

Phase III 파괴적인 질문을 통한 제시 Implication

큐레이팅 과정을 통해서 현재의 변화를 참신하고 독특한 방식으로 해석한 여러 가지 아이디어를 그룹화하면서 하나의 흐름을 발견하는 것이 3단계 제시의 역할이다. 본질에 대한 새로운 관점의 재구성을 통해서 기존과 다른 큐레이터만의 생각을 담은 의미있는 해석이 비로소 완성되는 것이다.

결론이 아니라 개별적인 개념을 정리하는 데 초점을 맞추어야 한다. 일상 속에서 발견된 아이디어를 수집 및 해석된 개별적인 내용을 전체적인 의미를 파악할 수 있도록 한데 묶어 정리하는 작업이 필요하다. 즉, 수집된 결과에 대해서 개별적인 의미를 부여하는 방식보다는 오랜 시간을 가지고 새로운 초점으로 바라봐야 한다. 기존에 한 번도 시도하지 않았던 생각을 해야 하는데 이 과정에서 반드시 필요한 것이 탐색적 질문이다.

- ⇒ 수집된 자료의 기저에 깔린 인간의 욕구 혹은 행동은 무엇인가?
- ⇒ 수집된 자료가 나온 현상이 일시적인 것이 아닌 반복적인가?
- ⇒ 수집된 자료가 제시한 영향이 다른 분야에도 미칠 것인가?
- ⇒ 이러한 현상이 발생하게 된 원인은 무엇인가?

아이디어 종합 단계에서 명심할 부분은 콘텐츠 특정 장르나 타겟을 집단화의 기준으로 삼아서는 안 된다는 것이다. 영화에 관한 이야기를 한데 묶거나 웹툰에 관련된 이야기를 같은 범주로 묶기는 쉽다. 그러나 이러한 기준으로 새로운 인사이트를 찾기란 결코 쉽지 않다.

큐레이션 결과물의 종합은 산업부문이나 인구통계학적 기준이 아니라 통찰력과 인간의 욕구 혹은 본질과 관련된다.

‘파괴적 혁신’ 이론가 Luke William 『디스러프트 Disrupt: Think the Unthinkable to Spark Transformation in Your Business』를 통해서 파괴적인 질문의 중요성을 강조하였다. Luke Williams는 파괴적

가설을 수립하려면 1) 먼저 현상을 정의하고(Defining the Situation) 2) 상투성을 찾아 낸 후 (Searching For Cliches) 3) 이것을 비틀거나 뒤집어엮어야 한다 (Twisting those cliches around) 고 주장한다.

쿠엔틴 타란티노의 영화, 닌텐도의 Wii 등 다양한 업계에서 기존 업계를 지배하고 있는 낡은 관습을 전복함으로써 새로운 시장을 만들어 낸 사례들은 기존의 연장선이 아닌 비선형적인 결과물로 해석했다.

빠른 속도로 변화하는 세계, 비즈니스의 불확실성이 그만큼 증가하고 있는 때 과거에는 전혀 하지 않았던 것을 상상하고 “만약 이렇게 된다면 어떻게 될까”라는 질문을 하는 역량이야말로 오늘날 콘텐츠 큐레이터가 확실하게 갖춰야만 하는 스킬셋의 본질적인 부분이다.

콘텐츠 업계의 거의 모든 사람이 당연한 것으로 받아들이는 사실들을 급진적으로 재해석할 수 있게 만드는 가설을 수립하려면 당연히 질문 (what if)형식으로 시작하게 된다. 극작가 버나드 쇼는 있는 현상을 관찰한 후 어떻게 질문하는가에 대해서 아래와 같이 이야기했다.

현재 있는 그대로 관찰하고 “왜” 그런지 질문을 하는 것과 지금까지 한번도 존재하지 않았던 무엇을 꿈꾸면서 “만약에 이렇게 된다면 어떻게 될까?” 라는 질문을 하는 것의 차이이다.

The Difference Between “seeing things as they are and asking, ‘Why?’, or dreaming things as they never were and asking, ‘What if?’

-버나드 쇼 Bernard Shaw

가까운 미래를 예측하기 위해서는 콘텐츠 업계의 클리셰(Cliche)을 인식하는 것이 중요하다.

