

디지털 시대의 창조성 개발과 디자인

Creativity Development and Design in Digital Era

주저자 : 이주명 (Joomyung Rhi)

인제대학교 디자인학부 제품인터랙션디자인 전공

1. 서 론

2. 창조의 개념

- 2-1 창의성과 창조
- 2-2 창조와 모방
- 2-3 창조와 고정관념
- 2-4 창조의 수용
- 2-5 창조의 과정
- 2-6 창의의 발현과 창조의 실현

3. 디지털 시대의 도래와 창조

- 3-1 과학기술과 창조
- 3-2 디지털 시대의 위기
- 3-3 디지털 기술과 디자인
- 3-4 디자인 : 창조의 방법론

4. 결 론 : 창조의 주체

참고문헌

(要約)

창의와 창조는 그 용례를 볼 때 큰 의미 구분 없이 사용되는 것이 일반적인 경향이다. 하지만 창의는 발상을, 창조는 과정을 의미하는 것으로서, 창의는 직관적인 것을 중시하는 반면 창조는 논리와 직관이 모두 중요한 요소이다. 직관은 그 과정을 알기 어렵고 직관이 일어나기 쉬운 조건을 형성하는 것으로 알려져 있는 반면 논리는 명확하다. 그로부터 창조를 제대로 알 수 없는 미지의 것으로 취급하고, 자신과 거리를 두는 일반적인 관행에서 벗어날 수 있는 근거를 발견할 수 있다. 창조의 과정은 일반적인 문제해결과정과 같은 개념으로 볼 수 있으며 그 핵심에 디자인이 존재한다. 디자이너는 문제해결과정을 학습하고 많은 프로젝트를 통하여 그 실행방법을 체득하기 때문에 디자이너를 창조자라 불리도 무방할 것이다. 현재 일반인은 물론 디자이너들까지 디자인을 형상 만들기로 보는 디자인 인식은 소프트웨어라는 강력한 도구가 등장하고 복제가 자연스러운 것이 되어버린 디지털 시대에서 더 이상 의미를 가지지 못한다. 이제 디자인은 디자인 본연의 '개념화', '축매작용', '시각화'의 3가지 능력을 바탕으로 '창조의 방법론'으로 자리잡아야 한다.

(Abstract)

In Korean language, 'changeu' (originality) and 'changjo' (creativity) has been used as almost same meaning, because these have similar pronunciation. However, originality means idea and creativity means process. The former is based on intuition, and the latter is on both of logic and intuition. Intuition process is not perceived very well, but logic has very clear one. We can find the clue for that creating something is not difficult too much anymore, because the process is identified. The creation process is a problem solving process and it has the design on its center. Designer study the problem solving process and learn how to solve the problem with many cases on its studio class. Then we can call them as a creator. The meaning of design that it is a styling is very usual in Korean public and even designers. However, it will be not valid anymore in the upcoming digital age, which reproduction is possible with a little restriction. Design should be back as an original methodology for creation with the designer's own capability such as conception, intermediation, and visualization.

(Keyword)

creativity, originality, problem solving process, design, digital age, conception, intermediation, visualization

1. 서 론

인류의 역사는 수많은 혁신으로 구성되어있다. 천재 예술가의 작업은 우리에게 새로운 시각을 제공하고 신기술은 우리 생활의 구석구석을 바꾸어 버린다. 이런 작업을 보면서 과연 그러한 혁신은 어떻게 이루어졌는가, 그들의 창의성은 어떻게 발휘되었나 하는 의문을 갖게 된다. 그런 작업을 대할 때, 보통 사람들은 누군가의 천재적인 두뇌로 뭔가 알 수 없는 과정을 거쳐 이루어졌을 것이라는 짐작만 할 수 있을 뿐이다. 그래서 창조의 과정은 '우리가 알 수 없는 어떤 것'이라는 관점이 형성되어왔다.

창의성을 발휘하여야 하는 직업으로 디자이너를 거론하는 경우는 매우 흔하다. 디자인 전시회 관련 기사에서 디자이너의 작업이 '기발하다'는 문구를 보는 것은 어렵지 않다. 새로운 것을 만들어내는 것이 디자인 작업의 핵심이라고 사람들은 믿고 있는 것이다. 디자이너들도 스스로 그것을 자기의 핵심 역할이라고 생각하고 뭔가 새로운 것을 만들어내기 위해 노력한다. 그리고 자신이 창의적이지 못함을 탓하며 그것을 극복하고자 좋은 생각이 떠오르기를 기다리면서 밤을 꼬박 새운다.

하지만 그 창의의 대상은 무엇인가, 창의적인 것이 과연 밤샘으로 탄생할 수 있는 것인가, 창조의 과정은 정말 아무도 그 속을 들여다 볼 수 없는 것인가, 과연 창조란 무엇인가? 디지털 시대가 도래하면서 디자이너의 작업 결과가 창의성을 보여주고 있는지가 의문의 대상이 되고 있다. 정보소통의 활성화로 자신만의 정보는 더 이상 존재하지 않고 자신의 작업이 언제 복제되어 나타날지도 모르는 상황이다. 조작이 손쉬운 기계들로 인하여 젊은이들은 전문가의 10여년 노력을 불과 몇 달만에 흉내내고 있다. 이제 디자이너의 창의성은 위협받고 있는 것이다. 이러한 시대에 디자이너는 창의성, 창조를 어떤 시각으로 보아야 할까? 이러한 질문의 답을 찾는 것이 이 글의 목적이다.

