

碩 士 學 位 論 文

指導教授 趙 烈

**애니메이션 링크아이콘 디자인에 있어서
유희적 기능의 활용에 관한 연구**
-홈페이지 링크아이콘을 중심으로-

**A Study of Application as the Function of Interesting
in the Design of Animation Link Icon
-Focused on Home Page Link Icon-**

2000 年 2 月 日

漢城大學校 藝術大學院

産業디자인學科

視覺디자인專攻

朴 韓 哲

碩 士 學 位 論 文

指導教授 趙 烈

애니메이션 링크아이콘 디자인에 있어서 유희적 기능의 활용에 관한 연구

- 홈페이지 동영상 아이콘을 중심으로 -

**A Study of Application as the Function of Interesting
in the Design of Animation Link Icon**

-Focused on Home Page Link Icon-

위 論文을 美術學 碩士學位 論文으로 提出함

2000 年 2 月 日

漢城大學校 藝術大學院

産業디자인學科

視覺디자인專攻

朴 韓 哲

朴韓哲의 美術學 碩士學位論文을 認定함

2000 年 2 月 日

審査委員長_____ (印)

審査委員_____ (印)

審査委員_____ (印)

목차

I. 서론	1
1. 연구목적	3
2. 연구방법 및 범위	4
II. 인터넷 홈페이지의 이론적 고찰	5
1. 인터넷의 개념 및 역사	5
2. 홈페이지 디자인의 기능과 방향	11
3. 홈페이지 디자인의 구성요소	14
III. 애니메이션 링크아이콘 디자인	17
1. 애니메이션의 기원과 개념	17
2. 링크아이콘의 개념	24
3. 링크아이콘의 종류	26
4. 애니메이션 링크아이콘의 제반환경	31
5. 국내외 애니메이션 링크아이콘 사례 및 분석	37
IV. 운동착시를 이용한 동적 표현 가능성	42
1. 착시와 운동착시의 유효성	42

2. 착시적 유희기능을 이용한 애니메이션 링크아이콘	50
3. 설문조사에 의한 검증	53
 V. 결 론	 62
 참고문헌	 64
 ABSTRACT	 67
 부록	

표목차

< 표 1 > 인터넷 사용자 증가추이	10
< 표 2 > 비트 맵 저장방식에 따른 환경	34
< 표 3 > 설문자의 성별 비율	54
< 표 4 > 설문자의 전공별 비율	54
< 표 5 > 설문조사에 의한 링크아이콘의 선호도 분석	56
< 표 6 > 설문조사에 의한 링크아이콘의 참신성 분석	57
< 표 7 > 설문조사에 의한 링크아이콘의 인지도 분석	58
< 표 8 > 설문조사에 의한 링크아이콘의 흥미도 분석	59
< 표 9 > 설문조사에 의한 링크아이콘의 심미성 분석	60
< 표10 > 설문조사에 의한 링크아이콘의 실용성 분석	61

그림목차

< 그림 1 >	알타미라 동굴벽화	18
< 그림 2 >	제임스 스튜어트 블랙 톤의 유쾌한 얼굴	20
< 그림 3 >	셀, 배경, 배경 위에 놓인 셀	22
< 그림 4 >	마스코트	23
< 그림 5 >	누가 로저 래빗을 모함했나	24
< 그림 6 >	버튼 모양의 정지된 링크아이콘	26
< 그림 7 >	정지된 이미지 링크아이콘	27
< 그림 8 >	방향성을 갖는 정지된 링크아이콘	28
< 그림 9 >	버튼 모양의 움직이는 링크아이콘	29
< 그림 10 >	움직이는 이미지 링크아이콘 1	29
< 그림 11 >	움직이는 이미지 링크아이콘 2	30
< 그림 12 >	움직이는 이미지 링크아이콘 3	30
< 그림 13 >	방향성을 갖는 움직이는 링크아이콘	31
< 그림 14 >	벡터 파일의 예	33
< 그림 15 >	비트 맵 파일의 예	34
< 그림 16 >	연속된 프레임 이미지	35
< 그림 17 >	키프레임과 보통 프레임	36
< 그림 18 >	국내 애니메이션 링크아이콘1	38

< 그림 19 >	국내 애니메이션 링크아이콘2	39
< 그림 20 >	국내 애니메이션 링크아이콘3	39
< 그림 21 >	외국 애니메이션 링크아이콘1	40
< 그림 22 >	외국 애니메이션 링크아이콘2	41
< 그림 23 >	각도방향 착시	43
< 그림 24 >	왜곡착시	43
< 그림 25 >	크기착시	44
< 그림 26 >	착시를 이용한 애니메이션 링크아이콘의 예	52
< 그림 27>	설문지의 6가지 링크아이콘.....	54
< 그림 28>	설문문항	55

I.서론

이집트인들이 파피루스라는 일종의 갈대로 만든 종이 위에 글과 그림을 그려 의사전달을 위한 매체로 이용한 이후, 종이는 전 인류 역사를 통하여 가장 기본적인 의사전달 매체가 되었다.

컴퓨터가 등장한 후에도 종이는 계속 사용되었으나 정보통신기술의 발전으로 글, 그림, 소리, 애니메이션 등 멀티미디어가 통합된 인터넷을 사용하여 각종 정보를 수집하고 의견 교환이 활발하게 이루어지게 되어 방안에 앉아 TV를 보듯이 인터넷이라는 ‘정보의 바다’를 자유롭게 접할 수 있었다. 쇼핑하고, 공부하고, 세계 각국의 문화를 탐구하면서 멀리 떨어진 친구와도 편지를 주고받게 되었고 이러한 환경은 좀더 편하고 알기 쉽게 정보를 전달하는 WWW(World Wide Web)환경에 의해 가능하게 되었다.

WWW환경은 정보전달에 있어서 문자보다 빠르고 쉽게 이루어지며 다수와의 커뮤니케이션이 가능하다. 그렇기 때문에 이러한 활용 가능성으로 인터넷의 활용이 집단과 개인, 개인과 개인간의 커뮤니케이션 도구로서 자리 잡고 있으며 앞으로 더욱 활성화될 가능성이 크다.

이렇게 인터넷 활성화가 가속화됨에 따라 각 기업에서는 홈페이지를 만들어 방문자들에게 기업 이미지, 홍보, 서비스 등에 관한 정보를 전달하게 된다. 그래서 각 웹사이트의 홈페이지에 표출되는 그래픽 요소들을 효과적으로 디자인함으로써 방문자와의 커뮤니케이션이 보다 원활하게 이루어질 수 있도록 다양한 연구를 필요로 하고 있다.

인터넷상의 각각의 홈페이지에 들어가면 많은 그래픽과 정보들이 잘 차려진 만찬처럼 모니터에 나타나지만 그 다양한 메뉴를 고르는 링크아이콘(Link Icon)은 그다지 우리 눈에 띄지 않는다. 그러나 보편적(단순한 버튼기

능)인 링크아이콘 디자인은 명령 전달매체에서 빠질 수 없는 중요한 요소임에 틀림없다. 이는 문자입력의 수고를 덜어줄 뿐 아니라 쉽고 편리한 조작을 가능하게 하고 방문자가 원하는 정보검색을 원활하게 해준다. 더 나아가 고정된 하나의 이미지에 만족하지 않고 그 본래의 이미지 속에 움직임의 첨가시키려는 노력은 디자인 효과의 다변화와 극대화를 위해서도 필요하다고 생각된다.

그리고 애니메이션 링크아이콘은 이러한 요구에 어느 정도 충족시키고 있지만 누구에게나 흥미를 갖게 하고 즐겁게 하는 근원이 숨어 있다. 이는 상상의 세계를 만들어내고 우리의 감각이나 마음을 매혹시켜 감정을 불러일으키는 시지각적 착시를 이용한 유희를 첨가시킨다면 방문자에게 행동유인력을 더욱 극대화시킬 수 있을 것이다.

따라서 본 연구는 각각의 홈페이지 정보를 검색하는 링크아이콘의 형태표현을 애니메이션으로 설정하고 이를 착시적 유희성으로 접근하여 방문자의 마음을 사로잡을 수 있는 새로운 표현방법을 찾고자 하였다.

1.연구목적

1990년대 초반에도 연구소, 대학, 정부, 군 관계자 등 컴퓨터 업계와 일부 전문분야 종사자들의 전유물로 여겨왔던 인터넷이 WWW(World Wide Web)의 탄생으로 인하여 대중화의 길로 들어서게 되었다.

국내 상황을 보면 가정의 PC보급률이 올해 50%에 육박해 선진국 수준에 이르고 있으며 이용자의 계층 또한 기업뿐만이 아닌 학생, 주부 등 컴퓨터에 대해 잘 모르는 사용자도 아이콘을 마우스로 클릭만 하면 인터넷에 들어가 원하는 사이트의 홈페이지를 탐색할 수 있다.

그리고 홈페이지안의 많은 정보를 찾아 들어갈 때 링크아이콘을 클릭하여 원하는 페이지로 들어가 정보 수집을 하게된다. 이렇듯 기업이나 개인의 홈페이지를 검색함에 있어 네트워크 환경의 발달로 전송속도의 약점이 보완되어 용량에 많은 제약을 받지 않고 있어 홈페이지마다 링크아이콘의 다양한 그래픽, 애니메이션과 음향의 연출기법은 상당히 발전하여 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 디자인하고 있다.

그러나 대부분의 홈페이지에서 다음페이지로 연결 시켜주는 링크아이콘은 링크 된 페이지의 이름과 링크 시켜주는 버튼의 기능만 가지고 있다. 정보 전달에 있어서 시각적인 접근으로 이루어지는 전달 방법은 주어진 메시지를 얼마만큼 효과적으로 전달하느냐가 그 성패를 좌우한다고 할 수 있다.

따라서 본 연구는 애니메이션 링크아이콘의 디자인이 다변화 되어가고 있는 홈페이지디자인 영역 속에서 고정관념을 탈피하여 그 표현형태가 도식화된 링크아이콘이나 단순히 움직임의 애니메이션 링크아이콘에 그치지 않고 착시적, 유희적 기능을 바탕으로 디자인되어 방문자의 관심과 흥미를 유발시키는 유희적 기능의 활용가능성에 대해 연구분석 함으로써 방문자의

행동유인력을 높일 수 있도록 함이 그 목적이다.

2.연구방법 및 범위

애니메이션 링크아이콘이 구동되는 환경은 CD롬 타이틀, 홈페이지 등에 쓰이고 있지만 본 연구에서는 용량이 극도로 한정되어진 인터넷 홈페이지 환경을 기준으로 하고 있다. 이러한 환경에서 속웨이브(Shockwave)파일을 이용해 기존의 링크아이콘(Link Icon)에 애니메이션(Animation)을 첨가할 수 있게 되었다.

따라서 본 연구는 애니메이션 링크아이콘 디자인의 시각적인 측면과 유희성이 홈페이지에서 얼마나 효과적으로 관심과 흥미를 유발하는가를 알기 위하여 기존 링크아이콘과 속웨이브 파일로 만든 애니메이션 링크아이콘을 비교 분석하였다.

그리고 착시적 유희기능을 첨가시킨 애니메이션 링크아이콘을 기본 도형으로 구성하여 기존의 링크아이콘과 애니메이션 링크아이콘 그리고 공간착시를 이용한 애니메이션 링크아이콘을 제작하여 설문조사를 통한 유희적 기능의 성향에 대해 분석, 고찰하고자 한다.

II. 인터넷 홈페이지의 이론적 고찰

국내 컴퓨터는 인구 10명당 4명이 사용하고 있으며, 인터넷 또한 100명중 15명 이상이 이용하는 등 빠르게 확산되고 있다. 이와 같은 사실은 한국정보문화센터가 4월부터 5월초 사이 전국 3,000명을 대상으로 실시한 「한국인의 정보생활현황」 설문조사 결과 밝혀졌다.

인터넷 이용률은 전체인구의 15.2%이며 이는 인터넷 이용률이 급속도로 높아지고 있음을 보여준다. 특히 인터넷 이용을 시작한 시기로는 95년 이전 5.7%, 97년 18.4%에서 지난해 43.8%로 높아져 98년에 인터넷을 집중적으로 시작했던 것으로 나타났다. 인터넷 서비스별 이용비중은 웹사이트 검색이 59.7%로 압도적으로 높았으며 인터넷 게임(13.1%), 전자우편(11.1%), 인터넷 채팅(9.3%) 순으로 나타났다.¹⁾

이처럼 우리 생활의 많은 부분을 차지하고 있는 인터넷에 대하여 본 장에서는 인터넷의 개념과 발전과정, 홈페이지 디자인의 기능과 조형원리, 그리고 구성 요소 등을 포괄적으로 개관하고자 한다.

1. 인터넷의 개념 및 역사

1) 인터넷의 개념

인터넷은 전세계의 통신망들이 서로 연결되어 있는 세계 최대의 네트워크이다. 전세계 국가들과 연결된 인터넷은 그 크기만큼이나 매우 다양한 방식으로 정의된다.

인터넷은 다음 3가지 형태로 정의할 수 있다.

1) 한국일보 1999.6.9

첫째, TCP/IP 프로토콜로 접속된 네트워크의 네트워크(Network of Network)이다. 다시말해 인터넷은 프로토콜(Protocol, 통신규약)이나 제도, 규격 등이 완전히 개방된 통신망이다. 인터넷의 골격을 이루는 TCP/IP는 개방된 규격을 갖고 있으며, 제도적으로는 인터넷 사용자라면 누구든지 새로운 표준안을 제시할 수 있다.

인터넷은 보통 LAN(Local Area Network)과 LAN이 라우터를 통해서 연결되는 경우가 많지만 TCP/IP(Transmission Control Protocol/Internet Protocol)를 사용하면 ATM을 이용하는 초고속 통신망에서부터 PC사용자에 이르기까지 수많은 사람, 기관 등과 연결 할 수 있다.

둘째, 중앙통제 기구가 없다. 인터넷에서는 도메인 네임과 IP주소를 부여하는 기관은 있지만 전체적인 운영을 책임지는 기구가 없다. 개인 사용자가 인터넷과 연결된 서버와 통신이 가능하다면 전세계에 있는 모든 인터넷 사용자와 정보를 주고받을 수 있다.

셋째, 호스트 컴퓨터간의 평등성이다. 인터넷은 중앙집중식 통신망이 아닌 클라이언트-서버(Client-Server) 시스템을 기반으로 두고 있기 때문에 모든 호스트는 분산된 환경에서 고정된 서버와 클라이언트 역할을 갖지 않는다.

인터넷으로 연결된 모든 컴퓨터는 정보의 송수신에서 대등한 위치에 놓인다. 또한 인터넷에 연결된 모든 호스트끼리는 직접 접속성을 갖는다. 따라서 국가나 지역, 인종, 분야의 벽을 넘어 전세계에 있는 정보를 공유할 수 있다.²⁾

2) 김광현 · 송영춘 · 조정호 · 임건우 · 이태훈, 「인터넷 이해와 활용」, 21세기사, 서울, 1999, pp.10-11

2) 인터넷의 역사

(1) 60~70년대

인터넷은 60년대 쿠바사태나 월남전 그리고 소련의 미국에 대한 핵 위협 등 시대적 상황에 의해 생겨난 냉전시대의 산물이다. 1969년 미(美)국방성 산하의 ARPA(Advanced Research Projects Agency)는 적의 공격에 의해 어떤 컴퓨터시스템이 파괴되었을 때 대처하기 위한 방안을 실험하기 위해 ARPAnet이란 것을 만들어 어느 시스템이 망가져도 다른 시스템이 그 기능을 수행할 수 있도록 통신망을 이용하는 연구를 시작했다.

그 이듬해인 1970년에 4개의 대학(스탠포드대학, UCLA, 산타바바라 주립대학, 솔트레이크시의 유타 주립대학)을 연결하는 통신망을 구축하였는데 이것이 바로 인터넷의 시작이다.

1976년에는 유닉스(UNIX) 운영체제를 사용하는 컴퓨터간의 자료를 전송하는 UUCP(UNIT-to-UNIT Copy Program)가 생겨났는데, 유닉스가 당시의 다른 운영체제와 달리 개방형 성격을 기초로 한다는 점에서 각광을 받게 되었고, 네트워크 구성 종류도 많아지고 각각의 규모도 점점 커져갔다.³⁾

(2) 80년대

1980년대 초에는 TCP/IP(Transmission Control Protocol/Internet Protocol)라고 불리는 프로토콜(Protocol: 통신규약 혹은 기준)이 만들어져 인터넷 개발에 큰 도약을 가져오게 되었다.

인터넷에 연결되어 있는 컴퓨터 네트워크는 TCP/IP 프로토콜을 이용하여 컴퓨터끼리 통신하게 된다. 컴퓨터간 통신은 패킷 스위칭(Packet Switching)

3) 임창수, 「인터넷 따라잡기」, 한글과컴퓨터, 서울, 1996, p.15

에 따라 이행되는데 이에 관한 개념은 간단하다. 각 메시지는 '패킷'이라는 정보 덩어리로 분할 된다.

정보를 내보내는 사람과 받는 사람의 주소가 담긴 패킷(정보 덩어리)은 서로 다른 경로를 통해 개별적으로 인터넷에 떠돌아다니다가 최종적으로는 정보를 받는 측의 컴퓨터는 그 패킷의 재전송을 요청한다. 이 개념은 10페이지 짜리 보고서를 각 페이지로 봉투에 담아 보내는 것에 비유할 수 있다. 봉투 겉봉에는 보내는 사람의 주소와 받는 사람의 주소 그리고 속지에는 페이지 번호가 각기 적혀있다. 이 편지는 아무 컴퓨터에서나 판독할 수 있는 경로를 통해 전송되어 아무 곳에서나 접할 수 있다. TCP(Transmission Control Protocol)가 바로 이 패킷 표준이고 IP(Internet Protocol)는 전송되는 경로의 표준을 의미한다.

1980년대 기술적인 발전은 인터넷의 미래 성장의 발판을 마련하였다.

첫 번째 진전은 호스트-리모트(Host-Remote)로 알려진 구형 통신 모델을 대체한 것이다. 클라이언트-서버(Client-server)로 알려진 신통신 모델은 클라이언트 즉 컴퓨터의 혹은 좀 더 기능이 강력한 서버와의 통신을 가능하게 만들었다. 이 모델을 통해 클라이언트는 다른 컴퓨터와 서로 교신을 할 수 있게 되었고 동시에 자체적으로 정보를 전송할 수 있는 기능을 갖추게 되었다.

두 번째로 랜(LAN)을 통해 정부, 대학, 각 회사에 있는 컴퓨터들을 지역적으로 연결할 수 있게 되었다. 이러한 랜을 통해 사람들은 데이터를 공유할 수 있게 되었고 사내 E-mail을 보낼 수 있게 되었으며 레이저 프린터 같은 값비싼 장비를 함께 사용할 수 있게 되었다. 또한 이 네트워크는 다음 발전단계인 인터넷 접속을 가능케 하는 컴퓨터 개발에 밑바탕이 된다.

1980년대에 있었던 또 한가지 발전은 미네소타대학에서 고안된 고퍼

(Gopher)라는 문서전송 규약의 등장이다. 고퍼는 인터넷에서 정보를 탐색할 수 있는 방법을 제공한다. 고퍼를 통해 인터넷의 대부분을 차지하고 있는 유닉스(UNIX) 운영체제에 대해 아는 것이 전혀 없는 사람들도 인터넷을 사용할 수 있게 되었다.

1986년 국제 과학 재단(NSF)은 슈퍼 컴퓨터센터, 연구 단체, 학계 등이 연결되어 있는 NSFNet이라는 네트워크를 개발하여 캠퍼스에 전자 통신의 물결을 일으켰다. 이 네트워크가 바로 인터넷의 기본 골격으로 자리잡게 된다. 또한 1980년대에는 많은 사람들이 퍼스널 컴퓨터를 이용하여 전자게시판 시스템(BBS)에서 서로 교신하게 되었다. 컴퓨터 사용자들은 요금을 지불하고 초창기 전자서비스 업체인 Prodigy나 CompuServe 등에 가입할 수 있었다.

이런 새로운 기술들은 퍼스널 컴퓨터 사용자들에게 온라인 통신에 대한 개념을 심어주는데 많은 영향력을 주었다.

(3) 90년대~현재

모든 컴퓨터 사용자들에게 인터넷이 중요한 것으로 인식되어진 1990년대에는 실로 비약적인 발전이 있게 된다. 우선 1990년까지 유지되어 왔던 ARPAnet이 사라졌다. 국제 과학재단은 1995년에 이르러 네트워크에 대한 지원을 중단하였고 이로 인해 인터넷은 상업적 수단으로 등장하게 되었다. 또 1992년에는 월드 와이드 웹(World Wide Web)이 등장하였다.

월드 와이드 웹(WWW)은 하이퍼링크로 서로 연계된 문서들의 모음집 같은 곳이다. WWW에서 하이퍼텍스트를 마우스로 클릭하면 관련 문서로 바로 연결된다.

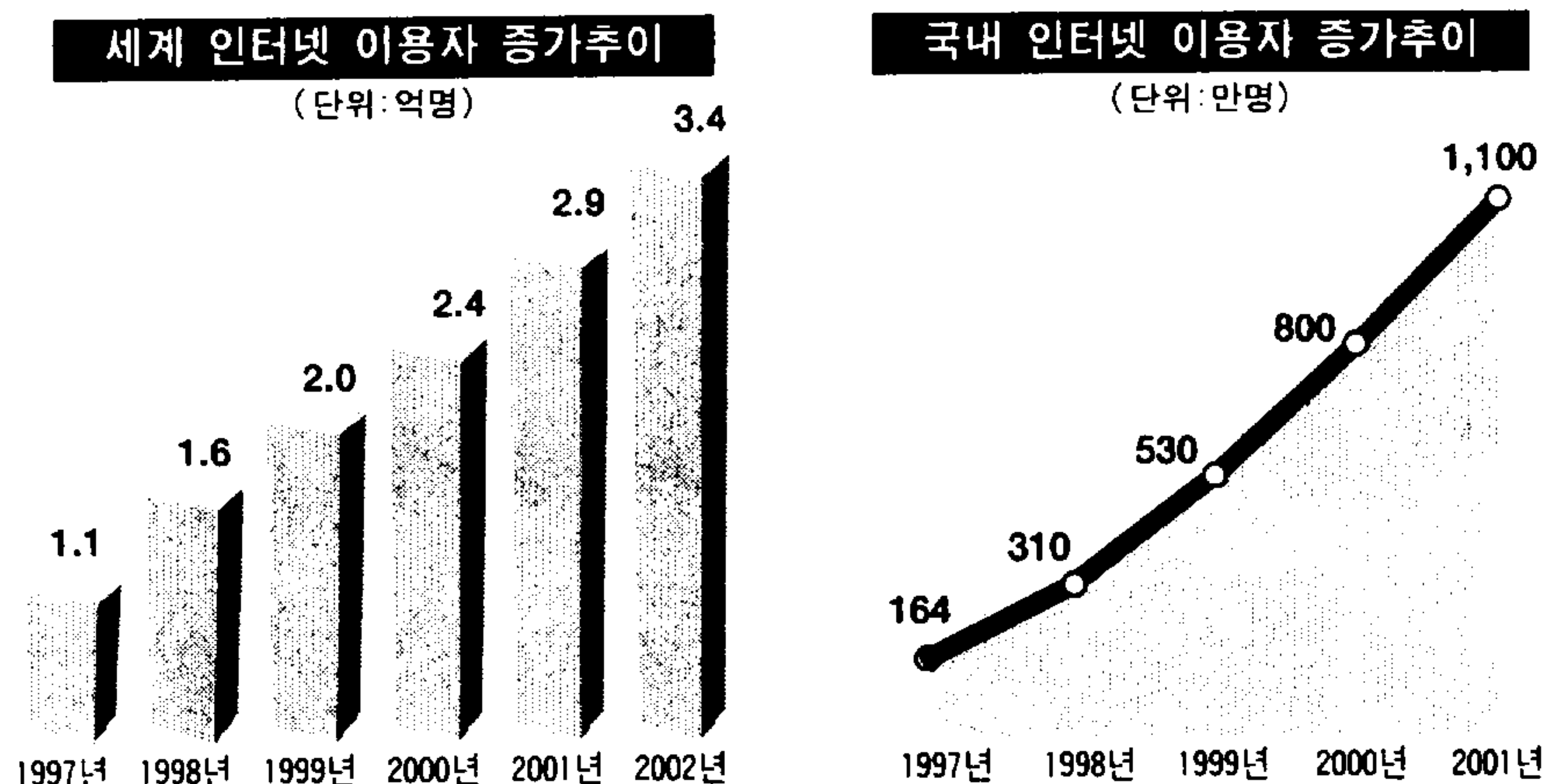
1993년 NCSA에서는 일리노이스 대학의 맥 앤드레슨(Marc Andreessen)과 그 동료들이 개발한 모자이크 프로그램을 공개하였다. 모자이크는 그래픽 환경

을 지원하는 최초의 웹 브라우저로서 마우스로 한 번만 클릭하면 문서뿐만 아니라 아이콘 등을 통해 연결된 다른 문서들까지도 쉽게 사용할 수 있는 프로그램이다. 맥 앤드레슨과 그의 동료들은 나중에 넷스케이프 커뮤니케이션 코퍼레이션(Netscape Communication Corporation)이라는 개인회사를 설립하게 되고 본격적으로 웹을 검색하는 프로그램을 시판하게 되었다. 이 소프트웨어가 바로 네비게이터(Netscape Navigator)이다.⁴⁾

현재는 웹을 통해 무수히 많은 주제에 관련된 정보들을 이용할 수 있다. 웹을 항해하면서 새로운 정보를 찾고 쓸만한 사이트를 방문하고 진지한 연구를 수행하기도 하는 한편 사업을 수행하기도 한다. 뿐만 아니라 실시간 인터넷 방송과 대화(chat)를 즐길 수 있고 인터넷을 회사홍보 등을 통해 전자상거래를 할 수 있으며 전자우편을 주고받을 수 있다.

또한 글이나 그림뿐만이 아니고 멀티미디어 환경까지 지원해 주는 웹 브라우저의 등장으로 하이퍼미디어(Hypermedia)의 시대가 시작되었고 사용자 또한 매년 급증하고 있다.<표1, 서울경제신문 1999년 5월 19일>

표1. 인터넷 사용자 증가 추이



4) Linda Ericksen · Emily Kim저, 정은성역, 「한방에 끝내는 인터넷」, 에프·원, 서울, 1998

2. 홈페이지 디자인의 기능과 방향

홈페이지의 개념은 첫째, 정보를 제공하는 기관이나 개인의 최상의 페이지를 말하며 둘째, URL(Uniform Resource Locator)로 표시되는 웹사이트 자체를 말한다. 따라서 홈페이지란 인터넷 서버에 여러 가지 정보를 올려서 웹에서 볼 수 있는 웹 문서를 말한다.⁵⁾

1) 홈페이지 디자인의 기능

홈페이지는 특정 다수에게 정보의 제공 및 서비스를 기초로 하여 그래픽 요소를 효과적으로 사용해 방문자의 시선을 유도하고 호기심과 흥미를 유발시키는 것이 가장 중요하다.

홈페이지 디자인의 1차적 목적은 적절한 홍보와 유용한 정보의 전달에 있다. 기업의 홈페이지 디자인은 방문자에게 소비자의 욕구를 훌륭히 만족시켜줄 것임을 확신시켜 주는 내용전달의 기능을 갖고 있어야 하며 그 내용 자체는 기업에 관한 정보를 신속 명료하게 전달하는 것이어야 한다.

또한 방문자에게 검색의 편의성을 제공, 보는 이의 노력을 감소시키는 방식으로 표현해야 한다. 디자인 개념이 생겨난 이래 다양한 분야에서 여러 디자인 개념이 도입되어 왔으나 오늘에 이르러 컴퓨터와 각종 시스템들이 우리의 생활과 밀접한 관계를 갖게 되면서 단순한 심미적 적용에서 벗어나 기능적인 측면이 보다 강조되고 현실적인 측면을 고려하게 되었다.⁶⁾

따라서 디자이너는 보다 적은 메모리 용량으로 방문자에게 잘 정리된 정

5) Dray Dinucci, 「Maria Giudice · Lynne Stiles」, Elements of wov Design, p.63

6) 이창수, "Internet 웹사이트 Home page Design에 관한 연구", 홍익대학교 석사학위논문, 1998, pp.21-22

보뿐만 아니라 재미와 즐거움을 주어 홈페이지의 목적에 충족시켜야 한다.

2) 홈페이지 디자인의 방향

이른바 제 3세대 디자인이라 불리는 웹 디자인은 그간 인상적인 일련의 도구와 기술을 개발하며 놀라운 속도로 발전해왔다. 자바와 자바스크립트는 디자이너들에게 양방향의 상호 반응이 가능한 인터페이스를 구축할 수 있도록 해주었다.

또한 속웨이브와 리얼오디오, 퀵타임, 플래쉬와 같은 웹 브라우저 플러그인(Plug-In)은 움직이는 애니메이션과 오디오, 비디오, 그리고 3차원의 3D 세계를 웹사이트에서 구현 할 수 있어 한층 정교하고 복잡한 도구들을 동원하여 작업할 수 있게 되었으며 여러 가지 소프트웨어가 이를 지원하고 있다. 그러나 이러한 모든 기술적 발전에도 불구하고 뛰어난 디자인을 결정 짓는 요소는 앞으로도 변함이 없을 것이다.

이제 디자이너들은 홈페이지에 정보를 어떻게, 어떤 방법으로 다른 홈페이지와 차별화 할 것인가를 연구하여 방문자에게 정보제공 이외에도 시각적인 즐거움을 주어 관심과 흥미를 유발시켜 홈페이지의 목적을 극대화해야 할 것이다. 그러기 위해서는 바람직한 홈페이지 디자인의 방향을 다음과 같이 정리한다.

(1) 양방향성

홈페이지에서 방문자들이 정보를 살펴볼 때 링크아이콘을 클릭하여 자신이 보고 싶은 것은 스스로 선택한다. 그냥 텔레비전처럼 가만히 앉아서 시청만 하는 것이 아니라 홈페이지와 상호반응을 나누며 페이지의 일부분으

로 자신을 참여시키는 것이다.

이처럼 양방향성을 가장 극대화된 것은 게임이다. 게임에 빠져든 사람에게 가상과 현실을 정확히 구분하지 않는다. 즉 인간적 본성에는 유희가 있고 이 유희는 인간을 완벽하게 몰두시킬 수 있는 행위이다.

그러기 때문에 뛰어난 웹 디자인이라면 이러한 점을 살려 인터넷이 갖고 있는 양방향적 특성으로 방문자들이 유희적인 즐거움과 같은 특별한 경험을 할 수 있도록 해주어야 한다.

(2) 명확성

디자인의 목적은 그것이 어떤 것이든 모두 명확한 메시지의 전달을 목적으로 한다. 그러나 웹 디자인에서 추구하는 명확성은 또 다른 측면에서 고려할 필요가 있다. 즉 전달 내용을 정확히 표현함과 동시에 방문자들이 어떻게 웹 페이지를 이동해야 하는지를 명확하게 해주어야 하는 것이다. 어떤 아이콘을 클릭해야 하고 클릭했을 때 무엇이 나타날 것인지를 즉각적으로 알 수 있도록 해주어야 한다.

(3) 속도성

홈페이지를 디자인할 때 기술적으로 가장 어려운 부분은 방문객들의 참여성을 시험하는 페이지가 되면 안 된다는 것이다. 인터넷 홈페이지의 존재가치가 빠른 정보의 소통이라고 할 때 속도성은 대단히 중요한 부분이다.

그래서 디자인이 잘된 홈페이지는 일반 모뎀으로 접속했을 때 다운로드를 받는 시간이 40초를 넘기지 않는다.

웹 페이지의 데이터 양에 대체적 기준을 제시하면 다음과 같다.⁷⁾

7) 강기천, 「국내의 웹 디자인 문제는 없는가」, 인터넷 월드 1997년 5월호, p.157

- ① 주 페이지의 시각적 요소 : 100KB 내외
- ② 하위 페이지의 시각적 요소 : 60KB 내외.
- ③ 텍스트 페이지의 시각적 요소 : 30KB 내외.
- ④ 그림의 크기 : 200 x 200 픽셀 내외.

3. 홈페이지 디자인의 구성요소

홈페이지 디자인은 기존의 활자매체와는 다른 시간적, 공간적 요소를 첨부할 수 있다. 그러기 때문에 홈페이지 디자인 요소는 다음과 같은 특징을 가지고 있다.

1) 텍스트(Text)

홈페이지 디자인에 있어서 가장 중요한 시각요소 가운데 하나는 텍스트이다. 텍스트는 가장 기본적인 정보전달 기호이고 메시지를 전달하는 가장 중요한 매체이기 때문이다. 그래픽에 의한 표현이 방문객들에게 용이함을 다소 제공한 것은 사실이나 모든 정보가 그래픽적으로 소화될 수 있는 것은 아니다.

어떤 경우에는 그래픽을 사용하는 것이 정보를 효율적으로 전달할 수도 있지만 많은 경우에 문자에 의한 정보의 표현이 그래픽보다 더 효율적일 수가 있다. 텍스트는 디자인의 심미감뿐 아니라 정보의 신뢰성에도 영향을 준다. 특히 우연성, 형식, 스타일, 세련됨 등 보통 내용을 보고 아는 것보다 더 많은 것을 느끼게 한다.⁸⁾

8) 임은정, “월드 와이드 웹(WWW)홈페이지 디자인에 관한 연구”, 대구효성카톨릭대학교

홈페이지 디자인에서 텍스트의 사용은 세심한 배려를 하여야 한다. 홈페이지 디자인에서 제작된 서체와 사용자가 볼 수 있는 서체는 서로 다르기 때문이다. 그리고 사용자가 어떠한 시스템을 사용하느냐에 따라 보이는 모양도 다르다. 그러기 때문에 HTML에서 정규적인 텍스트만을 사용할 수 있고 추가적인 글꼴은 그래픽 처리를 해야만 한다.

