

視覺디자인 教育의 課題와 展望

鄭 時 和

(國民大 視覺디자인學科)

1. 視覺디자인의 背景

中世에는 Art가 곧 Technique이었다. 즉, 오늘날과 같이 繪畫, 彫刻, 디자인 등으로 구분되지도 않았고 전문화되지 않아 모두 技術이라는 용어로써 통용되었다. 19세기까지만 해도 디자인 분야는 오늘날과 같은 여러 가지 명칭으로 分化되지 않고 應用美術(applied arts)이라는 용어로 통용되었다. 그러나 轉換期 이후의 美術의 變革은 모더니즘 精神에 의해 유도되었다. 美的 모더니즘은 美術과 實用美術(utilitarian arts)로 分化되게 한 힘의 根本이 되었을 뿐만 아니라 機能主義의 화려한 성취로 이어졌다. 허버트 리이드는 그의 책 「藝術과 社會」에서 전환기의 미술을 ① 부르조아 아카데미 美術, ② 革命的 美術, ③ 機能的 美術로 분류했다. 革命的 美術이 오늘날의 미술의 배경인 것과 같이 機能的 美術은 오늘날 디자인의 근원이라고 말할 수 있다. 이 두 가지 미술은 모두 과거의 否定으로부터 출발하였는데, 전자는 미술에 있어서 文學性과 逸話性에서 탈피함으로써 造形性을 탐색하고자 하였고, 후자의 기능주의 미술은 과거의 裝飾性에서 탈피하여 造形性을 탐색하고자 했던 것이다. 따라서 초기 산업 시대 이후 오랫동안 통용되었던 應用美術, 즉 미술을 산업에 응용한다는 개념은 論理的으로도, 本質的으로도 妥當한 것이

아니기 때문에 實用美術 또는 機能的 美術(functional art)이라고 부르는 것이 마땅하다. 사실 이러한 혼돈과 오류가 理論的, 實證的으로 정리되어 디자인 또는 産業디자인(디자인이란 개념은 곧 産業디자인을 의미한다)이란 개념으로 明確해지기까지는 거의 1세기 가까운 시간이 걸렸으며 20세기에 이르러서야 보편화되기 시작했던 것이다.

産業디자인은 산업 혁명에 의한 技術的, 社會的 변화에 따른 미술의 변질과 산업 사회의 새로운 요구로 인해 실제적으로는 존속해 왔었다고 할 수는 있다. 그러나 20세기 전까지는 미술과 응용 미술의 混沌 속에서 그 본질적인 개념과 바람직한 방향을 定立하지 못했다. 産業디자인 教育의 근본이 명확히 수립되었을 뿐만 아니라 그 방향이 결정되었다고 말할 수 있는 것은 가장 현대적이고 모범적인 디자인 教育機關이었던 독일의 바우하우스(Bauhaus; Hochschule für Gestaltung in Weimar, 1919~1925) 教育에 의해서였다. 바우하우스의 디자인 教育은 제2차 世界大戰 이후 전 세계에 확산되어 오늘날 바우하우스에 대해서 알든지 모르든지에 관계없이 디자인의 教育과 實際는 모두 바우하우스의 理念과 方法에서 비롯된 것이거나 또는 그 變形, 發展이라는 것은 누구도 否定할 수 없는 사실이다.

바우하우스 이전까지는 전 유럽에 두 가지 형식의 美術學校가 있었다. 그 하나는 화가, 조각가와 같은 美術家 양성 기관인 美術아카데미이고, 다른 하나는 전통적인 匠人 양성 기관인 美術工藝學校였다. 그러나 그 어느 것도 새로운 산업 사회가 요구하는 새로운 機能的인 美術, 즉 建築, 環境, 産業生産品, 情報 등의 造形的인 문제를 책임질 수 있는 새로운 유형의 藝術家를 교육하는 데는 不適合했다.