2. 창조의 개념

2-1 창의성과 창조

이상적으로 창의와 창조 두 용어는 혼용되어 사용된다. 그 이유로서 두 말의 한글 발음이 비슷함을 들 수 있지만 또한 평상시 쓰는 사람이 그 의미를 주의 깊게 새겨보지 않았기 때문이기도 하다. 창의성은 "지금까지 없었던 것을 생각해 내는 것"이다. 반면 창조는 "새로운 것을 고안하여 만드는 것, 이제까지 없었던 것을 새로 만드는 일"로서 창의(創意)는 '생각'을, 창조(創造)는 '만들'을 가리키는 일임을 알 수 있다. 따라서 그것이 담고 있는 의미와 절차는 매우 다르다.

창조는 과정이다. 만든다는 것의 의미는 대상에 따라 다양한 양상을 보이지만 대부분의 경우 창출으로 동물을 '만드는' 것과 같이 단순한 과정은 매우 드물다. 초등학교에서 창출 공작을 하는 것을 창조라 부르지 않는 이유가 거기에 있다. 창조는 창출 공작보다 더 큰 사회적 의미를 갖는다. 우리 인

간 삶에 의미 있는 뭔가를 던져야 한다. 전에 없이 새롭게 나타나는 것이어야만 가치가 있으므로 그것이 무엇인가 실체를 알기는 어렵다. 하지만 어떤 일의 결과를 창조라 지칭하기 위해서는 그 가치를 인정받아야만 한다. 지금은 아니더라도 후대에 어느 때인가 그것이 의미 있는 것으로 인정받고 계승 또는 발전되지 않고서는 그것이 창조일 수 없다. 따라서 그렇게 의미를 획득하는 과정은 실제 손으로 뭔가를 만드는 것이 상으로 중요하다. 그래서 창조는 과정이 중요함을 이야기할 수 있다.

하지만 창의는 과정의 의미를 담고 있지 않다. 창의는 창조에 비하여 보다 순간적이다. 번뜩 떠오르는 무엇이고, 어떤 해결책에 단번에 도달하는 것이다. 무질서하게 흩어져 있는 정보들을 연결할 수 있는 고리를 발견하는 것이다. 창조는 고통의 과정인 반면 창의는 환희의 순간이다. 재치 있는 말 한마디에 대하여 창의적이라는 평가를 할 수는 있지만 창조적이라는 말을 붙이기에는 적당하지 않다. 먼저 이 차이를 이해하는 것이 중요하다.

2-2 창조와 모방

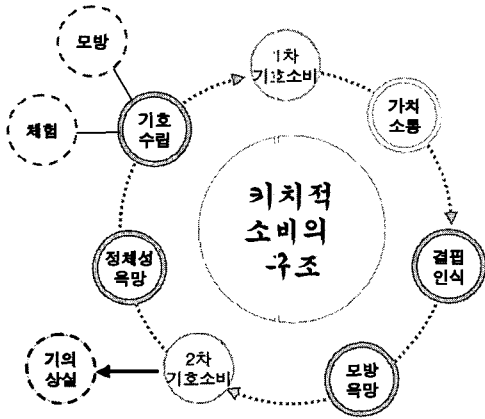
만약 예술가에게 "당신의 작품은 모방이요" 라고 말한다면 그것은 일종의 모욕일 것이다. 모방이란 "(다른 것을) 본뜨거나 본받는 것"을 말한다. 새로움을 생명으로 삼는 예술가들에게 다른 것을 본떴다는 것은 예술가의 근본을 흔드는 말이 될 지도 모른다. 하지만 예술의 역사에서 모방은 흔한 일이었고 때로는 재현이라는 말로써 나타나며 어떤 경우에는 교육, 연구의 목적 아래 권장되기도 하였다.¹⁾ 음악, 연극 등은 오히려 본질적으로 '재현'의 예술로서 미술과 달리 시간과 관련된 예술의 형식이기 때문이다. 예술가의 작품에 표절이라는 용어를 사용한다면 모욕을 넘어 법적 대응까지 필요한 단계가 될 것이다. 표절은 "남의 창작물을 그 내용의 일부를 취하여 자기 창작물에 제 것으로 삼아 이용하는 것"이다.

위 두 단어 모두 창조와는 배치되는 말로서 사용되고 있다. 하지만 모방은 주체가 대상을 완전히 장악하지 못한 상태에서 그것이 무의식 중에 저장되었다가 표출되는 순간 발생한다. 즉, 인간의 기억을 통한 학습능력 때문에 알지 못하는 가운데 모방이 발생되고 그래서 모방이 "유행, 전통, 관습 형성의 원인"이 되는 것이다. 즉, 모방은 세대를 거쳐 우리가 지금의 지식을 형성하게 해준 인간의 중요한 능력이고 그것이 없었다면 창조의 순수성은 유지할 수 있을지 모르지만 결국 아무것도 창조할 수 없는 상태에 이르게 될 것이다. 인간의 창조는 신의 창조와 달리 무의식적 모방을 전제로 한다.

패러디와 차용이 허용되는 현 시점에서 윤리적 관점이 아닌 이상 모방과 표절을 함께 묶어 배척하기 보다는 의도의 차이로서 구분하여 보는 것이 적당할 것이다. 우리 인간 생활의 대부분이 모방이라는 행위를 근거로 하기 때문에 창조자의 모방이 적절한 과정과 창조하고자 하는 의지를 바탕으로 한다면 표절과 구분지어야 한다. 김정란은 "창작에 대한 자의식이

1) 문학에서는 모방이나 영감이 하나의 기법이 되고 있기 때문에 표절 문제는 더욱더 복잡해진다. 사실 표절과의 경계가 모호한 모방에 의해 새로이 뛰어난 작품이 탄생한 경우도 적지 않았다. 19세기 말과 20세기 초에는 모방이 하나의 문학 기법이었다. (최연규, 1997)

있는 작가라면 자기 것이라는 확신이 들 때까지 작품을 내놓지 않는다. 무의식적 표절이란 작품에 대한 고민이 없었다는 것"이라고 말하면서 모방을 경계한다. 이 말과 같이 창작자의 퇴고(推敲)하려는 의지는 여전히 중요하다.



