

디지털미디어 디자인학과의 교과 과정 현황 및 교과 과정 제안: 계획 및 평가 프로세스를 중심으로

Digital Media Design Curriculum: Focusing on Planning and Evaluation in Design Process

윤영두
강원대학교 디자인학과

Youngdoo Yoon(yoon02@kangwon.ac.kr)

요약

미디어의 발달과 통신 기술의 발달로 인하여 디지털미디어는 다양한 분야로 진화를 거듭해 왔다. 이러한 미디어의 발달은 디자인 전반에 영향을 미쳤을 뿐만 아니라, 과거 페이퍼 중심의 작업에서 컴퓨터중심으로 디자인 시스템을 변화시켰다. 디지털미디어 디자인은 다양한 사회적 환경의 변화에 따라서 태동되어진 학문으로 다양한 미디어와 컴퓨터의 발달에 바탕을 두고 있다. 또한 이는 시각 디자인을 기반으로 하여 경영학, 컴퓨터과학, 인간공학 등 다 학제간의 융합이 요구되어지는 학문이기도 하다. 그럼에도 불구하고 국내 대부분의 4년제 디자인 관련대학 교과과정은 창의적이고 분석적인 인력보다는 기능적인 인력양성에 편중되어 있다. 이는 디자인 관련학과가 실기위주인 예체능 계열에 속해져 있을 뿐만 아니라, 다 학제간 교류와 연구가 미비한 까닭이다. 따라서 본 연구에서는 국내 디자인 전공의 교육과정을 분석하고 교육의 현장과 실무현장에서의 차이점 및 문제점을 계획 및 평가 프로세스를 중심으로 파악하여 개선된 교육과정을 제시하고자 한다. 이는 다 학제간 영역이 포함된 차별화된 통합 교육과정모형으로 차세대 디지털미디어 인력양성에 도움이 될 수 있을 것이다.

■ 중심어 : | 교과과정 | 디지털미디어 디자인 | 디자인과정 | 기획 | 평가 |

Abstract

Digital media has evolved in different areas as a result of the development of media and communications technology. The development of such media has also affected design in general as well as the design process systems focused on computer systems. Specifically, study of digital media design is based on a variety media and the development of computers due to social and environmental changes. Additionally, study is required on the convergence of variety of research including business, computer science, and human ergonomics. Nevertheless, most curricula in domestic universities are biased towards training practical manpower rather than creative/analytical manpower. For this reason, interchange between and study in multidisciplinary courses is desirable.

Therefore, this study analyzes the curricula of departments of multimedia design of major universities and suggests enhanced curricula based on an analysis of the current state and understanding of the problem.

■ keyword : | Curriculums | Digital Media Design | Design Process | Planning | Evaluation |

* 2008년도 강원대학교 학술연구조성비로 연구하였음.

접수번호 : #100826-001

접수일자 : 2010년 08월 26일

심사완료일 : 2010년 10월 26일

교신저자 : 윤영두, e-mail : yoon02@kangwon.ac.kr

I. 서론

디지털미디어가 아날로그미디어라고 불리는 전통적인 미디어를 대체하는 속도는 다른 어떤 사회보다 빠르고 광범위하다. 인터넷, 휴대전화에 이어 디지털카메라, MP3플레이어 등 디지털미디어는 이제 우리의 일상생활 어디에서나 찾아볼 수 있을 만큼 보편화되었으며 특히 10대, 20대 젊은 층을 중심으로 소통과 공유, 놀이와 접촉에 있어서 우회할 수 없는 문화적 코드가 되었다. 이들의 일상엔 디지털미디어와 '더불어 살기'라고 부를 수 있을 정도다. 사용자들은 디지털미디어를 사용하여 하나의 컨텍스트(Context)에서 다른 컨텍스트로, 하나의 사회적 역할에서 다른 사회적 역할로 쉽게 전환(convert)한다. 또 사용자들은 디지털미디어의 특징 중의 하나인 기기 간 연결확장성을 십분 이용해 새로운 창조와 공유, 커뮤니케이션 양식을 창출해가고 있다. 이 연결확장성의 중심에는 인터넷이 있다[1].