그러므로 산업 사회가 요구하는 藝術家를 교육할 새로운 學校가 절실히 요청되었고 이러한 必要性을 가장 먼저 認識하고 성공적으로 實踐했던 나라는 독일이었다. 그래서 바이마르 공화국 시대에 바이마르(Weimar)市에 있었던 바이마르 美術아카데미(Weimar Academy of fine Art)와 바이마르 美術·工藝學校(Weimar School of Arts and Crafts)를 合竝하여 전혀 새로운 바우하우스라는 學校(大學)를 설립하였던 것이다. 이것이 가장 현대적이고 典型的인 産業디자인 교육의 시작이었던 것이다. 이 학교에서 교육했던 내용은 지금까지의 미술이 아니라 새로운 산업 사회를 創造的으로 이끌어 갈 새로운 유형의 예술가, 즉 美術과 技術을 잘 결합하여 사회가 진실로 필요로 하는 進形을 창조할 수 있는 예술가 양성을 목표로 한 것이었다. 바우하우스의 교육 내용은 時期別로 그 目的과 內容이 복잡하고 다양했다. 그 가운데에서 중요한 골격을 이루는 것을 살펴보면, 建築을 위시해서 陶磁, 金屬 등의 제품, 壁畫, 印刷 등 오늘날 우리의 일상 생활에 필요한 실질적인 環境, 空間, 製品, 情報 등을 機能的이고도 美的으로 형성(또는 구성)할 수 있는 能力을 기를 수 있도록 하는 것들이다. 따라서 교육의 목표도 역시 미술가의 양성이 아니라 綜合的인 産業디자이너의 양성이었다는 점에서 革新的·進步的이었다.

바우하우스 교육에서는 오늘날의 디자인 교육에 있어서처럼 전문화된 領域의 명칭을 사용하지는 않았지만 建築과 같은 環境, 居住空間에 대한 디자인, 工業生産品의 디자인, 印刷 등과 같은 情報傳達의 방법에 대한 디자인 등을 체계적으로(理論과 實際가 맞게) 교육하였다. 이러한 점에서 오늘날의 모든 디자인 교육은 이론

적으로나 역사적으로 모두 바우하우스에서 비롯된 것이라고 말하지 않을 수 없다.

2. 視覺디자인의 概念

앞에서 잠시 살펴보았듯이 人間의 活動은 크게 세 가지 유형으로 분류된다. 人類學的 觀點에서 보아도 이 세 가지 유형은 뚜렷이 서로 구별되며, 그 활동의 產物(物質文化; material culture 라고 말한다) 또한 그 特性이 각각 다르다. 삶의 터전인 거주 공간의 구축은 建築, 環境디자인으로 진보했고 돌을 갈고 흙을 빚어 生活用具(artifacts)를 제조하는 활동은 오늘날의 工業生産品의 디자인(工業디자인)으로 진보했다. 말, 文字, 도형, 기호를 단들어 의사 전달 체계를 수립했던 것은 오늘날의 印刷, 電波映象 媒體에 의한 情報傳達의 디자인(視覺디자인)으로 진보해 온 것이다. 인간의 거주 공간, 도구(제품), 정보 전달의 창조적 활동은 인간의 영원한 과업이라고 할 수 있으며 정도의 차이는 있겠지만 이 課業에 책임을 지는 創造者를 넓은 의미에서 디자이너라고 말할 수 있다. 여기서 과업이란 우리들이 인식적으로 생각하고 있는 美術家들의 할 일을 의미하는 것이 아니다. 또한 오늘날처럼 高度로 産業化된 사회에서의 이러한 과업은 科學的·機能的·創造的 思考로써 이루어져야 하기 때문에 전혀 새로운 교육 내용과 방법에 의해서 훈련된 디자이너들에 의하지 않고는 實踐하기가 어렵게 되었다.

이와 같은 세 가지 課業은 모두 視覺的 形式(visual modality)에 의해서 具體化된다는 점에서 넓은 의미로는 視覺藝術(visual arts)이라고 말할 수 있으나 集約的인 의미에서는 가장 視覺的인 것을 요구하는 文字, 심벌, 記號, 그림 등으로써 情報(message; information)를 시각적으로 전달하는 課業을 視覺디자인(visual communication design)이라고 말하는 것이다. 이러한 과업은 그 媒體가 다양하고 傳達形式과 對象에 따라 아주 복잡하기 때문에 고도의 社會的 技術을 요구하게 된다. 따라서 視覺디자인은 정보를 視覺的 形式으로 變形하여(visual transformation) 대량 전달하는(mass-communication) 手

段을 창조, 개발하는 것을 의미한다. 그러므로 視覺디자이너에게 가장 중요한 것은 정보를 시각적으로 變形(變容)하는 創造能力인 것이다.

