

21세기 디자인산업 발전과  
여성 디자인 전문인력 개발

<결과보고서>

2003. 8

산 업 자 원 부  
한국디자인진흥원

## 주 의

1. 이 보고서는 산업자원부에서 시행한 디자인기술개발사업의 연구 개발 보고서이다.
2. 이 연구개발내용을 대외적으로 발표할 때에는 반드시 산업자원부에서 시행한 디자인기반기술개발사업의 연구개발결과임을 밝혀야 한다.

# 제 출 문

한국디자인진흥원장 귀하

본 보고서를 “디자인기반기술개발사업에 관한 연구개발” (사업기간 : 2002. 9. 1 ~ 2003. 8. 30) 과제의 결과보고서로 제출합니다.

2003. 8. 31

주관기관명 : 한국여성개발원

총괄책임자 : 정 해 숙 (한국여성개발원 선임연구위원)

연 구 원 : 양 인 숙 (한국여성개발원 연구위원)

신 선 미 (한국여성개발원 연구위원)

정 향 진 (한국직업능력개발원 전문연구원)

연 구 조 원 : 김 연

# 목 차

## 제1장 서론

제1절. 연구의 필요성 .....	3
제2절. 연구 목표 및 내용 .....	7
1. 연구 목표 .....	7
2. 연구의 내용 및 범위 .....	9
제3절. 연구방법 및 절차 .....	11
1. 자료 수집 및 문헌연구 .....	11
2. 거시통계자료 재분석 .....	11
3. 설문조사 실시 .....	12
4. 전문가협의회 및 심층면접, 전문가 워크숍 개최 .....	B
제4절. 연구의 한계 .....	B

## 제2장 디자인산업 발전과 인력 현황

제1절. 디자인산업 현황과 발전전망 .....	19
1. 디자인산업 현황 .....	21
가. 디자인전문회사 .....	22
나. 기업체 디자인부서 현황 .....	25
2. 디자인산업 발전전망 .....	27
제2절. 디자인 인력 양성 추이 .....	30
1. 분석방법 .....	30
2. 디자인 관련 학과수 및 학생수 증가 .....	34

3. 디자인 인력의 양성 규모와 성별, 분야별 분포 .....	35
가. 전체 인력 .....	35
나. 여성 인력 .....	38
다. 디자인 분야별 인력 .....	39
4. 신규졸업자의 취업률 .....	41
제3절. 디자인인력 고용구조 .....	45
1. 전반적인 여성 고용구조 .....	45
가. 여성 경제활동참가율의 증가 .....	45
나. 산업별 여성 취업자수 추이 .....	47
다. 직종별 여성 취업자수 추이 .....	49
2. 디자인 산업의 고용구조 .....	50
가. 전문디자인업체의 인력 구조 .....	51
나. 일반 기업체 디자인 인력 활용현황 .....	55

### 제3장 여성 디자인인력 양성 실태 분석

제1절. 조사방법 및 절차 .....	61
1. 표본의 구성 .....	61
2. 조사도구 개발 .....	63
제2절. 디자인분야로의 진로선택과정 .....	65
1. 디자인전공 선택과정 .....	65
가. 진학결정 시기, 이유 및 영향 요인 .....	65
나. 부모의 태도 .....	67
2. 중등학교에서의 미술교육경험 .....	69
가. 교내 미술교육 경험 .....	69
나. 학교외 미술교육 경험 .....	72
제3절. 대학에서의 전문교육경험 .....	74
1. 교수와의 상호작용 .....	74

2. 전공 만족도 .....	77
가. 전공 만족도 .....	77
나. 전공변경 의향 .....	80
다. 동성후배에게 전공 권유 의향 .....	82
3. 자기 주도적 활동 .....	83
가. 동아리활동 .....	83
나. 공모전 참여 경험 .....	85
4. 여학생 교육환경 .....	87
가. 여교수비율 .....	87
나. 여학생으로서의 애로사항 .....	89
제4절. 졸업 후 진로계획 .....	91
1. 진로계획 .....	91
가. 취업계획 및 준비도 .....	92
나. 대학원 진학 희망 이유 .....	95
다. 졸업 후 직업활동에 대한 태도 .....	95
2. 디자인 전문능력에 대한 자기 평가 .....	96
가. 총괄평가 .....	97
나. 개별항목 평가 .....	98
3. 여성 디자인인력 취업촉진 방안 .....	102
제5절. 소결 .....	104

#### 제4장 디자인산업의 여성인력 활용 실태분석

제1절. 조사방법 및 절차 .....	111
1. 표본의 구성 .....	111
2. 조사도구 개발 및 조사방법 .....	114
제2절. 디자인산업의 기업현황과 여성인력 활용 .....	116
1. 응답기관 현황 .....	116

2. 디자인 인력 고용 구조 .....	118
가. 디자인 인력 현황 .....	118
나. 디자인 인력의 승진 및 재직기간 .....	122
다. 디자인 인력 채용실태 .....	124
3. 디자인 인력수요 전망 및 정부의 정책적 지원 요구 .....	133
제3절. 여성 디자인 인력의 직업경험 .....	138
1. 조사대상자의 특징 .....	139
2. 구직과정 .....	140
가. 취업 경로 .....	140
나. 정규직 취업에 걸린 시간 .....	141
다. 구직을 위한 노력 정도 .....	143
라. 구직 준비 방법 .....	143
마. 정규직 취업의 장애요인 .....	145
바. 전문 디자이너로 성공하기 위한 조건 .....	147
사. 디자인 전공교육의 실용성 .....	148
아. 디자인 전공교육이 실무에 도움이 되지 않은 이유 .....	149
3. 직업경험 .....	150
가. 직업 만족도 .....	150
나. 직업 불만족의 이유 .....	151
다. 디자이너 직업세계에서의 성차별 .....	153
라. 성별에 따른 직업능력의 차이 .....	154
마. 직장에서 핵심능력으로 인정 여부 .....	156
바. 이직 경험과 이직 이유 .....	157
사. 향후 이직 계획과 원하는 이직 형태 .....	160
4. 인력수요 전망과 정부지원정책의 필요성 .....	162
가. 향후 2년간 인력 수요가 예상되는 분야 .....	162
나. 정책분야별 정부지원의 필요성 .....	163
제4절. 소결 .....	165

## 제5장 여성 디자인 인력 활용을 위한 방안 탐색

제1절. 국내.외 디자인 인력 개발 정책 사례 조사	171
1. 국내 정책	171
가. 산업자원부의 산업디자인 진흥정책	171
나. 정보통신부의 디지털콘텐츠산업 발전 계획	176
다. 문화관광부의 문화산업비전 21	177
2. 외국 정책	179
가. 프랑스	179
나. 영국	190
제2절. 전문가 심층 면접 및 자문	194
1. 심층 면접	195
가. 면접 대상자의 일반적 특성	195
나. 면접 내용	196
다. 면접 결과 분석	197
라. 시사점	200
2. 워크숍	202
가. 정책방안 내용	202
나. 워크숍 결과 분석	204
다. 시사점	206
3. 전문가협의회	207
가. 1차 전문가 협의 결과	207
나. 2차 전문가 협의 결과	209
제3절. 소결	211

## 제6장 여성 디자인 전문인력 개발 방안

제1절. 정책방향	215
1. 여성 디자인 전문인력 개발 기반 조성	217



2. 여성 디자인인력의 노동시장 진입 촉진 .....	218
3. 여성 디자인인력의 경력개발 지원 .....	219
4. 여성 디자인전문회사 육성 및 지원 .....	221
제2절. 여성디자인 전문인력 개발 추진계획 .....	221
1. 최종목표 .....	221
2. 1단계 추진계획 .....	222
가. 추진목표 .....	222
나. 추진과제 .....	222
다. 추진일정 .....	224
3. 2단계 추진계획 .....	225
가. 추진목표 .....	225
나. 추진과제 .....	225
다. 추진일정 .....	227
제3절. 여성디자인 전문인력 개발 과제별 추진내용 .....	227
1. 여성 디자인 전문인력 개발 기반 강화 .....	227
가. 여성 디자이너 육성 분과위원회 설치 .....	227
나. 여성디자인 프리랜서 에이전시(Agency) 기구 설치 .....	229
다. 디자인 분야 여성 디자이너 단체 활성화 .....	230
라. 「디자인직업경력정보센터(가칭)」 설치 및 운영 .....	232
마. 디자인 분야의 인력수요 예측 통계자료 구축 .....	240
바. 디자인 분야 여성 유망 업종 및 직종 발굴 .....	241
2. 여성디자인 인력의 노동시장 진입 촉진 .....	242
가. 여대생 디자인 창작 캠프 개최 .....	242
나. 스타 여성디자이너 발굴·홍보 .....	243
다. 디자인전공 여대생 기업 연수 프로그램 실시 .....	244
라. 정부 지원 디자인전공 여대생 인턴제 도입 .....	245
마. 여대생 디자인공모전 개최 .....	246
바. 디자인관련 학과의 여성 교수비율 제고 .....	247

3. 여성 디자인 인력의 경력개발 지원 .....	248
가. 엘리트 디자이너 전문과정 운영 및 여성 참여 촉진 .....	248
나. 여성 디자이너 재직자 훈련 프로그램 개발 및 운영 .....	251
다. 여성 디자인 인력을 활용한 중소기업 디자인 상담사업 .....	253
라. 여성 디자인 페어(공모전) 개최 .....	255
마. 우수 여성 디자이너 해외 연수 지원 .....	257
4. 여성 디자인 전문회사 육성 및 지원 .....	258
가. 여성 디자이너 창업 촉진 .....	258
나. 여성 디자인업체 경영지원 강화 .....	259
다. 여성 디자인업체 해외 진출 지원체계 구축 .....	261
라. 지역 여성 디자인업체 경쟁력 향상 지원 .....	261
참고문헌 .....	265
부    록 .....	269

## 표 목 차

<표 II-1>	중점 육성대상 지식기반산업 .....	19
<표 II-2>	산업기술개발효과 분석 .....	20
<표 II-3>	지식기반서비스업의 업종별 추이 .....	21
<표 II-4>	디자인분야별 매출 추정액(2001년) .....	2
<표 II-5>	디자인전문회사의 디자인개발 프로젝트수 .....	24
<표 II-6>	기업체의 디자인 투자 규모 .....	26
<표 II-7>	경쟁국과 대비한 우리 디자인 수준 .....	28
<표 II-8>	디자인산업의 매출액 전망 .....	28
<표 II-9>	지식기반서비스산업의 발전비전 .....	29
<표 II-10>	디자인산업의 발전전망 .....	29
<표 II-11>	전문대학 및 대학교의디자인 분야별 관련학과 명단 .....	31
<표 II-12>	전문대학과 대학교의 디자인 관련학과수 및 재학생수 .....	34
<표 II-13>	디자인 전공 석사 및 박사과정 학과수 및 재학생수 .....	35
<표 II-14>	여성 디자인 인력의 양성 규모 및 비율 .....	38
<표 II-15>	전문대학과 대학교 디자인 관련학과 신규졸업자의 취업률 ..	42
<표 II-16>	전문대학과 대학교에서 양성된 디자인 인력의 분야별 취업률 ..	43
<표 II-17>	전공 디자인 분야별 남녀 신규 인력의 취업률 비교 .....	44
<표 II-18>	혼인상태별 경제활동참가율: 1980-2000 .....	74
<표 II-19>	산업별 여성 취업자수 추이 .....	48
<표 II-20>	직종별 여성 취업자 분포 .....	49
<표 II-21>	전문 디자인업 규모별 사업체수 .....	51
<표 II-22>	전문 디자인업 남녀 대표자수 .....	52
<표 II-23>	전문 디자인업 종사자수 추이 .....	52
<표 II-24>	전문 디자인업 남녀 종사자수 추이 .....	53
<표 II-25>	전문 디자인업 규모별 남녀 종사자수 .....	53

<표 II-26>	전문 디자인업 종사상 지위별 종사자수 .....	54
<표 II-27>	일반 기업체 디자인 부서 인력 현황 .....	56
<표 II-28>	일반 기업체 디자인 분야 남녀 종사자 수 .....	57
<표 III-1>	조사대상 학생의 성별 디자인분야 .....	62
<표 III-2>	학생 조사표의 구성 .....	64
<표 III-3>	디자인전공 선택 이유 .....	66
<표 III-4>	디자인 전공 선택에 영향을 미친 요인 .....	67
<표 III-5>	디자인 전공 선택에 대한 부모의 태도 .....	68
<표 III-6>	디자인 전공 선택에 부모가 찬성한 이유 .....	68
<표 III-7>	고등학교 출신 계열 .....	70
<표 III-8>	남녀학생의 고등학교 미술교육경험 .....	71
<표 III-9>	남녀학생의 고등학교 재학시 미술 친화도 .....	71
<표 III-10>	중등학교 재학시 미술관련 클럽활동 경험 .....	72
<표 III-11>	학교 외 미술관련 활동 .....	73
<표 III-12>	미술 실기대회 및 경시대회 참여경험 .....	73
<표 III-13>	미술 실기 및 경시대회 입상 횟수 .....	74
<표 III-14>	교수-학생 상호작용 평균점수 .....	76
<표 III-15>	교수-학생 상호작용 이원분산분석 .....	77
<표 III-16>	디자인분야별 전공 만족도 .....	78
<표 III-17>	전공 만족도 이원분산 분석 .....	79
<표 III-18>	전공 불만족 이유(1순위) .....	80
<표 III-19>	다른 전공으로의 변경 희망률 .....	81
<표 III-20>	전공 변경 희망 이유 .....	81
<표 III-21>	디자인분야별 동성후배 권유 여부 .....	82
<표 III-22>	디자인관련 동아리 활동기간 .....	84
<표 III-23>	디자인관련 동아리 활동 참여도 .....	84
<표 III-24>	공모전 참여 횟수 .....	86
<표 III-25>	공모전 입상 횟수 .....	86

<표 III-26>	대학유형별 여교수비율 .....	88
<표 III-27>	디자인 교육에서 여학생으로서의 애로사항 .....	89
<표 III-28>	디자인교육에서 여학생으로서의 애로사항 요인분석 및 신뢰도 검증 .....	90
<표 III-29>	디자인분야별 디자인교육에서 여학생으로서의 곤란도 .....	91
<표 III-30>	진로계획 .....	91
<표 III-31>	디자인분야별 전공분야 취업희망률 .....	93
<표 III-32>	취업준비 시작시기 .....	93
<표 III-33>	취업준비도 .....	94
<표 III-34>	대학원 진학이유 .....	95
<표 III-35>	졸업 후 직업활동에 대한 태도 .....	96
<표 III-36>	디자인분야별 디자인 전문능력에 대한 자기평가 .....	97
<표 III-37>	디자인 전문능력 이원분산 분석 .....	98
<표 III-38>	디자인 전문능력 요인분석 및 신뢰도 검증 .....	98
<표 III-39>	디자인분야별 디자인 전문능력(핵심능력)에 대한 자기평가 .....	100
<표 III-40>	디자인 전문능력(핵심능력) 이원분산 분석 .....	100
<표 III-41>	디자인분야별 디자인 전문능력(일반능력)에 대한 자기평가 .....	102
<표 III-42>	디자인 전문능력(일반능력) 이원분산 분석 .....	102
<표 III-43>	여성 디자인인력의 취업촉진 방안 지지도 .....	104
<표 IV-1>	기업체 조사대상 구분 .....	112
<표 IV-2>	일반 기업체의 주요 생산품 .....	112
<표 IV-3>	디자인 전문회사의 전문분야 .....	113
<표 IV-4>	기업형태별 회사 규모 .....	114
<표 IV-5>	근로자 조사대상 구분 .....	114
<표 IV-6>	기업체 조사 설문지 구성 .....	115
<표 IV-7>	기업체 근로자 조사 설문지 구성 .....	116
<표 IV-8>	기업형태별 조직연령 .....	117
<표 IV-9>	기업형태별 남녀 종업원 현황 .....	118

<표 IV-10>	일반 기업체 업종별 정규직 남녀 디자인인력 현황 .....	119
<표 IV-11>	디자인 전문회사 분야별 정규직 남녀 디자인인력 현황 .....	119
<표 IV-12>	일반 기업체의 남녀 디자인 인력 현황 .....	120
<표 IV-13>	디자인 전문회사의 남녀 디자인 인력현황 .....	121
<표 IV-14>	기업형태별 디자인 인력의 승진단계 .....	122
<표 IV-15>	디자인 인력 채용시 모집방법 .....	124
<표 IV-16>	지난 1년간 디자인 인력 채용 여부 .....	125
<표 IV-17>	디자인 인력 채용시 신규.경력 채용비율 .....	126
<표 IV-18>	경력직 채용시 요구 경력 .....	126
<표 IV-19>	신규인력 채용시 요구 학력수준 .....	127
<표 IV-20>	디자인 인력 채용시 성별 선호여부 .....	128
<표 IV-21>	디자인 인력 충원의 어려움 .....	128
<표 IV-22>	디자인 인력 충원의 어려움 이유 .....	129
<표 IV-23>	여성 디자인 인력 활용여부 .....	130
<표 IV-24>	여성 디자인 인력 활용만족도 .....	130
<표 IV-25>	여성 디자인 인력 미활용 이유 .....	131
<표 IV-26>	향후 2년 내 디자인 인력 채용계획 .....	133
<표 IV-27>	향후 디자인 인력 채용시 선호하는 고용형태 .....	134
<표 IV-28>	향후 디자인 인력 채용시 선호하는 경력형태 .....	134
<표 IV-29>	향후 디자인 인력 채용시 선호하는 성별형태 .....	135
<표 IV-30>	향후 2년간 인력수요 증가 예상 분야(다중응답) .....	136
<표 IV-31>	여성 디자인 인력 개발 및 활용을 위한 정부 지원 정도 .....	137
<표 IV-32>	기업형태별 정부 지원정도 평균값 .....	138
<표 IV-33>	조사대상자의 특징 .....	139
<표 IV-34>	첫 번째 정규직을 얻기까지 구직을 위해 노력한 정도 .....	143
<표 IV-35>	구직 준비 방법 .....	144
<표 IV-36>	정규직 취업의 장애요인 .....	146
<표 IV-37>	디자인 전공 교육이 실무에 도움이 된 정도 .....	149

<표 IV-38>	전공 교육이 실무에 도움이 되지 않은 이유 .....	150
<표 IV-39>	직업에 만족하는 정도 .....	151
<표 IV-40>	직업에 대한 불만족 이유의 성별비교 (중복응답) .....	152
<표 IV-41>	디자이너 직업세계에서의 성차별 정도 .....	154
<표 IV-42>	직장에서 핵심인력으로 인정받는 정도 .....	156
<표 IV-43>	주력 업무 분야별, 직장에서 핵심인력으로 인정받는 정도 .....	157
<표 IV-44>	이직 경험 유무 .....	158
<표 IV-45>	전 직장의 디자인 관련 여부 .....	159
<표 IV-46>	전 직장을 그만둔 주된 이유 .....	160
<표 IV-47>	향후 이직 의사 유무 .....	161
<표 IV-48>	원하는 이직 형태 .....	161
<표 V-1>	제2차 산업디자인 진흥종합계획의 추진성과 .....	172
<표 V-2>	제3차 산업디자인 진흥종합계획 .....	174
<표 V-3>	디지털산업발전 종합계획의 연간 소요예산 .....	176
<표 V-4>	2001년도 문화산업 진흥 정책 추진실적 .....	178
<표 V-5>	전문가 심층면접조사 대상자의 특성 .....	196
<표 V-6>	전문가 워크숍에서 논의된 여성 디자인 전문인력 개발 방안(초안) .....	202

## 그림목차

[그림 I-1]	연구 진행과정 .....	4
[그림 II-1]	디자인전문회사 매출규모 .....	3
[그림 II-2]	고등교육기관의 디자인 인력 양성 규모 .....	6
[그림 II-3]	고등교육기관의 디자인 관련학과 졸업자 수 .....	7
[그림 II-4]	고등교육기관이 양성한 신규 디자인 인력의 전공분야별 분포 .....	30
[그림 II-5]	디자인 분야별 여성 인력의 비율 .....	4
[그림 II-6]	성별 경제활동참가율 추이 .....	4
[그림 II-7]	서비스업분야 여성취업자 비중의 추이 .....	4
[그림 II-8]	일반 기업체의 제조업종 분포 .....	6
[그림 III-1]	디자인분야로의 진학결정 시기 .....	6
[그림 III-2]	교수-학생 상호작용 .....	7
[그림 III-3]	전공만족도 .....	8
[그림 III-4]	디자인관련 동아리 활동 .....	8
[그림 III-5]	디자인 공모전 참여경험 .....	8
[그림 III-6]	디자인분야별 교수 수 .....	8
[그림 III-7]	전공분야 취업희망 여부 .....	9
[그림 III-8]	취업희망 기관 .....	9
[그림 III-9]	디자인 전문능력(핵심능력) .....	9
[그림 III-10]	디자인 전문능력(일반능력) .....	11
[그림 III-11]	여성 디자인인력의 취업촉진 방안 .....	13
[그림 IV-1]	지난 3년간 퇴직한 남녀 디자인 인력의 평균 재직기간 .....	13
[그림 IV-2]	여성 인력에 대한 평가 .....	12
[그림 IV-3]	디자인 분야에서 정규직 취업경로 .....	14
[그림 IV-4]	정규직 취업까지 걸린 시간 .....	12



[그림 IV-5]	구직 준비 방법 .....	144
[그림 IV-6]	정규직 취업의 장애요인 .....	15
[그림 IV-7]	전문디자이너로 성공하기 위해 가장 중요한 조건 .....	18
[그림 IV-8]	직업에 대한 불만족의 이유 .....	19
[그림 IV-9]	성별에 따른 직업능력의 차이에 대한 인식 .....	15
[그림 IV-10]	향후 2년간 인력수요가 증가할 것으로 예상되는 분야 (중복응답) .....	162
[그림 IV-11]	정책분야별 정부지원의 필요성에 대한 의견(전체 근로자) ...	15
[그림 IV-12]	정책분야별 정부지원의 필요성에 대한 의견 (여성 조사대상자) .....	165

## 부 표 목 차

<부표 Ⅲ-1>	학생 부모의 교육정도 .....	271
<부표 Ⅲ-2>	학생 부모의 직업 .....	271
<부표 Ⅲ-3>	대학에서의 교수와의 상호작용 .....	272
<부표 Ⅲ-4>	디자인분야별 여교수 비율 .....	272

## 제1장 서론

---

## 제1절. 연구의 필요성

세계 경제는 지식기반 경제로 급속하게 이행하고 있으며, 부존자원이 빈약한 우리나라의 경우 지식기반 경제로의 성공적인 이행만이 국가경쟁력을 담보할 수 있다. 지식기반경제로의 이행은 산업구조 측면에서 지식기반산업 중심으로의 구조개편이 이루어짐을 의미한다. 지식기반 산업은 인간의 창의성에 기초한 지식 그 자체나 지식이 집중적으로 투입되는 중간재가 재화와 서비스의 부가가치 창출에 크게 기여하는 산업을 총칭한다. 디자인산업은 전통적 제조업의 생산기능을 보조하는 기능에서 확대되어 별도의 산업으로서 독립하여 독자적인 사업영역을 형성하면서 발전하고 있는 대표적인 지식기반 산업이다.

기술수준이 보편화됨에 따라 상품가치 결정에 있어서 디자인의 중요성은 더욱 커지고 있다. 같은 성능의 제품일 경우 경공업제품은 디자인이 경쟁력의 50%, 중공업제품은 30% 정도를 차지하고 있으며, 특히 의류는 70% 이상을 차지하는 것으로 평가된다. 또한 소비자의 소득수준 향상으로 세련된 디자인의 문화상품에 대한 선호도가 증가하고 있다. 이에 따라 디자인은 21세기 산업의 키워드로 부상할 만큼, 국가경쟁력을 좌우하는 핵심 요소로 등장하고 있다. 21세기가 Digital, DNA, Design의 3D시대라고 명명되는 것이 이를 단적으로 보여주고 있다. 영국, 프랑스, 이태리, 미국, 일본 등 디자인 선진국은 각국 고유의 특성을 반영한 독특한 디자인 이미지를 구축, 자국의 디자인을 차별화하는 데 성공하였다(정경원 외, 1999).

우리나라에서도 디자인산업의 육성이 우리 산업의 지식경쟁력을 높이는 최선의 방안이라는데 공감대가 형성되고 있다. 산업연구원(이건우, 2001)은 신성장유망산업의 요건을 ① 잠재적 시장규모, ② 국내 기술수준, ③ 연관산업에의 파급효과, ④ 고부가가치형 산업, ⑤ 지식.기술.정보에 기반을 둔 산업, ⑥ 환경친화.에너지절약형 산업으로 규정하고, 우리 경제에 적합한 신 성장유망산업의 하나로 디자인산업을 선정하였다.

그러나 우리나라 디자인 수준은 만족할만한 수준이 아닌 것으로 평가되고 있다. 2000년 7월 산업자원부가 발표한 국내 산업별 경쟁력 보고서에 의하면, 디자인 수준은 선진국의 70%정도로 나타났다. 또한 산업연구원의 연구에 따르면, 한국의 GDP는 세계 16위이고 해외특허출원수는 15위인데, 시각 예술인 프라의 종합순위는 OECD국가 중 26위, 디자인.건축.패션 등 경제.산업과 직접관련을 갖는 응용 분야는 33위에 불과한 것으로 평가되었다. 이처럼 아직은 취약한 디자인 산업을 21세기 국가 경제를 이끌어갈 지식기반 산업으로 성장시키기 위해서는 디자인 교육의 개혁과 디자인 연구 전문화를 통한 유능한 디자이너의 양성이 핵심과제로 대두하고 있다. 우리나라의 국가경쟁력을 64개국 중 22위로 평가한 조동성(2001, 산업정책연구원)은 우리나라가 선진국형 국가경쟁력을 갖추기 위해서는 세계적으로 경쟁력있는 전문경영자.기술자.디자이너 등의 전문가의 역할이 가장 중요하다고 지적하였다. 실제로 2002년도에 중소 수출기업을 대상으로 한 조사결과에 의하면(한국무역협회, 2002), 조사대상 기업의 39.6%만이 디자인부서나 자체 디자이너를 두고 있으며 이중 68.5%만이 자체적으로 디자인을 개발하고 있을 뿐, 대부분의 업체가 바이어의 디자인에 의존하는 OEM방식을 취하고 있는 것으로 나타났다. 이들 중소 수출기업은 제품 디자인 개발의 최대 애로요인으로 디자인 개발인력 부족을 들었다.

디자인분야는 여성집중 전공분야일 뿐 아니라, 초.중등 여학생들에게도 디자이너는 장래 희망직업 중 1~3순위에 들만큼 여학생들의 관심이 높은 직업군이다. 실제로 4년제 대학교에서 디자인관련 학과에 재학하고 있는 여학생 비율(2002년도)은 59.4%로, 전체 4년제 대학의 여학생 비율 36.6%보다 22.8%포인트 더 높다. 뿐만 아니라 2002년 현재 고등교육기관에서 양성된 디자인 인력 총 31,090명 중 70.7%에 달하는 21,974명이 여학생으로 남학생 29.3%의 두 배를 상회하고 있다. 또한 디자인관련 학과의 경우 고등교육기관의 위계구조와 관계없이 비교적 고른 여학생구성비를 보일 뿐 아니라, 최고의 전문가수준인 박사학위과정에 이르러서는 오히려 여학생구성비가 더 높아지는 현상을 보이고 있다. 이는 고등교육기관 전체의 일반적인 흐름 즉 가장 위계수준이

낮은 전문대예의 여학생구성비가 가장 높고, 고등교육기관의 위계수준이 높아 질수록 여학생구성비가 낮아지는 일반적인 양상과는 뚜렷한 대조를 이루는 것으로 주목할만하다.

이처럼 여성 인력이 다른 전공영역에 비해 상대적으로 많이 양성되고 있고, 향후에도 많은 여성들이 집중될 것으로 전망되는 디자인분야에서 기 배출된 여성인력을 충분히 활용하는 것은 디자인 선진국으로 진입하는 데 있어서 중요한 관건이 될 것이다. 그러나 1998년과 2002년에 디자인 센서스 조사 연구의 일환으로 실시된 「기업체 디자인분야 인력현황 및 실태조사」에 따르면, 기업체 디자이너의 남녀 성비는 1998년 62.6% : 37.4%, 2002년 65.2% : 34.8%로 나타났다. 이는 디자인전공 인력 양성규모가 남성 29.3%, 여성 70.7%로 여성이 남성의 2배 이상 달하는 점에 비추어 볼 때 디자인 전문교육을 받은 고급 여성인력의 상당수가 사장되고 있음을 보여주는 매우 심각한 문제이다. 그럼에도 불구하고 이와 같은 수급 불균형 현상이 초래되는 원인이 어디에 있는지에 대한 진단과 분석이 전혀 이루어지지 않은 채, 기업의 남성 디자이너 선호 경향 및 디자인 전공 여학생들의 직업의식 결여 때문일 것이라는 추측에 머물고 있는 실정이다.

뿐만 아니라, 연간 3만 명에 달하는 디자인관련학과 졸업생은 디자인 선진국인 일본의 연간 졸업생 2만 명의 1.5배에 달하는 수준으로 디자인 인력의 과잉 공급이라는 지적을 받는 한편으로는 기업체에서는 전문인력이 부족하다는 의견상 상호모순 되는 듯이 보이는 지적이 공존하고 있는 현실이다. 이와 같은 현상을 타개하기 위해서는 고등교육기관에서 디자인 교육의 질을 개선하기 위한 각별한 노력이 요청된다는 지적이 공감대를 형성하고 있다. 그런데 이와 더불어 반듯이 주목해야 할 것은 학생의 성별에 관계없이 동등하게 제공되고 있는 대학교육의 결과가 왜 학생의 성별에 따라 다르게 나타나는가 하는 것이다. 즉 대학에서 디자인 전문교육을 받은 소수집단인 남성은 상대적으로 노동시장에 성공적으로 진입하는 데 반해 디자인 인력의 다수를 점하는 여성들은 사실상 개발된 능력을 활용하지 못하고 그 능력을 사장하는 다수 집단을 형성하는가 하는 점이다.

그럼에도 불구하고 앞서 지적한 바와 같이 디자인분야는 전통적으로 여성에게 적합한 영역으로 인식되어 왔으며, 이와 같은 사회적 인식은 창의적이고 유연한 사고를 요구하는 감성(feeling)과 가상(fiction)의 세계가 또 하나의 세계로 자리 잡은 21세기적 특성과 맞물려 여성들의 디자인 분야로의 진출을 더욱 활발하게 할 것이다. 이와 같은 상황은 향후 우리나라가 국가경쟁력을 갖춘 국가로서 발전하기 위해 요구되는 디자인 전문인력 개발에 있어서, 디자인 전문교육을 받은 여성인력이 디자인 전문가로서 성장하지 못하고 사장되는 실태를 파악하고, 관련 문제를 진단·분석함으로써, 디자인 전문가로서 여성인력을 개발하고 활용하는 방안을 모색하는 것이 우선적인 정책과제 중의 하나임을 보여주는 것이다.

디자인 산업 발전 방안과 관련한 연구들은 최근 들어 집중적으로 수행되어 21세기 국가 전략 산업으로서의 디자인 산업의 위상을 잘 보여주고 있다. 이러한 연구들은 지식기반 경제에 있어서 디자인 산업의 진흥을 위한 주체로서 국가가 주도적인 입장에서 정책을 추진해야 할 당위성과, 향후 추진해야 할 정책 과제를 개발·제시하고 있다. 그러나 디자인 산업이 감성에 호소하는 여성적 특성과 맥이 닿아있으며, 디자인 전문교육을 받는 인력의 상당수가 여성이라는 점은 간과하고 있다. 이 연구들은 디자인 전문인력의 개발을 중요한 정책과제로 제시하고 있으나, 디자인 분야에 유입된 많은 고급 여성인력들이 능력을 활용하지 못하고 사장되는 현실을 정책적 개입이 필요한 문제 상황으로 인식하지 못하는 한계를 보여주고 있다. 결과적으로 디자인 분야에서의 여성인력의 문제는 1998년부터 5년마다 실시되는 디자인센서스조사연구에서 일부 찾아볼 수 있을 뿐 이 밖에 디자인 분야와 관련한 연구논문 및 조사연구에서 성별 문제를 다룬 연구는 찾아보기 어려운 실정이다.

그러나, 디자인 분야와는 달리 전통적으로 남성적 영역으로 인식되어 온 과학기술분야에서는 여성인적 자원을 개발·활용하기 위한 연구들이 지난 수년간 지속적으로 이루어져왔다. 그 결과 과학기술분야에의 여성 참여를 유도하고 여성 과학기술 인력을 개발, 활용하기 위한 다양한 정책들이 개발되었으며, 최근 들어 과학기술부는 유망 여성과학자 경쟁력 지원 사업, 여성과학자 채용

목표제, 여성과학자상 제정, 여자대학교 연구기반사업 등의 정책을 적극적으로 추진하고 있다. 디자인분야는 과학기술분야와는 달리 이미 많은 여성인력들이 유입되고 있어 효율적인 활용의 문제만을 남겨둔 상태이다. 따라서 디자인분야에서의 여성 인력 활용의 문제는 과학기술분야보다 적은 투자로 높은 효과를 기대할 수 있는 우선적인 정책과제라 할 수 있다. 우리나라 디자인산업을 고도화하고 디자인 선진국으로 성장하는데 기여할 수 있도록 여성 디자인 인력을 전문화하기 위한 지속적인 연구의 축적이 요청된다.

## 제2절. 연구 목표 및 내용

### 1. 연구 목표

본 연구는 21세기 국가경쟁력의 한 축으로 자리 잡은 디자인산업 발전에 기여할 수 있는 여성 디자인 전문인력을 개발하기 위한 방안을 모색하는 데 그 목적이 있다.

이와 같은 최종 연구 목표를 달성하기 위한 세부목표를 제시하면 다음과 같다.

#### 1) 여성 디자인인력 양성 및 활용실태에 대한 기초자료 개발

고등교육기관에서의 디자인 인력 양성 현황 및 실태에 대한 성별 분리 자료(sex-segregated data)를 구축하고, 성별 분석을 통해 여성 디자인인력의 양성 과 활용 현황 및 문제를 진단. 파악함으로써, 향후 디자인 전문인력 개발 정책 수립에 필요한 기초 데이터를 제공할 뿐 아니라 성인지적인(gender-sensitive) 디자인정책 개발을 가능하게 하고자 한다.

#### 2) 여성 디자인 전문인력 개발 방안 도출

본 연구는 고등교육기관에서의 디자인 교육 및 산업체에서의 디자인 인력 활용 실태를 분석함으로써 여성 디자이너들이 전문인력으로 성장하는 데 있



어서의 문제점과 장애물을 확인하고, 이를 개선하기 위한 정책 대안 개발에 주력하고자 한다. 이와 같은 과정을 통해 축적된 정책과제들은 디자인 분야에서의 여성 디자인 전문인력 개발과 활용을 촉진하기 위한 정부의 정책 수립과정에 반영되어 여성 디자인 인력이 고급 디자인 전문인력으로 성장할 수 있도록 할 것이다.

### 3) 디자인산업분야에서의 여성인력 활용 제고

현재 디자인 인력의 수급상황은 고등교육을 비롯 디자인 교육을 받은 전문 인력이 과잉 공급되고 있다는 지적이 있는 가운데, 다른 한편으로는 국제적인 경쟁력을 갖춘 전문디자인 인력의 양성이 국가적인 과제로 떠오르는 전형적인 풍요 속의 빈곤현상을 보이고 있다. 고등교육을 받은 디자인인력의 상당수가 여성인 점을 감안할 때, 여성 디자인인력이 자신의 전문성을 지속적으로 발전시킬 수 있는 여건을 정책적으로 개발·지원하는 것은 이러한 현상을 해소할 수 있는 주요한 정책 수단중의 하나로 판단된다. 여성 디자인인력의 전문성 신장은 디자인산업분야에의 여성인력 활용을 촉진하고, 디자인 산업계에는 필요한 전문디자인 인력을 공급하는 효과를 가져올 것이다.

### 4) 디자인산업에서의 성별 문제(gender issue)에 대한 연구와 관련 정책 개발 촉진

또한, 본 연구는 그 동안 관심의 대상에서 벗어나 있는 전통적인 여성집중 분야인 디자인분야에서의 여성인적자원 개발과 활용문제를 처음으로 집중 조명하는 선도적인 연구이다. 본 연구는 디자인 산업에서의 성별 문제(gender issue)에 대한 연구자, 정책담당자들의 관심과 주의를 촉구할 것이다. 본 연구로 인해 디자인산업에서의 여성문제와 관련한 연구물들이 축적되어 디자인 인력 양성과 활용 실태에 대한 다각도의 진단과 건설적인 대안이 개발되는 한편, 학문적인 성과 또한 축적될 것이다. 이와 같은 연구 결과의 축적은 디자인 산업 발전을 위한 여성인력 개발과 활용을 위한 정책 추진의 필요성에 대한 공감대를 형성하고, 관련 정책을 개발하고 추진하는데 기여하게 될 것이다.

## 2. 연구의 내용 및 범위

위와 같은 연구목적을 달성하기 위한 주요 연구내용 및 범위는 다음과 같다.

### 1) 우리나라 디자인산업 현황과 발전 전망에 대한 선행 연구 검토

먼저, 1990년대 후반 들어 활성화되고 있는 우리나라 디자인 산업현황 및 발전 전망을 살펴보았다. 여성 디자인 전문인력 개발 방안 도출을 위해서는 디자인분야와 관련한 각계 전문가들이 진단하고 분석한 우리나라 디자인 산업 현황과 발전 방향에 대한 정확한 인식과 이해를 공유할 필요가 있다. 뿐만 아니라 디자인 산업과 관련한 선행연구를 체계적으로 분석, 정리하는 작업은 디자인 교육현황 및 산업체의 디자인 인력 활용 실태 분석을 위한 조사연구에 있어서 가설을 설정하고 관련 변인을 도출하기 위한 기본토대를 제공한다.

### 2) 여성 디자인인력의 양성 현황 파악

국내외 관련 연구현황에서 밝힌 바와 같이 디자인분야에서의 여성 인적자원 개발 및 활용과 관련한 연구는 거의 찾아보기 어렵다. 따라서 여성 디자인 전문인력 개발 방안을 도출하기 위해서는 우선적으로 고등교육기관에서의 디자인 인력 양성 현황 및 실태에 대한 성별 분석이 요청된다. 이를 위해 먼저, 교육인적자원부의 교육통계연보를 재분석하여 학생의 성별에 따른 인력 양성 실태를 학생 수, 학과별 분포, 취업률, 진학률 등을 중심으로 총량분석을 실시하였다. 또한 이와 같은 거시통계 분석으로 파악하기 어려운 교육 현장에서의 여성 인적 자원 개발 문제를 파악하기 위해 학생을 대상으로 디자인학과로의 진로선택, 디자인교육 및 교수-학생간의 상호작용, 졸업 후 진로계획 등을 중심으로 조사 분석하였다.

### 3) 기업 등 노동시장에서의 여성디자이너 활용실태 파악

디자인산업에 종사하는 여성들의 위상을 파악하기 위해 「전국사업체기초통

계조사] 등의 거시통계자료를 분석하였다. 이와 더불어 일반기업체 및 디자인 전문회사 등에서의 디자인인력 활용 실태에 대한 성별 분석을 통해 여성 디자이너의 활용에 대한 기업체의 인식을 파악하는 한편, 디자이너들에 대한 설문 조사를 통해 디자이너로서의 일과 전문성, 근로조건, 향후 전직 등의 진로계획 등에 있어서의 여성 디자이너의 활용실태를 파악하였다. 이를 통해 노동시장에의 진입과 진입 후 근무여건, 재교육 등 진로개발에 있어서의 여성 디자이너들이 안고 있는 문제점과 장애요인들을 진단, 분석하고 개선하기 위한 방안을 도출하기 위한 기초자료를 확보하였다.

#### 4) 국내·외 디자인 진흥 정책에 대한 고찰 및 여성 디자인 인력 활용을 위한 방안 탐색

여성 디자인 전문인력 개발 방안을 모색하기 위해 우선, 우리나라 디자인산업 진흥 정책을 살펴보고, 관련분야에서의 여성 인적 자원 개발 정책을 탐색하였다. 또한 디자인 선진국인 프랑스와 영국을 중심으로 디자인산업 진흥 정책을 검토하여 여성 디자인 전문인력 개발 방안의 시사점을 도출하고자 하였다.

이와 더불어 여성 디자이너, 대학교수, 디자인전문업체 CEO 등 전문가 그룹을 대상으로 여성 디자인 전문인력 개발 방안을 도출하기 위한 전문가협의회, 심층면접, 워크숍 등을 실시하였다.

#### 5) 여성 디자인 전문인력 개발 방안 도출

끝으로 본 연구에서 밝혀진 여성디자인 인력 양성과 활용 실태에서 드러난 문제들과 디자인 관계 전문가들이 제시한 진단과 방안 등을 토대로 디자인분야에 진입한 여성들이 디자인 전문인력으로 성장할 수 있는 방안을 모색하였다. 여성 디자인 전문인력 개발 방안은 여성디자인 전문인력 개발 기반 구축, 노동시장 진입 촉진, 경력개발 지원, 디자인 전문회사 육성 및 지원을 4개 추진전략으로 설정하고 각 부문별로 세부 방안을 제시하였다.

### 제3절. 연구방법 및 절차

여성 디자인 전문인력 개발 방안을 도출하기 위해 본 연구에서는 디자인산업 현황 및 발전 전망, 국내·외 디자인 진흥 정책 등에 관한 자료수집 및 문헌연구, 관련 거시 통계 분석, 학생 및 기업체, 기업체 디자인 인력을 대상으로 한 설문조사와 심층면접, 전문가협의회 및 정책개발 워크숍 등이 진행되었다.

#### 1. 자료 수집 및 문헌연구

우리나라 디자인산업 현황 및 발전 전망 등에 대한 선행연구 결과들을 수집, 분석하는 한편, 그간 정부가 추진해온 디자인 진흥 정책을 검토하였다. 이를 통해 축적된 연구결과를 공유하고, 관련 논의를 발전시키기 위한 토대를 구축하였다. 또한 관련 분야의 선행연구 결과를 분석함으로써, 본 연구를 통해 새로이 확인하거나 밝힐 필요가 있는 연구문제 및 연구내용을 명료화하였다.

이와 더불어 여성 디자인 전문인력 개발 방안을 모색하기 위해 디자인 선진국의 디자인 진흥 정책을 수집·분석하여 여성 디자인 전문인력 개발에의 시사점을 도출하였다. 선진각국에서의 여성디자인 전문인력 개발을 위한 프로그램이나 정책 사례발굴을 인터넷 검색, 현지 조사원 활용, e-mail 등을 통한 자료 수집에의 노력을 기울였으나 관련 프로그램이나 정책사례는 발굴하지 못하였다.

#### 2. 거시통계자료 재분석

여성 디자인인력의 양성규모 및 활용 실태를 파악하기 위해 교육인적자원부의 「교육통계연보」와 통계청의 「전국사업체기초통계조사」, 노동부의 「노동력수요동향조사」, 그리고 한국디자인진흥원의 「디자인 센서스」 등 기존에 구축되어 있는 통계DB 및 관련 통계조사자료를 재분석하였다.

### 3. 설문조사 실시

본 연구의 주요관심사인 여성 디자인 인력의 양성 및 활용 실태를 파악하기 위해 3가지 조사가 실시되었다.

#### Ⅷ 4년제 대학의 디자인관련 학과 학생에 대한 설문조사

디자인 교육을 통한 인력 양성과정에서의 학생의 성별 차이를 분석하기 위해 대학교 4학년 학생 851명을 대상으로 한 디자인 교육 실태조사를 실시하였다. 본 조사연구에서는 디자인분야로의 진로선택과정, 대학에서의 전문교육 경험, 졸업 후 진로계획 등을 중심으로 설문지를 구성하여 디자인 전문교육 실태와 남녀학생간의 교육경험상의 차이, 진로 및 취업계획 및 관련 활동 간의 차이를 밝히는 한편, 이를 토대로 대학교육과정에서 여학생들이 갖고 있는 문제를 진단하고, 이를 개선하기 위한 방안을 도출하는 데 필요한 기초자료를 수집하였다.

#### Ⅷ 기업체 및 디자이너에 대한 설문조사

또한 디자인부서가 있는 일반 기업체 107개, 디자인 전문회사 75개 업체, 총 182개 기업에 대한 설문지 조사와 해당 기업체에서 근무하는 디자이너 437명에 대한 설문조사를 실시하였다. 본 실태조사를 통해 디자인 인력 활용 실태에 있어서의 성별 격차를 분석해냄으로써 여성 디자이너들의 노동시장에서의 지위를 파악하는 한편 전문인력으로 성장·발전하는데 있어서의 애로사항과 문제들을 확인, 추출하여 이를 개선하기 위한 방안들을 마련하러는데 기초자료로 활용되었다.

고등교육기관에서의 디자인학과 학생에 대한 조사 및 기업과 기업체 디자인 인력활용 실태를 위한 조사는 조사의 전문성과 효율성을 제고하기 위해 설문지 개발과 표본설계는 연구진이 직접하고 조사 수행 및 관리는 조사 전문업체에 용역을 의뢰하였다.

#### 4. 전문가협의회 및 심층면접, 전문가 워크숍 개최

본 연구에서는 연구의 질을 제고하고 실효성있는 방안 개발을 위해 연구의 전 단계에 걸쳐 산업체, 대학, 연구자, 정부의 정책담당자들에 대한 폭넓은 의견수렴이 다양한 방식으로 이루어졌다.

##### Ⅷ 전문가협의회 개최

전문가협의회는 총 2회 개최되었는데, 우선 연구 초기단계에서 연구방향 설정 및 조사도구 개발과정에 관계 전문가들의 자문과 의견을 수렴하기 위한 전문가협의회를 개최되었다. 두 번째 전문가협의회는 여성디자인 전문인력 개발 방안을 비롯 보고서 초안이 완성된 후 여성 전문인력 개발 방안의 타당성 및 실효성, 연구내용의 일관성 등을 검토하고 연구결과의 질을 제고하기 위해 연구 최종단계에서 개최되었다.

##### Ⅷ 심층면접 실시

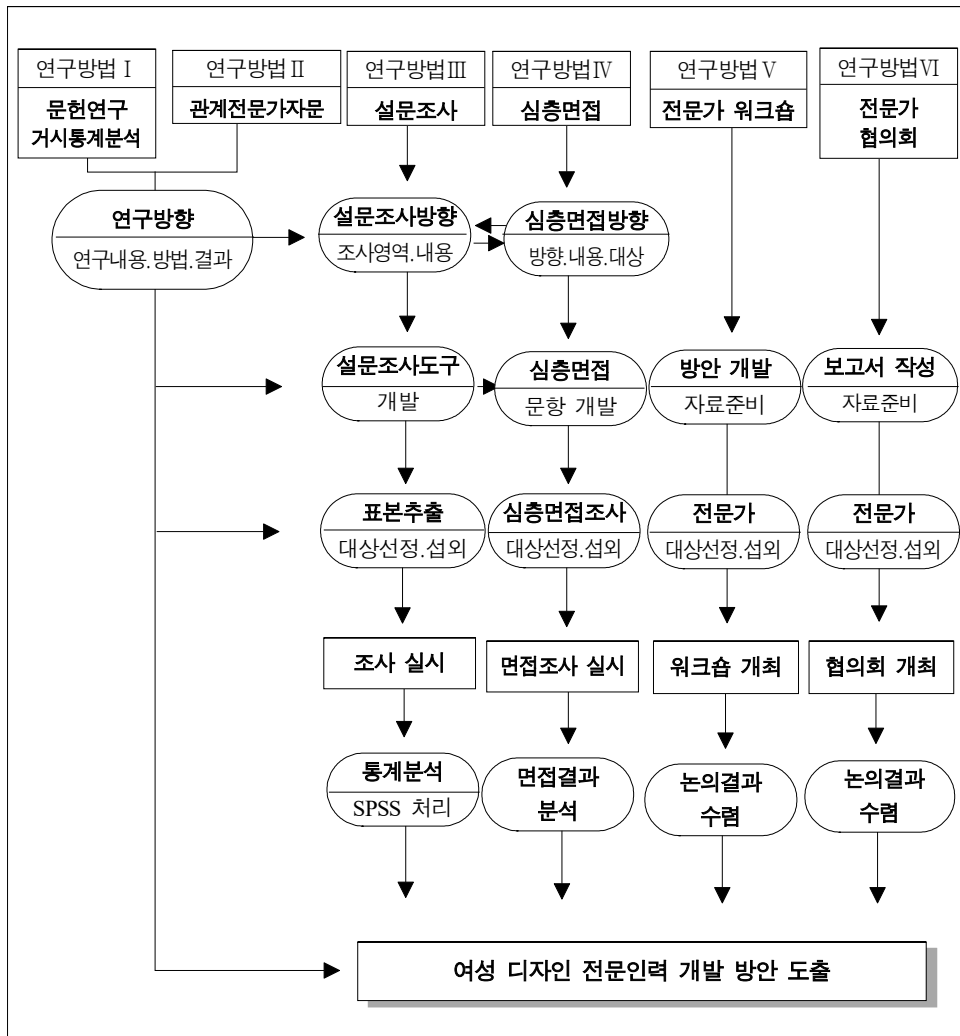
심층면접 또한 2차례에 걸쳐 실시되었다. 먼저 연구 초기에 예비조사(pilot study)의 성격을 갖는 심층면접이 진행되었다. 기업체, 디자이너, 학생대상 설문조사에 앞서, 디자인산업 현장에서 여성들이 겪고 있는 어려움과 문제점, 디자이너로서의 경력 개발과정, 디자인 인력 양성과정상의 문제 등을 진단. 파악하기 위해 디자이너, 디자인학과 교수, 디자인학과에 재학중인 여학생 등 7명을 대상으로 심층면접이 실시되었다. 두 번째 심층면접은 디자인 산업의 발전에 따른 여성 디자인 인력의 진출분야 및 활용 방안에 대한 의견 수렴을 위해 디자인전문회사 CEO와 관리자 20명을 대상으로 실시되었다.

##### Ⅷ 전문가 워크숍 개최

여성 디자인 전문인력 개발 방안 모색을 위한 워크숍은 산.관.학.연의 관련 전문가 8명이 참석한 가운데 개최되었다. 본 워크숍에는 그간의 연구결

과를 토대로 연구진들이 마련한 여성 디자인 전문인력 개발 방안이 제안되었으며, 제안된 방안에 대한 전문가들의 검토와 대안 제시가 이루어졌다. 여성 디자인 전문인력 개발 방안은 워크숍 결과를 토대로 수정·보완되었다.

위와 같은 본 연구의 진행과정을 그림으로 제시하면 다음과 같다.



[그림 1-1] 연구 진행과정

#### 제4절. 연구의 한계

본 연구는 대학에서 양성하는 디자인인력의 절대다수를 점하는 여성 디자인인력이 노동시장에서 사장되지 않고 적극적으로 활용됨으로써 우리나라 디자인산업 발전에 기여할 수 있도록 하기 위해 이루어져야 할 정책적 지원 방안을 모색하는데 그 주된 목적이 있다.

이를 위해 본 연구에서는 디자인 인력의 양성과 활용 실태에 대한 성별 분석(gender analysis)을 통해 여성디자인 인력이 대학에서 축적하는 교육경험(educational experience)의 질과 노동시장에서의 지위, 그리고 이들이 부딪히는 문제들을 종합적으로 분석.규명하여 디자인업계와 정부의 관심을 촉구하는 데 일차적인 관심을 갖는다. 또한 이를 토대로 여성 디자인인력들이 대학에서의 양성과정과 노동시장에서의 활용과정에 부딪히는 문제들을 해소하기 위한 방안을 제시함으로써, 노동시장에 성공적으로 진입하여 자신의 전문성을 지속적으로 개발하는 데 주된 관심을 두고 있다.

따라서 디자인산업 혁명으로써 일컬어질 만큼 급격하게 변화.발전하고 있는 21세기 디자인산업을 이끌어갈 소수의 핵심 첨단인력으로서의 여성 디자인인력 개발방안 모색은 본 연구의 관심의 대상에서 벗어나 있다고 할 수 있다. 여성 디자인인력이 우리나라의 디자인산업을 이끌어가기 위해서는 디자인산업을 주도하는 핵심인력으로 성장해가야 한다는 점에는 이의가 있을 수 없다. 그러나 지금 여성디자인 인력의 현주소는 소수의 핵심인력 양성 문제에 관심을 두기보다는 대학교육을 받은 다수의 여성디자인 인력이 노동시장에 성공적으로 정착하도록 함으로 해서 스스로의 잠재력을 극대화하고 자신이 속한 분야에서 전문성을 고양하도록 하는 토대의 마련이 더욱 시급한 실정이다. 이는 여성디자인 인력이 노동시장에 충분히 투입되어 자신의 위상을 공고히 할 때만이 세계적인 핵심 디자인 인력화 할 역량이 축적될 수 있다는 인식을 기초로 한다. 따라서 21세기 디자인산업을 이끌어갈 핵심 여성 디자인인력 개발 과제는 후속연구과제로 남겨놓고자 한다.



## 제2장 디자인산업 발전과 인력 현황

---

본 장에서는 우리나라 디자인산업의 현황과 발전 전망을 살펴보고, 디자인산업의 인력수급구조 분석을 통해 여성 디자인인력의 위상을 파악하고자 한다. 그런데 디자인 인력에 대한 거시통계자료 분석은 디자인산업에 대한 개념규정에 따라 종사하는 인력규모 등이 달라지게 될 뿐 아니라 실제 거시통계 분석에 사용될 수 있는 통계자료가 체계적으로 구축되지 않고 있다. 이에 본 연구에서는 제한적이거나 가용자료를 최대한 탐색하여 디자인산업에 종사하는 남녀근로자의 고용구조를 비교분석함으로써 디자인산업에서의 여성인력의 고용구조 전반을 조망하고자 한다.

### 제1절. 디자인산업 현황과 발전전망

최근 들어 우리경제가 선진경제로 도약하기 위해서는 제조업과 서비스산업의 균형적인 발전이 필요하며, 특히 지식 및 정보가 서비스생산의 핵심요소가 되는 지식기반 서비스산업의 중요성이 강조되고 있다. 지식기반 서비스산업은 전통적인 생산요소인 노동이나 자본보다는 창의적인 아이디어와 시장의 흐름을 꿰뚫는 통찰력이 핵심요소로 작용한다. 디자인산업은 경영컨설팅, 광고 등과 함께 대표적인 지식기반산업으로 우리경제의 중추적 역할을 하는 제조업의 생산성 향상 및 고부가가치화를 통한 국제경쟁력 향상에 필수적인 비즈니스서비스산업(Strategic Business Service Industry)이다.

<표 II-1> 중점 육성대상 지식기반산업

분야	세부 산업
지식기반 제조업 (14개)	메카트로닉스, 항공우주, 카일렉트로닉스, 정밀과학, 디지털 가전, 통신기기, 컴퓨터, 반도체, 생물, 신소재, 의약, 정밀화학, 환경, 신에너지 등
지식기반 서비스업 (14개)	영상, 음반, 출판, 관광, 디자인, 엔지니어링, 경영컨설팅, 광고, 소프트웨어, 방송, 정보통신서비스, 인터넷, 의료서비스, 교육서비스 등

정부는 이와 같은 인식을 토대로 1998년 12월 지식·정보사회에 부응하는 새로운 성장주도산업을 창출함으로써 산업구조의 고도화를 촉진하고 우리 산업의 국제경쟁력을 지속적으로 확보하기 위해 「21세기 한국산업의 비전과 발전전략」(1998 ~ 2002)을 발표하고, 디자인을 문화, 관광, 정보통신 등과 함께 지식기반서비스산업 분야로 선정하였다.

디자인산업은 기술개발에 비해 적은 투자비용으로 단기간에 광범위한 제조업분야에서 차별화, 고급화, 고부가가치화를 달성하여 경쟁력을 강화할 수 있는 수단이다. 디자인은 기술개발에 비해 투자비가 적게 들고 회수기간이 짧은 지식집약형 고부가가치 산업이며, 한 연구에 의하면 디자인에 대한 투자는 생산제조과정의 기술투자에 비해 19배의 효과를 창출하는 것으로 보고되고 있다(표 II-2).

<표 II-2> 산업기술개발효과 분석

	평균개발기간	평균개발비	매출효과
기술개발	2~3년	4억원	5배 증
디자인	6~9개월	2천만원	22배 증

출처 : 산업자원부(2003), 제3차 산업디자인 진흥종합계획.

선진 각국에서는 이미 디자인을 상품 경쟁력의 핵심요소로 간주하고 자국의 독특한 문화를 첨단산업기술과 접목시켜 세계적인 부가가치 상품을 개발해내고 있으며, 세계적인 기업들은 기업경쟁력 제고의 핵심요소로서 디자인 경영체제를 도입하고 있다. 우리나라에서도 1990년대 들어 디자인산업에 관심이 고조되어왔다. 1998년부터 제2차 산업디자인 진흥종합계획이 추진되었으며, 2003년 4월에는 동북아시아 디자인중심 국가로서 2007년 세계 7대 디자인 선진국 대열에의 합류를 비전으로 하는 제3차 산업디자인 진흥종합계획(2003 ~ 2007)이 수립되었다. 그러나 우리나라의 디자인산업은 이제 산업으로서의 중요성이 인식되는 시작단계에 있다고 볼 수 있으며, 디자인의 국제 경쟁력 또한 아직 미흡한 실정이다.

## 1. 디자인산업 현황

전 산업에서 서비스업의 비중은 1990년 이후 급격히 성장하여 종사자수를 기준으로 볼 때 1986년 61.6%에서 2000년 74.9%로 증가하였다. 이러한 서비스업의 성장은 제조업과 서비스업이 융합하고 경제가 서비스업을 중심으로 재편되고 있는 세계적 추세를 반영한 것이다(김영수, 2003). 특히 지식기반 서비스업은 1990년 중반 이후 정보통신기술의 발달에 힘입어 빠르게 성장하여, 전체 서비스업 종사자의 연평균 성장률은 4.6%인데 비해 지식기반서비스업종사자의 연평균 성장률은 7.9%에 달하고 있다. 디자인산업은 지식기반산업 중에서도 높은 성장률을 보이는 업종으로 1986년~2000년간 연평균 성장률이 14.2% 달해, 지식기반서비스업 전체 연평균 성장률 7.9%의 두 배 가까운 높은 성장률을 보여주고 있다.

<표 II-3> 지식기반서비스업의 업종별 추이

단위 : 천명, %

	1986	1991	1995	2000	1986~2000 연평균성장률
정보통신서비스	38.2( 17.1)	62.3( 17.1)	62.7( 12.2)	79.9( 12.4)	5.4
소프트웨어	6.6( 3.0)	20.0( 5.5)	39.6( 7.7)	125.0( 19.4)	23.3
전자상거래	-	-	1.3( 0.3)	16.3( 2.5)	64.7
사업서비스	39.5( 17.7)	50.8( 13.9)	76.2( 14.9)	102.1( 15.8)	7.0
엔지니어링	49.6( 22.2)	90.6( 24.9)	184.6( 36.0)	168.7( 26.1)	9.1
광고	6.0( 2.7)	20.9( 5.7)	34.1( 6.7)	25.4( 3.9)	10.8
디자인	1.4( 0.6)	1.4( 0.4)	5.7( 1.1)	8.9( 1.4)	14.2
신문방송	17.8( 7.9)	33.0( 9.1)	48.3( 9.4)	56.4( 8.7)	8.6
문화	64.4( 28.9)	85.4( 23.4)	60.2( 11.7)	63.0( 9.8)	- 0.2
전체	223.7(100.0)	364.6(100.0)	512.6(100.0)	645.7(100.0)	7.9

출처 : 김영수(2003). 지식기반산업의 지역별 발전동향과 정책 시사점. 산업연구원.

그러나 디자인산업은 지식기반서비스업 중에서도 가장 영세한 산업으로 디자인 산업종사자는 2000년 현재 8,900명으로 지식기반서비스업 종사자 645,700명중 1.4%에 불과하다. 이 같은 디자인산업의 현황을 디자인 용역 제공을 고유 사업영

역으로 하는 디자인전문회사와 제품 개발 및 생산, 유통의 전 과정을 지원하는 기업의 디자인부서를 중심으로 살펴보면 다음과 같다.

#### 가. 디자인전문회사<sup>1)</sup>

##### (1) 일반현황

2002년 현재 디자인전문회사는 1,215개로 1997년 910개에서 305개가 증가하였다. 디자인전문회사의 주력 전문분야를 보면, 시각디자인이 36.9%로 가장 많고, 그 다음으로는 제품디자인(20.9%), 패키지디자인(16.2%), 환경디자인(9.9%), 멀티미디어디자인(8.1%) 등이다. 이중 한 분야만을 전문적으로 하는 회사는 69.8%로 1997년(48.8%)에 비해 한 분야에만 주력하는 회사가 증가하였다.

디자인전문회사의 규모는 전체 직원수가 3인 이하인 곳이 16.1%, 4~5인 32.7%, 6~10인 39.6%, 11인 이상 11.7%로, 대부분의 업체가 4인에서 10인 이하의 영세업체이다. 디자인전문회사에 종사하는 디자이너는 약 8,384명으로, 이중 시각디자이너가 45.9%로 가장 많고, 그 다음으로는 제품디자이너 25.4%, 환경디자이너 11.2%, 멀티미디어 디자이너 9.1% 등의 순이다.

디자인전문회사의 자본금 규모 및 자산 평가액을 보면, 자본금 규모가 1억원 미만인 회사가 33.9%로 가장 많고, 전체 법인의 64%가 2억 미만인 것으로 나타났다. 개인회사는 이보다 더 영세해 자산 평가액이 1억 미만인 회사가 50.8%에 달한다.

##### (2) 매출액 및 투자현황

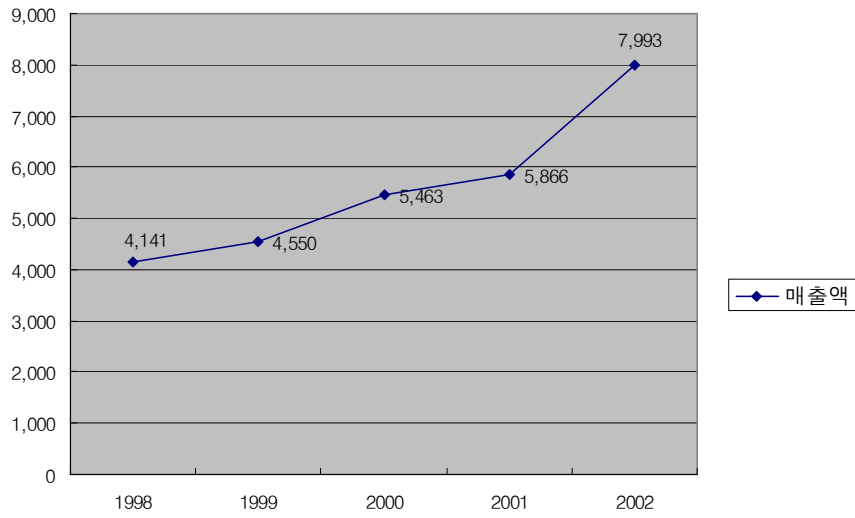
한편 디자인전문회사의 2001년도 매출액은 5,866억원으로 추정된다(표 II-4). 연도별로는 1998년 4,141억, 1999년 4,550억, 2000년 5,463억원으로, 디자인 전문회사의 시장규모가 점진적으로 커지고 있음을 알 수 있다. 특히 2000년에는 전년대비 20%의 신장률을 보여주고 있다. 2002년도 예상 매출액으로 추정해본 디자인전

---

1) 한국디자인진흥원(2002), 디자인센서스조사연구Ⅱ :디자인관련 전문회사 인력현황 및 실태조사.

문화사의 시장규모는 총 7,993억원으로 2001년에 비해 약 36%포인트 정도 성장할 것으로 예상되었다.

단위 : 억원



출처 : 한국디자인진흥원(2002). 디자인센서스.

[그림 II-1] 디자인전문회사 매출규모

주력분야별로 시장규모를 보면, 업체수가 가장 많은 시각디자인분야의 매출액이 가장 많아 2,223억원, 그 다음 제품디자인 903억원, 환경디자인 874억원, 패키지디자인 792억원, 멀티미디어 디자인 504억원 등이다. 이를 매출규모별로 보면 디자인전문회사 전체의 14.2%를 차지하는 매출액 10억 이상의 업체가 총 매출액의 45.9%를 차지하고 전체의 54.7%를 차지하는 3억 미만의 업체는 총 매출액이 18.7%에 불과하다. 이는 대부분의 디자인전문회사가 아직 영세성을 벗어나지 못하고 있으며, 디자인 시장이 일부업체에 편중되어 있음을 보여준다.

<표 II-4> 디자인분야별 매출 추정액(2001년)

단위 : 억원

전체	제품 디자인	시각 디자인	환경 디자인	공예 디자인	패키지 디자인	멀티 미디어 디자인	섬유 (패션) 디자인	기타 디자인
5,866	904.2	2,223	874	64.5	791.7	504.3	111.3	393

출처 : 한국디자인진흥원(2002). 디자인센서스.

매출액대비 투자율을 보면, 인건비에는 대부분의 전문회사가 25%이상 투자하고 있는데 비해 연구개발비에는 10% 이하, 교육비에는 5% 미만 투자하는 회사가 대부분이어서 전체적으로 교육에 대한 투자가 매우 낮은 것으로 분석된다.

**(3) 디자인 개발 실태**

디자인전문회사가 연간 수행한 디자인 개발 프로젝트수를 보면, 2001년의 경우 31건 이상 수행한 회사가 20.2%로 가장 많고, 절반에 가까운 48.8%가 16건 이상 프로젝트를 수행한 것으로 나타났다. 이는 1998년에는 연간 5건 이하의 프로젝트를 수행한 회사가 26.3%로 가장 많았던 것에 비추어 볼 때 매년 디자인전문회사가 수행하는 프로젝트 수가 빠르게 증가하고 있음을 보여주는 것이다.

그러나 디자인프로젝트 계약 시 과당경쟁으로 인한 낮은 디자인료, 클라이언트의 디자인 개발과정에 대한 인식 부족 등의 문제는 여전한 것으로 지적되었다.

<표 II-5> 디자인전문회사의 디자인개발 프로젝트수

단위 : %

	1998	1999	2000	2001
5건 이하	26.3	22.8	18.1	11.5
10건 이하	24.5	19.5	18.8	19.8
15건 이하	18.1	20.8	21.7	19.8
20건 이하	10.3	13.5	13.9	17.4
30건 이하	6.6	8.8	9.3	11.2
31건 이상	14.2	14.8	18.1	20.2
계	100.0	100.0	100.0	100.0

출처 : 한국디자인진흥원(2002). 디자인센서스.

## 나. 기업체 디자인부서 현황<sup>2)</sup>

### (1) 디자인부서 현황

한편, 1,029개 제조업체의 디자인 인력 및 디자인 부서 보유율은 66.5%로, 33.5%의 제조업체에는 디자인관련 전문인력이나 디자인부서가 없다. 이는 1999년 9,024개의 제조업체를 대상으로 한 조사(한국디자인진흥원, 1999년)에서 디자인부서가 있는 기업이 전체의 10.2%에 불과했던 것에 비해 기업의 디자인인력이 많이 강화된 것으로 밝혀졌다.

디자인인력이나 부서가 있는 683개 제조업체의 디자인부서가 수행하는 디자인 분야에 대한 복수응답 조사결과, 제품디자인이 79.4%로 절대다수를 차지하고 그 다음으로는 포장디자인 13.3%, 광고디자인 10.5%, 시각디자인 10.1%의 순으로 나타났다.

디자인인력은 제조업체당 평균 8.0명으로, 소기업은 평균 3.6명, 중기업 6.8명, 대기업 21.1명의 디자인인력을 보유하고 있다.

### (2) 디자인 개발 투자액

기업체의 디자인 개발에의 투자규모를 보면, 1998년 매출액 대비 1.88%, 1999년 1.68%, 2000년 1.58%, 2001년 1.79%, 2002년 1.70%이다. 이처럼 우리나라 제조업체의 디자인 개발 비용이 매출액의 1.58%~1.88%에 머물고 있지만, 디자인 선진국인 영국은 1995년 디자인 개발비로 매출액의 2.6%를 지출한 것으로 나타나(Andrew Sentance & James Clarke, 1996) 우리나라 기업보다 최대 165%정도 디자인 개발에 더 많이 투자하고 있음을 알 수 있다. 연구개발비와 디자인 개발비의 투자규모를 비교해보면, 우리나라의 경우 디자인 개발비는 연구개발비의 20~30%를 차지하는 수준에 머물고 있다. 이 또한 영국과는 대조적인 것으로 영국 제조업체들은 연구개발비 보다는 디자인 개발비에 더 많은 투자를 한 것으로 조사되었다.

2) 한국디자인진흥원(2002), 디자인센서스조사연구Ⅲ : 기업체 디자인분야 인력현황 및 실태조사.



한편, 디자인부서의 운영분야별로 디자인 개발 투자규모를 매출액 중 차지하는 비율을 보면, 2001년의 경우 광고 디자인분야가 3.6%로 가장 높고, 그 다음은 제품 디자인으로 1.5%, 멀티미디어 0.9%, 패션디자인 0.8%이다.

<표 II-6> 기업체의 디자인 투자 규모

단위 : 백만원

	매출액	디자인 투자액	매출액 대비 (%)	R&D 대비 (%)
1998	207,644	3,896	1.88	31.17
1999	217,339	3,652	1.68	25.32
2000	221,340	3,497	1.58	20.85
2001	166,187	2,978	1.79	24.25
2002(예상)	194,052	3,300	1.70	25.87

출처 : 한국디자인진흥원(2002). 디자인센서스.

### (3) 기업내 디자인 환경

최고 경영자의 디자인에 대한 인식은 비교적 높은 편이어서, 전체의 50.6%가 최고 경영자가 디자인을 매우 중요하게 또는 중요하게 인식하고 있다고 응답하였다. 그러나 디자인 경영활동 수준은 보통(3점) 보다도 낮은 2.95점으로 나타나 디자인 경영활동은 미진한 것으로 평가된다. 뿐만 아니라 디자인에 대한 투자가 총 매출에 미치는 영향에 대한 인식 조사에서도 평균 2.91점으로 디자인 개발에 대한 투자가 매출에 영향을 준다고 생각하고 있지 않은 것으로 파악되었다.

디자이너의 재교육기회 또한 많지 않다. 디자인부서를 운영하고 있는 683개 기업체중 디자이너 재교육을 실시하는 기업은 43.5%로 과반수 이상에 달하는 56.5%의 기업에서 디자이너에게 재교육기회를 제공하지 않는 것으로 나타났다.

### (4) 디자인 개발 현황

1,029개 기업 중 최근 5년간 자체적으로 또는 공동으로, 혹은 외주용역으로 디자인 개발을 한 회사는 60.3%로, 39.7%는 단 한 차례도 디자인 개발을 하지 않았다.

기업규모별로는 대기업에서 디자인 개발을 한 비율이 77.3%로 소기업(57.5%), 중기업(56.8%)보다 높다. 디자인 개발 경험이 있는 기업들의 디자인 개발 방법을 보면, 자체 디자인 개발이 80%로 가장 많고, 그 다음으로는 디자인전문회사에게 의뢰한 경우가 19.1%, 그 밖에 OEM 또는 바이어의 요구 디자인을 그대로 이용한 경우 17.6% 등이다.

기업체의 30.8%는 디자인 개발을 용역 의뢰하거나 공동 개발한 경험이 있으며, 기업들은 주로 새로운 컨셉 모델 디자인 개발(53.4%)이 필요할 때 또는 기업의 자체 전문 인력의 능력이 미비하거나(36.1%), 디자인 개발기간 단축(19.9%), 디자인 개발비용 절감을 위해(16.2%) 아웃소싱하는 것으로 나타났다. 디자인 개발 아웃소싱 결과에 대해 42.4%의 기업이 효과가 높았다고 평가하였으며, 47.6%는 보통이다, 10.0%는 효과가 낮았다고 함으로써 대부분의 기업에서 디자인 아웃소싱 결과에 대해 만족스런 반응을 보이고 있다. 디자인 아웃소싱 결과가 만족스럽지 못한 원인은 디자인 개발비용이 과다하거나(36%), 디자인 개발기간이 길어진데(36%) 있는 것으로 나타났다.

디자인 개발 후 매출액 신장률을 보면, 디자인 개발 전에 비해 전체 매출액의 평균 16.05%가 신장된 것으로 조사되었다. 이는 디자인 개발비용이 전체 매출액의 1.20%를 차지했던 점에 비추어 볼 때 디자인 개발이 기업의 매출액 신장에 높은 기여를 하고 있음을 보여주는 것이다.

## 2. 디자인산업 발전전망

앞서 살펴본 바와 같이 우리나라의 디자인산업은 아직 영세성을 면하지 못하고 있으며, 우리 기업의 디자인 수준은 디자인 선진국의 80% 정도로 평가되어 아직은 선진국과 디자인 격차가 상존하고 있다. 그러나 1998년 우리나라의 디자인 경쟁력이 싱가포르나 홍콩에도 뒤져 90%수준에 머무르고, 유럽, 미국, 일본 등의 60~70%수준에 불과했으나, 2001년에는 10% 포인트 정도 경쟁력이 상승한 것으로 나타났다(한국디자인진흥원, 2001). 전반적으로 우리 기업의 디자인수준이 높아진 가운데, 정보/통신기기, 전기/전자제품 등 일부제품은 선진국 제품과 비교 시 디자인

경쟁력이 높은 것으로 평가되고 있으며, 디자인 전문가의 70% 이상이 일반 국민과 기업의 디자인에 대한 의식 및 경영활동 수준 또한 '98년보다 높아졌다고 평가하고 있다.

<표 II-7> 경쟁국과 대비한 우리 디자인 수준

	1998년	2001년
선진국 (유럽, 일본, 미국)	60 ~ 70%	70 ~ 80% 대기업 : 80 ~ 90% 중소기업 : 60 ~ 70%
중국	110 ~ 120%	120 ~ 130%
대만	100 ~ 110%	110 ~ 120%
홍콩, 싱가포르	90%	100%

출처 : 한국디자인진흥원(2001). 디자인산업 현황 및 인식조사.

이는 지난 10여년간 국내시장에서의 치열한 경쟁으로 디자인업계의 기술, 인력, 노하우 등이 많이 개발되어 경쟁력이 강화되고 있으며, 중소기업과 산업디자인업체와의 협업화 가능성 증대 등이 가시적 성과로 이어지고 있음을 보여주는 것이다(산업연구원, 2001). 또한 최근 해외 유수의 디자인 관련 학교에서 유학한 풍부한 인적 자원을 보유하고 있으며, 국제적 수준의 디자이너 양성을 위한 국제산업디자인대학원 설립, 기업체 실무 디자이너 재교육 등 고급 전문교육을 강화하고 있어 잠재력은 더욱 높아질 전망이다. 이처럼 디자인 산업 발전의 여건이 조성되고 잠재력이 제고됨에 따라 기업의 디자인 개발능력 미흡, 디자인관련 인프라의 취약 등의 문제점에도 불구하고 향후 2010년까지 연평균 19.2%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망되었다(표 II-8).

<표 II-8> 디자인산업의 매출액 전망

단위 : 10억원, %(경상가격 기준)

	2000	2003	2005	2010	연평균증가율 (2000~2010)
매출액	1,339	2,268	3,222	7,754	19.2

출처 : 산업연구원(1999), 디자인산업의 지식경쟁력 강화 방안.

또한 2003년 7월에 개최된 차세대 성장산업 국제회의에서 발표된 지식기반서비스산업에 대한 발전전망을 보면(구문모, 2003), 디자인산업의 경우 1999년의 전망치보다 더욱 높은 전망치를 제시하고 있어 디자인산업의 빠른 성장과 밝은 미래를 예상하게 한다. 디자인산업을 비롯 유통·물류, 비즈니스서비스, 전자상거래 등 지식기반서비스산업은 2012년까지 연평균 12%의 성장률을 보이면서 GDP 대비 38%까지 성장할 것으로 전망되고, 고용은 연평균 4.8%, 약 266만명의 신규인력이 창출될 것으로 예상되고 있다(표 II-9).

<표 II-9> 지식기반서비스산업의 발전비전

	2003	2007	2012	연평균증가율(%)
부가가치생산액(조원)	109	184	355	14.0
GDP비중(%)	20.4	29.9	36.4	-
수출(억\$)	75	150	370	19.4
고용(만명)	511	622	777	4.8

주: '03~'12년간 GDP 성장률 5.0%, 제조업성장률 5.5%, 수출증가율 6.3%, 고용증가율 0.3% 가정.

출처: 구문모(2003). '지식기반서비스산업분야 차세대 성장동력' 국제회의 발표자료.

