

1인 미디어 입문자들을 위한 촬영 보조 장비 디자인 제안

Design Proposal for Photographic Aid for Single-Person Media Initiators

주 저 자 : 한하울 (Han, Ha Yul)

국민대학교 디자인대학원 제품디자인학과 석사과정

교신저자 : 김관배 (Kim, Kwan Bae)

국민대학교 조형대학 공업디자인학과 교수
(kbcim@kookmin.ac.kr)

<https://doi.org/10.46248/kids.2020.4.9>

접수일자 2020. 10. 21. / 심사완료일자 2020. 11. 10. / 게재확정일자 2020. 12. 24.

Abstract

With the rise of the existing media market and content industry and the addition of media support businesses, new creators have been able to enter the one-person media market more easily, and according to the Japan Camera Image Processing Association (CIPA), the number of interchangeable camera lenses (DSLR, mirrorless) has decreased in contrast to the growing one-person media market due to improved camera technology in smartphones. So, as the market for camera-assisted equipment that helps to film with smartphones grows rapidly, the number of equipment population increases and the beginners buy them is facing difficulties. Therefore, in this study, we have identified what the auxiliary set configurations for creators in the introductory entry process to the number of filming aids varied by the rapidly growing market, and found consumer needs to address the cost burden of organizing equipment-one-person media broadcast content and the options to create confusion due to the various product lines.

Keyword

one-person media(1인 미디어), one-person creator(1인 크리에이터), set of filming equipment(촬영 보조 장비 세트)

요약

기존 미디어 시장과 콘텐츠산업의 상승세를 보이고 미디어 지원 사업이 더해져 신입 크리에이터(Creator)들도 1인 미디어 시장에 좀 더 쉽게 진입할 수 있게 되었으며 “일본 카메라 영상 가공 협회(CIPA)”에 따르면 스마트폰의 카메라 기술력 향상으로 인해 교환식 카메라 렌즈(DSLR, 미러리스)가 성장하는 1인 미디어 시장과 대조적으로 줄어드는 현상을 볼 수 있었다. 그래서 스마트폰으로 촬영할 수 있도록 도와주는 촬영 보조 장비의 시장이 급격히 성장됨에 따라 장비의 개체 수가 많아지고 입문자가 구매하는데, 난항을 겪고 있다. 따라서 본 연구에서는 급성장하는 시장으로 인해 다양해진 촬영 보조 장비의 개체 수로 입문 진입과정에 있는 크리에이터(Creator)를 위한 보조 세트 구성은 무엇이 있는지 파악하고 소비자의 니즈(NEEDS)를 찾아 장비 1인 미디어 방송 콘텐츠 구성에 비용적인 부담감과 다양한 제품군으로 인한 혼동을 일으키는 선택사항을 해결해 줄 수 있는 세트를 구성하였다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 범위 및 방법

2. 이론적 고찰

- 2-1. 1인 크리에이터의 이해
- 2-2. 1인 방송 촬영 보조 장비 시장 이해
- 2-3. 유튜브 촬영 조건 및 스마트폰 기능 현황

3. 입문자용 촬영 보조 장비 세트 사례조사

- 3-1. 촬영 보조 장비 기본 구성 및 재정의
- 3-2. 실내/외 혼합 촬영 보조 장비 세트 제품군

4. 사용자 니즈(NEEDS) 분석

- 4-1. 조사 개요
- 4-2. 사용자 니즈(NEEDS)분석

5. 제품디자인 제안 및 전망

- 5-1. 디자인 요구사항

6. 결론

6-1. 결론

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

전 세계적으로 스마트폰 보급률은 높아지고, 양방향 인터넷 환경이 생성되면서 미디어 시장의 확대에 크게 기여되었다. 따라서 스마트폰 영상 시청의 증가율이 높아지면서 다양한 기업에서는 각 영상 플랫폼에 제품 홍보를 하고 개인의 경우에는 자신이 가진 취미를 다른 사람과의 공유를 위해서 1인 크리에이터(Creator)가 급증하고 있다. 유튜브를 중심으로 크리에이터들이 급증하고 있음을 보자면 2015년 4월 기준 1,000명에서 2만 5,000명의 구독자를 가진 채널이 93만5,000개로 추산되며 2만5,000명에서 10만명 사이의 구독자 채널은 3만7,000개, 10만명에서 50만명 사이의 구독자를 가진 채널은 1만2,000개, 100만명 이상의 구독자를 가진 개인 답 크리에이터 채널은 1,268개로 나타났다.¹⁾ 또한 스마트폰으로 시청하는 것에만 소비하던 구독자들이 동영상 편집을 통해 이를 제작 송출하는 1인 미디어 시대가 도래하면서 동영상 편집 앱 지출이 큰 폭으로 증가한 것으로 확인되었다. 모바일 앱 인텔리전스 플랫폼 앱애니(App Annie)는 구글 플레이 기준 동영상 플레이어 및 편집기 카테고리 내 한국 스마트폰 이용자의 소비자 지출이 2016년 상반기 대비 2018년 상반기에 3배 이상 폭발적인 성장을 기록했다고 한다. 전 세계 소비자 지출이 같은 기간 동안 65% 증가한 것과 비교해, 국내 시장에서 동영상 플레이어 및 편집기 카테고리의 매출이 가파르게 성장한 것으로 나타난 것이다.²⁾ 따라서 본 연구에서는 스마트폰을 시작으로 1인 미디어를 도전하는 신규 크리에이터(Creator)가 장소에 제약받지 않고 장르에 따르는 장비를 구성할 수 있고, 스마트폰 촬영에 단점을 개선해주는 보조 제품을 제안하고 앞으로 더욱 성장할 미디어 보조 제품 시장에 향상을 제공하는 것을 목적으로 두고 있다.

1) 최선영, 「거대기업화로 진화 중인 1인크리에이터」, 신문과 방송 NO.548(2016), 2016, P.06-11

2) <http://www.betaec.net/article/889643>

참고문헌

1-2. 연구 범위 및 방법

본 연구는 1인 미디어에 입문하는 자 중 스마트폰으로 동영상을 편집하는 사람들을 중심으로 불편한 점을 개선하는 것을 중점으로 두었으며 실용적이고 간편함을 제공해 줄 수 있는 보조 장비 세트디자인을 제안하고자 다음과 같이 연구를 진행하였다. 제1장에서는 연구의 배경과 목적을 서술하고 연구의 범위 및 방법을 서술하였다. 제2장에서는 현 사회에 부각된 만큼, 1인 크리에이터(Creator)의 정의와 현황을 파악하고 이에 따른 미디어 시장의 관련된 촬영 장비 실태를 통해 보조 제품디자인 개발에 필요성을 고찰하였다. 제3장에서는 입문자들을 위한 나와 같은 제품군 사례를 조사하고 분석하였다. 제4장에서는 본 연구의 대상자인 입문자를 중심으로 설문조사를 하여 사용자의 니즈(NEEDS)를 파악하여 보조 장비 세트를 구성하는데 기존 제품들보다 개선된 방안을 도출하였다. 제5장에서는 설문조사에서 개선될 점을 고려하여 시각적으로 디자인을 구체적으로 시안을 제안하고자 한다. 제6장에서는 본 연구에 따른 결과를 요약하여 서술하고 1인 미디어에 관련된 향후 디자인 연구과제를 제시하고자 한다.

