

1인 미디어 시대의 Self-Gallery 인터페이스 연구

A case study on Self-Gallery interface in personal media age

설정숙

동서대학교 디지털디자인대학원

김종기

동서대학교 디지털디자인학부

Sul, Jeong-Sook

Dongseo Univ Graduate School of Digital Design

Kim, Jong-ki

Dept. of Digital Design Dongseo Univ

• Key words: Digital album, Self-Gallery, Interface

1. 서 론

1-1. 연구배경 및 목적

21C시대는 디지털 혁명으로 인해 문화의 양식이 달라지고 있으며, 아날로그카메라를 대체하여 디지털카메라가 등장했고 국내 디지털카메라 시장은 2000년부터 본격적으로 형성 되었으며, 2004년 내수 경기 침체에도 불구하고 처음으로 판매대수가 1백만대를 넘었으며, 국내 디지털카메라 시장은 이렇게 빠르게 성장되어 왔다. 현재 디지털카메라는 우리 일상 문화의 중심으로 자리 잡았으며, 즉, 1인 미디어 시대를 창조하면 서 현재 디지털 카메라 문화를 자연스럽게 사회의 주요 담론으로 부각시켰다.

사진으로 표출하는 자기표현의 욕구가 점차 강해지고 있는 시점이다.

하지만 디지털카메라에서 쓸어져 나오는 수많은 데이터의 이미지 관리에 대한 구체적인 보관, 저장, 재사용에 대한 방법이 어려운 상태이며, 개발이 부족한 상태이다.

따라서 본 논문은 데이터의 효율적인 관리와 사용자들의 개성을 살린 편리함, 즐거움을 더할 수 있는 개인형 커뮤니티의 디지털앨범 인터페이스로 “셀프갤러리 인터페이스”를 제안하고자 한다.

1-2. 연구방법 및 범위

먼저 국내 디지털카메라 사용자의 현황과 쓸어져 나오는 데이터를 어떤 방식으로 관리하고 활용하는지를 조사하고 현재 나와 있는 전자앨범, 블로그, 싸이월드, 개인미니홈피등 개인 커뮤니티 네트워킹을 조사하여 기존의 문제점을 연구 조사하여 개발한다. 온라인상의 기존 전자앨범의 인터페이스에 대한 사례를 분석하고 세번째 개인미니홈피와 블로그 등의 성공 사례를 분석하여 앞으로의 활용방안 및 한계점과 앞으로 개발해야 할 디지털앨범의 새로운 인터페이스를 제안하고자 한다. 21C는 온라인커뮤니티의 시장이 이른바 ‘블로그’, ‘미니홈피’로 불리는 개인형 커뮤니티가 급속도로 시장을 잠식하여 가장 공간에 개인의 정체성을 심는데 가장 편리한 도구로 자리 잡으면서 동시에 인적 교류라는 커뮤니티의 기능까지 대부분 소화하고 있으며, 향후 디지털앨범 또한 데이터의 효율적인 저장 방식 및 사용자들의 쉽고 편리한 편집에서부터 재미를 더 할 수 있는 문화공간을 만들어 주어야 한다.

2. Self-Gallery 인터페이스

2-1. Self-Gallery의 개념과 컨텐츠 특성

셀프갤러리 인터페이스란 단순히 디지털카메라에서 쓸어져 나오는 데이터를 축적하는 앨범이 아닌 타인과의 상호작용을 넘어 개인 주체에 대한 욕구, 자신만의 공간에 대한 욕구를 발현시키는 컨텐츠를 제공하는 인터페이스를 말한다.

Self-gallery 인터페이스 핵심은 기존의 고착되어 있는 인터페이스에서 벗어나 시간의 흐름과 데이터의 축적, 관리자의 사용성과 관리에 따라 시간의 변화에 의한 유기체적인 인터페이스를 제공하고, 데이터수, 접속회수, 연한에 의한 등급별 레벨을 두어 기본 환경을 차별화 시켜 자주 관리하고 사용하도록 유도한다.

셀프갤러리에서 제공하는 컨텐츠에는 로드-RPG(Role Playing Game) 방식을 적용하여 계속적인 관리와 흥미를 유도할 것이며, SNA(Social network application) 지인 네트워크로 인맥을 이용하여 휴먼 네트워크를 맺는 것을 말하는데, 지인간 신뢰를 기반으로 한 새로운 커뮤니케이션 툴을 셀프갤러리에 적용 시켜 21C의 새로운 네트워크 문화를 형성하는 것이다.

