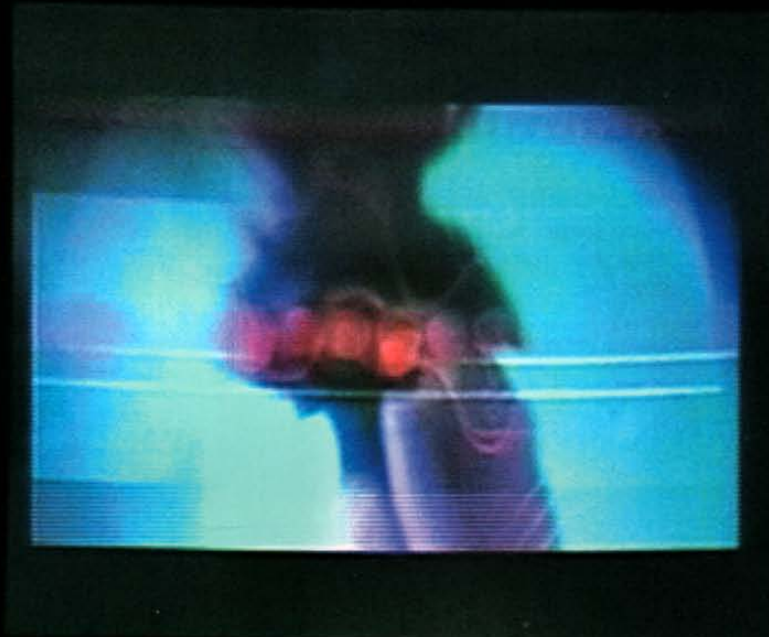


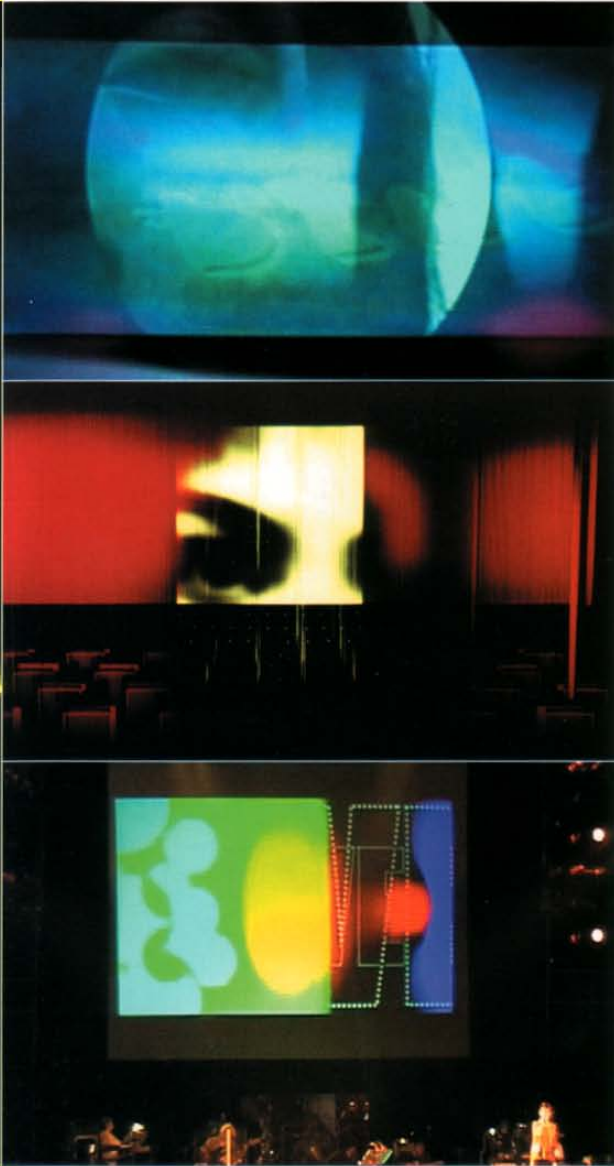
가상과 현실의 벽을 허문다,

프리뷰 디지털 디자인

preView



Preview Digital Design was founded in the autumn of 2000 by Professor Tanja Diezmann, interface design expert, and Tobias Gremmler, cross media branding specialist. The two partners have been breaking the boundaries between various media, thus, exploring the channels between the virtuality and the reality. Preview Digital Design invites users to maximum experience at the real virtuality.



