

창간 15주년 기념호

적정기술

Appropriate Technology

2023. 01

Volume 15, Number 1 (Issue 27)



안녕, Iovo

정인애^{a)}, 조남혁^{b)}

^{a)}Iovo & company Chief Empathy Officer, ^{b)}Iovo & company Art Director

1. 작은 것이 아름답다

중간기술(intermediate technology) 개념을 제시한 슈마허(E.F. Schumacher)는 “작은 것이 아름답다”(small is beautiful, 1973)라는 책을 통해 작은 것, 인간성의 회복을 주장하였다. 소규모의 비용이 들지 않는 기술과 작은 단위의 경제 규모를 유지할 때 비로소 쾌적한 자연환경과 인간의 보다 나은 삶을 위한 공존의 경제 구조로 나아갈 수 있음을 강조하며 경쟁과 속도전에서 벗어나 생태계를 배려한 화합과 자생적 의미로써 일의 주체성을 두고 작은 것이 아름답다고 말한 것이다.

최근 기술의 발전과 동시에 탈중양화의 변화가 전 세계적으로 일어나고 있고, 새로운 경제 시스템의 대안들이 Web3.0 기반으로 등장하며 작은 단위의 연결을 통한 자생적 시스템화를 이루고 있다. 뿐만 아니라 지속가능한 발전을 위한 기업과 정부의 각 노력들 또한 커지고 있으며 단순한 경제의 이득을 만드는 것을 넘어 사회적, 환경적으로 가치를 만들어내는 것이 더욱 중요해진 시점이다. 이러한 시점에 다시한번 “작은 것이 아름답다”의 내용을 상기해볼 때 단어 그대로 ‘아름다움’ 그리고 ‘작은 것’에 대해 스스로 질문을 해볼 필요가 있다.

먼저, 나 스스로에게 “무엇이 진정 아름답다고 생각하는가?”라고 질문했을 때 선뜻 대답하기 어려웠다. 질문을 바꿔, “주로 무엇을 볼 때 탄성을 내뿜을 정도로 아름답다고 느낄까?”라는 질문과 함께 눈을 감고 곰곰이 생각해 보니 ‘자연’ 본연의 것을 바라볼 때 감탄하는 나를 알게 되었다. 가령, 창 밖으로 보이는 노을 지는 아름다운 하늘과 구름, 가을 예쁘게 물든 나뭇잎, 강물 위에 반짝이는 혹은 창문 틈 사이로 스며드는 빛들, 캄캄한 밤 하늘 위에 떠있는 별들, 하늘 위로 줄 지어 날아가는 새들을 볼 때 말이다. 그럴 때 나도 모르는 탄성을 자아내더라. 그런 것이 나에게서 아름다움이였다.

결국엔 본연의 것이 가장 아름답다. 그 속에 있는 ‘생명’이 있기에 그 생명에는 살아서 움직이는 생명력이 있기에 순전하고 아름다운 것이 아닐까? 그래서 이 세상에 사는 모든 ‘사람’, 살아서 숨 쉬는 영혼을 가진 이들은 세상에서 가장 가치있고 유일하며 아름다운 존재라는 답을 얻게 되었다. 결국 자연과 우리가 살고 있는 이 세상은 곧 살아 숨쉬고 있는 생명 그 자체인 것이다.

그런 의미에서 앞서 슈마허가 말하는 인간성의 회복과 자연환경과의 조화는 결국 아름다움 자체의 본질일 수 있겠다. 그렇기에 이제 우리는 이익과 경쟁을 넘어서 새로운 마음과 진실한 마음으로 이 시대의 다양한 문제들을 깊이 생각하고 바라봐야 한다. 그리하여 사회에 올바른 가치를 선사하고 우리의 미래인 다음 세대를 위한 위로와 회복의 디자인을 해야 한다고 생각한다. 우리 세대는 이 시대의 왜곡된 많은 부분들을 본연의 아름다운 것으로 회복시킬 책임이 있다.

먼저 우리 기업이 그런 기업이자 공동체가 되기를 소망하며, 이번 <적정기술> 창간 15주년을 기념하며 적는 글은 이러한 생각을 바탕으로 도전한 작은 시도들과 경험담을 나누고자 한다.

2. 안녕, lovo

로보앤컴퍼니(lovo&company)는 이러한 뜻을 품은 이들이 모인 팀이자 “사랑으로 재 창조”라는 뜻의 이름을 가진 기업이다. ‘lovo’는 영어 ‘love 사랑’과 라틴어이자 프랑스어 접두사인 ‘novo 새로운’ 단어가 합쳐져 만들어진 이름이다. 이름의 영감이 떠오르는 순간, 로보앤컴퍼니라는 기업이 태동 되었다. 우리는 lovo를 소개할 때 로보의 철자를 자세히 보면 인사하는 얼굴이 보인다고 ‘안녕’을 이야기 한다. 결국 로보앤컴퍼니는 사람들의 “안녕(安寧) 하고 행복한 삶”을 공감하는 이들과 함께 다음 세대를 위한 작품을 남기겠다는 비전을 품고 아름다움의 본질을 회복하는 생태적 경제 시스템을 만들어가는 창조적인 공동체이다.

앞서 이야기했듯이 산업 사회로부터 발생된 수많은 환경문제들과 미래 사회로 나아가기 전 어두 킴킴하게 드리어진 사회문제들, 그리고 얽히고 설킨 복잡한 이해관계의 충돌로 인해 단절된 관계들을 회복하고 싶었다. 그것은 인간의 본연의 것, 본질을 회복

하고자 하는 숭고(崇高)한 마음이었고 우리가 가진 창조성, 디자인으로 그러한 역할을 풀어 나갈 수 있으리라는 소망의 씨앗이 심어져 피어나게 된 조직이다.

