

웹사이트 구현에 대한 혁신적 사고

양 단 회* 김 연 수**

◆ 목 차 ◆

- | | |
|-----------------|--------------------|
| 1. 서 론 | 3. 혁신적 사고를 통한 고려사항 |
| 2. 좋은 웹 사이트의 조건 | 4. 결 론 |

1. 서 론

웹 페이지(web page)란 인터넷 상에서 정보의 기본 단위로 하나의 URL로 표현되는 HTML 문서를 말한다. 그리고 홈 페이지(home page)란 사용자가 특정 사이트를 방문했을 때 처음 나타나는 웹 페이지(일반적으로 index.html)를 말한다. 그러므로 홈 페이지는 웹 사이트(web site)에 대한 일종의 대문과 같은 것으로 볼 수 있다.

그러나 ‘홈 페이지/웹 페이지를 제작한다’는 표현과 ‘웹 사이트를 제작한다’는 표현은 일반적으로 같은 의미로 사용되고 있다. 이에 따라 본 연구에서도 홈 페이지, 웹 페이지, 웹 사이트를 같은 의미로 사용하겠다.

홈 페이지는 현실 세계의 교육기관, 상업기관, 정부기관, 연구기관 등을 정보 제공과 같은 인터넷 서비스를 위해 인터넷 상에 구현해 놓은 것이다. 그런데 홈 페이지를 인터넷 상에 구현한 예술 작품으로 인식하거나 잡다한 멀티미디어 경연장으로 인식하는 경향이 있다.

이에 대해서는 여러 이유가 있겠으나 홈 페이지 제작이나 홈 페이지 디자인을 다룬 서적의 상당 수가 시각 디자인과 같은 예술 전공자에 의해 쓰여져 예술적인 측면을 강조했기 때문인 것으로 보인다. 그래서 홈 페이지의 제작을 영화 제작과 같은 종합 예술 차원에서 다루려고 하는 경향마저 있다.

또한 다양한 애니메이션 기술이 발달하여 이러한 애니메이션 기술을 홈 페이지 상에 구현하는 것 자체가 구현자에게 어떤 기술적 과시욕을 통한 충족감을 가져다 주고 있는 기술적인 시대적 상황에 놓여 있기 때문이기도 하다. 그래서 이런 잡다한 멀티미디어 기법을 소개하는 서적들이 컴퓨터 매니아에 의해 주로 쓰여지고 있다는 것도 이런 풍조에 큰 일조를 하고 있다고 생각된다.

그러나 홈 페이지는 현실 세계의 교육기관, 상업기관 등을 설립할 때와 유사한 관점에서 대해야 한다. 왜냐하면 홈 페이지의 주 목적은 방문자에게 유용한 정보나 서비스를 제공하기 위해 존재하기 때문이다. 그래서 본 연구에서는 좋은 홈 페이지에 대한 평가기준을 제시하고 이러한 좋은 홈 페이지를 구축하기 위해 신경 써야 할 점에 대해 알아본다.

2. 좋은 웹 사이트의 조건

좋은 홈 페이지란 그 홈 페이지의 제작 목적에 잘 부합되게 구축되어 있어, 그 홈 페이지를 방문하는 사람들의 기대 요구를 충분히 충족시켜 방문자의 만족감을 극대화시켜 줄 수 있는 홈 페이지일 것이다. 즉 홈 페이지는 인터넷 상에서 서비스를 제공하고자 구축된 것이기 때문에 고객 만족도가 가장 중요한 요소가 될 것이다. 그리고 이러한 고객 만족도를 객관적으로 측정할 수 있는 가장 간단한 척도가 방문자 수와 회원수일 것이다.

* 평택대학교 정보과학부 컴퓨터학과 교수
** 경문대학 컴퓨터정보과 교수

그러면 이러한 좋은 홈 페이지를 구축하기 위해 갖추어야 할 점은 여러 가지가 있을 것이다. 본 절에서는 사용의 편리성 측면에서 볼 때 기본적으로 신경을 써야 할 점들에 대해 알아 보겠다.

2.1 내용/서비스의 직관적인 파악이 가능

방문자들이 한 눈에 홈 페이지의 내용과 서비스를 이해할 수 있도록 간단명료한 디자인이 효과적이다. 불필요한 장황한 설명과 복잡한 배치로 홈 페이지를 어렵게 만들어서는 안된다. 어떤 서비스를 제공하고, 어떤 내용/정보를 제공하는지에 대해 명확히 하는 것이 중요하다. 이를 위해 웹 사이트의 목적과 내용을 분명하게 보여줄 수 있는 단어와 이미지를 사용해야 한다.

