

동영상 큐레이션 기반 모바일 뉴미디어의 활용

조광문*

목포대학교 전자상거래학과 교수

Utilization of Mobile New Media based on Video Curation

Kwangmoon Cho*

Professor, Dept. of Electronic Commerce, Mokpo National University

요약 본 논문에서는 전자상거래 쇼핑몰 운영자나 밴드 운영자, 유튜브 크리에이터들이 본인들이 제작한 영상 이외에 연관 동영상 콘텐츠를 함께 미디어에 게재하여 온-오프라인 홍보에 시너지를 발현할 수 있도록 할 수 있는 모바일 뉴미디어 솔루션을 개발하였다. 플랫폼 분야의 영상들을 직접 찾지 않고 제공함으로써, 이용자에게는 흥미와 정보를 제공하면서 자신의 플랫폼을 홍보할 수 있는 새로운 유형의 마케팅 수단을 제공할 수 있다. 영상을 생산하는 국내외 예비 크리에이터들은 영상의 오픈마켓과 같은 유튜브, 아프리카TV 이외에 자신만의 영상을 업로드 할 수 있고, 유무료 과금 체계를 활용하여 독립적인 고객 관리(CRM)와 자기 브랜딩, 콘텐츠 관리 시스템을 탑재한 모바일 기반의 뉴미디어를 활용할 수 있을 것이다.

주제어 : 동영상, 모바일, 뉴미디어, 큐레이션, 크리에이터

Abstract In this paper, we developed a mobile new media solution that enables e-commerce shopping mall operators, band operators, and YouTube creators to create synergies in online and offline promotion by posting related video contents on the media in addition to their own videos. By providing videos in the field of the platform without directly searching for them, it is possible to provide users with a new type of marketing means that can promote their platform while providing interest and information. Prospective creators at home and abroad who produce video can upload their own video in addition to YouTube and afreeca TV, such as the open market for video, and use independent and free charging systems to manage independent customer relationship management(CRM), self-branding, and content management. It will be possible to utilize mobile-based new media equipped with a system.

Key Words : Video, Mobile, New Media, Curation, Creator

1. 서론

뉴미디어는 과학기술의 발전에 따라 생겨난 새로운 전달매체로서, 기존의 대중 매체에 얽매이지 않는 새로운 매체이다. 특히 모바일 시대를 맞이하여 그 활용도가 급속도로 높아지고 있는 것은 주지의 사실이다.

온라인과 뉴미디어 콘텐츠는 기존 텍스트와 이미지 형식을 넘어 유튜브, 아프리카TV, 네이버TV로 대변되는 동영상 중심 미디어 플랫폼의 글로벌 확산과 수요자의 요구와 관심을 반영한 동영상 큐레이션의 시대를 전 지구인이 경험하고 있다[1,2].

전자상거래 사이트를 운영하는 개인이나 밴드 운영자,

본 논문은 교육부와 한국연구재단의 재원으로 지원을 받아 수행된 사회맞춤형 산학협력 선도대학(LINC+) 육성사업의 연구결과입니다.

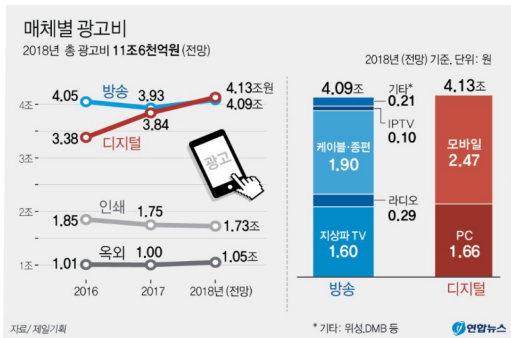
*교신저자 : 조광문(ckmoon@mokpo.ac.kr)

접수일 2020년 3월 17일 수정일 2020년 5월 19일 심사완료일 2020년 6월 3일

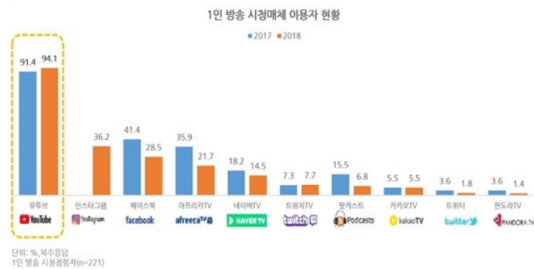
SNS를 통한 사업자들의 홍보 및 광고의 주요 수단은 동영상의 필수적인 요소가 되고 있다.

