

Well-Trend의 Contents Simulation 연구

A Study on Contents Simulation of Well Being Trend-focus  
on SAJU Therapy

장 은 경

서울산업대학교

## Contents

논문요약

Abstract

### I. 서론

1. 연구목적

2. 연구범위

### II. 이론적 배경

1. Well-Trend와 디지털콘텐츠

2. 음양오행과 사주Therapy

### III. 콘텐츠 기획방안

1. 제안배경

2. 콘텐츠 시스템 구성

3. 비즈니스 모델

### IV. 사주 Therapy 디지털콘텐츠 개발

1. 개발 내용

2. 적용 사례

### V. 결론

참고문헌

논문요약

현대인에게는 wellbeing이란 단어가 중요한 키워

드로 떠오르고 있다. 이는 전 세계적인 추세이며 특히 한국에서는 잘 먹고 잘 사는 것에 대한 생활 문화가 다양한 상품으로 개발되고 있다. 또한 경제의 고도성장과 디지털의 영향으로 소비자의 기호에 맞는 맞춤형 생산과 소비가 확산되고 있는 추세이다. 이에 예술장르는 삶의 질을 높이고자 하는 생활문화인 웰빙 트렌드의 목적과 부합할 수 있는 분야이다. 그러나 대부분이 화가의 주관적인 예술 감각으로 창작된 작품이기 때문에 극소수의 애호가들에게만 수집의 형태로 소비되고 있다. 이에 wellbeing 트렌드의 흐름에 반영하여 보다 많은 소비자(User)들에게 상품으로 접근할 필요가 있다. 따라서 본 논문에서는 문화성과 상업성을 겸비한 웰빙 상품으로 음양오행을 근본으로 한 사주 Therapy를 이용하여 각 개인의 사주에 맞는 이미지를 디지털 방식으로 변환 하여 온라인으로 제공 하는 Well-Trend 콘텐츠를 개발하였다.

Abstract

"Wellbeing" has become the important keyword for the modern people of 21st century. Even if it has been vigorously expanding over the world, especially in Korea, the culture for wellbeing has been newly taking its place. Due to the influence of digital and high growth, the economy system has changed to small quantity batch production, which is fit to consumers' taste. For the time, the market for paintings has been formed in the way that they simply sell the works which were painted with a painter's artistic sense, to an individual who wants the works. However, new type of market for paintings could be formed, which is suitable for wellbeing age to approach for the many people. Accordingly, this study proposed the

digital-contents program to suit wellbeing-trend, which is digital imageas combination of commercial and artistic sense, It is for each individual by one's own fortune through SAJU on the basis of the theory of Oum & Young five elements.(Keyword)Well-Trend, Degital Contents, Saju Therapy

## I 서론

### 1. 연구 목적

최근 건강하고 쾌적한 삶에 대한 인식이 확산되면서 웰빙 바람이 전 세계적으로 호응을 얻고 있고, 이에 웰빙은 우리나라 산업계에서도 핵심 키워드로 떠올랐다. 경기 불황임에도 불구하고 고가인 웰빙 상품은 꾸준히 증가<sup>1)</sup> 하고 있는 추세

이다. 이러한 예는 미국과 일본만 봐도 알 수 있다. 특히 디지털 매체로 구매력이 높은<sup>2)</sup> 젊은층

의 등장으로 디지털화된 웰빙 상품의 공급이 필요한 시점이다. 이러한 시대조류에 맞는 웰빙 (Well-Being)상품으로 부각되는 것이 사주콘텐츠, 즉 동양사상의 음양오행설에 입각한 이미지 개발이다. 통상 그림이란 것은 화가의 감성에서 우러나온 것인데 반하여 음양오행설은 모든 사물을 표현할 수 있고 그것을 일정한 법칙인 五行 (木火土金水) 및 십간십이지(十干十二支) 즉, 갑을병정무기경신임계, 자축인묘진사오미신유술해<sup>3)</sup>로

