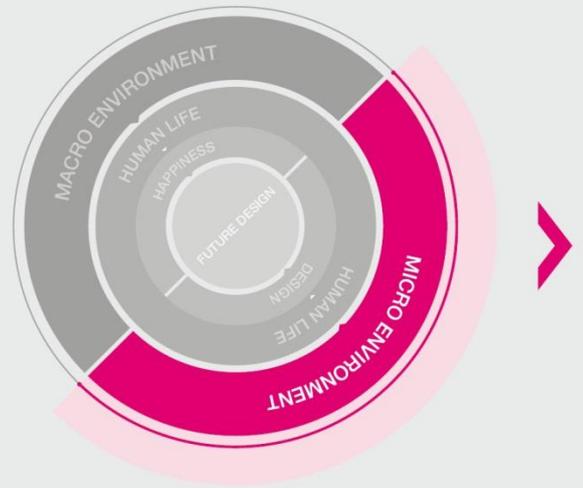

02

트렌드 작게 보기

REPORT 2 BEYOND, 가족 공감의 진화



02

트렌드 작게 보기

‘Part2. 트렌드 작게 보기’의 보고서들은 크게 미디어, 브랜드&마케팅, 문화공간, 예술의 4가지의 미시환경 카테고리들에 대한 리서치 내용들을 종합하여 새로운 변화를 포착하게 됩니다.

최신 미디어 콘텐츠들의 특징, 이슈 브랜드와 새로운 마케팅 활동들, 사람들이 먹고, 놀고, 소비하는 문화공간들의 최신 풍경들, 주목 받는 예술과 아티스트 등 인간생활과 밀착되어 빠르게 변화하는 작은 환경들의 변화를 포착하는 것을 통해, 인간생활과 생활 속 디자인에 대한 인사이트를 발견하게 됩니다.

미시환경으로 살펴보는 MICRO TREND



02

트렌드 작게 보기

TV
Movies
Book & Magazines
Advertising
UCC, APP

REPORT 2

미디어 콘텐츠

브랜드 & 마케팅

문화공간

예술

> BEYOND, 가족 공감의 진화

- BEYOND the Time, 시간을 초월한 공감
- BEYOND the Space, 공간을 초월한 공감
- BEYOND the Species, 종(種)을 초월한 공감

BEYOND, 가족 공감의 진화

BEYOND the Time 시간을 초월한 공감

BEYOND the Space 공간을 초월한 공감

BEYOND the Species 종(種)을 초월한 공감



오늘날 가족이라는 단어는 우리에게 어떤 의미일까? 삶의 방식이 개인 별로 다양해지고 갈 수록 더 많은 세대들이 가족이라는 테두리 안에 공존하게 될 수록 가족과의 관계와 소통은 생활의 주요 이슈가 될 것이다. 기술은 빠르게 변화하고 우리는 몇 년만 지나도 시대에 뒤떨어지는 듯한 느낌을 받는데, 우리의 부모, 조부모들은 어떤 느낌으로 이 시대를 살아가고 있을까?

또한 이제 사람과 사람만의 관계로 이루어진 가족의 형태를 떠나서 동물, 로봇 등 다양한 존재들과 같이 살아가야 한다.

가족의 정의가 달라지고 있는 지금 우리 주변은 가족의 공감을 위해 다양한 시도와 활동들이 이루어지고 있다. 시간, 공간, 종의 다름을 초월하는 가족 공감의 진화 현상들을 살펴해보도록 하자.

