

리빙 제품디자인에 적용된 감성조형에 관한 연구

A study of emotional form applied in living product design

김흥렬

숙명여자대학교 디자인학부 교수

Kim heung-ryeol

Sookmyung Women's University

* 본 연구는 숙명여자대학교 2006년도 교내연구비 지원에 의해 수행되었음

1. 서론

- 1-1. 연구배경 및 목적
- 1-2. 연구범위 및 방법

2. 리빙 환경과 감성 라이프스타일

- 2-1. 리빙 환경의 변화
- 2-2. 감성 라이프스타일

3. 리빙 제품의 감성디자인 접근

- 3-1. 디자인과 감성
- 3-2. 아날로그적 감성접근
- 3-3. 디지털적 감성접근

4. 리빙 제품디자인의 감성조형

- 4-1. 감성 제품디자인 접근요소
- 4-2. 리빙 제품디자인에 적용된 감성조형

5. 결론

참고문헌

논문요약

본 연구는 리빙 환경에서 제품디자인에 적용된 감성조형의 조건과 특징, 그리고 다양한 사례를 통해서 감성도구로서 디자인의 가치를 재조명하고 적절한 방향을 제시하고자 한다. 라이프스타일의 변화는 아날로그적 가치를 재평가하게 하였고, 점점 더 진화되어가는 디지털 기술과 문화를 통해 인간의 본질에 대한 탐구를 계속하게 만들었다. 변화하는 리빙 환경은 제품디자인의 전통적인 방법과 프로세스를 다각화 시켰으며 개인과 가족의 생활양식을 새로운 패러다임으로 확산시켰다. 이러한 환경은 디자인이 단순히 조형의 대상으로 접근하여 구조적인 가치로서의 만족을 느끼는 현상이 아닌, 과학화로 이미 상실되거나, 상실되기 쉬운 디자인의 비인간화 현상을 해결하려는 감성적 노력의 도구로 사용목적에 두게 하였다. 특히, 21세기를 기점으로 인간 내면과 자연과의 유기적인 조화를 모색하고 자원절약과 인간본질 회복이라는 목표를 지향하는 이슈가 디자인분야에서 빠르게 확산되어 물질적인 가치보다 정신적인 가치를 목표로 하는 연구와 개발이 이루어지고 있다. 디자인 조형과 감성은 디지털과 아날로그라는 접근 기술은 다르지만 시각적 스타일은 촉각적 감각으로, 기능적 효율은 이미지의 개념 가치로, 지금보다는 내일을 보는 에코적 사고 등으로 다양한 방법을 제시하고 있다. 리빙 환경에서 디자인의 가치는 단순히 조형을 기반으로 한 형태적 구조접근으로

해결될 수 없는 감성의 영역이 존재함으로 가장 보편적인 개념으로 감성디자인이라고 정의하고 명칭하기로 한다. 본 연구는 리빙 제품디자인에 적용된 감성조형 도출을 위해 사용자 환경과 물리적, 심리적 조형, 개념원리 및 그에 따른 접근방향을 제시하였다.

주제어/ 감성조형, 리빙 제품, 디자인

Abstract

The studies wish to review value of design and present suitable direction by a sensitivity tool through condition and characteristic, and various example of sensitivity modeling that is applied in product design in living environment. Change of lifestyle made to continue quest for human's essence through digital and culture that reevaluated Analog value, and is extinguished gradually better. Changed living environment did so that diversify traditional method and process of product design and did individual and family lifestyle so that diffuse through new paradigm. This environment was lost already, or did use purpose two crabs by tool of effort the sensitivity enemy to solve dehumanization phenomenon of design that is apt to be lost by science that is not phenomenon that design feels satisfaction as structural value approaching by target of style simply. Specially, issues that 21th century floral tributes that is organic with human inside and nature by origin grope and intends target called resource reduction and human essence recovery is spread fast in design and study and development that do more spiritual value than material value are achieved. Design style and sensitivity access technology called digital and analogue differs but visual style is sense the sense of touch enemy, functional efficiency is concept value of image, is presenting various method to accident back the echo enemy who will see tomorrow than now. Value of design decides to define that it is sensitivity design to concept that is the most universal that area of sensitivity that can not be settled to formal structure vicinity that do based on style simply exists and do name in living environment. The studies presented user environment division physical, psychological style, concept principle and accordingly access direction for

sensitivity design style deduction which is applied in living product design.

Key words/ Emotional form, Living product, Design

1. 서론

1.1. 연구배경 및 목적

급속도로 변화되는 현대 기술과 문화는 디지털과 같은 첨단 테크놀로지를 지향함과 동시에 인간의 본질성을 기증한 다양한 장르의 질서와 해결점을 향한 노력과 연구가 계속되고 있다. 이에 리빙 제품디자인 분야도 라이프스타일의 변화에 지속적으로 대응하면서 변화되어 지고 있고 라이프스타일은 특정 개인과 가족의 생활양식을 표현할 뿐 만 아니라 사회, 문화적 요인에도 민감한 반응을 한다. 그 시대의 트렌드, 유행, 개인의 취향, 개성의 변화를 직접적으로 주거 내 많은 부분을 변화하도록 유도한다. 이러한 환경은 디자인이 단순히 조형의 대상으로 접근하여 구조적인 가치로서의 만족을 느끼는 현상이 아닌, 과학화로 이미 상실되거나, 상실되기 쉬운 디자인의 비인간화 현상을 해결하려는 감성적 노력들이 계속되고 있다. 특히, 21세기를 기점으로 인간 내면과 자연과의 유기적인 조화를 모색하고 자원절약과 인간본질 회복이라는 목표성을 지향하는 이슈가 디자인 분야에서 빠르게 확산되어 물질적인 가치보다 정신적인 가치를 목표로 하는 연구와 개발이 스타일 보단 소재를 본질로 하는 이른바 '오가닉 디자인' 기능성 보다는 의미성을 중시하는 '슬로우 디자인', 환경과 미래를 생각하는 '에코 디자인' 등으로 다양한 방법을 제시하고 있다. 그러나 리빙 환경에서 디자인의 가치는 단순히 조형을 기반으로 한 형태적 구조 접근으로는 해결될 수 없는 감성의 영역이 존재함으로써 이를 감성적 디자인(emotional design)이라는 용어로, 가장 보편적인 개념으로 정의하고 명칭하기로 한다. 현 시점에서 사용자 감성 디자인에 대한 정확한 의미와 디자인 프로세스로서 방법 혹은 인식과 연구 자료의 부족한 현상을 해결하기 위해서는 꾸준한 관심과 단계적인 과정의 재정립이 필요로 한다. 본 연구는 리빙 제품디자인에 적용된 감성조형 도출을 위해 사용자 환경과 물리적, 심리적 조형, 개념원리 및 그에 따른 접근방향을 사례를 통해 제시하는데 그 목표를 두고자 한다.

