

효율적인 정보전달을 위한 모바일 웹 디자인에 관한 연구

배윤선*

요약

국내에서 스마트폰의 사용자 증가로 인하여 모바일 웹에서 효율적인 정보 전달에 관한 중요성이 증대되고 있다. 본 연구에서는 모바일 기기와 모바일 웹의 특성을 파악하고 국내 포털 모바일 웹 디자인에 관한 분석을 실시한 후, 설문조사와 인터뷰를 통하여 사용자들이 선호하는 모바일 웹 디자인을 파악하였다. 작은 화면에 압축된 정보를 제공하기 위해서는 중요한 콘텐츠는 스크롤이 되지 않은 상태에서 나타나는 것이 이상적이다. 사용자들은 모바일 웹에서 간결하고 깔끔한 디자인과 손가락 터치가 쉬운 아이콘으로 제작된 메뉴를 선호하였으며 정보를 전달받을 때 텍스트 뿐 아니라 사진이미지를 텍스트와 함께 제공하는 것을 더 선호하였다. 향후, 본 논문의 결과와 함께 사용성 평가와 선호도 조사가 함께 이루어진다면 이후 후속 연구에서 모바일 웹에서 효율적인 정보전달을 가능하게 하는 모바일 웹 디자인 가이드라인이 제시될 수 있다.

A study on mobile web design for efficient delivery of information

Yoon Sun, Bae*

Abstract

The importance of effective delivery of information in the mobile web is increasing in Korea, due to the growing number of smart-phone users. In this study, I took a look at the characteristics of mobile devices and the mobile web, and after researching Korea's portal websites' mobile web designs, we figured out the users' preferences of mobile web designs through surveys and interviews. To provide compressed information on a small screen, it is ideal for significant contents to show up in the state that does not require scrolling. Users preferred compact and neat designs, and menus that were made with icons that are easy to touch with fingers, in the mobile web. When receiving delivered information, users preferred not only texts but texts that were provided together with photograph images. If usability evaluations and examination of preferences are achieved together, I think it will serve as a mobile web guideline that enables efficient delivery of information in the mobile web.

Keywords : mobile web, smart phone, interface design, UX design

1. 서론

2010년 10월을 기점으로 국내의 스마트폰 가입자가 500만을 넘어섰으며 2011년 4월 스마트폰 이용자는 1,145만명을 넘어 전체 가입자 5,151만명의 28.1%를 넘어서고 있다.[1]

스마트폰은 스마트폰의 운영체제가 도입되어 다양한 어플리케이션을 유저가 다운받아 사용할 수 있으며 wi-fi가 내장되어 어디에서나 쉽고 빠르게 인터넷에 접속하여 정보를 이용할 수 있다. 스마트폰 사용자의 증가로 인해 모바일 웹 디자인의 개발과 함께 모바일 어플리케이션의 수도 증가하고 있다. 모바일 앱 뿐 아니라 모바일 웹 디자인은 컴퓨터로 보는 웹 페이지와는 다른 개념으로 개발이 되어야 한다.

스마트폰에서 제공되는 모바일 웹은 작은 화면과 같은 제한된 환경 속에서 정보를 효율적으로 제공해야 하므로 정보 설계와 내비게이션 계

※ 제일저자(First Author) : 배윤선

접수일:2011년 6월 13일, 수정일:2011년 7월 13일

완료일:2011년 8월 03일

* yoonsun@mail.kcu.ac

** 한국사이버대학교 디지털디자인학과

획, 정보의 시각화가 매우 중요하다.

본 연구에서는 스마트폰의 화면에서 사용자에게 정보를 효과적으로 제공하기 위해서는 모바일 웹 디자인을 어떻게 해야 하는가에 관한 제안을 하고자 한다. 현재 국내 포털사이트의 모바일 웹 디자인의 특성을 파악한 후, 스마트폰 사용자가 선호하는 메뉴의 형식, 정보의 시각화 방법, 화면의 레이아웃 등에 관한 설문과 인터뷰를 실시하여 사용자가 선호하는 모바일 웹 UX디자인을 파악한다. 사용자가 선호하는 모바일 웹 UX디자인은 모바일 웹에서 정보를 효율적으로 전달하는 UX디자인의 가이드라인을 제시하는데 도움이 될 수 있을 것이라 생각한다.

