

디자이너의 사회적 위치에 따른 디자인 재능기부 참여의향과 영향요인 연구

Research on 'What Causes Influence on the Inclination to Participation in Design-Talent Donation': A Comparison between Prospective Designers and Professional Designers

김경원

홍익대학교 일반대학원 커뮤니케이션디자인학과

Kyung-Won Kim(kkw770@gmail.com)

요약

디자인 재능기부는 새롭게 진화된 사회공헌활동의 한 형태로 디자인이라는 전문적 기술 및 경험을 사회와 나누는 활동을 말한다. 본 연구의 목적은 디자이너의 사회적 위치에 따라 어떠한 요인이 디자인 재능기부에 대한 참여의향에 영향을 주는지 실증적으로 규명해 보는 데 있다. 연구 조사 방법으로 디자인 재능기부에 참여 가능한 잠재적 자원인 디자이너의 역량을 전문 디자이너와 예비 디자이너로 분류하고 각각의 집단에 영향을 주는 요인에 대한 설문 조사를 실시했으며, t-test를 활용한 결과 분석을 통해 두 집단 간의 통계적 차이를 검증했다. 분석 결과 전문 디자이너와 예비 디자이너 집단 간 디자인 재능기부 참여에 대한 영향요인 중 개인적 이익에 대한 기대욕구와 사회적 이익을 위한 참여 욕구에서 유의한 차이가 있음을 알 수 있었으며, 디자인 재능기부를 통한 기대보상의 유형은 사회적 위치와 유의미한 상관관계가 없음을 알 수 있었다. 결론적으로 디자인 재능기부 참여의향에 따른 영향요인을 통해 사회적 위치에 따른 디자이너의 디자인 재능기부 인식수준의 차이를 확인할 수 있었으며, 이를 바탕으로 잠재적 재능기부 제공자인 디자이너의 경력에 따라 디자인 나눔 사업의 방향을 세분화해야 한다는 시사점을 보여주었다.

■ 중심어 : | 디자인 재능기부 | 기술기반자원봉사 | 프로보노 | 디자인자원봉사 |

Abstract

Design-talent donation is a new form of social contribution activities using designers' professional skill and experience. The purpose of this study is to demonstrate which causes affect the inclination to participate in design-talent donation, taking into account that the research compared prospective designers and professional designers. When it comes to research method, this study classified the capabilities of designers with professional designers and prospective designer as potential talent donation provider. The research executed questionnaires of each factors and collected data were verified by using t-test analysis. Through the survey analysis to determine the factors affecting each group validated statistical difference between the two groups. The results showed that there is a significant difference in the impact factors between professional designers and prospective designers who involve in design-talent donation. The type of compensation could be expected to know that there is no significant correlation between the two groups. The meanings of this study are value addition criteria for the design output that provided from design talent donation should be clarified and ultimately is expected to specify the design talents donations range to meet the needs of designers as potential talent donation provider.

■ keyword : | Design-talent Donation | Skills-based Volunteering | Pro-bono | Design Volunteering |

1. 서론

1.1 연구배경 및 목적

정부의 나눔 문화 확산이라는 정치적 관심을 바탕으로 재능기부가 하나의 사회적 현상으로 부상했다. 정책적 활용을 목적으로 2007년부터 시작된 ‘디자인 재능기부’는 한국디자인진흥원이 주관하는 ‘디자인 나눔 사업’을 중심으로 시작되었으며 디자이너의 사회공헌 및 나눔 문화를 활성화하려는 시도로 본격화되었다. 재능기부란 단순 노동력 중심의 일반 자원봉사와는 달리 전문적 기술 및 경험을 재능이라는 범주로 놓고 있으며 사회 패러다임의 변화로 자원봉사가 변화, 발전되는 과정에서 새롭게 진화한 자원봉사의 형태라고 정의내릴 수 있다. 같은 맥락에서 디자인 재능 기부는 디자이너라는 전문적 기술을 가진 디자이너가 공적 목적을 위해 사회에 제공하는 기부 또는 자원봉사의 형태라고 볼 수 있다.

디자이너의 사회참여활동 확대는 사회적 자본으로 디자이너의 역할에 대한 인식 변화 그리고 디자이너의 사회공헌을 활성화하는 긍정적인 효과를 가지고 있다. 하지만 디자인 행위를 일회성 서비스 제공으로 단순화하여 기부가 가능한 자원으로 보기에는 여러 가지 문제점이 있다. 첫 번째는 디자인을 장식과 포장의 영역으로 인식했을 때 전문 디자인 산업에서 제공하는 복잡한 문제 해결 과정을 해소하지 못한다는 점이고 두 번째는 디자이너 지속적인 관리를 받지 못할 경우 디자인에 담겨있는 무형적 가치가 급격하게 저하될 수 있다는 점이다.

