

20 대 여성 사용자 감성 및 트렌드 분석을 통한 휴대폰 GUI 연구

장동훈¹, 홍태화², 홍주희³, 최수진⁴

이화여자대학교^{1,2,3,4}

dhchang@ewha.ac.kr¹, {webdy1004², hongko21³, suding⁴}@ewhain.net

A Study on Mobile Phone GUI Designs as the analysis on Trends and User's Sensibility for Female Users in 20s

Dong-hoon Chang¹, Tai-wa Hong², Joo-hee Hong³, Soo-jin Choi⁴
Ewha Womans University^{1,2,3,4}

요약

본 연구는 사회 트렌드 변화에 따른 적응 속도가 빠르고 소비 또한 타 계층에 비해서 매우 높은 지수로 구성된 20 대 여성을 연구 대상으로 선정하여 이들의 다양한 감성 니즈를 파악하고 현 시점에서의 트렌드 분석을 통해 그들의 요구와 취향이 적절하게 반영된 휴대폰 GUI 디자인을 대기화면을 중심으로 제시해보고자 한다. 연구방법은 사용자 감성 니즈 분석을 위해 FGI 기법을 사용하였고, 트렌드 분석을 위해서는 Town Watching 과 잡지 및 웹사이트 분석을 통하여 감성형용사를 추출하였다. 추출된 형용사간의 상관치와 의미에 따라 상대측을 설정하여 공간을 설정하고 공간 위에 각 형용사와 이미지를 배열하여 감성형용사 공간을 설정하였다. 이러한 감성평가 결과에 FGI 를 통해 구분한 사용자의 감성 니즈 분류를 기초로 하여 3 가지의 감성테마로 분류를 하였다. 분류 기준은 사용자들이 원하는 휴대폰 이미지와 트렌드 분석을 하여 얻은 형용사를 비교하여 그룹핑하였다. 분류된 그룹에 해당하는 테마명을 지정해주었고 그에 맞는 휴대폰 GUI 디자인을 제안한다.

본 연구는 시장세분화 경향에 따라 특정 사용자 층에 대한 연구가 중요한 시점에서 20 대 여성이라는 특정 사용자층에 대한 조사를 바탕으로 디자인을 이끌어내었다는 데 의의가 있다.

Keyword : mobile UI design, female users in their 20s, trend, emotional requirement

I. 서론

1. 연구의 배경 및 필요성

오늘날 급속한 경제 성장과 과학 기술의 발달은 물질적인 풍요로움 뿐 아니라 사회환경의 변화를 가져왔다. 물질적인 풍요와 급격하게 변화하는 사회 환경은 현대인들의 의식에 변화를 주어 개인의 다양한 개성과 감성의 충족을 요구하게 되었다¹. 그리고 과거 획일적인 지배체제에서 억눌려왔던 자기 표현에 대한 욕구가 분출되어 Minimalism(획일화, 간소화를 대변)이 퇴조하고 Maximalism(다양성, 개성을 강조)이 도래하게 되었다²..

최근에는 휴대폰이 단지 소지하는 것에 그치지 않고 자신의 정체성을 나타내는 자기표현 수단으로 활용되고 있고 휴대폰의 개인화, 패션화 경향 심화로 20대 젊은 층에서 휴대폰은 각자의 개성을 표현하는 수단으로 자리 잡았다. 휴대폰을 구입할 때, 주위 사람들의 평가가 좋거나 광고가 마음에 드는 제품을 사겠다는 의견보다 자신의 개성이나 느낌에 맞거나, 새로운 유행, 새로운 느낌이 드는 제품을 살 것이라고 대답한 의견이 더 높게 나왔다³. 이제는 휴대폰 사용자들도 제품에 대한 소비에 있어서 제품의 기능, 품질, 가격을 통한 단순한 물질적

성경제연구소, 2002

³ 휴대폰 구매 성향 및 라이프스타일(동일시 vs. 차별화)을 조사한 자료에서 동일시 37.6%, 차별화 62.4%로 나타났다, 이동통신 기획조사, 마케팅 인사이트

