

델파이 기법을 활용한 웹사이트 리뉴얼 디자인 연구

세터민들의 쉼터 웹사이트 디자인 개발 연구 중심으로

Renewal Design Study of Website Using Delphi Technique

Focusing on the Design and Development of North Korean Defector Shelter Website

주 저 자 : 김세웅 (Kim, Se Woong)

동양미래대학교 시각정보디자인과

himura35@naver.com

Abstract

Web sites for public interest should be developed and used mainly for the content that users want. Therefore, it is necessary to study the priority of development of important contents, and to make composition, layout, and design of contents suitable for it. Delphi technique can be effective when analysis is difficult because of existing users. In this study, we try to make design idea using this technique. We arranged the user group of the shelter for the settlers and selected the content that is highly usable and analyzed the delphi technique for the expert group. The shelter site of the settlers is a community site that is expanding its scope for domestic settlement and living. It is time to improve intimacy and awareness by reorganizing it into an intuitive structure so that it can be used as a place for smooth communication. Through Delphi technique, we could suggest one of many ways to solve the existing problems and try to confirm the reorganization to a more smooth site.

Keyword

Delphi Method, Web Site Design, Design Process, North Korean defector

요약

공공의 이익을 위한 웹사이트는 사용자가 원하는 콘텐츠 위주로 개발 및 사용되어야 한다. 때문에 중요 콘텐츠개발 우선순위를 연구하고 그에 합당한 콘텐츠의 구성과 레이아웃, 디자인 등이 이루어져야 한다. 기존의 사용자의 사례로 분석이 어려울 경우 델파이 기법이 효과적일 수 있는데 본 연구에서는 이 기법을 활용하여 디자인 안을 제작하고자 한다. 새터민들의 쉼터 이용자 그룹을 정리하고 사용성이 높은 콘텐츠를 선정하였고, 이를 위한 전문가 집단을 대상으로 델파이 기법을 통하여 분석하였다. 새터민들의 쉼터는 국내 정착 및 생활을 위해 그 영역이 확대되고 있는 커뮤니티 사이트로 많은 콘텐츠를 품고 있는 사이트이다. 이를 직관적인 구조로 개편하여 사용성과 재방문율을 높이고 이를 통해 원활한 소통의 장으로 만들어야하고 이를 통해 친근함과 인식개선을 도모해야 할 시점에 있다. 델파이 기법을 통해 기존의 문제점을 해결하는 많은 방법 중 하나를 제시할 수 있었고 보다 원활한 사이트로의 개편을 확인하고자 하였다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구의 배경 및 목적
- 1-2. 연구의 범위와 방법

2. 델파이 기법의 개념과 구성 및 프로세스

- 2-1. 델파이 기법의 개념 및 구성
- 2-2. 델파이 기법을 활용한 개발 프로세스

3. 국내 포털사이트 사례 조사

3-1. 국내 포털사이트 사례 조사

4. 새터민들의 쉼터 사이트 디자인 제작

4-1. 새터민들의 쉼터 사이트 디자인 제작

5. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

북한을 이탈하여 대한민국에 거주중인 새터민의 수는 증가하고 있고 더 많아질 것이라 예상하고 있다. 이에따라 새터민에 대한 관심은 커지게 되었고 웹커뮤니티 사이트도 제작되게 되었다. 이 사이트는 대한민국에서의 실제의 생활의 적응을 유동적으로 도움을 주고 있으며 또 다른 이탈을 방지 할 수 있는 중요한 수단이다.¹⁾

2009년에 개발된 새터민들의 쉼터는 수많은 정보가 나열되어 한눈에 알기 어렵고 현 시점의 디자인 안 에 비하여 열악한 실정이다. 이러한 문제를 해결하기 위해 델파이기법을 통해 직관적이며 편리한 웹사이트 디자인으로 제작하고자 하였으며 이를 통해 개편된 사이트를 활용하여 사용자가 편리하게 콘텐츠를 접근하여 이용하고 시각적으로 보다 안정감이 들게 하고자 한다.

종합적으로 델파이 기법을 활용한 전문인들의 의견 수렴을 바탕으로 보다 직관적인 디자인의 사이트로 개편하고 이를 통해 새터민들 이나 이와 유관된 사용자가 보다 편리하게 사이트를 이용 할 수 있게 하는데 목적과 배경이 있다.