디자인산업은 2003년 현재 약 7조원의 부가가치를 생산하는 것으로 추산되고 있다(표 II-10). 이는 GDP의 1.2%를 차지하는 것으로 2000년 영국의 디자인산업 규모가 GDP의 3%인 424달러(약 53조원)의 3분의 1수준에 불과하다. 그러나 앞으로의 전망은 매우 밝아, 디자인산업의 부가가치 생산액은 2007년에는 2003년의 3배에 달하는 20조원, 2012년에는 30조원에 달해 GDP에서 차지하는 비중은 3.2%까지 성장할 것으로 전망되고 있다. 이에 따라 디자인산업종사자 또한 급격히 증가하여 2003년 15,000명에서 2007년 25,000명, 2012년에는 60,000명에 달할 것으로 추정된다.

<표 II-10> 디자인산업의 발전전망

	2003	2007	2012
부가가치생산액(조원)	7	20	30
GDP비중(%)	1.2	-	3.2
고용(만명)	1.5	2.5	6

출처: 구문모(2003). '지식기반서비스산업분야 차세대 성장동력' 국제회의 발표자료.

## 제2절. 디자인 인력 양성 추이

이 연구의 핵심적인 문제의식은 여성 디자인 인력이 상당수 배출되고 있지만 실제로 활용되지 못하고 있다는 데 있다. 이 절에서는 이를 확인하기 위하여 전문인력으로 성장할 가능성이 있는 인력이 초기교육단계에서 얼마나 양성되고 있으며, 그 중 여성의 비율은 얼마나 되는가를 살펴볼 것이다. 또 양성된 인력은 디자인 분야별로 어떻게 분포되어 있으며 각 분야별 여성 인력의 비중은 어떠한가도 분석할 것이다.

### 1. 분석방법

디자인 분야의 초기교육은 실업계 고등학교, 전문대학, 대학교, 대학원에서 이루어지고 있으며, 그 밖에 사설학원이나 직업훈련기관에서도 계속교육 형태의 디자인 교육이 광범위하게 이루어지고 있는데, 대부분의 전문가들은 전문대학 이상의 학력을 갖춘 인력을 전문인력으로 성장할 가능성이 있는 인력으로 본다. 따라서 여기에서는 전문대학 이상의 고등교육기관이 양성하는 디자인 인력의 규모를 파악하고자 한다. 이를 위해 사용한 자료는 1985년에서 2002년까지의 교육통계연보 자료 중 고등교육기관의 학과별 현황이다.

디자인 인력의 양성 규모를 파악하기 위해서는 우선 양성된 인력의 규모를 어떻게 정의할 것인가 결정하여야 한다. 많은 연구들이 각 학교급별 졸업자수를 양성되는 인력과 동일하게 간주하는 경향이 있지만, 엄격히 말하자면 졸업자 중에서 학업을 계속하는 진학자를 제외하여야 한다. 진학자들은 당장에 직업세계에 진출하지 않기 때문이다. 그들을 졸업연도의 양성 인력에 포함시키고, 진학한 교육기관으로부터 졸업할 때 다시 양성 인력에 포함시키면, 고등교육기관이 양성하는 전체 인력 규모를 이중으로 계산하는 오류를 범하게 된다. 진학자를 제외한 나머지 중에서도 일부가 결혼이나 자발적 실업 등 비경제활동 상태에 놓이게 되지만, 그에 관한 통계자료가 없고 규모도 매우 적으므로 여기에서는 무시하기로 한다.

결론적으로, 이 절에서 고등교육기관이 양성하는 디자인 인력의 규모는 졸업자수에서 진학자수를 뺀 것으로 정의하기로 하며, 이를 산출하기 위해서는 졸업자수와 진학자수에 관한 통계자료가 필수적이다. 현재 양성되고 있는 디자인 인력의 규모와 더불어 1985년 이후 그 규모가 어떻게 달라져 왔는가를 파악하려고 하였으

나, 진학자수에 관한 통계자료를 구할 수 없어 1998년 이후에 관해서만 양성된 인력 규모의 추이를 분석할 수 있었다. 교육통계연보는 전문대학과 대학교의 학과별 학과수, 학생수, 졸업자수 그리고 졸업자 중 취업자수와 입대자수를 보고하고 있으나 진학자수를 보고하지 않고 있다. 1998년 이후의 진학자수에 관한 통계자료는 한국교육개발원의 교육통계정보센터로부터 제공받았다.

디자인 관련학과의 범위를 어디까지로 정할 것인가도 디자인 인력의 양성 규모를 산출하는데 중요한 조건이 된다. 학과명에 “디자인”이란 단어가 포함되지 않는 학과들도 디자인 분야에서 일하는 인력을 배출하고 있을 뿐 아니라, 심지어 동양화과나 서양화과와 같이 순수미술을 전공한 사람들도 디자이너로 활동하기도 한다. 따라서 디자인 관련학과의 어디까지로 정할 것인가는 매우 어려운 문제이다. 이 연구에서는 한국디자인진흥원이 2002년도 디자인센서스에서 사용한 기준(표 II-11)을 따랐다. 2002년도의 디자인센서스조사는 2차 조사로서 1998년도에 1차 조사가 이루어진 바 있다. 이 두 차례의 센서스조사에서 사용한 디자인 관련학과 명단은 큰 차이가 있다. 2차 조사에서는 미술학과, 서양화과, 동양화과, 미술교육과 등 순수미술 관련 학과는 모두 제외되었고, 그 대신 새로 생겨난 많은 디자인 학과들이 포함되었다.

<표 II-11> 전문대학 및 대학교의 디자인 분야별 관련학과 명단

대구분	소구분	해당 학과(전공)
제품	산업·응용	산업제품디자인과
	공업·제품	공업디자인과, 공업디자인 전공, 공업디자인학과, 문화상품디자인, 생산디자인학 전공, 제품디자인과, 제품디자인 전공, 제품디자인학과
	공예·금속	공예과, 공예디자인과, 공예디자인 전공, 공예디자인학과, 공예디자인학부, 공예디자인학 전공, 공예미술학과, 공예 전공, 공예학과, 귀금속공예과, 귀금속디자인공과, 귀금속디자인과, 귀금속디자인 전공, 귀금속보석디자인, 금속공예과, 금속공예디자인 전공, 금속공예디자인학과, 금속공예학과, 금속제품디자인과, 도예과, 도예디자인, 도예학과, 도예학전공, 도자공예 전공, 도자기공예과, 도자디자인과, 도자디자인 전공, 도자예술 전공, 보석디자인과, 산업공예 계열, 산업공예과, 산업공예디자인과, 산업공예디자인 전공, 산업공예디자인학과, 산업공예 전공, 산업공예학과, 산업도예학과, 산업도자기 전공, 산업도자디자인 전공, 요업디자인 전공, 요업디자인학과, 전통도예과, 주얼리디자인 전공
	가구·목조형	가구·제품디자인 전공, 가구디자인과, 가구디자인 전공, 목조형가구학과
	기타	디자인공학과, 생활장식디자인, 세라믹디자인 전공, 환경디자인 전공, 자동차디자인 전공, 장식조형과, 표면장식디자인과

대구분	소구분	해당 학과(전공)
시각	산업·응용	디지털산업디자인과, 디지털콘텐츠디자인 전공, 산업디자인학과, 산업미술과, 응용미술과, 응용미술학 전공
	시각·정보·커뮤니케이션	디자인과, 디자인 전공, 디자인학과, 디자인학 전공, 불교시각디자인 전공, 산업디자인공학과, 산업디자인과, 산업디자인 전공, 산업디자인학과, 산업디자인학 전공, 산업미술 전공, 산업미술과, 산업미술학과, 산업정보디자인과, 상업디자인과, 상업디자인학 전공, 시각디자인과, 시각디자인 전공, 시각디자인학과, 시각디자인학 전공, 시각멀티미디어디자인과, 시각예술, 시각정보디자인과, 시각정보디자인 전공, 시각정보디자인학과, 시각정보디자인학부, 시각정보디자인학 전공, 시각커뮤니케이션디자인 전공, 정보디자인 계열, 정보디자인과, 정보산업디자인과, 커뮤니케이션디자인과, 커뮤니케이션디자인학과, 커뮤니케이션디자인학전공, 컴퓨터정보디자인학부
	광고	광고디자인과, 광고디자인 전공, 광고디자인학과, 멀티광고디자인 전공, 컴퓨터광고디자인
	홍보·편집·출판	광고편집디자인 전공, 디지털출판과, 전자출판과, 전자편집디자인과, 출판디자인 전공, 출판편집과, 편집디자인과
	컴퓨터그래픽	디지털그래픽디자인, 컴퓨터그래픽과, 컴퓨터그래픽디자인과, 컴퓨터그래픽디자인학, 컴퓨터그래픽스, 컴퓨터그래픽스 전공, 컴퓨터그래픽학과, 컴퓨터그래픽학 전공, 컴퓨터디자인과, 컴퓨터디자인학과, 컴퓨터디자인학 전공, 컴퓨터산업디자인과
	만화·예술	디지털만화과, 만화/캐릭터 전공, 만화.애니메이션학부, 만화애니메이션학과, 만화영상학과, 만화영화과, 만화예술과, 만화예술학과, 만화 전공, 만화창작 전공, 만화학과, 애니메이션 전공, 애니메이션과, 애니메이션디자인 계열, 애니메이션영상정보학과, 애니메이션학과, 애니메이션학과군, 영상만화과, 영상애니메이션 전공, 캐릭터애니메이션과, 컴퓨터애니메이션, 컴퓨터애니메이션 전공
	사진·영상	관광사진영상, 관광사진예술과, 광고사진과, 디지털사진영상과, 미디어사진과, 사진과, 사진디자인 전공, 사진영상과, 사진영상디자인학과, 사진영상디자인학부, 사진영상매체과, 사진영상미디어과, 사진영상학과, 사진영상학 전공, 사진예술과, 사진예술 전공, 사진예술학과, 사진 전공, 사진정보공학과, 사진정보공학 전공, 사진학과, 사진학 전공, 시각영상디자인, 시각영상디자인 계열, 영상그래픽과, 영상디자인과, 영상디자인 전공, 영상디자인학과, 영상미디어디자인 전공, 영상미술학과, 영상예술과, 영상예술학과, 영상제작과
	포장	산업포장과, 패키징계열, 포장개발전공, 포장공학과, 포장과, 포장디자인과, 포장디자인 전공
	기타	디자인학 전공, 디지털미디어디자인학과, 디지털미디어디자인학부, 만화사진영상과, 미디어아트디자인과, 시각정보디자인, 영상디자인, 아테크 계열, 영상애니메이션 전공, 영상애니메이션디자인 전공, 일러스트레이션과, 일러스트레이션 전공, 캐릭터산업디자인과, 캐릭터산업디자인 전공

대구분	소구분	해당 학과(전공)
환경	환경	건축환경디자인 계열, 건축환경디자인과, 도시, 조경디자인과, 도시환경디자인과, 생활환경디자인학부, 주거환경디자인학과, 환경디자인과, 환경디자인 전공, 환경디자인학과, 환경디자인학 전공
	실내·건축	건축공간디자인 계열, 건축디자인 계열, 건축디자인과, 건축실내건축학부, 건축실내디자인학부, 건축인테리어 전공, 건축장식과, 공간디자인학부, 디지털인테리어과, 실내건축과, 실내건축디자인 계열, 실내건축디자인과, 실내건축디자인학과, 실내건축전공, 실내건축학과, 실내건축학 전공, 실내디자인과, 실내디자인 전공, 실내디자인학과, 실내디자인학 전공, 실내인테리어과, 실내장식과, 실내환경디자인 전공, 인테리어, 인테리어건축과, 인테리어공예과, 인테리어디자인과, 인테리어디자인 전공, 인테리어디자인학과, 인테리어코디네이터과, 주거실내디자인학과
	무대장식	무대디자인학과, 무대미술 전공, 무대예술학과
	기타	전시디자인 전공, 조명디자인과
섬유	섬유미술	섬유디자인과, 섬유디자인 전공, 섬유디자인학과, 섬유디자인학 전공, 섬유미술과, 섬유미술 전공, 섬유미술학과, 섬유실용디자인 전공, 섬유예술과, 섬유예술 전공
	패션·의상	디지털패션디자인학과, 복식디자인 전공, 섬유패션공학과, 섬유패션학부, 의류패션산업 전공, 의류패션 전공, 의류패션학부, 의상과, 의상디자인 계열, 의상디자인과, 의상디자인 전공, 의상디자인학과, 의상디자인학 전공, 의상학과, 의상학 전공, 의생활학과, 의생활학부, 의생활학 전공, 전통복식과, 전통의상과, 패션계열, 패션디자인, 비즈니스학 전공, 패션디자인 계열, 패션디자인과, 패션디자인산업학 전공, 패션디자인 전공, 패션디자인학과, 패션디자인학 전공, 패션산업디자인 계열, 패션산업디자인과, 패션산업전공, 패션산업학부, 패션섬유 계열, 패션섬유산업과, 패션스타일리스트 전공, 패션예술학부, 패션정보기획 전공, 패션코디네이션, 패션코스튬디자인, 패션학과, 패션학부, E-패션디자인계열
	의류·직물	의류과, 의류직물과, 의류직물학과, 의류직물학 전공, 의류학과, 의류학부, 의류학 전공, 의류환경 전공, 의류환경학과
	텍스타일	염직디자인과, 의상·텍스타일학부, 컴퓨터텍스타일디자인과, 컴퓨터텍스타일 전공, 텍스타일디자인과, 텍스타일디자인 전공, 텍스타일시스템 계열, 패션텍스타일과
	기타	섬유공예학과, 섬유패션공학과, 섬유패션디자인 계열, 섬유패션 전공, 섬유패션학부, 의상섬유학부
멀티 미디어	멀티 미디어	게임디자인학과, 디자인멀티미디어, 디지털애니메이션과, 디지털 영상애니메이션과, 멀티미디어공학과, 멀티미디어공학 전공, 멀티미디어과, 멀티미디어디자인 계열, 멀티미디어디자인과, 멀티미디어디자인 전공, 멀티미디어디자인학 전공, 멀티미디어웹 전공, 멀티미디어 전공, 멀티미디어콘텐츠 전공, 멀티미디어학과, 멀티미디어학부, 멀티미디어학 전공, 멀티영상디자인 전공, 영상멀티미디어
기타	기타	



## 2. 디자인 관련 학과수 및 학생수 증가

전문대학과 대학교의 디자인 관련학과수는 1985년에서 2002년 사이에 폭발적으로 증가하였다. 1985년에 92개와 84개이던 전문대학과 대학교의 디자인 관련학과수는 5년 후인 1990년에 각각 126개와 154개가 되었다. 90년대에는 더 크게 증가하여 1990년과 2000년 사이에 전문대학의 디자인 관련 학과수는 4.8배, 대학교의 디자인 관련 학과수는 2.7배로 늘어났다(표Ⅱ-12). 2002년 4월 현재, 전문대학에는 619개, 대학교에는 428개의 디자인 관련학과가 있고, 거기에 재학중인 학생수는 각각 98,943명과 59,759명이다.

학생수 변화에서 전체적인 양적 팽창과 더불어 눈에 띄는 점은 여학생의 비율이 감소하고 있다는 점이다. 1985년도에 각각 66.2%, 69.4%였던 전문대학과 대학교의 여학생비율은 90년대 후반에 전문대학의 경우 50%로 줄고 대학교에서는 60% 정도로 줄어들었다. 현재는 전문대학의 여학생 비율이 46.4%이고, 대학교의 여학생 비율이 59.4%이다. 그런데 이 자료의 해석에는 한 가지 유의할 점이 있다. 즉, 교육통계연보가 보고하는 재학생수는 재적학생수를 의미하므로 군입대로 휴학한 학생들을 포함하고 있다. 실제로 학교에 다니고 있는 학생수를 기준으로 한다면, 여학생의 비율은 이 자료에서 제시된 것보다 월등히 높아질 것이다.

<표 Ⅱ-12> 전문대학과 대학교의 디자인 관련학과수 및 재학생수

단위 : 명, %

	학과수		전문대 학생수			대학교 학생수		
	전문대	대학교	전체	여학생	여학생비	전체	여학생수	여학생비
1985	92	84	14,410	9,538	66.2	16,736	11,607	69.4
1990	126	154	23,684	15,580	65.8	24,605	15,573	63.3
1995	239	185	52,200	30,895	59.2	32,660	20,174	61.8
1998	449	298	75,212	38,390	51.0	42,069	25,939	61.7
1999	551	379	82,480	40,672	49.3	48,186	29,430	61.1
2000	607	409	90,690	43,949	48.5	52,035	31,347	60.2
2001	631	468	96,506	45,847	47.5	64,853	40,540	62.5
2002	619	428	98,943	45,937	46.4	59,759	35,515	59.4

출처 : 교육통계연보 해당년도.

대학원 학과수와 학생수는 학부에 비하여 많지 않으나 석사과정을 중심으로 크게 팽창하였다. 1985년에 48개에 불과하던 석사과정 학과수는 2002년에 350개로 늘었으며, 학생수도 1,148명에서 6,844명으로 늘어났다(표 II-13). 같은 기간에 박사과정 학과수는 5개에서 16개로 늘어났으며, 학생수는 63명에서 448명으로 늘어났다. 대학원 과정에서도 여학생의 비율이 줄어들고 있기는 하지만, 전문대학이나 대학교 학부과정보다 그 비율이 월등히 높아서 대다수의 학생이 여학생들임을 알 수 있다. 특히 박사과정 학생들은 거의가 여학생이다.

<표 II-13> 디자인 전공 석사 및 박사과정 학과수 및 재학생수

단위 : 명, %

	학과수		석사과정 학생수			박사과정 학생수		
	석사	박사	전체	여학생	여학생비	전체	여학생	여학생비
1985	48	5	1,148	887	77.3	63	57	90.5
1990	57	6	1,390	1,019	73.3	55	52	94.5
1995	102	9	2,194	1,614	73.6	102	98	96.1
1998	171	12	3,826	2,359	61.7	159	154	96.9
1999	199	13	5,069	3,114	61.4	210	203	96.7
2000	285	28	6,053	3,831	63.3	300	247	82.3
2001	358	45	7,907	4,931	62.4	519	370	71.3
2002	350	16	6,844	4,489	65.6	448	344	76.8

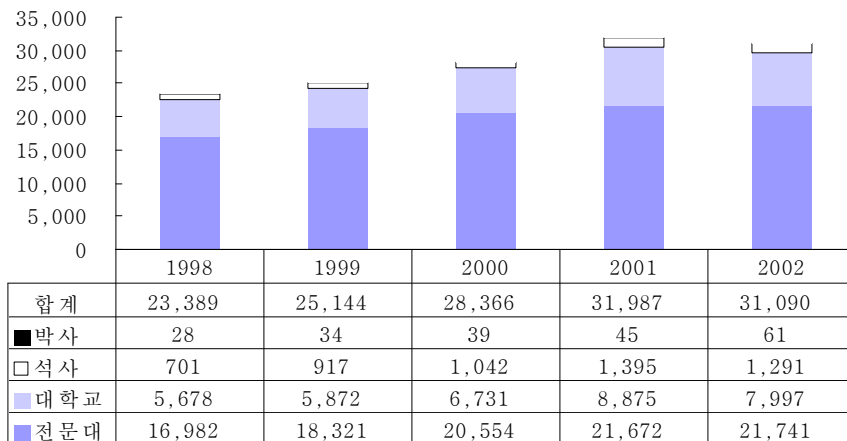
출처 : 교육통계연보 해당연도.

### 3. 디자인 인력의 양성 규모와 성별, 분야별 분포

#### 가. 전체 인력

1985년 이후 고등교육기관의 디자인 관련 학과수와 학생수는 앞에서 살펴본 바와 같이 크게 증가하였다. 그렇다면, 매년 양성되는 디자인 신규인력의 규모는 어떠한가? 진학자수에 관한 통계자료의 부재로 97년 이전의 인력 양성 규모는 정확히 파악할 수 없고, 다만 졸업생수로 그 추이를 짐작할 수 있을 뿐이다. 먼저 자료를 확보할 수 있었던 1998년 이후의 인력 양성 규모를 살펴보기로 하자.

1998년에 고등교육기관이 양성한 디자인 인력은 총 2만 3천여명이었으며, 2001-2002년도에는 이것이 3만여명으로 늘어났다. 1998년 이후의 증가세가 2002년 들어 멈추어, 당분간 연 3만명 정도의 인력 양성 규모가 유지될 것으로 보인다. 고등교육기관이 양성한 전체 디자인 인력 중에서 약 70%는 전문대학에서, 26% 정도는 대학교에서 양성하고 있으며, 대학원이 양성하는 인력의 비율은 3-4% 정도로 매우 낮다. 전문대학이 양성하는 인력의 비중은 감소하는 추세이며, 대학교와 대학원이 양성하는 인력의 비중은 증가하는 추세에 있다. 1998년에서 2002년 사이에 전문대학이 양성하는 인력의 비중은 72.6%에서 69.9%로 감소되었고, 대학교와 대학원이 양성하는 인력의 비중은 각각 24.3%, 3.1%에서 25.7%, 4.3%로 늘어났다.



주 : 인력양성규모 = 졸업자수 - 진학자수.

출처 : 교육통계연보, 한국교육개발원 교육통계 정보센터 진학자 자료, 해당연도.

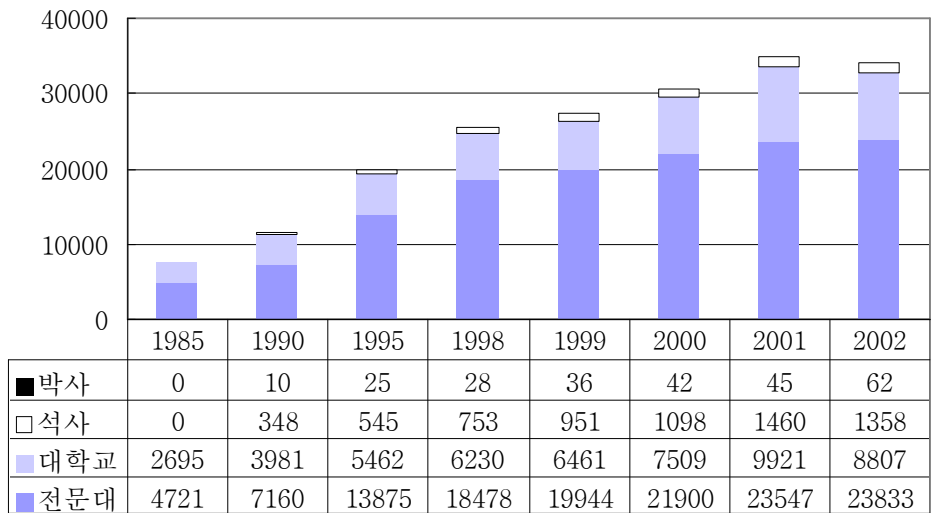
[그림 II-2] 고등교육기관의 디자인 인력 양성 규모

진학자수 통계자료가 없어 1997년 이전의 인력 양성규모를 산출할 수 없는 점을 보완하기 위하여 참고로 1985년에서 2002년까지 디자인 관련학과 졸업자수의 변화를 고등교육 수준별로 살펴보았다. [그림 II-3]을 보면 1985년 이후 디자인 관련학과 졸업자수가 2001년까지 매년 크게 증가하여 왔음을 알 수 있으며, 학업을 마

치고 노동시장에 진출하는 인력의 규모도 그와 유사한 속도로 증가했을 것으로 짐작된다.

1985년도에는 대학원 과정에 디자인 관련학과 졸업자가 없었고, 대학교에서 2,600여명 전문대학에서 4,700여명의 졸업자가 있었다. 10년 뒤인 1995년에는 박사 학위 취득자가 25명, 석사학위 취득자가 545명으로, 대학교와 전문대학의 졸업자가 각각 5,462명과 13,875명으로 늘어났다. 2002년 현재 디자인 관련학과 전체 졸업자 수는 34,060명이며, 그중 박사 및 석사학위 취득자가 62명과 1,358명이고, 대학교와 전문대학 졸업자가 각각 8,807명과 23,833명이다.

2002년도에는 처음으로 전체 졸업생수가 약 900명 정도 감소하였다. 대학생수의 증가가 아직 계속되고 있기는 하지만, 이미 중등교육의 양적 팽창이 80년대 말과 90년대 초를 기점으로 완료되었으므로, 디자인 관련학과 졸업생수도 앞으로 크게 증가하지 않을 것으로 예상된다.



출처 : 교육통계연보 해당연도.

[그림 II-3] 고등교육기관의 디자인 관련학과 졸업자 수

## 나. 여성 인력

이상에서 고등교육기관이 양성하는 디자인 인력 규모의 추이를 전체적으로 살펴 보았다. 현재 연간 약 3만여명의 인력이 양성되고 있는데, 그중 여성인력의 비중은 얼마나 되는가? <표Ⅱ-14>는 고등교육기관별로 배출하고 있는 여성인력의 수와 그들이 해당 기관이 양성한 전체 인력 규모에서 차지하는 비율을 보여준다. 고등교육기관이 양성하는 전체 인력 가운데 여성 인력의 비율은 70% 정도이다. 전반적으로 고등교육기관의 학교급이 높을 수록 배출한 인력 중에서 여성인력의 비율이 높다. 이것은 디자인 전공을 선택하는 학생들 중에 여학생이 절대적으로 많기도 하지만, 이들이 남학생들에 비하여 진학 위주의 진로선택을 하고 있음을 시사한다.

2002년의 경우, 고등교육기관이 양성한 여성 디자인 인력은 전체가 21,974명으로 이는 전체 양성인력(31,090명)의 70.7%이다. 그 중에서 전문대학과 대학교가 양성한 인력이 각각 14,959명과 6,059명으로 전문대학과 대학교가 양성한 전체 디자인 인력의 68.8%와 75.8%를 차지한다. 석사과정 수준에서 양성되는 디자인 인력 중 여성 인력의 비율은 대학교 수준보다 약간 낮고 전문대학 수준과 비슷한 69.6%이다. 반면에 박사과정 수준에서 양성되는 인력의 거의 대부분(95.1%)은 여성인력이다.

<표 Ⅱ-14> 여성 디자인 인력의 양성 규모 및 비율

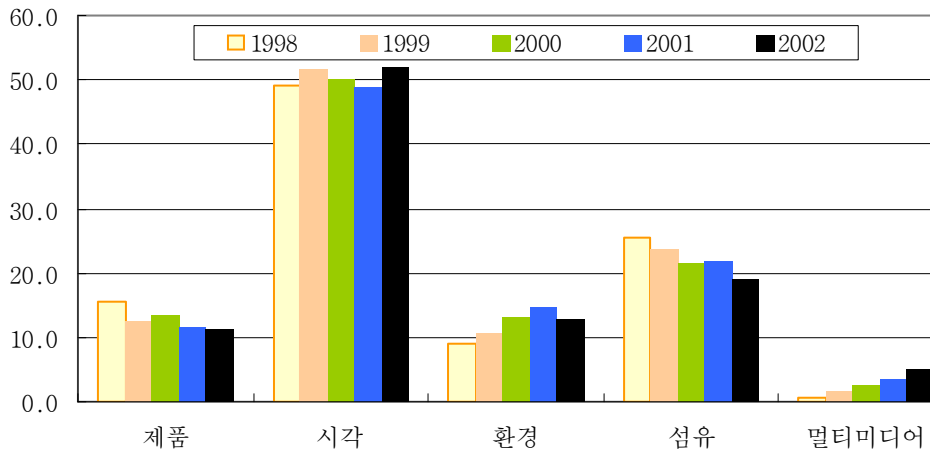
단위 : 명(%)

	전문대학	대학교	석사과정	박사과정	전체
1998	12,811(75.4)	4,074(71.8)	499(71.2)	28(100.0)	17,412(74.4)
1999	13,036(71.2)	4,373(74.5)	614(67.0)	34(100.0)	18,057(71.8)
2000	14,386(70.0)	4,996(74.2)	717(68.8)	36( 92.3)	20,135(71.0)
2001	14,839(68.5)	6,583(74.2)	880(63.1)	41( 91.1)	22,343(69.9)
2002	14,959(68.8)	6,059(75.8)	898(69.6)	58( 95.1)	21,974(70.7)

출처 : 교육통계연보, 한국교육개발원 교육통계 정보센터 진학자 자료, 해당연도

다. 디자인 분야별 인력

고등교육기관의 디자인 관련학과가 양성한 인력을 디자인 분야별로 살펴보면, 거의 과반수의 인력이 시각 디자인 분야에서 양성되고 있고, 나머지 분야에서 양성된 인력의 비중은 상대적으로 적다. 특히 멀티미디어 디자인 분야는 최근 들어 큰 폭으로 그 비중이 늘어나고 있기는 하지만 전체에서 차지하는 비중은 여전히 매우 적은 편이다.



	제품		시각		환경		섬유		멀티미디어		합계	
1998	3,606	15.4	11,493	49.1	2,140	9.1	5,971	25.5	179	0.8	23,389	100.0
1999	3,144	12.5	12,957	51.5	2,680	10.7	5,938	23.6	421	1.7	25,140	100.0
2000	3,784	13.3	14,184	50.0	3,673	13.0	6,045	21.3	669	2.4	28,355	100.0
2001	3,527	11.4	15,090	48.7	4,551	14.7	6,702	21.7	1,085	3.5	30,955	100.0
2002	3,611	11.3	16,699	52.1	4,108	12.8	6,062	18.9	1,589	5.0	32,069	100.0

(단위 : 명, %)

출처 : 교육통계연보 해당연도

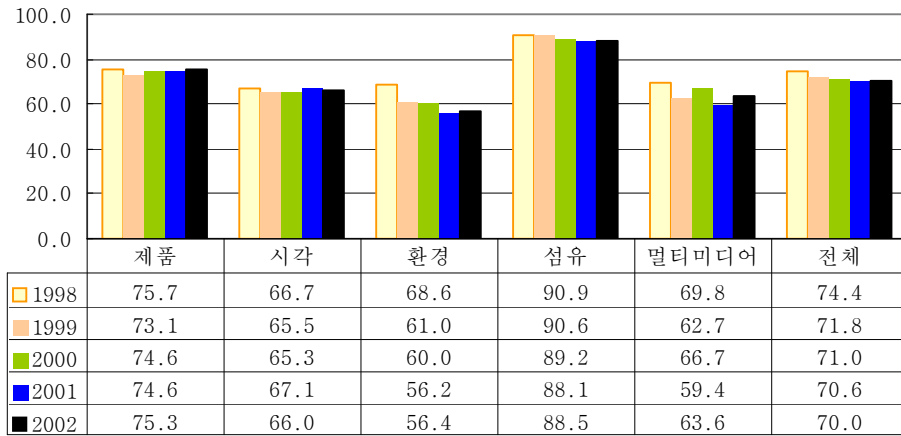
[그림 II-4] 고등교육기관이 양성한 신규 디자인 인력의 전공분야별 분포

[그림 II-4]를 보면 1998-2002년 동안 시각 디자인 분야에서 양성되는 인력은 전체 인력의 49%에서 52%를 차지하고 있다. 섬유 디자인과 제품 디자인 분야의 비중은 해마다 줄어들고 있는데, 섬유 디자인 분야에서 양성되는 인력의 비중은 25.5%에서 18.9%로 줄어들었고, 제품 분야에서 양성되는 인력의 비중은 15.4%에

서 11.3%로 줄었다. 반면에 적은 수이기는 하지만 환경 디자인과 멀티미디어 디자인 분야에서 양성되는 인력의 비중이 늘어나고 있는 추세이다. 1998-2002년 동안 환경 디자인 분야에서 배출되는 인력의 비중은 9.1%에서 12.8%로, 멀티미디어 디자인 분야에서 배출되는 인력의 비중은 0.8%에서 5.0%로 늘어났다.

디자인 분야별로 여성인력의 비중을 살펴보면, 섬유 디자인 분야에서 여성인력의 비중이 월등히 높고, 다른 분야에서도 여성 인력의 비중이 과반수 이상이다(그림 II-5). 섬유 디자인 분야에서 여성 인력의 비율은 88%에서 90% 정도이다. 다음으로 제품 디자인 분야에서 여성 인력의 비율(73%~76%)도 전체 평균보다 높다. 반면에 시각, 환경, 멀티미디어 디자인 분야에서 여성 인력의 비율이 상대적으로 낮은 편이나 그림에도 불구하고 각 분야에서 양성된 인력의 과반수 이상이 여성이다.

참고로 각 분야별 남성 인력의 비율은 100%에서 여성 인력을 제외한 것이므로, [그림 II-5]에서 100% 선 아래로 빈 공간을 남성 인력의 비율을 나타내는 것으로 이해하면 된다. 따라서 남성 인력은 환경 디자인 분야에서 40% 정도의 가장 높은 비율을 차지하고 있고 섬유 디자인 분야에서는 10% 정도의 비율을 차지하고 있을 뿐이다.



출처 : 교육통계연보 해당연도.

[그림 II-5] 디자인 분야별 여성 인력의 비율

#### 4. 신규졸업자의 취업률

고등교육 기관이 매년 양성해 내는 약 3만여명의 디자인 인력 가운데 교육통계 연보를 통하여 취업률을 파악할 수 있는 것은 전문대학과 대학교가 양성하는 인력이다. 석사 및 박사학위 수여자들의 취업상황은 보고되지 않고 있다. 참고로 교육통계연보가 보고하는 졸업자 취업률 자료의 신뢰도는 높지 않지만, 현재로서는 그 자료를 대체할 만한 다른 조사자료가 없는 형편이다.

일반적으로 졸업자의 취업률은 졸업자수에서 진학자수와 군입대자수를 제외한 수를 모수로 하여 산출하지만, 여기에서는 디자인 관련학과 졸업자 중 군입대자수를 알 수 없으므로 졸업자수에서 진학자수를 뺀 것을 모수로 하였다. 그 결과 남성의 경우 전자의 방식으로 산출된 취업률에 비하여 3-4% 포인트 가량 낮은 취업률을 보이고 있다.

전문대학의 경우, 디자인 관련학과 졸업자들의 취업률은 전체 취업률에 비하여 4-7% 포인트 낮고, 반대로 대학교의 경우 경제위기로 취업률이 전반적으로 낮아졌던 1998년도를 제외하면 디자인 관련학과 졸업자들의 취업률이 전체 졸업자의 취업률보다 4-8% 포인트 높다(표 II-15).

디자인 관련학과 졸업자들의 취업률을 성별로 나누어 살펴보면, 여성 인력의 취업률이 남성 인력에 비하여 낮으며, 특히 전문직으로의 취업 가능성이 상대적으로 높은 대학교 수준에서 여성 인력의 취업률이 남성 인력에 비하여 현격하게 낮다. 전문대학의 경우 디자인 관련학과 여자 졸업자들의 취업률은 남자 졸업자의 취업률에 비하여 1-5% 포인트 낮고, 대학교의 경우 11-14% 포인트가 낮다. 이러한 격차는 전문대학과 대학교 전체 졸업자들의 성별 취업률 격차보다 심하다. 전문대학의 경우에 일반적으로 여자 졸업자의 취업률이 남자 졸업자의 취업률에 비하여 1-5% 포인트 더 높은데, 디자인 관련학과 졸업자들의 경우에는 반대로 여자 졸업자들의 취업률이 1-5% 포인트 더 낮고, 대학교의 경우 일반적으로 여자 졸업자의 취업률이 남자 졸업자의 취업률에 비하여 1-7% 포인트 더 낮기는 하지만 디자인 관련학과 졸업자들의 경우에는 그 보다 심한 11-14% 포인트가 더 낮다. 여기에서 제시된 실업률에 군입대자수가 반영되지 않아 전반적으로 남성의 취업률이 과소



평가되어 있다는 점을 감안한다면, 실제로 남녀성간의 취업률 격차는 이 보다 더욱 클 것이다.

참고로 여기에서 취업률은 전공과 관련된 분야에 취업하였는가의 여부에 관계 없이 취업 혹은 미취업 여부만을 알려줄 뿐이다. 취업자 중 얼마나 많은 인력이 실제로 디자인 분야에 취업하였는가를 알 수 있는 통계자료는 없다.

<표 II-15> 전문대학과 대학교 디자인 관련학과 신규졸업자의 취업률

	전문대학 전체 졸업자			전문대학 디자인 관련학과 졸업자		
	전체	여성	남성	전체	여성	남성
1998	63.4	65.4	60.6	56.1	54.1	58.6
1999	65.5	67.4	63.1	60.3	57.9	62.4
2000	76.7	78.2	74.6	73.2	70.9	74.8
2001	79.0	79.8	77.9	74.6	72.1	76.0
2002	78.7	79.2	78.0	73.5	71.7	72.9
	대학교 전체 졸업자			대학교 디자인 관련학과 졸업자		
	전체	여성	남성	전체	여성	남성
1998	49.8	45.8	52.7	45.2	41.5	54.7
1999	50.6	50.0	51.1	58.4	55.5	66.6
2000	55.4	53.4	57.3	62.5	59.4	71.1
2001	56.1	54.1	57.9	60.0	56.2	70.4
2002	60.1	59.1	61.1	66.3	63.5	75.0

취업률 = 취업자수\*100/(졸업자수-진학자수), 전공분야 취업여부와는 관계없음.  
출처 : 교육통계연보 1998-2002

디자인 분야별로 취업률을 살펴보면, 최근 들어 전문대학 졸업자 중 환경 디자인 전공자, 대학교 졸업자 중에서는 멀티미디어 디자인 전공자들의 취업률이 매우 높은 편이다. 2002년도에 환경 디자인을 전공한 전문대학 졸업자들의 취업률은 80.1%로 전체 디자인 관련학과 전문대 졸업자들의 평균 취업률(73.5%)보다 6% 포인트 이상 높고, 멀티미디어를 전공한 대학교 졸업자들의 취업률은 82.4%로 전체 디자인 관련학과 대학교 졸업자들의 평균 취업률(66.3%)보다 무려 16% 포인트나 더 높다.

&lt;표 II-16&gt; 전문대학과 대학교에서 양성된 디자인 인력의 분야별 취업률

전문대학					
	제품	시각	환경	섬유	멀티미디어
1998	61.9	56.7	52.2	53.2	60.9
1999	61.9	61.3	53.8	61.8	51.3
2000	72.8	75.5	68.9	71.2	69.3
2001	67.2	75.1	76.7	74.2	79.2
2002	66.5	73.7	80.1	70.5	74.1
대학교					
	제품	시각	환경	섬유	멀티미디어
1998	38.2	52.3	39.3	40.6	-
1999	49.6	63.5	48.1	57.5	-
2000	51.9	69.8	70.9	57.0	64.8
2001	55.7	67.9	70.2	64.0	66.0
2002	65.3	62.0	67.9	55.6	82.4

주) 1998-1999년에는 대학교에서 멀티미디어 디자인 전공 졸업자가 없었다.  
출처 : 교육통계연보, 한국교육개발원 교육통계정보센터 진학자 자료, 해당연도.

각 분야별로 남녀간 취업률을 비교해 보면, 전반적으로 남성에 비하여 여성 인력의 취업률이 낮기 때문에 여성 인력의 취업률이 더 높은 분야는 거의 없다. 다만, 간혹 연도별로 여성 인력의 취업률이 다소 높은 적이 있는데, 예를 들면 제품 디자인 분야에서 1998년도 전문대학을 졸업한 여성 신규인력의 취업률이 남성인력에 비하여 3.7% 포인트 더 높았고, 최근 들어서는 2002년도에 섬유와 멀티미디어 디자인에서 전문대학을 졸업한 여성 신규인력의 취업률이 남성에 비하여 각각 4.2%, 5.4% 포인트가 높았다(표 II-17). 그 이외에는 거의 모든 영역에 걸쳐 남성 신규 졸업자의 취업률이 적게는 5%에서 10% 많게는 20%에서 40% 포인트 가량 더 높다. 심지어 2002년도에 대학교에서 멀티미디어 디자인을 전공한 신규인력의 경우, 남성의 취업률이 여성에 비하여 39.4% 포인트가 더 높았다. 여성 인력의 취업률이 간혹 특정 분야에서 더 높게 나타나기는 하더라도 지속성이 없으므로 큰 의미를 부여하기는 어렵다.

<표 II-17> 전공 디자인 분야별 남녀 신규 인력의 취업을 비교

제품 디자인				
	전문대학(여)	전문대학(남)	대학교(여)	대학교(남)
1998	61.5	57.8	35.9	43.9
1999	58.4	69.2	47.1	57.8
2000	70.4	77.8	47.7	65.7
2001	63.0	76.6	51.2	70.9
2002	65.2	67.3	62.4	73.1
시각 디자인				
	전문대학(여)	전문대학(남)	대학교(여)	대학교(남)
1998	54.4	57.7	47.3	59.4
1999	58.7	63.0	60.3	68.1
2000	73.8	75.0	67.5	73.4
2001	73.8	73.5	64.7	74.0
2002	72.6	71.3	57.8	69.8
환경 디자인				
	전문대학(여)	전문대학(남)	대학교(여)	대학교(남)
1998	47.4	61.0	28.6	50.0
1999	47.3	59.5	43.9	58.0
2000	63.6	73.1	65.0	82.5
2001	71.8	79.0	67.2	80.4
2002	75.7	81.9	66.4	71.0
섬유 디자인				
	전문대학(여)	전문대학(남)	대학교(여)	대학교(남)
1998	52.2	61.3	39.4	49.4
1999	61.4	61.8	55.8	71.4
2000	69.7	77.7	56.4	62.1
2001	72.7	78.4	61.8	84.6
2002	70.5	66.3	54.1	68.6
멀티미디어 디자인				
	전문대학(여)	전문대학(남)	대학교(여)	대학교(남)
1998	56.8	70.4	-	-
1999	51.5	47.1	-	-
2000	65.0	67.2	61.0	69.6
2001	73.8	79.7	68.3	60.0
2002	72.8	67.4	60.6	100.0

### 제3절. 디자인인력 고용구조

최근 우리나라는 출산을 저하와 고령화 현상이 급속도로 진행됨에 따라 생산가능인구가 급격히 감소할 것으로 전망되고 있다. 이에 따라 경제활동참가율이 절반 수준에도 미치지 못하는 여성인력을 가용자원으로 파악하고, 노동력의 공급원으로 전환시키기 위한 정부차원의 노력이 시도되고 있다. 1990년대 이후, 고학력 여성 노동력의 공급도 지속적으로 확대되고 있고 일부 전문분야로의 새로운 영역을 개척해 나가고 있다. 그러나 상당수의 고학력 여성인력이 여전히 취업하지 않고 있거나 취업을 했더라도 안정적 경력경로를 갖지 못하는 불안정한 고용층을 형성하고 있는 것이 현실이다. 본 절에서는 노동시장에서의 전반적 여성인력의 고용구조를 파악하는 한편, 디자인 산업에서의 여성인력 고용구조의 특성을 살펴보고자 한다.

#### 1. 전반적인 여성 고용구조

##### 가. 여성 경제활동참가율의 증가

우리나라 여성의 경제활동참가율<sup>3)</sup>은 2002년 현재 49.7%를 기록하고 있다. 여성의 경제활동참가율은 1963년 37.0%에서 외환위기 직전 1997년 49.8%까지 상승하였으나, 외환위기로 인한 대량실업과 취업자수의 감소로 인하여 1998년 47.1% 수준으로 하락하였다. 그 후 경기가 서서히 회복되어 여성의 경제활동참가율도 꾸준히 증가되는 추세를 보여 2002년도에는 49.7%까지 회복되었다.

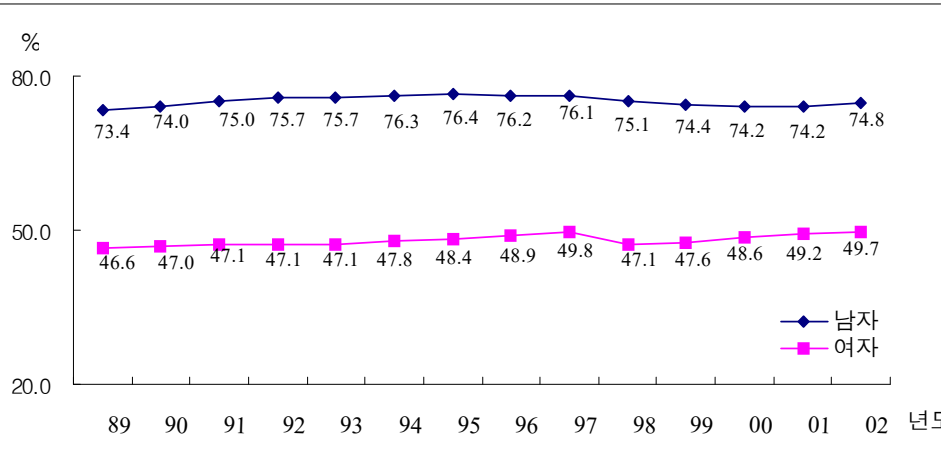
경제활동참가율은 생산가능인구(15세 이상) 중 노동시장에 참여하고 있는 취업인구를 보여주는 지표로 남성 노동력은 1980년대 이후에 72%-76% 수준에서 등락의 폭을 유지하고 있다. 그동안 우리나라 경제활동참가율의 증가는 여성이 주도적인 역할을 하였는데, 남성의 경우 '89년, 73.4%에서 '97년, 76.1%로 8년 동안 2.7%p 증가하였고, 여성은 동 기간 중 46.6%에서 49.8%로 3.2%p 상승하였다(그림 II-6

1) 「경제활동인구조사」의 경제활동참가율 결과는 2003년 1월에 2000년 인구주택총조사 결과를 토대로 작성된 추계인구의 변경과 연령계층별 승수의 적용으로 1991년 1월 - 2002년 12월까지의 자료가 변경되었음.

참조).

여성의 경제활동참가율의 증가는 여성의 고학력화를 기반으로 출산율의 저하, 보육서비스의 확대, 가전제품의 발달 등으로 여성의 경제활동에 대한 기회비용의 감소, 시간제, 탄력근무 등 고용형태의 다양화 등이 복합적으로 작용한 것으로 보인다.

그러나 이와 같은 사회적 여건변화와 여성의 노동시장 참여욕구의 증가에도 불구하고, 우리나라 여성의 경제활동참가율은 아직도 50%에도 미치지 못하고 있어 노동력 공급여력이 존재하고 있음을 보여주고 있다.



출처: 통계청, 「경제활동인구조사」, 해당연도.

[그림 II-6] 성별 경제활동참가율 추이

여성 경제활동참가율의 변화를 혼인상태별로 살펴보면, 1980년에는 여성 기혼자의 경제활동참가율은 미혼에 비해 11%p 낮았으나, 2000년에는 기혼여성의 경제활동참가율은 9%p 가량 상승하였고, 미혼여성보다 2%p나 높은 분포를 보이고 있다. 남성의 경우 기혼남성의 경제활동참가율이 미혼남성보다 감소한 것과는 대조적이다.

〈표 II-18〉 혼인상태별 경제활동참가율: 1980-2000

		전체	기혼	미혼
1980	여성	42.8	40.0	50.8
	남성	76.4	88.3	52.4
1985	여성	41.9	41.0	44.7
	남성	72.3	86.8	43.5
1990	여성	47.0	46.8	45.6
	남성	74.0	88.2	43.2
1995	여성	48.3	47.6	50.4
	남성	76.5	88.8	49.6
2000	여성	48.3	48.7	47.0
	남성	74.0	84.3	50.2

출처: 한국노동연구원, 「2002 KLI 노동통계」, 황수경(2003), p.11 재인용.

#### 나. 산업별 여성 취업자수 추이

1990년대 들어서 제조업 부문 및 서비스 부문의 양적 성장은 다소 주춤해지고 정보통신기술의 발전을 기반으로 한 산업별 재구조화 시기를 맞이하였다. 서비스 부문에서는 운수.창고.통신업과 금융.보험.부동산 및 사업서비스업 등 지식 집약산업에서 빠른 성장을 보였고, 이 부문의 취업자 비중도 증가하였다. 산업별 여성 취업자수 추이를 살펴보면, 사회간접자본 및 서비스업에서의 취업자 비중이 1995년 64.0%에서 2001년 71.4%로 7.4%p나 증가했음을 보여주고 있다. 반면 농림 어업의 경우는 14.6%에서 12.0%로 2.6%p 감소하였고, 광공업의 여성 취업자수 비중은 21.4%에서 17.0%로 4.4%p 감소하였다(표 II-19).

여성 노동력의 서비스 부문에서의 집중현상은 산업구조 고도화 과정에 수반된 고속련, 고부가가치 노동으로의 이동이라고 보기는 어렵다. 서비스업 내에서도 전기.운수.창고.금융업과 같은 기술.자본집약적 산업에서의 여성 고용증가는 미미한 수준이고, 개인 서비스업과 같은 단순서비스 부문에서의 취업이 여성고용의 증대를 주도하고 있다.

<표 II-19> 산업별 여성 취업자수 추이

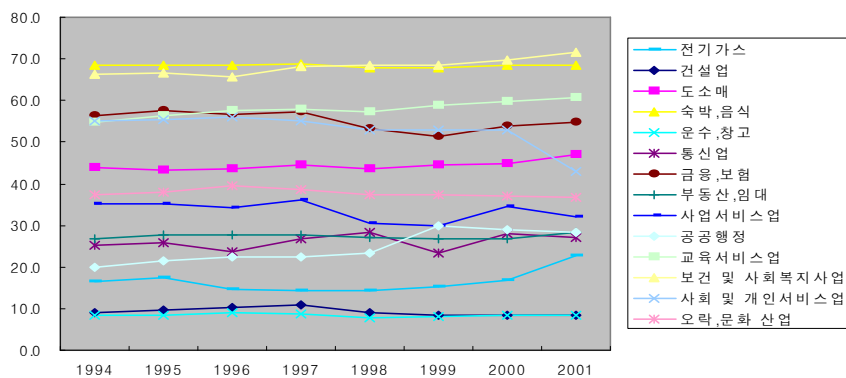
단위: 천명(%)

구분	전산업	농림어업	광공업	사회간접자본 및 기타서비스업
1995년	8,256(100.0)	1,206(14.6)	1,764(21.4)	5,287(64.0)
1996년	8,472(100.0)	1,155(13.6)	1,721(20.3)	5,595(66.0)
1997년	8,686(100.0)	1,150(13.2)	1,599(18.4)	5,938(68.4)
1998년	8,048(100.0)	1,181(14.7)	1,346(16.7)	5,557(69.0)
1999년	8,303(100.0)	1,101(13.3)	1,444(17.4)	5,758(69.3)
2000년	8,707(100.0)	1,090(12.5)	1,530(17.6)	6,088(69.9)
2001년	8,895(100.0)	1,063(12.0)	1,511(17.0)	6,347(71.4)

출처: 통계청, 「경제활동인구조사」, 해당년도.

여성 취업자 비중이 가장 높은 산업은 보건 및 사회복지사업이고, 다음이 숙박.음식업, 교육서비스업, 금융.보험업, 도소매업 순으로 높은 분포를 보이고 있다. 이와 같이 전통적으로 여성비중이 높은 산업에서의 비율이 지속적으로 증가하고 있다. 다만 음식.숙박업의 비율은 다소 주춤한 증가를 보이고 있으며, 여성취업자 비중이 줄어들고 있는 업종은 사업서비스업과 개인 및 사회서비스업이다(그림 II-7). 보건 및 사회복지사업과 교육서비스업에서 가장 높은 증가 추세는 ‘깨끗한 일자리’를 선호하는 고학력 여성 노동력의 공급과 그런 일자리에 대한 인력수요가 일치하는 현상으로 볼 수 있다.

단위: %



출처: 통계청, 「경제활동인구조사」, 해당년도, 김영옥 외(2002), p.67 재인용.

[그림 II-7] 서비스업분야 여성취업자 비중의 추이

### 다. 직종별 여성 취업자수 추이

표준산업분류에 따라 직종을 의회의원, 고위임직원 및 관리자, 전문가, 기술공 및 준전문가, 사무 종사자, 서비스.판매 종사자, 농업, 임업 및 어업 숙련 종사자, 기능원 및 관련 기능 종사자, 장치, 기계조작 및 조립 종사자, 단순노무 종사자의 9개 직종군으로 분류하여 여성 취업자의 추이를 살펴보았다.

여성 취업자의 직업 분포상의 특징을 살펴보면, 서비스.판매직의 비중이 2001년 현재 39.4%로 가장 높은 분포를 차지하여 여성들이 집중되어 있음을 보여주고 있다. 또한 사무직은 14.5%, 단순노무직은 11.5%, 농어업직이 10.7%의 순으로 높은 비중을 차지했고, 전문가와 기술공 및 준전문가는 각각 6.7%, 기능직은 6.6%, 기계조립직이 3.5%, 고위관리직이 0.4%로 나타났다. 분포 추이를 보면 사무직과 기능직, 단순노무직 등에서의 비중이 감소한 반면, 전문직의 경우는 '95년 4.27%에서 '01년 6.7%로 2.5%p 증가했으며, 동 기간 서비스.판매직은 32.1%에서 39.4%로 7.4%p나 상승하였다.

<표 II-20> 직종별 여성 취업자 분포

단위: 천명(%)

	전체	고위 관리직	전문가	기술공및 준전문가	사무직	기능직	기계 조립직	서비스 판매직	단순 노무직	농어업직
1995	8,256 (100.0)	23 (0.3)	343 (4.2)	556 (6.7)	1,281 (15.5)	788 (9.5)	311 (3.8)	2,648 (32.1)	1,197 (14.5)	1,110 (13.4)
1996	8,472 (100.0)	25 (0.3)	357 (4.2)	613 (7.2)	1,325 (15.6)	773 (9.1)	296 (3.5)	2,806 (33.1)	1,190 (14.0)	1,087 (12.8)
1997	8,686 (100.0)	25 (0.3)	331 (3.8)	682 (7.9)	1,372 (15.8)	716 (8.2)	297 (3.4)	2,974 (34.2)	1,211 (13.9)	1,077 (12.4)
1998	8,084 (100.0)	27 (0.3)	357 (4.4)	669 (8.3)	1,140 (14.1)	602 (7.4)	277 (3.4)	2,818 (34.9)	1,087 (13.4)	1,107 (13.7)
1999	8,303 (100.0)	22 (0.3)	350 (4.2)	705 (8.5)	1,116 (13.4)	645 (7.8)	282 (3.4)	2,912 (35.1)	1,256 (15.1)	1,017 (12.2)
2000	8,707 (100.0)	24 (0.3)	584 (6.7)	561 (6.4)	1,216 (14.0)	625 (7.2)	307 (3.5)	3,381 (38.8)	1,011 (11.6)	998 (11.5)
2001	8,895 (100.0)	32 (0.4)	595 (6.7)	593 (6.7)	1,290 (14.5)	591 (6.6)	311 (3.5)	3,505 (39.4)	1,026 (11.5)	952 (10.7)

출처: 통계청, 「경제활동인구조사」, 해당년도.



## 2. 디자인 산업의 고용구조

본 연구에서는 디자인 산업에서의 고용구조를 파악하기 위하여 표준산업분류에서 전문 디자인업<sup>4)</sup>으로 분류된 사업체의 자료와 광범위하게 디자인이 활용되고 있는 제조업 분야의 디자인 인력 활용정도를 조사한 자료를 활용하였다. 최근 디자인 분야의 광범위한 적용과 디자인 분야가 세분화되는 경향으로 인해 노동시장 내 디자인 인력의 고용구조 분석을 위하여 가능한 자료를 폭넓게 검토하였다.

본 연구에서는 통계청의 「전국사업체기초통계조사」<sup>5)</sup>, 한국디자인진흥원의 「디자인 센서스」<sup>6)</sup> 자료를 활용하여 전문 디자인업체와 일반 사업체의 디자인 인력 고용구조를 분석하였다. 「전국사업체기초통계조사」에서는 전문 디자인업종에서의 종사자 수, 남녀 대표자 현황, 기업규모별 남녀 종사자 현황을 파악하였다. 또한 「전국사업체기초통계조사」에서 파악되지 않는 일반 기업체에서의 디자인 인력 고용현황을 조사하기 위해서 「디자인 센서스」자료를 입수하여 디자인부문 인력현황에 대한 자료를 재분석하였다. 「전국사업체기초통계조사」가 전국 사업체에 대한 전수조사인데 반해, 「디자인 센서스」는 표본조사 결과로 구성되었다.

따라서 본 연구에서는 「전국사업체기초통계조사」를 원자료를 근거로 전문 디자인업체의 전반적 종사자 현황을 파악하고, 「디자인 센서스」를 활용하여 일반 기업체의 디자인 인력 고용현황을 분석하고자 한다.

- 
- 4) 한국표준산업분류(2000년 개정기준)의 전문 디자인업(746)의 세세분류는 인테리어 디자인업(74601), 제품 디자인업(74602), 시각 디자인업(74603), 기타 전문 디자인업(74604)으로 분류되어 있음.
  - 5) 전국사업체기초통계조사는 1994년부터 매년 한국표준산업분류 중 농림(개인경영), 어업(개인경영), 국방, 가사서비스업, 국제 및 기타 외국기관을 제외한 전사업체(약 300만 개)를 대상으로 사업체명, 대표자명, 소재지, 조직형태, 사업체구분, 사업체변동, 사업내용, 종사자수를 지정, 조사(전수)통계로 조사하고 있음. 조사기준일은 전년 12월 31일이며, 조사대상기간은 전년 1월 1일부터 12월 31일임. 조사실시기간은 매년 2-4월중 1개월간 실시하고 있음.
  - 6) 디자인 센서스는 1998년 1차 조사에 이은 2002년에 2차 정기 조사임. 조사 연구 내용은 디자인 교육기관 인력현황 및 실태조사, 일반기업 디자인부문 수요인력 및 실태조사, 산업디자인 전문회사 수요인력 및 실태조사, 국가경쟁력 현황, 수출입 실태조사, 소비자의 상품구매 성향조사, 디자인관련 기반조사임. 조사 모집단은 전경련(전국경제인연합회) 등록 제조업체와 2001년 매경 '기업연감'의 제조업체이며 전체 표본수는 1,027업체임.

## 가. 전문디자인업체의 인력 구조

### (1) 전문디자인업체 현황

전문 디자인업의 사업체수는 2000년 2,110개사이며, 이를 종사자 규모별로 보면, 97.0%가 5인 미만 소규모 사업체였다. 20명 이상의 사업체는 0.6%인 13개소에 그쳤다. 이와 같은 분포에서 전문 디자인업의 사업체는 대부분 영세한 규모임을 알 수 있고, 이에 따른 어려움을 예상할 수 있다.

<표 II-21> 전문 디자인업 규모별 사업체수

구 분	사업체수	분포(%)
전체	2,110	100.0
1-4명	2,047	97.0
5-9명	37	1.8
10-19명	13	0.6
20명 이상	13	0.6

출처: 통계청(2000), 「사업체기초통계조사」.

전문 디자인업체의 남녀 대표자수를 살펴보면(표 II-22), 1,849개사 중 남성 대표자 수는 1,556명으로 84.2%, 여성은 293명으로 15.8%의 분포를 보이고 있어 대부분의 대표자가 남성인 것을 알 수 있다. 전문 디자인업 중 인테리어 디자인업의 업체수가 각각 707개사로 가장 많았고 시각 디자인업 업체수가 577개로 그 뒤를 이었다. 제품 디자인업은 378개사, 기타 전문 디자인업은 187개사였다. 남녀 대표자 분포에서 기타 전문 디자인업의 여성 대표자 비중이 23.0%로 가장 높았고, 다음으로 시각 디자인업이 16.5%, 제품 디자인업이 16.1%의 순으로 나타났다. 인테리어 디자인업은 남성이 86.7%, 여성이 13.3%로 여성 대표자의 비율이 가장 낮게 나타났다.

&lt;표 II-22&gt; 전문 디자인업 남녀 대표자수

단위: 개소(%)

구분	전체	남성	여성
전체	1,849(100.0)	1,556(84.2)	293(15.8)
인테리어 디자인업	707(100.0)	613(86.7)	94(13.3)
제품 디자인업	378(100.0)	317(83.9)	61(16.1)
시각 디자인업	577(100.0)	482(83.5)	95(16.5)
기타 전문 디자인업	187(100.0)	144(77.0)	43(23.0)

출처: 통계청(2001), 「사업체기초통계조사」, 원자료 재분석.

**(2) 종사자 현황**

전문 디자인업의 종사자수 추이를 보면, 외환위기 여파로 1998년 3,199명으로 감소하였다가 1999년 9,910명으로 급속히 증가하였으나, 2000년에는 8,936명, 2001년에는 8,462명으로 다소 감소양상을 보이고 있다.

전문 디자인업 세세분류 기준의 종사자 수 추이를 살펴보면, 인테리어 디자인업과 제품 디자인업의 증가추세가 두드러지게 나타나고 있다. 2000년까지 시각 디자인업 종사자수가 3,075명으로 가장 많았으나 2001년을 기점으로 인테리어 디자인업 종사자 수가 3,124명으로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 시각 디자인업 종사자가 2,546명, 제품 디자인업 종사자가 1,990명, 기타 전문 디자인업 종사자가 802명으로 나타났다. 시각 디자인과 전문 디자인업은 지속적으로 감소하고 있는 추세지만, 인테리어 디자인업과 제품 디자인업의 경우 꾸준한 증가를 보이고 있어 향후에도 지속적으로 수요가 있을 것으로 예상된다.

&lt;표 II-23&gt; 전문 디자인업 종사자수 추이

단위: 명(%)

구분	2001년	2000년	1999년	1998년
전체	8,462(100.0)	8,936(100.0)	9,910(100.0)	3,199(100.0)
인테리어 디자인업	3,124( 36.9)	2,847( 31.9)	2,760( 27.9)	459( 14.3)
제품 디자인업	1,990( 23.5)	1,915( 21.4)	1,425( 14.4)	109( 3.4)
시각 디자인업	2,546( 30.1)	3,075( 34.4)	3,749( 37.8)	378( 11.8)
기타 전문 디자인업	802( 9.5)	1,099( 12.3)	1,976( 19.9)	2,253( 70.4)

출처: 통계청, 「사업체기초통계조사」, 해당년도, 원자료 재분석.

전문 디자인업종의 전체 종사자수 추이를 보면, 1998년 일시 감소하였다가 1999년 급격히 증가하는 경향을 보였으나, 2000년과 2001년 다시 감소하는 양상을 보이고 있다. 남녀 종사자의 분포는 2001년 현재 전체 종사자 8,462명 중 남성은 5,343명으로 63.1%의 비중을 차지하고 있으며, 여성 종사자는 3,119명으로 36.9%의 분포를 보이고 있다. 이러한 남녀 종사자 분포는 1998년 여성 종사자가 40.2%로 40%대의 비중을 차지한 것을 제외하고는 여성 분포는 35-36%대를 유지하고 있다.

<표 II-24> 전문 디자인업 남녀 종사자수 추이

단위: 명(%)

구 분	전체	남성	여성
2001년	8,462(100.0)	5,343(63.1)	3,119(36.9)
2000년	8,936(100.0)	5,728(64.1)	3,208(35.9)
1999년	9,910(100.0)	6,403(64.6)	3,507(35.4)
1998년	3,199(102.5)	1,944(62.3)	1,255(40.2)

출처: 통계청(2000), 「사업체 기초통계조사」, 원자료 재분석.

남녀 종사자 분포를 사업체 규모별로 살펴보면, 2000년 현재 5인 미만의 사업체에 전체 종사자 8,936명 중 7,710명(86.3%)이 종사하고 있음을 보여주고 있다. 한편, 5인 이하의 사업체의 남녀 종사자 분포는 남성이 5,048명으로 65.5%, 여성이 2,662명으로 34.5%의 분포를 나타내고 있다.

<표 II-25> 전문 디자인업 규모별 남녀 종사자수

단위: 명(%)

구 분	종사자수	남성	여성
전체	8,936(100.0)	5,842(65.4)	3,094(34.6)
1-4명 이하	7,710(100.0)	5,048(65.5)	2,662(34.5)
5-9명 이하	197(100.0)	124(62.9)	73(37.1)
10-19명 이하	169(100.0)	113(66.9)	56(33.1)
20명 이상	860(100.0)	557(64.8)	303(35.2)

출처: 통계청(2000), 「사업체기초통계조사」.

<표 II-26>에서의 보는 바와 같이, 전문 디자인업에 종사하는 종사자 수의 비중이 인테리어, 시각, 제품, 기타 전문디자인업 순으로 높게 나타났다. 이를 기준으로 하여 전문 디자인업종의 여성 종사자의 종사상 지위를 살펴보면, 전체 디자인업종에서의 남녀 종사자 분포에서 여성의 분포가 높은 지위는 무급가족종사자가 69.1%로 가장 높았고, 상용종사자 41.1%, 임시 및 일일종사자 35.5%, 무급종사자가 24.3%, 자영업주 16.4%의 순이었다. 전문 디자인업종에서 여성 종사자의 낮은 상용직 비율은 여성인력의 노동시장 내 지위가 남성보다 낮으며, 경력개발이 어려운 위치를 점하고 있다는 것을 알 수 있다.

<표 II-26> 전문 디자인업 종사상 지위<sup>7)</sup>별 종사자수 단위: 명(%)

구분		자영업주	무급가족	상용	임시 및 일일	무급	합계
인테리어	남	483( 85.6)	22( 29.3)	1,396( 64.2)	254( 84.7)	12(100.0)	2,167( 69.4)
	여	81( 14.4)	53( 70.7)	777( 35.8)	46( 15.3)	-	957( 30.6)
	전체	564(100.0)	75(100.0)	2,173(100.0)	300(100.0)	12(100.0)	3,124(100.0)
시각	남	392( 83.1)	18( 32.1)	1,023( 55.9)	102( 59.3)	9( 60.0)	1,544( 60.6)
	여	80( 16.9)	38( 67.9)	808( 44.1)	70( 40.7)	6( 40.0)	1,002( 39.4)
	전체	472(100.0)	56(100.0)	1,831(100.0)	172(100.0)	15(100.0)	2,546(100.0)
제품	남	241( 83.4)	5( 22.7)	930( 59.4)	40( 38.8)	7( 70.0)	1,223( 61.5)
	여	48( 16.6)	17( 77.3)	636( 40.6)	63( 61.2)	3( 30.0)	767( 38.5)
	전체	289(100.0)	22(100.0)	1,566(100.0)	103(100.0)	10(100.0)	1,990(100.0)
기타전문	남	128( 78.5)	13( 37.1)	232( 45.6)	36( 37.9)	-	409( 51.0)
	여	35( 21.5)	22( 62.9)	277( 54.4)	59( 62.1)	-	393( 49.0)
	전체	163(100.0)	35(100.0)	509(100.0)	95(100.0)	-	802(100.0)
전체	남	1,244( 83.6)	58( 30.9)	3,581( 58.9)	432( 64.5)	28( 75.7)	5,343( 63.1)
	여	244( 16.4)	130( 69.1)	2,498( 41.1)	238( 35.5)	9( 24.3)	3,119( 36.9)
	전체	1,488(100.0)	188(100.0)	6,079(100.0)	670(100.0)	37(100.0)	8,462(100.0)

출처: 통계청(2001), 「사업체기초통계조사」, 원자료 재분석.

7) 「사업체기초통계조사」에서 정의하는 자영업주는 동업자를 포함한 개인사업체의 소유주를 말함. 무급가족종사자는 자영업주의 가족으로서 정상 작업시간의 1/3이상 종사하나, 봉급이나 임금을 받지 않는 자를 말함. 상용종사자는 1년 이상 고용되어 일정한 급여를 받는 자를 말하며, 자영업주를 제외한 모든 유급임원도 여기에 포함됨. 임시 및 일일종사자는 1년 미만 고용되었다가 일일수당제로 고용된 자를 말함. 무급종사자는 일정한 급여 없이 봉사료 또는 판매실적에 따라 판매수수료만을 받는 자를 말함.

이를 세세분류를 기준으로 살펴보면, 인테리어 디자인업의 경우, 여성 무급가족 종사자 비율이 70.7%로 가장 높았고, 상용종사자가 35.8%의 비중을 보였다. 시각 디자인업의 경우도 여성 무급가족종사자 비율이 무급가족종사자 비율이 69.1%로 가장 높게 나타나 있고, 상용종사자가 41.1%, 임시 및 일일종사자 35.5%, 무급 종사자가 24.3%, 자영업자가 16.4%의 분포를 차지했다. 우리나라 여성 취업자의 종사상 지위 분포는 전통적으로 자영업자와 무급가족종사자 비율이 높고, 시간제 노동자가 증가하는 추세를 보이고 있다. 전문 디자인업의 여성 취업자의 종사상 지위에서도 그러한 특성을 반영하고 있는 것으로 나타났다.

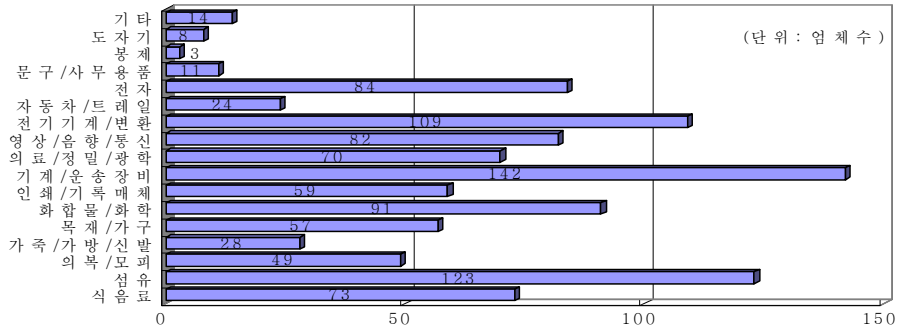
전문디자인업의 세세분류를 기준으로 살펴보면, 여성 상용종사자가 가장 높은 업종이 기타 전문디자인업으로 54.5%의 비율을 보였고, 무급가족종사자의 경우는 제품 디자인업에서 가장 높은 77.3%의 분포를 보였다. 임시 및 일일직 종사자가 가장 높은 업종은 기타 전문디자인업으로 62.1%의 비중을 차지했다.

#### 나. 일반 기업체 디자인 인력 활용현황

앞에서 통계청 자료에 근거한 전문 디자인업 종사자 현황을 살펴보았다. 다음은 「디자인센서스」 자료를 토대로 디자인산업 관련 제조업종의 기업현황과 디자인 인력현황을 간략하게 살펴보고자 한다.

##### (1) 기업체 현황

2002년 「디자인 센서스」 조사에 참여한 제조업체의 업종 분포를 보면, 기계/운송 장비 업체가 142개소(13.8%)로 가장 많았으며, 다음으로 섬유 제품 123개소(12.0%), 전기 기계/전기 변환 장치가 109개소(10.6%), 영상/음향/통신 장비가 82개소(8.9%) 순으로 집계되었다.



출처: 한국디자인진흥원(2002), 「디자인 센서스」.

[그림 II-8] 일반 기업체의 제조업종 분포

2002년 「디자인 센서스」의 디자인 인력 현황에 대한 조사 결과, 전체 응답업체 (683개소)의 평균 디자인 인력은 8.0명인 것으로 조사되었다. 기업 규모<sup>8)</sup>에 따른 디자인 부서 인력 현황을 보면, 소기업의 경우 응답 업체당 평균 3.6명, 중기업의 경우는 업체당 6.8명인 것으로 조사되었으며, 대기업은 평균 21.1명으로 소기업과 중기업에 비해 많은 디자인 인력을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

<표 II-27> 일반 기업체 디자인 부서 인력 현황

단위: 개(%)

구분	소기업	중기업	대기업	전체
1-3명	225( 67.4)	93( 43.1)	27( 20.3)	345( 50.5)
4-6명	66( 19.8)	53( 24.5)	28( 21.1)	147( 21.5)
7-10명	27( 8.1)	31( 14.4)	15( 11.3)	73( 10.7)
11-20명	13( 3.9)	24( 11.1)	21( 15.8)	58( 8.5)
21-50명	3( 0.9)	14( 6.5)	27( 20.3)	44( 6.4)
51-100명	-	-	11( 8.3)	11( 1.6)
101-200명	-	1( 0.5)	3( 2.3)	4( 0.6)
201명 이상	-	-	1( 0.8)	1( 0.1)
계	334(100.0)	216(100.0)	133(100.0)	683(100.0)
평균 인력	3.6명	6.8명	21.1명	8.0명

출처: 한국디자인진흥원(2002), 「디자인 센서스」. 원자료 재구성.

8) 직원 300명 이상 사업장은 대기업, 직원 50인 이상 300인 미만 사업장은 중기업, 직원 50인 미만 사업장은 소기업으로 분류함.

우리나라 기업체의 디자인 투자실태 조사결과<sup>9)</sup>에서 디자인에 대한 인식은 높게 나타나 있으나, 디자인 투자의 구체적인 경제적 효과에 대한 인식은 매우 낮은 것으로 나타났다. 또한 신제품 개발 시 디자인 전문인력이 반드시 필요하다고 응답한 비율도 44.7%로 50%에도 미치지 못하는 현실을 감안할 때, 중소기업체의 디자인 자체개발과 디자인 인력 직접고용에 대한 투자는 낙관적이지 않다. 다만 기업의 매출과 이윤을 늘리는데 디자인 투자가 중요하며, 디자인도 회사의 중요한 자산이라는 인식이 확대되고 있어 우리나라 디자인 경영 마인드는 급속하게 변화하고 있음을 보여주고 있다.

## (2) 종사자 현황

「디자인 센서스」자료에서의 일반기업체 디자인 분야의 디자이너 인력현황을 보면, 남성이 3,197명(65.2%), 여성이 1,703명(34.8%)의 비중을 보이고 있다. 이는 전문 디자인업에 남녀 종사자 비율이 남성 65.4%, 여성 34.6%의 분포와 유사한 결과이다.

<표 II-28> 일반 기업체 디자인 분야 남녀 종사자 수

구 분	명	비율
남성	3,197	65.2
여성	1,703	34.8
계	4,900	100.0

출처: 한국디자인진흥원(2002), 「디자인 센서스」.

9) 산업자원부.한국디자인진흥원(1999)의 「제조업 디자인 투자실태 조사결과」.



## 제3장 여성 디자인인력 양성 실태 분석

---

그 동안 디자인분야는 여성들의 선호가 높고 여성적 전공영역으로 인식되어 왔을 뿐, 대학교육이 여대생들에게 전문 디자이너로 성장할 수 있는 교육적 토대를 제공하고 있는지는 관심의 대상이 되지 않아 왔다. 그러나 앞서 살펴본 바와 같이 여성적 분야로 인식되어 온 디자인분야에서도 양성된 인력규모는 여성이 월등히 많음에도 취업률은 남성에 비해 현저히 떨어져, 교육적 성취가 사회적 성취로 연결되지 않는 여성 고등교육의 전형적인 문제를 그대로 노정하고 있다.

본장에서는 4년제 대학 디자인관련 학과에 재학중인 남녀대학생을 대상으로 실시된 설문조사 결과를 토대로, 디자인관련 학과에 재학중인 여대생들의 디자인관련 학과로의 진로 선택 과정과 대학에서의 디자인 전문교육과정, 향후 진로계획 등을 남학생과 비교 분석하고자 한다. 이를 통해 디자인 교육을 받고 있는 여대생들이 대학교육 현장에서 경험하는 구체적인 교육실제를 드러냄과 동시에, 이들이 대학에서 보다 긍정적인 교육경험을 축적할 수 있는 교육적 개입의 필요성과 정책적 지원 방안은 무엇인지를 진단하고자 한다.

## 제1절. 조사방법 및 절차

### 1. 표본의 구성

본 조사의 모집단은 2003년 3~4월 현재 전국 4년제 대학 디자인관련 학과에 재학 중인 4학년 학생들이다. 본 조사를 위한 표본추출은 학생의 성별, 디자인분야별, 지역별 할당을 통한 무작위 추출방식으로 이루어졌다.

먼저, 본 연구의 관심집단인 여대생 표본을 충분히 확보하기 위해 여성과 남성의 비율을 3 : 1로 할당하고, 지역별로는 한국교육개발원 교육통계 자료를 토대로 각 시도별 디자인관련 학과 학생수 비율에 따라 전국을 6개 권역으로 묶어 권역별로 학생수를 할당하였다.<sup>10)</sup> 또한 디자인분야(제품, 시각, 환경, 섬

10) 전국 6개권역별 조사대상 학생 분포는 서울 205명(24.1%), 부산 83명(9.8%), 인천/경

유, 멀티미디어)별 특성이 고르게 반영될 수 있도록 한국디자인진흥원의 디자인센서스조사(2002년)에서 사용된 디자인학과 분류기준을 적용하여 디자인관련 학과를 5개 디자인분야로 분류한 후 각 디자인분야별 학생비율에 따라 각 디자인분야별 표본 학생수를 할당하였다.

본 조사는 2003년 3월 24일~4월 7일에 걸쳐 이루어졌으며, 최종적으로 본 연구의 분석대상이 된 학생은 총 851명, 여학생 623명, 남학생 228명이다(표 III-1).

