

## 디자인 콜라보레이션 기반 콘셉트 체크 포인트 도출

### A Study on Derivation of Concept Check Points Based on Design Collaboration

주저자

남호정 (Nam, Ho-jung) hojungn@jnu.ac.kr

전남대학교 디자인학과 교수

Professor, Chonnam National University

투고일	2020.06.15	심사일	2020.07.22	게재확정일	2020.07.25
-----	------------	-----	------------	-------	------------

본 연구는 2017학년도 전남대학교 학술연구비 지원과제임

# 디자인 콜라보레이션 기반 콘셉트 체크 포인트 도출

## A Study on Derivation of Concept Check Points Based on Design Collaboration

### 목 차

1. 서론
  2. 이론적 고찰
    - 2-1. 디자인 패러다임
    - 2-2. 디자인 콜라보레이션
  3. 콘셉트 도출 프로세스
    - 3-1. 콘셉트 도출
    - 3-2. 4W 체크 포인트
  4. GCVB디자인 콜라보레이션
    - 4-1. 프로젝트 GCVB
    - 4-2. 디자인 프로세스
    - 4-3. 콜라보레이션
  5. 결론 및 제언
- 참고문헌

### Abstract

In the 4th Industrial Revolution, design education for the ideal talent is a big challenge for us. The methodology for this has been studied and discussed in various fields. So a practical method for implementing project-based education (PBL) that focuses on fostering integrated problem-solving talents rather than fostering simply qualified talents is a demand for the times. In this situation, to present an effective design education and a methodology to increase its value, we present a checkpoint for deriving a concept and analyze cases accordingly.

Therefore, this study presented PBL as Visual Identity of Gwangju Tourism and Convention Bureau and applied the concept check point 4W in its implementation. Through this, a case of sequential collaboration was revealed, and a methodology was proposed to become a future design

education process that fosters creativity and cooperation. It is expected that this study will contribute to one of the problem-solving methodologies that can be used in education and the design field and to foster future talent.

**keyword**

PBL Design Education, Design Process, Concept, Collaboration, 4W Check-point

**논문요약**

제4차 산업혁명 시대에 이상적인 인재상을 위한 디자인교육은 우리에게 큰 과제이다. 이에 대한 방법론은 각 분야에서 다양하게 연구하고 논의되고 있다. 이에 단순 스펙형 인재 양성이 아닌 통합적 문제해결 인재 양성에 초점을 맞춘 프로젝트 중심 교육(PBL, Project Based Learning)의 실행을 위한 실질적인 방법은 시대적 요구이다. 이러한 상황에서 효과적인 디자인교육과 그 가치를 높이는 방법론을 제시하고자 콘셉트 도출을 위한 체크 포인트를 제시하고 그에 따른 사례를 분석하고자 한다.

따라서 본 연구는 PBL로 광주관광컨벤션뷰로의 Visual Identity를 제시하였고 그 실행에 있어 콘셉트 체크 포인트 4W를 적용하였다. 이를 통하여 순차적인 콜라보레이션 한 사례를 밝히고 창조성과 협력성을 키우는 미래형 디자인교육 프로세스가 되기 위한 방법론을 제시하였다. 이 연구를 통해 교육계와 디자인 현장에서 활용 가능한 문제해결 방법론의 하나와 미래 인재 양성에 이바지하길 기대한다.

**주제어**

PBL 디자인교육, 디자인 프로세스, 콘셉트, 콜라보레이션, 4W 체크 단계

**1. 서론**

인류문화의 질적 도약을 가능하게 한 것이 과학이라면 인류문화의 질적 완성을 가능하게 한 것은 디자인이다. 이러한 디자인은 특히, 제4차 혁명에 의한 인공지능 시대를 맞이하여 지식활동의 메커니즘(Mechanism)이 급변함에 따라 탄력적으로 이 시대를 이끌고 있다. 이렇듯 디자인의 사회적 요구와 역할은 점차 다양해지고 전문화되어감에 따라 이에 맞는 디자인교육에 대한 제시가 필요하다. 또한 기술혁명의 최전선에서 빅데이터(Big Data) 기반의 기계들을 창의적으로 활용할 수 있는 방법론으로써 디자인이 중요 분야로 인정받는 사실을 인지하고 미래형 창의적 인재양성을 위한 디자인교육에 대한 연구가 필요하다는 것이 본 연구의 배경이다. 따라서 미래 교육의 대안으로 프로젝트 중심 교육 사례와 실행 방법에서 새롭게 제시한 체크 포인트를 대입함으로써 효과적인 디자인교육 방안이 될 수

