

# UI/GUI 디자인

UI/UX, 메타포 아이콘, 정보구조,  
와이어프레이밍, 스타일 가이드,  
웹표준, 웹접근성

# UX(User Experience)

- ‘**사용자가 특정한 시스템, 제품, 서비스, 콘텐츠를 사용한 경험치**’를 뜻하는 것으로, 기능, 만족도, 상호 교감을 통해 상품, 콘텐츠에 대하여 인지할 수 있는 경험을 가리키는 말이다.
- 기업에서는 이 부분을 기획하고 유지하는 과정을 UX라고 보고 있다.
- 스마트 환경에서는 사용자의 조작의 편리성 및 UI 구성, 멀티태스킹, 앱의 활용 등으로 UX의 의미가 다양하게 정의되고 있다.
- 사용자의 경험을 디자인한다는 UI, GUI(Graphic User Interface) 개념보다 더 넓고 총체적이며, 기업의 문화와 전략을 포함하는 개념이다.
- 즉, 제품과 콘텐츠의 사용성을 개선하고, 사용자를 지속적으로 분석·파악하여 기업의 UX 전략에 노출되게 하는 방법이 넓은 의미의 개념에 포함된다. 이는 사용자의 감성, 경험치의 콘텐츠를 기획, 제작, 서비스하는 과정을 포함한다.

# UI(User Interface)

- 휴대폰, 컴퓨터 프로그램, 내비게이션 등 **시스템과 사용자의 의사소통을 목적**으로 한다.
- 스마트폰 등 다양한 모바일 기기로 인하여 UI의 중요성이 크게 부각되고 있다.
- 하나의 콘텐츠 안에서 구현되는 전체 구조, 화면 설계, 조작의 편의성, 색상 등을 고려하는 부분을 **좁은 의미의 UX 디자인**이라고 할 수 있다.
- **좁은 의미의 UX 디자인을 형상화한 것**을 UI 디자인이라 한다.

# UI / UX 디자인 개념

- UX 디자인이란 사용자가 제품 혹은 서비스를 이용할 때 매력적이고 가치 있는 경험을 가질 수 있도록 하는 것을 의미한다.
- UI 디자인은 제품의 인터페이스를 디자인하는 것으로, 사용자가 제품을 이용할 때 조작이 용이하도록 디자인하는 것이라고 생각하면 된다.
- 제품이 사용하기 편리하다고 해서 사용자가 좋은 경험을 얻는 것은 아니다. 사용자는 정말 필요하고 유용하며, 조작이 편리하고 디자인이 뛰어난 제품을 만났을 때 비로소 좋은 경험을 할 수 있다.

# 플랫(Flat) 디자인

- 입체적인 기능의 복잡한 요소를 배제하고, 기본적인 요소들인 레이아웃과 대비 색상 폰트 등을 이용하여 디자인한 것.

# IA(Information Architecture)

- **사용자에게 전달할 내용들을 구성하는 작업**이다.
- 기능과 메뉴를 만들고 콘텐츠를 어떻게 배치하고 어떠한 관계로 이루어지게 할 것인지, 계층구조는 어떻게 구성할 것인지를 생각해야 한다.
- 일반적으로 계층 구조는 수직이든 수평이든 메뉴나 콘텐츠가 속한 레벨의 구조를 파악하기 쉽고, 어떠한 위치에 속한 메뉴의 내용이 나머지 레벨에 속한 메뉴와 비교했을 때 적절한가를 파악하기 쉽도록 구성해야 한다.

# 내비게이션 디자인

- 사례1) [댕기머리 두리물](#)
  - 첫 화면부터 막대 모양을 배치하여 전체 경로와 사용자 위치를 알려 준다. 위치와 모양이 일관성을 유지하고 있
- 사례2) 삼성전자 서비스
  - 첫 화면부터 막대 모양을 배치하여 전체 경로와 사용자 위치를 알려준다. 상단 비주얼 영역의 크기에 따라 **막대 위치는 상하로 이동**하지만 모양은 일관성을 유지하고 있다.