<표 III-1> 조사대상 학생의 성별 디자인분야

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
제품디자인	89( 14.3)	24( 10.5)	113( 13.3)
시각디자인	243( 39.0)	138( 60.5)	381( 44.8)
환경디자인	42( 6.7)	14( 6.1)	56( 6.6)
섬유디자인	212( 34.0)	33( 14.5)	245( 28.8)
멀티미디어	37( 5.9)	19( 8.3)	56( 6.6)
계	623(100.0)	228(100.0)	851(100.0)

디자인분야별로 응답학생 분포를 보면, 시각디자인 전공자가 가장 많아 전체의 44.8%를 차지하고, 그 다음으로는 섬유디자인 28.8%, 제품디자인 13.3%, 환경디자인과 멀티미디어가 각각 6.6%로 나타나났다. 이를 학생의 성별로 보면, 여학생의 경우 시각디자인(39.0%) 전공학생과 섬유디자인(34.0%) 전공학생이 비슷한 분포를 보이는데 반해, 남학생은 시각디자인(60.5%) 전공학생이 월등히 높은 비율을 보이고 있다.

기도/강원도 123명(14.5%), 대전/충청도 149명(17.5%), 광주/전라도/제주도 133명(15.6%), 대구/경상도 158명(18.6%)이다.

## 2. 조사도구 개발

본 연구를 위해 「디자인전공 대학생의 교육경험과 진로에 대한 조사표」가 연구진에 의해 개발되었다. 설문지(안)은 선행관련 연구 및 문헌 검토, 디자인 전문가 및 디자인 전공 학생에 대한 심층면접 결과를 토대로 개발되었다. 개발된 설문지(안)은 3차에 걸친 연구진회의와 디자인정책 전문가, 디자인관련 연구자, 여자대학에서 디자인교육을 담당하고 있는 대학교수, 여성디자이너 CEO, 여성인력개발 연구자 등이 참석한 전문가협의회의 검토를 토대로 수정·보완되어 확정되었다.

본 설문지는 크게 학생의 일반적 특성, 디자인분야로의 진로선택, 중등교육 경험, 대학생활 경험, 졸업 후 진로의 5가지 영역으로 나뉘어 구성되었다(표 III-2). 먼저 학생의 일반적 특성영역은 조사대상 학생의 개인적 배경을 보여주는 부모의 교육정도 및 직업, 어머니의 취업경험 등이 조사되었다. 디자인분야로의 진로 선택과정은 전공 결정 시기 및 영향요인, 부모의 태도 및 전공 선택 이유들이 조사되었으며, 중등교육경험영역에서는 학교를 중심으로 학교에서의 미술교육경험과 학교이외의 미술교육경험으로 구분하여 미술활동에 대한 태도와 능력 등에 대해 질문하였다. 대학생활경험에서는 전공만족도, 교수와의 상호작용, 자기주도적 활동 등이 조사되었으며, 여대생들에게는 디자인 교육에서 여학생으로서 겪는 어려움을 별도로 조사하였다. 졸업 후 진로영역에서는 진로계획 및 디자인 전문능력에 대한 자기 평가와 여성디자이너의 취업을 촉진하기 위한 지원 방안에 대한 요구도 등이 조사되었다.

&lt;표 III-2&gt; 학생 조사표의 구성

영역	하위영역	세부항목
일반적 특성	개인배경	성별, 학과, 부모의 교육정도, 부모의 직업, 어머니의 취업경험, 학생의 취업에 대한 부모의 기대
진로선택	디자인 분야 전공 선택과정	전공 결정시기, 전공 선택 시 영향 요인, 전공 선택 이유 전공 선택 시 부모님의 태도 및 찬성 이유
중등 교육경험	교내 경험	고등학교 때의 계열, 고등학교 때의 미술교육경험 교내 미술관련 클럽활동 참여 경험
	교외 경험	교외 미술관련 동아리 활동이나 캠프 참여 경험 미술 관련 대회 출전 경험 및 입상 경험 여부와 횟수
대학생활 경험	전공 만족도	전공에 대한 만족 정도 및 불만족 이유 전공 변경 의향 및 변경 이유 전공분야 희망하는 후배에게 권유 의향
	교수와의 상호작용	교수의 격려 정도, 교수님과의 대화 정도 교수의 프로젝트에 참여도, 전공학과 교수 및 여교수 수
	자기주도적 활동	디자인 관련 동아리 활동 참여여부 및 활동기간, 참여도 공모전 참여 여부 및 횟수, 공모전 입상 경험 및 횟수
	여학생의 학업의 어려움	체력적으로 힘든 정도, 실습도구 다루는데 힘든 정도 아이디어 창조의 어려운 정도, 교수님의 기대 정도, 취직 시 남학생보다 불리한 정도
졸업 후 진로	진로계획	졸업후 진로계획, 전공 분야로의 취업여부, 취업 준비 시기, 취업 준비도, 희망 취업분야, 대학원 진학 이유, 직업활동 희망기간
	디자인 능력에 대한 자기 평가	도구를 다루는 능력, 디자인관련 전문지식, 프레젠테이션 능력, 디자인프로세스 관리능력, 창의성, 커뮤니케이션 능력, 문제해결 능력, 업무추진력, 논리력, 일반상식, 외국어, 정보수집 및 해석능력
	여대생 취업지원 방안	디자인분야 취업정보 및 구인.구직 DB 활성화, 각종 취업박람회에 디자인분야 강화, 기업체 인턴쉽기회 확대, 창업 프로그램 개설.운영, 대학 교육과정에 취업 및 진로개발 교과목 개설, 성공한 여성 디자이너 사례발굴 및 홍보, 디자인 전공 여대생 취업진로지도에 여성디자이너 참여, 경험 제공, 대학의 취업정보실 기능 강화, 디자인분야 여성유망 직종 발굴

## 제2절. 디자인분야로의 진로선택과정

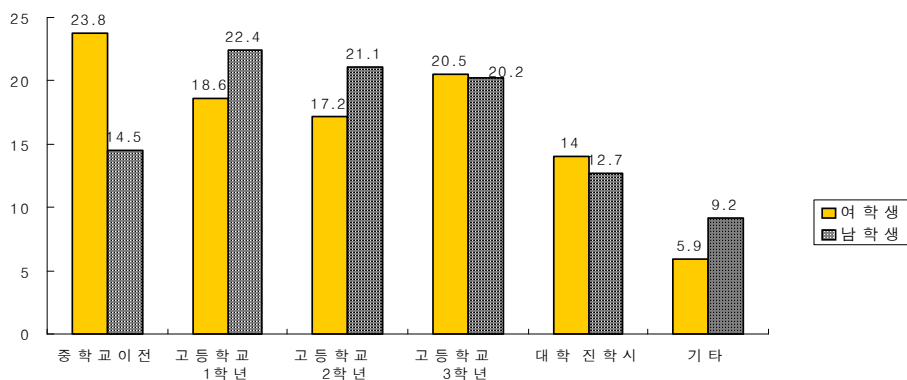
본 절에서는 대학에서 디자인분야를 전공하게 된 진로선택과정을 디자인전공 선택과정과 중등학교 시절에 디자인분야와 가장 밀접한 미술교과 및 미술활동과 관련한 교육경험으로 나누어 살펴본다.

### 1. 디자인전공 선택과정

#### 가. 진학결정 시기, 이유 및 영향 요인

##### (1) 진학결정 시기

응답학생들이 디자인분야로의 진로를 결정한 시기를 보면(그림 Ⅲ-1), 여학생들의 디자인분야로의 진로결정 시기가 남학생에 비해 상대적으로 조기에 이루어짐을 알 수 있다. 여학생들의 경우 초.중학교 시절에 디자인분야로의 진로를 결정한 사람이 가장 많아 23.8%에 달하고, 그 다음으로는 고등학교 3학년 20.5%, 고등학교 1학년 18.6%의 순을 보이고 있다. 이에 비해 남학생은 고등학교 1학년에 결정했다는 비율이 22.4%로 가장 높고, 그 다음으로는 고등학교 2학년 21.1%, 고등학교 3학년 20.2%의 순을 보이고 있다.



[그림 Ⅲ-1] 디자인분야로의 진학결정 시기

**(2) 전공 선택 이유**

〈표 III-3〉 디자인전공 선택 이유

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
디자인분야에 관심이 많아서	258( 41.9)	78( 34.7)	336( 40.0)
소질 있어서	94( 15.3)	46( 20.4)	140( 16.6)
성적 등을 고려해서	35( 5.7)	10( 4.4)	45( 5.4)
좋아 보여서, 멋있어 보여서	33( 5.4)	17( 7.6)	50( 5.9)
디자인분야 직업 갖고 싶어서	167( 27.1)	61( 27.1)	228( 27.1)
여성/남성에게 적합한 분야여서	10( 1.6)	-	10( 1.2)
기타	19( 3.1)	13( 5.8)	32( 3.8)
계	616(100.0)	225(100.0)	841(100.0)

〈표 III-3〉에서 디자인 전공을 선택하게 되는 이유를 보면, 디자인분야에 관심이 많아서(40.0%), 디자인분야의 직업을 갖고 싶어서(27.1%), 소질이 있어서(16.6%)의 세 가지가 디자인 전공 선택의 주요 이유임을 알 수 있다. 이와 같은 양상은 남녀학생 모두 동일한 가운데, 여학생은 상대적으로 디자인분야에 대한 관심(여학생 41.9%, 남학생 34.7%)을 남학생은 소질이 있어서(여학생 15.3%, 남학생 20.4%)를 디자인 전공 선택 이유로 더 많이 들고 있다.

**(3) 전공선택 영향 요인**

한편, 남녀학생의 디자인분야로 전공을 선택하는 데 영향을 미친 요인을 보면, 매스컴의 영향이 18.0%로 가장 크고, 그 다음으로는 자기 자신(21.4%), 친구.선배(15.2%), 선생님(11.5%)인 것으로 나타났다(표 III-4). 이를 학생의 성별로 비교해보면, 여학생의 경우는 남학생에 비해 자기 자신(여학생 22.3%, 남학생 18.9%)이나 부모(여학생 11.9%, 남학생 8.4%)가 결정한 비율이 상대적으로 높은 반면, 남학생은 친구.선배(여학생 12.0%, 남학생 23.8%)의 영향력이 상대적으로 더 큰 것으로 나타났다.

〈표 III-4〉 디자인 전공 선택에 영향을 미친 요인

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
선생님	69( 11.1)	29( 12.8)	98( 11.5)
부모님	74( 11.9)	19( 8.4)	93( 10.9)
매스컴	115( 18.5)	38( 16.7)	153( 18.0)
학원	46( 7.4)	10( 4.4)	56( 6.6)
친구.선배	75( 12.0)	54( 23.8)	129( 15.2)
기타	105( 16.9)	34( 15.0)	139( 16.4)
본인	139( 22.3)	43( 18.9)	182( 21.4)
계	623(100.0)	227(100.0)	850(100.0)

 $\chi^2=21.177$  df=6 p= .002나. 부모의 태도<sup>11)</sup>

## (1) 디자인전공 선택에 대한 부모의 찬성도

디자인 전공을 선택했을 때, 55.6%의 부모는 찬성한 반면, 19.6%의 부모는 반대한 것으로 나타나, 대체적으로 자녀가 디자인분야로 진로를 선택하는 데 대해 부모들이 긍정적인 반응을 보였음을 알 수 있다(표 III-5). 그러나 학생의 성별로 부모의 태도를 비교해보면, 학생의 성별에 따라 부모의 태도에 의미있는 차이가 있는 것으로 확인되었다. 디자인 전공을 선택한데 대해 부모가 반대한 경우는 남학생(26.7%)이 여학생(17.0%)이 더 많고, 찬성한 비율은 여학생(57.6%)이 남학생(50.0%)이 높아, 디자인분야로의 진로 선택에 여학생 부모들이 더 우호적인 태도를 보이고 있음을 알 수 있다.

11) 응답학생의 부모의 학력은 여학생의 부모가 남학생의 부모보다 더 높은 것으로 나타났다(부표 III-1), 아버지의 직업은 여학생 아버지가 전문기술직에의 분포가 다소 더 높다(부표 III-2). 어머니의 경우는 남녀학생 비슷한 분포를 보여 주부가 56.1%로 가장 많고, 그 다음으로는 판매, 서비스직인 것으로 나타났다.



&lt;표 III-5&gt; 디자인 전공 선택에 대한 부모의 태도

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
매우 반대	15( 2.4)	9( 3.9)	24( 2.8)
반대 하는 편	91( 14.6)	52( 22.8)	143( 16.8)
찬성도 반대도 아님	158( 25.4)	53( 23.2)	211( 24.8)
찬성하는 편	284( 45.6)	96( 42.1)	380( 44.7)
매우 찬성	75( 12.0)	18( 7.9)	93( 10.9)
계	623(100.0)	228(100.0)	851(100.0)

 $\chi^2=11.459$  df=4 p= .022

## (2) 부모의 찬성 이유

&lt;표 III-6&gt; 디자인 전공 선택에 부모가 찬성한 이유

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
본인의 의사를 존중해서	199( 57.2)	65( 57.5)	264( 57.3)
소질을 살리기 위해서	94( 27.0)	32( 28.3)	126( 27.3)
문화적 경험과 소양을 쌓을 수 있어서	8( 2.3)	5( 4.4)	13( 2.8)
취업이 잘 될 것 같아서	23( 6.6)	7( 6.2)	30( 6.5)
여성/남성에게 적합한 분야여서	14( 4.0)	-	14( 3.0)
성적 등 기타	10( 2.9)	4( 3.5)	14( 3.0)
계	348(100.0)	113(100.0)	461(100.0)

이처럼 학생의 성별에 따라 자녀가 디자인 전공을 선택하는 데 대해 다른 반응을 보인 것과는 달리, 디자인분야를 전공하는 데 대해 부모가 찬성한 이유는 찬성한 학생의 성별에 관계없이 대동소이한 것으로 나타났다. <표 III-6>을 보면, 부모들이 자녀의 디자인 전공 선택에 찬성하는 가장 주된 이유 2가지는 디자인을 전공하겠다는 자녀의 의사를 존중해서(57.3%), 소질을 살리기 위해서(27.3%)임을 알 수 있다. 다만, 여학생 부모들의 경우에는 남학생 부모와는 달리, 비록 소수이기는 하나 디자인이 여성에게 적합한 분야(4.0%)라고 생각해서 찬성했다고 응답한 점이 눈에 띈다.

## 2. 중등학교에서의 미술교육경험

우리나라의 교육제도상 전문 디자인교육의 기초가 되는 보통교육으로서의 디자인교육은 초·중등학교의 미술교육과정에서 이루어지고 있다(이수경, 1998). 그러나 현재의 미술교육과정은 회화 위주로 짜여져 있고 조형 감각 및 표현을 통한 창의력의 배양을 목적으로 하는 디자인교육은 미술교과의 극히 일부분에 불과하다. 따라서 현재의 중등 미술교육이 디자인 기초교육으로서 제몫을 충분히 하고 있다고 보기는 어렵다. 그럼에도 불구하고 본 연구에서는 예술적 재능과 감각이 디자인 개발에 필요한 중요한 재능 중의 하나이며, 부족하나마 보통교육단계에서 디자인 교육내용을 담고 있는 교과가 미술교과라는 점에서 중등교육단계에서의 미술교육경험을 살펴보았다.

### 가. 교내 미술교육 경험

#### (1) 고등학교 출신 계열

먼저, 고등학교시절의 계열별 분포(표 III-7)를 보면, 전체 응답자중 예체능계 출신은 19.6%에 불과하고, 인문계(문과반)(44.1%) 출신과 자연계(이과반)(30.3%) 출신이 절대다수를 차지하는 것으로 나타났다. 이를 성별로 보면 여학생의 경우는 남학생에 비해 여.체능계 출신이 상대적으로 더 많고(9.9% 포인트), 남학생은 자연계(이과반) 출신이 상대적으로 더 많은(7.8% 포인트) 것으로 나타났다. 이는 대학에서 디자인을 전공하기까지 남녀학생들이 다소 상이한 진로발달과정을 거쳐 왔음을 보여주는 것으로, 여학생들이 남학생에 비해 예술적 재능이나 관심이 많은 학생들이 디자인분야로 진출하는 경향이 더 높음을 시사하고 있다.

&lt;표 III-7&gt; 고등학교 출신 계열

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
예.체능계	138( 22.2)	28( 12.3)	166( 19.6)
인문계(문과반)	272( 43.8)	102( 44.7)	374( 44.1)
자연계(이과반)	175( 28.2)	82( 36.0)	257( 30.3)
실업계	36( 5.8)	16( 7.0)	52( 6.1)
계	621(100.0)	228(100.0)	849(100.0)

 $\chi^2=12.207$  df=3 p= .007

## (2) 고등학교 미술교육경험

미술과목에 대한 우호적인 교육경험은 학생들이 디자인분야로의 진로를 심화해 가는데 있어서 중요한 동인의 하나로 작용한다. 고등학교 때의 미술과목에 대한 남녀학생들의 교육경험상의 차이를 파악하기 위해 4개의 항목(‘미술수업이 재미있었다,’ ‘선생님으로부터 재능을 인정받았다,’ ‘그림 그리는 것을 즐겼다,’ ‘그림 그리는데 많은 시간을 투자했다’)을 설정하였다(표 III-8).

먼저, ‘미술수업이 재미있었다’는 학생이 75.2%에 달한 반면 재미있지 않았다는 학생은 7.6%에 불과하다. 이와 같은 응답분포는 학생의 성별에 따른 통계적 차이가 없는 것으로 검증되어, 남녀학생 대부분이 고등학교 시절 미술수업을 즐겁게 받았던 경험을 갖고 있음을 알 수 있다.

그러나 ‘선생님으로부터 재능을 인정받았다’는 학생의 성별에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다. 여학생의 경우 78.1%가 선생님으로부터 재능을 인정받았다고 한 데 비해, 남학생은 68.6%로 여학생에 비해 약 10%포인트 더 낮다. 이는 여학생들이 고등학교시절 교사로부터 미술능력에 대한 긍정적 격려를 받았을 가능성이 더 많음을 시사하는 것이다.

이 밖에 ‘그림 그리는 것을 즐겼다,’와 ‘그림 그리는데 많은 시간을 투자했다’에 대해서는 통계치가 보여주듯이 학생의 성별 차이는 없는 것으로 나타났다. ‘그림 그리는 것을 즐겼다’는 학생은 전체 응답자의 72.3%, ‘그림 그리는데 많은 시간을 투자했다’는 전체 응답자의 59.5%가 긍정적 반응을 보였다.

&lt;표 III-8&gt; 남녀학생의 고등학교 미술교육경험

단위 : 명(%)

		전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	그저 그렇다	약간 그렇다	매우 그렇다	계	통계치
미술수업이 재미있었다	여	14(2.3)	29( 4.7)	110(17.7)	182(29.4)	285(46.0)	620(100.0)	$\chi^2=6.082$ df=4 p= .193
	남	12(5.5)	9( 4.1)	34(15.5)	62(28.2)	103(46.8)	220(100.0)	
	전체	26(3.1)	38( 4.5)	144(17.1)	244(29.0)	388(46.2)	840(100.0)	
선생님으로 부터 재능을 인정받았다	여	14(2.3)	34( 5.6)	104(17.0)	272(44.4)	188(30.7)	612(100.0)	$\chi^2=14.144$ df=4 p= .007
	남	9(4.1)	11( 5.0)	49(22.3)	68(30.9)	83(37.7)	220(100.0)	
	전체	23(2.8)	45( 5.4)	153(18.4)	340(40.9)	271(32.6)	832(100.0)	
그림 그리는 것을 즐겼다	여	12(2.0)	41( 6.7)	121(19.8)	198(32.4)	239(39.1)	611(100.0)	$\chi^2=3.252$ df=4 p= .517
	남	5(2.3)	16( 7.3)	35(15.9)	65(29.5)	99(45.0)	220(100.0)	
	전체	17(2.0)	57( 6.9)	156(18.8)	263(31.6)	338(40.7)	831(100.0)	
그림 그리는데 많은 시간을 투자했다	여	22(3.6)	72(11.8)	158(25.9)	176(28.9)	182(29.8)	610(100.0)	$\chi^2= .711$ df=4 p= .950
	남	8(3.7)	23(10.6)	52(24.0)	65(30.0)	69(31.8)	217(100.0)	
	전체	30(3.6)	95(11.5)	210(25.4)	241(29.1)	251(30.4)	827(100.0)	

이와 같은 개별 항목에 대한 분석을 기초로 미술과목에 대한 학생들의 태도를 종합적으로 파악하기 위해 4개 항목에 대한 학생들의 반응을 종합하여 하나의 조합변인인 미술 친화도 점수를 산출하였다. 먼저 이들 개별 문항을 종합하여 단일척도화하는 데 따른 타당도와 신뢰도 검증을 위해 요인분석(Eigen value= 2.727)과 신뢰도 분석(Cronbach  $\alpha$ =.8418)을 실시하였다. 검증결과, 단일 척도화하는 데 무리가 없는 것으로 판단되어 미술친화도 점수를 산출하였다. <표 III-9>에서 보는 바와 같이 여학생 3.95, 남학생 3.95로 고등학교시절의 미술 친화도는 남녀학생간에 동일한 것으로 확인되었다.

&lt;표 III-9&gt; 남녀학생의 고등학교 재학시 미술 친화도

	평균	표준편차	통계량
여학생	3.95	.8398	t=-.102 df=823 p= .918
남학생	3.95	.9123	

### (3) 미술관련 클럽활동

중, 고등학교 재학 시 미술관련 클럽활동에 참여한 경험을 보면, 미술관련 클럽활동을 하지 않았다는 학생이 전체의 48.6%를 차지해 가장 많고, 그 다음으로는 중학교 때부터 계속해서 클럽활동을 했다는 학생이 19.0%, 고등학교 때만 했다 18.4%의 순을 보이고 있다(표 III-10). 이를 학생의 성별로 비교해 보면, 미술관련 클럽활동 경험이 전혀 없거나, 중학교 때부터 계속했다는 비율은 남녀학생이 거의 비슷한 양상을 보이나, 여학생들의 경우는 중학교 때만 미술관련 클럽활동을 했다(여학생 15.5%, 남학생 9.8%)는 비율이 남학생에 비해 상대적으로 더 높고, 남학생은 고등학교 때만 했다(여학생 15.6%, 남학생 26.7%)는 비율이 상대적으로 더 높다.

<표 III-10> 중등학교 재학시 미술관련 클럽활동 경험

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
별로 없다	309( 49.8)	102( 45.3)	411( 48.6)
중학교 때만 했다	96( 15.5)	22( 9.8)	118( 13.9)
고등학교 때만 했다	96( 15.6)	60( 26.7)	156( 18.4)
중학교 때부터 계속했다	120( 19.3)	41( 18.2)	161( 19.0)
계	621(100.0)	225(100.0)	846(100.0)

$\chi^2=15.844$   $df=3$   $p= .001$

#### 나. 학교외 미술교육 경험

##### (1) 학교 외 미술관련 활동

중,고등학교 때 학교이외의 기관에서 주관하는 미술관련 동아리활동이나 캠프 등에 참여한 경험을 보면, 전체 응답자의 55.2%가 참여경험이 없고 40.4%는 1~3가지의 활동에 참여한 경험이 있는 것으로 나타났다(표 III-11). 이를 성별로 보면, 교내 클럽활동 경험과는 달리 남녀학생간의 통계적 차이는 나타나지는 않는다. 그러나 중,고등학교시절 학교이외의 기관에서 주관하는

미술관련 동아리활동이나 캠프 등에 전혀 참여한 적이 없는 여학생이 56.9%인 데 비해 남학생은 50.7%로 여학생이 6.2%포인트 더 높아, 교외 미술관련 활동에의 여학생 참여가 다소 낮음을 알 수 있다.

<표 III-11> 학교 외 미술관련 활동

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
전혀 없다	352( 56.9)	115( 50.7)	467( 55.2)
1~3가지	244( 39.4)	98( 43.2)	342( 40.4)
4~6가지	17( 2.7)	10( 4.4)	27( 3.2)
7가지 이상	6( 1.0)	4( 1.8)	10( 1.2)
계	619(100.0)	227(100.0)	846(100.0)

$\chi^2=4.053$   $df=3$   $p= .256$

## (2) 미술 실기대회 및 경시대회 참여경험

한편, 중.고등학교 때 미술 실기대회나 경시대회에 참여한 경험을 보면(표 III-12), 미술 실기대회 및 경시대회에의 참여 경험이 없는 학생이 43.2%로 가장 많고, 그 다음으로는 1~3회 정도 참여한 학생이 35.6%, 4~6회 12.2%의 순을 보이고 있다. 미술 실기대회 및 경시대회에의 참여경험에 있어서 남녀학생간의 차이는 거의 없는 것으로 나타났다.

<표 III-12> 미술 실기대회 및 경시대회 참여경험

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
참여한 적 없음	270( 43.3)	98( 43.0)	368( 43.2)
1 ~ 3회	223( 35.8)	80( 35.1)	303( 35.6)
4 ~ 6회	79( 12.7)	25( 11.0)	104( 12.2)
7 ~ 9회	17( 2.7)	4( 1.8)	21( 2.5)
10 ~ 12회	31( 5.0)	15( 6.6)	46( 5.4)
13회 이상	3( 0.5)	6( 2.6)	9( 1.1)
계	623(100.0)	228(100.0)	851(100.0)

$\chi^2=9.162$   $df=5$   $p= .103$

미술 실기대회나 경시대회에 참여한 학생들을 대상으로 대회에 참여하여 입상한 적이 있는지를 조사한 결과, 전체의 80.7%(여학생 81.3%, 남학생 79.2%)가 입상 경험이 있다고 응답하였다. 이들의 입상횟수를 보면, 전체의 75.2%가 1~3회라고 응답하였으며, 4~6회 입상했다는 학생이 그 다음으로 14.1%를 차지한다. 입상횟수를 성별로 비교해보면, 여학생이 남학생에 비해 큰 차이는 아니지만 전반적으로 다소 더 많은 입상경험을 한 것으로 나타났다.

<표 III-13> 미술 실기 및 경시대회 입상 횟수

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
1 ~ 3회	207( 73.7)	81( 79.4)	268( 75.2)
4 ~ 6회	43( 15.3)	11( 10.8)	54( 14.1)
7 ~ 9회	17( 6.0)	6( 5.9)	23( 6.0)
10 ~ 12회	11( 3.9)	2( 2.0)	13( 3.4)
13회 이상	3( 1.1)	2( 2.0)	5( 1.3)
계	281(100.0)	102(100.0)	383(100.0)

### 제3절. 대학에서의 전문교육경험

본 절에서는 디자이너로서의 전문능력을 개발하기 위해 대학에 진학한 여학생들이 대학 교육환경 속에서 내면화된 전문교육경험이 남학생과 동등한 것인지를 분석하고자 한다. 전문교육경험은 크게 교수와의 상호작용, 전공 만족도, 자기주도적 활동, 여학생 교육환경의 4가지로 구분하여 논의한다.

#### 1. 교수와의 상호작용

교수와 학생간의 상호작용은 학생들의 자신감과 학업능력에 영향을 줌으로써 결과적으로 향후 진로 발달과 성취 수준에 의미있는 요인으로 작용하게 된다. 본 조사에서는 교수와 학생간의 상호작용 정도를 파악하기 위해 첫째, 과

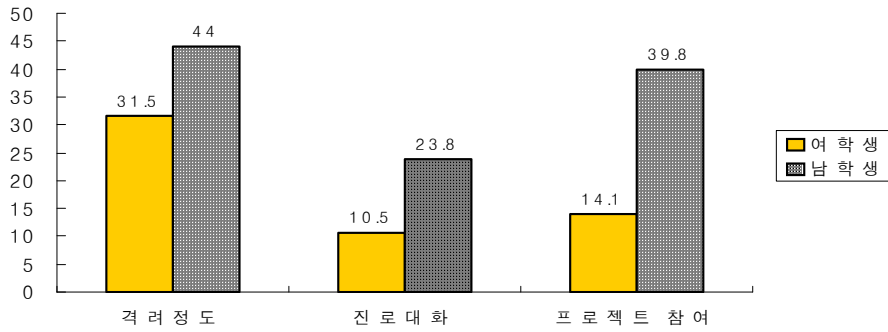
제물을 제출하거나 발표를 했을 때 교수님으로부터 칭찬이나 격려는 어느 정도 받나? 둘째, 전공공부나 자신의 진로문제 등으로 교수님들과 수업시간 이외에 얼마나 자주 대화를 나누나? 셋째, 교수님의 프로젝트에 참여하거나 도움을 드린 적이 얼마나 있지를 5점 척도로 조사하였다.

[그림 III-2], <부표 III-3>에서 보는 바와 같이 이 세 문항에서 모두 여학생은 남학생에 비해 낮은 상호작용도를 보이고 있으며, 통계적으로도 유의미한 차이로 검증되었다. 먼저, 과제물을 제출하거나 발표를 했을 때 교수님으로부터 칭찬이나 격려를 받은 경험을 보면, 여학생의 경우 많이 받았다고 응답한 학생은 31.5%인데 비해 남학생은 44.0%에 달해, 과제물 제출이나 발표 시 교수로부터 긍정적 경험을 한 여학생이 남학생보다 12.5% 포인트 더 낮다.

전공공부나 자신의 진로문제 등으로 교수님들과 수업시간 이외에 대화를 나누는 정도 역시 여학생은 10.5%만이 자주 대화한다고 응답한 반면, 남학생은 그 보다 13.3% 더 높은 23.8%가 자주 대화한다고 응답하였다. 이에 비해 전공공부나 자신의 진로 문제 등으로 교수와 거의 대화를 나누지 않은 비율은 여학생 64%로 남학생 43.1%에 비해 20% 포인트나 더 높다.

한편, 교수로부터 직접적인 지도와 실무경험을 익힐 수 있는 교수님의 프로젝트에 참여하거나 도움을 드린 경험을 보면, 남녀학생간에 가장 뚜렷한 차이를 보인다. 여학생은 14.1%만이 그런 경험을 갖고 있는 데 비해, 남학생은 그에 2.5배에 달하는 39.8%가 교수의 프로젝트에 참여하거나 도움을 준 것이 있는 것으로 나타났다. 특히 교수 프로젝트에의 참여 경험이 거의 없는 여학생 비율은 76.5%에 달해, 남학생 45.6%와 좋은 대조를 이룬다.





[그림 III-2] 교수-학생 상호작용

이들 세 문항을 단일 척도로 만들어 교수-학생간 상호작용 양상이 남녀학생 간에 차이가 있는지를 파악하기 위해 세 문항에 대한 신뢰도(Cronbach  $\alpha = .6543$ )와 타당도 검증<sup>12)</sup>을 한 후, 조합변인인 교수-학생 상호작용의 평균점수를 산출하였다.

<표 III-14> 교수-학생 상호작용 평균점수

	제품디자인	시각디자인	환경디자인	섬유디자인	멀티미디어	전 체
여학생	2.5206	2.5840	2.2857	2.4492	2.2222	2.4897
남학생	2.8611	3.0547	2.4286	2.7879	3.2456	2.9717
전 체	2.5929	2.7518	2.3214	2.4952	2.6164	2.6164

<표 III-14>, <표 III-15>에서 보는 바와 같이 여학생과 교수와의 상호작용 평균점수는 2.4897인 데 비해 남학생은 2.9717로 약 0.5점정도 더 높고, 통계적으로도 유의미한 차이인 것으로 밝혀졌다. 이는 디자인을 전공하는 여학생들이 대학에서 교수들과 긍정적인 교육경험을 하는 데 있어서 상대적으로 불리함을 보여주는 것이다. 디자인분야별로는 시각디자인 분야에서 교수와 학생간의 상호작용도가 가장 높은 2.7518로 나타났으며, 가장 상호작용도가 낮은 분

12) 세 문항에 대한 요인분석을 실시한 결과 Eigen Value 값이 1.801인 하나의 요인으로 추출되었다.

야는 환경디자인으로 2.3214로 그 격차는 약 0.3점정도로 나타났다. 그러나 디자인분야에 따른 교수-학생 상호작용은 통계적으로는 유의미한 차이가 아닌 것으로 검증되었다.

<표 III-15> 교수-학생 상호작용 이원분산분석

	자승합	자유도	평균자승	F
디자인분야	10.128	4	2.532	1.778
성	19.492	1	19.492	16.532**
디자인분야 × 성	5.695	4	1.424	2.702*

\*\*\* p< .01, \* p< .05

한편 학생의 성과 디자인분야를 함께 고려해보면, 멀티미디어분야에서 교수와의 상호작용정도가 학생의 성별에 따라 가장 크게 나타나 여학생 2.2222, 남학생 3.2456으로 여학생이 약 1점정도 낮다. 이와 반대로 교수와의 상호작용도에 있어서 남녀학생간의 차이가 가장 적은 분야는 환경디자인분야로 약 0.15점 정도로 나타났다. 이와 같은 학생의 성과 디자인분야에 의한 상호작용 효과는 유의미한 것으로 검증되었다.

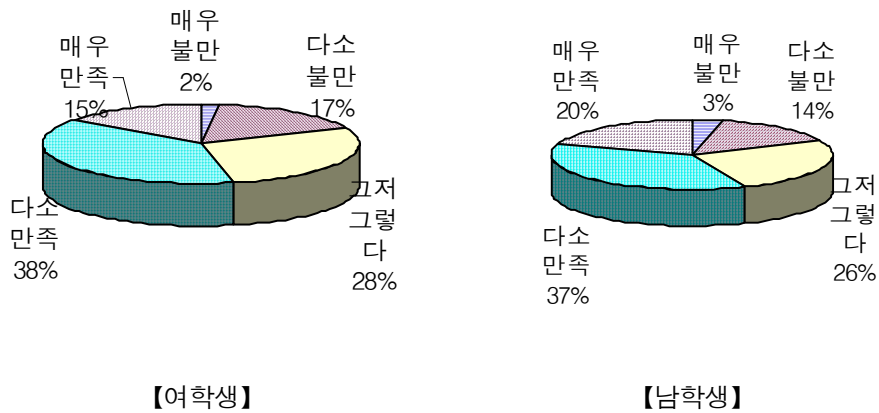
그런데 흔히 멀티미디어분야는 물리적 힘보다는 창의성과 유연한 사고가 더 중요시되어 여학생들에게 유망할 것으로 기대되는 분야임에도 여학생과 교수와의 상호작용 평균점수가 일정부분 육체적 힘을 요구하는 환경디자인분야 보다도 낮게 나타난 것은, 그 원인 규명과 여성 인적자원 개발의 측면에서 향후 별도의 과제 수행의 필요성을 제기하고 있다.

## 2. 전공 만족도

### 가. 전공 만족도

디자인관련 학과를 전공하고 있는데 대한 만족도를 보면, 매우 만족 16.0%, 다소 만족 38.0%로 만족한다는 의사를 표명한 학생이 54.0%인데 비해 다소

불만 16.0%, 매우 불만 2.4%로 나타났다.<sup>13)</sup> 이와 같은 경향은 [그림 III-3]에서 보는 바와 같이 남녀학생간에 비슷하게 나타난다. 여학생의 경우 만족한다는 응답이 53%인데, 남학생의 경우는 57%로 만족한다는 응답률은 다소 낮은 반면, 불만이라는 응답은 여학생 19%, 남학생 17%로 미미한 차이를 보이고 있다.



[그림 III-3] 전공만족도

<표 III-16> 디자인분야별 전공 만족도

	제품디자인	시각디자인	환경디자인	섬유디자인	멀티미디어	전 체
여학생	3.54	3.50	3.05	3.59	2.97	3.47
남학생	3.13	3.75	3.14	3.03	3.79	3.55
평 균	3.45	3.59	3.07	3.51	3.25	3.49

13) 본 조사결과는 2002년 디자인센서스(한국디자인진흥원) 조사결과에 비해 학생들의 전공만족도가 약 16% 포인트 정도 낮다. 이는 조사대상자의 차이에서 오는 것으로 판단된다. 본 조사는 4년제 대학에서 디자인 교육을 3년 이상 받은 4학년생을 대상으로 한 반면, 디자인센서스는 전문대학과, 4년제 대학에 재학 중인 모든 학년의 학생을 대상으로 하고 있다. 따라서 두 조사 결과를 일대일로 비교하는 것은 적절하지 않다.

이를 디자인분야별로 보면, 여학생의 경우 섬유디자인을 전공하는 학생들의 만족도가 3.59로 가장 높고, 그 다음으로는 제품디자인 3.54, 시각디자인 3.50의 순으로 나타났으며, 멀티미디어 전공자들의 만족도가 2.97로 가장 낮다(표 III-16). 이에 비해 남학생은 멀티미디어 전공자의 만족도가 가장 높아 3.79에 달하고 이와 함께 시각디자인이 3.75의 높은 만족도를 보였으며, 여학생들이 가장 높은 만족도를 보인 섬유디자인(3.03)의 경우 남학생들은 가장 낮은 만족도를 보이고 있다. 이처럼 디자인분야에 따라 남녀학생의 전공 만족도가 달라지는 것은 통계적으로도 유의미한 것으로 검증되었다(표 III-17).

<표 III-17> 전공 만족도 이원분산 분석

	자승합	자유도	평균자승	F
디자인분야	19.275	4	4.819	4.855***
성	.137	1	.137	.138
디자인분야 × 성	25.621	4	6.405	6.454***

\*\*\* p <.001

이처럼 남녀학생 모두 자신의 전공에 만족한다는 응답률이 60%에도 못 미칠만큼 전공 만족도가 낮은 이유를 살펴보면(표 III-18), 산업현장 실무와 동떨어진 교육내용에 대한 불만이 가장 많아서 33.6%에 달하고, 그 다음으로는 교수의 교수능력 부족과 실습장비 낙후 및 부족이 각각 16.4%, 장래 취업전망이 불투명해서 15.1%의 순을 보이고 있다.

이러한 불만 이유는 학생의 성별에 따른 차이가 크지 않은 가운데, 남학생들의 경우 교수의 교수능력 부족을 지적한 경우가 여학생보다 20.4% 포인트 더 높아 교수의 교수능력에 대해 남학생의 불만이 월등히 높음을 알 수 있다. 한편 여학생들의 경우는 남학생들과는 달리 협동작업이 힘들다는 이유를 들은 학생이 8.6%나 돼 관심을 끈다.

&lt;표 III-18&gt; 전공 불만족 이유(1순위)

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
산업현장 실무와 동떨어진 교육내용	39( 34.2)	12( 31.6)	51( 33.6)
교수의 교수능력 부족	13( 11.4)	12( 31.6)	25( 16.4)
실습장비 낙후 및 부족	19( 16.7)	6( 15.8)	25( 16.4)
디자인 실습시간 부족	4( 3.5)	-	4( 2.6)
비싼 실습비용	9( 7.9)	1( 2.6)	10( 6.6)
수강인원 과다	4( 3.5)	2( 5.3)	6( 3.9)
협동작업이 힘들어서	8( 7.0)	-	8( 5.3)
장래 취업전망이 불투명	18( 15.8)	5( 13.2)	23( 15.1)
계	114(100.0)	38(100.0)	152(100.0)

#### 나. 전공변경 의향

앞서 본 바와 같이 디자인관련 학과를 전공하는 데 만족하는 사람은 54%로 나머지 46%는 유보적이거나 불만족스러운 것으로 나타났다. 그렇다면, 다시 전공을 선택할 기회가 주어진다면 전공을 바꾸고 싶다는 학생은 얼마나 될까? <표 III-19>에서 보는 바와 같이 기회가 주어진다면 다른 전공으로 바꾸고 싶다는 학생은 전체의 35.7%인 것으로 나타났다. 다른 전공으로의 변경 의향은 남녀학생간에 별 차이가 없는 것으로 나타난 전공만족도와는 달리 학생의 성별에 따른 유의미한 차이를 보인다. 여학생 39.0%, 남학생 26.8%로 여학생의 다른 전공으로의 변경 의향이 12.2%포인트 더 높다.

디자인분야별로는 환경디자인 전공자중에 다른 전공으로 변경할 의사를 가진 사람이 가장 많아 전체의 57.1%로 나타났으며, 그 다음으로는 제품디자인으로 41.6%로 나타났다. 디자인분야별 전공 변경의사는 학생의 성별에 따라 상당히 다른 양상을 보이는 데, 여학생들의 경우 특히 환경디자인전공자의 절대다수인 73.8%가 전공을 바꾸고 싶어하는 것으로 나타나, 이에 대한 심도있는 분석을 위한 후속 연구가 필요한 것으로 보인다. 뿐만 아니라 멀티미디어 및 제품디자인 전공 여학생들 또한 각각 45.9%, 42.7%의 높은 전공 변경의사를 가진 것으로 나타났다.

&lt;표 III-19&gt; 다른 전공으로의 변경 희망률

단위 : 명(%)

	제품디자인	시각디자인	환경디자인	섬유디자인	멀티미디어	전 체
여학생	38(42.7)	75(30.9)	31(73.8)	82(38.7)	17(45.9)	243(39.0)
남학생	9(37.5)	37(26.8)	1( 7.1)	9(27.3)	5(26.3)	380(26.8)
평 균	47(41.6)	112(29.4)	32(57.1)	91(37.1)	22(39.3)	304(35.7)

이와 같은 결과는 디자인분야가 흔히 여성에게 적합하다고 여겨지는 선입견과는 달리 디자인교육을 받는 여학생 중에는 다양한 이유로 디자인분야에서 떠나고 싶어 하고 있음을 보여주는 것이다. 이처럼 디자인분야에서 떠나고 싶어하는 이유를 살펴보면 <표 III-20>과 같다.

&lt;표 III-20&gt; 전공 변경 희망 이유

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
다른 분야를 전공하고 싶어서	103( 42.4)	29( 48.3)	132( 43.6)
적성이 안 맞아서	22( 9.1)	6( 10.0)	28( 9.2)
재능이 부족한 것 같아서	58( 23.9)	6( 10.0)	64( 21.1)
취업이 힘들 것 같아서	33( 13.6)	12( 20.0)	45( 14.9)
디자이너의 일이 힘들 것 같아서	12( 4.9)	1( 1.7)	13( 4.3)
기타	15( 6.2)	6( 10.0)	21( 6.9)
계	243(100.0)	60(100.0)	303(100.0)

우선 가장 큰 이유는 ‘다른 분야를 전공하고 싶어서’로 전체의 43.6%에 달한다. 이와 같은 수치는 디자인분야에 대한 내적인 문제와는 관계없이 적지 않은 수의 학생들이 뒤늦게 자신의 진로를 발견하고 진로를 수정하고 싶어 하고 있음을 보여주는 것이다. 따라서 진로 변경을 원하는 학생 중 약 55% 정도는 디자인분야와 관련한 내.외적 요인 즉, 재능이 부족한 것 같아서(21.1%), 취업이 힘들 것 같아서(14.9%), 적성에 안 맞아서(9.2%) 등으로 진로를 변경하고 싶어 하는 것으로 볼 수 있다. 이를 학생의 성별로 보면, 남녀학생 모두 ‘다른 분야를 전공하고 싶어서’를 가장 많이 들고 있는 가운데, 여학생은 남학생

에 비해 ‘재능이 부족한 것 같아서’를 더 많이 들은 반면, 남학생은 ‘취업이 힘들 것 같아서’를 상대적으로 더 많이 들고 있다.

#### 다. 동성후배에게 전공 권유 의향

한편, 자신의 전공분야에 진학하기를 희망하는 동성 후배가 있다면, 진학을 권유하겠느냐는 질문에 전체 학생의 4분의 3에 달하는 73.5%가 권유하겠다고 응답하였다. 이를 성별로 보면 여학생 72.4%, 남학생 76.4%가 권유하겠다는 반응을 보여 별 다른 차이를 보이지 않는다.

<표 III-21> 디자인분야별 동성후배 권유 여부

단위 : 명(%)

	여학생***			남학생		
	권유	비권유	계	권유	비권유	계
제품디자인	61(68.5)	28(31.5)	89(100.0)	15(65.2)	8(34.8)	23(100.0)
시각디자인	180(76.9)	54(23.1)	234(100.0)	110(80.9)	26(19.1)	136(100.0)
환경디자인	18(43.9)	23(56.1)	41(100.0)	10(71.4)	4(28.6)	14(100.0)
섬유디자인	160(76.9)	48(23.1)	208(100.0)	23(69.7)	10(30.3)	33(100.0)
멀티미디어	21(58.3)	15(41.7)	36(100.0)	14(73.7)	5(26.3)	225(100.0)

$\chi^2=25.399$  df=4 p= .000

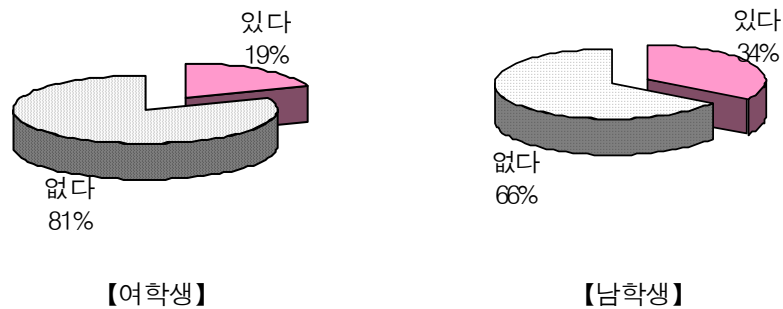
$\chi^2=4.208$  df=4 p= .379

그러나 디자인분야별로 자신의 전공을 권유할지를 보면, 남학생은 디자인분야별로 권유의사에 있어 뚜렷한 차이를 보이지 않는데 비해 여학생은 디자인분야에 따른 분명한 차이를 보인다(표 III-21). 시각디자인이나 섬유디자인을 전공하는 여학생들은 후배에게 권유하겠다는 비율이 76.9%로 비교적 높은 편인데, 환경디자인은 43.9%만이 권유하겠다고 해서 가장 낮은 비율을 보였으며 멀티미디어 역시 58.3%의 낮은 권유율을 보이고 있다. 이 두 분야에서 남학생들은 70% 이상의 권유의사를 표명하고 있을 뿐 아니라, 앞서 살펴본 교수-학생간 상호작용에서 여학생과 교수와의 상호작용도가 가장 낮은 분야(환경디자인 2.2857, 멀티미디어 2.2222)이며, 본인 스스로도 다른 분야로 전공을 바꾸고 싶어하는 비율이 높았던 분야라는 점에서 관심을 끈다.

### 3. 자기 주도적 활동

#### 가. 동아리활동

대학에 진학해서 디자이너로서의 전문능력을 개발하기 위한 활동에 자발적으로 참여하는 정도를 파악하기 위해, 학생들에게 ‘대학이나 협회, 기업체 등에서 주관하는 디자인관련 동아리활동을 하거나 프로그램에 참여한 적이 있는지’를 조사하였다. 조사결과, 전체 학생의 23.0%가 참여한 적이 있다고 응답하였으며, 여학생(19.1%)의 참여가 남학생(33.8%)보다 저조한 것으로 나타났다(그림 III-4).



[그림 III-4] 디자인관련 동아리 활동

이들이 동아리활동이나 프로그램에 참여하여 활동한 기간을 보면(표 III-22), 절반에 가까운 45.5%의 학생이 6개월 미만 활동한 것으로 나타났으며, 그 다음은 1년~1년 6개월 15.3%, 6개월~1년 14.8%, 2~2년 6개월 13.1%의 순을 보이고 있다. 이를 학생의 성별로 보면, 여학생들의 경우 비교적 긴 기간인 2년 이상 동아리활동을 한 비율이 36.9%에 달해 남학생 15.3%의 두 배에 달하는 것으로 나타났다.



&lt;표 III-22&gt; 디자인관련 동아리 활동기간

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
6개월 미만	46( 44.2)	34( 47.2)	80( 45.5)
6개월 ~ 1년	17( 16.3)	9( 12.5)	26( 14.8)
1년 ~ 1년 6개월	13( 12.5)	14( 19.4)	27( 15.3)
1년 6개월 ~ 2년	-	4( 5.6)	4( 2.3)
2년 ~ 2년 6개월	16( 15.4)	7( 9.7)	23( 13.1)
2년 6개월 이상	12( 11.5)	4( 5.6)	16( 9.1)
계	104(100.0)	72(100.0)	176(100.0)

한편, 동아리활동이나 프로그램에 어느 정도 적극적으로 참여했는지를 보면 (표 III-23), 전체 학생의 55.6%는 적극적으로 참여했다고 응답했으며, 20.1%는 소극적으로 참여했다는 반응을 보였다. 여학생들의 참여정도와 남학생의 참여정도가 크게 다르지는 않으나, 남학생들의 경우 매우 적극적으로 참여했다는 반응이 여학생에 비해 15.3% 포인트 더 높고 소극적으로 참여했다는 비율은 약 5% 포인트 정도 낮아, 전반적으로 여학생들의 참여도가 다소나마 더 저조한 것으로 보인다.

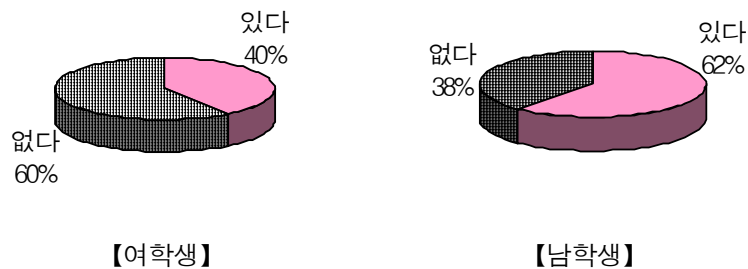
&lt;표 III-23&gt; 디자인관련 동아리 활동 참여도

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
매우 소극적으로 참여	-	4( 5.2)	4( 2.1)
다소 소극적으로 참여	26( 22.2)	9( 11.7)	35( 18.0)
그저 그렇다	29( 24.8)	18( 23.4)	47( 24.2)
다소 적극적으로 참여	48( 41.0)	25( 32.5)	73( 37.6)
매우 적극적으로 참여	14( 12.0)	21( 27.3)	35( 18.0)
계	117(100.0)	77(100.0)	194(100.0)

### 나. 공모전 참여 경험

대학 진학 후 각종 디자인관련 공모전에 참여한 경험이 있는 학생은 46.1%로 디자인관련 동아리활동이나 프로그램 참여율(23.0%)보다 두 배 정도 많다. 이는 대학생들에게 있어서 디자인관련 동아리활동이나 프로그램에의 참여보다는 공모전 참여가 보다 보편화되어 있음을 보여주는 것이다. 디자인관련 공모전 참여 경험을 학생의 성별로는 여학생 40%, 남학생 60%로 나타났다(그림 III-5). 이와 같은 분포는 디자인관련 동아리활동이나 프로그램 참여율에서와 마찬가지로 여학생들의 참여가 남학생에 비해 통계적으로 유의미한 정도로 저조한 것이어서 우려된다. 동아리활동이나 프로그램에의 참여, 공모전 참여는 디자이너로 성장하는 데 필요한 전문능력을 신장할 수 있는 중요한 기회일 뿐 아니라, 정보교류 및 동료들과의 네트워킹 등 많은 긍정적 경험을 가져다준다는 점에서 여학생들을 위한 지원책이 필요한 것으로 보인다.



[그림 III-5] 디자인 공모전 참여경험

디자인공모전에 참여한 경험이 있는 학생들의 디자인 공모전 참여횟수를 보면(표 III-24), 전체의 76.4%가 1~3회 참여한 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 4~6회 12.7%, 10~12회 5.5%의 순을 보이고 있다. 학생의 성별로 비교해보면, 남학생의 공모전 참여횟수가 월등히 많아, 1~3회 참여자는 57.1%인데 비해, 4~6회 23.2%, 10~12회 10.1%에 달한다. 이에 비해 여학생의 87.0%

가 1~3회 참여한 것으로 나타났다. 이처럼 공모전 참여경험 및 참여횟수에 있어서 나타나는 뚜렷한 성간 격차는 여학생들이 남학생들에 비해 공모전 참여에 소극적임을 보여주는 것이다.

<표 III-24> 공모전 참여 횟수

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
1 ~ 3회	215( 87.0)	79( 57.2)	294( 76.4)
4 ~ 6회	17( 6.9)	32( 23.2)	49( 12.7)
7 ~ 9회	6( 2.4)	9( 6.5)	15( 3.9)
10 ~ 12회	7( 2.8)	14( 10.1)	21( 5.5)
13회 이상	2( 0.8)	4( 2.9)	6( 1.6)
계	247(100.0)	138(100.0)	385(100.0)

공모전에 참여해서 입상한 결과를 보면, 입상 경험 및 입상횟수에 있어서 공모전 참여횟수가 많은 남학생의 비율이 의당 더 높다(표 III-25). 공모전에 입상한 경험을 보면 남학생 64.5%, 여학생 55.4%로 남학생이 9.1% 포인트 더 높고, 입상횟수에 있어서도 여학생은 61.9%가 1회 입상한데 비해 남학생은 1회 입상자는 35.2%에 불과하고 2회 28.6%, 3회 13.2%이며 6회 이상 입상자도 11.0%에 달한다.

<표 III-25> 공모전 입상 횟수

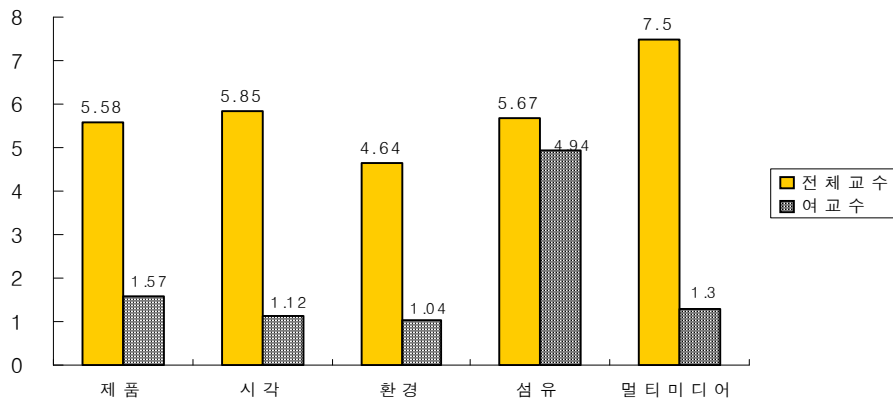
단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
1회	86( 61.9)	32( 35.2)	118( 51.3)
2회	33( 23.7)	26( 28.6)	59( 25.7)
3회	8( 5.8)	12( 13.2)	20( 8.7)
4회	6( 4.3)	7( 7.7)	13( 5.7)
5회	4( 2.9)	4( 4.4)	8( 3.5)
6회 이상	2( 1.4)	10( 11.0)	12( 5.2)
계	139(100.0)	91(100.0)	230(100.0)

## 4. 여학생 교육환경

### 가. 여교수비율

학생들을 대상으로 자신이 속한 학과의 전체 교수수와 여교수수를 조사하였다. 응답결과를 디자인분야별로 전체교수와 여교수수 평균을 산출하여 도표화한 것이 [그림 III-6]이다. 전체 교수수가 가장 많은 디자인분야는 멀티미디어분야로 7.5명으로 나타났으며, 그 다음으로는 시각디자인분야 5.85명, 섬유디자인 5.67명의 순을 보이고 있다. 이에 비해 여교수는 섬유디자인분야에 가장 많아 4.94명에 달하고 그 다음으로는 제품디자인 1.57명, 멀티미디어 1.3명의 순이다. 디자인분야별로 볼 때 교수 대부분이 여성인 섬유디자인분야를 제외하고는 멀티미디어를 비롯한 제품, 시각, 환경디자인분야의 여교수는 평균적으로 1명 남짓에 불과한 것으로 보인다.



[그림 III-6] 디자인분야별 교수 수

대학의 성별 유형에 따른 여교수비율을 보면(표 III-26), 남녀공학대학의 경우 재학하고 있는 학생의 26.6%가 여교수가 1명도 없다고 응답했으며, 15%미만인 경우가 13.4%, 15~30%가 13.9%로 나타났다. 따라서 남녀공학 대학의

경우 여교수비율이 30% 미만인 경우가 53.9%에 달하는 것으로 볼 수 있다. 한편 남녀공학 대학임에도 재직 교수 모두가 여성(12.8%)인 경우도 있고 75% 이상인 경우도 6.5%에 달하는 데, 이는 모두 섬유디자인분야로 밝혀졌다. 따라서 섬유디자인분야를 제외하면, 남녀공학대학에서 여교수를 찾아보는 것은 매우 어려운 일임을 알 수 있다. 이와는 달리 여자대학에는 여교수비율이 상대적으로 높다. 여교수비율이 15~30%인 경우가 29.8%, 45~60%가 26.2%, 60~75% 24.1%의 순을 보이고 있다.

이와 같은 분포는 디자인관련 학과가 전통적으로 여학생구성비가 높은 전형적인 학과중의 하나라는 점을 감안할 때 매우 주목할만한 결과라 할 수 있다. 1985년 디자인관련 학과의 여대생구성비를 학력별로 보면, 학부 69.4%, 석사 77.3%, 박사 90.5%에 달했다. 이처럼 디자인분야에서 양성된 절대 인력이 여성이었음에도 대학에 여교수를 찾아보기 어려운 것은, 그 동안 대학에 여교수비율이 낮은 주요 원인중의 하나로 양성된 여성인력규모가 남성에 비해 적다는 점이 주요 요인으로 지적되어왔지만, 그 외에 여성이라는 요인이 또 다른 주요한 요인으로 작용하고 있음을 보여주는 사례라 할 수 있다.

<표 III-26> 대학유형별 여교수비율

단위 : 명(%)

	남녀공학대학	여자대학	전체
없음	189( 26.6)	-	189( 22.2)
15% 미만	95( 13.4)	-	95( 11.2)
15 ~ 30%	99( 13.9)	42( 29.8)	141( 16.6)
30 ~ 45%	66( 9.3)	-	66( 7.8)
45 ~ 60%	37( 5.2)	37( 26.2)	74( 8.7)
60 ~ 75%	87( 12.3)	34( 24.1)	121( 14.2)
75% 이상	46( 6.5)	-	46( 5.4)
모두 여성	91( 12.8)	28( 19.9)	119( 14.0)
계	710(100.0)	141(100.0)	851(100.0)

### 나. 여학생으로서의 애로사항

지금까지 살펴본 바에 의하면, 디자인분야가 여성 친화적일 것이라는 일반적인 기대와는 달리, 여학생들의 디자인교육에 대한 만족도도 그다지 높지 않고 디자인관련 활동에의 참여도도 낮을 뿐 아니라 교수진 역시 남성 중심으로 구성되어있는 것으로 밝혀졌다. 이제 디자인분야의 교육을 받으면서 여학생들이 겪는 어려움을 보면 <표 III-27>과 같다.

<표 III-27> 디자인 교육에서 여학생으로서의 애로사항

단위 : 명(%)

	전혀 어렵지 않음	별로 어렵지 않음	그저 그렇다	다소 어려움	매우 어려움	계	평균
집중작업 등 체력적으로 힘들다	22 (3.5)	106 (17.1)	102 (16.5)	274 (44.2)	116 (8.7)	620 (100.0)	3.57
실습도구 다루기가 힘들다	53 (8.6)	162 (26.2)	233 (37.7)	146 (23.6)	24 (3.9)	618 (100.0)	2.88
아이디어 추출이 어렵다	22 (3.6)	100 (16.2)	186 (30.0)	221 (35.7)	90 (14.5)	619 (100.0)	3.42
교수가 여학생에 대한 큰 기대가 없다	71 (11.5)	119 (19.3)	296 (48.0)	99 (16.0)	32 (5.2)	617 (100.0)	2.84
취직 시 남학생보다 불리 하다	38 (6.2)	123 (19.9)	208 (33.7)	179 (29.0)	69 (11.2)	617 (100.0)	3.19

표에서 보는 바와 같이 디자인을 전공하는 여학생들은 집중작업 등 체력적으로 힘들다고 어려움을 지적한 비율이 62.9%로 가장 많고, 표현컨셉이나 아이디어 추출이 어렵다는 학생이 그 다음으로 50.2%, 취직할 때 남학생보다 불리하다 40.2%의 순으로 나타났다.

디자인을 전공하고 있는 여학생들이 느끼고 있는 이와 같은 애로사항을 요인분석한 결과 아이겐값이 1이 넘는 요인 2개가 추출되었으며, 이를 각각 디자인교육 특수성, 성차별적 풍토로 명명하였다. 이 두 요인을 단일 척도화하기 위해 신뢰도 분석을 한 결과 <표 III-28>에서 보는 바와 같이 디자인 교육의 특수성이 Cronbach  $\alpha$ 가 5.601로 다소 낮기는 하나 단일 척도화하는 데 무리가 없을 것으로 판단되었다.

&lt;표 III-28&gt; 디자인교육에서 여학생으로서의 애로사항 요인분석 및 신뢰도 검증

	디자인교육 특수성 (요인 1)	성차별적 풍토 (요인 2)
집중작업 등 체력적으로 힘 든다	.826	
실습도구 다루기가 어렵다	.769	
아이디어 추출이 어렵다	.571	
교수가 여학생에게 큰 기대가 없다		.867
취직 시 남학생에 비해 불리하다		.851
Eigen value	1.869	1.284
Cronbach α	.5601	.6685

<표 III-29>는 각 요인별 하위 문항들을 단일 척도화하여 평균점수를 산출하여 여학생들이 전공하고 있는 디자인분야와 대학의 성별 유형에 따라 어떠한 차이가 있는지를 검증한 것이다. 그 결과, 체력적 어려움이나 아이디어 추출의 어려움 등의 디자인교육의 특수성으로 인한 여학생들의 곤란도는 남녀공학대학에서는 섬유디자인과 시각디자인분야에서 가장 낮고, 여대에서는 멀티미디어분야에서 가장 낮게 나타났다. 그러나 이러한 차이는 통계적으로 유의미한 차이가 아닌 것으로 나타나, 디자인 교육의 특수성으로 인해 여학생들이 겪는 어려움은 디자인분야나 대학의 성별 유형에 관계없이 비슷한 것으로 해석할 수 있다.

성차별적 풍토로 인한 여학생들의 어려움을 남녀공학대학에 재학중인 여학생들을 대상으로 살펴보면, 제품디자인에 재학 중인 여학생들(3.3235)이 가장 높은 곤란도를 보였으며, 섬유디자인분야(2.7611)는 다른 디자인분야와는 뚜렷하게 차별화될 정도로 낮은 곤란도를 보였다. 섬유디자인분야는 여교수비율이 다른 디자인분야에 비해 월등히 높았던 점을 상기해보면, 높은 여교수비율이 여학생들에게 보다 평등한 교육환경을 제공할 수 있음을 시사하는 것으로 보인다.

&lt;표 III-29&gt; 디자인분야별 디자인교육에서 여학생으로서의 곤란도

		제품디자인	시각디자인	환경디자인	섬유디자인	멀티미디어	전 체
디자인교육 의 특수성	공학	3.4476	3.2729	3.3175	3.2365	3.3333	3.2922
	여대	3.4912	3.2250	3.3175	3.4516	2.8519	3.2878
성차별적 풍토	공학	3.3235	3.2943	3.2262	2.7611	3.0893	3.0788

주 : 5점 척도로 점수가 높을수록 어려움이 많음을 나타낸다.

#### 제4절. 졸업 후 진로계획

본 절에서는 졸업을 앞두고 있는 4학년 학생들이 앞으로의 진로계획과 준비도, 자신의 디자인 전문능력에 대한 평가 및 여성 디자인 전공자의 취업 촉진을 위한 정책방안에 대한 요구도를 살펴보고자 한다.

##### 1. 진로계획

&lt;표 III-30&gt; 진로계획

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
취업	387( 65.0)	136( 60.2)	523( 63.7)
대학원 진학/유학	125( 21.0)	51( 22.6)	176( 21.4)
군 입대	-	5( 2.2)	6( 0.7)
미정	69( 11.6)	25( 11.1)	94( 11.4)
기타	14( 2.4)	9( 4.0)	22( 2.7)
계	595(100.0)	226(100.0)	821(100.0)

대학 졸업 후의 진로계획(표 III-30)을 보면, 전체 학생의 63.7%가 취업할 계획을 갖고 있으며, 대학원 진학이나 유학을 계획하고 있는 사람도 21.4%에 달했다. 그러나 4학년 초인 현재 시점에서 아직 진로를 확정하지 못한 사람도

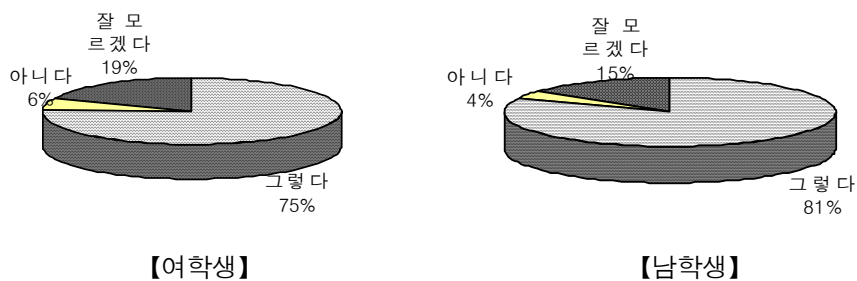


적지 않아 11.4%로 나타났다. 이와 같은 경향은 학생의 성별에 관계없이 유사하게 나타나나, 여학생들의 경우 남학생에 비해 취업 계획을 갖고 있는 비율이 4.8%포인트 더 높은 것으로 밝혀졌다.

### 가. 취업계획 및 준비도

#### (1) 전공분야로의 취업의사

취업계획을 갖고 있는 학생들을 대상으로 자신의 전공을 살려 취업할 계획 인지를 조사한 결과, 전체 학생의 77.2%가 전공을 살려 취업할 예정이라고 응답하였다. 이를 성별로 보면(그림 III-7), 전공분야로의 취업의향을 가진 여학생이 75%로 남학생 81%보다 6%포인트 더 낮다. 또한 전공분야로의 취업여부를 결정하지 못한 비율도 여학생이 남학생보다 4% 포인트 더 높게 나타났다. 이는 여학생들이 남학생에 비해 상대적으로 낮은 전공만족도를 보이고 다른 전공으로의 변경 의사 또한 높았던 점과 일맥상통하는 결과라 할 수 있다.



[그림 III-7] 전공분야 취업희망 여부

한편 디자인분야별로 전공분야 취업희망률을 보면(표 III-31), 학생의 성별에 관계없이 시각디자인전공자의 전공분야 취업희망률이 83.2%로 가장 높고, 그 다음으로는 환경디자인 78.0%, 섬유디자인 77.9%의 순을 보이고 있다. 전공만족도가 비교적 높았던 제품디자인분야의 경우는 여학생과 남학생 모두가 가장 낮은 전공분야 취업희망률을 보이고 있어 관심을 끈다.

&lt;표 III-31&gt; 디자인분야별 전공분야 취업희망률

단위 : %

	제품디자인	시각디자인	환경디자인	섬유디자인	멀티미디어	전 체
여학생	57.1	83.1	76.7	77.4	61.5	75.7
남학생	69.2	83.3	81.8	82.4	81.8	81.6
평 균	59.7	83.2	78.0	77.9	67.6	77.2

**(2) 취업준비도**

이들이 언제부터 취업을 준비해왔는가를 보면(표 III-32), 4학년 초인 조사 시점 당시 취업준비를 아직 못하고 있다는 응답이 전체의 43.7%에 달해 가장 많고, 그 다음으로는 4학년부터 32.3%, 3학년부터 18.2%로 나타났다. 이를 학생의 성별로 보면, 취업준비 시작시기에 있어서 남녀학생의 차이가 분명하다. 여학생(48.2%)들의 경우 아직 취업준비를 하지 못하고 있다는 응답률이 남학생(31.1%)에 비해 높은 반면, 3학년 이전부터 취업준비를 한 학생비율은 여학생 18.8%, 남학생 38.6%로 남학생의 절반 수준 밖에 되지 않는다.

&lt;표 III-32&gt; 취업준비 시작시기

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
1학년부터	7( 1.8)	4( 3.0)	11( 2.1)
2학년부터	10( 2.6)	9( 6.7)	19( 3.7)
3학년부터	55( 14.4)	39( 28.9)	94( 18.2)
4학년부터	126( 33.0)	41( 30.4)	167( 32.3)
아직 준비하지 못하고 있다	184( 48.2)	42( 31.1)	226( 43.7)
계	382(100.0)	135(100.0)	517(100.0)

뿐만 아니라 취업준비를 어느 정도 열심히 하고 있는가 하는 문항에서도 여학생은 남학생에 비해 열심히 준비하지 않는 경우가 많은 것으로 나타났다. <표 III-33>을 보면, 전체 응답자중 열심히 취업준비를 한다는 학생은 24.2%에 불과한 가운데, 여학생은 18%만이 열심히 준비하고 있다고 답한 반면 남학

생은 42.2%가 열심히 준비하고 있다고 응답해 좋은 대조를 이루고 있다.

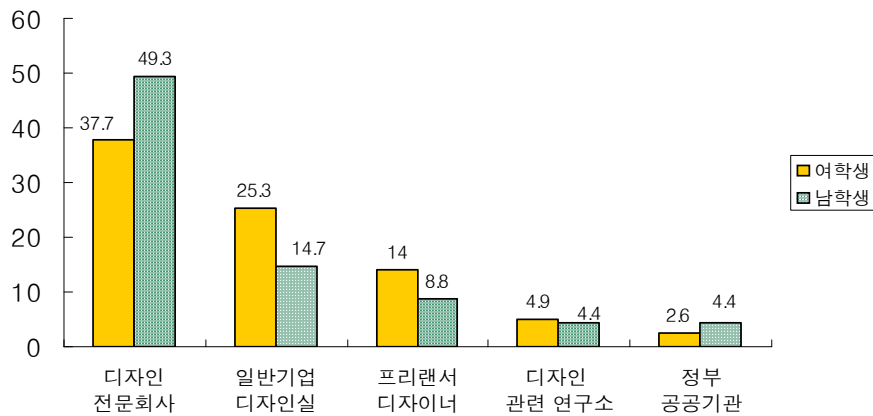
이와 같은 결과는 취업희망자 비율이 다소나마 상대적으로 더 높은 여학생들이 실제 취업준비에 있어서는 남학생보다 철저히 대비하지 못하고 있음을 보여주는 것이다.

<표 III-33> 취업준비도

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
전혀 하고 있지 않다	28( 7.3)	10( 7.4)	38( 7.3)
별로 열심히 하고 있지 않다	114( 29.7)	28( 20.7)	142( 27.4)
그저 그렇다	173( 45.1)	40( 29.6)	213( 41.0)
비교적 열심히 하고 있다	66( 17.2)	52( 38.5)	118( 22.7)
매우 열심히 하고 있다	3( 0.8)	5( 3.7)	8( 1.5)
계	384(100.0)	135(100.0)	519(100.0)

### (3) 취업희망 기관



[그림 III-8] 취업희망 기관

졸업 후 취업을 희망하는 분야를 보면, 전체적으로는 학생의 41.1%가 디자인 전문회사에 취업하기를 희망하며, 그 다음으로는 일반기업의 디자인실

(22.8%), 프리랜서 디자이너(12.7%)의 순을 보이고 있다. 그러나 취업희망 분야에서도 학생의 성별에 따른 차이가 나타나(그림 III-8), 여학생의 경우 남학생에 비해 상대적으로 일반기업의 디자인실(여학생 25.7%, 남학생 14.7%)에 취업하고자 하는 사람과 프리랜서 디자이너(여학생 14.1%, 남학생 8.8%)로 일하겠다는 비율이 더 높다. 이에 비해 남학생들은 디자인전문회사(여학생 38.2%, 남학생 49.3%)로의 취업을 희망하는 비율이 상대적으로 더 높게 나타났다.

#### 나. 대학원 진학 희망 이유

한편, 대학원 진학 계획을 갖고 있는 학생들에게 대학원에 진학하고자 하는 이유를 조사한 결과, 자기 개발(38.7%)과 전문적인 직종에의 취업(32.1%)이 주요한 이유로 나타났다(표 III-34). 그러나 여학생들의 경우 10.8%가 진로를 확실히 정하지 못해서 또는 취업 전망이 어두워서 대학원에 진학해야겠다고 생각한 것으로 나타나, 대학원으로의 진학이 현실 도피나 뚜렷한 진로 의식의 부재로 인한 것이 아닌가 하는 우려를 낳고 있다.

<표 III-34> 대학원 진학이유

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
진로를 확실히 정하지 못해서	7( 5.8)	-	7( 4.2)
취업전망이 어두워서	6( 5.0)	1( 2.1)	7( 4.2)
전문적인 직종에 취업하기 위해	38( 31.4)	16( 34.0)	54( 32.1)
교수가 되기 위해	17( 14.0)	10( 21.3)	27( 16.1)
자기개발을 위해	47( 38.8)	18( 38.3)	65( 38.7)
기타	6( 5.0)	2( 4.3)	8( 4.8)
계	121(100.0)	47(100.0)	168(100.0)

#### 다. 졸업 후 직업활동에 대한 태도

졸업 후 직업활동에 대한 태도를 보면, 평생 직업활동을 할 생각이라는 학생이 51.2%로 전체의 절반을 차지하고, 이 보다는 다소 소극적인 입장인 일자

리가 있다면 일하겠다는 의사를 표명한 학생이 28.8%로 나타났다(표 III-35). 이를 성별로 보면, 남학생의 경우 적절한 일자리가 있다면 일할 생각(여학생 24.8%, 남학생 40.4%)이라는 학생이 여학생에 비해 상대적으로 더 많다. 여학생의 경우는 자녀 양육기를 제외하고는 직업활동을 할 생각(여학생 14.9%, 남학생 1.8%)이라는 비율이 상대적으로 더 많아, 여학생들에게 있어 자녀 양육 문제가 진로설계에 있어 여전히 주요한 요인으로 작용하고 있음을 알 수 있다.

<표 III-35> 졸업 후 직업활동에 대한 태도

단위 : 명(%)

	여학생	남학생	전 체
적절한 일자리가 있다면 일할 생각이다	153( 24.6)	92( 40.4)	245( 28.8)
결혼이나 자녀출산 때까지만 일할 생각이다	13( 2.1)	5( 2.2)	18( 2.1)
자녀양육기를 제외하고는 직업활동할 생각이다	93( 14.9)	4( 1.8)	97( 11.4)
평생 직업활동을 할 생각이다	328( 52.6)	108( 47.4)	436( 51.2)
잘 모르겠다	36( 5.8)	19( 8.3)	55( 6.5)
계	623(100.0)	228(100.0)	851(100.0)

## 2. 디자인 전문능력에 대한 자기 평가

디자이너로서 자신의 전문능력에 대해 어떻게 평가하는지를 파악하기 위해, 본 조사에서는 ‘귀하가 직장생활을 하게 되면, 다음 항목에 대해 어느 정도 자신감을 갖고 있습니까?’ 라는 문항으로 디자이너가 갖추어야 될 능력변인인 총 12개 항목(도구능력, 전문지식, 프레젠테이션 능력, 프로젝트 관리능력, 창의성, 커뮤니케이션 능력, 문제해결능력, 업무추진력, 논리력, 일반상식, 외국어 능력, 정보수집 및 해석능력)에 대해 5점 척도로 평가하도록 하였다.<sup>14)</sup>

14) 디자이너가 갖추어야 할 전문능력 변인 12개는 일러스트레이터, 광고디자이너, 비주얼 머천다이저, 실내디자이너, 웹디자이너, 웹마스터, 북디자이너, 캐릭터디자이너 직무분석(1998-2002) 자료의 지식, 기능, 태도, 도구 부분과, 이종성, 정향진(2001) '능력 중심 교육과정 개발 연구, 정철영(2000), '직업기초능력 강화 방안'(교육부 정책 연구 과제)를 참조하여 선정된 것임.

### 가. 총괄평가

개별 항목에 대해 분석하기에 앞서, 먼저 이들 12개 항목 전체를 묶어 남녀 학생간의 디자인 전문능력에 대한 자기 평가를 단순 비교한 결과를 보면 <표 III-36>과 같다. 여학생 3.29, 남학생 3.51로 여학생들이 디자이너로서의 자신의 전문능력에 대해 남학생보다 더 낮게 평가함을 알 수 있다.

이와 같은 결과는 객관적 기준에 의한 평가가 아니라 자기 스스로 인식하고 있는 주관적 평가 결과여서 여학생들이 자신의 능력에 대해 보다 엄격한 기준을 갖고 있음을 말해주는 것으로 볼 수 있다. 그러나 다른 한편으로는 여학생들에게 있어서 그 만큼 잘 해낼 수 있다는 자신감이 약함을 말해주는 것이기도 해서 여학생들의 자신감을 고양할 수 있는 교육적 개입이 요청된다고 할 수 있다.<sup>15)</sup>

디자인분야별로 보면, 시각디자인분야(3.42) 학생이 자신의 전문능력에 대해 가장 많은 자신감을 표현했으며, 그 다음은 제품디자인(3.352)이며, 환경디자인 전공자(3.1923)의 자신감이 가장 낮게 나타났다. 그러나 이와 같은 차이는 통계적으로는 유의미하지 않은 것으로 확인되었으며, 멀티미디어분야에서 여학생은 가장 낮은 자신감을 남학생은 가장 높은 자신감을 표명하는 등 디자인 분야에 따라 남녀학생의 디자인 전문능력에 대한 자신감이 상호 다른 양상을 보여줌에도 통계적으로는 의미있는 차이로 검증되지 않았다(표 III-37).

