한국안광학회 - 이달의 학술논문 소개

＊본 논문은 한국안광학회지 **제27권 2호(2022년 6월 30일 발행)** 게재 논문으로 저자는 학회의 동의하에 요약 발췌본을 제출하였습니다.
＊논문의 판권은 한국안광학회에 있습니다.

안경원 웹 사이트 메인 화면의 정보구조 분석에 관한 연구

홍성일(경운대학교)

◈ **목적** : 안경원 웹 사이트의 개설 및 개선을 위한 정보구조 분석 자료를 얻고자 하였다.

◈ **방법** : 국내 프랜차이즈 안경원 웹 사이트의 메인 화면 정보구조를 분석하였다.

◈ **결과** : 메인 메뉴의 계층의 폭은 대부분 5~6개에 콘텐츠 영역은 '가맹안내'가 제일 많았다. 서브 메뉴 제공은 일부 웹 사이트에서만 제공하고 있었고, 계층의 폭은 2~6개로 나타났다. 메뉴 언어는 국 · 영문 혼합이 많았다. 레이블링은 대부분 텍스트 형식이었다. 아이콘 아이템은 소셜블로그가 많았고, 검색 기능을 제공하는 웹 사이트는 적었다.

◈ **결론** : 안경원의 업종 특성과 브랜드를 부각 시킬 수 있는 체계적인 정보 구조가 메인 화면에서 구성되어야 한다.

◈ **주제어** : 정보구조, 메인 화면, 웹 사이트, 메뉴, 안경원

- 서 론 -

웹사이트 메인 화면의 메뉴와 콘텐츠를 구성하는 것은 정보 탐색에서 중요한 웹 디자인 요소이다. 웹 사이트의 메인 화면은 이용자가 만나는 첫 만남으로 이용자의 정보 탐색 과정에 많은 영향을 미치게 한다. 이용자가 만나는 웹 사이트 메인 화면의 첫 인상은 이미지에 대한 지각, 믿음과 신뢰, 다양한 쾌락적 속성을 만들어 내는 등 넓은 범위에서 강한 영향력을 미친다. 이미지에 대한 지각, 정보의 믿음과 신뢰, 다양한 쾌락적 속성 등을 만들어내는 넓은 범위에서 강한 영향력을 가지는 메인 화면의 메뉴와 카테고리는 이용자의 원할한 소통을 지원할 수 있고, 원하는 세부정보에 대한 명확한 안내의 기능을 수행한다.

그러므로 복잡하고 다양하게 많은 정보를 이용자에게 쉽게 찾고 전달하게 하려면 안경원 웹 사이트의 메인 화면 디자인은 정보의 정확한 카테고리 설정, 내비게이션을 보다 명확하게 분석하는 메뉴 디자인과 정보구조를 함께 고려하여야 한다.

- 대상 및 방법 -

안경원 웹 사이트의 메인 화면에서 각 안경원 브랜드별 메뉴 구성과 메뉴의 언어, 아이콘의 채택, 아이콘 아이템 구성과 종류를 분석하였다. 또한 안경원 웹 사이트의 전체적인 메인 메뉴의 콘텐츠 영역, 사용된 용어와 메뉴 수, 서브 메뉴의 구성 유무, 사용된 용어와 메뉴 수, 검색의 유무 등 조직화, 레이블링, 검색 시스템의 정보구조 측면에서 메인 화면 특성을 분석 하였다.

Table 1. 안경원 웹사이트의 메인 화면 정보구조

Brands	Organizing system				Labeling system		Search system		
	Main menu	Menu	Sub menu	Menu	Text	Icon	Icon	Key word input	Sub menu
Grandprixoptics	○	5			○				
Glassbaba	○	9	○	5	○	○	○	○	
Glassbox	○	7			○				
Glassme	○	6			○				
Glastar	○	4			○				
Nunsarang ankyung	○	6	○	4	○	○	○		
Davich	○	7	○	5	○	○			
Lookoptical	○	6			○	○	○		
Moogkukoptical	○	5	○	3	○				○
Barlkeunnun ankyung	○	6	○	3	○	○	○	○	
Seechannel	○	5			○				
Eyegentry	○	5			○	○			
Ankyungnara	○	6			○	○	○		
Opticalmanager	○	5	○	2	○	○			
Inoti	○	6	○	2	○	○			
Leeoptical	○	5	○	5	○				
1001optics	○	5			○				
Kvisionoptical	○	6	○	6	○				

