

디지털시대에 따른 현대디자인 패러다임에 관한 연구

나인선(혜천대학)

차 례

1. 서론
2. 이론적 배경
3. 디지털시대에 따른 현대디자인의 변화
4. 디지털시대의 새로운 현대디자인 경향
5. 결론

1. 서론

20세기 후반, 1990년대를 기점으로 본격적으로 시작된 컴퓨터&온라인 네트워크를 기반으로 하는 디지털 시대는 산업혁명 이후의 모든 산업을 제 2의 산업혁명이란 말이 무색하도록 새롭게 변화시키고 있으며, IT정보통신 기술기반인 디지털은 현대 사회의 가장 큰 화두로서 발전적이고 편리한 생활을 추구하는 미래지향적 개념으로 인식되어져 가고 있는 것 또한 사실이다.

우리에게 인터넷으로 대변되는 디지털 시대는 물리적인 공간뿐만 아니라 새로운 시공간을 제공하고, 디지털 기술은 물리적 공간과 융합함으로써 사회, 문화적으로 새로운 디지털 패러다임을 형성하고 있다. 이러한 디지털 시대의 현상은 여러 산업분야에 영향을 주고 있으며 필요에 따라 새로운 산업이 나타나기도 하고 사라지기도 한다. 그러나 디자인 분야는 디지털 기술을 바탕으로 산업혁명 이후 지속되어 온 생산자 중심 디자인에서 마케팅 중심 디자인으로 변화되었고, 디지털 환경에 노출된 기업들이 디자인을 기술적, 경영적 차원에서 기업 경쟁력의 전략적 핵심 요소로 삼고 있는 것이 현실이다. 디지털 시대 기술의 확산은 급속한 산업의 변화로 이어지며 이 같은 상황은 산업의 전환이나 서로 다른 산업 간의 융합을 통해 새로운 산업으로 형성되어지기도 한다. 따라서 디지털 시대에는 기업들의 사업영역과 경쟁력에서 커다란 변화를 가져오게 되는데, 이러한 변화는 기업의 경쟁력을 결정하는 주요 요인 중에 디자인 중심으로 변해가는 사회 발전의 흐름을 거부하기 힘들어 졌기 때문이다.

이와 같은 시대적 변화는 과거 디자인의 역할이 기업과 물질의 소비를 촉진시킨다는 면에서 '물질적 가치의 효과를 위한 표현'이 주된 활동 영역이었으나 현재와 같

은 디지털 시대의 디자인은 소비적 마케팅 중심에서 '사용자 중심 디자인'으로 바뀌어 가고 있으며, 인간중심의 조화로운 환경을 가지적으로 구현하고, 고정관념의 획일적인 인식에서 벗어나 '조화로운 창조와 미래에 대한 비전 제시'의 개념을 만들어 가고 있다. 즉 아날로그 산업시대의 디자인 가치가 물질과 기능, 보편, 혁신에 기반을 둔 개념이었다면, 정보 지식시대 디지털 사회의 디자인은 물질과 비물질, 기능과 의미, 보편 다양성, 변화와 지속이 공존하고 생산자, 사용자, 인간, 자연, 도구와 더불어 상호 융합되고 조화되는 개념이어야 할 것이다.

미래 디지털 시대에 사회는 고도화 된 인간 생활에 바탕을 두게 될 것은 자명한 사실이다. 하지만 20세기 후반 등장한 디지털 개념은 여전히 진행 중이며 명확하게 드러나지 않으면서도 인간의 생활 전반에 디지털 기술을 배경으로 사회, 문화적으로 다양하게 디지털 시대를 주도하고 있다. 여기에는 다양한 부작용이 함께 내재되어 있는 것도 사실이며 궁극적으로는 그 부작용까지 장점으로 변화시켜야 한다는 사실 또한 명백히 인식해야 한다. 아울러 디지털 시대를 전환점으로 해 다양하게 변하고 있는 디자인 방향에 대한 거시적인 연구를 통해 디자인을 체계적으로 정리하고, 미래에 적용 가능한 모든 분야의 영역이 디자인을 통해 그 경쟁력을 가질 수 있도록 창조적인 비전과 이론적 근거를 동시에 마련해야 할 것이다.