1) 12004 10대트렌드,삼성경제연구소,2004,p13

2) 글로벌10-10전략,삼성경제연구소,p80

3)시에송림,천인상:음양오행학설사도론,산동문예출판사,1989

분류하여 개개인이 원하는 용도에 맞게 적용시킬 수 있는 것이다. 특히 일반인들의 선호도가 높은 사주콘텐츠를 기저로 한 개인에게 맞는 이미지개발은 디지털시대에 있어서 새로운 생활문화상품으로서 현대인들에게 정서적인 안정감과 생활의 풍요로움을 제공해 줄 것이다. 이러한 관점에서 본 논문은 디지털콘텐츠와 웰빙이라는 키워드를 가지고 Well-Being 트렌드에 적합한 콘텐츠 개발의 시도이다.

### 2. 연구 범위

본 논문의 연구목적을 이루기 위하여, 다음과 같은 방법을 사용하였다.첫째, 거시적쭉미시적 관점에서 국내 트렌드를 조사하고, 분석하였다.둘째, 음양오행과 사주에 대한 이론적 고찰은 문헌을 통하여 살펴보았다. 셋째, 현재 상용화 되고 있는 사주콘텐츠의 사용 현황과 문제점을 파악하고, 본 논문에서 연구개발한 사주Therapy의 차별성을 제시하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. Well-Trend와 디지털콘텐츠

21세기에는 물질문명의 시대에서 정신문명의 시대로 전환할 것이라고 하였다. 그렇다면 과연 무엇이 물질문명을 정신문명으로 바꾸고 있는가. 그것은 바로 디지털전자기술이다.

디지털기술로 대표되는 정보통신기술(ICT)은 경제, 사회, 문화 전반에 걸쳐 새로운 양식을 만들어 내고 있으며 문화 산업도 예외일 수 없다. 디지털 기술은 경제적인 측면에서는 신경계를, 문화적 측면에서는 문화의 세기를, 정치적 측면에서는 전자민주주의라는 신 용어를 만들어 냈듯이

사회전체의 패러다임변환의 한 계기를 만들었다고 할 수 있다. 문화적 측면에서 한정하여 보면, 디지털기술은 문화와 기술을 접합시킴으로써 문화가 생활 전면에 작용케 하였다. 이른바 문화의 일상화를 위한 사회쪽경제적 조건이 형성된 것이다. 이러한 문화의 생활화는 과거의 순수예술에 초점이 맞춰진 제한된 문화개념에서 역사적, 사회적, 교육적, 경제적, 윤리적, 예술적 가치가 있는 것으로 그 범위를 확장시켰다. 문화의 생활화는 주로 디지털기술에 의한 산업화, 상업화의 형태를 띠고 있지만 그것의 기능은 사회적, 문화적 의미가 짙다. 결국 문화의 세기는 문화의 힘이 문화산업 형태로 우리의 일상생활에 작용하는 것을 일컫는다. 문화산업의 외피는 산업적이지만 그 내피는 문화적인 것으로 전자는 하드웨어적인 측면으로서 미디어기기를 말하는 것이며 후자는 소프트웨어적인 측면으로서 콘텐츠를 말한다 할 수 있다.

