

일상 디자인산물의 구성배치 전략과 맥락에 관한 연구
-창조성템플릿이론과 산물맥락모델을 이용한 분석을 중심으로-

A Case Study of Configuration Strategy and Context in Everyday Artifacts
-Concentrated on analysis by Creativity Template Theory and Artifact Context Model-

주저자 : 진선태 (Sun Tai Jin)
국민대학교 테크노디자인전문대학원 박사과정

1. 연구배경 및 목적

2. 일상 디자인행위와 산물

- 2.1 디자인산물을 형성하는 디자인행위
 - 2.1.1 일상주체의 비공식적 디자인행위
 - 2.1.2 최종사용자의 커스터마이제이션
- 2.2 일상 디자인산물

3. 일상 디자인산물의 구성배치전략

- 3.1 창조성템플릿 이론(Creativity Template Theory)
- 3.2 산물 구성배치(Artifact Configuration) 분석

4. 일상 디자인산물의 맥락

- 4.1 산물맥락모델(ACM)을 통한 맥락 분석
- 4.2 디자인산물의 특징과 맥락

5. 결론

참고문헌

(要約)

후기산업사회에서 기업내 디자인팀, 디자이너컨설턴스에 의해 디자인된 제품이 생산되고 유통되는 것이 일반적인 디자인체제이다. 과거 전통 사회의 버내큐러 디자인(Vernacular Design)같은 디자인체제 또한 오늘날 시대적 요구에 맞게 변형되어 인간의 물질환경을 형성하는 디자인문화로 남아 있다. 기성디자인과 다른 우리 주변의 다양한 디자인산물들은 사용자에 의한 변용, 일상영역에서의 생산물 등의 사례로 발견되고 있다. 본 연구에서는 이러한 사례를 가지고 비전문적 디자인생산물의 구성품배치의 변화와 산물의 발생상황등의 맥락을 보기 위해 창조성템플릿이론과 산물맥락모델(ACM:Artifact Context Model)을 이용해 분석하였다.

이 연구를 통해 비전문영역에서 보이는 일상 디자인산물들은 일상디자인주체, 사용자가 만들어 내는 평범하지만 나름대로 아이디어와 특이성이 드러나는 산물이며, 이러한 특성들은 기성디자인영역에 새로운 창조적 모티브가 되거나 기성적 디자인영역을 보완하는 하나의 디자인체계의 가능성을 찾을 수 있었다. 기존 디자인에서 볼 수 없는 다양한 모색과 대안이 만들

어 지는 일상디자인영역은 기업의 제품기획과 마케팅의 한계와는 다른 디자인실천의 영역이다. 또한 신뢰성있는 소비자, 사용자 모델링은 사용자 친화적 디자인, 사용자 커스터마이제이션 구현에 쉬운 접근이 될 수 있다.

향 후 연구에서는 본 연구의 탐색적 디자인과정에 대한 해석과 일상적 디자인산물 분석을 바탕으로 일상디자이너에 대한 중점적인 인지적 프로세스 모델링 등을 통해 기존디자인프로세스 및 디자인교육에 대한 새로운 접근 가능성을 모색할 수 있을 것이다.

(Abstract)

It is generally regarded a design system in post-industrial society, which products designed by in-house designers or design consultancy are manufactured in factory and distributed in market for the consumer. Although it is treated an old design system in traditional society, the traces of vernacular design has been remaining in the state of adopted to the periodical needs in these days, also proving the attribute of design culture to constitute human's material environment as well as existing design systems. There were discovered various design artifacts in daily surroundings vary from the established design in several manners, user modifications or manufactures in everyday lives formalized them. It was approached a case study that analyze the changes of artifact configuration and designer/user context and creation process of the non-professional design artifacts, Creativity Template Theory and ACM(Artifact Context Model) have been utilized for the analysis model.

From the analysis result, It assume that the everyday artifacts may be ordinary but extra-ordinary including particular ideas and identity represented by everyday designers or users. Beside these characteristics induce the potentiality that reflect on creative motives for the designers or a complementary artifact generator filling up with drawbacks in established design system. The everyday design domain, various explorations and alternatives are made, is seems to be another design practice domain dissimilar to the one in the industry-based design. Moreover it provides an more easily accessibility for the approaching user-friendly design, user customization because they conduct the reliable modeling of consumer and end-user.

Finally, based on the exploratory study regarding interpretation of context and configuration in the everyday artifacts, new approach for the design process and design education through more detailed cognitive modeling of everyday designers will be a further study.

(Keywords)

Everyday designer, Everyday artifacts, Creativity template theory, Artifact configuration, Artifact context model

1. 연구배경 및 목적

오늘날 후기산업사회에서 기업내 디자인팀, 디자이너컨설팅사에 의해 디자인된 제품이 생산되고 유통되는 것은 일반적인 방식의 디자인체제이다. 그러나 과거 전통 사회의 버내큐러 디자인(Vernacular Design)같은 일정한 디자인역할을 하는 장인, 또는 자발적 생산에 기반한 디자인체제가 존재했고, 산업화 이후에도 시대에 맞는 성격을 가지고 인간의 물질환경을 형성하는 디자인문화로 남아있다.¹⁾ 이러한 디자인행위들은 디자인체제를 거치지 않은 산업생산물, 또는 사용자의 창의적인 측면을 통해 현대 제품의 다양한 의미의 발생과 문화적 소통이 커지면서 나타나는 현상이라고 볼 수 있다. 이러한 기성디자인과는 다른 우리 주변의 다양한 디자인산물들은 사용자에게 의한 변용, 일상영역에서의 생산물 등의 사례들로 발견되어 진다. 이는 일면 대량생산(mass production)과 커스터마이제이션(Customization)이 공존하는 물질문화의 단면으로 보인다.

기본지폐(Gui Bongjepe)는 모든 것이 디자인이고 모든 사람이 디자이너라는 일반화의 위험을 지적하며, 디자인이라는 표현을 통해 일상생활을 변화시킬 수 있다는 실천의 잠재력에 주목하는데,²⁾ 디자인을 통째서라는 일반화 접근과 함께 실증에서 발견되는 산물의 양식과 유형들이 보여주는 디자인문화의 특성들을 상향식(bottom up)으로 개념을 만들어 가는 접근 또한 유용할 수 있다. 본 연구의 대상은 전문영역에서의 디자인이 아닌 비전문영역과 사용자측면의 디자인영역에 관한 연구이다. 일상영역에서의 비전문적 디자인생산물의 사례들을 대상으로 구성품배치의 변화와 맥락을 보기위해 창조성템플릿이론과 산물맥락모델(ACM:Artifact Context Model)을 이용하여 분석하였다. 이러한 분석을 통해 일상주체와 사용자들의 근원적 디자인 행위와 생산물에 대한 다양한 양상과 산물의 형성관계를 알 수 있을 것이다. 또한 일상디자인영역에서 디자인산물과 기존 전문영역에서의 디자인의 차이 해석은 디자인주체에 대한 광범위한 이해와 인식, 사용자와 디자이너의 상호협력적, 또는 보완적인 디자인에 대한 방향에 대한 탐색적 접근이 될 수 있을 것이다.

