

SUMMARY

디자인경영은 20세기 기업혁신 동력의 일환으로 크게 각광받아 왔다. 하지만 한계가 드러나고 있다. 디자인경영이 일 반화됨에 따라 더 이상 기술과 외형 중심의 산업디자인만으로는 차별화된 제품을 내놓기 어려워졌기 때문이다. 이제는 디자인에 생각을 담은 인문디자인이 필요한 시대다.

1) 생각을 담는 디자인 : 'What'에서 'Why'로 돌리다.

- 오로지 기능적 편리함과 기술적 완성도의 차원에서의 접근을 하는 산업디자인 한계 : 인간 행위가 지니는 포괄적인 의미에 대한 성찰 없이 단지 도구 그 자체에만 주목
- 디자인을 인문학적 관점에서 접근하는 인문디자인의 대두 : 사람은 물론이고 관련된 활동이나 주변 환경까지 고려한 전체적인 시각에서 사물을 바라보는 것이 인문학적 관점
- 단지 그 자체보다는 그것을 사용하는 '사람'에게 주목해야 함 : 사람에게 주목할 수 있었던 이유는 '어떤 (what)'이라는 질문에서 '왜(Why)'라는 질문으로 관심을 돌렸기 때문

“‘무엇’이 도구적 관점에서의 물음이라면 ‘왜’는 인문학적 차원의 물음이다.”

ex) 레고의 재기 : “어떤 장난감을 어린이가 좋아하는가?” ⇒ “어린이는 ‘왜’놀이를 즐거워 하는가?”

- 디자인이란 ‘새로운 생각’을 나타내는 것 : 생각 개념화되어 그것이 ‘사상’이 되고, 사상이 체계화되면 ‘철학’의 단계로 들어가는 과정

2) 리버럴 아츠(Liberal Arts)와 인문학 : 경영은 리버럴 아츠(liberal arts)다.

- 혁신적인 생각이 담긴 디자인을 하기 위해 리버럴 아츠에 주목해야 함

리버럴 아츠(Liberal Arts)

문학이나 역사나 철학, 또는 이것들의 총합과 같이 일정하게 분야가 정해져 있는 특정 학문을 가리키는 것이 아니라 오히려 그 반대로 일정한 전공없이 말그대로 ‘자유롭게(liberal)’ 사고하는 활동

- 우리의 인문학은 ‘성인의 가르침’이라는 사상형태나 사회적 규범에 의해 자유롭지 않음
- 가르침에 익숙한 우리들 : 스승의 가르침이나 윗사람의 말씀으로부터 자유롭지 못함
- 리버럴 아츠의 핵심은 특정분야에 구애받지 않는 자유로운 사고(liberal thinking)
- 인문디자인경영 : 총체적 관점에서 보는 것 뿐만 아니라 자유로운 관점에서 경영하는 것

예시1) 무인약품

- 특징이 없는 좋은 제품
- 아무런 특징을 표방하지 않는 것이 이 기업의 특징
- 이러한 사고의 바탕에는 동양의 ‘無’, 즉 비움의 철학이 깔려있음

예시2) 샤넬 매장

- 콘크리트 벽돌 대신 유리벽을 사용해 지역의 전통성과 샤넬의 현대성을 모두 살림
- ‘벽돌 같은 유리’를 보여줌으로써 전통에 대한 새로운 의미를 창출(de-sign : 새롭게 부여함)

Outro) 인문학 그리고 경영

언제부터인가 한국 사회에는 인문학 열풍이 불고있으나 아쉽게도 기업에서는 그것을 활용할 방법을 모른다. ‘리버럴 아츠’로서의 인문학은 새로운 사고의 원천이다. 기존의 사고틀을 해체하고 새로운 관점에서 세상을 바라보는 틀을 제공하는 것이 인문학이다. 오늘날의 인문학 열풍은 기업에는 혁신의 기회가 될 수 있다.

ISSUE

[산업디자인에서 인문디자인으로]

1) 본문에서는 도구 그 자체보다는 그것을 사용하는 ‘사람’에게 주목하는 ‘인문디자인’이 중요하다고 말하고 있는데요. 인문디자인을 하기 위해서는 ‘어떤’이라는 질문 이전에 ‘왜’라는 질문을 해야 된다고 합니다. 자신이나 지인이 쓰고있는 제품 중에 생각을 많이 했을 것 같은 제품의 디자인이 있나요? 그러한 제품이 있다면 ‘어떠한 생각을 통해 이 제품이 나왔을까?’를 추측해 봅시다.