1980년대 이후 새롭게 등장한 컴퓨터 기술 및 정보통신기술과 연관성을 가진 미디어를 '뉴미디어'로, 영상이나 음성, 문자 등 이질적인 정보형태를 하나의 매체를 통해 통합적으로 처리할 수 있는 미디어를 '멀티미디어'로 범주화한 뒤, 미디어의 유형을 매체전송방식(패키지계, 유선계, 무선계, 위성계)과 매체구성방식(문자계, 음성계, 영상계)으로 나누어 분류하고 있다. TV, 라디오, 신문, 잡지 등 전통미디어들은 1990년대 전후 컴퓨터 반도체 기술과 원거리 전송기술, 즉 텔레커뮤니케이션의 혁신적인 발전을 기술적 기반으로 하여 시간과 공간의 제약을 극복하는 뉴미디어로 발전했지만 많은 부분 아날로그 방식을 유지하고 있었다. 이에 반해 1990년대 이후 디지털 기술을 기반으로 등장한 멀티미디어들은 디지털 압축, 전송, 저장기술의 혁신을 중요한 기술적 토대로 삼으며 기존의 뉴미디어가 이룩한 시간적 공간적 제약 극복의 수준을 넘어 정보전송 형식상의 기술적인 제약을 극복하는 단계로 나아가고 있다[2]. 디지털미디어는 바로 이 단계에서부터 본격적으로 발전을 하여 현재에는 모든 미디어에 걸쳐서 융합, 분화 그리고 확장을 거듭하고 있다.

디지털미디어의 사회적 관심이 증대됨에 따라 교육

기관 특히, 대학에서의 디지털미디어 디자인교육에 대한 관심이 증대되고 있는 상황이며 전국 4년제 대학에서도 이와 관련하여 각 학과의 교육목표를 기반으로 전문교육이 실시되고 있다.

디지털 미디어 디자인은 크게 문제정의, 컨셉 추출, 아이디어 발상, 전략수립과 관련한 기획단계를 거쳐 매체 결정, 정보 표현방법, 레이아웃, 색상 등을 결정하는 가공단계, 만들어진 미디어 제품에 대한 제작 평가 단계로 나누어 볼 수 있다. 이러한 디지털미디어 디자인 프로세스 중에서 현재 4년제 대학의 디지털미디어 디자인 교육과정은 주로 프로그램 교육 및 시각화 작업에 치우쳐 있는 실정이다. 다시 말해, 디자인 프로세스 중에서 기획단계 및 제작 평가단계에 해당하는 교육은 미미한 실정이다. 이러한 가공단계에 치우쳐 있는 교과과정은 전문적이고 창의적이고 분석적인 디지털미디어 디자이너를 양성하는데 한계가 있다[3]. 현재 이루어지고 있는 디자인 교육의 문제점은 정보화 사회와 사용자의 사용 성향이 변화되면서 이에 대한 대응이 미흡함에 있다[4]. 따라서 본 연구에서는 국내 대학교의 4년제 디지털 미디어 관련 디자인학과의 교과과정을 분석하여 살펴보고, 디자인 프로세스에 따라 분류에 따라 창의적이고 분석적인 디지털 미디어 디자이너 양성을 위한 새로운 교과과정을 제안하고자 한다.