서론	1-1. 연구 배경 및 목적 1-2. 연구 범위 및 방법
이론적 고찰	2-1. 1인 크리에이터의 이해 2-2. 1인 방송 촬영 보조 장비 시장 이해 2-3. 유튜브 촬영 조건 및 스마트폰 기능 현황
사례조사	3-1. 촬영 보조 장비 기본 구성 및 재정의 3-2. 실내/외 혼합 촬영 보조 장비 세트 제품군
사용자 니즈 분석	4-1. 조사 개요 4-2. 사용자 니즈(NEEDS)분석
디자인제안	5-1. 디자인 요구사항 5-2. 디자인 제안
결론	

[그림1-1] 연구 흐름도

2. 이론적 고찰

2-1. 1인 크리에이터의 이해

2-1.1. 1인 크리에이터의 정의

1인 크리에이터(Creator)란, 동영상을 제작하고 자신만의 창작물을 다른 사람들과 공유를 하는 사람들을 칭한다. 현재 유명 크리에이터(Creator)를 보자면, 대도서관, 크림히어로즈, 씬님과 같은 사람들이 속한다. 1인 크리에이터(Creator)는 네트워크 기술의 발달과 함께 스마트폰의 소지자가 많아지고, 하루의 영상 시청 사용시간이 늘어나면서 본인이 공유하고 싶은 장르를 또는 전문적인 지식을 구독자와 공유를 할 수 있으며 전 세계적으로 펼쳐 나아갈 수 있다는 장점 때문에 1인 미디어를 제작하고 싶은 입문 크리에이터가 점차 늘어나고 있음을 볼 수 있다.

2-1.2. 1인 크리에이터의 현황

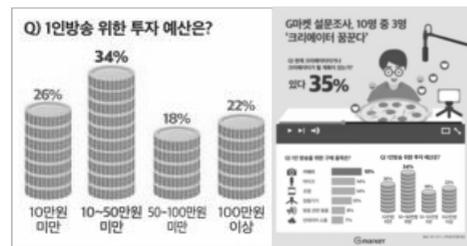
전 세계적으로 스마트폰 보급률은 높아지고, 양방향 인터넷 환경이 생성되면서 미디어 시장의 확대에 크게 기여되었고 스마트폰 영상 시청의 증가율이 높아지면서 다양한 기업에서는 영상으로 브랜드를 홍보하고 개인의 경우에는 자신이 가진 취미 또는 지식을 다른 사람과의 공유를 할 수 있도록 접근성이 편리하게 되어 1인 미디어 방송 진행을 하고자 입문한 사람들이 많이 있다. 2018년도 보고서 도표를 보면 1인 미디어 입문을 희망하는 정도는 밀레니엄 세대와 Z세대(20~30대)를 기준으로 2017년도(37.8%)보다 2018년도가 19.8% 증가한 57.6%의 사람들이 증가세를 나타내고 있다. 그리고 전문적으로 준비하고 있거나 해볼 의향이 있는 사람이 3%, 기회가 된다면 한번 해볼 의향이 있는 사람이 54.6%나 차지하고 있다.³⁾ 그러나 동영상을 제작하기 위해서는 콘텐츠를 구성하여 시청자들의 관심을 끌어들이기 위한 탄탄한 구성이 필요한데, 이 모든 단계는 혼자서 해결하는 형태에 해당하는 것이 1인 크리에이터의 직업상 특징으로써 상당히 어려움을 느끼고 제품 선정할 때 시행착오를 여러 번 경험하게 된다. 즉, 영상 제작에 필요한 기본 구성의 하나라도 제작 실력이 따르지 않으면 콘텐츠 제작 지속성이 유지하기 어렵게 되기 때문에 1인 크리에이터(Creator) 희망 정도에 비하면 지속적인 장르를 운영하는 사람들은 3.4%에 불과하다. 따라서 1인 크리에이터(Creator)를 전문적으로 진행을 위해서는 동영상을 만드는 제작 능력을

3) 나스미디어, 2019 인터넷 이용조사 NPR, 디지털광고미디어랩, 2019, p21

키우는 시간이 필요하고, 초반부터 좋은 제품을 가지고 있다 하더라도, 동영상 제작 및 콘텐츠 기획을 하는데 기술적인 부분이나 구독자가 선호 할 수 있는 감각이 부족하다면 구독자의 보유 수를 늘리지 못하여, 유명 장르에 다다르기가 힘들다. 그렇기에 초반부터 자신이 구성할 장르 속 시나리오의 구성이 완성되지 않은 채, 비싼 촬영 장비를 구매하기보다는 스마트폰 앱에 있는 동영상 촬영 편집 앱을 통하여 다양한 스토리를 도전해보고 앞으로 진행할 채널을 구성할 수 있는 능력을 키우는 것이 점차 구독자들의 수를 늘리는 방법이며 본인 또한 편집하는 기술을 오랫동안 기다리는 방법이기도 하다.

2-1.3. 1인 크리에이터의 투자 비용

1인 미디어를 시작하기 이전에 입문자들은 카메라 또는 장르를 구성할 수 있는 예상 투자금액은 아래 [그림2-1] G마켓 설문조사에서는 구매할 카메라 또는 촬영 보조 장비의 투자 예산을 보인 그래프이다.



[그림2-1] G마켓, 입문자의 투자 예산 비용

(www.gmarket.co.kr)

1인 방송을 위한 투자 예산안은 10만원 미만은 26%, 10~50만원 미만은 34%, 50~100만원 미만은 18%, 100만원 이상은 22%로 구매자들은 50만원 미만의 제품을 선호하고 있음을 확인해 볼 수 있다. 이러한 투자 예산 결과를 통하여 보면 입문자들은 가격과 달리 가성비 좋은 제품들을 선호하고 있음을 볼 수 있다. 따라서 카메라의 비싼 가격이 아닌 스마트폰 촬영을 통하여 가성비가 좋은 촬영 보조 장비 세트를 제안을 통해 간편하게 편의성을 추구할 수 있는 제품을 고안해야 한다.

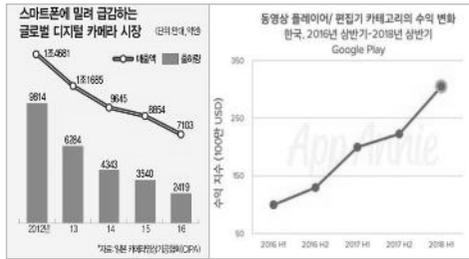
2-2. 1인 방송 촬영 장비 시장 이해

본 논문에서는 좀 더 심화 된 개인용 촬영 장비 시

장 현황 중 촬영 장비 및 보조 장비의 시장을 각각 분석하였다.

