



ECO+

So,CIAL

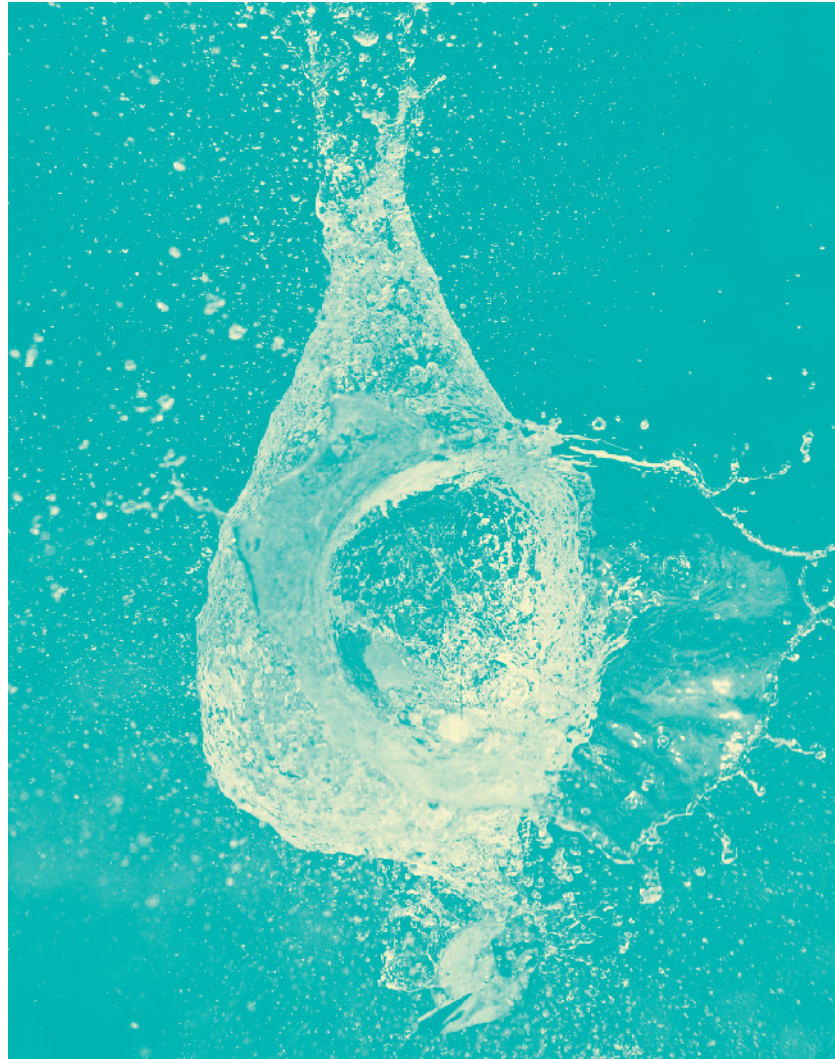
TECHNOFYING

urtrend.net

2011 / Half-yearly Trend Report / Vol. 1

Editorial	4
Theme 1. ECO+	8
Theme 2. So,CIAL	34
Theme 3. Technofying	66
Epilogue	94



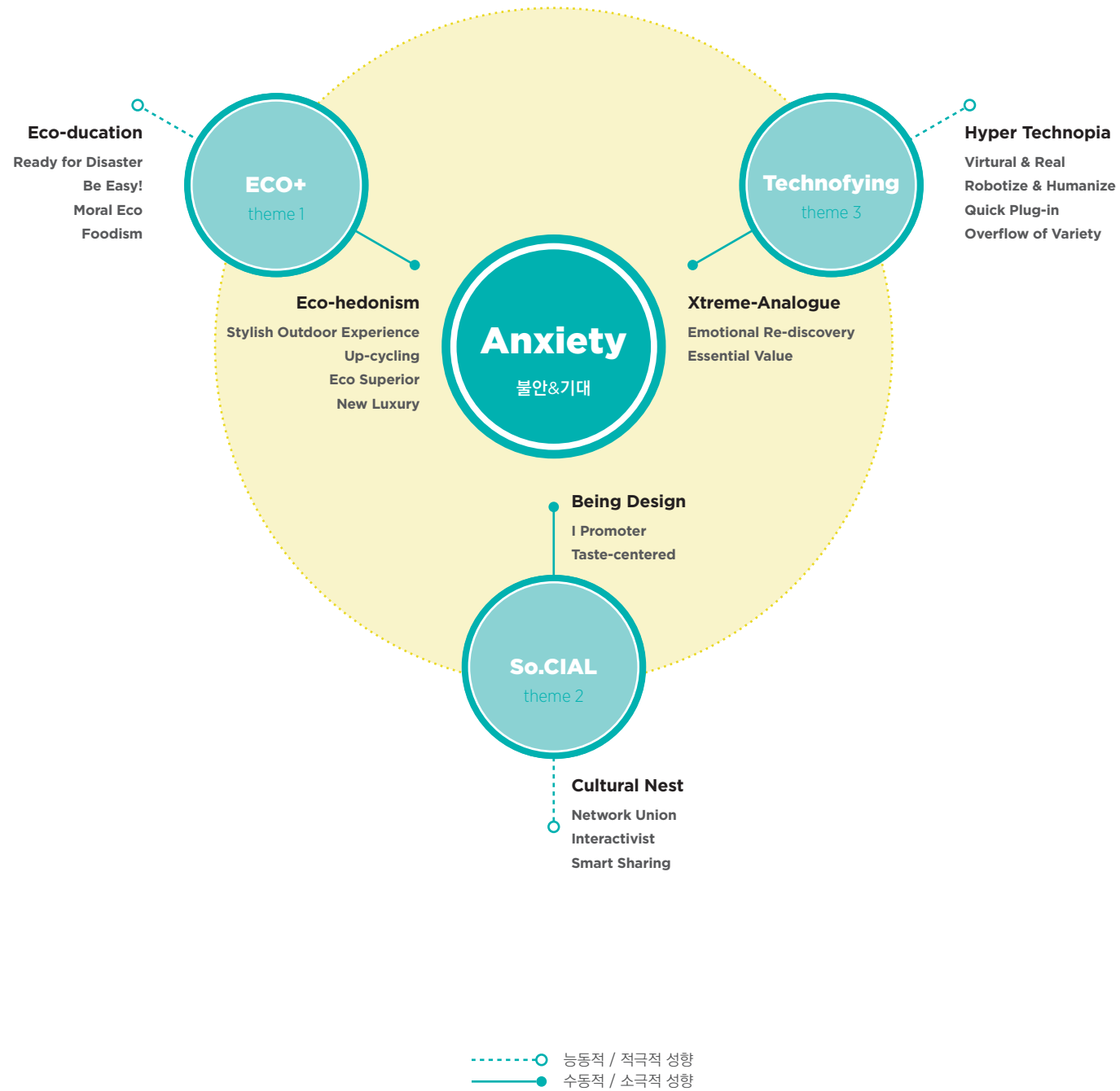


변화와 위기, 그리고 기회

2011년 예측하지 못한 여러가지 변화와 위기로 인해 엄청난 불안감을 피부로 느끼고 있다.

하루가 다르게 진화하는 기술과 예측 불가능한 기후 변화, 이곳 저곳에서 발생하는 대재앙 소식에 움츠려 들지만 혹독한 추위와 흑사병으로 고통스러운 시기를 보내고 난 14세기 후반에 학문과 예술이 가장 아름답게 꽃핀 르네상스가 시작되었듯이, 인간은 가장 고통스럽고 불안한 시대에 가장 창조적이고 정신적인 부흥기를 맞아 왔다. 온갖 위기들이 층층이 겹쳐서 다가오는 시기, 위기는 또 하나의 기회이며, 새롭고 실험적인 유형의 탄생을 자극하는 촉매제 기능을 한다.

기후, 환경, 경제, 사회 등 전 분야에 자리잡은 불안감을 극복하고 한발 더 나아가 보려는 움직임! 위기를 극복해 나아가는 창조적이고 지속가능한 방법들이 나타난다.



불안감과 기대감의 양극단적 감정의 공존

기술과 환경, 그리고 사회 이 세 가지 영역 속에서 나타나고 있는 변화와 위기를 적극적으로 수용하고 해결하려는 미래지향적 능동적인 성향과 과거의 감성을 그리워하고 변화를 거부하는 방어적인 성향이 혼재되어 나타난다.

theme 1 / ECO+

자연의 대재앙 앞에 현명하게 대처하는 방법과 있는 그대로의 자연을 즐기고, 공존하는 지속 가능한 태도가 대두된다.

theme 2 / So,CIAL

시공간을 초월한 새로운 인간관계가 가상공간에서 더욱 확장되고, 이러한 익명성의 집단 활동을 즐기면서도 자신만의 존재감을 찾고자 한다.

theme 3 / Technofying

기술은 하이테크가 제공하지 못하는 휴머니티까지 전달하는 최고의 장치로 진화하고 있지만 진정한 휴머니즘이 주는 감동에 대한 기대 역시 더욱 커지고 있다.

Eco+

theme 1

Eco-ducation*

Ready for Disaster

Be Easy!

Moral Eco

Foodism

Eco-hedonism**

Stylish Outdoor Experience

Eco Superior

Up-cycling

New Luxury

자연의 대재앙 앞에 현명하게 대처하는 방법과
있는 그대로의 자연을 즐기고 공존하는
지속 가능한 태도가 대두된다.



* ECO-DUCATION / 자연 재앙에 대한 두려움을 극복하려는 의지의 발현

** ECO-HEDONISM / 있는 그대로의 자연을 즐기고, 뉴 럭셔리 라이프스타일로 승화하려는 태도

ECO-DUCATION

Keyword / Ready for Disaster, Be Easy!, Moral Eco, Foodism

자연의 대재앙 앞에 현명하게 대처하기 위한 노력.

환경에 대한 윤리적 책임을 가지고, 안전한 먹거리와 환경에 대한 교육을 통해 지속적이고 적극적인 보호가 대두된다.



Design for Disaster

최근 일본이 기상 관측 이래 사상 최악의 대지진과 쓰나미에 휩쓸리면서 'Design for Disaster(재난을 위한 디자인)'이 다시금 주목을 받고 있다. 디자이너 피푸레(Peepoole)의 1인 1회 휴대용 위생 번기 '피푸백(Peepoo bag)', 디자이너 니콜라스 리들(Nicolas Riddle)의 '프리오 페이퍼 캐스트(Prio Paper Cast)', 디자이너 가와사키 가즈오(Kazuo Kawasaki)의 '트리아제 태그(Triage Tag)' 등. 재난의 현장에 침투한 이러한 디자인들이 '사람을 살리는 숨통'이 될 수 있기를 바란다.