2. 이론적 배경

2.1 모바일 플랫폼의 특징

스마트폰의 등장은 작은 컴퓨터를 주머니 안에 넣고 다니는 모습을 만들어주었다.

컴퓨터가 정보의 생산과 소비의 두 가지를 하는 기능이 있다면 스마트폰은 정보의 소비기능에 중점을 두고 있다. 모니터에 비해 화면의 크기가 작기 때문에 정보 생산은 어려우나 4인치 이하의 고해상도의 디스플레이의 기능은 사용자가 작은 글자를 읽는 것도 그다지 어렵지 않도록 해주고 있다. 단지 기존의 웹사이트에 제공되는 콘텐츠는 대단히 방대한 양이며 콘텐츠 이외의 광고들까지 한 화면에 제시되기 때문에 작은 화면을 가진 스마트폰에 이 정보가 제공될 때는 정보 설계 뿐 아니라 내비게이션 디자인에서도 매우 세심한 배려가 필요하다.

아이폰을 개발한 애플사에서는 iPhone Human Interface Guidelines에서 모바일 플랫폼의 특징을 다음과 같이 제시하고 있다.[2]

2.1.1 작은 화면

사용자는 정보를 전체를 볼 때 정확한 의미를 알 수 있으나 모바일 디자인에서는 화면의 크기가 작기 때문에 전체를 보여주기 어려운 경우가 많다. 따라서 정보를 압축하여 작은 한 화면에 전체의 내용을 보여주어야 사용자의 이해를 도울 수 있다. 이 때에 한 화면에서 제공되는 정보는 제한적일 수 밖에 없으므로 정보의 우선순위를 정하여 중요한 정보를 우선적으로 제공해야

한다. 또한 작은 화면에 모든 기능을 제공하는 것 보다는 자주 사용되는 기능이 무엇인가를 검토하고 기능을 선택한 후에 이들이 어떻게 화면에 표현될지를 결정해야 한다.

사용자가 원하는 정보를 사용자 요구에 맞추어 설정할 수 있는 융통성 있는 디자인이 필요하며 작은 화면에서는 텍스트와 이미지의 확대 기능은 필수적으로 요구된다.

2.1.2 제한적 메모리

기기가 발달하면 메모리에 대한 제한이 없어질 수 있으나 현재의 모바일 기기는 컴퓨터에 비해 제한적 메모리를 제공한다. 또한 정보가 로딩되는 속도도 중요하기 때문에 그래픽과 색상의 최적화가 요구된다. 이미지의 크기를 조절해야 하며 대용량 그래픽은 피하는 것이 좋다. 또한 텍스트가 아닌 요소에 대해서는 그에 대응하는 텍스트 정보를 제공해 주는 것이 좋다.

2.1.3 하나의 창과 하나의 기능

컴퓨터 환경과 모바일 환경의 가장 큰 차이점은 창이 제공되는 형식이다. 예외적인 경우를 제외하고는 모바일 환경에서는 하나의 창만이 제공된다. 컴퓨터에서는 넓은 모니터에서 여러 개의 창을 열어놓고 사용자에게 멀티-태스킹의 기능을 제공하고 있지만 모바일 환경은 이것이 불가능하다. 모바일 환경에서는 사용자가 하나의 창을 열어놓고 하나의 작업을 해야 하므로 한 개의 창 안에 모든 디자인을 해야 한다.

2.1.4 제한적인 help 기능

모바일을 사용하고 있는 경우에는 help메뉴나 어플리케이션의 사용법을 읽어볼 여유가 없는 경우가 많으며 자세한 설명도 제공하기 어렵다. 따라서 모바일에서는 사용자가 직관적으로 이해할 수 있는 디자인이 무엇보다도 요구되며 사용자가 매우 익숙하고 친숙한 디자인을 해야 한다. 또한 정보설계는 보다 타당하게 디자인되어야 하며 '뒤로'와 같이 이전화면으로 쉽게 돌아가 다시 시작할 수 있는 버튼을 제공해야 한다.

