

사용자 경험 구조 기반한 모바일 애플리케이션 유형 분류 모델 연구

A Study on a User Experience Structure-Based Classification Model for Mobile Applications

정유리^{1*}

Yuri Jung^{1*}

요 약

본 연구는 모바일 애플리케이션을 기능 중심이 아닌 사용자 경험(UX) 구조를 기반으로 분류하는 새로운 모델을 제안하는 것을 목적으로 한다. 기존의 애플리케이션 분류는 산업 영역이나 기능적 특성에 기반하여 이루어져 왔으나, 이러한 방식은 실제 사용자 경험을 충분히 설명하는 데 한계를 가진다. 이에 UX 이론을 바탕으로 기능 중심, 탐색 중심, 감성 중심, 관계 중심의 네 가지 UX 경험 구조를 도출하고, 이를 기반으로 UX 경험 구조 매트릭스 모델을 제안하였다. 연구 방법으로는 연구자 기반 정성적 평가 방법을 적용하여 주요 모바일 애플리케이션 10개를 분석하였다. 각 애플리케이션은 UX 경험 구조별 평가 기준에 따라 분석되었으며, 그 결과 대부분의 애플리케이션이 단일 UX 구조가 아닌 두 가지 이상의 경험 구조를 동시에 포함하는 복합적 특성을 가지는 것으로 나타났다. 특히 콘텐츠 플랫폼은 탐색 및 감성 중심 UX가 결합된 형태를 보였으며, 이커머스와 SaaS는 기능 중심 UX를 기반으로 탐색 또는 관계 중심 UX가 결합되는 경향을 나타냈다. 기존의 기능 중심 분류 체계를 보완하여 사용자 경험 중심의 새로운 분석 틀을 제시하였다는 점에서 의의를 가지며, 향후 UX/UI 디자인 및 디지털 서비스 기획에 있어 실질적인 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

핵심어 : 사용자 경험, 모바일 애플리케이션, UX 구조, UX 분류 모델, UX 매트릭스

Abstract

This study aims to propose a new classification model for mobile applications based on user experience (UX) structure rather than traditional function- or industry-based categories. Conventional approaches to classifying applications have primarily focused on functional or industrial domains; however, such approaches have limitations in fully capturing the complexity of actual user experiences. To address this issue, this study derives four UX experience structures—functional, exploratory, emotional, and social—based on established UX theories, and proposes a UX Experience Structure Matrix model. A researcher-driven qualitative evaluation method was employed to analyze ten representative mobile applications. Each application was evaluated according to predefined UX criteria. The results indicate that most applications exhibit hybrid UX structures rather than a single dominant type. Content platforms tend to combine

¹ Department of Visual Communication Design, Gyeonggi University of Science and Technology, Siheung, Korea [Professor]
e-mail: artyurijung@gmail.com

Received(June 23, 2026), Review Result(1st: July 18, 2026), Accepted(October 13, 2026), Published(October 31, 2026)



© 2026 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

exploratory and emotional UX, while e-commerce and SaaS applications are primarily functional but incorporate exploratory or social UX elements. This study contributes to the field by proposing a user experience-centered classification framework, offering a more comprehensive understanding of digital services. The findings provide practical implications for UX/UI design and digital service development.

Keyword : User Experience, Mobile Applications, UX Structure, UX Classification Model, UX Matrix

1. 서론

디지털 기술의 발전과 모바일 환경의 고도화는 모바일 애플리케이션을 현대인의 일상적 삶과 사회적 활동의 핵심 매체로 자리매김하게 하였다. 특히 스마트폰의 보급과 네트워크 인프라의 발전은 다양한 목적과 기능을 지닌 애플리케이션의 확산을 촉진하였으며, 이에 따라 사용자 경험(User Experience, 이하 UX)은 모바일 서비스 경쟁력의 핵심 요소로 부각되고 있다. 오늘날 사용자는 단순한 기능 수행을 넘어 탐색, 몰입, 상호작용을 포함하는 복합적인 경험을 형성하며, 이는 기존 애플리케이션 분류 방식에 대한 재검토의 필요성을 제기한다.

기존의 모바일 애플리케이션 분류는 주로 산업 영역이나 기능적 목적에 기반하여 이루어져 왔다. 그러나 이러한 분류 방식은 서비스의 외형적 특성을 설명하는 데에는 유용하지만, 실제 사용자 경험의 구조를 충분히 반영하지는 못한다. 동일한 산업군에 속한 애플리케이션이라도 제공하는 UX는 상이할 수 있으며, 반대로 서로 다른 산업군에 속한 애플리케이션이 유사한 경험 구조를 공유하는 경우도 존재한다. 예컨대 소셜 미디어와 동영상 플랫폼은 산업적으로 구분되지만, 추천 시스템과 콘텐츠 탐색 중심 구조를 통해 유사한 UX를 형성한다.

