

# 웹 아이덴티티를 위한 모바일 스타일 가이드 연구

The Mobile Style Guide for Web Identity

주저자 : 김정아

한국기술교육대학교 디자인공학과 대학원

**Kim JungA**

Dept. of Industrial design engineering, Korea university of technology and education

교신저자 : 김태균

한국기술교육대학교 디자인공학과 교수

**Kim TaeKyun**

Dept. of Industrial design engineering, Korea university of technology and education

\* 이 논문은 한국기술교육대학교 연구진흥비 프로그램의 지원에 의하여 수행되었음

## 1. 서 론

- 1.1. 연구배경 및 목적
- 1.2. 연구방법 및 범위

## 2. 웹 아이덴티티와 스타일 가이드

- 2.1. 웹 아이덴티티의 개념
- 2.2. 웹 아이덴티티 조건과 요소
- 2.3. 스타일 가이드 구성요소와 체계

## 3. 모바일 웹의 디자인 가이드라인

- 3.1. 모바일 웹의 매체적 특징
- 3.2. 모바일 웹의 가이드라인
- 3.3. 사례연구

## 4. 모바일 웹 스타일 가이드

- 4.1. 구성요소 적용과 확인
- 4.2. 웹 스타일 가이드에 따른 유사성과 차별성
- 4.3. 모바일 웹 스타일 가이드 구성요소와 체계

## 5. 결 론

### 참고문헌

### 논문요약

오늘날 스마트폰 기기의 확산에 따라 모바일 기기를 이용한 웹 접속이 늘고 있으며, 이에 따라 데스크 탑의 웹 서비스를 모바일 환경으로 옮기려는 시도 또한 늘고 있다. 웹 서비스의 모태가 '웹'인 것을 생각하면 동일한 콘텐츠를 다른 매체를 통해 접근하더라도 비슷한 사용자 경험이 제공되어야 강력한 브랜드 아이덴티티가 구축될 수 있을 것이다.

따라서 본 연구는 웹 인터페이스와 아이덴티티 구축을 위한 '웹 아이덴티티 스타일 가이드'를 정의하고, 모바일 서비스인 모바일 웹과 어플리케이션, 웹의 관계성을 분석하였다. 적용과 확인을 위해 발견적 방법으로 국내 모바일 웹을 데스크 탑의 웹 아이덴티티의 관점에서 유사성과 차별성을 살펴보았으며 모바일 웹 스타일 가이드의 구성요소 및 체계를 제시하였다.

모바일 웹 스타일 가이드는 기존의 웹 스타일 가이드의 구성요소 및 항목의 유사성과 동시에 사용 환경과 상황에 따른 차별성을 공유한다. 유사성은 시각

적으로 데스크 탑 웹과 모바일 웹의 통일성과 일관성을 가져올 수 있는 요소로써 브랜딩과 디자인에 해당하며, 차별성은 모바일 웹의 매체적 특성과 사용 환경, 목적과 기능에 따라 아이덴티티를 구축할 수 있는 항목으로 레이아웃 및 정보설계에 해당한다.

웹 아이덴티티는 데스크 탑 웹뿐만 아니라 모바일에서도 이루어진다. 따라서 웹 스타일 가이드의 항목 유사성을 유지하고, 모바일 웹 스타일 가이드 제안 요소 및 차별성에 따른 요소를 고려할 때, 브랜드 연상 및 브랜드 이미지를 효과적으로 전달할 수 있을 것이다.

### 주제어

아이덴티티, 웹 스타일 가이드, 모바일 웹

### Abstract

Nowadays, there are huge mobile devices that can access to internet. therefore many web contents are tried to fit in mobile web.

As Mobile web service based on web service, it is required to support a same user experience, if they are able to enjoy the same contents through other devices. In this study, we attempt to define Web Identity Style Guide that consist of Web interface and identity. As considered web identity, we refer to literature research about web style guide and mobile web. We found out what relations are between Web and Mobile service. Moreover, we identified the similar and different components.

As a result, we proposed component characteristics of Mobile web style guide. Therefore we categorized similarity and differentiation. The similar component of BI and visual design has both in web and mobile.

Information architectures and layout systems have differentiation between Web and Mobile. These differentiation are related to mobile environment such as screen size, mobility and small memory size.

Web identity is in a desktop web and mobile web. Therefore, when considering a differentiation and similarity, brand image will be able to effectively communicate.

### Keyword

Identity, Web Style Guide, Mobile Web

## 1. 서론

### 1.1. 연구배경 및 목적

최근 아이폰이나 갤럭시-S, 블랙베리와 같은 스마트폰의 보급으로 다양한 모바일 기기를 이용한 웹 접속 또한 급속도로 증가하고 있다. 시스코(CISCO)가 발표한 '글로벌 모바일 데이터 트래픽 예상백서'(Global Mobile Traffic Forecast Update, 2010- 2015)에 따르면, 2010년 모바일 데이터 트래픽 증가율은 159% 성장한 것으로 추산된다.

오늘날 우리는 PC에서의 다양한 인터넷 서비스 금융, 의료, 엔터테인먼트, 교육, 쇼핑 등의 경험을 모바일에서도 이용할 수 있게 되었다. 아래의 [표1]은 미국시장조사 기관 콥스코어가 미국 모바일 금융 서비스 고객 현황을 조사한 것이다.

[표 1] 미국 모바일 금융 서비스 고객현황

분류	전체고객		
	2009년4분기	2010년4분기	성장률
모바일 금융서비스이용자	19.3	29.8	54%
모바일 브라우저 접속자	11.8	18.68	58%
어플리케이션 접속자	4.9	10.8	120%
내용	6.0	8.1	35%

이처럼 데스크 탑의 웹 서비스를 모바일 환경으로 옮기려는 시도는 모바일 웹과 모바일 어플리케이션을 통해 일어나고 있으며 최근에는 정부기관이나 기업들까지도 모바일 웹과 어플리케이션 개발에 힘을 쏟고 있다. 기존의 웹에서는 웹의 브랜드 가치향상과 효과적인 커뮤니케이션을 위하여 WSG(Web Style Guide)나 웹 아이덴티티(Web Identity)를 이용한 활발한 연구가 진행되었고 반영되었다.

