

자연, 감성, 그리고 생태건축 이야기

The Story of Nature, Sensibility and Ecological Architecture

필자 : 정아영, 백석대학교 인테리어디자인전공 교수
by Jung, A-young



홍익대학교 건축공학과를 졸업하고, 일본 국립츠크바(筑波)대학교와 국립치바(千葉)대학교에서 '공간과 감성'에 관하여 학위를 받았으며, 일본 하세가와디자인연구소와 건우사 종합건축사사무소에서 실무를 쌓았다.

현재 일본감성공학회, 일본디자인학회 정회원으로 학술활동에 참여하고 있으며, 한국감성디자인연구원(<http://ried.kr>)에서 감성과 공간, 그리고 디자인에 대한 포럼과 학술발표 등 연구 활동을 전개하고 있다.

목차

1. 자연을 바라보는 새로운 시각 = 감성
The New Perspective to the Nature = Sensibility
2. 감성과 공간디자인
Sensibility and Space Design
3. 감성의 생태건축에의 접근
The Approach to the Ecological Architecture of Sensibility

지식은 정신으로부터 형성되는 것이고, 정신에 있어서는 본능적인 직관의 과정이 존재한다고 주장한 철학자 칸트는, 이성만 지식을 창조하는 것으로, 상황을 이해하려면 과학과 같은 이성만이 아니라 과학과 무관하게 개인에 의해 창조되는 '내면의 목소리'를 이해해야 한다고 말했다.

유래 없는 물질적 풍요를 누리고 있는 지금, 그 어떤 시대보

다도 '내면의 목소리', 즉 인간감성이 중요하게 부각되고 있다.

감성을 이해한다는 것은 디자인의 본질을 이해하는데 기초가 되며, 현대적인 의미의 생태건축은 이러한 인간감성의 이해를 통해 미래지향적이며, 실험적인 분야들과 함께 소통하여, 인간과 환경의 조화와 상생을 목표로 하는 미래적인 방법을 제시해야 할 것이다.

2. 감성과 공간디자인

2. Sensitivity and Space Design

감성의 이해

감성이란 인간의 기본적인 심리작용이며 또한 그 결과로 나타나는 정서적 반응으로, 오늘날 감성의 개념은 포괄적인 의미를 갖기 때문에 구체적이고 명확한 정의가 어려워 감정, 정서, emotion, mood, affect, feeling 등 다양한 용어로 혼재되어 사용되고 있으며, 다양한 측면에서의 정의가 가능하다. emotion은 생리적, 신체적, 인지적 반응 특성을 가지며, 보통 단시간의 강렬하고 제한적이다. 이에 비해 mood는 좀 더 안정적이고 지속적인 특성을 갖는다. mood는 emotion을 포괄하며, affect는 이들을 포함하는 더욱 넓은 개념이다.

국내연구에서 emotion을 감정보다는 감성이라는 용어로 혼재하여 사용하는 원인은, 동음이의어인 감정(感情, 언짢게 여기는 마음, 원망하거나 속내는 마음을 뜻함)이 부정적인 의미를 가지고 있기 때문으로 여겨진다.

감성의 개념을 외부로 표출되는 반응이 아닌 개별적이고 내부적인 상태의 반응특성으로 보았을 때 감성은 feeling개념과 가까운 것으로 판단된다. 따라서 감정, 정서, emotion, mood, affect, feeling은 인간의 심리상태를 나타내는 용어이지만, 감성, sensibility는 이러한 심리상태를 수용하는 성질, 능력, 정도를 나타내는 말이라고 할 수 있다. 또한 감성은 마음의 움직임 발생이 외부로 직접적으로 표출되는 심리상태보다는 인간내부에서 표출되는 심리상태에 가깝다.

인간의 감성이 논제로서 언급되기 시작한 것은 1742년 독일 철학자 바움가르텐(Alexander Gottlieb Baumgarten, 1714~1762)에 의해서이며, 이후 1921년 일본 철학자 테이유 아마노(Teiyu Amano, 1884~1980)가 번역한 칸트(Immanuel Kant, 1724~1804)의 "순수이성비판"에서 'Sinnlichkeit (cognito sensitiva)'를 '감성'으로 번역하여 사용함으로써 오늘날 논의되고 있는 감성의 개념이 출발한 것으로 보고 있다. 칸트의 철학에서 Sinnlichkeit는 인간이 실제 세계와 교류할 때 일어나는 기본적인 심적 과정을 뜻하며, Sinnlichkeit를 포함한 감각적 경험만이 명백하게 실제에 대한 확증을 얻을 수 있다고 하였다. 이와 같은 관점으로서의 감성에 대한 성찰은 Sinnlichkeit에 대한 철학적 이해를 목적으로 하고 있다.

