

2회. 웹 디자인의 기본 요소와 디자인 원리



웹 디자인의 기본기를 탄탄하게!

웹 디자인은 웹이라는 특수한 환경을 반영하여 디자인하는 분야입니다. 웹 페이지를 아름답게 꾸미는 것뿐만 아니라, 웹의 특성을 고려하여 사용자가 효율적으로 이용할 수 있는 페이지로 디자인해야 합니다. 성공적인 웹 디자인을 위해 필요한 기본 사항들을 살펴보겠습니다.

목차

- 02-1 웹 디자인은 어떻게 해야 하나요?
- 02-2 웹 디자인의 6가지 요소
- 02-3 웹 디자인 원리
- 02-4 UI/UX란 무엇인가요?

학습목표

- 1. 웹 디자인이 무엇인지 이해합니다.
- 2. 성공적인 웹 디자인을 위한 요소가 무엇인지 이해합니다.
- 3. 웹 디자인의 원리를 이해합니다.

웹 디자인의 목표

- 디자인(Design)은 '아름다움'과 '기능' 두가지 목표가 포함되어야 한다.
- 웹 디자인의 최종 목표는 웹 사이트의 모든 요소를 GUI로 아름답게 디자인하여 사용성 높은 웹 사이트를 만드는 것이다.



좋은 웹 디자인이란?

- 첫인상이 미치는 효과를 **초두 효과(primary effect)** 또는 **첫인상 효과**라고 한다. 사람을 만날 때 첫인상이 중요하듯이 웹 사이트도 마찬가지이다.
- 처음 마주하는 웹 페이지가 좋은 인상을 주고 목적이 뚜렷하여 정보가 잘 전달되어야 한다.
- 훌륭한 웹 디자인은 단순한 미학 이상이다. 직관적이고 유용하며 매력적으로 보여야 한다.
- 웹 디자인은 웹이라는 특수한 환경에서 정보를 **심미성**과 **사용성**을 조합하여 사용자에게 잘 전달해야 한다.

잘 만든 웹 사이트는 다 갖췄다!

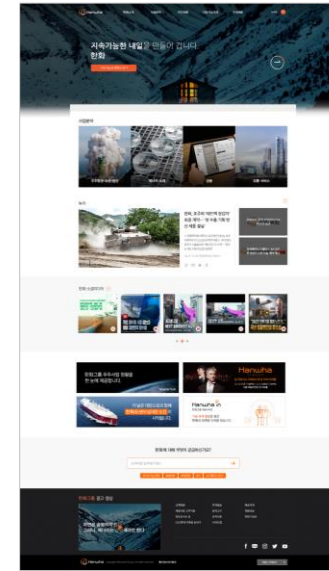
- 잘 만든 웹 사이트는 사용자에게 특정 메시지를 전달하며 사용자가 의도한 기능을 수행하도록 유도한다.
이때 사용자가 얼마나 쉽고 편리하게 기능을 수행할 수 있는지가 성공의 열쇠이다.
- 즉, **사용자 인터페이스(UI : User Interface)**가 중요하다.

웹 디자인의 요소_1. 명확한 목적

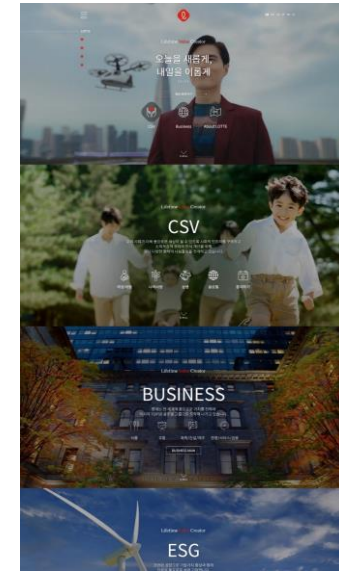
- 해당 사이트의 목적을 명확히 설정하고, 그 목적에 맞는 디자인을 구현하는 것이 중요하다.
- 목적에 따라 서로 다른 기능과 상호작용을 요구하므로 디자인도 달라야 한다.

▶ 기업 홍보용 웹 사이트

- 기업을 소개하는 것을 주 목적으로 하는 비교적 단순한 유형의 웹 사이트. 주로 사업 소개, 홍보 영상, 사진 및 이미지, 뉴스 및 채용 정보 등으로 간단히 구성되어 제작하는 것도 어렵지 않다.
- 기업의 긍정적인 이미지를 강조하는 콘텐츠와 인터랙티브 디자인을 넣어 단순해 보이기 쉬운 부분을 극복하는 것이 좋다.
- 기업의 가치와 브랜드를 효과적으로 전달하는 것이 핵심



한화 그룹(hanwha.co.kr)

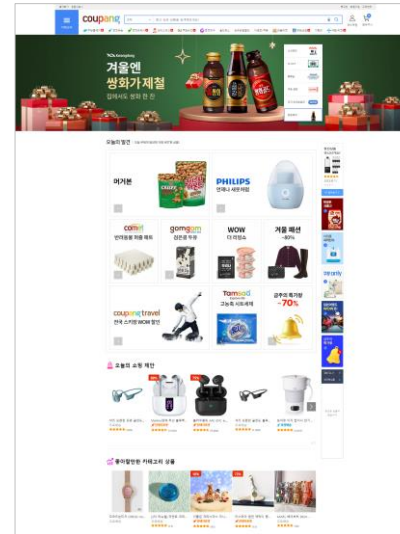


롯데 그룹(lotte.co.kr)

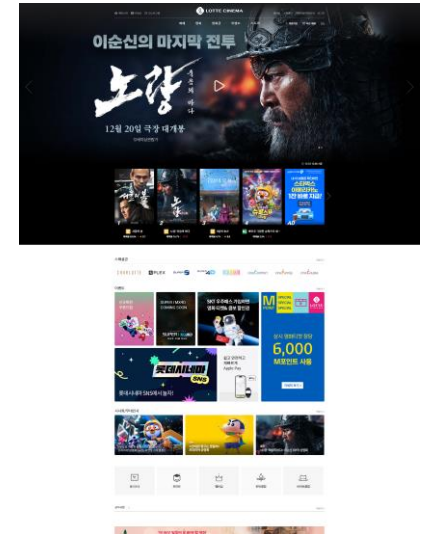
웹 디자인의 요소_1. 명확한 목적

▶ 쇼핑몰 웹 사이트

- 온라인에서 상품을 판매하는 플랫폼으로, 상품 등록부터 결제까지 복잡한 과정을 거쳐야 하는 웹 사이트
- 사용자가 원하는 상품을 쉽게 찾을 수 있도록 직관적인 디자인과 기능을 구현하는 것이 쇼핑몰 웹 사이트의 핵심 과제
- 많은 사용자가 방문하고 상품을 구매하는 곳이므로 안정성과 보안도 중요하다.
- 결제 시스템이 포함된 예약 웹 사이트도 이와 유사한 기능이다.