있음을 밝히고자 하였다. 따라서 디자인 프로세스에서 중요한 콘셉트 도출을 위한 체크 포인트는 형식적이 아닌 가치 있는 디자인교육 프로세스 방법의 하나가 될 것이다. 본 연구는 디자인 프로세스의 총체적 연구가 아닌 디자인 콘셉트 도출 방법과 활용안에 대하여 한정하였다. 그 이유는 디자인 프로세스 중에서 중요한 부분이지만 디자인 실행에 있어 시간 부족으로 인한 형식적인 단계 또는 추상적이거나 보편적인 콘셉트 도출 사례가 많기 때문이다. 따라서 본 연구는 디자인 콘셉트 도출의 체크 포인트(4W)를 제시함에 있어 패러다임적 디자인교육의 방향성을 제시하는 이론적 고찰을 기본으로 하였다. 또한 제시한 체크 포인트를 프로젝트 중심 교육과 연계한 사례를 제시함으로써 체크 포인트의 실행 가능성을 파악하였다. 또한 본 연구를 통하여 지능화 혁명시대에 맞는 디자인교육의 방법론에 대한 활발한 연구가 이루어지길 바란다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1. 디자인 패러다임

제4차 산업혁명은 지능화 혁명으로 빅데이터(Big Data), 인공지능(Artificial Intelligence), 첨단과학, 사물인터넷(Internet of Things), 가상현실(Virtual Reality) 및 증강현실(Augmented Reality), 혼합현실(Mixed Reality) 등의 과학기술로 산업과 사회 시스템의 혁신적 변화를 주도하고 있다. 여기에서 많은 사회학자들은 인간의 마음과 생각까지도 대체할 수 있는 시대가 도래 하였고 이를 지능화 혁명의 시대임을 언급하였다. 또한 2010년 곤노 노보루(Noboru Konno)는 『디자인사고』에서 21세기의 디자인에 대하여 '20세기 산업사회의 산업디자인의 연장이 아닌 21세기 지(知)사회의 지(知) 디자인'이라 밝히며 지식의 보편화로 인한 인간 고유의 직관, 통찰, 감성의 종합적 사고를 중요하게 지적하였다. 이러한 환경 속에서 디자인은 표현기술 중심에서 디자인 중심의 새로운 혁신과 가치를 창출하는 디자인적 사고 기반의 아이디어 창출의 중심 분야로 부각되었다.

이러한 사회적 환경변화에 따른 디자인의 패러다임은 상호교감(Intercommunication)을 바탕으로 하는 연구와 결과물을 요구하게 되었다. 그 이유는 디자인 분야에서도 자동화로 인한 결과물이 속도를 내기 시작하였고 눈부신 과학기술의 발전으로 디자인의 기술적인 부분보다 디자인의 역할과 가치를 중요시 하는 사회적 분위기와 동시에 디자인의 아이디어 도출인 사고의 영역까지도 인공지능으로 대체될 수 있다는 위기감이 동시에 존재하고 있기 때문이다.

따라서 디자인의 역할이 형태나 스타일을 위한 표현 중심이 아닌 전략적인 콘셉트 중심의 디자인으로 사회적 혁신과 가치를 창출하는 핵심 분야로 요구되고 있다. 그리고 이를 위한 방법론에 있어서는 인간 중심의 문제 해결을 위한 창의적 프로세스에 대한 지속적인 연구가 이루어지고 있다. 여기에서 바로 본 연구에서 밝히고자 하는 논점인 문제점 파악에서 해결까지의 프로세스에서 중요한 포인트이자 핵심인 콘셉트 도출에 대한 파악이다.

제4차 산업혁명의 세 가지 특징은 초연결성, 초지능성, 예측성으로 서로 밀접한 관계를 가지고 있다. 사람

과 사물의 연결에 이어 사물과 사물의 연결이 인터넷을 통한 초연결성을 만들고 초연결성을 기반으로 빅데이터를 분석하는 초지능성과 빅데이터를 토대로 한 인간 행동을 예측하는 예측가능성으로 새로운 가치를 창출하는 순환적 구조 속에서 그 특성을 나타내고 있다.<sup>1)</sup> 그리고 새로운 가치를 창출함에 있어서 인공지능 스스로가 데이터를 입력하고 분석함으로써 연구 또는 학문분야에 영역 경계가 무너지고 새로운 분야가 생성되는 융합관계 속에서 변화되고 발전한다.

