

디지털 콘텐츠 디자인 접근법에 관한 연구

A Study on the Digital Contents Design Approaches

이종호

우송대학교 컴퓨터디자인학부

Lee, Jong-Ho

School of Computer Design, Woosong University

• Key words: System Design Process, Behavior Observation, User Participation

1. 서론

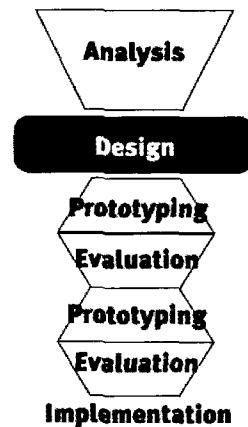
디지털 정보 가전은 시장 진입의 초기단계에서 다양한 플랫폼을 기반으로 개발되고 있다. PDA(Personal Data Assistant)의 경우, 서로 다른 디스플레이 크기, 가로-세로 비율, 운영체제 등을 가지고 있다. CellVic™, Palm™ 등은 자체 운영체제를 가지고 있으며, HP Jornada™, Compaq iPaq™, 삼성 NEXiO™ 등은 windows for Pocket PC와 같은 공개된 운영체제를 채용하고 있다. 모바일 폰(Mobile Phone)의 경우도 마찬가지여서, Nokia™, ERICSON™, SAMSUNG™, MOTOROLA™ 등의 제조사별로 서로 다른 운영체제를 보유하고 있고, 심지어는 같은 제조사라고 할지라도 제품 모델별로 서로 호환이 안되는 운영체제를 가지고 있는 경우도 쉽게 찾아볼 수 있다. 이는 대부분의 디지털 정보 가전이 개별화, 초경량화, 특화된 작업의 빠른 수행 등을 목적으로 개발되었기 때문에 어쩔 수 없는 현상으로 볼 수 있으나, 이 때문에 콘텐츠 개발자들은 각기 하드웨어의 운영체제에 맞춰 별도의 콘텐츠 커스터마이제이션 작업을 진행해야 하는 불편을 감수하고 있는 실정이다.

본 연구에서는 이렇듯 하드웨어에 의존하여 활성화되지 못하고 있는 디지털 콘텐츠 관련 연구의 체계적 발전을 위하여, 첫째 시스템 개발 프로세스를 응용한 디지털 콘텐츠 개발 프로세스 모델을 제안하고, 둘째 사용자 관찰을 통한 상황적 접근과 설득기술의 과정이 실질적으로 콘텐츠 개발 과정에 접목되는지 그 가능성을 살펴보고, 마지막으로 시나리오 개발 기법이 디지털 콘텐츠 개발에 유용한가 등에 대해서도 다루어 보고자 한다.

2. 디지털 콘텐츠 개발 프로세스 모형

디지털 콘텐츠 개발 모형은 시스템 개발의 컨셉을 기반으로 개발되고 있다. 시스템 개발 프로세스는 일반적으로 분석 -> 설계 -> 구현의 단계를 가지는 것으로 알려져 있다. 시스템 개발 모형으로는 분석 -> 설계 -> 구현의 과정을 직선적으로 전개해 나가는 폭포수 모형과 나선형으로 구현해 나가는 프로토타이핑 기법이 있다. 디지털 콘텐츠 개발 모형도 분석 -> 설계 -> 구현의 과정을 가지게 되는 데, 분석과정은 폭포수 모형에서 볼 수 있는 직선적 전개과정을 그리고 구현과정에서는 프로토타이핑 기법에서 볼 수 있는 나선형 전개과정을 가지게 된다. 분석단계에서 다양한 형태로 사용자 분석이 이루어

어 지는 데, 이 때 분석은 현 시스템의 문제점 도출에서부터 시작하여, 사용자의 진정한 요구 혹은 필요(Needs)를 파악해 내는 데 초점을 맞추게 된다.



[그림 1] 디지털 콘텐츠 개발 프로세스 모형

즉, 시스템 디자인에서 분석은 시스템을 구성하고 있는 구성 요소들간의 관계를 분석하여 시스템 자체의 문제점을 파악하고자 하는 데 있다면, 디지털 콘텐츠 개발에서 분석은 시스템의 효율성을 위한 시스템의 문제를 파악하기에 앞서, 신상품을 개발하기 위한 사용자의 Needs를 파악하는 데 초점을 둔다는 점에서 시스템 디자인에서의 분석과정과 크게 다르다고 할 수 있겠다.

3. 디지털 콘텐츠의 새로운 접근방법 - 상황적 접근과 설득기술

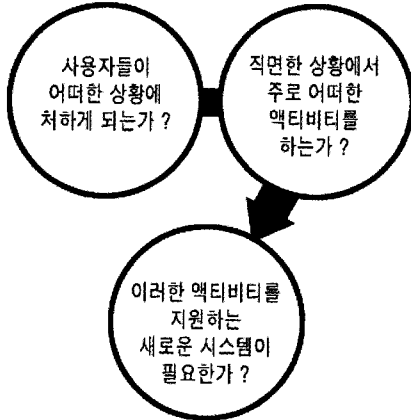
시스템 디자인은 사용자의 직접적인 Needs에 주목하지만, 디지털 콘텐츠는 사용자의 숨겨진 Needs에 주목한다. 또한 Needs에 대한 욕구를 불러 일으키기도 한다. (주) 손오공의 탭블레이드는 소비자의 욕구를 창조하여 시장에서 성공한 대표적 예라 할 수 있다. 따라서 디지털 콘텐츠 접근 방법은 분석 단계에 많은 비중을 두고 있다. 상황적 접근법은 숨겨져 있는 소비자의 필요(Needs)를 파악하는 데 적절하며, 설득기술은 욕구를 창출하기 위하여 적절한 기법이라고 할 수 있다.

