

E-commerce Biz Model에서의 전자정보앨범 콘텐츠 개발

**- Development of the Electronic Information album of  
E-commerce Business Model -**

김 경 훈

현 국립서울산업대학교 시각디자인학과 교수

## Contents

논문요약

Abstract

### I. 서론

1. 연구개발의 배경 및 목적
2. 연구개발방법

### II. 이론적 배경

1. 디지털 기술
2. 인터넷 콘텐츠
3. 디지털 기술의 확장과 콘텐츠
4. 인터넷 콘텐츠의 분류 체계

### III. 전자정보앨범 콘텐츠 개발

1. 전자정보앨범 콘텐츠의 현황 및 문제점
2. 전자정보앨범 콘텐츠 개발기술 목표
3. 전자정보앨범 콘텐츠 개발 내용
4. 전자정보앨범 콘텐츠 개발기술 적용 사례

### IV. 결론

참고문헌

## 논문 요약

본 연구는 디지털 기술 및 콘텐츠에 대한 이론적 고찰을 통해 현재 제공되고 있는 콘텐츠의 문제점을 파악하여 질 높은 콘텐츠를 개발하는데 그 목적이 있다.

인터넷상에서 이루어지고 있는 커뮤니케이션 공간 콘텐츠의 개발을 통하여 현대인들이 공유할 수 있는 문화 공간을 개발하여 가족, 단체 등이 활용할 수 있는 전자정보앨범 콘텐츠를 제시하고 인터넷 전자앨범 콘텐츠의 온라인과 오프라인의 상호작용에 의한 수익모델 제시와 인터넷상에서의 사용자 이미지 편집, 동영상, 음성 등사용

자의 편집을 통하여 본인만의 커뮤니케이션 공간을 만들어 사용자가 스스로 관리할 수 있는 공간적인 콘텐츠를 개발하고자 함이다.

## Abstract

Though this research develops little more better Contents on the basis of this problem that grasp problem of Contents that is supplied about digitech and Contents present through theoretical ancient temple and is drawn, there is the purpose.

New moderns through development of communication space contents that is consisting in Internet wish to develop contents that is administrable space red by user making principal's communication space through profit model presentation and user image edit in Internet, animation, edit of only voice copy face and feature by on-line of internet electron album contents and interaction of off-line wishing to present household, the organization etc.. active electron information album contents because form and develop sharable culture space.

Keyword : E-commerce, electronic information album, digital contents

### I. 서론

#### 1. 연구개발의 배경 및 목적

최근 디지털 정보화의 급속한 변화에 따른 디지털 환경의 보급과 함께 문화 관련 콘텐츠에 대한 깊은 인식이 확산되어가고 있다. 대중문화 속에서 문화 관련 산업이 차지하는 위치가 점점 커져가고 있는 가운데 영화, 음악, 애니메이션 등 구 형태의 문화 콘텐츠 산업이 새로운 형태, 즉 디

지텔 형태의 신문화 콘텐츠 산업으로 변하는 것이다. 그리고 21세기의 시대적 조류가 지식 정보화 사회로 가고 있다. 즉, 물질적인 가치보다는 내용적 가치들, 실용적 가치보다는 미적 가치를 중시하는 대중의 문화적 욕구가 높아져 가고 있음을 의미하는 것이다. 이러한 면의 현대적 가치에 주목하여 무한한 가능성을 지닌 디지털 문화 콘텐츠 개발이 본 연구의 주 목적이다.

현재 인터넷 정보의 공유공간은 급속히 확산, 형성은 추세를 보임에 따라 현대인들은 가족단위의 커뮤니케이션 공유공간을 형성하고자 한다. 이러한 가족간의 공유공간은 인터넷 전자앨범이라는 커뮤니케이션공간에서 활용되어지고 데이터 보호 및 영구보존이 가능하다. 다양한 방법의 커뮤니케이션 콘텐츠의 형성은 문화현상에서 찾아 볼 수 있으며 이를 기본토대로 많은 커뮤니케이션 콘텐츠들이 개발되고 있다. 미래의 콘텐츠는 문화를 잘 파악하고 활용하느냐에 따라 가치 있는 콘텐츠로 만들 수 있다. 정보산업의 급속한 발달로 현대인들은 인터넷이란 새로운 매체를 이용하여 각종 데이터나 문서, 이미지, 동영상 등을 손쉽게 타인에게 전달 할 수 있으며 상호간의 커뮤니케이션 공간을 형성하고 있다. 이러한 현대인들의 트렌드에 맞는 콘텐츠의 제공은 새로운 형태의 문화 공간을 형성 발전시켜 가고 있다. 급속한 커뮤니케이션 공간이 확산과 발전은 자신들만의 공간에서의 가족간의 커뮤니케이션 문화 공간을 형성하고 보존이 가능하게 한다. 쉽게, 어디서 접할 수 있는 인터넷, 대중성을 갖고 있는 인터넷을 이용한 커뮤니케이션 공간이 절실히 필요할 때다.