### 2-2. 디자인 콜라보레이션

우리 사회의 경제적 소득증대와 발달된 정보통신으로 인한 다양한 정보가 공유되면서 콜라보레이션으로 차별화된 감성 지향의 소비패턴을 보이고 있다.

콜라보레이션(Collaboration)의 사전적 정의는 공동작업 또는 협력을 의미하는 것으로 '함께'라는 의미의 'Com'과 '노동'이라는 의미의 'Labor'의 합성어이다. 이에 대한 디자인 측면에서 바라본 정의는 아래 표1<sup>2)</sup>과 같다. 이러한 삶의 변화는 디자인의 트렌드도 변화시키고 자연스럽게 시장 마케팅의 흐름도 변화시키며 개인이 추구하는 삶의 질적 수준이 높아졌다.

그러나 앞에서 밝힌 바와 같이 현재는 4차 산업혁명 시대로 그에 적합한 콜라보레이션의 개념 이해가 필요하다. 즉, 고전적 관점의 콜라보레이션의 개념과 다르게 접근해야 할 것이다. 고전적 관점은 브랜드나 기업간의 전략적 성격이 강한 마케팅 접근이라고 한다면 지금 현 시점에서는 융복합적 성격으로 고유의 영역을 넘어 새로운 브랜드 창출과 확산을 추구하는 융복합적 접근이라고 할 수 있다.

특히, 디자인 분야에서 콜라보레이션은 대중화된 아트 콜라보레이션이 아닌 기획에서 제작, 판매에 이르기까지의 활동을 협력함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 선순환적 협업경제 콜라보노믹스(Collabonomics) 개념으로 이해해야 한다. 콜라보노믹스란 '콜라보레이션(Collaboration)'과 '이코노믹스(Economics)'의 합성어로 '협력의 경제학'을 말한다. 2000년대 중반 이후 새로운 성장동력을 찾기 위한 기업간 협력이 강조되면서 학계에서 통용되기 시작하였다. 여기에서 단순히 시각화에 의한 콜라보레이션이 아닌 스토리의 콜라보레이션으로 감성적 접근으로 브랜드의 가치 창출에 영향력

을 끼치고 있다.

<표 1> 디자인 관점의 콜라보레이션 정의

이론가	정의
홍원표 (2005)	둘 이상의 기업이 자신이 보유한 핵심 역량을 바탕으로 상호보완적인 역량을 결합하여 각자가 가지고 있는 시장 및 기술 경쟁상의 강점을 함께 나누는 일정 기간 동안의 협력 관계
김지선 (2006)	공동 브랜드 전략의 하나로써 디자인에 집중된 브랜드 결합이자 합리적인 제품을 창출해 낼 수 있는 중요한 수단
정훈실 (2007)	두 개 이상의 주체가 만나 협업을 하는 현상이라고 지칭하고 브랜드나 기업, 혹은 독자적인 개인을 포함하는 콜라보레이터와 콜라보레이팅이 협력적이고 동등한 위치에서 자신의 핵심역량을 바탕으로 일정 기간 동안 협업
이현주 (2007)	둘 이상의 기업 혹은 브랜드가 협력 활동을 통하여 신선하고 새롭게 향상된 제품 혹은 마케팅 요소를 소비자에게 제공하는 상호보완적 결합
정유진 (2009)	제품의 개발에 있어 시간과 예산의 낭비 또는 실패의 위험요소를 줄이는 여러 방법 중 하나
안현진 (2011)	협업이라는 형태에서 경쟁적 우위를 확보하기 위한 목적으로 협력적으로 제휴하는 모습을 갖추고, 무형적이며 부가적인 가치를 추구하기 위한 협력의 방식

### 3. 콘셉트 도출 프로세스

#### 3-1. 콘셉트 도출

국어사전에 의하면 콘셉트는 어떤 작품이나 제품, 공연, 행사 따위에서 드러내려고 하는 주된 생각이며 '개념'으로 순화라고 명시되어 있으며 영어의 콘셉트 (Concept)는 개념, 관념, 사상, 테마 등의 뜻을 가지며 창의적 활동에서 다양하게 활용된다. 개념은 경험적 과정을 통하여 획득된 경험적 개념과 경험과 관계없이 순수한 사유(思惟)의 과정을 통하여 획득된 순수개념으로 나뉘며 지시하는 대상의 성격에 따라 구체적 개념표현과 추상적 개념표현으로 구별된다. 이러한 특성을 가진 개념 즉 콘셉트의 도출은 내외적인 환경에 대한 충분한 자료조사를 통한 심층적 분석과정을 거쳐야 한다.