1-2. 연구범위와 방법

연구의 범위는 새터민들의 쉼터 사이트가 직관적이고 심플하게 리뉴얼 되기 위해 디자인 프로세스를 고찰하고 이를 통해 나온 시사점을 활용하여 사이트를 개편하고자 한다. 그를 위한 방법으로 델파이 기법을 활용하여 전문인의 의견을 수렴하고 국내외 새터민들의 쉼터 사이트의 비교 고찰을 할 수 있는 사례를 연구하여 사이트 제작 안을 제안하고자 한다. 연구의 방법으로는 이론적 내용과 대표적으로 활용되는 콘텐츠의 문제점, 사례연구과 델파이 기법을 통한 총체적인 디자인 이 프로세스와 적용이라 할 수 있다.

2. 델파이 기법의 개념과 구성 및 프로세스

2-1. 델파이 기법의 개념 및 구성

델파이(Delphi)의 명칭은 고대 그리스 신화에서 미

래를 통찰하고 신탁을 한 아폴로 신전에 있는 옛 도읍지의 명칭에 따른 것이다. 델파이 방법은 예측하고자 하는 문제에 관련하여 전문가들의 견해를 종합하고 정리하는 절차라 할 수 있다.²⁾

델파이 기법은 1960년대 초 미국의 RAND연구소에서 개발되었다. 델파이 기법은 전문가들이 물리적인 회의장소에서 대면하는 과정을 없애고 객관적인 의견을 이끌어 내도록 한다. 델파이 기법은 전문가들의 익명성 보장을 통해 자유로운 의견 개진과 이러한 의견들에 대한 반복적인 피드백으로 특징이라 할 수 있다.

델파이 기법은 전문가 선정과 참여를 통해 질문지를 개발하고 이에 관한 연구자들의 견해를 제시한다. 그리고 이를 통해 나온 견해를 바탕으로 전문가들에게 다시 제시된다. 전문가들은 이러한 결과를 보며 자신의 의견을 재평가 하고 이에 대한 근거를 제공한다.

이 두 가지 단계를 걸쳐 주제에 대한 새로운 견해나 극단적 견해에 대한 설명이 전문가들에게 제시되고 전문인들은 의견들을 보면서 자신의 의견을 조정하거나 반박을 한다. 마지막으로 참여된 전문인들의 의견 일치가 이루어지고 그간의 논쟁이 공개되는 것이 델파이 기법의 수행단계라 하겠다.

델파이 기법의 고려사항은 필요한 전문인의 수가 15명에서 35명이 필요하다. 그리고 그 중 35%~75%의 비율로 참여자가 구성된다. 이에 고찰된 의견은 평균보다 중앙값에 기반을 두도록 하고 응답자의 50%에 해당하는 응답이 포함된 4분수의 범위를 보여주면서 전체 응답 양상을 제시해야 한다.

본 연구에서 델파이 기법의 활용의 이유는 두가지로 나눌 수 있다. 첫번째는 사이트의 사용자 파악과 접근이 다소 난해한 부분이 있다. 새터민들의 특성상 본 연구를 위해 신상노출을 꺼려하는 부분이 있었고 또한 일정기간 정보를 입수하기 위해 사이트의 정보공개를 함에 있어 사용자들의 구체적인 정보를 얻기 어려웠다. 두 번째로 이해관계에 따라 사이트의 역할과 성격이 난해하다. 새터민 쉼터에서 우선순위에 따른 콘텐츠는 요구하는 우선순위가 다르고 이해관계자의 대면식 토론에서는 원활한 의견 조정이 쉽지 않은 것이 생길 수 있다.

델파이 기법의 핵심 요소는 익명의 의견수렴과 피드백, 일반적으로 이루어지는 반복된 설문의 유형으로 이루어 졌다. 첫번째로 해결하고자 하는 전문인의 선정과

1) 유승진, “브랜드 로고에 대한 소비자 인식 및 로고 선택 요인에 관한 연구”, 세종대학교 석사학위논문, p.1, 2001.

2) file:///C:/Users/DELL/Downloads/20094319205326917.pdf

일반적으로 개방된 질의를 비대면 으로 수렴하였다. 두 번째로 구조화된 질문을 받아 각 문항에 대한 동의 정도를 피드백 받았다. 세번째로 응답에 대한 집중경향과 분산도를 통계적으로 분석 한 후 이를 다시 질문에 제한함으로써 전문인의 의견을 수정 할 수 있는 기회를 준다. 이를 두번째 방법과 동일하게 분석하고 주관적인 의견을 추가한다. 델파이 기법은 주관적이고 직관적인 판단에 목적을 두고 합리적인 결과를 목적으로 하기 때문에 전문가의 의견이 15명 정도면 중수위의 차이가 크게 좌우치 않는다.

