



가톨릭대학교
THE CATHOLIC UNIVERSITY OF KOREA

인터뷰

김혜령

가톨릭대학교. 데이터사이언스학과

공감

'해당 문제의 직접적인 당사자'나 '관련된 이해관계자'의 관점에서 해당 문제를 이해하고,
그 상황을 유발하는 맥락을 이해함

공감은 “인터뷰’라는 형식을 적극 활용함.

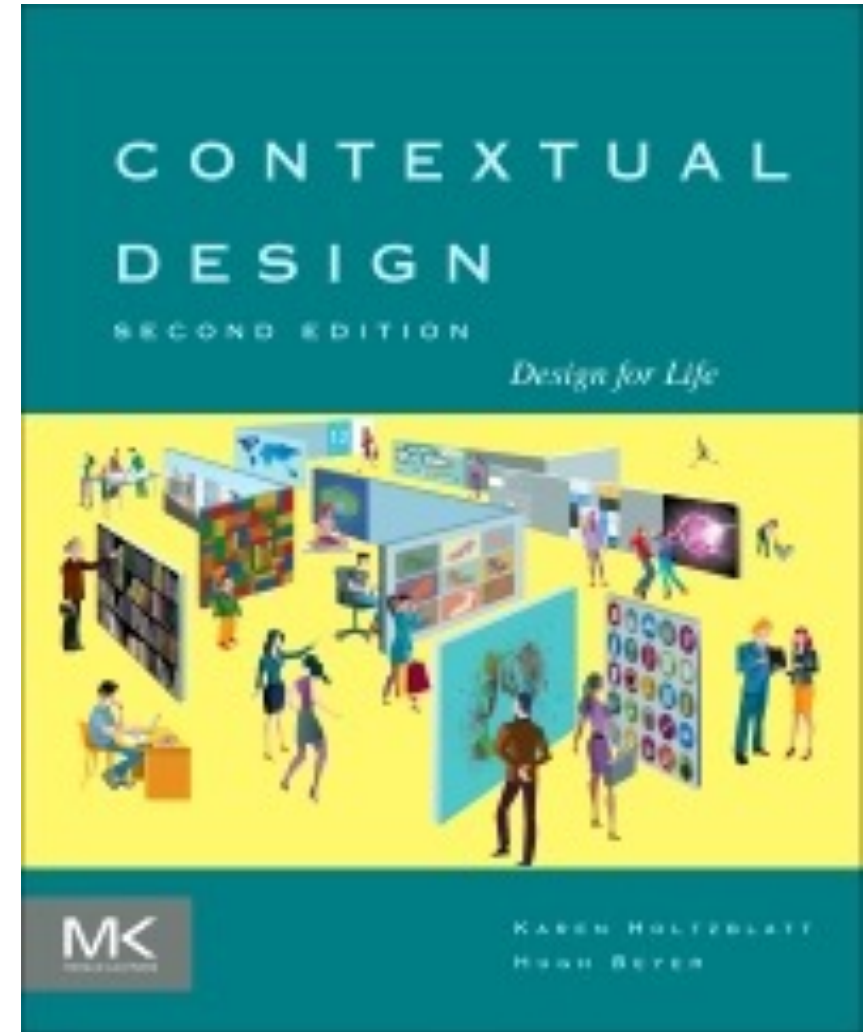
해당 문제를 둘러싼 사회의 구성원과의 만남을 통해 '생각'과 '행동'의 맥락을 알아 가는 것임

인터뷰를 하면 할수록, 퍼즐 조각이 완성되는 것과 같은 '새로운 사실'과 '사실의 재해석'이 가능해짐

인터뷰 때 우리가 보여야 할 태도

Master-apprentice model

- 그 대상을 존귀하는 마음으로 (대상자를 대하는 마음).
- 장인을 바라보는 마음으로
- 이 사람이 이 문제를 real, valuable problem 으로 느끼는지를 확인해야



Debate 보다 listen이 더 힘들다.