모바일에서의 관련 기술이나 서비스, 사용자의 만족도와 사용성 평가, 인터페이스에 관한 이전의 선행연구는 주로 피쳐폰(feature phone)<sup>1)</sup>을 중심으로 다루어졌다. 피쳐폰에서는 데스크 탑 웹과 별개의 독자적인 서비스가 주를 이루었기 때문에 웹과 동일한 콘텐츠 서비스를 즐길 수 있는 오늘날 터치스크린 스마트폰의 모바일과는 차이를 보이며, 아이덴티티를 고려하지 않았다.

사용자경험에 있어서 '기대' 라는 것은 사용자가 동일하거나 유사한 서비스를 사용하면서 사전에 얻었던 경험 하에 만들어지기 때문에 모바일 웹 서비스의 모태가 '웹' 인 것을 생각하면 동일한 콘텐츠를 다른 매체를 통해 접근하더라도 비슷한 사용자 경험이 제공되어

1) 피쳐 폰(feature phone)은 스마트폰(smartphone)보다 낮은 연산 능력을 가진 저성능 휴대 전화를 설명하기 위한 용어이다.(국내에서는 주로 '스마트폰'이 아닌 휴대폰을 피쳐 폰이라 한다.) 출처 : 위키백과

야 강력한 브랜드 아이덴티티가 구축될 수 있을 것이다.

따라서 본 연구는 웹 인터페이스와 아이덴티티 구축을 위한 '웹 아이덴티티 스타일 가이드'를 정의하고 모바일 웹과 어플리케이션, 웹의 관계성을 분석하며 터치스크린 스마트폰의 모바일 웹을 데스크 탑의 웹 아이덴티티의 관점에서 유사성과 차이점을 살펴보고자 한다. 이를 통해 아이덴티티를 위한 모바일 스타일 가이드의 구성요소와 체계를 제시하는 것을 목적으로 한다.

### 1.2. 연구방법 및 범위

본 연구는 첫째, 모바일 웹의 모태가 되는 데스크 탑의 웹 아이덴티티와 인터페이스의 정의를 문헌조사를 통해 고찰한다. 둘째, 효율적 커뮤니케이션을 위한 인터페이스의 웹 스타일 가이드 구성요소에 대한 선행 연구의 이론과 실제사례를 정리 분석하여 재정리된 웹 스타일 가이드 구성요소와 체계를 재구성한다. 셋째, 모바일 웹의 매체적 특성을 고려한 구성요소와 실제 개발된 모바일 웹, 어플리케이션과 데스크톱 웹을 비교하여 그 관계성을 분석하고 제시된 모바일 스타일 가이드요소를 확인한다. 사용된 사례는 대표적 순위 정보 사이트인 rankey.com의 순위에 근거, 2011년 현재의 검색/쇼핑/금융/엔터테인먼트/공공서비스/SNS 서비스를 대상으로 하며, 발견적 방법(heuristic)을 이용해 비교, 확인 한다. 넷째, 이를 통해 모바일 웹 스타일 가이드의 구성요소와 체계를 제시한다.

## 2. 웹 아이덴티티와 스타일 가이드

### 2.1. 웹 아이덴티티의 개념

웹 아이덴티티의 정의는 브랜드아이덴티티가 온라인이라는 매체를 통하여 나타나는 것이라는 협의의 개념에서 브랜드에 대한 전반적인 아이덴티티를 구축하는 브랜딩 전략의 하나라는 넓은 개념까지 다양하게 존재한다.

웹 아이덴티티의 정의를 살펴보면, 김애현(2001)은 기업이나 개인 등이 가지고 있는 관련 웹 사이트들의 일관성 있는 표현, 이것을 규정해 놓은 일련의 규칙을 웹 아이덴티티 가이드(Web Identity)라 하였고 장재만(2001)은 웹 사이트의 서비스, 콘텐츠, 디자인을 기업의 비전과 브랜드 전략에 맞도록 일관성 있게 표현하는 것이라 하였다. 또한 민혜진(2003)은 브랜드 아이덴티티 구축 전략의 일환으로 목표 브랜드 이미지를 만들기 위한 웹 사이트 상의 모든 브랜드 연상시스템이라 정의하였다. 장재만과 민혜진은 웹 아이덴티티를

브랜드를 관리해오던 CIP(Corporate Identity Program)에서 파생된 것으로 보는 견해를 보인다. 본 연구에서는 웹 아이덴티티를 브랜드에 대한 연상으로 보고 정보의 구성, 디자인, 기술이 일관성 있게 표현되어 개인이나 기업의 브랜드 이미지를 전달하는 것으로 정의한다.

## 2.2. 웹 아이덴티티 조건과 요소

### 2.2.1. 웹 아이덴티티의 조건

웹 아이덴티티는 브랜드에 대한 연상으로 이를 통해 기업은 상품, 서비스 브랜드의 로열티를 창출할 뿐만 아니라, 정보의 홍수 속에서 자사의 브랜드를 각인시켜 경쟁력을 확보 할 수 있다. 이렇듯 브랜드 아이덴티티가 효과적으로 발휘하려면 브랜드아이덴티티의 형성을 위한 전제 조건인 지속성, 차별성, 동일성, 일관성을 가져야 한다고 이승자(2007)는 주장했다.

차별성(differentiation)은 다른 것과 구별될 수 있는 요소로, 경쟁상대의 아이덴티티와 다르면 다를수록 차별성은 두드러질 것이다.

