



제품경험시간 경과에 따른 제품의미 변화 추적의 쟁점

Criteria for Tracking the Transformation of Product Meaning over Time

저자 (Authors)	양경인, 이건표 Yang Kyungin, Lee Kun-pyo
출처 (Source)	한국디자인학회 국제학술대회 논문집 , 2010.5, 128-129 (2 pages) KSDS Conference Proceeding , 2010.5, 128-129 (2 pages)
발행처 (Publisher)	한국디자인학회 Korean Society of Design Science
URL	http://www.dbpia.co.kr/Article/NODE01456857
APA Style	양경인, 이건표 (2010). 제품경험시간 경과에 따른 제품의미 변화 추적의 쟁점. 한국디자인학회 국제학술대회 논문집, 128-129.
이용정보 (Accessed)	한국과학기술원 143.248.107.219 2016/04/22 17:16 (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).

제품경험시간 경과에 따른 제품 의미 변화 추적의 쟁점

Criteria for Tracking the Transformation of Product Meaning over Time

양경인

카이스트 산업디자인학과

Yang, Kyungin

Dept. of Industrial Design, KAIST

이건표

카이스트 산업디자인학과

Lee, Kun-pyo

Dept. of Industrial Design, KAIST

·Key words: Product Meaning, Transformation of Product Meaning, Tracking

1. 서론

그동안 사용자 연구의 측면에서의 ‘제품의미’는, 제품이 디자인에 의해 정의되고 의도된 대로 사용되어지는 순간만을 중심으로 해석되었다. 그러나 제품의미의 형성/변형이라는 것은 실질적으로 제품의 사용 전, 중, 후에 이르는 전반적 프로세스에서 사용자-제품 간 다양한 의미의 인터렉션으로서 지속적으로 발생한다는 점에서 깊이있게 연구되어야 할 필요가 있다. 이 연구의 궁극적인 목표는 시간의 흐름에 따라 제품의미의 형성과 변형의 최대 변수로서 디자인요소들의 작용이 어떻게 이루어지고, 그 결과 제품의미가 어떤 방식으로 변화되어 가는지를 이해하여 사용자-제품간 인터렉션의 새로운 해석을 이끌어 내는 것이다. 이를 위해 장기간의 추적조사를 실시함에 앞서, 주요 쟁점을 밝혀내는 예비 연구를 진행하였다.

2. 연구 목적 및 방법

2-1. 연구목적

이 예비 연구는, 시간 경과에 따른 제품의미의 변화를 관찰하는 방법으로서 추적조사법을 사용 할 때, 데이터 분석의 기준이 될 주요 쟁점을 밝혀 영향요소 분류의 축으로 설정하기 위한 것이었으며, 두 가지 방향으로 실시되었다.

우선, 제품의미에 영향을 미치는 요소가 어떤 성질이 있고, 경험시간의 경과에 따라 어떤 패턴적 변화를 보이는지를 관찰하기 위해 설문지와 인덱스 인터뷰를 실시하였다. 한 가지 대상을 top-down 방식으로 분류하여, 대상에 대한 기억과 연상에 대한 응답을 그 분류에 대입하여 경향성을 살폈다. 그 후, 개인이 소유 한 많은 물건들이 어떠한 이유에서 의미를 가지는지 bottom-up 방식으로 접근하여 파편적 사례들을 모아 범주화하였다.

2-2. 연구방법

첫 번째 연구에서는, 한 국가를 대상으로 선정하여 외국인이 갖게 될 ‘경험’을 [표 1-1]과 같이 해당국 관광청에서 제시하는 하드웨어적, 소프트웨어적 경험요소, 그리고 미리 예측 될 수 없는 개인적 경험요소의 세 가지로 분류하였다. 대상국에 대해 외국인으로서는 갖는 기억과 연상에 대한 질문에 경험 전, 경험 중(단/장기 경험 보유자로 구분), 경험 후인 응답자 그룹이 어떤 사고의 매개를 이야기 하고, 그것이 어떤 분류에 해당하는지 경향성을 살펴보았다.

두 번째 연구에서는, 책상 주변이라는 한정된 공간에 개인들

이 소유하고 있는 물건이 어떤 것이 있는지 사진수집과 더불어 즉석인터뷰를 실시하였다. 질문 항목은 Csikszentmihalyi와 Rochberg-halton¹⁾의 가정 내 제품과 그 의미에 대한 연구 중 사용한 항목을 책상 주변이라는 공간의 제한에 맞도록 [표1-2]의 ‘질문 행’과 같이 단순화 하였다. 수집된 사례의 종류와 질문에 대한 응답은 종합 후 키워드를 추출하여 Affinity Diagramming 으로 그룹화 하였다.

