# 디자인 대중교육의 지향점에 관한 연구

## Research on the public education goal of design

조규명
경기공업대학

Cho kyu-myung
Kyong-gi institute of technology

**요약**

디자인은 인간의 미적활동을 객관화하고 보편화한 것이다. 본래 디자인의 출발은 '대중의 삶에 풍요로움 주고 그들의 삶의 질을 향상'시키는 데 있었다. 그러나 그 동안 디자인교육은 오랜 기간 동안 '기업을 위한 중요한 생산적 수단' 이라는 미명 아래, 기업의 생산 활동 극대화 위한 인력양성에 치중하는 방향으로만 발전해 왔다. 따라서 디자인을 향유하는 일반 대중에게는 교육적 기회가 매우 희박하였다. 이러한 교육대상 및 기회의 편협성으로 인해 대중의 욕구충족이 어렵게 되었고, 디자인을 일부 디자이너만의 영역으로 점유하는 것에 대한 국민적인 저항을 일으키는 현상이 나타나기도 했다. 따라서 이제는 그 동안 디자인전문가 양성에 편중하였던 디자인교육에 대한 대상의 확대 및 내용의 전환이 무엇보다도 시급하다 하겠다. 이 연구는 대중의 생활 속에서 보편화 되어있고, 그들의 미적생활추구에 대한 욕구가 강하게 표출되고 있는 각종 사회현상을 토대로 하여 디자인 대중교육의 필요성 인식시키고, 삶의 질을 제고하기 위한 하나의 방편으로서, 디자인 대중교육의 지향점(자기표현, 향수, 교양, 생활의 지혜)에 대해 연구하였다.

**Abstract**

Design is objective and universal human aesthetic activity. Design originally began with the purpose 'to make public's life abundant and increase their quality of living." However, design education has bee developed to foster human resource to maximize production of company in the name of 'important production method for company.'
Therefore, common people has been had many opportunities to learn about design. General people could not be satisfied their demand to learn about design due to narrow opportunities. Public has had resistance feeling for design that it has been exclusively occupied by certain designers. Therefore, it is urgent to expand the object of design education and change the contents which have been focused on fostering design professionals. This research examined about the goal of public design education (self-expression, enjoying quality of life, culture, and wisdom of living) as a way to increase our life quality by recognizing the need of public design education based on various social phenomena which strongly shows people's desire to pursue aesthetic life.

## I. 서 론

최근 사회적으로 다양한 분야에서의 퓨전(Fusion)현상은 매우 급속하게 퍼져 가고 있다. 학계에서는 지나치게 세분되고 상호교류 없이 독립성만을 유지하는 학문은 학문으로서의 가치가 떨어지고 현실세계에 대한 기여도 떨어질 수 있다는 것을 인식 학문의 경계를 넘는 관계의 관계학문 또는 통섭학문 등이 대두되고 있다. 방송계에서도 가수가 MC역할을 MC가 연기자를, 연기자가 가수활동을 하는 등 본래의 역할에 대한 구분이 없어지고 있다. 음식에서도 이미 비빔밥과 같은 퓨전음식이 세계적으로 관심과 호평을 받고 있고, 다양한 디지털기능이 집합체 핸드폰은 대표적으로 기능을 융합한 제품이라 하겠다. 또한 정통음악과 대중음악이 만나거나 서양음악과 전통음악이 만나는 퓨전음악이 새로운 관심대상으로 자리 잡고 있다. 그것은 통합 또는 융합이 시대적 대세이며, 통합, 융합의 시대가 열렸음을 의미한다. 이 같은 사회패러다임의 변화에 영향을 받아 그 동안 전문영역이라는 명제아래 독점하고 있던 여러 기본전제들이 과거의 구태의연한 모습으로 추락하고 있으며, 또한 그동안 이 같은 영역을 구축하여 독점적 지위를 가지고 전문가로 자처한 여러 분야의 위상이 흔들리고 있다고 볼 수 있다.