본 연구는 인터넷상에서 이루어지고 있는 커뮤니케이션 공간 콘텐츠의 개발을 통하여 현대인들이 공유할 수 있는 새로운 문화 공간을 형성 개발하여 가족, 단체 등이 활용할 수 있는 콘텐츠를 제시하고자 한다. 인터넷 전자앨범 콘텐츠의 On-line과 Off-line의 상호작용에 의해 수익모델 제시와 인터넷상에서의 사용자 이미지 편집, 동영상, 음성 등사용자의 편집을 통하여 본인만의 커뮤니케이션 공간을 만들어 사용자로 하여금 관

리할 수 있는 공간적인 콘텐츠를 개발하고자 한다.

또한 현재 많은 콘텐츠의 문제점들은 On-line상에서의 수익모델을 제시하지 못하고 있으며 이러한 문제점을 On-line을 통하여 사용자가 본인의 사진자료를 편집, 동영상 등 사용자가 만든 전자앨범을 인터넷상에서 On-line업체에 본인 전자앨범을 제작 주문하면 On-line으로 개인에게 배달 될 수 있는 콘텐츠를 개발하는데 그 목적이 있다.

## 2. 연구개발방법

본 연구의 주된 흐름은 디지털 기술과 인터넷 콘텐츠에 대한 개념을 정립한 후 디지털 기술의 확산에 따른 콘텐츠의 변화 및 인터넷 콘텐츠의 분류에 대해 이론적으로 고찰해 보았다. 이러한 연구 과정을 통해 도출된 전자정보앨범 콘텐츠의 문제점을 이론적, 기술적으로 연구하여 전자정보앨범 콘텐츠의 기술개발에 좀 더 나은 가이드라인을 제시할 수 있었으며 개선방안과 향후 연구 방향을 추출할 수 있었다.

본 연구의 방법은 크게 문헌조사, 전자정보앨범 콘텐츠 문제점 분석, 전자정보앨범 콘텐츠 기술개발의 세 가지 방법으로 진행되었다. 이를 바탕으로 한 문제점 인식과 문헌조사를 통한 이론적 배경의 고찰로 문제점에 대한 전문가들의 해결점을 파악하여 새로이 보완된 전자 정보앨범 콘텐츠를 개발 및 적용하여 보았다.

## II. 이론적 배경

### 1. 디지털 기술

디지털 기술은 문화적 측면에서 한정해 보면, 디지털 기술은 문화와 기술을 접합시킴으로써 문화가 생활 전반에 작용케 하였다. 이른바 문화의 일상화를 위한 사회, 경제적 조건이 형성된 것이다. 이러한 문화의 생활화는 과거의 순수 예술에 초점이 맞춰진 제한된 문화 개념에서 역사적, 사

회적, 교육적, 경제적, 윤리적, 예술적 가치가 있는 것으로 그 범위를 확장시켰다. 문화의 생활화는 주로 디지털 기술에 의한 산업화, 상업화의 형태를 띠고 있지만, 그것의 기능은 사회적, 문화적 의미가 짙다. 결국 문화의 세기는 문화의 힘이 문화산업 형태로 우리의 일상생활에 작용하는 것을 일컫는다.

