

디자인서비스 분야의 교육모델 연구

A research on education model in design service sector

조규명

경기공업대학 시각디자인과

Cho kyu-myung

Kyonggi Institute of Technology

요약

국가의 경쟁력을 결정짓는 핵심요소로 인식되고 있는 창의적 산업의 하나인 디자인 분야는 지식 집약형 산업구조로의 변화에 따라 다기능, 차별화 된 디자이너를 필요로 하고 있다. 이 같은 환경변화에 따라 디자인분야도 타 학문과의 교류가 빈번해지고 공동연구를 수행하는 등 사회변화에 동조하고 있다. 그러나 인력양성교육에 있어서는 사회의 변화요구에 미치지 못하여 아직도 조형문제 해결자 중심의 인력교육에 치중하고 있다. 이로 인해 유사인력의 과잉공급 및 수급 불균형에 따른 디자이너의 취업난은 가중되고 있다. 따라서 본 연구에서는 현실적 상황 인식을 바탕으로 새로운 산업분야로 자리 잡기 시작한 디자인서비스 분야가 디자이너의 새로운 활동영역으로서의 발전가능성이 있음을 감지하고, 이 분야의 교육필요성과 실무 업무내용에 대해 기술하였다. 또한 디자인서비스분야의 업무내용을 분석하여 단계별로 세분화하여 디자인 전문가 양성교육에 활용할 수 있게 교과내용을 제시하였다.

Abstract

Design sector, one of the key factors defining national competitiveness and one of the creative industry, needs multi-functional and differentiated designers as its structure has changed to knowledge-intensive industry. Design sector is now following the trend of social change through frequent exchanges and joint researches with other sectors. However, education for human resource nurturing in the sector falls far short of social demand for change. As the industry still focuses on educating modeling issue handlers, the problems of excessive supply of human resources in particular sector and imbalance of supply and demand of human resources are adding extra difficulties to the already competitive designer employment market. Against this backdrop, this study recognized that design service sector, which began to be established as a new industry sector, has potential of becoming one of the new domains of movement for designers, explained the necessity of education in the field, and specified practical contents of design work. Also, It analyzed work contents of design service sector, classified them into each stage, and presented them to use in design professional nurturing education.

I. 서론

21세기 세계 경제의 패러다임이 자원기반에서 지식기반으로 변화함에 따라 산업 및 사회구조의 변화도 가속화되고 사회 각 분야에서 다기능, 차별화된 전문능력보유자에 대한 수요가 급증하고 있다. 특히 교육 분야는 이러한 시대적 변화에 적응할 수 있는 인재양성을 위해

학문 간에 연구영역이 혼합되고 교육내용을 퓨전화 하는 등 교육환경 또한 새로운 변화를 시도하고 있다. 교육은 원래 사회 환경의 변화에 따라 변모해야 하는 당위성을 갖고 있다. 따라서 사회 환경 변화에 따라 교육에서 다루어지는 지식의 내용도 변해야 함은 자명한 일이다. 디자인교육은 사회요구에 능동적으로 대처할 수 있게 새롭게 재구성 되어야 한다. 그러나 현재의 디자인 교육체제는 조형적 문제 해결자 중심의 디자인 인력

양성을 치중하고 있어 디자이너의 사회 적응력 부족 및 실업문제를 야기해 현행 디자인 교육에 대한 사회적 시선이 곱지 않은 문제를 일으키고 있다.

이러한 원인을 일으키는 요인은 매우 다양하지만 크게 두 가지로 나누어 보면, 첫째는 조형적 문제해결 중심의 인력양성 치중에 따른 수급 불균형의 심화이며, 둘째는 사회패러다임 변화에 부응하는 다양한 디자인분야의 인력양성이 이루어지고 있지 않다는 점이다. 오늘날 사회에서 필요한 디자이너란 과학적 사고, 예술가적 감수성과 상상력, 목적지향적인 태도와 비즈니스 능력을 갖춘 사람이다. 사회가 고도화됨에 따라 디자이너의 역할이 확대되어 디자인 학문의 범위도 심리학, 사회과학, 역사학, 문화학, 경영학, 과학 등 다양한 학문적 지식의 습득을 필요로 하는 다학제적(interdisciplinary)인 특성을 갖게 되었다. 그러나 현행 교육과정으로는 이러한 종합적인 능력을 지닌 디자이너를 양성한다는 것은 현실적으로 매우 어려운 일이다.

