

디지털미디어 시대의 시각디자인 교육시스템 연구

The Study of visual design education system of digital media ages

정봉균(Jeong, Bong-Keum)

홍익대학교 광고홍보학과 박사과정

I. 서론

- 1-1 연구목적 및 배경
- 1-2 연구방법 및 범위

II. 시각디자인 학과명칭

- 2-1 시각디자인의 개념정의
- 2-2 시각디자인 교육
- 2-3 국내 시각디자인 전공적용 사례
- 2-4 사례분석을 통한 문제점과 제안

III. 시각디자인 교육시스템

- 3-1 시각디자인의 교육목표 및 세부전공
- 3-2 시각디자인 학과의 교수진
- 3-3 교수진 대비 학생
- 3-4 시각디자인 커리큘럼
- 3-5 사례분석을 통한 문제점과 제안

IV. 결론

- 4-1 연구의 결과 및 시사점
- 4-2 연구의 한계 및 향후 연구방향

참고문헌

(要約)

21세기의 문화라는 화두를 보면 디지털미디어의 등장이다. 이는 산업혁명에 버금가는 새로운 전환을 이루었으며 이제 우리 사회는 디지털 미디어 매체가 지배하는 사회가 되었다. 변화와 발전을 거듭하는 디자인 학문으로서 시각디자인의 정체성이 디지털매체가 들어오면서 어떻게 진화하고 있는지를 조사 분석하여 현재 시각디자인 교육의 방향을 가늠하기 위한 것이 본 연구의 주된 목표이다. 또한 디지털 매체는 젊은 계층이 주 타깃이 되기에 시각언어의 표현방법이 달라지는 것도 필연적이라고 볼 수 있는데, 실제 디지털 매체의 등장으로 시각커뮤니케이션이 창조되고 분배되어 온 방법들이 많은 변화를 거쳐 온 것이 사실이다. 과거 대부분의 디자인 교육기관들은 서로 비슷한 교육목표와 커리큘럼, 교수법으로 학생들이 실무현장에 대비할 수 있는 교육을 제공해왔다. 그러나 지금과 같은 디지털 미디어시대에 시각디자인의 적용과 활용은 비할 수 없이 다각화되었으며 그것은 상호작용(Interaction)으로 대별된다. 본 연구에서는 디지털 시대 시각디자인 분야의 전문 인재 양성 방안을 찾는 것을 목적으로 이를 위해 기존의 전통교육과 디지털 교육의 융합으로 현실 사회의 요구에 대응하는 새로운 교육시스템을 도출하고, 사회의 요구를 앞서가는 디자인 교육기관으로서의 위상을 제시하고자 한다.

(Abstract)

The topic of 21st century's culture is the appearance of digital media. It made changes as big as the industrial revolution, and our society is now ruled by the digital media. The main objective of this study is to forecast the direction of current visual design education by researching and analyzing how the introduction of digital media is influencing the evolution of visual design's identity, which is an ever changing and developing science. Also, since the main target of digital media is the young generation, the change in the method of expressing visual language is inevitable. In fact, there have been a lot of changes in the methods of creating and distributing visual communication due to the introduction of digital media. In the past, most educational institutions of design had similar objectives, curriculums and teaching methods to provide education that prepares students for practical business. However, in this digital media era, the application and utilization of visual design are uncomparably diversified, and it is generally classified as interaction. The purpose of this study is to find a way to train visual design professionals in this digital era. For this purpose, this study will identify a new educational system that fulfills the demands of this society by fusing the traditional education and the new digital education, and will suggest what an design education institute that is ahead of the demands of society should be like.

(Keyword)

Digital media, Visual Design, Education system, Interactor

1. 서론

1-1 연구목적 및 배경

교육은 '백년지대계(百年之大計)'라는 말이 있지만 우리나라 대학교육의 역사는 사회의 요구와 그때그때의 상황에 따라 많은 변화를 필요로 하였다. 특히 WTO 체제(體制)의 출범(出帆)으로 인한 교육시장의 개방과 세계화, 정보화 시대에 다양하게 대처해야 할 필요성은 점점 커지고 있다.

국내에서 시각디자인 교육은 현대적 개념의 디자인 교육이 시작되기 이전인 1940년대 초 미술교과의 부분으로서 단순한 문양도안에 관계되어서 이루어졌다. 이후 디자인 교육은 변천을 거듭해 나갔으며 지금은 인터넷과 디지털 미디어의 영향으로 시각디자인의 정체성은 다시금 큰 변화를 요구받고 있다. 또한 디지털미디어의 영향은 시각 커뮤니케이션이 창조되고 분배되어 온 방법들에 많은 변화를 가져다 준 것이 사실이다. 이것은 1990년대 중반이후 국내 디자인대학들의 변화라는 가시적 형태로 드러나고 있으며 커리큘럼은 디지털이라는 새로운 조형영역으로서 디지털미디어 및 영상분야와 관련된 교과목들을 제공하고 있다.

교육방법에 있어서는 테크놀로지를 기반으로 한 다양한 조형이념이 새로운 가치관으로 자리 잡아가고 있으며 이는 '21세기의 창의적 디자인 인재양성'과 '신 개념의 디자인 가치 창조'를 교육의 목표로 하는 것이다.

본 연구는 디지털이라는 당면한 도전으로부터 시각디자인의 역할을 변화시키고 나아가 차세대 역량 있는 디자이너들을 배출하기 위한 교육적 준비작업으로서 그 중요성이 매우 크다고 할 것이다.

그 중에서도 특히 디지털미디어라는 새로운 커뮤니케이션 수단을 채택해나가는 시각디자인 교육시스템의 연구를 통해 시대환경에 맞는 독창적인 디자인 전문인력 양성 교육을 실천하고자 함이 주 목적이다.

본 연구는 국내라는 지역적, 문화적 맥락에서 디지털미디어의 영향을 크게 받고 있는 시각디자인 교육이 풀어야 할 방향에 대한 연구이다.

1-2 연구방법 및 범위

21세기의 변화는 피해갈 수 없는 현실이고, 시각디자인 교육도 예외일 수 없다. 디지털미디어라는 시각디자인이 당면한 도전으로부터 디자이너의 새로운 역할과 더 나아가 역량 있는 차세대 디자이너를 배출할 수 있는 교육적 준비작업으로서 뉴 미디어에 걸 맞는 시각디자인 전공명칭의 정의와 교육시스템의 정립이라는 큰 카테고리 내에서 상호 연계성을 가지도록 연구를 진행하였다.

연구계획수립 단계에서는 시각디자인 관련학과의 명칭과 커리큘럼을 조사·분석하고 각 대학들의 적용사례를 현황분석과 적용기준을 조사하여 적합한 교육시스템 구조를 결정하도록 하였다. 이를 위해 "문헌연구·사례분석·인터넷조사·면접조사방법"을 활용하였다. 특히 시각디자인 교육관계자의 의사를 충분히 반영하기 위해 교수진과 학생들의 의견수렴으로 그 내용은 분석하고 벤치마킹할 수 있는 디자인 선진 대학들의 사례

를 참조하여 객관성과 합목적성을 갖추고자 하였다. 합리적 방법론을 위해 디자인 센서스 조사방법을 참고하였으며 시각디자인 교육현장의 맥 상황과 디지털미디어의 영향으로 인한 그들의 새로운 요구가 무엇인지를 알고자 하였다. 인터뷰에 의한 직접설문 방법을 일부 적용한 이유는 디자인 교육에 내재하는 많은 경우의 수와 교육정책과 관련하여 각 대학별로 다양한 교육목표를 가지고 있기 때문이다.