2.1 시작 naissance

과거 역사를 돌아보면 인간성의 회복, 인간의 지적과 창조적인 힘을 부흥시키는 꿈을 문화운동으로 펼친 르네상스를 살펴볼 수 있겠다. 어떠한 분야의 가장 빛나는 시기, 그리고 융복합적 혁신을 대표하는 시대를 르네상스 시대라 일컫는다. 르네상스는 재생(Renaissance)이라는 뜻으로 미켈란젤로의 제자이자 ‘예술가 열전, 미술가 열전’의 저자인 조르지오 바사리에 의해 사용됐다. 이탈리아에서 가장 뛰어난 건축가, 화가, 조각가들의 전기를 다룬 책에서 재생과 부활을 뜻하는 이탈리아 리나시타(rinascite)라는 단어를 사용해 미켈란젤로의 작품을 고대 고전 미술의 부활이라고 해석했다. 이후 이탈리아 피렌체를 중심으로 고대 문화의 재생 활동을 펼치며 문학과 예술, 철학과 정치, 과학과 신학 등 사회 전반에 걸쳐 새로운 창작의 작품들이 만들어졌고 오늘날까지도 우리에게 유산으로 전달되었다.

과거에는 건축과 그림, 조각상 등으로 표현해내기를 시작하면서 숭한 영감의 작품들을 남겼던 것처럼 지금 시대에 우리들은 무엇을 남길 것인가라고 자문해보았을 때, 창조주가 보시기에 기쁜, 인간과 환경의 본질적 회복을 위한 기업을 만들고 공동체를 이루겠다고 생각했다. 그것은 앞서 이야기한 아름다움을 회복하는 작품을 만드는 것이고, 다시 본질로 회귀하는 재생적이며 부활적인 운동이 필요하다고 이야기하고 싶다.

일시적으로 만들고 버려지는 일회용과 같은 작품이 아니라 다음세대에까지 전달되는 그런 작품을 남기고, 진정한 가치를 전달하는 일을 하고싶다. 그렇게 lovo의 기업의 형상(image)이 그려지기 시작하였고, 이곳에 모인 이들이 정치, 사회, 경제, 문화의 어두움을 빛으로 재창조하겠다고 선포하며 작은 부딪크 규모의 컨설팅 사업을 시작하였다. 이 공동체에서 우리는 때로는 진중하고 때로는 어린아이 같이 웃고 장난치며 즐겁게 실험적 일들을 해 나가면서 우리가 가진 비전과 열정의 에너지를 전파한다.

우리는 믿는다. 이 시작이 미래세대를 위한 이 땅의 소명인 것을, 그리고 꿈꾸는 모든 것들은 물 흐르는데로 순리에 따라 적정한 시기에 이루어질 것을, 그래서 조금하지 않게 주어진 이 시간과 일을 소중하게 생각하며 하나하나 맡은 ‘지금 주어진 일’을 최선을 다해

기쁜 마음으로 함께 일하고 성장하며 삶을 살고 있다. 그렇게 우리의 일상은 안녕(安寧)하다. lovo

2.2 적정기술, design for the other 90%

12년 전 이야기이다. 2010년 12월, <소외된 90%를 위한 디자인> 출간 기념을 위한 특별 강연회가 열렸다. 거기서 “적정기술은 무엇인가”라는 주제의 특강 연사인 적정기술 미래포럼 홍성욱 교수님과와의 첫 만남을 갖게 되었다. 그때 나는 “디자인과 적정기술의 만남”이라는 주제로 강연을 하였다. 이때 소개한 것은 e지식채널의 모두를 위한 디자인, 90%를 위한 디자인 영상 콘텐츠였다. 콘텐츠 내용은 적정기술 디자인의 대표적인 작품인 깡통 라디오 사례로, 1960년대 잦은 화산 폭발로 많은 피해를 입고 있던 인도네시아 발리의 주민들을 위해 만든 간단한 통신기기 장치로 주민들이 경보 방송을 듣고 대피할 수 있는 라디오를 디자인한 사례였다. 관광객이 버린 깡통과 동물의 배설물, 파라핀 왁스로 만든 라디오는 실제 사람들의 희생을 줄일 수 있는 적절한 기술이었고 사람들이 참여해서 손수 만든 디자인은 그 무엇보다도 아름다운 제품이었다. 그 기술을 디자인한 이는 바로 산업 디자이너 빅터 파파넵(Victor Papanek)이다. 디자인과 건축을 전공한 그는 산업디자이너로서 10% 소수의 상류층을 위한 디자인이 아닌 90%의 사람들, 제3세계 개발도 상국을 위한 사회적 약자의 디자인을 해야 한다는 정신을 전파했다. 빅터 파파넵이 디자이너로서 활동을 하던 1940~1950년대는 상업주의와 소비주의가 주를 이루던 시기였고 물건을 구입하고 사용하며 폐기하는 소비패턴을 짧게 만드는 문제를 양산하는 문제를 만들어 냈다. 그는 소비중심의 디자인을 비판하며, 그의 저서 <인간을 위한 디자인(design for the real world: Human ecology and social change)>을 통해 디자인의 사회적, 환경적, 윤리적 책임과 지속가능성에 대한 방향을 제안하며 다학제적 팀을 갖추고 통합 디자인을 할 것을 권고한다. 통합디자인은 사회집단, 계급, 사회를 고려해야함을 의미하는 것을 포괄한다.

디자인에서 ‘인간’은 매우 중요한 요소이다. 일반적으로 디자인은 시각적이고 조형적인 것들에 주된 초점이 맞추어져 있을 것이라 생각하지만 디자인은 내면에 있는 인간의 심리, 사회문화, 경제원리 같은 부분들과 더 밀접한 관계를 맺고 있는 학문이다. 빅터 파파넵은 디자인은 인간이 도구와 환경을, 더 나아가 사회와 자아를 만드는 높은 사회적,

도덕적 책임을 가지고 생태계 유지에 힘을 써야 함을 말했다. 책에서 인상깊었던 점은 여러 산업체와 현직디자이너들이 학생들과 함께 프로젝트를 하며 서로 배우고 실험하며 상호교류하는 작업을 제안하였는데, 전 세계에 그런 프로젝트를 할 수 있는 센터를 세우고, 유기적이고 지속적인 경제 공동체 시스템을 싶은 꿈을 가지게 되었다.

