

레이블링 시스템을 위한 아이콘의 활용에 관한 연구

A Study on Application of Icon for Labeling System

김성래

국민대학교 테크노디자인대학원
디지털미디어디자인학과 디지털컨텐츠디자인전공

Kim, Sung-Lae

Digital Contents Design Majors. Dept. of Digital Media Design,
Graduate school of Techno Design. Kookmin Univ.

김수정

국민대학교 테크노디자인대학원
디지털미디어디자인학과 디지털컨텐츠디자인전공

Kim, Su-Zung

Digital Contents Design Majors. Dept. of Digital Media Design,
Graduate school of Techno Design. Kookmin Univ.

· Key words : Icon, Labeling System, Text Label, Icon Label

1. 서론

1-1. 연구배경

최근 웹에서의 네비게이션 시스템, 인터페이스 디자인의 중요성이 사이트 제작자, 디자이너들에게 높아져가면서 사이트의 평가 기준이 사용자를 이해하고 배려하고 있는지, 사용자와의 상호작용이 가능한지에 초점이 맞춰지고 있다.

네비게이션의 중요성이 갈수록 높아져가고 있는 가운데 네비게이션 설계에서 빠질 수 없는 중요한 요소인 레이블링 시스템에 대한 이해는 필수적이라 할 수 있다.

레이블링 시스템은 사용자에게 정보구조체계와 네비게이션 시스템을 명료하게 보여줄 수 있는 가장 분명한 방법이지만 네비게이션 시스템 구축 시 파생되는 부산물로 너무 쉽게 생각되어 무시되는 경향이 있다.¹⁾

현재 많은 웹 사이트의 레이블링 시스템에는 텍스트 레이블이 사용되고 있으며 텍스트 레이블의 보조적 수단으로서 아이콘을 활용한 레이블이 함께 사용되고 있다. 웹 사이트에서의 아이콘의 활용은 텍스트 레이블의 단점을 보완하는 동시에 레이블링 시스템과 함께 이해되고 사용되어야 하지만, 많은 웹 사이트에서 레이블로서의 아이콘은 일관된 레이블링 시스템과 상관없이 사용되는 사례가 나타나고 있다.

1-2. 연구목적

본 연구에서는 텍스트 레이블을 적용한 레이블링 시스템의 사례와 규칙체계를 사례분석과 함께 분석하고 레이블링 시스템에서 아이콘을 활용하여 사용자에게 보다 명확한 시각적 메시지를 전달하기 위한 방안을 연구한다.

1-3. 연구방법

본 연구에서는 레이블링 시스템의 정의와 유형, 그리고 특징을 살펴봄과 동시에 레이블의 가장 일반적인 유형인 텍스트 레이블의 사례를 분석함으로써 텍스트 레이블의 특징과 문제점을 살펴본다. 그리고 아이콘을 활용한 레이블링 시스템에 대한 사례조사를 하여 그 특징과 문제점을 분석하고 레이블링 시스템에서의 아이콘을 체계적으로 활용할 수 있는 방법을 조사하였다.

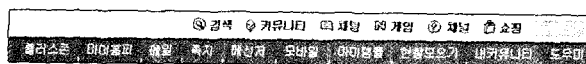
2. 본론

2-1. 레이블링 시스템

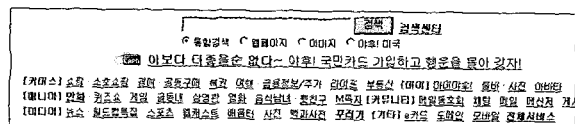
레이블이란 정보 단위들의 단위, 집합을 표현하는 방법으로서 웹사이트에서의 특정 메뉴명, 기능, 제목 등을 표현하는 말이다. Home, Search, Help 같은 텍스트들이 웹 사이트에서 레이블링 된 하나의 형태라고 할 수 있다. 사용자가 처음 사이트를 방문하게 되면 네비게이션 시스템의 메뉴명에 적용된 레이블을 보고 해당 콘텐츠를 판단하여 그 메뉴로 들어가게 되는 것이다. 즉 레이블링 시스템의 설계는 웹 사이트의 사용 편의성과 연결되는 중요한 작업이라 할 수 있다.

레이블링 시스템을 개발하는 데에 있어서 체계적인 접근이 중요하다. 메뉴의 이름을 정할 때 어떤 일정한 체계가 있다면 사용자는 훨씬 쉽게 그 사이트의 구조와 포함된 기능, 콘텐츠에 대해서 이해할 수 있을 것이고 이는 결국 잘 짜여진 인포메이션 아키텍처 및 네비게이션 시스템과 더불어 웹 사이트의 사용 편의성을 질적으로 향상시킬 수 있을 것이다.²⁾

레이블링 시스템의 내용적인 유형(연관된 정보 단위로의 링크)으로는 글로벌 레이블링 시스템과 로컬 레이블링 시스템으로 크게 두 가지로 분류할 수 있다. 글로벌 레이블링 시스템은 네비게이션 시스템 속의 레이블을 말하며 주로 웹 사이트에서 메인 메뉴에 사용된 레이블들을 의미한다. 로컬 레이블링 시스템은 서브페이지에서의 단일한 형태로 나타나는 소재 목 레이블과 본문의 텍스트에서 링크 되도록 한 링크 레이블들을 의미한다. 그리고 형식적인 유형으로 레이블을 분류하면 문자로만 이루어진 텍스트 레이블과 아이콘을 활용한 아이콘 레이블이 있다.