사례분석을 위한 기본정보는 인터넷을 통한 자료수집에서 데이터를 구축하였는데 국내 각 대학들의 인터넷 사이트가 수시로 업그레이드되는 진화적 특성으로 볼 때 가장 최근의 정보 자료들이라 사료되며 좀 더 정확한 정밀성을 위해 디지털 특성 대학을 방문하여 교육 관계자들을 직접 면접·조사하는 방법은 유익하였다. 글로벌 네트워크 시대라고 하지만 각 나라마다 저마다의 당면한 문제점들과 그 정도의 차이는 다를 것이다. 더 나아가 각 대학들이 당면하고 있는 문제도 마찬가지이다. 연구의 범위는 한국이라는 지역적, 문화적 맥락에서 디지털 미디어의 영향을 크게 받고 있는 시각디자인 교육이 풀어야 할 방향에 대한 연구로서 큰 맥락에서 보면 '시각디자인 전공의 명칭'과 '교육시스템'의 제안이 된다.

그림 11 연구의 과정 및 범위

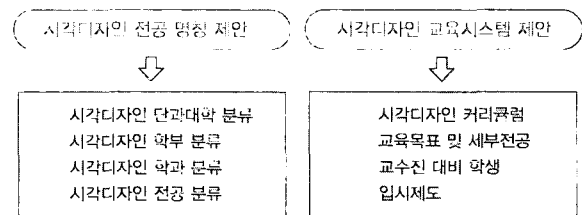


그림 1과 같은 두개의 큰 카테고리 내에서 상호연계성을 가지며 세부 항목을 조사 분석하였으며 전국의 4년제 대학을 대상으로 하였다.

• 시각디자인 전공명칭

시각디자인전공의 명칭변화를 단과대학·학부·학과·전공 및 연도별로 조사하였으며 이와 유사한 성격의 전공학과 신설을 조사·분류하였다. 조사결과 시각디자인 전공의 명칭은 90년대 후반을 기점으로 그 변화가 두드러지고 있음을 알 수 있다.

시각디자인이 가는 방향이 무엇인지를 알아보기 위해 세부전공을 조사·분류하였다. 일반적으로 시각디자인의 분류는 크게 광고디자인, C.I 디자인, 편집디자인, 포장디자인으로 분류하였는데 2001년의 '국내 시각디자인 요율 표준화 연구'에서부터 웹 디자인이 시각디자인의 세부분야로 비중 있게 다루어지고 있음을 볼 수 있으며 결국 시각디자인 전공이 큰 변화에 직면해 있음을 알 수 있다. 멀티미디어나 인터랙티브 미디어도 시각의 맥락에서 이해되어야 한다. 특히 디지털 미디어의 영향으로 새로이 생겨난 세부전공들을 유의하여 살펴볼 것이다.

• 시각디자인 교육시스템

커리큘럼에 있어 전통과목과 디지털 과목으로 나누어 분류하였다. 교육목표의 변화를 관찰함으로써 시각디자인의 향후 방향을 가늠하고자 하였으며 세부전공으로 새롭게 생겨난 과목

1) 1999년도 전국전문대학편람, 한국전문대학교육협의회, p9. 18 1998

들을 유념하였다.

각 대학들의 교수진을 파악하여 디지털시대로 진입 후 교수진 변동사항을 알아보았다. 교수진들의 전공이나 논문리스트를 보면 디지털 미디어관련이 점차 증가하는 추세이며 국내의 경우 컴퓨터그래픽이나 멀티미디어와 같은 디지털미디어 전공들이 개설되면서 외국학위 소지자의 증가가 두드러진다. 교수진 대비 학생 수를 조사하여 수업환경의 변화와 누가 어떤 방식으로 가르치고 있는지를 조사하였다. 1998년부터 2002년까지 5년간에 걸친 변화의 추이를 조사·분석하여 인적구성의 적절한 방법을 찾아 교육시스템의 적용에 반영하기로 하였다.

디지털 환경으로 변하면서 커리큘럼 상에서 어떠한 변화가 있었는지를 알아보기 위해 각 대학들의 커리큘럼을 조사·분류하였다. 디지털 미디어에 관련된 교육은 어떻게 하고 있는지, 기초과목 대비 전공과목이 어떻게 이루어지고 있는지, 이론과목 대 실기과목의 비중이 어떻게 다루어지고 있는지를 통해 디지털 매체가 들어오면서 시각디자인 전공학과가 어떻게 변하고 있는지를 파악할 수 있었다. 커리큘럼의 변화는 디지털 디자인 특성을 지향하는 대학들에서 두드러졌는데, 21세기의 새로운 조형영역인 영상분야와 관련한 교과목들이 증가하고 있다. 입시제도 조사를 통해 디자인 대학들이 어떤 학생들을 선발하여 어떻게 가르쳐서 사회로 진출시키고자 하는지 알아보았다. 디자인 대학입시에서의 중요한 관건은 실기시험의 유·무가 될 것이다. 이러한 실기시험은 경우에 따라 대학에서의 시각디자인 전공과 관련이 있느냐 없느냐 하는 문제를 야기 시키기도 한다. 그러나 우수한 학생들을 확보하려는 디자인 대학들은 대학당국 나름의 가산점 제도를 도입하고 있었으며 대부분 석고소묘나 색채구성과 같은 실기시험을 학생선발의 중요한 잣대로 활용하고 있었다.

II. 시각디자인 학과명칭

2-1 시각디자인의 개념정의

시각디자인 학과명칭은 과거 도안과나 응용미술학과, 산업미술학과와 명칭으로 거슬러 올라가며 이제 이 전공의 명칭은 디지털이라는 시대적 환경에 따라 진화하고 있다.

시각디자인은 시각전달 디자인(Visual Communication Design)이라고 하는 의미로 통용되어 왔으며 모든 인쇄매체를 통한 시각전달이라는 관점에서 그래픽 디자인(Graphic Design)이나 비주얼 커뮤니케이션이라는 명칭으로 사용되어왔다.

시각디자인이라고 하면 일반적으로 광고디자인, CI 디자인, 편집디자인, 포장디자인을 분류하는데 2001년도에 산업자원부와 한국디자인진흥원에서 시행한 '국내 시각디자인 요율 표준화에 관한 연구'의 보고서에 의하면 시각의 세부분야로 웹 디자인이 비중 있게 다루어지고 있음을 볼 수 있다.

지난 수 십 년 동안 시각 커뮤니케이션이 창조되고 분배되어 온 방법은 적잖은 변화를 거쳐 온 것이 사실이다. 수공 타이포그래피 제작 기법은 이제 자취를 감추어간다. 그 대신 전자출판이 디자이너들 사이에 널리 활용되고 있고, 최선의 디자인 제작 시스템을 모색하는 디지털 파일이 전 세계 디자이너들의 작업방식에 영향을 끼치고 있다. 무엇보다도 주목할 점은 새로운 커뮤니케이션 수단을 채택한 뉴 미디어로 인해 전통적인 인쇄기술에 의존한 시각적 제작 능력이 타격을 입고

있다는 사실이다. CD롬과 웹은 커뮤니케이션 분야에서 시각(Visual)과 사운드(Sound)라는 두 가지 새로운 감각 통로를 열어 줌으로써 디자이너에게 새로운 문제의식을 던져준 것이다. 그도 그럴 것이 과거의 디자이너들은 사운드를 디자인의 구성요소로 여기지 않았다. 메시지로 시각성을 강조하거나 그 반대로 시각성(일러스트레이션)으로 메시지(텍스트나 입음 통한 메시지)를 강조하는데 익숙해져 온 서구의 디자인전통 속에서, 두 감각 통로를 통한 정보가공이 문제점이 없는 것은 아니다. 국내 조사에 의하면 시각 멀티미디어학과나 시각정보디자인학과가 새로운 명칭으로 옮겨가는 과도기로 보이며 또한 디지털 영상의 비중도 높아지고 있었다. 이러한 가시적 변화를 볼 때 시각디자인 전공명칭은 새로운 개념적 접근이 요구된다. 예로 Writing Design은 새로운 개념의 시각디자인 접근 방법으로 일본의 무사시노대학(<http://www.musabi.ac.jp>)에서 처음 시도하였다.