‘클리셰(Cliche)’란 프랑스어로 진부한 표현이나 상투적인 말의 의미이다. 콘텐츠 산업에서 습관적으로 쓰여 뻔하게 느껴지는 표현이나 캐릭터인 권선징악, 영웅주의 등이 다 여기에 해당한다. 예를 들어 막장

드라마에서 부잣집 남자주인공의 엄마가 가난한 여주인공에게 돈 봉투를 건네며 아들과 헤어질 것을 일방적으로 통보한다는 장면 등을 떠올릴 수 있다.

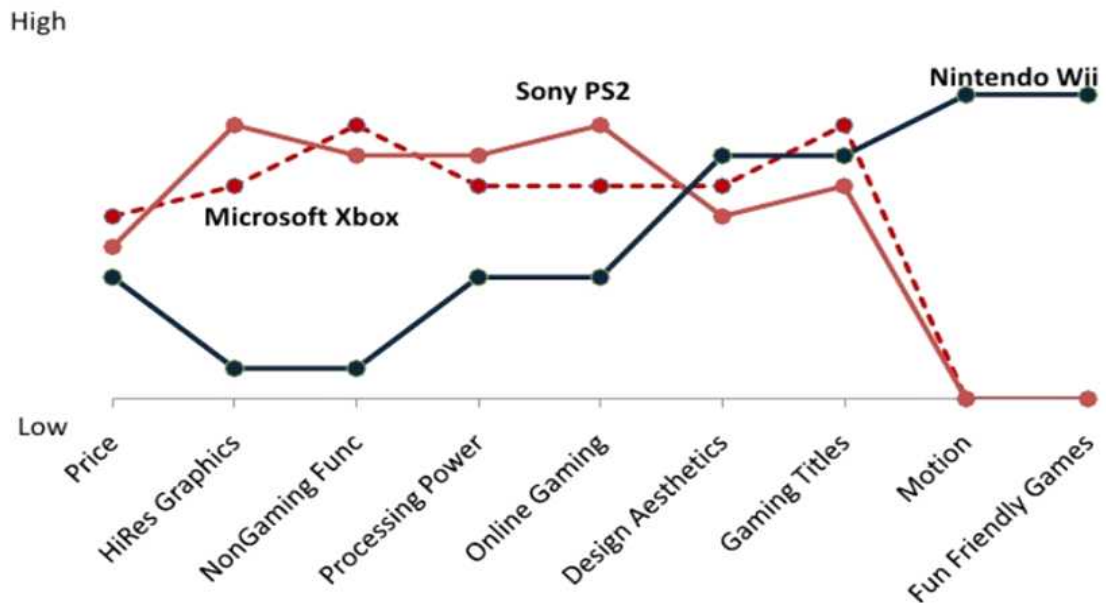
Jonas Ridderstrale과 Kjell Nordström은 『Funky Business』라는 책에서는 비즈니스 클리셰의 증식으로 잉여사회가 만들어졌다고 말하며 “유사한 기업들 중 남아도는 부분이 비슷한 교육적 배경을 가진 사람들을 고용한다. 이들은 비슷한 아이디어로 비슷한 물건을 비슷한 가격과 비슷한 품질로 만들어 낸다.”고 주장한다. 영화를 예를 들면 쿠엔틴 타란티노는 Patriot Game에서 해리슨 포드가 테러리스트를 처치하는 장면이 “영웅은 살인자가 아니다”라는 할리우드의 클리셰를 반복하고 있다고 주장한다. 반면, 쿠엔틴 타란티노는 자신의 영화들에서 영웅을 미화시키는 클리셰를 벗어나서 종종 무자비한 살인자로 묘사한다. “나는 사람들이 때가 되면 복수를 하기를 원한다.”고 해석한 것이다. 타란티노는 익숙한 상황을 새롭게 해석했고 이는 획일화된 영웅이나 악당이 아닌 다양한 시선을 원하는 대중들의 흥미를 충족시켜주었다.

비디오 게임산업의 존재하는 클리셰를 살펴보면 비디오 게임 세계는 게이머와 닌게이머로 양분된다. 대부분의 게이머들은 더 빠른 칩과 현실감 있는 그래픽을 원한다. 따라서 게임 콘솔은 항상 고사양 신제품이 출시되고 가격도 매번 올라간다.

닌텐도는 새로운 게임기 Wii로 게임산업의 클리셰를 뒤집었다. 닌텐도는 소니나 MS에 한참 떨어지는 3위의 사업자였다. Wii의 가격은 경쟁 제품 대비 상대적으로 저렴했고, Wii에는 하드 드라이브, DVD, 네트워크 카드 등이 존재하지 않았으며 속도가 느린 성능의 CPU를 사용했다.

