

지역디자인 산업발전을 위한 캡스톤 디자인교육 사례연구 - '제주 탐라논아이디어전'을 중심으로

Study About the Capstone Design Education for the Growth of Local Design Industries - Based on the Exhibitional Project, 'Jeju Tamranun Idea'

김종민

홍익대학교 조형대학 디자인컨버전스학부

Jong-Min Kim(m1655.kim@hongik.ac.kr)

요약

본 논문은 홍익대학교 커뮤니케이션디자인 전공 내 '캡스톤 디자인' 수업에서 진행한 지역디자인 산업발전을 위한 산학협력 교육 수업의 과정과 결과를 기록한 연구로써, 도출된 결과물들과 참여자 대상 심층인터뷰를 통해 캡스톤 디자인교육의 본질과 교육목표를 다시 확인해 보고 지역디자인 산업 발전을 위한 현실적 발전방안을 모색하는데 목적이 있다. '제주 탐라논아이디어전' 프로젝트는 홍익대학교 커뮤니케이션디자인 전공 내 '캡스톤 디자인' 수업의 산출물로 제주 지방 소재 기업과 함께 2017년부터 2019년 사이 총 3회에 걸쳐 운영되었다. 이 과정에서 발견할 수 있었던 '캡스톤 디자인' 수업의 긍정적 효과는 첫째로 학기가 끝나면 폐기되던 과제물의 사회적 활용이 가능해 졌다, 둘째로 자율적 경쟁구도가 생성되어 작업물의 질적 수준이 전반적으로 향상되었으며, 셋째로 지역 산업을 고려하는 과정에서 학생들의 사회적 의식 성장 등이 있었다. 검토 및 보완해야 할 사항으로는 첫째 지역 간 거리를 극복하기 위한 언택트 시스템 도입, 둘째는 평가에 관련된 이슈로 절대평가 적용, 평등한 보상, 저작권 확립 등이 필요하다. 세 번째로 지역디자인 발전을 위한 지속적인 커리큘럼 개발 및 적용 등이 있었다.

■ 중심어 : | 캡스톤 디자인 | 지역디자인 | 브랜드 디자인 |

Abstract

This is a thesis about the whole process of cooperative study for the project, 'Jeju Tamranun idea' which produced by Capstone Design Class in communication design Dept, Hongik University. The purpose of this thesis is to know the primary educational goal and essence of capstone design class and to find the enhancement plan for the local design industry. The exhibitional project, 'Jeju Tamranun idea' was operated three times by hongik university with the company based on Jeju from 2017 to 2019. After the research, There are three positive effects of this project which are the new social function of the discarded assignments, the improvement of educational standard through the autonomous competition, and the growth of students' social consciousness in the process of considering local industries. And there are several points to be reviewed for a better capstone design class with local design industries. It is necessary to utilize the untact system for solving distance issues. And also, absolute evaluations, giving equal reward, and copyright protection are needed. Lastly, the continuous development of the curriculum to improve local design industries is needed.

■ keyword : | Capstone Design | Local Design Industry | Brand Design |

I. 서론

1. 연구의 필요성

고등교육의 꽃인 대학 강의는 학생들의 지식 축적과 자기개발을 넘어서 취업, 창업 등 사회 진출 시 적절히 잘 활용되어야 함에도 불구하고, 현실을 제대로 반영하지 못한 탁상공론의 경우가 많다. 학계에서는 오랜 시간동안 실무교육에 대해 고민하고 다각도의 실험을 진행해 보고 있지만, 사회는 끊임없이 변화를 추구하기에 학교와 기업이 발맞추어 가기는 쉽지 않으며, 학교와 기업이 산학협력을 진행한다 하더라도 이는 특정분야에 관심이 큰 일부 학생에게만 유용할 뿐, 학생의 졸업 후 진로의 폭을 제한시키는 결과를 초래하기에 일반적인 방법이 되기는 어렵다. 상황이 이러하다 보니, 신입사원은 당연히 재교육을 시켜야한다는 기업 측의 마인드도 오랜 시간 관계처럼 쌓여가고 있는 실정이다. 디자인 분야의 경우, 실무 능력 못지않게 상상력, 창의력이 중요하기에 두 마리의 토끼를 모두 염두 해 둔 교육과정들이 급하다.

2. 연구의 목적

본 연구는 디자인 전공 학생들을 위한 실기수업을 보다 가치 있게 완성하기 위해 홍익대학교 커뮤니케이션 디자인전공 내 캡스톤 디자인 수업에서 2017년부터 2019년까지 3년 간 지역산업 이슈를 중점으로 실험한 산학협력수업 프로세스를 기록하고 분석한 논문으로, 수도권 외 지역 소재 기업 측의 요구에 대응한 학생들의 경험을 공유하고 그 과정에서 발생한 이슈들을 정리하여 향후 현실적 발전 방안을 토대로 대학과 기업 간 연계 학습과정을 효과적으로 운영할 수 있도록 하는데 그 목적이 있다.

II. 이론적 고찰

1. 캡스톤 디자인 교육

1.1. 캡스톤 디자인 교육의 정의

캡스톤은 돌기둥이나 담 위 등 건축물의 정점에 놓인 장식, 최고의 업적, 성취 등을 뜻한다[1]. 즉, 어떤 작업

의 최종 마무리 단계로 화룡정점의 의미를 내포한다. 따라서 캡스톤 디자인 수업은 고등 디자인 교육의 마지막 단계로 산업체나 지역사회에서 요구하는 과제를 수업에서 다루며 함께 고민하고 해결해 나가는 교과과정 이기에 산학협력에 부리를 두고 있으며, 향후 실무나 산업계에 얼마나 즉시적으로 활용할 수 있는지, 그리고 그 성과를 어떻게 가시화 할 것인지에 대한 고민이 수반되어야 한다.