이러한 사회문화기술경제 현상의 최신 트렌드를 분석하고 나아가 예비 영상 크리에이터들을 대상으로 하는 1인 뉴미디어 채널 솔루션을 연구개발하여 수요 기업의 기술 사업화 이슈에 대응하고 나아가 사업 성공과 매출 증대를 위한 토대를 마련하고자 한다[2,3].

[Fig. 1]과 [Fig. 2]와 같이 최근 국내에서도 유튜브 광고 수익으로 상상 이상의 수입을 올리는 다수의 영상 크리에이터들에 대한 사회·경제·문화적 관심과 관련 콘텐츠 산업에 대한 수요가 기하급수적으로 증가하고 있다[4,5].



[Fig. 1] Advertising Costs by Media in 2018: Mobile Advertising Surges



[Fig. 2] One-Person Broadcast Viewing Behavior

이를 통하여 다음과 같은 효과를 얻을 수 있다. 기술적으로는 국내의 주요 동영상 서비스 플랫폼과 세부 구성 기술 요소를 분석하여 이중 IP 회피와 국산 기술화가 가능한 부분들에 대한 연구를 통해 수입 대체 효과를 얻을 수 있으며, 경제·산업적으로는 수요 기업의 매출 증대 및 나아가 세계시장 진출을 지원할 수 있다. 또한 뉴미디어 인력 양성과 신산업 창출에도 기여할 수 있다.

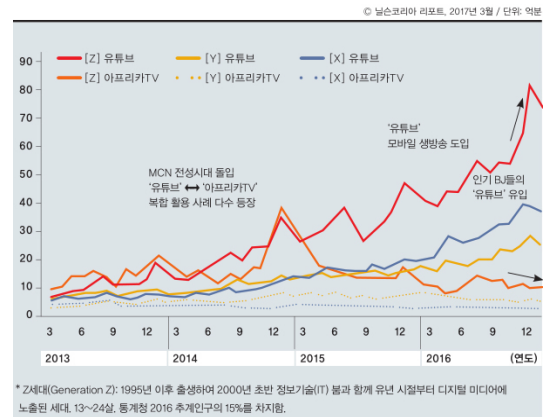
2장에서는 관련 기술 동향을 소개하고, 3장에서는 본 논문에서는 제안하는 솔루션의 기능요소를 제시하고, 4

장에서는 솔루션의 이용 사례를 제시하고, 5장에서는 결론과 향후 연구 방향을 제시한다.

2. 관련 기술 동향

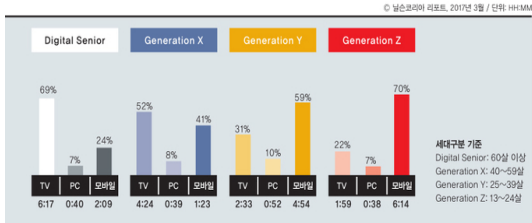
큐레이션이란 다른 사람이 만들어놓은 콘텐츠를 목적에 따라 분류하고 배포하는 일을 뜻하는 말이다. 콘텐츠가 많아 질수록 선별된 양질의 정보에 대한 수요가 커지며 큐레이션은 이런 수요를 충족시키기 위한 것으로 신규 비즈니스의 기회가 창조적작업(콘텐츠 제작)에서 콘텐츠의 분류 편집 및 유통으로 확대되는 것을 의미한다. 다양한 자료를 자기만의 스타일로 조합해내는 파워블로거, 각계각층의 사람들이 거대한 집단지성을 형성한 위키피디아, 스마트폰을 통해 주제에 따라 유용한 정보를 모아 제공하는 애플리케이션 등이 큐레이션의 한 형태라고 볼 수 있다[6]. 따라서 1인 미디어를 기반으로 사업을 하는 주체에게 있어서 홍보 및 광고를 위한 동영상을 큐레이션하는 것은 꼭 필요한 일들 중의 하나이다[7-10].

닐슨코리아의 '세대별 모바일 애플리케이션 이용 현황 분석'에 의하면, Z세대(13~24살)의 가장 두드러지는 스마트폰 이용 특성은 '유튜브'의 이용 커버리지가 86%로 타 세대 대비 10% 이상 높다는 것이다. TV시청 프라임 타임인 오후 8시부터 밤 11시 사이에도 모바일 동영상 이용시간이 가파르게 상승한다. 가까운 미래에 경제력을 갖게 될 세대의 강력한 지지와 함께 유튜브는 결국 시장 전체를 흔들어놓았다. [Fig. 3]은 유튜브와 아프리카TV의 세대별 이용시간 추이를 나타내고 있다[11].



