

존 듀이의 트랜스액션을 통한 감성디자인 이해

Understanding Sensible Design through John Dewey's Transaction

허진
JLAB

Jin Huh(jlab@naver.com)

요약

과거 미디어를 통한 인식의 확장은 '정보'였다. 그러나 앞으로의 미디어의 주된 목적은 정보의 전달이 아닌, 정보를 통해 인식되어지는 개인의 '감성'과 '경험'의 가치공유에 목적을 두게 될 것이다. 현대에서 개인의 감성이 이슈화되기 시작한 것은 모더니즘 이념의 한계성과 포스트모더니즘에서 시작된 인간사교의 자율적 인식의 팽배에서 비롯된 것으로 볼 수 있다. 그러나 물질만능주의에 한계를 느낀 지금시대에 다시금 마케팅을 위한 기능위주의 감성적 접근이라면 우리는 인간 본연의 가치이며, 새로운 소통의 가치로 재인식되고 있는 '감성'이 한순간 유행처럼 끝날 수도 있다는 점에 유념하여야 한다. 따라서 본 논문에서는 인간의 잠재된 인식작용인 감성의 개념을 알아보기 위한 방법으로 존 듀이의 '트랜스액션'에 대하여 살펴보고자 한다. 듀이의 트랜스액션이란, 인간과 환경간의 상호교호 관계적 활동과 거기에 수반되는 일체의 인식과정을 지칭하는 용어로, 인간 감성과 사용자의 경험 그리고 환경을 유기체적 순환관계로 해석한다. 이러한 이해는 과거 주체와 대상간의 이분법적 소통의 한계를 벗어나 광범위한 환경에서의 인식의 관계를 확장함으로써, 개발자와 사용자간의 의식의 경계를 허물고 다양한 각도에서 감성을 공유하고 경험을 표현할 수 있는 디자인 방법을 모색하게 한다.

■ 중심어 : | 트랜스액션 | 감성과 경험 | 감성디자인 |

Abstract

In the past, the enlargement of perception through media was 'information'. From now on, however, the primary objective of media is to consist not in conveying information but in sharing the values of 'emotion' and 'experience' that are perceived through information. Individual emotional becomes an issue due to the limitations of the ideology of modernism and the pervasiveness of the autonomous perception in the human thinking that started in postmodernism. If we once again talk about a function-focused, sensible approach for the sake of marketing in the current era that has impinged on the limits of mammonism, we must keep in mind that 'emotion,' presently retaken as the originary, human value and the value of new communication, may come to an end any time. Therefore, th current thesis is designed to examine John Dewey's 'transaction' as a method for figuring out the concept of emotion, the perceptual function latent in humans. Dewey's 'transaction,' which is a term that refers to the reciprocal relationships between humans and environment and the accompanying totality of perceptive process, interprets human emotion, user experience and environment as the organic, circular relationships. For such understanding, one must break out of the boundary of the past, dichotomous communication between the subject and the object to expand into the perceptual relations in a wider environment, in order to seek design methods that would help dismantle the borderline that has so far separated the developer from the user, share sensibilities, and express experiences.

■ keyword : | Transaction | Emotion and Experience | Emotional Design |

1. 서론

1. 고찰 배경

마셜 맥루한(M. McLuhan)은 “미디어의 이해(Understanding Media)”에서 미디어의 메시지 내용이 무엇이든 간에 본질적으로 중요한 것은 테크놀로지에 따른 인간감각의 변화라는 측면과, 이로 인한 사회변화적인 측면에 주목하였다. 즉 새로운 미디어가 새로운 감각 균형을 낳고, 새로운 감각균형은 새로운 미디어 환경을 낳는다는 것이다[1]. 이는 미디어의 유통적 가치 의미는, 메시지 전달을 위한 형태적 가치가 아닌 그 자체가 인간의 의식, 그리고 사고를 형성하는 중요한 의미생성 과정의 한 부분으로서 경계의 상실을 통한 인간 인식의 확장이며, 인간 커뮤니케이션이 투영된 환경이라는 것을 인식하는데 있다. 이러한 관점에서 과거 미디어를 통한 인식의 확장은 ‘정보’였다. 국가가 소유한 정보, 기업이 소유한 정보, 그리고 개인이 소유한 정보를 공개하고 전달함으로써 정보인식의 확장을 넓혀왔다면, 지금은 ‘소유’가 아닌 ‘소통’하는데 모든 미디어를 활용하고 있다. 즉, 과거 커뮤니케이션미디어는 발신자와 수신자를 구별하여 이루어지는 정보전달 방법의 메타포로서 미디어를 사용하였다면 앞으로의 미디어의 주된 목적이 정보의 ‘전달’이 아닌 정보를 통해 인식되어지는 개인의 ‘감성’과 ‘경험’의 가치공유에 목적을 두게 될 것이다.