Wii는 처음부터 비디오 게임업계 클리셰인 하드코어 게임 유저를 과감히 버리고 게임을 하지 않는 닌게이머, 즉 일반적인 유저가 아닌 여성, 가족을 겨냥했다. 이러한 플레이어의 요구사항을 게임에 직접 통합시키는 혁신적인 Motion Controller 덕분에 Wii는 시장에 출시되자

마자 크게 성공했다.



닌텐도 Wii와 경쟁사간의 전략곡선 비교

저널리스트인 Joshua Cooper Ramo의 관찰에 따르면 “Wii는 실제 세계와 가상세계의 장벽을 허물었으며, 세계는 게임을 즐기는 사람과 그렇지 않은 사람으로 양분된다는 아이디어에 균열을 일으켰고, 경쟁자들에게 게임 전체에 대한 아이디어를 다시 생각하도록 강제했다. Wii는 비디오 게임은 땀을 흘리지 않고도 즐길 수 있는 무엇이라는 아이디어에 사망선고를 내렸다 (Wii killed the idea that a video game was something you played without breaking a sweat)” 고 한다.

서로 다른 분야 교차사고를 통해서 남다른 의미를 발견하라

아이디어를 종합하는 과정에서 한 장르에 치중하는 것을 경계하는 데도 결과적으로 특정 장르에 국한된 트렌드가 나올 때가 있다. 이러한 상황을 피하려면 주로 한 업종에 집중된 아이디어 집단이라도 해도 다른 업종에도 눈을 돌려 적용할 수 있는 아이디어를 ‘발견’해야 한다.

교차사고

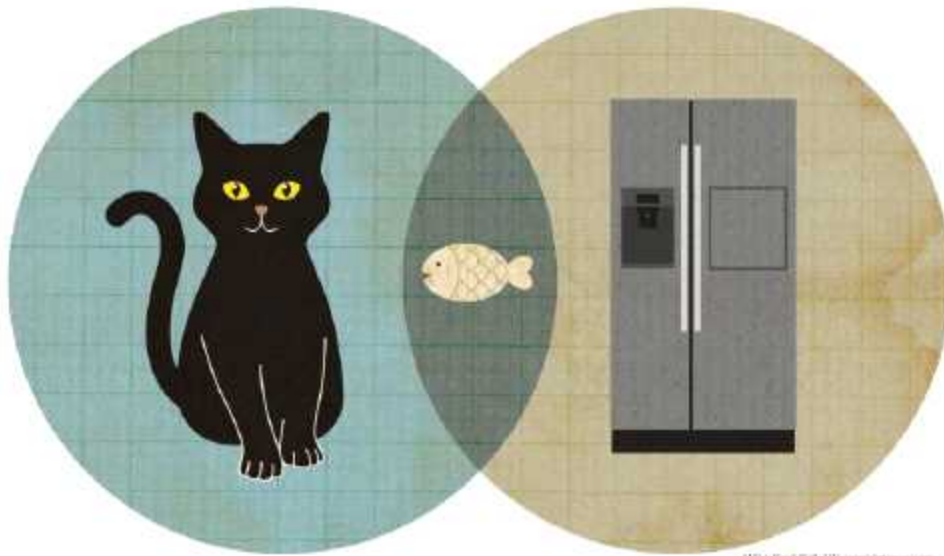
통상적으로 우리 주변 세상의 변화 흐름을 반영한 빅 아이디어를 트렌드라고 한다. 그러나 안타깝게도 머릿속에 그리는 개념과는 달리 실제 상황에서 적용하는 경우에는 빅 아이디어의 가치를 쉽게 이해하기 어렵다. 롱테일 법칙으로 널리 알려진 미래 연구소 크리스 앤더스 Chris Anderson은 트렌드를 ‘발생하기 기다리는 수익 혹은 대기 수익’이라고 표현했다. 지난 몇 년동안 수십 개 기업과 수천 명의 개인에게 트렌드 활용법을 널리 사용되는 방법 중 하나가 ‘교차사고 intersection thinking’이다.

교차사고는 표면적으로 서로 관련이 없어 보이는 아이디어의 공통점 혹은 교차 지점을 포착하여 성공을 뒷받침할 새로운 아이디어, 새로운 방법, 새로운 전략을 찾아내는 방법이다.