Beyond The Time 시간을 초월한 공감

지난 2월초 방영되었던 KBS 예능프로그램 1박 2일의 서울 시간여행 편은 많은 사람들에게 깊은 여운을 남겼다. 멤버들은 서울 곳곳을 다니며 여러 가지 미션을 수행하였으며 그 중 자신이 사진을 찍은 장소가 부모님의 젊은 시절 추억이 깃든 자리인 것을 알게 된다. 이에 출연진들은 무심코 수행한 시간 여행 속에서 내 부모의 과거를 같이 경험하게 되면서 감동에 눈물을 글썽였다. 거의 모든 멤버들이 내 부모의 젊은 시절의 모습에 놀라워했고, 서울이라는 공간 곳곳에 깃든 아버지와의 추억을 되새기며 서울을 재정의 하게 된다. 대한민국의 수도이며 트렌드를 리드하는 곳, 삭막하고 빠른 변화의 도시만이 아닌, 젊은 시절 내 부모가 때론 치열하고 때론 따뜻하게 삶을 살아왔던 공간이며 내 가족의 추억 속 일상과 현재의 나의 일상이 공존하고 있는 공감의 도시로서 말이다.

얼마 전 국내에서 흥행에 성공한 영화 '수상한 그녀'는 욱쟁이 칠순 할머니(나문희 분)가 우연한 계기로 수상한 사진관에서 사진을 찍은 후 스무 살 처녀(심은경 분)으로 돌아간다는 내용의 휴먼 코미디였다. 욱쟁이 칠순 할매가 난생 처음 누리는 빛나는 전성기를 통해 웃음과 감동을 선사하는 내용으로 시간여행을 통하여 청춘과 추억 그리고 가족애와 모성애를 자극한다. 특히 이 영화는 10대부터 70대까지 전 세대 관객이 같이 관람하면서 갈등이 골이 깊어지고 해제된 가족들이 과거 세대의 무엇을 이해하고 존중해줘야 하는지를 생각해 보게 한 것이 큰 공감을 일으켰다.



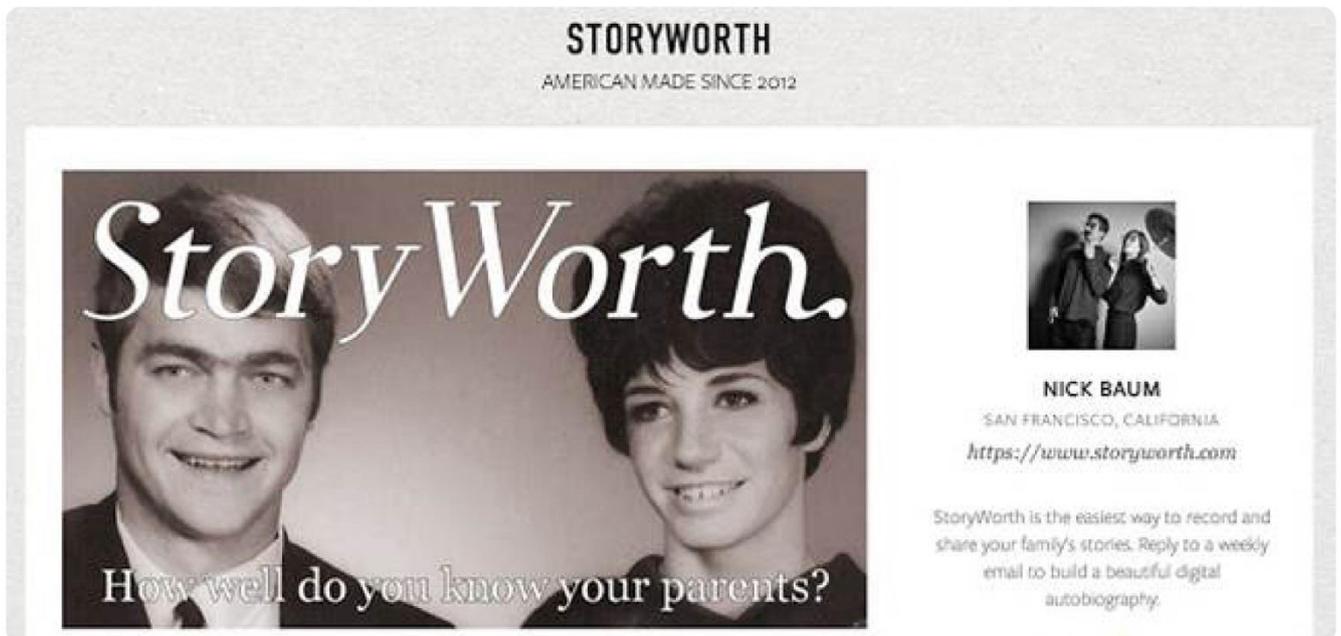
영화 수상한 그녀(2014)