이러한 한계를 극복하기 위해서는 모바일 애플리케이션을 기능이나 산업이 아닌 사용자 경험의 구조를 중심으로 재해석할 필요가 있다. UX는 기능적 수행, 정보 탐색, 감성적 반응, 사회적 상호작용 등 복합적인 차원으로 구성되며, 이를 구조적으로 이해하는 접근이 요구된다. 그러나 기존 UX 연구는 개별 요소나 특정 이론에 집중되는 경향이 있어, 이를 통합하여 애플리케이션을 구조적으로 분류하려는 시도는 상대적으로 부족하였다.

이러한 문제의식에서 출발하여, 모바일 애플리케이션을 사용자 경험 구조(UX Experience Structure)를 기반으로 유형화할 수 있는 분류 모델을 제안한다. 이를 위해 기존 UX 이론을 통합적으로 검토하고, 기능적·탐색적·감성적·사회적 경험이라는 네 가지 차원을 도출하였다. 특히 본 연구는 탐색 중심 UX를 독립적인 구조로 설정함으로써, 알고리즘 기반 추천과 콘텐츠 중심 서비스가 강화된 현대 디지털 환경의 특성을 반영하고자 한다.

또한 연구자 기반 정성적 평가 방법을 적용하여 주요 모바일 애플리케이션 사례를 분석하고, 각 서비스가 단일 유형이 아닌 복합적인 UX 구조를 가진다는 점을 규명한다. 이는 애플리케이션을 하나의 범주로 분류하는 기존 방식에서 벗어나, 복수의 UX 차원 위에서 위치화하는 새로운 접근을 제시한다.

목적은 다음과 같다. 첫째, UX 이론을 기반으로 모바일 애플리케이션 분석에 적합한 경험 구조를 도출한다. 둘째, 이를 바탕으로 UX 평가 프레임워크를 제안한다. 셋째, 사례 분석을 통해 UX 경험 구조 기반 분류 모델의 적용 가능성을 검토한다.

UX 중심 분류 모델을 제안함으로써 기존의 기능 및 산업 중심 분류 체계를 확장하고, UX/UI 디자인 및 디지털 서비스 기획에 실질적인 시사점을 제공한다는 점에서 의의를 가진다.

2. 이론적 배경

2.1 사용자 경험(UX)의 개념

UX는 사용자가 제품이나 서비스를 이용하는 과정에서 형성되는 인지적, 감성적, 행동적 경험의 총체를 의미한다. UX는 단순한 사용성(usability)을 넘어, 사용자와 시스템 간의 상호작용 전반에서 발생하는 경험을 포함하는 개념으로 확장되어 왔다.

Donald Norman은 UX를 인간 중심 디자인(Human-Centered Design)의 핵심 요소로 정의하며, 사용자 경험을 세 가지 수준으로 구분하였다 [1]. 첫째, 본능적 수준(Visceral Level)은 시각적 인상과 즉각적인 감정 반응을 포함하며, 둘째, 행동적 수준(Behavioral Level)은 사용 과정에서의 효율성과 기능적 만족을 의미한다. 셋째, 반성적 수준(Reflective Level)은 사용 이후 형성되는 의미, 기억, 브랜드 인식과 같은 고차원적 경험을 포함한다. 이러한 구분은 UX가 단일 차원이 아닌 다층적 구조를 가진다는 점을 보여준다 [2][3].

이와 같이 UX는 단순히 기능적 수행의 결과가 아니라, 감정, 인지, 행동이 결합된 복합적인 경험으로 이해되어야 한다. 따라서 모바일 애플리케이션을 분석함에 있어 UX에 구조적으로 접근할 필요성이 제기된다.

2.2 경험 중심 UX 이론

사용자 경험을 보다 체계적으로 설명하기 위해 다양한 이론적 접근이 제시되어 왔다. Marc Hassenzahl은 사용자 경험을 실용적 품질(Pragmatic Quality, PQ)과 쾌락적 품질(Hedonic Quality, HQ)로 구분하였다 [4]. 실용적 품질은 사용자가 목표를 얼마나 효율적으로 달성할 수 있는지를 나타내며, 쾌락적 품질은 사용 과정에서의 즐거움, 자아 표현, 감성적 만족과 관련된다. Hassenzahl은 긍정적인 사용자 경험이 단순히 기능적 효율성만으로 형성되는 것이 아니라, 감성적 요소와의 결합을 통해 완성된다고 보았다 [5].