2-2.1. 카메라 시장 현황

익히 알고 있는 카메라는 DSLR 또는 미러리스를 연상하지만, 스마트폰의 기술적 개발로 인하여 카메라 시장에 뛰어들면서 새로운 변화를 보여주고 있다.



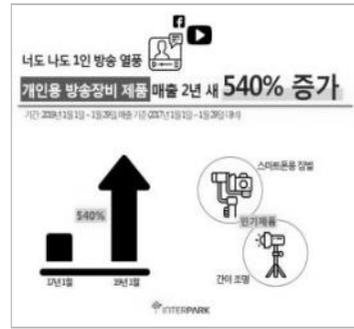
[그림2-2] CPA, 디지털카메라 시장 추이 (www.cipa.jp) / 앱애니, 동영상 플레이어/ 편집기 카테고리의 수익변화(www.appannie.com)

현재 스마트폰은 듀얼 카메라 및 흔들림 방지 등, 다양한 카메라 기술이 탑재되면서, 디지털카메라 시장이 2012년보다 2016년도에 2,711대 출하량으로 하락하고 있음을 일본 카메라 영상가공협회에서 밝혔다. 그와는 반대로 스마트폰에 관련된 앱 애니에서 구글 플레이에서 동영상 플레이어 및 편집기 카테고리의 수익변화 2016~2018년이 2016년에 비하여 3배 이상이 성장하였음을 확인해 볼 수 있는데, 이를 통하여 스마트폰으로도 충분히 1인 미디어의 입문 기회가 많아졌음을 볼 수 있고 누구나 참여를 할 수 있음을 볼 수 있다.

2-2.2. 보조 장비 시장 현황

앞서 본 디지털카메라 시장 현황과는 대조적으로 유명 쇼핑몰인 인터파크 기업에서 조사된 결과 1인 미디어 방송의 성장 및 희망 정도의 상승과 같이 개인용 방송 장비 카테고리 매출은 작년 동기 대비 540% 증가한 것으로 조사됐다. 또 작년 동기 대비해서는 130%가량 매출이 증가했고, 최근 2년 새 수수가 꾸준히 늘어난 것으로 분석됐다.⁴⁾

4) <http://www.inews24.com/view/1156149>



[그림2-3] 인터파크, 촬영 보조 장비 구매현황(www.interpark.com)

가장 판매가 많이 된 개인용 방송 장비 제품은 스마트폰 보조 거치대와 조명, 마이크, 스튜디오 용품 등 휴대성이 좋고 얼굴의 화질을 화사하게 할 수 있는 조명 및 음질 향상을 도와주는 마이크를 선호하였고, 그 외에도 스튜디오 용품이 판매되고 있음을 알 수 있다.

2-3. 유튜브 촬영 조건 및 스마트폰 기능 현황

2-3.1. 유튜브 촬영 조건

[표 2-1] 해상도표

해상도	가로	세로
SD	720	486
HD	1280	720
FHD	1920	1080
2K	2048	1080
UHD/4K	3480	2160

해상도는 동영상의 크기를 뜻하는데, 해상도가 높을수록 동영상의 화질이 좋아진다고 보면 되고 [표1] 해상도표에서 유튜브 촬영 영상 추천 해상도는 FHD와 4K이다. 하지만, 4K의 경우에는 용량의 크기가 크고 편집의 성능이 많이 요구되어 입문자가 접근하기에는 부담스러운 면이 있으나, FHD의 경우에는 무난한 품질을 제공해주기 때문에 많은 1인 방송자들이 사용하고 있는데 현재 출시되는 스마트폰들은 4K 촬영을 지원하는 경우가 많으며, 앞으로 더욱 보편화 될 것으로 보인다. ⁵⁾ 즉, 유튜브를 촬영하면서 가장 필요한 제품에는 카메라만 속하는 것이 아니라 스마트폰도 포함할 수 있는 범주에 들어섰다. 그리고 스마트폰을 지지해주는

5) 남시연, 스마트폰으로 유튜브 크리에이터 되기, 아티오Art Studio, 2020, p.16

삼각대 또는 거치대가 필수 제품에 속하고, 조명 및 마이크는 부가적인 종류에 속하지만, 1인 미디어 입문자들은 전체적으로 마이크와 조명을 기본구성원에 포함하여 시작하기 이전 구매를 하고 있음을 볼 수 있다.

2-3.2. 스마트폰 기능 현황

[표 2-2] 삼성전자와아이폰, 카메라 SPEC 분석표

제품명	삼성 노트 10		아이폰 11	
이미지				
카메라 기능	전면	후면	전면	후면
	조리개 F2.2 화소 10.0MP 자동초점	조리개 F1.5/2.4 + F2.2/2.1 화소 12MP*3 자동초점 해상도 UHD,4K	조리개 F2.2 화소 12MP 자동초점	조리개 F2.2 화소 12MP*2 자동초점 해상도 UHD,4K

이전에는 카메라에 있던 설정 기능들이 스마트폰에도 적용이 되어있음을 볼 수 있다. 기능 중 조리개의 값은 F로 표현하는데, F의 값이 낮으면 낮을수록 밝게 촬영할 수 있다고 볼 수 있다. [표2-2] 스마트폰 SPEC 분석표에서 보았을 때 삼성 노트 10의 경우에는 조리개의 값이 F1.5, F2.4, F2.2(F2.1)로 카메라 3개 탑재된 기능이 특징이며, 망원 카메라 역할을 할 수 있어 렌즈 교환식 카메라보다 자동으로 초점을 맞춰주어 좀 더 편리하게 사용할 수 있다. 이는 아이폰 11 또한 마찬가지로 F2.2 전면, 후면 성능을 가지고 있으며 듀얼 카메라가 특징을 가지고 있음을 볼 수 있다. 두 스마트폰의 공통된 점은 동영상 촬영 해상도가 UHD/4K까지 제공을 하며 유튜브 촬영에 자주 사용되는 FHD 해상도로 환경설정에서 조정할 수 있기에 1인 미디어 방송하는데 무난하게 촬영을 할 수 있도록 받쳐준다.