KBS 예능 1박2일 시간여행 편

Beyond The Time 시간을 초월한 공감

SNS에 담긴 개인의 이미지와 텍스트를 모아 타임라인에 따라 개인의 생애를 파악할 수 있게 해주는 서비스들이 다양하게 실행되었다. 이러한 사례를 가족사에 적용한다면 어떨까?

실제로 디지털 경험을 통해 가족의 히스토리를 기록하고 공유할 수 있도록 하는 방법들이 제안되고 있다. 가족사를 저장하여 다음 세대와 유대관계를 맺게 해줄 수 있는 인터넷 플랫폼인 Storyworth는 다양한 질문을 통하여 가족들의 삶이 기록이 되는 온라인 스토리 북이다. Storyworth는 가족들에게 그들에 관해 한번 더 생각할 수 있는 시간을 가지게 해주며 가족 구성원들의 추억과 역사를 공유하여 가족간의 유대관계를 깊게 해주는 디지털 방식의 새로운 가족 앨범이다.



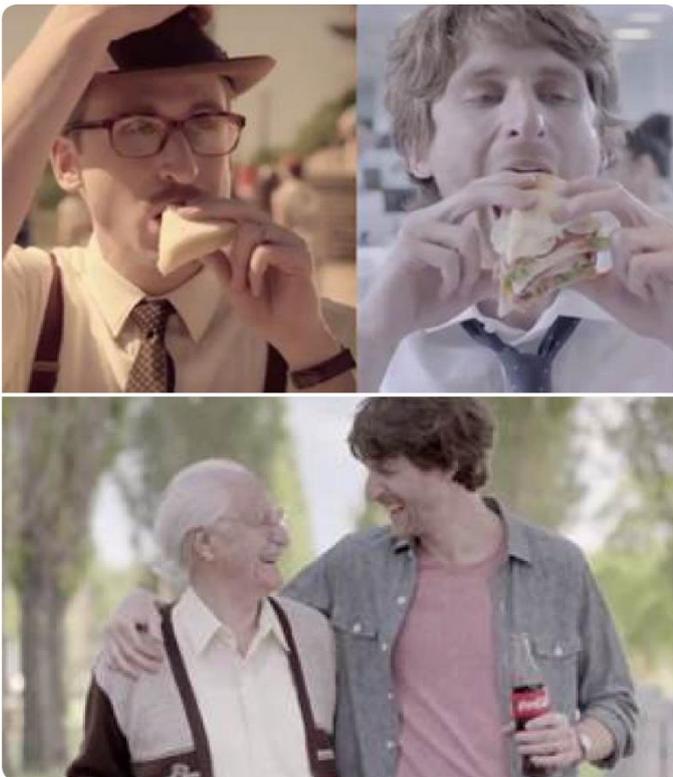
온라인스토리 북 Storyworth

Beyond The Time 시간을 초월한 공감

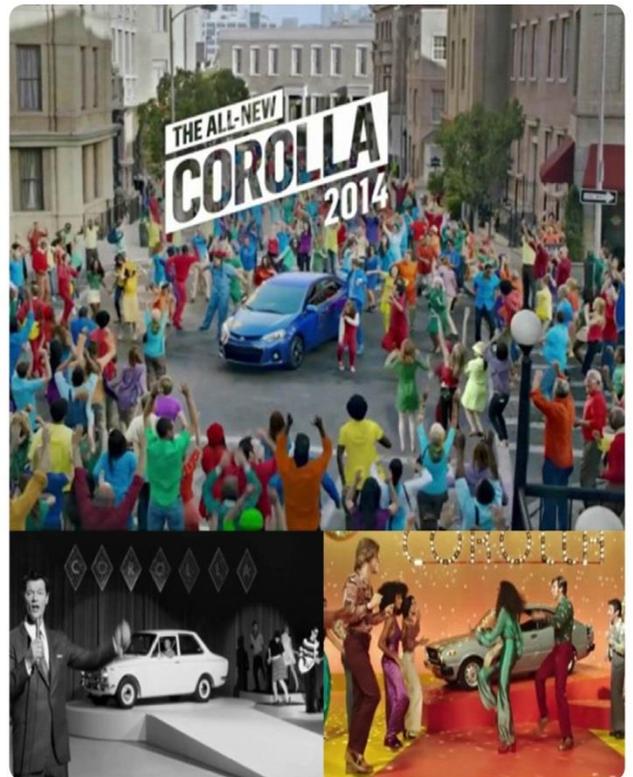
브랜드의 역사가 오래될 수록 세대에 걸쳐 브랜드를 경험하게 된다. 이러한 장수 브랜드들은 서로 거리감이 큰 양극의 세대들을 제품을 매개체로 이어주며 브랜드 경험을 가족의 공감으로 이끌어 낼 수가 있다.

코카콜라 아르헨티나에서 제작한 광고로 'Living a Healthy Lifestyle'은 1950년대 속 젊었던 할아버지의 일상과 현재 손자의 일상을 교차시켜 보여준다. 과거 할아버지 시절에는 음식을 먹으며 활발하게 활동하는 여유 있는 삶을 보이고 있지만 손자의 일상은 여유가 없는 바쁜 일상으로 음식을 섭취하는 모습은 건강한 라이프스타일로 보여지지 않는다. 코카콜라는 손자와 할아버지가 살았던 시공간을 교차하며 함께 보여줌으로써 현대인들에게 공통적으로 잊지 말아야 할 점으로 유쾌하고 활기찬 생활을 즐기는 것이라는 것을 보여준다.

