

심미적영향요소인 단순·복잡과 제출 형태의 기능표형 그리고 선호도에 관한 연구

The Research on the Product's Aesthetic Influential Factors of Simplicity/ Complexity and Applying Functions to Its Shape, and the Consumers' Preferences Related to Them

조광수

전북대학교 디자인제조공학과

김필주

전북대학교 산업디자인학과

홍정표

전북대학교 산업디자인학과

Cho, Kwang-Soo

Dept. of Design Manufacturing ,CBU

Kim, Feel-Zoo

Dept. of Industrial Design, CBU

Hong, Jung-Pyo

Dept. of Industrial Design, CBU

• Key words: Simplicity/ Complexity, Preferences, Aesthetic Influential Factors

1. 서론

1.1. 연구목적

본 연구는 심미적 영향 요소 중 하나인 단순·복잡이 과연 선호도에 어떠한 영향을 주고 다른 심미적 차원들과의 관계를 정립하기위한 초기 연구 과정 중 하나이다.

제품이 가져야할 가장 기본적인 기능이 제품 형태에 표현될 때 과연 심미적 영향요소중의 하나인 단순·복잡이 영향을 주는가? 그리고 선호도와 관계는 어떠한가를 알아보는데 그 목적이 있다. 이를 위해 제품들을 범주화하고 각 범주별 제품들을 대상으로 실험하여 범주별 성향을 찾고 이를 기본으로 디자인 프로세스에 적용하여 검증하도록 한다.

1.2. 연구내용

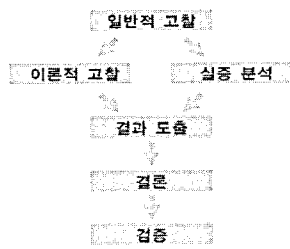


표1 연구방법

본 연구는 소비자들의 선호도가 복잡·단순에 영향을 받는가? 제품 형태의 기능 표현이 복잡·단순에 의해 영향을 받는가? 제품 형태의 기능 표현과 선호도 관계는? 라는 질문으로 시작하고, 이들의 답을 찾기 위한 각 실험연구를 통해 그 해답을 얻는다.

2. 실험 연구

목적	소비자들이 범주화된 제품들에서 복잡·단순에 의해 기능에 영향을 받는가?
----	---

2.1. 실험 프로세스

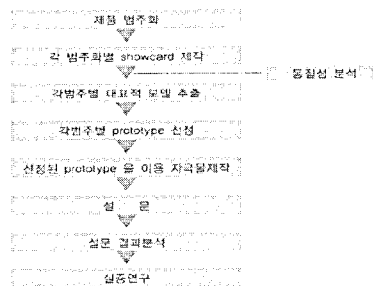


그림 4 표2 실험 프로세스

2.2.1. 제품 범주화

본 연구를 위한 제품 범주화를 실시하였다. 범주화 기준은 관여도와 Think-Product 그리고 Feel-Product를 기준으로 하였다

디자인학생 32명에게 일대일 개인 면접을 통한 설문을 실시하였다.

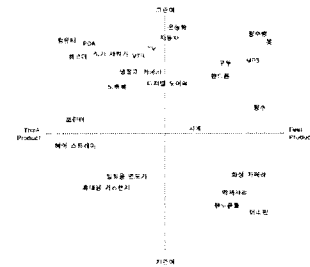


표 3 제품 범주화

이렇게 얻은 결과를 가지고 각 범주에 해당하는 제품들 중 가장 설문에 용이한 제품을 선정하였다 선정된 내용은 아래 표 10와 같다.

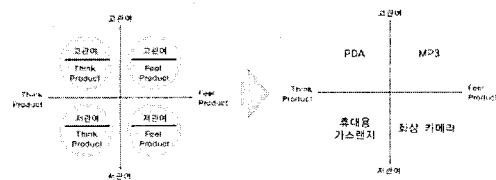


표4 제품 범주화별 각 대표적 제품 선정

2.2.2. 선택된 제품별 자극물 제작 - 표본추출

설문을 통하여 얻은 각 범주의 대표적 제품들을 표본추출 하였다. 고관여 / Think-Product = PDA : 31개

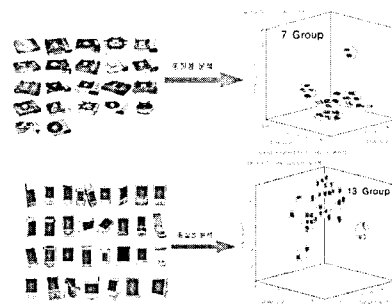
고관여 / Feel-Product =MP3 : 53개

저관여 / Think-Product =휴대용 가스렌지 : 22개

저관여 / Feel-Product =화상 카메라 : 52개

2.2.3. 대표적 제품 유출

위 표본추출에서 선정된 각 범주별 제품들을 모두 소비자 조사에 사용하기 어렵기 때문에 소비자들이 같다고 생각되는 제품들을 묶어 대표적인 제품을 선정하기로 하였다.



