

후기 산업주의 디자인과 그 트렌드에 관한 연구

A Study on the Post-Industrial Design and the Trends

윤영화(Yun Younghwa)

삼성 전자 Digital Media 연구소 Software Solution Lab

1. 연구의 목적 및 배경

2. 후기 산업주의 디자인

- 2-1 후기 산업주의의 도래와 성장
- 2-2 후기 산업주의의 디자인

3. 후기 산업주의 디자인의 전개 방향과 트렌드

- 3-1 전개 방향과 배경
- 3-2 트렌드 분석
 - 3-2-1 은유적 디자인 (metaphor design)
 - 3-2-2 시적 해석 (poetic dimension)

4. 결론

참고문헌

(要約)

산업사회의 등장 이후 끊임없이 논의되어온 후기 산업주의 (post-industrialism)는 이제야 본격적으로 우리들이 생활에서 느낄 수 있을 만큼 가깝게 다가와 있다. 후기 산업주의의 가장 핵심이 되는 키워드는 '비물질성 (immateriality)' 이라고 할 수 있는데, 좀 더 구체적으로 말하면 서비스(service), 정보(information), 지식(knowledge)이 그 대표적인 것이다. 이러한 비물질적인 것들을 사용자에게 전달하는 매개체로서의 역할을 수행하는 것이 후기 산업주의 디자인의 한가지 트렌드이다. 이러한 시대적 배경 뿐만 아니라, 기술의 발전과 제품사이클의 성숙화는 좀 더 기술이나 기능에 구애받지 않는 디자인 트렌드를 이끌어 내었다. 이러한 맥락에서 후기 산업주의의 가장 강력한 디자인 트렌드는 '은유적 디자인 (metaphor design)' 과 '시적 해석(poetic dimension)' 으로 구분해 볼 수 있는데, 이 두 양식의 공통적인 점은 낭만성, 상징과 은유의 차용 등에서 찾아볼 수 있다. 그 중에서도 1998년 애플사가 생산한 아이맥(iMac)의 등장 이후 반투명 재질과 색상의 다양화로 대변되는 유희적인 디자인인 '시적 해석 (poetic dimension)' 이 현재는 지배적인 트렌드로서 확고한 자리를 점유하고 있다.

(Abstract)

After the Industrialism, long-lasting issues about Post-Industrialism have closely been associated with our daily lives. The keyword of Post-Industrialism could be regarded as Immateriality, which is represented by service, Information and knowledge. In the Post-Industrial society, the major role of Post-Industrial design trend is a mediator to deliver the immateriality to users. Additionally, the maturity of technologies and product life cycle have leded users to the design trend that is free from the technologies and functions of products. In this context, the most powerful trend of the Post-Industrial design could be 'metaphor design' and 'poetic dimension'. The similarity of these two styles is situated in the romanticism -reflection of symbol and metaphor. However, the appearance of Apple's iMac in 1998, poetic dimension, which uses transparent plastic and colourful, pleasurable 'bobjects' has dominated the post-industrial design trend.

(Keyword)

post-industrial design, metaphor design, poetic dimension, design trend

1. 연구의 목적 및 배경

우리는 후기 산업주의(post-industrialism)라 일컬어지는 시기에 들어와 있다. 후기 산업주의는 새로운 아이디어나 관점의 전환이 아니라, 서구의 산업 혁명 이후 몇 번이나 논의되어 온 것으로 여전히 많은 방향으로 해석이 가능하며, 현재에도 계속 자라나고 있는 유기적인 정의를 가지고 있다. 산업 사회가 생산 위주의 사회라면 후기 산업 사회는 서비스 산업을 지지 기반으로 하고 있고, 정보가 후기 산업 사회의 핵심이 되어가고 있다. 후기 산업 사회를 말하는 키워드인 서비스(service), 정보(information), 지식(knowledge)은 모두 무형(invisible)의 것이다. 그러므로 그들은 눈에 보이는 매개체(medium)가 필요하다. 그 중에서도, 기술의 발전에 따른 정보의 편재와, 장소나 시간과 장소에 관계 없이 정보의 필요성이 증가하면서 제품들은 미니어처라이제이션(miniaturisation)과 기술의 컨버전스(convergence)라는 기술의 발전을 등에 업고 다양한 방향으로 발전해 나가고 있다.

본 연구에서는 이러한 후기 산업 사회의 특성을 반영한 후기 산업주의 디자인의 등장 배경과 성장을 통해 후기 산업주의 디자인은 어떤 것인지 그 의미를 간단히 살펴보고, 후기 산업주의 시대의 제품 디자인의 주요한 두가지 트렌드를 논의함으로써 앞으로 전개될 디자인 트렌드의 해석에 도움을 주고자 한다.

2. 후기 산업주의 디자인

2-1. 후기 산업주의의 도래와 성장

1922년 펜티(Penty)는 '포스트 인더스트리얼리즘 (post-industrialism)' 이라는 저술을 내어 산업 혁명 이후 처음으로 후기 산업주의라는 단어를 사용하였다. 그 후, 1973년 다니엘 벨(Daniel Bell) 이 '후기 산업사회의 도래 (the coming of post-industrial society)' 라는 책을 출판하고 나서 광범위하게 논의되기 시작하였다. 약 40년 전 벨(Bell)은 '이데올로기의 종말 (the end of ideology)' 라는 책을 출판하였는데, 그 책에서 엔디즘(endism)을 소개한 바 있다. 엔디즘(endism)이란 마디로 요약하면 역사와 이념이 최종적으로 민주 정치와 자본주의가 인류 역사의 최종이 될 것이라는 내용이다. 이 아이디어에 근거하여 벨은 우리가 산업화를 거쳐 후기 산업주의(post-industrialism)로 가고 있다고 주장했다.