2-3.3. 스마트폰 문제점 파악

스마트폰이 카메라의 성능과 점차 가까워지고 있지만, 사용자들에게 불편함을 주는 단점이 있다. 그 중 대표적인 것은, 전면과 후면의 화소 차와 후면카메라로

촬영 시, 모니터링하기 위해 PC와 같이 사용하며 본인을 확인하다 보니, 공간적인 차이가 많아지게 된다. 앞서 본[표2-2]에서 보듯, 전면과 후면의 카메라의 화소 차이가 난다. 삼성 노트 10도 전면 카메라는 10MP, 후면카메라는 카메라가 3개 탑재되어 각각 12MP, 16MP, 12MP로 되어 보다 화질의 차이를 보인다. 그리고 아이폰은 전면 후면이 12MP로 되어 있으나, 후면카메라의 렌즈가 2개이기 때문에 섬세한 화질을 구사하기 힘든 점을 볼 수 있다. 하지만, 본인의 얼굴 및 초점을 확인하기 어렵기에, 후면보다는 전면 카메라를 주로 사용하거나, 후면카메라를 촬영할 때는 PC를 이용하여 자신을 확인한다. 그러므로 본 논문에서는 스마트폰의 문제점을 해결해줄 방안을 고안하였다.

3. 입문자용 촬영 보조 장비 세트 사례조사

3-1. 입문용 촬영 보조 장비 세트 구성 제품군

3-1.1 촬영 보조 장비 기본 구성 및 재정의

촬영 보조 장비 세트의 사례조사를 들어가기 앞서서, 1인 미디어 방송 진행 과정에서 가장 필요한 품목을 정리하고, 입문자들을 위한 세트 구성원을 재정의의 통하여 이와 관련된 제품군의 사례를 조사하였다.

앞서서 이론적 고찰을 통해 조사한 결과를 보면 스마트폰의 화질 및 기술력은 점차 좋아지고 있는 요즘, 좀 더 품질을 향상된 상태로 만들기 위하여 입문자들이 구매하는 보조 장비는 삼각대, 거치대, 마이크, 조명이라고 할 수 있다. 그러나 개별 구매로 인해 조합과 공간활용이 부족한 경향이 있어서 보조 장비 시장에서는 실내/외가 모두 가능한 최소화 세트 상품이 판매되고 있음을 볼 수 있다. 하지만 아직 판매된 상품 중에서 해결이 안 된 것은, 스마트폰으로 촬영을 한 경험을 토대로 조사된 결과 중 스마트폰 촬영의 불편한 점인 후면카메라로 촬영하는 것이다. 비록 후면카메라의 화질 품질은 좋지만, 화면 속 자신의 모습을 확인해 볼 수 없어서 다른 화면과 공유를 통해 상태를 보면서 작업을 해야 하는 불편한 점이 있고 이를 해결해 줄 방안이 필요 되고 있다. 그 외에도 스마트폰과 마이크 단자의 연결이 불편한 점이 있음을 확인해 볼 수 있었다. 따라서 본 논문에서는 1인 미디어 방송의 모든 불편한 점을 해결하기에는 힘들지만, 스마트폰을 촬영하면서 디자인적으로 해결할 수 있는 최소화된 형태와 스마트폰 촬영 중 불편한 점 중 가장 문제점이 되었던, 모니터링 및 마이크 연결로 인한 문제점을 해결해 줄 수

있는 보조 장비 세트를 연구하고자 한다.

3-2. 실내/외 혼합 촬영 보조 장비 세트 제품군

실내/외 혼합 촬영 장비 세트 제품군의 경우에는 본 논문에서 디자인 제안하는 세트의 사례조사로 가장 적합한 조사라고 판단되어, 좀 더 심도 있게 알아보도록 하였다. 대부분 혼합 촬영 장비의 특징 중 하나는, 삼각대와 이동용 거치대가 동시에 가능하고, 조명과 마이크를 세트로 구성한 제품군들을 주로 선별하였다.

3-2.1 혼합 촬영 보조 장비 세트 1

[표 3-1] 혼합 촬영 보조 장비 세트 1

항목	제품	
이미지	A type	
	B type	
제품명	유쾌한 생각 유튜브 스마트폰 스탠더 세트 리트라토치[상품번호 : 1915016]	
특징	실내/외 혼합 촬영 가능, 전체 분리 및 별도 사용 가능	
구성	마이크, 조명, 삼각대, 스마트폰 거치대, 마이크 호환 유선	
성능	마이크 [코미카1011(블랙)]	80Hz~16000Hz
	조명 [리트라토치2.0]	레벨1: 약4시간(100루멘),레 벨2: 약 70분(450루멘), 레벨3: 약 35분(800루멘)

혼합장비 세트 1의 제품은 2가지 유형으로 나뉘는데, 하나는 조명과 마이크를 스마트폰 위에 위치시키는 거치대를 구성하고, 다른 하나는 양옆으로 배치하여 촬영을 할 수 있는 거치대이다. 그러나, 조명의 경우 자체 배터리로 진행이 되다 보니 오랫동안 켜 둘 수 없다는 점이 있으며, 마이크의 경우에는 스마트폰과 연결을 못하기 때문에 따로 연결선을 구비 해 두어야 한다.

3-2.2 혼합 촬영 보조 장비 세트 2

[표 3-2] 혼합 촬영 보조 장비 세트 2

항목	내용	
이미지		
제품명	유쾌한 생각 유튜브 스마트폰 입문 퍼펙트 세트 V30 PRO[상품번호 : 1915664]	
특징	실내/외 혼합 촬영 가능, 전체 분리 및 별도 사용 가능	
구성	마이크, 조명, 삼각대 겸용 이동용 거치대, 스마트폰 거치대, 마이크 호환 유선	
성능	마이크 [코미카V30 Pro] -초지향성 마이크	70Hz~16000Hz
	조명 [Ulanzi-W49LED]	6000K 최대시간: 50,000시간(건전지 2개)

[표3-1]과는 달리 조명의 경우 부피가 크고 건전지 2개가 들어가기 때문에 지속시간이 다른 조명과 달리 길다. 그리고 마이크는 앞서 본 제품보다 저음을 좀 더 담을 수 있는 제품군으로, 음질이 좋을 수 있다. 그러나, 위치 변동이 불편한 점이 있다고 볼 수 있는 제품이다.

3-2.3 혼합 촬영 보조 장비 세트 3

[표 3-3] 혼합 촬영 보조 장비 세트 3

항목	내용	
이미지		
제품명	유쾌한 생각 [Ulanzi] 울란지 M-RIG 멀티 케이지[상품번호 : 1913002]	
특징	실내/외 혼합 촬영 가능, 전체 분리 및 별도 사용 가능, 제품 전반적 거치대 역할 가능, 스마트폰 위치 이동 가능	
구성	삼각대 겸용 이동용 거치대(양손잡이), 스마트폰 거치대 (조명 및 마이크는 추가상품)	

[표3-3] 제품은 앞서 본 혼합장비 세트와는 달리, 스마트폰 외에도 미러리스나 DSLR 등을 거치대 역할을 할 수 있으며 스마트폰의 카메라 렌즈 모양과 위치에 따라 선호되는 각도가 다른 것처럼, 세로/가로로 변경할 수 있어서 편리성을 준다. 하지만, 조명과 마이크는 추가 구성품으로써 별도로 구매해야 하는 점이 단점이며 이러한 구성은 동영상 제작을 하는데 적합한 세트로 보기가 어렵다.