1.2. 캡스톤 디자인 교육의 목표

캡스톤 디자인 교육의 목표는 교육기관에 따라 조금씩 다르지만, 첫 번째 산업체 자체의 이슈 혹은 산업체가 소속된 지역 산업의 문제, 혹은 시대적, 관습적, 환경 문제 등 다양한 이슈를 고민하는 사회적 인재양성을 들 수 있으며, 두 번째 융복합 디자인 교육, 세 번째 산업체 진출이 원활한 실무형 인재양성을 들 수 있다. 한편, 운명찬은 디자인분야에서의 캡스톤 디자인의 세부목표를 실무중심형 교육프로그램 운영으로 창의성 향상 및 양산 가능한 제품을 디자인하는 기능적, 구조적 능력향상, 구조 및 기술의 이해를 통한 현장 적응력 향상, 그리고 교육진행 결과물의 지식재산권 창출을 통한 학생 역량 강화, 취업경쟁력 강화, 팀워크를 통한 창업 활성화 등을 논한 바 있다[2]. 한편, 타국에서는 캡스톤 디자인을 디자인학부 내에서가 아닌 타전공과의 협업에서 주로 교육 되어지고 있으며, 이학과 공학 분야의 캡스톤 디자인 교육의 목적은 팀 기반 학습으로 학생들의 의사소통, 대인관계, 팀워크, 분석력, 디자인 및 프로세스 관리능력을 개발하는 것이라 설명하고 있다[3].

표 1. 캡스톤디자인의 교육목표

교육 목표	구체적 내용
사회적 인재양성	산업체 이슈 / 지역산업 이슈 / 시대적 이슈 / 관습적 이슈 / 환경적 이슈에 대한 이해
실무형 인재양성	산업체 내부 인재양성 / 산업체 외부 인재양성
융복합 인재양성	디자인분야 내 융복합 / 타 전공과의 융복합

1.3. 캡스톤 디자인 교육의 조건

산학협력의 추진 유형은 기업이 지원하고 학교가 과업을 수행하는 프로그램, 정부가 지원하고 대학이 과업을 수행하는 프로그램, 정부가 지원하고 대학과 기업이 과업을 수행하는 프로그램, 기업과 정부가 공동지원하

고 대학이 과업을 수행하는 프로그램 등 크게 4가지로 나눌 수 있다[4]. 모든 지원이 정부 또는 기업 측으로부터 이루어지기에 결과물을 통한 수혜 또한 정부 혹은 기업이 받는 구조이며, 지원을 고려하는 기업이나 정부 대비 대학의 수가 많기에 캡스톤 수업의 기회는 쉽게 만들어지지 않는다.

캡스톤 디자인 교육과정이 원활히 완성되려면 전 과정을 함께 고민하게 될 산업체와의 필요 충분 요건이 상호 성립되어야 하는데, 안타깝게도 학교 교육에 경제활동의 일정을 맞춰줄 만큼 여유가 있는 산업체는 흔치 않다. 보통의 디자인 관련 업체들은 클라이언트가 제시하는 '마감기한'이 있는데 이 일정이 대학학기의 일정과 맞추기 어려우며, 운 좋게 일정이 맞는다 하더라도 최고의 디자인 성과를 달성하기 위해 집중해야 하는 시점에 아마추어 수준의 학생들과 협력하는 것, 혹은 학생들을 이끌어 가기 위해 체력을 분산시키는 것 자체가 산업체 입장에서는 리스크가 크기 때문이다. 과제의 질적 양적 수준도 중요하지만 가장 우선되어야 하는 것은 학생과 산업체가 함께 상생하는 과정이어야 진정한 효과를 얻을 수 있다.

2. 지역 디자인 산업

2.1. 지역 디자인 산업의 정의

송지성, 최성호는 '디자인산업'은 디자인의 지식과 기술, 방법 등을 다양한 형태의 산업영역에 적용함으로써 경제적 가치 창출을 1차적 목적으로 하는 활동이라고 정의한 바 있다. 한편 국내 디자인산업의 문제점을 디자인 전문회사의 영세성, 인력공급과 수요의 심한 불균형, 대기업에 편중된 디자인 투자구조, 디자인 정책의 비효율성 등이라며, 대한민국의 디자인 산업의 불균형 현실을 논하였다[5]. 이러한 불균형은 지역적 요소로 확장 해설할 수 있다. 다양한 형태의 산업영역이 서울.경기 수도권에 집중되어 있는 만큼 디자인업체의 생태계도 수도권 중심으로 이루어진 실정이다. 2019 산업디자인 통계 보고서에 의하면 전문디자인업체 실태조사 응답자가 총 610사레 중 절반이 넘는 375사레가 서울에 집중되어 있었다. 또한, 디자인 활용 업체 실태조사에서는 전체 1,045사레 중 서울이 349사레, 경기도가 258사레로 절반 넘는 디자인 활용사레가 서울.경기 수

도권에 집중되어 있음을 확인할 수 있었다[6]. 이와 같이 확인한 수도권 집중현상을 감안하여, 국내의 경우 광주 디자인센터, 부산 디자인센터, 대구 경북 디자인센터를 포함하여 인천, 대전, 충청, 전라, 울산 등 서울과 경기 지역을 제외한 지역의 디자인 경제 활동을 총칭하여 '지역 디자인 산업'이라 정의하고자 한다.

2.2 지역 활성화를 위한 디자인

2010년부터 정부에서는 지역 디자인산업 경쟁력 강화를 위해 지역디자인센터를 구축하고 지역 산업발전의 토대를 마련해왔다. 일례로 광주디자인센터의 경우 '지역특성화형 디자인비즈니스 Complex센터 구현'을 목표로 하고 있으며, 부산디자인센터는 '지역특화산업 지원육성과 디자인거점센터'를 통한 '진흥'이라는 목표 하에 경쟁력을 강화해왔다. 대구경북디자인센터 역시 '지역중소기업의 경쟁력강화'에 가장 중점을 두고 지원 사업을 추진하고 있다[7]. 이렇게 강화시켜야 할 지역특성화형 비즈니스, 지역중소기업은 그 지역 소재의 중소기업 혹은 그 지역이 가진 고유의 관광산업과 환경이슈로 세분화 된다. 따라서 본 논문에서는 지역 활성화를 위한 디자인을 '지역 브랜드 디자인'과 '지역 환경 디자인'으로 구분하여 논하고자 한다.