본 연구의 목적은 어떠한 요인이 디자인 재능기부에 대한 참여의향에 영향을 주는지 실증적으로 규명해 보는데 있다. 디자이너의 역할을 평가하는 기준은 여러가지 요소로 판단할 수 있으나 통상적으로 경력기간에 따라 개별 디자이너의 역량을 평가하고 있으며 그에 따라 실무 디자이너의 사회적 위치가 규정된다고 볼 수 있다. 디자이너의 디자인 재능기부 참여의향에 따른 영향 요인은 디자이너들의 재능기부에 대한 인식수준을 확인하는 도구로 활용할 수 있으며, 궁극적으로 잠재적 재능기부 제공자인 디자이너의 욕구에 부응하는 디자인 재능기부 범위를 명시할 수 있다. 이를 통해 디자이너의 사회적 위치에 따른 재능기부의 역할을 구분하고

디자인 재능기부 개념에 대한 이해와 사회적 합일점을 모색해야 하며 기존의 자원봉사 모델을 통해 디자인 재능기부의 개념과 범위를 세분화하여 새롭게 정의하기 위한 논의가 필요하다고 볼 수 있다.

1.2 연구방법 및 범위

본 연구는 문헌연구와 설문조사 분석을 통해 진행하였다. 문헌연구에서는 재능기부와 관련된 선행연구를 검토하여 재능기부의 개념과 특성을 분류하였으며 이를 바탕으로 디자이너의 역량에 따라 제공할 수 있는 디자인 재능기부를 크게 두 범위로 나누었다. 설문조사 분석에서는 디자인 활동의 수행 역량에 따라 디자이너의 사회적 위치를 두 유형으로 나누어 설문조사를 실시하여 잠재적 재능기부자인 디자이너의 재능기부 참여 의향과 그에 따른 영향요인을 파악했다.

재능기부 참여의향에 영향을 미치는 요인은 사회적 관계에서 오는 만족과 개인적 만족으로 크게 나눌 수 있으며 참여자의 유형에 따라 보상에 대한 기대 정도에 차이가 있을 수 있다. 본 연구는 개별 디자이너가 재능기부 참여 결정에 영향을 미치는 요인에 대한 연구로 한정했다. 따라서 조직 또는 기업 차원의 집단적 재능기부 참여나 디자인 전문 교육을 받지 않은 비전문가의 디자인 재능기부는 연구대상에서 제외했다.

본 연구는 디자이너의 사회적 위치를 전문 디자이너와 예비 디자이너로 구분해 조사했다. 한국디자인진흥원이 발행한 ‘산업디자인 통계조사 2014’에서는 디자이너의 기준을 “디자이너로 고용된 자 중 디자인 관련학과 또는 디자인 업무 관련 자격증 소지자이거나, 디자인 관련학과 또는 자격증 소지자가 아니더라도 디자인 업무 경력이 2년 이상인 자”로 명시하고 있다[13]. 이에 따라 2년 이상의 디자인 업무 경력을 가진 디자이너를 전문 디자이너로 국내 디자인 학과에서 관련 전공을 하는 3, 4학년 학생을 예비 디자이너로 구분해 설문조사를 하고 그 결과를 분석했다.

2. 이론적 배경

2.1 재능기부의 개념과 정의

재능기부(talent donation)는 미국과 캐나다를 중심으로 기술기반자원봉사, 프로보노 등 전문적 봉사활동에 대한 필요성과 효과에 대한 인식이 높아지면서 나타나기 시작했다. 국내에서는 한국자원봉사협의회가 2010년부터 시작한 “재능을 나누시다” 캠페인을 통해 소개되면서 일반화된 개념이다. 재능기부는 기존의 금전이나 물품 기부 또는 자원봉사활동 등 사회에 기여할 수 있는 활동에서 더 나아가 개인이나 단체 또는 기업이 가지고 있는 능력, 기술, 전문지식 등의 재능을 활용한 새로운 기부 형태로 발전하고 있다. 재능기부의 개념을 일반적으로 요약하면 ‘개인이 보유하고 있는 재능을 이용해 사회나 공공의 이익을 위해 기여하는 기부활동의 형태’라고 할 수 있다. 즉 개인의 전문지식과 역량을 자발적 의도에 의해 사회 또는 공공기관에 제공하는 행위 또는 ‘단체나 기업이 가지고 있는 전문 역량을 사회에 기여’하는 새로운 형태의 기부를 말한다.

