

논문접수일 : 2012.06.20

심사일 : 2012.07.05

게재확정일 : 2012.07.23

UX 디자인 관점에서의 웹사이트 디자인 연구
- 포털사이트 네이버를 중심으로 -

The Web-site Design Study of UX Design Perspective
- Focused on Portal Site : NAVER -

주저자 : 김은숙

한양대학교 산업경영디자인대학원 시각디자인학과

Kim, Eun-Sook

Major in Visual Communication Design, Graduate School of Hanyang University

공동저자 : 공용택

한양대학교 산업경영디자인대학원 시각디자인과 / 강사, 예술학 박사

Kong, Yong-Taeg

Major in Visual Communication Design, Graduate School of Hanyang University /

Lecturer, Ph.D. Dept. of Arts

교신저자 : 성동선

가천대학교 미술디자인대학 시각디자인과 / 교수

Sung, Dong-Sun

Major in Visual Communication Design, Gachon University / Professor

1. 서론

- 1-1. 연구의 목적
- 1-2 연구의 방법 및 범위

2. 웹사이트의 시각적 구성요소와 UX디자인

- 2-1. 웹사이트의 시각적 구성요소
 - 2-1-1. 레이아웃(Layout)
 - 2-1-2. 색채(Color)
 - 2-1-3. 이미지(Image)
 - 2-1-4. 타이포그래피(Typography)
 - 2-1-5. 인터랙션(Interaction)의 개념
- 2-2. UX(사용자 경험)디자인
 - 2-2-1. 경험(Experience)의 개념
 - 2-2-2. 사용자 경험(User Experience)의 개념
 - 2-2-3. 사용자 경험 디자인(User eXperience Design)의 개념

3. UX디자인 관점에서의 네이버사이트 분석

- 3-1. 메인페이지 디자인
- 3-2. 아이트래킹(시선추적시스템) 적용사례
- 3-3. 블로그에서 찾아보는 경험디자인
- 3-4. 분석결과

4. 결론

참고문헌

논문요약

웹의 발전으로 디자인의 새로운 분야가 생기고 이전의 디자인과 달리 상호작용이 중요한 웹 디자인은 사용자경험 디자인이 중요하게 자리잡아가고 있다.

국내 인터넷의 시작은 1982년에 서울대학교와 전자통신연구소(KIET)를 중심으로 정보망 개설되면서 부터이며 빠른 속도로 성장해온 인터넷 웹사이트는 그 수가 엄청나게 증가하고 발전해온 반면 복잡한 레이아웃과 사용자를 고려하지 않은 인터페이스, 쉽 없이 넘쳐나는 정보들은 문제점이 아닐 수 없었다. 인터넷의 발전과 경쟁은 사용자 중심이라는 매우 중요한 요소를 충족시켜줄 때 소비자는 만족하게 될 것이고 이는 곧 좋은 기억으로 남을 것이다. 좋은 기억은 사용자에게 재방문의 계기를 만들어주게 됨으로서 매출 또는 성장과 직결된다 할 수 있겠다. 이렇듯 다양한 방면에서 사용자경험에 관심을 갖고 활발한 연구를 하고 있는데 비해 디자인분야는 학문적 연구에 있어 부족한 게 사실이다. 이에 본 연구는 UX디자인의 전개와 구조 특징을 분석하여 해결방안을 찾고자 하였으며 연구 방법으로 국내 대표적 포털사이트인 '네이버'를 사례로 연구 진행하였다. 관련 문헌과 선행 연구 자료의 분석과 실무 사례를 통해 나타난 연구의 결과는 단순 정보의 제공이 아닌 감성적 소비와 시각적, 시간적 차원에서의 정보의 질 적 향상을 도모하는 디자인이어야 한다는 것이다. 이는 사례 연구를 통해 실제로 기능을 높여 사용자의 경험을 높인 형태라 할 수 있겠고 다른 하나는 복잡한 UI를 단순화하여 특정기능만을 특화하는 '네이버'의 형태에서도 나타났다. 따라서 정보 제공자는 사용자 경험을 이해할 필요가 있으며 개인의 요구, 사고, 행동양식에 기준을 두고 흥미로운 과정을 제공하여 긍정적인 반응을 유도해냄으로서 사용자의 시각, 감성 등 정보의 조사와 습득과정에서 불필요한 요소는 제거하고 사용자의 편의와 효율성을 극대화해야 한다는 결과를 나타낸다. 사용자 중심 디자인 원리에 기반하고 있는 사용자경험(UX)디자인은 그 활용 분야가 매우 다양하며 불필요한 요소를 감소시켜주고 개발 효율성을 높여주는 역할을 한다. 본 연구의 UX디자인(User eXperience Design) 분석이 보다 효율적인 사용자 중심의 웹사이트 디자인의 활용 방안에 도움이 되기를 기대한다.

