

디지털 시대의 디자인 문화

권은숙

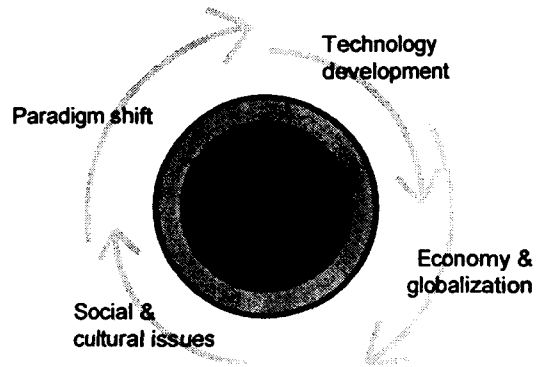
한국과학기술원 산업디자인학과

Contents

KAIST 권은숙

- ▶ 디지털 사회로의 디자인 변화
- ▶ 디자인의 새로운 패러다임과 디자인을 이끄는 새로운 현상들
 - 다양화된 디자인의 가치와 사용자 중심적 디자인
 - 다문화주의와 Sub-culture
 - 디자인 개념, 영역의 확장
- ▶ 디지털 시대의 디자인 문화적 특성
 - 오감에 기반을 둔 감성적, 경험적 디자인의 확대
 - Blurring the Boundaries
 - Storytelling에 의한 새로운 디자인 개발
- ▶ 디지털 시대 문화 창조자로서의 디자인 그리고 한국의 경쟁력

● 디자인의 변화



→ 디지털 세계는 인간이 어떻게 학습하고, 일하고, 생산하는 모든 것에 대하여 근본적인 변화를 이끈다.

● 디지털 사회로의 디자인 변화



- Design as an object
- Functionalism
- International Style
- Good Form, Authority
- Single modality
- Work
- *Fixed, Form-driven, Active*
- *Static, Simple, Solid*

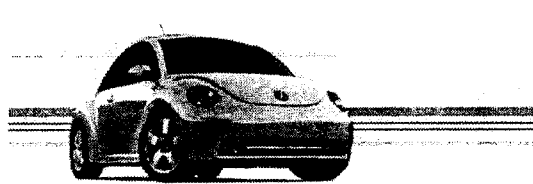
- Design as a process
(hardware + software)
- More than function
(visible + invisible elements)
- Diversity, Plurality
- Multi-modalities
- Play
- *Flexible, Data-driven, Interactive*
- *Dynamic, Complex, Liquid*

**Digital &
Design Culture**

KAIST 권은숙

● 디지털 사회로의 디자인 변화 → 다양화

- 재료 및 기술의 발전에 따른 디자인 변화
사례 : Sunbeam사의 Oster
Smart materials, Smart object, Smart home, etc.
- 새로운 감성과 경험의 디자인
사례 : New Beetle, SMART Car
- 사용자 중심 디자인(User-Centered Design)과 디자인의 다양화
사례 : Honda, Element → 사용자 관찰, 새로운 사용의 방법 도출
LG, Samsung → customized design으로 새로운 라이프스타일 제안



**Digital &
Design Culture**

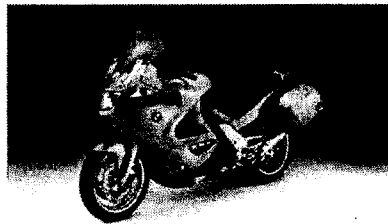
KAIST 권은숙

● 디지털 사회로의 디자인 변화 → 다문화주의 & Subculture

- 다양한 가치의 존중 및 다양한 라이프스타일에 따른 하부문화의 주류화
사례 : Harley Davidson vs. BMW
- Sub-culture: The Meaning of Style (Dick Hebdige, 1979)
"Objects are made to mean, and mean again as 'style' in subculture."
→ Culture as a whole way of life
- 하부문화의 새롭고 독특한 라이프 스타일은 사회적, 재료적, 관계적 경험에 기반한 표현적 형태 (expressive form)로 표출됨.



