

## 데스크탑PC웹과 모바일웹의 아이콘 디자인 분석 - 포털사이트를 중심으로 -

### Icon Design Analysis of Both Desktop Web and Mobile Web - about the icons on the portal sites -

송수진, 김세화

동서대학교 디자인대학원

Su-Jin Song, Sehwa Kim

Graduate School of Design, Dongseo  
University

#### 요약

최근 복합적인 기능을 가지고 있는 스마트폰의 확산으로 모바일 웹 시장이 빠르게 확장되고 있다. 모바일 웹은 데스크탑PC 웹과는 달리 화면이 작고 사용자가 손으로 아이콘을 선택하기 때문에 사용자들이 데스크탑PC 웹에서 사용하던 아이콘을 그대로 모바일 웹에 적용하여 사용하기에 모바일 웹서비스를 위한 GUI디자인의 연구의 필요성이 제기되고 있다. 본 연구에서는 데스크탑PC 웹과 모바일 웹의 아이콘 분석을 위하여 이론적 고찰과 함께 국내 포털사이트 5곳-구글, 네이버, 다음, 야후, 파란-을 대상으로 데스크탑PC 웹과 모바일 웹의 아이콘을 내용방식과 표현방식으로 비교 분류하였다. 아직 모바일 웹의 아이콘을 데스크탑PC 웹에서 사용하고 있는 아이콘을 그대로 사용하는 포털사이트들이 많았지만 몇몇 포털에서는 모바일 웹 사용자를 고려하여 아이콘을 별도로 제작하는 사례들을 볼 수 있었다. 즉 모바일 웹의 사용성을 높이기 위해서 사용자가 작은 화면에서 아이콘을 보고 선택하는 사용 환경을 고려한 GUI디자인이 필요하다는 것을 알 수 있었다.

## I. 서론

모바일 서비스는 통신 기능을 기반으로 SNS, eBook, 금융, 인터넷 검색 등을 비롯하여 GPS를 기반으로 한 지도서비스와 같이 생활 속의 다양한 서비스로 확장되었다. 최근 모바일 시장의 화두인 스마트폰은 모바일 전용 운영체제 위에서 구동되며, 다양한 어플리케이션을 설치, 제거 할 수 있어 종전의 휴대전화의 기능 외에 다양한 PC 기능이 이용가능한 모바일 디바이스로, 데스크탑PC가 없어도 모바일을 사용하여 인터넷을 이용할 수 있게 되었다.

모바일 웹은 이동 단말기에서 일반 웹에 접속할 수 있는 브라우저 기술로 각종 단말기에서 유선 웹 사이트에 접속할 수 있는데, 최근 국내 포털사이트를 비롯하여 e-비즈니스를 행하고 있는 기업들은 모바일에서 보

여 지는 웹사이트에 많은 관심을 보이고 있다. 그러나 모바일 웹 기술의 발전으로 PC용 웹브라우저에서 사용할 수 있던 웹을 모바일에서도 볼 수 있게 되었다고는 하나, 접속방식과 전송속도, 스크린의 크기, 제어 인터페이스 등이 데스크탑PC의 사용 환경과는 차이가 있어, 모바일 디바이스에 맞는 모바일 전용 웹에 대한 필요와 이에 대한 디자인 연구가 필요한 상황이다.

## II. 본론

### 1. 데스크탑PC 웹 과 모바일 웹

모바일과 관련한 웹의 분류는 연구자들마다 다른 정의를 제시하고 있는데, 본 연구에서는 서비스 사용 디

바이스에 따른 웹의 분류를 음소은(2010)의 ‘모바일 웹 인터페이스 사용편의성 향상을 위한 레이아웃 연구’에서 제시한 데스크탑PC 웹과 모바일 웹으로 한다.

데스크탑PC 웹은 정보 교류의 다양한 기능성과 쌍방향성으로 인해 폭넓은 인터넷 사용자층을 확보하게 되었다. 사용자 인터페이스 측면에서 데스크탑PC 웹은 마우스와 키보드 등의 제어용 하드웨어를 바탕으로 이미지, 사운드, 플래시와 같은 다이나믹한 표현 요소를 가지고 사용자 경험을 풍부하게 하고 있다.