감성은 철학적, 심리학적 관심사이기도 했지만 두 차례 세계대전이 일어난 뒤, 이성적 존재로서의 인간에 대한 회의와 함께 무의식과 감성적 존재로서의 인간에 대한 관심으로서 더욱 증대하게 되었다. 이러한 사상은 문학과 예술의 포스트모더니즘과 연계되고 대중예술과 접목되어 20세기 후반에 이르러서는 감성이 인류의 중요한 관심의 대상이자

가치로서 자리매김하게 되었다. 또한 감성은 인간 본성의 일부로서 인간성 회복이라는 측면에서 그 긍정성을 인정받고 있으며, 제품과 환경 디자인에 있어서는 기능 중심의 디자인에서 더욱 발전한 개념으로 풍요로운 감성을 중시하는 감성디자인으로 변화되고 있다. 유래 없는 물질적 풍요를 누리고 있는 지금의 인류에게, 인간감성에 대한 관심은 더욱 중요시되고 있으며, 이에 따라 기능적이고 효율적이며 절제되고 이성적인 것들로 여겨졌던 환경이 인간감성에 초점을 맞추어 재조명되고, 인간을 위한 디자인 즉 감성디자인 개념으로서 환영받고 있다.

감성을 디자인하다

감성디자인 개념에서의 감성은 인간의 기본적인 심리작용이며 또한 그 결과로 나타나는 정서적 반응을 뜻한다. 즉, 감성작용과 그 결과인 감성반응을 포함하는 개념으로 이해할 수 있으며, 감성디자인의 목표는 감성작용의 이해를 통하여 인공물에 대한 인간감성의 영향력을 높이는 것을 목적으로 한다. 즉 마음속에서 일어나는 감성의 작용과 이 작용에 영향을 주는 요인들 그리고 그 작용의 결과로서의 감성반응에 대한 연구를 통해, 감성 자체의 본질을 이해하기보다는 인공물과 사용자의 관계에 따라 지속적으로 변화하고 진화하는 개인적인 감성반응과 감성작용에 초점을 두고 있다.

디자인은 인공물을 대상으로 관계되는 문제를 해결하고 새로운 아이디어를 만들어 내는 지적 활동으로, 문제를 해결하기 위한 목표를 설정하고 이를 달성하기 위해 의도적으로 진행되는 창조 행위이다. 디자인 목표는 사용자의 욕구를 만족시키는 결과물을 만들어내는데 있으며 따라서 디자인과정을 통해 사용자의 다양한 욕구를 파악하는 것이 중요하다. 사용자가 누구인가를 가능한 구체적으로 정하고 사용자의 생리적 특징이나 신체적 특성을 비롯하여 심리적 특성, 사회적, 문화적 관계, 정신적 필요와 같은 사항 등을 모두 고려해야 한다. 지금까지 디자인은 사물의 외관을 통한 미적 체험과 사용을 위한 기능성을 조화시키려는 노력을 기울여왔으나 이제는 조형성, 기능성, 상징성이 총체적으로 사용자의 감성에 어떤 영향을 미치는가를 고려하는 디자인결과물의 사용을 통해 사용자가 얻게 되는 감성적 영향을 중요하게 다루어야 한다.

감성디자인 분야는 새로운 기술의 개발과 함께 새로운 패러다임으로의 발전을 모색하고 있으며, 이러한 측면의 감성이해는 디자인의 본질을 이해하는데 기초가 되며, 제품이나 환경을 디자인하는데 매우 유용하다.

디자인 측면에서 지금은 초기 감성시대라고 할 수 있는데, 초기 감성시대의 특성은 즉각적인 감각적 욕구의 충족을 목표로 디자인된 제품이나 환경을 선호한다. 반면에 좀 더 성숙된 감성시대에서는 더 깊은 차원의 정서적 욕구를 지속적으로 만족시키는 제품과 환경, 즉 인간의 심리적 반응과 지속적인 소통을 통해 새롭고 깊은 감성반응을 일으키는 제품과 환경의 디자인이 요구된다.

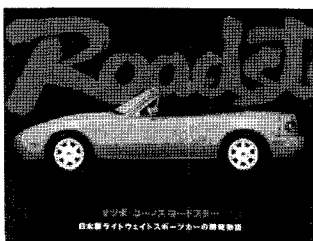
이러한 감성시대의 제품과 환경은 사용자의 필요를 위해 기본적인 기능이 충족되는 것은 물론이고 사용자의 마음속에 간직하고 있는 미미한 감성을 표현해주고 만족시켜주는 감성디자인을 요구하고 있다.

대개 감성은 이성과 대비되는 개념으로 여겨지고 있으며 감성디자인은 소비사회에서 개인의 감성을 중시한 디자인으로 받아들여지고 있다. 이런 의미에서 감성디자인은 제품이나 환경의 일차적인 실용적 가치에서 벗어나 상징적 의미를 부여하는 디자인 접근방식이다. 즉 감성디자인은 사용자의 경험, 상상, 꿈 등으로부터 상징적 의미를 도출하여 제품과 환경의 디자인요소에 부여함으로써 사용자에게 만족을 주는 감성반응을 얻으려고 한다. 1970년대 이후 디자인분야에서 사용자 중심의 디자인이 다양하게 제시되었는데 이 가운데 감성디자인은 사용자에게 긍정적 감성반응을 불러일으켜서 정신적 욕구를 만족시키고자 하는 디자인으로서 디자인결과의 평가를 위한 기준일 뿐 아니라 새로운 디자인결과를 창조해내는 디자인방법이기도 하다.