또한 1973년 출판된 '사회적 예측의 모험'이라는 부제가 붙은 '후기 산업 사회의 도래 (the coming of post-industrial society)' 라는 책에서도 후기 산업주의와 그에 따른 여러 가지 이슈들을 소개하고 있다. 일찍이 이 아이디어를 소개한 벨은 산업주의가 상품을 생산하는 사회임에 반해 후기 산업주의는 부(富)를 만들어 내기 위해서 서비스, 지식 생산과 정보 기술에 의존하고 있다고 설명했다¹⁾ 1960년에서 70년대의 대중적인 사회 과학의 관념은 산업 자본 주의 시대의 몰락과 서비

스와 레저 중심의 사회가 올 것이라는 것이었는데 각 그 아이디어가 후기 산업주의에 계승되고 있다고 볼 수 있다. 후기 산업 사회라는 아이디어는 그 이름 자체가 내포하고 있는 것처럼 산업 혁명이 일어난 이래 꾸준히 등장한 것이었다. 후기 산업주의를 정의하기 위해서는 항상 산업 사회를 뒤돌아 생각해 볼 수 밖에 없기 때문이다. 또한, 후기 산업주의는 생산보다는 분배(distribution)와 선전(propaganda)에 초점이 맞추어져 있기 때문에 자본주의적 맥락에서 더 쉽게 이해될 수 있다. 앞서 이야기한 엔디즘에서 후기 산업사회의 아이디어를 이끌어 냈다는 것은 이러한 의미에서 해석된 것이다.

후기 산업 사회에서 필수적인 요소들인 서비스, 지식, 정보는 모두 형태가 없는, 주로 프로세스 상에서 존재하는 것들이다. 결과적으로 후기 산업사회란 고도로 극대화된 자본주의의 성숙화 단계를 거쳐야만 존재 가능한 것이다. 이 성숙한 자본주의에서는 생산 기술은 보조적인 역할이 되고, 정보와 커뮤니케이션의 기술이 경제 인프라에서 우세한 자리를 점유하게 된다. 그러나 이렇게 간단한 것만은 아니다. 산업 사회에서 후기 산업 사회로의 근본적인 전환은 우리가 믿어 오는 모든 것들을 다시 생각해 볼 것을 요구하고 있다. 예를 들면, 보다 근본적인 문제, 후기 산업 주의는 산업주의를 계승하는 것인가, 그것을 단절하고 나아가는 것인가 하는 것들이다.

'사회학에서 후기(post-) 라는 접두사는 항상 모호한 의미를 가져왔다. '후기 산업의(post-industrial-)' 라는 용어는 그 좋은 예인데, 경제 역사학자들은 이 단어를 18세기의 산업 혁명 결과로 나타난 사회를 의미해 왔기 때문에 '산업사회' 라는 것을 언급하기 위해서 사용해 왔다. 반면에 다니엘 벨과 같은 사회 학자들은 전통적인 산업 사회를 계승하고, 거기서 뽑아 내서 사용한 것이라고 말해왔다. 즉, 후기 산업사회란 산업 사회 이후에 있는 것으로, 우리가 현재 정보화 사회라고 부르고 있는 새로운 사회이다²⁾

'정보' 라는 것은 후기 산업 사회의 핵심이 되는 요소이다. 정보는 컨베이어 벨트 위에 있는 것 같은 하나의 '흐름' 이다. 과거 산업 사회의 제품들과 비교해보면 정보도 마찬가지로 조립 (또는 조합)되어질 수 있는 요소지만, 눈에 보이지 않는다는 커다란 다른 점이 있다.

후기 산업주의가 오랫동안 지속되어 논의되고 있는 이유는 이제서야 우리가 후기 산업주의가 제공해 주는 산출물을 실제적인 것으로 느끼고 보편적으로 사용할 수 있게 되었기 때문이다. 제3의 물결 (1970) 이나 '미래 쇼크 (1981)' 를 쓴 앨빈 토플러(Alvin Toffler)나, '메가 트렌드 (1984)' 를 쓴 존 나이스비트(John Naisbitt)와 같은 많은 대중적 미래학자들이 후기 산업 사회의 아이디어를 널리 퍼뜨리는데 많은 공헌을

1) Bell, D. The coming of post-industrial society, New York : basic books, p467 (1973)

Sim, S. The icon critical dictionary of post modern thought, Icon books, p338 (1998)

2) Heap, N. Information technology and society, The Open University, p55 (1995)

3) Kumar, K From post-industrial to post modern society, Blackwell publisher Inc, p137 (1995)

했다. 이들이 쓴 저술은 우리가 가까운 미래에서 어떤 일을 할 수 있는지를 제시하고 있는데, 원거리 통근자나 다변화된 라이프 스타일의 증가에 관한 내용과 같은 많은 것들이 현실화되고 있다. 우리는 후기 산업 사회의 도래와 성숙화 되어가고 있는 단계를 직접 경험하고 있는 것이다. 후기 산업 사회의 시작은 정보 기술의 발전과 맥락을 같이 하는 것으로 볼 수 있다. 후기 산업 사회를 이야기하기 위해서 가장 필요한 것은 세상이 컴퓨터화 되어가는 것과 정보에 관련된 것이다⁴⁾ 쿠마르(Kumar)는 메커니즘이 산업혁명에 영향을 미친 것과 같은 맥락으로, 정보화 시대를 설명하기 위해 컴퓨터 관련 기술에 대해 언급하였다⁵⁾ 현재까지는 컴퓨터가 정보를 다루는데 가장 보편화되어있고 진보된 제품이기 때문일 것이다. 우리는 정보를 필요로 하지만, 그것은 비물질적인 것으로서 물질적인 매개체 안에서만 보여질 수 있는 것이다. 그것은 우리 시대의 많은 새로운 제품들이 점점 더 콘텐츠 기반인 것을 보면 알 수 있다.