이 같은 현상은 디자인분야에 있어서도 예외가 아니다. 오늘날 자연을 제외한 각종 인공물 및 디자인 결과물이 인간 환경을 뒤덮고 있는 상황에서 비 디자이너의 디자인 감각은 점점 높아지고 있다. 그리고 이를 향유하는 대중(본 논문에서 말하는 대중이란, 디자인 전문교육을 받지 않았고  나이·성별, 직

업, 학력 등 개개인의 차이를 구분하지 않은 익명성을 지닌 불특정다수를 지칭함)의 디자인 감각도 향상되어 일반인과 디자인전문가의 구분이 점차 좁혀지고 있다. 때때로 디자인 전문가들에 의한 일방적으로 이루어진 디자인만으로는 개인의 욕구가 충족되지 않아 전문영역의 울타리를 뛰어넘어 스스로 마음에 드는 디자인을 얻기 위해 많은 시간을 투자하고 있다. 종종 이러한 욕구를 충족시키는 디자인을 찾지 못하면 '내가해도 이 정도는 하겠다.'라고 디자이너에 대한 불평을 말하는 토로하는 것을 쉽게 보고 들을 수 있다.

그것은 디지털 기술의 발달로 디자인 툴의 사용이 쉬워지고 자유로워짐에 따라 비 디자이너도 전문적인 디자인 교육을 받지 않고도 일상생활에서 체득된 미적 감각만으로도 스스로 디자인을 개발할 수 있게 되었기 때문이다. 그것은 대중의 삶 속에서는 이미 디자인이 보편화되어 있고, 디자인행위도 더 이상 디자이너만의 영역이 아니다 라는 심리가 표출된 것이다. 또한 대중의 삶 속에서 디자인의 가치가 매우 중요하게 자리 잡고 있음을 보여주는 것이다. 이것은 이제 디자이너와 비 디자이너들의 구분이 모호해졌음을 시사하는  것이다. 이 같은 .사회패러다임 변화에 따른 디자인 주변 환경은 다음과 같이 변화되고 있다.

- 기업의 디자인에 대한 투자의 급증 및 디자인 경영의 중요성이 강조.
- 디자이너의 양적 팽창과 인력의 수급조절의 실패에 따른 교육의 개편에 대한 사회적 요구가 심화.
- 소비자들의 개별적 디자인 주문 및 디자인에 직접 관여할 수 있는 여건이 형성.
- 사회적 공유와 협력의 거시적 관점에서 디자인의 새로운 모습을 갖추어야 하는 중요한 시기.[1]
- 디지털기술의 발달로 새로운 디자인 분야의 탄생과 해당 분야 전문가에 대한 필요성이 대두.
- 디자인은 타 전문분야간의 영역통합과 상호협력이 이루어질 수 있도록 촉매자로서의 역할.
- 소비자욕구의 다양화 및 능동적 소비자의 탄생에 따른 소비자의 감성을 충족을 위한 디자인과 아이디어 개발이 요구.
- 퓨전 현상의 확대로 장르 간 혼합 및 변종의 탄생 등 생활 전반에 도덕적이며, 틀에 얽매인 현실에 대한 일탈심리 가중.
- 예술의 대중화, 다원화현상에 따른 쓰임새와 실용성, 대중적 미를 강조하는 디자인이 생활의 중심으로 부상.

본 연구는 이 같은 사회패러다임의 급격한 변화가 일어나는 시점에서 그 동안 디자인교육은 '기업의 생산에 중요한 수단'이라는 명분아래 생산 활동 강화를 위한 인력양성에 치중하여 산업생산을 위한 전문디자이너를 양성하여야 한다는 목표만을 설정하고 있을 뿐, 대중의 삶을 조화롭고 풍요하게 위한 디자인 대중교육에 관심을 집중해야 한다고 회자되지 않고 있음에 주목하였다. 따라서 이 연구에서는 디자인 대중교육에 대한 대상의 확대와 내용의 전환이 무엇보다도 필요함을 인식하여 대중을 위한 디자인교육을 통해 디자인을 생활 속에서 보편화시켜 사회 전반적인 미감을 높여 보다 나은 삶의 질을 영위하기 위한 방편으로, 오늘날 점차 확대되고 있는 디자인 대중교육이 추구해야할 지향점에 대해 다루고자 한다.

## II. 디자인 대중교육에 대한 인식

산업혁명이후 가치관의 변화와 과학기술의 발달, 사회제도의 변혁은 전통적 사회구조를 붕괴시키고 대중사회의 출현되었다. 이에 따라 대량생산과 대량소비를 가 이루어져 대중사회로의 체제전환이 일어났다. 이런 과정에서 탄생된 대중의 개념은 과거에는 "평균인(average man)으로 특별한 자격을 지니지 못한 사람들의 총체로 규정"[2]하였으나, 오늘날의 대중은 프로슈머(Prosumer)의 등장 등 지적(知的) 대중으로 변화되었다. 사회변동, 보통선거의 확립과 의회제 정치제도의 평등화, 엘리트의 변용(變容), 소득 격차의 축소, 생활양식의 균등화, 고등교육의 보급 ,매스미디어의 발달과 다양화 등 여러 형태의 사회적 상황이 변화하는 가운데서 더 이상 대중을 몰개성적(沒個性的)이며 수동적인 조작(操作)의 대상으로서만 생각할 수가 없게 된 것이다.

