

# 인터랙티브한(Interactive) 웹 페이지(Web Page)의 유형분석-레이아웃(Layout)을 중심으로

The type analysis of interactive web pages  
- Centering around a layout

최선주\*

목원대, 청강문화산업대 외래교수\*

Choi Sun-Joo\*

Visiting professor of Mok-won Univ.  
and Chung-kang Univ.\*

요약

브라우저의 발달과 플래시의 발달로 최근에는 동적인 화면과 인터페이스에 대한 두려움이 일반 사용자들에게도 많이 줄어들고 있다. 또한 플래시의 발달함에 따라 이제 웹은 사용자들의 참여를 유도함으로써 웹만의 고유한 인터랙티브(interactive)하고 동적인 디자인이 부각되고 있다. 따라서, 이 논문을 통해 이러한 인터랙티브한 사이트들의 레이아웃에 대해 유형별로 분석하여 현 실태를 파악하고 디자인적 방법론과 플래시의 유용성에 대해 알아보고자 한다.

Abstract

Recently, common users are familiar with the various dynamic displays and interfaces owing to the developments of web browser and Flash. As Flash also has become popular, it has attracted more application of many users, which nowadays makes them focus on the unique characteristics of web - the interactive and dynamic design. Therefore, this dissertation performs the type-analysis of the layouts and the understanding of the actual condition for the existing interactive-sites, followed by the considering of the design-related methodology and the utility of Flash program.

## I. 서론-웹 디자인 발달과 플래시

브라우저의 발달과 플래시의 발달로 최근에는 동적인 화면과 인터페이스에 대한 두려움이 일반 사용자들에게도 많이 줄어들고 있다. 요즘은 플래시를 활용하지 않은 사이트가 없을 정도로 플래시가 보편적으로 사용되고 있다.

그 분야도 다양해서 메뉴 네비게이션(navigation) 부분만 플래시를 활용하기도 하고, 로고 부분만 애니메이션을 주기도 하며, 비주얼 이미지 영역을 멋있게

보여주기 위해 사용하기도 하고, 콘텐츠의 내용을 효과적으로 표현하기 위해 사용하며, 또는 사이트 전체를 플래시로 제작하여 사이트 자체에 몰입할 수 있도록 유도하기도 한다. 이제 웹은 사용자들의 참여를 유도함으로써 웹만의 고유한 인터랙티브적 사용성이 부각되고 있다. 따라서 이러한 인터랙티브한 사이트들의 디자인적 레이아웃에 대해 유형별로 분석하여 그 디자인적 방법론과 플래시의 유용성에 대해 알아보고자 한다.

## II. 본 론

### -인터랙티브한 웹 페이지의 유형별 분석

#### 1. 메뉴 네비게이션이 동적인 디자인

사이트 전체가 동적이거나 인터페이스가 복잡한 플래시 사이트는 화려하고 감각적인 디자인의 사이트와 마찬가지로 처음 방문했을 때에는 깊은 인상을 주지만, 실제로 사용자들은 이러한 사이트들을 자주 방문하지는 않는다.

특히 콘텐츠의 업데이트(update)가 빈번히 일어나고, 콘텐츠의 양이 많은 사이트일수록 사이트의 구조는 동적이기 보다 정적으로 구성된다. 금방 싫증나지 않으면서 시각적으로 편안하게 구성해야 사용자들은 자주 방문하게 되고, 그만큼 사이트 내에서의 체류 시간도 증가하게 되는 것이다.

그래서 우리나라의 최근 사이트들은 콘텐츠는 정적이고 가독성이 높은 반면 네비게이션과 비주얼 이미지 영역에는 플래시를 활용하여 새로운 재미를 부가한다. 특히 글로벌 메뉴의 네비게이션을 플래시(flash)로 제작하여 서브 메뉴를 쉽고 재미있게 볼 수 있고, 접근하기 쉽도록 하고 있다.