2) 그래픽(Graphic)

그래픽 요소 즉 사진이나 일러스트레이션 등을 활용함으로써 방문자에게 문자보다 더 빠른 커뮤니케이션을 가져다 줄 수 있을 것이다. 특히 홈페이지의 그래픽은 그 웹사이트의 성격을 나타낸다고 인식되어져 있으므로 방문자들의 관심을 끄는 요인으로서 중요한 역할을 한다. 그래픽은 이미지로서 그 속에 메시지를 담고 있어야 한다.

사진이나 일러스트레이션이 필요이상으로 크거나 높은 해상도는 방문자가 검색하는데 있어서 전송 속도를 느리게 하는 결과가 나타나므로 이러한 사항은 충분히 고려해야 한다. 그리고 대부분 중심 요소로서 화면 중앙에 위치해 있으면서 화상의 비중 면에서도 가장 크게 표현되고 있다.⁹⁾

홈페이지에서 그래픽의 표현 방법은 비트맵과 벡터의 2가지 방법으로 표현할 수 있다. 현재는 비트맵으로 많이 사용하고 있으나 플러그-인(Plug-In)의 개발로 벡터로 이미지를 표현 비트맵보다 용량을 줄일 수 있게 되었다.

또한 홈페이지 디자인에 있어서 인터넷이 기존의 매체와 비교되는 가장 큰 특징 중 하나로서 움직이는 그래픽이 가능하기 때문에 실감나는 움직임

석사논문, 1998, p.24

9) 오현경, “인터넷 홈페이지의 광고효과 측면에서의 시각적 유도요인에 관한 연구”, 청주대학교 산업디자인대학원 석사논문, 1998, p.23

의 효과가 가능하다. 움직이는 이미지는 정지 화상보다 흥미와 자극을 유발시킨다. 정지 화상이 의미를 전달하는데 많은 역할을 하는 반면 일반적으로 애니메이션은 개념을 설명하는데 유용하게 사용된다.

그리고 인터넷 웹사이트는 의미나 내용을 전달하거나 특정 방향을 제시, 주의를 주는 요소를 함축적으로 오브젝트들을 그림이나 그래픽으로 표시하는 것이다.

인터넷 개발에 있어 아이콘의 기능에는 제한이 있다. 매킨토시의 시스템이나 윈도우즈처럼 아이콘을 선택하고, 열고, 옮기고, 복사하고 버릴 수 있는 기능과는 달리 인터넷의 아이콘은 주로 클릭을 통하여 다른 부분으로 이동시켜주는 방향성을 제시하는 네비게이터(Navigator)의 역할을 한다.¹⁰⁾

3) 오디오(Audio)

멀티미디어를 더욱 효과적으로 사용하기 위해서는 사운드가 필수적으로 사용되어야 한다. 사운드에는 음성정보, 음악정보, 효과음향으로 나뉘어진다. 음성은 인간이 가장 이해하기 쉬운 소리이며 효과음향은 새 울음소리, 천둥소리 등과 같은 소리이다. 음성이나 음향효과를 내기 위해 많이 사용되는 웨이브(WAV)파일은 가벼운 음향 정도만 사용하며 8Bit 모노로 제작하고 있으며 가요나 팝송 등 한 개의 개체만을 원할 때에는 리얼 오디오나 MP3를 파일로 들을 수 있다. 그러나 홈페이지를 효과적으로 표현하기 위한 멀티미디어 효과는 초고속 통신망이나 LAN에서는 가능하지만 모뎀에서는 어려운 추세다.

10) 이해구, "아이콘 개발에 있어 효율적인 휴먼인터페이스 디자인에 관한 연구", 한양대학교 석사논문, 1998, p32

Ⅲ. 애니메이션 링크아이콘 디자인

운동은 언제나 우리의 주의력을 끄는 강한 시지각적 대상이다. 무언가 움직이게 되면 우리의 눈은 움직이는 지점으로 이동하여 그 움직임의 행적을 뒤쫓는다. 따라서 움직이는 대상은 움직이지 않는 대상보다는 우리에게 강한 주의를 집중시킨다.

그러기 때문에 애니메이션 링크아이콘은 인간의 흥미를 가장 크게 유발시키는 요소로 형태 자체가 재미있거나 또는 재질감이 다음 페이지를 암시한 다든지 확실한 의도를 부여한다면 더욱 강력한 행동 유인력을 지닌 링크아이콘의 역할을 할 수 있다.

본 장에서는 이러한 애니메이션의 기본개념 및 애니메이션 링크아이콘의 제반환경 그리고 국내외 애니메이션 링크아이콘에 대해 고찰하고자 한다.

1. 애니메이션의 기원과 개념

1) 애니메이션의 기원

애니메이션의 기원은 동물의 벽화에서 시작되었다. 처음으로 애니메이션 그림 즉 동화(動畫)가 발견된 곳은 스페인 북부 알타미라(Altamira)지방의 동굴이다.

이 동굴 벽화를 보면 멧돼지의 다리가 무려 8개로 그려져 있다. 이 벽화는 기원전 1만년에서 5천년전의 그림으로 당시 원시인들이 두려움 공포의 대상이 멧돼지이고 풍요로운 수렵의 해결방안으로서 멧돼지를 그리고자 한

것을 볼 수 있다.¹¹⁾ <그림1>

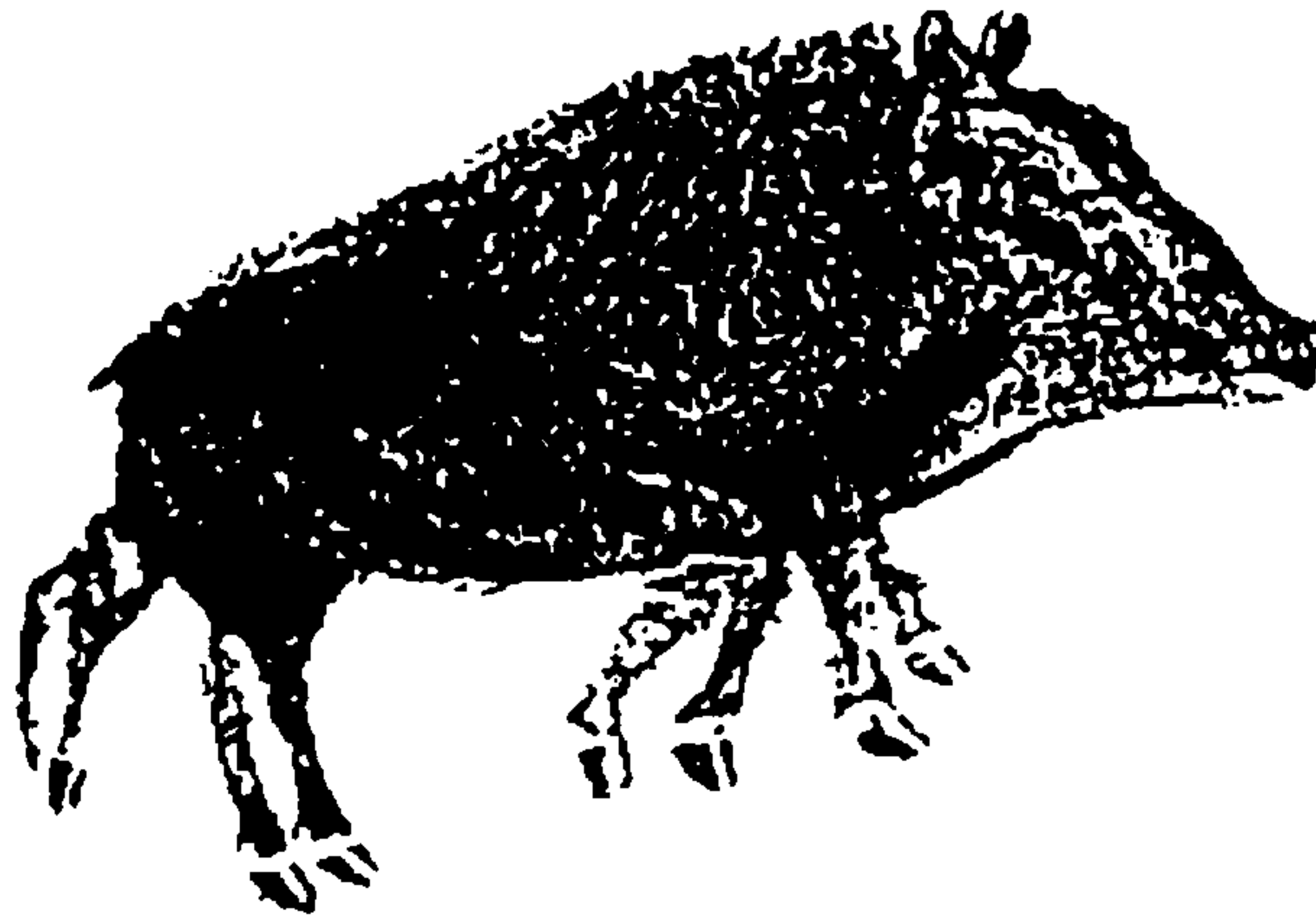


그림 1. 알타미라 동굴 벽화

그림을 그린 원시인은 벽화에 그려진 멧돼지가 단순히 그림으로서 표현되는 대상이 아니라 '살아서 움직이게 하고픈 욕망'이 있었을 것이고 그 욕망을 8개의 움직이는 다리로 표현된 것이다.

이처럼 '움직임'을 표현하고 싶어하는 마음과 혹은 움직임을 사실적으로 재현하고 싶어하는 인간의 욕망이 애니메이션의 시작이라고 할 수 있다. 그리고 애니메이션의 발전을 위해 빛과 그림자를 이용했고 이후 잔상에 의한 장치가 사용했다.¹²⁾

2) 애니메이션의 정의

일반적인 의미의 애니메이션이란 필름이나 비디오에 기록될 수 있는 모든

11) 황선길, 「애니메이션의 이해」, 디자인하우스, 1996, p.10

12) 이윤주, "영상장치로서의 애니메트로닉스에 관한 연구", 한성대학교 석사학위 논문, 1998, p.15

상이나 그린 이미지를 움직이는 영상으로 나타내는 기술 또는 그렇게 만들어진 영화를 가르치는 것으로 동화(動畵)라고도 한다. 또한 애니메이션(Animation)의 어원은 라틴어의 아니마 혹은 아니마투스(Anima, Animtus)로 생명, 정신을 뜻하기도 하며, 생명을 불러 넣다, 활기를 띠게 한다, 등의 뜻에서 유래된 단어다.

다시 말하면 움직이지 않는 사물에다 생명을 붙여넣어 움직임을 부여하는 행위(인위적인 조작을 가해 움직임을 주는 것)로 현재의 필름, 비디오, 컴퓨터의 디스플레이, 멀티플렉스 홀로그램 등에서 주로 사용하는 시간, 운동, 빛에 대한 모든 영상언어 및 영상기술을 총칭하는 뜻으로 쓰이고 있다.

여기서 중요한 사실은 살아서 움직인다는 것으로 화면 안의 캐릭터(예를 들어 그림이나 도형, 문자, 인형, 과일, 바위 등)들 즉 자신의 뜻으로는 움직이지 않는 것들이 작가 자신의 의지로 그때 그때의 감정과 사고에 의해 어떤 개성을 지니고 행동한다는 것이다. 애니메이션의 소재가 될 수 있는 대상이 반드시 무생물이거나 사물일 필요는 없다.

본래 생명을 가지고 있는 것이더라도 그것을 작가의 의도에 따라 새로운 별개의 생명체로 재창조하는 기법이나 그 영상물 또한 애니메이션이 될 수 있다. 하지만 그 활용범위가 넓어 각 표현도구나 방법에 의해 애니메이션의 명칭이 달라져 간다. 예를 들면 애니메이션의 표현방법으로 컴퓨터를 사용하면 컴퓨터 애니메이션으로 저의 되기도 한다.¹³⁾ 또한 애니메이션은 움직임으로 만든 모든 것이라고 정의 내릴 수 있다.

13) 신진식, 「컴퓨터 애니메이션」, 한국문헌, 1989.4. p.25

3) 애니메이션의 종류

어떤 사람들은 영화사에서 애니메이션 영화의 첫 작품을 찾을 때 콤팩트 촬영한 것을 그 시작으로 보고 있다. 콤팩트 촬영은 이미 1897년 영국의 아서 쿠퍼=멜보른(Arthur Cooper=Melbourne)이 상업 광고 애니메이션에 사용했다고 한다.

1905년 스페인의 애니메이션 선구자인 세군도 데 초몬(Segundo De Chomon)은 전기장치 호텔(El Hotel Electrico)이라는 작품을 콤팩트 촬영했다는 기록이 있다.¹⁴⁾ 하지만 일반적으로 콤팩트 촬영은 1906년 미국의 제임스 스튜어트 블랙 톤(J. Stuart Blackton)이 처음으로 시도했고 그의 작품으로 유쾌한 얼굴(Humours Phases on Funny Face)이 있다.

<그림2>에서 보는 유쾌한 얼굴의 내용은 흑판(칠판)위에 분필로 사람의 상반신을 그리다가 얼굴의 일부를 지우고 그리기도 하며 칠판 위에 종이가 펼쳐지고 분필이 아닌 붓으로 다시 그리기 시작한다. 그리고 다 그려진 종이는 둘둘 말려지는 내용의 애니메이션이다.



그림 2. 제임스 스튜어트 블랙 톤의 유쾌한 얼굴, 1906

14) 황선길, 전게서, 1990.6, p.21

이처럼 블랙톤은 철판에 분필로 그림을 그렸다가 지우는 과정에서 사랑이 울고 웃고 하다가 담배를 피우는 표정을 콤마 촬영법으로 제작한 것이다. 이후 1907년 그는 다시 유령 호텔(Hauntel Hotel)이라는 작품을 발표했는데 여기서 호텔안에 있는 집기들의 표현은 지금의 애니메이션과 차이가 없을 정도로 표현을 했다.

애니메이션은 움직임의 표현 방식에 의해 풀 애니메이션과 리미티드 애니메이션으로 구분이 된다. 또한 촬영 기술이나 피사체의 종류, 특수 기법들에 의한 애니메이션과 제작에 의한 메카니즘 등으로 구분할 수 있다.

인간의 커뮤니케이션의 방법으로 사용된 애니메이션은 일반적으로 움직임의 표현 방식으로 구분 할 때 자연에 가까운 움직임인 풀 애니메이션(Full Animation)과 간략 또는 구분된 움직임을 보여주는 리미티드 애니메이션(Limited Animation)으로 나눌 수 있다.

그리고 제작 기술로 나누어져 구분 하면 2차원 동화형 애니메이션과 3차원의 물체형 애니메이션으로 분류가 되고 피사체의 종류에 의해서 구별하면 셀(Cell)동화, 인형, 상품, 스틸(Still)화, 미니어처(Miniature), 투광, 분장, 종이공작, 그림자 등으로 구분할 수 있다. 그 외에 특수한 애니메이션 기법으로 손으로 필름에 직접 그리는 애니메이션이 있으며 컷 아웃 애니메이션(Cut Out Animation) 핀 테이블 애니메이션(Pin Table Animation), 공간 이미지를 이용한 합성 애니메이션과 크레이 애니메이션 등으로 구분한다.¹⁵⁾

여기서 몇 가지 간단한 예를 들어보자.

15) 이윤주, 전계서, pp.16-18

(1) 셀 애니메이션(Cell Animation)

1915년 얼 허드(Earl Hurd)는 배경을 그대로 두고 캐릭터만 움직이게 하는 애니메이션 방법을 고안해 냈다. 이것이 지금 가장 널리 사용되고 있는 셀 방법이다.

셀 애니메이션은 종이에 그린 그림을 투명한 셀에 옮기고 그 뒷면에 채색

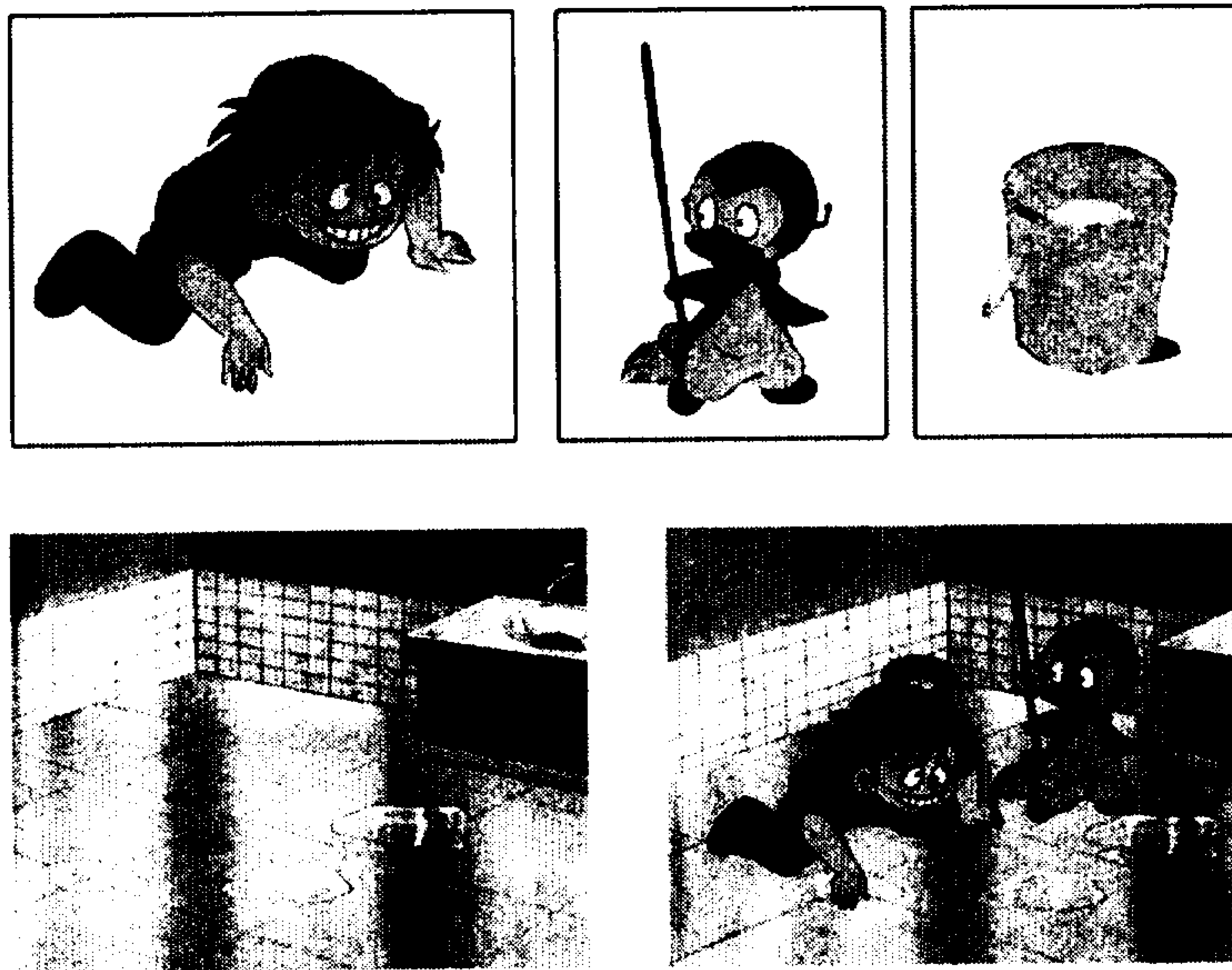


그림 3. 셀, 배경, 배경 위에 놓인 셀
을 한 다음 배경 위에 놓고 촬영하는 기법이다. 투명한 셀은 배경 위에 여러 장을 겹쳐놓을 수가 있다.¹⁶⁾<그림3>

(2) 인형·모델 애니메이션

이 제작 방법은 우선 사람형체와 물체의 모델을 만드는 것이 첫 단계이다. 인형을 제작할 때 인형에 동작을 주면서 그 동작을 단계적으로 고정시킨 순간 순간을 연속 촬영한다. 셀 애니메이션은 종이 위에 그린 2차원의 소재로 촬영하지만 인형 애니메이션은 3차원 소재인 인형을 촬영하기 때문에

16) 황선길, 전계서, p.56

촬영이 가장 중요하다.¹⁷⁾ 크레이 애니메이션도 이 부분에 속한다.<그림4>



그림 4. 마스코트, 1933

(3) 합성 애니메이션

합성 애니메이션은 실사 영화와 애니메이션을 조합하는 기법이다. 즉 실제 배우가 출연한 화면 위에 애니메이션 캐릭터가 등장하는 것을 말한다. 초기에는 반투명 유리판 위에 작화된 셀을 놓고 유리판 아래에서 영화필름을 투영시켜 합성 영상을 만들어 촬영하였다. 현재는 컴퓨터를 이용해 합성 작업을 하고 있는데 이는 컴퓨터는 캐릭터와 배경을 쉽게 분리시키고 다시 합성할 수 있기 때문이다.

합성 애니메이션은 실제 연기자와 그림에 움직임을 주어 생명을 불어 넣은 애니메이션 캐릭터와의 만남을 통해 환상적인 흥미를 창출해 낼 수 있다.¹⁸⁾<그림5>

17) 황선길, 전계서, p.60

18) 황선길, 전계서, p.77

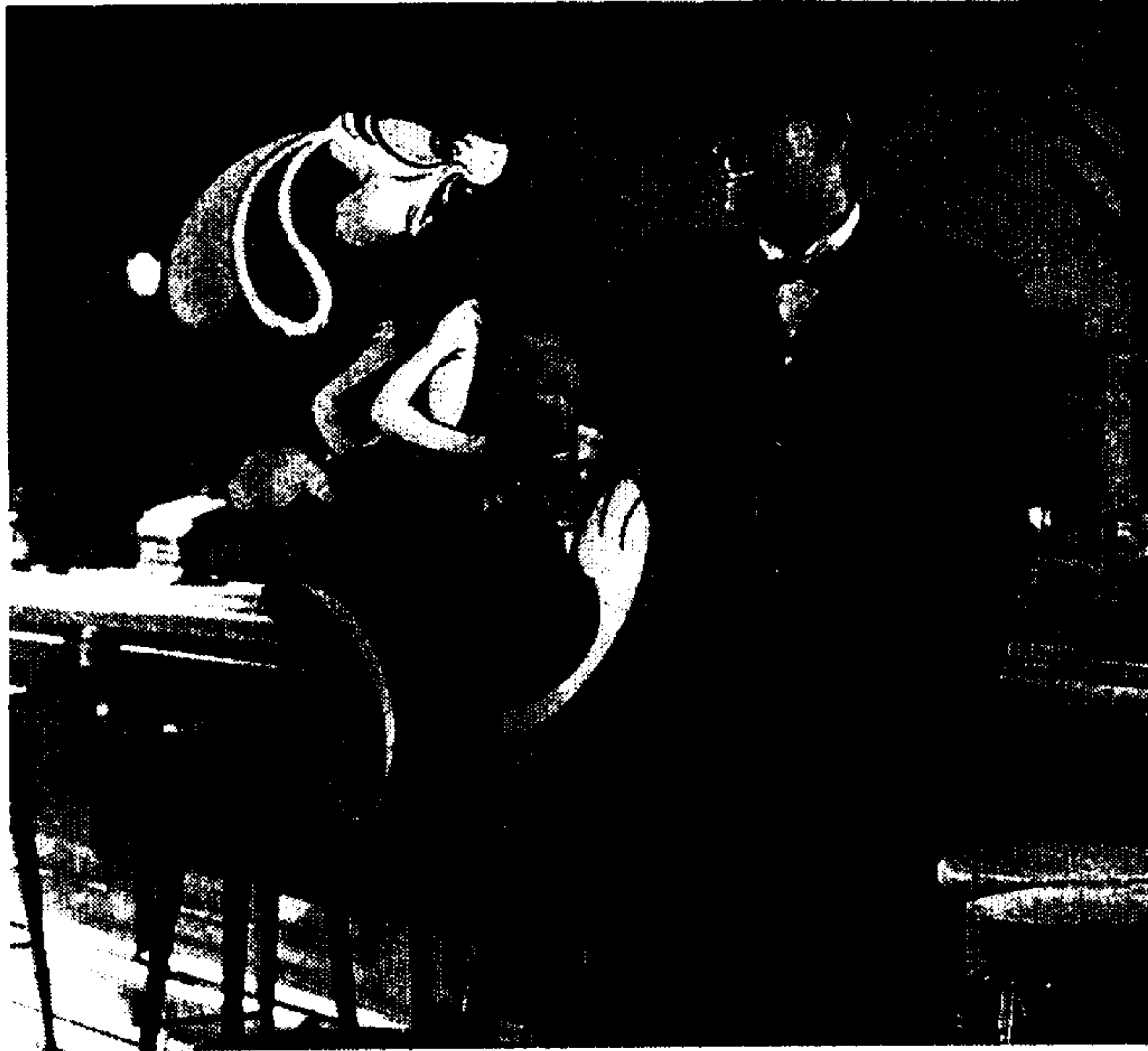


그림 5. 누가 로저 래빗을 모함했나, 1989

이처럼 표현하고자 하는 목적과 방법들에 의해 이름들이 새롭게 생겼으며 문화와 문명의 발전으로 계속 새로운 애니메이션의 종류와 그 방법들이 과학적인 실험들과 연구를 통해 끊임없는 발전을 하고 있다.

2. 링크아이콘의 개념

아이콘(Icon)은 원래 서구 기독교 특히 동유럽의 성화를 가리키는 말로서 고대 희랍어의 Eikon, 중세 희랍어의 Eikona에서 러시아의 Ikona로 이루어졌다.¹⁹⁾

동일한 사물을 말로 표현하는 것보다는 그림으로 표현한 것을 더 빨리 알아보고 이해한다. 예를들어 심볼을 가지고 있는 교통표지판은 말로만 된 표

19) 박선의·최호천, 「시각커뮤니케이션 디자인」, 미진사, 1992, 서울, p.125 재인용

지판보다 멀리에서 더 알아보기 쉽다고 여러 연구결과는 입증하고 있다. 또한 심볼은 말보다 문화적, 언어적 장벽들을 더 잘 극복 할 수 있게 한다.

국제적으로 사용되는 심볼 중 올림픽에서 각종 경기가 벌어지는 장소를 알려주기 위해 그림들이 사용된다. 전세계 사람들이 각 시설물을 편리하게 이용하는데 있어서 반드시 표시의 의미를 인지해야 한다. 또한 심볼은 동일한 개념을 묘사하는 말보다도 공간을 덜 차지한다.²⁰⁾

이러한 심볼에 기초를 둔 링크아이콘 디자인은 명령 전달매체에서 빠질 수 없는 중요한 요소이다. 이는 문자입력의 수고를 덜어줄 뿐만 아니라 쉽고 편리한 조작을 가능하게 하고²¹⁾ 방문자가 원하는 정보검색을 원활하게 해준다.

월드와이드웹의 사용목적은 정보를 공유하기 위함이다. 단지 파일의 전송 또는 문자로만 정보를 얻을 수 있었던 것이 문자이외의 여러 시각적 기호로도 얻을 수 있게 되었다. 즉 아이콘에 의하여 보다 빠르고 신속하게 정확한 정보를 얻을 수 있게 되면서 이에 대한 중요성이 강조되고 있다. 도상적 상징(Icon Symbol)인 아이콘은 홈페이지 디자인에 있어서 중요한 요소이다.²²⁾

홈페이지를 구성하는 주요 메뉴의 일관성 있는 디스플레이와 사용자들에게 흥미를 줄 수 있는 애니메이션 아이콘 제작이 된다면 이를 이용하여 신속하게 의미를 전달하고 방문자의 참여 행위도 유도시킬 수 있을 것이다.

20) 이해구, "아이콘 개발에 있어 효율적인 휴먼인터페이스 디자인에 관한 연구", 한양대학교 대학원, 석사논문, 1998, p.32

21) 강병표, 「만화 애니메이션 연구-만화캐릭터를 이용한 어린이 교육용 소프트웨어 GUI 개발에 관한 연구」, 커뮤니케이션북스, 1998, p.68

22) 임은정, "월드 와이드 웹(WWW)홈페이지 디자인에 관한 연구", 대구효성카톨릭대학교 석사논문, 1998, pp.24-25

3. 링크아이콘의 종류

홈페이지 안에서 행동 유인력을 일으키는 링크아이콘은 여러 가지 형태로 나타나고 이것은 개인 성향이나 다른 시각 요소와의 관계, 색채 움직임 등에도 많은 영향을 받고 있으며, 행동 유인력을 갖고 있는 아이콘 종류를 분석해 보면 다음과 같다.

1) 정지된 링크아이콘

(1) 버튼 모양의 링크아이콘

키보드나 버튼 모양의 링크아이콘은 일단 방문자로 하여금 누르고 싶어하는 기본적인 자극을 유도한다. 외형 자체가 특이하거나 같은 형이라도 볼록 튀어나온 버튼인지, 들어간 버튼인지, 재질감이 어떤지에 따라 더욱 클릭하고 싶은 우선 순위가 정해진다. 또한 대표적인 시각 소재 일부분을 아이콘화 하거나 텍스트를 이용하여 다음 페이지로 들어갈 수 있는 인입(引入)점 역할을 명확히 하고 있다.<그림6>

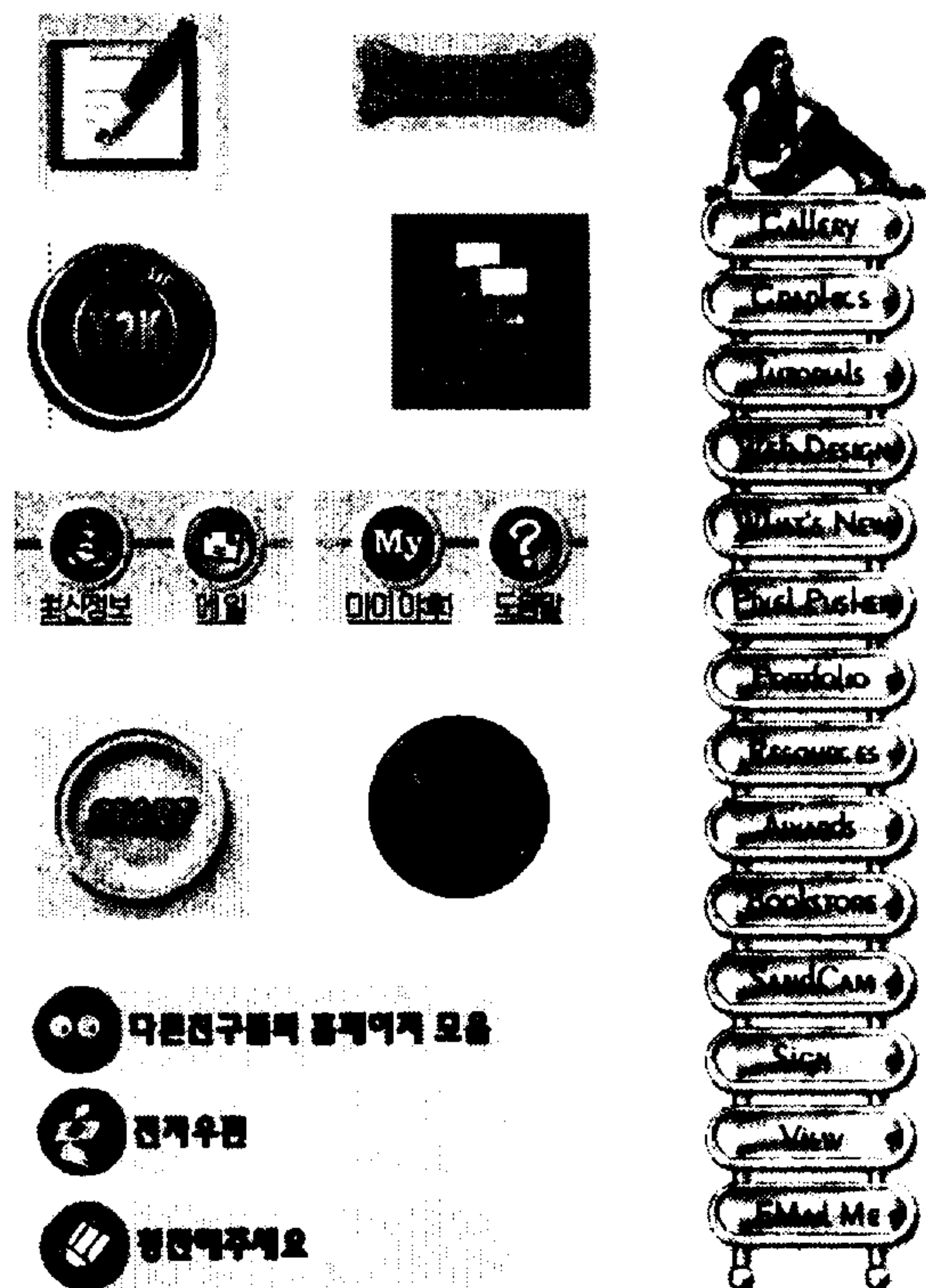


그림 6

(2) 이미지 링크아이콘

사진을 이용한 링크아이콘은 기업 홈페이지의 제품설명이나 매뉴얼에 많이 쓰이는 방법으로 사실적인 표현에 의해 다음 페이지에 링크아이콘과 같은 제품의 설명이나 매뉴얼, 단가, 재원 등의 구체적인 설명이 되어진다.

