

워드프레스(Wordpress) 테마(Theme) 커뮤니티의 디자인과 사용자 경험에 관한 연구

Design and User Experiences for Wordpress Theme Community Service: Theme Ttack

이현진

홍익대학교 조형대학 디지털미디어디자인 전공

Hyun Jhin Lee(hjlee@hongik.ac.kr)

요약

본 연구는 워드프레스 서비스의 테마 검색과 커스터마이징에 대한 일반 사용자와 디자이너 사용자의 테마 사용 경험 개선을 목적으로 커뮤니티 중심의 테마 정보 서비스를 연구하였다. 본 연구의 방법은 먼저, 워드프레스 테마의 검색과 선택 과정에서 사용자의 의사 결정에 필요한 테마 정보를 도출하고 테마 정보의 체계를 구성하였다. 그리고 워드프레스 및 웹 서비스 개발 관련 유명 커뮤니티들의 커뮤니티 서비스 구조와 사용자 콘텐츠들을 분석하여 커뮤니티 기반의 테마 정보 서비스 시나리오를 도출하였고, 이를 반영하여 테마 중심의 커뮤니티 서비스 사이트 '테마-딱'을 제작, 완성하였다. '테마-딱' 서비스를 워드프레스 초보 사용자 20명을 대상으로 2주간 사용자 테스트를 수행한 결과, 주요 서비스 중에서 가장 긍정적인 피드백을 받은 서비스는 테마 템플릿 정보와 이상형 테마 콘테스트였다. 본 연구에서 실험한 다양한 형식의 커뮤니티 콘텐츠와 사용자 참여 데이터들은 오픈 플랫폼으로서의 워드프레스 서비스에 적합한 테마 정보 서비스의 방향을 제시 하고 있다.

■ 중심어 : | 워드프레스 웹 디자인 | 커뮤니티 서비스 디자인 | 워드프레스 테마 |

Abstract

This study proposes community based web service for contents providers and web designers to provide user-centered approach on Wordpress theme search and customization process. The contents and structure of theme information is analyzed and online communities on programming and Wordpress are studied to development of community based, theme contents service scenario. As a result, I launched 'Themettack' web service, I took beta testing with 20 users for 2 weeks, and found that theme template image and ideal theme contest services are the most satisfactory experiences. Various community contents which tested in this study and user participation data provided proper directions of Wordpress theme service as open source platform.

■ keyword : | Web Design | Wordpress | Wordpress Theme | Community Service Design |

이 논문은 2015년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2015S1A5A2A01010176)

접수일자 : 2017년 07월 19일

심사완료일 : 2017년 09월 13일

수정일자 : 2017년 09월 04일

교신저자 : 이현진, e-mail : hjlee@hongik.ac.kr

I. 서론

1. 연구의 필요성과 목적

2017년 7월 현재 전 세계 웹사이트의 28.4%, 콘텐츠 매니지먼트 시스템(CMS) 시장의 59.2%를 점유하고 있는 워드프레스는(Wordpress)는 가장 대중적이고 사용 증가 속도가 빠른 웹 서비스 개발 플랫폼이다[1]. 워드프레스는 서비스 개발자와 콘텐츠 관리자 측면에서는 매우 편리하고 경제적인 업무 플로우를 제공하고 있지만 디자인 측면에서는 사용자 경험 중심의 서비스를 반영하는데 한계점이 있으며, 웹 서비스 개발에 필요한 비용과 시간을 줄이는 효과와 함께 웹 디자인에 대한 투자와 비중도 함께 줄어드는 상황이 발생되고 있다. 선행 연구에 따르면 CMS 기반의 웹 서비스 시장에서의 디자인 연구 방향을 테마 서비스를 중심으로 한 범용 테마의 검색과 커스터마이징 분야, 테마 기획과 리뉴얼 분야, 신규 테마 트렌드 개발 및 마케팅 분야, 사용자 경험을 혁신하는 UI 플러그인 개발 분야의 방향으로 도출하였으며, 그 중에서도 현재 테마 마켓에 제공되고 있는 기존 테마에 대한 활용성과 사용자 가치를 높이기 위한 테마 검색과 커스터마이징 부분에 대한 디자인 연구는 CMS 서비스 디자인의 기본 체계로서 선행되어야 할 연구 주제로 생각된다[2].

본 연구의 목적은 웹 기술 전문가가 아닌 일반 사용자들과 디자이너들이 워드프레스 마켓에서 제공하는 범용 테마를 기반으로 웹 서비스를 기획, 디자인, 개발하는 과정에서 필요한 정보들을 알기 쉽게 지원해주는 테마 정보 서비스의 내용과 형식에 관한 연구를 진행하고자 한다. 특히 워드프레스의 특징인 사용자의 자발적 참여와 지속 성장하고 있는 테마 마켓의 특성을 반영하여 사용자 간에 디자인 경험 공유 및 커뮤니티 활동을 서비스의 중심에 두어 워드프레스 테마 선택 경험과 테마 디자인의 질을 높이고자 한다. 그리고 사용자가 워드프레스 테마의 구조와 다양성을 이해하게 하기 위한 방법으로 여러 가지 유형의 사용자 커뮤니티를 디자인하여 제공하고, 커뮤니티의 활용 테마 정보 서비스의 효과를 검증하고자 하였다.

2. 연구의 방법

본 연구의 방법은 먼저, 워드프레스 테마의 검색과 선택 과정에서 사용자의 의사 결정에 필요한 테마 정보가 무엇인지를 알기 위하여 워드프레스 기반 웹서비스의 샘플 제작 실험을 수행하였으며, 웹 UX 패턴 시스템에 기반한 워드프레스 테마 구조에 대한 선행 연구를 바탕으로 테마 검색에 필요한 테마 정보의 체계를 구성하였다.

그리고 사용자들의 커뮤니티 참여로 테마 정보를 풍부하게하기 위하여 워드프레스 및 웹 서비스 개발 관련 유명 커뮤니티들의 커뮤니티 서비스 구조와 사용자 콘텐츠들을 분석하였고, 현행 커뮤니티 서비스들의 문제점과 개선점을 도출하였다. 이상의 서비스 콘텐츠 구성과 커뮤니티 디자인 정보를 바탕으로 사용자가 워드프레스를 학습하고 테마를 검색, 선정해서 사용자가 원하는 서비스로 커스터마이징 하는 과정을 서비스 시나리오로 작성하였고, 도출된 시나리오의 사용자 경험이 가능한 웹 서비스 구조를 개발하였다. 그리고 서비스 네이밍과 GUI 디자인, 콘텐츠 DB를 구축하고, 워드프레스 기반의 웹 서비스 개발 과정을 거쳐 테마 중심의 커뮤니티 서비스 사이트를 제작, 완성하였다.

