

A Study on the Understanding and New Approaching Method
of Web Design

오 영 신

신구대학

오 영 신
Oh, Young Shin

서울대학교 미대 응용미술과 졸업
이화여자대학교 대학원 졸업
서울시 주관 디자인 공모전 특선
제 3회 여성주관 기념전
제15회 한국여류시각디자이너협회 정기전 출품
제 1회 한국여류시각디자이너협회 포스터 공모전
부산 동서대학 초대전
현/신구대학 강사

Contents

I. 서론

II. 본론

1. 정보화 시대의 도래

1) 정보혁명

2) 정보화 사회의 전망과 과제

2. 정보사회에서의 Web Design

1) Web Design 의 개념

2) Web Design과 정보가치

3) Web Design과 정보이론

4) Web Design의 사회, 문화적 개념변화 및 역할 증대

5) 기술발전에 따른 Web Design의 변화

3. Web Design의 새로운 접근

1) 현재 Web Design에서의 문제점

2) 문제점 해결을 통한 새로운 접근방법

III. 결론

참고문헌

연구요약

Web Design은 과학기술을 통한 사용의 편리성, 기능성, 합리성 등을 도모할 수 있을 뿐만 아니라 사용자에게 만족감을 줄 수 있어야 한다. 즉, 정보사회의 다방면에 걸친 지식과 새로운 과학기술을 바탕으로 사용자에게 감성적 접근을 할 수 있어야만 하는 것이다. 아직까지의 연구가 인지공학적, 인지심리학적 연구를 통한 사용성, 기능성에 대한 것에만 치중해 온 데에 비해 본 연구는 Web Design이 정보사회에서의 효율적 커뮤니케이션으로 고도의 과학기술과 맞물린 미적 감각이 요구되는 것으로 보고 이에 목적을 둔다.

이에 본 연구자는 웹상에서 하드웨어적인 기술부분의 뒷받침과 소프트웨어적인 인지에 대한 이해를 넘어 이제는 감성적인 디자인 단계로 나아가야 하며 이것은 인간중심의 사용자 인터페이스의 개발이 바로 성공적인 정보화를 이룰 수 있다는 것으로 Web Design에 있어 새로운 방향을 제시하는 계기를 마련하고자 하였다.

Abstract

Today, the web site is one of the best tasks to find our needs, because it is convenient and fast. Therefore, web design is a really important and a difficult job, because web design should seek how to

obtain convenience functions, useful functions, and rationalities in use through technology to satisfy the users psychologically. Precisely, the web design should be able to make an emotional approach to the users on the basis of varied knowledge in information-oriented society with new science and technology.

Although studies so far have focused on use and function through cognitive-technological and cognitive-psychological studies, this study sees that web design is an effective communication and its aesthetic originality is needed with high level science and technology.

In conclusion, web design needs to be improved as the information-oriented society keeps on changing. How can the web design give convenience and make an emotional approach to modern people using various of new sciences and technologies? This kind of thoughts and expressions are desperately needed most of all when design the web. As an effective way of this kind of expression, web design will expand the expressing area of web design in the future.

I. 서론

현대인의 시각적 체험의 영역은 멀티미디어 특히 Web에 의한 간접체험의 결과로 과거세대의 사람들과는 비교할 수 없을 정도로 확대되었으며 현대사회와 대중은 사회의 구조적 특성으로 말미암아 경제원칙에 입각한 시각과 공간 속에서 정보를 선별하고 선택된 정보만을 수용하기에 이르렀다. 따라서 현대사회와 대중은 복잡성과 다양성을 가진 정보화 시대 환경의 적응 입장에서 자극의 일반화 경향을 나타내며 직관에 의해 선명하고 간결하며 즉시적인 시각언어에 더욱 인상을 받게 되었다.

