

여백의 전략적 구현

이영주

청운대학교 멀티미디어학과

e-mail:yjlee@chungwoon.ac.kr

Strategic Implementation of White Space

Young-Ju Lee

Dept. of Multimedia, Chungwoon University

요약

본 연구에서는 여백의 정의와 함께 매크로 여백, 마이크로여백, 활성 여백, 수동 여백으로 여백의 종류를 분류하였다. 분류된 여백은 콘텐츠를 구조화하며 가독성을 향상시키는 역할을 한다. 또 상호작용을 증가시키고 중요 요소를 강조하며 균형을 통해 시각 질서를 촉진한다. 따라서 이러한 역할을 위해서는 여백을 전략적으로 구현하여야 한다. 그를 위해서는 매크로 여백을 통해 시각적 계층 구조를 고려해야 하며 마이크로 여백의 사용으로 텍스트 서식을 구현할 필요가 있다. 강조될 영역은 활성 여백과 매크로 여백의 조화가 필요하며 그 결과 개체의 논리적 그룹화가 가능해진다.

1. 서론

디자인에 있어 여백은 남는 공간 또는 콘텐츠가 제외된 나머지 요소로 치부되는 경향이 있다. 그러나 여백은 계획에 의해 만들어지는 공간으로 콘텐츠를 구조화하고 구성하는데 서로 관련이 되고 있다는 점으로 디자인의 구성요소로서 자리 잡아가고 있다. 여백은 이제 더 이상 남는 공간 또는 네거티브 영역이 아니며 디자인의 구성요소로서 사용자 상호 작용을 증가시키는 역할마저 담당하고 있다. 따라서 여백을 적절히 사용하면 사용자가 콘텐츠를 소비하는 목표를 방해할 수 있는 방해 요소를 제거하거나 방지하는 것이 가능하다.

여백은 최근에 부각된 디자인 요소는 아니다. 여백은 인쇄 매체가 상용화된 이후 3세기 이상 존재해 왔으며 디지털 디자인 환경에서 커뮤니케이션과 인터랙션을 효율적 사용을 위해 계속해서 진화해 오고 있다. 즉 여백은 UI 또는 디자인의 시각적 표현에 있어 매우 중요한 요소이며 여백의 전략적 구현에 의해 디자인의 효율성에 큰 영향을 미칠 수 있다. 따라서 본 연구에서는 여백에 대한 정의와 함께 여백의 종류에 대해 분류하고 전략적 구현을 위한 방법을 제시하여 디자인의 효율성을 높일 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

2. 여백의 정의

여백은 레이아웃과 페이지 내의 이미지와 같은 디자인 요

소 사이의 흰색 빈 공간이나 읽을 수 있는 단일 문자와 문자 사이의 거리를 의미한다. 경우에 따라서 공백은 내거티브 공간이라고도 불린다. 이는 디자인 캠페인에 있어 인쇄에 사용되는 프로젝트에서 파생된 것이다.

빈 흰색의 배경이 디자인 요소로 간주된다는 것은 여백이 내거티브 공간이라는 정의에 어긋날 수 있다. 그럼에도 여백의 전략적 배치는 디자인의 구성을 극적으로 개선하거나 강조하는 역할을 담당할 수 있다. 여백은 보는 사람의 눈과 두뇌가 시각적 콘텐츠의 정보 처리에 있어 피로도를 줄일 수 있게 하는 역할을 한다. 따라서 공백을 구현하면 그것을 보는 사람의 인지 부하가 크게 줄어들 수 있으며 콘텐츠의 가독성을 높이기 위해 큰 정보 블록을 구성하게 할 수 있다. 따라서 공백의 전략적 구현은 사람의 시선을 유도하는 그 이상의 역할을 한다.

3. 여백의 유형

3.1 매크로 여백

매크로 여백은 텍스트로 이루어진 본문, 이미지 및 그래픽 요소와 같은 디자인 요소 사이의 공간을 말한다. 매크로 여백의 주요 목적은 웹이나 모바일 화면의 레이아웃을 분할하여 정보 블록을 그룹으로 보이도록 구성할 수 있으며 이를 통해 레이아웃을 개선하여 더 쉽게 이해하고 탐색할 수 있도록 해

준다. 디자인 요소를 둘러싼 상당한 양의 매크로 여백은 뷰어가 해당 디자인 요소를 강조할 수 있도록 해 주는 역할도 한다.