2. 일상적 디자인행위와 산물

2.1 디자인산물을 형성하는 디자인행위

인공물(Artifact)은 간단한 의미로 인간의 작업에 의해 만들어진 제품 또는 인간에 의해 적용된 사물이다.³⁾ 사이몬(Simon)은 인공물이란 용어로 자연보다는 기술에 의해 만들어진 것, 인위적인(factitious), 제조된(manufactured), 그럴듯한(pretended), 모조(simulated), 비자연적인(unnatural)등의 의미로 확장된 개념의 디자인을 말한다.⁴⁾ 인공물 또는 모든 산물은 인간에 의해 만들어진 사물의 구성집합이다. 산물의 형성은 전문

적 디자이너가 등장하기 전의 도구, 연장이라 불릴 수 있는 것과 전문적 디자인과정을 통해 만들어진 계획적 물건, 제품으로서 그 구분을 일반화할 수 있다.

2.1.1 일상주체의 비공식적 디자인행위

인간의 도구 생성 역사는 오랜 시절부터 자연의 재료를 가지고 자연환경을 극복하며 생존을 위한 도구들을 만들면서 이어져 왔다. 버내큐러 디자인의 산물들은 그 중 솜씨 좋은 사람, 장인-artisan, craftsman-들이 공동체 사회에서 그 역할을 하여 그 사회에 필요한 물건을 만들어 내는 형태였다. 그것들은 비공식적인 생산방식으로 규정된 형태를 가지는 것이 아니라 계속 변형되고 진화하는 속성을 지닌 물건이었다. 알렉산더(Alexander)는 이러한 디자인을 비자의식적 디자인(unselfconscious design)이라는 용어로 원시와 전통적 사회에서 디자인전문성이 존재하지 않던 시대에 통용되는 디자인행위를 말하고 있다.⁵⁾ 크로스(Cross)는 전통사회에서 장인들이 실용성과 미적 아름다움 둘 다 가진 사물들을 만들어내는 것은 이미 그들이 높은 수준의 디자인능력을 가진 것으로 ⁶⁾ 과거에 디자인산물을 만들어 내는 디자이너의 존재가 있었고, 매우 일상적인 상황에서 디자인이 만들어 진다는 것을 알 수 있다.

레비스트라우스(Levi Strauss)는 주위의 환경에서 제한된 재료를 가지고 유연성을 발휘하여 자신의 손재주로 필요한 도구들을 즉시적으로 만들어 내는 사람을 브리콜포르(Bricoleur)라고 지칭한다.⁷⁾ 루이데스(Louridas)는 알렉산더의 개념과 함께 디자인의 구분을 자의식적 디자인과 비자의식적 디자인으로 나누고 자의식적 디자인의 은유적이며 유추사용하는 모델과 비자의식적 디자인의 환경과 재료에 따른 즉시성, 자극과 행위사이의 상호작용특성을 브리콜라주는 모두 가지고 있다고 본다. ⁸⁾ 이러한 브리콜라주는 오늘날 일상주체중에서 남들보다 만들기의 재주가 좋고 이러한 제작에 취미가 있는 사람들에게 의해 흔하게 일어날 수 있는 디자인행위이다. 세라또(Certeau)는 일상에서의 창조적 행위를 가르켜 수용(reception), 수단(tactic), 창조적행위(creative act)로 표현하고 있다.⁹⁾ 마골린(Margolin) 또한 조합적디자인(combinatory design)이라는 용어로 가사공간은 사람들이 생산품을 발명하고 사용하는 가장 광범위한 선택의 기회를 제공하고 있는 일상적인 생활으로서 디자인개념의 확대를 이야기한다.¹⁰⁾

워커리(Wakery)는 일상 디자이너(everyday designer)는 아무런 공식적인 디자인교육없이 현존하는 디자인산물을 변용시키거나 창조적으로 새로운 용도로 확장해 가는 상호작용을 하고 있다고 하는데,¹¹⁾ 이러한 일상주체가 가지는 디자인행위는 그

1) 선행연구에서 이러한 산물의 존재를 확인한 바 있다. 후기산업사회의 버내큐러 디자인문화와 산물의 특징적 경향1", 디자인학 연구 vol. 16, 2003

2) Bonsiepe, G., 인터페이스-디자인에 대한 새로운 접근, 박해천역, 시공아트, 2003 p.55

3) Interaction-design.org encyclopedia 05, accessed 2005. 10

4) Simon, H. A., *The Science of the artificial*, 1988, 인공과학의 이해, 한국과학기술학회, 신유, 1999, p.18

5) Louridas, P., Design as bricolage: anthropology meets design thinking, *Design Studies* vol. 20, 1999 재인용

6) Cross, N., The nature and nurture of design ability, *Design Issues*, vol. 11, July, 1990

7) Levi Strauss, C., *La Pensee Sauvage*, 1962, 야생의 사고, 안정남역, 한길사, 2005, p.70

8) Louridas, ibid

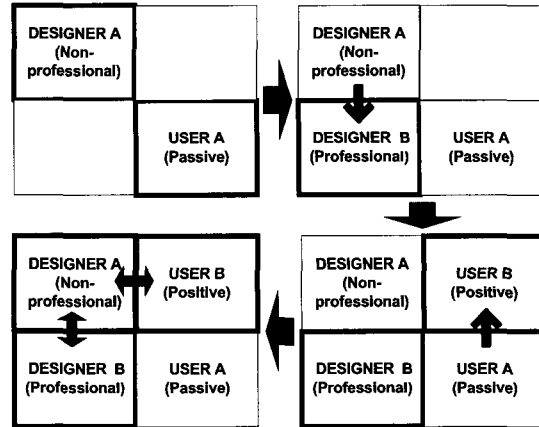
9) Certeau, D. M., *The practice of everyday life*, University of California press, London, 1988

10) Buchanan R., Margolin, V., *Discovering design*, The University of Chicago press, 1995

11) Wakery, R., Exploring the everyday designer, *Proc. Workshop on*

나름대로 사물에 대한 변형과 창조를 이루는 행위로 전문적 디자인교육 테두리안에서 양성되는 것이 아닌 일상의 룰을 가지고 사물에 대한 제작과 프로세스가 진행되는 비공식적 디자인행위이다. 이러한 행위는 일상과 밀접한 관계를 가지고 있으며, 가장 일상의 맥락을 주체적으로 이해하고 있는 디자인행위들이다. 일상주체들을 통해 다양한 산물들이 즉흥적, 자발적으로 자립생산되어 필요한 기능들을 해내고 있다.

[표 1]에서는 디자인행위 주체군을 전문과 비전문으로 나누었는데 각각 산업기반의 생산제품과 일상기반의 생산제품의 의미를 가지고 이를 지칭하는 용어들을 정리하였다. 그리고 디자인사고에 있어서의 차이점과 디자인과정의 특징적 행위들의 차이를 볼 수 있다.