2.2 절제된 멀티미디어의 사용

초보자의 경우 예쁜 이미지, 여러 가지 애니메이션들로 화면을 화려하게 꾸미기를 좋아한다. 그러나 홈 페이지는 실세계의 쇼핑몰, 회사, 도서관, 박물관 등과 같은 기능을 인터넷이라는 사이버 상에 건축한 것일 뿐이다.

많은 일반 사용자들은 모뎀을 통해 웹에 접근한다. 그러므로 불필요한 군더더기를 홈 페이지에 추가함으로써 대기 시간을 길게 하면 문제가 된다. 즉 항상 로딩속도에 신경을 써야 한다. 뜨는데 1~2분씩 걸리는 홈 페이지는 그야말로 최악이다. 야후와 같은 사이트는 페이지 로딩에 3초도 안걸린다.

특히 웹 사용자의 관심을 끌 목적으로 멀티미디어의 사용을 남용하면 안된다. 멀티미디어는 효율적으로 정보를 제공하기 위해 꼭 필요한 경우로 한정하여 심사숙고한 후 사용해야 한다.

너무 큰 사이즈의 이미지나 많은 이미지를 담고 있는 홈 페이지는 속도가 느려져서 방문자를 오히려 짜증스럽게 하므로 삼가해야 한다. 고해상도의 커다란 이미지로 속도를 느리게 만들 바에는 그 자리에 유용한 정보 하나 더 넣는 것이 사랑받는 홈 페이지를 만드는 비결이다.

또한 애니메이션으로 도배하지 말자. 애니메이션으로 도배를 하는 것은 보는 사람을 피로하게 만들고



(그림 1) 자바 개발사인 Sun사의 홈 페이지

화면에 오래 집중할 수 없게 한다. 또한 용량도 커서 로딩시간도 오래 걸린다.

초기화면 Flash는 짧게 하던지 아님 곧바로 갈 수 있는 링크를 만들어야 한다. Flash의 화려하고 역동적인 효과도 3-4번 이상보면 지겨워지기 때문이다.

자바 애플릿(applet) 등은 반드시 필요한지를 심사숙고하여 가능하면 피하는 것이 좋다. 쓰는 것이 불가피한 경우는 반드시 로딩속도를 확인하여 적절한 조치를 취해야 한다. 자바의 동적인 효과 때문에 많은 사람들이 애용하고 있지만, 정작 자바 개발사인 Sun사의 홈 페이지에서도 홈 페이지를 장식하기 위한 목적으로 애플릿은 사용되지 않는다. 텍스트 위주로 깔끔하게 차려놓았을 뿐이다(그림 1 참조).

2.3 쉬운 탐색과 항해

고객이 백화점에서 구입하고자 할 때 해당 물건이 어디에 있는지 쉽게 찾을 수 없다면 낭패가 아닐 수 없다. 그러므로 탐색 기능을 제공하여 웹 사이트에 있는 정보를 쉽게 찾을 수 있게 해야 한다. 그리고 링크를 통해 항해하면서 필요한 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 해야 한다.

2.3.1 한두 번의 클릭으로 이동

이동하기 위해 수도 없이 클릭을 하게 만드는 홈 페이지, 초기화면으로 가기 위해 브라우저의 Back 버

튼을 수도 없이 눌러야 하는 홈 페이지는 방문자에게 답답함을 준다. 메인 페이지, 상위/하위, 전후로 이동할 수 있도록 하는 버튼은 매우 중요하다. 편리한 이동이야말로 인터페이스 중에서 가장 중요한 요소이다. 손쉽고 빠른 페이지간 이동을 제공하는 사이트는 방문자에게 신뢰감과 함께 호감을 준다.

2.3.2 메타포(metaphor)의 사용

메타포는 은유 혹은 상징이란 뜻이다. 사람의 연상 작용,상식 혹은 경험과 관련된 시청각적인 요소를 사용하여 홈 페이지에 대한 조작과 이해도를 높이기 위해 메뉴나 아이콘 등에 이런 은유적인 기법을 사용한다.

일반적으로 웹 사이트에서 메타포라는 것은 GUI(Graphic User Interface)에서의 메타포라고 할 수 있다. 즉 웹 사이트를 디자인하는 데 있어 고려의 대상이 되는 시각적인 요소에 메타포를 적용하는 것이다. 그래서 사용자가 어떤 메뉴나 아이콘을 보고 어떤 기능을 하는지 직관적으로 알 수 있도록 하는 것이다.

