

갤럭시폰 사용자의 감성 유형

이영주*

*청운대학교 멀티미디어학과

e-mail:yjlee@chungwoon.ac.kr

The Classification of Galaxy Phone User's Sensibility Type

Young-Ju Lee*

*Dept of Multimedia, Chungwoon University

요 약

본 연구는 갤럭시 폰을 선호하는 사용자의 감성경험디자인 요소의 주관적 관점을 밝히는데 초점을 두었으며 주관성 연구를 위해 Q 방법론을 통해 3개의 유형을 발견할 수 있었다. 제 1 유형은 합리적 행동 추구 유형으로 갤럭시 폰에 대한 직 간접 체험을 통해 감성품질에 대한 높은 기대치를 가지고 있으며 휴대성과 사용성을 중요시 하고 외형의 형태와 재질에 관해서는 낮은 선호도를 가지고 있음을 알 수 있었다. 제 2 유형은 계획된 행동 추구 유형으로 주관적인 개인의 지각을 중요시 하며 기능, 물리적 느낌 그리고 사용성 모두를 중요하게 생각하고 사용함으로써 얻어지는 즐거움과 효율을 선호하는 유형으로 구분되었다. 제 3 유형은 차별적 개성 추구 유형으로 개인이 소유한 제품을 통해 다른 이에게 전달하고자 하는 메시지를 중요하게 여기며 심미적 요소의 차별을 통한 개성 표출을 중요시하는 유형으로 파악되었다.

1. 서론

전 세계적으로 스마트폰에 대한 열기가 뜨겁다. IT 시장의 뉴스는 스마트폰에 대한 새로운 신기술과 그 역할에 대해 높은 관심을 가지고 있으며 그에 따라 아이폰5나 갤럭시S3에 대한 기대도 함께 높아지고 있다. 스마트폰 대중화의 원년이 된 2010년을 기준으로 다양한 Digital Convergence 제품의 출시와 빠른 기술의 발전은 Mobile Device에 있어서도 기술 중심의 편리성과 기능성을 추구하던 시대에서 User eXperience를 중시하는 방향으로 확장되어 2011년 현재 50여종의 스마트폰은 신제품의 잇단 출시로 소비자의 선택 영역을 넓혀 줄 것이 틀림없다.

하지만 중요한 것은 소비자의 선택은 늘 변한다는 것이다. 그것이 새로운 디자인이든 새로운 기술이든 상관없이 소비자는 늘 무엇인가를 선택하고 있다는 것이다. 세계적인 디자인 석학인 Donald Norman 교수는 소비자의 구매결정에 가장 크고 즉각적인 영향을 끼치는 '감정'을 움직이는 디자인이 감성 디자인이고 이는 단순히 물건의 외양이 아름답게 디자인됐다고 해서, 제품의 기능이 뛰어나다고 해서 성공할

수 있는 건 아니라고 밝혔다. 1)

그렇다면 왜 소비자들은 수많은 스마트 폰 중에서 아이폰이나 갤럭시폰을 선택하고 있는가 하는 의문이 생기지 않을 수 없으며 그것을 선택하는 사람들의 감성은 어떠한 특징을 가지고 있는지에 대한 궁금증이 생기지 않을 수 없다.

감성 공학의 출현 이후 철학 및 심리학 분야의 주요 연구대상이던 인간의 내면에 대한 감성 연구는 공학적 측면으로의 접근이 활발해 졌다. 기술과 감성의 융합의 패러다임은 제품 구현을 위한 다양한 방법들을 제시하고 있지만 디자인 분야의 감성에 대한 연구는 감성의 수량화, 정량화하는 공학적 연구 방법들이 응용되고 있는 실정이라 할 수 있다. 스마트폰은 외부나 내부 자체의 스타일이나 사용성 차원을 넘어 사용자와의 인터랙션 과정에서 일어나는 감성적 경험 요소들에 대한 연구가 필요하다.

기존의 방법론은 대체적으로 가설을 미리 세우고 검증하는 연역적 방법론으로 객관성을 입증하려 하였지만 이는 집단 통계와의 비교에 의존함으로써 개인이 가진 기호 감성 정보가 무시되는 경향이 있었다.

1) <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2011&no=477205>

따라서 양적 연구에 대한 보완과 개개인의 기호 감성에 관한 주관성을 과학적으로 측정하기 위하여 Q 방법론을 통해 갤럭시폰을 선호하는 사람들을 대상으로 그들의 주관성을 탐구해 그들의 감성 유형을 분류하고 분석해 보고자 한다.