Keyword / 재난을 위한 디자인, 인간중심, 디자인의 본질, 희망, 인류문제
Category / Ecology, Art & Design, Housing, People, Society



재난시에도 누군가는 돈을 번다. 재난 마케팅

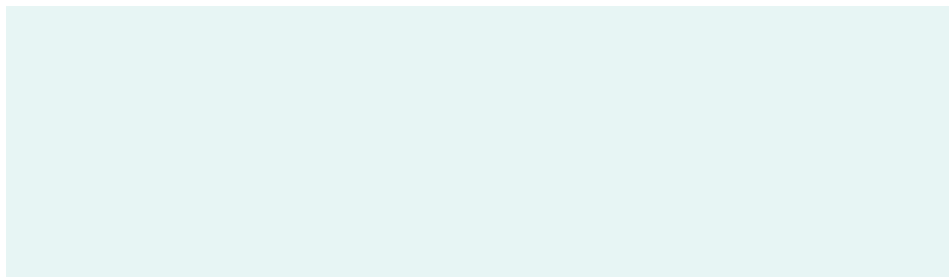
황사와 방사능 콤보에 외출하기 꺼려지는 요즘이다. 이런 상황일수록 사람들은 보호물품을 사서 나르고 유통업체들은 이런 공포심리에 편승하여 팔기에 바쁘다. 판매량이 5배 가량 증가한 방독면, 산업용 방진마스크는 물론, 방사능 면역기능 강화에 도움이 되는 식품, 비상식량에 이르기까지... '전투식량'마저 재난대비 용품으로 큰 인기를 얻고 있다. 신종플루가 성행했을 당시, 온갖 종류의 살균용품이 성행했던 것처럼 조만간 전철역, 식당 등 각종 공공장소에서 '비상용 방사능 차단 마스크', '방사능차단로션'이라던가 '방사능 해독 음료' 등이 비치된 모습을 보게 되지 않을까 싶다.

Keyword / 재난마케팅, 내 몸 내가 지키기, 마스크 쓰는 봄
Category / Ecology, Dietary, Health, People, Society

착한 패션, 패션업계의 친환경 열풍

잦은 이상기후 현상은 환경 문제에 대한 관심과 사회적 인식의 변화를 야기하고, 이는 현명한 소비를 하려는 움직임으로 이어져 친환경 제품들에 대한 수요가 늘고 있다. 이런 흐름을 반영하듯 패션 업계에서도 친환경 제품들이 줄이어 출시되고 있다. 오가닉 코튼, 케나프, 린넨, 한지 섬유 등으로 옷을 만들고, 감, 진흙, 먹물 등 자연에서 얻은 소재로 염색을 하는 브랜드. 친환경 소재를 사용해 섬유 표면에 항균 기능을 더한다거나, 버려진 현수막으로 새로운 옷과 가방, 소품을 만들어내는 리사이클링 패션을 제안하는 등 다양한 방식의 친환경 패션 열풍이 기대된다.

Keyword / 친환경, 착한 패션, 컨서스 콜렉션, 패션: 환경과 윤리사이 균형잡기, 지속 가능한 패션
Category / Ecology, Fashion, Health, People



먹거리 교육 열풍 - 세계, 아는 만큼 먹는다.

전국적인 구제역 파동과 일본의 방사능 누출사고 등으로 인해 그 어느 때보다도 안전한 먹거리에 대한 경각심이 곤두선 사회 분위기가 형성 되어 있다. 특히나 아이를 기르는 어머니들의 입장에서는 아이들이 먹을 음식거리에 대한 불안이 더욱 커질 수밖에 없을 것이다.

이러한 '먹거리 교육 열풍'. 프랑스, 영국, 이탈리아, 미국, 일본 등 세계 여러 나라에서는 이미 아이들을 대상으로 바른 먹거리 교육을 실시하고 있으며, 국내에서도 큰 관심이 모아지고 있다.

Keyword / 바른 먹거리교육, 건강하게 먹기 능력 평가, 나도 요리사, 엄마 마음
Category / Health, Ecology, Dietary, Pop&Culture, People, Society



불친절한 음식

유기농과 친환경 식품이 크게 사랑받고 있는 것은 자명한 사실이다. 최근 이보다 한 발 더 나아가, 날 것(raw)의 이미지를 어필하는 레스토랑과 카페들이 세계 곳곳에 속속 생겨나고 있다. 이들 업체들의 경우 친환경과 유기농 제품의 사용을 직관적으로 보여주기 위해 디스플레이 자체를 재료의 날 것 그대로 보여주려고 노력하고 있으며, 매장 내 서비스의 경우도 기존의 타 업체들과 다르게 아주 기본적인 것만 제공하여 친절함에 익숙해 있던 소비자에게 다소 불편을 주고 있다. 단순한 친환경을 넘어, 불편을 감수하면서도 건강과 맛을 위해 찾는 소비자들을 살필 수 있다.

Keyword / 불친절, 유기농, Raw
Category / Dietary, Health, Society

화장품을 믿지 않는 사람들

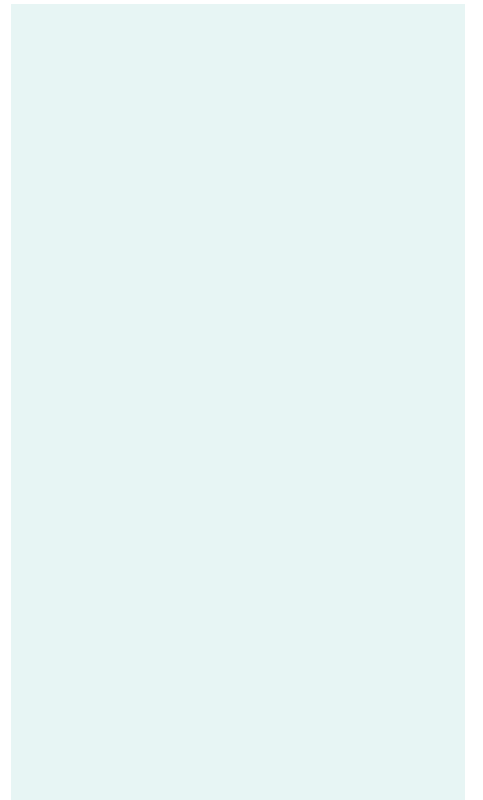
과거 화장품에 대한 유해성 논란으로 친환경 화장품에 대한 수요가 크게 늘어왔다. 최근에는 기존의 친환경/유기농 브랜드에서 한발 더 나아간 면모를 보이는 새로운 브랜드들이 늘어나고 있다. 계절이나 환경에 따라 원료 수급이 일정치 않음에도 천연재료만을 고집한다거나, 유통기한이 짧아짐에도 무방부제를 고집하는 경우, 제품의 성분 표시를 충실히 하는 등 소비자들은 이러한 브랜드에 열렬히 반응하고 있으며, 브랜드는 이 같은 신뢰감을 바탕으로 상승장구하고 있다. 앞으로 기존 메이저 코스메틱 브랜드사의 유기농/친환경 컨셉의 화장품사들의 귀추가 주목된다.

Keyword / 화장품, 솔직함, 성분표기, 유통기한, DIY
Category / Beauty

걱정을 걱정하지 마세요!

인류의 역사 이래로 자연재해는 항상 있어왔지만, 현대의 발전된 정보력은 오히려 사실과 함께 여과되지 않은 감정- 공포감과 근거 없는 루머까지 그대로 실어 나르는 모양새이다. 얼마 전 일본의 쓰나미 재앙이 부른 공포와 슬픔은 바다 건너 SNS(social network service)로 실시간 전달, 사람찾는 글로 트위터를 뒤덮었다. Google 등의 다국적 포털의 '2011 일본지진 사람 찾기'서비스 제공 등 발 빠른 대처가 눈에 띄었으나, 취재를 하러 갈 수 없는 국내 대부분의 언론은 심지어 출처를 알 수 없는 루머마저 그대로 옮겨 오히려 사람들의 공포감을 증폭시키는 역할을 했다. 기존 언론이 소셜미디어의 신속성을 따르는 동시에 정확한 정보뿐 아니라 감정에 치중된 선파적이고 자극적인 소비적 행태까지도 취하고 있기 때문이다. 때로는 시간이 지나면 자연히 해결될 문제인데도 더 많은 사람들이 동시에 알게 되면서 사재기로 인한 품귀현상으로 이어지는 등 경제에 악영향을 미치기도 한다. 다중매체의 정보과잉에 대처하는 개개인의 냉철한 판단력이 요구되고 있다.

Keyword / 2012, 지구 멸망설, 방사능 공포, 연성 뉴스, 위기에 대처하는 자세, 일본 침몰, 걱정인형
Category / Economy, Ecology, Internet & Mobile, Society



INDOOR CITY

Keyword / Disaster, High-stability, High-performance, Emergency Shelter, Underground Bunker

Category / Architecture, Housing, Technology, Art&Design

글 / 최영진 (urtrend 선임연구원)

후쿠시마 원전 폭발 이후, 밖을 나가기 꺼려하는 현상으로 대두되는 신개념 도시



1. Fallingwater Cottages



2. Villa Vals

고안전성, 고기능성의 숨겨진 은신처

재난 사건들이 발생할 때마다 사람들은 더 안전한 소재와 더 강력한 기능을 찾는다. 무엇보다 중요한 것은 안전이다. 위험 요소를 제거할 수 없다면, 나만이라도 안전한 곳으로 숨고 싶다. 가장 안전한 곳은 어디일까? 땅굴, 지하 벙커?!

Underground Housing

단어 그대로 땅 속에 있는 주거 형태다. 마치 위장한 듯한 형태로 과거 자연 속에서 적응하며 살았을 때 가졌던 방법을 재조명한 아이디어이다.

Patkau architects가 지은 Fallingwater Cottages¹는 지형을 최대한 살린 형태로 흡사 과거의 동굴을 떠올리게 한다. 이 구조는 주변 자연 환경이 변화하면 집도 따라 변화하는 형태로 인간과 환경 사이에 지속적인 관계의 가능성을 수립하고 새로운 방향을 제시했다. 스위스 Vals 지역 산중턱에 위치한 독특한 휴양주택인 Villa Vals²는 산비탈의 둥근 원의 창문을 통해서 자연 광이 비추고 예상밖의 경관으로도 유명하다. 땅속의 주거형태의 특징은 효율성과 지속가능성을 가진 자연과 함께 조화를 이루는 것이다.

