

등재학술지 디자인융복합연구(舊인포디자인이슈) 논문집 제53호에 게재된 논문 20편의 초록을 모았습니다. 이에 연구자 여러분의 관심을 부탁드립니다.

영화의 흥행 성과와 리뷰 감정어휘와의 관계 분석 / 문성민 / 하효지 / 이경원

본 연구는 영화 리뷰 값이 1000개 이상인 673개의 영화를 대상으로 영화 장르별로 관객들이 느끼는 감정 어휘의 분포를 탐색하고 영화 흥행도와 감정 어휘의 관계를 파악하는데 목적이 있다. 분석을 위해 네이버 영화 리뷰를 크롤링하고 감정 어휘 사전을 활용하여 7개의 대표 감정 어휘, 영화 티켓 판매액, 영화 관람 관객 수, 상영 스크린 수, 한 스크린 당 영화 관람 관객 수, 영화의 장르, 영화의 영문 이름으로 구성된 데이터를 생성하였다. 연구 목적을 위한 분석은 상관관계 분석 방법과 Parallel coordinates 시각화 분석 방법을 사용하였다. 연구 결과로는 첫째, 장르에 따른 영화 흥행도를 분석하여 영화 흥행도가 가장 높은 장르는 코미디이고 가장 낮은 장르는 호러라는 결과를 확인하였다. 둘째, 모든 장르에서 'Happy'와 'Surprise'의 값이 높게 나오지만 다른 장르들에 비해 판타지 장르의 영화는 지루한 감정이 많이 느껴지고, SF장르의 영화는 화나는 감정이 많이 느껴진다는 결과를 확인 하였다. 셋째, 모든 장르의 감정 어휘 별 상관관계를 분석하여 Disgust'의 값이 높아질 때 'Anger'의 값도 높아지고, 'Happy'의 값이 높아질 때 'Surprise'의 값은 낮아진다는 결과를 확인하였다. 넷째, 영화 흥행도에 따른 감정 어휘를 분석하여 영화 흥행도와 'Happy'는 선형 관계이지만 영화 흥행도와 'Fear'는 비선형 관계인 것을 확인 하였다.

스마트워치 사용 환경에 관한 알림 연구 / 이다희 / 김성우

웨어러블 디바이스 중에서 스마트워치는 현재 많은 관심을 받고 있지만 그에 비해 소비자들의 반응은 기대치에 미치지 못하고 있다. 그 원인으로 스마트폰이나 스마트TV와는 다른 발전 배경을 가진 새로운 스마트 기기인 스마트워치가 사람들에게 이질감을 느끼게 한다는 주장이 있다. 그러므로 스마트워치의 환경을 고려한 사용자 경험 측면에서의 발전이 필요한 상황이다. 스마트워치는 물리적으로 바깥쪽을 향하는 시계화면, 기능적으로 스마트폰보다 개인적인 역할을 수행하는 기기로서 개인정보 노출로 인한 프라이버시 문제가 발생할 수 있다. 이에 본 연구는 스마트워치에서 스마트폰과 동일한 알림체계가 아닌 스마트워치의 사용환경을 고려한 알림체계의 필요성을 느껴 스마트폰과 차별화된 스마트워치의 환경을 고려한 알림 방향성을 제안하고자 한다. 스마트폰과 스마트워치의 사용환경을 분석하고 각각의 분석한 사용환경에서의 기기들의 알림들을 구성하였다. 그리고 각 디바이스들의 알림들을 재구성한 알림 시각화모델에 적용하여 각 사용 환경에서의 알림특성을 분석하였다. 두 기기의 알림 시각화모델은 분명한 차이를 보였고, 그 차이점을 통해 스마트워치의 알림 방향성을 제안한다.