따라서 무엇보다도 우선해야 할 것은 디자인 교육자들이 디자이너 양성에 있어 디자인 전 공정에서 다양한 형태로 디자인 활동을 할 수 있는 수요를 파악하고 전문교육 내용을 특성화하여 다양한 인력을 양성하는 교육모델을 준비해야 하는 것이다. 동시에 교육수요자의 능력과 적성, 흥미, 사회적응능력을 고려하여 교육내용을 차별화해야 할 것이다.

본 논문에서는 새로운 산업분야로 자리 잡기 시작한 POD(Print On Demand, Publishing)분야가 디자이너의 새로운 활동영역으로서의 발전가능성이 있음을 감지하고 POD와 같은 디자인서비스분야의 참여 필요성과 교육내용에 대한 일련의 지침을 제시하고자 한다. 또한 디자인서비스과정은 직업교육을 중심으로 하고 있는 2, 3년제 전문대학에 적합한 분야로서 전문대학 디자인전문 인력 양성모델로서 좋은 본보기로 활용될 것으로 보인다.

II. 디자인영역의 확장 디자이너의 역

1. 디자인 영역의 확장

Alec Robertson은 정적인 디자인에 역동적인 요소를 결합하려는 요구가 증대함에 따라 21세기에는 4D디자이너

이 크게 각광을 받을 것이라고 예측된다[1].고 하였다. 그의 주장중 눈여겨볼 부분은 디자인이 다양한 기술과 결합하여 폭넓게 영역을 확장하고 있다는 점이다. [표1]에서 나타난 바와 같이 서비스디자인과 같은 다양한 형태의 디자인분야가 디자이너의 새로운 활동분야로 자리 잡을 것으로 생각된다.

표 1. 디자인 활동의 새로운 분류 [2]

2D디자이너	3D디자이너	4D디자이너
시각디자인	가구디자인	애니메이션
일러스트레이션	도자기와 유리	인터랙션디자인
인쇄된 직물	인테리어디자인	멀티미디어디자인
필름	구조화된 직물	제품오페라
비디오	산업디자인	서비스디자인
2D애니메이션	패션디자인	이벤트,게임디자인
	3D일러스트레이션	소프트웨어디자인
	건축	기업아이덴티티

일본 ICS 예술학교의 경우도 사회변화에 부응하는 인력을 양성하기 위해 디자인 비즈니스과를 신설하였다. 이 과의 경우에는 원가관리, 기획입안 과정을 다양한 사례연구를 통해 학습하고 각자 노트북을 소유하고 상점, 제품, 전시, 이벤트 쇼핑몰 등 가상의 프로젝트에 대해 기획서 작성, 그래픽 처리, 데이터베이스관리, 프레젠테이션 기법 등을 배우고, 한 달간 기업연수를 통해 실무를 체험하는 교육과정을 운영하고 있다[3]. 외국의 경우 사회의 다양한 니즈충족을 위해 디자이너들의 관심을 끌지 않았던 분야에 대한 전문가 양성에도 노력하고 있음을 알 수 있다.

2. 디자인 교육의 변화 필요성

뉴미디어의 등장과 디지털정보기술의 발달은 디자이너 역할을 정보를 시각화하는 역할 뿐만 아니라 데이터의 공유, 재이용, 재가공이 용이해져 이미 있는 정보를 재가공하여 새롭게 재생산하는 활동영역까지 영역을 확장하게 되었다. 일반적으로 이루어지는 디자인 프로세스를 검토해 본다면 디자인은 초기단계에는 새로운 아이디어를 추출하는 역할이 중심활동이고, 이후 컨셉을 구체화하기 위해 시각화하는 행위가 이루어지고 마지막에는 시각화를 위한 디자인서비스 지원 프로세스를 거치게 된다. 디자인은 초기 아이디어 발상단계의 중요성에 못지않게 프로세스의 마지막 단계인 결과물 완성단