2.2 모바일 웹 모범사례

W3C에서는 모바일 웹 모범사례 1.0을 제시하여 모바일에서 이용되는 콘텐츠를 보다 편리하게 설계하고 이용할 수 있도록 웹표준을 제정하였다.[3]

2.2.1 하나의 웹을 위한 설계

다양한 기기에 대한 이해를 해야 하여 모든 기기의 화면에서 정보가 일관성 있도록 제공되어야 한다. 다른 종류의 스마트폰에서 동일한 콘텐츠가 동일한 디자인으로 제공되어야 하며 다양한 기기에서 발생할 수 있는 오류에 대한 고려를 해야 한다.

2.2.2 웹 표준 준수

표준 문법에 유효한 문서를 작성하고 장비가 지원하는 콘텐츠를 전송해야 한다. 장비에 맞는 포맷으로 콘텐츠를 지원해야 하며 장비가 지원하는 캐릭터 인코딩인지를 확인한다. 장비가 지원하지 않는 경우를 제외하고는 레이아웃과 형식의 설계는 스타일시트를 사용한다. 마크업 언어 기능을 사용하고 발생한 오류 정보를 알 수 있는 메시지를 제공해야 하며 오류를 피해 브라우저 사용을 계속할 수 있어야 한다.

2.2.3 유효요소의 제거

모바일에서는 제한된 화면크기, 키보드, 기타 기능으로 사용자의 문제가 발생할 수 있으므로 팝업창과 테이블, 프레임, 이미지맵, 여백 공간에 그래픽을 사용하지 않는다.

2.2.4 장비 제한 주의

특정 웹 기술을 사용하고자 할 때는 모바일 장비 성능이 제각기 다르다는 것을 염두에 두어야 한다. 쿠키(cookies)나 임베드 되어 있는 객체나 스크립트에 의존하지 않는다. 테이블을 지원하지 않는 경우에는 사용하지 말아야 하며 가능한 경우에는 테이블을 대체할 수 있는 형식으로 작성한다. 필요한 경우 스타일 시트 없이도 문서를 읽을 수 있도록 구성해야 하며 글꼴 관련 스타일링에 의존하지 말아야 한다. 색상을 통해 얻을 수 있는 정보는 색상을 사용하지 않고 이용할 수 있게 해야 한다.

2.2.5 웹 내비게이션 최적화

최소의 내비게이션 메뉴를 페이지 상단에 제공해야 하며 내비게이션은 일관성이 있어야 한다. 각 링크의 타겟을 명확히 해야 하고 이용되는 파일의 포맷이 장비에서 지원되는지 주의해야 한다. 내비게이션 메뉴와 자주 사용하는 기능에는 키보드 쇼컷(shortcut)을 지정하며 URI는 짧게 하여 입력을 쉽게 해야 한다. 링크의 수는 사용자가 원하는 정보와 균형을 맞추어야 사용자가 정보를 쉽게 얻을 수 있다.

2.2.6 그래픽과 색상

서버에서 고유 크기가 있는 이미지는 크기 조절을 하므로 대용량 그래픽 사용은 피하고 이미지나 애니메이션 동영상 등에 대해서는 그에 상응하는 텍스트를 제공해야 한다. 배경색과 전경색은 적절한 명도 대비가 유지되어야 하며 배경에 이미지를 사용할 경우에는 콘텐츠의 내용을 사용자가 볼 수 있도록 해야 한다. 마크업 언어 속성 값과 스타일 시트 속성 값에는 픽셀 측정과 절대 단위를 사용하지 않는다.

2.2.7 가볍고 간결한 사이트

간결하고 효율적인 마크업을 사용하고 장비의 메모리 한계를 고려한 페이지를 설계한다. 스타일 시트의 크기를 최소화해야 하며 스크롤은 한 방향으로 제한한다.

2.2.8 네트워크 자원 절약

오토 리프레시와 마크업으로 자동 경로 변경을 사용하지 않는다. 외부 자원의 링크 활용을 최소화하며 http의 응답에는 캐쉬 정보를 제공해야 한다.

