



예측 트렌드 Trend Forecasting

콘텐츠 유형 : 미니 프로젝트

기획 및 예측 트렌드 분석: 이 순영 (트렌드 전문가)



미래산업사회 트렌드 콘텐츠 개발

<제 1 편>

EUI

(Emotional User Interface)

- 미래공상과 같은 현실가상
- 기술과 감성의 연결

-CUBE® 카테고리:
Fictio

EUI

(Emotional User Interactive)

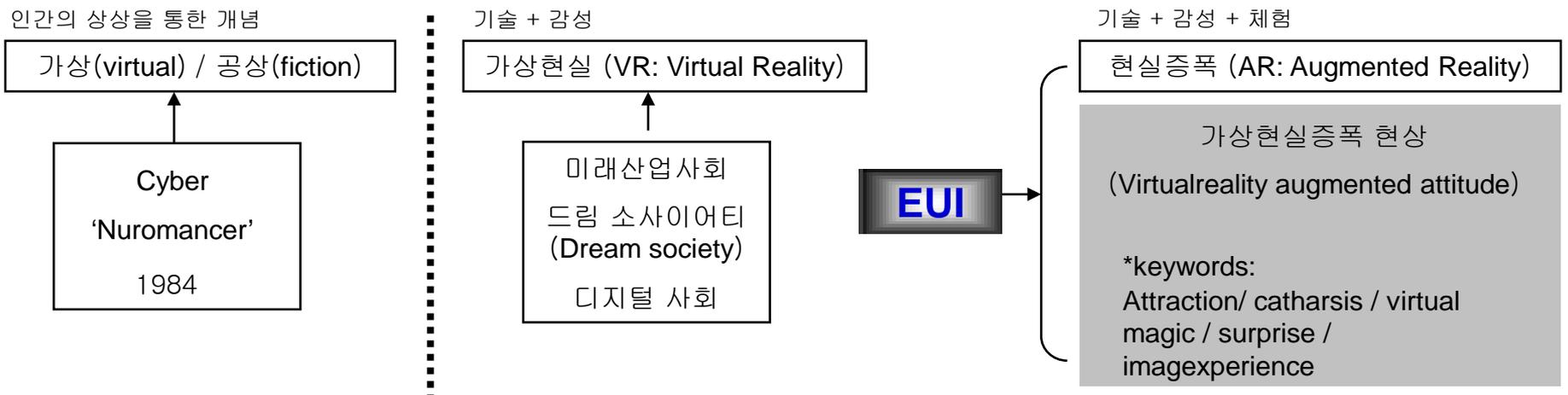
목차>

- 계보 'From Cyber Attitude to EUI'
- 배경
- 트라이슈머 (trysumer)
- 정체성
- 라이프스타일
- 트렌드 메트로폴리스: 'Techno-fiction'
- *EUI 트렌드 키워드 디렉토리 (trend keyword directory)

EUI (Emotional User Interaction)

1. 계보 'From Cyber Attitude to EUI'

사이버(Cyber)라는 단어는 캐나다 출생 공상과학소설가 윌리엄 포드 깁슨(William Ford Gibson)이 그의 저서 '뉴로맨서'(Neuromancer)에서 처음 사용한 단어로 '가상'(virtual)과 '공상'(fiction)이라는 두 가지 차원을 동일시한 상상속 섬 이름이다. 오늘날 '가상'과 '공상'의 개념은 디자인분야에서 개발하고자 하는 미래산업사회문화의 가장 중요한 중추역할을 하고 있으며 이를 통한 새로운 미래산업사회를 위한 다양한 콘텐츠 개발이 실질적인 틈새시장(niche market)을 성장시키고 있다. 즉, 21세기가 말하는 사이버(Cyber)는 컴퓨터 네트워크를 사용한 네트워크 망을 포괄해 부르며 사이버로 연결되는 공간을 사이버 스페이스(Cyber Space) 또는 사이버 월드(Cyber World)라 부르는 정보화 사회를 상징하고 있다. 사이버가 전달하는 키워드의 출발을 '가상'과 '공상'이라고 정의할 때, 이들의 인스피레이션 (inspiration) 단계는 분명 인간이 상상할 수 있는 미래의 것들이며 이러한 미래적인 것들을 실현하고자 하는 꿈의 실현단계는 기술개발을 통해 실현되고 구현된다. 최근 가상현실(Virtual Reality)에서 출발하는 시각적 그래픽 요소들이 패키지 (package) 아이콘이나 윈도우 디스플레이, 인터페이스 그래픽 (interface graphic) 등과 같은 미래산업사회 콘텐츠로 확장되는 경향이 해외는 물론, 국내에도 실질적인 마켓 플레이스(marketplace)로 나타나는데 이러한 산업과 제품, 기술, 시장을 유도하는 라이프와 소비자 동향, 사회문화시점이 점차 확대되고 있다.