주제어

사용자경험디자인, 웹사이트 메인페이지, 인터랙션 디자인

Abstract

The start of the domestic Internet in 1982, and the Electronics and Telecommunications Research Institute, Seoul National University (KIET) around the SDN (SystemDevelopment Network) through the information network is established as the first. Let's look at the starting point for a full-fledged education in 1989, you can see the networks, network seobiseura. Since the WWW (World Wide Wed) With the advent of the Internet with consumers and businesses interested in business with their boom boom causes, such as has been growing rapidly. Internet web site has grown rapidly and has developed a dramatic increase in the number of users, while not considered a complex layout and interface, and drive the abundance information can not be a problem. User experience is very important factor when a user friendly experience, results, consumers will be satisfied with the good memories of it will remain soon. Returning to the user good memory made statement to give the instrument is directly connected with or growing revenue do emerge so it get da be. Interested in various aspects of the user experience, which has a vigorous research and design field, compared to the fact that scientific research is lacking in. This analysis of UX design is looking for a solution. Based on user-centered design principles and user experience (UX) design is indeed a variety of areas that leverage and reduce unnecessary elements and serves as the development and improve efficiency. This study design, UX (User eXperience Design) by analyzing the user-friendly and more efficient ways to use web site design was proposed

Keyword

User experience design, Web site main page, Interaction Design

1. 서론

1-1. 연구의 목적

웹은 효과적인 홍보전략 도구이며 동시에 소통의 채널이기도 하다. 우리나라의 웹은 다른 나라에 비해 일찍 생활화 되었으며 보편화 되어있다. 사람들은 웹을 통해 생각을 나누고, 소식을 전하며, 다양한 문화들을 새롭게 만들어 나가고 있다. 최근 스마트폰과 태블릿PC의 보급으로 시간과 장소의 제약을 받지 않고 정보를 이용하고 나누며 공유한다. 이러한 면에서 웹은 더 많은 변화와 발전 가능성을 보여주고 있다. 이러한 반면 넘쳐나는 정보와 복잡한 시각적 구성요소들은 사용자를 배려하지 않고 시시각각 다양한 형태로 쏟아져 나오고 있다. 삶의 가치를 중요시 하는 현대인들은 단순히 기업이나 단체의 목적에 의한 정보의 공급이 아닌 감성적 가치를 포함한 정보의 질적 향상을 원하고 있다. 이러한 관점에서 살펴볼 때 사용자의 경험을 바탕으로 한 전략적 웹 디자인의 필요성이 중요해진 시점에서 실제 웹사이트 디자인 사례 연구를 통해 그 의미와 특징을 분석하고 사용자 중심 디자인의 방향을 제시하고자 한다. 연구 사례로는 국내 최대의 포털사이트인 '네이버'를 사례로 연구하고자 한다.

1-2. 연구의 방법 및 범위

본 논문에서는 웹페이지를 보다 효율적으로 디자인하기 위한 연구의 방법으로 참고문헌을 통한 자료의 수집과 정리, 그리고 논문 등 선행 연구 자료를 1차 분석하였다. 이어 실제 연구 사례로 국내 최대의 포털사이트인 '네이버' 웹 디자인을 UX(사용자경험) 관점에서 유형분석을 시도하였다. 관련 문헌 연구와 함께 정렬방식에 따른 사례 분석을 통해 웹 페이지 디자인에서 효과적인 UX(사용자경험)시스템을 갖춘 실제 사례 분석을 종합하여 연구를 전개하였다.

2. 웹디자인의 시각적 구성요소와 UX디자인

2-1. 웹디자인의 시각적 구성요소

김대환 (2002)는 웹디자인의 구성요소중 시각적 구성요소는 레이아웃(Layout), 색채(Color), 이미지(Image), 타이포그래피(Typography) 등이 있으며 해당 요소 중 레이아웃(Layout), 이미지(Image), 타이포그래피(Typography)는 인터랙션(interaction)과 함께 정보전달을 포함한 표현매체로서의 역할을 한다고 주장한다.

2-1-1. 레이아웃(Layout)

제한된 공간 안에서 각각의 구성 요소들의 크기나 위치를 결정하여 배치하고 효과적으로 정리하는 것을 레이아웃이라 한다. 이때 기본 조건인 주목성, 가독성, 명쾌성, 조형성, 창조성 등을 고려하여야 한다.

김소영, 이지수(2003)은 [표 1]에서 보는바와 같이 다양한 레이아웃 방법 중 대부분의 사이트는 다음의 세 가지 범주로 구분된다고 주장하고 있다.

기본적인 형식 (Formal_simple)	혼합적인 형식 (Formal_complex)	실험적 구성 (Informal_experimental)
기본적인 레이아웃	복합적인 콘텐츠 구성	과감한 레이아웃
단순한 정보전달체계에 적합	정보전달 체계에 적합	실험적인 내용과 구성
간편한 사용자 접근	의도적인 사용자 유도 강화	자유로운 컨셉 표현
간단한 구조의 사이트	신문, 교육 사이트	아티스트, 디자인회사, 웹진, 게임

[표 1] 목적에 따른 웹사이트 레이아웃형식

2-1-2. 색채(Color)

웹에서의 색상 표현은 빛의 혼합체계인 가변혼합의 원리로 표현된다. 웹 컬러의 기본 사용은 모니터 화면으로 RGB(Red, Green, Blue)모드를 기반으로 사용한다.

홍주현(2006)은 웹페이지에 표현되는 모든 시각요소들은 색과 함께 나타난다. 각각의 색은 심리적인 특성을 갖는데 일반적으로 명도가 높은 색은 명도가 낮은 색보다 가볍다고 느끼며, 채도가 높은 색일수록 화려하게 느껴진다고 주장하고 있다.

이렇듯 색이 주는 심리적인 효과로 홈페이지를 대하는 사용자들에게 다양한 경험을 하게하는데 이는 컬러를 통한 효과적인 표현을 위해서는 컬러를 바탕으로 한 웹 컬러 컨셉 및 컬러 계획의 수립이 매우 중요하다는 것을 의미한다.

