

제품에서 Fun감이 유발되는 요인의 분석방법에 관한 연구

Research on Analytical Method of Fun Generating Factor of Product

강정원

연세대학교 생활디자인학과 석사

Kang Jeong-Won

Dept. of Human Environment & Design, Yonsei Univ.

윤형건

연세대학교 생활디자인학과 교수

Yoon Hyung Kun

Dept. of Human Environment & Design, Yonsei Univ.

• Keyword: Fun, Product, Kitsch

1. 연구의 배경

21세기에 들어서면서 제품 디자인에서도 새로운 패러다임을 추구하는 경향이 늘어났다. 신제품이 선을 보이는 경우에도 과거에는 제품이 평가를 받는 가치척도가 사용성이나, 형태, 심미성, 색등으로 이루어졌다면 이제는 감성이라는 척도가 새롭게 제품을 선택하는데 있어 커다란 가치 척도로 등장하고 있는 것이다. 현재 여러 제품에서 재미를 느끼는 이유가 과연 무엇이며, 어떠한 이유에서 근거한 것인가를 알 수 있다면 Fun이라는 감성을 이해하고 활용하는데 커다란 도움이 되리라 생각한다.

2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 제품을 디자인할 경우 어떻게 하면 사용자로 하여금 Fun이라는 감성을 느끼게 할 수 있으며, 또 사용자는 어떠한 자극을 받을 때 더 강한 재미를 느끼며 제품에 대해 더 큰 매력을 느끼는 것인지에 대한 탐구를 목적으로 하고 있다. 실제로 사용자는 제품의 어떠한 요소에서 재미를 느끼는지를 분석할 수 있는 근거를 제시하고자 한다. 나아가 그러한 근거를 제시하고 그것이 과연 타당성 및 객관성을 가지고 있는지 검증해 보고자 한다.

3. Fun에 대한 문헌적 고찰

3-1. 심리학적 측면의 Fun

즐거움이 "특별한 목적이나 보상"을 기대하는 수동적 감정 상태인 반면에 재미는 "보상"이나 "목적"을 기대하지 않는 적극적인 감정 상태이다. 재미는 즐거움의 주요한 동기이며, 즐거움의 질을 결정하는 요소라고 할 수 있다.

3-2. Fun 발생 메커니즘의 소개

사람이 어떤 상황을 직면하게 되고 그 상황을 파악하기 위해 인지적 작용을 하는 경우, 자신이 기존에 가지고 있던 정보와 차이를 발견하게 되고 이로 인해 심적 정체를 겪은 후, 어떠한 실마리에 의한 정체의 해소를 겪게 될 때 Fun을 느끼게 된다고 이야기 한다. 이와 같이 심적 정체 즉 기대하지 못했던 사건이나 정보를 해소 하는 과정, 즉 심적 정체가 어느 정도 긴장감을 유발하고 이것이 해소 되는 과정에서 인지적 과정을 겪게 되고 이러한 과정을 통해 재미라는 메커니즘을 설명하고 있는 것이다.

3-3. 문제점 및 한계점 제기

특히 제품디자인의 경우 조형을 가지고 있는 것이 매우 큰 요소로 작용을 하고 내면의 기능적 특성인 인지적 요소 못 지않게 표면적 고유특성인 지각적인 요소도 매우 중요한 부분임을 알 수 있다. 인지적인 관점에 치우쳐 있는 경우 제품 디자인을 이야기 할 때, 제품에서 중요한 역할을 가지는 지각적인 측면의 재미를 충분히 설명하기에는 역부족이다.

4. 다른 분야에서 연구된 Fun 요인 분석

4-1. 애니메이션

만화 영화에 있어 재미를 유발하는 장치들이 사고과정이나 인지적 과정보다는 화면에서 보여 지는 시각적인 요소나 청각적인 요소가 더 크게 다루어지고 있다고 보는 경향이 있다.

4-2. 온라인 게임

컴퓨터 게임을 통해 사용자들에게 제공해야할 'Fun'의 두 가지 차원의 인지적 재미와 지각적 재미라는 이론을 중심으로 온라인 게임의 경험 내용을 규정 하였다. 먼저 인지적 재미는 온라인 게임을 통해 사람들이 행하게 되는 의사결정과 문제해결 과정에서 느끼는 재미를 의미하고 지각적 재미라는 것은 온라인 게임에서 제공되는 각종 시각적 청각적 자극을 통해 사용자가 얻게 되는 재미를 의미한다.

4-3. 스포츠

개인의 체험과 관련된 비성취적 -내적 차원에 해당하는 것으로 스포츠활동의 내적 요인이라고 할 수 있는 스포츠의 유능성 재미가 있으며 둘째는 스포츠의 신체적, 심리적, 사회적 성취와 관련된 외적 요인 특히 동료나 친구들과의 사회적 관계와 교류의 기회와 관련된 비성취적 -외적 차원과 성취외적 차원으로 스포츠 활동의 가치와 효과라 할 수 있는 스포츠의 성취적 재미가 있는 것으로 나타났다.

