

디자인적 치유의 방법에 관한 연구

- 패키지 디자인을 중심으로 -

Research on the method of design therapy

-Focused on package design-

주저자 : 박영주

인천가톨릭대학교 조형대학 시각디자인과 교수

Park Young Joo

Incheon catholic university

공동저자 : 노아름

인천가톨릭대학교 조형대학 대학원 시각디자인과

Noh Arum

Incheon catholic university

1. 서론

- 1-1. 연구의 목적
- 1-2. 연구의 범위

2. 치유에 관한 이론적 고찰

- 2-1. 치유의 개념
- 2-2. 치유와 디자인의 관계

3. 조형적인 요소가 주는 치유의 효과

- 3-1. 컬러
- 3-2. 선의 형태가 주는 치유의 효과
- 3-3. 질감과 형태가 주는 치유적 효과
- 3-4. 여백을 이용한 심리의 치유 효과

4. 치유적 효과를 주는 디자인의 사례

5. 결론

참고문헌

논문요약

시대가 지날수록 디자인이 사회에 미치는 영향의 범위는 점점 커지고 있다. 이에 따라 디자인의 역할과 책임의 규모도 비례해야 할 것이다. 최근의 디자인은 웰빙 트렌드에 걸맞게 공간 디자인뿐만 아니라 시각디자인 분야에서도 웰빙의 요소를 첨가하거나 친환경적인 방향으로 변화하고 있는 추세이다.

지금까지의 패키지 디자인의 존재 이유는 상업적인 부분이 절대적이었다. 그러나 오늘날 시대가 요구하는 디자인의 역할은 상업적인 것뿐만이 아닐 것이다. 정보의 홍수와 물질문명에 의해 정신적으로나 육체적으로 스트레스를 겪고 있는 소비자들의 심리를 치유하여 편안하고 더욱 친근하게 다가가기 위한 디자인적 노력이 필요할 시점이다. 따라서 본 연구는 디자인적 치유라는 방법을 통해 인간에 기여하는 패키지 디자인의 새로운 가능성을 연구해 보고자 하였다. 컬러, 선, 질감, 여백 등의 조형적 요소를 통한 구체적인 치유의 방법에 대해서 연구하고 실제적으로 디자인에 적용된 사례를 조사하였다. 또한 후속연구를 통해 디자인의 치유 효과에 대해서도 검증하고자 한다.

주제어

치유, 패키지 디자인, 심리

Abstract

As time passes, the scope of influence of design on society is increasing. Accordingly, the size of role and responsibility of design must be proportionate. Recent design has been influenced by well-being trend and shows a drift that adds components of well-being to visual design as well as space design or changes towards an eco-friendly direction.

Until now, package design has existed mainly for the reason of commercial aspect. However, the role of design required by the current of the times is not limited to commercial aspect. There needs to be design effort to approach more friendly and easily to customers by curing the mentality of customers who are suffering mentally and physically from stress by a flood of information and material civilization. Therefore, this research aims to study a new possibility of package design that contributes to human beings by the method of design therapy.

This research has studied a specific method of therapy through formative components such as color, line, texture, and margin etc. and investigated examples of practical application to design. In addition, further studies will be conducted on the indefication of the effectiveness of design therapy.

Keyword

Healing, Package design, Psychology

1. 서론

1.1. 연구의 목적

현재의 패키지디자이너들은 소비자들에게 알리고 싶은 제품의 정보를 전달하고 시선을 끌어당기기 위하여 상업적이고 시인성이 강한 디자인들을 시도하고 있다. 예를 들어 주목성 있는 컬러를 사용한다던가, 로고 타입을 극대화 시키는 등의 자극적인 패키지 디자인의 형식을 추구해 온 것이 그것이다.

