

A Study of an Online Logo Design Making Platform

Chungja Sun¹, Seungbae Park²

¹Department Of Visual Design, Seoul National University of Science and Technology, Seoul, Korea

²Department Of Design, Seoul National University of Science and Technology, Seoul, Korea

Abstract

Background In the past, the evolution of the logo design environment produces contents through active participation by users on a platform.

The purpose of this study is to analyze various platform cases according to production environment changes to diagnose the change of a logo design production environment platform, and to draw up implications for future directions.

Methods This study was conducted using a case study method, and divided into four categories based on Lee Seung-ja's study on extract elements of consideration for the user experience.

We also conducted an additional survey with the results of the analysis to verify the usefulness between the platform and the user, and we presented objective results to diagnose the contrast of the case based on the questionnaire after the case analysis.

Results The case analysis and survey results show that the considerations classified in the user experience provide an easy-to-use logo design platform environment that allows users to design easily and conveniently. On the other hand, it is recognized that additional professional designer's services are needed as a complementary way to engage laypersons in design.

Conclusions This research is an early stage study to elucidate whether the results of a high-level logo design that contain the value of identity desired by the user, can consider that most of the current intelligentized logo design making platform is in the initial development stage. We expect to be a useful platform for general users that need a logo in the future by diagnosing contrast and analyzing a current case.

Keywords Logo Design, Platform, Artificial Intelligence, Maker Service, Curation

Citation: Sun, C., & Park, S. (2019). A Study of an Online Logo Design Making Platform. *Archives of Design Research*, 32(1), 101-113.

<http://dx.doi.org/10.15187/adr.2019.02.32.1.101>

Received : Jul. 05. 2018 ; **Reviewed :** Oct. 26. 2018 ; **Accepted :** Oct. 26. 2018

pISSN 1226-8046 **eISSN** 2288-2987

Copyright : This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted educational and non-commercial use, provided the original work is properly cited.

1. 연구의 배경 및 목적

웹 환경은 플랫폼 혁명을 거쳐 오면서 끊임없이 변화하고 있다. 이용자에게 일방적으로 콘텐츠를 제공하던 정보의 웹 1.0 시대를 시작으로 초기의 “플랫폼으로서의 웹(Web as a Platform)”의 형태를 보여준 웹 2.0시대를 거쳐 개인 맞춤형 정보를 이용자에게 제공하는 지능형 웹 3.0시대, 그리고 지능화된 웹을 통해 사용자 맞춤 정보를 제공하는 인공지능형 웹 4.0 시대로 진화를 거듭하고 있다. 폐쇄형에서 개방형, 일방형에서 참여형으로 변화하는 플랫폼의 형태는 최근 디자인 분야에서도 뚜렷히 나타나는데 그중에서도 로고 디자인 분야가 두드러진다. 과거의 로고 디자인 서비스 플랫폼은 대기업 등의 기업들이 에이전시에게 일방적으로 의뢰하는 오퍼메이드의 형태이거나 온라인상에서의 프리랜서와 고객을 연결해주는 단순한 플랫폼으로 일관되어 왔던 반면, 최근 온라인상에서 사용자가 직접적으로 로고를 제작에 참여할 수 있는 지능화된 플랫폼까지 생겨나며 급격히 변화하고 있다. 참여형 로고 제작 플랫폼은 사용자가 로고 디자인에 주도적으로 참여함으로써 로고 디자인에 대한 관심이 늘어나며 보다 쉽게 로고를 디자인 할 수 있는 환경이 조성되었다. 이러한 흐름은 사용자에게 디자인에 대한 장벽을 허물어 줄 수 있는 좋은 기회로 볼 수도 있고, 반대로 디자인 의뢰를 통해 수작업을 해왔던 디자이너의 브랜드 아이덴티티 가치에 대한 회의적인 의견을 가질 수도 있다.

본 연구에서는 브랜드 디자인 산업에 진화된 플랫폼을 진단해 보고 손으로 작업하던 오프라인 시대에서 온라인으로 그리고 진화된 인공지능 플랫폼 발전단계까지의 사용자 경험의 입장에서 사례를 분석해 명암을 진단하고 향후 사용자에게 더욱 유용한 서비스를 제공하며, 디자이너와의 균형적인 발전 방향성을 위한 시사점을 도출하고자 한다.