Listen **to understand**, not to respond

듣기의 종류

- **반응하기 위한 듣기 (Listening to respond)** : 상대방이 말하는 사이 자신이 할 반응을 생각하며 들음
- **이해하기 위한 듣기 (Listening to understand)** : 상대방이 무엇을 말하고자 하는지 이해하는 것에 중점을 두며 들음
- **적극적 듣기 (Active)** : 상대방이 말하는 내용에 초점을 두며, 언어적/신체적 Cues 을 제공함.
- **관계 형성을 위한 듣기 (Relationship)** : 감정적 support 를 제공하거나, 신뢰 형성을 위한 열린 커뮤니케이션
- **비판적 듣기 (Critical)** : 상대방이 말하는 것을 분석하며 상대방 말하고자 하는 의도를 파악함

듣기

좋은 경청이란

상대가 말하고 있는 도안에 잠자코 있으면 되다는 뜻이 아님.

오히려, **발견이나 통찰을 끌어내는 질문을 주기적으로 던지는** 사람임.

훌륭한 경청이란

‘말하고 있는 사람에게 에너지 추진력, 높이, 넓이를 주는 것.



질문

좋은 질문	나쁜 질문
• 분위기를 바꾼다 (좋은 질문은 사람과 사람의 관계 속에 있다) • 상대의 경험을 묻는다 • 좋아 하는 것을 묻는다 • 본심을 깨우친다 • 어떤 인생을 살아갈 것인지 자문한다.	• 정답을 직접 구한다. • 상대의 동의를 구한다. • 상대를 몰아 세운다 • 양자 택일을 요구한다

좋은 질문



The Interviewer as a Self-Conscious Performer

-인터뷰를 진행하는 디자인 리서처는 행동, 대사, 역할 등에 대해 사전에 미리 준비 및 리허설해서, Self-conscious한 행동을 해야 함.

인터뷰는 일상적인 대화로 자발적인 의견 교환이 아니라 구조와 목적이 있는 대화임.

Unlike "the spontaneous exchange of views in everyday conversations," a research interview "is a conversation that has a structure and a purpose" (Brinkmann & Kvale, 2015, p. 5)

성공한 인터뷰

인터뷰 대상자가 목적과 구조에 맞는 말을 얼마나 많이 하게 했는가?

Types of Interviews

1) Semi-standardized interviews

- 큰 골격은 잡아 놓지만 그 외 elaborate 할 여지는 남겨 놓음.

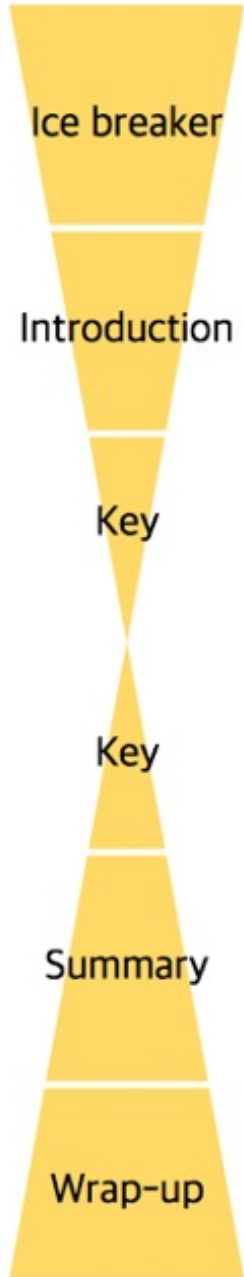
2) Standardized interviews

- 가장 구조화된, 서베이와 비슷한 인터뷰. 분석을 빠르게 할 수 있음.

3) Unstandardized interview

- 무엇을 기대해야 할지 모를 때 유용함.

