

후카사와 나오토 Without Thought 디자인 이념의 원칙 도출에 관한 연구

A Study on Deriving the Principle of Naoto Fukasawa's
Without Thought Design Theory

루한이, 서한석
동서대학교 일반대학원 디자인학과

Han-Yi Lu(1039996911@qq.com), Han-Sok Seo(shs5829@dongseo.ac.kr)

요약

현재 디자인 연구 분야에서는 후카사와 나오토가 제시한 “Without Thought” 디자인에 대한 체계적인 연구가 부족한 실정이며 어포던스(Affordance)의 개념과 혼동되어 사용하는 경우도 많이 볼 수 있다. 따라서 본 연구는 후카사와 나오토의 Without Thought 디자인 이념 및 이와 관련 있는 무의식 이론을 바탕으로 Without Thought의 개념을 정의하고자 한다. Without Thought는 사용자와 물건 간의 무의식적인 인터랙션을 완성시키며 사용자에게 “적절하다”는 느낌을 받도록 하는 디자인 이념이라고 할 수 있다. 또한, 후카사와 나오토의 저서, 논문, 연설, 작품 및 관련 문헌을 고찰하고 분석하여 “행위의 연속성, 의미의 명확성, 인지의 공통성, 생활상황을 위한 디자인, 자연적인 수요를 위한 디자인” 5개의 Without Thought 디자인 원칙을 도출하였다. 본 논문은 Without Thought의 개념을 체계적으로 정의하는데 도움을 줄 것으로 기대된다. 또한, Without Thought 개념을 활용하는 디자인 프로세스 개발의 기초 연구 자료가 될 것으로도 기대가 된다.

■ 중심어 : | Without Thought 디자인 | 디자인 원칙 | 후카사와 나오토 |

Abstract

At present, in the field of design research, the systematic research on Without Thought design is still insufficient, and it is used in conjunction with the concept of Affordance. Therefore, based on Naoto Fukasawa's design ideas of 'Without Thought' and related unconscious theory, this study will define the concept of 'Without Thought design'. Briefly, Without Thought design is to enable users to complete the unconscious interaction with objects and give users a feeling of “just right”. Besides, by reviewing Naoto Fukasawa's works, papers, speeches and related literature, this study derives five Without Thought design principles: continuity of behavior, clarity of semantics, commonality of cognition, design for living situations and design for natural needs. Then, the content this study could be an origin that be helpful to define the concept of Without Thought in a more systematic way, looking forward to serving as the basic data for the process development of Without Thought design.

■ keyword : | Without Thought Design | Design Principle | Naoto Fukasawa |

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

현대 과학기술은 급속히 발전하고 있으며, 특히 제4차 산업 혁명을 대비하는 이 시대에서는 수많은 인간의 감성을 강조하는 기술, 공예, 제품 등이 나타나고 있다. 이에 따라, 디자인 분야에서도 인간과 소통(communication)에 대한 연구는 화두가 되었다. 후카사와 나오토(深澤直人)는 “First Wow/Later Wow”¹[1]이라는 개념을 언급하였는데, “Without Thought”는 이러한 “Later Wow”를 집중적으로 디자인의 깊이와 디자인의 힘을 강조하는 개념이다. 그리고 질박하고 장식적인 것을 추구하지 않는 디자인은 귀한 것이며 일상적으로 사용하는 물건이 사용자의 라이프스타일과 무의식적으로 맞는 것도 미학적이라고 언급하였다[2]. 또한, 후카사와 나오토는 현대 사회에서 수많은 상점, 도로, 광고의 디자인이 사람들에게 깊은 인상을 자극적으로 주는 것은 디자인 자체의 힘을 무시하는 것이라고 지적하였다.

하지만, 디자인 연구에서 “Without Thought”에 대한 체계적인 이론 연구와 정확한 정의가 없고 “어포던스 디자인(Affordance Design)”과 혼동되어 사용하는 경우도 많이 볼 수 있다.

따라서 본 논문은 디자인 연구 분야에서 “Without Thought”이라는 개념을 체계적으로 논술하기 위하여 후카사와 나오토의 작품, 저서와 연설을 위주로 고찰하여 Without Thought 개념을 정의하고 디자인 원칙을 도출하고자 한다.

2. 연구 범위 및 방법

본 논문은 후카사와 나오토의 Without Thought 이념과 지그문트 프로이트의 무의식 이론 및 어포던스 디자인 개념을 중심으로 한 이론적 고찰을 통해 어포던스 디자인과 Without Thought 디자인을 구별하여 Without Thought의 개념을 정의하였다.

1 “First Wow”는 “이 물건을 보는 순간 강력한 첫인상을 받아서 나타나는 감탄사”라고 말하며 “Later Wow”는 “이 물건을 보는 순간 디자인의 의미를 모르거나 강력한 첫인상이 없어 나중에 이 물건의 의미와 디자인 의도를 알게 될 때 나타나는 감탄사”라고 하였다.