일러스트레이션을 사용하는 경우는 친근감이나 귀여움을 주어 지루해 하지 않고 즐거운 마음으로 다음페이지로 자연스럽게 유도할 수 있다. 이러한 링크아이콘은 아동을 위한 홈페이지나 개인 홈페이지에 많이 쓰이고 있어 각각의 홈페이지마다 독특한 분위기를 연출시킨다.<그림7>

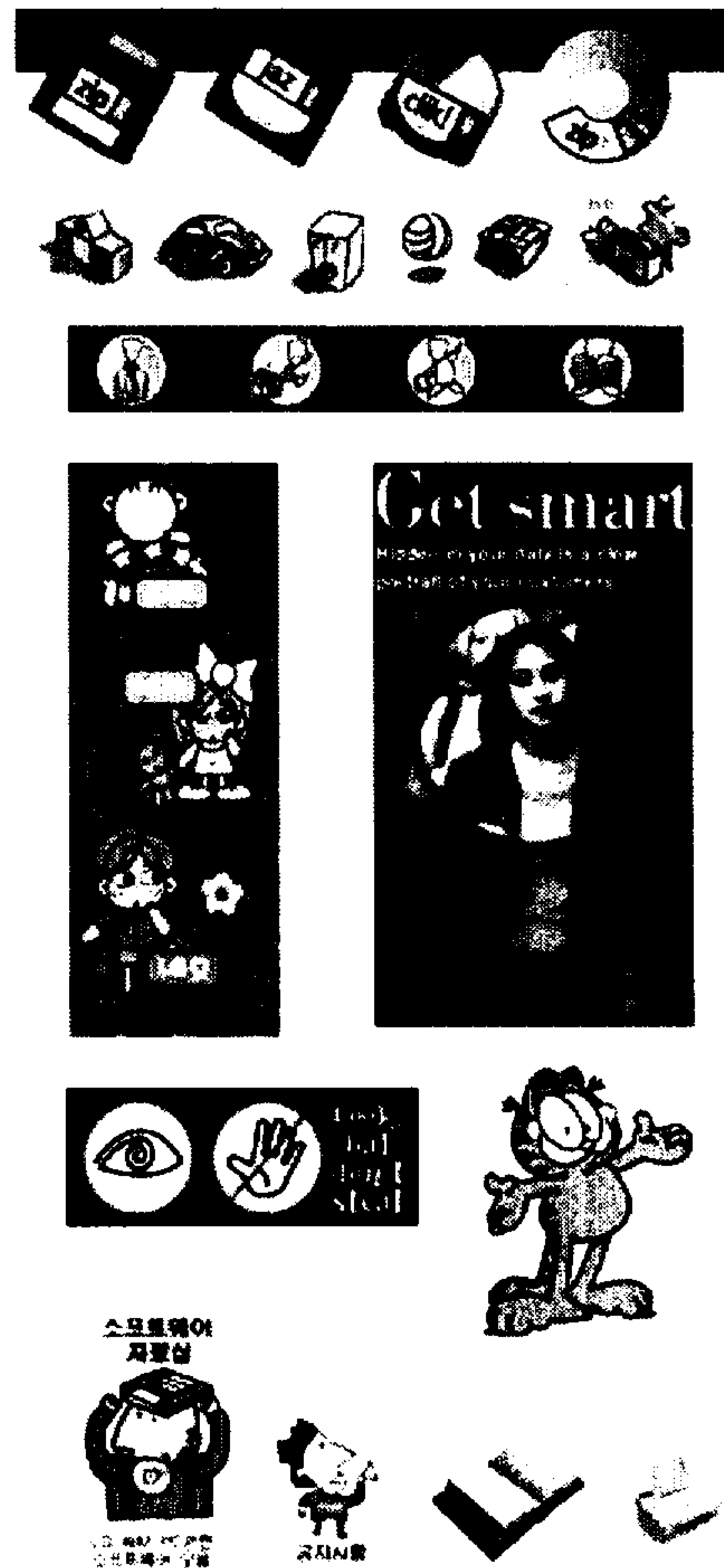


그림 7

(3) 방향성을 갖는 링크아이콘

화살표나 금지표시 같은 시각기호는 몇 천년 동안 내려온 문화적 습관에 의해서 정해진 추상형태를 표현한 것이기 때문에 의미전달의 속도 면에서 오히려 다른 유형의 형태보다도 더 빠르다고 말할 수 있다.²³⁾

23) 김건동, "Interactive Media에 있어서 링크아이콘 디자인의 행동유인력에 관한 연구", 홍익대학교 석사논문, 1997, p.61

단순한 시각기호를 넘어서 사람의 팔이나 손의 방향을 이용한 방향을 나타내는 링크아이콘은 방문자로 하여금 재미와 즐거움을 전달할 수 있다.

<그림8>

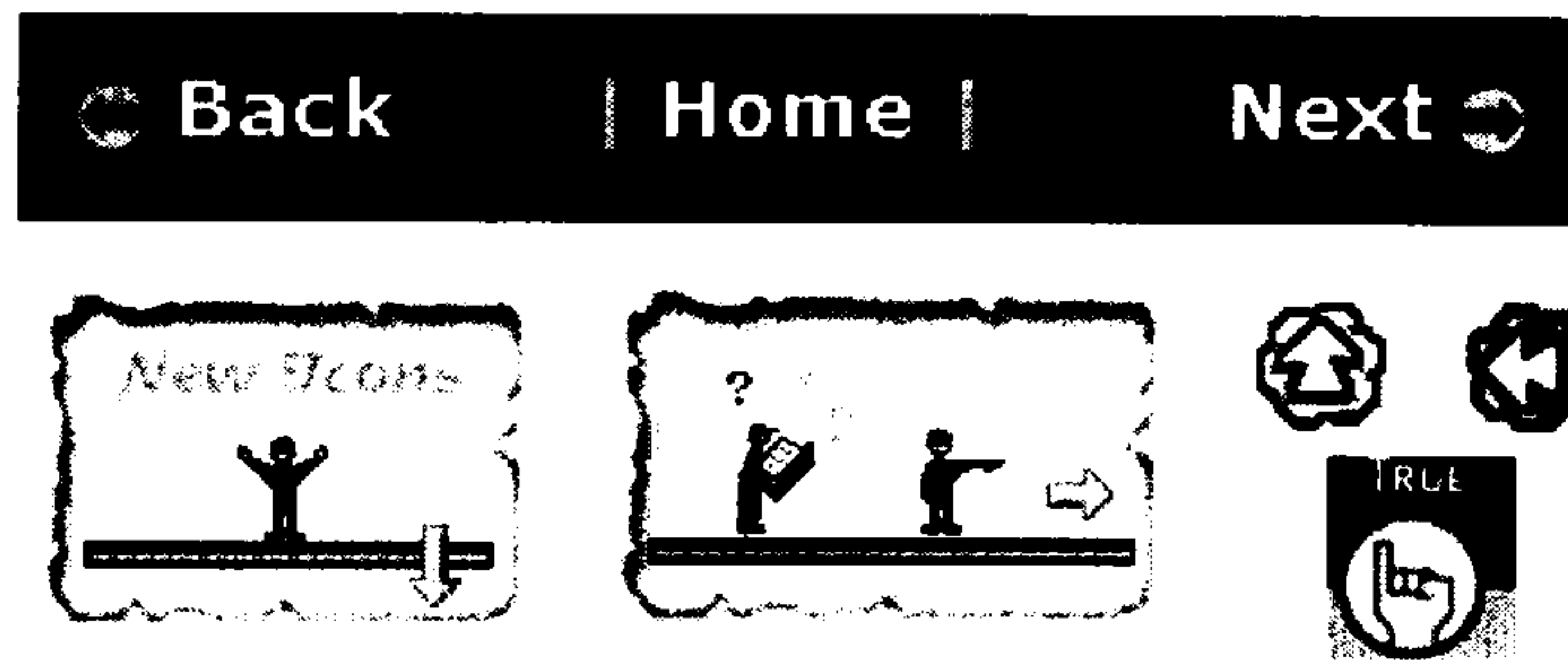


그림 8

2) 움직이는 링크아이콘

애니메이션은 재미있거나 이익이 주어지지 않으면 절대 클릭하지 않는 인터넷 유저(user)의 특성을 유도하기 위해 사용되는 기법이므로 좀 더 체계적으로 클릭 순서 계획을 세워야 하다. 그리고 다층 구조의 인터랙티브 애니메이션은 소비자들의 마음을 일정 방향으로 유도할 수 있으며 정확한 예측만 이루어진다면 그 어떤 매체보다 강력한 힘을 발휘할 수 있을 것이다.

(1) 버튼 모양의 링크아이콘

정지된 링크아이콘에 움직임을 더해 방문자로 하여금 시각적 지루함을 해소시키고 링크된 페이지의 내용을 좀 더 구체적으로 알 수 있다.

<그림9>를 보면 태양모양의 링크아이콘은 팔을 위아래로 움직이고 아래쪽에 위치한 문자(COOL)가 크기의 변화를 일으키고 사각형 안의 두 얼굴은

표정이 변하여 방문자에게 재미와 흥미를 주고 있으며 글자로 이루어진 링크아이콘은 다음 페이지에 어떤 내용이 있는지를 구체적으로 제시하여 방문자로 하여금 정보 검색을 원활하게 해주고 있다.

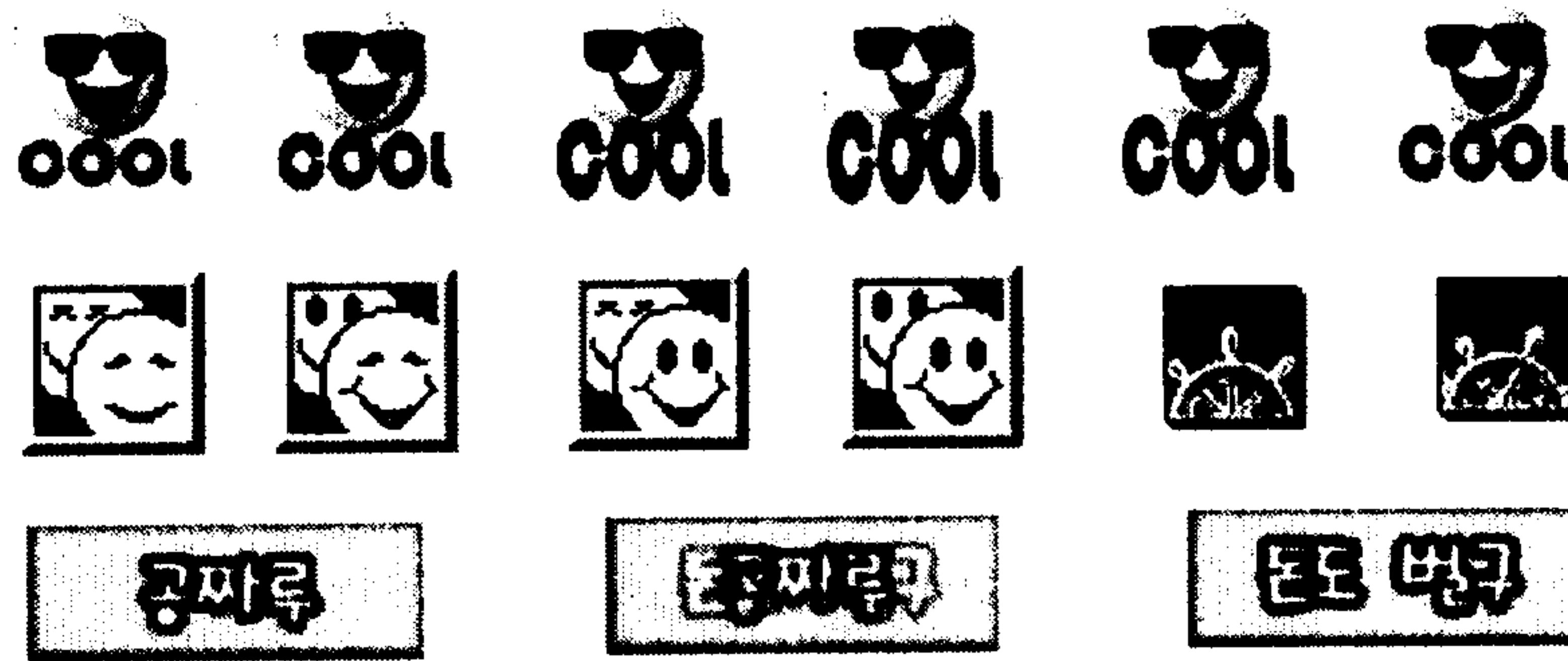


그림 9

(2) 이미지 링크아이콘

동물이나 물체를 과장이나 의인화시킨 이미지 링크아이콘은 다른 링크아이콘 보다 더 시각적인 충격을 강하게 주어 방문자로 하여금 클릭을 자연스럽게 유도할 수 있다.

<그림10>은 손가락을 하나하나 펴면서 카운터를 세는 애니메이션 링크아이콘으로 빨리 클릭 하라는 메시지를 강하게 전달하여 방문자로 하여금 클릭을 유도하고 있다.

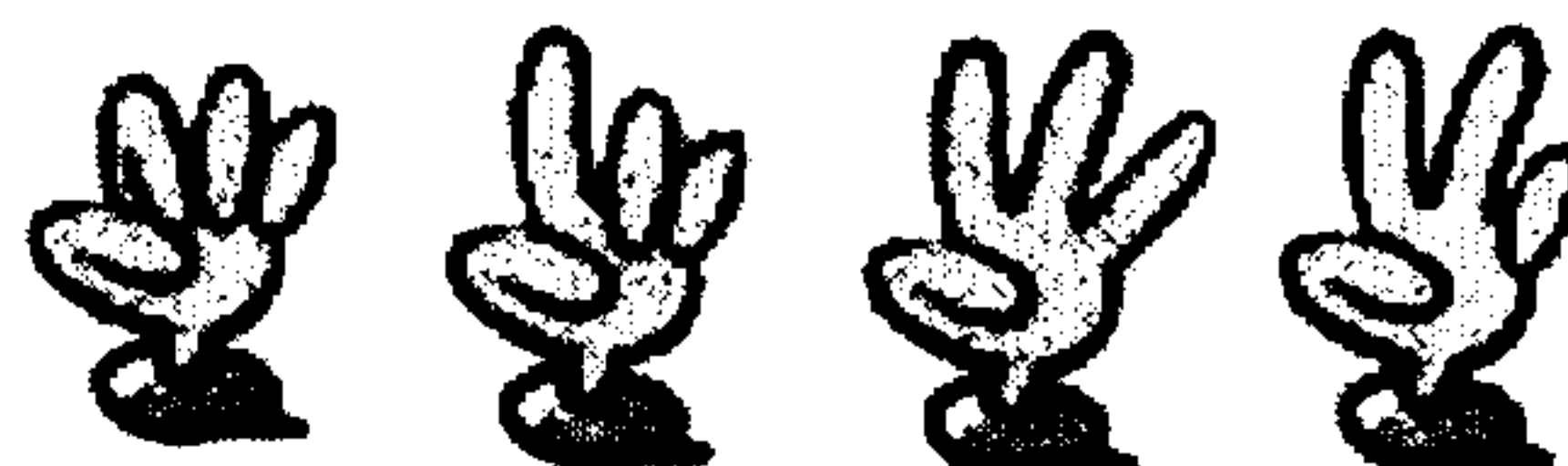


그림 10

<그림11>은 아이곰 푸가 꿀단지 안의 꿀을 먹으면서 걸어가는 모습을 애니메이션으로 귀엽고 익살스럽게 표현하고 있다. 이러한 경우의 애니메이션 링크아이콘은 아동을 위한 홈페이지에 많이 쓰이고 있다.

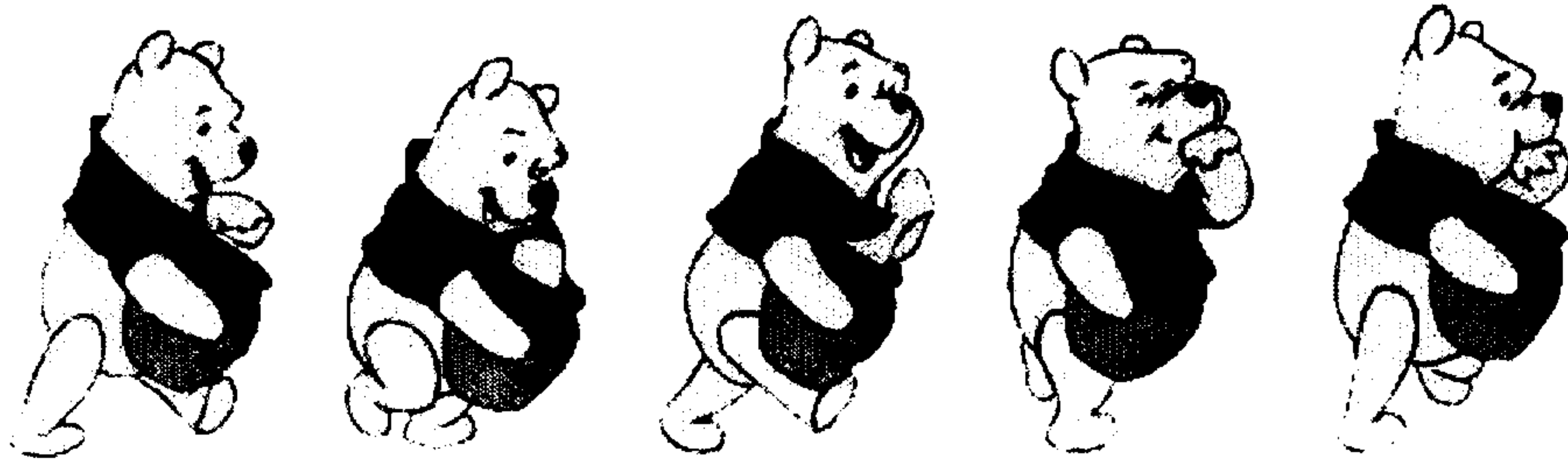


그림 11

<그림12>는 E-mail이나 방명록을 연결시켜주는 애니메이션 링크아이콘으로 구체적이고 과장된 표현으로 흥미를 유발시켜 방문자로 하여금 클릭을 유도하고 있다.

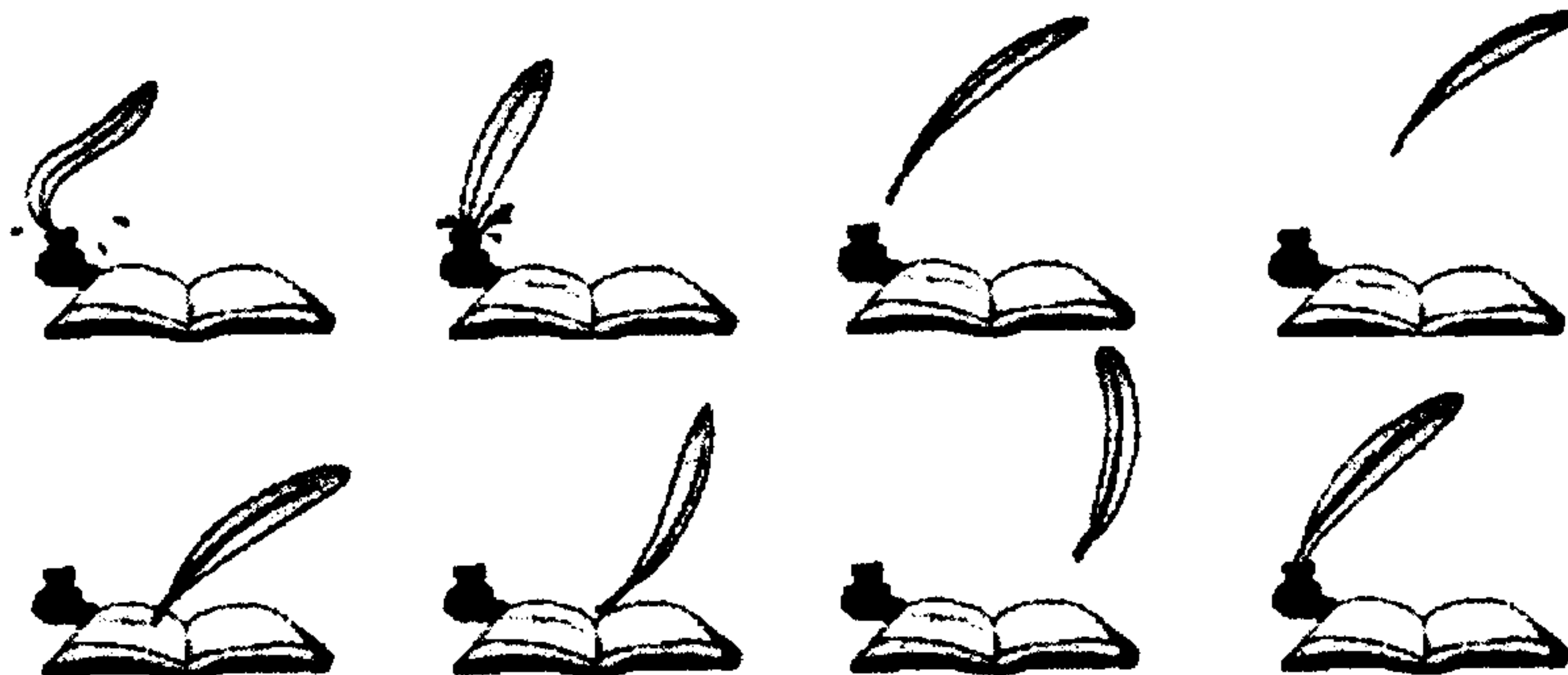


그림 12

(3) 방향성을 갖는 링크아이콘

방향성을 갖는 링크아이콘은 대부분 연속된 페이지에서 앞장이나 다음 장으로 이동시켜주는 역할을 많이 한다. 이러한 기능을 가진 링크아이콘에 움직이는 더해 방향성을 더욱 강하게 표현하고 있다. <그림13>

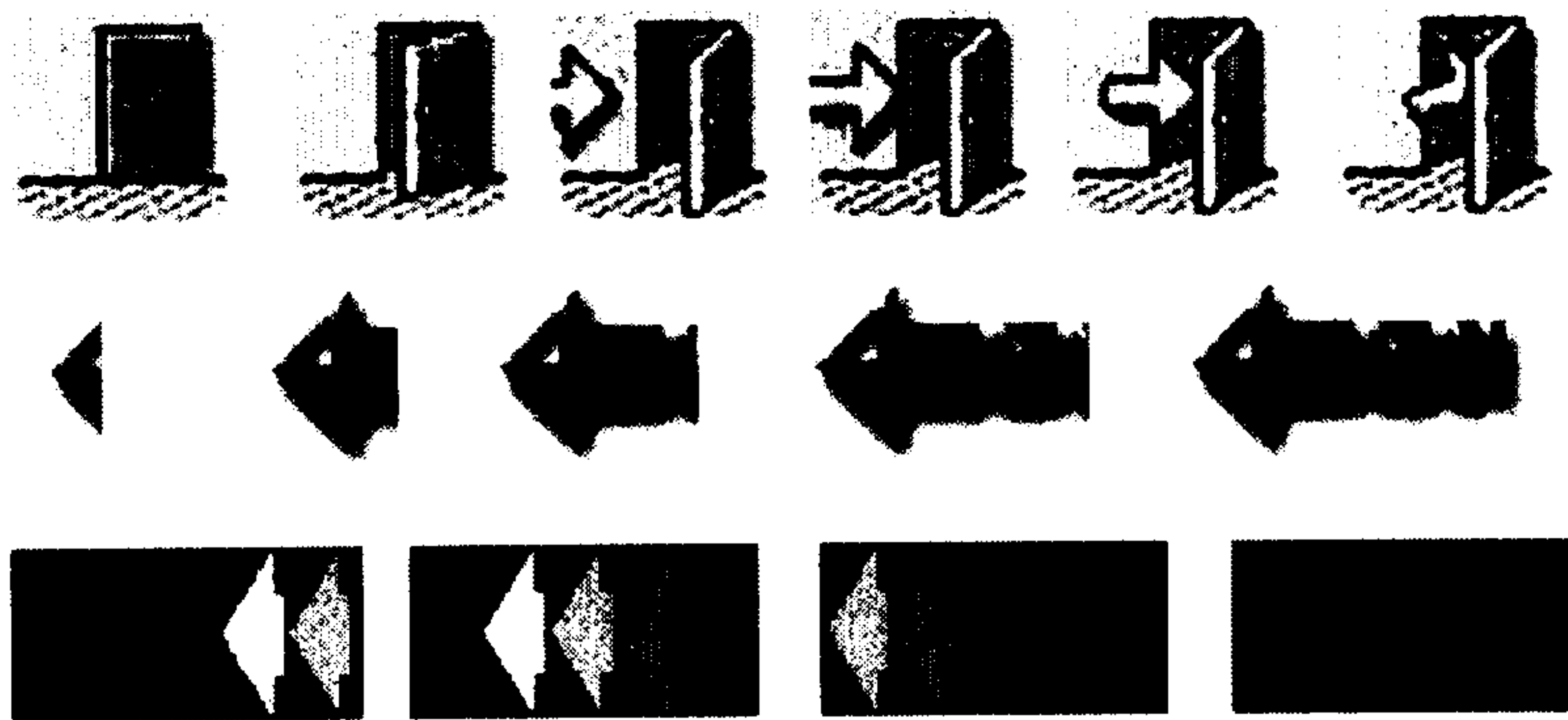


그림 13

4. 애니메이션 링크아이콘의 제반환경

기존의 책이나 신문, 잡지 등의 경우 우리가 처음부터 끝까지 읽는 선형구조에 익숙해 있으나 홈페이지 경우에는 검색 스타일(Hyper Link System)의 순서가 없기 때문에 링크아이콘을 사용하여 원하는 정보 검색을 할 수 있어야 한다. 이러한 링크아이콘에 애니메이션을 첨가시킨다면 인터넷 통신 환경에 맞는 제작을 해야한다.

1) 링크아이콘의 3단계

아이콘의 용도는 대부분이 버튼(Button)기능을 이용한 명령어 전달을 목적으로 하기 때문에 3단계로 구분된다. 링크아이콘이 화면에서 메뉴 항목으로 있을 때 마우스포인터를 링크아이콘 위에 올렸을 때 클릭하여 명령을 수행하는 3단계로 나눌 수 있다.

1단계 링크아이콘이 화면상에 있을 때는 메인 화면과 여러 메뉴항목 때문에 반경이 큰 애니메이션은 만들기 어려움으로 각자의 항목 이미지에 맞는 애니메이션이어야 한다. 예를들어 E-mail 링크아이콘인 경우 보통 편지봉투로 아이콘화 시키지만 애니메이션 링크아이콘일 경우 <그림12>처럼 팬을 첨가시켜 팬이 좌우로 이동시킴으로 방문자에게 흥미를 유발, 클릭 할 수 있도록 유도할 수 있다.

2단계로 마우스포인터를 링크아이콘에 올렸을 경우에는 좀 더 다양한 화면 구성과 음향까지 넣을 수가 있다. 이 경우 선택한 링크아이콘이 하나 이상은 선택이 되지 않기 때문에 화면의 모든 공간 활용이 가능하다. 선택한 아이콘에 링크된 페이지의 간단한 설명이나 시각적인 재미(유희)를 더해주고 그 환경에 알맞은 음향을 넣어준다면 각각의 링크아이콘을 선택할 때마다 같은 화면에서 여러 방법으로 연출할 수 있다.

3단계로 링크아이콘을 클릭하였을 경우 선택했을 때와 마찬가지로 화면 전체를 활용할 수 있으며 링크된 페이지로 넘어가는 과정을 표현한다면 흥미로운 홈페이지를 만들 수 있을 것이다.

각각의 단계에서 애니메이션을 상황에 맞은 그래픽으로 보여준다면 인포메이션과 흥미 유발을 일으켜 방문자로 하여금 링크아이콘을 클릭하는데 머뭇거림이 없이 가벼운 마음으로 다음장으로 넘어갈 수 있을 것이다. 그러

나 이러한 환경을 만들기 위해서는 방문자가 검색 순서를 알 수 있도록 정보를 데이터로 구성해야 하고 일관성 원칙을 중심으로 디자인 해야한다.

2) 이미지 프로세싱의 기본원리

컴퓨터에서 이미지를 표현하는 방법에는 선으로 표현하는 방법과 점을 연속적으로 표현하는 방법 두 가지가 있다. 수학적으로 이미지를 표현하는 방법을 벡터(Vector) 방식이라 부르며 픽셀을 연속적으로 표현하는 방법을 비트 맵(Bit Map) 방식이라 부른다.

다음에 나열한 두 방식은 서로 장단점이 있기 때문에 경우에 따라 벡터 방식을 사용하기도 하고 비트 맵 방식으로 사용하는데 그 차이점은 다음과 같다

(1) 벡터 (Vector)

벡터 이미지의 장점은 이미지를 저장하는데 필요한 메모리의 양이 적다는 점과 이미지의 질을 손상하지 않으면서도 확대나 회전 등 다양하게 이미지를 변형시킬 수 있다는 점이다. 이러한 이유로 애니메이션 링크아이콘을 만들 때 상당히 많이 쓰이는 방식이다.²⁴⁾<그림14>

논자의 경험에 의하면 대부분의 오브젝트(Object)를 벡터 방식으로 만들어 사용해야 적은 용량으로 애니메이션 링크아이콘을 만들 수 있다.

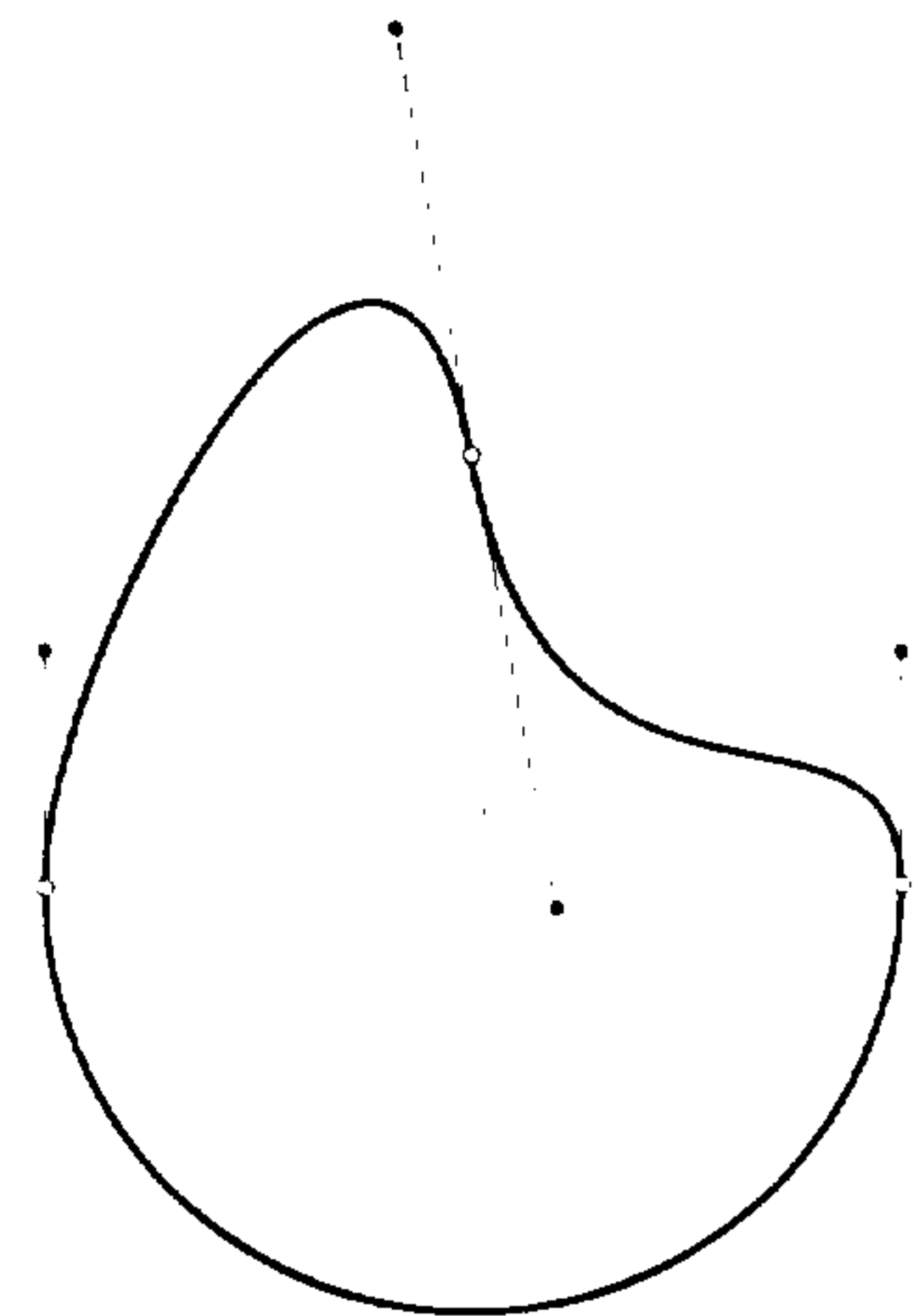


그림14. 벡터화일의 예

24) 이현주, 「디지털 디자인」, 학문사, 1999, 서울, p112

인터넷 환경에서는 전송의 속도 문제가 있기 때문에 용량이 많을 경우 방문자에게 지루함을 주게된다. 방문자는 약 40초 이상 경과하면 그 홈페이지에서 나오는 경우에 발생하기 때문에 메모리 관리에 신경을 써야한다.

(2) 비트맵(Bitmap)

비트맵은 픽셀로 이루어진 모눈종이와 같은 사각 격자 하나 하나의 내용을 저장하는 방법이다. 이 방식은 많은 용량의 메모리를 필요로 하는 방식이나 압축 기술의 발달로 같은 이미지라도 저장 방식<표2>에 따라 용량을 줄일 수 있게 되었다. 대부분 사진을 이용할 때 많이 사용하고 인쇄물과는 다르게 72~100dpi 해상도로 디자인하게 된다.<그림15>

그러나 애니메이션 링크아이콘에는 용량이 크기 때문에 사용에 어려움이 있다.