목표



- 참가자와의 관계 형성
- Topic(주제)를 가져와서 제품/서비스 중심으로 전환
- Study Goal 달성을 위해 중요한 관점의 insight 모으기
- 광범위한 관점에서 핵심 질문을 고려
- 인터뷰 종료

Interviewer Roles and Rapport

- 인터뷰 대상자와의 긍정적인 감정으로 정의될 수 있는 라포
- 디자이너와 인터뷰 대상자들 사이에 경계가 없다는 것을 의미하지 않음

** Rapport building TIPS*

디자이너가 인터뷰 대상자와 common ground를 확립할 수 있으면 라포 형성이 될 수 있음

- 대상자와의 **관계 형성에 주력** (공감대 형성으로 더 깊은 이야기를 나눌 수 있음)
- **사용자가** 대화(인터뷰)를 **이끌어 가게 함**
- 닫힌 질문 (Closed-ended Question) 보다는 **열린 질문 (Open-ended question)**
- **경험 위주의 질문** (해결책이 아닌 문제점을 이야기 하도록 함)
- ‘Magic Moment’ - **‘감정’이나 ‘기분’을 표현하는 단어, 바디 랭귀지** 등과 같은 반응
- 자연스러운 상황에서 **“왜?” 라고 추가 질문 (Don't assume. Always ask 'why')**
- , 대답하기 **쉽고 민감하지 않거나 위협적이지 않은 질문으로 시작**
(Grinnell & Unrau, 2005; Trochim, 2005).
- 인터뷰 **리허설**, 인터뷰 끝나고 나서 **Reflection**

인터뷰 종류

- 1 on 1 Interview
- Mini- groups Interview (2명 혹은 3명)
- Focus group interview

인터뷰 대상자 선택

- 많은 사람들을 인터뷰 하는 것 보다는, 적절한 사람의 수를 제대로 깊게 인터뷰
- Stereotyped Users, Extreme Users
- Lead Users

Focus Group Interview

Focus Group Interview

- 관계 없는 개인들이 연구자에 의해 결성되어 특정 주제들에 대해 토의를 하는 인터뷰 스타일 (Barbour, 2008 / Berg.P84).
- 인터뷰의 한계인 시간의 문제를 해결해 줄 수 있고, 광범위한 의견을 쉽게 수렴할 수 있는 합리적이고, 저렴한 방법 (Lazar, P204)
- 핵심은 '참가자들간의 상호 작용' 이다. (Berg, 2009, P84)

대상 선택

- 편안한 이야기를 위해, **그룹의 동질성(homogeneous)**을 유지하는 것이 중요함.

리쿠르팅

- 참가자의 정확한 프로필이 중요함 : **이미 아는 사람은 절대로 금지**
- 다른 참가자보다 더 지식이 많은 사람은 금지
- 6명 내외가 좋음

가이드 작성

- Carefully ordered., Nondirected, · Open-ended, · Focused on specifics, ·Personal, Unambiguous

역할 분배

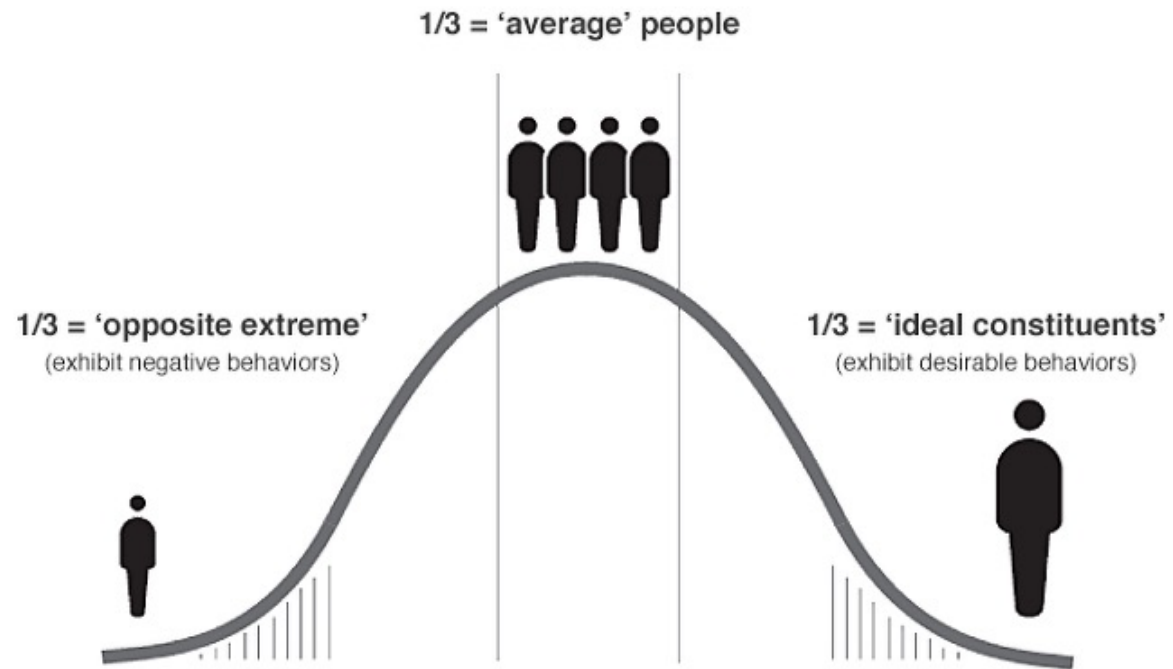
- The Moderator (진행자), The Notetaker (기록자), The Videographer (비디오 작가)