Emergency Shelter

잇달아 발생하는 자연재해와 전쟁 등으로 벙커 분양 업체들이 때아닌 특수를 누리고 있다는 기사를 보았다. 일본 재해 여파로 판매량이 10배 이상 증가했다고 한다. 노스웨스트셸터 시스템과 민간용 돔스데이 벙커를 판매하고 있는 비보스그룹(Vibos Group)은 일본 대지진 이후 예약률이 1000%를 넘어섰다고 한다. 비보스 그룹의

벙커는 950명을 수용할 수 있고, 1년동안 버틸 수 있는 음식과 연료가 저장되어 있다. 4층으로 이루어진 벙커는 개인 공간 외에도 메디컬센터, 조리실, 베이커리, 기도실, 컴퓨터실 등을 갖추고 있고, 애완동물을 위한 공간과 각종 범죄에 대비한 교도소도 마련되어 있다. 이 벙커는 내부 발전 시스템과 비상용 배터리 저장소를 이용해 전력을 공급받고, 공기 정화 시스템과 하수처리 시스템이 있어 생화학 공격과 방사선 피폭을 막을 수 있다고 한다. 이런 쉘터 산업의 성행은 사람들이 지구의 변화에 두려움을 느끼고 있고, 그 공포가 점점 더 커지고 있다는 것을 보여준다.

2011년 1월 영국 일간지 데일리 메일(Daily Mail)은 기후 변화와 재난에도 독립적인 안식처로 가능한 호텔을 추진 중이라고 밝혔다. 이 호텔은 노아의 방주와 1970년대 공상과학 영화를 접목한 모습으로, 해수면 상승으로 인한 홍수와 해일 같은 재난에도 견딜 수 있도록 설계된다고 한다. 뿐만 아니라 이 호텔은 친환경적인 태양 전지로 전력을 공급하며, 식수로는 빗물 수집 시스템, 상층부는 식물원과 같은 무성한 나무들이 공기 순화 역할을 하도록하여 자연환경을 최대한 보호하도록 설계되었다.

Underground Metropolis

지하 주거 공간과 쉘터를 보면, 우리가 사는 도시가 땅속으로 들어가는 것도 가능하지 않을까? 현재 지하 공간에 대한 수준은 코엑스나 곳곳에 보이는 쇼핑몰 수준의 지하 상가를 들 수 있으며, 그렇다면 지하 도시에 대한 가능성도 희망적이라 할 수 있다.



3. Khan Shatyr Entertainment Center



4. Flipping Observatories_Taiwan Tower

비교적 간간히 발생했던 홍수와 가뭄, 이상기후가 점점 빈도가 잦아지더니, 최근에는 영화에나 나올법한 대재앙이 현실로 나타났다. 인간이 눈부신 발전이라며 애써 쌓아올린 건축물이 한낱 종이 조각 마냥 무력하게 쓰러지고, 인류의 장래 에너지원이 될 것이라 인정받는 원자로는 우리에게 사상 초유의 방사능 유출이라는 더 큰 재앙을 선사했다. 황사, 방사능, 예측할 수 없는 기후 등으로 유해요소가 도사리고 있는 밖으로 나가지가 꺼려지고 불안하다. 정말 안전한 곳은 없을까? 이런 바꿀 수 없는 참혹한 현실에서 벗어나 평화로운 파라다이스와 같은 새로운 도시가 펼쳐졌으면 하고 생각한다. 안전한 은신처, 새로운 유토피아가 필요하다.

아직은 먼 미래와 같은 이야기지만, 이런 미래를 꿈꾸는 이들도 있으며, 지금의 도시 환경과 에너지 위기를 극복할 아이디어들을 제시하고 있다. 매튜 프롬볼루티(Mattew Fromboluti)는 아리조나 사막에 지하 컨셉 도시 Above Below를 제안했다. 폐광으로 형성된 거대한 크레이터를 중심으로 자리한 거대한 농장과 시설로, 지하로 깊게 뿌리내린 것 같은 형태로 이 시설은 사막의 강한 태양에서 에너지를 지급하고 물로 재 활용하는 등 지상과는 독립되어 운영된다. 이처럼 최근 Skyscraper Competition에서는 Emergency Shelter와 새로운 지하 도시에 대한 디자인이 많이 선보여졌으며, 이런 경향은 주변 환경에 대한 불안감과 동시에 환경에 대한 책임을 가지고 새로운 지속가능한 에너지에 대한 고찰도 이루어지고 있는 것이 특징이다

최적의 환경 유지와 지속가능한 에너지를 사용하는 Eco 빌딩

눈, 비가 오든 바람이 불든 어떤 외부 환경에 상관없이 쇼핑이나 아웃도어 라이프를 즐길 수 있는 공간은 이미 만들어지고 있으며, 점차 늘어나고 있다. 지난 2010년 7월 카자흐스탄의 수도 아스타나에 오픈한 Khan Shatyr Entertainment Center³는 친환경 소재이자 자외선 및 공기 중 오염물에 영향을 받지 않는 특수 소재인 ETFE로 만들어졌다. 뿐만 아니라 지속가능한 대체 에너지 개발의 중요성이 더욱 강조되고 있다. 대체 에너지, 신재생 에너지에 대한 관심은 높아지면서, 이스라엘 처럼 태양열 발전의 산업화를 이룬다면, 이

산화탄소로 조류를 배양해 탄소 배출을 줄이고, 각종 바이오 연료를 생산하는 기술을 적용하는 Eco 컨셉의 빌딩들이 확대되고 있다. Hweler+Yoon 건축사무소와 Squared Design Lab이 함께 제안한 Eco Pod는 조류(Algae)배양 모듈을 이용해 에너지를 만드는 아이디어로 주목받았다. 2014년에 세워질 타이완 타워⁴의 공중 전망대는 형태와 기능 모두 나뭇잎에서 영감을 받은 것으로 외관 뿐만 아니라 기능에서도 Eco 컨셉이 적용되었다. 건물 표면에 설치되는 가변 광전지 패널을 통해 전량 자가 공급되고, 건물 내부와 외부의 온도차이로 공기가 이동하는 굴뚝효과로 내부 환기를 자연적으로 해결하고, 전망대는 별도의 연료 없이 들 수 있는 PTEF 막으로 덮인 가벼운 소재를 사용하였다.

아직은 실현되고 있지 않은 컨셉추얼한 프로젝트가 대부분이지만, 외부 환경에 대한 불안감이 증가되고 있고, 이런 요소를 줄여줄 많은 제안들이 나오는 것을 보면, 머지 않은 미래에 모든 위험 요소를 차단해주고 최적화된 환경을 유지하는 Indoor City에서 살아가는 것이 아닌가 하는 생각을 해본다. 안전한 Indoor City에서 원하는 Outdoor Activity를 마음껏 할 수 있는 그런 날이 오기를 희망해본다. ▼

하늘을 READING하는 자가 천하를 LEAD한다.

Keyword / 기상 예측, 이상기후, 바람의 정치, 정치와 날씨, 2012년 빅이슈
Category / Economy, Technology, Society, Politics

글 / 신대일 (urtrend 칼럼리스트)
국회 공무원으로 재직 중이며, 정부행정 및 정치 문화 부분 프리랜서 칼럼리스트로 활동

지난 3월, 일본에서 일어난 재앙에 가까운 대지진은 '안전 원전'의 대명사였던 후쿠시마 원전 4기를 파괴했다. 전 세계는 경악했고 일본은 눈물을 흘렸다. '가깝고도 먼 나라'인 우리나라 역시 그들의 슬픔을 통감하며 위로의 말을 전했다. 그러나 마냥 슬퍼할 수만 없었다. 후쿠시마에서 부는 바람의 기세가 심상치 않았기 때문이다. 당시 우리나라의 모든 눈과 귀는 일본風으로 향했다. 기상청의 기후예측 능력을 떠나 언론, 학계는 물론이요 정치권마저 일본에서 부는 바람만 쳐다보고 있었다. 당시에 불었던 바람이 북동풍인지 편서풍인지도 모른 채 말이다. 역풍이라도 부는 날엔 마치 온 나라가 뒤집힐 기세였다. '바람 방향'은 주요 포털의 실시간 검색어에서도 상위 에 랭크됐다. 너나할 것 없이 태평양을 향해 불고 있는 바람을 고맙게(?) 여기고 있었으니 당시 상황이 얼마나 심각했는지 짐작할 수 있다.

그러나 사실 한반도가 자리 잡고 있는 중위도 상공은 계절에 상관없이 편서풍이 분다. 지표면에서야 바람의 방향이 수시로 바뀌지만 봄철에는 주로 서풍이 분다. 태생적으로 일본에서 발생한 방사성 물질이 바람에 실려 올 수 없는 구조라는 뜻이다. 그럼에도 불구하고 모두가 바람의 방향에 수선을 떨었다. 덕분에 주가는 순식간에 곤두박질쳤고 중국은 국책 사업으로 지정했던 원전 건설 계획마저 전격 중단했다. 원전사고가 일어나고 두 달의 시간이 지난 지금 방사성 물질이 우리나라까지 오지 않을 것이라곤 아무도 장담할 수 없다. 사람들이 느끼는 심리적 쇼크 역시 바람이 불고 방사능 오염물질이 사라지지 않는 한 꾸준히 지속될 것이다.

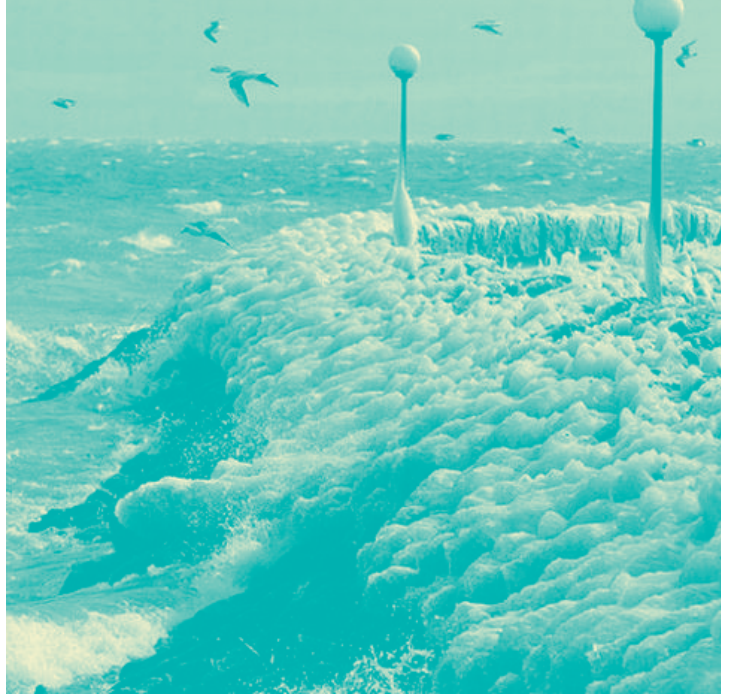
기후, 막강 권력을 휘두르다

우리가 이토록 주시하고 있는 지금의 일기예보는 사실 역사가 길지 않다. 과거에는 점성가들이 이 일을 대신했는데 고대 부여에서는 날씨가 고르지 못해 그 해의 농사를 망치면 그 원인을 왕에게 돌려 그 왕을 죽이거나 교체했다. 이는 고대의 왕권이 약했던 이유도 있지만 날씨가 왕권보다 더욱 강

