

# 디자인 사고 기반의 소셜 네트워크를 활용한 창의발상 방법 제안

The Emergence of Creativity based on Design Thinking using Social Networks

이지선

서울대학교 미술대학 디자인학부

윤주현

서울대학교 미술대학 디자인학부

·Key words: Creativity, Technology, Design, Process, Social Networking

Lee, Ji-Sun

PhD Student of Design and Craft, SNU

Juhyun Eune

Faculty of Design and Craft, SNU

## 1. 서론

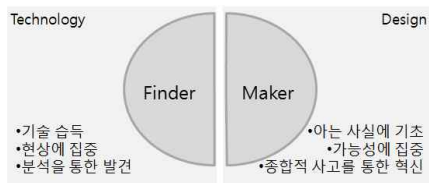
테크놀로지가 고도화되어감에 따라 급변하는 시장 상황에 따라 고객이 요구에 부합하는 창의적 아이디어를 먼저 선보여야 이익을 창출하는 시대가 도래하였다. 이는 비단 테크놀로지 분야뿐만 아니라 이러한 창의적 아이디어 발상 요구는 전체 산업 분야로 확대되고 있다. 이를 위하여 양적으로도 많은 아이디어를 단시간 내에 반복적으로 생산하는 것이 필요해졌고, 이에 대해서 소셜 네트워크(social network)<sup>1)</sup>, 크라우드소싱(crowdsourcing)<sup>2)</sup>을 이용하여 아이디어를 양적으로 많이 생성하고 합리적 프로세스를 거쳐 효과적 발전시켜 나가는 방법이 다양하게 제안되고 있다. 또한, 디자인 사고(Design Thinking)를 바탕으로 디자인 가능성을 염두에 둔 창의적 발상을 위한 고객 참여와 반응이 무엇보다도 중요시 되고 있다. 그러나 테크놀로지에서도 디자인 사고를 연결시켜 창의적 아이디어를 발상하는 연결되는 프로세스에 대해서는 아직 구체적으로 제시되지 않고 있으므로, 디자인 사고 기반의 소셜 네트워크를 활용한 창의발상방법을 제안하고자 한다. 더불어, 테크놀로지를 담당하는 엔지니어 뿐 만이 아니라, 디자이너, 타겟 고객이 함께 참여 가능한 각종 아이디어 발상 도구 및 활동 들을 분석하여 이를 이용한 아이디어 발상방법을 제안하고자 한다.

## 2. 문제의 제기

### 2-1. 기존 창의적 발상에서의 문제점

테크놀로지를 중심에 둔 발상은 과학자들의 기존 사고방식을 답습하고 있는데, 찾는 자(Finder)적 관점에서 새로운 패턴과 통찰을 발견해 내기 위해 현재의 사실들을 조사하는 것에 기초한다. 이에 기술과 그에 따른 현상에 기초하여 아이디어를 구체화하여 구현하는 프로세스를 가져감으로 인해 고객과 시장의 요구나 기대를 뛰어넘는 아이디어를 생성하는 부분이 취약성을 보인다. 이와는 대조적으로 디자인에서 제시하는 디자인 사고를 바탕으로 한 만드는 자(Maker)는 다양한 영감, 또는 경험을 통해 종합적으로 사고하는 와중에 아이디어를 직관적으로 발상하게 된다.

[그림 1] 찾는 자(Finder)와 만드는 자(Maker)의 발상 문제점 비교



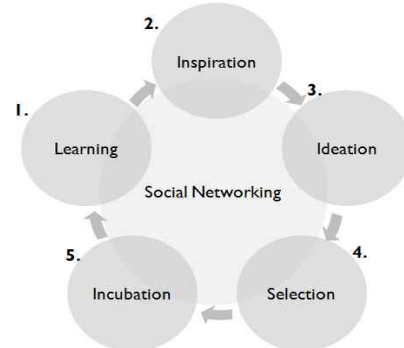
1) 소셜 네트워크 : 웹 상에서 개인 또는 집단이 하나의 노드(node)가 되어 각 노드들 간의 상호의존적인 관계(tie)에 의한 사회적 관계 구조  
2) 크라우드소싱 : 생산 및 서비스 개발 과정을 개방하여 생산효율을 높이고 수익을 참여자와 공유하고자하는 방법

디자인 사고(Design Thinking)는 이러한 만드는 자의 관점에서 디자이너의 감각과 방법론을 활용하여 사람들의 니즈를 기술적으로 구현 가능하면서 소비자 가치 및 시장 기회로 전환 될 수 있는 확실한 비즈니스 전략에 매칭시키는 원리를 말한다. 그러나, 이를 기반으로한 창의적 발상방법이 제시되고 있기는 하나, 구체적 실행 가이드가 없고, 특히 테크놀로지 분야는 디자인 사고와 테크놀로지간의 연결고리의 부재로 인하여 실질적 방법으로 접근하지 못하고 있다.