이러한 일을 직접 해보고 국제 시야를 넓힐 수 있었던 첫 무대가 바로 적정기술미래포럼에서 주최하는 ‘적정기술 아카데미’를 통한 프로젝트였다. 적정기술 아카데미에서 나는 ‘디자인’에 대한 방법론과 사례 강의를 진행하게 되었는데 마침 아카데미 참석한 국제개발 사업의 담당자를 통해 캄보디아와 베트남의 적정기술 프로젝트에 참여할 수 있는 기회를 가질 수 있게 된 것이다. 홍성욱 교수님과 함께 전국의 이공계 대학생들이 직접 현장에 가서 문제를 발견하고 아이디어로 기술을 접목한 제품을 만들어서 직접 보급하는 사업인 효성과 기아대책의 ‘블루챌린저’ 대학생 적정기술 프로젝트는 책으로만 보고 들었던 사례를 직접 현장에서 체화하고 제3세계의 시스템을 세울 다짐을 할 수 있었던 귀중한 경험이었다.

“다양한 전공의 학생들, 컴퓨터 과학, 사진, 동역학, 인공두뇌학, 전자공학, 영화제작, 사회학, 인류학, 심리학, 행동과학, 생명과학, 화학, 물리학, 동력학, 생물학, 생태학, 인류학, 정치학 등 많은 분야의 학문들이 모여서 디자인 계획이라는 목표를 가진 팀으로, 문제를 찾아내고 구분하며 명확하게 하는 것이 중요하다. 그러기 위해서는 사회적이고 인간적인 관점에서 접근해야 하며 통합적이고 포괄적인 디자인을 수행해야 한다. 이는 미래에 대한 예측을 포함하는 뜻이다. 존재하는 자료와 경향을 살펴보고 계속해서 앞으로 구축해 나아갈 미래의 시나리오를 수정하며 추론하는 것이다. 디자인 팀은 어떤 해결과 재검토를 요구하는 문제들과 관련된 다양한 학문 분야를 집결시켜 구조화한다.”

“새로운 발견이나 행동의 시작은 대부분 서로 다른 기술분야나 학문 분야가 만나는 경계가 이루어진다. 역사가자인 프레드릭 J. 데카트(Fredrick J. Teggart)는 “인류의 놀라운 발전은 서로 다른 아이디어들을 모으고 분리하고 획득하는데서 이루어지는 것이 아니라 서로 다른 사고 방식들이 대립하여 만들어지는 새로운 정신적인 활동에 기인한 것이다.”라고 말하였다.”

“가속화와 변화 그리고 변화의 가속화는 그 경계에서 이루어지는 구조나 시스템과의 만남에서 유래하는 것이다. 디자인 팀은 어떤 해결과 재검토를 요구하는 문제들과 관련된 다양한 학문 분야를 집결시켜 구조화하고 우리의 환경과 도구에 대한 우리의 자세를 재형성하는 것이다.”

위의 빅터 파파넥의 기록처럼, 앞으로는 더욱더 많은 다학제적 통섭의 학문들이 모여 디자인 계획이라는 목표를 가지고 한 팀이 되어서 실무자들과 학생들이 함께 제3세계의 국가를 무대로 문제를 해결하는 프로젝트를 마음껏 펼쳐 나가며 디자인의 가치를 입증시키고 배우고 나누는 상호교류의 실현의 장을 마련하고 싶다. 미래에 대한 예측과 동시에 대안적인 방안을 마련하며, 다양한 분야들이 서로 연결되는 교차점(Intersection)을 이루어 창조적 가치를 찾아내 새로운 르네상스, 90%를 위한 디자인, 적정 재생 문화 운동이 일어나야 한다고 생각한다.

2.3 디자인사고와 방법, design thinking & service design methodology

최근 들어 인간 중심 관점으로 접근하는 혁신 방법으로써 디자인적 사고(design thinking)와 서비스디자인(service design) 방법론의 중요성이 크게 대두되었다. 스탠포드 대학교의 d.school을 통해 널리 전파된 혁신적 사고로써 디자인씽킹은 디자인 과정에서 디자이너가 활용하는 창의적인 전략이다. 디자인씽킹은 공공, 산업분야와 사회적 문제를 해결할 때 인간에 대한 통찰의 이해를 바탕으로 문제를 폭 넓게 조망하며 해결해 나가는 접근법이자 사고방식으로서의 디자인을 의미한다. 기술적으로 이용 가능하고 사람들의 요구를 충족하기 위한 실행가능한 사업 전략으로 고객 가치와 시장 기회를 발굴하는 방법으로 디자이너의 감각과 방법을 사용한다.

특히 디자인의 창조적인 사고인 직관과 영감을 토대로 유, 무형의 통합적 시스템까지 디자인하는 방법으로써 서비스디자인 방법론은 오늘날 우리가 살아가는 서비스 시대에 매우 중요한 방법론이다.

서비스가 이루는 여러가지 경로와 요소들을 알맞게 창조하고 관리하는 대안을 마련하며, 서비스 제공자와 사용자간의 상호작용을 고려하여 총체적인 과정과 시스템을 디자인한다. 사람들이 느끼는 경험, 느낌, 기억들을 다루기 때문에 심리중심적 관점으로 통합

적이며 맥락적으로 접근한다. 디자인 씽킹의 용어의 역사를 찾아가다 보면 사용자 중심 디자인, 인터랙션 디자인 가치관을 전파한 빌 모그리지(Bill Moggridge)를 만나게 된다. 그는 스탠포드 대학에서 디자인 교육을 가르치며 IDEO를 창립한 멤버이기도하다. 그는 바로 이러한 디자인을 “명사가 아니라 동사를 디자인”한다고 말하였다. 바로 작업 대상이 고정되어 있지 않고 끊임없이 움직인다는 뜻이다.

