

디자인교육을 위한 기초로서 라이프스타일 연구

A Study on Lifestyle as a Basic for Design Education

문금희

세명대학교 산업디자인학과

Mun, Keum-Hi

Dept. of Industrial Design, SMU

• Key words: Lifestyle, Basic, Design Education

1. 서론

1-1 연구배경 및 목적

현대의 디자인에 있어서 소비자의 요구를 파악하고, 그 요구를 근거로 디자인을 하여야 하는 것은 기본으로 받아들여지고 있다. 소비자의 요구는 기능, 경제성 및 취미·기호에 관한 세 가지 요구인자로 구성되어 있다. 소비자의 요구를 파악하기 위한 논리적 출발점은 소비자분석으로부터 시작된다. 소비자분석 방법은 여러 가지가 있겠으나 그중에서 라이프스타일 연구가 소비자를 집단으로 나누어 이해하는데 가장 많이 이용되고 있다. 디자인의 기초교육은 디자이너로서 바탕이 되는 지식과 능력을 가르치는 일이어야 한다. 기초교육은 전공과 관련하여 그 자체가 목적이 될 수도 있고, 수단일 뿐일 수도 있다. 전자의 경우는 대부분의 교육프로그램으로, 동일한 교육적 목표달성을 위한 교과목이며 수준의 차이가 있는 경우이다. 다른 하나는 특정 교육목표를 달성하는데 필요한 수단으로서의 기초교육이다. 라이프스타일연구는 그 자체가 목적이 아니라 디자인하는데 요구되는 제반 이론적 지식 중 하나이다. 즉 라이프스타일연구가 좋은 디자인의 필요충분조건은 아니다. 그러나 전공영역을 실질적으로 광역화하고 전공간의 유연관계를 다짐으로써 제너럴리스트와 스페셜리스트의 양성이라는 이원적 교과목표를 달성할 수 있는 유연한 교육체계를 갖출 수 있다. 실기와 이론을 디자인교과로 포괄하고 지식교과를 별도로 개설함으로써 이론과 지식을 구분함과 더불어 이론 본래의 의미를 되살릴 수 있다. 이 연구의 의의는 라이프스타일에 대한 개념적 접근을 통한 학습을 디자인 기초교육 프로그램에 도입함으로써 스스로 탐구하고 연구하는 접근방식을 제시하는데 있다.

1-2 연구방법

디자인교육에 있어서 새로운 기초교과목으로서 '라이프스타일 연구'의 교육연구방법은 이론적 지식을 바탕으로 하여, 실질적인 조사를 통해 연구결과를 도출해내도록 진행하였다. 이론교육의 내용은 라이프스타일의 개념, 생활양식과 사회구조, 소비문화 및 생활양식 용법 등의 이론적 지식에 관한 것이다. 이러한 이론적 지식을 갖추게 함과 동시에 실질적인 조사방법인 설문조사를 통해 각 계층의 라이프스타일들을 유형화하도록 하고 각각의 유형들의 특성을 분석하도록 하였다. 이러한 연구의 결과를 소논문의 양식에 의해 보고서를 작성하게 지도하여 전체를 개괄할 수 있는 능력을 함양하도록 하였다.

2. 라이프스타일연구 개념과 교육과정

2-1. 라이프스타일연구의 개념

라이프스타일이라는 명칭을 처음으로 도입한 연구자 레이저(Lazer,1963)는 라이프스타일을 "전체 사회 속에서 특정 문화나 집단을 다른 문화나 집단과 뚜렷이 구분 지을 수 있는 문화, 상징, 생활의식이나 행동양식 등의 총화"라고 정의하였다. 개인의 행동에 영향을 미치는 여러 가지 요인들인 개인의 심리적 요인, 사회·문화적 요인, 대중매체 및 대인적 커뮤니케이션 중에 개인적 특성을 라이프스타일이라 할 수 있다. 라이프스타일의 특성은 생활방식이라는 형태를 통해 외부로 드러나 관찰이 가능하며, 인간의 성격, 동기, 심리적 특성을 나타내기 때문에 오늘날 소비자의 행동을 설명하는데 매우 유용하다. 소비자의 라이프스타일을 결정짓는 핵심적인 선행요인은 개인의 가치체계로 이것을 이용한 방법론으로 VALS (Value and Life Style) 가 있다. 이것은 수십 개의 질문을 통해 소비자를 8-9개의 라이프스타일 그룹으로 분류하는 방법이다. VALS에 대한 대안적 가치연구방법은 List of Value (LOV) 이다. 이 방법은 가치성취를 통한 다양한 역할적응을 평가한다. 즉, 자기-존중(self-repect), 안전(security), 타인과 정겨운 관계(warm relationships with others), 성취감 (sense of accomplishment), 자기-성취(fulfillment), 소속감(being well respected), 삶의 재미(fun), 기쁨 그리고 흥분 등의 9개 가치에 관한 리스트들을 통해 정신건강, 건강, 사회적응, 역할, 자아 등의 중요한 측정치를 포함한 많은 연구를 통해 타당성을 입증 받고 있다. 그 밖의 방법으로 로키치 가치조사 (RVS : Rokeach Value Survey)와 AIO (activity, interest, opinion)법 등이 있다. RVS는 추상적인 특성을 갖고 있는 인간의 가치체계를 측정하는데 가장 많이 이용되는 척도로 가치를 궁극적 가치와 수단적 가치로 구분하고 각각 18가지의 가치항목을 제시하였다. AIO는 소비자들의 활동(activity), 관심사(interest), 의견(opinion)에 관한 질문사항들과 인구통계학적 변수들을 통해 생활유형의 종류가 비슷한 사람들을 측정한다.