기술기반자원봉사(skill based volunteering)의 경우 전문 기술을 가진 자가 그것을 활용해 노동 또는 서비스를 제공하는 것으로 재능기부와 가장 유사한 개념이라고 볼 수 있다. 프로보노(pro-bono)는 기술기반자원봉사와 비교해 한 단계 더 나아간 개념으로 여기서 제공하는 자원은 전문 지식을 전제로 한다는 점에서 기술기반자원봉사의 개념과 차이가 있다. 재능기부를 통해서 제공하는 자원은 단순 노동력과는 차별화된 특징을 가지고 있으므로 개인이 가진 전문 지식이나 기술을 바탕으로 하지 않는 특기나 소질까지 재능의 범위로 포괄하는 활용방법과 그 내용에 따라 별도로 논의되어야 한다.

2.2 디자인 재능기부의 개념과 정의

재능기부라는 용어는 기술기반자원봉사, 프로보노 등 자원봉사의 범주에서 파생된 개념으로 명확하게 구분해서 사용되고 있지 않다. 하지만 기존의 학술적 정의들을 포괄해 보면 재능기부란 ‘자발적으로 이루어지는 사회 공헌의 형태로 개인 또는 단체가 가진 재능을 사회와 나누고 가치를 창출하는 것’이라고 정리할 수 있다. 디자인 재능기부에 대한 개념을 정의하기 위해서는 먼저 ‘디자인 재능’과 ‘재능기부’라는 개념을 먼저 살펴볼 필요가 있다. 디자인은 일반적으로 주어진 대상을 조형적으로 실체화하는 것으로 형상, 모양, 색채의 조합을 통해 미적 가치를 높이는 활동이라고 일차적 정의를 내릴 수 있다. 또한 디자인 포괄적 활동의 개념으로 정의하면 계획, 설계, 마케팅 등 대상의 미적 가치 뿐만 아니라 기능과 그에 따른 효과의 창출에 관여하는 활동으로 이차적 정의를 내릴 수 있다.

한편, 재능의 사전적 의미는 어떤 일을 하는 데 필요한 개인이 타고난 능력 또는 교육과 훈련에 의해 획득된 능력을 말한다. 결국 디자인 재능이란 일차적으로는 대상을 목적에 맞게 조형적으로 실체화할 수 있는 기술과 능력이라고 말할 수 있고, 이차적으로는 디자인 활동을 통해 대상의 미적 조형성을 실체화 하고 그 미적 가치 또는 기능과 효과를 계획하고 실현할 수 있는 기술과 능력이라고 할 수 있다. 여기에서 디자인 재능은 미적 소질이나 감각만으로 수행할 수 있는 능력이 아니

표 1. 디자인 재능기부와 관련된 개념

구분	개념 정의
일반 자원봉사 (volunteering)	특정 요구를 인식한 상태에서 사회적 책임감이라는 태도를 통해 금전적 이득과 상관없이 노동력을 제공하는 것. 기본적 의무감으로부터 벗어나서 행동하는 것으로 자발적 선택에 의해 이뤄지는 행동이다[10].
기술기반자원봉사 (skill based volunteering)	개인의 재능이나 전문기술, 경험 또는 교육을 바탕으로 개인이나 단체가 비영리 조직에 기술적 강점을 구축할 수 있는 서비스를 제공하는 것을 말한다[14].
프로보노 (pro-bono)	‘공익을 위하여’ 라는 라틴어 ‘pro bono publico’에서 유래된 말로 넓은 의미에서 여러 가지 공익 활동을 목적으로 각 분야의 전문가들이 자발적으로 자신의 전문성을 무상으로 제공하는 활동을 말한다[15].
시티즌 오블리주 (citizen oblige)	기부문화의 확산을 위해서 노블레스 오블리주의 개념이 강조되면서 기부문화 자체를 시민문화의 하나로 재정의하기 위해 나타난 개념이다. 유사 개념으로 언제 어디서나 쉽고 편리하게 기부한다는 의미의 ‘이지 오블리주’ 또는 ‘쉬운 나눔’ 등이 있다[4].

