

디자인 영역에 있어서의 감성 연구 방향에 대한 고찰

Suggestion for Direction of Sensitive Design

박영목

국민대학교 공업디자인학과

Park, YeongMog

Dept. of Industrial Design, Kookmin University

keywords : Sensitivity, Emotion

1. 연구의 배경

최근에 디자인 영역에는 [감성]이라는 단어가 들어간 논문들이 늘고 있으며, 학생들 작품에도 감성이라는 설명이 자주 눈에 띄게 되었다.

그러나 아주 일부이기는 하나 [감성]이라는 단어를 유행어처럼 받아들이거나 잘못 해석하고 있는 경우도 없지 않다. 우선 작품의 경우 '내가 기분이 나쁘면 제품이 알아서 이렇게 해주고, 기분이 좋으면 알아서 저렇게 해준다'는 식의 제품에 엄청난 지능(실제로 기계가 인간의 감성을 이해하는 기술은 매우 어려운 기술이다)을 요구하는 경우나, 무조건 보드랍고 곡선적이고 말랑말랑한 조형을 만들거나, 지나친 장식을 하는 경우가 종종 있다. 또한 감성의 연구에서도 감성을 수량화나 정량화 하여 연구코자 하는 공학적 연구 방법의 무조건적인 모방이나 응용을 하거나, 감성을 연구하기 위한 대상과 그에 따른 연구체계가 확실히 갖추어져 있지 않은 상태에서 유행어처럼 감성이라는 단어를 쓰는 경우가 있다.

그러나 이와 같은 무분별한 단어의 남용이나, 부적절한 연구체계가 디자인 분야에 있어 감성적 측면의 문제를 다루는데 도움이 될 것이라고 생각하기는 어렵다. 따라서 디자인 영역에 있어 명확한 감성에 대한 입장과 독자적 접근 방법을 수립해야 함으로써 감성에 대한 올바른 연구의 기틀을 마련해야 할 필요가 있다.

2. 감성연구의 현황

감성에 대한 디자인의 입장을 분명히 하기 위하여 우선 다른 영역에 이루어지고 있는 연구의 현황을 살펴볼 필요가 있다.

감성공학과 관련되는 분야는 인간공학, 산업공학, 정보공학, 컴퓨터 공학, 심리학, 인지심리학, 센서공학, 가상현실연구 등 실로 다양한 분야에서 이루어지고 있다. 그 중 대표적인 분야의 연구목적 및 감성에의 접근 방법을 살펴 보도록 하자.

1) 정보공학적 접근

[감성공학]이라는 책을 써 감성에 대한 연구를 활성화시킨 나가마찌 마쯔오 교수의 연구는 정보공학적 감성의 연구로 분류할 수 있다. 그의 연구에서는 컴퓨터에 '고상한 옷'을 요구하면 컴퓨터가 '고상한 옷'을 디자인하여 보여준다. 이는 옷을 구성하는 팔의 길이 모양, 목 주위의 모양, 옷의 전체적 형태 길이 등의 요소를 모두 구분하여 각 요소에 대한 사람들의 기호나 이미지를 형용사 척도를 이용하여 조사한 후, 이를 통계로 분석하여 옷의 요소와 사람들의 기호나 이미지 간에

관련 도를 규정 지어 놓는다. 이 데이터를 기준으로 사람이 '고상한'이라는 요구를 하면 각 요소 중 '고상한'과 가장 관련이 높은 요소들을 추출하여 완성된 옷을 만들어 제시하는 것이다. 이는 마치 컴퓨터가 인간이 요구하는 '고상한'에 대응하는 결과를 생각하여 제시하는 것처럼 보인다. 이는 컴퓨터로 하여금 감성을 처리하게 하는 방법을 연구한 것으로 볼 수 있어 정보공학적 접근이라 할 수 있다.