¹ 이구형, 감성과 감정의 이해를 통한, 감성의 체계적 측정 평가, 한국감성과학회, 1998

² 심상민·최순화, '뷰티(美)산업'의 浮上和 성공전략, 삼

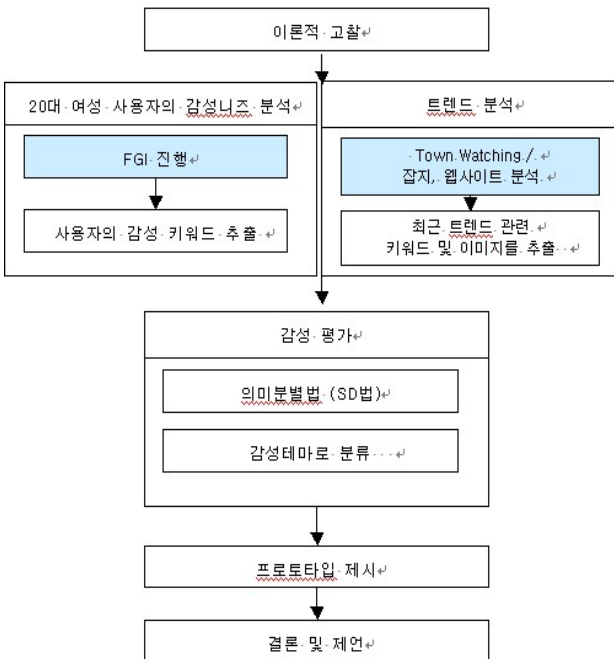
욕구충족보다는 다양한 라이프 스타일에 따른 개성 추구, 자아실현 욕구 및 정체감을 충족시키려는 경향으로 전환되었고, 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 감성적 제품의 개발이 요구되는 시대에 접어들었다⁴. 따라서 휴대폰 사용자들의 개인화, 패션화 등의 니즈에 적극 대응하기 위해 시장 세분화 및 단말기 플랫폼 전략이 필요한 시점이다⁵.

2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 휴대폰에 대한 국내 20대 여성들을 대상으로 이들의 다양한 감성 니즈를 파악하고 현 시점에서의 트렌드 분석을 통해 그들의 요구와 취향이 적절하게 반영된 휴대폰 UI 디자인을 제시하고자 한다

3. 연구의 내용 및 방법

휴대폰 디자인에 있어서 휴대폰 PUI 디자인에 맞는 대기화면의 GUI 부분을 중심으로 다루게 될 것이다. 먼저 기존 사례조사를 통해 국내 휴대폰디자인에 관련된 문제점 및 고려사항들을 고찰하였고 연구대상의 휴대폰 디자인에 대한 요구사항을 도출하고자 감성 분석과 최근 트렌드 분석을 실시하였다.



[그림 1] 연구 흐름도

II. 이론적 고찰

1. 20대 여성 사용자

⁴ 이경희, 패션감성의 측정도구 개발에 관한 연구, 2001

⁵ 하태정, 휴대폰 사용자의 니즈 어떻게 변하고 있는, LG주간경제 696호, 2002

여성소비자들은 일정한 사회 트렌드 변화에 따른 적응 속도가 빠른 집단으로 소비 또한 타 계층에 비해서 매우 높은 지수로 구성되어 있다⁶. 또한 이브올루션 (EVEvolution) : 이브(Eve) + 진화(Evolution)라는 표현은 구매자 및 구매 의사 영향자로서 여성의 중요성이 날로 커감을 나타내고 있다.⁷ 20대 여성 사용자는 트렌드에 민감하고 자신의 개성을 표출하거나 매니아적인 특성을 보이므로 매우 흥미로운 사용자층 중의 하나이다. 그러므로 휴대폰 디자인에 있어서도 중요하게 고려해야 할 대상인 것이다.

2. 감성

2-1. 감성적 접근 동향

감성적 접근 방법을 통한 제품의 디자인에 있어서는 사용자의 심미적 이미지의 가치가 중요하므로 사용자와 밀접한 디자인을 개발하기 위해서는 기술적, 기능적 접근보다는 이미지를 통한 접근 방법이 적합하다(최우길, 1997).

2-2. 감성 니즈의 정의.