홍콩 오딧세이 2001(Hongkong Odysee 2001) / 디지털 설치

2001년 홍콩에서 열린 미래의 비전을 위한 문화행사(Festival of Vision) '홍콩 안의 베를린'(Berlin in Hongkong)의 마무리인 라이브 콘서트에서 '홍콩의 오딧세이'라는 주제로 연출한 라이브 이미지 쇼이다. 홍콩의 예술가 그룹인 주니(ZUNI)와 공동으로 작업했다. 현지에서 5일간 행사현장과 주변풍경을 담은 비디오와 디지털 이미지들을 수집해 그 자리에서 모션그래픽을 제작했다. 이 400개의 비디오 샘플들은 디렉터 베이스 엔진과 프리뷰가 개발한 비디오자카엔진(VJ-engine)이 설치된 2대의 파워북에서 각각 6개의 시그널 채널을 통해 이미지를 비디오 믹서기에 전송함으로써 12개의 이미지가 동시에 중첩 투사되는 방법을 이용했다. 공연에 참가하는 가수들의 음악에 맞춰 이미지가 변화되는 라이브 믹스 쇼를 보여주었다.

한편 2002년에는 근대 건축가 '미스 반 데어 로에 찾기(Looking for Mies)'라는 제목으로 건축과 연기자의 행동을 리스한 미디어 스테이징(media staging) 작업을 선보였다.

흔히 디지털과 인터넷 세계를 이야기 할 때 '가상현실(virtual reality)'이란 말을 사용한다. 현실처럼 만들어진, 현실이 아니지만 현실을 복제한 또 하나의 세계로서 말 그대로 가상의 세계를 의미한다. 그러나 프리뷰 디지털 디자인(pReview Digital Design: 이하 프리뷰)의 목표는 아이러니지만 가상현실(virtual reality)이 아닌 '진정한 실제'로서 가상세계(real virtuality)를 구축하는 것이다. 가상세계를 더 정교한 현실 복제판으로 만드는 것, 즉 세상을 컴퓨터라는 세계 안에 구겨넣는 것이 아니라 거꾸로 디지털 기술을 컴퓨터에서 끄집어내는 것, 그것을 현실로 옮겨 우리의 문화로 만들어으로써 또 하나의 실제(real virtuality)로 구축하는 것이다.

디지털 기술의 잠재력 '가변성'

"미래에 성공을 좌우하는 열쇠는 디지털과 오디오 및 비주얼을 기반으로 한 커뮤니케이션 기술 속에 잠재된 가능성을 바로 아는 것이다."라고 프리뷰는 말한다. 기존의 아날로그 모델을 디지털로 단순히 복제 및 탈바꿈하는 것은 우리 삶의 공간을 디자인하고 만들어가는데 아무런 의미가 없다는 것이 프리뷰의 입장이다.

예를 들어 아날로그 방식인 책이나 인쇄물의 경우 물리적으로 한 곳에만 존재할 수 있고 어떤 문제에 대한 답을 미리 제시하고 있는 구조적 특성을 지닌 반면, 디지털 세계는 여러 장소에 동시에 존재(구축)할 수 있고 이들이 서로 연결되어 영향을 미칠 수 있는 점(상호작용)이 큰 특징이다. 디지털 세계에서는 어떤 문제나 질문에 대한 답은 질문을 하는 순간 만들어지는(생겨나는), 다이내믹하고 개별적(individual)이며 조정 가능(navigable)한 특성을 지닌다. 이런 특성들을 고려하지 않았거나 제대로 작동하지 않아서 여러 길을 방방 돌아다녀야만 한다면 이는 디지털 기술을 제대로 반영하지 못했다고 보는 것이다.