[그림 1] 일상 생활 속의 모방 2

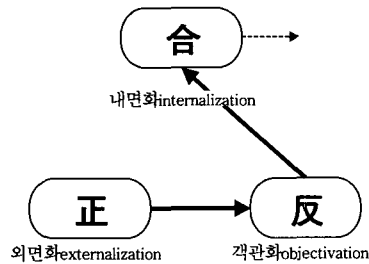
2-3 창조와 고정관념

창조가 배척해야 할 또 하나의 단어가 바로 '고정관념'이다. 고정관념은 "어떤 사람의 마음 속에 잠재하여, 항상 머리에서 떠나지 않고, 외계의 동향이나 상황의 변화에 의해서도 변형되기가 어려운 생각"이라고 한다. 비슷한 말로 매너리즘(예술 창작이나 창의성을 요하는 일에 있어서, 틀에 박힌 수법이나 기교, 발상 등을 되풀이하여 신선미나 독창성을 잃은 상태)이나 타성(사람의 말이나 행동에 굳어져 있는 좋지 않은 버릇. 또는, 오랫동안 변화나 새로움을 피하지 않아 나태하게 굳어져 있는 습성)과 같은 말이 있다. 흔히 창조자는 "내가 고정관념에 빠져있는 것은 아닐까?"하고 불안해 한다.

코페르니쿠스가 갖고 있던 천동설이라는 고정관념은 갈릴레오의 지동설이라는 창조적 관념으로 대체된다. 나는 당시 갈릴레오가 범정을 빠져나가면서 혼자 말을 할 수밖에 없었던 상황에 주목한다. 지금은 지동설이 사실임이 입증되어 있지만 그 당시에 코페르니쿠스의 천동설은 고정관념이 아닌 지식이었던 것이다. 포퍼(Popper, K)는 우리가 과학적 사실로 인정하고 있는 것들이 반증되기 이전까지만 사실인 불완전한 것이라는 관점을 제공하고 있다. 즉, 현재 시점에서 우리가 인식하고 있는 현실은 절대적인 것이 아니라 언제인가는 고정관념화 될 수 있다는 것이다. 더군다나 그것이 지동설과 달리 확고한 입증이 가능하지 않은 사회적 현상이나 흔히 예술가의 대상인 "취향"의 문제라면 그것은 정말 어느 날 갑자기 고정관념이 되어버릴 지도 모를 일이다.

결국 현재의 지식은 새로운 관점이 나타날 때 고정관념화한다. 고정관념은 창조의 결과로서 나타나는 현상이지 그 이전이라면 그것은 고정관념이 아니다. 즉, 반(反)이 나타나기 이전까지 정(正)은 고정관념이 될 수 없다. 창조자가 새로운

생각이 잘 떠오르지 않을 때 습관적으로 자신의 '고정관념'을 닦하는 것은 창조를 하고자 하는 욕망으로부터 비롯된 것이지 실제하는 것은 아니다. 아직 창조가 이루어지지 않았기 때문이다.



[그림 2] 변증법 3단계와 지식의 형성

오히려 창조자는 고정관념을 더욱 적극적으로 활용할 필요가 있다. 현재 관념의 반대 개념이 나타나면 현재 관념은 고정관념이 되고 창조가 이루어지는 것이므로 현재 관념을 알고 있다면 그 반대를 찾는 것이 매우 용이하기 때문이다. 그래서 창조자는 무작정 고민할 것이 아니라 먼저 지금의 관념은 무엇인가 한 걸음 떨어져서 알아볼 일이다.

고정관념의 효용성은 다른 곳에서도 찾을 수 있다. 창조는 기발한 생각과 달리 의미 있는 것이어야 한다. 이때 의미 있음을 결정하는 것은 바로 우리 자신의 현재 관념 또는 앞으로 바뀌어 나갈 관념의 흐름이다. 이 내용을 이해하여야만 창조자는 의미 있는 것을 만들 수 있다. 앞서 말한 현재의 관념은 바로 현재의 지식이다. 우리가 기반 하여 살고있는 현재의 관습이고 우리의 삶이다. 창조자들은 고정관념을 배척할 것이 아니라 잘 알고 있으면서 또한 경계하여야 할 것이다.

2-4 창조의 수용

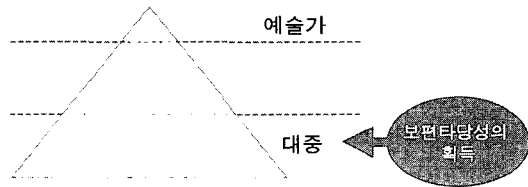
사람의 일상은 상식으로 가득 차 있다. 행동의 기준이 되는 상식을 벗어날 때 그 사람은 불상식하다는 비난을 받는다. '상식은 일상 생활의 정상적이고 자명한 일상의 과정 속에서 타인들과 공유하는 지식이다.'³⁾ 창조자의 창조가 인정받기 위해서는 이러한 상식의 틀 안에 아니면 나아가 상식이 허용하는 변화의 범위 안에 들어가 있어야 한다. 그래서 그 결과를 인정받고 싶은 창조자라면 자신의 결과가 그 범위 내에서 나타날 수 있도록 상식의 범위를 잘 이해하는 것이 필요하다. 고정관념이 창조에 도움이 안 되는 쓸모 없는 것이 아님은 이미 말한 바와 같다.