현대 디자인에서의 사용자 관여 - 관여행태 및 주요 디자인접근법 분석 - / 이정민 / 임진이

(목적)본고는 현대 디자인에서 중요하게 진행되고 있는 사용자 관여에 대해 연구하였다. 이를 통해 '우리'보다는 '나'를 중시하는 현대에 디자인이 어떻게 적응해 나가야 하는지에 대한 방향을 제시하고자 하였다. (내용)본고는 디자인에서의 사용자 관여행태의 유형을 분석하였으며 각 유형별 특징과 주요 연관행태도 분석하였다. 또한 각 유형별로 중점 활용되는 디자인접근법을 분석하였다. (방법)본고는 문헌연구와 사례분석을 중심으로 진행되었다. (결과)사용자 관여행태의 유형은 수동적 수용자, 능동적 수용자, 수동적 참여자, 능동적 참여자, 수동적 제작자, 능동적 제작자의 6개 유형으로 분석되었다. 사용자 관여디자인에서 주로 활용되는 디자인접근법으로는 기호적, 경험적, 상호작용적, UC & DIY, User-Led 접근법이 제시되었다. 사용자 관여행태 유형별로 각 접근법의 활용도를 분석한 결과, 사용자가 수용자, 수동적 참여자의 역할일 때까지는 기호적, 경험적, 상호작용적 접근이 주로 활용되었다. 그러나 사용자가 능동적 참여자, 제작자의 역할일 때부터는 기호적 접근의 중요성은 줄어들고 대신 UC & DIY, User-Led 접근법의 중요성 점차 커졌다.

국내 영화관의 효율적인 쓰레기 분리수거 촉진을 위한 사인 디자인 체계 연구 -메가박스 사례를 중심으로- / 백진경 / 황상미 / 천은영

본 연구의 목적은 영화관 내 쾌적한 환경조성을 위한 방안 중 하나로 쓰레기 분리배출 현황을 살펴보고 문제점을 도출하여 이를 보완 및 해결 할 수 있는 방안을 모색하는데 있다. 수도권 중구에 위치한 국내 대표 영화관 3사인 CGV, Lotte Cinema, Megabox를 대상으로 분리배출 현황 및 안내사인 현황을 분석하고 영화관 이용자 남·여 110명을 대상으로 영화관 내 쓰레기 분리배출의 인식조사 및 안내사인 관련 조사를 실시하였다. 현황조사 결과 영화관 내 이용자를 통한 분리배출이 용이하지 않았으며, 안내사인 구축의 미흡과 방법 안내가 부족함이 그 이유로 도출되었다. 또한, 최대 문제점인 쓰레기분류항목으로는 음식을 쓰레기가 꼽혔으며 해결방안모색이 필요한 것으로 나타났다. 또한, 안내사인의 선호형태와 부착위치, 부착 순서를 조사하였다. 최대 문제점으로 대두 되는 음식물 쓰레기의 분리배출 문제 해결에 초점을 두어 안내사인을 통해 해결방안을 모색하고 개선안 디자인을 제시하였다. 제시된 안내사인은 영화관이라는 특정 공간에서 쓰이는 안내사인임을 고려하여 제안되었으며, 조사대상인 대표 영화관 3사 중 Megabox를 중심으로 아이덴티티를 접목하여 디자인 되었다. 이를 통해 이용자들의 신속한 쓰레기 분리배출을 도와 쾌적한 환경제공 및 영화관 내 경제적, 시간적 측면에서의 비효율성을 줄이고자 한다.

현대 이슬람 건축 스타일에서 나타나는 이슬람 기하학 장식에 관한 연구 / 심복기 / 유재득 / 박내규

이슬람 건축스타일은 이슬람 건축요소를 이용한 건축을 지칭한다. 본 연구에서는 이슬람 건축요소 중 기하학 장식을 이용하여 건축된 현대 이슬람 건축스타일에 대한 특징을 알아보려 하는데 의미가 있다. 이슬람건축의 특징, 건축요소 등에 대한 연구를 통해 전통적인 기하학 장식에 대한 의미와 특징을 이해하고자 했다. 연구와 분석을 통해 기하학 장식에 대한 건축적 특징을 파악하고 사례분석을 통해 이슬람 기하학 장식의 적용과 사용방법 등을 파악하였다. 본 연구를 통해 기하학 장식을 사용한 이슬람 건축스타일이 대중적이고, 정교하며, 모동화가 가능하다는 것과 현대적이기도 하다는 것을 결론으로 도출할 수 있었다.

