

실버 산업에 있어서 거부감에 관한 연구

The Research On Sense of Disapproval in Silver

조광수, 이희창

전북대학교 예술대학 산업디자인학과

ABSTRACT

고령화 사회에 대한 준비가 여러 다양한 분야에서 진행되고 있으며 사회 각 부분에서도 이에 관련된 사업들이 활발히 진행 중에 있다. 또한 일찍 고령화 사회에 진입한 여러 국가들도 실버산업에 관한 지속적인 연구를 통해 고령화 사회의 여러 문제점들을 해결해 나가고 있다. 반면 디자인 분야에서 실버산업에 대한 연구는 아직은 다각적으로 이루어 지거나 체계적으로 이루어지지 않고 있는 실정이다. 이러한 이유로 본 연구의 목적은 실버산업을 위해 디자이너가 먼저 고려해야 할 대상이 무엇인지를 찾아보고자 한다. 이를 위해 본 연구 목적을 위해 실버 계층이 일상생활에서의 불편함을 리스트화하여 그룹핑하고 이를 가지고 평가 항목을 만든다. 이후, 시중에 판매되고 있는 실버 제품들의 군집별로 수집하고 이 제품을 군집별로 일반인(20 세-35 세) 50 명과 65 세 이상 50 명에게 각각 100 명에게 설문 실시한다. 설문은 7 점 척도로 측정하고 일반 집단과 실버 집단을 비교 하도록 한다. 이로써, 두 집단 간의 설문 항목에 따른 차이점과 중요 디자인 요소에 대한 방향을 모색하고자 한다.

Keyword: '거부감', '실버산업', '고령화'.

1. 서론

실버 계층과 실버 계층이 아닌 집단 간의 비교를 통해 실버 제품에 대한 디자인 서비스 방향 모색하고 이들이 가지는 실버 제품의 거부감을 비교하여 두 집단 간의 의식적 차이를 규명해 보고자 한다.

1.1. 연구배경 및 목적

고령화 사회에 대한 준비가 여러 다양한 분야에서 진행되고 있으며 사회 각 부분에서도 이에 관련된

사업들이 활발히 진행중에 있다. 또한 일찍 고령화 사회에 진입한 여러 국가들도 실버 산업에 관한 지속적인 연구를 통해 고령화 사회의 여러 문제점들을 해결해 나가고 있다. 반면 디자인 분야에서 실버 산업에 대한 연구는 아직은 다각적으로 이루어 지거나 체계적으로 이루어지지 않고 있는 실정이다. 이러한 이유로 본 연구의 목적은 실버 산업을 위해 디자이너가 먼저 고려해야 할 대상이 무엇인지를 찾아보고자 하였다.

1.2. 연구내용

실버 산업은 크게 서비스 및 지원, 시설, 식품 그리고 실버 제품으로 크게 나눌 수 있다. 본 연구의 분야는 실버 산업 중 제품분야로 실버 계층이 사용하는 여러 대상의 제품들 특성을 조사하고 실버 계층과 실버 계층이 아닌 집단 간의 비교를 통해 디자인 서비스 방향을 모색해보고자 한다. 연구를 시작하기 이전에 먼저 실버 제품디자인과 상당한 유사점을 가진 유니버설 디자인에 대해 집고 넘어가지 않을 수 없다. 우리나라의 경우 포괄적인 개념의 유니버설 디자인에 관련된 국내의 법규를 보면 유니버설 디자인 원리 관점을 포함하는 최소한의 기준은 1997 년에 제정된 ‘장애인·노인·아동 등의 편의증진에 관한 법률’ 이 대표적인데 이 규정 또한 실버 계층만을 위한 법규가 아닌 장애인과 아동이 포함되어 있어 실버에 대한 정확한 규정을 내포 하고 있다고 보기 어렵다. 즉 유니버설 디자인은 개념적이고 포괄적이기 때문에 (하미경, 제해성, 1997). 유니버설 디자인으로 실버 디자인을 설명하기에는 어려운 점이 많다. 따라서 본 연구는 실버 제품, 장애인 제품, 아동 제품 그리고 이외의 일반 제품들의 목적이 서로 다르다는 관점에서 시작하기로 하였다.