**Lead users/
Extreme users**

Lead Users

- 제품이나 서비스의 기능 및 품질 개선 필요성을 **다른 소비자보다 일찍 인식하고 스스로 해결책을 찾는 방법을 모색하면서 시장 트렌드를 선도하는 사용자**
- 1990년대 초부터 사용자 혁신(user innovation)을 연구해온 폰 히펠 MIT 경영대학원 교수가 정립한 개념.
- 예시
 - 자동차 브레이크시스템의 리드 유저 : 자동차 경주 드라이버
 - Medicine : A doctor working in a war zone is a lead user for a simplified emergency medical procedure.
 - Bicycles : A cyclist planning a trip from London to Tokyo by bike is a lead user for a light and reliable bicycle.
 - 장애인, 노약자 등 디자인 개발시 많은 아이디어의 도화선이 되어 줄 수 잇는 유저
- 일상생활에서 **위화감(불편함)을 민감하게 느끼고 불편해해야 좋은 디자인을 할 수 있음**
 - 일상 속에 숨겨진 불편함을 민감하게 찾아내는 사람
 - '남들이 찾지 못했던 불편함' = 사업 기회

극단적인 사용자 (Extreme Users) : 혁신의 기회 (Innovation opportunities)



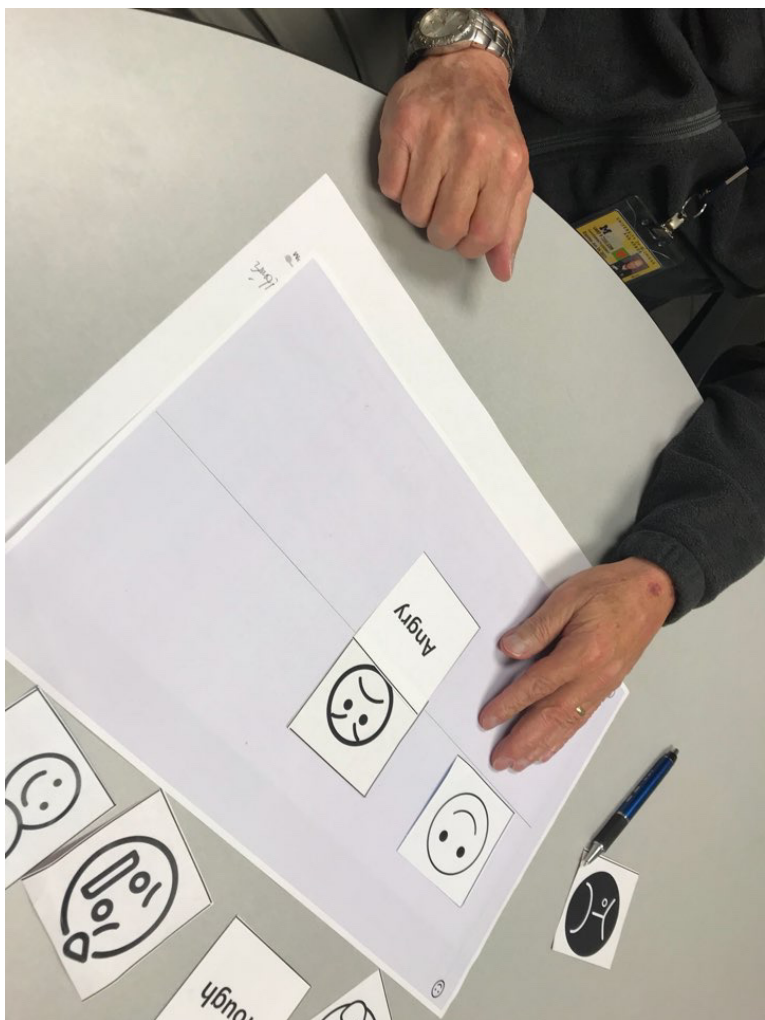
극단적 사용자 인터뷰 (Extreme user interview) 사례

