



## Abstract

### 1. 서론

- 1-1. 연구 목적
- 1-2. 연구 범위 및 내용

### 2. 이론적 배경

- 2-1. CI와 UI의 개념 및 특성
- 2-2. 웹 스타일 가이드의 개념
- 2-3. 웹 아이덴티티의 개념 및 구성

### 3. 국내대학의 웹 사이트 현황

#### 4. 국내 대학 홈페이지의 웹 아이덴티티 구현 현황

- 4-1 전용색상의 일관된 사용
- 4-2 로고타입의 사용
- 4-3 메인페이지의 주요 색조
- 4-4 레이아웃 - 네비게이션의 구조
- 4-5 그래픽 이미지의 사용
- 4-6 웹 스타일 가이드의 사용

### 4. 결론

국내 대부분의 대학들은 1990년대 이후 웹 사이트를 개설하고, 이후 새로운 정비를 거쳐 웹 사이트의 내용 및 디자인에서 많은 변화가 일어나고 있다. 기업체들의 경우, CI(corporate identity)를 웹 사이트에 적용하고자 하는 노력을 계속하고 더불어 웹 스타일 가이드에 대한 개발이 진행 중에 있다.

국내 대학의 경우 대학 홍보와 학사업무에 웹 사이트의 필요성과 중요성이 더욱 커지고 있다.

본 연구에서는 각 대학의 UI(university identity)를 웹 사이트에 구현되는 정도를 파악하기 위하여 대학(구 전문대) 홈페이지를 웹 아이덴티티의 구성의 요소들로 분석을 하였다.

웹 아이덴티티 구성 항목 중 심볼과 로고 타입은 비교적 잘 지켜지고 있었으나, UI에서 규정된 전용색상의 사용은 잘 지켜지지 않았으며, 메인페이지의 주조색은 대부분 파란색 계열이며 학생들 사진이나 건물의 사진 이미지가 대부분 메인페이지에 적용되어 독창성이 없었다.

저자는 본 연구를 통하여, 계획적이고 차별화된 웹 디자인으로 UI를 구현하는 웹 아이덴티티 확립이 필요하다고 생각한다.

## Abstract

Most Korean universities opened web-sites since 1990's, and repaired those continuously, there are many changes of contents and design in their web sites. In cases of corporations, they applied CI (corporate identity) to their web sites, and their web style guides are under development.

In Korean universities, the importance of web sites in public informations and school affairs is emphasized then ever.

In this study, home-pages of college is considered as elements of web identity composition, because it is necessary for knowing degree of UI (university identity) materialization in web sites.

In items of web identity composition, symbols and logo-types met the rules, but private colors prescribed by UI did not. And main pages of universities had poor originalities because most of their main colors are 'blue' and most of their images are those of college students or college halls. This study show the necessity of web identity establishment of UI by calculated and discriminated web design.

(keyword)

university identity, web identity, web style guide

## 1.

### 1-1.

인터넷의 보급에 따라 국내 대부분의 대학들은 1990년대 이후 웹 사이트를 개설하고, 이후 새로운 정비를 거쳐 웹 사이트의 내용 및 디자인에서 많은 변화가 일어나고 있다. 한편 기업들의 웹 사이트에서는 보다 더 체계적인 웹 사이트 구축을 위한 인포메이션 아키텍처, 웹 사이트의 브랜드 전략과 운영을 위한 웹 스타일 가이드, 사용성에 대한 과학적인 검증 등을 시도하고 있다. 대학들도 단순 홍보용 웹 사이트에서 홍보와 네트워킹의 목적으로, 대학 웹 사이트 및 이와 통합된 학사관리를 위한 인트라넷을 구축하고 있는 중이다.

오늘날 웹 사이트의 체계적이고 일관된 사용자 경험(user experience)은 웹 사이트 방문자들에게 사이트의 일관되고 통일된 아이덴티티(identity)와 브랜드(brand) 이미지를 형성한다. 그러므로 웹 사이트의 통일되고 일관된 사용자 경험을 구현하기 위해 표현방식 등을 정의해줄 필요가 있다. 기업의 경우 CI(corporate identity)와 대학의 경우 CI에서 발전한 UI(university identity), 그리고 사이트 제작을 위한 그래픽 규약 및 프로그래밍 규약들을 모은 웹 스타일 가이드(web style guide)가 만들어지게 되었다.