2-2. 후기 산업주의 디자인

다니엘 펠의 저술이 발표되고 7년 후인 1981년, 현재 영국 개방 대학(open university)의 교수인 나이젤 크로스(Nigel Cross)는 후기 산업 사회의 디자인을 다룬 '후기 산업주의 디자인의 도래 (the coming of post-industrial design)' 라는 논문을 발표하여 후기 산업주의 디자인을 처음으로 언급하였다. 크로스도 역시 변화의 중요한 원인으로 새로운 기술의 출현과 패러다임의 전환을 이유로 들고 있다. 이 논문은 디자인 방법론의 관점에서 후기 산업주의의 경향에 초점을 맞춘 내용을 주로 언급하였는데, 특히 과학과 디자인 방법론에 있어서 패러다임 전환의 다른 점을 명료하게 설명하였다. 차이점은 변화가 일어나는 시간의 척도와 변화의 극단이 어디인가 하는 것이다. 과학에서 일어나는 변화는 언제나 시간이 오래 걸리는 대단한 국면의 전환을 의미하는 것으로 생각되어져 왔고, 디자인 패러다임의 변화는 몇 년마다 일어나는 가벼운 것으로 여겨져 왔다. 다시 말하면, 과학에서의 변화는 사회의 근본을 변화시키고 급진적인 변혁을 불러올 수 있는 하나의 커다란 기회로 여겨져 왔다고 생각되어 오고 있다는 것이다. 그러나 나이젤 크로스는 새로운 세대의 디자인은 신중하고 적당한 변화를 가져오고 있다고 언급하였다. 제품 디자인에 있어서 패러다임의 전환은 기술의 발전과 연관이 있다고 말할 수 있다. 기술과 연계하여 설명될 때 더 쉽게 이해되어질 수 있는 부분이 있다. 우리는 점점 더 기술 변화의 속도에 적응하고 있다. 기술이 점점 발전되면 변화의 속도도 가속된다.

1970년 중반, 대안적인 테크놀러지 운동(alternative technology movement)과 기술이 발전하는 방향을 급진적으로 재해석하는 후기 산업주의의 다른 컨셉이 드러나기 시작하였다. 로

버트슨(Robertson)의 아이디어에 따르면, 그것은 '합리성, 전문화, 본능에의 집중, 자아 충족, 탈 중앙집권화에 따른 변화'로 요약될 수 있다. 로버트슨(Robertson)이 정의한 'HE (hyperexpansion; 과도한 성장 위주의)에서 SHE (sane, humane, ecological; 건강하고 인간미와 에콜로지를 중요하게 생각하는) 미래로의 변화'의 내용은 다음과 같다⁶⁾

From	To
경제적 성장	인간적인 성장
성별 역할의 양극화	성 역할의 새로운 균형
이성과 좌뇌의 역할 강조	직관과 우뇌의 역할 강조
전문화 요구 증가	자아 충족의 요구 증가
큰 조직과 전문적인 노하우에 대한 의존 증가	자아 신뢰 증가
도시화 증가	주거지의 분산
자원을 소모하여 사람들이 지배할 수 있는 기술의 의존 증가	환경과 자원, 사람들의 필요에 적절히 맞는 기술 강조 증가
고용주가 정의하고 제공하는 직업에 대한 산업주의적 개념	자신이 정의하고, 이행하고 사회적으로 유용한 직업으로써의 일이라는 후기 산업주의적 개념

위에서 보여진 것과 같은 로버트슨의 아이디어를 기본으로 크로스는 제품에 이러한 아이디어를 반영하여, 산업주의 시대의 디자인과 후기 산업주의 시대의 디자인을 [표 1]과 같이 정의하였다.

industrial design	post-industrial design
전문적	일반적
단목적성(單目的性)	다목적성(多目的性)
단기간 사용	오랫동안 사용

4) Rose, M. The post-modern & the post-industrial, Cambridge University Press, p21 (1991)

Kumar, K From post-industrial to post modern society, Blackwell publisher Inc, p03 (1995)

5) Kumar, K From post-industrial to post modern society, Blackwell publisher Inc, pp03-09 (1995)

6) Robertson, J. The politics of HE and SHE built environment, Design Issue, Vol 4, No 4, pp266-274 (1979)

대체 가능	수리 가능
대량 생산	짧은 제품 수명
표준화	개인별 적합화
최적화	만족화

[표 1] 산업주의 시대의 디자인과 후기 산업주의 시대의 디자인⁷⁾

크로스에 따르면 산업 시대 기술의 틀에 박힌 디자인 프로세스는 독재적인 경향이 있고, 대량 판매 시장에서 단기간에 이익을 목표로 하는 전문화된 제품을 만들어 낸다. 반면에 후기 산업 사회의 기술에 대한 구조적인 선호는 민주적이고, 계층적이지 아닌, 참여적인 프로세스로 누구에게나 열려 있고 환경과 사회가 지속적으로 고려해야 할 문제들이라고 설명하였다.

이 논문이 발표된 지 25년이 지난 오늘날, 그 당시 그의 아이디어는 다소 추상적이고 이상적이었을지라도, 실용적으로 구체화되어 가고 있다. 예를 들면 여러 가지 기능이 복합된 기기라든가, 사용자가 자기 뜻대로 디자인을 변경할 수 있는 제품들이 많이 등장하고 있다.

크로스는 또한 이 논문에서 산업 디자인이 50년 동안이나 성숙해 왔고 그 표준과 윤리관이 점점 수용되고 있다고 언급했다. 그러므로 그는 후기 산업 사회의 디자인도 이 정도의 성숙한 단계가 되기까지는 또 다른 50년이 필요할 것이라고 예측하였다. 그러나, 1992년 마르코 디아니 (Marco Diani)는 크로스의 논문을 인용하여 우리는 정말 또 다른 50년이 필요한 것인가 라는 의문을 제기하였다. 아마 그 대답은 '아니다' 였을 것이다. 크로스는 다른 기술의 발전과 시너지 효과, 기술을 수용하는 측면에서 사회적 변화를 고려하지 못했던 것으로 생각된다. 결과적으로 우리는 25년이 지난 지금, 크로스가 언급했던 후기 산업 사회에 충분히 들어와 있다.