The Ultimate Driving Machine



**Digital &
Design Culture**

KAIST 권은숙

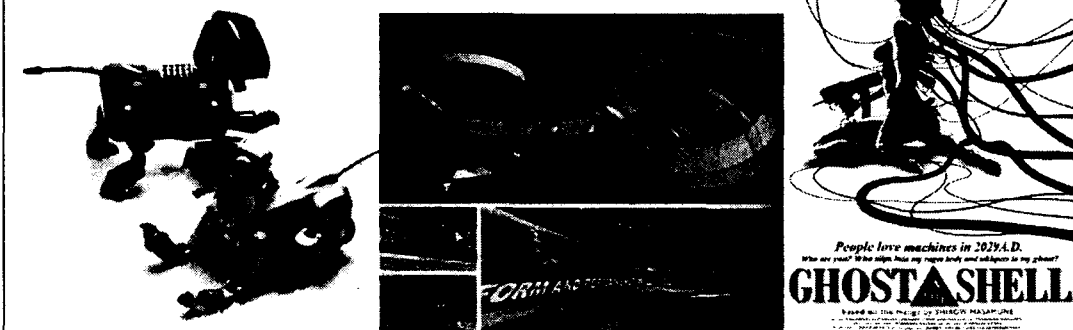
● 디지털 사회로의 디자인 변화 → **Digital, Cyber, Virtual**

- 디지털 기술에 기반한 새로운 제품, 비즈니스 유형의 발전

사례 : Wearable computer (compact, invisible, ubiquitous + skinware)
Robot (entertainment robot, AIBO)
Liquid Architecture, Cyber Museum

- Internet Communities, 아바타 Avatar, 전자상거래

사례: small-sum marketing



**Digital &
Design Culture**

KAIST 권은숙

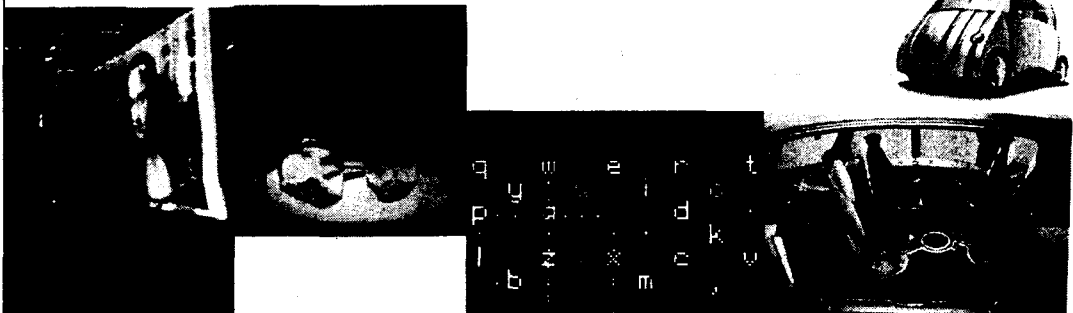
● 디지털 사회로의 디자인 변화 → 디자인 개념, 영역의 확장

- 디지털 기술에 기반한 새로운 디자인 개념

사례 : Interaction Design Smart car
 Interface Design Smart Highway
 Motion Graphics Information Architecture
 Virtual/Cyber Architecture

-디자인 산업의 특성 변화

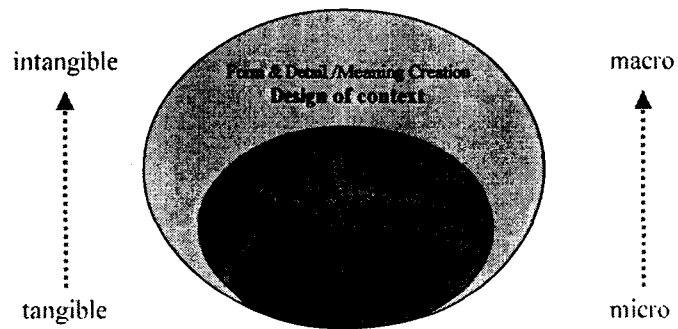
사례: Razorfish



● **Definitions of Design**

→ Design is anticipative, generative, use-oriented, illustrative, integrative, context-sensitive. (Wolfgang Jonas, 2001)