대학의 경우 단과대학과 학과, 운영부서 단위로 다양한 필요와 목적에 따라 수많은 운영주체에 의해 웹 페이지가 개발되고 운영된다. 이런 경우 종종 한 대학에서 서로 다른 모양과 느낌의 사이트들의 브랜드 이미지를 유지하고 사이트 유지관리의 편리성을 위하여 웹 스타일 가이드를 통한 웹 아이덴티티의 구현을 필요로 하게 된다.

본 논문은 국내 대학(구 전문대)의 웹 사이트들의 디자인과 대학의 얼굴이라 할 수 있는 UI(university identity), 즉 학교의 심볼 마크 및 칼라, 로고타입 등이 대학 웹 사이트 디자인에 정확히 구현되고 본래의 목적을 달성하고 있는가를 평가하여, 각 대학 홈페이지에서 그 대학만의 고유한 아이덴티티 구현의 여부에 관한 연구이다.

### 1-2 연구범위 및 내용

CI(corporate identity) 와 UI(university identify)의 개념 및 웹 스타일 가이드(web style guide)의 개념을 알

아본다. 웹 아이덴티티의 개념 및 구성을 알아보고, 웹 아이덴티티의 구성 요소 중 객관적 평가가 가능한 항목을 통하여 각 대학 홈페이지를 비교 분석하여 웹 아이덴티티 구현정도를 분석하여 연구를 진행 하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2-1. CI와 UI의 개념 및 특성

CI란 코퍼레이트 아이덴티티 (corporate identity) 또는 코퍼레이트 아이덴티피케이션 (corporate identification)의 약어로서 ‘법인 조직’, ‘단체의’, ‘단체 집합적’이라는 의미를 가지고 있는 코퍼레이트(coperate)와 철학에서는 주체성, 심리학에서는 동일성, 사회학에서는 존재증명의 의미를 갖고 있는 아이덴티티(identity)의 합성어다. 정신분석학자 에릭슨은 아이덴티티를 발달 단계에서 획득해 나가는 자아 동일성이라고 정의하고 있기 때문에 코퍼레이트 아이덴티티를 직역하면 기업의 자아 동일성이라고 정의 할 수 있다.

CI는 초기 코퍼레이트 이미지(corporate image)의 약자로, 코퍼레이트 아이덴티티로 부르기 시작한 것은 뉴욕의 CI 전문회사 L&M (리빙코트 앤드 머쿨리츠)의 월터 머쿨리츠가 처음 이었다. 전문가들의 정의를 종합해보면, 첫째, CI는 기업의 자기 발견과 자기실현의 프로그램이다. 둘째, 기업의 모든 활동과 그 활동 방법의 총체이다. 셋째, 기업 이미지를 컨트롤하기 위한 기업 활동이다. 넷째, 기업의 관계자 집단에게 경영 이념과 기업 목적을 명확하게 인식시키기 위한 종합적인 커뮤니케이션 방법이다. 다섯째, CI란 기업 문화 그 자체이다. 마지막으로, CI란 기업의 현실을 파악하여 명확히 목표를 설정한 후 미래 지향적 비전을 만들어 그것을 순서에 따라 사내외에 체계적으로 확산시켜 나가는 경영 전략의 한 프로그램이다<sup>1)</sup>.

UI(university identify)란 말뜻 그대로 대학에서 사용하는 모든 시각표시물의 표준화 즉, VIS(visual identification standards)를 의미하며, VIS는 보다 넓은 범위의 공공기관이나 기업 등의 모든 시각표시물을 분명하고 객관적인 디자인 컨셉트(concept)에 의해 표준화 하는 것을 의미 한다.<sup>2)</sup> 즉 CI의 개념을 기업이 아

1) 외, 디자인사전, 안그래픽스, 1994, p52-4

2) 김원수, 광고학개론, 경문사, 1990, p25-6

닌 대학에 적용한 경우를 UI라고 한다.

