

대학아이덴티티(UI; university identity)구축을 위한 웹스타일 가이드 디자인 요소분석 및 전략에 관한 연구

A study on the design elements analysis and strategy of web style guide to embody university identity

제형건, 최인규, 백진경
인제대학교 대학원 디자인학과
인제대학교 디자인학부
인제대학교 디자인학부

Je Hyoung-Gun, Choi In-Kyu, Paik Jin-Kyung
Dept. of Design, Graduate School, INJE University
School of Design, INJE University
School of Design, INJE University

• Key words: web style guide, WI(web identity), UI(university identity), web identity guide

1. 서론

1.1 연구의 필요성

현재 인터넷은 정보수집 차원을 넘어 사회, 문화, 경제적으로 엄청난 영향력을 발휘하는 문화이자 매체로 또 하나의 일상화된 공간으로 자리 잡고 있다. 대학에서도 홈페이지의 개설 뿐 만 아니라 가상대학, 가상캠퍼스, 가상강의 등을 통해 온라인 상으로 그 영역을 확장해 가고 있다.

국내 대학들은 흔히 말하는 '무한경쟁'의 상황에 놓여있다. 대학재정의 자립, 학생수의 감소, 대학시장의 해외 개방 등으로 인해 대학들 간의 치열한 경쟁이 벌어지고 있는 것이다.

대학의 운영이 대학경영이라고 불리울 만큼 기업의 논리가 그대로 적용되고 있다는 것이다. 따라서 대학도 철저한 전략 수립이 필요하고, 특히 홍보의 중요성은 극명하다.

이제 대학에서 웹사이트는 필수적이며, 효율적이고 체계적인 구축 방안이 절실하다.

하지만 국내 대학의 경우 단과대학과 학과, 교수진, 운영부서, 부설기관, 연구소, 학생 단위별로 다양한 필요와 목적에 따라 수많은 운영주체에 의해 웹페이지가 다양하게 개발되고 운영된다. 이는 명확한 디자인 표준이 없음으로 인해 현실적으로 많은 문제점이 나타나게 된다. 잘 디자인된 페이지도 있겠지만, 수준 이하의 페이지도 뒤섞여 있어 사용성 측면에서 나쁠 뿐 아니라 전체적인 통일된 이미지를 형성하지 못하고 있다.

따라서, 대학은 기존 오프라인에서 갖추어 놓은 UI(university identity)를 온라인으로 확장시키고, 나아가 WI(web identity)를 구축하여야 한다.

본 연구자는 대학의 웹사이트를 개발하는데 있어, 오프라인상의 UI를 웹에 효과적으로 반영하고 나아가 WI를 구축하기 위해 웹스타일 가이드의 디자인 요소를 분석하고, 대학 웹사이트의 특징에 따른 디자인 전략을 제시하고자 한다.

1.2 연구범위 및 방법

UI에 대한 개념을 파악한 후 그 구성요소 중 VI(visual identity) 측면에서 오프라인(off-line)과 온라인(on-line)상 디자인 요소를 밝힌다. WI와 그 방법론인 웹스타일 가이드에 대한 이론적 배경을 통하여 오프라인 UI의 기본적 요소를 온라인에 일관성 있게 적용시키고, 나아가 WI(web identity)를 구축하기 위해 웹스타일 가이드의 디자인 요소를 분석한다. 실제 사례분석을 바탕으로 기존의 기업사이트와는 다른 대학교 웹사이트만의 특징을 살릴 수 있는 UI를 바탕으로 한 디자인 전략을 모색한다.

2. UI(University Identity)의 이론적 배경

2.1 UI의 기본개념

일반적으로 기업 아이덴티티는 자기 기업에 대한 사명·역할·비전 등을 명확히 하여 기업의 이미지나 행동을 하나로 통일시키는 역할을 한다. 이에 따라 대외적으로는 동일 회사(제품)여부를 상대에게 식별시키고, 대내적으로는 기업의 존재의식을 인식시키는 것이다.

UI(university identity)도 university와 identity의 결합으로 그 대학의 이미지를 주제적이고 일관성 있게 제시하는 전략을 말한다.