따라서 현재 Web Design의 중요한 지속적 가치는 사용자 중심의 기능적인 정확한 정보전달은 물론 심미적 시각상의 순수기능 이상의 미적 감각 및 함축성 등을 효과적으로 창조해 감상자의 감성을 자극하고 풍부하게 하는 일이며 부가적인 즐거움 즉, 인간정신의 상상적 활동이 지각할 수 있는 창의적이며 감각적인 기쁨을 갖게 하는 일이라고 생각한다.

결국 이러한 환경 변화에 효과적으로 접근하기 위해서는 사용자 인터페이스의 질적 향상이 불가피하다. 또 이러한 매체 효율성의 극대화를 위해 가장 중요한 것은 인간중심의 화면에 조형적인 표현에 대한 해결 방안을 찾는 것이다.

따라서, 본 연구에서는 먼저 정보디자인이 갖는 중요성을 인식하고 그래픽 디자인에 의한 조형적 해결의 방법을 제시하여 보다 효율적인 정보의 전달을 위한 조직적이고 기능적인 인터페이스 디자인을 목표로 하여 활용하는데 그 목적을 둔다.

II. 본론

1. 정보화 시대의 도래

1) 정보혁명

정보과학과 컴퓨터, 통신기술의 발달은 새로운 사회인 정보사회의 도래에 대한 인식을 싹트게 했다.

컴퓨터와 전기통신의 결합은 산업사회를 정보사회로 변혁시키는 원동력이 되었다.¹⁾ 앨빈 토플러는 이러한 변화를 '제 3의 물결'이라고 명하였다. 정보혁명의 결과 새로운 사회질서, 유통질서의 형성과 더불어 생산 및 소비형태의 변화가 일어나게 되었으며 기존의 사회구조는 근본적인 변화가 필요하게 되었다. 즉 사회형태는 공업사회에서 정보사회로, 사회적 기술은 공업기술에서 정보기술로, 생산도구는 각종기술과 산업기술 등이 컴퓨터, 전기통신으로, 자원이 물질자원, 에너지에서 정보 지식, 기술로의 변화가 일어나고 있다.²⁾

2) 정보화 사회의 전망과 과제

새롭게 등장하는 뉴미디어들은 이제 음성매체, 활자매체, 영상매체의 구별 없이 영상화 될 것이다.³⁾

이미 선진국에서 신문을 전송하는 전자신문이 실용화되고 있는 것처럼 이제 모든 매체는 영상메시지로 전달되는 매체로 전환될 것이라는 전망이다.⁴⁾ 이러한 현상을 흔히 '영상혁명'이라고 말하며 그것은 모든 메시지가 텔레비전이나 컴퓨터 스크린을 통해 전달되는 것을 의미한다. 따라서 전달되는 내용들도 영상성을 최대한 활용하는 것으로 전환될 것이며 궁극적으로는 전

달 형식뿐만 아니라 전달내용도 영상성에 맞는 것이 주를 이루게 되어 내용도 변화시키게 될 것이다. 21세기 정보의 총아로 불리우는 멀티미디어는 모든 매체를 하나의 스크린에 통합하는 것을 말한다.

2. 정보사회에서의 Web Design

1) Web Design 의 개념

정보화시대의 도래에 따라 디자인의 역할 증대와 위상의 변화가 크게 중시되고 있다.

정보산업 기술의 발전과 함께 이들 산업은 점차 하나의 산업으로 융합되고 있으며 디자인 역시 이들을 보조하는 차원에서 탈피하여 통합, 조정하는 주도적 역할을 요구받고 있다.⁵⁾ 즉 과거의 디자인은 시각적 측면에서 조형성 창조의 역할에 중점을 두었다. 그러나 정보화 시대에는 이와 같은 시각적 요소인 영상과 그래픽 내용뿐 아니라 문안 내용, 음향, 나레이션과 같은 비시각적 요소도 중요하게 포함되어 진다. 따라서 이를 통한 기능성의 강조와 즐거움을 부여할 수 있는 비시각적 요소에 대한 디자인도 앞으로 중요하게 연구되어야 할 과제이다. 마찬가지로 Web Design은 부분만 담당하는 것이 아니라 전체 프로세스를 설정하고 모든 과정을 주도하여야 할 역량을 가져야 한다. 바로 이런 기능을 갖게 되는 것이 Web Design의 역할이다.

