

UX Symposium 2010

2010.11.08

1. Living with Complexity (Donald Norman)

우리는 굉장히 복잡한 환경에서 살고 있고 이 환경의 대부분은 인공적인 것들이다.

하지만 이런 복잡함을 즐기고 있는 것일 수도 있다.(enjoyable complexity)

예) 도로의 사진. 까치만 빼고 모두 인공적이다.

간단한 것도 복잡해질 수 있다. 이것 극복하기 위해 우리는 보통 표시(signifier)를 한다.

디자이너의 의무는 이런 표시를 만들지 않는 것이다.

예) 미닫이 문의 잘못된 손잡이.

문화에 따른 복잡성도 있다.

일반적으로 서양인은 심플한 것을, 동양인은 다양한 것을 좋아한다고 한다.(culture & complexity)

예) 구글 vs. 네이버, 유럽의 세탁기 vs. 한국의 세탁기.

그렇다면 한국 사람들은 정말 복잡한 걸 좋아하는 걸까?

구글과 네이버는 목적이 다르다. 검색과 탐색.

구글이나 Bing은 단순해 보이지만 사실은 복잡한 것들은 숨겨져 있다. (more, even more 버튼)

유저가 느끼기에만 간단한 것이다.

그렇기 때문에 간단하지만 복잡할 수 있고, 복잡하지만 간단할 수 있다.

사람들은 단순한 걸 싫어한다. 지루하다고. 하지만 또 복잡한 것도 싫어한다. 머리 아프다고.

초보자(novice)는 쉬운 걸 선호하고, 전문성이 높아질 수록 복잡성을 원한다.

예) 게임을 예로 들면 초기에는 쉽고 능숙해질 수록 난이도도 따라서 높아져야 한다.

덧) '몰입의 즐거움'이란 책을 보면 난이도와 몰입의 연관성 차트가 있다.

디자이너는 적당한 복잡성으로 사람들에게 즐거움을 줘야 한다. (engaging)

초보자가 처음 쉽게 접하기는 쉬워야겠지만 마스터를 할 때까지의 시간은 중요하지 않다.

예) 피아노

복잡성이 불필요한 경우도 있다.(needless complexity)

좋은 디자인의 적은 마케팅의 압력이다.

Reviewer, Salespeople, Feature comparison Lists, Simple minded marketing

비평가들은 기능이 늘어날 수록 만족도가 높아진다고 생각하지만, 실질적으로 기능이 늘어날 수록 사용성은 떨어진다. 중요한 것은 기능이 아니라 소비자에 대한 이해이다.

기표(signifier)에는 자연적인 게 있을 수 있다.

예) 기차 시간이 임박하여 기차역에 뛰어갔더니 사람들이 많더라. 없더라.

예) 보도블럭 옆 잔디밭 길 위의 발자국. (이런 길에 보도를 만들어야 한다.)

이런 기표를 이용해 좋은 디자인을 만들 수 있다.

예) 아마존의 '이 책을 구매한 사람들이 구입한 책 목록'

예) 뉴욕타임즈는 사람들이 메일로 가장 많이 보낸 기사 목록을 랭킹으로 보여준다. '가장 많이 본 기사'

예) 계단 내려가는 턱 위에 캔을 버려두자 사람들이 모두 캔을 올려놓기 시작한다. 버스 정류장 쓰레기 더미도 같은 예가 될 수 있겠다. (도시 관계자는 쓰레기 버리지 마시오를 꽃아 두겠지만 쓰레기통을 만드는 건 어떨까?)

그렇다면 굿디자인은?

내가 필요한 것만 표시해주는 모듈화 과정이 필요하다.

디자이너가 생각하는 기계의 작동법과 유저가 생각하는 그것이 일치해야 한다.

(디자이너와 유저의 **Conceptional Model** 이 일치해야 한다.)

덧) 맥 유저와 윈도우 유저가 생각하는 개념 모델이 다를 수 있겠다.