2.1 UI의 구성요소

일반적으로 CI의 3요소라고 하면 MI(mind identity- 기업이념을 재구성하는 프로그램), VI(visual identity-기업이념을 시각적으로 표현하는 프로그램), BI(behavior identity- 기업이념을 행동양식으로 표현하는 프로그램)¹⁾를 말한다.

UI도 마음(MI), 행동(BI), 얼굴(VI)로 구성된 복합개념이다. 먼저 MI는 대학이 사회에서 어떠한 역할을 수행해 나가야 하는가라는 방향을 설정하는 것으로 대학의 교육이념이나 목표를 가리킨다.

둘째, BI는 대학의 기본적인 교육이념을 축으로 가치관, 기본정신, 대학목적 등 대학이 나아가야 할 방향을 설정하는 것으로서 대학이 나아가야 할 방향을 올바르게 인식시켜 대학 이념에 입각해 전 구성원의 통일된 행동을 유도하기 위한 것으로서 여기에서는 사제관계, 노사관계, 선후배관계, 학술활동 등이 포함될 수 있다.

셋째 VI는 대학이념이나 교육 목표와 방향을 달성하기 위해서 대학이 지향하는 심볼마크나 로고 등의 변화된 이미지를 대내외의 관련자들에게 올바르게 인식시키기 위한 하나의 통일된 시각적 이미지를 구현하는 것이다.

본 연구의 주 연구대상인 VI는 시각적 요소로서 로고타입, 심볼마크, 전용색상, 캐릭터, 슬로건 등이 있으며 이것들은 기본이 되는 중요한 요소이다. 일반적으로 시각적 요소는 비 시각적 요소보다 훨씬 높은 비율로 대학 이미지를 좌우한다. 시각적 요소와 접촉빈도가 높은 이해자 집단이 시각에 의해 느끼고, 지각하고, 감지한다는 특성 때문에 비 시각적인 요소에 비해 이미지의 우열을 결정짓는데 용이한 것이다. 특히 비 시각적 요소에서 느끼는 인상은 단시간인데 반하여 시각적인 요소는 그 인상이 오래 남는다는 특성을 갖고 있다. 그러므로 아이덴티티의 체계화가 가능하다. 또한 VI는 MI와 BI의 내용

1) 하라다 스스무, CI 디자인, (주)한국LCA, p35

을 시각적인 요소로 구체화하여 이미지전략에 대한 커뮤니케이션을 분명히 하는 기능을 가지고 있다.²⁾

[표 1] UI의 Off/On-line 디자인 요소

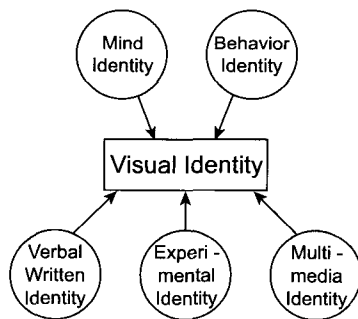
오프라인(Off-line)	온라인(On-line)
기본요소 교명, 교표(마크), 교기, 슬로건, 로고타입, 전용서체, 캐릭터	브랜드 요소 브랜드 네임, 로고심볼, 캐릭터, 슬로건, 콘텐츠
응용디자인 대학출판물(신문등), 광고, 홍보물, 연하장, 달력, 상징물, 유니폼, 명함, 사무용품, 차량,간판	스타일 레이아웃, 색채, 이미지, 타이포, 비디오, 사운드, 텍스트/내러티브, 인터랙션, 액션, 효과

3.1 WI(Web Identity)

1990년대 중반 이후 웹이 단순히 인터넷을 이용한 정보교류의 장에 그치지 않고 강력한 미디어로서 부각되면서 기업환경이 크게 변했고, 이에 기업은 새로운 환경에 적응하고 살아남기 위해 WI(web identity)를 도입하기 시작하였다. 물론 여기서 WI는 기존의 CI와는 별도로 아이덴티티를 새로이 구축한다는 개념은 아니다. 그러나 WI가 CI의 온라인 버전(온라인 CI)일 뿐이라고 할 수도 없다. 따라서 WI는 전통적인 기업의 경영전략인 CI의 맥락으로 접근하면서 웹이라고 하는 새로운 매체의 특성을 고려해야 한다.³⁾

온라인 CI는 '온라인 기업의 CI'를 의미하기도 하고 주로 '온라인 상에서의 CI' 적용을 의미한다. 물론 대학UI의 경우에도 마찬가지이다.

