행동이론에 기반을 둔 경험디자인 프레임 워크 개발

사용자 참여 기법에 대한 연구를 중심으로

A Development of a Framework for Experience Design based on activity theory

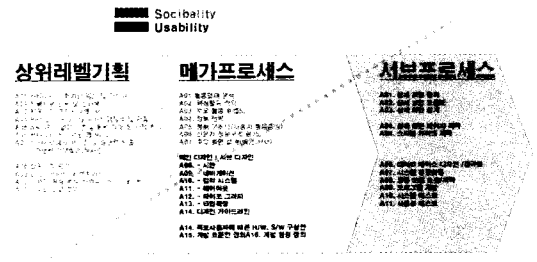
이종호
우송대학교 컴퓨터디자인학부

Lee, Jong-Ho
School of Computer Design, Woosong University

• Key words: Experience, Design Process, User Participation

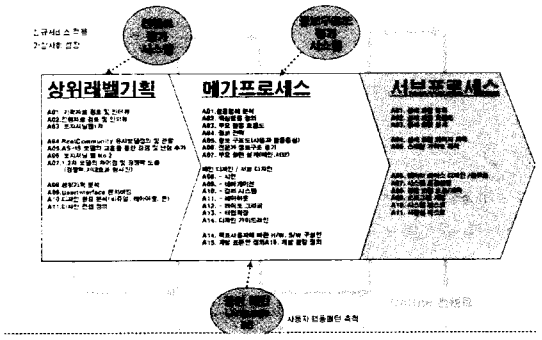
1. 서 론

우송대학교와 (주)사이월드는 2002년 3월부터 6개월에 걸쳐 커뮤니티 형성 프로세스TM 를 개발하였다. (그림 1)



(그림1) 커뮤니티 형성 프로세스

커뮤니티 형성 프로세스는 성공적인 온라인 커뮤니티를 형성하기 위한 전략적 프레임워크(Framework)를 제시한 것으로 (주)사이월드 팀 내의 업무를 기획 - 디자인 - 프로그램으로 나누고, 각 팀의 업무를 행동이론(Activity - Action - Operation단계로 구성)을 도입, 분석해 도출해 낸 것으로 소프트웨어 개발 방법론과는 다른 차원의 프레임워크를 제시하고 있다.



(그림 2) 개발된 경험디자인 프레임워크

커뮤니티 형성 프로세스의 특징은 현실세계를 행동이론에 의거해 모델링하여 가상세계의 컨텐트를 개발하는 근거로 삼는 접근방법으로 이는 사용성 향상을 위하여 USECASE 분석을 하는 것과는 상반된 사고과정을 요구하는 부분이다.(그림 2 참조)
USECASE 분석은 수렴적 사고를 요구하는 반면에 경험 패턴 Language 의 활용 및 사용자 참여는 디자이너에게 발산적 사고과정을 요구하기 때문이다.

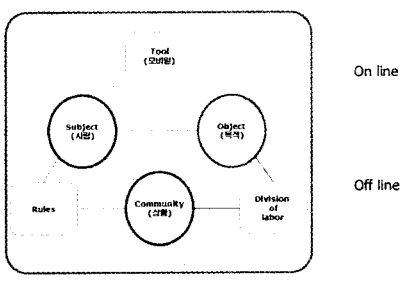
그러나 발산적 사고과정은 디자이너의 주관적 해석 및 직관(Intuition)에 의존해야 하는 부분이기 때문에 디자인 프레임워크에서 블랙박스로 남는 경우가 대부분이었다.

따라서 본 연구의 목적은 경험디자인(Rosenfeld[1])의 정의에 의하면 극히 제한된 사람만이 할 수 있는 분야) 프레임 워크의 중요한 요소인 경험 패턴 Language DB 와 사용자 참여 과정에서의 디자이너의 발산적 사고과정을 추적하여 이 기법의 현실 적용 가능성에 대하여 알아보고자 하는 것이다.

2. 행동이론

행동이론이란 구 소련의 사회주의 학파의 한 갈래에서 파생된 분야로, 개인적 측면과 사회적 측면을 동시에 고려하여 인간의 습관에 대한 연구를 할 수 있는 철학적인 틀을 마련해 주고 있다. 때문에 최근 교육학, 사회과학, 문화 조사학, 인류학 등의 분야에서 분석의 틀로 도입되고 있는 이론이다. 행동과학(Behavioral Science)와 사회과학(Social Science)는 개인과 사회라는 이분법적인 논리로 시스템을 분석하여 왔기 때문에 공동작업 환경에 대한 분석은 항상 취약한 분야였다.

행동이론에서는 의미 있는 상황에서의 개인 행동을 분석의 기본 단위로 제공함으로써 상황적 개인 행동을 분석하고 이해할 수 있는 기본 틀을 마련했다고 볼 수 있다. 다음은 행동이론의 모형이다.