## 2.2. 스타일 가이드의 개념

웹 스타일 가이드 (web style guide)란 웹 사이트 개발의 형식적인 표준을 제시하고 있는 지침서를 말한다. 웹 스타일 가이드는 일반적으로 웹 페이지의 형태로 구현되며 대내적으로 개발과 운영을 담당하는 팀에 의해 작성되고 보완된다.

웹 스타일 가이드는 크게 세 가지 목적을 달성하기 위해 제작된다. 첫째는 웹 사이트의 아이덴티티 표준을 준수하게 하여 기업의 브랜드 이미지를 재고하는 것, 둘째는 사용자 경험적 측면에서 일관성 있는 웹 사이트를 구축함으로써 사용자 만족을 달성하는 것, 셋째는 표준에 준수한 웹 사이트를 제작함으로써 개발 효율을 높임과 동시에 향후 유지 보수를 쉽게 할 수 있도록 하는 것이다.

일반적으로 웹 스타일 가이드의 목적은 웹 사이트의 아이덴티티 표준을 제시하여 온라인 브랜드를 창출하고, 각 부서 간 해당 웹 사이트별 역할과 위상을 정립하여, 이를 통해 일관성 있는 웹 서비스를 구현하여 궁극적으로 사용자 편의성 향상에 기여하기 위한 목적으로 제작된다. 즉 웹 스타일 가이드는 웹 CI를 위한 구체적인 전략을 명시한 메뉴얼이다.<sup>3)</sup>

## 2.3. 웹 아이덴티티의 개념 및 구성

웹 아이덴티티는 특정 사이트에서 사용자에게 부각시키고자 하는 이미지(기획된 연상과 의미)를 체계적으로 창조하고 유지하기 위해 필요한 요소들에 질서를 부여하는 행위와 그 결과라고 정의할 수 있다.

따라서 웹 아이덴티티는 특정 사이트가 그 사이트의 목표나 콘텐츠에 부합하게 만들고 다른 사이트와는 차별되는 특성을 갖게 하며, 가장 상위 페이지부터 가장 하부 페이지에 이르기까지 그리고 연관 관계에 있는 계열 사이트에 이르기까지 일관된 이미지를 주도록 하는 것이다.

먼저 웹 아이덴티티의 개념적 구조를 살펴보면, 기존 CI의 3대 요소는 전략적이고 체계적으로 기업의 정체

성을 확립하고 이미지를 유지하는 시각적 아이덴티티, 지속적인 기업의 문화표현, 즉 기업의 신념, 가치관, 철학, 정서 등을 언어로 표현하는 마인드적 아이덴티티, 기업이념을 통해 집단 특유의 행동양식을 표준화하고, 새롭게 형성된 기업문화를 무형의 자산 가치로 만들어 내는 행위적 아이덴티티였다. 그러나 인터넷과 웹 환경에서는 콘텐츠로 제공된 텍스트의 내용도 운율이나 명사형 종결을 사용하는 등 적절하고 일관된 체계를 부여함으로써 기업 이미지를 충분히 만들어 낼 수 있는 언어적 아이덴티티, 사용자 인터페이스를 통해 정체성을 구현하는 것을 말하는 사용자가 직접 몸으로 체험하면서 터득하게 되는 개별 사이트만의 사용 환경을 의미하는 체험적 아이덴티티가 생겨났다. 체험적 아이덴티티는 사이트의 성격에 따라 좌우 되는데, 특히 방문자의 계층이 다양하고 전달하고자 하는 콘텐츠의 분량이 클수록 중요성이 높아진다.

마지막으로 웹이 가진 영상매체로서의 특징을 그대로 살리는 정체성의 구축이라서 할 수 있는 멀티미디어적 아이덴티티가 있다. 이것은 움직임과 소리 등 웹이 가진 영상 매체로서의 풍부한 특징을 그대로 살려 기존 매체와 차별화 하는 아이덴티티로써 표현의 범주가 정적 이미지에서 동적 이미지로 옮겨지고 있고 시각에서 청각까지 차츰 넓어지고 있으며 이밖에 촉각이나 후각을 이용한 아이덴티티도 시도되고 있다.