제품에 대한 '가치 - 감성 형용사 - 사용자 니즈'가 연합된 일련의 체계를 '감성 니즈'라고 정의할 수 있다. 감성 니즈는 실제로 존재하는 별개의 니즈로 간주되기보다는, 다양한 차원으로 혼재하고 있는 소비자의 니즈를 제품 개발에 보다 실제적으로 응용할 수 있는 하나의 일관적 체계 관점에서 간주되어야 할 것이다.

3. 트렌드

3-1. 트렌드의 변화요인⁸

트렌드 변화의 요인은 사회적 요인(social factor), 경제적 요인(economic factor), 문화적 요인(cultural factor), 매스컴(mass communication)의 발달, 라이프 스타일(life style)의 다양화 등 여러 가지 시각에서 분석될 수 있다.

3-2 트렌드 분석요소⁹

3-2-1. 유행테마

⁶ 김현희, 2002

⁷ 이연수, 소비불황의 돌파구 여성마케팅, LG주간경제 783호, 2004

⁸ 송록영, 텍스타일 트렌드 분석에 관한 연구, 한국공예학회, 2002

⁹ 송록영, 텍스타일 트렌드 분석에 관한 연구, 한국공예학회, 2002

일반적으로 유행테마로 제시되는 개념이나 용어들은 동시대의 사회현상과 패션 분야에서 요구되는 내용이 제시되고 있으며 이런 테마의 분석은 유행경향은 물론, 소비자들의 의식, 취미, 감성 또는 주거패턴에 따라 테마의 설정이 이루어진다는 점에서 트렌드 분석에 있어 필수 요소라 하겠다.

3-2-2. 색채의 경향

색채(色彩, color)는 특별히 그 색을 사용하는 사람에게 하나의 언어로 작용하여 분위기나 감정적인 동기뿐만 아니라 문화적인 영향에 관해 말해준다. 또한 그 시대의 트렌드를 주도할 뿐만 아니라 상품의 차별화를 하는데도 큰 몫을 하고 있다.

Ⅲ. 기존 여성을 위한 휴대폰 사례조사

실제 출시되고 있는 여성을 위한 휴대폰 디자인의 특징을 파악하고 기능과 디자인간의 관계를 분석하여 여성을 위한 휴대폰 디자인의 문제점을 도출한다. 이를 근거로 Prototype 을 제시할 때 기초 자료로 활용하기 위하여 현재 시중에서 출시된 여성을 위한 휴대폰 사례를 조사한다.

1. 국내 여성을 위한 휴대폰 사례조사

국내 휴대폰과 관련하여 인지도가 높은 사이트인 오픈 모바일, 몽클, 세티즌, 네이버모바일에서 전문가 리뷰와 사용자 리뷰를 바탕으로 여성을 위한 휴대폰 8 개의 모델을 선별하여 모델 별 디자인을 분석하였다.

모델명	P1 (2004) 팬택 팬리얼	LG-KP2300 (2004) 드림이론 LG	PG-S5500M (2004) 팬택 팬리얼	SPH-X8000 (2003) 드림이론 삼성	SCH-B130(2003) 카리온 삼성
외형					
GUI					
컬러					

[표 1] 국내 여성폰 사례조사

2. 해외 여성을 위한 휴대폰 사례조사

국내 휴대폰 외에 해외 사례로 조사한 일본 휴대폰은 세티즌(www.cetizen.com)에서 여성을 위한 휴대폰으로 검색된 것과 일본 최신 휴대폰 정보 사이트인 케-타이 Watch(휴대폰(케타이)watch <http://k-tai.impress.co.jp/>) 사이트에서 검색하

여 선정하였다. 케-타이 Watch에서 선정한 휴대폰은 주로 여성적인 느낌의 휴대폰 이름을 가진 제품이나, 여성의 라이프스타일과 연계하여 설명되어 있는 제품들을 바탕으로 선정하였다

모델명	V6013H 세노아	Foma D701s Mitsubishi 2005	Lechifone(레지폰) 파나소닉 2005	A551RCA Casio 2005	FOMA N701s NEC
외형					
내부(GUI)					
컬러					

[표 2] 일본 여성폰 사례조사

3. 사례 분석 결과

분석은 외형 디자인의 형태와 컬러, 내부 디자인, GUI 디자인의 컬러나 GUI 모티브, 통합적 디자인분석의 경향 등을 비교하여 진행하였다. 지난 3년간 출시된 한국의 여성을 위한 휴대폰 종류가 많지 않아 일본의 최근 여성을 겨냥한 휴대폰 분석을 추가하였다. 분석 결과는 디자인 면에서 외형/내부의 디자인과 컬러 특징, GUI 특성 및 통합적 디자인으로 나누어 분석하였고 기능면에서는 여성을 위한 레이디 기능을 조사하였다.

