

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2023.9.4.649>

JCCT 2023-7-79

## 핀테크 서비스의 UX 라이팅 유형이 사용자 만족감에 미치는 영향: 격식체와 전문용어 사용 여부를 중심으로

### UX Writing Style in Fintech Services Effect on User's Satisfaction with Using Formality in Korean and Financial Jargon

한지수\*, 이정민\*\*, 신호림\*\*, 오창훈\*\*\*

Jisoo Han\*, Jeongmin Lee\*\*, Hyorim Shin\*\*, Changhoon Oh\*\*\*

**요약** 현재 핀테크 서비스가 활성화되면서 서비스 내 UX 라이팅의 중요성이 커지고 있다. 그러나 핀테크 서비스의 UX 라이팅 유형이 사용자에게 구체적으로 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구는 부족한 상황이다. 이에 따라 이 연구는 핀테크 서비스의 UX 라이팅 유형이 사용자 만족감에 미치는 영향을 확인하고자 한국어의 격식체 사용 여부와 금융 전문용어 유무를 독립변인으로 하는 2x2 혼합 설계를 통해 사용자 만족감의 하위 요소인 신뢰감, 간결성, 심리적 안정감, 완벽성을 측정하였다. 그 결과, 전문용어를 사용하지 않을 때 사용할 때보다 더 높은 간결성, 심리적 안정감, 완벽성을 보였다. 격식체 사용 여부는 모든 종속 변인에 대해 주 효과가 나타나지 않았으나, 격식체를 사용하면서 전문용어를 사용하지 않을 때 더 높은 간결성, 완결성, 심리적 안정감이 나타났다. 이 연구는 핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 격식체와 전문용어 사용 여부가 사용자 만족감에 어떤 영향을 미치는지 실증적으로 검증하였다는 점에서 의의가 있다.

**주요어** : UX 라이팅, 핀테크, 사용자 만족감, 신뢰감, 간결성, 심리적 안정감, 완벽성

**Abstract** With the rise of fintech services, the importance of UX Writing in digital channel is growing. However, there is a lack of research on how different types of UX Writing in fintech services specifically affect user's satisfaction. In order to determine the impact of UX Writing style in fintech services on user's satisfaction, this study used a 2x2 mixed design with using formality in Korean and financial jargon as independent variables to measure trust, conciseness, psychological stability, and completeness. The results showed that higher levels of conciseness, psychological stability, and completeness when not using jargon than using jargon. Using formality in Korean did not show a main effect for any of the dependent variables, but it was occurred that higher levels of conciseness, psychological stability, and completeness with using formality in Korean but not using jargon. The significance of this study is that it empirically verified how using formality and financial jargon in UX Writing of fintech services affects user satisfaction.

**Key words** : UX Writing, Fintech, User's satisfaction, Trust, Conciseness, Psychological Stability, Completeness

\*준회원, 연세대학교 정보대학원 UX트랙 석사과정 (제1저자) Received: June 25, 2023 / Revised: July 5, 2023

\*\*준회원, 연세대학교 정보대학원 UX트랙 석사과정 (참여저자)

Accepted: July 10, 2023

\*\*정회원, 연세대학교 정보대학원 UX트랙 박사과정 (참여저자)

\*\*\*Corresponding Author: changhoonoh@yonsei.ac.kr

\*\*\*정회원, 연세대학교 정보대학원 UX트랙 조교수 (교신저자)

Graduate School of Information, Dept. of UX, Yonsei Uni., Korea

접수일: 2023년 6월 25일, 수정완료일: 2023년 7월 5일

게재확정일: 2023년 7월 10일

## I. 서론

현재 많은 금융 회사들은 사용자가 지점에 방문하지 않아도 비대면으로 이용할 수 있는 핀테크 서비스를 확대하고 있다. 하나금융연구소에서 발표한 2023년 금융 보고서에 따르면 우리나라 금융소비자의 약 90% 이상이 핀테크 서비스를 통해 금융거래를 진행하고 있으며 [1], 글로벌 시장의 관점에서 보았을 때도 투자 규모가 매년 약 29.3% 성장하고 있어 핀테크 시장에 대한 니즈는 점차 더 늘어날 것으로 보인다[2].

핀테크 서비스가 활성화되면 사용자들은 서비스 이용 시 필요한 정보들을 은행원과 같은 대면 채널을 통해 접하게 되는 빈도가 더 높아진다. 오프라인 은행에서는 정해진 업무 시간에 차레를 기다려 직원 응대를 받았던 것과 달리[3] 많은 소비자들이 점점 온라인 금융 소비와 거래에 익숙해지면서 다양한 금융 서비스를 쉽고, 빠르고, 정확하게 받기 원하면서[4] UX 라이팅을 통해 어려운 금융 용어에 대한 사용자들의 불편을 해소하는 것이 중요해지고 있다. 이러한 이유로 기존 은행과 핀테크 기업을 포함한 국내 금융 회사들은 어려운 금융 용어를 쉽게 표현하기 위해 UX 라이팅 가이드를 재정립하고 있다.

그러나 이처럼 사용자에게 어려운 금융용어를 일상 용어로 순화한 정보를 제공하는 것에 대해 상반된 시각도 존재한다. 오히려 과도한 언어 순화가 서비스 사용 의욕을 저하하고 서비스에 대한 신뢰를 감소시킬 수 있다는 것이다[5]. 그러므로 핀테크 서비스의 UX 라이팅에서 금융 전문 용어를 풀어쓸 때 사용자 만족감에 어떤 영향을 미치는지 살펴봐야 할 필요가 있다.