재능기부의 개념들은 기본적으로 자원봉사의 범주 안에서 제공할 수 있는 자원을 ‘재능’이라고 보고 기부의 자원인 ‘재능’에 대한 정의와 범위, 내용을 분석한다. [표 1]에서 볼 수 있듯이 재능기부와 유사한 형태의 개념으로 일반 자원봉사(volunteering)는 자발적으로 노동력을 제공하는데에 초점이 맞춰져 있다. 이와 비교해

므로 전문적인 교육과 훈련으로 획득된 능력을 전제로 한다고 볼 수 있다. 디자인 재능기부에서 ‘재능’의 개념을 개인이 가진 특기나 소질까지 포괄할 수 없는 이유는 첫째로 디자인 감각이 디자인 재능과 동일시 될 수 없기 때문이고, 둘째로 디자인 활동을 누구나 참여할 수 있는 대중적인 영역으로 확장할 경우 본질적으로 다른 일반 봉사활동과의 구분할 수 없어지므로 전문영역으로서 디자인에 대한 사회적 인식의 저하를 가져올 수 있기 때문이다.

표 2. 디자인 재능기부의 정의

정의
디자인 재능을 가지고 있는 사람이나 기업이 그것을 활용해 사회에 기여하고 개인의 이익보다는 공공의 이익을 실현하는 행위[3].
디자인이 보유한 디자인 능력이나 지적 자원 또는 디자인 능력이나 지식을 통해 2차 생산된 자원을 활용하여 기부하는 방법[5].
직간접적인 방법으로 ‘디자인 능력에 대한 기부’를 요구하는 활동[9].

디자인 재능기부와 관련된 여러 연구에서 발췌한 재능기부 또는 디자인 재능기부의 정의를 함께 살펴보면 재능기부 활동에서 핵심적으로 고민해야 하는 재능의 개념과 범위가 명확하지 않으며 그에 따라 디자인 재능기부와 관련된 선행연구에서 또한 같은 수준의 개념에 그치고 있다[표 2]. 이와 같은 경향의 가장 큰 이유는 디자인과 관련된 분야가 매우 광범위하고 그에 따라 ‘디자인 능력’ 또는 ‘디자인 재능’을 평가하는 기준을 세우기도 어렵기 때문일 것이다. 따라서 디자인 재능을 평가 비교하기보다 디자이너의 경력에 따른 일반적인 역량수준을 구분하고 그에 맞는 디자인 재능기부 개념을 적용시키는 것이 필요하다고 할 수 있다.

2.3 디자인 재능기부의 양면

2.3.1 디자인 재능기부의 긍정적 관점

디자인 재능기부는 디자인 재능을 이용한 활동을 통해 사회에 기여하고 개인의 이익보다는 공공의 이익을 실현하는 행위로 그 역할이 진화했으며 사회 또는 공익을 위한 디자인과의 상관관계에 대해 지속적으로 논의 및 실천되고 있다[3]. 스웨덴의 ‘데이비드 리포트(David

Report)’가 가까운 미래의 디자인은 ‘책임 비즈니스’를 간과할 수 없다는 점을 강조했던 것과 같이 디자인의 사회적 책임에 대한 경향과 문제의식은 어느 때 보다 중요하게 다루어지고 있는 상황이다[16]. 이러한 경향에 힘입어 디자인 재능기부는 디자인이라는 전문화된 재능(기술과 지식)을 가진 디자이너들에게 사회공헌의 기회와 문화형성을 할 수 있다는 점에서 긍정적인 효과를 기대할 수 있다.

2.3.2 디자인 재능기부의 비판적 관점

한국디자인진흥원의 ‘2014 산업디자인 통계조사’에 따르면 전문 디자인업체가 선호하는 디자이너 스펙 중 ‘업무 관련 경력’이 88.8%로 압도적으로 높은 것을 확인할 수 있다[13]. 이러한 경향을 놓고 볼 때 선행연구의 사례에서 지적한 ‘디자인 재능기부 활동에서 나타날 수 있는 위험 요소’는 시사하는 바가 크다[9].

표 3. 디자인 재능기부 활동의 위험 요소

항목	내용
능력 포장 수단	디자인 재능기부 활동은 그 자체로 재능을 가진 전문인으로 인정될 수 있다.
구별짓기의 매개	기부라는 선행 뒤에는 암묵적인 강제기능이 있을 수 있다.
기부 아닌 기부	기부행위의 후속 작업등에서 수혜자와 상업적 거래에 대한 가능성을 기대할 수 있다.
노동착취의 수단	보상이 없는 디자인 행위가 디자인 노동의 가치를 저하시킬 수 있다.
평가 및 관리의 어려움	디자이너가 일관되게 관리될 수 있는 환경이 어렵기 때문에 결국 결과물에 대한 만족도를 보장할 수 없다.

