

산업디자인에 있어 Metaphor 연구²

A Study on the Metaphor of Industrial Design (part 2)

김성곤

Seonggohn Kim

홍익대학교 산업디자인학과

Department of Industrial Design
College of Fine Arts
Hong-ik University

Keywords: Metaphor, Industrial Design, Identity, Image

1. 연구 배경과 목적

산업디자인은 제품이 가지고 있는 형태에서 주는 디자인의 이미지는 상품에 중요한 역할을 하고 있다. 제품의 형태는 많은 인더스트리얼 디자이너에 의해 여러가지 제품의 형태로 나올 수 있으나 독창적이거나 개성이 없다는 것이 많은 사람들의 지적이다. 새로운 디자인 이미지 창출을 위한 방법으로 이미지 유입(Metaphor)의 방법을 소개하고자 한다. 이미지 유입(Metaphor)의 방법은 이미지보드(Image Board)상에서 결정된 이미지를 제품의 이미지로 승화시킬 수 있는 방법을 연구하고자 한다. 인더스트리얼디자이너가 고민하는 것 중의 하나가 독창적인 아이디어와 모방에서 벗어나 자기만의 개성이 있는 디자인을 찾아 내고자 노력을 하는 것이다. 즉 각각의 제품디자인의 독자적 아이덴티티(Identity)를 찾기 위한 끊임없는 노력을 할 것이다. 그러한 노력에 도움이 되고자 한다.

2. 연구 개발의 중요성

디자인 프로세스상에서 제품이미지를 합리적으로 관리하고자 한다. 제품 이미지의 명쾌한 답을 구하고자 한다. 간혹 제품의 모방의 시비를 줄일 수 있으며 확실한 개성의 표현이 가능해진다. 그러한 방법의 하나로서 제품의 이미지 결정에 중요한 디자인 프로세스이다. 소비자가 볼 때 기업의 제품디자인의 독창성과 제품의 독자적 아이덴티티(Identity)가 소비자의 구매 심리를 자극시킬 수 있다. 이러한 독창적 이미지가 형태 뿐만 아니라 기능적인 것에도 충실한 2중의 역할을 하기도 한다.

3. 연구 내용 및 방법

제품을 디자인 할 때에 적용하는 디자인 프로세스의 경우는 보통 이미지보드(Image Board)등의 기초적인 것 부터 시작하여 잘 준비되고 있다. 그러나 그러한 것에 많은 신경을 쓰고는 있으나 디자인된 결과물인 제품은 처음의 이미지보드는 중간에 형태의 이미지가 바뀌는 경우가 있다. 결국은 기초적인 준비는 잘 되고 있으나 그것이 디자인 프로세스상의 연결이 잘 되지 않는 경우가 있다. 즉 디자인 시 중요한 결정중의 하나인 형태에 대한 자신감을 생길 수 있게 해주는 것의 방법이다. 이미지보드(Image Board) 상의 조사와 디자인된 제품의 결과로 원하는 형태가 나올 수 있도록 하는 방법이다.

과거 제품디자인의 경우 기능에 충실하게 디자인 되었다. 그러나 급격한 기술의 발달로 형태에서 주는 이미지가 서서히 깨지고 있다. 그러한 것은 산업디자이너에게 무한한 자신만의 상상력을 표출시키는데 좋은 계기를 마련해주고 있다. 그러나 그러한 기술의 발달로 주어진 혜택을 디자이너들은 제대로 활용하지 못하는 경우가 많이 있

다. 기능과 형태가 적절히 융화된 디자인을 위해서 새로운 디자인 방법론으로 디자인 은유(Design Metaphor)의 방법을 사용하고자 한다. 즉 하나의 통일된 제품 이미지와 독창적 캐릭터를 갖추고자 하는 방법이다.

디자인 은유(Design Metaphor)는 각국의 나라마다 역사와 문화(Culture)중의 하나인 조각품, 회화등의 예술품이나 건축물, 혹은 특징이 있는 동식물등에서 형태를 은유(Metaphor)의 대상으로 사용한다. 은유(Metaphor)는 자동차디자인, 제품디자인등 형태를 가지고 있는 여러 분야에서 응용 되기도 한다. 제품디자인의 경우 이태리의 알레시(Alessi)사의 경우가 자주 디자인 은유(Design Metaphor)을 이용하여 디자인된 제품으로 유명하다.

