

# 디자인 프로젝트의 특성에 따른 가변적 에쓰노그래피 리서치 활용에 관한 연구

A Study on the Flexible Application of Ethnographic User Research according to characteristic variables of Design Project

김현정, 이건표  
울산대학교, 한국과학기술원

Kim Hyun-jeong, Lee Kun-pyo.  
Ulsan University, KAIST

● Keywords: Flexible Ethnographic User Research, Project characteristic variables,

## 1. 서론

인간 중심의 디자인을 노력의 일환으로 최근 여러 디자인 프로젝트에서 에쓰노그래피 사용자 리서치의 방법을 적용하고 있다. 에쓰노그래피 리서치 방법의 정수는 디자인 될 결과물 지향에서 벗어나, 현장에서 사용자가 실제로 무엇을 하는가에 대한 사람들의 경험에 리서치의 초점을 맞추는 것이라고 할 수 있을 것이다. 그러나, 에쓰노그래피 리서치는 이와 같이 커다란 기본 원칙 아래, 다양한 기법들이 각 프로젝트의 성격에 따라 또는 사용자의 특성에 따라 또는 현장의 여러 가지 현실적 사정에 맞게 리서처가 가변적으로 적용하게 된다.

이에 본 논문에서는 그동안 몇가지의 프로젝트에서 진행했던 에쓰노그래피 사용자 리서치들을 종자인 프로젝트의 특성 변수들을 규명하고 이에 맞게 에쓰노그래피 리서치의 다양한 기법들을 가변적으로 활용할 수 있게 하기 위한 가이드라인을 제시하는 것을 목적으로 한다.

## 2. 디자인 프로젝트의 특성 변수의 규명

에쓰노그래피 사용자 리서치를 활용한 디자인 프로젝트의 특성을 규명하는 기준으로는 크게 다음과 같은 세 가지 - 제품의 특성, 사용환경(공간)의 특성, 사용자의 특성 - 을 들 수 있다. 첫째 기준은 리서치를 통해 개발하고자 의도하는 제품의 특성이다. 즉, 디자인하고자 하는 제품의 종류가 넓게는 환경이나 시스템 제품부터, 공업 제품, 또는 공업 제품의 인터페이스, 그리고, 웹사이트 또는 소프트웨어등으로 나누어 볼 수 있다. 또한, 제품이 한 장소에 고정되어 사용되는 것인가 이동하며 사용하는 것인가에 따라 특정 장소가 아주 중요한 의미를 가지는 장소 중심형(Site-oriented) 프로젝트가 있을 수 있고, 특정 장소가 별다른 의미가 없는 작업 중심형(Work-oriented) 프로젝트가 있을 수 있다.

예를 들어, 1999년 진행했던 부업에서의 조리에 관련된 식생활 문화에 대한 에쓰노그래피 사용자 리서치<sup>1)</sup>와 2000년 진행한 자동차 AV 시스템의 사용자 문화 리서치는 전자레인지 또는 Car AV라는 공업제품의 인터페이스를 중심 대상으로 하여 프로젝트를 진행하였고, 이때 부업 또는 자동차라는 장소는 중요한 의미를 가지는 변수로서 작용하였다. 또한, 2000년 LG 홈 쇼핑의 인터넷 사이트의 디자인을 평가하기 위해 진행했던 사용자 리서치<sup>2)</sup>에서는 웹사이트 정보를 그 디자인 대상으로 하였으며, 어떤 하나의 특정 장소가 의미가 없는 작업 중심형 프로젝트였다고

할 수 있다.