표2. 비트 맵 저장방식에 따른 환경

저장방식	bit	컬러
jpg	16, 24	true
gif	8	256

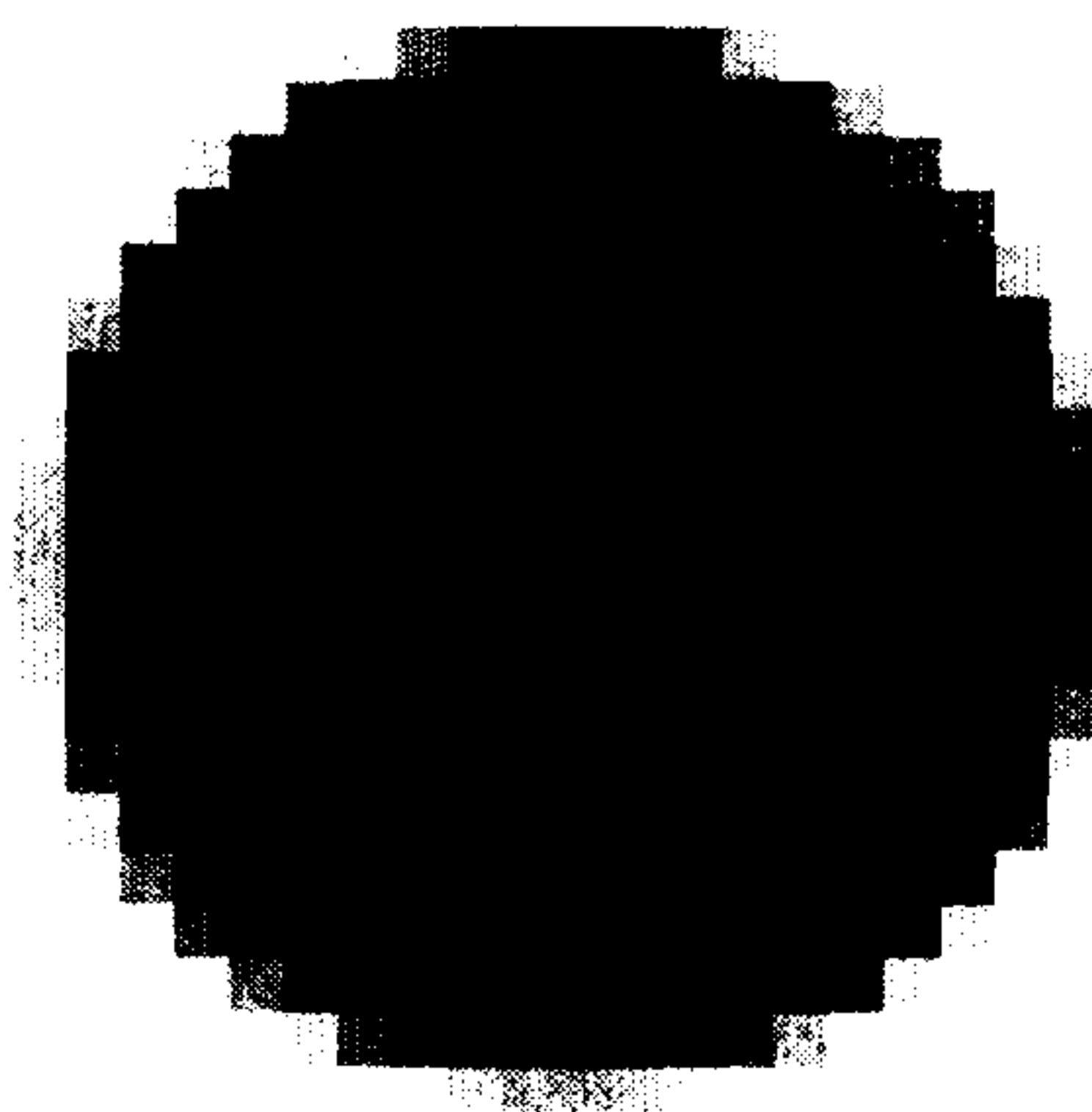


그림15. 비트맵화일의 예

(3) 애니메이션(Animation)

애니메이션은 <그림16>과 같이 짧은 시간에 정지 화상을 연속적으로 빨리 보여줘서 시각적인 착각을 만들어 물체가 움직이는 것처럼 보이게 하는 기술이다.

일반적으로 영화에서는 1초에 24프레임을 사용하고 비디오에서는 1초에 30프레임을 사용하며 애니메이션은 24프레임에서 60프레임 정도이다.²⁵⁾ 그러나 인터넷상에서는 전송속도 때문에 많은 프레임을 사용할 수 없다. 홈페이지에서 표현되는 대부분의 애니메이션은 플래쉬(Flash) 프로그램으로 만드는데 일반적으로 5~12프레임을 사용한다.



그림16. 연속된 프레임 이미지²⁶⁾

애니메이션을 구성하는 프레임에는 키 프레임(Key Frame)과 보통 프레임이 있다. 일반적으로 애니메이션을 만드는 순서는 첫째, 스토리보드(Storyboard)를 만들고 둘째, 2차원 또는 3차원 모델을 만든다. 그리고 셋째, 키 프레임을 지정하고 넷째, 키 프레임 사이의 보통(일반) 프레임(In-between frame)을 만든다.

키 프레임은 애니메이션에 영향을 미치는 정보를 담고 있는 프레임이다. 키 프레임은 물체의 애니메이션에 관한 기본 정보(이동, 회전, 스케일 등)를

25) 이현주, 전제서, p.211

26) www.dedo.co.kr, 데도넷트 홈페이지의 박구원의 카툰세상 내에 있는 암벽등반

담고 있는 중요한 프레임이기 때문에 키 프레임이라고 부르는 것이다. 단적으로 말해 키 프레임은 특정 시간의 카메라, 빛, 물체의 위치를 지정하는 중요한 프레임이다. 보통 프레임은 키 프레임 사이에 있는 프레임으로서 하나의 키 프레임이 다른 키 프레임으로 전환되는 과정에서 부드러운 이미지를 만들기 위해 컴퓨터 시스템이 자동으로 생성하는 프레임이다.

<그림17>의 경우 왼쪽과 오른쪽 끝의 프레임이 키 프레임이며中间的 나머지 프레임이 보통 프레임이다.

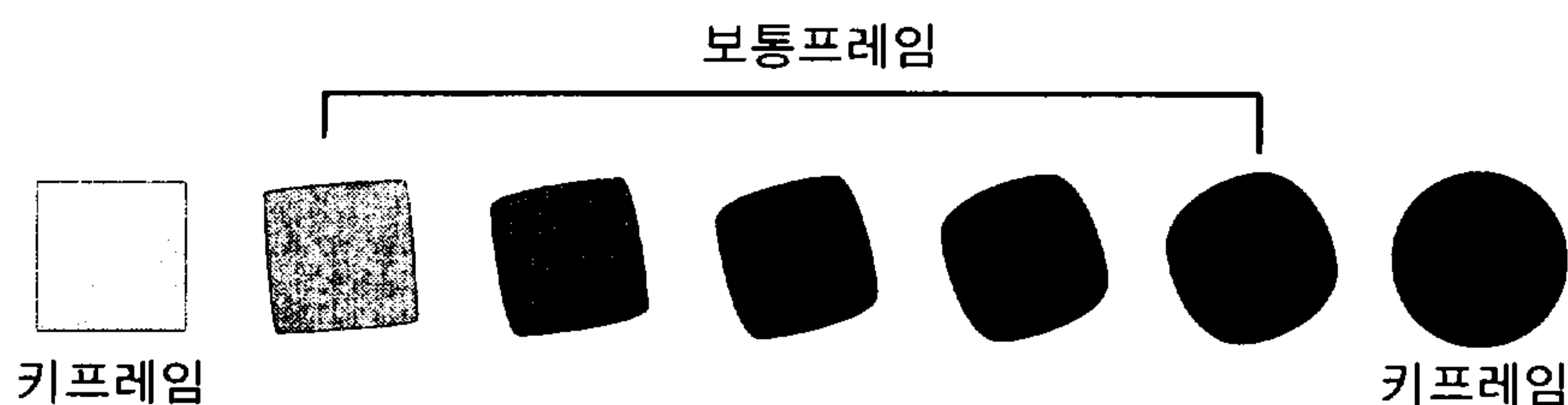


그림17. 키프레임과 보통 프레임

키 프레임 사이에 보통 프레임의 수가 많으면 많을수록 애니메이션 이미지는 서서히 부드럽게 변한다. 그러나 보통 프레임의 수가 많으면 많을수록 애니메이션을 만드는데 많은 시간이 걸리며 컴퓨터의 용량 또한 많이 차지하게 된다. 따라서 키 프레임 사이에 있는 보통 프레임의 수는 프로젝트의 성격과 컴퓨터의 용량을 고려하여 결정하는 것이 좋다.²⁷⁾

(4) 음향

애니메이션에 음향은 빠질 수 없는 요소이다. 간단한 효과음만으로도 전하는 메시지와 행동유인력 또한 극대화할 수 있을 것이다.

예를 들어 문이 열리는 애니메이션 아이콘인 경우 음향이 없을 경우 클릭

27) 이현주, 전제서, pp.208-209

하게 되면 문이 열리고 다음 페이지로 들어간다는 암시적 표현만 가능하지만 효과음을 어떻게 나타내는 것에 따라 조심스럽게 열리는지 힘차게 열리는지를 표현할 수 있다. 그렇다고 음향을 많이 삽입하게 되면 전송속도에 무리가 생겨 애니메이션이 끊어지는 현상이 일어나기도 한다. 그러므로 대부분 8Bit Mono로 제작해 최대한 용량을 줄여 작업을 해야한다.

5. 국내외 애니메이션 링크아이콘 사례 및 분석

국내외 애니메이션 링크아이콘을 분석하기 전에 현재 웹사이트(Web Site) 공모전의 심사 기준을 보면 네비게이션(Navigation Structure)과 내용의 논리적 전개 방법, 도움말 지원과 같은 사용 편의성에 관한 항목들이 중요한 기준이 되고있다. 이는 인터페이스 디자인을 시각화하는데 있어서 사용 편의성이 그만큼 중요하다는 것을 시사해준다.

이제는 그 사용 편의성의 단계에서 한 단계 발전하여 현재 웹사이트의 전반적인 현황에서처럼 정보 제공의 형태가 바뀌고 있음을 알 수 있다. 기존의 방문자가 클릭(User Click)을 기다리는 풀(Pull)형태에서 방문자를 찾아가는 푸쉬(Push)형태로²⁸⁾ 바뀌면서 링크아이콘 또한 단순히 다음 페이지로 연결시켜주는 기능 이외에 시각적인 즐거움과 기업홍보 효과를 높이기 위해서 애니메이션 링크아이콘을 사용하는 홈페이지들이 늘어나고 있다.

국내외 애니메이션 링크아이콘(Link Icon)의 비교해 보면 다음과 같다.

28) 손승현, "인터넷 광고 활성화를 위한 주요 이슈", 엘지애드사보, 1997, 1월호 제인용

1) 국내 애니메이션 링크아이콘

대부분 국내 기업 홈페이지 링크아이콘의 경우 단순히 색이 바뀌거나 아이콘이 선명하게 변하고 심벌이 형태로 되어있는 것은 한두 동작이 바뀌는 정도이다.

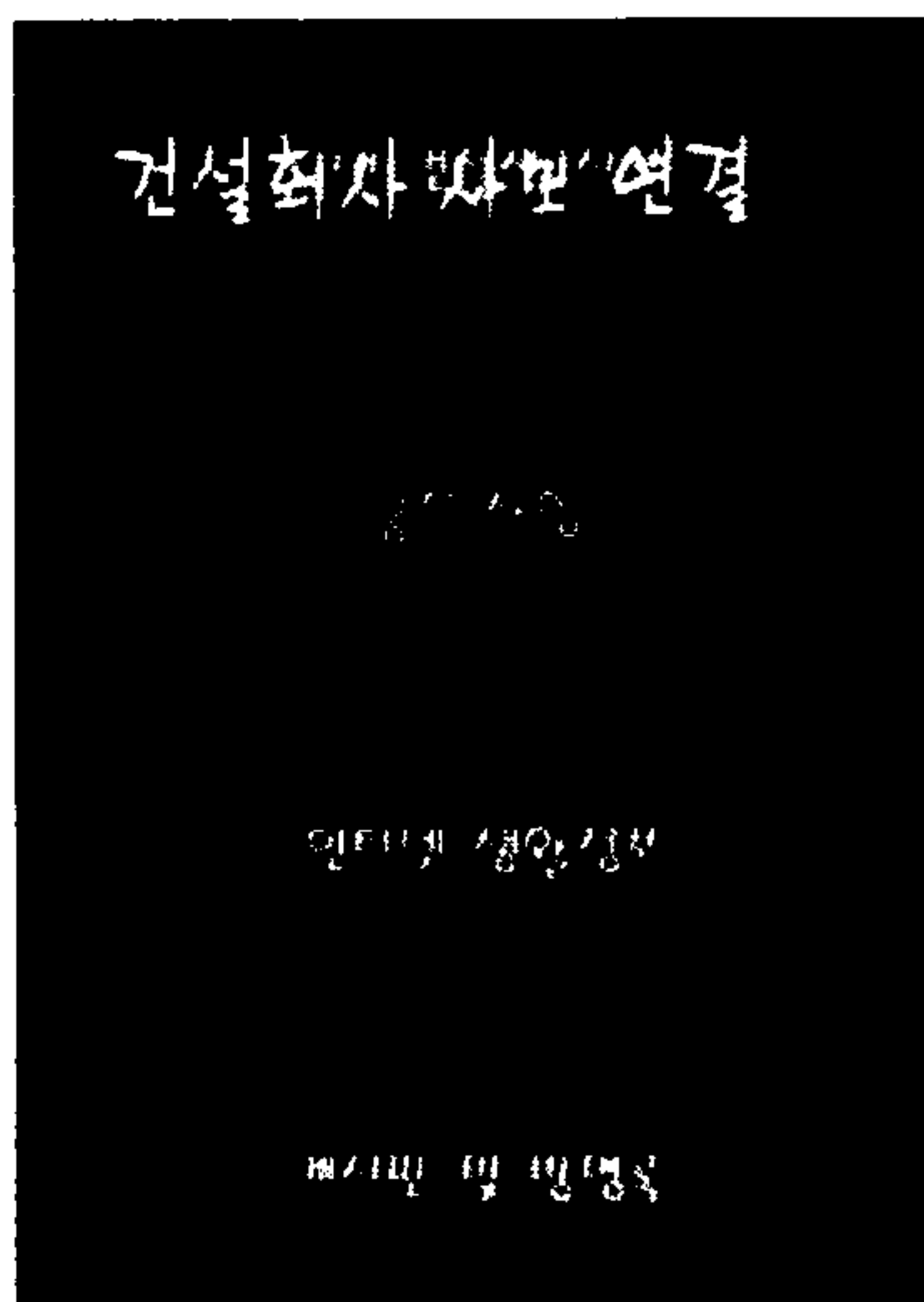


그림 18

<그림18>의 경우 각 페이지 명의 링크아이콘이 사라졌다 나타났다 하는 반복동작이 연속적이고 마우스포인터를 링크아이콘에 올려놓으면 텍스트가 커졌다 작아졌다 하는 반복동작으로 만들어져 있다.

그러나 개인 홈페이지의 경우 상황은 기업의 홈페이지와는 사뭇 다르다. 최근에 올려진 개인 홈페이지 경우 애니메이션 효과를 충분히 활용하여 방문자로 하여금 흥미와 재미를 주어 그 사이트의 전부를 검색하게 된다.

<그림19>은 각각의 링크아이콘을 스마일 얼굴을 캐릭터화해 재미있는 표정이 흑백으로 표현되면서 마우스포인터를 올려놓으면 컬러로 바뀌게 된다. 그리고 각각의 얼굴들이 재미있는 동작을 연출되고 각각의 페이지 명이 오른쪽에 나타나게 된다.

기업의 홈페이지도 애니메이션을 이용한다면 홍보 효과를 보다 높을 수 있을 것이다. 그러나 기업 홈페이지가 애니메이션으로 만들지 못하는 이유는 기술력이 안 되는 것이 아니라 브라우저를 지원하는 플러그-인을 국내 유저(User)가 상당수가 가지고 있지 못하기 때문에 기업의 홈페이지는 누구나 방문할 수 있게 하려는 배려가 있다. 또한 한글 사이트와 영문 사이트로

나뉘어 있는 것처럼 플래쉬 사이트를 첨가시킨 홈페이지도 나오고 있다.

그러나 국내 애니메이션 링크아이콘은 기능적인 면을 강조하여 단순, 기하학적인 형태와 텍스트를 사용한 것이 대부분이다.

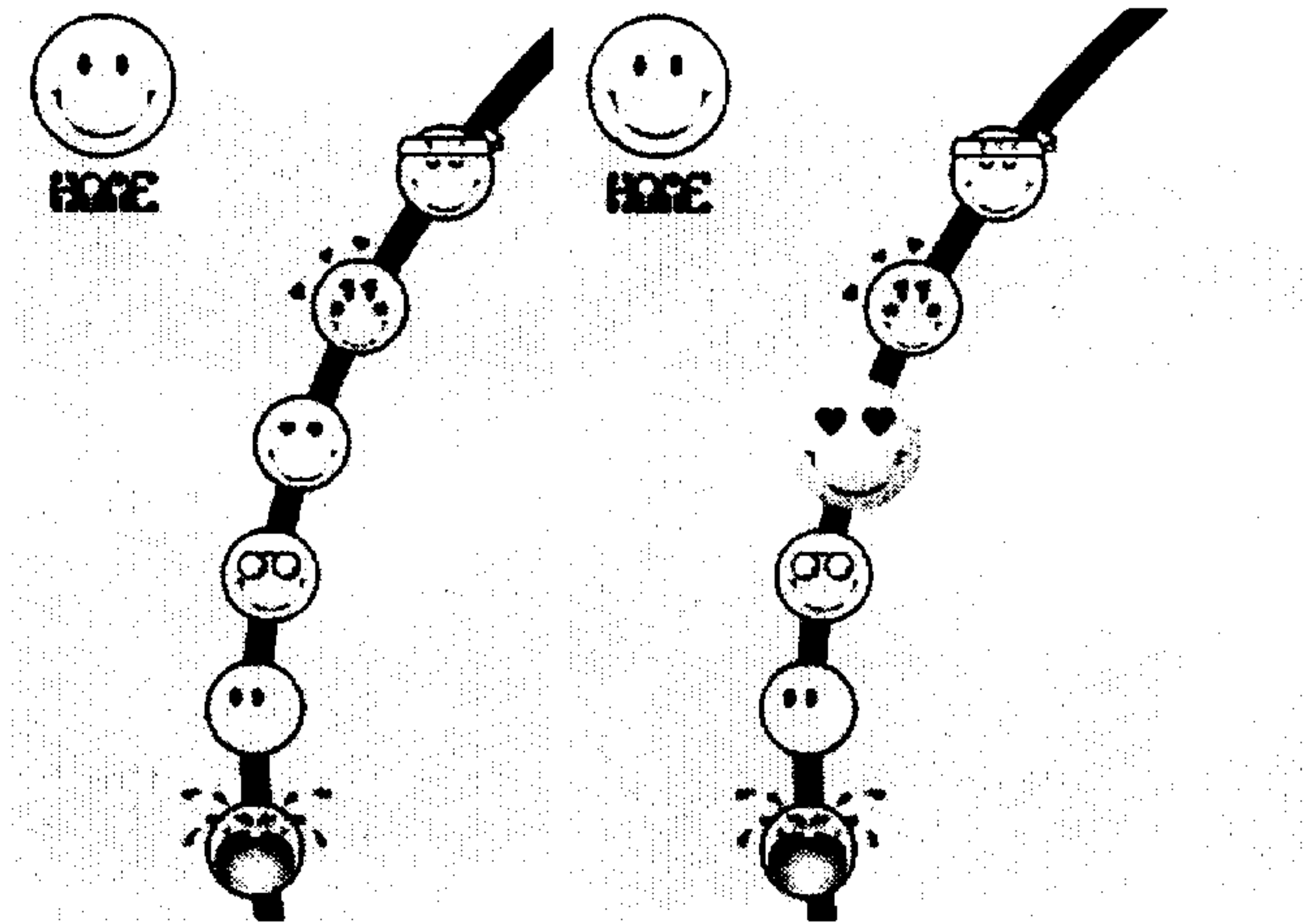


그림 19

<그림20>은 청바지회사 홈페이지에 쓰인 링크아이콘으로 단순한 형태였다가 마우스포인터를 올리면 페이지명이 나타나고 도형이 회전이나 형태가 변화하고 클릭을 하게되면 바탕색이 변하는 그림이다.

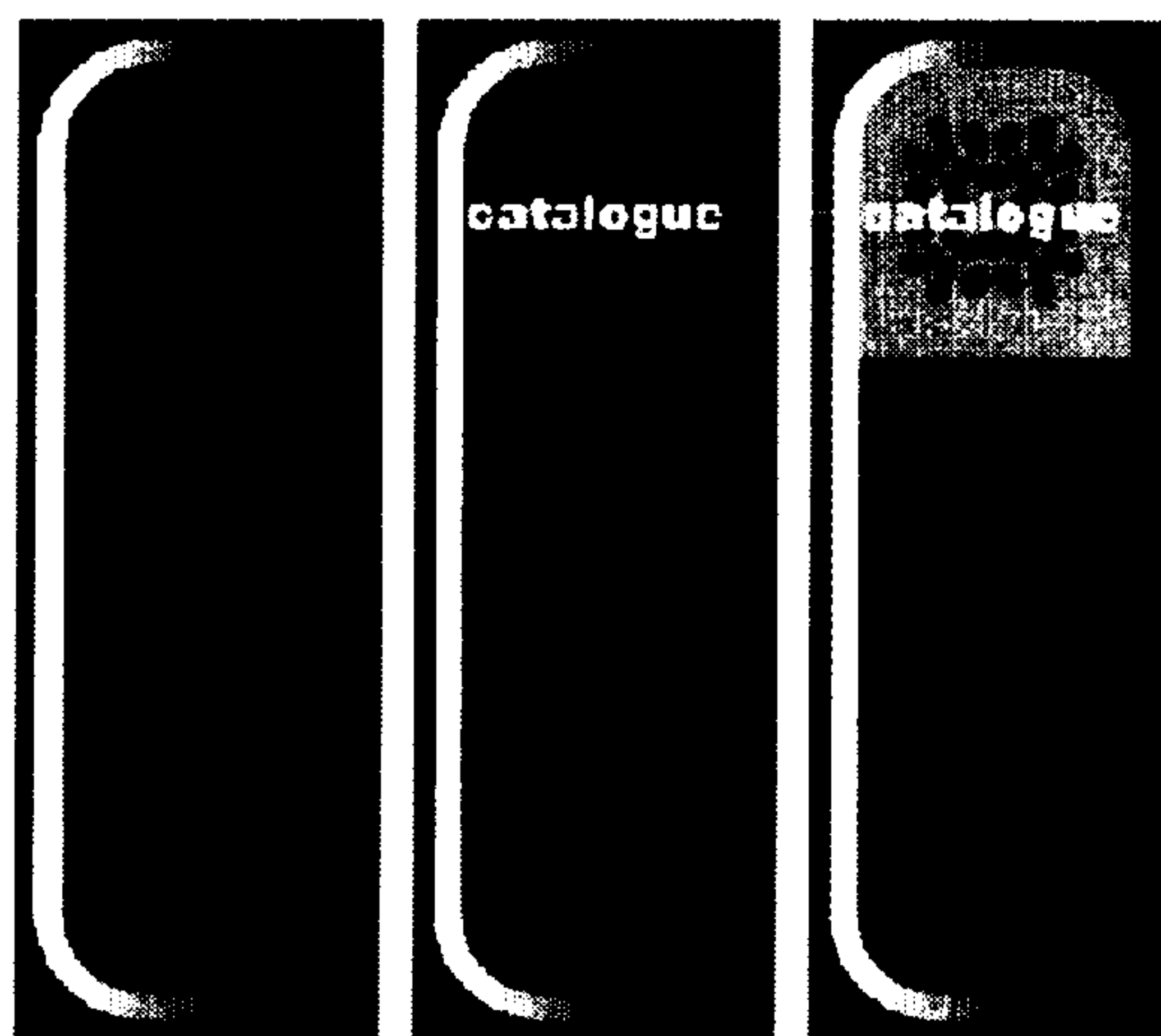


그림 20

2) 외국 애니메이션 링크아이콘

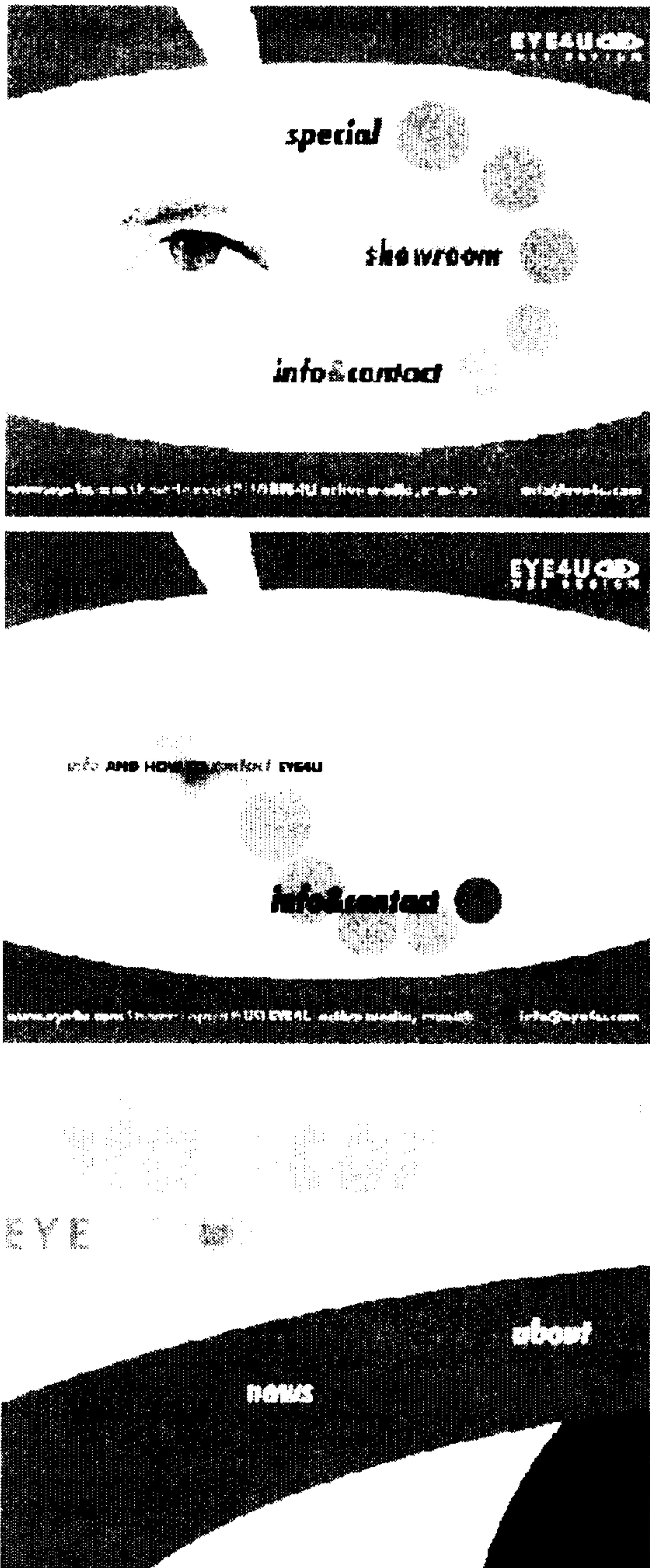


그림 21

국내의 홈페이지는 사진이나 일러스트레이션을 많이 쓰는 반면 외국의 홈페이지는 텍스트 위주로 홈페이지가 구성되어 있기 때문에 링크아이콘 또한 단순한 텍스트로만 구성되어 있는 경우가 많으며 애니메이션으로 이루어진 링크아이콘은 상대적으로 각 회사의 특성에 따라 다양한 형태로 표현되고 있다.

또한 플레쉬로 작업한 홈페이지의 경우 화면과 링크아이콘이 분리되지 않고 하나의 애니메이션으로 처리되어 있다.

<그림21> 은 홈페이지 전체를 링크아이콘으로 표현한 것으로 마우스포인터를 링크아이콘 위에 올려놓으면 원의 배열과 색상의 변화가 화면에 나타나면서 링크된 페이지의 정보가 보인다. 링크아이콘을 클릭하게 되면 화면전체가 움직이면서 다음페이지로 방문자가

빠져 들어가는 느낌을 연출하면서 링크된 페이지로 이동한다.

<그림22>의 회사로고를 이용한 애니메이션 링크아이콘을 마우스포인터 링크아이콘을 선택하지 않았을 경우 안테나와 모니터 안에서 전파가 발생하는 그림이 연속적으로 연출되지만 마우스포인터를 안테나 위에 올려놓으면 선택된 안테나가 움직이게 된다. 이렇게 움직이고 있는 안테나에서 나오는 전파모양만 밝게 변하면서 모니터 안에 이동될 페이지명이 나타나고 클릭하게 되면 모니터의 모양은 어둡게 변하면서 링크된 페이지명이 나타나게 된다.

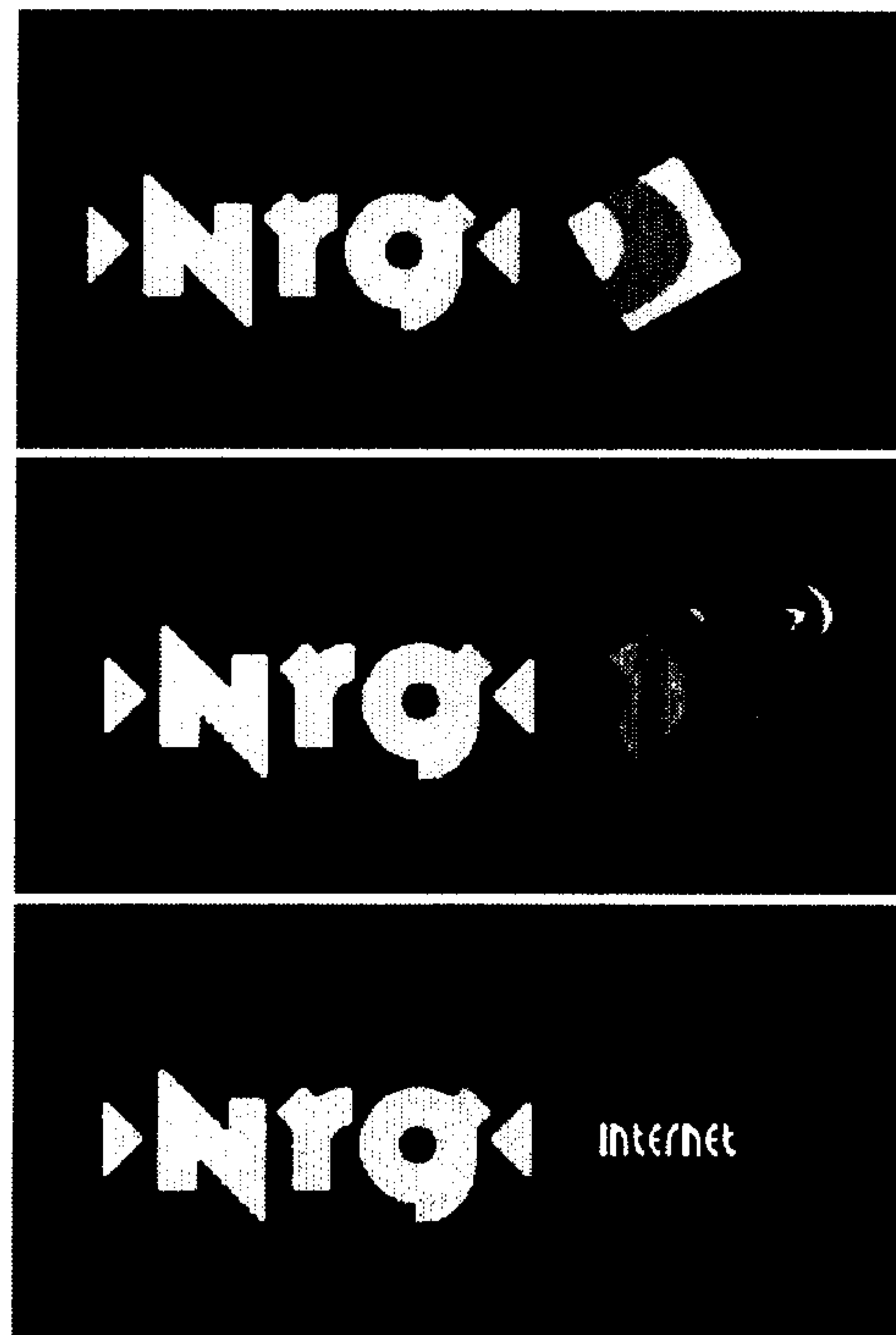


그림 22

V. 운동착시를 이용한 동적 표현 가능성

본 장에서는 착시와 운동착시의 유효성에 대해 알아보고 운동착시를 애니메이션 링크아이콘에 적용, 제작 후 설문조사를 통해 이를 검증하였다.

1. 착시와 운동착시의 유효성

1) 기하학적 착시

착시는 시각에 의해서 생기는 착각이다. 다시 말해서 외계 사물의 객관적 성질(크기, 형태, 빛깔 등)과 눈으로 본 성질 사이에 그 차이가 있는 경우를 말한다. 착시는 자극을 주의 깊게 관찰하든지 또한 그것을 잘 아는 사람이 관찰해도 발생한다. 착시는 비정상적인 현상이 아니라 정상적인 지각으로 착시에 대한 연구는 지각의 일반원리를 탐구하기 위한 유효한 수단이다.

크기(길이, 면적), 방향, 각도, 곡선 등 평면도형의 기하학적 관계가 객관적 관계와 어긋나게 보이는 착시현상이다. 많은 착시도형에는 발견자나 고안자의 이름이 붙여져 있다. 이 착시를 편의적으로 분류하면 다음과 같다.