<미용의 미래> 프로젝트, 여러분은 누구를 인터뷰 하시겠습니까?



인터뷰를 도와주는 도구 : 이미지 카드

인터뷰 참여자가 자신의 **경험이나 서비스 상황을 상기할 수 있도록** 다양한 이미지로 구성된 **이미지 카드**를 주고, 그것들을 넘겨 보면서 경험을 상기하거나, 늘어 놓으면서 경험을 맵핑할 수 있음





Discovering patient and caregiver needs

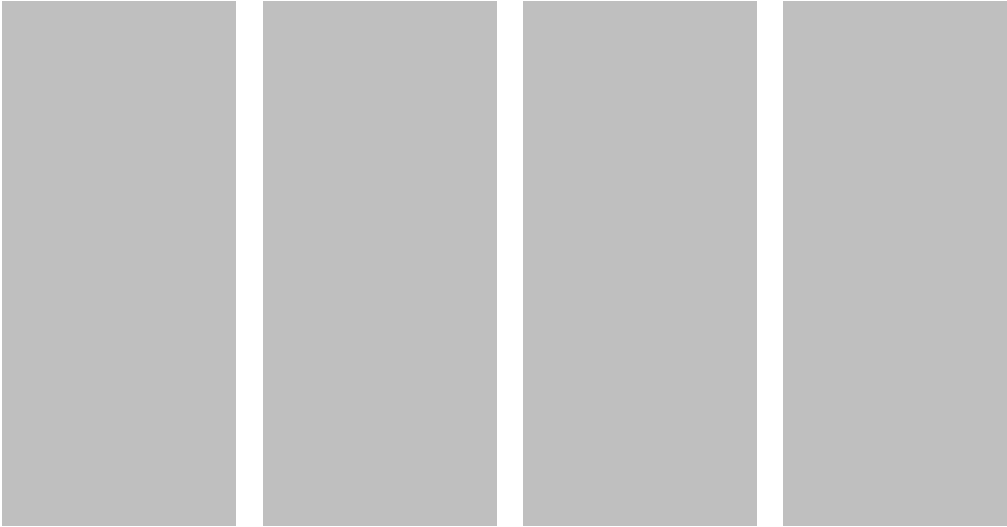
Co-design workshop with patient and family advisors (PFAC)



Generating ideas

Character cards to provoke inclusive solutions

기둥 질문



가지 질문

1. 그것과 관련되어
최근에 경험하신 사례를 말씀해 주시겠어요?
2. 그 부분에 대해 **더 자세히** 말해주시겠어요?
3. **왜** 그렇게 하셨나요?
4. 그 당시 주변 **상황**은 어땠나요?
5. **어떤 어려운 점**들이 있었나요?
6. 그 부분에 대해 **어떤 노력**을 하셨나요?



‘회상’을 통해
‘경험’에서 ‘이야기’를 끌어낼 수 있도록
‘가지 질문’으로 구체화하기

문제의 정의

How can we build a cheap incubator?

어떻게 하면 더 저렴한 인큐베이터를 만들 수 있을까?

How can we build a cheap incubator?

어떻게 하면 더 저렴한 인큐베이터를 만들 수 있을까?

How can we keep babies warm?