모바일 폰의 급격한 보급과 모바일 웹을 자유롭게 사용하게 되면서 사용자들의 편리성을 위해 모바일 기기의 기능이 다양해졌다. WAP 기반의 무선인터넷 환경을 모바일 웹 1.0이라고 지칭한다면, 모바일 웹 2.0은 모바일 웹이 웹 2.0과 결합하면서 모바일 환경 하에서도 웹 2.0이 지니는 속성이 나타나는 것이라고 할 수 있다. 모바일 폰의 인터페이스에 있어서도 자판방식의 GUI 인터페이스에서 터치방식의 직관적 인터페이스를 사용하게 되면서 사용자들은 더욱 즐거운 경험 속에서 인터페이스를 행하게 되었다.

## 2. 아이콘

아이콘은 인간-컴퓨터 인터페이스에서 컴퓨터 화면 상에 제시되는 작은 그래픽 심볼이며, 사용자가 쉽게 이해할 수 있는 조형화된 객체를 의미한다. 아이콘의 특징은 시각적인 요소를 통해 의미를 담고 있어 문자보다 한 눈에 인식할 수 있으며 시각적 주목성을 가지고 있어 문자정보에 비해 신속한 정보를 전달하고, 문자보다 작은 공간에 표현이 가능하다. 또한 긴 문자의 정보보다 오랫동안 기억하기 쉬우며, 사용자가 사용하는 언어가 달라도 아이콘이 가지고 있는 의미를 파악할 수 있는 국제성과 범용성을 지닌다. 모바일 웹에서의 아이콘 디자인에 대한 유하연(2003)의 ‘모바일 폰의 아이콘 디자인에 관한 연구’에서 아이콘의 시각적 구성 요소를 형태, 칼라, 크기, 동영상, 텍스트, 화면구성으로 제시하였다. 여기에서 아이콘의 시각적 구성 요소인 동영상은 모바일 웹에서 동영상 아이콘을 표현하기 위해서는 많은 데이터를 전송 받아야하는데 모바일 웹은 전송속도가 느리기 때문에 사용자는 짧은 시간 안에 많은 정보를 볼 수 없기에 불편함을 느끼게 된다고 하였다.

최인환(2003)의 ‘웹디자인에 적용되는 아이콘의 사용성 평가에 관한 연구’에서는 아이콘을 크게 세 가지로

분류하였다. 표현내용에 의한 분류, 표현형식에 따른 분류, 마지막으로 표현방식에 의한 분류이다. 본 연구에서는 이 중 표현내용[표1], 표현방식[표2] 측면에서 PC 웹과 모바일 웹의 아이콘을 비교하였다.

표 1. 표현방식에 의한 분류

문자 표현방식	아이콘 내에 그 아이콘이 표현하는 특성이나 대상물 자체의 이름을 문자로 표시하여 주는 방식
그림 표현방식	컴퓨터 시스템의 프로그램이나 파일에 대응되는 아이콘 모양을 그림으로 표현하는 형태
문자/그림 혼합방식	위 두 가지를 혼합한 방식으로 아이콘이 계층별 특성을 대별하는 경우에 유용하게 사용되는 방식

표 2. 표현내용에 의한 분류

다이렉트 아이콘	오브젝트 그 자체를 회화적으로 표현하는 아이콘
메타포 아이콘	연상을 활용하는 아이콘
심벌 아이콘	기능을 특정한 형상에 연관시키는 것

## 3. PC 웹과 모바일 웹의 아이콘 분석

대형 포털사이트들은 모바일 전용 웹사이트를 [표 3]과 같이 별도의 url로 운영하고 있다.

표 3. 데스크탑 PC 웹과 모바일 웹 사이트 주소

	데스크탑PC 웹 주소	모바일 웹 주소
네이버	http://www.naver.com	http://m.naver.com
다음	http://www.daum.net	http://m.daum.net/mini
구글	http://www.google.co.kr	http://www.google.co.kr/m
야후	http://kr.yahoo.com	http://m.yahoo.com
파란	http://ww.paran.com	http://m.paran.com/mini

표 4. 모바일 웹 사이트 화면 이미지

네이버	다음	구글	야후	파란
				

포털사이트의 모바일 웹 화면은 [표 4]와 같으며, 각 포털사이트의 PC용 웹사이트의 아이콘과 모바일 웹사이트의 아이콘을 비교분석한 결과는 다음과 같다.