2-2. Self-Gallery의 필요성

디지털카메라는 인터넷이라는 매체가 시장의 급성장에 중요한 역할을 한 것으로 보이기도 하지만, 실은 인터넷이 말 그대로 ‘정보의 바다’로 작용한 MP3 플레이어의 경우와는 달리 인터넷의 사회적, 문화적 요소가 더 크게 작용한 것이다. 자신과 타인의 사진을 비교하고, 컴팩트 디지털 카메라로는 표현하기 어려운 작품들을 접하게 되면 보다 나은 표현물을 창작하고 싶은 욕구를 지속적으로 느끼게 된다. 20~30대 뿐만아니라 아르바이트를 하는 대학생에서 고등학생까지 어렵지 않게 볼 수 있었다. 비단 사진동호회 뿐만 아니라 여행·스포츠 동호회원들도 대부분 디지털카메라를 소지하고 있다. 결국 디지털카메라는 우리 디지털 시대의 새로운 디카문화를 형성하였고, 창작의 도구로 활용되면서 많은 사람들의 사랑을 받고 있다. 하지만, 수많은 디지털카메라에서 찍은 사진들의 데이터를 어떻게 보관할 것인가? 한 번 보고 추억의 사진들을 지울 것인가? 아니면 컴퓨터 폴더 폴더에 방치할 것인가? 데이터가 많아 졌을 경우 어떻게 내가 원하는 사진을 찾아 낼 것인가? 현 시대가 디지털카메라 문화로 바뀌어 감에 따라 사진 데이터의 관리 또한 디지털 시대에 맞게 변해야 한다. 점점 수없이 늘어나는 데이터를 좀 더 효율적이고 나만의 개성으로 오래도록 보관하고 싶어할 것이다. 그러므로, 웹 기반의 디지

털앨범 인터페이스 설계에 대한 연구가 필요하다.

3. 사용자 조사 및 사례분석

3-1. 디지털카메라 사용자에 대한 조사

2001년 11만대 시장에서 2004년 125만대 시장으로 급성장 한 디지털카메라 시장에서 보듯이 시장 성장 측면에서는 MP3 플레이어 시장과 유사하나 시장 점유율 측면에서는 상이한 모습을 보이고 있다. 이미 일부 전문가급 카메라와 1회용 카메라 시장을 제외한 컴팩트 시장은 디지털 카메라가 기존의 필름카메라 시장을 완전히 대체했다.

2002년, 디지털 카메라의 가격하락에 맞춰 수요가 폭발적으로 증가함으로써 2006년에 필름카메라 점유율을 추월할 것이라던 일본 노무라경제연구소의 예측을 불과 1년 남짓한 기간에 무색하게 만들어 버린 것이다.

[세계 디지털카메라 시장 규모] (단위: 100만대)

연도	2002	2003	2004	2005(예측)	2006(예측)
규모	28.3	46.8	62.4	72.0	80.0

출처 : 포토카니 2004

[국내 디카 시장 성장 추이] (단위: 만대)

구 분	2002	2003	2004
디지털카메라	43	85	125

출처 : GFK 마케팅코리아

[국내 디카 보유현황] (단위: %)

있다	없다
63.8	36.2

출처 : 전자신문 2004. 8

한편, 보유하고 있지 않은 사람 36.2%를 대상으로 구매의향을 묻는 설문에서는 비보유자의 96.5%가 구입의사를 밝혔다.

3-2. 구체적인 사례분석과 활용방안

우선 현재 나와 있는 온라인상의 전자앨범 중 3곳을 분석하여 보면 플립앨범(<http://www.flipalbum.co.kr>), 네오앨범(<http://www.neoalbum.net>), Ok앨범(<http://www.okfoto.co.kr>)을 들 수 있다. 각각을 분석해 보면 데이터 관리를 계층 풀더를 나누어 사진을 저장하고 이미지의 배치를 사용자의 취향에 맞게 꾸밀 수 있게 만들어져 있고, 이미지 밑에 꼬리 글을 남길 수 있게 제작되어진 인터페이스다. 음악, 동영상등을 앨범에 탑재 할 수 있게 되어 있지만 이런 경우 시간과 데이터 수가 많아 죄를 경우 검색의 어려움이 있으며, 단순한 사진앨범으로 인식되어 사용자들의 흥미가 줄어들 수 있다.