현재 정보화 시대의 가장 중요한 기능을 담당하고 있다고 할 수 있는 Web Design은 정보의 상황, 의미를 마련하기 위한 것이라 할 수 있을 것이다. 인터넷의 보급은 날로 확대 되어가고 있으며, 이에 따라

Web Design이라는 새로운 영역이 강조 되어지고 있다.

Web Design은 고도의 정보화 사회에 적응하고자 하여 디자인계에서 새로이 생긴 하나의 영역으로 현대 테크놀러지에 관한 기본지식의 습득부터 시작하여 정보의 시스템화와 사용자 인터페이스 디자인 등으로 정보의 효율성을 높이고자 새로이 확장된 디자인계의 영역이자 다른 모든 디자인들의 통합적인 의미를 갖는다.

2) Web Design과 정보가치

‘정보화 시대’라고 불리는 오늘날, 소비자는 텔레비전이나 라디오, 신문, 잡지에서부터 구전에 이르기까지 모든 종류의 정보의 홍수 속에서 살고 있다.

또한 위성통신이나 광통신 등의 발달에 따라 정보의 전달 속도가 빨라졌고 그 전달 용량도 압도적으로 증가하고 있다. 이러한 고도의 정보화 시대를 향한 진전은 사람들에게 독특한 가치 개념을 심어 주었다. 그것은 ‘정보가치’라고 하는 새로운 가치체계이다. 소비자가 상품의 구입을 결정할 때 그 상품이 본래적으로 갖고 있는 ‘물적가치’ 이상으로 그 상품이 발신하고 있는 ‘정보가치’가 중요해졌다는 것이다. 즉, 정보화 사회의 진전에 따라 소비자는 자신이나 사회에 있어서의 존재의 의미를 중시하는 정보가치를 판단기준으로 삼게 되었고, 정보가치에 따라 상품이나 기업의 실적이 좌우되는 시대가 되었고 이러한 상황의 변화는 시장을 변화시키고 있다. 또한 정보가치에는 Web Design이 중요한 관여를 한다고 볼 수 있다. 예를 들면 기업은 상품이나 서비스, 혹은 기업자체가 갖는 가치를 정보

로 바꾸어서 기업에 관계되는 모든 집단에게 전달하고 그 전달 결과에 따라 기업에 대한 이미지가 생겨나고 있다. 이러한 기업의 정보가치를 높이는 데에는 여러 가지 방법이 있다. 중요한 방법 중의 하나인 Web은 오늘날 정보사회에서의 정보가치를 높이는 경영전략이 되었다.

3) Web Design과 정보이론

인간이 생활하기 위해서는 그 환경조건에 대한 지식이 필요하며, 어떠한 것을 생각한다면 행동하고자 할 때에는 거기에 관련된 정보를 얻고자 한다. 우리는 가능한 많은 정보를 모아서, 그것을 감안하여 모종의 계획을 세우며, 거기에 따라서 행동하는 것이 보통이다. 인간의 정보활동을 크게 나누면 정보의 수집, 전달, 처리의 세 가지로 분류할 수 있다.