동일성(Sameness)은 아이덴티티를 기업과 동일하게 여기게 하는 요소이다. 연상을 돕는 긍정적 요소들이 많이 포함될 수록 아이덴티티 형성에 도움이 된다.

일관성(Consistency)은 차별화된 모습을 반복하여 보여주는 것이다. 반복은 지루함을 동반한다. 따라서 아이덴티티에는 다른 모습으로 보이지 않는 범위 내에서 작은 변화도 필요하다.

지속성(Continuity)은 아이덴티티가 각인되도록 계속적으로 보여주는 것이다.

### 2.2.2. 웹 아이덴티티의 요소

웹 아이덴티티의 요소로 장재만(2001)은 기존CI의 3대 요소인 시각적, 마인드, 행위적 아이덴티티 이외에 언어적 아이덴티티, 체험적 아이덴티티, 멀티미디어 아이덴티티로 보았고, 이은영(2006)은 시각적 아이덴티티, 상징적 아이덴티티, 정보적 아이덴티티, 멀티미디어 아이덴티티로 정의하였다.

[표 2] 웹 아이덴티티의 요소 (재구성)

요소	역할
시각적 아이덴티티	시각적으로 보이는 기업의 이념으로 정확한 포지셔닝 아래 디자인된 시각요소(텍스트와 이미지)
마인드 아이덴티티 (상징적)	기업 이념을 체계화하는 프로그램으로 기업의 경영이념, 가치관, 슬로건 등
언어적 아이덴티티	웹 환경에서의 정보가 보여주는 텍스트의 선택, 의미부여, 운율등
정보, 체험적 아이덴티티	사용자 인터페이스를 통하여 정보와 기업의 이념의 정체성을 구현,
멀티미디어 아이덴티티	동영상, 소리, 이미지 등 웹의 매체를 사용하여 나타낸 아이덴티티

## 2.3. 스타일 가이드 구성요소와 체계

웹 스타일 가이드에 관한 연구는 2000년대 초반에 등장하기 시작하여 2005년 이전까지 활발히 연구되어 오늘날까지 계속적으로 연구가 이어지고 있다.

최민아(2006)는 웹 스타일 가이드 적용이 웹사이트 사용성 변화에 미치는 영향에 대한 연구에서 웹 스타일 가이드의 요소를 '브랜딩 가이드', '디자인 가이드', '기술적 가이드'로 구분했다.

이유숙(2001)은 '시각적 디자인요소', '정보 구조적 디자인요소', '상호작용적 디자인요소', '기능적 요소', '콘텐츠 요소'로 구분하였다.

안지원(2001)은 웹 스타일 가이드라인 템플릿 개발을 통한 아이덴티티전략에 관한 연구에서 웹 스타일 가이드의 구성 체계를 '디자인', '사용성', '웹사이트 개발과정'과 '기타' 부분의 대분류로 나누었으며, 디자인에 들어가는 요소는 Web CI, 사이트 구성, 페이지 구성, 그래픽 요소, 미디어, 기술적 가이드로 중분류로 분류하였다.

조진경(2001)은 웹 아이덴티티 구현을 위한 웹 스타일 가이드에 관한 연구에서 웹 스타일 컨덕터의 구성 체계와 구성요소를 정의하였다. 구성요소는 '시각적 디자인', '내비게이션과 정보설계', '기능과 상호작용 디자인', '정보유형', '멀티미디어 디자인'이며, 구성 체계는 위요소와 동일하지만 '정보유형' 대신에 '기술시스템', 웹 스타일 가이드의 테마와 스타일로 구성된 'About web style guide'를 추가시켰다.

기존의 웹 스타일가이드 연구는 학술적 차원에서의 가이드 구성요소에 관한 정의가 많으며, 실제적인 구성 체계를 파악하기 위해 실제 산업현장에서 제작된 웹 스타일 가이드의 목차와 세부항목을 살펴보았다. 사용된 웹 스타일가이드는 중앙대학교, 인쿠르트, 가톨릭 중앙의료원, CJ 등이다.

이론적인 스타일가이드와 실제 사용하는 웹 스타일 가이드는 항목 및 인덱스 상에 약간의 차이가 있다. 이론적인 스타일 가이드는 커다란 흐름을 잡아주며, 실제적인 가이드는 구성요소 뿐 만 아니라 세세한 기준까지 제시하는 경우가 많다. 각 기업 혹은 브랜드의 특성에 맞도록 기획 및 제작되므로 특정한 가이드만을 따를 필요는 없다.

웹 스타일 가이드 선행연구의 이론 및 실제 사례를 분석하여 [표3]과 같이 구성요소와 체계를 재구성하였다. 이것은 4장의 데스크톱 웹과 모바일 웹 스타일 가이드의 차이점을 파악하기 위한 기준이 된다.