Table 2. 안경원 웹 사이트의 메인 화면 메뉴

Brands	Main menu	n
Grandprixoptics	회사소개, 제품소개, CS Center, 회원점 찾기, 회원점용	5
Glassme	글라스미, 안경테, 안경렌즈, 가맹안내, 매장안내, 렌즈미	6
Glassbaba	회사소개, 조직도/비전, 오시는길, 가맹점리스트, 가맹점 개설안내, 영상물, Notice, Event, Review	9
Glassbox	About, Store, Notice, Franchise, Contact, Login, CS CENTER	7
Glastar	ABOUT GLASTAR, 가맹문의, 가맹점안내, 아이웨어가이드	4
Nunsarang ankyung	HISTORY, STORY, BRAND, BRANCH, GALLERY, COMMUNITY	6
Davich	제품안내, 눈건강 차별화 검사, 멤버쉽, 가맹 개설 안내, 홍보센터, 다비치, 인재양성	7
Lookoptical	SHOP, 브랜드, WHY룩, 회사소개, 매장찾기, COMMUNITY	6
Moogkukoptical	HOME, 회사소개, 가맹개설안내, 가맹상담신청, 가맹점찾기	5
Barlkeunnun ankyung	밝은눈안경소개, 제품소개, 매장안내, 가맹점개설안내, 이벤트, 자료실	6
Seechannel	회사소개, 가맹안내, EYE 힐링, 뉴스&이벤트, 매장찾기	5
Eyegentry	NEWS & EVENT, BRANDS, EYE GENTRY, AGENCY, FRANCHISE	5
Ankyungnara	회사소개, 가맹안내, EYE힐링, 뉴스&이벤트, 매장찾기, 제품리스트	6
Opticalmanager	회사소개, 제품소개, 가맹점 찾기, 가맹안내, 커뮤니티	5
Inoti	INOTI, NEWS & EVENT, BRANDS, CHAIN STORE, FRANCHISE, 가맹점 전용	6
Leeoptical	이안경원, Lindberg, 제품, 렌즈홀릭, 커뮤니티	5
1001optics	회사소개, 가맹안내, EYE힐링, 뉴스&이벤트, 매장찾기	5
Kvisionoptical	K비젼안경, 뉴스&이벤트, 제품소개, 눈건강정보, 매장정보, 고객소리함	6

- 결과 및 고찰 -

국내 프랜차이즈 안경원 웹 사이트의 메인 화면 정보구조 분석은 다음과 같다(Table 1). 안경원 웹 사이트의 메인 화면에서 메인 메뉴의 제공 수, 즉 조직화 시스템에서 계층 구조의 폭은 4~9개이지만 대부분은 5~6개로 나타났다. 메인 화면에서 서브 메뉴를 채택하고 있는 안경원 웹 사이트는 9개였고 메뉴의 제공 수, 즉 계층 구조의 폭은 2~6개로 다양하게 나타났다. 레이블링 시스템에서는 대부분의 웹 사이트는 텍스트 형식으로 제공하였다. 아이콘을 함께 채택하고 있는 안경원 웹 사이트는 9개, 검색 시스템 제공은 6개로 나타났다.

가장 많은 메인 메뉴를 제공하는 안경원 브랜드는 9개의 글라스바바였고, 가장 적은 메뉴를 제공하는 브랜드는 4개의 글라스타였다(Table 2). 메인 메뉴의 영역은 '가맹안내' 콘텐츠 영역에 해당되는 메인 메뉴가 32개로 가장 많았다. 사용된 용어 또한 '가맹안내'가 제일 많았고 '매장 찾기' 라는 메뉴가 뒤를 이었다(Table 3). 메인 화면에서 서브 메뉴를 구성하고 있는 안경원 웹 사이트는 절반이었고, 제공하는 서브 메뉴의 수는 2~6개로 나타났다. 서브 메뉴의 영역과 사용된 용어 '로그인 · 회원가입' 영역의 서브 메뉴가 10개로 가장 많았다. 메뉴에 사용된 언어는 대부분 한글과 영어를 혼용해서 사용하는 것으로 나타났고, 한글과 영어를 사용하는 웹 사이트도 5개와 3개가 있었다. 아이콘의 아이템으로는 소셜 블로그 영역이 가장 많았다.