2-2 시각디자인 교육

현대적 개념의 디자인 교육이 시작된 것은 일반적으로 1940년대 초부터라고 할 수 있으며 그 이전의 디자인 교육은 미술교과와 부분으로서 단순한 문양도안이나 의복에 관계되어서 논해졌다. 또한 1930년에 일본을 통하여 타우하우스의 교육이념과 방법이 구성교육의 형태로 도입되면서 현대 디자인에 근접한 사고가 싹트기 시작했다.²⁾

일제로부터 해방 이후 3년간의 미군정을 통해 미국의 물질문명과 더불어 디자인이 우리생활 속에 들어오는 계기가 되었고 그에 따른 시각 환경을 변화시켰으며 디자인에 대한 의식의 전환은 생산부문에 영향을 주어 자연스럽게 디자인 분야의 작업이 이루어지게 하였다. 이에 따라 산업구조는 전 근대적이면서도 소비생활은 대량소비시대로 접어드는 사회풍조가 일부에서 일어나기 시작하였고 이때부터 디자인 전문교육의 기초가 다져지게 되었다.⁴⁾ 1987-1992년의 시기는 조형기초교육을 기본으로 실용성과 심미성을 추구하는 디자인 교육의 본격적인 단계로 보았으며 1992-1997년의 교육과정 시기에는 정보화 사회에서의 시각을 통한 정보전달 및 커뮤니케이션을 창의적으로 구성하고 표현하며 생활용품의 기능적 형태구성 등 디자인의 대표적 특징인 발상과정을 강조하고 있다.⁵⁾ 많은 정보량을 필요로 하는 요즘과 같은 시대에 디자인 교육은 시청자와 그들의 취향을 제대로 이해하기 위한 인지능력을 갖추는 것도 또한 중요하다.⁶⁾

2-2-1 디자인 전문 인력의 배출

국내의 많은 대학에서 매년 6천 명 정도의 디자인 인력을 배출하여 공급초과 상태로 본다. 그러나 고급인력은 부족하며 이러한 이유로 양질의 디자인을 기대하기 어렵다고 한다.

2) design(2001, 1, 월간디자인) - p98

3) 정향진 외, 한국디자인 교육의 실태조사 연구, 한국직업능력개발원(KRIVET), 1999, pp.21-23

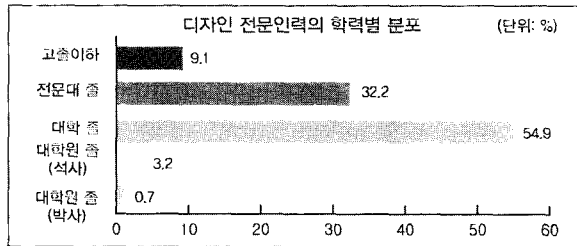
4) 박휘락, '한국 디자인 교육의 변천과정 연구', 대구교육대학논집, 1985, p.280

5) 신동식, "우리나라 공업계 고등학교 디자인 교육과정 및 운영에 관한 연구" 석사논문, 청주대, 1999, pp.28-32

6) design(2001, 1, 월간디자인) - p98

산업자원부와 한국디자인진흥원이 2000년 발표한 산업디자인 통계편람에 의하면 디자인 전문 인력의 54.2%는 대학 졸업자이며, 전문대학 졸업자는 31.7%로 대학교 및 전문대학 졸업자가 전체 전문인력 중에서 85.9%를 차지한다. 한편 디자인 전문인력 중 대학원 이상의 고학력자는 1,858명으로 전체의 3.8%이다. 디자인 전문 인력의 학력별 분포도는 다음과 같다.⁷⁾

[그림 2] 디자인 전문 인력의 학력별 분포 (1999)



[표 1] 디자인 전문 인력의 학력별 분포(2000)

구분	추정인원(명)	비율(%)
대학원졸(박사)	307	0.6
대학원졸(석사)	1,551	3.2
대학교졸	26,279	54.2
전문대졸	15,360	31.7
고졸이하	4,406	9.1
무응답	618	1.2
계	48,521	100.0

통계에 의한 학력별 분포를 보면 2000년 디자인 전문 인력의 학력이 대학교 졸업자에 54.2%로 집중되어 있는 것을 볼 수 있다. 따라서 4년제 대학교에서의 디자인 전문 교육은 대단히 중요하다고 할 것이다. 또한 디자인 경쟁력 확보를 위한 개선 사항으로 디자인 센서스 조사연구에 의하면 디자인 전문 인력의 양성이 21.8%로 나타나 전문 인력의 양성과 기술수준 향상의 중요성이 급속히 증대되고 있다. 국내 수출 담당자들(34.3%)과 해외 바이어들(24.0%)에게서 가장 많은 문체접이자 과제로 지적받은 것도 바로 '전문인력 양성'이다.⁸⁾

2-2-2 디자인 정규 교육기관과 학위

국제 컨퍼런스에서 디자인학과 내 박사학위 과정 도입이 건의된 바 있다. 디자인학과에서 학사학위 소지자들이 등장하기 시작한 때는 1960년대부터이다. 1980년대에 이르자 디자인학과 석사학위에 도전하는 디자이너들이 급증하기 시작했다. 디자인 학위는 저마다 다른 교육목표를 지향한다. 학사과정은 프로젝트 위주의 작업을 통해서 디자인하는 방법에 대한 일반적인 지식을 배양하는 것이 목적이다. 석사과정은 특정 디자인 전략이나 방법론을 활용하여 무엇을 디자인할 것인가에 중점을 둔다. 디자인학과에서 박사과정은 디자인 분야의 지식을 이론과 방법론 영역으로 확장시킨 연구가 핵심 교육목표이다. 뉴 미디어의 무한한 가능성으로 인한 복잡성과 광대한 실용 이론들로 탄생한 연구 성과들에 힘입어 최근 들어 디자인 학과 박사과정들이 전 세계적으로 속속 개발되고 있다. 디자

인 분야의 고급학위 과정을 통해서⁹⁾ 우수 전문 인력의 양성을 촉진할 것으로 기대한다. 개발도상국 정부들도 디자인을 통한 국제 경제 경쟁력을 인식해가기 시작하면서 디자이너의 교육수준의 향상에 관심을 가지기 시작했다. 새로운 디자인 환경의 기술적 변화와 수렴, 분야간의 팀워크의 중요성이 대두되는 가운데 디자이너들은 자신의 직위 역할을 정의하고 사용자 그룹을 대표하며 다양한 정보를 프로토타입적 현실로 종합할 수 있는 능력까지 요구받고 있기 때문이다.