우리는 지금까지 전달에 의한 환경에 너무나 익숙해져 있었다. 누군가에서 누군가로의 전달은 지금까지 가장 익숙한 문화변천의 방법이였기 때문이다. 그러나 발전된 테크놀로지와 인터넷의 발달은 이제 정보가치의 회소성과 전달과정을 최소화함으로써 정보가치의 중요성 보다는 정보에서 인식되어지는 개인감성의 인식과 경험에 중요성이 더해지고 있다. 이제는 상호 소통하는 인터랙티브의 개념만으로 지금의 온라인 커뮤니티를 해석하는 것은 한계에 도달하였다. 앞으로의 미디어는 과거 정보의 상호소통의 방법적인 문제에만 국한되었던 한계를 벗어나 광범위한 환경에서 개발자와 사용자간의 의식의 경계를 허물고 다양한 각도에서 감성을 공유하고 경험을 표현할 수 있는 방법을 모색하여야 할 것이다.

2. 고찰 대상과 목적

현 디지털미디어 환경은 기능 중심 사회에서 소외되었던 ‘감성’에 대하여 새로운 소통의 가치로서 중요성이 개인식되어 철학, 심리, 과학, 디자인 마케팅, 건축 등 다양한 분야에서 수많은 연구와 콘텐츠 개발이 이루어지고 있다. 그러나 감성을 기반으로 하는 다양한 연구 성과가 있었음에도 불구하고 연구자와 분야마다 다르게 나타나고 있다. 이것은 아직까지 감성의 정의가 모호하고 단편적인 특성만으로 논의되고 있기 때문이다. 게다가 인문과학을 제외한 대부분의 연구는 마케팅적 차원에서 감성의 사용성과 활용적인 측면에 중점을 두고 있다. 현대에서 개인의 감성이 이슈화되기 시작한 것은 모더니즘 이념의 한계성과 포스트모더니즘에서 시작된 인간사고의 자율적 인식의 팽배에서 비롯된 해체주의적 이념의 기대인식에 의한 것으로 볼 수 있다. 즉 물질만능주의에 한계를 느낀 지금시대에 다시금 효용성과 기능성에만 중점을 두는 것이라면 우리는 인간 본연의 가치일 수도 있는 감성적 접근이 한순간 유행처럼 끝날 수도 있다는 것에 유념하여야 한다.

따라서 본 논문에서는 디자인접근 방법에 있어 감성가치의 사용성과 활용적인 측면이 아닌 감성의 이해와 해석적인 측면에서 접근하고자 한다. 재인식되고 있는 감성의 가치를 마케팅적 수단으로서만 인식할 것이 아니라 이제는 감성이 새로운 커뮤니케이션의 방법으로 인식되기 위한 정당성 확보가 선결되어야 하기 때문이다. 그리고 서로 다른 분야를 유기적으로 연결하는 사고의 다양성을 통해 감성디자인 개념의 재해석이 이루어질 것으로 기대한다. 그리고 용어 사용에 있어 감성(感性, sensitivity)과 정서(情緒, emotion)를 일반적으로 혼용해 사용하지만, 언어학적으로 전체의 흐름과 의미에 있어 다소 차이가 있다[2]. 그러나 최근에는 의도적으로 한글로는 ‘감성’이라 쓰고 영문표기는 ‘emotion’을 사용하는 경향이 있다. 이것은 국·영문 표기의 혼용(混用)이라기보다는 의도적으로 ‘정서’의 개념에 보다 적극적이고 본능적인 의미를 부각시키기 위한 마케팅적인 의도로 추측된다. 그러나 본 논문에서는 정서를 의식적인 측면으로 보고 무의식적인 측면이자 상위개념으로써 감성이라는 용어를 보다 통합적인 의미로 사용하고자 한다. 또한

본 논문에서는 생물학적 차원의 감각(시각·청각·후각·미각·촉각)이나, 인간의 감정(기쁨, 슬픔, 분노, 놀람, 공포, 혐오, 흥미, 수치심)은 감성을 형성하는데 주요 요인들 중에 하나이기는 하나 인간의 내재된 광범위한 인식작용과 교호(交互)작용을 필요로 하는 감성에 대한 기제로는 인식범위가 지나치게 확대될 위험이 있어 감성과 경험과의 관계로만 한정지으려 한다. 이에 본 논문에서는 다음과 같이 세 가지 측면에서 접근하고자 한다.