여기서 문화산업의 외피는 산업적이지만 그 내피는 문화적이라고 할 때, 전자는 하드웨어적인 측면으로서 미디어 기지를 말하는 것이며, 후자는 소프트웨어적인 측면으로서 콘텐츠를 말한다 할 수 있다. 즉, 문화산업을 지식 기반 경제에서의 꽃으로 비유하지만 실질적으로 중요한 것은 콘텐츠 산업의 발전이 전제되었을 때 의미가 있는 것이다.<sup>1)</sup>

디지털 기술이 문화에 활용되면서 이전과 다른 새로운 특징을 발견할 수 있는데, 이는 대략 양방향성, 하이퍼텍스트, 멀티미디어로 요약할 수 있다. 양방향성은 이전의 메시지 전달의 일방향성과 대비되며, 하이퍼텍스트는 텍스트의 독립성과 대비되며, 멀티미디어는 이전 미디어의 단이 감각성과 대비된다.<sup>2)</sup>

이는 문화의 향수자층을 넓히는 문화의 민주화 길을 열었다고 할 수 있지만, 동시에 자유롭게 복제 가능하기 때문에 문화와 비문화의 경계를 흐리게 한 점도 있다. 이와 같이 디지털 기술은 우리에게 양면의 가치를 지닌 것으로 볼 수 있다.

## 2. 인터넷 콘텐츠

인터넷 콘텐츠는 말 그대로 인터넷이라는 매체를 통하여 유통되는 고부가가치의 콘텐츠를 의미하며, 넓은 의미에서는 인터넷을 활용하는 전자상거래 정보를 제공하고 유통시키는 하나의 콘텐츠라는 측면에서 인터넷 콘텐츠라고 볼 수 있다. 더군다나 인터넷 콘텐츠의 의미가 모호해지는 경

향이 있지만, 아직까지 인터넷 콘텐츠는 콘텐츠 영역에서 가장 많은 부분을 차지하므로 인터넷과 관계된 모든 콘텐츠를 인터넷 콘텐츠라고 말하기도 한다.<sup>3)</sup>

콘텐츠는 온라인과 오프라인의 주요 자산이며 여러 가지 기술들을 통해 이를 가능하게 되는 수단이자 특정 대상을 목표로 하여 통합된 서비스 패키지의 개념이므로 이런 개념 속에는 통상적으로 콘텐츠라는 의미 이외에도 부가서비스에 속하는 통신과 커뮤니티 서비스 그리고 거래 서비스 등이 포함되는데 이렇게 콘텐츠를 기반으로 하여 “텍스트, 그래픽, 시뮬레이션, 동영상 등이 조화를 이룬 정보, 엔터테인먼트, 통신, 거래 서비스 모두를 통합한 것이 인터넷 콘텐츠”라고 말하기도 한다.

## 3. 디지털 기술의 확산과 콘텐츠

디지털이란 물질로 구성되어 있는 아날로그 세계를 논리적인 사고의 이진법으로 코드화해서 재구성한 표현물, 즉 콘텐츠이다. 곧 디지털 코드 자체가 콘텐츠라는 것이며, 따라서 디지털이란 기술 그 자체 그것이 하드웨어든 운영체제든 아니면 소프트웨어든 사회가 가지고 있는 사회적 지원을 얼마나 많이 디지털화시켰는가에 따라 달라지게 된다. 곧 콘텐츠 생산력이 그 사회의 경쟁력을 대변하게 된 것이다.

전통적인 아날로그 환경에서 콘텐츠의 경우 전통적인 미디어(신문, 방송, 출판)기업을 중심으로 생산되고 부가가치를 창출하는 형태를 띠었지만, 오늘날과 같은 인터넷 환경에서 콘텐츠는 미디어 기업뿐만 아니라 모든 기업들의 핵심적인 문제가 되었다.

디지털 기술의 확산에 따른 IT부문과 통신, 방송 네트워크의 확장은 콘텐츠 산업의 규모를 크게 확장시켰다. 특히 제3세대 미디어로 불리는 디지털 미디어의 확장은 과거 수직분업 형으로 통합되어 있던 콘텐츠 제작 환경을 수평분업 형으로

1) , “디지털 문화 콘텐츠 산업에 관한 연구”, 2002

2) op.cit

3) 이국철외, “인터넷 콘텐츠의 성공적인 유료화에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”

재편시키고 있으며, 수없이 다양한 콘텐츠 출구를 만들어냄으로써 문화 콘텐츠의 시장 분화와 고부가가치성의 확보라는 새로운 산업 재화로써 콘텐츠 산업을 만들어 내고 있다.