에컨대 최근 심각한 취업난으로 각종 활동을 의무적으로 해야 하는 대학생들에게 디자인 재능기부는 실제 디자인 프로젝트를 경험하고 포트폴리오를 만들 수 있는 기회가 될 수 있지만 여기에는 선행이라는 이미지를 통해 재능기부를 암묵적으로 강요할 수 있다는 부작용이 나타날 수 있다. 재능기부는 사회적 선행으로 누구에게나 그 기회가 열려있다. 하지만 디자인 재능기부에 대한 개념정립이 되지 않은 상태에서 무분별하게 재능기부 활동이 이루어질 경우 디자인 재능기부를 통해 산출된 디자인 결과물에 대한 평가나 관리 문제 등이 나타날 수 있으며, 결과적으로 재능기부자인 디자이너와

디자인 결과물의 혜택을 받는 수혜자 모두에게 디자인 재능기부에 대한 부정적인 인식을 남길 수 밖에 없다.

은 예비 디자이너(대학생) 49명(43%), 전문 디자이너 65명(57%)으로 전문 디자이너의 비중이 14% 높았다.

3. 영향요인 조사

3.1 조사방법 및 내용

3.1.1 조사방법

본 연구는 2015년 12월 6일부터 2016년 1월 17일까지 6주간 온라인 설문과 지면 설문 방식으로 실시했다. 설문 조사는 국내 4년제 대학교 시각디자인 관련 전공 3, 4학년 재학생과 디자인 관련 업무경력 2년 이상인 전문 디자이너(시각디자인 관련 분야)를 대상으로 했다. 설문은 구글 설문조사 시스템을 활용해서 114명(대학생 49명, 전문 디자이너 65명)의 응답을 받아 조사 분석에 사용했다. 통계 분석을 위한 프로그램으로 SPSS 22를 활용해 디자이너의 사회적 위치에 따라 구분한 두 집단 간의 통계적 차이를 검증했다.

3.1.2 조사내용

‘디자이너의 사회적 위치에 따른 디자인 재능기부 참여의향과 영향 요인’을 도출하기 위해 설문조사 참여의향을 밝힌 응답자를 대상으로 디자인 재능기부 참여 영향요인을 알아보았다. 설문 결과 전체 응답자 중 64.9%인 74명이 디자인 재능기부 참여의향을 보였으며 이 중 전문 디자이너가 45명, 예비 디자이너가 29명으로 전문 디자이너는 응답자의 69.2% 예비 디자이너는 59.2%가 디자인 재능기부에 대해 참여의향을 나타냈다.

3.1.3 인구통계학적 특징

응답자들의 인구통계학적 특징을 살펴보면 [표 4]와 같다. 응답자의 성별 분포를 보면 남성이 36%이고, 여성이 64%로 여성응답자가 많았다. 응답자의 연령대는 20대가 60.5%, 30대가 26.3%, 40대가 11.4%, 50대가 1.8%로 20대가 가장 많았다. 응답자의 경력으로는 대학생이 43%, 2~3년 차 17.5% 4~5년 차 디자이너가 10.5%, 6~9년 차 디자이너가 12.3%, 10년 차 이상의 디자이너가 16.7%였고 본 연구에서 나눈 두 집단의 비중

표 4. 설문조사 인구통계학적 특징 (N=114)

구분		빈도 (N=114)	백분비 (%)	유효 백분비 (%)	누적 백분비 (%)
성별	남성	41	35.96	36	36
	여성	73	64.04	64	100
	20대	69	60.53	60.5	60.5
	30대	30	26.32	26.3	86.8
	40대	13	11.4	11.4	98.2
	50대	2	1.75	1.8	100
	합계		114	100	100
경력	대학생	49	42.98	43	43
	2~3년 차	20	17.54	17.5	60.5
	4~5년 차	12	10.53	10.5	71
	6~9년 차	14	12.28	12.3	83.3
	10년 차 이상	19	16.67	16.7	100

3.2 영향요인 조사 분석 및 검증

3.2.1 참여의향에 따른 영향요인 검증

앞의 문헌 조사에서 디자인 재능기부에 참여가 가능한 잠재적 재원으로 디자이너를 전문 디자이너와 예비 디자이너로 분류할 수 있었다. 따라서 사회적 지위에 따라 디자인 재능기부에 대한 참여의향과 영향요인이 다르게 나타날 것이라고 가정하고 이 가설을 검증하기 위해 디자인 재능기부 참여에 대한 이유를 묻는 4개의 질문항목에 대해 두 집단의 반응 차이를 알아보았다. 설문지를 통해 Likert 5점 척도로 조사한 후 요인 변수별 평균계산 값을 바탕으로 t-test를 실시했으며 평균적으로 1.0 값은 매우 낮은 수준이고, 2.0은 낮은 수준, 3.0은 보통, 4.0은 높은 수준, 5.0은 매우 높은 수준으로 설명할 수 있다.