예) 아이팟에서 바로 노래를 구입해 다운로드 할 수 있는 과정.

예) 소니의 북리더 vs. 아마존 킨들: 킨들은 바로 책을 구입할 수 있다. (기계만 잘 만든다고 되는 건 아니다. 기계와 함께하는 환경도 중요하다.)

Enjoyable Complexity.

복잡성이 어떤 경우에는 재미를 가져다 줄 수 있으므로 복잡성을 추구해보는 것도 좋겠다.

예) 굉장히 복잡한 커피 추출 머신

2. Sketching Experience: Design Thinking & Thinking about Design (Bill Buxton)

사용하기 쉬운 게 중요한 게 아니다. 복잡성을 단계적으로 적용하도록 하는 게 중요하다.

예) 바이올린

“빌”의 법칙: 내일에 올 기능은 무어의 법칙처럼 늘어난다.

“신”의 법칙: 인간 역량의 성장 그래프는 시간이 지나도 그대로 유지된다.

아무리 좋은 기능과 설명이 있어도 사람이 이해할 수 있는 복잡도 이상의 것은 좋지 않다.

Let me think, about something worthy.

도널드의 질문.

What is a sketch? Is sketching important? What is design?

스케치가 없으려는 디자인이 없다.

자전거 모델의 렌더링 사진.

자전거 타고 산악의 물을 달리는 사진.

이런 경험을 사는 거다!

How to sketch.

Draw my phone > Draw my phone's interface > Draw the experience of using my phone!

Sketching vs. Drawing

Sketching is not drawing. Sketching is a reflection of **intent**. Drawing is a means of realization.

메타 스케치.

빠른 드로잉, 비용이 싸고 심지어 버릴 수도 있다. plentiful, clear vocabulary.

스케치임이 명확하다는 걸 알 수 있다. (빠져나온 선 등으로 표현)

내 의도를 표현할 정도까지만 그린다.

완료된 작업이 아님을 상대방에게 알려줌으로써 편하게 조언을 받을 수 있다.

덧) 조엘의 책이었다, 오픈소스 프로젝트를 시작할 때에는 이미 진행된 단계가 아니라 기획에 대한 아이디어가 있는 정도의 단계가 적기라는 것과 같은 맥락

경험을 스케치.

그림을 그린다는 것과 방법은 다르지만 경험을 테스트 할 수 있는 스케치!

예) 나무토막을 이용한 HP 의 PDA 경험 스케치.

예) 공항에서 전자 예매 시스템을 적용할 때의 스케치. (사람들이 과연 기계에서 돈을 뽑을까? 에 대한 경험 스케치)

그렇다면 렌더링은?

스케치 > 프로토타입 > 렌더링 > 제품. (수천 개의 아이디어에서 하나의 제품이 나오는 과정)

스케치가 프로덕트가 되어가면서 아이디어의 양은 줄어들고 결국 한 개만 남게 된다.

스케치에서 프로토타입으로 넘어갈 때 그 의도를 분명히 결정해야 한다. (프로토타입 비용이 비싸기 때문)
덧) 우리가 테스트로 돌려보는 샘플(프로토타입)과 제품 디자인에서 얘기하는 프로토타입은 비용 차이가 좀 다르겠다. 우리가 샘플로 돌려보는 코드가 스케치라고 할 수 있겠다.

뭘 만들던 간에 기술 이전에 디자인이 나와야하고, 사용(경험)에 대한 스케치가 필요하다.

디자인과 기술, 비즈니스가 모두 잘 합의되어야 한다. 디자인은 예술이 아니다.
디자인, 기술, 비즈니스의 공통점을 알아야 한다. 모르면 그들에게 질문하라.(커뮤니케이션)
그들의 생각은 무엇이며 뭘 원하는가?

애니메이션 스튜디오의 스토리보드. 하나가 아닌 여러 개의 대안을 제시하고 얘기한다.
덧) 엔지니어링에도 스케칭을 적용할 수 있겠다. 여러 샘플 코드.