디자인 분야에서 콘셉트에 대한 논의가 많았으며 디자인 프로세스에서 콘셉트 도출이 가장 시간이 많이 투자되는 중요한 과정이다. 또한 콘셉트 도출에 있어서

앞에서 밝힌 바와 같이 경험과 순수, 구체와 추상이라는 유무형의 개념으로 인하여 디자이너는 시각화에 있어서 고심을 많이 하며 디자인교육에 있어서도 지속적인 보완을 필요로 한다. 따라서 디자인교육에 있어서 실질적인 콘셉트 도출을 위한 체크가 필요하다.

#### 3-2. 4W 체크 포인트

4차 산업혁명 시대에 있어 최적의 디자인교육 방법은 무엇인지에 대한 논의는 현 교육계에서도 다각적으로 하고 있으며 단순 스펙형 인재 양성이 아닌 통합적 문제해결 인재 양성에 초점을 맞추고 있다. 이에 대한 해답이 프로젝트 중심 교육(PBL, Project Based Learning)으로 많은 대학에서 학습자 스스로 문제해결 역량을 키우는 PBL에 집중하고 있다. 이 학습방법은 1950년대 중반 한 의과대학에서 개발된 오래된 개념이지만 제3차 산업혁명 시대의 교육방법론으로 재조명받는 이유는 문제를 찾고 해결하는 역량을 키우는 교육 방법론이기 때문이다. 또한 프로젝트 중심 교육은 4Cs<sup>3)</sup>를 키울 수 있기 때문에 더욱 관심이 많아지고 있다. 본 연구자는 이러한 프로젝트 중심 교육을 실행함에 있어 실용적인 결과물을 위해서는 콘셉트 도출이 중요함을 인식하고 그에 대한 체크 포인트(4W)를 살펴보면 다음 표2와 같다.

<표 2> 4W 체크 포인트 단계

1st W	2nd W	3rd W	4th W
what is?	what if?	what wow?	what works?
explores current reality	uses what we learn to envision multiple options for creating a new future	makes some choices for about where to focus first	takes us into the real world to interact with actual users through small experiment

이 4가지 체크 포인트는 콘셉트 도출의 기본이며 문제해결을 위한 체계적 단계의 시작이라고 할 수 있다.<sup>4)</sup> 즉, 현실 이해, 기본 지식 활용, 핵심 채택 그리고 상용성 예측을 통해 형식적인 콘셉트 도출이 아닌 디자인 결과물이 완성될 때까지 반영이 되도록 해야

한다. 콘셉트가 디자인 프로세스에서 중요하다고 디자이너 모두가 알고 있는 사실이지만 때로는 다른 프로젝트에 적용 가능한 콘셉트를 도출하는 경우가 많다. 추상적이거나 철학적인 의미의 용어를 사용하였다고 훌륭한 콘셉트가 도출되는 것은 아니다. 이러한 점을 간과하지 말고 위의 4가지 체크 포인트를 바탕으로 콘셉트를 도출함으로써 디자인의 완성도를 높여야 할 것이다.

#### 4. GCVB 디자인 콜라보레이션

##### 4-1. 프로젝트 GCVB

미국의 경제동향연구재단 이사장이자 펜실베이니아 대학교 와튼스쿨의 최고경영자과정 전교수였던 제레미 리프킨(Jeremy Rifkin)는 최근 인터뷰에서 “현재의 교육은 1차 산업혁명에 기반을 둔 19세기 방식이다. 이제는 수업이 달라져야 한다.”고 강조했다. 현재의 교육을 대체할 대안 중의 하나가 앞에서 밝힌 바와 같이 프로젝트 중심 교육(PBL, Project Based Learning)이다. 미래부 산하 미래준비위원회가 만든 ‘미래 일자리의 길을 찾다’를 보면 ‘미래 인재’의 모습이 자세하게 드러나는데 정리하면 “창의성을 바탕으로 대안 도출 및 문제 해결하는 능력과 기계와 협력하는 소통 능력”이라 할 수 있다. 이것을 더 요약하면 창조성과 협력성으로 단순화시킬 수 있으며 이를 위한 프로젝트 수업사례를 들어 미래형 디자인교육 프로세스를 제시하고자 한다.