(너무 당연하고 흔한 제품은 제외하도록 해요. 또한 ‘디자인’이라는 단어에 국한되지 않고 인터페이스나, 서비스의 형태 등 소비자의 다양한 효용가치에 대한 예를 생각해보았으면 좋겠습니다.)

[리버럴아츠(Liberal Arts)와 인문학]

좌담회에서 인문학계 원로들은 창의력과 상상력이 강조되는 지식 기반사회에서 인문학의 발전 없이는 국가 발전도 없다고 입을 모았다. 인문학이 국가 발전의 방향을 제시하고 속도를 조정해야 한다고 원로들은 주장했다. 한영우 교수는 “값싼 노동력과 시장만 있으면 국가가 발전하던 산업화 시대를 벗어나 지식기반시대가 도래했다”며 “지식기반시대에는 인문학적 마인드 없이는 기술 발전, 나아가서는 국가 발전도 기대할 수 없다”고 말했다. 이한구 교수는 “기업에서도 인문학적 마인드를 가진 인재가 필요하다”며 “인문학 발전은 시대 변화에 따른 사회의 자연스러운 요구”라고 강조했다.

또 원로들은 성과 위주의 대학과 교수 평가가 인문학의 위기를 초래했다고 지적했다. 이한구 교수는 “졸업생의 취업률이 교육부의 대학 평가에 반영되다 보니 취업률이 낮은 인문학은 대학에서 소홀하게 취급한다”며 “이공계, 사회과학계열은 정년퇴직 등으로 교수 수가 줄어들면 빨리 충원이 되는데 인문 계열은 그렇지 않다”고 말했다. 김홍규 교수는 “인문학이 돈이 되지 않는 비실용학문이라 훌대하는 것이 문제”라며 “인문학도 삶의 지혜를 터득하는 학문이라는 관점에서 보면 실용성이 강한 학문”이라고 주장했다. 인문대학 교수들의 연구 시간이 부족한 것도 문제로 제기됐다. 한영우 교수는 “인문학은 사색하고 책을 많이 읽는 학문”이라며 “교수 수는 적고 학생 수는 많아 강의 부담이 많은데다 과도한 행정업무까지 처리해야 해서 교수들이 공부할 시간이 적다”고 지적했다.

“인문학 발전 없인 국가 발전도 없다” - 문화일보 -

2-1) 인문학 열풍이 불고있다고는 하지만 학문을 다루는 대학에서 인문학 교육을 소홀히 하고 있습니다. 자신이 다니고 있는 (혹은 다녔던) 대학에서 인문학 학습을 어떠한 형태로, 얼마나 교육시켰습니까? 또한 대학에서 인문학을 얼마나 강조하였습니까? 인문학을 소홀히 하는 대학의 분위기는 어떠한 본질적인 문제가 있으며, 어떠한 해결책이 있나요? 자신의 경험을 토대로 이야기해봅시다.

“멀리 떨어져서 보면 경영은 경제학이나 공학에 관한 것이라고만 생각하기 쉽다. 그러나 가까이서 보면 경영은 오히려 사람에 관한 것이다. 제대로 이해되면 경영은 리버럴아츠다. 우리 자신과 세계를 이해하는 데 도움을 주는 모든 학문으로부터 자유롭게 얻어낼 수 있다는 점에서 그러하다. 바로 이것이 경영이 궁극적으로 할 만한 가치가 있는 까닭이고, 그래서 잘하기 어려운 것이다.” - <하버드 비즈니스 리뷰>의 편집장 조앤 마그레타

2-2) 기업에서는 인문학이 중요하다는 것을 인지하고 있으나, 그것을 활용할 방법을 몰라서 리더십이나 인재 활용 차원에 주목하는 정도에 그치고 있는데요. 기업에서 경영을 할 때 인문학이 필요한 궁극적인 이유가 무엇일까요? 또한 기업이 인문학을 제대로 활용하는 것이 무엇인지, 그러한 활용을 어떻게 해야 되는지 논의해 봅시다.