

읽을거리	알랭 드 보통 『행복의 건축』	
파트너	조민영 님	
발제자	이승준 님	
시간표	[1] 19:40 오프닝 & 독후감 토크	[2] 20:10 북 토크
	[3] 21:20 쉬는 시간	[4] 21:35 북 토크
	[5] 23:00 마무리 발언	[6] 23:20 모임 끝!
공지사항	안녕하세요, <리서치 하는데요> 시즌 6, 두 번째 모임에 오신 것을 환영합니다. 지난 모임에서 우리는 크리스틴 로젠의 『경험의 멸종』을 통해 기술이 우리 경험을 어떻게 변화시키는가에 대해 이야기했습니다. 오늘은 알랭 드 보통의 『행복의 건축』을 통해 환경이 경험에 미치는 숨겨진 영향력에 대해 함께 이야기해보려 합니다.	
북토크		

Intro, 혹시 이런 경험 있지 않으세요?

같은 앱인데 집에서 쓸 때와 회사, 지하철에서 쓸 때 느낌이 다를 때. 사용자 인터뷰를 (회사 밖) 카페에서 할 때와 회의실에서 할 때 나오는 이야기가 완전히 다르다거나 말이에요. 어쨌면 이런 경험도 있을 거예요. 집(숙소)을 구할 때는 "괜찮아 보였는데" 막상 지내보니 전혀 고려하지 못했던 다른 문제들이 보이기 시작하는 것. 겉으로는 멀쩡해 보였던 벽지에서 곰팡이가 스며들거나, 작은 베란다 하나가 생활을 얼마나 바꾸는지 깨닫게 되는 것 말이에요.

「행복의 건축」의 저자 알랭 드 보통은 흥미로운 관점을 제시합니다. 건축이 단순한 배경이 아니라 우리의 감정과 행동을 적극적으로 형성하는 주체라는 것이죠. 그렇다면 사용자 경험을 살펴보는 UX 리서치에서도 비슷한 일이 일어나고 있지 않을까요? 그래서 오늘은 함께 "맥락을 읽는 감각"에 대해 생각해보려 합니다.

북토크

Book Talk 1: 아름다움이란 무엇인가

"아름답다는 느낌은 좋은 생활이라는 우리의 관념이 물질적으로 표현되었을 때에야 얻는 것이다."

같은 음식도 파인다이닝에서 먹을 때와 편의점에서 먹을 때 맛이 다르게 느껴지죠. 같은 옷도 명품 매장에서 입어볼 때와 아울렛에서 입어볼 때 다르게 보이고요. 알랭 드 보통이 보기에는 우리가 대상 자체만을 보는 게 아니라는 겁니다. "이것을 사용하는/소유하는 내가 어떤 사람인가"를 함께 보고 있다는 거죠. 환경이 우리에게 특정한 정체성을 입혀주고, 그 렌즈를 통해 모든 것이 다르게 보인다는 이야기입니다. 그런데 생각해보면, 우리가 진행하는 리서치에서도 비슷한 일이 일어나고 있지 않을까요? 사용자가 우리 앱을 평가할 때도 앱 자체만이 아니라 "이 앱을 쓰는 나"를 함께 평가하고 있는 건 아닐까요?

그렇다면 우리가 보는 것과 사용자에게 보이는 것 사이에는 어떤 차이가 있을까요?

북토크

Book Talk 2: 공간이 만드는 무언의 압력

"본질적으로 디자인과 건축 작품이 우리에게 말하는 것은 그 내부나 주변과 가장 어울리는 생활이다."

물리적 환경이 우리의 인지 능력과 행동에 직접적 영향을 미친다는 건 심리학에서 이미 확인된 사실입니다. 천장이 높으면 추상적 사고가 늘어나고, 조용하면 집중력이 오르고, 자연광이 있으면 기분이 좋아진다는 식으로요. 스타벅스에 앉으면 자연스럽게 노트북을 열게 되고, 도서관에서는 조용히 하게 되고, 침실에서는 편하게 누워서 폰을 보게 됩니다.