앞으로 모든 미디어는 디지털이라는 하나의 표준화된 코드로 통합되리라는 것은 일반적인 예측이다. 따라서 디지털화된 문화적 자원, 즉 콘텐츠를 얼마나 가지고 있는냐는 것은 곧 다가올 디지털 네트워크 시대에 있어 핵심적인 과제가 될 것이다. 문화산업 발전의 요체는 콘텐츠에 있다는 것을 인식하고 세계 각국에서도 이를 발전시키기 위한 각종 시책을 발표하여 시행하고 있는 실정이다.

#### 4. 인터넷 콘텐츠의 분류체계

[인터넷 콘텐츠 서비스에 대한 유료화 방안에 관한 연구, 이형석, 2001] 에 의하면, 인터넷 콘텐츠의 형태를 각각 인터넷 금융콘텐츠, 게임/만화 및 영상콘텐츠, 교육콘텐츠, 건강 및 사주콘텐츠, 취업정보콘텐츠로 분류하였다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

##### 1) 인터넷 금융 콘텐츠

인터넷을 통해 국내외 금융 기관의 홈페이지에 접속하여 여러 가지 금융 정보를 조회하거나, 그런 정보를 얻고, 계좌 이체와 대출과 같이 은행에서 제공되는 업무들이 처리가 되었다. 특히 인터넷이라는 매체가 광범위하게 대중화되어서 사이버 증권이라는 새로운 개념의 증권 업무가 생기고 활성화되면서 각종 증권과 금융 업무에 관련된 인터넷 콘텐츠 서비스 등을 제공하는 사이트의 수가 점점 증가되는 현상이 생기게 되었다.

##### 2) 게임, 만화 및 영상 콘텐츠

게임의 경우 초기에는 개인용으로 사용되던 단순화된 게임이 주류를 이루었으나 인터넷이 보급되면서 전세계적으로 여러 명이 동시에 즐길 수 있는 멀티형 네트워크 또는 인터넷 게임 등으로 발전되었다. 콘텐츠 인텔리전스 사의 조사에 따르면 국내에서는 게임이 성인 및 영화를 제치고 가장 유력한 콘텐츠 모델로 부각되고 있다. 대표적

으로 리니지, 한게임, 퀴즈퀴즈, 엠게임, 포트리스 2 등과 같은 게임 사이트 등이 잇단 성공한 사례들이다.

##### 3) 교육 콘텐츠

과거에는 단순히 책을 읽은 후에 그 결과를 시험을 통하여 측정하는 경향이였지만 최근 급성장을 보이고 있는 콘텐츠의 보급으로 시간적, 공간적인 제약으로 교육의 기회가 없었던 사람들에게 인터넷을 통한 원격교육은 매우 효율적이다. 직장에 다니는 직장인들이 업무외 시간에 인터넷을 통해 필요한 과목 등을 학습하게 되어 시간적인 제약을 극복할 수 있게 되었고, 업무를 수행하는 장소와 학습을 하기 위한 장소 간의 공간적인 제약 등도 손쉽게 극복되었다.

##### 4) 건강 및 사주 콘텐츠

요즘 네티즌들은 건강 및 사주, 해몽 등이 생활에 꼭 필요한 것은 아니지만 예전과 다르게 높은 관심을 나타내고 있다. 한번 알고 싶다는 호기심의 발동으로 유료 사이트를 사용하기도 한다. 건강에 관련된 분야도 다른 분야와 마찬가지로이다.

##### 5) 취업 정보 콘텐츠

취업을 하기 위해서 과거에는 신문광고나 취업전문지를 통해 직업을 구하려는 모습이 주류를 이루고 있으나 이제 인터넷으로 취업정보가 제공되는 전문 사이트를 통해 얻고 있다.<sup>4)</sup>

[표1] 인터넷 콘텐츠 산업의 유형

유형	내용	관련기업
홍보형	사이트내에 콘텐츠를 무료로 제공하여 사이트를 홍보하는 형태	다음, 새롬, 야후, 네이버
광고 유치형	콘텐츠는 무료로 제공하여 가입자를 확보 및 광고주로 유치하여 수익을 얻는 사업형태	디지털 조선, 동아닷컴
정보 판매형	콘텐츠 자체를 소비자에게 판매하는 형태	각종 게임 사이트, 온라인 증권사
전자 상거래형	콘텐츠는 무료로 제공되지만 가입자들로 하여금 구매행위를 유도 및 수익을 얻는 형태	옥션, 인터파크, 한솔CSN