이에 본 연구는 다양하게 발전 및 발달 되어져 가고 있는 디지털 기술을 기반으로 한 디자인의 영역 확대 및 그에 대응하는 다양한 표현 및 인식에 대한 방법론을 제고해 보며 향후 디자인이 사회에서 기본적인 학문으로서 그 위상을 공고히 할 수 있는 근거를 찾아보는데 의의를 두고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 디자인과 산업

Design은 라틴어의 데자그라데(designare)를 어원으로 하고 있는데, 어원의 뜻은 de:out, from+signare : to make out, define으로 ‘계획을 명시하다’라는 뜻을 가지고 있다. 명사적 용법을 우선 찾아보면 ①계획, 기획, 기도 ②의도, 의향 ③불온한 계획, 해칠 의도, 모략, 음모 ④건축, 기계 따위의 설계, 예술품의 구상, 착상, 줄거리 ⑤의장, 도안, 초벌그림, 디자인, 본 등의 뜻을 갖고 있다. 다소 무리가 따르겠지만, 디자인을 정의해본다면 “인간 생활의 목적에 합치하는 실용적이고 미적인 조형을 계획하고 그를 실현하는 것, 즉 ”실용적이고 미적인 조형의 촉각적이며 가시적인 표현”이라고 할 수 있다.

인간이 아름다움을 추구하는 것은 예나 지금이나 다를 바가 없고 현대에는 아름다움의 추구, 즉 의미를 찾는 일이 형태미와 기능미의 일치, 무리 없는 변화와 조화, 정직한 형태, 정직한 표현 등이 이루어질 때 비로소 가능하다. 그리고 또 다른 각도에서 보면 조형과 디자인의 원리, 구성의 원리는 인간의 생리학적 쾌 또는 불쾌의 감정적인 원동력에서 출발된 모든 사람의 공통된 미적 욕구 향상을 추구하는 것이기도 하다. 즉 미의 구성은 누구나 다 같이 즐길 수 있는 일과 동시에 창작의도를 내포하고 있어야 하며, 개개인의 표현 양식은 다르더라도 어느 정도의 객관성을 띠게 된다는 것이다.

이와 같이 미적 욕구 향상의 측면에서 디자인의 여러 가지 원리를 알아본다면 디자인에는 독창성(originality)과 시각적 만족이 있어야 한다. 그리고 변화(variety)와 단순성(simplification)과 조화성(harmony)등이 적절히 조화되어야 한다. 즉 모든 것이 골고루 구성되어야 한다는 것이다

일반적으로 알려진 디자인의 정의들도 매우 다양하게 사용하고 있다. 디자인은 ‘인간 생활 목적에 따라 실용적이고 미적인 조형을 계획하고 이를 표현하는 것’으로, ‘실용적이고 미적인 조형의 가시적 표현’이라고 할 수도 있다. 그러나 면밀하게 각각의 의미를 세부적으로 살펴보면 각각의 정의마다 강조하는 중요성이 매우 다르기 때문에 디자인은 포괄적인 분야이면서 다분히 형용사적 의미가 내포되어 있어 개념에 대한 혼란이 있기도 하다. 또한 현대에 와서 디자인의 분류 체계 역시 각각의 입장에서 그 분야를 대변하고 있기 때문에 세분화되거나 교차

되는 부분이 많아 그 범위와 경계를 명확히 구분하는데 어려운 경우가 많다, 이는 디자인이 근본적으로 여러 산업과 연계되어 필요에 의해 발생하였기 때문이기도 하며, 동시에 디자인은 여러 학문과도 연계성을 가지고 있어 다원적인 사회 반영이라는 표현 때문이기도 하다. 그러므로 오늘날 디자인 산업은 ‘기능과 형태의 유기적인 조화를 도모하여, 실용적이고 경제적이며 심미적인 인공물을 창출해 내는 고도의 지적 조형 활동을 근간으로 하는 산업 부문으로서, 건축, 섬유, 실내 외 조경, 시각, 공예, 패션, 제품 등 모든 디자인 분야를 포괄하는 개념’이라 할 수 있다.