2-1-3. 이미지(Image)

웹에서의 이미지는 로딩시간에 가장 큰 영향을 미친다. 용량이 클수록 로딩 시간이 길어지고 작을수록 이미지의 질이 떨어지므로 적절한 포맷을 사용해야 한다.

홍민정(2001)은 웹페이지의 이미지는 일러스트레이션, 사진, 애니메이션, 동영상 등으로

나뉘며 콘텐츠로의 이동을 위한 메뉴, 이벤트나 광고 목적의 배너, 내용의 설명을 돕는 사진, 움직이는 애니메이션, 소리와 영상을 담은 동영상 등 사이트의 성격에 따라 다르게 표현된다고 주장하고 있다.

웹에서 사용되는 파일포맷 형식으로는 크게 256색 상으로 제한되는 인덱스(Index)모드를 전용으로 지원하는 파일포맷 형식인 GIF파일과 RGB모드와 CMYK 모드 둘 다 지원하는 파일포맷이며 압축률이 가장 높은 파일포맷 형식인 JPEG파일과 손실 없는 압축법이 기도하며 GIF파일포맷을 보완하기 위해 만들어진 PNG-8파일이 있다.

2-1-4. 타이포그래피(Typography)

웹에서의 타이포그래피는 가장 효율적인 정보 전달 방법이다. 웹의 특성상 모니터는 저해상도로 글자를 보여주기 때문에 서체의 선택이 중요하다. 따라서 세리프 체보다 산세리프체가 가독성과 판독성이 높다.

박경옥(2002)는 타이포그래피의 정의를 글자와 글자가 위치한 공간, 레이아웃 되어 있는 모양 등의 글자로 디자인된 상태 및 과정 모두를 폭넓게 '타이포그래피'라고하며 구성요소로는 문자의 배열, 행간, 서체, 자간 등이 있다고 주장한다.

2-1-5. 인터랙션(Interaction)의 개념

인터랙션(Interaction)의 용어는 inter 와 action 이 결합된 단어로 inter 는 사이, 상호 또는 관계를 의미하고 action은 행동, 행위를 의미하여, 상호관계, 혹은 사이에서 발생하는 행위, 경험, 사건으로 설명할 수 있다. 자연과 사회의 모든 현상은 이와 같은 상호 작용, 상호 연관을 맺고 있으며, 그러한 가운데 서로 분리될 수 없는 연결을 맺고 있다(정은주, 2006).

2-2. UX(사용자 경험)디자인

사용자 경험디자인(User Experience Design)에 대한 관심은 다양한 분야에서 높아지고 있으며 학문적으로도 서로 깊은 관계를 맺고 있다. 하지만 다양한 분야에서 관심을 갖고 연구되고 개발되어 소비자들에게 다양한 경험을 제공하는 동안 사실 웹페이지의 디자인은 사용자의 편리성을 무시해 왔었다. 웹의 특성상 쌍방향의 소통이 가능함에도 불구하고 대부분의 사이트는 일방적인 정보제공을 하고 있으며 특별한 사용설명서도 없다. 사용자는 불편함을 감수하고 스스로 알아내어 찾아보아야 한다. 그렇다면 사용자 경

험 디자인(User Experience Design)이 웹페이지에 어떠한 변화를 가져다 줄 수 있는지 알아보고자 한다. 그러기 위해서는 우선 개념적 접근으로 시작해 보아야 한다.

노주환(2011)은 사용자 경험 디자인이고 사용자 경험 디자인(User Experience Design)을 이해하기 위해서는 사용자 경험(User Experience)을 이해할 필요가 있으며, 또 사용자 경험(User Experience)을 이해하기 위해서는 경험(Experience)에 대한 이해가 선행되어야 한다고 말한다.

2-2-1. 경험(Experience)의 개념

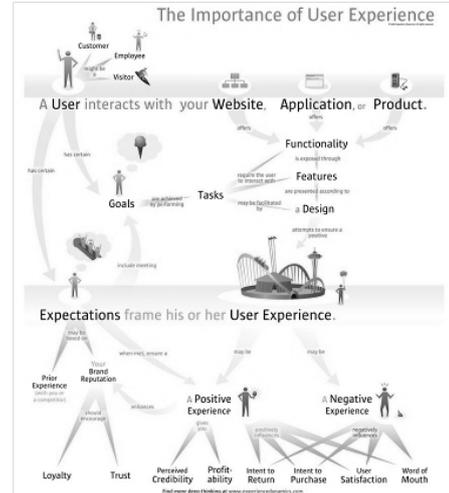
경험은 체험과 같은 의미로 사용되며 인간의 감각 기관을 통해 얻어지는 과정의 결과물이다. 경험은 과거지향적인 개념이며 사람마다 각기 다르게 인지될 수 있다. 사전적 의미의 경험을 찾아보면 네이버백과에서는 ‘인간이 감각이나 내성(內省)을 통해서 얻는 것 및 그것을 획득하는 과정’이라고 하였고, 위키 백과에서는 ‘일반적인 관점으로서의 경험(經驗) 또는 체험(體驗)은 사물이나 사건에 노출되거나 수반됨을 통해 얻는 물건이나 사건의 관찰이나 기술의 지식을 이루고 있다. 경험의 개념은 보통 비결이나 명제적 지식보다는 절차적 지식을 일컫는다.’고 설명한다. 경험은 결과가 긍정적이더라도 경험을 형성하는 과정이 긍정적이지 못했다면 만족도는 낮게 나타나는데 이런 법칙은 인터랙티브 디자인에 적용할 수 있다. 경험이 과거지향적인 것처럼 인터랙티브 디자인 역시 사용자의 경험을 바탕으로 과정을 갖는 결과물이므로 과거 지향적이어야 할 것이다.