3.2 마이크로 여백

작은 여백은 글자 사이의 간격, 단락 사이의 거리, 커닝과 같은 줄 사이의 간격이나 행간과 같은 줄 높이와 같은 작은 레이아웃 요소 사이의 공간을 의미한다. 마이크로 여백의 주요 목적은 주로 콘텐츠의 가독성을 향상시키기 위한 것이다. 따라서 텍스트 본문과 개별 문자의 커닝 및 줄 높이 측면이 텍스트의 일반적인 가독성이 미치는 영향을 고려하여 마이크로 여백을 구성할 필요가 있다.

3.3 활성 여백

활성 여백은 웹 사이트 또는 인쇄 캠페인의 콘텐츠의 흐름에 따라 사용자가 쉽게 강조된 구성 요소로 시선을 연결할 수 있게 한다. 따라서 CTA와 같은 요소들은 그 주위에 매크로 여백을 구성하여 활성 여백이 사용자의 시선을 강조하고 끌어들일 수 있도록 해야 한다.

3.4 수동 여백

수동 여백은 그래픽 요소와 텍스트, 또는 텍스트와 텍스트 간의 간격을 의미한다. 텍스트와 그래픽 이미지는 일정한 거리를 필요로 한다. 이러한 거리를 디자인 과정에서 규격화하고 지정해 주지 않으면 콘텐츠를 읽어 나가는데 어려움을 가지게 된다. 특히 특정 문자가 그래픽 요소와 그루핑되는지 텍스트 내용의 제목으로 그루핑 되는가 하는 문제는 사용자가 콘텐츠의 내용을 전혀 다르게 이해하게 할 수도 있다. 따라서 수동 여백은 콘텐츠의 정보 블록을 구성하는데 주요한 역할을 한다.

4. 여백의 역할

4.1 콘텐츠의 구조화

여백은 디자인에서 요소를 분리하고 그룹화하여 요소가 서로 어떻게 관련되어 있는지 보여주며 사용자가 시각적 정보를 더 잘 구성하는데 도움이 된다. 근접 설계의 원칙에 따라서 서로 가깝게 배치된 요소는 개별적이고 관련 없는 부분이 아닌 단일 단위로 표시되는 경향이 있다. 이때 여백을 사용하면 이 원칙을 손쉽게 구현할 수 있다. 요소를 나누고 그룹화하기 위해 공간을 늘리거나 줄임으로써 사용자는 보는 정보보다 논리적인 방식으로 처리할 수 있다.

4.2 가독성 향상

여백을 사용하여 텍스트 블록을 구분하면 콘텐츠를 더 쉽게 읽어 나갈 수 있다. 이렇게 하면 콘텐츠의 가독성이 향상되고 이해력이 높아진다. 텍스트 주위에 여백을 많이 추가하면 눈이 더 편해지고 사용자가 너무 많은 정보에 압도 되는 것을 방지할 수 있다. 또 동시에 다양한 컬러나 모양과 같은 요소를 사용하여 최소한의 디자인이라도 흥미로운 디자인이 되도록 할 수 있다.

4.3 상호작용의 증가

여백은 시각적 계층구조를 촉진하고 사용자가 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 도와준다. 웹 사이트에서 머릿글, 헤드라인, 버튼 및 탐색 메뉴 주변에 매크로 여백을 배치하면 사용자가 즉시 작업을 수행하도록 유도하는 것이 가능하다. 여백을 적절하게 사용하면 사용자가 콘텐츠를 소비하는 목표를 방해하는 요소를 방지할 수도 있다.

4.4 중요 요소의 강조

일반적으로 사용자의 관심을 끌거나 무엇인가를 돋보이게 하고 싶을 때 더 크고 눈에 띄게 만드는 경향이 있다. 이는 여백에서도 동일하게 적용된다. 디자인의 특정 영역 주변의 여백이 클수록 해당 부분을 더 강조할 수 있다. 특히 웹 디자인에서 충분한 여백을 사용하면 CTA 및 사용자가 집중하기를 원하는 다른 영역을 강조하는데 도움이 된다.

4.5 균형과 시각 질서 촉진

여백을 적용하면 디자인 요소와 빈 공간의 올바른 비율과 균등한 분포가 보장된다. 균형과 시각적 계층 또는 질서를 생성하면 시각적으로 매력적인 디자인이 형성 될 뿐만 아니라 사용자 경험도 향상된다. 또 디자인의 전체적인 통일성에 기여하게 된다. 여백을 최대한 활용하면 일반적으로 고급스러움과 세련미를 연상시키는 미니멀한 디자인을 연출할 수 있으며 이는 브랜드 디자인을 향상시킨다.

