

흑백TV 시대에 영향을 미친 환경 및 스타일 변화에 관한 연구

Research about environment and change of style influenced upon the black and white TV

주저자 : 신명철 (Myung-chul Shin)

대구대학교 조형예술대학 산업디자인학전공

1. 서론

- 1-1. 연구 목적
- 1-2. 연구의 필요성
- 1-3. 연구방법 및 범위

2. 정책, 경제, 사회 환경

- 2-1. 정책 환경
- 2-2. 경제 환경
- 2-3. 사회 환경

3. 기술 환경

- 3-1. 전자산업 초기
- 3-2. TV시대 개막

4. 흑백 TV 디자인 변화과정

- 3-1. 콘솔(Console)형 TV 디자인
- 3-2. 포터블(Portable)형 TV 디자인

5. 결론

참고문헌

(要約)

전자산업 초기 흑백TV디자인의 흐름이, 앞으로의 제품개발이나 생산과 판매 등의 전략에 크게 도움을 줄 수 있다고 본다. 왜냐하면 현존하는 모든 제품에 대해 지나온 과정에는 역사가 있었고, 과거와 지금까지의 정보를 갖고 미래를 바라볼 수 있는 예측 수단으로 활용될 수 있기 때문이다. 제품의 성격에 따라서는 단순한 광고나 영업 전략에 의해서도 어느 정도 연장 또는 유지가 가능하지만, 그러나 장기적으로 그 제품이 가지는 생명력, 나아가 그 기업이 갖고 있는 경쟁력을 위해서는 보다 정확한 분석과 축적된 데이터가 필요하고 그런 정보를 잘 응용하는 과정이 필수적이다. 연구 대상의 흑백TV제품에 대한 정보는 제품 안내책자와 인쇄매체 의한 광고자료를 정리 하였다. 스타일 변화에 대해서는 제품 판매시점을 기준으로 1960년대부터 1980년대까지 콘솔형 TV, 포터블형 TV 디자인 변화와 관계가 있는 여러 가지 환경과 제품변화 흐름을 중심으로 연구하였다. 이런 제품들의 탄생과 소멸까지의 과정이 앞으로 다른 가전제품에도 반복 될 수 있다. 이제 우리의 가전제품의 국제적인 위치나 영향력으로 볼 때 과거의 제품변화 과정은 나름대로 역사성 갖고 있다. 이러한 과거의 흐름이 앞으로 탄생될 제품디자인의 기초로서 중요한 역할을 할 수 있다고 보기 때문이다.

(Abstract)

Black and white TV design process at early electronics industry can help greatly in strategy of forward product development or production and marketing.

Because, there is history about existed all product to process that progress. Past information make good use that estimate of new design.

According to character of product, advertisement and business strategies are available some extension of life cycle or preservation. But, it is need the data accumulated with correct analysis for ability that competitive power of the product. Data of Past information take advantage of well information is essential. Information about past products arranged pamphlet and newspaper advertisement. At this study emphasized on console model TV and portable style TV design change process of technology ability from 1960s to 1980s about product selling point.

Creation and extinction about products can get into iteration to other household electric appliance.

Design process of past product design has a history with our international location or influence power of household electric appliance. Therefore, such past flowing can important role as basis of forward product design.

(Keyword)

Process, Console, Portable

1. 서론

1-1. 연구 목적

산업제품들은 생물체처럼 외부환경으로부터 여러 가지 영향을 받으면서 진화해 나가고 있다. 진화과정에는 탄생과 성장 그리고 쇠퇴와 소멸의 과정이 있으며, 다른 환경의 영향도 받고 있다. 이런 과정이 제품의 수명은 자체의 생명력(경쟁력) 혹은 마케팅에 영향을 주는 외부 환경 변화에 따라 다양한 주기를 보여준다. 그리고 미래를 예측하고 일정한 판매목표에 도달하는 행위에는 많은 정보와 노력이 필요로 한다. 이와 같은 여건을 고려한 디자인 과정을 하나의 독립행위로 보기는 어려우며, 여러 가지 주변 환경과 조화를 이루면서 진행해야 한다. 그리고 우리 환경에서 일어났던 과거의 제품의 개발이나 생산과 판매 등, 그동안 진행해온 과정과 결과의 흐름은 앞으로의 전략에 크게 도움을 줄 수 있다고 본다. 왜냐하면 현존하는 모든 제품에 대해 지나는 과정에는 역사가 있었고, 과거와 지금까지의 정보를 갖고 미래를 바라볼 수 있는 예측 수단으로 활용될 수 있기 때문이다. 과거의 흐름을 이해한다는 것은 어쩌면 간단할 수도 있지만, 가전제품의 지난 과거는 서로 다른 성격을 갖는 각각 다른 환경과의 관계에서 복잡하게 상호작용하는 변화 속에 발전해왔으므로 변화단계마다 디자인변화의 동기나 과정을 이해 할 필요가 있다. 제품의 흐름에 따라서는 단순한 광고나 영업 전략에 의해서도 어느 정도 연장 또는 유지가 가능하지만, 그러나 장기적으로 그 제품군이 가지는 경쟁력, 나아가 그 기업이 갖고 있는 경쟁력을 위해서는 보다 정확한 분석과 축적된 데이터가 필요하고 그런 정보를 잘 이용하는 과정이 필수적이다.

1-2. 연구의 필요성

지금의 우리 기업들의 치열한 경쟁 환경은 하루가 다르게 변모하고 있다. 과거에는 몇 가지 성공적인 핵심제품으로 시장에서 소비자를 확보한 후 이를 기반으로 시장을 주도해 가면서 안주할 수 있었던 기업들도 WTO체제에서 국, 내외의 새로운 경쟁 기업들로부터 다양한 도전을 받고 있다.

이런 점을 극복하기 위해서는 그동안 우리나라에서 개발하였던 산업디자인제품에 대한 올바른 이해와 디자인변화과정을 조사하고 앞으로의 개발방향에서 참조하는 것이 바람직한 과정이라고 할 수 있다. 이제 우리나라 일부제품의 국제적인 위치나 영향력으로 볼 때, 과거의 제품변화과정은 나름대로 역사성이 있다고 볼 수 있다. 이러한 과거의 흐름이 앞으로의 신제품 전략의 기초로서 가장 중요하다고 할 수 있다. 그런 이유로는 지나간 디자인흐름이 신제품 개발이나 기존제품의 개량이나 또는 새로운 용도로의 진화과정 등에 적절한 방향을 제시해 줄 수 있기 때문이다. 특히 제품의 수명주기 관점에서 여러 가지 환경의 변화하는 모습과 제품디자인의 진화가 서로 깊은 관계가 있기 때문이다. 따라서 과거 가전제품디자인의 변화모습의 이해와 그 사례들은 제품계획과 전략에 관한 결정적 정책수단으로 응용될 수 있으며, 동시에 기업의 수익성 창출을 위한 예측 수단으로 활용 될 수 있다.

