

네트워크를 이용한 셀프디자인 시스템에 관한 연구

- 로고디자인을 중심으로

Self-Design Producing System and Method for Logo Design Using Network

박진숙 (Jinsook Park)

세종대학교 디자인학과

1. 여는 말

2. 네트워크를 이용한 셀프디자인 방법으로서의 로고디자인

2-1 특성

2-2 핵심기술

2-2-1 연구의 배경 및 그 분야의 종래기술

2-2-2 기술적인 과제

2-2-3 기술의 구성

2-3 기대효과

2-4 시장

3. 문제점과 향후 전망

4. 맺는 말

참고문헌

<要約>

본 연구는 인터넷을 이용한 셀프디자인 방법으로서의 로고디자인에 대한 개발과정과 특징 및 문제점을 살펴본다. 로고디자인 서비스는 새로이 창업하는 기업들에게 기업과 제품의 시각적 이미지를 체계적으로 확립할 수 있는 기회를 제공함으로써 창업기업의 가치를 높이고 사업의 성공가능성을 제고한다. 또한 기업 이미지디자인을 대중화함으로써 넓은 의미의 아이덴티티 디자인에 대한 인식을 제고하고 이를 디자인분야 전반으로 파급시켜 기업가치 창출에 기여한다. 온라인 디자인 서비스는 다양한 기업과 제품을 대상으로 독창적인 로고마크를 온라인으로 판매하여야 하므로 표준화와 맞춤화를 동시에 충족시킬 수 있도록 구성되어야 한다. 풍부한 디자인 Database를 업종과 이미지특성에 따라 분류하여 수요자가 업종과 원하는 이미지특성을 입력하면 그에 맞는 로고가 조합되어 제공되도록 할 수 있다. 온라인 상에서의 셀프디자인 서비스는 디자인 공급자와 수요자가 만날 수 있는 온라인시장을 제공함으로써 공급자는 판매비용과 디자인제작원가를 절감하여 저가격 고품질의 디자인을 제공할 수 있으며 수요자는 경제적인 비용으로 고품질의 다양한 디자인을 온라인으로 접근함으로써 시간과 비용을 절감하고 선택의 폭을 넓힐 수 있는 장점이 있다.

Abstract

Conventional design producing systems using the Internet are largely classified into two groups: a basic type in which an operator of a design producing site receives an order for manufacture of a design from a purchaser, produces the design based on the content of the received order, and delivers the produced design to the purchaser; and a type in which a purchaser inspects given designs and selects one of them for purchasing. Such conventional design producing systems have following problems. Firstly, receiving an order over the internet and delivering a produced design to a purchaser has nearly the same procedure as a conventional logo design procedure with the sole exception that an order can be received through the Internet. Therefore, the production of a design still costs a great deal and takes much time. Secondly, inspecting given designs, selecting one and producing the selected design is like simply selecting a picture, and thus a purchaser is not allowed to modify a design.

To solve the above problems, it is an object of the present a new solution to provide a self-design producing system and method using network, in which a purchaser searches a design database for a design suitable for the purchaser's company, determines a design database by modifying design conditions, and makes an order for manufacture of a product to which the determined design is applied, through the Internet.

keyword : self design, logo, online

1. 여는 말

인터넷시대를 맞이하여 기업간의 경쟁이 세계화하면서 기업이나 제품의 시각적 이미지에 대한 중요성이 널리 인식되고 있다. 이에 따라 로고마크에 대한 수요가 계속적으로 증가하고 있으나 공급 면에서는 고가의 디자인을 주문 제작하는 CI 전문기업과 인쇄소 및 간판제작업체를 매개로 저가의 디자인을 공급하는 개인 공급자로 양극화되어 있다. CI 전문기업들은 우수한 품질의 디자인을 제공하지만 가격이 비싸며 시간이 많이 소요되어 새로이 창업하는 기업들이나 중소 규모의 기업들에게 적합하지 않으며 반면에 저가의 디자인을 공급하는 개인 공급자는 가격은 낮으나 디자인의 품질이 불안정하며 다양한 선택과 Application Design을 제공하지 못하는 단점이 있다.

CI 전문기업들의 디자인 서비스가격이 높은 이유는 두 가지를 들 수 있는데 첫째는 수요자의 요구를 파악하여 만족스러운 디자인서비스를 제공하는데 많은 시간과 노력이 소요되기 때문이다. 다수의 시간과 의견교환을 통하여 수요자의 요구에 맞는 디자인을 개발하는 과정은 많은 시간과 노력이 필요하다. 따라서 이러한 의견조정과정을 단순화하거나 단축할 수 있다면 서비스의 가격을 낮출 수 있다. 디자인서비스 가격이 높은 또 다른 이유는 수요의 불안정성 때문이다. 수요가 불규칙하기 때문에 피크 타임을 고려하여 적정 인력을 유지하여야 하므로 많은 인건비가 발생한다. 따라서 수요자와의 의견조정과정을 단순화하고 안정적인 수요를 창출한다면 적절한 서비스가격으로 고품격의 디자인서비스를 제공할 수 있다.

최근 들어 인터넷 관련 기술의 급속한 발달로 인하여 여러 분야에서 온라인 상거래가 활성화되고 있다. 디자인서비스시장도 인터넷의 영향을 받고 있는데 지금까지는 주로 마케팅수단이나 수요자와의 제한적인 의견교환수단으로 이용되고 있는 실정이다. 그러나 인터넷을 통하여 수요자와 공급자가 실시간으로 디자인서비스를 교환할 수 있다면 앞에서 언급한 전문디자인기업의 문제점을 상당부분 완화시킬 수 있다. 수요자와 공급자의 의견조정과정이 온라인으로 이루어지므로 시간과 비용이 절감되며 공급자는 인터넷을 통하여 다수의 고객을 접근하므로 안정적인 수요를 창출할 수 있다. 또한 디자인서비스 가격을 낮출 수 있기 때문에 새로운 디자인 수요를 창출할 수 있다. 본 논문은 인터넷을 이용하여 셀프 디자인서비스를 제공할 수 있는 시스템에 대한 개발과정과 특징 및 문제점을 설명한다.

2. 네트워크를 이용한 셀프디자인 방법으로서의 로고디자인 시스템

2-1 특성

로고디자인은 기업과 제품의 이미지를 시각적, 감각적으로 동질성을 갖도록 체계화시켜 소비자에게 일관성 있는 이미지를 계속적으로 제공함으로써 경쟁기업이나 경쟁제품과 다른 차별적 이미지를 구축하는데 사용된다. 본 연구에서 가능하게 하

는 로고디자인은 로고마크와 응용디자인으로 구성되는데 로고마크는 기업명이나 제품명을 디자인한 문자로서 독창성과 식별성을 고려하여 제작되며, 응용디자인은 로고마크를 서식류, 포장지, 유니폼, 표지판, 차량운반구, 건물, 홍보 및 광고물 등에 일관성 있게 체계적으로 적용시키는 디자인을 말한다.

네트워크를 이용한 셀프디자인 시스템 및 방법의 특성은 인터넷망을 이용하여 기업의 로고를 구매자 스스로 디자인 데이터베이스에 저장된 디자인들을 직접 열람/조합/변경하여 구매하고자 하는 디자인을 선택하고 이를 온라인 상에서 직접 주문 제작 의뢰할 수 있게 제어하는 네트워크를 이용한 셀프 디자인 제작 시스템 및 방법에 관한 것이다.