liam & patsy
recreation club presenting
noel gallagher 40yo party
Anonymous - 20/05/2007

tiistai 29 toukokuu 2007

CityWall

Citywall project

<http://citywall.org>



Nabaztag

antoon de man - november 18
can't foresting

Michel Gondry / HP ad

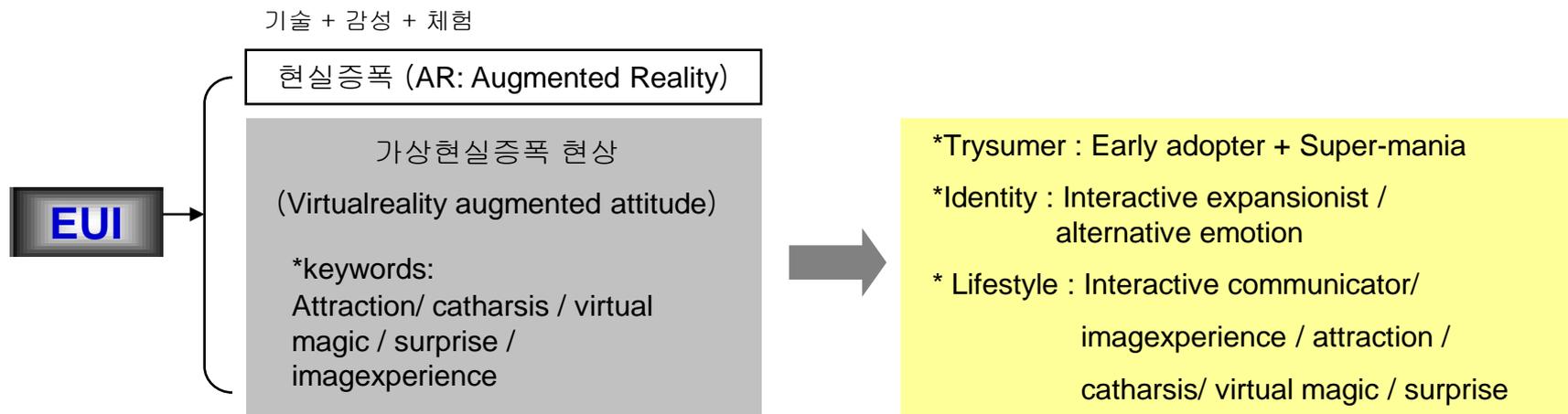
Philips/ Ecomagination ad

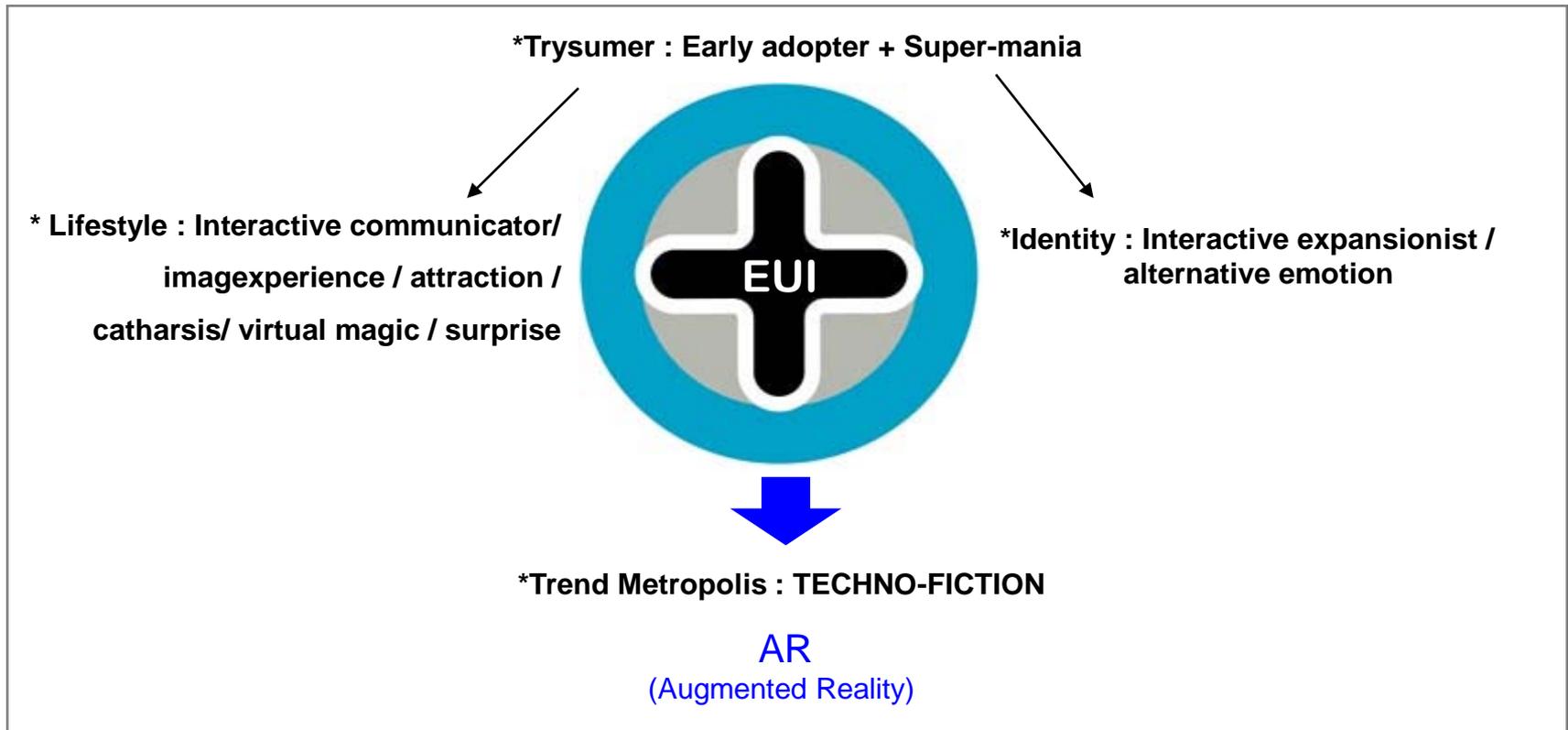


2. 배경:

결국, 사이버(cyber)이후 가상현실(VR: Virtual Reality)의 주목은 시공간을 초월한 가상현실을 좀더 증폭시키는 Virtual Reality Expansion 키워드로 정의되며 이는 ‘추상적 사고’(抽象的思考: Vernunftkenntnis)를 통하여 얻어지는 개념적·논리적 인식을 바탕으로 한 ‘인간의 이성적 인지’와 감각·지각·표상(表象)이라는 3가지 형태로 구별되는 복합적 감각을 바탕으로 한 ‘사회의 감성적 인지’를 다룬다는 것이 특징이다. 미래 예측 트렌드 시점에 있어 Expansion은 인간의 상상력을 토대로 인간이 상상할 수 있는 미래 즉, ‘퓨처 오브 휴먼 스케일’(future of humanscale)을 중심으로 전개되는 퓨처리즘(futurism)을 정의한다. 오늘날 미래란, 바로 오늘의 진행형이며 또한 내일을 준비하는 예측적이고 꿈과 같은 비현실성이 부합되는 애티튜드 (attitude) ‘가상현실증폭’(Virtual Reality Augmented)이라고 정의할 수 있다. 이와 같은 가상현실증폭이 지속적으로 제시되는 미래정보화사회를 드림 소사이어티(dream society) 즉, 디지털 사회라고 정의하는 코펜하겐 미래학 연구소의 로프 예센(Rolf Jensen)박사는 바로 정보화 사회 다음단계를 정의하는 것으로 소비자들의 구매동기와 그들의 구매행위 자체의 변화를 밝힌다. 예센 박사에 의하면, 디지털 사회 즉, 드림 소사이어티 소비자들은 더 이상 상품 자체를 구입하는 것이 아닌 상품의 비하인드 스토리 (behind story)를 구입하는 것이라고 정의하며 이들 소비자들의 가치소비기준은 이성이 아닌 감성(emotion)에 호소한다는 메시지를 다룬다. (위 도표참고)

롤프 옌센 박사가 정의하는 미래정보화사회 ‘드림 소사이어티’는 감성시장포지션이 중요하게 다루어지는데 위의 도표에서처럼 총 8가지 감성을 만족시키는 드림 컴퍼니 (dream company)가 요구된다: 사랑, 제어, 자유, 명답, 전통, 변화/대립, 관리/배려, 인식/인지. 드림 소사이어티의 정의 중 또 하나는 창의적인 기술과 금융자본의 만남을 들 수 있다. 바로 미국의 실리콘 벨리 (Silicon Valley)형태의 정보화 사회이다. 대표적인 예로 마이크로소프트사 (Microsoft)와 구글 (Google)을 들 수 있다. 이들은 고도의 기술과 보급, 전송 등과 같은 벤처기업의 신화를 담은 IT산업에 기반을 둔다. 이들의 고객은 21세기를 대변하는 모든 수식어가 붙어 다니는 얼리 어답터(early adopter)들이며 또 어딘가에서 새롭게 업그레이드 되는 테크놀로지만을 추종하고 이를 테스트 하며 개인적 경험을 서로 공유하는 소수 그룹 ‘슈퍼-마니아’(super-mania)들일 것이다. 이들은 인터랙티브(interactive: 쌍방향식, 대화식) 소비자 즉, 사용자의 편익성에 기반을 둔 UI (User Interactive)의 성격을 내포한다. UI는 사용자에게 컴퓨터를 편리하게 사용할 수 있는환경을 제공하는 설계 내용에서 최근엔 사용자의 창조성을 한층 더 높이는 도구로 변모, 다중접속을 통한 다중시점과 해석이 가능하며 능동적이며 체험과 경험을 토대로 시스템 전체의 성능을 향상시키는 중요 콘텐츠로 활용되고 있다. 결국, 본 테마 예측 트렌드 시점에서 다루고자 하는 새로운 개념 ‘EUI’ (Emotional User Interaction)는 컴퓨터 네트워크를 활용한 인터페이스의 ‘가상현실증폭’(Virtual Reality Augmented) 현상을 사회학적 기술 진보로 포커스하며 이와 관련하여 사용자의 새로운 감성확장(emotional expansion)을 제시하고 몇 가지 관련 기술혁신을 통해 확산되고 있는 산업 분야의 틈새시장(niche market)을 소개하고자 한다.





