

창조적 발상과정에 있어서 비논리적사고의 지속에 관한 연구

A study on the continuance of illogical thought in the process of creative thinking

오 근 재 (Oh, Keun-Jae)

홍익대학교 조형대학 교수

본 논문은 1999학년도 홍익대학교 학술연구 조성비에 의하여 연구되었음.

1. 서론

- 1-1. 연구의 목적 및 필요성
- 1-2. 연구내용 및 방법

2. 본론

- 2-1. 창조성의 문제
- 2-2. 발상의 요구점
 - 2-2-1. 제1요구/ 언어적 기능
 - 2-2-2. 제2요구/ 수평적사고로의 이입방법과 절차
 - 2-2-3. 제3요구/발상 도구의 단순성
- 2-3. 창조성과 대뇌생리학적 두뇌기능이론
- 2-4. 발상도구의 제안
 - 2-4-1. 발상도구의 제안/결과미리보기
 - 2-4-2. 발상도구/결과미리보기의 활용법
 - 2-4-3. 모델의 유용성 조사

3. 결론

참고문헌

(要約)

디자이너라면 누구나 디자인의 결과물을 얻어내는 과정의 첫 단계로서 디자인의 컨셉을 만족시킬 수 있는 발상의 단계를 거치게 될 것이다. 그러나 새로움을 요구하는 발상은 누구에게나 노력하는 정도만큼 비례하여 얻어지는 속성을 지니고 있지 않다. 왜냐하면 인간이 노력하여 얻어낼 수 있는 합리적이고 논리적인 사고의 틀 속에는 새로운 것이 존재하지 않기 때문이다. 그러므로 좋은 발상의 핵심은 어떻게 하면 비논리적 사고영역에 자기 자신을 원하는 시간 동안 머물 수 있게 하는가에 있다고 말할 수 있다.

본고에서 제시하고 있는 “결과미리보기”의 사고법은 광고기획서에서 최종 단계에서 제시되고 있는 광고컨셉을 만족시키면서도 수평적사고의 영지에 인간의 사고활동을 일정 시간 묶어둘 수 있는 발상모델이 될 수 있다고 생각한다.

뇌기능이론에서, 우뇌나 좌뇌의 활동지수의 높고낮음이 실제 작품제작에 미치는 영향은 유의할 정도가 아니라는 사실이 연구결과 드러났다.

(Abstract)

The designer get through a doorstep of ideation to obtain a design concept, which consequently achieves the successful design. However, the ideation with creativeness may not always be given as much as an effort is made. It is readily recognized as the ideation released is naturally limited to a resonable and logical frame structure. Conversely, the successful ideation can be obtained through illogical thought given in a while. The thinking method suggested in effect preview can thus satisfy the demand of lateral thinking, which can lead to the creativeness as a thinking model as well as amenably advertising concept in a final step of advertising plan. Finally, it is concluded that from the brain function theory, the unique role of each side of brain can not practically influence on an art work performance successfully achieved.

(Keyword)

Lateral Thinking. Idea. Effect Preview.
Thinking Model. Brain Function Theory.

1. 서론

1-1. 연구의 목적 및 필요성

디자인이라면 누구나 디자인의 결과물을 얻어내는 과정의 첫 단계로서 디자인의 컨셉을 만족시킬 수 있는 발상의 단계를 거치게 될 것이다. 그러나 새로움을 요구하는 발상은 누구에게나 노력하는 정도만큼 비례하여 얻어지는 속성을 지니고 있지 않다. 왜냐하면 인간이 노력하여 얻어낼 수 있는 합리적이고 논리적인 사고의 틀 속에는 새로운 것이 존재하지 않기 때문이다.

인류역사가 시작된 이래 지금까지 수 많은 사람들에 의해서 이루어져 온 시행착오중, 실패의 요인을 버리고 성공요인들로 구성된 내용이 오늘의 문화를 이루고 있으므로 이 속에는 많은 사람들에 의해서 검증된 내용 밖에는 존재하지 않게 된다. 이들은 이미 검증되어 있기 때문에 이 안에 새로움이란 있을 수 없다. 그러므로 새로움을 얻어내기 위한 우리의 사고는 이러한 문화적 패턴으로부터 일정 정도 벗어나도록 유도되지 않으면 안 될 것이다. 이것이 발상이론의 근간을 이루고 있는 가장 중요한 뼈대이다.

영국의 사회학자 에드워드 드 보노는 이러한 비논리적 사고영역을 수평적사고(Lateral Thinking)라고 불렀다.¹⁾

이러한 새로움의 추구는 드 보노가 갈파한 수평적사고의 영지(領地)에서 찾을 수밖에 없다는 사실에 많은 사람들은 동의하고 있다. 그러나 문제는 거의 모든 사람들의 사고는 시행착오를 범해서는 안 된다는 인류역사가 추구해온 오랜 세월동안의 논리적 사고에 묶여 자신도 모르는 사이에 비논리적사고의 영지에 한 순간도 머물기 쉽지 않다는 사실에 있다. 다시 말하자면 새로운 발상은 논리적 사고가 아닌 수평적사고에서 이루어지는 일이 바람직하다는 사실을 알면서도 자신도 모르는 사이에 논리적사고의 틀 속에 용수철처럼 복원되고 만다는 사실이다.