→ Design is the human power of conceiving, planning, and making products that serve human beings in the accomplishment of their individual and collective purposes. (Richard Buchanan, 2001)



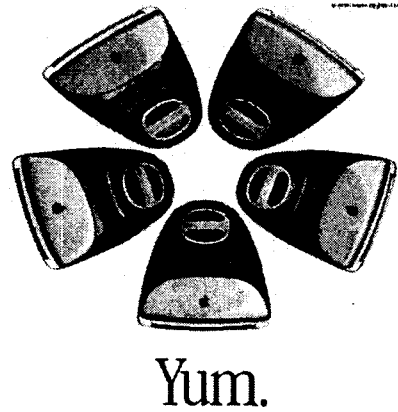
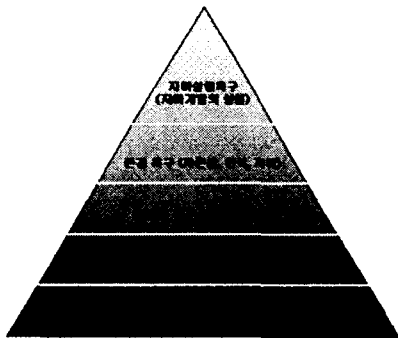
Contents

- ▶ 디자인의 새로운 패러다임과 디자인을 이끄는 새로운 현상들
- ▶ 디지털 시대의 디자인 문화의 특성
- ▶ 디지털 시대 문화 창조자로서의 디자인 그리고 한국의 경쟁력

● 오감에 기반을 둔 감성적, 경험적 디자인의 확대

- 멀티미디어 시대의 다중 감각 (multi-modalities)에 기반한 디자인 욕구론
(시각 + 청각 + 후각 + 촉각 + 미각)

사례: iMac → 시각, 청각, 촉각 + 미각적 디자인 "짹, 먹고 갖고 싶다."



디지털 시대 색채의 기호적 특성과 마셜 맥루한의 '미디어의 이해 (Understanding Media)', 1964

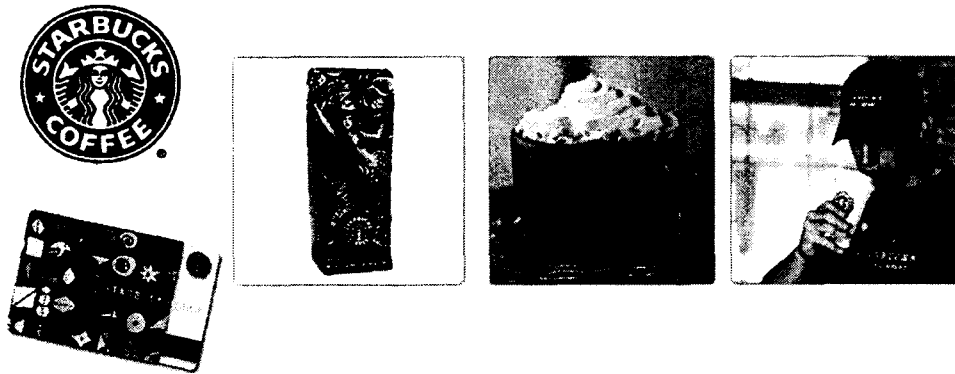
인쇄	전자매체
시각적	촉각적
기계적	유기적
연속적	동시적
구성	즉흥적
눈	귀
활동적	수동적
확대	축소
연성	미연성
독창	합창
중심	변두리
계속성 / 계통적 표현	비계속성 / 모자이크
자기 표현	그룹치료

