

製品造形言語の概念と役割に 関する 研究

A Study on The Concept and Role of The Formative Language for Product

정충모

경원전문대학 산업디자인학부

Jung, Chung-Mo

Dept. of Industrial Design, KWC

이재용

독일 부퍼탈 종합대학교 산업디자인 박사과정(Ph.D)

Lee, Jae-Yong

Dept. of Industrial Design, BUGW

• Key words: Formative language for Product

1. 서론

디자인의 글로벌(Global)화와 국제화의 상황 속에서 제품디자인의 새로운 역할의 모형을 구체화할 수 있는 도구적인 기반으로 제품조형언어를 연구해야할 당위성이 있다. 이러한 제품조형언어의 연구는 국제적으로 다른 생활문화의 범위에서 존재하는 제품의 가치와 의미를 파악하고 해석하는데 기능을 발휘 할 수 있을 것이며 국제협력을 통한 다 국가적 이익을 위한 제품개발 프로젝트를 위해서 상호 디자인 분야에서의 의사소통의 커뮤니케이션에 사용될 것으로 기대된다.

2. 제품조형언어의 개념

제품조형언어의 개념은 제품의 조형을 언어학적인 입장에서 접근하는 것이다. 우리 주위에 존재하는 물리적 형상을 가진 물체들은 먼저 순수한 형으로서 지각되고, 비교적 긴 서술의 과정을 거쳐서 정신적, 구어(口語)적인 이미지로 바뀌는 수순(隨順)으로 우리의 지각체계에 각인(刻印)되게 된다.

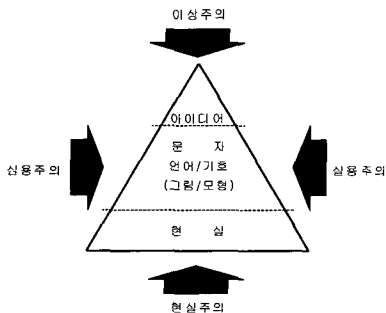
사실 제품조형언어는 비언어적인 커뮤니케이션이다. 언어에 의하지 않은 커뮤니케이션으로 커뮤니케이션 행동에서는 언어와 비언어적 방법이 유기적으로 상호기능을 하는데 후자인 비언어적(Nonverbal)인 커뮤니케이션(Communication)의 역할도 상당히 크다.

3. 학문과 실무에서의 제품조형언어의 비교

3-1. 학문에 있어서 언어적 특성과 구조

학문적인 측면에서 언어적인 특성과 구조는 먼저 아래 그림에서 잘 설명하고 있다.

[그림1] 이상주의, 사실주의(현실주의), 실용주의와 언어와의 관계)



1) Siegfried Maser: Design Theorie zur Aesthetik Gestalterischer Produkte, Gesamthochschule Wuppertal, 2000, p 9

위 그림에서 언어와 기호의 학문적인 영역을 보여 주고 있다. 이상주의와 현실주의 그리고 실용주의적인 관계에서 언어와 기호 그리고 문자와 그림 또는 모형의 영역과 역할을 설명한다.

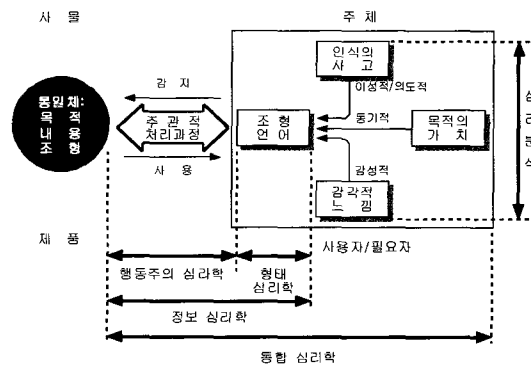
3-2. 학문과 실무에서의 제품조형언어의 비교

3-2-1. 학문에서의 제품조형언어

1) 철학적 심리학측면에서의 제품조형에 대한 연구

Wittgenstein은 논리 철학적 언어연구를 통해서 조형을 분석하였다. 그의 원칙은 언어와 사고 그리고 제품조형은 일치한다는 것이다.²⁾ 즉 언어와 사고가 일치한다는 것은 아주 중요하다. 사실 언어는 단순한 요소들로부터 문장을 형성하여 기호를 포함한다. 따라서 이러한 연구의 발전은 현재 아래 그림과 같이 Sigfried Maser³⁾에 의해서 더욱 연구되었다. 본 연구는 사물 즉 제품과 사용자와 커뮤니케이션이 형성되는 과정에서 보여지는 주관적 처리 과정으로 심리학적 영역을 잘 설명하고 있다.