분석 결과를 살펴보면 디자인 적인 면에서 여성을 위한 휴대폰의 공통적인 특징을 발견할 수 있었다. 그 특징은 다음 표과 같다.

외형 디자인	<ul style="list-style-type: none"> - 곡선처리를 하여 부드러운 느낌 - 콤팩트형으로 여성에게 친근한 디자인 - 세련되지만 대체로 문안한 디자인 - 손에 적당히 잡기 위한 크기 혹은 슬림형
외형 컬러	<ul style="list-style-type: none"> - 레드와인, 레드, 핑크, 레몬옐로우,바이올렛 등의 고채도 색상 - 기타 : 파스텔, 실버, 골드, 화이트
내부 디자인	<ul style="list-style-type: none"> - 화면이 비교적 크게 구성됨 - 키패드가 일반폰에 비하여 다소 작음
GUI	<ul style="list-style-type: none"> - 화려한 컬러 - 원색적 컬러 - 애니메이션 캐릭터 - 여성이미지 - 패션 일러스트 등 여성적인 모티브
기타	<ul style="list-style-type: none"> - 휴대폰의 이미지에 맞는 액세서리가 부가적으로 부착됨
통합적 디자인분석	<ul style="list-style-type: none"> (한국)- 외형 디자인과 내부GUI의 통합적 디자인이 어색함 (일본)- 합리적

[표 3] 기존 여성을 위한 휴대폰 사례 분석 결과

위의 결과를 바탕으로 본 연구의 결과물로서 제시될 20 대 여성을 위한 휴대폰 UI 디자인은 기존

여성을 위한 휴대폰에서 공통적으로 보여졌던 요소들을 고려하고 특히 20대 여성에게서 보여지는 트렌드와 감성을 반영한 통합적 디자인을 생각해 볼 수 있도록 진행하였다.

IV. 20대 여성의 트렌드 및 감성 니즈 분석

1. 트렌드 분석

Town Watching 기본 프로세스를 바탕으로 본 연구에서는 20대 여성들이 많이 모이는 서울의 E 여대 앞을 적합한 장소로 결정하여 7일간 같은 시간에 2시간씩 총 14시간에 걸친 관찰을 통해 대상자의 패션, 자주 찾는 매장, 거리 모습의 관찰하였다. 관찰일지를 통하여 최근 패션 경향과 특정 컬러, 모티브 등을 추출함으로써 트렌드를 파악하고 개발방향 설정의 Background 데이터로 활용한다.

1-1. Town Watching 실행 결과

관찰일지를 살펴보면 20대 여성은 10대의 소비와 비교하였을 때 개성표현에 대한 욕구가 많으며 한가지에 의존하지 않는 다양화의 경향을 보였다. 그리고 자신만의 스타일을 가지고 소비하는 성향을 보이고 있는 것이 특징이었다. 전체적으로 최근의 트렌드는 소품을 활용하거나 화려한 컬러를 이용한 개성연출이었고 미디어가 발달하여 유행에 민감하고 연예인을 모방하는 스타일도 많았다. 고급스러운 이미지를 추구하는 여성이 있는 반면 화려한 악세서리로 자신만의 스타일을 만드는 여성도 있었다. 유행 컬러는 여전히 블랙과 화이트, 그리고 원색의 컬러가 많았으나 핑크와 바이올렛 등 화사한 컬러를 포인트로 사용하였으며 계절과 상관없이 파스텔톤의 컬러도 쉽게 찾아볼 수 있었다.

