

트렌드 예측 지표로서의 키워드(Key Words) 도출

Words of Insights as a Trend Indicator

나 건

홍익대 국제디자인대학원

Nah, Ken

IDAS, Hongik University

여수연

IDTC(국제디자인트렌드센터)

Yeo, Su-Yeon

International Design Trend Center

• Key words: Trends, Words of Insight, Lifestyle

1. 트렌드 예측 지표 마련

IT시대의 도래와 함께 새로운 정보는 그 양과 질에서 인간의 수용 능력을 이미 초과하였다. 또한 소비자의 계층과 가치관이 다양해지고 있다. 따라서 다양한 사람들의 라이프스타일을 잘 파악하고 시대의 트렌드를 경쟁자들보다 먼저 그리고 정확하게 파악하여 미래의 방향을 제시하는 것은 매우 중요한 일이다. 국내 유일의 정부출연 트렌드 연구기관인 IDTC(국제디자인트렌드센터)의 라이프스타일 트렌드 연구팀에서는 설립 이후 트렌드 예측 지표 개발에 관한 연구를 수행하여 왔다. 그 결과, "Words of Insights"라는 트렌드 분석 시스템(Framework)을 개발하여 트렌드 예측에 적용하였다. 이 시스템은 디자이너, 상품기획자 및 마케터, 경영자에게 사회문화적 트렌드를 한 눈에 조망할 수 있는 요약된 정보와 트렌드를 활용하여 새로운 제품 기획에 영감을 줄 수 있는 이미지들을 제공한다.

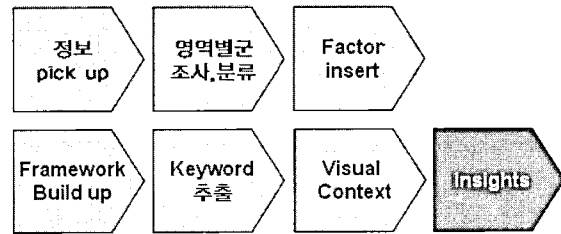
2. 시스템 구축 및 프로세스

본 연구의 트렌드 예측 시스템은 여러 분야(패션, 인테리어, 산업디자인, 자동차, 시사, 경제, 스타일, 컴퓨터, 게임, 군사, 영화, 음악, 과학, 스포츠 등)의 잡지 및 출판 매체 중에서 새로운 트렌드에 관한 정보 전달력을 고려하여 분야 별 대표 잡지를 선정한다. 선정된 잡지에서 트렌드 예측에 필요한 중요 단서(Key Drivers)들을 찾아내고, 그 핵심 키워드(Core Keyword)에 부합하는 시각적 요소(Visual Context)를 찾아낸다. 즉, 이 시스템은 디자이너에게 창의적 insight의 극대화를 위하여 트렌드 키워드(좌뇌용)와 이에 맞는 시각적 이미지(우뇌용)를 동시에 제공한다. 이 시스템은 좀더 광범위한 사회문화적 트렌드 컨셉을 제공하는 SET Probe 시스템¹⁾의 일부가 된다.

SET Probe 시스템은 사회,경제, 기술 등 사회 구성 요소 전반에 관한 다양한 정보를 실시간으로 모니터링함으로써 새로운 트렌드의 발생과 발전 방향, 그리고 트렌드의 단계를 파악하는 것이다. SET Probe 시스템은 궁극적으로 새로운 비즈니스의 기회를 제공할 수 있는 Business seeds로도 활용될 수 있다.

다음의 도표는 트렌드 예측 시스템의 프로세스를 도식화한 것이다.

1) SET Probe: Society, Economy, Technology에 대한 정보를 수집하여 트렌드에 관한 정보를 도출(Probe)할 수 있는 IDTC의 트렌드 예측 시스템으로 현재 개발 중임.