산업 시대 초기 다시 말해서 정보 전달 매체가 다양하지 못했던 시대에는 주로 印刷媒體(graphic)에 의존했기 때문에 오랫동안 심지어 오늘날까지도 그래픽 디자인(graphic design)이라는 용어로 통용되고 있다. 그러나 보다 진보적인 사고로는 視覺디자인(visual design) 또는 情報디자인(informative design)으로 불리우고 있다. 마셜 맥루한의 말대로 사람의 눈이 확대된 것이 책이라면, 책의 확대 개념은 情報일 것이다. 따라서 視覺디자인은 일체의 情報를 視覺化하는 形式(方法)을 디자인하는 분야이기 때문에 오늘날과 같은 사회에서는 그 일이 너무 많고 복잡하며 관련 분야도 다양해질 것이다. 그래서 視覺디자인 전문가들은 視覺, 커뮤니케이션, 情報, 디자인 등과 연관 분야, 예를 들면 社會科學, 藝術, 技術 등에 대해서도 잘 알아야 할 것이다.

3. 오늘날의 視覺디자인과 領域

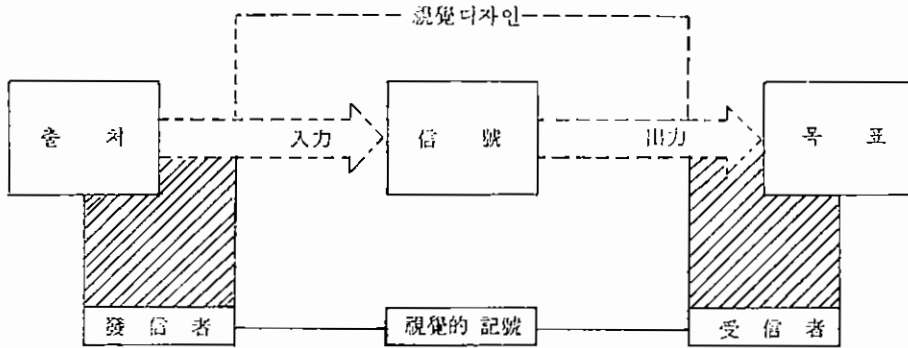
人類의 歷史上 인간의 중요한 활동은 거의 모두 視覺의인 것으로 記錄되어 왔다고 말해도 좋을 것이다. 19세기 과학의 발달로 ‘보는 것이 믿는 것(Seeing is believing)’이라는 思想이 생겼고, 그래서 오늘의 시대를 視覺時代(Das Optische Zeitalter)라고 부를 정도로 오늘날의 모든 사람들은 여러 가지 視覺의 이미지에 의해서 영향을 받고 있어 情報를 視覺化하는 일은 아주 중요한 관습사가 되고 있다. 現代 이전까지는 ‘종이 위에 인쇄된 情報’ 중심이었기 때문에 그래픽 디자인으로 통용되었던 것이 오늘날에는 電子文明, 즉 컴퓨터의 革新的 開發에 힘입어 TV나 컴퓨터에 의한 정보 전달이 확산되고 있다. 이와 같이 많은 정보를 視覺의으로 傳達하는 문제에 대해서 책임을 지고 있는 분야의 하나가 視覺디자인 분야이기 때문에 이러한 문제 해결을 위한 접근 방법에도 여러 가지 길이 있다. 視覺디자인 교육은 이러한 문제 해결의 경험을 하게 하는 것이며 이러한 경험이 시각 디

자이너에 의해서 여러 분야에 창조적으로 적용되게 되는 것이다. 따라서 視覺디자인의 作業은 단순히 종이 위에 연필이나 붓으로 ‘그리는 일’이 아니라(물론 이러한 일이 디자인 과정상 이루어진다고 하더라도) 정보를 効果的으로 전달하기 위해 企劃과 計劃(planning and designing)을 통해 視覺的으로 變形(visual-transformation)시키는 創造作業인 것이다.

視覺디자인은 그 이론과 실재가 끊임없이 발전하고 있어 그 狀況과 展望을 명확히 定義하기는 힘들다. 어제의 전위적인 것은 오늘의 표준이 되기도 하고 진부한 것이 되기도 하기 때문에 항상 새로운 方法에 대한 探索的 자세와 정신만이 이 분야의 實質의인 길잡이가 될 것이다. 오늘날의 視覺디자인에 있어서 새로움에의 지향 정신은 과거의 美的인 것과 商業的인 目的 사이에 가로놓였던 對立에서 벗어나 최선의 방법으로 情報傳達藝術(communication art)의 水準으로 끌어올리는 社會的·文化的 책임감에 바탕을 두지 않으면 안 된다. 視覺디자인의 기본적인 機能이 純粹美術에 있어서의 美的 成就와는 전혀 다른 日常的이고 効用的인 文化的 變化와 進歩에 따르도록 교육에서부터 實踐되지 않으면 안 될 것이다. 오늘날의 電子技術의 革新과 寫眞 製판술, 컴퓨터의 개발은 視覺디자인 분야에서 디자이너로 하여금 과거의 인습적이고 匠人的인 그리기 中心의 작업에서 벗어나 새로운 디자인의 方法을 모색하고 집중하도록 하고 있기 때문에 視覺디자인 교육 역시 이러한 時代的·社會的 요구에 맞게 이론과 실재를 가르치지 않으면 안 될 것이다.