1-2. 감성 형용사 수집과 추출

1-2-1. 형용사 수집 프로세스

본 연구의 평가에 사용될 형용사는 2005년 1월부터 2005년 10월까지 20대 여성들을 대상으로 한 국내외 유명 패션 잡지¹⁰와 패션 유행이나 동향, 트렌드를 전문적으로 분석하는 웹사이트인 국내패션센터 (<http://www.fck.or.kr/>) 그리고 패션 리포트, 산업동향을 분석하는 삼성디자인넷

(<http://www.samsung design.net/>)등 패션 트렌드 전문 사이트를 통해 최근 트렌드를 표현하는 형용사를 찾았다.

1-2-2. 형용사 수집 결과

총 수집된 형용사는 120개였으며, 이 어휘들의 의미의 함축성을 고려하여 동의어를 정리한 다음, 그 동의어 묶음에서 가장 빈도수가 높은 단어를 동의어 묶음의 대표어로 선정하고 그 대표어 동의어 도수를 모두 합한 빈도값을 주어 재정리하였다.

그러나 추출된 120개의 형용사를 평가 언어로 모두 사용한다는 것은 비경제적이다. 따라서 평가에 사용하기 위한 언어만을 선정하기 위해 위에서 수집된 형용사 중에서 국어사전을 통하여 유사형용사에 대한 조정을 하고(예. 심플한 = 간단하다) 휴대폰이나 여성과 상관이 없는 형용사(예. 털털한, 생생한)를 제외하여 유용한 형용사 총 40개를 다음과 같이 추출하였다.

고급스럽다	딱딱하다	섹시하다	차갑다
귀엽다	멋있다	순수하다	차분하다
기능적이다	발랄하다	신비롭다	친근하다
깨끗하다	밝다	신선하다	특이하다
남성적이다	복잡하다	여성적이다	편리하다
다양하다	부드럽다	예쁘다	편안하다
단순하다	사랑스럽다	자연스럽다	화려하다
도시적이다	산뜻하다	재미있다	환상적이다
현대적이다	섬세하다	정적이다	활발하다
동적이다	세련되다	지적이다	단정하다

[표4] 추출된 40개의 형용사 목록

2. 20대 여성의 휴대폰에 대한 감성 니즈 분석

2-1. FGI (Focus Group Interview)

2-1-1. 인터뷰 방법

감성 니즈를 추출하기 위하여 2005년 10월, 20대 여성 6명을 대상으로 2시간 동안 Focus Group Interview 을 실시 하였다. 이 연구에서는 인터뷰 대상자들의 감성 니즈를 추출하기 위하여 FGI 방법을 선택하여 선정된 조사대상이 휴대폰을 선택함에 있어 중요하게 생각하는 요인과 “휴대폰을 개성의 표현으로 여기고 있는가”에 관한 부분, 마지막으로 선호하는 스타일에 관하여 심층적 인터뷰를 통하여 알아보는 방법으로 진행됐다.

2-1-2. 감성 니즈 분석 결과

휴대폰 디자인의 선택에 있어서는 3 가지로

¹⁰ BAZZAR, Marie Clare, ELLE Girl, Ceci, DOVE, Esquire, Maison, 유행통신

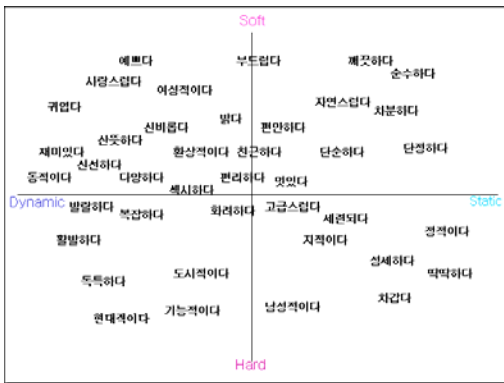
분류될 수 있었는데 첫째, 귀엽고 여성스러움, 둘째, 쉽게 질리지 않는 심플함, 마지막으로 특이하고 재미있는 것을 선호하는 것으로 분류되는 것을 알 수 있었다.

3. 감성 평가를 통한 감성 테마 분류

먼저 추출한 감성 형용사와 이미지에 대한 공간설정을 한 후 사용자 감성 니즈의 결과에 따라 이들을 그룹핑하여 3 가지 감성테마로 분류하였다.