력한 힘을 발휘 만큼 중요한 잣대로 여겨졌기 때문이다. 이외에도 성경의 창세기에 게재된 대홍수 이야기나 적벽대전에서 동남풍을 이용한 제갈공명의 지혜, 겨울 한파를 이겨내지 못한 나폴레옹의 원정까지. 날씨가 역사와 정치에 영향을 미친 사례는 헤아릴 수 없이 많다. 이같은 역사적 사례들은 모든 조건을 갖추고도 날씨의 협조를 얻지 못한다면 결과를 장담할 수 없음을 여실히 보여준다. 정치권 역시 마찬가지다. 선거철이 되면 선거 당일 날씨를 알아내려는 정치인들로 인해 기상청 전화기에는 불이 난다. 당일 날씨에 따라 투표율이 급격하게 달라지기 때문이다. 날이 썩하면 청년층과 정치성향이 불분명한 중산층은 선거보다는 나들이를 떠나고, 날씨가 궂을 때는 산간 지역 주민이나 노약자층의 기권율이 높아진다. 정치인들도 이날만큼은 날씨 때문에 울고 웃는다. 이처럼 바람, 아니 날씨와 기후가 한 나라에 미치는 영향은 우리가 알고 있는 것 이상이다. 이상기후 역시 에너지 문제와 직결되면서 중요한 정치적 사안으로 떠올랐다. 이미 석탄과 석유, 천연가스 등의 자원 감소 혹은 고갈 문제를 둘러싼 갈등은 세계 곳곳에서 나타나고 있다. 이런 형국에서 에너지의 과다한 소비는 탄소배출량을 늘려 지구온난화를 더욱 빠르게 진행시킨다. 이처럼 이상기후의 근본 원인이 에너지와 직결돼 있다는 점에서 기후변화와 정치성의 관계 역시 더욱 명확해진다. 이는 기후변화와 에너지 고갈에 대한 문제에 국가의 역할이 중요해지고 있음을 뜻한다. 또 자연재해가 발생했을 때 행해지는 정부의 정책변화, 갑작스런 기상이변으로 인한 국가정책의 실패 등은 날씨와 정치 간에 밀접한 관계가 있다는 것을 충분히 증명하고 있다.

무기와 환경의 진화

필자는 음모론자가 아니다. 그러나 최근 자주 일어나고 있는 이상기후나 자연재해를 보고 있노라면 이런 현상을 그냥 지나쳐서만은 안 된다는 생각이 든다. 이상기후가 농산물 가격을 급등시켜 아프리카 민주화 혁명의 도화선이 된 것처럼 이상기후로 인한 곡물가의 폭등은 그렇게 막고 또 막았던



GMO(유전자조작) 식품의 대량 소비 같은 비극마저 가져올 수도 있기 때문이다. 마치 미국산 쇠고기를 저주하다가도 규제역으로 인한 고기 값 상승에 미국산 쇠고기 소비량이 폭증한 것처럼 말이다. 부연하자면 날씨로 인하여 이 세상이 얼마나 많이 바뀌었고 바뀔 것인지 생각해 볼 때 날씨와 정치는 분명한 상관관계가 있다는 것이다. 적어도 필자 같은 개인은 제외하고 서라도 사회지도층이라면 날씨가 정부 정책의 선후관계에 영향을 준다는 것쯤은 정확히 파악하고 있어야 할 것이다.

그렇기에 지금까지도 날씨를 예측하고 정복하려는 인간의 노력은 현재진행형이다. 1946년 미국의 빈센트 쉐퍼 박사가 세계 최초로 인공강우 실험을 성공시킨 이후, 미국과 러시아를 비롯한 중국, 호주, 그리스, 남아프리카 공화국 등 40여국에서 독자적인 인공강우 기술을 보유하고 있다. 그 결과 인공강우나 강설을 만들어 비를 내리게 하고 안개를 없애는 기술 등은 비교적 쉬운 일이 됐다. 이미 60년 전에 '구름 씨(Cloud Seed)' 실험이 성공한 것을 감안한다면 현재의 기술력이 어느 수준까지 도달했는지 예측할 수 있다. 1976년 당시 미국 민주당 상원의원이었던 펠은 이미 현재 일어나고 있는 상황을 예견하고 세계 강대국들이 기후를 전쟁무기로 이용하는 것을 금지하는 조약을 체결해야 한다고 주장했다. (실제로 미군은 베트남 전쟁 당시 기후조종기술로 호치민 트레일에 집중호우를 퍼부어 도로가 군사용으로 사용되는 것을 막은 전력이 있다) 그러나 당시 많은 사람들은 기후를 전쟁무기로 활용한다는 말에 적잖이 당황했다. 그러나 지금은 그가 우려했던 것처럼 인공강우를 넘어 기상을 조작해 무기로 활용할 수 있는 수준까지 다다랐다. 기상조작 무기로 알려져 있는 하프(HAARP: Highfrequency Active Auroral Research Program: 미 공군과 해군이 공동으로 운용하는 것으로 알려진 HAARP는 알래스카 Gakona 지역의 80만 평 대지에 가로 12줄, 세로 15줄로 세워진 21.6m 높이의 안테나 180개로 구성된 고풍력·고주파 위상배열 무선송신기다) 프로그램을 통해 레이저를 땅속으로 쏘거나 전리층으로 쏘아 올려 다양한 기후 변화와 지진까지 일으킬 수 있는 수준

이 된 것이다. 전 세계를 위협하는 초자연적인 힘을 가진 기후무기의 탄생이 현실이 되어가고 있다는 증거다. 그리고 이처럼 상상 이상의 위협이 될 수 있는 미래의 무기를 보유하기 위한 각 나라의 경쟁 역시 더욱 치열해질 전망이다.

미래학자들은 2025년 정도가 되면 사람들이 강수, 폭풍, 안개 등 성층권의 날씨에 영향을 주는 요소들을 통제해 지역의 상황에 맞춰 날씨 유형을 원하는 대로 조종할 수 있게 될 것이라 말하고 있다. 선진국에서는 인공적으로 기상 변화를 일으킬 수 있는 기술이 개발될 경우, 여러 긍정적인 측면에서 활용될 수 있을 것으로 예상하고 있지만 오히려 일부 과학자들은 하프와 같은 강력한 무기가 가져올 부작용에 대해서 입을 모은다. 아직까지 인공적인 기상 변화를 발생시켜 적에게 위협과 타격을 가할 수 있는 기후 무기에 대해 심각하게 논의할 단계는 아니지만, 현재의 핵전쟁을 능가하는 위협이 될 수 있는 미래의 기상전쟁(Weather-Warfare)에 대한 인식은 어느 정도 필요한 시점이 아닐까 생각된다. 그렇게만 된다면 날씨를 조종하는 자가 천하를 쥐게 될 수도 있겠다.

이제 날로 발전하고 있는 기상 예측 시스템을 통해 갈대 같은 국민들의 마음과 트렌드에 민감한 소비자들의 심리를 파악하는 것은 시대를 이끌어가는 리더의 기본소양이 되어 가고 있다. 날씨가 정치·사회와 어우러져 만들어내는 현상을 분석해 정치 전략이나 마케팅에 활용하고 이들의 상관관계를 토대로 사람들의 마음을 읽는 시대가 온 것이다. 날씨는 정치·사회와 오묘하게 비슷하다. 기상청의 노고에도 불구하고 빛나가는 것이 날씨이듯 정치·사회의 분위기 역시 그 형국을 정확히 내다볼 수 없다. 어떻게 보면 예측하기 힘들고 예측을 하더라도 보기 좋게 빛나간다는 점에서 날씨와 정치는 무척 닮아있다. 2012년에는 대선과 총선이라는 정치권의 빅 이벤트가 기다리고 있다. 날씨와 얽힌 여러 변수들이 2012년 대한민국에 어떤 바람을 일으킬지 지켜보는 것도 재미있는 관전 포인트가 될 것이다. ▼

Interview

Q / 이향은 (urtrend 선임연구원)

A / 신대일 (정치 헬스전문 칼럼리스트)

Q1.

사람이 컨트롤 할 수 없는 것이 자연재해인데, 이것을 컨트롤 혹은 지혜롭게 대처 할 수 있기 위해 정치나 정부 기관에서는 어떠한 노력이 필요하다고 생각합니까?

A.

국내 기상 산업은 이미 세계적인 수준입니다. 무수한 변수를 대입하고 입증된 자연법칙을 통해 날씨를 예측하는 기상 산업은 예측 분야에서 가장 성공적인 산업입니다. 예측의 정확도 역시 날로 높아지면서 기상 시장의 가능성과 그 위상 또한 높아지고 있습니다. 그러나 자연재해는 기상 예측과는 또 다른 문제입니다. 단 한 번의 재해로 수많은 사람들이 인명 피해 및 재산 손실을 입습니다. 자연재해에서 만큼은 개인과 기업이 아닌 정부차원의 지원과 준비가 절실합니다. 무엇보다 국가적인 '재난 위기관리 시스템'의 도입이 시급하다고 생각합니다. 천재(天災)가 인재(人災)와 연결되지 않도록 대비하는 지혜가 범국가적 차원에서 지속적으로 이루어져야 합니다. '소 잃고 외양간 고친다'는 우리 속담을 늘 거울삼아야 한다고 생각합니다. 자연재해가 닥친 후 견잡을 수 없는 피해 복구를 위해 쏟는 노력을 최소화 할 수 있도록 위기상황 시뮬레이션과 유관기관간의 공조체제는 물론 자연재해 대비 인프라 구축 재정비 등이 차근차근 이루어져야 합니다. 위기는 늘 혼란을 초래합니다. 혼란은 정치선동 혹은 포퓰리즘을 낳게 되고, 결과적으로 가시적이고 물리적인 손실보다 심각한 보이지 않는 손실을 입게 됩니다. 형식적인 민방위훈련을 넘어선 선진국형 국민성의 면모를 기를 수 있는 '재난 위기관리 시스템'의 개발과 운영이 진정으로 필요할 때라고 생각합니다.

Q2.

ECO는 헬스(건강 유지 및 질병 관리, 예방, 뉴트리션 등)와 아주 밀접하게 연관이 있어 헬스 분야에서 상당히 주목하고 있는 트렌드라고 생각합니다. 헬스쪽에는 어떻게 ECO트렌드가 반영 되고 있는지요? 어떤 방향으로 ECO 바람이 불 것이라 전망합니까?

A.