현대사회의 대중은 유사성·동질성을 나타내는 한편, 비판력을 갖추고 있고, 개개 판단에 의거하여 반응하는 개별성을 가지고 있다. 즉, 대중은 정치·경제·사회, 문화 등의 모든 영역에서 막강한 힘을 발휘하는 것이다.[3] 따라서 사회가 전체적으로 바람직한 성장을 하기 위해서는 대중을 대상으로 한 교육이 매우 중요하다. 역사적으로 대중을 대상으로 한 교육은 아직 국가나 사회발전에 필요한 능력이 미흡한 사람들에게 그들의 계몽, 즉 문맹퇴치운동, 의식화 교육 등을 통해 국가나 사회발전에 동참을 위한 수단[4] 으로 이용하였다. 즉, 사회문제를 야기 시키는 요인을 제거하기 위한 목적이나 계층유지 수단으로서 활용된 것이다.

그러나 오늘날 누구에게나 학교교육이 보편화되고 지식이 고도화되면서 더욱 교육의 필요성이 필요함에 따라 평생교육의 한 방법으로 대중에 대한 교육의 필요성 증대되었다. 과거의 경우 기술함양 및 전업, 전직 등 생산적 활동을 위한 기술의 습득을 중심으로 하는 직능향상교육에서 자기계발 및 자아실현을 필요로 하는 교육으로 변모하고 있다.

이러한 상황에서 대중에 대한 디자인교육의 시선전환은 다소 늦은 감이 있지만 디자인 대중교육은 건강한 사회분위기 조성과 생활문화교육 측면에서 시급히 이루어져야 한다. 그 이유는 더 이상 디자인은 기업의 이익을 대변하는 수단이나 유한계층의 과시를 위한 전유물이 아니기 때문이다. 디자인은 궁극적으로 사회전체의 미적 감각을 높일 수 있는 수단이기 때문에 계층 및 대상에 구분 없이 모든 사람들의 삶의 질 향상을 위한 측면에서 접근되어야 한다. 또한 그 동안 치중되었던 기업 및 경제활동 강화 및 생산과 소비에 초점을 맞추어 측면에서도 봐도 매우 긍정적인 결과를 가져올 것이다. 그 이유는 디자인전문가들이 좋은 디자인을 하기 위해 필사의 노력을 다하더라도 그것이 소비자의 감각에 적합하지 않다면 아무리 좋은 디자인이라도 소외될 수밖에 없기 때문에 일반 대중이 안목이 좋은 디자인을 선택 할 수 있게 미적 감각을 높이는 측면에서도 대중의 디자인교육은 매우 필요할 것이다.

김정선(2003)은 디자인교육의 추구는 소비문화에 스스로 대처하는 학습자 즉, 미래의 대중을 위한 것으로 그들에게 디자인을 묻는 기회를 허락하여야 한다. 이는 스스로에게 디자인적 동기를 부여함으로서 선택된 학습개념이 처음 확인된 다음, 고차원적으로 추상. 연상 작용이 주기적으로 반복되는 것을 말한다. 김정선(2003;220).[5] 강현주(2001)도 디자인교육 2001에서 두 가지 측면으로 고려해야 한다고 언급하면서 대중의 디자인교육에 대한 필요성을 강조하였다. 첫째는 디자인산업에서 필요한 프로페셔널 한 디자인 전문가를 키우기 위한 기초를 다지는 교육방향이고, 둘째는 이미 대중화 된 아마추어 디자인 영역의 수준을 끌어 올려 교양적인 차원에서 디자인 문화 환경을 풍요롭게 만드는 것이다.[6] 따라서 디자인대중교육은 디자인교육 그 자체의 교육효과를 제외하더라도 사회에 매우 가치 있게 작용할 것이다. 전문가 양성코스로서가 아닌 생활, 문화교육으로서 디자인교육은 소비사회의 개인의 개성을 잘 드러낼 수 있는 개인의 미적 감각을 발전시킬 수 있는 교육으로 지금까지의 미술교육인 예술교육보다 실생활에 더욱 밀접한 실천교육이라고 할 수 있다.[7] 디자인은 인간이 지닌 미적추구본능을 일반화 시킨 것이며, 인간의 삶속에서 아름다움을 추구하는 개념으로 일상 속에서 미적 쾌감을 충족시키는 기능을 내포하고 있다.

