# DBEW FORUM 2023

## DESIGN BEYOND EAST AND WEST

ADI Design Museum

ORIENTAL CULTURE & DESIGN CENTER

ADI Design Museum Compasso d'Oro + Oriental Culture and Design Center

# CONTENTS


## DBEW 2023 FORUM

4 **OVERVIEW**

6 **Congratulatory Message**

10 **Preparing for DBEW forum**

12 **PROGRAM**

### Session 1

## DESIGN BEYOND EAST & WEST

16 Future Design Values in the Context of Global Design
**Andrea Cancellato**
Director, ADI Design Museum in Milano, Italy
Former Director, Triennale di Milano, Italy

26 Design to Create New Traditional Culture
**Toshiyuki Kita**
Designer, Professor, Osaka University of Arts, Japan
"Japan Good Design Award" Judging Committee

30 The Importance of Global Design Clusters and the Future Role of Design Media
**Young Hye Lee**
President, Designhouse INC, Seoul, Korea
Publisher, Monthly Design, Seoul, Korea

### Session 2

## ASIAN DESIGN IDENTITY

46 Decoding K-Culture : Unraveling the influence of Technology, Design and K-contents
**Sey Min**
President, Gyeonggi Contents Agency, Korea
Former Art Director Seoul Light 2019

50 Chinese Design Identity through Ming Dynasty Furniture
**Tiejun Liu**
Professor, Tsinghua University, China
Deputy Director, Ming Style Furniture Design Committee of Beijing Design Society

60 Japanese Design & Aesthetic : Visible X Invisible
**Kazuhiro Yamanaka**
Professor, Musashino Art University, Japan
Designer of Product, Furniture, Lighting and Installation

### Session 3

## DESIGN DISCUSSION

75 **Kyung Ran Choi**
Director of the OCDC, Seoul, Korea

76 **Mara Servetto**
Chief Architect, Co-Founder, Migliore+Servetto, Italy
Visiting professor, Joshibi University, Tokyo, Japan

84 **Juyoung Chang**
Professor, Dongseo University /
Director of Asia Design Center For Future, Seoul, Korea

92 **Zhoujie Zhang**
Professor, College of Design and Innovation, Tongji University, China
Founder, Zhang Zhoujie Digital Lab and EndlessForm

100 **Yoichiro Tomioka**
Design Leader, Design for LIXIL Water Technology, Japan

108 **HISTORY - OCDC**

110 **CREDIT**

# OVERVIEW

**Date** | **Wednesday, 19th April 2023 15:00-17:30 PM**
**Venue** | **ADI Design Museum Compasso d'Oro**
**Piazza Compasso d'Oro 1, 20154 Milano**
**Organization** | **ADI Design Museum, ITALY**
**Oriental Culture & Design Center, KOREA**

The DBEW forum discusses the cultural value and identity of Asia in terms of constructing harmonious designs for a sustainable society. It aims to discover shared values of Asian nations and expand it to a value embraceable both by the East and West, attaining a new design orientation. It will question the orientation of a 'Harmonious design for the future: Design Beyond East & West' to design leaders, who have a broad experience in diverse design areas (designer, researcher, educator, administrator, media, etc). The forum hopes to continually contribute to the spread of Asian value and the interaction between the East and West.

DBEW2023, organized by the ADI Design Museum Compasso d'Oro and Oriental Culture & Design Center (OCDC) from Kookmin University, takes place in the ADI Design Museum on April 19th, 2023, a part of Milano design week.

The forum's theme is "Design Beyond East & West", consisting of 3 sessions (1. Design Beyond East & West, 2. Asian Design Identity, 3. Design Discussion). Starting with a keynote speech from Andrea Cancellato (Director of ADI Design Museum), Toshiyuki Kita (Designer), and Young Hye Lee (President of Design House). Designers, educators, design researchers, and administrative experts from Korea, China, Japan, and Italy will gather to discuss the value and future of Asia's design and identity in the global context.



**일정** | **2023 년 4 월 19 일 15:00-17:30**
**장소** | **ADI 디자인 뮤지엄 콤파쏘 도로**
**콤파쏘 도로 광장 1, 20154 밀라노**
**주최** | **ADI 디자인 뮤지엄**
**국민대학교 동양문화디자인연구소**

DBEW 포럼에서는 지속가능한 미래 사회를 위한 조화로운 디자인에 있어서 아시아의 문화적 가치와 아이덴티티에 대해 논의한다 . 아시아 국가들이 공유하는 가치를 발견하고 , 동서양이 공감할 수 있는 가치로 발전시켜 동서양을 넘는 새로운 디자인 방향성을 얻고자 한다 . 디자인의 다양한 분야 ( 디자이너 , 연구자 , 교육자 , 행정가 , 미디어 등 ) 에서 폭넓은 경험을 쌓은 디자인계 리더들이 생각하는 ,"미래사회를 위한 조화로운 디자인 : Design Beyond East & West)" 의 방향성을 논의할 것이다 . 향후 지속적으로 포럼을 개최하여 아시아적 가치 확산과 동서양 디자인 교류에 기여하고자 한다 .

DBEW2023 는 ADI 디자인 뮤지엄 (ADI Design Museum Compasso d'Oro) 과 국민대학교 동양문화 디자인 연구소 (ODCD) 의 주관하에 밀라노 디자인 위크 기간인 2023 년 4 월 19 일 ADI 디자인 뮤지엄에서 개최된다 .

이번 포럼의 주제는 "Design Beyond East and West"이며 , 3 개의 세션 ( 동서양을 넘는 디자인 , 아시아 디자인 아이덴티티 , 디자인 토론 ) 으로 구성된다 . Andrea Cancellato ADI 디자인 뮤지엄 관장 ), Toshiyuki Kita ( 디자이너 ), Young Hye Lee ( 디자인 하우스 대표 ) 의 기조연설을 시작으로 한국과 중국 , 일본 이탈리아의 디자이너와 교육자 , 디자인 연구 및 디자인 행정 전문가들이 한 곳에 모여 아시아의 디자인과 정체성이 글로벌 디자인계에서의 가치와 미래에 대해 논의할 것이다 .

# Congratulatory Message

**Federico Failla**
Ambassador, Embassy of the Italy in Seoul, Italy
주한 이탈리아 대사

**Seong-ho Lee**
Ambassador, Embassy of the Republic of Korea in Italy, Korea
주이탈리아 대한민국 대사

# Preparing for DBEW FORUM

Oriental Culture and Design Center (OCDC) were established in 2004 with the purpose of understanding the cultural differences and diversity of East Asia and identifying design identity. It is currently looking forward to its 20th year of systematic development and research on oriental design, focusing on Korea, China, and Japan.

The past 20 years can be categorized into four steps,

In the first step, starting with the modernization of traditional furniture from the Joseon Dynasty, we conducted research on traditional culture and furniture design in Korea, China, and Japan, establishing a network of researchers from these three countries and conducting collaborative research with the support of the Ministry of Education.

In step 2, Building on the trilateral research network established earlier, the program was sponsored by LIXIL Group (formerly INAX). Design exchanges and joint classes were held with Kookmin University in Korea, Tsinghua University in China, and Musashino University of the Arts in Japan. Workshops were held at 798 Gallery in Beijing, China, and INAX Museum in Tokoname, Japan, and design results applying Asian design identity were jointly exhibited at the zona Tortona "That's Design" exhibition during Milan Design Week 2007 and Salone Satellite in 2008.

In step 3, we worked with young designers to expand our research and education into international exhibitions and forums in the sustainable direction of Asian design.
For the 2009 Seoul Design Olympics, as an invited curator of the trilateral exhibition with the help of the OCDC in Korea, Japanese designer Toshiyuki Kita, and Professor Liu Beiguang of Tsinghua University in China.
In 2010, the OCDC was selected to organize a trilateral exhibition at Seoul Design Hanmadang, organized by the Seoul Metropolitan Government to celebrate the city's designation as a UNESCO City of Design and Creativity. Seung Hyo-sang of Korea, Riken Yamamoto of Japan, and Yonghe Zhang of China were invited to curate the Communication Spare at home exhibition, and the special exhibition "Soban" was organized by designboom with international designers such as Daniel Libeskind, Kareem Rashid, and Masayuki Kurokawa on the theme of Soban, an iconic piece of furniture in Korean culture.
In 2011, introduced young designers with Korean design sensibilities through the "Korea Young Designers" exhibition at the Triennale di Milano. Through the 2014 Trilateral Education Summit Forum, we presented the future of design education and discussed the direction of Asian design. In collaboration with the Ministry of Culture, we supported design education and development by collaborating with artisans with excellent skills to help contemporary designers apply traditional Korean cultural identity. The resulting works were invited to the 2015 Saint Etienne Design Biennale, where they were recognized for their Korean beauty and originality.
In the spring of 2015, as the General Director of the Gwangju Design Biennale, organized a trilateral exhibition at the Triennale di Milano to introduce the identity of Asian design to the world. Under the theme "Korea's Phantasma," the exhibition was curated by architect Seung Hyo-sang and featured 50 Italian and 50 Korean designers.
The Gwangju Design Biennale organized an exhibition of living culture and design from China, Korea, and Japan in one of the five pavilions under the theme "Design Shinmyeong," curated by Professors Dongjiang Yang and Tiejun Liu from China, Kazuyuki Hashimoto from Japan, and Ilbeom Bong and Forim Kim from Korea.

Step 4 is, as a representative of the Seoul Design Foundation for three years from 2018, and organized the Human City Design Award, DDP Design Fair, and the Women in Design exhibition. In 2022, she was invited by Interni to discuss a platform for Italian-Korean co-design and share her future vision for sustainable design.

We would like to thank all the supporters and collaborators of the OCDC at Kookmin University, a mecca for Asian-centered design education, and we will work harder for the next five years to promote East-West design exchange.

We would like to express our deepest gratitude to Andrea Cancellato of ADI Design Museum for bringing together East and West in Milan, the design capital of the world, and to all the participants who were willing to share their passion and knowledge of design with us.

It will question the orientation of a ‘Harmonious design for the future: Design Beyond East & West’ to design leaders, who have a broad experience in diverse design areas (designer, researcher, educator, administrator, media, etc). The forum hopes to continually contribute to the spread of Asian value and the interaction between the East and West.

DBEW Forum will continue to be held every year to solidify the global design network and contribute Asian design values to design values that the world can relate to. We look forward to your support and cooperation.

Oriental Culture & Design Center

**Kyung Ran Choi**

# DBEW 포럼을 기획하며

동아시아의 문화적 차이와 다양성을 이해하고 , 디자인 정체성 규명을 목적으로 2004 년 설립된 동양문화디자인 연구소는 한국과 중국 , 일본을 중심으로 동양적 디자인에 대한 체계적인 개발과 연구를 하며 현재 20 년을 바라보고 있습니다 .

지난 20 년을 4 단계로 구분해보면 ,

1 단계에서는 조선시대 전통가구의 현대화를 시작으로 한중일 전통문화와 가구디자인 연구를 진행하였으며 , 한국 , 중국 , 일본의 연구자들과의 네트워크를 구축하고 교육부의 지원을 받아 협력 연구를 진행하였습니다 .

2 단계에서는 앞서 구축한 한중일 연구 네트워크를 기반으로 LIXIL 그룹 ( 전 이낙스 ) 의 후원으로 한국의 국민대 , 중국의 칭화대 , 일본의 무사시노예술대학과 함께 디자인 교류 , 공동수업을 진행하였습니다 . 중국 베이징의 798 갤러리와 일본 도꾜나메의 INAX 뮤지엄에서 워크샵을 추진하였고 , 아시아 디자인의 정체성을 적용한 디자인 결과물을 2007 년 밀라노 디자인위크 기간동안 zona Tortona “That’s Design” 전시와 2008 년 Salone Satellite 에서 공동으로 전시하였습니다 .

3 단계에서는 , 젊은 디자이너들과 함께 아시아 디자인의 지속가능한 방향성 속에서 국제적인 전시와 포럼으로 연구와 교육을 확장시키고자 노력하였습니다 . 2009 년 서울디자인올림픽에는 한중일전 초청 큐레이터로서 한국은 동양문화디자인연구소 , 일본 디자이너 도시유키 키타 , 중국 칭화대학교 류배광 교수의 도움으로 전시 기획하였습니다 .
2010 년에는 유네스코 디자인창의도시 선정을 기념하기 위해 서울시가 기획한 서울디자인한마당의 한중일전 기획을 동양문화디자인연구소가 맡게 되었습니다 . 한국의 승효상 , 일본의 야마모토 리켄 , 중국의 장융허를 초대하여 Communication Spare at home 전시를 기획하였고 , 특별전시 “소반” 전에서는 다니엘 리베스킨트 , 카림 라시드 , 구로가와 마사유키 등 세계적인 디자이너들과 함께 한국문화의 아이코닉한 가구인 소반을 주제로 한 전시를 designboom 과 같이 기획하였습니다 .
2011 년  트리엔날레 디 밀라노 “Korea Young Designers” 전시를 통해서 한국적 디자인 감성을 가진 젊은 디자이너들을 소개하였습니다 .
2014 한중일 교육정상포럼을 통해 미래 디자인교육을 제시하고 아시아 디자인의 방향을 논의하였고 , 문화부와 협력하여 한국 전통 문화적 아이덴티티를 현대의 디자이너들이 응용할 수 있도록 우수한 기술을 가진 장인과의 협업을 추진하여 디자인 교육 및 개발을 지원하였으며 , 그 결과물들을 2015 생테티엔 디자인 비엔날레에 초청전시하면서 한국적 아름다움과 독창성을 인정받았습니다 .

2015 년 봄에는 광주 디자인비엔날레의 총감독으로서 이를 홍보하기 위해 Triennale di Milano 에서의 한중일관 전시를 기획하여 세계에 아시아 디자인의 정체성을 소개하였습니다 . “한국의 몽환”이라는 주제로 (Korea’s Phantasma) 승효상 건축가가 연출하고 , 이태리 디자이너 50 명과 한국 디자이너 50 명이 참여하여 유니크한 전시를 선보였습니다 . 광주 디자인 비엔날레는 “디자인 신명”을 주제로 총 5 개의 관 중 하나의 관에서 한중일의 생활문화와 디자인 전시를 기획하여 중국의 양동장 , 류태준 교수 , 일본의 하시모토 카즈유키 교수 , 한국의 봉일범 , 위한림 교수가 큐레이팅하였습니다 .

4 단계는 , 2018 년부터 3 년간 서울디자인재단의 대표로서 , 휴먼시티디자인어워드 , ddp 디자인페어 , 우먼 인 디자인 전시 등을 기획하였고 , 2022 년 인테르니의 초청으로 이탈리아와 한국공동디자인을 위한 플랫폼에 대하 주제로 토론하며 지속가능한 디자인에 대한 미래 비전을 공유하였습니다 .

아시아 중심 디자인 교육의 메카인 국민대 동양문화디자인연구소의 서포터 , 협력자 모두에게 감사인사를 드리며 향후 5 년간 동서양 디자인 교류에 더 열심히 힘쓰겠습니다 .
이번 DBEW2023 포럼은 동양과 서양의 다양한 디자인 분야 리더들이 한 자리에 모여 미래를 논하는 자리로 , 아시아적 가치의 글로벌 확산과 동서양 디자인 교류에 기여해온 동양문화디자인연구소의 지난 20 년간 활동에 새로운 이정표가 될 뜻깊은 행사입니다 .
세계 디자인의 중심인 밀라노에서 동양과 서양의 디자인이 모일 수 있도록 함께 해주신 ADI design musium 의 안드레아 칸첼라토씨를 비롯해 디자인에 대한 열정과 식견으로 기꺼이 이 자리를 빛내어 주신 참여자 분들께 깊은 감사를 표합니다 .

DBEW Forum 은 앞으로도 꾸준히 지속되어 글로벌 디자인 네트워크를 공고히 하고 , 아시아적 디자인의 가치를 세계인이 공감할 수 있는 디자인적 가치로 기여하기 위하여  매년 지속 발전을 시키고자 합니다 . 많은 관심과 협력을 기대합니다 .