2-1. 정보 수집(pick-up)

디자인, 패션, 공학, 경제 및 경영 관련 등의 석사 학위 이상의 전문 정보 조사원들이 모니터링으로 사회 전반에 걸친 여러 분야에서 선택된 분야별 대표 잡지 및 신문 등 미디어에서 정보를 수집하는 단계이다.

2-2. 조사 영역 선정

도시 문화를 구성하고 있는 분야 중에서 트렌드에 민감한 패션, 인테리어, 산업디자인, 시사, 경제, 컴퓨터, 모바일, 게임, 영화, 음악, 과학, 스포츠 등 조사 영역을 선정한다.

가. Fashion &Beauty: 여성복, 남성복, 패션, 악세사리, 뷰티 산업 관련, 화장품

나. Design: 제품디자인 중심의 자동차, 가전 및 디지털 제품, 시각 디자인

다. Food &Health: 식품 등 식문화 중심의 건강관련

라. Living Place: 인테리어 및 상점, 리빙 제품 등 주거 문화 관련

마. Science &Technology: 기술, 과학, 최신 디자인 소재 관련

바. Travel &Sports: 여행, 운동, 레포츠 등 아웃도어(Outdoor) 문화 관련

사. Education: 유아, 청소년 교육 중심

아. Entertainment : 영화, 음악, 연극 등 놀이문화 중심

자. Online &Mobile : 온라인, 핸드폰 및 모바일 제품 및 콘텐츠 중심

차. Economy &Culture: 경영, 경제 등 사회 전반의 문화 포함

2-3. 트렌드 요소(Factor) 구성

인간이 사회생활을 하는 데에 기본적인 욕구를 찾아 9개의 연구요소²⁾로 선정하였다. 그것은 크게 내적 욕구와 외적 욕구 두

2) 초기에는 10개의 요소로 선정 연구하였으나, 추후 연구를 통

개의 축으로 나누어 진다. 다음은 2개의 축에 속한 요소에 대한 개략적 설명이다.

가. 내적 욕구

가-1) 지적 욕구: 인간의 지적 욕구는 모든 생명의 그것에서 가장 최고의 욕구이다. 이러한 지적 욕구는 항상 변화를 추구하게 되어 있다. 따라서, 이 욕구는 그러한 변화나 새로운 특징을 나타낼 수 있는 현상에 대한 연구를 목적으로 한다.

가-2) 감성적 욕구: 인간의 감각을 통해 얻어진 정보와 자극을 통해 즐거움이나 감동을 줄 수 있는 새롭게 변화된 현상에 대한 연구를 목적으로 한다.

가-3) 생리적 욕구: 매슬로우(Maslow)가 정의한 인간욕구 5단계 중 가장 기본적인 것에 속하는 욕구이다. 이 욕구는 의식주를 기본으로 한 변화나 새롭게 대두된 현상에 대한 연구를 목적으로 한다.

가-4) 관계적 욕구: 다른 사람과의 관계 형성을 통해 이상적인 자아나 타인, 문화 등과 연결시킬 수 있다. 이러한 자기향상 욕구를 통해 가치를 얻을 수 있는 현상에 대한 연구를 목적으로 한다.

나. 외적 욕구

나-1) 비즈니스: 사업은 살아있는 유기체와 같이 새로운 변화를 가장 먼저 수용하고, 다시 새로운 변화를 이끌어 내는 힘을 가지고 있다. 이러한 변화의 주체를 연구하고 그 현상을 살펴보는 것을 연구의 목적으로 한다.

나-2) 직업: 일상생활에서 일어나는 인간의 능동적인 모든 활동 중 특히 새롭게 등장한 직업이나 활동영역을 연구하는데 그 목적이 있다.

나-3) 사람, 종족, 세대: 동시대 혹은 특별한 세대로 특징 지워질 수 있는 사람들을 통해 새로운 변화나 현상을 목격할 수 있다. 보통 트렌드 세터(Trend Setter)라고 하는 이들은 가끔 이상한 존재로 취급받기도 한다. 그러나 "전염성"이 강한 그들은 보통 사람들에게 강한 영향력을 미치기도 한다. 이러한 요소를 연구하는데 그 목적이 있다.