이러한 관점에 동의한다면, 좋은 발상의 핵심은 어떻게 하면 비논리적 사고영역에 자기 자신을 원하는 시간 동안 머물 수 있게 하는가에 있다고 말할 수 있다. 발상의 패러독스라고 말할 수 있는 논리적사고의 세계로의 재진입은 우선 수평적사고의 영지에서 얻어진 갖가지 원자재를 가공하는 검증이라는 단계에서 이루어지는 것이지만, 검증은 이미 개발되어 있는 논리적 체계 속에서 이루어지는 것이기 때문에 연구해야할 대상이라고까지 말할 내용은 없는 사고영역이다.

그러므로 본 연구의 목적은 수평적사고의 영지에 인간의 사고 활동을 일정시간 묶어 둘 수 있는 사고 모델의 개발가능성 탐구에 있다.

1-2. 연구내용 및 방법

발상의 방법, 절차를 어떻게 구성하면 수평적사고에 더 쉽게 접근시킬 수 있을까에 대한 연구가 본고의 주된 내용을 이루고 있다.

이러한 연구내용의 논거에 앞서, 오른쪽 뇌의 창조성과 왼쪽 뇌의 논리성을 주장하는 두뇌기능이론이 창조적 발상과 어느 정도 밀착된 상관관계를 가지고 있는가를 조사하였다. 만

일 오른쪽 뇌와 왼쪽 뇌의 각각의 두뇌기능이 인간의 창조적 발상에 결정적인 영향을 끼치고 있다는 사실이 확인된다면 창조적 발상법 이론을 개발하기보다는 오른쪽 뇌의 훈련법에 더 많은 관심을 갖는 편이 현명한 것이기 때문이다. 그러나 조사 결과, 뇌기능이론은 보편성에서 유의미하지 않다는 사실이 발견되었다. 물론 논자의 조사방법이나 범위설정이 이에 대한 모든 간섭요인의 배제에 충분히 미치지 못하였을 가능성을 완전히 배제할 수는 없다고 생각한다.

우선 발상과제를 개발하여 피시험자군(群)에게 제시하고 그 결과를 분석하여 순도 높은 프로그램과 효율적인 프로그램을 모델로 제시하고, 이 프로그램에 대한 검증을 해가는 절차를 밟았다. 이 일을 위해 우선 발상에 관련된 상당 수의 문헌을 검색하여 그 내용을 분석 정리하였으며, 시행 가능한 여러 가지 시작자료들을 이용하여 그것들이 수용자들에게 어떻게 받아들여지는가에 대해서도 연구하였다.

다만, 연구자의 개인적인 처리능력과 연구기간에 대한 한계를 이유로 다음과 같은 제한점을 설정하였다.

- ① 비록 모든 연구성과가 이상적인 지향점을 지니고 있다 할지라도, 여기에서 다루려고 하는 모델은 사고 방법의 개발 프로그램이기 때문에 목표달성여부를 판단하려는 효과측정을 유보하는 전제를 갖는다.
- ② 창조적 발상은 지식체계의 확립이나 정보제공 방식에서 얻어지는 것이 아니기 때문에 씨앗의 발아를 위한 환경과 풍토를 제공하고 스스로 성장하기를 기대할 수 밖에 없다. 따라서 본 연구의 내용이 명쾌한 논리적 과정 대신 다소는 피상적이고 주관적으로 치우칠 가능성도 전혀 배제할 수 없다.
- ③ 발상에 관한 기존의 이론 중에서 적용의 난점을 배제한 초경량의 단순모델의 개발에 초점을 맞춘 보편연구이므로 발상의 특수성을 망라하기 어렵게 될 가능성도 없지 않다.
- ④ 광고디자인(특히 인쇄매체광고)과 관련된 발상을 위주로 연구하였으며, 또 피실험군을 저학년의 디자인 계열 대학생으로 제한하였다.

2. 본론

2-1. 창조성의 문제

견줄 대상과 참조할만한 것들이 아무 것도 없는 텅 빈 상태에 무언가 새로운 것을 만들어내는, 무(無)로부터의 창조(Creatio ex Nihilo)의 능력은 오직 신 밖에 없기 때문에 인간은 다만 신이 창조해낸 결과물을 가지고 그의 법칙(Canon)에 따라 필요한 것들을 만들어낼 수 밖에 없다는 생각이 바로 18C까지 서양을 지배하였던 미메시스(Mimesis)이론이다.²⁾

그러나 이러한 모방이론은 르네상스 말기부터 바로크에 이르면서 모방이라는 개념에 다양한 견해들이 등장함으로써 오늘날의 창조이론의 바탕을 마련하였다. 말하자면 모방이란 자연을 있는 그대로 충실하게 재현하는 일이라기보다는 자연의 결점을 보정하거나 취사선택하여야 하며, 현상 대신 그 암호를

1) Edward De Bono/ 한국능률협회 역/ 수평적 사고/ 한국능률협회/ 1993/

pp.17-19

2) Tatarkiewicz/ W.지/ 손효주역/ 미학의 기본개념서/ 미진사/ 1992/

pp.285-320

해독함으로써 모방의 대상으로서의 자연 그 자체보다 더 완벽한 결과를 얻을 수도 있다는 가능성을 제기하였던 것이다.³⁾ 인간의 독자성과 자율성을 가지고 무언가 새로운 것을 만들어 낼 수 있다는 오늘날과 같은 의미의 창조성에 대한 개념형성은 19C 낭만주의 시대 이후부터였다. 오늘날 창조성이란 색다름, 그리고 이를 이끌어내는 정신적 에너지라고 일반적으로 규정되고 있다. 그러나 이에 대한 개념이 비록 달라졌다할지라도 그것이 인간의 한계능력을 벗어난 신과같은 초월성에 창조성의 바탕을 두고 있는 것이 아니므로, 창조행위 그 자체는 과거의 모방제작의 궤모양을 그대로 닮고 있다고 말할 수 있다.