세계 여러 나라에서는 視覺디자인에 대해서 옛 그대로 그래픽 디자인이라는 용어를 사용하기도 하지만 視覺디자인, 情報디자인이라는 용어로도 사용한다. 세계 유일의 國際機構인 Icograda (International Council of Graphic Design Associations ; 우리나라에서는 한국 시각 디자인 협회(KSVD)가 1983년 正會員團體로 가입되어 총회에 참석하고 있다)가 定義하고 있는 視覺디자인(visual design 또는 graphic design)의 개념을 인용하면 다음과 같다.

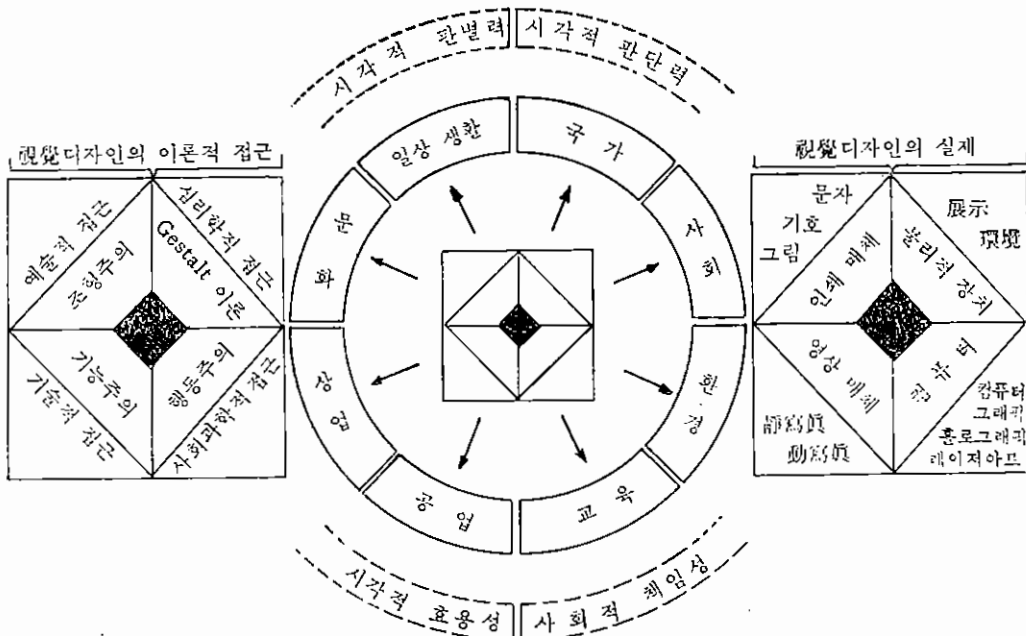
〈그림 1〉 視覺디자인의 視覺的 變形活動



“The graphic designer's task is to answer visual communication needs of every kind in every sectors of society, from small items of print to complex systems affecting the environment, industry, commerce, government, education, our daily lives. The urgent need for quality and effectiveness of communication means that graphic design must have the education, professional strength, promotional support, commitment and awareness to meet its responsibilities. Professional organization and dialogue are as important internationally as they are nationally”.

모든 디자인이 그러하듯이 視覺디자인 역시 개인적인 自己表現을 위한 창조 작업이 아니고 시각적인 情報傳達의 문제를 해결하기 위한 일종의 社會的 技術이라고 말할 수 있다. 따라서 視覺디자인의 領域도 광범위하여 우리 생활의 전 영역에 걸쳐 相關된다고 말할 수 있다. 이러한 문제 해결도 개인적인 방법에 의해서 해결되는 것보다 效率的이고 社會的인 책임감으로 해결되어야 한다는 의미에서 다른 말로는 社會的 디자인 (social design)의 하나라고도 말할 수 있다. 視覺디자인의 영역은 情報의 발생, 전달, 수용, 목표 달성의 과정에서 이루어지는 視覺的 變形活動이기 때문에 대개 위와 같은 〈그림 1〉로써 이

〈그림 2〉 視覺디자인의 영역



활동의 位置를 가능할 수 있다. 어쨌든 視覺디자인의 작업이란 정보의 창조가 아니고 情報傳達 方法(手段)을 위한 창조 활동이다.