2-2-2. 사용자 경험(User Experience)의 개념

경험은 저절로 생기는 것이 아니며 대상과의 상호 작용 속에서 이루어짐을 알 수 있다. 대상의 범위는 상당히 포괄적이지만 경험은 지극히 개인적인 영역이므로 사람마다 다르게 형성된다. 사용자경험을 이해한다는 것은 개인의 요구, 사고, 행동양식에 관심을 기울여야 한다는 것이며 또한 이를 근거로 흥미로운 과정을 제공하여 긍정적인 반응을 유도해내는 것이다. ‘위키백과’에서의 사용자 경험(User Experience)은 사용자가 어떤 시스템, 제품, 서비스를 직, 간접적으로 이용하면서 느끼고 생각하게 되는 총체적 경험을 말한다고 한다. 단순히 기능이나 절차상의 만족뿐 아니라 전반적인 지각 가능한 모든 면에서 사용자가 참여, 사용, 관찰하고 상호 교감을 통해서 알 수 있는 가치 있는 경험을 말하고, 긍정적인 사용자 경험의 창출은 산업디자인, 소프트웨어 공학, 마케팅 및 경영

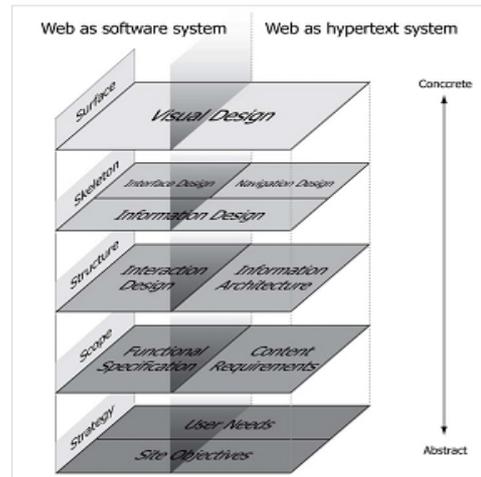
학의 중요과제이며 이는 사용자의 니즈의 만족, 브랜드의 충성도 향상, 시장에서의 공공을 가져다 줄 수 있는 주요 사항인 것이다.

이승자(2008)는 부정적인 사용자 경험은 사용자가 원하는 목적을 이루지 못할 때나 목적을 이루더라도 감정적, 이성적으로나 경제적으로 편리하지 못하거나 부정적인 반응을 불러일으키는 경험을 하게 되는 경우도 발생할 수 있다고 주장하였다. (그림1 참고)



[그림 1] 사용자경험의 중요성을 나타낸 포스터

제시 제임스 게러트(2003)은 사용자경험의 요소로는 전략, 범위, 구조, 윤곽, 표면요소가 있으며 소비자의 요구와 사이트의 목표로 시작되는 전략단계에서는 비교적 추상적이었던 것이 표면단계로 갈수록 구체화 된다. 이 요소들은 사용자 경험의 문제들과 이를 해결하기 위해 사용되는 도구들의 개념적 틀이 된다고 주장한다. (그림2 참고)



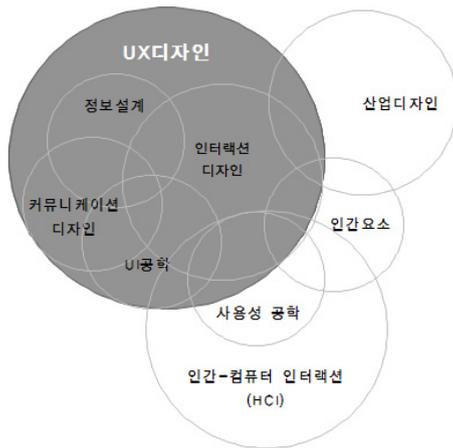
[그림 2] 사용자 경험요소와 그 상관관계

2-2-3. 사용자 경험 디자인(UX Design)의 개념

사용자 경험 디자인(User eXperience Design)은 단어 그대로 사용자 경험 디자인이다. 사용자의 경험

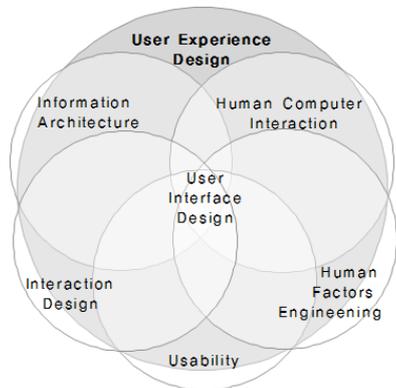
을 바탕으로 진화해 나가는 디자인이라 말할 수 있다. 최근 들어 자주 듣게 되는 '사용자 경험'이라는 말은 디자인, 서비스, 마케팅, 기술 등 분야를 막론하고 핵심 개념으로 자리매김 하고 있다. 사용자를 감동시키는 서비스, 사용자를 놀라게 하는 기술 등이 모두 사용자의 경험을 중요시하고 각 분야에 적용한 결과라 할 수 있다. 위키 백과에서 말하는 사용자 경험 디자인(User eXperience Design, UXD)의 정의는 '사용자가 제품, 서비스 혹은 시스템을 사용하거나 체험하는 데 있어 지각하는 것이 가능한 조직적 상호교감적인 모델을 창조하고 개발하는 디자인의 한 분야이다.