두 번째 기준은 개발하고자 하는 제품과 관련된 경험 중, 사용환경의 특성이다. 즉, 사용 환경이 공개적, 개방적 공간이나, 개인적, 폐쇄적 공간이나 하는 공간의 개방성의 수준과 공간내의 움직임이 정적(Static)이나 동적(Dynamic)이나 하는 공간 내의 운동성의 수준을 따져 볼 수 있다. 즉, 사용 환경의 특성 변수를 규정하는 것은 100% 공개적이거나, 폐쇄적이거나 또는 100% 동적이거나 정적이거나의 문제가 아니라 그 정도가 얼마인가를 문제가 되는 것이다. 예를 들어, 프로젝트 예에서 분석해 보면, 2000년 진행한 새마을호 탑승객 행태에 관한 리서치<sup>3)</sup>에서 기차의 내부라는 공간은 반공개적으로 서로 모르는 타인들에게 개방되어 있는 공간이며, 자동차 내부는 공간이 매우 좁고 한정된 개인적 공간이면서 다양한 행동들이 끊임없이 일어나는 동적 공간이며, 그 외적 환경은 매우 가변적인 공간으로 규정할 수 있다.

세 번째의 기준은 사용자의 특성으로, 먼저 사용자가 일반 사용자(General)인가, 특수 사용자(Special)인가 하는 변수와 사용자가 한사람(Individual)인지 여러 사람(Multiple)인지 하는 변수, 또, 여러 사람일 경우, 행동이 동시 다발적(simultaneous)으로 일어나는 것인지, 한번에 하나의(one-by-one) 행동들이 시간적 간격을 두고 일어나는지에 따라 나눌 수 있다. 일반 사용자는 프로젝트의 대상 제품이 누구나 일반적으로 사용하는 경우라고 한다면, 특수 사용자는 일부 소수의 사용자 군이 사용하는 제품의 경우를 말한다. 예를 들어, 부업에서 전자레인지를 사용하는 주부라는 사용자는 아주 일반적인 사용자이며 리서치하는 사람이 여자이든 남자이든 한번씩을 사용해본 경험이 있는 제품을 그 대상으로 하는 경우이지만 Car AV와 같은 제품은 우선 성인 중에서도 운전자로 사용자의 범위를 좁히며, 그 중 Car AV를 장착한 사람이라면 특수 사용자에게 해당한다고 볼 수 있다. 웹사이트나 소프트웨어 관련한 제품이라면 보통 한사람의 개인적 사용자가 사용하는 반면, 전자레인지의 경우, 가족이라는 소규모의 여러 사용자(Multi-User)가 한번에 한 명씩 사용하는 행태를 보이는 경우이고, Car AV는 개인적 사용의 경우와 옆이나 뒷 좌석에 누가 탔을 경우 2,3,4명의 동시다발적 사용 상황이 다양하게 혼합되어 나타난다고 할 수 있다. 또, 기차는 대규모이나 한정된 (한량을 기준으로 했을 때, 64명) 여러 사용자의 동시다발적인 사용상황이 발생하는 경우이다. 또 다른 예로, 타운 워칭과 같은 프로젝트는 완전히 공개된 공간에서 대규모의 사용자들이 동시다발적으로 행동이 일어나는 경우가 된다.

이상과 같이 규명된 디자인 프로젝트의 특성의 기준과 변수는 다음 표1에서 잘 정리되고 있다.

1) 김 현정, 이 건표, 사용자 중심의 디자인 리서치를 위한 에쓰노그래피 적용 방법에 관한 연구 디자인학 연구 2000. 02 vol.13 no.1 pp. 187-198

2) 김 현정, 이 건표, 인간-컴퓨터 상호작용 연구에 있어서 에쓰노그래피 적용 방법에 관한 연구 - 인터넷 쇼핑물의 사용행태 분석 사례를 중심으로 HCI 2000 학술대회 발표 논문집 pp. 818-823

3) 김·현정, 이 건표, 한국형 고속전철 디자인을 위한 사용자 리서치에서의 에쓰노그래피 활용방안에 관한 연구, 한국디자인학회 2000 봄 학술 발표대회 논문집 pp. 30-31

제품 특성	제품종류	환경, 시스템제품
		공업제품
		제품 인터페이스
		웹 또는 SW
	제품의 이동성	장소중심형
		작업중심형
사용환경의 특성	공간의 개방성	개방적, 공개적
		폐쇄적, 개인적
	공간의 운동성	정적
		동적
사용자 특성	사용자의 특수성	일반 사용자
		특수 사용자
	사용자의 수	개인(Individual)
		여러사람(Multiple)