또한, 후카사와 나오토의 저서 2권(디자인 생태학—the ecological approach to design, 후카사와 나오토)과 관련된 문헌(디자인의 디자인, 행위에 녹아드는 디자인, The Ecological Approach to Visual Perception 등) 및 후카사와 나오토의 강연 내용을 분석하여 “행위의 연속성, 의미의 명확성, 인지의 공통성, 생활상황을 위한 디자인, 자연적인 수요를 위한 디자인”이라는 Without Thought 디자인 원칙 5개를 도출하였다. 또한, 후카사와 나오토의 작품을 위주로 도출된 디자인 원칙을 검증하여 분석하였다.

II. 이론적 배경

후카사와 나오토가 제시된 “Without Thought” 디자인 이론은 심리학자 지그문트 프로이트의 “무의식”이론 및 생태심리학자 제임스 깁슨의 “어포던스(Affordance)”이론과 관련이 있다고 볼 수 있다. 따라서 본 연구의 이론적 고찰 부분은 “무의식”, “어포던스” 및 “Without Thought” 3개 키워드로 진행하였다.

1. 의식 및 무의식

지그문트 프로이트(Sigmund Freud, 1955)에 의하면 인간의 정신은 의식(意識), 전의식(前意識), 무의식(無意識)의 3가지 영역으로 나눌 수 있으며, 이 세 영역은 끊임없는 상호작용 상태에 있고 지속적인 긴박한 갈등과 교류의 상태에 놓여 있다고 하였다.

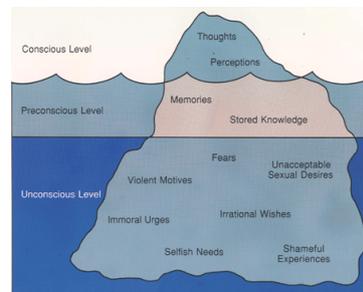


그림 1. Freud's view of the human mind: the mental iceberg

1.1 의식(意識)

프로이드는 의식의 개념을 일차적으로 "우리 의식에 존재하고(gegenwaertig), 또 우리가 그것을 지각하는(wahrnehmen) 표상을 의식이라고 정의한다[3]. 달리 표현한다면, 의식이란 감각지각에 의해서 직접적으로 파악되는 대상 경험을 말하며, 또 다른 한편에서는 이 의식이란 "우리에게 알려진" 어떤 것을 말한다[4].

1.2 무의식(無意識)

정신분석학자인 지그문트 프로이드(Sigmunt Freud 1856~1939)는 무의식에 관하여 문법이나 통사론이 없는 영역, 즉 모순과 시간성이 없는 영역이라고 기술했다. 프로이드는 우리 정신의 의식적 사고는 언어와 관계가 무의식적 사고는 감정이나 이미지와 관계가 있다고 보았다. 그는 인간의 정신 상태가 표상(ideas)이거나 정동(affect)이 합쳐진 것이라고 보았다. 그러한 점에서 그는 의식적 사고를 통해서 발생하는 단어표상(word-presentation)과 무의식을 통하여 일어나는 사물표상(thing-presentation)을 구분했다[5].

2. 어포던스 및 Without Thought 이론

2.1 어포던스

어포던스(Affordance)란, 생태심리학자 제임스 깁슨(James J. Gibson, 1979)가 그의 저서 '시각적 인지에 대한 생태 환경적 접근(The Ecological Approach to Visual Perception)'에서 처음 제안한 개념으로 지각대상의 의미가 뇌에서 구성된다고 보았던 정보처리적 지각개념을 반대하고 의미가 유기체와 환경 시스템 안에 내재되어 있으며, 유기체는 단지 의미를 환경에서 찾아 내면 된다는 의미에서 어포던스라는 개념을 사용하였다[6].

어포던스는 동물에게 환경이 제공하는 의미/가치이다. 그것은 지각자(知覺者)가 연역적으로 이끌어내는 것이 아니라, 환경 속에 실재하고 직접적으로 지각되는 것이다. 물건, 물질, 장소, 사상(事象), 다른 동물 등 환경에 있는 모든 것은 어포던스를 갖추고 있다고 본다[7].

2.2 Without Thought

"Without Thought"는 후카사와 나오토(深澤直人)가 처음으로 제시한 디자인 이념이다. "Without Thought"는 후카사와 나오토의 디자인에서 기반이 되는 개념이다. '생각하지 않는다'를 의미하는 이 말은 사람이 물건과 상호 작용할 때 도리어 그 행위나 물건을 세세하게 생각하지 않는다는 것에 착안해서 이름이 붙여졌다. 이것은 사람의 의식에 접촉하기 위한 디자인의 대극(對極)에 있는 사상으로 "생각하지 않는" "자각하지 않는" 기억이나 행위 속에서 디자인 소스를 이끌어내 제품화하는 것이다[8].