본 연구에 의하면 디자이너는 자신의 창작된 디자인을 널리 홍보할 수 있을 뿐만 아니라 구매수량에 비례하여 저작권료를 지급받을 수 있는 효과가 발생되며, 구매자는 디자인 제작 기간 및 비용을 획기적으로 줄일 수 있을 뿐만 아니라 디자인 데이터베이스에 저장되어 있는 많은 디자이너의 디자인을 직접 비교하면서 자신의 회사 이미지에 가장 적합한 디자인을 구매자 스스로 변경시켜 가면서 디자인을 결정할 수 있게 되어 디자인 선택의 폭이 넓어지는 효과가 발생되며, 구매자는 주문한 디자인 제품에 대한 디자인 사양 및 구매자 정보를 인터넷을 통하여 인쇄소에 자동으로 전달되어 제품 제작 시간 및 노력을 줄일 수 있는 효과가 발생된다.

2-2 핵심기술

2-2-1 연구의 배경 및 그 분야의 종래기술

종래의 기술에 의한 인터넷망을 이용한 디자인 제작 시스템은 크게 다음과 같이 분류할 수 있다.

첫 번째로, 가장 기본적인 형태로 디자인을 주문 접수받은 후에 디자인 제작 사이트 운영자가 접수받은 내용에 근거하여 디자인을 제작하여 소비자에게 전달하는 형태가 있으며,

두 번째로, 고정적인 디자인을 열람한 후에 선택하여 구매하는 형태가 있다.

이러한 종래의 기술에 의한 디자인 제작 시스템은 다음과 같은 문제점을 지니고 있다.

첫 번째로, 인터넷상에서 단순히 주문 접수를 받은 후에 디자인을 제작하여 소비자에게 전달하는 형태는 단순히 인터넷을 이용하여 주문만 받은 시스템으로 기존의 로고디자인 제작 절차와 차이가 없으며 이에 따라서 제작비용 및 시간이 많이 소요되는 문제점이 있었다.

두 번째로, 로고마크란 기업이 추구하는 이미지를 시각화하는 것으로서 고정적인 디자인을 열람한 후 디자인을 선택하여 제작하는 형태는 단순히 미술 작품을 보고 선택하여 제작하는 형태와 같기 때문에 구매자 자신이 원하는 기업 이미지에 부응하는 디자인을 고르기 어려우며 디자인의 변경이 불가능하기 때문에 다양한 디자인 변형을 시뮬레이션해 볼 수 없는 문제점이 있었다.

2-2-2 기술적인 과제

본 연구의 기술적인 과제는 상술한 문제점을 해결하기 위하여 인터넷을 통하여 디자이너는 창작된 디자인 및 해당 디자인에

대한 특징, 업종 카테고리 등에 관한 정보를 디자인 데이터 베이스에 등록하여 구매현황에 따라서 저작권료를 지급받고, 구매자들은 인터넷을 통하여 자신의 기업에 맞는 디자인들을 디자인 데이터 베이스를 통하여 검색하고, 디자인 조건을 변경시키면서 디자인 데이터 베이스에 저장된 디자인들을 조합, 또는 변경하여 구매 하고자 하는 디자인을 결정한 후에 인터넷을 통하여 직접 제품 적용 주문을 내어, 인터넷을 통하여 인쇄소로 주문 사양이 바로 전달되어 디자인 제품 제작을 실행하는 네트워크를 이용할 셀프 디자인 제작 시스템 및 방법을 제공하는데 있다.

2-2-3 기술의 구성

상기 기술적 과제를 달성하기 위하여 본 발명에 의한 네트워크를 이용한 셀프 디자인 제작 시스템은 네트워크에서의 디자인 제작 시스템에 있어서, 상기 네트워크에 접속 가능한 구매자 컴퓨터, 상기 네트워크에 접속 가능한 디자이너 컴퓨터, 상기 네트워크에 접속 가능한 인쇄소 컴퓨터 및 상기 네트워크에 접속되어, 상기 디자이너 컴퓨터에 의하여 입력되는 디자인 정보를 디자인 데이터 베이스에 저장하고, 상기 구매자 컴퓨터로부터 입력되는 디자인 조건에 상응하여 상기 디자인 데이터 베이스에 저장된 디자인 정보를 검색하여 열람, 조합 및 변경시켜 출력시키고, 최종적으로 선택된 디자인 정보 및 구매 요청된 사용자 정보를 상기 인쇄소 컴퓨터로 전송하기 위한 디자인 서버를 포함함을 특징으로 한다.

상기 다른 기술적 과제를 달성하기 위하여 본 연구에 의한 네트워크를 이용한 셀프 디자인 제작 방법은 네트워크에서의 디자인 제작 방법에 있어서, (a)네트워크를 통하여 입력되는 디자이너의 디자인 정보에 의하여 디자인 데이터 베이스를 구축하는 단계, (b)네트워크에 접속된 구매자 컴퓨터를 통하여 구매하고자 하는 디자인 조건 정보를 입력하는 단계 및 (c)상기 단계 (b)에서 입력된 디자인 조건 정보에 상응하여, 디자인 데이터 베이스에 저장된 디자인 정보를 검색하여 열람, 조합 및 변경시켜 출력시키는 단계를 포함함을 특징으로 한다.

이하 첨부된 도면을 참조하여 본 연구의 바람직한 실시 예에 대하여 상세히 설명하기로 한다.

[도1]에 도시된 바와 같이, 본 연구에 의한 네트워크를 이용한 셀프 디자인 제작 시스템은 인터넷망(100), 디자이너 컴퓨터(101), 구매자 컴퓨터(102), 인쇄소 컴퓨터(103), 디자인 서버(104), 메일 서버(105), 회원정보 데이터 베이스(106) 및 디자인 데이터 베이스(107)를 구비한다.

위의 디자인 서버(104)는 웹 서버(104a), 방화벽 수단(104b), 제어부(104c) 및 응용프로그램(104d)으로 구성되어 있다.

인터넷망(100)은 웹으로 컴퓨터를 전세계적으로 연결하는 통신망으로서, 디자이너, 구매자 및 인쇄소 컴퓨터(101, 102, 103)의 사용자가 인터넷 서비스를 제공받기 위해서는 인터넷 접속용 소프트웨어인 지점간 프로토콜을 이용하여 인터넷 프로토콜(IP) 주소를 할당받고, 이를 이용하여 월드 와이드 웹(WWW) 브라우저 등을 통하여 인터넷 서비스를 사용할 수 있게 된다. 이때 월드 와이드 웹서비스를 받기 위해서는 넷스케이프 네비게이터(Netscape Navigator) 및 마이크로소프트 인터넷 익스플로러등의 웹 브라우저를 기동하여 원하는 웹 사

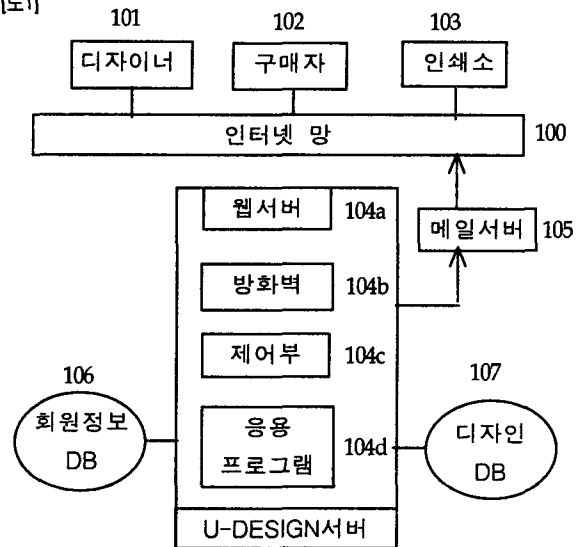
이트의 서버에 접속하여 원하는 정보를 받는다.