광주관광컨벤션뷰로는 2007년을 시작으로 광주시의 MICE산업 활성화와 관광 마케팅에 심혈을 기울여 광주가 국제적 관광도시로 도약하는 기틀을 마련에 이바지하는 기관으로 창조적이고 혁신적인 도전 정신으로 역사 속의 미래를 만들어가고 있다. 이러한 일환으로 10주년 기념 이미지홍보를 위한 심볼 작업으로 학부와 대학원의 연계된 팀 프로젝트를 함으로써 작업 결과물의 완성도를 높이고자 하였다.



<그림 1> 광주관광컨벤션뷰로 활동

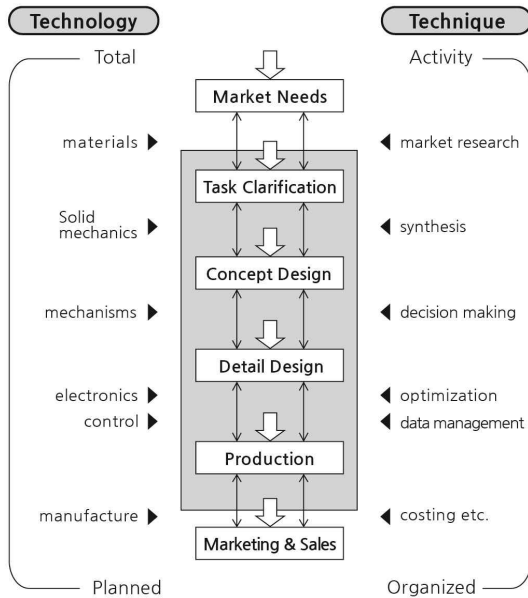
##### 4-2. 디자인 프로세스

디자인 프로세스는 ‘디자인 행위가 이루어지는 총체적인 과정’으로 디자이너의 역량이나 환경에 따라 구체적인 프로세스는 다를 수 있다. 그동안 연구된 디자인 프로세스의 구조를 보면 묘사적 모델과 규정적 모델로 나누어 지고 다음 표3과 같다.<sup>5)</sup> 이 두 가지 모델이 기본적인 이론이며 많은 연구자들이 다양하게 제시하고 있으며 공통적인 단계는 이해-종합-평가로 나누고 있는 것이 사실이다.

<표 4> 디자인 관점의 콜라보레이션 정의

	묘사적 모델	규정적 모델
과정	진행활동을 순서대로 묘사	체계적인 절차
목적	문제해결에 초점	논리적으로 규정
핵심	추측과 논박	연산적으로 분석적인 작업
단계	도출-평가-전달	분석-종합-평가
방법	디자이너의 주관적 판단	디자인 방법론 제시
단점	시행착오적	문제정의 많은 시간 소요
보완점	노이즈를 최소화할 방법 필요	독창성과 유연성을 보완할 필요

프로젝트 중심 교육은 일반 교육과는 달리 정확한 스케줄에 맞추어 진행해야 하기에 정확한 프로세스 매뉴얼이 필요하다. 디자인 프로세스에 대한 연구는 지속적으로 이루어지고 있기에 그에 대한 방법론 또한 다양하다. 본 프로젝트에 있어서 연구자는 그림2와 같이 테크놀로지 중심의 디자인프로세스6)에 맞추어 진행하고 2장에서 밝힌 콘셉트 도출의 4W 체크포인트에 역점을 두고 분석하고자 한다.



<그림 2> 테크놀로지 중심의 디자인 프로세스

### 4-3. 콜라보레이션

#### 4-3-1. 콘셉트 도출 프로세스

첫 번째 체크 포인트로 파악한 현 심볼의 가장 큰 문제점은 기관 비전 및 정체성을 반영이 미비하다는 것이었다. 가독성의 부재로 정체성 확립과 통합 커뮤니케이션 전략에 의한 심볼이 필요함을 제시할 수 있었다. 두 번째 체크 포인트에서 국내외의 패러다임적 사례조사를 다음 그림3과 같이 정리할 수 있다. 사례조사결과 네임과 이미지가 자연스럽게 결합하여 다양성을 플렉서블하게 표현하는 시각이미지가 돋보였다.

모티프 이미지는 위의 사례조사 분석을 통한 키워드를 중심으로 이미지를 도출하였다. 키워드의 방향은 인간의 존엄을 역사 속에서 지키고 있는 광주와 광주의 가치를 담고 발전에 이바지하는 광주컨벤션뷰로는

광주시민들과 방문객에게 올바른 방향성을 제시하고 글로벌 커뮤니케이션에 적합한 기관의 특성을 담았다. 그에 대한 이미지는 다음 그림4와 같다.