"Without Thought"은 "지각 디자인"이라고도 불린다. "무의식적인 행위를 보이는 사물로 전환하는 것" 즉, 의식적인 디자인을 통해 무의식 행위를 실현하는 디자인 이념이다. "Without Thought"는 새로운 디자인이 아니라 다른 사람들이 의식하지 못하는 세부적인 디테일을 눈여겨보고, 기존의 제품에 주입하는 것으로, 이런 변화는 때때로 하나의 신제품을 만드는 것보다 더 위대한 것이다[9].

후카사와 나오토의 디자인 이념을 바탕으로 Without Thought 디자인의 개념은 다음과 같이 정의할 수 있다. 특정 상황에서 사용자의 수요와 물건의 어포던스에 공진(resonate)²[10]이 발생하는 것을 의미한다. 즉, 공진이 발생하는 순간에 사용자는 물건이 자신에게 "적절하다"는 느낌을 받게 되며, 설명 없이도 물건의 속성을 이해할 수 있게 된다. 또한 이 물건은 어떠한 자극을 통해 사용자와 물건 간의 인터랙션을 저지하는 것이 아니라 사용자가 무의식 상태에서 이 물건과 인터랙션을 완성시키는 것이다.

어포던스 및 Without Thought 이론을 고찰하여 어포던스는 사물이 원래 갖고 있는 속성을 강조하고 Without Thought는 인간과 사물 간의 무의식적인 인터랙션을 주목하는 이론이라는 것을 알 수 있다.

2 공진(resonate) : 제임스 깁슨(James J. Gibson)은 '시각적 인지에 대한 생태 환경적 접근(The Ecological Approach to Visual Perception)-The Theory of Information Pickup and Its Consequences'에서 언급하는 개념이다. '공진'은 라디오를 조절해야만 들을 수 있는 음과 비슷하다. 인간과 환경 사이의 affordance의 조화 그리고 인간의 수요와 그 affordance가 일치하는 순간 공명이 발생하게 되는 것이다.

III. Without Thought 디자인 원칙

본 논문은 후카사와 나오토의 Without Thought 디자인 이념을 바탕으로 한 질적 연구로서 후카사와 나오토의 저서 및 관련된 문헌을 고찰하여 Without Thought의 본질을 탐색하였다. 또한, 후카사와 나오토의 작품에 대한 분석을 통해 “행위의 연속성, 의미의 명확성, 인지의 공통성, 생활상황을 위한 디자인, 자연적인 수요를 위한 디자인” 5개 Without Thought 디자인 원칙으로 도출할 수 있다.

1. 행위의 연속성(Continuity of Behavior)

Without Thought 디자인의 기본 원칙 중 하나는 바로 행위의 연속성이다. 이러한 디자인을 접한 사용자는 반드시 연속적인 행위를 보이게 되며, 무의식 상태에서 자연스럽게 인터랙션을 이루게 된다. 후카사와 나오토는 자신의 저서 「후카사와 나오토」에서 “오늘날 많은 사람들이 자극적인 디자인을 원하는 것은 사실이나, 지나친 자극은 사람들의 생활에 좋은 일만은 아니다. 피할 수 없는 자극은 의식적인 관심을 유발하여 무의식적인 행위를 중단시킨다. 인간과 물건 사이에 존재하는 무의식적인, 조화로운 관계야말로 ‘Without Thought’가 가장 잘 표현된 것이다[11]”라고 언급하였다. 이에 따라 Without Thought 디자인의 인터랙션 과정에서는 외부 자극의 감소를 통해 사용자가 나타내는 행위의 연속성에 영향을 준다는 것을 알 수 있다. 또한, 행위의 불연속성에 의해 발생하는 작은 문제점들을 해결하면 모든 과정이 순조롭게 흘러갈 수 있다는 것을 볼 수 있다.



그림 2. Rice Cooker, MUJI

후카사와 나오토가 무인양품(MUJI)에서 디자인한 밥솥은 “행위의 연속성” 원칙의 사례로 들 수 있다. 시중에서 판매하는 밥솥은 조형, 기능, 밥맛 등을 중시하는데 후카사와 나오토는 사용자들이 밥솥을 사용하는 과정을 고려하여 사용자의 행위를 주목한다. 즉, 대부분의 사람들이 왼 손으로 밥그릇을 들고, 오른손으로 밥주걱을 든 채로 오른손으로 밥솥 뚜껑을 연 뒤, 밥을 그릇에 담고 나서 밥주걱을 들고 있었던 오른손으로 뚜껑을 닫는다는 사실과 마지막에 이 밥주걱을 어디에 두어야 할지 몰라 순간 고민한다는 사실에 주목한다.



그림 3. 밥솥(rice cooker)의 사용 행위 연속성

이러한 행위 포인트는 동작의 전체적인 일관성에 영향을 끼치며, 무의식적 행동을 중단시킨다. 후카사와 나오토는 편평한 밥솥 뚜껑 위에 밥주걱을 올려놓을 수 있는 거치대를 추가하였다. 사용자가 마지막 행위 포인트에서 자연스럽게 밥주걱을 밥솥 위에 올려놓을 수 있도록 하여 무의식적인 인터랙션 과정을 완성시킨 것이다([그림 3]과 같다).

