

시각장애인을 위한 포장구조의 촉각식별마크
삽입에 관한 연구

A Study on the setting with Recognize Mark
on the package containers for a person who is visually impaired

주 저 자 : 신 현 호

삼성전자 무선사업부 디자인 그룹

Shin, Hyun Ho

Design Group/Visual Desing Part

Samsung Electronics.co.Ltd.

공동저자 : 강 재 도

메디컬그룹 나무 디자인 파트

Kang, Jae Do

Department of Design Part

Medical Group Namuh

1. 서 론

2. 연구의 배경 및 목적

2-1. 시각장애인의 소비 성향의분석

2-2. 상품의 구매방법

3. 시각장애인을 위한 패키지디자인 분석

3-1.현 패키지디자인의 현행 법적 규정

3-2.패키지에 있어서의 배리어프리디자인

3-3.국내외의 시각장애인을 위한 패키지 디자인 사례 분석

4. 포장구조에 촉각마크 삽입의 기대효과

4-1.제도적 효과

4-2.브랜드 적 효과

4-3.구매편의 및 안전성 효과

5. 결 론

참고문헌

요 약

본 연구는 유니버설 디자인 측면에서 시각 장애인들이 접근가능하고 각종 식품이나 기타 제품들의 오남용을 막을 수 있는 패키지 디자인에 관한 연구로 배리어프리(Barrier-free) 개념의 적용과 접근성(right to access), 공평한 사용성, 인지 가능성 등을 파악하여 향후 개선점과 보완점을 찾아내는 데 목적이 있다. 이를 위하여는 기업의 사회 공헌, 특히 사회적 약자들에 대한 배려 마인드와 이를 실천할 수 있는 강력한 의지가 필요한 것은 기본이며, 이에 더하여,

첫째, 사회적 약자, 특히 장애인들을 배려한 제품을 생산하는 기업과 그 기업의 디자인에 정부차원의 지원과 품격,품질을 보증하는 제도적 마련이 우선되어야 한다.

둘째, 디자인 측면에서의 논리적이고 체계적인 시스템의 구축이 필요하다. 대분류로 식품류, 의약품류, 공업생산품의 세 가지 분류로 점자를 표기하도록 의무화 하고, 특히 의약품과 식품류는 좀 더 세분화하여, 의약품의 경우 중증환자와 경증환자를 구분하여 표기하고, 식품의 경우 제과류, 음료,주류, 가공식품류로 분류하여 시각장애인이 가장 인식하기 쉬운 곳에 '점자·음성 변환용 코드'를 의무적으로 표기하도록 유도하여야 한다.

마지막으로, 상기의 표기에 대한 패키지 디자인의 인식의 전환과 일반인들 까지도 자연스럽

게 수용될 수 있도록 지속적인 연구가 병행되어야 할 것이다.

주제어 : 유니버설디자인, 배리어프리(Barrier-free) 패키지 디자인. 시각장애인

Abstract

The standard design, used in human history so far, is in fact for ordinary and healthy people. People who are too young or too old, who are unhealthy or disabled for any reason, are not 'ordinary and healthy people' Especially, blind people have least freedom to choose their life among all disabled people in terms of right to access to society. In such a background, universal design began with 'barrier-free design' and 'accessible design'. Both 'barrier-free design' and 'accessible design' allow disabled people access to ordinary society.

However, it developed to the concept that all the people have a right to live happy and safe life in the society for all, while number of the old increases and anyone can be disabled in any time. This study starts from the fact that design at work has not been concerning the rights of choice for the blind. I am now about to apply universal design to package design. First of all, I looked into the concept and type of universal design, and package side of it. And I also tried to figure out what universal design can do to help blind people recognize and purchase products through Braille points.

For the first step in current package design works, we try to design products that can communicate the olds and blinds with only the sense of touch. In such circumstance, I expect this study will help to introduce the universal design in Korea and make more researches in package design industry.