[표 1-1] 경험 시점에 따른 기억과 연상의 유발 요소의 변화

경험시점	미래 (경험 없음)	현재 (단기경험보유)	현재 (장기경험보유)	과거 (경험 종료 후)
기억과 연상의 유발요소	기술 된 하드웨어적 경험요소	직접관련성이 높은 개인적 경험요소	직접관련성이 낮은 개인적 경험요소	기술 된 소프트웨어적 경험요소
판단의 방식	Think	Feel	Feel	Think

[표 1-2] 책상 위 물건들에 대한 인터뷰의 질문과 응답의 구조화

	제품 카테고리	의미 카테고리
질문	Q1-1. 가장 많이 사용하는 물건?	Q3-1. 그 물건을 좋아하는가, 좋아하지 않는가? Q3-2. 그 이유는 무엇인가?
	Q1-2. 가장 오래 사용한 물건?	
	Q1-3. 가장 아끼는 물건?	
	Q2-1. 언제 그 물건을 갖게 되었는가(사용/소유 기간)? Q2-2. 어떻게 그 물건을 갖게 되었는가?	
응답	1. 과거형 요인의 제품	1. 본능적 레벨의 의미
	2. 현재형 요인의 제품	2. 행동적 레벨의 의미
	3. 미래형 요인의 제품	3. 반성적 레벨의 의미

3. 연구결과 및 논의

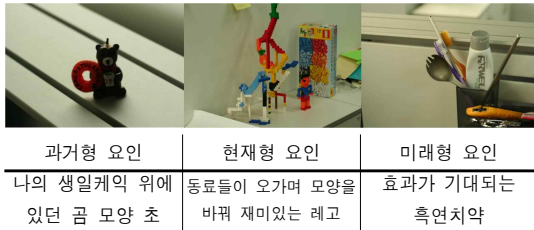
3-1. 경험시점과 판단방식

첫 번째 연구의 결과, 직접 경험이 없는 응답자와 경험이 과거에 종료된 응답자의 경우, 지식을 바탕으로 한 객관적인 요소가 기억과 연상을 유발하는데 중심적 역할을 한다는 것을 알 수 있었다. 반면 경험의 과정 중에 있는 응답자들은 대상 물과는 연관성이 전혀 없거나 약한 기억·연상의 매개를 주로

1) M. Csikszentmihalyi, & E. Rochberg-Halton, The meaning of things : domestic symbols and the self, p.254 Cambridge University Press, 1981.

언급하였다. 이것은 대상에 얽힌 응답자들의 상황적 컨텍스트가 그들로 하여금 사고하도록(Think) 하거나 느끼도록(Feel)하기 때문이다. 경험 중에 있는 응답자 중, 장기적 경험 보유자가 단기적 경험 보유자에 비해 더욱 대상물과의 연관성이 약하거나 추상적인 응답경향을 보여, 경험 시점을 세분화 한다면 더 많은 변화를 관찰 할 수 있을 것임을 시사했다.

[그림 1-1] 과거형, 현재형, 미래형 요인의 제품의 예



3-2. 의미의 존재시점과 3 레벨의 디자인 요소

제품은, [그림 1-1]과 같이 쓸모가 다하였지만 특별한 추억이나 기억 때문에 버리지 않고 소유하고 있는 과거형 요인, 사용성과 즐거움, 필요에 기인한 현재형 요인, 기능 변형의 가능성이 있거나 변화에 대한 기대감이 바탕이 된 미래형 요인, 이 세 가지로 소유/사용 요인을 정의 할 수 있었다. 그리고 제품에 대한 호·불호의 의견을 형성하며 제품의 의미를 발생 또는 변형시키는 의미 카테고리인 결국, Norman의 '사용자 만족'을 불러일으키는 세 가지 디자인요소인 본능적, 행동적, 반성적 레벨의 디자인 요소로 구분 할 수 있었다.

3-3. 제품 의미 변화의 추적조사 시 기준이 되는 세 축; 시간의 경과, 판단방식, 3레벨의 디자인 요소

두 예비 연구를 통해, 제품의 경험시점에 따라 판단 과정에 이성과 감성이 구분되어 작용함을 관찰할 수 있었고, 판단 작용의 결과로서 제품 의미를 발생/변형시키는 디자인요소 또한 시간의 축 위에서 본능적 레벨, 행동적 레벨, 반성적 레벨로 구분되어 전환적으로 작용함을 알 수 있었다.