- ① 다양하고 모호하게 해석되는 감성을 경험과의 관계를 통한 개념적 접근
- ② 존 듀이(John Dewey)의 경험이론과 상호작용의 대체 개념인 트랜스액션(Transaction)의 이해
- ③ 트랜스액션을 실현하는 감성디자인 이해

II. 감성(感性)과 경험(經驗)의 이해와 관계

1. 감성(感性)의 개념

감성(emotion)의 어원은 라틴어로 ‘움직이다’를 의미하는 ‘movere’에 ‘-밖으로’를 의미하는 접두사 e가 붙은 것으로 어떠한 자극에 행동으로 이어지는 의미를 함축하고 있다. 다시 말해 이 단어는 ‘떠나다’ 혹은 ‘도망가다’라는 의미로 무언가를 피해 도망가거나 도망갈 수 있는 신체적 준비상태를 일컫는다. 이렇게 감성이란 본래 사고(思考)보다 훨씬 일찍 시작된 동물의 개체적 생존과 직결되어 있는 심리적 기제이며, 행동으로 이어지는 동기적 속성을 가지고 있다. 그래서 전통적인 이분법적 사고에서는 이성과 감성은 대립적인 개념으로 보아 감성은 즉각적이고 동물적이며, 불합리한 나만의 주관적인 사고(思考)의 형태로 ‘느낌(감感)’과 ‘본성(성性)’의 합(合)이라는 개념으로 인식되었었다. 이것은 이성이 ‘이치(理理)’와 ‘본성(성性)’의 합(合)이라는 개념 도식과 대입시키며 이성의 반대 개념으로서 감성을 이성이 통제해야할 대상으로 생각 하였다. 그러나 미국의 철학자 존 듀이(John Dewey, 1859-1952)는 이러한 이분법적 표기를 거부하고 이성과 감성의 공존을 주장하며 새로운 가능성에 주목하였다. 그래서 최근의 사회심리학자들은 ‘감성(感性)이란 인간의 내부에서 일어

나는 심리적 작용으로, 정서적 반응, 생리적 변화에서 표현적 행동으로 이어지는 기분(mood)이나 감정(feeling)이며, 나아가 사고(thought)의 한 동적 양상이다. 넓은 의미로는 비인지적 내적상태(non-cognitive internal states)를 모두 포함한다. 즉, 감성은 감각을 매개로 하여 인간과 어떤 대상이 교감을 이룰 때 인간이 받아들이는 느낌이라 할 수 있다. 이때의 교감은 인간과 그를 둘러싼 환경과의 접촉에서 이루어지며, 이는 감성 자체가 커뮤니케이션의 기능을 내포함을 의미한다.’고 하였다[3]. 또한 감성은 단순한 주관적 느낌이 아니라 우리 신체의 측정할 수 있는 변화들을 반영하고, 환경 속의 사건들에 대한 예측할 수 있는 반응들이며, 적어도 그 사건들에 대한 우리의 해석들이며 우리의 사고와 행동에 중요한 영향을 미친다. 일반적으로 감성을 우리 경험의 가장 사적인 부분으로 생각하지만 감성은 우리가 주위의 세상과 교류하는 방식에 대단히 큰 영향을 갖고 있다고 해석한다[4]. 따라서 감성은 인간이라면 모두가 느낄 수 있는 마음의 상태이며, 생리적 변화와 인지적 반응, 기분이나 감정의 축적 및 학습 등으로 구성되는 감정표현의 중요 요인으로 인식되기에, 내적으로 잠재된 커뮤니케이션 상태라고 볼 수 있다. 즉, 감성은 주관적인 의식 상태이나 객관적으로는 행동으로 이어지는 표출활동(表出活動)으로 인식 될 수 있다. 이러한 습합(習合: 서로 다른 확설이나 교리를 절충함)들은 감성이 커뮤니케이션 표현의 하나임을 인정하며, 지금까지의 언어와 문자를 대변하던 커뮤니케이션 기능의 확장을 의미하게 되지만 실제적으로 어떻게 증명해야 되는가에 대한 문제에 봉착하게 된다. 언어나 문자와는 달리 감성은 실재적 존재가 아닌 인간 내면의 본성적 형질에 가까운, 나와 대상간의 심리적 상태, 그리고 언제든지 발현가능한 일종의 에너지라는 차원에서 사람, 문화, 시대마다 다른 형질을 가지고 있기에 그것을 증명하는 것은 어려운 문제이다. 그렇기 때문에 우리는 감성에 대해 그 개념적 실체를 찾는 일과 더불어 그것의 메커니즘을 찾는 데에 더욱 주목해야 하는 것이다. 그러나 쉽게 감성에 대해 정의 내리려 하는 것은 거대담론과 같다. 따라서 이런 상황에서 주목해야 하는 대상은 이른바 ‘감성을 자극하는 환경’이라고 할 수 있다.

그것은 감성보다는 훨씬 더 구체적이며 명백한 행위나 사실들이다. 이러한 ‘감성을 자극하는 환경’의 대표적인 실체로 ‘경험’을 꼽을 수 있는데, 경험이 감성에서 중요하게 다루어지는 이유는 그것이 마음 상태 혹은 행위를 촉발할 수 있는 주요한 감성적 기제(機制)라는 점이다. 여기서 ‘기제’란 인간의 행동에 영향을 끼치는 심리의 작용이나 원리를 뜻하지만, 이러한 다양한 경험들은 롤랑 바르트(Roland Barthes, 1915-1980)의 데노타시옹(denotation)과 코노타시옹(connotation)처럼 모든 관계가 유기적이며 순환적인 의미과정에 놓여 있다는 사실 또한 간과해서는 안 된다. 그렇게 경험과의 시·공간적으로 상호 유기적인 관계를 통하여 끊임없이 새로운 감성적 기제를 만들어 표출하는 것 그 자체가 바로 감성이라 할 수 있다. 따라서 감성과 경험에 대한 해석과 더불어 그것들 사이의 연관관계를 찾아내고, 그 연관성을 생성하게 하는 메커니즘을 찾아내는 것이 본질적으로 감성을 찾아내는 작업이 될 수 있을 것이다.