이렇게 본다면 우리가 상정할 수 있는 창조성이란, 이미 존재하고 있는 요소들의 배합을 통한 새로운 의미의 획득이라고 말할 수 있을 것이다.⁴⁾ 여차피 인간은 감각기관의 수용한계 그 이상의 능력을 소유할 수 없기 때문에 그들을 통해 경험되었던 것들, 즉 기왕에 감득되었던 여러 가지 낯은 요소들을 표현의 원자재로 삼을 수 밖에는 없다는 점에서 그러하다.

이러한 까닭으로 우리 주위에 산재해 있는 여러 가지 발상이론들은 새로운 재료를 가지고 새로운 의미를 만들어내는 것이 아니라 기존의 재료와 상황이 그것과는 또 다른 의미나 관점을 획득하도록 유도하는 장치들로 가득 차 있다.

알렉스 오스본(Alex Osborn), 마빈스몰(Marvin-small) 등의 체크리스트법이라든가 고든(W.J.J.Gorden)의 강제결합 혹은 속성 열거법, 코슬러(Arther Koestler)의 사색의 배반(Bisociation) 등의 각종 발상의 도구들은 결국 우리를 둘러싸고 있는 이러한 문화적 패턴으로부터 강제적으로 벗어나도록 유도하는 방법들의 제시에 다름 아니다.

결국 새로운 의미와 관점을 획득하기 위한 디자인 발상이론은 우리들이 일상적인 상태에서 자연스레 지니게 되는 문화적 패턴의 탈출로부터 출발하고 있다고 말할 수 있다.

2.2. 발상의 요구점

2-2-1. 제1요구/ 언어적 기능

일반적인 사고이론들은 새로운 의미획득 뿐만 아니라 다양한 관점을 가짐으로써 여러 가지 사물이나 현상의 발명 및 발견을 겨냥하고 있다. 그러나 디자인 발상이론은 그것이 시각디자인의 성격을 띠는 한 커뮤니케이션 목표를 충족시켜야한다는 점에서 일반적인 발상이론과 일정한 차별점을 가지고 있다. 그러므로 디자인 결과물 속에 표현되는 내용들이 일반언어이든 시각언어이든 언어적 환경으로부터 벗어날 수 없다는 점을 간과해서는 안된다.

다음과 같이 도해된 롤랑 바르트의 영상기호체계는 이에 대한 내용을 극명하게 드러내주고 있다.

기표명시적 의미	기의암시적 의미
기표암시적 의미(메타언어)	기의암시적 의미

<표 1> 롤랑 바르트의 영상기호체계⁵⁾

3) Tatarkiewicz, W.저/ 전계서/ 1992/ p.316

4) Edward De Bono/ 한국능률협회 역/ 수평적 사고/ 한국능률협회/ 1993/ p. 26

2-2-2. 제2요구/ 수평적사고로의 이입방법과 절차

앞에서도 잠깐 언급된 내용이지만 발상 방법의 주된 요구점들은 문화적패턴이라고 말할 수 있는 논리성을 깨뜨리는 것이다. 다관점의 강제설정, 사색의 배반, 새로운 정보편성, 도발적 사고(Provocative Operation), 양극화, 강제결합, 속성열거 및 결합, 체크리스트, 형태 분류(Morphological method) 등 그 어떤 내용을 보아도 그러하다. 이러한 발상의 주안점을 바탕으로 하여 여러 학자들은 다양한 발상의 절차를 주장하고 있다. 그 중 몇 가지를 소개하면 다음과 같다.

① 오스본(Osborn)⁶⁾

· 문제의 구체화 단계/ 정보수집 단계/ 해결책 탐구단계 / 해결방법의 평가단계

② 암스트롱(Amstrong)⁷⁾

· 상황평가단계/ 문제의 명확화단계/ 잠재의식의 이용 단계/ 창조단계/ 판단, 검증 단계

③ 고든(W. Gorden)⁸⁾

· 문제점 서술단계/ 착상의 방출단계/ 목표설정단계 / 아날로지단계/ 선택과 전개단계/ 집합화단계 / 검증단계/ 실행단계

④ 모리아티(Sandra E. Moriarty)⁹⁾

· 자료수집단계/ 분석단계/ 잉태단계/ 아이디어 창출단계 / 실행단계

이들을 종합하여 검토하다 보면 문제인식을 위해 관련자료를 수집하고, 문제를 잠입시킨 상태에서 일정 시간 두뇌의 해방기를 두며, 여러 가지 발상요령에 따라 발상을 하고, 이것들이 새로운 의제를 획득하는데 성공적인가 아닌가를 검증한 다음 실행에 옮겨가는 과정들이다. 이들 발상의 절차들을 종합하면 다음과 같이 재정리할 수 있을 것이다.