현대인들은 TV, 인터넷, 모바일, 광고 등의 수많은 매체를 통하여 인류역사상 유래가 없이 수많은 정보와 재화를 접하며 살아간다. 이제 손 안에 든 휴대폰 하나로 모든 정보의 입수와 인적 물적 교류를 행할 수 있다. 그러나 인간의 삶은 과연 정신적으로나 물질적인 양면에서 모두 이전보다 풍요로워 졌다고 할 수 있는 것일까? 물질적인 면에서는 분명히 풍요로워 졌다고 할 수 있을지 모르나 이 시대의 급격한 변화의 속도에 인간이 적응하고 있는 것인지 디자인이란 상업적인 논리로만 좌우되어야 할 분야인지 다시 성찰해 보아야 할 필요를 느껴야 할 시점이 아닐까.

디자이너 빅터 파파넵(Victor Papanek)은 판매를 위한 디자인으로 변해가는 시대에 대한 반감을 가지고 비판하며 인간을 위한 디자인을 추구해 가야 한다는 철학을 가지고 있었다.

디자이너가 물질문명에 상처받은 인간의 감성을 치유할 수 있다면 디자인의 존재가치가 더욱 확고해지는 것임에 틀림없을 것이다.

시각디자인에 있어서 커뮤니케이션기능을 보다 적절히 해주고 내용을 명확히 해주는 것뿐만 아니라 모든 생활 구조가 복잡해져 가고 정신적 스트레스가 한층 더 가해져가는 현대 생활에 있어서 컬러나 여백, 질감 등의 디자인적인 요소들이 주는 편안함은 현대인의 심리적 스트레스를 해소시켜주는 시각 심리 효과가 크다고 생각된다.(서정희, 1998, p.6)

이에 따라서 본 연구자는 디자인을 통한 심적 치유(Healing)에 대하여 집중적으로 연구하고자 한다.

1.2. 연구의 범위

먼저 '치유'라는 것이 가진 개념에 대해 알아보고 치유와 디자인이 어떤 관계가 있으며, 디자인적인 치유와 의학적인 치유와는 어떠한 차이점이 있는지 조사한다. 또한 디자인의 조형적인 요소들이 주는 치유의 효과는 무엇이 있는지를 알아본다.

좀 더 자세히 언급하게 될 세부적인 내용들은 조

형적인 요소 범위에 속하는 컬러 중에서도 각 컬러들이 주는 심리적인 치유의 효과와 소비자의 치유 심리를 이용한 여러 사례들을 들어보고, 어떤 컬러의 조합이 사람의 심리를 편안하게 해주는지, 안정감을 주는 형태들은 어떤 것들이 있는지 알아보았다.

훌륭한 디자인을 만드는 데는 몇 가지 요소들이 사용되고 있는데 그 요소들 중에 특히 패키지디자인 분야에 있어서 가장 간과되고 충분히 사용이 되지 않는 요소가 여백일 것이다. 패키지 디자인은 무언의 세일즈맨이며 상품 그 자체이기 때문에 주어진 작은 공간 안에 수많은 정보를 담아내지 않으면 안 되기 때문이다. 패키지디자인에 있어서 공간의 낭비라고 생각되는 여백이라는 요소가 주는 디자인적인 치유 효과에는 어떤 것들이 있는지에 대해서 조사하고자 한다. 또한 시각적인 효과뿐만 아니라 촉감을 통한 치유적 효과도 알아보하고자 한다.

2. 치유에 관한 이론적 고찰

2.1. 치유의 개념

치료(Curing)와 치유(Healing)의 두 가지 의미가 있는데, 치료는 과학적, 기술적인 도구를 이용하여 환자의 병이나 상처를 낮게 하는 육체에 관련된 것이라면, 치유는 환자의 인간적인 면에 관계된 것으로 정신적, 경험적 요소가 중요한 것이다. 치유라는 용어는 일반적으로 보통생활을 영위하는 사람들을 위한 정신건강의 차원에서 이 개념이 사용되고 있다.