미묘한 것들도 있어요. 어떤 동네는 "사람 사는 냄새"가 나고, 어떤 곳은 차갑게 느껴지죠. 동네의 분위기 같은 것들이죠. 먼저 인사를 건네는 도시, 스몰토크를 하는 것이 더 자연스럽고 눈인사가 어색하지 않은 장소. 이런 건 단순히 개인의 성격이 아니라 공간의 구조에 문화적 맥락이 더해져 만든 분위기일 수도 있거든요. 그런데 여기서 재미있는 건, 우리가 선택한다고 생각하지만 사실은 공간이 우리를 선택하고 있다는 점이에요.

리서치할 때도 마찬가지로 아닐까요? 사무실에서 인터뷰하면 사용자가 좀 더 공식적으로 답하고, 집이나 카페에서 하면 더 솔직하게 말하게 되는 것.

그렇다면 우리가 만드는 환경과 사용자가 실제 경험하는 환경 사이에는 어떤 간극이 있을까요?

북토크

Book Talk 3: "진정한 사용자"는 존재하는가

"집을 사랑한다는 것은 우리의 정체성이 스스로 결정되는 것이 아님을 인정하는 것이다." 알랭 드 보통이 던지는 질문이 흥미로워요. 우리에게 고정된 정체성이라는 게 정말 있을까 하는 거죠. 상황과 환경에 따라 계속 달라지는 건 아닐까 하는. 실제로 우리도 그렇잖아요. 회사에서 업무용 메신저 쓸 때는 간결하고 공식적으로, 가족 단체방에서는 이모티콘 잔뜩 쓰면서 장난스럽게, 친구들이랑 게임할 때는 거칠게 말하면서. 그런데 리서치할 때는 어떤가요? "사용자는 이런 사람이다"라고 정의내리려고 하지 않나요? 페르소나 만들 때도 한 명의 일관된 캐릭터로 만들려고 하고요.

사용자들은 정말 변덕스럽고 복잡합니다. 명확하게 썼다고 생각하는 텍스트를 다르게 해석하고, 예쁘게 닦아놓은 경로를 무시하고 다른 길로 가기도 하죠. 하지만 이는 사용자 탓이 아니라 우리가 그들의 "아연할 정도의 복잡성"을 충분히 이해하지 못했기 때문일 수도 있어요.

만약에 "진정한 사용자"가 없고 "상황별 사용자"만 있다면, 우리 리서치 방식도 달라져야 하지 않을까요?

그렇다면 사용자가 말하는 것과 실제로 원하는 것 사이에는 어떤 차이가 있을까요?

북토크

Book Talk 4: 우리는 무엇을 선택하는가

"사람은 자신의 마음이 끌리는 건축물의 특질을 어느 정도는 스스로 소유하고 있지 않을까?"

소비자 행동 연구를 보면 재미있는 패턴이 있어요. 기능이 거의 비슷한 제품들 사이에서도 브랜드 이미지와 자신의 정체성이 얼마나 맞는지로 선택을 한다는 거예요. 제품이나 서비스를 통해 "나는 이런 사람이다"를 표현하고 확인받으려는 욕구가 있다는 거죠. 패션, 자동차, 생수는 물론이고 디지털 서비스에서도 비슷하지 않나요? 토스와 카카오뱅크 기능은 거의 비슷한데 선택하는 사람들이 다르고, 노션과 MS Office도 결국 문서 작업 도구인데 사용하는 사람들의 성향이 다릅니다. (다르다고 생각합니다)

알랭 드 보통 식으로 표현하면, 사람들이 "자신이 소유하고 싶은 특질"을 서비스에서 찾고 있는 건 아닐까요?