Keywords : Universal Design, Barrier-free, Package Design, Blind People

I. 서 론

지금까지 인간이 생활하고 환경을 만들어 나가는데 표준이 되어왔던 디자인은 일반적이고 평균적이며 건강하고 이상적인 신체적 정신적 기능을 지닌 사람에 국한되어 온 것이 사실이다. 어리거나 늙거나 병들고 힘이 없는 사람, 선천적 후천적으로 신체적 정신적 장애를 입게 되어 정상적인 활동에 어려움이 생기게 된 사람들은 일반적인 사용자 개념에서 제외되어 왔던 것이 사실이다.

그중에서도 특히, 시각장애인의 사회전반적인 생활에서의 접근권(right to access)은 여타의 장애인보다 인간의 가장 기본적인 의식주에서 스스로 선택할 수 있는 자유에 대한 장애를 갖고 있다.

이러한 관점에서 유니버설 디자인은 초기에 장애인을 대상으로 사회에서 불편이 없이 생활하도록 접근권을 보장하는 배리어프리(Barrier-free) 디자인과 접근성을 고려한 디자인에서 시작되었다.

실제로 많은 디자이너들은 시각장애인에게 접근이 어려운 디자인을 지속 생산하여 왔고 그로인해 시각장애인의 선택의 자유와 존엄성을 배려하지 않았음을 인식하고 그중 패키지 디자인의 측면에서 그들에게 공정하고 당당한 기회를 제공하도록 하는 것을 목적으로 연구해보고자 한다.

특히 패키지 디자인에서 촉각의 감각으로 커뮤니케이션이 가능한 제품을 위주로 연구하고 그 적용이 더욱 활발하게 이루어 질 수 있는 계기가 되기를 기대해 본다.

2. 연구의 배경 및 목적

2-1. 시각장애인의 소비 성향의 분석

현대의 시각장애인들의 생활은 비록 아직까지 미비하지만 과거와는 달리 국가와 사회에서 일반인들과 같은 권리를 누릴 자격을 지원함으로써 그 혜택이 증대되고 있다. 특히 생활공간과 문화적 공간에서는 더욱 많은 요건이 필수적으로 배려되고 있다.

예를 들어 횡단보도의 신호등의 음성안내나 엘리

베이터의 점자표기, 점자시계, 점자도서, 최근에는 시각장애인을 위한 개인용 컴퓨터도 개발되었다.

이러한 국가와 사회의 혜택이 증가되면서 과거의 다른 사람의 도움 없이는 불가능한 생활이 점차로 혼자서 활동 할 수 있는 범위가 확대되어지게 되었다. 이러한 생활 범위의 확대는 일반적인 소비자들과 마찬가지로 선택구매의 소비욕구를 가져오게 되었다. 그러나 실제로 시각장애인이 구매와 소비를 함에 있어서는 정작 제일로 필요로 하는 국내식품 및 의약품들의 패키지디자인이 시각장애인들을 고려한 제품은 극히 드물어 기본적인 먹고, 마시고, 선택하는데 있어서 많은 애로사항을 호소하고 있다

2-2. 상품의 구매방법

일반소비자가 슈퍼마켓에 들어선 엄청난 양의 상품 중에서 무엇인가 하나를 선택하여 구매할 때 그 중요한 판단기준이 포장디자인이다.

특히 대형 슈퍼마켓과 같은 유통구조는 소비자의 구매패턴과 포장디자인을 근본적으로 변화시켰다. 대면판매가 없어지기 때문에 멀리서부터 눈앞에 있는 것과 그 상품에 대한 정보가 패키지로부터 얻어지지 않으면 안되게 되었다.

그러나 일반적으로 현재의 시각장애인의 소비 형태는 대부분이 타인의 도움이 없는 한 자신이 필요로 하는 상품의 기본적인 구분조차 어렵기 때문에 제품을 자신만의 특별한 장소나 위치의 인식이나 기존에 사용해본 상품의 구조나 촉각의 느낌에 의해서 또는 제품의 개봉 후 향이나 맛으로 식별하는 것이 주된 구매 및 소비의 형태라 할 수 있다.

이러한 소비 형태는 제품을 소비함에 있어 많은 불편함과 더불어 만일 제품을 먹거나 마시는데 있어서 주의를 요하는 것이라면 커다란 문제를 일으킬 수 있다.