2. 이론적 배경

2. 1. 로고의 정의와 디자인 제작 환경의 변화

김학성 (KIM, 1998)에 의하면, 브랜드 아이덴티티의 중요한 구성요소 중 하나인 로고(logo)는 원래 로고 타입(logotype)의 약자로, 의미 있는(logic)과 활자(type)가 합쳐진 것으로 과거에는 회사나 제품의 상표가 더 잘 부각될 수 있도록 글자의 형태로만 꾸민 것을 로고타입으로 한정되었으나 현재에는 심볼이나 워드마크를 포함한 개념으로 그림과 글자 모두 통용된다. 로고는 아이덴티티를 이루는 시각적인 요소로서 기업이나 브랜드 아이덴티티에 디자인을 더해 회사의 가치를 표현하는 가장 효과적인 수단이라 할 수 있겠다. 그렇기 때문에 기업의 가치를 대변하는 데에 로고는 중요한 역할을 해오고 있다. 김거수 (KIM, 2012)에 의하면, 로고 제작 환경의 변화의 시작은 산업화 이후 새로운 산업이 폭발적으로 늘어나면서 자연적인 수요에 의해 ‘코퍼레이션 아이덴티티’가 만들어졌고 1970년대에는 아이덴티티 디자인의 범위가 일반화 되어 소매업으로까지 확장되면서 로고 디자인에 대한 중요성이 부각되기 시작했으며, 2000년대 이르러서는 인쇄를 기반으로 하던 커뮤니케이션 환경이 스크린 기반으로 확대, 전환되었다. 그리고 국내의 경우에는 1970년대 대기업들의 아이덴티티 디자인을 시작으로 개념이 자리 잡게 되면서 초기의 로고 제작 환경은 대기업 위주인 대기업들의 오퍼메이드 형태인 면대면 서비스가 가장 많았고, 현재까지도 기업의 의뢰형 제작 방식으로 유지되어 오고 있다. 이후 2000년대 웹2.0시대의 참여형 플랫폼의 사용자가 늘어나면서 대기업뿐만이 아닌 로고가 필요한 중소기업, 일반인들에게 보다 쉽게 로고 디자인에 참여할 수 있는 온라인 환경이 조성되었다. 보다 더 발전된 형태의 지능화된 웹을 통해 맞춤형 콘텐츠를 제공하고 사용자가 직접 온라인상에서 로고를 디자인할 수 있는 플랫폼까지 생겨나게 된 것이다.

2. 2. 참여형 플랫폼

구태언(GU,2018)은 플랫폼은 원래 컴퓨터 시스템 기반이 되는 하드웨어 또는 소프트웨어를 뜻하는 용어였지만 지금은 인터넷을 기반으로 다양한 서비스를 제공하는 IT시스템으로 그 의미가 확대됐다고 했다. 초기 하드웨어 플랫폼과 OS소프트웨어 기반의 플랫폼에서 서비스 플랫폼으로 확대 되면서 웹상에서의 사용자의 참여가

중요해졌고, 마셜 벤 앨스타인, 상지트 폴 초더리, 제프리 파커(Alstyne, Choudary, Parker, 2017, p49) 에 의하면 “플랫폼의 가장 중요한 목적은 사용자들을 서로 연결해 주고 상품과 서비스, 또는 사회적 통화를 교환하게 해 줌으로써 모든 참여자들이 가치를 창출할 수 있게 하는데 있고, 플랫폼 대부분의 가치를 자신들의 서비스를 이용하는 커뮤니티로부터 창출하며, 마지막으로 플랫폼은 기업을 안팎으로 뒤집으며 비즈니스의 경계를 허물고, 전통적으로 내부 지향적이었던 기업들이 외부로 초점을 이동시키도록 하기 위함이다.” 라고 서술했다. 참여형 플랫폼 안에는 기술 솔루션도 물론 중요하지만 종래의 오더메이드로 진행되어 왔던 의외 제작 방식과는 다른 형태인 사용자의 참여도에 따라 달라지는 프로세스와, 사용자에게 제공되는 서비스 방식의 차이에 영향을 주는 주요한 틀이 될 수 있다.

2. 3. 큐레이션 역할의 변화

최근 4차 산업혁명의 빅 데이터 시대가 도래 하면서 디지털 데이터의 양은 해마다 기하급수적으로 늘어나고 있다. 미국 EMC 정보 저장 시스템 조사 기관에 따르면 2018년 기준 현재 데이터양은 2년마다 두 배씩 증가하며 이러한 추세라면 2020년에 관리해야 할 디지털 정보의 양은 지금보다 약 50배 이상이 증가할 것이라고 예측하고 있다. 방대한 양의 정보에 노출되어 있는 소비자는 수많은 선택 중에서 망설이게 되고 결국 전문가의 도움 없이는 스스로가 결정할 수 없게 된다. 이러한 문제를 해결하기 위해 양질의 제품을 소비자에게 추천해 구매할 수 있도록 유도해 주는 큐레이션 서비스가 생겨났다.

로고 디자인 메이커 플랫폼에서도 마찬가지로 사용자에게 맞춤 디자인을 제공하기 위해 큐레이션 서비스를 제공하고 있다.

사용자가 선택한 정보를 바탕으로 데이터를 분석하여 고객에게 맞춤의 로고 콘텐츠를 제공하게 된다.

이로써 서비스의 작업 대기시간을 단축시키고, 좀 더 빠른 지름길을 찾아갈 수 있도록 도와주게 된다. 큐레이션은 일명 MD의 역할을 하는 전문가가 사용자에게 로고 디자인을 제공했다면 최근에는 인공지능 기술을 활용해 기계가 그 역할을 대신하면서 진화하고 있다. 디자이너의 고유 영역이었던 크리에이터의 역할은 인공지능이 대신하게 되며, 디자이너는 더 이상 크리에이터뿐만이 아닌 큐레이터의 역할로의 범위가 확장될 수 있는 디자인 환경을 제공받게 된다. 이 변화는 앞으로의 향후 디자이너의 역할에 영향을 미칠 수 있는 주요한 요소 중에 하나이다.

