

# 한국 옥외광고 디자인의 전문 교육에 관한 연구

A Study on Professional Education for Sign Design in Korea

이정민

부산정보대학 산업디자인계열

Lee-Jung Min

Busan College of Information Technology

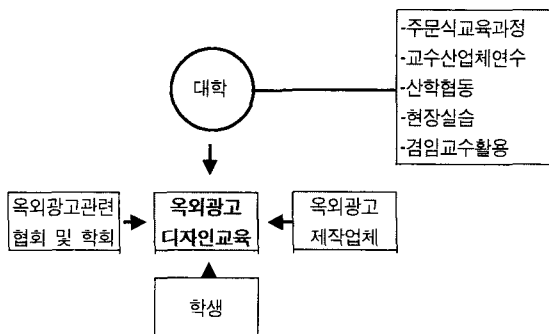
• Key Words : Sign, Sign Design, Education System, Design policy

## 1. 서론

### 1-1. 연구배경 및 목적

옥외광고는 도시생활에 필요한 정보를 시민에게 직접 제공하는 측면에서 매우 중요한 의미를 갖는다. 우리나라의 옥외광고는 단순히 상업적 목적으로 출발했으나 급속한 경제 발전에 따라 다양한 업종과 업소의 증가로 광고물의 무질서한 증복과 난립은 도시의 문화적 가치는 물론 생활환경의 질마저 저하시키고 있다. 이에 본 연구는 쾌적한 도시환경 조성 및 체계적인 사인시스템 발전을 위한 하나의 방법으로 교육적인 차원에서의 한국디자인이 지닌 특성과 교육제도의 한계성을 연구하여 발전적 대안을 제시하고자 한다. 연구 방법으로 옥외광고 디자인교육의 현황과 문제점을 분석하고 옥외광고 디자인교육의 발전 방향을 모색하기 위해 2000년도에 전국에서 최초로 개설된 부산정보대학 광고사인디자인코스<sup>1)</sup>의 교육 과정을 중심으로 졸업생의 직무수행능력을 분석하였다. 이를 위해 졸업생이 배출되어 있는 옥외광고업체 관리자를 대상으로 설문지를 통하여 옥외광고에 대한 일반현황, 직무수행능력, 디자인교육에 대한 조사를 하였다. 본 연구를 통하여 도시의 중요한 요소인 사인에 대한 올바른 이해를 제고하고 교육적인 측면에서 우리나라의 옥외광고디자인교육의 방향이 보다 전문화된 교육이 되어야함을 인식하고 대학에서의 옥외광고디자인 교육의 필요성을 제시하고자 한다.

『표 1-1』 옥외광고 디자인교육배경



### 1-2. 조사대상

조사대상으로는 부산정보대학 광고사인디자인코스의 2002년도 졸업생 48명 중 현재 옥외광고업체에 근무하고 있는 41.7%인 20명과 2003년도 졸업생 36명 중 75.0%인 27명이

근무하고 있는 옥외 광고업체를 선정하였다. (2002년도 졸업생의 취업률을 보면 졸업생 48명 중 72.9%인 35명이 옥외광고 관련업체에 취업했으나 현재 41.7%인 20명만이 근무하고 있다.)

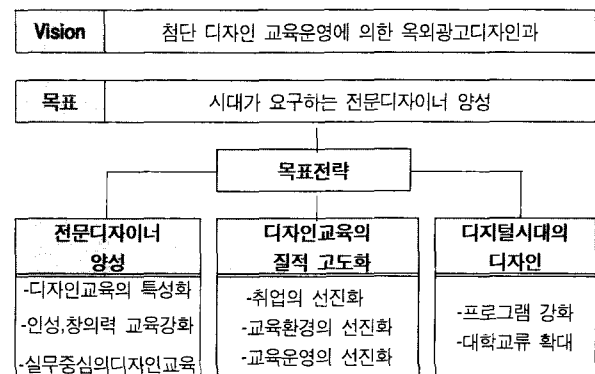
『표1-2』 부산정보대학 옥외광고디자인과 졸업생취업 현황

졸업년도	졸업생 현황	옥외광고 업종	타업종	편입	기타	총인원
2002	2002	37	8	3	0	48
	2003	20	23	5	0	
2003	2003	27	6	2	1	36

## 2. 옥외광고디자인교육 현황

한국의 옥외광고교육 현황을 보면 독립된 학문으로 입지가 확보되어 있지 않고 연구의 폭과 깊이가 없다. 또한 옥외광고물 등 관리법에서 명시한 자치단체별 교육은 대강당에 수백 명의 제작업자를 대상으로 형식적인 교육방법을 취하고 있는 현실이다. 대학에서의 옥외광고디자인교육은 시각환경디자인, 시각정보디자인, 옥외사인디자인, 간판디자인, 사인디자인 이라는 하나의 교과목으로 개설되어 있으며 전문적인 옥외광고디자인을 교육하고 있는 대학은 부산정보대학이 유일하다. 부산정보대학의 교육과정은 산업체주문에 의한 교육과정으로 2000년 처음 개설되었을 때는 정보사인디자인코스 라는 명칭으로 개설되었으며 2002년 광고사인디자인코스로 명칭을 변경 현재 교육하고 있다. 또한 옥외광고 산업 사회에서의 적응력이 높은 전문디자이너를 양성하기 위하여 교수와 산업체인사의 공동연구진과 산업체 자문위원, 한국광고사업협회와의

『표2-1』 대학의 옥외광고디자인 교육목표



1) 옥외광고디자인코스: 옥외광고디자인과의 개념으로 해석

산학협의회 및 업체의 설문조사를 종합 분석하여 교육과정을 만들었다. 옥외광고디자인은 도시환경, 건축과 접목된 디자인 전 과정을 다루어져야 할 통합된 학문일 뿐 아니라 그 결과물은 대부분이 현장에서 이루어지고 있기 때문에 현장 실무와 매우 밀접한 분야이다. 그렇기 때문에 옥외광고에 대한 디자인 능력과 제작 실습이 뒷받침되는 교육을 위해 산업체인사를 겸임교수로 초빙하여 운영하고 있다.