<표 III-36> 디자인분야별 디자인 전문능력에 대한 자기평가

	제품디자인	시각디자인	환경디자인	섬유디자인	멀티미디어	전 체
여학생	3.3186	3.3665	3.1068	3.2583	3.0564	3.2884
남학생	3.4811	3.5122	3.4487	3.4516	3.6620	3.5090
평 균	3.3520	3.4200	3.1923	3.2841	3.2660	3.3481

15) 일반적으로 여학생들은 남학생에 비해 자신의 능력에 대해 상대적으로 낮게 평가하는 경향이 있다. 노동부에서 수행한 한 조사연구(2003)에서도 업무수행능력에 대한 자기 평가에 있어서 여학생들의 평가가 남학생에 비해 낮게 평가하였다. 이는 자신감 결여라는 여학생의 일반적 심리 태도와 관계있다(케이 듀오, 1976).

<표 III-37> 디자인 전문능력 이원분산 분석

	자승합	자유도	평균자승	F
디자인 분야	1.408	4	.352	.584
성	7.153	1	7.153	14.125*
디자인 분야 × 성	2.413	4	.603	2.311

\* p < .05

나. 개별항목 평가

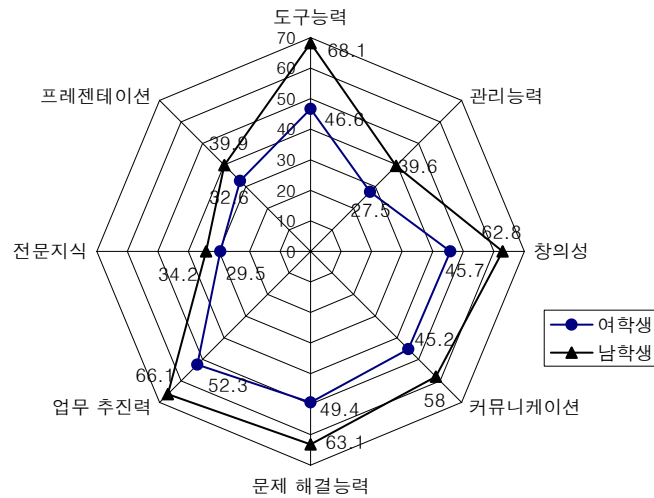
전문 디자이너가 갖추어야 할 12개 항목을 요인분석한 결과 두가지 요인이 추출되었다(표 III-38). 12개 항목 중 도구능력, 전문지식 등 8개 항목이 속한 요인 1은 핵심능력으로 논리력, 일반상식 등 4개 항목으로 구성된 요인2는 일반능력으로 명명하였다.

<표 III-38> 디자인 전문능력 요인분석 및 신뢰도 검증

	핵심능력(요인1)	일반능력(요인2)
도구를 다루는 능력	.642	
디자인관련 전문지식	.615	
프레젠테이션 능력	.583	
디자인프로세스 관리능력	.692	
창의성	.626	
커뮤니케이션 능력	.587	
문제해결능력	.710	
업무추진력	.664	
논리력		.565
일반상식		.701
외국어		.798
정보수집		.532
Eigen value	3.828	2.384
Cronbach α	.8399	.7084

## (1) 핵심능력에 대한 자기평가

핵심능력에 속한 항목들에 대한 남녀학생들의 자기 평가 결과를 자신있다고 응답한 비율로 도표화한 것이 [그림 III-9]이다. 그림에서 우선적으로 눈에 띄는 것은 디자인 핵심능력 8개 항목 모두에서 여학생들이 남학생보다 자신있다고 응답한 비율이 낮다는 점과 학생의 성별에 관계없이 자신 있어 하는 항목이 유사한 경향을 보인다는 점이다. 즉, 남녀학생 모두 도구를 다루는 능력과 업무추진력, 문제해결능력, 창의성에 있어서는 상대적으로 높은 자신감을 표명한 반면, 전문지식과 프레젠테이션 능력, 프로젝트 관리능력에 대해서는 자신감이 약한 것으로 나타났다.



[그림 III-9] 디자인 전문능력(핵심능력)

먼저 남학생의 디자인 핵심능력에 대한 자기 평가 결과를 보면, 가장 자신 있어 하는 능력은 도구를 다루는 능력으로 68.1%가 자신 있다고 응답하였으며, 그 다음으로는 창의성 62.8%, 문제해결능력 63.1%의 순을 보이고 있다. 남



학생이 가장 자신 없어 하는 능력은 디자인관련 전문지식으로 34.2%만이 자신 있다고 응답하였다. 이에 비해 여학생들은 전반적으로 남학생에 비해 자신감이 월등히 떨어지는 데, 가장 높은 자신감을 표명한 능력이 업무추진력으로 52.3%였으며, 그 다음으로는 문제해결능력(49.4%), 도구다루는 능력(46.6%), 창의성(46.7%)의 순을 보이고 있다.

디자인분야별로 남녀학생의 디자인 핵심능력에 대한 자기평가 결과를 보면 (표 III-39), 여학생의 경우 시각디자인 전공자의 자신감이 3.4079로 가장 높고 그 다음으로는 제품디자인(3.3926), 섬유디자인(3.3064)의 순으로 나타났다. 남학생은 앞서 본대로 전반적으로 여학생에 비해 자신감이 높은 가운데, 특히 멀티미디어 전공자의 자신감이 높아 3.7303에 달하며, 그 다음으로는 환경디자인(3.6442)으로 나타났다. 남학생이 높은 자신감을 표명한 이 두 분야는 여학생들이 가장 낮은 자신감을 보인 분야여서 뚜렷한 대조를 이룬다.

<표 III-39> 디자인분야별 디자인 전문능력(핵심능력)에 대한 자기평가

	제품디자인	시각디자인	환경디자인	섬유디자인	멀티미디어	전 체
여학생	3.3926	3.4079	3.1058	3.3064	3.0571	3.3314
남학생	3.5682	3.5922	3.6442	3.5040	3.7303	3.5923
평 균	3.4287	3.4751	3.2404	3.3324	3.2940	3.4017

<표 III-40> 디자인 전문능력(핵심능력) 이원분산 분석

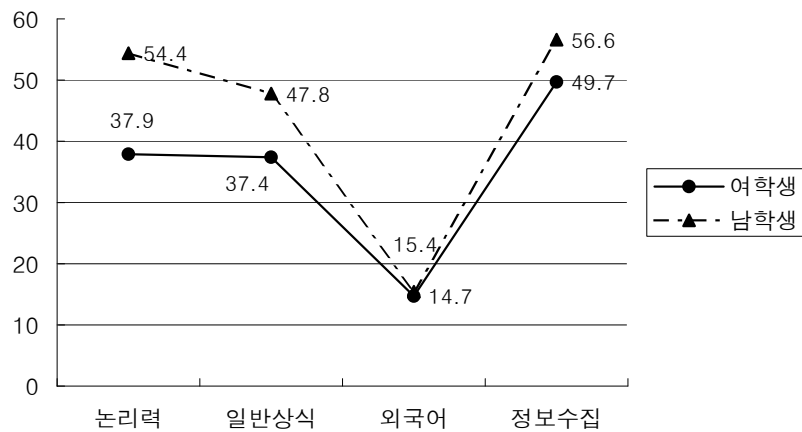
	자승합	자유도	평균자승	F
디자인 분야	1.396	4	.349	.392
성	10.804	1	10.804	14.898*
디자인 분야*성	3.563	4	.891	2.982

\* p < .05

## (2) 일반능력에 대한 자기 평가

논리력, 일반상식 등 디자인 전문능력 중 일반능력을 구성하는 4개 항목을 학생의 성별로 보면, 일반능력 역시 4개 항목 모두에서 남학생의 자신감이 더 높고, 자신 있어 하는 항목이 남녀가 동일하다는 점에서 핵심능력과 동일한 양상을 보인다(그림 III-10).

일반능력 중 남학생이 가장 자신 있어 하는 능력은 정보수집 및 해석능력으로 56.6%가 자신 있다고 응답하였으며, 그 다음으로는 논리력으로 54.4%가 자신 있다고 응답하였다. 여학생 역시 정보수집 및 해석능력에 자신 있어 하는 비율이 가장 높아 49.7%로 나타났으며, 그 다음으로는 논리력으로 37.9%이다. 한편, 외국어능력은 일반능력 중 가장 자신 없어 하는 항목으로 남학생 15.4%, 여학생 14.7%로 남녀간의 차이도 미미하다. 외국어능력은 일반능력에서만이 아니라 핵심능력을 포함한 디자인 전문능력 12개 항목 중 학생들이 가장 자신 없어 하는 항목으로 밝혀졌다.



[그림 III-10] 디자인 전문능력(일반능력)

〈표 III-41〉 디자인분야별 디자인 전문능력(일반능력)에 대한 자기평가

	제품디자인	시각디자인	환경디자인	섬유디자인	멀티미디어	전 체
여학생	3.1903	3.2878	3.1098	3.1611	3.0694	3.2058
남학생	3.3854	3.3522	3.0577	3.2969	3.4306	3.3371
평 균	3.2321	3.3113	3.0972	3.1792	3.1898	3.2410

디자인분야별로 디자인 일반능력에 대한 자신감을 보면(표 III-41), 시각디자인전공자(3.3113)의 디자인 일반능력에 대한 자신감이 가장 높고, 그 다음은 제품디자인(3.2321), 멀티미디어(3.1898)의 순이다. 여학생은 디자인분야에 따른 차이가 미미한 가운데 시각디자인(3.2878) 전공자의 자신감이 가장 높고, 멀티미디어(3.0694)가 가장 낮다. 이에 비해 남학생은 멀티미디어(3.4306) 전공자의 자신감이 가장 높고, 환경디자인(3.0577)이 가장 낮다. 그러나 디자인 일반능력에 있어서는 학생의 성별이나 디자인분야에 따른 자신감의 차이가 통계적으로 유의미한 것으로 검증되지 않았으며, 디자인분야와 학생의 성별 상호작용효과도 없는 것으로 밝혀졌다(표 III-42).

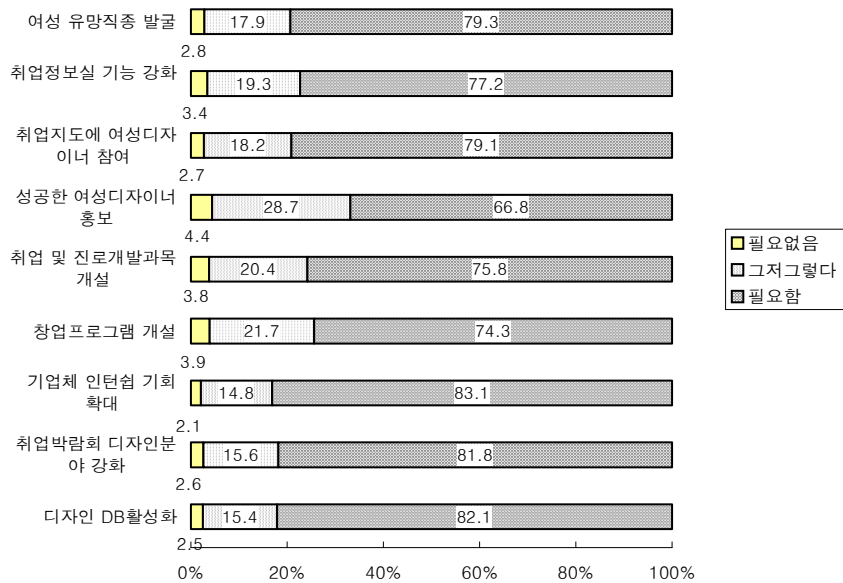
〈표 III-42〉 디자인 전문능력(일반능력) 이원분산 분석

	자승합	자유도	평균자승	F
디자인 분야	2.414	4	.604	1.786
성	1.739	1	1.739	5.082
디자인 분야*성	1.352	4	.338	.957

### 3. 여성 디자인인력 취업촉진 방안

끝으로 학생들에게 디자인분야를 전공한 여성들의 취업을 촉진하기 위해 대학이나 정부에서 지원할 수 있는 9개 방안을 제시하고 각 방안에 대한 필요성을 5점 척도로 조사하였다. 조사결과, 기업체 인턴쉽기회 확대가 83.1%의

가장 높은 지지를 받았으며, 그 다음으로는 디자인분야 취업정보 제공 및 구인.구직 DB 활성화(82.1%), 각종 취업박람회 디자인분야 강화(81.8%), 디자인분야 여성유망직종 발굴(79.3%), 디자인 전공 여대생 취업진로지도에 여성디자이너 참여, 경험 제공(79.1%)의 순으로 나타났다(그림 III-11).



[그림 III-11] 여성 디자인인력의 취업촉진 방안

이를 학생의 성별로 보면(표 III-43), 여학생들의 경우 9개 방안 모두에 대해 필요하다는 4점 이상의 점수를 보이거나 남학생들은 2개 방안에 대해서만 4점 이상인 것으로 나타나 여학생들의 취업 촉진 방안에 대한 요구가 더 높음을 알 수 있다. 각 취업촉진 방안에 대해서도 학생의 성별에 따른 지지도가 다른 양상을 보이고 있다. 남녀학생 모두 기업체 인턴십기회 확대와 디자인분야 취업정보 제공 및 구인.구직 DB 활성화에 대해 가장 높은 지지도를 보였으나, 여학생들은 취업진로지도에 여성 디자이너가 참여하여 경험을 제공하거나 여성유망직종 발굴에 대한 지지도가 남학생에 비해 월등히 높았다.

여학생들의 이와 같은 응답은 디자인 전문가로 성장한 동성 선배의 경험이 여성으로서 자신의 진로 개발에 도움을 줄 수 있을 것이라는 기대와 취업전망이 밝지 않은 여학생들에게 있어 여성적 특성을 살릴 수 있는 직종 개발에의 요구가 높음을 반영하는 것이라 할 수 있다.

<표 III-43> 여성 디자인인력의 취업촉진 방안 지지도

	여학생(순위)	남학생(순위)
기업체 인턴쉽기회 확대	4.44(1)	4.20(1)
디자인분야 취업정보 제공 및 구인.구직 DB활성화	4.39(2)	4.09(2)
여대생 취업진로지도에 여성디자이너 참여, 경험제공	4.39(2)	3.82(8)
디자인 분야 여성 유망직종 발굴	4.36(4)	3.87(7)
각종 취업박람회에 디자인분야 강화	4.32(5)	4.08(3)
대학의 취업정보실 기능 강화	4.27(6)	3.98(4)
대학 교육과정에 취업 및 진로개발 과목 개설	4.25(7)	3.96(5)
창업프로그램 개설.운영	4.16(8)	3.92(6)
성공한 여성 디자이너 사례 발굴 및 홍보	4.04(9)	3.74(9)

## 제5절. 소결

본 장에서는 전국 4년제 대학의 디자인관련 학과에 재학중인 4학년 남녀학생 851명을 대상으로 디자인관련 학과로의 진로선택과정과 대학에서의 디자인 전문교육경험 및 향후 진로계획에 대한 조사결과를 토대로, 디자인 전문인력으로 양성되어가는 과정 속에서 여학생들에게 축적되는 교육경험의 질과 특성을 파악하고자 하였다.

분석결과 나타난 주요 연구결과를 중심으로 정리하면 다음과 같다.

먼저, 대학에서 디자인을 전공하게 되기까지의 과정을 보면, 여학생들은 남학생과 동등하거나 또는 보다 긍정적이고 지지적인 교육경험을 한 것으로 밝혀졌다.

여학생들은 남학생보다 디자인분야로의 진로 결정이 이른 시기에 이루어지

는 양상을 보이며, 디자인분야로의 진로결정에 대해 여학생 부모의 찬성율이 더 높다. 중등학교시절 여학생들은 교사로부터 미술에 대한 재능을 인정받은 경험을 더 많이 갖고 있으며, 그림 그리기를 즐기는 등의 미술친화도 또한 남학생과 동등한 것으로 나타났다. 이 밖에 미술실기대회나 경시대회의 참여 및 입상경험 등에서도 남학생과 동등하거나 더 나은 성취를 이룬 것으로 보고 되었다.

둘째, 이처럼 여학생들이 중등학교시절 남학생과 동등하거나 오히려 더 나은 미술교육경험을 가지고 대학에 진학함에도, 대학에서의 디자인 전문교육과정에서 여학생들은 이러한 토대를 바탕으로 자신의 전문성을 적극적으로 개발하기보다는 소극적이며, 긍정적인 교육경험을 축적하지 못하는 것으로 드러났다.

우선적으로 두드러지는 양상은 대학에서 교수와 여학생간의 상호작용도가 남학생에 비해 현저히 떨어진다는 점이다. 여학생들의 경우는 과제물을 제출하거나 발표를 했을 때 교수로부터 칭찬이나 격려를 받은 경험(31.5%)정도가 있을 뿐, 교수의 프로젝트에 참여하거나 도움을 준 경험이 있는 여학생은 14.1%로 남학생의 3분의 1수준에 머물고 있다. 뿐만 아니라 여학생들은 디자인관련 동아리활동이나 공모전 등 디자이너로서의 전문성을 개발하기 위한 활동들에의 참여에도 소극적인 것으로 나타났다. 특히 공모전의 경우 여학생의 40%가 참여 경험이 있는데 비해 남학생은 62%가 참여한 적이 있을 뿐 아니라, 공모전에 참여한 학생들의 경우에도 남학생들이 여학생보다 많은 참여횟수와 입상횟수를 보이고 있다.

셋째, 여학생들은 디자이너로서의 자신의 전문능력을 전반적으로 남학생에 비해 낮게 평가하고 있다. 이는 여학생들이 자신의 능력에 대해 보다 엄격한 기준을 갖고 있음을 보여주는 것으로도 볼 수 있으나, 그 만큼 디자이너로서 잘 해낼 수 있다는 자신감이 약함을 말해주는 것으로 적극적인 교육적 개입이 요청된다.

여학생들은 디자이너 직무수행에 요구되는 능력을 측정하는 12개 항목 즉, 도구를 다루는 능력, 디자인관련 전문지식, 디자인프로세스 관련 능력 등 모두

에서 남학생보다 낮은 자신감을 보였으며, 이중 4개 항목을 제외한 8개 항목에서는 통계적으로도 유의미한 차이인 것으로 검증되었다. 여학생들의 디자인 전문가로서의 자신의 능력에 대한 자신감 부족은 앞서 논의된 바와 같이 중등 교육단계까지 남녀학생간에 동등한 교육경험을 축적했으며, 이후 대학교육단계에서 차별화되었다는 점 등을 고려할 때 대학교육과정에서 여학생에게 긍정적 교육경험을 축적할 기회를 제공하기 위한 노력이 기울어져야 할 것이다.

넷째, 여학생들의 취업의사나 직업의식은 남학생과 별 다른 차이를 보이지 않으나, 취업을 위한 실행의 측면에서는 남학생에 비해 매우 부족하다.

졸업 후 바로 취업할 계획을 갖고 있는 여학생은 65%로 남학생(60.2%)보다 오히려 더 높음에도 취업준비기간 및 노력정도에 있어서는 남학생보다 월등히 떨어진다. 남학생들은 60%정도가 대학교 3학년부터 취업준비를 시작했으나, 여학생은 47%로 13% 포인트 낮고, 그나마 열심히 준비하고 있다는 여학생은 18%에 불과하다. 또한 대학원 진학을 계획하고 있는 여학생의 10% 정도는 진로를 확실히 정하지 못해서 또는 취업전망이 어두워서인 것으로 나타나 대학원 진학이 현실 회피의 수단으로 사용되고 있다는 우려를 낳고 있다.

이와 같은 양상은 높은 취업욕구에 상응하지 못하는 취업준비 양태를 보여주는 여대생들의 일반적인 경향(김정자 외, 1997)과 크게 다르지 않은 것으로 여학생들의 체계적인 진로 준비를 도와줄 수 있는 대학차원의 노력이 필요하다.

끝으로, 여학생의 교육경험 속에 내재화된 디자인교육환경이 여성친화적으로 보기 어려운 요인들에 대한 진지한 검토가 요청된다.

디자인관련 학과는 전형적인 여성적 영역으로 인식되어 온 사범계열보다 여학생구성비가 더 높은 분야로서 오랫동안 여성 인적 자원이 축적되어 온 분야라 할 수 있다.<sup>16)</sup> 그럼에도 본 연구에서 학생들의 응답을 통해 조사된 바에 의하면, 남녀공학대학 재학자중 26.6%는 여자교수가 전혀 없으며, 15% 미만인 응답자까지 포함하면 남녀공학대학 재학자의 40%는 여교수가 15% 미만인

16) 전통적으로 여학생비율이 높은 계열로 인식되고 있는 사범계의 경우도 1985년 여학생비율은 디자인관련 학과보다 8.6%포인트 더 낮은 56.8%였다. 1985년 디자인관련 학과의 대학원 석사과정은 77.3%, 박사과정 90.5%가 여학생이었다.

대학에서 수학하고 있는 것으로 나타났다. 본 조사를 통해 보면, 여자대학 또는 섬유디자인분야를 제외하고는 여자교수를 찾아보기 어려운 것으로 나타났다. 이러한 디자인 교육환경은 재학생의 절대다수가 여학생인 현실과는 전혀 동떨어진 양상으로 적절한 동성 역할모델이나 교수와의 활발한 상호작용 등을 통한 자신감의 고양에 필요한 여학생들에게 긍정적으로 작용하기 어렵다.

본 조사 결과에서 여학생들의 취업지원 방안에 여성디자이너가 여학생들의 취업지도 시에 참여하여 경험을 제공해주기를 바라는 요구가 높으며, 남녀공학대학에서 여교수가 상대적으로 많은 섬유디자인분야 여학생들이 성차별적 풍토가 거의 없다고 평가한 것은 대학 디자인관련 학과의 여교수 필요성을 간접적으로 잘 보여주고 있다.



## 제4장 디자인산업의 여성인력 활용 실태분석

---

본 연구의 제2장에서는 「디자인센서스」(한국디자인진흥원), 「전국사업체기초통계조사」(통계청), 「제조업 디자인투자 실태조사」(한국디자인진흥원)의 통계자료를 활용하여 미흡하나마 우리나라 디자인 산업내에서의 여성디자인 인력의 활용 규모 등의 고용현황을 살펴보았다.

본장에서는 그 동안 관심의 대상이 되어오지 않았던 여성 디자인인력의 노동시장에서의 위상과 직업경험 등을 보다 구체적으로 살펴보기 위해 디자인 인력을 활용하고 있는 기업체와 이들 기업체에서 근무하고 있는 디자이너들에 대한 설문조사 결과를 분석·제시하고자 한다. 본 실태조사는 디자인 분야 여성인력 개발을 촉진하기 위한 정책과제 발굴의 기초자료가 되었다.

## 제1절. 조사방법 및 절차

### 1. 표본의 구성

기업체의 조사는 디자인 인력을 고용하고 있는 디자인 관련 제조업체와 디자인 전문회사를 대상으로 디자인 인력 종사자 수와 기업규모를 기준으로 층화계층추출 방법을 사용하여 표본을 추출하였다. 기업형태별 구분에서 디자인 관련 제조업체의 경우는 1999년 산업자원부와 한국디자인진흥원에서 실시한 「제조업 디자인투자실태조사」의 결과를 토대로 전체 제조업 산업 중분류의 업종들 중 디자인 전문인력 수가 상대적으로 높은 상위 5개 업종을 선정하였다. 그 결과, 전체 디자인 전문인력 합계(29,995명)에서 의류 및 모피업체(39.3%), 출판 인쇄 기록매체업체(20.2%), 가구 및 기타 제품 제조업체(16.7%), 기계 및 장비업체(12.6%), 섬유제품업체(11.2%)로 상위 5개 업종으로 나타났다.

디자인 전문회사의 경우, 2003년 2월까지 한국디자인진흥원의 디자인 전문회사 DB에 등록된 814개의 업체자료를 토대로 디자인 전문회사의 세부 분야를 제품 디자인, 시각포장 디자인, 환경 디자인, 기타 전문디자인 분야로 분류하였다. 이 분야별 비율을 기준으로 조사대상 업체를 제품 디자인업체(17.7%),

시각 포장 디자인업체(24.9%), 환경 디자인업체(4.7%), 기타(산업디자인 전반, 그리고 2개 이상의 디자인 분야 업체)(52.7%)로 추출하였다.

위와 같은 표본추출절차를 거쳐 다음과 같이 일반 기업체 107개소와 디자인 전문업체 75개소가 조사대상이 되었다.

<표 IV-1> 기업체 조사대상 구분

구 분	빈도(개소)	비율(%)
일반 기업체	107	58.8
디자인 전문회사	75	41.2
계	182	100.0

기업체 조사 총 182개소 중 일반 기업체 107개소와 디자인 전문회사 75개소의 분야별 분포는 <표 IV-2>와 <표 IV-3>과 같다. 기업체 조사는 앞에서 언급한 바와 같이 디자인 전문인력 수를 기준으로 업종 표본이 추출되었다. 제조업종의 기업체 특성을 반영하는 주요 생산품별 분포를 보면, 전체 107업체 중 의류 및 모피제품 업체가 40개소로 37.4%, 기계 및 장비업체가 23개소로 21.5%, 출판·인쇄·기록매체업체가 22개소로, 20.6%, 가구 및 기타 제품업체가 13개소로 12.1%, 섬유제품업체가 9개소로 8.4%의 비중을 차지했다.

<표 IV-2> 일반 기업체의 주요 생산품

구 분	빈도(개소)	비율(%)
의류 및 모피제품	40	37.4
출판·인쇄·기록매체	22	20.6
가구 및 기타 제품 제조업	13	12.1
기계 및 장비	23	21.5
섬유제품	9	8.4
계	107	100.0

디자인 전문회사의 표본 구성은 전체 75개소 중 제품 디자인 전문회사가 28개소로 37.3%, 시각 디자인 전문회사가 20개소로 26.7%, 환경 디자인 전문회사가 11개소로 14.7%, 포장 디자인 전문회사와 기타 디자인 전문회사가 각각 7개소로 9.3%, 멀티미디어와 섬유 디자인 전문회사가 각각 1개소로 1.3%의 분포를 차지했다.

<표 IV-3> 디자인 전문회사의 전문분야

구 분	빈도(개소)	비율(%)
제품디자인	28	37.3
시각디자인	20	26.7
환경디자인	11	14.7
포장디자인	7	9.3
멀티미디어디자인	1	1.3
섬유디자인	1	1.3
기타	7	9.3
계	75	100.0

본 조사에서는 표본추출시 업종과 기업규모가 함께 고려되었는데, 기업규모별 분포는 <표 IV-4>와 같다. 기업규모의 구분은 상시 종업원을 기준으로 49인 이하 소기업, 50-299인 이하 중견기업, 300인 이상 대기업으로 구분하였다. 일반 기업체의 경우, 「사업체기초통계조사」의 제조업종의 소기업 44.9%, 중견기업 27.1%, 대기업 28.0%의 기준으로 표본이 구성되었다. 조사 응답기관 전체 107개소 중 56개소인 52.3%가 소기업이었고, 31개소 29.0%가 대기업, 20개소 18.7%가 중견기업이었다. 디자인 전문회사의 경우는 디자인 DB에 등록된 814개 업체자료의 기업규모를 토대로 4인 이하 59.3%, 5-9명 33.6%, 10인 이상 7.1%의 분포의 기준으로 하였다. 디자인 전문회사의 조사기관의 분포는 전체 75개소 중 4인 이하가 22개소 29.3%, 5-9명이 32개소 42.7%, 10인 이상이 21개소 28.0%의 분포로 구성되었다.

<표 IV-4> 기업형태별 회사 규모

단위: 개소(%)

구분	일반 기업체	구분	디자인 전문회사
소기업	56( 52.3)	4인 이하	22( 29.3)
중견기업	20( 18.7)	5-9명	32( 42.7)
대기업	31( 29.0)	10인 이상	21( 28.0)
계	107(100.0)	계	75(100.0)

근로자 표본은 조사는 상기의 기업체 조사의 표본을 대상으로 각 기업체의 남녀 근로자 2-5명을 대상으로 하였다. 남녀 근로자(디자인인력) 표본은 일반 기업체와 디자인 전문회사의 남녀 근로자 총 437명으로 남성 44.2%, 여성 55.8%의 분포로 구성되었다.

<표 IV-5> 근로자 조사대상 구분

단위 : 명(%)

구 분	일반 기업체	디자인 전문회사	전체
남성	92( 40.5)	101( 48.1)	193( 44.2)
여성	135( 59.5)	109( 51.9)	244( 55.8)
계	227(100.0)	210(100.0)	437(100.0)

## 2. 조사도구 개발 및 조사방법

본 조사에서 기업체를 대상으로 「디자인 산업의 기업현황 및 인력활용에 대한 조사」와 근로자를 대상으로 「디자인 인력의 직업경험에 관한 조사」 설문지가 개발되었다. 설문지는 선행연구의 검토와 관련 전문가의 심층면접 결과를 토대로 개발되었고, 전문가협의회를 통한 수정절차를 거쳤다.

기업체 조사의 응답대상자는 디자인 관련부서가 있는 경우는 디자인 부서장으로 하였으며, 디자인관련 부서가 없는 경우는 디자인 업무 담당자가 응답하도록 하였다. 조사내용은 기업체 일반 현황과 디자인 인력활용 실태, 즉 모집방법, 인력채용 과정에서의 성별 선호여부, 경력직 요구정도, 학력 및 경력

요구정도, 구인과정의 애로사항이 포함되었으며, 디자인 인력수요 전망과 여성 디자인 인력개발을 위한 정부지원에 대한 내용이 다루어졌다.

<표 IV-6> 기업체 조사 설문지 구성

영역	하위영역	세부내용
기업체 일반 현황	디자인 조직특성	- 디자인 조직 특성: 기업체, 전문회사, 광고대행사 - 해당 디자인 분야 - 주요 생상품/주요 개발품목
	기업체 현황	- 조직연령 - 전체 종업원 수 - 조직계층내 승진단계
	디자인 인력현황	- 남녀 디자인 인력현황 - 디자인 직종 승진단계 - 지난 3년 동안 퇴직한 남녀 인력의 평균 재직기간
디자인 인력활용	인력 채용	- 모집방법 - 지난 해 인력채용 여부 : 성별선호, 신규.경력 비율, 요구된 학력.경력 수준 - 구인과정의 애로사항
	여성 디자인 인력 활용	- 여성 디자인 인력 활용여부: 만족도, 미활용 이유 - 여성 디자인 인력에 대한 전반적 평가
디자인 인력수요전망	인력수요 전망	- 인력수요 전망 - 수요 증가가 예상되는 분야
정부지원		- 여성 디자인 인력개발 및 활용 촉진을 위해 요구되는 정부지원

근로자 대상 조사에서는 일반 기업체와 디자인 전문회사에서 디자인 관련 업무를 담당하는 근로자를 대상으로 근로자 개인특성과 구직과정, 즉 취업경로 및 노력정도, 중요한 직업능력, 직업경험 등의 내용을 포함하는 조사가 실시되었다(표 IV-7).

본 조사는 구조화된 설문지를 이용하여 2003년 3월을 조사기준 시점으로 하여 2003년 3월 17일부터 4월 18일까지 실시되었다. 조사방법은 조사대상 업체 및 남녀 디자인인력(근로자)의 응답 편의에 따라 방문조사, 우편조사, 팩스 및 이메일조사가 모두 사용되었으며, 불확실한 응답에 대한 전화 확인조사가 이루어졌다.

&lt;표 IV-7&gt; 기업체 근로자 조사 설문지 구성

영역	하위영역	세부내용
일반적 특성	개인적 특성	- 성별 및 연령, 최종학력 - 디자인 전공여부 - 근무경력, 직급, 담당분야
	가정배경	- 가족형태
	직장	- 직장유형, 디자인 분야 - 주요 생산품
구직과정	취업경로 및 노력	- 취업경로 및 취업까지 소요기간 - 취업의지 및 취업준비내용 - 취업시 겪은 문제들
	중요한 직업능력	- 디자이너로 성공하기 위한 조건 - 전공교육의 유용성
직업경험	만족도 및 기여도	- 직업 만족도 및 불만족 이유 - 핵심인력으로 인정받고 있는지 여부
	성차별 경험	- 채용, 업무배치, 교육훈련, 임금, 승진에서 성차별 경험 유무 - 성별 직업능력의 차이 및 상호보완성 여부
	이직경험	- 다른 직장 근무경험 및 이직 이유 - 이직 의사

## 제2절. 디자인산업의 기업현황과 여성인력 활용

앞에서 언급한 바와 같이, 기업체 조사는 디자인산업내 기업현황 및 여성 디자인인력의 활용현황을 파악하고자 한 것이다. 기업체 조사는 일반 기업체와 디자인 전문회사로 구분하여 이루어졌으며, 이러한 기업형태에 따라 조사 결과를 비교하여 제시하였다.

### 1. 응답기관 현황

조사대상 기관의 기업형태별 조직연령에 대한 <표 IV-8>의 결과를 보면, 일반 기업체의 경우 10년 이상된 기업이 64.1%로 가장 높은 분포를 차지했고,

5년 이상에서 10년 미만이 19.4%, 3년 이상에서 5년 미만이 12.6%, 1년 이상에서 3년 미만이 3.9%의 분포를 보였다. 반면 디자인 전문회사의 경우는 3년 이상에서 5년 미만이 33.8%였고, 10년 이상이 25.7%, 5년 이상에서 10년 미만이 23.0%, 1년 이상에서 3년 미만이 13.5%,이었으며, 1년 미만 기업이 4.1%가 포함되었다. 본 조사대상의 일반 기업체는 디자인 관련 부서나 디자인 업무담당자가 있는 기업체를 대상으로 한 것으로, 조사결과 디자인 관련 기업형태별 조직연령을 비교하면 일반 기업체보다 디자인 전문회사의 역사가 상대적으로 짧은 것을 알 수 있다.

<표 IV-8> 기업형태별 조직연령

단위: 개소(%)

구 분	일반 기업체	디자인 전문회사
1년 미만	-	3( 4.1)
1년 이상 - 3년 미만	4( 3.9)	10( 13.5)
3년 이상 - 5년 미만	13( 12.6)	25( 33.8)
5년 이상 - 10년 미만	20( 19.4)	17( 23.0)
10년 이상	66( 64.1)	19( 25.7)
계	103(100.0 )	74(100.0)

기업형태별 정규직 남녀 종업원 현황에 대한 응답결과는 <표 IV-9>와 같다. 일반 기업체의 경우, 디자인 인력을 포함한 정규직에 해당하는 남녀 종업원을 모두 포함한 결과이다. 일반 기업체의 남녀 종업원 현황은 남성이 15,490명으로 71.4%, 여성이 6,217명으로 28.6%의 비율을 보였다. 디자인 전문회사의 경우는 정규직 종업원 모두가 디자인 관련업무를 담당하고 있는 인력으로 볼 수 있다. 디자인 전문회사의 남녀 종업원 현황은 남성이 519명으로 63.3%, 여성이 301명으로 36.7%의 분포를 보였다.

일반 기업체는 제조업체를 중심으로 한 표본이므로, 남성의 비율이 상대적으로 더 높게 나타난 것으로 보인다. 디자인 전문회사는 디자인을 전공한 디자인 전문인력을 포함하여 전체 종업원 현황을 보여주는 것으로 제조업체에 비해 상대적으로 여성인력이 높게 분포되어 있다.



〈표 IV-9〉 기업형태별 남녀 종업원 현황

단위: 명(%)

구 분	일반 기업체 (N=107)	디자인 전문회사 (N=75)	계 (N=182)
남성	15,490( 71.4)	519( 63.3)	16,009( 71.1)
여성	6,217( 28.6)	301( 36.7)	6,518( 28.9)
전체	21,707(100.0)	820(100.0)	22,527(100.0)

## 2. 디자인 인력 고용 구조

### 가. 디자인 인력 현황

#### (1) 성별 분포

디자인 산업에 종사하는 인력현황을 살펴보기 위하여 기업내 디자인 인력만을 직급별로 조사하였다. 일반 기업체의 정규직 디자인인력의 남녀 비율을 보면〈표 IV-10〉, 전체 905명 중 남성 50.3%, 여성 49.6%의 분포를 보이고 있다. 이와 같은 결과는 디자인산업내 디자인 남녀인력 현황의 보편적 분포<sup>17)</sup>와는 차이가 있는 것으로 본 조사의 표본추출과정에서 디자인 인력 수가 많은 제조업종, 특히 여성 디자인인력 분포가 높은 의류 및 모피제품 업종과 출판, 인쇄, 기록매체 업종이 조사대상 업종으로 선정되었기 때문에 나타난 결과로 볼 수 있다. 특히 의류 및 모피제품업종의 여성인력(233명)이 절대 다수를 차지함으로써 여성 디자인인력 비중을 높이는 결과를 낳았다.

또한 〈표 IV-23〉의 결과에서와 같이, 일반 기업체 조사대상 기업 107개소 중 여성인력을 활용하고 있지 않은 기업이 27.1%(27개소)에 이르는 것을 감안할 때, 일부 디자인 관련 제조업종에 여성 디자인인력이 집중되어 있음을 알 수 있다.

17) 본 연구의 제 2장의 디자인인력 고용현황 자료(디자인 센서스)에서 일반 기업체의 남녀 종사자 분포는 남성 65.2%, 여성 34.8%였음.

&lt;표 IV-10&gt; 일반 기업체 업종별 정규직 남녀 디자인인력 현황

단위: 명(%)

구 분	남성	여성	계
의류 및 모피	145(38.4)	233(61.6)	378(100.0)
출판인쇄기록	121(54.0)	103(46.0)	224(100.0)
가구 및 기타제품	70(56.9)	53(43.1)	123(100.0)
기계 및 장비	85(74.6)	29(25.4)	114(100.0)
섬유	35(53.0)	31(47.0)	66(100.0)
전체	456(50.4)	449(49.6)	905(100.0)

&lt;표 IV-11&gt; 디자인 전문회사 분야별 정규직 남녀 디자인인력 현황

단위 : 명(%)

구 분	남성	여성	계
제품	127( 65.8)	66(34.2)	193(100.0)
시각	72( 50.3)	71(49.7)	143(100.0)
환경	87( 66.9)	43(33.1)	130(100.0)
포장	20( 54.1)	17(45.9)	37(100.0)
멀티미디어	4( 30.8)	9(69.2)	13(100.0)
섬유	3(100.0)	-	3(100.0)
기타	29( 56.9)	22(43.1)	51(100.0)
전체	342( 60.0)	228(40.0)	570(100.0)

<표 IV-11>에서는 디자인 전문회사의 분야별 남녀 디자인 인력현황 결과를 보여주고 있다. 디자인 전문회사의 남녀 정규직 비율을 보면, 전체 570명 중 남성이 60.0%, 여성이 40.0%로 나타났다. 본 조사의 디자인 전문회사 분야별 남녀 인력분포는 「사업체기초통계조사」자료의 전문 디자인업 남녀 종사자 분포인 남성 63.1%, 여성 36.9%보다 여성비율이 다소 높게 나타났다. 「사업체 기초통계조사」의 전문디자인업의 경우, 해당 업종 전체 종업원 수를 기준으로 하고 있으며, 본 조사결과는 디자인인력만을 나타낸 결과이다. 그러나 <표 IV-23>의 결과에서와 같이 디자인 전문회사 75개소 중 여성인력을 활용하고 있지 않은 기업이 14.7%(11개소)나 되는 점을 감안할 때, 여성 디자인인력이 많

은 디자인 업종을 표본으로 하여 여성 디자인인력 비중이 다소 높게 나타난 것으로 볼 수 있다.

## (2) 직급별 분포

<표 IV-12> 일반 기업체의 남녀 디자인 인력 현황

단위 : 명(%)

구 분	정규직		전체	비정규직		전체
	남	여		남	여	
평사원	170( 37.3)	236( 52.6)	406( 44.9)	3(100.0)	14(100.0)	17(100.0)
대리, 주임급	99( 21.7)	99( 22.0)	198( 21.9)	-	-	-
과장, 팀장, 차장급	100( 21.9)	69( 15.4)	169( 18.7)	-	-	-
부장, 실장급	51( 11.2)	39( 8.7)	90( 9.9)	-	-	-
본부장 또는 임원급	18( 3.9)	3( 0.7)	21( 2.3)	-	-	-
회사대표	18( 3.9)	3( 0.7)	21( 2.3)	-	-	-
계	456(100.0)	449(100.0)	905(100.0)	3(100.0)	14(100.0)	17(100.0)

<표 IV-12>의 일반 기업체(응답기업체 87개소)의 남성 정규직은 평균 5.2명으로 나타났다. 이를 직급별로 보면 전체 456명 중, 평사원이 37.3%, 대리, 주임급이 21.7%, 과장, 팀장, 차장급이 21.9%, 부장, 실장급이 11.2%, 본부장, 임원급이 3.9%, 회사대표가 3.9%의 분포를 보였다. 일반 기업체의 남성 정규직 디자인 인력분포의 특징은 중간관리층까지 20%대의 분포를 보이고 있으며, 임원급과 회사대표 계층의 비율이 동일하게 분포하고 있다는 점으로, 본 조사의 표본에서 디자인 전문인력이 많은 업종, 즉 디자인 전문성을 필요로 하는 업종을 선택하여 나타난 결과라고 볼 수 있다.

한편, 일반 기업체의 여성 정규직 수는 응답기업체 92개소 평균 4.9명으로 나타났다. 여성 정규직 현황을 살펴보면, 전체 449명 중 평사원급이 52.6%, 대리급이 22.0%, 과장급이 15.4%, 부장급이 8.7%, 임원급과 회사대표가 각각 0.7%로 나타났다. 이와 같은 일반 기업체의 여성 디자인인력은 평사원급에 집

중되어 있으며, 상위 계층으로 올라갈수록 그 분포가 현저히 낮아진다는 것을 보여주고 있다.

<표 IV-13> 디자인 전문회사의 남녀 디자인 인력현황

단위 : 명(%)

구 분	정규직		전체	비정규직		전체
	남	여		남	여	
평사원	89( 26.0)	120( 52.6)	209( 36.7)	5( 41.7)	19( 73.1)	24( 63.2)
대리, 주임급	58( 17.0)	52( 22.8)	110( 19.3)	3( 25.0)	4( 15.4)	7( 18.4)
과장, 팀장, 차장급	67( 19.6)	40( 17.5)	107( 18.8)	3( 25.0)	1( 3.8)	4( 10.5)
부장, 실장급	51( 14.9)	8( 3.5)	59( 10.4)	1( 8.3)	2( 7.7)	3( 7.9)
본부장 또는 임원급	30( 8.8)	4( 1.8)	34( 6.0)	-	-	-
회사대표	47( 13.7)	4( 1.8)	51( 8.9)	-	-	-
계	342(100.0)	228(100.0)	570(100.0)	12(100.0)	26(100.0)	38(100.0)

<표 IV-13>의 디자인 전문회사의 분야별 평균 남성 정규직 수는 응답기업체 69개소 5.0명으로 일반 기업체의 5.2명과 유사하다. 남성 정규직의 직급별 현황을 살펴보면, 평사원이 26.0%, 대리급이 17.0%, 과장급이 19.6%, 부장급이 14.9%, 임원급이 8.8%, 회사대표가 13.7%의 분포를 보였다. 디자인 전문회사의 여성 정규직 수는 응답기업체 62개소 평균 3.7명으로 일반 기업체 여성 정규직 평균 4.9명보다도 적고, 디자인 전문회사 남성 정규직 평균(5.0명)보다 적은 수임을 알 수 있다. 여성 정규직의 직급별 분포를 보면, 전체 228명 중 평사원급이 52.6%, 대리급이 22.8%, 과장급이 17.5%, 부장급이 3.5%, 임원급과 회사대표가 각각 1.8%의 비중을 차지했다. 디자인 전문회사의 남녀 정규직 디자인 인력현황의 특징을 보면, 평사원 계층에 여성인력의 52.6%나 집중되어 있는 반면, 남성은 평사원의 계층분포가 26.0%에 그쳐 여성인력의 경력개발의 어려움을 심각하게 보여주고 있다. 또한 CEO 계층인 임원급 이상의 남녀 분포에서도 남성은 22.5%인데 반해, 여성은 3.6%에 불과하다. 이와 같은 상위 계층의 적은 여성 분포는 여성 디자인인력의 경력육구와 역할모델 설정에 부정적인 영향을 미칠 수 있다.

## 나. 디자인 인력의 승진 및 재직기간

## (1) 기업내 디자인 인력의 승진단계

기업내 디자인 인력의 승진단계를 기업형태별로 조사하였다. 일반 기업체의 경우, 전체 조직의 승진단계가 6단계 이상인 기업이 63.6%로 가장 많았고, 5단계가 22.4%였다. 그러나 일반 기업체내 디자인 분야 인력의 평균 승진단계는 3단계가 30.1%, 4단계가 29.1%, 6단계 이상이 22.3%, 5단계가 18.4%의 순으로 나타나 디자인 인력의 상위직급 승진은 용이하지 않은 것으로 나타났다(표 IV-14).

〈표 IV-14〉 기업형태별 디자인 인력의 승진단계

단위 : 개소(%)

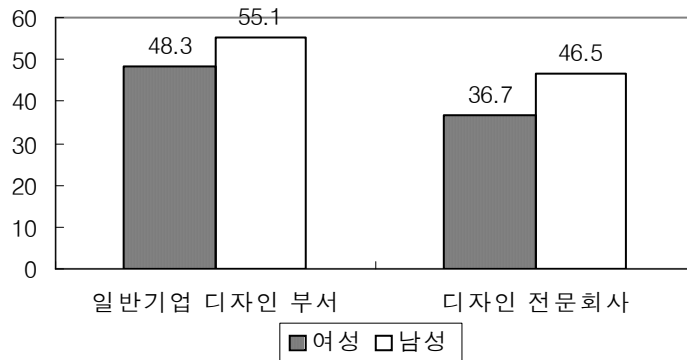
구 분	일반 기업체		디자인 전문회사	
	전체조직 승진단계	디자인 분야 평균 승진단계	전체조직 승진단계	디자인 분야 평균 승진단계
3단계	8( 7.5)	31( 30.1)	23( 31.5)	35( 49.3)
4단계	7( 6.5)	30( 29.1)	19( 26.0)	14( 19.7)
5단계	24( 22.4)	19( 18.4)	14( 19.2)	15( 21.1)
6단계 이상	68( 63.6)	23( 22.3)	17( 23.3)	7( 9.9)
계	107(100.0)	103(100.0)	73(100.0)	71(100.0)

디자인 전문회사의 경우, 전체 조직의 승진단계가 3단계가 31.5%로 가장 높고, 4단계 26.0%, 6단계 이상 23.3%, 5단계 19.2%의 순으로 나타났다. 이는 일반 기업체와 비교하여 상대적으로 조직계층이 수평화되어 있음을 보여주고 있다. 디자인 전문회사에서 디자인 분야 인력의 평균 승진단계를 보면, 3단계가 49.3%, 5단계가 21.1%, 4단계가 19.7%, 6단계 이상이 9.9%로 나타났다. 특이할 만한 점은 디자인 전문회사임에도 불구하고 승진단계가 일반 기업체보다 높게 분포하고 있지 않다는 점이다. 이는 일반적으로 디자인 전문회사가 소규모이며, 한 조직에서의 재직기간이 길지 않고 다른 조직으로 자주 이직하는 경향을 보이기 때문이다.

## (2) 디자인 인력의 평균 재직기간

기업내 디자인 인력의 재직기간을 살펴하기 위하여, ‘지난 3년간 퇴직한 남녀 디자인 인력의 평균 재직기간을 응답하도록 하였다. 이는 기업마다 디자인 인력의 현황 및 고용형태의 차이가 있어 최근 3년간 퇴직한 인력을 기준으로 삼아 다른 변인들을 통제하기 위하여 이러한 질문형태를 취하였다.

단위 : 개월



[그림 IV-1] 지난 3년간 퇴직한 남녀 디자인 인력의 평균 재직기간

일반 기업체의 경우, 지난 3년간 퇴직한 여성 디자인 인력의 평균 재직기간은 48.3 개월로 남성의 55.1개월보다 6.8개월이 짧았다. 디자인 전문회사의 경우에도 여성이 36.7개월, 남성이 46.5개월로 역시 여성이 남성보다 9.8개월이 더 짧은 것으로 나타났다. 이 결과에서 일반 기업체에 근무한 디자인 인력이 디자인 전문회사에 근무한 인력보다 평균 재직기간이 길며, 남녀 디자인 인력의 평균 재직기간을 비교해 볼 때 디자인 전문회사의 남녀 재직기간의 차이가 더 큰 것을 알 수 있었다. 이는 디자인 전문회사의 낮은 보수, 과도한 초과근무, 열악한 근무환경 등으로 인해 일반 기업체보다 이직률이 높으며, 이러한 근로 조건은 여성인력의 경력유지를 어렵게 하기 때문에 재직기간이 짧아질 수 있다.

## 다. 디자인 인력 채용실태

### (1) 디자인 인력의 모집방법

디자인 인력을 모집할 때 주로 사용하는 모집 방법에 대한 질문에서 가장 높은 비중을 차지한 방법은 ‘웹사이트를 통해서(43.4%)’였다. 다음으로는 사내외 전문가 추천이 21.4%, 외부 스카웃이 11.5%로 높게 나타났다. <표 IV-15>는 기업형태별 모집방법의 양상을 보여주고 있다. 일반 기업체의 경우, 웹사이트에 의한 방법이 43.9%로 가장 높고, 사내외 전문가 추천이 20.6%, 외부 스카웃이 13.1%, 학교추천이 9.3%, 신문광고가 7.5%의 분포를 보이고 있다. 디자인 전문회사의 경우는 웹사이트 42.7%, 사내외 전문가 22.7%, 학교추천 12.0%, 외부 스카웃 9.3%로 높게 나타나 있다.

<표 IV-15> 디자인 인력 채용시 모집방법

단위 : 개소(%)

구분	일반 기업체	디자인 전문회사	전체
신문광고를 통해	8( 7.5)	-	8( 4.4)
전문잡지광고를 통해	2( 1.9)	3( 4.0)	5( 2.7)
학교(교육기관)추천을 통해	10( 9.3)	9( 12.0)	19( 10.4)
웹사이트를 통해	47( 43.9)	32( 42.7)	79( 43.4)
사내외 전문가 추천을 통해	22( 20.6)	17( 22.7)	39( 21.4)
인턴쉽을 통해	3( 2.8)	6( 8.0)	9( 4.9)
외부 스카웃을 통해	14( 13.1)	7( 9.3)	21( 11.5)
기타	1( 0.9)	1( 1.3)	2( 1.1)
계	107(100.0)	75(100.0)	182(100.0)

일반 기업체와 디자인 전문회사의 인력 모집방법 상의 큰 차이는 보이고 있지 않으나, 디자인 전문회사의 경우, 신문광고를 통한 모집방법을 활용하고 있지 않다는 점과 학교추천에 의한 방법이 상대적으로 높으며, 외부 스카웃에 의한 방법이 상대적으로 낮다는 점이 특이할 만하다.

## (2) 디자인 인력의 채용관련 요구사항

디자인 분야 인력채용 상황을 파악하기 위한 ‘지난 1년간 디자인 인력을 채용했는가’ 라는 질문에 대해 64.8%가 채용하였다고 응답하였다<표 IV-16 참조>. 이를 기업형태별로 보면 디자인 전문회사 76.0%로 일반 기업체의 57.0%로 디자인 전문회사가 지난 해 디자인 인력을 채용한 비율이 19.0%P나 높게 나타났다. 이는 [그림 IV-1]의 결과와 같이 디자인 전문회사의 인력이동이 잦아서 퇴직과 채용 비율이 일반 기업체보다 더 높게 나타나고 있음을 알 수 있다.

<표 IV-16> 지난 1년간 디자인 인력 채용 여부

단위 : 개소(%)

구 분	채용함	채용하지 않음	계
일반 기업체	61(57.0)	46(43.0)	107(100.0)
디자인 전문회사	57(76.0)	18(24.0)	75(100.0)
전체	118(64.8)	64(35.2)	182(100.0)

기업형태별 디자인 인력 채용시 신규채용과 경력직 채용 비율을 조사하였는데, 일반 기업체의 경우 경력직 채용이 59.8%로 신규 채용 40.2%보다 높게 나타났다. 반면에, 디자인 전문회사의 경우에는 신규 채용이 54.4%로 경력직 채용 45.6%보다 높다(표 IV-17). 본 조사의 <표 IV-28 참조>에서 나타난 바와 같이, 최근 인력 채용시 경력직 선호현상이 두드러지게 나타나고 있으나, 디자인 전문회사의 경우, 영세한 기업규모로 인하여 보수 등의 근로조건이 열악하여 경력직 채용이 용이하지 않다는 것을 말해주고 있다.

지식집약산업인 디자인업종에서도 노동시장의 유연성 증대와 외부 노동시장의 활성화 현상이 빠르게 나타나고 있어, 디자인산업의 변화에 부응하는 자격요건과 경력을 소유한 디자인 전문인력의 경력 이동이 크게 증가할 것으로 보인다.



<표 IV-17> 디자인 인력 채용시 신규.경력 채용비율

단위 : 명(%)

구 분	신규	경력	계
일반 기업체	49(40.2)	73(59.8)	122(100.0)
디자인 전문회사	81(54.4)	68(45.6)	149(100.0)
전체	130(48.0)	141(52.0)	271(100.0)

<표 IV-17>의 경력직 채용에서의 요구된 경력연수는 <표 IV-18>과 같다. 기업형태별로 보면 일반 기업체는 1년에서 3년이 51.1%로 가장 높고, 다음이 3년에서 5년으로 40.4%였다. 이에 반해 디자인 전문회사의 경우는 1년 미만이 59.0%로 가장 높았고, 다음이 1년에서 3년으로 35.9%였다. 이러한 결과에서 일반 기업체보다 디자인 전문회사의 경우가 경력요구 연한이 더 짧은 것을 알 수 있다.

<표 IV-18> 경력직 채용시 요구 경력

단위 : 개소(%)

구 분	일반 기업체	디자인 전문회사	전체
1년 미만	1( 2.1)	23( 59.0)	24( 27.9)
1년 이상 - 3년 미만	24( 51.1)	14( 35.9)	38( 44.2)
3년 이상 - 5년 미만	19( 40.4)	1( 2.6)	20( 23.3)
5년 이상 - 10년 미만	2( 4.3)	1( 2.6)	3( 3.5)
10년 이상	1( 2.1)	-	1( 1.2)
계	47(100.0)	39(100.0)	86(100.0)

<표 IV-17>의 디자인 인력의 신규 채용시, 요구 학력수준에 대한 응답결과는 <표 IV-19>와 같다. 일반 기업체 남성의 경우, 대학과 전문대졸 수준의 학력을 요구하였는데, 대학(54.2%)이 전문대(45.8%)보다 높게 나타났다. 반면, 여성의 경우는 전문대(44.0%)가 대학(40.0%)보다 다소 높게 나타나 남성과 대조적이다. 디자인 전문회사 남성은 대학이 52.8%, 전문대 25.0%로 나타났고, 여성은 전문대가 43.2%, 대학이 40.5%의 분포를 차지해 일반 기업체의 경우와 동일하게 여성에게 요구하는 학력수준이 남성보다 낮게 나타났다.

신규 채용시 요구하는 학력은 일반 기업체와 디자인 전문회사 모두 대학과 전문대 수준의 학력을 요구하고 있으며, 남성은 대졸을 여성은 전문대졸의 수준을 더 많이 요구하고 있음을 알 수 있다. 이는 여성의 능력수준을 남성보다 낮게 평가하고 있지 않음[그림 IV-2 참조]을 감안할 때, 여성 디자인인력의 활용이 저급한 수준에 머물러 있음을 알 수 있다.

<표 IV-19> 신규인력 채용시 요구 학력수준

단위 : 개소(%)

구 분	일반 기업체		디자인 전문회사		전체	
	남성	여성	남성	여성	남성	여성
고졸	-	2( 8.0)	3( 8.3)	-	3( 5.0)	2( 3.2)
디자인 전문학원 수료	-	-	2( 5.6)	3( 8.1)	2( 3.3)	3( 4.8)
전문대	11( 45.8)	11( 44.0)	9( 25.0)	16( 43.2)	20( 33.3)	27( 43.5)
대학	13( 54.2)	10( 40.0)	19( 52.8)	15( 40.5)	32( 53.3)	25( 40.3)
대학원 이상	-	-	1( 2.8)	-	1( 1.7)	-
학력을 고려하지 않음	-	2( 8.0)	2( 5.6)	3( 8.1)	2( 3.3)	5( 8.1)
계	24(100.0)	25(100.0)	36(100.0)	37(100.0)	60(100.0)	62(100.0)

지난 1년 동안 디자인 인력의 채용시 성별 선호여부를 조사하였는데, 일반 기업체는 성별에 관계없다는 응답이 54.2%였고, 여성을 선호한다는 응답이 35.6%였다. 일반 기업체의 여성 선호비율이 상대적으로 높게 나타난 것은 조사표본에서 다수를 차지하고 있는 의류 및 모피 제품 업종에서 여성을 선호하기 때문에 나타난 결과이다. 한편, 디자인 전문회사의 경우는 성별에 관계없다는 응답이 82.5%였고, 근소한 차이이긴 하나 남성 선호(12.3%)가 여성선호(5.3%)보다 다소 높게 나타났다. 이것은 디자인 전문회사의 조사표본 중 남성 인력이 다수인 제품 디자인 분야의 회사의 분포가 높기 때문에 나타난 결과이다. 이러한 결과는 전통적으로 여성이 다수를 차지했던 패션 분야에서는 여성을 선호하고 있으며, 여성의 진출이 미약했던 제품 분야에서는 남성을 선호하고 있어 디자인 분야별 성별 분리현상을 보여주고 있다.

<표 IV-20> 디자인 인력 채용시 성별 선호여부

단위 : 개소(%)

구 분	남성선호	상관없음	여성선호	계
일반 기업체	6(10.2)	32(54.2)	21(35.6)	59(100.0)
디자인 전문회사	7(12.3)	47(82.5)	3( 5.3)	57(100.0)
전체	13(11.2)	79(68.1)	24(20.7)	116(100.0)

**(3) 디자인 인력 구인 애로사항**

적합한 디자인 인력을 구하는데 어느 정도 어려움을 겪는가라는 질문에 대한 응답결과는 <표 IV-21>과 같다. 일반 기업체의 디자인 인력 충원시 어렵다(‘조금 어렵다’와 ‘매우 어렵다’의 합계)라는 응답은 70.7%로 매우 높게 나타났다. 디자인 전문회사의 경우에는 어렵다라는 응답이 66.2%로 일반 기업체에 비하여 4.5%p 낮게 나타났다. 디자인 분야 인력채용의 어려움은 공통적으로 안고 있는 문제라 할 수 있다.

<표 IV-21> 디자인 인력 충원의 어려움

단위 : 개소(%)

구 분	전혀 어렵지 않다	별로 어렵지 않다	보통이다	조금 어렵다	매우 어렵다	계
일반 기업체	1(0.9)	13(12.3)	17(16.0)	49(46.2)	26(24.5)	106(100.0)
디자인 전문회사	2(2.7)	10(13.5)	13(17.6)	35(47.3)	14(18.9)	74(100.0)
전체	3(1.7)	23(12.8)	30(16.7)	84(46.7)	40(22.2)	180(100.0)

<표 IV-21>에서 디자인 인력 충원이 어렵다고 응답한 기업에게, 디자인 인력 충원이 어려운 이유에 대해 질문하였다. 응답결과를 보면(표 IV-22), 전체적으로 ‘요구되는 실무중심 능력을 갖춘 인력이 적어서’와 ‘필요로 하는 자격요건을 갖춘 인력이 적어서’라는 두 가지 응답이 전체의 2/3를 넘는 76.4%로 나타나, 노동시장에서 수요에 부합하는 인력과 교육현장의 인력양성과의 거리

를 확인할 수 있다. 이를 기업형태별로 구분하여 보면, 일반 기업체의 경우 ‘요구되는 실무중심 능력을 갖춘 인력이 적어서’라는 응답이 39.2%로 가장 높았고, ‘필요로 하는 자격요건을 갖춘 인력이 적어서’가 29.7%, ‘근무조건이 맞지 않아서’가 18.9%로 나타났다. 디자인 전문회사의 경우는 ‘실무중심 능력을 갖춘 인력이 적어서’가 63.3%로 월등히 높았고, ‘자격요건을 갖춘 인력이 적어서’가 24.5%로 나타났다.

<표 IV-22>의 결과는 향후 디자인인력 채용 시, 실무능력을 갖춘 경력직을 선호하는 경향이 더욱 강화되리라는 것을 예상하게 한다. 또한 일반 기업체의 경우, 근무조건이 맞지 않아 채용이 어렵다는 응답도 18.9%로 나타나, 구인과 정에서 임금, 근로시간 등의 근무조건에 부합하는 인력을 구하는 것이 쉽지 않음을 알 수 있다. 디자인산업의 급변하는 시장환경을 감안할 때, 전문지식과 경험을 갖춘 인력의 수요는 계속해서 증가할 것이며, 이들을 확보하기 위한 기업의 투자도 확대될 것으로 전망된다.

<표 IV-22> 디자인 인력 총원의 어려움 이유

단위 : 개소(%)

구 분	일반 기업체	디자인 전문회사	전체
근무조건(보수, 근무시간 등)이 맞지 않아서	14( 18.9)	2( 4.1)	16( 13.0)
해당 전공자가 적어서	3( 4.1)	1( 2.0)	4( 3.3)
필요한 자격요건을 갖춘 인력이 적어서	22( 29.7)	12( 24.5)	34( 27.6)
요구되는 실무능력을 갖춘 인력이 적어서	29( 39.2)	31( 63.3)	60( 48.8)
지원하는 사람이 적어서	2( 2.7)	-	2( 1.6)
이직률이 높아서	2( 2.7)	2( 4.1)	4( 3.3)
디자인 인력채용 경험이 없었기 때문에	2( 2.7)	1( 2.0)	3( 2.4)
계	74(100.0)	49(100.0)	123(100.0)

#### (4) 여성 디자인 인력 활용 만족도

다음은 기업형태별 여성 디자인 인력 활용여부의 질문에 대한 응답결과이다(표 IV-23). 여성 디자인 인력을 활용하고 있지 않은 비율이 일반 기업체가

27.1%로 디자인 전문회사의 14.7%보다 높게 나타났다. 또한 <표 IV-24>의 여성 디자인 인력 활용만족도에서도 일반 기업체가 활용만족도가 디자인 전문회사보다 높게 나타난 점을 감안할 때, 여성 디자인 인력을 활용한 경험이 있는 기업은 여성에 대해 호의적으로 평가하고 있으나, 활용경험이 없는 기업도 상당부분 있는 것을 알 수 있다.

<표 IV-23> 여성 디자인 인력 활용여부

단위 : 개소(%)

구 분	활용하고 있다	활용하고 있지 않다	계
일반 기업체	78(72.9)	29(27.1)	107(100.0)
디자인 전문회사	64(85.3)	11(14.7)	75(100.0)
전체	142(78.0)	40(22.0)	182(100.0)

디자인 분야는 여성의 감수성과 창의성이 돋보이는 분야이며, 여성인력 배출규모가 큰 것에 반해 여성인력을 활용하고 있지 않은 기업의 비율이 27.1% (일반 기업체)나 분포하고 있는 것을 볼 때, 디자인 분야의 여성인력 활용에 대한 노동시장의 제약이 크다는 것을 반영하고 있다.

<표 IV-24> 여성 디자인 인력 활용만족도

단위 : 개소(%)

구 분	매우 불만족	불만족하는 편	그저 그렇다	만족하는 편	매우 만족	계
일반기업체	3(3.8)	4(5.1)	14(17.9)	49(62.8)	8(10.3)	78(100.0)
디자인 전문회사	1(1.6)	-	19(29.7)	38(59.4)	6( 9.4)	64(100.0)
전체	4(2.8)	4(2.8)	33(23.2)	87(61.3)	14( 9.9)	142(100.0)

<표 IV-24>는 여성 디자인 인력을 활용하고 있는 기업에게 여성 디자인 인력에 대한 활용 만족도를 조사한 결과이다. 일반 기업체의 만족한다(만족하는 편+ 매우 만족)의 응답은 73.1%, 디자인 전문회사의 경우는 68.6%로, 일반 기업체가 여성 디자인 인력 활용만족도가 4.5%p나 높게 나타났다.

여성 디자인 인력을 활용하고 있지 않은 기업에게 미활용 이유에 대한 질문

을 하였다. 응답결과, 남성에 비해 일반적 업무능력이 떨어진다가 20.5%, 이직률이 높아져가 20.5%, 결혼, 출산 등으로 인해 업무 집중도가 낮아져가 17.9%, 지원하는 여성이 없어서가 17.9%, 해당 전공자가 적어서 15.4%의 순으로 나타났다.

기업형태별로 살펴보면, 일반 기업체의 경우는 업무 집중도가 낮다, 남성에 비해 업무능력이 떨어진다, 이직률이 높다, 지원하는 여성이 없다라는 응답이 높게 나타났다. 디자인 전문회사의 경우는 조사지에서 제시한 각각의 미활용 이유에 대해 비슷한 응답비율을 보이고 있으나, 표본이 작아 해석상의 어려움이 있다.

<표 IV-25> 여성 디자인 인력 미활용 이유

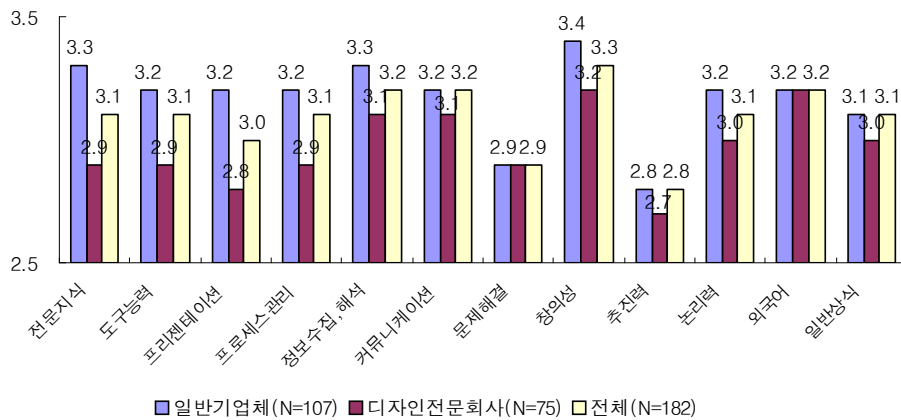
단위 : 개소(%)

구 분	일반 기업체	디자인 전문회사	전체
결혼, 출산 등으로 업무의 집중도가 낮아서	6( 21.4)	1( 9.1)	7( 17.9)
남성에 비해 일반적인 업무능력이 떨어진다고 생각되어서	6( 21.4)	2( 18.2)	8( 20.5)
이직률이 높기 때문에	6( 21.4)	2( 18.2)	8( 20.5)
해당 전공자가 적어서	3( 10.7)	3( 27.3)	6( 15.4)
지원하는 여성이 없어서	6( 21.4)	1( 9.1)	7( 17.9)
기타	1( 3.6)	2( 18.2)	3( 7.7)
계	28(100.0)	11(100.0)	39(100.0)

[그림 IV-2]는 디자인 직종에 필요한 전문지식과 능력에 대해 여성인력을 평가하도록 한 결과이다. 이 질문에서는 여성인력을 남성과 비교하여 평가하도록 하였는데, 다음 항목에 대해 여성의 능력이 남성에 비해 많이 떨어진다가(1점), 비슷하다(3점), 많이 낮다(5점)까지로 5점 척도 내에서 응답하도록 하였다. [그림 IV-2]는 각 항목에 대한 평균값을 제시한 결과이다.

응답결과를 보면, 일반기업체의 여성인력에 대한 평가가 디자인 전문회사보다 모든 항목에서 남성에 비해 높거나, 남성과 동일하게 나타났다. 이는 <표 IV-24>의 결과에서와 같이, 일반 기업체의 여성 디자인 인력 활용만족도가 디자인 전문회사보다 높게 나타난 결과를 반영하고 있다.

기업형태별로 살펴보면, 일반 기업체의 경우는 추진력 2.8점, 문제해결능력 2.9점을 제외하고는 모든 항목에서 3점 이상의 점수를 나타냈다. 이는 <표 IV-25>의 여성인력 미활용 이유에서 ‘남성에 비해 일반적 업무능력이 떨어진다’라는 응답비율이 가장 높게 나타난 것과 모순되는 결과이다. 즉 여성이 남성보다 능력이 떨어질 것이라는 스테레오타입에 의해 여성인력의 활용을 꺼리고 있음을 알 수 있다. 디자인 전문회사의 경우에서도 창의성, 외국어, 정보수집 및 해석능력, 커뮤니케이션 능력, 논리력, 일반상식에서 3점 이상의 점수를 보였고, 전문지식, 도구능력, 프레젠테이션 능력, 관리능력, 문제해결능력, 추진력에서 3점 이하의 점수를 나타냈다. 특히 창의성은 3.4점으로 가장 높은 점수를 보였다.



[그림 IV-2] 여성 인력에 대한 평가

일반 기업체와 디자인 전문회사에서 공통적으로 높은 점수를 보인 항목은 창의성으로 각각 3.4점과 3.2점을 나타냈다. 공통적으로 낮은 점수를 보인 항목은 추진력으로 일반 기업체는 2.8점, 디자인 전문회사는 2.7점을 차지했다. 문제해결능력도 공통적으로 낮은 점수를 보인 항목으로 각각 2.9점이었다.

디자인 직종에서 필요한 전문지식과 능력들을 포함한 여성 인력에 대한 평가결과, 12개 항목 중 추진력과 문제해결능력의 2개 항목을 제외한 10개 항목

에서 여성의 능력이 남성과 동일하거나 남성보다 높게 평가되고 있음을 알 수 있다. 이는 여성인력의 저활용 이유가 업무능력보다는 다른 요인에 의한 것임을 보여주는 결과이다. 따라서 여성인력의 경력개발 장애요인인 출산, 육아 등에 대한 지원을 통하여 섬세함과 창의성이 강조되는 디자인 분야에서 여성의 강점이 제대로 활용될 수 있도록 해야 할 것이다. 또한 전통적으로 여성에게 부족하다고 지적되어온 추진력과 문제해결능력이 디자인 분야의 여성 인력에게도 예외가 아닌 것으로 나타났다. 노동시장에서의 여성 진출이 활발해지는 요즘, 이러한 문제를 해결하기 위해서는 정규 교육과정에서의 접근이 필요할 것이다.

### 3. 디자인 인력수요 전망 및 정부의 정책적 지원 요구

향후 2년 내 디자인 인력에 대한 채용 계획이 있느냐는 질문에 전체의 53.8%가 채용 계획이 있다고 밝혔다. 일반 기업체의 경우 46.7%가 채용 계획이 있다고 응답하였고, 디자인 전문회사는 64.0%가 채용 계획이 있다고 응답하였다. 이와 같은 결과는 향후 2년 내 일반 기업체보다 디자인 전문회사의 디자인 인력 채용전망이 높다는 것을 말해주고 있다. 이것은 디자인 전문회사의 규모가 5인 미만 업체가 97%인 점을 감안할 때, 소규모 기업에서의 노동력이 동비율이 높은 점에서 원인을 찾을 수 있다.

<표 IV-26> 향후 2년 내 디자인 인력 채용계획

단위 : 개소(%)

구 분	충원할 계획이 있다	충원할 계획이 없다	계
일반 기업체	50(46.7)	57(53.3)	107(100.0)
디자인 전문회사	48(64.0)	27(36.0)	75(100.0)
전체	98(53.8)	84(46.2)	182(100.0)

향후 2년 동안 디자인 인력을 채용할 계획이 있는 경우, 선호하는 고용형태 및 경력요구에 대한 응답결과는 <표 IV-27>과 같다. 고용형태는 정규직을 채용하겠다고 응답한 비율이 95%이상으로 대부분의 기업에서 정규직을 선호하



는 것으로 나타났다. 이는 기업에서 디자인 인력을 정규직으로 채용하여 디자인 전문성을 제고하고자 하는 인식이 높아졌기 때문인 것으로 볼 수 있다.

<표 IV-27> 향후 디자인 인력 채용시 선호하는 고용형태

단위 : 개소(%)

일반 기업체			디자인 전문회사		
정규직	비정규직	계	정규직	비정규직	계
42(95.5)	2(4.5)	44(100.0)	42(100.0)	-	42(100.0)

<표 IV-28>에서는 향후 2년 동안 디자인 인력을 채용할 계획이 있는 경우, 선호하는 경력형태를 조사한 결과이다. 일반 기업체의 경우, 경력직 선호하는 비율이 75.0%였으며, 디자인 전문회사는 80.4%였다. 이는 노동시장에서 요구하는 디자인 인력은 해당 분야에서 경험을 쌓은 인력으로서 여성 디자인 인력의 초기진입을 위한 직업경험의 기회 확보가 매우 중요하다는 것을 알 수 있다.

<표 IV-28> 향후 디자인 인력 채용시 선호하는 경력형태

단위 : 개소(%)

일반 기업체			디자인 전문회사		
신규직	경력직	계	신규직	경력직	계
11(25.0)	33(75.0)	44(100.0)	9(19.6)	37(80.4)	46(100.0)

<표 IV-29>는 향후 2년 동안 디자인 인력을 채용할 계획이 있는 경우, 선호하는 성별에 대한 응답결과이다. 이 결과는 <표 IV-20>의 지난 1년 동안의 디자인 인력 채용시 성별 선호여부 결과와 유사한 분포를 보이고 있다. 일반 기업체의 경우 58.1%가 성별에 무관하다고 응답하였다. 또한 여성을 선호한다는 응답이 30.2%로 나타났는데, 이것은 의류 및 모피제품 업종의 기업이 다수를 차지하고 있기 때문에 나타난 결과이다. 디자인 전문회사의 경우는 성별에 무관하다는 응답이 79.5%로, 디자인 전문회사가 일반 기업체보다 향후 인력 채용시 성별에 무관하게 채용하겠다는 응답비율이 21.4P나 높게 나타났다. 이는

디자인 전문회사의 경우, 일반 기업체에 비해 낮은 보수로 인해 남성 지원자가 적기 때문에 성별에 관계없이 인력을 채용하기 때문에 나타난 결과일 수 있다.

<표 IV-29> 향후 디자인 인력 채용시 선호하는 성별형태

단위 : 개소(%)

구 분	남성선호	상관없음	여성선호	계
일반 기업체	5(11.6)	25(58.1)	13(30.2)	43(100.0)
디자인 전문회사	6(13.6)	35(79.5)	3( 6.8)	44(100.0)
전체	11(12.6)	60(69.0)	16(18.4)	87(100.0)

<표 IV-30>은 향후 2년간 인력수요가 가장 증가할 것으로 예상되는 분야 2가지를 선택하도록 한 응답결과이다. 조사지에서 디자인분야를 제품, 시각, 환경, 공예, 포장, 멀티미디어 4분야로 대분류하고, 대분류를 각각 5-8개의 소분류로 구분하였다(부록의 설문지 참조).

<표 IV-30>은 총 43개의 디자인 소분류 분야 중, 일반 기업체와 디자인 전문회사의 응답결과에서 어느 한 쪽의 응답이 10.0%보다 높게 분포한 디자인 분야를 제시한 결과이다. 일반 기업체의 응답결과에서는 웹디자인이 22.8%로 가장 높게 나타났고, 광고디자인이 20.7%, 편집디자인과 컴퓨터 그래픽이 각각 14.1%, 생활용품과 전자제품이 각각 12.0%, CI/BI가 10.9%의 분포를 보였다. 디자인 전문회사에서 인력수요가 증가하리라고 응답한 디자인 분야는 정보통신기기가 26.8%, 광고디자인이 19.7%, 전자제품이 18.3%, 편집디자인이 15.5%, CI/BI와 사인시스템이 각각 11.3%의 분포를 차지했다. 일반 기업체와 디자인 전문회사에서 응답한 인력수요가 증가하리라 예상하는 디자인 분야는 다소 차이를 보여주고 있는데, 정보통신기기와 전자제품은 디자인 전문회사에서 높게 나타났고, 웹디자인과 컴퓨터 그래픽 분야는 일반 기업체에서 높게 나타났다.

