

인터넷 콘텐츠와 세탁기

<http://www.dreamlg.com/turbodrum>



김 용 호(KIMM 자본재기술정보실)

'89 - '93 부산대학교 전자계산학과(학사)
'93 - '95 부산대학교 전자계산학과(석사)
'95 - 현재 한국기계연구원 선임연구원

1. 서 론

콘텐츠란, 소프트웨어에 담긴 정보, 통신망을 타고 흘러 다니는 정보자체. 콘텐츠(Content)는 사전적인 의미는 '내용 알맹이 목록 또는 만족 시키다 기쁘게 하다'라는 뜻이다. 구체적인 알맹이이자 내용인 동시에 만족을 줄 수 있는 것이 라는 의미로 유추해 볼 수 있다. 즉 기반 기술과 환경 위에서 보여줄 수 있는 내용을 말한다.

이러한 콘텐츠의 구축 및 제공하는 사업은 기업뿐만 아니라 국가 차원에서 경제력 측면과 사회적 측면에서 매우 중요한 부분을 차지하고 있고, 개인에서도 삶의 질과 직결되는 요소를 지니고 있다.

콘텐츠 제공 사업은 신문사, 방송사와 같은 대중 매체 뿐만 아니라 인터넷을 통해 음악을 제공받는 유형이 매우 일반화되어 있으며, 매니아를 위주로 매우 전문적인 사이트까지 활성화되고 있다.

최근 인터넷이 기업 활동의 주요 변수로 중요시 되면서 거의 모든 분야의 기업이 인터넷을 통한 경제 활동 방법을 모색하고 있다. "세탁기 인터넷 콘텐츠 개발" 사업의 위탁기관인 LG전자(주)는 세탁기가 인터넷과 연계하여 콘텐츠를 수신한 후 그 콘텐츠에 의해 연동되는 제품인 i@ble 세탁기를 개발하였다. 이에 한국기계연구원 ICOMM은 세탁기 콘텐츠를 웹 DB와 문서 만드는 기법을 통해 세탁기와 연동 가능한 홈페이지(<http://www.dreamlg.com>)을 구축하였다. 세탁기 내의 콘텐츠 내용을 변경할때 홈페이지를 통해 실행하기 때문에 콘텐츠를 보유하고 있

는 홈페이지도 오프라인(Offline)상에 존재하는 세탁기 제품의 일부인 경우이다.

본 논문에서는 LG전자(주)에서 2000년 11월 출시한 인터넷이 되는 "i-@ble 세탁기"의 콘텐츠를 구축하면서, 과제 수행을 홍보하는 목적과 함께 인터넷 콘텐츠에 대해 좀 더 깊이 있게 검토하고 콘텐츠 개발 구축과 관련된 기술, 성공적인 콘텐츠 구축을 위한 요건 등을 파악할 수 있도록 실제 개발된 내용을 중심으로 기술하고자 한다.

2장에서는 콘텐츠의 정의와 분류, 그리고 또 다른 성공 사례에 대해 다시 한번 살펴보고, 3장에서는 개발 내용에 대해서, 끝으로 4장에서는 사이트 오픈(Open) 결과에 대한 내용과 결론을 내린다.

2. 콘텐츠의 정의 및 사례 연구

2.1 콘텐츠의 정의

콘텐츠는 알맹이를 의미한다. 사전적으로는 그릇 속의 알맹이, 서적의 목차 등으로 풀이된다. 지금까지는 방송/영상 콘텐츠 등으로 많이 사용되고 있다. 본 논문에서의 콘텐츠 정의는 인터넷과 관련된 것을 필수로 하기 때문에 "인터넷 콘텐츠"를 중심으로 살펴 보기로 한다.

2.1.1 한국인터넷정보센터(www.nic.or.kr)의 정의
인터넷 콘텐츠 산업이란 기존에 존재하는 방송, 서점, 광고 등의 분야에서 인터넷이라는 환경에서 기존의 판매 및 홍보의 역할을 대신하여 수익을 올리는 산업을 말한다. 대표적인 콘텐츠 산업으로는 인터넷 광고, 인터넷 방송, 인터넷 서점, 그리고 인터넷을 통한 가상대학 등이 있다.

2.1.2 인터넷 백서 : 한양대학

(zippo.hanyang.ac.kr/Chapter/index.html)

인터넷은 새로운 콘텐츠 미디어이다. 전세계를 커버하고 24시간 사용자들과 통신(Communication)

할 수 있으며, 국경과 인종, 사상을 뛰어넘어 하나의 주제를 지닌 콘텐츠를 공유할 수 있다.

