

뉴욕 메트로폴리탄 미술관과 핀란드 키아즈마 현대미술관
웹사이트 비교를 통한 인터넷 정보전달 효과에 관한 연구

Study on the effectiveness of delivering information
through internet by comparison of The New York Metropolitan
Museum of Art and Finland Kiasma web sites.

김 상 훈

Sipa Press / 디자이너, 포토그래퍼

Contents

논문요약

Abstract

I. 서론

II. 본론

1. 기술과 디자인 / 인터넷 유저 현황
2. 타겟 유저
3. 스플래쉬 페이지 비교
4. 본문 페이지 네비게이션 비교
5. 미술관 웹 사이트로서의 기능성

III. 결론

참고문헌

논문요약

본 연구에서는 같은 미술관 웹 사이트이면서 스타일과 사용된 소프트웨어가 많이 다른 뉴욕 메트로폴리탄 미술관과 핀란드 키아즈마 현대 미술관 웹 사이트를 비교해 정보전달 기능, 네비게이션, 웹 유저 편의성에 대해 분석해 보았다. 키아즈마 미술관의 웹 사이트는 현대 미술관답게 첨단 소프트웨어/프로그램을 웹 사이트 전반에 사용했으며 많은 팝업 윈도우와 동영상을 통한 역동적인 멀티미디어 네비게이션으로 기존 매체에서는 구현하기 어려웠던 인터넷만의 장점을 최대한 살리고 있다. 하지만, 정보를 수신 하는 웹 유저의 사용자 환경에 따라 정보 전달이 지연, 누락될 수 있다는 인터넷의 특성상, 정보 전달의 독립적 매체로서 웹 사이트가 그 기능을 다 할 수 있

도록 제작되었는지는 생각해 볼 필요가 있다. 예를 들어, 과도한 동영상 삽입으로 정보 수신을 지연시킬 수 있다던가, 플래쉬로 제작된 페이지 때문에 자료를 프린트하기 어렵다던가 하는 것들이 그런 것이다.

기존의 종이를 이용한 수많은 매체들과는 달리 신종 매체인 인터넷은 빠른 컴퓨터, 인터넷 기술의 발달로 정보 표현 방식이 급격히 변화해 가고 있다. 특히, 소프트웨어 분야의 개발 속도는 날이 갈수록 빨라져서 며칠이 멀다 하고 신 버전이 나오고 있는데 이러한 신 버전을 가장 먼저 접하고 활용하는 계층은 웹 디자이너와 컴퓨터 프로그래머들이다. 예전에는 새로운 종이나 인쇄 기술이 나오면 디자이너가 이를 이용해 디자인하고, 그 결과물을 정보 수용자 두 손에 그대로 전해 줄 수 있었다. 하지만 이에 반해 인터넷을 통한 정보 전달은 매체 정보 수신자인 웹 유저들이 소유하고 있는 매체 수신 장비와 매체 활용 숙련도에 따라 그 정보가 전달되는 결과가 다르기 때문에 첨단 소프트웨어와 프로그램을 활용한 웹 사이트가 웹 사이트의 기본 기능인 정보 전달에서 효과적일지 고려해 보아야 할 것이다.

Abstract

As an overall looking of The Metropolitan Museum of Art and Kiasma web sites, The Metropolitan's is very informative, easy to navigate without knowledge on Internet or high performance computer, but too static. And, the Kiasma's is more exciting, light, neat, but harder to navigate and need high performance computer to see all exhibits showing compare to The Metropolitan's.

The character of Metropolitan Museum of Art and Kiasma, Museum of Contemporary Art is little bit different since one is covering general arts from ancient and other is covering mostly modern art. However, both of the web sites present information as museum sites. I looked at most pages of the both web sites carefully and tried hard to analyze. The comparison was concentrated on navigation and software to find out how those of two web sites are effective to give web users information.

The up-to-date software is used in most of the Kiasma's web site. These motion pictures, animation, and pop-up windows make Kiasma's web site more dynamic and exciting than The Metropolitan Museum of Art web site. However, most of the web users are unable to get all the information without any problem if they don't have up-to-date computer and internet connection. So the designers should consider the interactivity between information sender and receiver on the net.