1.3. 연구 프로세스

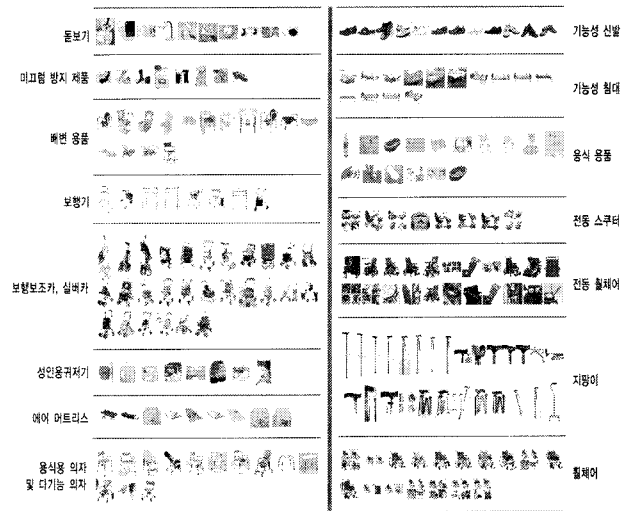
본 연구 목적을 위해 실버 계층이 일상생활에서의 불편함을 리스트화하여 그룹핑하고 이를 가지고 평가 항목을 만들었다. 이후, 시중에 판매되고 있는 실버 제품들의 군집별로 수집하고 이 제품을 군집별로 일반인(20 세-35 세) 50 명과 65 세 이상 50 명에게 각각 100 명에게 설문을 실시하였다. 설문은 7 점 척도로 측정하고 일반 집단과 실버 집단을 비교 하도록 하였다. 이로써, 두 집단 간의 설문 항목에 따른 차이점과 디자인 방향 모색하도록 하였다.

2. 실험

2.1 실험 프로세스

시중에 판매되고 있는 실버 제품의 그룹별로 수집 -> 이미지 자극물 제작 -> 설문지 제작 -> 설문 -> 설문결과 분석

2.2 자극물 수집



[그림 1] 평가그룹(시중에 판매되고 있는 실버제품들)

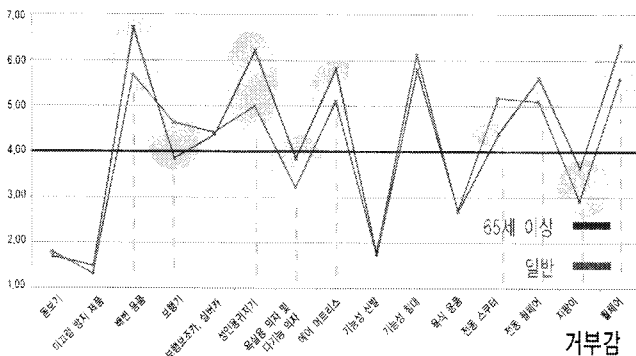
2.3. 일반인 50 명과 실버 계층 50 명 설문 7 점척도법

위 그림 1 과 같이 총 15 개의 그룹으로 나누어진 제품군들의 제품들을 하나하나 가지고 있는 속성, 기능, 특성, 가격, 제조사, 기본 스펙 등을 기초 자료로 조사하고 평가하는 실험자에게 제품들을 평가할 때 기본 자료로 제공 하였다. 이로써, 제품들을 보다 빠르게 이해하고 같은 제품군에서도 다양한 제품에 대한 설명을 보충 하도록 하였다. 실험에 참가한 대상은 일반인 50 명(20 세 ~ 35 세) 그리고 65 세 이상의 남녀 50 명으로 총 100 명을 대상으로 실시하였다. 이렇게 실험 대상을 선정함으로써 일반인 집단과 실버집단 간의 차이를 알아 볼 수 있다. 먼저 사전 연구를 통해 연구된 실버제품의 평가 항목 중 거부감을 먼저 살펴 보면 아래의 표 1 과 같은 결과가 나온다.

2.4. 설문 결과 분석

[표 1] 두 집단 간의 거부감 평균값 비교

	65 세 이상 거부감	일반인 거부감
돋보기	1.68	1.84
미끄럼 방지제품	1.48	1.36
배변용품	6.70	5.72
보행기	3.84	4.60
보행보조카, 실버카	4.36	4.46
성인용귀저귀	6.20	5.04
어에메트리스	3.84	3.48
욕실용의자 및 다기능 의자	5.80	5.14
기능성 신발	1.72	1.80
기능성 침대	5.78	6.22
욕실 용품	2.68	2.74
전동 스쿠터	4.38	5.22
전동 휠체어	5.52	5.14
지팡이	3.48	2.96
휠체어	6.32	5.48