[표 3] 웹 스타일 가이드 구성요소 및 체계종합

분류	최민아 (2006)	이유숙 (2001)	안지원 (2001)	조진경 (2001)	중앙대	카톨릭 성가의원	CJ	엔코르트
브랜딩	심벌마크	심벌마크	심벌마크	Web CI	UI	로고아이덴티티	심벌	로고
	로고타입	로고타입	로고타입	메인페이지	로고		CI	브랜드정의
	이미지	시그니처	시그니처	시각적 디자인 시스템				
	문서작성 기준	로고라이브러리	캐릭터	사용자매뉴얼				
디자인	그래픽요소	그래픽 이미지	그래픽 요소	테마	컬러 UI	컬러	아이콘	아이콘
	타입포그래픽	느꼴과 문이기	미디어	스타일	메인페이지서브페이지의 그리드	기능성, 기정보호성, 혼용성, 기타	시스템 다이어그램	폰트
	레이아웃 (프레임, 각 페이지 레이아웃)	컨텐츠의 분량, 내용적 범의, 컨텐츠의 배치	기능적	그래픽 요소	서브페이지와 메뉴, 선택, 프로모션영역, 캠페인영역	제너럴 영역, 메인, 서브, 네비게이션 영역, 콘텐츠영역, 프로모션영역, 캠페인영역	헤더, 메인비주얼, 푸터영역, 콘텐츠영역, 링크영역	블로그, 뉴스, 메일, 원클릭, 푸터, 페이지
	그리드	색상	시각 디자인	타입포그래픽	컨텐츠영역	컨텐츠	컨텐츠	시스템
		레이아웃	정보구조	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃
		메뉴구성	메뉴구성	메뉴구성	메뉴구성	메뉴구성	메뉴구성	메뉴구성
		레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃
		레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃
		레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃
		레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃
정보설계	메뉴레이블링	사이트맵	사이트구성	정보구조	네비게이션	푸터	타이틀	
	네비게이션 (타입, 탭, 레프트, 푸터, 로케이션)	정보구조	정보구조	정보구조	네비게이션	네비게이션	페이지 길이	
		플로우	플로우	플로우	플로우	플로우	플로우	
		상호작용	상호작용	상호작용	상호작용	상호작용	상호작용	
	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	
	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	
	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	
	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	
	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	레이아웃	
기술적 측면	HTML 코딩에 앞선 공지사항	기술가이드	기술시스템	기술시스템	기술시스템	기술시스템	마크업 가이드	마크업 가이드
	기술적	기술적	기술적	기술적	기술적	기술적	기술적	기술적

웹 스타일 가이드 구성요소와 체계는 연구자와 해당 기업에 따라 분류와 세부항목이 조금씩 차이가 있지만 구성요소는 크게 브랜딩, 시각적 디자인, 정보설계와 기술적 측면으로 구분할 수 있다.

(1)브랜딩

브랜딩은 웹 아이덴티티의 요소로 심벌마크, 로고 타입, 시그니처, 등으로 이루어져있다. 브랜딩 정보는 웹 스타일 가이드에서 새롭게 창조되고 변형되기 보다는 기존의 브랜드 아이덴티티에 관한 정보를 그대로 반영하고 추가적으로 웹에서의 사용 용도를 추가해서 사용한다.

(2)디자인

디자인은 시각적인 측면으로 구성되어 있다. 그래픽 요소(Graphic), 타입 시스템(Type), 컬러 시스템

(Color)과 레이아웃 시스템(Layout) 으로 나눌 수 있으며, 레이아웃 시스템은 다시 화면구성 요소와 레이아웃 가이드라인으로 나눌 수 있다. 화면구성 요소에 해당하는 것은 배너, 타이틀, 링크, 테이블, 그리드 등이며, 레이아웃 가이드라인은 메뉴, 로그인, 프로모션, 내비게이션 등의 각 영역별로 구분된다.

(3)정보설계

정보설계는 전체적인 구조와 세부적인 정보설계를 포괄하는 정보 구조적 요소와 사이트 내에서 사용자의 이동에 관한 설계인 내비게이션 시스템, 내용 구성 요소의 명칭에 관한 레이블링 시스템으로 구성된다.

(4)기술적 측면

기술적 측면은 웹 사이트를 제작할 수 있는 코딩 방법에 대한 제한이나, 프로그래밍 언어에 관련한 마크업(Markup) 가이드와 웹 접근성과 같은 웹 표준 가이드가 존재 한다.

3. 모바일 웹의 디자인 가이드라인

3.1. 모바일 웹의 매체적 특징

모바일 웹은 단말기의 매체적 특징인 작은 화면과 이동성이라는 특성으로 인하여 사용하는데 많은 제약이 따른다.

음소은(2010)은 데스크톱 PC와 모바일 웹의 사용자 측면에 대하여 다음과 같이 제시하였다.

[표 4] 데스크톱 PC 웹과 모바일 웹의 사용자 측면 비교

	데스크톱 PC웹	모바일 웹
접근 방법	이동성이 제한된 PC를 이용한 웹의 접근	공간적인 제약 없이 어디서나 사용가능
이용 시간	이용 시간에 부담을 느끼지 않는 범위에서 장시간 사용 가능	필요한 경우에 짧게 사용하고, 빠른 의사결정이 요구되지만, 정액제의 사용으로 시간적 제한에 여유가 생길 수 있다.
이용 형태	장시간 동안 여러 사이트를 돌아다니거나 한 사이트에 오래 머무는 이용 형태를 지닌다.	하루에 여러 번 접속하여, 필요한 정보를 빠르게 검색 및 처리하기 위한 이용형태를 지닌다.

제이콥 닐슨은 모바일 사용성 보고서 (Mobile Usability-Alert Box/July, 2009)에서 사용자가 모바일에서 웹사이트를 이용할 때에 부딪히게 되는 4가지를 '작은 화면'과 '낯선 입력방식', '느린 다운로드'와 '잘못 디자인된 사이트'라고 이야기 하였다.

Mohage와 Wagner(2000)에 의하면 모바일에서의 사용자 인터페이스는 대상 분야를 고려해야하

며, 모바일 기기의 해상도를 고려하고, 사용자가 정보를 찾기 쉽도록 단순하며, 지속적인 피드백을 통해 사용자의 반응을 고려해야 한다고 하였다.

또한 모바일 인터페이스는 아래와 같은 기존 데스크 탑 환경과 다른 특성을 이해해야 한다.

(1) 휴대성과 이동성: 휴대성이라는 특징 때문에 정보가 디스플레이 되는 화면이 작아 한 번에 보여 줄 수 있는 정보의 양에 제약이 많다. 또한 이동성이라는 특성상 빠른 수행 작업이 직접적으로 이루어진다. 따라서 배우기 쉽고, 오래 기억되어야 하며 단순하면서도 깔끔한 인터페이스로 사용자가 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 하여야 한다.