## III. 디자인 대중교육의 지향점

이제는 학생 뿐 만 아니라 대중에게도 무엇을 교육시키며, 어떻게 교육시킬 것인지에 대해 고민해야한다. 즉, 지금까지 교육이 대중의 삶의 방식을 얼마나 고려한 것인지 다시 생각해 봐야한다는 것이다. 오늘날 삶의 방식은 물질취득을 통한 생존을 위한 과거시대와는 달리 어떻게 가치 있게 살아갈 것인지 삶의 방식에 대한 본질적인 문제에 더 관심을 집중하기 시작했다. 따라서 대중을 위한 디자인교육은 인간이 생활 속에서 결핍을 느끼고 있는 부분을 찾아 충족시키는 과정 지원을 통해 삶의 결핍된 부분을 보충시켜야 하는 역할을 담당해야한다.

오늘날 디자인교육은 크게 두 가지 방향으로 모색해야 한다. 하나는 디자인을 통해 대중의 미적 감각을 고양시키기 위한 디자인 대중교육이고, 다른 하나는 디자인전문가 양성을 위한 디자인프로페셔널 교육이다. 그 중에서도 디자인 대중교육은 디자인 기술 및 지식의 습득을 위한 내용으로 구성되기 보다는 생활 속에서 삶의 지혜를 발견하고 해결함으로서 자기스스로의 삶을 풍요롭게 이끌 수 있도록 자신만의 의미 있는 행위로 접근해야한다. 이를 통해 자기성찰이 이루어져야 한다. 즉, 디자인교육을 단순히 똑똑한 소비자를 양성을 통해 가치 있는 소비를 위한 생활만족 부분에만 중점만을 두는 것이 아니라, 삶의 질을 높이기 위한 가치를 좀 더 확장해서 개인의 미적안목 고양을 통해 스스로의 문제해결과 이해를 통해 삶을 음미하고 영위하게 해야 한다.

그러기 위해서는 디자인교육은 디자이너를 기르는 전문가중심 교육과는 다른 디자인 기초기반을 조성해야 한다. 이는 미래의 향수자가 곧 지금의 학습자임을 인식하고 학습자가 성장을 통해 디자인문화를 알아가는 소중한 과정이어야 한다는 것이다.[8]

생명력 있는 디자인이란 디자이너가 좋은 디자인을 하더라도 이를 향유하는 대중이 좋은 디자인을 선택을 할 수 없다면 생명력을 잃게 된다. 따라서 생명력을 가진 디자인은 이를 향유하는 대중이 미적 감각이 있어야만 선택되고 사용되게 되어 가치를 인정받을 수 있게 된다. 그러므로 디자인이 생활화되기 위해서는 좋은 디자인을 선택하고 사용할 수 있게 대중의 안목을 높이는 것이 우선이라 하겠다.

그에 대한 방안으로는 디자인대중 교육은 단순한 디자인지식의 전수가 아닌 사람들로 하여금 일상적인 활동에 자연스럽게 발견하고 이를 활용 하게끔 생활화하여야 한다. 이 연구에서는 디자인 대중교육의 지향점을 자기표현, 향수, 교양, 생활의 지혜 등 크게 네 가지로 방향으로 제시하였다.

### 1. 자기표현

인간의 욕구는 태어날 때부터 죽을 때까지 삶의 모든 기간에 걸쳐 나타나게 된다. 성장하면서부터 육체적 성숙과 더불어 인지능력의 확대로 자아가 형성되고, 자신의 소망이나 주장을 언어로 표현하며 미래에 대한 목표를 탐구하여 자신의 개인적 능력을 인정받고 외부세계에 대처하려는 사회적 욕구가 발생

하게 된다.[9] 이러한 인간의 욕구는 정신적인 삶을 지속해주는 원동력이라 할 수 있으며, 개인의 긍정적 삶을 추구하는 역할을 한다. 또한 개인의 자기표현활동과정으로 이어져 개인의 삶에서 바르게 서고자 하는 의지를 다지게 해준다. 사람은 사회가 복잡해지고 고도화되면 될수록 사회와 원하든 원치 않든 유기적으로 교우하면서 많은 번민과 갈등을 가지게 된다. 특히 현대사회의 복잡성은 개인의 인간성 상실과 자기 정체성 상실을 초래하여 자아정체성이 혼란을 일으키는 현상을 자주 일으키게 한다. 오늘날 복잡한 사회 조직 속에서 집단생활이 필수적인 현대인의 생활 속에서는 개인의 심미적 욕구 및 자아실현의 욕구 또한 실현시킬 수 있는 계기가 매우 부족하다.