동양문화디자인연구소
**최 경 란**

DESIGN BEYOND EAST AND WEST

# DBEW FORUM 2023

19 APRIL 2023
15:00-17:30

ADI Design Museum
Compasso d'Or o

ORGANIZED B Y

**ADI Design Museum**, Milano, ITALY

**Oriental Culture & Design Center**, Seoul, KOREA

www.adidesignmuseum.org www.ocdc.or.kr

**Opening Speech**
**개회사**

15:00-15:05

**Kyung Ran Choi**
Director, Oriental Culture & Design Center, Seoul, Korea
Professor, Kookmin University, Korea
Former CEO of DDP/Seoul Design Foundation, Korea
동양문화디자인연구소장 , 국민대학교 교수 , 서울디자인재단 /DDP 대표

**Congratulatory Message**
**축사**

15:05-15:10

**Federico Failla**
Ambassador, Embassy of the Italy in Seoul, Italy
주한 이탈리아 대사

15:10-15:15

**Seong-ho Lee**
Ambassador, Embassy of the Republic of Korea in Italy, Korea
주이탈리아 대한민국 대사

**Session 1**

## DESIGN BEYOND EAST & WEST

## 동서양을 넘는 디자인

15:15-15:30

Keynote

**Future Design Values in the Context of Global Design**
**글로벌 디자인의 맥락 속에서의 미래 디자인 가치**

**Andrea Cancellato**
Director, ADI Design Museum in Milano, Italy
Former Director, Triennale di Milano, Italy
이탈리아 ADI 디자인 뮤지엄 관장 , ( 전 ) 트리엔날레 디 밀라노 관장

15:30-15:45

Keynote

**Design to Create New Traditional Culture**
**전통문화를 새롭게 창조하는 디자인**

**Toshiyuki Kita**
Designer, Professor, Osaka University of Arts, Japan
"Japan Good Design Award" Judging Committee
일본 디자이너 , 오사카 예술대학 교수 , 일본 굿디자인 어워드 심사위원장

15:45-16:00

Keynote

**The Importance of Global Design Clusters and the Future Role of Design Media**
**글로벌 디자인 클러스터의 중요성과 미래 미디어의 역할**

**Young Hye Lee**
President, Designhouse INC, Seoul, Korea
Publisher, Monthly Design, Seoul, Korea
디자인하우스 대표 , 월간 디자인 발행인



**Session 2**

## ASIAN DESIGN IDENTITY

## 아시아 디자인 정체성

16:00-16:10

**Decoding K-Culture : Unraveling the Influence of Technology, Design and K-contents**
**Decoding K-Culture : 기술 , 디자인 , K- 콘텐츠의 영향력**

**Sey Min**
President, Gyeonggi Contents Agency, Korea
Former Art Director Seoul Light 2019, DDP
경기콘텐츠진흥원 원장 , 2019 서울라이트 ( 전 ) 아트디렉터 , DDP

16:10-16:20

**Chinese Design Identity through Ming Dynasty Furniture**
**명시대 가구를 통해 본 중국 디자인 아이덴티티**

**Tiejun Liu**
Professor, Tsinghua University, China
Deputy Director, Ming Style Furniture Design Committee of Beijing Design Society
중국 칭화대학교 교수 , 북경 디자인학회 명가구디자인 전문위원 부회장

16:20-16:30

**Japanese Design & Aesthetic : Visible X Invisible**
**일본 디자인과 미의식 : Visible X Invisible**

**Kazuhiro Yamanaka**
Professor, Musashino Art University, Japan
Designer of Product, Furniture, Lighting and Installation
일본 무사시노예술대학 교수 , 디자이너

**Session 3**

## DESIGN DISCUSSION

## 디자인 토론

16:30-17:30

**Kyung Ran Choi**
Director of the OCDC, Seoul, Korea
동양문화디자인연구소 소장

**Mara Servetto**
Chief Architect and Co-Founder Migliore+Servetto, Italy
Visiting Professor, Joshibi University, Tokyo, Japan
이탈리아 Migliore+Servetto 건축가 , 공동 설립자
일본 여자미술대학 방문교수

**Juyoung Chang**
Professor, Dongseo University, Korea
Director, Asia Design Center for Future
동서대학교 교수 , 아시아미래디자인연구소 소장

**Zhoujie Zhang**
Professor, College of Design and Innovation, Tongji University, China
Founder of Zhang Zhoujie Digital Lab and EndlessForm
중국 통지대학교 디자인학원 교수 , ZZDL&EndlessForm 설립자

**Yoichiro Tomioka**
Design Leader, Design for LIXIL Water Technology, Japan
일본 Design for LIXIL Water Technology 디자인 센터장

Session 1

# DESIGN BEYOND EAST & WEST

# Future Design Values in the Context of Global Design

## 글로벌 디자인 맥락 속에서의 미래 디자인 가치

**Andrea Cancellato**
Director, ADI Design Museum in Milano, Italy
Former Director, Triennale di Milano, Italy

**안드레아 칸첼라토**
관장 , 이탈리아 밀라노의 ADI 디자인 박물관
전 관장 , 이탈리아 트리엔날레 디 밀라노

### About

Since January 2021, director of ADI Design Museum - Compasso d'Oro, Milano.
Since April 2022, member of Board of Directors of Museo Diocesano, Milano.
Since 2022, member of Adisory Committee Seoul Human City Design Award.

Vice-president and vice-director of Italturist S.p.A. from 1984 to 1986.
Vice-president of A & M Advertising and Management, a company established by Federlegno-Arredo, from 1984 to 1992.
Member of Board of Directors of FILSMA, the Federlegno-Arredo trade-fair authority, from 1985 to 1988.
Member of Board of Directors of EFIMA, the Federtessile trade-fair authority, from 1989 to 1999.
From 1994 to 2007, CEO of CLAC, Centro Legno Arredo Cantù, a public-private joint stock company whose mission is to transfer global design and technological innovation in SMEs in the wood and furniture sector.
From 2002 to 2007, CEO of Material ConneXion Milano, services company for the introduction of innovative materials in the field of design.
Since 2002 to 2018 May, General Director of Fondazione La Triennale di Milano, the Italian institute for architecture, town planning, design, the decorative arts, fashion, crafts, industry and new media.
Since 2015, president Federculture, Italian Association Museums and Italian Culture Institutions.
Since 2018 May to 2019 December, Director of MEET, Italian Center for Digital Culture, Milano.
From 2019 to 2021, member of Steering Committee Seoul Human City Design Award.
2020, Project manager ADI Design Museum - Milano.
From 29 January 2021, member of the Board of Directors of the cult Foundation "Scuola del Beato Angelico, Milano.

## Abstract

"Since the beginning of the 21st century, design has become the most widespread creative profession in the world, especially since the great "race" of manufacturing enterprise began in the Far East.

No country in the world can claim to be at the origin of design: neither England, where the Industrial Revolution was born, nor Italy, the birthplace of the Renaissance of artisan workshops.

Today, however, design has changed and its borders are ever wider, the sun never sets on the empire of design.

Will the encounter between different cultures give us a new beginning in the face of the new needs of the planet and the people who inhabit it?”

"21 세기 초부터 디자인은 세계에서 가장 널리 확산된  창조적 직업이 되었다 . 특히 극동에서 제조 기업의 위대한 " 인종 " 이 시작된 이래로 말이다 .

세계 어느 나라도 디자인의 기원에 있다고 주장할 수 없다 . 산업 혁명이 탄생한 영국도 , 장인 작업장의 르네상스가 탄생한 이탈리아도 아니다 .

하지만 오늘날 디자인은 변했고 , 디자인 엠파이어의 태양은 지지 않았다 . 다른 문화들 사이의 만남이 우리에게 지구와 이곳에 살고 있는 사람들의 새로운 요구 앞에서 새로운 시작을 제공할 것인가요 ?"

## Future Design Values in the Context of Global Design

Since the beginning of the 21st century, design has become the most widespread creative profession in the world, especially since the great "rush" of manufacturing enterprise began in the Far East.
Young people understood that, thanks to design, it was possible to build a common language, a new Latin, which one can say, connected all those people who want to address the theme of the transformation of the world, of the worlds we inhabit and in which we live.

No country in the world can claim to be at the origin of design: neither England, where the Industrial Revolution was born, nor Italy, the cradle of the Renaissance of the artisan workshops, not even the East with its large scale industries which produce on behalf of the whole world.

However, design can be said to be part of all those transformations that the world has faced, in different ways, in Europe, in the United States, in Asia and, now, also in Africa.

In the United States it allowed the development of the automotive industry; in Europe and in Italy in particular it has been the driving force behind the productive transformation of the manufacturing industry which, for example in the case of fashion and weaving, has gone from small to large industry; in Asia it has made it possible to achieve great technological change at "low cost" allowing a very large segment of the world population to enjoy ICT development; in Africa, now, design plans new services for the construction of new cities/metropolises.

Until recently, design was synonymous with the things we need, that we use, at home, at work, at play, in cities: good design.



## 글로벌 디자인 맥락 속에서의 미래 디자인 가치

디자인은 21 세기 초 이후로 , 특히 극동 지역에서 제조 기업들의 '경주'가 시작되면서 광범위적으로 세계에서 가장 창의적인 직종이 되었습니다 . 젊은 사람들은 디자인 덕분에 공통의 언어 , 새로운 라틴어를 만들 수 있다는 것을 이해했습니다 . 우리가 살고 있는 세계와 우리가 살고 있는 세계의 변화에 대한 주제를 다루고자 하는 모든 사람들을 연결해 주었다고 할 수 있습니다 .

세계 어느 나라도 디자인의 기원에 있다고 주장할 수 없습니다 . 산업 혁명이 탄생한 영국도 , 장인작업장의 르네상스의 탄생지인 이탈리아도 , 전 세계를 대표하여 생산하는 대규모 산업이 있는 동양도 마찬가지입니다 . 하지만 디자인은 세계가 직면한 변화의 일부라고 할 수 있습니다 . 유럽 , 미국 , 아시아 , 그리고 지금은 아프리카에서도 마찬가지입니다 .

미국에서는 자동차 산업의 발전을 가능하게 했습니다 . 특히 유럽과 이탈리아에서는 예를 들어 패션과 직조의 경우 소규모 산업에서 대규모 산업으로 발전한 제조 산업의 생산적 변혁의 원동력이었습니다 . 아시아에서는 세계 인구의 매우 많은 부분이 ICT 개발을 즐길 수 있도록 " 저비용 " 으로 큰 기술 변화를 달성할 수 있게 되었습니다 . 이제 아프리카에서 디자인은 새로운 도시 / 메트로폴리스 건설을 위한 새로운 서비스를 계획합니다 .

최근까지 디자인은 집 , 직장 , 놀이 , 도시에서 우리가 필요로 하고 사용하는 좋은 디자인과 동의어였습니다 . 그러나 오늘날 디자인은 변했고 그 경계는 더욱 넓어졌습니다 . 인터랙션 디자인 , 지리적 디자인 , 디자인적 사고 , 과잉 디자인 등이 있습니다 . 디자인 제국에는 해가 지지 않는 것이 좋은 일입니다 .

어제 우리가 " the spoon and the city " 로 디자인에 대해 이야기했을 때 숟가락은 우리가 함께 먹는 것이었고 도시는 지하철역 그래픽 디자인이었습니다 . 어제 우리가 " 숟가락과 도시 " 로 디자인에 대해 이야기했을 때 숟가락은 우리가 먹는데 필요한 것이었고 도시는 지하철역 그래픽 디자인이었습니다 .

Since the beginning of the 21st century, design has become the most widespread creative profession in the world, especially since the great "rush" of manufacturing enterprise began in the Far East.
Young people understood that, thanks to design, it was possible to build a common language, a new Latin, which one can say, connected all those people who want to address the theme of the transformation of the world, of the worlds we inhabit and in which we live.

No country in the world can claim to be at the origin of design: neither England, where the Industrial Revolution was born, nor Italy, the cradle of the Renaissance of the artisan workshops, not even the East with its large scale industries which produce on behalf of the whole world.

However, design can be said to be part of all those transformations that the world has faced, in different ways, in Europe, in the United States, in Asia and, now, also in Africa.

In the United States it allowed the development of the automotive industry; in Europe and in Italy in particular it has been the driving force behind the productive transformation of the manufacturing industry which, for example in the case of fashion and weaving, has gone from small to large industry; in Asia it has made it possible to achieve great technological change at "low cost" allowing a very large segment of the world population to enjoy ICT development; in Africa, now, design plans new services for the construction of new cities/metropolises.

오늘날 숟가락은 길을 몰라도 어디든 갈 수 있게 하는 " 구글 지도 " 앱이고 , 도시는 다른 출신 , 다른 피부 , 다른 사람이 이해할 수 없는 소리와 의미를 가진 언어로 인하여 소통이 어려운 커뮤니티를 위한 도시 구조의 디자인입니다 .
상이한 문화들의 접촉은 지구의 , 그리고 이곳에 서식하는 인간의 새로운 필요들이라는 국면에서 새로운 시작이 될 까요 ?  리처드 세넷 (Richard Sennett) 이 묻는 것처럼 " 사람 간의 관계를 중심에 두는 " 것이 가능할까요 ? 에지오 만지니 (Ezio Manzini) 가 물은 것처럼 사람들 사이의 상호작용을 더 쉽고 , 더 흥미롭고 , 따라서 더 가능하게 만드는 제품 , 서비스 및 커뮤니케이션 시스템을 설계하는 것이 가능할까요 ?

저는 이 질문들에 어떻게 대답해야 할지 모르겠지만 , 저의 임무는 그것이 긍정적인지 확인하는 것입니다 . 우리 행성은 스스로를 구해야 하고 고도로 지능적인 인간이지만 동시에 부와 안락에 대한 욕망에 사로잡힌 우리가 계속 거주해야 하기 때문에 우리는 디자인의 힘을 믿어야 합니다 . 우리는 대화와 지식의 힘을 믿고 실천해야 합니다 . 전 세계적으로 디자인과의 관계에 많은 노력을 기울인 친애하는 친구 최경란이 감독하는 동양문화디자인센터에서 주관하는 이와 같은 회의는 2023 년 말에 밀라노 ADI 디자인 뮤지엄과 Turin 동양 미술관이 각 지자체의 지원을 받아 극동 문화 관측소 설립을 알리게 하였습니다 . 여러분 모두를 초대하고자 합니다 .

Until recently, design was synonymous with the things we need, that we use, at home, at work, at play, in cities: good design.

Today, however, design has changed and its boundaries are ever wider. There is interaction design, geo-design, design-thinking, over-design, etc.: the sun never sets on the design empire and it's a good thing that it doesn't.

Yesterday, when we talked about design as "the spoon and the city", the spoon was what we needed to eat with and the city was the subway station graphic-design. Today the spoon is the "google map" App that allows us to get anywhere even if we don't know the way and the city is the design of urban structures at the service of communities that struggle to communicate due to different origins, different skins, spoken languages that have sounds and meanings that are incomprehensible to others.
Will the encounter between different cultures, of which young designers are made and are the standard bearers, give us a new beginning in the face of the new needs of the planet and the people who inhabit it? Will we be able to "put relationships between people at the center of our work" as Richard Sennett asks? Is it possible to design product, service and communication systems that make interaction between people easier, more interesting and therefore more probable, as Ezio Manzini asks?
I don't know how to give an answer to these questions, but my, our task, is to ensure that it is positive. Because our planet needs to save itself and continue to be inhabited by us who are higly intelligent human beings but at the same time very distracted by the desire for wealth and comfort, we must believe in the power of design.

We must believe in and practice the power of dialogue and knowledge. Meetings like this one, organized by the Oriental Culture & Design Center directed by my dear friend Kyung Ran Choi, who has dedicated much of her commitment to relationships with design on a global scale

lead me to announce that soon, by the end of 2023, the Milan ADI Design Museum and the Turin Museum of Oriental Art, with the support of their respective Municipalities, will set up an Observatory on Culture in the Far East to which you will all be invited to contribute.

# Design to Create New Traditional Culture

## 전통문화를 새롭게 창조하는 디자인

**Toshiyuki Kita**
Designer, Professor, Osaka University of Arts
Former chairman, Japan Industrial Design Association
Former chairman, Japan Interior Designers Association

**토시유키 키타**
교수, 디자이너, 오사카 예술대학
전 회장, 일본산업디자인협회
전 회장, 일본 인테리어 디자이너 협회

### About

| | |
|---|---|
| Main Background | Served as chairman of the "Japan Good Design Award" judging committee (1995, 2004-2006).<br>Award of the ADI prize “carrier internazionale of Compasso d’Oro” of Italy in 2011. |
| Major Interest: | Leverage new technology<br>Reproduction of traditional crafts |
| Major/Specialty: | From general industrial design to environmental and interior innovation |
| The Representative Exhibition/Planning: | Produced Exhibition "50th Japan GOOD DESIGN AWARD" at la Triennale di Milan, 2006.<br>Exhibition "Timeless Future" at la Triennale di Milano, China, Tokyo in 2010-2011.<br>Exhibition "Toshiyuki Kita Exhibition" at Otani Memorial Art Museum, Nishinomiya City in 2021. |
| Research / Design: | Featured worldwide in the prestigious design/art publications.<br>Many of his works are selected for permanent collections in world famous museums such as The Museum of Modern Art in New York (MOMA), Centre Georges Pompidou (Paris), etc. |

## Design to Create New Traditional Culture

New eras are often tied to technology and contemporary social issues, which become the defining theme of the times and are resolved over time. Traditional cultures, on the other hand, are connected to the culture of everyday life that change over a period of decades or centuries. I will continue to value artistry that draws on those traditions for the betterment of the present and the future.

From 1967, I have had the opportunity to meet traditional craftsmen and work with artisans related to Japanese paper, lacquer, and pottery with over a thousand years of history. I have contemplated on the importance of passing on the abundant life of traditional craft techniques to the next generation. This everyday life with the background of Eastern culture based on human-nature relationship has a very long history. I hope Japan leaps to another level by accentuating the identity of being an island- although influenced by diverse cultures- and by maintaining the attitude of being a unique culture shared among the present, future, and the world.

## 전통문화를 새롭게 창조하는 디자인

새로운 시대는 당시의 테마를 규명해주고 시간이 흘러야만 해결되는 기술적 · 현대적인 사회 이슈와 종종 결부되어 있습니다 . 반면 , 전통 문화는 수십 년 혹은 수세기에 걸쳐 변하는 일상적 문화에 연결되어 있습니다 . 저는 현재와 미래의 개선을 위해 , 이러한 전통성에 집중하는 예술적 기교에 지속적으로 가치를 둘 것입니다 .

저는 1967 년부터 전통 공예 장인들과 만나 천년이 넘는 역사를 가진 일본 종이나 옻칠 , 도자기 등의 장인들과 함께 일할 기회를 가져왔습니다 . 전통 공예기술이 가져다 주는 풍요로운 삶을 다음 세대에 계승하는 것의 중요성을 생각해 왔습니다 . 사람과 자연과의 관계를 기반으로 자라온 동양문화를  배경으로 한 그것들은 일상의 것으로서 오랜 역사를 새기고 있습니다 . 때때로 일본에서는 여러 나라로부터의 문화의 영향을 받는 경우에도 섬나라라는 점 등을 살려 현대 , 미래 그리고 세계에도 통하는 독자적인 문화로서 공유할 수 있는 태세를 가지고 한층 더 진전해 나가기를 바라고 있습니다 .

# The Importance of Global Design Clusters and the Future Role of Design Media

## 글로벌 디자인 클러스터의 중요성과 미래 디자인 미디어의 역할

**Young Hye Lee**
President, Designhouse INC, Seoul, Korea
Publisher, Monthly Design, Seoul, Korea

**이영혜**
대표 , 디자인하우스
출판인 , 월간 디자인

### About

| | |
|---|---|
| Main Background | Science and Policy Advanced Research Course, Seoul National University<br>Master of Magazine Publications, Chungang University<br>Bachelor of Applied Fine Arts, Hongik University |
| Major Interest: | Publishing of 4 monthly magazines and books : <Monthly Design>, <Homeliving&Stule>, <Luxury>, <Style H> and over 500 publications. |
| The Representative Exhibition/Planning: | Organizing of design related events and fairs : 'Seoul Living Design Fair' , 'Seoul Design Festival' and 'Busan Design Week'. |
| Research / Design: | Awarded 'Commendatore dell'Ordine della Stella della Solidarieta' Italiana<br>(High Chevalier of the Order of the Star of Solidarity)', 2008<br>General Director of the Gwangju Design Biennale, 2013<br>The 7th Design Korea Hall of Fame, 2020 |

## Abstract

The keyword of our business is ‘design’. This is because it is result-oriented and easy for recognize, and the role and power of ‘design’ is always recognized in campaigns. I believe the crucial role of media is ‘different’ and ‘mix’. Report: finding, showing, sharing, People: domestic and foreign with talent, thought, technique, Trend: wave, and something new as a result of the former two combined. Moreover, Participation, sharing, and compensation have become keywords. This is why the media don’t have a unilateral relationship in communicating with the audience. Having the premise of being a mutual partnership with the audience, a lot of things will change actively.