이 결과를 바탕으로 추후에 경험시간 경과에 따른 제품 의미 변화의 추적을 실제로 수행하고 패턴을 발견하는 데에 필요한 프레임웍에서 반드시 고려되어야 할 축을 세 가지로 추출해 낼 수 있었다. 그것은 시간, 판단의 방식, 3 레벨의 디자인 요소의 축이다. 추적조사의 수행 시 매 시점마다 코딩 된 [표 3-1]의 테이블은 시간의 경과에 따라 [그림 2-1]과 같이 시간 축 위에 누적되어 패턴 발견을 가능하게 할 것으로 기대된다.

4. 결론 및 향후 연구 과제

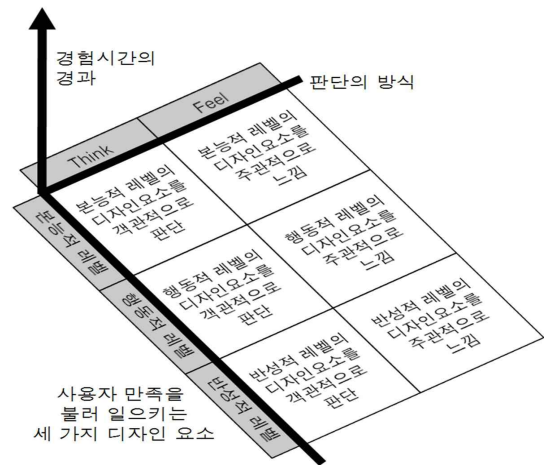
제품의 의미의 형성/변형 이라는 인터랙션을 이해하는 데에는 추적조사라는 방법이 필요한데, 그 이유는 경험시간의 경과라는 시점의 이슈가 '의미변형 패턴'의 가장 핵심적인 쟁점이기 때문이다. 예비 연구에서 밝힌 것처럼 시간의 축 위에서 사용자의 판단방식과 판단작용을 일으키는 디자인요소가 동시에 고려되어야 할 것이다.

향후 과제는, 제품 의미 변화추적을 위한 프레임웍의 세 축을 본격적인 추적조사의 데이터베이스화에 적용하여, 패턴의 추출의 가능성을 확인하는 것이다.

[표 3-1] 판단의 방식에 따른 디자인요소의 분류

	Think	Feel
본능적 레벨의 디자인 요소	-다른 제품과 구분될만한 독특한 외형 -동일 문화권 내에서 받아들여지는 미적 보편성 -문화와 유행	-내용물의 질을 간파하게 하는 외적 아름다움 -본기능 보다 월등한 소품으로서의 가치 -만졌을 때의 즐거움 -매혹적인 맛과 외형 -보고 느낄 수 있는 물리적 특징(곡선미, 광택, 감촉)
행동적 레벨의 디자인 요소	-이해의 용이성 -제품의 사용성 -제품이 수행 가능한 기능 -각 기능이 유발하는 행동 -사용자를 관찰함으로써 알 수 있는 요소들 -제품의 질을 결정하는 고객의 실제 요구사항	-물리적인 느낌 -향상과 혁신의 인지 -디자인의 결함이 아닌 자신의 실수라고 생각되어지는 오류들 -사용자 모델과 디자이너 모델의 간극 -물리적인 느낌(만질 수 있는 것의 조작의 즐거움) -조작 시의 감각적 피드백 (갈질이나 지글거리는 소리)
반성적 레벨의 디자인 요소	-전시적인 의도 -옳고 그름을 판단하는 통념적 가치관이나 기준 -감성 전달의 매개수단이 된 진보된 기술 -세상에 만들어 질 자신의 이미지와 위치 -습관적으로 배워 온 관습 -지식, 학습의 결과, 문화	-후천적 취향 -특별한 날의 기억 -추억을 떠올리도록 하는 매개체 -변형 된 기능적 목적 -전반적인 인상

[그림 2-1] 경험시간의 경과에 따른 제품 의미 변화 추적을 위한 프레임웍



참고문헌-----> 스타일이름 : 요약제목

- D. A. Norman, Emotional design : why we love (or hate) everyday things, Basic Books, 2004.
- M. Csikszentmihalyi, & E. Rochberg-Halton, The meaning of things : domestic symbols and the self, Cambridge University Press, 1981.