어떤 창조의 경우에는 이미 상식의 선을 넘어 창조의 의미를 가능하기 힘든 상태에 있는 것도 있을 수 있다. 앞서 언급한 대로 이것이 창조가 되기 위해서는 미래의 어느 시점에라도 그것이 창조적인 해결책으로서 의미가 있음을 인정받아야 할 것이다. 하지만 현재 시점에서는 도저히 이해할 수 없는 것으로서 의미를 가지지 못하는 경우도 많다. 그런 경우라면 창조자는 많은 오해를 받기도 하고 창의가 창조로 연결되는 데 필수적인 과정상의 뒷받침이나 심정적 지원도 받지

2) 오창섭(1997) 디자인과 키치, 토미토 ('모방'개념을 삽입하여 본문에 맞게 수정)

3) Berger, P., 박춘선 역,(1989) 지식형성의 사회학, 기린원

못하여 결국 창조에 이르지 못하게 되는 경우도 발생한다. 혁신성이 더할수록 창조는 이해되지 못하며, 창조에 이르기까지 많은 시간이 걸린다. 그래서 창조자는 용기가 필요하다. 절대적으로 입증 가능한 대상이 아니라면 창조자의 개척에 의하여 창조 가치의 인정 여부가 결정될 것이며, 그 창조자의 창조결과가 유의미하고 실현 가능하게 되어 결국 역사의 방향을 바꿀 수 있게 되는 것이다. 그래서 창조는 모험이다.



[그림 3] 창조 결과의 인정

창조자들의 창조는 많은 시간과 노력, 협동을 요하기 때문에 실패했을 경우의 손실이 크지만 창의적 발상은 실패의 개념조차도 없다. 왜냐하면 발상은 모의실험이기 때문이다. 완성품이 나오기 전까지 모의 실험은 완성된 결과가 아니므로 실패를 논할 수 없다. 디자이너들의 초기 작업인 발상은 수없이 되풀이하여도 그리 무더져지 않는다. 따라서 디자이너들은 용기를 가지고 마음껏 상상(시뮬레이션)하여야 한다.

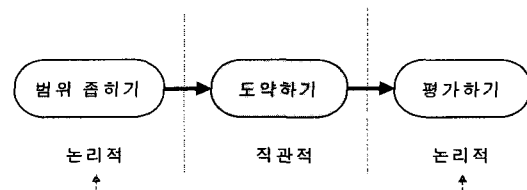
2-5 창조의 과정

왜 창의적 발상을 하여야 하는가? 그것은 뭔가 풀고자 하는 문제가 존재하기 때문이다. 문제의 해결책을 떠올리는 것이 창의이고, 문제를 해결해 나가면서 새로운 대안을 내놓고 그것을 실현시키는 것이 창조이다. 이러한 관점에서 본다면 창조는 문제 해결이다. 따라서 창조의 과정은 문제해결과정과 동일하다.

일반적인 문제해결과정은 문제인식으로부터 시작하여 현상 분석, 대안수립, 의사결정의 순으로 진행된다. 하지만 창조의 과정을 위의 과정으로 대입시키기는 쉽지 않다. 뭔가 과정이 없는 직관적인 것이 창조라는 단어와 어울리는 듯 하기 때문이다. 하지만 자세히 창조자 자신의 작업을 뜯어보면 자신도 모르게 그러한 과정을 따르고 있었음을 알 수 있다. 물론 앞서 말한 문제해결과정은 논리적으로 구성되어 있을 뿐 실제로는 그 과정이 순서대로 이루어지지 않는다는 많은 피드백이 이루어지고 때로는 각 단계들이 동시에 이루어지기도 한다. 그래서 문제해결 과정은 개념적이다.

존스(Jones, Christopher)가 제시한 분산(divergence), 변환(transformation), 수렴(convergence)이라는 3단계는 개념적인 문제해결 과정의 핵심을 잘 표현하고 있다. '분산'은 현상분석을 통하여 가능한 대안의 수를 늘리는 과정이면서 대안이 되지 못할 내용을 제외해 나가면서 초점을 맞추는 '범위 좁히기'의 개념도 담고 있다. '범위 좁히기'에서 사용되는 방법이 논리적인 반면 '변환'은 비논리적이다. 논리적으로 현상을 분류하고 찾아낸 가능성의 맥을 다양하게 직관적으로 조합하고

기존의 상태와는 다른 것을 만들어내는 과정이다. 이때 논리적인 전개는 더 이상 구체적인 모습이 보이지 않는 벽에 부딪치며 이를 극복하기 위하여 벽을 뛰어넘는 '도약하기'가 필요하다. 여태까지의 논리적 결과를 의도적으로 외면하고 불가능한 상상을 거듭하면서 새로운 조합을 만든다. 몇가지 대안이 만들어지면 창조자는 다시 냉정을 되찾아야 한다. 각 대안이 앞서 논리적인 현상분석의 결과로 만들어진 조건을 충족시키는 지 논리적으로 평가한다. 앞의 발산과 변형을 통해 펼쳐진 범위는 이제 수렴된다. 이러한 과정을 거치면서 새로운 대안이 창조되며 그 과정은 논리적인 전개와 직관적 전개의 복합체이다.



[그림 4] 창조의 과정

최근의 문제들이 처한 상황은 매우 복잡하다. 모든 문제가 시스템의 일부로서 독립적이지 않다는 것이 확실해 졌으며 최근의 기술적 발전으로 인하여 그런 통합적 상황은 가속화되고 있다. 이런 측면에서 문제해결의 논리적 방법들은 매우 중요한 창조의 방법이 되어가고 있다. 직관적 방법이 도약하기의 핵심으로 가장 창의에 대한 일반적 관념에 걸맞는 것일 수 있으나 그것만 가지고는 창조를 이룰 수 없다.