1.2. 연구범위 및 방법

본 연구에서는 다양한 리빙 환경에서 나타나는 디자인의 감성개념과 조형표현에 근거하여 실제 어떻게 표현되었는지 사례를 중심으로 분석하며, 조형요소들의 근거를 아날로그와 디지털기반을 중심으로 미적 표현의 특성과 조형적 원리를 이해하는 방법으로 그 범위를 접근하고, 특히 가구, 소품, 디지털 시스템 등에 적용된 사례를 통해 감성 디자인 프로세스를 제시하여 연구의 사례를 통한 전반적인 개념을 이해하고, 향후 지속적 연구의 기본방향을 정립하고자 한다. 연구방법으로는 첫 번째, 리빙 환경의 변화를 통해서 사용자의 라이프스타일의 변화와 감성영역의 변화를 고찰하고, 감성 라이프스타일의 유형을 정의 하도록 한다. 두 번째는, 리빙 제품을 중심으로 아날로그적 요소와 디지털적인 요소를 반영한 감성 디자인의 흐름을 규명한다. 세 번째는, 디자인에 있어서 감성요소가 적용되는 프로세스를 스타일, 기능, 기술영역으로 정의하고, 리빙 환경에서 각 요소가 융합된 감성조형 디자인 사례를 제시한다.

2. 리빙 환경과 감성 라이프스타일

2.1. 리빙 환경의 변화

리빙 환경은 라이프스타일의 변화에 지속적으로 대응하면서 변화되어 지고 있다. 라이프스타일은 특정 개인과 가족의 생활양식을 표현할 뿐 만 아니라 사회, 문화적 요인에도 민감한 반응을 한다. 그 시대의 트렌드, 유행, 개인의 취향, 개성의 변화를 직접적으로 주거 내 많은 부분을 변화하도록 유도한다. 그러므로 그 사회의 라이프스타일의 변화와 유형들을 정확히 분석함은 사용자의 요구에 합리적 대응을 할 수 있는 기초 자료가 될 수 있다. 현대의 리빙 환경은 디지털 기술의 발달로 물리적 속성을 가진 제한공간의 의미를 벗어나 생활과 공간, 인간과 사물, 인간과 공간, 인간과 커뮤니케이션의 모든 영역을 의미하며 다양한 경로를 통해 인간중심의 가치영역으로 재인식 되고 있다. 과거 기술적인 대량생산의 산업사회에서 인간중심적 가치를 우선으로 추구하는 감성사회로 변화하면서 리빙 환경은 감성적 요소를 바탕으로 개인의 심리적, 정신적 취향을 구현해주는 오감 만족의 시스템으로 대두되고 있다.

2.2. 감성 라이프스타일 트렌드

감성을 바탕으로 변화되고 있는 라이프스타일은 문화적 유형으로 정의되어 메가트렌드의 큰 줄기로

이어져 인간 삶의 곳곳에 많은 콘텐츠 영역으로 자리 잡게 되었고, 또한 여러 가지 신종 트렌드가 발현되는 계기가 되었으며, 이러한 신종 트렌드 중 가장 선호하고 있는 감성라이프스타일은 여유로움, 이동성과 교감, 과거의 향수 등의 인간본연의 의미를 적극적으로 수용하고 접목한 트렌드로 발전하였다.

2.2.1. 여유로움 삶

현대사회의 고도성장에 따라 삶의 여유가 없는 각박한 사회적 흐름에서 현대인들에게 필요한 것이 넉넉한 여유와 자연의 풍요로움이 점차 익숙한 개념으로 자리 잡고 있다. 슬로우(slow)의 의미는 단순히 '천천히'의 차원을 넘어 '페스트 쿵'의 가치관 속에서 망가지고 왜곡된 현대인의 심성과 자연환경, 라이프스타일과 가치관으로부터 인간성 회복을 목표로 재구축하자는데 두고 있다. 자연과 슬로우는 잃어버린 인간 본연의 가치와 여유로움을 새롭게 되찾으려는 사회적 이슈인 내추럴리즘(naturalism)의 의미로 표명할 수 있다. 느리게 살기(slow life)는 속도제일주의에 대한 거부에서 출발 한다. 이러한 견해는 속도가 가지고 있는 장점보단 그 속도에 의해서 더욱 여유 없고 치열한 경쟁으로 몰아갈 뿐이기 때문에 삶의 질은 더욱 더 떨어져 결국 시간이 오래 걸리는 방법을 선택해서 좀 더 생각하고, 좀 더 고유성에 대한 이해를 담은 현상을 만들고 있는 것이다. 이러한 흐름은 리빙 환경에서 쓰여 지는 여러 가지 도구 및 시스템에 반영되어 규격화 보다는 독특한 형상으로, 사용하기 보다는 보는 즐거움, 자동보다는 스스로 운영하는 수동으로, 빠르지 않고 과정에 충실한 느낌의 기능적 가치 등으로 재조명되고 있다.