2.2.1 지역 브랜드 디자인

염명배는 지역 브랜드의 중요성이 대두된 것은 세계화, 지방화, 분권화, 정보화라는 흐름과 지역정체성의 부각에 기인한다고 언급한 바 있다[8]. 이중 세계화와 정보화는 지역을 노출시키는 과정이기에 디자인과 더 밀접한 관계를 갖는다. 성경룡 또한 지역가치를 구성하는 요소를 특성화, 콘텐츠, 그리고 도시/농촌 연계, 지역/세계 연계라고 주장한 바 있다. 지역이 가진 발전가능성이 큰 DNA를 발굴하고, 그것을 상품화 한 후 새로운 부가가치를 창출하는 것이야말로 정체되고 고립된 지역 브랜드 발전을 위한 교과서적 방법이다. 지역의 산업이 발전하기 위해서는 그 지역 고유의 DNA가 녹아있는 콘텐츠가 개발되어야 하며, 이를 어떻게 포장하여 시장에 유통시킬 것인가가 중요하다. 콘텐츠가 원활하게 활성화되기 위해서는 개발과 유통, 포장, 광고 홍보 전반에 걸친 콘텐츠 고유의 성격을 잘 반영해주는

디자인 분야의 협력이 반드시 수반되어야 한다. 지역 가치를 구성하는 또 하나의 중요한 요소는 지역을 대표하는 기업의 의식이다. 수익창출이라는 본연의 목표를 넘어서 지역이 가진 문제에 대해 의식을 갖고, 지역사회에 대해 가진 애착의 정도를 사회적으로 실천하는 것이야말로 지역 브랜딩 성장을 위한 중요한 조건이다.

2.2.2 지역 환경디자인

대부분의 지역은 그 나름대로의 환경적 이슈를 갖고 있다. 수도권 지역은 오염된 환경에 대한 대응 디자인을 고민하고, 개발도상지역이나 청정지역의 경우, 오염된 환경에 대한 예방 및 보호에 대한 고민을 디자인한다. 지역의 환경적 이슈는 적당한 개발의 시간이 흐른 후 환경 파괴의 조짐이 드러나면서 그 중요성을 논하기도 하지만, 최근에는 주변 사례들을 학습하여 파괴가 오기 전에 미리 지키고 상품화 시키자는 의지도 적지 않다. 지역 공간을 직접 개선하는 환경디자인이나 환경 개선의 기능이나 메시지를 가진 제품디자인, 사람의 행동을 유도하는 넷지 디자인, 그리고 진중한 메시지를 담은 공익성 광고 캠페인 디자인 등으로 연결될 수 있다.

III. 지역 디자인 산업과 캡스톤 디자인 교육

앞서 언급했듯, 대학의 캡스톤 디자인 교육을 통해 상생이 가능한 조직은 사회적 환원을 위한 연간예산을 확보할 수 있는 단체 외에 아이디어나 디자인 결과물을 공급할 예산이 부족한 관공서 혹은 소기업이 유리하다. 특히 선 제안을 받아들일 시간적 여유가 있거나, 타임 테이블이 절대적으로 여유 있는 프로젝트를 가진 기관, 기업의 경우가 유리하다. 그러나, 디자인 협업을 고려하는 기관이나 기업 수에 비해 대학의 학과 수는 상대적으로 많기에 모든 대학이 캡스톤 디자인 수업을 진행하기 어려우며, 지방소재 대학들은 지리적으로 참여의 기회를 만들기 더욱 어렵기 때문에 오히려 수업을 위해(수도권을 제외한) 같은 지역이 아닌 타 지역이라도 기업이나 기관을 발굴해야하는 현실이다. 한편, 상대적으로 소외될 수 있는 지방 소재의 기업, 재능기부, 참여와

상생의 철학을 가진 관공서, 지자체, 봉사단체들은 수도권 기업이나 기관에 비해 조력업체로 큰 가능성을 가진다. 지역은 수도권에 비해 해결해야 할 과제가 많으며, 그 내용 또한 지역상생, 문화, 환경보호, 특성화, 특산물 등 교육과정에 의미 있는 이슈들이기에 지역 디자인 산업과 캡스톤 디자인 교육은 서로 상생할 수 있는 조건이 용이하다. 설령, 물적 지원이 부족하거나 아예 없다 하더라도, 애당초 캡스톤 교육의 목적은 '지원'이 아닌 의사소통, 대인관계, 팀워크, 분석력, 디자인 및 프로세스 관리능력을 위한 '경험'이며 교육기회를 만들고 지속 가능한 관계를 개발하는 것이 더욱 중요하다.