또한 개발의 주요 목적중 하나가 사용성의 편리를 위험도 있기에 디자인관련 전문가와 학생의 의견도 적극 수렴하여 개발하고자 하였다.

2-2. 델파이 기법을 활용한 디자인 프로세스

[그림 1]³⁾은 조사대상의 구성과 디자인 프로세스를 얻기 위한 과정이다. 내부전문가는 새터민들의 쉼터 운영진으로, 외부전문가는 새터민의 정착과 관련한 전문가와 웹,모바일 디자인개발 전문가를 대상으로, 관련분야 교원은 북한문제 관련 교원과 디자인 강의 교원으로, 대학생은 북한문제 전공의 학생과 디자인분야 학생으로 구성 하였다.

조사 대상과 응답자 수			
구분	대상인원수	1차응답수	최종응답수
내부 전문가	10	08	07
외부 전문가	10	08	08
관련분야 교원	02	02	02
대학생	08	08	08
합계	30	26	25

1차	1. 개방형 질의응답 2. 전문가 응답 3. 응답결과 구조화	주관식 문항과
2차	1. 구조화 질의응답 2. 전문가 응답 3. 응답결과 통계	주관식 문항과 적도 평가
3차	1. 구조화 질의응답 2. 전문가 응답 3. 응답결과 고찰	

[그림 1] 사용자경험의 정의

3) 변재형, 서종환, 이기형, 이계휘, 송해립, 델파이 기법을 활용한 공공기관 웹사이트의 홈페이지 기획, Journal of Integrated Design Research 12(2) p.8, 2013

[표 1] 델파이 기법 분석을 위한 설문내

NO	질문내용	질문목적
1	새터민들의 쉼터의 콘텐츠의 우선순위는 무엇입니까?	구체적 이용자 분석 데이터 없이 주요 콘텐츠 분석을 하기위한 문항
2	새터민들의 쉼터 사이트의 개선방향의 의견은 무엇입니까?	사이트의 합리적인 개발을 위해 고려해야 할 주의사항
3	새터민들의 쉼터 사이트의 사용성 향상을 위해 어떠한 방안이 필요합니까?	사이트 사용이 편리하며 활발히 운영되기 위해 개선시 주의사항을 알기위한 문항
4	기타 건의사항은 무엇입니까?	사이트의 추가적인 콘텐츠를 구성하기 위한문항

1차 설문은 4개의 문항으로 구성하였다. 1번 문항은 정확한 예측이 어렵기 때문에 사이트내 구성되어 있는 콘텐츠를 주로 하여 구성하였다. 2번 문항은 사이트내의 콘텐츠 중 중요 이슈사항들을 알기위해 구성하였다. 3번문항은 사이트의 사용성 증대와 편리성을 위해 개선해야 할 사항을 알아보기 위해 구성하였다. 4번문항은 기타의견으로 추가적으로 반드시 필요한 사항은 어떠한 것인지 정리하였다.

새터민의 쉼터의 우선순위의 콘텐츠는 무엇이라 생각합니까?

향후 필요한 콘텐츠를 고려하여 작성해 주세요.

01 _____

02 _____

03 _____

[그림 2] 델파이 분석을 위한 설문지 일부

[그림 2]는 1차 설문에 관하여 답을 얻기 위한 설문지이다. 새터민들의 쉼터 사이트의 주요 카테고리를 메인페이지의 상단 카테고리라 페이지 내용의 카테고리 모두 선정하였고 그 중 선택된 문항들을 각 계층별로 정리하였다.

새터민들의 쉼터 사이트의 주요 카테고리는 홈과 쉼터이야기, 쉬어가는곳, 커뮤니티, 음악감상, 갤러리, 동영상, 공부방과 채용정보, 방송참여 등으로 구성되어 있고 그 중 사용자의 참여빈도나 주로 사용되어지는 콘텐츠들을 각계층 별로 설명하여 학습시킨 후 필

요한 콘텐츠의 순위를 각자 결정짓게 하여 얻을 수 있었다.