실제로 의약품의 경우 한국시각장애인연합회의 조사결과 27.6%가 시각장애로 약을 오용한 경험이 있으며, 4.3%가 약의 오용으로 인해 병원에 입원한 경험이 있다고 조사되었다.

이러한 위험성으로부터 시각장애인을 보호하고

제품의 식별과 편의를 제공하는데 패키지의 역할은 매우 중요하다고 볼 수 있다.

3. 시각장애인을 위한 패키지디자인 분석

3-1.현 패키지디자인의 현행 법적 규정

현재 국내에서는 의약품에 한해서 보건복지부가 2002년 1월 12일 개정 공포·시행한 약사법 시행규칙에 의약품 포장에 제품명 등을 점자로 병기하도록 권장하는 조항을 삽입한 적이 있었고, 2010년 올해 8월 화장품 법, 건강 기능식품에 관한 법, 약사법, 식품위생법, 장애인 차별금지 및 권리구제에 관한 법 등 일부개정안을 국회에 제출되었다.

현행 식품의약품안전청고시인 '식품 등의 표시기준'에 따라 시각장애인을 위해 식품정보에 관한 표시사항의 활자크기를 확대하고 점자표기도 병행할 수 있도록 하고 있으나, 실질적으로 시각장애인을 위한 점자로 표시된 식품이 거의 없고 점자로 표시된 식품조차 제품명 외에는 다른 상세정보를 알 수 없어 오남용으로 인한 건강상의 위해 우려가 크다.

이번 식품위생법, 건강 기능식품에 관한 법 일부개정을 통해 시각장애인이 안전하게 식품이나 기능식품을 구매 섭취할 수 있도록 데이터베이스 및 정보시스템을 구축 운영하고, 용기나 포장에 기능식품 바코드를 표시하도록 했다.

이번 장애인차별금지법 개정안은 비 전자정보 중 문자로 표시된 정보를 생산하는 자가 문서나 표식물에 '점자·음성 변환용 코드'를 삽입하도록 의무화했다.

이번 법안 제출로 시각장애인의 의약품 오용을 위한 제도적 발판을 마련하였으며, 앞으로도 한국 시각장애인연합회 및 한국 제약협회와 협의하여 관심 있는 제약회사들이 시각장애인의 사용 빈도가 높은 안약, 인슐린, 영양제 등을 비롯하여 해열진통소염제, 소화성궤양 제, 피로회복제 등 일반의약품이나 가정상비약에도 점자표기를 보다 확대할 수 있도록 적극적으로 유도해 나갈 계획으로 있으

나 다른 제품류에 대하여는 아직까지 제도적으로 미비해 있음이 현실이다.

3-2. 패키지에 있어서의 배리어프리디자인

근래의 패키지디자인이란 제품의 유효성과 미적인 면을 견제성의 범위 내에서 실현하는 것으로 어떤 제품의 용도, 기능, 경제성 등을 개선해서 생산자 측이나 소비자 측에서 가장 큰 충족감을 가질 수 있는 제품을 생산해내는데 그 의미가 있다.

패키지디자인은 단순한 미적인 면뿐만 아니라 제품자체의 효용이 유기적으로 통일되어 기능적이며 더욱 큰 아름다움을 창출하고 경제성도 부여되는 계획이며, 또 제품의 표면에 나타나는 미적인 면만 아니라 사용하기에 편리하고 직접효용에 직결되는 기능과 결합된 형태로서 구체화될 계획이어야 한다.

현대 일반소비자들은 구매 관습이 셀프서비스 구매로 확산되어 소비자가 직접 상품을 선택하게 되었으며, 이로 인하여 포장은 소비자에게 마지막으로 호소하는 직접적인 PR매체로 아주 중요한 기능을 지니게 되었다. 이러한 포장에서 디자인과 같은 감성적이고 정신적인 기능이 증대되어지고 있으나 시각장애자의 경우 이러한 소비자의 기본적인 권리조차 제공받지 못하고 있다.