# 내비게이션 디자인

- 사례3) [코레일](#)
  - 메인 페이지와 서브 페이지의 글로벌 내비게이션의 위치와 형태가 달라 혼란스럽다. 메인 페이지에서 왼쪽에 있던 글로벌 내비게이션이 서브 페이지에서는 상단으로 옮겨지고 형태도 바뀌었다.
- 디자인 팁
  - 글로벌 내비게이션은 모든 페이지에서 똑같은 위치에 보이도록 배치하고, 상단 영역에 배치하여 눈에 띄게 만들면 좋다.
  - 글로벌 내비게이션의 모양은 누구나 쉽게 알아챌 수 있는 막대 형태가 좋고, 모든 페이지에서 모양을 일관되게 유지한다.
  - 컬러는 로고나 아이덴티티를 반영하고, 메뉴의 가독성을 높이는 컬러를 선택한다.



# 폼(Form) 디자인

- 디자인 팁

- 한 페이지에 너무 많은 입력란을 넣지 않는다.
- 글자 입력란의 크기는 입력될 정보 크기에 맞춘다.
- 관련 있는 내용은 그룹으로 묶어서 배치한다.
- 입력란의 위치를 일관되게 유지하고 반응을 이끌어 내야 하는 버튼은 명확히 디자인한다.

# 이미지와 글자 혼합 형식

- 디자인 팁
  - 글꼴 종류를 최소화하고 가독성이 높은 고딕 계열 글꼴을 사용한다.
  - 이미지 안에 글자를 넣을 경우, 메인 카피와 서브 카피는 3:1 비율로 한다.
  - 메인 카피와 서브 카피가 순차적으로 눈에 들어오도록 크기를 조절하고 강조 효과를 준다.
  - 의미 있는 글자의 크기와 색은 차별화하여 표현한다.
  - 글자를 설명할 수 있는 구체적인 이미지를 사용한다.
  - 배경 이미지는 흐림 효과, 단색 효과, 어두운 효과, 그림자 효과 등을 적절히 사용하여 글자의 가독성을 높여 준다.

# 웹 디자인 디자인 원리

- 가시성(Visibility)
  - 배경과 분리된 가시 대상의 존재나 컬러의 차이를 잘 볼 수 있는 정도 또는 상태
  - 사례) 네이버 지도 페이지는 내용을 파악하기 쉽게 정보를 가시성 있게 구성하였다. 키워드로 '대학교'를 검색하면 대학교 명칭은 파란색 밑줄, 전화번호는 빨간색, 주소는 검은색으로 표시된다. 모든 항목을 시각적으로 동일하게 구분하여 정보의 성격을 빠르고 쉽게 알 수 있다.
- 그룹핑(Grouping)
  - 공통 기능을 가진 것들을 묶어 일관성을 유지하는 기법이다.
- 그리드 시스템
  - 공간을 효율적으로 활용하기 위해 일정한 구역(Grid)로 나눠 놓은 것
- 강조성
  - 불필요한 요소를 과감히 없애 중요한 정보를 다른 정보와 차별화시키는 작업
- 일관성
  - 하나의 웹 사이트 또는 여러 웹 사이트에서 지켜지고 있어 굳이 학습하지 않아도 쉽게 사용할 수 있는 법칙

# 웹 디자인 디자인 원리 - 그룹핑

- 공간을 이용한 그룹핑
  - 사례1) 헤라 홈페이지는 성격이 비슷한 콘텐츠를 가로로 배열하고 사이 간격은 좁게 썼다. 성격이 다른 콘텐츠는 세로로 배열하되 사이 간격을 눈에 띄게 넓혀 확실히 구분하였다. 성격이 비슷한 정보를 서로 묶어 그룹핑되어 보이도록 하고, 다른 정보는 멀리 떨어트려 확실히 구분하였다.
  - 사례2) [메가박스](#) 홈페이지의 푸터 영역은 관련된 정보는 나열하듯 간격을 좁혀 그룹핑되어 보이고, 성격이 다른 콘텐츠는 간격을 넓혀 구분하였다.