미국의 일리노이 공과대학은 그런 의미에서 디자인의 학문적 발전과 직업적 실용성을 겸비한 디자인학과 박사과정을 개설하여 이 분야의 새로운 장을 열고 있는 셈이다.¹⁰⁾

국내 디자인 정규교육기관은 전문대, 대학교, 대학원이 그 중심 역할을 하고 있다. 그 중 디자인전문 인력의 학력 분포에 있어 대학교 졸업자가 54.2%임을 볼 때 4년제 대학교에서의 디자인 교육이 얼마나 중요한지 단적으로 알 수 있다.

디자인 전공별 인력에서도 전문대와 4년제 대학교 모두 시각 디자인 전공이 단연 앞서고 있으며 취업전망에서도 디자인 센서스 조사연구에 의하면 가장 취업전망이 밝다고 예측되는 분야가 시각디자인 분야로서 학생들은 40.6%가 교수들은 53.8%가 시각디자인 분야의 취업전망이 가장 밝을 것이라고 응답하고 있다. 이 결과를 보더라도 앞으로 시각디자인의 역할이 디지털 미디어의 접목으로 비중이 더욱 높아 질 것으로 기대된다. 디지털 매체디자인이 시각디자인의 범주로 다루어지고 있는 시대적 상황으로 보아도 시각디자인 전공에서 향후 많은 변화와 도약이 예상되며 대처방안은 미리 간구되어야 할 것이다.

2-3 국내 시각디자인 전공적용 사례

2-3-1 디자인 대학 표본추출

디지털 미디어의 영향으로 시각디자인 전공명칭이 어떻게 변화하고 있는지를 알아보기 위해 국내 5개 지역에서 10개의 디자인 대학들을 표본추출 하였다.

표본추출방식은 수도권에서 5개 대학을, 국내 제2의 수도인 부산에서 3개 대학을, 제3도시에서 2개 대학을 표본으로 하였다. 수도권에서 5개 대학을 선정한 이유는 디자인 센서스에서 조사연구 한 지역별 디자인 관련학과 재학생 수를 보았을 때 서울이 18,041명으로 전체 19%를 차지할 만큼 서울 집중화 현상이 두드러지기도 하지만 이들 대학들이 국내에서 디지털 매체변화를 빠르게 수용하고 있는 디자인 대학들이기 때문이다. 수도권 5개 대학 중 1개는 경기도 지역에 분교로서 디자인학과를 개설하고 있는 한양대학교이며 본 연구에서는 수도권으로 소속시켜 분류하였다.

표본추출 방식과 표본선정에 있어서는 연구자의 주관이 어느 정도 반영되었음을 밝혀 둔다.

부산에서 3개 대학을 표본으로 한 이유는 디자인 관련학과 재학생 수 9,029명으로 재학생 수가 많은 이유도 있지만 이들 대학들이 디지털 디자인 특성화 정책에 의한 특성대학들로서 시각디자인의 명칭에 있어 디지털 성격을 반영하고 있기 때문이다. 제3도시의 2개 대학은 멀티미디어 특성지역에 위치하는 점을 반영하여 조사대상으로 선정하였다.

7) 자료: 제조업 디자인투자실태 조사결과(1999. 12. KIDP)-p135

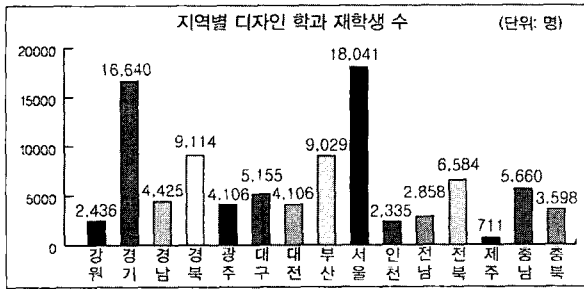
8) (2000. 산업디자인통계편람)

9) design(2001, 1, 월간디자인) - p98

10) 앞의 책 - p98

이를 통해 국내 시각디자인 학과 명칭의 변화가 어떻게 변하고 있는지를 가늠하고자 하였다.

[그림 3] 디자인 센서스 조사연구(1998. 10. KIDP)-p622



지역별 디자인 관련학과 재학생 수는 서울이 18,041명으로 19%를 차지하여 가장 많았고 경기도가 16,640명으로 17%로 나타나 수도권 집중화 현상이 두드러지는 것도 특징이다.

[표 2] 시각디자인 전공명칭

대학교명	대학명	학부명	학과명	세부전공
서울대학교	미술대학	디자인학부	디자인 전공	시각디자인
홍익대학교	미술대학	디자인학부	시각디자인	
이화여자대학교	조형예술대학	디자인학부		시각정보디자인
국민대학교	조형대학		시각디자인	
경성대학교	멀티미디어대학	디자인학부		시각디자인
동서대학교		디지털디자인		비주얼 디자인학
신라대학교	IT·디자인대학	시각정보디자인		시각커뮤니케이션
강원대학교	예술대학		산업디자인	시각디자인
한양대학교	디자인대학	디자인학부		그래픽패키지디자인
한국과학기술원		공학부	산업디자인	

먼저 대학 명을 보면 디지털 특성대학인 경성대학교에서 멀티미디어대학으로, 신라대학교에서 IT·디자인대학으로 바뀌었고 단과대학 차원으로 규모가 확대되면서 디지털 미디어의 영향이 대학명칭에서 뚜렷하게 반영되고 있다. 학부 명칭에서는 동서대학교의 디지털디자인학부, 신라대학교의 시각정보디자인학부에서 디지털 미디어의 영향이 나타나며, 세부전공에서는 이화여자대학교에서 시각정보디자인전공을 명칭으로 사용하면서 디지털 전공의 성격을 나타내고 있다. 본 조사는 2002년 말 기준의 통계결과이며 신라대학교는 2003년도에 다시 학부 명을 IT·디자인대학 내 커뮤니케이션 학부로 변경하였으며 시각커뮤니케이션 전공으로 변경하였다. 국내 디자인 전문인력 학력이 4년제 대학 졸업자에 54.2%가 집중되어 있는 비중으로 볼 때 4년제 대학교의 시각디자인 전공명칭의 통계는 중요하다. 조사에 의하면 시각디자인 개설대학은 104개로 전체의 48.5%를 차지하고 있었다.

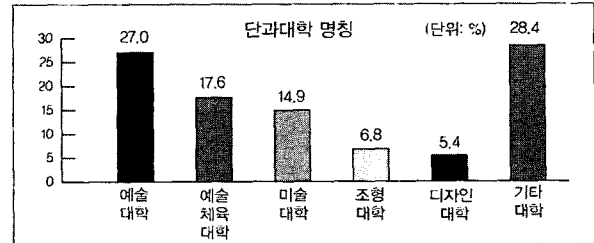
[표 3] 4년제 대학교 현황 및 시각디자인 전공 개설대학교

	전국 대학교	국·공립 대학	사립 대학	시각디자인 개설대학	관련학과 2개 이상	학부제 운영대학
대학수	216	47	169	104	12(104개중)	66
백분율	100%	22%	78%	48.5%	11.5%	63%

2-3-2 디자인 단과대학 분류

통계조사에 의하면 시각디자인 전공이 속한 단과대학의 명칭은 예술대학이 (27.0%)로 가장 높았으며 다음으로 예술체육대학(17.6%), 미술대학(14.9%), 조형대학(6.8%), 디자인대학(5.4%)의 순으로 나타났다.

[그림 4] 단과대학의 명칭분류



기타 28.4%에 2개 대학 내지 1개 대학이 다양한 명칭으로 소속되어 있었으며 디지털 미디어의 영향이 다양한 명칭으로 반영되고 있음을 알 수 있었다.