또한 Peter Morville은 UX를 유용성(Useful), 사용성(Usable), 신뢰성(Credible), 접근성(Accessible), 매력성(Desirable), 탐색 가능성(Findable) 등으로 구성된 다차원적 구조로 설명하였다 [6]. 특히

‘Findable’ 요소는 사용자가 원하는 정보를 얼마나 쉽게 찾을 수 있는지를 강조하며, 정보 탐색 경험의 중요성을 보여준다.

이러한 이론들은 사용자 경험이 기능적, 감성적, 인지적 요소가 결합된 복합적 구조임을 공통적으로 강조한다. 그러나 이들 이론은 주로 UX를 설명하거나 평가하는 데 초점을 두고 있으며, 모바일 애플리케이션을 유형화하거나 구조적으로 분류하는 데 직접적으로 적용되기에는 한계를 가진다.

2.3 UX 경험 구조의 재구성

기존 UX 이론을 단순히 병렬적으로 적용하는 것이 아니라, 모바일 애플리케이션 분석에 적합한 형태로 재구성하고자 한다. 이를 위해 UX를 구성하는 핵심 차원을 도출하기 위한 통합적 접근을 적용하였다.

구체적으로, 다음 세 가지 관점을 통합하였다. 첫째, Norman의 이론에서 제시된 경험의 구조적 차원은 사용자 경험이 어떠한 수준에서 형성되는지를 설명한다. 둘째, Hassenzahl의 이론은 경험의 가치 차원을 제시하며, 사용자 경험이 기능적 가치와 감성적 가치로 구분될 수 있음을 보여준다. 셋째, Morville의 UX Honeycomb 모델은 사용자 경험을 구성하는 요소적 차원을 제공하며, 특히 정보 탐색과 관련된 경험의 중요성을 강조한다.

이러한 세 가지 관점을 통합함으로써, 사용자 경험은 기능적 경험, 감성적 경험, 정보 탐색 경험, 사회적 경험이라는 네 가지 차원으로 재구성될 수 있다. 이 과정은 기존 이론을 단순히 결합하는 것이 아니라, 각 이론에서 제시된 핵심 개념을 재해석하여 모바일 환경에서의 UX를 설명하는 구조로 확장하는 과정이다.

2.4 UX 평가 항목의 도출

UX 경험 구조를 실질적으로 분석하기 위해 평가 항목을 설정하였다. 이러한 평가 항목은 기존 UX 이론에서 제시된 핵심 개념을 기반으로 도출되었으며, 각 경험 차원을 대표할 수 있도록 구성되었다.

먼저 기능 중심 UX는 Norman의 행동적 수준과 Hassenzahl의 실용적 품질에 근거하여, 효율성, 사용성, 명확성, 신뢰성, 목표 달성 가능성과 같은 항목으로 구성되었다. 이는 사용자가 서비스를 통해 특정 작업을 얼마나 효과적으로 수행할 수 있는지를 평가하기 위한 기준이다.

탐색 중심 UX는 Morville의 ‘Findable’ 개념과 정보 탐색 행동 이론을 기반으로, 탐색 용이성, 추천 품질, 발견 경험, 정보 다양성, 지속적 탐색 유도과 같은 항목으로 구성되었다. 이는 사용자가 콘텐츠를 탐색하고 새로운 정보를 발견하는 경험을 평가하는 데 목적이 있다.

감성 중심 UX는 Norman의 본능적 및 반성적 수준과 Hassenzahl의 쾌락적 품질을 기반으로, 시각적 매력, 감성적 만족, 몰입감, 브랜드 경험, 즐거움과 같은 항목으로 구성되었다. 이는 사용자 경험의 정서적 측면을 평가하기 위한 기준이다.

마지막으로 관계 중심 UX는 인간-컴퓨터 상호작용(HCI)과 사회적 컴퓨팅(Social Computing), 그리고 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 이론에 근거하여, 상호작용, 관계 형성, 참여 유도, 커뮤니케이션 기능, 피드백 구조와 같은 항목으로 구성되었다 [7]. 이는 사용자 간 상호작용과 사회적 참여를 중심으로 형성되는 경험을 반영한다.

이와 같이 도출된 평가 항목은 각각의 UX 경험 구조를 대표하는 핵심 요소로 구성되며, 연구자 기반 분석에서 일관된 기준으로 활용될 수 있다.