2.2. 치유와 디자인의 관계성

퀴테와 툰에 따른 '디자인 모델과 사회모델(1995)'을 살펴보면 80년대는 소비 포화 사회에서는 의미론으로, 90년대 소비 과잉 사회에서는 개성표현 및 미적 경험디자인으로 디자인의 방향이 변화하였다. 이는 디자인이 기술적, 경제적, 미적인 과정뿐만 아니라 점점 심리학적, 문화적, 환경적 측면들 또한 고려하는 것을 의미한다고 토마스 하우스페는 그의 저서 '디자인'에서 주장하였다.

사람의 심리를 자극하여 치유적 효과를 주는 디자인들은 인간의 삶에 인공물에 심리적, 실용적, 경제적, 문화적 가치를 부여하기 위해 고도로 복합적인 요소를 종합한 지적 조형 활동이다.(이주향, 유보현, 2009, p.418) 다음은 각 조형적인 요소에 대한 세부적 조사의 내용이다.

3. 조형적인 요소가 주는 치유의 효과

3.1. 컬러

우리의 몸은 색이 우리에게 미치는 파장을 통해 정상적으로 기능하고 건강을 유지한다. 컬러를 이용한 치유란 색의 에너지와 성질을 이용해 심리치료와 의학에 활용하는 방법으로 색채는 심리뿐만 아니라 물리적인 신체 활동이나 질병의 경과에도 많은 변화를 일으킨다.

색채가 가진 일정한 물리적 파동과 시각적 자극을 통해 중추신경계를 활성화시켜 심리적 안정감을 취하게 하고 오장육부의 밸런스를 바로 잡아 주는 것이다. 또한 우리의 생활에서 색상이 미치는 영향력은 막강하다고 말할 수 있다. 하늘의 빛깔이나 옷과 주변 장식의 색상이 우리의 감정에 영향을 미친다는 것은 잘 알려진 사실이다. 동시에 우리의 감정도 우리 몸 주변에 색상을 만들어 내어 자신뿐 만 아니라 다른 사람에게도 영향을 미친다.

가장 흔히 쓰이고 있는 대표적인 빨강, 주황, 노랑, 초록, 파랑, 남색, 보라의 7가지 색상들은 다른 파장을 가지고 있고, 각각의 색상은 치유를 하는 다른 특성을 가지고 있다. 그리고 이것은 육체적인, 그리고 정신적인 건강에 주요한 역할을 한다. 다음은 치유의 효과가 있는 디자인 요소에 관한 도표이다.(다카자카 미노루(高城 美紀, 2005, p.22~29)

DIC 5판 709 복숭아의 색		- 핑크의 농담을 베이스로 빨강을 약간 사용하여 문자나 라인에는 검정을 사용하지 않고 갈색을 사용하여 그리운 느낌을 만든다.
DIC 5판 786 아마색		- 전부 오렌지 계통으로 통일하여 밝은 색을 많게 하면 따뜻한 카페오레를 마시는 것처럼 마음이 편안해 진다.
DIC PART II 1판 2095 약초의 색		- 신록의 새싹을 재현한 색에 나무껍질의 색을 배합하면 봄의 자연을 느끼게 하는 기분이 든다.
DIC 14판 101 하늘색		- 확장하게 개인 날의 하늘색에 밤하늘의 색깔과 나뭇잎의 색깔을 곁들이면 하늘을 바라보고 있는 것처럼 마음이 편안해 진다.
DIC PART II 1판 2204		- 밝은 보라색을 중심으로 보라색의