(2) 제한된 H.K(햅키)입력: 같은 과업을 수행하더라도 제한된 키로 입력을 해야 하기 때문에, 원하는 과업을 수행하기 위해서 다른 디바이스 보다 많은 인지자원을 필요로 한다.

(3) 적은 Memory Size: 단말기에 저장되는 이미지가 매우 작으므로 이런 물리적 특성으로 인해 그래픽 이미지의 최적화가 필요하다. 또한 데스크 탑 화면과 다른 해상도와 색상표현이 상이하여 이를 고려한 인터페이스 설계가 필요하다.

(4) 사용자의 상황고려: 모바일 웹을 사용하면서 사용자는 자신이 어느 위치에 있는지 지속적인 피드백을 통해 사용자에게 인지시켜야 하며, 외부적인 조건인 휴대성과 이동성에서 외부에서의 사용하는 상황과, 빠르게 정보를 습득하는 것 등을 고려해야 한다.

### 3.2. 모바일 웹의 가이드라인

최근 모바일 웹 서비스가 대중화되면서 모바일 웹의 접근성과 사용편의성에 관한 많은 논의들이 이루어지고 있다. [표5]는 모바일 웹의 접근성을 높일 수 있는 방법에 대한 해외 업체들의 논의이다. 이와 같은 모바일 웹 디자인에 관한 논의는 UI, 인터랙션, 구현기술이나 프로토타이핑과 콘텐츠에 관련한 내용 등 여러 다양한 요소가 뒤섞여 있다.

모바일 웹 스타일 가이드는 기존의 웹 스타일 가이드와 유사한 구성요소를 가지지만 모바일이라는 환경과 매체적 특성인 작은 화면으로 인하여, 콘텐츠가 한눈에 들어올 수 있도록 해야 하므로 정보구조 측면의 수정이 이루어져야 한다. [표6]은 모바일 웹 스타일 가이드에서 추가되어야 할 몇 가지 제안사항을 구성한 것이다.

[표 5] 모바일 웹 가이드

기관 및 업체	제목	가이드라인
Web Credible (2007)	모바일 웹을 위한 7가지 사용성 가이드	사용자 니즈의 빠른 충족
		내비게이션을 페이지마다 반복하지 않기
		선택된 항목에 대한 구분
		사용자 입력을 간단히 하기
		꼭 필요한 정보 선정
W3C (2008)	웹사이트의 모바일화를 위한 10가지 팁	기본적인 브라우징
		모바일 환경을 고려한 페이지레이아웃 디자인
		하나의 웹을 위한 설계
		그래픽과 색상 확인
		웹 표준 준수
		가볍고 간결한 사이트
		유해 요소 제거
		네트워크 자원 절약
		장비 제한 주의
		사용자 입력 가이드
웹 내비게이션 최적화		
Noupe (2009)	모바일 웹 디자인 : 팁과 모범 사례	모바일 유저 배려
		간단하게 하기
		내비게이션 최적화
		유효한 마크업 사용하기
		플래시나 자바스크립트에 의존하지 않기
		메인 사이트 링크 제공
		원래 사이트의 많은 콘텐츠를 포함하기
		단 방향 스크롤
이미지 사용 최소화		
Smashing Magazine (2009)	모바일 웹 디자인 트렌드 2009	팝업이나 새 창 쓰지 않기
		라디오버튼 링크가 잘 동작하는지 확인하기
		간단함
		서브도메인 활용
		적절한 공백의 사용
Mobi Thinking (2010)	유용한 모바일 웹 사이트를 디자인을 위한 다섯 가지 법칙	우선순위가 높은 콘텐츠 중심
		이미지 사용 줄이기
		모바일 웹은 모바일 컨텍스트가 가장 중요
		디바이스의 차이점 알기
		독특한 콘텐츠와 디자인
		위의 4가지 법칙 잊지 않기

[표 6] 모바일 특성과 웹 스타일 가이드 관련 요소

원인	관련요소	세부내용
해상도	이미지	작은 해상도에 맞는 이미지크기
화면크기	레이아웃	TOP, BODY, FOOTER 영역만 존재
		한정된 콘텐츠 메뉴
		스크롤에 따른 콘텐츠내용 분할 및 여백설정
	그리드	상하 스크롤이 가능한 1단 그리드
		가로화면, 세로 화면에 대한 그리드
		사용자의 니즈에 필요한 메뉴는 상위 배치
정보설계	한정된 콘텐츠 메뉴 선정	
	직관적이고 단축된 메뉴	
	메뉴의 깊이조절	
입력방식	타이핑	문자보다는 숫자 (각 모바일 기기마다 입력방식의 차이가 있음)
	인터랙션	툴 오버메뉴 필요 없음
로딩속도	정보설계	로딩페이지 삽입
	이미지	적은 크기의 이미지로 빠른 로딩
즉각성	정보설계	단축메뉴의 등장 (바로전화걸기, 메일 보내기, 소셜 서비스 연결 메뉴)
휴대성	정보구조 콘텐츠 양	자세한 정보 보다는 자주 찾는 정보, 꼭 필요한 정보

### 3.3. 사례연구

현재 모바일 웹 스타일 가이드에 관한 연구는 미흡한 실정이며, 개별 기관의 필요에 따라 각각 제작되어 사용되고 있다. 실제적인 가이드 요소의 도출과 적용을 위하여 'BBC'의 모바일 웹 스타일 가이드와 '인쿠르트'의 모바일 웹 가이드를 분석하여 각 구성요소를 비교하였다.