2.2.2. 이동하는 삶

현대인의 라이프스타일은 지속적인 이동의 연속이라 할 수 있다. 즉, 과거와 같은 경로가 단순한 리빙 공간 범위에서 언제 어디서든 개인의 리빙 환경이 구현되는 유목민과 같은 생활방식이 보편화 되어 있다. 이는 단순히 이동성에 그치지 않고, 끊임없는 이동 간 교류를 가능케 한 모바일 환경이 큰 배경이라 할 수 있다. 모바일 환경은 개인 휴대폰의 진화를 통해 계속 발전해왔고 휴대용 커뮤니케이션 도구는 개인 대 개인이 교감하는 디바이스(device) 그 자체를 넘어 디지털 미디어 컨버전스(digital media convergence)에 가깝게 진화되었다. 이러한 현상은 우리의 삶에서 단순한 이동통신의 매체가 아니라 하나의 라이프트렌드 도구로 자리 잡고 있으며, 단순한 음성통화를 넘어 화상통화, 디지털카메라, TV, 인

터넷 등 여러 가지 기능이 접목되어 일상생활 속에서 소비자의 취향과 개성을 보여주는 문화적 도구로 생활 속에 녹아들고 있다. 이동성을 바탕으로 하는 개인 휴대통신 시스템은 이미 너무도 다양한 기능으로 일상생활 속에서 사용되고 있고 다양한 기능으로 활용 되어 전 세계 어디서나 실시간으로 상호 교류하고, 공유하는 라이프스타일 수단으로 디지털 유목민(digital nomad)이라는 현대 인류의 패러다임을 가속화 하고 있다. 이러한 현상은 리빙 환경에서 사용되어지는 제품의 스타일과 기능 개념을 정적인 요소에서 동적인 요소로 변화 시켜가는 중요한 기반이라고 할 수 있다.



[그림 1] 디지털 노메드 환경을 주도하는 모바일폰1)

2.2.3. 회귀하는 삶

침단을 추구하는 라이프스타일은 목표를 향해 빠르게 달려가고, 정신없이 변화와 성장을 추구하지만 언제나 그 흐름 속에 음미해야 할 가치를 느끼지 못하고 지나음을 늘 아쉬워한다. 과거의 모든 것이 현재로 오기위한 과정이라고 설명될 수 있지만, 시간이 흐르면 흐름수록 가치를 재조명하고 찾게 되는 현상이 있다. 이른바 레트로(retro)라는 용어로 정의되며 이 용어의 뜻은 일반적으로 복고적 패션의 풍조를 말하는 'retrospective'의 단축형을 말한다. 사전적 의미로는 과거를 향한 기억에 잠기는 회고적인 올라간다는 뜻으로 리바이벌(revival)과 같이 사용하고 있으며, 엄밀히 말하면 이는 지나간 시대의 생활을 오늘을 사는 사람들의 기호에 맞게 재 수정하는 것을 의미한다. 오늘날 회귀하는 삶으로 의미되는 레트로는 과거의 장점을 현재의 디지털 기술과 디자인으로 한 단계 더 발전시킴으로써 디지털 생활 속에서 아날로그적 감성을 반영한 다양한 리빙 제품으로 나타나고 있으며 지금까지 기능과 형태중심의 디자인의 속성을 소재, 희소성, 스타일, 시간 등의 다양한 콘텐츠로 표현되고 있다. 이러한 트렌드는 또 다른 용어로서 네오 노스텔지아(neo nostalgia)로 정의되는 신개념의 감성라이프스타일이기도 하다.

1) 디지털 콘텐츠가 적용된 iPhone(Apple)시리즈

3. 리빙 제품의 감성디자인 접근

3.1. 디자인과 감성

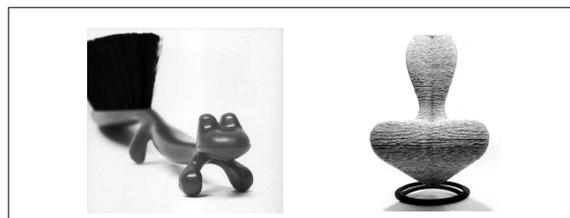
디자인에서 '감성'이란 개념은 다양한 시각에서 정의가 가능하고, 또한 포괄적인 의미를 갖기 때문에 구체적으로 한정지어 정의하기가 어렵다. 이러한 속성으로 인해 감성디자인의 본질을 명확히 정의하기는 어렵기도 하다. 하지만 이러한 감성적 특성은 근본적으로 디자인이 갖는 일반적인 속성인 내적인 속성과 유사성을 가지며, 디자인 행위 자체가 안고 있는 주요한 특성이기도 하다. 이러한 관점에서 감성에 대한 구체적 이해는 감성디자인 방법을 규명하기 위한 기반이며 선행되어야 되는 것이다. 감성을 정의하면 사전적 의미로 감각, 지각에 의하여 불러일으켜져 그것에 지배되는 심적 체험적 전체, 또는 인상을 받아들이는 힘. 또는 외계의 대상에 의하여 감각, 지각, 표상을 얻는 인식능력. 이라 할 수 있고, 철학의미로 감각을 매개로 하여 받아들이는 능력. 또는 감정의 능력으로서, 특정 감정(통증, 쾌감, 공포감 등의 감정)을 느낄 수 있는 우리 마음의 능력. 이라고 할 수 있으며, 감성공학에서는 외부의 물리적인 자극에 의한 감각, 지각으로부터 인간의 내부에 일어나는 고도의 심리적인 체험. 또는 외부의 물리적인 자극에서 발생하는 감각, 지각으로부터 인간이 체험하게 되는 복합적인 심리상태로 정의 될 수 있다. 사람들은 단편적인 상황으로 감성적 효과를 기대하는 경우가 많다. 우리는 어렸을 때 농축된 알약 하나로 한 끼 식사를 해결하는 시대가 곧 도래할 것이라고 했다. 고도의 영양분을 농축해서 만든 알약은 모두에게 식사를 하는 번잡함을 벗어나 더욱 더 시간을 효율적으로 활용하는 윤택함과 여유로움을 주리라 생각했다. 그러나 시간이 흘러 그런 알약을 충분히 만들 수 있는 시대인데도 아무도 그런 알약을 만들지 않고 있고, 그런 상상을 한번쯤 해봤던 사람들도 그런 알약을 요구하지 않는다. 먹는 즐거움, 그 오묘한 프로세스는 어떤 즐거움과도 대신할 수 없는 인간 고유의 감성행위이다. 즉, 적당히 노동하고, 느끼고 하는 그것이 감성이고 그 것을 실현하게 도와주는 조형적인 요소를 갖춘 수저와 같은 제품이 진정한 추구한 제품이라 할 수 있는 것이다. 이렇게 소비자의 진짜 가치를 추구하는 방법을 도와줄 수 있는 제품을 디자인하는 것이 감성디자인이라 할 수 있다. 다시 말해 '소비자가 직접 언급할 수 있는 니즈와 불가능한 니즈를 파악, 추론하여 제품에 대한 1차적 효용가치는 물론, 소비자 감성을 만족시키며 한 걸음 더 나아가 기대수준을 뛰어넘어 소비

자의 오감을 통하여 심리적 감흥을 일으키는 디자인, 이것이 감성디자인이다.