# 웹 디자인 디자인 원리 - 그룹핑

- 외곽선을 이용한 그룹핑
  - 사례) [댕기머리 두리몰](#)의 푸터 영역은 정보에 외곽선을 둘러 내용을 간결하고 조직적인 구조로 보여 주고 있다.
- 컬러를 이용한 그룹핑
  - 사례) [코엑스](#) 홈페이지의 각 메뉴를 선택했을 때 나타나는 하위 메뉴에 동일한 컬러를 사용하여 그룹핑이 명확히 되도록 하였다.

# 웹 디자인 디자인 원리 - 강조성

- 반전 기법(구성 요소가 선택된 경우)
  - 사례) 코카콜라 웹 사이트에서는 구성 요소에 마우스 포인터가 닿으면 이미지가 반전되도록 하는 강조 기법을 사용하였다.
- 컬러 대비 기법(중요한 글자 강조)
  - 사례) [메가박스](#) 홈페이지의 푸터 영역에서는 중요한 문구의 컬러를 나머지 문구와 대비시켜 강조하는 기법을 사용하였다.

# 웹 디자인 디자인 원리 - 강조성

- 글자의 굵기 차, 밑줄, 이탤릭를 이용한 기법
  - 사례) [댕기머리 두리몰](#)의 푸터 영역은 정보에 외곽선을 둘러 내용을 간결하고 조직적인 구조로 보여 주고 있다.
- 아이콘이나 그래픽을 이용하는 기법
  - 사례) [코엑스](#) 홈페이지의 각 메뉴를 선택했을 때 나타나는 하위 메뉴에 동일한 컬러를 사용하여 그룹핑이 명확히 되도록 하였다.

# 와이어프레이밍(Wireframing)

- 실제 세부 디자인을 진행하기 전에 선으로 스케치해보는 것.
- 해당 콘텐츠들의 위치를 정했다면 그 범위를 디바이스의 스크린으로 한정하여 구체적으로 표현하는 것이다.



# 스타일 가이드

- 어떤 프로젝트에서 사용자 인터페이스를 만들 때 기준이 되는 각종 규칙 모음을 말한다. 예를 들면 메뉴 위치, 글자 모양, 선택 방식 등의 규칙이 담겨 있다.
- 스타일 가이드는 **컬러를 선정하고, 그래픽 가이드를 규정하며, GUI의 일관성을 맞추어 전체 콘텐츠에 적응하기 위해 세팅하는 것을 목적으로 한다.**
- 앱의 콘셉트나 성격을 정의하는 것에 따라 서체나 컬러의 룩 앤드 필(look and feel)을 맞추어 디자인 콘셉트를 강하게 던질 것인지, 아니면 캐릭터나 고유한 아이덴티티(identity)를 선택하여 또 다른 디자인 스타일을 제시할 것인지를 결정하게 된다.
- 이 경우에도 UX적인 요소를 정리해 두는 것이 좋다 (앱 성격에 맞는 디자인 가이드 라인으로 일관된 룩 앤드 필을 전달한다. 내용이 복잡할 것 같은 경우 GUI 및 그래픽은 최대한 단순하게 한다. 동일한 포맷의 그래픽이 반복될 경우 컬러 등의 변화로 지루하지 않게 한다. 가능한 형태적으로 기능을 표현하여 사용자가 인지 · 인식할 수 있게 한다.).

# 스타일 가이드

- 컬러를 결정할 경우에 보통 2~3개의 메인 키 컬러와 포인트 컬러를 정한다.
- 콘텐츠의 양이 많을 경우 컬러의 수가 적다고 할 수 있으나 컬러를 통해 일관된 느낌을 전달하기 위해서는 각기 다른 느낌의 컬러를 선정하기보다는 하나의 컬러에서 채도나 명도의 변화를 다양하게 주는 편이 좋다. 기존 패턴을 사용해서 컬러의 단순함을 상쇄할 수 있기 때문에 굳이 많은 컬러를 선택할 필요가 없다.
- 컬러의 경우 하나하나의 컬러감이 좋거나 콘셉트와의 조화가 좋을 수 있으나 중요한 것은 컬러끼리의 매칭이다.