2.5 UX 경험 구조 도출의 타당성

제안하는 네 가지 UX 경험 구조는 연구자의 주관적 판단에 의해 설정된 것이 아니라, 평가 항목의 경험적 성격을 분석하고 이를 군집화하는 과정을 통해 도출되었다. 즉, 개별 평가 항목을 기능적, 탐색적, 감성적, 사회적 경험으로 분류하고, 이를 상위 개념으로 일반화하는 과정을 거쳐 네 가지 UX 구조가 도출되었다.

이러한 접근은 UX를 설명하는 최소한의 독립 차원을 도출하기 위한 것으로, 기능, 탐색, 감성, 관계는 서로 중복되지 않으면서도 현대 모바일 애플리케이션의 경험을 포괄적으로 설명할 수 있는 구조로 판단된다. 특히 탐색 중심 UX는 기존 UX 이론에서 독립적으로 강조되지 않았던 영역이지만, 알고리즘 기반 추천과 콘텐츠 중심 서비스의 확산에 따라 현대 UX 환경에서 핵심적인 역할을 수행한다는 점에서 중요한 의미를 가진다.

따라서 UX를 단일 차원이 아닌 다차원적 구조로 이해하고, 이를 기반으로 모바일 애플리케이션을 분석할 수 있는 이론적 틀을 제시한다는 점에서 학술적 의의를 가진다.

3. 연구 방법

3.1 연구 설계

모바일 애플리케이션의 사용자 경험 구조를 분석하고 유형화하기 위해 연구자 기반 정성적 평가 방법(Researcher-driven Qualitative Evaluation)을 채택하였다. 이는 사용자 설문이나 실험을 통해 경험을 수집하는 양적 연구 방식과 달리, UX 이론에 기반한 평가 기준을 설정하고 연구자가 직접 애플리케이션을 분석하는 접근이다.

기존 UX 연구는 사용자 만족도나 선호도를 중심으로 한 설문 및 통계 분석에 의존하는 경향이

있으나, 이러한 방식은 사용자 인식 수준의 경험을 측정하는 데에는 유용하지만, 경험의 구조적 특성을 설명하는 데에는 한계를 가진다. 이에 본 연구는 UX의 ‘평가된 결과’가 아닌 ‘경험 구조 자체’를 분석하는 것을 목적으로 하며, 이에 적합한 방법으로 정성적 평가 방식을 적용하였다.

본 연구는 탐색적 연구의 성격을 가지며, 연구자 1인의 정성적 평가에 기반하여 수행되었다. 이는 UX 경험 구조를 구조적으로 해석하기 위한 초기 단계 연구로서, 사용자 설문이나 실험을 통한 양적 분석이 아닌 이론 기반 평가를 중심으로 진행되었다.

3.2 분석 대상 선정

UX 경험 구조의 다양성을 반영하기 위해 총 10개의 모바일 애플리케이션을 분석 대상으로 선정하였다. 대상 선정은 의도적 표집(purposive sampling) 방식을 적용하였으며, 다음과 같은 기준에 따라 이루어졌다.

첫째, 서비스 유형의 다양성을 확보하기 위해 이커머스, 소셜 네트워크 서비스, 콘텐츠 플랫폼, SaaS 등 다양한 산업군을 포함하였다. 둘째, 시장 영향력을 고려하여 글로벌 또는 국내에서 높은 사용자 수와 인지도를 가진 서비스를 선정하였다. 셋째, UX 구조의 명확성을 기준으로 특정 경험 구조가 뚜렷하게 나타나는 서비스를 포함하였다. 넷째, 복합 UX 구조를 반영하기 위해, 두 가지 이상의 경험 구조를 동시에 나타내는 서비스도 포함하였다. 다섯째, 연구자의 직접 사용 가능성을 고려하여 실제 사용 및 분석이 가능한 애플리케이션을 대상으로 하였다. 이러한 기준을 통해 다양한 UX 구조를 대표할 수 있는 사례를 구성하였다.

3.3 평가 기준 및 측정 방법

2장에서 도출된 UX 경험 구조를 기반으로 평가 항목을 구성하였다. 각 애플리케이션은 기능 중심, 탐색 중심, 감성 중심, 관계 중심 UX에 대해 평가되었으며, 각 항목은 5점 척도로 측정되었다. 각 UX 구조는 다수의 평가 항목으로 구성되며, 해당 항목의 평균값을 통해 UX 구조별 점수를 산출하였다. 이와 같은 방식은 개별 요소의 평가를 통해 상위 경험 구조를 도출하는 과정으로, UX를 단일 지표가 아닌 다차원적 구조로 분석할 수 있도록 한다.