우리생활 주변에서 쉽게 볼 수 있는 소품등을 디자인 은유(Design Metaphor)를 이용하여 디자인을 한다. 그중 영국왕립미술대학(Royal College of Art) 학생이 알레시(Alessi) 사를 위한 디자인이며 졸업작품인 빨래집게¹를 디자인 했다. 사진1, 사진2 에서 보면 알 수 있듯이 기능에 충실 하면서 빨래집게의 단조로움을 동물등의 형태에서 디자인 은유(Design Metaphor) 해서 제품디자인한 좋은 사례로 들 수 있다.



그림1
빨래집게를 동물의 형태로 하나하나 충실하게 디자인 되었다. 위로 튀어나온 개구리 모습, 놀란 고양이 모양 등으로 표현 되었다.

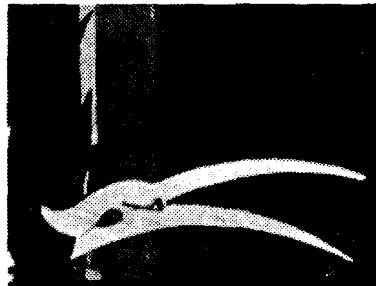


그림2
물에 뛰어 들려는 듯한 개구리모습, 다른 색상의 놀란 고양이의 모습 등 여러 형태의 이미지로 디자인 은유(Design Metaphor)되었다.

영국왕립미술대학(Royal College of Art)가 알레시(Alessi)사를 위한 디자인이며 산학 프로젝트 중의 하나였다. Industrial Design과의 1995년 졸업작품으로 전시되었다.

전자제품의 디자인의 예를 보면, 주방에서 자주 쓰는 물건 중의 하나인 전자레인지의 경우이다. 주방에서 자주 쓰는 물건이기도 하다. 특별히 첨단기술이 필요한 것도 아니며 첨단기술의 이미지를 필요치 않는 것 중의 하나인 전자레인지의 경우는 친근감이 필요했다.

디자인의 대상이 결정된 전자레인지는 주방과 관련있는 디자인 은유(Design Metaphor)의 대상을 선택 했고 그것이 밀가루 반죽이었다. 밀가루 반죽 시에 사용하는 밀대와 밀가루 반죽의 특징을 살려서 디자인한 것이 대우전자의 전자레인지TM이다. 밀가루 반죽과 밀가루 반죽 밀대를 이용해서 넓게 퍼서 밀고 그위에 녹색의 완두콩, 빨강의 콩등을 넓게 핀 밀가루에 눌러 박어 놓은 듯한 형태TM, 딱딱한 밥 공기등으로 누른 듯한 형태, 밀가루 반죽을 돌돌 말아서 문순잡이 만든 형태등 밀가루 반죽 시에 나올 수 있는 여러 형태 가지고 디자인 은유(Design Metaphor)를 해서 표현한 전자레인지의 경우가 있다. 이것이 디자인은유(Design Metaphor)의 대상으로한 좋은 예이다.



그림3
밀가루 반죽에서 나올수 있는 여러형태를 가지고 디자인한 대우전자의 전자레인지 모형

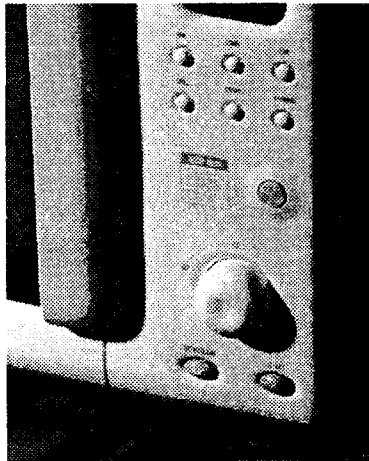


그림4
전자레인지의 형태는 디자인 은유 (Design Metaphor)의 대상을 주방에서 흔히 쓰는 밀가루 반죽에서 찾았다. 전체 형태 뿐만 아니라 기능 보턴의 경우 밀가루 반죽을 밀대로 밀어놓은 밀가루 반죽에 빨강색, 녹색 콩을 눌러 박아놓은 듯한 형태등 밀가루 반죽에서 나올수 있는 여러 형태가 잘 어우러져 디자인 된 예이다.