첫째, 각도방향착시는 포겐도르프 도형에서 빗금이 어긋나 보이고, 쉘너도형에서 세로 평행선이 서로 기울어져 보인다.<그림23>

둘째, 왜곡 착시는 분트 도형에서 2개의 평행선이 만곡하여 오목렌즈 모양으로 보인다.<그림24>

셋째, 크기의 착시는 뮐러-라이어 도형에서 화살표에 끼인 직선의 길이는 똑같지만 바깥쪽 화살표선 조건 쪽이 안쪽 화살표선 조건에 비하여 커

보인다. 또한 헬름홀츠의 정사각형에서 가로줄 무늬로 등분화된 정사각형은 세로로 긴 직사각형으로 보이고 세로줄 무늬로 등분화된 정사각형은 가로로 긴 직사각형으로 보인다. 고리모양 대비도형에서는 고리모양의 중앙 원이 좌우 똑같은 크기이지만 왼쪽 원이 더 크게 보이며 자스트로 도형에서 위 아래가 똑같은데 아래쪽이 더 크게 보인다. 그리고 폰조 원통에서도 3개 원통의 크기는 똑같지만 멀리있는 원통이 바로 앞에 있는 원통보다 크게 보인다.²⁹⁾ <그림25>

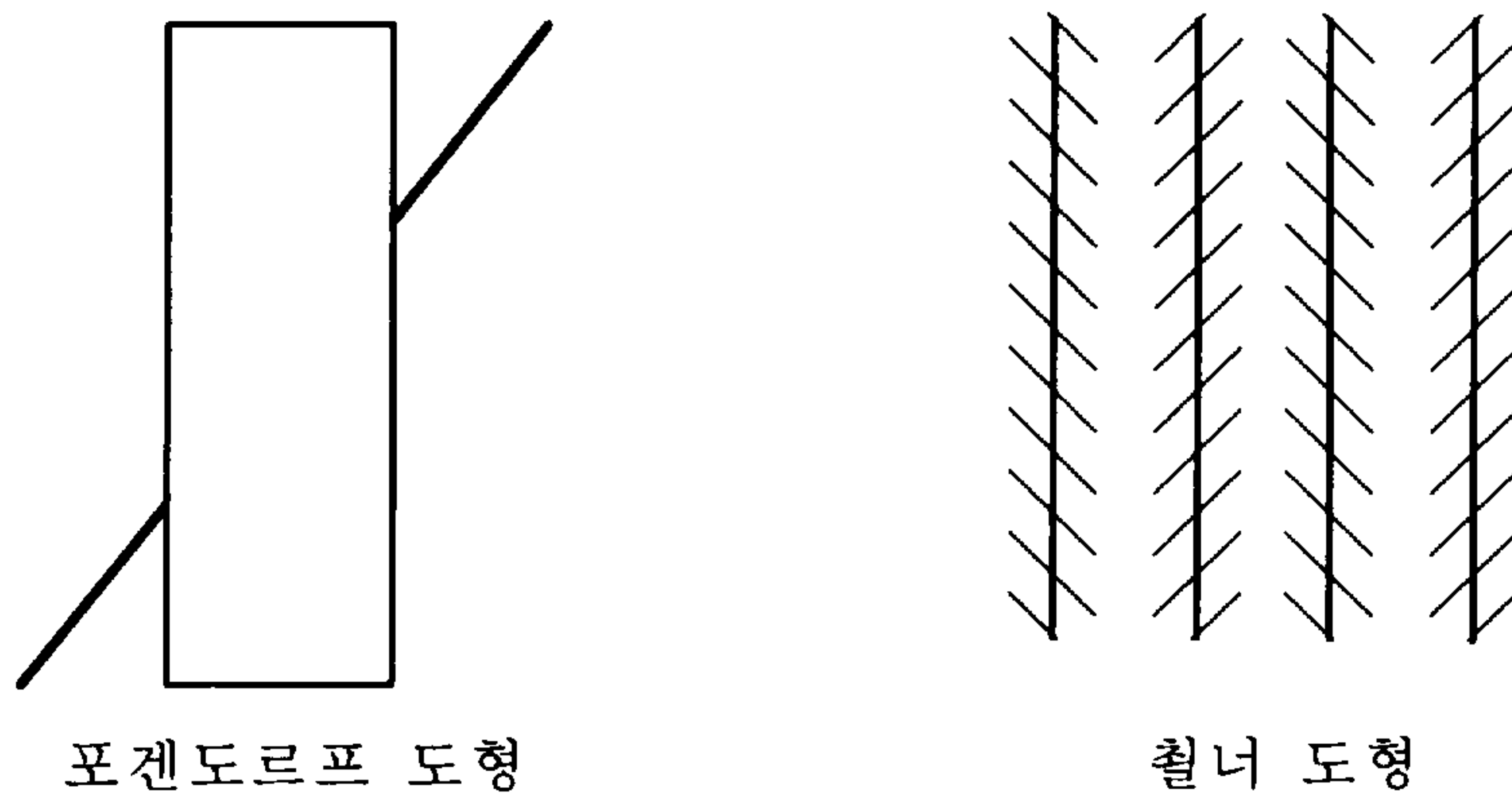


그림 23. 각도 방향 착시

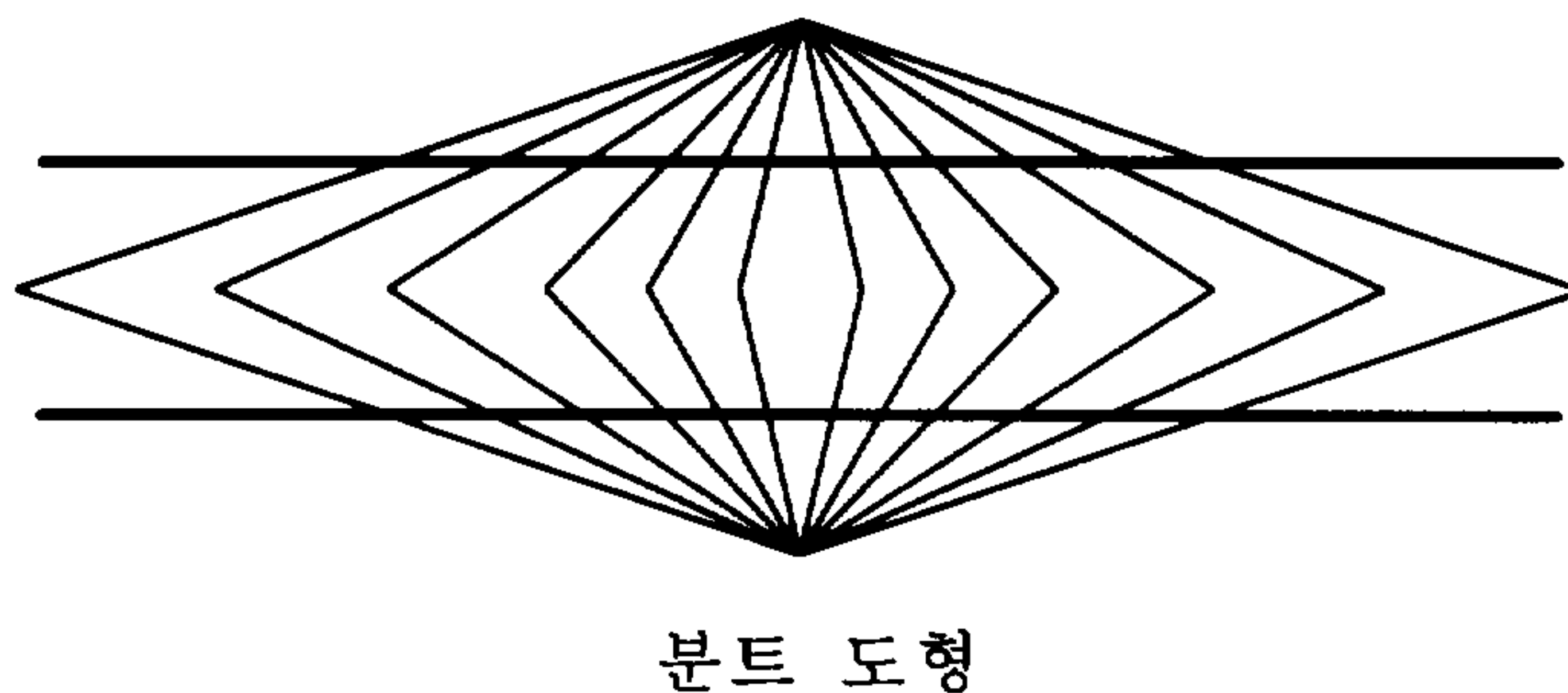
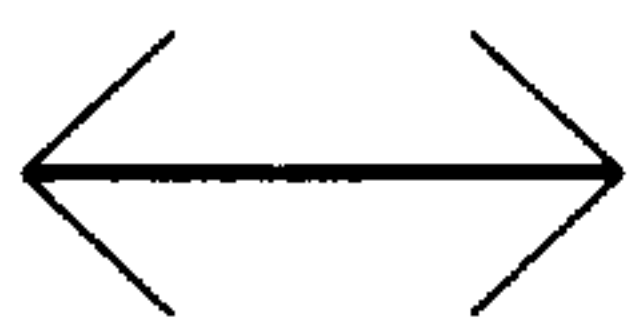
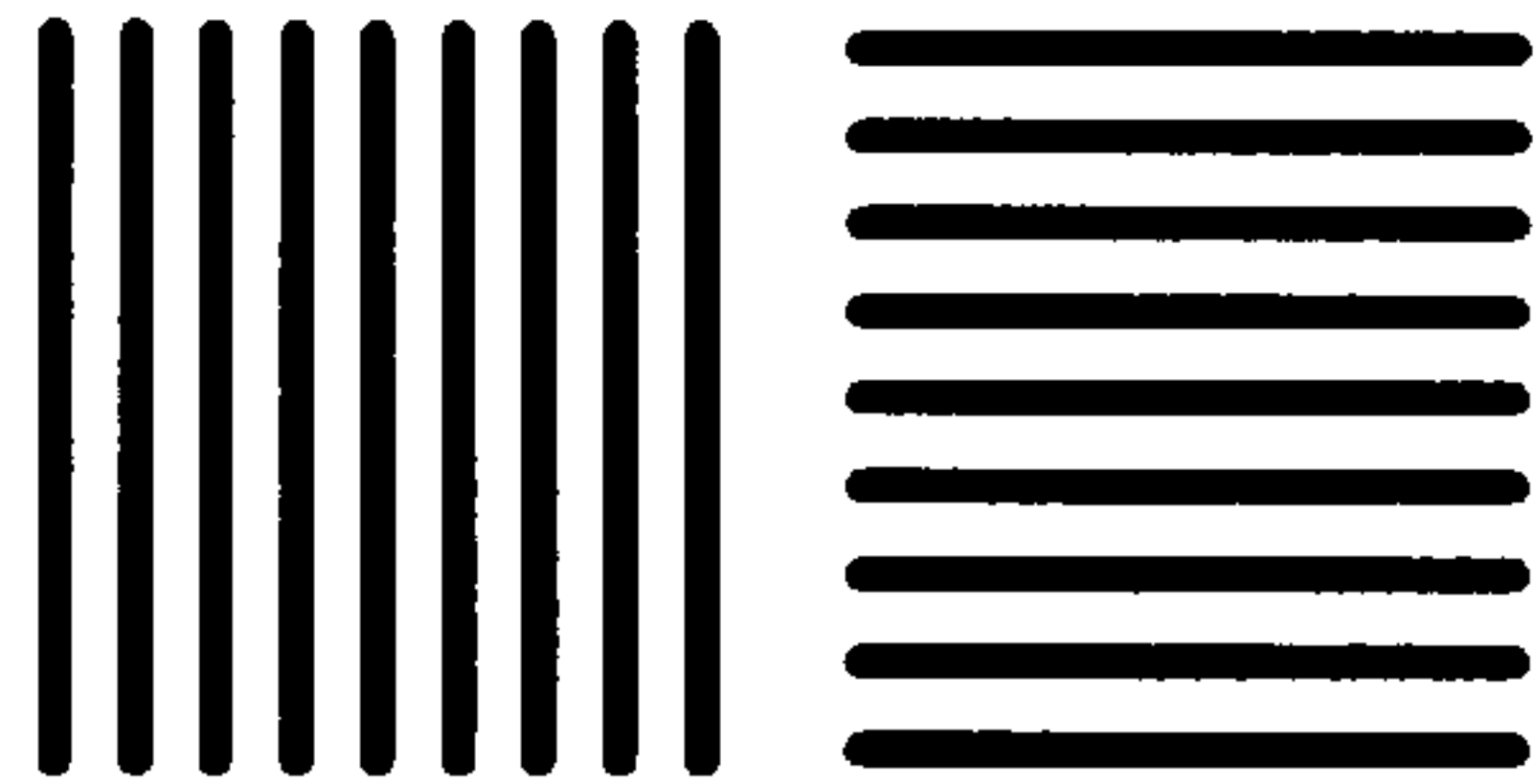


그림 24. 외곡 착시

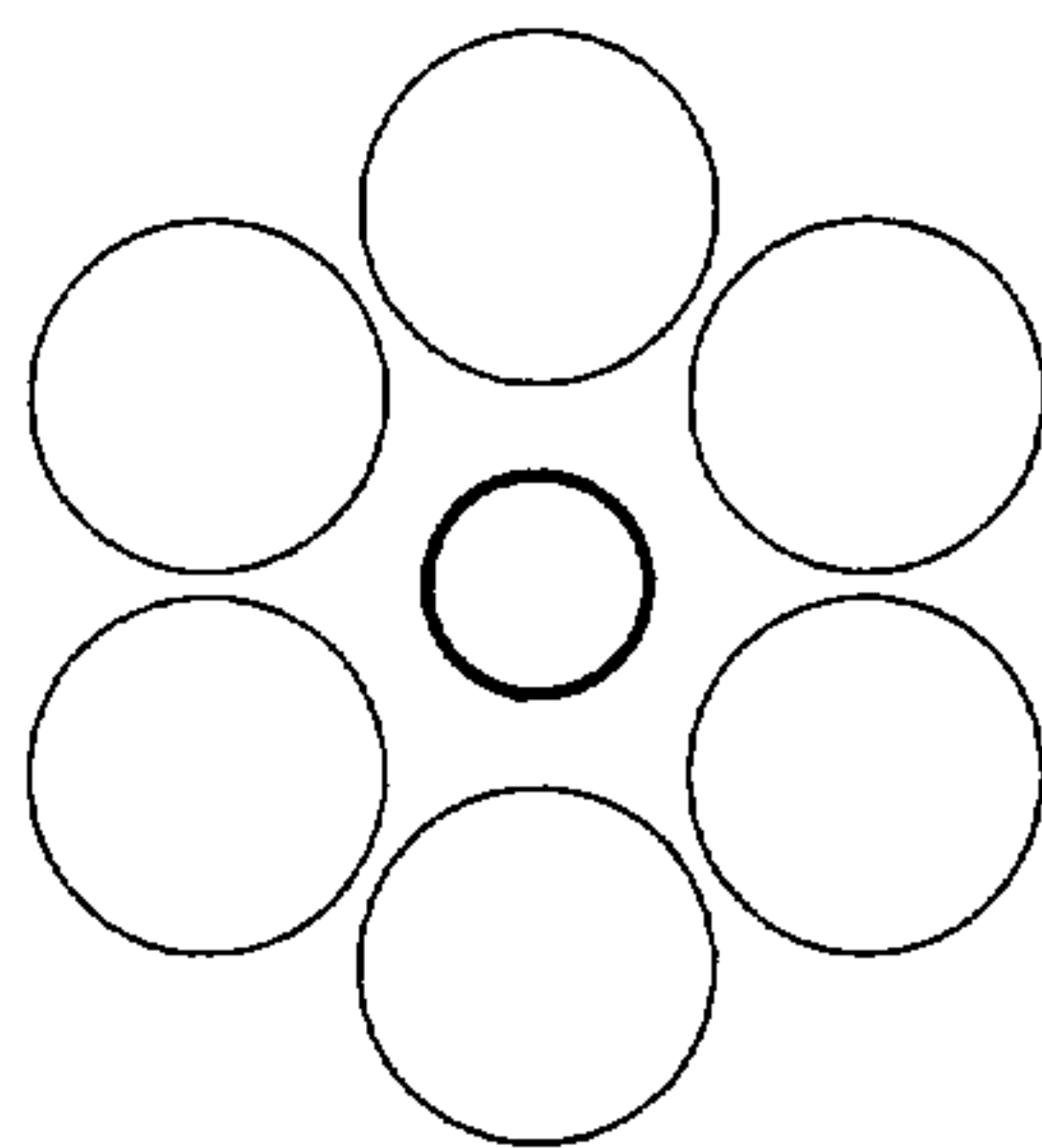
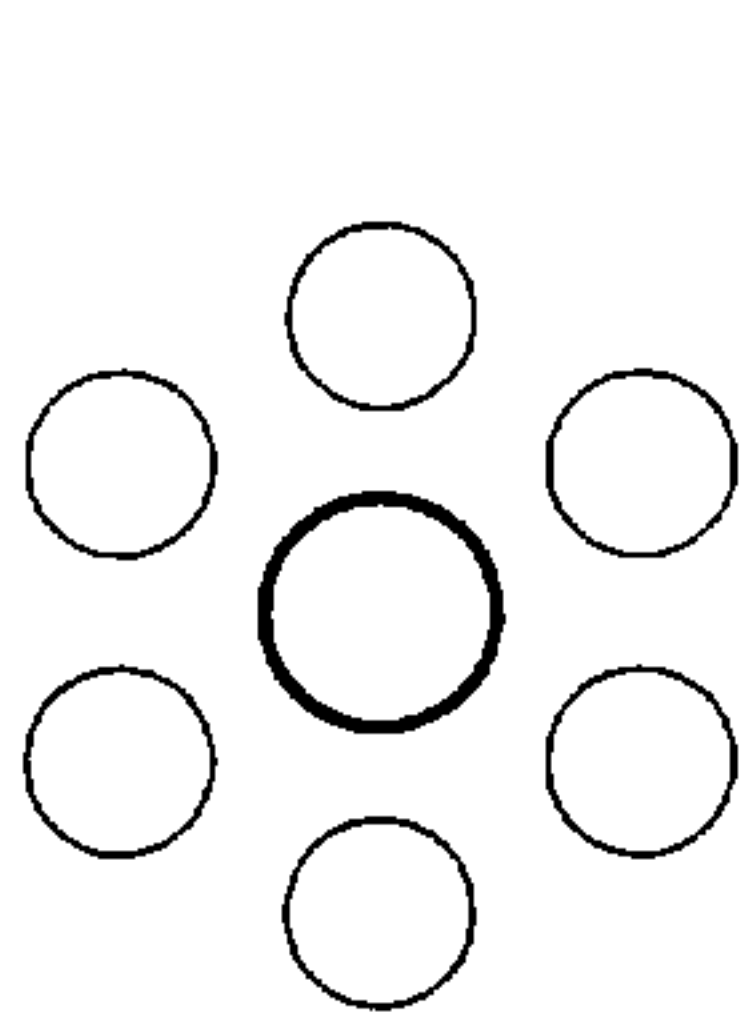
29) 아사꾸라 · 나오미, 김학성 · 조열 공역, 「순수미술 · 디자인분야를 위한 평면디자인」, 갑을출판사, 1987, pp.157-165



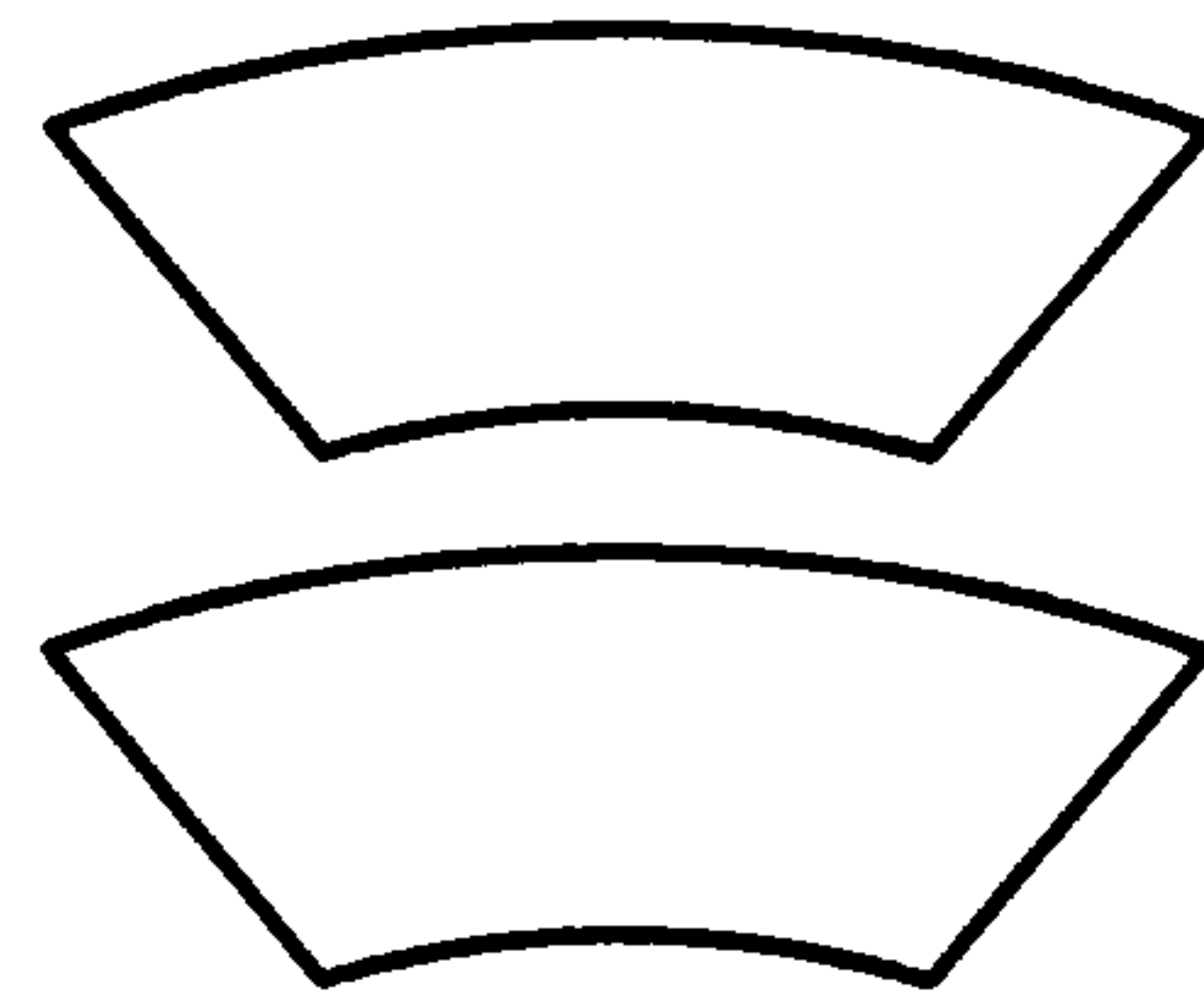
뮐러-리어 도형



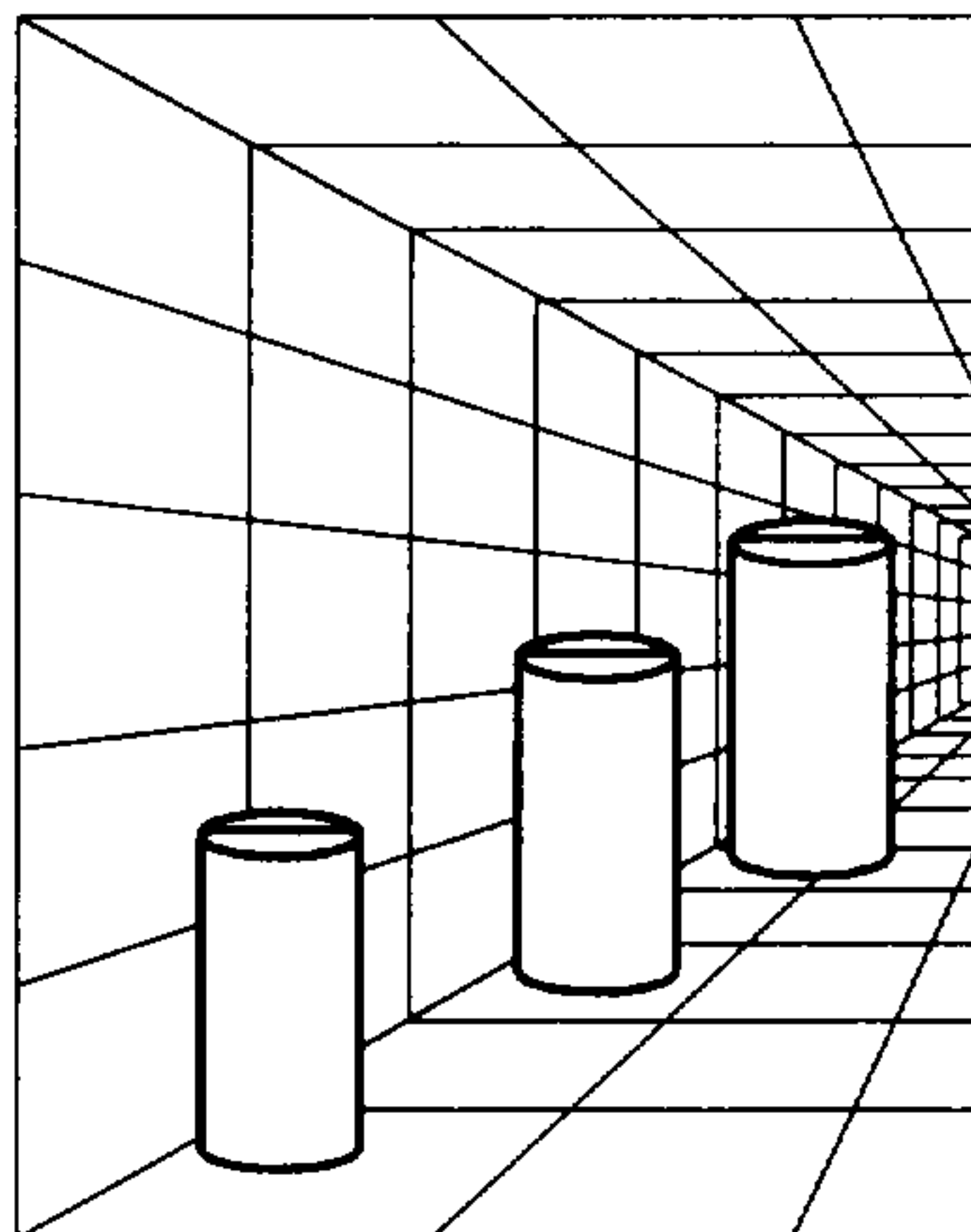
헬름홀츠 정사각형



고리모양 대비도형



자스트로 도형



폰조 원통

그림 25. 크기 착시

2) 공간착시

시각의 이중성에 대해서 칸딘스키는 다음과 같이 말하고 있다. 적절한 훈련을 받은 눈은 작품을 감상함에 있어서 필요한 평면을 평면으로 본다. 그리고 동시에 그 평면이 공간형태를 취하고 있는 경우에는 눈이 평면으로부터 바뀌어 입체 공간으로 전환된다고 하는 두가지의 능력을 구비하고 있는 것이다.³⁰⁾

모든 그림에도 이중의 현실성이 있다. 그림을 실제의 대상을 나타내는 패턴으로 본다면 그림은 2차원의 세계에 속하는 것이며 3차원적 생활공간에 있는 일종의 대상으로 본다면 3차원적 현실의 세계에 속해 있다고 할 것이다.

평면에 표현된 원근의 단서는 2차원과 3차원의 세계를 동시에 제시해 준다. 네카의 입체착시가 그 대표적인 예이다. 평면에 그려진 평행사변형의 집합이 어김없이 입방체로 보이며 게다가 어느 때는 한 쪽의 면이 전면으로 또 어느 때는 다른 한 면이 전면으로 보여진다. 이 깊이의 반전은 대뇌가 단일의 시스템에 정착하여 있을 수 없기 때문에 일어나는 것이다.³¹⁾

2차원속에서의 3차원의 표현 즉 착시적 표현 능력은 문화적인 소산이며 결코 원시적인 것도 본능적인 것도 아니다. 사진이나 영화의 영상, 그리고 지도와 같은 평면속에서 입체 즉 깊이를 읽는 능력이야말로 착시현상속에서 만들어져 온 것이다. 게슈탈트 심리학의 지각론은 큐비즘 더 나아가 모던아트의 혁명인 평행현상이다. 그래서 느끼는 것이 보는 것보다 우위를 차지하는 것이다

형태는 일반적으로 공간을 차지하는 것으로 보이지만 그 외곽공간에 의

30) 조열, 「착시디자인」, 브랜미술, 1996, p.56

31) 조열, 상제서, pp.53-54

해 둘러 싸여져서 공백으로서 형태를 나타낼 수도 있다. 형태가 공간을 차지한 것처럼 느껴질 때, 우리는 그것을 '양형'이라고 부르며, 형태가 그 주의를 차지하는 공간에 의해 둘러 싸여질 때 이것을 '음형'이라고 한다.

특히 여러가지 형태들이 서로 물리고 엇갈릴 때 무엇이 양형이고, 어떤 것이 음형인지 식별하기란 쉽지 않다. 운동을 하고 있는 경우에는 더욱 그렇다.

형태는 이것이 두께를 가지지 않을 때 평면으로 간주된다. 평면형태가 착시적 공간에서 사용될 수 있는 방법으로는 형태의 분리, 접근, 중첩, 침투, 통합, 공제, 교차, 합치 등 각종 상호관계에서 만들어진다.

따라서 착시현상에서 만들어주는 새로운 공간형태와 표현방법은 바로 유희적인 면이 되는 것이다.³²⁾

3) 운동착시

(1) 운동시

우리는 어떤 조건하에서 운동을 지각하는가? 시각 운동에 대한 경험은 두 체제(형상과 배경)가 서로 자리바꿈하고 있는 것으로 보인다는 것을 전제한다. 누에는 땅바닥에 대해서 이동하고 있고 사탑은 구름에 대해서 기울어지고 있다. 이제 반대로 형상이 아닌 배경 부분에 시선을 돌리면 반대상황으로 지각된다. 아무튼 두 체제가 모두 움직이고 있는 것으로 보이며 각기 이동의 효과를 공유하게 된다.

운동감이 느껴지느냐 느껴지지 않느냐 또 어디에서 운동감이 지각되느냐

32) 유봉선, "운동착시에 의한 공간형태 지각에 대한 연구", 시각원리 연구 제1호
한성대학교 산업디자인학과 시각전공, 1997.12

하는 것은 공간 및 시간 흐름의 구조에 의해서 결정된다. 이것은 방향과 속도 같은 좀더 특수한 운동의 특성에서도 마찬가지이다. 운동의 객관적인 방향은 어떤 조건하에서는 반대로 지각되는 수가 있다. 실제로는 구름이 동쪽으로 움직이고 있는데 우리는 반대로 달이 서쪽으로 움직이고 있는 것으로 보게 된다.

운동이 발생하는 맥락과 지각된 방향의 관계는 바퀴의 회전에 대한 연구에서도 나타나고 있다. 바퀴의 중심은 물론 바퀴 전체의 중심의 이동과 평행하게 움직일 것이다. 바퀴의 다른 지점들은 축의 중심을 도는 회전 운동과 이동 운동 등 두 운동에 예속될 것이며 실제로는 파장으로 나타날 것이다.

움직이는 것 뒤엔 움직이지 않는 참조틀(Frame)이 있다. 때로는 관찰자 자신이 하나의 참조틀로 적용한다. 이때 참조틀이 움직이고 있다면 그에 의존하는 정지된 사물은 전체의 이동 작용을 저해하고 있는 것으로 보인다.

시각은 단순성의 원리에 의해서 어떤 움직임을 실제 움직임과는 다르게 단순화시켜 받아들인다. 물리학자가 보기에는 집이건 날고 있는 새이건 모두 다 운동중에 있다. 그러나 돌담벽은 주어진 장소의 주어진 양 속에 한정된 범위 안에서의 분자 운동이 진행되고 있는 반면에 날아가는 새에 있어서는 전체 대상의 위치 변화가 진행되고 있다.

이 마지막의 현상에서 사물과 운동의 구별은 매우 어렵게 된다. 이러한 단순화된 자연에 대한 개념에서는 사물성과 운동성이란 힘의 패턴에 불과하게 된다.³³⁾

33) 유봉선, “운동착시에 의한 공간형태 지각에 대한 연구”, 시각원리 연구 제1호
한성대학교 산업디자인학과 시각전공, 1997.12

(2) 운동착시

운동착시에는 가현운동과 유도운동이 있다.

일상생활을 할 때 실제로는 정지되어 있음에도 불구하고 움직이는 듯한 느낌을 들게 하는 것들이 있는데 그 대표적인 예로 가현운동을 들 수 있다.

어떤 위치에서 제1의 자극을 가하고 그 자극이 사라진 직후 조금 떨어진 위치에서 동일한 자극을 가하면 동일한 자극이 움직이고 있는 것같이 느껴진다. 이러한 현상은 가현운동 안에서도 배타운동이라고 불리며 영화와 움직이는 네온사인의 원리이기도 하다.

주어진 틀이 이동하면 대상이 마치 반대방향으로 움직이는 것과 같은 느낌을 갖게 되는데 이를 유도운동이라고 하며 그 예로는 구름이 바람에 흘러가고 있는 것으로 달이 움직이고 있다는 느낌과 기차가 움직이고 있기 때문에 자신이 탄 기차가 달리고 있다는 느낌 등을 들 수 있다.³⁴⁾

이러한 재미있고 유희성 넘치는 현상을 애니메이션 링크아이콘에 접목시켜 보았다.

4) 착시의 유희성

착시는 누구에게나 흥미를 갖게 해준다. 그 속엔 우리들을 즐겁게 하는 근원이 숨어 있으며 상상의 세계를 만들어내고 우리의 감각이나 마음을 매혹시켜 감정을 불러일으킨다.

심리학에서 착시를 관찰된 세계와 물리적인 세계와의 사이에 오차가 발생하는 경우라고 정의하며 보는 것과 보이는 것의 오차가 만들어 주는 착시의 유희성이 독특한 예술의 한 표현방법이 되었다. 현대의 조형은 회화에

34) 오미겐타로, 권민역, 「조형심리」, 동국출판, 1991, p.99

있어서나 디자인에 있어서 심리학적 실험의 결과로부터 직접 테마를 얻는 경우가 적지 않다.

