

웹사이트 비평을 위한 웹사이트의 유형별 특성 도출에 관한 연구

A categorization of web site contents structures based on its' characteristics

이종호

우송대학교 컴퓨터디자인학부
뉴미디어 & 커뮤니케이션 전공

Jong-Ho Lee

School of Computer Design, Woosong Univ.
New Media & Communication Division.

● Keywords: design. web design. evaluation, new media

1. 서론

초기 웹사이트는 일부 과학자들의 정보교환 활동을 활성화하기 위하여 제작되었기 때문에 웹사이트는 그 성격이나 내용이 그리 복잡하지 않았다. 그러나 현재 대부분의 웹사이트는 일반 대중을 대상으로 다양한 활동을 하기 위하여 제작되고있는 실정이기 때문에 그 성격이 아주 복잡해지고 그 내용도 또한 다양해지고 있는 실정이다. 그러나 현 웹사이트의 성격을 분석해 보면 크게 두 가지 상반된 특성을 지니고 있다고 볼 수 있다. 첫째, 우선 불특정 다수인 대중을 상대로 하기 때문에 대중매체의 성격을 지니고 있다고 볼 수 있겠다. 둘째, 사용자들은 웹을 사용하여 다양한 일을 처리하기 때문에 웹은 도구의 성격을 지니고 있다고도 할 수 있을 것이다. 위 두 가지 특성이 한 사이트에서 동시에 보여지기도 하는 데, 예를 들어, 인터넷 신문의 경우 소비자는 인터넷 기사를 읽을 때는 독자의 입장이 되어 인터넷 신문을 매체로 인식할 것이고, 필요한 기사를 찾고자 할 때는 사용자의 입장이 되어 인터넷 신문을 도구로 볼 것이다.

이렇듯 한 사이트내에서 매체적 성격과 도구적 성격을 모두 가지고 있기 때문에, 매체 소비자의 요구는 유동적일 수밖에 없으며 점점 더 복잡해지는 것이다. 한편으로, 급변하며 복잡해지는 매체소비자의 요구는 기존의 고정된 틀을 지닌 웹사이트의 개선을 끊임없이 요구하고 있으며, 대부분의 기업들은 웹사이트 개선의 필요성을 절실히 느끼고 있다. 그러나 새롭게 디자인되어야 할 웹사이트의 방향성에 대해서는 마땅한 판단 기준의 부재로 말미암아 혼선을 빚고 있는 실정이다.

특히 웹사이트의 평가방법론으로 현재 사용되고 있는 사용성 평가 방법은 웹사이트의 도구적 특성만을 평가하기 위한 방법론으로 웹사이트의 매체적 특성을 온전히 평가할 수 없는 반쪽 짜리 평가 방법론이라 할 수 있다. 이를 보완하기 위하여 도입된 감성평가방법론도 단순히 사용성 평가의 연장선상에서 웹사이트를 평가하는 것으로, 이 또한 웹사이트의 복잡한 특성을 전반적으로 평가한다고는 볼 수 없는 방법론이다. 이렇듯 웹사이트 평가에 대한 사회적 요구는 늘어나고 있는 반면, 웹사이트 평가에 대한 방법론 체계는 아직 기초적인 수준에 머무르고 있는 현 시점에서 웹사이트 비평을 위한 기본 관점을 체계적으로 정리하는 일은 무엇보다도 시급한 일이라 할 수 있다.

따라서 본 논문에서는 새로운 평가방법론을 제시하기 보다는 기존의 평가방법론으로 웹사이트의 특성에 맞게 평가할 수 있는 이론적 유형의 틀을 제시하고자 함을 그 목적으로 하고 있다.