I. 서론

기존의 종이를 이용한 수많은 매체들과는 달리 신중 매체인 인터넷은 빠른 컴퓨터, 인터넷 기술의 발달로 급격히 정보 표현 방식이 변화해 가지만 이에 반해 매체 정보 수신자인 웹 유저들이 소유하고 있는 매체 수신 장비와 매체 활용 숙련도는 전문직에 종사하는 웹 디자이너보다 더딜 수 있기 때문에 정보 전달은 더 이상 최종 결과

물까지 철저히 관리되는 일방적인 전달이 아닌 보다 다양한 인터랙션과 정보 수신자의 매체 숙련도를 요하게 된다.

고대미술부터 현대미술까지 다양한 전시물을 가지고 있는 뉴욕 메트로폴리탄 미술관과 현대미술을 주로 전시하는 핀란드 키아즈마 현대미술관은 약간 다른 성격의 미술관이긴 하지만 미술관과 전시물에 관심 있는 유저들을 상대로 한 미술관 정보 웹사이트이기 때문에 작품에 대한 정보와 미술관의 특성상 전시 형태로 제작된 웹사이트라는 점에서 같은 맥락으로 보고 상당히 다른 스타일로 만들어진 두 웹사이트의 기술적 접근과 네비게이션 비교를 통해 나날이 동적으로 변화가는 멀티미디어 웹디자인 추세와 관련된 장단점을 알아보고자 한다.

II. 본론

1. 기술과 디자인 / 인터넷 유저 현황

Cinematography 와 사진의 발달로 영화 영상 예술과 사진을 이용한 다양한 예술 분야가 생겼는가 하면 영상 정보전달을 위해 발명된 TV로 Video Art라는 새로운 예술 형태가 생겨나기도 했듯이 현대 과학자들에 의해 발명된 기술이 예술가들에게 새로운 형태의 다양한 예술 매체를 제공하여 기술과 예술이 역사적으로 꾸준히 밀접한 상호관계를 가진 것처럼 기술과 디자인도 꾸준히 밀접한 상호관계를 가지고 있다.

1969년에 한 대학의 연구 프로젝트로 시작되어 미국의 국방 연구 단체인 ARPA가 자금을 지원한 후 약 20년 동안 인터넷과 그 전신인 ARPANET은 일반에게 거의 알려지지 않은 채 존재했다. 그것은 그 20년 간 주로 정부와 학술

연구원을 위한 네트워크였기 때문이다.

Tim Berners-Lee 가 현대 개념의 월드 와이드 웹(World Wide Web)을 제시하였던 1989년에야 인터넷이 새로이 규정되었고 일 년 뒤, 첫 웹 브라우저가 개발되면서 월드 와이드 웹은 현실이 되었다.

1993년의 웹 브라우저 모자이크(Mosaic), 1994년의 넷스케이프(Netscape) 출현은 수백만의 컴퓨터 유저들이 빠르면서도 저렴하게 인터넷에 접속할 수 있는 여건을 마련하였다.

1989년 말, 전 세계적으로 1백1천 만 명의 인터넷 사용자가 있었고, 그 중 86% 정도는 미국의 사용자였다. 1990년대에는 해마다 연간 성장률이 74%를 넘어서면서, 전 세계 인터넷 사용자의 수가 250배 성장한 2억 8천 만 명을 넘어섰다.

1989년 말에는, 인터넷 호스트의 숫자가 거의 20만개에 달하였고, 그 중 92%가 미국에 있었으며, 10년 후 쯤인 1990년대 말에는 칠천만개에 달하게 되었다.

2004년 현재, 미국은 국민 전체 인구의 80% 이상에 달하는 인터넷 사용자를 보유하고 있는데 1990년과 1995년 사이에는 미국 인터넷 사용자의 연간 성장률이 73%가 넘었지만 1995년과 2000년 동안에는 36%로 속도가 둔화되었고 2000년에서 2007년까지 미국 인터넷 사용자는 해마다 8% 미만의 증가율을 보일 것으로 예상되는 이유는 이미 오래전에 구축되어진 미국 내 높은 보급률로, 미국 인터넷 사용자 수의 성장속도는 오히려 떨어지고 있기 때문이라고 볼 수 있다. 하지만 전 세계 사용자 수는 아직 대부분의 지역에 보급되지 않았기 때문에 지속적으로 높은 성장률을 보

이고 있다.