계에서도 디자인을 가치를 부가하여 얻을 수 있는 역할이 중요하다. 가령 시각디자인분야의 경우 우수한 출력물이나 인쇄 결과물 등을 얻고자 한다면, 아이디어의 발상 못지않게 진행단계에서 부터 최종단계에 이르기까지 시각화를 위한 디자인제작 지원서비스분야의 기술이 더해져야만 최종 결과물의 질을 향상시킬 수 있는 것과 같은 경우이다. 현재 디자인 프로세스과정에서 디자인서비스 업무는 상황에 따라 디자이너를 보조적인 지원하는 역할을 하는 것으로서 거의 모든 디자이너에게는 하찮은 영역으로 생각하여 관심을 갖지 않는 소외 분야로 인식하고 있는 듯하다.

그러나 이제 디자인교육이 하이퀄리티 지향의 디자인교육 뿐만 아니라, 좀 더 보편적이고 대중적인 니즈 충족을 위한 다양한 분야에서 활동하는 디자이너 양성에 시선을 돌려야 한다.

오랜 기간 동안 전문가를 위한 디자인교육은 배우하우스를 교육모델을 근간으로 하여 미적 문제를 해결하는 활동을 중심으로 이루어져 왔다. 물론 배우하우스교육은 산업시대를 이끌어 가는 디자인교육 모델로서 디자인교육 전반에 걸쳐 커다란 영향을 끼쳤다. 그렇지만 100여년 가까이 지난 오늘날에는 배우하우스의 디자인교육 보다 더 중요한 것은 시대적 패러다임에 부응할 수 있는 다양한 디자인교육 모델의 수립이다.

사회구조가 점차 복잡해지고 다양해지는 상황속에 현재의 디자인 교육방식으로는 정해진 기간 안에 모든 전문능력을 갖춘 능력있는 디자이너를 배출하는 것은 쉬운 일이 아니다. 특히 과거와는 달리 디자이너의 영감 보다는 과학적, 논리적 근거를 필요로 하는 사회 환경에 대처하기 위해서는 데이터의 수집과 조사, 분석 및 주변 학문분야의 지식을 알아야 하는데 이러한 문제를 디자이너가 혼자 해결한다는 것은 너무나 벅찬 일이다. 그러나 이 같은 디자이너의 현실에 대한 개선노력은 그다지 큰 진전을 보이지 못하고 있다.

교육계에서도 사회에서 필요로 하는 인력수요에 비해 너무나 많은 디자이너의 배출에서 오는 문제점은 인식하고 있으나 디자인교육의 변화하려는 의지가 부족한 것이 문제로 보인다. 특히 앞에서도 언급한 바와 같이 디자이너에게 다양한 학문적 지식습득이 필요하다는 것을 인식하고 있으면서도 단기간에 디자이너를 양성할 수 있는 것처럼 교육과정을 혼재시키고 있는 디자인 교육자들의 현실 외면은 개선되어야 할 것이다. 그 중에서도 2년제 대학의 경우 디자이너 양성교육의 실태는

더욱 심각하여 졸업 후 실무에서 제대로 역할을 하는 경우가 드물어 일정기간의 재교육을 통해 실무에서 활용하는 경우가 다반사이다. 따라서 교육수용자의 능력에 적합한 디자인전문교육의 개선이 매우 시급하다.