2. 의미(語意)의 명확성(Clarity of Semantics)

도날드 노먼은 「디자인과 인간심리」에서 “디자인에서 가장 중요한 원칙은 가시성이다. 사용자가 물건의 조작 부위를 정확히 인식할 수 있도록 하기 위해서는 해당 부위가 시각적으로 눈에 잘 띄도록 디자인하는 동시에 사용자에게 해당 부위에 대한 정확한 정보를 제공해 주어야 한다[12]”라고 언급하였다. 그는 모든 디자인 분야에서 디자인은 반드시 명확한 언어적 의미를 전달해야 한다는 점을 강조하였다.

Without Thought에서는 이를 바탕으로 사용자가 이러한 디자인을 접하는 과정에서 별다른 생각과 번잡한 학습 과정, 디자인 설명서를 읽는 과정을 거치지 않고도 물건을 쉽게 사용할 수 있게 해야 한다고 주장한다.

Without Thought 디자인은 지나치게 복잡한 문자 혹은 도안이 아닌 그 자체로 사용자에게 해당 물건의 기능이 무엇인지 설명해 줄 수 있어야 한다. 즉, 사용자가 어떠한 물건을 봤을 때 “따로 생각하지 않아도 알 수 있는” 직관으로 단번에 해당 물건을 어떻게 사용 하는지 알 수 있어야 한다는 것이다.

이러한 맥락에서 제스퍼 모리슨(Jasper Morrison)은 “좋은 디자인은 반드시 자연스럽게 스스로를 사용자에게 설명해 낼 수 있어야 한다[13].”라고 언급하였다. 따라서 언어적 의미의 명확성이 Without Thought 디자인의 필수불가결한 원칙 중 하나라는 것을 알 수 있었다.



그림 4. CD Player, MUJI

후카사와 나오토의 “Without Thought” 워크숍(workshop)에서 전시했던 CD 플레이어의 환풍기를 닮은 외관은 이 디자인의 본질이 아니라 사용자와 인터랙션이 이 CD 플레이어 디자인의 매력이다. 후카사와 나오토는 이 제품을 “작동의 원리가 포함된 외관 디자인(A shape with the operation included)[14]”이라고 부른다. 즉, 이 제품은 사용자가 별다른 생각 없이도 바로 정확하게 조작하여 사용할 수 있는 것이다.



그림 5. Twelve&Twelve 365, ISSEY MIYAKE

이 외에도 후카사와 나오토는 이세이미야케(ISSEY MIYAKE) 브랜드의 시계 트웰브(Twelve)를 디자인하였다. 이 시계의 문자판 부분은 12개의 모서리로 구성되고 총 12개의 각을 형성하면서, 일반적인 손목시계의 시간 표기를 대체하고 있다. 이 디자인은 명확한 언어적 의미를 내포하고 있을 뿐만 아니라 이세이미야케의 깔끔한 이미지와도 매우 잘 어울린다. 기능적 측면에서도 손목시계 자체의 기능을 명확하게 나타내고 있다.

3. 인지의 공통성(Commonality of Cognition)

Without Thought 디자인의 또 다른 원칙은 바로 대부분의 사람들이 가지고 있는 공통된 인식과 기억 그리고 습관에 부합해야 한다는 것이다. 즉, 무의식적인 기억인 활동 기억(Active Memory)³⁾[15]을 고려하여 디자인을 진행해야 한다는 것이다. 무의식 상태에서 벌어지는 사용자와 디자인 간의 인터랙션은 사용자에게 친숙해야 하며 사용자가 과거에 겪었던 유사 경험에도 부합해야 한다. 그렇지 않으면 사용자는 디자이너의 의도를 파악하지 못하는 상황이 벌어지거나 디자인과 사용자 간의 예상 결과의 불일치로 인해 사용자가 무의식 상태의 흐름을 깨는 사고를 하게 되고, 결국 전체적인 인터랙션 과정이 중단되는 상황이 벌어지게 된다.