유명한 미디어 학자인 마셜 맥루한(Marshall McLuhan)에 따르면, 매스 미디어, 원거리 서비스, 소비자에게 있어서 정보는 '하드웨어 형태에서 소프트웨어 형태로의 총체적인 변화'를 나타내고 있다⁸⁾ 넓은 의미에서 서비스, 지식, 정보를 다루는 제품들은 모두 후기 산업주의 디자인이라고 불려질 수 있다. 그러나 앞서 언급한 것처럼, 후기 산업 사회의 가장 큰 특징 중의 하나는 비물질성(immateriality)인데, 그 비물질적인 것들에 유용성을 불어넣기 위해서는 물질적인 매개체, 컨테이너가 필요하다는 것이다. 그러므로, 후기 산업주의 디자인은 '비물질성을 전달하기 위한 물질적인 매개체'로 정의될 수 있을 것이다. 또한 후기 산업주의 디자인은 제품의 접매기로

7) Cross, N. The coming of post-industrial design in Design studies vol 2, no1, January (1981)

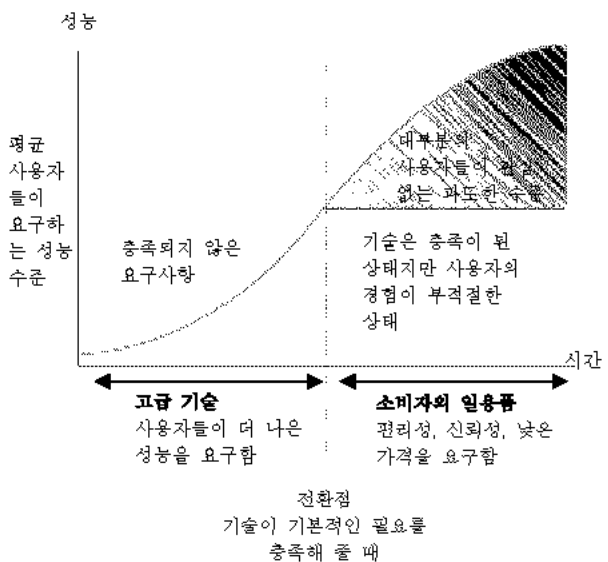
8) Scardigli, Victor. "Toward Digital Man?" The Immaterial Society: Design, Culture and Technology in the Postmodern World. Ed. Marco Diani. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, pp179-191 (1992)

써 중요한 의미를 가지고 있다. 지금까지 오랫동안 디자인은 '기술의 포장' 또는 '이해하기 어려운 기호론적인 외장'으로서 이야기되어 왔다⁹⁾ 그러므로 디자인은 이것이 어떻게 동작하고 무엇을 하기 위해 만들어 진 것인가를 설명해야 했다. 그러나 후기 산업 사회에서의 디자인은 한가지 기능만 하는 것이 아니라 일반적으로 여러 가지 목적을 한꺼번에 수행해야 하기 때문에 기존의 기능 수행 위주에서 탈피하여 디자인의 의미도 새로워져야 할 것이다.

3. 후기 산업주의 디자인의 전개 방향과 트렌드

3-1. 전개 방향과 배경

후기 산업 사회에 있어서 기술 발전의 가장 큰 특징 중의 하나는 소형화(miniaturisation)과 융합화(hybridisation)이다. 제품의 크기는 점점 작아지고, 기능은 융/복합화 되고 있다. 도널드 노만(Donald Norman)은 그의 저서 '보이지 않는 컴퓨터 (invisible computer)' 에서 기술은 무엇보다도 적절한 기능을 가지는 것이 중요하고 다음이 신뢰성, 가격, 사용의 편리성이라고 말하였다¹⁰⁾ 제품의 라이프 사이클에 따른 기술 수준의 필요-만족 곡선은 [그림 1] 과 같다.



[그림 1] 기술의 필요-만족 곡선

새로운 기술은 소비자가 요구하는 수준 이하인 그래프의 좌측 하단에서 시작한다. 따라서 그 단계에서 소비자는 더 나은 기술과 사양을 요구하게 된다. 전환점은 기본적인 요구사항을 만족시켰을 때 발생하게 된다.

전통적 의미의 제품 라이프 사이클은 새로운 기술의 등장 → 성장기(adolescent stage) → 성숙기(adult hood) → 고객 시기(customer hood)로 구분할 수 있다.

얼리어답터(early adopter)¹¹⁾들은 새로운 기술을 요구한다. 그

9) Dunne, A. Hertzian tales, Computer Related Design Studio, Research Studio, Royal College of Art p02,p16 (1999)

10) Norman, D. The invisible computer, the MIT Press, p44 (1999)

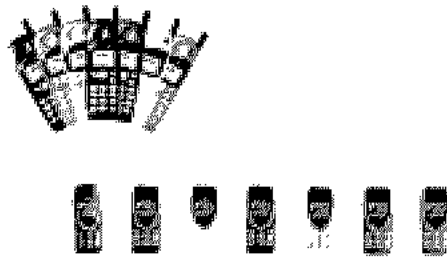
들은 새로운 성능을 가진 제품을 원하고 그로 인해 발생할 다소의 불편함과 높은 가격을 감내할 준비가 되어 있다. 반면에 계속해서 성능 향상과 더 나은 기술을 요구한다. 기술이 발전하여 기술 기반의 회사가 더 이상 그렇게 불리지 않고 제품이나 서비스 회사로 불리게 될 정도로 그 기술이 사용성과 유용성을 가지게 될 만큼 성숙화 단계에 들어섰을 때에 두 번째 단계인 성장기(adolescent stage)로 들어서게 된다. [그림 1]이 보여주는 전환점은 바로 이 단계에서 발생한다. 성장기에서 제품은 좀 더 충분한 기술과 기능을 가지게 된다. 그 때 소비자들은 비로소 편리함, 효율성, 특화된 기능과 신뢰성을 요구하게 되어 다시한 번 다음 단계로의 전환이 일어난다. 이 다음 단계를 제품 라이프 사이클에서는 성년기(adulthood)라고 한다. 그러나 최근의 첨단 제품들의 사이클은 엄청난 속도로 진행되고 있기 때문에 제품의 성장기(adolescent stage)와 성숙기(adulthood)의 모습을 동시에 보여 주고 있는 경우도 많이 볼 수 있다.