디자인을 산업적 관점에서 보면 디자인 산업은 부가 가치를 서비스하는 생산 행위로 기업의 차별화 및 고부가 가치화를 통해 산업의 경쟁력을 강화 할 수 있는 주요 수단이 되고 있다는 점을 유의할 수 있으며, 디자인 산업을 현실적 바탕에서 포괄적으로 이해한다면 디자인 산업이란 ‘디자인을 통해 부가가치가 창출되는 모든 과정을 일컫는 행위’라고 이해하는 것이 바람직 할 것이다.

또한 디자인 산업은 산업기술의 발전과 더불어 그 발전 맥락이 일정하게 형성되고, 유지되어 왔으며 이러한 상황을 바탕으로 우리나라 디자인 산업이 산업기술의 발전에 따라 어떻게 변화 하였는가를 살펴봄으로써 디자인 산업에 대한 전체적 이해를 높일 수도 있을 것이다.

표 1. 산업과 디자인 발전 추이

	60년대	70년대	80년대	90년대
디자인 유형	OEM 생산 초보단계	OEM 생산	제안형 디자인 생산	창조적 디자인 생산
디자인 특징	디자인 개념의 미형성	디자인으로서의 패션 개념 도입 정착화	수요자 요청의 반응형 디자인	수요를 창출하는 디자인
산업 현장의 변화	샘플관리	생산경험	시장예측 기능	시장예측 기능 전산화
	조립분해	경험에 의한 설계 디자인	CAD/CAM 설계시스템 도입	디자인디지털화 (CAS)
		샘플자료 측정	자료 영상 축적과 검색	자료영상의 변형

2.2 디자인 패러다임

산업혁명 이전, 디자인은 1500년경 이탈리아와 독일에서 세공인, 조각가, 화가들이 주도했던 행위들을 그 효시로 볼 수 있으며, 그 후 16~17세기에는 조각가와 화가들이, 18세기에는 건축가들이 디자인 행위를 주도해 왔다고 할 수 있다.

문명이 발달하면서 인간은 삶에서 조형적인 아름다움을 추구하기 시작했다. 그리스 시대의 표현은 색채보다 선과 형의 균형에 관심이 있었고, 소재는 식물이나, 동물, 기하학적인 형태를 주로 이용하였다. 로마시대에는 단조롭고 거친 표현이 주를 이뤘고, 르네상스 시대에 들어서 는 엄격한 고전에서 벗어나려는 욕구에서 바로크 양식으로 변화되었으며, 이는 프랑스에서 로코코 양식으로 변화되어 절정을 맞이하게 된다. 즉 산업혁명 이전의 디자인은 문명 중심으로 소비자 대중을 전제로 하지 않은 수공예품, 조형 예술품 정도의 인식으로 '장식미술'의 한계와 범주를 벗어나지 못하였다.

산업혁명 이후 20세기 초까지의 근대 디자인은 기계에 의한 제품의 형식미를 추구하는 경향이 나타나기 시작했다. 산업혁명은 기계에 의한 대량 생산의 기초를 확립시켰으며, 값비싼 수공예품들을 대량으로 생산, 공급하게 되자 품질을 중요시하던 수공업 장인들은 소멸되었고, 제품의 형태나 외관은 예술과 무관한 사람들의 손에 맡겨져 초기제품들은 조잡하고 질이 떨어지는 결과를 초래했다. 그러나 20세기 초가 되자 기술만을 중요시하던 인식을 외형적인 모양과 더불어 사용기능에 편리함을 중요시해야 한다는 주장을 하기 시작했는데 이것이 윌리엄모리스(William Morris)가 주도한 디자인 개혁운동인 미술 공예 운동(Art & Craft Movement)이다. 또한 이 시기부터 생활에 조형미를 인식하고 실천하기 시작했으며, 산업기술 발전에 따른 기능적 요소로 디자인이 중요하게 되었고 이후 현대디자인 탄생의 원동력으로 작용하게 되었다.

20세기 초 독일공작 연맹은 1907년 뮌헨에서 H.무테지우스(1861~1927)의 제창으로 뜻을 같이 하는 건축가·공업가·공예가들이 모여 결성되었다. 무테지우스는 건축가로서 영국의 합리적인 주택 건축이나 명쾌한 공예품 생산에 감명 받아, 강연과 논문 등을 통하여 독일 공예계에 미술의 실 생활화, 기계 생산품의 미적 규격화 등을 주장하였다. 특히 생활 속에 미술을 도입하자는 사상은 영국의 시인이자 공예미술가이자 건축가인 W.모리스의 미술공예운동(미를 위한 미술이 아니고 실생활의 미화운동)에서 영향을 받았다. 독일공작연맹은 근대사회에서 기계화의 의의를 적극 인정하여, 규격화된 기계생산품의 질적 향상을 강력히 주장한 점에서, 그때까지의 신 공예 운동보다 한 걸음 앞섰다고 할 수 있다. 이 주장으로 미술과 근대공업이 결합한 공업디자인의 기초가 마련되었

다.