2. Q 방법론

Q 방법론은 종래의 양적 연구에 대한 보완으로 전체적이고 질적인 접근법에 부흥하기 때문에 주관성과 객관성 사이의 관계를 해소시킬 수 있는 장점을 갖고 있다. 이에 대해 한국주관성연구학회(한국Q학회) 김흥규 회장은 “질적 연구방법은 연구자의 능력에 따라 주관성이 개입된다면, Q 방법론은 연구 대상에서 인간의 주관성을 찾는 것”이라며 그 차이점을 밝혔다.²⁾ 또한 Q 방법론은 인간의 가치나 태도, 신념과 같은 주관성을 과학적으로 측정하는 방법으로 연구자의 가정이 아니라 행위자의 정의로부터 시작하며, 가설을 검증하는 방법이 아니라 가설을 발견하는 방법이다. 심리학은 물론 사회과학 전반에서 사용되는 접근방법이며, 연구방법인 동시에 분석방법이다. Q 방법론은 오늘날 인간의 주관성이 작용하는 모든 영역에서 그 적실성과 유용성을 입증하고 있다.

3. 선행 연구와 이론적 배경

3.1 감성품질

우리는 외부로부터 입력되는 자극에 대해 다양한 느낌을 경험하게 되는데, 외부 자극에 대한 이러한 반응을 감성(emotion)이라고 한다.³⁾ 이러한 감성의 경험은 단지 외부 자극에 대한 반응으로 그치지 않고 소비자가 특정 제품을 선택하는 것과 같은 의사결정 과정에 있어서도 중요한 영향을 미친다. 따라서 특정 제품을 선택하게 만드는 가치로써 사용자의 감성을 만족시키는 디자인이 중요한 요소로 인식되고 있다. 이때 디자이너가 의도한 감성을 사용자에게 전달하는 정도를 ‘감성 품질(emotional quality)’이라고 정의할 수 있다.

오늘날의 품질은 “고객의 명시적, 묵시적 요구를 충

족시킬 능력이 있는 특징이나 특성의 총체(ISO 8402)”라고 정의되고 있다. 품질의 정의가 ‘규격 적합성’에서 ‘고객요구의 충족’으로 바뀜에 따라 품질의 대상은 유형적 제품 뿐 아니라 그 제품과 사용자 사이의 인터페이스 및 무형적 서비스까지 포괄하는 것으로 자연스럽게 인식되고 있으며, 더 나아가 인간의 감성적 영역까지도 ‘매력 품질’ 또는 ‘감성품질’이라 하여 날로 그 범위가 확장되고 있다(한국표준협회, 2006).

3.2 사용자 경험디자인

사용자 경험은 사용자가 어떤 시스템, 제품, 서비스를 직, 간접적으로 이용하면서 느끼고 생각하게 되는 총체적 경험으로 긍정적인 사용자 경험의 창출은 산업 디자인, 소프트웨어 공학, 마케팅, 및 경영학의 중요 과제이며 이는 사용자의 니즈의 만족, 브랜드의 충성도 향상, 시장에서의 성공을 가져다 줄 수 있는 주요 사항이다.

초기의 사용자 경험에 관한 언급은 E.C. Edwards와 D.J. Kasik의 글 User Experience With the CYBER Graphics Terminal, Proceedings of VIM - 21에서 찾아 볼 수 있다.⁴⁾ 이후 1970년대와 1980년대에 수많은 연구가 이루어졌으며 주로 인간 중심의 디자인의 맥락에서 인간과 기계간의 상호교감에서 긍정적 경험의 가치를 만들어내고자 하였다. 특히 그 당시 애플 컴퓨터의 직원이었던 도널드 노먼은 1993년에 사용자 경험의 설계자로서 이후 애플 컴퓨터의 디자인에 영향을 주었으며 인간과 컴퓨터 상호작용을 연구하는 이들에게 큰 영향을 주었다.

사용자 경험은 사용자 컴퓨터 인터랙션 연구에서 사용된 개념이며 아직도 많은 사용자 경험의 원리가 컴퓨터 공학 분야의 소프트웨어 및 하드웨어 개발에서 비롯되었다. 그러나 이 개념은 현재에 와서는 컴퓨터 제품뿐만 아니라 산업을 통해 제공되는 서비스, 상품, 프로세스, 사회와 문화에 이르기까지 널리 응용되고 있다.

4. 연구설계

4.1 Q sample과 Q statement의 선정

Q sample은 갤럭시폰에 관련된 서적, 신문기사, 인

2) Kim heung kyu, Application and understanding of Q Methodology, Sogang university Press cultural laboratory, P-40, 1990.

3) Koo Hyoung Lee, Human Sensibility and Emotion in Sensibility Ergonomics, Korean Journal of the science of Emotion & sensibility, P-116, 1998.

4) E.C. Edwards, D.J. Kasik, User Experience With the CYBER Graphics Terminal, Proceedings of VIM-21, pp 284-286, October, 1974.