Regarding the East and West, I also think this could expand to the two concepts of ‘difference’ and ‘interaction’. Exhibitions, awards, competition, seminar... Let’s all try to float ‘design’ highly in this way. I want to call this the ‘ad balloon effect’. I believe the role of Eastern and Western media is to float design highly so that many people could see it even from a far distance.

우리 회사의 비즈니스 키워드는 ' 디자인 ' 입니다 . 결과 지향적이고 , 인식시키기 좋고 , 캠페인을 해 나가는 데 있어서도 ' 디자인 ' 의 역할과 힘이 항상 동원되기 때문입니다 . 또한 미디어의 역할은 ' 다르다 그리고 섞다 ' 이 두 가지가 핵심 기둥이라 생각합니다 . 찾고 , 보여주고 , 나누는 보도와 재주와 생각과 기술을 가진 국내외의 사람들이 정리가 되면 트렌드 , 새로운 웨이브가 보이기 마련입니다 . 미디어는 더 이상 독자와 커뮤니케이션을 원 웨이로 하는 것이 아닌 프로젝트를 같이하고 , 문제도 같이 해결하고 , 무엇보다 사회적 관심에 대해 행동도 해야 합니다 .

동양과 서양을 보면서 이 역시 ' 다름 ' 과 ' 교류 ' 의 두 컨셉으로 확대할 수 있다고 보고 있습니다 . 전시 , 어워드 , 경쟁 , 세미나...이런 방식으로 “' 디자인 ' 이라는 것을 높이 띄우자 .” 저는 이것을 ' 애드벌룬 효과 (ad balloon effect’)' 라고 말하고자 합니다 . 우리가 멀리서도 많은 사람들이 볼 수 있게 , 높게 띄울 수 있도록하는 것이 동양과 서양의 미디어들이 할 수 있는 일이라고 믿습니다 .

## The Inportance of Global Design Clusters and the Future Role of Design Media

Chinese characters have highly influenced Korea, Japan, and even Northeast Asia. They are commonly known as pictograms, so mostly you can understand its meaning. This character is putting a mask on its face. This is a person raising his arms in the air. Combined, it means 'different'. This is a picture of a stream of water. As you see here, this is a shape of two lines merging and intersecting each other. Combined, it means 'MIX'.
I believe the crucial role of media is 'different' and 'mix'. Report; finding, showing, sharing, People; domestic and foreign with talent, thought, technique, Trend ; wave and something new as a result of the former two combined. Now I'll introduce 'Designhouse', our 46-year-old, small media business pursuing to do these kinds of work.
Publishing the 'DESIGN' in 1976, our business had 47 years of history. Our mission is to help the success of consumers related to us, such as readers, advertisers, and clients. Our business scope is based on paper media, furthermore, fairs and events, promotion and education, and digital content. I'll provide photos as a quick overview of our work.
**DESIGN** ; this has a history of 47 years, and we reached the break-even point in 44 years, which was a few years ago. I majored in design and was able to endure the loss because I had faith in the power of design for individuals, society, and the nation. It's safe to say that all the other media were created in order to continue on the magazine.
**Homeliving & Style** ; happiness is contagious. Especially this is influenced by the spatial environment, including even a piece of furniture, a dish, and all other products. Women have the buying power in this area and purchase designers' products, so they are the readers of this medium.
**Luxury** ; this is the field of competition for creative directors, in other words designers, who are the driving force of luxury brands.



## 글로벌 디자인 클러스터의 중요성과 미래 디자인 미디어의 역할

중국의 한자는 한국 , 일본은 물론 북동아시아에서 그 영향이 큽니다 . 흔히 그림문자라고 일컬어지기에 뜻을 어느 정도 이해하고 있습니다 . 이 글자는 자기 얼굴에 다른 가면을 쓴 글자입니다 . 이것은 사람이 손을 높이 들고 서있는 모습입니다 . 두 글자가 합해져서 ' 다르다 ' 는 뜻이 만들어졌습니다 .

물줄기가 다르게 흐르고 있는 그림입니다 . 보이는대로 서로 합해져서 가로지르는 모양입니다 . 두 가지가 합해져서 MIX 라는 뜻이 되었습니다 .
미디어의 역할은 ' 다르다 , 섞다 ' 의 두가지가 핵심 기둥이라고 믿습니다 . 보도 ; 찾고 , 보여주고 , 나누고 , 사람 ; 재주와 생각과 기술을 가진 국내외의 사람들 , 트랜드 ; 위 두가지가 정리되면 현상 , 웨이브가 보이기 마련입니다 . 그런 일을 46 년째 해오고 있는 작은 미디어 회사인 우리 ' 디자인하우스 ' 를 설명해보겠습니다 . 1976 년에 ' 월간 디자인 ' 을 발행으로 올해로 47 년이 됩니다 . 우리의 사명 , 미션은 우리랑 관계있는 사람들 즉 독자 , 광고주 , 거래처 등의 콘수머들을 성공시키자입니다 . 비니지스 스코프는 종이 매체와 단행본을 기본으로 전시와 이벤트 , 프로모션과 교육 , 이들을 견인하는 디지털 콘텐츠가 있습니다 . 디자인하우스가 해온 일을 사진을 통해 보여드리겠습니다 .

**월간 디자인** ; 47 년 되었고 , 44 년만인 몇 해전에 손익분기를 가졌습니다 . 제가 디자인을 전공했고 , 개인도 사회도 국가도 디자인의 힘이 필요하다고 굳게 믿었기에 오랫동안 손해를 참아낼 수 있었습니다 . 그리고 나머지는 디자인지를 계속하기 위해 만든 매체들이라 해도 과언이 아닙니다 .

**행복이 가득한 집** ; 행복은 전염성이 강합니다 . 특히 공간의 환경으로 받기 쉬운데 집안의 가구 한점 , 그릇 하나 , 모든 제품들이 여성이 바잉 파워를 가졌기에 디자이너들의 제품을 사주는 사람들이 이 매체의 독자입니다 .

**럭셔리** ; 사실 럭셔리 브랜드들을 일선에서 움직이는 크리에이티브 디랙터 , 즉 디자이너들의 각축장이라고 봅니다 .

**스타일 H** ; 현대백화점이라는 한국 3 대 대형 백화점의 주요고객들을 위한 매체입니다 . 단행본들입니다 . ; 디자인과 라이프스타일 관련 서적들이 분야입니다 .

**Style H** ; this is a medium for main customers of Hyundai Department Store, one of the top 3 department stores in Korea. These are DH books ; books related to design and lifestyle.

Seoul Living Design Fair was established in 1994, and last year it was its 29-year anniversary. This was launched as a modest attempt to show readers of 'Homeliving & Style' products overcoming the 2-dimensional paper medium. Now it is held in a large exhibition hall called COEX and developed to attract over a hundred thousand visitors in five days. I'm jealous of the Milan Fair. This time, take your time to visit the Korean crafts room. Hundreds of people came from Korea and 10 of our co-workers came to visit.

**Seoul Design Fair** was established in 2002, having 22 years of history this year. This is organized by the 'DESIGN' media and focuses on active designers with design studios. Booths of businesses that have passionate design mindsets are exhibited. The exhibition is small, but has an important role.

This is a YOUNG DESIGNER promotion that makes selections based on the graduation work of design major university students. It's been 20 years since we chose and displayed 50 people's work every year, allowing them to bond and sending them to exhibitions abroad.

Also, '**DESIGN NATION**' is an investment program for expanding design startups. We accelerate them to succeed, and about 3 cases every year, now 10 in total, receives investment.

We annually select and award designers who produce distinct work and results in that year. Now it's been 27 years. It has also been a long time since we selected design specialists and introduced them in a hardcover portfolio publication. We know Italy has a 'Compasso d'Ordo' award.

We have early on saved all articles introduced with pictures. Since 10 years ago, it has been a useful library that provides digitalized archiving. We also have a design press that offers design related contents digitally, collaborating with NAVER, Korea's largest search engine company. I believe this work allows people to build interest in the design field.

**서울리빙디자인페어**는 1994 년 시작하여 , 작년으로 29 년째 해오고 있는 행사입니다 . 이는 ' 행복이 가득한 집 ' 매체의 독자들에게 종이의 투 디멘션의 한계를 벗어나서 직접 눈으로 보여주자는 소박한 생각에서 시작하여 , 이제는 코엑스라는 대형 전시장 전관에서 열고 있으며 닷새간 10 만명이 넘게 오는 전시로 성장했습니다 . 밀란 페어가 참 부럽습니다 . 이번 한국 공예관을 꼭 가보시기 바랍니다 . 한국에서 몇 백명이 왔고 우리 직원들도 10 명이나 보러왔습니다 .

**서울디자인페어**는 2002 년에 시작 , 올해로 22 년째를 맞게 됩니다 .
이는 ' 월간 디자인 ' 이 주관하며 , 디자인 스튜디오를 운영하는 왕성히 활동을 하는 디자이너들을 중심으로 , 디자인 마인드가 있는 기업 부스들이 전시됩니다 . 작지만 중요한 역할을 하는 전시입니다 . 디자인학과가 있는 대학생들의 졸업작품 등을 보고 선정하는 YOUNG DESIGNER 프로모션입니다 . 매년 50 명 선정하여 전시도 해주고 , 그들끼리 연대하게 하고 , 가장 잘하는 친구들은 외국의 전시에 내보기도 하는이들을 벌써 20 년째 하고 있습니다 .

' **디자인 네이션** ' 은 디자인 창업가를 키우기 위한 투자 프로그램입니다 .
스타트 업이 성공하도록 액셀러레이팅해주며 매년 3 건 정도 , 현재 10 개 스타트업에 투자하고 있습니다 . 우리는 매년 그 해의 여러 분야의 뚜렷한 활동과 결과를 만든 디자이너들을 선정 , 시상하는 제도를 갖고 있습니다 .

이제 27 년이 되었습니다 . 그리고 오래 전부터 디자인 분야의 스페셜리스트를 선정 , 하드커버로 그들을 소개하는 단행본을 만들고 있습니다 . 이태리가 ' 콤파스 도로 ' 상이 있다는 것 알고 있습니다 . 우리 매체에 소개된 모든 아티클들을 일찍기 사진과 더불어 저장해 왔었습니다 . 안타깝게도 슬라이드는 다 붙어버리고... 10 년 전부터는 디지털로 아카이빙을 할 수 있어서 지금 꽤 도움을 주는 라이브러리가
되었습니다 . 우리나라 최대의 검색회사인 네이버와 합작해서 디자인 관련 콘텐츠를 디지털로 보내주는 회사도 있습니다 . 이 작업은 일반인들을 디자인 필드에 관심을 갖게하는데 도움을 준다고 믿습니다 . 우리 회사의 비즈니스의 키워드는 ' 디자인 ' 입니다 . 결과지향적이고 , 인식시키기 좋고 , 캠페인을 해나가는 데도 ' 디자인 ' 의 역할과 힘이 항상 동원되기 때문입니다 . 우리가 해 온 세가지 예를 말씀드려보겠습니다 . 2006 년은 디자인 하우스가 30 주년을 맞이하는 해였습니다 . 항상 작은 글씨와 노트만한 책자를 만드는데 온 힘을 기울였기에 기지개키면서 , 큰 소리로 외치고 싶었습니다 . 올림픽 공원을 빌려서 종이 기둥과 빈 컨테이너로 가건물을 만들

The keyword of our business is ‘design’. This is because it is result-oriented, easy for recognition, and the role and power of ‘design’ is always recognized in campaigns. I’ll tell you three examples of what we’ve done.

The year 2006 was the 30-year anniversary of our business. We wanted to stretch out and shout out loud because we’ve always strived to make small letters and booklets that were the size of notebooks. Borrowing the Olympic Park, we made a temporary building with paper pillars and empty containers. 100 m in length, 15 m in height.

At that time, we requested to architect ‘Shigeru Ban’, the designer of the Japanese exhibit in EXPO Hannover and Centre Pompidou, also the awardee of the Pritzker Prize. It being a 30-year anniversary, we made the space into a gallery for 30 designers and 30 artists. It was a grand pavilion commemorating the 30 years as an event hall that was popular for a year.

China, Japan, and Korea are geographically close to each other and all enjoy drinking tea. However, the attitude towards tea and the emotion of making tearooms differ. Korea emphasized ‘warm heart’, the politeness of sharing sentiment. China developed it into a unique culture of art, and Japan as a kind of ceremony. We have invited designers from these three countries and exhibited a tearoom in the Seoul Living Design Fair.

Korea ; Preserving our traditional house structure, this designer expressed aesthetics through rocks and tree branches. The tearoom in the right is not visible in the photo, but was a room of contemplation for the art garden.

China ; this designer was a producer and musician of the heptacord (an instrument with 7 strings like the Korean harp and is played on the knees). Chinese tearooms were used as a cultural space for drawing, poetry, and playing music.

Although you can’t see everything in the picture,

Japan ; the expression of a young, Japanese spatial designer is a tea room in the landscape of rain. Although you can’t see the inner space in this photo, it expressed the modern and gentle sentiment of Japan very well. This exhibition



었습니다 . 길이 100 미터와 높이 15 미터 . 마침 하노버 엑스포의 일본관 , 퐁피두 제 2 센터 설계자 , 프리츠커상을 받은 건축가 ' 시게루 반 ' 에게 의뢰했습니다 .

30 주년을 맞이하여 30 명의 디자이너들에게 공간을 갤러리로 , 30 명의 아티스트들에게 그림을 걸게했습니다 . 1 년동안 매우 큰 인기를 끈 이벤트 홀로써 30 주년 기념하는 멋진 파빌리온이었습니다 . 가까이 있는 나라 중국 , 일본 , 한국은 모두 차를 즐겨마십니다 . 그러나 세 나라가 차를 대하는 태도와 티룸을 만드는 정서가 조금씩 다릅니다 . 한국은 다례 , 마음과 정을 나누는 예절로 , 중국은 예술로 , 일본은 하나의 세레모니로 발전시켰고 , 각 나라별로 특화된 문화가 되었습니다 . 이 세 국가의 디자이너들을 초청 , 서울리빙 디자인페어에서 티 룸을 꾸미는 전시를 했습니다 . 한국 ; 우리의 옛 가옥 구조를 그대로 살리면서 바위와 나뭇가지들의 연출이 예술의 포인트로 표현했고 , 오른쪽에 차마시는 공간은 사진에서 안보이지만 이 예술 정원으로 사유공간을 만들었습니다 . 중국 ; 이 분은 칠현금 ( 줄이 일곱개인 거문고같이 무릎에 놓고 연주하는 악기 ) 제작자이자 연주가로 , 중국은 다실에서 그림 , 시 , 연주도 하는 문화공간으로 사용하게 하였습니다 .

사진에 잘 안보이지만 , 일본 ; 일본의 젊은 공간디자이너의 다실 표현은 비나 내리는 풍경 속의 다실입니다 . 안쪽 공간이 이 사진에서는 안보이지만 , 모던하면서도 일본의 젠 느낌을 잘 표현했다고 생각합니다 . 이 전시는 2011 년에 있었고 아주 인기가 좋았습니다 . 같은 주제를 가지고 세 나라가 어떻게 풀어나가는지 , 디자인 컨셉을 인식시키기에 좋은 예입니다 . 한옥 오픈하우스도 벌써 7 년째하고 있습니다 . 우리나라는 그 어떤 나라보다 도시화가 빨리 진행되면서 안타깝게 우리 전통방식으로 지어진 가옥들이 거의 사라져가버렸습니다 . 서울의 아주 작은 마을에 한옥이 그나마 남아있어 많은 내국인이나 외국 관광객들이 골목을 다니고 있지만 , 담장만 보고 지나갈 수 밖에 없습니다 . 담장 안쪽의 살림채와 내부를 볼 수 없습니다 . 그래서 매년 초가을 8 채 정도의 한옥을 빌려 며칠 동안 오픈하우스를 하여 우리의 독자들을 초청합니다 . 이것은 한옥에 대한 향수를 자극하였고 , 정말 관심있는 사람들은 한옥에 살고 싶어하는 마음을 갖게 하였습니다 . 지금은 서울에서도 사라져가는 우리 한옥에 대한 여러 서포트 정책을 펴고 있습니다 . 매년 며칠간 5 천에서 7 천여명이 골목을 채웠으니 이제는 한옥사랑 캠페인이 되었다고 할 수 있습니다 .

웹 3.0 시대의 미디어 역할도 또 진화할 것입니다 . 하이퍼 커넥트가 되는 사회 , 그야말로 많은 것이 극도로 개인과 커뮤니티가 연결됩니다 . 이들은 같이 의사 결정도 하고 , 나아가 경제활동이 일어난다 . 참여 , 공유 , 보상이 가장 중요한 키워드가 되었습니다 . 그래서 미디어는 독자와의 커뮤니

took place in 2011 and was very popular. This was a good example to perceive design concepts of the three countries, by observing their interpretation on the same theme.

It has also been 7 years since we started openhouse Hanok. Unfortunately, almost all traditional Korean houses have disappeared due to rapid urbanization.

There are a few Hanoks left in a small town in Seoul and a lot of citizens or tourists pass by, but all they can do is look at the fence. This means they cannot see the inner housekeeping building. This is why we borrow about 8 Hanoks every year for a few days to be an openhouse and invite our readers.

The openhouse stimulated the nostalgia for Hanoks, and made willing people want to live in Hanoks. Currently, the Seoul City is implanting policies to support disappearing Hanoks. Now that five to seven thousand people have filled the alley in just a few days for the year, it has become a Hanok loving campaign.

The role of media will progress in the era of web 3.0. It is a hyperconnected society where the individual and community are extremely connected with each other. They make decisions together, moreover economically active. Participation, sharing, and compensation have become keywords. This is why the media don't have a unilateral relationship in communicating with the audience. Having the premise of being a mutual partner with the audience, a lot of things will change actively.

Projects with the audience, solving problems, and above all promoting the public interest should be done. I, as well as the Designhouse, hopes to design a business along with the audience and advertisers. I believe the fundamental base for this is in the informational strength of media.

Lastly, regarding the East and West, I also think this could expand to the two concepts of 'difference' and 'interaction'. Exhibitions, awards, competition, seminar... Let's all try to float 'design' highly in this way. I want to call this the 'ad balloon effect'. I believe the role of Eastern and Western media is to float design highly so that many people could see it even from a far distance.

Thank you.

케이션이 한쪽으로 향하는 관계가 아닙니다 . 독자와 뮤추얼 파트너가 되어야 한다는 전제조건이면 많은 것이 적극적으로 달라질 것입니다 .