**Digital &
Design Culture**

KAIST 권은숙

- 오감에 기반을 둔 감성적, 경험적 디자인의 확대
- 경험과 감성의 디자인 & 마케팅 (Experiential & Emotional Design)

사례: Starbucks 커피 전문점 → 미각, 후각, 촉각적 디자인
 → 사용자 중심, 지역 중심의 디자인
 → 획일적이기보다는, local identity를 강조

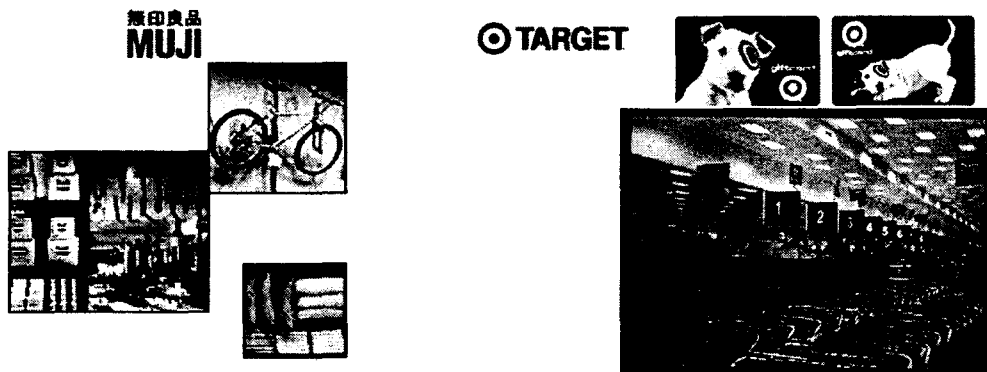


**Digital &
Design Culture**

KAIST 권은숙

- 오감에 기반을 둔 감성적, 경험적 디자인의 확대
- 통합적 디자인으로 브랜드 디자인 강조 (브랜드 디자인)

사례: Harley Davison
 Muji → 통합적, 유기적, 자연적 디자인으로 생활의 질을 높임
 Target → 브랜드 디자인은 정체성을 확보하는 것 이상의, personality를 창조



● 디자인 연구의 경계 허물기

- 디자인 학문간의 경계 허물기

사례: The National Design Triennial : "Design Culture Now"
(2000.3.7 - 8.6)

1997년에서 2000년 사이에 미국에서 개발된 가장 혁신적이고 영향력이 있는 디자인을 선별하여 현재 디자인 문화의 대변자로서 소개함. Ellen Lupton, Donald Albrecht, Steven Skov Holt의 3인은 "Design Culture Now"의 기획에서부터 전혀 새로운 디자인의 접근을 도입함.

8가지 주제별 접근 : Fluid, Physical, Local,
Reclaimed, Branded, Minimal
Narrative, Unbelievable



● 디자인 연구의 경계 허물기

- 디자인 학문과 타 학문간의 경계 허물기

사례: Emotional Design vs. Experiential Marketing

Emotional Branding
By Marc Gobe

10계명
-from consumers to people
-from product to experience
-from honesty to trust
-from quality to preference
-from notoriety to aspiration
-from identity to personality
-from function to feel
-from ubiquity to presence
-from communication to dialogue
-from service to relationship

Experiential Marketing: How go get
Customers to sense, feel, think,
Act, and relate to your company and
Brands
By Bernd H. Schmitt