3.2. 아날로그적 감성접근

3.2.1. 형태적 요소의 감성

아날로그적 형태에서 느끼는 감성은 누구나 경험을 해본 적이 있을 것이다. 대체적으로 기능을 예측케 하는 수동적인 형태, 생태학적 구조를 기반으로 하는 유기적 형태 등이 있으며 그 바탕이 사용에 대한 경험과 또는 자연에서 도출되어 있어 너무나 익숙하고 시각, 촉각, 감각적 경험을 끌어내게 된다. 즉 형태에서 나타나는 아날로그적인 이미지는 재료의 속성이 기능의 가능성을 느끼게 하여 사용자의 내적 심리를 감성으로 전환되게 하며, 자연물이 재현된 형태는 그 구조가 갖고 있는 뛰어난 생명력과 적응력을 바탕으로 하고 있어 형태를 밀도 있게 고찰하게 되면, 궁극적으로 자연의 형태, 구조, 기능미 그리고 그 곳에 내재한 '질서'를 발견하게 된다. 우리는 생존과 생활을 위해 이러한 경험적 사고와 자연의 질서를 문명창조에 대입해 왔고, 그것을 응용한 모방, 더 나아가서는 의도한대로 새로운 것을 만들면서 생활의 도구를 활용하며 영위해 왔다. 형태가 지닌 감성의 의미는 시간의 흐름과 제조자의 의도가 흔적으로 남아있는 수공예적 이미지를 통해 전달되기도 하고 다른 관점으로 근원을 추적할 때 디자인물의 유용성을 가장 중요한 요인으로 간주하는데, 모든 자연물은 그 어떠한 경우라도 생존을 위한 기능을 최우선으로 하여 존재하기 때문에 모든 디자인의 근원이 되는 것이다.²⁾ 아날로그적인 형태의 기본원리를 연구하여 감성을 필요로 하는 것에 그 원리와 과정을 응용하여 해결하는 즉, 시간과 자연의 유추를 통한 문제 해결 방법을 디자인에 접목하면 그것이 곧 '아날로그적 디자인'이라 할 수 있다. 따라서 감성을 위한 형태접근은 다각도로 해석할 필요가 있으며 사용자의 경험도출과 자연에서 생성될 수 있는 조형적 가치를 고찰해 볼 필요가 있다.



[그림 2] 생태학적, 수공예적 형태로 감성이 적용된 제품³⁾

2) 서병기, 기초디자인 교육에 있어서 바이오닉스 디자인 도입에 관한 연구, 디자인연구 NO.11, p28, 1999

3.2.2. 기능적 요소와 감성

디자인은 그 자체의 창조행위와 기능과 편익에서의 유용성을 갖추지 않으면 그것은 이미 디자인이라는 명칭을 붙이는데 의미가 없다. 우린 디자인의 근본목적으로 창조하거나 개선된 완성물을 통하여 인간의 편익을 도모할 수 있는 실용적인 면을 지향하고 있기 때문이다. 따라서 디자인이 유용성을 갖추는 것은 개념으로 정의되는 그 자체라고 볼 수 있다. 이미 디자인된 도구에 있어서 활용성이란 우리에게 어떤 편익과 효율적 가치를 주는가를 생각하게 된다. 그렇다면 디자인의 활용성과 감성은 어떤 관계가 있는가를 살펴보면 실용품에서 그 관계와 긴밀함을 찾아 볼 수 있다. 실용품이란 디자인 대상을 위한 배려이며, 디자인의 목적을 실현하는 그 자체이다. 이런 관점은 디자인이란 활용적 가치를 지닌 물건을 만들어 편리하게 사용할 수 있게 하는 것이 디자인이 추구하는 궁극적인 감성이며, 그 자체가 아날로그적 기능의 가장 중요한 요소를 내포하고 있다. 따라서 디자이너가 아날로그적 기능을 바탕으로 디자인을 한다는 것은 곧 사용대상의 심리적 반응을 염두에 두고 있는 것이며, 그 물건이 어떻게 하면 본래의 가치를 사용자에게 의해 구현되게 만들어질 수 있을까 하고 궁리하는 것도 디자이너의 중요한 임무이다. 이런 환경에서 볼 때 아날로그적 기능을 바탕으로 한 디자인은 더욱 중요한 의미를 갖는다. 인간이 목적을 갖고 사용되어지는 도구는 대부분 실용적인 기능을 가지며, 사용자의 신체적 정신적 반응을 유도하고 사용에서 얻어지는 과정에 대한 충분한 가치를 부여해야 한다. 또한 기능에 적용된 원리는 디자인의 기본 틀과 형태의 존재법칙에 큰 영향을 미치기도 한다. 우리는 아날로그적 기능이 갖고 있는 의미를 다각도로 접근하고 표현하여, 감성의 생성원리를 기능에 응용하여 효과적인 감성디자인 방법을 모색하는 것이 필요하며, 그렇게 함으로써 아날로그적 디자인의 기본원리를 체계적으로 설정하여야 한다.