독일공작 연맹은 오늘날의 디자인사에 있어서 여러 가지 커다란 공헌을 하였는데 다음과 같이 정리 할 수 있다.

첫째, 디자인에 관련된 여러 흐름을 하나로 통합하고, 20세기적 시점에서 근대적인 흐름을 이끌어 내는 합류점이 되어 디자인 동향에 새로운 전기를 마련하였다.

둘째, 20세기 초 독일의 산업과 경제성장에 결정적인 역할을 하였으며, 선진 강대국으로 발전시킨 사회운동, 문화운동, 나아가 산업화 운동이었다고 할 수 있다.

셋째, 기능적이고 구조적이며, 기하학적인 디자인을 마련함으로써 미술과 산업을 밀접하게 결합하는 독일 디자인을 실천하였으며, 미술가의 역할을 재정립하였다.

넷째, 바우하우스에 영향을 주어 학교 교육에 있어서 예술과 공예와 공업의 통일을 실현하고자 하였으며, 인더스트리얼 디자인을 예술의 한 분야로 정착시키는데 중추적인 역할을 하였다.

다섯째, 유럽제국에서 동일한 개념의 단체가 설립되거나 개편되는데 영향을 주었으며, 산업과 예술이 새로운 차원에서 대중의 생활에 공헌하는 현대적 형태의 디자인 마련의 활력소가 되었다.

독일공작 연맹은 디자인이 개인적 실험 상태에서 벗어나 보편적으로 인정된 표준스타일을 설정하게 하여 현대의 디자인 역사에서 그 중요성을 인정받았다. 이와 같이 독일공작연맹은 디자인의 근대화 시초에 초석으로 작용했다는 점에서 그 의미를 크게 들 수 있는 것이다.

3. 디지털시대에 따른 현대디자인의 변화

3.1 디지털시대를 대응하는 디자인 방법론

본질적으로 디지털 기술 발전의 궁극적인 목표는 인간의 삶에 편리함과 질을 높이하고자 하는 것이다. 따라서 디지털 시대의 산업은 이전 하드웨어적인 산업과는 다른 소프트웨어적 첨단 산업으로서, 유연한 사회 환경에 적극 대응할 수 있는 장점을 가지고 있다. 또한 이전 산업 시대에는 기계화에 따른 인간성의 상실을 피할 수 없었다면 디지털 기술은 인간 중심적 가치관을 적극 수용함으로써 새로운 문화를 만들어 가고 있는 상황이다. 어쩌면 이러한 여러 상황들이 디자인 산업을 촉발하게 된 원인이 될 수도 있다. 디지털 기술은 가시적 현상이 아니기

때문에 일상생활에서 제품에 적용하거나 마케팅 및 서비스하기 위해서는 가시적 디자인 요소가 반드시 필요하며, 이는 근본적으로 디지털적 기술 중심이 아닌 인간을 위한 감성적 기술로 표현되어야 한다는 사실을 상기시켜 준다고 할 수 있다.

따라서 디지털 시대의 디자인 방법은 추상적이고, 조형적 개념의 디자인이 아닌 기술과 사회, 문화적 현상에 대한 다양한 분야의 이해를 바탕으로 논리적이고, 이성적인 판단과 함께 인간 위주의 삶을 벗어나지 않게 하는 창조적인 결과물들을 제시하여야 할 것이다. 20세기 후반 건축, 환경, 산업디자인 분야 등에서 인간공학을 바탕으로 새롭게 등장한 유니버설디자인이 디지털 시대의 디자인 방법론적 차원에서 좋은 대안이 될 수 있다.