이와 함께 텍스트로 사용자 경험을 제공하는 UX 라이팅 특성상 타 언어 대비 한국어만이 가지고 있는 특성을 반영하는 것 또한 중요하다. 타 언어 대비 한국어는 문법 요소에 의해 공손성을 표현하는 높임법이 발달하였다. 이러한 이유로 한국어 UX 라이팅은 사용자와의 관계와 밀접한 연관성을 가지고 작성될 수밖에 없다 [6]. 선행연구에서는 한국어의 문법적 특성을 기반으로 보이스턴에 대한 UX 라이팅 프레임워크를 제안한 바 있으나[7], 핀테크 서비스의 사용자들이 UX 라이팅을 통해 기대하는 바에 대해서는 살펴보지 못하였다.

현재 많은 핀테크 서비스에서는 한국어의 격식체에

해당하는 ‘하십시오체’와 비격식체에 해당하는 ‘해요체’를 병행하여 사용하고 있다. 이러한 격식체와 비격식체의 사용은 사용자와의 서비스 간의 심리적 거리를 설정하고 사용자 만족감에 영향을 미칠 수 있다. 그렇기 때문에 한국어의 특성에 따른 격식체 사용 여부가 핀테크 서비스사용자의 만족감에 어떠한 영향을 미치는지 살펴봐야 할 필요가 있다.

따라서 이번 연구에서는 핀테크 서비스의 UX 라이팅에서 전문용어와 격식체의 사용 여부가 사용자 만족감에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. UX 라이팅

‘UX 라이팅(UX Writing)’은 타이틀, 버튼, 라벨, 지시, 설명, 알림, 경고, 컨트롤 등 사용자 경험에 쓰이는 표현을 만드는 과정을 의미한다[8]. ‘UX 라이팅’이라는 표현으로 가장 많이 쓰이지만, 마이크로카피(Microcopy) 등으로 불리기도 한다.

‘UX 라이팅’이라는 표현은 Google이 2017년 Google I/O에서 UX 라이팅 가이드를 제시하면서 처음 사용되었다[9]. 각 산업 별로 비대면 채널 내 사용자 경험의 비중이 높아지면서 화면당 평균 36%를 차지하는 텍스트, 즉 UX 라이팅의 영향력이 점점 중요해지고 있다 [10].

‘UX 라이팅’이라는 표현이 사용되기 시작하면서 많은 사람이 카피라이팅(Copywriting)과 이를 혼동하여 사용하고 있다. 두 가지 용어의 차이에 대해 짚고 넘어가자면, 카피라이팅은 아직 제품을 경험하지 못한 사용자들이 제품을 매력적으로 느낄 수 있도록 작성하는 반면, UX 라이팅은 제품을 사용하는 사용자들이 제품을 쉽게 이해하고, 원하는 과업을 완수할 수 있도록 작성한다는 점에서 차이가 있다[11]. 우리나라 금융 소비자의 90% 이상이 핀테크 서비스를 통해 금융 거래를 진행하고 있지만, 아직 핀테크 서비스에 대한 신뢰가 확보되지 않은 상황[12]에서 핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 중요성은 더 커질 것으로 보인다.

### 2. 격식체와 비격식체

한국어는 타 언어와 비교했을 때 공손성을 표현하는 높임법이 발달하였다. 이에 따라 한국어는 청자와의 심

리적 거리에 따라 격식체와 비격식체로 구별하여 사용되고 있다[13]. 한국어에서는 전통적으로 높임 개념을 6 단계로 나누어 격식체 종결어미와 비격식체 종결어미로 구분하는데[14], 격식체 종결 어미의 경우 ‘하십시오체’, ‘하오체’, ‘하계체’, ‘해라체’가 있으며, 비격식체 종결 어미의 경우 ‘해요체’와 ‘해체’가 있다.

한국어의 UX 라이팅에서 가장 많이 사용되고 있는 높임 표현으로는 ‘하십시오체(격식체)’와 ‘해요체(비격식체)’가 있다. 국내 핀테크 서비스에서도 ‘하십시오체’와 ‘해요체’가 혼용되고 있는데, 예를 들어 ‘토스’의 경우 에러 메시지를 포함해 서비스 전반의 UX 라이팅을 ‘해요체’로 통일해 사용자에게 친숙하게 다가가고자 하였다. 반면 KB 국민카드의 경우 채널의 성격이나 사용자 특성을 고려해 메인 채널에서는 친절하고 정중한 표현 위주로 사용하고 이벤트 페이지에서는 유쾌한 말투를 사용하였다[15].

이러한 한국어의 격식체와 비격식체 종결어미에 따른 커뮤니케이션 효과 차이에 대해서는 광고 커뮤니케이션 분야에서 여러 차례 연구가 진행된 바 있다. 선행 연구에 따르면 메시지에서 제공하는 정보의 내용이 같아도 종결어미의 변화만으로 화자(광고주)에 대한 청자(소비자)의 호감도를 변화시킬 수 있음이 입증된 바 있다[16]. 하지만 UX 라이팅 측면에서 한국어의 격식체와 비격식체가 사용자 만족감에 어떤 영향을 미치는지에 대한 연구는 미비한 상황이다. 이에 따라 본 연구에서는 핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 격식체 사용 여부가 사용자 만족감에 미치는 영향을 알아보고자 한다.