오가닉 성분의 영양보조식품, 보다 효과적이고 패셔너블한 에코 운동기구, 웨어러블 테크(wearable tech)가 접목된 신기술 등 헬스분야에 '에코' 성능을 강조하는 트렌드는 지속적으로 발전될 것이며 실제 사람들의 생활에 상당한 영향력을 미칠 것입니다. 그 중에서도 아웃도어 시장의 급성장은 '헬스분야의 가장 두드러지는 에코바람'이라고 생각합니다. '등산'부터 시작되는 아웃도어 라이프의 고급화·세분화·집중화(매니아층 형성 및 커뮤니티 활동 등)가 진행될 것이며 이와함께 '안전'의 문제가 끊임없이 대두될 것이라고 전망합니다.

아웃도어 라이프를 어떻게 즐기는가가 트렌디한 정도의 척도라고 할 만큼 아웃도어 스포츠 및 관련 서비스가 각광받고 있습니다. 이미 '아웃도어 룩'의 시장은 상상을 뛰어넘을 만큼 가파른 성장세를 거듭하고 있고, 아웃도어 라이프를 즐기는 '족(族)'들도 뚜렷해지고 있습니다. 질문에서도 언급하셨듯이 '건강(Health)'이란 유지와 예방, 그리고 영양균형과 질병관리 등 지극히 자연스럽고 일상적인 것들에서부터 시작합니다. '가장 자연스럽게 건강을 지키는 것', 그것이 가장 에코적인 트렌드가 아닐까 생각합니다.

Q3.

국회 및 정부기관은 트렌드와 비교적 거리가 있다고 생각하는데 그 분야에서는 트렌드를 어떻게 해석하고 받아들이고 있고, 트렌드는 무엇이라 생각합니까?

A.

우리가 알고 있는 모든 정책들은 무수히 많은 데이터(국민의 의견)를 수집하고 전문화된 필터링(정책으로 구체화하는 작업)을 거친 후 팀원들의 동의를(국회 표결) 얻어 하나의 프로젝트로(법안 통과) 수립된 것입니다. 국회를 비롯한 정부기관들은 국민을 위해 존재하는 곳이고, 국민들의 의중을 파악하는 것에서부터 시작합니다. 그것이 트렌드를 읽는 것과 다르다고 생각하지 않습니다. 새로운 법안이 발의되고 기존에 없던 회의체들이 생겨나는 것들은 다 트렌드를 해석하고 반영하는 결과들입니다. '협력적 거버넌스'와 같은 움직임도 그렇고 대부분 국민들이 경직되어 있다고 생각하시는 국회나 정부기관들도 사실은 매우 능동적이고 민첩하게 움직이고 있습니다. 단지 국민들 피부에 와 닿을 만큼의 미세한 변화를 일으키기보다는 커다란 방향을 모는 쪽으로 맞춰지기 때문에 모르실 뿐이라고 생각합니다.

제가 바라보는 트렌드는 '방향성'입니다. 방향은 순식간에 바뀌지 않습니다. 물론 때로는 예측할 수 없는 역풍도 불어오고 폭풍우도 몰아치지만 우리는 기본적으로 온화한 순풍의 나날들을 살아갑니다. 얼마나 정확하고 올바른 방향으로 가느냐가 정부차원에서 생각하는 보다 장기적인 트렌드가 아닐까요. 시작은 1도 차이일지라도 그 방향이 나중에는 180도 벌어진 정반대의 길에 데려다 놓을 수도 있기 때문입니다.

TALK

예측할 수 없는 변덕스러운 날씨를
대비하고 극복하기 위해
새로운 아이디어가 필요하다!

지난해에는 지리한 장마땀에 제습기를 들여놓았는가 하면, 유례없는 폭설탓에 자동차 트렁크는 물론 집안 창고에도 없는 부삽을 찾게될지 않나, 끝나지 않는 꽃샘추위와 이웃나라 일본의 지진소식에 피폭방지용 소재로 된 자켓이라도 구입해야 할 판이다.

'방사능 수치 측정기'는 어디 안파나? '지진감지 앱'은 어디서 다운로드 받을 수 있지? 짐짐마다 응급용 상비약 통 갖추듯이 가정용 제설도구함도 사다 놓고 싶은데... 예측할 수 없는 날씨에 대비하기 위해서는 또 뭐가 필요할까? 적극적이고 지혜로운 날씨방어, 새로운 아이디어를 모아보자!

지혜로운 날씨방어, 새로운 아이디어!

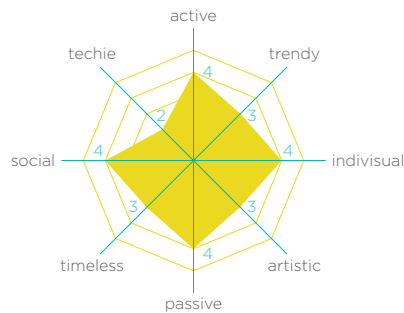
**기후, 날씨 변화에 민감한 사람들은
무엇을 불안해 하고, 어떻게 극복하고 싶어할까.
자동차 이용자, 패셔니스트,
아웃도어 활동가, 주부·임산부, 상인 등
다양한 사람들의 이야기를 들어보자.**

글, 사진 / 이하림, 이근희 (urtrend 캐스터)

Focusing 01

**감성적이며 적극적인
삶을 사는 가장**

- 성별: 남
연령: 50대
- 아웃도어 활동가
 - 여행
 - 긍정적인 마인드
 - 행복주의



가장 불안한 기후변화는 바로 오존층 파괴!
이에 대비하여 매일 썬 크림을 바르고 외출하죠.
어떤 때는 정말 번거롭고 귀찮은데요..

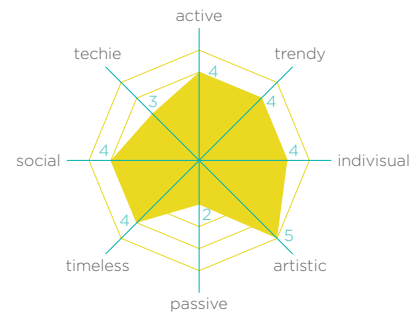
**멀미 약 같이 먹거나 붙이면
저절로 자외선 차단이 되는,
그런 썬 크림!** 어디 없을까요?!

산행을 나갈 때...
네비게이션되는 스마트 폰은 필수,
기능성 의류나 소품을 꼭 챙겨가죠.
**등산화도 발열내의나 아이스스카프
같은 기능성 제품**으로 나오면 좋을 것 같아요.

Focusing 02

노는 여자

- 성별: 여
연령: 20대
- 패셔니스타
 - Shopper
 - 청소부
 - 특이함



방사능 비, 봄철 황사에는... **마스크와 선글라스,
인공눈물.** 건강을 챙기면서도 패션을 생각할 수 있는
패셔너블한 마스크가 나오면 좋을 것 같아요.

눈 치우는 도구들이 제가 사용하기엔 너무 무겁고,
사용법도 어려워요. **누구나 손쉽게
눈을 치울 수 있는 도구가 나왔으면** 좋겠어요.

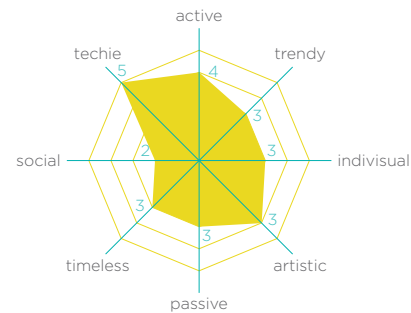
**후드 점퍼 모자에 눈이 들어가 젖는 것은
정말 싫어요!** 구겨지지 않게 숨겨두었다가,
꺼낼 수 있는 모자 있는 옷, 괜찮지 않을까요?

비오는 날, 나의 패션 코드는.. **레인 코트와 레인 부츠!**
효율적일 뿐 아니라, 스타일도 함께 살릴 수 있어요.
갑작스런 비에 대비하기 위해서는...
접이용 레인코트가 나오면 좋을 것 같아요.

Focusing 03

**절대 멈추고 싶지
않은 사람**

- 성별: 남
연령: 20대
- 패셔니스타
 - Never stop
 - 즐기는 인생



겨울철 폭설에는...
잘 젖지 않는 신발을 신는 다거나,
혹은 아예 눈을 즐기는 방법을 찾겠어요...

**예측 불허 기후변화,
피할 수 없다면 즐길 방법**을 찾아야죠.

갑작스런 쓰나미/지진에 대처?!
무엇보다 여권!! 그리고
개방된 공간으로 나가야죠

변덕스런 기후에는
LAYERING이 최고
다양한 얇은 옷을 겹쳐입어 순간순간 환복 할 수
있도록 하는 거죠.
덧붙여, **얇은 착용감이나
보온성 좋은 내의**는 필수입니다.

VALUE VOCA

Talk에서 사용한 유저들의
어휘와 이미지 분석

Value Voca

VALUE VOCA DICTIONARY 가치어 사전

토크를 진행하면서 유저들이 사용한
새로운 가치어들을 모아 축적된 urtrend만의 사전

푸드 마일리지 카드 | Food Mileage Cart

방사능 물질 오염도 뿐만 아니라 식품 수송에 의한 환경부하량까지
파악이 용이한 바코드 혹은 QR코드 건(Gun)이 부착된 카드

스마트 하우스 | Smart House

집 스스로가 날씨에 반응하여 쾌적한 환경을 유지하는 인공지능 하우스.
실내공기의 오염도와 바깥 공기의 불순물 정도를 파악해서
적절한 방법으로 환기를 해주거나,
소나기가 쏟아지면 창문이 닫히면서 제습기가 적절히 작동하거나,
겨울철엔 가습기능이 켜지거나,
날씨가 영하로 떨어지면 수도물을 조금 틀어 동파를 방지하는 등

공기청정기 | Personal Portable Air Purifier

사용자가 서있는 주변의 오염도를 측정해주고,
반경 1m까지 공기를 정화시켜주는 이동형 공기청정기

인터랙티브 윈도우 | Interactive Window

바깥 상황을 알려주는 창문. 황사가 끼는 날에는 적색으로 변한다거나,
방사능 노출이 주의되는 날에는 경고 메시지 뜨는 등 공기 중에
유해물질의 양을 색이나 기타 직관적인 메시지로 알려주는 창문

핸즈프리 우산 | Hands-free Umbrella

언제든지 편하게 들고 다니고, 두 손이 자유로운 우산

변신 구두 | Transforming Shoes

느닷없는 날씨 변화에도 구두의 상태를 유지시키기 위해 순간적으로
변신이 가능한 구두. 보호막이 생기거나, 플랫폼이 생겨 나막신처럼
변신하거나, 자기부상열차처럼 바닥에서 떠오르는 등