기존에는 웹 사이트를 기획하고 디자인하는데 치중하는 경향이 많았으나 궁극적으로 소비자에게 제공할 수 있는 강력한 가치나 철학이 정립되어야만 웹 사이트 디자인이나 콘텐츠가 브랜드 파워를 높이는데 기여할 수 있다. 또한 웹 아이덴티티를 구축하기 위해서 가장 먼저 고려해야 하는 것이 테마인데 이러한 웹 아이덴티티 테마는 콘텐츠의 문맥이나 주제로부터 비롯된다.

웹 아이덴티티의 이해는 브랜드 아이덴티티의 이해에서 출발한다고 할 수 있으며 웹 환경 이전의 브랜드 아이덴티티 요소로는 브랜드 네임, 로고와 심볼, 캐릭터, 슬로건, 패키지 디자인 등이 있으나 웹 기반의 브랜드 아이덴티티는 이러한 구성 요소 중에서 패키지 디자인 대신 웹 사이트 디자인이 포함되며, 웹 사이트에 담기는 콘텐츠가 더욱 중요한 브랜드 요소가 된다. 이렇게 브랜드 아이덴티티를 구성하는 브랜드 요소 중에서 기업의 상황에 맞게 선택하여 사용하고자 할 때 기억성, 의미성, 전이성, 적용성, 방어성 등의 선택 기

3) , Web CI를 위한 Web Style Guideline, 웹마스터 클럽 세미나 발표 자료, 2000, p14

준을 고려하여 다양한 브랜드 요소의 조합과 결합을

시키는 것이 중요하다.<sup>4)</sup>

### 3. 대학의 웹 사이트 현황

오늘날 대학은 무한경쟁 상태에 놓여 있다. 저마다 보다 우수하고 많은 학생들을 유치하기 위한 경쟁은 치열하다. 이에 따라 대학홍보의 필요성은 커졌으며, 이에 각 대학의 웹 사이트의 비중은 날로 커지고 있다. 물론 대학의 웹 사이트 기능 중 홍보 뿐 만 아니라 학사 관리 측면에서도 막대한 기능을 담당하고 있다.

대한민국의 인터넷 인구는 날로 증가하고 있으며, 2004년 IMD의 국가경쟁력 평가 결과 2004년 자료에 따르면 대한민국의 초고속 인터넷 이용자 수는 세계 1위로 인구 일천 명 당 218명이 이용하고 있다.<sup>5)</sup>

2005년 9월 현재 교육인적자원부 홈페이지에 링크된 각 개학 홈페이지도 국공립 대학교 46개와 사립 대학교 155개, 국공립 대학(구 국공립 전문대) 15개, 사립 대학(구 사립 전문대) 143개에 이른다.<sup>6)</sup>

### 4. 국내 대학 홈페이지의 웹 아이덴티티 구현 현황

대학 웹 사이트의 아이덴티티 분석에 앞서 기업체 사이트들을 보면, 삼성그룹의 경우, 각 계열사들의 브랜드 전략에 따라 사이트가 구성되나 삼성그룹 전체에 걸친 통일된 아이덴티티를 전달하기 위해 푸른색을 주조색으로 사용하고, 그룹의 워드마크를 어느 정도 일정한 레이아웃으로 노출 시키고 있다. 각 계열사 사이트가 준수하여야 할 이러한 규정들은 웹 스타일 가이드를 통해 일관성 있게 적용되고 있다.<sup>7)</sup>

현재 많은 기업들이 구축하고 있는 웹 스타일 가이드

4) , 웹 아이덴티티와 웹스타일에 관한 연구, 일러스트레이션학 연구, Vol 10, 2002, p, 93-4

5) 정보통신부, 2004년도 정보통신 백서, [http://www.emic.go.kr/information/rep\\_whi\\_cor.jsp](http://www.emic.go.kr/information/rep_whi_cor.jsp)

6) 교육인적자원부, 학교정보검색, <http://www.moe.go.kr>

7) 강은정 외, 웹 아이덴티티를 위한 여덟가지 원칙, 정글프레스, 2005, p90

는 각 기업 아이덴티티 전략에 맞게 로고, 컬러, 레이아웃, 메인 이미지 컨셉, 네비게이션 규칙, 아이콘 및 타이틀 등의 비주얼 요소 등 여러 가지 면에서 규칙을 정하고 있다.