디지털과 현실의 접경

프리뷰가 하는 작업들은 디지털 기술의 특성이 콘텐츠마다 제대로 활용될 수 있도록 틀과 기술을 잡아서 다듬어주는 것이다. 따라서 프리뷰가 작업하는 범위는 디지털 세계와 현실 세계가 만나는 접경지역에 걸쳐 있다. 모니터 스크린이나 웹 사이트, 모바일 기기들의 디스플레이 등의 인터페이스 디자인에서부터 움직이는 이미지 작업인 모션그래픽(motion graphic), 모든 미디어의 특성을 서로 연결해 만들어내는 크로스 미디어(cross media), 디지털 이벤트나 뉴미디어 이벤트 등의 디지털 문화(digital culture)를 위한 비주얼 작업 또는 비주얼 커뮤니케이션에까지 이른다. 뿐만 아니라 효과적인 비주얼 커뮤니케이션을 위한 소프트웨어 자체를 개발하기도 한다.

디자이너는 사용자 중심의 '문제 해결사'

사용자와 사용 자체에 중점을 두고 디지털 기술을 좀 더 매력적인 것으로 만들자는 것이 바로 프리뷰 작업의 기본 바탕이다. 사용자 중심의 문제 해결을 위해서 프리뷰는 철저한 조사를 거친다. 인터페이스 디자인의 경우를 예로 들면, 새로 개발된 웹 사이트를 론칭하기 전에 약 2주간 자체 실험실에서 6~10명 정도를 대상으로 실험한다. 테스트하는 사람들은 하나의 과제를 받고 사이트나 시스템을 이용해 이를 해결하게 된다. 이때 관련 설문지의 문항을 체크해 나가고 테스트가 끝나면 전문가와 이에 대한 상담을 해 정보를 수집한다. 또한 실험실에 설치된 카메라가 사람들의 눈동자 움직임뿐만 아니라 마우스 조작방법, 횡수, 실수 빈도수, 작업시간, 다음 사이트로 넘어가는 길 등을 관찰한다. 이렇게 수집되고 평가된 자료를 바탕으로 사용자에 편리한 인터페이스 디자인이 이루어지는 것이다.

인터페이스 디자인 과정에서 볼 수 있듯이 디자인이란 단순히 겉모습이 예쁜 디지털 공간을 만드는 것이 아니라 철저하게 사용자를 중심에 두고 문제를 풀어가는 것이다. 따라서 프리뷰에게 디자이너란 '문제 해결사'를 의미한다.

설립 2년이 지난 프리뷰이지만 연구, 경제, 문화 등 다방면에 걸쳐 디지털 디자인 프로젝트를 진행해 왔는데 그 활동 영역은 리서치, 디자인 카운셀링, 크로스미디어 디자인, 인터페이스 디자인, 모션그래픽, 뉴미디어 이벤트, 디지털 컬처 등의 분야를 넘나든다. 프리뷰가 디지털 디자인 전문 회사로서 명성을 쌓게 한 프로젝트들로는 아리스톤 픽처스(Ariston Pictures), 게이트 5(Gate 5), IBM, 캥거루넷(KangarooNet), 픽셀파크(Pixelpark), 베를린의 브레히트 하우스(Brechthaus), 빈의 다비전 미디어 페스티벌(Division Mediafest), 인터미디움 1(Intermedium 1), 홍콩의 페스티벌 오브 비전(Festival of vision), 카를스루에(Karlsruhe)의 미디어 미술관(ZKM) 등이 있다.