우리가 하는 일은 그렇다. 다루는 일의 종류의 계층도 다양하고 결과물도 열려 있다. 고정된 것이 아닌 실제 문제를 발견하고 해결하는 그 모든 것을 다루는 일을 한다. 작게 보면 상품 단위의 단위부터 넓게 보면 하나의 시장과 국가단위까지 확장해서 볼 수 있다. 하지만 민족 지향적 조사기술을 응용해서 이해관계자 관점을 긴밀하게 조사하고, 가치를 제공하는 서비스와 시스템을 디자인하며 프로세스를 설계하는 일의 태도는 고정적이기도 하다. 사용자의 편의, 특히 사용자의 행위와 인식을 중심에 놓는 디자인 철학을 따른다.

이는 새로운 가치를 만드는 “통합적 생각의 건축”을 하는 일이라고 바라볼 수 있겠다. 문제들과 관련된 다양한 학문 분야를 집결시켜 구조화하고 재배치하며, 구조와 시스템을 설계하기 때문이다. 이제 우리가 해야 할 일은 더 나은 미래를 위해 디자인적 사고와 방법론을 배우고 실천하면서 변화를 함께 만들어 나가는 것이다.

3. Iovo, design & architecture project

로보앤컴퍼니에서는 그동안 다양한 디자인 팀 활동을 해왔다. 프로젝트마다 다학제적으로 팀이 구성되었으며, 사회문제를 해결하고, 정부와 기업 그리고 스타트업과 같은 조직의 미래 비즈니스 기회들을 만드는데 참여했다. 우리는 2011년 부터 2022년 현재까지 끊임없이 새로운 접점의 관계를 연결하며 문제의 본질을 생각해보고, 사람들과의 깊이있는 대화를 통해 통찰하고자 하였다. 앞으로 나아가고자 하는 이상은 어떤 모습이며 미래는 어떤 사회인지 예측하고, 그렇다면 현재는 무엇을 준비해야 하는지에 대한 방안을 찾고자 협력하면서 공동 디자인 프로젝트를 수행해왔다.

이제 막 시작하는 사회적기업의 이름을 지어주는 일부터, 기업 디자인 컨설팅 및 브랜딩, 홍보관 건축 컨셉 디자인 설계, 참여적 국민 정책 기획, 공공서비스디자인, 미래의 지속가능한 신규 비즈니스모델 개발, 미래예측 시나리오 작업, 조직문화의 변화를 돕는

교육과 워크숍, 사회문제해결 디자인 프로그램 운영 및 제도개선 등 다양한 산업과 분야를 넘나들며 실험적인 연구를 할 수 있었다. 연구를 진행할 때 디자인적 사고와 방법론을 중심으로 진행을 하였는데, 설문조사 및 인터뷰, 관찰조사, 기록된 데이터의 내용 분석을 통해 문제해결을 위한 다각적인 접근 방식을 취한 대표적인 프로젝트를 사례를 바탕으로 디자인적 접근의 중요한 시사점을 제언하고자 한다.

3.1 현장성: mean&want 민원 프로젝트

프로젝트에 있어서 가장 중요한 부분은 주제에 따른 현장과 대상을 이해하는 것으로부터 시작된다. 비유를 하자면 사람과 사람의 관계에 있어서 서로를 이해하는 과정이 없다면 깊이 있는 배려와 공감을 하지 못할 뿐만 아니라 상대가 진정으로 원하는 것을 전달하기 어려울 것이다. 이처럼 프로젝트에서도 실제 현장을 찾아가 대상자들의 진정한 입장을 이해하지 못한다면 아무리 좋은 결과물이 나온다고 할지라도 그것은 맞지 않은 결과를 초래하게 될 것이다.

실로 안타까운 것은 대부분의 많은 기업과 기관은 이를 간과할 때가 많다. 바쁘게 쫓기는 일과 속에서 많은 시간과 비용을 들여 깊은 이해를 하고 관계를 맺는 일을 하기가 쉽지 않기 때문이다. 알고는 있지만 실제로는 하지 않거나 약소화 하는 것이 현실이다. 우리는 이를 안타깝게 생각한다. 조금만 실제 현장과 대상자를 찾아가 그들의 목소리를 귀 기울여 듣고 그들의 행동을 주의 깊게 본다면 그들의 진심 어린 목소리와 무의식 속에서 나타나는 작은 표정과 몸짓들 속에서 보석과 같은 힌트들을 얻을 수 있기 때문이다.

이를 위해 서비스 디자인 방법론을 활용한다. 민족지향적 방법인 디자인 리서치를 통해 현장을 분석하고, 주제에 따라 핵심 대상자를 선정하고 찾아가 인터뷰와 관찰 기법 방법론을 통해 실제 겪고 있는 다양한 문제와 욕구를 발견하여 문제 해결의 실마리를 찾아간다.

2015년 우리가 진행했던 프로젝트 중 민원서식 간소화 프로젝트의 경우 실제 민원서식을 국민들이 어떻게 접하고 사용하는지 구청에 가서 약 한 달간 필드 리서치와 다방면의 방대한 리서치를 실시했다. 이를 통해 전혀 알지 못했던 사실들을 발견하게 됐다. 이를테면 현재 사용하는 서식 양식은 일제 강점기 때부터 내려온 양식이라는 사실을 발견했고, 서식 종류만 5000여 종에 이르며, 일반 사람은 이해하기 어려운 용어와 작은

글씨로 가독성이 떨어져 젊은 사람들부터 시력이 좋지 않은 노인 세대까지 어려움을 겪고 있었다. 어떤 노인의 경우 손에 지문이 닳아서 민원무인발권기에서 지문을 인식하지 못해 민원 처리에 큰 어려움을 겪는 모습도 현장에서 볼 수 있었다.