우리는 정보수집의 과정에서 우리의 감각기관을 쓴다. 더 나아가서 인간은 정보활동을 기계에 대입시키는 활동을 하며 더욱 그 활동 범위를 확대하고 있다. 이러한 정보활동은 인간활동의 기초이자 일반적인 것이다. 그렇기 때문에 그만큼 넓은 관련 분야를 지니고 있는 것이다. 그것은 공학은 물론 수학, 생물학, 의학, 사회학, 경영학, 언어학, 심리학 등 심지어 미학과 예술의 분야에 있어서 까지 거의 관련되지 않은 분야가 없다. 따라서 디자인은 과학과 예술의 중간영역에 위치하기 때문에 이는 인간의 커뮤니케이션 활동의 구체적 수단이라 할 수 있다. 필연적으로 정보이론과 실제 그리고 디자인과의 관계는 디자인의 영역 속에서 지극히 중요한 비중을 차지하는 것일 뿐만 아니라 특히 정보사회의 Web Design의 비중은 점점 더 커져

가는 추세가 될 것이라 예상되고 있다.

4) Web Design의 사회, 문화적 개념변화 및

역할 증대

산업혁명의 결과 대량생산, 대량소비의 사회가 도래했고 이에 발맞추어 디자인은 합목적성과 양적 가치를 우선으로 이윤생산을 극대화하기 위해 획일화, 양자택일의 디자인으로 자연과 멀어지기 시작했다. 그 결과 현재에도 문화와 단절된 과학기술로 소수 전문 엘리트에 의해 이루어진 테크놀러지가 우선시 되고 있다. 디자이너는 사회의 이윤 창출을 위한 도구가 되어 버린 것이다. 이것은 진정한 의미의 디자인이 아니라 자본주의 체제가 만들어낸 단순한 창조적 활동일 뿐이다.

이제 산업혁명의 시대는 갔고 제 3의 물결의 시대, 즉 정보화 시대가 도래했다. 사회는 재화의 생산에서 정보나 서비스의 생산으로 산업구조가 변해가고 있으며 탈 획일화, 탈 집중화의 현상과 함께 다원주의가 지배적인 경향으로 등장했다.¹¹⁾ 그러나 이전의 고용주에 의해 제공되고 정의 내려진 디자인의 산업적 작업 경향을 아직도 벗어나지 못하는 실정이며, Web Design에서도 많은 부분이 나타나고 있다. 그러나 이제 디자이너 스스로가 정의 내리고 디자이너 자신이 창조적 세계를 이끌어 가야 한다. 디자인은 인간 생활의 질을 향상시키며 경제적, 사회적 가치의 부를 창출하여야 한다. 사회, 문화를 이끌어 가는 디자인만이 우리의 생존을 가능케 할 것이며 세계를 향한 미래의 가치 창조를 가능케 할 것이기 때문이다. 여기서 우리들은 Web Design이 자유로운 사이버 공간에서 사회, 문화적 표현의 창조성이 훨씬 더 개방되어 있음을

깨닫고 이를 위한 다양한 노력이 필요하다.

5) 기술발전에 따른 Web Design의 변화

오늘날 기술의 발전은 정보의 형태를 복합화 시켜 효율적 정보의 유통을 가능하게 만들었고 다양한 정보관련 산업이 발전하게 되었다. 이에 따라 디자인 분야에서는 정보화 사회의 발전과 함께 정보산업의 새로운 접근방향을 필요로 한다. 그리고 이러한 관점에서 볼 때 특히 Web Design에서 역할이 강조되고 있는 분야는 정보생성 부문과 정보처리 부문에서의 최종 소비자와의 사용자 공유영역(User Interface)인 것이다.⁷⁾

Web Design은 산업혁명 이후 다루어 왔던 물질적 기존의 제조업과는 매우 다른 특성, 즉 대상이 물질적 형태가 아니라 개념적이고 논리적인 정보라는 것을 인식해야 하며 이에 따라 정보화시대의 디자이너는 다양한 표현 방식으로 정보를 컴퓨터를 통해 통합하여 정보의 효율성을 높일 수 있어야 한다.