매너리즘시대의 눈속임 회화의 계보는 여러가지 기묘한 공간을 만들어 왔다. 그것은 항상 그 시대의 새로운 공간 지식과 연관되어 그 시각화를 추구해왔으며 그 시각화는 항상 유희적인 즐거움을 동반하는 것 같다. 보이지 않는 것을 보이게 한다는 것은 사람을 즐겁게 해 주기 때문이다.

항상 착시현상에 따라 다니는 불완전성, 모호함, 불순성에 관하여 코드웰은 '보이는 것으로 하는 것'에 있어서 착시현상이야말로 예술의 에센스요 퍼즐이며 방법이라고 말했다. 인간의 의식에 있어서 모순론적 구조는 착시현상에 대한 고찰 없이는 명확하게 말할 수 없다. 그래서 시각적 이미지는 불완전한 것이며 그 불완전성 이야말로 시각적 이미지 즉, 착시현상을 존재케 하는 창조성인 것이다.

'보는 것'과 '느끼는 것' 사이에는 오차가 있지만 이는 새로운 관계속에 결합되어 새로운 표현양식이 만들어진다. 표현한다는 것은 곧 보이는 것으로 만들어진다. 착시는 우리들에게 공유되는 것이며 다른 사람과의 공유에 의해서만이 지각이나 착시에 관하여 주관에 빠지지 않고 공정하게 말할 수 있게 된다. 착시는 지각의 사실성에 연관되는 것이다. 우리가 지각에 대해 생각한다면 우리는 그것을 모든 감각과 우리가 기억이라고 부르는 것들이 서로 연결된 한 과정으로서 생각하는 것이다.

착시는 물질적인 미크로 구조의 물리적 원인으로부터 무의식의 심층에 깔려있는 정신적, 문화적인 원인에 이르기까지 광대한 영역의 인자에 의해 일어난다. 착시현상은 가장 원시적인 단계에 있어서도 본능적인 것으로써 나타난다. 그것은 이미 만들어져 움직일 수 없는 물건이 아니라 인간이 끊임없이 만들어가는 것이며 변화해 가는 것이다. 그래서 착시는 가장 오래된

것이기도 하면서 가장 새로운 것으로써 생성되고 변해가는 것이다.

디자인에 있어서의 시각적 유희성은 대부분이 착시를 만드는 시각의 여러 요인들로부터 비롯되고 있다. 착시는 누구에게나 흥미를 갖게 하며 '눈의 여러가지 트릭'을 만들어낸다. 이는 우리들에게 놀라움을 촉발시키며 눈길을 다시 한번 볼 수 있도록 되돌려 준다. 즉 우리들의 눈길에 생생하고 부드러우며 참신한 탄력을 더해 주는 것이 바로 유희의 즐거움인 것이다.

우리들이 보고 있는 공간의 상하좌우의 짜임새는 절대적으로 정지해 있는 좌표는 아니다. 그것은 자장의 변화에 의해 변화하는 상대적인 것이다. 착시현상에서 보여주는 새로운 공간의 창조와 표현방법의 발견은 정신의 자유스런 유희로써 동전의 양면과도 같은 것이다.

2. 착시적 유희기능을 이용한 애니메이션 링크아이콘

1) 시각적 유희의 필요성

기계의 급속한 발전과 사회의 자동화, 스피드화, 규격화로 인해 사회와 대중은 정보를 보다 효과적이고 빠르게 받기를 원하며, 또한 사회변화에 따른 인간소외 현상, 즉 심적 공허감이나 외로움을 충족하기 위한 수단을 필요로 한다. 즉 메시지를 쉽고 명확하게 그리고 즐겁게 전달받을 수 있는 시가 커뮤니케이션 수단이 필요하게 되었다.

다양한 인터넷을 통한 많은 정보 속에서 효과적인 커뮤니케이션을 달성하려면 다른 정보보다 주목성 뿐만 아니라 독창성과 신선한 표현으로 차별화 되어야 한다.

시각적 유희는 기존의 관습적인 사고범위를 벗어나 디자인에서 요구하는 독창성을 담은 표현방법으로 방문자에게 정신적이고 지적인 만족감을 제공할 수 있다. 유희 요소가 방문자로 하여금 상상력과 기지로 정확하고 능률적인 개념을 창조할 수 있으며 그 결과는 웃음과 정신적인 즐거움을 제공할 수 있다. 즉 재미있고 재치있는 시각적 유희 표현을 통해 메시지를 받는 수신자에게는 놀라움과 즐거움을 주며 메시지의 내용을 더욱 쉽고 정확하게 이해할 수 있게 해준다.

우리 눈은 지금 실제 보고 있는 것을 믿을 수 없기 때문에 그 메시지에 상반된 생각을 연결시키려고 한다. 지적 능력을 요하는 수수께끼에서 그 '유희'는 순간적으로 만들어지고, 짧은 시간 안에 가능한 연상을 통해 수수께끼를 푼다. 그 후 메시지는 우리의 무의식 속으로 서서히 퍼져나가게 된다. 그리고 그 수수께끼를 푸는 순간 미소, 웃음, 폭소 등 인지과정의 확인 행동 형태로 나타나 지적, 정신적 긴장감을 풀어준다.

루빈의 그림을 발전시켜 엘리 킨세는 모래시계를 사람의 옆모습으로 만들고 그 사이의 모래 대신 단어 즉 미래, 현재, 과거를 나타내는 것으로 대체시켜 모래와 시간의 흐름을 동시에 나타나는 시각적 유희를 창조하였다.

기발한 착상이나 놀라움이 내포되어 있을 때 유머러스한 유희효과를 나타내 준다. 이는 정신적으로 즐거운 흥분이 유머러스한 상태를 만들어 웃음, 미소 등으로 긴장을 푼다.³⁵⁾

2) 운동착시를 이용한 애니메이션 링크아이콘의 제작

2D 도형의 기본이 되는 정원과 타원 그리고 선을 이용해 회전이나 움직임

35) 박영원, 「유머의 시각적 적용에 관한 연구」, 학회논문 1995

때 입체로 보여지는 착시를 가지고 애니메이션 링크아이콘을 만들어 보았다.<그림26>

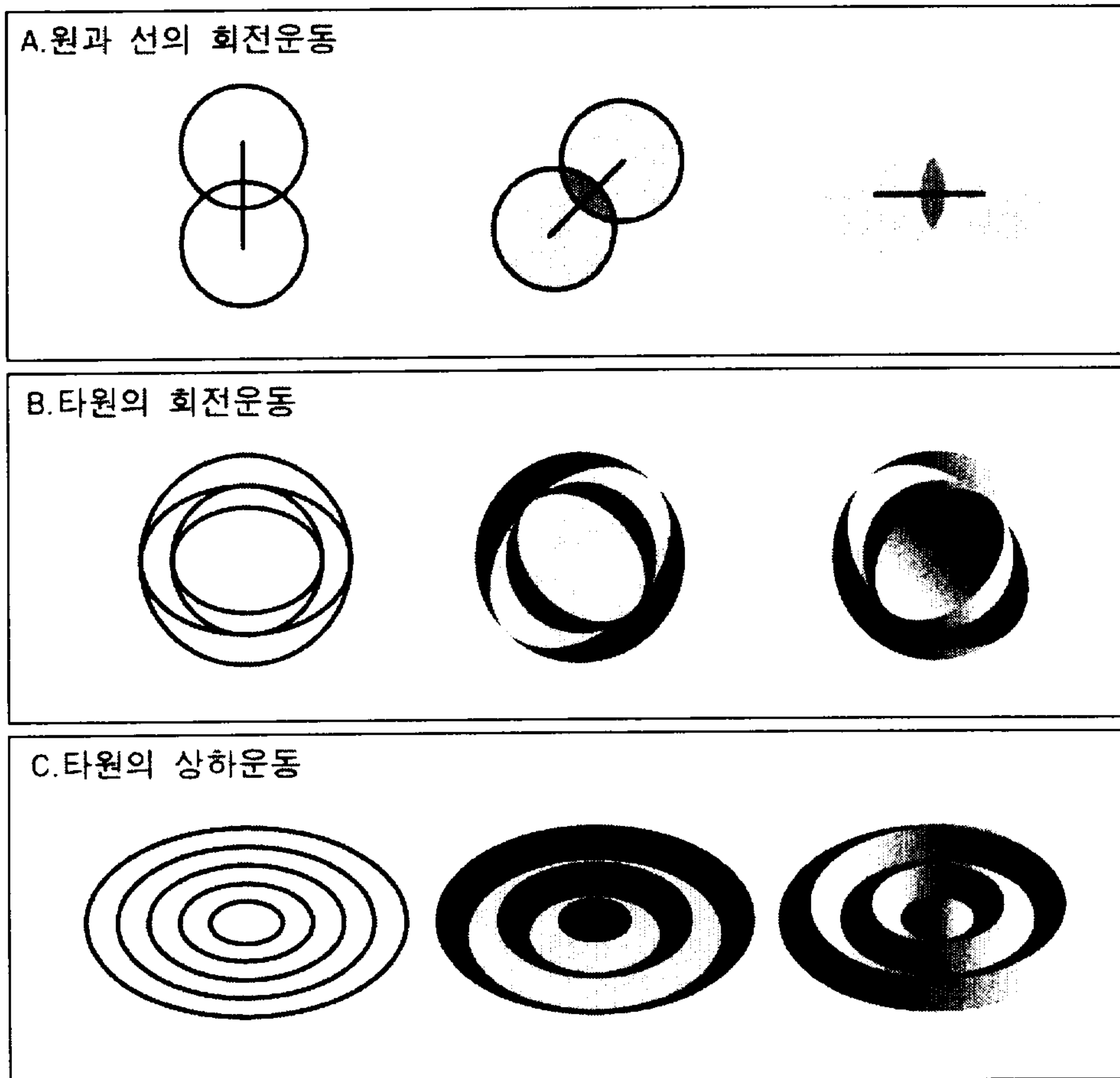


그림 26

<그림26-A>는 2D도형이 축을 중심으로 회전할 때 마치 실패모양처럼 입체로 보여지는 착시 현상이다. 이는 마우스포인터의 위치에 따라 명암이 바뀌면서 입체로 보이는 재미를 한층 더해준다.

<그림26-B>는 각각의 타원 평면형태가 중심축을 기준으로 서로 다른 방향

으로 회전할 때 입체로 보여지는 착시 현상이다.

<그림26-C>는 평면형태에서 타원 2개를 위 아래로 움직임에 따라 타원의 간격에 의해서 물체의 안과 밖이 바뀌면서 굴곡이 있는 입체현상을 만들어 공간착시를 일으킨다.

이와 같이 2차원 평면 형태에서 회전이나 상하운동 등을 이용해 3차원의 공간으로 보여주는 유희적 착시 효과를 얻을 수 있었다.

3. 설문조사에 의한 검증

1) 설문의 목적

홈페이지 방문자로 하여금 원하는 정보를 찾게 도와주는 구성요소로 쓰던 링크아이콘을 운동착시를 이용해 방문자에게 재미와 흥미를 더해 차별화된 내용과 디자인으로 방문자에게 행동유인력을 상승시키고 링크아이콘의 제작 방향을 찾고자함이 그 목적이다.

2) 설문 대상

인터넷 사용자의 폭은 상당히 넓다. 남녀노소 구분없이 많은 사람들이 인터넷에 접속하게 되는데 그 중에서 접속자의 비중이 큰 대학생과 직장인을 선정해 성별, 전공별로 462명을 대상으로 설문조사 하였다.

성별로는 남성 277명, 여성 185명이었고 전공부문으로는 이과 188명, 문과 66명, 예체능:188명으로 구성되었다.<표3> <표4>

표 3. 설문자의 성별 비율

	남	여	합계
명	277	185	462
%	60	40	100

표 4. 설문자의 전공별 비율

	이과	문과	예체능	합계
명	188	66	188	462
%	41	18	41	100

3) 설문 문항

기존의 링크아이콘과 애니메이션 링크아이콘 그리고 애니메이션 링크아이콘에 착시적 요소를 더한 6가지의 링크아이콘 표현 형태를 동등한 상황을 위해 단순한 도형으로 제한하였으며 이를 선과 흑백음영으로 제작하였다.

<그림27, 디스켓-설문>

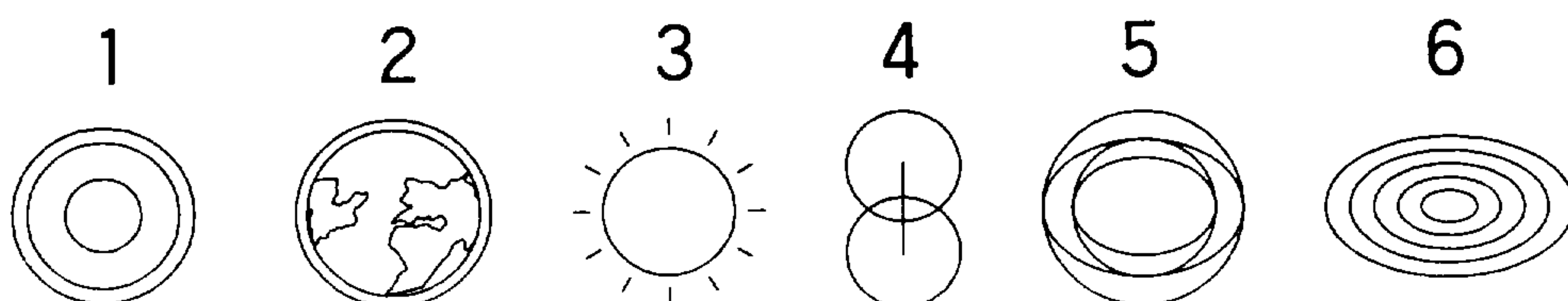


그림 27. 설문자의 6가지 링크아이콘

그리고 6가지 링크아이콘들을 모니터 상에 올려 응답자가 직접 클릭해 보면서 흥미도, 참신성, 인지도, 심미성, 실용성, 종합평가의 6개 문항으로 설정하고 각각의 문항을 <그림28>에서처럼 5단계로 나누어 설문 조사하였다.

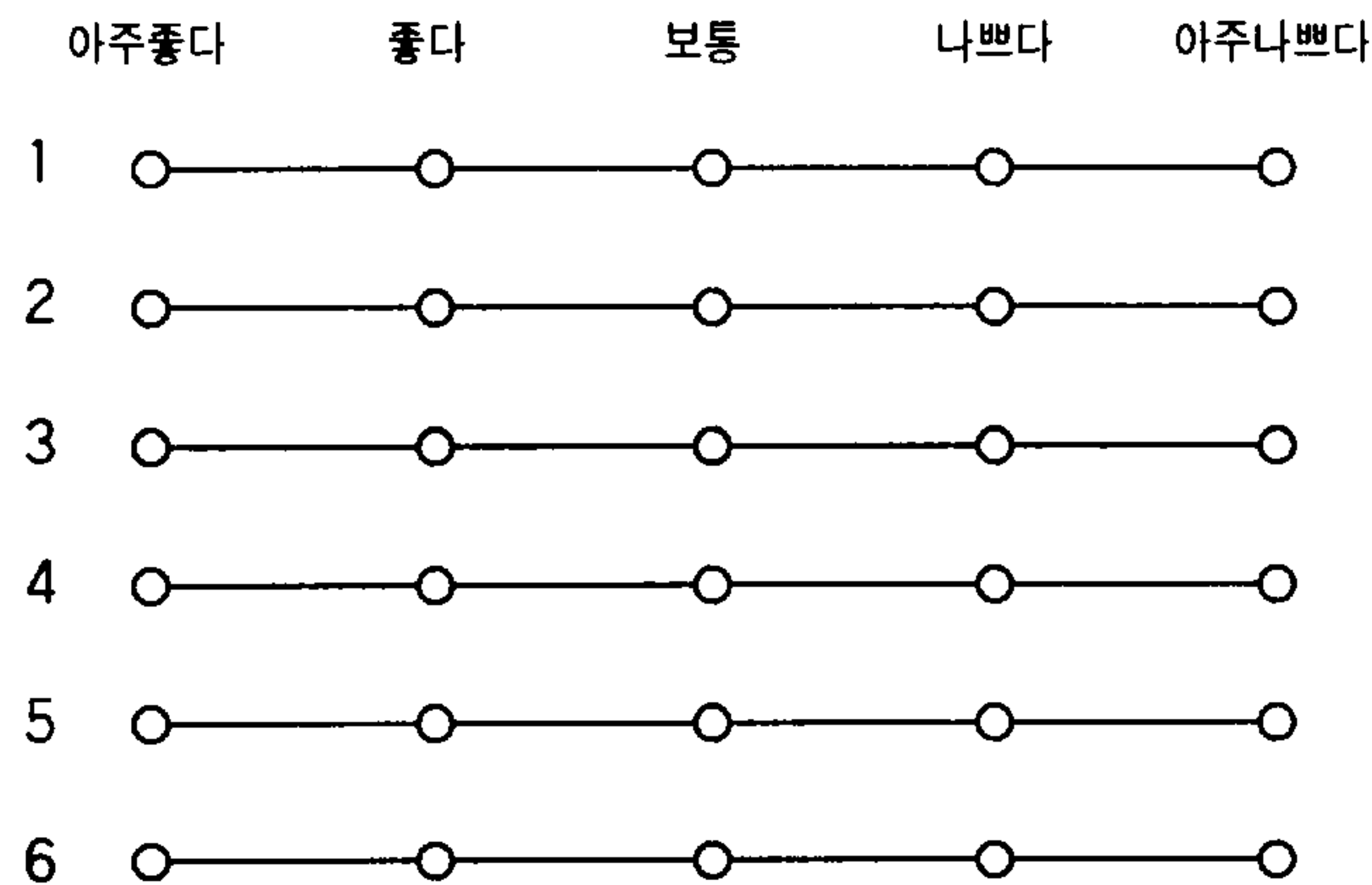


그림 28. 설문 문항

4) 설문 분석방법

설문 조사에 의한 분석은 요인분석을 통해 성별, 전공에 따라 각 링크아이콘에 대한 여섯 개의 문항 점수를 요약하여 한 문항에 대하여 여섯 개의 링크아이콘을 동시에 비교하여 그 순위를 산정하였다.

5)설문 결과

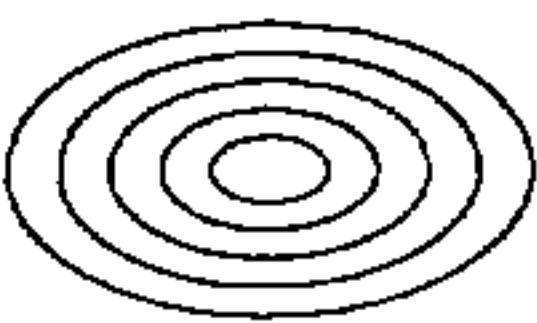
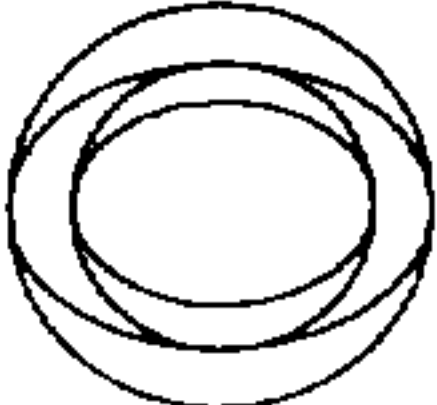
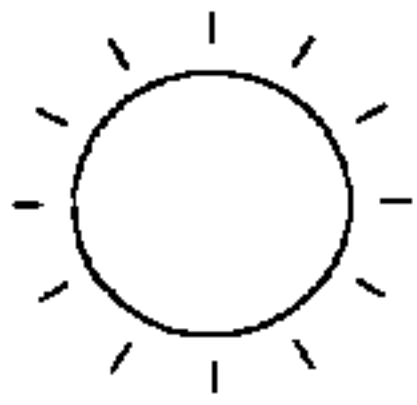
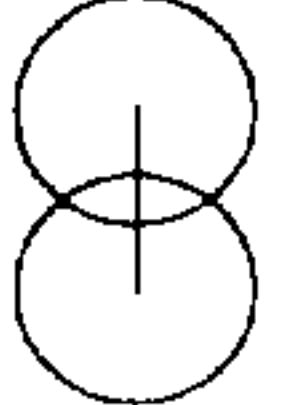
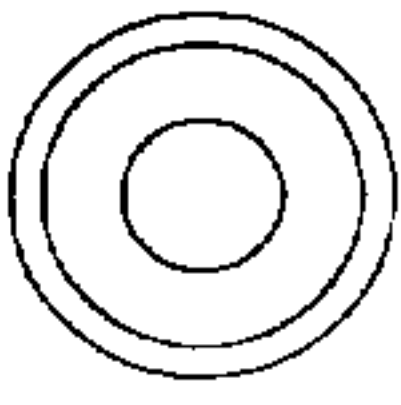
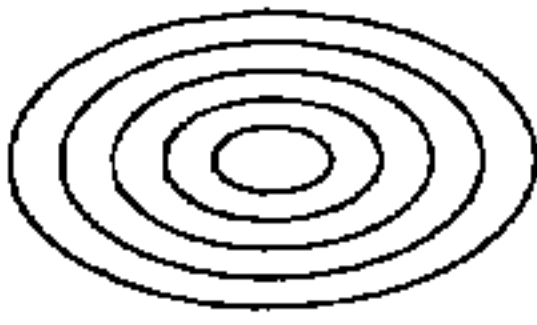
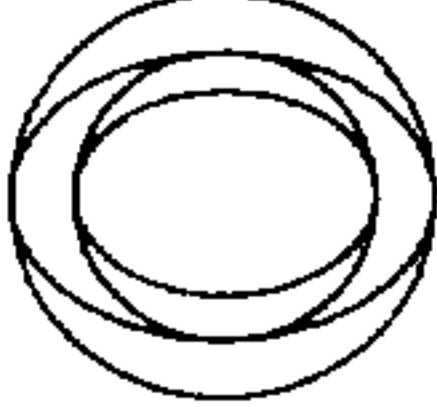
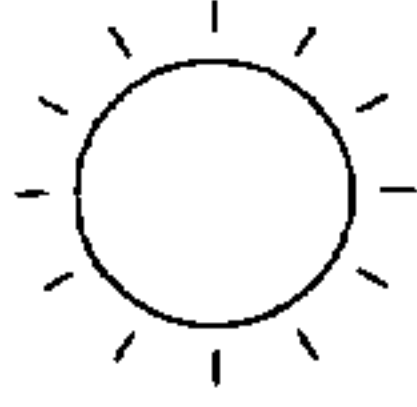
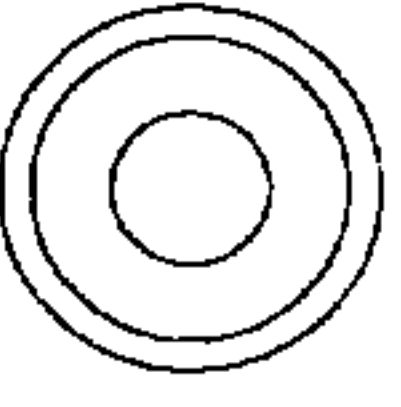
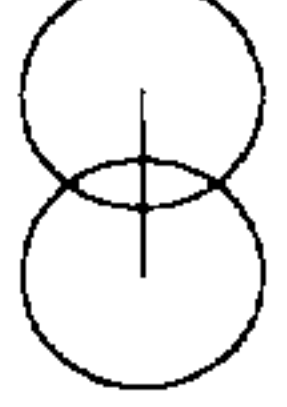
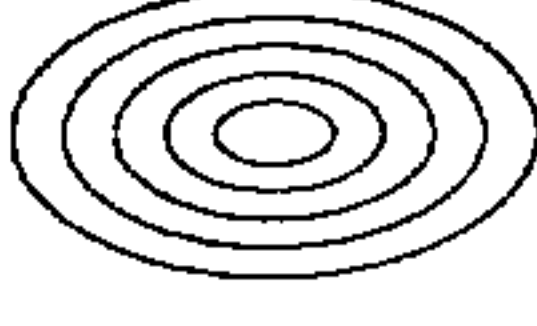
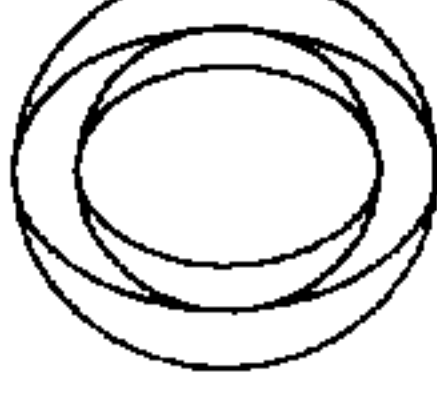
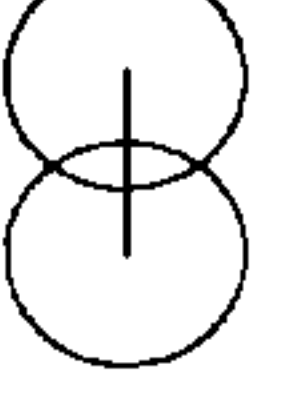
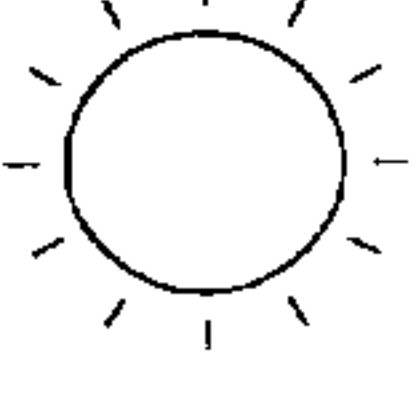
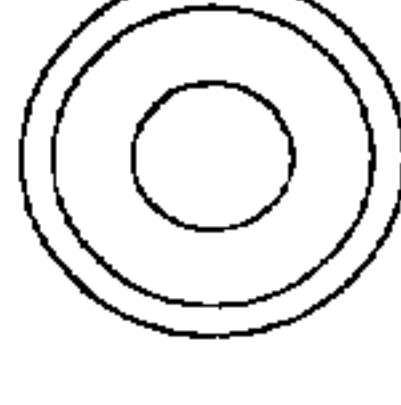
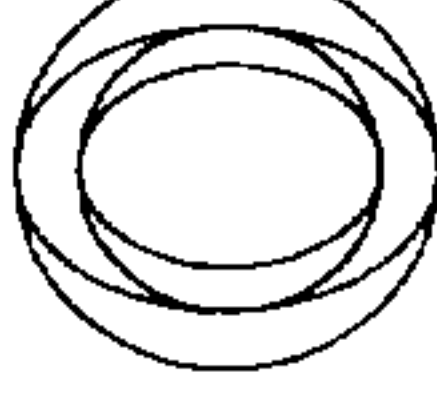
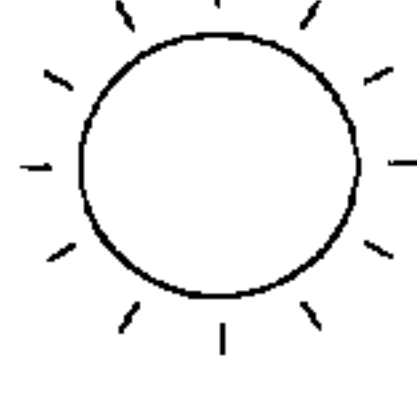
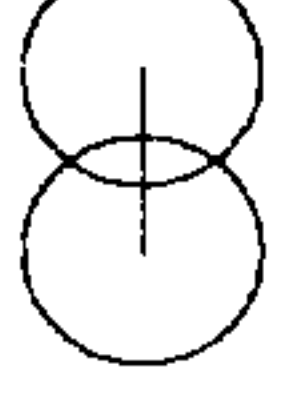
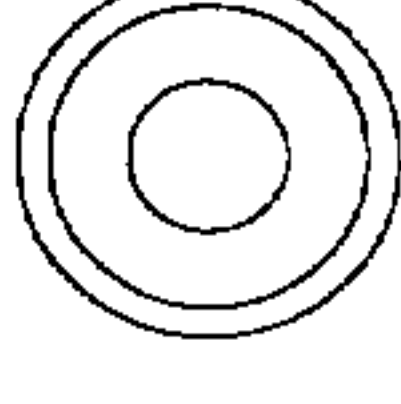
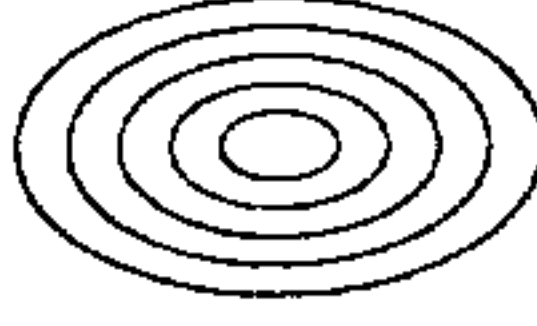
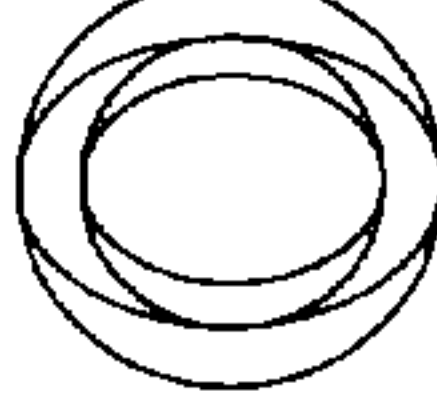
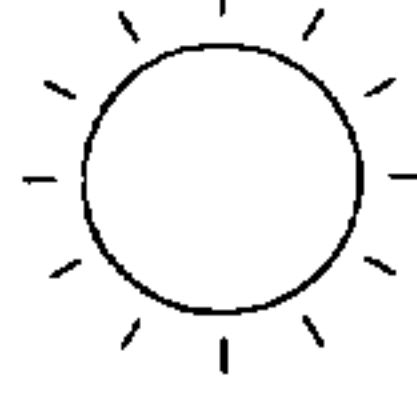
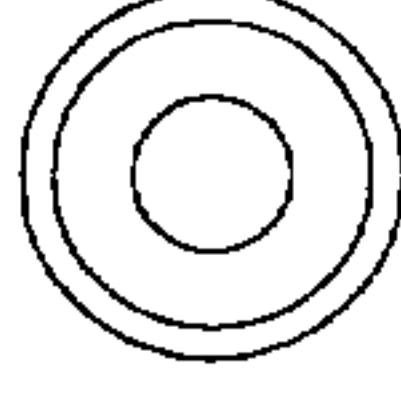
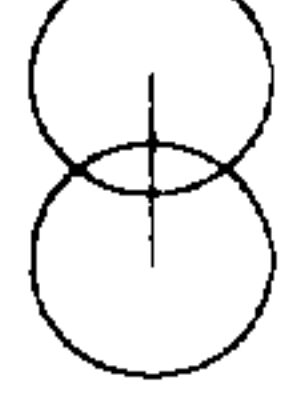
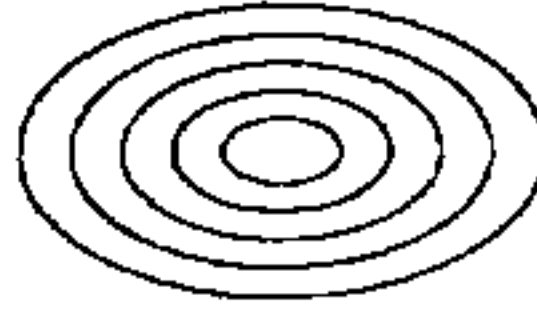
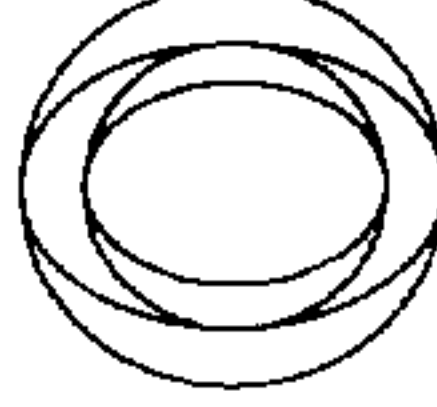
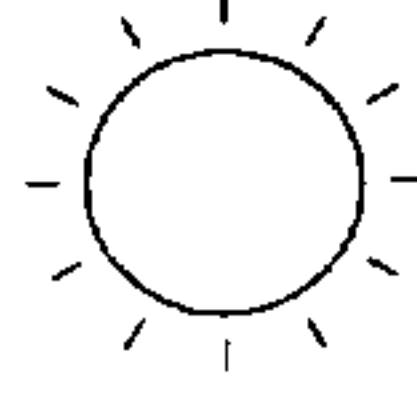
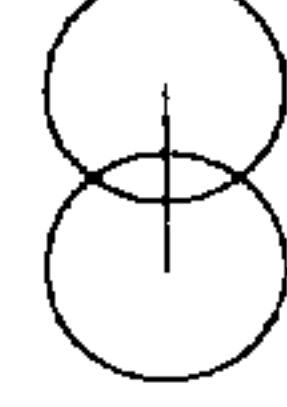
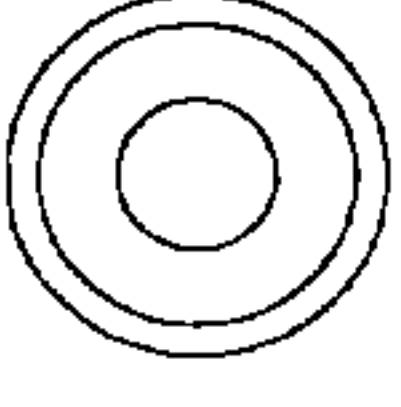
6가지의 샘플로 조사한 순위 비교 결과는 전반적으로 6가지 문항에 있어서 각기 다른 반응을 보여주고 있었다. 전반적으로 6번, 5번 링크아이콘이

좋은 평가를 받았으나 다른 링크아이콘의 분포도는 다소 확산되어 있었으며 '아주나쁘다'라고 답한 비율은 높지 않았다. 모든 문항에서 1, 2, 3, 4번 링크아이콘에 비해 5, 6번 링크아이콘을 좋다고 응답했으며 참신성과 심미성 또한 같은 선호도 결과를 보였다. 인지도와 실용성도 같은 결과였으며 1번 링크아이콘이 다른 문항보다 좋은 결과를 나타냈다.