&lt;표 IV-30&gt; 향후 2년간 인력수요 증가 예상 분야(다중응답)

단위: %

디자인 분야	일반 기업체 (N=92)	디자인 전문회사 (N=71)	전체 (N=163)
광고디자인	20.7	19.7	20.2
정보통신기기	9.8	26.8	17.2
웹디자인	22.8	5.6	15.3
전자제품	12.0	18.3	14.7
편집디자인	14.1	15.5	14.7
컴퓨터그래픽	14.1	8.5	11.7
CI/BI	10.9	11.3	11.0
비디오컴퓨터게임	12.0	8.5	10.4
생활용품	13.0	4.2	9.2
사인시스템	0	11.3	4.9

<표 IV-31>은 여성 디자인 인력 개발 및 활용을 위한 정부의 지원 정도에 대한 응답결과이다. 이 질문은 본 연구에서 조사된 여성인력 개발을 위한 지원방안들을 제시하여 각 항목들에 대한 정부지원의 필요정도를 확인하고자 한 것이다. 여성 디자인 인력 개발을 위해 정부가 지원해야 하는 항목들 중 보육을 위한 사회적 지원 확대가 84.4%(조금 필요하다와 매우 필요하다는 합)로 가장 높게 나타났다. 보육문제는 우리나라 여성인력 활용을 위해 시급히 개선되어야 할 문제로 디자인 분야에서도 가장 필요한 항목으로 뽑혔다. 다음으로 정부지원이 필요한 정도가 높은 항목은 재교육 지원(75.9%)이었고, 해외박람회 및 연수지원이 73.7%, 취업박람회의 디자인 분야 강화가 73.1%, 인턴쉽 강화가 69.7%, 구인.구직 연계 활성화가 69.0%의 순으로 높게 나타났다.

<표 IV-32>는 <표 IV-31> 결과의 평균값을 제시한 결과이다. 전체 응답결과에서, 가장 높은 필요정도를 보인 항목은 보육지원 확대(4.5점), 재교육 지원(4.37점), 해외박람회 및 연수지원(4.19점), 인턴쉽 활성화(4.16점), 취업박람회 강화(4.15점), 구인.구직 연계 활성화(4.10점)였다. 이를 기업형태별로 살펴

보면, 일반 기업체는 보육지원확대(4.48점)와 재교육 지원에 대한 요구가 4.42점으로 월등히 높게 나타났으며, 해외 박람회 및 연수지원(4.29점), 취업박람회 강화(4.22점), 인턴쉽 활성화(4.13) 등이 지원요구가 높은 항목으로 나타났다. 디자인 전문회사의 경우, 지원요구가 가장 높은 항목이 일반 기업체와 동일한 보육지원 확대(4.53점)와 재교육 지원(4.29점)이었고, 다음으로 인턴쉽 활성화(4.21), 여성유망직종발굴(4.16점) 등의 순으로 높게 나타났다. 기업에서 요구하는 디자인 분야 여성인력 개발을 위한 지원 필요성이 가장 높은 부분은 보육과 같은 여성인력 활용을 위한 사회 인프라 지원과 노동시장으로의 진입, 즉 취업관련 지원, 경력개발을 위한 재교육 및 연수관련 지원에 관한 것으로 나타났다.

<표 IV-31> 여성 디자인 인력 개발 및 활용을 위한 정부 지원 정도

단위: 개소(%)

	전혀 필요없다	별로 필요없다	보통이다	조금 필요하다	매우 필요하다	계
해외박람회 연수지원	3(1.7)	18(10.1)	26(14.5)	41(22.9)	91(50.8)	179(100.0)
취업박람회 디자인 분야 강화	2(1.1)	15( 8.4)	31(17.4)	56(31.5)	74(41.6)	178(100.0)
구인.구직 연계활성화	3(1.7)	10( 5.6)	42(23.7)	58(32.8)	64(36.2)	177(100.0)
재취업 지원	1(0.6)	16( 9.0)	46(25.8)	49(27.5)	66(37.1)	178(100.0)
재택근무 활성화	14(8.0)	28(16.1)	48(27.6)	45(25.9)	39(22.4)	174(100.0)
여성 유망 직종 발굴	3(1.7)	11( 6.3)	51(29.1)	40(22.9)	70(40.0)	175(100.0)
여성 디자인기업 지원	5(2.8)	17( 9.7)	45(25.6)	51(29.0)	58(33.0)	176(100.0)
여성 디자이너 창업 지원	4(2.3)	18(10.2)	43(24.3)	47(26.6)	65(36.7)	177(100.0)
재교육 지원	1(0.6)	10( 5.7)	31(17.8)	51(29.3)	81(46.6)	174(100.0)
인턴쉽 활성화	2(1.2)	8( 4.6)	43(24.6)	62(35.4)	60(34.3)	175(100.0)
여성 디자이너 네트워크 구축	7(4.0)	12( 6.9)	52(29.9)	56(32.2)	47(27.0)	174(100.0)
DB 구축	4(2.3)	11( 6.3)	56(32.2)	61(35.1)	42(24.1)	174(100.0)
성공사례 발굴.홍보	5(2.9)	14( 8.0)	52(29.7)	48(27.4)	56(32.0)	175(100.0)
보육 지원 확대	1(0.6)	6( 3.4)	21(11.7)	39(21.8)	112(62.6)	179(100.0)

〈표 IV-32〉 기업형태별 정부 지원정도 평균값

구 분	일반 기업체 (N=107)	디자인 전문회사 (N=75)	전체 (N=182)
해외박람회 연수지원	4.29	4.05	4.19
취업박람회 디자인 분야 강화	4.22	4.04	4.15
구인.구직 연계활성화	4.14	4.04	4.10
재취업 지원	4.07	3.97	4.03
재택근무 활성화	3.78	3.43	3.63
여성 유망 직종 발굴	4.10	4.16	4.13
여성디자인기업 지원	4.01	3.91	3.97
여성 디자이너 창업 지원	4.00	3.99	3.99
재교육 지원	4.42	4.29	4.37
인턴십 활성화	4.13	4.21	4.16
여성디자이너네트워크 구축	3.93	3.96	3.95
DB 구축	3.93	3.99	3.96
성공사례 발굴.홍보	4.00	3.95	3.98
보육 지원 확대	4.48	4.53	4.50

### 제3절. 여성 디자인 인력의 직업경험

이 연구는 여성 디자인 인력이 많이 배출되고 있음에도 활용되지 않고 있는 원인을 파악하기 위하여, 여성 디자인 인력이 직업세계에 들어서기까지 구직 과정과 그 이후의 직장생활에서 겪는 어려움을 조사하였다. 이를 통하여 전문 대학 이상의 교육을 받고 전문인력으로 성장할 가능성을 갖춘 여성 디자인 인력이 실제로 전문인력으로 성장할 수 있도록 지원하는데 필요한 정책대안의 방향과 내용을 모색하는데 활용하고자 한다.

## 1. 조사대상자의 특징

조사대상자는 남녀 디자이너 437명이며 조사대상자의 특성을 알아보기 위하여, 성별로 연령, 학력, 최종학력의 전공분야, 주력 담당 디자인 업무 분야를 분석하였다. 그 결과 파악된 조사대상자의 특성은 <표 IV-33>과 같다.

전체 조사대상자 가운데 여자가 244명으로 55.8%이며, 연령별로는 25-29세인 사람이 47.9%, 30-34세인 사람이 30.0%이다. 전체적으로 여성들의 연령이 남성들보다 낮다.

<표 IV-33> 조사대상자의 특징

단위: 명(%)

	전체	여자	남자	전체
연령별	20 - 24세	41( 16.9)	2( 1.0)	43( 9.9)
	25 - 29세	126( 51.9)	83( 43.0)	209( 47.9)
	30 - 34세	62( 25.5)	69( 35.8)	131( 30.0)
	35세 이 상	14( 5.8)	39( 20.2)	53( 12.2)
	계	243(100.0)	193(100.0)	436(100.0)
최종학력	고 등 학 교	14( 5.7)	20( 10.4)	34( 7.7)
	전 문 대 학	88( 36.1)	60( 31.1)	148( 33.9)
	대 학 교	133( 54.5)	95( 49.2)	228( 52.2)
	대학원 이상	9( 3.7)	18( 9.3)	27( 6.2)
	계	244(100.0)	193(100.0)	437(100.0)
전공	디 자 인	195( 79.9)	132( 70.2)	327( 75.7)
	예술 등 인접분야	22( 9.0)	35( 8.6)	57( 13.2)
	디자인과 무관	27( 11.1)	21( 11.2)	48( 11.1)
	계	244(100.0)	188(100.0)	432(100.0)
주력 업무 분야별	제 품 디자인	52( 21.3)	73( 37.8)	125( 28.6)
	시 각 디자인	79( 32.4)	43( 22.3)	122( 27.9)
	환 경 디자인	18( 7.4)	10( 5.2)	28( 6.4)
	포 장 디자인	9( 3.7)	8( 4.1)	17( 3.9)
	멀티미디어 디자인	9( 3.7)	7( 3.6)	16( 3.7)
	섬유(패션) 디자인	48( 19.7)	34( 17.6)	82( 18.8)
	기 타	29( 11.9)	18( 9.3)	47( 10.8)
	계	244(100.0)	193(100.0)	437(100.0)

최종학력을 보면 대학교 졸업자(52.2%)와 전문대학 졸업자(33.9%)가 대부분이고 고졸자와 대학원 졸업자는 소수이다. 여성들이 남성들에 비하여 전문대학과 대학 졸업자 비중이 높아 전반적으로 학력수준이 더 높지만 대학원 이상 학력자의 비중은 남성들에게서 더 높다.

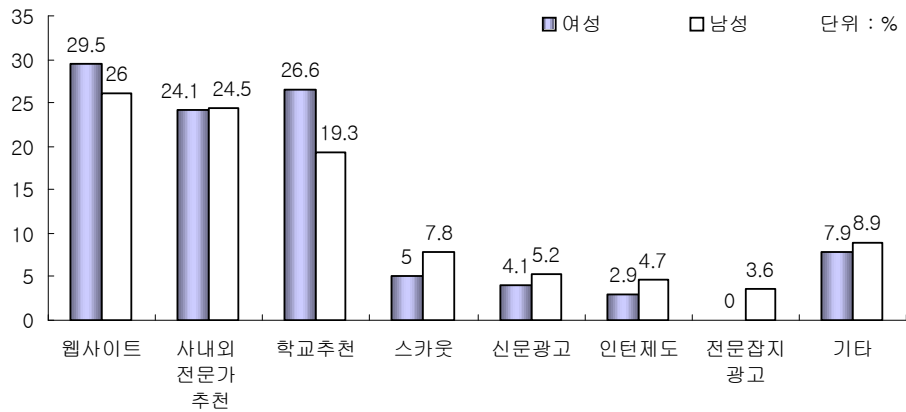
주력하고 있는 담당 업무가 제품디자인인 사람이 28.6%, 시각디자인인 사람이 27.9%, 섬유디자인인 사람이 18.8%이며, 나머지는 포장, 공예, 환경, 멀티미디어디자인 등 다른 분야에서 일하고 있다.

## 2. 구직과정

### 가. 취업 경로

디자인 분야 근로자들이 처음 정규직으로 취업한 경로는 웹사이트(27.9%), 사내외 전문가 추천(24.2%), 학교추천(23.3%)이 많은 편이었고, 스카웃(6.2%), 신문광고(4.6%), 인턴제도(3.7%), 전문잡지 광고(1.6%)를 통한 취업은 그다지 많은 편이 아니다(그림 IV-3의 표 참조).

성별에 따른 취업경로의 차이를 살펴보면, 여성은 남성에 비하여 웹사이트(29.5%)와 학교추천(26.6%)으로 취업하는 경우가 더 많았고, 남성은 사내외 전문가 추천(24.5%)이나 스카웃(7.8%), 신문광고(5.2%), 인턴제도(4.7%)를 통해 취업하는 경우가 상대적으로 더 많았다. 이러한 조사결과는 여성들의 취업 통로가 웹사이트와 학교추천에 집중되어 있어 남성들에 비하여 취업통로를 다양하게 활용하지 못하고 있음을 보여준다. 특히, 사내외 전문가 추천이나 스카웃과 같이 사회적 관계망을 활용하는데 뒤떨어지고 있다.



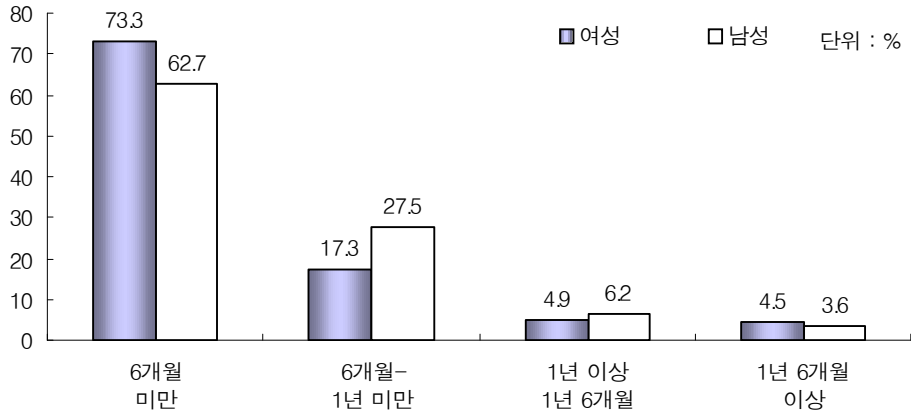
단위 : 명(%)	여성	남성	전체
웹사이트	71( 29.5)	50( 26.0)	121( 27.9)
사내외 전문가 추천	58( 24.1)	47( 24.5)	105( 24.2)
학교 추천	64( 26.6)	37( 19.3)	101( 23.3)
스카웃	12( 5.0)	15( 7.8)	27( 6.2)
신문광고	10( 4.1)	10( 5.2)	20( 4.6)
인턴제도	7( 2.9)	9( 4.7)	16( 3.7)
전문잡지광고	-	7( 3.6)	7( 1.6)
기타	19( 7.9)	17( 8.9)	36( 8.3)
계	241(100.0)	192(100.0)	433(100.0)

[그림 IV-3] 디자인 분야에서 정규직 취업경로

#### 나. 정규직 취업에 걸린 시간

디자인 분야 근로자들이 졸업 후 처음 정규직으로 취업하기까지 걸린 기간은 6개월 미만인 68.6%로 가장 많았고, 그 다음이 6개월 이상-1년 미만(21.8%)이었다. 한편, 1년 이상-1년 6개월 미만이 5.5%, 1년 6개월 이상이 4.1%로 나타났다(그림 IV-4 참조). 기간 구분은 1년 6개월 이상 3년 미만과 3년 이상으로 세분하여 조사하였으나, 3년 이상이라고 응답한 경우가 매우 소수(7명)이므로 그림에서는 두 기간을 합하여 제시하였다. 대부분의 근로자들이 졸업후 6개월 미만에 정규직으로 취업했다는 사실은 학교에서 직장으로서의 이동과정에서 기간제나 파트타임제 고용이 크게 일반화되지 않았다는 것을 보여준다.





단위 : 명(%)	6개월 미만	6개월-1년미만	1년 이상-1년 6개월 미만	1년 6개월 이상	계	통계량
여성	178(73.3)	42(17.3)	12(4.9)	11(4.5)	243(100.0)	X <sup>2</sup> =7.392 df=3 p= .060
남성	121(62.7)	53(27.5)	12(6.2)	7(3.6)	193(100.0)	

[그림 IV-4] 정규직 취업까지 걸린 시간

졸업 이후까지 걸린 시간을 성별로 구분하여 보면, 전체적으로 남성보다는 여성이 빠른 기간 내에 정규직으로 취업하였음을 알 수 있다. 예를 들면, 졸업 후 6개월 이내에 정규직으로 취업한 사람은 여성이 73.3%인데 비하여 남성은 62.7%이다. 성별에 따라 정규직 취업에 걸린 시간의 차이는 통계적으로 크게 의미있는 수준은 아니지만, 일반적으로 여성들이 남성들에 비하여 취업에 어려움을 겪는다는 점을 고려할 때 매우 특이한 결과라고 보여진다.

그 이유를 파악하기 위하여 연령구분, 최종학력, 전공분야를 매개변수로 설정하고 각 변수의 하위집단별로 성별에 따라 정규직 취업에 걸린 기간을 분석하였지만 통계적으로 의미있는 결과를 얻지는 못하였다. 따라서 연령, 학력, 전공에 관계없이, 일반적으로 여성들이 남성들에 비하여 빨리 정규직으로 취업하고 있다고 볼 수 있다. 취업에 불리한 위치에 있는 여성들이 보다 빠른 기

간에 정규직에 취업하는 이유에 대하여는 보다 정확한 조사와 분석이 이루어져야 하겠지만, 그 이유들 중 하나로 취업난이 심한 여성들이 남성들에 비하여 근로조건이 나쁜 경우에도 취업기회를 받아들이기 때문일 가능성을 생각해 볼 수 있다.

#### 다. 구직을 위한 노력 정도

정규직으로 취업하기까지 구직을 위하여 노력한 정도를 조사한 결과, 전체의 64.3%가 구직을 위해 노력했다고 응답한 반면 11.5%는 노력하지 못했다고 응답하였다. 여성(68.0%)이 남성(59.3%)보다 노력했다는 응답이 더 많기는 하지만 통계적으로 유의미한 차이는 되지 않았다.

<표 IV-34> 첫 번째 정규직을 얻기까지 구직을 위해 노력한 정도

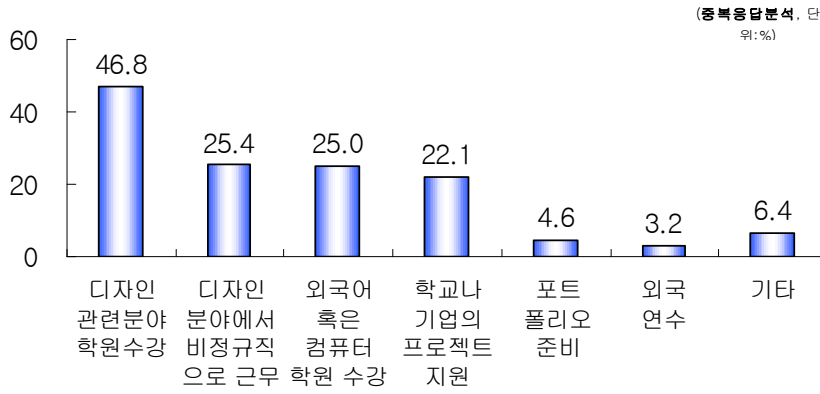
단위 : 명(%)

	여성	남성	전체
매우 노력했다	29( 11.9)	31( 16.1)	60( 13.8)
노력한 편이다	137( 56.1)	83( 43.2)	220( 50.5)
그저 그렇다	56( 23.0)	50( 26.0)	106( 24.3)
노력을 못한 편이다	16( 6.6)	21( 10.9)	37( 8.5)
전혀 노력을 못했다	6( 2.5)	7( 3.6)	13( 3.0)
계	244(100.0)	192(100.0)	436(100.0)

$X^2=8.330$   $df=4$   $p= .080$

#### 라. 구직 준비 방법

정규직으로 취업하기까지 구직을 위하여 노력하였다는 응답자들(280명)을 대상으로, 구체적으로 어떤 노력을 했는가를 알아보았다. [그림 IV-5]의 7가지 선택지를 주고 해당사항에 모두 표시하도록 한 결과, 디자인 관련 분야의 학원 수강이 46.8%로 가장 많았고, 그 다음이 디자인 분야에서 비정규직으로 근무(25.4%), 외국어 혹은 컴퓨터 학원 수강(25.0%), 학교나 기업의 프로젝트 지원(22.1%), 포트폴리오 준비(4.6%), 외국연수(3.2%) 순이었다.



[그림 IV-5] 구직 준비 방법

성별로 구직준비방법의 차이를 살펴보면, 응답자 280명 중 여성이 166명이고 남성이 114명인데, 여성들(51.2%)이 남성(40.4%)에 비하여 디자인 관련분야의 학원에서 수강했다는 응답이 상대적으로 많다. 반면에 외국어 혹은 컴퓨터 학원 수강(여성 21.7%, 남성 29.8%), 학교나 기업의 프로젝트 지원 경험(여성 19.3%, 남성 26.3%)이 있다는 응답자의 비율은 여성에게서 상대적으로 적게 나타났다.

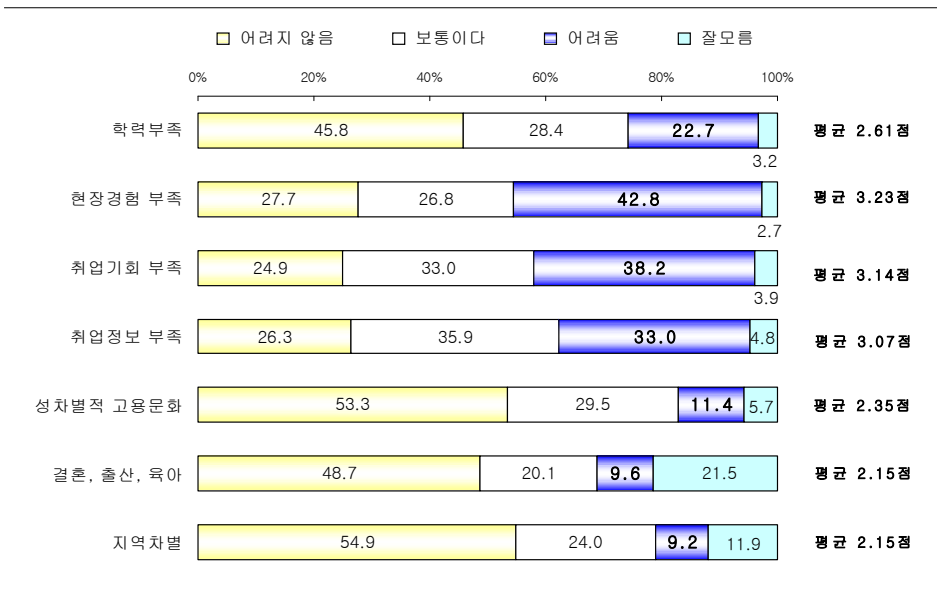
<표 IV-35> 구직 준비 방법

단위 : 명(%)

	디자인 관련분야 학원수강	디자인 분야 비정규직 근무	외국어 혹은 컴퓨터 학원 수강	학교나 기업의 프로젝트 지원	포트폴리오 준비	외국연수	기타
여성 (응답자수=166)	85(51.2)	43(25.9)	36(21.7)	32(19.3)	8(4.8)	3(1.8)	6( 3.6)
남성 (응답자수=114)	46(40.4)	28(24.6)	34(29.8)	30(26.3)	5(4.4)	6(5.3)	12(10.5)

마. 정규직 취업의 장애요인

디자인 분야 근로자들이 정규직 디자이너로 취업하는 데 장애요인으로 작용하는 것을 알아보기 위하여 [그림 IV-6]에서와 같이 7개 항목을 주고 각 항목마다 어느 정도 어려움을 겪었는가를 5점 척도로 조사하였다. [그림 IV-6]에서는 “매우 어려웠다”와 “조금 어려웠다”에 응답한 경우 “어려움”으로 “별로 어렵지 않았다”와 “전혀 어렵지 않았다”에 응답한 경우 “어렵지 않음”으로 표시하였고, 그래프의 오른쪽 평균은 “전혀 어렵지 않았다”를 1점으로 “매우 어려웠다”를 5점으로 하였을 때 전체 응답자의 평균값이다.



[그림 IV-6] 정규직 취업의 장애요인

전체적으로 여러 항목 중 가장 어려운 점으로 꼽은 것은 현장 경험 부족(평균 3.23점)이었고, 그 다음이 취업기회 부족(평균 3.14점), 취업정보 부족(평균 3.07점)순이었다. 반면, 상대적으로 어려움이 덜 했던 부분으로는 결혼, 출산, 육아(평균 2.15점)와 지역차별(평균 2.15점)인 것으로 조사되었다. 여성들만을

따로 볼 경우에도, 결혼, 출산, 육아로 인한 문제와 지역차별 문제는 다른 요인에 비하여 상대적으로 어려움이 적었다. 이 두 항목에서 어려움을 겪었다는 응답은 여성들 가운데 각각 17.5%와 10.7%에 불과하며, 현장경험부족(48.1%)과 취업기회부족(42.9%)이 단연 가장 큰 문제가 되고 있다(표 IV-36).

<표 IV-36> 정규직 취업의 장애요인

단위 : 명(%)

		전혀 어렵지 않았다	별로 어렵지 않았다	보통이다	조금 어려웠다	매우 어려웠다	계	통계량
학력부족	여성	48(20.1)	74(31.0)	62(25.9)	48(20.1)	7( 2.9)	239(100.0)	X <sup>2</sup> =5.241 df=4 p=.263
	남성	34(18.5)	44(23.9)	62(33.7)	35(19.0)	9( 4.9)	184(100.0)	
현장경험 부족	여성	10( 4.2)	54(22.6)	60(25.1)	78(32.6)	37(15.5)	239(100.0)	X <sup>2</sup> =8.368 df=4 p= .079
	남성	18( 9.7)	39(21.0)	57(30.6)	51(27.4)	21(11.3)	186(100.0)	
취업기회 부족	여성	16( 6.7)	40(16.8)	80(33.6)	83(34.9)	19( 8.0)	238(100.0)	X <sup>2</sup> =7.139 df=4 p= .129
	남성	22(12.1)	31(17.0)	64(35.2)	46(25.3)	19(10.4)	182(100.0)	
취업정보 부족	여성	14( 6.0)	40(17.0)	87(37.0)	70(29.8)	24(10.2)	235(100.0)	X <sup>2</sup> =10.352 df=4 p= .035
	남성	21(11.6)	40(22.1)	70(38.7)	40(22.1)	10( 5.5)	181(100.0)	
성차별적 고용문화	여성	42(18.0)	80(34.3)	72(30.9)	33(14.2)	6( 2.6)	233(100.0)	X <sup>2</sup> =16.486 df=4 p= .002
	남성	52(29.1)	59(33.0)	57(31.8)	7( 3.9)	4( 2.2)	179(100.0)	
결혼, 출산, 육아	여성	69(35.6)	40(20.6)	51(26.3)	26(13.4)	8( 4.1)	194(100.0)	-
	남성	65(43.6)	39(26.2)	37(24.8)	3( 2.0)	5( 3.4)	149(100.0)	
지역차별	여성	77(35.6)	59(27.3)	57(26.4)	20( 9.3)	3( 1.4)	216(100.0)	-
	남성	59(34.9)	45(26.6)	48(28.4)	12( 7.1)	5( 3.0)	169(100.0)	

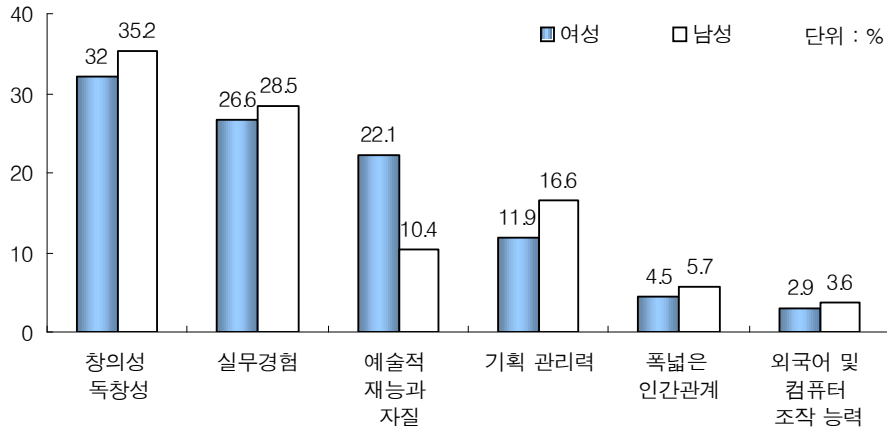
정규직 취업의 장애요인으로 작용하는 정도가 성별에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 보인 항목은 취업정보 부족과 성차별적 고용문화이다. 취업정보 부족으로 어려움을 겪었다는 경우는 여성(40.0%)이 남성(27.6%)보다 12.4% 포인트 더 많고, 성차별적 고용문화로 인해 어려움을 겪었다는 경우는 여성이 남성에 비하여 10.7% 포인트 더 많다. 이 밖에 현장경험 부족은 비록

통계적으로 유의미한 차이를 보이지는 않았으나, 여성이 남성에 비해 어려움을 겪은 경우가 9.4% 포인트 더 높게 나타났다. 이와 같은 결과는 이들 세 가지 항목이 여성 디자이너들이 남성들에 비해 취업 시 상대적으로 더 큰 어려움을 주는 요인임을 보여주는 것이다. 이와 더불어 결혼·출산·육아로 인한 어려움을 호소한 여성디자이너도 17.5%에 달해 여성 디자이너의 취업 시 적지 않은 장애요인으로 작용하는 것으로 나타났다.

#### 바. 전문 디자이너로 성공하기 위한 조건

디자인 분야 근로자들은 대학에서 디자인을 전공한 졸업생이 전문 디자이너로 성공하기 위해 갖추어야 할 가장 중요한 조건으로 창의성과 독창성(33.4%), 실무경험(27.5%)을 많이 꼽았다. 그 다음으로 예술적 재능과 자질(16.9%), 기획 관리력(14.0%) 순이었고, 폭넓은 인간관계(5.0%) 외국어 및 컴퓨터 조작능력(3.2%)이 중요하다고 응답한 근로자는 소수에 불과했다(그림 IV-7).

여성들은 남성들에 비하여 예술적 재능과 자질이 가장 중요하다는 응답이 상대적으로 매우 많았고, 다른 조건에 관해서는 남성들에 비하여 상대적으로 적게 응답하였다. 특히 기획 관리력이 가장 중요하다는데에 남성들은 16.6%가 동의하였으나 여성들은 11.9%만이 동의하였다. 이러한 차이는 통계적으로도 유의미한 것으로 분석되었다. 전문가 면접조사에서 여성디자이너들에게 가장 부족한 점이 기획관리력과 폭넓은 인간관계라는 점이 지적된 바 있는데, 이러한 지적은 여성 디자이너들의 위와 같은 인식을 반영하는 것으로 해석된다.



단위 : 명(%)	여성	남성	전체
창의성 독창성	78( 32.0)	68( 35.2)	146( 33.4)
실무경험	65( 26.6)	55( 28.5)	120( 27.5)
예술적 재능과 자질	54( 22.1)	20( 10.4)	74( 16.9)
기획 관리력	29( 11.9)	32( 16.6)	61( 14.0)
폭넓은 인간관계	11( 4.5)	11( 5.7)	22( 5.0)
외국어 및 컴퓨터 조작 능력	7( 2.9)	7( 3.6)	14( 3.2)
계	244(100.0)	193(100.0)	437(100.0)

$\chi^2=11.492$  df=5 p= .042

[그림 IV-7] 전문디자이너로 성공하기 위해 가장 중요한 조건

#### 사. 디자인 전공교육의 실용성

전문대학 이상 고등교육기관에서 이루어지는 디자인 전공교육이 취업후 실무에 도움이 되었는가를 알아보기 위하여, 조사대상자 가운데 최종학력이 전문대학 이상이고 최종학력의 전공이 디자인인 조사대상자들(n=322명)만을 대상으로 조사내용을 분석하였다. 분석결과에 따르면, 고등교육 기관의 디자인 전공교육이 기대했던 것만큼 실무에 도움이 되지 않았다는 응답이 62.7%로 과반수 이상이며, 기대했던 것 이상으로 많은 도움이 되었다는 응답은 26.4%에 불과하다. 여성(28.5%)이 남성(23.3%)에 비하여 디자인 전공교육이 실무에

많은 도움이 되었다고 응답하기는 했지만, 통계적으로 유의미한 정도의 차이가 나지는 않았다.

<표 IV-37> 디자인 전공 교육이 실무에 도움이 된 정도

단위 : 명(%)

	기대했던 것 이상으로 많은 도움이 되었다	기대한 것만큼 별로 도움이 되지 않았다	모르겠다	합계	통계량
여성	55(28.5)	123(63.7)	15( 7.8)	193(100.0)	X <sup>2</sup> =5.134 df=2 p= .077
남성	30(23.3)	79(61.2)	20(15.5)	129(100.0)	
전체	85(26.4)	202(62.7)	35(10.9)	322(100.0)	

#### 아. 디자인 전공교육이 실무에 도움이 되지 않은 이유

디자인 전공교육이 실무에 도움이 되지 않은 경우, 그 이유를 조사하였더니 “취업 현장에서 하게 될 일에 대하여 정보제공을 받지 못했다(30.2%)”와 “기업체 현장실습 기회가 적었다(22.3%)”가 가장 많았고, 그 밖에도 “전공과목이 디자인 분야의 신기술을 반영하지 못했다(17.8%)”거나 교수진이 “현장실무에 어두웠다(12.4%)” “실기수업이 부실했다(10.9%)”는 등의 문제가 지적되었다. 반면에 “학교에 다닐 때 열심히 하지 않았다(4.0%)”는 개인적 이유를 든 사람은 매우 적었다.

성별에 따라 응답의 차이를 비교한 결과, 여성과 남성 간에 통계적으로 의미있는 차이가 발견되지는 않았지만 여성들(20.3%)은 남성들(13.9%)에 비하여 “전공과목이 디자인 분야의 신기술을 반영하지 못했다”는 이유를 많이 들었고, 남성들(17.7%)은 여성들(8.9%)에 비하여 “교수진이 현장실무에 어두웠다”는 응답을 많이 하였다.



&lt;표 IV-38&gt; 전공 교육이 실무에 도움이 되지 않은 이유

단위 : 명(%)

	여성	남성	전체
취업현장에서 하게 될 일에 대하여 정보제공을 받지 못했다	37( 30.1)	24( 30.4)	61( 30.2)
기업체 현장실습기회가 적었다	26( 21.1)	19( 24.1)	45( 22.3)
전공과목이 디자인분야의 신기술을 반영하지 못했다	25( 20.3)	11( 13.9)	36( 17.8)
실기수업이 부실했다	16( 13.0)	6( 7.6)	22( 10.9)
교수진이 현장실무에 어두웠다	11( 8.9)	14( 17.7)	25( 12.4)
학교 다닐때 열심히 하지 않았다	5( 4.1)	3( 3.8)	8( 4.0)
기타	3( 2.4)	2( 2.5)	5( 2.5)
계	123(100.0)	79(100.0)	202(100.0)

### 3. 직업경험

#### 가. 직업 만족도

디자인 분야 근로자의 55.2%가 자신의 직업에 대해 만족한다고 응답한 반면, 불만족이라고 응답한 근로자는 17.2%로 나타나 디자이너 직업에 대해 만족해하는 근로자들이 훨씬 더 많다. “매우 불만족이다”를 1점으로 “매우 만족한다”를 5점으로 하였을 때, 직업 만족도의 전체 평균 점수는 3.42점이다.

이를 성별로 살펴보면, 여성 근로자의 직업 만족도(3.51점)가 남성 근로자의 만족도(3.32점)보다 높다. 여성 근로자들은 “매우 만족한다”거나 “만족하는 편”이라고 응답한 경우가 전체의 58.2%인데 비하여, 남성 근로자들은 51.3%이다. 이러한 성별 직업 만족도의 차이는 직장형태별로 다소간의 차이가 있다. 즉, 남녀 모두 디자인 전문회사에 근무하는 경우에 일반 기업체보다 만족도가 더 높은 가운데, 디자인 전문회사 근로자들은 성별에 따라 직업 만족도의 차이가 크지 않은데 비하여 일반 기업체 디자인 부서 근로자들의 경우에는 남성(2.96점)보다 여성(3.41점)의 평균 만족도가 훨씬 크고, “만족하는 편”이거나 “매우 만족하는” 경우도 남성(38.1%)보다 여성(50.5%)이 훨씬 많다.

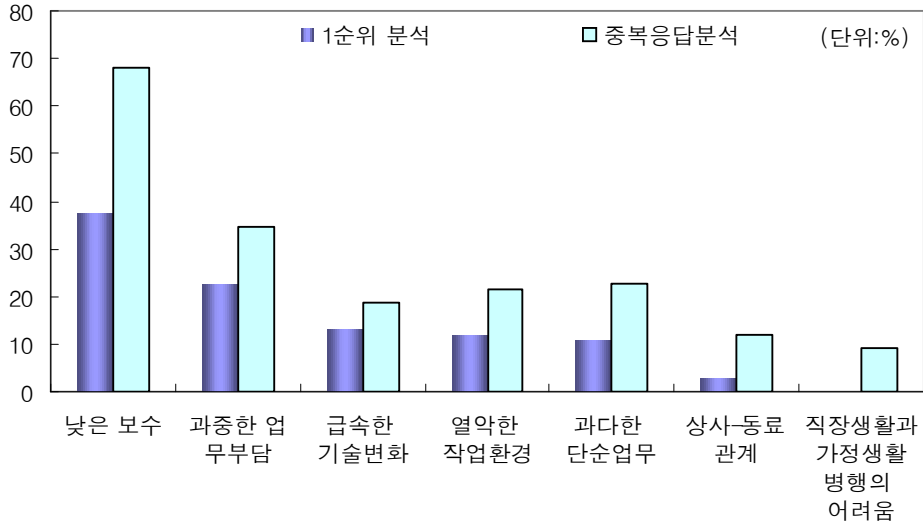
<표 IV-39> 직업에 만족하는 정도

단위 : 명(%)

		매우 불만족	불만족한 편이다	그저 그렇다	만족하는 편이다	매우 만족	합계	평균값
전체	전체	14(3.2)	61(14.0)	121(27.7)	208(47.6)	33( 7.6)	437(100.0)	3.42
	여성	2(0.8)	26(10.7)	74(30.3)	130(53.3)	12( 4.9)	244(100.0)	3.51
	남성	12(6.2)	35(18.1)	47(24.4)	78(40.4)	21(10.9)	193(100.0)	3.32
일반 기업체	여성	1(0.7)	14(10.4)	52(38.5)	64(47.4)	4( 3.0)	135(100.0)	3.41
	남성	9(9.8)	23(25.0)	25(27.2)	33(35.9)	2( 2.2)	92(100.0)	2.96
디자인 전문회사	여성	1(0.9)	12(11.0)	22(20.2)	66(60.6)	8( 7.3)	109(100.0)	3.62
	남성	3(3.0)	12(11.9)	22(21.8)	45(44.6)	19(18.8)	101(100.0)	3.64

주) 평균값은 “매우 불만족이다”를 1점, “매우 만족한다”를 5점으로 하여 구하였다.

나. 직업 불만족의 이유



[그림 IV-8] 직업에 대한 불만족의 이유

디자이너 직업에 대해 불만족해 하는 근로자(n=75)들은 그 이유로 1순위 분석에서 낮은 보수를 37.3%로 가장 많이 꼽았고, 그 다음으로 과중한 업무 부

담(22.7%), 급속한 기술 변화(13.3%), 열악한 작업 환경(12.0%), 과도한 단순 업무(10.7%), 상사동료 관계(2.7%)를 들었다. 중복응답분석(1순위+2순위)에서도 낮은 보수를 68.0%로 가장 많이 꼽았고, 그 다음으로 과중한 업무 부담(34.7%)을 들었다. 하지만 1순위분석과 달리 중복응답분석에서는 급속한 기술 변화(18.7%)보다는 과도한 단순 업무(22.7%)와 열악한 작업환경(21.3%)을 더 많이 꼽았다.

<표 IV-40> 직업에 대한 불만족 이유의 성별비교 (중복응답)

단위 : 명(%)

	여성 (응답자수=28)	남성 (응답자수=47)	전체 (응답자수=75)
과중한 업무부담	9(32.1)	17(36.1)	26(34.6)
급속한 기술변화	3(10.7)	11(23.4)	14(18.6)
열악한 작업환경	8(28.5)	8(17.0)	16(21.3)
과다한 단순업무	5(17.8)	12(25.3)	17(22.6)
낮은 보수	24(85.7)	27(57.4)	51(68.0)
상사-동료관계	3(10.7)	6(12.7)	9(12.0)
직장생활과 가정생활 병행의 어려움	7(25.0)	-	7( 9.3)

중복응답한 결과를 성별에 따라 비교해 보면, 여성 근로자들은 낮은 보수, 직장생활과 가정생활 병행의 어려움, 열악한 작업환경에 대한 불만이 남성 근로자들에 비하여 월등히 높다. 디자이너 직업에 불만족하는 사례수(N=75명)가 많지 않기 때문에 조사의 신뢰성이 높지는 않지만, 여성 근로자들의 가장 큰 불만은 가정생활과 병행에서의 어려움으로 인한 것이라기보다 남성 근로자와 마찬가지로 낮은 보수와 과중한 업무부담, 열악한 작업환경 등으로 인한 것임을 알 수 있다. 본 조사에서는 개관적인 근로조건에 대한 조사를 실시하지 않았으므로, 실제로 여성 근로자들의 근로조건이 남성 근로자들의 근로조건보다 나쁘기 때문에 위와 같은 조사결과가 나왔는가를 확인할 수는 없다. 그렇지만 동일한 자격조건을 갖춘 여성들이 남성들에 비하여 보다 나쁜 근로조건에서 일하고 있을 가능성을 시사한다고 볼 수 있다.

#### 다. 디자이너 직업세계에서의 성차별

디자인 분야 근로자들은 승진과 임금에서 성차별이 가장 심한 것으로 느끼고 있고, 교육훈련에서의 성차별은 상대적으로 낮게 느끼고 있다. 성차별이 존재하는가에 대한 질문에 “전혀 그렇지 않다”는 대답에 1점, “매우 그렇다”는 대답에 5점을 부여하고 각 항목별로 평균값을 비교한 결과, 승진에서의 불평등이 3.04점으로 가장 높고, 다음으로 임금에서의 불평등이 2.97점, 업무배치에서의 불평등이 2.74점, 채용에서의 불평등이 2.72점이며, 교육훈련에서의 불평등은 2.53점으로 가장 낮았다. 각 항목에서 성차별이 존재하는가에 “조금 그렇다”와 “매우 그렇다”고 응답한 조사대상자의 비율은 승진 39.0%, 임금 35.2%, 채용 27.2%, 업무배치 26.3%, 교육훈련 14.8%이다.

여성 근로자들의 경우에도 승진(3.40점)과 임금(3.31점)에서의 불평등이 가장 많았는데, 남성 근로자들(승진 2.59점, 임금 2.54점)에 비하여 불평등 정도를 나타내는 평균점수가 월등히 높았다. 그 밖에 다른 항목에서도 여성 근로자들이 느끼는 불평등의 정도가 남성 근로자들이 느끼는 정도보다 높게 나타났다. 성차별을 느끼고 있는 근로자의 비율을 보면, 승진의 경우 남성은 20.0%인데 비하여 여성이 54.2%가 불평등을 느끼고 있고, 임금의 경우에는 남성은 18.3%가 불평등이 존재한다고 응답한 반면 여성은 49.0%가 그렇다고 응답하였다. 승진과 임금에서의 성차별에 대해서는 남성과 여성 간에 인식의 차이가 큰데 비하여, 채용의 경우에는 남성들도 성차별을 많이 인식하고 있다. 즉, 여성의 29.3%, 남성의 24.7%가 채용에서 성차별이 존재한다고 응답하였다.

&lt;표 IV-41&gt; 디자이너 직업세계에서의 성차별 정도

단위 : 명(%)

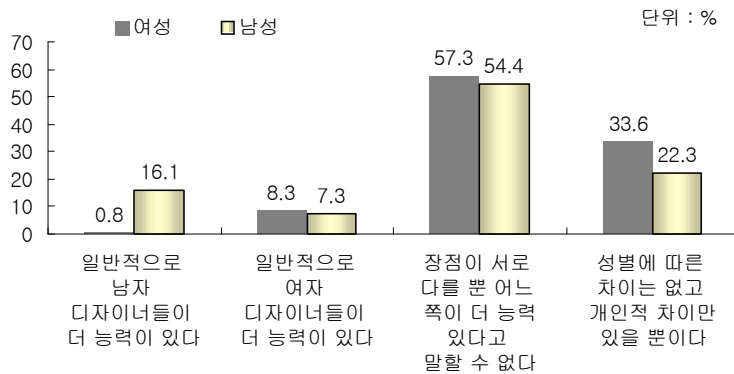
		전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다	계	평균값
채용	여성	25(10.5)	81(33.9)	63(26.4)	55(23.0)	15( 6.3)	244(100.0)	<b>2.81</b>
	남성	29(15.3)	65(34.2)	49(25.8)	43(22.6)	4( 2.1)	190(100.0)	<b>2.62</b>
	전체	54(12.6)	146(34.0)	112(26.1)	98(22.8)	19( 4.4)	437(100.0)	<b>2.72</b>
업무 배치	여성	22( 9.3)	80(33.8)	59(24.9)	65(27.4)	11( 4.6)	237(100.0)	<b>2.84</b>
	남성	21(11.1)	70(36.8)	63(32.2)	33(17.4)	3( 1.6)	190(100.0)	<b>2.62</b>
	전체	43(10.1)	150(35.1)	122(28.6)	98(23.0)	14( 3.3)	427(100.0)	<b>2.74</b>
교육 훈련	여성	22( 9.3)	77(32.5)	93(39.2)	41(17.3)	4( 1.7)	237(100.0)	<b>2.70</b>
	남성	41(21.7)	66(34.9)	64(33.9)	17( 9.0)	1( 0.5)	189(100.0)	<b>2.32</b>
	전체	63(14.8)	143(33.6)	157(36.9)	58(13.6)	5( 1.2)	426(100.0)	<b>2.53</b>
임금	여성	17( 7.2)	45(19.0)	59(24.9)	80(33.8)	36(15.2)	237(100.0)	<b>3.31</b>
	남성	36(18.8)	54(28.3)	66(34.6)	31(16.2)	4( 2.1)	191(100.0)	<b>2.54</b>
	전체	53(12.4)	99(23.1)	125(29.2)	111(25.9)	40( 9.3)	428(100.0)	<b>2.97</b>
승진	여성	15( 6.3)	42(17.6)	52(21.8)	90(37.8)	39(16.4)	238(100.0)	<b>3.40</b>
	남성	32(16.8)	54(28.4)	66(34.7)	35(18.4)	3( 1.6)	190(100.0)	<b>2.59</b>
	전체	47(11.0)	96(22.4)	118(27.6)	125(29.2)	42( 9.8)	428(100.0)	<b>3.04</b>

디자인 분야가 여성들이 많이 진출하는 분야이고, 배출되는 전체 인력에서 여성이 차지하는 비율이 70%를 차지하는 만큼, 성차별이 크게 존재하지 않을 것이라고 예상할 수도 있다. 실제로 본 연구과정에서 일군의 전문가들은 디자인 분야에서 성차별은 크게 찾아볼 수 없으며 존재한다 하더라도 다른 분야에 비하여 상대적으로 덜 심각할 것으로 예상하였다. 다른 분야와의 상대적인 비교를 할 수 있는 객관적인 자료가 없으므로 디자인 분야에서의 성차별 정도가 다른 분야보다 높다 혹은 낮다고 결론지을 수는 없지만, 위 조사결과에 비추어 볼 때 여성이 배출되는 인력의 대다수를 차지한다 하더라도 성차별의 문제가 없는 것은 아니라는 것을 알 수 있다.

#### 라. 성별에 따른 직업능력의 차이

디자인 분야 근로자들을 대상으로 경력이 유사한 남성과 여성 디자이너 간에 직업능력의 차이가 있다고 생각하는가를 조사한 결과, 성별에 따른 차이가

없고 개인적인 차이만 있다는 응답이 28.6% 이다. 나머지 근로자들은 어떤 방식으로든 성별에 따른 차이가 존재한다고 보고 있는데, 거의 대다수인 56.0%가 어느 쪽이 일반적으로 더 능력이 있다고 볼 수 없고 성별에 따라 장점이 서로 다르다고 응답하였으며, 7.8%는 일반적으로 여성들이 7.6%는 일반적으로 남성들이 더 능력이 있다고 응답하였다.



단위: 명(%)	여성	남성	전체
일반적으로 남자 디자이너들이 더 능력이 있다	2( 0.8)	31( 16.1)	33( 7.6)
일반적으로 여자 디자이너들이 더 능력이 있다	20( 8.3)	14( 7.3)	34( 7.8)
장점이 서로 다를 뿐 어느 쪽이 더 능력이 있다고 말할 수 없다	138( 57.3)	105( 54.4)	243( 56.0)
성별에 따른 차이는 없고 개인적인 차이만 있을 뿐이다	81( 33.6)	43( 22.3)	124( 28.6)
계	241(100.0)	193(100.0)	434(100.0)

[그림 IV-9] 성별에 따른 직업능력의 차이에 대한 인식

이 결과가 응답자의 성별에 따라 차이가 있는가를 분석한 결과, 여성(57.3%)이나 남성(54.4%) 모두 “성별에 따른 차이는 없고 개인적인 차이만 있을 뿐”이라는 응답을 가장 많았지만, 남성들(16.1%)의 경우에 “일반적으로 남

자 디자이너들이 더 능력이 있다”는 응답을 많이 하였다. 반면에 여성들이 “일반적으로 여성 디자이너들이 더 능력이 있다”고 응답한 경우는 8.3%에 불과하다.

마. 직장에서 핵심능력으로 인정 여부

직장에서 핵심능력으로 인정받고 있다고 생각하는가라는 질문에 대하여 44.2%의 근로자들이 “매우 그렇다” 혹은 “그런 편이다”라고 응답하였고, “전혀 그렇지 않다”거나 “그렇지 않은 편이다”는 응답은 12.2%였다. 특히 “매우 그렇다”라고 응답한 경우는 여성(2.5%)에 비하여 남성(17.7%)이 훨씬 더 많았고, 그 대신 여성들(51.2%)은 “그저 그렇다”라고 응답한 경우가 남성(33.9%)에 비하여 월등히 많았다. 성별에 따른 위와 같은 인식의 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다. 여성인력이 남성인력에 비하여 스스로 직장에서 핵심능력으로 인정받고 있다고 생각하는 비율이 적다는 것은, 질적 측면에서 여성 인력의 활용이 남성 인력의 활용 정도를 따르지 못하고 있음을 시사한다고 볼 수 있다.

<표 IV-42> 직장에서 핵심인력으로 인정받는 정도

단위 : 명(%)

	여성	남성	전체
매우 그렇다	6( 2.5)	34( 17.7)	40( 9.2)
그런 편이다	83( 34.3)	69( 35.9)	152( 34.8)
그저 그렇다	124( 51.2)	65( 33.9)	189( 43.2)
그렇지 않은 편이다	24( 9.9)	18( 9.4)	42( 9.6)
전혀 그렇지 않다	5( 2.1)	6( 3.1)	11( 2.5)
계	242(100.0)	192(100.0)	434(100.0)

$\chi^2=35.959$   $df=4$   $p= .000$

위의 조사 결과를 주력하고 있는 디자인 업무 분야별로 나누어 보아도, 모든 분야에서 여성인력이 핵심능력으로 인정받고 있는 정도가 낮게 나타났다. 그 중에서 조사대상자의 사례수가 분석결과에 신뢰성을 주기에 충분하다고

여겨지는 제품, 시각, 섬유 디자인 분야 근로자들의 응답을 각 분야별로 비교하였을 때도, 여성이 핵심능력으로 인정받는 정도가 더 높은 분야는 없었다. 핵심인력으로 인정받는가에 “그런 편이다”거나 “매우 그렇다”고 응답한 비율이, 제품 디자인에서는 여성 34.6% 남성 57.6%이고, 시각 디자인에서는 여성 41.8% 남성 61.9%로, 두 분야 모두에서 그 비율이 20% 포인트 이상 차이가 난다. 여성 근로자들이 많은 섬유 디자인 분야에서도 남성(44.2%)에 비하여 여성(37.5%)이 핵심인력으로 인정받는다고 인식하는 정도가 낮았으나 그 격차는 앞의 두 분야에 비하여 상대적으로 적었다(6.7% 포인트).

<표 IV-43> 주력 업무 분야별, 직장에서 핵심인력으로 인정받는 정도

단위 : 명(%)

	제품 디자인		시각 디자인		섬유 디자인		기타 디자인 분야	
	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성
매우 그렇다	1( 1.9)	18( 24.7)	3( 3.8)	8( 19.0)	1( 2.1)	4( 11.8)	1( 1.6)	4( 9.3)
그런 편이다	17( 32.7)	24( 32.9)	30( 38.0)	18( 42.9)	17( 35.4)	11( 32.4)	19( 30.2)	16( 37.2)
그저 그렇다	22( 42.3)	25( 34.2)	40( 50.6)	13( 31.0)	28( 58.3)	11( 32.4)	34( 54.0)	16( 37.2)
그렇지 않은 편이다	8( 15.4)	5( 6.8)	6( 7.6)	3( 7.1)	2( 4.2)	4( 11.8)	8( 12.7)	6( 14.0)
전혀 그렇지 않다	4( 7.7)	1( 1.4)	-	-	-	4( 11.8)	1( 1.6)	1( 2.3)
계	52(100.0)	73(100.0)	79(100.0)	42(100.0)	48(100.0)	34(100.0)	63(100.0)	43(100.0)

#### 바. 이직 경험과 이직 이유

디자인 분야는 발전 속도가 빠르고 기업 혹은 업체의 신설과 폐쇄가 잦은 분야이므로, 고용이 덜 안정적이고 근로자들의 이직 경험도 많을 것으로 예상되어, 여성 근로자들이 그러한 환경에서 이직경험을 얼마나 많이 하고 있는가를 조사하였다. 현 직장 이전에 타 직장에서 정규직으로 근무한 경험은 여성(64.3%)이 남성(58.5%)보다 많았다. 그러나 그 차이는 통계적으로 유의미한



정도는 되지 못하였다.

그러나 연령대별로 이직률을 비교하여 보면, 여성 근로자들의 이직률이 높다는 것이 통계적으로 유의미하다는 것을 알 수 있다. 남녀 모두 연령이 높을수록 타 직장 근무경력을 가진 사람이 많은데, 거의 모든 연령층에서 여성이 남성보다 타 직장 근무 경력을 가진 사람이 많은 것으로 조사되었다. 20-24세와 35세 이상인 조사대상자의 수는 성별 비교를 할 수 있을 만큼 충분하지 못하므로, 대부분의 조사대상자들이 속해 있는 25-29세와 30-34세 연령대만을 비교하기로 하자. 두 연령층 모두에서 여성 근로자의 이직률이 남성 근로자에 비하여 높게 나타난다. 25-29세의 경우 이직 경험을 가진 근로자가 여성의 65.1%인 반면 남성의 경우에는 44.6%이다. 또 30-34세 연령구간에서도 이직 경험을 가진 여성이 80.6%인데 비하여 남성은 65.2%에 불과하다. 이 두 연령대의 경우, 성별에 따른 이직 경험의 차이가 통계적으로 의미있는 것으로 분석되었다.

<표 IV-44> 이직 경험 유무

단위 : 명(%)

		여성	남성	전체	통계량
전체	있다	157(64.3)	113( 58.5)	270( 61.8)	X <sup>2</sup> =1.533 df=1 p= .216
	없다	87(35.7)	80( 41.5)	167( 38.2)	
	계	244(100.0)	193(100.0)	437(100.0)	
20-24세	있다	10(24.4)	1( 50.0)	11( 25.6)	-
	없다	31(75.6)	1( 50.0)	32( 74.4)	
	계	41(100.0)	2(100.0)	43(100.0)	
25-29세	있다	82(65.1)	37( 44.6)	119( 56.9)	X <sup>2</sup> =8.577 df=1 p= .003
	없다	44(34.9)	46( 55.4)	90( 43.1)	
	계	126(100.0)	83(100.00)	209(100.0)	
30-34세	있다	50(80.6)	45( 65.2)	95( 72.5)	X <sup>2</sup> =3.900 df=1 p= .048
	없다	12(19.4)	24( 34.8)	36( 27.5)	
	계	62(100.0)	69(100.0)	131(100.0)	
35세 이상	있다	14(100.0)	30( 76.9)	44( 83.0)	-
	없다	-	9( 23.1)	9( 17.0)	
	계	14(100.0)	39(100.0)	53(100.0)	

이러한 조사결과는 여성 근로자가 남성에 비하여 고용상태가 불안정한 직장에서 일하거나, 혹은 본인의 직업에 대한 기대와 현실적으로 얻을 수 있는 기회 간의 격차가 여성 근로자들에게서 더 크기 때문에 여성들이 남성들에 비하여 보다 나은 직장을 찾기 위한 이직을 더 많이 할 가능성을 시사한다.

한편, 주력하고 있는 디자인 분야별로 성별에 따른 이직 경험의 차이가 있는가를 분석해 본 결과, 제품과 시각 디자인 분야에서는 남성 근로자가 여성 근로자들보다 이직 경험이 많은 것으로 나타났으며, 섬유와 기타 디자인 분야에서는 여성 근로자들의 이직 경험이 더 많은 것으로 나타났다. 그러나 그 차이가 통계적으로 의미있는 정도로 큰 분야는 없었다(부표 \* 참조). 이는 주력하고 있는 디자인 분야가 여성의 높은 이직 경험률과 커다란 상관성이 없음을 시사한다.

현재 직장 이전에 타 직장에서 정규직으로 근무한 경력이 있는 사람들(n=270)만을 대상으로, 그들이 근무했던 직장이 디자인 분야의 직장이었는가를 분석한 결과, 거의 대부분인 90.4%가 디자인과 관련된 직장에 근무했던 것으로 나타났고, 디자인과 관련이 없는 곳에 근무했던 경우는 8.5%에 불과하였다. 이러한 결과는 성별에 따라 의미있는 차이가 없었는데, 여성 근로자의 경우에는 93.0%, 남성 근로자의 경우에는 86.7%가 이전 직장에서도 디자인 분야에서 일하였다.

<표 IV-45> 전 직장의 디자인 관련 여부

단위 : 명(%)

	여성	남성	전체
전적으로 관련이 있다	101( 65.6)	68( 60.2)	169( 63.3)
부분적으로 관련이 있다	45( 29.2)	30( 26.5)	75( 28.1)
관련이 없다	8( 5.2)	15( 13.3)	23( 8.6)
계	154(100.0)	113(100.0)	267(100.0)

$X^2=5.406$   $df=2$   $p= .067$

이직 경험이 있는 근로자들이 직장을 그만 둔 가장 큰 이유는 낮은 보수(21.6%), 과중한 업무부담(17.0%), 열악한 작업환경(15.9%)이며, 이 세 가지 이유

이외에 다른 이유들은 부차적인 것에 불과하였다. 다른 이유로는 상사-동료와의 관계(7.6%), 과다한 단순업무(7.2%), 새로운 분야의 일을 하고 싶어서(4.5%), 직장 과 가정생활 병행의 어려움(3.8%), 회사의 경영악화와 부도(3.4%), 급속한 기술 변화(2.3%), 학업(2.3%) 등이다. 성별에 따라 직장을 그만둔 이유를 비교하면, 남성들은 낮은 보수(29.1%) 문제가 압도적으로 많고, 여성들은 과중한 업무부담(23.4%) 과 열악한 작업환경(17.5%)이 가장 큰 이유이다. 직장과 가정생활 병행의 어려움 때문에 직장을 그만둔 경우는 성별에 따라 큰 차이가 없고 매우 소수이다.

<표 IV-46> 전 직장을 그만둔 주된 이유

단위 : 명(%)

	여성	남성	전체
과중한 업무부담	36( 23.4)	9( 8.2)	45( 17.0)
낮은 보수	25( 16.2)	32( 29.1)	57( 21.6)
열악한 작업환경	27( 17.5)	15( 13.6)	42( 15.9)
상사-동료 관계	14( 9.1)	6( 5.5)	20( 7.6)
과다한 단순업무	10( 6.5)	9( 8.2)	19( 7.2)
새로운 분야의 일을 하고 싶어서	8( 5.2)	4( 3.6)	12( 4.5)
직장과 가정생활 병행의 어려움	6( 3.9)	4( 3.6)	10( 3.8)
회사경영악화 또는 부도	5( 3.2)	4( 3.6)	9( 3.4)
학업	3( 1.9)	3( 2.7)	6( 2.3)
급속한 기술변화	3( 1.9)	3( 2.7)	6( 2.3)
기타	17( 11.0)	21( 19.1)	38( 14.4)
계	154(100.0)	110(100.0)	264(100.0)

사. 향후 이직 계획과 원하는 이직 형태

향후 이직 계획에서도 여성들(38.9%)이 남성들(24.4%)보다 직장을 옮길 예정 이라는 응답이 많았다. 반대로 이직 계획이 없다는 응답은 남성(38.9%)이 여성 (24.6%)보다 높다. 여성들이 직장을 옮길 계획이 많다는 사실은 일반 기업체나 디자인 전문회사에서 동일하게 나타났는데, 디자인 전문업체 근로자(27.1%)보다는 일반 기업체 근로자들(37.4%) 사이에서 직장을 옮길 계획이 있다는 응답이 더 많았다.

&lt;표 IV-47&gt; 향후 이직 의사 유무

단위 : 명(%)

		있다	없다	아직 잘 모르겠다	계	통계량
전체	여성	95(38.9)	60(24.6)	89(36.5)	244(100.0)	$X^2=14.158$ df=2 p= .001
	남성	47(24.4)	75(38.9)	71(36.8)	193(100.0)	
	전체	142(32.5)	135(30.9)	160(36.6)	437(100.0)	
일반 기업체	여성	57(42.2)	30(22.2)	48(35.6)	135(100.0)	$X^2=6.382$ df=2 p= .041
	남성	28(30.4)	34(37.0)	30(32.6)	92(100.0)	
	전체	85(37.4)	64(28.2)	78(34.4)	227(100.0)	
디자인 전문 업체	여성	38(34.9)	30(27.5)	41(37.6)	109(100.0)	$X^2=7.744$ df=2 p= .021
	남성	19(18.8)	41(40.6)	41(40.6)	101(100.0)	
	전체	57(27.1)	71(33.8)	82(39.0)	210(100.0)	

이직을 원하는 근로자들(n=142명)을 대상으로 원하는 이직 형태를 조사한 결과, 전체의 64%가 동일분야의 타 회사로 옮길 계획을 가지고 있었고, 12.9%는 디자인 프리랜서로 활동할 계획을, 9.4%는 디자인 전문업체 창업을 계획하고 있었다. 반면에 디자인과 관계없는 분야로 이동할 예정이라는 응답은 12.2%였다. 남성들보다는 여성들에게서 동일분야의 타 회사로 옮기겠다거나 디자인과 관계없는 분야로 이동하겠다는 응답이 더 적다. 이것은 여성들이 이직을 더 많이 함에도 불구하고, 해당 분야의 인력으로 계속 남아있으려는 경향은 더 높다는 것을 의미한다.

&lt;표 IV-48&gt; 원하는 이직 형태

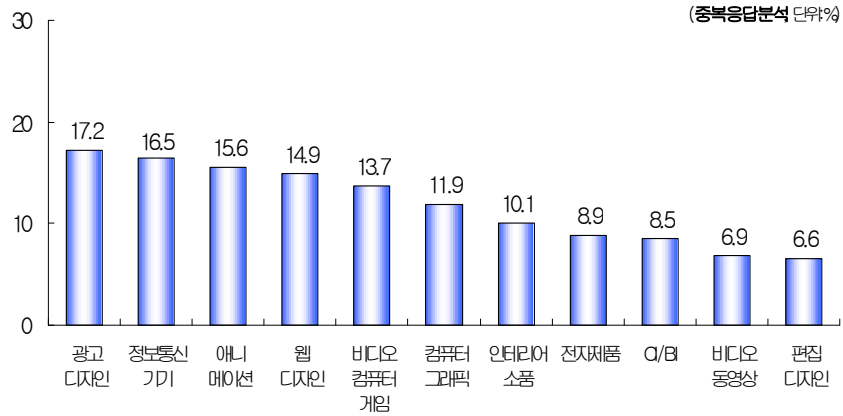
단위 : 명(%)

	여성	남성	전체
디자인 프리랜서	14( 15.1)	4( 8.7)	18( 12.9)
디자인 전문업체 창업	2( 2.2)	11( 23.9)	13( 9.4)
동일분야의 타 회사로 이동	67( 72.0)	22( 47.8)	89( 64.0)
디자인과 관계없는 분야로 이동	8( 8.6)	9( 9.6)	17( 12.2)
퇴직	2( 2.2)	-	2( 1.4)
계	95(100.0)	46(100.0)	139(100.0)

#### 4. 인력수요 전망과 정부지원정책의 필요성

##### 가. 향후 2년간 인력 수요가 예상되는 분야

향후 디자인 산업의 발전 전망 속에서 여성 디자인 인력방안을 구상하는데 참고하기 위하여 디자인 분야 근로자들에게 향후 2년 동안 디자인 인력 수요가 증가할 것으로 예상되는 분야를 조사하였다.



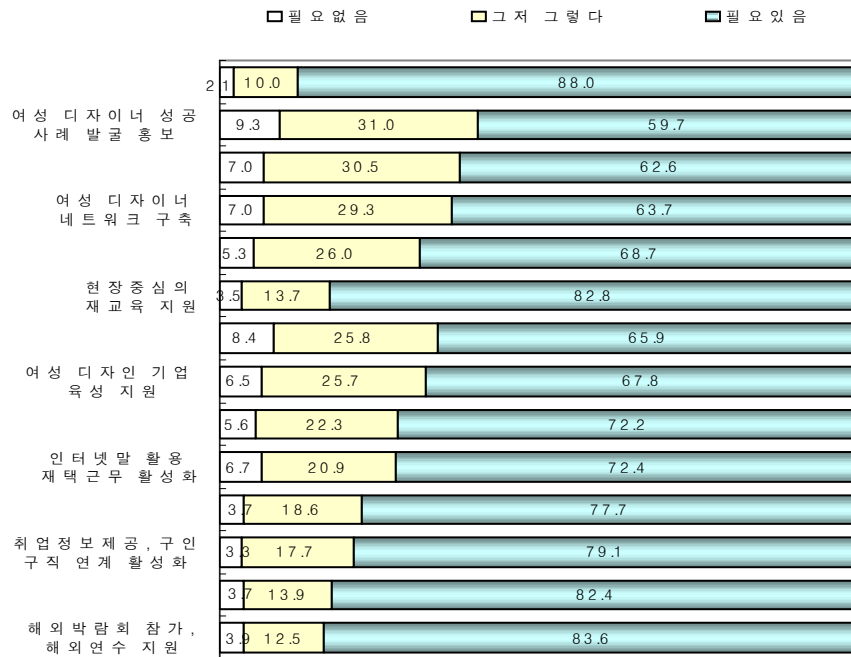
성별	광고 디자인	정보통신 기기	애니메이션	웹 디자인	비디오 컴퓨터 게임	컴퓨터 그래픽	인테리어 소품	전자제품	CI/BI	비디오 동영상	편집 디자인
여성 (응답자수=244)	15.2	16.0	19.7	15.2	13.5	10.2	12.3	7.8	6.6	6.6	5.3
남성 (응답자수=193)	19.7	17.1	10.4	14.5	14.0	14.0	7.3	10.4	10.9	7.3	8.3

[그림 IV-10] 향후 2년간 인력수요가 증가할 것으로 예상되는 분야(중복응답)

디자인 분야를 제품, 시각, 환경, 공예, 포장, 멀티미디어 등 6개로 나누고 각 분야별로 5-8개의 하위분야를 제시하여 총 43개의 하위분야를 제시한 후, 향후 인력 수요가 증가할 것으로 예상되는 분야를 2가지만 선택하도록 하였고 중복 응답한 결과를 분석한 결과, 인력 수요가 클 것으로 예상되는 분야로 광

고 디자인(17.2%), 정보통신기기(16.5%), 애니메이션(15.6%), 웹 디자인(14.9%), 비디오 컴퓨터 게임(13.7%), 컴퓨터그래픽(11.9%), 인테리어 소품(10.1) 등이 지적되었다. 성별 요인에 따라 세부적으로 살펴보면, 남자 디자이너들은 광고 디자인(19.7%)을 수위로 꼽은 반면, 여자 디자이너들은 애니메이션(19.7%)을 수위로 꼽았다.

나. 정책분야별 정부지원의 필요성



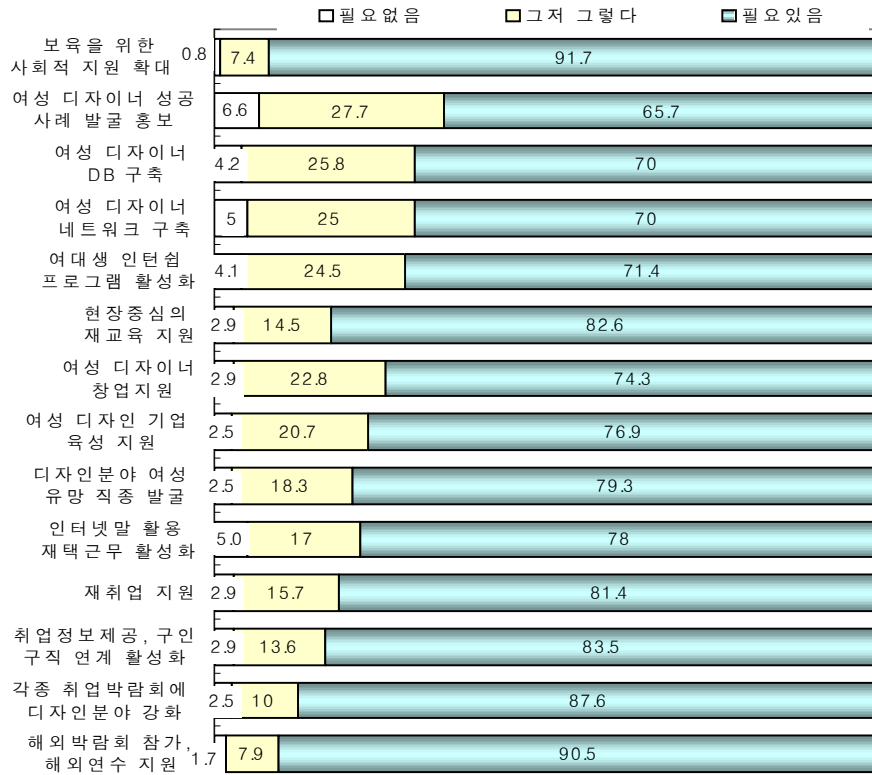
[그림 IV-11] 정책분야별 정부지원의 필요성에 대한 의견(전체 근로자)

디자인 분야 근로자들의 관점에서 여성 디자인 인력의 개발과 활용을 촉진하기 위하여 여러 가지 정책(안)별로 정부의 지원이 필요한 정도를 조사하였

다. 제시된 정책(안)은 전문가 심층면접조사와 자문회의, 디자인 산업 육성에 관련된 참고문헌과 자료 분석 등을 통하여 마련하였다. 총 14개 정책(안)에 대하여 필요성을 5점 척도로 질문하였으나 [그림 IV-11]과 [그림 IV-12]에서는 “전혀 필요없다”와 “별로 필요 없다”고 응답한 것을 “필요 없음”으로 “조금 필요하다”와 “매우 필요하다”고 응답한 것을 “필요 있음”으로 묶어 제시하였다.

[그림 IV-11]은 전체 근로자들의 응답을 분석한 결과이다. 정부지원의 필요성이 가장 높은 정책분야는 보육을 위한 사회적 지원확대로 전체 근로자의 88.0%가 이 정책이 필요하다고 응답하였다. 다음으로는 해외박람회참가 및 해외연수 지원의 필요성이 83.6%, 현장중심의 재교육 지원이 82.8%, 각종 취업 박람회에 디자인 분야 강화가 82.4% 등으로 나타났다. 반면에 여성디자이너 성공사례 발굴 및 홍보(59.7%), 여성 디자이너 DB구축(62.6%), 여성 디자이너 네트워크 구축(63.7%) 등의 정책이 필요하다는 의견은 상대적으로 적었다.

[그림 IV-12]는 여성 근로자들의 응답을 별도로 분석한 결과인데, 전체 근로자들의 응답을 분석한 결과와 비교할 때, “현장중심의 재교육 지원”을 제외하고는 거의 모든 정책안에 대하여 필요성이 있다는 응답이 더 많았다. 정책안 별로 필요성이 높은 순서는 전체 조사대상자들의 응답과 거의 같다. 전체 근로자와 여성 근로자 간에 응답률의 차이가 큰 정책은 “여성 디자이너 창업지원,” “여성 디자인 기업 육성 지원,” “여성 디자이너 DB구축,” “디자인분야 여성 유망 직종 발굴” 등이다. 이 네 가지 정책안이 필요하다고 응답한 여성 근로자의 비율은 전체 근로자에 비하여 7-9% 포인트가 더 높다.



[그림 IV-12] 정책분야별 정부지원의 필요성에 대한 의견(여성 조사대상자)

#### 제4절. 소결

기업체 및 근로자를 대상으로 한 두 가지 조사결과는 우리나라 여성 디자인 인력의 성장 가능성과 문제점을 동시에 보여준다. 먼저 문제점으로 파악된 것을 살펴보기로 하자. 먼저 본 연구가 문제로 삼고 있는 여성 디자인 인력 활용 부족의 문제가 현실로 나타났다. 즉, 일반기업체나 디자인 전문업체에 관계없이 직급이 올라갈수록 여성인력의 비율이 크게 떨어진다. 이는 여성 인력이 전문인력으로 성장하지 못하고 중도에 일을 그만두거나 계속해서 낮은 지위



의 일자리에 근무하고 있다는 것, 그리고 그 만큼 양성된 여성인력이 제대로 활용되지 못하고 있음을 의미한다.

그렇다면, 여성인력이 전문인력으로 성장하지 못하고 있는 주요 원인은 무엇인가? 여성 디자이너들의 직업능력이 남성 디자이너들에 미치지 못하기 때문인가? 조사결과에 따르면, 설사 그것이 여러 가지 이유 중 하나가 된다 하더라도 그 비중은 매우 미미한 것에 불과하다. 디자인 분야 근로자들을 대상으로 한 조사에서 남성 디자이너들이 더 유능하다는 응답은 소수(7.6%)에 불과하였다. 여성 디자인 인력을 고용하고 있는 기업체의 여성인력에 대한 만족도(71.1%)도 상당히 높은 편이고, 기업체가 여러 가지 업무능력별로 여성과 남성 디자이너 간의 능력 비교를 한 결과에 따르면 추진력과 문제해결능력 등에서 미세한 정도로 남성에 비해 여성 디자이너의 능력이 떨어진다는 응답이 있지만 창의성과 외국어 능력에서는 여성 디자이너들이 더 유능하다는 결과가 나왔다. 전반적으로 볼 때에는 여성과 남성 디자이너 간에 어느 쪽이 일반적으로 더 유능하다고 말할 수 없다는 의견이 지배적이다.

그럼에도 불구하고 여성 인력이 계속적으로 성장하지 못하는 가장 큰 이유는 경력개발에 도움이 되는 업무에 배치받는 기회가 남성 인력에 비하여 적고, 임금과 승진 면에서 차별 받는 경우가 많아 남성 인력에 비하여 이직을 많이 하기 때문인 것으로 보인다. 또 학업을 마치고 막 노동시장에 진입할 당시에는 디자인을 위한 실무능력이 중요하지만, 전문 디자이너로 성장하기 위해서는 기획관리능력과 폭넓은 인간관계 형성 능력 등 종합적인 능력이 요구되는데, 여성 인력은 남성 인력에 비하여 이에 대한 관심이 상대적으로 적다는 점도 여성 인력이 전문 인력으로 성장하지 못하는 원인이 되는 것으로 보인다.

결혼-출산-육아 등의 부담이 여성 인력이 전문인력으로 성장하지 못하는 이유로 자주 언급되고 있으나, 여성 디자인 근로자를 대상으로 한 설문지조사 결과에서는 결혼, 출산, 육아로 인해 정규직 취업에 어려움을 겪었다는 여성 근로자는 17.5%에 불과하였고, 이직 이유 중에서 “직장과 가정생활 병행의 어려움”도 다른 이직 이유에 비하여 수적으로 매우 부차적인 것에 불과하였다. 이러한 조사결과는 결혼-출산-육아 등이 여성 디자인 인력의 경력개발에 장

애요인이 될 수는 있지만 그것이 주된 이유라고는 볼 수 없음을 의미한다.

여성 인력이 전문 인력으로 살아남는데 가장 중요한 것은 졸업 후 취업기회 획득과 취업 후 초기 경력개발 단계라고 할 수 있다. 그런데 이와 관련하여 여성인력은 남성인력에 비하여 취업통로를 다양하게 개발하지 못하고 있고, 직장에 취업한 후에도 남성 인력에 비하여 낮은 보수, 과중한 업무부담, 열악한 작업 환경 등 어려운 근무조건에 처하는 경우가 많으며, 직장 내에서 핵심인력으로 기능하는 경우도 더 적다. 즉, 기업이 채용과정에서 특별히 여성을 차별하지 않는다고 하더라도 직장생활에 진입하고 적응하는 과정에서 여성들이 남성들 보다 불리한 위치에 배치되고 있는 것이다.