멀티미디어 콘텐츠는 정보콘텐츠 가운데 디지털화 하여 컴퓨터 등 정보기기용으로 생산, 유통, 소비되는 정보콘텐츠 및 정보통신망이나 방송망을 통해 송수신되는 정보콘텐츠를 지칭한다. 멀티미디어콘텐츠산업은 멀티미디어콘텐츠를 개발, 제작하거나 이를 유통, 판매하는 산업을 지칭된다. 멀티미디어콘텐츠의 예로는 CG/VR, 디지털소스, 사이버캐릭터, 온라인게임, 첨단 디지털영상, 디지털 애니메이션, 온라인 교육콘텐츠, 그리고 디지털 서적 및 간행물, 사이버드라마 등이 있다.

여기까지 콘텐츠의 여러 가지 정의에 대해 살펴 보았다. 결론적으로 간단히 정리하면, 인터넷 콘텐츠란 인터넷을 통해 보고, 듣고, 이용하거나 참고 할 수 있는 일련의 것들을 지칭하는 것이다.

2.2 분류

인터넷 콘텐츠에 대한 분류는 시각에 따라 차이가 나지만, 대략 산업적 측면, 비즈니스/기술적 측면, 목적/전략적 측면, 제공자형태/소비자 사용 형태별 측면의 4가지 분류 방법에 의해 분류하기로 한다.

분류 특징은 보는 사람의 시각에 차이가 있을 수 있을 수 있다는 것을 앞 구절에서 언급하였으며, 콘텐츠 제공자는 포털서비스를 할 수도 있고 몇 가지 형태를 동시에 서비스할 수도 있기 때문에 콘텐츠를 사이트별로 강제 분류하는 것은 타당하지 않다. 다만, 다양한 콘텐츠 제공시 서비스별 콘텐츠의 특징을 파악하고 설계하기 위해서는 체계적으로 파악할 필요가 있다.

2.3 사례연구

콘텐츠는 그 자체가 가치를 지니기 때문에 재화로 환산될 수 있다. 본 절에서는 전문적인 유

표 1. 콘텐츠 분류

	산업적 측면 (KRNIC)	비즈니스/기술적 분류(한양대 백서)	목적/전략적 분류	제공자 형태/소비자 사용 형태별 분류
특 징	<ul style="list-style-type: none"> - 광고 - 교육 - 방송/영상 - 서점 	<ul style="list-style-type: none"> - 광고 - 멀티미디어 <ul style="list-style-type: none"> + 교육용 + 출판 + 게임 + 디지털영상 + 저작도구 + 기타 - 인터넷TV/Radio - 신문 - 검색서비스 	<ul style="list-style-type: none"> - 비즈니스 <ul style="list-style-type: none"> + 광고 + 전자상거래 + 상품홍보 + 기업홍보 - 교육 <ul style="list-style-type: none"> + CAI + Edutainment + CBT - 데이터베이스 <ul style="list-style-type: none"> + 디지털 자료 + 마케팅 - Reference(문헌류) - Information(정보류) - 전자출판 - 게임 - 개인홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> - 뉴스/정보 <ul style="list-style-type: none"> + 신문사 + 뉴스속보 + 뉴스보드 + 월간뉴스 + 지역뉴스 + 뉴스레터 + 기타정보 - 자료실(DB,Data) <ul style="list-style-type: none"> + 각종규격 + 각종데이터 + 학술논문 + 소프트웨어 - 전자출판 <ul style="list-style-type: none"> + 웹매거진 + 문화/문학 + 교육/강의 + 매뉴얼 + 기타 - 방송/영상/오디오 <ul style="list-style-type: none"> + 방송 + 애니메이션 + 음악 + 만화 + 영화 - 온라인형 <ul style="list-style-type: none"> + 상담 + 진료 + 교육 + 대화방 + 게임 - 쇼핑 <ul style="list-style-type: none"> + 정보 + 몰 + 교환 - 솔루션 <ul style="list-style-type: none"> + 저작도구 + 소비자도구

아 교육관련 콘텐츠를 제공하는 사이트 소개를 통해 콘텐츠 사업의 가능성을 알리고자 한다.

아래 그림 2는 “네키랜드 (<http://www.totovil.co.kr>)”라고 하는 유아 교육 콘텐츠 제공 사이

트이다. 회원 가입을 하면 인터넷 ID와 인터넷 연결 가능한 인형을 받는다.