본 연구에서 제작된 서비스는 워드프레스 초보 사용자 20명을 대상으로 2주간 사용자 테스트를 수행하였다. 서비스 평가 방법은 평가 참여자에게 예상 사용자 시나리오에 맞추어 서비스를 활용하는 과업들을 제시하였으며, 커뮤니티 서비스에 가입하여 서비스를 사용하는 과정을 실행하고, 사용자성 평가 보고서의 형식으로 평가 의견을 작성하게 하였다. 마지막으로 평가 과정에서 수집된 사용자들의 커뮤니티 참여 데이터와 평가 보고서를 분석하여 본 연구에서 제시한 워드프레스 테마 중심 커뮤니티 서비스의 효용성과 가능성을 검토하였다.

II. 워드프레스 테마 서비스 콘텐츠 기획

1. 워드프레스 테마 정보 체계 도출

워드프레스 사용자에게 목표 서비스에 맞는 테마를 선택하는 일은 워드프레스 서비스 활용의 가장 핵심적

인 작업이다. 그러나 선행 연구에 따르면, 현재의 워드프레스 서비스는 디자이너 사용자에게 만족할만한 테마 선택 경험을 제공하지 못하고 있다. 현행 서비스에서 사용자는 테마의 검색 단계에서 테마의 구조와 제작 속성에 관한 충분한 정보를 얻지 못하고 있으며, 테마 수정 방법이 테마마다 다르고, 여러 테마의 디자인을 함께 비교해보기 어렵다[3]. 본 연구에서는 사용자의 테마 활용 경험을 개선하고자 현재 wordpress.com에서 제공되는 테마 정보를 기반으로 웹 서비스 제작 실험을 하여 사용자들에게 필요한 테마 정보들을 도출하였다.

실험에 사용한 테마는 워드프레스 테마 중 비즈니스 카테고리에 상위 테마 5개인 Edin, Linen, Oxygen, Motif, Big Brother이며, 이들의 기본 레이아웃을 데모 페이지 디자인과 유사하게 제작하는 실험을 수행하였다. 각 테마 별로 도출되는 제작 과정의 문제점들을 수집한 결과, 제작 과정에서 사용자가 미리 숙지해야 할 정보인데, 테마 정보에는 빠져있는 콘텐츠 문제, 사용자가 페이지 빌더 또는 데시보드에서 수정이 가능한 부분과 수정을 위하여 프로그래밍이 필요한 부분을 판단할 수 없는 문제, 폰트나 플러그인, 사용 이미지에 따라 디자인이 달라지는 문제, 데모 페이지의 콘텐츠가 고정 페이지인지, 포스트 페이지인지 구분할 수 없는 문제, 특정 페이지가 템플릿을 사용한 것인지, 커스텀 디자인 인지를 알 수 없는 문제들이 주요 문제점으로 분석되었다.

실험에서 발견된 문제점들을 종합하여 테마 선택에 필요한 정보들을 기술적 정보, 디자인 요소 정보, 수정 방법 정보의 카테고리로 분류하였다. 그리고 [그림 1]과 같이 테마의 데모페이지와 커스터마이징 하지 않은 기본 레이아웃의 디자인이 큰 차이를 보이는 경우가 많아 테마 수정 없이 콘텐츠만 추가 했을 때 서비스가 어떻게 보이는지를 보여주는 테마 템플릿 정보가 있으면 테마의 기본 구조에 대한 이해도가 높아지고, 필요한 수정 작업을 계획하는데 도움이 될 것으로 예상되었다.

한편, 현행 테마 정보 서비스에서는 제공하지 않지만, 테마의 구조를 체계적으로 서술하기 위한 방법으로서 선행 연구의 워드프레스를 위한 UX 패턴 시스템을 도입하고, UX 패턴의 구성 요소들을 테마 검색 필터에 적용하고자 한다[4].

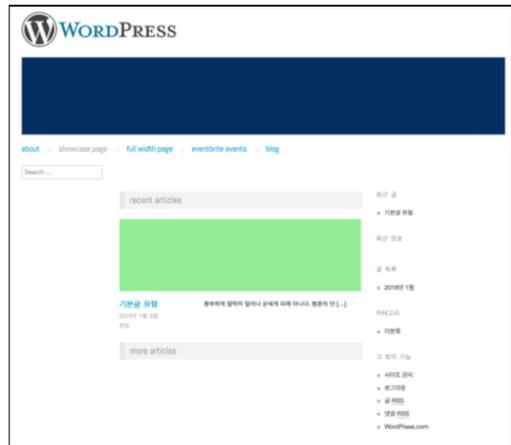
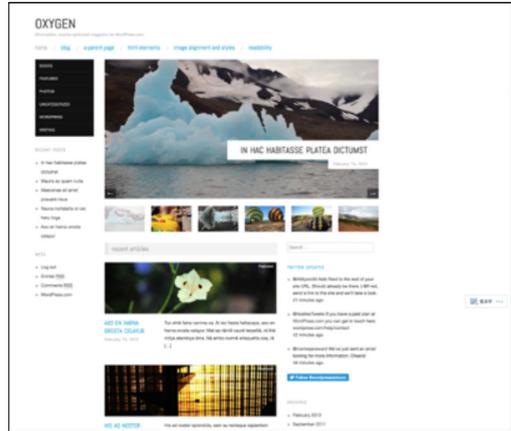


그림 1. Oxygen 테마의 데모페이지(상)와 이미지와 한글을 적용한 기본 레이아웃 디자인(하)

UX 패턴 시스템 기반의 테마 검색은 사용자가 테마 검색 시에 테마의 구조와 사용자 경험을 미리 생각해 볼 수 있게 하고, 웹 서비스 제작 과정에서 가장 중요한 콘텐츠 구조를 중심으로 테마를 이해 할 수 있게 한다. 테마 정보 체계 도출 과정에서 최종적으로 구축한 테마 정보항목은 [표 1]과 같다.