자동차 디자인의 경우 자동차 디자인 시에 많이 사용하는 방법이다. 자동차 디자인의 경우는 상징성 있는 동물이나 조각품, 고건축물, 등에서 형태를 디자인 은유(Design Metaphor) 한다. 그중에서도 그중 영국왕립미술대학(Royal College of Art)의 Giles TAYLOR의 1/4 크기의 컨셉 모델(Concept) 스포츠카(Sport Car)는 수작으로 꼽는다.

Giles TAYLOR의 컨셉 모델(Concept) 스포츠카(Sport Car)는 프랑스의 스포츠카를 디자인 하고자 했고 그중에서 프랑스의 문화를 이미

지에 담았다. 디자인 은유(Design Metaphor)의 선택은 옷감에서 형태를 찾았다. 철사와 농구공 같은 구 등이 여러 형태의 것을 놓고 스타킹과 같은 천으로 감았다. 그때 여러가지의 형태로 나타나며 그것에서 나올수 있는 여러가지의 형태를 가지고 디자인 은유(Design Metaphor)를 해 새로운 개념의 스포츠카TM를 디자인했다. 즉 옷감에서 나타나는 여러 형태를 자동차 디자인에 응용함으로써 자동차 디자인의 새로운 형태를 창출함은 물론 자동차의 새로운 프로포션(Proposition)을 제안하기도 했다.

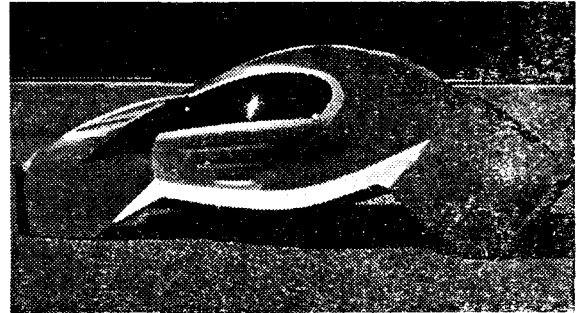


그림5
옷감에서 나올수 있는 여러 형태를 가지고 디자인한 1/4크기의 스포츠카 컨셉모델(Sport Car Concept Model)옆모습

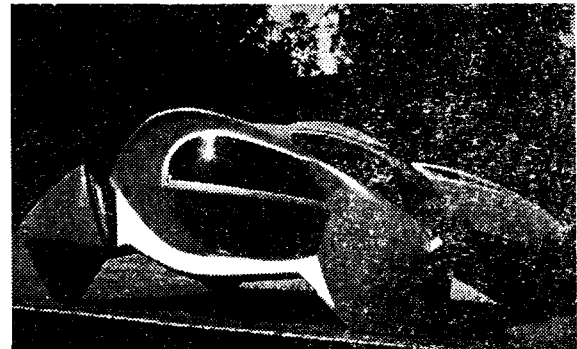


그림6
Giles TAYLOR의 컨셉 모델(Concept Model) 스포츠카(Sport Car) 영국왕립미술대학(Royal College of Art)의 졸업작품

2 디자인 은유(Design Metaphor)의 이용한 결론

제품을 디자인할때 아이디어를 얻는 여러 방법중의 하나가 디자인 은유(Design Metaphor)이고 많이 사용하는 디자인 방법중의 하나이다. 디자인 은유(Design Metaphor)는 제품을 디자인 할 시에 영감을 제품의 형태나 기능에 주입시키며 상징화 시키는 방법을 말한다. 디자인 은유(Design Metaphor)의 방법을 디자인에 응용하면 모방(Copy)과는 분명히 구분 되며 특창적인 디자이너 개인의 조형세계를 펼칠 수 있다.

제품을 디자인 할 시에 디자인 하고자 하는 제품과 은유(Metaphor)의 대상이 전혀 무관하면 오히려 제품 디자인 시 혼란만 거듭할 수 있다. 디자인 할 대상과 이미지 보드(Image Board)등을 만들 시에는 신중한 선택이 필요하며 디자인 할 대상과 연관된 이미지는 새로운 형태의 시작으로 진보적인 제품디자인을 이룰 수 있고 제품디자인의 아이덴티티(Identity)의 통일성을 쉽게 할 수 있다.