방사능 탐지 팔찌 | Radiation Detecion Bracelet

방사능 오염 정도를 진동으로 알려주는 임산부용 팔찌

옷·피부 건조기 | Instant Dryer

비나 땀에 젖은 옷·피부를 통째로 쾌적하게 말려주는 간이 드라이 클리닝
시스템(건조기·드라이어)

황사 방지용 마스크 | Yellow Dust Protection Mask

황사 바람으로부터 얼굴 전체를 보호해주는 헬멧 형 마스크

만능 키트 | All-in-one Weather Kit

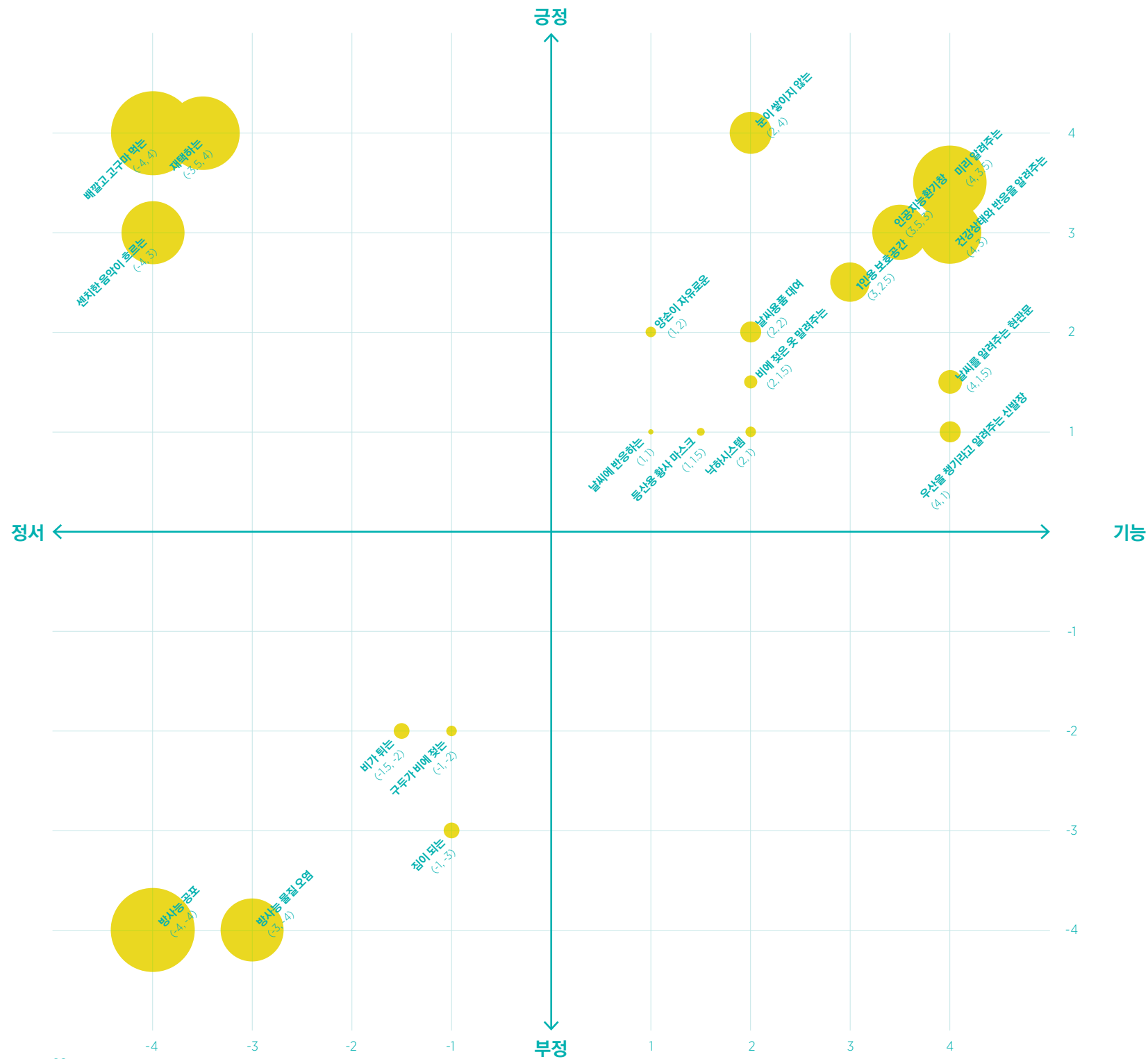
변화무쌍한 날씨에 대비할 수 있는 각종 물품을 컴팩트하게 담고 있는 키트
(우산, 가디건, 바람막이, 황사 방지용 마스크, 신발 등)

날씨용품 자판기 | Vending Machines for Rainy Weather

우산, 비옷, 비닐 팩, 핫 팩 등 갑작스런 날씨 변화에 대비하기 위한 날씨용품을
판매/대여 해주는 자판기

VALUE MATRIX 가치어 매트릭스

토크를 통해 도출된 어휘들을 긍정-부정, 정서-기능 영역에 배치시켜 사람들의 잠재 니즈와 가치특성을 파악하도록 만든 도표



정서+긍정 “궁극적으로 이러했으면 좋겠다”

감정에 가장 직접적으로 영향을 주는 날씨요소인 '비'는 때로는 센치한 음악으로 무드를 즐기고 싶어하는 심리를 부추긴다. 하지만 집밖은 언제 어떤 불상사를 맞을지 모르는 불안한 곳이라는 심리는 더욱 극대화되어 집안에서 일하며 지내고자 하는 '침거'에 대한 로망이 예측할 수 없는 기후변화에서 가장 두드러지는 니즈 중 하나였다.

기능+긍정 “이러한 기능들을 원한다”

눈이 쌓여도 자동적으로 녹여주는 자동차, 즉 눈이 쌓이지 않는 자동차라던가 창밖의 날씨 상황을 미리 알려주는 현관문, 또는 황사가 심하면 적색으로, 중간단계면 황색으로 반응하는 창문, 내가 마시는 공기만큼은 정확을 시켜주는 1인용 휴대용 공기정화기와 같은 새로운 기능이 있는 날씨관련 상품들에 대한 아이디어가 나왔다. 네 분면 중 가장 많은 스폿이 찍힌 분면인만큼 기후에 적극적으로 대처하기 위해 새로운 기능을 도입한 제품과 서비스의 개발을 소구하고 있었다.

정서+부정 “이러한 것이 싫다”

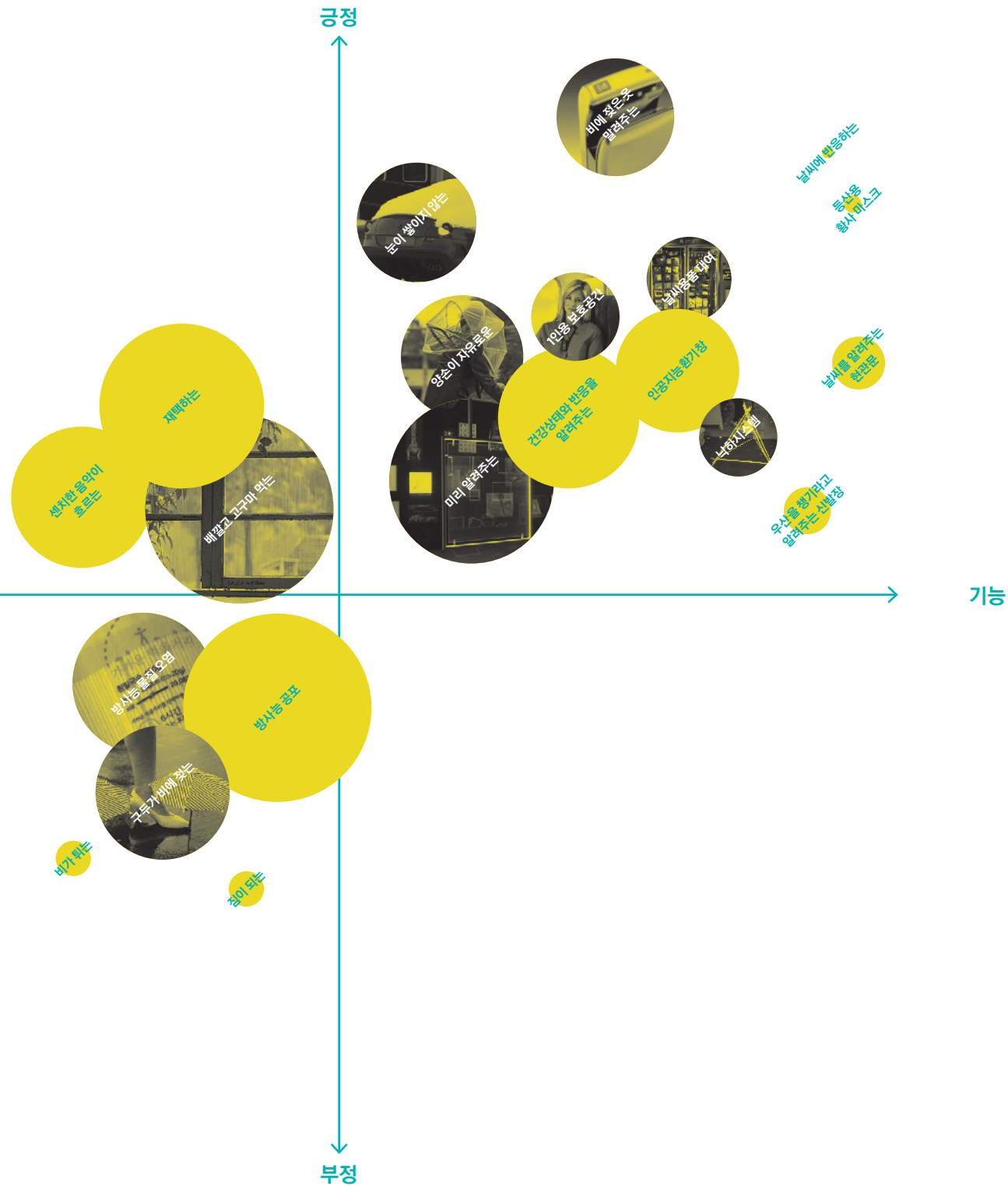
시의성을 반영한듯 방사능 유출이 가장 부정적인 요인으로 나타났다. 또 스타일에 대해 민감한 현대인들이 날씨 때문에 스타일에 해가 되거나 피해를 보는 것을 무척 싫어하며, 특히 여성유저들의 구두에 대한 미련이 강하게 나타났다. 가장 불편한 룩의 대표요소인 힐(heel)은 여전히 여성 스타일의 아이콘이며 번덕스러운 날씨의 가장 큰 피해 대상으로 여겨지고 있었다.