[표 2] 델파이 기법 분석을 위한 설문내(1차) 응답내용

NO	전문가 구분	응답내용
1	내부전문가	정착정보 공유, 채용정보, 커뮤니티, 공지사항, 결혼정보, 탈복수기, 질문답변, 교육체험
2	외부전문가	정착정보 공유, 채용정보, 정착교육, 체험학습, 공지사항, 커뮤니티, 탈복수기, 질문답변
3	관련분야 교원	정착정보 공유, 정착교육, 체험학습, 채용정보, 공지사항, 커뮤니티, 탈복수기, 질문답변
4	대학생	채용정보, 정착정보 공유, 공지사항, 채용학습, 커뮤니티, 질문답변, 탈복수기, 나눔마당, 방송참여

1번의 문항은 기존 사이트의 콘텐츠 중 필요한 콘텐츠와 추가적으로 고려해야 할 콘텐츠와 중요도 순위를 조사한 것이다. 기존 새터민들의 심터 사이트는 일반 포털사이트와 비슷한 구조로 되어 있으나 낙후되어 있었고 사회의 흐름에 따른 추가적으로 반영해야 할 콘텐츠가 정비되지 않아 추가적 요소를 조사 하였으며 이의 시사점을 정비하여 추가적으로 콘텐츠를 개발 하였다.

2번의 문항은 새터민들의 심터 사이트에 사용성이 증가 할 수 있게 기존의 콘텐츠와 필요할 콘텐츠를 조사한 것이다. 새터민들의 심터는 다양한 콘텐츠를 지니고 있으나 활용보다 정보의 알림에 치우친 고지의 성격에 가까운 것들이 대부분이었고 추가적으로 SNS관련 콘텐츠나 바로가기제어, 취업이나 실생활에 관련한 학습 콘텐츠가 부재되어 있어 관련된 사항을 추가적으로 개발하였다.

[표 3] 델파이 기법 분석을 위한 설문내(2차) 응답내용

NO	전문가 구분	응답내용
1	내부전문가	1. 사이트 이미지 낙후 2. 텍스트위주의 사이트 3. 과도한 불필요정보 4. 학습콘텐츠 개발 필요 5. 소통 및 참여채널

2	외부전문가	1. 과도한 정보노출 2. 깔끔한 포털구성 3. 사이트 이미지 낙후 4. SNS Service 5. 소통 및 참여채널 6. 학습콘텐츠 개발 7. 본문 내 관련링크 강화
3	관련분야 교원	1. 사이트 이미지 낙후 2. 텍스트위주의 사이트 3. 과도한 불필요정보 4. 깔끔한 포털구성 5. 학습콘텐츠 개발 필요 6. 소통 및 참여채널
4	대학생	1. 깔끔한 포털구성 2. 과도한 정보노출 3. SNS Service 4. 사이트 이미지 낙후 5. 소통 및 참여채널 6. 학습콘텐츠 개발 7. 본문 내 관련링크 강화

3번의 문항은 새터민들의 심터 사이트의 사용성에 있어 집중경향과 산출값을 폐쇄형 질문유형으로 조사하였다. 또한 2차 설문의 응답을 같이 제한함으로써 3차 설문내 참고사항이 되게끔 하였다.

3차 설문은 [표 1]의 내용을 [그림 2]의 내용으로 세분화하여 조사하였다. 웹사이트의 사용성을 짓는 요인은 사용자의 이해, 직관적인 디자인, 안정적 기술, 디자인 프로토타입 등 여러 가지가 있으나⁴⁾ 본 연구에서는 이를 기술적으로 가능한 반응형 웹사이트, 텍스트와 이미지기반 디자인, 포털사이트와 스크롤기능의 변화의 요인으로 나누었고 이에 대하여 조사 하였다.



[그림 3] 사용성 향상을 위한 설문

[그림 4]는 사용성 향상을 위한 설문의 결과이다. 비 반응형 홈페이지에서 반응형 홈페이지로의 설문의

4) <https://brunch.co.kr/@ebprux/603>

내부 전문가들은 현재의 비 반응형 페이지를 선호하는 것으로 나타났다. 기존의 홈페이지 사용에 익숙한 내부 전문가들의 선호경향이 결과에 영향을 미친 것으로 나타났다. 외부전문가들은 그와 상반된 결과로 반응형 페이지에 높은 선호도를 보였다. 이는 반응형 페이지가 다양한 플랫폼에 접근이 편리하고 사용성이 높은 사항을 인지하고 있어서이다. 관련분야 교원과 대학생들 또한 반응형 페이지에 선호도를 보였다. 전체적으로 내부 전문가들은 기존의 사이트에 익숙함이 있기 때문에 전체적으로 사이트를 개편함에 있어 다소 부담감이 있어 보이고 나머지 전문가들은 그러한 사항보다 편리하게 사용되어지고 있는 반응형 디자인으로 개편에 관심을 더욱 보이고 있다. 텍스트와 이미지의 항목에서는 전체적으로 텍스트위주에 선호도가 높은 경향이었다. 이는 정보를 정확히 전달해야 하고 이미지로 설명하기 어려운 부분이 있는 콘텐츠가 많기 때문이다. 다만 중간영역에 각 계층의 합계가 약52%로 나타남에 따라 텍스트가 주가 되는 이미지 콘텐츠 표현이 사용성이 높을 것으로 나타나고 있다.