여러 가지 환경 중에서 국가나 가정의 경제적 여건과 함께 기술진화측면에서 영향을 받게 되면서 생산과 판매유형의 흐름을 바꾸면서 새로운 소비문화를 형성해나간다. 이런 변화와 함께 흑백TV디자인은 다양한 환경요인에 맞물려 진화한다고

볼 수 있다. 소비자는 자신들의 성향에 따라 필요한 도구(TV 제품)의 구입행위에 영향을 주는 개인의 욕구, 가치관, 생활의 식 등, 인간의 내, 외적으로 여러 가지 요인을 함께 포함하고 있다. 전자산업 초기의 흑백TV는 소비자 자신들의 생활수준에 따른 다양한 욕구를 충족시켜주던 제품이 될 수 있었다. 그러므로 1960년에서부터 1980년까지 가전제품 중에서 많은 디자인의 변화를 가져온 흑백TV 제품을 연구하는 필요성이 여기에 있다.

1-3. 연구방법 및 범위

신제품이 개발, 생산과정을 거쳐 시장에 출하하면서 제품의 수명주기(Life Cycle)는 시작된다. 제품의 성격에 따라 약간은 다르지만 도입기, 성장기, 성숙기, 쇠퇴기(소멸, 쇠잔)의 주기 곡선을 나타낸다. 하나의 제품군의 관점에서 보면 전체적인 순환주기(Product Cycle)있으며, 이러한 순환주기의 반복은 제품의 진화(발전)를 가져온다. 예를 들면 정책적인 영향으로는 가전제품의 특별소비세인하나 기술개발촉진법 또는 전자공업진흥법 등이 있으며, 경제적인 영향으로는 국민소득수준의 향상과 오일쇼크 등이 있다. 사회 환경으로 대중문화의 확산과 상업성, 인구의 도시 집중화, 국제적인 행사유치와 올림픽경기, 스포츠와 레저생활의 확산 등이 있으며, 기술 환경으로는 반도체개발과 브라운관의 곡률 개선, 부품개발과 국산화, 소재 산업의 발전 등을 들 수 있다. 이런 변화과정 속에서 제품수명주기는 물론 제품군의 순환주기에 여러 가지 환경변화의 영향을 받으면서 변화하기 때문에 제품개발 시점마다 다른 방법이 적용되어 계획을 수립하고 새로운 방향을 설정해왔다. 지나간 제품에 대한 정보는 팜플렛과 인쇄매체 의한 광고자료를 정리하였다. 또한 제품 판매시점의 1960년대부터 1980년대 까지 콘솔형 TV와 포터블형 TV를 여러 가지 환경변화요인과 함께 디자인의 변화모습을 중점으로 연구하였으며 일부 내용은 본인이 2002년에 연구 발표한 “가전제품 디자인에 영향을 미치는 환경 분석 연구” 내용을 일부 참조해서 연구하였다.

2. 정책, 경제, 사회 환경

2-1. 정책 환경

정책적 환경은 소비활동에 영향을 미치는 정부나 개인단체의 공공에 목적을 둔 활동과 특정한 법률과 규칙에 관련된 요인과 추이를 망라한다. 이와 같은 환경은 사회적 환경과 경제적 환경과 깊은 관련이 있다. 예를 들면 1969년 1월에 전자공업진흥법을 공포해서 전자산업 주요 수출산업 및 최대 고용산업으로 우리나라는 정부의 모든 부문에서 적극적인 육성정책을 펼쳐 왔다. 이러한 과정에서 전자부문에서는 한국전자공업진흥회를 이익연합과 조합의 협력 파트너로서 지정하고 전자산업정책을 수행하여 왔다. 본격적으로 산업화를 추진한 박정희 정권의 집권초기인 1960년대 중반에 그동안의 수입대체산업화에서 수출지향성장정책으로의 변화가 있었다. 그리고 유신정권 수립 후 1970년대 중반에는 경공업에서 중화학공업으로의 전환이 있었다. 이러한 수출일변도는 한국경제를 양적으로 팽창시켰을 뿐만 아니라 산업사회로의 변화를 가져왔다. 다음은 1960년부터 1980년까지의 전자산업발전에 영향을 준 주요 정

- 책을 나열한 것이다.
- 1961년-라디오 부품 수입금지 및 특정의래품 판매금지.
- 1969년- 전자공업진흥법 공포.
- 1971년-TV 등의 물품세를 인하.
- 1974년-전기용품 안전관리법 공포.
- 1977년-전자산업 중점 육성 품목 57개 선정.
- 1980년-컬러TV시판허용 및 방송개시.

2-2. 경제 환경

우리나라 경제개발은 1962~1981년까지 4차에 걸쳐 경제개발 계획이 실시되었고, 1982년부터는 경제사회발전계획으로 바뀌어 실시되었다. 경제계획은 1954년 7월28일 이승만 정부에 의해 경제부흥 5개년 계획을 수립하였고, 그 후의 장면내각에 의해서도 입안되었는데, 6.25전쟁으로 인한 피해복구에 중점을 두었으며 한, 미 경제 협정 조인으로 미국의 무상원조를 바탕으로 수입대체산업을 건설하겠다는 정도였다. 1961년 5.16군사 정변으로 들어선 박정희 정부는 민생고 해결을 내세워 정부가 국민경제 전반에 적극적으로 개입하는 개발정책을 계획하게 되었고, 1962년 제1차 경제개발 5개년 계획(1962~1966)을 정식으로 시작하였다. 그 후 한국경제는 경제개발정책에 의하여 성장, 발전을 거듭하였고, 4차례의 5개년 계획을 성공리에 마쳤다. 제1차 계획에는 대외 지향적인 개방체제의 개념이 확실하게 정립되지 못했으나, 제2차 계획 이후 공업화 전략을 꾸준히 추구하였다. 각 계획에서 세웠던 목표와 실적을 대비하면 경제성장률, 국내투자율, 수출상품증가율 등의 총망적 성장 지표들은 제4차 계획기간(1977~1981)을 예외로 하면 목표를 초과 달성하였음을 보여준다. 다음 표1은 1962년 이후 5개년 경제개발계획 정책방향과 주요경제지표를 요약한 것이다.¹⁾

경제 개발 5개년 계획	정책 방향	주요 경제 지표
1962~1966 제1차	· 에너지 공급원 확보 · 국제수지개선 · 기술 진흥	· 성장률 실적 7.9% · 자립경제기반구축 · 제조업비중 : 17.0%(1966년)
1967~1971 제2차	· 고도의 공업화기반조성 · 과학기술진흥과 인력개발 · 식량자급 고용증대	· 성장률 실적 9.6% · 산업구조 근대화 · 수출 10억불 달성(1970년)
1972~1976 제3차	· 중화학공업 육성 · 국제수지개선 · 과학 기술향상	· 성장률 실적 9.2% · 자립경제구조실현 · 제조업비중 : 27.6%(76년)
1977~1981 제4차	· 산업구조개편 · 과학기술 투자확대 · 경제운용제도개선	· 성장률 실적 5.8% · 수출 100억불 달성(1977년) · 1인당 GNP 1천불(1977년)

표1) 1962-1981우리나라 경제 개발 5개년 계획 정책방향과 경제주요 지표.