2-2. 라이프스타일연구의 교육과정

라이프스타일연구의 교육과정은 이론교육과 조사·연구교육으로 크게 나누어볼 수 있다. 이론교육의 내용은 라이프스타일의 개념, 생활양식과 사회구조, 소비문화 및 생활양식 용법 등의 이론적 지식에 관한 것이다. '라이프스타일의 개념'에 관한 내용은 앞 장에서 설명한 바와 같다. '생활양식과 사회구조'에서는 생활양식과 사회구조와의 관계를 이해하도록 설명한다. 라이프스타일은 근대사회에 살지 않는 사람은 이해할 수 없는 방식으로 근대세계에 사는 사람들 자신 혹은 타인의

행동을 묘사하기 위한 개념이다. 사회구조라는 용어는 근대성의 사회변화 속에서 특히 중요하게 되었다. 근대세계의 사회 계급은 점점 구별의 윤곽이 희미해지고 정교해졌다. 인위적 생활양식의 존재는 계급사회의 생활유형과 같은 필연성을 갖고 있지 않다. '소비문화'에서는 라이프스타일이 소비의 사회적 조직에 기초하며, 소비가 사회생활과 문화적 가치의 중심이 되었고 또 되고 있다는 소비문화에 관한 전반적인 관념에 대해 설명한다. 근대 초 유럽의 사회변동은 도시 사회계급의 성장과 함께 나타났으며 대륙의 종교문화가 새로운 국가경제로 해체되는 과정과 밀접하게 연관되어 있다. 이러한 변동은 새로운 양식을 촉진했고 소비문화의 또 다른 차원인 탐욕적 상상력의 성장은 유행 마케팅을 지향한다. '생활양식 유행'에서는 재화사용과 지위규정방식 사이의 관계에 대한 사회학적 관심이 사실상 생활양식이라고 가정하고 포섭과 차별화의 연 줄망으로서 생활양식이 어떻게 사회분석에 사용되었는가의 몇 가지 사례를 통해 설명한다. 사회적 연줄망은 재화의 사용과 관련되며, 재화의 대부분은 판매 가능하도록 패키지화되고 마케팅 되기 때문에 특히 중요하다. 연줄망이나 생활양식의 윤곽은 상품을 구매하고자하는 다양한 부류의 고객들에 대한 유형론을 그려볼 수 있게 해준다. 시장조사는 시장에서 소비습관을 이해하기 위한 정보를 제공하는 것을 목표로 한다. 조사 연구교육을 위해 세명대학교 산업디자인학과 1학년 60명(4학년 5명 포함)을 대상으로 하여 10개의 팀을 구성하였다. 각 팀별로 팀장과 기록자를 선정 후 라이프스타일 연구대상, 연구방법, 연구내용 등을 팀별 토의를 통해 결정하였다. 각 팀에서 선정한 연구대상의 라이프스타일 유형을 구분하기 위한 소비자의 가치측정방법으로 LOV법을 채택하였다. 이 방법은 인구통계 변수와 함께 측정할 경우 약점이 보완되어 전체적으로 타당성이 있는 것으로 기존의 연구에서 밝혀졌고 가치 체계에 대한 분류이므로 채택되었다. 응답자의 인구통계학적 특성을 밝히기 위한 설문문항과 함께 라이프스타일의 유형과 특징을 알아보기 위한 설문문항들로 각 팀의 연구주제에 알맞은 설문지를 작성하도록 하였다. 설문결과를 분석하여 인구통계학적 속성과 라이프스타일 유형 및 구매행동 간의 상관관계를 파악하도록 하였다. 결과보고서는 소논문의 양식을 따라 1. 서론 2. 연구방법 3. 연구결과 4. 요약 및 결론 의 순서로 작성하도록 하였다. 보고서의 내용을 파워포인트로 요약하여 작성한 후 프리젠테이션 하도록 하였다.

