

MONTHLY USER EXPERIENCE TRENDS REPORT

METATREND[®]

AFTER AND CHANGE

VOL.97

JANUARY 2018

[HIGH CONCEPT]

Managing Newness

COPYRIGHT NOTICE

This publication is protected by Korea and International copyright laws. All rights reserved. No part of this publication, including text, photos and graphics, may be reproduced, distributed, or transmitted in any form or by any means, including photocopying, recording, or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of METATREND, Inc., except in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law. For permission requests, write to METATREND, addressed "Attention: Permissions Coordinator," at the address below.

Copyright © 2010-2017 by METATREND, Inc.

대상과 관계를 맺는 방식을 응용한 전자제품

OBJECT BEHAVIOR

사용자와 사물이 특별한 관계를 맺고 상호작용하는 방식을 디자인한다. 사물의 기능과 편의 등을 강조해 사람들의 관심을 유도하는 것이 아니라 반대로 사람에게 관심을 두고 주의를 집중할 수 있도록 사물이 직접 행동한다. 사람이 반려동물과 깊은 관계를 구축하는 양상을 차용하고 실질적인 이익을 제공하는가 하면, 다른 제품들과 경쟁하는 등 갖가지 방식으로 사용자와 더욱 밀접한 관계를 맺으려고 노력한다.

Vol.89 Robotics of Things
스마트화를 넘어서 로봇화되는 사물

Vol.78 Amiable Robot
친근한 관계를 형성하는 귀여운 로봇

Vol.65 Playful Object
유쾌한 사물 인터넷

Vol.59 Friendly IoT Service Design
사용자 마음을 읽는 사물 인터넷과 결합된 서비스 디자인

3

PHASE

8

IMPACT

6

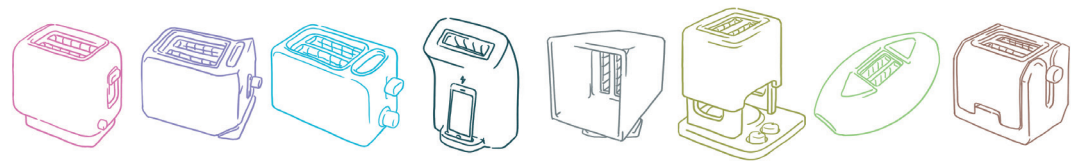
EXTENT



생물학적 관계를 투영해 사용자와 상호작용하는 토스터

Managing Newness, leon Brown
URL leon-brown.com/managing-newness.html

영국 스코틀랜드의 에든버러대에 재학 중인 레온 브라운이 12월 5일, 사용자의 관심을 끌기 위해 노력하는 토스터를 디자인했다. 사람은 단순 번식이나 신제품 출시 등의 이유로 쉽게 사용하던 전자제품을 버리며, 아무런 양심의 가책을 받지 않은 채 새로운 제품을 또 구매한다. 이렇게 발생하는 전자 쓰레기가 기하급수적으로 증가하며 사회적 문제가 되고 있다. 디자인하는 사물이 사용되지 않거나 혹은 버려지지 않기 위해 사용자의 주의를 유도하는 행동을 한다는 발상을 구체화했다. 생물학적인 상호작용의 관계에서 영감을 받아 길들이기, 공생, 포식, 기생이라는 네 가지 관계 유형을 바탕으로 여덟 가지 형태의 토스터를 디자인한 것이다.





길들이기(Domestication)

사람이 전자제품을 사육하도록 만든다. 사람과 기계 간에 정서적인 애착 감정을 형성하며, 기계와 사회적인 상호작용을 하면서 사물에 애정을 쏟고 친밀한 관계를 맺는다.

· 부드럽게 안는 토스터(Cradle Toaster)

사람의 애정을 갈구하며 귀여운 표정을 한 채 사랑스러운 행동을 하는 토스터이다. 몸통을 앞뒤로 흔들며 애교를 부리고 자신을 사랑해달라고 요구한다. 토스트를 구우려면 부드럽게 만지거나 문지르며 애정을 표시해야 한다.

공생(Commensalism)

둘 이상의 개체가 공존할 때, 한 쪽은 이익을 얻고 다른 쪽은 그다지 영향을 받지 않는 관계를 가리킨다. 토스터는 사용자에게 다양한 혜택을 제공하려고 하지만, 그 와중에 의도치 않게 사용자가 피해를 입는 경우도 발생한다.

· 공짜 빵을 제공하는 토스터(Free Toaster)

토스터 우측에 돈을 낼 것인지 아니면 공짜로 빵을 얻을 것인지 고를 수 있는 다이얼이 있다. 토스트가 사용자의 환심을 사기 위해 공짜 빵이라는 뇌물을 바친다. 하지만 실상은 사용자의 개인정보를 팔아 빵에 광고를 인쇄하는 것에 대한 무료 혜택이라고 할 수 있다.