4) 이형석, "인터넷 콘텐츠 서비스에 대한 유료화 방안에 관한 연구", 정보화정책 제8권 제4호, 2001

또한 위의 [표 1]<sup>5)</sup>에서 보는 것과 같이 인터넷 콘텐츠 사업의 유형에 따라 분류하였다.

### III. 전자정보앨범 콘텐츠 개발

#### 1. 전자정보앨범 콘텐츠의 현황 및 문제점

현재 전자정보앨범 콘텐츠는 각 콘텐츠의 구성 요소가 약하고 개인의 정보 제공 및 관리가 떨어져 전문성이 결여되어 있다. 또한 일반 뷰어 형태로 제공되고 있어 정보로서의 가치가 떨어지며 다양한 서비스의 연계 및 제공이 적어 정보로서의 가치 및 사용의 지속성을 저하시키고 있다. 그리고 현재 전자정보앨범 콘텐츠를 서비스하는 대다수의 사이트들이 정보의 자료 관리 목적인 아닌 디지털 포토 인화 서비스를 목적으로 하고 있어 전문성이 결여되어 있다. 이러한 기 제공되고 있는 전자정보앨범 콘텐츠의 현황 및 문제점을 종합해보면 다음과 같다.

[표2] 전자정보앨범 콘텐츠의 현황 및 문제점

구분	현황 및 문제점
전자앨범서비스	- 현재 전자앨범의 구성은 단순 디스플레이하는 기능의 콘텐츠로 구성 - 자료의 정보 형태가 DB화 되어 있지 않아 정보 가치성 결여 - 획일적인 뷰어 기능 구성
동호회 서비스	- 대등 소이한 서비스 제공으로 인한 특색이 없는 서비스 제공 - 정보의 가치가 없는 컨텍스트 제공
아바타 서비스	- 획일화 된 아바타의 제공 - 단순 이미지 적용 - 독창성이 없는 아바타 제공
이미지 및 동영상 편집 서비스	- 오프라인 상에서 다양한 프로그램 지원 - 온라인상의 다양한 편집 불가
전자책 서비스	- 현재 뷰어 형태로만 제공 처리 - 사용자의 참여권한의 결여
전자 상거래 서비스	- 활성화, 다양화 되어 있음 - 포괄적이고 보편적인 상품을 주로 다룸

#### 2. 전자정보앨범 콘텐츠 개발기술 목표

현재 제공되는 전자정보앨범 콘텐츠에 대한 문제점을 바탕으로 하여 가이드라인을 구성한다. 먼저 다양한 콘텐츠를 제공함으로써 전자앨범 편집 및 책 출간 서비스업체로서의 우위를 다지며 개인의 독창적이고 독자적인 콘텐츠의 생성 및 제공으로 새로운 콘텐츠 장을 형성 하고자 한다. 또한 현 시장의 변화 추세에 발맞춰 개인의 정보화, 포털 서비스, 교육 및 게임 콘텐츠와 연계, 개개인의 특성을 살린 아바타, 온라인상에서의 합성 및 편집 서비스를 제공하고자 한다. 이러한 개발 기술의 목표를 종합해보면 다음과 같다.