3.2 디지털사회, 문화 패러다임과 디자인

디지털 방식은 기계적인 아날로그 방식과는 달리 문자와 영상, 음성 등의 데이터들을 하나의 공통언어로 인식한 후 방식이 같은 매체를 통해 짧은 시간 안에 무제한적인 반복은 물론 복제도 가능하며 빠른 속도로 문자나 영상 등을 손쉽게 전환시킬 수 있는 기능과 특징을 가지고 있다. 따라서 현대사회는 디지털 기술의 이용을 통하여 무한한 이익 창출의 원동력이 되고 있으며, 첨단 미래 지향적 소프트웨어 산업으로 발전하고 있다. 또한 기술 발전이 가속화되면서 인간 삶의 양식에도 엄청난 파장을 일으키고 있다. 현재 진행되고 있는 디지털 시대의 패러다임을 요약하면 온라인 인터넷을 기반으로 수많은 디지털기술 기반 서비스들이 제공되고 있으며 이는 인터넷 비즈니스를 활성화시키는 원동력으로 이어지고 디지털 컨버전스를 가속화시켜 새로운 디지털 문화 트렌드를 끊임없이 양산하게 하는 것이다.

인간의 삶에서 사회 환경과 문화는 하드웨어적인 개념보다는 소프트웨어적인 서비스를 기반으로 이루어지는 관념적인 행위의 세계라고 볼 수 있다. 이러한 소프트웨어적인 특징을 갖는 디지털기술은 물리적 공간을 넘어 새로운 사이버공간을 창출하여 이전 산업시대에서 경험할 수 없었던 사회, 문화적 현상을 제공하고 있다. 이미 디지털 시대의 사회 여러 분야에서 디자인이란 단어는 보편적으로 사용되고 있으며, 이러한 보편적 의미는 그만큼 디자인이 일상생활 전반에 산재해 있으며, 모든 시각적 표현이나 제품, 서비스는 디자인을 통해 생산된다는 의미인 것이기도 하다.

4. 디지털시대의 새로운 현대디자인 경향

4.1 디지털시대가 현대디자인에 미치는 영향

디자인은 어떤 사회이든 동 시대에 따른 기술과 환경을 바탕으로 그 시대가 요구하는 역할을 수행해 왔다. 최근 디지털 기술의 변화와 발전에 따라 산업이 급속하게 바뀌고 있으며, 인간 삶의 질도 예전과는 완전히 다른 개념으로 달라지고 있다. 이러한 변화 속에 여러 산업분야의 종속적 기능이었던 디자인 산업은 이전과는 달리 디지털 기술에 가시적인 가치를 부여함으로써 디지털 시대를 기회로 새로운 영역을 확장하고, 변화의 계기를 맞이하고 있다.

달라진 현대 디자인 개념의 특성은 기술에 따른 산업적 특면에서만 국한되지 않고 인접 학문과 연계되어 경영학, 공학, 사회학적 등의 분야에서 디지털 시대의 사회 현상을 이해하고 해석하려는 경향을 보이고 있다. 또한 고도화된 디지털 기술과 도구의 등장으로 전문분야로 나누어져 있던 디자인 경계도 모호해지고 있으며 또한 지속적으로 새로운 디자인 분야가 나타나기도 한다. 즉, 현대 디자인은 여러 학문과의 연계성, 디지털 환경의 다원적 사회, 문화를 반영함으로써 인간의 생활에 직접적인 영향을 주고 있다는 것을 의미하기도 하다.

이렇듯 현대 디자인과 디지털 시대의 관계성에서 디자인이 미치는 영향을 파악해보면, 다음과 같이 정리해볼 수 있다.

첫째, 디지털 기술에 따른 물질적 편리함으로 훼손될 수 있는 인간 본성을 디자인에 대한 감성과 인성의 표현으로 서로 조화시켜 정서적, 정신적 안정을 줄 수 있으며, 인간 중심적 디자인을 통해 개인 가치의 욕구 충족과 생활의 풍족함과 편리함을 제공하여 만족한 삶의 질을 갖게 한다.

둘째, 더욱 더 고도화되고 있는 디지털 기술과 사용자 중심의 우수한 디자인으로 감동을 주고 사회적 공감을 얻음으로써 생산을 향한 의욕과 수요의 창출, 산업 경제를 활성화시킬 수 있다. 또한 디자인을 기반으로 소프트웨어적인 디지털 산업에 유연하게 대처하여 신제품을 개발하거나 새로운 사업을 찾아내 디자인 블루오션을 실행할 수 있다.

