

# 모바일 SNS 메인화면 GUI에 관한 연구 - 카카오톡 중심으로

## A Study of Mobile SNS Mainpage's GUI Design

석우, 노 황우

한밭대학교대학원, 시각디자인학과

Yu Shi, Hwangwoo Noh

Dept. of Visual Design, Habat National University

### 요약

“카카오톡”이 세계시장으로 확대하기를 위해서 증미일의 대표적인 모바일 SNS(Facebook, Wechat, LinkedIn)와 대비를 통하여 GUI디자인을 중심으로 분석이 이루어져야 할 필요성이 있다. 연구결과를 통하여 본 카카오톡 GUI디자인의 특징과 문제점은 다음과 같다. 첫째, 굵은 선으로 아이콘 구성하는 방법이 전체 스타일에 영합하지만 화면이 복잡해 보이는 측면이 있다. 둘째, 서브메뉴에서 아이콘과 앵클릭, 광고이미지 등 다양한 요소를 한꺼번에 놓으면 혼란한 측면이 있다.

## 1. 서론

### 1.1. 연구목적

현대사회에서 스마트폰의 대중화로 인해 모바일 SNS(social network service)의 사용자가 급속하게 증가하고 있다. 그리고 SNS사용에 있어 GUI(graphical user interface)는 사용자들이 쉽고 편리하게 사용하기 위한 역할이 있을 뿐만 아니라 기업경쟁중의 승리를 가져오는 핵심요소이다. 한국 1위의 모바일 SNS인 “카카오톡”이 세계시장으로 확대하기를 위해서는 GUI디자인을 중심으로 분석이 이루어져야 할 필요성이 있다.

### 1.2.연구의 범위 및 방법

본 연구에서 모바일 SNS 관련 GUI분야의 발전과 동향을 문헌자료와 세계 각국의 SNS 서비스 GUI을 대상으로 서로 대비를 통하여 고찰하고, 모바일 SNS 서비스를 중심으로 GUI 시스템과 디자인, 사용자 선호도, 기대효과를 분석을 통하여 앞으로 카카오톡 GUI분야의 발전적인 방향을 모색하고자 한다. 연구범위는 GUI시스템과 디자인 분야의 실질적이며 객관적인 분석을 위해 카카오톡(한국), Facebook(미국), wechat(중국), linkedln(일본)등 4대기업을 대상으로 하였다.

## 2. 본론

### 2.1. SNS의 종류

SNS는 다양한 서비스들이 존재하고 그 기능과 성격, 선호에 따라 여러 유형으로 나누어진다. 자세한 유형별로 분류가 다음 표과 같이 이루어진다.

표 1. SNS의 유형별 분류

구분	사용목적	대표사례
프로필형	정보공유,인맥관리	Facebook, RenRen, 싸이월드
블로그+미니홈피형	자기표현,정보공유	네이버 블로그, sina블로그
클럽+카페형	인터넷 동호회	네이버 카페, 다음카페
마이크로 블로그형	현재상태과 감정표현	Twitter, sinamicroblog

### 2.2. GUI디자인의 개념 및 중요성

GUI는 GraphicalUserInterface의 약자로, UI의 시각적 요소라고 정의할 수 있으며, 최근의 디지털 GUI는 말 그대로 사용자가 전자화된 시각표시 매체를 통하여 필요 작업을 수행하고자 할 때, 필요한 조작정보를 시각적으로 사용자에게 제공하는 인터페이스를 말한다<sup>1)</sup>.

세계적으로 스마트폰 사용자의 비율이 급속히 증가하고 있다. 소셜 네트워크에서는 자신이 직접적으로나 간접적으로 느끼고 행동하는 모든 것들을 즉각적으로 담고 이를 공유하면서 네트워크안에 사회적 관계가 형성된다. 즉 스마트폰으로의 소셜 네트워크는 컴퓨터 보다 사용자들에게 이상적인 환경이므로 앞으로 모바일 어플리케이션 시장의 GUI디자인 연구가 심도 깊게 진행되어야 할 것이다.

### 2.3. GUI디자인 구성요소

상제 GUI의 시각적, 공간적 구성 요소는 크게 색(Color), 형태(Shape), 질감(Texture), 레이아웃(Layout), 아이콘(Icon),이미지(Bitmap),서체(Typo) 등으로 나누어 볼 수 있다<sup>2)</sup>.

1) 일본 인간공학회 스크린디자인 연구회 편저, 「GraphicalUserInterface」, 2003, p.12

## 2.4. 모바일 SNS 메인화면 GUI디자인 분석

### 2.4.1. WeChat모바일 어플리케이션 GUI디자인 분석



▶▶ 그림 1. 모바일 WeChat icon구성

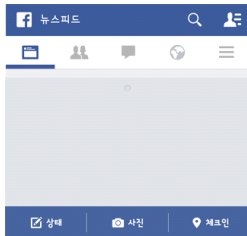
WeChat의 주색이 녹색이다. 네비게이션 아이콘이 메인화면의 아래쪽에 놓여 있으며 총 4기능으로 나누어져 있다. 바로채팅, 대화상대, 검색, 나의정보이다. 아이콘 디자인을 살펴 보면 부드러운 윤곽으로 구성하는 플래트닝 형태를 사용하고 있다.