[Fig. 3] Trend of Usage Time by Generation of YouTube and afreeca TV

또한 [Fig. 4]는 각종 디바이스의 세대별 이용시간 비중을 보여주고 있다[11].



[Fig. 4] Percentage of Media Device Usage Time by Generation

뉴미디어 플랫폼 산업은 안정된 서비스를 위한 네트워크 기술 개발, 서버 투자 등이 필요하다. 산업 초기에는 많은 업체들이 시장에 진입하여 경쟁하였으나, 시장 선점과 규모의 우위, 차별화된 서비스를 내세운 업체들로 재편되고 있다.

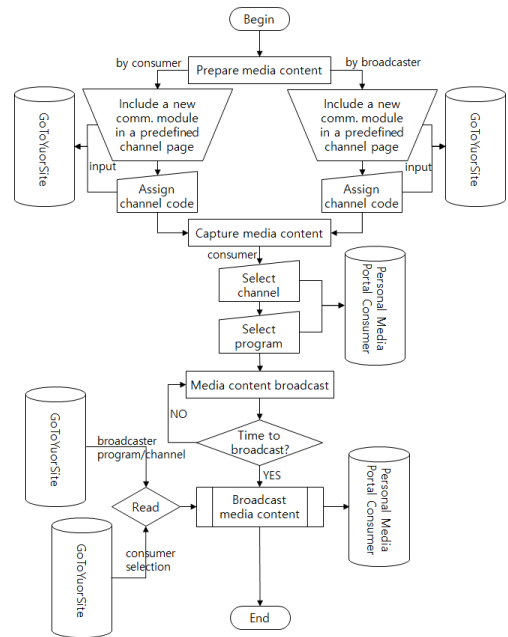
주 이용자 연령 계층인 10대와 20대를 주축으로 전 연령층에 걸쳐 이용자가 다양하게 분포되어 있으며, 콘텐츠 이용에 따른 비용 지출의 수용도가 매우 높은 편이나, 인터넷을 기반으로 다양한 서비스와 콘텐츠를 유통하는 산업의 특성상 원가, 물류, 유통 비용의 비중이 극히 작기 때문에 효율적인 자원 활용이 가능하다. 다양한 형태의 상품 수익과 다수의 이용자를 대상으로 한 광고 수익을 통하여 높은 매출을 기대할 수 있는 고부가가치 산업이다[12].

특히 글로벌 경제 위기 속에서도 한국의 뉴미디어 플랫폼 산업은 지속적으로 성장하며 경기 불황에도 강한 경기 방어 산업임을 입증한 바 있다. 또한 뉴미디어 플랫폼 산업은 특정 계절에 수요가 집중되는 현상이 크지 않다[12].

3. 솔루션의 기능 요소

영상을 생산하는 국내외 예비 크리에이터들은 영상의 오픈마켓과 같은 유튜브, 아프리카TV 이외에 자신만의 영상을 업로드 할 수 있고, 유료로 과금 체계를 부가하며 나아가 독립적인 고객관리(CRM)와 자기 브랜딩, 콘텐츠 관리 시스템을 탑재한 모바일 기반의 뉴미디어를 기대하고 있다.

또한 [Fig. 5]는 제안 시스템의 미디어 콘텐츠 업데이트 프로세스를 보여주고 있다.



[Fig. 5] Media Content Update Process

제안 시스템의 기능 요소를 사용자와 관리자의 기능 요소로 구분하여 서술하였다.

3.1 사용자 기능 요소

제안 시스템의 사용자 기능 요소는 <Table 1>과 같다.

<Table 1> User Functional Components

Main Menu	Menu Name	Content
Intro		Organize popular keywords in the form of tag clouds
Video	List	Organized by category or entire video list
	View	View video, add favorites, and provide related videos
	Aearch	Search video by keyword in video title, description, and tag
Community		Community space in the form of a comment board
Membershi p	Login	Login as a member via email (ID) and password
	Recover Password	Issuance of temporary password through registered email
	Sign Up	Sign up by entering email, name, mobile phone, password, etc.
	My Page	Provide member information, point information, information update, membership withdrawal, etc.
	Favorites	Provide a list of videos that members have liked

	Point	Point accumulation and deduction history provided as a list
	Update Member information	Update the information of the member
	withdrawal	Apply withdrawal from the member by authentication the member's email and password
	Sharing	Sharing the site through Facebook, Twitter or Address
	Logout	

3.2 관리자 기능 요소

제안 시스템의 관리자 기능 요소는 <Table 2>와 같다.

