

사회적 연결망 활용을 위한 모바일 경험 상품 모델링에 관한 연구

A Study on the conceptual product and services modeling utilizing social network

이종호

우송대학교 컴퓨터디자인학부

Lee, JongHo

Dept. of Computer Design, WSU

• Key words: Design Framework, Experience, Social Network

1. 서론

일상생활에서 사회적 연결망에 노출될 수 있는 경우는 크게 3가지라고 한다. 첫째는 지인의 소개, 둘째는 조직(organization)에 참여, 셋째는 학회, 파티 등과 같은 사회적 이벤트에 참여하는 것이다. 온라인 환경은 사회적 연결망에의 참여 기회를 대폭 확대시켜 준 것은 사실이다.

온라인 동호회에 참여하는 행위, 또는 친구의 친구 미니홈피를 방문하는 행위 등은 온라인에서 사회적 연결망에 접속하려는 시도로 볼 수 있다. 그러나 온라인에서의 사회적 연결망은 신뢰를 기반으로 하는 개인적 인맥과 그 성격을 달리하고 있어, 여러 가지 부정적인 측면이 발견되고 있다. 온라인 익명성, 온라인 스토킹, 개인정보 유출, 얼짱, 몸짱 신드롬 등은 온라인 사회적 연결망의 부정적인 측면이라고 할 수 있겠다.

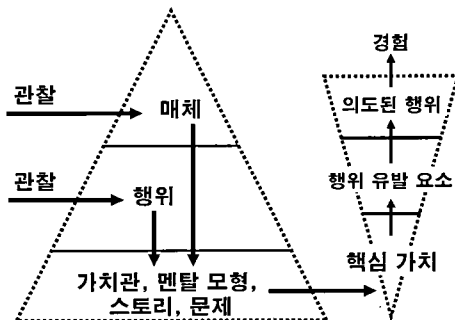
[표 1] 온라인 사회적 연결망과 개인 인맥의 차이

	특징	서비스
온라인 사회적 연결망	익명성 보장, 접근성, 다매체성, 통제 불능, GLOBAL, 약한 연결	팝플, 당나귀, 소리바다, 카페, 온라인 동호회, 채팅
온라인 개인 연결망	폐쇄성, 신뢰 기반, 자기 통제, 지인 기반, LOCAL, 강한 연결	미니홈피, 메신저

본 연구는 사회적 연결망을 활용한 모바일 경험 상품을 개발하기 위한 경험 디자인 프레임워크를 제시하고, 상품 가치를 제안함을 목적으로 한다.

2. 연구 방법 및 범위

경험 상품 개발을 위한 경험 디자인 프레임워크에서 사용자 조사 부분은 아래와 같다.



[그림 1] 경험 디자인 프레임워크

경험 상품 요소 개발을 위한 경험 디자인 프레임워크에서 사용자 조사는 조사 대상으로 하는 사용자의 가치관, 스토리, 멘탈 모형, 문제점 등을 추출하여 사용자를 모델링 함을 목적으로 한다.

본 사용자 조사를 위하여 디자인 수업을 수강하는 학생 총 30명을 대상으로 5일 동안 경험일기가 기록되었다. 경험 일기 기록지는 하루를 6단계로 나누었고, 각 시간대에 일어난 일을 (매체)-(행위)를 중심으로 기록하도록 하였다. 특히 온라인 사회적 연결망 활용의 구체적 상황을 연출하기 위하여 1) 낯선 사람과 관계를 형성하여 보기, 2) 옛 친구와 연락을 취하여 보기 등과 같은 이벤트의 수행이 요구되었다.

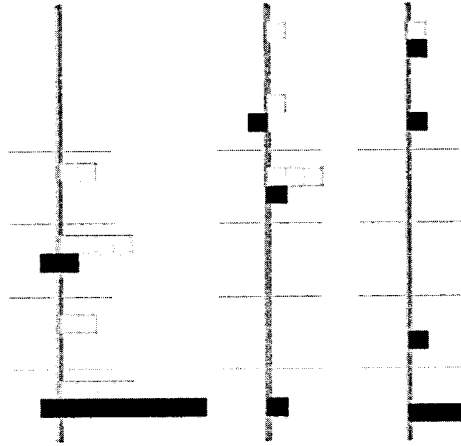
3. 연구 결과의 정리

경험일기를 바탕으로 관련행위를 개인 연결망 기반 행위와 사회 연결망 활용 행위로 나누어 다음의 표와 같이 구성하여 보았다. [표2 참조] 우선 뉴스 보다, 연예 만화를 보다, 영화를 다운 받다, 피팝 서버를 돌리다, 낯선 사람과 채팅하다, 친구 신청을 받아들이다, 포인트를 선물하다등과 같은 행위는 사회적 네트워크의 장점을 활용하는 행위이므로 사회적 연결망 활용 행위로 분류하였고, 문자 보내다, 메일 확인, 메신저 확인, 방명록 확인, 쪽지 확인, 디지털 아이템을 선물로 주다 등과 같은 행위를 개인 연결망 기반 행위로 분류하였다.

[표 2] 사회적 연결망과 개인 연결망 활용 경험

	욕구	관련 행위의 예
사회적 연결망 활용	정보 습득	뉴스보다, 연예 만화를 보다
	정보 소유	영화를 다운받다
	정보 공유	피팝 서버를 돌리다
	관계 형성	피팝에서 사람을 만나다. 채팅하다. 친구 신청을 받아들이다
	관계 성장	포인트를 선물로 주다.
개인적 연결망 활용	관계 형성	문자 보내다, 채팅하다. 미니홈피 정리하다. 일촌 수락
	관계 성장 / 유지	수다 떠다. 같이 밥을 먹다. 방명록을 작성하다. 디지털 아이템을 선물로 주다. 메일 확인, 메신저 확인, 방명록 확인, 쪽지 확인
	관계 단절	미니홈피에 올라온 친구의 글을 지우다.