[그림 1] 디자이너-사용자의 모델변화

[표 1] 전문-비전문 디자인영역의 특징

특징	전문디자인영역	비전문디자인영역
기반	산업기반 생산물	일상영역 기반생산물
호칭	-전문디자이너 -숙련, 비숙련 디자이너, -산업,건축,패션, 그래픽디자이너 -엔지니어링설계자	-Artisan -Craftsman -Bricoleur (Levi Strauss) -Everyday designer (Wakkery) -Co-designer (Fischer) -Niche-designer
사고방식	-명시된 지식 -자의식적(Selfconscious, Alexander) -시스템적 프로세스	-암묵적 지식 -비자의식적(Unselfconscious, Alexander) -진화적 프로세스
디자인 행위	-디자인기획 (사용자리서치) -디자인 시뮬레이션, 모델링(3D모델링) -사용성 평가	-수용 (Reception), 일상전략 (Tactic), 창조적행위 (Creative act, Ceratoru) -브리콜리주 (Bricolage, Levi Strauss) -변형 (Modification) -커스터마이제이션 (Customization, Davis)

사용자에게는 제품에 의도된 사용에 충실한 전형적 사용자(patterned user)와 의도에 따라 사용을 잘 못하거나, 이를 다른 방식으로 사용하는 비전형적 사용자(unpatterned user)가 있을 수 있다. 이러한 맥락은 모두 사용자가 같은 사용성을 확보하지 않는다는 것을 말하며, 최종사용자에게 다양한 행위가 일어날 가능성을 말하는 것이다. 선행연구에서 사용자행위는 예측가능한 행위(predictable action)와 비예측적 행위(unpredictable action), 두 가지가 존속하고 있으며, 설계자의 모델링안에서의 기대행위(expected action)와 이를 벗어나는 비기대행위(unexpected action)가 일어날 수 있음을 말했다.¹²⁾ 이러한 행태를 발견할 수 있는 사례들을 우리주변에서 찾아볼 수 있다. 예를 들어 카메라 기능이 있는 휴대폰을 가지고 응용하여 사진을 여러 컷을 찍어 하나의 간단한 자작 애니메이션을 만드는 것은 사용자가 만들어 낸 새로운 역할-디렉터, 프로듀서의 역할을 해내는 것이다.

본래 도구와 인간의 욕구는 일대일의 대응관계를 가질 수가 없고 이는 현실적으로도 불가능하다. 사용자마다 다른 특이성을 보장하는 제품의 디자인환경은 기존 대량생산체제에서 모두 소화하기 어렵다. 이러한 커스터마이제이션의 관점에서 노먼(Norman)은 해결가능한 상황을 다음 다섯가지로 말하고 있다.

2.1.2 최종사용자(end-user)의 커스터마이제이션

디자이너와 반대축에 있는 최종사용자는 누군가에 의해 계획적으로 만들어진 기능과 형태를 선택적 구매를 통해서이겠지만, 수동적으로 사용해야 하는 역할모델을 가지고 있다. 이러한 수동적 역할은 기존에 가지던 사용자모델에 한정되며, 오늘날 사용자 모델은 보다 다양한 반응과 행위를 하는 적극적인 모델로 인식된다. [그림 1]에서 디자이너와 사용자의 모델변화를 볼 수 있는데, 비전문적인 도구제작인과 단순히 도구를 쓰는 생활인에서 산업화 이후 전문디자이너의 등장으로 주도적인 디자이너의 개념이 바뀌었고, 사용자개념의 등장과 적극적인 사용자의 모델로 이동한다. 현재 이러한 적극적 사용자모델과 비전문적인 디자이너를 포함한 넓은 의미의 디자이너의 개념으로 확장될 수 있다.

1. Live with it: 상대적으로 싼 가격의 대량생산제품으로 만족한다.
2. Customize: 물건이 원하는대로 변화 적용되도록 유연하게 디자인 된다고 가정한다.
3. Customized mass production: 색상, 액세서리, 구성품 등을 선택적 주문생산한다.
4. design our own products: 이상적이지만 모두사람이 기술, 시간을 가지기 힘들다.
5. Modify purchased products: 구입한 물건을 개인적인 형태로 만드는 것으로 보편적 방법이다.¹³⁾

12) Jin, S. T., Concept of User Gestures, Proc. International Design Congress, Yunlin, 2005.11

13) Norman, Donald A., Emotional design, Basic books;New York, 2004, pp.222-224 summarized

위에서 4.5은 사용자가 직접 물건을 만들어 내거나 변형하는 부분적, 유사적 디자인행위로서 적극적인 사용자의 행위모델이다.

윌커리(Wakkery)는 이러한 일상디자인행위의 속성들로부터 end-user의 상호작용모델링을 위한 궁극적인 접근이 이끌어 낼 수 있다고 주장하고,¹⁴⁾ 피셔(Fischer)는 메타디자인(Meta-design) 접근으로서 사용자들이 기존 시스템 사용에 제한되는 것보다 시스템의 개발에 개입하는 사회기술적 환경을 만들어 내는 목표를 설정하고 있다.¹⁵⁾

사용자가 가진 맥락안에는 여러 다른 의미를 가진 행위도 출될 수 있다. 거기에는 상황이 가지는 우발적 요소들이 개입되고 사용하는 제품에 대한 해석이 무한정 달라질 수 있기 때문이다. 우리가 사용하는 제품에 원하던 기능을 만족시키지 못할 때에는 반사적으로 상황에 맞게 조정하려는 행위가 따른다. 예를 들어 리모컨에 잡다한 버튼들이 많아서 실제 사용하지 않아 테이프 등으로 가려버리는 변형이 일어난다. 이 때 특징화된 리모콘은 주요 버튼만이 노출된 변용의 형태가 된다. 킨(Kin)은 사용자는 제품의 비규정된 의미와 차이를 메우는 디자인 실제화로서의 생산자이며 이러한 참여, 창조가 또 하나의 생산행위로 볼 수 있다는 견해를 말하는데,¹⁶⁾ 기존 제품들이 만족시키지 못하는 기능들은 사용자에 의해 변형된 실제적인 참여과정으로서 무수히 일상영역에서 일어나고 있다. 생산되는 모든 제품은 완벽하게 사용의 욕구와 일치될 수 없다는 상황이 존재하며, 이러한 기성품의 틈새와 간극을 일상영역에서 메우려는 행위와 이의 탄생물인 산물은 인간의 인공물 환경에서 상호보완적 성격을 가진다고 볼 수 있다.

2.2 일상 디자인산물

비전문디자인영역에서 만들어지는 다양한 산물들은 일상의 맥락과 매우 밀접하게 연관되어 있다. 기성품이 공장에서 생산되어져 나와 사용자에게 전달되기 위해서는 일정한 유통 과정을 거쳐야 한다. 단편적으로 유통이 배제된 생산은 곧바로 생산자가 소비자가 되거나 생활과 밀접한 관계에 있는 공간과 상황에서 가능한 일이다. 일상 디자인산물은 일상의 소비자, 사용자가 전문디자인체계를 따르지는 않지만, 이와 유사한 디자인활동을 통해 얻어지는 생산물을 지칭할 수 있다.

마골린(V. Margolin)이 길거리에서 발견한 일상산물에 대해 어떠한 민속예술, 예술에도 속하지 않는 다양함이며, 대중의 상상력과 예측하지 못한 곳에서 잠재적인 미적 즐거움을 발견할 수 있는 증거라고 이야기한다.¹⁷⁾ 일상에서 벌어지는 디자인행위는 전문적 영역의 디자인행위와 같은 다양한 생산물을 만들어 낸다. 그 범위는 사용자의 기성품에 대한 커스터마이제이션을 포함하여 필요한 산물을 만들어 내는 행위들이다. 이러한 행위의 결과로 만들어지는 산물들은 여러 형태로 나타나는데, [표 2]의 사례들

은 이 같은 디자인특징을 띠고 있다.