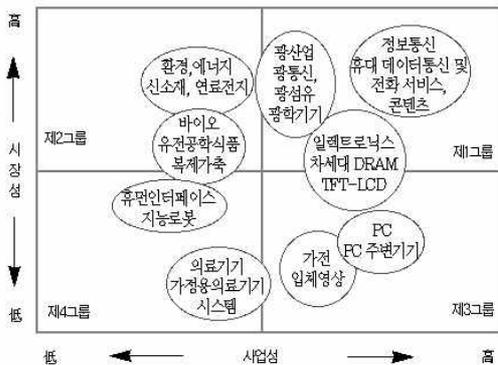


그림1)산업분야별 시장성과 사업성

\* 글로벌 10-10전략, 삼성경제연구소, 2003

문화산업을 지식기반에서의 꽃으로 비유하지만 실질적으로 중요한 것은 콘텐츠개발에 있다. 문화산업의 발전이라는 것은 콘텐츠산업의 발전이 전제되었을 때 의미가 있는 것이다. 문화 콘텐츠의 시장분화와 고부가가치성의 확보라는 새로운 산업재화로서 콘텐츠산업이 각광을 받고 있다. 디지털화된 문화적 자원, 즉 콘텐츠를 얼마나 가지고 있느냐는 것은 곧 다가올 디지털 네트워크

시대에 있어 핵심과제가 될 것이다. 우리의 경우, 5천년이 넘는 유구한 역사는 문화적 자원으로써 우리의 가치이자 자산이다. 그래서 우리는 우리가 가지고 있는 문화적 자원들을 디지털화 할 수 있는 무한한 가능성을 개발할 필요가 있다.4)

최근 심신의 건강에 대한 관심이 높아지면서 웰빙을 추구하는 다양한 형태의 웰빙 상품과 생활양식이 등장하고 있다. 이러한 시대적인 조류에 발맞춰 디지털시대의 Well-Trend로서 문화적이면서 산업적인 디지털콘텐츠개발이 필요하다.

## 2. 음양오행과 사주Therapy

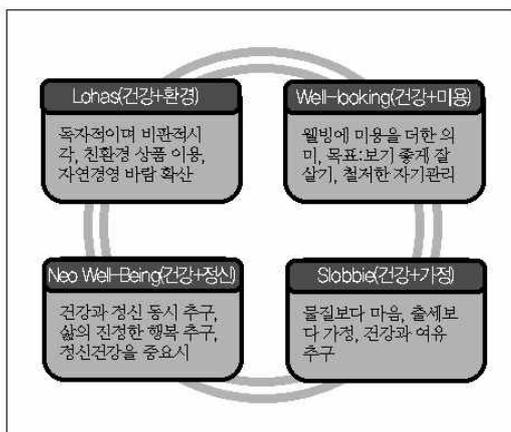
동양사상의 핵심은 음양오행설5)이다.

한의학, 철학, 명리학, 천문학, 풍수지리학등 많은 학문에 있어서도 음양오행은 적용되고 있다. 그래서 음양오행설은 모든 사물을 음양오행의 기준으로 분류할 수 있는 척도가 된다. 이에 관한 (표-1)은 10간12지 그림소재로써 의미 있는 모든 사물을 규정할 수 있는 철학이 담겨있다. 현재 상용화 되고 있는 사주관련콘텐츠들은 대중들에게 관심도가 높은 콘텐츠로써 개인의 운세를 Text를 통해 보여주고 나아가 부적까지 제공해 주는 유료콘텐츠화를 성공시켰다. 그러나 다양하면서도 새로운 콘텐츠를 요구하는 소비자(User)들의 욕구를 충족시키기에는 한계점이 있다. 이에 사주 콘텐츠는 인터넷을 즐겨사용하는 젊은층을 겨냥하여 사고의 호흡과 집중력이 짧은 영상세대들에게 접근성이 용이 하도록 하여야 한다. Text또한 읽는것으로만 국한시키지 말고 회화적인 친숙한 이미지 콘텐츠개발이 필요하다.