분석 절차는 다음과 같다. 첫째, 선정된 애플리케이션을 직접 사용하며 UX 경험을 관찰하고 기록하였다. 둘째, 사전에 정의된 평가 항목에 따라 각 항목을 5점 척도로 평가하였다. 셋째, UX 구조별 평균 점수를 산출하여 주요 UX 구조(Primary UX)와 보조 UX 구조(Secondary UX)를 도출하였다. 넷째, 각 애플리케이션의 UX 구조를 매트릭스상에 위치화하여 비교 분석하였다. 이와 같은 절차를 통해 개별 애플리케이션의 UX 특성을 구조적으로 분석하고, 전체적인 유형 패턴을 도출하였다.

4. UX 경험 구조 기반 애플리케이션 분류 모델

4.1 UX 경험 구조 매트릭스의 개념

모바일 애플리케이션의 UX를 구조적으로 분석하기 위해 UX 경험 구조 매트릭스(UX Experience Structure Matrix)를 제안한다. 이 매트릭스는 사용자 경험을 두 개의 축으로 구성된 좌표계상에서 설명한다. X축은 기능(Function)에서 감성(Emotion)으로, Y축은 탐색(Exploratory)에서 사회(Social)로 이어지는 방향을 기준으로 한다. 이 두 축은 UX 경험을 구성하는 핵심 차원을 반영하며, 이를 통해 사용자 경험을 네 가지 영역으로 구분할 수 있다.

4.2 UX 구조의 네 가지 유형

4.2.1 기능 중심 UX(Functional UX)

기능 중심 UX는 사용자의 목표 달성과 효율성을 중심으로 형성되는 경험이다. 이는 Norman의 행동적 수준과 Hassenzahl의 실용적 품질에 근거하며, 사용성, 효율성, 안정성 등의 요소가 중요하게 작용한다. 이 유형은 주로 생산성 도구나 이커머스 서비스에서 강하게 나타난다.

4.2.2 탐색 중심 UX(Exploratory UX)

탐색 중심 UX는 콘텐츠 탐색과 발견을 중심으로 형성되는 경험이다. 이는 Morville의 'Findable' 개념과 정보 탐색 행동 이론을 기반으로 한다.

특히 현대 디지털 환경에서는 알고리즘 기반 추천 시스템과 개인화된 콘텐츠 제공이 중요한 역할을 하며, 탐색 경험은 독립적인 UX 구조로 기능한다.

4.2.3 감성 중심 UX(Emotional UX)

감성 중심 UX는 사용자에게 제공되는 정서적 만족과 몰입 경험을 의미한다. 이는 Norman의 본능적 및 반성적 수준, 그리고 Hassenzahl의 쾌락적 품질에 근거한다. 시각적 디자인, 인터랙션, 브랜드 경험 등이 주요 요소로 작용한다.

4.2.4 관계 중심 UX(Social UX)

관계 중심 UX는 사용자 간 상호작용과 사회적 참여를 중심으로 형성되는 경험이다. 이는 인간-컴퓨터 상호작용(HCI), 사회적 컴퓨팅, 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 이론에 기반한다.

커뮤니케이션, 피드백, 참여, 관계 형성이 핵심 요소이다.

4.3 UX 경험 구조 매트릭스의 적용

중요한 특징은 모바일 애플리케이션을 단일 유형으로 분류하지 않는다는 점이다. 대부분의 애플리케이션은 하나의 UX 구조에만 속하는 것이 아니라, 두 가지 이상의 경험 구조를 동시에 포함하는 복합적 UX 구조를 가진다. 제안하는 매트릭스는 애플리케이션을 특정 범주에 고정시키는 것이 아니라, 각 UX 구조의 상대적 강도에 따라 위치화하는 모델이다. 즉, 애플리케이션은 하나의 유형이 아니라 좌표(point)로 표현되며, 이는 UX를 보다 유연하고 현실적으로 설명할 수 있게 한다. 이러한 접근은 현대 디지털 서비스의 복합성과 변화성을 반영하며, 기존의 고정된 분류 방식과 차별화된다.

제안한 UX 경험 구조 기반 분류 모델은 다음과 같은 의미를 가진다. 기존의 기능 중심 또는 산업 중심 분류 체계를 UX 중심으로 확장하고, 사용자 경험을 다차원적 구조로 이해할 수 있는 이론적 틀을 제공한다. 모바일 애플리케이션을 분석하고 설계하는 데 실질적인 기준을 제시하며 UX를 단일 유형이 아닌 복합적 구조로 해석하는 새로운 관점을 제시한다.