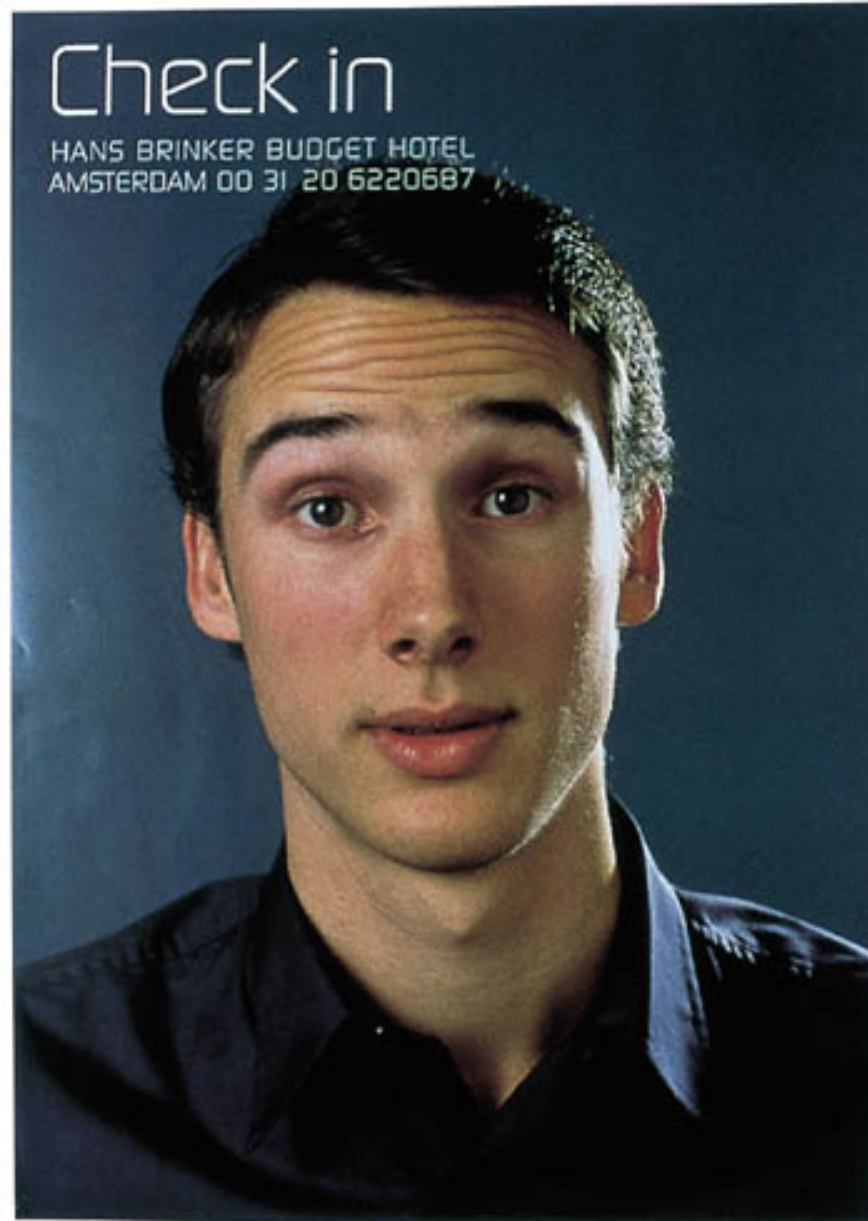
어떻게 하면 미숙아들의 체온을 유지할 수 있을까?

신생아 보온기구 Embrace infant warmer
제조사 엠브레이스
스탠포드 d-school 학생들이 창업
전세계 매년 400만명의 조산아 발생.
기존 인큐베이터의 1% 가격인 25달러



출처 : http://www.slate.com/blogs/the_eye/2013/11/04/embrace_infant_warmer_creative_confidence_by_tom_and_david_kelley.html

Hans Brinker Budget Hotel



Sticky Information

The **invisible worlds** of human consciousness :

thoughts, motivations, purpose, fear, needs, aspirations

- 어떤 데이터가 유용한 데이터 인가?
- 데이터를 어떻게 정리하여
시사점을 뽑아낼 수 있을까?

EOD