· 자료수집단계/ 핵심문제 추출단계/ 잉태단계/ 발상단계 / 검증 및 실행단계

여기에서 우리의 관심을 끄는 것은 잉태단계이다. 이 단계는 핵심문제를 골똘히 생각하고 의식의 밑바닥에 잠재운 다음, 휴식을 통하여 자칫 문제의 틀 속에만 갇혀 있게 되는 사고의 경계를 뛰어넘고자하는 의도를 가지고 있는 단계이다.

많은 학자들에 의해서 수 많은 방법과 내용들이 기술되어 왔지만, 이들을 크게 요약하고 정리하면 잉태단계에서 수평적사고에 이입되는 방법과 절차에 핵심적인 요구점을 가지고 있다는 점에 동의할 수 있을 것이다.

2-2-3. 제3요구/ 발상 도구의 단순성

그러나 이상의 요구점들은 발상 시점에서 바로 적용하기 어려운 한계를 가지고 있다.

첫째는 수평적사고란 일종의 심리적 평형의 상실을 강요하는 상태에서 이루어지는 것이므로 누구나 이러한 불균형상태에서 오래 머물기 어렵고, 둘째는 개발된 발상법들은 그 절차를 진행시키는데 지나치게 많은 에너지와 시간을 요구하고 있어서

5) 소두영저, 상징의 과학 기호학, 인간사랑, 1992, pp.122-131

6) 김광규저/ 창조적인 아이디어 발상법/ 디자인 신문사/ 1991/ p.35/ pp.69-71

7) 김광규저/ 전계서/ p.45

8) 김광규저/ 전계서/ pp.78-81

9) 김광규저/ 전계서/ p.35/ p.87

순발력있게 대처하기 쉽지 않거나, 어떤 경우에 어떤 이론과 방식을 적용하는 것이 최선인가를 가려내기 쉽지 않기 때문에 적용이 용이치 않다. 또 이러한 발상법은 근본적으로는 이론이 아니라 훈련이라는 사실을 잊기 쉽다. 셋째는 일반적인 발상이론들은 디자인만을 위해 개발된 이론이 아니고 일반적인 발견과 발명에까지 적용되는 포괄적인 내용이 많아 디자인컨셉이 주어진 상태에서 발상을 시작해야하는 경우가 허다한 디자이너에 있어서 영상기호작성에 바로 적용하기 어려운 점이 있으며, 그것이 비록 시각적 사고방식이라 할지라도 구체적인 과제에 어떻게 적용가능한가에 대한 판단이 쉽지 않다는 것이다.

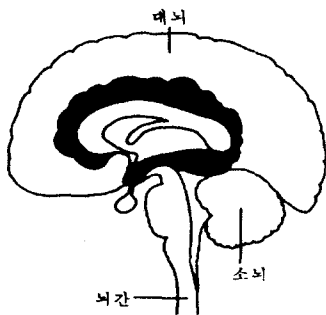
결과적으로 수 많은 발상기법을 학습하고도 그것들이 실제적인 도움을 주는데 실패하고 있는 주된 원인이 발상도구의 다양성과 복잡성에 있다고 말하여도 지나친 표현이 아닐 것이다.

발상의 제3의 요구점은 사고법 즉 발상을 위한 도구가 매우 단순하여 언제 어디서나 지니고 다닐 수 있을만큼 간편하고 경량성이 보장되어야 한다는 점이다.

2-3. 창조성과 대뇌생리학적 두뇌기능이론

일군의 심리학자들에 의해 대뇌반구의 역할에 대한 연구가 본격화되고 좌뇌(언어 및 논리영역) 및 우뇌(감각과 공간지각영역)에 대한 연구성과에 근거하여 각각의 뇌기능을 분리하여 설명할 수게 되었으나 결국 이들은 뇌량(腦梁)을 절단하지 않는 한(限) 뇌의 통합적 기능을 무시할 수 있는 어떤 과학적 근거도 아직까지는 발견해내지 못하고 있다.¹⁰⁾

일부 학자들은 대뇌신피질은 전체 뇌기능의 5%에 불과한 기능을 수행하고 있을 뿐이며 그 대부분의 뇌기능은 뇌간과 시상하부 등을 일컫는 원뇌(原腦)와 대뇌연변계라고 말해지는 동물뇌가 그 활동의 95%를 감당하고 있다고 주장하고 있다.¹¹⁾ 이러한 연구성과는 뇌반구 각각의 역할의 중요한 부분을 담당하고 있는 대뇌신피질의 역할이 일반인이 기대하고 있는 정도에 상당 정도 미치지 못하고 있다는 점을 시사하고 있다.



【그림1】 뇌의 해부도

10) Henry Gleitman/ 임능빈, 장현갑 외 5인역/ 심리학 개론/ 교육과학사/ 1986/ pp.43-49

Betty Edwards(California Univ.)/ 北村孝一 역/ 우측뇌로 묘사하기라는 저서에서는 우측뇌반구의 감성적 기능을 강조하고 훈련 방법 등을 제시하고 있음

11) 春山茂雄/ 반광석역/ 뇌내혁명/ 사람과 책/ 1996/ p.54

이러한 관점을 확인하기 위해서 다음과 같은 실험을 하였다. 먼저 피실험군으로서 21세부터 25세 사이의 대학생 147명으로부터 뇌반구지수를 구하였다(1999년 5월/홍익대학교 조형대학). 문항은 김종안의 설문안¹²⁾을 이용하였는데 40문항으로 이루어진 설문항에 피설문자가 체크를 한 문항수를 지수로 하였다. 그리고 이 지수를 3회에 걸쳐 평가한 발상과제의 누가평균득점과의 상관관계를 구한 결과는 아래의 그래프(그림2)처럼 뭉쳐서 나타났고 유의도 검증계수가 -0.0708에 머무름에 따라 이들 사이에서는 유의요인이 없는 것으로 나타났다.