이와 같은 방법으로 디자이너, 구매자 및 인쇄소 컴퓨터(101, 102, 103)는 인터넷망(100)을 통하여 웹 서버 중의 하나인 본 연구에 의한 셀프 디자인 제작을 가능하게 하는 사이트의 디자인 서버(104)에 접속된다.

디자인 서버(104)를 구성하는 세부 구성수단들의 동작을 설명하면 다음과 같다.

웹 서버(104a)는 디자인 서버(104)에 디자이너, 구매자 및 인쇄소등의 클라이언트 컴퓨터(101, 102, 103)가 인터넷망(100)을 통하여 접속되는 경우에 도 7과 같은 홈페이지 정보를 전송하고, 홈페이지 정보에서 선택된 메뉴 및 입력 데이터에 상응하여 응용 프로그램(104d)에 의하여 해당 프로세스를 실행시킨 결과에 대한 데이터를 인터넷망(100)에서 공용으로 사용하는 전송 프로토콜에 의하여 접속된 클라이언트 컴퓨터(101, 102, 103)로 전송하는 역할을 한다.

[도1]



방화벽 수단(104b)은 인터넷망(100)을 이용한 정보 교화시의 디자인 서버(104) 내부의 정보 자산을 보호하고, 외부로부터 유해 정보 유입을 차단하기 위한 하드웨어 및 소프트웨어로 구성되어 있다. 일 예로 IP 어드레스, 사용자 인증번호, 포트 번호등을 이용하여 외부의 접속을 제한하는 프로그램에 의하여 내부 정보의 불법적인 유출을 보호한다.

제어부(104c)는 디자인 서버(104)를 총괄적으로 제어하며, 입력되는 데이터에 따라서 셀프 디자인 등록 및 제작을 위한 응용 프로그램(104d)을 가동하여 해당 프로세스들을 실행시키는 역할을 한다. 해당 프로세스들을 [도6]에 도시된 바와 같은 IDEF (Information DEFINition) 표기법으로 표현하면, 입력 데이터(I), 응용 프로그램(C), 출력 데이터(O), 수행자(M)로 표기하여 설명할 수 있다.

입력 데이터(Input)는 프로세스가 수행되기 위하여 입력되는 데이터로서, 시스템에 의하여 입력되는 데이터와 디자이너 및 구매자가 입력하는 데이터로 구분된다.

응용 프로그램(Control)은 프로세스의 수행시 적용되는 디자인 데이터 베이스 구축, 셀프 디자인 제작 및 주문 제작 실행을 위한 각종 제어 프로그램이다.

수행자(Mechanism)는 프로세스에 사용자 입력 데이터를 제공하고, 출력 데이터를 확인하는 수행자를 의미하며, 디자이너, 구매자, 인쇄소 운영자 및 사이트 운영자가 된다.

응용 프로그램(104d)은 본 연구에 의한 셀프 디자인 등록 및 제작을 가능하게 하는 각종 프로세스를 실행시키기 위한 프로그램들이다. 즉 응용 프로그램(104d)은 디자인 데이터 베이스(107)를 구축하기 위한 프로그램, 셀프 디자인 로고 제작을 실행하기 위한 프로그램, 셀프 디자인을 주문제작하기 위한 프로그램 등을 포함하고 있다.

그리고 메일 서버(105)는 메일을 지정된 주소로 전송하는 역할을 실행하는데, 본 연구에서는 구매자가 셀프 디자인하고 나서 구매 요청한 디자인 정보 및 구매자 정보를 인쇄소 컴퓨터의 주소를 전송하는 역할을 실행한다.

회원정보 데이터 베이스(106)에는 디자이너 회원, 구매자 회원, 인쇄소 회원들의 신상 정보 및 디자인 등록, 구매, 인쇄, 등의 각종 셀프 디자인 제작 관련 정보가 저장되어 있다.

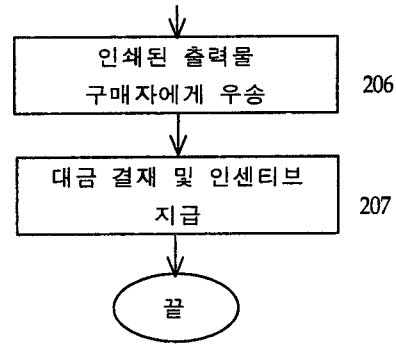
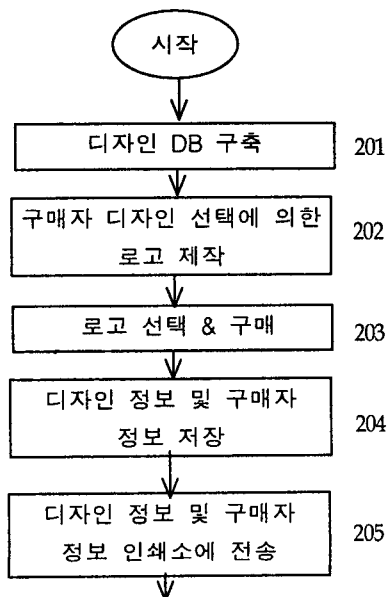
디자인 데이터 베이스(107)에는 디자이너 회원에 의하여 등록되는 디자인 정보들이 저장되어 있다.

디자인 정보는 [도 6]에서와 같은 디자인 등록을 위한 프로세스에 의하여 디자인 데이터 베이스(107)에 저장되는데, 구체적으로 [도 6]에 도시된 바와 같이 디자이너에 의하여 입력되는 디자인의 업종 카테고리 정보, 어울리는 폰트 정보, 디자인 이미지에 대한 설명 정보, 디자인 정렬 위치에 대한 정보 등이 디자인된 알파벳, 자/모음 또는 음절 데이터와 함께 저장된다.

그리고, 디자인 데이터 베이스(107)에는 디자이너가 등록한 알파벳, 자/모음 또는 음절에 대한 디자인에 대하여 디자인 서버(104) 운영자가 이미지 특성을 평가한 정보를 디자인 정보와 함께 저장되어, 구매자가 디자인을 선택하는데 참고 자료로 활용된다. 이미지 특성 평가 항목으로는 디자인의 전통적/현대적, 전문성/다양성, 지성/감성, 중후함/신속함 등에 대하여 계수화하여 평가한다.

그러면, [도1]에 도시된 셀프 디자인 제작 시스템에 의한 셀프 디자인 사이트의 총괄적인 운영 방법에 대하여 [도2]의 흐름도를 참조하여 설명하기로 한다.

[도2]



우선, 셀프 디자인 제작 사이트 운영자가 셀프 디자인 제작을 위한 서비스를 제공하기 위하여 디자인 데이터 베이스(107)를 구축한다(단계 201).

디자인 데이터 베이스(107)는 사이트 운영자가 직접 자신이 창작한 디자인 정보를 저장하는 방법에 의하여 구축할 수도 있으나, 이러한 경우에는 디자인 데이터 베이스(107)를 구축하는데 시간 및 노력이 많이 소요될 뿐만 아니라 디자인 데이터 베이스(107)에 저장되는 디자인의 다양성이 결핍되는 단점이 있다. 따라서 디자인 데이터 베이스(107)를 사이트 운영자뿐만 아니라 외부 디자이너들에 의하여 창작된 디자인을 등록받고, 이들 디자인의 판매 현황에 따라서 일정 저작권료를 지불하는 방식에 의하여 디자인 데이터 베이스를 구축하는 것이 효과적이다.

