철안. 스웨덴의 인본적 기능주의 디자인과 스벤스크 텐, 한국콘텐츠학회논문지, 2013
3. 김진우. 교과과정의 특징에 기초한 덴마크의 가구 디자인 교육에 관한 연구. 한국실내디자인학회 논문집, 2001
4. 김진우. 북유럽 의자 디자인에 나타난 전통의 현대화 - 알바 알토, 아르네 야콥슨, 한스 베그너의 의자 디자인을 중심으로 -. 한국가구학회지, 2021
5. 박지민, 문정윤, 이주은. 인류세 담론으로 본 스칸디나비아 디자인. 한국콘텐츠학회논문지, 2020
6. 박하나. 스칸디나비아 섬유예술의 특징에 관한 연구. 디자인지식저널, 2014
7. 엄경희, 이민숙. 스칸디나비아의 국가별 특성에 의한 디자인 사례연구. 한국디지털디자인협의회 conference, 경기도. 2014
8. 이수연, 유철하. 바우하우스의 미학적 비례체계가 현대 디자인에 미친 영향에 관한 고찰. 디지털디자인학연구, 2006,
9. 이용상, 최문기, 스웨덴 디자인에서의 이념 변화 연구, 기초조형학연구, 2017.
10. 이희숙. 스칸디나비아 디자인 개요. 전북대학교 국제문화교류연구소 심포지움, 전북. 2013
11. 엄경희, 이민숙. 스칸디나비아의 국가별 특성에 의한 디자인 사례연구. 한국디지털디자인협의회 conference, 경기도. 2014
12. 위문근, 곽대영. HSE를 통해 스칸디나비아 가구 디자인 분석. 한국디자인문화학회지, 2017
13. 안애경, 한혜정, 북유럽디자인=모두를 위한 디자인, 더원미술세계, 2012
14. <https://beoworld.org>
15. <https://beo.zone/en>
16. <https://ko.wikipedia.org>
17. <https://youtube.com>
18. <https://fastcompany.com>
19. <https://gpsmycity.com>
20. <https://dict.naver.com>
21. <http://www.techholic.co.kr>
22. <https://www.shutterstock.com>
23. <https://designcareer.kodfa.org>