이 원칙과 관련해서는 앞서 언급했던 후카사와 나오토가 디자인 한 전기밥솥을 예로 들어 이 제품에서 사용자가 인터랙션 과정에서 밥주걱을 손에 들고 뚜껑을 연 뒤 밥을 푸고 뚜껑을 닫고 나서 뚜껑 위에 밥주걱을 올려놓는 일련의 동작을 자연스럽게 수행할 수 있는 가장 큰 이유는 대부분의 사람들이 가지고 있는 공통적인 인식이 전제가 되었기 때문이다. 이 제품의 디자인에는 “일본인들은 잠시 사용하지 않는 도구를 식탁 위에 올려놓는 데 익숙하지 않은 사람들이다. 일본인들은 젓가락과 조리 도구를 모두 정확한 위치에 놓아 두어 다른

3 액티브 메모리(Active Memory): 액티브 메모리는 어떤 개인에게서 특별한 경험이나 의식으로 기억되는 것이 아니라, 누구나 공통으로 알고 있는 일상의 행위나 사상(事象)으로부터 신체에 익숙해진 기억이다. 시각으로 얻은 기억 속에는 행위흐름 속에서 매일 반복하며 접촉하고 있음에도 불구하고, 흘러 보내서 의식에 떠오르지 않는 것이 있다. 일부러 기억하려고 하지 않지만, 시각을 포함한 신체가 환경(인간을 포함한 만물)과 서로 영향을 미치는 속에 신체가 기억하고 있는 것이 ‘액티브 메모리’이다.

사물에 닿을 수 있는 접촉 부위가 다른 사물에 닿지 않고, 깨끗함을 유지할 수 있도록 하는 습관이 있다[16]”라는 공통적인 인식이 전제되어 있다. 만일 소수의 일본인만이 이러한 인식을 가지고 있거나 서양 사람들이 이러한 습관을 전혀 가지고 있지 않았다면, Without Thought 디자인도 성립되지 못했을 것이다.



그림 6. Juice Skin, 'HAPTIC', TAKEO PAPER SHOW 2004

후카사와 나오토는 2004년 ‘햅틱(Haptic)전4[17]’이라는 전시에서 시각과 촉각으로 내용물을 표현하는 과일 주스 패키지를 전시하였다. 이 과일 주스 패키지 시리즈에는 바나나 주스, 키위 주스, 딸기 주스, 두유 패키지 등이 포함되어 있다. 바나나 주스 패키지의 모서리 디자인은 마치 실제로 바나나를 손으로 잡고 있다는 느낌을 준다. 키위 주스 패키지에는 ‘플로키’(flocky finish) 기술을 활용하여 종이 위에 섬유를 고정시켜 실제 키위와 같은 표면 질감을 연출해 냈다[18].

따라서, 이 과일 주스 패키지는 인지의 공통성을 이용한 사례로 볼 수 있다. 사용자는 시각과 촉각을 함께 느끼면서 경험에서 반응하는 강력한 기억으로 과일의 맛을 기억하고 주스를 마시기 전에 이미 뽀거나, 달거나, 신맛등과 같은 미각을 느낄 수 있다. 특히, 키위의 표면은 다른 과일들과 차별화된 촉감을 제공하고 있어 키위를 만져본 사람이라면 단번에 키위와 관련된 기억을 떠올릴 수 있을 것이다[19]. 후카사와 나오토는 이에 대해 다음과 같이 언급하였다. “우리가 매일 사용하는 물건에 대해 느끼는 감정은 우리의 기억 속에 존재하는 해당 물건에 대한 느낌에서 비롯한다[20].”

4 일본 디자이너 하라켄야가 ‘오감(五感)’을 주제로 기획한 전시.

또한, 후카사와 나오토가 디자인한 환풍기 모양의 CD플레이어는 환풍기와는 아무런 연관성이 없다. 그러나 코드를 꼽고 CD플레이어의 전원을 켜면 CD가 천천히 회전하면서 소리가 나기 시작하고, 그러면 환풍기가 돌아가면서 바람이 나오는 장면이 우리의 머리속에서 겹쳐지게 된다. 이 디자인은 일련의 행위를 거쳐 감각의 결합이 이루어지게 되면 그 결합 속에서 친밀감이 형성되는 디자인이다[21]. 이러한 친밀감은 익숙하지 않은 물건과 인간이 가진 익숙한 기억 혹은 경험과 연관된다. 이러한 친밀감을 활용하면 사용자와 처음 접한 물건 사이에 무의식적인 인터랙션을 성사시킬 수 있게 된다.

4. 생활 상황(情境)을 위한 디자인(Design for Living Situations)

사용자가 평소에 크게 주의를 끌지 않았거나 첫 눈에 디자인 의도를 모르는 물건의 속성은 어떤 특정한 상황에서만 사용자의 수요와 공진이 발생하게 되어 사용자에게 “적절하다”는 느낌을 받게하는 디자인은 “Without Thought 디자인”으로 볼 수 있다. 이러한 Without Thought 디자인은 “생활 상황을 위한 디자인”이라고 할 수 있다.

이러한 적절한 인터랙션은 사용자가 사전에 학습을 하거나 어떠한 자극을 받아 이루어지는 것이 아닌 그 상황 속에서 무의식적으로 자연스럽게 이루어지는 것이다. 즉 어떠한 특정 순간에 사용자가 디자인의 매력을 느끼게 해 주는 것, 그것이 바로 Without Thought 디자인인 것이다. 여기서 디자인의 매력은 디자인의 깊이라고 볼 수도 있다.