III. 디자인서비스의 개념과 교육내용

1. 디자인 서비스의 개념

우리나라와 세계 경제에서 서비스 산업이 차지하는 비중이 날로 높아져 가고 있다. 서비스는 공장에서 제조되고 시장에서 유통되는 유형의 공산품과는 달리 대부분 서비스 제공자와 고객과의 상호 대면을 통하여 판매된다. 특히 경제발달이 가속화되면서 양보다는 질, 물질적인 풍요로움 보다는 정신적인 안정감으로 다종다양한 욕구 중에서 서비스와 관련된 욕구가 급속하게 증가하고 있다. 특히 지식 창조형 산업의 하나인 정보서비스산업의 발달은 산업의 정보화, 사회의 정보화, 가정의 정보화에 따라 산업전반에 급속도로 확산되고 있다. 서비스란 “노동, 기술 또는 자문과 같이 인간의 수고형태를 띤 무형의 상품이라 할 수 있다.” [4] 그리고 “시장에서 구매, 판매되는 모든 무형적 제품 또는 재화가 아닌 무형의 경제재의 생산 활동” [5]등으로 정의된다.

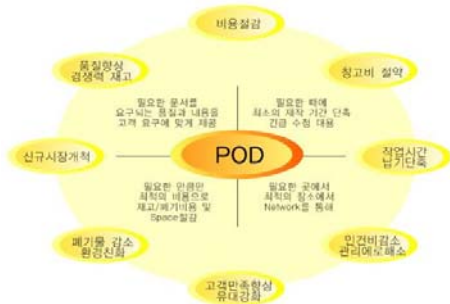
“서비스는 어느 정도 무형성을 가지는 일련의 행동으로 고객의 문제를 해결하기 위해 고객과 종업원 또는 물적 자원 혹은 재화, 시스템 사이의 상호작용에 의하여 발생하는 것(Gronorss,1990)” [6]으로 정의하고 있다. 이러한 의미를 내포하고 있는 서비스의 개념은 제품과는 달리 무형성을 띠고 있거나 대부분 인간의 마음에서 발현된 행동에 의해 나타나기 때문에 보관이나 표준화하기가 어려운 특징을 가지고 있으며, 인간관계에 있어서 주체와 객체와의 상호작용을 통해 나타나는 것이기 때문에 서비스는 인간 상호간의 행위의 만족을 극대화 시켜주는 결정적인 요소이다.

이러한 서비스의 개념을 디자인과 맥락을 유추해서 디자인서비스의 개념으로 재 정의한다면, 디자인서비스는 고객의 디자인관련 문제를 해결하기 위해 고객과 디자인서비스회사와의 상호작용에 의해 유무형의 디자인 서비스를 제공하는 것으로, 디자인 초기단계부터 완성 단계에 이르기까지 디자이너 또는 디자인 활동을 수행

하고자하는 사람(또는 고객)들에게 원하는 결과물이 나타날 수 있도록 다양한 지원활동을 통해 디자인 결과물의 가치를 극대화 할 수 있도록 직, 간접적으로 디자인 행위를 지원하는 종합적인 서비스 활동이라 할 수 있다.

2. 디자인서비스 분야의 등장 및 업무내용

지금의 디자인 환경은 예전과는 달리 웹으로 대표되는 커뮤니케이션 공간을 중심으로 이루어지고 있다. 또한 상호작용(Interactive)인 서비스와 개인화(Personalized)된 콘텐츠로 표현과 전달의 방식이 다양해지고 있으며, 콘텐츠의 생산자와 수요자의 경계가 허물어지는 사용자 주도의 개방된 환경으로 진화하고 있다. 개방된 환경으로 진화하고 있는 대표적인 산업분야가 POD 분야이다. POD란 “전자재고화 된 서적 콘텐츠를 디지털DB와 디지털인쇄 시스템을 이용하여 원하는 때에 원하는 만큼, 원하는 장소에 원하는 형태(종이, 전자데이터)를 제공하는 출판형태”이다.[7] 이 분야에 대한 유래는 최초 복사집, 소량인쇄, 명함제작업소 등 영세한 인쇄 출판, 편집업을 수행하던 일이 디자이너의 출현과 더불어 디자인 전문회사(과거 디자인기획실로 불려졌던)에서 수행하는 업무로 전환되다가 최근 사무, 디자인 장비의 발달로 인해 출력 및 프린팅을 전문으로 대행하는 출력센터의 등장으로 빠르게 업무가 디자인서비스 회사로 옮겨지고 있다.



