

## TV에서의 Widget 서비스 방향

임진호 책임 (삼성전자 UX센터 UX선행그룹)

방송콘텐츠 중심의 TV에 인터넷이 연결되면서, 사용자의 TV 사용 패턴의 변화를 가져오게 되었다. 다양한 웹상의 콘텐츠를 TV를 통하여 사용할 수 있는 환경이 되면서, 방송이나 멀티미디어를 위한 기존의 Embedded SW와는 다른 형태의 Application의 필요성이 대두되었고, Widget이 하나의 방식으로 활용되고 있다. 본 세션에서는 주요 업체의 Widget 활용 현황 및 TV에 Widget이 적용되었을 때 소비자는 어떤 서비스를 원하는지에 대해 다루어 보고자 한다.

## 제품개발에서의 Cognition Technology의 활용

옥형석 책임 (LG전자 생산성연구원)

최근 제품에 있어서 가치는 기능성을 제공하는 측면에서 점차 사용성과 감성을 중요시하는 방향으로 변화하고 있다. 최근의 혁신적인 제품을 보면 사용성과 감성적인 가치가 기술개발의 방향성까지 결정하는 등 제품개발에 있어서 감성과 사용성 가치의 중요성은 더 더욱 커지고 있다. 또한 감성과, 사용성에 대한 정확한 예측은 제품의 개발 방향뿐만 아니라, R&D의 방향성을 결정짓기 때문에 이와 같은 Value를 표현할 수 있는 정확하고 신뢰성 있는 모델의 중요성 갈수록 높아지고 있다.

하지만 제품개발에 있어서 감성과 사용성으로 대변되는 User Experience 가치 제공은 기능성, 신뢰성 등의 기존가치와는 달리 소비자, 사용자로 대변되는 Human에 대한 더 높은 이해가 필수적이거나, 관련 지식의 부족 및 통계적 정량화, 객관화 어려움 등으로 제품의 가치로 연결시키기에는 많은 어려움이 있는게 사실이다.

본 논문에서는 감성과 사용성 등을 고려한 제품 가치 체계(Product Value Structure)에 대해서 살펴보고, 아울러 이러한 가치를 고려한 제품개발 패러다임의 변화에 대해서 살펴보고자 한다. 또한 기존의 감성 사용성에 대한 방법론에 널리 활용되는 통계적 귀납적 방법론 외에 인지과학(Cognition Technology)을 활용하여 연역적 방법론에 대해서도 고민해보고자 한다. 특히 Iphone의 UI 특성을 통해 Innovation Company가 인지과학적인 Approach를 어떻게 제품개발에 적용하고 있는지에 대해서 알아보려고 한다.