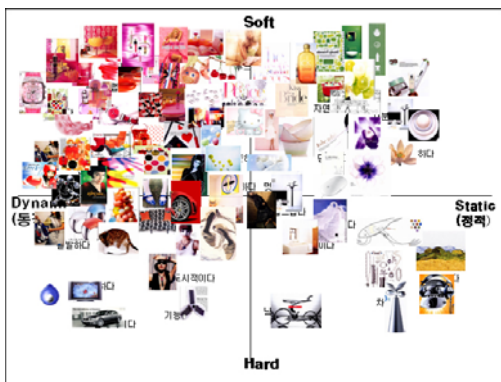
3-1. 감성 형용사 및 이미지 공간 설정

3-1-1. 감성 형용사 공간의 설정



[그림 2]추출된 형용사 감성 공간 설정

3-1-2. 이미지의 감성 포지셔닝



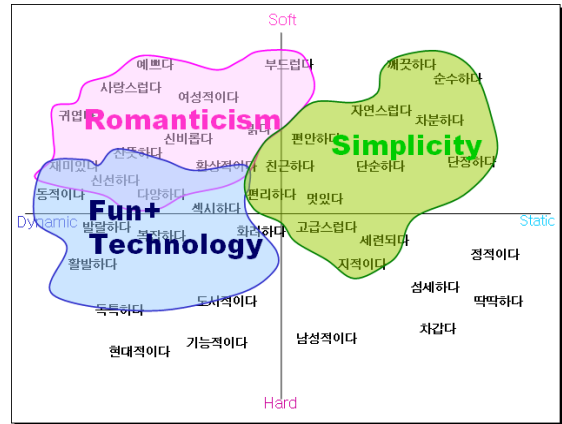
[그림 3] 감성 이미지 공간 척도

3-2. 감성테마 분류

감성평가 결과에 FGI를 통해 구분한 사용자의 감성 니즈 분류를 기초로 하여 3 가지의 감성테마로 분류를 하였다. 분류 기준은 사용자들이 원하는 휴대폰 이미지와 트렌드 분석을 하여 얻은 형용사를 비교하여 그룹핑하였고, 각 테마의 명칭은 최근 패션 트렌드 분석을 실시한 한국패션센터¹¹와 삼성디자인넷¹²에서 조사한 패션 트렌드 테마의 명칭을 기반으로 결정하였다.

¹¹ <http://www.fck.or.kr/>

¹² <http://www.samsungdesign.net/>



[그림 4] 감성 테마 분류 결과

3-2-1. Romanticism

여성이라면 한번쯤 연출해 보고 싶은 귀엽고 사랑스러운 소녀적인 이미지를 갖는 것으로 부드러운 감각으로 표현된 장식적인 디테일과 리드미컬한 곡선이 중요한 요소이다.

3-2-2. Simplicity

시간이 멈춘 듯 가볍고, 날아갈 듯한 부드러움과 소박하고 꾸미지 표현되는 이미지를 갖는다. 이런 요소로 간결하고 여유로움을 표현하여 쉽고 편리하고 부담스럽지 않은 디자인을 지향한다.

3-2-3. Funology(Fun + Technology)

특이하고 색다른 것을 원하는 개성 있는 사용자를 위한다. 전체적인 느낌은 자유로움과 발랄함을 나타내려 했으며 유머러스 하면서도 깔끔하고 세련된 디자인을 지향한다.

	Romanticism	Simplicity	funology
컬러	 밝고 다채로운 색채	 은은하고 부드러운 색채	
패턴	꽃무늬, 줄무늬, 패턴, 이질리 무늬, 하트무늬, 리본, 곡선, 장미	일러스트, 자연물, 물방울 무늬	기하학적 패턴, 곡선, 파배기 패턴, 캐릭터, 호피, 도트, 추상무늬
형용사	예쁘다, 사랑스럽다, 귀엽다, 여성적이다, 밝다, 산뜻하다, 재미있다, 신선하다, 다양하다, 환상적이다	깨끗하다, 순수하다, 차분하다, 자연스럽다, 편안하다, 단정하다, 단정하다, 친근하다, 편리하다	발랄하다, 복잡하다, 화려하다, 색시하다, 발랄하다, 다양하다, 환상적이다, 산뜻하다, 재미있다, 동적이다, 신선하다
이미지			
배색			