전 세계 인터넷 사용자의 수는 1990년 말 2백 1천 만 명에서 1995년에는 4천 4백만이 넘게 성장하여, 83%가 넘는 연간 성장률을 기록하였다.

1995년에서 2004년까지 연간 성장률은 50% 정도로 둔화되었고, 2000년과 2007년 사이에는 해마다 20% 정도 성장할 것으로 예측된다.

이렇게 인터넷 사용자가 늘어나는 이유는 컴퓨터라는 하드웨어의 저렴한 보급은 물론, 웹 브라우저 소프트웨어의 발전과 더불어 사용자들의 하드웨어 및 소프트웨어에 대한 숙련도가 높아지고 있기 때문이다.

2. 타겟 유저

웹 디자인 기획 단계에서 제일 먼저 고려되어야 하는 것 중의 하나는 타겟 유저다. 타겟 유저를 설정하고 파악하는 과정은 타겟 유저가 웹 사이트로부터 얻고자 하는 정보의 내용과 방문 목적, 매체 숙련도를 가늠해서 가장 효과적으로 디자인과 정보의 내용을 구성할 수 있도록 웹 디자인의 방향을 제시해준다. 이런 점에서 미술관의 웹 사이트를 방문하는 정보 수신자, 즉 타겟 유저는 미술이나 디자인에 관련된 사람도 많지만 미술이나 디자인에 관심이 많은 미술 비 관련자와 현지 정보를 알고 싶어 하는 관광객 등 불특정 다수가 많이 포함 되어 있음을 간과해서는 안 된다. 대부분의 미술관 웹 사이트 방문자들이 원하는 것은 작품에 대한 정보와 미술관 자체에 대한 정보 습득이지, 웹 사이트 자체의 실험적 디자인을 보기 위해 방문하는 것은 아니다.

3. 스플래쉬 페이지 비교

본 논문에서 비교할 뉴욕 메트로폴리탄 미술관과

핀란드 현대미술관, 키아즈마 두 웹 사이트 모두 스플래쉬 페이지를 가지고 있다.

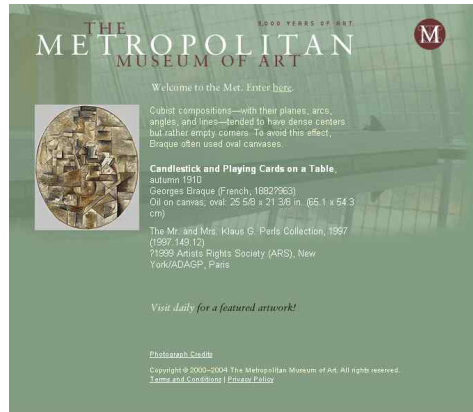
요즘 웹 디자인 추세에 비하면 뉴욕 메트로폴리탄 미술관 웹 사이트 스플래쉬 페이지 (그림1)는 전혀 동영상을 쓰지 않은 정적인 페이지를 가지고 있다. 다만, 매일 미술관에 전시 되어 있는 작품 한 개를 선정, 소개하는 식으로 지루함을 피하고 있으며 Visit daily for a featured artwork! 이라는 문구를 삽입한 것처럼 매일 뉴욕 메트로폴리탄 미술관 웹 사이트에 접속 하는 것만으로도 교육적인 효과를 볼 수 있다는 이유로 방문자의 잦은 방문을 유도하고자 하는 의도가 보인다. 또한 스플래쉬 페이지는 본문 페이지들과 같은 컬러와 같은 편집 디자인을 연장시켜 웹 사이트 전체에 대한 일관성을 유지했다.