프리뷰 디지털 디자인의 주요 영역

인터페이스 디자인(Interface Design)

디지털과 현실이 만나는 디스플레이, 웹 사이트, CD-ROM, GUI(Graphic User Interface), 위치기반서비스(LBS: Location Based Services), 컴퓨터 지원 협동 작업 시스템(CSCW: Computer Supported Cooperative Work) 등을 사용자에게 편리하고 기능적으로 만들어주는 디자인 분야. 프리뷰의 경우는 사용자성 평가(Usability Test), 인체공학적 연구(Ergonomic Study), 베타 테스트(Beta Test), 컨셉트 설정 등의 리서치 프로그램을 통해 사용자가 원하는 정보를 빠르고 손쉽게 찾아낼 수 있는 정보구조와 체계(Information Architecture)를 만들어 간다. 프리뷰의 인터페이스 디자인 리서치 프로젝트들의 특징이자 핵심은 '내비거블 스트럭처(Navigable Structure)'를 만들어내는 것으로서 이는 빠르고 손쉬운 개인 맞춤형 정보체계를 구축하기 위한 바탕이 된다.

내비거블 스트럭처(navigable structure)

프리뷰의 설립자인 탄아 디츠만 교수는 디지털 세계를 '내비거블 스트럭처'라는 개념으로 규정한다. 내비거블 스트럭처란 인터페이스와 비주얼 처리한 데이터 구조를 서로 밀접하게 엮어서 필요에 따라 이를 이용하는 개개인들의 보다 세분화된 행동과 질문들에 대해 신속하고 구체적이며 효과적으로 반응하고 변형되는 시스템 구조를 뜻

한다. 이러한 구조를 찾아내기 위해 프리뷰는 여러가지 기술을 이용해 오랜 기간에 걸쳐 리서치 및 테스트 과정을 거친다.

모션그래픽(Motion Graphic)

우리가 흔히 동영상이라고도 말하는 모션그래픽은 일러스트레이션, 판화, 편화, 픽토그램, 타이포그래피, 포토그래피 등 전통적인 그래픽 분야와는 작업 방식이 다르다. 디지털 기술을 이용해 이미지들을 흔들고, 분해하고, 겹치게 해서 움직이는 이미지(그래픽)를 만들어낸다. 현재 텔레커뮤니케이션(telecommunication), 엔터테인먼트(entertainment), 인포메이션 테크놀로지(information technology) 등 백-엔드(back end) 분야의 기술은 매우 발달되어 있지만 콘텐츠 디자인 부분 즉 프론트-엔드(front end) 부분은 많이 뒤져 있다. 프리뷰는 인터넷이 점점 더 다이나믹해지고 텔레비전 역시 인터랙티브하게 되면 광고, 뮤직비디오, 타이포그래피 애니메이션, 스테이션 아이디(station ID; 방송국 호출부호와 허가 사항 공지를 그래픽과 음향을 동원해 규칙적으로 간단히 알리는 일로 줄여서 그냥 ID라고도 한다), 트레일러, 방송디자인 등 더 많은 모션그래픽의 장이 생겨나고 활용되게 될 것이라고 내다본다.

크로스미디어 디자인(Crossmedia Design)

인쇄물, 텔레비전, 인터넷, 모바일 디바이스 등 종류의 구분 없이 여러 미디어를 넘나들며, 인포메이션 그리고 커뮤니케이션 디자인을 만들어 내는 것을 말한다. 이를 위해서는 디자인 감각뿐만 아니라 미디어들의 특성에 대한 이론적인 지식과 이들을 움직이는 각종 기술 및 소프트웨어 프로그램들을 능숙하게 다룰 줄 알아야 한다.