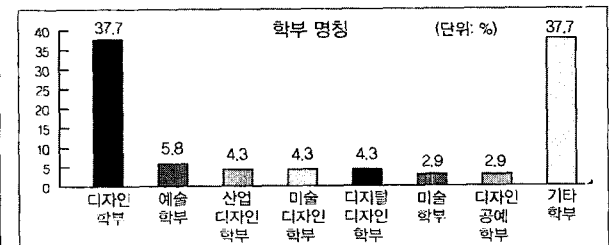
이처럼 디지털 미디어의 영향이 반영된 단과대학의 명칭들은 최근 2-3년 동안의 급격한 변화이며 반면 아직 보수적인 대학의 경우 시각디자인 전공이 공과대학이나 자연과학대학, 인문사회과학대학 내에 소속되어 있었다.

조사결과 시각디자인 전공이 공과대학, 인문사회과학대학, 자연과학대학, 조형예술대학에 소속된 경우가 각 2개씩 있었다. 제3대학, 디자인문화대학, 디자인조형대학, 멀티미디어대학, 문과대학, 문리대학, 문화 사회과학대학, 생활과학대학, 예능대학, 예술조형대학, 이과대학, 인터넷미디어대학, IT디자인대학에 소속된 경우가 각 1개 대학들이다.

2-3-3 디자인 학부 분류

학부명칭에서는 디자인학부가 37.7%로 가장 높았으며 다음으로 예술학부(5.8%), 산업디자인학부(4.3%), 미술디자인학부(4.3%), 디지털디자인학부(4.3%), 미술학부(2.9%), 디자인공예학부(2.9%)의 순으로 나타났다.

[그림 5] 학부의 명칭 분류



단과대학이나 학부의 명칭에 있어 기타항목의 비중이 높은 것을 볼 수 있다. 이유는 저마다의 대학들이 가진 경우의 수로서 특히 디지털 미디어의 영향을 반영하는 새로운 학부명칭의 등장이가 중요한 이유이다.

예를 들면 단과대학의 인터넷미디어대학이나 멀티미디어대학, IT디자인 대학이 대표적인 경우이다.

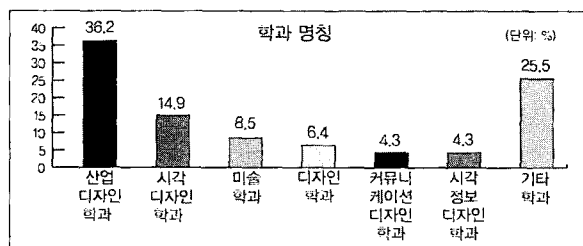
학부명칭 역시 기타항목이 37.7%로 이는 최근 2-3년간 각 개

학들이 저마다의 개성으로 디지털 미디어의 영향을 반영시켜 가는 과도기로서 나타난다. 멀티미디어정보학부, 시각정보디자인학부, 컴퓨터디자인학부, 미디어학부 등에서 디지털의 영향을 엿볼 수 있다. 반면 아직 보수적인 대학의 경우는 회화디자인학부나 예체능학부, 공예디자인학부, 조형학부와 같은 고전적인 학부 내에 소속되어 있었다.

2-3-4 디자인학과 분류

통계조사에 의하면 시각디자인 학과명칭은 산업디자인학과 내에 시각전공으로 분류된 것이 36.2%로 가장 높았으며 다음으로 시각디자인학과(14.9%), 미술학과(8.5%), 디자인학과(6.4%), 커뮤니케이션디자인학과(4.3%), 시각정보디자인학과(4.3%)의 순으로 나타났다.

[그림 6] 학과의 명칭



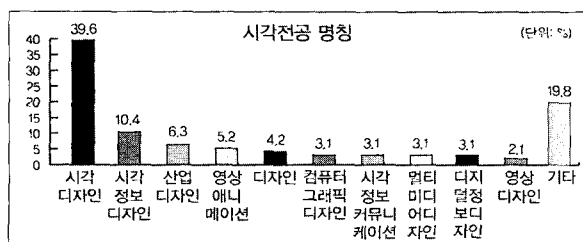
산업디자인학과의 비중이 높은 이유는 산업디자인학과 내에 공업디자인과 시각디자인전공을 나누고 있기 때문이다. 별도의 시각디자인학과를 개설하고 있는 대학도 14.9%를 나타내고 있었다. 학과명칭에 있어서도 기타항목의 비중이 높은 이유는 디지털미디어의 영향에 의한 과도기적 상황의 반영이며, 영상의 비중이 점점 높아지고 있음을 기타학과를 통해 확인할 수 있다. 기타 학과명은 다매체영상학과, 멀티미디어영상학과, 문화상품디자인학과, 산업광고디자인학과, 산업미술학과, 시각공업디자인학과, 시각멀티미디어학과, 시각커뮤니케이션디자인학과, 영상디자인학과, 영상학과, 컴퓨터그래픽디자인학과, 컴퓨터그래픽학과 등이다.

2-3-5 시각전공의 분류

전공의 명칭은 시각디자인이 39.6%로 가장 높았으며, 다음으로 시각정보디자인(10.4%), 산업디자인(6.3%), 영상애니메이션(5.2%), 디자인(4.2%), 컴퓨터 그래픽디자인(3.1%), 시각정보커뮤니케이션(3.1%), 멀티미디어 디자인(3.1%), 디지털정보디자인(3.1%), 영상디자인(2.1%)의 순으로 나타났다.

이를 통해 정보, 디지털, 멀티, 영상이라는 용어들이 시각디자인 전공에 다양하게 표현되고 있음을 알 수 있다.

[그림 7] 시각전공의 명칭

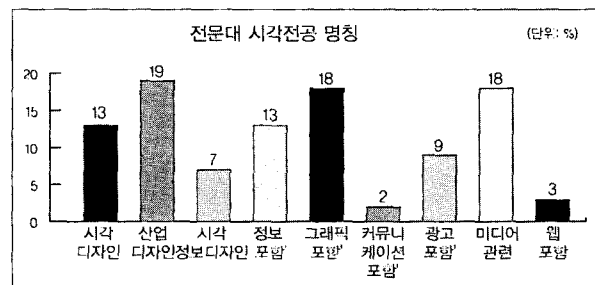


역시 기타항목이 19.8%로 높은 비율을 보이는데, 뉴미디어커뮤니케이션, 디지털디자인, 시각정보미디어, 비주얼디자인학, 디지털영상디자인, 시각멀티미디어 등 시각세부전공의 명칭에서 디지털 미디어의 영향이 훨씬 다양하게 나타나는 것을 볼 수 있다. 이는 아직 체계가 세워지지 않은 채 각 대학 나름대로 저마다의 독자적인 형태로 디지털미디어의 영향이 반영되고 있는 과도기적 현상으로 해석된다.

2-3-6 전문대학 시각전공의 분류

전문대학의 경우도 산업디자인과의 명칭이 19%로 가장 높았으며 그 다음으로 그래픽을 포함한 학과(18%)와 미디어 포함 학과(18%)가 동일하게 나타났다. 다음으로 시각디자인과(13%), 정보포함학과(13%), 광고포함학과(9%), 시각정보디자인과(7%), 웹 포함학과(3%), 커뮤니케이션 포함학과(2%)의 순으로 나타났다.

[그림 8] 전문대학 시각디자인 전공 명칭



전문대학은 뉴미디어 관련 학과들이 4년제 대학보다 더 다양한 경향을 보였는데, 이는 전문대학이 아카데미 보다는 현장 실무위주의 교육이라는 데서 그 원인을 찾을 수 있다. 즉 실무현장에서의 요구가 발 빠르게 반영된 원인으로 보인다.