포털사이트 항목에서는 비 포털이미지 사이트보다 기존의 포털사이트 이미지가 90%로 선호도가 높았다. 이는 메인페이지에 많은 콘텐츠가 나열되고 배치되어야 할 사이트의 특성을 반영한 결과라 하겠다. 상하스크롤과 페이지 인디케이터에서는 전반적으로 페이지 인디케이터가 선호도가 높았다. 상하스크롤은 단일페이지 사이트에서는 편리 할 수 있지만 많은 정보를 담고 있는 페이지에서는 다소 불편하기 때문에 이러한 결과가 나타난 것으로 보인다. 다만 2페이지 이하의 페이지일 경우와 메인페이지에서는 페이지 인디케이터보다 상하스크롤이 다소 편할것으로 추측한다. 네이버와 다음, 네이버 등의 대형 포털의 경우 상하스크롤은 존재하지만 페이지 인디케이터는 광고나 부분 인디케이터 이외에는 개발이 다소 없는 경향이다. 이러한 것을 나타난 결과치라 하겠다.

	비 반응형 페이지 → 반응형 페이지					총계
	01	02	03	04	05	
내부 전문가	04	02	03	01	00	10
외부 전문가	00	00	01	02	07	10
관련분야 교원	00	00	00	01	01	02
대학생	00	00	01	02	05	08

	텍스트 위주의 사이트 → 이미지위주의 사이트					총계
	01	02	03	04	05	
내부 전문가	03	01	04	02	00	10
외부 전문가	02	03	05	00	00	10
관련분야 교원	00	00	02	00	00	02
대학생	00	02	05	01	00	08

	비 포털이미지 사이트 → 포털이미지 사이트					총계
	01	02	03	04	05	
내부 전문가	01	00	00	05	04	10
외부 전문가	01	00	00	07	02	10
관련분야 교원	00	00	00	00	02	02
대학생	00	00	01	01	06	08

	상하 스크롤 → 페이지 인디케이터					총계
	01	02	03	04	05	
내부 전문가	00	00	01	05	04	10
외부 전문가	00	00	00	09	01	10
관련분야 교원	00	00	00	00	02	02
대학생	00	00	00	03	05	08

[그림 4] 사용성 향상을 위한 설문 결과

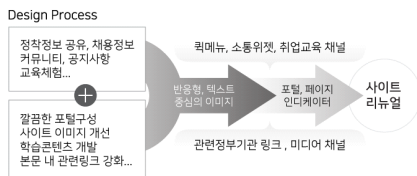
[표 4]는 4차 설문에 대한 응답내용이다. 기타 건의 사항으로는 주로 SNS를 기반으로 한 서비스 콘텐츠가 주를 이루고 있다. 사이트의 제작시점이 2009년이고 이 후 페이스북, 인스타그램, 카카오톡, 라인, 유튜브 등의 채널이 붐을 이루고 있기 때문에 이러한 결과가 나온 것으로 보인다. 다만 소통 위젯의 경우 다른 어플리케이션을 개발하거나 기존의 메신저 어플리케이션을 이용하여 개발하는 것이 합리적일 것이다.

[표 4] 델파이 기법 분석을 위한 설문내(4차) 응답내용

NO	전문가 구분	응답내용
1	내부전문가	사이트 내 소통위젯 개발 관련정부기관 정보링크
2	외부전문가	퀵메뉴부재 사이트 내 소통위젯 개발 관련정부기관 정보링크 미디어 채널

3	관련분야 교원	퀵메뉴부재 사이트 내 소통위젯 개발 취업교육 채널 개발 관련정부기관 정보링크 미디어 채널
4	대학생	사이트 내 소통위젯 개발 취업정보기관 정보링크 취업교육 채널 개발 미디어 채널

4가지 항목을 중심으로 설문 분석한 결과 새터인들의 쉼터 사이트는 남한사회로의 정착과 채용, 그리고 소통을 위한 커뮤니티 활성화 콘텐츠들을 우선순위에 두고 개발 하여야 한다. 개발에 있어 지금의 사이트 이미지의 낙후된 점을 보완하여 고딕 계열의 서체와 사진, 아이콘, 일러스트 등을 결합한 세련된 이미지로 구성하면서 접속빈도가 낮은 정보부분을 재정비 하여야겠다. 또한 반응형 페이지 디자인을 기반으로 구성하며 사용자의 움직임을 최소화 시킬 수 있는 전체적인 페이지 인디케이터와 부분 인디케이터로 구성하는 것이 합리적일 것이다.⁵⁾



