

# Mobile GUI에서 유럽 국가 간 디자인 성향에 대한 비교연구

A comparative study on the Mobile GUI Design among Europe Countries

문주선, Joosun Moon

윤주현, Juhyun Eune

**요약** ~ 오늘날 휴대폰은 전 세계의 사용자에게 판매되고 있다. 이에 휴대폰 제조사들은 휴대폰의 CMF 부분과 외관의 디자인 그리고 GUI를 각 Local의 기호에 맞추어 Customizing하고 이를 위해 일부 나라에서는 사용자 Interview 나 FGD 등을 통하여 그 결과를 디자인에 반영하고 있다. 따라서 더욱 각 나라의 Design 선호 취향을 조사하고 분석해 반영하여 Design작업이 진행 되어야 한다. 특히 Open Market의 비중이 유지되고 있고, 사업자들의 GUI 요구사항이 미주나 중남미 등의 국가보다는 까다롭지 않은 유럽향의 경우는 Global GUI의 원형이 거의 그대로 유지되어 적용되므로 유럽의 심미적 선호가 충분히 고려되어 Design 되어야 한다. 그런데 최근까지 유럽향 GUI를 제작할 때, 혹은 Global GUI 제작에 필요한 유럽지역의 사용자 조사를 진행할 때 고려되는 대표적인 국가는 영국 또는 독일이다. 이는 영국이 유럽의 Style 및 평균적인 선호를 대표하는 국가로 여기어져 왔기 때문인데, 현재에도 과연 영국이 유럽의 기호를 대표할 수 있을까? 이제는 영국도 한국이나 미국 등의 여러 다른 나라들과 Graphic적인 Styling이나 선호에서 차이가 크지 않고, 평준화되어있지 않을까? 오히려 스칸디나비아 반도의 스웨덴, 덴마크 등의 국가가 이제는 유럽의 Graphic 취향을 대표할 수 있지 않을까? 따라서 본 연구는 유럽 국가들의 GUI Design에서 나타나는 Graphic적 차이를 살펴보고 그 지역적 특성을 가진 국가를 제시하는 것에 그 의의가 있다.

**Abstract** ~ Today, mobile phones are used by people all over the world. In order to keep up with demand and remain competitive, manufacturers are customizing CMF technology, product and GUI design based on local user preferences derived from interviews from various countries. The design protocol for mobile GUI or user research in Europe should first consider England to get a clearer indication of what is required for a successful launch, with primary focus being on the former. The reason for this is because UK has long been regarded as the most accurate representation of Europe style and preference as a whole. Yet, can England still retain this influence over its neighboring countries? I believe the graphic preferences of UK are equal to other countries such as America and Korea. Therefore, there shouldn't be any more gaps or misstep when it comes to future product and marketing trends. Nowadays, however, Scandinavia countries seem to be much more representative of Europe's overall taste when it comes to graphic features. Consequently, this study was devised to investigate the varying graphic preferences of mobile GUI technology among European countries and appealing to nations which have promising strengths in GUI design.

↓

**핵심어:** GUI, Cultural Difference, Scandinavian design, Design Preference, Europe GUI

\*주저자 : 문주선 서울대학교 미술대학 디자인학과 석사 e-mail: moonjoosun@gmail.com

\*공동저자 : 윤주현 서울대학교 미술대학 디자인과 교수 e-mail: jheune@snu.ac.kr

## 1. 서론

오늘날 휴대폰은 우리의 일상생활에는 없어서는 안 되는 1인 1개 이상의 필수품이 되었다. 그리고 휴대폰의 외관의

디자인이 사용자들의 구매에 큰 영향을 미치는 것에서 더 나아가 GUI가 소비자의 구매를 이끄는 중요한 요소가 되었다. 휴대폰 제조사들의 GUI 개발 및 적용 전략이 바뀌어가