디자인 데이터 베이스(107)가 구축된 후에 구매자 회원에 의하여 디자인 서버(104)에 접속되어 로고제작을 위한 메뉴가 선택된 경우에, 디자인 사양을 선택하기 위한 메뉴 정보를 구매자 컴퓨터(102)로 전송하고, 구매자가 입력한 디자인 사양선택 정보를 전송받아, 구매자가 결정한 디자인 조건에 따라서 디자인 데이터 베이스(107)를 검색하고, 검색된 디자인 데이터를 구매자가 입력한 상호이름과 조합, 변경하여 구매자의 의사가 반영된 로고를 제작하는 프로세스를 실행시키다(단계 202).

단계 202의 프로세스를 실행한 디자인 로고가 복수개 검출된 경우에는 구매자 키 입력에 따라서 순차적으로 디자인된 로고를 구매자 컴퓨터(102)로 전송하고, 구매자는 자신이 원하는 로고 디자인이 존재하는 경우에 해당 로고 디자인을 선택한 후에 구매를 위한 데이터를 입력한다(단계 203)

구매자 컴퓨터(102)에 의하여 구매 결정된 디자인 정보 및 구매자 정보는 디자인 데이터 베이스(107) 및 회원정보 데이터 베이스에 저장된다(단계 205)

그리고 나서, 구매자에 의하여 셀프 디자인된 디자인 정보 및 구매자 정보는 메일 서버(105)에 의하여 셀프 디자인된 디자인 정보 및 구매자 정보는 메일 서버(105)에 의하여 인쇄소 컴퓨터(103)로 전송되고(단계 205), 인쇄소에서는 디자인 서버(104)로부터 전송된 디자인 정보에 따라서 인쇄 작업을 실시하고 인쇄된 제품을 디자인 서버(104)에 구매 요청한 구매자에게 우송한다(단계 206). 그러면, 구매자는 디자인 서버(104)의 운영자에게 디자인 사용 금액 및 디자인 물품 제작비용을 지불하고, 디자인 서버(104)의 운영자는 이를 다시 구매한 디자인을 등록한 디자이너 및 인쇄소 운영자에게 각각 일정 금액을 지급하게 된다(단계 207).

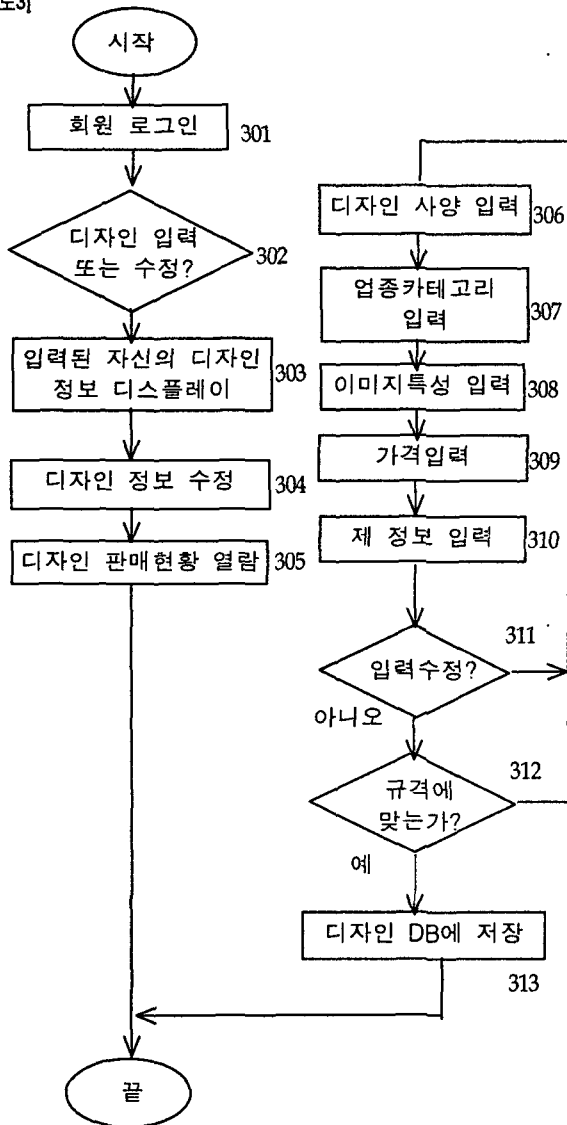
그러면, 세부적으로 디자인 데이터 베이스(107)의 구축 단계(단계201)에 대하여 [도3]의 흐름도를 참조하여 설명하기로 한다.

우선, 디자이너 컴퓨터(101)가 인터넷망(100)을 통하여 디자인 서버(104)에 접속되는 경우에, 디자인 서버는 [도7]과 같은 셀프 디자인 제작 사이트의 홈페이지 정보를 전송한다.

홈페이지 정보에는 사이트 소개 메뉴, CI, BI란? 메뉴, 회사 소개 메뉴, 적용사례 메뉴, 상담실 메뉴, Market place 메뉴, 체험하기 메뉴, 로고제작 메뉴, 특별주문 메뉴, 부가서비스 메뉴, 회원 자료방 메뉴 등으로 구성되어 있다.

사이트 소개 메뉴에는 [도8]에 도시된 바와 같은 사이트를 소개하는 설명 정보와 서비스 종류 및 이용료가 상세히 소개되어 있으며, CI, BI란? 메뉴에는 [도9, 10]과 같이 디자인 서버(104) 운영자에 의하여 널리 알려진 디자인 성공 사례 정보가 하이퍼링크 형식으로 연결되어 있다.

[도3]



회사소개 메뉴에는 사이트 운영 취지 및 기업 이념, 구성원 소개가 있으며, 적용사례 메뉴에는 실제 본 사이트에서 제공하는 프로그램을 이용하여 제작된 사례를 소개함으로써 이용자의 홍보를 겸한 결과물에 대한 신뢰 및 이해를 제공하는 코

너이다.

상담실 메뉴는 [도11]과 같이, 사이트 이용자가 디자인 상담을 원하는 내용을 입력하기 위한 창을 준비하고 있다.

이와 같은 홈페이지 정보에서 디자이너가 창작된 디자인을 디자인 데이터 베이스(107)에 등록하기 위하여 Market place 메뉴를 선택하면, [도12]와 같이 디자이너 회원가입을 안내하는 메뉴 화면 정보를 출력하고, 디자이너가 입력창을 통하여 디자이너의 인적 사항의 입력을 마치고 확인란을 클릭하면, 디자인 등록을 위한 메뉴 화면 정보를 출력한다.

그러면, 디자이너는 회원 가입된 ID 및 패스워드(Passward)를 입력하여 회원 로그인을 실행한다(단계 301).

그리고 나서 디자이너에 의하여 입력된 메뉴 선택 데이터가 디자인을 등록하기 위한 데이터인지 또는 수정하기 위한 데이터인지를 판단하여(단계 302), 창작한 디자인을 등록하고자 하는 경우에 디자이너는 마크 주제 입력창을 통하여 등록하고자 하는 디자인 마크에 대한 주제를 입력하고, 등록하고자 하는 디자인 데이터를 파일 형식으로 첨부하고 첨부된 파일명 및 파일의 크기를 입력한다(단계 306). 또한, 메뉴 정보에 의하여 등록하고자 하는 디자인의 문자명, 이 글자의 코드명, 서로 다른 색의 그림 파일 등의 디자인 정보를 입력한다.