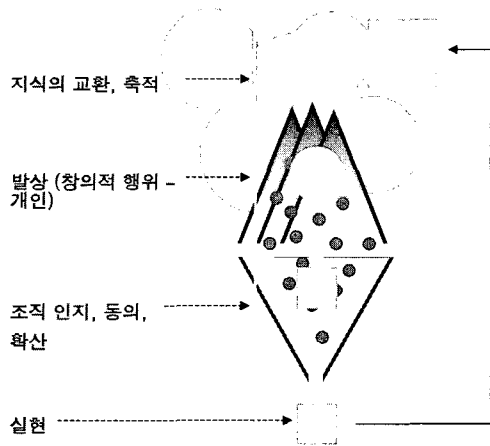
2-6 창의 발현과 창조의 실현

신선한 생각을 떠올리는 창의성은 개인적으로 발현되기 쉽다. 그 이유는 개체의 단일성으로 인하여, 직관적으로 요소들 간의 연결고리를 의미 있게 만드는 작용이 더 용이하게 이루어지기 때문인 것 같다. 이러한 개인의 창의성 발현이 더욱 용이하도록 하기 위해서 주로 언급되는 것이 풍부한 주변환경과 자유로운 분위기, 집중, 그리고 의미 있는 일을 하는 데에서 오는 만족감이다. 창의성을 물질적으로 보상하면 결국 창의성을 감소시키는 결과를 낳는다는 연구결과 등도 있다. 자신이 찾은 의미가 남이 부여하는 물질로 대체되면서 결국 내적 요인이었던 의미가 사라지기 때문이다. 이러한 환경을 조성함으로써 개인의 창의성은 증대된다.

이러한 창의성을 창조적 결과로서 연결시키는 작업은 창의성 발현과는 좀 다르다. 시스템 적으로 복잡해진 문제의 해결을 위해서도 개인적 발상의 힘만으로는 대처할 수 없다. 또한 비교적 단순한 일이라도 과정에 따라서 여러 사람이 모여 일정부분을 분담하고 협력할 필요가 있다. 뭔가 새로운 결과가 나오기 위해서는 관련자들의 관점이 통합되어야 하고 그래서 조직문화의 힘을 고양시키는 공유가치(shared value)가 중요시된다. 물론 창의성 발현은 창조과정의 매순간마다 이루어질 수 있다. 하지만 창조하기 위해서는 조직내 모든 개인의 창의성이 잘 발현될 수 있도록 환경을 조성해주면서 이러한 과정이 잘 관리되어 개별 창의성이 조화될 수 있도록

4) Jones, J.C.(1980), Design Methods: seeds of human futures, J.Wiley

해야 한다. 그래서 관리와 구별되는 경영이 중요한 요소로 떠오르는 것이다.



[그림 5] 창조의 과정 중 개인과 조직의 역할

3. 디지털 시대의 도래와 창조

3-1 과학기술과 창조

물질적인 인간 문명의 형성은 도구를 사용할 줄 알고 도구를 창조할 수 있는 인간 능력에 힘입은 바 크다. 농업혁명, 산업혁명의 주역은 바로 도구와 기술 그리고 제도였다. 창조의 과정 중 첫 단계인 지식의 축적을 통하여 도구와 제도를 만들고 그것을 다듬어 나간다. 농업혁명을 가능하게 한 것은 계절, 식물, 토양에 대한 지식의 형성과 개간할 수 있는 도구의 발명, 집단과 제도의 확립 등이 있고 이를 통해 사람들의 가치관 역시 새롭게 구성되었다. 이런 과정은 단번에 이루어진 것이 아니며 지속적인 기술적 개선이 이루어지고 과학이라는 형식으로 지식화 되어 나갔다. 이 과정에서 인간의 창의는 매 순간마다 새로운 발상을 가능하게 하고, 창조의 과정을 통하여 그것은 지속적으로 개선되고 확립되는 것이다. 창의와 창조가 없었다면 산업혁명과 현재의 정보혁명에 이르기까지 그 견인차 역할을 하는 과학과 기술은 그 어느 것도 불가능했을 것이다.

인간의 창조성은 도구와 기술의 발전을 주도하지만 반대로 창조성이 그것에 의해 제한되고 영향을 받는 것 역시 사실이다. 일반적으로 특정 상황에 익숙해질수록 사람은 새로운 시각을 갖기가 어려워진다. 이와 마찬가지로 사용자가 도구와 기술, 제도에 대한 이해와 숙련을 갖추면 갯출수록 새로운 시각을 얻기 위한 노력이 계속되지 않는 한 창조적인 작업을 하는 것은 쉽지 않다. 반면 창조적인 작업이 가능하기 위해서는 일정 수준의 숙련에 도달하여 암묵적 지식의 내면화가 이루어져야 하므로 양쪽을 병행하는 것은 매우 어려운 문제이기도 하다.

또한 창조의 산물을 내기 위하여 과학과 기술은 그 한계점을 명확히 해준다. 상상은 가능하지만 실현은 기술적 한계

이내에 머물게 된다. 창조는 당시의 과학과 기술의 수준 이내로 제한된다.

과학적 도그마는 기술적 제한보다 더 깊이 창조에 영향을 미친다. 과학은 지식과 마찬가지로 일종의 세계관을 형성한다. 과학은 이성적이고 절대적인 것으로서 '진실'과 '거짓'으로 구성되어 있는 순수한 것이라기보다 마치 이데올로기처럼 '좋고', '나쁨'으로 구성되어 있다고 한다. 이러한 패러다임은 근본적으로 창의적 사고와 창조적 과정에 영향을 미친다.