독자와 프로젝트를 같이 하기 , 문제도 같이 풀기 , 무엇보다 사회적 관심사에 대해 프로모션도 해야할 것입니다 . 저와 디자인하우스는 독자와 광고주와 더불어 비즈니스를 개발하고자 합니다 . 그런 것을 가장 잘 할 수 있는 토대가 미디어의 정보력에는 이미 들어있다고 믿습니다 .

마지막으로 동양과 서양을 보면서 이 역시 ' 다름 ' 과 ' 교류 ' 의 두 컨셉으로 확대할 수 있다고 생각합니다 . 전시 , 어워드 , 경쟁 , 세미나...이런 방식으로 ' 디자인 ' 이라는 것을 높이 띄우자 . 나는 이것을 ' 애드벌룬 효과 ' 라고 말합니다 . 우리가 멀리서도 많은 사람들이 볼 수 있게 높게 띄울 수 있도록 하는 것이 동양과 서양의 미디어들이 할 수 있는 일이라고 믿습니다 .

Session 2

# Asian Design Identity

# Decoding K-Culture : Unraveling the Infuence of Technology, Design and K-contnts

## Decoding K-Culture : 기술 , 디자인 , K- 콘텐츠의 영향력

**Sey Min**
President, Gyeonggi Contents Agency, Korea
Former Art Director Seoul Light 2019, DDP

**민세희**
경기콘텐츠진흥원 원장
2019 서울라이트 ( 전 ) 아트디렉터 , DDP

### About

| | |
|---|---|
| Main Background | Master of Computer Graphics/Interactive Media, Pratt Institute |
| Major Interest: | The aspects of our existence in a technology-driven environment by way of several visualization projects: the visualization of architecture that changes its form depending on the amount of energy consumption, the visualization of the public's awareness of certain subjects based on publicly shared data, and the visualization of the environment of artificial intelligence (obtained by maechanical training) through which we reflect ourselves. |
| Major/Specialty: | The visualization of data, attempts to understand ourselves and our society from diverse perspectives, particularly through data. |
| The Representative Exhibition/Planning: | TED global 2012, TED 2011, Lift Asia, and the National Museum of Modern and Contemporary Art, Korea. |
| Research / Design: | Sey Min also launched Praxis.ai(www.prxs.ai) a new kind of AI-powered creative tool for designers, artists and other creators. |

## Decoding K- Culture : Unraveling the Influence of Technology, Design and K-contents

In the modern era of K-Culture, the influence of technology, design, and K-content cannot be overstated. From the groundbreaking 'SEOULIGHT' project, which utilized AI-generated visual content to illuminate cultural values on city buildings, to the transformative impact of generative AI on content creation, K-Culture is undergoing a profound shift. With advancements in AI technology, content creators are leveraging generative AI systems to push the boundaries of creativity in K-Content, leading to richer and more immersive experiences. This paradigm shift is unlocking new possibilities for content creators, enabling them to create culturally meaningful and visually captivating content that resonates with audiences. Through the lens of 'Decoding K-Culture,' we unravel the profound influence of technology, design, and K-content, and explore how generative AI is shaping the future of K-Culture, heralding a new era of innovation and creativity.

## Decoding K- Culture : 기술 , 디자인 , K- 콘텐츠의 영향력

K- 컬쳐가 시대적 주류가 되어버린 지금 , 기술 , 디자인 , 그리고 K- 콘텐츠의 세계적인 영향력은 우리의 일상이 되어가고 있습니다 . K- 컬쳐를 이끌어 나가는 ' 기술 + 문화 ' 의 사례 중  AI 로 생성된 미디어 콘텐츠로 도시 건물의 문화적 가치를 조명한 'SEOULIGHT' 프로젝트와 생성형 AI 가 지금의 콘텐츠 제작에 미치는 영향 사례를 통해  K- 컬쳐의 변화 , 그리고 동양과 서양의 기술적 문화적 만남을 본 발표를 통해서 이야기 합니다 . 현대의 콘텐츠 제작자는 생성형 AI 기술과 함께 K- 콘텐츠의 창의성 한계를 뛰어넘어 더욱 풍부하고 몰입감 있는 경험을 만들어내고 있으며 이러한 패러다임의 변화는 콘텐츠 제작자에게 새로운 가능성을 열어 문화적으로 의미 있고 시각적으로 매력적이며 청중의 공감을 얻을 수 있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 합니다 . 'Decoding K-Culture' 라는 시선을 통해 기술 , 디자인 , K- 콘텐츠의 영향력을 생각해보고 생성형 AI 와 창의성의 새로운 시대를 예고하는 K- 컬쳐 미래를 어떻게 형성하고 있는지 탐구합니다 .

## Decoding K- Culture : Unraveling the Influence of Technology, Design and K-contents

Technological advancements have a profound impact on creativity, bridging diverse cultures and facilitating the fusion of Eastern and Western influences. In this presentation, we will explore how digital content is consumed in Korea, examining two case studies that showcase the intersection of technology and K-content.

"SEOULIGHT: Illuminating Cultural Values through AI-Generated Visual Content on City Buildings"

Launched at DDP (Dongdaemun Design Plaza) in 2019, SEOULIGHT is a media facade project that aims to communicate with Seoul citizens through projections on the historical site of Dongdaemun Stadium. By collecting data such as historical photos of Dongdaemun, photos taken by Seoul citizens, music data from K-pop, and traditional Korean musical instrument data, an artificial intelligence model (GAN) was trained to create K-content that coexists with the past, present, and future. Through this project, we sought to ask the citizens: What stories can we convey through the city's architecture? What visions of the future will Seoul citizens envision through DDP? SEOULIGHT was a successful pilot project conducted from late December 2019 to early January 2020, attracting over one million viewers in just two weeks, showcasing the power of combining citizen content with artificial intelligence.



## Decoding K- Culture : 기술 , 디자인 , K- 콘텐츠의 영향력

기술의 발전은 창의성에 큰 영향을 미치고 , 다양한 문화를 연결하며 동서양의 영감을 융합하는 역할을 합니다 . 본 발표에서는 디지털 콘텐츠가 한국에서 어떻게 소비되는지 , 기술과 K- 콘텐츠의 교차점을 두가지의 사례를 통해서 살펴보겠습니다 .

**"SEOULIGHT: 도시 건축물에서 인공지능이 생성한 시각적 콘텐츠로 문화 가치를 밝히다 "**

2019 년 DDP( 동대문 디자인 플라자 ) 에서 시작된 SEOULIGHT 는 동대문 경기장의 역사적인 장소에 투영되는 미디어 파사드 프로젝트입니다 . 동대문의 역사적인 사진 , 서울 시민들이 찍은 사진 , K-pop 의 음악 데이터 , 그리고 전통 한국 악기 데이터와 같은 자료를 수집하여 인공지능 모델 (GAN) 을 훈련시켜 과거 , 현재 , 미래가 공존하는 K- 콘텐츠를 생성합니다 . 이 프로젝트를 통해 시민들에게 다음과 같은 질문을 던지고자 합니다 : 도시의 건축물을 통해 어떤 이야기를 전달할 수 있을까요 ? 서울 시민들은 동대문 디자인 플라자를 통해 어떤 미래의 비전을 상상할까요 ? SEOULIGHT 는 2019 년 12 월 말부터 2020 년 1 월 초까지 진행된 성공적인 시민 콘텐츠와 인공지능의 결합 사례로 총 100 만명 이상의 도시민이 경험을 했습니다 .

**" 콘텐츠 창작의 변화 : 생성형 인공지능의 영향으로 발전하는 K- 콘텐츠 "**

오늘날 기술은 창의적인 영역을 변화시키며 , 다양하고 풍부한 이야기의 생성이 가능하게 합니다 . 특히 프롬프트 엔지니어링과 같은 생성적 인공지능은 텍스트 , 소리 , 시각 등의 창작에 깊은 영향을 미치고 있습니다 . chatGPT 와 같은 도구를 사용하면 텍스트를 생성하여 이미지 , 동영상 , 그리고 훈련된 음성 모델을 사용하여 맞춤 음향을 생성하는 등 다양한 창작이 가능합니다 . " 발렌시아가 해리포터 " 라는 사례 연구는 인공지능이 해리포터의 캐릭터들이 2030 년 발렌시아가 패션쇼에서 런웨이를 걷는

**"Transforming Content Creation: The Power of Generative AI in Influencing K-Content"**

Today, technology is transforming the creative landscape, enabling the generation of diverse and rich stories. Generative AI, particularly in prompt engineering, has had a profound impact on creating text, sound, visuals, and more. Tools like chatGPT allow for text to be generated and used to create images, videos, and custom sound using trained voice models. The case study "Balenciaga Harry Potter" exemplifies how artificial intelligence can generate content imagining the characters from Harry Potter walking the runway at a Balenciaga fashion show in 2030. Furthermore, image generative models such as Diffusion can be guided by videos, making it easy for creators to generate video content. 2023 is predicted to be the "text to video" year, showcasing the expanding realm of fusion across time, culture, and genres, and promising further advancements in Korea's content creation powered by AI.

In conclusion, technology, design, and K-content are intricately intertwined, shaping and influencing Korea's cultural landscape. From the convergence of technology and design in projects like SEOULIGHT to the transformative power of generative AI in content creation, Korea's cultural heritage is being reinterpreted and propelled into the future. As we decode K-culture, we unlock new possibilities for creativity, innovation, and cultural exchange.



내용의 콘텐츠를 생성하는 방식을 보여줍니다 . 또한 , 이미지 생성 모델 (diffusion 모델등 ) 은 텍스트 가이드 뿐만 아니라  동영상에 따라 가이드 되어 크리에이터들이 동영상 콘텐츠를 생성하기 쉽게 도와줍니다 . 2023 년은 " 텍스트에서 동영상 " 의 해로 예측되며 , 시간 , 문화 , 장르를 가로지르는 융합의 확장된 영역을 보여주며 , 인공지능을 기반으로 한 한국의 콘텐츠 창작의 더욱 발전된 모습을 약속하고 있습니다 .

기술 , 디자인 , 그리고 K- 콘텐츠는 서로 복잡하게 엮여 있으며 , 한국의 문화적 풍경을 형성하고 영향을 미치고 있습니다 . SEOULIGHT 와 같은 프로젝트에서 기술과 디자인의 융합으로 시작한 시민 소통 부터 생성적 인공지능이 콘텐츠 창작에 미치는 혁신적인 영향까지 , 한국의 문화 유산은 재해석되고 미래로 나아가고 있습니다 . 우리는 K- 컬쳐를 다양한 방법으로 해석함으로써 , 창의성 , 혁신 , 문화 교류의 새로운 가능성을 발견할 수 있습니다 .

## Seoul Light 2019 : SEOUL HAEMONG

Chapter 1, The Past: It interprets the DDP as a canvas of the city and explores the moments the building remembers, showing a 'topographical map of memory'.

Chapter 2, Present: For Haemong in Seoul, I collect new memories and depict moments of connecting with people. While exploring the collected data, I travel through the 'memory space', experiencing similarities and interesting points together.

Chapter 3, Future: Interpreting Seoul dreams through machine learning. AI reassembles and reconstructs Seoul's memories to show the flowing dreams, sometimes as vivid images, sometimes as flowing movements, showing 'memory awareness'.

On December 20, 2019, a large-scale light show, Seoul Light, unfolded 220 meters in front of DDP's curved facade. The silver panels transformed into a large-scale canvas, combining colorful light, video, and music to create a spectacular experience unlike anything else in the world. Seoul Light creates time and space by utilizing AI and engaging citizens together.

# Chinese Design Identity through Ming Dynasty Furniture

## 명시대 가구를 통해 본 중국 디자인 아이덴티티

**Tiejun Liu**
Professor, Tsinghua University, China
Deputy Director, Ming Style Furniture Design Committee of Beijing Design Society

**류태준**
교수, 칭화대학교
부회장, 북경 디자인학회 명가구디자인 전문위원

### About

**Main Background**

From 2003 to 2009, she studied at Kookmin University of Korea and received a Ph.D. in design. From 1987 to 1991, she studied at the Central Academy of Arts and Design and received a bachelor's degree in environmental art design.

**Major Interest:**

Design culture research, Ancient Chinese furniture research, Furniture design innovation research.

**Major/Specialty:**

From a multidisciplinary perspective, the interdisciplinary dimension discusses the heritage, integration and innovation of Chinese furniture design, combines design cognitive theory research with design practice, and promotes the development and innovation of Chinese furniture design research and practice.

**The Representative Exhibition/Planning:**

2020, Curator and general director, the "Chengqi - Chinese Traditional Crafts Revitalization Theme Design Exhibition" .
2019, Curator and general director, "Chinese Go Culture Design Innovation Exhibition".
2009, 2010, Curator, the China exhibition of the Seoul Design Festival China-Korea-Japan Living Culture Design Exhibition.

**Research / Design:**

<Traditional Chinese Handicrafts Protection>
For the research on the protection and restoration of antique furniture: she drew on my experience from the project of Tsinghua University Art Museum furniture restoration and carried out practical exploration.

## Abstract

Ancient Chinese furniture is an important part of Chinese culture and, like Chinese literature, painting and even philosophy, has a long and self-contained history, with a distinctive oriental character that is completely different from European furniture. Its most distinctive feature is its wooden structure, which uses mortise and tenon joints to connect the various parts of the furniture, making it structurally strong and at the same time forming a unique oriental aesthetic. The design of Ming furniture is widely recognized internationally, and the aesthetic ideas in it have been taken up by European designers, contributing to the development of modern design. Today we will undertake a feasibility study on the re-conceptualization, redesign and reinvention of this ancient furniture.

고대 중국 가구는 중국 문화의 중요한 부분이며 중국 문학 , 회화 , 심지어 철학과 마찬가지로 오랜 역사와 자체 시스템 , 동양적 특성이 뛰어나 유럽 가구와는 완전히 상이하다 . 가장 두드러진 특징은 목재 구조이며 , 장부를 끼워 맞춘 가구의 각 구성 요소를 연결하여 구조를 견고하게 만드는 동시에 독특한 동양 미학적 특성을 형성한다 . 그 중 명식 ( 明式 ) 가구의 디자인은 국제적으로 널리 인정받고 있으며 , 그 중의 미학적 사상도 유럽 디자이너들에게 침투되어 현대 디자인 발전에 기여하고 있다 . 오늘 우리는 이 긴 역사를 가진 가구를 다시 인식 , 디자인 , 혁신하는 실행 가능성 연구를 진행한다 .

# Chinese Design Identity through Ming Dynasty Furniture

In today's globalized world, design is driving our lives with unprecedented momentum, and the Milan Furniture Fair and Milan Design Week have become centers of international design and cultural exchange, with designers from different countries and regions meeting in Milan to showcase inclusive and diverse design thinking. I would like to share with you my two perspectives on design and culture research. The first perspective is the sustainability of regional, traditional design culture, and the second perspective is the characteristics of Chinese design identity. Together they embody the value of cross-cultural and multicultural research in modern design. In the technological age of shared economy and changing lives, the inclusiveness of pluralistic thinking allows us to see the characteristics of different regional design approaches and the trend of mutual learning, integration and development between different design cultures.

Ancient Chinese furniture is a concrete manifestation of Chinese material culture, presenting the face of traditional Chinese living culture, which, together with Chinese literature, painting and philosophy, forms an orderly inherited whole of Chinese civilization. We look back at history to find in it the sustainability of design culture and the important values that will influence future design creation.
As a researcher of traditional Chinese furniture, I will now focus my presentation on 'Furniture of the Ming Dynasty'.

**1. Sustainable design of Ming furniture**
The design forms and structures of Ming dynasty furniture (1368-1644) are used to this day and their design is recognized by multiple cultures. This is the embodiment and practice of our sustainable design research.



# 명시대 가구를 통해 본 중국 디자인 아이덴티티

세계화의 오늘날 디자인은 전례 없는 원동력으로 우리의 삶을 주도하고 있으며 밀라노 가구 박람회 , 밀라노 디자인 위크는 국제 디자인 문화 교류의 중심이 되었으며 다양한 국가와 지역의 디자이너들이 밀라노에 모여 포용적이고 다원화 있는 디자인 사고를 보여준다 . 여기서 여러분과  디자인 문화에 대한 두 가지 연구 관점을 공유한다 . 첫 번째 관점은 지역과 전통 디자인 문화의 지속 가능성이고 두 번째 관점은 중국 디자인 정체성의 특징이다 . 그것들은 함께 현대 디자인에서 교차 문화 연구 및 다문화 연구의 가치를 반영합니다 . 과학 기술 시대의 공유 경제 및 생활 변화의 맥락에서 다원적 사고의 포괄성은 다양한 지역 디자인 방법의 특성과 다양한 디자인 문화 간의 상호 학습 , 통합 및 발전 추세를 보여준다 .
고대 중국 가구는 중국 물질 문화의 구체적인 표현으로 중국 전통 생활 문화의 모습을 보여주었으며 중국 문학 , 회화 및 철학과 함께 중국 문명의 질서 있는 계승과 질서 있는 전체를 형성하였다 . 역사를 돌아보며 디자인 문화의 지속 가능성과 미래 디자인 창출에 영향을 미치는 중요한 가치를 찾아본다 .
저는 중국 전통 가구 연구자로서 ' 명나라 가구 ' 에 대해 강연하겠다 .

**1. 명나라 가구의 지속 가능한 디자인이다 .**
명나라 가구 (1368-1644) 의 디자인 형태와 구조가 오늘날까지 이어져 왔으며 그 디자인은 다문화적으로 인정받고 있다 . 이것은 우리의 지속 가능한 디자인 연구의 구현이자 실천이다 .
분해 및 조립성 : 명나라 가구의 가장 두드러진 특징은 선형 목조 구조이며 , 장부를 사용하여 가구의 각 구성 요소를 연결하여 구조를 견고하게 만들고 가구 조립의 논리적 절차를 형성한다 . 각 구성 요소는 분해 및 조립할 수 있어 운송 및 판매가 편리하여 쑤쭤 및 진 가구와 같은 가구의 지역 간 보급에 도움이 되며 가구의 형태 및 구조에서 공통성을 찾을 수 있다 . 명나라 시대의 시대적 , 지역적 특성을 형성하였다 .
편리성 : 고대 중국 가구는 바닥에 앉는 것에서 발을 늘어뜨리고 앉는 것으로 생활 방식의 변화를 겪었다 . 명나라에 앉는 기거 방식은 완전히 사라지지 않았다 . 오히려 발을 늘어뜨리고 앉는 기거 방식에 은연중에 녹아들었다 . 접이식 좌구 , 높낮이 겸용 받침대 , 접이식 낮은 온돌 테이블 , 접이식 침대 등 많은 가구가 접이식 구조를 가지고 있는 것으로 나타나며 , 이러한

Disassembly: The most distinctive feature of Ming furniture is the linear wooden structure, which uses mortise and tenon joints to connect the various parts of the furniture, making it structurally strong and also forming a logical procedure for assembling the furniture. The components can also be disassembled and assembled, facilitating transport and sale, and facilitating the spread of furniture across regions, as in the case of Su and Jin furniture, and identifying their commonalities in furniture form and structure. The Ming dynasty period was characterized by its periodicity and regionalization.
Convenience: ancient Chinese furniture underwent a change from sitting on the floor to sitting with feet down, and in the Ming dynasty the way of sitting on the floor did not disappear but was implicitly integrated into the way of sitting with feet down. This is reflected in the folding structure of many pieces of furniture, such as folding sitting furniture, high and low bearing furniture, folding low kang tables and cases, and folding beds and sofas.