1950~80년대 한국영화에 드러난 여성주거공간으로서의 아파트 연구 / 문근중

본 연구의 목적은 1950년대부터 1980년대까지의 한국영화에 대한 분석을 통하여 ‘여성 주거공간으로서의 아파트’를 고찰하는 것이다. 이는 영화가 당시의 사회상과 건축문화를 필연적으로 반영한다는 점에 기인한 것이며, 아파트라는 주거형식이 여성 사용자들에게 시기별로 어떻게 인식되었는지, 또는 어떠한 의미였는지를 문화적 측면에서 살펴본다는 것을 의미한다. 분석을 위해 해당 시기의 영화 25편이 선정되었으며, 당시 여성 주거공간으로서의 아파트는 1) 고급의 근대공간으로서, 2) 빈곤층 여성의 주거환경으로서, 3) 도시여성의 고독·소외·익명 공간으로서, 그리고 4) 단란한 신혼 공간, 행복의 상징, 동경의 대상으로서 나타났다.

한국영화의 문화적 할인에 관한 분석 - 20-30대 중국 소비자를 중심으로 - / 퇴화 / 김종무

본 연구는 최근 약 10년간 아시아 전역에서 문화의 중심이 되고 있는 한류 문화 및 한류문화상품이 한국영화에 대한 중국 문화권 수용자의 소비행태에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 살펴보았다. 이를 위해 본 연구에서 고려한 독립변인은 한국 드라마/영화, 한국 음악, 한국 패션 그리고 한국 음식에 대한 선호도이며, 매개변인은 한국에 대한 이해도, 종속변인은 한국영화에 대한 문화적할인이며, 이상의 모형을 로매틱코미디 장르와 액션장르로 나누어 분석하였다. 분석결과 한국 드라마/영화와 한국 음악에 대한 선호도가 한국영화의 문화적할인을 감소시키는 것으로 나타났다. 그러나 이 같은 효과는 로매틱코미디장르 영화에서만 나타났고, 액션장르의 경우 문화적할인이 통계적으로 검증되지 않았다. 본 연구의 이러한 결과는 문화적할인과 관련하여 수용자차원관점에서 실증분석을 시도했다는 점에서 의의를 가진다.

서울시 종량제 쓰레기봉투의 사용법 개선을 위한 서비스디자인 제안 / 김예지 / 김화실 / 백진경

정부의 종량제 시행 15년의 결과로 생활폐기물 발생량이 감소하고 재활용품의 양이 증가하는 등 사회 경제적 편익이 발생하는 긍정적인 성과가 나타났다. 그럼에도 불구하고 쓰레기 분리 배출방법에 대한 사용자의 인식 부족으로 인해 음식물이 종량제 쓰레기봉투에 담겨 버려지는 등 사용방법에 대한 문제점들이 꾸준히 제기되는 실정이다. 이에 본 연구는 종량제 쓰레기봉투에 인쇄되어 전달되는 시각정보들을 재정비함으로써 사용법에 대한 정보를 효율적으로 전달하기 위한 방법을 모색하고자 하였다. 따라서 시각정보디자인 관점에서 총 9개의 국내☐의 종량제 쓰레기봉투 사례를 조사·분석하고, 서울시 3개구의 종량제 쓰레기봉투에 대해서는 사용자 인식조사와 설문조사를 실시하여 사용자가 선호하는 항목을 확인 할 수 있었다. 이를 토대로 종량제 쓰레기봉투에 기재할 정보를 선별하고 위계질서를 정립하였으며 사용법에 대한 정보를 그래픽으로 나타내어 정보전달의 주목성과 효과성을 향상시킨 디자인 개선안을 제안하였다. 또한, 디자인 개선안에 대한 사용자 인식을 비교 평가함으로써 디자인 개선안의 타당성을 검증하였다.

