

# Internet Homepage Design 에서의 Identity 구현에 관한 연구

## A Design Study on Realizing A Identity of Internet Homepage Design

홍 석 기  
 서울산업대학교 공업디자인학과  
 강 병 철  
 서울산업대학교 공업디자인전공

Suk-ki , Hong  
 Dept. of Industrial Design, Seoul National Polytechnic Univ.  
 Byung-Chul , Kang  
 Dept. of Industrial Design, Seoul National Polytechnic Univ.

• Keywords : WEB,Layout,Title,Contents

### 1. 서 론

전 세계적으로 퍼져 있는 Web Site 에서 임의의 사용자에게 원하는 정보를 효과적으로 제공하기 위해서는 홈페이지 표현에 대한 차별화가 우선적으로 요구되는 명제를 가진다. 이 명제를 풀기위한 홈페이지 디자인에 있어서의 Identity 설정은 필연적이다. 이러한 홈페이지 Identity 의 설정을 위하여 Identity 는 어떻게 구성되어 있으며, 기존의 홈페이지들은 이런 Identity 에 따라 어떻게 반영되어 있는지 분석해 보고, 이 Identity 설정을 이용한 “쌘자(www.ssamzie.co.kr)”의 홈페이지 제작 사례를 분석해 봄으로써, 홈페이지 제작에 있어서 디자이너의 역할이 그래픽 표현을 넘어서 합리적인 차별화를 이루는데 기여하고, 나아가 디자이너가 차지하는 비중을 높임으로써 디자이너의 위상을 제고해 보고자 한다.

### 2. Web Site 에서의 Identity 요소

Web Site 에 있어서 Identity 는

- 문화 형태로서의 Identity(Culture)
- 정보 형태로서의 Identity(Technology)
- 이미지로서의 Identity(Imagination)
- 시스템으로서의 Identity(System)

로 구성되어 있다고 볼 수 있으며, 이 4가지의 Identity가 종합적으로 이루어져 하나의 홈페이지가 이루어 진다고 볼 수 있다. (그림1. Web Site의 Identity 요소 참조)

이중 홈페이지구성의 목적,성격, 사용자층, 시스템 구성등에 따라 각 요소의 비중을 달리 함으로써 기업(Web Site)이 원하는 합목적성을 달성할 수 있다.

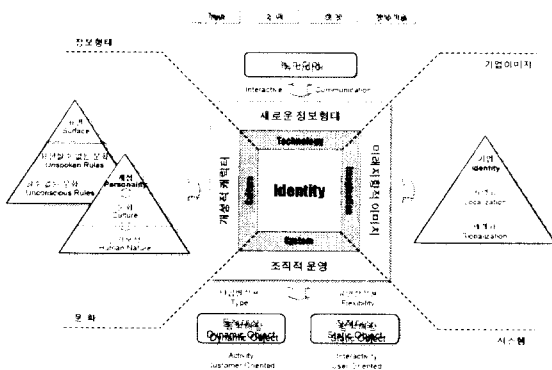


그림 1. Web Site 의 Identity 요소

### 2.1 문화형태로서의 Identity (Culture)

문화는 사상, 느낌, 행위들로 이루어진 행동으로 배우게 된다. 이러한 문화를 어떠한 목적(본 연구에서는 홈페이지제작)에 적용될 수 있는지 알아보기 위하여 몇몇 저명한 문화인류 학자와 국제적인 경영 자문들이 이용한 접근방법을 이용하여 “Cultural Model(문화의 모델)”을 고찰해 볼 필요가 있다. 본 연구에서는 이 Cultural Model 중에서 Nancy Hofstede 의 “The Iceberg Model(빙산모델)” 와 Geert Hofstede 는 “The Pyramid Model(삼각형모델)” 2 개를 고찰하였다.<sup>6</sup>