그 방법도 점점 다양해지고 있는데, 메뉴를 롤오버했을 때 서브 메뉴들이 슬라이드 되어 등장하는 단순한 방법에서부터, 서브 메뉴들이 아기자기한 일러스트들과 함께 애니메이션(animation) 되면서 등장하기도 하고, 메뉴가 유기적으로 움직이면서 클릭이나 롤오버를 유도하기도 하며, 최근에는 메뉴 자체에 사람의 동영상 움직임을 사용하여 마치 사람이 직접 메뉴를 들고 나오는 것처럼 보이게 하는 등 기발하고 복잡한 방법까지 천차만별이다.

글로벌 메뉴 네비게이션 영역만 플래시를 활용하게 되면, 기본의 정적인 레이아웃을 그대로 유지하면서 사용자들에게 네비게이션을 사용하는 즐거움을 줄 수 있는 장점이 있다. 어떠한 방식으로 애니메이션 효과를 넣을지 먼저 구상한 뒤에 이를 반영하여 전체 레이아웃을 잡는 것이 중요하다.

1.1 메뉴 네비게이션 부분이 사용자들의 반응에 따라 변하는 사례

1) 롤오버를 했을 때 서브 메뉴가 나타나는 사례1

엘에이치 사이트 | <http://www.lowhigh.net/>

메뉴에 마우스를 롤오버하면 메인 비주얼 이미지 위로 서브메뉴가 펼쳐지는 전형적인 예이다. 서브메뉴가 나타나지 않았을 경우를 고려한 균형 잡힌 여백을 살펴볼 수 있다. 방문자의 네비게이션 경험을 방해하지 않는 적절한 서브 메뉴의 돌출 속도와 클릭이 용이한 충분한 크기의 서브메뉴 영역이 포인트가 된다.

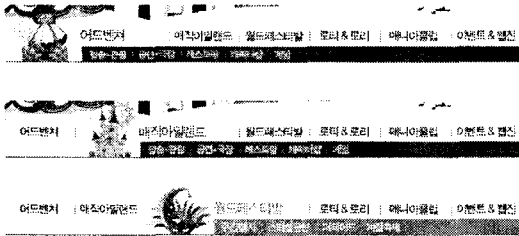


▶▶ 그림 1. 엘에이치 사이트

2) 롤오버를 했을 때 서브 메뉴가 나타나는 사례2

롯데월드 사이트 | <http://www.lotteworld.com/>

메뉴 네비게이션이 애니메이션이 있는 일러스트와 함께 등장하는 전형적인 구성이다. 마우스를 가져가면 등장하는 아기자기한 일러스트와 메뉴별로 고유한 칼라를 지니고 등장하는 메뉴의 구성은 테마파크의 이미지를 잘 살려주고 있다. 웹 사이트에서의 경험과 학습이 이미지 형성에 큰 기여를 하는 테마파크의 특성 상 단지 메뉴 영역 뿐 만이 아니라 상단의 이미지 플래시 영역까지 함께 활용한다면 더욱 효과적인 비주얼을 만들어 낼 수 있는 아쉬움이 있다.



▶▶ 그림 2. 롯데월드 사이트

3) 롤오버를 했을 때 애니메이션 효과가 나타나는 사례

Bigi 사이트 | <http://www.bigico.kr/>

실사를 활용한 메인 비주얼 이미지가 글로벌 네비게이션 역할을 하고 있다. 마우스를 롤오버하면 해당 메뉴의 실사 캐릭터 위로 눈 덩이가 쏟아지는데, 실사의 사진이 눈 덩이를 털어내고 새로운 소품들을 몸에 걸치면서 포즈가 바뀐다. 새로운 소품들은 마치 만화가가 그림을 그리듯 점차 그려지는데, 그 모습이 코믹하고 유쾌하고 재미있다. 눈 덩이 등의 효과와 배경 이미지를 계절별로 바꾸어 계절감을 나타내면서 주기적으로 분위기를 바꾸고 있다.