#### 3.3.1. 인쿠르트 모바일 웹 가이드

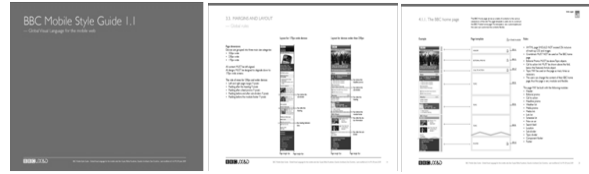
[표 7]은 인쿠르트의 모바일 가이드로 기존의 웹 스타일 가이드 구성요소에서 화면의 크기에 따른 콘텐츠의 크기와 일부 프로그램 기술적 측면에서 차이를 나타내고 있다. 체계를 갖추었다기보다 웹 스타일 가이드의 기본 시각적 요소에서 각 해당 요소의 설정 변경에 관한 지침이 주를 이루고 있다.

[표 7] 인쿠르트 모바일 가이드 구성항목

항목	세부사항
콘텐츠	글로벌 내비게이션 영역과 푸터 부분을 제외 한 콘텐츠는 좌. 우 10px씩 여백을 준다.
화면크기	아이폰 / 아이팟 터치 기준 320 * 480
이미지	모든 이미지는 배경 처리한다.
로고	통합검색 로고 크기는 91*31 사이즈로 한다.
버튼	버튼은 배경이미지에 A 태그를 기본으로 사용한다.
폰트	background image에 태그를 기본으로 사용한다. 글로벌내비게이션 폰트 / 글로벌 폰트 / 로그인/ 타이틀 폰트 / 콘텐츠 폰트 해당폰트 및 색상 지정
색상	색상은 웹페이지와 동일하게 사용

#### 3.3.2. BBC 모바일 스타일 가이드

인쿠르트의 모바일 가이드와 달리 BBC의 모바일 스타일 가이드는 구성요소와 세부항목을 훨씬 더 상세하게 기술하고 있다. 인쿠르트와 같은 방법을 이용하여 모바일 웹 화를 한다면 크기나 여백 상 약간의 문제 외에 웹서비스와 동일하므로 굳이 모바일 스타일 가이드를 제작할 필요성이 적어진다. 그러나 BBC는 이전에 웹 스타일 가이드의 구성요소에 모바일의 매체적 환경에서의 작은 설정까지 세부항목에 담겨있다.



[그림 1] BBC 모바일 스타일 가이드의 구성항목

[표 8] BBC 모바일 스타일 가이드의 구성항목

구분	세부항목	
Design principles	Navigation & interaction	Structure, Navigation, Interaction (Input, Content, Scrolling)
	Usability considerations	사용자요구 충족, 반복피하기, 선택된 아이템의 명확한 구별, 가장 필요한 정보를 보여라,
	Tone of voice	사용자가 입력하는 것을 줄여라. flexible한 페이지레이아웃과 친근하게 디자인하라.
	Editorial principles	사용자 수준에 맞게 작성,
Visual Guide line	page structure	비주얼 프레임워크 세로와 가로화면 모드 크기
	Module structure	서브토픽 모듈, 리스트모듈, 링크모듈의 구성
	Margins and layout	스크린 폭에 따른 여백과 레이아웃
	Image & Screen elements	콘텐츠 이미지, 다운로드 가능한 이미지 크기
	Fonts	각 영역에 사용되는 지정폰트와, 크기 및 볼드
	Text colours	텍스트 헤더, 바디, 링크에 들어가는 폰트 색상
	Background color	페이지, 헤더, 서브토픽 헤더, 푸터 및 아이폰 컬러
	Branding	헤더부분에 들어가는 요소와 브랜드
Page templates	Index pages	home, portal, site index 페이지의 들어갈 구성요소
	Articles	다양한 기사페이지, F&Q, 프로그램페이지의 마크업 부분
	Listings	텍스트리스트, 플레이리스트와 스케줄, 자산, 미디어리스트, 검색결과, 스포츠결과, 날씨리스트와 링크리스트 마크업
	Media gallery pages	갤러리목록차와, 순차적 아이템페이지의 마크업
	Actionable pages	미디어 오브젝트 페이지, 발행페이지, 워젯, 형태페이지 마크업
	Administrative pages	세팅 및 에러, 확인 페이지에 관한 마크업
Modules	Basic	헤더, 푸터, 탭과 비텀, 페이지타이틀, 쪽수매기기, 중심기준
	Topic	대 주제, 소주제메인광고, 헤드라인 광고, 미디어 광고
	Promos	텍스트링크리스트, 미디어 링크리스트
	Link list	간단한 텍스트, 기사, 텍스트리스트
	Program related modules	생방송, 일정
	Text modules	이미지부여, 폼, 변경 및 확인, 달력, 일파셋순정렬, 도움말,
	Other	날씨리스트와 링크리스트 마크업
Technical requirements	Basic technical guideline	CSS, XHTML

[표 9] 데스크 탑 웹, 모바일 웹, 어플리케이션의 웹 스타일 가이드에 따른 유사성 비교분석

항 목	세부항목	검색서비스						SNS				관광서		의료		금융				쇼핑				서적				영화				음악							
		다음		네이버		네이트		구글		페이스북		미니홈피		코레일		세브란스		신한은행		우리은행		홈플러스		11번가		교보문고		에스24		CGV		롯데시네마		멜론		벅스			
		W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A		
유사성	비주얼 컨셉	BI	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
		이미지	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
		폰트	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
		컬러	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		폰트컬러	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
정보 구조적 요소	사이트구성	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
	레이블링	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
차별성	레이아웃 시스템	여백	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
		레이아웃	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
	정보 구조적 요소	페이지구성 (심#광)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
	네비게이션	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
	Mobile Web과 App 간의 유사성	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	

데스크탑 웹과 비교하였을 때 구성요소의 유사정도 ●90% ○50% ○20% / M web 은 Mobile Web을 지칭함

#### 4. 모바일 웹 스타일 가이드

모바일 웹 스타일 가이드의 목적은 브랜드아이덴티티 내에서 웹 아이덴티티와 함께 체계적이고 일관된 사용자 경험을 개발하여 사용자에게 전달하고, 모바일 웹의 추가개발 및 유지보수의 편의성을 높이는 데 있다. 모바일 웹과 데스크 탑 웹의 일관성과 통일성은 브랜드 연상 및 브랜드 이미지를 전달하여 강력한 브랜드를 구축할 수 있다.