2. 감성(感性)과 경험(經驗)의 관계

사람에게 1차적인 감성의 반응은 얼굴표정에서 나타난다. 그래서 얼굴표정은 상대방의 심리상태를 알려 주는 중요한 매개체로서 의사소통의 수단이다. 찰스 다윈(Charles Robert Darwin, 1809-1882)에 의하면, 감성표현은 무슨 일이 일어 날 것인지에 관한 정보를 상대방에게 전달하는 것으로, ‘감성표현은 신호로도 작용하고, 행위를 위한 준비태세로도 작용한다.’고 하였다[5]. 이러한 감성은 인간 사고에 결정적인 역할을 한다. 도널드 노먼을 비롯한 많은 인지 과학자들은 감성이 삶을 느끼는 방식과 소유하는 방식, 생각하는 방식에 영향을 미치는 삶의 필수적인 부분으로 이해하고 있다. 즉, 인간의 삶은 경험의 연속이기에 우리는 주위 환경에 놓인 대상과 끊임없이 상호작용하며 그로인해 얻게 되는 지식과 감성을 통해 의식적이든 무의식적이든 경험을 축적하게 된다. 존 듀이는 경험을 ‘우리가 무엇을 한다는 것(doing), 그리고 그것을 통하여 이루어진 것(deeds)의 전부’라고 말한다[6]. 그에게서 경험은 사고와 감성을 끊임없이 자극하는 요인으로 이해되어야 하며, 감성은 경험의 일관적인 구조를 형성하고, 사고는 감성이 이론

각 구조를 서로 관련시킨다고 설명하고 있다. 즉, 감성은 경험을 구성하고 있으며, 그 모든 경험은 사유와 감성이 지각 속에 통합된 경험인 것이다. 따라서 어떠한 상황에 맞닥뜨렸을 때 이를 총체적으로 파악, 분별하여 방향을 정하고 실행하는 힘으로 작용하는 감성은, 인지적으로 기능하는 텍스트와 같으며 이들로 인해 하나의 경험은 완성되는 것이다[7]. 그래서 하나의 경험은 이제까지 완성된 경험이지만, 미래의 경험을 위한 구조로 이어진다. 이는 경험개념이 살아있는 유기체에게 ‘경험의 계속적인 재구성’을 이루게 하는 원리이다. 선행경험과 후속경험이 연속되는 ‘경험 연속의 원리(principle of continuity)’는 기억(memory)의 개념과 깊은 관계가 있다. 대상에 대한 각각의 경험들이 고립되고 특수한 것일지라도 기억력으로 인해서 보존되고 일반화 된다. 이 기억력으로 인하여 각 경험들은 일회성으로 끝나지 않고 전체 속에서 연속적으로 변화하며 구조화된다[8]. 결국 듀이에게 있어 경험은 대상과 대상간의 유기체적 관계에서 일어난 상호작용 과정의 결과이며, 감성은 다양한 ‘상황’을 종합하고 상호작용 과정에 있는 모든 요소들을 통합시켜주는 ‘자아의 소유물’[9]인 것이다.

III. 트랜스액션(Transaction)의 이해

1. 트랜스액션의 의미

존 듀이의 트랜스액션은 인간의 관계를 ‘주체’와 ‘대상’으로 구분하는 근대철학의 이분법적 개념의 해체를 요청하는 개념이다[10]. 즉, 주체는 객체 혹은 환경과 분리되어 존재하는 것이 아니라, 주체와 객체 그리고 환경간의 상호 유기체적 관계 속에서 존재하는 것으로, 인간과 세계가 영향을 주고받으면서 발생하는 광범위한 상호 관계적 활동과 거기에 수반되는 존재의 보편적 특성들(안정적인 혹은 불안정한 것)이 끊임없이 변화해 가는 일체의 인식과정을 ‘트랜스액션(transaction)’으로 정의하였다[11]. 그러므로 듀이에게 트랜스액션은 개인과 그를 둘러싼 상황 사이에 작용하는 어떤 것으로 외부상황의 매개를 통해 효력을 발생하는 활동을 의미하며, 경험은 유기체와 환경간의 상호교류 변성작용(相互