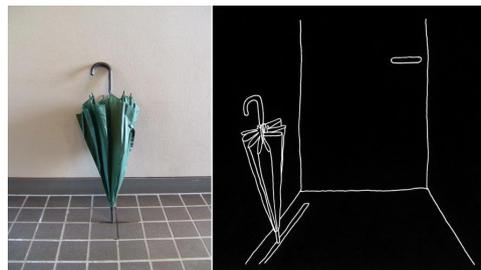


그림 7. The umbrella and the entrance of a house

[그림 7]의 디자인은 사람들의 자연스러운 무의식적 행위가 가장 잘 표현되어 있는 매우 단순한 예시로 볼 수 있다. 우산꽂이가 없는 상황이라면, 대부분의 사람들이 왼쪽 그림에서처럼 우산을 똑바로 세워 바닥타일 사이의 홈 부분에 우산의 꼭지 부분이 끼워지도록 할 것이라는 것을 짐작할 수 있다. 이것은 우산이 바닥으로 미끄러지지 않도록 하기 위함이고, 여기서 타일 사이의 홈은 그 사람이 환경 속에서 발견한 가치라고 볼 수 있다. 여기에 우산을 세우는 사람들은 이것이 사실 누군가가 디자인한 우산대라는 것을 알지 못하겠지만, 디자이너의 경우 이것을 누군가가 의도적으로 용도에 맞게 제작한 디자인 제품이라는 것을 쉽게 눈치 챌 것이다. 다시 말하면, 디자이너가 실제로 디자인한 특정 물건을 사용하는 사람들은 자신이 사용하는 물건이 누군가에 의해 디자인된 것이라는 사실을 인지하지 못한 채 해당 물건을 사용한다는 것이다[22].

사용자의 잠재의식에 따른 행위를 자세히 관찰하여 이를 디자인에 접목시킨 위의 사례는 “생활 상황을 위한 디자인”이 가장 잘 활용된 대표적인 사례이다. 디자인된 물건은 사용자뿐만 아니라 특정한 사용 환경에도 적용될 수 있다.



그림 8. Umbrella, ±0

후카사와 나오토가 디자인한 우산을 보면 우산 손잡이에 홈이 있는 것을 볼 수 있다. 후카사와 나오토는 평소에 우산을 사용하는 상황에 영향을 끼치지 않는다는 전제 하에 다음과 같은 상황을 가정했다. 비가 오는 날 버스 정류장에서 버스를 기다릴 때, 한 손에는 우산을 들고, 한 손에는 비닐봉지가 들려 있고, 사용자가 비닐봉지를 우산 손잡이 파진 홈에 건다면, 그 순간, 사용자는 자연히 “바로 이 것이었구나!”라고 감탄하게 될 것

이다.

이러한 상황에서 사용자의 수요와 우산 손잡이의 어포던스 사이에 “공진”이 발생하게 되며, 이를 바탕으로 사용하기 전에 사용자들이 이런 디자인을 이해할 필요는 없지만 사용할 때 자연스럽게 무의식적 행위를 보이게 된다[23]. 어떤 특정한 상황에서 사용자는 자연스럽게 디자인의 어포던스를 발견하게 되는 것이 바로 후카사와 나오토의 Without Thought 디자인의 매력이다.



그림 9. A Light with a Dish, ±0

또한, 후카사와 나오토는 플러스마이너스제로(PLUS MINUS ZERO)에서 판매하는 접시가 달린 등(a light with a dish)을 디자인하였다. 그는 “집에 들어올때 보통 사람들의 호주머니속에는 열쇠, 손목시계 그리고 다른 소지품들이 함께 들어있다[24].”는 상황에 착안하여 이 제품을 디자인 했다. 이 사례는 동작의 연속성 원칙에 부합한다고 볼 수 있다. 스위치를 아래에서 위로 올려 불을 키고, 액세서리와 손목시계를 벗어 접시 위에 둔 뒤, 침대에 기대어 책을 다 읽은 뒤, 안경을 벗어 접시에 둔 뒤 스위치를 내려 등을 끄는 일련의 동작이 연속적으로 이루어지기 때문이다. 이러한 특정 상황 속에서 사용자는 연속적인 행위 동작을 통해 등과의 무의식적 인터랙션을 형성하게 된다.

5. 자연적인 수요를 위한 디자인(Design for Natural Needs)

안토니 고펠리(Antony Gormley)는 「후카사와 나오토」 중 ‘Thinking about Naoto Fukasawa’ 챕터에서 다음과 같이 언급하였다. “Without Thought”는 디자인 관념 중 하나로, 후카사와 나오토의 프로젝트에서 처음

으로 등장한 명칭이다. 후카사와 나오토의 'Without Thought'라는 디자인 이념은 반드시 '따로 생각하지 않아도 바로 알 수 있는' 직관을 의미한다. 후카사와 나오토는 세계의 모든 사물이 모두 이미 존재하고 있으며, 각각의 사물은 종과 계통으로 정의되고 있다고 주장했다. 우리는 더 이상 새로운 물건을 창조할 필요가 없다 [25]."