- 네이버의 데스크탑PC 웹 아이콘의 표현방식은 대상물 자체를 문자로 표시하는 아이콘을 주로 사용한 반면, 모바일 웹의 아이콘은 주로 그림과 문자를 혼합하는 표현을 주로 사용하였다. 표현내용은 주로 메타포 이미지를 사용하였으며 사용자 터치로 아이콘을 선택하기에 적절한 버튼영역 정도의 아이콘의 크기가 되도록 하였다.
- 구글 데스크탑PC 웹의 아이콘은 아이콘이 가지고 있는 기능을 연상할 심벌형으로 표현하였으며, 사용자가 판별하기 쉬운 이미지를 사용하여 아이콘을 제작하였다. 모바일 웹에서는 아이콘의 사용을 자제하여 특정한 부분에만 아이콘을 사용하고 대부분 문자에 하이퍼링크를 사용하여 모바일 웹 단점인 데이터 다운로드 양을 줄이고자 하였다.
- 다음의 데스크탑PC 웹과 모바일 웹은 유사한 레이아웃으로 구성되어 있는데, 아이콘의 위치와 형태가 거의 동일하게 사용되고 있다. 다음은 두 매체에서 보여지는 웹사이트의 이미지의 통일성에 주력하고 있다.
- 야후는 화면구성의 레이아웃은 확연히 다르지만 데스크탑PC웹과 모바일 웹에서 대부분의 아이콘을 동일하게 사용하였으며, 그림과 문자를 동시에 쓰면서 이미지 연상을 활용하는 아이콘을 사용하였다.
- 파란의 모바일 웹에서 검색, 로그인, 메일과 같이 사용자가 자주 사용하는 아이콘은 데스크탑PC 웹 아이콘의 문자 표현 방식을 그대로 사용하고 있으나, 사용자가 사용률이 낮은 링크들은 그림 표현(다이렉트, 메타포)방식으로 사용하고 있다.

### Ⅲ. 결론

포털사이트에서의 데스크탑PC 웹과 모바일 웹의 아이콘을 표현방식과 표현내용에 있어서, 레이아웃이 확연히 차이를 보이는 네이버와 야후의 아이콘은 이미지와 문자를 사용한 아이콘을 주로 사용하고 있었다. 레이아웃 디자인을 동일하게 사용하고 있던 세 개의 사이트에서는 주로 문자형식의 아이콘이나 그림형식의 아이콘을

사용하고 있었다.

모바일 웹은 작은 화면에 많은 것을 보여주기에는 많은 제한이 따르기 때문에 의미를 함축하고 있는 아이콘의 사용이 데스크탑PC 웹 아이콘보다 모바일 웹에서의 아이콘 사용이 중요시 된다. 따라서 모바일 웹에서 사용하는 아이콘의 새로운 디자인 연구가 필요하다. 사용자가 모바일 웹을 사용할 때 사용자의 손의 동선, 사용자가 아이콘을 터치할 때 아이콘의 크기와 주변의 아이콘과의 간격, 아이콘의 형태 등을 고려하여야 할 것이다.

본 연구에서는 국내 사용자들이 많이 찾는 포털사이트를 대상으로 하였기 때문에 폭넓은 비교 분석을 할 수 없었다. 차후 더 많은 사이트를 대상으로 하여 모바일 웹에서의 아이콘 디자인 가이드에 대한 심도 깊은 연구가 필요하다.

### ■ 참고 문헌 ■

- [1] 음소은, "모바일웹 인터페이스 사용편의성 향상을 위한 레이아웃 연구", 한양대학교 대학원, p.9, 2010.
- [2] 마이크로소프트웨어 편집팀 : 마이크로소프트웨어 용어사전 : 소프트뱅크 미디어, p.348, 2001.
- [3] 전종홍, 이승윤, "모바일웹 2.0 기술 전망 : Telecommu- nications Review", 한국전자통신연구원, 제 17권 4호, pp.629-630, 2007.
- [4] 최인환, "웹 디자인에 적용되는 아이콘의 사용성 평가에 관한 연구", 시각디자인학연구 제 12호, pp.7-8, 2003.
- [5] Horton, W., The Icon Book : Visual Symbols for Computer Systems and Documentation, New York: John Wiley & Sons, Inc, 1994