여기서 중요한 건, 합리성과 효율성만으로는 충분하지 않다는 거예요. 사용자들에게는 물리적인 기능뿐 아니라 심리적인 안식처도 필요합니다. 그들이 그 서비스를 쓸 때 마음의 평안을 느낄 수 있는, 자신이 인정받는다고 느낄 수 있는 그런 경험 말이에요. 이게 단순히 일회성 '경험'이 아니라 지속적인 '생활'이 되어야 한다는 점이에요. 카카오톡, 네이버, 배민 같은 서비스들이 성공한 이유도 우리 생활 그 자체가 되었기 때문이 아닐까요?

그렇다면 사용자가 선택한다고 말하는 것과 실제로 선택하는 것 사이에는 어떤 차이가 있을까요?

북토크

Book Talk 5: 감각을 믿어도 될까 - 데이터와 직관 사이에서

"우리의 마음 한구석에는 우리의 감각을 무시하고 환경에 우리 자신을 무디게 만들고자 하는 충동이 있다."

사용자가 "이 기능이 필요하다"고 말했는데 막상 만들어보니까 안 쓰는 경우, 데이터상으로는 A가 좋은데 뭔가 B가 더 맞는 것 같은 느낌, 설문 결과와 실제 행동이 다른 경우들이 있죠. 알랭 드 보통이 말하는 "감각을 무시하려는 충동"이 바로 이런 상황인 것 같아요. 주관적 판단을 불신하고 숫자에만 의존하려고 하는데, 정작 맥락을 못 읽으면 데이터도 제대로 해석할 수 없잖아요.

예를 들어서 사용자가 "더 많은 기능이 필요하다"고 설문에 답했다고 해서 정말로 기능을 추가해야 할까요? 그 답변이 나온 상황을 보면, 실제로는 기존 기능 사용법을 몰랐거나, 다른 서비스랑 비교하면서 상대적으로 부족하다고 느낀 것일 수도 있거든요.

여기서 필요한 건 겸손과 끈기인 것 같아요. 사용자의 번덕스럽고 복잡한 마음에 충분한 주의를 기울이고, 쉽게 단정지어 버리지 않는 것. 그래야만 우리 스스로도 의식하지 못했던 사용자의 진짜 요구까지 충족시킬 수 있지 않을까요?

그렇다면 데이터가 말하는 것과 현실에서 벌어지는 것 사이에는 어떤 차이가 있을까요?

북토크

Closing: 맥락의 감각, 어떻게 기를까

오늘 알랭 드 보통과 함께 환경과 맥락이 사용자 경험에 미치는 숨겨진 영향력을 살펴봤습니다.

우리가 함께 생각해본 것들

- 환경이 평가에 미치는 영향 - 같은 것도 어디서 보느냐에 따라 다름
- 공간이 행동을 유도하는 방식 - 우리가 선택하는 게 아니라 환경이 선택함
- 상황별 정체성의 존재 - "진정한 사용자"보다는 "맥락별 사용자"
- 기능을 넘어선 정서적 경험 - 심리적 안식처로서의 서비스
- 감각과 데이터의 균형 - 겉손과 끈기로 사용자의 복잡함 이해하기

어떤 것들을 해볼 수 있을까요?

- 인터뷰 장소를 좀 더 다양하게 해보기 (맥락 안에서, 맥락 밖에서)
- 시간대나 장소별로 다른 사용 패턴이 있는지 관찰해보기
- "이 서비스를 쓰는 나는 어떤 사람으로 보이고 싶은가요?" 같은 질문도 던져보기
- 경쟁사 비교할 때 기능만이 아니라 브랜드 이미지도 살펴보기
- 데이터 볼 때 그 맥락도 함께 기록하고 해석하기

마무리 토크

1. 오늘 모임은 즐거우셨나요?
2. 오늘 대화 중에서 가장 행복했던 순간은?
3. 오늘 이야기 중에서 가장 먼저 시도해보고 싶은 건 무엇인가요?
4. 다음 모임에 바라는 점이 있다면?



알림톡을 못 받았다면?
위 QR을 스캔해
접속해주세요!