



컨텍스트 매핑(Contextmapping)에서 3차원 오브젝트의 추가적인 사용의 영향에 관한 연구
The effects of additional use of 3D objects when conducting Contextmapping

저자 (Authors) 최은지, 임윤경, 이우훈
Choi Eunji, Lim Youn-kyung, Lee Woohun

출처 (Source) [한국디자인학회 국제학술대회 논문집](#) , 2010.5, 174-175 (2 pages)
[KSDS Conference Proceeding](#) , 2010.5, 174-175 (2 pages)

발행처 (Publisher) [한국디자인학회](#)
Korean Society of Design Science

URL <http://www.dbpia.co.kr/Article/NODE01456882>

APA Style 최은지, 임윤경, 이우훈 (2010). 컨텍스트 매핑(Contextmapping)에서 3차원 오브젝트의 추가적인 사용의 영향에 관한 연구. 한국디자인학회 국제학술대회 논문집, 174-175.

이용정보 (Accessed) 한국과학기술원
143.248.107.219
2016/04/22 17:15 (KST)

저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다.

이 자료를 원저작자와의 협의 없이 무단게재 할 경우, 저작권법 및 관련법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

Copyright Information

The copyright of all works provided by DBpia belongs to the original author(s). Nurimedia is not responsible for contents of each work. Nor does it guarantee the contents.

You might take civil and criminal liabilities according to copyright and other relevant laws if you publish the contents without consultation with the original author(s).

컨텍스트 매핑(Contextmapping)에서 3차원 오브젝트의 추가적인 사용의 영향에 관한 연구

The effects of additional use of 3D objects when conducting Contextmapping

최은지

KAIST 산업디자인학과

Choi, Eunji

Dept. of Industrial Design, KAIST

임윤경

KAIST 산업디자인학과

Lim, Youn-kyung

Dept. of Industrial Design, KAIST

이우훈

KAIST 산업디자인학과

Lee, Woonhun

Dept. of Industrial Design, KAIST

Key words: Generative tools, Contextmapping, participatory design, recalling experience, materials of generative tools

1. 서론

오늘날의 제품은 적합한 기능, 높은 내구성, 합리적인 비용을 사용자에게 제공하는 것뿐만 아니라, 그들에게 특별한 경험을 주는 존재로 인식된다. 이는 사용자-제품 관계의 중요성이 갈수록 강조되고 있는 이유 중 하나이기도 하다. 그래서 디자이너들은 이제 사용자-제품 상호작용의 컨텍스트에 대한 정보를 필요로 하게 되었고(Sleeswijk Visser, F., 2005), 이는 실무에서 사용자 조사를 수행하는 것이 왜 필요한가에 대한 이유이기도 하다.

사용자 조사에 대한 필요성이 인식되었을 초기, 사용자는 설문지나 인터뷰 혹은 포커스그룹에 한정적으로 참여하여 관찰을 당하는 피사체로서의 역할을 해왔다. 하지만 이제 사용자는 디자이너가 그들의 컨텍스트를 이해하고 특정 영감을 주는 정보를 제공할 수 있도록, 디자인 프로세스에 점점 더 많은 부분에 능동적인 주체로서 참여하고 있다(Stappers P.J., 2005).

최근의 제품 디자인 프로세스의 사용자 참여방식은 특정 세션의 참가를 통해 그들의 개인적인 경험이나 감정 등을 표현하는 것으로, 이의 대표적인 방법으로 컬처 프로브(Cultural Probes)(Gaver W, 1999), 제너레이티브 툴(Generative Tools)(Elizabeth B.-N. Sanders, 2000) 등이 있다. 사용자는 여기서 그들의 개인적인 경험이나 특정 상황, 감정 등을 보다 쉽게 떠올려서 간단히 표현할 수 있도록 특정 아티팩트(artifact)를 만들게 된다(Stappers P.J., 2003).

사용자가 아티팩트를 만들 때, 그 결과물이 연구자가 사전에 준비하는 1차적인 재료에 의존할 수밖에 없게 된다. 참가자에 따라서 주어지는 재료를 보고 매우 개인적인 이야기나 특별한 순간, 경험들을 잘 떠올리는 사람이 있는가 하면, 그 재료를 보고도 그런 경험이나 순간들, 감정들이 잘 유발되지 않는 경우도 있다. 결국 이것은 아티팩트의 양과 질에 영향을 미치게 되며, 결과적으로 이것이 디자이너에게 유용한 영감이 될 수도 있고, 그렇지 않을 수도 있게 된다.