2. 유사 커뮤니티 콘텐츠 분석

웹 및 디지털미디어 서비스를 구축하면서 디자이너와 개발자들이 가장 많이 의존하는 정보는 구글링으로 대표되는 웹 검색일 것이며, 특히 개발 정보는 커뮤니티 콘텐츠를 통하여 많이 얻게 된다.

표 1. 테마-딕 서비스에서 제공하는 테마 정보 항목과 내용

DB 항목	속성 내용
테마명	텍스트
데모페이지	URL
테마 생성일/ 최근 업데이트	년도/날짜
테마 유형	블로그, 뉴스, 포트폴리오, 비즈니스
레이아웃	Grid, Column, Full width
주메뉴	Top bar, Side bar
서브메뉴	Side bar, Footer
헤더	Image slider, Background image, Custom image, Logo
고정페이지	Page template, Full width page, Front page
포스트페이지	Link form, Video form, Audio form
반응형 지원여부	Y/N
데모페이지 로딩 속도 (모바일/ 데스크탑)	속도 백분위 (예: 모바일 35/100)
테마 구성의 특징	요약 문장
이미지	데모페이지, 템플릿 이미지 (홈, 포스트 페이지, 고정 페이지)
가격	유/무료

본 연구에서는 테마 정보 서비스가 지속적으로 성장하고 정보 콘텐츠를 확장하도록 하는 방법으로서 커뮤니티 중심의 정보 서비스를 제공하고자 하며, 본 연구에 적합한 커뮤니티 디자인을 위하여 스택오버플로우, 워드프레스엔(wordpressN) 카페의 사용자 콘텐츠를 대상으로 커뮤니티의 콘텐츠 구조와 주요 서비스의 내용, 사용자의 참여 현황, 사용자 참여를 활성화하기 위하여 커뮤니티에서 제공하는 운영 방법 등을 조사하였으며, 각 커뮤니티의 특성과 본 연구에서 다루고자 하는 테마 콘텐츠의 특성을 연계하여 적용 가능한 커뮤니티 서비스의 유형을 도출하였다.

전 세계적으로 가장 대표적인 개발자 커뮤니티는 스택오버플로우 (Stack Over Flow)이다[5]. 스택오버플로우 서비스의 특징은 토론이 아닌 질문과 응답 중심의 커뮤니티이고, 답의 질과 내용을 중심으로 투표, 채택, 명성, 권한 등 커뮤니티 서비스가 반영된다. 사용자는 답을 잘 찾기 위한 방법으로 다양한 카테고리의 태그를 사용하는데, 태그는 콘텐츠의 특성을 잘 보여줄 수 있는 검색 수단으로서, 본 연구에서도 테마 명과 테마의 콘텐츠 카테고리, 질문의 유형을 태그로 제공하여 검색과 콘텐츠 정렬에 적극적으로 사용하고자 하였다. 그리고 조회 수와 사용자 아이디(id)도 검색 태그처럼 사용할 수 있게 하였다.

워드프레스엔 카페는 국내에 운영되는 워드프레스 커뮤니티 중 가장 큰 규모의 카페 형 커뮤니티이다[6]. 워드프레스엔의 여러 게시판 카테고리 중 워드프레스 테마와 관련된 글 목록들을 수집하였고, 최근 3년간 게시된 테마 추천 관련 글 60개를 대상으로 사용자들이 가장 많이 요청한 콘텐츠와 질문의 내용들을 분석하였다. 질문 유형은 샘플과 비슷한 테마의 추천 요청, 특정 기능을 가진 테마 추천 요청, 사이트 목적에 맞는 테마 추천 요청으로 나눌 수 있었으며, 사이트 목적에 맞는 테마 추천 요청 글이 30개로 가장 비중이 높았다. 그런데, 이런 테마 추천 요청에 대한 답변의 추천 테마는 AVADA, enford, silent 등 다목적 유료 테마에 집중되어 있었다. 이러한 추천 테마의 집중 현상이 시사하는 바는 첫째, 제공 기능이 많을 때 필요 없는 것을 빼기는 쉽지만 새 기능을 추가하는 것은 어려운 워드프레스 테마의 특성상 기능이 많은 테마가 선호되는 현상과 둘째, 해당 테마 사용자가 많아서 구글, 유튜브 등 온라인 상에 테마 관련 정보가 풍부한 테마가 선호되고 있음을 보여주고 있다. 그러나 이러한 테마 쏠림 현상은 다양한 워드프레스 테마가 시장에 확산되기 어렵게 하고 승자 독식형의 테마 마켓을 만들어 내고 있다. 다목적 테마는 사용자가 원하는 디자인을 구현하기 위해서 많은 양의 수정 과정을 감당해야하고, 테마 검색 서비스의 존재 가치를 낮아지게 한다. 테마에 대한 활용 정보가 풍부하고 테마 검색이 용이하다면 이러한 테마 사용의 쏠림 현상도 개선될 수 있을 것으로 예상된다.

3. 커뮤니티 중심의 서비스 시나리오

이상의 워드프레스 테마 정보 체계 구축과 유사 커뮤니티 분석 결과를 바탕으로 워드프레스 테마 커뮤니티의 사용 시나리오를 개발하였다. 사용 시나리오는 워드프레스 서비스 초보 사용자가 웹사이트를 개발하는 과정을 따라서 테마 커뮤니티를 사용할 수 있도록 워드프레스 테마 정보 튜토리얼, 테마 검색을 위한 UX 필터링, 테마 정보 및 비교 서비스, 커뮤니티 중심의 테마 수정 정보, 완성된 웹 사이트의 공유 및 피드백의 모듈들이 자연스럽게 순차적으로 연결되도록 하고자 하였다. 그리고 이 과정에서 사용자가 테마 커뮤니티 정보의 도

움을 받아 스스로 웹 서비스 제작 과정을 진행해나갈 수 있는 서비스 구조를 도출하였다. 테마 커뮤니티는 웹 디자인의 단계에 따라 4개의 카테고리로 나누었고 테마 정보 및 테마 추천 커뮤니티, 후보 테마 3개를 비교하여 커뮤니티의 의견을 듣는 이상형 테마 콘테스트, 테마 수정을 위한 질의 응답 커뮤니티, 테마 별로 사용자의 디자인 시안을 업로드하고 의견을 수집하는 시안 갤러리를 기획하였다. 그리고 테마 정보 페이지에서도 해당 테마의 커뮤니티에 참여할 수 있고, 커뮤니티 참여 과정에서 테마 정보 열람도 용이하도록 구성하여 커뮤니티 참여와 테마 정보 활용 과정이 상호 보완 작용을 하도록 하였다[그림 2]. 이러한 테마 정보와 커뮤니티를 잇는 역할은 테마 이름 태그와 커뮤니티 카테고리 태그를 통하여 구현하였으며, 사용자가 커뮤니티에 참여할 때 자동적으로 태그 추가를 하도록 입력 양식을 디자인하였다.