2. 4. 사용자의 메이커 시스템의 프로세스와 인공지능 기술

메이커 시스템의 시작은 사용자 정보 입력에서부터 시작한다. 회사명과 슬로건을 입력하고 사용자 성향을 파악하기 위한 정보 즉, 카테고리를 선택한다. 예를 들어 산업별의 미용, 컨설팅과 스타일의 현대적인, 디지털적인 등을 말한다. 모든 선택정보를 입력하면 로고 디자인 템플릿이 생성되고 본격적으로 메이커 시스템의 편집하기로 들어간다. 편집 단계에서 비로소 사용자는 로고 디자인을 시작한다. 편집단계는 사전에 사용자 정보를 바탕으로 생성된 로고 콘텐츠를 수정하는 단계로 새롭게 창작하는 수준은 아니지만 서체와 컬러 그리고 아이콘 추가 등을 통해 로고는 사용자를 통해 재생성 된다. 서체는 국문과 영문, 컬러는 추천 컬러, 기본 컬러, 컬러 피커 그리고 마지막으로 카테고리에 맞는 아이콘 검색 후 심벌로 추가할 수 있는 기능 등이 있다. 그 외에도 일부 플랫폼에서는 레이아웃 정렬, 기울기 등의 프리젠테이션 등의 문서에서 쓰이는 기능 등도 있다.



Figure 1 Process for user-maker systems

종래는 전문가가 카테고리별로 디자인한 로고를 사용자에게 제공해 왔으나 최근 인공지능을 활용한 로고 이미지 생성 및 이미지들을 기반으로 로고를 생성하는 초입 단계까지 진입하고 있다. 인공지능 기반의 메이킹 기술

프로세스를 구체적으로 기술하자면, 웹 서버에 전달된 사용자 정보는 인공지능 서버로 전달된다. 인공지능은 사전 카테고리 정보에 따라 데이터베이스의 이미지를 추출하고, 사용자의 카테고리 선택 정보와 템플릿 디자인 선택 정보를 통해 사용자 맞춤 로고 디자인을 제공한다. 이후 사용자가 수정, 편집한 디자인의 일련 과정을 통해 사용자의 성향을 학습하여 계속적으로 데이터베이스를 늘려간다. 전문가가 수작업으로 하던 기존의 디자인 작업 속도 보다 훨씬 빠른 속도로 데이터를 축적할 수 있게 된다 인공지능 기술로 대체되는 로고 디자인 생성에 대한 부분은 향후 로고 디자인에 대한 저작권에 밀접한 영향을 주는 요소이다.

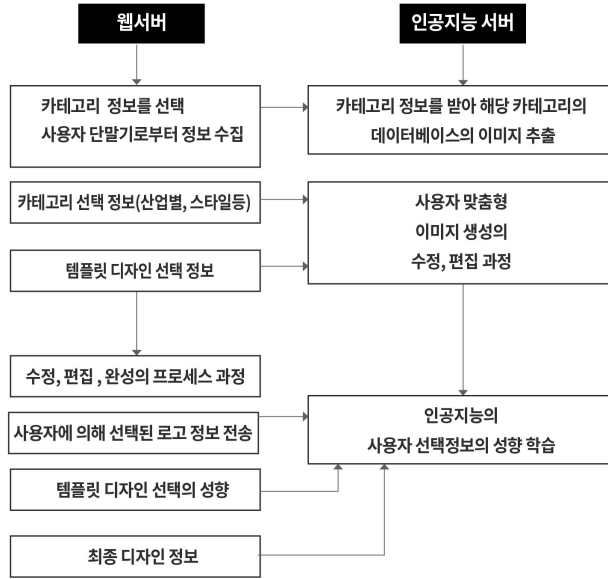


Figure 2 Artificial Intelligence Servers

3. 연구방법

3. 1. 사례분석을 위한 고려요소 도출

이 장에서는 앞서 2장에서 논의되었던 이론을 구체화하여 사례 분석을 위한 사용자 경험 측면으로 범주화하고 사례 분석을 위한 대상 목록 선정의 기준으로 삼는다. 각 영향요소 별로 구체적인 플랫폼 사례를 분석하기 위해 웹사이트와 모바일을 토대로 조사하여 사용자 경험 측면별로 대표하는 사례를 선정, 분석하였다.

3. 1. 1. 서비스 방식 측면

웹 4.0시대의 디자인 플랫폼은 사용자가 본인의 가치 창출을 위해 디자인에 직접 참여하게 된다. 사용자의 디자인 결과물에도 영향을 미칠 수 있는 서비스 방식의 차이는 앞장에서도 논의했던 큐레이션 서비스를 이용해 디자이너가 만들어 놓은 콘텐츠를 사용자의 목적에 따라 분류하고 배포하여 콘텐츠가 많아질수록 그중에서도 더 나은 양질의 콘텐츠를 선별하여 제공하는 방식과 더 나아가 인공지능을 활용해 사람이 만들어 놓은 콘텐츠뿐만이 아닌 콘텐츠를 데이터베이스 삼아 로고 생성에 필요한 이미지를 새로이 생산해 내고 더 나은 양질의 콘텐츠를 창조해 내는 방식의 차이를 말한다. 이렇게 서비스 제공에 주체가 누구인지, 어떤 방식과 기술을 통하느냐에 따라 서비스 제공 방식은 크게 달라질 수 있다.