[표 2] 일상 디자인산물과 디자인특징

사례	디자인특징	사례	디자인특징
	다른용도로 변형 (바베큐화로)		페인팅, 예술적 표현 (그래피티)
	부분개조 (오디오장치 자전거)		미적배열 (상품배열)
	커스터마이제이션 (카인테리어 튜닝)		제품장식 (카페벽면 장식)
	재활용 (PET마카통)		Redesign (개조 휴대폰)
	로우테크제작 (버스정류장 사인)		주문제작 (전기난로)
	생활공예 (탱크모형)		특수제작 (개인라커)
	재활용 (콘센트보호)		주문제작 (주차금지장치)

3. 일상 디자인산물의 구성배치 전략

3.1 창조성템플릿이론 (Creativity Template Theory)

골덴버그(Goldenberg)는 창조의 원리를 창조성 템플릿이론(creativity template theory)을 통해 설명하고 있는데, 이는 광고 제작, 제품개발에 있어서 아이디어 발상의 단계로 활용가능하다. 이 이론의 기본적 공간은 구성요소(components)와 속성(attributes)으로 나뉜다. 즉 모든 제품을 이루는 구성요소들이라는 기본단위가 있으며 이들이 가지는 특성인 속성을 가지고 있다. 이 구성요소들은 서로간에 관계를 가지는 연결(Link)을 이루는데, 이것은 두 요소 또는 속성들간에 직접적으로 영향을 주는 것을 말한다. 따라서 여기에서 구성의 의미는 완전한 제품구성요소들의 링크와 특성의 집합을 말한다.¹⁸⁾

14) Wakkery, Ibid

15) Fischer, G., Meta-Design: Beyond User-Centered and Participatory Design, *Proc. of HCI International*, 2003

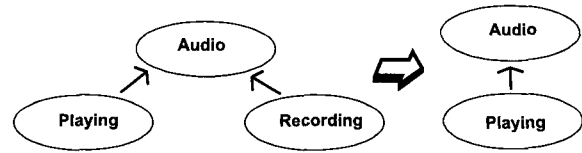
16) Kin W. M.S., User creative responses and designer's roles, *Design Issues*, vol. 19, 2003

17) Margolin, V., The shoe shine boxed of turkey, *Design issue* vol. 19, 2003

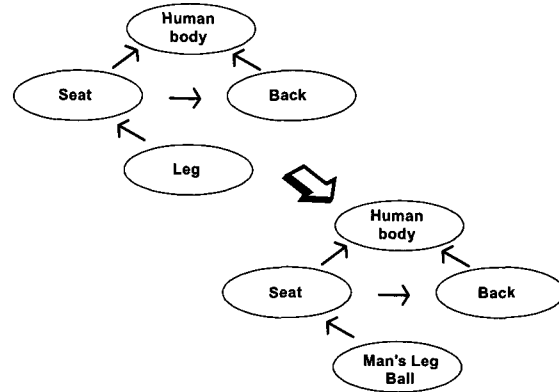
18) Goldenberg, J., and Mazursky, D., *Creativity in product innovation*, Cambridge University Press, 2002, pp. 59-142 summarized

[표 3] Creativity Template의 종류 및 원리

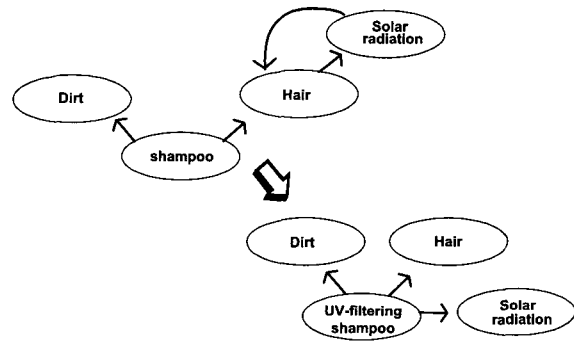
템플릿	원리
속성의존 (Attribute Dependency)	
제거 (Displacement)	
교체 (Replacement)	
구성품제어 (Component Control)	
배분 (Division)	



[그림 2] 제거 템플릿의 예



[그림 3] 교체 템플릿의 예



[그림 4] 구성품 제어 템플릿의 예

[표 3]과 같이 각 창조성템플릿의 종류들은 다음과 같다.¹⁹⁾

(1) 속성의존 템플릿(Attribute Dependency Template)

독립적이지 않고 서로 의존하는 두 변수를 찾아내서 그들간에 새로운 관계를 형성시켜주는 것으로 구성요소의 공간이 아닌 속성의 공간에서 작용한다.

(2) 제거 템플릿(Displacement Template)

본래 있던 주요한 구성요소와 링크가 조합에서 제거되는 것으로 [그림 2]에서 소니워커캠의 예는 녹음기능이 없는 오디오카세트의 구성요소변화의 경우이다.

(3) 교체 템플릿(Replacement Template)

본래 중요한 구성요소가 제거되고 관계는 유지되는 것을 말하는데, 다른 구성요소에 의해서 본래 없어진 요소가 대체되었을 때 작동된다. 새로 추가된 구성요소에 의해 새로운 기능이 수행되고 새로운 제품의 새로운 구성을 정의할 수 있다. [그림 3]에서 의자의 다리를 대신하여 사람의 다리나 공이 그 역할을 하는 구성요소가 되는 경우를 들 수 있다.

(4) 구성품제어 템플릿(Component Control Template)

기존에 있지 않던 새로운 관계를 만들어 주는 것으로 이러한 관계는 기존의 내부와 외부구성요소들간에 가능하다. 새로운 외부 구성요소를 추가하여 연결하는 것이 해당된다. [그림 4]에서 기존 샴푸는 머리에서 이물질들을 세척해주는 기능 관계가 성립하고 있지만 UV코팅같은 새로운 기능 구성요소가 추가되어 새로운 구성을 이루는 경우이다.

(5) 배분 템플릿(Division Template)

이는 구성요소가 두개로 나누어지고 각각 새로운 구성요소들이 다른 기능들을 수행해 내는 것을 말한다.


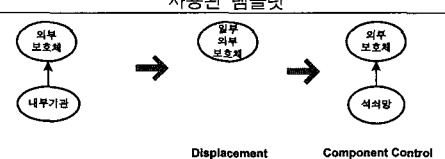


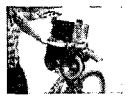
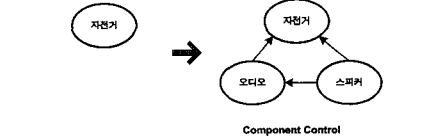