5. 사례 분석

5.1 분석 개요

제시한 연구 방법과 [표 1]의 평가 기준을 바탕으로 [표 2]와 같이 주요 모바일 애플리케이션 10개를 분석하였다. 각 애플리케이션은 기능 중심, 탐색 중심, 감성 중심, 관계 중심 UX에 대해 5점 척도로 평가되었으며, 각 구조별 평균 점수를 통해 주요 UX 구조(Primary UX)와 보조 UX 구조(Secondary UX)를 도출하였다. 분석 결과는 UX 경험 구조 매트릭스상에서 각 애플리케이션의 위치를 시각적으로 비교할 수 있도록 정리되었다.

[표 1] UX 경험 구조별 평가 항목과 문항

[Table 1] Evaluation Items and Statements by UX Experience Structure

UX 구조	평가 항목	문항
Functional UX	효율성	이 앱은 내가 원하는 작업을 빠르게 수행할 수 있도록 도와준다
	명확성	이 앱의 기능과 구조는 이해하기 쉽다
	사용성	이 앱은 사용하기 쉽고 직관적이다
	신뢰성	이 앱은 오류 없이 안정적으로 작동한다
	목표 달성	이 앱은 사용 목적을 효과적으로 달성하게 한다

Exploratory UX	탐색 용이성	이 앱은 다양한 콘텐츠를 쉽게 탐색할 수 있다
	추천 품질	이 앱의 추천 콘텐츠는 나에게 적절하다
	발견 경험	새로운 콘텐츠를 발견하는 것이 즐겁다
	정보 다양성	다양한 선택지를 제공한다
	몰입 탐색	계속 탐색하고 싶게 만든다
Emotional UX	시각적 매력	이 앱의 디자인은 매력적이다
	감성 만족	이 앱을 사용할 때 기분이 좋다
	몰입감	이 앱은 몰입감을 제공한다
	브랜드 경험	이 앱은 독특한 브랜드 이미지를 전달한다
	즐거움	사용하는 과정이 즐겁다
Social UX	상호작용	다른 사용자와 상호작용하기 쉽다
	관계 형성	이 앱은 사람들과 관계를 형성하는 데 도움을 준다
	참여 유도	사용자 참여를 유도한다
	커뮤니케이션	소통 기능이 잘 구성되어 있다
	피드백	사용자 반응(댓글, 좋아요 등)을 쉽게 확인할 수 있다

[표 2] 주요 모바일 애플리케이션의 UX 경험 구조 점수

[Table 2] UX Experience Structure Scores of Selected Mobile Applications

	Functional UX	Exploratory UX	Emotional UX	Social UX
Instagram	3.1	4.6	4.1	4.3
Youtube	3.4	4.7	4.2	3.6
Netflix	3.3	4.0	4.8	2.5
Amazon	4.7	4.2	3.1	3.0
Coupang	4.8	4.0	3.0	2.8
Notion	4.6	3.5	3.8	3.9
Figma	4.5	3.1	3.9	4.6
Spotify	3.6	4.4	4.7	3.5
Facebook	3.3	4.1	3.9	4.7
Kakao Talk	4.2	2.7	3.5	4.8

5.2 개별 애플리케이션 분석

5.2.1 Instagram

Instagram은 탐색 중심 UX가 가장 높은 점수를 나타내며, 이는 알고리즘 기반 콘텐츠 추천과 무한 스크롤 구조에 기인한다. 동시에 관계 중심 UX 또한 높은 수준으로 나타나 사용자 간 상호작용과 참여가 중요한 경험 요소로 작용한다. 따라서 Instagram은 탐색 중심 UX를 기반으로 관계 중심 UX가 결합된 복합적 구조를 가진다.

5.2.2 YouTube

YouTube는 탐색 중심 UX가 가장 두드러지며, 추천 알고리즘을 통한 콘텐츠 소비 구조가 핵심 경험으로 작용한다. 감성 중심 UX 또한 높은 점수를 보이며, 영상 콘텐츠의 몰입 경험을 강화한다.

5.2.3 Netflix

Netflix는 감성 중심 UX 점수가 가장 높은 특징을 보이며, 몰입감 있는 콘텐츠 경험과 시각적 인터페이스가 중요한 요소로 작용한다. 사회적 상호작용 요소는 상대적으로 낮은 수준을 나타낸다.

5.2.4 Amazon

Amazon은 기능 중심 UX가 가장 높은 점수를 보이며, 효율적인 구매 프로세스와 정보 구조가 핵심이다. 동시에 탐색 중심 UX도 높은 수준으로 나타나며, 추천 시스템이 사용자 경험을 보조한다.