2-4 사례분석을 통한 문제점과 제언

디지털 매체가 들어오면서 시각디자인 전공학과가 어떻게 변하고 있는가? 조사·분석에 의하면 시각디자인 전공은 크게 보수와 개혁이라는 두 극단에서 있었다.

국내 디자인 대학들의 상당수는 기존의 보수 체제를 유지하는 것으로 미술대학이나 조형대학, 예술대학 내에 디자인 학부를 두면서 그 하부구조로서 시각디자인학과나 산업디자인학과를 두었는데 이 경우 다시 산업디자인학과 내에 공업디자인과 시각디자인 전공으로 분류되고 있었다.

반면 미디어의 변화를 적극 수용하고 있는 디지털 디자인 특성 대학들은 현재 과도기적 상황으로서 학과명칭의 정립에 혼조양상을 보이고 있었는데 디지털, 멀티, 영상, 정보 등이 시각과 다양하게 결합하는 형태로서 나타났다.

이러한 변화의 바람은 최근 2-3년간 두드러지고 있으며 이렇게 난립하는 시각디자인 전공명칭은 자칫 그 본질을 왜곡시킬까 저어되기도 한다.

시각디자인은 인쇄의 개념을 가진 그래픽디자인에서 시작하였으며 영상과 디지털미디어로 발전이 거듭되어 왔다. 이제 시각디자인은 그러한 변화의 소용돌이 한가운데 직면하고 있으며 그렇게 멀지 않은 미래에 2D, 3D를 거쳐서 그 이상의 무엇인가가 출현할 것이라고 누구나 믿고 있다.

그렇다면 시각이라는 기호는 이러한 미디어의 발전을 얼마나 수용할 수 있을 것인가? 시각디자인학과는 이러한 뉴미디어의 발전을 얼마나 내재시킬 수 있을 것인가? 기술적 측면에서의 무한한 발전이 중요하긴 하지만 그 속에 내재하는 근본을 간과해서는 안 될 것이다.

III. 시각디자인 교육시스템

3-1 시각디자인의 교육목표 및 세부전공

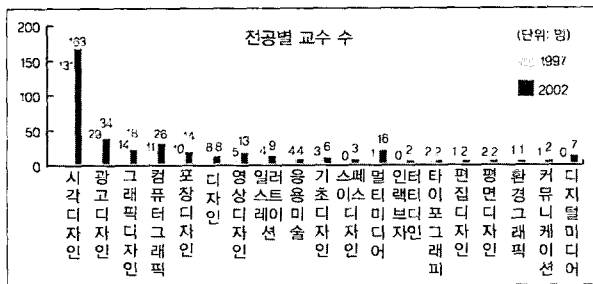
최근 디자인 대학들은 교육목표에서도 분명한 변화를 보이고 있다. 두드러진 변화로는 교육목표에서도 마찬가지로 디지털 미디어의 영향이 나타나고 있는 점이다. 디지털미디어의 영향은 디지털 특성 대학들에서 더욱 뚜렷하게 나타나며, 반면 일반 대학들은 평이한 교육목표를 보여주었다.

예로 서울대학교 시각디자인과정의 '고급 디자인지도자의 양성'과 홍익대학교의 '리더의 역할을 담당하는 시각디자인의 양성'은 교육목표에서 분명 다른 디자인 대학들과는 차별화된 요소이다. 즉 두 대학에서는 디자인 지도자의 양성이 교육목표로서 특성화되어 있다고 할 수 있다. 다른 대학들은 '디자인 전문 인력의 양성'이 교육목표로 일반화 되어 있었다.

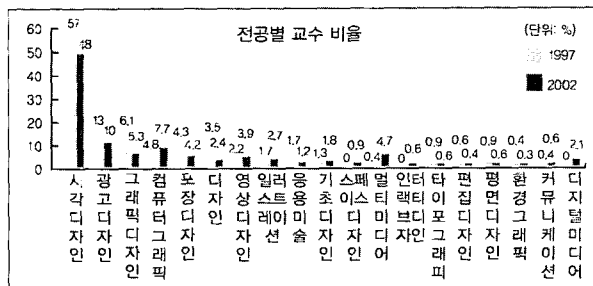
3-2 시각디자인 학과의 교수진

각 디자인 대학들의 교수진을 파악하여 디지털 미디어 시대로 진입한 후 교수진의 전공 변동을 알아보았다. 교수진들의 전공이나 논문리스트를 분석한 바에 의하면 디지털 미디어 관련 전공과 논문이 증가하는 추세에 있었으며 컴퓨터그래픽이나 멀티미디어와 같은 디지털미디어 과목들이 개설되면서 외국학위 소지자의 증가세 또한 두드러진다.

[그림 9] 시각디자인 전공별 교수 수



[그림 10] 시각디자인 전공별 교수 비율



비교연구를 위해 1997년도의 교수진 전공영역과 5년 후인 2002년의 교수진 전공을 비교분석하였다. 디지털미디어 관련 전공의 교수진 증가가 두드러짐을 확인할 수 있다. 시각디자

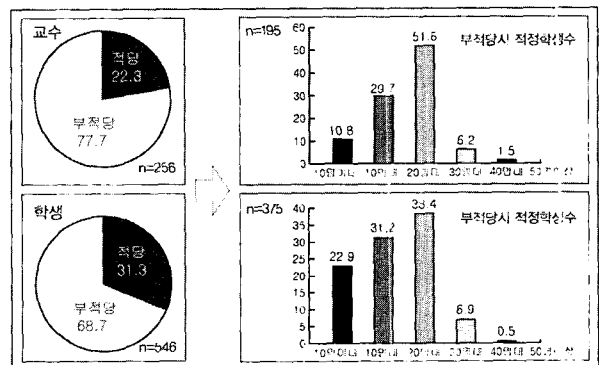
인 전공의 교수가 2002년으로 올수록 131명에서 163명으로 늘어나고 있지만 전체대비 비율을 보면 57%에서 48%로 낮아지고 있다. 광고디자인 역시 29명에서 34명으로 숫자는 늘었지만 전체 비율에서는 13%에서 10%로 낮아지면서 결국 다른 디지털 전공영역이 이 자리를 대체하고 있는 것이다.

3-3 교수진 대비 학생

1998년의 디자인 센서스 조사연구에 의하면 교수 1명당 배당된 학생수에 대해 학생, 교수 모두 부적당하다는 응답이 높게 나타나고 있으며, 부적당시 적정 학생수에 대해 교수의 92.3%, 학생의 92.5%가 20명대 이하를 들고 있다.¹¹⁾

교수진 대비 학생 수를 조사하여 수업환경의 변화와 누가 어떤 방식으로 가르치고 있는지를 알아보고자 하였다. 1998년부터 2002년까지의 5년간에 걸친 변화의 추이를 조사·분석하여 인적구성의 적절한 방법을 찾아 교육시스템의 적용에 반영하기로 하였다.

[그림 11] 교수명당 학생수 적정 여부



3-4 시각디자인 커리큘럼

디지털 환경으로 변하면서 커리큘럼 상에서 어떠한 변화가 있었는지를 알아보기 위해 각 대학들의 커리큘럼을 조사·분석하였다. 디지털 미디어에 관련된 교육은 어떻게 하고 있는지, 기초과목 대비 전공과목이 어떻게 이루어지고 있는지, 이론과목 대 실기과목의 비중이 어떻게 다루어지고 있는지를 통해 디지털 매체가 들어오면서 시각디자인 커리큘럼이 어떻게 변하고 있는지를 파악하고자 하였다. 이론과 실기 모두 전통과 디지털 과목으로 나누어 분류할 수 있다. 이 변화는 디지털 디자인 특성을 지향하는 대학들에서 두드러지게 나타난다.