II. 디지털미디어 디자인

2.1 디지털미디어 디자인 교육 목표

디지털미디어는 디지털 정보화 시대에 모든 학문과 산업 기술 분야의 정보화에 중추적인 역할을 담당하고 있다. 고도의 정보화 사회에서 다양한 정보의 형태를 보다 효과적이고 시각적인 정보로 제작하고자 하는 목표를 가지고 창의적인 영상, 인터넷 매체 제작, 디지털 미디어 콘텐츠 개발 능력을 배양하는 등 다기능 디자이너 양성에 교육 목표를 두고 있다. 이러한 교육목표를 달성하기 위해서는 디지털미디어와 관련한 직접적인 지식 뿐 아니라 관련 배경지식이 매우 필요하다. 한국직업 능력개발원에서 조사한 바에 의하면 현재 디

지털미디어 디자인 대학에서 추구하는 교육목표는 크게 “디자인 영역 전반의 기획자 및 디렉터 양성”과 “디자인 제작 및 사회문화적 배경에서 정보환경 분석까지 수행할 수 있도록 과학적 사고, 논리력 및 문제해결 능력 배양”으로 제시하고 있다. 이러한 교육 목표에 의해 많은 대학에서는 창의적이고 분석적인 디지털 미디어 디자이너를 양성하기 위한 교육과정을 개설하고 있다. 하지만 현재 교과과정을 살펴보면 다양한 학문 지식을 위한 교과과정보다는 시각적 측면을 강조한 교과과정이 주를 이루고 있는 실정이다[3].

2.2 디자인 프로세스

일반적으로 디자인 프로세스는 다음과 같이 디자인 기획, 가공, 평가 단계를 거치게 된다[6].

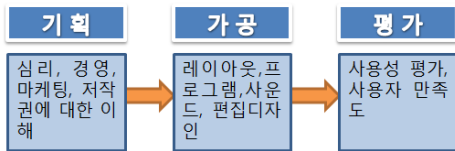


그림 1. 디자인프로세스 및 요구되는 지식

디자인 기획은 계획을 세우는 활동으로, 계획은 기획을 통해 얻어지는 결과물로 인식한다. 특히 디자인 기획은 디자인 프로세스의 첫 단계로서 조직이 추진하게 될 미래지향적인 디자인 활동을 미리 예측하고, 결정하는 것이다[7]. 기획이 제대로 이루어지지 않으면 디자인 프로젝트가 올바르게 수행될 수 없으며, 특히 잘못된 기획은 기업의 디자인 전략에 실패를 가져오게 된다. 따라서 기획 단계에서는 제품의 기술과 기능을 파악하고 이를 바탕으로 디자인의 컨셉을 결정하는 전략 및 분석이 필요하다. 이를 위해 디자인에 대한 기획 수립 지식, 사용자를 분석할 수 있는 지식, 창의력 있는 아이디어를 추출할 수 있는 지식이 필요하게 된다. 이는 인간심리, 경영, 미디어의 이해, 매체 이해, 저작권 등의 전문적 지식과 밀접한 관련이 있다[4].

가공 단계는 정보구성, 인터페이스 디자인, 그래픽과 영상디자인, 사운드 디자인, 프로그래밍을 통해 가공 단

계가 구성되게 된다. 이 단계에서는 디자인을 완성시키기 위한 지속적인 수정과 보완을 하는 과정으로 디지털 표현 및 정보 표현이 이루어지게 된다. 가공 단계에서는 각종 컴퓨터 그래픽 프로그램에 대한 지식뿐만 아니라 그래픽 및 동영상 활용 기법, 음향 활용 기법, 기본적인 프로그램에 대한 지식 등이 필요하게 된다.

마지막으로 제작 평가단계에서는 디자인을 상품화하는 단계로서 소비자들의 반응과 제품의 기능성과 사용성에 대한 만족도, 불만 등을 파악할 수 있는 단계로서 제품에 대한 사후 처리를 위해 필요하다. 이 단계에서는 사용자의 사용성 평가와 관련된 지식이 필요하게 된다[4]. 최근에는 사용자 중심의 디자인 구현을 위하여 “컨텍스트(Context)”를 강조하는 컨텍스트추열(Contextual) 디자인이 강조되고 있다. 이는 이론과 실물에서의 간극을 줄일 뿐만 아니라, 설득력 있고 구조화된 프로세스 구현을 가능하게 한다. 다음절에서는 기존 디지털 미디어 디자인 학부 또는 학과의 교육과정을 디지털 미디어 제작 프로세스에 따라 분류 및 분석하고자 한다.