젊은 세대와 베이비부머 세대를 모두 겨냥한 최신형 2014년 Toyota Corolla 광고는 1960년대부터 현재까지의 팝컬처의 변천사의 흐름을 따라 고객들에게 호응이 좋았던 코롤라 자동차의 히스토리를 뮤직비디오 컨셉으로 변환시켜 보여주었다. 이는 현재의 디자인과 업그레이드된 최신 도요타 콜로라 모델을 젊은층에게는 스타일리시하게 어필하고 올드세대들에게는 과거 콜로라의 모델을 선보이며 공감대를 형성 할 수 있게 하였다.



광고 Coca-Cola_Argentina Living a Healthy Lifestyle



광고 Coca-Cola_Argentina Living a Healthy Lifestyle

Beyond The Space 공간을 초월한 공감

MBC 관찰 예능 프로그램인 '나혼자 산다'는 혼자 남(혼자 사는 남자)들의 다양한 모습들을 보여준다. 그 중 한 멤버인 이성재는 가족이 있으나 자녀 교육으로 인해 기러기 아빠가 되어 일시적인 싱글 생활을 하고 있다. 글로벌 환경에서 맞춰 삶을 살다 보면 새로운 환경에 도전하기 위해 동지를 떠나는 경우가 종종 있다. 이로 인해 현대의 가족들은 일시적으로 서로 떨어져 지내야 하는 시기들을 자주 경험하게 된다. 최근 조기유학이 증가하면서 자녀의 성장기에 가족이 흩어져서 생활하는 케이스가 많아졌다. 그리고 불행하게도 이러한 가족들 중 나중에 다시 모였을 때 서먹함을 잘 이겨내지 못하고 이혼 가정이 되는 경우가 많다고 한다.

이들이 떨어져 있는 기간에 공간의 거리를 조금이라도 좁게 느낄 수 있게 하는 교감의 방법은 없을까? 디지털 시대에 우리는 시공간을 넘어서는 다양한 경험들을 하고 있다. 이 기술을 활용하여 현실적으로 가족들이 부딪치고 있는 문제를 해결하기 위한 노력이 필요한 시점이다.