##### 4.1. 구성요소 적용과 확인

모바일 스타일 가이드의 구성요소를 [표3]과 함께 웹 아이덴티티 구성항목들로 적용해 보았을 때 유사성과 차별성에 해당되는 항목을 구분 할 수 있다. 유사성에 해당하는 항목은 비주얼 컨셉, 사이트구성, 레이블링과 같은 정보 구조적 요소이다. 위의 요소는 모바일 환경의 주요소인 화면크기, 입력방식, 로딩속도에 관련이 적은 항목이다. 차별성에 해당하는 항목은 여백, 레이아웃과 같은 레이아웃 시스템과 페이지구조, 네비게이션의 정보 구조적 요소라 할 수 있다.

위의 유사성과 차별성 요소를 포함한 모바일 웹 스타일 가이드 구성요소와 체계를 실제 웹과 모바일 어플리케이션, 모바일 웹에 [표9]와 같이 적용 비교하여 관계성을 분석하고 제시된 모바일 스타일 가이드 요소를 재확인 하였다. 실제 사례로 연구되는 모바일 웹과 어플리케이션은 국내의 대표적 검색/쇼핑/금융/엔터테인먼트/공공서비스/SNS의 카테고리에 해당하는 서비스로 한정하였으며 발견적 방법(heuristic)을 이용해 비교, 확인 하였다.

[표 10] 데스크톱과 모바일 웹, 어플리케이션의 비교

	web	Mobile Web	Mobile App		web	Mobile Web	Mobile App
다음				우리은행			
네이버				홈플러스			
네이트				11번가			
구글				교보문고			
페이스북				에스24			
미니홈피				CGV			
코레일				신한은행			
세브란스병원				벅스			
신한은행							

##### 4.2. 웹 스타일 가이드에 따른 유사성과 차별성

유사성의 항목인 비주얼의 BI는 웹과 모바일 서비스(웹, 어플리케이션)에 동일하게 사용되었다. 그러나 코레일과 같이 모바일의 자체적인 새로운 브랜드의 사용도 보인다. BI의 동일성으로 인해 이미지와 폰트 또한 웹과 동일하게 사용된다. 그러나 컬러의 배경색이나 폰트 색상은 웹과 모바일 서비스가 동일하지는



않으나, 웹 BI의 주조색과 보조색을 배경색으로 사용하여 전체적으로 같은 브랜드임을 느낄 수 있게 하였다. 기존의 웹 스타일 가이드가 존재한다면, 웹 스타일 가이드의 시각적인 디자인이라 할 수 있는 컬러와 폰트는 그대로 가져갈 수 있으나, 작은 화면으로 인한 레이아웃의 수정이나 그래픽요소의 리사이징과 같은 작업이 필요하다. 차별성인 정보구조에 있어서는 모바일 서비스의 기능과 목적에 따라서 사이트 구성과 페이지 구성 및 네비게이션이 달라질 수 있다. 이것은 모바일서비스의 목적이 단순한 '홍보'인지 웹과 동일한 '서비스 제공' 인가에 따라 크게 달라질 수 있다. 그 예로 신한은행은 주로 상품 홍보에 목적을 둔 모바일 웹과 예금 이체와 조회 서비스 기능을 담은 어플리케이션을 운영하고 있다. 마찬가지로 모바일 웹(Mobile Web)과 모바일 앱(App)간의 유사성은 웹과 어플리케이션이 동일한 기능과 역할을 수행하느냐에 따른 것으로 목적과 기능에 따라 전체적인 사이트 구성이 달라질 수 있는 부분이다.

### 4.3. 모바일 웹 스타일 가이드 구성요소와 체계

모바일 웹 스타일 가이드를 작성하기 전 다음과 같이 모바일 서비스의 목적과 기능을 설정해야 한다. 이것은 전체 모바일 서비스의 방향을 잡아주고, 웹과 모바일의 차별성인 정보구조에 가장 많은 영향을 끼치는 것이다.

- 데스크톱 웹과 동일한 기능을 보여줄 것인가? 다른 목적과 기능을 가질 것인가?
- 모바일과 웹과 어플리케이션은 동일한 기능을 가지는가?
- 많은 정보 중에 어떠한 정보를 주요기능을 보여줄 것인가?
- 정보구조에 있어서 모바일 웹, 어플리케이션은 연동성을 가지는가?

유사성과 차별성에 해당하는 항목과 모바일 가이드라인을 종합하여 적용해 보았을 때, 모바일 웹 스타일 가이드는 아래와 같은 특징을 가진다.

유사성의 항목은 브랜딩과 디자인으로 이에 해당하는 요소는 데스크톱 웹과 유사하거나 동일하게 사용된다. 따라서 화면크기에 따른 약간의 리사이징 작업이 필요하다.

차별성에 해당하는 항목으로는 디자인의 레이아웃 시스템과, 정보설계, 기술적 측면이며 이것은 모바일 웹과 어플리케이션의 목적과 기능에 따라 달라진다.

[표11]은 전반적인 아이덴티티 구축을 위한 모바일 스타일 가이드의 구성과 체계로서 기업과 브랜드의 상황과 필요에 맞게 재구성 될 수 있다.