쿠팡(coupang.com)

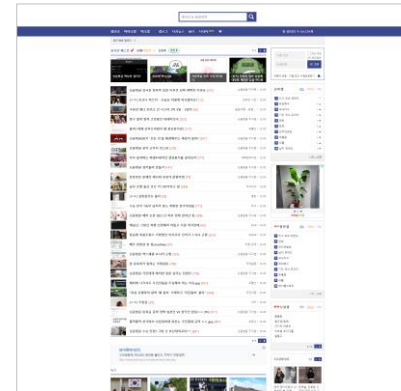


롯데시네마(lottecinema.co.kr)

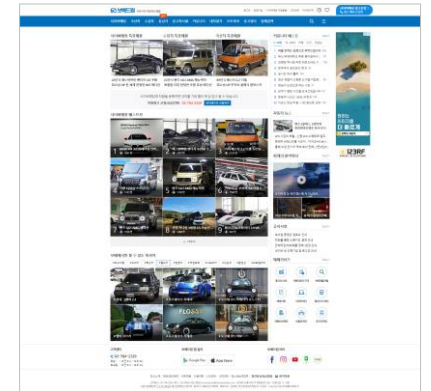
웹 디자인의 요소_1. 명확한 목적

▶ 커뮤니티 웹 사이트

- 주로 게시판 기능을 이용하여 정보를 빠르고 편리하게 등록하는 웹 사이트, 블로그나 카페도 커뮤니티 웹 사이트의 일종이다.
- 특정 주제나 관심사를 가진 사람들이 모여 활발하게 서로 소통하고 의견을 나누며 지식과 정보를 공유하는 공간으로 활용.
따라서 사용자의 참여와 상호작용을 유도하는 디자인과 기능이 중요하다.



디자인사이드(dcinside.com)

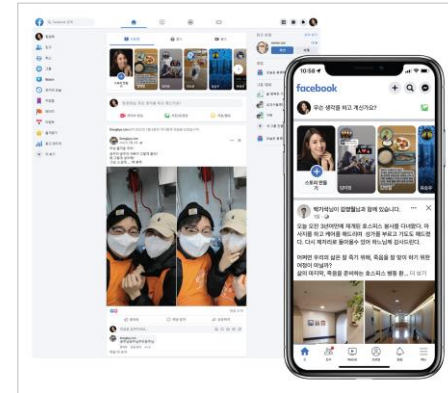


보배드림(bobaedream.co.kr)

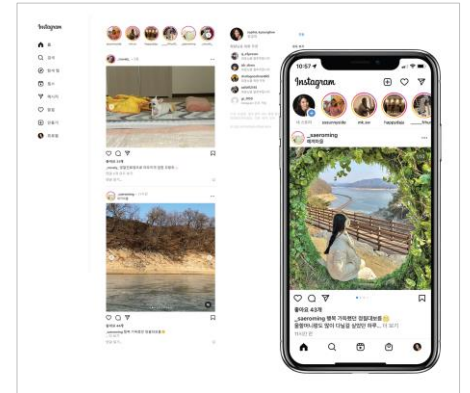
웹 디자인의 요소_1. 명확한 목적

▶ 소셜 네트워크 서비스

- 최근에는 사용자와 실시간으로 소통할 수 있는 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, SNS)가 급격히 성장했다.
- 모바일 플랫폼에서 주로 활용되며 사진, 이미지, 숏폼 영상, 짧은 글 등을 어느 때나 자유롭게 올릴 수 있는 것이 SNS의 특징이다.
- 다양성과 사용자와의 직접적인 상호작용으로 기업과 개인 모두에게 강력한 마케팅 도구 역할을 한다.



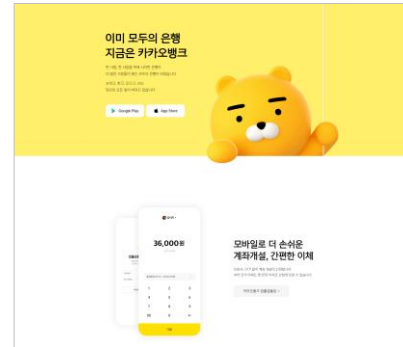
인스타그램(instagram.com)



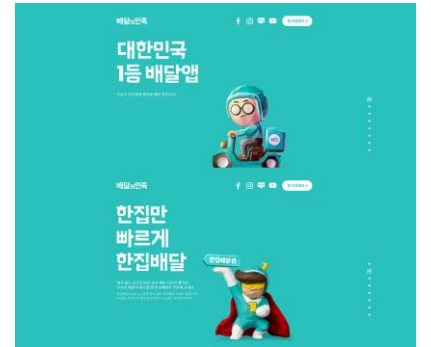
페이스북(facebook.com)

웹 디자인의 요소 _ 2. 단순성

- 웹 사이트는 사용자가 직관적으로 이해하고 쉽게 사용할 수 있어야 한다.
- 단순성(Simplicity)은 사용자 경험을 향상시키는 좋은 웹 디자인 방법
- 사용자가 웹 사이트를 방문하여 최종 목표 지점까지 쉽게 도달할 수 있도록 직관적인 레이아웃과 시각 요소, 텍스트를 효과적으로 활용하여 단순하고 명확한 가이드를 제공한다.