交流 變成作用)을 위한 매개체로 인식한다[12]. 또한, 트랜스액션은 자연과 경험의 연속성(continuity)에 관한 논의들이다. 그의 이론에 의하면 경험은 구분되는 것이 아니라 연속성을 지닌 것으로, 감성은 경험을 움직이고 다시 결합하는 힘으로서 부분들을 하나의 전체로 묶어주는 통합적 기능을 가지고 있다. 트랜스액션이 경험행위의 공간적 차원을 설명하는 통합원리라면, 연속성은 시간적 과정의 통합원리이다. 그는 경험이 성립되고 성장하려면 공간적 차원 이외에도 인간 내면의 시간적 차원에서 감성과 경험이 연결되어야 가능하다고 하였다[13]. 또한 감성은 미적인 성질로서, 독자적이거나 정신적인 것도 물리적인 것도 아니며, 주관적인 것도 객관적인 것도 아닌, '독특한 상황과 맥락에 속하면서 유기체와 환경사이에 교호작용(transaction)의 완성을 형성하는 특질'로 언급되면서, 듀이는 감성과 경험의 논의를 트랜스액션의 개념으로 발전시킨다[14].

2. 트랜스액션의 특성

트랜스액션의 특성은 크게 세 가지로 살펴볼 수 있다.

- ① 상호 유기체적 관계로서의 트랜스액션
- ② 시·공간의 인식작용으로서의 트랜스액션
- ③ 창발적 사건으로서의 트랜스액션.

첫째, 상호 유기체적 관계로서의 트랜스액션은 세상에 존재하는 모든 요소들은 고정된 실체가 아니라, 끊임없이 변화하는 불확정적 상태이며, 요소들이 독립적으로 존재하는 것이 아니라, 상호교류적으로 연결된다. 즉, 인식주체와 인식대상이 서로 분리되어 있는 것이 아니라, 상호유기체적 관계 속에서 인식작용이 일어나는 것이다. 따라서 인간은 환경과 분리된 채 살아 갈수 없고 환경 또한 인간과의 유기체적인 관계를 맺음으로서 존재함을 의미한다.

둘째, 인간의 인식작용은 상호유기체적 관계를 통하여 일어나지만, 의미의 확정성을 의미하는 것은 아니다. 의미의 인식은 시대와 문화 그리고 상황에 따라 변화되는 것이기에 시·공간의 광범위한 인식의 변화로 트랜스액션은 지속적인 질적 변화를 하게 된다. 이는 하나의 사물이 가지는 의미가 고정된 것이 아니라 시공간에

영향을 받으며, 역동적인 성격을 가지게 된다.

셋째, 창발적 사건(이전의 관습이나 상식으로 이해할 수 없는 새로운 체계나 사건이 발생된 현상)으로서의 트랜스액션에 대하여 듀이는 “모든 존재 그 하나 하나는 하나의 사건이며, 근본적인 존재로서의 사건은 시간 속에서 트랜스액션의 과정을 통하여 발생하는 것”으로 정의하였다[15]. 인간이 삶을 영위해 나간다는 것은 인간을 둘러싼 수많은 환경과 다양한 요소들과 트랜스액션을 한다. 인간의 활동을 통한 트랜스액션은 물리적 실체를 가진 존재일 수도 있고 아닐 수도 있지만, 인간과 환경 요소들은 물리적인 것에서부터 정신적, 감성적인 부분까지 변화를 겪게 된다. 이러한 변화하는 과정과 그 결과적인 양태가 바로 사건이다. 즉, 요소들 간에 발생하는 트랜스액션 과정 및 트랜스액션 그 자체는 하나의 사건이 된다. 이렇게 발생하는 사건은 단순히 고정적인 것이 아니라 창발적으로 변화하게 된다. 그 변화의 양상은 다양한 요소들과의 관계 맺음과 인식작용 등을 통하여 예측할 수 없게 된다.

표 1. 트랜스액션의 특징

트랜스액션의 특징	주 내용
상호 유기체적 관계	- 전체론적, 반이원론적 세계관 - 요소들의 불확정적, 유동적 상태
시·공간의 광범위한 인식작용	- 상호작용으로 인한 인식대상의 지속적인 질적 변화 - 상황에 의한 인식대상의 의미변화 - 시간적으로 연장되며, 공간적으로 확대된 인식작용
창발적 사건	- 존재들의 트랜스액션 과정과 그 자체는 사건

인용: 허재한, “트랜스액션 관점으로 본 현대 건축에 대한 연구”, 국민대학교 석사논문, p12, 2008

3. 트랜스액션과 인터랙션의 비교

트랜스액션은 우리말로 교호(交互)작용, 교류(交流)작용, 교섭(交涉)작용, 상호(相互)작용 등, 다양하게 번역되고 있으나, 듀이의 트랜스액션은 인간과 사물은 그 자체가 고정불변의 실재이거나 확정성을 지닌 본질을 부정한다는 점[16]에서 인식주체와 대상간의 이분법적 관계로 인식되는 인터랙션(interaction)과 구분된다. 즉, 트랜스액션은 ‘사건’에 집중하며 인터랙션을 포함하는 유기체적 시공간을 입체적으로 통합하는 적극적인 개

넘이고, 인터랙션은 평면적인 요소들 간의 ‘관계’를 중시하는 소극적 개념이다[17].