3. Web Design의 새로운 접근

1) 현재 Web Design에서의 문제점

현재 Web Design에서의 문제점은 여러 가지가 있을 수 있으나 본 연구에서는 가장 근본적 문제점인 감성 표현의 사용자 만족도의 문제점에 초점을 두고 있다. Web Design을 할 때 디자이너들이 중점을 두어야 할 부분이 무엇인지 알아야만 하고, 그 부분들의 완

벽한 조화를 이뤄내야만 하는 것이다. 하지만 디자이너들은 Web Design이 기존의 디자인 환경과 Web에서의 환경이 다르다는 것을 인식해야만 하는 문제로 인하여 창조적 사고를 못하는 경우가 많다. 물론 Web Design을 하는데 있어서 기술적 제한점이 많은 것은 사실이다. 그러나 기술의 현저한 발달로 최근에는 이미지의 크기를 제외한 제한점이 거의 없다고 봐도 될 것이다. 그럼에도 불구하고 디자이너들은 아직도 이전의 방식에 얽매어 기술이 발달한 만큼 디자인의 표현도 창의적이며 다양해 질 수 있으나, 기술의 발달에 비해 그만큼의 새로운 시도나 표현들이 나오지 않고 있는 상태이다.

과학기술의 급속한 발달은 디자이너의 정서를 메마르게 했으며, 새로운 과학기술을 쫓아가기에 급급한 디자인을 만들어내고 있다. 이 결과 Web Design에서의 창의성은 새로운 기술을 도입하는 것으로 잘못 인식하게 되었고, 소위 말하는 '인간을 위한 디자인'이 아닌 '기술을 위한 디자인'이 계속 창출되고 있다.

또한 사용자의 사용성, 기능성 등의 물리적 욕구충족에 얽매어 사고가 그 시점에서 멈추고 마는 경우가 많다. 디자이너는 Web을 통해서 무엇을 보여 주고자 하는지를 고려하지 않는다. 너무나 논리적이고 보편적인 사고 방식만을 고집하고, 그 안에 사용자의 행동과 사고를 끼워 넣으려는 의도를 강하게 드러낸다. 이는 사용자의 물리적 만족감을 위한 것일 뿐 풍부한 감성적 표현의 심리적 만족감을 느끼게 하지 못하고 있다.

2) 문제점 해결을 통한 새로운 접근방법

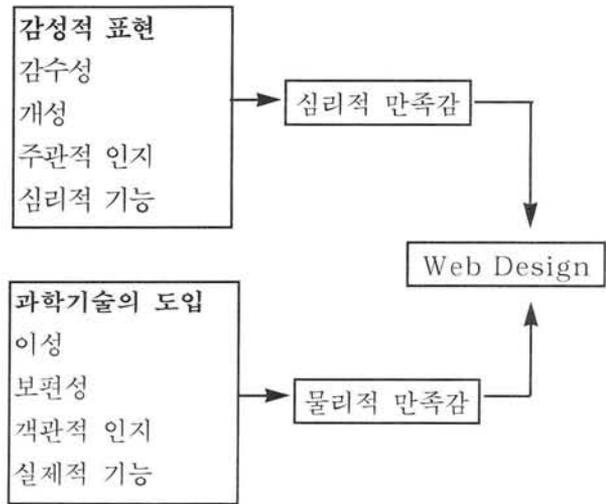
위에서 지적한 바와 같이 Web Design에 있어서 과학기술은 도구이고 보편성, 사용성, 기능성은 기술을 통한 창조적 표현인 것처럼 여겨지는 시점에서 끝나는 것이 아닌 과학 기술을 통한 원활한 기능의 실현으로 Web에서의 합리적인 사고와 유용성, 적합성과 같은 물리적 욕구충족의 의의를 찾고 더 나아가서 사용자의 심리적 만족감을 위한 감성에 호소하는 표현이 필요한 것이다.