4) 진흥방안 2000 ,한국문화정책개발원,정보통신정책연구원,P10-13  
5) 한동석,우주변화의 원리,제2장제1절음양오행의 발생과 본질,대원출판사,1970

지지	자(子)	축(丑)	인(寅)	묘(卯)	진(辰)	사(巳)	오(午)	미(未)	신(申)	유(酉)	술(戌)	해(亥)
천간	임(壬)	기(己)	갑(甲)	을(乙)	무(戊)	정(丁)	병(丙)	기(己)	경(庚)	신(辛)	무(戊)	계(癸)
계절	한겨울	늦겨울	초봄	봄	늦봄	초여름	한여름	늦여름	초가을	가을	늦가을	초겨울
오행	수(+)	토(-)	목(+)	목(-)	토(+)	화(-)	화(+)	토(-)	금(+)	금(-)	토(+)	수(-)
오상	지(智)	신(信)	인(仁)	인(仁)	신(信)	예(禮)	예(禮)	신(信)	의(義)	의(義)	신(信)	지(智)
동물	쥐과	소과	고양이과	토끼과	파충류	장어와	말과	양과	원숭이과	원숭이과	개과	돼지과
꽃	치자	양귀비	매화	도화	모란	행취살구꽃	목련	석류	연꽃	매꽃	접시	국화
꽃의미	정진	품위	선비기개	벽사	부귀명예	평화	미와매력	가정행복	순수장조	지혜	관직승진	기쁨휴식
월(음력)	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
철성	탐랑	거문	녹존	문곡	염정	무곡	파군	무곡	염정	문곡	녹존	거문
	1	2	3	4	5	6	7	6	5	4	3	2
	수명	출세	복록	문	권력	무	병권	무	권력	문	복록	출세
자연	자연	발경원 호수	소나무 큰나무	꽃장미 화초안개	큰땅산	춧불달, 별	태양하늘	발경원	큰바위	돌맹이 안개	진망산	시냇물
기타	밤길	터널자락이	화폐서적 자동차	분수대 용수철	지렁이, 뱀류	첼로바퀴	전쟁무기	가옥담, 도로마을	선박정미소	종기계 부품	가옥도로서찰	우물약수
도형역	삼각형	원	네모	네모	원	삼각	삼각	원	네모	네모	원	역삼각형
색깔	진한흑	엷은황	질은청	엷은청	질은황	엷은적	질은적	엷은황	백색	회색	질은황	엷은흑
숫자	1	5	3	8	5	2	7	10	9	4	5	6
절기	대설동지	소한대한	입춘우수	경칩춘분	청명곡우	입하소서	망종하지	소서대서	입추처서	백로추분	한로상강	입동소설
새	새독리, 흰죽지 수리	검은머리 갈매기	흰물떼새 꼬마물떼새	도요류 청다리도요 일락도요 마도요	장다리물떼새	호사도요	백로류 쇠백로중백로	긴발톱할미새	가창오리	기러기 쇠기러기 큰기러기	황새노랑부리저어	흰죽지 (오리)큰고니

(표-1)10간12지 소재



(그림2)제안배경

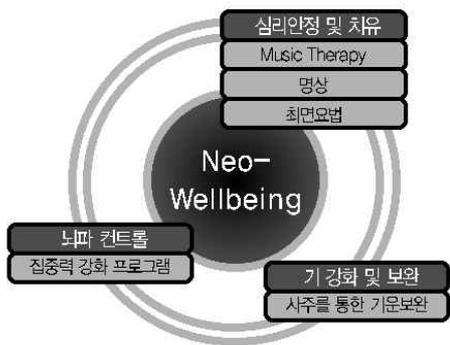


(그림3)부적

### III. 콘텐츠 기획 방안

#### 1. 제안배경

요즘 네티즌들은 건강 및 사주, 해몽 등 생활과 관련된 내용에 대하여 예전과 다르게 높은 관심을 나타내고 있다.<sup>6)</sup> 그러나 현재 온라인상에서 제