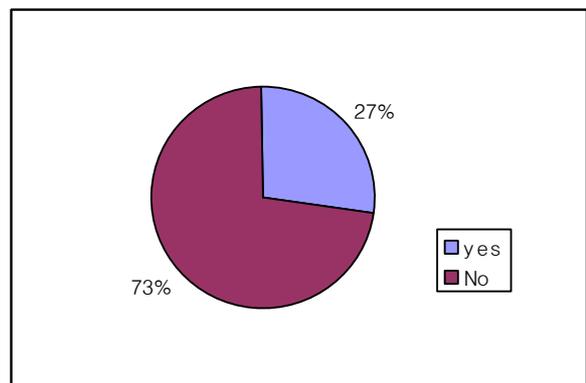
본 연구에서는 2005년 9월 현재 교육인적자원부 홈페이지에 링크되어 있는 158개 국공립 및 사립 대학(구 전문대) 홈페이지를 대상으로 웹 페이지를 분석하였다. 분석은 웹 아이덴티티 구현을 위한 전용색상의 일관된 사용, 로고 타입의 사용, 메인페이지의 주조 색조, 메인 페이지 레이아웃 구조분석의 네비게이션 구조, 그래픽 이미지의 사용 내용 등의 항목으로 각각 나누어 분석하였다.

#### 4-1 일관된 사용

각 대학 UI에서 정한 전용 색상을 대학 홈페이지 구성의 심볼 마크와 로고 타입에 일관되게 적용되었는지를 분석하였다. 조사대상 158개 홈페이지 중 48개(27%) 대학 홈페이지에서만 전용색상의 일관된 사용을 보였다.

전용색상의 일관된 사용의 사례는 생각보다 적어 조사된 경우의 27%정도 밖에는 적용되지 않았다.

실제로 각 대학 UI 심볼이 파란색의 심볼이 많이 사용되고 있고 메인 홈페이지에 이러한 파란색조의 색상을 많이 사용하고 있지만 파란색조이기만 할 뿐 느낌이 다르고 실제로는 차이가 나는 푸른색을 사용한 경우가 많아 이는 적절하게 일관된 색 규정을 지켰다고 보기 어려웠다.



[그림1] 전용색상의 일관된 사용

**4-1-1 사례**

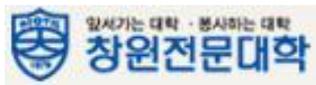
창원대학의 사례로 심볼 칼라의 색은 어두운 청색의 색임에도 불구하고 홈페이지에는 밝은 파랑의 심볼과 로고타입으로 표현되어 있다. 또한 대학의 인터넷에서는 또 다른 로고타입을 사용하고 있어서 일관성이 없다.



[ 2] 창원대학 메인홈페이지



[그림3] 홈페이지에 규정된 U에서 심볼의 전용색상 - 어두운 청색



[그림4] 창원대학 메인 홈페이지에 사용된 심볼과 로고타입 - 밝은 파랑



[그림5] 창원대학 인터넷에 사용되고 있는 심볼과 로고타입

**4-1-2 수원여자대학의 사례**

수원여자대학은 비교적 심볼의 전용색상을 메인홈페이지에 일관성 있게 사용하고 있는 경우로 잘된 표준사례라고 할 수 있다



[그림6] 수원여자대학 메인홈페이지



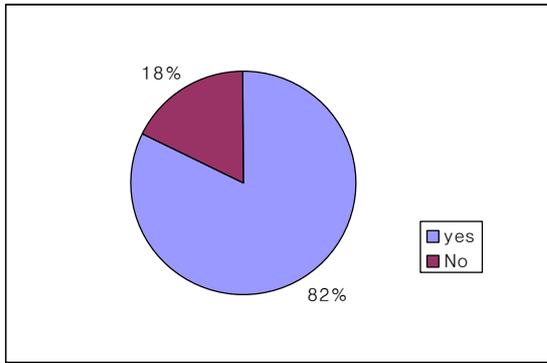
[그림7] 수원여자대학의 심볼 마크 - Red, Yellow, Violet



[그림8] 수원여자대학의 심볼 마크와 로고타입

**4-2 로고타입의 사용**

오프라인에서 사용하고 있는 대학의 UI의 로고타입과 홈페이지에 사용하고 있는 로고타입의 일치의 유무를 조사하였다. 이는 당연히 같아야하는 항목임에도 불구하고 적합하게 사용되는 않는 사례가 18%가 있었다.