그리고 視覺디자인의 영역은 정보의 출처, 내용, 종류, 목표(수신자), 視覺傳達 記號(媒體 또는 形式)에 따라 다양하며, 또한 視覺的 變形을 창조적으로 수행하기 위해서 여러 가지 理論的인 知識과 實驗的인 實際가 필요하게 된다. 이것을 綜合的으로 도표로써 나타내면 <그림 2>와 같다.

그림에서 보는 바와 같이 視覺디자인의 작업은 일상적인 생활에서부터 크기는 國家的인 일 에까지 관련되어 있으며 商業的인 것도 있고 公共的인 것도 있다(그림의 가운데 항목 참조). 그리고 視覺디자인의 문제를 바람직하게 해결하기 위해서는 여러 가지 이론적 접근 방법이 있으며(그림 왼쪽 항목 참조), 이러한 研究를 통해서 그림의 오른쪽 항목과 같이 여러 가지 媒體, 시각적 형식(visual modality)으로 具體化 되는 것이다. 이러한 實際가 더 기능적으로 分化된 것이 예를 들면 廣告, 포스터, 서적 편집 디자인, 마크, 文字디자인, 로고타이프(Logotype), 일러스트레이션, 映象廣告, C.I. program (Corporate Image Identity program), 展示 및 Expo 계획, 教育媒體制作, 寫眞, 애니메이션, 세트 디자인 포스터, 포장, 각종 印刷物, 屋外環境 그래픽, 컴퓨터 그래픽 등이다.

4. 視覺디자인의 教育과 展望

視覺디자인 교육도 다른 교육과 마찬가지로 公理教育에 중점을 두며 이를 위한 기본 교과 과정에 의해서 實驗實習을 중심으로 이행된다. 우리나라의 視覺디자인 교육은 그 歷史가 짧고 해방 이후 디자인 教育理論이 定立되지 못해 지금까지도 대부분의 경우 應用美術이라는 낡은 개념에서 벗어나지 못한 채 ‘그리기’ 중심의 미술 교육에서 획득된 능력을 商業的인 요구나 상황에 적절히 應用하는 것에서 크게 벗어나지 못하고 있다고 말할 수 있다. 이러한 인습적인 교육 패턴에서 벗어나지 못하고 있는 주된 원인은 첫째, 오늘의 社會에서는 사회 발전에 따라 여러

분야에서 效率的인 視覺디자인의 문제 해결을 요구하고 있음에도 불구하고, 미술 대학에서 視覺디자인의 문제를 담당할 전문가가 養成되고 있다는 사실에 대해서 사회가 잘 모르고 있을 뿐만 아니라(교육 그 자체가 진취적이지 못했고 또한 우리나라의 미술 대학 자체가 전문화되어 있지도 않았지만) 그저 미술 대학이라면 화가, 조각가나 양성하는 교육 기관쯤으로만 알고 있기 때문이다(이것은 디자인 교육에 있어서의 理論 結論을 노정하는 것이며, 실제 시각디자인 學科로 獨立된 학과는 전국에서 손꼽을 정도로 희소하다). 둘째, 날로 視覺디자인에 대한 수요는 확대되고 있지만 그 展望이 반드시 밝은 것만은 아니다. 왜냐하면 교육 방법, 교육 기자재 시설에 있어서 보수적인 경향을 띠고 있기 때문이다. 아직도 대부분의 담당자들은 視覺디자인 교육이 포스터 칼러로 그린다는 思考에서 벗어나지 못하고 있다. 10여년 전부터 선진 외국의 디자인 교육은 특수한 경우를 제외하고 포스터 칼러는 사용할 필요가 없을 정도로 다양한 機材, 材料, 器機로써 實驗中心의 교육이 이루어지고 있다. 셋째, 視覺디자인 교육은 個人的이고 直觀的인 아이디어 탐색과 손재주 연마를 위한 교육이 아니라 문제 해결을 위한 科學的 實驗, 調查와 理論的 研究를 통해 실제에 도달하는 학습임에도 불구하고 우리의 교육은 너무 한정된 교과 과정에 의한 直觀的 디자인 방법의 의존하는 교육이었기 때문이다.