UN 국가의 투표 성향 유사도 분석을 위한 Proximity based Circular 시각화 연구
/ 최한민 / 문성민 / 하효지 / 이경원

본 연구는 1946년부터 2012년까지 총 5211건의 UN총회 투표데이터를 활용하여 국가 간의 관계를 기간별, 이슈별 등 다양한 관점에서 분석할 수 있는 인터랙티브(Interactive) 시각화 방법을 제안하였다. 연구를 위해 국가 간 유사도 매트릭스를 고안하고, 두 가지의 시각화 방법을 개발하였다. 첫 번째는 연도별로 UN 총회의 투표에 참여한 국가 간의 관계를 사회 연결망 그래프 형태로 표현한 네트워크 그래프(Network Graph)시각화이며, 두 번째는 특정 국가를 중심으로 다른 국가 간의 관계를 분석하거나 시간에 따른 국가 간의 투표 성향 변화를 동시에 분석할 수 있도록 고안된 Proximity based Circular 시각화이다. 본 연구는 기존의 투표 데이터를 활용한 분석 사례에서 시도되지 않았던 다양한 관점에서 네트워크 분석을 하기 위해 선과 원형 그래프가 결합된 Proximity based Circular 시각화를 제안하고 이를 구현하였다는 점에서 큰 의의가 있다. 또한 두 개의 시각화에 대한 비교 실험을 실시하여 각 시각화의 상호 보완점을 도출 하였다. 연구 결과로는 Proximity based Circular 시각화가 개별 국가 노드에 대한 정보를 더 잘 나타내며, 네트워크 그래프(Network Graph)시각화는 전체 데이터의 특성과 여러 데이터간의 성향을 더 잘 나타낸다는 결과를 도출하였다. 따라서 UN국가의 투표 성향 데이터를 분석하기 위해서는 두 개의 시각화를 병행하여 사용하는 경우가 데이터 간의 관계 파악에 가장 도움이 된다는 결론을 제시하였다.

스마트 디바이스를 활용한 일상생활 속 맥락 기반의 학습 서비스 디자인 - 과학 학습을 중심으로 -
/ 최호정 / 류한영

일상생활 속에서 자주 접하는 대상 또는 경험을 학습에 활용하면 학생들로 하여금 공부에 대하여 보다 더 관심을 가지게 하고, 주변 환경 및 실생활과의 연계성을 파악하게 하는데 효과적이다. 하지만 일상생활 속 소재를 이용한 기존의 학습방식은 학생들이 공부에 좀 더 쉽고 편하게 접근할 수 있도록 하는 긍정적인 효과를 가지고 있음에도 불구하고, 학습 설명을 위한 예시나 상황 배경으로만 실생활 소재를 사용한다는 부분에서 한계를 가지고 있다. 학생들은 일상생활 속에서 다양한 상황을 접할 수 있는데, 그 중 학습과 연계할 수 있는 상황 맥락들이 존재한다. 이러한 일상생활 속 상황 맥락에 맞춰 적절한 학습이 이루어지게 되면 학습자는 자신이 마주하고 있는 상황이나 대상을 통해 공부할 수 있어, 보다 높은 몰입감을 경험하고 이해를 높일 수 있다. 따라서 본 연구에서는 스마트 디바이스를 이용하여 일상생활 속의 맥락을 활용하는 학습 방안을 모색하였으며, 사례를 통하여 제안함으로써 학습의 효용성을 보이고자 하였다. 이를 위해 문헌을 통하여 일상생활 속 맥락을 기반으로 이루어지는 학습의 교육적 의의와 이에 대한 지원도구로서 스마트 디바이스의 특성을 파악하였다. 그리고 학습 경험에 대한 사용자조사를 통하여 일상생활 속 맥락 기반의 학습서비스를 디자인하기 위한 가이드라인을 도출하였으며, 이를 바탕으로 사례 연구로서 과학 학습을 제공하는 학습 시나리오를 제안하고 구체적인 UI화면을 디자인하였다.