2.2.9 사용자 입력 가이드

키 입력 횟수를 최소화해야 하며 텍스트 입력을 피해야 한다. 가능한 기본 값(default)을 제공하며 장비가 지원하는 기본 텍스트 입력모드, 언어, 포맷을 설정한다. 링크, 폼 컨트롤과 객체를 이용한 논리적 탭 순서를 생성하고 모든 폼 컨트롤에 적절한 라벨을 붙이고 명시적으로 라벨과 폼 컨트롤을 연계시킨다. 라벨과 연관된 폼 컨트롤이 서로 적절한 위치에 있도록 해야 한다.

2.2.10 모바일 유저 배려

간단명료한 페이지 제목을 제공해야 하며 명확하고 간단한 언어를 사용한다. 한 눈에 페이지의 내용을 파악할 수 있어야 하며 사용자가 요청한 범위로 콘텐츠를 제한한다. 모바일 환경에서 적절한 콘텐츠를 사용해야 하며, 페이지 사이즈는 장비와 네트워크의 부하 등을 고려하여 결정해야 한다.

2.3 모바일 웹 사용성 가이드라인

Webcredible에서는 2011년 3월 모바일 디바이스에서의 웹 사용성 가이드라인을 제시하였다.[4]

2.3.1 콘텐츠의 양

모바일 화면은 PC의 화면보다 작기 때문에 PC에서 제공되는 정보를 모두 보여주는 어렵

로고 옆의 화살표 탭으로 인해 실제적으로 가로 스크롤이 가능한 형태이므로 세로 스크롤이 다른 사이트에 비해 짧은 편이며 텍스트 형태의 메뉴를 상단에 2단으로 배치해 정보의 검색을 용이하게 하는 계층형 정보구조를 강조한 내비게이션의 형태를 보여주고 있다.



(그림2) 다음

3.1.3 SHOW의 모바일 웹

SHOW는 첫 화면에서 그림2에서 나타나는 것과 같이 링크의 기능을 가진 뉴스를 간단하게 텍스트로 3개의 행만 제공하고 있으며 주요 카테고리 16개는 모두 정방형 아이콘으로 소개하고 있다. 타 사이트와 다른 점은 대부분의 메뉴가 정방형의 아이콘으로 제작이 되어 직접 콘텐츠를 제시하기 보다는 아이콘을 누른 후 자세한 내용을 볼 수 있도록 되어 있다. 사이트의 하단에는 앱을 설치할 수 있도록 되어 있고 18개의 앱이 소개되어 있다. 다른 포털 서비스에 비해 첫 화면에서는 미리보기 뉴스가 적게 제공되고 있으며 원한 콘텐츠는 아이콘 형식의 메뉴를 클릭한 후 볼 수 있다.



(그림3) SHOW

3.1.4 야후의 모바일 웹

야후는 세로로 길게 정보가 제공되어 스크롤이 많이 되게 디자인이 되어 있는 것이 특징이다. 페이지의 상단에는 투데이, 마이메뉴, 전체사이트의 메뉴가 있으며 투데이가 가장 먼저 소개되고, 뉴스, 금융, 연예, 스포츠의 콘텐츠가 텍스트 방식으로 제공되고 있다. 다음 메뉴를 누르면 해당 카테고리에서 다음의 내용으로 이동해서 볼 수 있다. 뉴스, 금융, 연예, 스포츠의 콘텐츠가 3개씩 텍스트 타이틀로 제공되어 있으며 각 카테고리별로 다음의 탭을 누르면 옆으로 그 카테고리만 옆으로 넘어가는 방식이다.

아래로 가장 스크롤이 많이 되는 방식이며 아이콘과 사진 이미지의 링크 사용되지 않고 텍스트에만 링크의 기능이 연결되어 있다.



(그림4) 야후

네이버, SHOW, 다음, 야후의 모바일 웹의 첫 페이지의 디자인 특징을 정리해보면 다음과 같다.