다방면에 걸친 지식을 바탕으로 사용성, 기능성, 경제성 등을 통한 사용자의 물리적 욕구충족에서 그칠 것이 아니라 심리적 욕구충족까지도 고려해야 함을 보여주고 있다. 다시 말해서 디자이너는 메마르고 비인간화된 인간에게 풍부한 감성적 표현을 통한 심리적 만족감을 이끌어 낼 수 있는 감각으로 가는 기본적인 사고가 요구된다. 이러한 문제점을 확실히 깨닫고 한 단계 더 나아가야 하는 것이다.

Web Design의 중요한 지속적 가치는 사용자 중심의 기능적인 정확한 정보전달은 물론, 심미적인 시각상의 순수기능 이상의 미적 독특함 및 함축성 등을 효과적으로 창조하는 것이다. 이는 감상자의 감상을 자극하고 풍부하게 만들어 내는 일이며 부가적인 즐거움 즉, 인간 정신의 상상적 활동이 지각할 수 있는 창의적이고 감각적인 기쁨을 갖게 하는 일이다.

다시말해서 감성적 표현은 감수성, 개성, 주관적 인지, 심리적 기능을 포함하며 과학기술의 도입은 이성, 보편성, 객관적인지, 실제적 기능을 포함한다. 전자에 의해 심리적 만족감이 충족되고, 후자에 따라 물리적 만족감이 충족되는 것이다. 이러한 과정의 조화에 의해 사용자의 심리적, 물리적 만족감을 얻을 수 있는

Web Design을 할 수 있는 것이다.



III. 결론

현재 정보화 시대의 가장 중요한 기능을 담당하고 있다고 할 수 있는 Web Design은 정보의 상황, 의미를 마련하기 위한 것이라 할 수 있을 것이다. 인터넷의 보급은 날로 확대 되어가고 있으며, 이에 따라 Web Design이라는 새로운 영역이 정보화 사회에서 중요시 되고 있다. 또한 고도의 정보화 시대를 향한 진전은 사람들에게 독특한 가치개념을 심어 주었다. 그것은 '정보가치'라고 하는 새로운 가치체계이다. 즉, 정보화 사회의 진전에 따라 소비자는 자신이나 사회에 있어서의 존재 의의를 중시하는 정보가치를 판단 기준으로 삼게 되었고, 정보가치에 따라 상품이나 기업의 실적이 좌우되는 시대가 되었다. 이러한 정보가치는 현재 인터넷을 통해 대부분이 창출되고 있으며

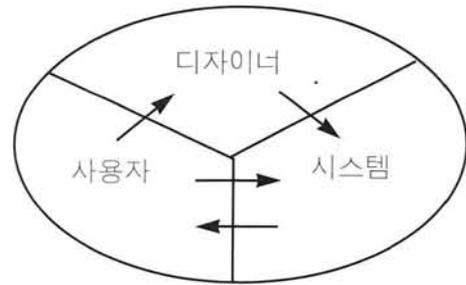
이에 따라 Web Design이 중요한 역할을 하게 된 것이다.

지금까지의 Web Design 사고는 새로운 과학적 기술과 지식을 추구하여 사용자의 합리성과 기능성 등의 물리적 만족감을 주는데 급급했다. 그러나 Web Design은 정보사회의 다방면에 걸친 지식과 새로운 과학기술을 기저로 하고 사용자에게 감성적인 접근을 할 수 있어야 정보가치가 제대로 창출되고, 전달될 수 있는 것이다. 즉, 오늘날의 커뮤니케이션은 고도의 과학기술과 맞물린 미적 감각이 요구되는 것이다.

요컨대, 계속해서 변화하는 정보화시대의 Web Design은 더 이상 과학기술을 뒤쫓아 가기만 하는 자세는 지양되어야 할 것이며, 최신기술을 도입한 Web Design이 창조적이며, 훌륭한 Design이라는 착오를 버려야 할 것이다. Web Design을 통해 다양하고 새로운 과학기술을 도구로 하여 사용에서의 편리함을 주는 동시에 비인간화되고 정서가 메말라 가는 현대인들에게 감성적으로 어떻게 다가갈 수 있을 것인가? 라는 사고와 표현이 무엇보다도 절실히 요구되어져야 할 것이다.