4. 사용자 니즈(NEEDS) 분석

4-1. 조사개요

본 연구에서는 1인 미디어 촬영 보조 장비들을 확인하고, 앞에서 알아보았던 촬영 보조 장비들의 문제점과 향후 출시되기 희망하는 제품을 알아보고자 최근 1인 미디어 방송에 입문한 자를 대상으로 125명을 설문조사 하였다. 조사 기간은 2020년 07월 01일부터 08월 31일까지 두 달간 진행하였다.

4-2. 사용자 니즈(NEEDS) 분석

4-2.1. 설문 대상자 직업군 및 연령층 분석

[표 4-1] 설문 대상자 기본정보 (N=125)

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	64	51.2%
	여성	61	48.8%
연령대	10대	12	9.6%
	20대	51	40.8%
	30대	38	30.4%
	40대	16	12.8%
	50대 이상	8	6.4%
직업군	회사원	43	34.4%
	전문직	18	14.4%
	주부	15	12%
	학생/대학(원)생	39	31.2%
	기타	10	8%

1인 미디어에 입문한 지 얼마 되지 않는 사람을 위주로 설문조사를 한 결과, 남성(51.2%)과 여성(48.8%)을 조사하게 되었고, 연령층은 1인 미디어에 관심이 가장 많은 20대(40.8%)와 30대(30.4%)가 차지하였고, 그 외에 40대(12.8%), 10대(9.6%), 50대

이상(6.4%)이 뒤를 이어갔다. 가장 많이 조사된 나이를 따지면 그들의 직업군은 어느 정도 1인 미디어 방송 기기를 투자할 수 있는 회사원(34.4%)이 선두에 올랐고, 그 뒤로 학생/대학(원)생 (31.2%), 전문직(14.4%), 주부(12%), 기타(8%)를 기록하고 있다.

[표 4-2] 촬영 장비 선정 이유 및 기종 (N=125)

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
스마트폰 촬영 사용 이유 (다중응답)	휴대성	64	51.2%
	고화질	22	17.6%
	장기간 사용성	20	16%
	조작 편리성	65	52%
	업로드 편리	58	46.4%
스마트폰 기종	삼성 노트 10	27	21.6%
	삼성 S10/E	21	16.8%
	아이폰 11	37	29.6%
	아이폰 X	30	24%
	기타	10	8%

스마트폰은 모든 사람이 가지고 있는 제품 중 하나이며, 1인 미디어 입문자 이외의 사람들도 스마트폰으로 동영상을 촬영한다. 그로 인하여 스마트폰 촬영을 하는 입문자들이 어떠한 편리성으로 인하여 촬영을 하는지를 판별하기 위하여 위 표와 같이 설문조사를 하였다. 위 [표4-2] 촬영 장비 선정 이유를 보면 주로 조작 편리성(52%), 휴대성(51.2%), 업로드 편리성(46.4%), 고화질(17.6%), 장기간 사용성(16%)으로 나타나고 있다. 스마트폰의 기종으로는 가장 최신에 나온 것 중에서 카메라 기능의 성능이 높게 평가된 위주로 아이폰 11(29.6%), 아이폰 X(24%), 삼성 노트 10 (21.6%), 삼성 S10/E(16.8%), 기타(8%) 순으로 사용하고 있음을 볼 수 있다.

[표 4-3] 스마트폰 카메라 불편한 점 (N=125)

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
전면 카메라 단점 (다중응답)	모니터링	13	10.4%
	저화질	103	82.4%
	환경설정 불편	17	13.6%
	얼굴 비대 현상	65	52%
후면카메라 단점 (다중응답)	모니터링	110	89.6%
	저화질	20	19.2%
	환경설정 불편	84	67.2%
	얼굴 비대 현상	10	8%

본 설문을 통하여 가장 극명하게 나타난 결과를 보면 전면의 경우에는 카메라 수의 부족으로 인하여 저

화질 및 비대 현상을 일으키는 단점이 있는가 하면, 후면카메라의 경우에는 화질과 비대 현상은 소수지만 본인 자신을 확인하지 못하는 점을 굉장히 불편해하고 있음을 파악할 수 있다.

[표 4-4] 추가 희망 촬영 보조 장비 (N=125)

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
추가 희망 촬영 보조 장비 (다중응답)	보조배터리	110	87.2%
	무선 마이크	93	74.4%
	미니 모니터	81	64.8%
	조명	52	41.6%
	반사판	34	27.2%

추가 희망 촬영 보조 장비에서는 사용자의 경험에 따라서 기존 제품에서 추가로 필요한 제품군을 파악하고자 진행된 설문조사이다. 결과는 보조배터리(87.2%), 무선 마이크(74.4%), 미니 모니터(64.8%), 조명(41.6%), 반사판(27.2%)으로 나타났다.

[표 4-5] 촬영 환경 (N=125)

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
촬영 보조 장비 환경	야외&실내촬영	77	61.6%
	실내촬영	31	24.8%
	야외촬영	17	13.6%

실내와 야외에서 촬영하면서 필요한 제품군 및 각 환경에 맞는 장비들에 관련된 세부적인 문제점을 도출하고 디자인을 제안할 수 있는 점을 파악하기 위해서 조사되었고, 촬영 보조 장비가 모든 환경에서 맞춰 장비를 조합할 수 있는 다기능 적 방안을 모색하였다.

위 표에서 나온 촬영 환경의 결과는 대다수 다양한 장르를 경험하는 입문자들이 많다 보니, 야외&실내촬영을 하는 사람은 77명(61.6%)이며, 실내촬영은 31명(24.8%), 야외촬영은 17명(13.6%)으로 나타났다. 즉, 설문 실행은 실내/야외로 나누어 실내는 108명, 야외는 94명을 대상으로 설문을 진행하였다.

[표 4-6] 야외/실내촬영 장비 선정 및 환경 구성 불편 정도

(야외 N=94 / 실내 N=108)

야외			
구분	항목	빈도(명)	비율(%)
보조 장비 선정 중시 항목 (다중응답)	고정성	32	34%
	원격기능성	30	31.9%
	휴대성	87	92.6%
	무게감	48	51.1%
	다기능	33	35.1%
촬영 환경 불편한 점 (다중응답)	화면확인 불편 (햇빛 반사)	72	76.6%
	보조 장비 배치 불편	39	41.5%
	제품 배터리 다량 소지	30	31.9%
	손 부족 현상	57	60.6%
실내			
구분	항목	빈도(명)	비율(%)
보조 장비 선정 중시 항목 (다중응답)	고정성	63	58.3%
	원격기능성	29	26.9%
	휴대성	37	34.3%
	무게감	60	55.6%
	다기능	57	52.8%
촬영 환경 불편한 점 (다중응답)	공간구성 복잡	76	70.4%
	보조 장비 배치 불편	62	57.4%
	촬영화면 구도 확인 불편	53	49.1%
	각도 조절 불편	24	22.2%