표 5. 디자인 재능기부 참여 의향 비교

변인	전문 디자이너		예비 디자이너		t	p
	평균	표준편차	평균	표준편차		
(1) 포트폴리오 확보를 통해 진학, 취업, 승진 등 개인적 발전을 위해	2.60	1.156	4.00	.845	5.620	.000**

(2) 활동과정에서 얻게 되는 인적 네트워크 형성을 위해	3.51	.894	3.96	.778	2.241	.028*
(3) 전문지식, 재능, 경험을 사회에 나누기 위해	4.37	.683	3.65	.768	4.226	.000**
(4) 사회적 활동 참여를 통해 만족감을 얻기 위해	4.15	.737	3.75	.950	2.016	.048*

*p<0.05, **p<0.01

[표 5]는 디자인 재능기부 참여 의향에 대해 전문 디자이너와 예비 디자이너의 차이를 비교한 표이다. 설문항목 (1)을 살펴보면, 전문 디자이너의 평균은 2.60, 예비 디자이너의 평균은 4.00으로 나타났다. 검정 통계량을 살펴보면, t값이 5.620이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 차이라고 할 수 있다. 설문항목 (2)를 살펴보면, 전문 디자이너의 평균은 3.51, 예비 디자이너의 평균은 3.96으로 나타났다. 검정 통계량을 살펴보면, t값이 2.241이고 유의확률이 0.028이므로 통계적으로 유의한 차이라고 할 수 있다. 설문항목 (3)을 살펴보면, 전문 디자이너의 평균은 4.37, 예비 디자이너의 평균은 3.65로 나타났다. 검정 통계량을 살펴보면, t값이 4.226이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 차이라고 할 수 있다. 설문항목 (4)를 살펴보면, 전문 디자이너의 평균은 4.15, 예비 디자이너의 평균은 3.75로 나타났다. 검정 통계량을 살펴보면, t값이 2.016이고 유의확률이 0.048이므로 통계적으로 유의한 차이라고 할 수 있다.

결과적으로 두 집단 간 디자인 재능기부 참여에 대한 영향요인은 유의한 차이가 있음을 알 수 있었다. 또한 설문항목 (1), (2)는 응답자의 기대 욕구(개인적 이익)를 나타내며, 설문항목 (3), (4)는 응답자의 참여 욕구(사회적 이익)를 나타내고 있는데 디자인 재능기부 참여에 영향을 주는 요인 중 예비 디자이너가 전문 디자이너보다 기대 욕구(개인적 이익)가 더 큰 것으로 볼 수 있다. 반면 참여 욕구(사회적 이익)를 확인하기 위한 설문항목 (3), (4)의 경우 예비 디자이너보다 전문 디자이너가 상대적으로 높게 나타난 것을 확인할 수 있다. 다시 말해 예비 디자이너가 개인적 이익에 대한 기대 욕구가 컸지만 전문 디자이너의 경우 사회적 이익을 위한

참여 욕구가 더 큰 것을 확인할 수 있다.

3.2.2 영향요인과 기대 보상의 상관관계 검증

‘디자인 재능기부 참여에 따른 보상에 대한 기대의 유형을 도출하기 위해 재능기부 참여의향의 결과에서 기대 욕구가 상대적으로 높은(평균 3.0) 응답자들을 대상으로 재능기부의 보상 형태에 대해 묻고 두 집단을 비교하기 위해 보상형태의 전문 디자이너와 예비 디자이너의 비교를 위하여 요인 변수별 평균계산값을 바탕으로 t-test를 실시했다.

표 6. 디자인 재능기부 참여 후 기대 보상 비교

변인	전문 디자이너		예비 디자이너		t	p
	평균	표준 편차	평균	표준 편차		
(1) 디자인 재능기부 활동 중에 필요한 최소 경비(식비, 교통비, 샘플제작비 등)	4.51	.712	4.65	.572	.765	.447
(2) 통상 디자인 비용에 상응하는 제상의 혜택제공	4.09	.979	3.86	1.013	.820	.416
(3) 수혜자로 부터(또는 관련기관으로부터) 다른 상업적 의뢰에 대한 약속	3.54	1.063	3.21	.850	1.230	.224
(4) 디자인 결과물의 대외적 홍보	4.00	.866	3.78	.951	.888	.379

