창의적 아이디어 발굴을 위한 소셜 네트워킹 기반의 모바일 시스템 디자인

Mobile system design based on social networking for creative thinking

이지선 /서울대학교 / sun.neofuture@gmail.com
Ji Sun Lee / Seoul National University

윤주현 /서울대학교 / jheune@snu.ac.kr
Juhyun Eune / Seoul National University

Keyword: Creativity, Technology, Design, Process, Social Networking

abstract

Wide spread management practices have been reformed to emphasize creativity and innovation through the adoption of education based on TRIZ , ASIT, the teaching of creative concept methodologies, as well as successful benchmarking of the creative leadership. However, the rate of revenue and growth seen after implementing these education and methodologies to boost innovation has been less than 10% to no change at all. Therefore, it will be awhile until creative concept methodologies and thinking techniques take firm root.

This paper will atemmpt to introduce a solution that can increase creativity within the technology centers of the world by analyzing both technology and design driven methodologies, combining them in conjunction with specific situations and circumstances. The research will directly investiage the problems of using creative concept methodologies within companies as well as its demand. By comparing design and technology driven methodologies as well as incorporating concepts of social networking, the research will look to generate a solution to overcome the shortcomings of both approaches that will result in facilitating the creative process within corporate environments. Moreover, a case study of employees and employers within the technology and design industries should be completed that investigates the respective methodologies of the creative thinking process. Then, the research will suggest how to design a tool through which non-specialists could quickly learn and employ the process, eventually being able to produce tangible results in the form of prototypes. The tool will be a system that provides a constructive learning environment based on the sharing of ideas and information. This would provide people with the means of creating inspirational ideas, rooted in actual experience. In addition, the research would aim to develop a systematic model of the creative thinking process. By observing the users of these tools, systems, and processes, one can work towards the formulation of an ideal and effecitve model for how to think creatively.

1. 서론

새로운 시장을 끊임없이 창조하는데 가장 대표적인 사례로 비즈니스 위크 지에서 매년 발표하는 가장 혁신적인 그룹으로 꼽히는 애플, 구글 등을 들 수 있겠다. 이들처럼, 국내의 기업경영 트렌드를 이끌고 있는 삼성의 경우 1990년대 초 디자인경영을 언급하면서 2006년 이후로는 창조경영에 대한 방안이 추진되어왔다. 삼성의 경우 디자인 경영의 디자인을 기업 혁신의 하나의 요소로서 한정짓는 한계성에 의해서 혁신을 경영전반에 적용하기 위한 창조경영이 대두되었으나 이에 대한 선진사례가 시스템적으로 완성되지 않고 있다. 창조경영을 위한 창의적 인재등용, TRIZ 및 ASIT 등을 이용한 창의성 교육 및 고급문화에 노출을 통한 창의성 증대 등 불분명한 시도만이 이루어지고 있는 실정이다.

창조경영에 대해 모호한 논의가 국내에서 진행되고 있는 동안 Web 2.0과 맞물려서 소셜 네트워킹, 크라우드소싱 등으로 형성되는 비즈니스들이 대거 성공을 거두기 시작하면서 헨리 체스부르의 오픈 이노베이션(open innovation)으로 발전되면서 오픈비지니스 모델 부각되고 있다. 오픈 비즈니스 모델은 투명성에 기초하여 기업이 더 적극적으로 외부의 아이디어 및 기술을 자사 비즈니스에 활용하며, 내부적으로 활용되지 않는 아이디어를 다른 기업이 활용할 수 있도록 만드는 것을 의미하는데, 이는 외부의 아이디어와 기술이 내부로 흘러들어올 수 있도록, 그리고 내부 지식이 외부로 흘러나갈 수 있도록 기업이 비즈니스 모델을 개방해야만 함을 주장하고 있다.

앞서 서론에서 언급한 다음세대의 엔터프라이즈 모델로 제시되는 오픈 비즈니스 모델은 오픈소싱 또는 크라우드소싱으로 인해 새로운 사업이 생성되고 신규 비즈니스 화되고 있는 일이 빈번해질 것을 예견하고 있다. 여기에 더해 비즈니스 경쟁력을 갖추기 위서는 디자인이 단순한 결과물의 생산 요소로서가 아니라 기업의 문화를 형성할 수 있는 철학적 개념으로써 접근하는 디자인 사고로 접근해야 한다. 이는 창의적 발현의 이상적 목표를 도달하게 하는 고객의 경험을 뛰어넘는 요소로서 작용되어야 한다. 디자인 사고는 아래와 같은 역할로서 향상되어 질 것이다.

- 다양한 아이디어를 수집하고 필터링하며 이를 시각적으로 구체화하는 역할을 수행
- 디자인 사고관점에서 개발이 이루어 질 수 있도록 커뮤니티에서 가이드를 하는 것이 필요
- 디자이너가 역할을 확대하여 개발자로서 구현단계에 직접 참여하는 것이 필요
- 참여와 공유가 능동적으로 이루어질 수 있도록 촉매자(catalyst)의 역할을 수행

이를 위해서는 디자인 사고의 영감 생성(Inspiration), 아이디어의 발현(Ideation), 구현(Implementation) 프로세스를 혼종성을 강화하기 위한 배우기(Learning)과정을 추가하고, 아이디어 실현과정을 아이디어 선택(Selection)과정과 아이디어 사업화(Incubation)과정으로 구체화시켜 발전시키는 것이 필요하다.

2. 아이디어 전개에 디자인 사고 이입