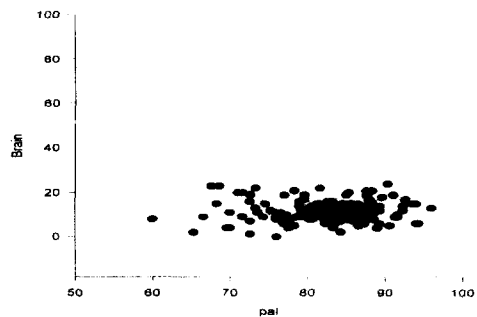
물론 김종안의 뇌지수 측정 설문은 타당성 여부, 논자의 발상과제 평가의 객관성과 타당성, 보다 보편성을 획득할 수 있는 표집단의 확보 등에 대한 신뢰성 보장을 위한 검토 요인이 있을 수 있다고 생각되지만, 여기에 상당 정도의 허용오차 범위를 임의로 상정한다할지라도 대체적인 상황을 말하는데 큰 무리는 없을 것으로 판단된다.

설문의 보기

- 나는 대체적으로 어떤 사람의 얼굴보다는 그 사람의 이름을 더 잘 기억해낸다.
- 그림이나 물건을 보여주는 수업보다는 말로 설명하는 수업이 더 이해가 잘되고 좋다.

중략

- 어떤 내용을 배울 때 의문을 품고 자발적으로 탐구해보려는 태도를 갖기보다는 설명되는 사실이나 읽고 있는 내용을 그대로 받아들이는 편이다.



【그림2】 발상과제의 누가평균득점과의 상관관계

2-4. 발상도구의 제안

우리는 지금까지 창조성에 대한 개념 정의, 발상의 요구조건-그것이 언어적 기능을 가질 수밖에 없다는 점, 수평적 사고로의 보다 용이한 이입방법 개발의 필요성, 발상도구의 단순성-들에 대한 논리적 전개를 추적해왔다. 이 과정을 한 마디로 요약한다면 “논리적 사고로부터 벗어나 발상할 수 있는 보다 편하고 쉬운 발상도구 개발의 필요성”이라고 말할 수 있다. 그러나 실제적으로 이러한 사고의 틀을 독자적으로 개발하여 몸에 지니기는 매우 어려운 일이 아닐 수 없음이 현실이다.

12) 김종안/ 아 좋은 생각, 오른쪽 뇌/ 길벗/ 1993/ pp.160-162/ pp.234-237

그것은 다음의 두 가지 관점에서 그러하다.

첫째는 성인이 되어버린 상태에서 근본적으로 어린 아이와 같은 사고를 할 수 없음에도 불구하고 많은 사람들이 혼란을 하게 되면 완전무결한 수평적사고 혹은 녹색사고가 가능할 것이라고 기대하고 있다는 점(언어적 틀이 결국 논리적 구조로 이루어져 있으므로 이로부터 벗어나기 위해서는 우리를 언어의 세계로부터 벗어나게 해야한다), 둘째는 아주 특별하고 새로운 착상을 하여 세인을 놀라게 해주지 않으면 안 된다는 강박관념이 바로 그것이다. 그러나 어느 것도 현실적으로 가능하지 않다. 대부분의 아이디어발상법 이론들이 가지고 있는 내용은 한 마디로 수평적 사고를 어떻게 하면 잘할 수 있는가를 적당한 예화를 제시하면서 설명하고 있기 때문에 그 책을 읽고 있는 동안에는 자기 자신도 제시된 사고방법에 따르면 그렇게 될 수 있을 것이라는 착각에 빠져들게 한다. 그러나 그러한 제안이 실제적으로 아무런 쓸모가 없다는 사실을 아는 데는 독서를 끝낸 뒤 30분 이상의 시간이 소요되지 않는 경우가 허다하다.

왜냐하면 대부분의 발상이론서들은 수평적사고에서 어떤 현실적 문제를 해결하는 보기를 제시하고 있는데 반해 우리들은 현실적인 문제해결을 위해 수평적사고의 세계로 들어가야 하는 불가능에 가까운 역순逆順의 문제에 봉착하게 되기 때문이다. 따라서 본고에서의 제안은 다음의 조건을 만족시키지 않으면 안 된다고 생각한다.

- (1) 언제, 어디서나 발상이 가능하도록 그 방법이 단순하다.
- (2) 누구나 활용할 수 있도록 그 방법이 범용성이 있다.
- (3) 확실한 지향성이 있으므로 검증 이전까지의 단계에서 어느 정도¹³⁾까지는 확산적사고를 견지할 수 있다.