5.2.5 Coupang

쿠팡은 기능 중심 UX가 매우 강하게 나타나며, 빠른 구매 및 배송 경험이 핵심이다. 탐색 UX는 보조적으로 작용하며, 감성 및 관계 요소는 상대적으로 낮은 수준을 보인다.

5.2.6 Notion

Notion은 기능 중심 UX를 기반으로 하면서도 협업 기능으로 인해 관계 중심 UX가 일정 수준 나타난다. 이는 개인 생산성과 협업 경험이 결합된 구조를 보여준다.

5.2.7 Figma

Figma는 관계 중심 UX 점수가 가장 높은 특징을 보이며, 실시간 협업과 피드백 구조가 핵심 경험으로 작용한다. 기능 중심 UX 또한 높은 수준을 유지한다.

5.2.8 Spotify

Spotify는 감성 중심 UX와 탐색 중심 UX가 동시에 높은 점수를 보이며, 개인화된 음악 추천과 감성적 몰입 경험이 결합된 형태를 보인다.

5.2.9 Facebook

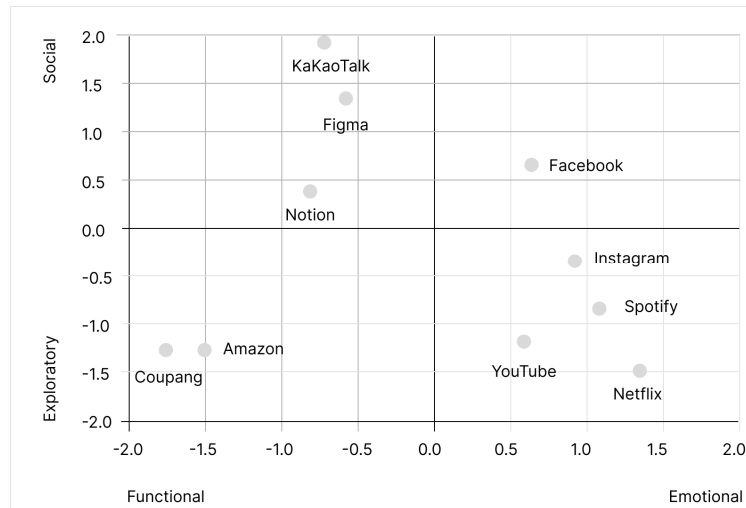
Facebook은 관계 중심 UX 점수가 가장 높으며, 사용자 간 네트워크와 상호작용이 핵심 경험으로

작용한다.

5.2.10 KakaoTalk

KakaoTalk은 관계 중심 UX가 가장 강하게 나타나며, 실시간 커뮤니케이션과 상호작용이 핵심 경험 구조이다.

5.3 종합 분석



[그림 1] 사용자 경험 구조 분류 매트릭스

[Fig. 1] User Experience Structure Classification Matrix

분석 결과, [그림 1]과 같이 대부분의 모바일 애플리케이션은 단일 UX 구조가 아닌 두 가지 이상의 UX 구조를 동시에 포함하는 복합적 특성을 보였다. 특히 다음과 같은 패턴이 확인되었다.

콘텐츠 플랫폼은 탐색과 감성, 이커머스는 기능과 탐색, SaaS는 기능과 관계, SNS는 관계와 탐색의 특성을 보이고 있다. 이러한 결과는 모바일 애플리케이션이 기능 중심에서 경험 중심으로 진화하고 있으며, 다양한 UX 구조가 결합된 형태로 발전하고 있음을 보여준다.

제시한 UX 경험 구조 매트릭스는 절대 점수가 아닌 각 UX 구조 간의 상대적 차이를 기반으로 구성되었다. 가로축은 감성 중심 UX와 기능 중심 UX 간의 차이, 세로축은 관계 중심 UX와 탐색 중심 UX 간의 차이를 나타낸다. 따라서 각 애플리케이션은 5점 척도 점수 자체가 아니라, UX 구조 간 상대적 강도에 따라 -2에서 +2 범위의 좌표로 표현된다.

6. 논의

본 연구는 모바일 애플리케이션을 기능 중심이 아닌 사용자 경험 구조를 기반으로 분석하였다는 점에서 기존 연구와 차별성을 가진다. 기존 분류 방식이 산업이나 기능에 초점을 맞춘 반면, 본 연구는 UX를 기능, 탐색, 감성, 관계의 네 가지 구조로 재구성하고 이를 기반으로 애플리케이션을 해석하였다. 특히 애플리케이션을 고정된 유형이 아닌 UX 구조상의 위치로 이해했다는 점에서 새로운 관점을 제시한다.