III. 디지털미디어 디자인 교과목 분석 및 제안

현재 디지털미디어 디자인학과는 크게 디자인 대학과 컴퓨터 관련 대학에 대략적으로 크게 나뉘어 소속되어 있다. 본 연구에서는 디지털미디어 디자인에 초점이 맞추어져 있기 때문에 디자인 대학 소속의 디지털미디어 전공 및 학과의 교과과정에 초점을 맞추고, 디지털미디어 디자인 프로세스에 따른 기존 디지털 미디어 교과목을 분류하고자 한다. 이를 위해 디자인 대학에서 디지털미디어 디자인 전공이 개설되어 있는 국내 주요 8개 대학의 디지털미디어 교육 커리큘럼을 분석하였다.

3.1 기존 디지털미디어 디자인 교과목 분석

디자인 프로세스에 따른 기존 디지털미디어 교과과정을 분류하기위하여 본 연구자들은 디자인 프레스(design press)를 바탕으로 분류하였다. 디자인 프레스는 각 디자인 프로세스를 세부 항목으로 분류한 것으로써 기존 연구에서도 널리 이용된 세부 분류 기준이다[4].

디지털미디어 디자인 계열의 8개 대학의 교과과정을 분석해본 결과 아래 [표 1]과 같이 디자인 프로세스 단계 중에서 가공단계에 많이 치우쳐 있음을 알 수 있다.

표 1. 디자인프로세스에 따른 현 교과목 분석결과

프로세스 단계	세부 주제 (채택교과목수)	관련 대표 교과목	채택 비율
기획	아이디어 발상	아이디어발상, 발상과 표현	10%
	환경 분석 및 전략수립	디지털미디어 콘텐츠 기획, 디자인 매니지먼트, 디자인경영, 마케팅	
	컨셉결정	디자인 컨셉과 프레젠테이션	
가공	영상 및 사진	영상디자인, 사진기법, 디지털영상 기초, 디지털영상, 광고사진	88%
	그래픽 및 미디어	3D그래픽스, 컴퓨터애니메이션, 2D애니메이션, 모션그래픽스, 디지털미디어 제작도구	
	표현	드로잉, 채색기법, 재료와평가,채색실기, 디지털 타이포그래피, 미디어 표현기법, 컴퓨터드로잉	
평가	심미성, 사용성, 기능성 평가	사용성평가, 콘텐츠 관리, 인간과 컴퓨터 상호작용	2%

가공단계 내에서도 가장 많은 교과목 내용으로 디지털미디어 분야에 대한 다양한 매체의 통합과정과 그에 따른 표현능력을 배양하는데 초점을 두고 있는 것으로 나타났다. 또한 주로 그래픽과 미디어와 관련된 교과목들이 주를 이루었으며 영상 및 사진 매체와 관련한 교과목은 상대적으로 취약한 것으로 나타났다. 기획단계의 경우 전체 교과목의 약 10%정도 차지하고 있는 것으로 나타났으며 제작 평가의 경우에는 전체 교과과정의 2%정도 채택되고 있는 것으로 나타났다.

위의 조사에서 살펴본 바와 같이, 많은 대부분의 대학에서 가공단계에 초점을 두어 교과과정이 구성되었음을 알 수 있다. 즉, 전문적이고 창의적인 디지털미디어 디자이너가 갖춰야 할 기획 및 평가에 대한 지식습득을 위한 교과과정이 부족한 현실이다. 노경미과 이태경 [3][4]의 연구에 의하면 디지털 미디어 디자인 작업에서 가장 중요하게 생각하는 업무로 기획 및 마케팅으로 나타났다. 이는 실질적인 제작도 중요하지만 기획력의 중요성도 강조됨을 의미한다. 뿐만 아니라 권윤경[8]의 연구에서, 디자인 교육과 관련하여 가장 중요하게

생각하는 인접 학문 분야에 대해 학생과 교수 모두 컴퓨터 분야와 마케팅 분야가 가장 중요한 분야로 나타났다. 하지만 기존의 연구들을 살펴보면 주로 현 교과목에 대한 문제점에 대해 제시하였을 뿐 이에 대한 구체적인 교과목을 제안한 연구는 거의 없는 실정이다. 따라서 다음절에서는 기획 및 평가단계를 위한 관련 지식 및 관련 교과목을 제안하고자 한다.