디지털 컬처 및 뉴미디어 이벤트

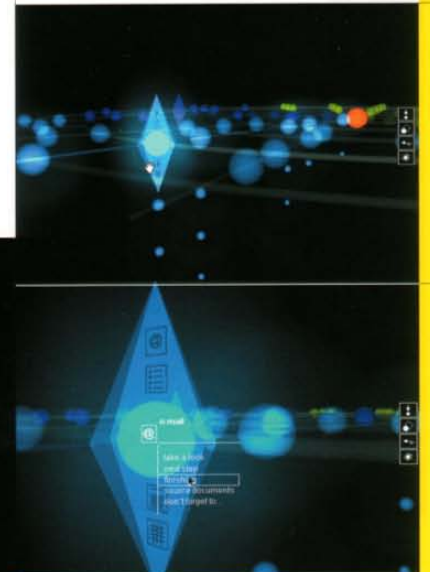
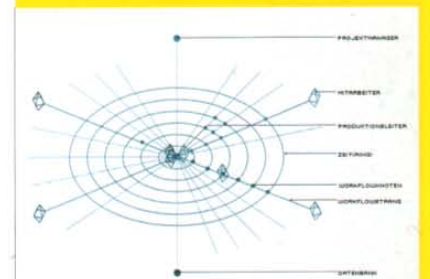
(Digital Culture / New Media Event)

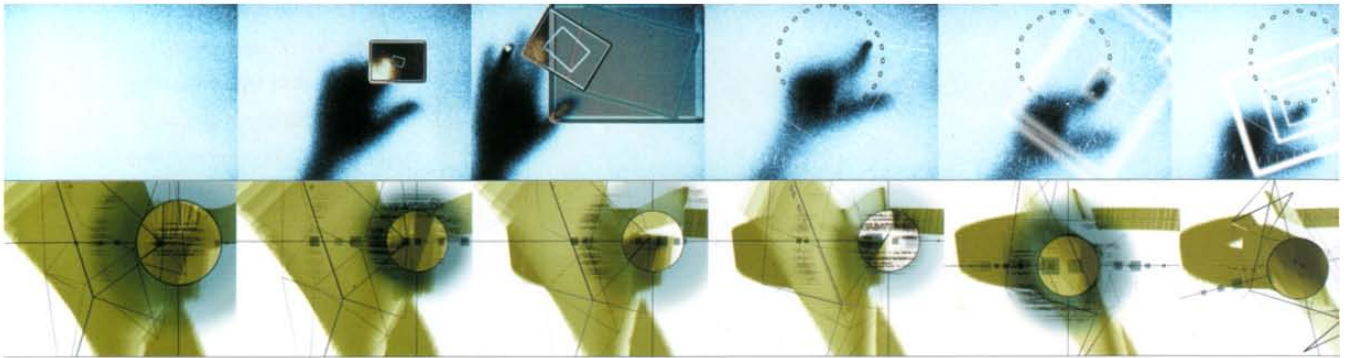
공간 속의 뉴미디어 작업, 디지털 이벤트 디자인, 전시회나 박람회의 엔터테인먼트 공간, 제너릭 비주얼(Generic Visual), 비디오 아트, 비디오자카-클럽(VJ-Clubbing) 등 이롭고 생소한 분야들이 바로 디지털을 현실 세계로 끌어왔을 때 만들어지는 디지털 문화의 장이다. 각종 문화 행사에서 하나의 미디어에서 다른 미디어로의 구조전이(Structure Tracking), 크로스 미디어, 규칙 파괴 등을 통해 색채, 빛, 음악, 리듬 등을 실시간으로 바꿈으로써 새로운 다중감각의 경험공간을 만들어 내는 것이다. 즉 파장의 특성을 이용해 소리를 색이나 이미지로 동시에 전환시키거나 움직임을 빛과 색채 그리고 음향으로 풀어 내는 등 인터랙티브한 디지털 특성을 살려 만든 이벤트들이 이 그 대상이 된다.