덴세퍼(2008)는 사용자 경험 디자인은 사용자 중심 디자인의 원리에 기반하고 있어 인간공학, 인간과 컴퓨터(Usability Engineering) 분야와 많은 공통된 요소를 가지고 있다. 또한 사용자 경험 디자인은 다학제적인 성격을 가지고 있어 심리학, 인류학, 컴퓨터 공학, 마케팅, 그래픽 디자인 및 산업 디자인 분야와 깊은 관련을 맺고 있다.'고 설명하고 있다.(그림3, 4 참고)



[그림 3] User eXperience Design과 겹치는 분야

이승자(2008)는 브랜드 아이덴티티 구축 요소로서 사용자 경험 디자인의 영역을 [그림 4]와 같이 정의 하였다.



[그림 4] User eXperience Design영역 정의 사례

3. UX디자인 관점에서의 네이버 사이트 분석

본 연구는 사용자경험 디자인을 적용한 사례를 네이버에서 찾아보고자 한다. 사용자경험 디자인은 사용자의 경험이 가장 중요한 요소이다. 여기에 홈페이지의 성격, 홈페이지의 변화, 가져야 할 요소들 등 다양한 각도에서 웹사이트에 적용된 디자인을 이해할 필요가 있다. 이에 사용자경험 디자인이 적용된 네이버를 사례로 분석해 보고자 한다.

3-1. 메인페이지 디자인

홈페이지 메인페이지를 디자인할 때 UI는 복잡하지만 기능을 많이 넣어 사용자 경험을 높일 것인지, 기능을 단순화 시켜 특정 기능을 특화해 사용자 경험을 높일 것인지 고민에 빠지게 된다. 현재 네이버는 이 두 가지 형태를 모두 제시하고(그림 5, 6 참고) 사용자의 변화에 집중하고 있다. 하지만 여전히 기능과 정보를 많이 넣은 디자인이 주가 되어 사용되고 있었으며 기능을 단순화시켜 특정 기능을 특화한 디자인은 사람들로 부터 외면당하고 있다. 이는 오랜 시간을 두고 반복적으로 사용되어 나타나는 현상으로 익숙한 경험의 반복이라고 할 수 있겠다.



[그림 5] 기능을 많이 넣어 사용자 경험을 높인 형태 (출처 <http://www.naver.com>)



[그림 6] 기능을 단순화시켜 특정 기능을 특화한 형태 (출처 <http://www.naver.com>)

3-2. 아이트래킹(시선추적시스템) 적용사례

‘검색’으로 대표되는 네이버는 시선추적시스템(Eye-Tracking System)을 통해 사용자들이 어떻게 검색결과를 살펴보는가를 알아낸다.



[그림 7] 시선흐름 순서 및 머무는 시간
(출처: http://naver_diary.blog.me/ NHN)

시선 추적 시스템이란, 말 그대로 ‘사용자의 시선(eye)의 움직임을 추적(Tracking)해 보여주는 장치’다. 네이버는 화면의 시각적 효율성이나 사용의 편의성 등을 알아보기 위해 시선추적 시스템을 적극적으로 활용하고 있다. 시선추적 테스트는 참가자들에게 다양한 과제를 내주고, 참가자들이 이를 어떻게 수행하는지 면밀히 관찰하는 방식인데 테스트를 진행하는 동안 컴퓨터에 연결된 시선추적 시스템은 참가자의 시선의 움직임을 기록해, Gaze Plot이나 Hotspot Image과 같은 결과물을 만들어주게 된다. (그림7 참고)이렇게 얻어낸 결과로 사용자들이 ‘원하는 정보’를 최상의 자리로 위치하게 한다. 여기엔 반드시 사용자 인터뷰(1:1 In-Depth Interview)가 이루어지는데 그 이유는 사용자마다 행동방식의 차이가 있기 때문이다.



[그림 8] 시선흐름 분석결과
(출처: http://naver_diary.blog.me/ NHN)

시선흐름 분석결과를 통해 얻어낸 정보로 네이버는 많은 변화를 해왔다. 그 첫 번째로는 2009년 네이버 홈 개편과 함께 로그인창의 위치를 좌측상단에서 우측상단으로 옮긴 것이라 할 수 있다. (그림9 참고)



[그림 9] 왼쪽에서 오른쪽으로 이동한 로그인 창
(출처: http://naver_diary.blog.me/ NHN)

로그인 창 위치가 사용성에 미치는 영향을 알아보기 위해 시선흐름 분석에서 로그인에 대한 사용성 테스트를 병행하였는데 그 결과는 [표2]와 같다.