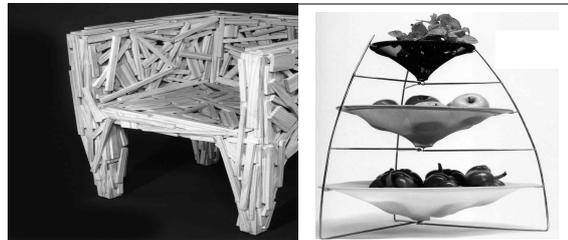


[그림 3] 기능적 요소를 통해 감성이 적용된 제품4)

- 3) Brush-DUSTIN(Designer: Frank Person & Jan Hansen)
S Chair(Designer: Tom Dixon)

3.2.2. 환경적 요소와 감성

감성디자인에서 환경적 요소는 다양한 경로로 작용하고 있으며, 환경오염과 자원문제와 같이 전 인류가 공감하는 에코 디자인(eco design)과 급속도로 변하고 있는 라이프스타일의 영향으로 인간중심의 가치를 배경으로 하는 휴먼 디자인(human design)의 패러다임이 이시대의 화두이다. 또한 디자인은 문체의 핵심을 기술에서 감성으로, 형태에서 느낌으로, 방법에서 창조로, 이미지에서 표현으로, 사회에서 대상으로 규정하여 정의하고 있으며, 이러한 현상은 실체화된 디자인에서 다양한 감성접근 사례로 나타나고 있다. 즉 아날로그적 환경으로 진화하여 디지로그(digilog-디지털 기기에 아날로그적 정서를 융합시키는 디자인), 펀(fun-흥미와 재미를 바탕으로 웃음을 주는 독특한 디자인), 아트(art-조형구조의 섬세함이 전체와 부분에 스며든 디자인), 워(warm-스타일에 의해 자연스럽게 감성에 호소하는 따뜻한 디자인), 에코(eco-환경과 에너지 중심으로 진지하게 접근된 디자인) 등을 그 예로 들 수 있다. 재미있는, 독특한, 생소한, 인상적인, 개성 있는 제품 등의 감성요소는 사용자에게 의미적 가치를 생성하는 디자인 마케팅 환경으로 접근하고 있다. 과거의 디자인이 질적 가치와 조형적 가치를 기반으로 하였다면, 오늘날의 디자인은 사용자 중심 가치를 기반으로 하고 있다. 느낌, 경험, 기대, 교감, 자극 등등 다양한 감성언어로 표현되는 무형의 개념을 표현하고 전달하는 방법은 디자인만이 가진 무한한 상상력을 바탕으로 정량적요소와 정성적 요소를 합리적으로 해결하는 아날로그적 환경과 프로세스에 있다고 볼 수 있다. 따라서 환경에서 나타나는 물질과 비 물질의 에너지 모티브는 디자인으로 가공되고 표현되어 리빙 환경의 제품을 감성방향으로 전환 시킬 수 있는 훌륭한 수단과 도구가 될 수 있다.



[그림 4] 환경 요소를 통해 감성이 적용된 제품5)

- 4) Merdolino(Designer: Stefano Giovannoni)
Anna Pepper(Designer: Alessandro Mendini)
Whistling Bird Tea Kettle(Designer: Michael Graves)
5) Favela Chair(Designer: Humberto & Fernando Campana)
RayTRAY(Designer: Sandy Chillewich)

3.3. 디지털적 감성접근

3.3.1. 상호작용에 의한 감성

상호작용은 쌍방향 디자인 혹은 인터페이스 디자인이라고도 하는데 웹디자인이나 프로그래밍 또는 제품디자인등 사용자(user)와 제품 프로그램과의 상호대화가 이루어지는 접면(interface)의 설계(design)라고 볼 수 있다. 인터랙션 디자인은 인간중심에서 컴퓨터를 쉽게 사용할 수 있도록 하는 것에 초점을 맞추어 인간과 컴퓨터 사이의 상호작용을 기반으로 하며, 초기의 인터랙션 개념이 디지털과 관련하여 컴퓨터 공학 및 환경에 제한되어 발달하였지만 디자인 영역으로 그 개념과 적용이 확대되면서 관계와 경험에 중심을 둔 새로운 디자인 방향을 제시하였다. 특히 인터랙션 디자인에서 새롭게 주목한 것이 사용자의 경험창출이다. 인터랙션의 개념을 확립한 사람 중에 하나로 꼽히는 미국 카네기멜론 대학교 리처드 뷰캐턴은 인터랙션 디자인을 4개의 유형으로 설명하였다.⁶⁾ 즉, 인터랙션은 사람과 사물의 인터랙션-물질 환경에서의 개념작용/ 사람과 사람 사이의 인터랙션-사람들 사이의 관계를 설명하는 상호관계/ 사람과 환경 사이의 인터랙션-인간의 특성과 자연환경이 휴먼 인터랙션을 결정/ 인간과 우주 사이의 인터랙션-인간의 문화, 사상, 종교 등을 포괄하는 광의의 개념이라 할 수 있다.

3.3.2. 상호작용 유형

① **형태적 요소(컨버전스):** 최근에는 소비자 환경에 맞는 다양한 문화적 컨버전스(convergence)현상이 발생하고 있다. 특히 리빙 제품과 가구는 인간의 행동과 공간의 기능을 지원해주는 보조적인 기능에서 벗어나 주거로 수용되는 제품과 인간을 공간적으로 해결해주는 빌트인(built-in)이라는 단순구조가 아니라 상호 융합하여 새로운 시스템으로 활성화되고 있다. 이러한 방식은 사용자에게 다양한 사용성과 의미성을 부여할 수 있는 한 단계 진화된 개념으로서 전자제품과 가구의 변종(hybrid)으로 인한 새로운 형태기능을 제공하는 가변적 제품이라 해석할 수 있다.

② **환경적 요소(유비쿼터스):** 디지털 환경은 우리에게 유비쿼터스(ubiquitous: 모든 곳에 있다)라는 개념으로 물리적 공간과 디지털 공간의 한계를 동시에 극복하고 사람, 사물, 컴퓨터, 환경이 하나로 연결되어 기능적으로는 최적화를 구현하기 위한 마지막 공

간 혁명의 단계이다. 유비쿼터스의 특징은 수많은 디지털 네트워크를 통해 언제나 사용자의 행동과 상황에 상호작용하여 리빙 환경이 제어되고 관리된다. 이러한 컴퓨터 환경들은 사용자의 눈에 보이지 않게 우리 생활 속으로 파고들고 있으며 실제 생활 현장 어디에서나 사용자를 위해 존재한다. 이와 같이 유비쿼터스 환경은 안보이고(invisible), 고요하며(clam), 언제나, 어디서나 연결되어 있는(connection) 컴퓨터 시스템의 특징을 갖는다.⁷⁾

③ **사용자 요소(인터페이스):** 인터페이스는 과거와 비교할 수 없을 정도로 복잡하다. 정보만을 매개하는 것이 아니라 정보와 사물들을 매개하기 때문에 사람과 컴퓨터의 인터페이스는 물론, 사람과 사물간의 인터페이스(HTI: Human Thing Interface) 또한 인터랙션 디자인에서 중요해진다. 따라서 인터페이스의 주체가 사람을 넘어 사물까지 포함하기 때문에 인간과 사물 모두가 살아있는 인터페이스의 주체가 된다. 인간에 근접한 형태의 지능화된 인터페이스가 필요하다. 사물들은 더 이상 단순한 사물이 아니고, 사물들 속에 정보가 들어있다. 사물에 대한 인터페이스는 물리적인 측면뿐 아니라 정보적 측면도 함께 고려된다.