이와 같은 세 가지의 취약점이 視覺디자인 교육에서 극복되지 않는 한 社會는 항상 視覺디자인어를 인습적인 美術家로 보게 될 것이며 그만큼 視覺디자인어가 활동하게 될 무대도 좁아질 것이다. 또한 視覺디자인이 다양한 관련 분야에 기여할 것이라는 可能性(展望)도 한낱 탁상 이론에 지나지 않게 될 것이다.

우리나라의 視覺디자인 교육은 미술 대학의 산업디자인과, 산업미술과, 산업도안과, 공예과, 생활미술과 등 여러 학과 안에서 그래픽 디자인, 시각 디자인 전공 또는 교과 과목으로 履修되고 있는 것이 지배적인 경향이다. 단 몇 개의 大學에서만 視覺디자인학과로 獨立되어 있을 뿐이다. 이들의 관련 학과에서 이수하고 있는

〈표 1〉 視覺디자인학과 졸업생의 취업 현황

() 안은 백분율

활동영역	활동영역
企業體(디자인실·홍보실) (53)	작소 (3)
廣告代行業 (17)	프리랜서 디자이너 및 자유업 (8)
言論機關 (3)	유학 (5)
大學 및 研究所 (4)	기타 (7)
영화 및 TV 廣告 製	

내용도 각각각색이기는 하지만 거의 대부분이 印刷媒體 중심의 포스터, 신문·잡지 廣告, 포장 디자인, 그래픽 디자인, 일러스트레이션, 文字 디자인 등에 지나지 않는다. 몇몇 大學에서는 영상 디자인(film-design), 애니메이션(animation), 컴퓨터 그래픽 등을 가르치고 있으나 機資材施設 등의 미비 때문에 극히 바람직하지 못한 상태에 있다. 따라서 視覺디자인 본래의 교육을 충실히 하여 발전하는 우리 사회의 여러 분야에서 요구되는 디자이너를 養成하기 위해서는 디자인 교육에 대한 理論的 研究와 教育方法이 개발되어야 할 것이고, 필요한 教育施設 및 機資材가 과감히 투자되어야 할 것으로 본다.

참고로 某大學 視覺디자인학과와 졸업생 취업 현황을(非公式 통계) 위의 〈표 1〉에서 살펴보면, 아직도 視覺디자인 분야는 그 본래의 영역보다 활동 범위가 좁다는 사실을 짐작할 수 있을 것이다.

5. 視覺디자인의 자세

視覺디자인은 情報를 시각적으로 變形하여 傳達하는 일이기 때문에 당연히 여러 가지 視覺的

記號에 의해서 組織化되고 體系를 갖추지 않으면 안 된다. 그렇기 때문에 우리는 視覺言語(language of vision 또는 visual syntax)를 사용해서 커뮤니케이션의 本質을 규명하고 이것을 현대적으로 再組織하는 일을 해야 할 것이다.

이러한 일을 合理的으로 그리고 創造的으로 잘 하기 위해서 디자이너는 다음과 같은 자세를 갖지 않으면 안 될 것이며 이러한 자세는 視覺디자인의 교육에서부터 함양되어야 할 것이다.

첫째로 디자이너는 民主的(民本的) 思考를 갖추지 않으면 안 된다. 모든 디자인이 그러하듯이 視覺디자인 역시 디자이너 自身の 內的 必然性을 표현하는 창조 활동이 아니라 多數大衆(또는 目標對象; target group)의 요구에 맞도록 해야 하는 일이기 때문이다.

둘째로 視覺디자인은 항상 새로운 것(方法 또는 形式)을 탐색하지 않으면 안 된다. 다시 말해서 오늘의 視覺디자인은 오늘의 視覺言語로 전달하지 않으면 안 될 것이다. 오늘과 같은 科學技術의 사회에서는 표현, 전달의 慣用語에 대한 재평가가 이루어져야 하기 때문에 낡은 視覺的 慣用語의 틀(frame of reference)은 맞을 수가 없다. 따라서 視覺디자인은 인간을 現代的 標準으로 교육할 수 있도록 항상 새로운 視覺言語의 체계와 관용어를 개발해야 한다.

셋째로 시각 디자인은 새로운 기술을 적극적으로 받아들이고 활용함으로써 새로운 가능성을 탐색하고 實驗해서 건강하고 창조적인 視覺的 이미지를 재건하고 창조한다는 社會的 責任感을 갖지 않으면 안 될 것이다. 이러한 수준이 되었을 때 우리는 視覺디자인을 社會的 藝術이라고 말할 수 있게 될 것이다. *