Case	Result
좌측 상단의 로그인 창	로그인 창을 발견하고 로그인을 수행하는 과정에서 실패율이 거의 발생하지 않았음.
우측 상단의 로그인 창:	로그인 창을 발견하고 로그인을 수행하는 과정에서 실패율이 거의 발생하지 않았음.
우측 상단의 로그인 링크	로그인 창을 발견하거나 로그인을 수행하는 데 상대적으로 많은 시간이 소요되었으며, 로그인에 실패하는 경우도 발생

[표 2] 국내포털 사이트 로그인방식을 기준으로 시선흐름 분석결과
(출처:http://naver_diary.blog.me/)

로그인에 대한 사용성 테스트 결과를 비롯해 시선흐름(Eye Tracking) 등 종합적인 분석에서 나타난 결과로는 첫 번째로는 네이버는 로그인 영역을 최종적으로 오른쪽으로 이동하되 기존 네이버 홈의 로그인창과 동일하게, 영역 내에서 최상단에 배치하고 아이디와 비밀번호 입력창을 직관적으로 노출하며 보안설정과 로그인 창의 전체적인 크기를 이전보다 크게 디자인해서 보다 쉽게 인지할 수 있도록 구성 하였다.

두 번째로는 페이지 구성요소의 클릭률 분석과 이용자의 시선흐름 분석(eye tracking)결과 나타난 몇 가지이다. 이는 전체적으로 콘텐츠를 쉽게 볼 수 있도록 편의성을 강화한 것과 Blind Area없이 서비스를 효율적으로 이용할 수 있는 구조로 전환한 점, 그리고 로그인, 검색창, 서비스메뉴를 편리하게 이용할 수 있도록 위치나 디자인을 강화하는 것이 필요하다고 판단 3단에서 2단으로 과감하게 메인페이지의 구조를 변화시킨 것으로 나타난다. (그림10 참고)



[그림 10] 2단 구성 네이버(좌), 3단 구성 네이버(우)
(출처: <http://www.naver.com>)

3-3. 블로그에서 찾아보는 경험디자인

인간의 선천적인 활동 중 하나가 수집하기다 (Christian Crumlish, 2011). 다양한 경험을 기억하기 위해 사람들은 다양한 형태로 수집하기를 하는데 온라인 에서는 예외는 아니다. 셀던 그린버그는 수집하기를 통해 사람들은 개인적 아이덴티티를 형성하고 이것은 삶에 있어 안정감을 주며 소속감을 갖게 하며 예측 능력을 기르는 방안이라고 설명한다.



[그림 11] 블로그에서 나타나는 수집활동
(출처: <http://www.naver.com>)

[그림11]에서 보는 것처럼 블로그에서 작성한 글은 블로그에서만 머물지 않고 다양한 사이트로의 공유를 통해 정보를 수집하게 한다. 이렇게 수집된 정보들은 태그 달기나 메뉴를 설정해 수집된 정보를 정리할 수 있으며, 쉽게 찾을 수 있도록 도와준다.



[그림 12] 구독하기를 통한 수집활동
(출처: <http://www.naver.com>)

블로그에서 찾아볼 수 있는 구독하기는 재방문을

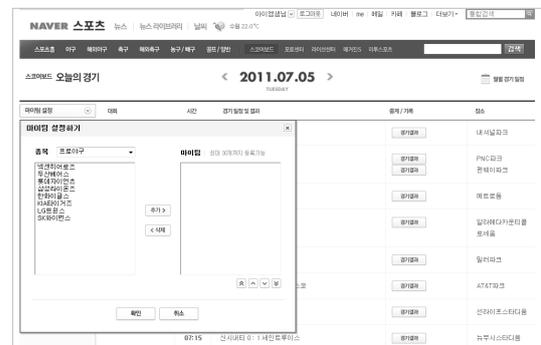
통해 새로운 글을 검색할 필요 없이 얻고자 하는 정보를 구독하는 형식으로 새로 작성된 글을 실시간으로 알려주는 기능이다. 이러한 활동들은 경험을 기억하기 위한 수집 활동이라 할 수 있겠다. (그림12참고)

이밖에도 사용자경험을 바탕으로 한 디자인을 찾아볼 수 있는데 그중 하나가 네이버 스포츠이다. 사용자들이 스포츠와 관련된 다양한 정보를 즐길 수 있도록 하자는 취지아래 2009년 6월 '네이버 스포츠 홈'을 신설하게 된다. 관심 있는 정보를 찾아보기 까지 거쳐야 하는 단계는 복잡하고 불편한 게 사실이다. 가장 문제가 되는 부분은 스코어정보의 배치였는데 기획과 디자인 부서간의 치열한 고민 끝에 스코어보드를 웹페이지 상단에 배치하기로 결정하였는데 이는 스포츠에서 가장 핵심이 되는 정보를 사용자가 웹사이트를 방문하였을 때 가장먼저 보게 되는 위치에 배치하도록 한 이유이다.(그림13 참고)



[그림 13] 네이버 스포츠 홈페이지 상단에 위치한 스코어보드 (출처: <http://www.naver.com>)

스코어보드 배치 후 더 깊은 정보, 더 빠른 접근을 원하는 소비자를 위해 '개인화'를 지원하게 되는데 페이지 우측 상단의 '설정' 버튼을 누른 후 '스코어보드 페이지' 안에 '마이팀 설정' 버튼을 통해 자신만의 경기 정보 접근 방식을 설정하게 된다. (그림14 참고)



[그림 14] 네이버 스포츠 '마이팀' 설정방법
(출처: <http://www.naver.com>)

이렇게 설정된 마이 팀은 스코어보드 페이지 상단에 노출되고, 홈의 상단에서도 '마이팀'이라는 버튼을

통해 확인이 가능하다. 네이버는 웹사이트 UI 설계 시에 디자인적인 측면에서 사용자들이 어떤 것에 더 익숙하며 어떤 동선으로 마우스를 움직여 클릭하는지에 대해 일찍부터 고민해왔고 새로운 방법으로 다양하게 노력하고 있다. 이 때문에 네이버의 UI는 사용자 경험디자인이 적용된 가장 적합한 사례라 할 수 있겠다.