3.2 전문가 인터뷰

연구에서 제안한 교과목들을 대상으로 디지털미디어 디자인 전공 교수 20명과 협업에 종사하는 전문가들 20명을 대상으로 기획 단계 및 평가단계에 초점을 맞추어 전문가 집중 인터뷰(FGD)를 실시하였다. 인터뷰 실시 기간은 2010년 3월부터 2010년 6월까지 약 3달간 1학기에 걸쳐서 실시하였으며, 디자인 전공 교수는 전임과 비전임 교수를 대상으로 인터뷰를 진행하였다. 협업 전문가의 경우 동일 기간에 수업을 하는 협업 전문가와 업체 관계자를 대상으로 인터뷰를 진행하였다. 전공 교수들에게는 크게 “수업 진행 시 학생들에게 부족한 부분들은 무엇이었는지?”, “학생들이 수업시간에 요구하는 부분은 어떤 부분이 있는지?” 를 인터뷰 해 보았다. 또한 실무자들을 대상으로 한 인터뷰에서는 실제 디자인 프로젝트를 진행할 때 부족한 역량이나 갖추어야 할 역량은 어떤 것이 있는지를 조사 하였다. 인터뷰 후 본 연구자가 제시한 교과목들 가운데 전문적이고 창의적인 교육에 어떤 교과목들이 교구되는지 설문하였다. 설문 문항에 대한 응답은 복수 응답이 가능케 하여 최대한 많은 응답수를 확보하고자 하였다.

아래 [표 2]는 인터뷰 내용을 정리한 것으로 표에서 나타난 것과 같이 이론 수업에 대한 부족함과 제작 프로세스에 대한 디자이너들의 경험 부족을 대표적인 문제점으로 꼽고 있다.

인터뷰 후, 학계 및 실무자를 대상으로 본 연구자가 제안한 교과목을 이용하여 계획 및 평가 단계에서 창의적이고 분석적인 디지털 미디어 디자이너 양성을 위해 필요한 교과목에 대한 우선순위를 선정하였다. 아래 [표 3]은 우선순위에 대하여 정리한 표로서 숫자는 순위를 나타낸 것이며, 괄호 안은 중요 교과목에 대한 실

제 지수를 나타낸 것이다.

표 2. 전공 교수 및 실무자를 대상으로 한 인터뷰

대상	질문	대표적 인터뷰 내용
전공 교수	학생들에게 부족한 부분	"학생들이 고등학교 때부터 실습을 위주로 관련 지식을 습득하였기 때문에 이론적 기반 없이 제작을 하는 것이 아쉽습니다."
	학생들의 요구사항	"주로 교과과정이 실습위주로 되어 있다 보니 이론 수업을 병행하여 전문가적 지식을 습득하길 원하고 있습니다. 그래서 저희도 이론 수업을 진행하려고 하지만 현실 상 그 과목을 가르칠 강사진을 구하기가 쉽지 않아 어떻게 해야 할지 고민하고 있는 중입니다."
실무자	현재 디자이너들의 부족한 역량 및 갖춰야할 역량	"갓 졸업하고 온 디자이너들은 시키는 일은 매우 잘해요. 하지만 체계적으로 일을 어떻게 해야 할지 잘 몰라서 허둥대는 경우들이 종종 있어요. 그럴 때 보면 안타깝죠."
		"디자이너들을 볼 때 본인의 감으로 일을 진행하는 경우가 종종 있어요. 그럴 때는 저희가 소비자의 요구를 어떻게 충족시켰는지 혹은 왜 그렇게 했는지를 꼭 물어봐요. 그럼 대답을 못하는 경우가 있죠."
		"만든 제품을 가지고 제대로 만들었는지를 알아야 하는데 다른 사람들의 생각이 본인들과 똑같다고 생각하기 때문에 본인이 만든 것이 최고라고 생각해요."