(그림4)Neo-Wellbeing

공되고 있는 사주 관련 콘텐츠들은 기존의 off-line 성격이 강하여 단순한 사주풀이로 이루어지고 있으며 부적이 결과물이다. 이것은 젊은 세대(영상세대)<sup>7)</sup>들의 정서에 불충분 요소로서 접근 용이성이 다소 떨어진다. 또한 적용되는 부적의 종류도 (그림3)과 같이 한계가 있어서 다양한 서비스를 원하는 사용자들의 욕구를 충족시켜주기엔 부족한 실정이다. 이러한 문제점을 보완하여 온라인을 적극 활용하는 젊은 세대(영상세대)들을 위한 디지털개념의 이미지콘텐츠가 필요하다. 이에 기존의 사주프로그램을 활용하되 운세를 알려주는 것에만 그치는 것이 아니라 개인에게 가장 좋은 기운, 즉 용신<sup>8)</sup>에 해당되는 이미지를 제공

6) , E-commerce Biz Model에서의 전자정보앨범 콘텐츠 개발, 한국디자인포럼,vol.9 2004

7) KBS,TV책을말하다.책이미지를 훑치다,2002.11

8) 박재완,명리요강,용신편9.

해줌으로서 네티즌의 기호에 맞는 새로운 접근방식을 시도해 보았다.

#### 2. 콘텐츠 시스템 구성

(그림4)와 같이 氣 보충을 통해 신체를 보완해 주고 명상이나 최면요법 및 기능성 음반 등을 통한 정신적인 안정을 보장해 주며, 더 나아가 집중력 향상 프로그램을 통한 뇌기능 강화에 까지도 서비스 영역을 넓혔으며, 콘텐츠의 전체 시스템 구성은 아래와 같다.

첫째는 집중력 향상 프로그램과 사용자 간의 피드백을 통해 집중력을 향상시키며 결과에 대한 수치 데이터들을 비교, 확인 가능한 장점이 있다.둘째는 기능성 콘텐츠(Image or Movie Clip + Music) 즉, 멀티 Therapy의 형태로 서비스가 되며 이미지 혹은 동영상상을 음악과 함께 제공하고 사용자와의 피드백은 없으며 정적인 형태의 서비스이다.셋째는 맞춤형 기능성 콘텐츠 프로그램(성향 분석을 통한 개인화 서비스)으로 설문 및 테스트를 통해 개인의 스트레스 및 각종 상태를 유형화 하여 그에 맞게 미리 프로그래밍된 순서대로 콘텐츠를 제공하는 서비스이다.



(그림5)시스템구성도

(그림5)와 같이 사주 Therapy는 개인 별 사주에 따라 각 기능성 음악 및 그에 매칭 되는 기능성 Image (Movie or Animated Image)와 년/월/일

별 사주 표시 및 그에 따른 Brain Therapy를 추천해 주고, 사주정보를 직접 입력하면 그날의 추천 Therapy를 출력할 수 있도록 구성하였다.<sup>3</sup> 비즈니스 모델디지털시대, Well Being Trend의 핵심은 삶의 질을 향상시킬수 있는 문화적 요소를 반드시 포함 해야 한다는 것이다. (그림4),(그림5)와 같이 본 연구에서는 사주를 중심으로 이 시대의 Well-Trend를 제시 하였다. 더불어 사주 콘텐츠를 포함하여 문화적 자산 가치가 있고 산업적 활용도가 있는 이미지 콘텐츠를 10가지로 분류하여 비즈니스 모델로 제안하고자 한다.

### 3-1. 소원별

부귀 · 장수 · 건강 · 청춘 · 시험합격 · 애정 등에 음양오행을 근간으로 현대에 맞게 소재를 발굴하고 이미지화 하여 상징성을 부여한다.그 사례로 액땀가 수맥을 막는 달마도가 있으며 (그림6)은 승진기원의 의미로 등용문을 통과하여 입신출세하기를 축원하는 뜻으로 젊은 선비들이 주고 받았던 그림이다.<sup>9)</sup>

### 3-2. 직업별

공무원, 사업가, 예술가, 종교인, 직장인, 주부 등 직업군에 따라 동양사상의 음양오행을 근간으로 의미있는 소재 이미지를 개발한다. (그림7)은 서가도, 책가도, 문방도 등으로 부르는 책거리는 책더미가 수북하게 쌓여있는 곳, 즉 시장 거리, 반찬거리, 일거리. 등과 같은 뜻으로 쓰인다. 학문과 덕성을 상징하는 그림으로 사랑이나 서당에 사용되었다.<sup>10)</sup>