3. 1. 2. 기술적 측면

종래의 전문가에 의해 사용자 맞춤 정보를 제공하던 것에서 인공지능을 이용한 로고를 생성하는 단계까지 진입하고 있는데, 로직을 구체적으로 서술하자면, 사용자가 웹 서버를 접속해 사용자 정보를 입력하면 입력 정보는 인공지능 서버로 전달된다. 최종적으로 인공지능 서버에서 학습에 의한 사용자 정보를 분석하게 되면 그 결과는 사용자에게 맞춤 콘텐츠를 제공하게 된다. 사용자가 원하는 콘텐츠는 인공지능이 로고 콘텐츠의 토대가 되는 상징성 이미지의 생성, 변형 등의 데이터를 서비스 제공자가 정해진 기준에 따라 학습된 결과로 이루어지며, 사람이 수작업으로 하던 기존의 작업 속도 보다 훨씬 빠른 속도로 데이터를 축적할 수 있게 된다. 현재의 인공지능 기술은 딥러닝에 의한 완전한 로고 생성이 아닌 머신 러닝을 통해 사용자 성향을 학습하고 사용자 맞춤 정보를 제공하며, 사용자가 선택한 로고 데이터를 분석하여 로고 생성에 도움이 되는 상징성 이미지를 개발하는 초입 단계를 거치고 있다.

3. 1. 3. 메이커 시스템 기능적 측면

사용자 입장에서 디자인 플랫폼의 가장 중요한 기능 중 하나는 편집 기능인데, 이것이 사용자가 디자인 제작 과정에 참여가 가능한 방법이기 때문이다. 편집 기능을 이용하기 위해서는 플랫폼이 메이커 시스템을 보유하고 있어야 하며, 크게 두 가지 기능으로 나뉜다. 첫 번째로는 컬러기능으로 어도비 프로그램 등에서 쓰이는 컬러 피커 창에서 색을 사용자가 주도적으로 직접 선택하는 기능과 전문가가 추천하는 컬러를 사용자가 수용, 선택하는 것이다.

두 번째로는 서체 기능이다. 대부분은 무료 서체를 기본적으로 제공하고 있으며, 유료 서체를 구매하여 제공하는 플랫폼도 있다. 비전문가나 일반인들의 경우 다양한 서체를 선별하기 쉽지 않기 때문에 완성된 템플릿으로 미리 보기로 지원하고 있는 경우도 있다.

3. 1. 3. 저작자 측면

로고 콘텐츠의 생성은 디자이너 또는 인공지능의 아이디어를 받아 이루어진다. 하지만 사용자가 온라인상에서 편집, 수정이라는 디자인의 일련의 과정을 통해 로고 콘텐츠는 재생성 되는데, 이로써 사용자는 간접적으로 로고 디자인 과정에 참여한다고 말할 수 있다. 디자인에 대한 저작자를 말할 때는 서비스 제공자인 동시에 사용자일 수 있으나, 제공 방식은 비용과 관련된다. 기본적으로 로고 구매 시 저작권은 사용자에게 넘어가며, 반면에 로고를 아예 무료로 제공하는 플랫폼의 경우에는 비상업적인 용도로 사용이 제한된다.

3. 2. 사례 선정 기준 및 체계

사례 선정 기준은 구글(google.com)에 ‘로고 디자인’이란 키워드로 2014년부터 2018년까지 검색하였다. 검색 결과 약 37,700,000개의 결과가 도출되었으며 이 중 인터넷 기사와 블로그를 제외하고 상위 노출 기준으로 총 34개의 로고 디자인 플랫폼을 대상으로 하였다.

앞서 2장에서 언급한 이론적 배경의 내용의 틀을 기준으로 이승자(2008)의 사용자 경험사례 연구 목록을 도출하는 방법을 참고하여 서비스 방식 측면, 기술적 측면, 메이커 시스템 기능적 측면, 저작자 측면으로 범주화하였다. 그 중에 각 범주 별로 대표할 수 있는 플랫폼 4곳(VISTAPRINT, LOGOPONY, LOGOJOY, BIZHOWS)과 비비빅닷컴(www.vivivik.com)을 대상으로 하였다. 하지만 대표적으로 뽑은 사례 플랫폼은 각 측면의 요소들을 교차적으로 포함하고 있는 경우도 있다. 다음 <표 1>은 각 고려요소별 연구 대상 목록이다.

Table 1 List of study targets for each case

사용자 경험	사례
서비스 방식 측면	VIVIVIK의 참여형 공유 포트폴리오, 연계서비스 사례
	VISTAPRINT 큐레이션 서비스 사례
기술적 측면	LOGOPONY, LOGOJOY의 인공지능화 사례
메이커 시스템 기능적 측면	BIZHOWS의 스마일캔버스의 편집 기능 사례
저작자 측면	VIVIVIK의 로고 저작권과 상표등록의 사례

4. 사례분석

4. 1. 서비스 방식 측면

4. 1. 1. 비비빅(VIVIVIK)의 참여형 플랫폼의 공유와 연계 서비스화

비비빅은 로고를 적용한 다양한 연계 서비스를 제공하고 있다. 연계 서비스로는 명함, 인쇄물, 상표가 있고 로고를 이용할 수 있는 명함, 인쇄물, 상표, 마케팅까지 원스톱 패키지의 형태로 하나의 플랫폼 안에서 모두 해결할 수 있다. 또한 포트폴리오 메뉴에서 사용자가 만든 로고를 다른 사람에게 공유할 수 있는 서비스를 제공하며, 특히 회사의 단체 명함이나 그룹 등의 한 가지 동일한 디자인에 여러 명이 필요할 경우 유용할 수 있다. 사용자가 만든 디자인 작업을 포트폴리오에서 다른 사용자들과 공유를 함으로써 플랫폼에서 디자인을 제공하는 주체가 서비스 제공자가 아닌 사용자라는 점에서 서비스 방식의 주체가 서비스 제공자이며, 사용자가 동시에 될 수 있다.

