

전형성과 율동감의 직접효과, 상호작용효과 및 조절변수효과에 의한 사용자의 심미적 반응

Consumer's Aesthetics Response According to Direct, Interactive and Mediating Effects of Typicality and Rhythm.

홍 정 표

전북대학교 산업디자인학과

Hong jung-pyo

Dept. of Industrial Design, Chonbuk National Univ.

• Keyword: Typicality, Rhythm, Consumer's Response

1. 서론

제품심미성과 디자인이 오늘날 시장 환경에서 성공여부를 결정하는 아주 중요한 열쇠라는 점이 부각되고 있음에 따라 최근까지 제품디자인에 있어서의 조형요소의 심미성에 관한 연구가 많이 진행되어 왔다. 그러나 기존의 연구는 "심미성 요인이 무엇인가?"에 초점을 맞추어 왔을 뿐 각각의 심미적 요소들이 소비자의 심미적 반응에 어떻게 영향을 미치는지에 대해서는 그다지 연구된 바가 없다. 또한 기존 연구들은 심미성 요인을 형태(Shape)미와 내용(Content)미로 구분하지 못하고 모두 형식(Form)미로 인식함으로써 심미성에 대한 소비자의 반응과정을 이해하는데 적절하지 못하였다. 따라서 그 동안 기존 연구들에서 진행되어 온 소비자의 심미적 반응에 영향을 미치는 요소들이 무엇인가? 라는 기본적인 출발점과 모든 요인을 형식미로 본 획일적 관점을 탈피하여

첫째, 그러한 심미적 요인들이 구체적으로 어떻게 소비자의 심미적 반응에 영향을 미치는지를 구체적인 방법론을 적용하여 제시하고

둘째, 기존 연구는 심미성 요인들을 형태미와 내용미로 구분하지 못하고 모두 형태미로만 간주함으로써 소비자의 심미성 평가에 대한 정확한 프로세스를 제시하지 못하였으나 본 연구에서는 심미성 요인들을 형태미와 내용미로 구분하고

셋째, 조절변수효과를 고려하여 동일한 디자인이라 할지라도 조건이 달라지면 소비자의 반응이 어떻게 달라지는지를 검증함으로써 제품디자인에 있어서 심미성 요소에 따른 소비자의 반응을 실증적으로 검증할 필요가 있다.

2. 연구범위 및 내용

본 연구에서 다루고자 하는 심미적 영향요소는 기존 연구에서 밝혀진 요소들을 중심으로 연구하였다. 특히, Ellis(1993)가 제시한 심미적 영향요소 중 2개를 선정하여 다루었다. 본 연구에서는 이들 범위 내에서도 실제로 추상적인 개념이 아닌 실험연구의 특성을 갖기 때문에 구체적으로 제품디자인에 적용할 수 있는 요소들을 선택하여 소비자의 심미적 반응에 미치는 영향을 검증하고자 하였다. 따라서 최종적으로 선택된 요소들은 전형성(Typicality)과 율동(rhythm)을 다루었다. 또한 가격수준, 제품지향성, 관여도수준 및 상표위계수준 등 각각의 조형요소와 관련 있는 것으로 판단되는 다양한 조절변수의 효과를 검증함으로써 소비자의 심미적 반응에 대한 제품심미성 요소의 직접효과와 조절변수에 따른 2차 효과의 두 가지 측면에서 연구가 진행되었다.

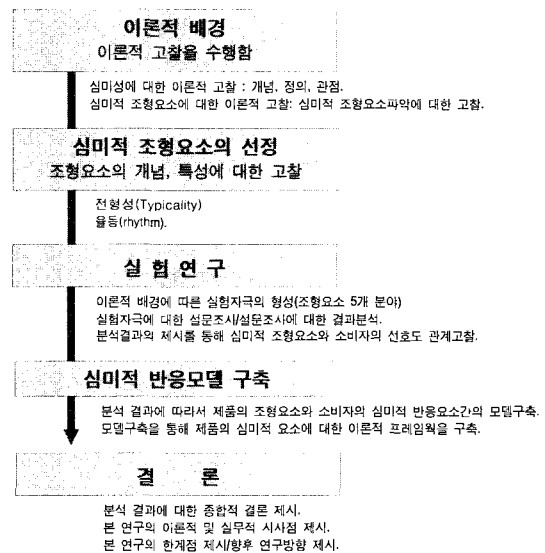
연구내용으로는 첫째, 기존의 연구에서 연구된 소비자의 전반적인 심미적 반응과정을 고찰하고 이해하여 심미적요소를 내용

미와 형식미로 구분하여 실험을 통하여 검증하였다.