행태 심리학자인 매슬로우(A.H. Maslow)의 욕구단계설(need hierarchy theory)에 의하면 인간의 내부에는 단계를 구분하는 욕구단계가 존재하며 그 중 가장 상위의 욕구단계인 '자아실현 욕구' 중 하나가 '심미적 욕구'라 하여, 인간에게는 궁극적으로 누구나 아름다움을 추구 하는 본능이 있음을 언급하였다. 또한 진화론과 창조론의 대화를 모색하는 책인 '과학과 종교 연구소'를 이끌고 있는 존 호트(J. F. Haught)도 그의 저서(Responses to 101 Questions on God and Evolution)에서 "진화는 아름다움의 극대화며 신에 대한 이미지를 더욱 충실하게 보여주는 증거다"[10] 라고 하며, 생물의 진화자체를 아름답고자 하는 본능적 행위로 인식하고 인간도 미의 추구를 위해 끊임없이 행동하는 것을 인간의 본능적인 행위로 보았다.

표현은 인간이라면 누구나 가지고 있는 본능으로서 스스로에 대한 활동으로, 내적으로는 사회적 규범 및 교육에 통한 개인의 이성적 절제에 억눌려있는 욕구를 분출하여 자아정체성을 통해 자아실현 욕구를 달성하고 외적으로는 미적인 안목을 함양하고 조형감각을 익히며 자신만의 창조적 능력을 계발하여 긍정적 삶을 이끌어가는 효과가 있다.

표현은 자신의 내면세계를 표출하여 가시화한 것으로 자신의 존재가치를 재확인하고 바쁜 사회에서 다른 사람과 구분되는 자신만의 고유한 모습을 확인함으로서 자신의 삶을 보다 풍요롭게 하기위한 시도라고 할 수 있다. 자아표현을 주제로 한 인간의 표현활동은 일상에서의 억압과 불안 또는 환상을 꿈꾸며 또 하나의 출구를 모색하는 데, 표현활동의 이유는 출구모색의 일환으로 현실 속에서 존재확인에 대한 욕망의 표현이라 하겠다. 인간은 누구나 쉽게 접하게 되는 일상적 사물을 통하여 삶에 잠재되어 있는 욕망과 억압을 표출한다. 이러한 일상에서의 표현활동은 사실 우리 자신으로 하여금 우리가 어떻게 느끼는 가를 이해하게 만들고 자기 자신의 감정에 대한 탐험이다. 따라서 자발적 욕구의 표출인 표현의 중요성은 사람으로 하여금 진정한 의식의 확대와 자유로운 상태의 해방감, 정화를 이루게 된다.[11]

따라서 자아실현의 한 수단으로서 디자인대중교육을 통한 자기표현의 생활화시키는 것은 디자인 대중교육이 추구해야 할 중요한 역할이다.

## 2. 교양

교양이란 인간의 정신능력을 일정한 문화이상에 입각, 개발하여 원만한 인격을 배양해 나가는 노력과 그 성과를 말한다. 교양을 뜻하는 영어 'culture'의 원 뜻은 '경작(耕作)이고 독일어의 'Buldung'은 형성이라는 뜻임을 보아도 알 수 있듯이, 여기에는 인간정신을 개발하여 풍부한 것으로 만들고 완전한 인격을 형성해 간다는 뜻이 포함되어 있음을 알 수 있다.[12] 사전적 정의로는, '객관적으로 존재하는 문화를 개인 안에 내재화하는 것, 교양의 내용은 일정시대, 사회에 따르며 교육면에서는 도야의 뜻에 연결됨,[13] 사람들을 사회생활과 활동에 능동적으로 참여할 수 있도록 자질을 갖추게 하는 모든 과정, 지식을 넓히고 정의(情意)를 일으켜 문화를 통일하며 창조하는 힘을 몸에 지니게 하는 일[14] 등으로 정의되어 있다. Cowell은 교양을 '동물적 수단에서 생활을 향상시키려는 노력'이라고 정의하였다. 즉, 교양 즉 문화적 생활 속에 의미와 가치를 끌어들여 생활을 좀 더 보람 있게 만들고 삶의 질을 높임으로써 인간의 지위를 생물학적. 동물적수단으로부터 끌어올리는 것을 교양이라고 보았다.[15]