등나무 꽃 색	농담을 정리하여 등나무 꽃과 이파리 같은 색으로 균형을 맞추면 눈으로 보기에 치유되는 느낌이 든다.
---------	---

[표 1] 편안함을 전달하는 색

DIC 5판 763 회피색(한자) 짙은 갈색		- 갈색의 농담을 베이스로 붉은 갈색을 중심으로 하여 침착함 뿐만 아니라 힘을 어필할 수 있다.
DIC 2판 F131 Gourmet 붉은 갈색		- 붉은 갈색에 들어있는 갈색과 핑크를 곁집어내어 연속성을 표현하면 안정감이 있는 배색이 된다.
DIC PART II 1판 2073 겨자색		- 노르스름하고 칙칙함이 있는 색을 골라 조합하면 침착한 인상을 줄 수 있다.
DIC 2판 F14 Aubergine 포도껍질의 보라색		- 어두운 색의 면적을 많게 하면 침착한 이미지가 된다.
DIC 2판 F277 Vert boupeille 상록수의 색		- 자연 속에 있는 어두운색을 많이 사용하여 이미지가 다른 색(위의 경우는 핑크)을 연하고 작게 곁들이면 소프트한 침착함을 얻을 수 있다.

[표 2] 침착함을 전달하는 색

DIC 5판 722 당홍화 수박의 빨간색		- 짙고 엷은 붉은색과 노란색을 띤 밝은 색을 배색하면 빼어로를 보고 있는 것 같은 기분이 든다.
DIC 2판 F222 Poussin 바나나의 노란색		- 황색의 소량의 적색과 청색을 합하여 적/청/황의 삼원색은 감각이 있는 즐거운 느낌이 전달된다.
DIC PART II 1판 2237 로즈핑크		- 꽃과 같은 핑크와 보라색에 꽃가루와 같은 황색과 초원의 이미지색인 녹색을 합하면 꽃밭에 있는 것 같은 행복감을 얻을 수 있다.
DIC 2판 F282 Vert chartreuse 애플그린		- 과일의 색인 황색에서부터 황록색에 꽃의 색인 핑크를 조금 곁들이면 먹는 행복감과 좋은 향기를 맡은 것 같은 행복감을 느낄 수 있다.
DIC PART II 1판 2177 타코이즈 블루		- 밝은 남색과 밝은 한색을 조합하면 편안하면서도 즐거운 느낌이 든다.

[표 3] 행복감을 전달하는 색

3.2. 선의 형태가 주는 치유의 효과

 손으로 그은 가로선은 안심감을 느끼게 한다.	 살짝 들어간 선은 여유로운 기분을 만든다.	 살짝 부풀어 오른 선은 기쁨을 느끼게 한다.
 손으로 그은 세로선은 자유나 자립을 떠오르게 한다.	 가지가 나누어 진 선은 즐거움을 느끼게 한다.	 식물의 선은 편안한 환경을 연상시킨다.
 손으로 그은 작은 동그라미는 작은 기쁨을 암시한다.	 꽃과 같이 생긴 선은 생명력이 있는 확장성을 전달한다.	 소용돌이 같은 선은 즐거운 변화를 예감 시킨다.
 바람과 같은 웨이브는 상쾌한 고급스러움을 전달한다.	 연속된 웨이브는 섬세함과 시간의 흐름을 전달한다.	 천사의 날개와 같은 라인은 놀이 감각을 자극한다.

[표 4] 선의 형태가 주는 치유의 효과

3.3. 질감과 형태가 주는 치유의 효과

(1) 치유하는 질감의 5대조건

- 살아있는 것을 흉내 내거나 전사한 것
- 자연소재를 사용한 수작업 흔적이 느껴지는 것
- 빛을 투과하여 투명하게 보이는 것
- 겹쳐 보이는 것
- 수분을 함유하거나 촉촉한 느낌이 있는 것

 동물의 털은 따뜻함이 있으며 털의 흐름방향이 일정하여 갈색과 흰색의 혼합 색상이 사람의 심신을 정확시키며 치유하고 위로를 준다.	 무명과 가죽 등의 자연소재를 사용한 것에 스티치, 구멍, 문양, 오래된 금속 장식등의 수작업한 느낌이 더해지면 치유의 효과가 증대된다.
 태양의 빛을 필로로 하는 한편 눈부심에 따른 피로를 피하고 싶은 사람은 투명하게 보이는 것을 통해 부드러운 빛에 치유된다.	 풍부함과 윤택함을 추구하는 인간은 본능적으로 다중인 것에 열광하며, 적당하게 촉촉한 느낌을 좋아한다.