4-4. 키치

키치가 가지고 있는 속성 중에 재미를 유발하는 요소에 국한하여 키치를 바라보고자 한다. 이 말은 키치가 가지고 있는 사회적인 속성을 제외하고 단순히 제품의 요소적인 특징만을 살펴보기 위해서이다. 키치는 하나의 정의된 형태를 가지는 것은 아니나 아래와 같은 원리를 가진다고 말할 수 있다. 첫째 부적합의 원리이다. 둘째 축적의 원리, 셋째 공감

각의 원리. 넷째 쾌적함의 원리이다. 실제 제품에서 재미를 이야기 할 경우 온라인 게임에서 이야기하는 재미, 즉 인지적 재미와 지각적 재미로 나누는 것이 좀더 타당하다는 것을 알 수 있다. 그러나 지각적인 재미의 차원에서 그래픽으로 계속적인 변화가 가능한 온라인게임과는 달리 제품의 경우에는 고정적인 형태를 가지고 있는 경우가 대부분이므로 두 가지를 그대로 연결시키는 것은 무리가 따른다. 이러한 이유로 제품의 형태적인 요소를 재미라는 측면에서 이야기 하고 있는 원리가 필요한 것이다.

5. Fun 발생요인에 대한 항목 설정

5-1. Fun 발생 메카니즘을 보완하기 위한 모색

디자인에 있어 재미를 유발 시키는 경우는 반드시 직관적 인지에서 방해물 받아 정체를 거쳐 의식적인지를 통해 정체를 해소하는 경우만이 존재 하는 것이 아니라는 것을 앞에서 언급하였다. 이는 어떠한 인지과정을 통하여 심적 정체를 해소 한다기 보다는 다분히 직접적이고 유희적인 차원으로 해석 할 수 있다. 이러한 유희적인 차원은 키치의 유희성에서 그 본질을 찾아 볼 수 있다. 이를 위해 지각적 측면의 Fun을 이해하기 위해 키치라는 문화현상 중에 키치제품의 유희성이라는 측면을 다음과 같이 도입하기로 하였다. 키치적 유희란 어떠한 지각적인 특징들을 가지고 있으며 이는 지각적 재미라는 것을 설명하기 위해 사용될 수 있다.

5-2. 문헌조사를 토대로 새로운 분석 방법 제안

▶ 문헌적 방법을 사용한 목록의 작성

1인지적 재미

1-1 참신한 사용방법

1-2 편리한 사용성

2 지각적 재미

2-1 부적합의 원리(크기의 불균형, 차원의 위화감, 다른 목적으로 사용)

2-2 축적의 원리(소재와 소재를 활용해 만들어 내는 일종의 유희)

2-3 공감각의 원리(가능한 많은 기관의 흥분을 유발)

2-4 쾌적의 원리(감각적, 정서적 편안함 추구)

검증을 위해 설문 참여자에게 자신이 평소에 재미를 느끼는 디자인을 떠올리게 하고 그 이유를 기술하게 한 후 기술된 문장들을 KJ법을 사용하여 분석하여 보고 과연 인지적 재미와 지각적 재미에서 분류하였던 목록들과 일치성을 보이는 지를 알아보고자 하였다.

5-3. KJ법을 통한 분석 방법의 검증

● 결과

▶ KJ법을 사용하여 분류한 소그룹의 제목

1. 발상을 전환한 새로운 interface

2. 기존 방식을 새롭게 다른 곳에 접목

3. 부분특성의 강조 극대화

4. 엉뚱한 매치

5. 의외의 반응 유발

6. 소재와 형태의 의외적 만남

7. 소리로 행동이나 반응

8. 동심이나 추억을 유발

9. 기계에 생명부여

10. 착시

11. 나만의 공간

12. 상상의 현실화

13. 새로운 영역의 디자인

[표1] 문헌적 분류와 KJ법에 의한 결과의 비교

인지적 재미	
참신한 사용방법	발상을 전환시킨 새로운 interface
편리한 사용성	기존방식을 새롭게 다른 곳에 접목, 방식의 변화
지각적 재미	
부적합의 원리	부분특성의 강조, 극대화. 엉뚱한 매치, 의외의 반응유발
축적의 원리	소재와 형태의 의외적 만남
공감각의 원리	소리로 행동이나 반응
쾌적의 원리	동심이나 추억을 유발
의인화의 원리	기계에 생명을 부여

6. 결론

사람들이 재미있는 디자인으로 채택한 제품의 경우 단순한 유머나 우스운 형상을 지닌 디자인 보다는 오히려 자극적이며 아이디어가 참신하다거나 가벼운 충격으로 다가오는 제품들을 재미있다고 생각하는 경향이 있었다. 각각의 제품들은 인지적 재미와 지각적 재미를 동시에 가지거나 한쪽이 월등히 우세한 경우가 있었으며 앞에서 제시한 분석 방법을 통하여 재미를 유발하는 제품이 가지고 있는 요인이 인지적인 이유인지, 지각적인 이유를 알아보고, 그 구체적인 근거에 대한 분석을 통하여 여러 가지 하위카테고리로 분류할 수 있었다. 이러한 방법을 사용한다면 좀더 구체적인 실험을 실시하여 그 실험의 결과로 어떠한 디자인이 가장 재미있는지에 대한 이유를 좀더 구체적이고 체계적으로 도출할 수 있을 것으로 추론하고 있다.

참고문헌

- 박경숙, 전경란 “포켓몬스터의 재미요인 분석” 한국언론학보, Vol.44, No.3,
- 최동성, 김호영, 김진우, “인간의 인지 및 감성을 고려한 게임 디자인 전략” 경영학 정보 연구 10(1) 2000.3
- 이종길 “청소년 스포츠 재미유형과 결정요인에 대한 분석” 한국스포츠사회학회지, Vol.14, No.1,
- Moles, Abraham A, 엄광현: 키치란 무엇인가? 시각과 언어 (1995)
- 김유진, 이동영 “디자인학 연구 통권 제50호 Vol.15 No.4139-148, (2001)