2-4-1. 발상도구의 제안 / 결과미리보기

일반적이고 광범위한 기존의 사고법은 그것이 모든 경우에 해당되는 포괄성을 지니고 있다. 그러나 한편 포괄성은 어느 경우에도 적합성이 떨어진다. 결함이 있을 수 있다. “결과미리보기”는 소구하고자 하는 상품이나 아이디어, 서비스가 경쟁사의 그것들과 얼마나 다른 효익을 소비자들에게 줄 수 있는가를 드러내려는 발상에 매우 효과적일 뿐만 아니라 언제, 어디서나 활용가능하도록 방법이 단순하다. 문제풀이의 형식에 몰입하고 있는 동안에는 구체적인 검증이 없는 확산적 사고 즉 논리 밖의 사고가 어느 정도까지는 가능하다는 강점을 가지고 있다.

소비자효익이란 결국 그 상품에 대해서 결과적으로 얼마나 소비자들이 유익하다고 느끼는가의 정도이기 때문에 설정된 디자인컨셉의 결과는 그러한 소비자심리와 자연스레 연동이 되지 않은 수 없다는 점에서 그러하다. 그리고 이는 다른 어떤 부차적 제안이 없고 단순히 결과만을 예측하는 단일 도구이기

13) 성인이 된 상태에서 어린 아이의 장난감을 가지고 노는 일, 대화를 하는 일, 혹은 흥내를 내는 일은 가능하지만 그가 아동의 정신세계에 완전하게 이입되어 사고한다는 사실은 불가능한 일이 될 것이다. 종교계에서 득도와 증생을 아무리 강조하여도 실제적으로 그러한 경지의 인물을 얻어내기 어려운 이유도 이와 맥락을 같이한다. 왜냐하면 득도나 증생이란 사고의 근본을 바꾸는 일에 해당되기 때문이다.

때문에 사고(思考)의 경량성을 누구에게나 인정받을 수 있다는 강점을 가지고 있다. 그러나 이 사고법이 모든 광고디자인의 현장에 언제나 동일한 수준만큼 유용하다는 주장을 하고 있는 것은 아니다. 그 경량성 때문에 심도(深度)가 떨어질 수 있다는 점을 부인할 수는 없다.

발상Sheet는 누구나 즉석에서 만들어 사용할 수 있을만큼 간단한 양식으로 구성되어 있다. 다음 두 가지의 보기(보기-1, 보기-2)는 실제 광고디자인의 학습현장에서 이루어진 보기이다.

2-4-2. 발상도구 / 결과미리보기의 활용법

일반적으로 광고디자이너에게 디자인을 요구하는 시점은, 광고 기획서나 이를 요약한 애드 브리프의 작성이 완료되고 이미 컨셉이 확정되어 있는 상태에서이다. 광고컨셉은 여러 가지 사회과학적인 측정도구들을 이용하여 소비자의 Need를 파악하고 이를 커뮤니케이션 전략으로 환원시킨 단 한 마디의 제안(Single Minded Proporsition)이기 때문에 논리적으로 극도의 수렴성을 지니게 마련이다. 이때 커뮤니케이션의 터미널에 위치하고 있는 디자이너가 일차적으로 생각할 수 있는 일은 이러한 수렴결과를 정직하게 영상기호로 번역하는 일 밖에 어떠한 생각도 떠오르지 않게 된다. 풀어말해 “순한 소주”라는 컨셉이 주어졌을 때 시각언어를 어떻게 구사하면 소비자들이 “순하다”는 뜻으로 소주를 받아들일까만을 생각하게 된다는 것이다. 그러나 이러한 작업은 우리 모두의 요구사항이 아님은 물론이다. 그러한 해석보다는 순한 소주가 구체적인 소비자 누구를, 어떤 상황에서, 어떻게 만족시킬 수 있는가를 생각해보자는 것이 바로 결과미리보기이다. 어느 경우에도 일단 결과미리보기의 사고법을 활용하게 되면 위와같은 컨셉을 영상기호로 직역할 수 밖에 없는, 중복형 커뮤니케이션이 주는 답답함으로부터 벗어날 수 있을 뿐만 아니라 설득력있는 아이디어로 승부할 수 있다.

Sheet의 맨 위 “00니까”의 “00”항에는 어느 경우이든 디자인 컨셉을 위치시킨다.

컨셉의 밑에 긍정적 결과미리보기항과 부정적 결과미리보기항(역발상)을 두고 있는데 이를 보기처럼 반드시 표로 제작할 필요는 전혀 없다. 이 표의 빈 칸을 메꾸는 동안에는 디자인을 어떻게 해야 좋을지에 대해서는 일체 생각하지 않는 상태에서 상상할 수 있는 모든 상황 또는 구체적인 형태를 적을 수 있는 한까지 계속한다. 이때 주의할 점을 정리하면 아래와 같다.

- “대체적으로 그러할 것이다”라는 생각을 기술하지 말고 자신이 목적을 하고 있는 것처럼 아주 구체적으로 적는다.
- 실현가능성이 있을지 없음을 미리 판단하지 않는다.
- 짧은 글로 정리한다.
- 자기자신만의 생각을 정리하지 말고 타깃층에 해당되는 이웃들의 생각까지를 빌어온다.
- 최대한 많은 항목을 기록한다.

발상Sheet를 작성하는 동안은, 그것이 시각언어로 전환되었을 때의 디자인결과를 검증하는 과정이 아니므로 어떤 논리의 수

【보기-1】

클라이언트/ 기아자동차

브랜드/ 비스토

광고컨셉/ 안전대(Safety Zone)가 있는 차.