고 있지만, 현재의 추세는 Global적으로 적용할 수 있는 통합 GUI를 지역 구분 없이 적용하고 지역색 및 사업자의 요구사항이 강한 일부 국가들에 대해서만 다른 디자인을 적용하거나 variation된 GUI를 적용하고 있다. 따라서 Global GUI는 세계 소비자들에게 평균적으로 허용될 수 있어야하기 때문에 각 나라의 국민들을 대상으로 한 조사는 GUI 디자인에 있어서 중요한 과정 중 하나이다. 특히 Open market 시장이 안정적으로 유지되고, 판매량의 큰 범위를 차지하는 유럽은 중요한 시장으로 여겨지고 있다. 그래서 Global 디자인을 제작하기 전, 후 유럽에서 사용자 선호도 조사가 이루어지고 주로 영국에서 진행이 되고는 한다. 이는 영국이 오래 전 대영제국으로 번성하던 시대에 기계, 금융, 예술 등의 분야에서 유럽의 강대국으로 자리 잡았었기 때문인데 과연 오늘날에도 영국이 유럽인의 디자인에 대한 선호를 대표할 수 있을까? 디자인의 Global화에 앞장서고 있는 영국은 이제 유럽적인 특성보다는 세계인의 취향에 평준화 되어있지 않을까? 오히려 스칸디나비아 반도의 스웨덴이나 핀란드의 디자인이 그 유럽적인 특성을 유지하고 있지 않을까? 이에 본 연구는 영국의 mobile 디자인과 스칸디나비아 반도의 스웨덴, 핀란드의 디자인 그리고 디자인의 비교 대상으로 한국의 mobile 디자인을 비교하여 그 차이점을 발견하고 분석해보고자 한다.



## 2. 국가 비교분석

특정 나라들의 디자인적 차이점을 논함에 앞서 고려되어야 할 부분은 해당 국가들의 문화적 배경의 차이일 것이다. 본 연구에서 조사하고자 하는 국가들은 모두 유럽이라는 거대한 조직에 속해있지만 더 세분화해서는 영국이 속해있는 유럽 전체를 대표하는 서유럽과 스웨덴, 핀란드가 속해있는 북유럽, 즉 스칸디나비아반도 등으로 구분되어지고 있다. 이에 Geert Hofstede의 'Cultural Dimension'의 조사 내용에서 각 국가들을 비교해보았다. PDI, IDV, MAS, UAI, LTO의 총 5가지 항목으로 조사되었다. 우선 영국은 다른 두 국가들 보다 IDV 즉, 개인주의적인 성향이 상대적으로 매우 높아 거의 90점에 다다르고 있다. 또한 주목할 부분은 유난히 MAS (Masculinity), 남성우월주의 적 성향이 현저히 높다는 점이다. 이에 비해 스웨덴은 남성우월주의가 매우 낮은 10점미만 대이다. 이것은 상대적으로 스웨덴이 남녀가 평등하다는 사고방식을 가지고 있다는 것을 알 수 있다. 핀란드는 불확실성에 대한 회피(UAI)의 레벨이 53점 정도로 25점 미만인 다른 국가들과 차이가 난다. 이런 문화적 차이의 배경을 바탕으로 디자인에는 어떤 차이들이 있는지 살펴보자

## 3. 심미성의 문화적 차이

### 3.1 스칸디나비아의 디자인 - 스웨덴과 핀란드

유럽 북부에 있는 덴마크, 노르웨이, 스웨덴, 핀란드 서부를 포함하는 지역인 스칸디나비아는 국토 대부분이 산으로 이루어져 있고 유럽 대륙의 국가에 비해 가난했으나 중립주의를 내세워 평화를 유지해 오면서 안정적인 정치, 경제, 사회 발전을 이룩하여 세계 최고 수준의 선진 복지 사회가 되었다. 비록 오랜 기간 동안 가난한 국가로 지내왔지만, 이로 인해 기능적이고 조형적인, 미니멀리즘의 스칸디나비아 디자인이 발달하게 되었다.

이 중 스웨덴은 수세기 동안 유럽의 변두리 지역으로서 지역적으로 고립되어있어 가난한 나라였다. 그래서 유럽 대륙의 화려한 조형 언어가 이곳에서는 간소하고 수수한 형태로 바뀌었다. 그리고 결국 이러한 것들이 기능적이고 모던한 현대 스웨덴의 디자인을 형성시켰다고 볼 수 있을 것이다. 스웨덴은 스칸디나비아 국가들 중 처음으로 고유의 20세기 디자인 운동과 양식을 발전시킨 나라로 '스웨디쉬 모던', '스웨디쉬 그레이스'라는 디자인적 특징을 지니고있다.