### Universal design

Material production: Ming furniture was made from a wide variety of woods, up to thirty different kinds. There are both slow-growing and fast-growing plant materials with good grain and tactile qualities, and together they use mortise and tenon joints. The same mortise and tenon structure can appear on different pieces of furniture, and the same structure can appear on different pieces of furniture or on different parts of the same piece of furniture, realizing the model of industrialized furniture production.
The use of lacquer on slow-growing timber enhances the stability of the wood and reveals its grain and natural colors;



접이식 구조는 장인들의 디자인 교묘함을 반영할 뿐만 아니라 일상 생활에서 가구의 유연성을 반영함과 동시에 낮은 좌석과 높은 좌석의 생활 수요를 충족시킨다 .

### 유니버설 디자인

재료 생산 : 명나라 가구에는 30 가지 이상의 다양한 종류의 목재가 사용되었다 . 질감과 촉감이 좋은 슬로우 식물 재료와 속생 식물 재료가 있으며 장부를 함께 사용한다 . 동일한 장부 구조가 다른 가구 위에 나타날 수 있고 동일한 구조가 다른 가구 또는 동일한 가구의 다른 부분에 나타날 수 있어 가구의 산업적 생산 모델을 실현한다 .
도장 공정 : 중국 가구의 표면 도장 공정으로 느린 목재에 도장 공정을 사용하여 목재의 안정성을 향상시킬 수 있을 뿐만 아니라 목재의 질감과 자연색을 나타낼 수 있으며 , 빠른 목재에는 도장 공정이 더 풍부한다 . 예를 들어 도장 , 채색 , 묘화 , 적층 페인트 , 코뿔소 제거 , 자개 상감 , 역금 등 다양한 공정은 의미가 풍부한 가구 장식 문화를 형성하고 명나라의 가구 문화는 유럽에 영향을 미쳤다 .

### 2. 중국 디자인 정체성 특징

1. 명나라 가구 디자인의 정체성은 문인의 품질 , 신념 및 성격 특성 , 외모 특성 및 표현 방식을 특성화하였다 . 정체성은 자아 개념 , 자아 이미지 , 자존감으로 나타나며 개성과 밀접한 관련이 있다 . 사회 역사적 배경 아래 계층과 집단의 문화적 독특성을 가지고 있다 .
2. ' 인간과 사물 ' 의 신분 관계는 명나라 가구 재료 형태의 디자인 문화적 특징이다 . 구조적 미학 , 제조 공정의 설계 가치 및 문화적 정체성을 보여준다 .
3. 미래지향적 디자인 : 오늘날 , 우리는 더 복잡한 소비 생활 문화의 시대에 직면해 있다 . 전통 문화에서 지혜와 상상력이 풍부한 디자인은 다문화와 기술 제조의 견고한 토대가 되었다 . 디자인 정체성은 시대와 지역을 초월한 생활 방식 디자인의 문화적 배경에 대한 공감대를 형성했다 .

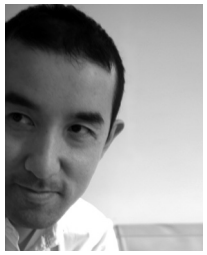
on fast-growing timber, it shows a richer variety of lacquer techniques, such as plain lacquer, color painting, lacquer tracing, lacquer stacking, rhinoceros picking, inlaying with inlay, and gold bumping, forming a semantically rich furniture decoration culture, which the furniture culture of the Ming dynasty influenced Europe.

**2. Chinese design identity characteristics**

1. The Ming furniture design identity characterizes the qualities, beliefs and personality traits of the literati community, as well as outward characteristics and expressions. Identity is expressed in self-concept, self-image and self-esteem, and is closely related to individuality. It has the cultural uniqueness of the class and collective in the socio-historical context.
2. The identity relationship between man and object is a cultural feature of the design of the material form of Ming furniture. The design values of structural aesthetics, manufacturing techniques and cultural identity are expressed.
3. future-oriented design: today we are facing a more complex era of consumer life culture. The wise and imaginative design of traditional cultures has become a solid foundation for multicultural and technological manufacturing. Design identity has established a consensus for a cultural context for design across generations and geographical lifestyles.

# Japanese Design & Aesthetic : Visible X Invisible

## 일본 디자인과 미의식 : Visible X Invisible



**Kazuhiro Yamanaka**
Professor, Musashino Art University, Japan
Designer of Product, Furniture, Lighting and Installation

**가즈히로 야마나카**
교수, 무사시노예술대학
제품 , 가구 , 조명 및 설치 디자이너

### About

| | |
|---|---|
| Main Background | Graduated from Musashino Art University, Tokyo (1992-95 BA) and The Royal College of Art for Postgraduate studies (1995-97 MA RCA). |
| Major Interest: | Furniture design, product design, lighting design and Installation. |
| Major/Specialty: | Lighting installations at Victoria & Albert Museum (London), Collette(Paris), Designboom, Laforet Museum (Tokyo), Hangaram Design Museum (Seoul) etc. Solo exhibition in Power Station of Art (Shanghai) in 2017. |
| The Representative Exhibition/Planning: | Featured worldwide in the prestigious design/art publications. Awarded many prizes including Winner, Design Report Award 2004 (Milan). His creation belongs to a collection of MoMA(New York), Power Station Of Art(Shanghai). |
| Research / Design: | Current client list includes Pallucco, Lighe Roset, Boffi, Ingo Maurer, Sazzs, Alessi and Meseums worldwides. |

## Abstract

When designing an object, I pay attention to designing the atmosphere that is created around the object when it exists, rather than the object itself. It's the invisible part of the design. It can also be called margins, and it can be said that the sense of value that finds beauty in margins comes from the aesthetic sense often seen in Asian art.

I am mainly engaged in the design of furniture, lighting fixtures, and products, but my interest is not in objects themselves, but in the relationships between objects and the stories that arise from them. I often start by imagining the invisible parts, and then decide on the form and materials afterword.

In this short talk, I would like to talk about the value of the invisible through my own design projects.

오브제를 디자인할 때 오브제 자체보다는 오브제가 존재할 때 주변에 조성되는 분위기를 디자인하는 데 신경을 쓴다 . 이는 디자인의 보이지 않는 부분이다 . 여백이라고도 할 수 있는데 여백에서 아름다움을 찾는 가치관은 아시아 미술에서 흔히 볼 수 있는 미적 감각에서 비롯되었다고 할 수 있다 .

나는 주로 가구 , 조명기구 , 제품 디자인에 종사하지만 , 나의 관심사는 물건 자체가 아니라 이를 통해 나타나는 오브제와 오브제에서 나타나는 이야기 사이의 관계에 있다 . 나는 종종 보이지 않는 부분을 상상하는 것으로 시작하고 , 그 다음에 형태와 재료를 결정한다 .

이번 강연에서는 나만의 디자인 프로젝트를 통해 보이지 않는 것의 가치에 대해 이야기하고자 한다 .

## Japanese Design & Aesthetic : Visible X Invisible

I would like to explain my way of thinking about design and Japanese identity while introducing the designs I have done.
First, I would like to show you a poem written by a poet named Stephane Mallarmé, a French poet. As you can see, this poem is not written in the usual way, but characterized by the arrangement of letters on a single sheet of paper.
Of course, each word has its own meaning, but more than that, the gaps, spacing, and margins between these words are very important. I am very interested in the fact that this margin has more meaning than the meaning of each word.
Next, I would like to show you the stone garden of Ryoanji Temple in Kyoto, the stones are very well thought out and arranged in consideration of the beauty of the margins, but the visible part is the part that is exposed to the ground, but the other parts are invisible. The part is hidden in the ground. Therefore, the viewer is looking forward to imagining the shape and volume of the invisible part. How much do the designers put some of the stone on the ground and how much do they hide it to make the viewer think? It also determines the angle and direction of stone placement.
Next, I will show you Katsura Imperial Villa in Kyoto. This photo is the entrance of the Drawing Room, but I would like you to pay attention to the stones placed here. The stone is a well-organized geometry or a naturally cut shape. Also, there are various textures and colors, they are placed on the soil in consideration of the balance. The margins are very carefully considered and arranged.

The next thing I would like to show you is a two-dimensional work. It is a work of Tohaku Hasegawa.
This work was strongly influenced by Chinese ink painting. The part where the pine trees are drawn is about 30% of the whole screen, and the rest is not drawn, expressing the space. However, I am interested in the fact that the part



## 일본 디자인과 미의식 : Visible X Invisible

오늘 강연의 기회를 주셔서 정말 감사합니다 .
오늘은 제가 직접 만든 디자인을 소개하면서 디자인을 하는데 있어서 중요한 것과 제가 생각하는 일본인의 아이덴티티에 대해 말씀드리겠습니다 .
먼저 프랑스 시인 스테판 말라르메 라는 시인이 쓴 시를 보여드리도록 하겠습니다 . 보시는 바와 같이 이 시는 일반적인 방식으로 쓰여진 것이 아니라 한 장의 종이에 글자가 배치되어 있는 것이 특징입니다 .
물론 한 단어 한 단어에는 각각의 의미가 있지만 , 그 이상으로 단어의 간격이나 여백이 특징적입니다 . 이 여백에 말의 의미 이상의 의미를 갖게 한 것에 저는 매우 흥미를 느낍니다 .
다음으로 소개해드리고 싶은 교토의 료안지 석정인데 여백의 아름다움을 고려해 돌을 배치했는데 보이는 부분은 땅에 노출되어 있는 부분이고 다른 부분은 땅속에 숨어 있어서 볼 수가 없습니다 . 그렇기 때문에 감상자는 보이지 않는 부분의 모양이나 볼륨을 스스로가 자유롭게 상상합니다 . 설계자는 돌을 배치하는 각도나 방향 , 땅속에 묻는 비율 등을 어디까지 감상자가 상상하게 할 것인지 깊이 고려한 후 결정합니다 .
다음으로 소개드릴 곳은 교토의 가쓰라리큐입니다 . 이 사진은 서원 입구인데 , 이곳에 배치된 비석을 눈여겨보시길 바랍니다 . 돌은 정연한 형상 또는 자연스러운 형상이지만 질감과 색도 다양하여 균형을 생각하여 흙 위에 박혔습니다 . 여백의 아름다움을 매우 잘 고려하여 배치되어 있습니다 .

다음으로 보여드리고 싶은 것은 2 차원 작품으로 하세가와토우하쿠의 작품입니다 . 토우하쿠는 중국 선승화가 목계의 수묵화의 영향을 많이 받은 것으로 알려져 있습니다 . 실제로 소나무가 그려져 있는 부분은 전체 화면의 30% 정도이고 나머지는 그리지 않고 공간을 표현하고 있습니다 . 다만 아무것도 그려져 있지 않은 부분에 중요한 의미를 부여하고 있다는 점에 재미가 있습니다 .
일본의 디자인을 생각할 때 , 「여백」에서 미적 가치를 찾아내는 일본인 디자이너나 예로부터 계속되는 일본 문화에 주목할 수 있습니다 .

다음으로 작품이 아닌 밤하늘 사진을 보여드리겠습니다 . 이게 별자리 그림인데 아시다시피 점인 별을 선으로 연결하면 거기에 모양이 생겨서 사람이나 사물이나 동물처럼 보입니다 . 이야기를 하는 것은 매우 재미있다고 생각합니다 .

where nothing is drawn has an important meaning.
When thinking about Japanese design, we can focus on Japanese designers and culture, who find the aesthetic value of "margins".

Next, I will show you a picture of the night sky of a starry sky, not a work.
Here is a picture of the constellations, as you all know, by connecting the stars, which are dots, with a line, you can find a shape there, and make it look like a person, an object, or an animal, then give a story.

The reason why I talked about it is that when I design a product, I think very much about the relationship between things and the space between them. For example, when there are chairs, desks, and lighting fixtures in a room, they exist as solids, but when you think of them as points one by one like the constellation above, you connect them. Assuming that, I think that one story will be born or given there. I believe that it is the designer's mission to design the story.

I think that the relationship between things and the air around them that is created when objects are placed are very important, and I feel that I am using product design to design that air.
In other words, I think that the object itself has almost no meaning, and that the air around it that is created by making it has a great meaning. However, objects are indispensable for designing the atmosphere and story, so pay close attention to the shape, color, texture etc.

Objects are visible, but the air around them and the

제가 그 이야기를 한 이유는 물건을 디자인할 때 저는 사물과 사물 사이의 관계에 대해 매우 중요하게 생각하기 때문입니다 . 예를 들어 방에 의자나 책상 , 조명기구가 존재할 때 입체로 존재하는데 위 별자리처럼 하나하나의 점으로 생각하고 그것들을 공간상에서 연결해 가면 거기에는 관계성이 생기고 거기에 하나의 스토리가 생기는 것이라고 생각합니다 . 그리고 스토리를 디자인하는 것이야말로 디자이너의 사명이라고 항상 생각하고 디자인하고 있습니다 .
물건과 물건을 놓았을 때 생기는 주위의 공기와의 관계성은 매우 중요하고 , 게다가 사물 자체에는 거의 의미가 없으며 , 그것을 만듦으로써 태어나는 주위의 공기야말로 큰 의미가 있다고 저는 생각합니다 . 다만 분위기나 스토리를 디자인하는 데 있어서 사물 자체의 디자인은 당연히 필수적이기 때문에 모양 , 질감 , 색상 등 디자인을 형성하는 여러 요소의 결정에는 세심한 주의를 기울여야 한다고 생각합니다 .

사물은 눈에 보이지만 주위의 공기나 관계는 당연히 눈에 보이지 않지만 , 눈에 보이지 않는 것이 더 가치가 있다는 것은 누구나 무의식적으로 알고 있는 일이라고도 할 수 있습니다 . 예를 들어 , 마음은 돈보다 중요하며 , 그것은 누구나 느끼고 있는 것입니다 . 같은 말을 디자인에도 할 수 있지 않을까 저는 생각합니다 .

지금부터는 제가 디자인한 작품들을 몇 가지 소개해 드리도록 하겠습니다 . 제가 디자인을 생각하기 시작할 때 디자인을 진행하는 방법은 몇 가지가 있는데 , 우선 제가 디자인한 것으로 어떤 공기를 만들고 싶은지 생각해 본 후 디자인을 결정합니다 . 그런 다음 소재와의 대화를 중요시하며 다양한 실험을 통해 그 소재가 원하는 형태를 찾아냅니다 . 억지로 모양을 정하는 것이 아니라 소재가 되고 싶어하는 모양을 찾으려고 시도합니다 .

relationships around them are invisible, the invisible things is more valuable than the visible things.
Everyone knows that what is invisible is more valuable, for example, the heart, mind is more important than money, and that's what everyone knows. I believe that the same thing can be said in design.

From here, I would like to show you some works I designed. There are several ways to proceed with design when I think about design, but first, I think about what kind of atmosphere I want to create with what I design, and then decide on the design. There is also a way to start from the material, which is to find out the desired shape of the material from experiments. Both methods are more like trying to find a natural shape rather than forcibly deciding the shape.

This is my design inspired by a piece of paper. There is Issey Miyake's design that is made from a single piece of cloth, but it is sometimes said that Japanese design is a design method that uses as few materials as possible with minimal processing and finds aesthetic value in it. The same can be said for the cooking method of Japanese cuisine.
This is a bench designed by adding minimal processing to a single sheet material. It is completed by making a cut in a single wooden board and inserting the sitting part into the gap.

This is a chair designed with the same concept for one person. The sheet material is a recyclable plastic. Normally, when we make an organic shape with plastic, we use mold or heat process it, but this uses the natural shape created by bending the material by hand. The natural elasticity created there leads to a comfortable sitting experience. Rather than



이것은 한 장의 종이에서 착상을 얻은 제 디자인입니다 . 한 장의 천으로 만드는 패션 디자이너 미야케 이세이 씨의 디자인이 있습니다만 , 일본의 디자인은 최소한의 소재에 최소한의 가공을 하여 거기에 미적 가치를 찾는 디자인 기법이라고 할 수 있습니다 . 이것은 전통적인 일본 요리에도 말할 수 있는 일이라고도 할 수 있습니다 .
이것은 한 장의 소재에 최소한의 가공을 더해 디자인한 벤치입니다 . 한 장의 나무판에 칼집을 내고 그 틈새에 좌부를 끼워 넣어 성립하였습니다 .

이것은 같은 컨셉으로 디자인된 1 인용 의자입니다 . 이 소재는 재생 가능한 플라스틱으로 만들어졌습니다 . 보통 플라스틱으로 유기적인 모양을 만드는 경우 틀에 흘려 넣거나 열가공을 하는데 , 이는 소재를 손으로 구부려 생기는 자연스러운 형태를 이용하고 있습니다 . 소재에서 생기는 자연스러운 탄력을 편안한 착좌감으로 연결하고 있습니다 . 무리하게 형태을 만드는 것이 아니라 소재와의 대화를 중요시하여 디자인을 진행해 나가는 것이 중요하다고 생각합니다 .
이것도 같은 컨셉으로 디자인된 조명기구로 칼집에 전구를 꽂음으로써 형상을 만들어 내고 , 또 소재가 빛을 부드럽게 하는 역할도 하고 있습니다 .