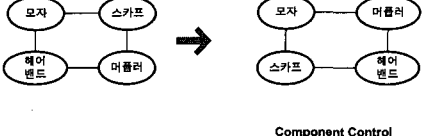

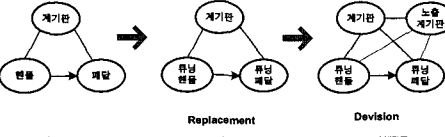

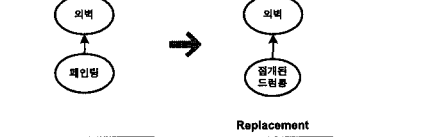

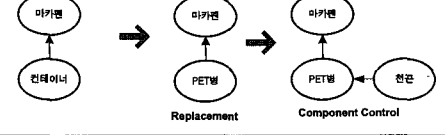

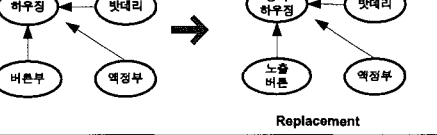

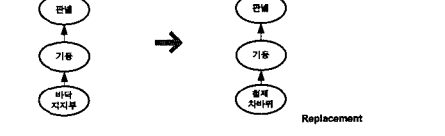

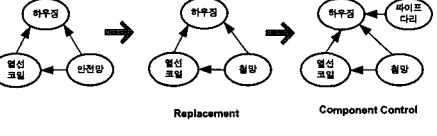

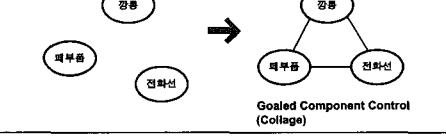

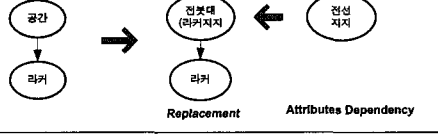
3.2 산물구성배치 (Artifact Configuration) 분석

본 연구에서는 템플릿의 종류 중 예측매트릭스(Forecasting Matrix)를 제외한 5가지의 템플릿을 이용하여 일상디자인산물을 분석하였다. 이는 본래 인식되는 제품의 상태 또는 그 기준점에서 어떠한 변화를 가진 디자인산물이 만들어 졌는지를 분석하는 것이다. 분석에 사용된 12가지의 디자인산물은 [표 2]에 나온 실증적 사례들로그 특징들이 중복되지 않는 예들이 선택되었다. 대부분 타운워칭을 통해 얻어진 것들이며, 일부는 출처가 있는 매체를 통해 얻어진 것이다.

[그림 5]에 나타난 각 디자인산물의 템플릿분석은 5가지의 창조성 템플릿중 구성요소 및 속성을 대입하여 분석한 내용이다. 필요한 경우 두 가지의 템플릿을 사용하여 분석하였다. 대입된 구성요소 및 속성은 이해하기 쉬운 구성요소를 대표적으로 작성되었고, 구성요소의 수는 분석을 위해 불필요한 요소 수를 줄여서 분석하였다.²⁰⁾

19) Goldenberg, J., and Mazursky, D., 앞의책, pp. 172-176 summarized

20) A-11처럼 수십가지의 공예품을 구성하는 요소들이 있는 경우는 대표적인 재료요소들만을 가지고 배치의 전략을 설명할 수 있는 선에서 분석하였다.

사례	사용된 템플릿	사례	사용된 템플릿
A-1 	 <p>Displacement Component Control</p>	A-2 	 <p>Attributes Dependency</p>
A-3 	 <p>Component Control</p>	A-4 	 <p>Component Control</p>
A-5 	 <p>Replacement Devision</p>	A-6 	 <p>Replacement</p>
A-7 	 <p>Replacement Component Control</p>	A-8 	 <p>Replacement</p>
A-9 	 <p>Replacement</p>	A-10 	 <p>Replacement Component Control</p>
A-11 	 <p>Goaled Component Control (Collage)</p>	A-12 	 <p>Replacement Attributes Dependency</p>

[그림 5] 디자인산물의 구성배치전략 분석

(1) 속성의존 템플릿 (Attribute Dependency Template)
A-2사례²¹⁾처럼 외벽의 빈공간이 사용 의미로 속성이 그림이나 페인팅을 할 수 있는 캔버스의 역할로 그 속성이 변화한 것으로 분석되었다. 이는 외벽이라는 기본 속성은 가지고 있으면서 빈공간의 의미가 새롭게 바뀐 것으로 볼 수 있다. 이 예는 A-12에서 전봇대의 의미변화와 같은 원리이다.

(2) 제거 템플릿 (Displacement Template)
A-12²²⁾과 같이 기존 어퍼에서 작약과 뇌관같은 구성요소와 그 관계가 제거된 것으로 구성요소가 단순화되었다.

(3) 교체 템플릿 (Replacement Template)
A-5처럼 자동차의 계기판과 핸들,페달의 구성요소가 있을 때 튜닝된 핸들과 페달로 구성요소가 대체되었으나 그 관계들은 그대로 유지되고 있는 경우이다. 이 예는 A-6, A-8, A-9, A-10, A-12 등 많은 경우에서 볼 수 있다.

(4) 구성품제어 템플릿 (Component Control Template)
A-7처럼 천으로 된 끈이 PET병에 추가되어 새로운 관계가 생겨나는 것처럼 변형된 템플릿 예가 발견되었다. A-4처럼 여러 가지의 구성요소들의 구성품은 그대로이나 새로운 관계의 조합이 바뀌는 형태²³⁾와 A-11처럼 기존에 관계가 없던 깡통이나 페부품,

전화선 등의 구성요소들이 새로운 관계를 형성하게 된 경우이다. 이것은 목표된 공예품을 만들기 위한 풀라주의 형태로 목표지향된 구성품 제어 (Goal-oriented Component Control)의 형태로 볼 수 있다.

(5)배분 템플릿 (Division Template)사례 A-5의 경우 기존의 계기판구성요소가 노출된 형태의 계기판으로 나누어져 같은 기능을 지니는 것에 해당된다. 구성요소가 분화하여 같은 기능과 관계를 유지하는 예이다.

기존 제품과 마찬가지로 창조성템플릿을 이용한 분석에서 동일한 적용이 가능하였다. 하지만 일상디자인산물들은 기존 제품개발과정과는 다른 차원의 구성요소 배치(configuration)가 일어난다. 일상 디자인산물이 가지는 구성배치의 전략은 각종 일상재료들을 이용한 구성의 다양화 형태를 볼 수 있다. 몇 가지 적용분석에서 두 가지 템플릿을 이용해야 분석가능한 사례들이 있었고, 그 형태를 해석하는 데에 있어서 다른 분석의 틀을 응용, 제정의 해야 하는 것도 있었다.²⁴⁾ 일상 디자인산물들은 기본적으로 기존 제품개발과정과 다른 양상을 가지지만, 이러한 구성요소의 창조적 과정에 있어 유사한 전략이 쓰이고 있다는 사실을 사례내에서 확인할 수 있다.

21) 인사동의 한 건설현장의 외벽에 그려진 벽화와 이를 행인들이 지나가면 낙서나 페인팅을 하는 사례이다
22) 헬싱키의 수오메니나섬 관광지에서 발견한 바비큐화로사례

23) 상점에서의 디스플레이행위는 일상적 판매행위를 위해 존재하는 상인의 미적 감각을 필요로 하는 부수적 활동이다
24) A-11의 예에서 Goal-oriented Component Control의 형태

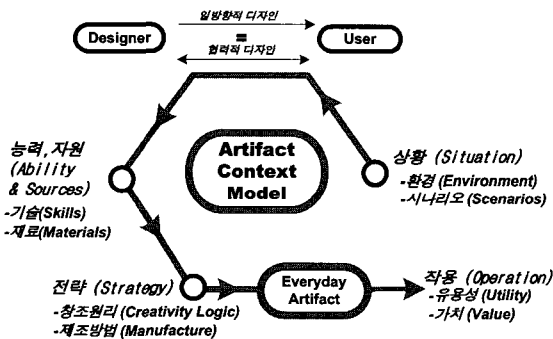
4. 일상 디자인산물의 맥락

4.1 산물맥락모델 (ACM)을 이용한 맥락분석

3장에서 일상 디자인산물이 창조되는 과정을 구성요소의 변화를 통해 보았다면, 그 디자인산물의 발생과 관련된 주변정황을 함께 파악하는 것이 전체적 특징을 찾아내기 위해 필요하다. 따라서 산물발생의 전략적 창조원리에 의한 분석과 함께 이러한 맥락을 보기위한 분석방법으로 산물맥락모델(ACM: Artifact Context Model)이라는 체계를 만들어 분석에 사용하였다. 전체 구성은 산물의 발생과 작용흐름에 따라 상황-주체-능력-자원-전략-일상산물-작용으로 구성되어 있다.

