

노래 게임을 이용한 기부 어플리케이션

하얀⁰, 안효선, 김선혜, 고민희, 박소라*, 허진희**

⁰*경인여자대학교 e-비즈니스과, 한영외고**

e-mail : white@kic.ac.kr⁰, ahsos11@hanmail.net*, {qswdef45, kominheehaha}@gmail.com, {sky930302, jinny95426}@naver.com,

Donation Application using Song Game

Yan Ha⁰, Hyo-Seon Ahn, Sun-Hye Kim, Min-Hee Ko, So-Ra Park*, Jinny Huh**

⁰*Dept. of E-business, Kyung-in Women's Collage,

**Hanyoung Foreign Language High School

● 요약 ●

본 논문에서는 기존의 앱 중에서 사회에서 대두되고 있는 기부와 관련된 앱을 조사 비교하며, 이와 관련해서 기부의 확산을 위해 필요한 기능을 알아보고 이를 설계하도록 한다. 기부문화에 대한 인식이 점차 변화하고, 기부문화를 좀 더 확산시키고자 게임을 통해 쉽게 기부에 다가갈 수 있는 앱이 필요하다. 기부와 관련된 앱으로써 기부를 할 수 있게 한다. 더 나아가 기업과 SNS 매체에 연계하여 자연스레 기부에 대한 문화를 일상생활의 일부분으로 만든다.

키워드: 기부(Donation), 동물(Animal), 환경(Environment), 노래(Song), 게임(Game)

I. 서론

일반적으로 사람들은 기부를 하고 싶어하지만 큰 금액에 따른 부담감과 막상 쉽고 편리하게 기부를 하는 방법을 잘 모르는 경우가 많다. 또한 자동시스템의 기부 형식이 있지만 사람들에게 명확하게 기부하고 있다는 뿌듯함을 제공하는데 약간의 부족함이 따른다. 이러한 여러 가지 문제점을 보완하고자 이 어플리케이션을 개발하려한다. 이 어플리케이션은 기부를 편리하고 쉽게 게임을 통해 즐기면서 기부를 할 수 있게 도와주는 것이다.

한편, 노래 관련 어플리케이션으로 ‘톡송’이 있는데, 이것은 소셜 네트워크 노래방 서비스 어플리케이션이다. ‘톡송’에는 오디션 기능이 있고 ‘톡송’으로 부른 노래는 각종 SNS를 통해 다른 사람들과 같이 들을 수 있다.

따라서, 본 논문은 사용자가 노래 게임을 하며 아이템을 구매함으로써 자연스럽게 기부를 할 수 있도록 하고, 기부처를 직접 선택할 수 있다는 것에 차별화를 두었다.

표 1 기부 어플리케이션

Application 이름	기능
기부톡(GiveTalk)	전화 통화량을 이용한 기부
버블 핑거 (Bubble Finger)	게임을 통한 기부
빅워크(Bigwalk)	걸을 때마다 적립된 금액 기부
본 연구	노래 게임을 통한 기부, 기부처를 직접선택

II. 관련연구

스마트 폰 사용자가 급증함에 따라 실생활에 유용한 어플리케이션이 많이 개발되고 있으며, 최근에는 기부관련 인식이 많이 확대됨에 따라 이에 대한 어플리케이션도 등장하였다. 기부 관련으로는 ‘기부톡’, ‘버블핑거’ 등이 있다. 주요 특징을 살펴보면, ‘기부톡’은 무료 전화 통화를 기부함으로써 자동기부가 되는 어플이다. 그러나, 기부에 초점이 맞추어져 있기 때문에 별 재미나 즐거움을 갖지 못한다. ‘버블 핑거’는 버블을 터뜨리는 게임으로 필요에 따라 아이템 구매시 그 구매금액을 기부할 수 있게 해주는 어플리케이션이지만 단순한 게임으로 사용자가 흥미를 느끼지 못하는 단점이 있다. ‘빅워크’는 GPS로 걸은 걸음만큼을 측정하여 10m에 1원씩 기부금이 적립되는 형태이다.

III. 기부 어플리케이션 설계

본 연구에서 제안하는 어플리케이션의 전체적인 구성은 다음과 같다. 크게 게임 기능과 기부 기능으로 나눌 수 있다.

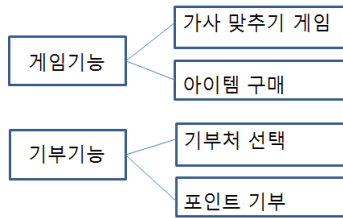


그림 1 주요 기능

가사 맞추기 게임은 사용자가 직접 노래를 부르면서 가사를 맞추는 방식이다. 아이템 구매를 통해 고득점과 기부를 할 수 있게 한다.

이때 음성 지원이 필요한데, 원곡을 베이스로 사용자가 노래를 부르면 원곡과 비교하여 분석을 하게 된다.

기부기능은 게임결과에 따라서 포인트를 지급해주고 사용자들은 포인트로 아이템을 구매할 수 있게 한다. 주요 아이템 목록은 다음과 같다.

- 단어 알려주기
- 한 소절 알려주기
- 코러스 지원
- 박수 지원
- 경고 1회 감소
- 음정 무시하기

그리고 그 아이템 구매액은 기부처3곳(동물,환경,아동) 중 하나를 선택하여 기부를 할 수 있게 한다. 기부금은 기업에서 후원한다.

V. 결론

본 연구는 사용자가 기부를 원하는 마음을 이해하고 좀 더 쉽고 편하게 기부를 할 수 있게 도와주고 그와 동시에 기부만 하는 지루함을 게임이라는 소재로 순화시켜 앞으로의 기부문화의 확산과 새로운 인식 등과 같은 기대한다. 그 기대효과와 첫 번째는 기부에 선뜻 다가가지 못하는 사람들에게 노래 게임이라는 소재로 쉽게 다가갈 수 있게 도와준다. 두 번째, 다양한 바이럴 마케팅을 통해 확산될 수 있다. 트위터, 페이스북 등과 연동 되면서 사용자들이 증가함으로 바이럴 마케팅의 수단으로 활용되어 차후에는 기부를 원하는 많은 기업들의 참여를 유도할 수 있다.

참고문헌

[1] DongGu Lee, "Android Smart Phone Best App 200", 정보문화사, 2011.
 [2] 안창현, 정휘립, CODMEDIA, "아이폰 4 +어플리케이션 100", 영진닷컴, 2011.
 [3] Google Play, <https://play.google.com>