*p<0.05, **p<0.01

[표 6]은 재능기부 참여 후 보상에 대한 질문에 전문 디자이너와 예비 디자이너의 차이를 비교한 표이다. 설문항목 (1)을 살펴보면, 전문 디자이너의 평균은 4.5152, 예비 디자이너의 평균은 4.6522으로 나타났다. 검정 통계량을 살펴보면, t값이 0.765이고 유의확률이 0.447이므로 통계적으로 유의한 차이라고 할 수 없다. 설문항목 (2)를 살펴보면, 전문 디자이너의 평균은 4.0909, 예비 디자이너의 평균은 3.8696으로 나타났다. 검정 통계량을 살펴보면, t값이 0.820이고 유의확률이 0.416이므로 통계적으로 유의한 차이라고 할 수 없다. 설문항목 (3)을 살펴보면, 전문 디자이너의 평균은 3.5455, 예비 디자이너의 평균은 3.2174로 나타났다. 검정 통계량을 살펴보면, t값이 1.230이고 유의확률이 0.224이므로 통계적으로 유의한 차이라고 할 수 없다. 설문항목 (4)를

살펴보면, 전문 디자이너의 평균은 4.0000, 예비 디자이너의 평균은 3.7826으로 나타났다. 검정 통계량을 살펴보면, t값이 0.888이고 유의확률이 0.379이므로 통계적으로 유의한 차이라고 할 수 없다.

결과적으로 설문항목 (1), (2)는 즉각적인 보상에 대한 기대를 나타내며, 설문항목 (3), (4)는 미래 기대보상을 나타낸다. 디자인 재능기부 참여에 영향을 주는 요인 중 기대 욕구가 크다 하더라도 보상의 형태에 대해서는 유의미한 차이를 발견할 수 없었다. 다시 말해 디자인 재능기부에 대한 보상의 형태는 디자이너의 사회적 위치와 상관 없이 영향을 주는 요인이 될 수 없다는 것을 알 수 있다.

4. 결론 및 시사점

본 연구는 디자인 재능기부의 개념을 정리하기 위해 관련 연구를 비교하고 재능기부와 유사한 개념의 활동들을 함께 살펴봤다. 그 결과 디자인 재능기부에 대한 긍정적 관점과 부정적 관점은 모두 디자인 재능기부 활동 영역 안에 포함되는 모든 이해관계자들이 공감할 수 있는 공통의 정의를 내리지 못한 데에 있다는 점을 알 수 있었다. 왜냐하면 현재까지는 상황에 따라 디자인 활동에 대한 범위와 정의를 다르게 적용하고 있으며 또한 잠재적 재능기부자인 디자이너의 역량을 명확하게 구분할 기준을 가지고 있지 않기 때문이다.

본 연구에서는 조사 결과 분석을 통해 디자인 재능기부에 참여 가능한 잠재적 자원인 디자이너의 역량을 경력의 기간에 따라 구분짓고 이를 디자이너의 사회적 위치로 규정했으며, 연구에서 선정한 디자이너의 사회적 위치는 전문 디자이너와 예비 디자이너로 분류했다. 각각의 집단에 영향을 주는 요인으로는 ‘향후 어떠한 형태의 개인적 이익에 대한 기대를 나타내는 기대 욕구’와 ‘사회적 이익을 위하는 참여 욕구’로 나누었으며 이를 통해 디자인 재능기부의 참여 동기와 기대하는 보상이 디자이너의 사회적 위치 또는 역량에 따라 어떻게 다른지 확인해 볼 수 있었다.

결과적으로 디자인 지식과 기술을 어느 정도 습득한 상태지만 실제 업무상에 있지 않은 예비 디자이너와 실

제 업무에 종사하고 있는 전문 디자이너는 디자인 재능기부에 참여하는 욕구와 이유에 유의미한 차이가 있었으며 국내 디자인 산업에서 디자인 재능기부 활동을 활성화 하고 긍정적인 효과를 기대하기 위한 전략적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 디자이너의 역량 범위에 따라 재능기부 유형의 세분화가 필요하다. 예컨대 예비 디자이너들이 제공하는 재능기부 형태를 ‘디자인 기술기반 자원봉사(design skill based volunteering)’로, 전문 디자이너들이 제공하는 재능기부 형태를 ‘디자인 프로보노(design pro-bono)’로 구분할 수 있다. 디자인 활동은 단순히 미적 외관을 개선하는 일 뿐만 아니라 계획과 실행으로 이어지는 총체적인 일련의 과정을 통해 구체적 실현과제를 수행하는 프로젝트까지 그 범위가 매우 넓다. 따라서 디자인 활동의 역량 범위를 구분 짓게 되면 재능기부를 받는 수혜자들이 더욱 명확하게 필요한 범위의 도움을 받을 수 있게되어 재능기부 참여자들의 노력에 대한 효과를 높일 수 있다. 또한 이를 통해 전문 영역으로서 디자인 활동에 대한 사회적 인식을 높여 궁극적으로 디자인 활동에 대한 경제적 가치에 대한 인식을 확장하는 기회가 될 수 있다.