### 3. 전문용어

‘전문용어’란 일상생활에서 쓰이는 용어와 달리 특정 분야에서 주로 사용하는 용어를 의미한다[17]. 금융상품의 속성은 복잡하고 전문적이며, 이러한 특성으로 인해 사용자는 정보 탐색 과정에서 어려움을 겪는다[18]. 금융 상품 용어의 어려움과 모호함으로 인해 사용자(소비자)는 금융 상품 정보에 관해 제대로 알지 못하거나, 다르게 이해하고 있었으며, 이는 이에 관한 효율적인 정보 제공 방법 및 형태가 필요함을 보여준다[19][20]. 이에 국내의 많은 금융 회사는 어려운 금융 용어를 쉽게 표현하기 위한 UX 라이팅 가이드를 재정립하고 있다. 신한카드와 KB국민카드는 금융 용어의 쉬운 표현을 위해 UX 라이팅 가이드를 제작하였으며, 토스와 같은 핀

테크 기업은 쉬운 용어를 활용한 정보를 사용자에게 제공하고 있다[21].

그러나 이처럼 사용자에게 어려운 금융 용어를 일상 용어로 순화한 정보를 제공하는 것에 대해 과도한 언어 순화가 서비스 사용 의욕을 저하 시키고 서비스에 대한 신뢰를 감소시킬 수 있다는 상반된 시각도 존재한다.

이에 따라 본 연구에서는 핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 전문 용어 사용 여부가 사용자 만족감에 미치는 영향을 알아보고자 한다.

### 4. 연구 목적

이 연구의 목적은 핀테크 서비스를 이용할 때 UX 라이팅의 격식체와 전문용어 사용 여부가 사용자 경험에 어떠한 영향을 미치는지 확인하는 것이다. 본 연구에서는 핀테크 서비스의 사용자 만족감을 측정하기 위해 사용되어 온 신뢰감, 간결성, 완결성, 심리적 안정감을 종속변인으로 설정하였다. 이를 측정하기 위해 여러 금융 상품 중에서도 다른 금융 상품 대비 관여도가 높은 대출 상품을 이용하는 시나리오를 구성하였다.

본 연구의 구체적인 연구 문제는 아래와 같다.

연구 문제 1: 핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 격식체 사용 여부는 사용자 만족감에 어떠한 영향을 미치는가?

연구 문제 2: 핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 전문용어 사용 여부는 사용자 만족감에 어떠한 영향을 미치는가?

## III. 연구 방법

### 1. 실험 설계 및 참가자

실험은 2(격식체/비격식체) x 2(전문용어 사용/미사용)의 참가자 내 설계(Within-Subjects Design)로 구성하였다. 참가자는 대출 상품 이용이 필요한 가상의 시나리오를 부여받은 후 격식체와 전문용어 사용 여부에 따라 나누어진 네 가지의 프로토타입을 무선할당 받아 각각의 프로토타입 경험이 끝날 때마다 설문에 응답했다.

실험 참가자는 모바일 대출 신청에 어려움이 없는 20세 이상의 성인을 대상으로 모집하였다. 모두 62명(남성 21명, 여성 41명)이 참가하였으며, 참가자의 평균 연령은 27.5세였다. 모든 참가자는 실험이 종료된 이후 3,000원 상당의 보상을 지급받았다.

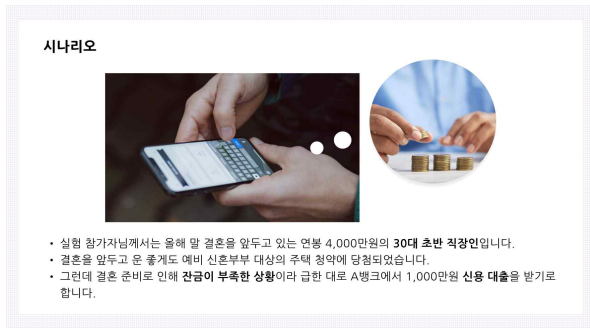


그림 1. 실험 시나리오  
Figure 1. Experimental Scenario

2. 실험 처치물

1) 실험 처치물 제작

이 연구는 모바일 대출 상품의 맥락을 반영하기 위해 실제 대출 실행 프로세스와 동일하게 개인정보 입력과 약관 및 동의 절차를 경험할 수 있도록 Figma를 통해 모바일 인터페이스의 프로토타입을 제작했다. 프로토타입 내 대출 프로세스는 기존 은행과 핀테크 기업에서 제공하는 대출 서비스의 프로세스를 참고했으며, 기존 금융 브랜드의 영향을 최소화하기 위해 기존 금융 브랜드에서 사용되지 않은 색상인 보라색을 프로토타입의 메인 색상으로 설정했다. 이와 함께 화면 순서, 대출 금리 및 금액 등의 조건은 네 개의 프로토타입 모두 동일하게 설정했으며 격식체와 전문용어 사용 여부만 다르게 적용했다.