이것은 종이 한 장으로 된 손전등입니다 .
2011 년 동일본 대지진이 일본을 강타했지만 , 당시 저는 아직 영국에 살고 있었고 TV 국제 뉴스에서 지진 피해자를 보고 있었습니다 . 학교의 큰 체육관에서 많은 사람들이 일시적으로 대피하고 있는 것을 보고 , 이 상황에 대해서 디자이너로서 할 수 있는 일은 정말 아무것도 없을까 생각했을 때 시작을 거듭해서 형태로 만든 것입니다 .
종이를 둥글게 말면 전구 부분이 팝업되고 동시에 자동으로 스위치가 켜집니다 . 이 작은 LED 광원은 자전거에서 이용되는 것과 같은 것으로 매우 강한 빛을 냅니다 . 뒷면에는 동전 모양의 전지가 붙어 있습니다 . 또한 이 둥글게 만든 종이를 다시 펴면 완전히 평평해지고 불이 꺼집니다 .
평평하게 하면 딱 한 장의 종이 두께가 되므로 일반 골판지 상자에 약 300 장 들어갑니다 . 그래서 이것을 상자에 넣어 헬리콥터 등으로 음식물 등의 구호 물자와 함께 위에서 투하할 수 있으면 그런 상황 속에서 이재민에게 밝음을 전달할 수 있지 않을까 생각했습니다 .

forcibly creating a shape, it is meaningful to design by valuing the dialogue with the material.
This is a lighting fixture designed based on the same concept, and the gentle shape is created by inserting a light bulb into the gap, and the material plays a role in softening the light.

This is a flashlight made of just a piece of paper.
In 2011, the Great East Japan Earthquake struck Japan, but at that time I was living in the United Kingdom, and I watched the victims of the earthquake on TV on international news. I saw a lot of people in a big Gymnasium of schools evacuating in the dark, I wondered if there was anything I could do in this situation as a designer, and at that time I came up with this idea.
When I rolled a piece of paper, the part with the LED light pop-up, and at the same time, switching on. This LED is the same type as the light attached to a bicycle, so it emits a very strong light. There is a coin-shaped battery on the back. By opening this paper roll again, it becomes completely flat and the electricity is automatically switched off.
When flattened, this is almost the thickness of a sheet of paper, so, about 300 sheets can fit in a normal cardboard box. I could put this in a box and use a helicopter to go to the site and drop it from above, I thought it would be possible to bring brightness to the victims in such a situation.

This was a socially meaningful project, but after showing it, a beer company and a car company suggested that it be distributed as a concert or event. I received an offer that it would be very effective to print an advertisement on the surface because it is made of paper, but I originally wanted

사회적으로 의미있는 기획이었지만 , 그것을 보여준 후 맥주 회사나 자동차 회사로부터 콘서트나 이벤트용으로 배포하기를 제안받았습니다 . 종이이기 때문에 표면에 광고를 내면 매우 효과적이라는 제안이 있었지만 원래는 사회사업으로 하고 싶었기에 거절했습니다 . 빨리 사용되길 바랍니다 . 아직 방수처리 등 해결해야 할 과제도 있지만 , 빨리 해결하여 실현하고 싶습니다 .
이것은 최근의 것으로 깨진 유리를 재사용하는 프로젝트입니다 .
' 킨츠기 ' 라는 부서진 도자기를 복원하는 일본의 전통적인 기법입니다 . 복원함으로써 새로운 예술적 가치를 부가하는 전통기법이지만 그 기법은 도자기에서 뿐 유리가 사용된 적은 없습니다 .

이것은 그 킨츠기 수법에서 힌트를 얻은 것으로 깨진 유리 단면에 채색과 접착을 하여 새로운 조형가치를 더하고자 시도한 꽃병 디자인입니다 .

제작 과정을 소개하는 영상을 보여드리겠습니다 .
이상으로 저의 강연을 마무리하고자 합니다만 , 이 강연에서 전하고 싶었던 것은 제품을 설계할 때 사물 자체의 디자인에 주목하는 것이 아니라 물건을 놓았을 때 생기는 주위 공기의 질을 생각하는 데 중요한 의미가 있으며 , 일본의 디자인이나 문화를 생각할 때 그 배경에 그런 사상을 볼 수 있는 것이 많지 않을까 생각합니다 .

경청해 주셔서 감사합니다 .

to make it as social project rather than the commercial ones, so I refused such an offer. I hope that it will be used sooner. There are still various issues that need to be solved, so I would like to clear those issues as soon as possible and realize them.
This is a recent project, designed with the idea of breathing new life into the product using materials that would be damaged and thrown away. This is a project to reuse broken glass.
It is a vase design that adds new modeling value by adhering and coloring the cross section of broken glass.
There is a Japanese traditional technique, the Japanese art of repairing broken pottery by mending the area of breakage with lacquer dusted or mixed with gold powder.
That is a traditional technique of adding artistic value by attaching it and continuing to use it for a long time as something more valuable than before it cracked, but the technique is for ceramics only, it has never done to glass.
I started to design with experiments to find a possibility to use glass in a similar way.

I would like to show you a video introducing the production process.

I would like to conclude my talk with this, but what I wanted to tell you in this talk is that when designing a product, you should not focus on the design of the object itself, but rather on the surrounding air that is created when you place the object. It is important to always think about quality, and I believe that this kind of thinking is strongly reflected in many Japanese designs and cultures.

Session 3

# Design Discussion

## Kyung Ran Choi Moderator

Italian Cavaliere awarded and Stella D'Italia decorations, 2019
Director, Oriental Culture & Design Center/ Professor, Kookmin University
Former CEO of DDP / Seoul Design Foundation

## 최경란

이탈리아 친선훈장 및 기사작위 수훈 , 2019
동양문화디자인연구소 소장 / 국민대학교 교수
DDP / 서울디자인 재단 ( 전 ) 이사장

### About

**Main Background**

Seoul National University, College of Fine Art, Industrial Design, Bachelor
Seoul National University, Graduate School of Fine Art, MFA
U.C.L.A (University of California, Los Angeles), MFA
IIT (Illinois Institute of Technology) Research Fellow, Ph.D. program

**Major Interest:**

Asia Design Platform and Network
User research by user culture-centered design approach
Oriental culture-based design education, Future design Education

**Major/Specialty:**

Design research, Strategic Design Planning
Industrial Design, Lifestyle-Furniture Design
Smart Living Environmental Design / Kitchen and Bath Space

**The Representative Exhibition/Planning:**

Planning Director, Woman in Design, DDP, Seoul, Korea 2020
Founder and Organizer, Human City Design Award, DDP, Seoul, Korea 2019
Curator, Saint-Etienne Design Biennale France <Vitality 2015: Beyond Craft and Design>, Saint-Etienne, France 2015
Director in General, Gwangju Design Biennale, Gwangju, Korea 2015
Planning Director, Korea-China-Japan Design Education Summit Forum: Design Education in the Age of Convergence of Eastern and Western Values, Seoul, Korea 2015
Planning Director, OCDC SDU Korea-China-Japan Design Education Summit Forum, International Design Conference, Seoul, Korea, 2014
Planning Director, OCDC < 풍 ' 風 ', 토 ' 土 '> Conference & Workshop, The identity of Korea-China-Japan design, Seoul, Korea, 2011
Curator, <Vitality: Korean Young Designers> Triennale Di Milano Museum, Italy 2011
Director in General, Seoul Design Fair, Seoul, Korea 2010

**Research / Design:**

Prof.Choi has conducted design planning and research with Hanssem, Samsung Raemian, LIXIL(Japan), and LG Hausys based on user culture design research, and design development.
Creative Designer's Award, Korea Foundation of Designer Association, 2006
Top Designers of Korea, prize, 2002

## Mara Servetto

Chief Architect and Co-Founder, Migliore+Servetto, Italy
Visiting Professor, Joshibi University, Tokyo, Japan

## 마라 세르베토

수석건축가 , 공동설립자 , Migliore+Servetto, 이탈리아
일본 여자미술대학 방문교수


## About

**Main Background**

Together with the M+S team and in close dialogue with the firm's clients, she participates in projects since the strategy phase and she develops the best creative solutions for new projects, always characterized by a research on the relationship between spatial design and identity, in view of a new form of cultural sustainability and ranging from urban design to interior architecture, from museums to exhibitions and installations, from visual identity to multimedia.

**Major Interest:**

Servetto specialises in the creation of branding projects and narrative spaces - public areas, museums, exhibitions, installations, projects for retail, hospitality and entertainment.

**Major/Specialty:**

She is behind several major cultural destinations in Italy and Europe, such as the Egyptian Museum in Turin, the Miramare Museum in Trieste, the Chopin Museum in Warsaw and the ADI Design Museum in Milan. But she is also behind several urban design projects, such as the Blue Line Park project and Waterfront / Into the Ocean in Busan, South Korea.

**The Representative Exhibition/Planning:**

In Piazza San Marco in Venice, inside the 16th-century building Procuratie Vecchie, she curated the Interior, Exhibition, Multimedia & Graphic Design of The Home of the Human Safety Net, conceptualising the spaces of the new headquarters of the Generali Group's social foundation. .

**Research / Design:**

She took part in several symposia and exhibitions worldwide such as: "Metamorph - IX Biennale di Venezia", the International Architecture Exhibition of Venice, and the Italian Pavilion "4 Elements/Taking Care" at the 22nd International Triennale Exhibition of Milan "Broken Nature: Design takes on Human Survival" (2019); the international symposium City'Scape "City_Brand&Tourism Landscape - landscape as strategy" at the Triennale di Milano. She was appointed by the Italian Ministry of Culture and Foreign Affairs as Ambassador of Italian Design in France. Mara Servetto has contributed to discussions on the evolution of interior, communication and urban design with texts and articles, among them the publication "Spacemorphing, Migliore+Servetto Temporary Architecture" Five Continents publisher.



## Moderator Question :

**Q1. You did work on projects that applies past culture to the contemporary . What were the value, focus of work, and difficulties?**

**Q2. You have a lot of experience in significant projects between Italy and Korea. How is cultural difference reflected in design work?**

**Q1. 과거의 문화유산을 현대적 공간으로 변화시키는 프로젝트를 다수 수행하셨습니다 . 그 진행 과정에서 중시하는 점과 어려운 점은 무엇입니까 ?**

**Q2. 이탈리아와 한국의 중요한 일에 많은 참여 경험이 있다 . 문화의 차이가 디자인 실무를 하는데 있어서 어떻게 반영되는가 ?**

In our studio we are increasingly interested in conceiving design interventions as tools to convey messages and building relationships. This was also the case for the design of the new headquarters of the Generali Insurance Group's humanitarian foundation, The Human Safety Net. In order to achieve this, we were called to deal with the sixteenth-century architecture of the Procuratie Vecchie in St Mark's Square, in Venice, and, at the same time, with its contemporary restoration realized by David Chipperfield, who has recently won the prestigious Pritzker Architecture Prize.
But the greatest challenge has coincided with the need to bring an ancient and at the same time current message: the mission of The Human Safety Net, which is to protect the most fragile people, was already one of the functions carried out by the administrators of the Republic of Venice who operated within the Procuratie. For this reason, we have worked as spiders: weaving a network of connections between this incredible place, its history and its future perspective.
We have used local materials (wood, copper, mirrors, glasses) and resorted to craftsmanship, while we have introduced advanced multimedia technologies and interactions in an integrated way to define empathetic welcoming spaces that include an auditorium, a café, a library, coworking areas, as well as a permanent exhibition dedicated to human potential.

As a multidisciplinary design studio, we aspire to conceive design starting from listening to places and local behaviors, with the aim of transforming ideas into experiences that stimulate creativity and the active participation of the public. We apply this kind of process to all projects, regardless of their scale or geographical location, whether we are working in Europe or Asia. Our approach, in essence, does not change, but the data we consider does change, and this is why we always achieve unique and distinctive outcomes because they are deeply linked to the identity of the place and the people who inhabit it,
There is no doubt that from all our projects in Asia we have drawn a huge enrichment. We have grasped and appreciated the strong link with nature and the environment, especially in the field of architecture and design. We worked on this concept in the making of Blue Line Park, in Busan, as well as for Waterfront Door / Into the Ocean, in the same city, building and emphasizing the relationships between the parts and with the nature. We also greatly appreciate the way Asian designers combine a high tradition of craftsmanship and sophisticated technology. For our DDP project, for example, we have drawn from the roots of Korean living culture, creating a series of unique pieces of furniture in collaboration with several local master craftsmen, experiencing the care and culture of details as a reflection of the quality of the whole.

우리 스튜디오에서 우리는 메시지를 전달하고 관계를 구축하기 위한 도구로 디자인 개입을 구상하는 것에 점점 더 관심을 가지고 있습니다 . 제너럴리보험그룹 (Generali Insurance Group) 의 인도주의적 재단인 ' The Human Safety Net' 의 새 본부 설계도 마찬가지였습니다 . 이를 달성하기 위해 , 우리는 베네치아 산마르코 광장에 있는 16 세기 건축물인 프로쿠라티 베키에 (Procuratie Vecchie) 의 설계를 의뢰받았습니다 . 베니스와 동시에 데이비드 치퍼필드에 의해 현대적으로 복원되었습니다 . 최근 권위 있는 프리츠커 건축상을 수상했습니다 . 그러나 가장 큰 도전은 고대와 동시에 현재의 메시지를 가져올 필요성과 일치하는 것입니다 : 가장 취약한 사람들을 보호하는 것인 인간 안전망 (The Human Safety Net) 의 임무는 이미 베네치아 공화국 행정가들이 수행한 기능 중 하나였습니다 . 이러한 이유로 , 우리는 거미처럼 일해왔습니다 . 이 놀라운 장소와 그 역사 , 그리고 미래의 관점을 연결하는 연결망을 만드는 것입니다 . 우리는 인간의 잠재력에 전념하는 영구적인 전시회뿐만 아니라 지역 재료 ( 나무 , 구리 , 거울 , 안경 ) 를 사용하고 장인정신에 의존하는 한편 , 강당 , 카페 , 도서관 , 동료 공간 및 영구적인 공간을 포함하는 공감할 수 있는 환영 공간을 정의하기 위해 첨단 멀티미디어 기술과 상호작용을 통합적으로 도입했습니다 .

다분야 디자인 스튜디오로서 , 우리는 장소와 지역의 행동에 귀 기울이는 것에서 시작하여 디자인을 구상하고자 합니다 . 아이디어를 창의성과 대중의 적극적인 참여를 자극하는 경험으로 바꾸는 것을 목표로 합니다 . 경험으로 전환하는 것을 목표로 합니다 . 우리는 프로젝트의 규모나 지리적 위치에 관계없이 모든 프로젝트에 이러한 프로세스를 적용합니다 . 본질적으로 우리의 접근 방식은 변하지 않지만 , 우리가 고려하는 데이터는 바뀌며 , 이것이 우리가 항상 독특하고 독특한 결과를 얻는 이유입니다 . 그들은 그 곳의 정체성과 그 곳에 사는 사람들과 깊은 연관이 있기 때문입니다 ,

아시아의 모든 프로젝트에서 우리가 큰 풍요로움을 이끌어냈다는 것은 의심의 여지가 없습니다 . 특히 건축 및 디자인 분야에서 자연 및 환경과의 강한 연관성을 파악하고 감사하게 생각하며 , 부산의 블루라인 파크와 같은 도시의 Waterfront Door / Into the Ocean 에서 이 개념을 적용하여 부품과 자연과의 관계를 구축하고 강조했으며 , 아시아 디자이너들이 장인 정신의 높은 전통과 정교한 기술을 결합하는 방식에 대해서도 높이 평가하고 있습니다 . 예를 들어 , DDP 프로젝트는 한국 생활 문화의 뿌리를 따라 여러 국내 장인들과 협업하여 독특한 가구 시리즈를 제작했으며 , 디테일에 대한 세심한 배려와 문화가 전체의 품질을 반영하는 것을 경험했습니다 .

## Juyoung Chang
Professor, Dongseo University
Director of Asia Design Center for Future

## 장주영
동서대학교 교수
아시아미래디자인연구소 소장


## About

**Main Background**

Holds the position of Director at the Asia Design Center for Future (ADCF) and serves as a Professor at the Design School at Dongseo University in Busan, Korea.

**Major Interest:**

Earned a BFA and MFA in Craft Arts and Design Theory from Seoul National University, as well as a Ph.D. in Design Studies from Dongseo University.
Served as a Visiting Professor at Josai International University and as a researcher at the Art Institute at Nihon University in Japan.
Founded both the Asia Design Center for Future and the DSU-DESIS lab.

**Major/Specialty:**

Her main research interest is 'design in cultural context' with a particular focus on Korean and Asian culture. She is interested in discovering and applying alternative values of traditional Korean culture to current design practices, with a focus on their potential for shaping the future.

**The Representative Exhibition/Planning:**

Research on Design History, Culture, and Theory:

- Conducting a methodological study into cultural interpretation for design practice, based on local culture and basic research for implementation in design education.
- Comparative cultural studies, with emphasis on Korea and East Asia.
- Sustainability research on local culture and design ethics.
- User research in the cultural context of product design processes.

**Research / Design:**

She was recently awarded two national research grants from the Korean National Research Foundation from 2019 to 2025. The research topics are "Developing Creative Design Curriculums Based on Korean Culture and a Gamification Approach," and "Research on Digital Transformation (DX) for the Preservation and Value-added of Historical-Cultural Heritage and the Development of Design-Driven
Cultural Contents." As a principal investigator of the research projects, she is passionate about contributing to the sustainable development of local communities through design education.



## Moderator Question :

**Q1. How do you think Korean design can communicate with the world by distinguishing itself from Western design?**
**What are the challenges in doing so, and what should the design industry consider?**

**Q1. 한국의 디자인이 어떻게 서양과의 차별성을 두고 , 세계와 소통할 수 있다고 생각하십니까 ?**
**또한 그렇게 진행하는데 있어서의 어려운 점과 디자인계가 고민해야 할 점은 무엇입니까 ?**

**1. The Dilemma of Modern Design**

In an interview with Fortune magazine, Steve Jobs said, “In most people's vocabularies, design means veneer. It's interior decorating. It's the fabric of the curtains and the sofa. But to me, nothing could be further from the meaning of design. Design is the fundamental soul of a man-made creation that ends up expressing itself in successive outer layers of the product or service." However, it is not easy to find the design as an expression of the soul of the creations, as Steve Jobs envisioned, around us. Norberg-Schulz said that the modern crisis in design is due to its loss of meaning, reducing it to nothing more than a functional, abstract presence. Especially in modern society, we find it difficult to feel a profound meaning from the artificial environment around us or to feel a sense of belonging because of the rapid pace of change. Sometimes, the city changes so much that people often feel like strangers in their own hometowns. In addition, in the age of globalization, designed products are becoming increasingly homogeneous, with a lack of meaning and differentiation in each item. As a result, our surroundings are becoming more and more monotonous and standardized.