창조에 영향을 미친 기술적 진보로서 그림은 매우 중요한 위치를 갖고 있다. 상황을 묘사하는 기술로서 그림 그리기는 글자의 사용 이전부터 있었다는 것이 정설이다. 그림 그리기는 글로써 불가능한 의사전달을 가능하게 한다. 또한 손과 머리의 협응에 의하여 보다 폭넓은 생각의 전개를 가능하게 한다. 인간 감각의 70% 이상을 점유한다는 시각을 통하여 파악하는 모든 이미지를 사실적으로 표현할 수 있는 매우 유용한 기술이다. 또한 그림은 추상회화가 나타나기 오래 전부터 추상의 가능성을 내포하고 있었다. 인간이 인지한 이미지를 함축하여 새로운 개념으로 표현해내는 기술을 통해 인간의 사고 작용은 큰 발전을 볼 수 있었다. 그림을 더 정교한 도구로 만들어낸 기술로서 투상법의 등장은 매우 획기적이었다. 그림이 갖고 있는 추상성이 때로는 의미전달의 불명확성을 줄 수도 있기 때문에 일종의 약속으로서 등장한 도면작성법 역시 과정으로서의 창조를 유지하는데 큰 역할을 하였다.

3-2 디지털 시대의 위기

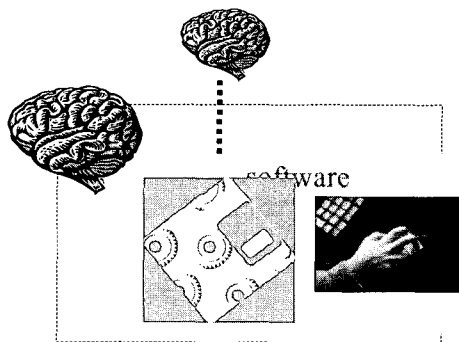
디지털은 현 시대를 표현하는 매우 중요한 단어이다. 새로운 경향을 표현하기 위하여 디지털을 접두어로 사용하는 관행이 유행과도 같이 번지고 있는 시점에서 이 용어는 확실히 인간 삶의 형식을 바꾸고 있다. 특히 디지털의 특징인 정보의 비트화로 인해 대상의 무한 복제가 가능해진 것이 창조성에 미치는 영향은 매우 크다. 사포(Saffo, P.)가 "방탕한 복제 기계"라는 말로 표현하는 바와 같이 과거 독창성을 근본으로 하는 창조성의 개념은 변화될 수 밖에 없는 현실에 처해 있다. 이제 오직 하나뿐인 독자적인 것은 거의 존재하지 않는다. 대부분의 정보들이 인터넷을 통해 유통되고 디지털 카메라로 기록되며, 아직 기술적으로 미비한 점은 있지만 입체까지 3D 스캐닝을 통해 복제된다. 최근 인간 복제에 성공하였다는 한 회사의 발표는 인간의 근본적인 문제까지 건드리고 있는 것이다. 진짜와 가짜가 무의미해지는 것을 논하는 것은 오히려 과거의 위작 시비에서나 적당한 것이며 이제는 오히려 복제를 적극적으로 긍정적으로 평가하는 것이 창조에 더욱 도움이 되는 것이 아닌가 한다.

이런 관점은 어떨까? 복제되면 그것은 가치를 잃는 것이 아니라 오히려 그 가치가 더욱 확대된다는 관점이다. 물론 그 과정에서 원작자가 누구인지는 소실되었지만 그 내용 만은 현재 구축되어있는 정보고속도로를 타고 급속도로 확산된다. 창조의 결과가 보호되어야만 한다는 관점은 창조의 결과가 창조자에게 보상의 모습으로 돌아와야 한다는 것을 의미한다. 하지만 이제는 더 이상 그것을 주장하는 것이 무의미한 시대로 들어서고 있는 것은 아닌가? 이제 창조의 새로운 관점을 시급히 정립해야 할 때인 것 같다.

3-3 디지털 기술과 디자인

과거와 달리 컴퓨터의 도움을 받는 디자인이 날로 각광받고 있다. 때로 이것이 '컴퓨터디자인'이라는 혼란스러운 용어로서 사용되기도 하여 '컴퓨터를 디자인하는 것인지' 하는 오해도 불러일으키고 그것이 마치 새로운 분야인양 사용되기도 한다. 컴퓨터는 마치 과거의 연필과 종이와 같이 하나의 도구이지만 확실히 다른 도구이다.

컴퓨터는 소프트웨어와 하드웨어로 구성되어 있다. 과거의 연필과 종이와 하드웨어였던 것에 비한다면 이제 소프트웨어라는 새로운 개념의 도구가 포함된 것이다. 소프트웨어는 새로운 표현을 가능하게 하기 때문에 디자인은 작업의 상당부분을 그것에 의존하게 된다. 소프트웨어가 디자이너들이 필요로 하는 작업의 과정과 내용이 무엇인지 아는 어떤 제작자에 의해 만들어지는 것을 보면, 소프트웨어 디자이너의 작업이 디자인 과정 속에 포함됨을 알 수 있다. 즉, 과거 디자이너 작업의 상당부분이 소프트웨어 디자이너의 작업으로 대체되는 것이다. 그래서 소프트웨어에 대한 숙련도가 낮을수록 디자인 결과물은 비슷한 모습을 보이게 된다. 이제 디자이너의 독자적 창조물이라고 할 수 있을 까하는 의문이 들 정도로 소프트웨어 디자이너의 작업은 디자인 결과에 깊이 개입하고 있는 것이다. 과거의 도구인 연필은 그렇지 않았다.