그리고 나서, [도6]에 도시된 메뉴 화면 정보를 통하여 등록되는 디자인에 적합한 업종 카테고리, 이미지 특성 입력, 등록되는 디자인과 잘 어울리는 폰트 정보 및 디자인 사용 가격 정보 등을 입력하면, 입력된 디자인 관련 정보를 출력한다(단계 307~310).

출력되는 디자인 등록 정보 중에서 수정하기 항목이 디자이너에 의하여 선택된 경우에는(단계 311), 단계 306으로 되돌아가서 위의 단계들을 다시 실행하고, 그렇지 않고 완료 항목이 선택된 경우에는 디자이너에 의하여 입력된 각종 데이터들이 규격에 맞는지를 판단하여(단계 312), 규격에 맞지 않은 경우에는 단계 306으로 되돌아가서 디자인 정보를 입력하는 단계들을 다시 실행하고, 입력된 데이터들이 규격에 맞는 경우에는 입력되는 디자인 정보들을 디자인 데이터 베이스(107)에 저장한다(단계 313)

만일, 단계 302의 판단 결과 디자인 수정 메뉴가 선택된 경우에는 디자인 데이터 베이스(107)에 등록된 디자이너 자신의 디자인 정보를 출력하여 디스플레이 시키고(단계 303), 디자이너에 의하여 수정된 디자인 정보를 전송받아 디자인 데이터 베이스(107)에 저장된 디자인 정보를 수정하고, 디자이너가 원하는 경우에 자신의 디자인 판매 현황을 전송받아 열람할 수 있게 한다(단계 304, 305)

이와 같은 방법에 의하여 회원 등록된 디자이너에 의하여 입력되는 디자인 정보들이 디자인 데이터 베이스(107)에 저장된다.

그러면, 다음으로 구매자 컴퓨터에 의하여 셀프 디자인 제작을 실행하고, 선택된 디자인 로고를 구매하는 단계(단계 202, 203)에 대하여 [도4]의 흐름도를 참조하여 세부적으로 설명하기로 한다.

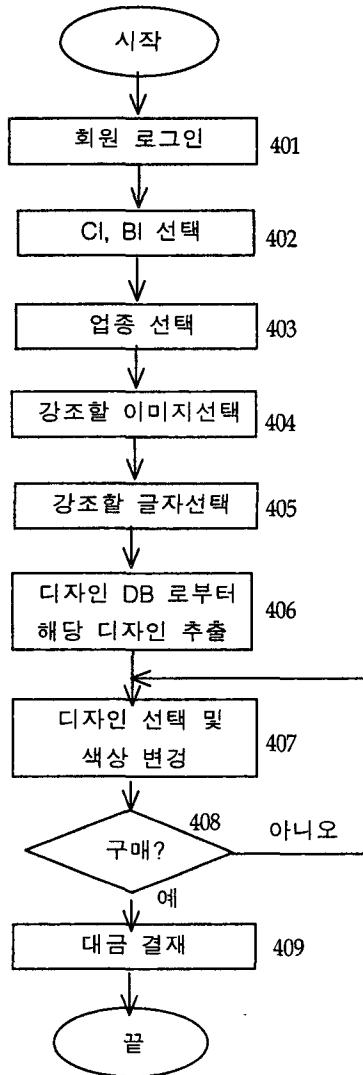
구매자 컴퓨터(101)가 디자인 서버(104)에 접속하는 경우에 홈페이지 정보를 전송하는 과정은 [도3]에서 설명한 것과 동일하므로 생략하고, 홈페이지 정보에서 로고제작 항목이 클릭되는 경우에는 회원 가입을 유도하는 메뉴 화면을 [도13]에

도시된 바와 같이 출력하며, 로고뱅크의 저작권을 침해했을 시에 적용되는 처벌 법규에 대한 설명을 팝업 창에 게시한다. 회원 가입자는 [도14]의 화면으로 가서 ID 및 패스워드를 입력하여 구매자 회원 로그인을 실행한다(단계401).

회원 로그인을 마친 후에는 로고 제작하고자 하는 회사의 업종을 선택하기 위한 메뉴 화면 정보를 [도15]와 같이 출력하고, 구매자가 입력한 업종 선택 데이터를 전송 받는다. 다음으로, 회사상호를 [도16]과 같은 입력창을 통하여 입력하고(단계 402), 사용할 폰트의 종류를 리스트 박스에서 선택한다(단계 403).

그리고 나서, [도17]과 같이 입력된 회사 상호 글자 중에서 강조하고자 하는 글자를 선택하기 위한 메뉴 화면 정보를 출력시키고, 구매자는 강조하고자 하는 글자를 선택하는 데이터를 입력시킨다(단계 404).

[도4]



이와 같이, 로고 디자인하고자 하는 상호 이름 및 상호 이름 중에서 강조하고자 하는 글자 및 업종을 구매자가 입력하면, 디자인 서버(104)는 구매자 컴퓨터(102)로부터 전송된 구매자 입력 데이터를 분석한 후에 디자인 데이터 베이스(107)로부터 구매자가 입력한 조건에 맞는 강조할 글자의 디자인 정보를 검색하여 출력하고, 제어부(104c)에서는 디자인 데이터 베이스(107)에서 추출된 디자인과 구매자가 입력한 상호이름을 해당

폰트로 변환시킨 후에 결합하여 [도18]에 도시된 바와 같이, 디자인된 로고 결과를 구매자 컴퓨터로 전송한다(단계 406). 이 때 각각의 로고 디자인 결과에 대하여 디자인 평가를 계수화하여 구매자에게 출력하여 디자인 선택에 도움을 준다.

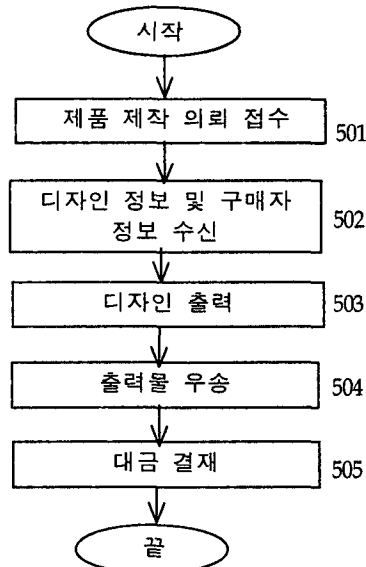
만일, 디자인 데이터 베이스(107)에 구매자가 선택한 해당 업종에 대한 강조할 디자인 글자의 종류가 단수 존재하는 경우에는 해당 디자인 로고 글자를 순차적으로 추출하여 구매자가 입력한 상호 이름에 적용하여 구매자의 요청에 따라서 순차적으로 출력한다. 그러면, 구매자는 셀프 디자인한 출력 로고 디자인 중에서 자신이 원하는 로고 디자인을 선택한 후에 강조할 부분의 색상 변화 또는 로고 마크의 상하 조합 등을 실행하여 [도19]에서와 같이 최종적으로 회사 이미지에 적합한 로고 디자인을 결정하게 되며, 구매자 자신이 디자인 결정한 최종 로고 디자인 결과물이 해당 디자인 평가에 근거한 상의 의미와 함께 출력된다(단계 407).