3. 트라이슈머 (Trysumer):

대량생산산업사회를 배경으로 더 이상의 양적 서비스 보다 퀄리티 (quality)와 맞춤형 제품을 요구했던 컨슈머리즘 (consumerism) 이후 소비자가 직접 제작과 생산에 참여하는 프로슈머 (prosumer)를 지나, 신제품에 극진한 호기심을 갖고 자신이 직접 체한 후기를 공유하는 트라이슈머 (trysumer)시대가 도래되었다. 트라이슈머는 새로운 제품이나 사회적 이슈, 문화 콘텐츠에 빠른 흡수력을 보이는 얼리 어답터(early adopter)들과 마니아 이상의 특정 성격을 내포하는 오타쿠(otaku)와 히키코모리(hikikomori)의 또 다른 변종인 슈퍼-마니아(super-mania)가 바로 미래소비가치 퍼스널 EUI 애티튜드를 정의한다.

4. 정체성(identity): Interactive expansionist / alternative emotion

트라이슈머의 성격을 갖는 EUI의 정체성은 쌍방향 즉, 대화형 미디어(개체/인터넷)를 통해 그들의 정체성을 확장하는 'Interactive expansionist' 와 대체 기술의 감성화 단계 'alternative emotion' 로 정의된다. 즉, 사회적인 기준에 전위를 두지 않는 새로운 것들만을 동경하는 특징을 나타내며 주로 테크놀로지분야의 혁신기술 및 진보를 통해 새로운 감성을 표현하는 이 그들의 또 다른 중추적 정체성을 어필한다. 가상현실을 통해 재미있고 흥미로운 매력적인 요소를 추구하던 동향은 이제 반순응주의(anti-conformist) 애티튜드를 통해 자신들의 독특한 감성을 창출해나가며 이를 공유하는 두터운 마니아 층을 형성하며 확장된다. 기존에 개인 블로그를 통해 소극적으로 움직였던 부분들이 기술발전에 힘입어 시장을 형성하는 미래소비 가치 기준이 제시된다.

5. 라이프 스타일 (lifestyle): Interactive communicator/ imagexperience / attraction / catharsis/ virtual magic / surprise

EUI의 라이프 스타일은 가상현실 속 커뮤니케이션을 통해 구성되는 다양한 콘텐츠 생성 'interactive communicator'에 입각한다. 인터랙티브 미디어를 통해 수집되는 복합 다양한 이미지 및 비주얼 임팩트에 상당한 관심을 갖고, 이를 통해 서로의 가상현실적 경험을 구축, 상상하고 생각하는 모든 'imagexperience' 프로토타입 (prototype) 개발에 심취된다. 특히, 재미있고 매력적인 것에 모든 관심과 호기심을 극대화시키며 이를 통해 'attraction' 소비가치기준을 판단하는 특징이 있다. 다분히 헤도니즘(hedonism: 즐거움을 중심으로 소비가치판단을 움직이는) 적인 성향이 다분하며 이들은 이러한 심리적 감성을 통해 일시적으로 기분을 상쾌하게 해주는 'catharsis' 카타르시스적인 인터랙티브 소스를 요구한다. 가상 스크린을 통해 공간개념을 구축하고 이를 통해 마술과 같은 인터랙티브 판타지(fantasy) 요소를 콘텐츠화 하는 'virtual magic'능력을 갖는다. 이들에게 중요한 공유감성은 무엇보다 일시적이고 즉흥적인 '놀라움' (surprise) 에서 출발한다.

6. 트렌드 메트로폴리스(Trend Metropolis) : TECHNO-FICTION

산업, 문화, 예술 따위의 중심에 포지션 되는 EUI의 트렌드 메트로폴리스는 바로 ‘픽션’(Fiction)과 ‘테크놀로지’(Technology)에 입각한 새로운 환경 ‘테크노-픽션’(techno-fiction)을 제시한다. 감성 유저 인터랙티브(EUI)는 말그대로 web 2.0 세대가 체험을 통해 컴퓨터를 편리하게 사용할 수 있는 환경을 스스로 창출하고 다중접속을 통한 다중시점과 미래적 해석을 통해 능동적이며 체험과 경험을 토대로 시스템 전체의 성능을 향상시키는 중요 콘텐츠로 인식되는 시점을 미래산업사회 드림 소사이어티의 시장환경으로 다룬다. 이러한 기술의 진보가 만들어가는 기술진보에 의한 환경과 그에 따른 개개인의 감성은 사회적 이슈와 문화예술의 밑거름이 되어 또 다른 미디어 아트의 장르를 표명하게 된다.