발상Sheet

컨셉/ 【안전대(Safety Zone)가 있는 차】 니까.....	
긍정적 결과예측(구체적인 상황/현상을 기록)	부정적 결과예측 (구체적인 상황/현상을 기록)
<ul style="list-style-type: none"> -속도위반으로 적발되었을 때 안전대를 보고 경찰이 웃으며 보내준다. -접촉사고시 서로 싸우지 않고 웃으며 헤어진다. -왕초보 젊은 주부가 웃으며 여유있게 운전한다 -보험회사가 문을 닫는다(사고가 줄어서..) -비스토를 탄 운전허 서투른 젊은 아가씨들을 길에서 많이 만난다. -사고를 당한 환자를 보고 오히려 의사들이 놀란다.(별로 다치지 않아서...) -권투 글로브를 앞에 달고 달리는 차 	<ul style="list-style-type: none"> -가벼운 접촉사고를 당했는데 경찰서까지 끌려간다. -가벼운 접촉사고에도 보험료 할증이 붙는다 -뿌서뿌서 라면처럼된다. -안전대를 믿고 너무 달려 사고가난다. -바위에 계란을 던지는 것처럼 많이 다친다. -추돌사고에 차가 휴지처럼 구겨진다. -추돌 사고가 나면 바위와 바위가 부딪치는 것처럼 부서진 파편이 날아간다. -싸도 그러한 차는 사지 않는다(싼 게 비지떡이다) -안전대가 없는 구급차를 몰고 가던 구조대원이 오히려 다친다.

【보기-2】

클라이언트/ (주) 진로

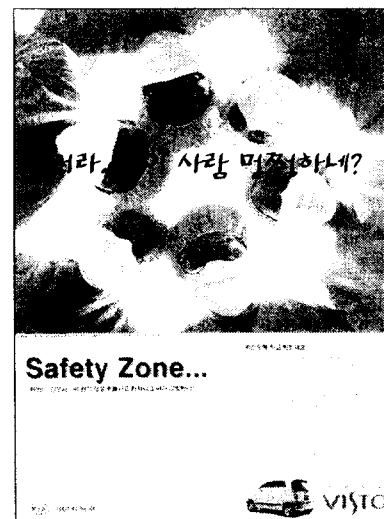
브랜드/ 순한 진로소주

광고컨셉/ 순한 술.

발상Sheet

컨셉/ 【순한 술】 이니까.....	
긍정적 결과예측(구체적인 상황/현상을 기록)	부정적 결과예측 (구체적인 상황/현상을 기록)
<ul style="list-style-type: none"> -술이 덜 취하니까 계속 마시다 새벽에 들어가 마누라에게 야단맞는다. -술 마시기 게임을 즐긴다. -술 버릇이 나쁜 김과장이 오랜만에 여유를 가지고 웃는다. -이튿날 아침이 날아갈 듯이 상쾌하다(술이 순하니까....) -신입 여학생이 소주를 겁없이 마시는 것을 보고 예비역 선배들이 오히려 놀란다.(순한 소주인줄 모르고....) -인사불성으로 불 일을 보는 일이 없어 전신주에 붙어있는 가위 그림을 떼어낸다. -매일 술을 마셔야 하는 영업사원의 얼굴에 여유있는 미소가 흐른다. 	<ul style="list-style-type: none"> -김과장이 독한 술을 많이 마셔 개처럼 되었다. -자기 집 안방인줄 알고 잤는데 개집에서 잤다. -술이 사람을 마신다. -119 구급대에 의해 병원에 실려간다. -매일처럼 부부싸움을 하여 얼굴이 성할 날이 없다. -이튿날 아침 머리가 바위돌같이 무겁다. -늘 눈의 흰자위가 충혈되어 있어 리트마스 시험지처럼 간밤에 술을 마셨다는 것을 알 수 있다(보기에 무섭다).

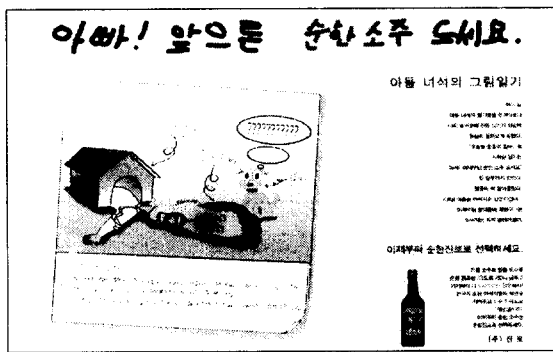
럼과정 이 아니라 사고의 확산과정에 해당된다고 말할 수 있다. 단 한 마디의 약속으로써의 SMP, 즉 디자인컨셉을 다양한 상황과 형태 속에서 다시 해석을 하는 것이므로 해석의 항목을 늘리면 늘릴수록 논리의 수렴성과 반대되는 확산성을 추구할 수 있게 되는 것이다. 말하자면 비논리적사고의 지속성을 일정시간 동안 유지할 수 있게 되는 것이다.



【그림3】 '비스토' 광고의 예시



[그림4] '순한 진로소주' 광고의 예시 1



[그림5] '순한 진로소주' 광고의 예시 2

2-4-3. 모델의 유용성 조사

본 모델의 유용성을 확인하기 위해서 2개 반으로 분반된 시각 디자인계열 3학년 학생 81명(A반 38명과 B반43명으로 분반)에게 동일한 과제를 2차에 걸쳐서 부여하였다. 1개 반에게 본모델을 제시하고 과제를 진행하는 동안, 다른 반의 경우에는 아무런 조건없이 각자의 발상력에 맡겨 과제를 진행하도록 하였는데 그 결과를 요약하면 다음의 (보기-3)과 같다.