[표 4] 2002 전공이론 대 전공실기

대학명	명칭	전공이론		전공실기	
		전통	디지털	전통	디지털
서울대학교	시각디자인과정	12	0	28	6
홍익대학교	시각디자인과	8	3	30	3
이화여자대학교	시각정보디자인전공	4	1	14	12
국민대학교	시각디자인	4	0	27	12
경성대학교	시각디자인전공	3	0	24	13
동서대학교	비주얼 디자인학전공	12	5	27	7
신라대학교	시각커뮤니케이션디자인	2	-	5	-
강원대학교	시각디자인전공	6	0	35	5
한양대학교	그래픽패키지 디자인전공	16	3	30	9
한국과학기술원	산업디자인학과	-	-	-	-

11) 2000산업디자인통계편람(2000. 12. 한국산업디자인진흥원)-p164

특히 21세기의 새로운 조형영역인 영상분야와 관련한 교과목들이 증가하고 있음을 확인할 수 있다.

[표 5] 2002 기초과목 대 전공과목 비율

대학명	명칭	기초실기과목		기초전통과목	
		기초 전통실기	기초 디지털실기	전공 전통실기	전공 디지털실기
서울대학교	시각디자인과정	15	1	16	5
홍익대학교	시각디자인과	15	1	14	1
이화여자대학교	시각정보디자인전공	9	5	6	9
국민대학교	시각디자인	14	4	17	7
중앙대학교	시각디자인전공	9	4	12	2
성성대학교	시각디자인전공	12	5	12	8
농서대학교	비주얼디자인학전공	13	1	15	6
신라대학교	시각커뮤니케이션	8	-	-	-
강원대학교	시각디자인전공	15	2	20	3
한양대학교	그래픽패키지디자인	15	5	17	6

3-5 입시제도

입시제도는 본 연구를 위해 표본추출 한 10개 대학을 중심으로 90년대 초와 2002년, 2003년의 입시 전형형을 비교·분석하였으며 전국대학 입시요람을 참조하였다. 90년대 초 시각디자인학과 입시는 거의 모든 대학들에서 석고소묘와 평면구성으로 고정된 듯 하다. 대부분 실기의 비율은 30-40% 선에서 이루어졌다. 이 비율은 10여년이 지난 지금까지도 비슷한 수준 30-40%를 유지하고 있었다. 2002년 입시의 실기전형에서는 우선 표본추출한 각 대학들마다 다른 개성을 보여주었으며 다른 지방대학들도 비슷한 양상을 보였다.

실기전형에서 국민대학교와 이화여자대학교는 같은 <발상과 표현>이라는 주제를 다루지만 두 대학은 심사의 접근이 다르다는 것을 담당자 인터뷰를 통해 알 수 있었다. 국민대학교는 상상력을 파악하기 위한 채색화로 포스터컬러를 이용한 디자인 기법을 강조하지만 이화여자대학교는 콘테, 파스텔 등 다양한 재료의 사용으로 회화적인 기법을 강조하고 있었다. 서울대학교는 포트폴리오, <기초실기테스트><전공적성실기테스트>로 타 대학들과 차별화되어 있었다.

2003년은 2002년과 같은 입시 제도를 유지하고 있었으나 대학 관계자들은 디지털미디어 시대 입시제도의 방향에 대한 고민들을 하고 있었다. 과거의 입시가 표현기법에 비중을 두었던 점에 반하여 디지털이 표현기법을 어느 정도 해결해주는 측면에서인지 디자인발상으로 비중을 높여가는 점이 두드러진다.

[표 6] 디자인 입시 사례



3-6 사례분석을 통한 문제점과 제안

국내 디자인 대학들의 상당수는 아직도 기존의 보수 체제를 유지하며 단지 커리큘럼 안에서 컴퓨터그래픽이나 웹 디자인 과목을 개설하는 정도의 수준으로 디지털미디어의 영향이 소극적으로 반영되고 있었다.

현행 디자인 교육의 문제점에 대해 학생들은 전문교수의 부족>기자재 부족>학습 환경 불만>교과과정 비효율 등의 순으로

로 문제점을 꼽고 있는 반면, 교수들은 학습 환경 불만>기자재 불만>교과과정 비효율> 전문교수 부족 등의 순으로 문제점을 꼽고 있다.¹²⁾

사례수	교육상의 문제점					
	전문교수부족	기자재부족	교과비효율	환경불만	특화정책부족	
시각디자인	76	19.7	19.7	23.7	22.4	14.5

IV. 결론

4-1 연구의 결과 및 시사점

21세기의 디지털 변화는 피해갈 수 없는 현실이고, 시각디자인 교육에 있어서도 예외일 수 없다.

디자인은 과학기술이라고 하는 테크놀로지와 밀접한 관계가 있으며 특히 시각디자인은 미디어의 발전과 함께 하고 있는 것으로 보여 진다. 이렇듯 변화·발전하는 학문으로서 시각디자인의 정체성이 디지털 매체가 들어오면서 어떻게 변하고 있는지를 문헌조사 및 통계조사를 통해 현재 시각디자인의 위치와 미래 디자인 교육의 방향을 가늠하고자 한 것이 본 연구의 진행 목적이었다. 연구를 통해 다음의 사실들을 알 수 있었다.

1) 시각전달디자인의 의미로 통용되어 왔던 시각디자인학과 명칭은 시각멀티미디어학과나 시각정보디자인학과가 새로운 명칭으로 나타나고 있었으며 또한 디지털 영상의 비중이 증가하고 있었다. 시각디자인의 세부전공에서 다루어지던 디지털 미디어 디자인이 그 영역을 확장시켜가며 시각디자인과 동등한 유사계열의 새로운 전공으로 성장·진화하고 있는 것도 두드러진 특징이었다. 과거 시각디자인 전공에 속해 있었던 영상디자인 전공이 영상디자인대학원 설립을 통해 독립하고 있는 것도 한 예가 될 것이다.

2) 디지털 미디어의 등장과 함께 시각디자인이 가야 할 방향을 가늠하기 위해 국내 대학들의 세부전공을 조사·분류한 결과, 아날로그 시대의 대표적 전공이었던 광고디자인, CI디자인, 편집디자인, 포장디자인이 여전히 그 영역을 유지하고 있었으나 2001년부터 웹 디자인이 시각디자인의 세부전공으로 비중 있게 다루어지기 시작하면서 시각디자인 전공이 큰 변화에 직면하고 있음을 알 수 있었다. 이른바 멀티미디어나 인터랙티브 미디어도 새롭게 등장하는 전공들이다.

3) 각 대학들의 교수진을 파악하여 최근 몇 년간 교수진 변동을 조사한 결과, 전공이나 논문 리스트를 보면 디지털 미디어 관련 전공이 증가하고 있었으며 국내 디자인 학술발표 논문들에 있어서도 역시 디지털 미디어관련 논문들이 급증하는 추세를 보이고 있었다.

4) 디자인을 교육하는 입장에서 시각디자인 커리큘럼을 살펴 보았다. 특히 디지털환경으로 변하면서 커리큘럼 상에서의 변화를 조사·분류하였는데 기초과목 대 전공과목, 이론과목 대 실기과목의 비중과 디지털 미디어와 관련한 교육은 어떻게 이루어지고 있는지를 중점 조사하였다. 이를 통해 다음의 사실들을 알 수 있었다.