[그림2] 사용자처리과정: 감지/사고/가치/처리과 심리학의 분야분석 (재생산되어지는 처리과정)⁴⁾



본 그림은 제품이나 사물이 가지고 있는 통일체로서의 조형

2) Wittgenstein, L. "Tagebuecher 1914-1916", in Werkausgabe, Bd. 1, Frankfurt 1984, pp 178-179 참조

3) Sigfried Maser는 현재 독일 Wuppertal 종합대학교의 조형학부장을 맡고 있다. 그는 1970년대 독일학제의 개혁자로서 부퍼탈 종합대학교의 총장직을 역임하면서 조형학부의 학제시스템과 역할을 현재의 제도적인 체계로 현실화하였으며 교육의 국제화와 국제교육협력에 많은 관심을 가지고 있는 독일의 유명한 학자중의 한 사람이다.

4) Siegfried Maser, "Design Theorie zur Planung Gestalterischer Projekte", Gesamthochschule Wuppertal, 1992, p 157 참조

과 그것을 처리하는 과정에서 형성되는 제품조형언어 그리고 그것을 사용하는 필요자가 느끼는 가치와 사고 그리고 느낌으로 분류하였다.

2) 기호학적 측면에서의 제품조형에 대한 연구

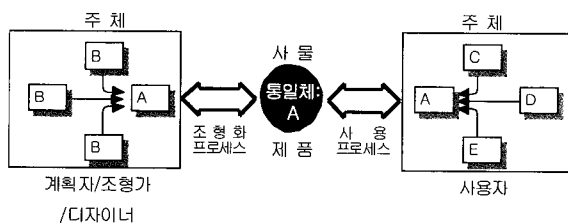
기호학은 기호의 일상적인 학문의 한 영역으로 Text분석 안에서 차별적인 커뮤니케이션 측면으로 연구되어지는 것이 보편적이다. Brekle은 지시로부터의 범칙들을 기호로 간주하였다.⁵⁾ 어떤 유형의 위계질서 안에서 사용자 측면 즉 사용자 해석의 제품으로써 하나의 기호인 것이다.⁶⁾ 그 제품이나 사물이 어떠한 것으로 이해되어 진다면 그것은 하나의 기호인 것이다. 사실 시스템적으로 또는 의미적으로 이미 존재하는 기호의 연구들은 기업경영에서 의사결정의 협력을 돕기 위해서 상대적으로 희소하게 존재하고 있다.⁷⁾

3-2-2. 실무에서의 제품조형언어에 대한 연구

1) 방법적 수단으로서의 제품조형언어

제품조형언어의 적용에 대한 연구는 현재 실무에서 필수불가결하다. 제품조형언어를 실무에서 연구하는 것은 언어적인 개념을 발견하는 것이다. 이러한 개념의 발견은 고도성장을 한 산업국가에서 하나의 핵심적인 문제이다. 이러한 언어적인 연구는 제품개발의 실무에서도 계속되어야 한다.

[그림3] 조형과 사용 그리고 커뮤니케이션의 내용



먼저 제공자의 측면에서 디자이너는 목적 지향적 사고로써 가치를 부여한다. 또한 그러한 가치를 높이려고 노력한다. 이러한 가치에서 사용의 동기를 부여하는 내용을 형성한다. 이러한 내용을 중심으로 형태를 변형시키는 새로운 조형을 탄생시킨다. 이렇게 목적과 내용 그리고 조형의 통합체로써 사물과 제품을 완성한다. 이러한 조화로운 통일체는 사용자에게 형과 색의 조형으로 지각되며 그러한 지각은 다시 그 지각에 숨겨진 의미를 경험하게 된다. 이러한 경험을 통해서 가치를 평가하게 된다. 이러한 순환을 통해서 다시 디자이너는 제품의 사용자와 제품 사용성 분석을 언어적인 방법을 통해서 쉽게 접근할 수 있다.