▶▶그림 1. POD출판의 효과 [8]

이러한 이유는 지속적인 경제발달에 따른 소비자니즈의 다양화로 고급사무서비스를 원하는 개인 및 기업에서 POD에 대한 요구가 급증하기 때문이다. 최근 우리나라에서도 다국적 회사인 KINKOS가 1999년 국내 상

륙한 이후 서울 강남지역을 중심으로 체인점을 형성하고 대중화되고 있다. 이 외에도 TARA 그래픽스, 모비엘테크, FUJI제록스 디지털영상센터 등과 같이 사무디자인 서비스회사에서 이 분야의 진출을 통해 디자인서비스 분야가 서울 및 수도권을 중심으로 급속히 확산되고 있는 중이다.

이러한 디자인서비스분야는 [표2]와 같이 업무영역을 체계화하여 디자인 관련 응용프로그램의 테크닉, 플로터나 디지털 인쇄기 등 디자인 관련 머신의 능숙한 조작능력 등을 토대로 다양한 디자인편집, 출력서비스를 제공하고 있다. 기존방식에 비해 빠르고 편리하게 소비자의 요구를 충족시키는 일을 통해 시장을 확산시키고 디자인서비스 업무의 고급화를 이끌어 가고 있다.

표 2. 디자인서비스기업 직책별 업무와 직무내용

직책	업무분야	직무내용
센터장	총괄	센터의 목표 및 방침 설정, 인사 및 교육 관리, 운영시스템 및 프로세스 개선
관리자	영업 및 관리	운영 및 일방 관리, 영업·교육 및 인력 운영, 시스템 유지관리, 프로모션 기획 및 실행, 성과 및 실적 관리
상담매니저	매장 안내	고객응대, 전화주문, 텔레마케팅, 고객 안내
디자이너	디자인 개발	각종 디자인 기획 및 제작 업무, 그래픽 파일 수정·편집·출력
Key-Operator	장비관리 및 운용	인쇄, 재단, 제본, 출력

이와같이 확산되고 있는 디자인서비스 분야에서 활동할 디자이너는 고객의 니즈에 즉시적, 능동적으로 대처를 위해 마케팅관련 지식, 심리학, 커뮤니케이션 관련 지식 등 경영 비즈니스분야의 기본적 소양을 갖추고 디자인 실무환경에서 필요한 디자인 관련 소프트웨어의 활용 및 디자인 기획과 편집, 인쇄, 출판 등 실무현장에서 신속히 업무를 수행하기 위한 능력을 함양하여야 한다.

3. 교육내용 및 활동분야

3.1 디자이너의 조건 및 교육내용

디자인서비스분야에서 함양해야 교육내용은 해당분야 전문가로서 갖추어야 할 필요지식과 디지털환경의 변화

를 수용할 수 있는 내용으로 구성해야 한다.

[표3]은 학습자가 단계별로 습득이 필요한 교육내용이다.

표 3. 주요단계별 교과내용

구분	중점분야 및 교과내용
입문 단계	소양 및 교양지식 디자인개론, 고객서비스응대, 비즈니스영어, 심리학, 컬러&디자인, 이미지 메이킹, POD 개론, 디자인 직업탐구, 실용영어 회화, 환경과 디자인, 기초디자인, 대중문화이해, 발상과 표현, 디지털사진, OA프로그램(한글, MS-Word, PDF, 파워포인트, Acrobat), 재테크 및 사무지식, 커뮤니케이션론
	전공지식 그래픽소프트웨어, 타이포그래피, 영상촬영 및 편집, 그래픽디자인, 프린팅프로세스, 인쇄원고 제작기법, 기획과 프레젠테이션, POD 실습, 출판문장실습, 디자인 스튜디오, 디지털(웹)편집 디자인, 편집 및 레이아웃, 디자인마케팅
활용 단계	실무지식 디지털출력 및 인쇄실습, 출판기획, 인쇄학, 멀티미디어실습, e-book & catalog 제작, 프리프레스, 소형인쇄물 제작기법, 옥외광고를 및 POP디자인, 창업실무, 인턴실습, 광고와 홍보, 프린팅테크닉, 원고교정 및 교열, 장비운용 및 관리기법, 출판가공기법, Data 관리