[ 9] 대학 심볼의 로고타입 사용 유무

이는 매우 적절하지 않은 사례로 개선되어야 할 점이다. 82%의 많은 대학 홈페이지가 로고타입 규정을 따르고 있지만 이는 당연한 결과로 100%가 되어야만 할 것이다.

#### 4-2-1 사례

웅지세무대학의 메인홈페이지에 사용되고 있는 로고타입은 대학의 홈페이지에 실려 있는 UI의 로고타입과 틀린 로고타입이 적용되어 있다. 이는 반드시 개선되어야 할 사항이다



[그림10] 웅지세무대학의 메인홈페이지



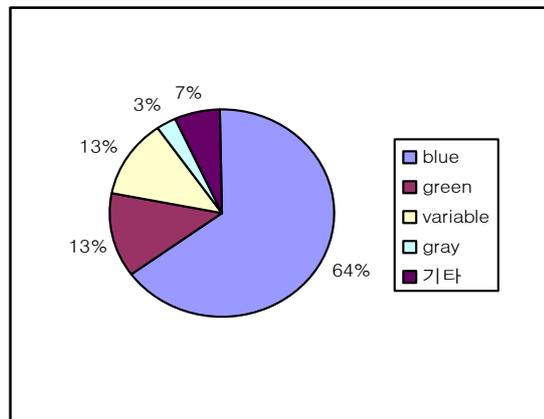
[그림11] 웅지세무대학의 메인홈페이지에 사용된 로고타입

## WATTC 웅지세무대학

[그림12] 웅지세무대학의 홈페이지에 실린 로고타입 규정

#### 4-3 메인페이지의 주조 색조

메인페이지의 주조색조는 놀랍게도 한 가지 색으로 통일되는 것을 알 수 있었다. 64%가 파란색 계열의 색조를 사용하고 있었고, 그 다음으로는 13%에서 녹색조를 사용하고 있었다.



[그림13] 메인페이지의 주조 색조

대학의 심볼 마크의 전용색상도 파란색 계열이 많은 것과도 연관이 있겠지만 대학이라는 특정한 집단의 표현 색으로 파란색 계열이 적합하다고 판단되어서 많은 대학에서 사용하고 있다고 생각된다. 하지만 절반이상이 파란색 계열을 사용하고 있다는 것은 타 대학과 구분되는 변별력이 떨어질 뿐 아니라 각 대학만의 아이덴티티 구현에는 부족하다고 생각 된다.

#### 4-3-1 경북대학사례

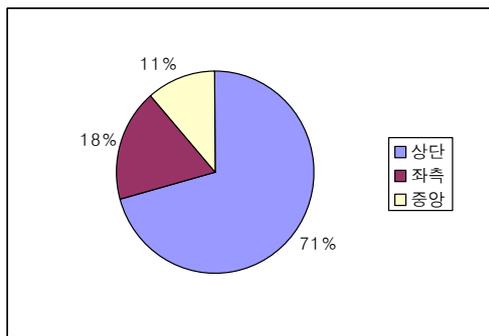
[그림14] 경북대학의 메인홈페이지

경북대학은 파란색 계열로 홈페이지를 구성한 사례로 전체적 색조구성과 절제된 파란색 계열의 사용으로 비교적 잘 만들어진 웹 사이트의 사례로 판단되며, 심볼의 색상과 메인메뉴의 색상, 배경의 색조를 통일시켜 사용하였다.