[그림 5] 디자인 개발 프로세스

3. 국내 포털사이트 사례 조사

3-1. 국내 포털사이트 사례 조사

사이트 개발에 있어 주요 이슈사항은 사용성의 요소에 따라 그에 합당한 정보를 제공하여 사용자가 편리함을 느끼게 하여야 한다는 것이다. 아직까지 가장 많이 사용되고 있으면서 기존의 새터인들의 쉼터와 유사한 사이트인 네이버와 다음, ZUM을 디자인적 관점에서 비교분석하여 사이트 개발에 필요한 요소들을 보다 추출 하고자 한다.



[그림 6] 포털사이트 다음 대표화면

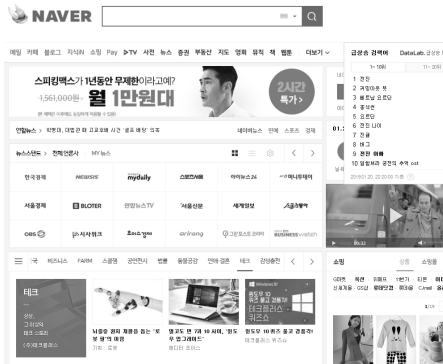
[그림 6]부터 [그림 8]까지는 대형 포털사이트 다음, 네이버, ZUM의 화면이다. [그림 6]의 다음은 포털의 가장 중요한 기능인 정보매체 검색을 용이하기 위해 첫 번째로 실시간 사용자의 검색 수에 따른 반응형 뉴스 기능이 있다. 실시간 검색기능과 비슷한 기능인데 타 포털과 다른 점은 이미지와 키워드로 검색을 더 용이하게 하며 관련된 이슈들을 동기화 시키는 장점이 있다. 두 번째로 150여개의 다양한 사용자 선호채널 기능이 있다. 사용자가 선호하는 채널을 고를 수 있으며 퀵메뉴 부여가 가능하다. 세 번째로 엔터테인먼트 특화서비스가 있다. 짤막한 방송콘텐츠부터 게임, 웹툰, 음원 등 다양한 콘텐츠를 즐기게 구성되었다. 네 번째로 사진으로 보는 그날의 이슈이다. 스크롤이 생기지 않아 보기 편하고 인디케이터와 사진 썸네일을 함께 제공하여 사용이 용이하고 직관적이다. 전체적으로 많은 콘텐츠를 담고 있지만 언두 기능과 사진, 텍스트의 합리적인 조합으로 가독성이 높다.

[그림 7]은 네이버의 대표화면이다. 네이버의 특징은 첫째 인공지능을 활용한 서비스제공이다. 시가 제공하는 다양한 서비스로 사용자에게 따라 맞춤형 콘텐츠를 우선순위로 알려주고 연관검색도 자연스럽게 연계해 준다. 두 번째로 맞춤형 메인화면이다. 이는 ZUM과 비슷한 방식이지만 전체를 조율 할 수 있는 것이 아니라 일부분을 선택하여 카테고리를 사용자가 조율할 수 있다. 세 번째로 카테고리별 이슈정리와 사용자가 만드는 알림창 기능을 들 수 있다. 네 번째로 출시 전 사용자들에게 미리 콘텐츠를 알려 사용성 테스트를 충분히 하고 반응을 읽어 수정보완이 가능하다.

[그림 8]은 ZUM의 화면이다. ZUM의 특징은 첫 번째로 사용자가 메인페이지부터 다양한 페이지와 콘텐츠를 직접 선별하여 사이트를 제어 할 수 있는 기능이

5) www.ilovepc.co.kr/news/articleView.html?idxno=16731

있다. 그리고 타 포털사이트의 이동 및 콘텐츠로의 이동 및 제어가 연동되는 것이 있다. 두 번째로 PC사이트만큼 사용 할 수 있는 전용 위젯기능이 있다.⁶⁾



[그림 7] 포털사이트 네이버 대표화면



[그림 8] 포털사이트 ZUM 대표화면

웹사이트는 모바일 사이트보다 확장성이 크기요소 때문에 월등히 좋을 수 있는데 그러한 부분을 충분히 고려하여 PC와 실시간 연동과 콘텐츠 제어, 사용성등이 향상되어 서비스를 제공하고 있다. 위 세가지 사이트는 반응형 디자인 템플릿을 기반으로 구성되 있으며 일관된 레이아웃, 텍스트와 사진, 아이콘과 일러스트 등이 가독성을 충분히 고려해 디자인되 있어 사용자들이 처음 접하는 부분들 또한 쉽게 사용하게끔 디자인 되어있다.⁷⁾