사용자 경험을 통하여 촬영 환경 구성을 할 때 불편했던 사항을 분석하자면, 야외에서는 휴대성(92.6%), 무게감(51.1%), 다기능(35.1%), 고정성(34%), 원격기능성(31.9%)으로 나타났고, 실내에서는 고정성(58.3%), 무게감(55.6%), 다기능(52.8%), 휴대성(34.3%), 원격기능성(26.9%)으로 나타났다. 즉, 야외에서는 이동하는 경우가 많으므로 휴대성, 무게감, 다기능을 중시하였고 실내에서는 고정된 장면으로 진행되기 때문에 고정성, 무게감, 다기능을 중시하였다. 두 번째로 조사된 설문조사는 촬영하면서 환경을 보조 장비로 구성하는데 불편했던 점을 파악하기 위해 진행되었는데, 야외에서는 화면확인 불편(76.6%), 손 부족 현상(60.6%), 보조 장비 배치 불편(41.5%), 제품 배터리 다량 소지(31.9%)로 거치대를 가지고 다니면서 이동을 하다 보니 햇빛으로 인한 반사로 인해 화면을 확인하기가 불편한 점과 손이 부족한 현상이 뒤를 이었다. 반면, 실내에서는 공간구성 복잡(70.4%), 보조 장비 배치 불편(57.4%), 촬영화면 구도 확인 불편(49.1%), 각도 조절 불편(22.2%)으로 개별적인 촬영 보조 장비로 인해서 공간구성이 복잡하고 이와 비례하게 장비 또한 배치하기 불편하다고 나타났다.

[표 4-7] 야외/실내촬영 장비 선정 및 환경 구성 불편 정도

(야외 N=94 / 실내 N=108)

야외			
구분	항목	빈도(명)	비율(%)
충전방식 (다중응답)	보조배터리 사용	88	93.6%
	촬영 후, 콘센트 충전	73	77.7%
	촬영 장비 배터리 다량 소지	30	31.9%
실내			
구분	항목	빈도(명)	비율(%)
충전 방식 (다중응답)	보조배터리 사용	30	27.8%
	촬영 후, 콘센트 충전	62	57.4%
	촬영 장비 배터리 다량 소지	5	4.6%
	콘센트 고정 충전	86	79.6%

희망 촬영 보조 장비에서 보았듯, 보조배터리의 필요성이 장소 중 어느 곳에서 필요한지를 확인하고자 설문문을 하였는데, 예상한 바와 같이 야외서 가장 필요성이 느껴지는 것을 볼 수 있다.

[표 4-8] 거치대/삼각대 불편한 점 (야외 N=94 / 실내 N=108)

야외			
구분	항목	빈도(명)	비율(%)
스마트폰 거치대 불편한 점 (다중응답)	흔들림	55	58.5%
	무거움	46	48.9%
	설치 불편	35	37.2%
	보관 불편	76	80.9%
실내			
구분	항목	빈도(명)	비율(%)
스마트폰 삼각대 불편한 점 (다중응답)	흔들림	10	9.3%
	무거움	53	49.1%
	설치 불편	58	53.7%
	보관 불편	87	80.6%

기준에 가지고 있었던 실내/외 구분된 거치대와 삼각대에 대한 불편한 점을 파악하였다. 스마트폰 거치대의 경우에는, 보관 불편(80.9%), 흔들림(58.5%), 무거움(48.9%), 설치 불편(37.2%)으로 야외에서 사용하다 보니 잠시 휴식을 취할 때 보관하기가 불편함이 있고 장비를 정비하는 과정에서 스마트폰 각도 조절 등을 설치하기 불편함을 각지고 있다. 그리고 사람의 손에 의해 거치대를 지지하기 때문에 흔들림이 있고, 스마트폰의 무게 및 보조 장비의 양에 따라 무게감이 무거운 경우도 많다. 반면, 실내의 경우에는 삼각대의 큰 부피로 인해 보관 불편(80.6%)이고, 설치 불편(53.7%), 무거움(49.1%), 흔들림(9.3%)으로 나타나고 있다. 즉, 야외의 비하여 움직이는 이동 수가 많지

않고 고정 촬영으로 인하여 흔들림의 불편함은 적지만, 큰 부피를 가지고 있는 삼각대로 인해서 실내의 공간을 많이 차지하고, 삼각대를 조립하는데 다소 시간이 많이 차지하고 있음을 확인해 볼 수 있다.

[표 4-9] 조명 및 마이크 사용률 (야외 N=94 / 실내 N=108)

야외			
구분	항목	빈도(명)	비율(%)
조명 사용률	예	17	18.1%
	아니오	77	81.9%
마이크사 용률	예	86	91.5%
	아니오	8	8.5%
실내			
구분	항목	빈도(명)	비율(%)
조명 사용률	예	97	89.8%
	아니오	11	10.2%
마이크사 용률	예	96	88.9%
	아니오	12	11.1%

각 장소에서 자주 사용되는 촬영 보조 장비를 파악하고자 [표4-9] 조명 및 마이크사용률을 조사해본 결과 마이크의 경우에는 야외(91.5%) 및 실내(88.9%) 모두 빈도가 높으며 사용을 잘 안 하는 극소수 사람들의 경우 풍경 위주의 장리를 촬영하거나, 목소리 녹음 없이 배경음을 깔기 위함으로 마이크를 사용하지 않는 사람도 있었다. 그러나, 조명사용률의 경우에는 야외(18.1%)와 실내(89.8%)가 극명하게 차이가 나는데 그러한 원인은 아래 표에서 확인해 볼 수 있다.

[표 4-10] 조명 및 마이크 불편한 점

(야외 N=94 / 실내 N=108)

야외			
구분	항목	빈도(명)	비율(%)
조명 불편 점 (다중응답)	햇빛 반사	87	92.6%
	조명 옵션	17	18.1%
	각도 조절	72	76.6%
	스마트폰 거치불편	41	43.6%
마이크 불편 점 (다중응답)	유선불편	90	95.7%
	스마트폰 연결 불편	45	47.9%
	음질저하	40	42.6%
실내			
구분	항목	빈도(명)	비율(%)
조명 불편 점 (다중응답)	조명 옵션	43	39.8%
	각도 조절	88	81.5%
	스마트폰 거치불편	73	67.6%
마이크 불편 점 (다중응답)	유선불편	102	94.4%
	스마트폰 연결 불편	50	46.3%
	음질저하	44	40.7%

야외에서는 햇빛 반사(92.6%)가 크게 차지하였고,

그다음으로 각도 조절(76.6%), 스마트폰 거치불편(43.6%), 조명 옵션(18.1%)으로 구분되었다. 즉, 야외에서는 햇빛의 자연광으로 불편함을 겪고, 어두운 저녁에만 사용한다. 실내의 경우에는 햇빛 반사의 문제가 발생하지 않기 때문에 제외하고 설문을 하였다. 결과는 각도 조절(81.5%), 스마트폰 거치불편(67.6%), 조명 옵션(39.8%)으로 야외에서와 햇빛 반사를 제외하고 같은 순위로 선택되었다. 마이크의 경우에는 실내와 야외 모두 많이 사용하고 있는 비율을 보였는데, 불편한 점의 항목으로 유선불편(야외: 95.7% 실내:94.4%), 스마트폰 연결 불편(야외: 47.9% 실내:46.3%), 음질 저하(야외:42.6% 실내:40.7%)로 비슷한 결과의 값을 보였다. 즉, 마이크에서 가장 불편한 점은 스마트폰과 연결을 하는 선으로 인해 연결이 복잡해진 것이 불편한 점으로 볼 수 있게 되었다.