### 3-3. 사주별

본 연구에서 개발한 콘텐츠로써 동양사상의 음

9) ,민화이야기,디자인하우스,1998,p162

10) 윤열수,민화이야기,디자인하우스,1998,p190-192

양오행을 근간으로 개인의 사주에 따라 기를 보충해 줄수있는 이미지를 디지털화 하여 제공해 준다.

### 3-4. 공간별

가정, 직장, 학교, 사찰, 교회, 식당, 유원지, 관광지. 화장실, 공연장, 관공서, 청와대 등 각 공간의 기운에 맞는 소재 및 이미지개발이다.(그림8)일월오악도는 조선시대 오봉산으로 한반도 금수강산의 핵심을 이루고 있다. 상서로운 파도 뒤에 금빛으로 빛나는 산과 좌우에 음양의 근원인 우주의 핵심인 해와 달은 그렸다. 일월오락도 병풍 앞 중앙에 어좌가 놓이는 데, 이는 하늘 아래 최상의 자리임을 뜻한다.<sup>11)</sup>(그림9)새우를 타고 있는 신선새우는 생일이나 회갑연, 과거의 급제 등을 축하한다는 뜻이다.<sup>12)</sup>

### 3-5. 문장별

고문진보, 법구경, 성경, 명상록, 잠언집, 한시 등 문장을 오행분류법(세분하면 10간12지)으로 분류하여 Text를 이미지로 개발한다. (그림10)문자도는 어진 신하 속에서 황룡이 천하의 백성들과 화합함을 기원한다는 내용이다.<sup>13)</sup>

### 3-6. 심상별

미술심리 치료기법으로 정서적으로 각박한 현대인의 마음을 해소하는 스트레스해소용, 정서안정용으로 소재와 이미지를 개발한다.

### 3-7. 세시풍습별

우리의 문화 속에 깃들여있는 세시풍습을 일반

11)윤열수,민화이야기,디자인하우스,1998,p64-65

12) 윤열수,민화이야기,디자인하우스,1998,p

13) 윤열수,민화이야기,디자인하우스,1998,p48

대중들에게 제안 할 수 있는 소재와 이미지 개발이다.(그림12)해태의 의미는 세시풍속에 호랑이 그림은 대문에, 개는 광문, 닭은 중문, 해태는 부엌에 붙여 벽사용 그림으로 사용했다는 기록이 있다.불을 먹고 산다는 해태는 일반적으로 호랑이 처럼 무서운 것이 특징인데 가정집에서 사용되었던 민화의 해태는 친숙한 모습이다.14)

### 3-8. 전통문화별

한국의 상징적 소재를 활용한 이미지 개발이다.(그림13) 치우천왕은 2002월드컵 붉은악마의 메인 캐릭터로 사용되었다.



(그림6) 약리도



(그림7) 책거리 병풍



(그림 9) 새우를 타고 있는 신선



(그림10) 문자도

### 3-9. 기업체 이미지 별

기업, owner의 사주 또는 업종에 맞는 소재와 이미지개발이다.