뿐만 아니라 서식 양식이 문제가 아니었다. 오히려 절차에 대한 번거로움이 더 컸다. 이를테면 구비서류를 두고 와서 다시 집에 다녀와야 하는 상황이 발생하는 문제였다. 기업민원인 경우 인허가에 대한 서류도 복잡하기 때문에 이에 대한 문제를 해결하기 위해서는 통합적인 접근의 인프라 개선이 필요한 상황이었다. 이런 사실들을 실제 현장에 가지 않고 사람들을 만나보지 않는다면 결코 알 수 없을 것이다. 이렇게 현장과 대상을 관찰하고 이해하는 과정은 매우 중요하다.

민원행정 측면에서만 보자면 복잡한 절차와 체계적이지 않은 내용, 일방적으로 전달되는 정보의 특징으로, 인해 부정적인 감정으로 정부의 서비스를 대면하기에 이에 대한 디자인을 고민하면서 프로젝트가 시작되었고 실용성과 아름다움을 주는 정렬로 마치 편지를 받는 듯한 인상을 받는 서식 디자인과 정보 규칙을 만들어 냈다. 우리는 문서 양식을 디자인하는 일을 넘어 민원 서식 시스템을 개발하는 디자인을 하였다.

프로젝트 중 많은 시간 현장에서 접했던 대부분의 공무원들은 친절하고 성의를 다해 국민에게 도움이 될 수 있기를 원하는 분들이었다. 하지만 민원을 처리하는 공간, 장치, 서비스, 흐름 등이 잘못 설계되어 있거나 방치되어 있음으로 인해 본인들도 어쩔 수 없는 상황에 처해 있다는 점 또한 확인할 수 있었다. 그리고 아무리 좋은 디자인 제안이라 할지라도 현실적인 부서와 부처 간의 이해관계가 고려되지 않는다면 바로 작용하기가 어렵고 많은 검증과 시간이 투자되어야 한다는 것을 배울 수 있었다.

최근에는 국가공무원인재개발원과 지자체에서 공무원 혁신 프로그램을 진 하면서 공무원들의 역량을 강화하는 일로써 디자인 방법론과 비전 리더십 교육을 기획 및 운영 중에 있다. 문화란 규칙과 전통에 의해 정의되고, 개개인의 사고방식과 행동방식에 영향을 준다. 우리는 공무 현장에 창의적인 문화가 꽃 피우길 기대하며 공공정책과 공공서비스를 함께 만들어 가고 있다.

3.2 사용성: social robot one team 프로젝트

비즈니스 영역에서 디자인을 적용한 중요성이 크게 입증되고 있다. 디자인적 사고는 전체를 보고 상황을 빠르게 파악하는 통합적 사고로 사용자(고객)을 공감하고 진짜 문제

를 발견하는 것로부터 시작해서 아이디어를 빠르게 시각화하고 빠르게 프로토타입을 적용하면서 결과를 만들어간다. 현장조사를 통해 실제 문제의 단서를 찾아내면 이해관계자 및 전문가들과 함께 문제를 정의하고 해결하는데 초점을 맞추는 것은 바로 사용자(고객)이다. 사용자가 어떤 불편한 페인 포인트를 갖고 있는지, 어떤 니즈를 갖고 있는지에 관심을 갖는 것이다. 그러한 실제적인 사용자 조사 데이터를 바탕으로 제품 및 서비스를 개발한다.

특히 사용자 프로토타입이 중요한 이유는 기술이 아무리 훌륭하더라도 사용을 하지 않으면 아무 쓸모가 없기 때문이다. 사용자(고객)와 전문가 테스트를 통해 피드백을 받고 실제 구현할 기술의 부족한 부분을 보완해서 완성된 제품 및 서비스로 시장에 나갈 준비를 갖추야 실패하지 않는다. 실제 사용자의 페인 포인트와 니즈 속에는 뜬구름 잡는 아이디어가 아닌 실제적인 경험기반의 아이디어들을 얻을 수 있기 때문에 결국 사용하는 이들에게 더 알맞고 완성도 있는 결과물을 만들 수 있다.

현재 진행중인 프로젝트는 2021년부터 소셜로봇 R&D 연구이다. 2023년까지 실시하는 이 연구는 아동의 사회·정서지능 발달을 위한 가족 참여형 AI 집사 홈서비스 개발 연구로 최근 들어 혼자 자라는 아이들이 많이 늘어나고 사회성이 떨어지는 문제를 겪는 아이들의 기분이 늘어나고 있는 이들을 위한 기술과 시스템을 만드는 것이다.

한국로봇융합연구원, 씨쿨러스, 홍익대학교 산업미술대학원 서비스디자인학과, 한동대학교 산학협력단과 함께 공동 연구를 하고 있다.

3세부터 7세까지의 학령전기(유치원), 학령기(초등학교 저학년) 대상 아동을 대상으로 긍정적인 사회관계를 형성하도록 도와주는 기술개발 연구로 우리는 학부모와 아동의 니즈를 찾아 소비자 수용 모델을 도출하여 소아정신과 선생님들에게 타당성을 검증하고 아이들에게 직접 테스트를 진행한다. 테스트 반응에 따라 개선할 방향성을 도출하여 소셜로봇 홈 서비스 플랫폼의 청사진을 만드는 역할로 참여하고 있다.