시장의 상황은 조금씩 변하고 있다. 기술의 발전뿐만 아니라 사람들의 수용도도 가속화되어 가고 있다. 만약 제품 디자인이 기술이 안정화될 때까지 기다리고 있다면, 시장은 이미 선점되어 소비자들은 이미 기존에 사용하던 디자인에 익숙해져서 더 이상 변화를 원하지 않을 수도 있다. 따라서 기술과 제품 디자인은 병행해서 발전해 나가야 한다. 오늘날과 같은 과열 경쟁의 시장에서는 몇몇 제품만이 오랫동안 생명력을 가질 수 있다. 단지 기술 수준 뿐만이 아니라 모든 요소들이 경쟁력이 되어야만 한다. 감정적 반응, 소유에 대한 자부심, 즐거움 이런 것들이 갖추어진 시기가 되어서야 제품 라이프 사이클의 최 정점인 고객 시기(customer hood)라고 부를 수 있다. 디자인은 제품을 '소유하고 싶은 오브제(object of desire)'로 만들도록 하나의 경쟁력으로서 공헌할 수 있을 것이다. 도널드 노만은 좋은 도구란 언제나 즐거움을 주어야 하고, 사용자로 하여금 소유하고 사용한다는 것에 대한 자긍심을 줄 수 있어야 한다고 단언했다¹¹⁾ 즐겁게 사용할 수 있도록 만듦으로서 단조로운 일의 고역에서 벗어나서, 즐길 만한 일, 재미있는 일을 만들어야 한다. 간단히 말하면, 유저 인터페이스는 단순해야 하며, 기능은 다양해야 하고, 디자인은 즐거움을 주어야 한다는 것이다. 그러나 즐거움을 주는 만족은 단지 시각적인 다양함에 있지 않다. 만족이란 소유에 대한 자긍심, 사용하는 동안의 만족감, 즉 심리적인 만족감을 더 중요하게 생각해야 할 것이다. 노만은 디자이너들이 심미적인 만족을 위해 사용성을 무시하는 것에 대해 우려를 표명하고 있다. 트랙틴스키(tractinsky)와 같은 사람들도 유저 인터페이스를 심미적인 관점에서만 바라보려는 디자이너들의 태도를 경고하고 있다. 이스라엘의 벤 그리온 대학(Ben-Gurion university of Negev)의 인더스트리얼 엔지니어링/ 매니지먼트 학과의 트랙틴스키(Tractinsky)의 연구에 의하면 사용하기 전에 쉬울 것이라고 인식하는 감각과 인식되는 미적 감각에는 높은 상관

11) 엘리어답터란 남들보다 빨리 새로운 제품을 구입하려는 '신제품 마니아'로 에베렛 로저스가 1995년 펴낸 '기술의 보급(Diffusion of innovation)'이란 책에서 처음 언급했다.
12) Norman, D. The invisible computer, the MIT Press, pp67-68 (1999)

관계가 있다고 한다¹³⁾ 다시 말해서 시각적인 형태와 사용성에 대한 사람들의 인식은 실제로 영향을 미칠 수 있다는 것이다. 외관의 형태와 그 기능에는 강력한 상호 연관 관계가 있다. 잘 디자인된 제품은 심미적으로 아름답기 때문에 잘 팔릴 뿐만 아니라 더 좋은 제품이라는 기대감을 갖게 한다.

기술뿐만 아니라 디자인적인 측면에서도 첨단을 걷고 있는 휴대폰은 후기 산업 사회 디자인의 다양한 예를 보여 주고 있다. 노키아(nokia)의 휴대전화 같은 경우 [그림 2]에서 보이는 것처럼 곁의 플라스틱 커버를 교체함으로써 개인별 취향에 맞게 디자인을 변경할 수 있다. 이러한 것들이 최근에 나타나고 있는, 기술 위주의 제품에 화려한 색상을 도입하거나, 커스터마이제이션(customisation)¹⁴⁾을 반영한 디자인이라고 할 수 있을 것이다.

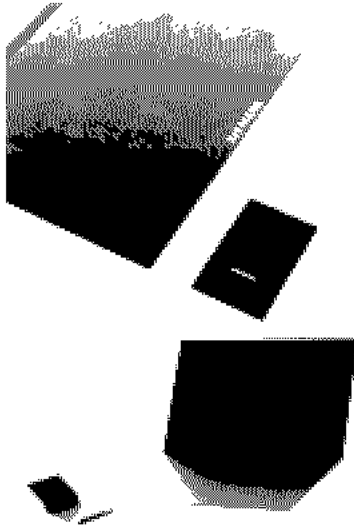


[그림 2] 제품 디자인의 커스터마이제이션의 예
노키아 5110 (위), 8210 (아래)

대부분의 사용자들은 기기가 어떻게 동작하는 지 모른다. 문제가 일어나기 전까지는 내부 구조에도 관심이 없다. 기기가 어떻게 동작하는 지 알기에는 최근의 제품들은 한 가지 안에 너무 많은 기능들을 가지고 있는 탓이기도 하다.

현재 가진 산업에서 지금 당장이라도 '비물질화(materiality)' 되어버릴 것처럼 소형화(miniaturisation)가 놀라운 속도로 진행되고 있다. 조헨 그로스(Jochen Gros)는 '마이크로 전자전과 디자인 (microelectronics and design)'이라는 저술에서 평면화(flatness)와 볼륨을 잃어가는 디자인이 '비물질화'를 향한 트렌드라고 말했다¹⁵⁾ 현재까지 가진 산업의 제품 디자인에서 3차원적인 부피감을 잃어버리는 것이 가장 눈에 띄는 소형화의 결과라고 하였다. [그림 3]는 1986년에 지멘스 디자인에서 연구로 진행한 노트북과 휴대 전화로, 당시의 극단적인 소형화와 비물질화를 제시하고 있는 선례이다.

13) Tractinsky, N. Aesthetics and apparent usability: Empirically assessing cultural and methodological issues in CHI 97 Electronic publication (1997)
14) 개인화 마케팅, 나만의 것을 원하는 사람을 겨냥하는 마케팅 기법의 하나
15) Gros, J. Small but sophisticated in (ed) Fischer, V. Design now, prestel, p266 (1989)



[그림 3] 지멘스 디자인 스튜디오, 플랫폼 PC, 핸드 폰에 관한 연구, 1986

RCA(royal college of art)의 CRD(computer related design) 연구실에 있는 안소니 둔(Anthony Dunne) 교수도 전자제품이나 오브제들이 물질적인 것의 발단이긴 하지만 비물질화는 기술 발전의 일반적인 표현이 되어가고 있다고 이야기한 바 있다¹⁶⁾

디자인사에서 비물질화의 가장 명료한 예로 들 수 있는 것이 [그림 4]에 보여지는 디자인 그룹 쿤스트프록(kunstflug)이 1988년에 독일 건축 박물관에서 열린 디자인 투데이 전시회를 위해 만든 일렉트로닉 손 계산기(electronic hand calculator)이다.