<그림 3> 국내외 컨벤션뷰로 사례



<그림 4> 국내외 컨벤션뷰로 사례

또한 다양한 멀티미디어 환경에서 변화하는 아이덴티티 조사를 통한 키워드 도출을 하고 세 번째 체크 포인트에서 핵심 키워드 선택과 시각화를 구상하였다. 마지막 체크 포인트로 시각화의 샘플 검증을 실행한 것을 정리하면 아래 그림5와 같다.

1st W	what is?	
2nd W	what wow?	
3rd W	what if?	"광주는 현재진행형, 광주관광컨벤션뷰로가 함께"
4th W	what works?	

<그림 5> GCVB의 콘셉트 체크 포인트

### 4-3-2. Visual Identity

4W 체크 포인트에 의한 광주관광컨벤션뷰로 VI(Visual Identity)의 콘셉트는 지속가능한 유연적 심볼로 공감과 소통의 가치창출로 제시하였다. 그에 대한 시각화는 로고의 심볼화를 기본으로 작업하였고 다음 그림6과 같은 결과를 도출하였다.



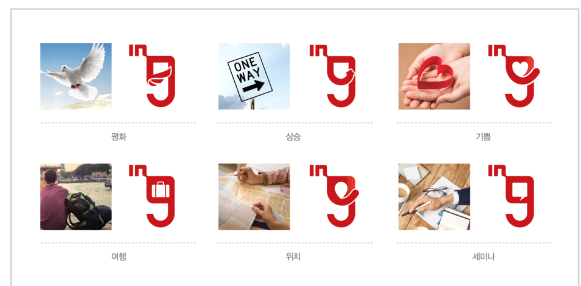
<그림 6> GCVB의 콘셉트 체크 포인트

이는 '광주가 끊임없이 발전하고 있다'는 의미와 함께 '사람 인(人)'으로 사람 중심의 인권도시를 상징하고 '영어 인(in)'은 끌어들이거나 에워싸는 의미이기 때문에 광주 안으로 사람들을 끌어모으는 문화성과 진행형의 ing를 연결함으로써 광주의 지속가능한 발전을 의미하여 시각화하였다. 현재 광주관광컨벤션뷰로는 광주만의 독특한 문화를 발전시키고자 노력하고 있다. 지역 경제 활성화 또한 열정적으로 진행한다는 정열과 도전을 의미하는 붉은 계열로 심볼의 색상을 적용하였다.

또한 광주관광컨벤션뷰로는 숙박업, 요식업, MICE Alliance 활성화 사업, MICE 목적지 광주 홍보사업, 지역 MICE 인재를 육성하는 광주권 영마이스서포터즈 육성사업 등 지속가능한 지역의 MICE 산업의 토대 마련에 노력하고 있기 때문에 이에 대한 활용 가능한 심볼 그래픽이 필연적 요구사항 있었다. 이제 대한 리서치는 앞에서 밝힌 콘셉트 체크포인트의 두 번째 what wow?에서 수집한 것들을 다시 한번 재검토 한 후 관련성이 깊은 사례를 아래 그림6과 같이 요약할 수 있다. 이를 바탕으로 광주관광컨벤션뷰로만의 정체성을 담은 플렉서블한 심볼을 기획하여 다음 그림7과 같은 응용편을 도출하였다. 각각의 심볼은 기관의 공통 정체성은 충족시키고 각 사업별 특성을 직관미가 느껴지도록 시각화함으로써 광주관광컨벤션뷰로의 다양성을 올바르게 제시하는 소통의 메시지의 역할을 할 수 있도록 하였다.



<그림 7> 국외 플렉서블 아이덴티티 사례



<그림 8> 4W 적용한 플렉서블 심볼

### 4-3-3. 콜라보레이션 사례

프로젝트 중심 교육에 의해 도출된 광주관광컨벤션뷰로 VI(Visual Identity)는 2차 콜라보레이션 작업에

참여하여 실무 감각을 키워 현장에서의 계획과 변수에 대한 공감을 갖는 기회가 되었다. 그 결과물은 그림9와 같다.