반면 키아즈마 미술관의 웹 사이트는 말 그대로 스플래쉬 페이지를 가지고 있다. 첫 화면에 접속 하면 정보보다는 모자이크로부터 키아즈마 로고로 변화하는 GIF 애니메이션으로 로고의 노출을 위주로 한 디자인을 볼 수 있다. (그림2) 이는 현대미술관의 웹 디자인답게 충분히 시각적인 흥미를 준다. 하지만, 약 1.9 Mbps (236 Kbps / 1,886,773 cps) 의 접속 상태에서 모자이크가 사라지기까지 약 10초, 완전히 로고로 바뀌어서 보이기까지 걸린 시간이 약 16초였다. 그리고 웹 사이트 안으로 들어가면 스플래쉬 페이지는 그대로 남으면서 팝업 윈도우로 본문 페이지가 열린다.

4. 본문 페이지 네비게이션 비교

본문 페이지로 들어가면 뉴욕 메트로폴리탄 미술관의 웹 사이트는 (그림3) 깨알 같은 글씨로 많은 정보와 하이퍼링크가 있다. 하지만 메뉴의 종속관계가 컬러나 크기로 가지런히 구분, 배열되어

있고 페이지 전반의 인터페이스가 전통적인 편집 디자인 형식을 취하고 있어, 역동적인 디자인은 아니지만 웹 유저들에게 정보에 대한 접근이 용이한 네비게이션을 제공하고 있다.



(그림1) 뉴욕 메트로폴리탄 미술관 웹 사이트 스플래쉬 페이지



(그림2) 키아즈마 현대 미술관 웹 사이트 스플래쉬 페이지

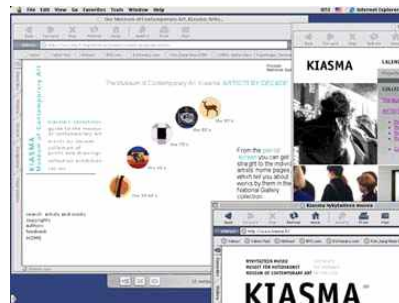
반면, 키아즈마 웹 사이트는(그림4) 기본적으로는 좌측 상단에 주 메뉴를 두고 있지만 많은 하이퍼링크들이 다양한 크기의 다른 서체로 구성 되어

있고 한 주제로 들어갈 때마다 팝업 브라우저를 띄우고 있기 때문에 웹 유저들은 계속하여 새로운 스타일의 페이지를 보는 동시에 많은 윈도우 브라우저가 데스크탑에 남게 된다. 또한 어떤 팝업 윈도우에는 키아즈마 로고가 없는 것도 있어, 일관성을 유지하지 못하고 있으며 메인페이지로 돌아가기 위해서는 팝업 윈도우를 닫아야 하는 등 네비게이션 동선이 크다.

뉴욕 메트로폴리탄 미술관 웹 사이트는 플래쉬나 GIF 애니메이션 등을 사용한 역동적인 디자인 스타일이거나 자바 스크립트를 이용한 팝업 창 등의 기능은 없지만 매 페이지에 웹 사이트 내부 데이터베이스 검색 기능과 메인페이지로 돌아갈 수 있는 하이퍼링크를 제공하고 있어, 컴퓨터 인터페이스에 익숙하지 않은 웹 유저라도 비교적 쉽게 정보를 습득할 수 있으나, 키아즈마 웹 사이트는 역동적인 스타일 이면에 복잡한 인터페이스와 네비게이션으로 웹 유저가 웹 사이트 내의 수많은 정보에 끌고루 시간을 할애하지 못하게 한다.

두 웹 사이트의 네비게이션을 굳이 종이에 인쇄된 브로슈어에 비교하여 보면 뉴욕 메트로폴리탄 미술관의 웹 사이트는 차례가 명확히 구분되어져 있는 일반적인 제본 형태의 브로슈어에 비할 수 있고 키아즈마 웹 사이트는 다른 스타일의 낱장으로 된 갖가지 정보가 한 봉투 안에 들어 있어서 정보 수신자가 보고 싶은 페이지를 한 장 한 장 꺼내 보는 식이라 하겠다.