<Table 2> Administrator Functional Components

Main Menu	Menu Name	Content
	Login	Login page for Administrator
Video Mgt.	List	Search and delete the registered video list
	Register	Enter and register information such as category, introduction, tag, and video file
	Keyword Mgt.	Register, edit, and delete popular keywords for intro
Category Mgt.	List	List, add, update, delete, expose, sort order of categories
	Register	Register a new category in the desired location
Board Mgt.	List	Browse and search the list of registered posts for each bulletin board
	Posts	View / modify / delete detailed information of registered posts
	Register	Register new posts or edit information
	Community	Manage the bulletin board registered by the user
Membersh ip Mgt.	List	Browse the list of registered members and search for each item
	Register and Update	Register a new member or view and update information
	Withdrawal Member Mgt.	View or delete the list that has been withdrawn by the user or administrator
	Push Mgt.	Send push notifications to members using the app
Statistics and Setting	Member Statistics	Provide statistics by year / month / date / time / day of registered members
	Visit Statistics	Provides statistics of users who visited the site in various forms
	Environment Setting	Add / modify / delete common codes used in the system

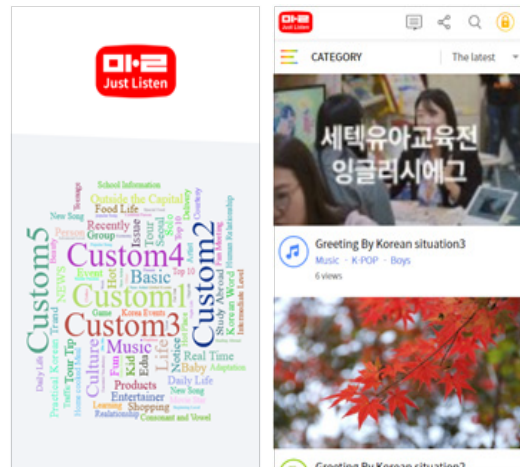
4. 솔루션 이용 사례

1인 미디어 솔루션을 사용하는 사용자도 대부분 1인

사용자이기 때문에 자기주도적 학습이 필요하게 된다 [13-15]. 이를 반영하여 솔루션의 이용 사례로 이러한 한국어 동영상 큐레이션 학습에 대한 사용자 UI와 관리자 화면을 제시한다.

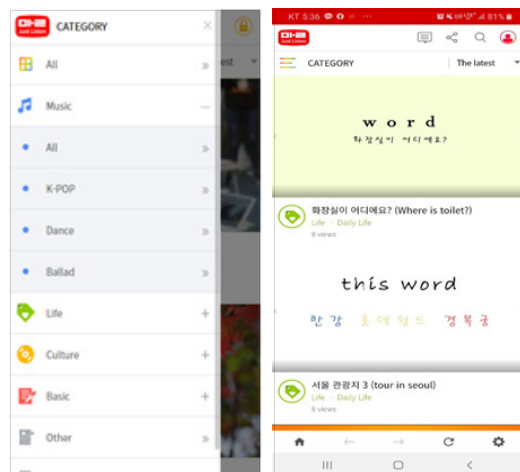
4.1 사용자 UI

[Fig. 6]은 사용자 화면의 인트로와 메인 페이지를 보여준다.