2.4 플러그인(Plug-In)

페이지를 보기 위해 특정 프로그램을 다운 받아야 하는 것(플래시 등)을 고려할 때는 그 방법만이 유일한 방법인지 재차 확인하여 가능하면 이런 방식을 피하는 것이 좋다.

2.5 연락처와 같은 필수 사항

웹 사이트 관리자의 E-Mail 주소, 현실 세계의 주소와 위치, 연락처, 웹 사이트에 대한 지적 재산권 표시등은 반드시 첫 페이지에 명시하는 것이 좋다.

3. 혁신적 사고를 통한 고려 사항

3.1 주제에 충실한 내용

수십만의 방문자를 가진 홈 페이지라고 해서 결코 화려하지는 않다. MS의 홈 페이지를 방문해 보면 오히려 텍스트 기반의 정적 인터페이스를 볼 수 있다.

중요한 것은 그 홈 페이지에 무슨 정보/서비스를 제공하는가임을 명심해야 한다.

어떤 홈 페이지건 간에 일관된 주제는 무엇보다 중요하다. 어떤 홈 페이지를 방문하더라도 방문객들은 일정한 목적을 지니고 방문한다. 깊이 없는 자질구레한 정보의 나열만큼 방문자를 짜증스럽게 하는 것은 없다. 당연한 말이지만 주제에 충실하고 그 주제에 충분한 정보를 담고 있는 것이 홈 페이지 제작에 있어 가장 기본이 되고 중요한 요소이다.

3.2 H/W와 S/W 호환성 고려

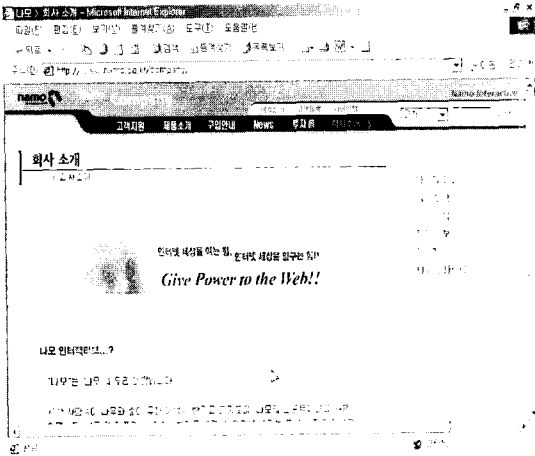
“1024*764 화면에서 혹은 Explorer에서 최적으로 보입니다.”라는 문구가 필요 없도록 일반 사용자를 최대한 수용할 수 있도록 H/W, S/W의 호환성을 지니도록 만들어야 한다. 자신의 사이트를 제대로 보기 위해서는 어떠한 환경을 가져야 한다고 얘기하는 것은 방문자에 대한 예의가 아니다.

그 사이트를 제대로 보기 위해 방문자가 자신의 컴퓨터의 H/W, S/W 환경을 바꾸어야 한다는 것은 여간 곤혹스러운 일이 아닐 수 없다. 예를 들어 Netscape 애용자가 그 메시지를 보고 Explorer를 설치하여 띄워야 하는가? 모니터와 같은 H/W를 바꾸어야 하는 문제라면 그 사이트에 대한 반발심마저 불러 일으킬지 모른다. 그 사이트에 들어가기 위해 자신의 H/W를 upgrade시켜야 하는가?

3.3 가독성

잘 구성된 페이지는 방문자에게 내용을 보다 직관적으로 효과적으로 전달하여, 방문자가 사이트를 쉽게 검토할 수 있게 한다.

컴퓨터 화면을 통한 텍스트적인 정보 전달은 종이 매체에 비해 이해도를 현저히 떨어뜨린다는 심리학적인 연구 보고가 있다. 가령 소설책 한 권을 컴퓨터 화면을 통해 읽을 때와 종이로 된 책을 통해 읽을 때의 상황을 상상해 보면 그 효과를 이해할 수 있을 것이다. 그래서 가독성을 높이기 위해 종이 매체보다 훨씬 더 다양한 배려가 필요하다.



(그림 2) 나모 인터랙티브 홈 페이지

3.3.1 폰트의 기독성

내용에 어울리는 폰트와 스타일을 선택하고, 모니터 해상도를 고려하여 전체 문장량과 문장 길이를 적절히 정해야 한다.

또한 웹 페이지의 문자열은 읽기 쉬워야 한다. 웹 페이지에 바탕색을 추가하려면 문자열 색과 대조되는 색을 지정하여 보기 쉽게 해야 한다.