[표3] 전자정보앨범 콘텐츠 개발기술 목표

구분	개발기술목표
전자앨범서비스	- 편집, 합성 기능 등을 첨가하여 콘텐츠의 질적 향상 및 다양한 서비스 제공 - 자료의 정보 DB화 구조로 정보의 가치를 높임 - 관리자가 구성 및 편집하는 형태가 아닌 사용자 직접 참여, 구성하는 콘텐츠의 형태로 발전
동호회 서비스	- 각각의 동호회별로 정보 및 자료를 DB화 하여 가치 있는 정보의 창출 - 직접 가치 정보의 제작으로 인한 사용자의 참여율을 높이고, 정보화 기대에 부합 시키기 위하여 전자책 발간으로 정보 가치의 상승
아바타 서비스	- 개인의 개성에 맞는 아바타 제공 - 체형에 맞는 다양한 이미지 제공 - 현실성을 고려한 아바타 제공
이미지 및 동영상 편집 서비스	- 온라인상에서의 다양한 편집, 콘텐츠 제공
전자책 서비스	- 제공된 책자의 뷰어 기능뿐만이 아닌 직접 제작 및 편집기능의 부가 서비스 제공 - 개인뿐만이 아닌 동호회 같은 단체의 전자책 발간 서비스 제공
전자 상거래 서비스	- 전문성 및 소비자의 독특한 취향에 맞춰 맞춤형과 보정성을 갖춘 상품 거래로 특정 소비자층을 위한 차별화 마케팅 전략수립

#### 3. 전자정보앨범 콘텐츠 개발 내용

5) , "인터넷 산업의 현황과 발전방안", 산업연구원, 1999

### 1) 개발 기술의 개요

기존 인터넷 포털사이트 내에서의 콘텐츠 서비스와는 달리 사용자가 직접 편집 및 제작이 가능한 전자앨범과 개인 또는 동호회 같은 단체의 전자책 발간 서비스와 사용자의 개인정보에 아바타를 제공하여 본 콘텐츠의 서비스를 위한 최적의 데이터베이스를 구축하여 이미지 편집 기술을 개발 합성하여 본 콘텐츠의 수익성을 향상 시키는데 그 목적을 두고 있으며 내용은 다음과 같다.

[표 4] 전자정보앨범 콘텐츠 개발기술 목표

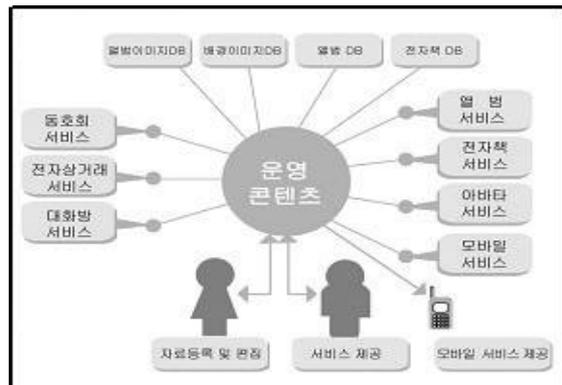
구분	내용
이미지 편집	- 온라인상에서의 이미지 편집 기능 - 실시간 처리로 인한 고속화 알고리즘 개발 - 정교한 이미지 합성 알고리즘 개발 - 다양한 이미지 합성 표현 알고리즘 개발
동영상 편집	- 온라인상에서의 동영상 편집 기능 - 웹 카메라를 이용한 고속화 알고리즘 개발
앨범 관리	- 매체의 디지털화로 인한 다른 저장 관리 매체의 필요 - 온라인상에서의 전자 앨범 관리 구현 - 정보의 구현 및 관리를 사용자가 직접 처리 - 손쉬운 운영 관리 방법 - 다양한 방법의 앨범 편집 및 앨범 자료 공유
전자책 관리	- 인터넷을 이용한 전자책 발간 - 개인 또는 동호회 등의 단체의 전문적 또는 일상적인 자료를 인터넷을 이용한 전자책 발간으로 자료의 정보 가치를 높임 - 최상의 정보 서비스 제공
아바타	- 실사 캐리커처를 이용해 다양한 캐릭터 제공 - 실철을 대상으로 콘텐츠를 구성하여 코디네이터로서의 서비스 제공
데이터베이스	- 위의 모든 사항을 최적화된 데이터베이스 구축 - 본 콘텐츠의 이용시 사용자의 편리함을 위하여 오픈 데이터베이스 형태로 설계 제공

### 2) 전체 시스템의 구성

전자정보앨범의 콘텐츠는 크게 이미지 편집, 동영상편집, 앨범관리, 전자책관리, 아바타, 데이터베이스로 구성되어 총6가지의 콘텐츠로 구성되어 있으며 세부 콘텐츠의 구성으로는 이미지 편집컨

텐츠는 최적의 On-line상에서의 사용자의 독특한 표현에 맞게 적용할 수 있는 콘텐츠로 사용자의 취향에 맞게 수정 편집할 수 있는 콘텐츠이며 실시간으로 처리할 수 있는 이미지 합성 알고리즘이 구성되어 있어 사용자가 편리하게 합성할 수 있다.