핀란드는 우리에게 세계 1위의 휴대폰 기업 Nokia의 나라로 익숙할 것이다. 국토의 3분의2는 삼림지대이며 그 나머지는 북극권이다. 세계적으로 인정받고 있는 핀란드의 디자인은 스칸디나비아의 전통을 유지하면서도 디자인에 있어서 유럽속의 일본이라는 평에 어울리는 비장함, 날카로운 차갑게 정리된 느낌이 특징이며 예술적 감수성 또한 돋보인다.

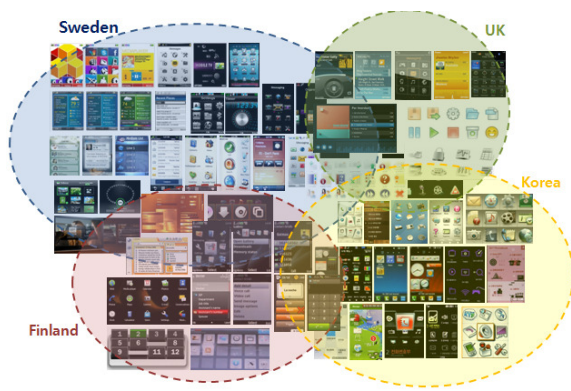
### 3.2 유럽 대륙의 디자인 - 영국의 디자인

"해가 지지 않는 나라" 대영 제국의 호사를 누렸고, 산업 혁명이 일어났던 나라, 미술공예운동의 나라 영국은 오래전부터 디자인에 대한 관심과 교육에 있어서 선구자적인 역할을 해온 나라이다. 현재 큰 규모의 디자인 컨설팅 회사들 중 대부분은 영국 회사이다. 영국 디자인이 발전한 큰 원동력은 Global Mind이며, 영국이라는 나라의 특징보다는 여러 인종과 다양한 디자인을 거침없이 수용하면서 경쟁력을 만들어가고 있다고 할 수 있다. 이미 어느 정도 세계화된 디자인 시장을 가지고 있는 영국은 좀 더 단순하면서 아름다운, 그리고 유지 가능한 디자인에 대한 연구가 진행되고 있다. 동시에 이런 다양한 문화적 배경의 디자인이 집합되어있는 영국에서 주목받기 위해서 좀 더 실험적이고 다양한 매체를 넘나드는 디자인이 최근 주류를 이루고 있다.

## 4. Mobile GUI 디자인 분석

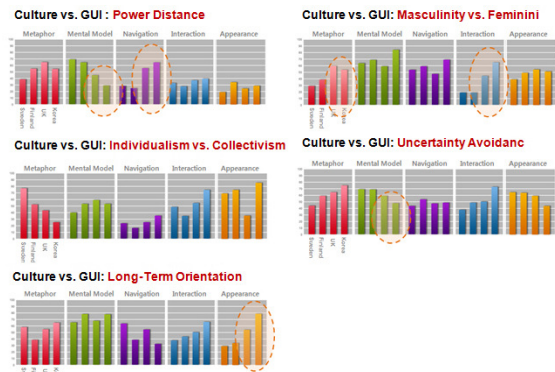
이제 스칸디나비아의 스웨덴, 핀란드 그리고 영국과 한국의 mobile GUI를 비교하여 각 국가별로 어떤 차이가 있으며, 주의를 기울여 보아야 할 특징이 무엇이 있는지 알아보고자 한다. Mobile GUI는 각 국가에서 직접 제작되는 제조