표 1 프로젝트 특성 기준 및 변수

### 3. 프로젝트 특성 변수에 따른 에스노그래픽 사용자 리서치의 가변적 활용

에스노그래픽 리서치의 프로세스는 크게 (1) 리서치 플래닝 (2) 데이터의 수집과 분석 (3) 발견된 사실과 통찰의 전달 (4) 디자인 아이디어 발상과 종합의 네 단계로 나눌 수 있다. 이때, 프로젝트의 특성 변수를 파악하는 것은 리서치를 플래닝하는 단계에서 내용적 프레임워크(Thematic Framework)와 기술적인 기법 적용의 프레임워크(Technical Framework)를 결정하는 데 꼭 필요한 일이다. 에스노그래픽 사용자 리서치가 그 범위가 넓은 만큼 효율적인 리서치 프레임이 매우 중요하며 프로젝트 특성에 따른 가변적 활용이 필요한 이유도 여기에 있다.

#### 3-1. 내용적 프레임워크(Thematic Framework)

내용상의 프레임워크라는 것은 한마디로 무엇을 관찰할 것인가를 말한다. 이 과정에는 프로젝트에서 대상으로 하는 제품에 대해 리서치의 개인적인 경험은 물론, 문헌 자료를 통해 미리 파악하는 것이 필요하다. 이 과정은 2장에서 규명한 기준과 변수에 의해 프로젝트의 특성을 파악하는 것과 결국 같은 과정이라고 볼 수 있다. 내용적 프레임워크를 정할 때 가장 유의할 점은 사용자의 경험 위주로 리서치 테마(Experience-oriented Research theme)를 잡아야 한다는 것이다. 즉, 예를 들어 전자레인지가 대상제품인 프로젝트에서는 전자레인지 자체가 아니라 이것이 쓰이는 상황, 즉 조리 및 식사 준비에 관련된 식생활 경험이 주요 리서치 테마가 되는 것이다. 이러한 큰 리서치 테마 안에서 세부 내용적 프레임워크를 구성할 내용은 사용자 행동-환경(장소)의 세트로 생각한다. 이 프로젝트에서 부엌이라는 공간은 전자레인지가 항상 놓여 사용되는 장소로서 중요한 의미를 지닌다. 즉, 장소 중심형 프로젝트인 것이다. 또, 이 프로젝트의 대상은 제품과 그 제품의 인터페이스 디자인이었다. 이 밖에도 사용환경의 특성 및 사용자 특성을 파악한다. 이와 같은 제품 특성 및 사용환경, 사용자 특성을 파악하는 것은 기술적 기법 적용의 프레임워크를 정하는데 중요한 요소로 작용한다.