입원환자를 위한 효율적 정보전달의 식단안내문 현황분석 및 사용자 인식 조사 / 천은영 / 백진경

본 연구는 입원환자 서비스 개선의 일환으로 국내 병원 입원환자들에게 제공되는 식단안내문의 현황을 분석하고 정보전달 문제점을 분석하여 정보시각화를 통해 개선안을 제안하는데 목적이 있다. 병원 내 영양부서를 직접 방문하여 관찰하고 자료를 수집하여 식단안내문의 종류와 구성내용을 분석하였고, 정보시각화 측면에서 효율적 정보전달이 이루어지는가에 초점을 맞추어 문제점을 도출하였다. 현재 입원환자에게 제공 중인 식단은 환자의 병태에 따라 일반식, 선택식, 치료식으로 나뉘며, 안내문은 크게 일반식 안내문과 선택식 안내문의 두 가지로 나뉜다. 정보의 내용은 메뉴와 원산지, 안내문, 회수 시간 등을 다루고 있다. 하지만, 정보의 내용 및 중요도에 따른 분류가 이뤄지지 않아 환자들의 정보 습득에 있어 비효율적인 문제점이 도출되었다. 입원환자에게 제공되는 국내 병원의 식단안내문은 정보전달력이 떨어지는 것이 공통된 문제점이며, 이를 개선하기 위해 정보를 내용 및 중요도에 따라 분류하고 시각화하여 가독성을 높이는 방안을 적용하여 환자들에게 보다 효율적인 정보전달이 가능한 식단안내문 제공을 가능케 할 것이다.

웹사이트에서 유저인터페이스디자인 레이아웃의 기능적 차이가 사용자 경험에 미치는 영향 연구 - F레이아웃과 Z레이아웃을 중심으로 - / 이문형 / 박일권

디자인 요소에서 레이아웃은 전체 정보 구조를 결정하는 중요한 요소로서 정보의 배치, 연결, 구분을 비롯해 사용자의 행동유도 및 정보 인지 등의 구조적 기능을 포함하고 있다. 최근 웹 인터페이스 디자인의 레이아웃은 전통적 Z레이아웃 개념에서 점차 F레이아웃으로 변화되다가 최근에는 Z레이아웃의 변형인 분할레이아웃 형태로 점차 변화되어가고 있다. 그러나 이런 변화 이유에 대한 객관적 근거가 부족하다고 할 수 있다. 따라서 F레이아웃과 Z레이아웃 사이에서 기능적 차이가 사용자 경험에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구가 필요하다고 할 수 있다. 본 연구에서는 웹사이트의 제품설명 웹페이지를 중심으로 F레이아웃과 Z레이아웃 웹사이트에 대한 사용자 테스트를 진행하여 유형별 레이아웃이 사용자 경험에 미치는 영향을 조사하였다. 실험 결과 F레이아웃보다 Z레이아웃을 기반으로 한 분할 레이아웃에서 사용자가 느끼는 호감도가 큰 것으로 나타났다. 또한 효율성, 접근성, 몰입성 등 Z레이아웃에서 사용자의 호의적인 태도를 형성하는데 더 유리한 것으로 나타났다. 본 연구의 결과는 Z레이아웃을 기반으로 한 분할레이아웃으로 변화되어가는 웹디자인 추세와 일치하는 것으로서 사용자 평가를 통해 효과적인 웹디자인 레이아웃의 객관적인 근거를 제시하였다.

중국영화 6세대에 등장하는 캐릭터 콘텐츠 연구 - 캐릭터의 비극성(悲劇性)을 중심으로 - / 한달호

본 연구는 중국영화 6세대 영화에 등장하는 캐릭터의 비극성을 통해 6세대가 보여주고자 하는 비극의 의미를 논하고자 한다. 이를 위해 6세대를 대표하는 감독 작품 중에 비극의 순간과 표면화 된 엔딩에 감추어진 내면적 특성을 들여다보고자 한다. 중국영화 6세대는 1990년대 중국영화의 문화지형을 새롭게 재편하였다. 제도권에 있던 주선율(主旋律)과 5세대의 반기를 들고 나타난 6세대 영화는 영화 속에 공통적으로 등장하는 비극적 순간을 시공간과 함께 캐릭터의 비극성으로 표출되고 있다. 비극적인 순간에 놓인 6세대 영화 속 주인공은 비극의 순간을 벗어나고자 다양한 노력을 시도한다. 그러나 그들은 벗어날 수 없는 현실의 벽에 부딪히고, 표면화 되지 않은 은폐된 감정으로 극을 이끌어간다. 6세대 영화는 비극을 맞이하는 순간, 그 이전부터 축적되어온 주인공의 비극적 상황들이 함께 전개되며, 과거의 상처에 함몰된 비극, 직업의 상실에 따른 비극, 가족의 일탈에 따른 비극, 혼란의 시대가 가져온 비극, 가족의 가장이 된 여성의 비극 등을 통해 캐릭터의 비극성이 형상화되고 있다.