오늘날과 같은 문화가 주목받고 있는 사회에서는 우리가 교양인으로서 생활하기 위해서는 컴퓨터능력, 영어회화, 경제상식, 디자인 등 전문영역으로 인식되었던 분야에 대한 상식적 수준을 습득하여 사회에서 보편적으로 존재하는 문화수준을 유지해야 한다. 디자인 대중교육의 지향점으로서 교양은 잘 된 디자인상품을 사고, 보다 자신에게 어울리는 미적 감각과 안목을 넓혀주고 생활 속에서 나타나는 모든 디자인 행위에서 보다 적절한 선택과 판단을 길러주고 삶속에서 디자인을 소유하는 것이 아닌 디자인적 사고와 활동을 통해 디자인 자체를 향유하는 능력을 갖는 것을 말한다. 그러나 그 동안은 우리의 모든 활동이 디자인 행위인데도 불구하고 생활 속에서는 디자인적인 삶을 제대로 영위하지 못하고 있었다. 따라서 디자인 대중교육에서는 디자인을 통해 새로운 지식을 창출할 수 있는 능력을 키우고, 글로벌 환경에서 선진수준의 교양 지식습득을 위하여 조형언어의 이해및 조형능력 강화 및 다문화를 이해하거나 다양한 분야에서 디자인지식을 활용할 줄 알아야 한다. 이제는 디자인이 몇몇 명성 있는 그룹에 의해 이끌려지는 것이 아니기 때문에 디자인 대중교육은 대중을 위한 교양적 수준을 향상시키는데 관심을 두어야 한다. 또한 단순히 디자인관련 전문지식을 터득하는 것이 아닌 일상생활속의 디자인지식의 습득에 더 가까이 접근해야 한다. 사회적 유행이나 라이프스타일등 보편적 대중미를 바람직하게 표현하는 것을 습득하

는 것은 개인의 심리적인 안정뿐만 아니라 대인관계 및 사회생활에서 바람직한 방향으로 나타나게 된다. 따라서 사회구성원으로서 교양적 수준의 디자인교육은 원만한 인간관계를 유지하게 하는 측면으로 인식하여야 한다.

### 3. 향수

향수는 '타향에 있는 사람이 고향을 그리워하는 우수'(이희승,1982), 혹은 '고향이나 가족으로 돌아가려는 강렬한 욕구(McKechnie)'를 말한다. 향수는 공간적인 의미에서 고향뿐만 아니라 그 고향이 상징하는 더 많은 감정, 즉 과거의 더 좋았던 시절이나 장서, 사람들을 그리워하거나 기억하고 싶어 하는 감정까지를 의미한다. 그리고 그 감정은 대게의 경우 사실이나 실제의 경험이라기보다는 미화되고 긍정적으로 왜곡되고 추상화된 환상의 감정이다.[16] 향수라는 현상을 체계적으로 연구한 최초의 학자는 프랑스 알사스 지방의 의과대학 교수였던 Hofe(1688) 이다. Anspach(1934)가 번역한 그의 박사논문에 따르면 그는 의학자답게 노스텔지어를 질병으로 간주하였다. 이러한 증상은 고향을 멀리 떠나온 사람들에게서 흔히 나타나므로 고향에 대한 그리움 때문에 생기는 질병이라고 판단하였으며, 따라서 어떻게 해서든지 집으로 돌려보내지 않으면 사망할 수 있다고 당대의 학자들은 생각하였다.[17]

사람에게는 누구나 각기 다른 내적체험과 오랜 습관 등 각자의 삶의 양식을 가지고 있다. 그리고 점점 더 황폐화 되어가고 있는 복잡한 현대 사회에서 지나간 시절에 대한 그리움과 긍정적 동경을 통해 현재의 불안감과 심리적 갈등을 위로받고 지나간 과거에 대한 회상을 통해 삶의 가치와 건강을 찾고자 한다. 향수는 일반적으로 개인이 자신의 직접경험을 상기하거나 어떤 동기를 통해 지난날의 향수를 느끼고 된다. 보통의 경우 각종 디자인된 물건, 또는 옛날사진, 자동차, 아이 장난감, 옛날 건물등 유형적인 것과 음악, 영화, 노래, 각종 축제등 무형적인 대상에 자극을 받아 향수를 일으킨다. 따라서 디자인대중교육은 이러한 상황이 왔을 경우 오랜 시절부터 동경해왔고 잃어버렸던 자신의 개성, 소외된 자아에 대한 추억과 기억을 다시 현실로 되살리려는 행위를 도와주게 해 준다. 인상주의 대표화가인 샤갈도 주로 고향을 그리워하며 옛 추억을 그리는 향수를 소재로 하여 작품 활동을 하였다.