상황적 접근법은 XEROX Palo Alto 연구소에서 관찰을 통하여 사용자의 반복적인 오류를 파악하기 위하여 도입되었던 개념

으로 사용자는 계획에 의해서가 아니라 자신에게 주어진 상황에 대처해 나가며 문제를 해결한다는 요지를 가지고 있다. 이러한 상황적 접근법은 새로운 디지털 기기 및 디지털 서비스를 개발하기 위한 프로젝트에 도입된다면 아이디어의 원천을 제공받을 수 있는 다양한 가능성이 있다. 상황적 접근법으로 아이디어를 도출하기 위해서는 우선 사용자가 어떠한 사용 상황에 직면하게 되는 가를 파악할 필요가 있다. 이를 위하여 웨도우 트래킹 기법이 주로 사용되어진다.



[그림 4] 설득기술이 적용된 예

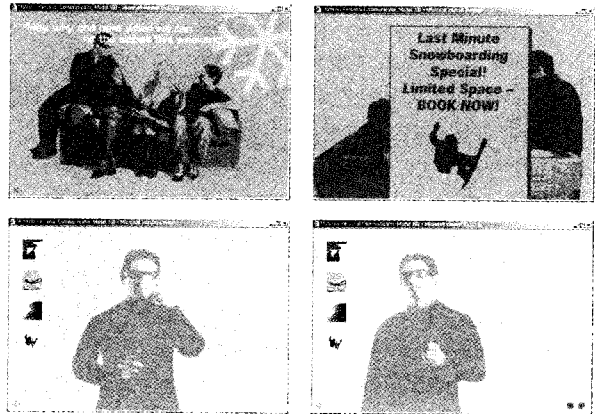


[그림 2] 상황적 접근과 아이템의 구상 방법

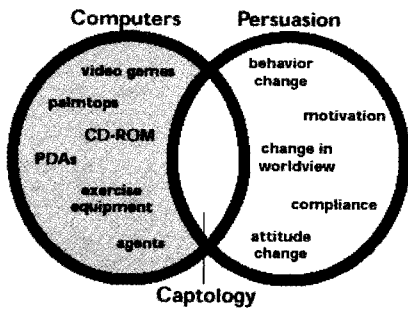
설득기술은 상황적 접근법과는 다르게 사용자의 욕구를 창출해내는 기법으로 활용될 수 있다. 설득기술은 사용자의 행동 패턴이나 관점을 변화시키는 것을 목적으로 하는 기술로써 스탠포드 설득 기술 연구소(Stanford Persuasive Technology Lab)에서 주로 연구되어 지고 있다. *Communications of the ACM* 1999년 5월 호에 처음으로 B.J.Fogg에 의해 언급되어졌으며 인터랙티브 미디어의 미래적 역할을 제시를 하고 있는 기술로 인식되고 있다.

4. 시나리오 개발 및 결론

디지털 콘텐츠의 특성은 사용자가 인지하지 못한 필요성 (Needs)을 도출하거나, 필요 욕구를 창출해내는 신상품의 특성을 많이 지니고 있다고 할 수 있다. 따라서 시나리오 개발은 디지털 콘텐츠 개발 프로세스에 의하여 생성된 산출물을 사용자 혹은 소비자에게 필요성을 강하게 전달할 필요가 있는데, 이를 위하여 시나리오 개발이 필요로 되어진다. 시나리오는 주로 웹이나 영상물을 통하여 사용자들에게 전달되는 데, 몇 몇의 대표적인 예를 들면 다음과 같다.



[그림 5] 제품 시나리오의 예



[그림 3] 설득기술의 범위

설득기술은 또한 상황적 접근과 결합되어 사용자에게 주어진 상황에서 설득기술을 도입함으로써 행동 패턴의 변화까지도 유도할 수 있다는 측면에서 디지털 콘텐츠 개발에 다양한 가능성을 보여주는 기술로 생각되어질 수 있다. 설득기술을 통하여 개발되어진 디지털 콘텐츠 상품으로는 다음과 같은 것들이 있다.

그러나 이 외에서 시나리오 개발은 프로토타입을 개발하는 과정에서도 중요한 역할을 수행한다. 본 연구 논문을 통하여 디지털 콘텐츠 개발에 있어서 시스템적 접근법은 체계적인 콘텐츠 개발과정을 지원할 수 있다는 가능성을 발견하였다. 단 시스템의 효율성만을 고려하는 시스템 개발과는 달리 디지털 콘텐츠는 사용자 Needs의 파악이 주된 관심사이므로 각 디자인 전개과정에 있어서 단순한 시스템 개발과는 다른 관점과 다른 방법론의 도입을 필요로 한다. 본 연구 논문에서는 대안적 디자인 방법론의 도입 가능성 및 장단점을 타진해 보았다.

참고문헌

- <http://www.captology.org>
- <http://www.motorola.com>
- <http://id10100.samsung.com/id10100/episode3/index.htm>
- 이종호, 시스템적인 디지털 콘텐츠 개발 프로세스에서 설득 기술의 적용 가능성에 관한 연구, 정보디자인이슈, 제1권, 제1호, 2002.4