-Sense marketing
-The Holistic Playing Field

The Experience Economy
By B. Joseph Pine, James H. Gilmore

**Digital &
Design Culture**

KAIST 권은숙

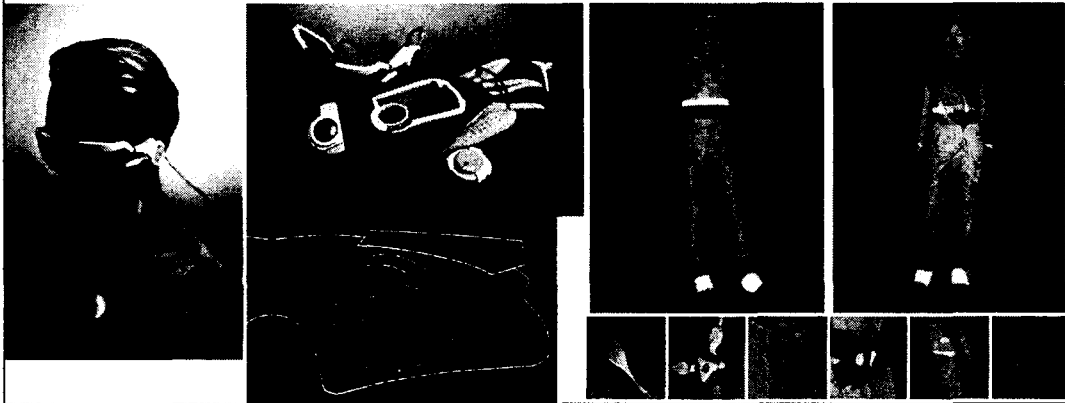
● 디자인 스토리텔링 (Storytelling)에 의한 새로운 디자인 개발

- 디지털에 기반한 미래 라이프스타일의 예견 및 창의적 제품, 서비스의 디자인

사례: Wearable Computer Design, KAIST

→ 학제간 연구 (전기전자, 전산, 기계, 패션, 산업디자인, 사운드 등)

→ *Scenario-Based Design*



**Digital &
Design Culture**

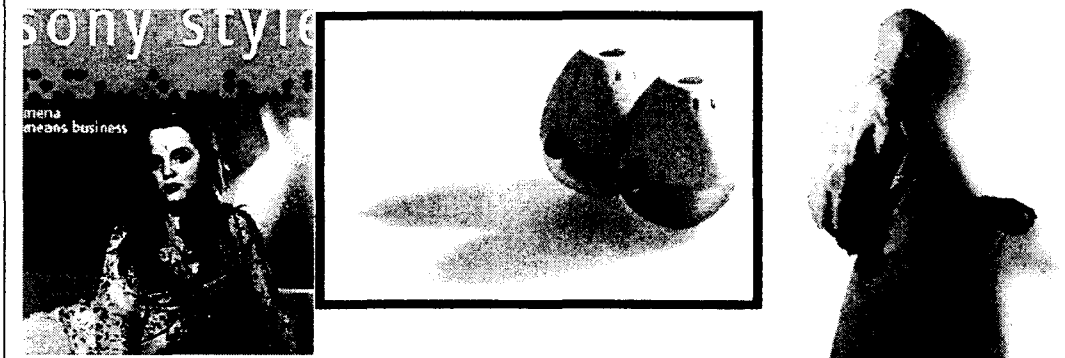
KAIST 권은숙

● 디지털 시대 문화 창조자로서의 디자인 그리고 한국의 경쟁력

- 디지털 시대의 디자인 : 새로운 라이프 스타일의 제안, 문화 창조자

사례: Philips → Vision of the Future ('96), Philips with Levi's ('00, '02)
Wearable Electronics, New Nomads ('01)

Sony Style → AIBO, Digital Dream



Contents

KAIST 권은숙

- ▶ 디자인의 새로운 패러다임과 디자인을 이끄는 새로운 현상들
- ▶ 디지털 시대의 디자인 문화적 특성
- ▶ 디지털 시대 문화 창조자로서의 디자인 그리고 한국의 경쟁력

**Digital &
Design Culture**

KAIST 권은숙

- 디지털 시대 문화 창조자로서의 디자인 그리고 한국의 경쟁력
 - 디지털 시대의 디자인 : 한국의 경쟁력?