### 4. 생활의 지혜

사물의 도리나 선악을 분별하는 마음의 작용을 뜻한다. 인간의 일반적인 지적 활동에서, 지혜는 인간존재의 목적 그 자체에 관계되는 지(知)를 의미한다. 즉, 지혜란 모든 지식을 통할하고, 살아 있는 것으로 만들며, 구애받지 않는 뛰어난 의미로서의 감각이다.[18] 그 동안 다른 영장류에 비해 오랜 기간을 생존해 온 인간은 자연에서 습득한 경험과 지식을 통해 자연환경과 각종 인재를 극복하고 세상의 모든 생물체중 중에서 가장 먹이사슬의 최상위를 점하고 있다. 이것은 인간은 단지 생존을 위한 지식 뿐 만 아니라 이를 통합하고 살아있는 것으로 만드는 지혜를 가졌기 때문일 것이다. 오늘날 다양한 현상과 많은 위험요소를 극복하기 위해서는 다양한 방면의 지식과 지혜가 필요하다. 또한 일상생활 속에서 생활의 지혜로서 디자인의 활용은 주로 합리적이고 실용적인 디자인의 요소를 통해 물질적, 정신적 만족과 혜택을 실현시키고 있다. 가령 집안을 도배하거나, 쇼핑센터에서 자신의 스타일과 취향에 어울리는 옷을 고르고, 공간의 배치를 통한 효율성 및 편리성을 강화하고, 다양한 생활 속에서의 문제해결 방안을 제시함으로서 인간을 보다 긍정적이고 가치 있는 삶을 영위할 수 있게 하고 있다. 따라서 디자인 대중교육은 디자인의 문제해결원리와 창의성 등을 통해 디자인을 향유하는 사람들에게 기쁨과 만족을 줄 수 있게 긍정적인 영향을 주어야 한다. 뿐만 아니라 생활환경에서 생활방식의 개선 및 가치 있는 역할을 통해 삶의 일익을 담당할 수 있도록 내용과 방법을 모색하여야 한다.

## IV. 결 론

지식·정보화 사회가 도래하고 소비중심의 사회구조가 구축되면서 우리나라에서도 디자인교육의 본질을 대중 중심으로 재정립하는 것은 매우 중요하다. 인간은 누구나 본능적으로서 생활 속에서의 자아성찰을 위한 자기표현, 향수, 사회구성원으로서 교양, 생활 속 지혜습득을 위한 디자인행위를 하기 때문에 오늘날 디자인의 가치가 상승하고 중요시 되는 시점에서 이제는 디자인 교육의 새로운 패러다임 전환해야 할 시기라 하겠다.

이 연구에서는 그 동안 글로벌 경제 환경에 대비한 디자인 전문가를 위한 프로페셔널 교육에만 치중하지 말고 대중을 위한 디자인교육으로 교육패러다임을 전환해야 함을 알 수 있었다. 이것은 그동안 규격화, 획일화된 대량 생산적 디자인만으로는 다양한 대중의 욕구충족에 미치지 못함을 뜻하기 때문이다. 그리고 단순히 디자인 소비자를 위한 수단적 방편으로서 대중이 아닌 시각적 문해력, 생활 속에서 습득해야 할 기술 및 지혜의 습득, 인간과 자연과의 조화, 사회현상에 대한 이해및 비판능력의 고양을 통해 개인 및 사회 전반적인 삶의 질 제고를 위해 디자인 대중교육이 필요함을 일깨워주고 있다.

결론적으로 디자인 대중교육은 인간이 생활 속에서 터득한 지식이나 기능을 이용해 개인적 생활공간이나 사회에 새로운 가치를 주기 위한 과정이다. 따라서 디자인 대중교육을 활성화하기 위해서 필요한 기초기반으로서 디자인 대중교육에 대한

인식제고, 정보제공, 기반구축, 내용강화 등 네 가지 방향으로 추진되어야 한다.