5. 제품디자인 제안 및 전망

제5장에서는 디자인 제안 및 전망을 통해, 본 논문에서 구상하고자 하는 제품 안을 모색하고, 사용자들의 NEEDS에 부합 하는 촬영 보조 장비를 디자인으로 이끌어 나아가도록 하겠다. 과정은, 보조 장비 디자인의 시나리오를 통해 사용자 요구사항 및 디자인 형태 방향을 제시하고, 디자인에서 사용자 설문조사를 통해 얻어낸 결과를 토대로 한 번 더, 정리를 통해 마지막 디자인을 제안하도록 하겠다.

5-1. 디자인 요구사항

5-1.1. 기능적 요구사항

기존 시장 사례조사와 사용자 설문조사를 바탕으로 기능적 요구사항을 아래와 같이 정리하였다.

[표 5-1] 촬영 보조 장비 기능적 요구사항

구분	기능요소	내용
삼각대 겸 휴대용 거치대	보관장소	공간의 효과적인 배치 및 정리 케이스 제공
	설치	복잡하지 않은 간편한 방식
	총 높이	680~700mm
마이크	연결방식	무선연결 방식 선호(블루투스)
	연결방식	장시간 지속성
조명	조절 장치	조명 옵션 색 조절, 각도 조절
	화면확인	추가 모니터 요구
보조배터리	충전 방식	무선 충전 선호

기능적 요구사항에 따르면, 삼각대 겸 휴대용 거치대는 공간의 효과적인 배치 및 정리 할 수 있는 보관함을 통해 효과적인 제공을 선호하고 스마트폰을 거치대에 고정하는 과정에서 자력으로 고정 장치를 해야 한다는 점이 불편 점으로 꼽았기 때문에 본 연구의 디자인 제안에 이 점을 고려하여 디자인하고자 한다. 마이크는 무선 방식이 현 기술적으로도 가능하지만, 아직 보급되지 않았다. 차후에는 블루투스 이어폰과 같이 마이크 지원 가능성이 있다고 판단된다. 조명의 불편한 점이 다른 장비보다는 비교적 낮은 수를 보였지만, 조명의 각도 조절이 전혀 되지 않는 제품을 구매하였거나, 조절 장치의 구성이 거북한 형태로 인해 불편한 점으로 높게 나왔음을 볼 수 있다. 마지막으로 본 논문에서 중요하게 생각되는 스마트폰 촬영을 하는 과정에서 불편한 점을 최소화 할 수 있도록, 장단점을 파악한 결과 후면카메라에 대한 불편한 점을 꼽았고, 동영상 촬영 시 큰 용량으로 인해 빨리 소진되는 배터리를 채우고자, 보조배터리를 다량으로 소지해야 하는 불편한 점을 가지고 있다.

[표 5-2] 기능성 요구사항 가능 여부 확인

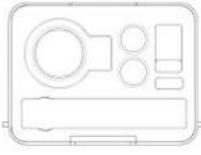
이미지	기능요소	내용
	미니 모니터	DSLR 미니 모니터의 연결과 같은 기술 현재 가능
	보조배터리	작은 크기로 전자기파&과열 방지 및 고효율 페라이트를 통하여 고속 무선 충전 가능 기술력 탑재 가능

앞서 보았던, 요구사항에 따른 적합성을 파악하기 위하여 디자인 제안될 구성원의 가능성을 보이고자, 기능성 요구사항 가능 여부 확인을 하였다.

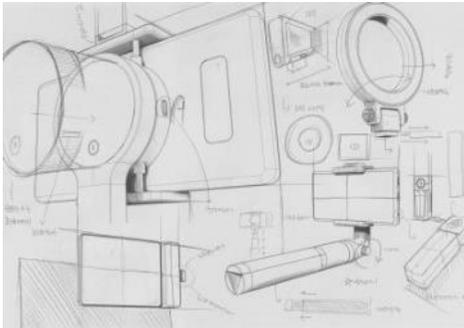
5-2. 디자인 제안

본 논문에서 제안하고자 하는 디자인의 방향은 아래와 같이 구성을 하였다. 구성원은 조명, 마이크, 보조배터리와 여부, LCD, 삼각대 겸 휴대용 거치대(실내/외 가능) 한 스마트폰에 필요한 요소들을 정리해 보았다.

[표 5-3] 기능성 요구사항 가능 여부 확인

디자인 방향				
				
조명	보조배터리	마이크	삼각대 겸 휴대용 거치대	LCD
각도 조절 가능	무선 충전 여분 제공	무선 마이크 (블루투스 원리)	단순한 조절 장치 실내/외 혼합 가능	후면카메라 촬영 보조 모니터

5-2.1. 아이디어 스케치



[그림5-1] 아이디어 스케치

앞에서 연구한 내용으로 바탕으로 설문자들이 필요로 하는 조명, 삼각대 겸 휴대용 거치대, 조명, 모니터, 보조배터리를 구성할 수 있는 세트를 고안하고자, 디자인 방향과 함께 아이디어를 스케치하였다. 최대한 스마트폰을 촬영하는데 유선으로 인한 복잡함과 각도 조절에 대한 불편한 점을 해결할 수 있는 부드러운 선을 생각하고 진행하였다.

5-2.2. 케이스 디자인

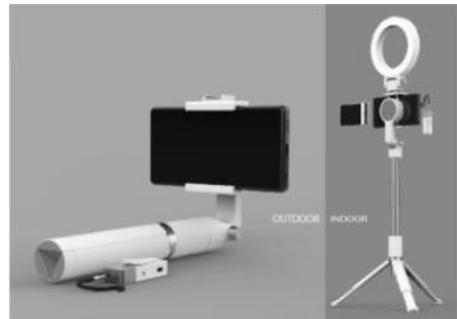
보조 장비 세트 구성원 및 보관함 디자인은 입문하는 자들을 대상으로 선정에 대한 고민 없이 자신의 장르에 콘텐츠를 고민할 수 있는 시간적 여유를 제공하기 위해서 보조 장비 세트를 구성하였고, 내재된 내용물은 보조배터리, 조명, 삼각대 겸 휴대용 거치대, LCD, 블루투스 마이크로 되어있다.