<표1> 포털 모바일 웹 첫 페이지 디자인의 특징

| | 스크롤 | 메인메뉴 | 뉴스링크 |
|------|--------|------------------|--------|
| 네이버 | 세로 | 페이지 상단 중단 아이콘 | 텍스트 사진 |
| SHOW | 세로 | 페이지 중단 정방형 아이콘 | 텍스트 |
| 다음 | 가로탭 세로 | 페이지 상단 2단 텍스트 메뉴 | 텍스트 사진 |
| 야후 | 세로 | 페이지 상단 텍스트 메뉴 | 텍스트 |

3.2 모바일웹 디자인 구성요소의 위치

네이버, SHOW, 다음, 야후의 모바일웹 브라우저를 열고 첫 페이지를 스크롤하지 않은 상태에서 열었을 때, 로고, 검색, 메인 메뉴, 텍스트 뉴스, 사진 뉴스의 위치와 디자인의 특징을 파악해보았다.

<표2> 첫 화면의 이미지



3.2.1 로고

로고는 사이트의 아이덴티티를 보여주는 버튼이며 모든 페이지에서 첫 페이지로 연결을 시켜 줄 수 있으므로 페이지에서 가장 눈에 잘 띄는 중요한 위치에 있어야 한다. 네이버와 SHOW, 야후는 왼쪽 상단에 다음은 PC버전과 같이 가운데 상단에 위치하고 있다.



네이버 SHOW 다음 야후 (그림5) 로고의 위치

3.2.2 검색

모바일에서 검색은 한 번의 손가락 터치를 이용해야 하므로 터치하기 쉬운 위치에 있어야 한다. 네이버와 SHOW, 다음 모두 눈에 잘 띄는 상단에 위치하고 있으며 야후는 상대적으로 아래쪽에 있으며 눈에 잘 띄지 않게 디자인이 되어 있다.

어 있다.



네이버 SHOW 다음 야후 (그림6) 검색의 위치

3.2.3 메뉴

네이버의 메인 메뉴는 아이콘 디자인으로 되어 눌러서 확인하기 전에는 무엇인지 파악하기 어렵게 디자인이 되어 있으며 주요 콘텐츠의 메뉴는 페이지를 스크롤하면 하단에 자주 가는 서비스라는 이름으로 아이콘 방식으로 만들어져 있다. SHOW는 페이지 하단에 정방형 박스 디자인이 되어 있으나 하단으로 스크롤이 되어야 모두 볼 수 있도록 되어 있다. 다음은 상단에 메인 메뉴를 텍스트로 디자인하여 페이지 상단에 바 형식으로 나와 있으며 바로 하단에는 탭 형식의 메뉴로 주요 콘텐츠를 볼 수 있다. 야후는 투데이, 마이메뉴, 전체사이트 메뉴를 상단에 바 형식으로 제공하고 있다.



네이버 SHOW 다음 야후 (그림7) 메인 메뉴의 위치

3.2.4 텍스트 링크(뉴스)

야후를 제외한 대부분의 사이트에서 뉴스에 관한 타이틀을 텍스트로 제공하여 자세한 내용은 클릭하면 볼 수 있도록 첫 화면에 디자인이 되어 있다. 네이버는 화면 하단에 5행으로 뉴스를 제공하며 SHOW는 화면 중간에 3행으로, 다음은 4행으로 뉴스의 타이틀을 제공하고 있다.



네이버 SHOW 다음 야후 (그림8) 텍스트 뉴스의 위치

3.2.5 사진 이미지 링크(뉴스)

야후를 제외한 대부분의 사이트는 텍스트 타이틀로 뉴스를 제공함과 동시에 텍스트 뉴스 아래에 사진이미지와 함께 작은 텍스트 설명으로 뉴스를 제공한다.