터넷 기사 등과 함께 55명의 사용자 집단을 대상으로 FGI(Focus Group Interview)를 실시한 내용을 중심으로 약 200여개의 Q sample을 수집하였다. 그리고 그 중에서 연구 목적에 적합한 항목들을 준거로 하여 감성 품질 및 사용자 경험 디자인과 관련된 총 47개의 Q statement를 비구조적 방법에 의해 최종 추출하였다.

4.2 P Sample과 Q Sorting의 선정

P sample은 갤럭시폰을 선호하는 사람들을 중심으로 10대~40대의 남녀 30명으로 구성되었으며 Q Sorting은 가장 긍정(+4)에서 가장 부정(-4)로 이루어졌다.

4.3 자료의 분석

본 연구에서는 47개의 진술문에 대한 30명 피험자의 응답을 매트릭스화하여 추출된 요인들을 배리맥스 방법으로 회전시켜 주성분요인분석을 한 후 고유 값이 1 이상인 요인 3개를 의미 있는 요인으로 선정하였다.

[표 1] 주성분요인분석

	제1유형	제2유형	제3유형
고유값(eigen value)	10.2391	2.0298	1.0457
적재값 백분율(%)	34	7	3

4.4 분석결과의 해석

연구 결과에 의해 산출된 각각의 Q요인들은 특정 주제에 관하여 유사하게 판단 또는 생각하는 사람들의 집단으로서 피험자들 간의 공통된 견해 또는 가치집합으로 볼 수 있는데 갤럭시폰 선호도에 대한 47개의 진술문에 대해 30명이 분유한 자료들을 분석한 결과 3개의 유형을 발견할 수 있었다.

5. 유형별 특성

5.1 제 1 유형: 합리적 행동 추구 유형

제 1 유형은 Fishbein and Ajzen(1975)에 의해 제안되었던 합리적 행동이론(Theory of Reasoned Action: TRA)에 따라 인간은 합리적인 존재이기 때문에 행동에 대한 태도와 주관적 규범은 행동의도에 영향을 주고 행동 의도는 실제적 행동과 높은 상관관계를 가진다는 가정을 한다.⁵⁾ 합리적 행동 추구

유형은 개인의 태도와 함께 규범 요인을 중요한 외부 변인으로 간주하며 개인의 행위 결과와 관련 있는 주관적인 규범과 행위에 대한 개인의 태도의 영향을 받은 행위 의도에 의해 행위가 도출된다고 가정한다. 이들은 이미 스마트폰이나 갤럭시폰에 대한 다양한 간접 체험을 통해 스마트폰 혹은 갤럭시폰이 갖추어야 할 장점과 새로운 것에 대한 기대치가 높다. 또한 사용 용도에 대한 기대감은 휴대성과 사용성에 대한 기대로 이어지며 상대적으로 외형적 형태와 재질에 대한 관심도는 낮은 편이다.

제 1 유형은 무의식적으로 그들이 특정 행위를 했을 경우의 결과를 고려하여 합리적으로 행위를 하며 그 행위에 대한 태도는 주관적 규범 즉, 개인이 가지는 긍정적 또는 부정적 느낌을 말한다. 주관적 규범은 행위를 수행하는 것과 관련된 인지된 사회적 압력으로 정의되며 규범적인 구성요소로 지인들의 영향력을 반영하며 개인의 신념이라 할 수 있는 규범적 신념과 타인의 기대에 순응하려는 개인의 동기인 순응동기로 구성되고 특정 행위에 대한 사회적 압력은 상황에 따라 개인의 태도요인보다 더 강하게 행위를 통제할 수도 있다.

5.2 제 2 유형: 계획된 행동 추구 유형

제 2 유형은 합리적 행동 추구 유형의 확장된 유형으로 인지된 행동 통제가 추가되어 개인의 행동이 행위에 대한 태도의 영향을 받는 행위 의도와 행위의 결과와 관련된 주관적인 규범을 수행할 수 있다는 개개인의 지각에 의해 도출되는 유형이다. 이 유형은 이미 스마트폰 또는 갤럭시폰에 대한 사용 경험이 축적되어 있어 어떠한 장점을 취하여야 하는가에 대한 경험치가 이미 존재하는 유형이다.

이 유형은 기능, 물리적 느낌, 사용성 모두를 중요하게 생각하며 다양한 어플을 활용하고 인터넷을 통한 작업을 수행해본 경험이 있다. 또 카메라나 음성 녹음 기능 또는 파일 다운로드 등을 통해 저장 공간의 크기에 대한 중요성을 이미 파악하고 있으며 파손에 대한 우려로 튼튼한 것을 선호하고 있다.

제 2 유형은 제 1 유형과 마찬가지로 외형적 형태와 재질 그리고 심미적 관점은 크게 중요하지 않게 생각하는 유형이다. 이 유형은 이미 자신만의 갤럭시폰 사용 행태를 가지고 있는 것으로 간주되며 사용

5) Fishbein M and Ajzen I "Belief attitude intention and behavior: An introduction to theory and research,"reading MA: Addison-Wesley, 1975.