1. 지역디자인산업발전을 위한 캡스톤디자인 교육 사례연구

1.1 제주 탐라는아이디어전

'제주 탐라는아이디어전'은 (주)jsnF(제주 테디베어뮤지엄)와의 공동기획으로 진행된 캡스톤 디자인 교육으로 2017년부터 2019년까지 총 3년에 걸쳐 진행되었으며, 3년이라는 기간 동안 제주를 대표하는 중소기업과 함께 지역 특성화, 지역발전, 환경문제 등에 관련된 다양하고 참신한 아이디어를 제주를 찾는 모든 사람들에게 제안하는 과정을 통해, 특정지역을 대표하는 기업으로써 사회적 책임을 실천함은 물론, 학생들의 노력과 성과를 수업 안에서 끝내지 않고 더욱 가치 있게 활용하자는데 그 의의가 있다. 학교가 소재한 세종시 지역의 기업이 아닌 타 지역의 기업과 연계해야하는 아쉬움이 있었으나, 세종시 소재 기업 중에는 학생들의 특기를 발휘하도록 배려해줄 수 있는 여유가 있는 기업체가 없었기에 타 지역으로 시선을 돌릴 수 밖에 없었다. 특히 전시가 캡스톤 산학의 중심이며 기획부터 시공까지 전 과정에 있어 학생들이 주체가 되어 준비하는 이 수업은 졸업 후 실무에서 유용하게 적용될 현장감 있는 디자인 프로세스 교육이 가능하다. 이 수업의 특징은 전체 강의 없이 학생들이 진행하는 과제를 중심으로 매주 정해진 시간에 1:1 심층면접 방식으로 수업을 진행하였다. 이는 실무에서 클라이언트와 미팅 시간을 준수해서 협의를 지켜나가는 훈련에 기인하였다. 수업 중에 특별히 필요한 정보나 자료는 상황에 맞게 검색을 통하여 제공하였다.

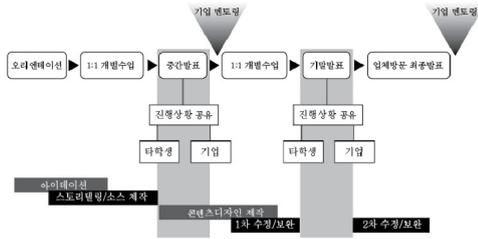


그림 1. 캡스톤 디자인(탐라는아이디어전) 교육 프로세스

멘토링과 학생 발표 심사에 참여하게 될 기업 측의 고충을 고려, 수강학생들을 총 9팀으로 조정하였으며, 각 팀 작업의 독창성을 높이기 위해 겹치는 주제를 가급적 피하도록 유도하였다. 9팀은 팀별로 프로젝트를 운영하며, 학기중간, 기말, 총 2회 발표 시간에는 다른 조 학생들의 공청을 통해 프로세스를 공유, 학습하도록 하였다.



그림 2. 제주 탐라는아이디어전 기업방문/최종발표 이미지

1.1.1 제1회 제주 탐라는아이디어전

제1회 제주 탐라는 아이디어전 (주제 : 사계리메시지)는 2017년도 2학기에 준비 진행되어서 2018년 1월부터 1년간 제주 테디베어 뮤지엄 특별관에 전시되었다. 제주를 대표하는 기업이 사회적 책임을 하는 관점에서 진행된 이 수업은 홍익대학교 커뮤니케이션디자인전공 16명과 E-마케팅전공 1명, 광고홍보학부1명, 프로덕트디자인전공1명 등, 총 19명이 수업에 참여하였으며 학기 중에 준비된 9개의 사전 공동작업과 9개의 현장 공동작업으로 나누어 진행되었다. 현장 공동작업은 학생들이 제주를 직접 방문하여 제주 사계리 해변의 환경오염 상태를 체험하고, 환경보호 활동을 통해 수집된 해양쓰레기를 재료 삼아, 현장에서 즉흥적 설치미술 퍼포먼스로 진행되었다.

여러 참여 학생들이 수업 후기에서 '지역의 환경문제를 현장에서 피부로 체험하고 나니 틀에 박힌 과제물에

서 벗어날 수 있었던 것 같다', '환경보호는 어릴 적부터 미술시간의 테마였지만 이토록 진지하게 고민하고 작업에 임한 적은 한 번도 없었다'며 수업에서의 보람을 표현하였다. 이를 통해 현장교육에 있어 과제의 목적을 이해시켜 주는 것이 얼마나 중요한지 확인할 수 있었다.



그림 3. 제1회 제주 탐라는아이디어전 이미지

1.1.2 제2회 제주 탐라는아이디어전

제2회 제주 탐라는 아이디어전(주제 : 오겹살메시지)는 2018년 2학기에 준비 진행되어서 2019년 1월부터 1년간 제주 테디베어 뮤지엄 특별관에 전시 되었다. 홍익대학교 커뮤니케이션디자인전공 15명, 광고홍보학부 1명, 프로덕트디자인전공1명 디지털미디어디자인 전공 3명 등, 총 20명의 학생이 9조로 나누어져서 9개의 지역 특성화 브랜드 공동작업을 1학기동안 진행하였고, 이와 별개로 제주도의 돈분 처리과정의 심각성을 주제로 환경 공동작업을 진행하였다. 강의평가에서 익명의 한 학생은 '전시 프로젝트를 진행으로 목표가 확고하여 완성도 있는 작업물이 나올 수 있었다'라고 수업 소감을 말하였다.



그림 4. 제2회 탐라는아이디어전 이미지

1.1.3 제3회 제주 탐라아이디어전

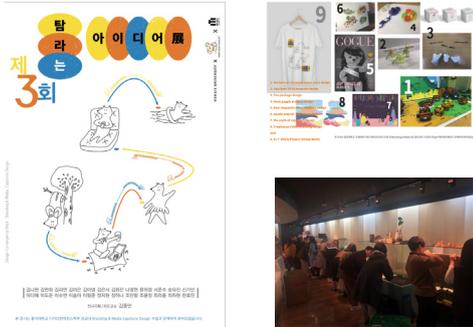


그림 5. 제3회 제주 탐라아이디어전 이미지

제3회 제주 탐라아이디어전 (주제 : 티셔츠메시지)는 2019년 2학기에 진행하여 2020년 1월부터 제주 테이베어 뮤지엄 특별관에 1년간 전시되었다. 홍익대학교 커뮤니케이션디자인 전공 22명과 디지털미디어디자인 전공 1명, 프로덕트디자인전공1명 등, 총 24명의 학생들이 참여하였으며 9개의 공동작업과 24개의 지역을 생각하는 젊은 아이디어를 담은 개인작업이 전시되었다. 익명의 한 학생들은 종강 후 강의평가에서 '학생이 진행하기 어려운 기업과의 전시를 진행할 수 있다는 점이 좋았다', '전시를 진행할 때 어떤 프로세스와 어떤 것들이 필요한지 현실적으로 알 수 있어서 좋았다.'라고 후기를 남겼으며, 이를 통해 학교 외에서만 경험할 수 있는 지극히 평범한 실무의 과정들이 학생들에게 큰 도움이 됨을 알 수 있었다.