네이버 SHOW 다음 야후
(그림9) 사진이미지 뉴스의 위치

3.3 사용자가 선호하는 모바일 웹 디자인

사용자가 선호하고 보다 편리하게 정보를 이용할 수 있는 모바일 웹 UX 디자인을 파악하기 위하여 스마트폰을 사용하고 있는 이용자 23명에게 2011년 6월 모바일 웹에서 선호하는 포털 사이트, 메뉴디자인, 시각표현요소, 등에 관한 질문과 함께 모바일 웹 UX디자인에 관한 인터뷰를 실시하였다. 설문지의 내용은 본문 3.1에 해당하는 레이아웃에 관한 설명과 이미지를 첨부하여 선호하는 모바일 웹 포털사이트에 관한 질문과 선호하는 메뉴의 레이아웃, 아이콘과 텍스트 메뉴에 관한 선호도 등에 관한 질문을 실시하였으며 인터뷰는 질문이 끝난 이후에 모바일 웹 디자인 전반에 관한 내용을 하였다.

가장 선호하는 모바일 웹 포털사이트에 관하여는 23명 가운데 네이버가 14명, SHOW가 3명, 다음이 6명 야후가 0명이었다. 네이버를 선호하는 이유에 관하여는 PC버전에서의 신뢰도, 다른 사이트에 비하여 간결하고 깔끔한 디자인, 콘텐츠와 메뉴 디자인 등의 적절한 배치 등을 선호하는 이유로 응답하였다. SHOW를 선호하는 이유는 스마트폰의 아이콘에 대한 친숙함으로 인하여 SHOW에서 제공하는 아이콘 메뉴가 더 익숙하기 때문이었다. 다음을 선호하는 이유는 원하는 정보를 찾기 쉽도록 배치한 메뉴, 탭 방식의 편리함 때문이라는 응답이 있었다.

3.3.1 메뉴디자인

선호하는 메뉴디자인에 관하여는 23명 가운데 17명이 아이콘 방식의 정방형의 디자인을 선호하였고 6명이 텍스트 방식의 메뉴디자인을 더

선호한다고 응답하였다. 이에 관한 이유로는 스마트폰에서의 정방형 형태에 관한 익숙함과 손가락으로 터치하기 적절한 크기 등의 이유라고 응답하였다.

3.3.2 시각표현 요소

모바일 웹 포털사이트에서는 첫 페이지에서 뉴스가 제공되고 있다. 해당 뉴스에 대한 타이틀이 제공되고 있으며 이 타이틀은 링크가 걸려있어 해당 뉴스 화면으로 넘어가게 된다. 뉴스의 링크 방식에 관하여는 텍스트로 해당 뉴스의 내용이 제공되는 것을 7명이 더 선호하였으며 텍스트와 사진이미지가 함께 제공되는 것에 관하여는 16명이 더 선호하였다.

3.4 논의

현황조사의 결과를 보면 중요한 로고와 검색의 위치는 페이지의 상단에 위치함으로써 눈에 잘 띄고 입력이 쉽도록 하였다. 메뉴에 대한 위치는 상단 또는 페이지의 중간에 위치하여 사용자들은 페이지 전체를 스크롤해야 전체 콘텐츠의 내용을 파악할 수 있다. 주요 뉴스는 화면의 중앙에 위치하여 대부분 스크롤 하지 않아도 타이틀을 볼 수 있도록 페이지에서 중요한 위치와 많은 면적을 차지하고 있다. 모바일 웹에서 가장 중요하다고 생각되는 요소인 로고, 검색, 메뉴, 뉴스가 첫 화면에서 스크롤되지 않은 상태에서 보여지는 것이 중요한 것으로 파악되었다.

모바일 웹 모범사례에서 제안한 바와 같이 모바일 웹은 한 방향의 스크롤을 권장하고 있으며 대부분의 사용자들은 한 방향의 스크롤을 선호하였지만 다음에서는 새로운 시도로 탭을 이용하여 화면을 3단으로 넘길 수 있는 방법을 디자인하였다. 설문조사의 결과, 일부 사용자는 탭 방식으로 화면을 가로로 분할하여 페이지를 넘기는 것을 선호하는 사용자도 있었으므로 정보의 유형에 따라 융통성이 있는 화면의 레이아웃이 필요할 것 같다. 또한 설문조사에서 터치폰 기반의 모바일 웹은 손가락으로 터치하기 쉬운 아이콘 방식에 대부분의 사용자들이 익숙해져 있다. 그러나 네이버 상단에서 제공되는 것과 같은 의미를 인지하기 어려운 아이콘은 클릭하기 전에는 그것이 무엇을 의미하는 것인지 파악하기 어렵다. 무분별한 아이콘은 사용자가 정보를 직관적으로 인지하기 어렵도록 만들 수 있으며

로 보다 신중한 아이콘 디자인이 요구된다. 뉴스와 같은 콘텐츠에 관한 정보를 제공함에 있어서도 사진 이미지와 함께 제공되는 것을 사용자는 선호하고 있지만, 무분별한 이미지의 사용은 화면을 복잡하게 만들 수 있으므로 적절한 사용이 요구된다.