그림 1과 같이 인터넷 가능한 컴퓨터와 연결된 인형은 인터넷에 접속되어 네키랜드가 제공

3.3 세탁코스 콘텐츠 제공 서비스

i-@ble 세탁기는 I.O.P를 통해 웹서버(www.dreamlg.com/turbodrum)로부터 콘텐츠를 제공받는다. I.O.P를 컴퓨터에 설치한 후 사용방법은 아래 그림 5와 같다.

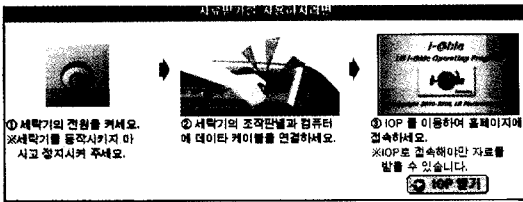


그림 5. 자료받기 사용법

LG전자(주)에서 i-@ble 세탁기 고객에게 제공하는 콘텐츠는 크게 4가지이다. 첫 번째는 자주 사용하는 세탁기의 코스를 웹 서버상에서 설정하여 세탁기에 등록하는 것이다. 그림 6은 “내 마음코스 프로그램 만들기” 화면의 인터페이스이다. 마우스로 버튼을 움직이면서 세탁시간, 행금횟수, 탈수횟수 등을 설정하여 자료받기 버튼을 클릭하면 세탁기에 해당 코스가 저장된다.

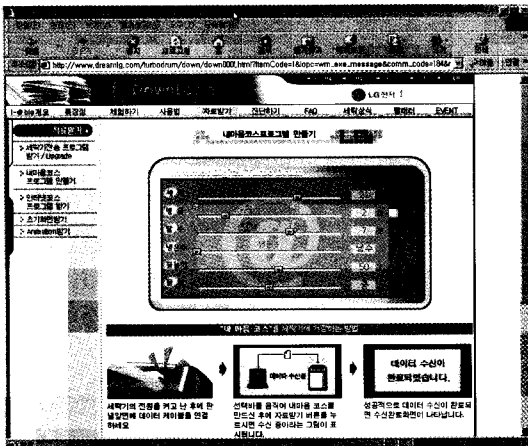


그림 6. 내마음코스 프로그램 만들기 화면

그림 7은 LG전자(주)에서 여러 가지 테스트를 통해 미리 만들어 놓은 코스들을 DB화하여 제공하는 서비스이다. 현재 8개 코스가 설정되어 있다. 이전 세탁기 세탁기능에 비해 유아복 코

스, 극소량 코스 등이 이해적이다.

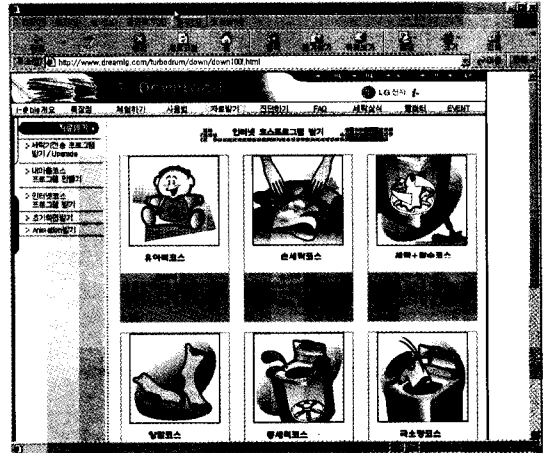


그림 7. 인터넷 코스프로그램 받기

그림 8, 그림 9는 세탁기 LCD화면의 콘텐츠이다. I.O.P를 통해 세탁기 LCD의 콘텐츠까지 바꿀 수 있다.

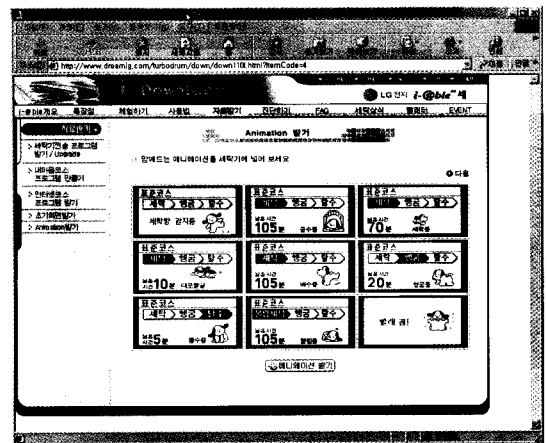


그림 8. 세탁진행 LCD화면 콘텐츠

3.4 홍보 및 CF 콘텐츠

오프라인(Offline)에서 세탁기 홍보를 위해 제작된 홍보영화와 만화도 인터넷 콘텐츠로 작성되어 있다. 성공적인 콘텐츠 서비스를 위해서는 고객이 쉽게 이해할 수 있는 홍보 영화 및 만화의 제작은 필요하다.