카카오뱅크(kakaobank.com)



배달의 민족(baemin.com)

웹 디자인의 요소 _ 3. 내비게이션

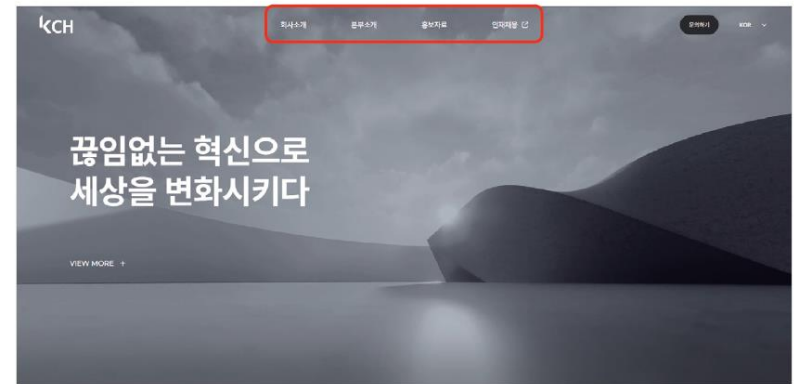
- **내비게이션(Navigation)**은 사용자가 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 길잡이 역할을 하는 요소이다.
- 바다를 향해할 때 길잡이가 되는 등대처럼 사용자에게 웹 사이트의 구조와 콘텐츠를 안내하는 역할을 한다.
- 사용자는 내비게이션을 활용하여 원하는 정보를 탐색한다.
- 내비게이션은 웹 사이트의 사용성과 편의성을 크게 좌우하는 요소이므로 디자인 단계부터 신중하게 고려해야 한다.
- 모든 페이지에서 일관성을 유지하도록 단순하고 직관적으로 디자인해야 한다.



웹 디자인의 요소 _ 3. 내비게이션

▶ GNB(Global Navigation Bar)

- 사이트의 최상위 메뉴로 구성되는 메인 내비게이션을 의미한다.
- 보통 웹 사이트의 상단에 위치하며 사용자가 어떤 페이지로 이동하더라도 동일한 스타일로 같은 위치에 제공된다.
- GNB는 사용자가 웹 사이트의 구조와 메뉴 항목을 쉽고 빠르게 인식하도록 도와준다.

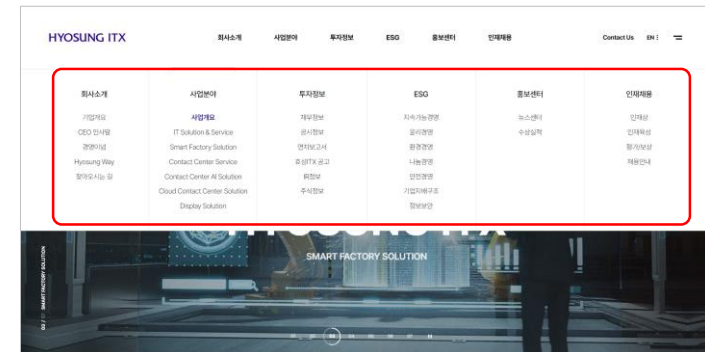


KCH(kchglobe.com)

웹 디자인의 요소_3. 내비게이션

▶ LNB(Local Navigation Bar)

- GNB를 클릭하거나 마우스를 올리면 펼쳐지는 하위 카테고리 리스트를 의미한다.
- 최상위 메뉴의 하위 카테고리 리스트를 말하며, 서브 메뉴라고도 한다. 특정 페이지로 연결하는 역할을 하므로 웹 사이트의 특정 지역을 의미하는 로컬(local)이라는 이름이 붙었다.
- 최근에는 전체 하위 카테고리 리스트를 모두 보여주는 형태가 많은데, 원하는 페이지로 바로 이동할 수 있다는 장점이 있다.



효성 ITX(hyosungitx.com)

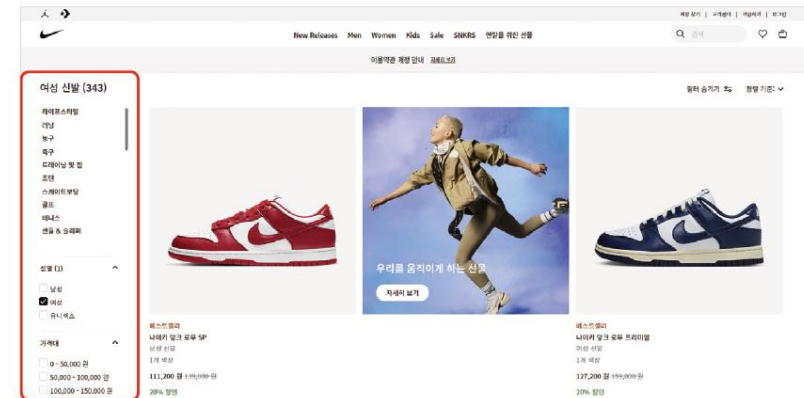


해피 포인트(happypointcard.com)

웹 디자인의 요소_3. 내비게이션

▶ SNB(Side Navigation Bar)

- 주로 웹 사이트의 왼쪽이나 오른쪽 사이드(Side)에 위치하여 서브 메뉴를 제공하는 역할을 한다.
- 예전에는 하위 메뉴가 주로 왼쪽 사이드에 구성되어 LNB와 유사하게 사용되기도 했지만 최근에는 구분하여 사용하며, 메인 메뉴와 서브 메뉴를 제외한 나머지 사이드 메뉴를 포함한다.

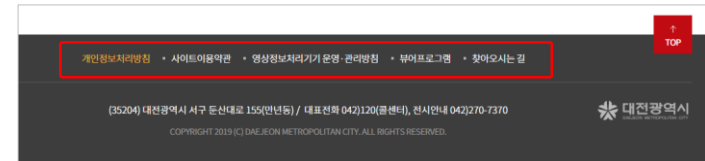


나이키(nike.com/kr/w/women-shoes-5e1x6zy7ok)

웹 디자인의 요소_3. 내비게이션

▶ FNB(Foot Navigation Bar)

- 웹 사이트의 최하단 영역인 푸터(Footer)에 위치한 메뉴를 의미한다.
- 주로 개인 정보 보호 정책, 이용 약관, 회사 소개 등 GNB만큼 자주 사용하지 않지만 사용자에게 제공되어야 하는 페이지 메뉴들로 구성된다.
- 특히 웹 사이트의 이용 방법과 개인 정보 보호 등의 중요한 사항을 안내하여 웹 사이트의 완성도와 신뢰도를 높이는 역할을 한다.