2) 인간공학적 접근

인간공학의 분야에서는 인간에게 주어지는 자극과 그 자극에 따라 보여지는 감성의 변화에 따른 생리적 반응의 연관성에 관심을 가지고 있다. 예를 들어 어떤 사람에게 슬픈 영화나 무서운 영화를 보여주고 그에 따른 뇌파, 맥박수, 뇌에서 얻어지는 여러 가지 전기적 신호등 측정 가능한 여러 가지 생리신호를 측정한다. 이때 얻어지는 신호가 주어지는 자극에 대하여 일관된 패턴을 보이면, 그 관계로부터 어떤 자극에 대한 반응으로부터 얻어지는 생리신호에 따라 인간이 어떤 감성을 가지는가를 추론하고자 하는 것이다. 혹은 역으로 어떤 자극에 대해보이는 반응패턴이 일정한 경우, 자극의 요소를 분석하여(예를 들어 슬픈 영화의 색조, 주인공의 표정, 소리 등) 슬픈 감성을 일으키기 위하여 이러한 요소들을 쓸 수 있다는 결론을 얻어내고자 한다.

3) 심리학적 접근

인지심리학이나 심리학에서는 이러한 외부에 보여지는 현상보다는 인간의 뇌에서 일어나는 감성의 처리과정에 더욱 관심을 가지며 이를 모델이나 이론으로 밝히고자 한다.

4) 생화학적 접근

또한 생화학적 접근은 인간의 감성의 변화를 인체 내부의 화학적이나 생리적인 변화(호르몬 등의)로부터 밝히고자 하는 경향을 가지고 있다.

이와 같이 감성을 연구하는 영역은 다양하며 각 분야는 나름대로 감성을 밝히기 위한 연구체계나 접근 방향을 달리하고 있다.

3. 감성처리에 있어 디자인과 타 영역과의 차이

1) 결과지향성

디자인에 있어 감성의 연구는 인간의 감성의 처리 특성이나 생성 및 변화의 특성을 밝히는 것보다는 사용자가 디자인된 도구를 보고 감성적으로 만족감을 주기 위한 결과에 상대적으로 큰 비중을 준다.

2) 감성처리에 적합한 프로세스 및 방법의 보유

디자이너는 이미 탄생 시기부터 인간의 감성을 만족시키기 위함을 전제로 수많은 프로세스와 방법들이 개발되어 왔다. 단지 그 과정을 수리적이거나 정량적으로 설명할 수 없음을 부인할 수 없지만 이제까지 디자이너는 많은 사람들에게 감성적인 만족을 주는 물건을 디자인해 왔다.

3) 감성정보의 전이 능력의 탁월함

디자이너는 설명(언어)을 듣고 머리 속에 이미지를 형성하여 시각적으로 표현하기도 하며, 문자(디자인 컨셉)로 기술하기도 한다. 또한, 맛있는 음식을 먹고 맛의 이미지를 색상으로 표현하기도 하며, 음악을 듣고 조형으로 표현하기도 한다. 이와 같이 디자이너는 다른 전문가들에 비하여 탁월한 정보의 전이능력을 가지고 있어 5감으로부터 입력되어 형성된 감성을 다양하게 표현할 수 있는 능력을 가지고 있다.

4) 기본적인 디자이너의 사고방식(사용자 지향적)

디자이너가 디자인 과정 중에 해결하는 모든 문제의 기준은 사용하기 편리함, 조형적인 미감, 생산 공정의 단순화, 사용 기술의 안정성 및 혁신성 등 사용자에게 이익이 돌아갈 것인가 혹은 사용자가 만족해 할 것인가이다. 이러한 사용자를 중심으로 하는 사고체계야말로 디자이너가 감성적인 물건을 만들어 낼 수 있는 가장 중요한 요소일 것이다.

5) 연구방법의 차이(수리적, 직관적)

감성을 연구하는 다른 영역의 학문 분야는 주로 인간의 감성을 수량화 혹은 정량화 함으로써 비로서 연구가 시작된다. 이는 그네들이 가지고 있는 연구의 방법이 수리를 기준으로 하고 있기 때문이며, 따라서 감성 연구의 가장 첫 단계가 인간의 감성을 수리적으로 나타내기 위한 측정기술이 된다. 그러나 디자인에 있어서는 수리적 처리보다는 직관적인 처리가 많다. 그러나 이러한 직관적인 처리를 저급한 문제해결 방법이라 할 수는 없다. 오히려 고차적인 인간의 두뇌활동 능력이라 함이 옳다고 할 수 있다.