어드레스 비전(Address Vision) 프로젝트, 1998

/ 인터페이스 디자인 및 리서치

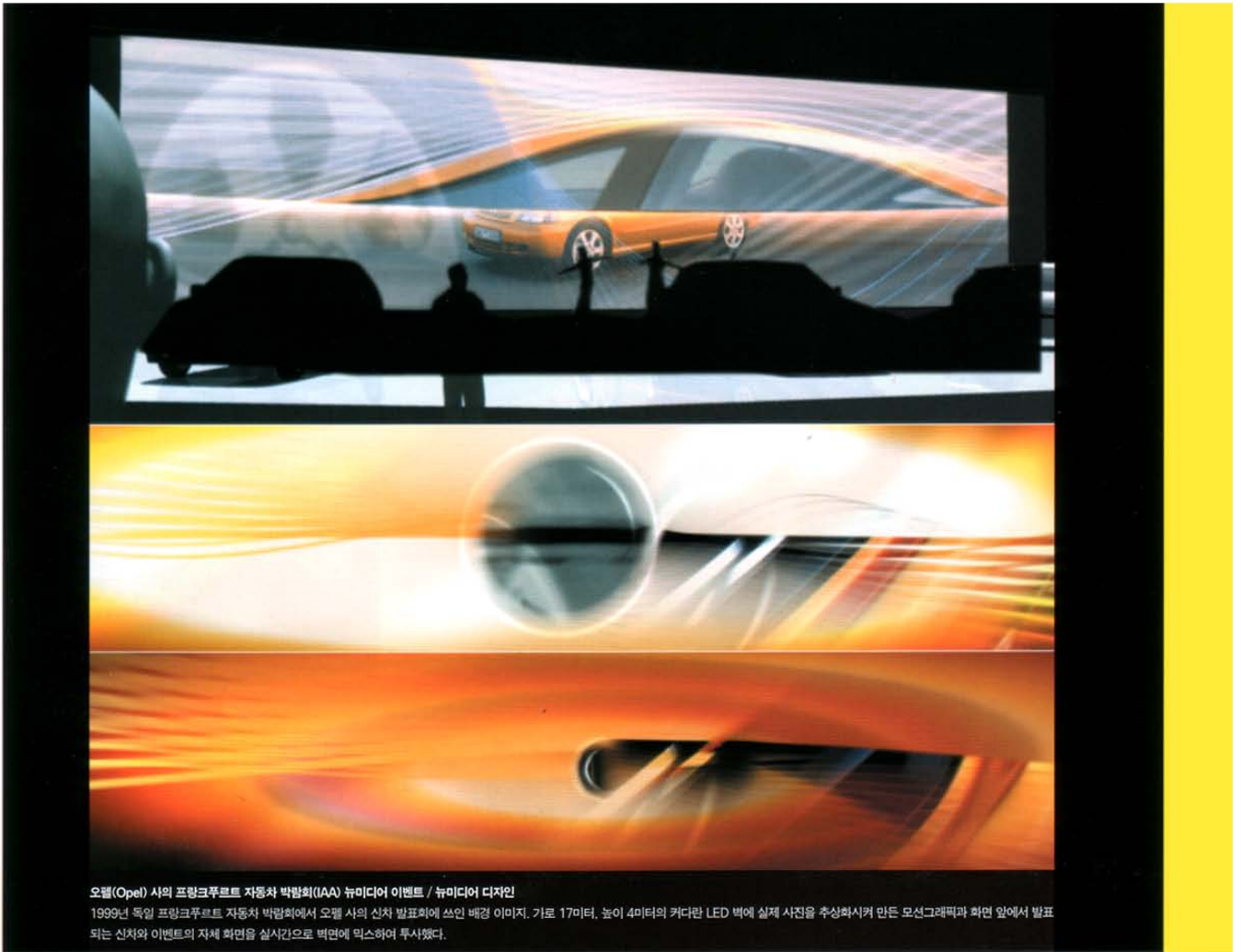
워크플로우(workflow) 관리용 소프트웨어의 제작을 위해 만든 인터페이스 스키마. 데이터의 구조와 개발 작업의 진행과정을 보여줌과 동시에 이를 조작 가능한(navigable) 인터페이스로 사용하게 해준다. 프로젝트의 팀 구성원, 시간, 작업의 흐름과 교차점 등의 정보에 '드래그 앤드 드롭(drag and drop)' 및 확대 기능 등으로 접근하여 조작, 변경, 이동이 가능하도록 한 내비거블 스트럭처로 되어 있다. 작업에 참여하는 모든 사람이 작업의 전체 진행상태를 한눈에 알 수 있을 뿐만 아니라 작업 과정에서 생겨날 수 있는 질의 및 해결 방안들이 실시간으로 이뤄짐으로써 시간을 단축하고 작업 결과의 질을 높여준다.