대전시립미술관(daejeon.go.kr)



SK플래닛(skplanet.com)

웹 디자인의 요소 _ 4. 반응형 디자인

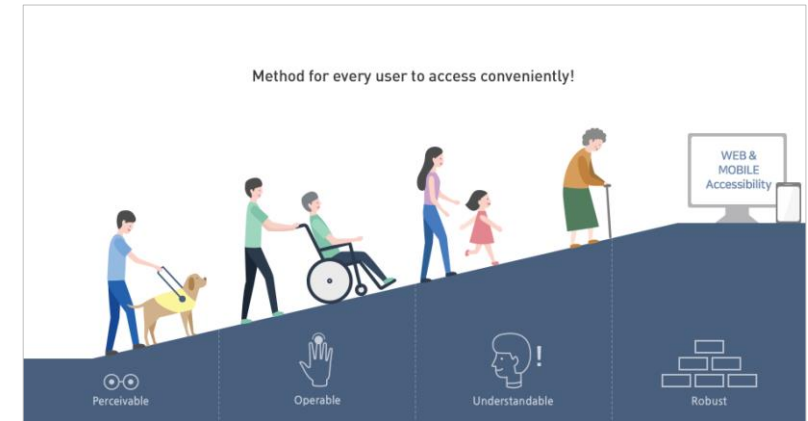
- 반응형 디자인(Responsive Design)은 하나의 웹 사이트를 다양한 디바이스에 최적화된 상태로 보여주는 기술이다.
- 이를 통해 사용자는 모바일 폰, 태블릿, 데스크톱 등 어떤 환경에서도 편리하게 웹 사이트를 이용할 수 있다.
- 모바일이 가장 널리 사용되는 기기로 자리 잡으면서 웹 사이트 제작 시 모바일 환경을 고려하지 않으면 사용자에게 불편함을 줄 수 있다.
- 또한 다양한 화면 크기와 해상도를 갖춘 디바이스가 계속 등장하고 있어 그에 따른 환경도 고려해야 한다.
- 환경 변화에 대응하기 위해서는 **반응형 디자인(Responsive Design)**으로 웹 사이트를 구축하는 것이 중요



반응형 웹으로 제작된 사례(한양사이버대학교: go.hycu.ac.kr)

웹 디자인의 요소_5. 접근성

- 접근성(Accessibility)이란 웹 사이트에서 제공하는 정보를 모든 사용자가 차별 없이 동등하게 이용할 수 있도록 보장하는 것.
- 장애인, 고령자, 모바일 기기 사용자 등 다양한 사용자를 고려하여 웹 사이트가 모든 경우에서 적합하게 작동하는 것을 목표로 한다.
- 접근성은 웹 사이트의 콘텐츠와 기능, 그래픽 요소 등 모든 측면에서 적절한 기술을 사용하여 구현되어야 한다.



웹 디자인의 요소 _ 6. 시각적 아름다움

- 사용자가 최대한 오래 웹 사이트에 머무르도록 유도하려면 시각적으로 아름다운 요소를 활용하여 흥미와 재미를 자아내는 디자인은 필수이다.
- 잘 구성된 디자인은 사용자에게 즐거움과 만족감을 주며 웹 사이트에 대한 긍정적인 인상을 심어 준다.



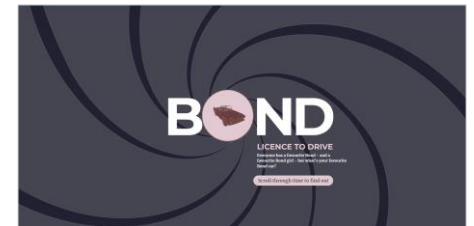
<https://longshotfeatures.com/>



<https://www.dfy.co.kr/>



<https://www.blumarinefoundation.com/the-sea-we-breathe/>

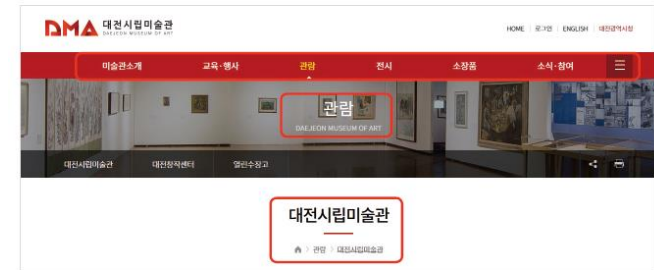
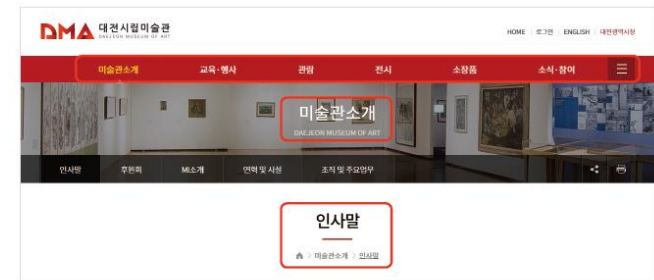


www.evanshalshaw.com/more/bondcars/c1.html

일관성

- 일관성(Consistency)은 웹 사이트 내에서 기획, 디자인, 기능, 콘텐츠 등을 일정하게 유지하는 것을 말한다.
- 일관성을 유지하기 위한 요소에는 타이포그래피, 색상, 아이콘, 레이아웃 등이 있다.