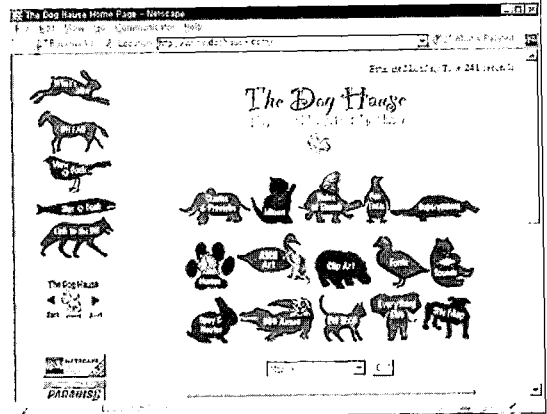
3.3.2 여백미

적절한 여백이 있어야 한다. 적절한 여백은 보는 사람으로 하여금 안정감과 시원시원한 느낌을 준다. 아무리 좋은 정보를 가지고 있다고 해도 보기가 불편하면 방문자들은 짜증을 내고 그 사이트를 외면하게 된다. 텍스트로 뽀뽀하게 가득 차 있거나 화면에 여백 미가 없을 경우 조잡하고 답답한 느낌을 준다.

그림 2는 나모 웹에디터를 만든 '나모 인터랙티브' 회사의 홈 페이지이다. 많은 내용을 담고 있지만 페이지를 적절히 분할하고 여백과 단락을 주어 텍스트를 보는 데 시원한 느낌을 주고 있다.

3.4 디자인의 일관성

초보자들이 가장 염려하는 부분이지만 실제로는 별로 중요치 않은 부분일 수 있는 것이 디자인이다. 그림과 같은 예술적인 내용을 담고 있는 홈 페이지가 아닌 이상 디자인에 지나치게 신경 쓸 필요는 없다. 남들



(그림 3) 일관성 있는 텍스트와 그래픽의 사용

하듯이 평이한 것이 좋다. 홈 페이지는 예술 자체를 위한 건축물이 아니기 때문이다. 극단적으로 얘기해서 디자인을 보기 위해 사이트를 찾는 것이 아니다. 정보를 보기 위해 찾는 것이다.

그러나 전체 페이지 간에 일관성이 있어야 한다. 한 페이지에서 다음 페이지로 넘어갈 때 일치하는 구성의 일관성이 필요하다. 배경화면부터 구성의 틀에 이르기까지 일관된 통일성이 구성을 안정되게 한다.

이를 위해 공통된 마크, 아이콘, 헤더, 색채를 사용해야 한다. 페이지 마다 바탕색이 바뀌고 글씨체가 바뀌고 디자인이 바뀌는 것은 보는 사람을 혼란스럽게 한다.








3.4.1 텍스트의 일관성

제목, 소제목, 본문 등에 사용되는 글꼴(Font Face)과 크기, 색을 일관되게 사용하는 것이 필요하다. 그리고 글꼴에 있어서도 특별한 경우가 아니면 흘림체나 독특한 글씨체를 피하는 것이 좋다. Yahoo, MS 등 주위의 권위 있는 사이트에서 흔히 볼 수 있는 무난한 글씨체가 자연스럽다. 이때 웹 페이지에 사용되는 글꼴의 종류가 적을수록 오히려 일관성 유지가 쉽고 바람직하다.

3.4.2 그래픽의 일관성

텍스트에서와 마찬가지로 한 사이트에 사용되는 그래픽은 비슷한 스타일로 하는 것이 좋다. 그림의 크기, 위치, 외곽선 등 외적인 속성도 통일하여 사용해야 한다. 그림 3은 일관성 있게 텍스트와 그래픽을 사용한 예를 보여준다.

(표 1) 여러가지 색이 지닌 뜻

색깔	의미
빨간색 	뜨거움, 정열, 멈춤
초록색 	선망, 자연, 진행
파란색 	차가움, 슬픔, 하늘
노란색 	따뜻함, 소심함, 주의
갈 색 	더러움, 지구
흰 색 	순수, 맑음, 선행
검은색 	사악함, 공포, 죽음

3.4.3 색의 일관성

웹 페이지의 색은 웹 페이지의 분위기를 결정한다. 그러므로 웹 페이지의 내용을 잘 표현할 수 있도록 해야 한다. 또한 웹 페이지의 구성 요소의 색깔이 서로 조화를 이루도록 해야 한다. 이때 웹 페이지에 사용되는 색의 종류가 적을수록 오히려 색의 일관성 유지가 쉽고 바람직하다.