따라서 여성 디자인 전문인력의 개발을 위해서는 졸업 후 직업세계로의 이동과정과 초기 직업경험 단계에서 경력 개발에 도움이 되는 긍정적인 경험을 많이 할 수 있도록 지원해줄 필요가 있다. 특히 정규직 취업에 장애요인으로 작용하는 여러 요인들 가운데 여성들에게 상대적으로 큰 영향을 미치는 것으로 나타난 취업정보부족, 성차별적 고용문화, 결혼-출산-육아 문제 등에서 우선적으로 지원대책을 마련할 필요가 있다. 그 중 성차별적 고용문화와 결혼-출산-육아 문제는 범사회적 차원의 대책마련이 이루어져야 하겠지만 취업정보부족 문제의 해결은 디자인 분야에서의 특수화된 서비스 제공이 필요하다.

이러한 지원대책이 마련된다면 인력 양성 단계에서 대다수를 차지하는 여성들이 전문인력으로 성장할 수 있는 가능성은 매우 크다고 볼 수 있다. 현재 일반적으로 남성 인력에 비하여 일반적으로 불리한 조건에서 일하고 있음에도 불구하고, 여성 인력의 직업 만족도는 남성 인력에 비하여 높으며, 이직 경험이 많기는 하지만 디자인 분야에 계속 남으려는 비율도 남성 인력에 비하여 높다. 높은 직업 만족도와 직업을 유지하려는 의사는 양질의 인력이 갖추어야 할 중요 요건에 속한다. 여성들이 전문 디자인 인력으로 성장하는데 필요한 요소들을 지원한다면, 양질의 다수 여성 전문인력의 확보가 가능함을 예상할 수 있다.

## 제5장 여성 디자인 인력 활용을 위한 방안 탐색

---

본 장에서는 우리나라 디자인산업 현황과 전망, 예비 디자이너, 현직 디자이너 및 기업체 등을 대상으로 한 문헌연구와 거시통계자료 분석, 설문조사 등을 통해 개발된 여성 디자인 인력의 현황 및 문제점, 장애요인 등을 토대로 여성 디자인 인력이 전문인력으로 성장할 수 있도록 하기 위한 방안을 개발하는 과정을 기술하고자 한다.

여성 디자인 인력 개발 방안을 마련하기 위해 먼저, 국내·외 디자인 진흥 정책을 살펴보고 관련 인력 개발 정책을 분석하였다. 이와 더불어 2회의 전문가협의회와 심층면접, 정책개발 워크숍 등이 실시되었다.

## 제1절. 국내·외 디자인 인력 개발 정책 사례 조사

### 1. 국내 정책

본 연구에서는 우리나라의 디자인 산업 진흥정책 현황을 살펴봄에 있어서 디자인산업 육성의 주무부서로서의 역할을 수행하고 있는 산업자원부의 「산업디자인 진흥종합계획」을 중점적으로 검토하는 한편, 디자인산업과 밀접한 연관을 갖는 정보통신부의 「온라인 디지털 콘텐츠 산업발전 기본계획」과 문화관광부의 「문화산업진흥 5개년계획」은 인력 양성 정책을 중심으로 살펴본다.

#### 가. 산업자원부의 산업디자인 진흥정책

우리나라의 디자인산업은 정부가 디자인을 산업경쟁력 제고의 핵심요소로 인식하고, 이를 체계적으로 지원하기 시작한 1990년대부터 활성화되기 시작하였다. 정부는 1993년부터 5년을 계획기간으로 하는 「산업디자인 진흥정책」을 지속적으로 추진하여 왔다. 특히 지식기반 경제로의 이행을 촉진하기 위한 1998년 12월 제 12차 경제대책조정회의에서 디자인산업을 국가전략산업으로 적극 육성하기 위해 ‘지식기반산업 발전대책’을 발표하고, 문화, 관광, 정보통신산업과 더불어 4대 지식기반 서비스산업으로 선정하는 등 디자인산업 진흥

에 박차를 가하고 있다.

1998년부터 추진된 「제2차 산업디자인 진흥종합계획」(1998 ~ 2002)은 디자인의 양적 성장 추구에서 질적 성장체계 구축으로 정책목표를 전환하고 중점시책중의 하나로 ‘우수 디자인 전문인력 양성시책 강화’로 설정하였다. 「제2차 산업디자인 진흥종합계획」의 추진실적은 다음과 같다(표 V-1).

<표 V-1> 제2차 산업디자인 진흥종합계획의 추진성과

계획	추진성과
1. 산업디자인 전문인력 양성 - 디자인교육의 질적 향상 도모 - 디자인전문인력 양성기반 구축	.디자인 석사학위 취득자를 병역특례 대상에 포함('01. 9) .디지털디자인 인재양성을 위한 e-디자인아카데미 설립 운영 .국제디자인대학원의 디자인특성화 대학 육성(민자유치) .디자이너 재교육 및 연수 : 수강인원 9,531명 .산업디자인 지원을 위한 색채전문인력 양성
2. 디자인 인프라 구축 - 산업디자인센터의 건립 및 활용 - 산업디자인 정보화 추진	.코리아디자인센터 건립('98~'01) .디자인정보 포털사이트(designdb.com) 구축 운영 .'국제디자인트렌드연구소' 구축('00~'02) .'브랜드통합정보망' 구축('02~'04) .'디자인산업연구소' 구축('02~'04) .디자인체험관 구축 ('01~'04) .전국 12개 지역 디자인혁신센터(DIC) 구축 .지역디자인센터(RDC) 건립('02~'07)
3. 산업디자인 전문회사 육성 - 창업 활성화 지원 - 행정적 재정적 지원 강화	.창업 활성화 : '97년 132개 → '02년 791개 .'우수디자인 전문회사' 선정제도를 통한 질적 수준제고 .산업디자인전문회사의 디자인벤처기업화 촉진 .디자인벤처펀드조성('00년, 60억원) 및 유망업체 투자(14개사) .디자인벤처기업 : 5개사('99) → 84개사('02)
4. 기업의 디자인 개발 촉진 - 중소기업 디자인개발 지원 강화 - 디자인 상품화 및 판촉 지원 - 디자인 기반기술 개발 촉진	.중소기업의 디자인개발 지원 강화 .디자인혁신지원사업 확대: 4,676개 과제, 567억 지원 .디자인기반기술개발 지원: 88개 과제 지원 .디자인분야 산업기술개발 융자 지원 .디자인개발 완료 후 시제품개발 융자금 지원: 354억원 지원

계획	추진성과
5. 산업디자인의 국제화 추진 - 세계 주요행사의 국제화 추진 - 디자인 분야 국제협력 강화 - 한국디자인의 해외수출 촉진	.2000 icograda Seoul 및 2001 ICSID의 개최 .한.이태리 사업부간 산업디자인협력 MOU 체결('00. 7) .한.불 진흥기관간 산업디자인협력 양해각서 체결('00. 10) 및 디자인사절단 교환 방문 .한국국제협력단 연수생 초청사업 .국제디자인워크숍 개최('00~'02) . 25개국 31개 디자인진흥기관과의 업무협정 체결
6. 디자인에 대한 범국민적 인식 제고 - 산업디자인에 대한 인식 고취 - 산업디자인의 지방확산 추진	.대한민국 디자인 및 브랜드 대상 시행 .'99년부터 디자인 및 브랜드경영 우수기업과 공로자를 발굴 포상 .2001년 '디자인의 해' 지정, 사업 추진 .우수디자인제품 정부조달물자 우선구매 및 GD 선정제의 국제화 추진 .지역이미지 정체성 확립 지원사업 .도시환경디자인 표준화 연구 및 시범디자인 도시개발 사업 .부산신발디자인공모전 등 지방전시, 세미나 활성화

출처 : 산업자원부(2003. 4). 제3차 산업디자인 진흥종합계획.

<표 V-1>에서 보는 바와 같이 「제2차 산업디자인 진흥종합계획」이 추진된 1998년에서 2002년은 코리아디자인센터 건립, 디자인혁신센터 구축, 산업디자인 전문회사의 육성, 제조업 분야에의 본격적인 디자인 지원활동 등 우리나라의 디자인산업 기반이 실질적으로 조성된 시기라 할 수 있다.

그런데 본 연구에서 관심을 갖고 있는 디자인 전문인력 양성과 관련하여 제2차 계획기간동안의 추진실적을 좀 더 자세히 살펴보면, 2001년 9월 디자인석사학위 취득자를 병역특례 대상에 포함하였으며, 디지털디자인 인재양성을 위한 e-디자인아카데미의 설립.운영, 국제디자인대학원의 디자인특성화 대학육성, 디자이너 재교육 및 연수 실시, 산업디자인 지원을 위한 색채전문인력양성 등이 추진되었음을 알 수 있다. 우선적으로 눈에 띄는 것은 2001년 9월 디자인 석사학위 취득자를 병역특례 대상에 포함되었다는 점이다. 이 정책은 정책 수혜대상은 대학에서 디자인교육을 받은 인력중 남학생이며, 이들이 보다 많이 대학원에 진학하여 디자인 전문인력으로서의 성장을 촉진하기 위한 것으로 해석된다. 동 정책이 수립되던 1998년 당시의 대학에서의 디자인 인력

양성규모를 보면, 학부과정의 경우 여학생이 71.8%를 차지하고 대학원 석사과정도 71.2%를 차지하였다. 또한 디자인 석사학위 취득자의 병역특례 혜택이 확정된 2001년도 그 상황이 크게 변화되지 않아 학부과정은 74.1%, 석사과정은 63.1%를, 그 다음해인 2002년도 학부과정 75.8%, 석사과정 69.6%를 여학생이 차지하였다. 이는 결국 디자인분야 양성인력 중 30%에 불과한 소수의 남성인력을 디자인 인력의 핵심인력으로 간주하고 고급화하려는 반면, 70%에 달하는 다수의 여성인력에 대해서는 정책적 관심의 범위에서 벗어나 있음을 보여주는 것이다.

한편, 금년 3월 발표된 「제3차 산업디자인 진흥종합계획」(2003~2007)은 2007년까지 ‘세계 7대 디자인선진국, 브랜드 수출국으로의 발전’을 비전으로 ‘동북아시아 디자인 중심국가’를 지향하고 있다. 이를 위해 ① 디자인의 저변 확대, ② 세계 일류 디자이너의 양성, ③ 지방의 디자인혁신 능력 강화, ④ 디자인 연구개발 능력 강화, ⑤ 국가이미지 혁신, ⑥ 국제디자인 교류 확대 및 동북아 협력 강화의 6대 정책과제와 31개의 세부정책과제를 수립하였다(표 V-2).

<표 V-2> 제3차 산업디자인 진흥종합계획

정책과제	세부과제
1. 디자인의 저변 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 세계일류상품에 대한 디자인혁신 지원 강화</li> <li>- 우수디자인 상품의 유통 활성화</li> <li>- 우수디자인 벤처기업 및 전문회사 육성</li> <li>- 우수디자인 전문회사의 국제활동 지원</li> <li>- 1기업 1디자이너 보유운동 전개</li> <li>- 디자인.브랜드 진흥 촉진사업 전개</li> <li>- 기업 CEO 등을 대상으로 디자인.브랜드 포럼 개최</li> <li>- 정부의 디자인연관사업에 전문 디자이너의 참여 확대</li> </ul>
2. 세계 일류 디자이너 양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일류 디자이너 양성을 위한 디자인 조기교육 실시</li> <li>- 국제적으로 인정받는 스타디자이너 발굴.육성</li> <li>- 디자인대학 특성화 인증제도 도입 및 산업군별 전문 디자인 교육기관 육성</li> <li>- 현장 디자이너의 능력향상 교육 강화</li> <li>- 디자인경영 전문인력 양성</li> </ul>

정책과제	세부과제
3. 지방의 디자인혁신능력 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- RDC 및 IDC를 중심으로 디자인 Cluster 조성</li> <li>- 전국적인 디자인 인프라의 연계운영 활성화</li> <li>- 지방자치단체별 지역디자인 특성화사업 전개</li> <li>- 지방자치단체의 도시환경디자인 개선사업 지원</li> </ul>
4. 디자인 연구개발 능력 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인기초기반기술 개발을 위한 ‘통합디자인연구소’ 설치</li> <li>- 선진국형 디자인 연구조사 기능 강화 및 실용화 확산</li> <li>- 디자인 기술 로드맵 작성</li> <li>- Design Bank의 콘텐츠 확대 등 종합 정보지원 시스템 구축</li> <li>- Digital 디자인 개발능력 제고</li> </ul>
5. 국가이미지 혁신	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국가이미지 통일화작업(국가 CI 프로그램) 등 국가 이미지 혁신 활동 강화</li> <li>- 지역우수디자인특산물 디자인개발 활성화를 통해 한국 고유의 디자인 특성화 확립</li> <li>- Korea 브랜드 가치제고 방안 강구</li> </ul>
6. 국제디자인 교류 확대 및 동북아 협력 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인선진국과 ‘디자인교류협력위원회’를 구성·운영</li> <li>- 코리아디자인센터를 중심으로 한 국제디자인 HUB화 추진</li> <li>- World Design Report 등을 통해 국제 디자인 발전에 동참</li> <li>- 동북아 디자인협력강화 및 아시아 디자인 리드</li> <li>- 디자인연구소간 국제 네트워크 구축 및 대학 등과 연계한 통합연구 활성화</li> <li>- 남북 디자인 협력사업을 통해 북한의 디자인산업 발전 도모 및 민간 차원의 대북교류 활성화</li> </ul>

<표 V-2>에서 보는 바와 같이 3차계획 역시 디자인 전문인력 양성은 핵심 정책과제 중의 하나로 설정되어 있다. 세부과제로는 디자인 조기교육 실시, 스타디자이너 발굴·육성, 디자인대학 특성화 인증제도 도입 및 산업군별 전문 디자인 교육기관 육성, 현직 디자이너의 능력향상 교육 강화, 디자인경영 전문 인력 양성이 설정되었다. 이를 위해 「디자인개발체험관」에서의 청소년 디자인 현장 학습, 청소년디자인체험캠프 개최, 세계 디자인문화기행, 해외 유명 디자인대학의 석·박사과정 유학 지원 및 실무 디자이너의 해외 유명 디자인전문



회사 및 디자인 연구소에 중장기 연수기회 제공, 실무 디자이너에게 요구되는 인접분야 전문교육과정 개설 등이 실시될 것으로 보인다(산업자원부, 2003). 이처럼 정부가 두 차례에 걸친 계획기간에 고급 디자인인력의 양성을 위해 주력하는 것은 디자인산업이 전형적인 지식기반 산업으로서 디자인 인력의 질이 디자인산업의 질을 가늠하는 핵심요인이기 때문이다.

그런데 앞서 지적한 바와 같이 소수의 남성 디자인인력에 대해서는 보다 고급 교육기회를 제공하기 위해 석사학위취득자를 병역특례 대상에 포함하는 정책을 추진했던 정부가 3차계획에 있어서도 절대다수를 점하는 여성디자인인력에 대해서는 아무런 정책적 배려를 하고 있지 않다. 더욱이 제3차 계획은 본 계획을 수립함에 있어서 현재 우리 디자인산업에 대한 SWOT 분석을 실시하였으며, '여성 디자인인력의 풍부한 배출로 서비스산업의 활성화'가 우리 디자인산업의 기대요인중의 하나로 설정되었다. 이러한 기대가 우리 디자인산업의 발전에의 기여로 가시화되려면, 배출된 풍부한 여성 디자인인력의 저활용 문제를 극복할 수 있는 정책적 개입이 필요하다. 그러나 본 계획에는 이에 대한 고려는 전혀 없다.

#### 나. 정보통신부의 디지털컨텐츠산업 발전 계획

정보통신부는 디지털컨텐츠산업을 21세기 핵심산업으로 도약시키기 위해 범정부적 차원의 육성정책을 수립.추진하는 것이 절실히 요구된다고 보고, 2001년에는「디지털산업발전 종합계획」(Digital Contents Action Plan 2005)을 수립하고, 총 6,124.1억원(정부 : 3,829.1억원, 민간 : 2,295억원)을 투자할 것을 계획하고 있다.

<표 V-3> 디지털산업발전 종합계획의 연간 소요예산

2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	계(억원)
968.3	1,392.7	1,387.7	1,187.7	1,187.7	6,124.1

또한 2003년에는 IT와 콘텐츠가 결합된 온라인 디지털콘텐츠산업을 차세대 경제성장의 원동력으로 육성하여 국가경제의 지속적인 발전을 도모하고 보다 풍요로운 국민의 삶을 창출하기 위한 「제 1차 온라인 디지털콘텐츠산업발전 기본계획안」(2003~2005)을 수립하였다. 본 계획안은 ① 시장활성화를 통한 산업기반 강화 ② 창업 및 성장 지원 ③ 기술개발 및 표준화 ④ 인력 양성 ⑤ 수출촉진의 5개를 핵심추진과제로 설정하고 있다. 이중 인력양성정책에는 디자인콘텐츠산업은 특성상 여성의 감수성이 적합한 분야이므로 제대로 활용되지 못하고 있는 여성인력을 기획, 마케팅분야의 디지털콘텐츠 전문인력으로 활용하는 정책이 시급하다는 인식을 바탕으로, 여성 전문인력 양성을 강화하기 위한 정책이 포함되어 있다.

본 계획안에 따르면, 감성을 요구하는 디지털콘텐츠의 특성을 살리고 재택 근무 등의 이점을 활용할 수 있는 여성인력을 2004년부터 여성부와 함께 집중 양성한다는 것이다. 주요 정책내용으로는 민간 교육기관을 통해 디지털콘텐츠 관련 분야의 여성 전문 교육과정을 개설·운영하고, 디지털콘텐츠 관련 창업 교육 강화가 포함되어 있다. 또한 UCLA, MIT 등 디지털콘텐츠 해외장학 및 산업체인력 파견 프로그램, 프로듀서(기획) 및 디자이너 양성프로그램 등 해외 인력 양성 프로그램에 여성인력 지원 비율을 확대하여 여성인력의 양성기회 확대를 계획하고 있다.

#### 다. 문화관광부의 문화산업비전 21

문화관광부는 문화산업을 지식기반경제의 핵심산업으로 육성하여, 우리나라의 문화정체성과 국가경쟁력 확보하기 위해 「문화산업진흥 5개년계획」을 수립·추진하고 있다. 본 계획은 영상산업, 게임산업, 음악산업, 출판산업, 문화상품을 정책대상 분야로 설정하고 각 분야를 육성하기 위한 정책을 추진하는 한편, 문화산업의 시너지효과를 극대화하기 위한 문화산업 종합지원체제의 구축을 추진하고 있다. 문화관광부에서 정책대상분야로 설정하고 있는 5개분야는 각 산업에 디자인인력과의 협업이 필요한 다양한 부문이 포함되어 있음에도 불구하고 아직은 별도의 디자인인력 개발 및 활용과 관련한 정책을 찾아보기 쉽지 않다. 다만, 5대 정책분야중의 하나인 문화상품을 캐릭터, 패션디자

인, 전통 및 현대공예상품을 의미하는 협의의 개념으로 규정한다고 함으로써 디자인분야와의 연계를 간접적으로 시사하고 있다.

문화관광부는 디자인에 대한 문화적 환경 조성하는 한편, 디자인을 경제적 요인으로 뿐 아니라 특정 사회의 문화 안에서 인간의 삶의 방식을 해석하고 창출해 내는 문화적 활동으로 간주하여야 한다는 기본적인 관점을 갖고 있다(2002, 문화관광부). 따라서 디자인지원 진흥정책으로 인해 단기간에 산업경제적인 효과를 기대하는 단편적인 태도 지양해야 하며, 범정부 차원의 디자인 전문 정책 기구 마련하는 것이 필요하다는 인식을 갖고 있다.

비록 문화관광부가 아직은 디자인 진흥을 직접적인 목표로 하는 정책을 수립 추진하고 있지는 않으나, 공예산업과 문화상품 디자인 개발, 캐릭터 상품 개발과 같이 디자인분야와 직결되는 정책들이 추진되었다(표 V-4). 그러나 <표 V-4>에서 보는 바와 같이 비록 디자인분야와 관련되는 정책을 추진하였다고는 하나 인력양성이나 개발과 관련한 직접적인 정책 추진실적은 보고되지 않고 있다.

<표 V-4> 2001년도 문화산업 진흥 정책 추진실적

분야	추진성과
공예	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공예문화상품 종합유통관 운영</li> <li>- 공예산업 실태조사 및 “Craft School” 프로그램 개발</li> <li>- 지역공예공방 및 전시판매장 설치 지원(15억)</li> <li>- 국제 공예 박람회 참여 지원</li> <li>- 한국우수공예품 미국 순회전 관련 현지 조사</li> </ul>
문화상품	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인미술관 운영지원(4억원)</li> <li>- ‘세계디자인의 흐름 II: 콘트라폰크트전’ 등 기획전시 4회, 대관전시2회 개최</li> <li>- 국제경쟁력 있는 문화상품 디자인 개발</li> <li>- 전통문양을 응용한 상품디자인 개발 지원을 위한 DB구축</li> <li>- 디자인 전문 미디어센터 운영</li> </ul>
캐릭터산업	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 우수문화콘텐츠 사전제작 지원(캐릭터 부문)</li> <li>- 캐릭터 비즈니스룸 설치 및 운영</li> <li>- 캐릭터 라이선싱쇼 2001 개최</li> <li>- Korea Contents Character Festival 2001 개최</li> <li>- 캐릭터 산업계 현황조사 및 올해의 캐릭터 선정 홍보</li> <li>- 캐릭터 해외견본시 참가 지원</li> </ul>

출처 : 문화관광부(2002. 1). 2002년도 문화산업진흥 연차보고서.

## 2. 외국 정책

디자인 선진국에서의 디자인 인력 개발을 비롯한 디자인 진흥정책은 프랑스와 영국을 중심으로 살펴보고자 한다. 본래 여성 디자인인력 개발 정책 사례 발굴을 목적으로 외국의 디자인 정책에 대한 정보 수집이 추진되었으나 관련 정책은 찾아보기 어려웠다. 여기에서는 프랑스와 영국에서의 디자인 진흥 및 인력 개발 정책 사례를 통해 우리나라 여성 디자인인력 개발 정책에의 시사를 얻는 데 그 의미를 두고자 한다.

### 가. 프랑스

#### (1) 디자인 교육제도

프랑스는 유럽 여러 나라 가운데 학위나 졸업장이 취업에 중요한 역할을 대표적인 나라이다. 따라서 디자이너 직업을 가지기 위해서는 정규 교육기관에서 받은 디자인 교육이 거의 필수적이다. 디자인 전문교육은 고등학교 단계, 즉 직업고등학교의 바칼로레아 과정에서부터 대학교의 박사과정까지 여러 수준으로 나뉘어진다. 직업 바칼로레아 중 “공업제품 연구 및 정의(Etude et définition de produits industriels, 약자로 EDPI)” 전공이 디자인 인력이 되기 위한 최소한의 학력이다.<sup>18)</sup> 이것을 전공하려면 바칼로레아 과정 이전 단계인 CAP과정 혹은 BEP과정에서 “공업”을 전공하여야 한다.<sup>19)</sup> 따라서 “서비스업”을 전공한 CAP 혹은 BEP 졸업자들은 디자인 전공 바칼로레아를 할 수 없다. 고등교육단계의 디자인 교육은 Bac+2 수준<sup>20)</sup>의 BTS(고급기능사자격)과정,

18) 청소년정보문서센터(CIDJ)가 인터넷으로 제공하는 직업정보 중 “산업 디자이너(Dessinateur industriel)” 자료를 참고하였다. 청소년정보문서센터의 인터넷 주소는 [www.cidj.asso.fr](http://www.cidj.asso.fr)이다.

19) 프랑스의 고등학교 교육은 일반계열, 기술계열, 직업계열로 나뉘며, 일반적으로 직업계열 학생들의 수준이 다른 계열에 비하여 낮다. 직업고등학교는 취업준비를 목표로 하며 졸업생의 대부분은 고등교육기관에 진학하지 않는다. 직업고등학교 교육과정은 2단계로 나뉘는데, 첫단계로 중학교 졸업후 2년과정의 CAP와 BEP가 있고 그 다음 단계로 직업바칼로레아 과정이 있다.

DUT(대학부설기술원학위)과정, 직업학사(Licence professionnelle)과정이 있고, 그보다 고급 단계로는 석사 및 박사과정이 있다. 프랑스 고등교육의 특징 중 하나는 일반 대학교와 특수분야의 전문화된 교육을 담당하는 에꼴(Ecoles)들이 분리되어 있다는 점이다. 우리가 흔히 명문으로 알고 있는 그랑제꼴들도 에꼴의 일종이다. 디자인 분야에서도 여러 에꼴들에서 소규모의 엘리트교육이 이루어지고 있다.

공교육기관 외에 평생교육기관들도 디자인 교육을 실시하고 있는데, 이들의 디자인 교육은 일반적으로 특정한 직업에서 숙련된 기능인 혹은 기술인 양성을 목표로 한다.<sup>21)</sup> 각종 평생교육기관들이 제공하는 직업훈련 프로그램들은 AFPA(성인직업교육전국연합)의 데이터베이스를 통하여 검색이 가능한데, "디자이너(불어로 dessinateur 혹은 designer"라는 직업명칭으로 검색해 본 결과, 디자이너가 되기 위한 훈련 프로그램들은 소수에 불과하였다. 프로그램의 명칭은 그것이 준비하는 직업명을 따고 있는데, 예를 들면 금속 건축 디자이너, 공공사업체 측량기사, 전기공사업체 기능사, 철재제품<sup>22)</sup> 디자이너, 대형공사 디자이너 등이 있다.

이상의 교육제도 자료를 종합적으로 분석해보면, 프랑스 교육체제에서 양성되는 디자인 인력의 자격수준을 크게 3개 수준으로 구분할 수 있다. 첫 번째 수준은 직업고등학교에서 산업 디자인을 전공한 인력이다. 두 번째 수준은 고등학교 단계에서 디자인을 전공하지 않았지만, 2년제 단기 고등교육 과정에서 디자인을 전공한 인력이 있다. 마지막으로 석사나 박사과정에서 디자인을 전공한 최고급 인력이 있다. DESS과정<sup>23)</sup>을 졸업자와 그랑제꼴 졸업자들도 여

20) "Bac+ 2" 수준란 바칼로레아 후 2년과정의 교육수준을 의미한다.

21) 참고로 프랑스에서는 평생교육기관에서도 정규교육기관에서 획득할 수 있는 직업교육 분야의 학위(CAP, BEP, 직업 바칼로레아, 고급기능사자격, 엔지니어자격)를 획득할 수 있다. 다만, 정규교육기관이 제공하는 교육 프로그램의 분야와 평생교육기관이 제공하는 교육 프로그램의 분야가 일치하지 않으므로 모든 분야에서 평생교육을 통해 엔지니어 학위를 받을 수 있는 것은 아니다. 평생교육기관도 학교와 마찬가지로 학위 혹은 자격증을 주기 때문에, 등록, 진급, 졸업시 학생평가가 엄격하게 이루어지고 있다.

22) 자물쇠, 베란다의 철재장식, 철재 담장과 문 등을 말한다.

23) DESS는 프랑스에 있는 독특한 학위제도로 석사과정과 박사과정 중간에 있는 1년짜리 학위과정이다. 이 과정은 취업을 목적으로 하는 학위 중에서 가장 높은 수준이며, 예를 들어

기에 포함된다. 물론 계속교육을 통하여 직업생활을 유지하면서 자격수준을 향상시키는 경우도 있을 수 있다.

## (2) 산업디자인 그랑제꼴(ENSCI) 설립

프랑스는 1982년에 산업디자인이 국내 및 외국 시장에서 프랑스 상품의 경쟁력 확보에 중요한 요소라고 간주하고 산업디자인을 발전시키기 위하여 그랑제꼴을 설립하기로 하였다. 그랑제꼴은 고등교육기관의 하나로 고급관료나 기업체 간부급 인력을 양성하는 엘리트 교육기관이다. 산업디자인 분야에서 그랑제꼴을 설립한다는 것은 그 분야의 사회적 중요성이 인정되고 전문인력의 양성을 필요로 한다는 것을 의미한다. ENSCI(Ecole Nationale Supérieure de Création Industrielle)는 그런 취지 하에 문화부와 상공부의 공동 지원으로 설립되었다.<sup>24)</sup> 현재까지도 ENSCI는 산업디자인 분야의 유일한 그랑제꼴이다.

학교이름에서 산업디자인 (desingne industriel)이란 용어를 쓰지 않고, 산업적 창조(création industrielle)이란 용어를 쓴데서 짐작할 수 있는 바와 같이, ENSCI는 겉모습 위주의 디자인이 아니라 기술적, 재료적, 기능적, 예술적 측면을 함께 고려한 새로운 물건(objets)의 창조를 가르치고 배우는 곳이다.

이 학교는 가구세공인이며 장식미술가인 Jansen이 1922년에 파리 바스티유에 지은 옛 공방(아뜰리에)에 들어섰는데, 그곳에는 1979년까지도 약 500명의 가구제작인들이 입주해있었다. 이러한 역사적 유산에 따라 현재 그곳에 들어선 학교 및 기관들을 여전히 “아뜰리에”라고 부른다. 1982년에 ENSCI가 들어선 후, 1998년에는 국립직물예술공방(ANAT, Atelier National d'Art Textile), 1994년에는 디자인진흥 및 정보제공을 위한 일종의 사무국이라 할 수 있는 “디자인진흥정보국(DPI, Designe promotion information)”이 “아뜰리에”에 설치되었다.

ENSCI은 바칼로레아 합격자들을 받아들여 5년간의 교육을 시킨다. BTS나 DUT 혹은 엔지니어 학위를 받은 사람들도 ENSCI에 편입할 수 있으며, 그 경

엘리트코스의 하나인 엔지니어학교들도 대개는 DESS과정을 끝으로 한다. 동급 수준의 교육과정으로 박사과정 진학을 목적으로 하는 경우에는 DEA과정을 이수하도록 되어 있다.

24) 이하에 소개한 ENSCI에 관한 내용은 학교 홈페이지([www.ensci.com](http://www.ensci.com))를 참고하였다.

우 교육기간은 3-4년이 걸린다. 학생들의 프로필(출신학교 및 전공)이 매우 다양하다는 것이 이 학교의 특징이다. 현재 학생수는 240명이며, 설립이후 현재 까지 배출된 졸업생이 300명에 불과할 정도로 소수정예의 원칙을 지키고 있다. 학생들은 다음의 4가지 원칙 하에 각자 교육계획을 세운다.

- 다른 학교에서처럼 한 학년을 마치면 다음 학년으로 넘어가는 것이 아니라 정해진 목표를 달성하기 위하여 학생 스스로 자기 리듬에 맞게 교육과정의 틀을 짜고 그에 대한 통제와 심사를 받아서 진급한다.
- 신입생들은 짧은 오리엔테이션 기간을 거치면 바로 프로젝트별로 짜여진 그룹으로 들어가 이미 작업을 하고 있는 학생들과 합류한다.
- 프랑스나 외국에서 실습과정을 통해 직업세계를 배우고 문화적 소양을 넓힌다.
- 학교는 연중 내내 밤이나 낮이나 열려있어 학생들은 언제 어느 때고 작업하러 나올 수 있다. 학생 각자는 시설 유지와 안전을 위한 책임을 진다.

ENSCI에서의 교육은 3단계로 구분되어 있다. 1단계(18-24개월)는 기초지식과 방법론을 배운다. 2단계(18-24개월)에서는 지식의 활용, 개성의 형성, 자율성의 실천에 초점을 둔 교육이 이루어진다. 마지막으로 3단계(12개월)는 학위, 즉 졸업장을 준비하는 단계이다. 6개월은 연구논문을 쓰는데 보내며, 나머지 6개월은 학생의 직업적 능력과 디자이너로서의 개성을 보여주는 프로젝트를 실현하는데 보낸다. 매 단계마다 일년에 2번씩 평가가 이루어지며, 평가결과에 따라 조연 혹은 진로 재배치가 이루어지는데, 유급하는 경우에는 6개월 동안 다시 평가받을 수 있는 기회를 부여한다.

학생들의 프로필이 다양한 만큼 졸업후 진로도 매우 다양하다. 일부 학생들은 졸업 후 곧바로 회사를 차리는 경우도 있고, 일부는 디자인 업체나 일반 회사에 취업한다. 많은 졸업생들이 프랑스 국내외 기업에서 중요직책을 맡고 있다. 회사에 속하지 않고 자유전문직으로 일하고 있는 졸업생들은 상품 디자이너, 조명 디자이너, 멀티미디어 디자이너, 교수, 연구자, 심지어 초콜렛 디자이너도 있다.

ENSCI는 산업디자인, 보다 정확히 말하자면 산업적 창조(Création industrielle)가 경제현실의 핵심에 위치하고 있다는 것을 강조하고, 기업체들과 밀접한 산학연계를 하고 있다. 산학연계의 내용은 다음과 같다.

- 창조작업 단위별 산업체 파트너십 협약체결
- 산업적 창조영역에서 연구, 조사, 컨설팅을 위한 학교 자원 지원
- 평생교육 프로그램 제공
- 학생들을 위한 기업체 실습 조직
- 졸업년도 학생들의 취업 지원과 졸업생에 대한 추수 지원

### (3) 과학 및 공학 전공자를 위한 디자인 교육

프랑스에서도 디자인 교육은 오랫동안 예술계열 학생들에게 한정되었으나 최근들어 과학 및 기술계열 학생들에게 점점 문호를 넓히고 있다. 앞에서 언급한 ENSCI를 비롯하여 여러 산업디자인 학교들이 다방면의 전공자들을 받아들이고 있지만, Valenciennes에 있는 디자인고등교육원(Institut Supérieur de Designe)은 특별히 고등학교 혹은 2년제 고등교육기관에서 과학 및 공학을 전공한 학생들만을 선발하여 Bac+5 수준<sup>25)</sup>의 디자인 전문교육을 실시한다.

교육과정은 3단계로 나뉘어지는데, 처음 2년간 준비교육이 있고 나머지 3년간은 디자인 공학(Engineering designe) 혹은 산업체 디자이너(designers intégrés à l'industrie) 두 가지 전공 중 하나를 선택하여 공부한다. 최근에 이 두 전공 외에, 자동차 업체들의 요구로 컴퓨터디자인(designe numérique)반이 설치되었다.

ISD의 학생수는 180명으로 소수 정예 교육을 실시한다. 학생 선발은 4월과 7월 두 차례에 걸쳐 이루어지는데, 2003-2004학년도 신입생 선발에 응시한 전체 학생수는 170명이었으며, 그중에서 1학년 입학에 합격한 학생이 40명(그중 7명이 여학생), 디자인 공학 과정에 입학한 학생이 2명, 별도로 설치된 컴퓨터 디자인 반에 입학한 학생이 22명이다.

25) "Bac+5" 수준이란 바칼로레아 이후 5년과정의 교육수준을 의미한다.



학생들은 기업체 실습과 학교 내에서의 프로젝트 그룹을 통하여 실습 위주의 교육을 받으며, 3명씩 짝을 지어 기업체가 원하는 내용을 자세히 적은 프로젝트 노트를 받아서 실제로 프로젝트를 수행한다. 스포츠 여가 용품 생산 및 판매로 국제적으로 유명한 Decathlon이라는 회사에 디자이너로 있는 한 졸업생은 ISD의 특성을 다음과 같이 설명한다. “디자인만을 공부하는 예술학교나 공학만을 공부하는 엔지니어 학교와는 달리 ISD는 학생들의 창조성을 진작시킨다. 디자이너는 늘 어린시절의 창조성을 되찾아야 하며, 동시에 기회를 찾고 회사를 발전시키는데 충분할 정도로 ‘비즈니스적’이어야 하는데, 그것이 바로 ISD의 정신이다.”

Compiègne 공과대학에 설치되어 있는 산업 디자인 DESS과정도 엔지니어들에게 디자인 교육을 시킨다. 엔지니어 외에 연구소 책임자들과 산업 디자인 석사학위자들도 입학할 수 있다. DESS과정은 1년이며 3개월 이상의 기업체 실습을 의무적으로 포함한다. 입학생들이 주로 엔지니어들이기는 하지만 다른 분야를 전공한 사람들도 있기 때문에, 교육내용은 학생의 교육배경과 자신의 연구주제에 따라 다르다. 각각의 학생은 외부 디자이너 1명과 대학교수 1명으로부터 동시에 지도를 받는다.

#### (4) PLAB의 디자이너와 전통가구업체 간의 상호협력 증진

PLAB(Pôle Lorrain de l'Ameublement Bois)는 독일 국경지대인 로렌지방의 목재 장식업자 연합회이다. 로렌지방은 전통적으로 목재 장식 수공업이 크게 발달해있다. 로렌지방의 전체에 483개의 업체가 있으며, 근로자수는 7,000명이다. 그중 45%가 근로자수 100명 이상의 기업에서 일하고 14.5%가 수공업체에서 일한다. PLAB는 1992년에 설립되었으며, 100여개의 수공업체가 가입하고 있다. PLAB는 가입업체들에게 컨설팅센터의 구실을 하며, 매년 6-8회에 걸쳐 각종 국제무대에서 로렌지방 목재 장식업자들을 대표하고, 여러 관련 기구와의 협조 하에 그 분야의 기술 혁신을 주도한다. PLAB는 사업비의 상당부분을 로렌지방의회로부터 받고 있다.

프랑스에는 소규모 수공업이 아직까지도 광범위하게 존재하고 있다. 2002년

1월 1일 현재로 조사된 바에 따르면, 프랑스 전국에 84만개의 수공업체들이 있고, 250여개 직종에 걸쳐 취업한 경제활동인구의 12%(240만 이상)가 거기에 종사하며, 이들이 국내 총생산의 11%를 생산하고 있다.<sup>26)</sup> 목재 장식수공업도 거기에 속한다.

PLAB는 로렌지방의 목재 장식 수공업을 보다 더 발달시키기 위하여 1999년부터 “Design en Lorraine(로렌의 디자인)” 사업을 추진하고 있다. 이 사업은 전통적인 장인기술에 의존하고 있는 목재 장식산업에 디자인을 도입함으로써 보다 현대적이고 미적으로 아름다우며 기술적으로도 고품질의 상품을 생산하기 위한 것이다. 이 사업에 참여하는 디자이너와 수공업자는 로렌의 창조성과 생산력을 증명해 보일 공동의 프로젝트를 수행하며, 그 결과는 상업화됨과 동시에 파리에서 매년 열리는 국제가구박람회에 출품되기도 한다. 2002년도 1월 동 박람회에 출품된 상품들은 다음과 같은 절차를 거쳐 완성되었다.<sup>27)</sup>

#### ■ 1단계

- 1월 : 가구업혁신진흥기구(VIA, Valorisation de l'Innovation dans l'Ameublement)<sup>28)</sup>가 프로그램, 작업계획서, 방법론을 작성하였다.
- 2월 : VIA가 12명의 디자이너들에게 작업계획서, 산업 소개자료, 기업체 소개 카탈로그를 보내어 의견을 하고, 2월말에 디자이너들은 작업 계획서에 따라 예비프로젝트를 보내왔다.
- 3월 : 프로젝트 평가위원회가 6명의 디자이너를 선발하였다. 이들은 수공업체의 생산능력을 알아보기 위하여 로렌의 대표적인 생산 현장을 방문했다.

26) 프랑스 수공업진흥재단(Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat)이 2002년 11월에 파리에서 열린 대규모 학술회의인 “Salon de l'Education”에서 발표한 자료 참조.

27) 2002년도 1월 10일에서 14일에 파리 Porte de Versailles에서 열린 가구전시회용 PLAB 자료.

28) VIA는 1979년에 프랑스 가구산업발전위원회가 상공부의 지원을 받아 설치한 단체로 프랑스만이 아니라 세계에서 프랑스 가구산업의 발전, 가구산업분야의 현대적 창조성 증진을 담당한다. PLAB는 VIA와 파트너십을 가지고 있다.

- 4월 : 정해진 분야에서 디자이너들에게 보수를 지급하고 초기 연구에 착수하도록 했다. 4월말에 디자이너들은 그동안 생각한 여러 가지 프로젝트 추진방법을 사업체들에게 설명했다.

■ 2단계

- 5월 : 사업체와 디자이너가 공동으로 구체적인 작업계획서를 작성했다.

■ 3단계

- 여름 : 모형들을 만들고,
- 가을 : 모형을 완성하였다.
- 2002년 1월 : 파리 국제가구박람회 PLAB 부스에 “로렌의 디자인” 결과물을 전시했다.

(5) 기업연합체들의 학생 아이디어 활용

앞에서 소개한 PLAB의 사례가 이미 상당한 전문성을 가지고 있는 디자이너들과 수공업자들의 간의 협력사업이었다면, 여기에서 소개하고자 하는 사례는 기업들이 디자인을 전공하는 학생들의 아이디어를 활용하여 상품을 혁신하고 학생들에게는 디자이너로서의 경력을 쌓게 하는 사업들이다.

이런 사업에서 오랜 전통을 가지고 있는 단체가 있는데, 프랑스의 유명한 호화명품 생산업체들이 공동으로 출연하여 설립한 “Colbert 위원회”가 그것이다. 2002년 현재 여기에 참여하는 기업체의 수는 67개이다. 여기에는 금은세공, 패션, 크리스탈, 가족, 장식, 도자기, 호텔-요식, 향수, 포도주 업체 등이 있는데, 우리가 익히 알고 있는 Chanel, Christian Dior, Hermès, Lancôme, Louis Vitton 등이 회원사로 참여하고 있을 뿐 아니라 에어프랑스, 베르사이유성, 코메디프랑세즈(국립연극극장), 파리국립오페라, 프랑스국립오케스트라 등도 준회원으로 참여하고 있다. 프랑스 경제에서 호화명품산업이 차지하는 중요성은 매우 높는데, Colbert 위원회의 인터넷 홈페이지<sup>29)</sup> 정보에 따르면 이 산업의 매출액이 연 700억 프랑에 이르고 그중 77%는 수출액이다.

---

29) www.comite-colbert.com

Colbert 위원회는 프랑스의 호화명품산업의 명성을 계속 유지하고 발전시키기 위하여, 1987년부터 매년 새로운 창조자(디자이너라고 하지 않고 창조자라는 용어를 사용함)들을 발굴해내기 위한 “Les espoirs de la Création(창조의 희망)” 라는 콩쿠르사업을 하고 있다. 2000-2001학년도<sup>30)</sup>에는 500명의 학생들이 30개의 Colbert 회원기업이 제시한 주제를 가지고 콩쿠르에 참여하였는데, 그 중 40명이 당선되었다.

2002-2003학년도 콩쿠르 안내정보에 따르면, 여기에 참여하는 학생들은 18세 이상 30세 이하의 패션학교, 디자인학교, 응용미술학교 학생들이며, 이들은 예술을 삶 속에 넣는다는 이상을 가지고 이 분야로 진로선택을 한 사람들이다. 콩쿠르에 참여하는 이유는 자기를 알리고 프랑스의 호화명품회사들과 연계를 가지며, 미래에 유명한 창조자(디자이너)가 되기 위해서이다. Colbert 위원회는 23개 회사로부터 주제를 받아 2002년 10월에 45개의 학교에 이를 배포하고, 이 회사들과 더불어 콩쿠르에 참여할 학생들을 대상으로 설명회를 열었다. 희망의사가 있는 학생들은 2003년 1월 15일에서 3월 31일까지 2달 반 동안 프로젝트를 세워 등록하도록 했다. 심사는 각 회사별로 구성된 심사위원회에서 맡아 자기 회사의 당선자를 선발했다. 당선자들은 2003년 6월에서 10월 사이에 최소 한 달간 해당 회사의 중심에 들어가 생활하면서 제출했던 프로젝트를 실물화한다. 모든 작업이 완료되면 당선자들에게 1,500유로가 지급되고, 작품은 전시회에 출품된다.

## (6) 시사점

디자인 산업에서 프랑스의 국가경쟁력을 객관적으로 보여주는 자료는 없지만, 우리나라에 비하여 월등히 높은 경쟁력을 가지고 있을 것으로 예상된다. 이는 오랫동안 축적되어 온 문화자본의 덕이기도 하지만, 다른 한편으로는 발달된 예술을 현대의 일상생활 속으로 끌어들이려는 끊임없는 노력의 결과이기도 하다. 그리고 그러한 노력의 일환으로 이루어지고 있는 디자인 인력의

30) 프랑스에서는 9월에 신학기가 시작되어 다음해 6월에 학년도가 종결되므로, 각 학년도에는 시작하는 년도와 끝나는 년도를 동시에 표기한다.

양성은 우리나라와 다음과 같은 점에서 큰 차이를 가지고 있으며 좋은 시사점을 준다.

첫째, 고등교육 기관이 소수의 엘리트 디자이너를 양성하는데 크게 기여하고 있으며, 대학이나 그랑제꼴에서의 디자인 교육이 산업체의 수요와 밀접하게 연계되어 있다. 우리나라에서는 아무리 좋은 고등교육기관에서 디자인을 전공하였다 하더라도, 현장에서의 실무경험을 거치지 않으면 전문인력으로 성장할 수 없는데 비하여, 프랑스에서는 학교를 졸업하면서 바로 전문인력으로 활동할 수 있다. 또 소수 정예주의 교육이 이루어지고 있다는 점도 우리와 크게 다르다. 산업디자인 그랑제꼴인 ENSCI의 경우에는 거의 20년의 전통을 가지고 있으나 지금까지 배출한 전체 졸업생수가 300명 밖에 되지 않을 정도로 소수 엘리트 교육을 하고 있다.

우리나라 고등교육수준의 디자인 교육은 매우 대중화되어 있어 고급 전문인력을 양성하지 못하고 있는데 비하여, 최근 크게 발달하고 있는 몇몇 산업분야(예를 들면, 애니메이션, 첨단 전자 및 통신 제품 등)에서는 국제적인 경쟁력을 갖춘 디자인 인력을 필요로 하고 있다. 그 밖에 다른 산업분야에서도 디자인 경쟁력이 높아질 수록 보다 고급 인력을 필요로 할 것이다. 따라서, 디자인에 관한 기본 지식과 기술을 갖춘 인력을 대량으로 생산하는 것과 별개로 소수 정예의 디자인 교육이 이루어져야 할 필요가 있으며, 여성 인력이 이러한 소수 정예의 디자인 교육을 받을 수 있는 기회에서 배제되지 않도록 하여야 한다. 외국 고등교육 기관에서 수학한 경험이 있는 인력들도 있지만, 우리나라의 기업문화나 기업의 필요에 부응하는 인력을 확보하는데에 어려움이 있다.

둘째, 프랑스에서 디자이너의 일은 단지 걸모습만을 디자인하는 것이 아니라 어떤 대상을 창조하는 종합적인 일로 간주된다. 이 때문에 디자이너란 용어 대신 “창조자(Créateur)”라는 용어를 자주 사용한다. 디자인 교육에서도 이러한 문제의식이 배어있다. 엘리트 디자인 교육과정을 기술, 과학, 공학 등 타 전공 학생들에게 널리 개방하는 것도 “창조”가 단순히 걸모습을 만드는데 국한되지 않기 때문이다.

이에 반하여 우리나라의 디자인 교육은 겉모습을 만드는데 크게 치중해있다. 고등교육기관이 양성하는 디자인 인력 가운데, 시각 디자인 분야의 전공자가 전체 인력의 과반수를 차지하고 있다는 점도, 우리나라 디자인 교육이 겉모습에 치중해 있다는 것을 간접적으로 보여준다. 또 디자인 교육은 거의 예술계열 학생들만을 대상으로 하며, 기술, 과학, 공학 등 타학문 전공자들이 디자인 교육을 받을 수 있는 길은 거의 없다. 공학 및 자연과학을 전공한 여학생 중에서 디자인에 흥미와 소질이 있는 학생들에게 전문적인 디자인 교육을 실시하는 것도 여성 디자인 전문인력 양성에 도움이 될 것으로 보인다.

셋째, 디자인을 필요로 하는 기업들이 디자인 인력의 양성에 적극적으로 참여하고 기여한다. 디자인을 전공하는 모든 학생들은 고등학교에서 대학(DEA와 박사과정 제외)에 이르기까지 모두 기업체 실습을 의무적으로 하여야 하며, 특히 교육수준이 높아질 수록 기업체 실습에서 얻은 평가가 졸업에 중요한 관건이 된다. 기업체는 실습생들을 위하여 기업이 필요로 하는 작업내용의 리스트를 제공하며, 학생들은 그것들 중의 일부를 실습기간 동안 실현시키게 된다. 참고로, 프랑스에서 디자인을 비롯한 모든 직업교육 분야의 신중 학위나 자격증을 신설할 때에는 반드시 해당분야 기업연합회, 노동조합 등 그 분야의 인력을 대표하는 사람들로 구성된 심의위원회에서 새로 만들 학위나 자격증의 사회적 필요성과 앞으로의 수요, 교육내용 등에 관한 심의를 받아야만 한다. 또 기업체 실습이 의무적이므로 한 학과를 개설할 때에는 반드시 실습할 기업체가 확보하여야 한다. 따라서 기업체로부터의 인력수요를 무시하고 학생수를 늘릴 수 없다. 우리나라의 디자인 전공 여학생들에게도 졸업 이전에 산업체 실습을 강화하고, 기업체가 실습교육에 적극적으로 참여하도록 장려할 필요가 있다.

넷째, 같은 업종의 기업체연합, 근로자들로 구성되는 노동조합 등이 잘 구성되어 있으며, 이들이 해당 업종의 경쟁력 향상을 위하여 자발적으로 디자인 인력을 활용하고 있다. Colbert 위원회, PLAB 등이 대표적인 사례이다. 우리나라에서는 기업연합이 프랑스만큼 발달하지 못하였고, 이미 설립된 연합체들도 상근직원을 고용하고 독립적인 사업을 할 만큼 재정상태가 넉넉하지 못한

경우가 많다. 프랑스의 경우에는 지방자치단체 수준에서 지방의회가 지역 경제 발전을 위하여 이러한 기업연합체들을 지원해주고 있다. 우리나라에서도 기업들의 디자인에 대한 관심을 높이고, 디자인 인력을 적극적으로 활용하도록 장려하는 정책방안을 개발할 필요가 있다.

#### 나. 영국<sup>31)</sup>

영국의 디자인 진흥을 위한 정책 및 실행 방안들은 정부를 중심으로 체계적으로 계획되고 수행되었다. 우선 영국 디자인 정책이 입안된 당시 영국 산업의 상황을 살펴보고 수립, 실행된 영국의 디자인 진흥 정책의 특성, 방향 및 효과를 고찰하며 마지막으로 현재 우리나라의 산업 상황 및 디자인 정책에 주는 시사점을 정리하였다.

##### (1) 디자인 진흥 정책의 배경

수세기 동안 영국의 제조업이 국내외 시장에서 뒤쳐진 원인을 분석한 결과 첫째 원인은 영국 제조업자의 디자인의 역할과 효과에 대한 이해 부족, 두 번째 원인으로 디자인을 제품 개발의 필수 과정으로서 적절히 관리하지 않은 때문으로 나타났다. 영국의 제조업자는 가격 경쟁력과 마케팅을 중시하였으나 다른 유럽, 아시아 및 태평양의 경쟁국들은 상품의 우위를 확보하기 위한 디자인을 중시하고 있었다. 일본과 독일의 경우 디자인이 제품의 독창성을 창출함은 물론 제품의 성능과 품질을 향상시켰으며 나아가 제조 공정도 단순화 시켰다. 반면 영국은 1979년과 1981년 사이에 약 20% 이상의 생산 능력을 잃어버렸으며 제조업에 대한 투자도 급속히 감소되었다. 이후 어느 정도 제조업의 생산과 투자 수준이 회복되었으나 1987년, 1988년도까지 1973년도의 규모로 복귀하지는 못하였다. 많은 영국의 제조업자들은 자신의 분야가 경쟁력이 없다고 판단하고 경제를 서비스 제공 등에 의존하게 됨을 인정할 수 밖에 없게 되었다. 영국의 교역은 제조업에서 1983년에 산업혁명 이래 처음으로 적자를

31) www.designfile.com, www.designdb.com, www.kaid.or.kr 참조.

기록했으며, 1986년에는 전체 경상 계정 적자로 빠졌으며, 1989년에는 최대 20억 파운드까지 급속하게 증가되었다. 그 후 계속적으로 적자가 줄어들기는 했지만 대규모의 적자는 결국 해외의 자산을 잠식하고 순부채의 누적을 이끈다는 우려를 남겼다. 영국의 장기적인 안정을 위해서는 제조업의 경쟁력을 제고시켜야 하는 상황에 처하게 되었다.

## (2) 디자인 진흥을 위한 정책-디자인카운슬 설립

디자인카운슬은 제조업체들로 하여금 디자인 과정을 통하여 더 좋은 제품을 개발할 수 있도록 도와 주고 디자인 교육과 연수를 지원하고 향상시키는 것을 목적으로 설립되었다. 예컨대 디자인카운슬은 영국 제조 생산의 많은 부분을 차지하는 10내지 500명의 종업원이 있는 중소기업과 관련된 업무를 수행한다. 이를 위해 하위 지부의 역할을 지속적으로 강화하고 있으며 지부별로 책임과 자원이 할당되어 있다. 3개 지부, 6개 지역의 전체 네트워크는 전략적으로 조정되고 있으나 일상 활동에 있어서는 상당한 자치권을 부여받고 있다.

디자인카운슬의 산업 서비스는 3단계로 나뉘어 제공되고 있는데, 첫째는 자금을 지원해 주는 정부의 프로그램을 통해서이고, 두 번째는 연수 및 직접 지원 프로그램, 세 번째는 전략적인 부문별 이니셔티브를 통해서 이다. 주로 종업원 500명까지의 중소기업을 대상으로 하며 이는 상공부의 기업체 지원 프로그램과 북아일랜드의 동일한 사업에서 지원을 받을 수 있는 부가적인 혜택도 갖고 있다. 보조금 지원 대상이 아닌 대기업들도 이러한 서비스를 이용할 수 있는데 주로 하청업체에 대한 지원, 교육 및 캠페인 활동을 통한 간접 지원을 받기도 한다. 또한 대기업의 전략적 문제, 새로운 시장 기회의 파악 등 중요한 문제들에 관해 의견을 교환하고 컨설팅을 해 준다. 디자인카운슬의 지역 활동에 있어서 중요한 또 하나의 역할은 기술 이전에 관한 중재 역할이다. 이것은 또한 공학 디자인 이니셔티브를 수행함에 있어서 과학공학연구소와 디자인카운슬의 관계를 맺어 주는 고리를 제공한다.

디자인카운슬의 중앙연구소는 특정 제조 부문의 중요성을 강조하면서 경제 및 산업 부문의 문제에 접근하였다. 지금까지 의류 및 섬유, 계약 및 국내 가



구, 의료 장비 분야 등에 여러 프로그램들이 발전되어 왔고 건설 자재 및 기계 공구류도 고려되고 있다. 이러한 부문에서 디자인카운슬은 수많은 지역에서 자문과 지원을 제공하고 있으며 지원에는 신소재, CAD, 모델링 및 제조, 자문과 지원 활동, 수출 상품에 대한 특별 디자인 지원 등이 포함된다.

디자인카운슬의 교육 계획은 모든 학교 교과 과정을 통해 진행되는 주제들로 디자인을 확립시키고 학교의 디자인 교육과 기업의 디자인 실무와 연관된 고등 교육을 서로 연계시키는 것이다. 1990년 9월, 디자인 및 기술 과목은 디자인카운슬의 노력으로 국가교육과정의 기본 과목으로 도입되었다. 이러한 발전은 디자인카운슬이 교육출판물과 기타 활동 등으로 교사와 학생 및 기타 교육자들에게 제공하는 지원 활동을 강화하도록 유도하였다.

위의 내용들을 포괄하여 실제로 디자인카운슬에서 수행하고 있는 서비스들을 살펴보면,

첫째, 디자인 지도 서비스(Design Advisory Service)로서 디자인에 관한 자문을 지역 네트워크를 통해 일괄적으로 수행한다. 회원들에게 몇 일간의 디자인 지도가 이루어지고 무료 또는 할인된 금액으로 다른 서비스, 세미나, 출판물 등이 제공된다.

둘째, 디자이너 선정 서비스(Designer Selection Service)로서 디자인 지도 전문가와 디자인이 필요한 제조업자들을 연결시켜 주는 일이다. 이 서비스는 지역적인 균형 발전을 도모하는 차원에서 확장되는 추세이다.

셋째, 디자인 지도 계획(Design Consultancy Scheme)으로 통산부의 기업 지원 프로그램을 대신하여 디자인 지도 계획을 운영하는데 주로 기업체의 문제를 해결해 주고 새로운 제품 디자인과 제품 향상을 위한 디자인 지도를 해준다.

넷째, 재료 정보 서비스로서 계약하에 운영하는 새로운 재료들과 재료 기술에 관한 주요한 정보 데이터 베이스이다. 이 서비스는 생산자와 지도 위원들에게 무료로 제공되는 디자인 정보 서비스로 이용 문의가 증가하고 있다.

다섯째, 혁신서비스(Innovation Service)로서 기업과 개발자를 연결시켜 생산과 판매의 시점에서 새로운 아이디어와 기술을 증진시키고자 노력한다. 사

업 정보 서비스는 지원자들에게 아이디어를 보호하고 면허를 내 주고 자금 조달을 해 주는 부문에 대한 자문을 해 주고 있다.

여섯째, 교육 사업으로 초·중등과정 및 고급 과정의 교육까지 각 단계의 교육과정을 위한 디자인 교육과 실습에 관한 정보 및 안내를 제공한다. 디자인카운슬 직원들은 대학과 학교의 교사들을 위한 현장 교육을 제공하고 교사 연수에도 관여하며 많은 출판물을 통해서도 교육 사업을 확장하고 있다.

일곱째, Young Designers Centre는 젊은 디자이너들을 지원, 격려하고 그들의 작품을 산업계에 소개한다. 학생들의 작품을 상설 전시하며 전국에 테마 전시회 프로그램을 운영하고 온, 오프로 정보 서비스와 도서를 대여해 주고 있다.

여덟째, 디자인카운슬의 중앙연수지원단은 본부와 지방의 연수 활동을 위한 조직적, 행정적 지원을 한다. 이 활동들은 영국 전역에 걸친 세미나 프로그램과 회의, 강의들로 짜여져 있다.

### (3) 시사점

위와 같이 영국 제조업의 상황과 그것에 대한 해결 방안으로 설립된 디자인카운슬의 주요 정책과 수행 업무들을 살펴보았다. 물론 처한 상황과 여러 가지 여건에서 우리의 상황과는 많은 차이가 있으나 정부 차원에서의 정책 입안과 하부네트워크 조직 구성 그리고 그 곳에서의 사업 추진 및 운영 등의 측면에서 어떤 시사점을 얻을 수 있는지를 정리해 보았다.

첫째, 정책 입안 및 시행 초기에 범 국가적으로, 정부의 강력한 의지로 추진되었다는 점을 들 수 있다. 관련 부처나 교육 기관간 기능 조정 및 협의를 통해서 추후 사업 수행에서 일어날 수 있는 문제를 최소화할 수 있었다는 점에서 현재 주무 부처에 따라 중복 정책이 입안되어 큰 줄거리를 갖고 있지 못하는 상황에 시사점을 준다.

둘째, 지역별로 실질적이며 다양한 지원이 특히 중소기업 중심으로 이루어지고 있다. 중앙에 모든 행정적 권한이 주어지지 않고 지역 특성에 맞게 탄력

적으로 운영을 해 나갈 수 있도록 자치권이 주어졌다는 점에서 우리에게 시사하는 바가 있다. 지역별로 현장 적응적이며 빠른 맞춤형 지원이 이루어지면서 중앙 및 전체 지부와의 네트워크를 통해 크게 방향을 설정하는 것이 가능한 것이다.

셋째, 디자인카운슬이 정규 학교 교육과 마찰을 일으키지 않음은 물론 학생과 교사를 이끌어 주며 연계 네트워크를 형성하고 있는 점에서 시사점이 크다. 현재 우리나라의 상황을 볼 때 정부 디자인 관련 기관들과 정규 교육 기관의 정책이나 운영 방향의 조율이 상당히 부족한 점을 미루어 볼 때 디자인카운슬의 역할은 심도 있게 고찰할 필요가 있다.

넷째, 디자인카운슬은 디자인 관련 인프라를 조성하기 위한 다양한 센터를 설치하고 사업을 수행하고 있다. 디자인 관련 정보와 자료들을 확보하고 서비스하며 출판 및 세미나, 연수, 기초 연구 및 R&D 통해 교육 기관과 산업체를 연계시키며 구심점의 역할을 하고 있는 점에서 시사점을 준다.

## 제2절. 전문가 심층 면접 및 자문

본 연구는 여성 디자인 전문인력 양성을 위한 정책개발 방향과 그 내용에 대하여 여러 차례에 걸쳐 다양한 형식으로 디자인 분야 전문가들의 의견을 수렴하였다. 우선 연구 초기단계에 질문지조사도구 개발과 여성 디자인 전문인력 개발을 위한 정책 방향에 관한 토론을 목적으로 전문가 협의회가 열렸다. 2차로 연구 중반에 여러 디자인 분야 전문가를 대상으로 여성 디자인 인력에게 적합하면서도 향후 발전 가능성이 큰 직종에 관한 심층면접조사를 실시하였다. 3차에는 대학생, 기업체, 근로자 대상의 질문지조사결과, 전문가 의견 수렴, 참고문헌 및 자료 분석 결과를 바탕으로 여성 디자인 전문인력 개발을 위한 정책방안 초안을 마련하여 그에 대한 전문가 워크숍을 개최하였다. 이를 통해 정책방안 초안에서 더욱 강조되어야 할 정책안과 실효성 있는 정책제언

을 위하여 보다 발전시켜야 할 점이 토론되었다. 마지막으로 전문가 워크숍에서 검토된 내용을 보완하여 정책방안 최종안을 마련하고, 여성 디자인 전문가들과 함께 최종안의 타당성에 관한 토론이 이루어졌다. 이 절에서는 단계별 전문가 의견 수렴의 결과를 요약 정리하였다.

## 1. 심층 면접

전문가 심층 면접은 디자인 관련 회사들의 산업 사회에서의 경쟁력 제고를 위하여 요구되는 새로운 디자인 직종, 인력 또는 사업에 관한 의견을 수렴하고 그에 터하여 여성 디자인 인력의 진출 분야를 탐색하고자 수행되었다. 면접은 전문가협회 및 연구진 협의를 통하여 추천된 각 분야 전문가 및 전문회사 풀을 기초로 하여 디자인 분야, 성별, 지역, 회사 규모 등을 고려, 최종 20여개 업체를 선정하였다. 면접 방법은 연구진이 5월 중 직접 방문 혹은 전화로 연락하여 사전에 구성된 질문지로 인터뷰하였으며 부족한 부분은 메일 및 전화 인터뷰로 보완하였다.

### 가. 면접 대상자의 일반적 특성

면접에 응한 CEO 및 관리자가 속한 디자인 분야는 제품 및 생활용품디자인, 환경·인테리어 및 디스플레이디자인, 광고 및 편집디자인, 의상디자인 전문회사들과 기업체 그리고 공공 및 디자인 관리 분야의 단체들이다. 전문가들의 연령대는 30대가 가장 많았고, 그 다음이 40대로 나타났으며 50대는 거의 없어 디자인 관련 분야 종사자의 연령대가 타 분야에 비하여 상대적으로 젊은 연령층임을 알 수 있다. 전문가들이 직접 운영하고 있거나 소속된 회사의 규모는 대기업 디자인 부서, 중소 규모 전문 회사, 소규모 디자인실 등이다. 그 중 실제 세분화되고 특화된 일을 대다수 소화하고 있는 곳은 중·소규모 전문프로덕션이었으며 제품디자인 및 인테리어디자인의 경우에는 남성 관리자가, 시각디자인 및 디스플레이디자인의 경우에는 여성 관리자가 많았으나 종합적으로는 남성 관리자가 여성관리자보다 과반수 이상 월등히 많았다. 그러나 디

자인사에 근무하는 디자이너의 경우에 있어서는 인테리어디자인 분야에 여성이 많았고 디스플레이 및 광고디자인은 평균적이었으며 편집, 타이포그래피 등 시각디자인에서는 여성의 비율이 높고 제품디자인 분야의 여성 종사자는 CEO와 마찬가지로 역시 가장 적었다. 인테리어디자인의 경우 팀장급 중간 관리자에 여성 인력이 많았는데 인테리어디자인의 복잡한 단계별 작업 공정과 다양한 자재 및 소품 섭외 등의 업무에서 요구되는 면밀함과 여성의 특성이 잘 결합된 결과로 보여진다.

<표 V-5> 전문가 심층면접조사 대상자의 특성

대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인 전문회사 디자이너</li> <li>- 기업체 디자인실 디자이너</li> <li>- 공공기관 디자인 담당자</li> <li>- 디자인 관련 단체 담당자</li> </ul>
직급	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CEO</li> <li>- 팀장</li> <li>- 디자이너</li> <li>- 디자인 관련 업무 담당 과장</li> <li>- 단체장</li> </ul>
전공 분야	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 디자인</li> <li>- 생활용품 디자인</li> <li>- 환경 및 인테리어 디자인</li> <li>- 디스플레이 디자인</li> <li>- 광고디자인</li> <li>- 편집디자인</li> <li>- 의상디자인</li> </ul>
연령대	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 과반수 이상 30대 CEO, 팀장 및 디자이너</li> <li>- 소수의 40대 CEO 및 팀장</li> <li>- 50대는 거의 없음</li> </ul>
여성 비율	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 남성관리자가 여성관리자보다 과반수 이상 차지</li> <li>- 시각 디자인 분야에서 여성관리자 비교적 많음</li> <li>- 인테리어 디자이너의 경우 중간관리자급에서 여성 비율 다소 높음</li> </ul>

나. 면접 내용

면접은 다음과 같은 내용을 중점으로 하여 진행되었다.

첫째, 현재 면접조사 대상자의 회사 혹은 동종 디자인 분야에서 취급하는 제품(상품)의 질 향상과 디자인 경쟁력 제고를 위하여 보완될 필요가 있다고 생각하는 디자인(기술, 프로세스 포함) 직종, 인력 및 사업에 관한 의견, 예컨대 기존으로부터 세분화될 필요성이 있는 디자인 직종 또는 디자인 산업 현장의 현재 및 미래의 추이를 살펴볼 때 새롭게 발생하고 있거나 앞으로 필요성이 예측되는 직종에 대한 의견을 수렴하였다.

둘째, 위에서 제안된 의견 중 여성의 직업 적성에 적합하다고 생각되는 직종이나 분야 또는 여성 인력이 진출하여 보다 특성화된 전문 분야로 자리 매김 하기에 유망할 것으로 예측되는 직종에 대한 견해를 중심으로 인터뷰하였다.

셋째, 새롭게 요구되거나 보완이 필요한 디자인 분야에 종사할 인력을 양성할 때 효과적인 방법, 예컨대 경력자 재교육이나 신규 인력 양성 등 분야별 특성에 적합하고 현장적응력이 있는 양성 방안에 대한 의견을 수렴하였다.

넷째, 현 업체 운영 시의 문제점, 전반적인 정책적 지원 요구, 여성 디자이너 현황과 관련한 의견, 향후 유망 분야 및 직종 및 현재 운영 중인 디자인 분야에서의 인력수요에 관한 예측과 전망 등을 포괄적으로 인터뷰하였다.

#### 다. 면접 결과 분석

면접 결과를 위에 제시한 면접 내용에 터하여 정리하면 다음과 같다.

첫째, 전문가들이 새롭게 요구되는 직종으로 제안한 내용을 종합해 보면 대략 세 가지 정도로 유형화되고 있다. 우선 일반적으로 디자인 영역에 속하는 직종인 포장 디자이너 및 브랜드 디자이너가 제안되었고 그 다음으로는 디자인 분야이나 디자인 자체보다는 제작 측면의 기술적인 부분이 더 요구되는 직종으로 아바타와 모바일 제작자, 3D 애니메이션 고급 기술자 등을 제안하였다. 그리고 디자인을 하기 위하여 반드시 필요한 디자인 주변 또는 디자인 유사 영역에 속한다고 볼 수 있는 (중소기업 업종별) 디자인 가이드, (산업디자인) 전문 리서처, (문화)컨텐츠 디자이너, (디자인) 프리젠테이션 기획자, (디자인) 마케팅 컨설턴트, (디자인 관련) DB 컨설턴트 등이 새롭게 요구되는 디

자인 관련 직종으로 제안하고 있다. 전체적으로 디자인 컨설팅, 가이드 및 서비스 등의 디자인 산업 전반에 걸친 인프라 관련 직종이 많이 제안되고 있음을 알 수 있다.

둘째, 여성 유망 직종에 대한 구체적 인터뷰에서는 위의 다양한 디자인 직종에 대한 제안과는 차이가 있는, 별도의 의견이 수렴되었다. 포괄적이기보다는 면담에 응한 전문가들이 운영하고 있는 디자인 분야에서 여성이 보다 적합하다고 생각되는 직종이 언급되고 있다. 우선 디자인 본래의 영역에서 컬러 코디네이터, 디스플레이 코디네이터, (도시) 외부 환경 코디네이터 또는 디렉터, 북 디자이너, 상품 브로슈어 디자이너, 편집제품(소품) 디자이너가 제안되었다. 기획과 기술적인 측면이 동시에 강조되는 영역에서는 SP(Sales Promotion) 부분의 제작 전문 인력이 제안되었는데 소비자의 섬세한 구매 심리를 파악하여 적절하게 보상을 기획, 제작하고 프로모션하는데 여성 특유의 관찰력과 세밀함이 적절하다는 의견이었다. 디자인과 관련한 일반 영역에서는 (팀장급) 디자인 기획관리자가 인테리어디자인 분야에서 제안되었는데 긴밀한 계획 작성, 추진 및 관리에 여성의 특징점이 그 능력을 발휘한다는 의견이었다. 전체적으로는 주로 현재 여성 인력이 비교적 남성에게 비해 많이 진출하고 있는 직종이 제안되고 있었으며 기술적인 측면이 강조되는 분야 예컨대 프로그래머나 멀티 미디어의 세부 직종들보다는 전체를 종합적으로 기획하고 단계 단계를 다루고 조화시키거나 하여 전 과정을 아우르는 포용성 있는 직종을 많이 제안하고 있었다.

셋째, 위에서 언급한 디자인 분야의 인력 양성에 관한 의견을 집약하면 약간의 개인별 의견 차가 있기는 했지만 현재 디자이너들의 현장성 있는 '재교육'으로 모아졌다. 일반적으로 디자이너들의 디자인 환경 내에서의 커리어 패스가 생각 외로 변화가 적고 다양하지 못하며 특히 여성 디자이너들의 경우 CEO로 커리어를 확대해 나가기보다는 안정적인 중간 관리자급에 머무는 경우가 많다는 점 그리고 결혼 및 출산 등으로 일단 노동 시장 밖으로 나갔다가 재 진입할 경우 등을 종합적으로 생각해 볼 때 보완적 측면이 강조된 다양한 '재교육' 프로그램의 운영이 가장 바람직할 것으로 나타났다. 이는 새로운 기

술 발전과 변화에 따른 디자인 관련 직종들의 세분화 및 직업 생성·소멸의 주기가 짧아지는 현상에 대한 적응을 돕고, 새로운 프로그램을 다루는 것을 배우고 나더라도 버전 업그레이드가 빨라 다시 배워야 하는 디자이너들의 부담감 등을 감소시키는 한 방법이 될 수 있다는 것이다. 또한 부정기적이고 다양한 재교육 프로그램을 통하여 사회적, 경제적, 문화적 영역과 디자인의 연계를 도모하여 디자인 분야 자체의 활성화는 물론 개인의 경력 개발이나 능력 확대를 위한 계기도 만들 수 있다는 의견이었다. 예컨대 기술 인력이 집중적 양성 교육을 통해 양성되어 현장에 투입되고 일정 기간이 경과하게 되면 의례 사업 내 또는 사업 외 훈련을 통해 향상 교육이나 재교육을 수행하고 있는 것에 비추어 볼 때 디자이너 특히 변화 빠른 디자인 현장에서 일하는 디자이너들에게는 필요할 때 탄력적으로 받는 재교육 쪽이 더 효율적일 것이란 의견이 많았다. 디자인의 특성상 디자인 업무와 관련된 노하우들이 정규 교육기관에서의 교육만으로 충분히 습득되기 어렵다는 점도 재교육의 타당성을 높이는 것으로 나타났다. 재교육의 방법으로는 현장에서 일하고 있는 전문가가 직접 교육을 맡는 것이 바람직하다는 의견이 많았으며 국책기관이나 경영 컨설팅 회사에서 운영하는 <재교육 센터> 설립에 관한 의견도 있었다. 센터의 운영을 통하여 취업을 희망하는 디자이너에게는 교육과 더불어 취업의 기회를 제공하고 전문회사 측에서는 원하는 인력의 양성에 직접 참여하여 원하는 수준의 디자이너를 보충할 수 있다는 점도 제안되었다.

넷째, 마지막으로 현 업체 운영 시의 디자인 내, 외적 문제점과 그에 따르는 다양한 해결 방안, 요구 및 전망 그리고 여성 디자이너 인력의 활성화 방안에 대한 의견을 요청했다. 우선 지방에 소재한 디자인 회사들이 체감하는 디자인 시장의 한계는 오래된 문제이긴 하지만 아직도 가장 크게 CEO들을 압박하고 있었다. 이를 위한 지원으로 중앙 또는 지방 자치단체에서 디자인 사업 발굴, 선정 및 지원에 보다 적극성을 보여 줄 것을 요구하고 있다. 이번 면담에 응한 공공 기관 및 단체의 담당자들은 중소기업 디자인 개발 지원 사업 등의 실질적 지원 사업과 지방 디자인 진흥을 위한 인프라 구축 그리고 교육 관련 사업 등을 기획하거나 수행하고 있었으며 예컨대 창업센터 운영 등을 통해 지역 산



업과 연결하여 특성화하는 방안이 추진되고 있었다. 필요한 인력 육성에 관해서는 대다수 CEO들이 재직 중인 디자이너들을 대상으로 한 단기 재교육시스템이 현장 중심으로 이루어지는 것이 바람직하다고 언급하였고 특히 여성 유희 디자인 인력의 노동 시장 재진입을 위해서는 전반적인 여성 복지 문제 해결을 기저로 하여 재교육과 창업에서 다양하고 탄력적인 방안들이 필요하다는 의견이 많았다. 즉, 재교육의 방법도 집체와 개별적인 웹 상의 교육이 가능하도록 배려되어야 하며 취업도 파트 타임이나 프리랜서가 무리 없이 활동할 수 있는 효율적 조직 관리 체계가 마련되어야 할 것으로 판단되었다. 전반적 추세가 기업 내 디자인 조직은 축소하면서 대체적 방안으로 뛰어난 아이디어와 순발력을 갖춘 소규모 프로덕션으로 일의 중심이 옮겨가는 상황에서 여성 소호 창업도 경쟁력이 있다는 의견이 많았다. 이는 디지털 시대의 다양한 미디어와 툴을 이용함으로써 가능성이 점차 확대되고 있는 추세로 세분화된 전문 기술 분야로 특화할 경우 경쟁력이 있다는 판단이었다. 종합적으로 여성 디자이너가 보완하여야 할 능력으로는 경쟁 프리젠테이션과 같은 힘과 의지가 필요한 상황에 대처하는 능력으로 큰 문제가 없는 상황에서 디자인 일반 관리에 능한 특성에 상반되는 보완적 요구였다. 여성 디자이너의 활동과 관계되는 제반 문제들은 관련 여성 단체나 협의회를 구성하여 부처 지원 요구, 분야 발굴, 처우 개선, 교육 기회 확보, DB 구축 등 여성 스스로 자발적인 문제 해결을 위한 노력에 나서야 할 것으로 지적되었다.

## 라. 시사점

전문가 심층면접조사를 통하여 얻은 가장 큰 시사점은 여성 디자인 인력의 양성을 위해 필요한 정책은 일시적인 취업 기회 확대나 창업 지원 등의 단기적 방안이 아니라 보다 근본적이고 다각적 접근에 의하여 긴밀한 시스템 만들고 장기적으로 추진되어야 한다는 것이었다. 이는 우리나라 디자인 산업의 활성화와 다양화를 통해 궁극적으로 디자인계가 타 디자인 강국들과 경쟁할 수 있도록 촉진하는 발전 방안과도 밀접한 상관성을 가진다. 전문가들이 CEO 입장으로, 디자이너로서 또는 여성의 입장에서 낸 의견들에 공통적으로 포함되

어 있는 다양한 제안들을 다음과 같이 두 축으로 나누어 정리하였다.