SBS 힐링캠프 기러기아빠 이성재편

가족의 변화와 희생

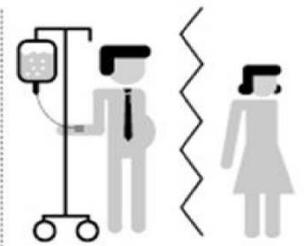
2008년
2만 7349명

1998년
1562명



초·중·고
조기 유학생 증가

(교육과학기술부, 2009)



기러기 아빠
76.8% 영양불량

(기러기 아빠의 건강 관련 삶의 질 예측 모형 구축, 차은정, 2012)

미래에셋 퇴직연금 연구소(2012)

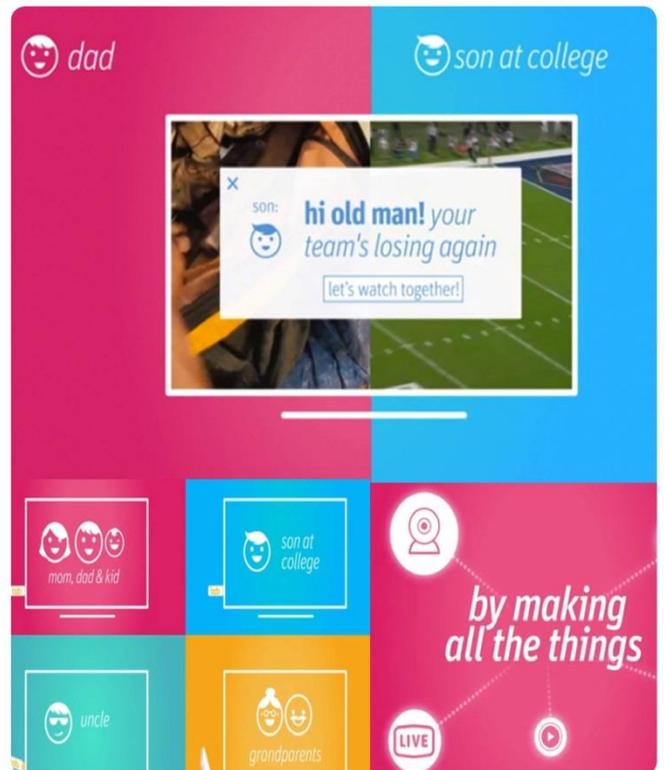
Beyond The Space 공간을 초월한 공감

싱가포르 출신의 사진예술가 John Clang의 Be here Now 사진작품에서는 서로 떨어져 지내는 가족들을 위해 Be here Now 작품 시리즈의 주제로 Being Together 를 시작하였다. 스카이프를 통해 시간과 공간을 넘는 가족사진을 찍어 떨어져 있더라도 같은 공간에서 가족들이 함께 존재하는 것처럼 느끼게 해주고 있다.

가족간 소통의 매개체 역할을 해주는 USB 비오비 스틱은 USB 하나로 안드로이드 TV 스크린을 인터랙티브 대쉬보드로 만들어줄 수 있다. 이를 통하여 같은 공간이 아닌 멀리 있는 가족들과도 홈 네트워크로 연결하여 동일한 영화, 생방송게임 등을 함께 시청할 수 있다. 또한 실시간 화상 채팅이 가능하며 멀리 있어도 옆에 있는 것처럼 지속적인 소통이 가능하다. 이는 멀티미디어 제품을 통하여 가족간에 소홀할 수 있는 관계의 형성에 도움을 주는 제품이다.