표 3. 학계 및 전문가측면에서의 중요 교과목 순위

대상	경영 전략	시장 조사론	소비자 행동 분석	마케팅	자료 처리 분석	발상 과 표현	신제품 개발 방법론	HCI	사용성 분석
학계	8 (5)	7 (8)	6 (13)	4 (21)	9 (2)	1 (32)	3 (27)	5 (16)	2 (28)
업계	8 (5)	6 (14)	7 (9)	4 (19)	9 (1)	5 (16)	2 (33)	3 (28)	1 (37)

위의 교과목 순위를 분석한 결과, 학계 및 업계가 선정한 중요 교과목 순위는 비슷하게 나타났다. 학계에서는 학생들의 창조적인 아이디어 창출 및 제작된 제품에 대한 평가에 대하여 중요하다고 여겼으며, 소비자 분석을 위한 방법 및 시장 조사와 같은 부분은 다른 전공 분야와 겹치는 부분으로 인해 전문성이 떨어지기 때문에 우선순위에서 밀려났다. 업계에서 선정한 우선순위 교과목의 경우 사용자 평가를 위한 사용성 분석뿐만 아니라 신제품 개발 방법론, 인간과 컴퓨터 상호작용 같은 교과목이 중요한 순위로 나타났다. 업계에서 실제로 프

젝트를 진행할 경우 분업화된 업무로 인해 실제 디지털 미디어 디자이너가 시장조사 및 자료처리 분석 같은 지식을 많이 사용하지 않기 때문으로 해석된다.

3.3 디지털 미디어 디자이너를 위한 교과목 제안

현 교과목을 분석한 결과 대부분의 대학교에서의 디지털 미디어 디자인 교과과정은 주로 가공단계에 초점을 두고 교육을 실시하고 있는 실정이다. 이번 절에서는 기획 단계 및 평가단계를 중심으로 각 내용에 대해 살펴보고 관련 교과목들을 제안하고자 한다. 우선 기획 단계를 살펴보게 되면 기획 단계에서는 제품이나 콘텐츠를 제작하기 위해 여러 가지 종합적인 배경지식이 필요하다. 디지털미디어 디자인 수립의 기초적인 자료를 제공하는 단계로서 제품에 대한 환경 분석, 표적시장 분석, 경쟁사 분석, 제품 분석, 소비자 분석 등이 필요하다. 뿐만 아니라 이를 위한 분석기법 등의 지식이 요구된다. 제품에 대한 새롭고 창의적인 아이디어 창출을 위한 기법, 전략기법, 사용자 행동 분석에 대한 지식 등도 기획 단계에서의 다양한 배경 지식중의 하나이다[9]. 이와 같은 기획단계의 여러 가지 배경지식은 경영학 분야의 교과목과 많은 연관성을 가지고 있다. 예를 들어, 제품에 대한 분석 및 소비자 분석의 경우 마케팅 분야와 밀접한 관련이 있으며 체계적인 분석기법의 경우 사회과학 분야에서 소비자 행동을 과학적으로 예측하기 위한 사회조사방법론 분야와 밀접한 관련이 있다. 따라서 본 연구자는 기획 단계에서 필요한 교과목을 제안하기 위해 경영학 분야를 중심으로 관련 교과목을 제시하고 각 교과목들에 대한 간략한 소개를 하고자 한다. 이러한 시도는 현실적으로 디지털미디어 디자인 학과에서 기획단계의 모든 교과목이 개설되지 못한 상황에서 학과 간 교차 교과목 수강으로 인해 부족한 부분을 채울 수 있기 때문에 이에 대한 가이드라인을 제시하고자 한다.