첫째, 디자인대중교육의 필요성에 대한 인식제고이다. 디자인대중교육은 사회를 구성하고 있는 대중의 미적능력의 함양을 위한 생활문화교육이자, 자연과 인간, 현대와 전통이 녹아있는 문화의 집합체로서, 현대인이라면 누구나 갖추어야 할 인성교육이라는 것을 인식시키고 이를 생활화 할 수 있게 지속적으로 인식개선에 최선을 다해야한다. 정부기관에서도 이를 위한 각종 정책적 지원 및 캠페인을 통한 인식제고 및 기회를 제공하는데 앞장서야 한다. 둘째, 디자인에 대한 정보제공의 활성화이다. 대중이 다양한 채널을 통해 디자인에 대한 정보와 체험을 할 수 있게 쉽게 접할 수 있는 다양한 매체의 운용 및 정보제공이 필요하다. 요즘 일반화되고 있는 가상공간을 이용한 인터넷강의, 디자인 케이블TV방송국 설립, 대중을 주 이용대상으로 한 디자인 신문, 잡지 등의 발간 등 생활 속에서 쉽게 접근할 수 있는 정보습득의 계기를 마련해야 한다. 셋째, 디자인교육여건의 개선이다. 즉, 디자인대중교육을 활성화를 위해서는 이를 수행할 수 있는 교육여건이 시급하다. 예를 들어 우리의 생활 주변에 산재해 있는 초, 중, 고등학교, 대학 등 교육시설과 아파트내의 주민시설 등 , 동사무소, 종교기관 등 주민생활과 근접한 공공시설 ,지역 내 미술관, 박물관등 사회기반 시설구축, 전문교육자의 양성, 학습 자중심의 교육운영 등을 통한 교육여건을 확대되어야 한다. 넷째, 디자인교육에 대한 내용의 강화이다. 그 동안 획일적이고 편협적인 교육프로그램을 지양하고 지역 환경 및 거주여건에 따라 생활 속에서 쉽게 활용하고 접근할 수 있는 다양한 교육프로그램을 운영하고 계층별, 주제별, 대상별, 기간별 교육니즈를 파악하여 대중의 미적 생활 영위 및 환경의 변화에 대응할 수 있는 적절한 교육프로그램을 개발해야 한다. 왜냐하면 디자인대중 교육은 교육 그 자체의 효과 외에도 사회 구성원 개개인 및 사회전체의 미적 감각을 높이고 풍요로운 삶을 영위하게 하는 중요한 역할을 하는 매우 가치 있는 활동이기 때문이다.

## ▌참 고 문 헌 ▌


[1] 하진수, "디지털 시대의 디자인 프로세스 발전과 전망", 서울대학교 디자인학부 디자인방법론 특강내용 요약

[2] Ortega y Gasset. J., "The Rovelt of the masses", NewYork ; Norton, 1957, 재인용

[3] www.Yahoo.com, Key Word '대중', 2008, 5

[4] 편집부편저, "평생교육개론", 예하미디어, 2003, 제 7강 교재4장

[5] 박라미·안준희, "소비자시대, 문제 중심 학습을 통한 디자인교육 방안", 2005.12, 교사 디자인 연수.워크숍 자료집, pp74-75, 재인용

[6] 강현주, "한국디자인교육의 현황과 과제", 디자인교육2001 Designing Designers, 2001.9, 디자인미술관, p.17

[7] 조규명·이봉희, "디지털시대의 디자인교육에 대한방향모색", 기초조형학연구 ,vol.5, no.3, 2004.8, p.246

[8] 박라미·안준희, "소비자시대, 문제 중심 학습을 통한 디자인교육 방안", 2005.12, 교사디자인 연수 워크숍 자료집, p.75

[9] 오수진, "축약된 형상과 동적이미지를 통한 자아표현연구", 성신여대대학원 석사학위논문, 2003, p.4

[10] 존 호트, 신재식, "신과 진화에 관한 101가지 질문", 지성사, 2004년

[11] 윤재숙, "자아표현을 주제로 한 도자조형연구", 서울산업대학원 석사학위논문, 2000, p.19

[12] http://100.naver.com, keyword '교양', 2008. 5.

[13] 신기철·신용철, "새우리말 큰 사전", 1974

[14] 박규서·이윤경, "국어대사전", 홍문도서, 1975

[15] 장덕수, "다매체, 다채널시대의 공중파 텔레비전 교양프로그램의 다양성에 관한 연구", 성균관대학교언론정보대학원석사논문, 2006, p.17

[16] 리대용, "TV커머셜의 향수소구 사용에 대한 연구",광고연구",1994 가을호, pp 64-65.1)

[17] 앞의 책, p.69

[18] www.naver.com,Keyword'지혜'2008.5요약