즉, Without Thought 디자인은 사람들의 생활 습관을 바꾸어 주거나 혹은 새로운 라이프스타일을 제공해주고, 새로운 작품을 창조하는 것이 아닌 마치 의도적으로 디자인을 하지 않은 듯한 느낌을 주는 디자인인 것이다. Without Thought 디자인에서는 작품이 마치 디자인 되지 않은 듯한, 인류의 수요에 따라 자연스럽게 만들어 진 결과물이다.

“생활 상황을 위한 디자인” 원칙에서 언급했던 우산을 예로 들어 보면 후카사와 나오토가 디자인 한 우산은 특정 상황을 위해 디자인 된 것이라고 볼 수도 있지만 사실은 본래 존재하는 사용자의 수요에 따라 디자인 된 것이다. 손잡이에 흠이 파여 있는 디자인은 사실 사람들의 우산 사용 습관을 바꾸어 주지는 못하며, 새로운 사용 방법을 제시해 주지도 못한다. 그는 평소의 사용 습관에 전혀 영향을 주지 않는다는 전제 하에 사용자가 한 손에 우산을 들고 다른 손에 비닐봉지를 들고 있는 상황을 설정하여 인간의 기본적인 수요를 손잡이 디자인에 접목, 사용자가 무의식중에 “이 우산이 원래 이렇게 쓸 수 있는 것이었구나”라는 생각을 하게 해 주는 디자인을 하였다.



그림 10. Tea Bag+Ring, 'RE-DESIGN', TAKEO PAPER SHOW 2000

후카사와 나오토는 2000년에 하라 켄야의 '리디자인 21세기의 일상용품' 프로젝트에 티백의 끈 끝부분에 고

리를 단 티백을 디자인 하였다. 고리의 색은 길게 우려나온 찻물의 색깔로 이용하였다. 사실 이러한 색채는 사용자에게 이정도로 길게 우려나올 때까지 차를 계속 마시라는 메시지를 전달하기 위해서 혹은 어떠한 특정 의미를 내포하기 위해 디자인 된 것이 아니라 사람들이 이 제품을 사용할 때 우려난 차의 색깔과 고리의 색 사이의 관계에 대해 상상해 보길 바라는 것이라고 한다. 그는 사람들이 이 제품으로 차를 마시는 과정에서 '오늘은 티백 고리 색보다 차가 훨씬 더 진하게 우려났네' 혹은 '오늘은 차가 좀 연하게 우려났구나'와 같은 평가를 내리기 바랬던 것이다. 그는 이러한 디자인을 통해 색의 의미를 설명하고자 한 것이 아닌 색을 통해 나타나는 의미에 대해 일종의 준비를 한 것이다[26]. 우려나온 찻물의 색깔은 티백에 달려 있는 고리의 기능을 설명해 주는 동시에 사용자의 수요를 환기시키는 역할을 하고 있다.

IV. 결 론

현재 디자인 분야에서 사용자 감성이나 사용자 경험이 점점 더 중요해 지고 있지만, Without Thought 디자인의 개념과 어포던스(Affordance)가 혼동되어 사용되고 있는 실정이다.

따라서, 본 논문은 Without Thought 디자인을 더 전면적이고 체계적으로 논술하기 위해 후카사와 나오토의 Without Thought 이념을 바탕으로 Without Thought 디자인의 개념을 재정의하였다. 또한, 후카사와 나오토의 저서와 관련 문헌을 고찰하여 Without Thought 디자인 원칙 5개를 도출하였으며 후카사와 나오토의 작품을 분석하여 5개 원칙을 검증하고 설명하였다. 본 논문의 연구 결론은 다음과 같다.

첫째, Without Thought 디자인은 어떠한 특정 상황에서 사용자의 수요와 물건의 어포던스에 공진이 발생하며 사용자에게 “딱 맞다”는 느낌을 받게 하는 디자인이다. 또한 자극을 통해 사용자와 물건 간의 인터랙션을 저지하는 것이 아니라 사용자가 무의식 상태에서 이 물건과 인터랙션을 완성시키는 것이다.

둘째, 후카사와 나오토의 저서를 위주 한 이론적 고

찰을 통해 “행위의 연속성, 의미의 명확성, 인지의 공통성, 생활상황을 위한 디자인, 자연적인 수요를 위한 디자인” 5개의 Without Thought 디자인 원칙을 도출하였다.

그러나 본 논문은 후카사와 나오토 Without Thought 디자인 이념에 대한 더 다양한 자료를 더 심층적으로 분석하는 데는 연구의 한계점이 있었다. 그렇지만, 본 논문은 Without Thought 디자인의 개념을 체계적으로 정의하는데 도움이 될 것으로 전망되며, Without Thought 디자인 개념을 활용하는 디자인 프로세스 개발의 기초 연구 자료로도 기대가 된다.