[표 5] 테마별 형용사, 컬러 및 패턴 모티브 분석

3-3. 디자인 제안

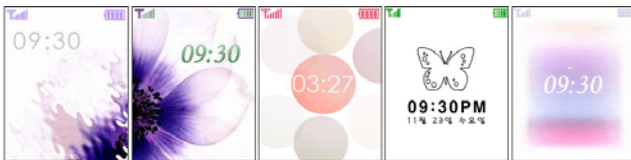
휴대폰의 대기화면은 휴대폰을 열었을 때 보이는 화면으로 최근에는 자신의 개성표현의 수단으로 활용되고 있다. 추출된 3 가지 감성 테마를 바탕으로 아래와 같이 각 테마에 해당하는 휴대폰 대기화면 디자인을 제안해 보았다.

가. 테마 1] Romanticism



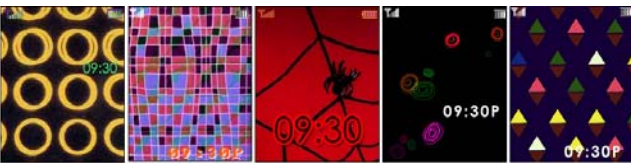
[그림 5] Romanticism 디자인 제안

나. 테마 2] Simplicity



[그림 6] Simplicity 디자인 제안

다. 테마 3] Funology(Fun + Technology)



[그림 7] Funology 디자인 제안



[그림 8] 제안한 디자인을 휴대폰에 적용했을 때의 이미지

V. 결론

본 연구는 20 대 여성이 휴대폰에 대하여 요구하는 다양한 감성적 니즈가 무엇인지 알아보기 위하여 20 대 여성을 중심으로 포커스 그룹 인터뷰를 실시하여 휴대폰 UI 개선을 위한 적절한 컬러와

소재에 대한 아이디어를 발견하였다.

위에서 제시된 디자인 테마가 20 대 여성 전체적인 요구에 부합하는 것이라고는 할 수 없을 것이다. 그리고 대기화면 제안 만으로는 휴대폰 GUI 를 전반적으로 설명한다고 보기에는 제한이 있을 것이다.

향후 연구에서는 보다 폭넓은 소비자군의 라이프스타일 분석, 패션 컨셉과 감성 니즈간의 복합적 양상 등을 면밀히 파악하여 휴대폰 GUI 전반에 관한 연구가 이루어져야 할 것이다. 그러나 시장세분화 경향에 따라 특정 사용자 층에 대한 연구가 중요한 시점에서 20 대 여성이라는 특정 사용자층에 대한 조사를 바탕으로 디자인을 이끌어내었다는데 의의가 있다고 하겠다.

참 고 문 헌

- 이구형, 감성공학과 감성공학을 응용한 섬유제품 개발, 섬유기술과 산업, 1997
- 박희석, 전영호, 신정태, 구조방정식 모델을 응용한 감성어휘 평가에 관한 연구, IE Interfaces Vol.12, No. 2, 1999
- 최경희, 휴대용 단말기에서 사용자 감성에 따른 개인화 서비스에 대한 연구, 2003
- 김백남, 니즈의 구현을 통한 사용자 만족 디자인의 기본 개념에 관한 연구, 1996
- 박경진, 신상품 컨셉도출을 위한 제품디자인 프로세스연구, 한국디자인문화학회, 2001
- 우리시대 미드필더 2635 세대, 제일기획, 2005
- 송록영, 텍스타일 트렌드 분석에 관한 연구, 한국공예학회, 2002
- 김희진, 여성소비자 행동에 관한 연구-일본 20 대 여성시장을 중심으로, 사회과학연구社會科學研究, 1998
- 이태리 패션시장 트렌드 분석을 통한 여성복 컬렉션 기획 - 1990 년대 통계자료를 중심으로, 한국복식학회, 1998
- 1990 년대 패션트렌드 분석연구 - 여성패션의 테마를 중심으로, 한국의류학회, 2001
- 한국위성방송기술협회 www.koreasat.or.kr
- LG 경제연구원 www.lgeri.co.kr
- 삼성경제연구원 www.seri.or.kr
- 정보통신정책연구원 www.kisdi.re.kr