교차사고 활용방법 : 차이점 대신 유사점을 찾아라

특정 트렌드 배경이나 관련 분야가 자신의 업종과는 전혀 상관이 없어 보여도 다시 들여다보면 생각보다 비슷한 부분이 많을 것이다. 본능적으로 우리는 공통점보다 차이점을 발견하기 쉬운 의사결정 구조를 가지고 있다.

전혀 공통점이 없는 영역에서 이를 관통하는 유사점을 찾는 방법으로 소프트 싱킹 soft thinkng이 있다. 소프트 싱킹이란 부드럽고 직관적이며 멀리서 보는 사고방식이다. 반대로 하드 싱킹이란 직선적이고 논리적이며 수치로 측정할 수 있고 가까이에서 분석하는 사고방식이다. 하드 싱킹이 차이점을 꿰뚫는 관념이라면 소프트 싱킹은 전혀 다른 두 대상 간에도 교집합을 찾는 관점이다.



<http://weeklybiz.chosun.com/>

‘고양이’와 ‘냉장고’를 가지고 공통점을 찾으라고 하면, 하드 싱킹을 하는 사람은 당황한다. “고양이는 동물이고 냉장고는 기계인데, 동물은 생물이고 기계는 무생물이고, 이거 뭐가 공통점이야?” 하지만 소프트 싱킹을 하는 사람은 이렇게 대답한다. 둘 다 꼬리가 있고, 그 안에 생선을 넣을 수 있으며, 색깔이 다양하고, 수명은 15년 정도라고.

하드 싱킹이 흑백논리라면 소프트 싱킹은 무지갯빛 변주이다. 전자가 이성이라면, 후자는 감성이고, 전자가 좌뇌라면 후자는 우뇌이다. 소프트 싱킹은 은유적이고 확산적이며, 유머와 재미가 있다. 얼핏 모순돼 보이는 개념을 동시에 함축하기도 한다. 반면 하드 싱킹은 논리적이고 구체적이며 정확하지만, 시야가 좁고 상황이 달라지면 적용이 안 된다. 이 두 가지 방식은 톱과 천처럼 서로 대비되면서도 서로를 필요로 하며, 조화를 이룰 때 예술적인 감흥을 준다.

트번스타인의 책 『생각의 탄생』을 보면, 역사 속에서 뛰어난 창조성을 발휘한 사람들이 공통적으로 사용한 발상법이 있다. ‘청각적 형상화’라는 것이다. 대부분은 음악을 듣고 그림을 본다. 하지만 창조적 천재들은 그림을 ‘듣고’ 음악을 ‘본다’. 파바로티는 피아노 앞에서 노래를 부르는 것보다 머릿속으로 음악을 ‘그리는’ 경우가 더 많다고 한다. 레오나르도 다빈치는 패턴인식을 이용해 새로운 생각을

떠올리곤 했다. 그는 한 가지 형상에서 무한히 다양한 대상을 그려냈다. 그들은 마음의 눈으로 관찰하고, 머릿속으로 형상을 그리며, 모형을 만들고 유추하여 통합적 통찰을 얻었다.

교차사고 활용방법 2 : 의도적으로 원래 목적에서 한걸음 물서서라

프랜스 요한슨 『메디치 효과 Medici effect』에서 다양한 업종의 다양한 사람들이 상호 교류와 융합을 통해 기존의 틀을 깨는 새로운 아이디어나 제품을 만들어내는 교차사고의 힘을 강조했다.

스티브 존슨의 저서『탁월한 아이디어는 어디서 오는가』에 의하면 혁신적인 아이디어는 순간적인 발상이 아닌 일정한 시간을 두고 진화해 나아간다고 말하며 700년 역사에서 찾은 위대한 아이디어는 7가지 패턴과 키워드의 조합이 생성한 주변 환경에서 나온다고 하였다. 7가지 패턴 중의 하나로써 뜻밖의 발견 ‘세렌디피티(Serendipity)’가 포함되어 있다. 세렌디피티는 원래 목적에서 벗어나서 ‘떠나야만 알 수 있는 것 들’이라는 광고카피처럼 새로운 환경 변화가 주는 효과가 분명 있다는 점이다. 아르키메데스의 ‘유레카’ 발견은 목욕탕에서 이루어졌으며, 스타벅스 커피숍 아이디어는 하워드 슐츠가 이탈리아 주방용품 컨벤션 참석에서 영감을 얻은 것이다. 즉, 일상에서 벗어난 곳에서 세렌디피티의 힘을 느낄 수 있는 것이다./ ©백상훈