

진로탐색학점 결과보고서

주차별로 총 15주치의 보고서 작성(팀일 경우 개인별로 각각 작성)

전공	웹소설창작과	학번	2*****7	이름	선○○
과제명	오픈 소스 기반 모바일 텍스트 뷰어 개발 및 교내 출판 플랫폼 창업 모델 구축				
과제 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 개인 <input type="checkbox"/> 팀	팀명	CK-V	팀인원	1
진로활동 분야	<input type="checkbox"/> 창작(Creation) <input checked="" type="checkbox"/> 창업(Start-up) <input type="checkbox"/> 지역연계(Society)				
활동내용	결과보고서	활동시간	일주일		
<p>1.1 초기 문제 발견 기존 계획: 단순 텍스트 뷰어 개발 및 웹 콘텐츠 에이전시 창업 수정된 목표: 청강대 웹소설창작과 학생 작품 아카이브 앱 개발 핵심 문제: 학생 작가들이 출판사와 연결되지 못하는 구조적 문제</p> <p>2.1 설문조사 결과 조사 대상: 청강대 웹소설창작과 재학생 44명 조사 기간: 2024년 9월 9일 ~ 9월 12일 (4일)</p> <p>- 작품 관리 현황 비공개 관리: 36% (16명) 공개 관리: 14% (6명) 관리 안 함: 50% (22명) 결론: 학생들은 작품을 외부에 공개하지 않고 개인적으로만 보관</p> <p>투고 계획 공개 플랫폼 연재: 39% (17명) 계획 없음: 27% (12명) 출판사 투고: 16% (7명) 결론: 4명 중 1명은 투고 방향을 정하지 못함</p> <p>플랫폼 수요 서포팅 필요: 86% (38명) 온라인 공개 의향: 89% (39명) 앱 필요도: 94% (41명) 필요 없다: 0% 결론: 압도적인 시장 수요 확인</p>					

3. 텍스트 뷰어 개발

카카오페이지, 네이버 시리즈, 리디를 벤치마킹한 텍스트 뷰어 기본 구현.

홈 화면, 검색, 카테고리, 작품 관리, 권한 및 댓글 연동까지 핵심 흐름이 모두 동작하며, 현재 상태는 백엔드와 관련한 오류를 고치면 배포 가능한 수준.

4. 주 독자 및 웹소설 플랫폼 17개분석 사항

- 심리적으로 유도하는 안내구역
- 명확한 큐레이션 이유
- 측정가능한 디자인 설계

5. 브랜드 기획 및 제작

<청토리움> 브랜딩

청강대+스토리+리움(-rium, 공간을 의미하는 접미사)를 합쳐서 청토리움이라는 브랜드 생성.

브랜드 컬러와 디자인은 각각 학교 공식 브랜드 컬러를 사용하였으며 뜻은 '청강대생의 이야기들이 살아 숨 쉬는 공간, 청토리움'으로 브랜드 카피라이팅을 정함.

6. 섹션명 최적화

기존 섹션명	변경 후 섹션명
이어서 읽기	계속 읽기
새로운 업로드	최근 업데이트
이벤트	놓치기 아쉬운 소식
추천 작품	웹소설 추천
인기 작품	지금 인기있는
완결 모음	완결 작품
작가 소개	작가 인터뷰
이 달의 책	이 달의 추천
주목 작가	이 달의 작가

7. epub_view 및 어플 개선 사항

- 3가지 페이지 전환 효과 (슬라이드, 책장 넘기는 3D모션, 사라지는 페이드)
- 글꼴 크기 조절
- 라이트, 다크모드 기능
- 최근 검색기능, 자동 완성 기능

청토리움 최종 기능

①전자책 뷰어: EPUB 파일을 열어 볼 수 있고, 오류가 나면 안내를 보여줌.