첫째, 시각디자인 커리큘럼의 변화는 디지털 디자인 특성을

12) 2000산업디자인 통계편람(2000. 12. 한국산업디자인진흥원)-p140

지향하는 지방의 대학들에서 두드러지게 나타났으며 특히 21 세기의 새로운 조형영역인 디지털 영상분야의 비중이 크게 증가하고 있었다.

둘째, 아날로그 시대의 교육시스템에 비하여 기초 이론 및 실기 조형과 관련된 과목들이 줄어들었다는 점과 상대적으로 컴퓨터그래픽과 디지털 미디어론 같은 디지털 관련 교과목이 증가하였다는 점이다.

셋째, 교과과목의 구성에 있어 아날로그 시대의 커리큘럼은 각 대학간 어느 정도 획일화 되어 있었던 것이 사실이다. 하지만 지금은 디지털 미디어의 영향으로 교과목 편성은 많은 혼조양상을 보이고 있다. 그러나 시각디자인의 디지털적 교육 시스템 강화만이 우수 디자인대학 반열의 지름길은 아닐 것이며 디자인 기초학문을 근간으로 하는 전통적인 디자인도 디지털 시대에 중요한 디자인 영역임을 간과해서는 안 된다. 이에 교과과목의 구성에 있어 1·2학년에서는 기초조형제작과 조형의 원리를 익히고 교양과목의 비중을 높여 주변학문과의 연계를 충분히 세울 필요가 있으며 다음단계로 디지털 조형관련 이론들도 섭렵해야 할 것이다. 그리고 고학년에서는 보다 전문화된 복합적인 디자인 주변학문의 내용과 전공조형의 가치를 위한 심화된 창조적 발상의 단계로 구성한다. 이러한 단계적 구성에도 아날로그 방식과 디지털 방식의 교과내용을 적절히 상호 연계할 수 있다.

넷째, 디자인 교육과정을 올바르게 실현할 수 있는 이론과 실기 과목의 비중을 적절히 유지시켜야 한다. 지금과는 다른 이론과 실기과목을 통합하여 새로운 교과내용을 개발할 수도 있다. 이것은 사회의 요구에 따라 지속적으로 유기성을 가져야 한다. 아날로그 시대의 디자인 교육기관들은 엇비슷한 교육철학과 교육과정, 비슷한 교수법으로 학생들이 직업세계에 대비할 수 있는 교육을 제공해 왔었다. 그러나 오늘날의 시각디자인의 적용과 활용은 과거 수작업에 의한 디자인에 비할 수 없이 다각화되었다. 현재 시각디자인이 당면하고 있는 '디지털'이라는 도전은 중요한 사안들이다. 이와 같은 다변화 환경에서 시각디자인의 정체성은 어떻게 정립될 수 있을까?

디자인에게도 미래를 볼 수 있는 혜안이 필요하며 모든 것이 급변하는 현 상황에서는 시각디자인 교육에서 인문학이나 철학과 같은 주변학문과의 연계가 더욱 중요하다고 생각된다. 학생들이 졸업 후의 진로(전공)에 대해 고민하는 만큼 시각전공을 세분화·특성화해서 교육해야 하지만 조형원리로서의 통합적 디자인 교육 또한 필수적이다.

본 연구에서는 국내 상황이라는 지역적 사례들을 제시하였으나 각 대학들이 지향하는바 특성에 맞게 교과과목의 비중이나 방법론을 상호 조절할 수 있다.

• 기대효과

본 연구를 통해 디지털 테크놀로지의 등장이라는 변화에 직면하여 차세대 역량 있는 디자이너들을 배출하기 위한 시각디자인 교육이 가야할 방향을 제시하고자 하였다.

이는 차후 시각디자인의 전문성에 대한 정당한 지위향상에 기여함은 물론 국제적으로도 통용될 수 있는 디자인교육 선진화의 실현을 위한 인프라를 구축할 수 있는 기초가 될 것으로 본다. 디자인교육 선진화의 실현을 위한 교육시스템 개발은

시각디자인의 기반확립과 세계적으로 우수한 디자인 대학의 반열에 올릴 수 있는 기반을 구축할 수 있다. 또한 국제적 학생교류에도 유익하다.

아날로그에서 디지털로의 전환을 피부로 느끼게 해주는 주요 접점은 커뮤니케이션 미디어이다. 그 첫 번째가 인터넷이었고 이제 텔레비전과 모바일 미디어에서 그러한 변화는 예측불허의 속도로 가속화되고 있다. 때문에 디자인 전문 인력의 양성과 기술수준 향상의 중요성이 급속히 증대되고 있다.

시각디자인 명칭은 과거에도 여러 가지로 통용되어 왔었다. 이제 시각디자인의 명칭을 시대의 흐름에 조우하여 미디어커뮤니케이션으로 제안해 볼 수 있다.

4-2 연구의 한계 및 향후 연구방향

일반전공도 마찬가지나 특히 디자인대학에서 교육이란 <교수의 문화>와 <학생의 문화>로 생각할 수 있다. 여기서 생각할 수 있는 한계는 아날로그 시대 디자인 교육을 받은 교수진들이 디지털 미디어시대 학생들을 대상으로 디자인 교육을 한다는 점이다. 또한 지금은 시각디자인 교육에 있어서도 과도기적 상황으로 보며, 구체적인 체계와 정립을 이루기에는 시기상조인지 모른다. 그러나 이와 같은 교육시스템은 사회적 요구에 따라 시행착오를 거치며 시간이 가면서 차차 해결이 될 것이라 기대한다.

이를 위해 후속연구로서 교수진과 학생들을 대상으로 설문조사·통계분석을 통해 직접적인 의견수렴으로 보다 더 구체적인 대안을 제시할 수 있는 방향으로 전개되었으면 한다. 결국 디지털 영상으로 세부방향을 설정할 필요가 있다. 국내 시각디자인 교육이 디지털미디어의 영향으로 많은 변화를 겪고 있는 시점에서 이 연구는 의미가 있다. 그러나 디자인이나 멀티·디지털 등의 개념은 외국에서 들어온 학문이므로 연구범위가 국내로 한정된 것은 저자가 밝힌 외국과의 교류를 위해서는 부족한 부분이 없지 않다.

그러나 국내 조사만으로도 반대하였으며 차후 유럽, 특히 영국의 시각디자인, 정보디자인, 인터랙션 디자인의 교육시스템 연구 및 사례조사가 후속 연구로 다루어지기를 기대한다.

참고문헌

- 1999년도 「전국전문대학편람-한국전문대학교육협의회, 1998
- 정향진 외, 「한국디자인 교육의 실태조사 연구 한국직업능력개발원(KRIVET)
- 신동식, 우리나라 공업계 고등학교 디자인 교육과정 및 운영에 관한 연구·석사논문, 청주대, 1999
- 박휘락, 한국 디자인 교육의 변천과정 연구 대구교육대학 논문집, 1985, p.280
- 산업자원부-한국디자인진흥원 「국내 시각디자인 요율 표준화에 관한 연구」 2001
- 한국산업디자인진흥원 「2000산업디자인통계편람」 2000
- KIDP 「디자인 센서스 조사연구」 1998
- KIDP 「멀티미디어 콘텐츠산업의 디자인 전문인력 수요조사 및 개발실태 조사결과 보고서」 2000
- 디자인하우스 「월간디자인」 2001, 1