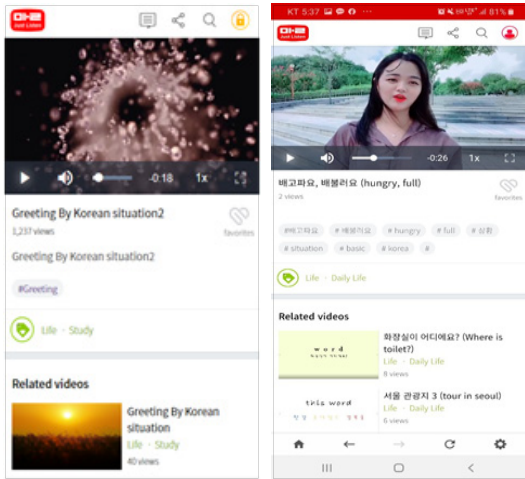


[Fig. 6] Intro Page & Main Page for Users

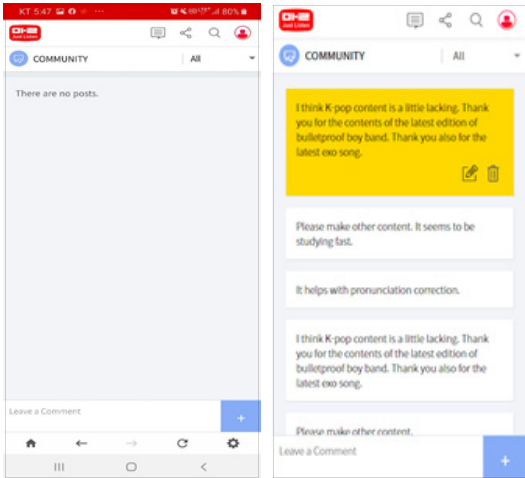
[Fig. 7]은 사용자가 사용 가능한 영상의 카테고리 화면을 보여주고 있으며, [Fig. 8]은 선택한 영상을 볼 수 있는 화면이다. [Fig. 9]는 정보 공유나 문의사항을 이용할 수 있는 커뮤니티 화면이다.



[Fig. 7] Category Page for Users



[Fig. 8] Watching Video Page for Users



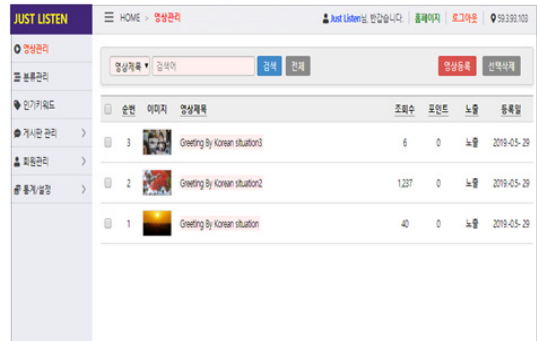
[Fig. 9] Community Page for Users

4.2 관리자 UI

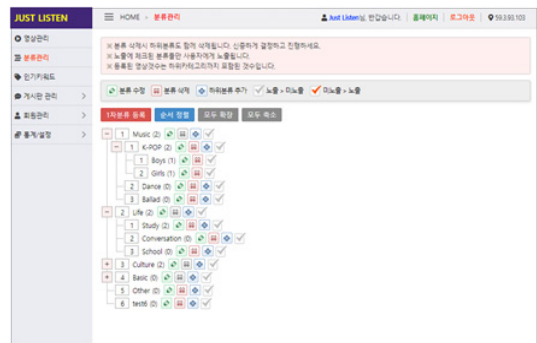
관리자가 사용하는 콘텐츠 관리 시스템(CMS; Contents Management System)은 영상을 관리하기 위하여 필요한 키워드 관리 및 분류 관리가 주요 내용이다. 또한 사용자 커뮤니티 관리도 필요하다.

[Fig. 10]은 영상 관리 화면을 보여주고 있다.

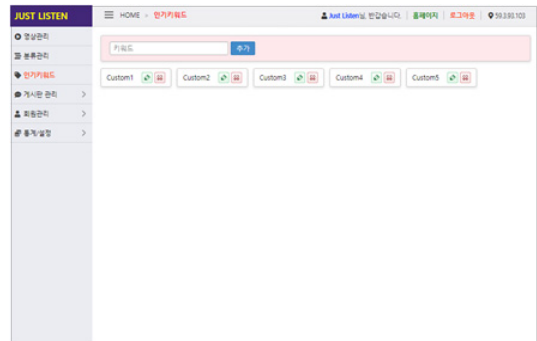
[Fig. 11]은 분류 관리 화면, [Fig. 12]는 인기키워드 관리 화면을 보여주고 있으며, [Fig. 13]은 게시판 관리 화면을 보여주고 있다.



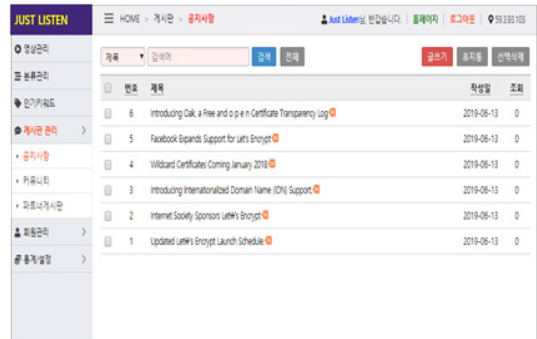
[Fig. 10] Video Management Page for Administrator



[Fig. 11] Category Management Page for Administrator



[Fig. 12] Keyword Management Page for Administrator



[Fig. 13] Board Management Page for Administrator

5. 결론

본 논문의 내용은 플랫폼 정책 및 성격상 기존 뉴미디어 플랫폼에서 제공하지 못하는 기능 및 서비스 방안들을 기반으로 1인 사용자들을 위한 독립형 뉴미디어 솔루션을 개발하는 것이 목적이다.