3-4. 분석결과

포털사이트 순위 1위인 네이버는 사용자에게 메인 페이지 디자인을 2가지 형태로 제공하고 있었는데 그 중하나는 기능을 높여 사용자의 경험을 높인 형태라 할 수 있겠고 다른 하나는 복잡한 UI를 단순화하여 특정기능만을 특화하는 형태라 할 수 있겠다. 네이버는 위의 두 가지 형태를 모두 제공함으로써 사용자가 선택하게 하는 시스템을 선보이고 있었다. 하지만 경험에 익숙한 사용자들은 여전히 복잡한 UI를 선택하고 있었는데 이는 복잡한 UI가 좋은 디자인이라는 것과는 다른 의미로 오랜 시간을 두고 경험에서 오는 습관의 익숙함이라 할 수 있겠다. 이에 정보제공자는 사용자경험을 이해할 필요가 있는데 개인의 요구, 사고, 행동양식에 기준을 두고 이를 근거로 흥미로운 과정을 제공하여 긍정적인 반응을 유도해냄으로서 사용자의 시각, 감성 등 정보의 조사와 습득과정에서 불필요한 요소는 제거하고 사용자의 편의와 효율성을 극대화해야 한다는 결과를 나타낸다. 네이버는 다양한 연구를 통해 웹사이트의 화면구성을 최적화하고 있는데 연구 방법 중 하나로 아이트레킹을 활용하고 있었다. 이렇게 얻어낸 결과를 바탕으로 네이버는 상당부분을 재배치하거나 레이아웃의 형태를 변화시켰다. 이러한 예들은 사용자를 염두 해둔 사용자 중심의 디자인의 사례들이라 볼 수 있는데 복잡한 UI를 여전히 고수하고 있다는 점은 다양한 연구 결과와는 다르게 수정되어져할 할 부분이라고 여겨진다. 이러한 점에서 살펴볼 때 네이버 외의 다른 포털사이트에서도 여전히 복잡한 UI를 고수하고 있음을 알 수 있는데 이러한 관점에서 살펴볼 때 사용자의 경험을 바탕으로 한 전략적 디자인의 필요성은 매우 중요하다고 볼 수 있다.

4. 결론

인터넷이 대중화 되면서 이와 함께 새로운 많은 직종들이 생겨났으며 그 중에서 웹 디자인이라는 새로운 디자인 분야가 생겨났고 지금은 일반화된 직업군이 되었다. 인터넷 사용 인구의 급속한 증가와 함

께 웹 디자인에 대한 관심 또한 증가했다. 그와 더불어 웹 디자인에 관련된 지식과 기술 또한 빠르게 변하고 있다. 웹페이지 상에서 표현되고 있는 수많은 정보와 시각적인 구성요소들은 사용자들로 하여금 그 웹사이트의 이미지를 형성하는 주요한 요인이 되며, 이러한 요소들의 일관성 있는 구성은 사용자가 정보를 인식하는데 있어서 매우 중요하다. 사용자들은 웹 사이트 상에서 경험을 통한 평가 또는 반응을 하는데 이에 따른 상호작용의 결과는 긍정적이든 부정적이든 간에 지속적인 인상을 남길 수 있다. 사용자의 만족도와 지속적 방문을 통한 인지도 상승을 위해선 사용자에 대한 이해가 중요하다. 더 이상 사용자를 배려하지 않은 디자인, 단순히 정보전달의 기능으로 화려한 색채로만 호기심을 자극하는 디자인만으로는 디자인의 기능과 목적을 다했다고 볼 수 없다. 정보의 제공자는 사용자의 요구사항과 사용 환경을 분석하여야 하며 반드시 사용자 경험에 대한 지속적인 관심과 이해가 필요하다. 사용자가 어떻게 행동하고 생각하는지, 무엇을 원하는지를 알아내야 하고 사용자 경험 디자인(User eXperience Design)의 분석단계를 거쳐 사용자의 편의와 효율성을 높여야 한다. 앞서 사용자 경험 디자인(User eXperience Design)이 적용된 사례를 통해 어떻게 차별화 되고 유용한 서비스가 될 수 있는가를 고려하고 심미성 및 사용의 편리성이 포함되어 있어야 하겠다. 사용자 중심 디자인 원리에 기반하고 있는 사용자 경험 디자인(User eXperience Design)은 그 활용분야가 매우 다양하고 이것들은 서로 상호 보완적인 관계를 유지하고 있다. 이와 같이 웹 사이트를 디자인함에 있어 사용자 경험 디자인(User eXperience Design)은 형식적 요소를 감소시켜 주고 실질적으로 효율성을 높여주는 역할을 할 것이다. 하지만 본 연구는 국내의 대표적 포털인 네이버의 실무 자료를 토대로 분석되었으므로 실질적인 장점이 있으나 분석 자료 포화상태에 따른 착안점의 한계 및 각기 경영, 목적 등 성격이 다른 타 포털사이트에는 일반화하기 어려운 부분이 있을 수 있는 점은 본 연구의 제한점으로 작용한다 할 것이다.