경제개발계획에서 1차는 국제수지개선을 2차는 고도의 공업화 기반조성을 3차는 중화학공업 육성을 4차는 산업구조개편을 주된 정책으로 하고 있음을 보여주고 있다. 다음 표2는 1965년부터 1980년까지의 국민 1인당 GNI와 인구 10명당 TV보유대수를 비교 표현한 것이다. GNI는 1965년 \$105에서 1980년

에는 \$1,598로 상승했으며, TV보유대수는 1965년 2대에서 1980년에는 165대로 상승하였다. 이와 같이 소득수준 향상과 가전제품은 밀접한 관계가 있다.

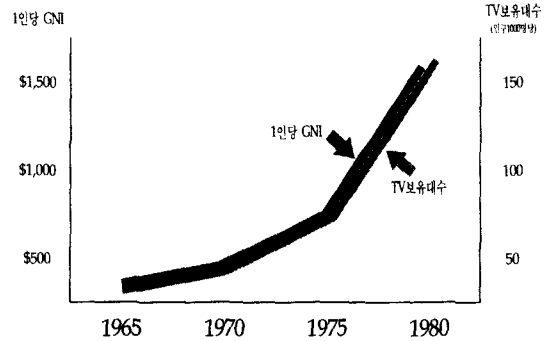


표2) 1965-1980 국민 1인당 GNI와 인구100명당 TV보유대수(통계로 본 대한민국 50년의 경제 사회상의 변화, 통계청, 1998 p.357 p.467. 참조)

2-3. 사회 환경

해방 이후 반세기 동안 한국사회의 근본적인 변화는 1960년대부터 급속히 진행된 근대화, 산업화, 그리고 도시화의 산물이라고 말할 수 있다. 특히 1960년대부터 국가주도에 의한 강력한 근대화와 경제성장의 추진은 한국사회를 신흥공업국가의 모습으로 완전히 변모시켰을 뿐만 아니라 수도권 주변의 공단 조성고 지방 신도시의 대단위 공단 설치는 공업노동자의 폭발적인 수적 팽창을 가져왔다. 이런 결과로 노동자의 소득향상은 물론 비교적 큰 구매력과 높은 정치의식을 가진 중산층을 확대한 결과를 낳았다.

한국사회의 계층구조 변화 중에서 가장 눈에 띄는 변화는 직업구조의 변화이다. 직업구성에서 농업과 같은 1차 산업 종사자의 급격한 감소와 함께 생산직·사무직은 물론 판매직·전문직·관리직 등 2차 산업과 3차 산업의 종사자 수가 크게 증가하면서 직업분화 및 전문화가 가속화되어 왔다. 1960년대의 대중문화의 주된 소비 집단은 직장을 다니는 성인계층이었다. 당시의 경제수준이나 규모로 보아 스스로 경제활동을 하는 계층만이 문화소비의 구매력을 가질 수 있었다. 그리고 1970년대에는 대중문화의 소비지단으로 대학생들을 중심으로 한 청년세대가 떠오른다. 대학생들을 중심으로 한 청년문화가 크게 유행한 것이 1970년대의 일이다. 이 때 대중음악은 청년층의 취향에 어울렸던 통기타와 가요가 크게 인기를 끌었다. 이 노래들은 젊은 층이 가지고 있었던 기성세대와 사회에 대한 환멸을 순수하고 낭만적인 이미지에 담아 표현하였다.²⁾ 그리고 1960년대와 1970년 초에 걸쳐서 국영과 민간TV방송의 개국은 TV가 대중 미디어의 자리를 잡게 되는 계기가 되었다. 그러므로 TV를 통한 대중문화의 상업주의와 함께 TV보급을 확대하는 결과를 가져오게 된다. 정부는 TV를 통해 국정홍보를 하기도 했으며, 일부 방송국에서는 건전한 오락과 스포츠 문화를 통해서 국민적 관심을 끌기 위해 노력을 기울여 올림픽, 월드컵과 프로 권투경기 등의 국제적인 행사를 TV를 통해 중계하였다.(그림 1 참조) 물론 사람들은 TV미디어에 대한

1) 송병락, 한국경제론, 박영사, 2000, pp.802-803.

2) 김창남, 대중문화의 이해, 도서출판 한울, 1999, p.45

관심을 더욱 높아갔으며, 문화산업에서 TV 비중은 점점 중요 한 위치를 차지하게 되었다.



그림 1) 1974년 서독 월드컵 TV중계를 이용한 TV 제품 신문광고 일부. 1974년 7월4일 조선일보.

3. 기술 환경

3-1. 전자산업 초기

일제의 침략과 해방 그리고 정부수립, 1950년 6.25 동란을 겪은 후, 우리나라는 경제와 사회 모든 분야가 피해해 있었고, 이러한 시대적 상황에서 전자산업 등과 같은 정밀제조업을 설립해서 발전시킨다는 것은 거의 생각할 수 없었다. 그러나 1952년 우리나라가 국제통신연합(ITU)에 가입하면서 국가가 전파매체에 관심을 갖고, 일반국민을 상대로 방송매체의 중요성을 인식한 것이 전자산업 측면에서 보면 다행스러웠던 것이며, 전기통신분야의 전쟁 후 시설복구가 계속 진행되면서 라디오방송에 대한 일반인들의 관심이 크게 높아졌다.

전자산업의 설비를 제대로 갖추고 있지 못한 상태에서 1927년 JODK라디오 방송을 개시로 시작된 라디오시대는 수신기 보급을 위한 국산제품은 없었으며, 수입이나 미군부대를 통해 밀반출 되는 제품이 대다수였다. 그리고 일부제품은 종전 후 전자부품시장에서 구입 가능한 외제부품을 이용한 조립한 라디오로 사용하기도 하였다. 1959년 금성사가 개발한 우리나라 최초의 전자제품인 라디오는 일제 라디오 "산요"를 모델로 한 A-501 모델(그림 2)인데, 이 제품은 가정용전기를 사용하는 즉 전기용의 5구(5개의 진공관 사용), 2밴드형의 라디오로 첫 생산목표는 2000대였다.(그림 2 참조)

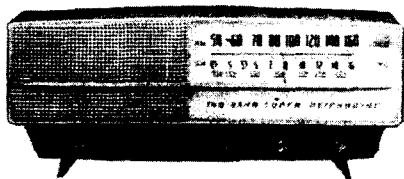


그림 2) 국내 최초 금성사 라디오 A-501 1959년.