다이내믹스(Dynamics) 2001 / 모션그래픽 디자인

10~30초짜리 20개의 모션그래픽을 모은 프리뷰의 비디오 클립 앨범 1집. 모션그래픽 전문가인 그램라는 이 앨범을 위해 2차원과 3차원 이미징 소프트웨어 외에도 의료분야에서 단층 촬영에 사용하는 툴(tool)을 이용하였다고 한다. 프리뷰의 모션그래픽 비디오 클립 앨범 1집과 2집은 게티 이미지(Getty Images)에서 운영하는 모션그래픽 라이브러리(Motiongraphic Labrary)인 아이와이어(EyeWire: www.eyewire.com)에서 CD형태(499~599달러) 또는 클립별(25~50달러)로 판매한다. NTSC 및 PAL 방식에서 모두 사용할 수 있도록 만들었으며 로열티 지불 없이 방송사 트레일러나 문화 행사의 배경 화면 등으로 사용할 수 있다.



오펀(Opel)사의 프랑크푸르트 자동차 박람회(IAA) 뉴미디어 이벤트 / 뉴미디어 디자인

1999년 독일 프랑크푸르트 자동차 박람회에서 오펀사의 신차 발표회에 쓰인 배경 이미지. 가로 17미터, 높이 4미터의 커다란 LED 벽에 실제 사진을 추상화시켜 만든 모션그래픽과 화면 앞에서 발표되는 신차와 이벤트의 자체 화면을 실시간으로 벽면에 믹스하여 투사했다.

프리뷰가 말하는 '뉴미디어 디자인'



타냐 디츠만(Tanja Diezmann) 사진 오른쪽

1971년 생. 바우하우스가 있는 독일 데사우 인할트 대학(Hochschule Anhalt/FH, Dessau)의 인터페이스 전문 교수이다. 24세에 시간강사로 첫 임명을 하고 웹과 인터페이스에 대해 매니지먼트 트레이닝을 할 정도로 역량을 과시했다. 프리뷰를 설립하기 이전에는 베를린의 픽셀파크(Pixelpark)의 아트 디렉터로서 아디다스, 콘라트 엘렉트로닉스, 루트프 한자, 독일 텔레콤 등을 설립하기도 했다. 인터페이스 디자인이 전문인 디츠만 교수는 '내비거블 스트럭처(navigable structure)'라는 개념을 적용한 사용자 중심의 효과적인 인터페이스 디자인으로 유명하다. 2001년도 아르스 엘렉트로니카(Ars Electronica)의 넷비전(Netvision) 분야에서 심사를 담당할 것을 비롯하여 수많은 전문 행사 심사위원으로 참가했으며 전문 인그래미엄 및 국제대회 등에서 감언을 해왔다.

"디지털 미디어와 함께 하는 삶을 가능한 편안하고 쓸모있게 만드는 것이 우리의 목표이다."

토비아스 그렘러(Tobias Gremmler) 사진 왼쪽

1972년 생. 프리뷰를 설립하기 이전에 이미 프리랜서 크리에이티브 디렉터, 미디어 디자이너, 시어처 컴퍼니스트 등으로 활동하면서 지멘스, BMW, 리노와일 헬, 아디다스 등의 인터넷 사이트와 CD-ROM, 아방가르드 시어처, 노트 프로젝트 등의 프로젝트에 참여하였다. 수많은 문화행사 프로젝트와 방송 웹 에이전트, 박람회, 뉴미디어 이벤트 분야에서 쌓은 경험들로 미디어를 다루는 크로스 미디어 브랜딩과 모션그래픽에서 세계적인 명성을 얻게 해 주었다. 디자인 감각뿐만 아니라 최근에 개발된 각종 소프트웨어들도 능숙하게 다룰 줄 아는 전문가이다.