참고문헌

- 구자관. (2010). 「UX 기반 차세대 데이터 방송 서비스에 관한 연구」. 성균관대학원 석사학위논문.
- 김대환. (2002). 『WEB DESIGN개론』. 서울: 영진닷컴.
- 김소영. 이지수. (2003). 『웹디자인 기획 및 실무』. 서울: 이한출판사.
- 김용진. (2010). 「웹 접근성을 고려한 웹디자인 관

- 리에 관한 연구」. 성균관대디자인대학원.
- 김지훈. (2002). 『성공하는 웹디자인 프로젝트의 비밀』. 서울: 비비컴.
 - 김진영. (2008). 「UX Design을 적용한 E-Commerce Guide 유형연구 : 사용성 향상을 위한 Web2.0 Marketplace 중심으로」. 국민대 테크노디자인전문대학원 석사학위논문.
 - 김창겸. (2006). 「웹 어플리케이션 개발을 위한 UI 디자인 패턴 모델 개발과 효용성에 관한 연구」. 홍익대광고홍보대학원.
 - 노주환. (2011). 『UX DESIGN 사용자가 경험하는 모든 것을 디자인하라』. 서울: 멘토르.
 - 박경옥. (2002). 「Digital Communication 수단으로서의 타이포그래피에 관한 연구」. 신라대대학원 석사학위논문.
 - 서형남. (2007). 「웹사이트에서의 타이포그래피 디자인에 관한 연구 : 키네틱 타이포그래피 중심으로」. 광주대산업대학원 석사학위논문.
 - 손기훈. (2003). 「웹디자인 스타일의 포물러화를 통한 그리드시스템 활용에 관한 연구」. 동양대 대학원 석사논문.
 - 신영. (2003). 『메인 페이지 디자인』. 서울: 영진닷컴.
 - 이승자. (2008). 「브랜드 아이덴티티 구축 요소로서의 사용자 경험 디자인」. 홍익대대학원 박사학위논문.
 - 전미영. (2006). 「국내 포털사이트 사용자 인터페이스(UI) 변화 연구 : 메인페이지의 검색과 뉴스 레이아웃을 중심으로」. 연세대언론홍보대학원 석사학위논문.
 - 정은주. (2006). 「디지털 사회의 감성 인터랙션 공간디자인 개념과 사례분석 연구」. 연세대대학원. 석사학위논문.
 - 최은주. (2004). 「웹디자인에서의 효율적인 타이포그래피 운용에 관한 연구」. 경희대 아트퓨전디자인대학원.
 - 최지은. (2010). 「웹 2.0환경에서의 UX디자인 협업 가이드라인에 관한 연구 : 액로벳 9(Acrobat 9)기반의 UX디자인 협업 모듈 개발을 중심으로」. 서울여대대학원 석사학위논문.
 - 한옥재. (2008). 「전문계 고등학교 웹디자인 교육을 위한 웹사이트 개발 연구」. 성신여대교육대학원 석사학위논문.
 - 한정현. (2006). 「포털사이트 네이버의 메인 페이지에 대한 유저 인터페이스에 관한 연구」. 상명대 예술디자인대학원 석사학위논문.
 - 홍민정. (2001). 「효율적인 웹사이트를 위한 픽셀 이미지 활용에 관한 연구」. 부산대대학원 석사학위논문.
 - 홍주현. (2006). 「브랜드 아이덴티티 강화를 위한 웹 컬러 전략 연구」. 이화여대디자인대학원 석사학위논문.
 - 황재현. (2003). 『Web design :basic』. 서울: 정보문화사.
 - Brown Daniel M. (n.d.). Communicating design : developing web site documentation for design and planning. 2nd ed. 이지현, 이춘희 역 (2008). 『UX 디자인 커뮤니케이션』. 과주: 위키북스
 - Christan Crumlish, Erin Malone. (n.d.). Designing social interfaces : principles, patterns, and practices for improving the user experience. 윤지혜, 남보현 & 신나리 역 (2011), 『소셜 인터페이스 디자인』. 서울: 인사이트.
 - Garrett Jesse James.(n.d.). (The) elements of user experience : user-centered design for the web. 방수원 역. (2003). 『경험디자인의 요소』. 서울: 한솜미디어.
 - Hoekman. Robert. (n.d.). Designing the moment : web interface design concepts in action. 고태호 역 (2009). 『실전UX디자인』. 의왕: 에이콘.
 - Holzschlag. Molly E. (n.d.). Holzschlag, Molly E.Color for websites. 유현정 역 (2002). 『웹 컬러 디자인』. 서울: 안그라픽스.
 - Raskin. Jaf. (n.d.). (The) humane interface : new directions for designing interactive systems. 이견표 역 (2003). 『인간중심인터페이스』. 서울: 안그라픽스.
 - Robert Hoekman, Jr. (n.d.). Designing the obvious : a common sense approach to Web application design 강민구,이석진 역 (2011). 『명확하게 디자인하라』. 서울: 영진닷컴.
 - Saffer Dan. (n.d.). Designing for interaction : creating smart applications and clever devices. (2008). 『더 나은 사용자 경험(UX)을 위한 인터랙션 디자인』. 이수인 역. 의왕: 에이콘.
 - Sanchez. Juan. (n.d.). Creating visual experiences with Flex 이준하 역 (2009). 『비주얼 플렉스 UX 디자인 :디자이너와 개발자가 함께 만드는 크리에이티브한 플렉스 & 에어 애플리케이션』. 의왕: 에이콘.
 - NHN(네이버) 공식 기업블로그
 - <http://www.naver.com> 네이버 사이트