네비게이션의 분위기에 따라 사이트의 전체적인 레이아웃도 인물 사진을 재미있고 귀엽게 부각시키도록 구성되었다.



▶▶ 그림 3. 비기사이트

## 2. 이미지 영역이 동적인 디자인

비주얼 이미지 영역의 이미지를 플래시를 활용하여 잔잔한 움직임이나 주거나 스토리 텔링 기법을 사용하여 내용을 전달하거나, 역동적이고 다이나믹한 애니메이션으로 긴장감 있는 분위기를 조성하는 등 여러 가지 동적인 디자인을 보여주는 것은 플래시 애니메이션이 웹 디자인에서 가장 먼저 사용된 영역이다.

복잡한 액션 스크립트 없이 단순히 타임라인 상의 애니메이션을 이용해서 여러 가지 효과를 줄 수 있기 때문이다.

과거에는 비주얼(visual) 이미지를 gif나 jpg의 스틸 이미지나, 간단한 gif 이미지로 표현했기 때문에 비주얼 영역이 그다지 크지 않았다. 그러나 최근에는 애니메이션의 기법과 표현 방식이 많이 발달하고, 또 디자이너들이 연구, 개발하여 여러 스타일의 분위기를 연출할 수 있게 되었다. 게다가 클라이언트들의 안목도 높아져서 사이트의 분위기를 이미지 연출을 통해서 표현하고자 하는 요구가 늘어남에 따라, 사이트에 있어서 비주얼 이미지의 영역은 점점 더 크게 활용되고 있다.

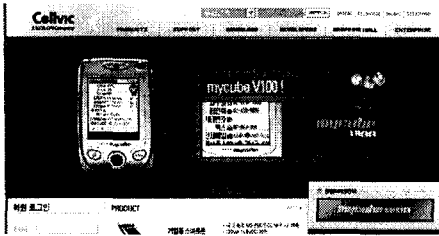
전체 레이아웃을 잡은 상태에서 이미지 영역에만 플래시를 활용한 애니메이션을 추가하는 방법을 많이 사용하지만, 처음 기획을 할 때부터 이미지 영역을 최대한 효과적으로 사용할 수 있는 방법을 입체적으로 생각한 뒤, 그에 맞는 레이아웃을 설계해 나가는 것이 더 좋다.

### 2.1 고정된 비주얼 이미지 영역에서 애니메이션 효과가 있는 사례

1) 고정된 비주얼 영역이 애니메이션 되는 사례1

Cellvic 사이트 | <http://www.cellvic.com/>

기업 홈페이지 내에서 플래시 비주얼 활용의 가장 일반적인 형태이다. 플래시 비주얼이 페이지 전체에서 시선의 중심을 차지한다. 메인 화면에는 사이트의 이미지를 압축한 가장 크고 긴 플레이타임을 가진 무비가 보여 지고, 각 서브페이지에서는 해당 메뉴에 연관된 짧은 애니메이션이 보다 작은 크기로 플레이된다. 이는 애니메이션을 통한 이미지 형성이 가장 중요한 메인페이지의 통일성을 유지하면서도 콘텐츠에 대한 주목도를 높여야 하는 서브페이지의 특성에 기인한 결과라 할 수 있겠다.



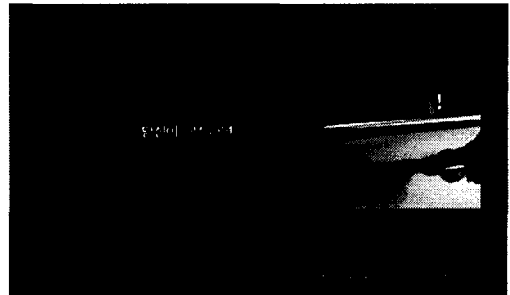
▶▶ 그림 4. Cellvic 사이트

2) 고정된 비주얼 영역이 애니메이션 되는 사례2  
 SONY KOREA 사이트 | <http://www.sony.co.kr>  
 메뉴에 마우스를 롤 오버할 때마다 이미지 영역이 해당 메뉴와 관련된 내용으로 변화된다. 단순히 관련된 이미지를 제시하는 것에서 머무르지 않고, 영화, 음악 등 해당 메뉴에서 선보이는 최신 콘텐츠를 보여줌으로써 보다 한 걸음 더 나아간 비주얼 이미지 영역의 활용 예시를 보여준다.