"항상 새로운 것을 실험해보고 이를 통해 새로운 것을 만들어 가는 것이 프리뷰의 유일한 크리에이티브 컨셉트이다."

www.preview-design.com

타냐 디츠만 Tanja Diezmann



미래의 기계와 프로그램들은 보다 더 많이 사용하도록 하는 것과 함께 사람들이 쉽게 사용할 수 있게 만들어져야만 한다. 논리적인 인터페이스와 지적(intelligent)으로 기획(concept)된 기계가 존재한다면 끝없는 시도와 오류과정(Trial & Error Procedure)을 거치고 수많은 사용설명서를 읽게끔 만드는 수고와 낭비가 줄어들 수 밖에 없을 것이다.

The facilities and programs of the future will have to be more oriented towards practical application and simply be more useful to people. All the time spent carrying out interminable "trial and error procedures" and reading endless instructions could be saved if we only had logical interfaces and intelligently designed facilities.

오늘날 디자인은 겉모습을 시각적으로 꾸미고 만드는 것보다 더 많은 것을 제공하고 제시해야만 한다

Design nowadays has to offer a lot more than just the visual creation of an interface.

우리는 할 수 있는 것이 아니라 생각할 수 있는 것에 관심을 갖는다.

What interests us is not just what is doable, but what is thinkable

디자이너로서 우리의 과제는 디지털 제품과 응용 방법에 있어서 단지 미적인 관점에 그치는 것이 아니라 부가가치를 부여하는 것이다. 오직 명확하고 사용자에게 친근한 인터페이스만이 점점 복잡해지지만 하는 어플리케이션을 사용하게 하는 가능성을 열어준다. 왜곡된 소비자 지향은 돈만 들 뿐이다.

Our task as designers is to create added value for digital products and applications - the type of added value that isn't simply limited to aesthetic aspects. Only the most clearly structured and user-friendly interfaces can handle the ever-increasing complexity of applications and make them usable. Poor customer orientation has a very real cost.

토비아스 그렘러 Tobias Gremmler

브랜드와 사업체의 아이덴티티를 구축하는데 있어서 미디어의 종류를 뛰어넘어 긴밀히 경험하게 만들고 싶다면 인쇄물, 텔레비전, 인터넷 및 모바일 디바이스 등의 디자인 규칙(rule)과 변수(parameter)를 이론적으로 아는 것 뿐만 아니라 이들을 완벽하게 소화하고 다룰 줄 알아야만 한다.

Anyone who wants to enable a brand or company identity to be experienced consistently over a range of media has to have more than just a theoretical knowledge of the design rules and parameters of print, TV, Internet and mobile devices - they basically need to have perfected their abilities in this area.

드라마, 역동성, 리듬은 다양한 미디어의 내부 구조로부터 끌어낸다. (.....) 우리는 문화 프로젝트들에서 디지털적인 것을 더 확대할 수 있다. 규칙을 파괴하고 이를 다른 미디어로 옮기고 그리고 혼합형태를 개발한다. 우리는 하나의 미디어에서 다른 미디어로의 이러한 구조 전이를 '스트럭처 트래킹'이라 부른다. 움직이는 이미지로 옮긴 음악이 그 예이다.

Drama, dynamics and rhythm emerge from the inner structures of the various media. (.....) In our cultural projects we can go beyond the digital; we can break the rules, transfer them to other media and develop hybrid forms. We call this transfer of structure from one media to another 'Structure Tracking', e.g. the transfer of music into a moving image.

디자인은 학문적 지식과 전략적 지침을 벗어나서 개발될 수는 없다.

You can't properly develop a design without bringing in scientific knowledge and strategic requirements.



글 | 박소영·본지 해외통신원(sypark@designnet.co.kr)