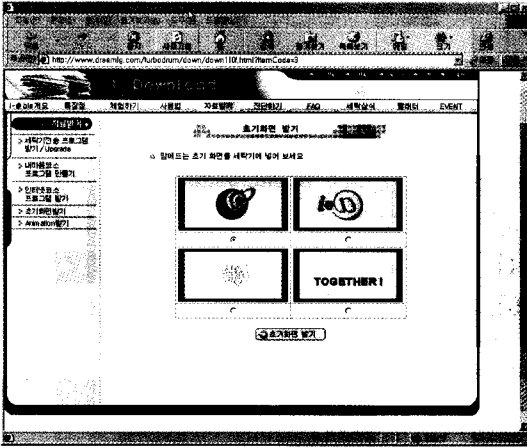


그림 9. LCD 초기화면 콘텐츠



그림 10. 홍보 콘텐츠 초기화면

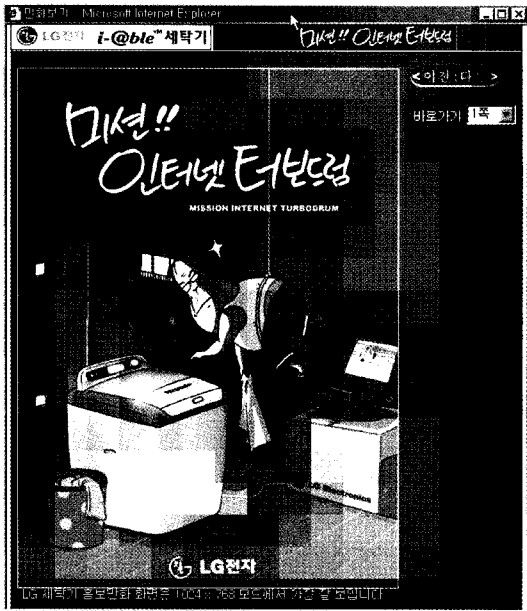


그림 11. 홍보 만화 콘텐츠 초기화면

4. 사업 수행 결과 및 결론

제품(특히 전자 제품)이 가지고 있는 기능이 지능화되면서 점차 콘텐츠화의 실현 가능성이 높아지고 있다. “세탁기 인터넷 콘텐츠 개발” 사업은 LG전자(주)의 콘텐츠 발굴과 한국기계연구원 ICOMM의 콘텐츠 구축 기술의 접목으로 10월 11일 제품 발표회 때 11개 언론사와 3개 방송사의 관심을 끌었다. 그림 12, 그림 13은 각각 10월 12일자 매일경제와 전자신문에 난 기사 내용이다.



그림 12. 매일경제 관련기사(2000.10.12)



그림 13. 전자신문 관련기사(2000.10.12)

향후, LG전자(주)는 제품발표회를 통해, 다양한 콘텐츠를 발굴하여 고객의 입맛에 맞는 i-@ble 세탁기가 될 수 있도록 약속하였으며, 향후 인터넷을 통한 세탁기의 원격제어까지 가능하도록 서비스할 것을 약속했다.

ICOMM은 이외에도 30여 기업의 콘텐츠 구축 사업을 수행하였으며, 해마다 점점 수준 높은 요구사항을 수용하였다. 이러한 기업의 다양한 요구를 받아들여 콘텐츠 구축시 최대의 효과가 나올 수 있도록 하여 기업의 경제 활동에 직접적으로 도움을 주고, 나아가 국가 경쟁력 강화에 일조를 할 수 있도록 지원해 나갈 것이다.

참 고 사 항

- [1] 한국인터넷정보센터, www.nic.or.kr, 2000.11
- [2] 인터넷백서(한양대학), zippo.hanyang.ac.kr/Chapter/index.html, 2000.11
- [3] 네키랜드, www.totovil.co.kr, 2000.11
- [4] LG전자, www.lge.com
- [5] 인터넷 디지털 터보드럼, www.dreamlg.com/turbodrum, 2000.11