WI는 이보다 광의의 개념으로 CI의 3요소(VI, MI, BI)와 함께 언어, 체험, 멀티미디어 아이덴티티라는 세 가지 요소가 추가된다.



[그림 3] 온라인/오프라인 UI의 시각화

3.2 웹스타일 가이드

기업의 경우, 홍보용 웹사이트만을 운영하던 기업들도 최근 들어서야 오프라인에서 구축해 놓은 자사의 브랜드 가치를 온라인에서도 창출하기 위한 노력과 함께 이에 따른 웹사이트 운영전략 마련에 고심하고 있다.

이처럼 웹사이트를 재편하여 인프라를 구축하는 과정에서 많은 양의 정보를 담아낼 만한 일정수준의 디자인 규약이 필요하게 되었고, 디자인 과정에서 자사의 CI와 사이트 제작을 위한 그래픽

규약 및 프로그래밍 규약 등이 하나의 매뉴얼로서 웹 스타일 가이드가 만들어지게 되었다.⁴⁾

웹 스타일 가이드 개발의 목적은 특정기업이나 조직(특히 학교나 종교기관), 단체에서 단순필요에 의해 무분별하게 만들어진 웹사이트에서 벗어나 사용자 하여금 일관되고 통일된 아이덴티티와 브랜드 이미지를 형성하는데 있다. 아이덴티티라는 관점에서 좁은 의미의 CI나 대학의 경우에는 UI와 일맥상통하지만 그 용도나 활용범위는 많은 차이를 보인다. 즉, 웹스타일 가이드는 WI 구축을 위한 하나의 방법이라고 말할 수 있다.

[표 2] 웹스타일 가이드의 내용

시각적 디자인 측면	색상, 폰트, 레이아웃, 자주 사용되는 그래픽 요소들
정보 구조적 측면	메뉴구성, 네비게이션 방식, 검색방식
상호작용 디자인	Interaction 관련 디자인, 각종 폼(form), Application
기능적 측면	웹 Application의 플로우(flow), 구현기능 등
콘텐츠 측면	콘텐츠의 분량, 내용적 범위, 표현방식, 콘텐츠의 배치

4. 결론 및 향후 연구과제

웹스타일 가이드를 통한 체계적이고 효율적인 WI의 구축의 필요성에 따른 기업사례를 통한 연구들은 활발히 진행되고 있으나, 기업과 대학은 그 성격상 차이점에 따른 구축방법은 다르리라 생각된다. 따라서 이제까지의 UI와 WI의 개념파악을 바탕으로 다음과 같이 실제 대학 웹사이트를 분석하여 그에 따른 디자인 전략을 모색하고자 한다.

- 웹스타일 가이드의 디자인요소 분석하고,
- 이를 통한 실제 대학들의 웹사이트 디자인 요소 사례 분석
- 오프라인 UI의 디자인 요소 온라인 적용과 WI구축 현황 파악한 후
- UI를 바탕으로 한 대학사이트의 특징을 살린 디자인 전략을 모색한다.

참고문헌

- 권기영, UIP와 대학이미지 형성에 관한 연구, 중앙대학교, 1998.
- 김경민, 김수정, 김태균 외저, The Web, 이디자인, 2001.01
- 김용상, 국내대학의 UI 실태와 대학 이미지 상승에 관한 연구, 원광대, 1998
- 남종훈·김명진, 인포메이션 아키텍처와 완벽한 웹스타일가이드 만들기, 월간디자인 web-digital vol.274, 2001
- 진 옥, 디지털시대의 대학이미지 구축방안에 관한 연구, 조선대, 2001
- 운주현, 왜 웹스타일 가이드인가?, 임프레스, Web Design Vol 16, 2001. 01
- 이유숙, 웹스타일 가이드, e-bizgroup, Working Paper No.23, 2001
- 하라다 스스무, CI 디자인, (주)한국LCA

2) 권기영, UIP와 대학이미지 형성에 관한 연구, 중앙대학교, 1998. p5-6

3) 김경민, 김수정, 김태균 외저, The Web, 이디자인, 2001.01

4) 남종훈·김명진, 인포메이션 아키텍처와 완벽한 웹스타일가이드 만들기, 월간디자인 web-digital vol.274, 2001, p17