기능+부정 “개선되었으면 좋겠다”

날씨는 천재지변, 즉 컨트롤이 불가능 한 것이라는 전제가 강해서인지 기후에 대해 개선되길 원하는 바는 나타나지 않았다. 개선할 수 없는 대상인만큼 지혜롭게 대처하고자 하는 아이디어 위주로 본 화두의 밸류보카가 진행되었다.

SHARING CIRCLE 공유감성특성도

가치어 매트릭스와 조형언어 분류표에 사용된 이미지간의 상관관계 분석을 통해 긍정적, 부정적, 정서적, 기능적 측면에서의 공유 감성을 파악하도록 만든 도표



이번 화두와 관련하여 도출할 수 있었던 유저들의 가장 큰 니즈는 Invisible Fear, Alarming, Foreknower이다.

Invisible Fear	Alarming	Foreknower
<p>“보이지 않는 것에 대한 공포심을 없애고자 하는 니즈”</p> <p>불안함이 주요 정서인 현대인들에게는 모든 것이 걱정이다. 부유하면 부유함을 지키기 위해 걱정, 건강하면 더 날씬해지기 위해 걱정, 걱정이 많은 것이 걱정일 정도로 걱정 속에 휩싸여 사는 현대인들에게 자연적으로 혜택만을 베풀던 날씨마저 걱정의 대상이 되었다. 출고 덥고 눈 비오는 곳은 날씨가 전부였던 날씨걱정은 행사, 방사능, 온난화, 이상기후 등 걸잡을 수 없는 문제거리들로 다가왔고 공포의 대상이 되었다. 적어도 눈과 비는 눈에 보이고, 춥고 더운 것은 피부로 느낄 수 있으나, 눈에 보이지 않는 방사능 물질이나 일반적이지 않은 기온변화, 바람에 실려 오는 바이러스 등과 같이 눈에 보이지 않는 염려 요소들이 도사리면서 사람들은 보이지 않는 것을 보고 싶어하게 되었다.</p>	<p>“비가시적이고 비물질적인 것을 확인하고자 하는 심리”</p> <p>보이지 않는 것에 대한 공포는 실제 제품이나 서비스를 통해 알아차릴 수 있게 하고픈 굳은 의지로 한결같이 표출되었다. 인터랙티비티 (Interactivity)를 강조하며 ‘날씨에 반응하는’ 상품과 서비스에 대한 기대가 크다. Transforming은 특히 변화를 혹은 문제시 되는 상황을 알려주는 좋은 방법 중 하나이다. 상황에 따라 transform 할 수 있는 기질을 발휘하는 제품을 소비자들은 원한다.</p>	<p>“치유보다는 예방에 초점을 둔 스마트한 소비자들의 욕구”</p> <p>‘Smart’라는 단어가 트렌드의 접두어가 된 듯 오늘날 제품과 서비스는 ‘얼마나 스마트한가’가 미덕의 기준이 되었다. 유저들은 너무나 스마트한 제품들이 급기야 나의 앞날을 미리 알려주는 일까지 도맡기를 바란다. 적어도 비오는 날 우산을 잊지 않고 챙겨나가라거나 일교차가 크니 가디건을 준비하라는 정도쯤은 가볍고, 내가 구입하려는 채소가 방사능 물질오염도가 얼마나 높은 토양에서 재배되었는지, 산지에서 배달되는 과정에서 얼마나 많은 탄소를 배출하며 이 마트에 까지 도착했는지의 정보까지 말이다. 도를 지나친 스마트함도 건강을 지키는데 유용하다면 사람들은 기꺼이 환영하려 들 것이다.</p>

Editorial Comment:

그 외에 ‘귀찮은 것’, ‘짐이 되는 것’에서 해방하고픈 심리도 반영되었다. 어떠한 날씨든 대처하기 위해 무언가 필요한 것 자체에 회의적인 것인데, 가장 이상적으로는 온화하고 활동하기 좋은 날씨 이외에는 바깥활동을 삼가하거나 자제하는 것이 최고라고 여기는 것이다. 발전된 기술에 힘입어 인터넷 또는 원격조정을 통한 재택근무와 노매딕 오피스(Nomadic Office) 개념의 적극 도입을 꿈꾸는 dreamer들의 의견도 눈에 띄었다.

IMAGE COLLAGE 이미지 콜라주

오감을 중심으로 분석되어진 주요 감성 어휘와 이미지 콜라주

Vision

휴대할 수 있게 작은
양손이 자유로운
만능키트
변신구두
1인용 공기 정화 공간
푸드마일리지
날씨를 알려주는 문
유해물질의 양을 색으로



Smell

습한 빨래의 불쾌한 냄새
쾌쾌한 매연



Texture

젖은 옷 말려주는
방수재질
온실 같은
가벼운
뽕뽕송송한



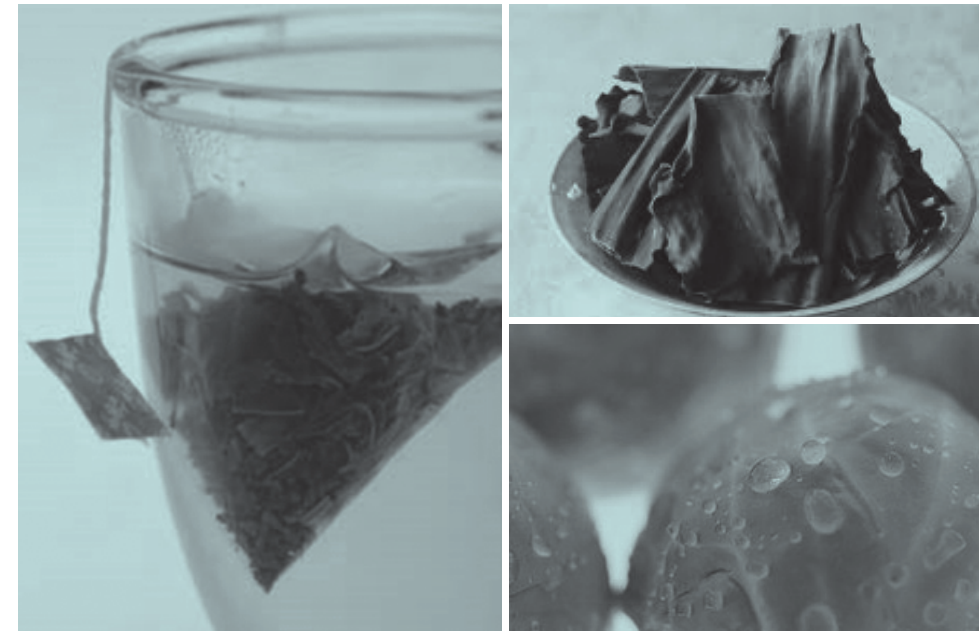
Hearing

우르르광광 천둥 번개
폭우 소리
경고음
센치한 음악이 흐르는
빗방울 튀는 소리



Taste

방사능 해독에 좋은
개운한 입안



So,CIAL

theme 2

Cultural Nest*

Network Union

Interactivist

Smart Sharing

Being Design**

I Promoter

Taste-centered

시공간을 초월한 새로운 인간관계가
가상공간에서 더욱 확장되고,
이러한 익명성의 집단 활동을 즐기면서도
자신만의 존재감을 찾고자 한다.



* CULTURAL NEST / 지역적 문화적 경계를 뛰어넘는 새로운 문화 동지

** BEING DESIGN / 자신의 존재감을 디자인으로 표현하는 적극적인 창조자

TECHNOFYING

theme 3

Hyper Technopia *

Virtural & Real

Robotize & Humanize

Quick Plug-in

Overflow of Variety

Xtreme-Analogue **

Emotional Re-discovery

Essential Value

기술은 하이테크가 제공하지 못하는 휴머니티까지 전달하는
최고의 장치로 진화하고 있지만 진정한 휴머니즘이 주는
감동에 대한 기대 역시 더욱 커지고 있다.



* **HYPER TECHNOPIA** / 디지털을 통해 친근해진 이질적인 문화와 경계가 모호해진 현실 VS 가상세계

** **XTREME-ANALOGUE** / 상실되어가는 휴머니티와 본질적 가치를 찾으려는 아날로그적 모더니즘

ECO+, So,CIAL, Technofying의 3개 Theme을 통해 알 수 있는 사람들의 불안과 기대 속에 잠재되어 있는 주요 욕구는 5가지로 요약되어진다.