색은 가급적 비슷한 톤으로 구성하고 강조할 필요가 있는 극히 일부에만 눈에 띄는 색으로 처리하는 것이 좋다. 알록달록하게 다양한 색을 사용하게 되면 눈만 피곤하게 하고 정작 강조하고 싶은 내용을 강조할 수 없게 된다.

표 1은 색이 주는 의미나 분위기를 정리한 것으로 대부분의 일반인이 그렇게 느낀다는 심리학적인 실험 결과를 말하는 것이다. 그러므로 웹 페이지 구현자의 개인적인 색에 대한 취향을 고집하여 자신만의 색을 사용하지 않도록 해야 한다.

(1) 색의 사용

색은 융합, 대조, 조화를 얻기 위해 사용된다. 웹 페이지의 분위기를 결정하기 때문에 색이 주는 느낌을 고려해야 한다. 좋은 색의 선택은 방문자에게 편안함을 느끼게 해준다.

(2) 주제에 어울리는 색

배경색이나 글자, 이미지 등에서 사용되는 색채의 선택은 웹 사이트의 이미지에 절대적인 영향을 미친다. 무심코 하얀 바탕화면을 선택하는 경우가 많은데, 주제에 잘 어울리는 배경색과 그 배경색에서 잘 눈에

띄는 글자색을 선택하는 것이 매우 중요하다.

4. 결 론

멀티미디어 CD-ROM 타이틀과 비교해 볼 때, 웹 사이트는 모든 사람에게 공개되어 있으며, 언제라도 내용을 갱신할 수 있으므로 최신의 정보를 제공할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 그러나 이점이 바로 단점이 될 수도 한다.

홈 페이지 운영자 입장에서는 불특정 다수에게 모든 정보가 노출된다는 점과 그 홈 페이지의 이용자 입장에서는 그 홈 페이지로부터 제공받을 수 있는 정보 혹은 서비스가 언제 사라질지 모른다는 것이다.

이러한 홈 페이지 구축에 있어 대부분의 관련 서적들이 멀티미디어의 사용을 권장하고 이에 대한 절제의 필요성을 언급하지 않고 있으며, 사이트의 독창적인 디자인을 지나치게 강조함으로써 홈페이지를 멀티미디어 경연장 혹은 디자인 경연장으로 유도하는 측면이 있었다.

본 연구에서는 홈 페이지가 본연의 임무에 충실하게 하도록 하는 것이 중요하다는 기초하에 홈 페이지 개발에 관심 있는 분들이 혁신적인 사고를 가지고 최소 투자로 최대의 효과를 가져올 수 있는 홈 페이지 개발 방법에 대한 지침을 제시하고 이에 대해 간단히 기술하였다. 본 지침이 웹 사이트 개발을 꿈꾸는 분들에게 조금이나마 도움이 되기를 기대한다.

참 고 문 헌

- [1]곽성근, 신나는 멀티미디어, 연학사, 2000.
- [2] 메타포의 개념, <http://cogsci.berkeley.edu/>.
- [3] 양단희, 김연수, 실전 멀티미디어, 출판 예정, 2003.
- [4] Acrobat PDF, <http://www.adobe.com>.
- [5] <http://myhome.thru.net/~donghokin/index.htm>.
- [6] <http://orora.kwedu.net/kmr2/4080134.txt>.
- [7] <http://www.erols.com/hkgupta/GameMainScreen.html>.
- [8] <http://www.unimelb.edu.au/public/www-style-manual/GUI.P1.HTM>.
- [9] <http://www.webpagesthatsuck.com/>.
- [10] Macromedia, <http://www.macromedia.com>.

◎ 저 자 소개 ◎



양 단 희

1989년 연세대학교 전산학과(이학사)

1991년 연세대학교 전산학과(이학석사)

1991년~1995년 현대전자 S/W 연구소

1999년 연세대학교 컴퓨터학과(공학박사)

1999년 8월~2001년 2월 국립삼척대학교 컴퓨터공학과

2000년 3월~현재 : 연세대학교 언어정보개발연구원 객원연구원,
한국인터넷정보학회 학회지 편집위원

2001년 9월~현재 : 한국게임학회 학회지 편집위원

2001년 3월~현재 : 평택대학교 컴퓨터학과 교수

관심분야 : 자연어처리, 멀티미디어, 인터넷 정보처리, Data Mining, 인공지능



김 연 수

1994년~1998년 현대정보기술 멀티미디어 연구소

1999년~현재 : 경문대학 컴퓨터정보과 교수

관심분야 : 멀티미디어, CAI, 자연어처리