

제품디자인에서 전형성과 바란스 상호 작용적 영향에 대한 사용자의 심미적 반응

User's According to Interactive Effects of Typicality and Balance in Product Design

홍정표

전북대학교 산업디자인학과

Hong jung-pyo

Dept. of Industrial Design, Chonbuk National Univ.

• Keyword: Aesthetic Response, Typicality, Balance, Conditional variable

1. 연구의 필요성

제품심미성과 디자인이 오늘날 시장 환경에서 성공여부를 결정하는 아주 중요한 열쇠라는 점이 부각되고 있음에 따라 최근까지 제품디자인에 있어서의 조형요소의 심미성에 관한 연구가 진행되고 있으나 기존의 연구는 "심미성 요인이 무엇인가?"에 초점을 맞추어 왔을 뿐 각각의 심미적 요소들이 소비자의 심미적 반응에 어떻게 영향을 미치는지에 대해서는 연구가 미흡한 상태이다. 심미성 요소를 형태(Shape)미와 내용(Content)미로 구분하여 심미성에 대한 소비자의 반응과정을 이해하도록 하기 위하여 그동안 기존 연구들에서 진행되어 온 소비자의 심미적 반응에 영향을 미치는 요소들이 무엇인가? 라는 기본적인 출발점과 모든 요인을 형식미로 본 획일적 관점을 탈피하여 첫째, 심미적 요인들이 구체적으로 어떻게 소비자의 심미적 반응에 영향을 미치는지를 구체적인 방법론을 적용하여 제시하고 둘째, 조절변수효과를 고려하여 동일한 디자인이라 할 지라도 조건이 달라지면 소비자의 반응이 어떻게 달라지는지를 검증함으로써 제품디자인에 있어서 심미성 요소에 따른 소비자의 반응을 실증적으로 검증할 필요가 있다.

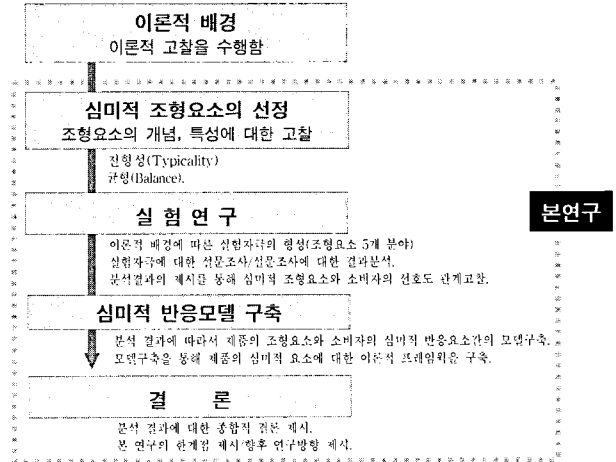
2. 연구범위 및 내용

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 요소로는 전형성(Typicality)과 균형(Balance)을 다루었다. 또한 가격수준 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 제품디자인의 각 심미적 요소(전형성과 균형)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, 심미적 반응 프로세스에 대한 이론적 고찰을 바탕으로 본 연구에서 연구하고자 하는 심미적 요인을 선택하

고 또한 각 요인과 관련 있는 조절변수를 선정하였다.

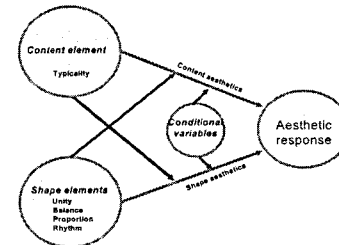


[그림 1] 본 연구의 프로세스

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, 균형을 대상으로 내용미와의 관계, 조절변수에 따라 어떻게 소비자의 반응에 영향을 미치는지에 대하여 연구하였다.



[그림 2] 본 연구의 실험설계

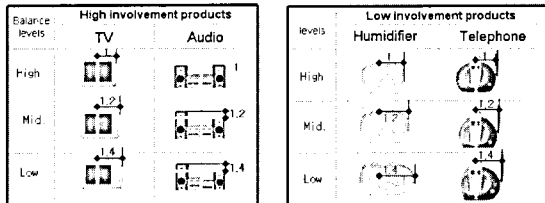
4-1. 실험자극의 형성

심미적 조형요소로서의 균형의 효과를 관여수준에 따라 살펴보기 위하여 먼저 제품군을 선정하였다. 제품군의 선정은 디자인전공 대학생들과의 포커스그룹인터뷰(focus group interview)를 통해 가전제품군을 선정하였다. 가전제품군은 일반적으로 소비자들에게 익숙하며 또한 다양한 형태의 균형성조작이 용이할 것으로 판단되었기 때문이다. 우선 인터넷

과 디자인관련 잡지 및 신문 등을 통해 본 연구에서 이용가능하다고 생각되는 제품 50가지를 선정하였다. 이러한 제품들을 가격수준에 따라 가격이 높은 제품과 낮은 제품으로 분류하였다. 그 다음 디자인전공 대학원생들과의 포커스그룹인터뷰(focus group interview)를 통해 각 가격수준에서 두 개의 제품씩 총 네 개의 제품을 선정하였다. 선정과정에서 기준이 되는 선정기준은 각 가격수준에서 현재 균형성을 잘 갖추고 있으면서 균형요소로서의 조작성 용이할 것과 그리고 이동식 제품이 아니라 일정공간을 차지하면서 위치해 있는 것 등이다. 이러한 기준을 통해 높은 가격수준에서는 TV와 오디오가 선정되었고 낮은 가격수준에서는 가습기와 가정용 전화기가 선정되었다.