(그림3) 뉴욕 메트로폴리탄 미술관 웹 사이트 본문 페이지



(그림4) 키아즈마 현대 미술관 웹 사이트 본문 페이지

5. 미술관 웹 사이트로서의 기능성

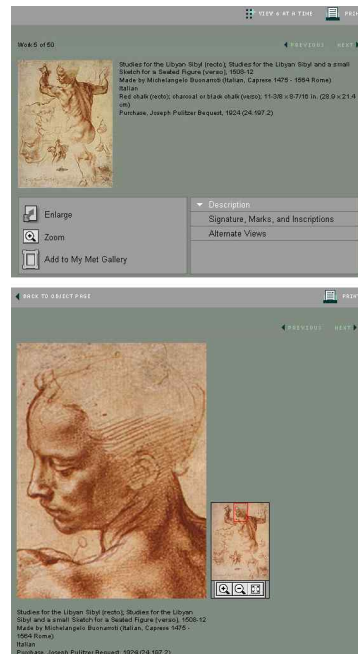
뉴욕 메트로폴리탄 미술관과 키아즈마 웹 사이트 모두 소장한 작품을 확대해서 볼 수 있는 페이지를 가지고 있다. 확대 방식은 뉴욕 메트로폴리탄 미술관은 지속적인 줌 인과 줌 아웃을 통한 다 단계, 키아즈마는 한 단계로 구분되어 있어, 뉴욕 메트로폴리탄 미술관 웹 사이트가 작품의 질감 등 부분을 더욱 자세히 볼 수 있게 보다 많

은 선택을 주고 있다.

또한 뉴욕 메트로폴리탄 미술관 웹 사이트는 프린트 버튼을 제공해, 웹 유저가 원하는 정보를 손쉽게 프린트 할 수 있도록 배려하고 있는 반면, 키아즈마는 플래쉬를 사용한 작품 페이지로 컴퓨터에 익숙한 웹 유저가 프린트 스크린 버튼을 눌러 프린트하지 않으면 사실상 한 번에 프린트가 불가능하다.

뉴욕 메트로폴리탄 미술관 웹 사이트는 소위 첨단 소프트웨어를 많이 사용한 디자인이 아니다. html을 기본으로 고작해야 shtml, java script 와 cgi를 사용했을 뿐이다. 뉴욕 메트로폴리탄 미술관 웹 사이트에서 가장 역동적이고 인터랙티브한 페이지는 작품을 지속적으로 줌 인하고 줌 아웃하여 부분 부분 볼 수 있는 기능이다.(그림5) 이에 반해, 키아즈마는 플래쉬, 쿼타임 비디오, 리얼 오디오/비디오, 매크로미디어 속웨이크 등 다양한 프로그램을 이용하여 웹 사이트를 보다 역동적으로 꾸몄다.(그림6) 하지만, 그러한 다양한 소프트웨어는 웹 유저의 컴퓨터에 미리 다운로드/플러그인 되어 있지 않을 경우, 오류를 일으켜 아예 보이지 않거나 웹 유저가 새로운 소프트웨어를 설치해야 하는 등의 여지를 남기며 브라우저 미술관 웹 사이트를 방문하는 웹 유저는 미술이나 디자인에 관련된 사람도 많지만 미술이나 디자인에 관심이 많은 미술 비 관련자와 현지 정보를 알고 싶어 하는 관광객 등 불특정 다수가 많이 포함되어 있음을 간과해서는 안 된다. 대부분의 미술관 웹 사이트 방문자들이 원하는 것은 작품에 대한 정보와 미술관 자체에 대한 정보 습득이지, 웹 사이트 자체의 실험적 디자인을 보기 위해 방문하는 것은 아니다. 그런 점에서 정보 전달의 효과를 극대화 시키고, 웹 유저의 브라우저를 편리하게 할 수 있는 최신 소프트웨어나 프로그램

의 이용은 바람직하지만, 단지 할 수 있기 때문에 하는 소프트웨어/프로그램의 사용과 디자인은 사족이 될 수 있고, 오히려 정보전달에 실패하는 역효과를 불러일으킬 수 있음을 웹 디자이너는 항상 염두에 두어야 한다.