동영상 편집의 콘텐츠는 사용자가 최적의 On-line상에서의 동영상 편집 기능을 부여하고 Web 카메라를 이용한 고속화 알고리즘 개발로 쉬운 동영상 편집기능을 가지고 있다. 앨범관리 콘텐츠는 사용자가 On-line상에서 자유롭게 앨범 관리를 할 수 있으며 다른 매체로의 전환할 수 있다. 그리고 전자책 관리 콘텐츠는 On-line상에서의 개인 및 동호회의 전자책을 만들 수 있는 콘텐츠를 제공하며 사용자가 직접 관리할 수 있게 되어 있다. 또한 아바타 콘텐츠는 캐리커처를 이용한 다양한 캐릭터를 제공하며 실체를 대상으로 콘텐츠를 구성하여 코디네이터로서의 서비스 제공하며 데이터베이스 콘텐츠는 위의 모든 사항을 최적화된 데이터 베이스구축 하며 본 콘텐츠의 이용시 사용자의 편리함을 위하여 오픈 데이터베이스 형태로 설계 제공된다.



[그림 1] 전체 시스템 구성도

### 3) 전체 시스템의 세부 내용

본 전자정보앨범 콘텐츠의 세부 내용은 전자앨범 편집 및 전자책 출간, 음악파일, 동영상 편집 및 제공 서비스, 모바일 서비스, 아바타 제공 서비

스, 전자상거래 제공 서비스 등으로 나누어지는데 종합하여 보면 다음과 같다.

세부 내용	
<b>전자앨범 편집 및 전자책 출간</b> - 앨범 배경 및 사용자 편의에 따른 이미지 생성 - jpg, gif파일 포맷에 맞추어 이미지 손실을 최대한 줄이고 웹 상에서 퍼포먼스를 높임(24bit, 스캐닝 해상도 600dpi) - 콘텐츠의 관리를 개인적으로 암호화하여 관리함으로써 정보의 유출을 방지해 신뢰성을 높임	
<b>미디, mp3음악파일 재생, 동영상 편집 및 제공 서비스</b> - 44.1khz, 16bit이상의 PCM데이터와 저작권자와의 협의 하에 MP3파일을 제공 - 음악파일의 웹 상에서 전송방식은 mpeg4방식을 이용하며, 전송 속도는 64kbps이상으로 함 - 개인의 동영상을 편집 및 저장공간을 제공 - 동영상의 웹 상에서 전송은 mpeg4방식을 이용하며, 전송 속도는 300kbps이상으로 함	
<b>모바일 서비스를 이용한 콘텐츠 전송 서비스</b> - 모바일 기기의 배경이미지 또는 벨소리의 제공 - 개인 일정관리 및 주소록 서비스 제공 - 호출 기능 및 문자 메시지 전송 서비스 제공 - 개인 동영상 및 이미지 전송 서비스 제공	
<b>아바타 제공 서비스</b> - 외부 디자이너와의 협력 유지, 보다 차원 높은 콘텐츠 제공 - 실사 이미지 또는 캐리커처, 분 콘텐츠에서 제공하는 이미지를 이용하여 서비스 - 사용자 개인의 실적을 이용한 아바타를 사용함으로써 독창적인 아바타 서비스	
<b>전자상거래 제공 서비스</b> - 구매자에게 맞춤 주문제작 서비스를 제공함으로써 만족도를 향상 시킴 - 구성된 사용자의 취향에 맞는 제품을 제공 - 암호화된 서비스를 제공함으로써 구매자에게 개발 콘텐츠의 신뢰성을 높임	

#### 4. 전자정보앨범 콘텐츠 개발기술 적용 사례

본 전자정보앨범 콘텐츠 개발기술을 적용한 사이트이다. winphoto.net은 전자앨범 편집 및 전자책 출간, 음악파일 재생, 동영상 편집 서비스, 모바일 콘텐츠 서비스, 아바타 서비스등이 적용되었다.<sup>6)</sup>