4. 리빙 제품디자인의 감성조형

4.1. 감성 제품디자인 접근요소

4.1.1. 개념영역

① **스타일화(stylization):** 리빙 제품에 있어서 스타일은 감성요소를 도출하는 가장 중요한 요소이며, 형태, 색채, 질감 등의 물리적 요소와 이미지, 상징성, 존재성 등의 비 물리적 요소로 구성되어 사용자에게 다양한 경로로 제품의 의미를 전달한다. 이러한 스타일은 시대와 사회적 환경과 개인의 취향 및 감성적 소구에 따라 변화하고 가치기준을 달리하고 있으며 디자인의 목표에서 가장 비중 있는 부분으로 감성의 1차적 전달체계라고 할 수 있다.

② **개인화(Personalization):** 개인화를 바탕으로 한 개성은 생활 환경내에서 사용자 중심의 리빙 제품에 감성요소를 제공할 수 있다. 즉 디자이너가 제품을 여러 부분으로 나누고, 이 부분을 각기 다른 형태와 색상 등을 갖도록 다양하게 디자인한 후, 사용자가 각각의 부분을 자신이 선호하는 것으로 선택 조합하여 하나의 제품으로 디자인을 완성케 하는 방

6) Richard Buchanan, Design Research and New Learning, Design Issue, Vol.17, No. 4, 2001, pp.10-13

7) 변지영, 유비쿼터스 환경에서의 휴먼 인터페이스 디자인 적용성에 관한 연구, 숙명여대디자인대학원 석사학위논문, 2005

법이다. 이는 철저히 사용자 중심의 구조를 제공함으로써 스스로 개발한 듯한 의미를 부여해서 제품에 친근한 감성을 부여할 수 있다.

③ **인간화(Humanity)**: 오늘날 많은 제품에는 아날로그를 바탕으로 한 탈 디지털화나 또는 인간에 가까운 디지털 컨셉이 적용되고 있다. 인간의 경험과 감성, 가치에 기반을 둔 다양한 상품들이 디지털화에 대한 반향과 복고경향, 자연에의 순응과 조화 등 탈 디지털의 추세가 새로운 트렌드로 자리 잡을 것이라고 예측하고 있다. 이러한 흐름은 리빙 환경에서 새로운 인간중심의 감성은 여유로움이 담긴 제품디자인으로 제공될 것이다.

4.1.2. 기능영역

① **스마트(Smart)**: 단순히 사용성을 전제로 한 제품은 감성이 없다. 그러나 제품이 사용자의 취향과 사용패턴을 기억하여 변화에 대응하는 상황은 차가운 제품이 친근하고 따뜻한 제품으로 존재한다면 기존의 존재가치를 근본적으로 바꾸어 친화적 존재로 다가올 것이다. 즉, 제품이 친구 같기도 하고 또는 자신을 관리해주는 의인화된 개념으로도 감성교류를 할 수 있다.

② **친환경(Eco)**: 친환경을 통한 감성디자인은 다양한 경로로 나타날 수 있다. 일반적으로 순수한 재료, 순수한 가공방식, 본질에 대한 접촉 등은 대량생산과 기계적 생산방식에 대한 거부이자, 최종 제작 과정에 대한 향수이기도하다. 수공예에서 느꼈던 손끝의 촉각은 오랜 시간의 축적을 그 제품을 통해서 느낄 수 있어 감성교감의 밀도가 높다. 약 100년 전의 리빙 제품은 아마 대부분이 그런 제품으로 구성되어 지속성과 익숙함이 존재했다.

③ **교감(Communication)**: 제품의 사용 환경이 인간과 사물 사이의 접촉면 또는 의사소통 수단으로 단순히 활용하고 있는 면에서 끝나는 것이 아니라, 보다 효율적이면서 명확한 소통수단에 초점을 맞추면 많은 부분이 감성교류의 장이 형성될 수 있다. 이는 제품의 스타일 또는 시스템적 요소에 의해 인간과 인간, 인간과 물질, 인간과 시스템, 시스템과 시스템을 위한 커뮤니케이션이 일어나고 이런과정속에서 인간이 신체적 정신적 심리적으로 습득하는 경험을 디자인 하는 것이 감성 교감이다. 8)

4.1.3. 기술영역

① **인간공학(Human factor)**: 리빙 환경에서 사용

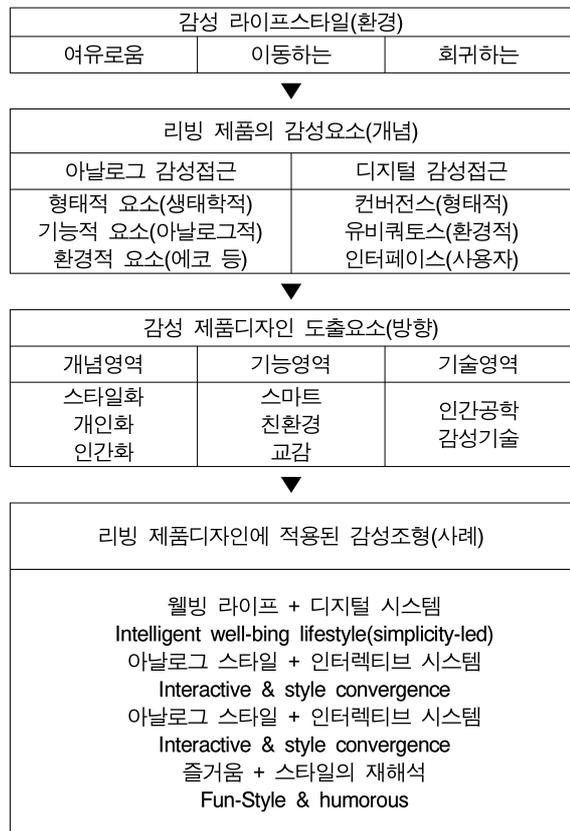
8) 김용주, Resonance 개념을 적용한 체험적 자동차 쇼룸 디자인에 관한 연구, 홍익대학교 석사학위논문, 2006