5. 결론 및 제언

본 연구에서는 국내 포털 모바일 웹 사이트의 현황조사를 통하여 디자인의 특징을 분석하고 사용자 설문과 인터뷰를 통한 결과를 바탕으로 모바일 웹을 이용한 효율적인 정보 제공에 대한 제안을 하고자 하였다.

화면의 구성요소 가운데 가장 중요하다고 생각되는 요소는 화면 스크롤이 되지 않는 위치에 있어야 하며 사용자들은 정방형의 아이콘 메뉴를 선호하므로 메뉴를 아이콘으로 제작할 때에는 의미 전달이 직관적으로 될 수 있도록 디자인해야 한다. 보다 압축된 정보의 제공이 필요하기 때문에 사진과 같은 이미지를 사용할 때에는 너무 많은 색의 사용으로 인해 직관적인 정보 파악에 어려움을 줄 수 있으므로 신중한 사용이 필요하다.

본 연구에서는 국내 포털 모바일 웹의 현황조사를 중심으로 연구를 진행하였으며 이에 관한 선호도 조사를 실시하였으나 선호도와 사용성은 일치하지 않을 수도 있다는 제한점이 있다. 향후 연구에서는 모바일 웹 구성요소의 위치와 디자인이 다른 프로토타입의 개발과 사용성 평가를 실시하여 설문조사의 결과로 나타난 선호하는 디자인과 사용성이 우수한 디자인에 관한 비교가 필요하다고 생각한다. 효율적인 정보 전달이 가능한 모바일 웹 UX디자인은 사용자가 선호하는 디자인 뿐 아니라 사용성이 뛰어난 디자인이 함께 제안되어야 한다고 생각한다.

참 고 문 헌

[1] 2011년 4월 방송통신위원회 자료
 [2] http://developer.apple.com/library/ios/#documentation/userexperience/conceptual/mobilehig/Characteristics/Characteristics.html#//apple_ref/doc/uid/TP40006556-CH7-SW1

[3] <http://www.w3.org/TR/mobile-bp/>
 [4] <http://www.webcredible.co.uk/user-friendly-resources/web-usability/mobile-guidelines.shtml>
 [5] <http://www.noupe.com/how-tos/mobile-web-design-tips-and-best-practices.html>
 [6] 송수진, 김세화, 고성치경, “모바일 웹에서 버튼 크기, 비례, 위치에 대한 GUI 디자인 연구”, 조형미디어학, 제 14권 1호, pp131-140, 2011.
 [7] 이태숙, “모바일 사용 행태에 따른 모바일 브라우저 UX”, 대한인간공학회지, 제 29권 4호, pp547-551, 2010.
 [8] <http://www.smashingmagazine.com/2009/01/13/mobile-web-design-trends-2009/>
 [9] 문병구, 이원호, 최성철, “소형 모바일 웹을 위한 사용자 인터페이스 기본 요소”, 한국산학기술학회논문지, 제11권, 제9호, pp3532-3537, 2010.
 [10] 김현, 음소은, “모바일 웹 인터페이스 사용성 향상을 위한 한일 사례 연구 - 레이아웃 중심으로”, 한국디자인문화학회, 15권 4호, pp161-175, 2009.

배 윤 선



2005년 : 연세대학교대학원
 (디자인박사)
 1995년 : School of Visual Arts
 (Computer arts: M.F.A)
 1992년 : 연세대학교 주생활학과
 (이학사)

현재 : 한국사이버대학교 디지털디자인학부 부교수
 관심분야 : UX디자인