이처럼 오늘날 감성디자인에 대한 요구는 개인의 감성을 중요시 하는 감성사회가 도래함에 따라 그 어느 때 보다 커지고 있으며, 이는 인간을 이성적 존재로서 보았던 시각으로부터 인간을 이성과 감성이 통합된 인격체로서 보는 시각의 전환을 통하여, 지금까지 상대적으로 소홀하게 취급되어오던 감성의 중요성이 회복되었기 때문이다.

감성과 과학의 만남

나카마치(Mitsuo Nagamachi)는 감성공학을 인간의 감성이미지를 물리적인 디자인요소로 재해석하여 감성적인 상품을 설계하는 테크놀로지라고 정의하고 있다. 감성공학이란 사용자의 감성을 과학적으로 연구하는 학문으로 디자인에 인간의 특성과 감성을 최대한 반영하는 공학기술로서 인간 중심의 설계이며 개인의 경험을 통해 얻어지는 복합적인 감성을 과학적 측면으로 측정하고 분석하여 제품이나 환경을 그에 맞게 안락하며 쾌적하게 개발하려는 감성연구의 하나이다.



MAZUDA (Eunos Roadster(Miata), 1989)

이렇듯 감성공학은 소비자의 요구와 특성을 과학적으로 측정 분석하여 이를 디자인 등에 실질적으로 적용함으로써 인간 삶의 윤택함을 추구하는데 궁극적인 목적이 있으며, 감성공학의 연구결과는 사용자의 감성 뿐 아니라 감성을 물리적 요소로 구체화하여, 그 결과를 적용해서 사용자에게 긍정적 감성반응과 만족을 줄 수 있는 제품이나 환경을 만든다. 이러한 감성공학은 외부에 존재하는 사물과 사용자의 감성의 관계를 연구대상으로 하는 반면, 감성디자인은 디자이너와 사용자의 심리 내부에 존재하는 감성을 디자인요소의 속성으로 구체화해 나가는 과정을 중요하게 생각한다는 점에서 차이가 있다.

감성공학과 디자인

1940년대 미국에서는 인간공학(Ergonomics) 연구의 한 분야로서 감성에 대한 연구가 진행되었으며, 일본의 경우, 감성이라는 용어가 디자인분야에서 나타나기 시작한 것은 감성공학을 창시한 미츠오 나카마치(Mitsuo Nagamachi) 교수와 1986년 미국 미시간대학에서 행한 제품설명회에서 처음으로 '감성공학'이란 용어를 사용한 마쓰다자동차 케니치 야마모토(Kenichi Yamamoto)사장 부터였다. 이를 계기로 진행된 제품분야 중심의 사용자 감성 적용 디자인은 1970년대부터 시작된 이른바 '감성공학'을 중심으로 전개되었으며, 이후 감성공학의 연구결과를 이용한 많은 디자인프로젝트들이 국제적으로 성공을 얻게 됨으로써 이에 따라 감성에 대한 연구가 더욱 활성화되었고 산업 및 상업분야에서 감성을 적용할 수 있는 가능성에 대해 많은 탐구가 있었다.

마쓰다(Mazda), 샤프(Sharp), 와콜(Wacoal)과 같은 대기업들의 감성공학을 적용한 제품의 세계적인 성공은 연구와 실무의 지속적인 협동이 이루어낸 결과로, 1988년에는 시드니에서 열린 국제인간공학학회에서 '감성공학(Kansei Engineering)'이라는 용어가 국제적으로 인정되었다.

또한 1998년에는 일본 츠크바대학에서 시작된 감성평가구조모델링 프로젝트를 통해 인간의 경험, 행위, 의사소통, 창조성, 예술 등 인간의 감성이 영향을 미치는 모든 분야로 감성공학의 범위가 확장되는 계기를 맞이하였다. 1999년 네덜란드 델프트(Delft)에서는 '디자인과 감성'을 주제로 1980년대 전후 제품디자인분야에서 나타난 디자인 감성화 추세에 대해 논의하는 동시에 '감성디자인'이라는 단어가 사용되었다.

현재 감성연구는 뇌와 감성, 감성철학 등 감성정보 분야에서 활발히 이루어지고 있으며 특히 아시아와 유럽에서 더욱 활발하다. 한국에서는 일본의 감성공학이 국내에 소개된 1990년대 후반부터 활성화 되었으며, 한국표준과학연구원 인간공학연구실의 설립을 계기로, 표준과학연구원 특성화 사업, 가전제품, 자동차, 컴퓨터, 건축디자인 등 분야에서 감성연구와 응용이 활발하게 이루어지고 있다.

최근에 들어서 감성디자인은 감성을 기반으로 하는 새로운 디자인방법이라는 의미로 제품디자인분야 뿐만 아니라 공간디자인 및 환경디자인을 비롯하여 모든 디자인 분야에서 적용되고 있다. ■