이러한 Cultural Model 의 결론은 각 나라 마다의 문화적 특성이 다르므로, 어떤 종류의 수정 없이 다양한 문화적 문맥을 가지는 적절한 정보(Internet 홈페이지, 다국적인 Computer Program, 다국적 기업의 홍보물 같은)를 문화적 편견없이 'International User Interface'의 효율성을 높이기 위해서는 문화적 Identity 가 고려되어야 한다는 것이다.<sup>6</sup>

### 2.2 정보형태로서의 Identity (Technology)

정보 형태로서의 Identity는 정보를 제공하는 쪽과 사용자의 측면에서 모두 고려 될 수 있는 사항인 ‘즉시성(Real-time Database)’ 과 ‘보존성(Stacked Database)’으로 크게 2가지로 분류할 수 있다. ‘즉시성’은 저장되어 있는 정보가 아닌 실시간(Real-Time)으로 만들어지는 정보를 공급하고 받을 수 있는 형태이고, ‘보존성’은 실시간으로 만들어진 정보가 아닌 축적되어 있는 정보를 제공하거나 사용자가 찾아 볼 수 있는 정보 형태를 말한다.

‘즉시성’을 가진 홈페이지는 ‘보존성’을 가진 홈페이지보다 상대적으로 화면안의 텍스트(Text)중심의 정보 양이 많고 기능성위주로 구성되어 있고, 상대적으로 ‘보존성’을 가진 홈페이지는 ‘즉시성’을 띤 홈페이지보다 메뉴구성과 이미지 중심인 것을 볼 수 있다.

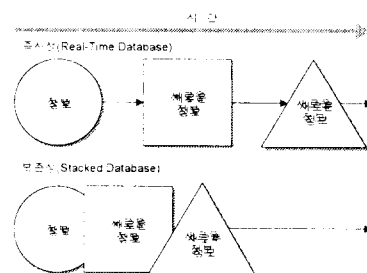


그림 2. 정보형태로서의 Identity 설정 개념도

### 2.3 이미지로서의 Identity (Imagination)

이미지로서의 Identity는 '보수적 이미지(Conservative Image)'와 '진보적 이미지(Progressive Image)'로 크게 2가지로 분류할 수 있다. 이 Identity는 '문화적 Identity'와 맥락을 같이 할 수도 있는데 이미지의 기준은 색상, 형상(Shape), 상징(Symbol), 은유(Metaphor)등의 감각에 의존하여 표현된다고 할 수 있다.

'보수적 이미지'를 가진 홈페이지는 '진보적 이미지'를 가진 홈페이지보다 상대적으로 정보 전달에 치중하여 텍스트 중심인 것을 볼 수 있고, 상대적으로 '진보적 이미지'를 가진 홈페이지는 '보수적 이미지'를 띤 홈페이지보다 감각적이고, 은유(Mataphor)적 이미지 중심인 것을 볼 수 있다.

홈페이지에서의 이미지 Interface는 Hypertext의 "실용적효능(Functional Effectiveness)"<sup>4</sup>을 부여하고 사용자가 의도 했던대로 행동과 반응한 결과의 일치<sup>3</sup>를 위한 "공간적인 연결요소"<sup>9</sup>와 형태가 갖는 외적인 개연성외에 내적으로 생성될 수<sup>2</sup> 있는 Interface인 "인지적 연결요소"<sup>9</sup>로 구성 된다.

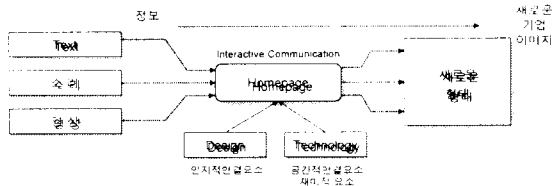


그림 3. 이미지로서의 Identity 설정 개념도

### 2.4 시스템으로서의 Identity (System)

시스템(System)으로서의 Identity는 '동적(Dynamic Object)'인 것과 '정적(Static Object)'인 것으로 분류할 수 있다.