<그림 9> 콜라보레이션 결과물

콜라보레이션 과정 중에 나타난 수업 몰입도의 변화와 현상은 크게 3가지로 그 첫째는 디자인 실행에서 참여도에 확실히 높아졌다. 그 이유에 대한 대면질문 결과 자신의 디자인 작업물이 대중들에게 알려질 것을 생각하니 책임의식이 높아졌고 팀 작업에 있어 자신의 의견과 디자인이 관철되기 바라기 때문에 참여도가 높아질 수밖에 없었다고 하였다. 둘째는 디자인 프로세스에 대한 정확한 이해가 되어 교과과정에 대한 어려움 또는 불만이 해소되었다는 점이다. 물론 학생들의 역량 차이가 있지만 디자인 프로세스 이해로 과제 제출물에 대한 완성도가 높아지고 스스로 검수하는 습관이 들어 데이터 관리에 대한 기본적인 자세에 대한 변화가 뚜렷하게 나타났다. 셋째는 디자이너로서의 삶과 가치관을 가지는 기회가 되어 전문 디자이너로서의 역량을 키우려는 열정이 높아진 경우와 책임감에 대한 부담감으로 소극적으로 대처하는 학생들이 공존하는 현상이 나타났다. 이 콜라보레이션 프로젝트로 학생들의 반응과 새로운 디자인교육의 방향성을 파악할 수 있었다.

이러한 기초작업들을 토대로 기관과 지속적인 회의를 진행함에 있어 학생들의 참여는 클라이언트 관점과 소비자 관점에 대한 실질적인 참여를 이끌었다. 소비자의 생활패턴과 니즈가 점점 복잡해지고 다양화되는 것은 익히 알지만 몸소 체험함으로써 작업의 스킬과 프리젠테이션의 스킬이 함께 향상되었다.

콜라보레이션은 디자인을 매개체로 감성가치 뿐만 아니라 마케팅의 차별화로 인한 기관 또는 기업의 부가가치 또한 높일 수 있다. 프로젝트 중심 교육을 통한 콜라보레이션은 단순 디자인 작업의 프로세스의 질적 향상만이 아닌 디자인, 마케팅, 프리젠테이션에 의한 커뮤니케이션 등에 대한 종합적 교육이 되기 때문에 더욱 디자인 실행에 있어서 시간 개념에 바탕을 둔 체계적 접근으로 작업하여야 한다. 이 연구에서 한 기관과의 두 가지 프로젝트를 진행하면서 콜라보레이션이 제 4차 산업혁명 시대에 필요한 교육의 한 방법임을 증명하기에는 부족하였지만 창의적인 문제해결 방식의 교육이 된다는 것은 의심 없는 사실이다. 특히, 정확한 디자인 프로세스 계획에 맞추어 작업을 하기 위해서는 정확한 콘셉트를 도출하고 디자인 실행에 있어 콘셉트가 형식적이지 않고 디자인 결과물이 제시될 때까지 그 힘을 잃지 않도록 작업하는 것이 무엇보다도 중요하다. 그러한 결과를 위해서는 앞에서 밝힌 바와 같이 콘셉트 도출의 체크 포인트 4가지에 역점을 두어야 할 것이다. 각각의 디자이너나 디자인 회사에서 그들만의 디자인 프로세스가 있는 것처럼 콘셉트 도출에 대한 노하우가 각기 다를 것이다. 그러나 본 연구에서는 통용적 체크 포인트를 제시함으로써 미래형 디자인교육의 해법이 다양해지길 바란다.

## 5. 결론 및 제언

현재 화두에 오르내리는 AI시대, 제4차 산업혁명 시대, 창의적 인재양성, 미래형 문제해결 중심 교육, 감성지능 등에서 공통적으로 대두되는 분야가 디자인일 것이다. 그 이유는 미래창조과학부의 『미래전략 보고서, 미래 일자리의 길을 찾다』에서 밝힌 바와 같이 인간 개개인이 갖는 다양성을 활용하면서 기계를 이해하고 협력하는 역량 즉, 기계와 협력하고 소통할 수 있는 역량이 이 시대가 요구하는 인재이고 그 해당 분

야가 디자인이기 때문일 것이다. 2018년 영국의 디자인 카운슬(Design Council)의 보고서 『Designing a Future Economy』에서도 제 4차 산업혁명 시대에 선도 기업으로 성장하기 위한 필수 역량으로 디자인 인력과 기술 보유를 강조한 것처럼 디자인의 역할에 대한 가치는 점점 더 중요시될 것이다.