### 2-2. 단점을 보완한 대안 프로세스 제안

테크놀로지를 중심 둔 찾는 자의 관점의 단점을 보완하여 만드는 자의 관점인 디자인 사고를 이입하여 아이디어 발상과정을 효율적으로 만드는 것이 필요하다.

[그림 2] 소셜 네트워킹을 이용한 창의적 발상프로세스 제안



Learning 단계와 Inspiration 단계에서는 오픈소싱을 이용하여 테크놀로지를 학습할 수 있는 내용을 공유하는 “만들면서 배운다 - learning by making”를 이용할 수 있다. 이 오픈소싱을 통하여 효율적으로 지식을 습득하고 이러한 행위가 영감 (inspiration)을 생성하는데 도움을 주게 된다. Ideation 단계에서는 사용자를 중심에 놓고 아이디어를 구체화하면서 이를 시각화(visualization)라는 방법을 통하여 보다 다양하고 정확한 아이디어를 공유할 수 있게 된다. Selection 과정을 포함한 전 단계에서 소셜 네트워크를 이용함으로써 보다 많은 사람들이 참여할 수 있도록 하는 기회를 제공하며 보다 많은 양적으로 아이디어 풀을 늘릴 수 있는 기회와 객관적 선택의 기회를 갖는다. 이러한 과정을 많은 사람들과 공유하고 노출함으로써 전 과정을 모니터링한 의사결정권자는 합리적 의사판단에 의한 아이디어 선택을 하고 Incubation 단계에서 과감한 투자를 할 수 있다.

### 3. 구체적 해결 대안 분석

앞서 제시한 발상방법의 프로세스 전체를 가져갈 수 있는 구체적인 해결 방안들이 현재까지 제시되고 있지 않으나 각 단계별 또는 일부 이 프로세스를 실행할 수 있는 소셜 네트워크, 모바일, 시각화 등의 여러 가지대안들이 나타나고 있다.

### 3-1. Ning, Instructables.com : 관심사를 서로에게 배우기

이제 자신이 관심 있는 관심사, 기술 등을 서로 교환하고 배울 수 있는 소셜 네트워킹을 스스로 형성할 수 있다. Ning처럼, 블로그로, Twitter처럼 단문으로 끊임없이 유사관심사를 소셜 네트워킹 통하여 Learning 단계를 쉽게 진행할 수 있으며, 또한 Instructables.com처럼 아주 어려운 테크놀로지도 누구나 쉽게 배울 수 있는 단계별 설명서를 공유하여 다양한 영감을 끊임없이 생성할 수 있도록 한다.

### 3-2. Mindmeister, Adobe Idea: 모바일로 저장하고 공유

스마트폰에 들어가는 새로운 어플리케이션 중 기존의 Mind Map등을 차용하여 쉽게 아이디어를 정리하고 다른 사람들과 공유할 수 있도록 하는 Mindmeister, 아이디어를 쉽게 그림판처럼 스케치 할 수 있는 Adobe Idea 등을 이용하여 아이디어와 영감을 언제 어디서나 생성하고 다른 이들과 공유할 수 있는 어플리케이션이 나오기 시작하고 있다.

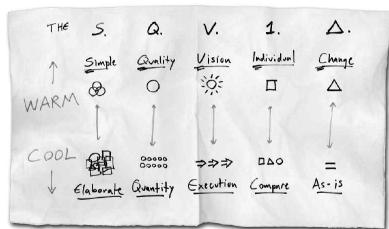
### 3-2. IdeaMachine : 영감에서 아이디어로 발전시키기

아이디머신은 온라인상으로 톨을 개발해 보다 많은 사람들이 공간의 제약을 뛰어넘어 아이디어를 발상 할 수 있도록 해준다. 특히 영감에서 아이디어로 구체화하는 과정에서 자신의 영감뿐만 아니라 참여하는 모든 사람의 영감에서 아이디어를 생성함으로써 더욱 다양한 아이디어를 발상할 수 있다.

### 3-3. SQVID, Sketching User Experience : 아이디어 시각화/스케치를 통한 아이디어 공유

Dan Roam의 SQVID 및 Bill Buxton의 스케치 등과 같은 스스로 아이디어를 시각화함으로써 디자인 사고과정을 거치게 하고 이때 얻는 영감에서 아이디어를 구체적으로 말보다 시각적으로 표현함으로써 아이디어를 보다 정확하게 구체적 공유할 수 있는 장점을 지니게 된다. 또한 빌 벅스턴이 주장하는 바와 같이 다양한 형태의 스케치를 경험하고 경험에서 얻어지는 실패를 바탕으로 다시 새롭게 스케치 하는 시각화과정은 공유뿐만 아니라 창의성의 발전을 돕는다.