둘째, 구체적으로 제품디자인의 각 심미적 요소(내용요소와 형식요소)의 상호관계를 실험하고 소비자의 선호도, 그리고 조절변수에 따른 심미적 반응의 변화를 실증분석을 통해 검증함으로써 조형요소와 소비자의 심미적 반응과의 관계를 제시하였다.

3. 연구방법 및 프로세스

연구의 목적을 달성하기 위하여 먼저 심미성에 대한 정의와 심미성요소 그리고 차원 및 심미적 반응 프로세스에 대한 이론적 고찰이 수행되었다. 이를 바탕으로 본 연구에서 연구하고자 하는 심미적 요인을 선택하고 또한 이들 각 요인과 관련 있는 조절변수를 선정하였다.

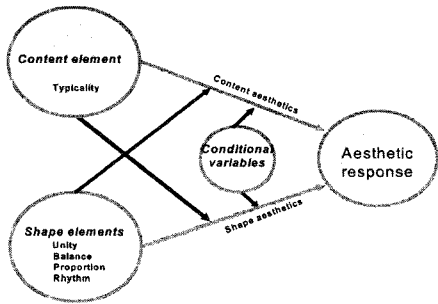


[그림 1] 본 연구의 프로세스

마지막으로 각 요소별 특성에 따른 실험설계를 통해 심미적 요소와 조절변수에 따른 소비자의 심미적 반응을 측정함으로써 제품의 조형요소와 심미적 반응과의 관계를 파악하고 결론을 제시하였다.

4. 연구의 실험설계

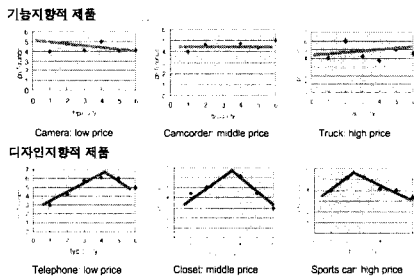
본 연구에서 수행한 각 조형요소별 실험설계는 다음 [그림 2]와 같다. 본 연구에서는 형태미 중 전형성, 율동을 대상으로 내용미와의 관계, 조절변수에 따라 어떻게 소비자의 반응에 영향을 미치는지에 대하여 연구하였다.



[그림 2] 본 연구의 실험설계

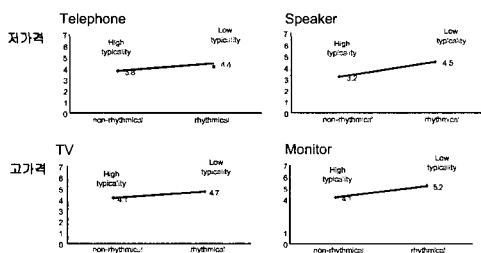
5. 연구의 결과

2가지 심미성요소에 대한 연구결과를 종합해보면 첫째로, 전형성에 대한 연구는 50개의 제품을 가격수준과 전형성수준에 따라 6개의 그룹으로 나누어 전형성과 선호도의 효과에 있어서 일반적으로 기능지향적인 제품의 경우는 가격수준에 의한 선호도가 전형성에 그다지 영향을 끼치지 않고 가격수준에 따라 곡선이 좌·우로 상향성을 띠는 것으로 나타났으며, 디자인 지향적인 제품의 경우는 역U자 곡선의 형태를 나타내고 있으며, 선호도는 전형성에 의하여 영향을 받고 가격의 수준에 의하여 민감하게 반응한다.