[표 11] 모바일 웹 스타일 가이드 구성요소와 체계

대분류	중분류	소분류	세부항목
브랜딩	Web CI	심볼 마크	- 국문 - 영문 - 조합 - 모바일용 크기
		로고 타입	- 컬러 - 반전형 - 모바일 웹에서의 크기지정 그래픽 시그니처 슬로건 아이콘 버튼 이미지 일러스트레이션 블릿 구분선 타이틀 바(메뉴바)
디자인	그래픽 요소		- 작은용량 의 이미지 사용
	타입시 스템	폰트	- 웹폰트 (비트맵폰트, 네비게이션 폰트, 헤드라인 폰트 등 ) - 이미지폰트 타이포그래피
	컬러시 스템		주조색 보조색 색상패레트 ( 배경색상 및 각 타이틀, 헤드라인 색상 설정)
	레이아웃 시스템	화면 구성 요소	- 배너 - 타이틀 - 링크 - 페이지 - 테이블 - 팝업 - 그리드 (1단 그리드 시스템) 레이아웃 시스템 (영역) 가이드 라인
정보 설계	정보구 조적 요소	사이트 구성	- 사이트맵 - 사이트 이동 - 플로우 - 링크
		페이 지구 성	- 메인페이지 (1단 그리드 시스템, 테이블, 프레임) - 서브페이지 - (스크롤링을 고려한) 페이지 분할 (가로 스크롤 금지) - 페이지 타이틀 - 페이지 사이즈
	네비게 이션 시스템	위치	- 탭 - 바디 - 푸터 - 로케이션 - 글로벌 네비게이션 - 세컨드리 네비게이션
	레이블링 시스템		메뉴 레이블링 요소 레이블링
기술 적 측면	마크 업 가이드		이미지명가이드 - 이미지 서버, 이미지파일명 생성에 대한 규칙, 서버내의 각폴더 이름 및 설명 XHTML 가이드 - 사용정책및 내용, 코딩규칙 배너 가이드 검색정보 메타태그
		모바일 웹 표준 가이드	모바일웹표준화가이드 - 모바일 OK 모바일웹접근성 이해 접근성 향상 tip

## 5. 결론

본 연구는 웹 아이덴티티를 위한 스타일 가이드 구축에 관한 연구이다. 웹 아이덴티티를 실현하는 매체인 데스크톱 웹과 모바일 서비스인 모바일 웹과 어플리케이션을 비교 분석하여 모바일 웹 스타일 가이드의 구성요소와 체계를 도출했다. 모바일 웹 스타일 가이드는 기존의 웹 스타일 가이드의 구성요소 및 항목의 유사성과 동시에 사용 환경과 상황에 따른 차별성을 공유한다. 유사성은 시각적으로 데스크 탑 웹과 모바일 웹의 통일성과 일관성을 가져올 수 있으며, 차별성은 모바일 웹의 매체적 특성과 사용 환경, 목적과 기능에 따른 아이덴티티를 구축할 수 있다. 따라서 웹 스타일 가이드의 항목 유사성을 유지하고 모바일 웹 스타일 가이드 제안 요소를 고려할 때 브랜드 연상 및 브랜드 이미지를 효과적으로 전달할 수 있을 것이다. 본 연구는 실제 모바일 웹 기획 및 제작을 위한 모바일 웹 스타일 가이드로서의 기초자료로 활용될 수 있을 것이라 기대되나 일부 한정된 카테고리 내의 모바일 사례를 통해 분석하였으므로 더 많은 사례연구가 필요하며 향후, 모바일 웹과 어플리케이션의 서로 다른 구성의 서비스가 사용자에게 어떠한 영향을 주는지, 동일한 경험을 줄 수 있는지에 관한 추가적인 연구가 필요하다.

## 참고문헌

- 김범열.(2009). Web 2.0 시대의 HR 과제. LGERI 리포트, 1063호. LG경제연구원
- 김승열.(2009). 모바일 SNS 서비스 동향 및 전망. 님커뮤니케이션
- 김애현.(2001). “최적의 웹 아이덴티티로 파워 브랜드를 만들어라”. 제일기획 사보 2월호, p.59~60.
- 댄 새퍼.(2008). 더 나은 사용자 경험(UX)을 위한 인터랙션 디자인. 에이콘
- 민혜진.(2003). 웹에 나타나는 브랜드 아이덴티티의 주요 요소에 관한 비교 연구. 연세대학교 언론홍보대학원, p4.
- 박은선.(2000). Mobile Phone의 사용자 인터페이스 비교에 관한 연구. 서울산업대학교
- 안지원.(2001). 웹스타일 가이드라인 템플릿 개발을 통한 아이덴티티전략에 관한연구. 이화여자대학교 대학원 정보디자인학과, p154.
- 음소은.(2010). 모바일 웹 인터페이스 사용편의성 향

상을 위한 레이아웃에 관한 연구. 한양대학교 대학원, p.28

- 이승자.(2007). 브랜드 아이덴티티 구축요소로서의 사용자 경험디자인. 홍익대학교 대학원, p55~56
- 이은영.(2006). 서울지역 3개 여자 대학의 웹 아이덴티티디자인에 관한연구. 숙명여자디자인대학원, p33-35
- 이유숙.(2001). “웹스타일 가이드”. (주)이비즈 그룹. 2001.4.24.
- 장재만.(2001). 인터넷 비즈니스 시스템에서 기업의 웹 아이덴티티 평가기준에 관한 연구. 고려대학교 대학원.
- 조동환.(2008). 웹2.0과 기업의 비즈니스 모델 활용 방안. 한국콘텐츠학회.
- 조진경.(2001). 웹 아이덴티티 구현을 위한 웹 스타일 가이드에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원.
- 최 샘.(2009). 모바일 banking 인터페이스 디자인 개념 모델 연구. 서강대학교 대학원.
- 최민아.(2006). 웹 스타일 가이드 적용이 웹사이트 사용성 변화에 미치는 영향에 대한 연구. 홍익대학교 광고홍보대학원, p.29.
- 피터모빌.(2006). 검색 2.0 발견의 진화. 한빛 미디어.
- Jacob Nielsen.(2009). Mobile Usability. Jacob Nielsen's Alberto.