함으로써 얻어지는 즐거움과 효율을 선호하는 유형이라 할 수 있다.

5.3 제 3 유형: 차별적 개성 추구 유형

제 3 유형은 메시지, 문화, 제품이나 제품 사용에 관련된 의미에 대한 모든 것을 포함하는 유형이다. 이 유형에 속한 피험자들은 자기 이미지나 자기가 소유한 제품을 통해 다른 이에게 전달하고자 하는 메시지를 중요하게 여기며 자기 자신의 관심사에 대한 반성적 절차를 통한 논리를 전개한다.

또한 이 유형은 심미적 요소에 대한 관심이 높으면서도 개인의 성향에 따른 개성 표출을 중요시 여겨 타인과의 차별화를 유도하면서 우월감을 드러내고 싶어 한다. 그러면서도 사용성 추구를 통한 편리 추구에도 소홀하지 않다. 사용자와 제품의 인터랙션은 시각적인 정보에 의한 직관적이고 주관적인 심미적 인상에서 시작되는 것으로 제품의 외관상 느끼는 주관적이고 심미적인 본능적 디자인, 즉 겉모습을 중요시 하는 특성을 보인다. 제 3 유형은 디자인은 아름다워야 한다는 기본에 가장 충실한 유형이라 할 수 있다.

6. 논의 및 결론

전 세계적으로 스마트폰에 대한 열기는 소비자들의 적극적인 호응을 받고 있으며 이로 인한 산업적 파급효과 또한 증대되고 있다. 그 중에서도 삼성의 갤럭시폰과 애플의 아이폰은 스마트폰의 선두주자로 그 위상을 떨치고 있으며 소비자들이 가장 많이 선택하는 스마트폰이라 할 수 있다. 소비자가 스마트폰을 구매하는 동기에 있어 감성적 요소에 대한 유형 분석은 차세대 스마트폰의 방향 설정에 큰 의의를 가진다고 할 수 있다.

본 연구에서는 Q 방법론을 통해 대표적 스마트폰중 하나인 갤럭시폰 사용자의 선호 감성디자인 요소를 분석한 결과 3개의 대표 유형을 발견할 수 있었으며 이 3개의 대표 유형들은 상이한 선호도에도 불구하고 공통적인 속성을 가지고 있는 것으로 나타났다. 즉 모든 유형에서 정도의 차이는 있지만 편리성과 자연스러운 터치감에 대한 선호가 있었으며 각지고 중후한 플라스틱 재질의 항목을 선호하지 않는 것으로 나타났다.

분석을 통해 도출된 갤럭시폰 사용자의 선호 감성디자인 요소 유형 분석 결과에 따라 다음과 같은 논의

의 도출이 가능하다.

첫째 갤럭시폰에 대한 직 간접적인 체험은 갤럭시폰에 대한 기존의 감성 품질에 대한 높은 경험치와 새로운 기능에 대한 기대치 또한 높다.

둘째, 갤럭시폰을 선호하는 사용자는 얇은 디자인과 너무 크지 않은 그림감이 좋은 평평한 디자인을 선호한다.

셋째, 인터랙션에 있어 자연스러운 반응과 빠른 속도를 선호하며 데이터의 사용량은 점차 늘어갈 것이다.

넷째, 다양한 어플리케이션의 활용에 대한 기대치가 높을수록 편리한 기능을 추구한다.

다섯째, 가볍고 튼튼하며 갤럭시폰을 소유하고 있다는 우월감과 개성을 표현할 수 있어야 한다.

향후의 과제는 스마트폰의 대표 주자라 할 수 있는 아이폰과 갤럭시폰의 감성경험 디자인 요소에 대한 주관성 유형 비교를 통해 선호 요소의 차이를 밝혀 스마트폰에 따른 사용자의 차별적 감성 경험 디자인 요소를 파악하고 예측할 수 있는 중요한 기준이 될 수 있도록 해야 한다.

참고문헌

- [1] <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2011&no=477205>
- [2] Kim heung kyu, Application and understanding of Q Methodology, Sogang university Press cultural laboratory, P-40, 1990.
- [3] Koo Hyoung Lee, Human Sensibility and Emotion in Sensibility Ergonomics, Korean Journal of the science of Emotion & sensibility, P-116, 1998.
- [4] E.C. Edwards, D.J. Kasik, User Experience With the CYBER Graphics Terminal, Proceedings of VIM-21, pp 284-286, October, 1974.
- [5] Fishbein M and Ajzen I "Belief attitude intention and behavior: An introduction to theory and research,"reading MA: Addison-Wesley, 1975.