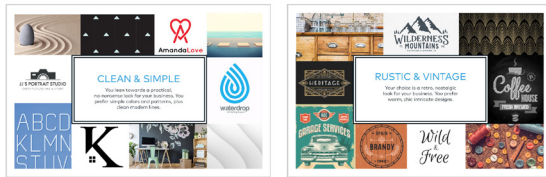
4. 1. 2. 비스타프린트(VISTAPRINT)의 큐레이션 서비스

VISTAPRINT는 로고 디자인 메이킹 서비스뿐만 아니라 전문가 서비스도 함께 제공하고 있다. 전문가 서비스인 'Professional logo design service'는 사용자가 디자인 하는 로고 디자인 메이킹 서비스를 보완 할 수 있는 전문가 서비스이다. 그 과정으로는 첫 번째로 로고 타입에서 아이콘, 텍스트, 아이콘+텍스트 중 선호하는 로고 타입을 선택 후 스타일과 컬러를 선택하고 로고 디자인에 참고가 될 만한 이미지를 첨부한 뒤 회사명과 정보를 입력해주면 전문가 서비스를 통해 2일의 작업 기간을 거쳐 3가지 시안을 메일로 받아 볼 수 있게 된다.

1. Your logo type



2. Your logo style



3. Your logo colors



4. Your inspiration



5. Your company information

- What is your company name? *
- Please specify your industry. *

Figure 3 VISTAPRINT's Professional logo design service

4. 2. 기술적 측면

4. 2. 1. 로고포니(LOGOPONY)의 인공지능화

스타트업 기업인 LOGOPONY는 영국 에든버러에 본사를 두고 있는 인공지능 기반의 플랫폼이다. 사용자가 몇 번의 클릭만으로 로고를 제작할 수 있는 플랫폼을 개발하여 원하는 로고를 다양한 스타일로 만들어 볼 수 있다. 인공지능이 아이디어를 제공한 15만 개의 로고를 보유하고 있으며 HTML5 / Js 기반의 로고 편집기 기술이 반영된 다양한 옵션을 통해 사용자가 원하는 스타일로 로고를 제작할 수 있다.

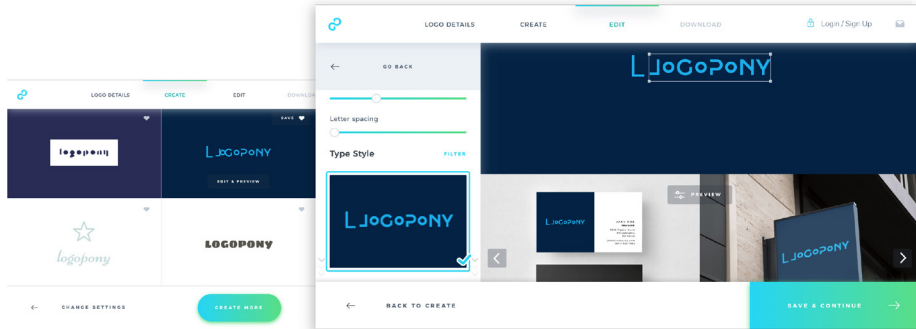


Figure 4 LOGOPONY's Edit

4. 2. 2. 로고조이(LOGOJOY)의 인공지능화

로고를 처음 제작하려는 초보자들은 첫 단계의 사용자 정보 입력 과정부터 여간 복잡한 과정이 아닐 수 없다. 이런 과정을 대폭 줄이고 이미지로 먼저 선택하는 방법을 택한 LOGOJOY는 가장 쉽게 사용자에게 다가갈 수 있는 서비스이다. 맘에 드는 템플릿 5종과 컬러 3종을 먼저 선택하고 사용자 정보는 편집 화면에서 수정할 수 있게 한 것이다. 2018년 10월 기준 백만 명이 넘는 고객에게 로고를 제공한 로고 조이는 인공지능의 머신 러닝을 통해 이미지를 학습 시키고 로고 디자인의 소스가 되는 재료, 즉 상징성 이미지를 만들어 내고 있다. 또한 사용자의 편집, 수정 과정에 따른 사용자의 성향을 분석하여 이를 바탕으로 사용자 맞춤 정보를 제공하고 있다.

We deliver everything a logo designer would



How we think about logo design

In the age of entrepreneurship and side hustles, making a top-quality logo should be easy, fun, fast, and affordable. You know your business best, and you have the vision for where it's headed. Logojoy provides the tools to design a logo you'll love while giving you more control over the entire branding process.



Why our logo designs are better

Logojoy has more premium logo fonts, logo icons, and logo graphics than any other logo maker out there. And our AI technology is constantly learning which design "ingredients" work well together, meaning you can get revisions and new ideas instantly. Use our preview function to see how logo options look on business cards, t-shirts, posters, and more.

Figure 5 LOGOJOY's Production Guide

4. 3. 메이커 시스템 기능적 측면

4. 3. 1. 비즈하우스(BIZHOWS)의 스마일캔버스의 편집 기능

비즈하우스의 소상공인의 비즈니스에 필요한 홍보용 디자인 서비스이다. 그래서 메이커 시스템의 형태는 소상공인을 위한 카테고리에 맞춰진 다양한 디자인 템플릿과 혼합형 로고가 눈에 띈다. 메이커 시스템을 열면 특히 서체가 두드러지는데, 국문과 영문이 각 100종이 넘고 서체에서도 스타일, 무게감 등으로 나누어 볼 수 있도록 되어 있다. 그리고 심벌의 경우에는 반전과 회전 그리고 디자이너들이 포토샵에서 흔히 이용하는 HSL 기능 즉, 색조, 채도, 명도와 투명도 설정 등의 세밀한 기능의 형태를 띠고 있다.