[그림 6] 소프트웨어 디자이너의 개념

앞서 말한 소프트웨어는 차츰 사용하기 쉬워지면서 '일반인의 디자인화'를 촉발시키고 있다. 누구나 컴퓨터와 인터넷을 사용할 수 있는 사람이라면 소프트웨어의 힘을 빌려 디자이너가 만들어내는 이미지를 매우 손쉽게 복제할 수 있고 또 자신의 마음에 맞게 수정할 수 있다. 1-2년 남짓의 교육으로 십수년의 경험을 가진 디자이너의 작업에 비견할 만한 것을 만들어내는 것은 아직 어려운 일인지 모른다. 하지만 단순한 이미지를 만들어내는 것을 손쉽게 따라하면서 디자이너라는 명함을 내밀면, 디자인 소비자는 그 둘간의 차이를 제대로 인지하지 못한다. 현재 국내 디자인계가 수입료 문제로 인하여 혼란스러운 상황을 맞고 있는 것의 내면에 자리잡고 있는 이유는 바로 이런 품질의 차이를 가늠할 수 없기 때문이다.

로봇공학자들은 가장 인간다운 로봇을 만드는 것이 그들의 궁극적인 목표라고 한다. 영화를 비롯한 여러 상상 속에서 로봇은 인간을 대신하여 인간다움이란 무엇인가를 되묻는 존재로까지 묘사되고 있다. 최근의 편재 컴퓨팅 (ubiquitous

computing) 기술은 주변의 모든 것들을 지능 있는 물건으로 만들면서 우리 인간의 영역을 넘보고 있다. 그림 그리는데 로봇이 이미 어린 학생들도 접할 수 있는 대중적인 것이 되어있는 현실에서 디자인 로봇이라는 것이 곧 등장할 지도 모른다.

이제 디자이너의 정의도 새롭게 만들어져야 하고 '디자인'이라는 직업에 대한 정의 역시 마찬가지이다. 디자이너들이 직관에 의한 형상의 창조를 자신의 주 종목으로 삼는 한 앞서 말한 가치절하는 계속될 것이다. 직관에 의한 창조 즉, 상황과 연결되지 않은 창조는 오히려 예술가들의 몫일 것이다. 그들은 고통 속에서 극적인 창조물을 탄생시킨다. 하지만 디자이너는 일반인이고, 디자인의 결과물이 극적이어서는 안된다는 것은 주지의 사실이다. 이제 디자인은 보다 근본적인 곳으로 돌아가야 한다. 근거가 미약한 형태의 참신성은 그만큼 존재 이유도 약할 수 밖에 없다. 맥락에 근거한 디자인을 주목해야 한다.

3-4 디자인 : 창조의 방법론

디자인의 영역은 형상(shape)만들기만으로 이루어져 있지 않다. 최종적으로 나타나는 형상이 디자인에서 중요한 이유는 2가지이다. 한가지는 현재의 생산, 유통, 소비구조에서 형상의 매력이 판매에 미치는 영향이 크기 때문이다. 최근 이미지 시대에 접어들어 그 영향은 더욱 커지고 있으며, 산업계가 디자인을 중시하는 이유는 바로 그것 때문이다. 다른 한가지는 형상이란 바로 디자인 창조의 결과물이며 디자인 과정의 끝이기 때문이다. 디자인을 진행하는 과정 중에 고려한 모든 개념들이 그 최종 결과물에 녹아들어 표현되어야 하기 때문이다. 따라서 형상은 시각적 매력을 부가적 요소로 담고 있을 뿐이며 궁극적으로 디자인의 과정을 거친 결과 자연스럽게 나타나며 그 목표를 수행할 수 있는 당연한 모습 그 자체여야 한다. 이것이 형상에 부여되어야 할 실제 이유이다.



[그림 7] 디자이너의 능력

노나카 이쿠지로(Ikujiro, N.)는 디자이너의 능력으로서 개념화능력과 추매(매개)능력, 시각화(형태화)능력의 세가지를 들고 있다.⁵⁾ 개념화란 디자인 결과물이 의미 있는 작용을 할 수 있는 개념을 만들어내는 능력을 말한다. 추매능력은 미래를 상상하는 힘, 새로운 것을 제시하는 힘을 바탕으로 조직적인 창조의 과정에서 구성원들에게 활력을 불어넣고 창조의 추진력을 부여하는 힘을 의미한다. 시각화 능력은 머리 속의 개념을 실체화하고 그 개념을 의사소통이 가능하도록 만드는 힘이다.

새로운 개념을 만들고 그것을 구체적으로 제시하며 실현 가

5) • Nonaka, I.(1996), 知力經營, 日本經濟新聞社, 나상익 역(1998), 지식경영, 21세기북스, p.263

능하도록 의사 소통해 나가는 것은 곧 창조를 진행하는 방법이다. 그래서 '디자인은 창조의 방법론'이라는 명제가 가능해진다. 디자이너들이 학교에서 배우는 것은 창의적 발상을 연습하고 단계별로 새로운 것을 만드는 과정을 반복 숙달시키는 것이다. 즉, 창조의 과정을 몸에 익히고 있는 것이다. 이런 과정을 통해 디자이너는 창조자로서의 능력을 갖추게 된다.