본 미니프로젝트에서 다루고자 하는 미래산업사회 콘텐츠 ‘EUI’는 본사업이 구축한 4가지 트렌드 툴 ‘CUBE®’의 픽션‘Fiction’과 테크놀로지 ‘Technology’에 해당하는 계보를 갖는다. 즉, 사람의 손기술에서 출발을 두는 테크놀로지(Technology)큐브 테마는 실제제품 및 시모델을 통한 가까운 미래의 기술산업과 라이팅(light) 기술 진보, 라이프 스타일의 변화 관련 ‘예측 트렌드 (trend forecasting)을 제시하는데 목적을 둔다. 픽티오(Ficito®) 큐브 테마는 미래혁신 기술과 인간의 창의적인 상상력이 절충된 공상과학과 같은 미래산업문화에 예측시점을 둔다. 사람의 손기술에서 출발하는 제조분야의 기술진보 미래산업사회 방향성과 그에 관련된 카오스(chaos)와 같은 틈새시장 출현을 미리 예측하고 인간이 상상하는 미래는 좀더 휴먼적이고 감성적일 수 밖에 없는 공상과학과 같은 스토리텔링(storytelling)을 다룬다는 시점을 어필한다.

Future + ing 즉, 현재진행형 미래가 꿈꾸는 가까운 미래는 매일매일을 상징하는 ‘에브리데이 어트랙션’(everyday attraction: 일상 속 요구되는 즉흥적이고 순간적인 흥미성과 매력적 요소)을 중심으로 그 범위를 확장한다. 최근 기업내부 세미나와 트렌드 업체들의 메가 트렌드 콘텐츠 구성은 테크놀로지와 인터랙티브 요소 없이는 거시적 관점의 산업사회문화를 해석하기 힘들며, 소비양태를 설명할 수 없다. 또한, 세대와 세대간의 차별성과 개별성의 진보를 부정적인 시각으로 문제화 하기 보다는 각 세대만의 차별성과 독창성, 그들의 문화와 삶의 배경, 또래 문화를 이해하고 이를 분석하는데 좀더 많은 시간을 투여하는 ‘trans-generation’ 관점이 좀더 구체적으로 제시되고 있다. ‘우리가 내일을 준비하는 것은 바로 미래를 설계하는 것이며, 미래를 설계한다는 것은 다시 말해 내일을 위한 오늘을 설계한다는 것이다.’

EUI (Emotional User Interactive)

- 감성유저 인터랙티브
- web 2.0 + emotion / Techno-fiction
- 다중접속/ 다중시점/ 능동적 미래해석
- 체험과 경험 중시
- 드림 소사이어티 콘텐츠 생산



사람의 손기술에서 출발을 두는 테크놀로지(Technology) 큐브테마는 실제제품 및 시모델을 통한 가까운 미래의 기술산업과 라이팅 기술 진보, 라이프 스타일의 변화 관련 '예측트렌드(trend forecasting)을 제시하는데 목적을 둔다



미래혁신 기술과 인간의 창의적인 상상력이 절충된 공상과학과 같은 미래산업문화에 예측시점을 제시하는데 목적을 둔다.

*EUI 테마 트렌드 키워드 디렉토리 (EUI trend keyword directory)

1. 가상현실확장 (Virtual Reality Expansion):

사이버(cyber)이후 가상현실(VR: Virtual Reality)의 주목은 시공간을 초월한 가상현실을 좀더 증폭시키는 현상 키워드로 정의되며 이는 ‘추상적 사고’(抽象的思考: Vernunftkenntnis)를 통하여 얻어지는 개념적·논리적 인식을 바탕으로 한 ‘인간의 이성적 인지’와 감각·지각·표상(表象)이라는 3가지 형태로 구별되는 복합적 감각을 바탕으로 한 ‘사회의 감성적 인지’를 다룬다는 것.