케이스도 다섯 가지 색깔로 만들어서, 소비자들의 취향에 따라 고를 수 있도록 했다. 라디오에서 TV의 진입은 1956년에 우리나라 최초의 흑백TV방송(HLKZ)이 시작 되었고, 1957년에는 미군방송인 AFKN-TV가 개국하였으며, 1959년 HLKZ가 화제로 방송이 중단된 후 1961년 KBS-TV방송을 함으로서 본격적인 TV시대가 시작했다고 볼 수 있다. 이로서 라디오와

TV방송이 동시에 시청할 수 있는 시대가 도래 하였지만 국내 가전업체는 흑백TV를 제조할 수 있는 능력이 없었으므로 라디오 초기에서와 같이 텔레비전 수상기 보급의 대부분을 외국 제품을 수입해서 판매하였다.(그림 3 참조) 그러나 라디오수신기의 보급 확대와 국산화는 전자부품공업의 발전에 많은 영향을 주어서 흑백TV산업의 국산화가 빠르게 진행될 수 있었다.

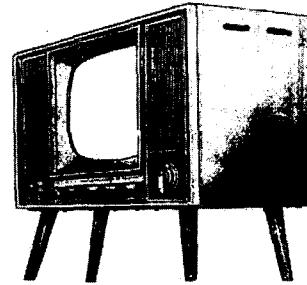


그림 3) 서울통상(주)에서 수입, 판매한 흑백 산요TV V-7 1962.

3-2. TV시대 개막

1960년대 초까지 라디오와 일부 전자부품을 생산하는 정도에 불과했던 전자업체는 1963년대 27개사 수준에 지나지 않았으나 1969년에는 무려 145개사에 달할 만큼 급증현상을 나타냈다. 특히 흑백TV가 생산하기 시작한 1966년 이후 1967년에 28개사, 1969년에 25개사 등 많은 업체가 신설되었다. 흑백TV 생산업체는 1967년 동남전기를 비롯하여 1968년 대한전선 등 3개사가 각각 증가되어 그 결과 1969년에는 8개사로 증가 되었다.³⁾ 이와 같이 많은 전자제조업체의 증가는 우리나라의 전자산업은 물론 흑백TV의 출현에 많은 영향을 미쳤다. 1961년 12월 31일부터 국영 TV방송이 개시된 이후 흑백 TV 시대를 맞게 된 업체는, 당시 수입에만 의존하던 TV를 국내에서 생산해 내려는 움직임을 갖기 시작하였다.

또한 흑백TV는 콘텐서, 저항기, 브라운관 등 300여종이 넘는 전자부품을 필요로 하기 때문에 취약한 부품 업계에도 파급 효과가 지대하였다. 그리고 정부시책의 홍보효과와 국민의 사회교육 측면에서의 영향 등 문화 향상에 크나큰 영향을 미치는 제품이기 때문에, 당시 공보부가 1962년 2만대를 수입하여 보급에 나서는 한편 국산화 계획을 수립하여 금성사 등 업체에 국내 생산을 권고하였다. 이에 따라 금성사는 1962년 일본의 히다치제작소와 TV생산을 위한 기술도입을 추진하기 시작하여 1963년에 이르기까지 약 15만 달러 상당의 TV 생산설비를 갖추고 동년 1월에 기술연수를 위해 히다치제작소로 7명을 파견하는 등 활발한 움직임을 보였다.

그러나 1963년에 외환위기가 시작되고 일부 여론에서 좋지 못한 전력 사정과 사치품이라는 이유를 들어 흑백 TV의 생산에 반대를 표명하므로 소요 부품의 수입허가가 나지 않는 등 고비를 맞게 되었으나 금성사는 1965년 초에 TV수상기 국산화 계획 및 전기제품 수출대책에 관련한 건의서를 정부 당국에 제출해서 정부시책 홍보 강화와 국내 전자산업 및 관련 산업

3) 한국전자공업진흥회, 전자산업40년사, 1999, p.50.

의 발전과 고용증대 효과와 국민 문화생활의 향상에 미치는 긍정적 영향을 역설하였고, 1965년 말경부터 외환 사정이 호전되고 국민소득 수준이 상승함에 따라 정부는 제한 수량의 TV보급을 결정하게 되었다. 금성사는 1967년 9월 6일 히다치 제작소와 TV수상기 및 FM라디오 제조에 대한 기술도입 계약을 체결하였다. 이때 이에 앞서 히다치제작소로부터 수입한 2만 1,187대분의 부품으로 동년 8월 1일에 생산해 낸 19인치 VD-191 모델(그림 4)은 포터블 형으로 4개의 조립식 다리가 부착된 제품이었다.⁴⁾

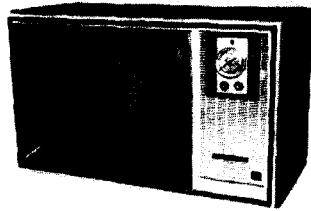


그림 4) 국내 최초로 생산한 금성사 흑백TV 19" VD-191 1967년..

외형은 630x400x320mm 크기로서 전원은 100V 최대 출력 1.5W 스피커는 12cm형 1개 부착에 진공관은 12구, 다이오드 5개가 소요되는 것이었다. 다음 해인 1967년에는 동남전기가 일본 샤프전기와 기술 제휴하여 샤프TV를 생산했으며, 한국 마벨이 미국 RCA와 기술제휴로 RCA TV를 생산해 냈는데 이들 제품의 인기는 대단하였다. 생산 업체가 증가하고 보급이 확대됨에 따라 사이즈도 19인치에서 서서히 탈피하여 16인치 23인치 등으로 다양해졌다. 1966년의 흑백 TV의 생산이 겨우 1만대를 넘어선 반면, 전국의 TV 보유 가구 수는 100,000가구 정도로 이중 서울 지역이 71,000가구 부산이 15,000가구 기타 지역이 14,000가구의 수준 이었다. 그리고 1966년 당시의 흑백TV의 소매가격은 미국제품이 17인치 13만원, 23인치 15만원으로 제일 고가였으며, 일본제품은 아직 국제시장에서 지명도가 낮은 때여서 17인치 8만원, 19인치 10만원이었다. 한편 국산화된 경우 국산 19인치가 87,683원으로 소비자가격이 산출되었다. 이 가격의 산출 근거는 1대당 도입 원료가 47.90달러(생산 과정의 Loss 및 Spare 5%포함, 당시 환율 272.50원), 수입관세가 평균 30%로 재무부 공시에 의한 특관세 그리고 완제품에 대한 물품세 30% 등으로서, 가격구조상 제세공과금 총액이 42,000원으로 판매가의 약 50%라는 비중을 차지했는데, 가격의 주된 요인은 특관세와 물품세였다.⁵⁾

4. 흑백 TV 디자인 변화과정

4-1. 콘솔(Console)형 TV 디자인

초기 흑백TV 제품케이스를 나무로 사용한 것은 1940년대 미국이나 1950년대 일본에서도 나타난 현상이기도 하며, 개발을 늦게 시작한 한국의 흑백TV의 초기제품에서 화학공업 또는