2. 지역디자인산업발전을 위한 캡스톤디자인 교육결과

2.1 결과 분석

3년간 지역디자인 캡스톤 실무교육에 참여한 63명, 26개조의 작업의 내용을 분석한 결과, 분야별로는 브랜드디자인10팀, 제품디자인4팀, 설치미술3팀, UX디자인3팀, 인터랙티브 디자인 1팀, 인포그래픽 디자인 2팀, 영상디자인2팀, 패키지 디자인과 광고 디자인이 각각 1팀으로 지역을 논함에 있어 브랜드 디자인 분야에 가장 많은 시도가 있었으며 직접적인 노출을 시도하는 광고디자인에 대한 관심은 가장 적었다.

표 2. 2017-2019 캡스톤디자인교육 참여학생 팀별작업내용

제1회 제주탐라아이디어전			
2017-2	작품제목	작품내용	분야
1조	담이	제주특산물 패키지디자인(특산물)	패키지디자인
2조	제주패턴	제주 컨셉 패턴 타일(특산물)	브랜드디자인
3조	제주깔깔새우	제주바다생물 스티커(환경보호)	브랜드디자인
4조	조곤조곤	소리로 만드는 제주동화(역사)	영상디자인
5조	자박자박	제주 여행경로 가이드맵(여행)	UX디자인
6조	곱닥현	제주해녀 소개 광고창체(문화)	광고디자인
7조	숨비프로젝트	해녀 보호용 해양제품(문화)	제품디자인
8조	Varel	해녀 수중활동 보조창체(문화)	UX디자인
9조	Color Toy	제주 전애어 기내 시용품(특산물)	브랜드디자인
제2회 제주탐라아이디어전			
2018-2	작품제목	작품내용	분야
1조	황금비율	제주+곰 커피브랜드 (컨셉)	브랜드디자인
2조	곰보석	화강암Form 비누 관광상품(특산물)	제품디자인
3조	곰자리	카드형식의 제주관광상품 (여행)	브랜드디자인
4조	키네티아트	제주설화 기반 설치미술 (컨셉)	설치미술
5조	위웅	제주역사 카드게임 (역사)	브랜드디자인
6조	멜팅프로젝트	온난화 다규영상제작(환경보호)	영상디자인
7조	바이베어	인식 인포그래픽 디자인(컨셉)	인포그래픽
8조	99	AR기반 제주방안소개(역사)	UX디자인
9조	매핑베어	Project Mapping(컨셉)	설치미술
제3회 제주탐라아이디어전			
2019-2	작품제목	작품내용	분야
1조	네모네모제주	제주설화 기반 종이접기(컨셉)	브랜드디자인
2조	요가베어	제주 관련 신사업 개발(문화)	브랜드디자인
3조	EMOSK	제주 컨셉 안경디자인(컨셉)	제품디자인
4조	곰아워	제주 차 브랜드(특산물)	브랜드디자인
5조	옹자에서점	제주 소개 매거진(여행)	브랜드디자인
6조	웨어베어	제주소개 지도 일러스트(여행)	인포그래픽
7조	베어물다	제주소개 비누 관광상품(특산물)	제품디자인
8조	재미고미	제주설화소개 설치예술(컨셉)	설치미술

작품 주제 면에서는 제주지역에서 추출한 컨셉을 소재로 새로운 시도를 한 작업이 7팀, 특산물 소개 관련 작업이 6팀, 문화와 여행 관련 작업이 각각4팀, 역사 관련 작업이 3팀, 그리고 환경보호 작업이 2팀이었다. 디자인 관련 학과이기 때문에 지역의 스토리 속에서 컨셉만을 추출한 후 자유로운 작업을 진행하여 지역을 전혀 새롭게 해석하려는 습성이 컸으며, 기대했던 것과는 달리 환경보호에 대한 관심은 가장 적었다.

표 3. 2017-2019 캡스톤디자인교육 분야별/주제별 관심순위

순위	분야별	팀수	순위	주제별	팀수
1	브랜드디자인	10	1	컨셉	7
2	제품디자인	4	2	특산물	6
3	설치미술	3	3	문화	4
3	UX디자인	3	3	여행	4
4	인포그래픽 디자인	2	4	역사	3
4	영상디자인	2	5	환경보호	2
5	패키지디자인	1			
5	광고디자인	1			

3. 지역디자인산업발전을 위한 캡스톤 디자인 교육 성과

3.1 성과

2017년 2학기부터 2019년 2학기까지, 3년간 3학기에 걸쳐 하나의 지역에 집중하여 진행한 캡스톤 디자인 교육에 참여하였던 학생들 63명과 기업 측 멘토 2명, 총 65명을 대상으로 한 심층 인터뷰를 통해 이 교육과정의 성과와 보완점을 되짚어 보았다.

3.1.1 과제의 사회적 활용

학생의 과제물은 수업 종료 후 평가와 동시에 집이나 강의실 혹은 컴퓨터 안에서 데이터 상태로 방치되는 경우가 대부분이다. 추후 포트폴리오의 한 페이지로 활용한다 하더라도 그 이상의 역할을 하기는 힘들다. 캡스톤 디자인 수업에 참여하지 않은 홍익대학교 3학년 학생 50명을 대상으로 인터뷰 한 결과, 직전학기의 과제물을 수업 종료 후 어떻게 활용하나 라는 질문에 '공모전으로 준비 중이다'라는 답이 16%에 그쳤으며, '그냥 방치되어있다' 라고 답한 학생이 84%로 대부분 그 역할이 중단된 상태였다.