#### 3-2. 기법적 프레임워크(Technical Framework)

기법적 프레임워크는 어떻게(how)에 해당하는 부분으로 에스노그래픽 리서치의 다양한 기법 중에 무엇을 어떤 관점으로 적용할지 선

택적으로 결정하는 부분이라고 할 수 있다. 기술적 기법 적용에는 세가지 항목이 있다. 먼저 장비의 선택, 관찰자의 개입 정도의 선택, 사이트의 수 및 종류, 기간의 선택이다. 장비의 선택은 얼마나 체계적으로 진행되는가를 기준으로 비디오에서부터 사진, 체크리스트, 스케치, 노트로 나눌 수 있다. 이는 장소 중심형 프로젝트의 경우에 그 사용환경의 특성에 따라 비디오를 설치가능한 곳이면 비디오를 활용하고 그렇지 않은 경우는 관찰자가 직접 노트 혹은 다른 여러 장비를 가지고 비체계적으로 활용하게 된다. 또한 폐쇄적 공간이나, 열린 공간이나에 따라 정적 공간이나, 동적 공간이나에 따라서도 고정된 카메라를 설치, 움직이는 카메라 혹은 그 이외의 다른 방법을 설치 결정하게 된다. 또한, 보다 세부적인 항목에 들어가서 카메라를 어디에 달지, 몇 대가 필요한지 등도 내용적 프레임워크에 따라 결정한다. 예를 들어, 제품의 인터페이스를 그 대상으로 하는 경우, 인터페이스를 확대해서 볼 수 있는 카메라와 그 문맥적 상황을 볼 수 있는 카메라가 2대가 필요했던 경우가 그것이다. 또한, 관찰자의 개입 정도를 정하는 것은 사용환경의 특성이 얼마나 개인적인가, 사용자가 개인이거나 소규모인가 등의 특성에 따라 결정된다고 볼 수 있다. 사용자가 개인이거나 소규모라면 참여적 관찰을 병행하는 것이 의미있을 것이며, 사용 환경이 지나치게 폐쇄적이나 개인적이라며 (예를 들어 침실과 같은 경우) 비디오를 통한 관찰이 불가능할 것이다. 관찰자의 개입 정도는 위에서 장비의 선택과도 무관한 것은 아니어서 관찰자가 덜 개입한 것이 비디오를 통한 관찰의 경우이다. 일반적으로 비디오 장비가 디자인을 위한 에스노그래픽 사용자 리서치에서 활용되는 이유는 비디오가 객관적으로 공유될 수 있는 데이터를 기록하는데 있어 효율적인 면 이외에도, 비교적 짧은 기간에 끝나야 하는 디자인 프로젝트의 스케줄에는 관찰자가 사용자와 개인적으로 친분을 쌓고 참여적 관찰을 할 수 있는 시간을 투자하기가 어렵기 때문이기도 하다. 따라서 비디오 관찰이 불가능한 경우를 제외한다면 비디오를 활용하는 것이 좋으며, 이를 어떻게 여하히 다른 방법들-인터뷰, 직접적 관찰, 필드노트 등-과 연계할 것인지 고민해야 한다. 사이트의 수 및 종류, 관찰 기간의 선택은 사용자 특성에 따라 다를 것이다. 즉, 사용자가 개인이고 일반 사용자라면 비슷한 사이트가 여러 개가 필요하며, 한 곳에서의 시간은 그리 길지 않아도 될 것이다. 그러나, 특수 사용자인 경우라면, 대표적인 한 사람의 경우를 길고 깊게 관찰해야 하는 것이 더 필요하다. 당연하겠지만, 에스노그래픽 사용자 리서치는 일반 사용자의 경우보다는 특수 사용자의 경우, 즉 리서치하는 보통 사람의 입장에서 사용자를 잘 모를 경우 더 유용할 수 밖에 없다. 어떤 새로운 제품을 개발하고자 할 때, 사용자 군이 특수하거나 또는 어떤 다른 이유로 사용자의 작업을 전반적으로 파악하지 못했을 때, 사용자 중심으로 작업내용을 이해하고 제품에서 콘텐츠를 디자인하고자 할 때, 이와 같은 리서치는 유용하게 활용될 수 있다.

### 4. 결론 및 향후 연구과제

이상과 같이 본 논문에서는 프로젝트의 특성을 파악할 수 있는 기본 틀을 제시하고 에스노그래픽 사용자 리서치의 다양한 기법을 나열하며 그 선택적, 가변적 적용에 대한 관계를 찾고자 노력하였다. 하지만, 어쩌면 이러한 관계가 변수에 따라 일대일 관계가 아니라 여러 변수의 조합에 의해 달라지므로, 결국은 프로젝트 별로 개별적(Case-by-Case)으로 작용해야 하는 것일 지도 모르겠다. 즉, 프로젝트의 특성을 여하히 잘 파악하고 그에 맞는 리서치 플래닝이 중요하다는 것이다. 또한, 지금까지 정리한 것은 개인적 경험과 지식을 정리한 것이므로 한계가 분명 있을 것이다. 따라서, 금후에 개인적으로 경험한 프로젝트 이외에도 외국의 사례 등을 통하여 프로젝트 특성 변수와 기법 적용의 상관관계를 보다 심층적으로 검증할 필요가 있겠다.