그리고 4번 링크아이콘은 문항에 따라 그 위치 변화가 가장 심했다.

또한 3번 링크아이콘은 흥미도를 제외하고 모두 3번째로 좋다고 응답하였다.<표5>

표 5. 설문조사에 의한 아이콘의 선호도 분석

참신성						
인지도						
흥미도						
심미성						
실용성						
총 합						

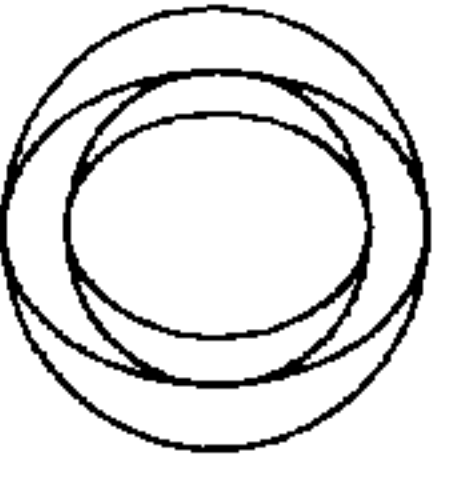
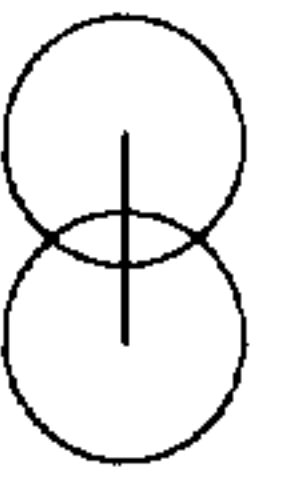
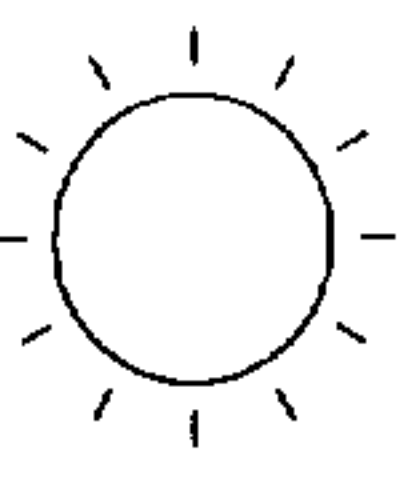
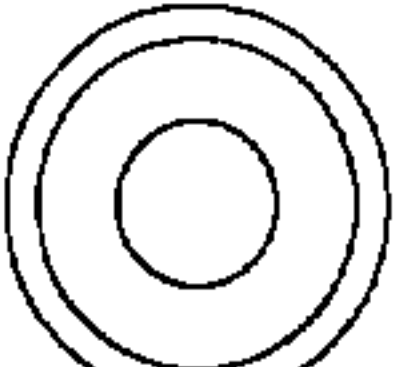
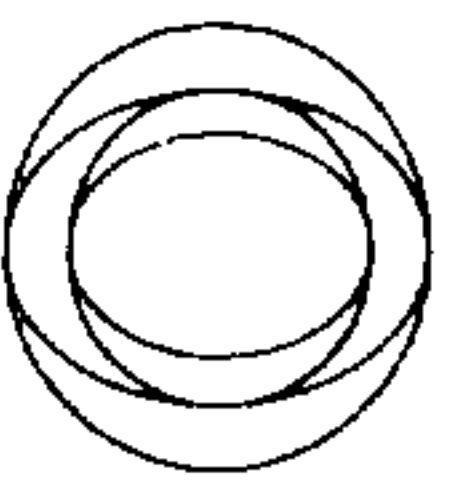
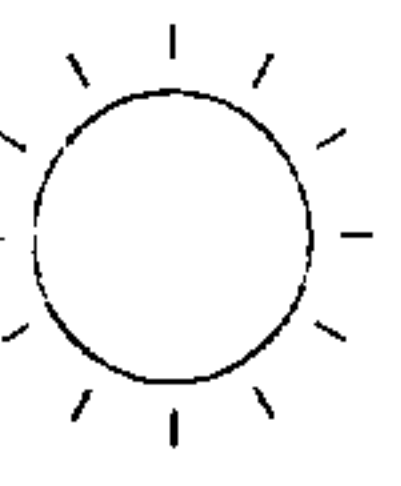
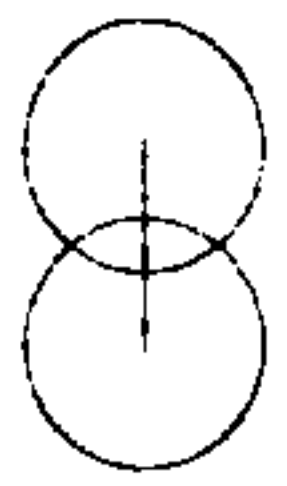
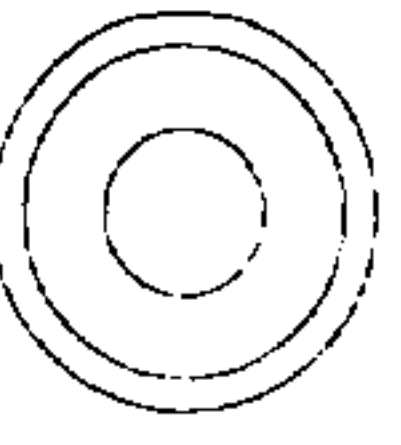
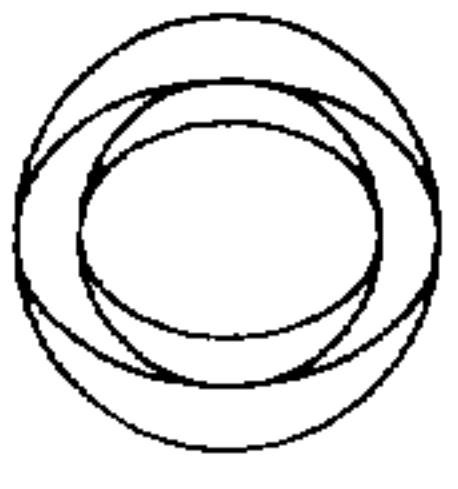
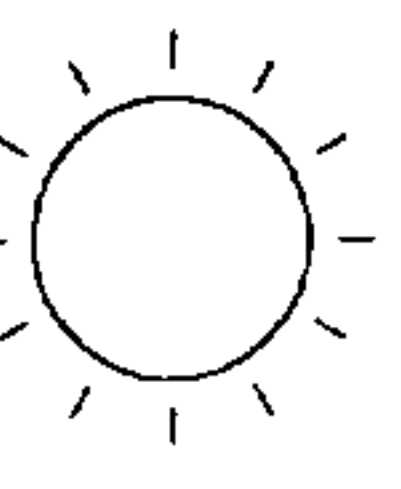
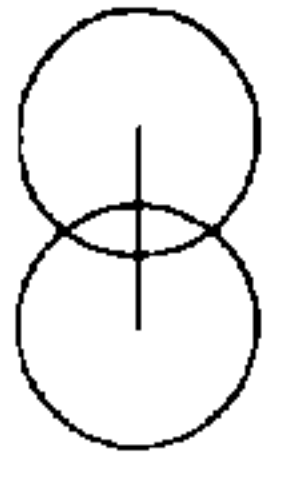
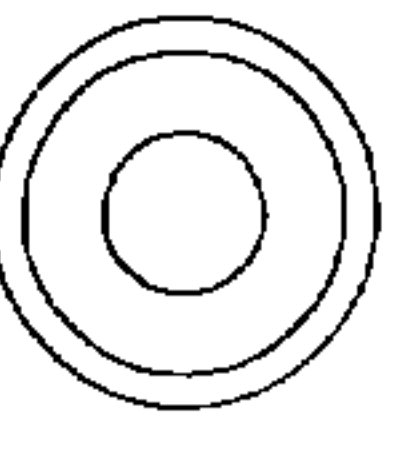
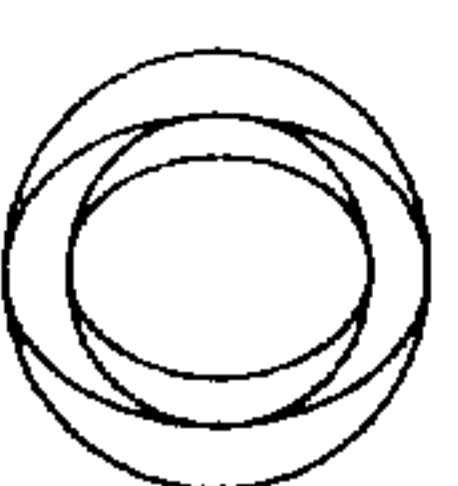
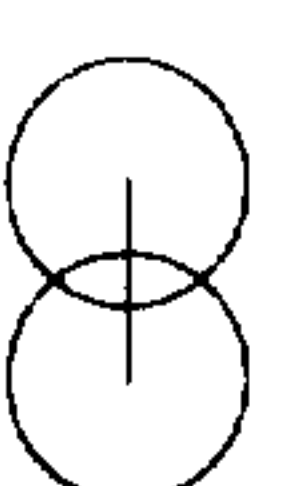
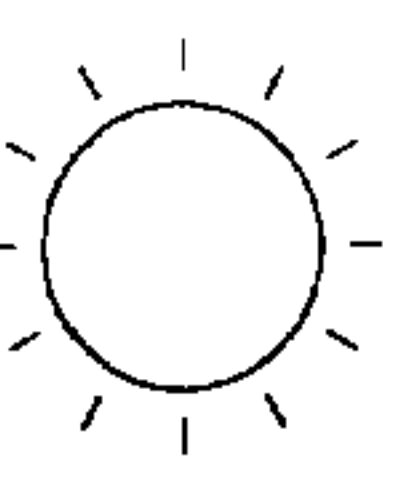
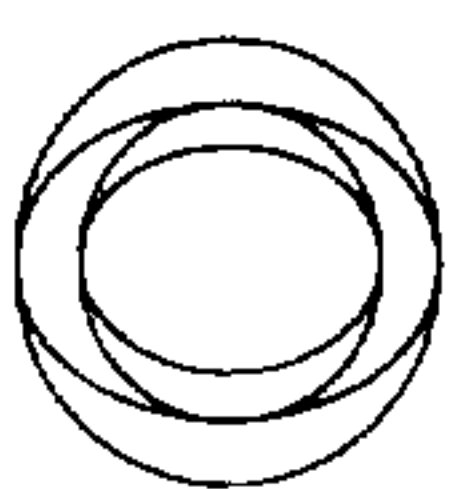
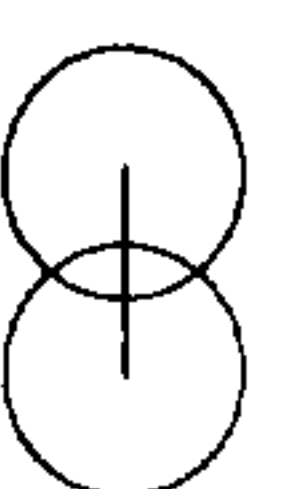
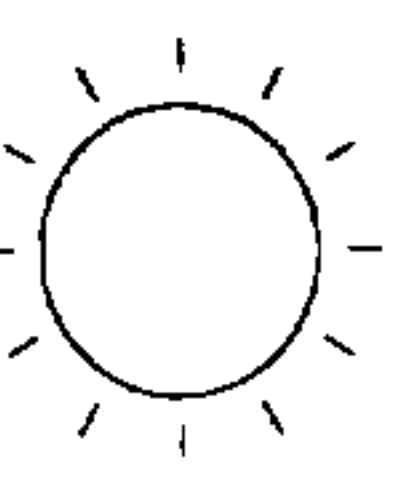
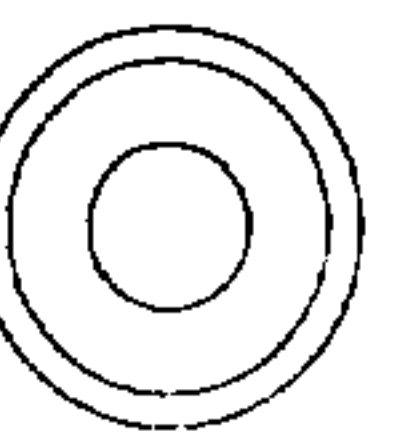
좋다는 비중이 높은 순으로 나열

각 문항별로 살펴보면 다음과 같다.

참신성 문항을 살펴보면 성별, 전공별 모두 6번과 5번 링크아이콘 순으로 좋다고 응답하였으며 3, 4번 링크아이콘과 1, 2번 링크아이콘은 위치가 변화가 있었다.

단순한 링크아이콘보다는 애니메이션 링크아이콘이 애니메이션 아이콘보다는 착시가 첨가된 애니메이션 링크아이콘을 참신하다고 답함을 알 수 있었다. <표6>

표 6. 참신성

성 별	남 자						
	여 자						
전 공 별	이 과						
	문 과						
	예체능						

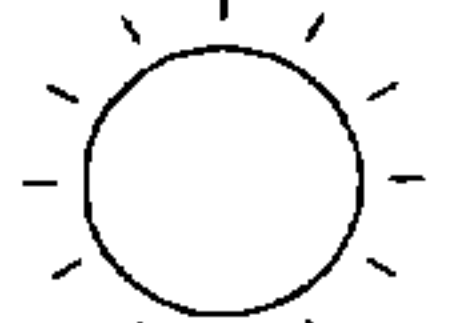
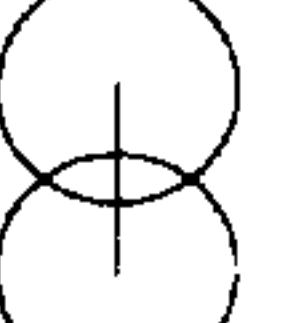
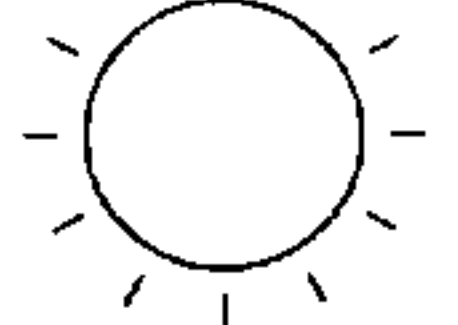
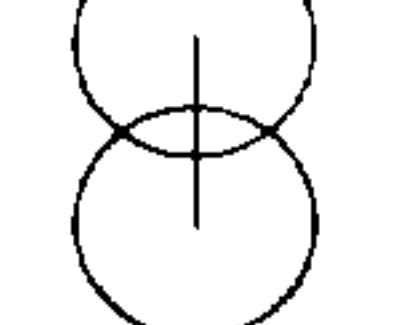
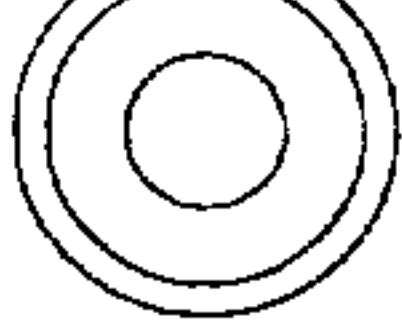
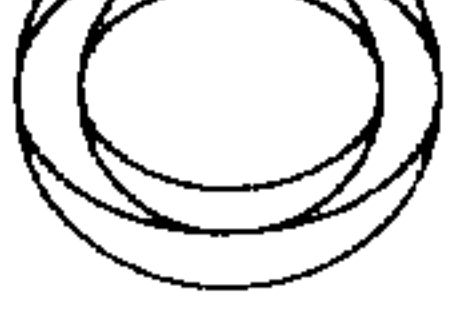
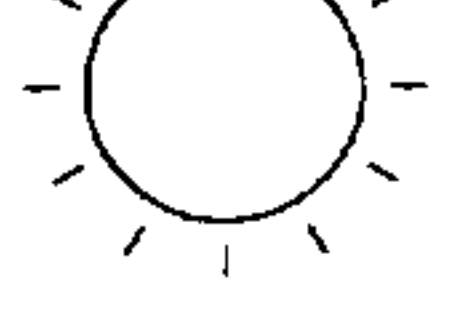
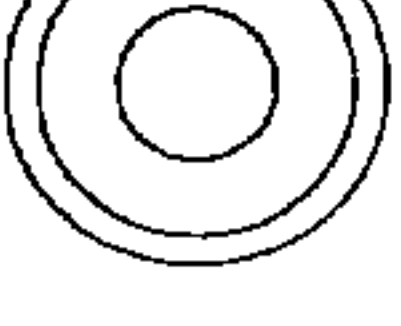
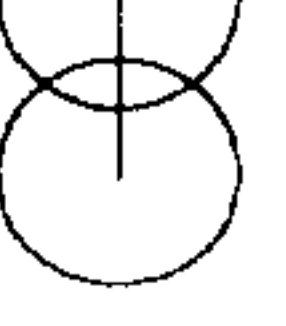
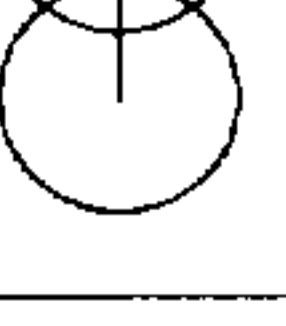
좋다는 비중이 높은 순으로 나열

인지도 문항을 살펴보면 성별 전공에 따라 상당한 차이를 나타내고 있다. 성별의 경우 1, 2, 3, 5, 6번의 변화가 없으나 남자는 4번의 위치가 가장 안 좋다고 응답한 반면 여자의 경우는 4번째라고 응답했다.

전공별로 보면 문과의 경우 성별, 전공별과 다르게 3번이 가장 좋다고 답했다.

인지도에서는 링크아이콘의 변화가 크면 긍정적인데 비해 움직임이 크면 인지하는데 부정적인 요인으로 작용했다. <표7>

표 7. 인지도

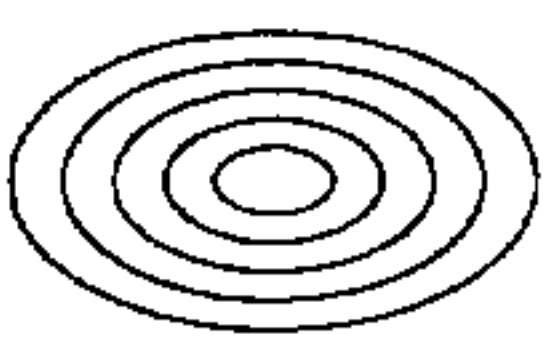
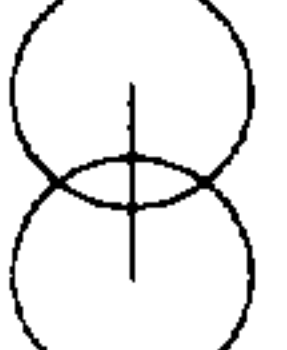
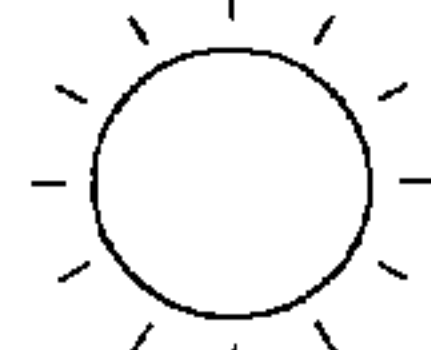
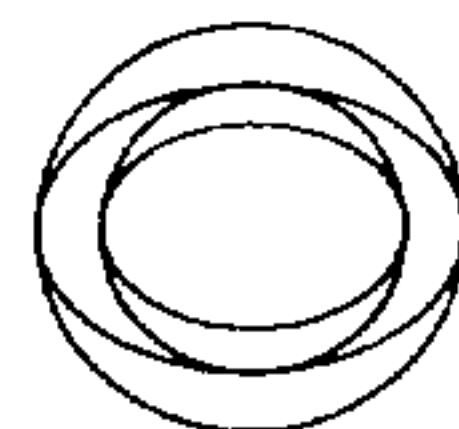
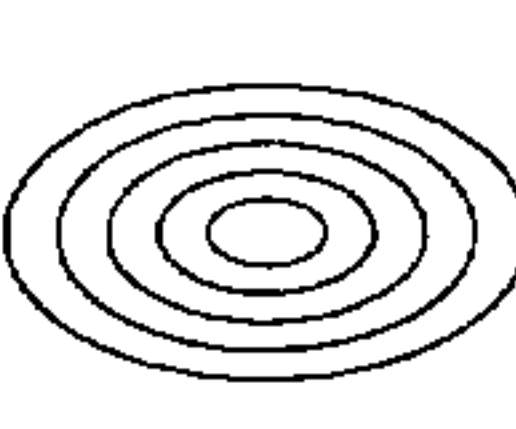
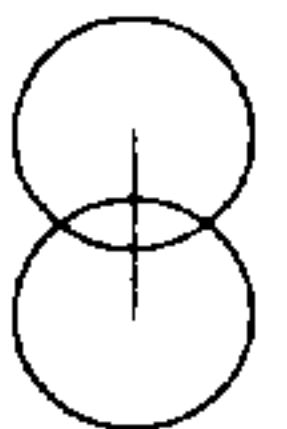
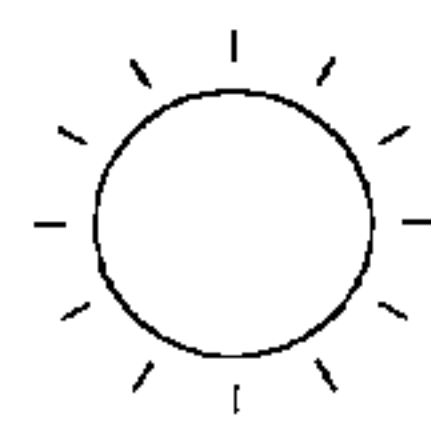
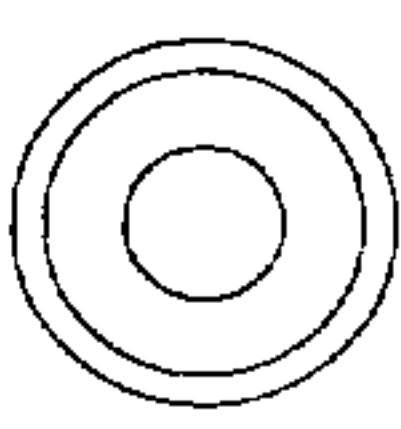
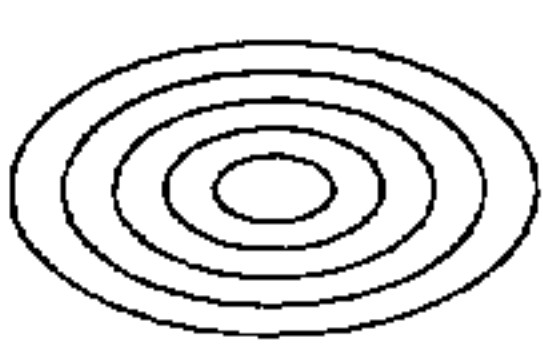
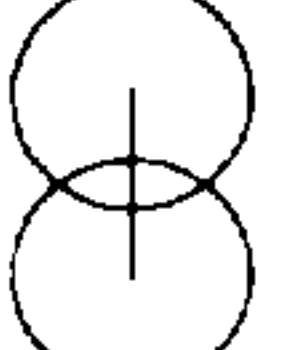
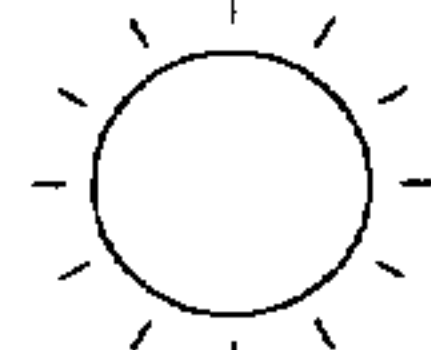
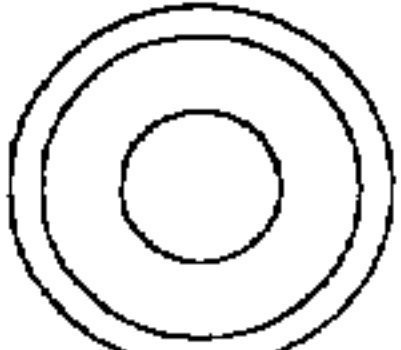
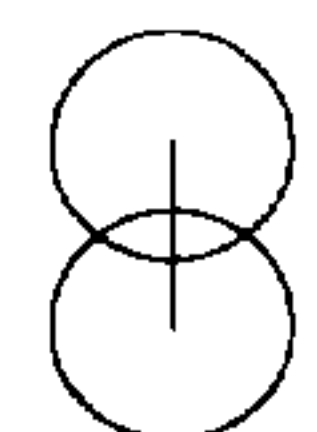
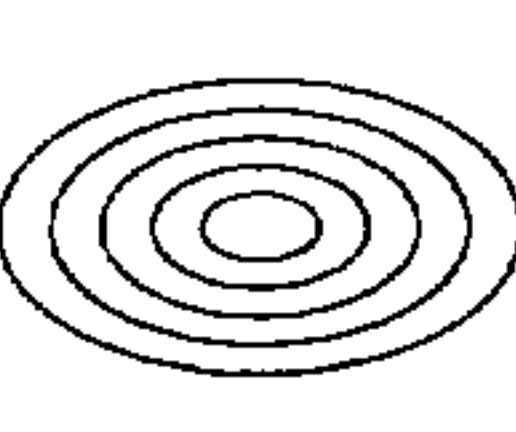
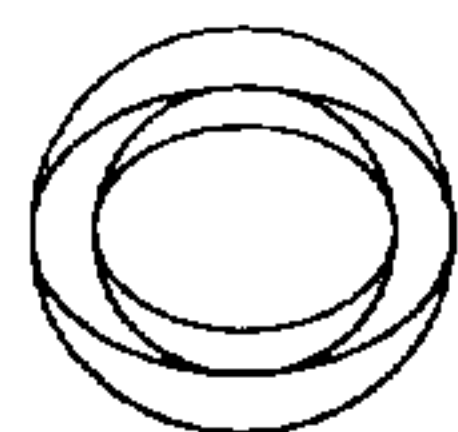
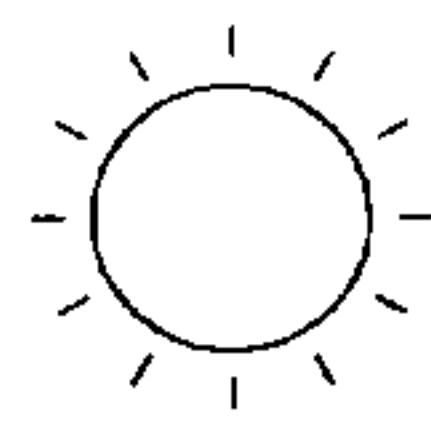
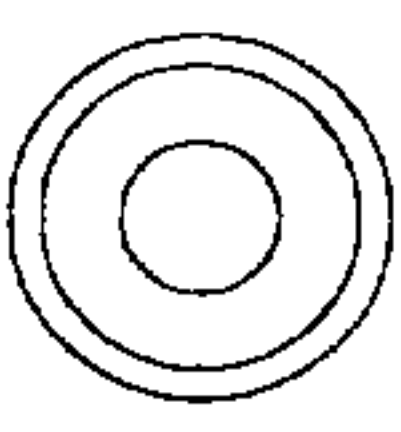
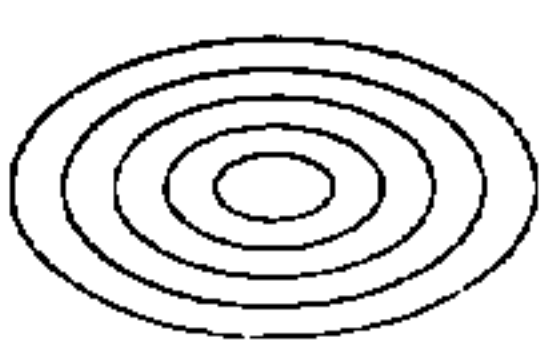
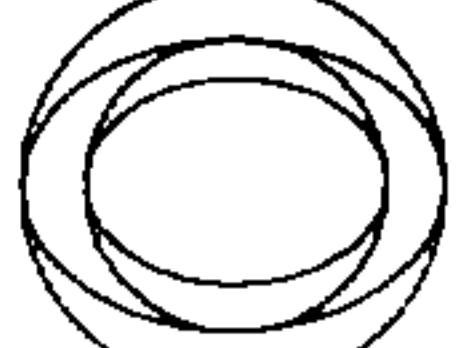
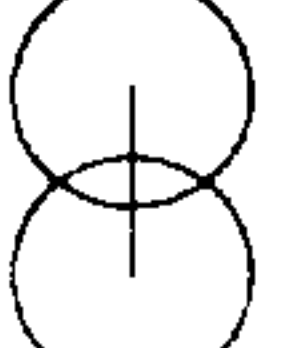
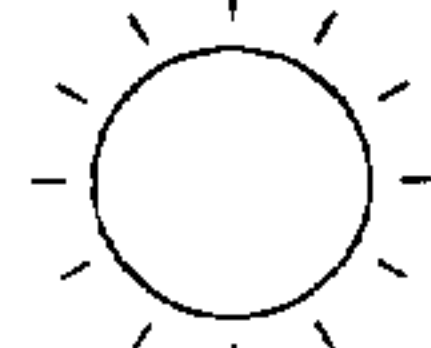
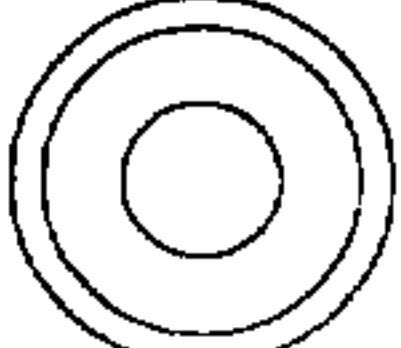
성 별	남 자						
	여 자						
전 공 별	이 과						
	문 과						
	예체능						

좋다는 비중이 높은 순으로 나열

흥미도 문항은 모두 착시를 첨가한 애니메이션 링크아이콘에 높은 흥미를 보이고 있으나 그 위치에는 큰 변화가 있었다. 반면 1, 2, 3번의 링크아이콘은 큰 변화없이 위치하고 있었다.