2) 실무에서 선택되어지는 제품조형언어

5) Breckle, H.E. "Semantik", Muenchen, 1972, p 21

6) Morris, CH. "Foundation of the Theory of Signs, Vol.1, No.2, Chicago, London, 1971, p 3

7) 이 내용의 참고문헌으로는 여러 가지가 있다. 대표적으로 선별한다면 다음과 같다. 먼저 Ph.Kotler와 U.Eco의 인터뷰 내용으로 "Marketing, Semiotics and IES(Interactive Electronic Systems)" in Thesis, 5, 1989, pp 70-72 그리고 Werner, U, "Moeglichkeiten der Anwendung semiotischer Erkenntnisse im multikulturellen Marketing", in Marketing ZEP, 3, 1993. pp 181-196 대표적이다.

기업에서 제품조형언어는 문제해결을 위한 분석을 위해서 제공되어진다. 그러나 종합적으로 사용되어지는 것은 아니다. 다시 말해서 제품 조형언어는 일반적으로 디자인 이론을 다루는 것이 아니다. 그것은 일반적으로 실무적인 경험에 기초하여 방법적 행동과 취급방법에 많은 영향을 미친다. 종합적으로 인터페이스의 관심을 강조하는 것을 주의해야 한다. 왜냐하면 인터페이스는 자주 은유로써 빈번하게 오인하기 때문이다. 제품조형언어는 제품의 평가에서 많이 사용되어진다. 실무에서의 제품조형언어의 차별화된 사용과 보급은 아주 명백하다. 의미적 분석들은 디자인에서 잠재적인 방법으로 사용되어 진다. 그러나 사실 이러한 제품조형언어의 분석을 이용하여 하나의 시스템적(Systematical)인 기초는 부족하다. 따라서 제품조형언어의 시스템적인 접근은 제품정책의 핵심적인 도구로써 혁신과 개선을 담당하는 역할을 한다. 또한 디자인과 생산의 커뮤니케이션으로 내부적 측면은 프리젠테이션과 문서화와 서류화 그리고 최종평가에서 이루어지며 외부적인 측면에서는 커뮤니케이션 정책과 대중매체를 통한 공공적으로 영향을 준다. 따라서 실무에서 선택되어진 제품조형언어는 시스템적인 접근을 통해서 실효를 입증 할 수 있다.

4. 결론 및 향후연구과제

4-1. 결론

본 연구는 언어학에 대한 개념을 쉽게 소개하면서 학문적인 입장에서의 제품조형언어와 실무적인 측면에서의 제품조형언어를 비교하고자 했다. 제품디자인의 측면에서 이루어지고 있는 프로세스를 제품 조형 언어적으로 해석했다.

제품조형언어의 연구는 국제적으로 다른 생활문화의 영역 권에서 존재하는 제품의 가치와 의미를 파악하고 해석하는데 궁극적으로 기능을 발휘 할 수 있다는 연구의 의의를 가진다.

또한 국제협력을 통한 다 국가적 이익을 위한 제품개발 프로젝트를 위해서 상호 디자인 분야에서의 의사소통의 커뮤니케이션에 유효하며 마지막으로 디자인주도형의 제품개발의 유도할 수 있는 것으로 국제간의 협력과 상호보완의 역할을 할 수 있는 새로운 디자인의 역할로서 존재할 수 있다.

4-2. 향후연구과제

생활문화권이 다른 디자이너들과의 상호협력을 통한 새로운 신제품조형의 창출에 대한 실용적인 제품조형언어의 적용이 필요하다. 정보통신의 발전환경 속에서 디자이너의 빠른 커뮤니케이션을 통한 신제품 개발의 연구가 이루어져야 한다. 특히 다국적 시장을 겨냥한 신제품 개발을 위해서 인터넷 커뮤니케이션을 통한 현지 디자이너와의 상호협력으로 다양한 생활환경에 적합한 신제품 개발을 향후 연구과제로 선정한다. 또한 시스템적(Systematical) 접근을 통하여 제품조형언어의 실무적인 접근이 이루어지길 희망한다.

참고문헌

- Dagmar Steffen, "Design als Produktsprache", Form 출판사, 2000,