2) 격식체 사용 여부

이 연구에서 격식체와 비격식체는 한국어의 특성에 따른 화자와 청자의 사회적 혹은 심리적 거리를 뜻하는 친밀함이나 거리감에 따른 종결어미로 구분하였다. 한국어에서 격식체는 화자가 청자를 친밀감 없이 거리감을 느끼는 경우에 사용되며, 비격식체의 경우 화자가 청자와 가깝고 친밀하다고 생각할 때 사용된다. 본 연구에서는 실험 처치물의 몰입감을 높이기 위해 기존 핀테크 서비스에서 가장 많이 쓰이는 ‘하십시오체(격식체)’와 ‘해요체(비격식체)’로 나누어 처치물을 제작하였다. 이에 대한 조건 별 격식체 및 비격식체 적용 내용은 <표 1>과 같다.

3) 전문용어 사용 여부

이 연구에서 전문용어는 일반적으로 쓰이는 일상용어와 구분해 금융, 법률 등 특정 분야에서만 사용되는

용어라고 정의했다. 실제로 금융 업계에서는 업계 특성상 다양한 전문용어가 사용되고 있다. 이 연구에서는 모바일로 대출 상품을 이용할 경우 필수적으로 확인하는 금리, 중도상환수수료 여부, 상환 방법에 대해 기존의 전문용어를 그대로 사용하는 경우와 일상용어로 풀어쓰는 경우로 나누어 처치물을 제작하였다. 이에 대한 조건 별 전문용어 사용 및 비사용 내용은 <표 2>와 같다.

표 1. 격식체 적용 예시

Table 1. Examples of applying formality in UX Writing

화면 단계	‘하십시오체’ 적용	‘해요체’ 적용
개인정보 입력	“직업 정보를 입력해주시시오” “소득 정보를 입력해주시시오”	“직업 정보를 입력해주세요요” “직업 정보를 입력해주세요요”
대출 상품 조회	“고객님께 맞는 상품을 찾고 있습니다” “아래 상품을 추천드립니다”	“고객님께 맞는 상품을 찾고 있어요” “아래 상품을 추천드려요”
대출 신청	“약관과 주요 내용을 확인해주시시오”	“약관과 주요 내용을 확인해주세요요”
신청 완료	“입력하신 계좌로 입금이 완료되었습니다” “A뱅크 신용대출을 이용해주셔서 감사합니다”	“입력하신 계좌로 입금이 완료되었어요” “A뱅크 신용대출을 이용해주셔서 감사해요”

표 2. 전문용어 적용 예시

Table 2. Examples of applying jargon of UX Writing

내용	전문용어 사용	전문용어 비사용
대출 상품 조회	“대출한도” “대출기간”	“빌릴 수 있는 금액” “빌리는 기간”
금리 유형	“변동금리 상품입니다”	“기준 금리에 따라 금리가 바뀔 수 있습니다”
중도상환수수료 여부	“중도상환수수료가 없습니다”	“미리 갚아도 수수료가 발생하지 않습니다”
상환 방식	“상환 방식” “원금만기상환” “원리금만기상환” “원리금균등상환”	“갚는 방식” “만기 시 원금을 한번에 갚음” “원금을 매달 똑같이 나눠서 갚음” “원금과 이자를 매달 똑같이 나눠서 갚음”
대출 실행	“대출을 실행합니다”	“돈을 빌립니다”

3. 종속변인

이번 연구에서는 핀테크 서비스 사용자의 만족감을 구성하는 신뢰감, 간결성, 심리적 안정감, 완벽성을 종속 변인으로 선정해 측정하였다.

신뢰감(Trust)은 선행연구를 참고해 핀테크 서비스가 고객에 대한 정직, 관심과 좋은 서비스를 제공한다고 믿는 것[22]으로 정의했다. 이 연구에서는 핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 유형이 신뢰감에 미치는 영향을 조사하기 위해, ‘이 서비스의 문구는 신뢰할 수 있다’ ‘이 서비스의 문구는 고객에 대한 약속을 지키고 있다.’, ‘이 서비스의 문구는 고객의 이익에 관심이 있다.’, ‘이 서비스의 문구는 전문적이다.’ 등의 네 가지 문항으로 신뢰감을 측정하였다.

간결성(Conciseness)은 핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 간결하면서 이해하기 쉬운 정도로 정의하였다. 본 연구에서는 핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 유형이 간결성에 미치는 영향을 조사하기 위해, ‘이 서비스의 문구는 간단, 명료하다’, ‘이 서비스의 문구는 의미가 명확하다.’, ‘이 서비스의 문구는 이해하기 쉽다.’, ‘이 서비스의 문구는 이해 가능하다.’ 등의 네 가지 문항으로 간결성을 측정하였다.

심리적 안정감(Psychological stability)은 핀테크 서비스를 이용하는 데 있어 안전하다고 느끼는 믿음으로 정의하였다. 본 연구에서는 핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 유형이 심리적 안정감에 미치는 영향을 조사하기 위해 ‘이 서비스의 문구는 제대로 작동하고 있다.’, ‘이 서비스의 문구는 다른 서비스의 문구에 비해 안전하다.’, ‘이 서비스의 문구는 오류가 적다.’, ‘이 서비스의 문구는 대출을 받기에 안전하다.’ 등의 네 가지 문항으로 심리적 안정감을 측정하였다.