[그림1] 프리첼 사이트 글로벌 네비게이션의 텍스트 레이블
(<http://www.freechal.co.kr>)



[그림2] 야후 코리아의 텍스트 레이블
(<http://www.yahoo.co.kr>)

1) e-Biz속의 웹 디자인 - 레이블링 p.81

2) 월간 웹 디자인 2001.2-정보디자인/레이블링 시스템 p.124-125

[그림3] TTL 사이트 글로벌 네비게이션의 텍스트 레이블
(<http://www.ttl.co.kr>)

2-2. 텍스트 레이블링 시스템 사례분석

일반적으로 텍스트 레이블의 사용 시 일관된 어법을 사용하여 레이블의 어법불일치를 최소화해야 하며 모든 레이블들의 용어가 서로 어울리도록 사용되어야 한다. 그리고 같은 정보단계에서의 단위 정보의 레이블들이 비슷한 수준의 중요도를 지니도록 배치해야 한다.

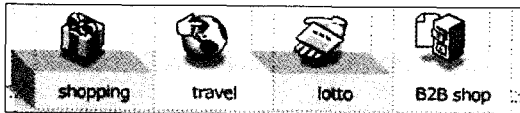
위 사례분석을 통해 대부분의 사이트들이 일관된 텍스트 레이블을 사용해 보다 명확한 정보구조를 제공해주고 있지만, 각 사이트의 성격에 따라 차별되고 친숙한 레이블을 적용한 결과 같은 단계의 레이블에서 서로 어법의 통일성을 가지면서 동시에 각 하위 정보 그룹들을 대표하는 하나의 레이블을 적용하



[그림4] Magic N 사이트의 아이콘 레이블링
(<http://www.magicn.com>)



[그림5] Khai 사이트의 아이콘 레이블링
(<http://www.khai.co.kr>)



[그림6] 쇼핑물 사이트 pricequiz 의 아이콘 레이블링
(<http://www.pricequiz.com>)

는 것이 쉽지 않다는 것을 알 수 있다.

2-3. 아이콘을 사용한 레이블링 시스템 사례분석

레이블링 시스템에서의 아이콘의 사용으로 사이트의 성격에 맞게 사용자들에게 친숙함을 제공해주고 있다. 보다 정확한 시각적 메시지의 전달을 위해 텍스트 레이블과 함께 사용하여 텍스트 레이블만이 줄 수 있는 한계점을 극복하고 보완하는 방식으로 사용되어 진다. 아이콘을 활용하는 경우 사이트의 성격에 일관적이고 눈에 띄는 그래픽 아이덴티티를 부여할 수 있다.

2-4. 레이블링 시스템에서 아이콘의 의미

첫째, 각 정보 그룹들을 효과적으로 제공하기 위한

레이블로서 텍스트 레이블의 최대 단점은 서브 카테고리의 내용을 하나의 텍스트 레이블로 표현하기가 쉽지 않다는 것이다. 반면에 아이콘의 사용은 천 개의 단어만큼의 가치를 지닐 수 있어 텍스트 레이블의 한계를 보완할 수 있다.

둘째, 웹에서는 인쇄매체에서 보여지는 정보의 계층적 체계를 반영하는 요소들의 사용에 한계가 있다. 즉 텍스트 레이블을 사용하여 사용자에게 각 정보 그룹에 대한 계층적 인지를 제공 할 때 문자의 크기와 굵기 등으로는 한계가 있다. 그러므로 각 정보 그룹들의 계층별로 차별된 아이콘을 사용하여 메인 카테고리와의 서브 카테고리 사이의 계층적 인지를 보다 명확하게 제공 할 수 있다.

3. 결론

웹 사이트 네비게이션에 있어서 사용자의 직관적인 해석과 사용성은 웹 사이트의 최대 덕목으로 그 중요성은 갈수록 높아져 가고 있다. 그러기 위해 디자이너는 레이블링 시스템을 위한 문자의 선택, 모양, 시각자료 등을 복합적으로 사용하는 데 그에 못지않게 아이콘의 선택 역시 중요하다. 지금까지 텍스트 레이블에 사용되었던 기본 틀이 시각적인 아이콘에 그대로 유지되어 적용되었던 점이 적었다고 판명된다. 아이콘이란 상징은 웹 페이지에서 문자와 함께 사용 되어왔고 레이블링 시스템에서의 아이콘은 문자 선택의 문제와 떨어져 생각할 수 없다. 레이블링 시스템에서 아이콘의 의미는 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 아이콘의 스타일은 한 사이트의 전체 콘텐츠의 성격 뿐만 아니라 텍스트 레이블링의 일관된 구조체계의 영향을 받아야 한다.

둘째, 레이블링 시스템에서의 아이콘은 문자가 지니는 메시지 전달성의 한계를 보완함과 동시에 문자 레이블이 가지지 못하는 계층적 인지를 극대화하는 방법으로 사용되어야 한다.

셋째, 텍스트 레이블의 사용은 다양한 텍스트들이 사용 되므로 문자수가 다양해져 버튼의 부피 차이가 나게 되며 동시에 콘텐츠의 비중까지도 달라 보이게 된다. 이런 글자수의 이질성에서 오는 한계를 일관된 아이콘으로 보완할 수 있다.

참고문헌

- 디지털 시대의 정보디자인/안그라픽스/1999
Designing Business-Multiple Media, Multiple Disciplines / Clement Mok/1996
- e-Biz속의 웹 디자인 /051goid/한빛미디어/2001
- 월간 웹 디자인 2001.2-정보디자인/임프레스
- 상식이 통하는 웹사이트가 성공한다/스티브 크록 /2001/안그라픽스
- 웹 유저빌리티: 사용하기 쉬운 웹사이트가 성공한다 /제이콥 닐슨/2001/안그라픽스