2. 본론

웹사이트를 비평하기 위해서는 웹사이트를 어떻게 보느냐의 관점이 무엇보다도 중요시된다. 본 논문에서는 웹사이트를 두 가지 관점에서 보고자 한다. 첫 번째 관점은 서론에서 밝혔듯이 웹사이트는 매체적 성격과 도구적 성격을 동시에 보여주고 있다는 것. 두 번째 관점은 웹사이트의 성격은 매체소비자의 유형과 제공되는 정보의 성격에 의해 분류되어 질 수 있다는 관점이다. 기존의 웹사이트 유형별 분류작업은 그 콘텐츠 제공자가 제공하는 정보의 성격에 의해서만 규정되어졌으나, 본 논문에서는 정보의 성격과 제 1 차 매체 소비자의 유형이 복합적으로 그 웹사이트의 성격을 규명한다고 보고 있다.

본 논문에서는 대중을 상대로 하는 대부분의 웹사이트를 다음과 같이 네 가지 유형으로 분류하여 웹의 특성을 도출해 내고자 하였다.

[표 1] 웹사이트 유형별 분류 [()은 2차타킷]

분류	콘텐츠 제공자	제공되는 정보의 성격	1차 매체 소비자의 유형
유형 1	디자인 사무소 중소전문업체(후발) 패션	전문적	일반관객 제한된 소비자
유형 2	대기업 인터넷 신문 인터넷 쇼핑 초기 웹사이트	비전문적 다양	일반관객 (일반소비자)
유형 3	웹진 동호회	전문적	전문관객 (일반소비자)
유형 4	인터넷 방송 인터넷 전문 쇼핑 중소전문기업(중견)	비전문적 다양	전문관객 (일반소비자)

첫 번째 유형은 제공되는 정보의 성격이 제한적이고, 주 대상으로 하는 매체 소비자의 계층이 일반관객인 경우로 대부분의 디자인 사무소나 패션 등의 중소전문업체가 위 유형에 속하게 된다. 특히 중소전문업체의 경우 기업의 아이덴티티가 정보의 제공보다 중요시되어지는 경우도 많이 찾아볼 수 있다. (그림 1)

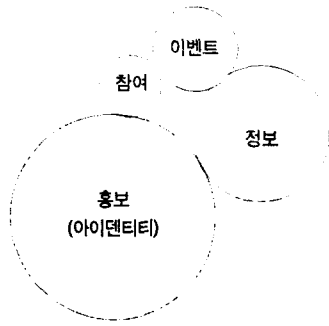


그림1. 디자인사무소 웹사이트 콘텐츠 구성 <유형1>

두 번째 유형은 제공되는 정보의 성격이 비전문적이고 다양하며, 주 대상으로 하는 매체 소비자의 계층이 일반 대중인 경우로 대부분의 초기 웹사이트가 이 유형에 속하게 된다. 대기업 홈페이지와 인터넷 신문, 인터넷 쇼핑, 연구센터 홈페이지, 정부 기관 홈페이지 등이 대표적인 예다. 이러한 유형에서는 그 무엇보다도 정보의 양과 질이 중요시되는 것을 볼 수 있다. (그림 2)

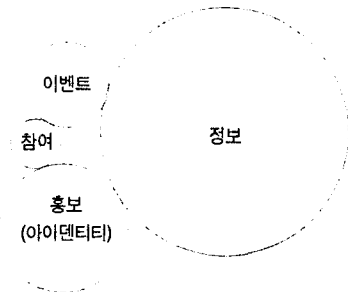


그림2. 초기 대기업 웹사이트 콘텐츠 구성 <유형2>

세 번째 유형은 제공되는 정보의 성격이 제한적이고, 주 대상으로 하는 매체 소비자의 계층이 제한적인 경우로 대부분의 웹진, 웹커뮤니티가 위 유형에 속하게 된다. 또한 웹동호회의 성격도 이 유형에 포함된다. 이 경우 회원들의 참여에 의해서 웹사이트 자체의 가치가 향상되기도 하며 정보의 질과 양도 회원들의 참여에 의해 결정지어 지게 된다. (그림 3)