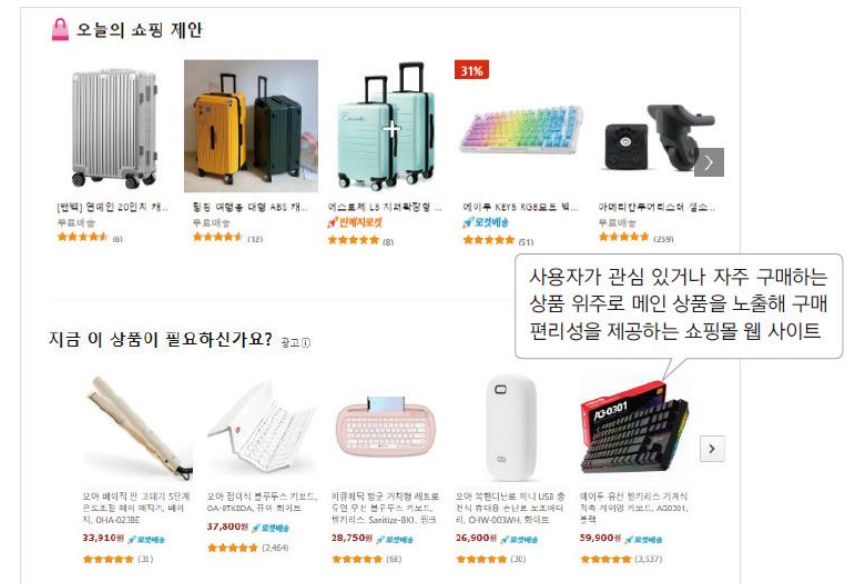
- ▶ **내부 일관성:** 하나의 웹 사이트 내에서 유지되는 일관성
- ▶ **외부 일관성:** 다른 웹 사이트 간에 기능이나 디자인을 유사하게 구성하는 것. 예를 들면, 대형 쇼핑몰 웹 사이트의 내비게이션, 검색, 비주얼 이미지 배너 등이 있다.



웹 사이트에서 일관성을 유지한 사례(대전시립미술관: daejeon.go.kr/dma/index.do)

편리성

- 편리성(Usability)은 사용자가 웹 사이트를 쉽고 편하게 사용하는 것에 중점을 둔 디자인 원리
- 사용자의 행동 패턴을 고려하여 원하는 정보를 손쉽게 찾을 수 있도록 웹 사이트를 제작해 만족도를 높이는 것이 목적
- 최근 개인화 서비스는 사용자에게 따라 제공되는 정보와 콘텐츠를 최적화하여 사이트 사용을 더욱 편리하게 만든다.



쿠팡(coupang.com)

강조성

- 강조성(Emphasis)은 웹 페이지의 특정 요소를 다른 요소보다 부각시켜 눈길을 끄는 디자인 원리
- 폰트, 크기, 두께, 색상 등의 다양한 시각적 기술을 활용하거나 배경색 반전, 색상 대비, 아이콘 및 그래픽 사용 등도 강조성을 높이는 방법이다.
- 강조성은 중요한 정보나 콘텐츠를 사용자 눈에 띄게 하는 역할을 하며, 이를 통해 사용자는 웹 페이지에서 필요한 정보나 콘텐츠를 빠르게 탐색할 수 있다.



Only1(only1.co.kr)



생명보험협회(www.klia.or.kr)

그룹화

- 그룹화(Grouping)는 콘텐츠를 구조화하여 사용자가 더 쉽게 이해하고 정보를 탐색할 수 있도록 도와준다.
즉, 관련된 콘텐츠를 함께 묶고 시각적으로 구분함으로써 사용자가 웹 페이지의 정보를 쉽게 파악할 수 있도록 돕는다.
- 이는 사용자가 웹 페이지를 보다 효율적으로 탐색하며 활용할 수 있도록 도와준다.
- 그룹화를 알아보기에 앞서 개념을 이해하는 데 도움이 되는 심리학 이론을 먼저 살펴보자.

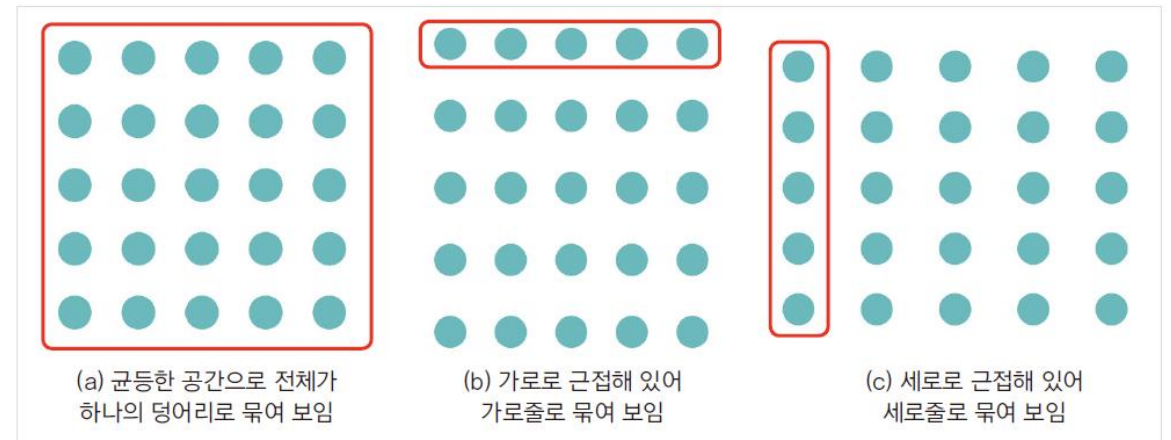
▶ 게슈탈트(Gestalt) 심리학 이론

- 사람이 시각 정보를 인식하고 조직할 때 수동적으로 정보를 수신하고 처리하는 것이 아니라 능동적으로 정보를 **‘의미 있는 전체(Whole)’**로 조직한다는 이론
- 디자인, 건축, 광고 등 다양한 분야에 적용하면 시각적으로 매력적이고 효과적인 디자인을 만드는 데 도움을 준다.

그룹화

▶ 게슈탈트(Gestalt) 심리학 이론_1. 근접성

- 2개 혹은 그 이상의 시각적 구성 요소가 서로 가까워질수록 그 요소들이 한데 묶인 것처럼 인식하는 속성을 말한다.
- 웹 디자인에서는 관련된 콘텐츠나 요소들을 근접하게 배치하면 사용자가 함께 묶여 있음을 인지하게 할 수 있다.

