

미디어 콘텐츠 디자인 교육의 패러다임 변화에 관한 연구

A study on the Paradigm Change of Media Contents Design Education

김 익

KAIST 산업디자인학과 박사과정

Kim, Eok

Dept. of Industrial Design, KAIST

임창영

KAIST 산업디자인학과 교수

Lim, Chang-Young

Dept. of Industrial Design, KAIST

• Key words: Media, Contents, Design Education, Paradigm Change

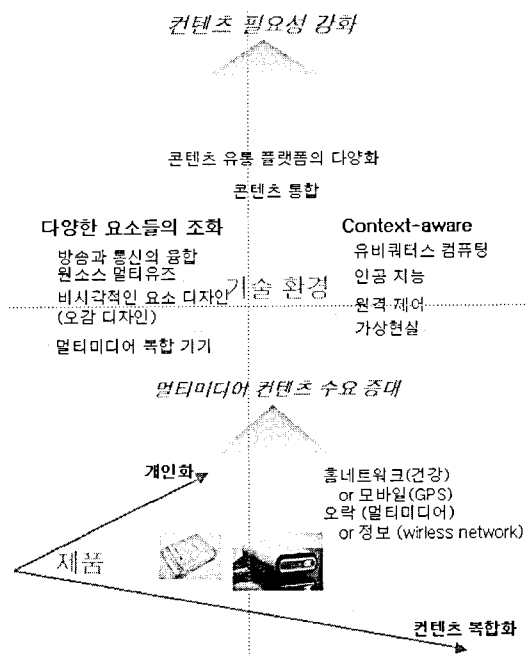
1. 서론

21세기 과학기술의 발전과 신기술의 등장으로 새로운 산업이 나타나면서 기존 산업간의 영역이 허물어지는 산업간 융합과 분화가 활발히 진행되고, 기존의 하드웨어적 제품에 각종 소프트웨어가 통합 일체화되어 결과적으로 새로운 제품을 창출하는 하드 소프트웨어 결합형 산업이 등장했다.

기존의 제조업 위주의 디자인에서 콘텐츠 및 서비스 디자인으로 그 영역이 다양화 될 것이고, 그 대상물과 소비자의 접점에서 발생하는 디자인의 역할은 그 어느 때보다도 커질 것으로 전망된다.

본 연구는 이러한 새로운 환경의 변화에 따라 디자인 교육이 과연 기업 현장에서 제대로 활용이 되고 있는지, 교육과정의 세세한 부분들을 살펴봄으로써 새롭게 변화하고 있는 디자인 교육의 패러다임을 조사하고, 이에 적절한 미디어 콘텐츠 디자인 교육의 방향을 제시하고자 한다.

2. 미디어 콘텐츠 디자인의 필요성



[그림 1] 콘텐츠 디자인의 필요성

유비쿼터스 컴퓨팅 환경은 뉴미디어 기술의 비약적인 발전을 초래하며, 뉴미디어 기술의 확장은 곧 미디어 산업구조의 재구성 및 미디어 자본의 확대와 직결된다. 미디어 기술의 비약적인 발전으로 인해 단순히 정보전달에 관심을 두지 않고 미디어마다 주로 다루는 콘텐츠(Contents)에 역점을 두고 있다. 미디어에 실리는 고유한 정보의 유형, 즉 이미지, 텍스트, 데이터 등을 제작하는 분야를 함축적으로 콘텐츠산업이라 일컫는다. 하드웨어인 미디어 기기의 가격이 갈수록 하락하는 반면에 소프트웨어에 속하는 콘텐츠의 가치가 갈수록 상승하는 반비례 현상이 일어나기 때문에 콘텐츠 산업의 중요성은 날로 강조되고 있다.

3. 기업의 현황

3.1. 다양한 양상의 디자인 업무

IT나 웹 등으로 인한ダイナミック한 변화의 특성상, 일정이나 업무량, 디자이너에게 요구되는 능력 등에서 일관된 양상을 보이지 않는다는 것이다. 디자인 감각이나 창의성을 요구하는 업무가 있는 반면, 퀄리티보다는 스피드가 더 중요시 되는 업무가 있으며, 업무량도 시기적으로 그 양이 고르지 못하게 불규칙적으로 발생하고 있다.

3.2. 디자이너 재교육 현황

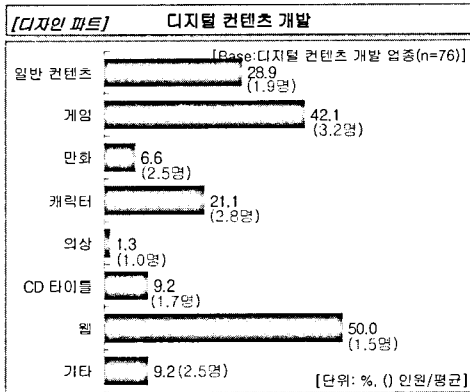
실제로 약 25%내외의 기업이 디자이너 재교육을 외부 세미나 및 위탁교육의 형태로 하고 있었다. 이 재교육에 대해 경영/인사 파트의 53.3%, 디자인 파트의 60.1%가 디자인 업무 능력 향상에 미치는 효과가 있다고 인식하고 있었다. 디자이너에게 가장 필요한 재교육 내용으로 실무능력(33.2%)과 업무기획능력(30.9%)이 가장 높았으며, 재교육시 시간부족(43.0%)과 예산부족(31.9%)이 가장 큰 애로사항인 것으로 나타났다.