완벽성(Completeness)은 UX 라이팅이 사용자가 필요한 모든 정보를 포함하는 정도로 정의하였다. 연구에서는 핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 유형이 완벽성에 미치는 영향을 조사하기 위해 ‘이 서비스의 문구는 충분한 정보를 제공하고 있다’, ‘이 서비스의 문구가 제공하는 정보는 완벽하다.’, ‘이 서비스의 문구는 대출할 때 필요한 모든 정보를 제공하고 있다.’, ‘이 서비스의 문구는 금융거래를 위한 충분한 정보를 제공하고 있다.’를 포함한 네 가지 문항으로 완벽성을 측정하였다. 모든 변인은 리커트 7점 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)를 사용하여 측정하였다.

#### 4. 실험 절차

핀테크 서비스 이용이 비대면으로 진행되는 것을 고려해 실험은 Figma 프로토타입을 활용해 온라인으로

진행하였다. 참가자는 실험 시작 전 연구에 대한 설명을 듣고 연구 참여 동의서를 작성하였다. 본 실험 전, 참가자의 몰입도를 높이기 위해 대출 상품을 이용하는 가상의 시나리오를 제공하였다. 순서효과 발생을 방지하기 위해 실험 참가자들은 실험 처치물을 무선할당 받아 4가지 처치물을 경험하였다. 실험 참가자들은 전달 받은 프로토타입 링크를 모바일에서 체험하고 PC로 설문에 응답하였으며 이 과정을 4번 반복하였다. 이후에는 대출 상품 이용 경험 및 처치물 별 선호도 등을 묻는 설문을 진행하였다. 실험은 프로토타입 체험과 설문을 포함하여 약 15분 내외가 소요되었다. 참가자들이 체험한 프로토타입은 <그림 2>와 같다.



그림 2. 실험 처치물(좌: 비격식체 X 전문용어 사용, 우: 비격식체 X 전문용어 비사용)  
 Figure 2. Experimental treatments (Left: informal statement X using jargon, Right: formal statement X without jargon)

## IV. 연구 결과

### 1. 설문 문항 신뢰도 검증

신뢰감, 간결성, 완결성, 심리적 안정감 설문 문항의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 통한 문항 신뢰도 분석을 진행하였다. 그 결과, 신뢰감( $\alpha = .71$ ), 간결성( $\alpha = .87$ ), 완결성( $\alpha = .92$ ), 심리적 안정감( $\alpha = .72$ )으로 모든 항목에 대하여 Cronbach's  $\alpha$  값이 0.7 이상으로 분석되어 종속 변인에 대한 신뢰도가 검증되었다.

### 2. 종속 변인 측정 결과

전문용어와 격식체 사용 여부가 사용자 만족감에 미치는 영향을 알아보기 위해 이원배치 반복측정 분산분석(Two-way Repeated Measures ANOVA)을 실시하였다. 변인 별 평균과 표준편차의 값은 <표 3>과 같다.

표 3. 모든 종속변인의 평균(표준편차)  
Table 3. Means and SDs for All dependent variables

종속변인	종결어미 유형	전문용어 사용	전문용어 비사용
신뢰감	격식체 (하십시오체)	4.82(0.93)	4.67(0.91)
	비격식체 (해요체)	4.77(0.96)	4.62(0.87)
간결성	격식체 (하십시오체)	5.15(1.42)	5.85(0.82)
	비격식체 (해요체)	5.32(1.11)	5.62(0.95)
심리적 안정감	격식체 (하십시오체)	3.96(1.11)	4.57(0.99)
	비격식체 (해요체)	4.30(1.07)	4.44(1.13)
완결성	격식체 (하십시오체)	3.79(1.41)	4.33(1.35)
	비격식체 (해요체)	4.07(1.12)	4.31(1.33)

표 4. 이원 반복측정 분산분석 결과  
Table 4. Results of Two-way Repeated Measures ANOVA

종속변인		MS	F	p
신뢰감	전문용어 사용 여부	1.42	2.59	.11
	격식체 사용 여부	.16	.07	.69
간결성	전문용어 사용 여부	15.50	10.52	.002
	격식체 사용 여부	.05	.07	.79
	전문용어 사용 여부 X 격식체 사용 여부	2.42	5.07	.03
	전문용어 사용 여부	8.91	6.08	.02
심리적 안정감	격식체 사용 여부	.74	.64	.43
	전문용어 사용 여부	3.39	9.29	.003
	전문용어 사용 여부 X 격식체 사용 여부	9.39	5.94	.02
	격식체 사용 여부	1.00	1.25	.27
완결성	전문용어 사용 여부	1.42	4.17	.05
	전문용어 사용 여부 X 격식체 사용 여부			

1) 신뢰감

핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 전문용어와 격식체 사용 여부가 신뢰감에 미치는 영향에 대해 이원배치 반복측정 분산분석(Two-way RM ANOVA)을 실시하였다. 그 결과, 전문용어의 사용 여부에 따른 UX 라이팅 유형 간의 유의한 차이가 발견되지 않았다[F(1, 61) = -2.59, p

= .11]. 격식체 사용에 따른 유의한 차이 역시 발견되지 않았으며[F(1, 61) = .17, p = .69], 상호작용 효과 또한 유의하지 않았다[F(1, 61) = .001, p = .98].

