

# 멀티미디어 디자인의 웹 기획에 관한 연구

## Web Producing Design in Multimedia design

위성호/ 이광자

백제예술대학

Sungho Wi/ Gwangja lee

Dept of Multimedia Design, Paekche College

**Keywords:** 멀티미디어 디자인에 속하는 웹 기획을 기존의 전통 디자인과 기술적인 시스템의 차이, 미적인 차이를 서술하고 멀티미디어 향후발전과 방향을 제시한다.

### 1. 연구 필요성 및 목표

컴퓨터로 작업되어지고 있는 모든 디자인들의 양상이 바뀌고 있다. 특히 웹 상의 디자인들의 양상이 디지털 기술이 가져다 준 편리함으로 대중들의 미학이 발 빠른 조류를 가지고 움직이고 있다. 컴퓨터의 보급으로 누구나 할 수 있고 만들 수 있는 웹디자인관련 멀티미디어 디자인들의 방향은 예측할 수 없고 또한 시시각각 변하고 있다. 그들의 향후 발전에 중심적인 역할을 할 웹 기획에 대한 현실적인 문제와 기획 자의 역할을 살펴본다.

### 2. 연구내용

지난 수세기 동안의 아날로그적 예술과 문화는 이미 이진법에 의해 연산되는 "디지털"에게 자리를 많이 빼앗기고 있고 새로운 커뮤니케이션 미디어들의 발전이 끊임없이 개발되고 있다. 앞으로 영화계에서는 더 이상 영사기로 영화를 틀지 않을 것이며, 비싼 필름을 쓰지 않아도 되는 시대가 될 것이다. 인터넷이 되는 TV, 그리고 오감을 느끼고 말하는 컴퓨터의 출현, PDA와 같은 휴대용 전산단말기 등이 커뮤니케이션 발전에 활기를 보일 것이다.

어떠한 목적을 성취하기 위하여 계획을 기호로 명시하는 디자인 (DESIGN)은 2D나 3D 어떤 실존하는 형태의 매체를 통하여 기호화 부호화되어 왔다. 즉 종이나 플라스틱, 철 유리 등의 tangible 한 매체를 통하여 디자인행위를 해 왔었다. 하지만 디지털은 0와 1의 2진수로 기계 또는 장치가 어떤 색상과 선 등을 컴퓨터 화면의 최소단위인 작은 픽셀에 채워나가는 식으로, 실제로 존재하지는 않지만 빛으로 인간의 눈을 속여 실재와 똑같이 존재하는 것처럼 보이게 하는 방식이다. 디지털(컴퓨터로 작업함)로 만들어 낸 디자인들은 획일화된 표현방법과 유한한 질감표현 등 전통적인 수작업 디자인의 맛을 따라잡지 못하는 단점들도 있지만, 때론 기존의 디자인 방법보다 더 섬세하고 정확하고 빠르게 표현을 할 수 있다. 디자인의 일차 목적인 커뮤니케이션을 이젠 어렵게 생각하고 그것을 일일이 손으로 표현하지 않아도 되는, 즉 상품을 포장하고 광고하던 작업이 줄어드는 날이 올지 모른다. 특히 웹 상에서 인터넷으로의 커뮤니케이션 출현은 디지털혁명의 꽃이라고 해도 과언이 아니다. 원거리에서도 커뮤니케이션이 용이하며, 즉각적인 feedback이 오는 인터넷은 지구를 더욱 좁게 만들었으며, 시공간을 점진적으로 붕괴하고 있다. 그렇다면 현재 웹 상에 올라와 있는 많은 정보나 서비스는 어떤 형식으로 디자인되어지고 있고 변화 할 것인가?

정보나 상품 등 모든 내용들을 담고있는 사이트는 웹 상에 오르자마자 온 세상에 공표 되고 즉각적으로 copy도 된다. 기존의 사이트들을 벤치 마킹 또는 서핑 하여 새로운 사이트를 만들어 내고 있는 지금, 어디까지가 독창적인 아이디어이며, 어디까지가 복사를 한 것인지 분간이 어렵고 무절제 사용된 언어나 이미지, 컬러 등은 진정 무방비 상태의 User들에게 성큼 다가와 있는 상태이다. 전 세계적인 네티즌과 대중을 몇 초 단위로 움직일 수 있는 이러한 파워 매체를 우리는 단지 편리하고 효율적인 디자인 수단 내지는 전달 매체로만 보아야 하는가?