[표 5] 사람을 치유하는 질감

또한 누에고치와 같이 둥글고 부드러운 형태는 촉감적으로 손에 쥐기에 좋고 눈에 익은 자연물의 형태라 친근감이 있다. [사진 1]은 손으로 쥐었다 놓으면 원상으로 회복되는 flexible한 소재를 사용함으로써 쥐었을 때 인간의 피부를 만지는 것 같은 효과를 줌으로써 정서적인 안정감을 줄 수 있다.(박영주, 2004, p224)



[그림 1] flexible한 소재

(2) 치유하는 형태의 5가지 포인트

- 직선이 없을 것

- 동그라미, 별, 붓과 같이 기본적인 형태의 덩어리 일 것
- 파장의 너울을 가지고 있을 것
- 한 점에서 퍼져나가고 한 점으로 모이는 형태
- 닳은 것이 있어도 같은 것이 아니며, 색과 형태에 얼룩이 있을 것

 <p>직선적이라도 완전한 직선이 아니라 약간의 곡선이 있는 것이 자연계의 라인이다.</p>	 <p>동그라미, 별, 길다란 붓 등의 기본적인 형태의 집합이 자연계의 느낌이다. 하지만 직선이 아니라 곡선의 연속이 되는 디자인 이어야 한다.</p>
 <p>자연물은 파장의 너울을 갖고 있는 소용돌이와 같은 형태가 많다.</p>	 <p>자연물은 한 점에서부터 퍼져나가고 다시 한 점으로 모여지는 것 같은 형태가 많다.</p>

[표 6] 사람을 치유하는 형태적 요소

3.4. 여백을 이용한 심리 치유

여백이라고 하는 요소는 일반적으로 동양화에서 표현되어진 형상 외에, 남겨진 공백부분을 여백이라 부른다. 이 여백을 남기는 것은 동양화만의 독특한 화면 구성 법이다. 여백은 화면을 배치하는 문제와 직접적인 관계를 가지고 있으며 ‘여백’을 잘 처리하면 화면에 생동감이 있고 숨이 통하며 웅색하게 되지 않는다.(김유선, 1997, p3)

또한, 안 그려진 듯 그려진 공간이며, 그 속으로 감상자를 끌어들이게 한다. 그 여백이라는 요소 때문에 감상자들을 개개인의 나름대로 생각할 여유를 갖게 한다. 보는 사람마다 다 달리 생각할 수 있는 공간이 여백이라고도 할 수 있다. 생기와 재미를 불어 넣을 수도 있고 여유로움을 가져다 줄 수도 있다.

여백(white space)이라는 단어는 우리에게 편견을 줄 수도 있지만, 여백은 꼭 흰색일 필요는 없다. 이 이름은 대부분의 인쇄가 흰 종이에 되었던 옛 시절에서 온 것이다. 여백은 디자인 요소들이나 페이지 레이아웃 사이들의 빈 공간을 의미한다. 여백은 그래픽과 이미지간의, 마진과 흠, 칼럼 들 간의 공백, 그리고 글자간의 공백까지도 의미한다.

여백을 풍부하게 사용함으로써 디자인에 줄 수 있는 많은 혜택이 있다. 단순하게 레이아웃에서 요소들 간의 공간을 넓히는 것만으로도, 디자인은 좀 더 우아하게 모습을 지니게 되고, 웹 디자인의 타이포그래피에 좀 더 여유 공간을 줌으로써 콘텐츠의 가독성이 높아지게 된다.