2) 간결성

핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 전문용어와 격식체 사용 여부가 간결성에 미치는 영향에 대해 이원배치 반복측정 분산분석(Two-way RM ANOVA)을 실시한 결과, 전문용어 사용 여부에 따른 UX 라이팅 유형 간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다[F(1, 61) = 10.52, p < .01]. 반면, 격식체 사용 여부에 따른 유의한 차이는 발견되지 않았다[F(1, 61) = .16, p = .79]. 또한, 격식체와 전문용어 사용 여부는 상호작용 효과에서 유의한 것으로 나타났다[F(1, 61) = 5.07, p < .05,  $\eta_p^2 = .08$ ]. 이를 구체적으로 살펴보기 위해 Bonferroni 사후 검정을 통하여 단순 주 효과 분석(Simple main effects)을 실시한 결과, 격식체를 사용하면서 전문용어를 사용할 때(95%, CI[1.07, .33], p < .001)보다 전문용어를 사용하지 않을 때(95%, CI[.33, 1.07], p < .001) 간결성이 높게 나타났다.

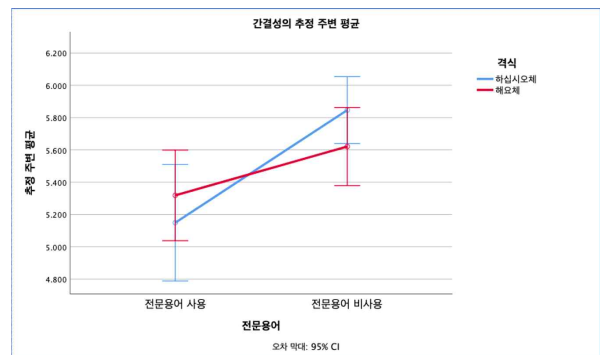


그림 3. 간결성에서 상호작용 효과  
Figure 3. Interaction effect of Simplicity

3) 심리적 안정감

핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 전문용어와 격식체 사용 여부가 심리적 안정감에 미치는 영향에 대해 이원배치 반복측정 분산분석(Two-way RM ANOVA)을 실시한 결과, 전문용어 사용 여부에 따른 UX 라이팅 유형 간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다[F(1, 61) = 6.08, p < .05]. 격식체 사용 여부에 따른 유의한 차이는 발견되지 않았지만[F(1, 61) = .637, p < .5], 상호작용 효과에서는 유의한 것으로 나타났다[F(1, 61) = 9.29, p < .01,

$n_p^2 = .13$ . 이를 구체적으로 살펴보기 위해 Bonferroni 사후 검정을 통하여 단순 주 효과 분석(Simple main effects)을 실시한 결과, 격식체를 사용하면서 전문용어를 사용할 때(95%, CI[.96, .27],  $p = .001$ )보다 전문용어를 사용하지 않을 때(95%, CI[.27, .96],  $p = .001$ ) 심리적 안정감이 높게 나타났다.

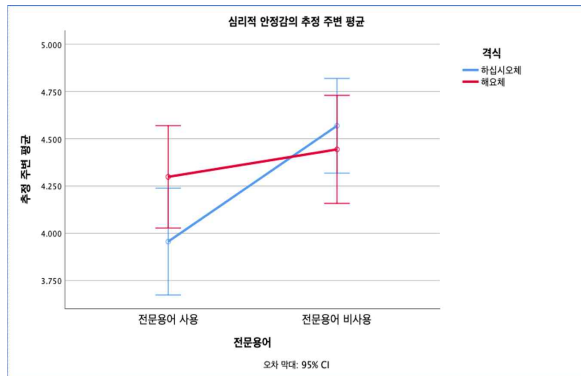


그림 4. 심리적 안정감에서 상호작용 효과  
 Figure 4. Interaction effect of Psychological stability

#### 4) 완결성

핀테크 서비스 내 UX 라이팅의 전문용어와 격식체 사용 여부가 심리적 안정감에 미치는 영향에 대해 이원 배치 반복측정 분산분석(Two-way RM ANOVA)을 실시한 결과, 전문용어 사용 여부에 따른 UX 라이팅 유형 간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $F(1, 61) = 5.94, p < .5$ ). 격식체 사용 여부에 따른 유의한 차이는 발견되지 않았지만( $F(1, 61) = .159, p = .79$ ), 상호작용 효과에서는 유의한 것으로 나타났다( $F(1, 61) = 4.17, p < .005, n_p^2 = .06$ ). 이를 구체적으로 살펴보기 위해

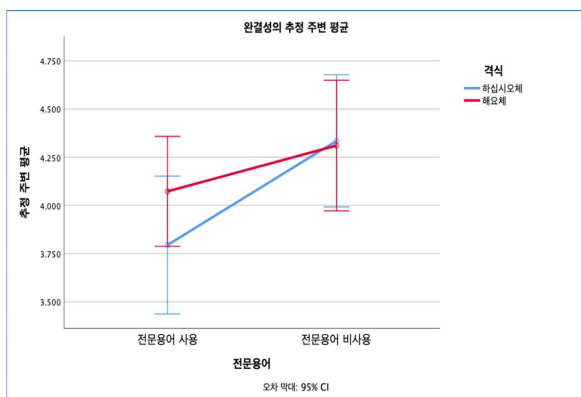


그림 5. 완결성에서 상호작용 효과  
 Figure 5. Interaction effect of Completeness

Bonferroni 사후 검정을 통하여 단순 주 효과 분석(Simple main effects)을 실시한 결과, 격식체를 사용하면서 전문용어를 사용할 때(95%, CI[.91, .18],  $p < .01$ )보다 전문용어를 사용하지 않을 때(95%, CI[.18, .91],  $p < .01$ ) 완결성이 높게 나타났다.