표 2. 트랜스액티브와 인터랙티브의 이론적 비교 고찰

구분	트랜스액티브 (transactive)	인터랙티브 (interactive)
사전적 의미	교류, 교섭, 교호의 뜻 입체적 상호작용 (시공간의 확장개념 내포)	사이의, 상호간의 뜻 평면적 상호작용(단순한 물리적 상호작용의 인과관계)
관점론	전체론적 관점, 유기적 세계관, 시공간의 광범위한 인식론, 청발적 사고론.	이분법적 관계, 기계론적 사고, 뉴턴적 세계관, 절대적 시공간
특성	유기적으로 끊임없이 교류 변성하는 성질. 변화는 시시각각 일어난다. 지속적이며, 미리 예견하지 않고 청발적.	독립된 두 가지 항들의 주고 받는 부가적이고 귀속적인 성질, 변화는 때론 규정된 기계론에 기초하여 발생.
차이	사건에 집중한다. 정해진 형태가 있는 것이 아니라, 인파, 공간, 시간, 이벤트의 형태와 패턴에 의해 형태가 구성되는 열려진 사고이다. 사건이 공간을 디자인하는 것.	관계에 중점을 둔다. 요소들의 상관관계에 대한 정보의 부가적인 축적에 의한 시스템의 이해.

인용: 이규홍, “현대건축에 나타나는 디지털 매체의 관점에서 트랜스액티브 특성연구”, 한국기초조형학회, p243, 2012

IV. 트랜스액션을 통한 감성디자인의 이해

현대의 많은 제품들은 기술의 발달과 디자인의 가치 상승으로 제품들 간의 변별력은 크게 작용하지 않는다. 이제 기업들도 과거 소비 집단으로서의 소비자가 아닌 트랜스미디어를 통해 다양한 방식으로 소통하며, 서로 다른 감성과 라이프스타일, 그리고 다양한 선호도와 행동양식을 인정하는 유기적이고 능동적인 사용자로 재인식하는 관계의 변화에 주목한다. 이것은 앞으로의 마케팅 대상이 ‘전체’로 대변되는 ‘소비자’가 아닌, ‘개인’의 의식과 감성 그리고 경험을 중시하는 ‘사용자 환경’으로 인식의 전환이 이루어졌음을 나타낸다[18]. 앞으로의 디자인은 사용자에게 보다 적극적으로 자신의 주장과 표현을 할 수 있게 감성적인 즐거움을 주며, 사회적 관계에 있어서도 긍정적인 관계를 형성하는데 도움을 주는 디자인이 되어야 한다. 이를 위해 감성디자인은 형태적 표현에 앞서 위에서 살펴본바와 같이 트랜스액션으로 이해되는 감성과 경험의 연속적 교호작용 관계의 해석이 전제되어야 한다. 이러한 이해를 바탕으로

미국의 인지 심리학자 도널드 A 노먼(Donald A. Norman, 1935-)은 인간의 감성의식이 각성하는 정도에 따라 감성디자인을 3가지로 분류하였다. 노먼은 감성이 문제해결의 방식을 변화시킨다고 주장하며 감성디자인을 심리학 차원에서 분석하고, 사용자의 입장에서 감성디자인의 개념을 이해하고자 하였다[19]. 이러한 감성의식이 인지의 방식을 변화시킨다는 노먼의 주장은 트랜스액션의 의미작용과 동일선상에서 인식될 수 있다. 따라서 트랜스액션을 통한 감성디자인 이해에 있어서 도널드 노먼의 감성디자인 분류는 선행적 연구라는 측면에서 중요한 의미를 가진다.

1. 본능적(visceral) 디자인

본능적 디자인은 오감에 의해 인지되는 의식하기 전의 일차적인 무의식적 단계의 반응이다. 사물에 대한 첫 번째 인식은 형태에서 느껴지는, 인간의 오감을 수반한 신체적 행위로 표현된다. 인간은 신체의 움직임으로 공간 속에서 사물 또는 대상과 유기적으로 소통하고 지각하여 체험한다. 여기서 오감의 반응은 지각의 과정이며, 이를 통해 유기적 환경과 동화되며 트랜스액션의 기초과정으로 인식되는 인터랙션의 연속적인 과정을 체험한다.

2. 행동적(behavioral) 디자인

행동적 디자인은 제품의 경험과 사용에 관한 것이다. 행동적 디자인의 적절성(property)을 가지기 위한 4가지 요소는 기능(function), 이해력(understandability), 사용성(usability), 물리적 느낌(physical feel)이다[20]. 제품의 기능은 활동을 제시하고, 이해는 의미를 상기한다. 또한 사용성은 제품을 수행하는 작업방식을 이해할 수 있게 사용자에게 쉽게 설명되어야 한다. 그리고 디자인에서 물리적 느낌은 사물에 대한 즉각적 평가를 위한 비평을 준다. 예를 들어 물리적 대상들은 실제적인 촉감을 통해 가장 구체적이고 실제적인 평가가 이루어진다.