이와 같이, 구매자가 로고 디자인 제작을 마친 후에는 선택한 디자인을 구매 할 것인지를 결정한다.

이에 따라서 디자인 서버(104)는 [도19]의 메뉴화면에서 주문 항목이 클릭되는지를 판단하여(단계 408), 주문항목이 클릭된 경우에는 구매자는 [도20]에 도시된 메뉴 화면을 통하여 구매자 정보 및 주문 제작 내용을 입력한 후에, 해당 디자인에 대한 저작권료를 구매자가 지불하면, 구매자가 선택한 해당 디자인 정보는 디자인 데이터 베이스(107)에 저장되어 디자인 인쇄소 자료로 활용된다(단계 409).

본 연구가 적용되는 디자인 서버(104)에서는 셀프 로고디자인 제작을 위한 유료 디자인 제작 서비스 이외에 부가서비스로 공지된 폰트들을 이용하여 입력된 상호 이름 중에서 강조할 글자의 폰트만을 변경시켜 디자인 로고를 제작해 주는 무료 디자인 제작 서비스와 모노그램 디자인을 제공할 수 있다. 무료 디자인 제작 방법은 유료 디자인 제작 방법과 동일하며, 단지 강조할 글자를 유료 디자인 제작 서비스에서는 디자이너가 등록된 창작 디자인 정보들을 검색하여 이용하는데 비하여, 무료 디자인 제작 서비스에서는 강조할 글자에 대한 폰트를 공지된 폰트만을 검색하여 이용할 수 있도록 제한하는 차이만 있으며, 모노그램 디자인은 명함, 서식류 등의 마크에 사용할 수 있도록 하였다.

[도5]



그러면 최종적으로 구매자 컴퓨터에 의하여 셀프 로고 디자인 제작되어 구매 신청한 디자인을 적용한 제품을 제작하여 구매자 회원에 전달되는 과정(단계 205 ~ 단계 207)에 대하여 [도5]의 흐름도를 참조하여 상세히 설명하기로 한다.

구매자 회원이 셀프 디자인 제작한 로고를 적용한 제품 제작 주문이 디자인 서버(104)에 입력된 경우에는 디자인 서버(104) 운영자와 계약된 인쇄소 컴퓨터(103)로 메일 서버(105)를 이용하여 제품제작 의뢰서를 전자우편으로 전송한다(단계 501).

그러면, 인쇄소 컴퓨터(103)는 디자인 서버(104)에 접속하여 제품제작 요청을 한 디자인 정보 및 제품 제작을 의뢰한 구매자 정보를 디자인 서버(104)로부터 전송받는다(단계 502).

그러면, 인쇄소 컴퓨터(103)는 전송받은 디자인 정보를 출력하여 구매자가 제작 요청한 제품에 적용하여 제품제작을 한다(단계 503).

그리고 나서, 최종적으로 구매자 선택한 디자인이 적용하여 제작된 제품을 구매자에게 우송한 후에(단계 504), 제품 제작 대금을 직접 구매자에게 받거나 또는 디자인 서버(104) 운영자를 통하여 대금을 지급받게 된다(단계 505).

이상과 같은 방법에 의하여 디자이너 회원은 창작된 디자인을 디자인 서버(104)에 등록하여, 디자인 저작권을 인정받고, 디자인 구매량에 따라서 저작권료를 지급받을 수 있게 되고, 구매자 회원은 디자인하고자 하는 상호 이름에 대하여 직접 자신이 강조할 글자 및 색상, 업종 카테고리, 로고 위치 등을 직접 변경시키고 이에 대한 디자인 결과물을 확인하면서 자신의 상호에 가장 적합한 디자인을 구매자 스스로 결정하고, 제품에 적용한 제품주문 제작을 인터넷을 통하여 실행할 수 있게 되었다.

2-3 기대효과

상술한 바와 같이 본 연구에 의하면 디자이너에게는 창작된 디자인을 등록하고 구매되는 양에 따라서 약정된 저작권료를 지급하여 디자인 등록을 유도하고, 구매자는 상호 이름에 대하여 직접 자신이 강조할 글자 및 색상, 업종 카테고리, 로고 위치 등을 직접 변경시키면서 이에 대한 디자인 결과물을 확인하여 자신의 회사 이미지에 가장 적합한 디자인을 구매자 스스로 결정할 수 있도록 하는 디자인 서버에서 프로그램을 지원함으로써, 첫 번째로, 디자이너는 자신의 창작된 디자인을 널리 홍보할 수 있을뿐만 아니라 구매수량에 비례하여 저작권료를 지급받을 수 있는 효과가 발생되며, 두 번째로, 구매자는 로고마크 제작을 위하여 특정 디자이너에 의뢰하여 디자인을 제작하는 것에 비하여 디자인 제작 기간 및 비용을 획기적으로 줄일 수 있을 뿐만 아니라 디자인 데이터 베이스에 저장되어 있는 많은 디자이너의 디자인을 직접 비교하면서 자신의 회사 이미지에 가장 적합한 디자인을 구매자 스스로 변경시켜가면서 디자인을 결정할 수 있게 되어 디자인 선택의 폭이 넓어지는 효과가 발생되며, 세 번째로, 구매자는 주문한 디자인 제품에 대한 디자인 사양 및 구매자 정보를 인터넷을 통하여 인쇄소에 자동으로 전달되어 제품 제작 시간 및 노력을 줄일 수 있는 효과가 발생된다.

2-4 시장

국내 로고디자인 시장은 CI전문기업이 공급하는 시장과 개인 디자인공급자가 공급하는 시장으로 양분되어 있다. CI전문기업이 공급하는 시장의 규모는 객관적인 자료에 의하여 측정이 가능하나 개인디자인공급자시장의 규모는 객관적인 파악이 불가능하다. 또한 인터넷 전자상거래를 통하여 저가격 고품질의 디자인이 공급될 경우 새로운 수요를 유발할 것으로 판단된다. 1999년도 31개 CI전문 디자인회사의 매출총액은 294억원으로 집계되었으며 개인디자인공급시장은 100억원 정도로 추정된다.

향후 3개년의 국내 시장 규모는 다음과 같이 추정된다.

현재	2001년	2002년	2003년
394억원	473억원	568억원	682억원

3. 문제점과 향후 전망

온라인 상에서 실시간에 디자인을 판매한다는 것은 꿈같은 일이지만 선뜻 시도하지 못하는 데에는 몇 가지 문제점이 있다. 그 중에서 가장 문제시되는 부분이 저작권 보호문제이다. 본 연구에서는 그 문제를 다음과 같은 방법으로 해결하였다. 첫째, 온라인 상에 올려지는 디자인 소스는 날짜별로 공증을 받아서 회원에게 공개되기 이전에 그 저작권의 소재를 분명히 한다.

둘째, 회원 가입은 무료로 하되 회원 가입시 회원에 대한 정보를 확인하는 절차를 거칠 수 있게 하며, 로고제작은 일정금액의 신청금을 받아서 회원의 고의적인 횡포를 막는다.

셋째, 회원이 입력하는 기업 또는 제품명 이외의 다른 철자의 입력을 금지하는 보안 장치를 한다.

이와 같은 방법으로 관리자 페이지에서는 어느 회원이 해당 글자의 디자인을 언제 열람했는지를 알 수 있으므로 무단 도용했을 때의 법적 근거를 제시할 수 있다. 실제적으로 약 반년간 위와 같은 방법으로 시험 가동한 결과 매우 진지한 고객이 95%이상이었으므로 저작권 보호 장치는 성공적이라고 생각한다.