셋째, 현대 디자인은 디지털 시대의 생활 문화를 새롭게 창조 할 수 있는 점이다. 사용자 욕구에 맞춰 디자인된 디지털 제품은 소비자와 공급자 사이에서 조형적 커

미디어의 훌륭한 역할을 할 수 있다. 또한 이러한 제품을 통해 서비스되는 콘텐츠를 중심으로 필요한 정보를 획득하고 이를 요긴하게 사용함으로써 물질적 가치와 기술의 가치를 가시적인 생활에 적용케 하여 사회 전반에 보급할 수 있다. 이 때문에 디자인을 통해 생활문화를 추구하고 만들어 갈 수 있는 것이다.

넷째, 디지털 시대, 디자인은 인간의 창조력을 바탕으로 생활과 산업에 지대한 영향을 미치고 있다. 그러므로 디자인을 수행하는 주체와 수용하는 주체간의 커뮤니케이션에 있어서 서로에게 창조적인 활동을 가능케 할 뿐만 아니라 디자인을 통해 사회전반에 창조적 의식과 양식을 제공 할 수 있다.

다섯째 현대 디자인은 디지털 시대, 다양한 산업분야와 여러 학문 분야에서 총체적 개념으로 차용되고 있으며, 직 간접적으로 사회와 문화를 주도 할 것이다.

따라서 21세기 디지털 시대의 현대디자인은 총체적 개념에서 디지털 기술을 적극 수용하고 이해하며 인간중심적인 사회 환경을 구현하는데 효과적으로 적용 될 수 있는 비전을 제시해야 한다.

4.2 유니버설 디자인

우리는 지금까지 디지털 중심의 산업 발달과 경제 발전만을 추구하는 과정에서 ‘사용자’의 존재가 경시되어 왔다는 사실을 느끼며 그에 대한 고민을 시작하는 과정에서 많은 사람들이 편리하게 누릴 수 있는 디자인에 대해 그 필요성을 강하게 느끼기 시작했고 그 해결점의 시작으로 유니버설디자인에 대한 기본 정의와 원리를 정립하였으며 많은 디자이너들이 실천해 나가고 있다.

유니버설 디자인이란 사용자의 요구를 최대한 만족시키는 환경디자인이나 제품 디자인을 말하며, 제품이나 환경을 여러 사람들이 편리하게 사용할 수 있도록 함으로써 모든 사람들을 위한 생활이 쾌적할 수 있게 도와주는 디자인이라고 정의할 수 있다. 유니버설 디자인은 인간을 평등하게 생각하고 다양한 사용자의 요구를 만족시키도록 노력하며, 성별과 나이, 장애의 여부와 신체 크기, 신체 능력뿐만 아니라 경제적 계층과 개성까지도 포함하는 모든 범위를 포용함으로써 디자인을 통한 사회평등의 실현을 의미하는 것이다.

유니버설 디자인의 발달에 선두적인 역할을 해온 유니버설 디자인센터(Center for Universal Design)의 마이스(Mace)는 처음으로 유니버설 디자인에 대한 4가지 원

리를 다음과 같이 제시하였다. 기능적 지원성이 높은 디자인(Supportive Design), 수용 가능한 디자인(Adaptable Design), 접근 가능한 디자인(Accessible Design), 안전을 지향하는 디자인(Safety Oriented Design)이며 그 후 유니버설 디자인에 대해 코넬(B. R. Connell)등 9인은 다음과 같이 7가지 원리를 제시하였다. 공평한 사용(Equitable Use), 사용상의 융통성(Flexibility in Use), 간단하고 직관적인 사용(Simple and Intuitive Use), 쉽게 인지할 수 있는 정도(Perceptible Information), 오류에 대한 포용력(Tolerance for Error), 적은 물리적 노력(Low Physical Effort), 접근과 사용을 위한 크기와 공간(Size and Space for Approach and Use) 등이다.