3. 연구결과

3-1. 사례연구 (9조)

주제 : 일반인들의 여행소비와 라이프스타일에 대한 연구

팀원 : 최미선, 신정인, 허주은, 한창래, 최진선, 차정운

1. 서론, 1-1 문제제기 : 일반인들의 여행소비에 대한 연구를 보다 효과적으로 진행시키기 위하여 인구 통계학적, 라이프스타일 유형에 관하여 상관관계를 조사한다. 1-2 연구목적 및 의의 : 일반인들의 라이프스타일 유형을 분류하고 유형별 여행소비 경향의 상관관계를 알아보는 데 의의를 두고 있다. 2. 연구방법, 2-1 조사일시 : 2005년 4월 28일부터 5월 12일까지 설문조사 2-2 표본선정 및 구성 : 서울, 제천, 여주, 충주 네 개 지역의 일반인 100명을 대상으로 성별과 기 · 미혼, 6개의

연령대로 나누었다. 2-3 설문지 작성방법 및 구성 : 설문지의 내용은 인구통계학적 속성(성별, 혼인여부, 연령대, 직업 및 여가시간 활용)에 관한 사항과 여행스타일에 관한 질문(인원, 동행자, 주기, 기간, 대상지, 교통수단, 여행방법, 여행정보 및 여행비) 그리고 응답자의 라이프스타일의 유형을 묻는 21가지 질문을 하였다. 2-4 분석방법 1) 라이프스타일 유형분석 (친교 · 적극형, 자아관리형, 모범형, 자기개발 · 탐구형, 여가선호형) 2) 인구학적 특성 조사결과 3) 여행스타일 조사결과 4) 여행 시 소비조사표 3. 연구결과 3-1 가치중심(LOV)으로 알아본 라이프스타일 유형과 특징 3-2 라이프스타일의 유형별 소비행동 분석 및 상관관계 : 수입 안에서 여행에 지출하는 비율은 여가선호형이 30%-50%로 가장 높았다. 반면 모범형이나 친교 · 적극형의 경우에는 여행의 주기도 적을뿐더러 여행 지출 비율도 10% 이하로 낮았다. 여행비 지출에 있어서 친교 · 적극형은 숙박비가 가장 높은 비율을 보였고 특이하게도 유희비의 지출이 컸다. 자아관리형은 숙박비가 가장 높은 비율을 보였고, 모범형은 교통비와 숙박비, 식사비의 비중이 대체로 비슷했으나 기념품비의 지출이 다른 유형에 비해 컸다. 자기개발 · 탐구형은 식비의 비중이 컸고 여가선호형은 식사비, 숙박비, 교통비 순으로 여가를 위한 가장 모범적인 지출 형태를 보였다. 4. 요약 및 결론 : 응답자 대부분이 설문에 긍정적이고 적극적으로 응해주어 통계가 뚜렷한 편이었다. 전체적으로 교통비, 숙박비, 식사비, 기념품비, 유희비, 기타비의 순으로 여행 시 지출 순서가 나왔으나 그 안에서 유형별 지출 순위가 조금씩 차이를 알 수 있었다. 이번 연구주제를 통해 여행에 대해서 막연하게 생각하고 있던 사실들을 다시금 정리할 수 있어서 도움이 되었다. 대학교에 처음 들어와 제일 공부하기가 난감했던 과목이었는데 이렇게 보고서까지 마치고나니 이제야 라이프스타일이라는 과목의 필요성을 알 수 있었다.

4. 결론

'라이프스타일연구'라는 교과목을 개설하면서 디자인의 기초로서 필요성은 있으나 이론으로만 교육하기에는 너무 딱딱하고 어려운 마케팅이라는 타 전공분야여서 접근하기가 쉽지 않았다. 그러나 직접 조사 · 연구과정을 거쳐 보고서를 작성하게 하므로 학생들 스스로 학습하는 효과가 있었다. 그리고 spss와 같은 컴퓨터를 이용한 통계분석의 여러 기법들(요인분석, 회기분석, 군집분석, 변량분석, 분산분석, 상관분석 등)을 사용하면 더욱 좋은 결과를 얻을 수 있었겠으나 1학년 학생들에게 교육하기에는 지나친 감이 없지 않아 산술적 통계방식을 적용하여 기초적인 부분만 이해하도록 하였다.

참고문헌

- 데이비드 체니, 김정로 역, *라이프스타일*, 일신사, 2004
- 한국언론재단, *라이프스타일과 매체의 광고효과 인식에 관한 연구*, 2003
- 신완식, *제품디자인의 교육적 체계와 내용에 대한 연구*, 기초조형학연구 Vol.4. No.2, 2003
- 최대석, *산업디자인학*, 홍익대출판부, 1991
- 황상민 · 장근영, *한국인의 온라인 라이프스타일과 게임행동*, HCI 2003 학술대회발표자료집, 2003