### 3-10. 역사와 시사별

현재 고구려사 찾기 운동과 연계하여 고구려벽화를 통한 고구려역사에 대한 대 국민홍보 이미지를



(그림8) 일월오악도



(그림11) 만다라<sup>4)</sup>

개발



(그림14) www.Brain.thru.net.com 메인화면



(그림16) Brain Shower 메뉴 선택



(그림15) Brain Shower 프로그램 설명



(그림17) 사주 Therapy 설명



(그림18) 사용자 생년월일 입력-음력/양력 선택 입력

#### IV. 사주 Therapy 디지털 콘텐츠 개발

##### 1. 개발 내용



그림19) 선택된 사주에 따른 용신 설명



그림20)용신에 맞는 이미지 제시

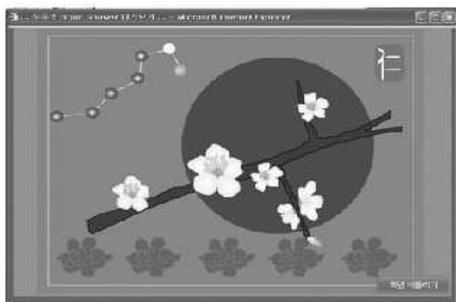


그림21)결과 이미지

본 연구에서 제시하는 것은 집중력 스펙셜 프로그램을 위시하여, 이미지와 기능성 음원을 이용하여 일상생활에 지친 현대인의 뇌를 쉴 수 있게 도와주는 명상요법 및 음악요법, 자신의 감정 상태를 체크하여 감정의 균형을 맞추어주는 감성요법, 자신의 사주에 맞게 몸의 기를 보충해 주는 사주요법으로 구성되어 사용자의 몸과 마음에 신선한 영양을 공급해 주는 "온라인 토탈 웰빙 프로그램" 이다. 특히 부적을 대신하여 각 사람의 사주에 맞는 용신에 따라 매달 개인별 기 보충 그림을 제공하는 것에 큰 차별화를 두었다.16)

##### 2. 적용 사례

사주Therapy 콘텐츠의 개발기술을 활용한 사이트이다. Brain.thrunet.com은 "온라인 토탈 웰빙 프로그램"으로 명상요법, 음악요법, 감성요법, 사주요법 으로 서비스가 제공된다. 특히 사주요법에서 제공하는 서비스 부분의 사례는 다음과 같다.

#### V. 결론

경제의 고도성장과 디지털의 영향으로 소비자들의 기호에 맞는 맞춤형 생산과 소비가 확산되었다. 또한 삶의 질을 높이고자 하는 웰빙 트렌드가 급속하게 성장하는 배경이 되기도 하였다. 따라서 현 시대의 성공요인으로 웰빙과 디지털을 적절히 조화 시켜줄 수 있는 문화예술장르의 코드가 필요하다. 이에 기존의 단순한 사주풀이의 텍스트 형식에서 벗어나 영상세대에 맞게 text를 image로 바꾸어 디지털화하는 데에 사주Therapy의 큰 의의가 있다. 우리나라는 5천여 년의 역사

를 가진 문화민족으로서 수많은 지적재산이 있으며 가장 민족적인 것이 가장 세계적이다. 라는 말처럼 세계화할 수 있는 문화상품의 개발가능성이 그 어느 나라보다도 많다. 이에 그 가능성의 하나로 사주프로그램을 이용한 자기에게 맞는 이미지소재개발은 디지털시대의 Well-Trend로서 새로운 디지털콘텐츠가 될 것이다.

#### 참고문헌

1. 윤열수,민화이야기,디자인하우스,1998,p62
2. 한동석,우주변화의 원리,대원출판사,1970
- 3.시에송림,천인상:음양오행학설사도론,산동문예출판사,1989
4. 문화컨텐츠산업 진흥방안 2000  
한국문화정책개발원/정보통신정책연구원
5. 김경훈, E-commerce Biz Model에서의 전자정보앨범 컨텐츠 개발, 한국디자인포럼,vol.9 2004
- 6.2004년국내10대트렌드,삼성경제연구소,2004,p137  
. 글로벌10-10전략 ,삼성경제연구소
- 8.박재완,명리요강,용신편9.
- 9 KBS,TV책을말하다.책이미지를 훔치다,2002.
10. <http://www.tuningnara.co.kr>11.
- 11[www.mandala.pe.kr](http://www.mandala.pe.kr)
- 12.<http://blog.naver.com/damool/zone/4000457228>