(그림5) 뉴욕 메트로폴리탄 미술관 웹 사이트 작품 페이지



(그림6) 키아즈마 현대 미술관 웹 사이트 작품 페이지

IV. 결론

본 연구에서는 같은 미술관 웹 사이트이면서 스

타일과 사용된 소프트웨어가 많이 다른 뉴욕 메트로폴리탄 미술관과 핀란드 키아즈마 현대 미술관 웹 사이트를 비교해 정보전달 기능, 네비게이션, 웹 유저 편의성에 대해 분석해 보았다. 키아즈마 미술관의 웹 사이트는 현대 미술관답게 첨단 소프트웨어/프로그램을 웹 사이트 전반에 사용했으며 많은 팝업 윈도우와 동영상을 통한 역동적인 멀티미디어 네비게이션으로 기존 매체에서는 구현하기 어려웠던 인터넷만의 장점을 최대한 살리고 있다. 하지만, 미술관의 웹 사이트를 방문하는 정보 수신자, 즉 타겟 유저는 미술이나 디자인에 관심이 많은 미술 비 관련자와 현지 정보를 알고 싶어 하는 관광객 등 불특정 다수가 많이 포함 되어 있음을 간과해서는 안 된다. 대부분의 미술관 웹 사이트 방문자들이 원하는 것은 작품에 대한 정보와 미술관 자체에 대한 정보 습득이지, 웹 사이트 자체의 실험적 디자인을 보기 위해 방문하는 것은 아니다. 정보를 수신 하는 웹 유저의 사용자 환경에 따라 정보 전달이 지연, 누락될 수 있다는 인터넷의 특성상, 정보 전달의 독립적 매체로서 웹 사이트가 그 기능을 다 할 수 있도록 제작되었는지는 생각해 볼 필요가 있다. 예를 들어, 과도한 동영상 삽입으로 정보 수신을 지연시킬 수 있다던가, 플래쉬로 제작된 페이지 때문에 자료를 프린트하기 어렵다던가 하는 것 들이 그런 것이다.

기존의 종이를 이용한 수많은 매체들과는 달리 신중 매체인 인터넷은 빠른 컴퓨터, 인터넷 기술의 발달로 정보 표현 방식이 급격히 변화해 가고 있다. 특히, 소프트웨어 분야의 개발 속도는 날이 갈수록 빨라져서 며칠이 멀다 하고 신 버전이 나오고 있는데 이러한 신 버전을 가장 먼저 접하고 활용하는 계층은 웹 디자이너와 컴퓨터 프로 그래머들이다. 예전에는 새로운 종이나 인쇄 기술이 나오면 디자이너가 이를 이용해 디자인 하

고, 그 결과물을 정보 수신자 두 손에 그대로 전해 줄 수 있었다. 하지만 이에 반해 인터넷을 통한 정보 전달은 매체 정보 수신자인 웹 유저들이 소유하고 있는 매체 수신 장비와 매체 활용 숙련도에 따라 그 정보가 전달되는 결과가 다르기 때문에 첨단 소프트웨어와 프로그램을 활용한 웹 사이트가 웹 사이트의 기본 기능인 정보 전달에서 효과적일지 고려해 보아야 할 것이다.



참고 문헌

Jennifer Preece, Yvonne Rogers, and Helen Sharp. Interaction Design: John Wiley & Sons, Inc. 2002 | Nicholas V. Ippa. Interactive Design for New Media and the Web: Focal Press. 2001 | Marshall McLuhan. Understanding Media: The Extensions of Man: MIT Press 1994 | Ben Shneiderman. Designing the User Interface: Addison-Wesley Publishing 3rd edition. 1997 | Marshall McLuhan. The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century: Oxford University Press 1992 | Jef Raskin. The Humane Interface: New Directions for Designing Interactive Systems: Addison-Wesley Pub Co. 2000 | Ellen Isaacs and Alan Walendowski. Designing from Both Sides of the Screen: How designers and Engineers Can Collaborate to Build Cooperative Technology: Sams. 2001 | Michael Emery, Edwin Emery, Nancy L. Roberts, Michael C. Emery. The Press and America: An Interpretive History of the Mass Media (9th Edition) Allyn & Bacon. 1999 | Mark Gawlinski. Interactive Television Production Focal Press 2003 | Douglas K. van Duyne, James A. Landay, Jason I. Hong The Design of Sites: Patterns, Principles, and Processes for Crafting a Customer-Centered Web Experience Addison Wesley Professional 2002 | Christina Wodtke Information Architecture: Blueprints for the Web: New Riders Publishing 2002 | Jesse James Garrett The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web: New Riders Publishing 2002