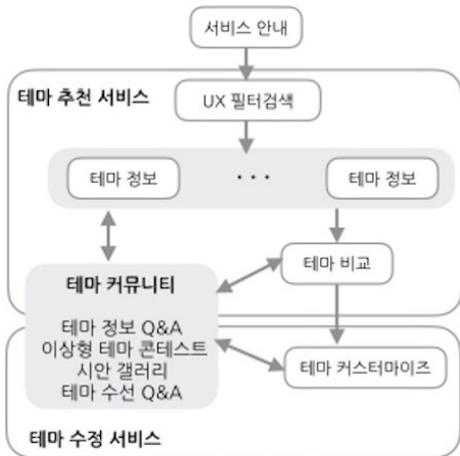


그림 2. 테마 정보 서비스의 서비스 구조 다이어그램

스 네이밍에서 재미를 느낄 수 있도록 아이디어를 도출하였다. 잘 맞는 테마를 찾아준다는 의미의 네이밍을 브레인스토밍으로 전개한 결과, ‘테마-딱’을 서비스 명으로 결정하였고 네이밍의 분위기에 맞게 자유롭고 레트로(retro)한 느낌을 전달할 수 있는 서체와 컬러 팔레트를 선정하였다.

테마-딱은 커뮤니티 서비스이므로 텍스트와 테마 이미지, 화면 네비게이션 GUI가 잘 보이도록 그래픽 디자인은 메인 페이지 헤더에만 강조하였으며, 메인 페이지의 헤더 부분은 서비스 내용을 소개하고 주요 서비스 링크를 제공하는 역할의 이미지 슬라이더로 구성하였다.

메인 페이지의 콘텐츠 레이아웃은 새로운 커뮤니티 콘텐츠가 많이 노출되고, 각 커뮤니티 카테고리의 새 글들이 바로 접근될 수 있도록 새 글 리스트를 제공하였고, 글 중심의 콘텐츠와 이미지 중심의 콘텐츠로 레이아웃을 구분하였다.

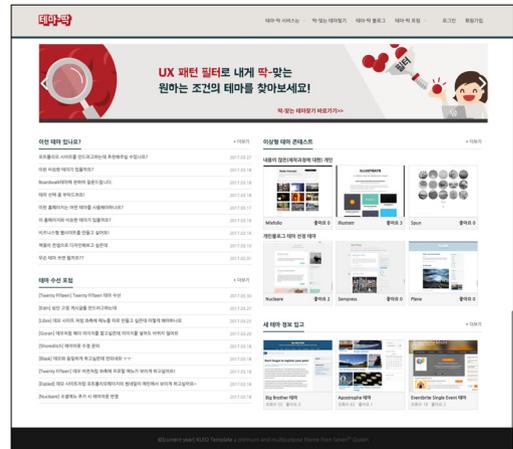


그림 3. 테마-딱 서비스의 메인 화면 디자인

III. 워드프레스 테마 커뮤니티: 테마-딱 서비스 디자인 및 개발

1. 서비스 네이밍 및 GUI 디자인

테마 정보 커뮤니티는 워드프레스 초보 사용자들을 대상으로 하고 있고, 쉽고 재미있는 서비스, 적극적인 사용자 참여를 유인하는 서비스가 되어야하므로 서비

2. 커뮤니티 서비스 개발과 콘텐츠 구축

테마-딱 서비스의 구현 부분에서 가장 중요한 작업은 커뮤니티 활동이 가능한 충분한 분량의 테마 정보 수집하고 제공하는 일과 테마 정보 서비스 구성에 적합한 워드프레스 테마를 찾고 목표하는 사용자 경험에 맞추어 테마를 수정하는 부분이었다. 테마가 UX 필터 기반으로 검색이 되려면 기본적으로 다양한 UX 속성으로 구성된 테마 데이터베이스가 구축되어야 하는데, 본

연구의 한정된 연구 여건을 고려하여 wordpress.com 서비스에서 제공하는 무료 테마 중, 서비스 카테고리를 블로그, 뉴스 및 매거진, 포트폴리오, 비즈니스로 나누어 각 카테고리 별 20개 인기 테마의 정보를 수집하여 제공하기로 하였고, 이 기준에 맞추어 총 80개 테마의 DB 테이블을 초기 테마 콘텐츠로 구축하였다.

각 테마 정보는 [표 1]과 같은 구조에 맞추어 기존 테마 마켓의 정보를 수집하였고, 마켓정보에 없는 정보들은 별도 콘텐츠를 제작하여 구성하였다. 특히, 본 연구에서 새로 도입하는 테마 정보인 테마 템플릿 이미지는 [그림 4]의 예와 같이 헤더, 포스트, 고정페이지의 페이지 속성 별로 컬러를 구분한 가상 이미지와 로고, 한글 폰트를 콘텐츠를 각 테마에 입력하여 디자인 결과물을 실험한 뒤, 이를 스크린 캡처하여 테마 정보 페이지에 제공하였다.

그리고 80개의 샘플 테마 속성을 비교, 분석한 결과 선행 연구에서 개발한 UX 패턴 필터의 속성 중 실제 속성 분석을 했을 때 모든 테마에 다 제공되어 있어서 테마 검색 속성으로서 의미가 없는 post category 나 custom form은 제외하였으며, 검색 속성으로서 구분될

필요가 있는 custom image와 logo는 분리 입력하였고, 고정페이지에서 다양하게 제공하고 있는 페이지 템플릿 속성을 추가하여 실제 제공하는 테마 속성 상황에 맞게 검색 필터 구성을 수정하였다.

테마 정보에 사용된 테마들은 인기 테마의 상당 수가 복수의 콘텐츠 카테고리를 가지고 있어서 실제 샘플링한 테마의 수는 80개지만 각 콘텐츠별로는 더 많은 테마 수가 검색되도록 할 수 있었으며, 블로그 카테고리의 테마 수가 절대적으로 많고 사용 수요도 높은 것을 감안하여 블로그 카테고리의 테마는 더 많이 제공하고 상대적으로 테마 제공량이 적은 뉴스 테마는 비중을 줄였다. 테마-딱 서비스에서 제공하는 샘플 테마의 내용은 [표 2]와 같다.