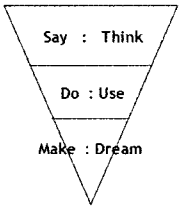
[그림 3] 행동이론 모형 (Kari Kuutti: 2002)

1) Information Architecture, 2nd Ed. Louis 깬둘딩 & Peter Morville, O'Reilly, 2002

그림[3]에서 보는 바와 같이 행동은 목적(Object), 대상(Subject), 커뮤니티(Community)로 상호관계를 구성하는 데, 도구(Tool)은 대상(Subject)와 목적(Object)간의 매개체를 구성하고, 법칙(Rule)은 대상(Subject)와 커뮤니티(Community)간의 매개체, 그리고 분업(Division of labor)는 커뮤니티(Community)와 목적(Object)간의 매개체를 구성하게 된다.

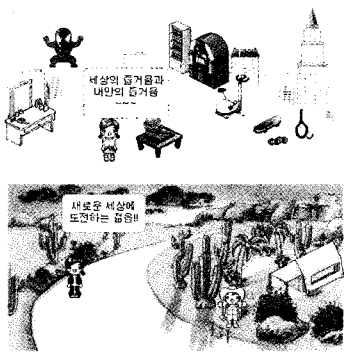
3. 사용자 만들기 조사

사용자 만들기 조사 기법은 사용자 설문조사 기법이나 사용자 관찰 기법과 함께 사용자의 욕구를 해석해 내는 방법의 일환이다 (그림 4 참조)

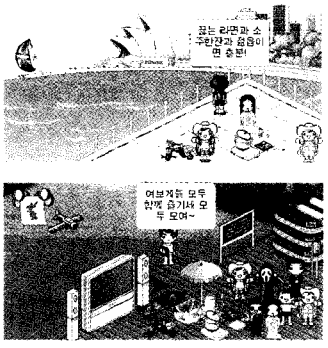


[그림 4] 사용자 조사와 사용자 만들기 조사의 관계

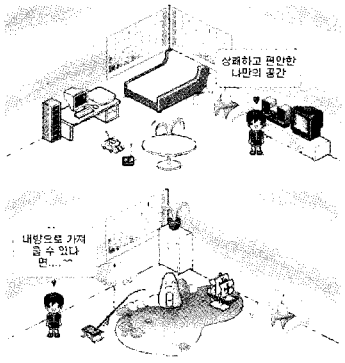
본 연구에서는 경험디자인 프레임워크에서 사용자 조사 기법의 현실적용 가능성을 조사하기 위하여 무선 인터넷 서비스를 주제로 삼아 사용자 조사를 실시하였다. 우선 016 무선 인터넷 서비스를 사용하고 있는 학생들을 대상으로 2차원 공간구성 요소를 사용할 수 있는 사이월드에 접속하여 미니룸을 만들어 볼 것을 요구했다. 016서비스 사용자를 대상으로 실시된 실험의 결과는 다음과 같다.



[그림 5] 서비스에 대한 이미지(위:현재 / 아래:미래) (여)



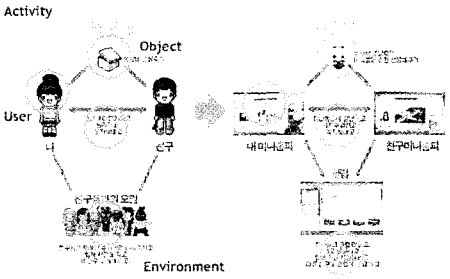
[그림 6] 서비스에 대한 이미지(위:현재 / 아래:미래) (남)



[그림 6] 서비스에 대한 이미지(위:현재 / 아래:미래) (남)

4. 결 론

사용자 만들기(사용자 참여)의 가능성 및 이를 지원하는 도구의 개발은 전적으로 디자이너의 몫에 달려있다. 본 연구에서는 사용자 참여의 도구로 2차원 공간 구성이 가능한 사이월드의 미니룸 프로그램을 사용하여 사용자 조사를 실시하였다. 사용자 조사의 결과에 대한 해석 요소로는 1) 아이템의 수 증감 여부, 2) 아이템의 물질적 가치 변화 여부, 3) 아이템의 변화 여부 4) 배경 환경의 변화 여부 등을 들 수 있는 데, 이를 직접적으로 컨텐트 아이템 개발에 적용하는 것은 아직 무리가 있을 것으로 보인다.



[그림] 현실세계 모델링

그러나 이러한 사용자 만들기(사용자 참여) 방법이 시사하고 있는 것은 사용자들이 점차로 개인화서비스의 경향으로 가고 있고, 이는 디자인 개발 방향에 중요한 단서를 제공해 주고 있다는 것이다. 사용자 만들기 결과를 컨텐트 개발에 연결할 수 있는 연결고리에 대한 개발이 향후 더 필요로 되어진다.

참고문헌

- Kari Kuutti, "A Framework for HCI Research, "Activity Theory', 1986
- Bodker, "A human activity approach to user interfaces", HCI 4:171-195
- 이종호, 시스템적인 디지털 컨텐트 개발 프로세스에서 설득기술의 적용 가능성에 관한 연구 , 정보디자인이슈, 제1권, 제1호, 2002.4