▶▶ 그림 2. 모바일 WeChat 서브icon구성

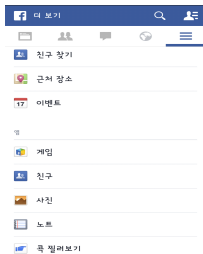
서브아이콘이 조작정보를 가시화한 그래픽을 이용해서 각 기능의 다름에 따라 정확하게 의미를 전달한다. 그리고 편리하게 친구를 사귀고 흥미를 유발할 수 있도록 “흔들기, 주변사람” 등 기능을 개발했다. 메인 아이콘에 비해 서브 아이콘이 더욱 구체화되어 평면화로 보인다.

### 2.4.2. Facebook모바일 어플리케이션 GUI디자인 분석



▶▶ 그림3) 모바일 Facebook 메인구성

Facebook은 전체적인 화면이 파란색을 이용해 식별성이 강해 보이며 메인화면이 응용공간과 내용 전시공간 두 분야로 나뉜다. 네비게이션 아이콘은 평면적인 회색 그래픽을 이용하여 WeChat 아이콘보다 약간 복잡해 보인다.



▶▶ 그림 4. 모바일 Facebook 서브구성

서브아이콘이 실제화한 느낌을 강조해서 의미 전달효과

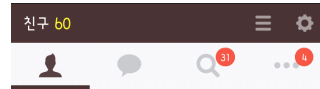
- 2) 김현 / 김진형, 「스마트폰 메신저에서 감성적 커뮤니케이션을 위한 GUI 연구」, 한국디자인지식학회, 2011, p.149, 참조

가 매우 뛰어나다. 레이아웃을 살펴보면 아이콘사이에 여백을 균등하게 두고 기능을 적정하게 분배하며 상용기능의 아이콘을 주요 위치에 놓았다.

### 2.4.3. LinkedIn모바일 어플리케이션 GUI디자인 분석

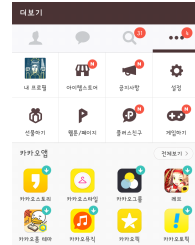
메인화면을 최대한 깔끔하게 기획하였고 등록된 후 나오는 메인화면에 아이콘은 거의 하나도 없다. 아이콘과 조작정보 등 응용이 들기형 메뉴에다가 놓여 있으며 전체적으로 회색만 이용해서 산뜻하고 깨끗한 분위기를 강조한다.

### 2.4.4. 카카오톡 모바일 어플리케이션 GUI디자인 분석



▶▶ 그림 5. 모바일 카카오톡 메인icon구성

활기 있고 신선한 노란색을 주색으로 사용하고 갈색을 보조색으로 이용하여 사용자들에게 활기차고 젊은 느낌을 준다. 아이콘을 굵은 선으로 통일되게 구성하였으며 전체 아이콘이 픽토그램 형태로 이루어져 있다.



▶▶ 그림 6. 모바일 카카오톡 서브구성

“더 보기”를 터치하면 비상용 기능과 카카오톡의 링크, 실시간 이미지 등 정보를 보일 수 있도록 하였다. 그리고 업데이트와 새 소식을 있는 경우에 아이콘의 우측상단에 빨간 동그라미를 생성시켜 사용자들이 바로 접속할 수 있도록 하였다.

## 3. 결론

위의 연구결과를 통하여 본 카카오톡 GUI디자인의 특징과 문제점은 다음과 같다.

다른 세 어플리케이션보다 카카오톡은 강한 색채를 이용하였다. 첫째, 굵은 선으로 아이콘 구성하는 방법이 전체 스타일에 영합하지만 화면이 복잡해 보이는 측면이 있다. 특히, 레이아웃의 경우에는 facebook에 비해 공간 정리를 못한 듯이 사용자가 시각이 피로한 느낌을 받는다. 둘째, 서브메뉴에서 아이콘과 앵크, 광고이미지 등 다양한 요소를 한꺼번에 놓으면 혼란한 측면이 있다. 또는 아이콘과 기능 다른 가시화 요소는 통일된 스타일을 형성되지 않았기 때문에 식별성과 미감이 떨어진다.

## ■ 참고 문헌 ■

- [1] 일본 인간공학회, GraphicalUserInterface, 스크린디자인 연구회 편저, 2003  
[2] 김현 / 김진형, 「스마트폰 메신저에서 감성적 커뮤니케이션을 위한 GUI 연구」, 한국디자인지식학회, 2011