자에게 물리적 감성을 느끼게 해주는 요소로 인간공학이 가장 중요하다. 즉 섬세하고 세련되게 사용성을 높여 감성도출을 지원할 수 있는 것은 바로 인간공학이며 최근에는 인간의 물리적인 측면과 인지적인 측면을 모두 포함한다. 인간의 물리적인 측면은 인간의 운동 능력 등과 같은 인간이 가진 신체적, 지적 능력과 관련한 측면을 의미한다. 인간의 인지적인 측면은 인지공학과도 관련되어 있는 것으로 인간이 감성으로 사고하는 모든 것과 관련이 있다.

② **감성기술(Emotional Technology)**: 감성기술은 아날로그적 도구로 해결되던 시절이 있었지만 디지털 환경에서는 어떠한 제품에 있어서 아날로그 방식만을 추구하지 않는다. 감성기술은 사용자의 행동 만족을 위한 고도의 집적된 시스템 기술이라 할 수 있다. 감성의 정성요소가 기술의 정량요소로 가미되어 디자인 등에 응용되어 인간의 감성적인 측면에 대한 고려를 내재하여 제품의 디자인이나 서비스 등에 부가가치를 부여하는 것이다.

4.2. 리빙 제품디자인에 적용된 감성조형

4.2.1. 리빙 제품디자인의 감성조형 체계



[표 1] 리빙 제품디자인의 감성조형 체계

4.2.2. 웰빙 라이프 + 디지털 시스템

Intelligent well-bing lifestyle(simplicity-led)

오전 6시 해 뜨는 시간에 맞춰 서서히 밝아지는 기상조명에 맞춰 눈을 뜬다. 거실로 나서는 길에 체중계에 올라서니 '미네랄 부족' 표시가 나온다. 부엌의 정수기는 부족한 영양소를 자동 보완한 물을 만든다. 출근 전 가볍게 몸을 푼다. 디지털 건강관리 장비가 '어깨 근육이 뭉쳤다'고 알려준다. 벽에 설치된 디지털 보드 표시대로 근육 강화 동작을 하며 '퇴근 후에 마사지 치료 겸용 조명 아래서 좀 쉬어야겠다'고 생각한다. 조명은 어둠을 밝힐 뿐 아니라 태양의 신체 신진대사 역할까지 한다. 체중계는 생체 정보를 꼼꼼히 기록 관리하는 '디지털 주치의'다. 디지털 펜만 있으면 거실벽은 아이들 마음대로 그림을 그렸다 지우는 캔버스가 된다. 복합 기능이지만 사용법은 단순하다. 이상은 미래형 웰빙 가전으로 꾸며진 디지털 홈 즉 Simplicity-led의 모습이다⁹⁾. 기능은 많지만 사용법은 쉽게, 미래형 가전의 특징은 일상을 보조하는 데 그치지 않고 형태와 기능으로 사용자와 감성을 교류하고 전달하고 있다.



[그림 5] 사용자와 감성을 교감하는 리빙 제품¹⁰⁾

4.2.3. 아날로그 스타일 + 인터랙티브 시스템

Interactive & style convergence

인터랙티브의 다양한 콘텐츠를 제안하는 미국의 매사추세츠공과대학(MIT) 미디어랩은 과학과 미디어 예술을 융합하는 연구를 주로 하지만, 연구 폭이 한정되어 있지는 않다. 영상 또는 음성 기반 인터페이스 기술, 지능을 가진 애니메이션 기술, 마개를 열면 특정 음악이 흘러나오는 음악을 담은 병, 페인터블 컴퓨팅, 전자잉크, 지능형 건축표면, 디지털 방송, 가상현실, 유비쿼터스, 생명과학, 나노기술 등 다양하게 연구되고 있다. 이러한 개념은 리빙 환경에서 사용되어지는 다양한 제품 아이템들이 기존의 형태와 고유성을 유지하면서 인터랙티브 기술을 응용하여

9) 2007년 12월13일 네덜란드 필립스가 홍콩 아시아 월드 엑스포 컨벤션 센터에서 선보인 가전과 조명, 의료장비가 융합된 미래의 가정

10) In Form-폼의 건강상태를 알려주는 제품/Chameleon-자신이 원하는 조명의 색을 조명그림자와 매치시켜주는 조명시스템

새로운 감성 기술이 표현되는 디자인으로 제시하고 있다.



[그림 6] 감성 인터랙티브 리빙 제품(MIT미디어랩)¹¹⁾

4.2.4. 경험의 향수 + 기능의 재해석

New system for nostalgia motive

리빙 제품에 적용된 감성요소는 디지털 테크놀로지의 결정체만이 있는 것이 아니다. 우리가 과거에 경험했던 일상을 재조명하여 행위의 추억을 기능으로 변화 시키는 방법이 있고, 이러한 방법은 다양한 리빙 제품에 실험적으로 나타나고 있다. 가령 어릴 적 장독대를 열어 햇볕을 받던 행위를 재해석하여 빛을 흡수하는 시스템으로 적용하고 담긴 빛에너지를 실내에서 조명으로 재구성하는 컨셉이 있을 수 있으며, 민들레 홀씨를 불던 추억, 말뚝 박기를 하던 추억 등을 새롭게 기능을 개념화해서 감성이 담긴 디자인으로 접근하여 제시할 수 있다. 접근하는 방법은 단순히 스타일에 기능을 부여하는 해결안이 아닌 경험과 추억이 담긴 경험구조가 가장 충실하게 구현될 수 있는 기능적 시스템으로 접목이 가장 중요하다. 이는 경험의 향수를 기능의 재해석으로 감성결과를 디자인으로 도출할 수 있다.