이렇게 사회적 연결망 활용 경험과 개인적 연결망 활용 경험을 빈도수로 측정하여 본 결과는 다음 그림과 같다. (그림 2 참조)



[그림 2] 사회적 연결망 대 개인적 연결망 활용 경험의 빈도수

위 다이어그램에서 왼쪽은 사회적 연결망 활용 경험을 의미하고, 오른쪽은 개인적 연결망 활용 경험을 의미한다. 또한 회색은 모바일 경험, 검정색은 데스크 탑 컴퓨터 경험을 표현하였다. 그림 2에서 보듯이 일상생활에서의 사회적 연결망 관련 경험은 그리 흔하지 않다는 것을 알 수 있었다. 또한 모바일 경험은 전체적으로 개인적 연결망 활용 경험에 국한되어 나타남을 알 수 있었다.

도출된 연결망 활용 경험의 분석을 바탕으로 사용자의 멘탈 모형, 가치관, 스토리 등의 트렌드(trends) 유형을 도출하여 보면 다음과 같다.

3-1. 트렌드 1) 사용자는 사회적 연결망에서 의외적인 관계 맺기를 기대한다.

컴퓨터를 켜고 메신저에 들어와 보니 고등학교친구가 오랜만에 메신저에 들어와 있었다. 개강하고 나서는 본적이 없어서 이런 저런 얘기들을 했다.

피팝의 서버를 돌리는 저에게 말을 걸어준 고3학생이랑 대화를 나누게 되었습니다.

10명의 학생 중 4명에게서 이런 트렌드가 발견되었다.

3-2. 트렌드 2) 사용자는 사회적 연결망을 공짜라고 생각한다.

문서를 작성하는 도중 따분하여 벅스 뮤직에 들어가 음악을 들었다.

카페에는 컴퓨터가 있어서 남자친구가 3D와 일러스트를 잘 쓰는 홈페이지가 있다고 보여줬다. 정말 멋진 그림들이 많아서 눈이 즐거웠다.

컴퓨터로 음악을 들었다. 새로 다운 받은 러브홀릭 2집을 한 동안 계속 들었다.

10명의 학생 중 8명에게서 이런 트렌드가 발견되었다.

3-3. 트렌드 3) 핸드폰을 개인적 연결망에서 비서처럼 활용한다.

고등학교 이후 처음 만나는 친구여서 무지 반가웠다. 안부를 전하면서 전화번호를 핸드폰에 저장시켰다.

10시가 지나서 핸드폰에서 울리는 알람소리에 잠을 깨었다.

3-4. 트렌드 4) 사회적 연결망에 노출되어 있다는 것을 인식하지 못한다.

싸이월드 미니홈피를 통하여 그 친구가 음주단속 안 걸리고 잘 집에 도착했다는 글을 확인하였다. 안심이 되었다.ㅋ

3-5. 트렌드 5) 싸이월드는 개인적 연결망에 사회적 연결망의 성향 (의외성, 접근 용이성, 노출성) 을 가지는 서비스이다.

오랜만에 싸이월드 일촌 들의 미니홈피를 방문하고 방명록에 글을 남겼다.

10명의 학생 중 8명에게서 이런 트렌드가 발견되었다.

3-6. 트렌드 6) 사회적 네트워크의 장점인 약한 연결고리의 영향력을 인식할 수 있는 계기가 필요하다.

홍대로 GO이곳은 한때의 홈그라운드.. 약 반년기량 일을 했으니 아는 사람들이 어찌나 많던지 ---;아니나 다를까 출구에서 나가자마자 일하던 곳의 사장님과 대면 다시 올라온 거나며 입가에 미소가 어떻게든 날 다시 일하게끔 하려는 것 같은데 일단 지금은 곤란하옵니다 ---; 대신 방학때 말바자리는 걱정 안 해도 될 듯하다,

4. 결론

본 연구는 사용자들의 사회적 연결망 및 개인적 연결망 활용 경험을 추출하기 위한 경험 일기 기법의 활용 예를 연구한 것이다. 경험 일기는 타겟 소비자가 직접 (매체)-(행위)를 시간대 별로 자세히 기록하는 방법으로 타겟 소비자의 일상적 경험을 장기간에 걸쳐 비교적 적은 비용으로 추출할 수 있는 방법으로, 최근 경험 디자인 프로세스에서 자주 활용되고 있는 기법이다.

의도적 상황을 연출하기 위하여 의도적인 상황을 연출하도록 하게 한 후, 발생한 경험을 기록함으로써, (이번 연구의 경우 사회적 연결망 / 개인적 연결망 활용 경험) 경험 일기 기록법은 사용자의 가치관, 멘탈모형, 스토리, 문제 등을 도출하는데 활용할 수 있었다.

일상생활에서 온라인 사회적 연결망은 접근의 용이성 등으로 인하여 그 활용도가 점차로 부각될 것이다. 특히 유비쿼터스 환경에서 온라인 사회적 연결망의 활용을 더 필요로 할 것으로 예상된다. 눈에 보이지는 않지만 거미줄처럼 연결되어 있는 사회적 연결망을 활용할 수 있는 경험 상품의 구성요소에 대한 연구가 이어질 것이다.

참고문헌

- 김지수 "디지털 인맥과 인간관계망", 정보통신정책 제 16권, 16호 통권 354호