디자인의 원래 의미는 '계획'이다. 현재 디자인은 예술과 유사한 것으로 취급되거나 형상 만들기과 같은 제한적인 영역으로 오도되고 있다. 그 결과 이미지 중심의 디지털시대에 적용하지 못하고 그 의미를 상실하고 있는 것이다. 하지만 디자인의 원 뜻인 계획을 바탕으로, 앞으로 그 중요성이 더해갈 창조의 방법론으로서 역할을 하는 본연의 모습으로 돌아간다면 디자인의 정체성은 보다 확고해질 것이다.

4. 결 론 : 창조의 주체

미첼(Mitchell, W)은 다음과 같은 말로써 기계가 도구임을 명확히 하고 인간 창조성의 중요함을 언급하고 있다. "만약 손으로 그려진 선이라 해도 그것이 예술적 기교가 아닐 수 있고, 컴퓨터를 이용해서 그려도 기술적인 것이 아닐 수 있다. 종이 위에 흑연으로 직접 그리는 음극선 튜브 표면에 전자광선으로 흔적을 내든, 주요한 것은 왜 그곳에 그 선을 그어야 하는지, 그리고 목적에 맞는 가장 효과적인 방법이 무엇인지를 알아야 한다는 것이다." 결국 중요한 것은 사람 이해하고 있는 '사람' 디자이너가 '왜'와 '어떻게'를 창의적으로 결정하는 것이다.

사람은 매우 감성적이면서 연약한 존재이다. 그동안 기계문명과 과학에 대한 경외감으로 인하여 보다 완벽한 존재가 되기 위하여 노력해 온 바, 결국 사람의 특성은 무시되어 왔다. '느낌'의 가치에 대한 재인식 등은 이러한 문제를 인식하고 인간중심의 세계를 만들고자 하는 노력들이다. 기계는 감성과 연약함을 숫자로 인식한다. 하지만 사람들처럼 가슴 속에서 울리는 느낌으로 그것을 이해하지 못한다면 기계가 만들어 낸 색다른 것은 전혀 의미를 갖지 못할 것이다. 뭔가 새로운 것을 만들어 내더라도 그것이 사람에게 의해 의미 있는 것으로 판단되지 않는 한 그것은 창조가 아니다. 즉, 기계는 결코 창조의 주체가 될 수 없으며 창조의 주체는 바로 인간이다. 생각하는 인간(homo sapiens)처럼 창조하는 인간(homo create?) 라는 용어를 만들어내는 것이 필요할 수도 있을 만큼 그것은 인간의 보편적 특성이다. 그런 인간의 보편적 특성을 보다 전문화한 직업으로서 디자이너를 창조 과정의 전문가라고 칭할 수 있을 것이며, 디자이너는 디지털 시대에 걸맞는 능력을 확보하기 위하여 개념화, 촉매, 시각화의 3대 능력을 더욱 강화시키고 확산시켜 나갈 것이 요구되고 있다.

참고문헌

- 오창섭(1997), 디자인과 키치, 토마토
- Berger, P., The Social Construction of Reality, 박충선 역 (1989), 지식형성의 사회학, 기린원
- Drucker, P. (1977), Breakthrough Thinking, Harvard Business School Press, 현대경제연구원 역(2000), 현상들과의 사고력, 21세기 북스
- Heller, S. (1998), Looking Closer 2, Allworth Communications, 장승원 역(1998), 왜 디자이너는 생각하지 못하는가 2, 도서출판 정글
- Kelley, T. (2001), The Art of Innovation, Currency and Doubleday
- Kim, L. (1997), Imitation to Innovation, 임윤철 외 역(2000), 모방에서 혁신으로, 시그마인사이트컴
- Michalko, M. (1998), Cracking Creativity, Ten Speed Press, 박종안 외 역(2001), 아무도 생각하지 못하는 것 생각하기, 푸른솔
- Mitchell, T. (1996), New Thinking in Design : Conversation on Theory and Practice, Van Nostrand Reinhold, 김현중 역(1999), 혁신적인 디자인 사고, 도서출판 국제
- Mitchell, T. (1993), Redefining Designing : From Form to Experience, Van Nostrand Reinhold, 한영기 역(1996), 다시 디자인이란 무엇인가 1, 도서출판 청람
- Mitchell, W. (1995), City of Bits: Space, Place, and the Inforbahn, MIT press, 이희재 역(1999), 비트의 도시, 김영사
- Mitchell, W. (1995), Digital Design Media, Van Nostrand Reinhold, 김인환 외 역(1997), 디자인정보론, 기문당
- Mumford, L. (1952), Art and Technics, Columbia Univ. Press, 김문환 역(1999), 예술과 기술, 민음사
- Naisbitt, J. (1999), High Tech High Touch, Leighco, 안진환 역 (2000), 하이테크 하이터치, 한국경제신문
- Nonaka, I. (1996), 知力經營, 日本經濟新聞社, 나상익 역(1998), 지식경영, 21세기북스
- Osborn, A. (1963), Applied Imagination : Principles and Procedures of Creative Problem-Solving, Charles Scribner's Sons, 신세호 외 역(1984), 창의력 개발을 위한 교육, 교육과학사
- Robinson, A. (1997), Corporate Creativity : How Improvement and Innovation Actually Happen?, Berrett-Koehler, 장재윤 외 역(1999), 기업의 창의력-혁신과 개선은 실제로 어떻게 일어나는가?, 지식공작소
- Roukes, N. (1988), Design Synectics, Davis Publications, 김미지 외 역(1998), 창조적 디자인 감각 깨우기, 도서출판 헤엄
- Strosberg, E. (1999), Art and Science, Unesco, 김승운 역 (2001), 예술과 과학, 을유문화사
- 湯川秀樹(유가와 히데끼), 市川龜久彌(이찌가와 기꾸야)(1969), 生きかいの創造, 雄渾社, 강신후 역(1973), 창조공학, 전파과학사