자연스러운 인터랙션은? 자연 그대로의 것.
덧) 결론은 좀 이상하지만... 중요한 건 스케칭!

3. User-Centered Design 2.0 (이건표)

학교에서 얘기하는 UX와 기업에서 얘기하는 UX가 다르더라.

UX의 대가들은 디자인에는 세 개의 레벨이 있다고 했다.

유틸리티, 기능 > 이모션, 감성 > Socio-Symbolic, 사회적, 스토리. (?)

일반적인 기업들은 단계적 혁신에 익숙해져 있다. 하지만 애플과 같이 몬스터 기업들 때문에 힘들어한다.

대기업의 경우엔 일반적으로 디바이스 기준의 조직 구조이다. (티비, 프린터, 무선 등)

하지만 앞으로의 디자인에서는 제품의 form 이 없어질 것이다. (테두리 없는 TV)

디자인과 인간심리(The Psychology of Everyday Things) 라는 책에서 도널드 노먼은, 우리를 스마트하게 만드는 것은 people propose, science studies, technology conforms.

People even don't know what they want. ---> User

User Centered Design === Observation

Change of Designers and Users

~1970 : 전문디자이너(Expert Stylist) - 소비자(consumer)

Without User : 사용자는 단순 소비자

1980~1990 : 관찰자(Observer) - 유저(User)

For User : 사용자는 관찰의 대상

2000~2010 : 조력자(Facilitator) - 협력자(Participants)

With User : 사용자가 디자이너에게 적극적으로 의견 제공

2010~ : Enabler - Contributor

By User : 디자이너는 틀만 제공, 콘텐츠는 고객이 구성

예) 로고 제작 사이트

미래의 UX 는 crowd, collective, open 을 추구.

non intentional design

사용자가 대상이 아니다. 사용자가 디자인한다.

예) 택시 와이퍼 동작을 수집해서 리얼 타임으로 날씨를 알려주는 서비스.

예) 레시피를 저장할 수 있는 가스렌지. 레시피를 공유할 수 있고 팔 수 있는 레시피 스토어.

덧) 페이스북의 소셜앱도 마찬가지. 디자이너는 프레임웍(?)만 제공한다는 것과 같은 맥락.

4. 패널 토론

Q) 요즘 아이폰과 같은 터치 인터페이스에 대해서 어떻게 생각하나?

A) 도널드 노먼

멀티터치는 아주 상업적인 기술이다.

사용성에 대해서는 거의 뒷걸음질 했다라고 말해도 과언이 아닐 것이다.

원 터치는 간단하겠지만, 두 손가락, 세 손가락, 거기에 네 손가락. 어렵다.

닌텐도 워나 곧 나올 MS의 모션 컨트롤러 키넥트도 있지만, (빌에겐 미안하지만)

사실 액션에 대해서는 애매모하고 혼란스러울 것이다.

앞으로 이런 모션과 관련된 인터페이스가 계속 나올 것이고, 더 복잡해질 것이라 생각된다.

Q) 기업에서 말단 디자이너로 일하고 있다. 어떻게 해야 할까?

A)

기업 디자이너는 업계와 임원들을 이해시켜야 한다. 이윤은 회사의 성공을 의미한다.

결과를 설명할 때에도 수입을 올리고 비용을 낮춘 것으로 설명하라.

또는 MBA 수업을 들어라. 비즈니스 용어를 알아야 한다.

Q) 스케치와 프로토타입의 구분이 애매모호하다.

A)

프로토타입을 만들기 전에 의도를 정확하게 확인해 봐야한다. 자동차 산업의 경우, 프로토타입은 굉장히 비싸기 때문이다. 또한 UX 는 절차에 대한 비용이 많이 든다. 한 우물 파다 포기하기 어려우니 스케치로 다양한 접근 방식을 시도하는 거다.

업계마다 '프로토타입'의 개념이 달라서 그런 것 같은데, 스케치는 의도(intention)다.