3. 반성적(reflective) 디자인

반성적 디자인은 새로운 사건에 대한 열려진 사고의

경험에서 오는 순환적인 기억의 연속성과 재평가에 기인한다. 또한 본능적·행동적 수준에서는 감정과 평가가 있다면 반성적 수준에는 해석과 이해, 그리고 추론을 통한 다양성의 이해가 있다. 반성적 수준은 문화·경험·교육과 같은 개별적인 차이점을 통해서 오기 때문에 개인마다 극도로 다양하다. 반성적 수준에서는 자신에게 특별히 어필하지 않는 점들은 간과된다. 그래서 어떤 사람이 선호하는 것을 또 다른 사람은 혐오스러운 것으로 볼 수 있으며, 혹은 깜짝 놀라는 본능적 충격이 또 다른 사람에게는 무덤덤하게 여겨질 수 있다. 그만큼 디자인의 선호는 다양하기 때문에 모든 사람을 만족시키는 반성적 디자인은 가능하지 않다. 따라서 소비자에게 어필하려면 목표 계층을 명확히 하는 반성적 디자인이 좋다.

반성적 디자인의 또 다른 영역은 자기가 소유한 제품을 통해 상대방에게 보이는 자기 이미지 표출에 관한 것이다. 소유자가 휴대하는 사물은 자신을 표현하는 도구이며, 타인에게 자신의 내·외적 성질을 보여주는 첫 번째 지점이다. 보여준다는 것은 자아의 표현이며, 자아의 성질이다. 반성적 디자인의 측면에서 보았을 때 제품은 도구 이상의 감성적 기능을 수행한다. 따라서 제품의 진정한 가치는 사람들의 감성적 욕구를 충족시키는데 있으며, 그 중 가장 중요한 욕구는 ‘세계에서 한 사람의 자기-이미지와 위치를 만들어 가는 데’ 있다[21].

4. 트랜스액션을 실현하는 반성적 디자인

노먼의 감성디자인의 특성, 그 중에서도 반성적 디자인은 듀이의 ‘교호작용과 연속성’에 가장 유사한 관점을 가지고 있다. 트랜스액션에서는 대상의 확정적인 속성이나 형태보다는 인식의 주체와 대상의 연속적이며 진화적으로 발생하는 사건과 환경의 상호적인 관계를 통한 감성과 경험의 인식관계를 더 중요하게 본다. 반성적 디자인도 형태의 인식보다는 사용자가 대상으로 인해서 깨닫는 특별한 사건과 기억에 주목한다. 이를 통해 반성적 디자인은 사용자의 다양성의 이해와 자기표출의 가치를 인지하며, 다른 2가지의 디자인 방식과는 달리 기능과 형태의 구조적인 측면이 아닌 감성과 경험의 입체적인 상호 교호작용의 이해라는 측면에서 반성적 디자인은 트랜스액션 실현에 중요한 역할을 한다.

표 3. 감성디자인의 특성

분류	주 내용	성질	인식작용
본능적 디자인	- 무의식적 반응에서 오는 최초의 자극 - 대상의 외관에서 상호작용하는 감각적 단계	- 매력과 유혹 - 역동성 - 종족번식 - 생존본능	인터랙션 (상호작용)
행동적 디자인	- 사용자의 사용성과 기능성 강조 - 지속적인 수정과정 - 적절성 수용	- 기능 - 이해력 - 사용성 - 물리적 느낌	
반성적 디자인	- 교호작용과 연속성의 관점 - 사용자의 감성중시 - 자기-이미지 표출	- 자기감정과 이미지 - 자기성취와 정체성	트랜스액션 (교호작용)

위의 [표 3]에서 설명하고 있듯이 본능적 디자인과 행동적 디자인은 주체와 형태적 대상의 기능성을 중심으로 하는 이분법적 인터랙션 관계라고 한다면, 반성적 디자인은 어떤 환경을 제공할 것인가가 아니라 그러한 환경을 사용자가 어떠한 감성 또는 경험으로 이해되어지는 사용자의 의식의 사고부분까지도 고려한 디자인으로 볼 수 있다. 이것은 인간의 의식적 자각과 인간 감성에 호소하는 정서적 자각 그리고 환경과의 관계에서 순환하는 사용자의 경험을 유기체적 관계로 인식하는 ‘트랜스액션’에서 중요한 의미를 가진다. 또한 듀이에게 있어서 ‘하나의 경험’은 ‘미적인 경험’으로서 미적 성질을 갖는다. 미적 성질은 듀이가 감성을 언급할 때 사용하는 특성으로 반성적 디자인은 고정된 물질적 대상보다는 사용자의 미적 경험을 우위에 두는 듀이의 관점 [22]과 동일하다고 할 수 있다.

V. 결론

본 논문에서는 감성의 개념적 접근을 위하여 존 듀이의 ‘트랜스액션’을 살펴봄으로써 감성디자인의 이론적 접근의 용이성을 피하고자 하였다.