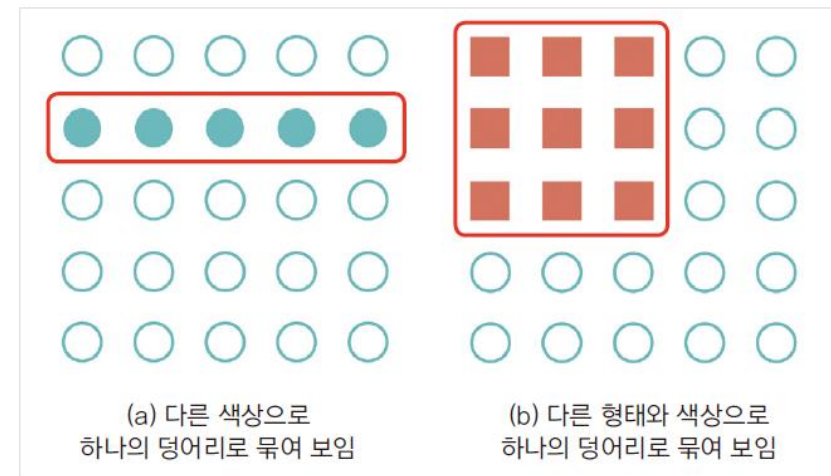


근접성

그룹화

▶ 게슈탈트(Gestalt) 심리학 이론_2. 유사성

- 색상, 형태, 크기, 질감 측면에서 서로 유사한 요소는 동일한 그룹의 일부로 인식하는 속성을 의미한다.
- 웹 디자인에서 유사한 디자인 요소들을 사용하여 일관성 있는 그룹을 형성하면 사용자가 콘텐츠를 더 쉽게 이해하고 파악할 수 있다.

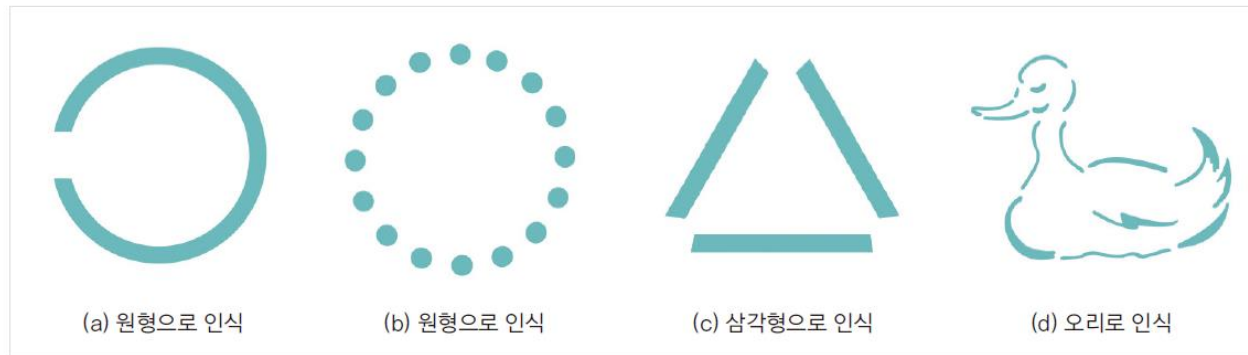


유사성

그룹화

▶ 게슈탈트(Gestalt) 심리학 이론_3. 폐쇄성

- 인간의 마음이 불완전한 모양을 완성하거나 '닫는' 경향을 이용한 속성
- 웹 디자인에서는 페이지의 특정 요소로 보는 사람의 시선을 유도하거나 사용자의 주의를 끌 수 있다.

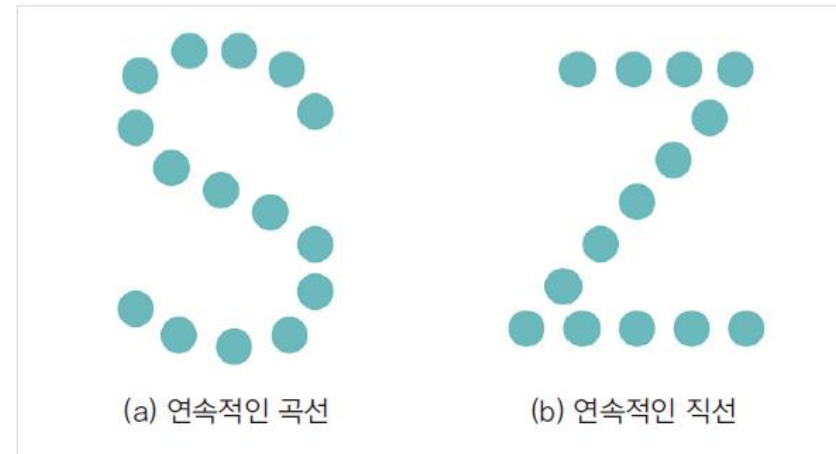


폐쇄성

그룹화

▶ 게슈탈트(Gestalt) 심리학 이론_4. 연속성

- 인간의 마음이 연속적인 선과 모양을 관련된 것으로 인식하는 속성으로, 디자이너는 이 원리를 사용하여 자연스럽게 직관적인 방식의 디자인으로 보는 사람의 시선을 안내할 수 있다.

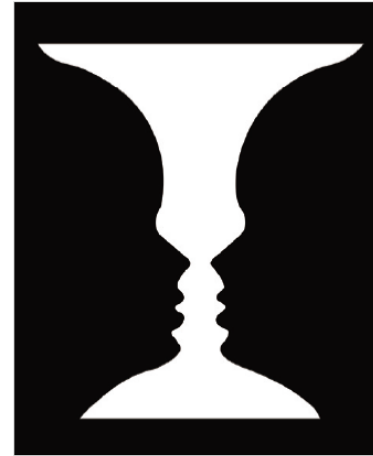


연속성

그룹화

▶ 게슈탈트(Gestalt) 심리학 이론_5. 전경과 배경

- 인간의 마음이 상대적으로 강렬한 것을 전경으로, 약한 것을 배경으로 인식하는 속성이다.
- 웹 디자인에서는 명확한 시각적 계층 구조를 만들고 특정 요소에 보는 사람의 주의를 집중시킬 수 있다.