· 빵 부스러기로 그림을 그리는 토스터(Crumb Toaster)

빵을 굽고 남은 부스러기를 모아서 인스타그램(Instagram)에 올리기에 좋은 아트워크를 창작한다. 사용자는 어떤 그림이 나올지 모르는 호기심에 계속해서 토스터를 사용하게 된다.

· 스마트폰을 충전해주는 토스터(Charge Toaster)

유통기한이 지나서 버리는 빵을 태워서 전력을 생산함으로써 스마트폰을 충전해준다. 안정적인 사용을 위해서는 빵을 계속해서 넣어줘야 하므로 지속적으로 토스터를 사용하도록 장려하는 효과가 있다.





포식(Predation)

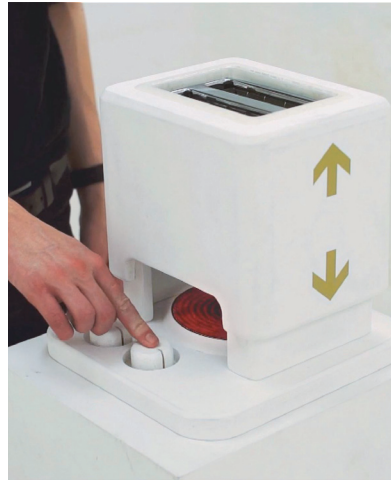
생물학적 개념으로는 포식자가 먹이가 되는 다른 동물을 찾고, 사냥하는 상호작용을 의미한다. 이를 차용해 애정을 갈구하며 사용자를 찾아다니고, 자신의 먹이가 될 수 있는 다른 제품을 공격해 자신의 목적에 따라 이용하기도 한다.

· 포식자 같은 토스터(Detect Toaster)

사용자가 있는 방향으로 계속해서 몸을 틀어 움직이며 빵을 달라고 요구한다. 때로는 주변의 스피커를 해킹해 빵을 굽는 소리를 재생해서 토스터를 찾도록 유혹하기도 한다.

기생(Parasitism)

사용자에게 버려지지 않기 위해 다른 제품에 의존해 더부살이하며 생존한다. 다른 제품의 에너지를 빌리거나 붙어 사는가 하면, 심하게는 자신의 생존을 위해 다른 제품을 내쫓고 부품을 약탈하기도 한다.



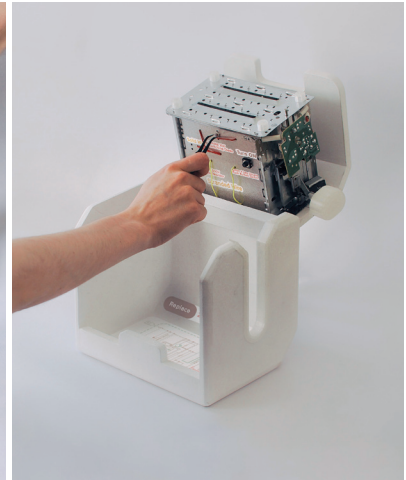
· 전기레인지의 열을 이용하는 토스터 (Lift Toaster)

주방의 전기레인지 위에 두고 전기레인지가 작동하는 열을 사용하는 토스터이다. 계속해서 위아래로 움직이기 때문에 전자레인지 사용하기가 불편하다. 이렇게해서 사용자의 관심을 토스터에게 돌린다.



· 주방 상판에 거주하는 토스터 (Latch Toaster)

주방 상판에 붙어서 기생하는 토스터이다. 스스로를 회전시키면서 편안한 위치를 찾고, 다른 물건들이 주변에 오면 내쫓는다.



· 계속 고쳐줘야 하는 토스터 (Service Toaster)

고장났다는 것을 빌미로 사용자가 자신을 안쓰럽게 여기도록 만든다. 더군다나 다른 전자제품의 부품을 빼서 자신을 수리해달라고 요구한다.

WHY **METATREND?**

TRENDS COMPASS

A successful strategy to preoccupy the upcoming market, demands both the ability to predict trends applicable for management, and more importantly, the ability to analyze evolutions in markets promptly. METATREND serves as an information resource for executives by reducing the uncertainty of the future at the moment when crucial business decisions need to be made.

THE ONE AND ONLY METATREND

As the only product-centric monthly trends report in the world, METATREND helps enterprises stay ahead of the crowd by quickly conveying the latest product trends faster than anyone else.

EXCLUSIVE MEMBERSHIP

METATREND is a premium media resource for business decision makers and market opinion leaders. and Only yearly membership is available. Join now to become an exclusive member of METATREND, to get the message of opportunity and inspiration.

METATREND, Inc. / METATREND Institute

themetatrend.com

Phone +82-2-782-4483 **Fax** +82-2-782-4553 **E-mail** webmaster@themetatrend.com

Address 9th Floor, Construction Financial Bldg. 25, Gukjegeumyung-ro 8-gil, Yeongdeungpo-gu, Seoul, Korea, 07332