현대 사회는 눈을 돌 곳도 없다. 잠시 쉬었다 갈 곳도 없다. 꽉 막힌 하늘, 마음을 돌 곳조차 없다. 현대 우리의 삶의 터전은 숨 쉴 수 없다. 우리의 도시는 그렇게 짐령당하고 채워져만 간다.

여백의 진정한 의미는 주관적인 자기의 심정을 특정한 대상을 통해 표현하는 것이다. 화면에서 나타내려고 하는 왕성한 의욕을 담담하게 표현하는 것, 즉 표현 형태를 간소하고 그것을 여백 속으로 회귀시킴으로서 희로애락을 성급히 표시하지 않는 정적인 아름다움을 말하고 있다.(최영은, 2004, p3,4) 우리 선조들이 가졌던 여백의 미는 지금 우리의 잘못되어져가는 상황을 다시 환기시켜 준다. 비움으로써 아름다운, 충만하고, 풍성할 수 있는 여유로움을 가져다준다.

4. 치유적 효과를 주는 패키지 디자인의 사례

다음은 상기에 열거한 심리적 치유에 효과적인 디자인의 요소를 사용한 패키지 디자인의 사례를 들어 보고자 한다.

[그림 3]의 녹차 패키지는 밝으면서도 깊이가 있는 녹색, 순백색이 아닌 노르스름한 백색, 차를 감싼 동그라미, 교토를 상징하는 붉은색, 히라가나로 쓴 이 에몽(伊右衛門), 대나무의 형태와 색깔 등이 일본의 고도(古都) 교토를 즐기면서 휴식을 취하는 것 같은 편안한 정서를 전달해 주는 디자인이다. [그림 4]는 모리나가 유업의 우유 패키지로서 상품명이 세 줄로 들어가 있고 그 밑에 원료의 설명 등 많은 문자가 들어있음에도 깔끔해 보이는데 이것은 바탕색인 흰색과 병의 형태가 만들어내는 매끈한 형태 때문이다. 또한 짙은 파란색은 고급스러움을, 붉은색과 흰색은 우유의 맛을 전달하고 있다.

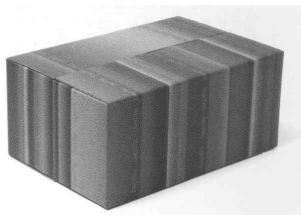


[그림 3] (좌) 녹차 '이에뭉' 패키지



[그림 4] (우) 모리나가 '맛있는 우유'

[그림 5]는 펠리시모라는 의류 브랜드의 배송용 상자 패키지디자인이다. 시크하면서 지나치게 복잡하지 않은 패턴을 사용하여 편안함을 전달하고 있으며 집 안에서 보관함으로 사용하기에도 부족함이 없다. 시세이도 화장품 패키지인 [그림 6]은 이제 막 피어나려고 하는 식물의 새싹을 연상케 하는 세로로 3단으로 나누어 진 형태이다. 투명한 병 안에 들어있는 유백색 액체는 피부를 촉촉하게 해주는 이미지를 전달하며 사용할 때마다 꽃봉오리같이 생긴 뚜껑을 돌리는 재미를 준다. [그림 7]은 시세이도사의 샴푸, 컨디셔너 제품이다. 불룩하면서 부드럽고 안정감 있는 실루엣과 센터에 있는 세로로 쓴 영문로고, 시원스러운 용기의 색에서 풍부한 거품과 확실한 세정력, 금방 씻고 나온듯한 깔끔한 느낌을 전달해준다.