본 연구에서 진행한 '탐라아이디어전'의 경우, 참여한 학생작품 중 실제로 양산 가능 여부가 있는 작업물의 경우, 종합평가 미팅 시 추가 멘토링이 있었으며, 수업에서 생산된 모든 과제물이 각각 1년간 공신력 있는 전시관에 누구나 관람할 수 있도록 전시되어졌다. 과제물의 상업화, 과제가 끝난 후 실무에서나 경험할 수 있는 후반 작업과정교육, 과제물의 외부 전시 등 과제의 사회적 활용은 잠들기 직전의 과제물의 생명연장을 가능하게 해주어 학생들은 물론 학교와 기업에도 모두 유용하게 작용될 수 있으며, 학생들의 포트폴리오의 가치 성장에도 도움이 된다.

3.1.2 수업 결과물의 질적 향상

캡스톤 디자인 수업들을 진행하면서 얻은 가장 큰 성과는 수업 결과물의 질적 성장이다. 학생들 스스로에게 과제 이상의 동기부여가 발생하여 선의의 경쟁을 하고 이 과정에서 한층 더 높은 수준의 발상들이 도출되었으며, 브랜드에 대한 책임의식과 대외적으로 노출된다는 긴장감의 영향으로 평균적으로 완성도 높은 결과물들

이 도출되었다. 전반적으로 높아진 수준은 능력개발에는 큰 도움이 되지만, 채점 시 어려움을 야기한다. 수업의 규정이 상대평가라면 사전에 반드시 채점에 대한 기준을 공시하고 원칙을 제시하는 것이 매우 중요하다. 참여 학생 중 한 팀은 '학기 내내 자발적인 자세로 과제를 발전시켜왔고 작업 수준도 모두 비슷할 정도로 우수했는데 성적은 차등이 주어질 수 밖에 없는 어려운 수업이다.'라며 수업의 자율성에 대해서는 긍정적이면서도 성적은 부족한 상대평가에 대한 불만을 토로하였다.

3.1.3 학생들의 사회적 문제 인식 성장

캡스톤 디자인 수업에서 다루는 과제들은 대부분 기업에서 직접적인 매출에 영향을 미칠 아이템이라기 보단 기업의 사회적 책임을 하는 이슈들이 지배적이었다. 그 중 가장 큰 환경 이슈는 학생들로 하여금 그 원인에 대해 스스로 학습하는 과정을 경험하게 하여 수업이 끝난 후에도 단순한 과제가 아닌 환경문제 해결을 위한 노력의 시간으로 기억되게 된다.

'제2회 제주탐라아이디어전'의 주제는 주최 측인 기업에서 제주도의 '돈본'에 의한 환경오염실태를 주제로 제안하여서 한 학기동안 제주의 지하수 오염도에 대해서 자연스레 깊은 관심을 갖게 되었으며, 참여했던 이강산 외 2명은 수업 종료 후 강의평가에서 '단순히 작업만 하는 게 아니라, 수업을 통해 아름다운 제주도의 몰랐던 이면에 대해 알게 되는 의미 있는 시간이었다.'라며, 심각한 환경문제에 대해 깊은 관심을 갖게 되었다고 답한 바 있다. 그러나, 환경 문제에 대해 많은 생각을 하게 되었다는 대부분 참여 학생들의 의견에 비해 실제 환경을 주제로 작업을 진행한 팀의 수는 가장 낮은 편에 속해서 학생들의 인식의 성장과 결과물의 양적 성장과는 상관없다고 판단된다.

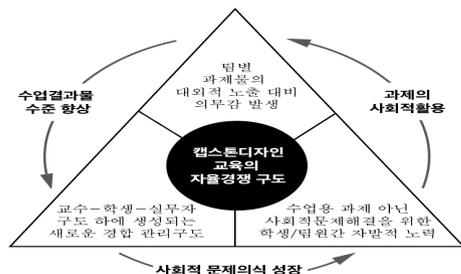


그림 6. 캡스톤 디자인 교육의 자율경쟁 구도

3.2 보완점

3.2.1 재정적 이슈

캡스톤 디자인 수업을 진행하기 위해서는 학생과 교수, 그리고 학생과 기업 간 협의가 반드시 선행되어야 한다. 이 과정에서 고민되어야 하는 것은 수업 운영을 위해 필요한 지원금이며 이러한 재정적 지원을 누가 해결해주느냐에 따라서 수업의 방향이 많이 달라진다. 통상 지원이 '있는 경우'와 '없는 경우'로 나뉘질 수 있다. 지원금이 있다면 그것이 학교 측의 지원인지 정부기관 혹은 기업 측의 지원인지에 따라 작업의 방향성이 영향을 받게 되며, 지원금의 활용계획을 사전에 학생과 정확히 협의한 후 수업을 진행해야 한다. 협업할 기업은 있으나 학교나 기업 어느 쪽에서도 지원금이 없는 경우, 학생 작업 동기부여의 결여로 다소 작품수준이 떨어질 수 있기에, 수업의 질적 수준 관리를 위해 학교와 교수는 면밀히 관리하며 동기부여를 해줘야 한다. 2018년 2학기에 참여한 한 학생은 일반 과제와는 달리 작업이 외부로 노출되기 때문에 더 나은 수준을 이끌어 내고 싶어도 지원 상황에 따라 아이디어가 제한적일 수밖에 없다며 실무 대비 성숙하지 못한 본인의 과제물이 외부로 노출되는 것이 마냥 좋지만은 않다는 문제점을 토로하였다.