스위스의 디자이너 막스. 빌(Max Bill)은 (디자인 활동은 인간의 복잡한 환경 속에서 예술과 과학의 통합에 의하여 사물이 만들어지는 것으로 결국은 인류에게 얼마만큼 도움을 주었는가 자인의 처음이자 마지막이 될 것이다.) 라고 디자인의 사명을 말한바 있다.

이러한 관점에서 Barrier라는 것은 프랑스어의 「장애자」에서 온 말로, 따라서 배리어프리라는 것은 장애를 없앤다는 의미이다. 장애자를 위해 장벽이 되는 것을 없애 공유할 수 있는 사회를 만든다는 의미이지만, 이것은 차별이 아나라는 의견이 나와, 유니버설디자인으로 이행되고 있지만,

사회적 약자 시각장애인의 배리어프리만으로 한정해 설명하겠다. 그 시각장애자를 둘러싼 장벽에는 다음과 같은 4가지가 있다.

(1) 물리적인 장벽

장애자의 이동에 관한 장벽이다. 계단, 방치자전거 등 시각장애자의 장벽만이 아니라, 신체기능 저하의 고령자, 유모차를 미는 엄마, 임산부, 심장질환자 등에 영향을 주고 있다.

(2) 제도적인 장벽

각종 자격제도, 대학입시, 취직, 임용시험 등의 장애로 휠체어로 이동할 수 없는 구조 등 능력 이전의 문제도 있다.

(3) 문화·정보면에서의 장벽

정보장애자는 시각과 청각의 장애자이다. 시각장애자는 **全盲**과 **약시**자로, 청각의 장애자는 **난청**자로 나눠 배리어를 생각해야 한다. 또 도중의 설명자와 난청자로도 나눌 필요가 있다.

(4) 의식상의 장벽

「무지와 무관계」에 의한 「편견과 차별」의 장애관이 장벽이 되고 있다.

「귀찮은 존재」와 「불쌍하다」하는 양극도의 의식적으로 소외감을 맛본다. 이들 장애를 프리하게 하기 위해서는 장애자나 고령자의 생활행동을 생각했을 때, 다음과 같은 생활공간을 만족시키지 않으면 안 된다.

- ① 움직이고, 이동하기 쉽다.
- ② 사회적 자원 등을 용이하게 입수할 수 있다.
- ③ 액세스(Access) 하거나 이용하기도 쉽다.

표1에는 각종 장애와 배리어프리 상품 및 서비스와의 관련을 도식화한 것이다.

배리어프리 상품 및 서비스	각종 장애자						
	시각 장애	청각장 애	언어 장애	구강 장애	팔장 애	다리 장애	지적 장애
일 반 식 품 관련	○			○	○		
간호식품				○	○		◎
의료,의약품 관련	○						◎
간 호 용 품, 기기				○		○	
일상생활 용품 관련	○	○	○		◎	◎	◎
쇼핑, 레저 관련	○	○	◎		◎	○	
아웃도어	○	○	◎			○	
주택,공간	○					◎	
공 공 시 설 관련				◎			○
서비스 관련				○			○
기타							

[표1]

○: 크게 관련이 있다. ◎: 약간 관련이 있다.
어두운 부분은 패키지에 관련이 있는 항목

이 세부항목은 일본의 배리어프리협회에서 설정된 항목이고, 배리어프리의 항목은 알기 쉬운 패키지, 알기 쉬운 표시, 사용하기 편리함 등이 있으며, 이하와 같은 항목으로 되어있다.

<알기 쉬운 패키지>

가볍다, 잡기 쉽다. 식별하기 쉽다. 개봉하기 쉽다. 재봉합 하기 쉽다. 꺼내기 쉽다. 미끄러지지 않는다. 폐기하기 쉽다. 재자원화 하기 쉽다. 위험성이 없다.

<알기 쉬운 표시>

봐서 알 수 있다. 큰 문자. 그림이나 도형이 있다. 요철을 붙인다. 점자를 붙인다. 듣고 알 수 있다.

<사용하기 편리함>

한 손으로 사용한다. 적은 힘으로도 사용할 수 있다. 세밀한 조작이 불필요하다. 시각에 의지하지 않는다. 청각에 의지하지 않는다. 자동화되어 있다.