웹 기획의 전문적인 교육기관이나 시스템이 없는 상태에서 몸으로 직접 부딪치며 기획하고 제작하고 있는 우리나라의 현실을 본다면 보다 적극적인 체제와 교육이 웹 관련 프로그램교육 못지 않게 중요하다. 현 우리나라 산업체에서 웹 제작 프로젝트가 발생 시 웹사이트 전 제작과정을 발상하고 담당하는 사람 즉 기획자가 있고 디자인하는 디자이너가 있다. 보편적으로 웹 디자인 프로그램 교육을 받은 디자이너가 기획하고 제작하는 경우가 태반이다.

기획 자는 컨셉 착상, 구조 등을 준비하고 크리에이티브 승인 및 예산 등을 Clients와 상의, 고려하면서 타당성을 조사하고 기획을 한다. 그렇다면 기획단계에서 우선 시 되어야 할 기본사항을 기술해 보자.

1. 기획 자는 완전한 웹 개발 환경의 이해가 있어야 한다. 즉 사이트와 연계된 프로그램과 디자인 파트의 이해와 연결작업이 충분히 숙지되어 있어야 한다, 그리하여 프로그래머들에게 새로운 프로그램 창출을 계획할 수 있게 방향제시를 해 주어야 한다. 예를 들어 다 기능성 내용관리 시스템 구축, 또는 쓸모 없게 된 정보들을 삭제하는 시한 종료 메커니즘을 착상, 이용하는 것이 될 것이다.

2. 최대한의 효율적인 User Interface와 가독성의 고려, user 보호 차원의 색상선택 등을 중시한 디자인을 계획하여야 한다. 디자인의 기본구성, 개념을 바탕으로 개발이 있어야한다. 하지만 모든 그래픽과 콘텐츠는 기술적인 관점만으로 다루어 저서는 안 된다. 적절한 제안과 결함되고 target audience의 needs에 적합하여야 한다. 대체로 인쇄매체보다는 글자들의 가독성이 떨어지므로 시이즈를 크게 하고, 비주얼 디자인과 레이아웃, 색상은 눈에 띄고 화려한 것이 좋다.

단지 많은 이미지들은 로딩 속도를 떨어뜨리고, 정보를 찾는 사용성에는 전혀 도움이 되지 않을 수도 있다. 많은 이미지 사용이 사용자들의 눈을 끌 것이며, 더 많은 시간을 보낼 것이고, 결국 유용하고 (usable), 좋은(good) 사이트가 될 것이라는 생각을 하기 쉽다. 하지만 이러한 생각은 어떠한 테스트로도 증명된 적이 없다. 한 번 생각해볼 문제이다. 더 나아가 기획자는 이제는 눈으로 보는 디자인에서 기획을 끝낼 것이 아니라 만지고, 느끼고, 냄새맡고, 말하는 total interactive한 멀티미디어적 요소들을 이용한 인터페이스가 어떻게 사용성을 높일 수 있는지에 관해서도 관심을 확장하여 검토되어야 할 것이다.

3. 전 세계의 대중을 상대로 하는 사이트는 그 목적을 달성하기 위해 기획자의 도덕적이며 논리적인 사고를 바탕으로 초국가적 교환이 가능한 세계커뮤니케이션 시대에 걸 맞는 정보와 자료를 전달해야 한다. 웹사이트 개발 보다 더 중요한 그 서비스의 가치에 대해 항상 거리를 두고 해석하는 일을 담당해야 한다.

그리고 상업적인 사이트 구축 시 전자상거래 새 기술표준 ebXML을 이해하고 도입하여야 한다. - ebXML은 인터넷상에서 상거래 관련 데이터의 일정한 약속이며, 진흥원 개발부의 장재경 연구원은 ebXML의 중요성에 대해 "맥도널드 햄버거가 재료 조립법. 서비스의 국제표준화로 세계를 제패했듯 전자상거래 분야의 모든 규약이 여기에 집중된다" 라고 서술했으며 "미국이 주도하는 이 표준안에 한국, 일본 등 아시아권의 이익을 반영할 필요가 있다" 고 말했다.