표 2-2 대학에서의 옥외광고 전문디자인교육 개설현황

2003년	-부산정보대학졸업생배출 (36명) -신구전문대학산업체 위탁모집 -해천대학 옥외광고디자인과 신설 (2004년도인가)
2002년	-부산정보대학 광고사인디자인코스 명칭 변경 -산업체위탁 (15명) -졸업생배출 (48명)
2001년	-부산정보대학 정보사인디자인코스 (58명) -산업체위탁 (15명)
2000년	-전국 최초 옥외광고 전문디자인과 개설 (부산정보대학 정보사인디자인코스: 62명) -산업체위탁 (18명)

### 3. 설문분석결과 및 논의

#### 3-1. 설문조사의 목적 및 필요성

옥외광고업체에서의 대학 졸업자에 대한 직무수행능력을 평가함으로써 전문인력의 현주소와 한계는 무엇이고 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 전문인력양성을 어떤 방향으로 교육해야 하는지를 파악할 필요가 있다.

#### 3-2. 설문조사내용

설문조사내용은 크게 ① 옥외광고에 대한 일반 사항 ② 디자이너의 직무수행 ③ 직무수행과정에서 부족한 분야로 분류하여 16문항을 설문 조사하였다.

##### (가) 옥외광고에 대한 일반 사항

- 광고물 제작시 고려하는 사항
- 현업에서의 애로사항
- 옥외광고의 일반적인 문제점

##### (나) 전문 디자이너의 직무수행

- 업체 디자이너의 인원수
- 디자이너의 학력수준
- 전문디자이너의 직무수행 능력 (적응능력, 이직률, 직업관)

##### (다) 직무수행과정에서 부족한 분야

- 제작실무분야
- 디자인 분야
- 옥외광고이론 분야

#### 3-3. 설문조사대상

설문조사는 졸업생이 배출되어있는 옥외광고업체를 대상으로 실시하였으며 총 47업체를 인터넷과 팩스 통하여 배부하였으며 회수율은 61.7%인 29업체가 설문에 응답하였다. 설문에

응답해준 옥외광고업체 관리자의 연령 분포도는 30세~39세가 51.7%이다.

### 4. 요약 및 결론

옥외광고업체 관리자를 대상으로 한 설문분석 결과 타 전공 졸업생에 비해 전문적인 교육을 받은 졸업생의 직무수행능력이 매우 높음을 알 수 있다.

설문분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

#### (1) 옥외광고에 대한 일반사항

- ① 광고물 제작 시에 광고주 의견의 비중이 높았다.
- ② 디자인과 마케팅전략이 가장 어려운 문제로 제기되었다.
- ③ 현재 옥외광고의 문제점은 디자인과 미관에 있다.

#### (2) 졸업생의 직무수행

- ① 타 전공 디자이너에 비해 적응 능력이 빠르다
- ② 적극적이다
- ③ 직업에 대한 애착심이 강하다.

#### (3) 졸업생의 직무수행과정에서 부족 한 분야

- ① 제작실무에 있어서는 간판제작 및 실사출력의 다양한 실습 등으로 실무를 겸한 교육이 이루어져야 한다.
- ② 기초교과과정에 있어서는 색채디자인과 일러스트레이션으로 디자인의 기초교육이 필요하다.
- ③ 전공이론에 있어서는 색채와 다양한 소재, 광고마케팅 등으로 옥외광고에 적용시킬 수 있는 전문교육이 필요하다

#### (4) 문제점과 대안

- 부산정보대학은 산업체 주문에 의한 교육과정으로 이론과 실습을 겸비한 교육을 시행하려고 노력하였으나 2년이라는 짧은 기간동안 업체에서 요구하는 제작 및 디자인 등 모든 부분을 수용하기에는 어려움이 많다. 전문적인 사인디자이너가 되기 위해서는 3~4년의 교육과정을 이수해야 할 것으로 사료된다. 다만, 현 제도 하에서 이러한 문제점을 극복할 수 있는 최선의 방안으로는 학문의 성격과 별도로 활성화된 산학협동과 현장실습, 교수의 산업체 연수, 겸임교수의 적극 활용, 현장실습 시기와 내용의 다양화, 주문식 교육과정의 정착을 모색하는 한편 특성화된 교육과정 개발이 이루어져야 한다.
- 우리의 급진적인 산업발전으로 인해 훼손된 도시경관을 아름다운 도시로 만들기 위해서는 행정적인 차원에서의 사인정책을 수립할 필요가 있다. 이를 위해서는 대학에서의 장기적인 옥외광고디자인교육이 필요하다. 그것은 옥외광고 관련 행정부서와 대학, 시민, 광고주, 제작업자의 참여로 합의점을 찾아가는 것이 바람직하다.

### 참 고 문 헌

- 1.김성홍, 옥외광고물, 문제인가? 현상인가?, 한국 옥외 광고 학회, 2002
- 2.김정수, 옥외광고물의 현주소와 발전방향, 간판과 디자인, 2002
- 3.이규목 외, 서울시 옥외광고물관리기본방안 연구보고서, 서울특별시, 2002.4.30