2. 가상현실증폭 (Virtual Reality Augmented):

오늘날 미래란, 바로 오늘의 진행형이며 또한 내일을 준비하는 예측적이고 꿈과 같은 초 현실성이 부합되는 애티튜드.

3. 슈퍼 마니아 (Super-mania):

21세기를 대변하는 모든 수식어가 붙어 다니는 얼리 어답터(early adopter)들이며 또 어딘가에서 새롭게 업그레이드 되는 테크놀로지만을 추종하고 이를 테스트하며 개인적 경험을 서로 공유하는 소수 그룹.

4. 감성확장 (Emotional expansion)

인터랙티브(interactive: 쌍방향식, 대화식) 소비자 즉, 사용자의 편익성에 기반을 둔 UI (User Interactive)의 성격을 내포한다. UI는 사용자에게 컴퓨터를 편리하게 사용할 수 있는 환경을 제공하는 설계 내용에서 최근엔 사용자의 창조성을 한층 더 높이는 도구로 변모, 다중접속을 통한 다중시점과 해석이 가능하며 능동적이며 체험과 경험을 토대로 시스템 전체의 성능을 향상 시키는 중요 콘텐츠로 활용되고 있다. 컴퓨터 네트워크를 활용한 인터페이스의 ‘가상현실증폭’(Virtual Reality Augmented) 현상을 사회학적 기술 진보로 포커스하며 이와 관련하여 사용자의 새로운 감성이 산업 분야의 틈새시장(niche market)을 구축하는 현상.

5. 트라이슈머 (Trysumer)

신제품에 극진한 호기심을 갖고 자신이 직접 체험 후기를 공유하는 소비자 유형.

6. Imagexperience

인터랙티브 미디어를 통해 수집되는 복합 다양한 이미지 및 비주얼 임팩트 에 상당한 관심을 갖고, 이를 통해 서로의 가상현실적 경험을 구축, 상상하고 생각하는 창의성에 입각한 프로토타입 개발에 심취된다.(image + experience)

7. CUI (Catharsis User Interactive)

심리적 감성을 통해 일시적으로 기분을 상쾌하게 해주는 카타르시스적 감성을 가진 테크놀로지에 반응하는 현상

8. Virtual magic

가상 스크린을 통해 공간개념을 구축하고 이를 통해 마술과 같은 인터랙티브 판타지 요소를 콘텐츠화 하는 현상

9. EUI Surprise

EUI 애티튜드를 보이는 미래소비가치의 중요한 공유감성은 무엇보다 일시적이고 즉흥적인 ‘놀라움’(surprise) 에서 출발.

10. Techno-fiction

산업. 문화.예술의 요충지 역할을 하는 트렌드 메트로폴리스 필터링 단계에서 보여지는 현상으로 픽션(fiction)과 테크놀로지(technology)에 입각한 모든 요소를 말한다. 체험을 통해 컴퓨터를 편리하게 사용할 수 있는 환경을 스스로 창출하고 다중접속을 통한 다중시점과 미래적 해석을 통해 능동적이며 체험과 경험을 토대로 시스템 전체의 성능을 향상시키는 중요 콘텐츠로 인식되는 시점을 미래산업사회 드림 소사이어티의 시장환경으로 다룬다. 이러한 기술의 진보가 만들어가는 기술진보에 의한 환경과 그에 따른 개개인의 감성은 사회적 이슈와 문화예술의 밑거름이 되어 또 다른 미디어 아트의 장르를 표명하게 된다.

11. Everyday attraction

가까운 미래는 기술발전에 의해 일상 속 요구되는 즉흥적이고 순간적인 흥미성과 매력적 요소가 요구되는 현상.

12. trans-generation

테크놀로지에 의해 구분되는 각 세대간의 차별성과 독창성, 그들의 또래문화와 삶의 배경을 통해 새롭게 분출되는 현상.