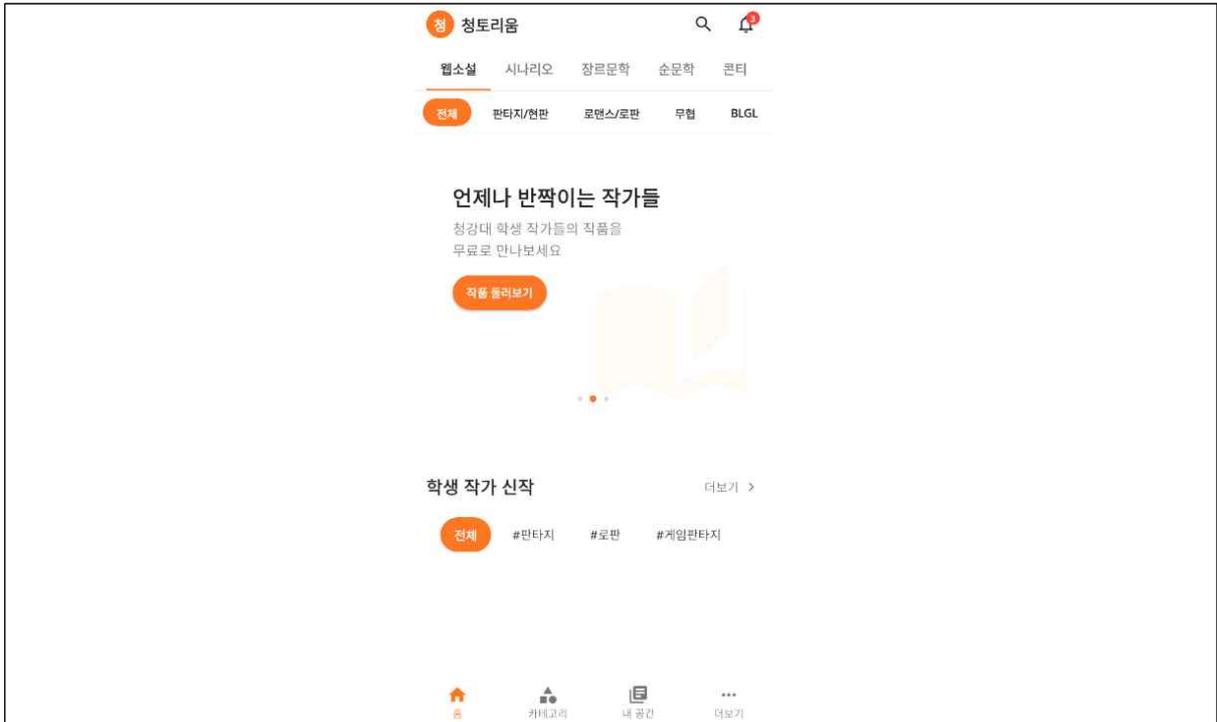
②홈/탐색: 추천·랭킹·작가/프로모션 섹션을 더보기로 볼 수 있고, 화면 크기에 따라 자동으로 배치가 바뀜.

③검색/카테고리: 제목·저자·카테고리로 검색하고 필터링할 수 있음.

④작품 관리: 내 작품 목록을 보고 삭제할 수 있으며, 작성자나 관리자만 수정·삭제하도록 권한을 확인.

⑤댓글/피드백: 로그인 정보를 댓글 작성에 연결해 실제 사용자 이름이 남음.

⑥반응형 화면: 화면은 모바일·태블릿·데스크톱에서 반응형으로 잘 보이도록 구성.



- (a)독자는 EPUB 뷰어로 바로 책을 읽을 수 있고, 홈·검색·카테고리에서 원하는 작품을 쉽게 찾을 수 있음.
- (b)작가/관리자는 본인 작품만 안전하게 관리할 수 있어 보안과 신뢰성이 높음.