둘째, 디자인 재능기부에 대한 인식 변화를 위해 재능기부 활동에 대한 가치 측정 기준을 마련해야 한다. 본 연구의 설문조사에서 ‘디자인 재능기부를 통한 기대보상의 유형은 사회적 위치와 유의미한 상관관계가 없었다. 따라서 디자인 재능기부의 활성화를 위해서는 각각의 유형에 따라 디자인 산업에서 활용하는 비용 기준을 바탕으로 디자인 재능기부 활동에 대한 경제적 가치 기준을 명시할 수 있어야 한다.

본 연구는 재능기부의 개념을 분석하고 이를 디자인 활동영역에 적용시켜 디자이너의 역량에 따라 세분화된 디자인 재능기부의 개념을 구분해 제시했다. 또한 현재 디자이너들의 재능기부 참여의향과 영향요인 분석을 통해 국내 디자인 산업에서 디자인 재능기부 활동을 활성화할 수 있는 시사점을 발견했다. 본 연구 결과가 정부의 디자인 나눔 사업 운영을 확장하기 위한 정책적 개선 방안과 방향을 제시하는데 기초 자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

참 고 문 헌

- [1] 김수진, *재능기부를 통한 문화예술 창작 및 향유 활성화 방안연구*, 홍익대학교, 석사학위논문, 2012.
- [2] 김영하, *문화예술인의 재능기부 사례 및 활성화 방향*, 한국문화관광연구원, 2014.
- [3] 김현진, 이민창, *자원봉사 지속의지 영향 요인 분석*, 한국지방정부학회, 2012.
- [4] 박근혜, *디자인 재능기부로서의 현혈캠페인 디자인 개발 연구: 한마음혈액원 청계광장 전시 사례를 중심으로*, 국민대학교 테크노디자인전문대학원, 석사학위논문, 2012
- [5] 박소현, *문화예술분야 재능기부 활성화 방안 연구*, 한국문화관광연구원, 2011.
- [6] 박찬주, 박인혜, 이향은, “디자인 재능기부 유형 분석과 활성화 방안 연구,” *Journal of Integrated Design Research*, Vol.13, No.2, pp.63-76, 2014.
- [7] 박한출 외, *2014 산업디자인 통계조사*, 한국디자인진흥원, 2014.
- [8] 이은노, *재능기부 참여의향 영향요인 연구*, 서울대학교, 석사학위논문, 2014.
- [9] 송정애, 임원선, “지역사회 재능기부 시스템 구축 방안에 관한 연구,” *한국정책연구*, 제12권, 제4호, 2012.
- [10] 양유진, 오창섭, “디자인 재능기부의 문제점과 위험요소,” *Archives of Design Research*, Vol.29, No.3, pp.115-124, 2016.
- [11] 조휘일, *현대사회와 자원봉사*, 홍익재, 2002.
- [12] 천정임, 김인, “우리나라 사회적 기업의 현황과 디자인 재능기부 방향,” *디자인지식저널*, 제20호, pp.101-110, 2011.
- [13] 최영훈 외, *재능나눔 고도화 전략에 관한 연구 보고서*, 광운대학교 산학협력단, 2013.
- [14] 한국디자인진흥원, *2014 산업디자인 통계조사*, 2014.
- [15] <http://www.pointsoflight.org/our-work/research/sbv> (accessed on December 10, 2015)
- [16] <https://ko.wikipedia.org/wiki/재능기부> (accessed on January 14, 2016)
- [17] <http://davidreport.com/the-report/a-checklist-for-sustainability/> (accessed on March 3, 2016)

저 자 소 개

김 경 원(Kyung-Won Kim)

정회원



- 2006년 2월 : 홍익대학교 커뮤니케이션디자인과(학사)
- 2011년 2월 : 런던 킹스턴대학교 비즈니스 스쿨, MA in Creative Economy and Communication Design(석사)

▪ 2015년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 일반대학원 커뮤니케이션디자인 전공(박사과정)

<관심분야> : 커뮤니케이션 디자인 현상과 이론