4. 결국 현실과 다른 차원인 하이퍼스페이스 상의 또 다른 문화를 창출하며, 개척하는 서비스에는 대중들의 감성적, 심리적 구조의 차이를 인정하고 이해하여 올바른 마케팅전략을 세워야 한다. 궁극적으로 사이트의 목표가 물건 파는 것이든 어떤 기술에 대한 서비스이든 특목 튀는 제안이 아니면 살아남기 힘들 것이다. 점점 더 많은 정보를 입력함에 따라 정보의 양은 매일 엄청나게 증가하지만, 방문객들은 이러한 정보의 홍수 속에서 길을 잃지 않고 이 사이트를 탐색할 수 있도록 고품격과 고객 만족도가 높은 사이트의 구상한다.

5. 마지막으로 기획자는 시장조사와 survey 단계를 거쳐 사이트의 상세한 부분까지 검토되어지고 판단되어야 한다. 이는 user 개개인의 취향에 대한 인지적 숙고이며, 사이트 서비스에 대한 감성적 반응을 알아보는 실질적인 단계이다. 무엇이 시장을 움직이고 반응하게 만드는가를 체크하고, 시장을 친숙하게 알고 있어야 한다. 거기에서 User에게 설득력 있는 제안을 할 수 있다

### 3. 단계별로 본 기획개발자의 역할

단계1: 사이트 구축 전 많은 경쟁사이트나 참고사이트를 분석하여 보자. 효과적이었다고 느낀 특성과 지루하다고 느끼거나, 웹이란 매체를 이해하지 못하고 만든 웹사이트들의 특징을 열거하여 문서화 해보자.

단계2: 내용결정: 사이트를 구성하는 콘텐츠를 정리하고 거기에 맞는 컨셉을 정하자.

단계3: 인터페이스관련 디자인 즉 외형을 먼저 프로토타입 페이지 몇 장을 발표용으로 구성하여 광고주와 상의하고 그 다음형식과 색상 등을 제시하여 제일 먼저 고려 되어야 할 사이트의 주 스토리보드와 시각적인 연구-색조, 활자체, 색상 기획, 각양각색의 이미지 등등.

단계4: 거래처 관리: 의뢰자가 사이트의 진행 상황에 대해 알고 싶어하는 것을 전해주고 모든 팀원들에게 마감일과 결재해야 될 일을 제때에 알려주자. 매주에 해야 할 일을 결정하고 작업결과를 보고 예비 의견을 나누는 것도 좋다.

단계5: 개통하기: 도메인을 등록하고 서버를 구축한다.

단계6: 홍보 전략을 세워 사이트를 먼저 홍보한다.

단계7: 사이트의 유지 보수: 성공적인 사이트를 만들기 위해서는 띄운 즉시부터 사이트는 의견 개방과 수렴으로 체크하여 보완점을 해결하고 끊임없이 수정 보완한다.

웹 기획자와 개발자 그리고 디자이너들은 지속적인 구상과 개발, 디자인을 현 사회나 문화 그대로를 반영하는 기획을 만들 것이 아니라 새로운 미디어를 창출하고 하이퍼스페이스 역사 속에 객체가 아닌 주체가 되어야 할 것이다. 이전에 없었던 사업의 엄청난 가능성이 있기 웹 환경을 모든 이가 사용할 수 있고, 이 미디어를 통해 커뮤니케이션을 포괄적이며 올바르게 유용하게 해주는 사람이라는 사실을 인식하여야 할 것이다.

### 4. 결론 및 향후 연구과제

지금까지 정리되어진 부분은 웹 기획의 단계별 기획방법과 기획자의 역할을 서술하였으나, 향후연구에는 분야별로 전자상거래와 일반 웹디자인으로 구분하여, 단계적인 분석과 함께 깊이 있는 기획개발이 요구된다. 아직 새로운 하이퍼스페이스 디자인분야가 많이 창출 될 것으로 보며, 좀더 user의 needs에 가까운 그리고 인간생활과 근접한 인포메이션 멀티미디어 디자인이 웹 제작 프로그램과 동시에 계획되어야 할 것이다.