청토리움 BM

1. 기본 구조

고객: 출판사 (유료)

자산: 학생 작가 (무료)

학생을 많이 유치하여 출판사에게 효율적 접근 도구를 유료 판매

2. 출판사 대상 유료 서비스

구인 공고 게시 (기본)

구인 공고 추가 게시: 50,000원/건

배너 광고: 100,000원/주

채용 설명회 홍보: 200,000원/건

3. 학생 대상 서비스 (영구 무료)

무제한 작품 업로드

프로필 관리 및 수정

출판사 열람 시 실시간 알림

북마크/피드백 수신

4. 학생 대상 유료 요소

회사 리뷰 (최소 비용) : 블라인드 방식으로 학생 보호, 정보 교류 목적

앞으로 하면 좋은 일

- (1) 성능 최적화(목표 60fps)로 스크롤과 전환을 더 부드럽게 만들기.
- (2) 쓰지 않는 패키지를 정리해 앱 용량 줄이기.
- (3) 랭킹·프로모션 데이터의 실서비스 API 연동을 마무리하기.

종합 결과

첫째, 사용자를 이해하는 것의 중요성을 깨달았습니다. 설문조사를 진행하지 않았다면 학생들의 진짜 문제가 무엇인지 알 수 없었을 것입니다. 특히 한 학생이 남긴 "투고라는 형태가 심리적으로 진입장벽이 높다"는 단 한 문장이 프로젝트 전체의 방향을 결정했습니다. 이를 통해 가장 중요한 통찰은 사용자의 목소리에서 나온다는 것을 배웠습니다.

둘째, 성공 사례를 분석하는 것의 가치를 체감했습니다. 밀리의 서재가 한 화면에 책을 2.5개 보여주는 이유, 넷플릭스가 특정 단어를 강조하는 이유, 사람인과 알바몬이 수 십년간 지속될 수 있었던 수익 구조 등을 분석하면서 성공에는 반드시 이유가 있다는 것을 알게 되었습니다. 단순히 따라 하는 것이 아니라 왜 그렇게 설계되었는지를 이해하는 과정에서 진짜 배움이 일어났습니다.

셋째, 구체적으로 기획하는 것의 힘을 경험했습니다. 사람마다 다른 추상적인 기획이 아닌 정확히 정의할 수 있는 기획이야말로 PD지망생으로서 갖추어야 할 덕목이라고 생각합니다. 로판 주인공이나 어떠한 캐릭터를 만들 때에는 사랑스럽고 멋진이 아닌 어떠한 행동이나 취향을 적확하게 말하는 등의 요구사항을 낼 줄 알아야 합니다. 특히 창작을 하고 이를 설명할때에 더욱이 중요한 요소라고 생각합니다.

AI 시대 인간의 역할

이 프로젝트를 진행하면서 AI 시대에 인간의 역할이 무엇인지 깊이 고민하게 되었습니다. AI가 하는 것과 인간이 해야 하는 것은 명확히 구분됩니다.

AI는 답을 찾고, 코드를 작성하고, 디자인을 구현하고, 데이터를 분석합니다. 제가 요청한 모든 기술적 작업을 AI가 대신 수행했습니다.

하지만 인간이 해야 하는 일은 완전히 달랐습니다. 질문을 만들고, 의미를 부여하고, 가치를 선택하고, 호기심을 발동시키는 것은 오직 인간만이 할 수 있는 일이었습니다. "학생들은 왜 데뷔하지 못할까?"라는 질문과 궁금증은 AI가 가질 수 없었으며, "어떻게 하면 학생들에게 공정한 기회를 줄 수 있을까?"라는 가치 판단은 AI가 대신할 수 없었습니다.

이러한 경험을 통해 하나의 결론에 도달했습니다. AI 시대의 인간은 더 이상 "무엇을 하는 사람"으로 정의되지 않을 것입니다. 대신 "무엇을 궁금해하는 사람"으로 나아가는 존재가 될 것입니다. 노동이 아니라 의미로 우리 자신을 증명해야 하는 시대가 이미 시작되었습니다.

다.