3.3. 디자인 전공 교육의 현업 기여정도

디자인을 전공한 대졸 신입직원의 업무 적응 기간은 평균 9.5개월 정도로, 응답자의 44.9%가 디자인 전공이 현업에 도움이 된다고 생각하고 있었다. 대학의 디자인 전공 교육이 현업에 도움이 되기 위해서는 실무능력과 업무기획능력의 보완이 시급히 필요한 것으로 나타났다.

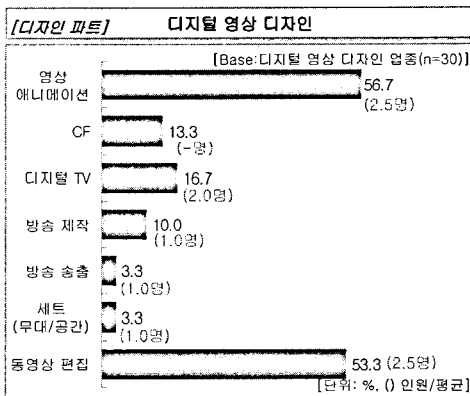
3.4. 세부 업무 내용

디지털 콘텐츠 개발 업종의 디자인 업무는 웹 관련 디자인/제작/기획 업무와 캐릭터 디자인 업무가 많았으며, 그 밖에 게임 디자인, 콘텐츠 등의 업무가 있었다.



[그림 2] 디지털 콘텐츠 업무 내용

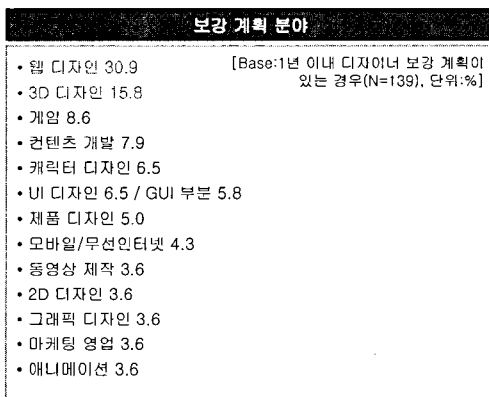
디지털 영상 디자인 업종의 디자인 업무는 영상 애니메이션, 제품 디자인, 영상물 견본시 개최 관련 등의 업무가 있었다.



[그림 3] 디지털 영상 디자인 업무 내용

3.5. 인원 보강 계획 분야

향후 구체적인 디자이너 보강 계획 인원은 평균 1.9명 정도로, 79.9%가 구체적으로 1~2명 정도를 보강할 계획이라고 응답하였다. 또한, 보강 분야는 웹 디자인과 3D 디자인 분야가 높았다.



[그림 4] 인원보강계획분야

4. 디지털 시대 새롭게 요구되는 교육 패러다임

4-1. 미디어 리터러시와 디자인 리터러시의 강화

특정 미디어의 재현 형식에 내재한 속성들을 이해하고, 그 속성이 제시하는 표현과 소통의 한계 영역 내부에서 다양한 가능성들을 모색할 수 있는 언어적 및 시각적 역량이라고 할 수 있다. 또한 한 걸음 더 나아가 특정한 콘텐츠가 소통되거나 다양한 인터랙션이 이루어지는 미디어의 리터러시 뿐만 아니라, 디자이너가 디자인 행위의 도구로 삼는 미디어의 리터러시에 대한 디자이너의 이해는 필수적이라고 할 수 있다.

4-2. 비시각적 정보의 디자인 능력 강화

테크놀로지의 변화가 빠르게 이루어지는 역사적 맥락 속에서 비시각적 정보의 디자인 능력은 매우 핵심적 요인으로 대두되는 경향이 있다. 다양하고 이질적인 미디어들이 빠른 속도로 새롭게 등장하는 시기에 있어, 그 각각의 미디어가 지닌 속성들을 파악해서 시각적 및 비시각적 차원에서 체계화하는 디자인 능력은 디자이너의 역량을 평가하는 주요 판단 기준이 된다.

4-3. 콘텐츠의 내러티브 구축 능력 강화

콘텐츠 디자이너는 시각적 및 언어적 차원에서 각 요소들의 의미와 연결의 논리를 조정해야 하며, 산출된 인터랙션의 결과들을 하나의 일관된 질서로 수렴시킬 수 있어야 한다.

4-4. 통합적인 관계 지향적 사고 능력 강화

관련 부서간의 관계를 통합적으로 전개하여야 하는 필요성이 증가하고 있다. 즉, 조직 내의 계층간, 부서간, 개인간을 정보 기술을 활용하여 견고한 연결을 시도하는 능력이다.

5. 결론

이제 21세기 디지털 지식 정보화 시대를 맞이하여 디자인 산업도 전통적인 방식에서 인터페이스 및 미디어와 관련된 인터랙션 디자인, 그리고 게임, 애니메이션, 전자 상거래 등 IT와 관련한 디지털 콘텐츠 산업으로 확대·변형되고 있다. 따라서 이처럼 급격하게 변화하는 사회 환경에 대응하는 디자인 교육으로 확대 재편되어야 하며, 이를 위해서는 다양한 학분 분야 및 기업체와의 연계를 강화하여 지식 및 경험을 기반으로 하는 디자인 산업의 시너지 효과를 창출하여야 할 것이다.

참고문헌

- 이순인, 디자인 신 산업 분야 현황 조사 보고서, KIDP 2003
- 임창영, 디지털 시대 산업디자인의 새로운 패러다임 변화에 관한 연구, 국민테크노대학원, 2003
- 전석호, 정보사회론커뮤니케이션 혁명과 뉴미디어, 나남출판, 2000