소셜미디어를 통한 게이미피케이션 마케팅의 변화 방향에 대한 연구 - 페이스북의 팬페이지와 인스타그램의 해시태그 마케팅을 중심으로 - / 문하나 / 이유진 / 박승호

이 연구는 상품을 알리는 마케팅 측면에서 유용한 수단인 소셜미디어와 소비자를 설득하는 커뮤니케이션 측면에서 유용한 수단인 게이미피케이션 기법을 결합한 새로운 마케팅 트렌드를 심도 있게 살펴보고자 한다. 게이미피케이션은 오래전부터 다양한 분야에서 활용된 기법이나 고전적 게이미피케이션 기법과 소셜미디어 상에서의 게이미피케이션 기법에는 차이가 존재한다. 따라서 소셜미디어와 게이미피케이션에 대한 이론적 고찰을 바탕으로 소셜미디어와 게이미피케이션의 결합 현상의 배경과 특징을 살펴보았다. 그리고 게이미피케이션을 활용한 소셜미디어 마케팅 사례분석을 통해 사용자의 마케팅 참여 정도와 방법에 따라 일반참여형, 주도적 참여형, 창조행위형, 관계형, 체형형으로 기업의 마케팅을 유형화했다. 이를 통해 소셜미디어와 게이미피케이션이 결합할 때 나타나는 변화양상을 고전적 게임기법과 비교하였는데, 경쟁-성취-관계가 오늘날의 소비자에게 좀 더 유의미한 영향을 주는 요인으로 파악되었다. 이 연구는 게이미피케이션을 활용한 소셜미디어 마케팅의 변화된 게임기법을 연구하여 마케팅 전략에 도움이 되는 기반을 마련했다는 점에 의의가 있다.

서비스디자인방법론을 활용한 MBTI 검사서비스 만족도 연구 / 정새미 / 이진렬 / 임효선

본 연구는 심리검사 도구 중 가장 많은 활용도를 보이는 MBTI 검사를 서비스 관점으로 분석하기 위해 서비스디자인방법론 중 ‘더블 다이아몬드 디자인 프로세스 모델’을 활용하였다. 더블 다이아몬드 모델의 첫 단계인 발견(Discover)단계에서는 MBTI 검사서비스에 대한 기초 데이터 수집 및 설문조사와 전문가 인터뷰를 진행하여 전체적인 MBTI 검사서비스의 프로세스 단계를 규정하였다. 두 번째 단계인 정의(Define)단계에서는 MBTI 검사 경험자들을 대상으로 설문조사를 진행하여 정량적 데이터를 확보하였으며 관찰, 사용자인터뷰, 사용자 되어보기 방법을 통해 정성적 데이터를 수집하였다. 정량적 데이터에서 나타난 노출된 문제점(pain point)과 정성적 데이터의 결과를 통해 잠재된 문제점을 파악하여 MBTI 검사서비스의 종합적인 만족도 분석결과를 고객여정맵으로 정리 하였다. 그 결과 MBTI 검사서비스 단계별로 ‘검사 전’ 단계에서는 ‘서비스 접근 용이성’ 문제, ‘검사 중’ 단계에서는 ‘문항의 난해성’ 문제, ‘검사 후’ 단계에서는 ‘검사결과 정보제공 미흡’의 문제가 도출되었다. 이러한 문제점을 개선하기 위해서 ‘검사 전’ 단계에서는 서비스 접근 용이성을 위해 모바일 앱 서비스 개선을 제안, ‘검사 중’ 단계에서는 용어의 이해를 돕고 지루함을 개선하기 위해 정보 이중후호화이론을 활용한 새로운 검사방법 및 도구 개발을 제안, ‘검사 후’ 단계에서는 결과해석의 효과적인 전달을 위해 내담자의 선택적 결과정보 수령 및 상담사의 공감적 상담이 이뤄질 수 있는 서비스 교육 실시 필요성을 제안하였다. 서비스디자인방법론을 활용한 MBTI 검사서비스가 개선된다면 내담자의 적극적인 태도의 응답을 유도할 수 있고 더불어 검사결과에 대한 신뢰성이 높아지면 MBTI 검사서비스의 전반적인 만족도가 향상되어질 것으로 기대한다.