우선 산물이 발생하기 전 과정으로서 상황요소를 두어 산물이 발생되는 지점의 환경과 여러 요구점이 시작되는 시나리오가 포함된다. 그리고 산물이 발생되는 주체인 디자이너와 사용자²⁵⁾의 역학관계를 보기위해 일방적 디자인, 협력적 디자인, 또는 디자이너면서 사용자인 경우로 나누어 디자인주체와 사용주체의 관계형성이 어떻게 다르게 나타나는지를 보았다. 실제 산물의 만들어지기 위한 능력,자원으로서 주체인 디자이너가 가지고 있는 디자인기술이나 쓰이는 재료 등에 관한 사항이 포함되어 있고, 이어서 산물이 만들어지는 창조의 원리와 제조과정인 전략이 앞의 창조성전략과 함께 내용으로 포함된다. 마지막으로 이러한 산물이 제작된 후 생기는 유용성이나 이득, 가치 등을 가리키는 작용에 관한 부분이 포함되어 있다.

[그림 6은 이러한 -상황-주체의 역학관계-능력,자원-전략-작용이 포함된 디자인산물의 맥락모델을 보여준다.



[그림 6] 산물맥락모델 (ACM)

[그림 7에서 보듯이 ACM을 이용하여 같은 사례들을 대상으로 그 맥락을 분석하였다.

ACM을 이용한 분석에서 각 사례들은 각기 다른 디자이너와 사용자의 역학관계가 나타나고 있으며, 실제 환경이나 일상의 상황(Situation)은 디자인생산물이 발생하기 위한 전조적 정황을 형성한다. 즉 디자인요구(design needs)가 발생하는 지점이며 디자이너와 사용자가 가진 개별 상황과 능력이 드러나고 있다. 예로 A-3에서 디자이너이자 사용자인 자전거주인은 자전거를 주로 이용하고 평소 음악을 길거리에서 틀어 즐기는 취향이 있

25) 이 모델의 각 역할은 디자이너는 생산과 설계의 주체로서의 디자이너를 말하며 사용자는 사용만을 가정하는 수동적인 사용자를 말한다.

다. 이 조건은 새로운 산물의 형성을 위한 정황이 되고 있다.

또한 ACM에서 디자이너의 능력과 자원(Ability and Sources)은 디자인행위를 하기 위한 기본적 충족조건으로서 A-8의 경우 전자공학전공 대학생은 전자공학적 지식이 있고 서클활동을 통해 얻은 노하우와 여러 재료들을 가지고 직접 제작했던 경험이 있다. 또한 여러 잠동사니들을 평소에 모아두었기에 재료로서 활용이 가능했다. 디자인산물의 전략(Strategy)에는 3장에서 보인 구성배치의 전략들이 창조의 원리로 작용하고 있고, 해체조립, 부분탈착, 절개 등 실제 여러 제작 방법들이 사용되고 있다. 예로 A-11의 경우 탱크를 만들기 위해 미리 구상에 해당되는 단계가 있고 여러 재료들을 조합하거나 결합하면서 목적된 형태와 기능을 하는 산물을 만드는 지향적 제조활동이 일어나는 과정이 있었음을 알 수 있다. 작용(Operation)에서는 생산물이 만들어 진 후 나타나는 효과와 가치로서 사용자가 얻는 디자인산물의 기능이며, 그 산물이 가지는 고유의 특성 또는 발산되는 사회문화적 기호가 될 수 있다. A-12의 예에서 디자인생산물은 그 상인에게 물건을 길거리가관장소에서 쓸 수 있는 물건의 보관함역할을 하며, 이는 거리에서 독특한 하위문화적 사물로서 보여질 수 있다. 보다 깊숙한 단계의 정황포착에 대한 한계는 있으나, ACM을 통한 분석에서 각 산물들이 만들어지는 특징적 정황을 여러 하위객체 요소들의 상태를 가지고 알아낼 수 있었다.