첫째, 중앙 차원에서 가능한 지원정책이 산발적 또는 일시적으로 끝나지 않도록 법제화하여 장기 계획을 세우고 지역 경제와 연결하여 추진하여야 할 것이다. 그 세부 계획은 아래와 같은 구체적 지원책들을 포괄하는 것이어야 한다.

- 중앙 정부 부처 중 디자인 관련 부서에 다양한 전공의 디자이너 출신 전문직 공무원을 일정 수 포함시켜 실질적인 정책 입안과 실행이 가능하도록 한다.
- 지방자치단체에도 중소기업 활성화를 위한 디자인 컨설팅이나 환경디자인과 같이 규모가 큰 프로젝트의 진행을 위한 디자인 전문 부서를 설치하고 디자인 인력을 배치한다.
- 고용주와 디자이너의 접근성을 용이하게 해 주는 정부 차원의 제도를 마련한다.
- 여성 디자이너 지원을 위한 연차적 정책 연구 및 R&D 자금을 조성 지원한다.
- 고가 장비 및 인력 지원 또는 여성이 오너인 디자인 벤처사를 지원한다.
- 국가 차원의 프로젝트에 소규모 여성 디자이너의 공개 경쟁은 물론 장기적으로 할당제를 마련하는 제도 추진한다.

둘째, 여성 디자이너 단체나 협의회를 중심으로 하여 산.관.학 협동으로 아래와 같은 구체적 실행 계획이 진행되어야 할 것이다.

- 우선적으로 여성 디자이너 인력의 노동 시장 현황 파악을 선행한 뒤 조직화 사업 및 DB 구축 사업이 선행되어야 할 것이다.
- 이를 위해 온, 오프라인상의 커뮤니티를 구성하여 취업이나 디자인 관련 정보 교환이 이루어질 수 있도록 '장'을 마련한다.
- 여성 디자이너 협의회를 중심으로 중앙 및 지자체 전담 부서를 카운터파트로 하여 자체적 활성화 정책 개발과 R&D 사업을 지속적으로 추진한다.
- 여성에 적합한 파트 타임 및 풀 타임 직종을 개발한다.

- 인력 양성을 위한 교육 프로그램을 개발.운영한다.
- 여성 쪽으로 특화된 사업을 지속적으로 구상.발굴하여 현실화시킨다.
- 국가 또는 국제적 프로젝트 수주를 위한 조직체의 마련.운영한다.

## 2. 워크숍

### 가. 정책방안 내용

대학생, 기업체 및 근로자를 대상으로 한 질문지조사 결과, 전문가 심층면접, 전문가 협의회를 거쳐 여성 디자인 전문인력 개발을 위한 정책방안 초안을 마련한 후, 산.관.학.연의 관련 전문가들이 참여한 워크숍을 개최하여 제시된 정책방안에 관하여 토론하였다. 워크숍에서는 본 연구의 목적과 연구 방향에 대한 오리엔테이션과 더불어 정책방안에 대한 설명이 있었다. 토론의 주된 내용은 제안된 정책방안의 타당성과 문제점을 검토하는 것이었다. 워크숍에서 논의되었던 정책방안의 내용은 다음의 <표 V-6> 과 같다.

<표 V-6> 전문가 워크숍에서 논의된 여성 디자인 전문인력 개발 방안(초안)

영역	정책안	세부방안
1. 여성 디자인 전문 인력 개발 기반 강화	1) 디자인 분야별 인력 육성 기반 구축	- 디자인 분야의 인력 수요 예측 통계 자료 구축 - 디자인 전문 인력 육성위원회 구성
	2) 여성 디자인 인력 네트워크 구축	- 디자인 분야 여성 디자이너 단체 활성화 - 여성 디자인 프리랜서 조직화 지원 - 여성 디자인 업체 네트워크 지원 체계
	3) 「디자인직업 정보센터(가칭)」 설치 및 운영	- 「디자인직업정보센터」의 설치 및 운영

영역	정책안	세부방안
2. 여성 디자인 전문 인력의 전략적 육성	1) 여성 디자인 전문 인력 육성 환경 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인 관련 학과의 여성 교수 비율 제고</li> <li>- 여대생 디자인 전람회 개최</li> <li>- 디자인 전공 여대생을 위한 멘토링 프로그램 개발 및 실시</li> <li>- 디자인 전문가와 교수-학생간의 간담회 개최</li> <li>- 우수 여성 디자이너 해외 연수 및 박람회 참가 지원</li> </ul>
	2) 산.학.연 현장 학습 체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인 전공 여대생 기업 연수 프로그램 실시</li> <li>- 정부 지원 디자인 전공 여대생 인턴제 도입</li> <li>- 여성 디자인페어(공모전) 개최</li> </ul>
	3) 엘리트 디자이너 스쿨 개설 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 분야별 고급 디자인 인력 수요 조사</li> <li>- 디자인협회 또는 디자인 전문업체에 엘리트 디자이너 스쿨 개설 운영</li> </ul>
	4) 디자인 분야 여성 유망 직종 발굴 및 재교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인 분야 여성 유망 직종 발굴</li> <li>- 여성 유망 직종 인력 양성을 위한 재교육 실시</li> </ul>
3. 취업 지원	1) 구인-구직 정보 제공 강화 및 활용도 제고	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인 직업 정보에 관한 기초 자료 개발 및 보급</li> <li>- 구인-구직 DB의 체계화 및 신뢰도 강화</li> </ul>
	2) 개인별 직업 계획(Career Plan) 및 경력 개발 훈련 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인 인력에 적절한 직업 계획 수립 전략 개발</li> <li>- 직업 계획 훈련 프로그램 운영</li> <li>- 직업 계획 상담 서비스 제공</li> <li>- 여성 디자인 인력에 적절한 경력 개발 프로그램 개발 및 운영</li> </ul>
	3) 기업과 디자인 인력 간의 만남의 장 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인 산업 및 취업박람회 개최</li> <li>- 여성 디자인 인력을 활용한 중소기업 디자인 상담 사업</li> </ul>
4. 여성 디자인 전문회사 육성 및 지원	1) 중소기업 디자인 업그레이드 지원 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중소기업과 디자인 업체와의 연계 사업 추진</li> </ul>
	2) 유망 디자인 업종에서의 여성 디자인 전문회사 발굴.육성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인 분야 여성 유망 업종 발굴</li> <li>- 여성 유망 업종에서의 여성 창업 지원 강화</li> </ul>
	3) 여성 디자인 전문회사 육성 기반 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 여성 디자인 전문회사 활성화 지원</li> <li>- 디자인 분야의 여성 기업인 교육 훈련 지원</li> </ul>

## 나. 워크숍 결과 분석

위에 제시된 정책방안을 토대로 하여 워크숍을 실행한 결과, 다음과 같은 의견이 수렴되었다.

첫째, 여성 디자인 인력의 활성화를 위하여 우선적으로 제도적 기반 및 환경 조성이 필요하다는 전문가들의 의견이 모아졌다. 광범위하게 살펴보면 여성 전략 산업 육성, 여성 전문 인력 개발의 기반 강화, 전문 인력 육성을 위한 환경 조성 그리고 일반적 범주에서 여성의 사회 참여를 위한 제도적 기회의 마련 등 워크숍 자료에서 제시한 내용들을 포함하면서 실행적 차원에서 구체적인 모티브들이 제시되었다. 예컨대 뷰티 산업과 같은 신규 산업을 육성하고 홍보하는 등의 다원화 사회의 도래에 따른 신규 시장 개척 및 비즈니스의 장마련이 필요하며 지역 특성화 산업과 여성을 연결하는 장기적 마스터플랜이 제시되어야 한다는 의견이다. 전문가들은 이러한 모든 사업에는 사업 내용이 견고하게 구축되어야 하며 실행 조직 및 방법과 더불어 반드시 예산 확보와 재정 지원이 뒤따라야 할 것을 강조하였다. 여성 디자이너는 물론 일반적인 여성의 사회 참여를 위한 기반 조성에 있어서도 여성의 내외 환경과 친화적으로 접목될 수 있으면서 역량을 최대한 발휘할 수 있는 긍정적 방안이 검토되어야 한다는 의견이었고 제도화 및 그 시행령이 구체적으로 공신력 있게 인증되어야 한다는 의견이 모아졌다.

둘째, 여성 디자이너 개인의 능력 강화를 위하여 여성 디자이너 특성화 교육, 현장 적응적 학습 체계의 구축, 엘리트 디자이너 스쿨 개설, 여성 유망職種 발굴 및 재교육 그리고 개인별 직업 계획 및 경력 개발 훈련 실시 등 기 제시된 연구진의 제안이 포괄적으로 논의, 수렴되었다. 공통적으로 여성을 강조하기 보다는 디자이너로서의 전문성 유무에 초점을 두어야 한다는 의견이 있었으며 여성 디자이너 개인이나 여성 디자이너 교육 프로그램에 있어서 우수 사례를 발굴, 보급하는 것이 효과적이라는 의견이 많았다. 여성 전문 분야 특성화와 더불어 디자인 일반 프로세스에 관한 능력, 즉, 업무 추진 능력, 문제 해결 능력, 프로젝트 관리 능력 등 유기적 조직 체계에 있어서 여성의 역할을 강화하는 교육이 실행되어야 한다는 지적이 있었다.

셋째, 여성 디자이너 취업 및 육성 지원에 관한 논의에서는 구인 및 구직 정보 제공, 기업과 여성 디자인 인력간 연계 장치 마련, 여성 창업 지원 방안 강구, 여성 디자인 전문회사 활성화 지원, 여성 디자인 취업 박람회 개최, 국내외 디자인 페어 참가(참가 유도, 참가 시 컨설팅 및 참가 비용 지원)를 통한 해외 진출 지원, 여성 디자이너와 중소기업 디자인 상담 연결 등 연구진이 제시한 정책 방안들에 대한 현실적 실행 가능성과 효과에 대한 의견이 교환되었다. 예컨대 현재 새롭게 부상하고 있는 비즈니스 서비스 산업의 다섯가지 업종(컨설팅, 광고, 엔지니어링, 산업디자인, 패션디자인) 중 디자인 관련 분야가 세 분야나 속해 있는 만큼 여성 디자이너의 진출이 보다 확대되고 있다고 볼 수 있으며 이에 경쟁력을 갖춘 여성 우수 인력의 리스트화를 통해 적절한 여성 디자이너의 공급을 원활히 하는 방안이 논의되었다. 또한 일정 비율을 두고 여성 창업 유치 제도를 마련하여 특성화된 여성 디자이너의 창업 보육 센터를 설치, 지원하는 실제적 지원 체제도 필요하다는 의견이었다. 이를 위하여 여성 디자이너를 대상으로 한 디자인 매니지먼트 교육이 강화되어야 하며 전문 여성 디자이너 그룹을 육성, 홍보하는 방안도 제안되었다.

이 외의 논의 사항으로는 여성 디자이너 지원 체제의 구축 및 실행과 관련한 의견이 있었다. 예컨대 여성 디자이너를 위한 어떤 정책을 실행하더라도 정부, 학교 및 회사 간 입장 차에 의한 의견을 조율하여 상호 협력하며 효율성 있는 추진이 되도록 해야 한다는 점 그리고 실행 주체별 역할 분담과 우선 실행 단계를 정해 추진하며 투입에 대한 효과를 사례로 보여 주면서 다각도의 실행적 방법론이 뒷받침되어야 한다는 의견이 수렴되었다. 제도적 기반을 토대로 하여 운영 주체를 중심으로 예산을 확보, 비즈니스의 장을 만들어 활성화시키며 장기적으로는 관련 타 분야로의 진출을 모색하는 것이 바람직하다는 의견이었다.

감성 개발을 중심으로 한 디자인 조기 교육의 필요성이 다시 한번 재기되었고 디자인의 특성을 고려한 커리어 패스 모형 개발과 운영, 교육의 필요성도 논의되었다. 여성 디자이너의 큰 군으로 분류되는 여성 프리랜서들의 조직화 및 지원 사업이 선행되어야 할 사업으로 꼽혔으며 제도적으로 여성 디자이너

인적 자원 개발을 위한 국내외 연수를 실행할 필요가 있다는 의견이 강력히 제안되었다.

#### 다. 시사점

이상과 같이 워크숍을 통하여 얻은 시사점들을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 여성 디자이너 및 여성 창업자 지원이 행.재정적으로 입안되어야 하며 보다 현실화되어야 한다. 형식적이고 경직된 정책 추진이 아닌 실제 현장에서 요구되는 사항들에 대한 실제적 해결 방안을 제시해야 할 것이다. 디자이너들의 요구를 수렴하고 디자인 관련 기관간 의견 조율의 역할을 하는 기구의 설치가 필요하다.

둘째, 여성 디자이너와 관련한 통계 자료를 포함한 각종 데이터들이 모아진 시스템이 구축, 운영되어야 한다. 이는 인력 수요 파악, 인력 공급 등의 흐름을 파악할 수 있는 인력 은행의 형성과 기관 및 인력간 상호 연계를 위한 기초 작업이라고 할 수 있다. 더불어 여성 디자인 관련 기초 연구, 유망 직종 개발 등 인프라를 형성할 수 있는 연구가 관련 기관 및 부처에서 이루어져 객관적 데이터를 확보해 가야 한다.

셋째, 여성 CEO 및 창업자 지원 정책이 체계적으로 이루어져야 한다. 현재와 같이 제한 사항이 많은 일괄적이며 단발적인 지원 형태로는 다양하고 빠른 디자인업계에 적절한 지원이 이루어질 수 없다는 것이다. 창업, 제품 개발, R&D, 이벤트 후원 등 지원의 형태, 규모, 방법을 다양화하여 즉각적 지원이 가능하도록 해야 한다. 관련 산.관.학 연계 시스템을 구축하고 운영하는 센터의 설치가 요구된다.

넷째, 여성 디자이너, CEO 및 창업자를 대상으로 하여 각각 목적이 확실히 다른 다각적 인적 자원 개발을 위한 정책이 입안되고 실행되어야 한다는 것이다. 디자인 교육훈련의 주체, 형태, 방법, 기간 등이 교육훈련 대상을 중심으로 하여 체계적으로 짜여져 실행되어야만 경쟁력 있는 인력 양성이 가능하므로 이를 위한 구체적 정책과 실행 계획이 수립되어야 한다.

### 3. 전문가협의회

#### 가. 1차 전문가 협의 결과

이 연구에서는 연구 초기와 마지막 두 번에 걸쳐 전문가들의 의견을 수렴하기 위한 자문회의를 개최하였다. 연구 초기 1차 전문가 협의회의 목적은 여성 디자인 전문인력 개발을 위한 정책 방향에 관한 토론과 기업체 및 근로자들을 대상으로 한 설문지 조사도구의 타당성을 검토하는데 있었다. 토론은 디자인 인력 양성의 문제점과 정책 방향에 관하여 집중적으로 이루어졌다.

먼저 디자인 인력 양성의 문제점에 관한 주요 토론 결과는 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 대학의 디자인 교육이 직업준비와 관련없이 다만 지식 그 자체를 상품화하는 방식으로 디자인 교육이 발전하고 있다는 점이 지적되었다. 디자인 작업이 일련의 제품생산 과정에서 하나의 하위작업에 불과하며, “기술이 뒷받침되는 디자인”을 하지 못하고 있다. 예를 들면, 디자이너들이 가죽이나 목재 등 재료에 대한 노우하우가 없다. 그러다 보니 디자인직의 중요성이 낮고 고학력자들의 직업기대에 맞는 일자리가 많지 않다. 특히, 여성들은 일자리가 직업기대에 맞지 않아 진학을 많이 하는데, 석사나 박사과정 학생들의 대다수는 직업기대와 관련없이 진학한 학생들이다. 최근 일부 대학교에서는 감성과 예술적 자질이 뛰어난 학생보다 고등정신능력이 뛰어난 학생들이 디자이너로 생존할 가능성이 높다는 판단하에 입학전형에서 수능점수의 비중을 높였다. 그 결과 수능점수가 매우 우수한 학생들이 입학하고 있는데 대학이 이렇게 우수한 학생들을 선발하여 그들의 직업기대를 충족시킬 수 있는가는 의문이다. 기술력이 뒷받침되는 디자인을 하고 R&D과정에서 기술분야가 디자이너의 견해를 많이 수용하는 방식으로 발전해야, 디자인분야가 발전하고 고급인력이 생존할 수 있게 된다.

둘째, 디자인교육의 전문성과 수월성이 확보되지 않고 있다. 디자인 교육이 너무 대중화되어 초과 공급이 심각하고, 따라서 현장에서도 전문적으로 인식



하지 않고 기능직, 특히 3D 직업의 하나로 인식되고 있는 형편이다. 전문성과 수월성이 확보된 디자인 인력 양성을 위해서는 어렸을 때부터 디자인 교육이 이루어져야 하며 엘리트 인력을 키워내는 전문화된 학교가 있어야 한다. 단기적인 관심만으로는 안되며 기초부터 새롭게 하는 작업이 필요하다.

셋째, 성차별이 확실히 줄어들고 개인적 차이가 많아졌다. 임금이 연봉제로 바뀌면서 능력에 따라 임금을 받게 되어 여성차별이 줄어들었다. 다만, 사회 전반적으로 여성이 겪는 문제(예를 들면, 보육문제 등)는 여전히 많을 것이며 개선을 위한 요구사항도 많을 것이다.

넷째, 여성 디자이너들이 성공하지 못하는 가장 큰 이유는 결혼이나 가사부담 등이 아니다. 보다 근본적인 문제는 꿈이 없다는데 있다. 디자인이 좋아서 디자인 전공을 선택했다고 하지만, 디자이너로 성공하는 것이 어떤 것인지에 대한 모델이 없다. 긴장되고 육체적으로도 힘들고 가정생활도 희생하여야 성공할 수 있다면 양단 간에 선택을 하여야 할 것이다. 대부분의 여성 디자이너들에게 꿈을 주는 모델은 많은 것을 희생하면서 사회적 지위가 높고 고임금을 받는 한 두명의 유명 여성 디자이너라기 보다, 일상생활을 정상적으로 유지하면서 유능하다고 인정받는 무명의 디자이너일 것이다. 전자의 경우 꿈을 이루기 매우 어렵지만, 후자의 경우 현실성이 매우 높다.

다섯째, 관련부처 간의 협력이 안되고 있다. 디자인 산업은 산자부가 관장하고, 연구개발과 평가는 과학기술부에서 담당하고 있다. 그런데 연구개발 담당자들은 디자인에 관심이 적다. 따라서 장기적으로 일관성있는 정책의 수립과 집행이 잘 안되고 있다.

정책개발 방향에 관한 토론 내용은 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 여성 전문인력에 대한 정의를 어떻게 내릴 것인가가 중요하다. 연구자들이 면접조사 결과, 4년제 대학 졸업후 약 5년의 경력을 가진 인력을 전문인력으로 보는 것이 적절할 것이라는데, 전문가들의 이견이 없었다.

둘째, 우리나라의 정보통신망 발달과 대규모 유희 고학력 여성 디자인 인력을 21세기 디자인 산업 발전을 위하여 어떻게 활용할 것인가를 생각할 필요가 있다. 성차별로 인한 여성들의 피해를 줄이려는 방식의 연구 패러다임은 오래

된 것으로 더 이상 기대할 만한 결과도 생산하지 못할 것이다. 문제는 발전하는 산업에 비추어 여성들의 역량을 어떻게 키울 것인가에 있으며, 이미 지나온 산업발전시대가 아니라 2003년 이후 앞으로 발전해 나갈 시대를 보고 정책을 세워야 실제로 효과있는 정책이 입안될 수 있다. 고학력의 여성 인력이 대규모로 존재함에도 불구하고 이를 활용하지 못하고 있다는 것은 현재로서 큰 문제이나 미래를 위해서는 그것이 디자인 산업발전에 큰 힘으로 작용할 수 있다. 이들을 흡수할 일자리를 창출하고 발달된 정보통신망을 이용하여 그들의 생활여건에 어울리면서도 기업체에게도 유리한 노동조건(예를 들면 프리랜서)을 만들 수 있는 방안이 있다면 좋을 것이다. 예를 들면 앞으로 유망 산업인 온라인 디지털콘텐츠 개발에는 재택근무하는 여성들도 얼마든지 참여할 수 있다. 이를 위해서는 이미 디자인 교육을 받은 여성 인력에 대한 재교육이 필요할 것이다.

셋째, 여성 전문인력 개발을 위한 정책 방향으로, 프리랜서를 대규모로 양성하는 것은 바람직하지 못하다. 현재로서 프리랜서는 직장생활을 할 수 있도록 도와주는 사회적 기반이 없어서 할 수 없이 하는 경우가 많은데, 그러한 프리랜서를 많이 양성하는 것은 여성들의 입장에서 바람직하다고 볼 수 없다. 여성들의 경제활동 참여가 남성들이 피하는 직종과 노동조건을 중심으로 이루어지는 것은 여성 발전이 아니라 여성을 희생하는 것이다.

#### 나. 2차 전문가 협의 결과

연구 최종 정리 단계에 개최된 제 2차 전문가협의회에서는 연구 전반에 걸쳐 정책 실현 가능성과 한계점을 포괄적으로 논의하고 이후 후속 연구 과제에 대한 언급과 그것의 실제적 필요성에 대해 의견이 교환되었다. 또한 연구 결과로 제시할 정책 대안에 대한 현실적 타당성과 방법론들이 구체적으로 논의되었다.

우선 여성 디자이너들이 현재 부딪히고 있는 상황들이 다각도로 제기되었고 이 문제점들이 어떤 방법으로 해결될 수 있는지를 사회경제적, 교육적 환경 측면으로 접근하여 진단하고 실천 방안들의 범위를 좁혀 나갔다. 논의 및

결과를 정리하면 다음 내용과 같다.

첫째, 여성 디자이너 단체들의 활성화 방안으로 여성 인력간의 네트워크를 구축하는 일이 가장 중요하고 시급한 일로 의견이 모아졌다. 특히 기업 내 여성 디자이너의 수가 적고 관리자급의 여성은 더욱 소수이므로 네트워킹을 통하여 여성 디자이너로서 겪는 어려움을 나누고 정보를 공유하여야 할 필요성이 제기되었다. 협회 및 단체 중심 지원 등 네트워크의 방법론이 중요하며 이를 위해 기업 내 전문 여성 디자이너의 적극적 참여와 아이디어가 요구되었다.

둘째, 「디자인직업경력정보센터」의 설치는 여성 디자인 인력의 활성화를 위한 모든 사업 전반을 이끌며 중심 축의 역할을 할 수 있도록 우선적으로 수행되어야 할 사업이라는 의견이었다. 프리랜서 에이전시의 설치 및 운영도 크게는 이 센터 내 중점 사업으로 수행될 수 있을 것이며 특히 디자인 실무 분야에서 경력이 많은 관리자가 프리랜서 관리 체계를 전담하는 컨설팅 업무가 이루어져야 함이 강조되었다. 또한 디자인 산업의 구조적 특성을 파악하고 프리랜서의 고용이 산업체에 어떤 이점을 줄 수 있을지 등을 고려하며 디자이너를 홍보하고 연결시키는 일이 주요 업무로 정리되었다.

셋째, 여성 디자인 인력의 노동 시장 진입 촉진 문제는 여대생 디자인 창작 캠프, 스타 여성 전문 디자이너 발굴 및 홍보, 기업 연수 프로그램 및 인턴제 운영 등의 사업을 통해 다각적으로 이루어져야 할 것으로 의견이 모아졌다. 특히 우수한 여성 디자이너 사례를 모아 여성 스스로 자신감을 가질 수 있는 동기를 제공하고 고용자에게도 여성 디자이너에 대한 평가 근거를 마련해 주는 것이 중요할 것으로 판단하였다.

넷째, 여성 디자이너 경력 개발을 위한 엘리트 디자이너 전문 과정의 설치 및 운영에서는 여성 디자이너들의 계속 교육 측면에서 취약한 부분을 보충할 수 있는 보완교육이 이루어져야 할 것으로 의견이 정리되었다. 향상 및 재교육 프로그램의 운영도 중요하게 제기되었으며 전문 여성 디자이너 양성 프로그램은 초기 현장 적응적 교육이 될 수 있도록 하여야 한다는 의견이었다.

다섯째, 여성 디자인 전문회사 육성 및 지원 문제에 대해서는 여성 디자이너 창업 촉진, 경영 컨설팅 강화, 업종에 따라 해외박람회 참가 지원, 여성 디

자인업체 해외 진출 지원 등의 다각적 사업들이 적절한 수행 방안으로 정리되었다. 특히 해외박람회 지원은 디자인을 유통, 홍보하는 마케팅 측면의 기업 디자이너와는 차별적으로 개개의 디자이너가 직접적인 ‘디자인(상품)의 생산자’로서 컨설팅 지원을 받을 수 있도록 배려될 필요가 있다는 의견이었다.

여섯째, 여성의 사회구성원으로서의 임무, 조직사회 적응력, 진로 및 취업 개발 등 산업사회에서 지속적으로 자기 발전을 도모할 수 있는 일반 교육 프로그램도 개발·운영되어야 할 필요성이 있다는 지적이었다.

### 제3절. 소결

이 장은 여성 디자인 전문인력 양성을 위한 정책방안 개발과정을 다루었다. 먼저 국내외 디자인 인력개발 정책 사례를 조사한 결과, 여성 전문인력 개발에 중점을 둔 정책사례를 찾지는 못하였다. 국내에서는 산업자원부의 “산업디자인 진흥 종합계획”, 정보통신부의 “디지털컨텐츠산업 발전계획”에서 디자인 전문인력 양성 정책이 포함되어 있기는 하지만, 여성 디자인 전문인력 개발에 관한 언급은 거의 없는 실정이다.

외국의 사례는 프랑스, 영국, 독일, 일본, 미국 등 여러 나라의 사례를 고찰하였으나 디자인 전문인력을 양성하기 위한 정책사례를 찾기 어려웠고 더구나 여성 인력을 위한 정책사례를 찾는 일은 더욱 어려웠다. 따라서 이 장에서는 우리나라 여성 디자인 인력 개발에 시사점을 줄 수 있는 프랑스와 영국의 디자인 인력 양성 정책의 사례를 소개하는데 만족할 수 밖에 없었다.

국내외 정책사례를 찾기 어렵다는 사실이 여성 디자인 전문인력 개발을 위한 정책수립의 타당성이 미약하다는 것을 의미하지는 않는다. 우리나라의 경우, 배출되는 인력의 70%가 여성인 반면에 노동시장에서 활용되는 인력은 남성이 더 큰 비중을 차지할 뿐 아니라 질적 측면에서 핵심인력으로 활용되는 것도 남성인력이 대부분이라는 점에서, 배출된 여성 인력의 전문인력화는 디자인산업 발전을 위해 매우 중요한 과제이다. 특히, 소수의 국제스타급 엘리트

인력의 양성과는 별도로, 현단계에서 우리나라 디자인 산업의 경쟁력을 한 단계 더 높이는데 요구되는 인력, 즉 양질이면서 다양한 디자인분야에서 두터운 중견 전문인력을 형성하도록 하는 것이 우선적으로 필요하다.

이를 위해 추진되어야 할 정책과제를 개발하고 그에 대한 전문가들의 의견을 수렴한 결과, 본 장의 제2절에서 요약 정리한 바와 같이 다양한 의견을 얻을 수 있었다. 전문가들의 의견은 정책과제 개발에 모두 반영되었으나, 그 중에서도 전반적인 정책방향 설정과 관련하여 특별히 중요하게 다루어진 의견은 디자인 인력에 관한 기초 데이터 생산 및 보급, 여성 디자인 인력 개발을 위한 기본 인프라 구축, 재교육을 통한 직업능력 향상, 디자인산업 시장확대에 여성인력 활용, 디자인산업계의 노동조직 방식 변화에 따른 여성 디자인 전문인력의 일자리 창출 및 창업지원 등이다.

전문가들은 그 밖에도 디자인 인력 개발에 관한 연구가 거의 이루어지지 않은 만큼, 본 연구를 기초로 여성인력을 포함하여 향후 디자인 산업 육성에 필요한 인력 개발 방안에 관하여 지속적인 연구가 이루어져야 할 것임을 강조하였다.

## 제6장 여성 디자인 전문인력 개발 방안

---

본 연구는 대학에서 디자인교육을 받은 많은 여성인력들이 노동시장에서 충분히 활용되지 못하고 있는 현실에 주목하면서, 대학교육에서 노동시장에 이르기까지 전 과정에 걸쳐 여성들이 부딪히는 어려움과 문제들을 파악하고 이들이 갖고 있는 문제들을 해결해줌으로써 전문인력으로 성장할 수 있는 여건을 조성해주기 위해 수행되었다.

본 장에서는 여성 디자인 인력의 양성과 활용과정에서의 문제에 대한 진단, 디자인산업정책의 검토, 디자인관계 전문가들의 자문 등을 토대로 대학에서 디자인 교육을 받은 여성 디자인인력이 전문인력으로 성장할 수 있도록 하기 위해 정부가 향후 추진해야 될 정책적 지원방안을 제시하고자 한다.

## 제1절. 정책방향

최근 디자인산업은 디지털 기술의 확산과 세계화로 새로운 디자인혁명의 시대를 맞이하고 있다. 디자인은 이제 더 이상 상품 생산이나 거래를 위한 보조 수단이 아니라 새로운 산업질서를 위한 기반요소로 인식되고 있다(조동성, 2000). 디지털 기술의 발달로 디지털 콘텐츠산업 등 뉴미디어산업이 부상하고 첨단 지식기반 서비스업과 관련한 디자이너에 대한 수요가 증대됨에 따라 디자인산업영역의 확대와 디자인과 산업간의 연계가 증가하는 등 디자인산업의 새로운 전기를 맞이하고 있다.

정부는 이와 같은 시대적 흐름에 주목하면서 그 동안 뒤쳐져 있던 디자인 산업을 육성하여 세계적인 디자인 강국으로 부상하기 위한 전기로 삼고자 노력하고 있다. 정부의 이러한 노력은 디자인 선진국이라 할 수 있는 일본의 주목을 받은 바 있으며(일경디자인, 2002), 2003년 4월 발표된 제3차 산업디자인 진흥종합계획(2003~2007)은 이러한 목표를 달성하기 위한 향후 계획을 담고 있다. 디자인 전문인력의 양성은 지난 10여년에 걸쳐 디자인산업 진흥정책에 있어서 핵심 정책과제중의 하나였으며, 우리 산업계의 지속적인 요구이기도 하다.

그러나 지금까지의 디자인 전문인력 양성 정책을 살펴보면, 디자인분야에 많은 여성인력이 양성되어 있고 그 인력의 절대다수가 사장되고 있음에도 관련 연구 한 편도 찾아보기 어려울 정도로 이 문제에 대해서는 전혀 관심이 주어지지 않았다. 그러나 다른 한편으로는 소수의 남성 디자인 인력을 전문인력화하기 위한 정책이 지속적으로 추진되어 대조를 이루고 있다. 1998년에 공포된 제2차 「산업디자인 진흥종합계획」을 토대로 1999년 11월에 발표된 산업자원부의 「디자인산업의 비전과 발전전략」에는 국제적인 디자인 전문인력 양성을 위한 추진과제 중의 하나로 ‘디자이너 병역특례제도 운영’이 포함되었으며, 2000년에는 ‘산업디자인 석사학위 취득자를 전문연구요원으로 포함시켜 병역 특례 혜택’을 추진하였다.

정부의 이와 같은 일련의 정책추진과정은 몰성적(gender-blind)이라기보다는 차라리 남성중심적이라 할 수 있다. 디자인분야에서 다수의 여성 인력이 양성되고 있음에도 이들을 생산 인력화하는 데에는 정책적 관심을 전혀 찾아볼 수 없는 반면 소수의 남성 인력을 국제적인 전문인력으로 개발하기 위한 정책방안이 추진되어 왔다는 점이 이를 잘 보여준다. 21세기 국가경쟁력은 인적자원의 감성과 유연성, 창의력을 지식산업화하는 데에서 창출된다는 점을 고려할 때 남성중심적인 디자인 인력개발 정책은 시대착오적일 뿐 아니라 성차별적이라는 지적을 면하기 어렵다. 더욱이 금년 4월 발표된 「제3차 산업디자인 진흥종합계획」에서도 우리 디자인 산업의 기회요인으로 ‘여성 디자인인력의 풍부한 배출로 서비스산업의 활성화’를 들고 있지만, 본 계획안에는 이러한 기회요인을 디자인산업 진흥에 어떻게 활용할 것인가에 대해서는 함구하고 있다.

본 연구에서는 지금 같은 디자인인력 개발정책에서 벗어나 성인지적인(gender-sensitive) 디자인인력 개발정책의 수립 및 추진을 지향한다. 여성인력은 디자인의 핵심적인 수요자이자 공급자라는 인식을 토대로 여성 디자인인력을 21세기 미래 디자인의 방향인 ‘소비자 참여적 디자인’(조동성, 2000) 생산의 주력인력으로 성장할 수 있도록 하는 것을 정책목표로 설정하였다.



이를 위해 디자인분야에 유입된 많은 여성 인력들이 노동시장에 성공적으로 진입하여 자신의 전문성을 지속적으로 개발하여 전문인력으로 성장하지 못하는 원인과 현실에 대한 분석을 통해 다음 4가지를 여성 디자인인력을 전문인력으로 개발하는 데 있어서 주요 추진전략으로 설정하였다.

## 1. 여성 디자인 전문인력 개발 기반 조성

앞에서도 언급한 바와 같이, 21세기 디자인 산업발전을 위한 핵심 추진과제 중의 하나가 ‘디자인 전문인력 육성’이다. 디자인산업은 다양한 관련 산업과 연계되어 세분화되는 추세로 디자인 분야별 인력수요를 예측<sup>32)</sup>하는 것이 어렵기 때문에, 노동시장의 양적, 질적 인력수요에 부합하는 인력양성 체계를 구축하기 위한 관련 부처간 공조체계가 시급히 요구되고 있다.

또한 디자인 분야는 여성인력이 집중적으로 배출되는 직종 중의 하나이며, 특히 학력수준이 높을수록 여성비율이 월등히 높게 나타나고 있어 디자인 유망분야에서의 여성인력의 질적 활용을 제고하기 위한 방안이 절실히 필요하다. 최근 디자인산업내 기업에서 요구하는 인력은 3년 정도의 경력을 소유한 실무능력을 갖춘 인력으로 졸업 후 노동시장에서의 초기경력이 매우 중요하다는 것을 알 수 있다. 그러나 디자인을 전공한 여성들은 노동시장에 진입하지 못하여 진학하거나, 일단 진입하였다 하더라도 전문인력으로 성장하지 못하고 이탈되는 비율이 높다.

따라서 디자인 분야의 고급 여성인력의 활용을 극대화하고, 유망분야로의 진입을 촉진하기 위한 정부차원의 지원방안들이 강구되어야 할 것이다. 우선 현재 활동하고 있는 여성 디자이너들 스스로 경력개발의 장애요인들을

32) 노동부의 「노동력수요동향조사」에서는 상용근로자 5인 이상의 사업체 중 13,800 표본 사업체를 대상으로 근로자의 직종별, 산업별, 사업체 규모별로 현재 인원과 부족 인원(산업소분류, 직종세분류)을 파악하고 있으며, 한국디자인진흥원의「디자인센서스」자료에서는 기업체 디자인부서의 경우는 디자인 부서에서 보강되어야 할 분야와 인원수를 조사하고, 디자인관련 전문회사의 경우는 주력 분야별 인력이 부족한 정도를 조사하고 있음.

해결하려는 적극적인 자세가 필요하다. 본 연구에서 밝혀진 바와 같이, 디자인산업내 성차별은 존재하지 않는다는 인식이 팽배해 있는 상황에서 현업에서 성공한 여성들이 문제의식을 가지고 접근해야 할 필요가 있다. 따라서 다양한 디자인분야에서의 여성 디자이너들이 자신들의 노하우와 정보를 교환하고, 공동의 문제를 해결해 나갈 수 있는 기반을 조성해야 할 것이다.

## 2. 여성 디자인인력의 노동시장 진입 촉진

대학에서 양성한 많은 여성 디자인인력이 전문인력으로 성장하기 위해서는 대학에서의 교육과정(educational process)에서 노동시장에 진입하려는 과정에 이르기까지 정부가 체계적으로 지원하는 것이 무엇보다 중요하다. 특히 이 단계의 정부의 개입은 다른 어느 분야보다 경력이 중요시되는 디자인업계의 특성상 여성 디자인인력이 전문인력으로 성장하는 데 가장 필요한 지원책중의 하나라 할 수 있다.

본 연구결과, 중등학교단계까지의 여학생들의 교육경험은 남학생과 거의 유사할 뿐 아니라, 디자인분야로의 진학에 대한 부모의 높은 지지, 보다 이른 시기의 진로 결정 등 남학생에 비해 디자인분야로의 진로 결정에 더 긍정적인 경험을 갖고 있다. 비록 중등학교의 미술교육이 회화위주로 진행되어 디자인 기초교육으로서 충분하다고 할 수는 어렵지만, 중등학교 시절 학생들의 미술관련 교육경험, 즉 미술에 대한 친화도, 미술관련 교내·외 활동 등에서 학생의 성별에 관계없이 거의 동등한 교육경험을 갖고 있는 것으로 나타났다. 그러나 이처럼 디자인 교육에 보다 긍정적인 교육경험을 가진 여학생들이 대학단계에 들어서면, 교수와의 상호작용, 동아리활동, 공모전 참여 및 입상경험 등에 있어서 남학생에 비해 저조한 양상을 보인다. 뿐만 아니라 디자이너로서의 자신의 전문능력에 대해서도 여학생(3.29)이 남학생(3.51)에 비해 낮게 평가하였다. 따라서 대학교육단계에서 나타나는 여학생들의 이와 같은 문제들을 개선하고 여학생들이 디자이너로서의 자신감을 고양하고 전문성을 개발할 수 있는 교육환경과 여건을 제공하는 것이 매우 중요하다.

또한, 현직 디자이너들에 대한 구직과정을 파악한 결과, 여성 디자이너들은 정규직으로 취업하는 데 있어서 남성들보다 전반적으로 더 많은 어려움을 겪은 것으로 나타났으며, 특히 현장 실무경험 부족으로 어려움을 겪은 비율은 조사대상 여성디자이너의 절반에 가까운 48.1%로 남성(38.7%)보다 10% 포인트 더 높고, 취업기회 부족(여성 42.9%, 남성 35.7%), 취업정보 부족(여성 40.0%, 남성 27.6%) 등을 호소하였다. 현직 디자이너들은 전문 디자이너로 성공하기 위해 갖추어야 할 조건으로 창의성/독창성(33.4%)을 들은 사람이 가장 많았으며, 디자인관련 기업체 및 디자인 전문회사를 대상으로 한 조사에서는 여성 디자이너가 남성 디자이너에 비해 창의성/독창성이 더 뛰어난 것으로 평가되었다. 이와 같은 조사결과는 여성 디자이너가 전문 디자이너로 성공할 수 있는 잠재력을 갖추고 있음에도 이를 충분히 활용하지 못하고 있음을 시사하고 있다.

### 3. 여성 디자인인력의 경력개발 지원

일단 노동시장 진입에 성공하였다 하더라도 지속적인 경력개발을 통하여 전문인력으로 성장하는 여성 디자인 인력의 수는 매우 적다. 전문가 면접조사, 근로자 대상 질문지조사 결과에 따르면, 그 이유가 여성 인력이 남성 인력에 비하여 직업능력이 모자라기 때문이라고 보기 어렵다. 남성 디자이너들이 더 유능하다는 응답은 전체적으로 7.6%에 불과하였다. 여성 디자인 인력을 고용하고 있는 기업체의 여성인력에 대한 만족도(71.1%)도 상당히 높은 편이다. 직업에 만족하는 정도도 여성 인력(58.2%)이 남성 인력(51.3%)에 비하여 높다.

그럼에도 불구하고 여성 인력이 계속적으로 성장하지 못하는 가장 큰 이유는 경력개발에 도움이 되는 업무에 배치받는 기회가 남성 인력에 비하여 적고, 임금과 승진 면에서 차별 받는 경우가 많아 남성 인력에 비하여 이직을 많이 하기 때문인 것으로 보인다. 회사에서 핵심인력으로 인정받는 정도가 남성 인력은 53.4%인데 비하여 여성 인력은 36.5%에 불과하고, 여성 인

력의 54.2%가 승진에서, 49.0%가 임금에서 성차별이 있다고 응답하였다. 또 학업을 마치고 막 노동시장에 진입할 당시에는 디자인을 위한 실무능력이 중요하지만, 전문 디자이너로 성장하기 위해서는 기획관리능력과 폭넓은 인간관계 형성 능력 등 종합적인 능력이 요구되는데, 여성 인력은 남성 인력에 비하여 이에 대한 관심이 상대적으로 적다는 점도 여성 인력이 전문 인력으로 성장하지 못하는 원인이 된다.

이러한 원인 파악에 근거해 볼 때, 대규모로 양성되고 있는 여성 디자인 인력이 전문인력으로 성장할 수 있도록 하기 위해서는, 이미 노동시장에 진입한 여성 디자인 인력이 지속적으로 경력을 개발할 수 있도록 지원해 주는 일이 필요하다.

참고로 여러 전문가들이 결혼-출산-육아 등의 부담이 여성 인력이 전문인력으로 성장하지 못하는 가장 큰 이유라고 언급하고 있으나, 여성 디자인 근로자를 대상으로 한 질문지조사 결과에서는 결혼, 출산, 육아로 인해 정규직 취업에 어려움을 겪었다는 여성 근로자는 17.5%에 불과하였고, 그 보다는 남성 근로자들과 마찬가지로 현장경험부족(48.1%), 취업기회부족(42.9%), 취업정보부족(40.0%) 등이 정규직 취업에 가장 큰 장애요인으로 작용하였다. 그 밖에 이직 경험이 있는 경우, 전 직장을 그만둔 이유로 “직장과 가정생활 병행의 어려움”을 지적한 여성 근로자는 3.9%에 불과하였고, 그보다 과중한 업무부담(23.4%)과 열악한 작업환경(17.5%) 등이 보다 중요한 이유였다.

이러한 조사결과는 결혼-출산-육아 등이 여성 디자인 인력의 경력개발에 장애요인으로 작용하고 있더라도 그 주된 이유라고는 볼 수 없음을 의미한다. 물론 디자인 부문만이 아니라 전 산업부문에 걸쳐 여성인력을 보다 많이 활용하기 위해서는 보육지원 등의 사회적 투자가 필수적이지만 이러한 사회적 투자 외에도 여성 디자이너들이 전문인력으로 성장하는데 보다 중요한 조건은 지속적인 경력개발의 가능성을 열어주는데 있다.

#### 4. 여성 디자인전문회사 육성 및 지원

디자인분야는 많은 관련 산업에 연관되어 디자인 사업체 총량을 파악하는데 한계가 있어, 기존의 통계자료에서는 제조업 분야의 디자인 관련업종과 전문 디자인업종에서의 사업체를 구분하여 분석하고 있다. 본 연구에서는「사업체기초통계조사」자료를 통하여 전문 디자인업종에서의 여성 사업체수를 파악하였는데, 2001년 현재 전문 디자인업체 중 여성 사업체 비율이 15.8%로 우리나라 전체 여성 사업체 비율인 35.0%보다도 현저히 낮은 수준으로 나타났다. 또한 우리나라 전문 디자인업체의 97.0%가 5인 미만의 영세한 규모인 것을 감안할 때, 전문 디자인업체가 생존하고 지속적으로 성장하기 위한 지원방안을 강구하는 것은 중요한 과제가 아닐 수 없다.

최근 여성기업을 우대하는 정부의 다양한 시책이 시행되고 있는 가운데, 15.8%에 불과한 여성 디자인업체에 대한 특별한 관심이 필요하다. 여성기업은 여성인력 고용비율이 높아 여성의 경제활동참가를 촉진하는 효과가 있으며, 디자인산업 현장에서 성공한 여성 CEO는 예비 디자이너들에게 좋은 역할모델이 될 수 있기 때문에 디자인 분야 여성기업의 지원은 실효성이 큰 정책이 될 수 있다.

### 제2절. 여성 디자인 전문인력 개발 추진계획

#### 1. 최종목표

디자인산업 성장 핵심인력으로서의 여성 디자이너 육성

## 2. 1단계 추진계획

### 가. 추진목표

#### ○ 여성 디자인 인력의 경쟁력 강화

- 여성에게 특화된 디자인 인력 정책환경 구축
- 여성 디자인 인력의 자생력 강화

### 나. 추진과제

#### (1) 여성에게 특화된 디자인 인력 정책환경 구축

##### ○ 여성 디자이너 육성 분과위원회 설치

디자인 산업분야별 전문인력을 체계적으로 육성하기 위한 정책을 수립하고 추진하기 위한 범정부차원의 위원회를 구축하고 그 내에 ‘여성 디자인 전문인력 분과’를 설치.운영함

##### ○ 여성 디자인 프리랜서 에이전시 기구 설치

여성 디자인 프리랜서들에게 일자리를 연계하고 고용계약과 관련된 일련의 업무들을 대행.관리하는 기능을 가지는 에이전시 설치

##### ○ 정부지원 디자인 전공 여대생 인턴제 도입

산자부가 추진하고 있는 중소기업의 ‘1기업 1디자이너 보유운동’과 연계하여, 디자인 전공 여대생에게 실무경험과 취업경력을 축적하도록, 여대생 인턴제를 실시하고 참여기업에게 인건비의 일부를 지원하는 등 인센티브를 제공함

##### ○ 디자인 전공 여대생 기업 연수 프로그램 실시

디자인 전공 여대생에게 방학을 이용하여 3-4주 동안 디자인 전문업체, 기업체 디자인 관련부서에 근무하는 기회를 제공함

○ 여성 디자이너 단체 활성화

여성 디자이너 단체 활성화 등 사회적 네트워크 강화를 통하여 여성 전문인력의 전문성 및 정보 공유가 용이하도록 하고 지역내 우수 여성 디자이너를 발굴하는데 도움을 주도록 함.

○ 디자인 분야의 인력수요 예측 통계자료 구축

세부 디자인 분야별로 정기적인 인력수요 규모를 조사하여 인력 수요예측을 위한 기초자료로 활용함

(2) 여성 디자인 인력의 자생력 강화

○ 여대생 디자인 공모전 개최

대학 및 대학원의 디자인 관련 학과 여학생을 대상으로 기업이 원하는 디자인 개발 아이디어를 공모하고, 당선된 학생에게는 일정기간 해당 기업에 들어가 디자인 아이디어를 완성할 수 있는 기회를 부여함.

○ 여성 디자인 인력을 활용한 중소기업 디자인 상담사업

지방자치단체, 전국 지방상공회의소와 연계 하에, 노동시장 진출 혹은 경력 개발에 어려움을 겪고 있는 여성 디자인 인력을 활용하여, 각 지역단위로 중소기업을 대상으로 한 디자인 상담서비스를 제공함.

○ 여성 디자이너 재직자 훈련 프로그램 개발 및 운영

현직 여성 디자이너들을 대상으로 기획관리능력, 리서치 능력, 마케팅능력, 지적재산 보호능력 등 전문가로 성장하는데 필요한 능력을 향상시킬 수 있는 프로그램을 개발하여 운영함.

○ 여성 디자인업체 경영지원 강화

여성 디자인업체의 경영지원 정책 수요조사를 실시한 후 현재 시행되고 있는 여성기업 컨설팅 지원사업에서 여성 유망업종의 여성 디자인업체가 우선적으로 혜택을 받도록 함.

○ 여성 디자이너 창업촉진

유망 디자인 분야에서 여성 디자이너의 창업을 지원하고 성공적인 창업 모델을 발굴하여 창업 준비자들에게 홍보함

○ 지역 여성 디자인업체 경쟁력 향상 지원

디자인 업그레이드를 원하는 지역 중소기업에 지역디자인센타가 적합한 디자인 전문업체를 추천하여 그들의 공동 프로젝트를 지원하되, 여성 디자인 전문업체의 참여를 독려하며 여성 디자인 전문업체를 선택하는 중소기업에 가산점을 부여함.

다. 추진일정

정책영역	세부과제	추진일정	주관부처	관련부처
여성 디자인 전문인력 개발 기반 강화	여성 디자이너 육성 분과위원회 설치	2004	산업자원부	정보통신부 문화관광부 교육인적자원부
	여성 디자인 프리랜서 에이전시 기구 설치	2004-2005	한국디자인진흥원 산업자원부	여성부
	여성 디자이너 단체 활성화	2004-2005	여성부	산업자원부
	디자인분야의 인력수요 예측 통계자료 구축	2005-2006	노동부	
여성 디자인 인력의 노동시장 진입촉진	정부지원 디자인전공 여대생 인턴제 도입	2004	산업자원부	여성부 노동부
	디자인 전공 여대생 기업연수 프로그램 실시	2004	산업자원부	노동부
	여대생 디자인 공모전 개최	2004	중소기업청	교육인적자원부
여성 디자인 인력의 경력개발 지원	여성 디자인 인력을 활용한 중소기업 디자인 상담사업	2006	한국디자인진흥원 지역디자인센터	여성부 지방자치단체 지방상공회의소
	여성 디자이너 재직자 훈련 프로그램 개발 및 운영	2005	한국디자인진흥원	
여성 디자인 전문회사 육성 및 지원	여성 디자인업체 경영지원 강화	2004-2005	여성부	산업자원부 중소기업청
	여성 디자이너 창업 촉진	2004-2005	여성부	산업자원부
	지역 여성 디자인업체 경쟁력 향상 지원	2005-2006	중소기업청	산업자원부 여성부



### 3. 2단계 추진계획

#### 가. 추진목표

- 디자인산업을 선도할 여성디자인 전문인력 육성
  - 여성디자인 전문인력 양성체제의 선진화
  - 고급 디자인생산자로서의 여성디자인인력 역량 강화

#### 나. 추진과제

##### (1) 여성디자인 전문인력 양성체제의 선진화

###### ○ 디자인관련 학과의 여성교수비율 제고

대학의 디자인관련 학과의 여학생 비율을 고려하여 여성교수의 채용을 적극적으로 권장·유도하고, 디자인관련 학과에 대한 대학 평가 시 여교수비율과 양성평등 임용계획을 평가항목의 하나로 설정하여 디자인분야 대학평가점수에 반영

###### ○ 디자인분야 여성 유망 업종 및 직종 발굴

디자인분야의 여성 유망업종 및 직종을 발굴하여 향후 유망한 디자인 분야로의 여성디자인 전문인력의 진입을 유도함.

###### ○ 「디자인직업경력정보센터」(가칭) 설치 및 운영

디자인분야의 취업과 경력개발에 관한 정보를 종합적으로 제공하는 「디자인직업경력정보센터」를 설치하고, 남성인력은 물론, 상대적으로 정보력이 약한 여성 디자인인력을 위한 양질의 서비스 제공.

###### ○ 여대생 디자인창작 캠프 개최

연 1, 2회 여대생 디자인 창작 캠프를 개최하여 디자인 개발의 실무 전

과정을 체험할 수 있도록, 아이디어의 창출에서 디자인 개발에 이르는 전 과정을 체계적으로 지도하는 방식으로 운영

## (2) 고급 디자인생산자로서의 여성디자인인력 역량 강화

### ○ 스타 여성디자이너 발굴·홍보

국내·외의 다양한 디자인분야에 종사하고 있는 성공한 전문 여성디자이너를 발굴하여 책자, 인터넷 등을 통한 홍보와 멘토링사업 추진

### ○ 엘리트 디자이너 전문과정 운영 및 여성 참여 촉진

엘리트 디자인인력 수요의 진단 결과 발굴된 고급 디자인 인력 개발 분야의 인력을 양성하기 위한 과정별 프로그램을 개발하여 한국디자인진흥원 등과 같이 디자인 산업의 변화와 발전을 가장 빨리 진단하고 엘리트 디자인 인력의 수요를 정확히 진단할 수 있는 기관에서, 수요에 맞추어 개폐가 자유로운 형태의 엘리트 교육과정 운영

### ○ 여성 디자인업체 해외진출 지원 체계 구축

여성 디자인업체가 해외시장 진출하는 데 필요한 정보 및 관련 절차에 대한 상담과 해외시장 조사에 필요한 경영정보를 제공하고, 시장조사 방문단을 구성·지원.

### ○ 여성 디자인 페어(공모전) 개최

디자인 혁신을 희망하는 여성기업에서 신청한 디자인 주제별로 여성디자이너들을 상대로 프로젝트를 공모하여, 참여기업과 디자인 전문가들이 참여하는 평가위원회에서 선발된 프로젝트에 대해 필요한 예산을 지원하고, 개발결과를 디자인 전시회 등을 통해 홍보.

### ○ 우수 여성 디자이너 해외 연수 지원

공모전에 수상한 경험이 있는 여성디자이너나 경영실적이 우수한 디자인전문업체 여성CEO에게 해외의 유명 디자인 연구소나 디자인전문회사에서 연수 기회 제공

## 다. 추진일정

정책영역	세부과제	추진일정	주관부처	관련부처
여성 디자인 전문인력 개발 기반 강화	「디자인직업경력정보센터」(가칭) 설치 및 운영	2006-2008	한국디자인진흥원	산업자원부 노동부
	디자인분야 여성 유망업종 및 직종 발굴	2007-2008	산업자원부	여성부 노동부
여성 디자인 인력의 노동시장 진입 촉진	디자인관련 학과의 여성교수 비율 제고	2007-2008	교육인적자원부	
	스타 여성디자이너 발굴·홍보	2007	산업자원부	여성부
	여대생 디자인 창작캠프 개최	2007	중소기업청	교육인적자원부
여성 디자인 인력의 경력개발 지원	엘리트 디자이너 전문과정 운영 및 여성 참여 촉진	2007-2008	산업자원부 교육인적자원부	문화관광부 정보통신부
	여성 디자인 페어(공모전) 개최	2007	한국여성경영자총협회 한국여성경제인협회 (산업자원부)	각 분야 디자인협회디자이너협회
	우수 여성 디자이너 해외연수 지원	2007	산업자원부	
여성 디자인 전문회사 육성 및 지원	여성 디자인업체 해외진출 지원 체계 구축	2007	산업자원부 여성부	

## 제3절. 여성디자인 전문인력 개발 과제별 추진내용

## 1. 여성 디자인 전문인력 개발 기반 강화

## 가. 여성 디자이너 육성 분과위원회 설치

## □ 사업목적

다양한 디자인 분야의 인력수요에 부합하는 산업분야별 디자인 전문인

력을 체계적으로 육성하기 위한 정책을 수립하고 추진하는 위원회를 설치·운영한다.

#### □ 필요성

디자인산업 경쟁력 강화를 위한 전문인력 육성에 대한 정부차원의 관심이 고조되고 있으나, 이에 대한 정책을 체계적으로 수립하고 추진할 수 있는 중심 부처가 없는 것이 현실이다. 이는 디자인산업이 광범위하게 적용될 뿐만 아니라, 첨단기술과의 융합을 통해 성장하고 있기 때문에 그 영역을 구분하는 것이 쉽지 않기 때문이다. 따라서 디자인산업과 가장 밀접한 관련이 있는 산업자원부를 중심으로 관련 부처인 정보통신부, 문화관광부, 교육인적자원부의 공조 하에 ‘디자인 전문인력 육성 위원회’를 구성하여 부처별 관련 분야 인력수요를 파악하고, 이에 부합하는 전문인력의 육성체계를 구축할 필요가 있다. 또한 디자인 분야에서 양성된 여성인력의 활용을 극대화하고, 여성인력의 생애주기별 경제활동참여를 촉진하기 위하여 ‘디자인 전문인력 육성 위원회’내에 ‘여성 디자인 전문인력 분과’를 별도로 설치하여 운영하는 것이 반드시 필요하다.

#### □ 사업내용

##### ① 디자인 전문인력 육성 위원회 설치

- 디자인 분야 관련 산업별 전문인력 수요를 파악한다.
- 디자인 분야별 전문인력 육성 기본계획을 수립한다.
- 디자인 전문인력 육성 및 지원 정책을 발굴하고 부처별로 시행한다.

##### ② 여성 디자이너 육성 분과위원회 설치

- 디자인 분야 여성 유망업종 및 직종을 발굴하고, 해당 업종 및 직종에서의 여성인력 양성 촉진을 지원한다.
- 여성 디자인인력의 노동시장 진출 촉진 및 지원방안을 발굴한다.

- 여성 디자인인력의 경력개발 장애요인 개선방안을 발굴한다.
- 여성 디자인인력의 노동시장 재진입 지원방안을 발굴한다.

□ 국내 관련 정책

과학기술부는 2002년 ‘여성과학기술인 육성 및 지원에 관한 법률’을 제정하고, 과학기술부 장관 소속하에 ‘여성과학기술인 육성위원회’를 설치하여 여학생 이공계 진학 및 진출 촉진, 여성과학기술인 우대시책 및 지원사항을 심의하도록 규정하고 있다.

나. 여성디자인 프리랜서 에이전시(Agency) 기구 설치

□ 사업목적

여성디자인 프리랜서 에이전시 기구 설치의 디자인 분야의 여성 전문인력의 경력경로의 하나가 될 수 있는 프리랜서를 활성화하기 위한 기반을 마련하는 것을 목적을 한다. 에이전시 기구는 각 디자인 분야에서 활동 중인 프리랜서들에게 일자리를 연계하고, 고용계약과 관련된 일련의 업무들을 대행·관리하는 기능을 가진다.

□ 필요성

최근 여성들의 경제활동 참여욕구와 직업의식이 높아짐에 따라 결혼이나 출산 등으로 노동시장을 이탈하는 비율이 낮아지고 있으나, 여성의 비정규직 비율은 감소하지 않고 있다. 또한 디자인산업의 노동시장에서 한 번 이탈된 인력의 재진입이 극히 어렵고 디자인업종의 장시간 근무조건을 감안할 때, 근로시간의 유연성을 확보할 수 있는 프리랜서 활동은 지속적으로 증가할 전망이다. 그러나 인맥과 개인적 신뢰관계에 의한 프리랜서 활동은 여성 디자이너들에게 어려운 과제이다. 따라서 여성 디자인인력의 프리랜서 직업 활동을 활성화하기 위해서는 지속적인 일자리 연계와 고용주의 고용계약 이행을 확보할 수 있도록 하는 제도적 장치가 마련되어야 할 것이다.

□ 사업내용

① 디자인 분야 프리랜서 에이전시 설치 및 디자이너 등록 유도

- 현재 수요가 급증하고 있는 인테리어 코디네이터와, 플라워 플로리스트 등을 중심으로 프리랜서 활성화 기반을 마련하기 위해 법적, 행정적 관리를 대행할 수 있는 에이전시를 설치한다.
- 다양한 디자인 분야에서 활동하고 있는 프리랜서들의 에이전시 등록을 유도한다.

② 프리랜서의 일자리 연계사업 실시

- 일반 기업체 및 전문 디자인회사뿐만 아니라 일반인들이 디자인 전문인력을 단기간 계약직 형태로 고용하고자 할 경우, 프리랜서 에이전시를 통해 적당한 자격요건과 임금조건에 맞는 사람을 찾을 수 있도록 지원한다.
- 디자인 분야 프리랜서들이 안정적 수입과 지속적 일자리를 확보할 수 있도록 일자리 연계사업을 실시한다.
- 디자인 분야 프리랜서 에이전시 기구의 존재를 인력수요처인 기업과 일반인에게 홍보하고, 많은 디자인인력의 등록을 유도하여 폭넓은 프리랜서 풀을 확보한다.

다. 디자인 분야 여성 디자이너 단체 활성화

□ 사업목적

국가 전략산업의 하나인 디자인업종에 종사하는 여성인력들이 전문인력으로서 사회적 역량을 발휘할 수 있도록 여성 디자인인력간 네트워크를 구축하고, 디자인 분야간 연계체제를 마련한다.

□ 필요성

디자인산업이 다양한 분야로 세분화하여 발전하는 추세로, 디자인 분야별

인력양성도 전문화되고 있다. 현업에서 활동하는 디자인 분야 여성 전문인력들은 전문성 및 정보를 공유하기 위한 사회적 네트워크 구축의 노력을 시도하지 않아 왔다. 현재 등록된 여성 디자인 관련단체는 ‘한국여성시각디자인 협회’뿐이며, 대부분의 회원이 대학교수로 구성되어 있다.

따라서 향후 각 디자인 분야의 여성 디자인인력들이 디자인 산업현장에서의 사회적 네트워크를 강화하기 위한 단체의 결성이 필요하다. 이러한 단체는 다양한 디자인 분야에서 활동하고 있는 여성인력들이 관련 정보와 노하우를 공유하고 그들의 공동문제를 해결해 나갈 수 있는 기반이 될 것이다.

또한 제품, 시각, 환경, 공예, 패키지, 멀티미디어, 섬유(패션) 등의 다양한 전문분야의 여성인력 단체 또는 협회들의 상호 연계체제가 함께 구축되어야 할 것이다.

#### □ 사업내용

##### ① 디자인 분야 여성디자이너의 네트워크 구축

- 각 분야에서 활동하고 있는 여성디자이너들이 단체를 조직화할 수 있는 기반을 마련한다.
- 현재 학계를 중심으로 구성되는 조직의 범위를 확대하여 현장에서 활동하고 있는 인력들을 조직화한다.
- 디자인 분야 여성기업인 협회를 신설하거나, 한국여성경제인협회에 디자인업종의 여성 디자인업분과를 설치할 수 있다.

##### ② 디자인 업계의 정보교환 및 노하우 공유

- 현장에서 오랜 경험을 쌓은 여성디자인 인력들이 자신의 노하우를 전수하고 이를 공유할 수 있는 장을 마련한다.
- 공동의 전시회 개최뿐만 아니라, 해외박람회 및 시장 진출을 도모할 수 있도록 정보와 네트워크를 공유한다.
- 기업내 여성 디자인인력 재교육을 위하여 디자인 분야별로 프로그램을 개발하고 재직자 위탁훈련기관(노동부 관할)을 통하여 교육을 의뢰하는 통로를 마련한다.

- 여성 디자인업체의 활성화를 위한 경영훈련 프로그램을 공동으로 개발한다.

③ 지역 여성 디자이너 발굴 및 활용

- 지역이나 현장에 활동 중인 전문인력들에게 자신의 역량을 발휘할 수 있는 기회를 제공한다.
- 지역 디자인산업 발전에 기여할 수 있도록 지역 전문가를 발굴하고 이를 단체에서 지원할 수 있다.

라. 「디자인직업경력정보센터(가칭)」 설치 및 운영

□ 사업목적과 필요성

이 사업의 목적은 디자인 전공 학생, 디자인 분야 근로자, 기타 디자인에 관심있는 사람들에게 디자인분야의 직업정보를 제공하고 직업세계 진출을 효과적으로 지원함으로써, 디자인 전문인력으로 지속적으로 성장할 수 있도록 유도하는데 있다.

우리나라의 디자인 인력양성의 문제 중 하나는 양적으로 과잉공급이라고 볼 수 있을 만큼 많은 인력이 배출되고 있는데, 이들이 전문인력으로 성장할 수 있도록 스스로를 준비하는데 필수적라고 할 수 있는 직업 및 진로정보 제공이 매우 허술하게 이루어지고 있다는 점이다. 따라서 초기교육 단계에서 매우 양질의 교육과 훈련을 받은 인력이라 하더라도 정글의 법칙이 지배하는 직업세계로의 이동 단계를 성공적으로 통과하기가 매우 어려운 실정이다.

본 연구가 디자인 관련학과 대학생들을 대상으로 조사한 바에 따르면, 진로문제로 교수님과 대화한 경험을 가지고 있는 학생이 여학생의 10.5%, 남학생의 23.8%에 불과하며, 여학생의 39%와 남학생의 61%가 가능하다면 전공을 바꾸고 싶어하고 있다. 또 전공에 불만족한 학생들의 51%가 산업현장 실무와 교육이 동떨어져 있어 불만족스럽다고 응답하고 있다. 이러한 사정은 대학의 디자인 교육과정에서 디자인 분야 직업에 대한 구체적인 정보 제공과 진로탐색의 기회가 주어지지 않고 있다는 것을 보여준다. 이미 디자인



분야에서 정규직으로 근무하고 있는 근로자들(여성의 40.0%, 남성의 27.6%) 역시 취업과정에서 취업정보의 부족으로 어려움을 겪었다고 응답하였다.

디자인 산업 분야는 다른 산업 분야에 비하여, 기술혁신과 노동시장의 환경 변화가 매우 빠르기 때문에, 전반적으로 이직률이 높고, 전문인력으로 성장하기 위해서 계속교육과 직업경력이 매우 중요시된다. 아무리 높은 학력을 가지고 있더라도 변하는 환경에 적극적으로 적응하지 못하면 생존하기 어렵고, 어떤 이유로든 일단 일을 쉬게 되면 재진입이 매우 어렵다. 따라서 여성뿐 아니라 남성들을 위해서도 취업과 경력개발을 위한 정보제공이 매우 중요하다. 디자인 산업 근로자들을 대상으로 한 본 연구의 조사에서 여성 근로자의 64.3%, 남성 근로자의 58.5%가 이직 경험을 가지고 있으며, 여성 근로자의 38.9%와 남성 근로자의 24.6%가 앞으로 직장을 옮길 계획을 가지고 있다. 이직은 남성보다 여성 근로자들에게서 더 빈번하지만, 디자인과 관련없는 분야로 이동할 가능성은 남성보다는 여성 근로자들에게서 더 낮다. 이는 남성보다 여성인력이 디자인 분야에서 지속적인 경력 개발을 더 필요로 하기 때문이라고 해석해 볼 수 있다.

그렇지만 여성 디자이너들은 환경변화에 적응하는 능력이 낮은 편이고, 임금과 기타 근로조건이 남성에 비하여 불리한 일자리에 있는 경우가 많다. 또 결혼, 출산, 육아 등의 문제로 단기적 혹은 중장기적으로 직업생활을 쉬었다가 다시 시작하고자 하는 경우가 많아서 취업과 경력개발에 많은 어려움을 가지고 있다. 이러한 어려움을 극복할 수 있도록 도와주기 위해서는 취업과 경력개발에 관련된 정보를 종합적으로 제공하는 「디자인직업경력정보센터(이하 정보센터)」를 설치하고, 여기에서 여성 디자인 인력을 위한 양질의 정보서비스를 제공할 필요가 있다.

동 센터는 여성 인력뿐 아니라 남성 인력에게도 필요하지만 그 필요성은 여성인력에게서 더 높다고 할 수 있다. 또 동 센터는 디자인 산업 근로자들만을 위해서가 아니라 프리랜서나 디자인 전문업체 CEO, 일반기업체의 디자인 사업부 등에 사업개발과 운영에 필요한 정보를 제공할 수 있다. 동 센터는 단순히 취업정보 제공만을 목표로 하지 않고, 디자인과 관련하여 일반

기업, 디자인 전문업체, 대학, 연구자, 학생, 근로자, 구직자들 간의 종합적 관계망의 형성과 발달에 기여하여야 한다.

2003년 현재 디자인 산업에 종사하는 인력은 15,000명으로 추정되고 있으며, 이는 2012년에 60,000명으로 증가할 것으로 예상하고 있다. 한편, 고등학교에서부터 대학원 박사과정까지 각급 학교 디자인 전공과정 학생들이 2002학년도 현재 약 17만명이다. 고등교육기관 학생수 감소로 앞으로 디자인 전공과정 학생수가 다소 줄어든다고 하더라도 디자인 산업 종사자의 수는 상당기간 동안 크게 늘어날 것으로 예상되고 있고, 정규 교육기관 이외에 각종 직업훈련기관 및 학원을 통한 디자인 교육도 크게 늘어나고 있어, 동 정보센터의 직접적인 서비스 대상 인구수는 적어도 20-30만 정도를 유지할 것으로 보인다.

#### □ 기능

##### ① 디자인 직업정보에 관한 기초자료 개발 및 보급

- 디자인 분야의 고용동향, 세부 분야별 수준별 일반적인 채용조건, 각 분야의 발전 가능성, 취업탐색에 필요한 각종 노하우 등에 관한 믿을 만한 정보를 체계적으로 소개하는 기초자료를 개발하여 보급한다.
- 특별히 여성 인력이 겪는 어려움을 덜어주기 위한 자료들 (여성 유망 직종, 여성에게 적합한 노동조건이나 근무환경을 갖춘 기업체, 성공한 여성디자이너 사례, 등)을 충분히 생산한다.
- 기초자료 개발에는 디자인 분야의 각종 소식뿐 아니라 연구결과와 연구과정에서 얻은 각종 정보를 모두 활용한다.

##### ② 디자인 분야 구인-구직 DB관리

- 디자인 분야 구인-구직 DB들을 종합적으로 소개하고, 사용자들이 DB들 간에 이동을 쉽게 할 수 있도록 연계망을 만든다.
- 디자인 분야의 구인-구직 정보를 제공하는 DB의 목록을 파악하고,

각 DB에서 정보가 어떤 방식으로 제공되고 있는지, 자료의 특성은 어떠한지 등을 정기적으로 분석하여 자료화한다.

- 현재 "디자인 DB"에서 제공하는 구인-구직 정보의 신뢰성을 강화할 수 있도록 수상 경력이나 자기(개인 혹은 기업)소개 등을 적는 필드를 추가하도록 한다.

### ③ 디자이너 직업계획(Career Plan) 훈련

- 전문 연구기관과 협력하여 디자이너 지망생과 경력 개발을 원하는 디자인 인력이 효율적으로 자기발전을 도모할 수 있도록 디자인 분야에 적절한 “직업계획(Career Plan)” 수립 전략을 개발한다. 이를 위해 “디자인기술기반사업”의 일환으로 디자이너 직업계획 훈련 프로그램과 활용방안에 관한 연구 프로젝트를 발주한다.
- 디자이너 직업계획 수립전략은 급격한 기술적 변화, 새로운 직종 출현, 빈번한 직장 이동, 중소기업 중심의 산업구조 등 디자인업계의 특성을 충분히 반영하도록 한다.
- 직업계획 수립 단계별로 여성 디자인 인력의 특성을 고려한 전략, 특히 여성들에게서 흔히 나타나는 경력 단절을 극복할 수 있는 전략을 개발한다.
- 동 센터가 제공하는 정보를 비롯하여 기타 직업계획 수립에 유용한 정보를 개인적 필요에 따라 체계적으로 활용할 수 있는 전략을 개발한다.
- 디자인 인력에게 적절한 직업계획 수립 방안이 마련되면, 대학의 디자인 관련학과 재학생은 물론 졸업생, 디자인 분야 구직자, 이미 디자이너로 일하고 있지만 계속해서 경력개발을 필요로 하는 사람 등 다양한 층을 대상으로 직업계획 훈련 프로그램을 운영한다.
- 운영은 대상자의 특성별로 실시하며, 특히 진로결정에 상대적으로 어려움을 겪고 있는 여대생과 재취업을 원하는 여성 디자인 인력 등 취약계층을 위한 프로그램을 집중적으로 실시한다.

- 각 대학과 전문대학, “엘리트 디자이너 교육과정”, 기타 디자인 인력 양성기관에 직업계획 훈련 프로그램을 널리 전수한다.

#### ④ 직업 상담 서비스 제공

- 개인적으로 혹은 집단적으로 디자이너 직업계획을 수립하고자 하는 사람들에게 상담서비스를 제공한다. 상담 서비스는 정보탐색을 돕기 위한 정보상담과 자기평가와 의사결정을 돕기 위한 상담으로 나누어 볼 수 있다.
- 어느 쪽이든 상담자는 상담기술 뿐아니라 디자인 분야에 관한 폭넓은 기초지식과 경험을 필요로 한다. 이점에서 퇴직한 디자이너 인력에게 상담 기술을 훈련하여 상담 서비스를 제공하도록 하는 방안을 고려해 볼 수 있다.

### □ 설립 및 운영방식

#### ① 설립 위치

동 센터는 한국디자인진흥원에 설치할 수 있으며, 현재 추진되고 있는 지역디자인센터에 지역 단위의 정보센터를 둘 수 있다. 한국디자인진흥원에 설치될 정보센터는 전국 수준의 정보와 서울-경기를 중심으로 한 정보를 제공하며, 지역디자인센터에 설치하는 정보센터는 서울센터에서 지원되는 전국수준의 정보와 더불어 지역 수준에서 자체적으로 수집한 지역 정보를 동시에 제공한다. 전국의 정보센터들을 하나의 네트워크로 묶고 Worknet 등 다른 취업정보망과 정보 공유, 센터 운영의 노하우 공유 면에서 연계가 이루어지도록 한다.

#### ② 인력

동 센터의 원활한 운영을 위해서는 정보 및 자료의 수집, 생산, 관리를 담당하는 전문인력, 디자인 분야에서 전문지식과 경험을 갖춘 상담인력, 교육 프로그램 운영 및 각종 행사 운영 인력 등이 필요하다. 센터 운영에 필요한 인력 선발시, 디자인 전공자들을 적극 활용하도록 한다. 예를 들면, 디자인

너 직업계획 수립에 관한 상담 서비스를 담당할 인력을 선발할 경우, 상담 전공자보다 디자인 전공자를 선발하여 상담교육을 시킨다면 보다 적극적으로 임무를 수행할 가능성이 있다. 직업계획 수립에 요구되는 상담인력은 고난도의 상담기술 보다 디자인 업계에 관한 실무적 지식과 정보를 폭넓게 가지고 있는 인력이기 때문이다.

### ③ 재원확보

동 센터의 설립목적에 비추어보면 디자인 산업의 발전을 관장하고 있는 산업자원부와 양성된 인력의 고용문제를 관장하는 노동부가 공동으로 동 센터의 설치 및 운영재원을 부담하는 것이 바람직하다. 노동부에서는 고용정보센터(Worknet)와 직업능력개발원을 통한 Careernet 운영 사업 등을 통하여 전반적인 고용촉진과, 직업정보 및 상담 서비스를 제공하고는 있지만, 세부 산업분야별로 서비스를 다원화하지는 못하고 있다. 이에 산자부가 한국디자인진흥원을 통하여, 기존의 취업정보망과의 상호보완적 연계망 속에서, 디자인 분야의 전문화된 직업경력정보센터를 운영한다면, 노동부의 지원을 요청해 볼 수 있을 것이다.

## □ 국내외 관련 정책 사례

### ① 한국디자인진흥원의 “디자인 DB”와 디자인 정보자료실

한국디자인진흥원에서 디자인 분야의 각종 자료 수집과 제공, 디자인 분야 구인-구직 DB 등을 운영하고 있지만, 자료 수집과 제공 면에서는 학술 연구자나 디자인 전문가들을 위한 서비스가 주를 이루고 있으며, 디자인 공부를 희망하는 청소년, 디자인을 전공하는 대학생, 디자인에 관심을 가지고 있는 학부모, 디자인 분야의 일반 근로자 등 일반대중을 대상으로 한 서비스는 거의 제공하지 못하고 있다. 또 이들이 필요로 하는 정보의 내용에 대한 조사, 즉 정보수요조사도 이루어지지 않았다.

인터넷을 통한 구인과 구직이 많이 이루어지고 있으므로, 양질의 구인-구직 DB를 구축하는 일은 매우 중요할 것으로 보이는데, 한국디자인진흥원의

디자인 DB에서 구인-구직 연결 서비스를 제공하고 있고, 그 밖에 Worknet (중앙고용정보원)을 비롯하여 각 대학의 취업정보센터, 사설 취업정보센터 (예 : 라이코스, 다음, 드림위즈) 등이 디자인 분야의 구인-구직 정보 검색 서비스를 제공하고 있기는 하지만 공고 내용의 신뢰성과 DB간 상호보완성을 높이려는 노력이 추가로 필요하다.

## ② 한국직업능력개발원 Careernet

한국직업능력개발원의 Careernet은 전체 직업분야에 걸쳐 학교정보, 학과정보, 직업사전, 자격정보 서비스를 제공하고 있는데, 각 사이트 검색 창에 “디자인”을 입력하면 디자인 학과가 있는 고등학교, 전문대, 대학교, 대학원과 학과 리스트, 디자인분야 직업소개, 자격정보 등에 관한 정보를 열람할 수 있다. 예를 들면, 디자인을 위한 고등학교로는 서울에 1개(동일여자전산디자인고등학교), 부산에 3개(부산디자인고등학교 등), 인천에 1개(인천디자인고등학교) 등 모두 6개의 학교가 검색되며, 학교를 선택하면 각 학교현황에 대한 기본 정보를 알 수 있다. 학교급별 디자인 관련학과 리스트도 같은 방식으로 검색할 수 있으며, 중요 학과군별로 교육내용, 장래진로, 설치되어 있는 학교리스트를 알 수 있다. 직업사전을 통하여 “디자이너”를 검색하면, 17개 디자이너직종 리스트를 볼 수 있으며, 각 직종별로 직업특성, 요구되는 적성 및 능력, 준비방법, 직업전망, 관련학과 등을 소개한다. 디자인 관련 국가인증자격으로는 “시각디자인기사” 등 6가지가 있으며, 각각의 자격별로 하는일, 요구되는 적성과 흥미, 준비방법, 진출분야, 자격시험담당기관, 문의처 등이 소개되어 있다.