도시공원의 기능 개선을 위한 이용자 중심의 서비스 프레임워크 연구 - 서울시 마포구 구룡 공원을 대상으로 - / 윤지원 / 최재문

도시공원은 생태계 보호 및 도시의 환경을 개선하고, 도시민에게 쾌적한 쉼터를 제공할 뿐만 아니라, 도시민의 삶의 질을 결정하는 현대도시의 핵심적인 사회간접자본으로 인식되고 있다. 최근 도시공원은 다양한 도시민의 요구사항에 대응하기 위해 생태환경 기능, 유희 기능, 사회 문화 커뮤니티 기능 등을 강화하여 스마트하게 진화하고 있다. 특히, 서울과 같은 메가 도시의 경우에는 새로운 공원을 조성하기보다 기존의 도시공원의 기능을 강화하여 스마트하게 진화될 필요성이 있다. 하지만, 공원계획이 거시적 측면의 물리적 확충에만 머물러 있는 실정이다. 따라서 본 논문은 기존 도시공원의 기능을 개선하기 위해 이용자 요구사항을 반영한 서비스를 제공할 수 있는 서비스 프레임워크를 연구한다. 기존 도시공원의 기능을 개선하기 위한 스마트 파크의 필요성 및 방향을 설정하고, 도시공원의 기능과 이용만족도 영향요인을 분석하여 서비스 요소를 도출하였다. 이용자의 요구사항을 수집한 후, 도시공원에 적용 가능한 서비스 프레임워크를 제시하였다.

건축 환경 진화에 따른 집단 에너지 플랫폼 제안 / 김민우 / 임경란

오늘날 건축 환경은 기술의 발전으로 지능화되고, 에너지 절약과 지속가능한 건축이 요구됨에 따라 사람과 건축 환경, 구성요소간의 상호작용을 통해 에너지를 효율적으로 사용하고 관리하기 위한 시스템을 요구하고 있다. 본 연구의 목적은 지속가능성을 지닌 새로운 개념의 건축적 시스템을 제안하는 것이다. 본 연구를 위해 첫째, 건축 환경의 진화과정 및 한계를 파악한다. 둘째, 적정기술의 고찰을 통해 지속가능한 개발을 위한 특성을 사례분석을 통해 도출한다. 셋째, 도출된 특성이 적용된 시스템 디자인을 통해 건축적 시스템을 제안하고 그에 따른 시나리오를 제안한다. 본 연구에서 제안하는 집단 에너지 플랫폼은 적합성, 실현가능성, 지속성, 능동적 참여, 가치공유, 친환경성 특징을 지닌다. 이러한 특성이 적용된 집단 에너지 플랫폼은 사회 구성원의 의식변화를 통해 능동적 참여를 이끌고 지속적인 생산과 소비를 통해 삶의 질을 향상시키고 사회적 가치를 공유할 수 있는 시스템으로의 개발을 가능하게 한다. 본 연구는 지속가능한 개발을 위해 건축 환경이 갖추어야할 특성 및 개발 방향과 시나리오를 구축함으로써 향후 건축적 시스템의 개발을 위한 기반연구로 활용될 것으로 기대된다.