Figure 6 Bizhows's Download Logo

4. 4. 저작자 측면

4. 4.1. 비비빅(VIVIVIK)의 로고 저작권과 상표등록

비비빅의 로고에 대한 저작권은 구매만 한다면 어떠한 상업적 또는 비상업적 목적이든 로고에 대한 저작권은 사용자에게 넘어가게 된다. 저작권의 기준은 구매를 기준으로 하고 있는데 사례분석 플랫폼 중 유일하게 로고를 완전히 무료로 제공 받을 수 있는 비즈하우스의

경우는 로고에 대한 저작권을 받을 수가 없고 비상업적인 용도로만 사용이 가능할 뿐이다. 비비빅은 특히 상표등록의 연계 서비스도 제공하는데 이는 사용자의 저작권을 법적으로 보호하기 위함이다.

전문 변리사의 컨설팅을 통한 상표출원을 함께 도와주고 있다.

전문가 컨설팅부터 상표 출원과 등록까지 원스톱 패키지를 제공하는 유일한 플랫폼이다.



Figure 7 VIVIVIK's trademark service

4. 5. 사례 분석 종합

사례 분석에 카테고리는 앞서 3장에서 설명한 서비스 제공 방식인 '카테고리'와 '다운파일', 기술적 측면인 '로그 생성'과 '메이커 기술' 그리고 메이커 시스템 기능적 측면인 '편집 기능' 마지막으로 저작자 측면인 '저작권'과 '비용'으로 나누어 사례분석 종합표로 구성하여 종합표를 작성하였다.

Table 2 Case Analysis Summary Table

	로그포니 LOGO PONY	로그조이 LOGO JOY	비스타 프린트 VISTA PRINT	비비빅 VIVIVIK	비즈 하우스 BIZHOWS
로그 소스	인공지능	인공지능	인공지능	인공지능	디자인어
메이커	HTML5, JS, CANVAS	HTML, JS, SVG	HTML5, JS	HTML5, JS	플래시 다운
카테고리	회사명, 슬로건, 스타일, 컬러, 아이콘	회사명, 슬로건, 산업군, 컬러, 스타일	회사명, 슬로건, 스타일,	회사명, 슬로건, 산업군, 스타일	산업군, 용도, 사업정보
편집기능	컬러, 폰트, 심벌, 미리보기	컬러, 폰트, 심벌, 미리보기	폰트, 컬러, 아이콘	컬러, 폰트, 심벌, 미리보기	컬러, 폰트, 스티커

비용	Basic \$19 Premium \$49	Basic \$20 Premium \$65 Enterprise & 165	\$20	Original 49,000원 Premium 99,000원	무료
파일	PDF, EPS	PNG, PDF, EPS, SVG	PNG, PDF, AI	PNG, PDF, EPS	PNG
저작권	구매 후 저작권 보유	구매 후 저작권 보유	구매 후 저작권 보유	구매 후 저작권 보유	미보유 (비상업적 용도)

4. 6. 설문조사

본 연구에서는 앞서 4장에서 서술하였듯이 사용자 경험요소의 4가지 측면과 종합 표의 내용을 바탕으로 인지도와 사용성을 검증하고 명암에 대한 시사점을 도출하기 위해 5개의 플랫폼을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 대상으로는 로고가 필요한 소상공인, 창업자 등의 로고 제작 환경에 노출되어 있는 사용자로 선정하였다. 그 이유로는 로고 제작 과정은 설문 대상자의 창업과정에 필수적인 요소로 연관성이 가장 높기 때문이다. 설문은 2018년 10월 1일부터 14일까지 약 2주 동안 진행되었다. 연구 대상자는 플랫폼 시연이 가능한 대상자 중 소상공인, 스타트업, 디자인 관련 종사자와 학생을 대상으로 하였다. 시연이 필요한 구간이 있기 때문에 대상자들과 함께 설문조사 전 간단한 프로세스에 대한 시연을 하도록 하였다. 설문 대상자 총 28명 중 남녀 성비는 남성이 10명이고 여성 18명이다.

Table 3 Questionnaire Samples

카테고리	설문 문항
1. 로고 디자인 플랫폼 인지 정도	설문 전 사용자가 직접적으로 로고를 디자인 할 수 있는 플랫폼을 알고 계셨습니까?
2. 카테고리라이징에 따른 사용자 맞춤 정보 제공여부	카테고리를 선택하면 그에 맞는 맞춤 로고가 나왔다고 생각하십니까?
3. 로고 디자인의 다양성	카테고리별 선택에 따른 로고 디자인이 다양하다고 생각 되시나요?
4. 인공지능 플랫폼	인공지능이 생성하는 로고 디자인 퀄리티의 만족도.
5. 편집 기능	편집 기능이 로고 디자인 하는 데에 어느 정도 도움이 된다고 생각하십니까?
6. 비용, 다운파일의 대한 적정성	로고 디자인에 대한 비용, 제공파일은 적정하다고 생각 되시나요?
7. 인공지능 vs 디자이너	로고 디자인 플랫폼이 디자이너의 역할을 침범하는 것이라 생각하십니까?
8. 디자이너의 역할	사용자가 로고를 직접 완성 후 필요하다면 추가적인 전문가 서비스는 필요한가?
9. 로고 디자인 플랫폼의 긍정	로고 디자인 플랫폼을 사용 시 가장 좋았거나 필요로 하는 긍정요소는 무엇인가요?
10. 로고 디자인 플랫폼의 부정	로고 디자인 플랫폼의 가장 아쉬운 점은 무엇인가요?
11. 개선점	시연 후 개선방향과 추가 의견.