[그림 3] 덴 로암의 SQVID 아이디어 시각화 방법



## 4. 아이디어 발상 프로세스 및 방법

### 4-1. Learning : 쉽게 배우기

누구에게서나, 누구나 쉽게 배워서 서로 공유하면서 관심을 키운다. 이렇듯 오픈된 테크놀로지 공유를 위한 자발적 커뮤니티를 형성하도록 하며 참여(Participation)와 공유(Share)의 개념을 심어주는 것이 중요하다. 엔지니어 외에 디자이너를 비롯한 다양한 분야의 전문가와 고객이 참여할 수 있는 계기를 만들어 줄 수 있다.

### 4-2. Inspiration : 영감 생성하기

배우는 과정에서 생각하는 영감들을 단어, 이미지 등으로 기록할 수 있도록 한다. 이러한 영감에 다른 사람들의 영감을 더하여 해당 주제에 대한 유사성, 연관성 등에 의한 다양한

소팅과 디스플레이가 가능하도록 하여 보다 많은 영감을 생성할 수 있도록 한다.

### 4-3. Ideation : 아이디어 생성

아이디어를 글로, 그림으로 다양한 방법으로 영감을 바탕으로 쉽게 발상하고 공유하고 저장 되도록 한다. 이때 디자인 사고가 바탕이 되어 사용자 중심의 디자인을 하도록 매 단계에서 질문을 던지고 이에 대한 아이디어를 영감들로부터 생성한다. 아이디어를 보다 정확하게 많은 사람들이 공유하게 하기 위해서 시각화(Visualization)기법인 SQVID 이용한다.

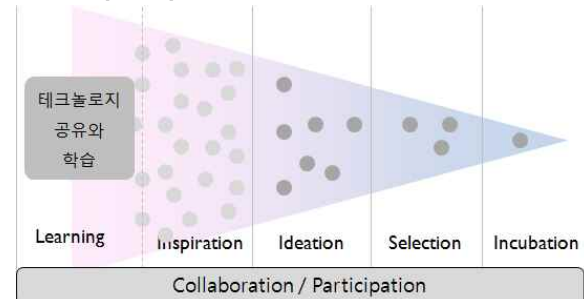
### 4-4. Selection : 아이디어 선택하기

아이디어들에 대한 Yes/No의 직관적인 선택을 함으로써, 아이디어에 대한 참신성과 독창성을 최대한 살린다. 선택을 많이 받은 아이디어는 위키 시스템을 이용하여 구체적인 아이디어한다. 아이디어 구체화의 기여도에 따라서 해당 사용자가 기여도에 대한 크레딧을 얻는다.

### 4-5. Incubation : 실제 비즈니스로의 발전

일정 수준의 아이디어가 구체화되면 인큐베이팅 하기 위한 단계로 전환되어 의사결정권자가 리뷰를 하고 개발 여부를 결정한다. 이 단계에서 비즈니스 관점 및 실행가능성,마켓에서의 성공 가능성에 대한 평가가 동시에 이루어지며, 이 과정 또한 다양한 사람이 많이 참여하는 방향으로 발전되도록 한다.

[그림 4] 창의적 아이디어 발상 단계별 프로세스



## 5. 결론 및 향후 연구과제

향후 연구과제로는 앞서 제시된 아이디어 발상방법을 적용한 인터넷, 모바일, 시스템을 설계하고 이 설계과정의 테스트를 실시해 보다 객관적이고 구체적인 개발을 진행할 예정이다. 이 설계과정 이후에는 실제 시스템을 모바일과 인터넷에 개발하고 테크놀로지 산업분야에 해당하는 아이디어 발상을 실제 진행하여 기존의 방법과 새로이 제시된 방법 간의 효용성을 규명할 예정이다. 이는 이제까지 기업 내에서 단절된 아이디어 발상프로세스를 보다 체계적으로 진행할 수 있는 계기를 제시하게 될 것이다. 또한 이 아이디어 발상 프로세스를 통하여 디자인사고가 디자인의 작업결과물에서 벗어나 디자인의 역할이 창의적 아이디어 발상에서의 중심적역할로 확대 되는 계기를 가져올 수 있을 것으로 기대한다.

### 참고문헌

- 이지선, 윤주현, Design Ideation Method Adaptation for Creative Concept in Technology Industry, IASDR 2009, 2009.10
- 배리 리버트, 존 스펙터, 나보다 똑똑한 우리, 와튼경제총서, 2010.03
- Nadja Schnetzler, The Idea Machine: How ideas can be produced industrially, Wiley-VCH, 2005.6
- Dan Roam, The Back of the Napkin: Solving Problems and Selling Ideas with Pictures, Portfolio, 2008.3