		1차 Thumbnail Sketch의 1인 평균 수량	최초 Thumbnail 시각일로부터 Rough Sketch 도달 평균일	과제수준 (정성평가)	비 고
A반	모델 부여	12.75개	13.5일	다양한 아이디어	37명/38명 *1명 미제출
	조건 없음	9.02개	18.0일	비슷비슷한 착상에 그래픽 아이디어로 베リエ이션 추구	
B반	모델 부여	14.52개	12.0일	다양한 아이디어	41명/43명 *1명 미제출 1명 장결자
	조건 없음	10.67개	15.45일	비슷비슷한 착상에 그래픽 아이디어로 베リエ이션 추구	

[보기-3]

1. 섬네일스케치의 수량은 과제를 부여하고 맨처음 과제점검을 받기 위해 스케치해온 결과를 계수한 평균 수량임.
2. 최초섬네일 개시일로부터 러프스케치 도달일은 작품 가능성을 인정받을만한 상태의 러프스케치를 해 온 날을 측정하여 평균값을 얻은 수.
3. 과제수준은 참고수준임/정성평가이므로 객관적인 척도가 될 수 없음.

이러한 결과를 보았을 때, 다른 어떤 발상방법보다 직접적인 효과가 있었다고 판단된다. 물론 이 조사 내부에는 A반이 실험되고 있는 동안 B반에게 끼쳐졌을만한 영향 정도, 반 편성에 대한 객관성 여부, 작품 가능성을 인정하는 측정자 본인의 판정 문제 등의 불필요한 요소들이 개입되어 있을 수 있다고 생각하지만, 전체적인 경향을 읽어내는 데는 무리가 없다고 믿고 있다. 어차피 디자인결과물의 측정은 그것의 예술적 성향 때문에 상당 부분을 정성적인 평가에 의존할 수밖에 없다는 점에서 더욱 그러하다.

3. 결론

광고기획서의 마지막 단계라고 말할 수 있는 광고컨셉은 다양한 제품환경을 분석한 마지막 수렴단계이기 때문에 이는 디자인의 확산적 성향에 극단적으로 반한다. 다시 말해서 최종적이고 결과적으로 들어난 컨셉만을 가지고 광고디자인을 하려고 하면 그것의 시각적 번역 그 이상의 참신함을 얻어내기가 어려워져버린다.

이러한 문제를 해결하면서도 비논리적이고 과정에 원하는 정도만큼 노출되도록 하기 위해서 개발한 사고모델이 결과미리보기이다. 이 사고모델은 광고디자인의 광고컨셉이 논리의 끝점에 있음에도 불구하고 다시 확산적사고를 할 수 있도록, 일정 시간 동안 비논리적이고의 틀 속에 디자이너를 위치시킬 수 있는 장점을 가지고 있음이 실험결과 드러났다.

모든 행동과학이나 사회과학적 접근방식이란 확증편파(確證偏頗)의 오류를 범할 수도 있기 때문에¹⁴⁾ 제시하고 있는 모델이 모든 발상기법의 우위에 있다고 주장할 생각도 없고 또 그렇게 단정적인 주장을 해서는 안 된다고 생각한다. 다만 이 사고법이 경량성을 가지고 있으며 언제, 어디서나 사용될 수 있을만큼 편하고 유용한 하나의 도구라는 것이다.

한편, 인간이 가지고 있는 뇌의 기능이론은 그것이 이론으로서 인정을 받고 있기는 하지만, 우뇌지수가 높은 피시험군의 발상력이 좌뇌지수가 높은 피시험자군의 발상력보다 반드시 우위에 있지 않다는 점이 실험결과 밝혀졌다. 이 말은 좋은 발상을 위한 모델을 선택하고 훈련하면 누구나 좋은 디자인결과물을 얻을 수 있음을 시사하는 것이며, 특정 뇌부위의 발달이 크리에이티비티를 발현하도록 결정지워지지 않았음을 의

14) Wessells.M.G./ 김경린 역/ 인지심리학/ 중앙적성출판사/ 제4판/ pp.9-11.(1988)

미한다고도 말할 수 있다.

참고문헌

- Edward De Bono/ 한국능률협회 역/ 수평적 사고/
한국능률협회/ 1993
- Henry Gleitman저/ 임능빈, 장현갑 외 5인역/ 심리학 개론
/ 교육과학사/ 1986
- Tatarkiewicz, W.저/ 전계서/ 1992
- Tatarkiewicz/ W.저/ 손효주역/ 미학의 기본개념사/
미진사/ 1992
- Wessells, M.C./ 김경린 역/ 인지심리학/ 중앙적성출판사/
제4판
- 김광규저/ 전계서
- 김광규저/ 창조적인 아이디어 발상법/ 디자인 신문사/
1991
- 김종안저/ 아 좋은 생각, 오른쪽 뇌/ 길벗/ 1993
- 소두영저/ 상징의 과학 기호학/ 인간사랑/ 1992
- 春山茂雄저/ 반광식역/ 뇌내혁명/ 사람과 책/ 1996