[그림 4] 쿤스트프록kunstflug, 일렉트로닉 손계산기, electronic hand calculator, 1988

이것은 곧 기술이 디자인에 미치는 영향에 관한 논쟁에서 극단적인 쪽을 정의하는 '형태가 없는 디자인' 을 가리키는 상징적인 것이 되었다. 이러한 오브제에 있어서 비물질적인 것에 대한 관심은 만지니(Manzini)¹⁷⁾나 수산니(Susani)¹⁸⁾, 테커

16) Dunne, A. Hertzain tales, Computer Related Design Research Studio, Royal College of Art, p24 (1999)

라(Thackara)¹⁹⁾와 같은 오브제 자체보다 경험을 중요하게 생각하는 사람들에 의해 논의되어져 왔다. 둔(Dunne) 교수는 오늘날의 기술들은 분리된 제품만을 만들 수 있을 뿐이라고 말하면서, '비물질화' 는 오브제와 사용자와의 거리를 줄이는 '투명한' 인터페이스를 제공한다고 하였다.

그로스(Gros) 또한 이러한 '비물질성' 을 물질적인 형태로 형상화하는데 딜레마를 가지고 있었다.

"우리 디자이너들은 전통적인 교훈을 적용할 줄 모른다. 우리는 '좋은 디자인' 이 반드시 유행에 부합되어야 된다는지, '정직한' 디자인이 반드시 기능을 반영해야 하는 것이라고는 더 이상 생각하지 않는다. 외부와 내부의 디자인 가능한 범위는 투명한 커버로 보여지는 것이 아니라 보이지 않는 테크놀러지를 은유적인 해석으로 투영하는 것으로 이해되고 있다. 그러므로 디자이너들은 자신을 더 이상 기술의 아름다움을 허용하는 중립적인 중재자로 생각하지 말고, 얼굴 없는 테크놀러지를 '제품 언어' 의 형태로 말해주는 사람이 되어야 한다²⁰⁾"

이러한 얼굴 없는 기술을 해석해야 한다는 후기 산업주의 디자인은 은유적 디자인 (metaphor design)과 시적 해석(poetic dimension)이라는 두 가지 방향을 모색하고 있다. 두 가지 모두 기술의 형상화라는 같은 맥락을 가지고 있으나, 자세히 들여다보면 상이한 점을 발견할 수 있다.

3-2. 트렌드 분석

3-2-1 은유적 디자인 (metaphor design)

그로스가 제안한 '메타포 디자인(metaphor design)' 은 최근 몇 년 간 가장 중요한 트렌드로 인식되어 온 것으로, 이것은 1980년대의 '제품 의미론' 이 한 단계 발전한 것으로 보인다. 윌리엄(Hugh Aldersey-Williams)은 제품 의미론은 스타일이나 디자인 언어가 아니라 이 제품이 무엇을 의미하고, 제품을 어떻게 사용하며, 생활에서 어떤 의미를 가지는 가를 알려 주는 도구라고 말한 바 있다²¹⁾

1980년 대의 디자인은 제품 의미론이 커다란 영향을 미쳤다고 할 수 있는데, 의미론과 기호론은 원래 언어학에서 유래된 것으로, 언어가 어떤 구조로 되어있고, 어떻게 그 의미를 전달하는 가에 관한 내용이다. 디자인에서는 이것이 형태가 그 내포된 의미를 어떻게 표현하는 가로 해석되었고 이것이 곧 제품 의미론의 주요한 관심사였다

17) Italy Politech University 교수

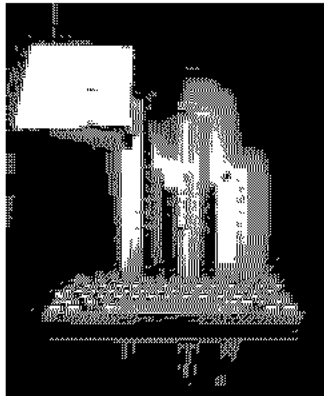
18) 도무스 아카데미 리서치 센터의 디렉터

19) 네덜란드 디자인 인스티튜트의 디렉터

20) Gros, J. Small but sophisticated in (ed) Fischer, V. Design now, prestel, p269 (1989)

21) Williams, H.A. et al Cranbrook design: the new design discourse, Rizzoli, New York, p21 (1990)

제품 의미론은 1980년대 산업 디자인에서 형태와 기능에 대해 관심을 가지기 시작하였고, 크랜브룩 아카데미(Cranbrook Academy of Art)에서 작업한 프로젝트들이 많은 아이디어를 제시했다. 제품 의미론의 가장 기본이 되는 아이디어는 형태 없는 기술과 보이지 않는 프로세스의 해석자의 역할 '제품 스스로 그들의 의미를 말하게 하라'는 것이었다. 지금까지도 제품 디자인에 있어서 은유와 상징, 유추 등의 방법은 매우 중요하고 빈번하게 사용되어지고 있다. [그림 5]는 제품의 형태가 사용자의 생활 환경에서 어떻게 놓여져야 되는가에 대한 가능성을 보여 주는 한가지 예이다.

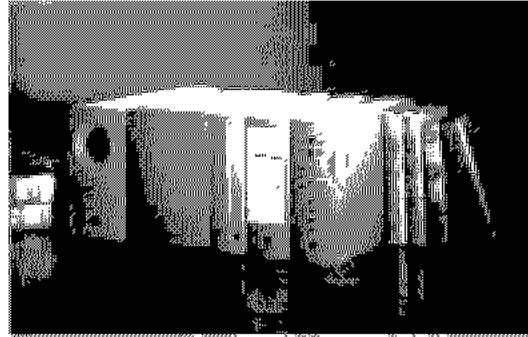


[그림 5] 책 컴퓨터(book computer, 데이비스 그레삼, 크랜브룩 스튜디오 프로젝트, 1985

일반적으로 컴퓨터는 사용자의 책상 위에 다른 책 더미들과 같이 놓여진다. 그래서 데이비스 그레삼(Davis Gresham)은 제품이 놓여질 환경에 잘 녹아 들어가게 디자인 하였다. 파워, 모델, 디스크 드라이브 같은 시스템의 각 모듈은 책 더미처럼 묘사되고 있다. 이런 종류의 제품 의미론은 [그림 6]과 [그림 7]에서도 보여지고 있다.