4-4 - 네비게이션의 구조

레이아웃 구조측면에서는 메인메뉴의 위치에 따라서 구분조사 하였다. 상단 네비게이션이 가장 많은 사례가 가장 많았으며 그 다음이 좌측 네비게이션 이었다. 상단 네비게이션은 다른 기업의 홈페이지에서도 가장 많이 사용될 만큼 사용성 측면에서 장점이 많다. 그중 대표적인 장점은 쉽게 눈에 뜨인다는 점과 콘텐츠 영역을 보다 넓고 자유로운 표현공간으로 활용할 수 있다는 점이다. 이러한 상단 네비게이션 구조는 콘텐츠가 풍부하고 방대한 사이트의 복합적인구조의 사이트에 적합하다. 대학 웹 사이트도 점차 양적인 면에서 확대되고 있는 상황에서 상단 네비게이션을 가장 많이 사용하고 있다고 판단된다. 그리고 이러한 상단 네비게이션을 사용시 웹페이지 디자인의 통일성을 유지하기 용이하고 사용자들의 접근성 및 사용의 편리성을 꾀할 수 있다고 판단된다.



[ 15] 레이아웃-네비게이션의 위치

#### 4-4-1 신흥대학 - 상단 네비게이션의 사례

[그림16] 신흥대학의 메인홈페이지



#### 4-4-2 마산대학 - 좌측 네비게이션의 사례



[그림17] 마산대학의 메인홈페이지

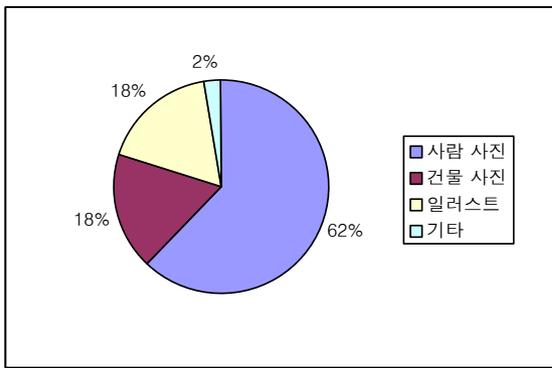
#### 4-4-3 경동정보대학 - 중앙 네비게이션의 사례



[그림18] 경동정보대학의 메인홈페이지

#### 4-5 그래픽 이미지의 사용

그래픽 이미지의 사용은 크게는 사진과 일러스트레이션사용으로 나눌 수 있다. 사진 이미지 중에서도 가장 많이 사용된 이미지는 사람사진 이미지이다. 62%가 사람사진 이미지였으며, 그 외에 18%가 건물사진 이미지이고 나머지가 일러스트레이션 등을 사용하였다. 사진을 이용한 이미지는 전하고자 하는 이미지를 직접적으로 강렬하게 전달한다. 그러나 차별화된 아이덴티티에 대한 관점으로 볼 때는 타 대학과 차별화된 이미지의 개발과 표현이 필요하다고 생각한다.



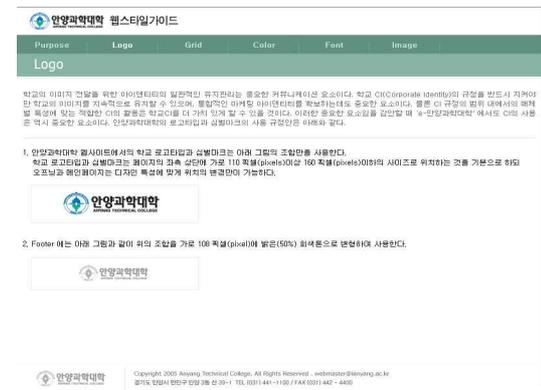
[ 19] 그래픽이미지 사용

#### 4.6 스타일 가이드의 사용

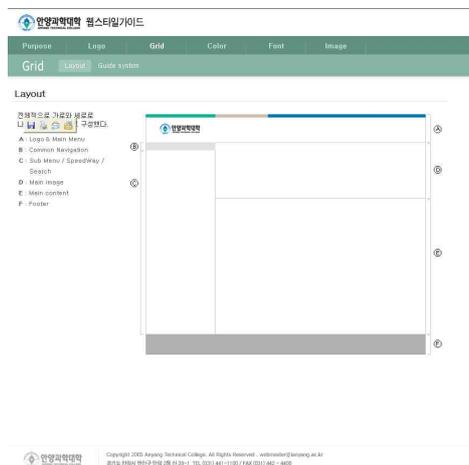
웹 스타일 가이드를 홈페이지에 명시한 경우는 거의 없으나, 안양과학대학의 경우 웹 스타일 가이드를 홈페이지에 명시하고 웹 스타일 디자인에서 명확히 따르고 있어, 상기 기술한 항목들의 적용의 좋은 사례가 된다고 판단된다.