# 컬러 선택을 돕는 도구

- [Adobe Color CC](#)
  - 유사색, 단색, 삼각형, 보색, 혼합색, 음영, 사용자 정의 등의 다양한 컬러 배색 제공
  - 이미지를 업로드하면 이미지를 분석해 이미지와 어울리는 컬러를 골라 주는 기능이 있다.
- [Colorfavs](#)
  - 이미지를 업로드하면 업로드된 이미지를 분석하여 이미지에 맞는 컬러를 골라 주는 사이트
- [Colorhunt](#)
  - 네 가지 컬러로 구성된 컬러 조합을 큐레이션(Curation)해 주는 사이트

# 컬러 선택을 돕는 도구

- [Coolors](#)

- 모바일 앱과 웹 페이지를 통해 컬러를 구성할 수 있도록 돕는 웹 사이트로 다섯 가지 조합을 만들 수 있다.
- 웹에서는 Spacebar를 눌러 무작위로 구성하거나 마음에 드는 컬러만 따로 골라 구성해 저장하고 공유할 수 있다.

- [Tint UI](#) & [Flat UI Color](#)

- 원하는 컬러를 클릭하면 바로 컬러 코드가 복사되기 때문에 포토샵이나 일러스트레이터에서 그대로 붙여 쓸 수 있다.

# 배색 이미지 매트릭스

- 컬러 이미지 스케일(Color Image Scale)이라고도 하는데, 컬러가 가지고 있는 이미지에서 느껴지는 심리를 바탕으로 감성을 구분하는 기준을 만든 객관적 통계를 말한다.
- 디자인 등에 총체적인 의미를 부여하는 시스템으로 감각과 과학을 결합시킨 방법이다.
- 단색 혹은 배색의 이미지를 이미지 스케일의 각 축에 배치시킴으로써 컬러를 보고 느끼는 심리적 감성을 분석하고 구분하는 기준이 되는 매트릭스 이다.
- 색채 이미지 공간 : <http://www.iricolor.com/index3.html>

# 컬러 배색

- 색조 배색
  - 색조의 변화를 주제로 하는 배색이다.
  - 색조 배색을 사용한 웹 사이트 디자인은 **다채로운 변화감**을 줄 수 있다.
- 색조
  - 색채의 삼속성 중 명도와 채도를 통합한 개념. 우리 나라 'KS A 0011'도 유채색 12단계, 무채색 5단계의 색조군으로 나뉜다.
  - 선명한(vivid), 밝은(light), 기본색(strong), 진한(deep), 연한(pale), 흐린(soft), 탁한(dull), 어두운(dark), 흰(whitish), 밝은 회(light grayish), 회(grayish), 어두운 회(dark grayish), 검은(blackish) 흰색(white), 밝은 회색(light gray), 회색(gray), 어두운 회색(dark gray), 검정(black)

# 컬러 배색

- 유사색상.유사 배색
  - **차분하고 정돈된** 느낌을 전달할 수 있다.
- 유사색상.반대 배색
  - **통일감**이 느껴지면서도 반대 색조로 표현한 부분은 **강조**돼 보인다.
- 보색 대비 배색
  - **강조**되어 보이고 **명쾌한** 느낌을 전달할 수 있다.
- 맑은 느낌 배색
  - **선명한** 느낌을 전달할 수 있다.
- 탁한 느낌 배색
  - **차분한** 느낌을 전달할 수 있다.