6)file:///C:/Users/Administrator/Downloads/%EC%A0%95%EC%B1%852012-15.pdf 47p

7) 성정환, 이대영, 2D와 3D Graphic 기반으로 구성된 GUI의 효율성의 차이-가상현실이론을 활용한 가상3D



[그림 9] 새터민들의 쉼터 대표화면

[표 5] 새터민들의 쉼터 디자인 제작 이슈

고려요소	제작이슈
사용성	멀티미디어 콘텐츠 추가 및 강화
	퀵메뉴 제공과 플랫폼 동기화
	반응형 디자인 플랫폼
	연관사이트 제공 및 알림기능
사이트디자인	스크롤 최소화화 and 인디케이터
	로고와 네비게이션의 명시성 강화
	통일성 있는 그리드 디자인
	간소화된 네비게이션
	낙후된 이미지 개선
	가독성을 고려한 색채와 폰트선정

[그림 9]은 새터민들의 쉼터 대표화면이다. 사용성과 디자인 측면 위의 고찰된 내용들과 이슈들을 정리 하였고 이를 반영한 사이트를 제작하였다.

4. 새터민들의 쉼터 사이트 디자인 제작

4-1. 새터민들의 쉼터 사이트 디자인 제작

새터민들의 쉼터사이트 메인화면이다. 일관된 그리드를 활용한 디자인과 사용자 참여를 위한 로그인, 직관적인 로고와 네비게이션, 각종 콘텐츠와 텍스트들을 반응형 플랫폼에 입각하여 디자인 하였다.

새터민 센터로 리뉴얼 안내 검색바		로그인, 회원가입
사용자 설정 메뉴 모음	이벤트 및 광고	외부 사이트 바로가기
	카테고리별 콘텐츠 및 뉴스, 정보자료, 기타 이슈사항들 바로가기	
	카테고리별 콘텐츠 및 뉴스, 정보자료, 주요 이슈사항들 바로가기	기타 주요 이슈사항 정리 및 바로가기 이벤트 및 광고
이벤트 및 광고	카테고리별 콘텐츠 및 뉴스, 정보자료, 주요 이슈사항들 바로가기	이벤트 및 광고
	카테고리별 콘텐츠 및 뉴스, 정보자료, 주요 이슈사항들 바로가기	

[그림 10] 새터민들의 쉼터 리뉴얼 대표화면 그리드

[그림 10]는 새터민들의 쉼터 대표화 리뉴얼을 위한 대표화면의 그리드이다. 여러 전문가들의 의견을 종합하여 기존의 사이트보다 직관적이고 심플한 디자인으로 제작되게끔 하였으며 사용빈도가 높은 콘텐츠를 정리하여 디자인하였다.

[그림 11]은 새터민들의 쉼터 리뉴얼을 위한 대표화면의 그리드이다. 여러 전문가들의 의견을 종합하여 기존의 사이트보다 직관적이고 심플한 디자인으로 제작되게끔 하였으며 사용빈도가 높은 콘텐츠를 정리하여 디자인하였다. 새터민을 위한 다양한 콘텐츠를 대표화면 그리드를 기반으로 제작하였다. 남한생활의 수기와 여러 공지사항들과 정보, 그리고 음식과 여행콘텐츠 등 다양한 정보를 심플한 레이아웃으로 제작하였다. 또한 사용자 의도대로 편하게 사이트를 제작 할 수 있는 쿼리 메뉴기능과 다양한 정보연계사이트 등을 제작하여 보다 편리하게 사이트를 이용하게끔 하였다.

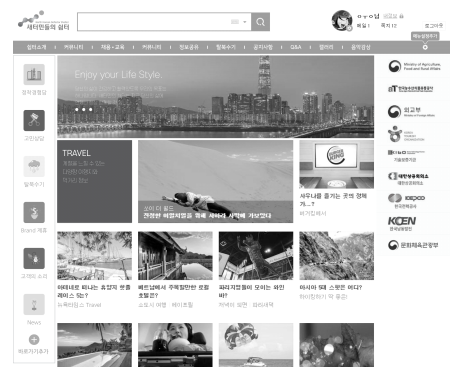
새롭게 제작한 새터민들의 쉼터 사이트 디자인 개발을 통해 여러 시사점을 도출 할 수 있다. 정보의 종류와 계층에 따라 자주 사용하는 콘텐츠나 카테고리 하나를 보이게끔 묶어 그룹을 지었고 이를 통해 사용성이 편리하면서 심플한 디자인으로 제작하였다. 그리고 사이트의 특수성 때문에 정체성의 제고가 중요시하였는데 이를 순화기능이 있으면서 일반인들이 접속하였을때 사이트의 대표이미지가 긍정적으로 보이게끔 하였다.