[그림 5] 펠리시모 골판지 패키지



[그림 6] (좌) 시세이도 아유라 밸런싱 프라이머



[그림 7] (우) 슈퍼 마일드 샴푸, 컨디셔너 패키지

[그림 8]은 여성용 팬티라이너로서 자궁과 같은 패키지의 형태와 손 글씨체, 핑크와 오렌지색 하트, 브랜드명 속에 사라(さら:부드럽다.라는 뜻)라는 어감 등이 여성에게 부드럽고 불쾌감을 없애주는 귀여운 상품임을 인식시켜 준다. 또한 직선이 하나도 없는 디자인이 부드러운 인상을 자아낸다. DHC 로션 패키지인 [그림 9]는 비취색을 띤 둥근 캡과 사람의 바디라인 실루엣 같은 병, 심플한 잎사귀 마크. 손 글씨체 로고 디자인. 반투명 화이트에서 그린으로 넘어가는 그라데이션과 시원한 느낌의 실버톤이 전체적으로 치유의 느낌을 전달해 준다.



[그림 8] 사라사티 미니시트 패키지



[그림 9] DHC 로션 패키지

이니스프리 시트팩 패키지 시리즈인 [그림 10]은 편안함을 주는 자연의 부드러운 컬러와 곡선적인 여백의 형태, 그리고 여유로움을 주는 공간들이 맑고 시원한 느낌을 주며, 편안함을 준다. [그림 11]의 유제품 패키지는 자극적인 컬러가 아닌 다양한 색상과 함께 깨끗하고 심플한 타이포가 깔끔해 보인다. 또한 여백을 많이 줌으로써 시원하고 여유로운 느낌을 갖게 한다.



[그림 10] 이니스프리 시트팩 패키지



[그림 11] 유제품 패키지

[그림 12]는 투명한 소재의 용기와 넓은 여백을 사용하였고 신선함을 주는 생수 패키지다. 눈에 편안함을 주는 하늘색의 물방울무늬 또한 깨끗해 보인다. 투명한 소재로 인해 용기 안의 내용물이 좀 더 맑아 보이고 개운한 느낌을 가져다주는 디자인이다. [그림 13]의 아이스티 패키지는 자연스러운 색과 그라데이션의 조화가 순수한 느낌을 주고 동글동글한 원형의 반복적인 패턴이 눈에 띄며 병의 투명감은 마음의 답답함을 해소해 주는 느낌을 준다.



[그림 12] (상) 생수 패키지
[그림 13] (하) 아이스티 패키지

친환경 컨셉의 [그림 15] 마켓오 패키지는 전체적으로 자극적인 컬러의 사용을 자제하고 제품이 지닌 담백한 자연의 이미지를 비주얼로 해석해 담아냈다. 아울러 일반적으로 사용하는 종이 인쇄면이 아닌 뒷면에 인쇄함으로써 비싼 수입지를 쓰지 않고도 마켓오가 추구하는 고급스러운 이미지를 표현하였다. 특히 패키지가 흰색일 경우 때가 잘 탄다거나, 비주얼이 자극적이어야 소비자 눈에 들 수 있다는 고정관념을 없앴으로써 타 제품과의 차별화를 보여준다. [그림 16]의 요거트 패키지는 자극적이지 않은 시원하고 은은한 하늘색을 사용함으로써 편안한 느낌을 주며, 흰색과 같이 어우러져 더욱 맑고 순수한 느낌을 주는 디자인이다. 형태적으로는 용기 중간 부분이 약간 움푹하게 들어가 편리하게 먹을 수 있도록 그림감을 향상시킨 디자인이다. [그림 20]은 미네랄 워터 패키지로서 디자인이 심플하며 보는 사람으로 하여금

시원한 기분을 선사해 준다. 영문 n을 길게 늘여서 폭포의 이미지를 담은 패키지이다. 일본의 나마차(生茶) 패키지인 [그림 22]는 군더더기 없는 심플한 형태로, 페트병의 윗부분의 둥글게 이어지는 부드러운 곡선이 인상적이다. 시원한 초록색을 사용함으로써 청량함을 느끼게 해준다.