[그림20] 안양과학대학 메인홈페이지



[그림21] 웹 스타일 가이드의 실례 1 - 안양과학대학



[그림22] 웹 스타일 가이드의 실례 2 - 안양과학대학

#### 4.

본 연구는 대학 웹 사이트 디자인의 웹 아이덴티티 구현을 알아보는 연구이다. 웹 아이덴티티의 구현의 정도를 평가하는 것은 상당히 주관적인 내용을 많이 포함하고 있으므로 논란의 여지가 있으나, 본 연구에서는 웹 아이덴티티의 구성 요소 중 객관적 평가가 가능한 항목들을 통하여 각 대학 홈페이지를 비교 분석하였다. 연구 조사 대상 중 27%의 대학에서 전용색상의 일관된 사용을 보였고, 로고 타입의 경우 82%에서 적절하게 사용되고 있었으며, 레이아웃의 구조 측면인 네비게이션의 위치는 상단 네비게이션이 다수를 차지하였다. 그러나 심볼의 색상이나 전체 구조색 등은 웹 아이덴

티티 구현을 고려함이 없이 홈페이지 수정시마다 컨셉이 변화하는 한시적 디자인이 관찰되고 있다. 이는 홈페이지 디자인 책임자가 UI의 개념이 없거나 대학 행정부서에서 웹 아이덴티티 구현의 개념 없이 사용하고 있음을 추측할 수 있는 예이다.

대부분의 대학 웹 사이트의 메인 페이지의 주조 색조가 푸른색 계통으로 사용되고, 학생들의 사진과 건물 사진들이 메인페이지를 차지하고 있는 것은 각 대학의 홈페이지들이 나름대로의 독특한 아이덴티티가 없으며, 차별화된 특성이 없음을 알 수 있다. 대학의 UI심볼과 로고타입은 정확한 규정 하에 웹 디자인에 적용되어야 하며 웹 아이덴티티를 구현하기 위해 웹 스타일 가이드가 도움이 될 수 있다. 이러한 웹 스타일 가이드는 소수의 대학에서만 제시되어 있다.

대학 홈페이지의 웹 스타일 가이드의 제정은 현시점에서 웹 아이덴티티구현을 위한 좋은 도구중의 하나이다. 웹 스타일 가이드에서는 UI 매뉴얼에 정해진 심볼 및 로고 타입의 색상과 형태, 바탕색, 네비게이션의 구조, 기본적 하부페이지의 레이아웃 등은 기본적으로 제시되어야 할 것이다.

저자는 본 연구를 통하여, 창의적이며 계획적이고 차별화된 웹 디자인으로 웹 아이덴티티를 구현하고, 이를 바탕으로 대학 아이덴티티의 확립이 필요하다고 생각하며, 부가적으로 웹 스타일 가이드의 제정 및 준수는 대학 홈페이지의 웹 아이덴티티 확립에 도움이 되리라고 생각한다.

- 1) 민철홍 외, 디자인사전, 안그래픽스, 1994, p52-4
- 2) 김원수, 광고학개론, 경문사, 1990, p25-6
- 3) 최연옥, Web CI를 위한 Web Style Guideline, 웹마스터 클럽 세미나 발표 자료, 2000, p14
- 4) 박유선, 웹 아이덴티티와 웹스타일에 관한 연구, 일러스트레이션학 연구, Vol 10, 2002, p, 93-4
- 5) 정보통신부, 2004년도 정보통신 백서, [http://www.emic.go.kr/information/rep\\_whi\\_cor.jsp](http://www.emic.go.kr/information/rep_whi_cor.jsp)
- 6) 교육인적자원부, 학교정보검색, <http://www.moe.go.kr>
- 7) 강은정 외, 웹 아이덴티티를 위한 여덟가지 원칙,

정글프레스, 2005, p90

8) 최미선, 디자인의 폭을 넓혀주는 웹스타일 북, 안그래픽스, 2003