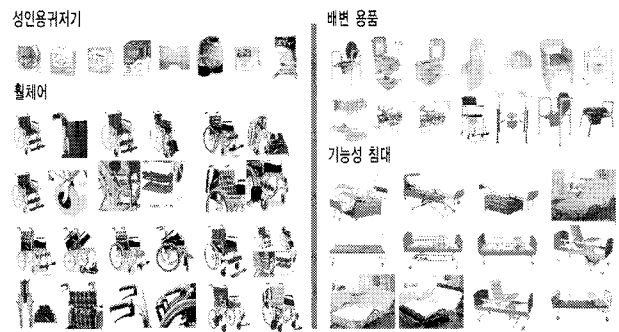


[그림 2] 두 집단 간의 거부감 관련성 비교

위 그림 2 에서 거부감에 있어서는 평균 5 이상으로 볼 때 배변용품 성인용귀저귀, 에어메트리스, 기능성 침대, 전동 휠체어, 휠체어가 거부감들이 있는 제품으로 조사 되었으며, 보행기와 전동 스쿠터는 일반인들이 제품에 대한 거부감이 65 세이상 집단보다 높은 것으로, 배변용품, 성인용귀저귀, 욕실의자 및 다기능의자, 에어 메트리스, 전동 휠체어, 지팡이 그리고 휠체어가 일반인 보다 65 세 이상 집단이 더욱 거부감이 강한 것으로 조사 됐다. 이렇듯 두 집단 간의 의식 차이가 있음을 보여 준다.

2.5. 거부감이 강한 제품들에 대한 조사

먼저 65 세 이상 집단이 거부감을 강하게 나타내는 배변 용품, 성인용 귀저귀, 휠체어를 65 세 이상 남녀 53 명에게 다시 일대일 면적방식으로 설문 하였으며, 일반인 집단이 거부감이 높았던 기능성 침대와 휠체어를 일반인 대상 남녀 50(20 세~35 세)명에게 다시 설문 하였다. 설문 내용은 이들에게 제시된 제품들(자극물)에서 형태적인 측면과 의미적인 측면에서 어떠한 거부감을 가져오는지에 대해 조사하였다.



[그림 3] 2차 설문에 사용된 이미지

[표 2] 두 집단 간의 거부감 조사 내용

(반복적인 내용을 하나로 표기하였음.)

65 세 이상 집단	제품	형태적 거부감	
		배변용품, 의미적 거부감	<ul style="list-style-type: none"> · 수치심 유발 (타인 앞에서 사용해야하기 때문) · 냄새 걱정 · 완전이 거동을 못했을 때 사용하는 제품으로 인식 됨. · 혼자 힘의 아니라 남의 도움을 받아야 하기 때문에 거부감이 있음 · 누워서 대소변을 봐야하기 때문에
	성인용 귀저귀	<ul style="list-style-type: none"> · 수치심 유발 (타인에게 알려질까봐 걱정) · 냄새 걱정 	
	휠체어	<ul style="list-style-type: none"> · 수치심 유발 (혼자 힘으로 걸어 다니지 못함) · 노인이 아니라 환자로 보이는 것이 싫음. 	

			· 혼자 힘의 힘 아니라 남의 도움을 받아야 하기 때문에 거부감이 있음
일반인 집단	기능성 침대	형태적 거부감	· 침대에 용변기 존재 · 병원에서나 볼 수 있는 디자인 · 바퀴가 달려 있어 거부감 · 고급 스텝지 못한 나무 재질
		의미적 거부감	· 노약자나 환자들이 사용하는 제품으로 인식
	휠체어	형태적 거부감	· 탁탁한 형태, · 외출이 불가능한 형태적 구조 · 차가운 재질
		의미적 거부감	· 노약자나 환자들이 사용하는 제품으로 인식 · 타인의 도움이 필요한 제품

있는 디자인 방향으로 실버 제품이 디자인 서비스 되어야 할 것이다.

위 표 2 의 내용을 정리해보면 65 세 이상의 집단에서는 제품에 대한 거부감이 형태적 원인 보다는 수치심유발이 가장 주원인으로 나타났으며, 일반인 집단에서는 의미적 거부감에 있어서 노약자나 환자들이 사용하는 제품으로 인식되기 때문에 거부감이 나타났고 형태적 거부감에서는 여러 이유들이 나타났다. 정리하자면 65 세 이상 집단은 제품의 형태보다는 그 제품이 가져오는 여러 의미적 거부감에 민감한 반응을 보이고 일반인 집단은 형태와 의미적 거부감 모두를 고려하는 것으로 보인다.

4. 결론

위 실험 결과를 살펴보면, 전체적 제품들에 전반적 인식적 차이는 같은 그래프 모양으로 나타난 것으로 보아 거의 비슷한 것을 알 수 있으나, 세부적인 내용을 보면 일반인 집단과 65 세 이상 집단 간의 제품에 대한 의식적 차이는 몇몇 제품에서 크게 다르게 나타난 것을 알 수 있다. 따라서 실버 제품에 대한 디자인은 이 제품을 직접 사용하는 실버 계층에 대해서는 의미적 거부감을 줄여주는 방향으로 그리고 일반인들에게는 제품의 거부감을 줄일 수 있는 형태적 고려와 일반인이 가지는 의미적 거부감을 벗어날 수