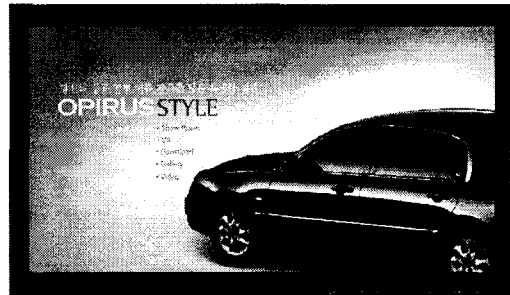


▶▶ 그림 5. SONY KOREA 사이트

3) 고정된 비주얼 영역이 애니메이션 되는 사례3  
 OPIRUS 사이트 | <http://www.opirus.com/>  
 기아 자동차의 오피러스 사이트이다. 고급스러우면서 화려하고 세련된 감각을 보여주기 위해 사이트 전체 칼라를 검정으로 지정하여 이미지를 더욱 세련되게 부각시키고, 사이트의 화면을 중앙의 고정된 영역만 사용하여 집중도를 높이고 있다. CF를 재현하는 메인 플래시 애니메이션과 이미지 위주로 사진을 크게 사용하는 화면 구성은 마치 브로셔(brochure)를 보는 듯한 느낌을 준다. 메뉴에 따라서 고정된 영역 전체를 이미지 영역으로 활용하기도 하고, 콘텐츠를 보여주는 영역으로 사용하기도 한다.



▶▶ 그림 6. OPIRUS 사이트



### 3. 사용자의 반응에만 움직이는 디자인

사용자들의 반응에만 움직이는 디자인은 사용자들이 없다면 그 존재가 유명무실하다.

비주얼 이미지가 동적인 사이트에서의 애니메이션 되는 이미지들은 사용자의 참여가 없어도 시간의 흐름에 따라 저절로 애니메이션이 되어 사용자들은 TV를 보듯이 관람만 하면 되는 경우가 많지만, 사용자들의 반응에만 움직이는 사이트에서는 사용자들은 손놓고 가만히 있는 입장이 아니라 적극적으로 마우스를 움직이고 생각해야만 한다.

그래서 인터넷 초보 유저들이나 연령대가 높은 사용자들이 이러한 사이트를 접하게 되면 어려워하고, 복잡하게 생각하여 그냥 사이트를 나오는 경우가 많다.

고급 유저들이나 우리와 같은 디자이너, 그리고 웹에 관심이 많은 사용자들의 경우는 이렇게 특이하고 신기한 사이트들을 찾아서 다니며, 사이트를 사용하면서 즐거움을 찾지만 그 수는 일반 사용자들에 비해 아주 적다.

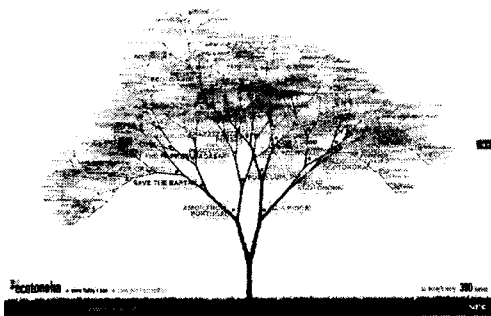
이와 같은 사이트들은 레이아웃에 있어서도 일반적인 특징이나 제한이 없고, 사이트의 목적 또한 독창적이고 실험적인 작업 공간으로서 많이 활용되어, 아직까지 일반적인 사용성 위주의 콘텐츠 사이트에서는 찾아보기 힘들다.