[그림 6] 팩커드 벨Packard Bell, spirit 730 RF, 2000



[그림 7] 필립스 디자인Philips design, bookshelf audio study, 1992

사용하고 있지 않을 때, 이런 종류의 제품들은 조용한 오브제로 생각되어질 수 있다. 팩커드 벨의 Spirit730 모델을 보라. 정말 책의 제목처럼 붙어 있지 않은가. 그러나 이어서 설명될 '시적 해석(poetic dimension)'을 고려해 보면 그것은 단순한 문제만은 아니다. 좀 더 '스스로 설명하는' 것이어야 한다. '은유적 디자인(metaphor design)'은 좀 더 직접적으로 이것이 무엇이 될 것인지를 설명해야 한다. 근래의 전자 제품들은 눈에 보이지 않는 복합적인 기술과 깊이 연관되어 있기 때문에, 제품 자체보다 사용하는 환경과의 조화나 사용하는 문맥에서 그 큰 의미를 가지는 경향이 있다. 그러므로 이러한 제품들은 그 제품이 놓여지고 사용되는 환경에서 더 효과적으로 이해되어 질 수 있다.

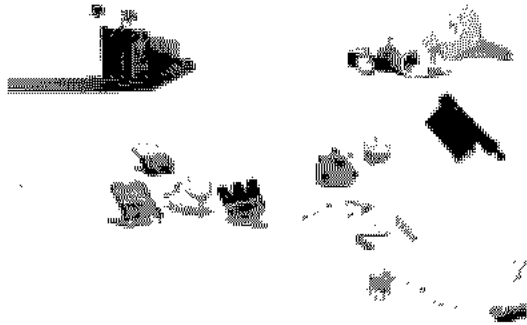
3-2-2 시적(詩的) 해석 (poetic dimension)

두 번째 해석 방법인 '시적(詩的) 해석'은 좀 더 명료하다. 비물질적인 것과 융화할 수 있는 가능성을 열어 주는 것이다. 일반적으로 낭만적인 제품들은 사용하기에 쉬워 보이는 형태를 가지고 있다. 그렇게 기능적이거나, 하이테크한 제품으로 보이지 않고, 오히려 아이들의 장난감처럼 보이기도 한다. 둥글둥글하고, 풍부한 은유적 이미지 뿐만 아니라 알록달록한 색상과 명랑하고 쾌활한 미적 표현은 더 쉽게 낭만적 해석을 가능하게 한다. '은유적 디자인 (metaphor design)'이 좀 더 직접적이라면, '시적 해석 (poetic dimension)'은 좀 더 상징적이다. 그래서 한 눈에 그 기능을 이해하기는 좀 더 어렵다.

1996년에 발표된 필립스의 (vision of the future)는 가장 명쾌하고, 영향력 있는 예를 보여 주고 있다. 이 야심찬 프로젝트는 2005년 경에 가능한 100개 이상의 디자인 아이디어를 보여 주고 있다. RCA의 둔(Dunne) 교수는 이 프로젝트가 새로운 시각언어, 감각적이고, 따뜻하고, 친근한 디자인, 사회적인 요구를 충족시키는 디자인을 만들어 냈으며, 전자제품의 디자인이 도달할 수 있는 최적화된 수준의 기호론과 기능의 수행에 도달해 있다고 언급한 바 있다²²⁾ 이 프로젝트의 결과물인 동일한 제목의 책에서 필립스 디자인의 디렉터인 스테파노 마르자노(Stefano Marzano)는 널리 사용되고 있는 정보화 시

22) Dunne, A. Hertzain tales, Computer Related Design Research Studio, Royal College of Art, p28 (1999)

대(information age)나 디지털 시대(digital era) 라는 용어 대신 '뉴 모더니티(new modernity)' 라는 용어를 사용하여, 더 발전하는 것이 가능하지만 양적인 발전보다는 질적인 성장이 이루어져야 하는 사회를 이야기하였다. 필립스는 이 프로젝트에서 [그림 8]에 보이는 것과 같은 조그만 휴대용 도구들을 많이 제안하였다.



[그림 8] 필립스 디자인(phillips design)
vision of the future 중 일부, 1996

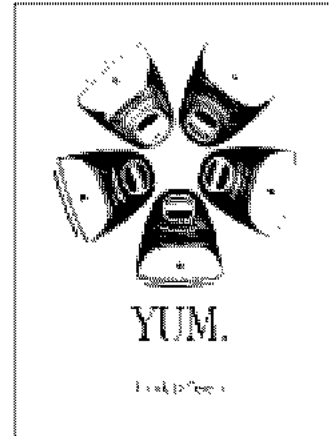
이러한 오브제들은 일상생활의 사회 문화학적 문맥에 놓여져야 하는데 필립스의 프로젝트는 그런 점에서도 아주 좋은 예이다.

이탈리아의 부엌 용품 제조 업체인 알레시(alessi)도 생산되는 제품을 통해 이러한 트렌드를 명료하게 보여주고 있다. 알레시의 제품 라인은 다양하고 풍부한 상징들을 보여주고 있는데, 대부분의 경우 스토리를 가지고 있다. 그 스토리가 제품이 어떤 일을 하느냐 하는 것과는 크게 상관이 없다. [그림 9]는 알레시의 대표적인 제품들인데, 알레시는 이러한 제품들이 오브제의 감정적인 구조(emotional structure)를 찾아내는 데서 만들어졌다고 이야기한다. 그러므로 이런 오브제들은 일상생활에서 사용하는데 유희적이고, 이야기를 가지고 있으며, 매력적인 매개체로 작용한다.