참 고 문 헌

- [1] 고토 다케시, 사사키 마사토, 후카사와 나오토, 유 니버설디자인연구소 울김, *디자인 생태학 -the ecological approach to design*, 세종출판사, p.99, 2005.
- [2] 후카사와 나오토의 연설, “My Found MUJI East Asia,” Fubon Art, 2017.12.02.
<https://www.muji.com/tw/foundmuji/171116/>
- [3] S. Freud, *Psychologie des Unbewussten (Studienausgabe B. III)*, Frankfurt am Maim, p.28, 1982.
- [4] 배우순, “S. 프로이트의 심층 심리적 무의식에 대해서 -E. 후설의 ‘현상학적 무의식’에 연관해서,” Journal of the New Korean Philosophical Association, Vol.54, No.4, p.316, 2008.
- [5] 권혁룡, *書藝術과 無意識의 相關性에 關한 研究*, 대전대학교 일반대학원, 박사학위논문, p.7, 2018.
- [6] 이태연, 이승훈, “어포던스 이론의 본질과 디자인 적용에 관한 연구,” 한국공간디자인학회논문집, Vol.5, No.4, p.70, 2010.
- [7] 고토 다케시, 사사키 마사토, 후카사와 나오토, 유 니버설디자인연구소 울김, *디자인 생태학 -the ecological approach to design*, 세종출판사, p.27, 2005.
- [8] 고토 다케시, 사사키 마사토, 후카사와 나오토, 유 니버설디자인연구소 울김, *디자인 생태학 -the ecological approach to design*, 세종출판사, p.92, 2005.
- [9] Ding Feng and Wu Wei, “Naoto Fukasawa and His ‘Without Thought’ Design Theory,” Journal of HuNan University of Technology Social Science Edition, Vol.16, No.2, p.139, 2011.
- [10] James J. Gibson, *The Ecological Approach to Visual Perception*, Psychology Press, p.245, 1986.
- [11] 후카사와 나오토, *NAOTO FUKASAWA 深澤 直人*, 절강인민출판사, p.7, 2016.
- [12] 도널드 노만, *디자인과 인간심리*, 중신출판사(中信出版社), p.4, 2003.
- [13] 후카사와 나오토, *NAOTO FUKASAWA 深澤 直人*, 절강인민출판사, p.37, 2016.
- [14] 후카사와 나오토, *NAOTO FUKASAWA 深澤 直人*, 절강인민출판사, p.21, 2016.
- [15] 고토 다케시, 사사키 마사토, 후카사와 나오토, 유 니버설디자인연구소 울김, *디자인 생태학 -the ecological approach to design*, 세종출판사, p.88, 2005.
- [16] 후카사와 나오토, *NAOTO FUKASAWA 深澤 直人*, 절강인민출판사, p.34, 2016.
- [17] 윤여향, 유도현, “오감(五感)을 이용한 가구디자인에 관한 연구,” 한국가구학회지, Vol.21, No.2, p.135, 2010.
- [18] 하라 켄야, *디자인의 디자인(전본)*, 재정리, 광서사범대학출판사(广西師範大學出版社), pp.92-95, 2010.
- [19] 김우진, “비형태적 감성 디자인 요소의 열화에 관한 연구 -팬틸드라이브 개념을 중심으로,” 기초조형학연구, Vol.13, No.5, p.76, 2012.
- [20] 후카사와 나오토, *NAOTO FUKASAWA 深澤 直人*, 절강인민출판사, p.113, 2016.
- [21] Naoto Fukasawa, *행위에 녹아드는 디자인*, IDCC Proceeding, p.14, 2003.
- [22] Naoto Fukasawa, *행위에 녹아드는 디자인*, IDCC Proceeding, p.13, 2003.

- [23] 후카사와 나오토, “2018 Alibaba UCAN 강연,”
<https://talk.ui.cn/detail/3858>
- [24] 후카사와 나오토, *NAOTO FUKASAWA 深澤 直人*, 절강인민출판사, p.78, 2016.
- [25] 후카사와 나오토, *NAOTO FUKASAWA 深澤 直人*, 절강인민출판사, pp.116-119, 2016.
- [26] 하라 켄야, *디자인의 디자인(전본)*, 재정리, 광시 사범대학출판사(广西師範大學出版社), p.46, 2010.

저 자 소 개

루 한 이(Han-Yi Lu)

정회원



- 2015년 8월 ~ 2017년 7월 : 동서대학교 일반대학원(석사)
- 2017년 8월 ~ 현재 : 동서대학교 일반대학원(박사)

<관심분야> : 시각디자인, 어포던스 디자인, Without Thought 디자인

서 한 석(Han-Sok Seo)

정회원



- 2004년 3월 : 규슈대학교 석사과정 졸업
- 2016년 3월 : 규슈산업대학교 박사 졸업(예술학)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 동서대학교 디자인대학 교수

<관심분야> : 시각디자인, 영상, 인터페이스