### 3.1 사용자의 롤오버나 클릭, 또는 다른 움직임을 통해서 변화하는 디자인

#### 1) 사용자의 참여에 따라 예측 없이 변화하는 디자인 사례 ecotonoha 사이트 |

<http://eco.adnec.com/eco/ecotonoha2.html>

사용자가 작성한 각각의 글이 나뭇잎이 되어 그 글의 길이와 양에 따라 각기 다른 나무 모양을 이루게 된다. 자칫 거대한 낙서판으로 느껴질 수도 있는 개념을, 랜덤(random)하게 생성되는 녹색 글의 미묘한 조화를 통해 재미있고 신비하게 표현하고 있다. 새 글을 쓰거나 해당 글을 읽기 위해 클릭하면 이루어지는 줌 업(zoom up) 애니메이션은 작지만 의미 있는 노력들이 바탕이 되어 완성에 기여한다는 의미를 효과적으로 각인시킨다. 사용자들의 참여 의도를 쉽게 끌어내고 효과적으로 만족감을 안겨다 주는, 기발한 아이디어로 제작된 사이트이다.

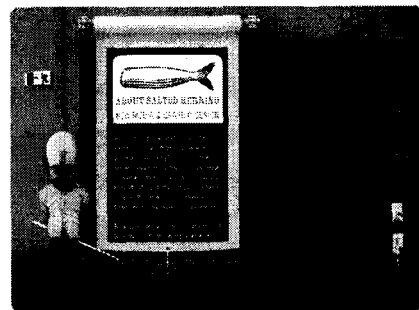
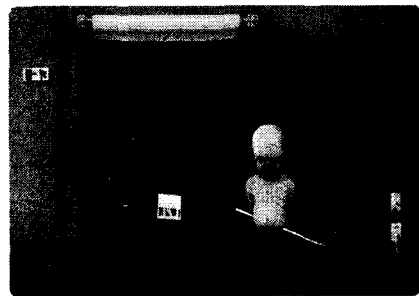


▶▶ 그림 6. ecotonoha 사이트

#### 2) 쉽고 친숙하게 마우스의 반응을 유도하는 사례 Salted Herring 사이트 |

<http://www.saltedherring.com/>

플래시 애니메이션의 인터랙티브한 특성을 잘 살린 인터페이스를 보여준다. 칠판, 궤도, 비상문, 지시봉 등 교실을 메타포로 사용하여 친숙한 사물의 조작을 통해 콘텐츠를 관람할 수 있다. 이렇듯 일상적인 사용법을 연상할 수 있는 사물을 통한 인터페이스는 사용자의 학습에 대한 부담을 줄이면서도 적절한 흥미를 부여할 수 있다.



▶▶ 그림 7. Salted Herring 사이트

#### 4. 숨겨져 있어서 반응이 있어야만 나타나는 디자인

사용자들의 반응에만 움직이는 디자인에서 더 나아가 요소들이 숨겨져 있어서 적극적인 사용자들의 노력 없이는 볼 수 없는 사이트들이 있다.

숨겨져 있는 요소들은 숨겨져 있다는 것을 알리기 위해 미묘한 애니메이션의 효과나 사운드 등을 통해서 힌트를 주지만, 여전히 일반 사용자들에게는 부담스럽고 어렵게 인식되기 때문에 사용성이 매우 떨어진다. 이러한 사이트를 방문하게 되면 사용자들은 인내심을 가지고 상상력을 동원하여 숨겨져 있는 요소들을 찾는 경험을 하게 된다.