아래의 [표 4]는 기획단계에서 요구되는 지식과 관련된 대표 교과목과 교과목 내용 그리고 디지털 미디어 디자인과 어떤 관련성이 있는지를 간략히 정리한 표이다.

표 4. 기획 단계에서의 교과목 제안

교과목	내용	디지털미디어 디자인
경영전략	시장 환경과 조직 내부 역량에 대한 균형적인 분석을 통해 전략목표와 전략대안을 도출하여 경쟁우위를 창출하기 위한 일련의 과정을 다룸	제작할 제품 및 콘텐츠에 대한 전략 목표 수립 및 다른 제품과의 차별성을 통해 경쟁우위 창출할 수 있는 지식 습득
시장조사론	시장 조사 및 과학적 조사방법, 마케팅 도구의 실질적 이용 방법 등을 배움	기획하기 전 사용자 및 소비자의 요구사항을 과학적으로 분석하여 제품에 반영할 수 있는 기술 습득
소비자 행동 분석	소비자의 행동을 정보의 흐름과 의사결정차원에서 분석하여 마케팅 전략과 어떻게 연계시킬지 배움	디지털미디어 제품 및 콘텐츠를 디자인하기 전 사용자의 행동을 이해하여 과학적으로 디자인할 수 있는 기반 마련
마케팅	시장과 고객에 대한 분석과 마케팅 믹스 전략을 수립할 수 있는 지식 습득	제작된 제품이나 콘텐츠를 어떻게 유통시킬지 혹은 광고를 어떻게 해야 할 지에 대한 기본 지식 습득
자료처리 및 분석	시장분석 및 소비자 분석을 위해 사용된 데이터를 통계적 지식을 기반으로 결과 해석방법 습득	과학적인 분석방법을 통해 소비자의 행동 및 요구 파악 가능
발상과 표현	새로운 아이디어를 체계적이고 과학적으로 창출하는 지식을 습득	표현능력 향상을 위한 과정으로 창의적으로 발상하고 자유롭고 독창성을 표현하는 기법 습득
인간과 컴퓨터 상호작용 (HCI)	인간과 컴퓨터 상호작용에 대한 개념 이해를 통해 과학적인 사용자 중심의 인터페이스 설계 방법 습득	컴퓨터를 이용하여 디지털미디어 디자인 제작 시 사용자 중심의 콘텐츠 제작 지식 습득

본 연구에서 제시한 교과목은 디자인 기반의 교과목이 아닌 경영분야와 공학 분야에서 주로 다루는 교과목들이다. 과학적이고 창의적인 디지털미디어 디자인이 이루어지기 위해서는 다 학제간의 융합이 필요하다. 예를 들어 디지털 미디어를 이용한 콘텐츠 제작 및 제품을 생산하고자 할 때 사용자의 니즈를 파악하고 시장 환경에 대한 분석을 바탕으로 디자인이 가능하게 된다. 이를 고려하지 않고 제작하게 된다면 사용자는 만족을 하지 못하게 되고 이로 인해 상품성이나 시장 진입이 실패를 가져올 수 있다

평가 단계의 경우 계획된 내용을 기반으로 디자이너가 디지털미디어를 제작 시 얼마나 사용자 환경에서 잘

구축되었는지 혹은 사용자가 만족하였는지를 평가하는 단계이다. 이 단계에서는 계획자 및 디자이너의 느낌이 아닌 과학적이고 체계적으로 제작되어 소비자의 욕구를 반영하였는지가 중요하다. 이를 위해서는 체계적인 평가 도구가 필요하게 되며, 평가도구를 개발하기 위한 지식이 교과과정에서 반영되어야 한다. 평가 단계와 관련하여 가장 대표적인 교과목으로 ‘사용성 분석 교과목’을 제안하고자 한다. 이는 제품 및 미디어의 학습성, 효율성, 기억성, 만족성 등의 다양한 차원의 사용 편의성에 대한 교과목으로서 디지털미디어 디자인 제작 시 사용성 평가, 과업 분석, 휴리스틱 조사법 등 다양한 평가 방법을 이용하여 사용자 중심의 제품 및 미디어 제작이 가능하다.