# 컬러 배색 - 명도 차

- 명도 차가 작은 배색
  - 고명도와 고명도 배색 : 밝고 경쾌한 느낌
  - 중명도와 중명도 배색 : 변화가 적고 단조로운 느낌
  - 저명도와 저명도 배색 : 무겁고 어두운 느낌



# 컬러 배색 - 명도 차

- 명도 차가 중간인 배색
  - 고명도와 중명도 배색 : 경쾌하고 온건한 느낌
  - 저명도와 중명도 배색 : 다소 어둡지만 안정된 느낌
- 명도 차가 큰 배색
  - 고명도와 저명도 배색 : 명쾌한 느낌

# 컬러 배색 - 채도

- 채도 차에 따른 배색
  - 고채도와 고채도 배색 : 자극적이고 화려한 느낌
  - 중채도와 중채도 배색 : 안정감 있고 차분한 느낌
  - 저채도와 저채도 배색 : 차분하지만 약한 느낌
  - 채도 차이가 큰 배색 : 화려하지만 안정된 느낌

# 컬러 별 특징

- 빨강
  - 주목성이 높아 웹 사이트에서 주로 서브 컬러나 악섹트 컬러로 사용된다.
  - 활력, 에너지, 열정, 따뜻함, 사랑, 유혹 같은 긍정적인 상징과 피, 위험, 범죄, 노여움, 공격성, 복수, 재난 같은 부정적인 상징이 공존한다.
  - 사례) [코카콜라](#) 로고 컬러가 빨강이다. 웹 사이트에 빨강을 두루 사용하여 아이덴티티를 살렸다. 적절한 사진을 이용해 코카콜라만의 특 쓰는 느낌을 표현하고 있다. 그래픽 스타일 역시 빨강을 사용하여 전체적으로 정렬적이고 강렬한 느낌이 들도록 하였다. 글꼴과 아이콘 등도 빨강과 하양을 대비시켜 강조하고 있다.

# 컬러 별 특징

- 주황
  - 주황은 활기차고 즐거운 인상을 주며 개방적인 느낌을 주기 긍정적인 분위기를 잘 전달한다.
  - 온화함, 따뜻함, 인자함, 에너지, 활동적, 균형적 같은 긍정적인 상징과 피상적, 불안, 경계, 증오, 변덕 같은 부정적인 상징이 공존한다. 동양인에게 주황은 사랑과 행복을 의미하기도 한다. 경쾌하고 건강한 느낌을 주므로 사교적인 사람들이 좋아하는 명랑한 컬러이다. 식욕을 돋우는 컬러라 식음료 사이트에서 자주 사용된다.
  - 사례) [제주항공](#)의 메인 컬러인 주황은 여행사 웹 사이트에 맞게 활기차고 즐거운 인상을 준다. 아이콘 역시 일관되게 주황을 써서 통일감이 느껴진다.

# 컬러 별 특징

- 노랑

- 노랑은 밝고 명랑한 분위기를 전하므로 긍정적인 인상을 남긴다.
- 희망, 낙천적, 행복, 즐거움, 생동감 같은 긍정적인 상징과 배신, 질투, 경고, 비겁함 같은 부정적인 상징이 공존한다.
- 사례) [주니어네이버](#)는 유아들을 위한 콘텐츠를 제공하는 포털 사이트이다. 노랑을 메인 컬러로 써서 밝고 명랑한 분위기를 전하고 있다. 여기에 아기자기한 일러스트를 이용하여 유아들이 즐겁게 놀 수 있는 공간이라는 느낌을 전한다.

# 컬러 별 특징

- 초록
  - 초록은 신선하고 건강한 느낌이 전해지는 컬러라 건강 관련 사이트, 기업 PR 사이트, 교육 사이트 등에 주로 사용된다.
  - 건강, 자연, 젊음, 생명, 신선함, 활력, 보안성 같은 긍정적인 상징과 미숙함, 다듬어지지 않음, 엄격함, 부패, 부식 같은 부정적인 상징이 공존한다.
  - 사례) 더바디샵은 자연주의를 표방한 화장품 브랜드에 맞게 초록을 메인 컬러로 사용하여 건강하고 신선한 분위기를 전하고 있다.