Be here Now by John Clang



Usb 비오비스틱(Meet-bob)

Beyond The Species 종(種)을 초월한 공감

가족이란 단순히 같이 사는 사람만을 의미하진 않는다. 특히, 싱글들이 많아지면서 사람이 아니더라도 같이 동거동락하며 일상을 교류하게 되는 존재들이 증가하게 되었다. 가장 먼저 손꼽히는 존재는 반려동물이다. 단순히 애완동물이라는 의미를 넘어서서 함께 생을 보내는 동료이자 가족이라는 의미가 담긴 말이다. 국내는 조금 늦게 시작되고 있지만 해외에서는 반려동물을 대상으로 한 다양한 제품과 서비스들이 개발되고 소비되고 있다. 최근 온스타일에서 방영되고 있는 펫토리얼 리스트는 국내에도 반려동물에 대한 의식이 완전히 변화하는 시점이 되었다는 것을 잘 보여준다. 일명 셀러브리티라는 유명 연예인들이 자신과 닮은 반려견과 함께 집에서 일상을 보내고, 서로 모여서 이벤트를 즐기기도 한다.

반려견에 대한 인식이 변화하면서 디자인에도 변화가 생겼다. 건축 디자이너 켄야 하라(ndc.co.jp/hara/)를 비롯해 수많은 유명 건축가들이 모여 진행한 프로젝트의 이름은 아키텍처 포 독(architecturefordogs.com)이다. 건축 디자인의 주체는 본래 건물 속에서 살아갈 '사람'들이지만 아키텍처 포 독은 주체를 사람의 오랜 친구인 '개'로 바꿨다. 이로 인해 오랫동안 사람의 시야로만 제한됐던 건축의 범위가 새롭게 확장되었다.



On Style 펫토리얼리스트

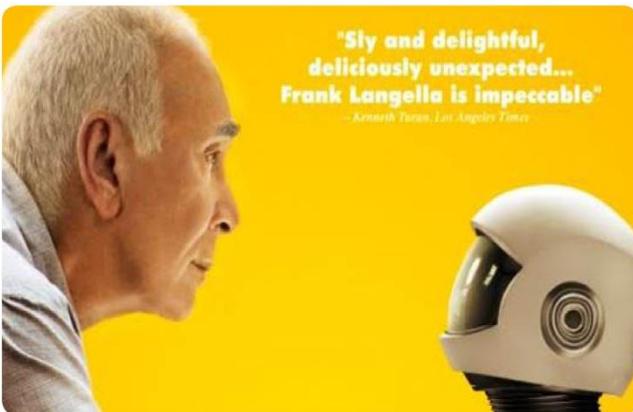


Architecture For Dogs _ Kenya Hara(director)