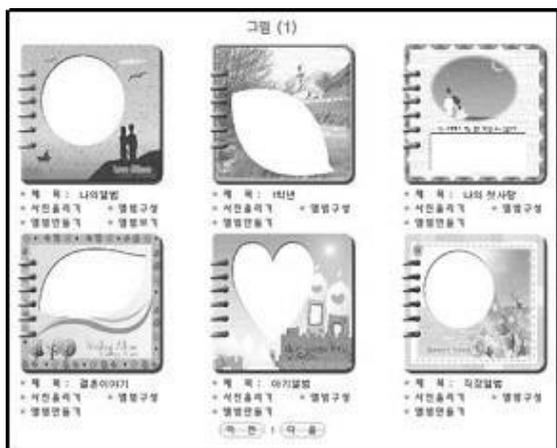
6) www.winphoto.net



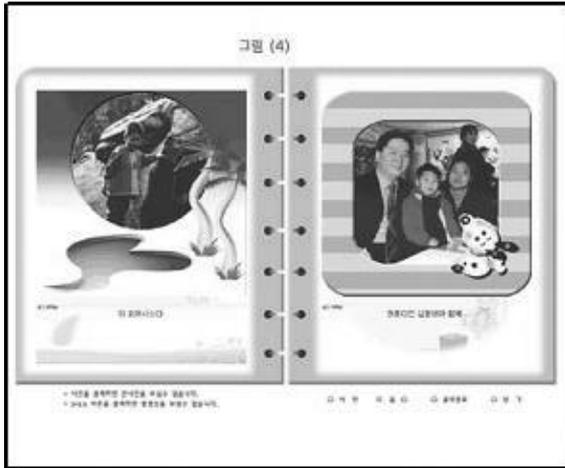
[그림2] winphoto.net의 메인 페이지



[그림3] 전자앨범보기 페이지



[그림4] 콘텐츠 내에 제공되는 배경 이미지



[그림5 ] 사용자가 직접 만든 전자앨범

#### IV. 결론

본 연구는 기존의 문화 콘텐츠 산업이 디지털 기술의 확산에 따라 나타나는 새로운 현상에 대한 체질적인 변화를 겪으며 나타나는 디지털 문화 콘텐츠 산업의 재구성과 그에 따른 새로운 전자정보앨범 콘텐츠 개발에 초점을 맞추었다.

즉, 디지털 기술과 인터넷 콘텐츠에 대한 이론적 배경을 토대로 현재 제공되는 전자정보앨범 콘텐츠의 현황 및 문제점을 파악하고, 이를 통해 수익성의 극대화를 위한 새로운 전자정보앨범 콘텐츠 기술을 개발 및 적용하여 보았다.

본 연구는 인터넷을 통한 다양한 콘텐츠의 광범위한 보급이 빈번해진 시대를 맞이하여 인터넷 콘텐츠 업체들의 치열한 경쟁 속에서 살아남기 위해 소비자들의 욕구와 이용의 편리함, 독창적이고 혁신성을 지닌 전자정보앨범 콘텐츠를 개발했다는 점에 그 시사점을 둔다. 또한 본 연구의 결과, 21세기는 디지털 문화 콘텐츠 자체가 문화이고 그 산업의 변화 역시 문화 콘텐츠간의 변화라고 볼 수 있으며 향후, 각각의 디지털 문화 콘텐츠 산업이 상호 믹스되어 새로운 시너지 효과를 얻어 낼 수 있는 다양한 콘텐츠의 개발 및 연구가 필요함을 알 수 있었다.

#### 참고문헌

- 1) 고영수, “인터넷과 출판산업”, 출판연구 제11호, 1999
- 2) 유승호, “디지털 시대의 문화 콘텐츠”, 전자신문사
- 3) 김하진, 이만재외, “디지털 콘텐츠”,안그라픽스
- 4) 강록희, “멀티미디어 콘텐츠 시장 전망”, 대신경제연구소, 2000
- 5) 송민정, “알기쉬운 인터넷 콘텐츠 산업론”, 진한도서, 2000
- 6) 이형석, “인터넷 콘텐츠 서비스에 대한 유료화 방안에 관한 연구”, 정보화정책 제8권 제4호, 2001
- 7) 김기홍, “인터넷 산업의 현황과 발전방안”, 산업연구원, 1999
- 8) www.winphoto.net