[그림 15] (상) 오리온 '마켓오' 패키지 디자인
[그림 16] (하) 매일 요거트 '퓨어' 패키지 디자인



[그림 17] (좌)나이야가라 미네랄 워터 패키지
[그림 18] (우)일본의 나마차 패키지

[그림 22]는 자연소재인 꽃의 실제 사진을 쇼팽백에 적용한 디자인이다. 중앙에 배치된 필기체의 타이포그래피는 자유롭고 단순하면서도 주목성을 끌기에 충분하다. [그림 20]은 재활용 신문과 골판지, 그

리고 분해하기 쉬운 종이 펄프를 사용해 디자인 된 패키지로써 환경 친화적인 소재를 사용함으로써 패키지의 소재면에서도 편안한 느낌을 받을 수 있다.



[그림 19] (상) 쇼핑백 디자인

[그림 20] (하) CD 자켓 디자인

상어의 알에서 디자인 영감을 얻은 [그림21]은 반투명 소재를 사용하여 시각적 치유 효과를 가지며, 인위적이지 않은 부드러운 느낌이 만지는 사람으로 하여금 편안한 느낌을 준다. 기존의 종이 상자와는 달리 부드러운 재질의 코쿰(cocoon) 형태로 마무리함으로써 형태적인 아름다움과 함께 내용물의 파손을 방지하는 완충작용도 뛰어나다.



[그림 21] 스포츠 의류 패키지 디자인

5. 결론

디자인 분야 중에서도 특히 패키지 디자인은 상품의 판매촉진을 위한 수단에 주요 목적이 있었지만, 점점 부가적인 가치를 중요시하게 되었다. 즉, 감성의 충족과 심리적 치유의 목적으로까지 그 가치가 확대된 것이다. 시대가 요구하는 디자인은 분명 기존의

상업적인 가치관의 틀에서 벗어난 한 단계 높은 책임감을 필요로 하고 있다. 즉, 디자이너는 소비자에게 디자인물에 대한 1차원적인 만족감뿐만 아니라 치유적 디자인의 기법을 적용한 디자인을 제공함으로써 쏟아지는 새로운 정보에 복잡하고 피로해진 심신을 한층 편안하게 해주고 치유해 줄 수 있는 디자인을 제공해야 한다.

또한 디자인 후 단계의 사용자는 디자인의 자기화 과정을 통해 자기만족 및 감동의 내적 치유(healing)을 경험하게 된다고 한다. (이주향, 유보현, 2009, p414)

본 연구는 디자인을 통한 인간의 감성을 치유 방안을 모색하기 위해 최초의 시도로서 우선 디자인의 조형적 요소를 이용한 치유의 방법과 사례에 대하여 논하였으며 후속연구로서 실험을 통한 치유효과의 검증 등을 통해 보다 객관적인 자료를 제시하고자 한다.

이를 통하여 디자인은 시대적 요구에 부합한 역할을 수행할 수 있을 것이며 디자인의 가치와 중요성을 굳건히 하는데 일조할 것으로 판단된다.

참고문헌

- 김유선.(1997). 동양화 여백의 현대적 연구. 단국대학교. 석사학위논문.
- 다카자카 미노루(高城 美紀).(2005). 성공사례에서 배우는 치유의 디자인. 주식회사 BNN신사
- 박영주.(2004). 밀레니엄 트렌드에 있어서 조형성과 발생배경에 관한 연구. 기초조형학 연구.Vol.5.No.4
- 이주향, 유보현.(2009). 디자인 테라피 개념을 통해서 본 디자인의 사회적 역할과 책임. 경기대학교.
- 서정희.(1998). 편집디자인에 있어서 여백에 관한 연구. 이화여자대학교. 석사학위논문.
- 차유미.(2006). 동양화에 나타난 여백의 현대적 운용 연구. 단국대학교. 석사학위논문.
- 최영은.(2004). 동양화에 있어서의 여백연구. 동국대학교. 석사학위논문.
- 토마스 하우페.(2008). 디자인. 예경
- 한국 케엠케 색채연구소,<http://www.color21c.co.kr>