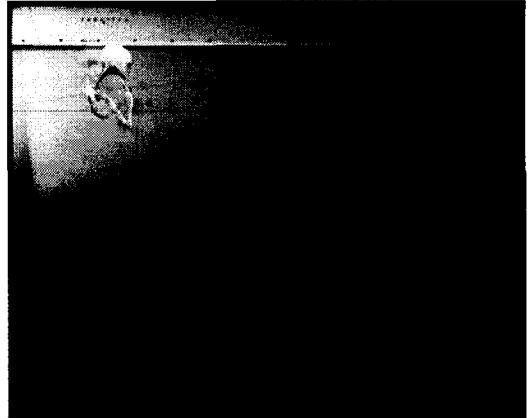
크리에이티브를 강조하는 인터랙티브 디자인 전문 그룹에서는 이와 같은 사이트들을 제작하여 디자이너들과 인터랙티브 디자인에 관심이 있는 사용자들에게 새롭고 신선한 경험을 제공하면서 크리에이티브의 한계에 도전하고 있다.

##### 4.1 숨겨져 있는 요소들이 반응에 움직이거나 나타나는 디자인 사례

1) 사용자들의 반응을 통해 메뉴가 나타나는 사례  
conclave obscurum 사이트 |

<http://cmart.design.ru/>

메인 메뉴를 비롯하여 사운드 조정 버튼들이 작은 썰기 모양의 버튼에 마우스를 가져가야지만 표시된다. 사용자로부터의 이벤트에 의해 다양한 변화가 일어나기 때문에 레이아웃을 잡는데 보다 세밀한 계획이 필요하다. 사용성 보다는 비주얼을 통한 분위기 형성에 초점을 맞춘 구성이다.

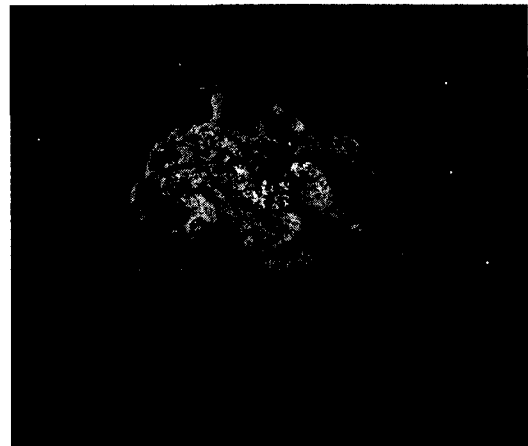


▶▶ 그림 8. conclave obscurum 사이트

2) 숨겨진 요소들을 찾아가는 것이 디자인 사례  
freshsensation사이트

<http://www.freshsensation.com/samorost.swf>

플래시를 이용한 웹 퍼즐/어드벤처 게임이다. 화면 상에 존재하는 각 요소들을 순서대로 적절히 클릭하여 활성화 시켜야만 다음 스테이지로의 진행이 가능하다. 이러한 경우 각 요소의 위치와 기능은 의도적으로 숨겨진다. 사용자들의 상상력과 인내력을 요구하면서 재미있고 기발한 아이디어들을 보여주는 게임이다.





▶▶ 그림 9. freshsensation사이트

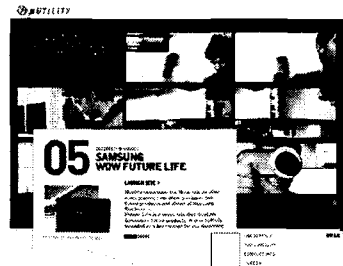
## 5. 사이트 전체가 동적이면서 화면마다 변화하는 레이아웃

전체 화면을 플래시로 제작하는 기법은 의류, 패션 사이트에서 영화 사이트에 이르기까지 국내에서도 많이 사용하는 방법이다. 그러나 인터넷에 숙달되지 않은 초보 유저들에게는 여간 짜증나는 일이 아닐 수 없다. 올 플래시의 사이트 대부분이 전체 창을 사용하고, 더구나 윈도우의 기본 상태 표시줄까지 없애기 때문에 사용자들은 매우 당황하고 난처해하게 된다.

물론 전체 창을 사용하게 되면 그 사이트에 대한 집중도가 높아지긴 하지만, 인터넷에 익숙한 사용자들조차도 전체창의 사이트들을 꺼려하는 것을 보면 분명 사용성이 떨어진다고 볼 수 있다.