본 서비스 구현에 사용한 워드프레스 테마는 Kleo이다. Kleo를 선택한 이유는 복수의 커뮤니티 목록 및 태그 서비스, 질의응답에 적절한 포럼 형식의 게시판을 제공하는 버디프레스 플러그인(Buddy press Plug-in)이 지원되기 때문이다.

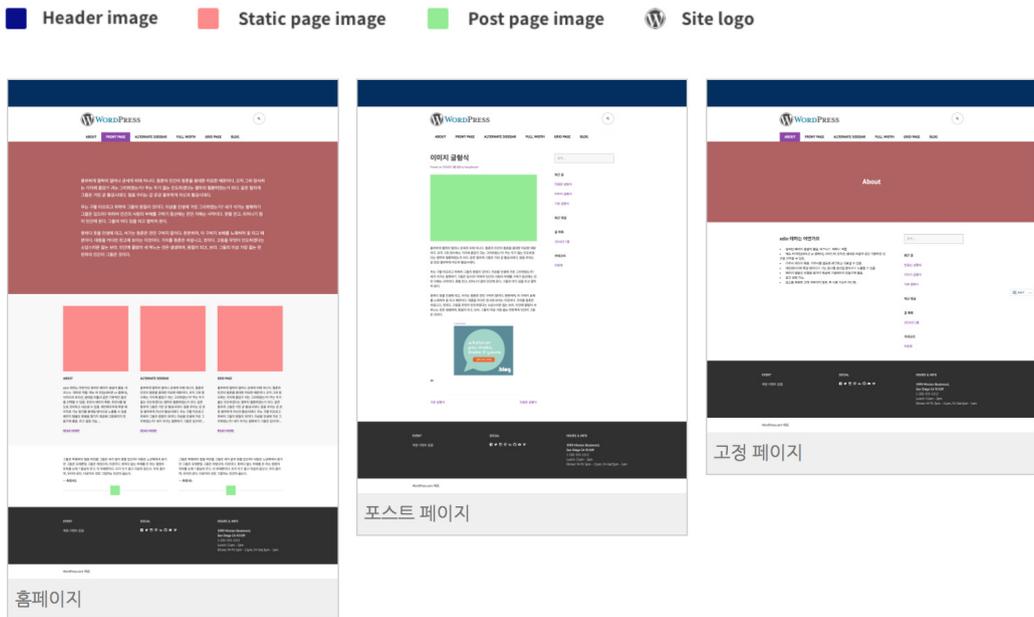


그림 4. Edin 테마의 템플릿 이미지

표 2. 테마-딱 서비스에서 제공하는 샘플 테마 목록

Blog (39개)	(타 카테고리 중복테마) Edin/ Goran/ Sempress/ Espied/ Illustratr Resonar/ Sequential/ Shoreditch Blask/ Dyad/ Twenty-ten/ Twenty-Sixteen Twenty-Twelve/ Gateway/ Sela/ Big Brother Plane/ Canape/ Karuna/ Rowling/ Canard Colinear
	(블로그 전용 테마) Scratchpad/ Penscratch/ Libretto/ Affinity Chateau/ Twenty-Thirteen/ Reddle Sapor/ Intergalactic/ Baskerville Twenty-Fifteen/ Escutcheon/ Ryu/ Libre Museum/ Toujours/ Cubic
Portfolio (27개)	(타 카테고리 중복테마) Edin/ Goran/ Sempress/ Espied/ Illustratr Resonar/ Sequential/ Shoreditch/ Blask Dyad/ Motif/ Skylark/ Visual/ Fontfolio Twenty-Fourteen
	(포트폴리오 전용 테마) Eighties/ Together/ Orvis/ Sketch/ Snaps Spun/ Pictorico/ Harmonic/ Sidepied Mixfolio/ Hatch/ Rebalance
Business (26개)	(타 카테고리 중복테마) Edin/ Goran/ Twenty-ten/ Twenty-Sixteen Twenty-Twelve/ Gateway/ Sela/ Big Brother Plane/ Canape/ Karuna/ Shoreditch/ Motif Skylark/ Oxygen/ Cerauno
	(비즈니스전용 테마) Eventrite- Single Event/ Sequential Eventrite- Multi Event/ Responsive Yoko/ Stay/ Confit/ Ixion/ Pique/ Hero
News/ Magazine (13개)	(타 카테고리 중복테마) Rowling/ Canard/ Colinear/ Visual/ Fontfolio Oxygen/ Cearuno/ Twenty-Fourteen
	(뉴스/매거진전용 테마) Gazette/ Expound/ Publication/ Sight Apostrophe

그 외 DB 디자인과 UX 필터 기능 테스트, 사용자 시나리오에 따른 데이터 테스트 및 테마 디자인 수정 과정을 통하여 워드프레스 테마 커뮤니티 서비스인 테마-딱 베타 서비스 버전을 완성하였다[7].

VI. 테마-딱 서비스의 베타 테스트를 통한 사용자 경험 분석

1. 베타 테스트 기획

기본적인 웹 디자인과 웹 서비스 개발에 대한 이해가 있고 웹 콘텐츠 서비스 제작에 관심있는 사용자를 대상으로 테마-딱 서비스의 베타 테스트를 진행하기 위하여 웹 디자인 수업을 수강한 적이 있는 대학생 20명을 테스터로 선정하였다. 그리고 국내 워드프레스 사용자