이 연구에 있어서 참여형 놀이치료를 주요 방향으로 설정하고 양육자와 아동 간의 맞는 맞춤형 케어 서비스를 제공하고자 하였다. 이때 디자인의 중요한 역할은 정서 반응을 위한 인터랙션 디자인을 개발하는 것이다. 특히 이번 연구를 통해서 사용자 시나리오에 들어가는 세부 기능을 구체화하는 할 수 역할로써 놀이와 대화 시나리오를 개발하고 서비스에 대한 테스트베드 실증을 통해 AI 집사 홈 서비스 디자인 원칙과 서비스 모델 설계 및 정서반응 추적을 위한 AI 집사와의 라포(Rapport) 형성 전략을 개발한다.

AI 집사 로봇에 대한 제품 SW 기능과 기술개발에 앞서 이번 연구를 통해 사용자 평가에 대한 검증을 통한 시사점을 도출할 수 있었는데 아동들을 대상으로 실험을 해봤을 때 사회성이 좋은 아이들은 로봇과도 잘 놀고 사회성이 낮은 아이들은 로봇에게도 공격적이고 무시하는 태도를 취하며 잘 놀지 못하는 것을 발견할 수 있었다.

일반 어린이집 아이들과 치료를 받는 기관의 아이들에서도 차이가 있었다. 일반 아이들은 8명중 1명을 제외하고는 반응이 좋았지만 치료를 받는 아이들은 4명 전원 모두 실험이 불가할 정도로 진행하기가 어려웠다. 전문가의 인터뷰를 통해 확인한 점은 1명이라도 미리 로봇과 인터랙션 하는 과정에서 문제를 발견해 조기에 치료를 받을 수 있다면 값진 연구가 될 수 있다는 전문가의 의견을 확인할 수 있었다.

로봇이 유튜브 보다 인터랙티브한 미디어로서 아이들의 이야기를 듣고 반응을 해주다 보니, 엄마들은 공감해주는 반응을 원했다. 유튜브는 보기만 한다면 로봇은 이야기 가능한 대상인 것이다. 아이들은 로봇을 흥미로워했으며 로봇이 해주는 인터랙티브한 것, 특히 바람 소리를 내는 것을 재밌어 하고 호기심을 가졌고 칭찬받기 원하며, 스스로 선택하는 것을 어려워한다는 것을 발견했다.

이렇게 실제 사용자의 사용성을 위해 지속적인 테스트와 피드백을 받는 과정은 매우 중요하다. 기술적으로만 접근한다면 사람들의 숨겨진 니즈를 파악하는데 어려움이 있기 때문이다. 디자이너들은 새로운 기술을 열린 마음으로 바라보면서 소아정신과 전문가와 엔지니어 사이의 중간지점에서 주 사용자를 수용하면서 기술 결합을 한다는 것을 다시 한번 발견할 수 있었다.

아직 기술로 구현이 안되는 한계점이 많고 개발이 더딘 문제를 안고 있는 아쉬운 상황이지만, 아이들 눈높이의 소셜로봇의 정체성 아이덴티티를 수립하고 나아가야 할 미래의 use case를 만든다는 것이 의미가 있었다. 논문에 의하면 아이의 성향에 따라 반응하는 로봇이 있다고 하는데, 앞으로 기술이 나아가야 할 방향은 소셜 로봇 인터랙티브 수준이 아이에 맞게끔 되어지는 것이 베스트일 것이다.

3.3 지속가능성: social design 프로젝트

지속가능한 발전을 이루기 위한 노력으로 기업과 정부가 이익을 내기 위해 과정과 결과를 중시하던 풍조에서 재무적인 성과뿐만 아니라 환경(Environment), 사회(Social),

지배구조(Governance)인 ESG 경영을 통해 상생하는 가치를 창출하겠다는 노력의 바람이 불고 있다. 이는 자본의 가치 보다 더 중요한 가중치를 두는 기준이 변화되는 움직임이다.

기업은 결국 지속 가능한 제품·서비스를 만들어야 하고 더 나아가 사회적 이익에 큰 영향을 전달해야 한다. 이제는 사회에 가치를 지속적으로 선사할 수 있는 건강한 기업이 살아남는 시대일 것이다. 눈앞에 이익만을 쫓는 기업은 이제 살아남지 못한다. 건강한 기업에서 건강한 제품·서비스가 만들어진다.

최근 2022년 한 해 동안 이를 위한 프로그램을 기획 및 운영하게 되었다. ESG & 소셜 임팩트 컨설팅 기업인 CGSI(Consultative Group for Social Impact)와 ESG 디자인 프로그램을 기획 및 개발하는 중이고 한국디자인진흥원(Korea Institute of Design Promotion)의 소셜 디자인 사업의 운영을 맡고 있다. 소셜 디자인 사업은 사회혁신을 하는 기업, 사회적 경제 조직들을 서비스 디자인으로 컨설팅하고, 새로운 비즈니스 모델을 만들 수 있도록 지원하는 산업통상자원부 일환의 지원 사업이다.

본 사업은 2019년부터 시작된 지원 사업으로 매년 50여 개의 사회적 기업을 선발하여 누적 180여 개사를 지원하고 있으며, 수요자 중심의 비즈니스 모델을 전환하고 디자인을 혁신도로 활용하여 다양한 분야의 사회문제 해결 기업의 진입을 촉진시키고 전문 엑셀레이팅을 통해 투자전략을 수립하도록 돕고 있다. 특별히 서비스디자인 방법론에 대한 컨설팅을 통해 고객리서치, 제품 및 서비스 개선, 브랜딩, 신규 비즈니스 전략 도출 등 기업 등 전문 디자인 컨설턴트와 매칭되어 맞춤형 컨설팅을 지원을 제공한다.

사회적 경제조직은 규모적으로 영세한 조직이 많기 때문에 지속가능성에 대한 고민이 그 누구보다도 크다. 소셜 디자인 사업은 그러한 고민을 같이 코 크리에이션(Co-creation) 디자인을 통해 풀어가면서 자립적 모델을 만들고 더 나아가 사회적 경제 디자인 생태계를 구축하고자 한다.