4.2 일상 디자인산물의 특징과 맥락


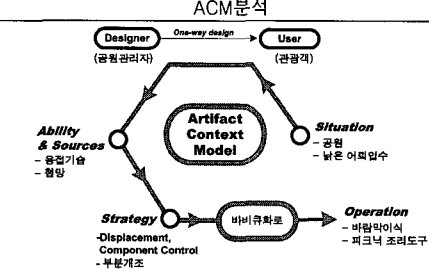

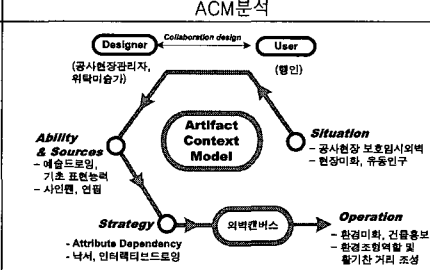

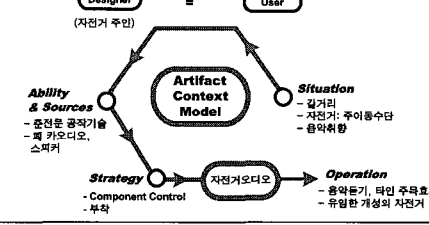

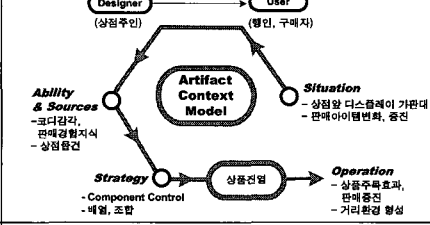

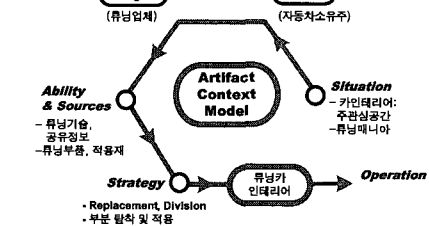

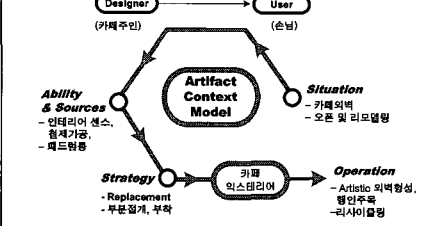

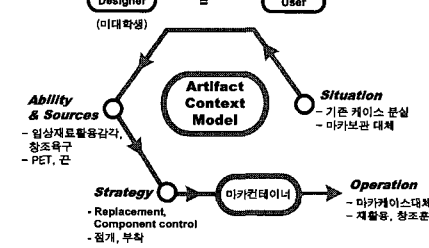

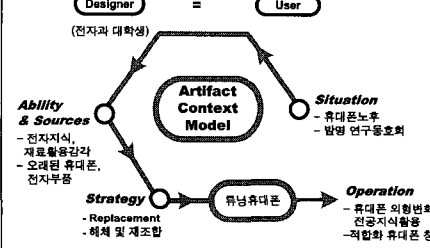

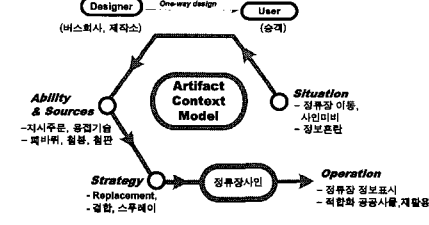

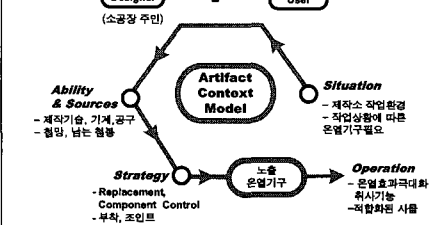

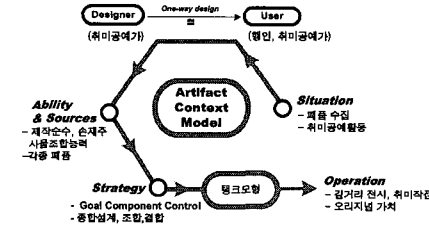

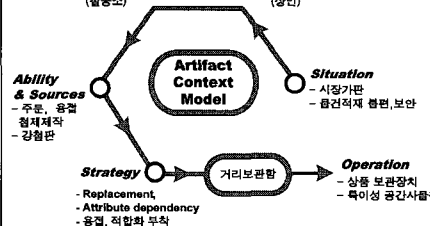
디자인산물의 맥락분석을 통해 일상디자인산물에 드러나는 특징들은 여러 분석들이 가능하다.

첫째, 프로세스나 방법측면에서 모방 또는 의도적, 비의도적 상황속에서 창출되거나 기성디자인프로세스가 변화되거나 단축된 프로세스, 자생적이며 유연한 프로세스에 의해 만들어 진다. 이 방법은 기성품 생산과 유사한 방법들이 쓰이지만, 이를 응용 단축하거나 복합적인 방법형태를 사용한다.

둘째, 기능 측면에서는 일상적 디자인산물들은 우선적으로 필요한 기능을 위해 지속적으로 구성요소가 달라지는 진화적 디자인형태를 보인다. 디자인산물들은 공공영역에서 대중의 인식, 환경과 접촉이 반복되면서 적재적소의 기능이 생겨난다. A-12는 상인에게는 가장 필요한 기능으로 작용하는데 사용자에게 최적으로 맞춤형된 기능이며 일상속에서 자연스럽게 발생하는 순수한 요구에 반응하는 기능이다.

셋째, 조형측면에서 기능을 위해 조형성이 감수되는 면이 강한데, A-7처럼 재료와 기술의 특성상 가다듬어지지 않는 조형이 만들어지기도 하고 기존제품의 모방측면이 나타나기도 하지만 이 자체가 산물의 디자인특징을 형성한다. 또한 조형 그 자체가 주기능이 되어 그 특성지향을 위한 디자인행위가 주로 표출되는 경우가 많다. A-4의 경우 길거리에서의 상품진열은 주 기능이 상품의 주목효과이며 이는 조형적인 배열을 원리로 하는 디자인행위이다.

넷째, 생산측면에서 기성 생산영역과 자가적 생산영역의 중간에 위치한다. A-10의 경우 소공장에서 주문생산된 형태인

사례	ACM분석	사례	ACM분석
A-1 	 <p>Designer (공필관리자) → User (관공제)</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 공필, - 낮은 어뢰인수</p> <p>Strategy: - Displacement, Component Control, - 부분개조</p> <p>Operation: - 바비큐화로, - 마릴리니시, - 자전거 조려도구, - 피크닉 조리도구</p>	A-2 	 <p>Designer (공사현장관리자, 휘탁이슈가) → User (행인)</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 공사현장 모뎀시외벽, - 현경미화, 유동인구</p> <p>Strategy: - Attribute Dependency, - 내서, 인티테라드프팅</p> <p>Operation: - 의백랜버스, - 환경미화, 건물정보, - 환경조형역할 및 활기찬 거리 조성</p>
A-3 	 <p>Designer (자전거 주인) = User</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 길거리, - 자전거: 주이동수단, - 음악취향</p> <p>Strategy: - Component Control, - 부속</p> <p>Operation: - 자전거오디오, - 음악듣기, 타인 주목효과, - 유익한 가성의 자전거</p>	A-4 	 <p>Designer (상점주인) → User (행인, 구매자)</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 상점 앞 디스플레이 가판대, - 코디감각, 판매이행변화, 증진, - 상점활기</p> <p>Strategy: - Component Control, - 데칼, 조합</p> <p>Operation: - 상품전열, - 상품주목효과, 판매증진, - 거리확장 형성</p>
A-5 	 <p>Designer (휴닝입체) → User (자동차소유주)</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 카인테리어, - 주관공간, - 휴닝메이커</p> <p>Strategy: - Replacement, Division, - 부분 활착 및 적용</p> <p>Operation: - 휴닝카 인테리어</p>	A-6 	 <p>Designer (카페주인) → User (손님)</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 카페외벽, - 오픈 및 리모델링</p> <p>Strategy: - Replacement, - 부분절개, 부속</p> <p>Operation: - 카페 익스테리어, - Artistic 외벽형성, - 영업주목, - 리사이클링</p>
A-7 	 <p>Designer (미대학생) = User</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 기존 케이스 분실, - 마이크로 대체</p> <p>Strategy: - Replacement, Component control, - 절개, 부속</p> <p>Operation: - 마이크로케이스, - 마이크로 대체, - 재활용, 청초혼련</p>	A-8 	 <p>Designer (전자과 대학생) → User</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 휴대용노후, - 발열 연구동호회</p> <p>Strategy: - Replacement, - 절개 및 재조합</p> <p>Operation: - 휴대용대폰, - 휴대용 외형변화, - 전공지식활용, - 적합한 휴대용 창조</p>
A-9 	 <p>Designer (버스회사, 제작소) → User (승객)</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 장류장 이동, - 시인미미, - 정보콘텐츠</p> <p>Strategy: - Replacement, - 절개, 스프레이</p> <p>Operation: - 장류장시인, - 장류장 정보표시, - 직화화 광고사서, 재활용</p>	A-10 	 <p>Designer (소공장 주인) = User</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 제작소 작업환경, - 작업상황에 따른 운영기구필요</p> <p>Strategy: - Replacement, Component Control, - 부속, 조인트</p> <p>Operation: - 노후 운영기구, - 운영요과극대화, - 위생가능, - 적합화된 사용</p>
A-11 	 <p>Designer (취미공예가) → User (행인, 취미공예가)</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 피플수집, - 취미공예활용</p> <p>Strategy: - Goal Component Control, - 용접절개, 조합, 결합</p> <p>Operation: - 탱크오함, - 길거리 전시, 취미적용, - 오리지널 기체</p>	A-12 	 <p>Designer (활공소) → User (상인)</p> <p>Artifact Context Model</p> <p>Situation: - 시장기판, - 용건지제, 불면, 보안</p> <p>Strategy: - Replacement, - Attribute dependency, - 용접, 적합화 부속</p> <p>Operation: - 거리보관함, - 상품 보관장치, - 특이성 공간사용창출</p>