## V. 결론

이번 연구는 핀테크 서비스를 이용할 때 UX 라이팅의 유형이 사용자의 만족감에 미치는 영향을 알아보기 위해 격식체와 전문용어 여부에 따라 신뢰감, 간결성, 심리적 안정감, 완결성의 차이가 발생하는지 확인하였다.

실험 결과, 전문용어 사용 여부에 대한 주 효과는 간결성, 심리적 안정감, 완결성에서 나타났으며, 격식체 여부는 모든 종속 변인에서 주 효과가 나타나지 않았다. 상호작용 효과의 경우 간결성, 심리적 안정감, 완결성에서 나타났고 모두 같은 경향성을 보였다.

핀테크 서비스에서 전문용어를 사용할 때보다 사용하지 않을 때 신뢰감에는 주 효과가 발생하지 않았으나, 간결성, 심리적 안정감, 완결성 부분에서는 유의한 차이가 있음을 알 수 있었다. 전문용어를 그대로 사용할 때보다 전문용어를 일상용어로 풀어쓸 때 더 높은 간결성, 심리적 안정감, 완결성을 보였다. 이러한 연구 결과는 금융 미디어 서비스의 UX 라이팅에서 전문용어를 풀어쓸 때 정보의 직관성과 이해도를 높이지만, 신뢰감에는 영향을 미치지 않는다는 선행 연구와 일치했다[23]. 사후 인터뷰에서도 실험 참가자들은 핀테크 서비스를 이용할 때 전문용어를 그대로 사용할 경우 해당 제품에 대한 온전한 이해가 어렵기 때문에 풀어쓰는 것이 접근성과 이해 측면에서 더 좋았다고 답하였다. 이는 어려운 금융 전문용어를 일상용어로 풀어쓰는 것이 금융 상품에 대한 사용자들의 진입 장벽을 낮추는 하나의 전략으로 활용될 수 있다는 가능성을 보여준다.

반면 격식체 사용 여부는 모든 종속 변인에 대해 주 효과가 나타나지 않았다. 다만, 격식체 사용 여부는 전문용어 사용 여부와 상호작용하여 간결성, 심리적 안정감, 완결성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 연구 결과, 격식체를 사용하면서 전문용어를 일상용어로 풀어 사용할 때 사용자들은 더 높은 간결성, 완결성, 심리적 안정감을 느꼈다. 사후 인터뷰에서 ‘하십시오체(격식체)’의

사용은 전문성과 함께 존중받는 느낌을, '해요체(비격식체)'의 사용은 부드럽고 친근한 느낌을 준다는 의견이 다수 존재했다. 이와 함께 격식체 여부에 따라 특정 금융 브랜드를 떠올리는 경우도 다수 존재했다. 이는 격식체의 사용 여부가 본 연구의 종속 변인에는 영향을 주지 않았지만 브랜드 이미지를 구축하는 하나의 요인으로 작용할 수 있을 것으로 해석된다. 선행 연구에 따르면 서비스 내 UX 라이팅의 톤앤매너는 기업이 사용자에게 어떤 브랜드 이미지를 드러내고 싶은지와 밀접한 연관이 있다고 한다[24]. 이에 따라 격식체의 사용 여부는 실무적 측면에서 브랜드가 구축하고 싶은 이미지에 따라 선택해 사용하는 방향으로 고려해 볼 필요가 있다.

이 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 이 연구의 실험 참가자의 연령대는 주로 20~30대였다. 이에 따라 후속연구는 다양한 연령대를 대상으로 진행할 필요가 있다. 둘째, 이 연구의 실험은 핀테크 서비스에서 제공하는 다양한 금융 상품 중 대출 상품을 이용하는 시나리오로 진행되어 예적금, 자산관리와 같은 다른 핀테크 서비스 이용 시 UX 라이팅 유형이 미치는 영향이 어떠한지는 살펴보지 못했다. 이에 따라 후속연구에서는 다른 금융 상품을 소비할 때 UX 라이팅이 미치는 영향을 분석한다면 핀테크 서비스의 UX 라이팅에 대한 더 넓은 이해가 가능할 것으로 보인다.

이러한 한계점에도 불구하고 본 연구는 UX 라이팅에 대한 프레임워크 및 사용자 인터뷰를 진행한 기존 연구와 달리 프로토타입을 제작해 실험을 설계하고 설문문을 통해 양적으로 검증했다는 점에서의 의의가 있다. 또한 핀테크 서비스 사용자의 만족감에 영향을 미치는 요인들을 종속 변인으로 설정해 현재 서비스 별로 다르게 사용 중인 격식체와 전문용어 사용 여부가 해당 요인들에 어떤 영향을 미치는지 실증적으로 검증하였다는 점에서 의의가 있다. 본 연구의 결과가 핀테크 서비스 사용자들에게 높은 만족감을 제공하는 UX 라이팅을 구성하는데 도움을 줄 것으로 기대한다.