대개 전체 창을 사용하는 올 플래시의 사이트들은 화면 전체를 사용하기보다 중앙 영역의 고정된 사각영역만 이용한다. 또한 메뉴별로 화면의 레이아웃이 바뀌기 때문에 화면 전환 기법에도 여러 가지 효과를 사용하여, 사이트를 본다든 기분 보다 한편의 영상을 관람하는 느낌이 들기도 한다.

5.1 사이트가 전체 플래시로 제작되어 전체 화면이 동적이면서 페이지마다 레이아웃이 변하는 사례  
1) 사용자의 반응에 의해 레이아웃이 바뀌는 사례  
뉴틸리티 사이트 | <http://www.nutility.co.kr>  
큰 파일 사이즈와 시스템 자원 소모로 차칫 무거워질 수 있는 플래시로 전체 화면을 구성하는 데에는 많은 제약이 따른다. 그러나 뉴틸리티 홈페이지의 기술적 완성도는 플래시의 화려한 효과에 안정성을 부여하여 이러한 제약을 극복함과 동시에 기업의 역량을 효과적으로 보여주고 있다. 또한 사각 틀 오른쪽 하단에 있는 플러스 표시를 드래그하면서 페이지를 전환하고 변형되는 레이아웃을 보여주는 크리에이티브한 면도 뛰어나다.



▶▶ 그림 10. 뉴틸리티 사이트

2) 스토리 텔링 방식을 차용하여 매 페이지의 레이아웃이 면하는 사례

영화 스캔들 사이트 | <http://www.thescandal.co.kr/>

영화 홍보 웹 사이트를 전체 플래시 화면으로 제작하는 것이 기본이 되어버려 부담스러운 사례들이 쏟아지고 있는 상황 속에서, 치밀한 기획과 기술에 대한 이해가 얼마나 중요한지를 잘 보여주는 사이트이다. 디자인과 기술, 기획의 유려한 조화는 웹페이지 영화임을 공표한 영화에 대한 기대감을 한껏 끌어올렸다. 영화의 기획과 잘 맞물린 유머 넘치는 구성, 다양한 멀티미디어 콘텐츠와 대형 이미지를 사용하면 서도 지루한 로딩을 없앤 자연스러운 페이지 전환이 주목할 만하다.



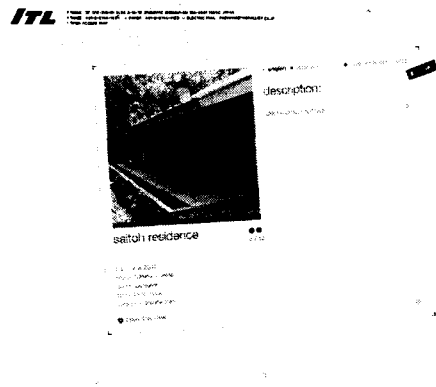
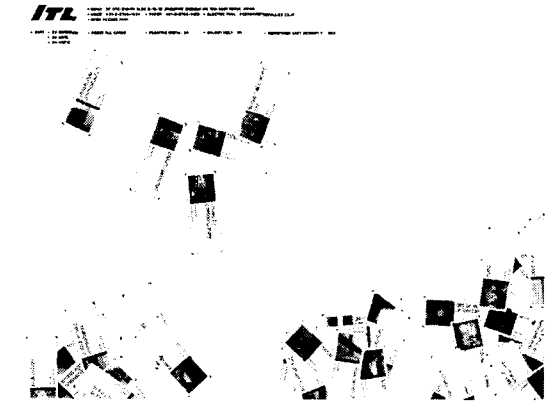
▶▶ 그림 11. 영화 스캔들사이트

3) 콘텐츠를 관람할 수 있는 다양한 인터페이스를 제공한 사례 intentionallies 사이트 |

<http://www.intentionallies.co.jp>

컨텐츠가 담긴 다양한 카드가 화면 가득 펼쳐진다. 이 카드들을 옮기고, 분류하고, 다시 흘뜨리고, 이전 상태로 되돌리는 등 콘텐츠를 관람할 수 있는 다양한 인터페이스를 제공한다.