5. 설문조사 결과 및 종합 분석

총 28명을 대상으로 한 설문조사들은 사례 플랫폼의 이해, 사용성, 차이점을 묻는 질문에 대해 다음과 같은 결과물을 도출해 낼 수 있었다. 사용자가 직접 디자인 제작 과정에 참여할 수 있는 사이트가 있는지에 대한 사전 인지도는 근소한 차이로 15명이 시연 전에는 알고 있지 않은 것으로 나타났다. 로고 메이커 시스템의 편집 기능은 50%가 “도움이 된다” 라고 답했으며, 사용자가 로고 디자인 후 필요한 경우 전문가의 추가 서비스를 받는 것이 좋다는 답변은 57%인 16명이 “그렇다”라고 응답했다. 제작 비용과 파일 제공에 대한 적정성 여부는 17명이 ‘보통이다.’ 와 9명의 “그렇다”라는 결과가 나왔으며, 로고 디자인 플랫폼이 디자이너의 고유한 창작 영역을 침범하는지에 대한 물음에는 33%가 “그렇지 않다”라고 답했다. 가장 만족도가 높았던 플랫폼은 LOGOPONY, VISTAPRINT, VIVIVIK 순으로 높게 나타났다. 이에 대한 긍정요소의 서술형 질문 중에 과반수의 공통 답변으로는 “사전의 사용자 입력 정보와 선택 단계로 손쉽게 로고 디자인을 얻어 낼 수 있다”처럼 손쉽고 빠른 결과물에 대한 긍정요소가 대체적으로 많았다. 그 외로는 로고 디자인의 선택 자유도가 높은 점, 컬

러와 서체 등을 다양하게 편집할 수 있다고 답했다. 부정 요소로는 카테고리과 상관없는 로고 콘텐츠가 나오는 점, 스타일 선택 단계의 예시가 나오지 않는다는 답변을 얻을 수 있었으며, 무료 서체인지, 로고의 저작권은 어떻게 되는지에 대한 의문을 제시하는 답변자도 있었다.

사례 분석을 바탕으로 한 설문조사를 종합한 결과 사용자의 입장에서 선택 과정의 간편성이 로고를 만들기 용이한 환경을 제공하는 것에 긍정적이었으며, 기존에 한정적으로 시안을 제공받던 환경에 비해 다양한 로고 디자인을 선택할 수 있는 폭이 넓어짐을 인식하고 있는 것을 발견하였다. 하지만 다양한 선택지 안에서 사용자는 직접 전문가의 도움 없이 선택해야만 하며 기능적 측면에서의 편집 과정이 도움을 준다고 인식하고 있지만 완성 이후 추가적으로 전문가의 도움이 필요하다는 것도 동시에 중요하게 인식하고 있다는 것을 알 수 있었다. 아직은 인공지능 기반의 플랫폼이 개발 초기 단계임을 감안하여 진화된 플랫폼이 사용자의 요구 이상의 아이덴티티 가치를 창출할 수 있을지에 대한 부분을 한계점으로 인식하여 전문가의 도움이 필요한 영역을 찾아내는 것이 중요하다고 사료된다. 동시에 사용자의 원하는 아웃풋이 정확히 나와야 하는 속제에 아직은 개발 초기 단계인 인공지능 기술 개발이 중요한 방향이 될 수 있을 것이다. 또한 저작자 측면에서의 로고 저작권은 현재 구매 기준에 따라 저작권의 유무가 결정 되지만 향후 인공지능이 딥러닝에 의해 로고를 개발하는 단계까지 진입하게 된다면 저작권에 대한 법적 기준을 추가적으로 고려해 봐야 할 것이다.

6. 결론 및 한계점

본 연구는 종래의 오더메이드 형태인 디자인 제작 환경에서 발전된 지능화된 로고 디자인 메이킹 플랫폼의 사례를 분석하여 현 사례에 대한 명암을 진단하기 위한 연구로서, 사용자 입장에서 경험 요소를 바탕으로 범주를 나누어 각 사례를 분석하였다. 서비스 방식 측면의 포트폴리오 공유를 통한 참여형 플랫폼 서비스와 로고 디자인을 확장한 연계 서비스 방식, 기술적 측면에서는 인공지능 기술 기반의 플랫폼 사례, 메이커 시스템 기능적 측면의 편집 과정 프로세스, 그리고 마지막으로 저작자 측면의 로고 저작권과 상표 등록에 대해 분석해 보았다. 객관적 검증을 위한 인터넷 조사와 설문조사에서는 사용자 입장에서 로고 디자인 메이킹 플랫폼은 진화의 흐름에서 긍정적으로 인식되고 있는 점을 발견할 수 있었다. 하지만, 사용자의 디자인 메이커 시스템을 보완할 수 있는 균형적인 전문가 서비스 필요성을 확인하였고, 기존 디자이너의 창작 영역이 진화된 플랫폼으로 일부 부분 대체되면서 고차원적인 전문가 서비스에 대한 추가 영역의 필요성을 동시에 인지하였다. 본 연구는 지능화된 디자인 플랫폼의 사례 분석을 통한 명암을 알아보고 진단하기 위한 초기 연구의 단계이다. 현재 인공지능 기반 기술은 꾸준히 발전하고 있지만 로고 디자인 메이킹 플랫폼이 딥러닝을 통한 로고 생성의 단계까지 이루어진 상황이 아니고 인공지능을 이용한 디자인 플랫폼 역시 관련 문헌 역시 찾아보기 힘든 점이 있다. 따라서 이 연구에서는 사례 분석을 위해 제시했던 틀을 제공하였다는 점에서 의의가 있다. 향후 심층 연구를 통해 개선점을 반영한 새로운 로고 디자인 플랫폼 제안 연구가 필요하며, 사용자에게 더욱 유용한 디자인 플랫폼으로 발전되기를 기대한다.