금형 산업이 발전하지 못한 이유도 있다. 1960년대 흑백TV의 국내 개발능력이 부족한 상황에서 선진국 제품의 개발사례를 답습하는 방식으로 앞서 개발한 외국제품의 흑백TV 초기현상에서 나타나는 디자인을 비슷하게 보여주고 있었다. 물론 당시에는 진공관으로 만든 TV제품으로 고가 형 이미지를 표현하기 위해서 일부 장식처리와 함께 외부 Cabinet을 나무로 제작했으며, 부품의 크기 및 방열처리 등으로 실 제품 구성에 필요한 공간보다는 약간 크게 제작하였다. 1956년 TV방송개국과 함께 주로 수입제품을 판매하던 시대로부터 많은 보급이 이루어진 시점인 1970년대 후반에서 TV는 누구나 가정에서 제일 먼저 갖추어야 될 필수품으로 생각하고 있었다. 당시에는 19인치와 17인치가 주종으로 전면에 접이식 도어를 설치했고, 양쪽으로 스피커를 부착 좋은 음질과 중후한 실내분위기에 줄 수 있는 디자인이 주로 생산하면서 흑백TV의 전성기를 맞이하게 된다. 다음은 국내에서 제작 판매한 흑백TV의 변화과정이다. 1966년 진공관식 흑백TV는 금성사에 의해 국내 생산 된지 3년만인 1969년 11월에 초고감도 진공관식 TV인 모델 UT-1(그림 5)/UT-2(그림 6)가 다시 금성사에 의해 개발, 생산됨으로서 새로운 전환기를 맞이하게 되었다. 세로형 콘솔인 UT-1은 19인치 완전 사각형의 대화면으로 안정된 화면을 보여주고 있다. 제품의 주요 특징으로는 스피커는 3단 증폭회로로 고감도 전자 두뇌 장치를 채용하여 채널의 두 번 조정 불필요 시청 채널을 정확하게 분별 할 수 있는 원도우식 채널 인디케이터를 채용하였고, 고급 폴리 나무합판으로 된 캐비닛, 그리고 이어폰 및 레코드 잭을 사용하는 등 당시로서는 특징이 많은 제품이었다.

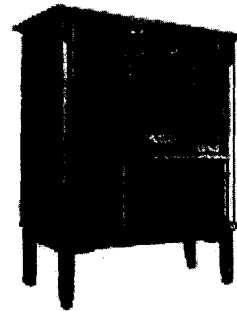


그림 5) 1970년 1월부터 판매한 금성사 진공관식 Console형 TV 모델 UT-1.

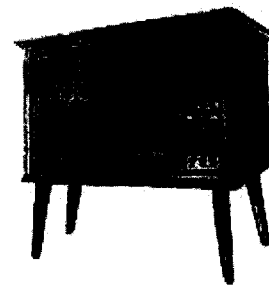


그림 6) 금성사 진공관 TV UT-2 1970년,

1970년 진공관식 흑백 TV로 개발된 금성사의 VS-196은 UT-2와 다른 디자인으로 가로형 콘솔로 동작 패널에서 채널 선택

4) 한국전자공업진흥회, 前掲書, p.55

5) 上掲書, p.56

부분 디자인은 유사하지만 앞면 좌우에 세로형 스피커그릴 디자인으로 변화를 주었고, 동작패널부분을 스피커부분과 분리시켜 세로형으로 처리한 것이 다른 점이다.

1972년 VT-83S(그림 7)는 19" 가로 형 콘솔로 동작패널 디자인은 과거의 모델과 차이가 없으며, 접이 식 도어에 스피커그릴을 좌우에 부착한 것이 특징이며, 소비자가격 112,600원에 1972년부터 1974년까지 장기간 판매되었다.

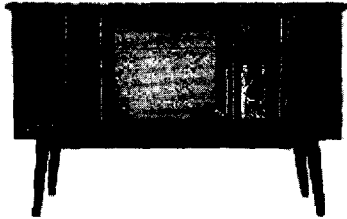


그림 7) 금성사 흑백 TV VT-83S 1972년.

그리고 다음으로는 대한전선의 RS-904(그림 8)제품으로 지금까지의 디자인과는 다른 모양을 갖고 있으며, 특히 전면의 가로선이 일직선인데 비해 이 제품은 좌우 양쪽을 사면 처리한 것과 동작패널을 채널 선택부와 일반조정Knob과 분리한 것도 다른 점이다.

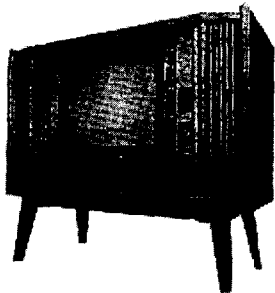


그림 8) 대한전선 흑백TV RS-904 1972년.

이제까지 생산제품은 채널이 VHF하나만 부착하였지만 1975년부터는 일부 제품에서 VHF/UHF채널을 부착한 제품이 판매되기 시작하였다. 1975년에 생산, 판매하던 삼성전자의 TV 제품의 내용을 살펴보면 과거의 진공관방식에서 Tr과 IC를 사용한 제품으로 절전과 화면밝기가 자동으로 감지되는 Photo Cell기능을 갖춘 흑백이 주된 제품으로 12인치에서부터 19인치까지 생산 되었고, 12인치가, 3모델 14인치가 2모델, 17인치가 6모델, 19인치가 4모델 등이다. 제품의 크기와 무게는 12인치 44(W) x 30.25(H) x 27(D)cm에 8Kg이며, 19인치 나무 캐비닛 제품은 105(W) x 75.8(H) x 38.6(D)cm로 40Kg이었다. 동작 패널 부의 채널선택Knob과 Volume등 조정 손잡이는 크롬 도금에 전면 알루미늄 플레이트를 광택 가공해서 제품의 이미지 고급화 기술했다. 주요 동작기능 패널은 주로 우측상단에 위치하였고, 일부제품은 하단에 부착, 디자인의 차별화를 시도하기도 했다. 케이스 외관에 주로 사용되는 재료는 원목 나무와 가공된 베니어판으로서 베니어판은 3mm두께의 베니어합판 위에 나무 무늬가 인쇄된 종이시트를 부착한 후, 투명

락카로 마감한 가공된 상태의 베니어판으로 주로 패턴 인쇄를 초기에는 일본에서 나무 패턴이 인쇄된 종이를 수입해서 사용했으며, 나중에 국내에서 그라비아 인쇄처리가 가능한 제조업체에 의뢰 생산하여 사용했다. 그리고 원목을 사용한 재료는 주로 나왕으로 외형을 목공기계인 루터로 모양을 만든 후, 일반 나무가구 가공공정으로 처리한 후 사용하였다. 기둥과 다리, 각각의 측면 연결부에 사용하였다. 아래 제품은 상판(케이스 상부를 덮는 부분)을 좌우측면의 크기보다 약간 튀어나오게 하므로 중후한 분위기를 보여주고 있으며, 좌우 스피커 그릴부분은 외측면 모서리 선에 일치시킴으로 단순하면서 독특한 모양을 보여주고 있다. 스피커 그릴중앙에는 장식처리로 회사로고를 삽입했고, 전면부에 있는 접이 식 도어는 TV를 시청할 때는 열도록 했고, 사용하지 않을 때에는 닫아서 열쇠를 잠글 수 있도록 했다. 그리고 베젤 부분은 플라스틱 사출로 패널부분은 알루미늄 플레이트를 장식 판으로 부착 상품의 가치를 높이는데 포인트가 되도록 했고, 채널 선국기능은 VHF하나만을 부착했다. 아래그림은 삼성전자 1975년에 생산했던 제품 모델 SW-T506L(그림 9)로, 제품의 주요 특징으로는 어두운 밤에도 사용에 편리한 점등식 엘리베이터채널 등이며 음성출력은 2.5W에 소비전력은60W이고 전체제품의 크기는 다리높이 28cm포함 89.8x68.7x37.5cm(WxHxD)이다 그리고 무게는 30Kg으로 약간 무거운 편이었다.