텍스트위주의 사이트에서 이미지중심, 핀터레스트나 비헨즈같은 SNS기반 사이트에서 주로 사용되는 카드형 디자인과 그리드, 콘텐츠의 적절한 분배로 콘텐츠의 내

용을 쉽게 전달 될 수 있도록 하였다. 전체적으로 네비게이션을 통해 정보의 접근을 용이하게 하고 이미지를 적절히 순화시키면서 삽입하여 시지각적으로 균형있게 보이게끔 하였다.⁸⁾



[그림 11] 새터민들의 쉼터 리뉴얼 대표화면 디자인



[그림 12] 새터민들의 쉼터 리뉴얼 주요화면 디자인

8) <https://namu.wiki/w/%EB%B0%98%EC%9D%91%ED%98%95%20%EC%9B%B9%20%EB%94%94%EC%9E%90%EC%9D%B8>

5. 결론

대한민국의 정착에 도움을 줄 수 있는 새터민들을 위한 사이트제작을 위해 여러 방법으로 연구하였다. 사용자가 편리하면서 직관적이며, 풍요롭게 콘텐츠를 사용하게끔 델파이방법을 통해 제안된 제작 가이드, 여러 참고자료와 사이트 분석들을 통해 디자인 안을 도출하고자 하였다.

새터민의 웹터 디자인 리뉴얼의 목적은 기존의 낙후된 전반적 이미지의 재고 및 사용의 편리성, 정보의 직관적 나열을 통해 전체적인 업그레이드를 위함이었다. 이를 통해 기능적인 측면은 체계적인 카테고리 분류를 통해 다양한 기능의 사용성 증대와 반응형 디자인의 적용을 통해 제작자의 의도대로 보일수 있는 것이 가장 큰 특징이라 하겠다. 이러한 것을 바탕으로 사용자와 전문가들의 의견을 도출하여 제작의 내, 외적인 부분을 고려하여 디자인 한 새터민들의 웹터는 필요성이 높은 콘텐츠를 우선순위와 그룹을 지어 보다 심플한 디자인 가이드를 통해 정리하고 전체적으로 새터민의 웹터가 기존의 낙후되어 예전의 이미지에서 탈피하여 여러 긍정적인 측면을 고려한 디자인으로 발전하여 외부의 이미지 개선까지의 성과가 있을 것으로 추측된다.

새터민들은 생각이상으로 많은 것들을 필요로 하고 특히 낯선 땅에서 생활에 필요로 하는 많은 정보를 알고 싶어 한다. 특히 문화적 측면에서 동질성을 느끼길 희망하며 다양한 서비스를 요구하기도 한다. 차후 보다 높은 사용자 서비스를 위해 보다 적극적인 의견수렴과 사회적 메시지, 트렌드를 반영하여 보다 풍요로운 사이트로 발전되어 실제 생활에 있어 도움이 될수 있는 사이트로 발전되길 희망한다.

참고문헌

1. 유승신, “브랜드 로고에 대한 소비자 인식 및 로고 선택 요인에 관한 연구”, 세종대학교 석사학위논문, p.1, 2001.
2. <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=walter&logNo=140019011230&parentCategoryNo=&categoryNo=&viewDate=&isShowPopularPosts=true&from=search>
3. <http://story.pxd.co.kr/549> [pxd UX Lab.]
4. file:///C:/Users/Administrator/Downloads/%EC%A0%95%EC%B1%852012-15.pdf, 3p
5. file:///C:/Users/Administrator/Downloads/%EC%A0%95%EC%B1%852012-15.pdf, 4p
6. file:///C:/Users/Administrator/Downloads/%EC%A0%95%EC%B1%852012-15.pdf 47p
7. 성정환, 이대영, 2D와 3D Graphic 기반으로 구성된 GUI의 효율성의 차이-가상현실이론을 활용한 가상3D IPTV 인터페이스 개발, 한국콘텐츠학회논문지 제7권 제7호,
8. <https://namu.wiki/w/%EB%B0%98%EC%9D%91%ED%98%95%20%EC%9B%B9%20%EB%94%94%EC%9E%90%EC%9D%B8>