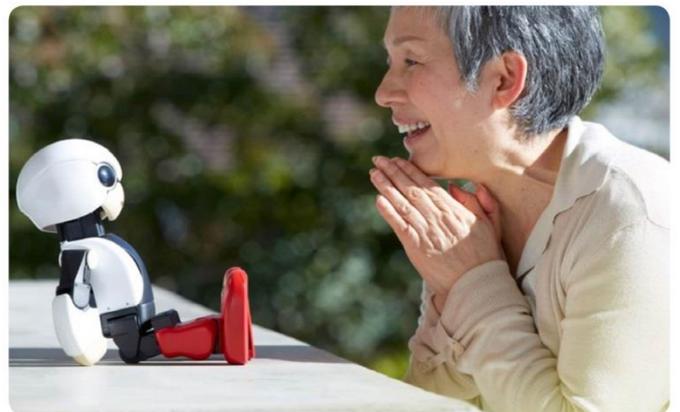
Beyond The Species 종(種)을 초월한 공감

반려동물을 넘어서서 로봇은 미래 인간의 또 다른 가족으로 진화될 가능성을 보여준다. 2012년 선댄스 영화제(Sundance Film Festival)에서 공개된 영화, '로봇 앤 프랭크'는 가까운 미래에 로봇과 사람이 함께 생활하는 모습을 그린다. 전직 보석털이범인 프랭크에게 어느 날 아들이 그를 돌봐줄 집사 로봇(Robot Butler)를 선물한다. 프랭크는 인공지능을 가진 로봇이나 자동 시스템에 익숙하지 않고 이런 것에 거부감을 가지고 있지만 로봇과 함께 보석털이를 계획하며 삶에 활력을 찾기 시작한다. 로봇 앤 프랭크는 기존의 여러 작품과 달리 로봇과 사람이 함께 살아가는 모습을 디스토피아(Dystopia)적 시각에서 바라보지 않는다. 오히려 가까운 미래에 로봇이 사람의 삶을 보조할 때, 로봇과 어울려 살아가는 사람들의 라이프스타일 변화를 그려낸다. 로봇은 거의 사람처럼 응답하고 행동하고, 사람 또한 그런 로봇을 기계나 보조가 아닌 동반자로 여긴다.

일본에서는 작은 휴머노이드 로봇을 우주정거장(ISS)으로 보내는 키보 로봇 프로젝트(kibo-robot.jp)가 추진되었다. 2,400여 대중의 참여로 이름을 결정한 2대의 로봇은 로비(Robi, deagostini.jp/rbimt/)라는 제품의 업그레이드 버전으로, 양쪽 눈의 카메라로 사람의 얼굴을 인식하고 자연어 청취 및 대화를 할 수 있으며 직접 걷거나 한쪽 다리로 서는 것은 물론 무중력 상태에서 스스로 자세를 제어하기도 한다. 2대 중 키로보(Kirobo)는 우주 정거장에서 나가서 승무원들과 교류를 하게 되며, 미라타(Mirata)는 지구에 남아 키로보와 원격 통신을 주고 받는 한편 각종 행사에 참여해 홍보 활동을 할 예정이라고 한다.



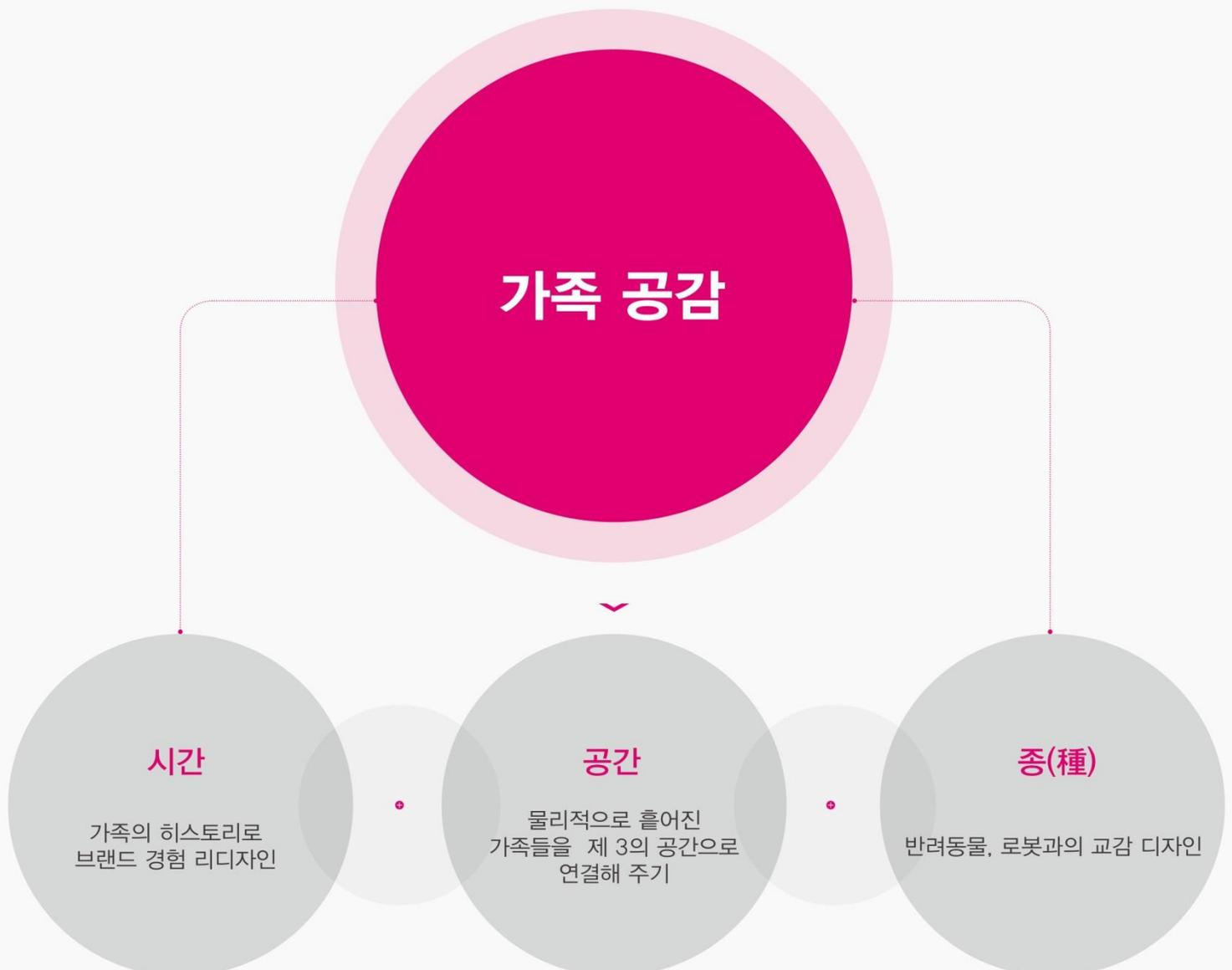
영화 ROBOT & FRANK (2012)