'동적 (Dynamic Object)'인 것의 의미는 Database를 이용한 동적인 요소 (게시판, Cyber Market, 사용자 참여 이벤트 등)를 이용하여 유연한 운영 시스템을 지향하는 것이고, 향후의 유지관리(Maintenance)에 중심을 둔다. 그러나, 홈페이지갱신을 쉽게 할 수 있으나 상대적으로 화면의 구성이 경직된다.

'정적(Static Object)'인 것의 의미는 Database 이용보다는 화면의 Layout, 이미지, 흥미(Interesting)로운 요소에 중심을 둔다. 상대적으로 유지관리(Maintenance)가 어렵고 전체 홈페이지갱신 시간이 길다.

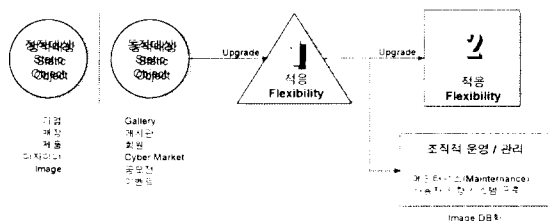


그림 4. 시스템으로서의 Identity 설정 개념도

### 3. 싸지 인터넷 홈페이지 제작 사례 분석

'싸지'의 홈페이지의 기본 개념(Concept)은 앞에서 고찰한 4가지의 Identity 중 "문화적 형태의 Identity"에 중심을 두고 전개 하였고, 나머지 Identity는 홈페이지의 각요소 마다 그에 적절한 Identity를 적용하는 방법으로 설정하였다.

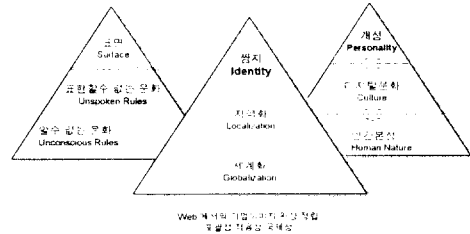


그림 5. 문화로서의 Identity 설정 개념도

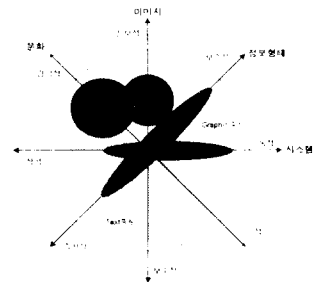


그림 6. 싸지 Homepage의 Identity 설정(Positioning)

### 4. 결론

앞에서 열거한 '문화(Culture)', '정보 형태(Technology)', '이미지(Imagination)', '시스템(System)'이 4가지의 Identity가 종합적으로 조화를 이룰수 있는 디자인 작업이어야만 디자이너의 정체성을 가질수 있을 것이며, 포괄적인 정체성을 이루기 위해서는 앞의 4가지 Identity중 성격, 중요도, 우선순위에 따른 성격 규명과 역할 분담(Positioning)이 이루어져야만 한다.

그래야만, 디자이너의 역할이 그래픽 표현을 넘어서 합리적인 차별화를 이루는데 기여할수 있고, 나아가 디자이너가 차지하는 비중을 높임으로써 디자이너의 위상이 제고될 것이다.

1. "디자인과 인간 심리(The Psychology of Everyday Things, Donald A Norman, 1988)", 이창우/김영진/박찬호 역, 학지사, 1996, p220
2. "모던 디자인 비평", 김민수, 안그래픽스, 1997, p196
3. "21세기 디자인 문화 탐사", 김민수, 솔, 1997, p90
4. "현대 디자인학의 지평", 명승수, 디자인하우스, 1997, p167, p345
5. "인터넷 마케팅", 이두희/한영주, 영진출판사, 1997
6. "International User Interface", Eisa M.del Galdo & Jakob Nielsen, John Wiley & Sons, Inc, 1996
7. "정보사회론: 커뮤니케이션혁명과 뉴미디어" / 전석호 / 남남출판 / 1997 / p.27
8. 멀티미디어 홈페이지 꾸미기(Web Publisher's Design Guide for Window, Mary Jo Fahey & Jeffrey W Brown, Information Age Co. 1996), 김정호 / 박경호 역, 정보시대, 1996, p27