이에 맞추어 디자인 프로세스에서 중요한 위치를 차지하고 있는 콘셉트 도출에 대한 심도 있는 연구의 시작으로 4가지 체크 포인트를 제시하였고 그에 대한 실용성을 프로젝트 중심 교육의 사례를 통하여 확인하였다. 광주관광컨벤션부로의 VI작업과 홍보물 제작에 있어 콜라보레이션 한 결과 디자인 결과물의 완성도가 높아졌을 뿐만 아니라 학생들의 수업 몰입도와 이해력이 향상되었음을 체감하였다. 즉, 문제를 찾는 능력과 개방된 팀워크로 현장감 있는 수업이 진행되었고 그 과정 속에서 문제 해결력, 심층적 사고 능력, 비판적, 사고력 등 다양한 능력을 함양할 수 있었다. 그러나 실질적인 문제를 해결하는 역량을 키우는 사례가 교수의 역량 또는 외부적 환경에 따라 차이가 많이 나기 때문에 이를 위한 대안과 방법은 더욱 심도 있게 다루어야 할 것이다.

따라서 시대적 요구에 따라 미래형 디자인교육을 위한 실질적 방법론으로 콘셉트 도출 체크 포인트를 제시함으로써 디자인교육 및 실무에 긍정적인 영향을 끼치기며 관련된 후속 연구가 향후 지속적으로 나오길 기대한다.

---

1) 오문석, 원종욱, 「공공장소의 UX 기반 스마트 미러 디스플레이 활용 체계 연구」. 커뮤니케이션 디자인학연구, vol. 59, 2017, p.91.

2) 송남이.(2019) 아트콜라보레이션 제품 비즈니스를 위한 사용자 주관성 인식유형 연구, 경기대학교 박사논문, p.10.

3) PBL의 핵심은 학습자가 일방적으로 가르침을 받는 것이 아닌 스스로 경험을 통해 배움을 만들어가는 것으로 단순 암기하는 것이 아닌 상호작용을 통한 능동적 교육으로 창의력(Creativity), 소통능력(Communication), 비판적 사고(Critical Thinking), 협동성(Collaboration)을 키울 수 있다.

4) Jeanne Liedtka, Andrew King, Kevin Bennett.(2013) Solving Problems with Design Thinking, p.4.

5) 오해춘, (2007), 산업디자인프로세스와 방법론, 세진사, pp.66-68. 참조.

6) Phaidon Design Classics vol.3, Phaidon Press Limited, (2006), p.924.

## 참 고 문 헌

- 김문기, 『디자인기획과 전략』, 커뮤니케이션북스, 2014
- 이해묵, 『산업디자인론』, 디자인리서치앤플래닝, 2016
- 에릭 카르잘루오토, 추미란 역, 『디자인 방법론』, 정보문화사, 2014.
- 마틴 제이 외, 정성철·백문임 옮김, 『모더니티와 시각의 해계모니』, 2004.
- 크로스 노웰, 『디자인 방법론』, 미진사, 1993
- Collingwood, R.G., 『The Principles of Art』, London: Oxford University Press, 1938.
- Mel Byars, 『The Design Encyclopedia』, Laurence King Publishing, 1994
- Jeanne Liedtka, Andrew King, Kevin Bennett. 『Solving Problems with Design Thinking』, 2013
- 김수홍, 「디자인 프로세스에서 콘셉트의 시각화를 위한 [CMS]모형 제안」기초조형학회, 2019
- 권기현, 『21세기 과학기술혁명과 인류의 미래』, 경희대학교 출판국, 1999.
- 변서영, 디자인 패러다임의 변화, 사회문제해결 디자인, 건축과 도시공간, 2018.
- 송남이, 「아트콜라보레이션(Art Collaboration) 제품 비즈니스를 위한 수용자 주관성 인식유형 연구」 경기대학교 대학원 박사논문, 2018
- 양영완, 「알베르토 메다의 기술융합 디자인 리서치와 콜라보레이션 프로젝트에 관한 연구」한국기초조형학회, 2019.
- 이인영, 「아트 콜라보레이션을 응용한 고부가가치 네트워크 디자인 개발에 관한 연구」대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문, 2018
- 최알버트영, 「다층 퍼셉트론 맥락에서 본 디자인 콘셉트 개발 방법론으로서 콘셉트 제안」홍익대학교 대학원 박사논문, 2006.
- 최인영, 「디자인 콜라보레이션 사례분석을 통한 가치 창출 연구, 한국디지털정책학회」2018.
- 한국디자인진흥원, 『디자인트렌드 2018』, (주)쌤앤 파커스, 2017