Kibo Robot Project _ Dentsu , Tomotaka Takahashi , Toyota .etc

가족공감의 진화 모습들을 살펴보았다. 단순히 얼굴을 보고, 대화하는 차원이 아닌 시간적, 공간적으로 그리고 종의 다름을 뛰어 넘어 공감을 나누는 것이 진화의 포인트이다.

디지털 기술, 증강현실 기술, 사물 인터넷의 발전으로 가상의 공간에서 과거의 시간을 경험하거나 현재의 공간에서 과거를 경험하는 것이 가능해 지고 있다. 시간을 넘어서서 가족의 히스토리를 만들고 경험하게 해주고, 물리적으로 흩어진 구성원들을 제 3의 공간으로 연결해주고, 반려동물이나 로봇과 같은 종을 뛰어넘는 가족을 재발견하여 충분히 교감할 수 있도록 해주는 디자인이 필요할 것이다.



기획

산업통상자원부
한국디자인진흥원

주관기관

한국디자인진흥원
www.kidp.or.kr
www.designdb.com

총괄책임

손동범 디자인전략연구실장

실무책임

이경순 전략연구팀장
이수강 대리

연구책임

GFG(Global Future Group)
손정민 대표
손효민 대표
이나진 책임연구원
신세라 책임연구원
이다연 선임연구원

문의

한국디자인진흥원 디자인전략연구실
Tel. 031-780-2035
trend@kidp.or.kr

이 보고서는 산업통상자원부에서 시행한
'융합형 디자인 전략예측 동향정보 활용기반 조성사업'의
일환으로
한국디자인진흥원에서 진행한 디자인트렌드
연구보고서입니다.

본 보고서의 내용은 연구진의 주관적인 의견이 개입되어
있으며 활용의 책임은 이용자들에게 있습니다.
본 보고서에 쓰인 이미지는 연구, 분석 목적으로 쓰여 졌으며
출처는 각 보고서 해당페이지에 출처 표기하였습니다.
이 보고서의 내용을 대외적으로 사용하실 때에는
반드시 산업통상자원부 및 한국디자인 진흥원에서 시행한
'융합형 디자인 전략예측 동향정보 활용기반 조성사업'의
연구결과임을 밝혀야 합니다.

그 밖에 저작권관련 별도 협의가 필요하신 사항은
한국디자인진흥원으로 연락 주시기 바랍니다.

Copyright © KIDP 2014 All rights reserved