사의 GUI와 해당 국가의 디자인 업체의 GUI를 찾아보았고, 그 GUI도 사업자의 Style이 적용된 GUI는 배제하고 주로 업체 자체 연구로 진행 된 디자인을 찾아 자료수집을 하였다. 이렇게 수집된 GUI는 Aaron Marcus의 User interface components(Metaphor, Mental Model, Navigation, Interaction, Appearance)를 Geert Hofstede의 Cultural Dimension의 비교 기준에 대입하여 Matrix 분석을 통해 그 나라별 GUI의 특징을 분석해보고자 한다. 그렇지만, 현재 Aaron Marcus의 이 정의는 Web G/UI에 대해서, 그리고 UI에 더 Focus되어있어 Mobile GUI에 대한 것으로 새로 정의를 해보았다. Culture vs. GUI에서 Power Distance 부분은 Metaphor는 컨셉이 모호한지 명확한지에 대해서, Mental Model은 UI의 하이라키가 제한된 수에 탭스가 깊은지 UI가 넓고 얇은지에 대해서, Navigation은 같은 navigation에 대한 버튼이 많은지 적은지에 대해, Interaction은 각 기능별로 모션이 다른지 같은지에 대해서, Appearance는 스타일과 칼라가 다양한지 혹은 스타일과 톤이 비슷한지 정의해보았다. 이밖에 Individualism, Masculinity, Uncertainty Avoidance, Long-Term Orientation에 대해서도 각각 새로운 정의를 내려 보았다. (이 부분은 이미지를 참고바람) 이후 국가별로 모아진 GUI 화면들과 Graphic assets들을 이 정의에 따라 국가별로 0(Low)~100(High)점으로 점수를 매겼다. 그리고 이렇게 나온 점수들을 Hofstede의 항목 별로 비교 그래프를 그렸다. 이 그래프를 통해 본 결과는 다양한 내용을 보여주고 있다. 이 연구의 가설과 부합되는 항목들이 몇 가지 있었는데, Power Distance에서 Mental Model, Navigation과 Masculinity에서 Metaphor, Interaction 부분 Uncertainty Avoidance에서 Mental Model 그리고 Long-term Orientation에서 Appearance가 그러하다. 이 외의 항목들은 가설에 부합되기에는 그 수치적 차이가 미미하거나 오히려 다른 재미있는 수치적 결과를 보여주기도 한다.



## 5. 결론

매트릭스 분석 결과 일부 항목들에 대해 스칸디나비아 국가



들의 GUI적 특성을 발견할 수 있었다. Metaphor 부분에서 스칸디나비아 국가들의 디자인 컨셉 비교 국가들에 비해 명확했으나 영국과 한국의 경우 아이콘이나 특정화면에 대해서는 컨셉이 존재하나 세부화면들에서는 디자인이 다른 양상을 보였다. Mental Model의 경우 스칸디나비아의 두 국가는 PD 면에서 한국과 영국에 비해 그 수치가 높았는데, 메뉴 UI에서 그 수가 상대적으로 적고 Depth가 깊었다. Interaction은 한국과 영국은 각 기능과 UI구조별로 다양한 Motion이 화려하게 적용된 반면, 스칸디나비아는 동일한 모션이 전체적으로 동일하게 적용되어있어 Identity면에서는 의미가 있었다. Appearance에서 한국의 경우 스칸디나비아와 영국에 비해 LTO면에서 더 차갑고 다양한 Color가 많이 사용되었고 영국도 비교 국가에 비해서는 그 수치가 높았다.

Mobile GUI를 구성하는 모든 요소에서 스칸디나비아 국가들과 한국, 영국의 비교 국가들과의 확연한 차이가 있지는 않았고, 또한 분명 영국과 한국의 GUI에서도 차이가 있는 부분이 존재했다. 그렇지만 Graphic style의 일부 components에서는 분명 그 지역적인 차이가 존재했다. 또한 Global 제조 국가의 경우에는 일부 항목에서 Global 기업에게 지니는 GUI특성도 발견되었다. 따라서 이 연구의 결과를 통해, Mobile GUI의 특정 요소들에 대한 유럽 국가의 선호 조사가 필요할 때, 해당 항목에 대해서는 어떤 국가를 비교대상으로 조사해야 하는지에 대한 기준을 마련할 수 있을 것이다. 또한 미국이나 중남미의 다른 국가들에 대한 연구가 계속 진행할 계획이며, 결과적으로 더 많은 국가에 대한 GUI선호 지표가 마련될 것이다.

## 참고문헌

- [1] Geert Hofstede, "Cultural Dimensions",
- [2] 강현주, "스웨덴 디자인의 발전과 현재", 한국디자인학회, 제11호, pp. 1~9, 1995.
- [3] Aaron Marcus, Mapping User Interface Design to Culture Dimensions, Aaron Marcus and Associates, Inc., IWIPS, 2002.