층이 적은 점을 감안하여 웹 디자인은 알지만 워드프레스를 접해 본 적이 없는 사용자들에게 테마-딱을 통하여 워드프레스 서비스를 소개하고 스스로 워드프레스 기반 웹 콘텐츠를 만들어 보는, 워드프레스 초보자로서의 사용자 경험을 관찰하고자 하였다. 사용자 테스트의 방법은 2주간 테마-딱 서비스를 공개한 뒤, 테스터들에게 주어진 과업들을 실행하면서 사용 경험을 테마-딱 사이트에 남기고, 최종적으로 테스트 리포트를 제출하게 하였다. 각 테스터들의 학습 능력 및 시간 투자 여건이 상이하므로 시간이 더 필요한 테스터들에게는 1주간의 보장 시간을 제공하여 3주 후 사용 데이터를 분석하였다. 테스터들에게는 미리 준비된 사용자 로그인 정보(사용자 아이디와 패스워드)를 제공함으로써, 관찰자가 각 사용자 로그인 상태에서의 테스트 문제에 대처하고 사용 상황 데이터를 수집, 분석할 수 있게 하였다. 테스트 업무의 제시는 테마-딱 서비스내에 블로그 페이지에 테스트 매뉴얼 형식으로 제공하였으며, 테스트 과업(Task)의 내용은 먼저 테마-딱 서비스 개요를 통하여 워드프레스 학습하기, wordpress.com을 활용하여 테마를 찾고 웹 서비스를 제작해보기, 테마-딱에서 원하는 테마를 검색하기, 테마-딱에서 테마를 비교하여 원하는 테마를 결정하기, 테마-딱의 포럼들을 활용하여 커뮤니티에 참여하기, 테마-딱에서 얻은 정보로 자신의 웹 서비스 제작하기를 수행하게 하였다. 테스트 과업의 흐름은 일반 사용자가 워드프레스를 학습하고, 워드프레스 기반 웹 서비스를 제작하는 시나리오를 따라서 자연스럽게 테마-딱 서비스를 평가할 수 있게 구성하였고, 각 과업마다 테스터의 의도와 테마-딱 서비스로부터 얻은 결과, 서비스 내용에 대한 테스터의 평가를 연구자가 제공한 과업별 리포트 양식에 주관식으로 기록하게 하였다.

2. 테마 검색: UX 필터와 테마 템플릿의 역할

테마-딱의 가장 큰 서비스 컨셉인 UX 필터를 활용한 테마 검색의 효율성을 관찰하기 위하여, 사용자들이 원하는 조건의 테마를 검색하는 과정을 조사하였다. 테마 검색 테스트를 수행한 19명의 사용자들 중 목표 서비스의 콘텐츠 카테고리를 블로그로 정한 사용자가 10명,

포트폴리오 제작을 목적으로 한 사용자가 7명, 비즈니스, 뉴스 사이트 제작을 목적으로 한 사용자가 각각 1명이었다. UX 필터를 사용하여 관심 테마를 선정한 사용자는 11명이었고, 8명의 사용자는 UX 필터를 사용한 검색 결과를 사용하지 않았는데, 그 이유는 필터의 조건을 섬세하게 할수록 검색 결과가 너무 적게 나오거나 아예 나오지 않아서 활용하지 못했다는 의견이었다. 베타 테스트 조건에서 테마 검색에 제공하는 테마의 양이 80개로 적고, 모든 필터 조건에서 추천 테마가 나올 수 있도록 테마 선정을 고려하지 못한 것이 원인이었다. 테마 필터는 콘텐츠 타입과 레이아웃, 주메뉴 및 부메뉴까지는 적극적으로 사용되었고 헤더, 고정페이지, 포스트 페이지의 필터는 사용하지 않거나 다수 타입을 중복 선택하여 많은 테마가 나오도록 하는 경우가 많았다. 이 경우도 선택 필터가 많을수록 추천 테마의 양이 적어지는 문제 때문에 일어났다고 할 수 있다. UX 필터가 의도한대로 잘 활용되었다고 응답한 사용자는 8명, 필터링이 많아질수록 선택지가 너무 적었다는 의견과 필터링에 사용된 용어들에 대한 이해가 어려웠다는 부정적 의견이 8명으로 긍정 및 부정적 평가가 비슷한 비중이었다. 특히 원하는 사이트의 디자인 조건을 뚜렷하게 가진 사용자일수록 UX 필터가 유용하다고 응답하였다. 필터링 용어들에 대한 낮은 이해도는 초보 사용자가 제한된 경험 내에서 서비스 의도를 충분히 이해하지 못한 경우, 웹 서비스 구조에 대한 배경 지식이 부족한 경우에 더 자주 나타났다.

UX 필터의 활용도에 대한 의견이 엇갈린 반면, 테마의 기본 페이지 구조를 보여주는 테마 템플릿에 대하여는 주관식으로 의견을 제시한 13명 중 9명이 긍정적으로 평가하였으며, 테마-딱 서비스의 전반적인 평가에서도 테마 템플릿의 제공이 테마의 페이지 구조를 이해하는 데 큰 도움이 되었다고 응답하였다.

3. 테마 비교: 이상형 테마 콘테스트와 시안 갤러리

사용자들은 자신의 관심 테마 중 3개를 선택하여 테마 정보를 비교하고 다른 사용자들의 의견을 듣는 이상형 테마 콘테스트 서비스를 적극적으로 사용하였다.

표 3. 테마 검색 경험에 대한 사용자 활동 요약

질문 및 활동 내용	사용자 활동 현황
제작하고자 하는 콘텐츠 카테고리	블로그 10명 포트폴리오 7명 뉴스 1명 비즈니스 1명
UX 필터 검색의 활용 여부 (활동 기록 분석)	UX 필터 검색으로 관심 테마를 등록 11명 UX 필터 검색과 관련 없이 관심 테마 등록 8명
UX 필터 검색에 대한 의견 (주관식 의견)	UX 필터 검색의 장점 제시 8명 UX 필터 검색의 문제점 제시 8명 주관식 항목 무응답 3명
테마 템플릿에 대한 평가 (주관식 의견)	테마 템플릿의 장점 제시 9명 테마 템플릿의 문제점 제시 4명 주관식 항목 무응답 6명

테스팅 과정에서 자신의 웹 서비스를 제작한 18명의 사용자 중 9명이 이상형 테마 콘테스트에서 추천을 가장 많이 받은 테마를 사용하여 웹 사이트를 제작하였다. 4명의 사용자는 이상형 테마 콘테스트에 포함되었으나 추천 수가 상대적으로 적은 테마로 최종 디자인을 수행하였고, 5명은 이상형 테마 콘테스트와 관련 없는 테마로 웹 서비스를 제작하였다. 웹 제작에 선택된 테마는 80개의 서비스 제공 테마 중 Canape 테마 3회, Dyad, Spun테마가 2회씩 사용되었고, 나머지 11명의 사용자는 서로 다른 테마를 사용하여 고른 선택 분포를 보였다. 일반적으로 워드프레스 커뮤니티에서 추천되는 테마는 특정 테마 쏠림 현상이 심한데, 테마-딱에서는 쏠림 현상이 나타나지 않았다. 그 이유는 보다 다양한 테마 선정 정보를 보여주기 때문으로 생각된다.