사회의 문제를 해결하고 좋은 영향력을 끼치기 위한 숨어있는 좋은 기업들이 참 많다. 하지만 현실적으로 운영의 어려움을 많이 겪는다. 그럴 수록 더 많은 사람들과 의견을 주고받으며 움직여야 하는데 그러기도 쉽지 않다. 옳다고 생각하는 것이 다 성공하는 것만은 아니기 때문에 이러한 프로그램을 통해서 더욱 더 오픈된 마인드로 사람들의 이야기를 귀 기울여 듣고 외부의 협력적 체계를 만들어가는 것이 더욱 중요할 것으로 보인다. 이미 ESG 경영을 통해 큰 대기업들이 사회적 가치를 중시하고 있는 지금, 사회적

가치만 내세워서는 차별화되기가 어려움이 있으므로 더욱 깊이 있는 사회적 가치를 연구해야 한다고 느꼈고, 모두가 협력할 수 있는 에코시스템(Eco-System)을 만드는 필요성을 크게 가진다.

소셜디자인은 사회문제를 이해하고 긍정적인 사회변화를 지원하는 창의적인 실천이기도 하고 사람과 사람, 사람과 제도 사이의 관계를 변화시키는 기회를 창출할 수 있기에 숨겨진 좋은 기업가들을 찾아내 대중들과 소통하고 사회에 선한 영향력을 전달할 수 있는 오픈 이노베이션 측면의 다양한 활동들을 앞으로 전개하고자 한다.

앞으로는 환경과 사회에 대한 책임과 관심이 더욱 높아질 것이다. 디자인의 본질과 원리에 대한 중요성을 돌이켜 보게 되는 전환점으로 디자이너가 좀 더 나은 세계를 창조하는 일에 기여하고, 불필요한 욕망과 소비를 부추기는 기술이 아닌, 인간을 위한 회복적 디자인, 자연을 위한 생태적 디자인을 통해 지속가능한 발전에 기여하길 바란다.

4. 사랑으로 재창조

“작은 것은 자유롭게 창조적이며 효과적이다. 그리고 편안하고 즐겁고 영원하다”

- E.F. Schumacher -

작은 것은 결국 경제를 만드는 주체인 작은 일, 작은 조직, 작은 지역을 의미한다. 개인은 이제 큰 조직에 속하지 않고 지역의 경계를 넘나들며 더욱 작은 범위로 협력적이게 일을 하는 움직임이 빠르게 일어나고 있다.

최근 활동 되는 크리에이터 경제는 플랫폼에서 콘텐츠를 제작하며 일은 자유롭게 하되 독립적인 환경에서 하고 싶은 일을 하는 측면에서 슈마허가 중요하게 생각한 인간이 즐기면서 일을 할 수 있는 경제구조가 실현되고 있음을 목격할 수 있다. 이를 도울 수 있는 기술이야말로 미래시대에 적정한 기술이자 적정디자인이 될 것으로 보여 진다. 창조적 재능을 가진 이들이 더 큰 변화들을 만들어 새로운 경제 체계의 대안을 만들어 낼 수 있을 것이라 믿으며 간절히 바랬다.

그 바램 덕분일까? 로보앤컴퍼니 조직은 작지만 프로젝트때마다 연구 성격에 맞는 팀으로 재구성되어 미래사회 기술 연구를 지속하며 다양한 실험들과 일들을 해올 수 있었다.

약 10 여년의 시간동안 직간접적으로 정책을 만드는 디자인 활동에 참여하며 공공을 위한 프로젝트를 실행할 수 있었고 비즈니스 리더들에게 미래의 모습을 그리고 상상하며 인사이트를 전달하는 일들을 하였다. 기업이 하고자 하는 일의 가치를 드러나게끔 하는 시각화 및 브랜딩 작업으로 기업의 이름, 아이덴티티, 전략을 수립하는 일들을 하기도 했고, 디자이너들과 협업하여 직접적인 디자인 결과물을 만들어 내기도 했다. 뿐만 아니라 기업의 신념을 재정립하고, 창의적이고 창발적인 조직문화를 만들기 위한 노력을 함께 도모했으며 일하는 방식과 환경을 디자인하는 일을 최근 수행해왔다.

프로젝트를 할 때에는 전방위적인 긴밀한 협력이 상당히 중요한데 참여적 디자인을 통해 함께 문제를 찾고 공감하며 해결방안을 찾아가는 것이 중요하다. 이를 위해서는 진정성을 가지고 소통을 하고 배려하는 협업 문화가 반드시 뒷받침되어야 한다. 로보앤컴퍼니라는 기업을 돌아보니 우리가 세상을 '사랑으로 재창조'하기 이전에, 우리들이 이 속에서 '사랑으로 재창조' 되었다는 것을 발견했다.

실로 중요한 것은 우리들의 보이지 않는 내면적인 변화였다. 이 공동체 속에서 우리는 서로 부대끼고 넘어지고 무너지는 좌절 속에서 서로를 다시 세워주었으며, 높은 이상과 사명을 가지고 그 어려움을 극복할 수 있었다. 굳은 믿음을 가지고 개인을 넘어 한 팀으로 함께 협력하며 개인들의 상처들과 생각들을 어루만지며 성장하였다. 그 과정속에서 다른 무언가를 변화시키려면, 우리 자신이 먼저 변화되어야 한다는 것을 깊게 깨달았다. 우리의 영혼에서부터 흘러나오는 마음과 생각, 그 가치관과 세계관이 본연의 가치를 찾아 회복될 때 아이디어의 거울로 비추어 세상으로 나타나는 것과 같은 이치일 것이다. 우리의 삶을 돌아보며 아주 작은 것에 감사하며, 기쁨으로 이웃을 진정으로 사랑할 수 있는 작은 실천들을 찾아 나가는 것이 중요하다고 이제서야 회고해본다.