그림 9) 1975년에 출시된 삼성전자 SW-T506L.

다음과 앞 제품과 동일한 시점에 생산 판매했던 삼성전자 SS-C446L 17인치(그림 10) 모델로 전반적인 디자인은 비슷하나 양쪽 스피커그릴부분이 전혀 다른 디자인의 모습을 보여주고 있다.

당시 스피커 그릴의 디자인은 제품 전면부의 형상처리와 함께 제품의 차별화에 크게 작용했다. 그런 이유의 하나로는 스피커그릴은 플라스틱 사출성형에 의한 부품으로 다양한 디자인의 모습을 쉽게 보여 줄 수 있었다. 제품의 주요 규격은 ①자동주파수조정(A.G.C) ②채널마다 따로 화면조정이 필요 없는 기억동조회로(M.F.T) ③2개의 원형스피커를 채용한 Hi-Fi음향이며, 음성출력: 2W, 소비전력: 50W에 외형치수(WxHxD): 89.8x68.7x37.5cm이고 무게는 앞 제품과 동일한 30Kg이었다.

다음제품은 삼성전자 17인치 사각형 캐비닛으로 기존의 제품과는 달리 나무 캐비닛의 장식적인 요소를 배제한 제품이다. 외관케이스도 기존 제품과 달리 파티클보드위에 염화비닐시트를 부착 가공한 것으로 당시에는 기존의 제품이 복잡한 가구 제조공정을 거치는데 비해 간단한 공정으로 생산할 수 있었으므로 판매가격의 약간의 절감효과는 있었으나, 소비자에게 좋은 반응을 가져오지 못했다. 그 이유로는 TV구입개념이 가정

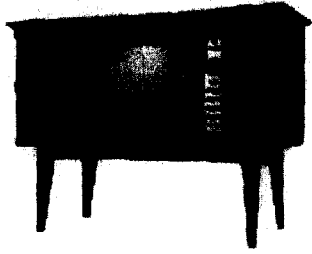


그림 10) 1975년에 출시된 삼성전자 SS-C446L.

내에서 가전제품의 비중으로 볼 때 중요한 위치를 차지하고 있었고, 당시 소비시장 분위기로 두 가지로 생각할 수 있는데, 하나는 고급형 이미지를 부각시키기 위해 “중후한 멋과 품위의 호화로운 설계”라는 것과 또 하나는 “어느 가정에나 잘 어울리는 가정 표준용 TV”(그림 11)라는 것이다. 같은 TV 화면의 제품이라면, 가격을 조금 더 지불하더라도 당시에는 값어치 있어 보이는 제품을 선호하였다.

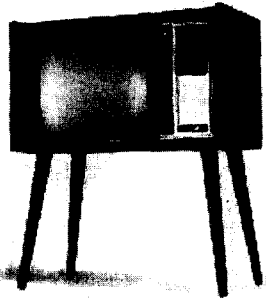


그림 11) 삼성전자 가정 표준용으로 판매한 17인치 흑백 TV RS-709UW 1976년.

다음 제품은 1978년 대한전선 17인치 흑백 TV RS-709UW(그림 12)로 디자인이 과거 제품에 비해 단순해가면서 디자인의 새로운 감각을 시도한 제품이라고 할 수 있다. 이런 변화는 흑백TV가 많은 보급물로 쇠퇴하는 시점이며, 동시에 컬러TV 방영과 판매를 앞두고 있기 때문에 흑백TV 디자인이 단순해가는 경향이 나타나고 있다.

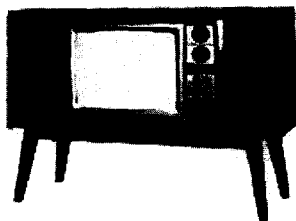


그림 12) 1978년 대한전선 17인치 흑백 TV RS-709UW.

제품의 주요 특징으로는 최고급 Hi-Fi 2 스피커시스템과 VHF, UHF튜너 채용으로 칼라TV, 교육방송의 흑백수상가능하며, 최고급 Grill좌, 우 부좌와 순간동작 브라운관채용으로 절전 및 수명연장 등이 있으며, 가정 내 전원은 당시 일부

220V 승압 공사가 한국 전역에서 우리나라 전 지역을 대상으로 일부 신축 아파트지역에서 220V와 100V가 동시에 공급되고 있던 시점이므로 100V/220V 겸용제품이 판매되고 있었다. 이 제품의 당시 소비자 가격은 105,700원으로 타 가전회사 비슷한 가격대를 구성하고 있었다.

다음은 1978-1979년에 걸쳐 판매되던 흑백 17인치 TV 금성사 VS-68BU(그림 13)이다. 이 제품은 흑백 TV의 거의 마지막을 장식하게 되는 시점으로 앞의 제품과 비슷하게 단순화된 외관 캐비닛 처리가 특징이며, 이제 흑백 TV보급이 거의 최성장으로 많은 가정에 보급이 이루어져 제품의 비중이 점점 쪼들려TV로 흐름이 일부 흘러가고 있었다. 초기 보급단계의 장식적 기능 요소를 다 갖추고 있지만 단순한 외형처리가 특징이라고 할 수다.



그림 13) 금성사 흑백 17인치 TV 금성사 VS-68BU 소비자 가격은 99,360원이다.

다음제품은 1978-1979년도에 판매되었던 금성사 셋별 19인치 흑백 TV VT-815BU(그림 14)으로 호화로우면서 웅장한 콘솔형이다. 이 제품은 인기가 있었던 제품으로 디자인의 특징은 장식적인 처리를 스피커 그릴과 하단부의 처리를 단순한 형태 이미지패턴의 반복으로 안정감과 중후함을 동시에 보여주고 있는 제품이다. 제품의 주요 구성으로는 ①웅장한 호화 캐비닛의 문단이 가로 콘솔형 ②VHF, UHF튜너 부착으로 칼라교 육방송 수신가능 ③절전형 금성 하이 스피드(High Speed)브라운관 채용 ④O.T.L회로 채용으로 풍부하고 선명한 음과 화면을 재생 ⑤100V/220V 공용으로 승압지역(220V)에서도 시청이 가능하도록 했으며, 소비자가격은 107,330원 이었다.