## References

- [1] Hana Financial Management Institute, Korea Financial Consumer Report 2023, Dec. 2022, Available: <http://www.hanaif.re.kr/boardDetail.do?hmpSeqNo=35515>
- [2] Fintech Center Korea and KPMG, 2022 Korea Fintech Trends Report, 2022, Available: [https://www.fintech.or.kr/commonfile/fileidDownload.do?file\\_id=009180868A3B11ED9056F220EF342366](https://www.fintech.or.kr/commonfile/fileidDownload.do?file_id=009180868A3B11ED9056F220EF342366)
- [3] So-Jeong Kim, Ju-Yeon Kim, Su-Bin Oh, Seong-Won Jeon, Nam-Yoon Huh, Jong-Kwon Won, Hye-Jeong Hwang and Young-Hyun Chang (2017), Study on the Developmental Strategy of the Korean Internet Primary Bank. *The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT)*, 3(2), 37-42. doi: 10.17703/JCCT.2017.3.2.37
- [4] S. Hwang, G. Ryu, D. Yun, and H. Kim, "A Study on Space Utilization according to Changes in Non-face-to-Face Consumer Use : Focused on bank offices," *International Journal of Advanced Culture Technology*, vol. 8, no. 4, pp. 271 - 278, Dec. 2020.
- [5] C. Jeong and M. Yeoun, "A Study on User Experience for UX Writing in Fintech," *KSDS Conference Proceeding*, vol. 2022, (5), pp. 146-147, 2022.
- [6] K. Moon, "A Study on Characteristics of Politeness Expressions in the Korean Language by Their Generative Types -Focusing on the intensity and the use patterns of politeness-," *Journal of Korean Linguistics*, vol.82, pp.27-66, 2017. doi: 10.15811/jkl.2017.82.002
- [7] S. Song et al, "A Study of UX writing on Korean language characteristics according to relationships," *Proceedings of HCI KOREA 2023*, (2), pp. 479-484, 2023.
- [8] T. Podmajersky, *Strategic Writing for UX: Drive Engagement, Conversion, and Retention with Every Word*. Sebastopol, CA: *O'Reilly Media*, 2019.
- [9] "How words can make your product stand out (google I/O '17)," YouTube, Available: <https://youtu.be/DIGfwUt53nI>
- [10] J. C. F. S. D. Manager, "Why 36% is the magic number: Finding the right amount of text in mobile apps," *The Intercom Blog*, <https://www.intercom.com/blog/text-in-mobile-app-design/> (accessed Jun. 11, 2023).
- [11] J. Jung and J. Lee. "Development of Process and workshop toolkit for UX writing" *Journal of Korea Design Forum* 28, no.1 (2023) : 67-78. doi: 10.21326/ksdt.2023.28.1.006
- [12] J. Kang, "[Fintech Hotline] Financial App Trust Emergency..." "53.7% of People Unsure of Product Standards", *Digital Today*, Feb. 8, 2022, Available:



- <https://www.digitaltoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=433640>
- [13]J. Ryong. “A New Understanding of the Hearer-oriented Honorific System in School Grammar” *Hanminjok Emunhak* no.69(2015) : 360-398.
- [14]J. Park. “A Study on Contextual Factors that Affect Speech Level of Relative Honorification of Korean Language” *Korean Education(KOED)* no.98(2014) : 290-324. doi: 10.15734/koed..98.201403.290
- [15]K. Kim, “KB Kookmin Card Establishes UX Writing Guidelines, “The People” Know” *Digital Insight*, 2021
- [16]E. Ahn. “The Effects of Formal and Informal Advertisement Language on Consumer Response” *The Korean Journal of Advertising* 29, no.5 (2018) : 81-100. doi: 10.14377/KJA.2018.7.15.81
- [17]National Institute of the Korean Language, “2023 Guide to Standardizing Jargon”, 2023, Available: [https://www.korean.go.kr/front/etcData/etcDataView.do?mn\\_id=&etc\\_seq=702&pageIndex=1](https://www.korean.go.kr/front/etcData/etcDataView.do?mn_id=&etc_seq=702&pageIndex=1)
- [18]A. Choi, Y. Jang and S. Han. “A Study on Financial Consumer’s Online Information Search Behavior According to Their Perceived Difficulties” *Journal of Consumer Studies* 27, 27(2), pp. 203-231, 2016.
- [19]S. Shin, “Understanding financial jargon for smart financial spending,” *Auto Journal*, vol. 40, (4), pp. 68-69, 2018.
- [20]H. Koo and J. Rha. “Analysis for Consumer Experienced Difficulties in Financial Product Consumption”. *Journal of Financial Consumers*, 8(2), vol. 8, no. 2, pp. 81-107, 2018, doi : 10.30592/KAFC\_JFC.08.02.03
- [21]M. Kim, “UX Writing for a positive user experience!,” *Emotion*, Available: <https://www.emotion.co.kr/magazine/14/>.
- [22]J. Cho. “An Empirical Study on Relationships between Trust, Customer Satisfaction, and Continuous Intention of Mobile Payment Service: Focusing on the multi-mediated effects of trust, customer satisfaction and the moderating effect of user experience” *Journal of Industrial Innovation* 34, no.1 (2018) : 99-126. doi: 10.22793/indinn.2018.34.1.005
- [23]M. Jung and M. Yeoun. “User Experience of Financial MyData Service Through the Comparison between Fintech and Existing Banks” *Journal of Korea Design Forum* 27, no.4 (2022) : 209-218.
- doi: 10.21326/ksdt.2022.27.4.019
- [24]S. Song et al, “A Study of UX writing on Korean language characteristics according to relationships,” *Proceedings of HCI KOREA* 2023, (2), pp. 479-484, 2023.