



시니어 세대에 최적화된 스마트 디바이스 만든다

국내 고령화 현상이 가속화되는 상황에서 시니어 세대를 겨냥한 다양한 문화기술 연구가 활발하게 진행되고 있다. 최근에는 건강, 생활, 콘텐츠 등이 융합된 문화기술이 등장하고 있어 시니어 세대의 주목을 받고 있다.

글 마송은 객원기자(masongeun@gmail.com)

‘효도폰’ 인기 시든 이유

일명 ‘부모님을 위해 장만하는 휴대 전화’ 효도폰은 2000년대 중반 이후부터 시니어 세대의 머스트 해브 아이템으로 꼽혔다. 효도폰은 빠르게 발전하는 휴대전화 기술 속에서 시니어 세대가 반드시 사용해야 하는 필수 기능만을 탑재해 인기를 모았다. 글자 크기, 디스플레이 등을 시니어 세대의 눈높이에 맞춰 구성한 것. 그러나 시간이 지나면서 효도폰을 선호하는 시니어 세대는 줄고



10월 20일 고려대학교 지능형 UI/UX 사업단이 서울 안암동 고려대학교 우정정보관에서 '스마트 시니어 세대의 문화향유를 위한 인지반응 맞춤형 UI/UX 기술 개발'과 관련한 발표회를 열었다.

있다. 이 같은 현상에 대해 임희석 고려대학교 교수는 “시니어 세대에게서 젊은 세대와 같은 휴대전화를 사용하고 싶다는 욕구가 늘어나고 있다”면서 “본질적으로 시니어 세대는 나이가 들었다는 사실이 드러나는 것을 원하지 않는다”고 분석했다.

고려대학교 산학협력단은 시니어 세대에서 불고 있는 변화의 바람을 일찌감치 감지하고 이들의 기대에 부응할 수 있는 기술을 개발했다. 한국콘텐츠진흥원은 고려대학교 산학협력단의 ‘스마트 시니어 세대의 문화향유를 위한 인지반응 맞춤형 UI/UX 기술 개발’을 2016년 문화기술 연구개발 지원 사업으로 선정했다.

이들의 연구개발 내용을 한 마디로 말하면, 시니어 세대가 남들에게 티내지 않고 지능형 휴대폰을 사용할 수 있도록 하는 것이다. 이들의 연구 기술을 활용하면 새로 휴대전화를 교체할 일도 없다. 휴대폰의 내부 기술만 교체하면 되기 때문에 기존에 사용하고 있던 디바이스를 그대로 쓸 수 있다. 자신의 휴대전화를 그대로 사용하되, 내부의 UI가 시니어 세대에 맞춤형으로 되는 것이다.

이번 연구과제의 총책임자인 임희석 교수는 “점차 고령화 사회로 가고 있는 한국의 경우, 젊은 세대를 대상으로 맞춰져 있는 UI/UX가 시니어 세대를 대상으로도 만들어져야 한다고 봤다”며 “40대 이후가 되면 노안, 색감 및 인지 능력 저하 등과 같은 노화 현상을 누구나 겪을 수밖에 없다”고 말했다.

현재 고려대학교 산학협력단은 어떻게 하면 시니어 세대가 스마트 디바이스를 편리하게 사용할 수 있을지 연구를 계속해 나가고 있다. 시니어 세대의 행동 패턴, 인지 능력, 메모리 능력, 태핑 속도 등을 면밀히 관찰해 이들 세대에 적확히 맞는 UI/UX 기술을 만들겠다는 것이다. 궁극적으로는 스마트 디바이스의 UI/UX가 시니어 세대의 인지 능력과 행동 패턴 등에 맞게 구동될 수 있도록 하는 것이 목표다.

시니어 전용 콘텐츠·플랫폼도 개발 중

이번 연구개발은 고려대학교 산학협력단과 을지대학교, 운더아이티, 테크빌교육, 이니션 등 다양한 분야의 전문가 그룹이 함께하고 있다. 시니어 세대 맞춤형 UI/UX 기술은 단순히 컴퓨터

기술을 통해서만 만들 수 없기 때문이다. 연구진은 시니어 세대의 인지, 감각 측정 서비스는 물론 스마트 시니어 전용 콘텐츠도 함께 준비 중이다.

현재 고려대학교 심리학과 지혜과학연구소와 고려대학교 의대, 을지대학교는 시니어 세대와 주니어 세대의 인지 반응 패턴을 분석해 '인지 반응 분석 및 모델링 기술'을 연구하고 있다. 고려대학교 의대의 경우, 3D 디바이스와 2D 디바이스 등 디바이스별 시니어 모드를 적용하는 콘텐츠의 지표를 개발 중이다. 다양한 디바이스가 인체에 미치는 영향성 등에 대한 평가도 해 나가고 있다. 을지대학교는 시니어 평가단을 구성해 문화 향유에 대한 시니어의 특성, 시니어 선호 콘텐츠 장르 등 데이터를 수집하고 있다.

연구개발 기술 활용한 사업화 방안도 마련

테크빌교육은 이번 연구개발 과제에서 시니어 모드 최적화 콘텐츠 개발을 맡았다. 스마트 시니어 문화향유 콘텐츠 플랫폼 개발이 최종 목표다. 시니어 맞춤형 영상, 음악, 웹 콘텐츠를 개발해 시니어 모드 지원 디바이스에 적용해 나갈 예정이다. 테크빌교육은 남은 연구 기간 동안 전자책, 게임 콘텐츠 등의 개발도 확대해 나갈 방침이다.