5. 결론

현대 디자인은 1990년대 IT정보기술로 대변되는 이동통신과 인터넷의 확장과 함께 컴퓨터 발달로 단기간에 산업의 변혁을 가져왔으며, 지금도 그 끝을 예측할 수 없을 정도로 무한 진행형으로 나아가고 있다. 그러나 디지털이라는 엄청난 속도의 변화 속에서 디자인 산업은 유연하고 빠르게 적응함과 동시에, 디지털에 인간중심적이고 가시적인 가치를 지니게 함으로서 디지털 시대에서 모든 산업의 중심이 되어가고 있는 상황이다. 이렇듯 디지털 시대에 제품이나 서비스, 마케팅 등에 보편적으로 나타나고 있는 디자인은 새로운 차원의 관점에서 인식되기 시작했다. 이러한 인식의 전환은 이전 산업시대의 디자인 관점이 기능적 역할로서 수동적이고 보여 지는 물질적 요소 이외에 기술 발전을 주도하거나 사회, 문화적으로 영향을 주지 못했기 때문이다.

하지만 정보지식 기반 사회의 디지털은 보여 지는 물질 위주의 하드웨어적 산업이 아닌 서비스를 구현하는 소프트웨어적 산업이란 측면에서 같은 성향을 가진 디자인과의 융합을 통해 시너지 효과를 강력하게 창출하였고, 디자인은 인간 생활 전반에 가시적인 디지털 기술을 제공함으로써 사회, 문화를 주도하며, 새로운 산업과 시장을 창조하였다. 또한 디지털을 통한 현대 디자인의 새로운 역할은 단순히 산업적 측면뿐만 아니라 인접 학문 분야들과도 융합하여 새로운 학문으로 발전 할 수 있는 계기를 만들어 가고 있다.

최근 현대 디자인에서의 주된 개념은 조형성과 예술성

의 표현방법에서 벗어나 인간공학, 감성공학, 인지공학 등 공학의 개념을 도입하고 있으며, 사회학, 심리학, 인문학 등 학문적인 개념까지 수용함으로써 좀 더 체계적이고 인간 중심 지향적인 디자인으로 변화하기 시작했다. 따라서 미래의 디자인 역할이 인간 생활 전반에 영향을 미치고 모든 산업 분야에서 중심이 되기 위해서는 디자인 분야에서 인접 학문을 바탕으로 이론적 정립과 학문적 체계의 기틀을 만들 수 있도록 연구해야 할 것이며, 현대 디자인이 확고한 학문으로 자리매김 할 수 있도록 노력해야 할 것이다.

<관심분야> : 광고디자인, 시각디자인, 교육, 문화 콘텐츠

저자 소개

- [1] 서성록, 한국미술과 포스트모더니즘, 미진신서, 1992년
- [2] 김경린, 알기 쉬운 포스트모더니즘과 그 주변 이야기, 1994년
- [3] 야나기 무네요시, 민병산 역, 공예문화, 신구, 1993년
- [4] 김한중, 손정팔, 디지털시대: 현대 디자인에 관한 연구, 한국정보디자인학회, 2011년
- [5] 조동성, 디자인혁명 디자인경영, 디자인넷, 2004년
- [6] 정경원, 디자인이 경쟁력이다, 웅진출판사, 1994년
- [7] 박재연, 국내 디자인진흥을 위한 통합디자인정책에 관한 연구, 한국디자인문화학회, 2008년
- [8] 금진우, 디자인 산업과 디자인 정책의 기능 변화, 한국일러스트학회, 2006년
- [9] 남현우, 한국의 멀티미디어 디자인 진흥 정책 설정에 관한 연구, 한국디자인문화학회, 1997년
- [10] 이단-뤼평 대담, 안재영 역, 도피의 시대 20세기의 예술문화, 시공사, 1997년
- [11] 빅터 파파넬, 현용순, 이은재 역, 인간을 위한 디자인, 미진사, 1983년
- [12] 류혜지, 국내 유니버설 디자인 연구 경향 분석, 한국디자인문화학회, 2008년
- [13] <http://blog.naver.com/sosesi?Redirect=Log&logNo=60000944357>

저자 소개

● 나 인 선(In-Sun Na) 정희원



- 1997년 8월 : 성균관대학교 미술교육과 (미술학사)
- 2002년 2월 : 성균관대학교 산업디자인과 (디자인학석사)
- 2006년 8월 : 중앙대학교 디자인학과 (디자인학 박사과정 수료)
- 2003년 3월 ~ 현재 : 혜천대학 광고홍보디자인과 조교수

자인과 조교수