[그림 7] 일상디자인산물의 ACM분석

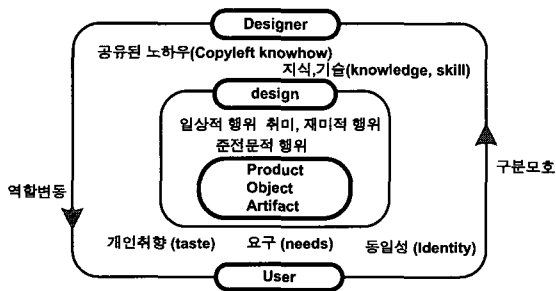
데, 이는 대량생산에서 보이지 않는 신속한 대응생산 측면이 강하며, 자가적 생산은 경우 개인의 요구에 일대일로 대응하는 생산이 가능한 영역이다. 한편 일상디자인산물이 이러한 단계를 거쳐서 기성품의 영역으로 포함되는 형태를 보이기도 한다.²⁶⁾ 일상

의 맥락은 소비자, 사용자와의 교감영역이 가장 가깝고 사용자에 대한 이해가 높은 상태의 개발환경이다. 한번 만들어진 디자인산물은 대중의 소문에 의해 양식, 제작노하우가 전파되는 속성을 가진다. 누군가 만든 산물은 마치 공유되는 노하우처럼 응용할 수 있는 여지가 있고, 이러한 디자인 산물이 만들어 내는 의미는 익명의 규준과 효율을 충족한다. 일상 디자인산물은 주체자의 취

26) 포장마차에서 쓰는 일회용 컵디스펜서의 경우 PET병을 이용하여 만들어졌다가 이것이 기성품으로 나온 경우이다.

향과 특이성이 작용하면서, 일상주체가 처한 상황 27)에 의존하여 만들어 진다. 기업이 처한 상황과 일상주체가 처한 상황의 차이를 보면 기업은 이익을 내기 위한 마케팅방침과 제품기획, 또는 영업 전략에 따라 명확한 방향성이 존재하고, 일상생활은 필요한 사항과 조건들이 직접적으로 영향을 주어 일상 삶의 정황과 동시적으로 대응하여 관계되는 특성이 있다. 이 같은 점이 소비자,사용자와 밀접한 현장형 디자인이 존재할 수 있는 이유이다. 이는 주도적 제품(dominant products)과 저항적 제품(resistant products)의 두 축으로 이해할 수도 있는데, 기성품이 현 시점에서 시장을 형성하는 주요한 사물의 체계라면 이와 다른 사용의 층위를 가지는 28) 사물은 저항적 제품으로서 기성품을 보조하며 물질문화를 형성하는 체계를 가진다고 볼 수 있다.

또한 재활용의 적극적 활용, 소모적인 폐기를 일시 막아주는 역할을 하며 일상문화적 오브제로서 확장적인 문화적 아이템이 된다. 세라또(Certeau)는 일상 실천의 형식은 다양한 문화변용의 확장으로서 사람의 동일성을 구성하는 태도를 다양화한다고 한다. 29) 일상 디자인산물을 만들어 내는 행위들은 부담이 작용하지 않는 일상주체, 사용자의 재미적 요소행위일 수 있으며, 풍부한 유희를 디자인산물안에 담아낸다. [그림 8]은 일상디자인산물의 맥락특성을 보여준다.



[그림 8] 일상디자인산물의 맥락

5. 결론

지금까지 일상디자인산물이 생성되는 과정을 구성배치 전략과 주체자의 주변상황이 담긴 맥락을 통해 살펴보았다.

창조성태플릿이론을 통해서 일상 디자인산물의 구성배치 전략분석의 가능성을 보았다. 이는 보다 많은 사례들을 대상으로 일상 디자인산물의 생성과정과 제품으로서 어떠한 특성을 가지는 지에 대한 해석의 틀이 될 수 있다. 그리고 ACM을 가지고 일상디자인의 주체인 디자이너와 사용자의 관계, 정황, 발생이유, 작용 등을 볼 수 있는 분석틀로서의 가능성을 보았다. 이 모델은 일상의 맥락이 가지는 특이성을 산물과 연결하여 함께 분석할 수 있다.

이 연구를 통해 비전문영역에서 보이는 일상 디자인산물들은 일상디자인주체, 사용자가 만들어 내는 평범하지만 나름대로 아이디어와 특이성이 드러나는 사물들이고, 이러한 특성들은 기성

디자인영역에 새로운 창조적 모티브가 되거나 기성적 디자인영역을 보완하는 하나의 사물의 디자인체계로 존재한다는 사실을 볼 수 있다. 기존 디자인에서 볼 수 없는 다양한 모색과 대안이 만들어 지는 일상디자인영역은 기존의 디자인체계가 가지는 기업적 측면의 제품기획과 마케팅의 한계와는 다른 실천의 영역이다. 또한 가장 근접한 소비자와 사용자를 모델로 한 제품개발이 이루어지는 현장으로서 사용자친화적 디자인을 이루는 제품개발의 기본과정에 참고적으로 모델링 할 수 있다. 향후 연구에서는 본 연구의 탐색적인 디자인과정에 대한 해석과 일상적 디자인산물의 분석을 바탕으로 일상디자이너에 대한 중점적인 인지적 프로세스 모델링 및 산물분석으로 적용 등을 통해 기존디자인프로세스와 디자인교육에 대한 새로운 접근 가능성을 모색할 수 있을 것이다.

참고문헌

- Bonsiepe, G., 인터페이스-디자인에 대한 새로운 접근, 박해천역, 시공아트, 2003
- Levi Strauss, C., La Pense'e Sauvage, 1962, 야생의 사고, 안정남역, 한길사, 2005
- Simon, H. A., *The Science of the artificial*, 1988, 인공과학의 이해, 한국체계과학회역, 신유, 1999
- 진 선태, 후기산업사회의 버내큐러 디자인문화와 산물의 특징적 경향1", 디자인학 연구 vol. 16, 한국디자인학회, 2003
- Adams, R., Turns, J. & Atman, C., Educating effective engineering designers: the role of reflective practices, *Design Studies*, vol. 24, 2003
- Buchanan R., Margolin, V., *Discovering design*, The University of Chicago Press, 1995
- Certeau, M. D., *The practice of everyday life*, University of California Press, London, 1988
- Cross, N., The nature and nurture of design ability, *Design Studies*, vol. 11, July, 1990
- Fischer, G., Meta-Design: Beyond User-Centered and Participatory Design, *Proc. of HCI International*, 2003
- Goldenberg, J., Mazursky, D., *Creativity in product innovation*, Cambridge University Press, 2002
- Jin, S. T., Concept of User Gestures, *Proc. International Design Congress*, Yunlin, Nov. 2005
- Kin W. M. S., User creative responses and designer's roles, *Design Issues*, vol. 19, 2003
- Louridas, P., Design as bricolage: anthropology meets design thinking, *Design Studies*, vol. 20, 1999
- Margolin, V., The shoe shine boxed of turkey, *Design issue* vol. 19, 2003
- Norman, D. A., *The design of everyday things*, MIT press, London, 1998
- Norman, D. A., *Emotional design*, Basic books; New York, 2004
- Wakkery, R., Exploring the everyday designer, *Proc. Workshop on Studying Designers*, Aix-en-Provence, Oct. 2005

27) 레비스트라우스의 브리콜레로가 처한 상황으로서 재료, 도구, 기술이 한정되어 있는 환경과 같은 맥락

28) 기본적으로 주어진 사용외에 사용자의 자발적인 재미와 다른 의미의 가치추구행위 등의 확장적 사용행위, 창조행위

29) Certeau, M. D., *The practice of everyday life*, University of California Press, London, 1988