# 컬러 별 특징

- 파랑
  - 파랑은 신뢰감을 주는 대표적인 컬러라 회사 홈페이지를 만들 때 가장 선호된다.
  - 고채도 파랑은 깨끗하고 경쾌한 느낌을 주고, 검정이 많이 섞인 어두운 파랑은 도시적이고 모던한 느낌을 준다.
  - 신뢰감, 성공, 충성심, 보수적, 안전, 첨단, 젊음, 청결, 노동력, 유용함, 강인함 같은 긍정적인 상징과 우울함, 슬픔, 천박함, 황무지, 황폐화 같은 부정적인 상징이 공존한다.
  - 사례) [니베아](#)는 로고 컬러인 파랑을 사용하여 아이덴티티를 강조하고 있다. 메인 컬러는 물론 아이콘과 제품 컬러 모두 파랑을 써서 핵심 문구를 잘 표현하고 있다. 내비게이션 영역 역시 파랑을 사용하여 통일감을 살렸다. 전체적으로 균형감이 느껴지는 웹사이트 이다.

# 컬러 별 특징

- 남색
  - 남색은 도시적인 세련미와 신비로운 분위기를 전달한다. 심리적인 치유 효과가 있어 마음을 안정시키고 창의성을 키워 주는 컬러로 알려져 있다.
  - 카리스마, 신뢰, 비즈니스, 전문성, 안정, 완벽함, 무한함, 진지 같은 긍정적인 상징과 무거움, 차가움, 냉정, 의심, 긴장 등 부정적인 상징이 공존한다.
  - 사례) 아이오페에서는 남색을 메인 컬러로 사용하여 모던한 느낌을 살리고 있다. 흰색과 남색을 대비시켜 차가우면서도 도시적인 느낌을 더하였다. 남색을 포인트로 살려 깔끔한 느낌이 전해지도록 구성하였다.



# 컬러 별 특징

- 보라
  - 보라는 여성을 타겟으로 하거나 예술을 다루는 웹 사이트에 많이 사용된다.
  - 신비로움, 고상함, 섬세함, 매력적, 전통적, 낭만, 환상 같은 긍정적인 상징과 오만함, 외로움, 불안정, 불행, 죽음, 고독 등 부정적인 상징이 공존한다.
  - 선명한 보라는 강한 인상을 전달하고, 맑은(pale) 보라는 여성스러운 느낌을 부각시키며 동성애를 상징하기도 한다. 신비로운 분위기와 고상한 분위기를 연출하여 평범하지 않는 고결한 아름다움을 드러내기 때문에 예로부터 의례용으로 많이 사용되었다.
  - 사례) 헤라는 어두운 보라와 하양을 대비시켜 고귀하고 품격 있는 분위기를 연출하고 있다.

# 컬러 별 특징

- 분홍
  - 분홍은 여성, 특히 소녀를 주요 타겟으로 하는 웹 사이트에 적합하다. 밝고 연한 분홍은 귀엽고 사랑스러워 면적이 넓은 배경으로 주로 쓰이지만, 아무데나 무난하게 쓸 수 있는 컬러는 아니다.
  - 낭만, 열정, 사랑, 환희, 발랄함, 쾌활함, 감성적, 따뜻함 등 긍정적인 상징과 성적인, 변덕스러운 등 부정적인 상징이 공존한다.
  - 사례) [해태제과](#)는 로고와 메인 그래픽 등에 메인 컬러로 분홍을 사용하여 발랄한 느낌을 전한다. 과자와 아이스크림이 연상되는 아기자기한 그래픽을 더해 귀여운 느낌을 더하고 있다. 컬러 콘셉트와 아기자기한 그래픽은 과자의 달콤한 이미지를 잘 표현하며 주요 타겟인 어린이와도 잘 어울린다.

# 컬러 별 특징

- 갈색

- 갈색은 고전적인 분위기를 표현하거나 오래된 느낌을 전할 때 주로 사용된다. 편안하고 아늑하며 따뜻한 느낌을 주어 마음을 안정시킨다.
- 격조, 품격, 신뢰감, 흙, 편안함, 중후함, 우아함, 전통, 수확 같은 긍정적인 상징과 감퇴, 죽음, 부패, 부식, 지저분함 같은 부정적인 상징이 공존한다.
- 사례) [땡기머리 두리물](#)은 올리브 그린과 갈색을 사용하여 제품의 이미지에 맞는 전통적인 느낌을 전달하고 있다.