사용자들이 움직여서 만들어 놓은 위치에서 화면이 커지고 레이아웃이 결정되는 모양은 정말 신기하고 참신하다. 깨끗한 흰 바탕과 깔끔한 회색 라인이 인터페이스를 도와주고 레이아웃을 결정짓는 중요한 디자인 요소로 사용되고 있다.



▶▶ 그림 12. intentionallies 사이트



### Ⅲ. 결론

지금까지 사용자의 반응에 따라 변화하는 레이아웃에 대해 5가지 정도의 유형으로 나누어 살펴보았다.

1. 메뉴 네비게이션에 인터랙티브한 요소를 넣는 경우
2. 비주얼 이미지 영역을 최대한 활용한 경우
3. 사용자의 반응에만 움직이는 요소를 활용하여 인터랙션을 유도
4. 숨겨져 있는 요소를 사용하여 상상력과 호기심을 자극하는 레이아웃
5. 사이트 전체가 동적이면서 페이지마다 변화 있는 레이아웃

이렇게 사용자의 반응에 따라 변화하는 즉, 인터랙티브한 웹 페이지를 위한 레이아웃은 갈수록 다양한 시도를 통해 발전하고 있다.

앞서 살펴본 대부분의 사이트들이 인터랙티브한 효과를 주기위해 사용하는 대표적인 틀은 플래시이다.

우리나라에서는 단순하게 애니메이션 툴로서 많이 사용하고 있지만, 실제적으로 플래시가 할 수 있는 기능적인 부분은 무궁무진하다. 플래시로 실시간 주가 정보를 보여줄 수도 있고, 리로드(reload)없이 쇼핑몰의 구매를 완료할 수도 있게 되었다.

이 외에도 플래시로 제작된 사이트들의 장점으로는 사용자들에게 다양하고 재미있는 인터페이스를 제공하여 유저들의 호기심과 상상력을 자극한다는 점이 있다. 또 사운드를 쉽고 편리하게 활용할 수 있고, 제작 방법이 그다지 어렵지 않다는 장점이 있다.

반면에 정적인 이미지보다 파일 용량이 커서 다운로드를 받는데 시간이 더 많이 걸리며, 아무래도 네비게이션이 어려워 사용자들이 불편함을 많이 느낄 수 있다는 단점이 있다.

그러나, 쌍방향 커뮤니케이션이라는 웹의 본질적인 성격과 비교해 볼 때, 플래시는 인터랙션(interaction-상호작용)을 구현하는 가장 효과적인 수단임에 틀림없다. 웹 사이트란 보는 것에서 그치는 것이 아니라 상호 작용하는 매체이기 때문에 사용자

에 대한 배려를 바탕으로 한 동적인 화면 구성은 충분히 매력적이고, 앞으로도 무한하게 발전할 수 있는 분야이다.

우리 디자이너들은 플래시를 활용하여 사용자들과 원활한 커뮤니케이션을 할 수 있는 방법을 모색해야 한다. 또한 플래시의 활용 범위에 따라서 플래시가 레이아웃에 끼치는 영향이 어떻게 다른지를 파악하고, 그에 맞는 가장 적당한 레이아웃을 찾는 것 또한 중요하다.

따라서 너무 무분별한 플래시 남용이 아닌 유저들의 필요를 채우고 흥미를 유발시키기 위한 레이아웃의 디자인에 대한 지속적인 연구와 노력은 계속되어야 할 것이다.

#### ■ 참고문헌 ■

- [1] 최미선, 디자인의 스타일을 넓혀주는 웹 스타일 북, 안그래픽스, 2003.
- [2] 김한주, 웹 디자인 가이드 북, 비비컴, 2003.
- [3] 황재현, Better Web Design4 웹 레이아웃스타일 & 컬러시스템, 정보문화사, 2003.