함께 일하는 이들과의 호흡, 관계속에서 피어나는 진정한 감사와 행복을 '일'할 수 있는 '터'위에서 경험한다는 것은 정말 귀한 것이다. 진정으로 몰입하고 가치 있다고 생각하는 것, 그 무엇인가를 표출할 수 있는 기회가 이 시대의 청년들에게 필요한 게 아닌가라는 생각을 한다. 결국 경제 시스템의 본 주체는 '사람'이다. 결국 사람이 시스템이라는 것을 배웠다.

앞으로는 이러한 경험의 조각을 모아서, 선순환을 이룰 수 있는 실로 아름다운 경제 시스템을 만들도록 노력할 것이다. 작은 자가 천을 이루고 약한자가 강국을 이룬다는 믿음으로 그렇게 나아갈 것이다.

시간은 참 빨리 흐른다. 벌써 <적정기술> 창간 15주년을 축하하는 기고 글을 쓴 다니 새삼스럽게 놀랍다. 이 글을 읽고 공감되는 이들을 만나고 싶다. 그리고 함께 인생의 참된 가치들을 배우고 삶에서 일터에서 나누고 싶다. 그들과 함께 아름다운 작품을 남길 수 있는 기업과 조직을 디자인하고 투자하며 함께 안녕한 라이프 스타일을 제시하는 브랜드로 성장하고 싶다. 더욱 의미있고 가치있는 다양한 활동들을 전 세계를 무대로 마음껏 펼치고 싶다. 꿈과 도전은 자유지만, 그 방향과 목표가 올바르게 없다면 아무리 높은 꿈과 이상을 향한 도전은 헛된 일이 될 수 있다라는 사실을 우리는 잘 알고 있다. 이 세상과 사람에게 가장 절실하게 필요한 것, 그 아름다운 본질과 가치를 회복하기 위해 우리는 꿈을 꾸며 한발 한발 나아가고자 한다.

레프 톨스토이(Lev Tolstoy) 소설가는 말했다. “중요한 시간은 단 하나뿐, 바로 ‘지금’ 이라고, “지금”이 가장 중요한 시간인 이유는 우리가 힘을 발휘할 수 있는 유일한 시간이기 때문”이라고”

가장 중요한 때는 바로 지금 이순간이다. 지금이 바로 꿈꾸던 경제시스템의 초석이 세워지고 있는 시점이라고 생각한다. 그 속에서 가장 중요한 사람은 우리 옆에 함께하는 사람이고, 가장 중요한 일은 지금 우리 곁에 있는 사람을 위해 선한 일을 하는 것, 바로 사랑하는 것이다. 이것이 바로 우리가 세상에 있는 그 한가지 이유라는 것을 이제서야 비로소 깨달았다. 그런 사랑의 마음으로 재창조하는 일을 하는 것, 그게 바로 lovo의 이름 대로의 삶이다. 여기까지 창조적인 공동체 속에서 인간과 환경을 회복하는 순환적 플랫폼을 만들고 싶다는 바람을 담았다. 그 길을 가는 여정은 안녕하며 즐거울 것이며, 보이지 않는 가치는 영원 할 것이다.

lovo&company

로보앤컴퍼니는 ‘사랑으로 재창조하다’라는 의미를 가진 크리에이티브 그룹입니다. 우리는 사람과 생명의 가치를 가장 중요하게 생각합니다. 통합적인 디자인 사고를 바탕으로 분야별 전문가 및 크리에이티브들과 함께 산업 전반적인 흐름을 깊이 있게 바라보고, 주제의 본질과 근본을 통찰하여 파트너에게 맞는 해결책과 방향을 제시합니다.

참고문헌

- 1) 빅터파파넥, 〈인간을 위한 디자인〉, 미진사 (2009)
- 2) 정을수, 일상에서 만나는 정부 민원서식을 새로 디자인 하기, designdb 국내리포트 (2016)
- 3) 한국산업기술평가관리원, 비대면 환경에서 일상생활 밀착관찰과 함께 가족 구성원의 사회화 발달과업 멘토링이 가능한 AI 집사 홈서비스 개발,(서비스산업융합 고도화 개발 2021)
- 4) 정재희, 사회적 의사소통장애 조기발견을 위한 소셜로봇 활용가능성,(홍익대 산업미술 대학원 서비스디자인 2022)
- 5) 골목길 경제학자, 라이프 스타일과 기술사회의 미래 (브런치 2022)
- 6) 톨스토이, 세가지질문 (도서출판 달리 2019)

편집위원

- 위원장 홍성욱 (suhong@hanbat.ac.kr)
- 부위원장 김만갑 (somangkmg@daum.net)
 박주일 (jipark94@hanbat.ac.kr)
 백승철 (director@misociety.net)
 염주연 (veilchen@hanmail.net)
 하재웅 (younstory@gmail.com)
- 김지은 (clairejikim@gmail.com)
 김지현 (bpond37@gmail.com)
 박보아 (likenoorth@gmail.com)
 이종현 (presidentjhl@paran.com)
 장은희 (ehc2016@gmail.com)
 조현민 (ohroko@naver.com)
 허성용 (africainsight@africainsight.or.kr)
 한재윤 (cresco@naver.com)

적정기술, Vol. 15, No. 1, 2023

2022년 12월 30일 인쇄

2023년 1월 1일 발행

발행인 : 홍성욱

발행처 : 한밭대학교 적정기술·블록체인연구소
적정기술미래포럼(www.approtech.or.kr)

주소 : 대전광역시 유성구 동서대로 125

전화 : 042-821-1536

팩스 : 042-821-1593

인쇄처 : 이미지룩 Tel. 042-627-3105

I S S N 2287-6707