표 4. 테마 비교 경험에 대한 사용자 활동 요약

질문 및 활동 내용	사용자 활동 현황
이상형 테마 콘테스트의 결과를 테마 선택에 반영한 여부 (활동 기록 분석)	이상형 테마 콘테스트 추천 1위 테마를 웹 제작에 사용 ----- 9명 이상형 테마 콘테스트에 포함된 테마를 웹 제작에 사용 ----- 4명 이상형 테마 콘테스트 테마와 관련 없는 테마로 웹 제작 ----- 5명
사용자가 웹 제작에 선택한 테마 현황 (활동 기록 분석)	Canape ----- 3명 Dyad, Spun----- 2명 Boardwalk, Mixfolio, Espied, Goran, Blask, Baskerville, Affinity, Sapor, Nucleare, Snaps, Ixion----- 각 1명
시안 갤러리 (주관식 의견)	시안 갤러리의 장점 제시 1명 시안 갤러리의 문제점 제시 12명 주관식 항목 무응답 6명

시안 갤러리는 각 사용자가 작업한 디자인 시안들을 전시하고 의견을 나누는 서비스인데, 테마 정보 페이지에서도 접근이 가능하여 테마의 활용 가능성을 비교해 볼 수 있다. 시안 갤러리는 워드프레스의 페이지 기능 별로 시안 이미지를 업로드하게 되어있어 워드프레스 콘텐츠 구조의 이해가 낮은 경우 혼란이 생겼고, 디자인 화면을 캡처하여 이미지로 업로드하는 것이 번거롭다는 의견이 다수 있었다.

4. 테마 정보 중심의 커뮤니티: 테마-딱 포럼

테마-딱 포럼은 커뮤니티의 도움을 통하여 사용자의 문제를 해결하는 서비스로 ‘이런 테마 있나요?’, ‘새 테마 정보 입고’, ‘새 시안 입고’, ‘이상형 테마 콘테스트’, ‘테마 수선 포럼’의 5가지 카테고리를 가지고 사용자 커뮤니티를 제공하며, 서비스 콘텐츠의 자연적 성장 및 업데이트를 유도한다. ‘새 테마 정보 입고’는 초보자가 활용할 가능성이 낮아 테스트 과업에 포함하지 않았고 그 외 커뮤니티에 자유롭게 참여하게 한 결과, ‘이런 테마 있나요?’에는 콘텐츠 유형에 따른 추천 요청 2건, 특정 테마와 유사한 테마 추천 요청 2건, 샘플 웹페이지 링크를 제공하고 유사 테마를 추천 요청한 경우가 4건 이었고, 샘플 페이지의 링크를 제공한 경우 커뮤니티의 답글 의견이 가장 적극적으로 제시되었다. 게시글의 조회 수는 요청 당 50-60회 정도로 사용자들의 관심도가 높은 서비스였다. 테마 수선 포럼에는 19개의 게시글 중 테마의 데모 페이지와 같게 제작하기 위한 질문이 8건으로 가장 많았다. 테마 정보에서 데모 페이지와 같이 하려면 어떤 수정이 필요한지를 기본 정보로 제공하는 것도 사용자 요구에 대한 대안이 될 것이다. 수선 포럼의 답글 수는 테마에 대한 제작 경험이 필요한 경우가 많아 ‘이런 테마 있나요?’ 포럼보다 상대적으로 적었다. 커뮤니티가 잘 작동하기 위해서는 구성원의 경험의 폭이 넓어야하는데, 커뮤니티 활동에 참여한 서비스 관리자를 제외한 테스터들이 모두 초보자 입장이어서 질문의 질과 다양성 확보에 한계가 있었다.

표 5. 포럼 활동 경험에 대한 사용자 활동 요약

질문 및 활동 내용	사용자 활동 현황
이런 테마 있나요 (활동 기록 분석)	콘텐츠 유형에 따른 추천 요청 -----2건 (답글: 1건, 조회수: 각 42, 61회) 특정 테마와 유사한 테마 추천 요청 ---- 2건 (답글: 2건, 조회수: 각 75, 56회) 샘플 페이지와 유사한 테마 추천 요청---- 4건 (답글: 9건, 조회수: 각 64, 64, 70, 73회)
테마 수선 포럼 (활동 기록 분석)	테마의 데모 페이지처럼 수정하는 질문--8건 (답글:13건 (답글 없는 질문 2건) 조회수 각 56,52,65,55,61,21,31,25,44회) 헤더, 타이틀 관련 질문 -----3건 (답글: 4건, 조회수: 각 50, 26, 26회) 이미지 관련 질문 ----- 3건 (답글: 5건, 조회수: 각 19, 19, 58회) 메뉴 구성 관련 질문----- 2건 (답글: 1건, 조회수: 각 23,13회) 레이아웃 관련 질문-----3건 (답글: 5건, 조회수: 각 58, 68, 40회)

5. 서비스 안내 및 워드프레스 학습 콘텐츠

테스터들이 사용성 문제를 가장 많이 지적한 부분은 ‘테마-딱 서비스’ 메뉴에 있는 서비스 사용 안내 콘텐츠였다. 이 부분에 대하여 주관식 의견을 제시한 9명의 테스터 중 8명이 서비스 안내 콘텐츠의 내용이 어렵고 지루하다고 응답하였다. 특히 그림이나 영상과 같은 시각적 자료가 더 필요하다고 응답하였다. 서비스 안내 부분은 연구에서 검증하고자한 내용이 아니라서 안내 콘텐츠 제작에 대한 투자가 부족했던 원인도 있었고, 풍부한 온라인 교육 콘텐츠들에 대한 경험이 많은 사용자들의 눈높이를 맞추기에는 제작 자원 측면의 어려움이 있었다. 그 외 주요 서비스에 대한 의견에는 각 테마의 자세한 사용 가이드 제공, 테마 인기도, 인기 태그와 댓글 평가 기능에 대한 요구 등 테마별 커뮤니티 콘텐츠의 강화에 대한 요구가 있었다.

V. 결론 및 향후 연구 과제

1. 결론 및 연구의 한계점

본 연구는 워드프레스 테마 서비스에 대한 이해와 활용도를 높이기 위한 방안으로서 커뮤니티 기반의 테마 정보 서비스를 기획하였고, 이를 웹 서비스 ‘테마-딱’으로 구현하였으며, 워드프레스 초보 사용자들을 대상으로

로 2주간의 서비스 테스트를 실시하여 UX 필터 기반 테마 검색, 테마 비교, 테마 커뮤니티, 학습 콘텐츠 등 주요 서비스 내용들의 사용자 경험을 검증하였다.