3.2.2 저작권 이슈

지원과 보상은 다르다. 작업이 진행되고 최종적으로 기업과의 협의가 이루어질 시기가 오면, 학생작업의 결과물의 활용 범위에 대한 이슈가 도마 위에 오르게 된다. 캡스톤 디자인 수업의 경우 지원프로그램을 통해 예산이 잡힐 경우, 학교나 기업을 통해 학생에게 어느 정도의 지원금이 제공될 수도 있으나, 그렇지 않은 경우가 대부분이다. 이상적인 캡스톤 디자인 수업의 완성은 그 수업 결과물의 활용이 상업적으로 이루어지는 것이며, 그러기 위해서는 크리에이티브의 주체인 학생들에게 어느 정도의 합리적 보상이 이루어져야만 한다. 물론, 경우에 따라서는 학생의 작품이 실제로 상용화된다는 것만으로도 추후에 훌륭한 포트폴리오가 될 수 있으니 스스로 만족하는 수업결과가 될 수 있고, 수익을 창출하기 위해 과제를 진행하는 것도 교육적으로 올바르지 않기에 보상의 정확한 기준을 크리에이티브의 주체

인 학생과 사전에 반드시 이해하고 수업을 진행해야 한다. 그 보상의 기준이 될 수 있는 것이 바로 저작권이다. 저작권의 문제를 논할 때는 개발을 하는 학생 측의 입장도 있지만 시간과 기회비용, 물적 비용을 투자하는 기업 측의 입장도 고려해야 한다. 기업의 입장에서 저작권 이슈를 조망해볼 때 기업은 그들의 브랜드이미지를 활용하여 학생들에게 작업의 기회를 주는 것이고, 그들의 시간을 할애하여 수업을 연계하는 것만으로도 시간과 비용과 노력을 투자하는 것이기에 유형 혹은 무형의 후원이 들어가는 것으로 계산하고 저작권에 대한 권리를 당연히 행사하고 싶어 한다. 본 프로젝트에 참여한 기업 멘토와의 심층면접에서 '학생들의 작업을 시장에서 사용하기 위해서는 추가적 보완이 필요한 경우가 대부분이기 때문에 어느 쪽의 노력 비중이 더 큰지는 결정하기 어렵다'라며, 저작권 이슈의 기준을 잡는 것이 모호함을 확인할 수 있었다. 따라서, 학교와 기업은 사전에 학생들에게 보상의 형태를 정확히 조율하고 수업을 진행해야 한다.

표 4. 캡스톤디자인 교육 저작권 관련 이슈 해결방안 제안

대상	내용
학교	결과물에 00대학교의 캡스톤 디자인 후원사업으로 진행되었습니다. 라는 출처 표기
학생	크레딧 표기 / 포트폴리오 사용 권한 / 단체 보상
기업	상품에 출처와 디자이너 크레딧을 표기 후 상업적 용도로 활용

한편, 수업 결과물을 통해 보상이 생길 수 있다면 그것은 학생 모두에게 공평해야 단체보상으로 진행되어야 한다. 수업에서는 점수가 차등적으로 나갈 수밖에 없으며 채점하는 데는 작품의 수준 외에 다른 요인도 작용하게 된다. 즉, 무조건 작품수준이 높다고 점수가 좋은 것은 아니며 수업 점수가 우수한 작품과 기업이 상용화로 선택할 작품과 동일해야 할 이유 또한 없다. 무엇보다 수업 내에서 여러 학생들이 경쟁하는 내용에 금전적 요소를 개입 시키는 것은 윤리적으로 옳지 않기에, 저작권 해결을 위한 기업 측의 보상이 예정되어 있다면 가급적 공평하게 진행 하는 게 좋으며, 차등을 주더라도 그 차이가 크지 않도록 조율 하는 것이 중요하다.

한편, 저작권과 상관없이 결과물에는 “이 프로젝트는

00대학교의 00사업지원금으로 진행되었습니다.” 라는 홍보 표기를 정확히 하는 것이 옳으며, 지원사업이 없다 하더라도 수업의 완성을 위해 ‘출처표기’를 하는 것이 유의미하다.

3.2.3 지역 간 물리적 거리

기업과의 연계 수업이 원활하게 진행되기 위해서는 최초의 수업개요설명과 중간과정 검토, 그리고 최종결과보고 등 최소 3번 이상의 기업 대 학생 미팅 시간이 확보되어야 한다. 그러나, 학교와 기업 혹은 기관의 소재지가 물리적으로 멀리 있다면 아무리 좋은 의도라 해도 시작되어지기 어렵다. 기업 측 멘토는 ‘학교와의 거리가 멀어서 학생들을 만날 수 있는 기회가 적기 때문에 그에 따른 면밀한 기획이 받쳐줘야만 했다’며 과정의 어려움을 논한 바 있다. 특히, 지역 디자인산업에 관여하는 캡스톤 디자인 수업은 진행함에 있어 기업-학생간의 미팅 시간이 각종 환경적 이슈로 인해 방해됨을 이해하고 사전에 계획해야 한다. 환경적 이슈는 크게 지역적 이슈와 사회적 이슈 두 가지로 나눌 수 있다. 지역적 이슈는 거리의 문제이다. 수도권 소재 대학 혹은 기업과 대학의 위치가 물리적으로 멀지 않은 경우에는 큰 문제가 없으나, 지방 소재의 대학은 물리적인 거리 때문에 좋은 기업을 선정함에 있어 어려움을 겪게 된다. 상대적으로 수도권 학생들에게 더 많은, 더 좋은 기회가 제공될 수 밖에 없는 지역적 이슈는 캡스톤 디자인 교육의 가장 큰 걸림돌 중 하나이다. 무엇보다 지역 디자인산업에 초점을 맞춘 캡스톤 디자인 수업이라면 물리적 거리를 극복해야할 과제가 있다. 사회적 이슈는 질병이나 지역감정 혹은 기타 관습적 이슈로 미팅이 불가능한 상태를 의미한다. 일례로 Covid-19시대를 경험한 2020년 학부생들은 학습활동이 얼마나 제한적이어 질 수 있는지 제대로 체감하였을 것이다. 하지만 한편으로는 온라인 비대면 수업 분야의 노력으로 실무교육의 지역적, 사회적 한계점이 조금씩 극복하고 있다. 에텔만 코리아는 2020년 9월에 열린 ‘에텔만 디지털 코리아’ 쇼케이스에 2021년 주목 할 만 한 트렌드로 탈(脫)동조화, 탈(脫)규모화, 탈(脫)공간화를 주창하였다[9]. 2020년 초 창궐한 Covid-19 사태로 인해 이미 세상은 급격한 변화의 기로에 들어섰고 Covid-19 질병

에 대한 백신이 완성된다 하더라도 일부의 업무는 언택트 프로세스 가능성을 확인하였기에, 예전의 형태로 돌아가지 않을 가능성이 크다. 이에 발맞춘 교육의 변화 또한 디자인 교육 과정에서 실험하고 훈련되어야 하는 과정으로 자리 잡게 될 것이다.