2. 연구의 목적

컨텍스트 매핑(Context Mapping)은, 참가자가 특정 이미지 셋(Image Set)을 받아 풀라주를 만들게 되는데, 이미지 자체가 가진 특성 상, 매우 세부적이고 다양한 시각에서 한 제품에

대한 여러 이미지를 준비하기에는 한계가 있다고 가정하였다. 대신 3차원 오브젝트, 즉 실제 제품의 경우 그것이 가진 고유한 질감과 세부적인 부분들을 사용자가 실제로 보고 느낄 수 있기 때문에, 그들의 개인적인 이야기나 특정 순간을 떠올리는데 효과가 있을 것이라 생각하였다. 그래서 3차원 오브젝트를 컨텍스트 매핑에 추가적으로 지원하여 이것이 아티팩트를 만들 때 어떤 효과를 주는지 보고자 한다.

3. 실험 방법

특정 제품에 관련된 주제를 정하기에는 참가자들 개개인에 따라 모두 다른 정도의 경험의 다양성이나 깊이를 가지고 있기 때문에, 모든 사람이 다양하게 경험해봤을 법한 일반적인 감각에 관한 주제를 선정하는 것이 참가자들의 경험정도에 따른 변이를 줄일 수 있을 것이라고 생각하였다. 그래서 본 실험의 주제로, “부드러운 느낌”과 “거친 느낌”에 관련된 경험이나 특정 순간 등을 떠올려서 이를 간단하게 표현하는 세션을 가지기로 하였다. 또한 주제 자체가 구체적이지 않고 광범위하기 때문에 다양한 이야기들을 도출할 수 있을 것으로 판단했다.

3-1. 워밍업 단계(Sensitization)

본격적인 컨텍스트 매핑 세션에 참가하기 전, 사용자는 과거의 특정 경험과 관련된 간단한 과제를 수행하게 된다. 본 실험에서는 엽서 크기의 종이에 간단한 실험소개와 함께, 부드러운 느낌과 관련된 개인적인 경험들을 자유롭게 표현하라는 가이드를 주었다. 이는 실제 세션에서 참가자가 바로 기억을 떠올리도록 요구되는 것이 아니라, 그 전에 주제와 관련된 작은 과제를 함으로써 본 세션에서 보다 높은 질적, 양적인 결과물을 도출하기 위함이다.

3-2. 컨텍스트 매핑(Context Mapping)

본 세션은 4~5명으로 구성된 그룹형태로 진행하였다. 이것은 참가자 서로가 자신들의 경험을 공유함으로써 추가적인 이야기나 순간들을 떠올려 질적, 양적으로 보다 풍부한 결과물을 도출할 수 있기 때문에, 개별세션, 혹은 페어(pair)세션보다 효율적이라고 할 수 있다.(Sleeswijk Visser, F., 2005)

실험을 통해 3차원 물체, 즉 실제 제품을 세션에 추가적으로 제공하였을 때와 그렇지 않았을 때 어떤 다른 결과를 가져올

것인가를 관찰하는 것이 목표이다. 그러므로 한 그룹에 총 두 번의 비슷한 레벨의 다른 주제로 세션을 진행하되, 한번은 이미지 셋만 제공하고, 다른 한번은 이미지와 실제 관련 제품을 함께 제공하기로 실험을 계획하였다.

[표 1] 컨텍스트 매핑(Context Mapping) 실험계획

	Group 1				Group 2			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
2D	부드러운 느낌과 관련된 경험이나 이야기 도출				거친 느낌과 관련된 경험이나 이야기 도출			
2D+3D	거친 느낌과 관련된 경험이나 이야기 도출				부드러운 느낌과 관련된 경험이나 이야기 도출			

초기에 5분정도의 실험소개를 시작으로, 주제당 각 20분 정도 플라주를 만들도록 하고, 마지막으로 5분정도 각자가 만든 플라주를 바탕으로 그들의 이야기를 발표하도록 하였다. 여기서 발표는 매우 중요한 부분으로, 특정 순간이나 감정에 관한 이야기는 그들이 만든 플라주가 아닌, 언어형태로 된 발표에서 나타나기 때문이다.

3-3. 설문조사

참가자 개인의 발표가 끝나면, 이미지만 제공한 세션과 실제 제품을 추가적으로 제공한 세션에 관한 설문지를 주어 각 세션을 7점 척도로 평가하도록 하고, 세부적인 질문에서는 주관적으로 답할 수 있도록 하였다.

이미지나 실제 제품이 그들의 특정 기억의 순간이나 경험을 떠올리는데 얼마나 효과적이었는지, 혹은 전혀 효과가 없거나 오히려 부정적인 영향이 있었는지, 두 가지 다른 차원의 재료가 서로 어떻게 다르게 영향을 미쳤는지, 만약 이미지나 실제 제품이 도움이 되었다면 이미지나 제품에서 어떤 부분이 기억이나 감정을 일으키는데 실제적으로 효과가 있었는지 등을 주로 설문조사를 통해서 질문하였다.