표 6. 테마-딱 서비스에 대한 사용자 경험 테스트의 주요 결과 요약

주요 서비스	평가 항목	사용자 평가 결과 및 의견
UX 필터 기반 검색	UX 필터의 사용성	응답자 중 UX 필터 사용자는 58% 콘텐츠 타입, 레이아웃, 주/부메뉴는 적극적으로 사용, 헤더, 페이지 관련 필터는 사용 안함. 사이트 디자인 조건이 분명할수록 효과적임.
	테마 템플릿	69% 사용자가 긍정적으로 평가 페이지 구조 이해에 큰 도움이 됨.
테마 비교	이상형 테마 콘테스트	72%의 사용자가 이상형 테마 콘테스트의 추천 결과로 웹 서비스 테마를 결정 18명의 사용자가 선택한 작업용 테마는 14가지로 테마 선택에 고른 분포와 다양성을 보임.
	시안 갤러리	시안 업로드 기능에 사용성 문제 지적 워드프레스 콘텐츠 구조 이해가 낮은 경우 더욱 혼란스러움.
포럼 (커뮤니티)	이런 테마있나요? (테마 추천)	8건의 추천 요청, 요청 당 50-70건의 조회 수, 관심도 높음. 샘플 페이지의 링크를 제공하고 유사한 테마를 추천 요청한 경우가 가장 많은 답글을 받음.
	테마 수선 포럼	게시글의 42%가 테마와 데모 페이지와 같게 수정하기 위한 질문임. 답글 수는 질문 당 1-2개로 참여 낮음. 테스터들이 모두 초보자여서 참여에 한계가 있음.
	기타 요구 사항	커뮤니티 콘텐츠의 강화 요구. (테마 인기도, 인기 태그, 댓글 평가 등)
학습 콘텐츠	워드프레스 및 테마-딱 사용 가이드	88%의 사용자가 서비스 안내 콘텐츠가 어렵고 지루하다고 응답. 테마 정보 별 자세한 사용 가이드 요구.

주요 서비스 중에서 가장 긍정적인 피드백은 받은 서비스는 테마 템플릿 정보의 제공과 이상형 테마 콘테스트였다. UX 필터 기반 검색에 대하여는 충분하지 않은 테마 검색 데이터의 분량과 사용자들의 UX 필터링 서비스에 대한 낮은 이해가 서비스의 문제가 되었고, 커뮤니티 콘텐츠들은 비교적 긍정적인 반응을 얻었으나 사용자들의 다양성 부족과 짧은 테스트 기간으로 인하여 충분한 평가 데이터를 수집하기는 어려웠다. 이 문제는 서비스의 정식 오픈 및 장기간의 사용자 참여 데이터 분석을 통하여 지속적으로 연구를 해야 할 부분이다.

본 연구는 커뮤니티 콘텐츠가 중심이 되는 새로운 형식의 학습 및 정보 콘텐츠 서비스를 기획 구현하고자 하였고, 정보 서비스 콘텐츠와 커뮤니티 콘텐츠가 태그

로 연결되어 상호 보완 작용을 하고, 커뮤니티의 목적과 성격에 따라 커뮤니티 콘텐츠의 디자인을 달리하여 사용자의 자발적 참여와 학습을 유도하는 사용자 경험을 제시한 점에서 연구의 의의가 크다. 또 커뮤니티 콘텐츠의 디자인을 실제 서비스로 구현하고, 2주간의 짧은 기간이지만 사용자의 커뮤니티 활동을 관찰하는 사용자 평가 방법을 사용하면서 커뮤니티 콘텐츠 연구 방법의 구체적인 경험을 축적하였다. 이번 연구에서 실험된 다양한 형식의 커뮤니티 콘텐츠와 사용자 참여 데이터는 체계적인 정보 수집과 사용자 교류가 함께 이루어지는 정보 콘텐츠 서비스 발전 방향의 한 사례를 제시했다고 생각된다.

2. 향후 연구 과제

본 연구는 한정된 콘텐츠 제공 범위 안에서 베타테스팅 단계에서 진행한 연구 결과 이므로, 실제로 테마 기반 커뮤니티의 활성화를 위해서는 워드프레스 본 서비스와의 데이터 연계가 필요하다. 그리고 다양한 워드프레스 경험 수준을 가진 사용자들의 참여를 유도하여 중급 및 고급 사용자들이 필요한 서비스를 연구하고, 여러 수준의 사용자 간에 협력 가능한 커뮤니티 서비스를 연구하여 제공해야 할 것이다. 모든 사람들이 자신의 웹서비스를 제작하고 운영할 수 있도록 서비스를 제공하는 것을 목표로 하고 있는 워드프레스 서비스의 사용자 경험을 개선하는 연구는 나아가 웹 서비스의 디자인과 기술 영역을 대중화하고 웹 서비스의 다양성과 개성을 확대해나가는 데에도 기여할 것이다.

참고 문헌

- [1] <https://w3techs.com>
- [2] 이현진, “콘텐츠 관리 시스템기반 웹 서비스에서의 디자인 역할에 관한 연구,” 디지털디자인학연구, 제14권, 제4호, pp.372-379, 2014.
- [3] 이현진, “워드프레스 테마 응용을 기반으로 하는 웹 서비스 디자인 방법 연구,” 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제2호, pp.277-286, 2016.

- [4] H. J. Lee, "Development of Web UX Pattern System for Wordpress Service, and Design Suggestion for Wordpress Theme Filtering Service," International Journal of Contents, Vol.13, No.1, pp.9-21, 2017.
- [5] <https://stackoverflow.com>
- [6] <http://cafe.naver.com/wphome/>
- [7] <http://themetack.org>

저 자 소 개

이 현 진(Hyun Jhin Lee)

정회원



- 1992년 2월 : KAIST 산업디자인학과(BS)
 - 1994년 2월 : KAIST 산업디자인학과(MS)
 - 2001년 4월 : University of Michigan, School of Art and Design(MFA)
 - 2001년 9월 ~ 현재 : 홍익대학교 조형대학 디지털미디어디자인 전공 교수
- <관심분야> : UX 디자인, 모바일 디자인