또한 온라인 상에서의 셀프디자인은 국내 현실을 놓고 볼 때 다음과 같은 문제점을 제기할 수 있다.

첫째, 인터넷 사용자의 연령이 아직 2, 30대에 편중되어 있는 관계로 기업의 결정권자가 직접 프로그램을 다루지 않는다.

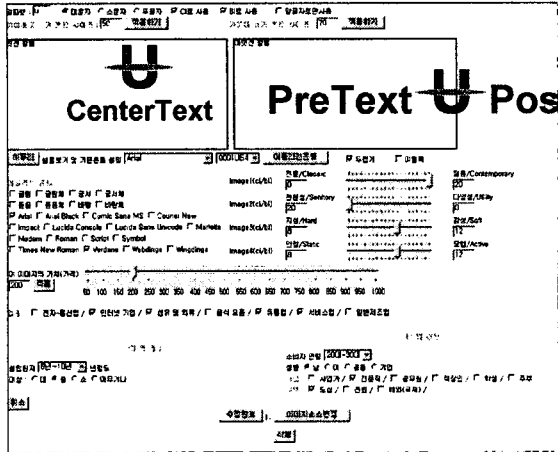
둘째, 패션관련 사업을 제외하고는 기업주가 본인이 고른 디자인에 자신이 없으므로 전문가의 견해를 중시한다.

셋째, 결재라인이 복잡한 기업일수록 셀프디자인 프로그램을 통하여 선택한 디자인에 대하여 하급자가 책임지기가 힘들다.

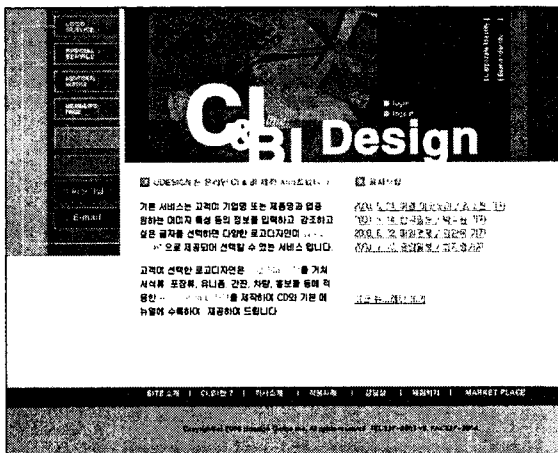
넷째, 아이덴티티 디자인에 대한 인식이 아직 결여되어 있어서 종합시스템으로 받아들여지기보다는 매우 제한된 적용, 즉 배지, 명함 등으로만 받아들여지고 있다.

따라서 본 시스템이 정착하기까지 향후 2, 3년간은 off-line 방식과 절충한 플러스 서비스 방식을 병행하여야 하며, 알파벳 사용국가를 중심으로 한 확장 가능성은 매우 높다고 할 수 있다.

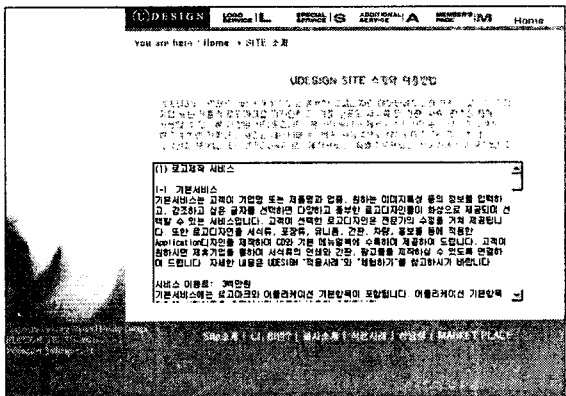
[도6]



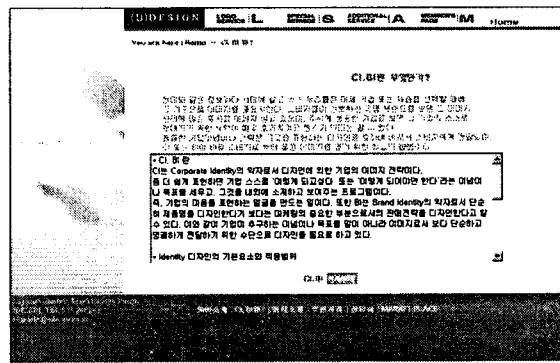
[도7]



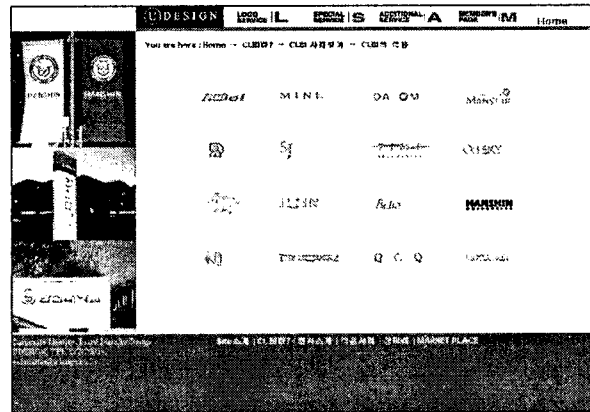
[도8]



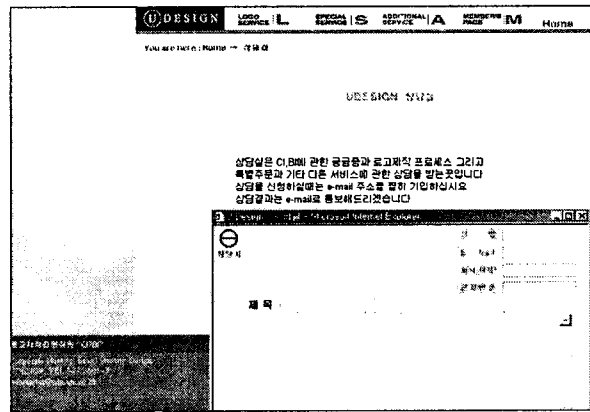
[도9]



[도10]



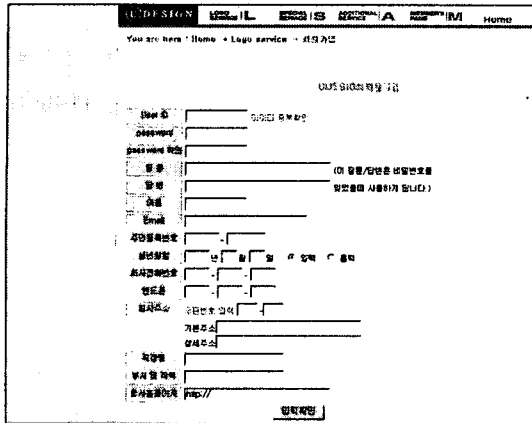
[도11]



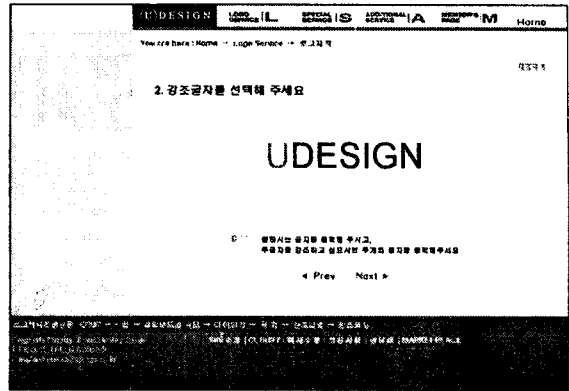
[도12]