전공별에서 문과의 경우 인지도에서는 4번 링크아이콘이 가장 부정적으로 응답한 반면 흥미도에서는 가장 좋다고 응답했다. <표8>

표 8. 흥미도

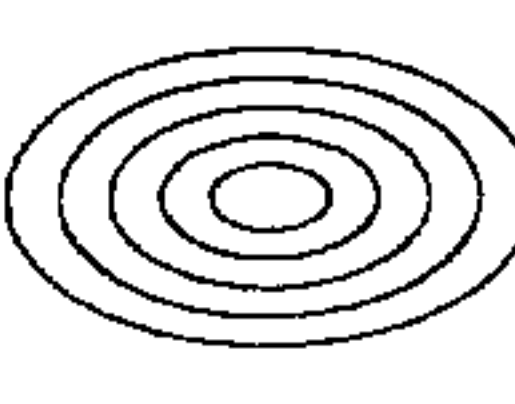
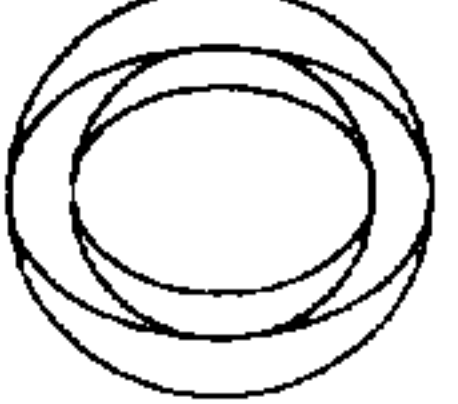
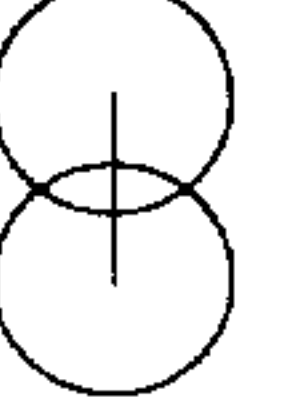
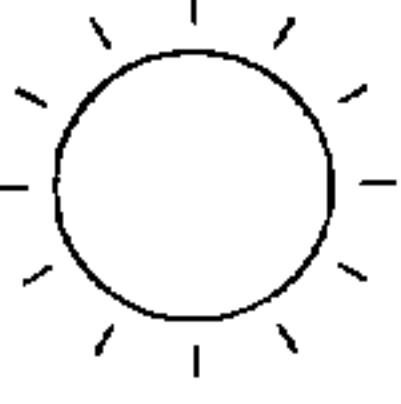
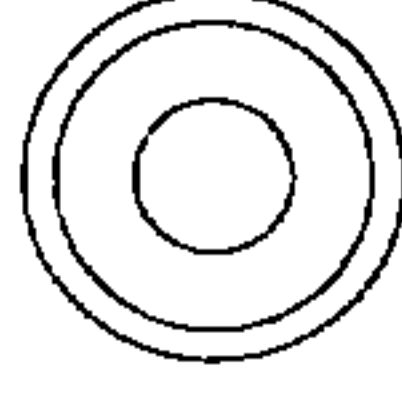
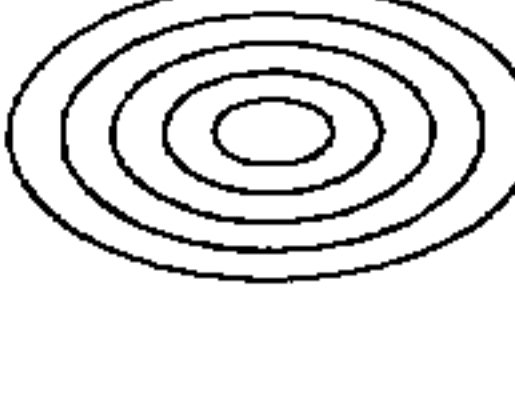
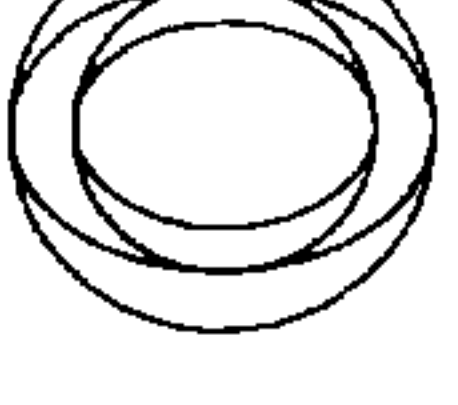
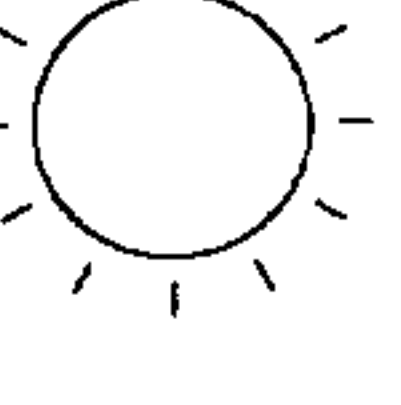
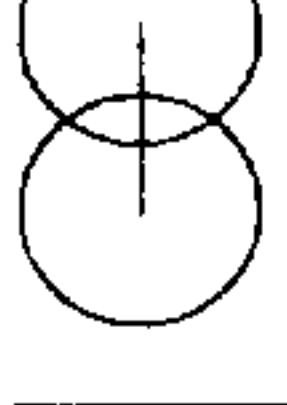
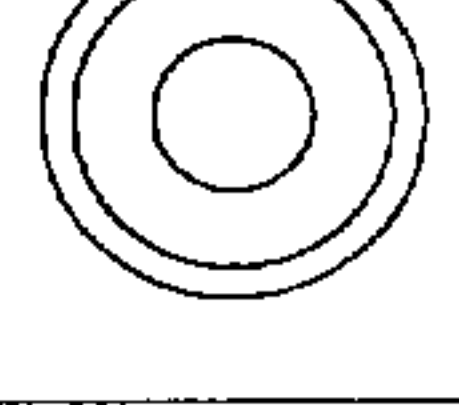
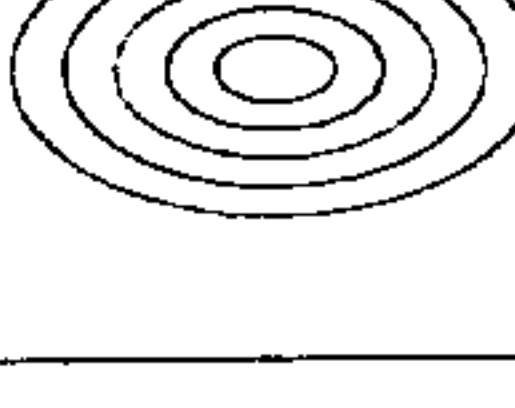
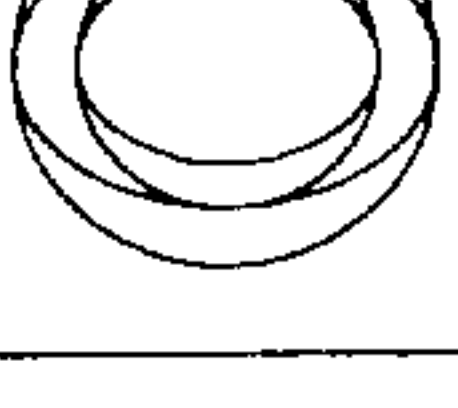
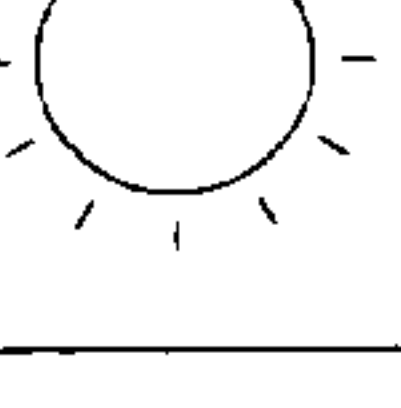
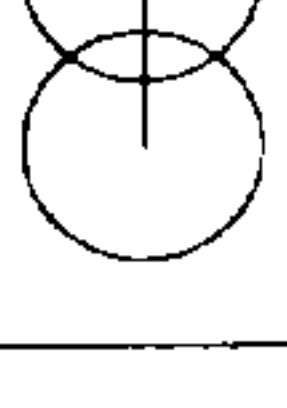
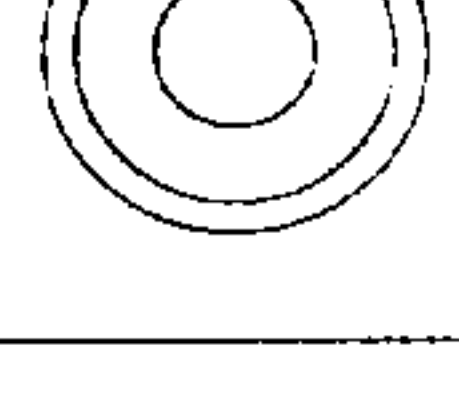
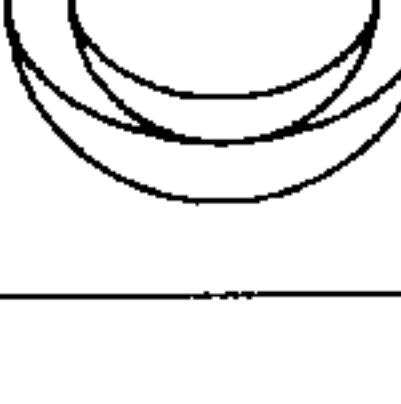
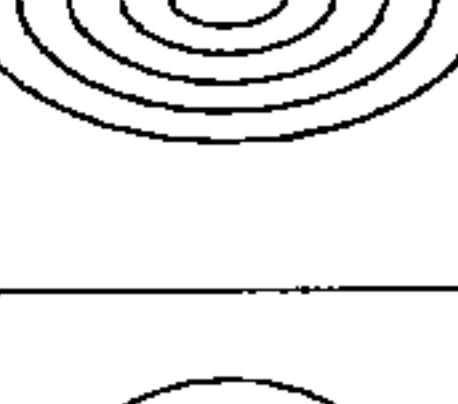
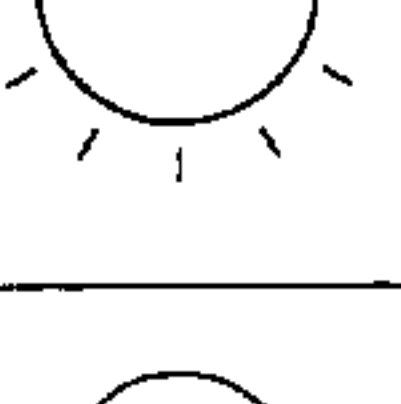
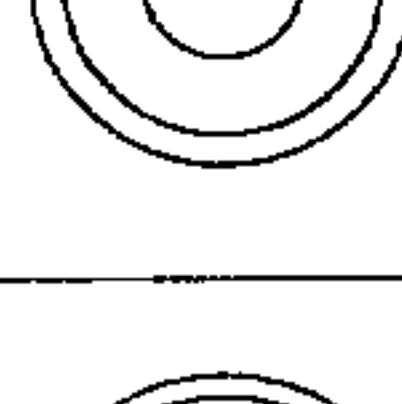
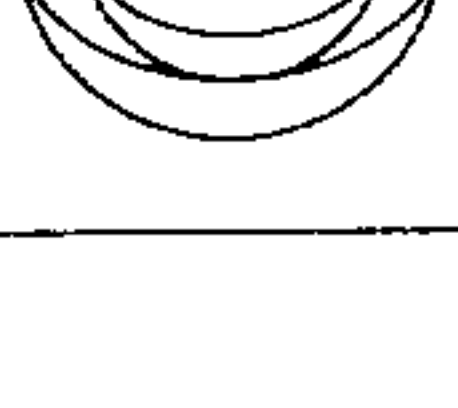
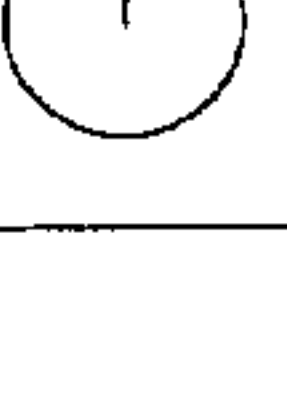
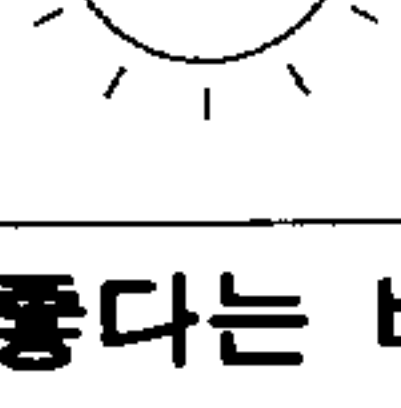
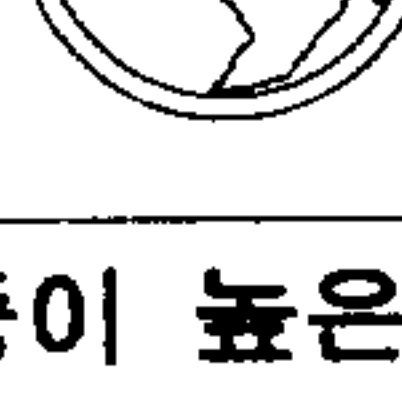
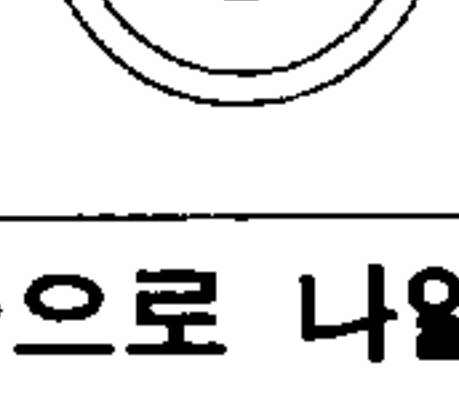
성 별	남 자						
	여 자						
전 공 별	이 과						
	문 과						
	예체능						

좋다는 비중이 높은 순으로 나열

심미성은 참신성과 같은 유형으로 설문결과를 알 수 있었다.

문항을 살펴보면 5번과 6번, 3번과 4번, 1번과 2번의 자리만 바뀌 나타나 단순한 링크아이콘 보다는 애니메이션 링크아이콘이 애니메이션 아이콘보 다는 착시가 첨가된 애니메이션 링크아이콘을 아름답다고 응답함을 알 수 있었다.

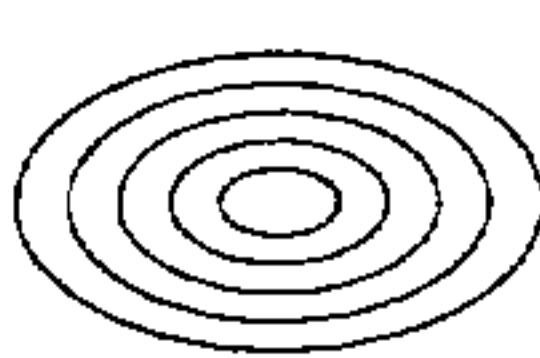
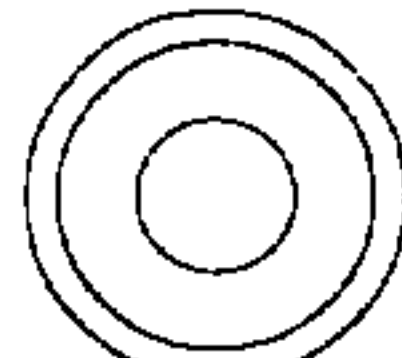
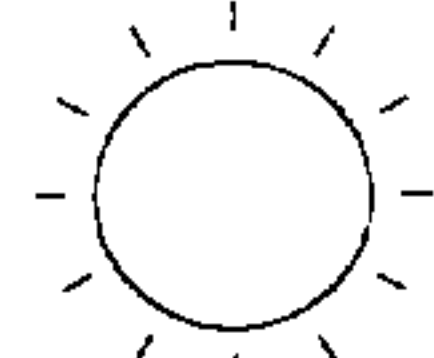
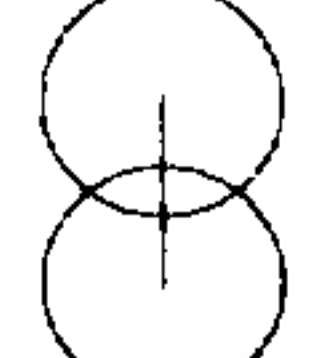
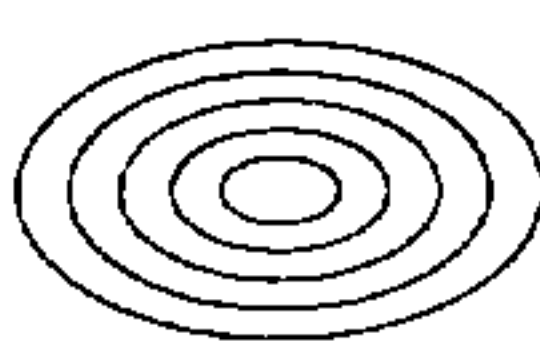
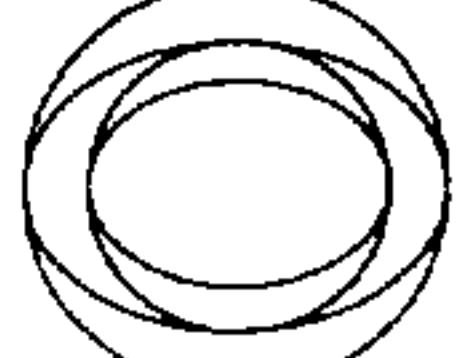
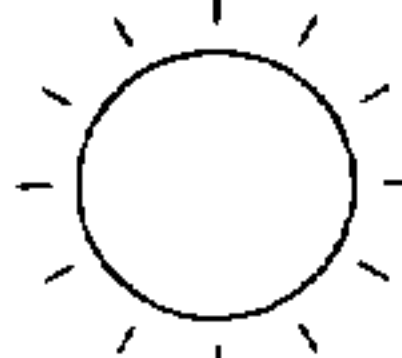
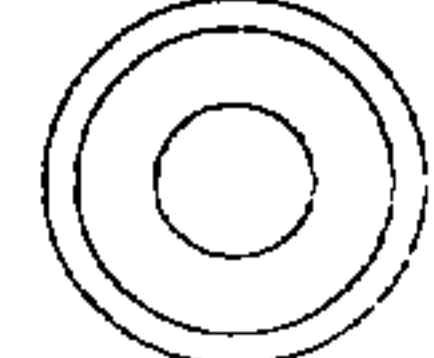
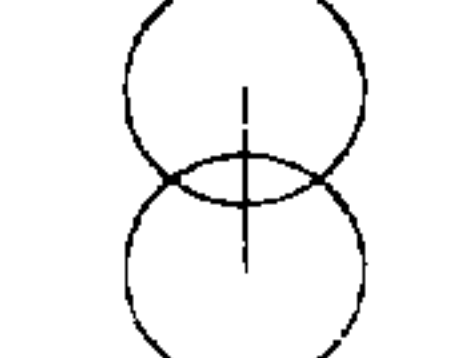
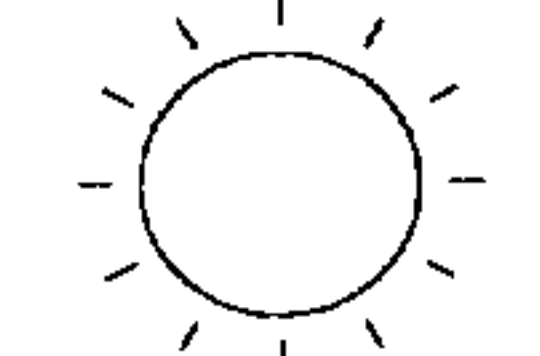
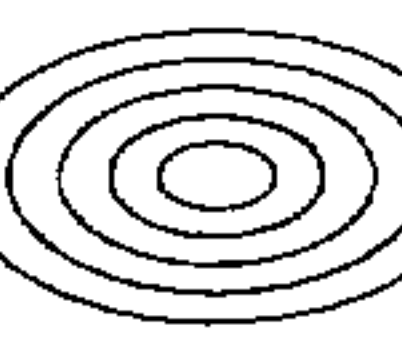
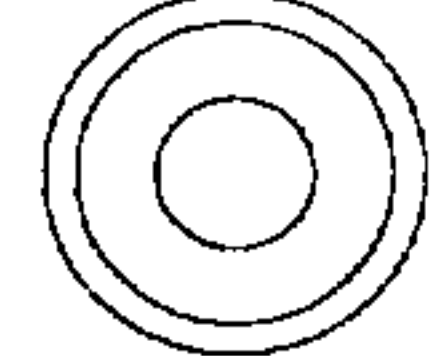
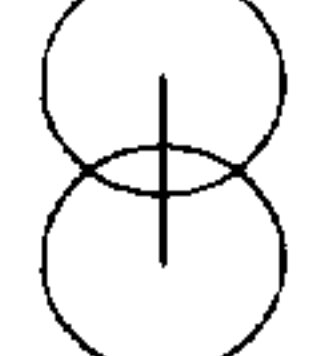
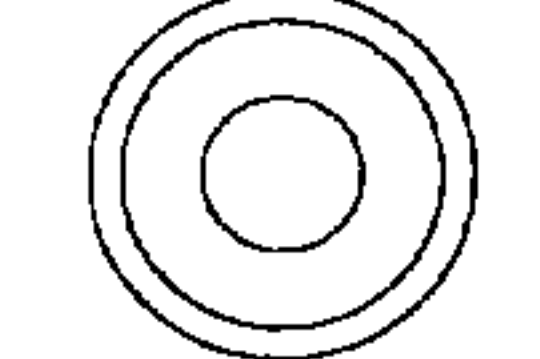
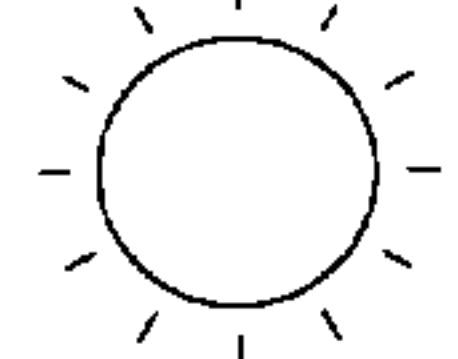
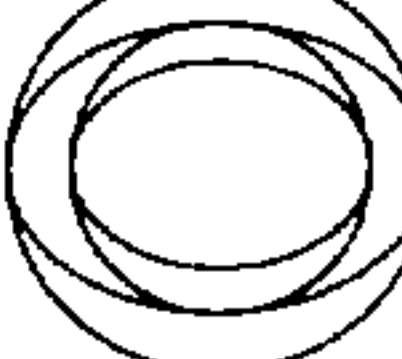
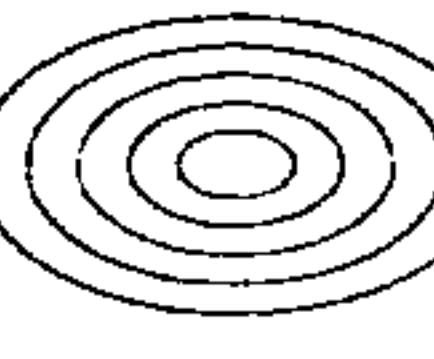
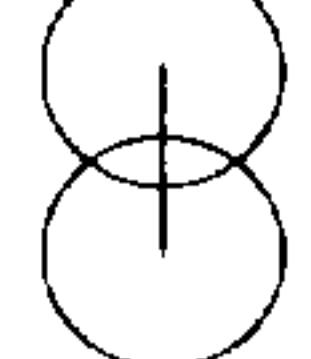
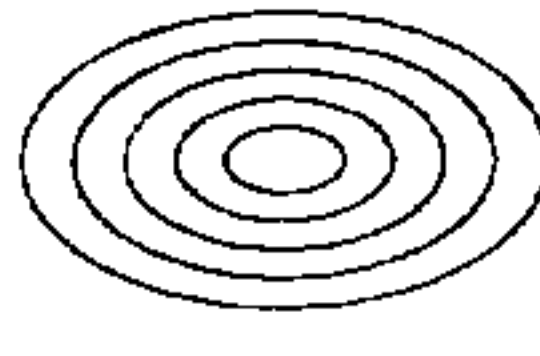
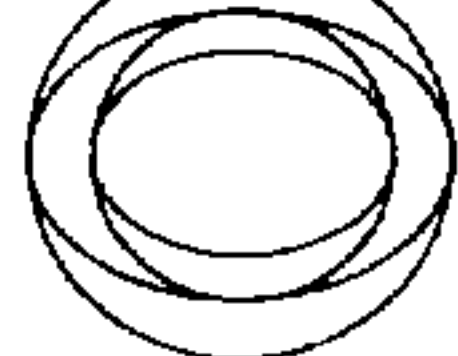
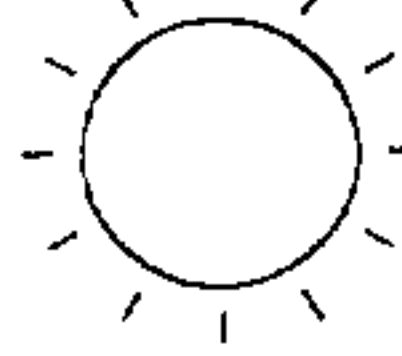
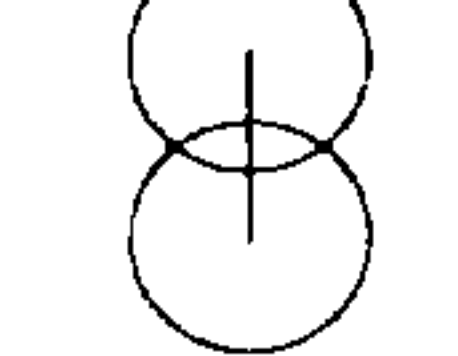
표 9. 심미성

성 별	남 자						
	여 자						
전 공 별	이 과						
	문 과						
	예체능						

좋다는 비중이 높은 순으로 나열

실용성 문항에서는 다른 문항과 다르게 설문자의 각각 그룹마다 상당한 차이를 보이고 있고 각각의 링크아이콘에 대해 응답 또한 차이점이 없는 것으로 나타났는데 그 이유는 모든 링크아이콘은 단지 다음 페이지로 이동시켜주는 하나의 기능으로 인식하기 때문에 비슷하게 나타남을 볼 수 있었다.<표10>

표 10. 실용성

성 별	남 자						
	여 자						
전 체 적 적 성 격 유 형	이 과						
	문 과						
	예체능						

좋다는 비중이 높은 순으로 나열

다시 설문에 대한 분석을 해보면 단순한 링크아이콘보다는 애니메이션 링크아이콘이 애니메이션 아이콘보다는 착시가 첨가된 애니메이션 링크아이콘을 좋아했다. 그리고 착시를 이용한 링크아이콘에서는 아이콘 자체가 움직임보다는 한 부분이 움직여 계속 다른 형태를 연출하는 링크아이콘을 선호한다는 결과도 얻을 수 있었다.

VI 결론

현재 컴퓨터매체의 발달과 국민 PC 그리고 인터넷 전용 컴퓨터의 보급으로 가정의 PC 보급률이 선진국 수준에 이르고 있으며 이용자의 계층 또한 기업뿐만이 아닌 학생, 주부 등 그 폭이 넓어져 가고있다. 그래서 컴퓨터에 대해 잘 모르는 사용자도 아이콘을 마우스로 클릭만하면 인터넷 환경에서 원하는 사이트의 홈페이지를 탐색할 수 있게 되었다. 또한 아이콘은 홈페이지의 중요한 구성요소의 하나로서 다음페이지로 연결 시켜주는 단순기능 이외에도 기업이미지의 홍보효과까지 감안해야 하기 때문에 방문자의 관심과 흥미를 유발시킬 수 있는 디자인이 중요하다.

그래서 홈페이지 중 애니메이션을 원활하게 제작, 지원할 수 있는 플래쉬(Flash)로 만든 홈페이지의 애니메이션 링크아이콘을 찾아 분석한 결과,

텍스트를 이용한 경우 글씨의 크기변화와 색상변화 그리고 투명도를 주는 정도로 만들어져 있었으며, 그래픽을 사용한 경우 두 세 가지 동작의 반복운동으로 구성되어 있었고, 도형을 이용한 경우 마우스포인터를 링크아이콘 위에 위치하게 하면 회전이나 색상이 변화하도록 제작되고 있음을 알게 되었다.

그러나 이러한 움직임이 첨가된 링크아이콘 기능은 애니메이션 링크아이콘이 어느 정도 충족시키고 있지만 효과의 극대화를 위해서 시지각적 착시를 이용한 유희기능을 첨가시킨다면 방문자에 대한 행동유인력을 더욱 극대화시킬 수 있을 것이라 생각되었다. 그래서 착시를 이용한 애니메이션 링크아이콘을 만들어 설문조사를 통해 검증해 보았다. 그 결과

첫째, 단순한 링크아이콘보다는 애니메이션 링크아이콘의 선호도가 높았으며 애니메이션 링크아이콘 중에서도 운동착시를 느낄 수 있는 표현형태가

더욱 높게 나타났다. 이는 평면형태의 단순형태가 운동과 회전을 시킴으로써 입체로 보여지는 형태, 즉 착시효과를 이용한 유희적 표현에서 높은 선호도를 볼 수 있었다.

둘째, 4번 링크아이콘처럼 자체가 움직여 착시를 일으키는 링크아이콘 보다는 5, 6번과 같이 한 부분이 움직여 계속 다른 형태를 연출하는 착시를 이용한 링크아이콘의 선호도가 높다는 결과를 얻을 수 있었다.

셋째, 실용성에서는 각각의 링크아이콘은 차이점이 없는 것으로 나타났는데 그 이유는 모든 링크아이콘은 단지 다음페이지로 이동시켜주는 하나의 기능으로 인식하기 때문에 비슷하게 나타남을 볼 수 있었다.

본 연구를 종합해 볼 때 링크아이콘 디자인은 단순한 정지정보보다는 움직임이 있어야 하고 움직임에 있어서도 착시효과를 이용한 재미있는 움직임을 선호한다는 결과를 얻었다. 따라서 애니메이션 링크아이콘에 착시적 유희요소를 부가시킨다면 링크아이콘의 새로운 표현방법으로서 각광받을 수 있을 것이다. 특히 기업의 차별화를 추구한다는 측면에서 볼 때 기업의 홍보 효과를 높일 수 있으며 방문자의 행동유인력 또한 극대화시킬 수 있다.

이상과 같이 홈페이지 링크아이콘 디자인에 관하여 착시적 유희성의 활용 방안에 관하여 연구를 하였다. 그러나 정보통신기술의 발달과 함께 홈페이지 디자인의 수준 역시 하루가 다르게 발전하고 디자인의 다변화가 가속화되고 있어 본 연구를 진행하는 동안에도 많은 변화가 있었다. 이러한 문제로 인하여 자료수집, 새로운 링크아이콘에 대한 분석에 많은 애로가 있었다. 이후에도 홈페이지의 형식과 디자인에 따라 링크아이콘 디자인도 다양한 변화를 계속 할 것이다. 따라서 애니메이션 링크 아이콘디자인 역시 급변하는 주변환경에 능동적이고 지속적인 연구되어야 할 것이다.

참고문헌

<단행본>

조열, 착시디자인, 브랜미술, 1996

조열·김지현, 기초시각커뮤니케이션, 창지사, 1997

김광현·송영춘·조정호·임건우·이태훈, 인터넷 이해와 활용, 21세기사, 1999

임창수, 인터넷 따라잡기, 한글과컴퓨터, 서울, 1996

강기천, 국내의 웹 디자인 문제는 없는가, 인터넷 월드 1997년 5월호

조기옥, 우수 디자인의 비밀, 인터넷 월드 1997년 6월호

박선의·최호천, 시각커뮤니케이션 디자인, 미진사, 1992

강병표, 만화 애니메이션 연구-만화캐릭터를 이용한 어린이 교육용 소프트웨어 GUI개발에 관한 연구, 커뮤니케이션북스, 1998

황선길, 애니메이션의 이해, 디자인하우스, 1996

이현주, 디지털 디자인, 학문사, 1999

손승현, 인터넷 광고 활성화를 위한 주요 이슈, 엘지애드사보, 1997, 1월호

신진식, 컴퓨터 애니메이션, 한국문헌, 1989.4

유한태, 평면디자인 원론, 미진사, 1982

서울경제신문 1999. 5. 19

한국일보 1999. 6. 9

<번역서>

아사꾸라·나오미, 김학성·조열역, 순수미술·디자인분야를 위한 평면구성, 조형사, 1987

허버트 제틀, 영상미학, 법문사, 1996

Linda Ericksen · Emily Kim 저, 정은성 역, 한방에 끝내는 인터넷,
에프·원, 서울, 1998

오미겐타로, 조형심리, 동국출판, 1991

루돌프 아른하임, 미술과 시지각, 미진사, 1995

자키아, 조형과 사진 심리학, 해돋이출판, 1986

호이징하, 호모루덴스, 까치출판, 1981

<외국도서>

Dray Dinucci, Maria Giudice · Lynne Stiles, Elements of wov Design

L.moholy-Nagy, vision in motion, Paul Thebald. chicago, 1987

<논문>

이창수, Internet 웹사이트 Hone page Design에 관한 연구, 홍익대학교
석사학위논문, 1998

임은정, 월드와이드웹(WWW)홈페이지 디자인에 관한 연구, 대구효성
카톨릭대학교 석사학위논문, 1998

오현경, 인터넷 홈페이지의 광고효과 측면에서의 시각적 유도요인에
관한 연구, 청주대학교 석사학위논문, 1998

이해구, 아이콘 개발에 있어 효율적인 휴먼인터페이스 디자인에 관한
연구, 한양대학교 석사학위논문, 1998

유봉선, 운동착시에 의한 공간형태 지각에 대한 연구, 시각원리 연구
제1호 한성대학교 산업디자인학과 시각전공, 1997.12

김건동, Interactive Media에 있어서 링크아이콘 디자인의 행동유인력에
관한 연구, 홍익대학교 석사논문, 1997

이윤주, 영상장치로서의 애니메트로닉스에 관한 연구, 한성대학교
석사학위 논문, 1998

박영원, 유머의 시각적 적용에 관한 연구, 학회논문 1995

조재경, 놀이와 디자인, 학회논문 1996

Abstracts

A Study of Application as the Function of Interesting in the Design of Animation Link Icon -Focused on Home Page Link Icon-

Park, Han-Chol

Major in Visual Design

Dept. of Industrial Design

The Graduate School of Art

HanSung University

This project Shows that figured animation link icon can be interesting to people owing to the figure of visual angle while play puntion of animation link icon is changing in home page area.

Using text states ching the color and the size of letters and transparency. Using graphic comprises of the repeated action of 2-3 cuts. Moreover, using humor shows that if mouse printer icon is located, changing circle and color can be produced.

Lick icon added activity also gives satisfaction of diversity and application of design. Link icon which has this action(motion) is possible

to amplify various design effectively. In additionally, people are able to get interest , imagination and satisfaction. Therefore, they can get mistaken figure of visual angle, so that they enjoy efficiently. Therefore, here is result about animation link icon.

First of all, simple animation link icon might be preferred and have more often mistaken humor of visual eyes.

Secondarily, because animation link icon move continuously link icon might be very effective.

Third, practically each link icon doesn't have difference because every link icon have ability to move just only one time.

As the result, animation link icon which has various expression, can make mistaken figure of visual eyes. Therefore, if this uses in commercial, people might be very impressive.

부록

설문지

본 설문지는 홈페이지 동영상 링크아이콘의 착시 유희성에 관한 연구로 대학원 논문자료로 활용하고자 조사하는 것입니다. 성의 있는 응답을 주시면 감사하겠습니다.

● 설문을 위한 기본 질문

1. 성별 : 남자() 여자()
2. 전공 : 이과() 문과() 예체능() 기타()

● 본 질문

모니터상의 6개의 아이콘을 클릭해보시고 각각의 문항에 귀하의 느낌을 표시하여 주십시오.

1. 참신성

	아주좋다	좋다	보통	나쁘다	아주나쁘다
1	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐
2	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐
3	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐
4	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐
5	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐
6	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐	☐ — ☐

2.인지도

	아주좋다	좋다	보통	나쁘다	아주나쁘다
1	☐	☐	☐	☐	☐
2	☐	☐	☐	☐	☐
3	☐	☐	☐	☐	☐
4	☐	☐	☐	☐	☐
5	☐	☐	☐	☐	☐
6	☐	☐	☐	☐	☐

3.흥미도

	아주좋다	좋다	보통	나쁘다	아주나쁘다
1	☐	☐	☐	☐	☐
2	☐	☐	☐	☐	☐
3	☐	☐	☐	☐	☐
4	☐	☐	☐	☐	☐
5	☐	☐	☐	☐	☐
6	☐	☐	☐	☐	☐

4.심미성

	아주좋다	좋다	보통	나쁘다	아주나쁘다
1	☐	☐	☐	☐	☐
2	☐	☐	☐	☐	☐
3	☐	☐	☐	☐	☐
4	☐	☐	☐	☐	☐
5	☐	☐	☐	☐	☐
6	☐	☐	☐	☐	☐

5.실용성

	아주좋다	좋다	보통	나쁘다	아주나쁘다
1	☐	☐	☐	☐	☐
2	☐	☐	☐	☐	☐
3	☐	☐	☐	☐	☐
4	☐	☐	☐	☐	☐
5	☐	☐	☐	☐	☐
6	☐	☐	☐	☐	☐

6.종합평가

	아주좋다	좋다	보통	나쁘다	아주나쁘다
1	☐	☐	☐	☐	☐
2	☐	☐	☐	☐	☐
3	☐	☐	☐	☐	☐
4	☐	☐	☐	☐	☐
5	☐	☐	☐	☐	☐
6	☐	☐	☐	☐	☐

※※※※ 바쁘신 시간 할애해 주셔서 진심으로 감사 드립니다. ※※※※