**2. Tradition vs. Innovation in Design**

Modern design, which is losing its identity, seems to be struggling between tradition and innovation. Under the guise of innovation, it tries to break away from tradition and focuses on creating meaningless aesthetics. However, it's important to recognize that all innovation comes from a foundation of tradition. Sometimes, it's difficult to distinguish between what is tradition and what is innovation, like a Möbius strip.

Innovation is a space for exploring the curiosity of the future, while tradition is a space for comfortable and secure regression associated with memories that are not easily forgotten. Humans feel psychological stability in the balance between these two spaces. Without tradition, there can be no innovation and no depth of progress.

In Asia, there is a saying called "On-go-ji-shin," which means to learn/gain new things by studying old things. We should



**1. 모던디자인의 딜레마**

스티브잡스는 포춘지와의 인터뷰에서 “사람들은 대개 디자인을 겉치레로 여겼다 . 실내장식 같은 것 , 커튼이나 소파의 무늬 같은 것으로 생각했다 . 하지만 나는 디자인보다 중요한 것은 없다고 생 각했다 . 디자인은 인간이 만든 창조물의 영혼이다 . 제품이나 서비스라는 외양으로 표출되는 영 혼이다 .”라고 말했다 . 하지만 스티브잡스가 생각하는 창조물의 영혼의 표출로서의 디자인을 우 리 주변에서 찾아보기는 쉽지 않다 . 노베르그 - 슐츠는 현대 디자인의 위기는 의미를 상실한채 디 자인을 기능적이고 추상적인 존재로만 해석하는 것에서 비롯된다고 말한다 . 현대 사회에서 우리 가 주변의 인공적 환경으로부터 깊이 있는 의미를 느끼거나 , 변화의 속도가 너무 빠른 탓에 우리 가 어딘가에 소속감을 느끼기는 어렵다 . 때로는 도시가 너무 많이 변하여 그 특징을 잃어버려서 사람들은 종종 자신의 고향에서조차 낯선 사람처럼 느낀다 . 또한 세계화 시대를 맞아 디자인 제 품들은 점차 동질화되고 각 물건의 의미와 차별성이 부족하여 우리의 주변 환경은 더욱 단조롭게 획일화되어가고 있다 .

**2. 디자인에서 전통과 혁신**

정체성을 잃어가는 현대디자인은 전통과 혁신 사이에서 갈등하는 듯이 보인다 . 혁신이라는 이름으로 전통과의 단절을 시도하며 새로움을 추구하여 의미 없는 외양을 꾸미는 것에 집중한다 . 하지만 중요한 것은 모든 혁신은 전통의 기반 위에서 나온다는 것이다 . 이 둘은 마치 뫼비우스의 띠처럼 연속성을 가지고 있어 때때로 어떤 것이 전통이고 어떤 것이 혁신인지 모호할 때도 있다 . 혁신이란 호기심 어린 미래의 탐험의 공간이고 , 전통이란 기억에서 쉽게 잊혀지지 않는 일상과 관련된 편안하고 안전하게 느껴지는 회귀의 공간이다 . 인간은 이 두 공간의 균형 속에서 심리적인 안정감을 느낀다 . 전통이 없다면 혁신도 없고 도약의 깊이도 없을 것이다 . 아시아에는 온고지신이라는 말이 있는데 , 이는 옛 것을 익히고 그것을 미루어서 새 것을 안다는 뜻의 고사성어다 .  온고지신의 정신을 되새겨야 할 것이다 .

**3. 인문학과 디자인**

한국의 건축가 승효상은 그의 저서 ‘지문’에서 , 인문 현상과 문화는 ' 인문 ' 이라 부르며 , 우주와 천체의 특징과 법칙은 ' 천문 ' 으로 불리고 , 마찬가지로 , 지형의 형태와 디자인 , 축적된 역사의 흔적 및 토지의 독특한 특성을 ' 지문 ' 이라고 명명한다 . 그의 방법론에서 키워드인 지문은 , 땅의 형태와 디자인을 나타내며 , 지문은 또한 역사의 문서로서 개별적인 모양과 디자인을 대표한다고 말한다 . 그러므로 하늘과 땅과 그 사이의 인간이 만들어가는 흔적을 디자인에 담아야 한다는 것이다 . 다시 말하면 디자인은 인간의 세계관과 관련된 철학과 기억인 역사 , 그리고 이야기인 문학이라

remember and reflect on the spirit of On-go-ji-shin.

### 3. Humanities and Design

Korean Architect Seung said in his book, 'Landscript', "As culture and human phenomena are called "In-mun" (literally "Humanscript") and the features and laws of the universe and the heavens "Cheon-mun" (literally "Heavenscript"), so the land's shapes and designs, traces engraved with its accumulated history, and the unique characteristics of the land, are called "Ji-mun" (literally "Landscript"). Landscript, the keyword in Seung's architectural methodology, indicates the shapes and designs of the land. But it also represents individual shapes and designs as documents of a history." This means that the patterns created by humans between heaven and the land must be incorporated into design. In other words, design must be combined with humanistic philosophy and history, which are related to the worldview of humans, and literature, which tells stories. If design is about creating meaning by connecting people who have lived on that land, then the design of each place will inevitably be distinct and have its own unique characteristics. Norberg emphasizes the connection between people, place, and the earth, and tells the story of the spirit of a place. However, he says that 'Genius Loci' does not mean blindly following old models, but rather revealing the identity of the place and reinterpreting it in ever new ways.

### 4. The Korean Aesthetics

When examining traditional aesthetics in Korea, we can see that the basic words of human( 인 간 , 人間 , in-gan), time( 시간 , 時間 , shi-gan), and space( 공간 , 空間 , gong-gan) all contain the meaning of the 'relationship between' in common. The expression of the relationship in which the sky, earth, and humans are connected and living in harmony can be found in many traditional Korean arts and design. Many Buddhist temples in Korea are commonly seen to be harmoniously arranged with the natural terrain in the mountains. Everything is connected, human beings are not separate from the planet that we all live on, therefore everything in one way or another effects everything else. It is necessary to revisit such a worldview.

는 인문학과 결합해야 한다는 것이다 . 그 땅에 무늬를 만들며 살아온 사람과 환경을 연결하여 의미를 만들어내는 것이 디자인이라 한다면 각 장소의 디자인은 구별되고 각각의 특징이 다를 수밖에 없을 것이다 . 노베르그 - 슐츠도 비슷한 맥락에서 사람과 장소 그리고 지구와의 연결을 강조하며'장소의 혼'을 이야기한다 . 그러나 그가 말하는 'Genius Loci'는 과거의 모델을 답습하는 것을 의미하는 것이 아니라 장소의 정체성을 밝혀서 새로운 방법으로 재해석하는 것을 의미한다고 말한다 .

### 4. 한국의 전통미학

여기서 한국의 전통적인 미학을 살펴보면 , '인간'과 '시간'과 '공간'이라는 기본적인 단어에 공통적으로 '사이 간 ( 間 )'이라는 관계의 의미가 포함되어 있음을 볼 수 있다 . 하늘과 땅 , 자연 , 그리고 인간이 연결되어 조화롭게 살아가는 '관계성'의 표현은 한국의 여러 전통 조형물에서 확인할 수 있다 . 예를 들면 한국의 많은 불교 사찰들은 산 속에 자연의 지형과 조화를 이루어 사이좋게 배치가 되어있는 것을 흔히 볼 수 있다 . 인간은 우리 모두가 살고 있는 지구와 분리된 존재가 아니기 때문에 , 어떤 방식으로든 모든 것이 다른 모든 것에 영향을 미치며 살아가고있다 . 이러한 세계관을 다시 되새겨볼 필요가 있다 . 유기적이고 전일적인 동양적인 사고는 근대 이후 대세를 이루어온 기계론적이고 환원주의적 세계관과 구별된다 .

### 5. 의미있는 관계성으로 디자인하기

사람은 누구나 어딘가에 속해 있고 , 자신이 누구인지에 대한 안정된 인식이 필요하다 . 한 장소가 오랫동안 존재하고 사람들이 그것을 인식할 때 , 그것은 그들의 일부가 되어 안정감을 느끼게 된다 . 세상이 변하더라도 장소가 그 특징을 유지할 수 있다면 , 사람들은 그 곳에 연결되어 있음을 느낄 수 있을 것이다 . 모든 것이 변하더라도 자신의 정체성과 자신이 속한 곳의 역사문화적인 가치가 상호 연결된다면 , 현대인들이 마주하는 소외의 문제 등 심리적 문제들이 해소될 수 있을 것이다 .

한 문화와 장소의 정체성은 그것의 성격과 같은데 , 주변환경과 지리적 위치 , 그것이 어떻게 구성되어 왔는지 , 그리고 그것을 독특하게 만드는 것이 무엇인지에서 비롯된다 .

우리는 자연의 일부이며 , 우리가 만드는 모든 것들은 우리 주변의 세상인 장소 , 문화 , 환경과 연결되어 있다 . 그것들은 무작위적 물건이 아니며 , 그것들은 더 큰 우리들의 이야기의 일부로서 이해되어야 할 것이다 .

우리는 인간과 우리가 만드는 물건들 사이의 의미 있는 연결을 되찾기 위한 방법을 찾아야 한다 . 우리는 한 발 물러서서 , 물건들의 관계와 맥락을

Organic and holistic Eastern thought is distinct from the mechanistic and reductionist worldview that has been dominant since modern times.

**5. Designing with meaningful Relationships**

People need to belong somewhere and have a stable understanding of who they are. When a place has existed for a long time and people recognize it, it becomes a part of them and helps them feel a sense of stability. If a place can maintain its characteristics even as the world changes, people will feel connected to it. Even if everything changes, if one's identity and the historical and cultural values of the place to which they belong are interconnected, it may be possible to resolve psychological issues such as the problem of alienation faced by modern individuals.

The identity of a place is like its personality, and what makes it unique and special. The identity of a place stems from where it is located, how it is set up, and what makes it unique. We are part of nature, and everything we create is connected to the world around us. Therefore, the things we create are always connected to the place, culture, and environment where we make them. They are not just random objects, but a part of a bigger story.

We need to find ways to bring back the meaningful connection between humans and the things we create. We should take a step back and design things with more thought, considering their relationships and context, to provide a more meaningful way of life.

Norberg said “When the living environment is meaningful, people will feel at home”, and Maeda, J. also said, “Man is an animal suspended in the web of meaning he himself has woven,” One of the designer’s missions is to give meaning to “things” so that they can exist more harmoniously in the web of social purpose.

When that happens, the cultural ecosystem of humanity can have diversity, and creative communication with the world will be possible through meaningful connections between humans and the environment.

고려하여 보다 심사숙고된 디자인을 해야 하며 , 이를 통해 우리의 환경 속에서 사람에게 보다 의미 있는 삶을 제공해야 할 것이다 . 노베르그 - 슐츠는 살아가는 환경이 의미가 있을 때 사람들은 집처럼 느낄 것이라고 말했다 . 또한 존 마에다는 " 인간은 스스로 엮어온 의미의 그물에 매달린 동물이다 ." 라고 말했다 . 디자이너의 임무 중 하나는 " 사물 " 에 의미를 부여하여 그것들이 사회적인 목적의 그물 속에서 보다 조화롭게 존재할 수 있도록 하는 것일 것이다 .

그렇게 될 때 우리 인류의 문화생태계는 다양성을 가질 수 있을 것이고 , 이러한 인간과 환경의 의미 있는 연결 속에서 세계와의 창의적이고 유쾌한 소통도 가능해질 것이다 .

## Yoichiro Tomioka

Design Leader, Design for LIXIL Water Technology, Japan

## 토미오카 요이치로

디자인 리더, Design for LIXIL Water Technology

### About

**Main Background**

Swinburne University of Technology, Bachelor of Engineering with Product Design, Design Engineer Bosch Japan

**Major Interest:**

The consumer-centric approach for people's daily lives. Human science and engineering involve insights into sensory and cultural behavior, which are important for creating superior products and services that improve people's lifestyles. The aspects of the Design environment for global design teams. Which inspires and respects others and leads innovative ideas into products that can change consumers' experiences and business models.

**Major/Specialty:**

Expertise in professional design and business planning skills for building materials and housing equipment, with specific knowledge in prefabrication products, sanitaryware and fittings, and advanced sanitaryware design. Experience in human-centred approaches with architects and Designers. Design Managing skills in different work environments with people from different cultural backgrounds and in multinational brands.

**The Representative Exhibition/Planning:**

Exhibitions that communicate the brand : INAX Exhibition 2011, 2012 and 2019 in Superstudio Piu in Milan. LIXIL product concept exhibition in HOUSE VISION 2016.

**Research / Design:**

The Development of the Design Process with Oriental Culture & Design Center 2012. Research &development of Bathroom & Kitchen units with Tokyo University 2016.



### Moderator Question :

**Q1. Japanese design is now communicating with the world, and it seems that their brands are recognized universally. As an example, there is MUJI. What is the universal value of Japanese brands?**

**Q2. LIXIL was introduced to Salone for decades. What was intended to be communicated? What did Japan try to convey?**

**Q3. Eastern taste and Western taste differ. Did this difference promote Japanese design brands' success?**

**Q1. 일본의 디자인이 세계로 소통하고 있다 . 일본의 브랜드가 글로벌에 보편적으로 각광 받고 있는 것으로 보인다 . 통용되는 디자인 사례로 무지 등이 있다 . 일본의 브랜드가 가진 보편적 가치란 무엇인가 ?**

**Q2. LIXIL 은 십수년간 밀라노 Salone 에 소개했는데 , 여기서 무엇을 소통하고자 했고 , 일본의 무엇을 전하고자 했는가 ?**

**Q3. 동서양이 서로 좋아하는 감각이 다르다 . 이러한 다름이 일본 디자인 브랜드의 성공을 이끌었는가 ?**

Born in Japan and study in Melbourne Australia, Design Engineer in BOSCH.In 2006, joined INAX and involved in product development in brand strategy. Foam Spa at the Milano Salone (in collaboration with renowned designers Kenya Hara and Toshiyuki Kita). From 2013, assigned to the research institute and participated in the LIFECORE project as promotion leader and collaborated with MUJI, etc. 2016, collaborated with renowned architect 'Shigeru Ban'. exhibited LIFECORE at HOUSE VISION in collaboration with. In 2017 INAX branding with Paul Flowers and produced Signature Elements. Subsequently, became the project leader for S600, a product range that conveys INAX's brand image to date.

LIXIL Global Design consists of a wide range of countries from the very east to the very west of the world. Design studios are located from Japan to China, Singapore, Germany, London and the USA.Our aim is to design and develop relevant, purpose-driven products that solve real-life challenges and add tangible value to everyone's daily lives.

There are more than 120 in-house designers in total.
We collaborate with R&D, marketing, and other business functions to implement consumer- centric design thinking into all our products, working together to make better homes a reality for everyone, everywhere.
With our global brand portfolio we provide unrivaled experiences through products that are used by more than a billion people everyday.
Clearly differentiated by The Signature Elements and color coding.

With so many brands in the LIXIL Brand, how do you set them apart?We have tried to give design features to its brands, building on our work from the past to make them our DNA. One tool is the production of Signature Elements, which can complement the Japan INAX brand.



일본 태생 , 오스트레일리아 · 멜번 출신 , BOSCH 의 디자인 엔지니어를 담당 . 2006 년 INAX 에 입사해 상품개발 , 브랜드 전략에 종사 . 밀라노 사로네에서 폼 스파를 발표 ( 저명 디자이너 하라 켄야씨 , 기타 토시유키 씨와의 공동 제작 ). 2013 년부터 연구소에 배속 , LIFECORE 프로젝트에 프로모션 리더로서 참가 , 무인양품 (MUJI) 등과 콜라보레이션 . 2016 년 저명한 건축가 ' 반 시게루 ' 와 콜라보레이션 . HOUSE VISION 에서 LIFECORE 를 공동 전시 . 2017 년 INAX 가 Paul Flowers 와 브랜딩하여 Signature Elements 를 제작 . 이후 S600 의 프로젝트 리더로서 지금까지의 INAX 브랜드 이미지를 전달하는 상품군을 전개한다 .

LIXIL Global Design 은 바야흐로 세계의 동쪽에서 서쪽까지 넓게 구성되어 있습니다 . 일본에서 중국 , 싱가포르 , 독일 , 런던 , 미국까지 널리 디자인 스튜디오가 마련되어 있습니다 . 우리의 목표는 현실 과제를 해결하고 모든 사람의 일상 생활에 구체적인 가치를 부가하는 적절하고 목적 지향적인 제품을 설계하고 개발하는 것입니다 .
인하우스 디자이너는 모두 120 명 이상 . 우리는 연구 개발 , 마케팅 및 기타 사업 부문과 협력하여 소비자 중심의 디자인 사고를 모든 제품에 도입하고 보다 나은 주거를 모든 곳에서 모두에게 실현하기 위해 협력하고 있습니다 .

글로벌한 브랜드 포트폴리오로 10 억 명 이상의 사람들이 매일 사용하는 제품을 통해 유례없는 체험을 제공합니다 .
Signature Elements ( 조형 요소 ) 와 컬러 코드로 브랜드를 명확하게 구별할 수 있도록 설정 .
LIXIL Brand 에는 많은 브랜드가 있는 가운데 어떻게 그 브랜드를 돋보이게 할까요 ? 우리는 과거로부터의 대처를 바탕으로 그것들을 자신들의 DNA 로 만들기 위해 디자인의 특징을 그 브랜드에 부여하도록 했습니다 . 그 하나의 툴로 Japan INAX 브랜드를 돋보이게 할 Signature Elements 의 제작입니다 .

일본 INAX 브랜드의 보편적인 가치는 무엇인가 ? INAX 브랜드가 가진 역사 100 년을 돌아보았습니다 . 그 중에는 과거부터 계속 이어져 오고 있는 철학이 있고 , 일본의 문화에도 뿌리를 두고 있다는 것이 특징임을 알 수 있었습니다 . 그 특징을 포착함에 조형으로서 세 가지 형태가 우리 DNA 에 있다는 것을 알게 되었습니다 .

What are the universal values of the INAX brand in Japan We looked back at the 100 years of history that the INAX brand has had.We found that some of these ideas have been handed down from the past all the way back to the present, and are features that are deeply rooted in Japanese culture. Three forms have been identified in our DNA as capturing and modelling this characteristic.

One of these shapes is a fusion of human and architectural forms. It is a curve that fits beautifully into architecture and is also gentle on people.

The second is INAX's core water-tight design. By being aware of this subtle surface tension, the design prevents water from pooling and makes it easier to clean.

The third is the Volcano of Mt Fuji. It is easy to clean and maintain, robust yet elegant.

The design of all our products is based on these Signature Elements, which represent the Japanese and INAX brands.