6) 관심연구 영역의 차이

인간은 어떤 대상으로부터 자극(시각적, 청각적 등의)을 받아 감성을 생성시키고, 이를 표현함에 있어(언어나 이미지 등으로), 이미 존재하는 조형이나 소리와 같은 [외부에 존재하는 대상]으로부터 자극을 받을 뿐 아니라, 옛 고향을 생각 함으로서도 감성의 변화가 생기듯이 스스로 [내부에 존재하는 대상]으로부터도 자극을 받는다. 이러한 감성유발체에 대하여 [감성공학]은 이미 [외부에 존재하는 대상]과 감성과의 관계를 주 연구 대상으로 하나, 디자이너는 [내부에 존재하는 대상]을 구체화해 나아가는 과정에 더 많은 관심을 가지고 있다.

4. 디자인 영역에서의 감성연구의 방향

이제 가지 살펴본 바와 같이 공학분야와 디자인 사이의 감성에 대한 연구의 영역이나 접근방법에는 차이가 있음을 알 수 있다.

따라서 디자인에서의 감성에 대한 접근은 공학적 접근과는 달라질 수 있다. 다음에 디자인 영역에서의 감성

에 접근 가능한 몇 가지의 방향을 제시하고 앞으로의 과제를 점검해본다.

디자인 프로세스 및 방법의 우수성의 증명

디자인 영역에서의 감성에 관한 연구는 새로운 관점과 방법의 개발에만 있는 것이 아니라 기존의 디자인 과정이 얼마나 감성을 처리하는 데에 적절한 우수한 방법인지를 증명하는 것도 중요한 과제가 될 것이다.

새로운 디자인 방법 및 프로세스의 개발

디자인 전개과정을 인간의 감성을 만족시켜가는 과정으로 생각을 전환함에 따라 새로운 방법 및 프로세스로의 전개가 가능해진다.

5. 결론

감성공학이란 감성을 공학적으로 연구한다는 것을 뜻한다. 따라서 디자인에서 감성을 연구하거나 배려하는 것은 감성디자인이라 불리어야 바람직하다. (물론 방법으로서 감성공학적 방법을 응용할 수는 있다). 이와 같이 감성에 대한 디자인의 명확한 입장과 접근 방향을 규정 지어 놓는 것이야말로 감성에 대한 디자인이 해결해야 할 과제를 명백히 하는 것이며 이를 통해 주변의 학문과 상호 협력적인 입장에서 연구를 수행할 수 있는 기반을 만드는 것일 것이다.

디자인은 본래가 다양한 영역으로부터의 지식과 문제 해결 방법을 도입하여 사용하는 분야이다. 그러나 디자이너는 독자적인 문제해결 영역을 가지며 그에 따른 독자적 관점도 가지고 있다. 새로운 가치나 방법이 나올 때마다 마치 디자인이 전혀 새롭게 바뀌거나 이제까지의 디자인이 가치 없었던 것 같은 태도를 취하는 것은 옳지 않다. 또한 새로운 가치나 지식에 대하여 무조건적인 부정과 반발도 바람직하지 않다.

즉, 디자이너는 새로운 지식이나 가치의 탄생에 대하여 적극적으로 수용하되 자신이 도구 제작자이로서의 디자이너라는 본분을 잃지 말아야 할 것이다.

참고문헌

- 이순요·長町三生, 《정보화시대의 감성인간공학》, 양영각, 1996.
- 대한인간공학회(감성공학분과위원회), 《감성공학의 기초와 응용》, 1993.
- 長町三生, 《감성공학》(김연민 역), 울산대학교 출판부, 1995.
- 井口征士, 《感性情報處理》, オーム社, 1994.
- 小林宏, 《感性學入門》, 産能大學出版部, 1990.
- 小林重順, 《配色センスの開発》, ダヴィッド社, 1990.
- 篠原昭, 《感性工學への招待》, 森北出版, 1996.
- 長町三生, 《感性工學》, 海文堂, 1993.
- 長町三生, 《感性商品學》, 海文堂, 1994.
- 長町三生, 《快適科學》, 海文堂, 1994.
- 森光徳, 《認知心理學》, 東京大學出版會, 1995.
- 魅力工學研究フォーラム, 《魅力工學》, 海文堂, 1992