전경 및 배경 — 루빈의 컵

그룹화

▶ 여백을 사용한 그룹화

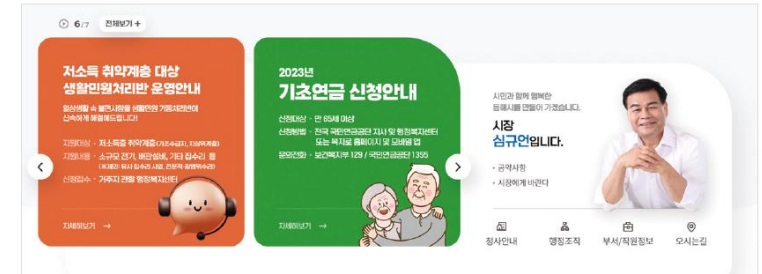
- 여백이란 단순히 비어 있는 공간이 아니며, 여백 자체를 중요한 디자인 요소로 사용할 수 있다.
- 여백을 사용한 그룹화는 콘텐츠 요소 사이에 적절한 여백을 넣어 시각적으로 구분해 그룹화하는 방법이다. 이렇게 하면 비슷한 요소들은 함께 묶여 보이고 다른 요소들은 분리되어 보인다.
- 여백은 디자인 요소들 사이의 간격을 조절하고 공간을 조율하는 데 중요한 역할을 한다.
- 여백을 잘 사용하면 콘텐츠들이 숨쉬는 듯한 여유로운 느낌을 준다.



그룹화

▶ 색상을 사용한 그룹화

- 같은 색상의 요소들을 묶어 하나의 그룹으로 보이게 하는 방법
- 반대로 성격이 다른 요소들을 다른 색상으로 구분하면 각 요소에 대한 주목성을 높일 수 있다.
- 색상을 활용하여 그룹화를 하면 웹 페이지 내에서 관련된 콘텐츠나 기능들을 연결하여 직관적인 정보 구조를 제공할 수 있다.



동해시(dh.go.kr)

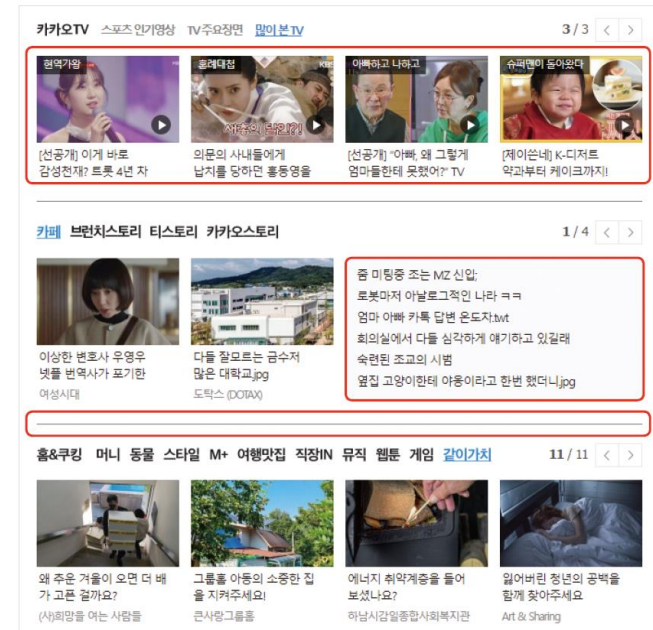


삼성영어셀레나(samsungenglish.com)

그룹화

▶ 바운더리를 사용한 그룹화

- 테두리, 박스, 라인 등으로 요소들을 하나의 덩어리로 보이도록 그룹화 하는 방법이다.
- 바운더리를 활용하면 서로 연관된 요소들을 시각적으로 묶어 사용자가 웹 페이지의 구조를 빠르게 파악할 수 있도록 도와준다.
- 적절한 바운더리는 웹 페이지의 레이아웃을 깔끔하고 체계적으로 보이도록 만든다.

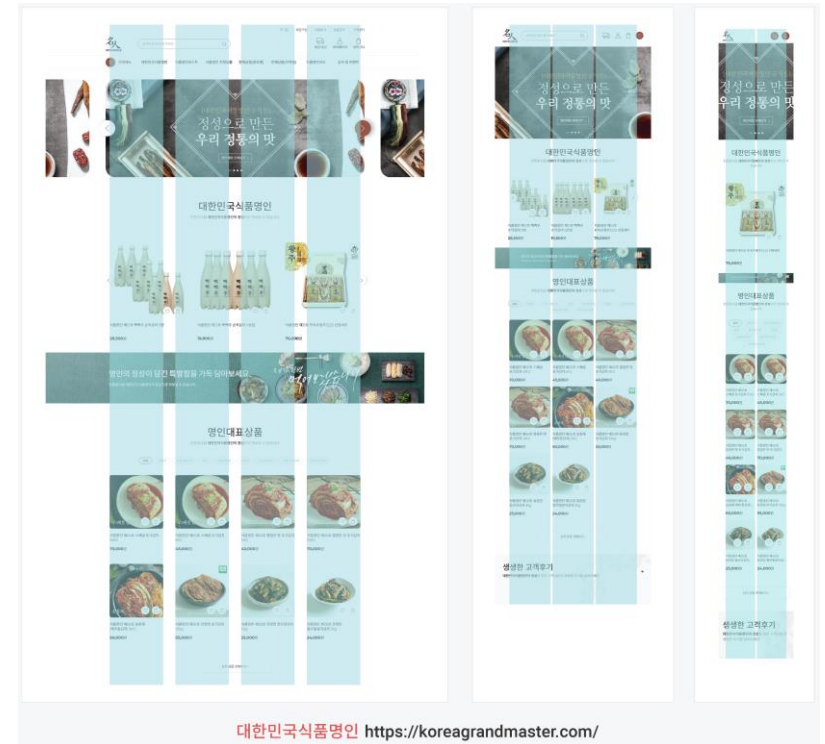


다음(daum.net)

그룹화

▶ 그리드 및 패턴을 사용한 그룹화

- 그리드 시스템은 웹 페이지를 일정한 격자 또는 라인으로 분할하여 요소들을 조화롭고 균형 있게 배치하는 기술이다.
- 패턴은 반복적으로 사용되는 디자인 요소를 의미한다. 예를 들어 일관된 아이콘 디자인, 버튼 스타일, 폰트 선택 등이 모두 패턴에 해당한다.
- 패턴을 사용하면 웹 사이트의 일관성과 사용성을 높일 수 있으며, 사용자는 익숙한 디자인 요소들을 통해 웹 사이트를 더 쉽게 이해하고 탐색할 수 있다.