[그림5-2] 케이스 디자인

촬영 보조 장비 보관함의 주요 역할은 모든 제품의 구성원을 정리할 수 있는 역할이지만, 조명으로 비추어진 화이트 유광 색상은 자연스럽게 얼굴을 화사하게 하는 반사판 역할을 한다. 그리고 야외에서 돌아다니며 편리하게 들 수 있도록 줄을 달은 서류 가방 스타일로 디자인을 제안하였다.

5-2.3. 야외 / 실내구성



[그림5-3] 야외 / 실내구성

대개 야외에서는 전면 카메라를 자주 사용하고, 구독자와 소통을 한다. 다만, 조명은 자연광으로 인하여 낮보다는 오후에 주로 사용하기 때문에, 야외 구성원은 보조배터리, 무선 마이크를 제공하였으며 보조배터리의 무게 및 스마트폰의 무게감으로 인해 부담감을 덜어 줄 수 있도록 둘의 균형을 맞추었으며, 삼각대 겸 휴대용 거치대로 사용되는 만큼 불편함을 최소화할 수 있도록 원기동 형태를 구성하고 스틸 무광 재질로 미끄러지지 않도록 하였다.

실내 구성원은 후면카메라로 촬영할 때 불편함을 줄

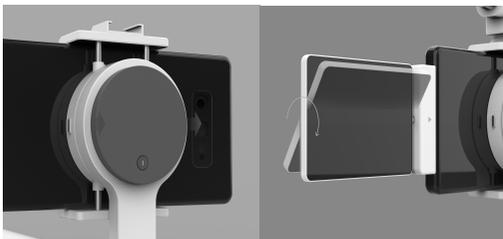
여출 수 있는 LCD와 조명 및 마이크를 제공하고 4단계의 조절 장치로 길이 700m까지 세울 수 있다.

5-2.4. 세부항목



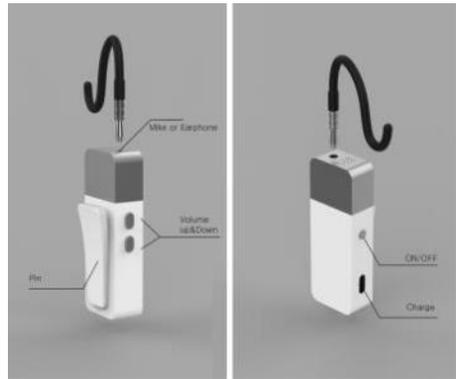
[그림5-4] 거치대

현재 기술력 중 터치 센서를 탑재하여 스마트폰을 거치 할 때 자력으로 열 필요 없이 편리하게 사용을 할 수 있는 기술을 탑재하였고, 무선 충전 방식은 전자 기판으로 전달됨으로 보조배터리를 같이 끼우는 방식을 통해 배터리가 자주 다는 스마트폰의 단점을 보완하였다. 스마트폰 거치대는 최대한 무게를 가벼운 소재와 다양한 장르가 요구되는 실내촬영을 위하여 90도까지 구부러질 수 있는 각도를 보였다.



[그림5-5] 보조배터리/미니 모니터

보조배터리는 전자기판을 이용해 전달을 할 수 있도록 하여 번갈아 보조배터리를 교체할 수 있도록 하였고, 미니 모니터의 경우에는 DSLR LCD와 같이 터치 및 화면 각도 조절을 통해 모니터링을 확인할 수 있다.



[그림5-6] 마이크

마이크의 경우에는 현 시장에서 아직 보급되지 않은 성능이지만, 무선 이어폰이 나온 만큼 스마트폰을 블루투스 연결이 가능할 것이다. 이미, 삼성 버즈 플러스 시리즈에서는 마이크가 3개가 탑재되어 음질이 향상되는 기술력을 선보인 것을 통해 짐작해 볼 수 있었다.

6. 결론

6-1 결론

우리나라의 1인 미디어 성장률이 높아짐에 따라 입문을 하는 사용자의 수가 급격하게 늘어가고 있다. 모든 것을 혼자서 진행해야 하는 1인 미디어 유튜버들은 많은 시간 소비가 필요하다. 하지만, 천차만별 다양한 제품으로 인해서 제품 선정 비용에 고민하게 되고, 정확한 정보가 없어 유명 유튜버 시행착오 이후 선정을 하게 된다. 그러므로, 영상 편집하는데 숙달되지 않은 채, 비용적인 부담을 갖게 되는 문제점을 지니고 있다. 따라서 비용적으로 부담감을 줄여 줄 수 있는 스마트폰의 기능을 통해 영상의 타당성을 찾고, 기존에 가지고 있었던 촬영 보조 장비의 불편한 점을 설문조사를 통해 도출하였다. 본 연구에서 조사된 불편한 점에는, 모니터링 미흡과 주변 공간 활용도가 낮은 점과 야외에서는 보조배터리를 이용해 충전 및 유선 마이크를 사용하면서 이동하기 불편한 점을 본 논문에서 디자인으로 해결 방안을 제안하였다. 그리고 기존의 복잡한 구성을 형성한 기기들의 조화가 부드러운 유선으로 표현을 하여 남녀노소 모두가 간편하게 조절을 할 수 있는 디자인을 제안하였다.

6-2 향후 변화 및 발전 방향

1인 미디어는 최근 대두된 화제인 만큼, 본 논문을 연구해 나가는 과정에서 선행 연구가 부족하여 다소 어려웠지만 앞으로 더욱 미디어의 세계는 넓어지게 될 것이라고 관측해 보았을 때, 스마트폰의 카메라 기능 향상과 더불어 촬영 보조 장비는 조작하기 편리하고 간편한 형태 및 감성적인 디자인으로 발전될 가능성이 있을 것이다. 또한 1인 미디어 입문자들을 위한 프로그램 등 미디어를 제작하는데 어려움을 해결해 줄 앱들이 개발되고, 제품 구성원들이 탄생 될 것으로 본다. 따라서 본 연구를 하는데 새로운 시발점이 된 점을 의의로 두고 있다.

참고문헌

1. 남시언, 스마트폰으로 유튜브 크리에이터 되기 중 “유튜브 준비하기”, 아티오Art Studio, 2020
2. 나스미디어, 2019 인터넷 이용조사 NPR, 디지털광고미디어랩, 2019
3. 최선영, 「 거대기업화로 진화 중인 1인크리에이터 」, 신문과 방송 NO.548, 2016
4. news.mt.co.kr
5. www.betaec.net
6. www.inews24.com/view/1156149
7. www.plthink.com(사례조사)
8. www.gmarket.co.kr(그림2-1)
9. www.cipa.jp(그림2-2)
10. www.appannie.com(그림2-2)
11. www.interpark.com(그림2-3)