[표 1] 지향성에 따른 전형성의 변화

둘째로, 울동에 대해서는 가격이 높고 낮은 2개의 제품을 선정하여 울동감을 변화시켜 실험한 결과 울동요소와 선호도의 관계는 휴대폰에서 전형성이 낮을수록 선호도와 울동이 높은 제품으로 나타났으며, 휴대폰의 심미성과 선호도 그리고 울동은 거의 일치하는 것으로 나타났다. 더욱이 여성이 남성에 비해 울동을 더 많이 보는 경향이 있다. 또한 가격수준에 따라 울동감을 다르게 느낀다. 즉, 가격수준이 낮은 경우는 울동감이 상표위계수준과 관계가 낮은 반면 가격수준이 높은 경우는 울동감의 표현과 명성상표 경우에 소비자의 호의적 반응을 유발한다.



[표 2] 가격수준에 따른 울동감과 전형성의 관계

6. 결론

첫째, 내용미 요소와 (typicality) 형식미 요소 (rhythm) 는 소비자 심미적 반응에 직접적으로 영향을 준다.

둘째, form요소는 소비자의 심미적 반응에 영향을 주는 독립적인 변수가 아니다. 즉 소비자의 심미적 반응에 영향을 주는 조절변수(예를 들어, 가격 또는 브랜드수준)등에 따라 영향을 받는다. 이는 과거 제품조형요소와 심미적 반응과의 관계를 단일차원으로 보는 관점을 벗어나야 할 필요성을 제시하고 있으며 디자인과정에서 어떠한 조절변수들이 디자인에 대한 평가에 영향을 미칠지에 대한 판단이 이루어진 후에 개별적인 제품조형요소들의 변화를 통한 디자인업무를 수행해야 함을 보여주고 있다.

본 연구목적이 달성된다면 첫째, 기존 연구에서 심미적 영향요소가 중요함에도 불구하고 이들 각 요소가 어떻게 영향을 미치는지에 대해 검증하지 못한 것에 대하여 각 요소의 적용과 이에 따른 소비자 반응을 검증함으로써 제품디자인의 심미적 영향요소 연구에 대한 이론적 심화를 유발할 수 있다. 둘째, 제품디자인의 다양한 심미적 영향요소가 소비자의 선호도 반응에 어떻게 영향을 미치는지에 대한 연구결과는 실제로 제품디자인에 있어서 어떻게 적용할 지에 대한 실무적 결론을 제시해 줄 수 있다.

셋째, 위의 두 가지 목적이 달성된다면, 제품디자인의 심미적 영향요소를 적절하게 활용할 수 있는 지침이 될 것이며 기업에서는 제품디자인의 심미적 영향요소를 전략적인 차별화기법으로 활용할 수 있을 것이다.

향후 연구방향과 고려사항으로, 본 연구에서는 심미성의 2개 요소만 고려하였으나 더 많은 요소를 고려해야하고 다양한 조절변수(예를 들어 인구통계변수, 라이프스타일 등)와 다양한 범주의 제품들을 실험대상으로 선정하여 실험하고 실증분석하며 표본사이즈 크기를 좀 더 확대하여 활용하여야 할 것이다.

참고문헌

- Kim Jina, Jung-pyo Hong, and Jong-youll Yang , A Study on extension of Prototype Theory through Unity Effect, Asia Design Conference 4th.1999.
- Cho, Kwang-Soo, Jung-pyo Hong, and Jong-youll Yang A Study on product Design Using Aesthetic Response Factors. Asia Design Conference 5th. 2001.
- 양종열, 홍정표, 제품디자인에 있어서 감정적 반응에 대한 심미적 반응에 관한 연구, 디자인학연구, Vol. 12, no.3, p.129~140,1999, 08.
- 이진렬, 홍정표, 김진아, 제품형태에 있어서 비례의 유형에 관한 연구, 디자인학 연구, Vol. 15, no.2, p.115~124, 2002, 05.
- 홍정표, 이경화, 심미적 영향요소인 비례를 적용한 디자인프로세스 구축에 관한 연구, 감성과학, 제5권. 제1호, p.49~60, 2002, 03.
- 이진렬, 홍정표, 김진아, 관여수준에 따른 대칭적 균형과 비대칭적 균형의 심미적 반응에 관한 연구, 디자인학 연구, Vol. 15, no.3, p.73~82, 2002, 08.

본 연구는 전북대학교 산업디자인개발연구소의 지원을 받아 연구되었습니다.