UI: 사용자 인터페이스

- **UI(User Interface)**는 사용자와 시스템이 상호작용하는 방식으로, UI 디자인은 사용자가 제품을 어떤 방식으로 이용할지를 디자인하는 것이다.
- UI 디자인은 그래픽 요소, 레이아웃, 버튼, 탭, 스크롤링 등 사용자가 실제로 마주하는 요소를 주로 디자인한다.
- 사용자의 행동과 니즈를 고려하여 사용성과 편의성을 극대화하는 것이 UI 디자인의 핵심 목표이다.



나가거나 들어올 때 사용하는
문 손잡이

우주를 비행할 때 입는
우주복

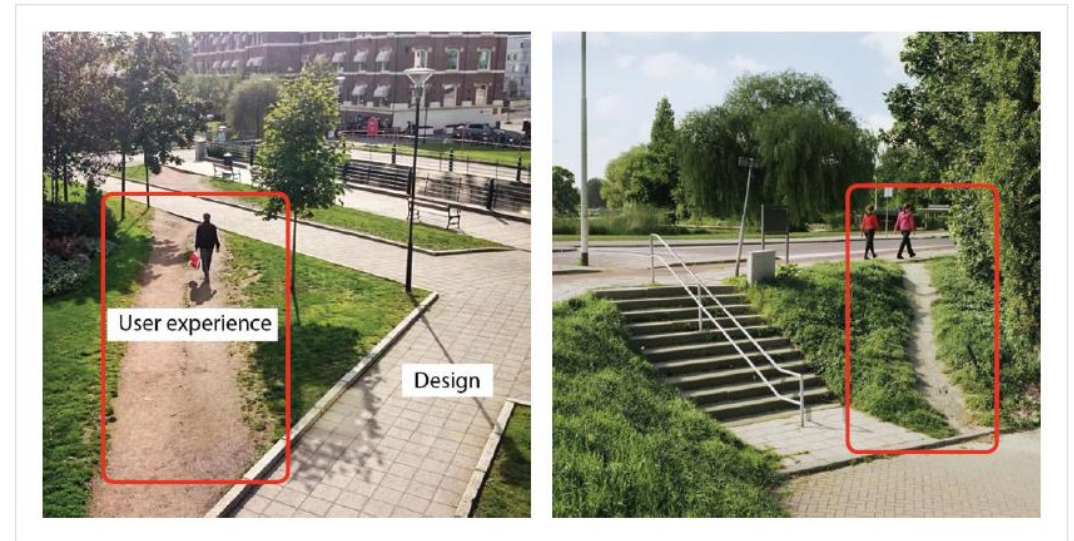
운전할 때 사용하는
자동차 계기판

도로 사용을 위한 신호 체계

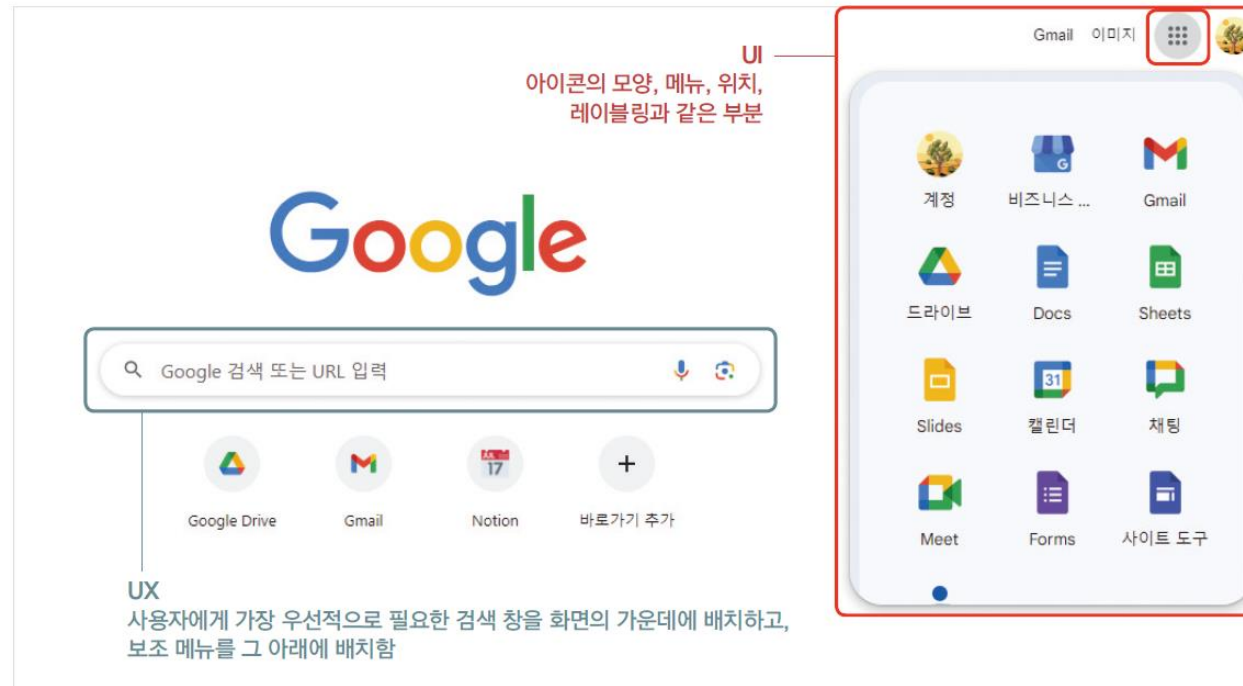
사용자와 시스템이 마주하는 접점인 UI

UX: 사용자 경험

- **UX(User eXperience)**는 제품을 사용할 때 전체적인 사용자의 경험을 의미하며 UX 디자인은 사용자의 경험을 설계하는 작업을 말한다.
- UX는 UI보다 더 포괄적인 개념으로 사용자가 제품과 상호작용하는 과정에서 느끼는 모든 면을 포함한다.
- UX 디자인의 목적은 사용자가 웹을 사용하는 과정에서 느끼는 전반적인 경험을 개선하는 것.
- 사용자의 니즈와 행동을 분석하고 이를 반영하여 최적화된 경험을 제공하는 것이 UX 디자인의 핵심 목표이다.



UI와 UX



UI와 UX를 잘 구현한 사례(구글: google.com)