나-4) 상품: 상품은 가치와 효용을 동시에 지닌 생산물이다. 인간의 욕구가 변화함에 따라 이것이 지니는 가치와 효용 또한 달라진다. 이러한 현상을 연구하는데 그 목적이 있다.

나-5) 환경: 환경은 인간의 의식, 행동과 관련을 가지는 것, 즉 인간의 의식, 행동에 영향을 주는 것을 의미한다. 이러한 사회적, 문화적, 정신적으로 영향력이 있는 상태 중 자연발생적이거나 우연적 요소에 의해 만들어진 변화를 연구하는데 그 목적이 있다.

2-4. 프레임워크 완성

가로축은 조사 영역, 세로축은 연구 팩터를 구성하여 프레임워크를 완성하였다.

해 9개의 요소로 재정립함.

2-5. 키워드 추출

정보조사원들은 잡지, 신문 등 미디어로부터 정보를 스캐닝 하여 각각의 요소에 맞는 키워드를 추출 또는 콘텐츠에 맞는 키워드를 새롭게 생성하였다.

2-5. Visual Context와 Insight

키워드가 추출이 되면, 그 키워드에 해당되는 관련 비주얼 콘텐츠(visual context)를 찾고, 그 키워드들 사이의 코어 키워드(core keyword)와 센텐스(sentence)를 통해 insights를 전달한다. 키워드로 분석된 자료의 도식화와 시각화작업은 텍스트보다 이미지에 익숙한 디자이너들에게 강한 정보 전달의 수단이 되며, 상품기획자 및 마케터, 경영자에게는 입체적인 트렌드 정보 전달을 하게 된다.

5. 결론

본 연구는 디자이너들이 국내 시장의 변화를 빠르게 이해하도록 하여, 소비자의 니즈가 반영된 제품 및 서비스를 창출할 수 있는 통찰력을 얻기 위해 필요한 정보를 제공하는 것이다. 연구의 결과로서 IDTC에서는 분기별 리포트를 발표하여 사회문화적 트렌드 컨셉을 이해하고, 트렌드 플로우 차트(Trend Flow chart) 분석표와 키워드(keyword)를 통해 트렌드 예측 지표를 마련하고 있다. 현재의 상황들을 하나 하나 제시된 제시어로 현재를 파헤치고 미래를 조망하는 착안점으로 활용할 수 있을 것이다.

본 연구는 앞으로 한국 시장의 사회문화적 라이프스타일 트렌드를 조사하는 대표 지표가 될 뿐만 아니라, 나아가 중국을 시작으로 세계 시장을 위한 중요한 트렌드 조사의 지표로 사용될 것이다.

참고문헌

- IDTC발간자료
 - idtc(international Design Trend Coverage), 트렌드 정보지, 1st issues, 2003, 9
 - idtc(international Design Trend Coverage), 트렌드 정보지, 2nd issues, 2004, 4
 - idtc(international Design Trend Coverage), 트렌드 정보지, 3rd issues, 2004, 10
 - idtc(international Design Trend Coverage), 트렌드 정보지, 4st issues, 2005, 6
 - 디자인소재, 표면처리 기술정보지, PLASTICS, Vol01,2004,11
 - 디자인소재, 표면처리 기술정보지, METAL, Vol02,2004,12
 - 디자인소재, 표면처리 기술정보지, CERAMIC, GLASS, Vol03,2005,01
- Peclers Paris, Futurs 5, 2005
- NellyRodi, Art de Vivre, Lifestyle, 2005
- Jonathan Cagan, Creating Breakthrough Products, Prentice Hall PTR, 2002
- Mike Baxter, Product Design, Chapman & Hall, 1995
- Peter Schwartz, The Art of the Long View, Currency,1991