[그림 9] 알레시Alessi
Anna G 와인병따개(1994),
Little devil 병따개(1994),
Fire Bird 가스라이트(1993)

'시적 해석(poetic dimension)'의 관점에서 중요한 것은 비주얼의 풍부함이다. 한 눈에 보기에도 이런 종류의 제품 형태는 매우 친근해 보인다. 이런 물방울류의 오브제(blobject)²³⁾의 형태와 알록달록한 색상을 사용하면 전혀 심각해 보이지 않는다. 이런 종류의 디자인은 데스크탑 오브제나 부엌 용품 등에서 시작되었는데, 이제는 상황이 바뀌어 컴퓨터와 같은 기술 우선 제품에서도 이런 형태가 등장하고 있다. 아이맥(iMac) [그림 10]의 등장 이후 이런 상황은 더욱 가속화되어 전 영역에 걸쳐 낭만적 성향을 띤 제품들이 휩쓸기 시작하여 현재까지도 지배적인 디자인 트렌드로 진행 중이다.



[그림 10] iMac 광고포스터와 초기 iMac (bandy blue) (1998)

아이맥의 가장 큰 특징인 반투명 재질의 도입과 색상의 다양화는 사람들에게 기술 위주의 제품들도 얼마든지 시각적인 즐거움을 줄 수 있다는 것을 깨닫게 하였다. 이 반투명 재질의 사용이야말로 또 다른 의미의 후기 산업주의 디자인 트렌드인 시적 해석의 핵심이라고 할 수 있다. 투명함은 비어있음을 강조함으로써 나타내는 비물질적인 것의 대표적인 상징이기 때문이다²⁴⁾

4. 결론

후기 산업사회로 진입하면서 기술의 발전으로 인해 제품의 소형화(miniaturisation)와 융합화(hybridisation)가 진행되고, 제품 라이프 사이클이 최고점인 고객 시기(customer hood)에 도

23) blob+object, 미국의 저널리스트인 톰 울페는 2000년 "talking about iGeneration" 제목의 기고에서 blobject는 둥글둥글하고 귀엽고, 물방울 같은 모양을 가진, 아이맥(iMac)과 뉴비틀(New Beetle)에서 보이는 형태라고 정의했다 Wolfe, T. talking about iGeneration [Indo-Mauritian GQ magazine, April (2000)

24) Martegani et al Digital Design, birkhauser p86 (2000)

달하게 되어 사용자들은 제품 사용을 통해 즐거움과 심리적인 만족을 추구하기에 이르렀다. 그리하여 제품 디자인은 풍부한 설명과 상징을 차용하여 적극적인 즐거움을 제공하는 방향으로 발전하기 시작하였다. 후기 산업 사회를 나타내는 가장 강력한 키워드는 '비물질성(immateriality)'으로 제품 디자인은 이 '비물질성'을 형상화 하려는 노력을 반영하고 있다. 이러한 노력을 반영하는 트렌드는 '은유적 디자인(metaphor design)'과 '시적 해석(poetic dimension)'의 두 가지 방향으로 정리될 수 있다. 1980년 대의 '제품 의미론'을 계승한 은유적 디자인은 제품이 독자적으로 존재할 때 보다 사용 환경과 조화를 이루고, 제품에 대한 의미를 설명적으로 전달하려는 방향이다. 그러나 최근에 더 많은 관심의 대상이 되고 있는 트렌드는 '시적 해석'으로 제품 자체의 기능으로부터 자유로운 디자인 해석을 보여 주고 있다. 1998년 아이맥(iMac)의 출시 이후 하나의 강력한 유행으로 자리잡은 반투명 재질의 사용은 기술 우위의 제품들도 얼마든지 심미적으로 즐거움을 제공하는 디자인을 적용하여 시장에서 성공할 수 있다는 인식을 심어 주었다. 아이맥이 이 시대 디자인의 아이콘으로 자리잡게 된 데는 반투명 재질의 사용뿐만 아니라 '물방울 디자인 형태(blobject)'와 캔디 칼라라고 불리는 활기찬 색상을 도입함으로써 좀 더 확실하게 후기 산업사회 디자인의 특징인 낭만성을 반영하고 있기 때문이다. 후기 산업사회의 제품 디자인은 간단히 요약하면 정보, 지식, 서비스 등의 '비물질적'인 것을 전달하는 매개체로서의 역할로서, '다양한 기술을 은유적인 해석으로 투영'하는 것이 핵심이라고 할 수 있다. 이를 위해 다양한 상징과 은유, 풍유 등이 사용되어 풍부한 시각적 즐거움을 제공하는 방향으로 전개되고 있다. 특히 요즘은 더 많은 기기들이 기기 자체의 기능보다는 콘텐츠에 대한 의존도가 높아지고, 기기들은 복합화와 융합화의 정도가 점점 강해지고 있기 때문에 '이 기기가 어떤 일을 하고, 사용자가 어떻게 사용해야 하는 기기이다'라는 것을 디자인으로 간단히 말하기가 어렵다. 이러한 관점에서, 후기 산업 사회의 제품 디자인은 여태까지 수행해 왔던 기술의 포장이나 표피의 역할에서 벗어나 시각적 풍부함을 추구하는 것이 가장 우세한 트렌드라고 볼 수 있을 것이다.

참고문헌

- Bell, D. The coming of post-industrial society, New York : basic books, 1973
- Sim, S. The icon critical dictionary of postmodern thought, Icon books, 1998
- Heap, N. Information technology and society, The Open University, 1995
- Kumar, K From post-industrial to postmodern society, Blackwell publisher Inc, 1995
- Robertson, J. The politics of HE and SHE built environment, design issue, Vol 4, No 4, 1979
- Cross, N. The coming of post-industrial design in Design studies Vol 2, no1, January, 1981
- Tractinsky, N. Aesthetics and apparent usability: Empirically assessing cultural and methodological issues in CHI 97, Electronic publication, 1997
- Gros, J. Small but sophisticated in (ed) Fischer, V. Design now, prestel, 1989
- Dunne, A. Hertzian tales, Computer Related Design Research Studio, Royal College of Art, 1999
- Wolfe, T. Talking about iGeneration Indo-Mauritian GQ magazine, April , 2000
- Martegani et al Digital Design, birkhauser, 2000
- Scardigli, Vi "Toward Digital Man?" The Immaterial Society: Design, Culture and Technology in the Postmodern World. Ed. Marco Diari. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, pp179-191 , 1992