[그림 7] 추억을 모티브로 한 리빙 제품(학생작품)¹²⁾

4.2.5. 즐거움 + 스타일의 재해석

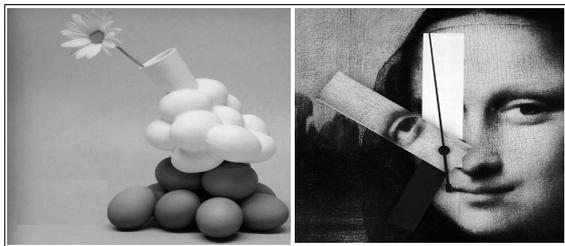
Fun-Style & humorous

오늘날 많은 디자인에서 공통적으로 나타나는 현상은 즐거움이다. 과거의 사용으로 인한 편익, 기능

11) 매사추세츠공과대학(MIT)의 미디어랩 네그로폰테(Nicholas Negroponte), 인공지능(AI)의 창시자로 불리는 민스키(Marvin Minsky)등이 1985년 설립하였다.

12) 2008-2학기 숙명여대산업디자인전공 3학년수업 결과물
-말뚝박기의 향수를 모티브로한 스톨 및 조명
-장독대의 향수를 모티브로한 집열기와 조명

의 혁신성에서 오는 융통성은 이미 많은 부분에서 보편적 가치로 인식되어지고 있다. 너무나 일상화 되어버린 기술은 인간의 감성을 자극하지 못하고 오히려 아날로그적, 또는 기술 이외의 가치의 본질을 찾는 행위를 유발 시켰다. 결국 과거부터 가지고 있던 해학, 독특함, 비틀어짐의 즐거움이 우리의 리빙 제품의 감성전달의 큰 주류로서 자리를 잡고 있다. 이는 디자인의 가치의 변화이며 사용자의 라이프스타일의 관점의 정서적 소통과 잠시 벗어나고자 하는 여유로움의 상징으로 해석되며 감성의 풍부함을 반영할 수 있는 디자인 접근방법이라 할 수 있다.



[그림 8] 유머러스한 감성을 보여주는 리빙 제품¹³⁾

5. 결론

감성 라이프스타일의 시대는 이미 많은 부분에서 우리에게 기존의 패러다임을 변화 시키고 있다. 특히 리빙 환경에서 삶의 가치와 문화적 가치는 점점 시스템보다는 인간 중심으로 다가오고 있으며 그 중심에는 감성이라는 큰 배경이 작용하고 있다. 과거의 디자인의 개념이 단순히 형태와 기능, 구조, 상징, 미, 테크놀로지의 개념이었다면 이제는 감성 차원에서 보는 것을 간과할 수 없으며, 앞으로는 인간의 새로운 소통의 경로로서 비물질적인 역할과 능력을 확장시켜주는 감성 인터페이스와 인간 중심의 개념은 미래 디자인의 새로운 패러다임을 제공할 것이다. 미래의 리빙 환경은 첨단사회가 가속화 될 것이며 더욱 빠른 트렌드를 수용해야 적응이 가능한 현실로 다가올 것이다. 그러나 이러한 흐름은 인간이 늘 간직하고자 하는 감성에 대한 근본적인 회귀성으로 대두되리라 생각한다. 지금까지 디자인에서 반영되고 구현된 여러 가지 기술들은 궁극적으로는 사용자의 생활 속에 내재된 문제를 해결하는 도구로서 활용되었으며 이를 통해 감성을 충족한 부분도 있으며, 이러한 감성도구에 대한 니즈는 앞으로도 계속 되리라 예상된다. 그에 따라 감성을 물리적 구조로 구현해 주는 센서, 터치, 블루투스, 매직미러 등과 같은 다양한 디지털 콘텐츠도 리빙 환경에서 아날로

그적 스타일과 융합하고 방법을 공유하는 디자이너의 접근은 다각화 되고, 이를 통해 리빙 환경과 인간의 새로운 감성라이프스타일 방향은 계속 발전되어질 것이다. 지금까지 리빙 환경에 있어서 제품과 감성 라이프스타일의 상관성을 통한 제품의 조형 사례와 이론적 고찰을 하면서, 사용자 중심의 감성 니즈가 충분히 반영된 조형개념과 디자인 해결, 그리고 대중적 가치를 위한 프로세스와 방법은 향후 지속적으로 연구되어야 한다.

참고문헌

- 이길순. (2000). 생활과 디자인. 대구대학교 출판부
- 김동욱. (1999). 바이오닉스 원리를 이용한 디자인 교육방법 연구. 단국대학교학원
- 최대석. (2002). 디지털시대의 산업디자인. 홍익대학교출판부
- 김민수. (1997). 21세기 문화탐사. 솔출판사
- 민 경우. (1995). 디자인의 이해. 미진사
- 고석천. (1997) 조형의 발상기법. 창미
- 스스미나미오, 김학성·오천학 역. (1994). 형태의 연구를 위한 형의발상. 도서출판 창미
- 서병기. (1999). 기초디자인 교육에 있어서 바이오닉스 디자인 도입에 관한 연구. 디자인학연구 NO.11
- 변지영, (2005)유비쿼터스 환경에서의 휴먼 인터페이스 디자인 적용성에 관한 연구, 숙명여대 디자인대학원 석사학위논문
- Papanek. V, 현용순, 이은재 역. (1986). 인간을 위한 디자인. 미진사
- The international design year book. (2001)
- Graphis product design-2. (2000)
- Philips 2000, Philips. (1999)
- Richard Buchanan, (2001), Design Research and New Learning, Design Issue, Vol.17, No. 4, pp.10-13
- LISA S. ROBERTS, (2006), ANTIQUES OF THE FUTURE, stewart tabort & chang
- <http://www.philips.com/global/index.page>

13) Egg Vase(Designer: Marcel Wanders for Droog)

Mona Lisa Clock(Designer: Constantin Boym)