# 컬러 별 특징

- 하양
  - 하양은 순수하고 깨끗한 이미지를 전하는 컬러로 의류업체 웹 사이트에서 인기가 많다.
  - 순수, 청결, 간결, 정직, 결백, 여백, 청렴, 고요, 세련, 우아, 평화 같은 긍정적인 상징과 단조로움, 무기력 같은 부정적인 상징이 공존한다.
  - 사례) 플랙은 무채색인 하양과 회색을 배경색으로 사용하였다. 데님 소재를 주로 취급하는 의류 브랜드이므로 채도가 높은 컬러를 사용하면 시선이 제품에 머물지 않고 분산되기 때문이다. 무채색은 의류업체 웹 사이트에서 가장 안전하게 쓸 수 있는 컬러로 꼽힌다.

# 컬러 별 특징

- 블랙&화이트 배색
  - 블랙&화이트 배색은 극과 극의 명도 대비로 도시적인 이미지를 연출한다. 주목성이 매우 높을 뿐만 아니라 극적인 화려함을 드러내기도 한다. 유채색과 함께 사용하면 그 색을 더욱 돋보이게 하는 효과가 있다.
  - 사례) 갤러리아 백화점은 블랙&화이트 배색을 배경색으로 사용하여 극적인 화려함을 드러내고 있다.

# 컬러 별 특징

- 원 포인트 배색

- 원 포인트 배색은 한 가지 컬러를 두드러지게 사용한 배색을 말한다. 단순해 보여도 한 번 보면 계속 기억되는 효과가 있다.
- 블루 톤 위주의 차가운 컬러를 배색하면 남성적인, 기계적인, 정적인 느낌을 줄 수 있어 금융, 전자, 건축, 유니섹스, 패션, 병원 웹 사이트에서 자주 사용된다.
- 레드 톤이나 파스텔 톤 같은 따뜻한 컬러를 배색하면 여성적인, 부드러운, 재미있는, 동적인, 명랑한, 귀여운, 활발한, 친근한, 자연적인 느낌을 줄 수 있어 게임, 여성 포털, 유아, 패션, 프로모션, 화장품, 쇼핑몰 웹 사이트에서 자주 사용된다.
- 블랙&화이트에 한 가지 컬러 또는 두 가지 컬러의 중간색을 배색하면 모던하고 현대적인 느낌을 전달할 수 있어 패션이나 프로모션 웹 사이트에 자주 사용된다.

# 타이포그래피

- Typography란 글자와 글자가 위치한 공간이나 레이아웃 등 글자로 디자인된 상태를 말한다.

# 세리프체와 산세리프체

- Serif는 문자 디자인에 포함된 장식적인 요소로, 로마글 활자의 기둥(Stem)의 양끝을 맺는 돌출된 형태로, 로마의 트라야누스(Marcus Ulpius Trajanus) 황제의 기념비에 새겨진 글자 모양을 다듬어 만든 고전적인 글자꼴에 기본을 두고 있다. 바탕체, 궁서체, Bodoni, Times New Roman이 대표적이다. Sans-serif는 장식적인 요소가 없는 서체로, Sans는 프랑스어로 '없는'이라는 뜻이다. 즉, 글자 획의 굵기가 변하지 않고 가로획과 세로획이 거의 일정하며, 획의 끝에 장식이 없는 것을 말한다. 굴림체, 돋움체, Arial, Helvetica가 대표적이다.
- 일반적으로 웹 페이지에서 **본문의 글자 크기는 대략 10~12pt**가 적당하다. 서체 특성상 11pt보다 작아지면 세리프 계열보다 산세리프 계열의 서체가 가독성이 더 높아지고, 8pt 이하에서는 가독성이 현저하게 떨어지고 정보가 잘 전달되지 않는다.