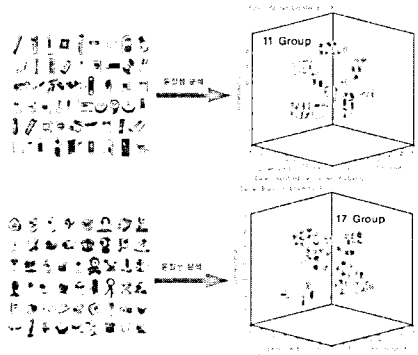


표5 동질성 분석 결과

2.2.4. 선정된 각각의 Prototype으로 자극을 만들기

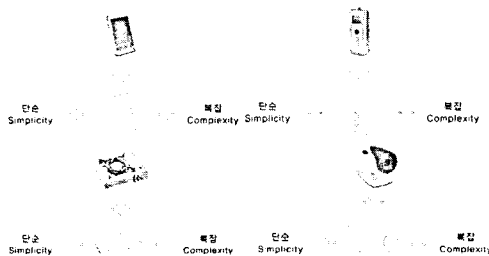


표6 동질성 분석 결과

이렇게 찾은 전형적인 모델을 가지고 자극물을 유출하기 위하여 위 표6과 7에서 볼 수 있듯 한 쪽 방향으로서는 복잡하게 다른 한쪽으로는 단순하게 자극물을 변형 하였다. 이때 이론적 고찰 부분에서 언급한 JND (최소식별차이 : just noticeable difference)법칙을 적용하도록 하였다.

	단순 Simplicity	Prototype	복잡 Complexity
	Simplicity Level 2	Prototype	Complexity Level 2
FCA			
MF3			
휴대용 가스렌지			
외형 컨테이너			

표7 자극물 조작과정

2.2.5. 자극물을 이용한 설문조사

Prototype 변형을 통해 얻은 자극물을 이용하여 설문 대상자들에게 아래와 같이 설문 하였다. (질문 1 : 다음 자극물중 가장 기능이 많다고 느끼는 자극물을 순서대로 배열하시오 / 질문 2 : 다음 자극물중 가장 선호도가 높은 순서대로 배열하시오)

3. 실험 자료 분석 및 결과

◆ 고관여의 제품은 너무 복잡하거나 전형적 형태를 기준으로 단순해도 소비자들이 볼 때 기능이 많이 포함되어 있지 않다고 느낀다.

◆ 고관여 제품은 가장 전형적인 모델이 가장 선호되는 것으로 나타남.

◆ 저관여 제품은 복잡하면 복잡할수록 소비자들이 볼 때 기

능이 많이 포함되어 있다고 생각함.

◆ 저관여 / Think-Product

제품은 전형성 형태에서 조금 단순한 형태가 선호되었으며 너무 단순한 형태는 오히려 선호도가 낮음

◆ 저관여 / Feel-Product

제품은 전형적 형태를 기준으로 단순해야만 선호도가 높아짐

◆ 고관여 / Think-Product 와 고관여 / Feel-Product 는 차이가 거의 없음

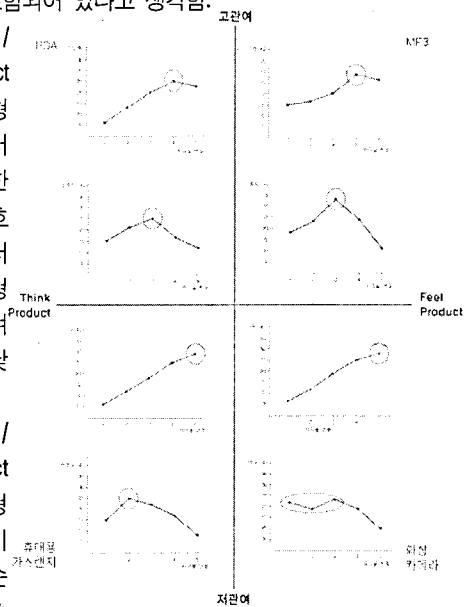


표8 설문결과 표

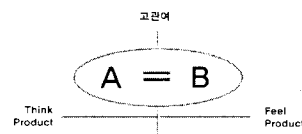


표9 고관여/Think Product와 고관여 Feel Product와의 관계

3.1. 소비자들의 선호도가 복잡·단순에 영향을 받는가?

고관여 제품에서는 단순 복잡이 선호도에 영향을주지 않는다. 저관여 제품에서는 단순 복잡이 선호도에 영향을 준다.

3.2. 제품형태의 기능표현이 복잡·단순에 의해 영향을받는가?

고관여 제품에서는 전형적 형태에서 조금 복잡한 형태가 기능이 많다고 느낌

저관여 제품에서는 복잡할수록 기능이 많다고 느낌

3.3. 제품 형태의 기능 표현과 선호도 관계는 ?

고관여에서는 자극물의 복잡과 단순에 의한 선호도 변화 없이 가장 전형적인 자극물이 가장 선호됨에 따라 제품 형태의 기능 표현과 선호도는 관계없음을 알 수 있다. 저관여 제품에서는 기능적의미를 적게 가지고 있는 자극물들이 선호 되는 것으로 나타났다 따라서 저 관여 제품에서 제품 형태의 기능 표현과 선호도가 관계가 있는 것으로 나타났다

4. 결론

4.1. 연구의 결과

본 연구는 제품들을 범주화하고 각 범주별 전형적 모델을 찾아 이를 이용 “소비자들의 선호도가 복잡·단순에 영향을 받는가?”, “제품 형태의 기능 표현이 복잡·단순에 의해 영향을 받는가?” 그리고 “제품 형태의 기능 표현과 선호도 관계는?” 이라는 질문의 해답을 찾고자 하였다. 본 논문에서 실험연구를 통해 여러 해답을 찾을 수 있었다.