또한 실무현장의 환경에 적응하기 위해 기본소양 및 자질함양을 위해 다음 3가지 조건이 필요하다. 첫째, 디자인능력이다. 특히 그래픽디자인 및 출판, 편집, 영상편집 등에 대한 수행능력을 기본적 습득해야 한다. 둘째, 인성교육이다. 디자인서비스분야 실무현장의 특성은 많은 고객과의 접촉이 일어나 장소이다. 따라서 고객과의 대면이 매우 사업에 중요하여 고객의 다양한 니즈를 충족시키기 위한 대인관계 및 의사소통교육, 심리학, 예절교육 등이 이루어져야 한다. 셋째는 교양 및 비즈니스능력이다. 외국어 및 국제화교육, 관리능력교육, 정보화 교육 등이 이루어져야 한다.

3.2 활동분야

다음은 디자인서비스분야 전문 인력의 활동분야이다.

- (1) POD 디자인 분야
- (2) 전자 출판 분야
- (3) 디지털 출력 분야 (프린팅서비스 및 DATA관리서비스)
- (4) 그래픽디자인(광고, 브랜드, 캐릭터, 팬시, 사인 등) 분야
- (5) 인쇄, 도서, 출판 분야
- (6) e-book, e-catalog, DVD, CD-title 등 영상물 제

작 및 편집 분야

(7) 디자인서비스분야 창업

4. 디자이너의 주요 업무 및 역할

디자이너의 주요업무는 디자인서비스분야의 고객에게 전문적이고 고도의 디자인서비스를 요구하기 보다는 고급 사무 지원업무 및 비교적 손쉽고 신속한 디자인서비스를 원하는 업무가 대부분이기 때문에 고객에 대한 응대 및 신속한 업무처리가 요구된다. [표4]는 디자인서비스분야에 종사할 디자이너의 주요업무에 대한 내용이다.

표 4. 디자인서비스 분야의 디자이너 주요 업무내용

업무분야	내용
복사 및 출력	문서를 복사하거나 완성해온 파일을 출력해주는 서비스
문서 스캔	이미지나 문서를 스캔하는서비스
온라인출력	온라인으로 접수된 파일을 주문에 맞게 구성하는 출력서비스
전단지제작	회보나 전단지를 디자인하거나 또는 디자인해서 완성해온 파일을 출력, 완성해 주는 서비스
명함 & 사무용품	명함이나 사무용 메모지 등을 디자인하거나 또는 디자인해서 완성해온 파일을 출력, 완성해 주는 서비스이다.
초청장 제작	초청장을 디자인하거나 또는 디자인해서 완성해온 파일을 출력, 완성해 주는 서비스
브로셔 & 매뉴얼	상품 브로셔나 매뉴얼을 디자인 또는 완성해온 파일을 책의 형태로 출력, 완성해 주는 서비스
포토상품제작	이미지를 수정, 보정, 합성해 주는 서비스
디지털 인화	카메라의 디지털이미지를 인화해주는 서비스
CD 제작	파일을 CD로 굽고, CD표면 및 CD 자켓을 디자인 또는 디자인해서 완성한파일의 출력서비스
포스터 & 배너 제작	포스터나 배너의 디자인 또는 디자인해서 완성해온 파일을 출력, 완성해 주는 서비스
대형실사출력 및 현수막제작	플로터를 이용해 대형출력 및 현수막을 제작서비스
가공 (제본, 천공, 재단)	제안서나 논문 등을 출력 및 제본을 위해 구멍을 뚫거나 규격에 맞게 재단, 제본 등 가공서비스

IV. 결론

오늘날 디자인 환경의 변화는 디자인 분야의 내용과 구조의 변화를 요구하고 있다. 특히 뉴미디어를 매개로 콘텐츠와 서비스를 제공하는 디자인서비스분야는 각종

정보의 고급화를 위해 제작, 개발 저장, 가공 및 유통 등과 관련된 서비스를 행하는 산업으로 매우 발전 가능성이 높다.