4. 실험 결과

4-1. 제품이 기억을 떠올리는데 대체적으로 유익

실험 참가자가 총 8명으로 정량적인 데이터의 분석은 무의미하나, 설문조사에서 질문에 대한 피드백의 종류를 보았을 때 추가적으로 제공한 3차원 제품이 대체적으로 유익했다고 답한 의견이 많았다. 특징적인 의견으로, 이미지는 특정 순간의 기억보다는 전반적인 느낌이나 선호도를 떠올리는데 도움이 되는 반면, 3D는 몇몇 기억을 구체적인 상황까지 떠올리게 하였다고 답변하였다. 하지만 이것 역시 제공되는 제품의 종류와 상태에 한정된다고 하였다.

4-2. 이미지만으로 기억을 떠올리는데 충분

하지만 3차원 제품이 없이 이미지만으로도 충분히 과거의 기억이나 경험을 떠올리기에 충분하다거나, 이미지와 제품이 주는 효과가 비슷하다는 의견도 있었다. 이는 참가자들이 이미지만 보고서도 자신의 경험과 관련 있는 이미지들이 있어서 특정 이야기들을 바로바로 떠올릴 수 있었고, 때문에 실제 제품은 거의 사용하지 않았다고 답했다.

4-3. 이미지와 제품 모두 불충분

이미지와 3차원 제품 둘 모두 과거의 경험을 떠올리기에 부족하였다고 답한 의견도 있었다. 사진의 경우, 색깔이나 배경, 모델 등이 매우 구체적으로 표현되어 있기 때문에 자신의 기억과 매칭되지 않아 도움이 되지 않았다고 답했고, 제품 역시 자신이 경험한 제품과 다른 것을 제공받았기 때문에 특정 기억을 떠올리는데 있어 크게 도움이 되지 않았다고 답하였다.

5. 결론 및 논의

컨텍스트 매핑 세션에서 제품을 추가적으로 제공하고자 할 때는, 사전에 연구자가 따로 준비하는 것 보다, 사용자가 이미 쓰고 있거나 익숙한 물건을 가지고 오도록 하는 것이 구체적이고 특정 경험의 회상에 효과적이다. 그 이유는 차원에 관계 없이 준비된 재료들이 사용자가 경험한 순간과 비슷한 상황을 떠올릴 수 있는 실마리를 제공해야 하기 때문이다.

이미지의 경우 이미지속의 모델이나 제품이 놓여져 있는 상태, 공간 등이 사용자가 가지고 있는 기억과 상이하다던지, 실제제품의 경우 종류는 같지만 다른 형상, 촉감, 크기의 제품을 제공한다던, 관련 경험이 있더라도 주어진 재료가 참가자가 가진 경험의 컨텍스트와 다르기 때문에 쉽게 기억을 도출해 내지 못하게 된다. 이는 이미지 셋을 준비할 때, 광고사진이나 연출된 사진 등을 되도록 쓰지 말라(Sleeswijk Visser, F., 2005)는 가이드라인의 내용과 일맥상통한다.

컨텍스트 매핑의 목적이 사용자들의 피상적인 선호도라던지, 전반적인 컨텍스트를 이해하고자 함이면 기존의 방법대로 다양한 종류의 이미지 셋을 제공하는 것으로 충분할 것으로 생각된다. 하지만 만약 특정 제품에 관련하여, 직접적이고 세부적인 경험에서 도출되는 문제점이나 이슈를 얻고자 한다면 이미지와 더불어 참가자가 사용한 제품을 추가적으로 제공하는 것도 도움이 될 것으로 생각된다. 이는 결국 참가자가 만드는 아티팩트의 양과 질에 영향을 미칠 것이며, 이를 통해 디자이너가 영감(inspiration)이나 특정 정보를 획득할 수 있는 가능성을 높여주는데 기여할 것으로 생각된다.

참고문헌

- Sleeswijk Visser, F., van der Lugt, R., Stappers, P.J., Contextmapping: experiences from practice, International Journal of Co-Creation in Design and the Arts, 2005
- Stappers P.J., Creative connections: user, designers, context, and tools. J Pers Ubiquitous Comput, 2005
- Gaver W, Dunne T, Pacenti E, Cultural probes. ACM Interact 6(1), P21-29, 1999
- Elizabeth B.-N. Sanders, Generative tools for codesigning. Collaborative design. Springer, Berlin Heidelberg New York, 2000
- Stappers P.J., Sanders EB-N, Generative tools for context mapping: tuning the tools, 2003