이번 연구과제 가운데 가장 눈에 띄는 부분은 '스마트 시니어 문화향유 콘텐츠 개발 표준안 연구개발'이다. 연구팀은 콘텐츠 서비스 시니어 모드 UI/UX 가이드라인을 개발한 이후에는 표준화 운영위원회를 구성해 국제 표준 제정을 위한 도전을 해 나갈 계획이다.

연구개발 이후 결과물의 사업화 방안에 대한 구체적인 논의도 진행되고 있다. 시니어 사용자 고려한 기업 솔루션 개발 및 판매, 시니어 콘텐츠의 사용성 및 만족도 UX 가이드라인 적용 점검 사업 등이 그것이다. 테크빌교육은 스마트 시니어 맞춤형 UI/UX 적용 원격 교육 콘텐츠 개발을 통해 시니어 사용자를 위한 원격학습 서비스를 준비해 나갈 계획이다. 온더아이티는 시니어 사용자를 고려한 기업 솔루션을 개발해 판매하는 방안도 검토하고 있다. ①

고령화 현상이 가속화되는 상황에서 시니어 세대를 겨냥한 다양한 문화기술 연구가 활발하게 진행되고 있다.



INTERVIEW

임희석 고려대학교 컴퓨터교육과 교수
“시니어 세대 맞춤형 기술 국제 표준화할 것”



이번 연구 과제가 '스마트 시니어 세대'를 위한 것입니다. 스마트 시니어 세대는 구체적으로 어떤 특징을 가진 이들인가요?

우리가 연구개발 중인 기술의 타깃은 스마트 시니어 세대입니다. 이들은 현재 50대를 지칭하는 것으로, 생물학적 노화가 진행되고 있지만 그럼에도 불구하고 스마트 디바이스를 의욕적으로 잘 쓰고 있는 건강한 사람들입니다. 사회와 함께 가길 원하는 이들을 스마트 시니어 세대라고 보고 있습니다.

해외에서도 시니어 세대를 겨냥한 맞춤형 UI/UX 기술 개발이 이뤄지고 있나요?

일본에서 시니어 세대를 위한 연구가 진행되고 있기는 하지만 우리가 연구하고 있는 기술과 비슷한 것은 아직 보지 못했습니다. 물론 UI/UX 분야는 여러 분야와 중복되는 부분이 있는 것이 사실입니다. 그러나 우리처럼 시니어 세대를 대상으로 한 UI/UX는 없는 것으로 알고 있습니다.

과제를 수행하면서 가장 어려웠던 부분은 어떤 것이었나요?

우리의 연구 과제는 사람을 대상으로 실험을 해야 하는 부분이 많기 때문에 시니어들의 도움이 필요했습니다. 컴퓨터 기술을 이용하지만, 사용자인 사람이 만족하느냐가 무엇보다 중요하기 때문입니다. 각 사례들이 데이터로 모여서 여러 유형으로 분류하는 작업을 해왔는데, 사실 어르신들을 대상으로 실험하는 것이 녹록치 않았습니다. 실험은 연속적으로 진행해야 하는데 어르신들을 지속적으로 실험에 참여시키는 부분에 어려운 측면이 있었

죠. 또 연구개발 기술 자체가 컴퓨터 기술뿐만 아니라, 노인복지, 의료 등 다양한 분야와 융합돼 있어 각각의 의견을 조율하는 부분도 어려운 점 중 하나였습니다.

국내에서 다양한 문화기술이 개발되고 있습니다. 교수님께서 생각하는 문화기술은 어떤 것인가요?

문화기술은 국민의 삶의 질에 엄청난 영향을 미칩니다. 쉽게 말해 우리가 살면서 이뤄지고 있는 모든 것이 문화적 활동이라고 할 수 있죠. 삶 자체가 문화라는 이야기입니다. 이런 삶을 어떻게 하면 편리하고 만족스럽게 향유할 수 있느냐가 문화기술의 핵심이라고 봅니다. 물론 원천 기술 개발도 중요합니다. 그러나 우리의 생활에서 사람들이 변화를 피부로 느낄 수 있는 것이 문화기술입니다. 사회적으로 문화기술 자체가 R&D라고 생각하는 인식의 변화가 필요하다고 생각합니다.

'스마트 시니어 세대의 문화향유를 위한 인지반응 맞춤형 UI/UX 기술 개발'이 내년에 마무리된다고 들었습니다. 향후 계획이 궁금합니다.

기술 개발이 완료돼 시니어 세대 맞춤형 UI/UX가 마련되면 특히 준비는 물론 국제 표준으로 만드는 데도 힘을 예정합니다. 또 해외 학술대회에 참가해 우리의 연구개발과 성과에 대해 논문을 발표할 계획입니다. 여러 분야의 팀들이 함께 모여 만들어 낸 우리 기술을 해외에도 많이 알릴 수 있도록 노력할 것입니다. 연구개발 결과물은 데모 시스템으로 만들어 스마트폰, 스마트TV, 이북(e-book) 등 다양한 디바이스의 프로토타입도 제작할 방침입니다.