본 논문에서 제안하고 있는 기능 요소들을 구현하면, 영상을 생산하는 국내외 예비 크리에이터들은 영상의 오픈마켓과 같은 유튜브, 아프리카TV 이외에 자신만의 영상을 업로드 할 수 있고, 유무료 과금 체계를 부가하며 나아가 독립적인 고객관리(CRM)와 자기 브랜딩, 콘텐츠 관리 시스템을 탑재한 1인 기반의 모바일 미디어 솔루션을 사용할 수 있을 것으로 기대한다. 향후, 현재 프로토타입 형태로 개발되어 있는 내용을 보완하여 완성하고 사용할 수 있도록 할 계획이다. 또한 유튜브와 같은 기존의 플랫폼을 사용하는 경우와 비교하여 그 효율성을 증명하고자 한다.

REFERENCES

- [1] K.M.Cho, "Design of Functional Elements for Mobile One-Person Media Solution," Proceedings of the Conference of Korea Internet of Things Society, Vol.4, No.1, pp.9-10, 2019.
- [2] H.J.Yu and H.Kim, "The Effect of Influencer Factors in Personal Media Contents on Purchase Intention," Journal of the Korea Contents Association, Vol.20, No.1, pp.45-59, 2020.
- [3] J.Y.Choi, C.H.Han and B.S.Kim, "The Influence of YouTube Creator's Attraction and Communication on Relationship Building and Supporting Intention: Relationship Marketing Strategy Approach," The e-Business Studies, Vol.21, No.1, pp.131-151, 2020.
- [4] <https://blog.naver.com/ckskw11/221217379192>
- [5] https://www.dmcreport.co.kr/report/undefined/freeView?reportcode=DMCVBF200180297&drtopdeth=RPT_TYPE_4
- [6] <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2067045&categoryId=42107&categoryId=42107>
- [7] B.R.Seok and H.B.Kim, "Effects of Motivation to use YouTube Beauty Channels as One-Person Media on Channel Evaluation, Product Attitude, and Purchasing Intention," The Korean Journal of Advertising and Public Relations, Vol.21, No.4, pp.168-198, 2019.
- [8] S.J.Kim, "An analysis on the types of 1 man creative business and its success strategies - Focused on digital content area," Journal of Digital Design, Vol.10,

No.1, pp.69-77, 2010.

- [9] Y.S.Chang, H.Y.Yuk and J.H.Seo, "A Study on Relationship between Financial Performance and Characteristics of Self-Employed Creative Company," Journal of the Korean Institute of Industrial Engineers, Vol.40, No.2, pp.250-256, 2014.
- [10] K.S.Na, "Current States of One-Person Creative Firms," Vol.9, No.1, pp.31-40, 2012.
- [11] <https://www.nielsen.com>
- [12] <http://www.futurekorea.co.kr>
- [13] H.K.Kang, "Participatory Contents Management System Design for Self-Directed Learning," Journal of The Korea Knowledge Information Technology Society, Vol.9, No.1, pp.41-50, 2014.
- [14] J.S.Kim and J.A.Park, "Web-based Self-directed Learning System for Multi-contents Service," Journal of KIISE : Computing Practices and Letters, Vol.16, No.1, pp.115-119, 2010.
- [15] S.Y.Heo and E.G.Kim, "A Study on Contents Reorganization for Self-Directed Learning," Journal of the Korea Institute of Information and Communication Engineering, Vol.15, No.1, pp.203-208, 2011.

조 광 문(Kwangmoon Cho)

[종신회원]



- 1995년 8월 : 고려대학교 전산과 학과(이학박사)
- 1995년 9월 ~ 2000년 2월 : 삼성전자 통신연구소 선임연구원
- 2000년 3월 ~ 2005년 2월 : 백석대학교 정보통신학부 교수
- 2005년 3월 ~ 현재 : 목포대학교 전자상거래학과 교수

<관심분야>

사물인터넷, 통신 소프트웨어, 전자상거래, 콘텐츠 유통, 모바일 콘텐츠, 웹 서비스