TV홈쇼핑 배경음악이 소비자의 구매의사에 미치는 영향 / 임지현 / 박승호

TV홈쇼핑 시장은 최근 성숙기에 접어들며 동종업체간 경쟁이 더욱 치열해지고 있는 상황이다. 소비자의 구매를 이끌어 내는 전략으로 본 연구에서는 배경음악의 장르와 템포에 따른 소비자의 구매의사를 상품 유형 별로 나누어 분석하였다. 이를 위해 TV홈쇼핑과 배경음악에 대한 문헌연구를 진행하였고, 상품 유형 별로 실제 TV홈쇼핑 방송사에서 선곡하고 있는 배경음악의 장르와 템포를 파악하였다. 마지막으로 설문조사를 통해 스포츠웨어, 생활가전, 신선/가공식품 세 가지 상품 유형 별로 구매의사가 높은 배경음악의 장르와 템포를 분석하였다. 본 연구는 TV홈쇼핑 분야에서 배경음악과 관련한 연구가 미진한 상황에서 홈쇼핑 배경음악이 소비자 구매의사에 미치는 영향을 조사하였다. 또한 상품의 유형과 음악의 변수(장르, 템포)를 세분화하여 구매의사를 고찰하였다는 점에서 의의가 있다.

모바일 디바이스 기반의 아동용 HTP검사 어플리케이션 개발 / 윤영인

본 연구는 모바일 디바이스를 기반으로 한 아동 그림 심리 검사용 어플리케이션의 개발 연구로 사용자가 보다 유동적이고 편리한 환경에서 그림 심리검사를 진행할 수 있는 새로운 방법을 제안하였다는 데에 의의가 있다. 아동의 심리 검사와 관련된 전문가 4인을 대상으로 한 포커스 그룹 인터뷰 진행 결과와 동시에 진행된 문헌 조사를 통해 아동의 HTP그림검사 주요 특징과 주의사항, 검사 과정을 정리해 HTP 그림심리검사용 어플리케이션의 주요 메뉴구조와 이에 따른 워크플로우를 구성하였다. 본 연구의 어플리케이션 개발 방향을 통해 보다 다양한 그림 심리검사가 가능하도록 하여 진단을 원하는 피검자가 상담 전문가간의 물리적 거리와 시간 등의 한계를 떠나 다양한 방법으로 검사를 진행할 수 있도록 하는 것을 기대하는 바이다. 다만, 실제 개발 및 상용화가 이루어지기 위해서는 어플리케이션이 다양한 방법의 그림 심리검사를 지원할 수 있도록 반복적인 사용성 평가와 세부적인 GUI 디자인을 기획하여 효용성과 감성적 측면을 동시에 만족시킬 수 있는 어플리케이션을 설계해야할 것이며 향후 모든 세대를 대상으로 활용되도록 지속적인 연구개발이 필요하다.

호텔의 실내코디네이션에 표현된 이미지와 브랜드 개성의 사례연구 - 신라호텔과 콘래드서울을 중심으로 - / 남하진 / 최수아

현대사회에서 소비의 결정적 요인은 더 좋은 제품의 기술력과 기능이 아니다. 소비자는 브랜드에 담긴 감성과 이미지를 선택하고 소비하는 소비문화로의 변화를 보이고 있다. 이에 호텔은 변화무쌍한 변화에 대응하는 미래지향적 경쟁력의 확보가 필요하다. 본 연구는 호텔의 로비와 객실의 실내디자인을 통해 추구하는 이미지와 개성을 브랜드 전략적 접근으로써 연구하고자 하였다. 사례분석 결과 첫째, 도시호텔은 로비와 객실에서 차별화된 브랜드 개성을 표현하고 있다. 호텔신라 로비는 '성실함', 콘래드서울로비는 '흥미유발'의 브랜드 개성으로 분석되고, 객실은 '세련됨'의 브랜드 개성차원으로 동일하게 분석되었다. 둘째, 도시호텔이 추구하는 이미지와 브랜드 개성은 호텔의 로비 실내코디네이션을 통해 전략적으로 표현함으로써 경쟁력을 담는다. 신라호텔은 한국적, 전통적 이미지를 강조하며 콘래드서울은 글로벌 체인호텔의 현지화 전략으로 한국적 전통성과 도시의 문화를 강조하는 전략으로 분석되었다. 셋째, 호텔이 추구하는 이미지와 브랜드 개성을 실내코디네이션의 장식적 요소를 활용하여 표현함으로써 다양하고 풍성한 표현전략이 가능하였다. 본 연구는 호텔의 실내코디네이션을 통해 전달되는 이미지와 개성을 브랜드 관점으로 해석하려는 시도로써 연구의 의의가 있다.