또한 인터페이스 디자이너들은 정보디자인을 함에 있어 인간의 감각과 지능, 학습과 경험을 활용해 정보의 효율적이고 직관적인 사용을 도울 수 있다. 그러므로 현 정보혁명 시대의 웹이라는 정보전달 매체가 제 기능을 발휘할 수 있도록, 사용자가 쉽고 친밀감 있는 인터페이스 구축을 위한 하나의 요소로서 다양한 표현 매체의 사용을 통한 화면 디자인의 시각적 표현에 주력하여야 하며, 디자인 대상에 대한 정확한 분석과 이해, 그리고 무엇보다도 감각적이고 동시에 논리적인 발상을 위한 노력이 요구될 것이다. 이제는 단순한 인지를 위한 디자인이 아닌, 효율적인 정보 전달과 반응

을 위해 마음의 감동을 줄 수 있는 보다 감성적인 디자인이 필요하다. 이와 같은 디자인적 접근은 정보사회 시대의 디자이너로서 해결해야 할 하나의 역할이 제시된 것이며 이에 대한 계속적인 연구가 필요하리라 본다.



The User Interface: Concept Design

- 1) 앨빈 토플러 이상백 옮김, 제3의 물결, 영광출판사, 1993, p. 12.
- 2) 김만용, 뉴미디어 개론, 나남신서, 1991, pp. 38-39
- 3) 노봉남 외, 멀티미디어 정보사회, 생능출판사, 1997, p. 163
- 4) 존 네이스비트, 장상용 옮김, 메가트렌스, 고려원, 1992, p. 24
- 5) 심재희, 멀티미디어 시대의 디자인교육에 관한 연구, 이화여대, 1996, p. 63.
- 6) 유럽미디어연구회, 송해룡 옮김, 정보미디어와 현대사회, 나남신서, 1991, p. 175.
- 7) 정보화 시대에 산다, 한국 전자통신연구소, 1986, p. 104.

참고문헌

- 김만용: 뉴미디어 개론, 나남신서, (1991)
- 김재은: 인지와 창의성의 심리학, 창지사, (1996)
- 노봉남 외: 멀티미디어 정보사회, 생능출판사, (1997)
- 박용숙: 하이퍼리얼리즘, 열화당, (1991)
- 심재희: 멀티미디어 시대의 디자인교육에 관한 연구, 이화여대, (1996)
- 유럽미디어연구회, 송해룡 옮김: 정보미디어와 현대 사회, 나남신서, (1991)
- 정보화 시대에 산다, 한국 전자통신연구소, (1986)
- 최정호 외: 매스미디어와 사회, 나남, (1994)
- 앨빈 토플러: 이상백 옮김, 제3의 물결, 영광출판사, (1993)
- 존 네이스비트: 장상용 옮김, 메가트렌스, 고려원, (1992)
- 페터폰 아록스: 영상디자인, 김종덕 옮김, 내가 아끼는 책들, (1993)
- 하인쯔 그로웰: 현대 커뮤니케이션 디자인, 최길렬 옮김, 도서출판 국제, (1993)
- Crystal Waters: Universal Web Design, New Riders, (1997)
- Crystal Waters: Web Concept & Design, New Riders, (1996)
- Daniel Donnelly: Web Pages from around the World, Rockport Publishers, (1997)
- David Siegel: Secrets of Successful Web Site, Hayden Books, (1997)
- David Siegel: Creating Killer Web Site, Hayden Books, (1996)
- Nicholas Negroponte: Being Digital, Vintage, (1996)
- Steven Heller & Deniel Drennan: The Digital Designer, Watson Guptill, (1997)
- With Sean Elder: Web Sites That Work, Adobe Press, (1997)

Journal
Korea Society
of Visual Design
Forum