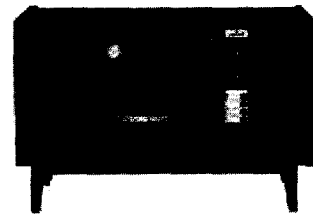


그림 14) 금성사 셋별 19인치 흑백 TV VT-815BU.

4-2. 포터블(Portable)형 TV 디자인

1960년 트랜지스터라디오 개발이 시작된 이래로 국내 부품산업의 활성화로 TV에도 진공관시대로부터 1960년 말 에는 본격적인 새로운 기술개발의 도입이 시작된 Tr식 소형TV제품(포터블형)의 탄생을 가져왔다. 주로 수출용으로 개발된 소형TV는 외관이 플라스틱 케이스로 제작 되었고, 당시 국내 시장에서 주로 판매되는 TV는 외부 케이스가 나무로 제작된 17" 19"의 TV

의 보급과 함께 2nd TV보급을 확장하기 위한 목적으로 소형 TV의 국내 판매를 시작하였다. 그리고 또 하나의 이유로는 소형TV는 다채널 방송과 다양한 프로그램 제작으로 시청자의 개인 기호에 따른 TV시청으로 1가구 2대 이상의 보급을 목적으로 시장을 형성해 나갔다. 그러나 동일한 크기의 TV라면 캐비닛 형이나 플라스틱 사출에 의한 포터블형의 가격차이는 별로 없었다. 예를 들면 1974년 금성사제품의 19인치 캐비닛형 VT-83S 가격이 112,600원이며, 포터블형 VT-87S는 104,900원으로 7,700원으로 제품의 규모나 선호도에 비해 작은 차이로 포터블형이 소비자에게 많은 소비를 가져오지는 못했다. 당시에 가전제품으로 가장 중요시되는 TV제품 1호로 대부분 소비자들은 흑백 TV를 나무 캐비닛 형으로 구입했었다. 그런 이유로는 가전제품으로 TV이외에는 다른 제품으로는 선풍기 정도였기 때문에 초기 보급단계에서 TV의 선호도가 가장 중요한 위치를 차지하게 되었다. 그러나 가정에서 제1호 TV로 주도한 나무 캐비닛 형 제품은 주로 안방에 설치하였으나, 2nd TV시대로 등장한 소형 TV는 거실이나 좁은 주거 공간에서 적합한 제품으로 위치를 차지해 나아가고 있었다. 또한 포터블 형은 가전제품으로 많이 보급된 1980년대 컬러TV시대로 들어가면서 TV 선호에 대한 개념의 변화를 가져오는데 영향을 주어 TV제품이 화면의 크기에 비해 지나치게 외부크기가 큰 것보다는 적은 것을 선호하게 되는 방향으로 나아가게 된다. 포터블형의 초기제품으로는 앞에서 소개한 진공관식 금성사 VD-191이지만 우리의 디자인으로 생산된 제품은 1970년대 이후이다. 금성사는 1970년 국내최초의 트랜지스터 포터블형 14" TV로 VF-55S를 개발하였고, 1973년에 VT-87S를 개발하였다. 이들 제품은 주된 특징으로는 적은 소비전력과 이동의 간편성과 디자인을 들 수 있다. 금성사 VF-55S는 세련된 디자인으로 조정Knob 일부를 상단에 슬라이드타입으로 부착한 것이 특징이다. 그리고 한 모델에 대한 제품의 수명을 2-3년 이상으로 장기간 판매를 할 수 있었다. 이렇게 소형TV로부터 시작된 콤팩트한 이미지로 대량생산체제에 들어감으로서 제품가격의 하락도 가져오게 된다.

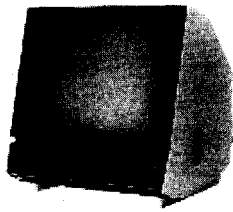


그림 15) 새로운 감각의 디자인을 시도한 SW-T330 14인치 흑백 TV.

상기제품은 1975년에 판매했던 SW-T330(그림 15) 14인치 흑백 TV제품으로 위의 제품에서 패널부분을 우측으로 배치한 가로형 제품이라면 이 제품은 패널 위치를 하단에 설치 사용자에게 편리성을 가져온 새로운 디자인 감각을 시도해본 제품이라고 할 수 있다.

제품의 주요 구성은 보통 TV전기료의 1/3밖에 소비되지 않은 최소전기료로 음성출력은 최대 1.5W 무의 0.8W 소비전력이 25W이며, 외형치수는 33x36x33cm(WxHxD), 무게는 9Kg, 그리고 색상은 빨간색, 흰색, 노란색, 녹색등으로 점점 다양해졌다. 다음 제품은 1975년에 판매하던 제품으로 소형 흑백 포터블 12인치 SS-H313(그림 16)으로 화면의 크기가 19, 17인치가 주로

나무 캐비닛을 사용했지만 소형은 플라스틱 사출성형으로 케이스가 만들어졌다. 제품의 주요 구성은 트랜지스터식과 TV의 장점만 뽑아 만든 완벽한 하이브리드 회로 음성출력은 무의 1.5W 소비전력이 30W이며, 외형치수는 44x30.25x27cm(WxHxD)이고, 무게는 8Kg색상은 흑색, 브라운색 등 다양한 색상으로 판매되었다.

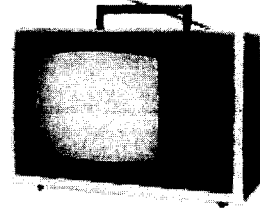


그림 16) 소형 흑백 포터블 TV 12인치 SS-H313.

소형 TV는 1970년대 후반에는 외형디자인의 변화를 가져오게 되며 과거제품의 지나친 4각형의 모서리를 갖고 있지만 많이 보급되고 디자인 다양성을 띠면서 모서리의 각은 없어지고 부드러운 곡선처리로 제품의 변화를 가져오게 된다. 동작부품에 대한 배열도 과거보다는 정리 되어 간결하면서 콤팩트한 이미지를 갖고 있다. 다음제품은 삼성전자 14" SS-3175(그림 17)와 17" SW-433P(그림 18)로 제품에 대한 특징으로는 Color TV 및 교육방송의 흑백수상도 가능한 UHF튜너 (14-83채널), 가정용전기(AC)와 배터리(DC)겸용의 편리한 설계로 음성출력 1.5W이며, 소비전력은 AC 30W, DC 16W이고, 외형치수(WxHxD)는 39.4x28.3x30.5cm, 무게는 7.5Kg이다. 다음은 삼성전자 17" SW-C443P로 조정패널 부분의 간결하게 정리된 레이아웃이 디자인의 특징이다.