Norman, Hassenzahl, Morville의 UX 이론을 통합적으로 재해석하여 모바일 환경에 적용 가능한 구조로 정리하였다. 특히 탐색 중심 UX를 독립적인 경험 구조로 설정한 점은 콘텐츠 중심 서비스가 확산된 현재 환경을 반영한 것으로, 기존 UX 이론의 확장 가능성을 보여준다.

분석 결과 모바일 애플리케이션은 단일 UX 구조가 아닌 복합적 경험 구조를 가지는 것으로 나타났다. 또한 서비스 유형에 따라 강조되는 UX 구조가 다르게 나타났으며, 이는 UX 설계 전략이 서비스 목적에 따라 달라져야 함을 시사한다. 제안된 UX 경험 구조 매트릭스는 서비스의 특성을 파악하고 UX 방향성을 설정하는 데 활용 가능한 도구로 기능할 수 있다.

본 연구는 탐색적 연구로서 연구자 1인의 평가에 기반하였다는 한계를 가진다. 또한 분석 대상이 제한적이며 정량적 검증이 이루어지지 않았다. 향후 연구에서는 다수 평가자 참여, 사용자 기반 분석, 다양한 서비스 유형 적용 등을 통해 모델의 신뢰성과 일반화 가능성을 검증할 필요가 있다.

7. 결론

모바일 애플리케이션을 사용자 경험 구조를 기반으로 분석하고 분류할 수 있는 새로운 모델을 제안하였다. 이를 위해 기존 UX 이론을 통합적으로 재구성하고, 평가 항목을 도출한 후, 이를 군집화하여 기능, 탐색, 감성, 관계 중심의 네 가지 UX 구조를 도출하였다.

연구 결과, 대부분의 모바일 애플리케이션은 단일 UX 구조가 아닌 복합적 경험 구조를 가지며, 이는 현대 디지털 서비스의 특성을 반영한다. 또한 UX 경험 구조 매트릭스를 통해 애플리케이션을 유형이 아닌 좌표로 표현함으로써, 보다 유연하고 현실적인 분석이 가능함을 확인하였다.

UX 중심 분류 모델을 제안함으로써 기존의 기능 중심 분류 체계를 확장하였다는 점에서 의의를 가지며, UX/UI 디자인, 서비스 기획, 디지털 콘텐츠 연구 등 다양한 분야에 적용 가능성을 가진다.

다만 연구자 기반 평가에 의존하였다는 한계를 가지며, 향후 연구에서는 사용자 기반 데이터 분석을 병행하여 모델의 타당성을 더욱 검증할 필요가 있다.

References

- [1] H. Y. Seo, "A Study on Store's VMD from the Perceptive of Donald A. Norman's Emotional Design," Master's thesis, The Graduate School of Design, Chosun University, Republic of Korea, 2018. [Online]. Available: <https://www.riss.kr/link?id=T14912811>
- [2] J. M. Cho, "A Study on the Analysis and Application of Emotional Design Elements in Modern War Memorials Based on Norman's Three Levels of Emotional Design Theory," Ph.D. dissertation, Department of Design, Space Design Major, Sangmyung University, Republic of Korea, 2025. [Online]. Available: <https://www.riss.kr/link?id=T17150490>
- [3] D. Norman, *Emotional Design*, Hakjisa, 2010.
- [4] M. Schrepp, T. Held, and B. Laugwitz, "The influence of hedonic quality on the attractiveness of user interfaces of business management software," *Interacting with Computers*, vol. 18, no. 5, pp. 1055-1069, Mar. 2006, doi: 10.1016/j.intcom.2006.01.002.
- [5] A. Dirin, M. Nieminen, and T. H. Laine, "Feelings of Being for Mobile User Experience Design," *International Journal of Human-Computer Interaction*, vol. 39, no. 20, pp. 4059-4079, Aug. 2022, doi: 10.1080/10447318.2022.2108964.
- [6] Z. Guo, "A Study on the Impact of UI Design Elements in Mobile Shopping Applications on User Experience," Master's thesis, Department of Industrial Design, Pukyong National University, Republic of Korea, 2023. [Online]. Available: <https://www.riss.kr/link?id=T16813094>
- [7] H. J. Kwon and J. W. Kim, "A grounded theory analysis of creative users' mental model in social computing," *HCI 2007*, Pyeongchang, Republic of Korea, Feb. 5-8, 2007, pp. 1491-1497.