우리가 제품에서 인식되는 ‘감성 이미지’란 그 제품의 기능과 함께 저마다의 사용자가 경험하는 인지능력과 환경에 따라 변화되는 심리적 산물이다. 즉, 사람들은 특정 제품을 평가 할 때에 그 제품의 기능과 더불어 제품이 보이는 감각적 속성 그리고 제품에 대한 개인적 혹은 보편적인 경험으로 제품을 지각한다. 그리고 감성이

미지는 사용자가 제품에 대해 자신들의 사고와 경험의 틀에 기초하여 형성되는 자신들만의 감각적 이미지가 그 사회나 문화 속에서 공유하고 통용되는 개념적 이미지와 통합될 때 그 제품의 이미지는 사용자들 간에 통합된 '문화적 감성이미지'로 나타난다. 그러나 이러한 제품에 대한 감성이미지의 불확실성 때문에 이것을 표현하는 디자이너의 관점에서는 보다 명확한 인지적 접근을 위하여 논리적 이해가 필요하다. 이를 위해 바로 인간의 의식적 사고와 환경간의 끊임없는 관계의 인식에서 비롯된 트랜스액션에 대한 이해가 요구되는 것이다. 즉, 지금까지 감성을 개인적이며 주관적인 비인지적 대상으로 인식되었지만 트랜스액션 관점에서의 감성은 경험과의 상호 유기적인 관계를 통하여 발생하는 일체의 인식과정으로 이해되며 어떠한 상황에 맞닥뜨렸을 때 이를 객관적인 행동으로 이어지는 표출활동, 즉 커뮤니케이션 표현방법 중의 하나로 인식하게 한다. 결과적으로 존 듀이가 언급한 인간의 감성과 경험의 유기적인 상호교호작용관계인 트랜스액션에 대한 이해는 과거 주체와 대상간의 이분법적 소통의 한계를 벗어나 광범위한 환경에서의 인식의 관계를 확장함으로써, 개발자와 사용자간의 의식의 경계를 허물고 다양한 각도에서 감성을 공유하고 경험을 표현할 수 있는 감성디자인을 만들어 가는 데에 중요한 개념으로 인식되기를 기대한다.

참 고 문 헌

[1] M. McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, Toronto:University of Toronto Press, pp.281-282, 1962.
 [2] 최한용, *조직의 정서지능, 신뢰 및 지식공유*, 계명대학교 경영대학원 석사학위논문, pp.4-5, 2003
 [3] 권영걸, *공간디자인16강*, 도서출판 국제, 2006
 [4] <http://blog.daum.net/gamseong/6> 수정인용
 [5] 권석만, *심리학 개론*, 박영사, p.260, 1984.
 [6] J. Dewey, *Art as Experience*, A Pegg Books, p.44, 1980.
 [7] 이영미, "트랜스 액션의 관점을 통해 본 감성 공간 연구 방법", 한국실내디자인학회, 제18권, 제5호, 통권76호, p.32, 2009

[8] 박연실, "정서적디자인 분석", 한국미학예술학회, p.303, 2006.
 [9] John Dewey, op. cit, p.42, 1980.
 [10] 김무길, *존 듀이의 교호작용과 교육론*, 도서출판 원미사, p.51, 2005.
 [11] 정순복, "존 듀이의 철학에서 자연과 트랜스액션의 문제", 한국미학회, 미학 제20집, p.324, 1995.
 [12] 최혜원, *대중예술의 미적 정당화를 위한 연구*, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p.5, 2007.
 [13] 박연실, *정서적디자인의 분석*, 홍익대학교 대학원 박사학위논문 p.45, 2008.
 [14] 이영미, op. cit. p.34, 2009.
 [15] John Dewey, *Experience and Nature*, 정순복, 존 듀이의 형이상학, p.170, 1996. 재인용
 [16] 김무길, op. cit, p.224, 2005.
 [17] 허재한, *트랜스액션 관점으로 본 현대 건축에 대한 연구*, 국민대학교 석사논문, pp.16-17, 2008. 수정인용
 [18] 허진, "트랜스미디어 환경에서의 감성마케팅을 위한 사용자 경험디자인에 대한 고찰", 한국콘텐츠학회, 제12권, 제9호, pp.198-199, 2012.
 [19] D. A. Norman, *Emotional Design*, Basic Books, pp.123-126, 2004.
 [20] 박연실, op. cit. pp.88-89, 2008.
 [21] Donald A, op. cit. p.87, 2004.
 [22] 리차드 슈스터만, 김광명, 김진엽 공역, *프로그래머 테스트 미학*, 예전사, pp.32-33, 2002.

저 자 소 개

허진(Jin Huh)

정회원



- 1993년 2월 : 경기대학교 응용미술 시각디자인전공(미술 학사)
- 1997년 3월 : 일본 니혼대학교대학원 예술학연구과 조형예술 전공 (예술학 석사)
- 2004년 4월 ~ 현재 : 제이랩 디자인 대표

<관심분야> : 콘텐츠 기반이론