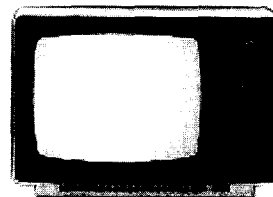


그림 17) 삼성전자 SS-3157 1977년.

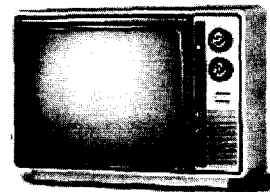


그림 18) 삼성전자 17" SW-443P로 외형치수(WxHxD)는53.7x38.0x37.8cm, 무게는 16Kg 이다.

다음 제품은 금성사 14인치 흑백 TV VF-510B(그림 19)로 흑백 포터블TV가 많이 보급된 시점에서 생산된 제품으로 장식적 처리보다는 콤팩트한 디자인으로 전면과 후면의 색상대비와 극히 일부를 강조하기 위한 Knob의 도금처리 등이 특색이다. 1970년대 말 포터블 TV로 1970년대 중반 제품과는 달리 외곽의 모서리를 둥글게 했으며 색상의 배치도 전면과 후면은 검정, 그리고 측면은 빨간색으로 과거보다는 특색 있는 대비를 이루고 있는

며, 전체적인 디자인처리에서 많이 세련된 모습을 보여주고 있다. VF-510B 제품의 주요 구성으로는 슬라이드 knob(Slide Knob) 채용과 당시로서는 최신 유행의 서구스타일로 구미지역 수출 모델로 100V/220V 공용으로 승압지역(220V)에서도 시청가능 하도록 했으며, 소비자가격은 74,380원 이었다.



그림 19) 금성사에서 1979년 개발한 Model VF-510

5. 결론

1956년 TV방송을 시작한 이래로 라디오방송에 대한 관심을 TV로 전환되기 시작했으며, 컬러 방송 시작된 1988년까지를 흑백 TV시대로 볼 수 있다. 이런 흐름을 요약하면 다음과 같다. 콘솔TV는 도입기로서 완제품 수입(1956-1965), 성장기로서 조립생산(1966-1968)→진공관식 국산 TV개발(1969-1970)을 거쳐 성숙기로 Tr식 TV개발(1971-1974) 포화기(1974-1979)를 거쳐 1980년 컬러TV방송개시로 콘솔 흑백 TV는 사라지게 된다. 흑백포터블TV는 도입기(1970-1972)를 거쳐 성장기(1973-1976)를 지나, 성숙기(1977-1979)에는 대형 포터블 TV가 등장하게 되며, 컬러TV등장으로 포터블TV는 소형화와 다기능의 포화기(1980-1988)를 맞이하게 되며 1988년 서울 올림픽을 기점으로 흑백 포터블 TV는 사라졌으며, 소형 컬러TV로 전환하게 된다. 디자인의 변화는 기술개발과 국민소득의 증가에 따른 경제 환경, 수입규제와 국산부품개발과 전자공업 진흥정책, 공단조성 그리고 특별소비세인하 등의 정책 환경 등의 변화로 빠르게 변해왔다. 사회 환경으로는 인구 도시집중화, 대중문화 상업주의화, 새마을운동, 보수적 민주주의 등 다양한 사회 환경이 TV보급률을 확산시키는 결과를 가져왔다. 1965년에 TV보급대수가 31,707에서 1972년에는 905,363으로 약 28.6배의 증가를 가져왔다.⁶⁾ 다음 그림 20은 지금까지 조사한 흑백TV의 디자인변화 도입부터 소멸까지의 단계를 보여주고 있다. 디자인의 변화 측면에서는 초기에는 우리의 기술력 부족으로 외국에 의존했기 때문에 디자인은 외국제품을 모방이나 답습을 했지만, 우리의 기술력이 개선되고 제품에 대한 수요가 높아짐에 따라 우리 디자이너의 손에 의해 만들어진 제품이 시장에서 판매되기 시작하였다. 스타일 변화도 초기의 고가품이미지의 장식적인 처리에서 소멸단계에는 단순화되는 디자인의 흐름을 보여주고 있다. 지금까지의 연구과정에서 보여준 스타일의 흐름이 보여 주듯이 제품디자인 변화가 짧은 기간 동안 한국의 산업디자인 발전에도 큰 기여를 해온 것도 사실이다.

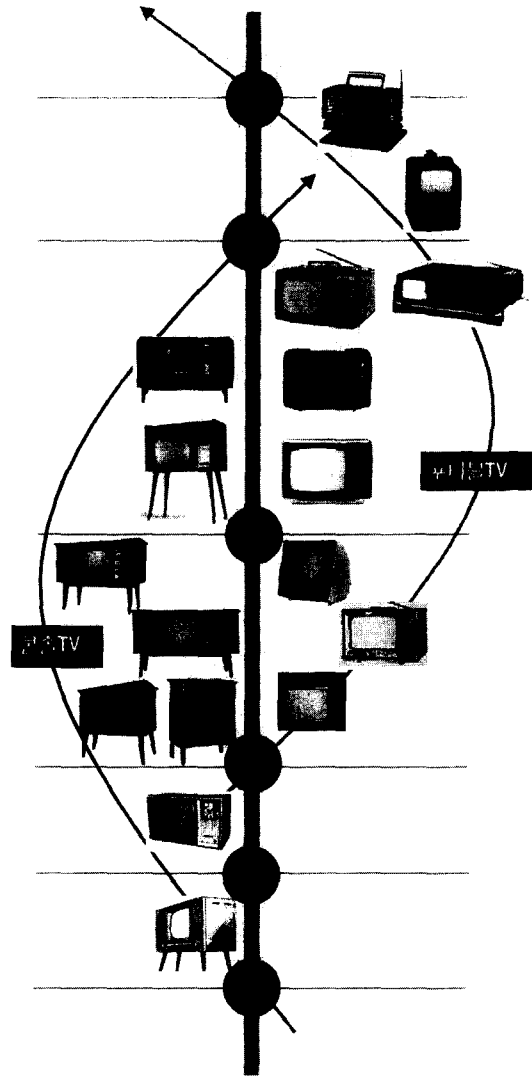


그림 20) 콘솔TV와 포터블TV의 생성과 소멸

참고문헌

- 김기욱외, "소비자와 시장," 학지사, 1998,8.
- 김시윤외, "정부와 기업," 도서출판 대영문화사, 1999,3.
- 김창남, "대중문화의 이해," 도서출판 한울, 1999.
- 송병락, "한국경제론," 박영사, 2000,3.
- 신업자원부, "가전제품 디자인에 영향을 미치는 환경 분석 연구," 2002,11.
- 전국경제인연합회, "한국경제연감," 2001,8.
- 통계청, 통계로 본 대한민국 50년의 경제 사회상의 변화, 1988,8.
- 통계청, 광복이후 50년간의 경제일지, 1995,5.
- 한국전자공업진흥회, 전기·전자공업통계, 1982,2.
- 한국전자공업진흥회, 전자산업40년사, 1999,10.

6) 한국전자공업진흥회, 前掲書, p.112