5. 연구의 결과

선정된 품목들은 다시 본 연구의 실험에 맞게 재설계 되었다. 따라서 각 제품들은 원래의 원형으로부터 균형성이 다르게 유지되도록 조작되었다. 각 품목들은 모두 거의 완벽한 대칭적 균형을 유지하고 있기 때문에 균형성이 떨어지도록 조작하였는데 모두 원형을 포함하여 세 가지 수준의 균형성을 갖추도록 조작하였다. 또한 각 제품들은 일정공간에 놓였을 때 전반적인 안정성은 유지하도록 하되 디자인측면에서 현실 가능한 수준으로 균형성의 변화가 이루어 졌다. 따라서 아래의 [그림 3]처럼 원래의 대칭적 균형상태의 제품들을 비대칭적 균형상태로 이루어지도록 조작하였다.

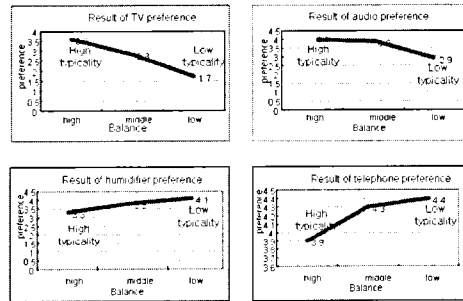


[그림 3] 균형변화의 조작 예

설문결과 선호도에 대한 분석 SPSS PC+를 이용하여 각 응답에 대한 평균치를 계산하고 이를 EXCEL프로그램을 통해 도표화하였다. 분석결과와 는 다음 [그림 4]와 같다.

위의 분석결과를 보면 흥미롭게도 관여수준에 따라 변화된 균형성정도에 따른 소비자의 심미적 반응이 아주 상반되게 나타나고 있는 것을 알 수 있다. 고관여제품(TV, 오디오)의 경우에는 일반적으로 소비자들이 인지하고 있는 균형감이 잘 잡힌 제품을 선호하고 있다. 따라서 균형성이 변화되어 약화됨에 따라 소비자의 선호도는 점차적으로 감소하고 있다. 이와는 상반되게 저관여제품(가습기, 전화기)의 경우에는 일반적으로 소비자에게 친숙해 있는 균형성이 잘 이루어지고 있는 제품보다는 균형성이 떨어지는 제품을 더 선호하는 것으로 나타나고 있다. 이러한 본 연구의 분석결과는 기존연구들에서 균형성을 단순히 심미적 조형요소로서 파악한 것과 비교하여 이론적으로나 실무적으로 상당히 유용한 의미를 나타내어주고 있다고 할 수 있다. 그렇다면 왜 이런 결과가 제시되는 것일까? 그것은 전술한 이론적 고찰에서도 살펴본 바와 같이 관여수준에 따른 소비자의 대상에 대한 판단과정이 다르기 때문이라고 할 수 있다. 이것은 고관여제품의 경우에

는 지각되는 인지적 위험이 크기 때문에 기존의 패턴과 다른 대상을 지각하게 되면 증가되는 위험수준을 겪게 되고 이러한 과정이 비우호적인 판단을 내리게 된다고 할 수 있다. 물론 균형이 깨어져 기존의 패턴과 다르다면 새롭거나 특이하다거나 하는 우호적인 감정반응이 도출될 수 있으나 일반적으로 고관여의 경우에는 감정적 반응보다는 인지적 반응이 우선하는 것으로 나타나게 된다. 이와는 반대로 저관여제품의 경우에는 대상으로부터 지각되는 인지적 위험이 적기 때문에 균형성이 깨짐으로 인해 발생하는 새로움이나 유쾌함, 즐거움 및 특이함 등과 같은 우호적인 감정반응에 따라 대상을 판단하게 된다.



[그림 4] 각 제품의 선호도 분석결과

6. 결론 및 향후 연구방향

첫째, 내용미 요소와 (typicality) 형태미 요소 (Balance) 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 제품조형 요소와 심미적 반응과의 관계를 단일차원으로 보는 관점을 벗어나야 할 필요성을 제시하고 있으며 디자인과정에서 어떠한 조절 변수들이 디자인에 대한 평가에 영향을 미칠지에 대한 판단이 이루어진 후에 개별적인 제품조형요소들의 변화를 통한 디자인 업무를 수행해야 함을 보여주고 있다.

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 extention of Prototype Theory through Unity Effect, Asia Design Conference 4th.1999.
- 양종열, 홍정표, 제품디자인에 있어서 감정적 반응에 대한 심미적 반응에 관한 연구, 디자인학연구, Vol. 12, no.3, p.129~140,1999, 08.
- 이진렬, 홍정표, 김진아, 관여수준에 따른 대칭적 균형과 비대칭적 균형의 심미적 반응에 관한 연구, 디자인학 연구, Vol. 15, no.3, p.73~82, 2002, 08.