References

1. bizhows. (n.d.). Retrieved November 10, 2018, from <https://www.bizhows.com>.
2. CHA J, K. (2017). Brand Identity [The Key Make Everthing Look Better Good Design], Seoul: Gilbut
3. EMC. (2014). EMC Isilon: Scalable storage platform for big data. Retrieved from <https://www.dellemc.com>
4. Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2017). *Platform Revolution*. Seoul: Gilbut.
5. Gu, T. (2018). *The future is beyond control*. Seoul: Ahn H.
6. Kim, D. (2016). *Man vs Machine*. Seoul: Dong-A publishing Co., Ltd.,
7. Kim, H. (1998). *Reterling design*. Seoul: Johyungsa.
8. Kim, K. S. (2012). *Understanding the identity design or logo design just a little bit*. Seoul: Dmar Books

9. Kim S. (2018). 두 개의 4차 산업혁명과 한국의 선택 [Two Fourth Industrial Revolution and the Choice of Korea]. Science & Technology Policy Institute.
10. LEE. S. (2008). Brand Identity Implementation through User Experience Design, In *KSDS Spring Conference Proceedings* (pp.166-167). Seoul.
11. logo pony. (n.d.). Retrieved November 10, 2018, from <https://www.logo pony.com>.
12. logo joy. (n.d.). Retrieved November 10, 2018, from <https://www.logo joy.com>.
13. SUN C. (2018). A Study of Logo Design Making Platform on online. In *KSDS Spring Conference Proceedings* (pp.104-105). Seoul.
14. O'Reilly, T., & Battelle, J. (2014). Web as a Platform. Web2.0 Summit.
15. vistaprint. (n.d.). Retrieved November 10, 2018, from <https://www.vistaprint.com>.
16. VIVIVIK. (n.d.). Retrieved November 10, 2018, from <https://www.vivivik.com>.
17. Yutaka, Matsuo. (2015, October). Artificial Intelligence and Deep Learning. Japan: (Original 人工知能は人間を超えるか 2015, March).

온라인상의 로고 디자인 메이킹 플랫폼 연구

신청자¹, 박승배²

¹서울과학기술대학교 일반대학원 시각디자인학과, 서울, 대한민국

²서울과학기술대학교 디자인학과, 서울, 대한민국

초록

연구배경 과거의 로고 디자인 제작 환경이 웹 환경의 진화로 플랫폼에서의 사용자의 활발한 참여를 통한 콘텐츠가 생산되기에 이른다. 본 연구는 이러한 제작 환경의 변화 요인에 따른 다양한 플랫폼 사례를 분석하고 로고 디자인 제작 환경 플랫폼의 변화를 진단해 봄으로써 앞으로의 나아가야 할 방향성에 대한 시사점을 도출해 내고자 한다.

연구방법 본 연구는 사례연구 방법으로 진행하였으며, 사용자 경험요소에 따른 고려 요소를 추출하기 위해 이승자(2008)의 연구를 바탕으로 4가지 측면의 범주로 나눈 뒤 구체적인 사례 목록을 제시, 분석하였다. 또한 분석 결과를 가지고 설문조사를 추가적으로 진행하여 플랫폼과 사용자 간 유용성을 검증하고 사례 분석 후 설문조사를 바탕으로 사례의 명암을 진단하기 위한 객관적 결과를 제시하였다.

연구결과 사례 분석과 설문조사 결과 사용자 경험에서 분류한 고려 요소가 사용자에게 손쉽고 편리하게 디자인을 할 수 있는 용이한 로고 디자인 플랫폼 환경을 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 반면, 비전문가인 일반 사용자의 디자인 참여에 대한 보완 방향으로서의 전문가인 디자이너의 서비스가 추가적으로 필요함을 동시에 인지하고 있었다.

결론 본 연구는 현재 지능화된 로고 디자인 메이킹 플랫폼이 대부분 초기 개발 단계임을 감안하여 앞으로 사용자가 바라는 아이덴티티 가치를 담은 고차원적인 로고 디자인의 결과물이 나올 수 있을 것인가에 대한 시사점을 도출하기 위한 초기 단계의 연구로서 의미가 있고, 현재의 사례 분석을 통해 명암을 진단하여 앞으로 로고를 필요로 하는 일반 사용자들에게 유용한 플랫폼으로의 수단이 될 것으로 기대해 본다.

주제어 로고 디자인, 플랫폼, 인공지능 메이커 시스템, 큐레이션