IV. 결론

캡스톤 디자인 교육을 지역 디자인 산업에 기인하여 하나의 주제를 3년에 걸쳐 진행하며 참여자와 지방 소재 기업 측 멘토의 심층 면접을 진행하고 그 의미를 알아보았다. 2017년부터 2019년까지 제주 테디베어 뮤지엄과 공동 진행해 본 캡스톤 디자인 수업을 통해 얻을 수 있었던 성과는 첫째로 학기가 끝나면 사라지는 학생들의 작업에 생명력을 부여하고 유의미하게 활용할 수 있다는 점, 둘째로는 자발적인 자율경쟁구도를 통한 학생작업의 질적 수준 향상, 그리고 세 번째로 학생들이 지역적, 사회적 문제의식에 조금 더 관심을 갖게 할 수 있다는 점을 들 수 있겠다. 이에 따른 보완해야 할 사항은 첫째로 물리적 거리를 극복하기 위한 언택트 시스템 구축, 두 번째로 수업 결과물의 질적 향상에 따른 절대평가제도 도입, 정확하게 협의된 저작권 표기와 합리적 보상 등이 있으며, 세 번째로, 지역 산업 발전에 발맞춘 올바른 커리큘럼 개발 및 유지 등을 들 수 있다.

표 5. 지역디자인산업과 캡스톤디자인교육

지역디자인산업을 통한 캡스톤 디자인 수업	
긍정적 기대효과	보완/개선점
*과제의 사회적 활용 실무과정 경험 팀워크 / 위기관리 능력 향상	*지역 간 거리 한계 극복을 위한 언택트 프로세스 도입
*자율경쟁 분위기 속 수업결과물의 질적 향상	*절대평가제도 도입 *저작권 표기 *학생 간 평등한 보상
*지역과제학습을 통한 사회적 문제의식 고취 및 작업동기 부여	*지역사회 발전을 위한 지속적인 커리큘럼 개발

무엇보다 캡스톤 디자인 교육의 기본목표 중 하나인 ‘실무에 바로 투입할 수 있는 인재 양성’은 다소 오해의 소지가 있다. 캡스톤 디자인 수업이 실무에 도움이 될 것이라는 의견은 부인할 수는 없으나 ‘취업을 상승’이라

는 목적을 가져서는 안 된다. 수많은 기업들이 각자 다른 기업 문화를 갖고 있으며 특정 기업에 모든 학생들이 취업할 수도 없기에, 인턴과정처럼 취업을 목적으로 하는 실무중심 교육은 진행되기 어렵다. 오히려 이상적이거나 비현실적이지 않고 지극히 현실적인 현업의 디자인 과정을 체험함으로써 무엇이 가능하고 불가능한지, 무엇이 생산적이고 비효율적인지를 학생 스스로 경험하는 과정으로써의 실무교육이라고 보는 게 더 합당하다.

본 연구는 홍익대학교 커뮤니케이션디자인 전공 내에서 진행되었다는 제한적 요소와 3년간 하나의 지방 기업과 연계하여 진행되었다는 한계점을 지니기에 캡스톤 디자인 교육 전체를 평가할 수 있는 기준이 될 수 없는 한계점을 가졌으나, 이러한 지속적이고 실험적인 교육과정 개발과 시도가 지역 디자인 교육의 밑거름이 될 수 있을 것이라 기대해본다. 나아가 캡스톤 디자인 교육의 발전을 위한 다각도의 노력이 지속되어지길 바란다.

all/20200909/102862636/1

- [10] 나한범, 장영주, “대학의 효율적인 산업디자인 실무 교육 운영방안에 관한 연구-국내의 실무교육과정 비교분석을 중심으로-,” 디지털디자인학연구, 제16권, 제1호, pp47-49, 2016.

저 자 소 개

김 중 민(Jong-Min Kim)

정회원



- 2001년 2월 : 홍익대학교(산업디자인 학사)
- 2009년 : NYU(ITP 석사)
- 2015년 : 서울대학교(시각디자인박사)
- 2011년 9월 ~ 현재 : 홍익대학교 디자인컨버전스학부 부교수

〈관심분야〉 : 광고디자인, 브랜드 디자인

참 고 문 헌

- [1] <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2066542&cid=50305&categoryId=50305>
- [2] 윤명한, “디자인분야의 캡스톤디자인 적용사례,” 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제12호, p.114, 2012.
- [3] 문경자, “간호학에 적용한 캡스톤디자인 적용사례 및 결과,” 한국콘텐츠학회논문지, 제17권, 제6호, p.195, 2017.
- [4] 윤명한, “디자인분야의 캡스톤디자인 적용사례,” 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제12호, p.114, 2012.
- [5] 송지성, 최성호, “지역 산업디자인 활성화 방안연구,” 한국디자인문화학회, 제19권, 제4호, p.673, 2013.
- [6] 산업통상자원부, 2019 산업디자인 통계조사 총괄보고서, 한국디자인진흥원, pp.9-10, 2020.
- [7] 조탄제, 하봉수, 이진호, “지역성을 고려한 디자인지원 정책에 관한 고찰,” 한국디자인학회 국제학술대회 논문집, Vol.12, p.12, 2010.
- [8] 염명배, “지역브랜드 가치와 지방재정,” 한국지역경제연구, 제16집, p.120, 2010.
- [9] <https://www.donga.com/news/Culture/article/>