잃어버린 것의 보상보다는 소중한 것을 잃지 않도록 보장받는 것

눈에 보이지 않는 것을 가시화하여 불안감을 해소하고, 나아가 통제하는 것

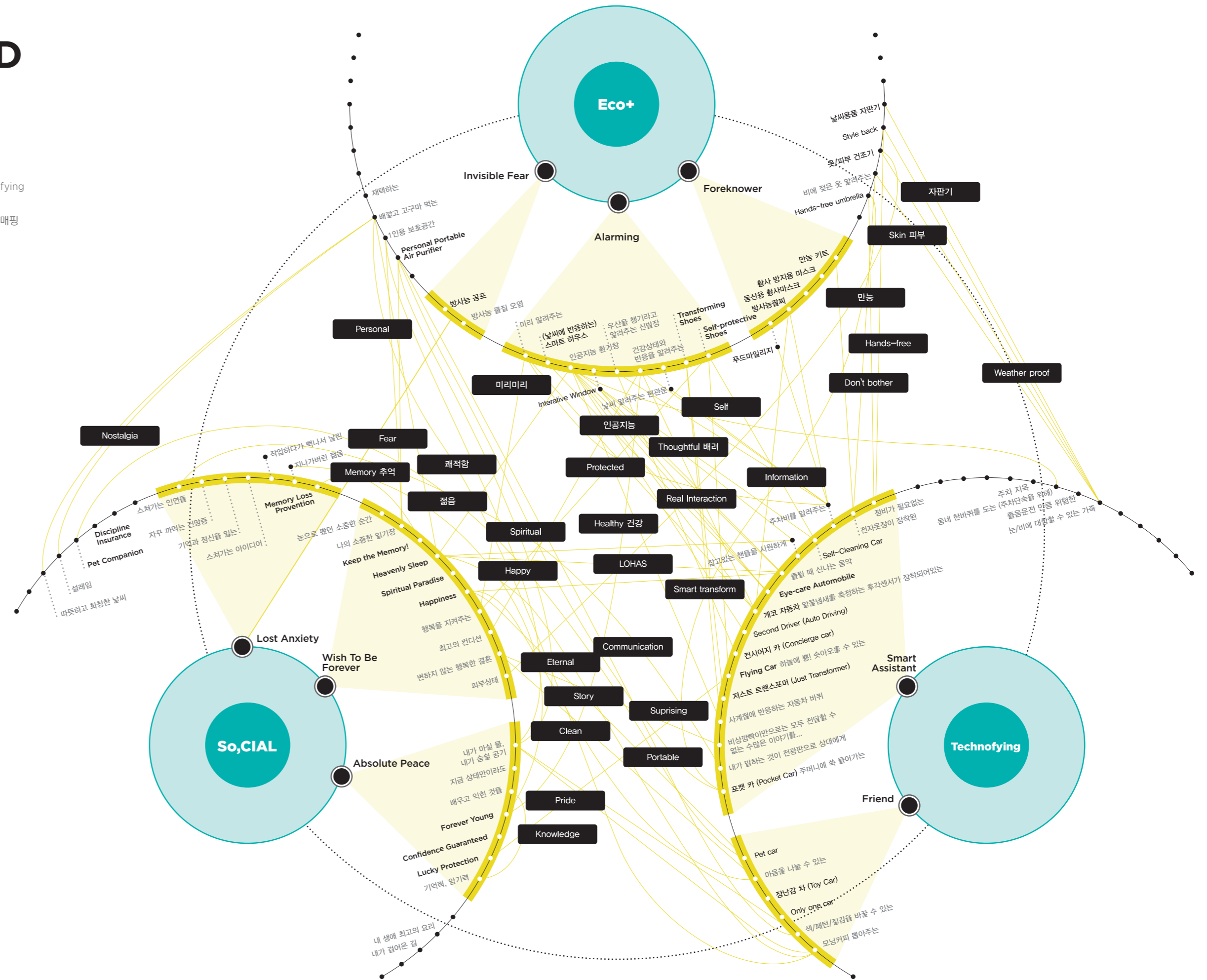
친구나 가족처럼 함께 나누고, 정서적 위안을 얻는 것

쇠퇴, 소멸되어가는 경험, 추억, 인연, 순간의 감동 등 정신적 가치의 영속성

스스로 알아서 모든 것을 해결해주는 진정한 스마트함

1st Half of 2011 URTREND INSIGHT

2011년 상반기 Eco+, So,CIAL, Technofying 3개 Theme와 TALK를 통해 분석한 소비자 니즈의 상관관계와 공통 키워드 매핑



urtrend? YOU ARE TREND!

사용자와 함께 미래를 만들어갑니다.

소비자가 트렌드를 이끄는 시대

소비자의 마음을 읽는 것이 기업의 미래 경쟁력과 생존을 좌우합니다.

urtrend.net 만의 독창적인 시스템과 국내외 트렌드 자문단의 검증을 통해
다차원적으로 미래 소비자의 잠재된 지향 가치와 감성 특성을 분석하여
보다 실질적이고 성공적인 미래 비즈니스 전략 수립을 지원합니다.

사용자 창조형 트렌드 Collective Creativity

Urtrend.net 사이트를 통해 일반 사용자들이 생각과 감성을 교류하고, 각 분야 전문가와의 상호교류 속에서 미래 트렌드를 상상하고 창조할 수 있는 집단 창의성 기반의 트렌드를 예측합니다.

독창적인 시스템 Originative Process

KDRI가 독자적으로 개발한 세계 유일한 사용자 중심의 미래 디자인 가치 예측 시스템으로, 총 3단계의 과학적이고 체계적인 프로세스로 구성되어 있습니다.

Step 1
FUTURE ISSUE GENERATION
- Note & Column

트렌드 모니터링을 통해
미래 화두를 도출

Step 2
IMAGINATION & CREATION
- Talk

사용자들간의 생각 교류를 통해
미래를 상상, 창조

Step 3
FUTURE USER VALUATION
- Value Voca

교류과정 속에 내재되어있는
미래의 공유 가치와 감성 분석

1

urtrend WEB SERVICE

urtrend.net 사이트를 통해 주목해야 할 분야별 트렌드 정보 뿐 아니라 미래 화두에 대한 자유로운 의견 및 상상을 관찰하고, 상호교류 네트워크를 형성할 수 있습니다.

Talk	미래 화두에 관한 자유로운 소통의 장
Issue Note	세계 각국의 캐스터들이 포착한 거시 및 미시적 트렌드 뉴스
Column	전문가들의 시선으로 분석한 트렌드 이슈와 전망
People	전문가와 사용자를 이어주는 소셜 네트워크의 장
Newsletter	새롭게 올라온 토크와 트렌드 정보의 weekly 메일링 서비스

2

urtrend PREMIUM SERVICE

유료회원만을 대상으로 사용자의 미래 잠재 가치 분석 결과와 메가 트렌드 예측을 담은 다양한 형태의 프로그램을 제공합니다.

Publication	연 2회 트렌드 이슈와 사용자 잠재 가치 및 감성특성 분석을 담은 Half-yearly / Annual Report 발송
Seminar & Roadshow	트렌드 정보 교류 세미나 및 전시 무료초청

3

urtrend CUSTOMIZED PREMIUM SERVICE

기업 특성에 맞는 거시적 트렌드와 구체화된 인스피레이션을 제시하고, 미래 화두에 대한 디자인 전략과 시나리오를 제공하는 맞춤형 컨설팅 서비스입니다.

Trend Foresight	기업특성에 맞는 미래 화두 운영 및 디자인 가치 예측
Future Scenario Planning	미래 라이프스타일과 디자인 시나리오 개발
Future Design Strategy	사용자의 잠재 가치 와 특성을 고려한 디자인 전략 제안

가입문의

KDRI | 한국디자인산업연구센터

Tel +82 2 880 8964
E-mail dcenter@snu.ac.kr
Web www.urtrend.net / www.kdri.org

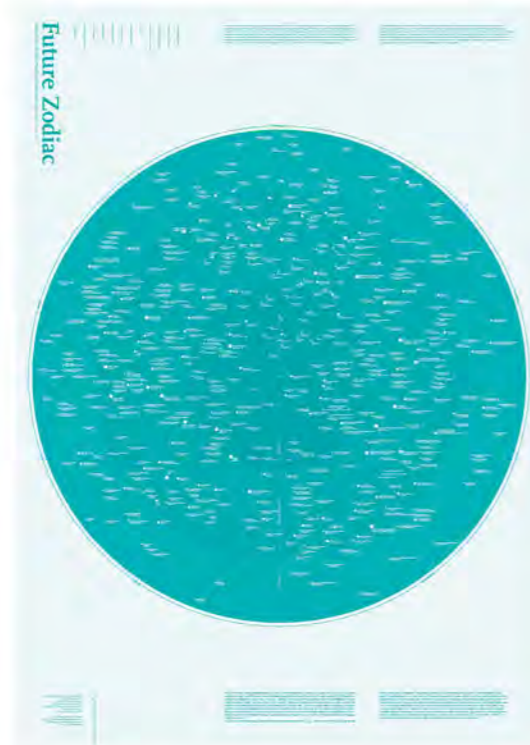
K
D
R
I

FUTURE ZODIAC

미래 거시 트렌드 예측 시스템

마치 우주의 광활하고 막막한 어둠처럼 확실한 것은 아무것도 없는 미래. 과거 불확실한 미래에 빛나는 별들이 먼 길을 떠나는 지표가 되었듯, 미래 디자인을 읽는 것을 별자리를 창조하는 과정에 비유하여 미래에 대한 징후를 통해 미래의 길을 창조한다.

2020년 전후하여 디자인에 영향력을 행사할 수 있는 거시 환경 변화에 대한 12개의 주제를 예측하고, 12개 주제의 별자리를 읽으며 미래에 대한 징후를 제시한다.



01. 초고령화 사회 02. 하이컨셉 사회 03. 즉각적 개인화 04. 힘의 분산과 다원화 05. 녹색사회 06. 불안과 혼돈의 기준 07. 기체 사회 08. 10억분의 1초의 시대 09. 가치자본 10. 가상 시대 11. 다층적 융합화 12. 공동선의 지형

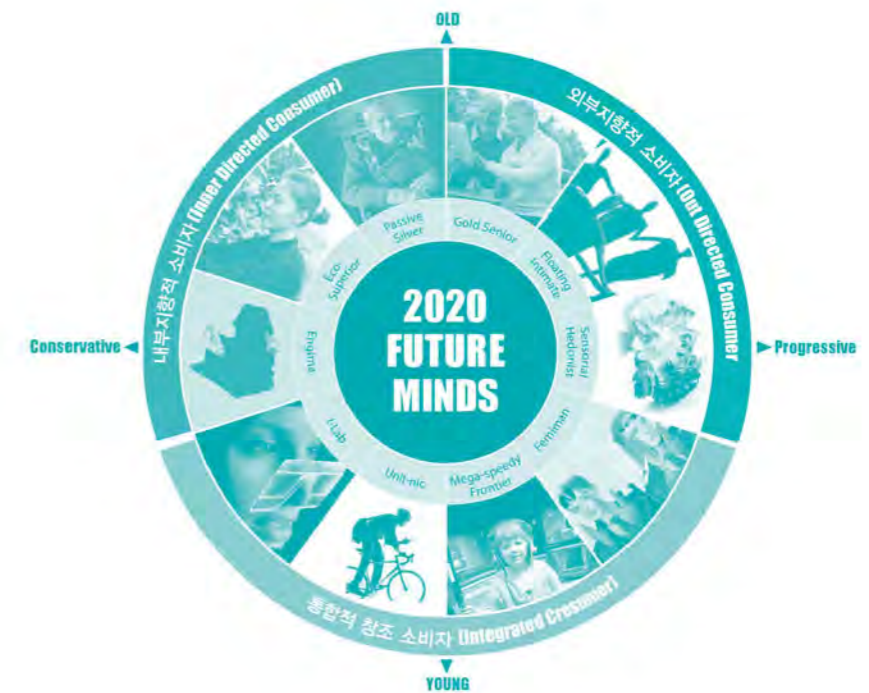
FUTURE MINDS

미래 라이프스타일 예측 시스템

행동을 끌어내는 것은 마음이며, 마음을 어떻게 움직이느냐에 따라 사회가 변화는 동시에 사회의 변화가 사람들의 사고방식이나 마음가짐에 영향을 끼친다.

과거부터 축적되어 온 소비자의 마음을 읽고 2020년에 소비자 행동을 변화할 미래의 마음을 예측한다.

Future Minds는 과거와 현재의 세대별, 성향별 맥락관계 분석을 통해 2020년 소비자 행동을 좌우할 라이프 스타일인 핵심 마인드 10개를 제안하며, 사람들의 관심, 행위, 생각에 대한 마인드를 분석한다.



01. 골드 시니어 02. 패시브 실버 03. 플로팅 인터메이트 04. 에코 슈퍼리어 05. 아이 랩 06. 센소리얼 헤도니스트 07. 유닉 08. 유니크 09. 페미앤 10. 메가 스피디 프론티어

urtrend.net

KDRI 한국디자인산업연구소
Korean Design Research Institute



ISBN 978-89-91056-36-7