# 가독성이 높은 검증된 서체

- 본고딕
  - <https://www.google.com/get/noto>
- KoPub돋움
  - <http://www.kopus.org/Biz/electronic/Font.aspx>
- 나눔글꼴
  - <http://hangeul.naver.com/2016/nanum>
- 배달의민족체
  - [http://www.woowahan.com/?page\\_id=3985](http://www.woowahan.com/?page_id=3985)
- 조선일보명조
  - [https://software.naver.com/software/summary.nhn?softwareId=MFS\\_109604](https://software.naver.com/software/summary.nhn?softwareId=MFS_109604)
- 서울체
  - <https://www.seoul.go.kr/seoul/font.do?selmenu=M00000071>

# 안티앨리어스

- Anti-Aliase란 픽셀로 구성된 화면에서 사선이나 곡면 등에 생기는 계단 현상을 부드럽게 하는 효과를 말한다.
- 가장자리 픽셀과 배경 픽셀 사이의 컬러 변환을 부드럽게 하여 선택 영역의 들쭉날쭉한 가장자리를 매끄럽게 만드는 기능이다.
- 안티앨리어스를 적용하면 가장자리 픽셀만 변경되므로 이미지의 세부 묘사는 그대로 유지된다.

# 자간/행간/장평

- 자간
  - Tracking은 글자 간격으로, 글자의 가운데부터 다음 글자의 가운데까지 거리를 뜻한다.
- 행간
  - Leading은 줄 간격으로, 글자 아랫부분부터 다음 줄 글자의 아랫부분까지 거리를 뜻한다.
- 장평
  - Horizontally Scale은 글자의 폭과 높이 비율을 말한다. 원본 텍스트가 100%인데 100%보다 작아지면 글자 폭이 좁아지고, 100%보다 커지면 글자 폭이 넓어진다.

# 웹 폰트 사용법

```
@font-face {  
    font-family : 서체 이름;  
    src : url('서체 파일 경로');  
}
```

```
<link href="https://fonts.googleapis.com/css?family=Pangolin"  
rel="stylesheet">
```

```
@import url('https://fonts.googleapis.com/css?family=Pangolin');
```

# 워크플로우

- 워크플로우는 작업 절차를 통한 정보 또는 업무의 이동을 말하는 것으로, 사용자의 '작업 흐름'이라 할 수 있다.
- 사용자가 앱 작동을 어떻게 시작하고, 그 다음의 수행 순서는 어떻게 되는지에 대해서 설명해 놓은 문서이며, 주요 기능간의 화면 전환 및 화면 흐름이 어떻게 논리적으로 연결되어 와이어프레임으로 구성되는지를 보여준다.
- 예를 들어 앱을 실행한 후 '로그인'을 하지 않으면 '마이페이지' 메뉴를 사용할 수 없고, '상세페이지'를 열어보지 않으면 '뒤로 가기' 버튼을 사용할 수 없다. 이러한 작업들을 흐름 안에 포함시키고 순서를 정해봄으로써 앱 서비스의 형태를 그려볼 수 있게 된다.

# 웹 표준

- 웹에서 표준으로 사용되는 기술
- 국제 표준화 단체인 W3C(World Wide Web Consortium)가 권고한 표준안에 따라 목적과 방법에 맞게 사용하는 것
- 사이트에 접속한 사용자가 운영체제나 브라우저 종류에 관계없이 같은 결과를 볼 수 있도록 W3C 단체에서 권고한 표준안을 이용하여 웹 페이지를 제작하는 것

# 웹 접근성

- ISO
  - 다양한 능력, 숙련, 요구, 취향을 가진 개인들이 정보에 접근할 수 있도록 하는 글로벌 요구사항
- W3C
  - 장애를 가진 사람도 웹을 이용할 수 있도록 보장하는 것으로, 장애를 가진 사람들이 웹 콘텐츠를 인지하고, 운영하고, 이해하고 기술에 상관없이 이용할 수 있도록 견고한 콘텐츠를 만드는 것

# Quiz

- UX의 개념?
- 플랫(Flat) 디자인의 의미?
- 정보구조(Information Architecture) 설계란?
- 와이어프레임(Wireframe)의 개념?
- 스타일 가이드(style guide)의 목적?
- 웹 접근성(Web Accessibility)?
- 웹 표준의 개념?