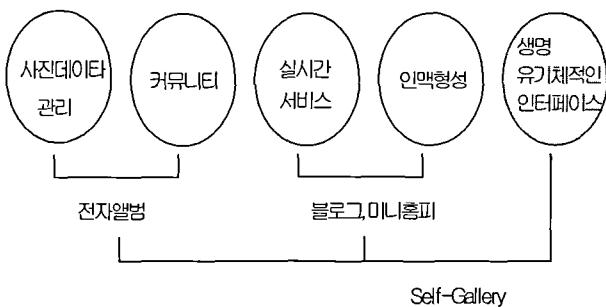
그리고 최근 개인형 커뮤니티로 성공을 거두고 있는 "블로그"나 "미니홈피"의 경우는 1촌 이라는 인맥을 두어 상호작용의 강화와 이를 통해 가시적으로 확인하고 보여주는 레벨디자인으로 구현되어 실시간적인 관리로 수많은 플레이어들을 반복적으로 소비하게 하는 구조적이고 시스템적인 요소를 상품 자체가 가지고 있으며, 이것이 이용자의 필요나 욕구를 충족시키거나 자극하게 된다는 것이다. 하지만 개인형 커뮤니티 역시 사진의 데이터가 계속적으로 축적 될 경우 검색의 어려움

이 있으며, 사진의 재사용에 있어 화질이 떨어질 뿐만 아니라 단순히 보여주는 재미로 끝나 버린다는 것이다.

앞으로는 여기서 좀 발전된 재미를 유발할 수 있는 컨텐츠의 제공과 대인과의 인맥관리 및 보다 편리한 사진의 효율적인 저장, 관리, 재사용 할 수 있고 링크와 링크를 타며 원활한 상호 작용을 이룰 수 있는 새로운 인터페이스 시스템을 개발해야하고 누구나 구매할 수 있는 인터페이스가 아닌 레벨에 따른 차등을 두어 기본 인터페이스를 생명 유기체적인 시스템을 구축해서 최대한 플레이어들을 끌어당기는 방향으로 개발해야 할 것이다.

4. Self-Gallery interface 제안

[그림 1]



1인 미디어 시대의 Self-Gallery 인터페이스의 방향은 기존의 전자앨범의 데이터 관리를 보완하고 이용자가 커뮤니티의 활발한 방향과 모바일환경에서도 실시간적인 상호작용이 이루어지고 Social network로 인맥형성 및 시스템과 플레이어, 플레이어와 플레이어 간의 상호작용에 따라 인터페이스 환경이 성장해 나가도록 하는 RPG(Role Playing Game)방식으로 성장 요인을 자극하는 인정과 명성 링크와 링크를 타며 타인의 구현된 캐릭터(Self-gallery)의 매력을 보며 자극을 받아 성장을 촉진하게 하며, 자신이 축적한 컨텐츠 혹은 자의식으로 쌓여가는 레벨의 점수를 통해서 명성을 얻을 수 있는 기회를 제공하여 차등적인 레벨 점수로 하루하루 실시간적으로 변화하는 생명 유기체적인 컨텐츠를 개발하여 인터페이스를 설계하여 시스템을 텁재하여 많은 이용자들의 흥미와 재미를 유발시키도록 할 것이다.

5. 결 론

앞으로 디지털카메라와 디카폰 등에서 수많은 이미지 데이터가 쏟아져 나올 것이며, 자기 표현의 욕구는 더욱 더 강력해 질 것이고, 나날이 새로운 가치관이 지배하고 새로운 인터페이스의 창의성을 요구할 것이다.

향후 Self-Gallery는 1인 미디어 시대로 디지털카메라 문화에 따른 순환관계의 생명 유기체적인 컨텐츠를 개발하여 모바일 환경에서도 실시간적인 상호작용이 이루어지며, 디지털시대에 맞는 사용자들이 효율적으로 자기표현의 욕구를 가능하게 할 수 있도록 제안하고 개발하여 디지털 컨텐츠로써 현대인들이 공유할 수 있는 문화공간을 개발하는데 단초를 제공할 것이다.