- 결 론 -

위와 같은 메인 화면의 정보구조 분석을 바탕으로 안경원 웹 사이트 메인 화면의 바람직한 메뉴 정보 구성에 몇

Table 3. 안경원 웹 사이트의 메인 화면 영역과 사용된 용어

Contents category	Main menu	n
가맹안내	가맹안내(5), 매장 찾기(4), FRANCHISE(3), 가맹 개설 안내(2), 가맹점 개설안내(2), 가맹점 찾기(2), 매장안내(2), 가맹문의(1), 가맹상담신청(1), 가맹점리스트(1), 가맹점 안내(1), 가맹점 전용(1), 매장정보(1), 회원점용(1), 회원점 찾기(1), AGENCY(1), BRANCH(1), CHAIN STORE(1), Store(1)	32
회사소개	회사소개(8), 조직도/비전(1), 오시는길(1), About(1), Contact(1), 글라스미(1), 다비치(1), 밝은눈안경소개(1), 이안경원(1), K비젼안경(1), ABOUT GLASTER(1), EYE GENTRY(1), HISTORY(1), INOTI(1), STORY(1)	22
뉴스&이벤트	뉴스&이벤트/NEWS & EVENT(4/2), 커뮤니티/COMMUNITY(2/2), 이벤트/Event(1/1), Notice(2), 영상물(1), 홍보센터(1), WHY룩(1), GALLERY(1)	18
제품·브랜드	제품소개(4), BRANDS/브랜드(3/1), 렌즈미(1), 렌즈홀릭(1), 안경렌즈(1), 안경테(1), 제품(1), 제품리스트(1), 제품안내(1), Lindberg(1), SHOP(1)	17
눈·안경 정보	EYE 힐링(3), 눈건강정보(1), 눈 건강 차별화 검사(1), 아이웨어가이드(1), 자료실(1)	7
고객센터	CS Center(2), 고객소리함(1), Review(1)	4
회원가입·로그인	멤버쉽(1), Login(1)	2
인재양성	인재양성(1)	1
HOME	HOME(1)	1

가지 제안을 하고자 한다. 첫째 메인 화면의 메인 메뉴는 명확한 계층구조와 적절한 폭으로 구성되어야 한다. 불명확한 계층 구조와 지나친 메뉴 수, 즉 계층 폭은 이용자의 불편함은 물론 정보 탐색 과정에서의 심리적 불쾌감을 초래할 수 있다. 둘째로 메인 메뉴의 레이블은 이용자가 직관적으로 이해 할 수 있는 명확성과 일관성이 있어야 한다. 명확하고 일관성 있는 레이블만이 콘텐츠에 대한 이용자의 이해와 내용의 예측 가능성을 높이며 정보 탐색에 편의성을 줄 수 있다. 셋째로 메인 화면에 서브 메뉴를 노출시킬 경우 메인 메뉴의 콘텐츠 영역과 확실하게 구분이 되어야 하고 정보의 상 · 하위나 우선순위를 매겨야 한다. 그런 구분과 순위 바탕에 메인 메뉴와 서브 메뉴의 계층 구조에 적합한 메뉴들로 구성되어야 서브 메뉴의 역할을 충실히 할 수 있다. 넷째로 메뉴의 국 · 영문 혼합은 원칙을 가지고 사용을 해야 한다. 메뉴의 명확성과 전달성을 고려할 때 영문은 한글보다 떨어질 수밖에 없다. 메뉴 해석의 불편함과 정보에 대한 오류, 탐색 시간의 낭비를 최소화하려면 한글 메뉴 제공이 적절해 보인다. 다섯째, 안경원의 업종 특성을 고려한 웹 사이트 메인 화면의 콘텐츠 영역을 정해야 한다. 안경원의 업종 특성 파악과 개별 안경원 브랜드의 웹 사이트 아이덴티티를 바탕으로 메인 화면의 콘텐츠 영역을 설정하고 서브 메뉴의 제공 여부를 결정해야 한다.

메인 화면의 정보구조는 커뮤니티의 출발선이 되는 중요한 웹 사이트 디자인이다. 안경원의 업종과 성격에 적합하고, 개별 안경원의 브랜드 정체성과 이미지를 각인 시킬 수 있는 체계적인 정보 구조가 메인 화면에서 구성될 때 안경원 웹 사이트의 사용성 향상을 기대할 수 있다.

논문 원문보기 : 한국안광학회 홈페이지
http://www.koos.or.kr 또는 https://koos.jams.or.kr