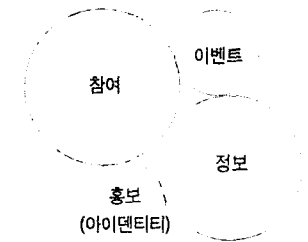


그림3. 웹진 사이트 <유형 3>

마지막 유형은 제공되는 정보의 성격이 비전문적이고 다양하며, 주 대상으로 하는 매체 소비자의 계층이 특수한 계층인 경우로 기존의 시장에서 아이덴티티 구축에 성공한 기업의 웹사이트가 이 유형에 속하게 된다. 기존의 강화된 아이덴티티를 바탕으로 기업에 대한 단순한 정보를 제공해주기 보다는 기업의 이미지를 이벤트를 통하여 상승시키려는 특성을 보여준다. (그림 4)

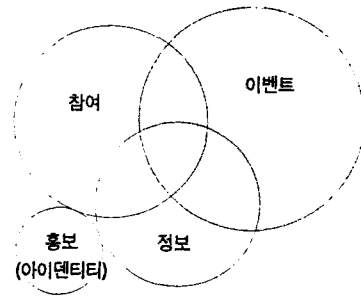


그림4. 현재 사이버회원을 중심으로 운영되는 사이트 <유형 4>

위 유형별 특성에서 볼 수 있듯이 웹사이트의 특성은 그 웹사이트가 제공하는 정보의 성격과 주 타겟으로 하고 있는 소비자의 성격에 따라 각기 다름을 볼 수 있다. 그럼에도 불구하고, 일반적인 웹사이트의 발전방향은 홍보(회사의 아이덴티티 구축) -> 정보 제공 => 참여 유도 -> 이벤트 활성화의 방향으로 발전한다고 할 수 있는 데, 이것은 전반적인 추세라고 할 수 있을 것이다. 웹사이트 평가에 있어서 이러한 유형별 분석이 필요한 이유는 이러한 경향에 대한 이해를 바탕으로 웹사이트를 분석할 수 있기 때문이다. 즉, 정보가 부각되어야 할 부분에서는 정보디자인 및 네비게이션디자인이 중요한 평가의 이슈가 될 것이다. 그러나 이벤트 부분에서는 매체적 성격이 강하게 관객에게 어필하기 때문에 정보디자인, 네비게이션보다는 감성적 콘텐츠 구성이 더 중요하게 부각된다. 한편 참여적 부분에서는 관객이 웹을 매체가 아닌 사용하는 도구로 생각하기 때문에 관객(사용자)이 수행하고자 하는 태스크를 수행할 수 있도록 도와주는 사용성이 고려해야 할 이슈로 부각되어야 한다. (표.2 참조)

[표 2] 웹사이트 유형별 비평의 관점

분류	콘텐츠 제공자	비평의 관점
홍보	디자인 사무소 중소전문기업(후발)	사이버 아이덴티티 구축, 마케팅 전략, 기술적 요소
정보	대기업 인터넷 신문 인터넷 쇼핑	정보체계, 네비게이션 디자인, 아이콘 디자인, 함목적성 요소, 기술적 요소
참여	중소전문기업(중견) 웹진	스토리 텔링, 사용성 요소, 참여적 요소
이벤트	인터넷 방송 인터넷전문 쇼핑 교육기관 연구기관	스토리 텔링, 유희적 요소, 감성적 요소, 시대성 요소,

3. 결론

현재 대부분의 웹사이트는 홍보, 정보, 참여, 이벤트의 콘텐츠를 가지고 있으며, 웹사이트의 목적상 어느 한 부분이 다른 부분에 비하여 강조되고 있음을 알 수 있었다. 따라서 웹사이트 비평을 위해서는 강조되고 있는 점을 파악하여, 그에 적절한 관점을 가지고 웹사이트를 평가하는 것이 필요할 것이다.

4. 참고문헌

1. "홍석기·이종호교수의 웹사이트 비평" 임프레스 11월호, 98
2. "홍석기·이종호교수의 웹사이트 비평" 임프레스 5월호, 99