다양한 미디어의 등장과 서비스의 질적 향상에 대한 사회적 관심의 증가와 고급 디자인서비스에의 다양한 계층의 니즈가 강화되는 상황에서 디자인서비스분야의 전망은 매우 희망적이다. 이 같은 상황 속에서 대학과 같은 디자인 전문교육기관은 새로운 니즈에 적극적으로 대응하여야 할 시기이다. 이를 위해서는, 첫째 디자인서비스분야의 학과신설이 신속히 이루어져야 한다. 그동안 디자인교육은 주로 산업에 치중하여 기업의 산업적 역할을 대신해 왔다. 그러나 최근 들어 대중의 디자인 서비스 질적 요구가 강화됨에 따라 개인의 취향을 충족하려는 주문형 디자인에 대한 수요가 급증하고 있고 이 분야에 대한 산업이 활성화 되고 있다. 따라서 디자인 서비스 분야에 대한 인력을 양성하기 위한 새로운 학과의 설치가 필요하다.

둘째, 위기에 직면하고 있는 2, 3년제 디자인 전문교육 기관에 대한 새로운 활로를 개척해야 한다. 통계에 따르면 국내 수요를 크게 초과하는 인력이 배출됨으로서 디자이너의 사회적 위상이 낮아지고 취업난이 크게 부각되고 있는 시점에서 디자인서비스분야는 직무특성상 주로 2년제, 3년제 대학을 중심으로 중점적으로 관심을 집중할 경우 4년제 대학과의 경쟁을 피하고 디자인분야에서 전문기술인으로서 역할을 할 수 있는 차별화된 영역이다.

셋째, 평생학습시대에 지속가능한 직업으로서 적합한 교육모델이다. 최근의 지식은 매우 빠르게 변하고 있기 때문에 대부분의 사회인들에게 평생교육이 계속교육의 개념으로 받아드려지고 있다. 이로 인해 직업의 영속성을 가질 수 있는 전문직에 대한 직업적 수요가 늘고 있다. 그러나 디자인전공자의 경우 타 분야에 비해 직업에서의 지속성이 매우 짧게 나타나고 있다. 디자인서비스분야의 경우 업무특성상 장기 근무할수록 직업적 전문성 및 기능적 심화가 이루어져 직업의 영속성이 가능하고 개인적으로 창업이 가능하여 장기적인 삶의 기반이 되는 직업으로서 성장가능성이 높다.

본 연구는 아직은 시작단계로서 보다 체계적인 교과과정이나 내용, 교재의 개발 등이 보완되어야 할 부분이 필요하다. 따라서 해당 산업계와 대학이 협력하여 보다 구체적인 연구를 통해 우수한 전문 인력 양성을 위한 교육과정 개발이 필요하다. 디자이너이면서 디자

인서비스전문 능력을 갖춘 인력의 양성은 디자이너의 경쟁력을 현재보다 강화시켜 대학의 특성화 등에도 일익을 담당할 수 있을 것으로 본다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 조동성, 김보영, “21세기 뉴 르네상스시대의 디자인혁명”, 한스미디어, p.51, 2006.
- [2] Alec Robertson, ‘4D Design ; Interaction Among Disciplines at a New Design Frontier’ , Design Management Journal, Summer 1994, 재인용
- [3] 월간 디자인 212호, “특집 : 세계의 이색디자인 학과”, p.114, 1996. 2월호
- [4] “Black's Law Dictionary”, 7th ed (1999), West Publishing Co. , p. 1372. 재인용
- [5] 유진수, “우리나라 서비스산업의 생산성변화와 생산성의 국제비교”, 대외경제정책연구원, 1991. p.15. 재인용
- [6] 이주명, “디자인비즈니스의 근원과 확장”, 기초조형학 연구, vol.9 no.2, p.713, 2009.
- [7] 김규환, “주문형 출판 산업의 현황과 전망에 관한 연구”, 중앙대학교신문방송대학원, p.28, 2003
- [8] “The New Business of Printing”, 한국후지제록스(주), 2003. p.23, 재인용