IV. 결론

사회 환경의 변화에 따라서 시장의 흐름과 요구사항은 변하게 된다. 특히 디지털 미디어 관련 분야는 시장의 흐름과 소비자의 니즈가 중요한 영역 중 하나이다. 하지만 국내 대학의 현실은 디지털 미디어 디자인 교과 과정은 주로 졸업 후 취업을 목표로 실무에 충실하게 커리큘럼이 형성되어있다. 그러나 현재 대학의 추세는 전공필수과목의 축소로 인한 학생들의 다양한 수업의 선택권이 주어지고 있으며 대학별로 점차 확대되어가고 있다. 학생들의 재능에 따라서 디지털 미디어 산업의 다양한 분야로 진출할 수 있는 교과과정 가이드라인을 제시해 줌으로서 창의적이고 분석적인 디자이너 양성에 도움을 줄 것으로 판단된다.

본 연구에서는 디자인 프로세스를 중심으로 현 교과 과정을 분석하고 계획 및 평가 프로세스에 초점을 맞추어 새로운 교과과목을 제시하였다. 이를 위하여 각 프로세스 단계에 맞추어 교과목을 분류하고, 학계 및 업계 전문가들을 대상으로 하는 FGI인터뷰 및 우선순위 교과목을 파악하였다. 그 결과 사용자 분석 및 시장 분석보다는 만들어진 제품에 대한 평가 및 체계적 프로세스 진행을 위한 교과목이 업계 및 학계에서 중요한 교과목으로 선정하였다.

디자인분야에서도 경영이 접목이 되어 디자인경영이라는 새로운 학문이 점차 확대되어가고 있다. 본 연구에서는 디지털미디어 디자인 졸업생들이 단순한 제작 산업 인력에 그치지 않고, 경영과 기획 그리고 평가를 할 수 있는 단계의 디자이너의 육성이 필요하다.

참 고 문 헌

- [1] 이호영, “디지털미디어의 사회적 사용에 관한 연구”, 정보통신정책연구원, pp. 11, 2005.
- [2] 김영석, “디지털미디어와 사회”, 나남출판, 2003.
- [3] 노경미, 이태경, “4년제 대학의 멀티미디어디자인 관련학과의 교육현황과 문제점에 따른 개선방안 연구”, 기초조형학회, 제3권, 제 1호, pp. 83-94, 2002.
- [4] 이태경, “IT의 도입: 멀티미디어디자인 학과의 컴퓨터 과학교육”, 기초조형학회, 제8권, 제 4호, pp. 577-583, 2007.
- [5] 조규명, 이봉희, “디지털 시대의 디자인교육에 대한 방향 모색”, 기초조형학연구, 제5권, 제 3호, pp. 237-248, 2004.
- [6] 산업자원부, “디지털 환경의 디자인 프로세스 모형 개발과 영향요소분석: 정보전달 제품을 중심으로”, 1998.
- [7] 정경원, “디자인 경영”, 안그라픽스, pp. 137, 2006.
- [8] 권윤경, “4년제 대학의 시각디자인 관련학과의 교육과정 연구”, 기초조형학연구, 제6권, 제 4호, pp. 149-159, 2005.
- [9] Jack R Fraenkel, Norman E. Wallen, Norman Wallen “How to Design and Evaluate Research in Education” pp. 119-123, McGraw-Hill Humanities / Social Sciences / Languages, 2002

저 자 소 개

윤 영 두(Youngdoo Yoon)

중신회원



- 1994년 2월 : 경희대학교 물리학과 이학사
- 1999년 8월 : Academy of Art University(M.F.A)
- 2002년 3월 ~ 현재 : 강원대학교 디자인학과 부교수

<관심분야> : 3D 애니메이션, 특수효과, 영상디자인