5. 여백의 전략적 구현 방법

5.1 시각적 계층구조 고려

여백으로 디자인 요소와 콘텐츠를 구분하는 것 외에도 요소를 배열하고 배치하는데 여백을 사용할 수 있다. 올바른 위치에 여백을 추가하면 사용자의 시간을 디자인의 가장 중요한 부분으로 유도할 수 있다. Z에이아웃은 사용자의 스캐닝 패턴을 일치시키기 위해 웹 디자인에서 자주 사용되며 눈은 자연스럽게 페이지의 왼쪽 상단에서 시작하여 페이지의 오른쪽 상단 모서리로 이동한 다음 Z형태로 시선을 이동하게 된

다. Z레이아웃과 같은 이상적인 디자인 레이아웃과 함께 여백을 사용하면 사용자 인터페이스의 사용성을 개선하는데 도움이 된다.

5.2 텍스트 서식 구현

올바른 여백과 충분한 단락 및 줄 간격을 적용하는 것은 여백을 사용하여 텍스트의 가독성을 개선하는 방법 중 하나라 할 수 있다. 아이디어를 함께 그룹화 하기 위해 단락을 사용하는 것 외에도 글자 사이의 간격을 늘려 헤드라인과 제목에서 주의를 끄는 것이 가능하다. 타이포그래피 원칙에 의하면 이상적인 줄간격은 글꼴 크기의 130~150%를 말한다. 따라서 가독성을 위한 텍스트 콘텐츠의 그룹을 위해서는 제목 글꼴 크기의 2.5배 이상의 매크로 여백을 사용해야 근접 효과에 의한 그루핑이 형성될 수 있다.

5.3 개체의 논리적 그룹화

논리적으로 그룹화 하는 것은 정보를 논리적 범주로 그룹화 하는 것이다. 예를 들어 한 영역에서 제품 이미지를 함께 컴파일한 다음 다른 섹션에 제품 이름을 나열하지 않는 방식을 사용하는 것이다. 여기에 여백을 사용하여 가장 이해하기 쉬운 방식으로 요소와 콘텐츠를 구성하는 것이 가능하다. 이러한 정보의 그룹화는 디자인을 깔끔하고 미니멀하게 유지해 주며 많아지는 정보의 양에 대해 발생하는 사용자의 인지 부하를 줄여줄 수 있다.

디자인 요소를 최소한으로 유지하여 불필요한 혼란을 피하고 디자인의 명확성과 일관성마저 높일 수 있다. 또 콘텐츠가 많은 디자인의 균형을 맞추기 위해 텍스트 주위에 충분한 여백이 있는 것을 확인하고 시각적 계층구조 강화를 위해 반복이라는 규칙을 적용하는 것이 좋다.

6. 결론

디지털 환경에서 많은 요소가 인터랙티브 디자인의 레이아웃과 구조를 형성한다. 종종 무시되는 것 중 하나는 다른 디자인 요소 내부 및 주변에서 발견되는 공간인 여백이다. 다양한 시각적 요소의 레이아웃 구성에서 여백은 더 이상 버려지는 빈 공간이 아닌 디자인 요소로서의 역할을 하게 된다. 따라서 여백은 단순 디자인 요소 사이의 영역 및 화이트 영역이 아닌 디자인 요소 내의 공간으로 전략적인 구현을 위해 노력해야 한다.

본 연구에서는 여백의 정의와 함께 매크로 여백, 마이크로 여백, 활성 여백, 수동 여백으로 여백의 종류를 분류하였다. 분류된 여백은 콘텐츠를 구조화하며 가독성을 향상시키는 역할을 한다. 또 상호작용을 증가시키고 중요 요소를 강조하며

균형을 통해 시각 질서를 촉진한다. 따라서 이러한 역할을 위해서는 여백을 전략적으로 구현하여야 한다.

그를 위해서는 매크로 여백을 통해 시각적 계층 구조를 고려해야 하며 마이크로 여백의 사용으로 텍스트 서식을 구현할 필요가 있다. 강조될 영역은 활성 여백과 매크로 여백의 조화가 필요하며 그 결과 개체의 논리적 그룹화가 가능해 진다.

본 연구는 여백의 디자인적 요소로서의 가치 평가와 함께 전략적 구현을 위한 방법을 제시한 것으로 여백의 활용에 있어 기초 연구로서의 가치를 가진다.

참고문헌

- [1] Boag, P, "Why White Space Matters", Boag World, pp. 22-24, 2월, 2011년.
- [2] Turnbull, C, "Using White Space (or Negative Space) in Your Designs", Web Design Tuts Plus, 6월, 2014년.
- [3] Kollin, Z, "White Space Is Wasted Space", UX Myths, Myth #28, 6월, 2014년.