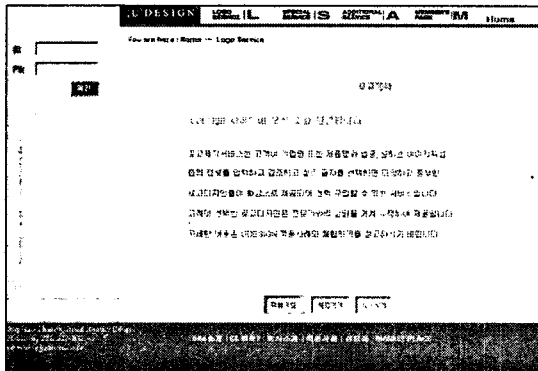
[도13]



[도17]



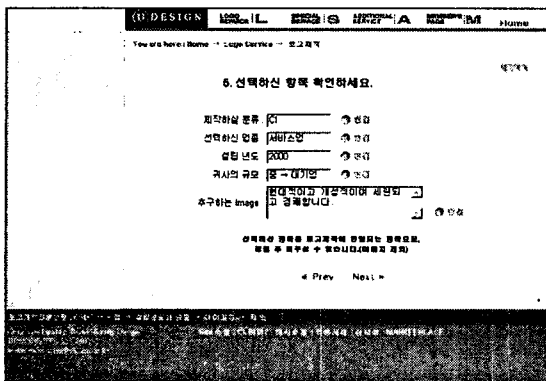
[도14]



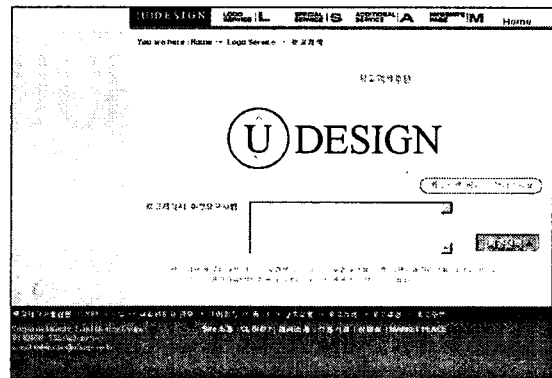
[도18]



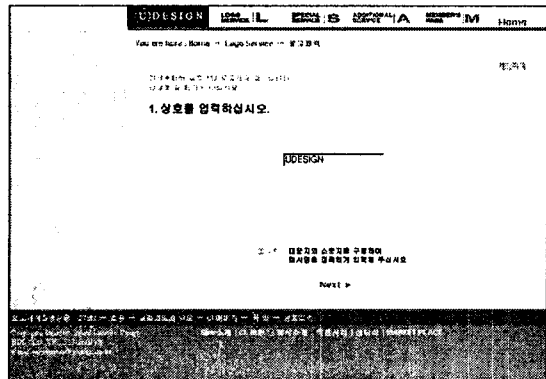
[도15]



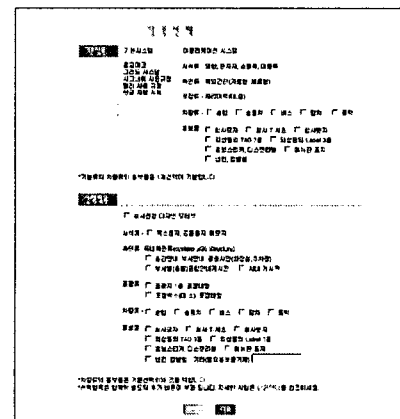
[도19]



[도16]



[도20]



IV 맺는 말

본 연구는 인터넷을 이용하여 셀프디자인 방법으로 로고디자인 서비스를 제공하는 시스템에 대한 개발과정과 특징 및 문제점을 살펴보았다. 로고디자인 서비스는 다양한 기업과 제품을 대상으로 독창적인 로고마크를 온라인으로 판매하여야 하므로 표준화와 맞춤화를 동시에 충족시킬 수 있도록 구성되어야 한다. 본 시스템에서의 로고마크는 영문 letter 중 한 글자 또는 두 글자를 강조하여 디자인되는데, 영문 26개의 대, 소문자와 두 글자 조합에 대하여 풍부한 디자인 Database를 제작하여 수요자가 입력한 영문이름과 강조되는 글자의 디자인이 조합된 로고가 제공되도록 함으로써 수요자가 직접 원하는 로고 디자인을 선택할 수 있다. 또한 수요자로 하여금 제공되는 로고의 색상, 폰트, 배열 등을 재 조합할 수 있게 하여 수요자가 디자인에 참여할 수 있게 한다.

디자인 Database를 업종과 이미지특성에 따라 분류하여 수요자가 업종과 원하는 이미지특성을 입력하면 그에 맞는 로고가 조합되어 제공되도록 할 수 있다. 또한 수요자가 고려하고 있는 수 개의 대안을 임시 보관함에 보관할 수 있도록 하여 최종 선택 전에 충분한 고려의 기회를 제공할 수 있다. 로고가 최종 선택되면 이에 따라 서식류, 포장지, 유니폼, 표지판, 수송용 차량, 광고 및 홍보물에 적용되는 응용디자인을 제작하여 CD로 제공할 수 있다. 온라인 디자인 서비스는 새로이 창업하는 기업들에게 기업과 제품의 시각적 이미지를 체계적으로 확립할 수 있는 기회를 제공함으로써 창업기업의 가치를 높이고 사업의 성공가능성을 제고한다. 또한 지금까지는 높은 가격으로 인하여 접근하기 어려웠던 기업 이미지디자인을 대중화함으로써 아이덴티티 디자인에 대한 인식을 제고하고 이를 디자인분야 전반으로 파급시켜 기업가치 창출에 기여할 수 있다.

또한 인터넷을 통한 전자상거래모델을 개발함으로써 디자인을 비롯한 미술작품의 거래를 활성화시키며, 디자인 공급자와 수요자가 만날 수 있는 온라인시장을 제공함으로써 공급자는 판매비용과 디자인제작원가를 절감하여 저가격 고품질의 디자인을 제공할 수 있으며, 수요자는 경제적인 비용으로 고품질의 다양한 디자인을 온라인으로 접근함으로써 시간과 비용을 절감할 수 있고 선택의 폭을 넓힐 수 있다.

참고문헌

- 박진숙, 2045를 향한 디자인 오딧세이, VISION 2045, 세종대학교 출판, 1997. 10
- 하라다 스스무, CI 디자인, 주 한국LCA
- Barbara Baer(Editor), Barbara Capitman, American Trademark Designs : A Survey With 732 Marks, Logos, and Corporate-Identity Symbols, 1985. 5
- David E. Carter(Editor), American Corporate Identity qq, Art Direction Book Co, 1996

- B. Martin Pedersen(Editor), Corporate Identity 3, Graphis Inc.
- Retail Identity Graphics, P. I. E. Books, 1993
- The Type Directors Club, Watson-Guptill Publications, 1994
- Rick Poynor, The Graphic Edge, Booth-Clibborn Editions, 1995
- Typography 13, Watson-Guptill Publications, 1992
- A Collection of Trademarks and Logotypes in Japan Vol.8
- Lynn B. Upshaw, Building Brand Identity: A Strategy for Success in a Hostile Marketplace, 1995, 6
- <http://www.udesign.co.kr>