S600 is the brand driven product, we use our signature elements “Squoval” to the hero view.

The S600 LINE combines the traditional Japanese approach to utilizing space with modern sensibilities. Through intelligently arranged products that look like pieces of art, this bathroom space helps bring about a deeper level of relaxation and vitality.The design was exhibited at the 2019 Milano Salone @ Superstudio and gained prominence.

S400 is the half Squoval shape for the hero view. Straight line at the back of the product (against to the wall).



그 한 형태로 사람과 건축의 형태를 융합한 형태가 있습니다 . 건축에도 아름답게 조화를 이루고 , 사람에게도 자연스럽게 사용할 수 있는 커브입니다 .

두 번째는 INAX 의 핵심인 물을 머금은 디자인 . 이 미묘한 표면 장력을 의식함으로써 물이 잘 고이지 않고 청소성이 좋은 디자인입니다 .

세 번째는 후지산의 볼케이노 . 청소와 유지보수도 간단하고 견고하면서 우아한 디자인입니다 .

이들 일본과 INAX 브랜드가 보여주는 Signature Elements 를 바탕으로 우리들의 모든 제품의 디자인은 구성되어 있습니다 .

S600 은 브랜드 주도의 제품이며 , 우리의 Signature Elements 인 "Squoval" 을 히어로 뷰에 사용하고 있습니다 .
S600 LINE 은 일본의 전통적인 공간 활용법과 현대적인 감각을 융합한 것입니다 . 마치 아트와 같은 제품 배치로 더 깊은 휴식과 활력을 가져다 줍니다 . 이 디자인은 2019 밀라노 사로네 @Superstudio 에서 전시를 진행하여 각광을 받았습니다 .

S400 은 히어로 뷰용의 하프 스쿠오발 형상입니다 . 제품 후면 ( 벽면에 대하여 ) 은 직선입니다 .
일본의 건축은 빛과 그림자를 능숙하게 사용하여 비할 데 없는 아름다움을 가진 공간을 만들어 왔습니다 . 작은 창문으로 들어오는 신비로운 빛은 바닥과 벽 , 제품에 다양한 음영을 만들어 냅니다 . 그 결과 정적과 편안함을 느끼게 하는 , 꾸미지 않은 , 그러나 철저한 우아한 공간이 생겨나는 것입니다 . 타일부터 화장실까지 건축과 제품의 조합은 빛의 사용법을 궁리함으로써 비로소 이러한 분위기가 되는 것입니다 .

S200 은 "Tension" 을 디자인에 채용하고 있습니다 .
일본의 협소한 공간을 의식한 공간으로 좁은 공간에서도 넓게 사용할 수 있는 요소를 고려하여 디자인을 해오고 있습니다 .

눈치채셨겠지만 INAX 뿐만 아니라 LIXIL Global Design 에서는 같은 활동을 해오고 있습니다 . 동서양의 문화적 차이를 이해하고 일본 디자인 브랜드의 명확한 차이를 내는 데 성공했습니다 .

Japanese architectural practices have created spaces of unparalleled beauty through the masterful use of light and shadows. Mystical rays of light penetrate through small windows, forming different shades and shadows on the floor, walls, and products. This creates a sense of serenity, of utter relaxation - an unembellished yet thoroughly elegant space. Only by carefully designing the use of light can the combination of architecture and products, from tiles to toilets, create such an atmosphere.

S200 is using “Tension” for its design.

The spaces have been designed with narrow spaces in Japan in mind, considering elements that can be used to create a larger space in a smaller space.

As you may have noticed, not only INAX but also LIXIL Global Design has been engaged in the same activities. We understand the cultural differences between East and West and have succeeded in making a clear difference to Japanese design brands.

Finally, from LIXIL Global Design, the German brand GROHE has a venue to be seen at this year's Milano Salone.Here, too, you will be able to see how the brand understands the cultural differences between the East and the West, and how it is developing its projects.

Stay tuned for further activities of LIXIL Global Design.

마지막으로 LIXIL Global Design 으로 부터 독일 브랜드 GROHE 가 올해 밀라노 사로네에서 만나볼 수 있는 행사장이 있습니다 . 여기서도 동서양의 문화적 차이를 이해하고 프로젝트를 진행하고 있는 활동들을 보실 수 있으리라 생각합니다 .

LIXIL Global Design 의 새로운 활동을 기대해주십시오 .

## Zhoujie Zhang

Associate Professor, Tongji University
Visiting Professor, China Academy of Art
Founder of Zhang Zhoujie Digital Lab, Founder of EndlessForm

## 장저우제

부교수, 통지대학교
객원교수, 중국미술대학교
장저우제 디지털 랩 설립자, 설립자 , EndlessForm


## About

**Main Background**

Independent Designer, Digital Artist, Graduated from Central Saint Martins College of Art and Design in London. Since he established Zhang Zhoujie Digital Lab, he is a pioneer in the realm of digital creativity, his work is known for being independent, experimental, and futuristic.

**Major Interest:**

Zhang believes that objects in the digital world can grow and develop like a natural evolution, and he is dedicated to discovering and exploring the methods within these transformations. His work mainly focuses on the simplicity of logic, variety, and unpredictability, which is based on his un-derstanding of nature.

**Major/Specialty:**

Computer Generative Design Practice. Zhoujie has two fundamental rules when creating all his artworks. The first is to respect the digital and logical rules and design without anticipation; the other is to give as little control as possible. Zhoujie believes that design should be spontaneous, like poems and emotions. It should be the natural reflection of acknowledging an understanding of the world.

**The Representative Exhibition/Planning:**

2021.09 Material Tales: The Life of Things, CAFA Art Museum, Beijing
2021.08 Convivial, Today Art Museum, Beijing
2019.02 Metropolitan Sets, Frieze LA, Los Angeles
2018.11 Zhang Zhoujie & Zhang Zhoujie, HOW Art Museum, Wenzhou
2018.06 Formation in Action, Design Miami / Basel, Basel
2016.05 Out of Hand, Museum of Applied Arts &Sciences, Sydney
2016.04 Re+Connect, Milan Triennial Design Museum, Milan

**Research / Design:**

His Design Works such as the ‘triangulation series’ have been exhibited widely around the world and selected by museums as well as individual collectors. His work has appeared in mainstream media such as Wallpaper*, The New York Times, and Vogue, and he was profiled as one of the “2014 100 Most Creative People in Business”by Fast Company , and also ‘Forbes China 2021 The Most Valuable Smart Designer TOP10’.



## Moderator Question :

**Q1. How is Orientalism and aesthetic values applied in design? How much importance do you weigh this in your work?**

**Q1. 동양사상과 미적 가치가 디자인에 어떻게 반영하고 있습니까 ? 그리고 본인의 작품 세계에 어느정도의 중요성 , 비중이 있다고 보십니까 ?**

I have been learning Chinese painting since childhood, and I have been influenced by traditional Chinese art. I think the most important influence of eastern philosophy on me is the perspective of looking at the world, that is, The law of the Tao is its being what it is, we need to follow the natural law.

The ultimate ability to create is to learn from nature and express it in pure language. My design philosophy comes from an understanding of nature.

The cultural characteristics of China, I don't know very well, it may be changing, maybe in our blood, throw away any symbols, from the heart to create, the work represents the Chinese culture.

Good afternoon, everyone. I am very glad to be invited to this forum. I will briefly introduce the influence of Eastern philosophy on my creation and the current development situation:

My earliest inspiration comes from Taoist philosophy, especially its description of nature, that is, things are constantly changing and only Tao remains unchanged, and Tao is a universal law. I am eager to create things with Tao.
In 2009, when I was looking up Taoist literature, I accidentally found that the pattern in a vessel of Ming Dynasty was similar to the computer-generated design, which inspired me. Isn't algorithm the "Tao" I am looking for?
So I began to explore. The first experiment was if a computer designed a chair, how would it be designed? Starting with the simplest points, I slowly explored a map that would be a chair with genes!



나는 어려서부터 중국화를 배웠고 , 중국 전통 예술에 대해 일정한 훈도를 가지고 있다 . 동양 철학이 나에게 가장 큰 영향을 준 것은 세계를 보는 시각 , 즉 도법의 자연 ( 道法自然) , 우리는 자연의 법칙을 따라야 한다고 생각한다 .

창작의 궁극적인 능력 , 즉 자연스러움을 본받아（师法自然） 순수한 언어로 표현한다 . 나의 디자인 철학은 바로 자연에 대한 이해에서 비롯된다 .

중국의 문화적 특성은 잘 모르겠다 , 그것은 변화할 수 있고 , 아마도 우리의 피 속에서 어떤 상징도 버리고 마음에서 우러나오는 창작물은 중국 문화를 대표한다 .

안녕하세요 여러분 , 이번 포럼에 초대되어 매우 기쁩니다 , 저는 동양 철학이 저의 창작에 미치는 영향과 현재 발전 상황을 간략히 소개하겠습니다 .

나의 가장 초기의 영감은 도가 철학 , 특히 자연에 대한 묘사 , 즉 사물은 끊임없이 변화하고 오직 도만이 변하지 않는다 , 도는 우주의 법칙이다 , 나는 ' 도 ' 로 창조물을 창조하는 것을 매우 동경한다 .
제가 2009 년에 도가문헌을 찾아보다가 우연히 명나라 그릇의 문양이 컴퓨터 생성 설계와 유사하다는 것을 발견했는데 , 이것은 알고리즘이 바로 제가 찾는 ' 도 ' 가 아닙니까 ?
그래서 저는 탐색을 시작했는데 , 먼저 컴퓨터가 의자를 디자인할 경우 어떻게 디자인할 것인지 실험해 보았습니다 . 가장 간단한 점부터 생성 , 천천히 재 하나의 지도를 탐색할 것이다 , 이것은 유전자가 있는 의자가 될 것이다 !

이것은 제가 1 년 후에 만든 첫 번째 완제품입니다 .
그리고 나서 책상을 만들었는데 제 작품은 초 안에 다 완성돼서 성장 과정을 보실 수 있습니다 . 논리가 매우 간결하다 .
이후에 사람의 데이터를 읽어 맞춤형 의자를 자동으로 생성하는 센서를 개발했다 .
가구를 만드는 것 외에 순수 예술 작품도 만들 수 있습니다 . 예를 들어 이 메쉬 시리즈는 물 같은 느낌이에요 .

그리고 몇 개의 전시회를 열었는데 , 모두 논리 미니멀 , 컴퓨터 생성에 관한 것이다 .

This is the first finished product I made after a year.
Then I made a table. All my works were finished in seconds, you can see the growth process of it. The logic is very simple.
Then he developed a sensor that reads a person's data and automatically generates customized chairs.
In addition to furniture, I will also make some pure art works, such as this mesh series, which is similar to the feeling of water.

I have also done some solo exhibitions, which are all about logic minimalism and computer-generated works.
This is a point passing through a circle. I think this is a very poetic process, just like drops of water on the surface of the water.
It's the same with this work. The logic of a computer, but at the same time very pure poetry.

My ultimate goal, of course, is to achieve the shape of infinity, the spectacular diversity of nature.
To achieve this goal requires a lot of capital and industrial capacity, a good business model, so I started to set up a company.
Therefore, the EndlessForm digital furniture company was established in 2014 and started industrial practice.

This is the 2018 Design Shanghai exhibition, which got a lot of attention.
Since then, it has been constantly updated and iterated to achieve a digital factory and a second generation pipeline.
I invited many automotive engineers to participate in the development, which combined with my digital manufacturing concentrated many advanced manufacturing techniques and thinking.



이것은 점들이 원을 통과하는 과정이다 . 마치 물 위에 떨어지는 것처럼 매우 시적인 과정이라고 생각합니다 . 이 작품까지 포함해서요 . 컴퓨터의 논리성을 가지면서도 순수하게 시적입니다 .

물론 저의 궁극적인 목표는 무궁무진한 형체를 이루며 , 자연적으로 장관이고 다양한 종으로 진화하는 것입니다 .
그러기 위해서는 많은 자금과 산업력 , 훌륭한 비즈니스 모델이 필요하기 때문에 저는 회사를 설립하기 시작했습니다 . 그래서 2014 년에 EndlessForm digital furniture company 를 설립하여 산업 실천을 시작했습니다 .

2018 년 “Design Shanghai”전시회로 많은 관심을 받았습니다 .
이후 지속적으로 업데이트되고 반복되어 디지털 공장과 2 세대 생산 라인이 실현되었습니다 .
저도 많은 자동차 엔지니어들을 개발에 참여하도록 초대했고 , 저의 디지털 제조와 결합하여 많은 선진 제조 공정과 사고를 응축했습니다 .
작년에 알고리즘을 업데이트하여 제조에 더 적합하고 다양성이 더 두드러졌습니다 . 왼쪽 하단 색상의 의자가 바로 이 프로그램입니다 .
결국 작년 11 월 , 우리의 새로운 프로젝트가 출시되었고 , 한 달에 300 개 이상의 상품이 판매되고 200 만 이상의 수입을 얻었으며 , 대량 생산을 시작했으며 , 현재 우리는 여전히 생산 및 배송 중입니다 .
이것은 우리가 그때 찍은 홍보 영상입니다 . 천편일률적인 사람들이 갑자기 개성화 시대의 도래를 각성하는 것을 말합니다 .

현재 우리는 다음 단계 , 즉 공동 창작 단계에 들어갔으며 , 우리는 사용자와 함께 완전히 새로운 의자를 만들고 가까운 미래에 일정한 규모에 도달할 것입니다 .

이것은 우리의 최근 전시회입니다 .
지난달 광저우에서 실물을 전시했습니다 .

마지막으로 동양철학은 나에게 매우 깊은 영향을 끼쳤다고 말하고 싶습니다 . 나는 나의 디자인이 자연처럼 스스로 발전하고 진화하여 인간과 세계를 위해 아름다움을 창조할 수 있기를 바랍니다 . 감사합니다 .

Last year I updated the algorithm to make it more manufacturing-oriented and more diverse. The colored chair at the bottom left is this program.
Finally, in November last year, our new project went online. Within one month, more than 300 pieces were sold and the revenue was more than 2 million yuan.
Here's a promo we shot at the time, and it's all about stereotypical people suddenly waking up to an era of personalization.

We have now moved on to the next stage, the co-creation stage, where we are working with users to create completely new chairs that will reach scale in the near future.
This is our most recent exhibition. We showed real objects in Guangzhou last month.

Finally, I would like to say that I have been deeply influenced by Oriental philosophy. I hope my design can develop and evolve by itself and create beauty for human beings and the world just like nature. Thank you very much.

My question is: With the rise of artificial intelligence, where will the traditional design approach go? What is the breakthrough?

# Oriental Culture & Design Center

**2004**
**Establishment of OCD Center**

**Exhibition**
Tokyo Designer's Week : 100% Design "Design create The World"

**2005**
**Exhibition**
Tokyo Designer's Week : 100% Design "Street Furniture"

**2006**
**Exhibition**
Tokyo Designer's Week : 100% Design "사랑 , 그것을 담아내는 공간"

**2007**
**Workshop**
Partition and Space, Kookmin & Tsinghua Univ.
**Exhibition**
1st Korea/China/Japan Presentation Exhibition in China
Milan That's Design OCDC Milano Exhibition, Zona Tortona, Italy

**2008**
**Exhibition**
2nd Korea/China/Japan Presentation & Exhibition in Japan
Salone Satellite Milano Exhibition, Italy
**Seminar**
Oriental Design & Culture Korea/China/Japan "Water & Faucet"

**2009**
**Conference**
Korea/China/Japan Cultural Value and Design Practice
**Exhibition**
Seoul Design Olympic "Cultural Design of Korea/China/Japan, Hyu in Everyday Life"

**2010**
**Conference**
Culture and Design Korea/China/Japan
**Exhibition**
Seoul Design Fair "Living Culture in Korea/China/Japan"
Seoul Design Fair "Communication Space at Home in Korea/China/Japan"
Seoul Design Fair "Special Exhibition Soban"

**2011**
**Conference**
風 , 土 Searching for Design Identity-Korea/China/Japan
**Workshop**
風 , 土 Searching for Design Identity-Korea/China/Japan
**Exhibition**
VATALITY : Korea Young Designers, Triennale Di Milano, Italy

**2012**
**Exhibition**
[Re:Think] Korea+Japan Design Nagoya Design Center, Japan

**2013**
**Conference**
DESIGN INSIGHT_ Women And Design of Multicultural era
**Exhibition**
100% Design Shanghai Shanghai Exhibition Center, China
Home & Table Deco Fair Coex, Korea

**2014**
**Workshop**
Professional Education for Traditional Cultural Convergence and Integration Product Development
**Exhibition**
Milano Design Week Fuori Salone 2014, Sharing Design"GYUL", Italy

**2015**
**Conference**
Vitality 2015 : Beyond Craft & Design, Experience of Beauty, Material Emotion Culture
**Exhibition**
Saint-Etienne Design Biennale France <Vitality 2015: Beyond Craft and Design>, Saint-Etienne, France
Gwangju Design Biennale, Gwangju, Korea

**2017**
**Exhibition**
Venice Biennale "Design Beyond East & West", Venice, Italy

**2018**
**Workshop**
Asian Traditional Community Design Field Research in China
Asian Traditional Community Design Field Research in Japan

**2019**
**Founder**
1st Human City Design Award
**Exhibition**
Bauhaus mirror, DDP, Seoul

**2020**
**Organizing**
2nd Human City Design Award
**Exhibition**
1st DDP Design Fair, DDP, Seoul
DDP Design Museum "Woman in Design"

**2021**
**Exhibition**
2nd DDP Design Fair, DDP, Seoul

**2022**
**Exhibition**
3rd DDP Design Fair, DDP, Seoul

**** CEO of Seoul Design Foundation***

**2023**
**Forum**
DBEW2023 : Design Beyond East & West
**Exhibition**
Milan Design Week 2023, "Soban, Colorful Korean Lacquer"

# CREDIT

**Organized by**
ADI Design Museum Compasso d'Oro
Oriental Culture & Design Center

**Supported by**
Embassy of the Italy in Seoul
Embassy of the Republic of Korea in Italia

Taejae Research Foundation
Korean Federration of Design Associations
Asia Design Center for Future
Designhouse INC
INTERNI.IT

**Publisher**
**Oriental Culture & Design Center**
동양문화디자인연구소

**Planning, Director**
**Kyung Ran Choi**
최경란

**Forum Planning Team**
**Myoung Kim** 김명
**Eunah Choi** 최은아
**Qi An** 안기

**Emblem Design**
**Jin Yeoul Jung**
정진열

**Book Editorial Design**
**Myoung Kim**
김명