Careernet은 모든 직업분야에 관하여 전반적인 정보를 제공하므로 디자인 분야에 대하여 보다 전문화되고 상세한 정보를 제공하기 어렵고, 초.중.고등학생에게 적절한 수준의 정보가 대부분이다. 이미 디자인 전문교육을 받고 취업을 준비 중이거나 경력을 개발하고자 하는 사람들을 위한 전문화된 정보나 상담서비스를 제공하지는 않는다.

## ③ 프랑스의 디자인진흥정보국 (Design promotion information)

프랑스에도 우리나라의 Worknet이나 Careernet과 유사한 성격의 정보제공시스템이 있으며, 그 역사나 내용 면에서 우리나라 정보제공시스템에 비하여 매우 발전되어 있다. 그렇지만 산업디자인 분야에서 전문화된 정보제공기구가 있는데 산업디자인 그랑제꼴(ENSCI)에 부설되어 있는 DPI(Design promotion information)가 그것이다. 이 기구는 1994년도에 문화부와 상공부의 공동 후원으로 설치되었으며 일반대중에게 디자인과 디자인 관련 직업에 대한 정보제공과 관심을 고양시키는 임무를 맡고 있다. 구체적으로는 다음과 같은 역할을 담당한다.

- 직업선택의 다양한 가능성에서 디자인을 좋은 직업군에 위치시키는 역할
- 기업체들을 대상으로 디자이너들의 작업의 의미를 보다 잘 인식하도록 하고 디자인 사업 착수를 촉진시키는 역할
- 디자이너들이 그들의 전문성을 인정해주는 협력자들(엔지니어, 관리자, 공공 및 사립 기업과 단체의 의사결정권자들)을 찾도록 지원하는 역할
- 일반대중들로 하여금 그들의 환경과 그것을 구성하는 공간과 물체들을 익히도록 도와주는 역할

이러한 역할을 수행하기 위하여 DPI는 저널과 멀티미디어 자료를 통한 정보제공, 각종 미팅, 출판, 전시회 등을 개최하고, [placeaudeesigne.com](http://placeaudeesigne.com)이라는 홈페이지를 운영한다. 이 인터넷 사이트는 디자인 분야에서 창조하는 작업이 이루어지는 과정, 디자이너와 엔지니어, 마케팅 책임자 등이 함께 일하는 현장 등에 관한 자료를 볼 수 있다.

본 연구가 제안하는 디자인직업경력정보센터의 기능과 서비스 대상이 프랑스의 DPI와 동일하지는 않다. 예를 들면, 프랑스에서 직업계획수립훈련은 각급학교와 국립고용사무소((ANPE) 등을 통하여 광범위하게 이루어지고 있으며, 디자이너 직업에 대한 각종 직업정보, 교육 훈련 정보, 정보상담도 ONISEP(국립교육직업정보사무소), 국립고용사무소, 진로정보센터(CIO), 청소년정보자료센터(CIDJ) 등 전국적인 조직망을 가지고 있는 기관들을 통하여 상당히 심층적으로 이루어지고 있다. 디자인직업경력정보센터 설치 및 운영은 우리나라의 전반적

인 취업 및 직업정보시스템을 고려하고 디자인 분야의 특수성을 고려하여 프랑스의 DPI보다 종합적인 기능을 담당하도록 제안하였다.

#### 마. 디자인 분야의 인력수요 예측 통계자료 구축

##### □ 사업목적

디자인 분야별 노동시장의 인력수요 규모를 예측하여 양적, 질적 인력수급을 원활하게 할 수 있도록 한다.

##### □ 필요성

최근 디자인 산업의 세분화에 따라 제품, 시각, 환경, 멀티미디어 등 각 분야의 수요에 부합하는 인력양성이 필요한 상황이다. 노동부의「노동력수요 동향조사」와 한국디자인진흥원의「디자인센서스」에서 파악할 수 없는 디자인 분야별 인력수요에 대한 분석이 요구되고 있다.

따라서 본 연구에서 제안하고 있는 정보통신부, 산업자원부, 문화관광부, 교육인적자원부의 연계하여 구성된 ‘디자인 전문인력 육성위원회’의 설치를 통하여 각 분야의 디자인인력의 양적, 질적 수급을 파악할 수 있는 기초통계 자료를 구축할 필요가 있다.

##### □ 사업내용

#### ① 세분화된 디자인 분야의 인력수요 예측 기초자료 수집

- 현재 시행중인 노동부의 인력수요예측자료를 중심으로 디자인분야별 표본추출을 통하여 정기적으로 인력수요 규모를 조사한다.

#### ② 디자인 분야 양적, 질적 인력수급의 기초자료 제공

- 단순한 기능인력부터 양질의 전문인력까지 다양한 질적 수준의 인력을 필요로 하는 정보통신, 멀티미디어 분야를 비롯하여, 소수의 전문인력이 필요한 제품 디자인분야에 이르기까지 체계적인 인력양성을 위한 자료를 제공한다.



## 바. 디자인 분야 여성 유망 업종 및 직종 발굴

### □ 사업목적

디자인산업이 다양화, 전문화 되는 추세에서, 여성들에게 유망한 업종과 직종을 발굴하여 보다 많은 여성 전문인력들이 노동시장에 참여할 수 있도록 한다.

### □ 필요성

디자인 분야 중에서 아직 우리나라에서 보편화되지 않았으나, 디자인산업 발전에 꼭 필요한 직종으로 여성적 감수성을 충분히 활용할 수 있는 직종을 발굴하기 위한 사업을 추진해야 한다.

‘디자인센서스’(2002)에서는 인력이 보장되어야 할 디자인분야는 제품 디자인, 시각 디자인 분야를 꼽고 있다. 또한 본 연구조사 결과에 의하면 향후 2년간 인력수요가 증가하리라 예상하는 분야(디자인 분야 소분류 기준)는 광고디자인, 정보통신기기, 애니메이션, 웹 디자인, 비디오컴퓨터 게임, 컴퓨터 그래픽, 인테리어 소품 등이었다. 디자인업계에 종사하는 전문가들은 여성 디자이너에게 유망할 것으로 제안한 직종은 칼라코디네이터, 디스플레이 코디네이터, 외부환경 코디네이터 또는 디렉터, 북 디자이너, 상품 브로슈어 디자이너, 편집제품 디자이너, SP(Sales Promotion) 부분의 제작 전문인력, 인테리어 디자인분야의 디자인 기획관리자 등이다.

이와 같은 유망업종 및 직종 발굴은 디자인 분야에서 배출되고 있는 여성 전문인력들의 활용을 극대화할 수 있는 효과적인 방안이 될 것이다. 또한 여성 유망업종에서의 여성 창업을 촉진함으로써 의 창업이 진출이 유망한 업종은 소규모 창업이 가능하며, 해당 분야의 시장성장 전망이 높은 분야라 할 수 있다. 따라서 여성 유망 업종을 발굴하고, 선정된 디자인업종에서의 여성창업을 체계적으로 지원·육성할 필요가 있다.

□ 사업내용

① 디자인 분야 여성 유망업종 및 직종의 발굴

- 디자인 분야에서 여성에게 유망한 업종을 발굴하여 향후 유망한 디자인 분야에서의 여성 디자인 전문인력의 진입을 유도한다.
- 직업경로가 다양해짐에 따라, 여성에게 적합한 직종의 발굴도 필요해지고 있는 시점이다. 디자인업종에서 여성유망 직종 발굴을 통하여 보다 많은 여성 디자인인력들이 노동시장에 진출할 수 있도록 한다.

② 여성 유망업종에서의 여성 창업 활성화 지원

- 최근 여성기업에 대한 다양한 정부지원 정책에 디자인 분야 여성 유망 업종에서의 창업 지원부분을 확대하도록 한다.
- 창업보육센터 입주 및 기술인 창업자금 대출 등의 지원정책에 선정된 유망디자인업종의 여성기업인에게 가산점을 부여하는 등 창업을 도모하고, 경영안정화를 지원한다.

## 2. 여성디자인 인력의 노동시장 진입 촉진

### 가. 여대생 디자인 창작 캠프 개최

□ 사업목적 및 필요성

여대생 디자인 창작 캠프는 디자인관련 학과에 재학 중인 여대생들에게 디자인 전문가로서의 전문성을 개발하고 디자이너로서의 자신감을 고양하는데 그 목적이 있다.

□ 사업내용

여대생 디자인 창작 캠프는 단순히 디자인 결과물만을 심사하는 것에서 벗어나, 아이디어의 창출에서 디자인 개발에 이르는 전 과정을 체계적으로 지도하는 방식으로 운영함으로써 디자인 개발의 실무 전 과정을 체험할 수

있도록 한다. 여대생 디자인 창작 캠프는 연차적으로 디자인분야를 다양화 해가며, 연 1회 또는 여름방학과 겨울방학을 이용 연 2회 정기적으로 개최 한다. 본 여대생 디자인 창작 캠프에는 디자인 개발과정의 지도 프로그램과 더불어 여대생들에게 역할모델이자 멘토로서의 역할을 수행할 수 있는 여성 디자이너와의 대화와 교류의 시간을 가질 수 있는 기회를 마련한다. 여대생 디자인 창작캠프에서 개발된 디자인 작품은 전문가의 심사를 거쳐 여성부 및 산업자원부장관상, 한국디자인진흥원장상 등의 표창을 한다.

여대생 디자인 캠프 운영 기관은 2개월에서 3개월간의 프로그램을 운영할 역량을 갖춘 디자인 전문회사를 공모를 통해 선정하고, 창작 캠프 운영에 필요한 예산은 여성부의 여성발전기금에서 지원한다.

#### 나. 스타 여성디자이너 발굴.홍보

##### □ 사업목적 및 필요성

스타 여성디자이너의 발굴 및 홍보사업은 디자인관련 학과에 재학 중인 여대생들에게 여성도 디자이너로서 성공할 수 있다는 자신감과 비전을 제시 하기 위한 것이다. 특히 디자인관련 학과에 재학중인 학생의 절대다수가 여 학생임에도 대학교수 및 디자이너로 활동하는 대부분의 전문가가 남성들로 이루어진 디자인업계의 현실을 고려할 때, 여대생들에게 자신들이 모델링할 수 있는 역할모델을 제시하는 것은 매우 중요하다.

##### □ 사업내용

스타 여성디자이너에 대한 개념 규정의 문제는 남아있지만, 현재 대학에서 디자인 교육을 받고 있는 여학생들이 자신을 투영시켜 볼 수 있는 현장성있는 인물을 중요한 선정기준중의 하나로 삼을 필요가 있다. 기업의 디자인부서, CEO, 프리랜서 등 다양한 분야에서 다양한 형태로 일하고 있는 성공한 전문 여성디자이너들을 발굴한다.

스타 여성디자이너로 선정된 여성인물들을 발굴.활용하는 방법은 다양하다. 우선 가장 손쉬운 방법은 이들의 이야기를 담은 책자를 개발하여 여대

생들의 진로지도 자료로 활용하도록 하는 것이다. 이 책에는 단순한 성공담이 아니라 여성으로서 전문인으로 성장하는 과정에서 부딪힌 어려움과 극복 과정, 그리고 그 길을 가려고 하는 후진들이 미리 준비하면 좋은 것들에 대한 정보 등을 담도록 한다. 이 사업은 한국디자인진흥원에서 가장 효과적으로 수행할 수 있을 것으로 기대되며, 여성부에서 여성 인적자원 개발을 위한 세부 정책사업으로의 수행도 가능하다.

스타 여성디자이너 발굴·홍보사업이 지속적으로 수행되어 실질적 효과를 기대하기 위해서는 한국디자인진흥원 홈페이지에 여성디자이너 멘토링방을 개설하여, 스타 여성디자이너들이 여대생들에게 전문가로 성장할 수 있도록 조언과 지도를 할 수 있는 공간을 마련해주는 것이 바람직하다. 또는 여성부와 한국디자인진흥원이 협약을 맺고 현재 여성들에게 다양한 정보와 사이버 멘토링 등의 상담 기능을 수행하는 ‘위민넷’을 활용하는 것도 효과적인 방안이 될 수 있다. ‘위민넷’에 스타 여성디자이너들에 대한 홍보자료를 여성인물 DB에 올리는 한편, 사이버 멘토링사업에 디자인분야를 활성화할 수 있도록 지원하고, 한국디자인 진흥원은 이러한 사업이 수행되고 있음을 홈페이지를 통해 홍보한다.

#### 다. 디자인전공 여대생 기업 연수 프로그램 실시

##### □ 사업목적 및 필요성

여대생 기업연수 프로그램은 대학에 재학 중인 여대생에게 산업 현장에 대한 체험기회를 제공함으로써 여대생들의 직업의식을 공고히 하고 취업능력을 제고하는 데 그 목적이 있다.

##### □ 사업내용

디자인전공 여대생에게 3, 4학년 여름방학이나 겨울방학 중 3~4주 동안 디자인 전문업체, 기업체의 디자인관련 부서에 근무하는 기회를 제공하는 기업연수 프로그램을 운영한다. 디자인전공 여대생 기업연수 프로그램은 노

동부의 협조를 얻어 산업자원부와 한국디자인진흥원의 주관 하에 희망 참여 기업체와 기업연수를 희망하는 여대생을 연계 운영한다. 여대생 기업연수 프로그램의 실효성을 제고하기 위해 산업자원부에서는 참여하는 기업체에 대해서는 최소한의 재정적 지원방안을 강구하는 한편, 한국디자인진흥원은 기업연수 매뉴얼을 제작, 참여 기업에 배포한다.

□ 국내관련 정책 : 노동부의 여대생기업연수 및 연수지원제

- 노동부에서는 여대생의 취업능력을 촉진하기 위해 서울 및 6대 광역시를 대상으로 2000년도부터 여대생 기업연수를 실시하여, 2000년 220명, 2001년 832명이 참가하였음.
- 노동부는 2003년 총 543억원의 예산으로 청소년 직장체험 프로그램을 실시하고 있음. 그 중의 하나인 연수지원제는 대학 및 대학원 재학생 35,000명에게 2~6개월간의 기업연수를 지원하는 것임. 본 프로그램에 참여하는 기업에는 연수생 1인당 중식비 등의 명목으로 월 30만원 정도의 수당을 최대 6개월까지 지급함.

라. 정부 지원 디자인전공 여대생 인턴제 도입

□ 사업목적 및 필요성

디자인전공 여대생 인턴제는 대학을 졸업한 미취업 여학생들이 산업현장에서 의 실무 경험과 취업경력을 축적하도록 하므로써 실무능력과 경력을 중요시하는 디자인업계에서 여성들이 취업할 수 있는 기회를 제고하기 위한 것이다.

□ 사업내용

디자인전공 여대생 인턴제는 정부가 기업이 부담하는 인턴 채용비용의 일부를 지원하는 방식으로 운영하며, 여대생 인턴을 활용하는 기업에 대해서는 중소기업청의 자금 지원 시 가산점을 부여하는 방식으로 인센티브를 제공한다.

디자인전공 여대생 인턴제는 노동부의 협조를 얻어 여성부와 산업자원부의 협력사업으로 추진한다. 현재 여성부는 ‘여성 일자리 50만개 창출’을 위한 정책을 개발 중에 있다. 디자인 여대생 인턴제의 실시는 대학을 졸업한 여성 디자인 인력에게 일자리를 마련해줄 뿐만 아니라 디자인 개발 인력 부족을 호소하는 중소기업(무역연구소, 2002) 등 디자인 혁신을 원하는 기업에게도 실질적인 도움을 줄 수 있다. 이를 위해 「제3차 산업디자인 진흥계획」에 의해 산업자원부가 추진하고 있는 중소기업의 ‘1기업 1디자이너 보유운동’과 연계하여 추진한다. 산업자원부는 중소기업의 디자인 인력 확보를 위해 디자이너 고용 시 인건비 일부를 지원하는 방안을 강구할 계획이다.

□ 국내정책 사례 : 노동부의 취업지원제

- 노동부는 그 동안 추진해왔던 정부지원 인턴제를 발전시켜 2003년에는 청소년 미취업자 9,000명에게 월 50만원의 인턴급여를 3개월간 정부가 지원하는 취업지원제를 실시하고 있음. 인턴이 정규직으로 채용될 경우 추가로 3개월간의 급여를 더 지원함.

마. 여대생 디자인공모전 개최

□ 사업목적 및 필요성

여대생 디자인공모전은 기업은 디자인을 전공하는 여학생들의 아이디어를 활용하여 디자인을 혁신하고 여학생들에게는 디자이너로서의 경험을 쌓을 수 있도록 하기 위한 것이다.

□ 사업내용

대학 및 대학원의 디자인관련 학과에 재학 중인 여학생을 대상으로 기업에서 디자인 개발을 원하는 품목에 대한 디자인 아이디어를 공모하여, 공모에 당선된 학생에게는 해당 기업에 들어가 자신의 디자인 아이디어를 완성할 수 있도록 한다. 이를 위해 중소기업청에서는 기업을 대상으로 디자인 개발을 원하는 기업체를 공모하고, 교육인적자원부 여성정책담당관실에서는

중소기업청에서 수집한 기업의 디자인 개발요구 품목을 대학과 대학원에 공지하여 원하는 여학생들이 참여할 수 있도록 독려한다. 기업에서는 학생들이 제출한 디자인 개발 계획서를 심사하여 당선자를 확정하고 이들에게 자신의 기업에서 한 달간 아이디어를 실용화할 수 있는 기회를 제공해야 한다. 디자인 개발 작업이 완료되면 중소기업청에서는 해당 여학생에게 소정의 디자인료를 지불하고, 작품 전시 등 홍보한다.

□ 국외 관련 사례 : 프랑스 ‘Colbert 위원회’의 학생 디자인콩쿠르

- 프랑스의 호화명품 생산업체 67개가 참여하고 있는 ‘Colbert 위원회’는 호화명품산업이 명성을 유지하기 위하여 매년 새로운 디자이너를 발굴하기 위한 콩쿠르를 개최. 200-2001학년도에는 500명의 학생들이 30개의 Colbert 회원기업이 제시한 주제를 가지고 콩쿠르에 참가하였는데, 그 중 40명이 당선됨. 당선자는 해당기업에서 최소 한달간 근무하며 디자인 개발 작업을 하며, 개발 작업이 완료되면 당선자에게 1,500유로를 지급.

바. 디자인관련 학과의 여성 교수비율 제고

□ 사업목적 및 필요성

디자인분야에 축적되어 있는 고급 여성 인적자원의 활용을 촉진하는 한편, 여대생들에게 역할모델을 제공하는 등 여학생 친화적 교육환경을 제공하기 위하기 위한 것이다.

□ 사업내용

여성교수들이 많이 있는 섬유디자인 분야를 제외한 시각 디자인, 제품 디자인, 환경 디자인, 멀티미디어 디자인 분야를 중심으로 각 대학의 디자인관련 학과의 여학생 비율을 고려하여 여성 교수의 채용을 적극적으로 권장. 유도한다. 이 때 현장 실무경험이 있는 여성 디자이너에게 우선적인 기회를 제공한다.

이와 더불어 산업계의 요구에 부응하는 실무능력을 갖춘 인력을 양성하는 한편, 여대생들의 진로 개발 촉진을 위해 산업체, 연구소 등에서 활동하고 있는 여성 디자이너를 겸임교수 등으로 활용하도록 권유한다.

디자인관련 학과의 여성 교수비율 제고의 실효성을 확보하기 위해 디자인 관련 학과에 대한 대학 평가 시 여교수비율과 양성평등 임용계획을 평가항목의 하나로 설정하여 디자인분야 대학평가점수에 반영하도록 한다.

□ 국내 관련 정책 : 대학 교원의 양성평등채용목표제

- 교육인적자원부는 2003년 7월 교육공무원법을 개정하여, 대학의 장은 대학의 교원을 임용함에 있어서 특정 성별에 편중되지 아니하도록 3년마다 계열별 임용목표비율이 명시된 임용계획 등 적극적 조치의 시행을 위하여 필요한 계획을 수립하여 시행하고, 당해 추진실적을 매년 교육인적자원부장관에게 제출하도록 하였음.
- 또한 2003년 6월 교육인적자원부는 금년에 채용할 1,000명의 교수 중 27개 국립대학에 여교수 200명을 여교수비율이 20% 미만인 학과 및 학부에 배정하였음.

### 3. 여성 디자인 인력의 경력개발 지원

#### 가. 엘리트 디자이너 전문과정 운영 및 여성 참여 촉진

□ 필요성

1990년대 이후 전문대학과 대학의 디자인 관련 학과수와 학생수가 기하급수적으로 팽창했고, 현재 해마다 약 3만명의 전문대졸 이상의 신규인력이 배출되고 있음에도 불구하고, 일반기업체의 디자인 관련 부서와 디자인 전문업체는 인력 충원의 어려움을 호소하고 있다. 현재 디자인 산업 종사자의 수가 약 1만5천으로 추정되고 있는데 비해, 전문대졸 이상의 신규인력이 해마다 3만명이 공급되고 있다면, 양적으로는 지나친 공급과잉 상태라고 볼 수 있다.



그럼에도 불구하고 본 연구가 조사한 일반기업체와 디자인 전문업체의 70.7%가 인력충원의 어려움을 겪고 있다고 응답하였으며, 그 주된 이유로는 “요구되는 실무중심 능력을 갖춘 인력이 적어서(48.8%)”가 압도적으로 많고 그 밖에 자격요건을 만족시키는 인력을 찾지 못해서(27.6%), 해당전공자가 없어서(3.3%) 등이 있다. 이러한 조사결과는 현재 전문대학과 대학교의 디자인 교육이 디자인 산업현장에서 요구되는 직업능력을 키워주지 못하고 있으며, 기초교육을 받은 인력은 과잉공급되고 있으나 기업이 원하는 직업능력을 갖춘 인력의 공급은 원활하지 못함을 보여준다.

디자인 분야에서는 첨단기술분야에서와 마찬가지로 소수의 엘리트 인력이 창출하는 부가가치가 대규모의 평범한 인력이 창출하는 가치와 맞먹는 경우가 많다. 특히 영상, 애니메이션, 멀티미디어 산업 등과 같이 첨단기술을 바탕으로 크게 발전하고 있으면서 국제경쟁이 치열한 분야에서 소수이지만 최고수준의 창의성을 갖춘 엘리트 디자인 인력을 필요로 하고 있다. 그 밖에 우리나라가 비교우위를 차지하고 있는 몇몇 첨단제품 분야에서도 상품의 경쟁력 유지를 위하여 우수한 디자인 인력을 필요로 한다. 이러한 인재에게 요구되는 능력은 단순한 예술적 능력과 자질뿐 아니라 기술적 지식과 마케팅 능력 등 다른 능력이 복합적으로 포함된다.

## □ 사업내용

### ① 운영주체와 파트너

- 신규로 독립된 엘리트 디자인 학교를 개설하는 것보다, 한국디자인진흥원 등과 같이 디자인 산업의 변화와 발전을 가장 빨리 진단하고 엘리트 디자인 인력의 수요를 정확히 진단할 수 있는 기관에서, 수요에 맞추어 개폐가 자유로운 형태의 엘리트 교육과정을 운영하는 것이 바람직하다.
- 실무능력 중심의 교육과 훈련이 이루어질 수 있도록 교육과정 개발, 교수진 활용, 학생들의 실습활동, 졸업생의 진로면에서 관련분야 기업체와 긴밀한 파트너십을 유지하도록 한다.

## ② 교육공급계획

- 각 산업분야에서 엘리트 디자인 인력을 얼마나 필요로 하는가를 조사한다. 이 조사는 디자인관련 업체 및 외국의 디자인 산업 동향 등을 반영하여 적절한 시기적 간격을 두고 정례적으로 조사한다.
- 인력수요조사 결과 발굴된 고급 디자인 인력 개발 분야에서 관련 인력을 양성하기 위한 과정별 프로그램을 개발한다. 개설될 과정의 수와 각 과정별 학생수는 기업체의 인력수요와 긴밀히 연결되도록 하며, 따라서 교육과정의 개폐는 산업계의 요구에 따라 신축성이 있도록 한다.

## ③ 교육방법 및 대상

- 교육내용은 철저히 실무위주로 구성하고, 실습을 의무화하며 실습 기간내에 전공분야 산업체와의 공동 프로젝트를 추진하도록 한다.
- 입학에서 졸업까지 평가기준을 엄격하게 적용하여 해당분야 엘리트로서의 능력을 갖추지 못하면 중도에 탈락할 수 밖에 없도록 한다. 다만 탈락자들의 진로변경이나 취업을 적극 지원한다.
- 교육대상은 대학에서 디자인을 전공하고 경력이 5년 정도 된 인력을 전문인력으로 간주하는 현실에 비추어, 대학에서 디자인을 전공하고 산업체에서 최소 3년의 실무경험을 갖고 있을 사람으로 한정한다.
- 가능한 많은 여성 디자이너들이 “전문과정”에 참여하여 자신의 성장 가능성을 시험해볼 수 있도록 한다. 이를 위해 동등한 자격을 갖추었을 경우 여성을 우선적으로 선발하며, 장기적으로는 여성에게 교육기회의 일정한 비율을 할당하여 여성인력의 개발을 촉진한다. 다른 한편으로 여성디자이너협회, 여성디자이너 네트워크, 「디자인직업경력정보센터」, 디자인계 정기간행물 등을 통하여 “전문과정”에 여성 디자이너들의 참여를 촉진한다.

## □ 예산확보

- 엘리트 디자이너 스쿨 운영에 필요한 재정은 산업자원부와 교육인적자원부가 공동으로 확보하도록 하며, 개설되는 과정의 전문분야에 따라 문화관광부, 정보통신부 등 관련부처가 후원하도록 한다. 엘리트 디자인 교육과정 운영방향과 예산확보를 위하여 관련 정부부처와 희망하는 지방자치단체가 참여하는 가칭 ‘디자인 전문인력 육성위원회’를 둘 수 있다.
- 이 사업은 교육사업을 통한 이익창출과 전혀 관련이 없어야 하며, 오직 엘리트 디자인 인력을 확보하는데 초점을 두어야 한다. 따라서 교육생들에게 수강료를 부담시킬 수 있지만 교육에 필요한 실습재료구입비 정도에 머무르도록 하고, 교수요원 인건비와 기타 운영비는 국가에서 부담하도록 한다. 경력 3년 정도의 디자인 인력이 취업 가능성을 배제하고 교육 훈련에 전념하도록 할 만큼, 비용이 적으면서도 양질의 교육이 이루어질 수 있도록 충분한 예산을 확보하여야 한다.

## □ 국내외 관련 정책

국의 사례로는 프랑스의 산업디자인 그랑제꼴(ENSCI)을 들 수 있으며, 국내 관련 정책으로는 한국디자인진흥원에서 개설하고 있는 전문가교육과정이 있다. 전자에 관해서는 이 보고서 제5장의 외국정책 사례에서 상세히 소개하였으며, 후자의 사례로는 “글로벌디자이너양성과정(Value Creator과정)”이 있다. 이 과정은 정부가 교육비의 70%를 지원하여 실시하는 전문가 교육과정으로, 국내교육, 해외 유명전문가 초청 워크샵, 해외연수 등 3단계로 추진된다.

## 나. 여성 디자이너 재직자 훈련 프로그램 개발 및 운영

## □ 사업목적과 필요성

이 사업은 현직에 근무하고 있는 여성 디자이너들이 전문 디자이너로 성공할 수 있도록 전문 디자이너에게 요구되는 기획관리능력, 폭넓은 시장 동

향 파악을 위한 리서치 능력, 시장에서의 기회를 포착할 수 있는 마케팅 능력, 디자인 아이디어에 관한 지적재산 보호 능력 등을 향상시키는 것을 목적으로 한다.

전문 디자이너로 성공하기 위해서는 창의성이나 독창성, 예술적 재능과 자질이 필요할 뿐 아니라 전문 디자이너에게 요구되는 기획관리능력, 폭넓은 시장 동향 파악을 위한 리서치 능력, 시장에서의 기회를 포착할 수 있는 마케팅능력, 디자인 아이디어에 관한 지적재산 보호 능력 등 복합적인 능력이 요구된다. 그러나 정규교육기관에서의 디자인 교육이 대부분 예술교육에 치중하고 있어서, 전문디자이너에게 필요한 복합적인 능력을 키우지 못하고 있다.

따라서 초기교육을 마치고 직업세계에 진출한 후 경험을 통해 이런 능력을 키우게 되는데, 여성들의 경우 그런 경험을 할 수 있는 곳에 업무배치를 받을 수 있는 기회가 적다. 따라서 전문 디자이너에게 요구되는 복합적인 능력을 키울 기회를 가지지 못하고 있다.

디자인 전문업체들의 경우 고용하고 있는 디자이너의 수가 5명 이하일 정도로 소규모 업체가 대부분이어서, 여성 디자이너들도 업무수행을 위하여 복합적인 능력을 요구받는 경우가 많다. 그러나 비용 면이나 적절한 재교육 프로그램 구성 면에서 디자인 전문업체가 개별적으로 재교육을 실시할 수는 없는 상황이다.

#### □ 사업내용

##### ① 사업주체

- 교육프로그램을 운영할 능력이 있는 관련협회, 혹은 한국디자인진흥원 등이 재교육 프로그램의 개발과 운영을 담당한다.

##### ② 사업방법

- 여성 디자이너들의 재교육 수요를 조사한다.
- 여성 인력에게 상대적으로 부족한 능력(예를 들면, 문제해결력 및 추진력 등)을 개발할 수 있는 경험을 제공하는 교육내용을 포함하도록 한다.

- 수요조사 결과에 따라 재교육 프로그램을 개발하고 디자인 전문업체 및 일반기업체의 디자인 관련 부서를 대상으로 홍보한다.

### ③ 예산확보

- 재교육 수요에 관한 조사는 “디자인기반기술사업”의 일환으로 추진한다.
- 재교육 프로그램 개발에 소요되는 예산은 국가가 해당기관에 지원한다.
- 재교육 프로그램 참가자들이 노동부의 재직자훈련 프로그램에서 지원하는 수강장려금을 받을 수 있도록 한다.

## 다. 여성 디자인 인력을 활용한 중소기업 디자인 상담사업

### □ 사업목적과 필요성

이 사업의 목적은 세 가지 이다. 첫째는 직업세계로의 이행 초기단계에 실무경험을 쌓을 수 있는 일자리를 찾지 못하여 어려움을 겪고 있거나, 가사 혹은 육아부담으로 직업경력에 단절이 생겨 재진입에 어려움을 겪고 있는 여성 디자인 인력에게 경력을 개발할 수 있는 기회를 제공하는 것이며, 둘째는 인건비 부담으로 디자인 전문인력을 고용하지 못하고 있거나, 디자인 혁신을 통한 경쟁력 강화를 희망하는 중소기업을 대상으로 디자인 업무에 관한 상담 서비스를 제공함으로써 중소기업의 디자인 마인드를 고취시키는 것이며, 마지막으로 장기적으로는 중소기업의 디자인 수요를 확대시킴으로서 장기적으로 디자인 산업의 시장 확대를 도모하는 것이다.

대기업들은 대부분 디자인 사업 전담기구를 두고 있으나 중소기업들은 인건비 부담의 문제뿐 아니라 항상 새로운 아이디어를 필요로 하는 디자인 업무에 정규직원 한 두명을 고정적으로 배치하는 것이 생산성을 보장하지 못하기 때문에, 디자인 프로젝트를 외부에 발주하고 있다. 그런데 소규모 중소기업들은 외부 용역비용의 부담이 너무 크고, 자신들의 요구를 충족시켜 줄 수 있는 용역업체를 찾기도 어려워 디자인 개발에 적극적으로 나서지 못하고 있다. 이 때문에 중소기업의 디자인 혁신은 매우 어려운 일이다. 이에 디자인 인력의 과잉공급으로 인해 실무경험을 찾지 못하고 있거나 가사 및 육

아 부담으로 경력단절의 위험을 겪고 있는 여성인력을 중소기업 디자인 사업 지원에 활용한다면 적은 비용으로 여러 가지 효과를 동시에 얻을 수 있을 것이다.

## □ 사업내용

### ① 사업운영 주체와 협력자

- 서울에서는 한국디자인진흥원이 지방에서는 지역디자인센터가 주체가 되어 사업을 수행한다.
- 지방자치단체와 전국 55개의 지방상공회의소를 사업 파트너로 삼아 지역별 중소기업 정보에 관한 협력과 정책홍보 지원을 요청한다.
- 전적으로 여성 디자인 인력을 활용하고 여성 디자인 인력의 경력 개발을 지원하기 위한 사업이므로 여성부의 여성 인적자원개발 부문에서 상담을 위한 재교육 프로그램 실시와 상담인력 확보를 위한 예산과 행정서비스를 지원한다.

### ② 서비스 제공방안

- 여성 디자인 인력에 중소기업 디자인 업무에 관한 상담 훈련을 실시하여 디자인 인력을 고용하지 않은 중소기업을 대상으로 무료 상담 서비스를 실시한다.
- 산업분야별로 디자인 수요가 많은 중소기업군, 지역별 산업의 특성 등을 고려하여 상담 수요가 많은 지역과 분야부터 단계적으로 사업을 확대한다.
- 상담내용은 디자인 혁신 방안, 디자인 정보제공, 전문 디자인 업체 연결 등을 생각해볼 수 있으며, 보다 자세한 내용은 상담 서비스 수요 조사를 실시하여 파악하도록 한다.
- 상담인력은 사업여건에 따라 정규인력과 비정규인력, 자원봉사인력 등으로 적절히 구성한다.
- 상담 기능을 수행하는데 필요한 재교육 프로그램의 개발은 한국디자인진흥원에서 상담전문기관의 지원을 받아 마련하도록 한다.

## ③ 예산확보

- 여성 디자인 상담인력의 인건비가 소요예산의 대부분을 차지할 것이며, 그들이 제공하는 서비스로 중소기업과 지방경제 활성화를 기대할 수 있는 만큼, 중소기업청과 지방자치단체로부터 인건비에 대한 예산 지원을 받도록 한다. 중소기업청이 한국디자인진흥원과 지역디자인센터의 사업을 직접적으로 지원하기 어려울 경우, 혜택을 받는 중소기업 혹은 중소기업협회를 통하여 간접적으로 지원할 수 있는 방안을 모색한다.
- 여성부도 여성인력 고용증대 효과를 평가하여 한시적으로 상담인력 고용에 소요되는 예산을 부분적으로 지원한다.

## □ 외국사례

영국의 디자인카운슬에서는 10-500명의 종업원을 두고 있는 중소기업을 대상으로 디자인에 관한 자문, 디자인이 필요한 기업체에게 디자이너 연결, 새로운 제품 디자인과 제품향상을 위한 디자인 지도, 새로운 재료와 재료기술에 관한 정보 제공, 디자인 아이디어 보호 등의 서비스를 제공한다.<sup>33)</sup>

## 라. 여성 디자인 페어(공모전) 개최

## □ 사업목적과 필요성

이 사업은 디자인이 필요한 산업체에 여성 디자이너들을 연결시킴으로써, 여성 디자이너들의 디자인 개발 경험을 확대시키고, 우수한 여성 디자이너를 발굴하며, 기업의 디자인 경쟁력을 향상시키려는 목적을 가진다.

디자인 경쟁력 향상을 위해서는 기업체들의 자발적인 디자인 사업을 진흥하여야 하며, 이를 위해 초기단계에는 한편으로 디자인 혁신 사업에 소요되는 예산을 부분적으로 지원해줌으로서 기업체들의 투자 의욕을 촉진시키고, 다른 한편으로 각각의 기업체들이 자신들의 요구를 충족시켜 줄 수 있는 우수한 디자인 인력을 만날 수 있도록 해 줄 필요가 있다. 디자인 페어(공모

33) 자세한 내용은 보고서 pp. 참조.

전)는 이 두 가지 조건을 동시에 만족시키면서 디자인의 중요성에 대한 대 국민적 홍보효과를 얻을 수 있는 장점을 가지고 있다.

□ 사업내용

① 운영주체

- 여성 기업인들이 여성 디자이너들의 경력개발에 보다 적극적인 기여 의사를 가지고 있을 것이므로, 한국여성경영자총협회/한국여성경제인협회가 사업 운영을 맡도록 한다.

② 사업추진방향

- 디자인 혁신을 희망하는 여성기업들을 대상으로 원하는 프로젝트의 주제를 신청받는다.
- 신청된 디자인 주제 리스트별로 여성디자이너들을 상대로 프로젝트를 공모한다. 공모 참여 희망 디자이너들과 프로젝트 주제를 제출한 기업체들이 참여하는 설명회를 열어, 각 주제별로 기업이 요구하는 작업내용, 절차, 작업조건 등에 관한 토론회를 개최한다.
- 디자이너들의 프로젝트는 설명회 개최 후 충분한 시간적 여유(1-3개월)를 두고 제출하도록 한다.
- 참여기업과 디자인 전문가들이 참여하는 평가위원회를 구성하여 제출된 프로젝트들을 평가하여 각 주제로 한 프로젝트씩 선발한다. 프로젝트를 제출한 디자이너에게 내용을 직접적으로 소개 및 설명할 수 있는 기회를 줄 수 있다.
- 최종적으로 선정된 프로젝트를 수행하는데 필요한 예산의 전부 혹은 일부를 상금으로 지원하기로 하고, 참여기업, 디자인페어(공모전) 운영주체, 당선된 프로젝트를 제출한 여성 디자이너 3자간에 프로젝트 수행을 위한 계약을 체결한다.
- 상금은 프로젝트 수행이 완료된 후 혹은 초기와 말에 지급하도록 한다. 상금의 최종금액 지급은 프로젝트 수행결과에 대한 평가 이후에 이루어지도록 한다.
- 프로젝트 수행 결과를 디자인 전시회 등을 통하여 널리 홍보한다.



□ 외국 정책 사례

프랑스의 PLAB에서 디자이너와 전통가구업체 간의 상호협력 사업이 대표적인 사례이다.<sup>34)</sup>

마. 우수 여성 디자이너 해외 연수 지원

□ 사업목적

이 사업은 우수한 여성 디자이너에게 중장기 해외 연수기회를 부여하여, 국제적 수준의 스타디자이너로 성장할 수 있는 기회를 부여하는데 그 목적이 있다. 디자인 분야는 특히 해외 동향 파악과 국제경쟁력 확보가 매우 중요한데, 해외 연수는 이를 달성할 수 있도록 지원하는데 매우 효과적이다.

□ 사업내용

- 전국적으로 혹은 국제적으로 조직되는 공모전에 수상한 경험이 있거나 경영실적이 우수한 디자인 전문업체 CEO를 대상으로 해외의 유명 디자인 연구소나 디자인 전문회사에서 연수 기회를 제공한다.
- 연수기간 동안 해외 디자인 기술을 반영하는 프로젝트를 수행하고 그 결과를 평가한다.

□ 국내 관련 정책

산자부의 제3차 산업디자인 진흥종합계획에 따르면, 국가적으로 세계 인류디자이너 양성을 위하여 국제적으로 인정받는 스타 디자이너를 육성 발굴할 예정이다. 이를 위해 실무 디자이너에게 해외 유명 디자인 전문회사 및 디자인 연구소에 중장기 연수기회를 제공할 예정인데, 여성 디자이너들은 남성 디자이너들에 비하여 경력개발 기회가 적으므로 동일한 기준으로 연수대상자를 선발한다면, 여성 디자이너들의 참여기회는 매우 적을 것으로 예상된다. 따라서 여성 디자이너들은 별도로 선발할 필요가 있다. 다른 분야,

---

34) 제5장 pp. 참조.

예를 들면 여성과학기술인양성을 위해서는 여성과학자들의 경쟁력 강화를 위하여 별도의 지원을 하고 있다.

#### 4. 여성 디자인 전문회사 육성 및 지원

##### 가. 여성 디자이너 창업 촉진

###### □ 사업목적 및 필요성

향후 디자인업종의 유망 분야에서의 여성 인력들의 창업을 활성화하고 안정적으로 성장할 수 있도록 지원함으로써, 여성 디자인인력의 사회경제적 지위 향상과 경력경로의 다양화를 도모한다.

디자인 분야 유망업종에 대한 조사결과는 기업의 디자인 분야와 규모에 따라 인력수요가 다르다는 것을 보여주고 있다. 소규모 기업에서는 광고, 애니메이션, 웹 디자인 분야의 인력수요가 높다고 응답하였다. 또한 여성인력 배출규모가 큰 시각 디자인과 섬유(패션) 디자인 분야를 중심으로 여성기업이 증가하고 있는데, 향후 성장가능성이 높은 디자인업종에서의 여성 진출을 촉진하는 것이 필요하다.

최근 여성 기업인에 대한 지원정책이 다양하게 시행되고 있으며, 특히 디자인 분야의 여성기업에 대한 지원시책이 강화되고 있으나 실제로 창업을 준비 중인 여성인력들은 이에 대한 정보에 접근하지 못하거나, 알고 있더라도 신청 절차가 너무 복잡하여 접근이 용이하지 않다.

또한 디자인업종에서 향후 여성에게 유망한 업종에서의 창업을 우선적으로 지원하는 체계가 마련되어 있지 못한 실정이다. 즉, 디자인 분야의 전문성을 확보하고 있으면서 창업 관련정보를 종합적으로 제공하고 창업준비 단계부터 상담할 수 있는 창구가 필요하다.

###### □ 사업내용

###### ① 디자인 분야 여성창업 상담 창구 마련

- 사업 아이템을 가지고 있으나, 사업화 능력이 미비한 예비·신규 창업준비자에게 창업관련 정보를 제공한다.
- 디자인 분야의 전문성을 기반으로 창업 후 안정된 판로확보 및 정부지원정책에 대한 정보를 제공하고 지원신청 과정을 돕는다.

② 기존 정부지원 정책에서의 디자인분야 우대 강화

- 중소기업청의 여성창업보육센터와 여성기업종합지원센터를 통하여 디자인 분야의 여성 예비창업자를 우대할 수 있도록 한다.

③ 디자인 분야 여성 중소·벤처 기업의 성공사례 발굴 및 홍보

- 디자인 분야의 여성 전문인력들의 창업 성공모델을 발굴하여 창업 준비자들에게 홍보한다.

□ 국내 관련 정책

중소기업청은 ‘여성기업활동촉진 기본계획’을 마련하고, 여성창업 및 기업 활성화를 위한 지원시책을 펼치고 있다. 여성 창업인프라 구축, 패션.e-Biz 등 여성기업 유망직종의 발굴·육성, 여성기업의 경쟁력 강화 지원의 내용으로 구성되어 있다.

나. 여성 디자인업체 경영지원 강화

□ 사업목적 및 필요성

디자인 분야 여성기업이 시장 경쟁력을 확보하고 지속적으로 성장할 수 있도록 지원한다.

최근 여성기업의 경쟁력 향상을 위한 지원 프로그램이 강화되고 있으며, 자금, 판로, 경영개선에 대한 지원을 확대할 움직임을 보이고 있다. 그러나 디자인 분야의 시장환경과 전문성을 고려한 기업가 교육훈련은 이루어지지 못하고 있는 실정이다.

디자인을 전공한 인력들은 대부분 경영교육을 받을 기회를 가지지 못했고, 사회적 네트워크를 구축하는 데도 미숙하다. 따라서 디자인산업 특성을 반영하는 여성기업인 경영교육 프로그램이 개발되어야 하며, 교육훈련의 실시를 위한

지원이 필요하다. 또한 정부에서 시행하고 있는 여성기업 컨설팅 지원사업에서 여성 디자인업체를 우대함으로써 디자인 분야의 여성기업을 활성화할 도모할 수 있다.

□ 사업내용

① 여성 디자인업체 지원 정책 수요 파악

- 여성 디자인업체의 애로사항을 조사하고 지원정책의 수요조사를 실시한다.

② 여성디자인업체에 대한 경영컨설팅 지원 강화

- 현재 시행되고 있는 여성기업 컨설팅 지원사업에서 디자인 분야 여성 유망업종의 여성 디자인업체에게 가산점을 부여한다.
- 디자인 분야에 적합한 여성기업에 대한 경영컨설팅 프로그램을 지속적으로 개발·보완해 나갈 수 있도록 디자인 전문컨설팅 부문을 강화한다.

③ 여성기업인 디자인 경영교육 프로그램 개발 및 실시

- 디자인산업의 시장환경과 기술변화에 따른 경영관리 프로그램을 개발하고 여성기업인을 대상으로 교육훈련을 실시한다.
- 한국여성경제인협회, 한국여성경영자총협회 등의 교육 및 세미나에 전체 여성기업인을 대상으로 하는 ‘디자인 마인드 제고’교육을 실시하고, 여성디자인업체를 참여하도록 한다.

□ 국내 관련 정책

중소기업청은 ‘여성기업지원에 관한 법률’을 근거로 하여 여성기업의 경영과 사업의 문제점을 해결하고자 경영관리 및 혁신, 인사조직, 재무관리, 생산관리, 제품개발 및 마케팅 분야에 걸쳐 총 컨설팅 비용 5백만 원(80% 지원)이내에서 지원하고 있다.

### 다. 여성 디자인업체 해외 진출 지원체계 구축

#### □ 사업목적 및 필요성

디자인업계의 국내시장의 한계를 극복하기 위하여 국제 경쟁력을 갖춘 여성 디자인업체들이 성공적으로 해외시장에 진출할 수 있도록 지원체계를 마련한다.

디자인 전문업체의 영세한 규모, 해외시장 개척에 대한 정보 및 경험 부족 등을 고려할 때, 여성 디자인업체의 해외시장 진출은 어려운 과제이다. 따라서 해외시장 진출을 위한 여성 디자인업체들의 해외박람회 참가, 해외 시장 조사 및 외국 투자유치 등을 포괄적으로 지원하는 체계가 필요하다.

#### □ 사업내용

##### ① 서비스 제공방안

- 여성 디자인업체간 컨소시엄을 구축하여 참가하는 해외박람회를 지원한다.
- 디자인 분야 해외시장 진출에 필요한 정보 및 관련 절차에 대한 상담과 경영지원을 제공한다.
- 디자인 해외시장 조사에 필요한 경영정보를 제공하고, 시장조사 방문단을 구성.지원한다.
- 여성기업의 경영연수 프로그램에 국제 경쟁력 강화를 위한 교육프로그램을 포함시킨다.

### 라. 지역 여성 디자인업체 경쟁력 향상 지원

#### □ 사업목적 및 필요성

본 사업은 상대적으로 사회적 네트워크가 약한 지역의 여성디자인업체의 시장 접근성을 제고하는 한편 중소기업의 디자인 혁신을 지원함으로써 지역 여성디자인업체와 중소기업 모두의 경쟁력을 향상시키기 위한 것이다.

지역 여성 디자인업체와 디자인 혁신이 필요한 중소기업과의 연계사업을 추진할 필요가 있다. 지방 중소기업의 경우 디자인에 대한 정보를 얻기 어려울 뿐만 아니라, 디자인 인력을 고용하는 것도 용이하지 않다. 또한 한 두 명의 디자인인력으로 기업의 디자인 수준을 향상시키는 것도 요원하다. 따라서 지방 중소기업 디자인 업그레이드 사업을 추진하여 지방 중소제조업체의 디자인 경쟁력을 제고시킴과 아울러 지역 여성 디자인업체의 활성화를 지원하는 효과를 얻을 수 있다.

#### □ 사업내용

##### ① 서비스 제공방안

- 지방 중소기업청과 지역 디자인센터가 본 사업을 주관한다. 지방 중소기업청은 지역 중소기업의 신청을 받아 지원대상 기업을 선정하고, 지역 디자인센터는 해당 지역의 디자인업체를 공모, 심의하는 역할을 담당한다.
- 지역 디자인센터는 중소기업 디자인 업그레이드 사업에 참여를 희망하는 지역 디자인업체의 신청을 받아, 디자인 테마별 전문 디자인업체를 심의하고 복수 추천한다. 지역 디자인센터는 지역 여성 디자인업체의 사업참여를 독려하고(전문 디자인업체 중 여성 디자인업체의 비율이 30% 이상이 될 수 있도록), 디자인업체 추천 시 여성 디자인업체에 가산점을 부여하는 등 우선적으로 배려한다.
- 업그레이드를 신청한 중소기업이 추천된 전문 디자인업체 중 적합한 디자인업체를 선정하도록 한 후, 중소기업청의 심의를 거쳐 지원대상 기업을 최종 선정한다. 중소기업청은 사업신청 중소기업이 여성디자인업체를 사업참여자로 선정한 경우 가산점을 부여한다.
- 산업자원부는 본 사업의 성공적 여성디자인업체를 발굴하고 홍보한다.

##### ② 예산확보

- 산업자원부와 중소기업청의 중소기업 지원자금을 활용하여 ‘지방 중소기업 디자인 경쟁력 강화사업’을 추진할 수 있다.
- 여성부는 본 사업에 디자인전공 여대생 미취업자를 대상으로 하는 인턴

쉽 지원사업을 실시하여 인건비를 제공함으로써 여성 디자인업체를 간접적으로 지원할 수 있다.

## 참고문헌

- 구문모(2003). “지식기반서비스산업분야 차세대 성장동력.” 차세대 성장산업 국제회의.
- 금진우(2000). “디자인정책의 발전방향에 관한 연구.” 대전대학교 대학원 박사 학위논문.
- 김고현(2002). “주요국의 국가이미지 제고전략과 시사점.” 한국무역협회 무역 연구소.
- 김병훈(2002). 「SWOT분석으로 본 한국의 국제경쟁력」
- 김세훈·박대순(1998). “산업디자인 정책에 관한 연구-중소제조업을 중심으로.” 「디자인과학연구」.
- 김영수(2003). 「지식기반산업의 지역별 발전동향과 정책 시사점」. 산업연구원.
- 김영옥·양인숙(2002). 「지식경제의 여성인력 수요와 직종개발」. 한국여성개발원.
- 김정자 외(1997). 「여성과학기술인력 개발을 위한 정책과제」. 한국과학재단.
- 김희주(1999). 「디자인산업의 지식경쟁력 강화 방안」. 산업연구원.
- 노동부(2002). ‘한국직업전망서’. <http://www.work.go.kr/wm>.
- \_\_\_\_\_ (2003). 「여대생의 직업의식 실태와 정책과제」.
- 문화관광부(2000). 「문화산업비전 21」.
- \_\_\_\_\_ (2002). 「2002년도 문화산업진흥 연차보고서」.
- 산업연구원(2001). 「2010 산업발전 비전」.
- 산업자원부(1999). 「디자인산업의 비전과 발전전략」.
- \_\_\_\_\_ (2000). 「디자인산업의 정책방향과 실천과제」.
- \_\_\_\_\_ (2001). 「100대 과제 추진계획」.
- \_\_\_\_\_ (2002). 「산업의 세계일류화를 위한 산업기술인력 수급 종합대책(안)」.
- 안경모(1998). “산업디자이너의 직무분석에 관한 연구.” 한국과학기술원 산업디자인과 석사학위논문.
- 이건우(2001). 「21세기 산업발전의 조류와 대응」. 산업연구원.
- 이수경 외(1998). 「한국 디자인교육의 실태조사 연구」. 한국직업능력개발원.
- 이정봉 역(1999). 「일본 디자인 정책의 개요」. 일본 통상산업성 생활산업국 디자인 정책실.



- 이종만 외(2002). 「지역디자인센터사업 사전기획 조사연구」. 한국디자인진흥원.
- 이종성·정향진(2001). 「능력 중심 교육과정 개발 연구」. 한국직업능력개발원.
- 임병관(1993). “디자이너의 인적특성에 관한 실증적 연구.” 한국과학기술원 석사학위논문.
- 전성복(2000). ‘디자인대학 입시전략을 위한 신입생 지원동기 실태조사.’ 「울산대학교 조형논총」. 제3권 1호. 23 ~ 46쪽.
- 정경원(1999). 「21세기형 국가디자인 육성전략 및 지원체계에 관한 연구」. 한국과학기술원.
- 정용팔(1994). “기업내의 디자인 인력관리에 관한 연구.” 한국과학기술원 산업디자인과 석사논문.
- 정진화 외(2000). 「지식기반경제의 인력정책」. 산업연구원.
- 정철영(2000). 「직업기초능력 강화 방안」. 교육인적자원부 정책연구과제.
- 조동성 외(2000). 「지식산업 육성을 위한 유망디자인산업의 역할정립 및 육성대책」. 산업정책연구원.
- \_\_\_\_\_ (2002). “디자인의 경제적 가치측정에 관한 연구.” 서울대 경영연구소. 산업정책연구원.
- 중소기업청(2003). ‘여성기업활동촉진기본계획’. <http://www.smba.go.kr>.
- 천호선(1998). “디자인산업 진흥정책 연구.” 중앙대학교 예술대학원 석사논문.
- 케이 듀오(1976). 「남녀의 행동연구」. 이해성역(1989). 이화여대 출판부.
- 통계청(2001). ‘사업체기초통계조사’. <http://kosis.nso.go.kr>.
- 한국디자인진흥원(2001). 「디자인산업 현황 및 인식 조사 보고서」.
- \_\_\_\_\_ (2002). 「디자인브랜드 주요현황 및 통계」.
- \_\_\_\_\_ (2002). 「디자인센서스조사」.
- 한국무역협회 무역연구소(2002). 「우리수출기업의 제품개발 전략」.
- \_\_\_\_\_ (2002). 「중소 수출기업의 디자인개발 실태」.
- \_\_\_\_\_ (2002). 「해외 바이어가 본 한국 수출상품의 가격 및 비가격 경쟁력 현황」.
- 한국산업디자인진흥원(1998). “98 뉴 디자인전략” 내부자료.
- \_\_\_\_\_ (1999). 「제조업 디자인투자 실태조사 결과 보고서」.
- 황수경(2003). 「여성의 직업선택과 고용구조」. 한국노동연구원.

- Andrew Sentance & James Clarke. 영국경제에 대한 디자인의 기여도  
<http://www.designdb.com/research>
- FNPCA(2002). 'L'artisanat aujourd'hui' FNPCA 주최 2002년도 캠페인 (2002. 1. 22.) 발표자료.
- FNPCA(2002). 'L'artisanat au salon de l'Education' 프랑스 교육부주최 Salon de l'Education (2002. 11.) 발표자료.
- 프랑스 경제재정산업부(1999). "L'insertion professionnelle des diplômés de l'ENSCI 1986-1998."
- Gaté, Jean-charles(2002). 「L'offre de design en France(프랑스에서 디자인 공급)」 프랑스 경제재정산업부.
- Gugenheim, Hélène(2002). "Design, Métiers d'art, La Création en pratique (디자인, 장인직, 실천으로서의 창조)." in *Métiers d'art* 202호. 2002년 3-4월호.
- Nikkei Design(일경디자인. 2002). '디자인으로 위협하는 실상'. 2002년 8월호.  
<http://www.designdb.com/kid>
- Séguin, Virginie(2000). "Un objectif, deux savoirs-faire (하나의 목표, 두 가지 노우하우)." in *Ateliers d'Art*. 2000년 3-4월호.

<인터넷 홈페이지 리스트>

- 노동부 <http://www.work.go.kr>
- 중소기업청 <http://www.smba.go.kr>
- 통계청 <http://kosis.nso.go.kr>
- 프랑스 경제재정산업부 중소기업국 산하 예술직 장려회 홈페이지.  
<http://www.metiersdart-artisanat.com>
- 프랑스 콩피엔느 공과대학 산업디자인 DESS과정 <http://www.utc.fr/design>
- 프랑스 디자이너협회(AFD) <http://www.alliance-francaise-des-designers.org>
- 프랑스 디자인고등교육원 <http://www.valenciennes.cci.fr>
- 프랑스 로렌가구업체연합체 <http://www.plab.org>
- 프랑스 산업디자인 그랑제꼴 <http://www.ensci.com>
- 프랑스 산업창조진흥에이전시 <http://www.apci.asso.fr>
- 프랑스 신상품 개념 및 혁신 연구소(ENSAM) <http://www.ensam.fr>

프랑스 Colbert 위원회 <http://www.comite-colbert.com>

한국디자인진흥원 <http://kidp.or.kr>

## 부 록

---

&lt;부표 III-1&gt; 학생 부모의 교육정도

단위 : 명(%)

	아버지 <sup>1)</sup>			어머니 <sup>2)</sup>		
	여학생	남학생	전체	여학생	남학생	전체
초등학교 졸업 이하	16( 2.7)	13( 5.9)	29( 3.6)	21( 3.5)	26( 11.9)	47( 5.8)
중학교 졸업	50( 8.4)	24( 10.9)	74( 9.1)	89( 14.9)	32( 14.7)	121( 14.8)
고등학교 졸업	246( 41.3)	105( 47.7)	351( 43.0)	317( 52.9)	119( 54.6)	436( 53.4)
대학교 졸업 이상	284( 47.7)	78( 35.5)	362( 44.4)	172( 28.7)	41( 18.8)	213( 26.1)
계	596(100.0)	220(100.0)	816(100.0)	599(100.0)	218(100.0)	817(100.0)

1)  $\chi^2=12.769$  df=3 p= .005    2)  $\chi^2=25.805$  df=3 p= .000

&lt;부표 III-2&gt; 학생 부모의 직업

단위 : 명(%)

	아버지 <sup>1)</sup>			어머니		
	여학생	남학생	전체	여학생	남학생	전체
회사,단체 등 과장급이상	173( 29.3)	64( 30.0)	237( 29.5)	17( 2.9)	3( 1.4)	20( 2.5)
전문, 기술직	88( 14.9)	22( 10.3)	110( 13.7)	43( 7.3)	19( 8.9)	62( 7.7)
사무직	28( 4.7)	5( 2.3)	33( 4.1)	10( 1.7)	4( 1.9)	14( 1.7)
판매, 서비스직	122( 20.6)	44( 20.7)	166( 20.6)	113( 19.3)	37( 17.3)	150( 18.7)
농림,어업직	24( 4.1)	15( 7.0)	39( 4.9)	20( 3.4)	10( 4.7)	30( 3.7)
노무직	13( 2.2)	6( 2.8)	19( 2.4)	6( 1.0)	2( 0.9)	8( 1.0)
무직/주부	15( 2.5)	12( 5.6)	27( 3.4)	325( 55.4)	124( 57.9)	449( 56.1)
기타	119( 20.1)	40( 18.8)	159( 19.8)	50( 8.5)	14( 6.5)	64( 8.0)
안계심	9( 1.5)	5( 2.3)	14( 1.7)	3( 0.5)	1( 0.5)	4( 0.5)
계	591(100.0)	213(100.0)	804(100.0)	587(100.0)	214(100.0)	801(100.0)

1)  $\chi^2=12.939$  df=8 p= .114

<부표 III-3> 대학에서의 교수와의 상호작용

단위 : 명(%)

		전혀 없다	별로 없다	그저 그렇다	다소 많다	매우 많다	계	통계치
교수의 격려정도	여	8( 1.3)	60( 9.7)	356(57.5)	173(27.9)	22( 3.6)	619(100.0)	$\chi^2=27.373$ df=4 p= .000
	남	5( 2.2)	21( 9.3)	100(44.4)	72(32.0)	27(12.0)	225(100.0)	
	전체	13( 1.5)	81( 9.6)	456(54.0)	245(29.0)	49( 5.8)	844(100.0)	
교수와의 진로대화	여	109(17.5)	290(46.5)	158(25.4)	57( 9.1)	9( 1.4)	623(100.0)	$\chi^2=37.247$ df=4 p= .000
	남	23(10.1)	75(33.0)	75(33.0)	45(19.8)	9( 4.0)	227(100.0)	
	전체	132(15.5)	365(42.9)	233(27.4)	102(12.0)	18( 2.1)	850(100.0)	
교수의 프로젝트 참여	여	285(45.7)	192(30.8)	58( 9.3)	81(13.0)	7( 1.1)	623(100.0)	$\chi^2=81.048$ df=4 p= .000
	남	57(25.2)	46(20.4)	33(14.6)	80(35.4)	10( 4.4)	226(100.0)	
	전체	342(40.3)	238(28.0)	91(10.7)	161(19.0)	17( 2.0)	849(100.0)	

<부표 III-4> 디자인분야별 여교수 비율

단위 : 명(%)

	제품	시각	환경	섬유	멀티미디어	전체
없음	29( 25.7)	145( 38.1)	10( 17.9)	-	5( 8.9)	189( 22.2)
15%이하	10( 8.8)	52( 13.6)	10( 17.9)	-	23( 41.1)	95( 11.2)
16~30%	9( 8.0)	108( 28.3)	24( 42.9)	-	-	141( 16.6)
31~45%	15( 13.3)	20( 5.2)	12( 21.4)	-	19( 33.9)	66( 7.8)
46~60%	31( 27.4)	34( 8.9)	-	-	9( 16.1)	74( 8.7)
61~75%	19( 16.8)	22( 5.8)	-	80( 32.7)	-	121( 14.2)
75%이상	-	-	-	46( 18.8)	-	46( 5.4)
모두 여성	-	-	-	119( 48.6)	-	119( 14.0)
계	113(100.0)	381(100.0)	56(100.0)	245(100.0)	56(100.0)	851(100.0)

ID

## 디자인 전공 대학생의 교육경험과 진로에 대한 조사

안녕하십니까?

국무총리실 산하 정부출연 연구기관인 한국여성개발원에서는 금년도에 한국디자인진흥원의 지원으로 「21세기 디자인산업 발전과 여성디자인 전문인력 개발」에 관한 연구를 수행하고 있습니다.

본 조사는 디자인관련 학과를 전공하고 있는 남녀 대학생의 전공선택과정, 대학에서의 교육경험, 진로계획 등을 조사하여 디자인 전문인력 개발을 위한 정책방안을 마련하기 위한 것입니다. 귀하가 응답하신 내용은 통계자료로만 사용될 것이며 그 외의 목적에는 활용되지 않을 것입니다. 조사에 협조해주시면 대단히 감사하겠습니다.

2003년 3월

한국여성개발원 원장 장하진

주관처: 한국여성개발원

정해숙 선임연구위원 (3156-7121)

양인숙 연구위원 (3156-7134)

신선미 연구위원 (3156-7125)

조사수행기관: 한길리서치연구소

이동현 대리 (925-0100)

황현철 연구원 (953-3125)

대학교명	대학교	과	4학년
대학소재지	<input type="checkbox"/> 1) 서울	<input type="checkbox"/> 2) 부산	<input type="checkbox"/> 3) 인천/경기/강원
	<input type="checkbox"/> 4) 대전/충청	<input type="checkbox"/> 5) 광주/전라/제주	<input type="checkbox"/> 6) 대구/경상
학교유형	<input type="checkbox"/> 1) 남녀공학대학	<input type="checkbox"/> 2) 여자대학	
성 별	<input type="checkbox"/> 1) 여학생	<input type="checkbox"/> 2) 남학생	

\* 응답요령 : 해당되는 보기문항에 √ 하시고, '기타'인 경우 ( )안에 자세히 써주십시오.

## I. 진로 선택

1. 귀하가 디자인 분야로의 진학을 결정한 때는 언제입니까?
 

<input type="checkbox"/> 1) 초등학교	<input type="checkbox"/> 2) 중학교	<input type="checkbox"/> 3) 고등학교 1학년
<input type="checkbox"/> 4) 고등학교 2학년	<input type="checkbox"/> 5) 고등학교 3학년/재수시절	<input type="checkbox"/> 6) 대학입학 지원 시
<input type="checkbox"/> 7) 기타( )		
  
2. 디자인 분야로 전공을 선택하는데 가장 영향을 크게 미친 것은 어떤 것입니까? (하나만 선택)
 

<input type="checkbox"/> 1) 선생님	<input type="checkbox"/> 2) 부모님	<input type="checkbox"/> 3) 매스컴
<input type="checkbox"/> 4) 학원	<input type="checkbox"/> 5) 친구.선배	<input type="checkbox"/> 6) 기타( )
  
3. 귀하가 디자인 분야의 전공을 선택하게 된 주된 이유는 무엇입니까?
 

<input type="checkbox"/> 1) 디자인분야에 관심이 많아서	<input type="checkbox"/> 2) 소질이 있어서
<input type="checkbox"/> 3) 성적 등을 고려해서	<input type="checkbox"/> 4) 좋아 보여서, 멋있어 보여서
<input type="checkbox"/> 5) 디자인분야의 직업을 갖고 싶어서	<input type="checkbox"/> 6) 여성에게 적합한 분야라서
<input type="checkbox"/> 7) 남성에게 적합한 분야라서	<input type="checkbox"/> 8) 기타( )
  
4. 귀하가 디자인 분야로 전공을 선택했을 때, 부모님께서서는 어떤 태도를 보이셨습니까?
 

<input type="checkbox"/> 1) 매우 반대	<input type="checkbox"/> 2) 반대하는 편	<input type="checkbox"/> 3) 찬성도 반대도 아님
<input type="checkbox"/> 4) 찬성하는 편(☞ 문4-1로) <input type="checkbox"/> 5) 매우 찬성(☞ 문4-1로)		

  - 4-1. **찬성하셨다면**, 부모님께서 귀하가 디자인 분야를 전공하는데 찬성하신 주된 이유는 무엇입니까?
 

<input type="checkbox"/> 1) 본인의 의사를 존중해서	<input type="checkbox"/> 2) 소질을 살리기 위해서
<input type="checkbox"/> 3) 성적 등을 고려해서	<input type="checkbox"/> 4) 문화적 경험과 소양을 쌓을 수 있어서
<input type="checkbox"/> 5) 취업이 잘 될 것 같아서	<input type="checkbox"/> 6) 여성에게 적합한 분야라서
<input type="checkbox"/> 7) 남성에게 적합한 분야라서	<input type="checkbox"/> 8) 기타( )







13. 귀하는 전공 공부나 자신의 진로문제 등으로 교수님들과 수업시간 이외에 얼마나 자주 대화를 나눕니까?

- 1) 전혀 하지 않는다    2) 별로 하지 않는 편이다    3) 그저 그렇다  
4) 자주 하는 편이다    5) 매우 자주 한다

14. 귀하는 교수님의 프로젝트에 참여하거나 도움을 드린 적이 있습니까?

- 1) 전혀 없다                    2) 별로 없다                    3) 그저 그렇다  
4) 조금 있다                    5) 매우 많다

15. 귀하는 대학교에 진학한 후 대학이나 협회, 기업체 등에서 주관하는 디자인 관련 동아리 활동을 하거나 프로그램에 참여한 적이 있습니까?

- 1) 있다(☞ 문15-1, 문15-2로)                    2) 없다

15-1. 활동한 경험이 있다면, 얼마나 오래하셨습니까? 개월

(※ 여러 활동을 한 경우에는 가장 오랜 기간 참여한 활동을 중심으로 적어주십시오.)

15-2. 동아리 활동이나 프로그램에 어느 정도 적극적으로 참여하셨습니까?

- 1) 매우 소극적으로 참여    2) 다소 소극적으로 참여    3) 그저 그렇다  
4) 다소 적극적으로 참여    5) 매우 적극적으로 참여

16. 귀하는 대학교에 진학한 후 각종 디자인 관련 공모전에 참여한 적이 있습니까?

- 1) 있다(☞ 문16-1로)                    2) 없다

16-1. 참여한 경험이 있다면, 몇 번 정도 참여하였습니까? 번

16-2. 그러한 대회에 참여하여, 입상한 경험이 있습니까?

- 1) 있다(☞ 문16-2-1로)                    2) 없다

16-2-1. 입상한 경험이 있다면, 몇 번 정도 입상하였습니까? 번

17. 귀하의 전공분야를 희망하는 같은 성(성)별을 가진 후배가 있다면, 권유하겠습니까?

- 1) 권유하겠다      2) 권유하지 않겠다

18. 귀하의 전공학과 교수님은 모두 몇 분이고, 그 중 여자 교수님은 몇 분 있으십니까?

전체 교수	명	여교수	명
-------	---	-----	---

19. 다음 각각에 대해서 어느 정도 어려움을 느끼십니까?

(※ 19번 문항은 여학생만 응답해 주십시오. 남학생은 20번으로 가시오.)

	전혀 어렵지 않음	별로 어렵지 않음	그저 그렇다	다소 어려움	매우 어려움
1. 집중작업 또는 밤샘작업시 체력적으로 힘이 든다	①	②	③	④	⑤
2. 실습도구를 다루는 일이 힘들다	①	②	③	④	⑤
3. 표현컨셉이나 아이디어를 추출하는 일이 어렵다	①	②	③	④	⑤
4. 교수님이 여학생에 대해 큰 기대가 없다	①	②	③	④	⑤
5. 취직할 때에 남학생보다 불리하다	①	②	③	④	⑤

#### IV. 졸업 후 진로

20. 대학 졸업 후의 진로는 어떻게 계획하고 있습니까? 한가지만 고르십시오

- 1) 취업(☞ 문20-1~20-4로)    2) 대학원 진학/유학(☞ 문20-5로)  
3) 군 입대                      4) 미정                      5) 기타(                      )

20-1. 취업시 자신의 전공을 계속 살려나갈 예정이십니까?

- 1) 그렇다      2) 아니다      3) 잘 모르겠다

20-2. 귀하는 취업을 위해 언제부터 준비를 하셨습니까?

- 1) 1학년부터                      2) 2학년부터                      3) 3학년부터  
4) 4학년 1학기부터              5) 아직 준비하지 못하고 있다

20-3. 귀하는 취업준비를 얼마나 열심히 하고 있습니까?

- 1) 전혀 하고 있지 않다      2) 별로 열심히 하고 있지 않다 3) 그저 그렇다  
4) 비교적 열심히 하고 있다 5) 매우 열심히 하고 있다

20-4. 귀하가 취업을 희망하는 분야는 다음 중 어디입니까?

- 1) 일반기업 디자인실      2) 디자인 전문회사      3) 프리랜서 디자이너  
4) 정부/공공기관      5) 디자인 관련 연구소 6) 기타

20-5. 대학원에 진학하고자 하는 이유는 무엇입니까?

- 1) 진로를 확실히 정하지 못해서      2) 취업전망이 어두워서  
3) 더 전문적인 직종에 취업하기 위해      4) 교수가 되기 위해  
5) 자기 개발을 위해      6) 순수미술로 전공을 바꾸려고  
7) 기타(      )

21. 귀하는 졸업 후의 직업활동에 대해 어떠한 생각을 갖고 계십니까?

- 1) 적절한 일자리가 있다면 일할 생각이다  
2) 결혼이나 자녀 출산 때까지만 일할 생각이다  
3) 자녀 양육기를 제외하고는 직업활동을 할 생각이다  
4) 평생 직업활동을 할 생각이다  
5) 잘 모르겠다

22. 귀하가 직업을 가지고 일을 하게 되면, 아래의 항목에 대해 어느 정도 자신감을 갖고 계십니까?

	전혀 자신없음	별로 자신없음	그저 그렇다	약간 자신있음	매우 자신있음
1. 도구를 다루는 능력	①	②	③	④	⑤
2. 디자인관련 전문지식	①	②	③	④	⑤
3. 프레젠테이션 능력	①	②	③	④	⑤
4. 디자인프로세스 관리능력	①	②	③	④	⑤
5. 창의성	①	②	③	④	⑤
6. 커뮤니케이션 능력	①	②	③	④	⑤
7. 문제해결 능력	①	②	③	④	⑤
8. 업무추진력	①	②	③	④	⑤
9. 논리력	①	②	③	④	⑤
10. 일반상식	①	②	③	④	⑤
11. 외국어	①	②	③	④	⑤
12. 정보수집 및 해석능력	①	②	③	④	⑤

23. 다음은 디자인 분야를 전공한 여성들의 취업을 촉진하기 위해 대학이나 정부에서 지원할 수 있는 방안들입니다. 각 방안들의 필요성에 대해 해당되는 번호를 적어주십시오.

	전혀 필요없음	별로 필요없음	그저 그렇다	약간 필요함	매우 필요함
1. 디자인분야 취업정보 제공및 구인. 구직 DB 활성화	①	②	③	④	⑤
2. 각종 취업박람회에 디자인분야 강화	①	②	③	④	⑤
3. 기업체 인턴쉽기회 확대	①	②	③	④	⑤
4. 창업프로그램 개설.운영	①	②	③	④	⑤
5. 대학 교육과정에 취업 및 진로개발 교과목 개설	①	②	③	④	⑤
6. 성공한 여성 디자이너 사례 발굴 및 홍보	①	②	③	④	⑤
7. 디자인 전공 여대생 취업진로지도에 여성 디자이너 참여, 경험 제공	①	②	③	④	⑤
8. 대학의 취업정보실 기능 강화	①	②	③	④	⑤
9. 디자인분야 여성유망 직종 발굴	①	②	③	④	⑤

※ 다음은 학생의 개인신상에 관한 것으로 이 질문에 응답하지 않으면 통계분석이 불가능합니다.  
본 조사표에는 학생의 이름이 기록되지 않아 절대 비밀이 보장되오니 끝까지 답해주시면 감사하겠습니다.

24. 부모님께서서는 어느 정도 교육을 받았습니까?

아버지		어머니	
-----	--	-----	--

- 1) 초등학교 졸업 이하    2) 중학교 졸업    3) 고등학교 졸업    4) 대학교 졸업 이상

25. 부모님께서서는 현재 어떤 일을 하고 계십니까?

아버지		어머니	
-----	--	-----	--

- 1) 회사, 단체 등의 과장급 이상  
 2) 전문, 기술직(의사, 간호사, 교사, 보모, 변호사, 기술사, 문인, 방송인 등)  
 3) 사무직(경리, 일반사무 등)    4) 판매, 서비스직    5) 농림어업직  
 6) 노무직    7) 무직/주부    8) 기타(                    )  
 9) 안계심

26. 귀하 어머니의 취업경험(취직 또는 자영업)은 다음의 어느 패턴입니까?

- 1) 취업경험이 전혀 없음  
 2) 졸업 후 취직 → 결혼, 출산, 육아로 인해 퇴직 → 그 후 무직  
 3) 졸업 후 취직 → 결혼, 출산, 육아로 인해 퇴직 → 아이를 일단 키운 다음 재취업  
 4) 졸업 후 현재까지 취업중임  
 5) 졸업 후 결혼, 출산, 육아전까지 미취업이었다가 육아후부터 현재까지 취업중임  
 6) 기타(                    )  
 7) 안 계심

27. 귀하의 부모님께서서는 귀하의 취업에 대해 어떤 생각을 갖고 계십니까?

- 1) 적절한 일자리가 있다면 일할 것으로 기대하신다  
 2) 결혼, 자녀 출산 때까지만 일할 것으로 기대하신다

- 3) 자녀 양육기를 제외하고는 일할 것으로 기대하신다
- 4) 평생 직업활동을 할 것으로 기대하신다
- 5) 잘 모르겠다

♣ 귀하의 성실한 답변에 깊은 감사를 드립니다 ♣



ID			
----	--	--	--

## 디자인산업의 기업현황 및 인력활용에 대한 조사

### 안녕하십니까?

국무총리실 산하 정부출연 연구기관인 한국여성개발원에서는 금년도에 한국디자인진흥원의 지원으로 「21세기 디자인산업 발전과 여성디자인 전문 인력 개발」에 관한 연구를 수행하고 있습니다.

본 조사는 디자인분야 기업의 실태조사를 통하여 기업의 여성 디자인인력 활용을 촉진하기 위한 정책방안을 마련하기 위한 것입니다. 귀하가 응답하신 내용은 통계자료로만 사용될 것이며 그 외의 목적에는 활용되지 않을 것입니다. 조사에 협조해주시면 대단히 감사하겠습니다.

2003년 3월

**한국여성개발원 원장 장하진**

주관처: 한국여성개발원

정해숙 선임연구위원 (3156-7121)

양인숙 연구위원 (3156-7134)

신선미 연구위원 (3156-7125)

조사수행기관: 한길리서치연구소

이동현 대리 (925-0100)

황현철 연구원 (953-3125)

\* 디자인관련 부서가 있는 경우는 디자인 부서장께서, 디자인관련 부서가 없는 경우는 디자인업무 담당자께서 응답해 주십시오.

사업체명			
사업체주소			
응답자 성명		연락처	
부 서		직 위	



전체	남	여
명	명	명

4. 귀사의 조직 전체의 승진단계는 몇 단계입니까?

- 1) 3단계    2) 4단계    3) 5단계    4) 6단계이상

\* 예시: 6단계일 경우(평사원, 대리(주임), 과장(팀장, 차장), 부장(실장), 임원급(이사), 대표)

5. 귀사의 디자인 인력들은 평균 어느 단계까지 승진하십니까?

- 1) 3단계    2) 4단계    3) 5단계    4) 6단계이상

6. 2003년 3월 현재 귀사의 디자인 인력의 직급별 현황에 대해 답해 주십시오.

(아래의 구분에 해당되지 않는다면 그에 상응하는 직급에 표시해 주십시오)

\* 주: 비정규직은 인턴, 시간제, 프리랜서 등을 모두 포함함

구분	정규직		비정규직*		계
	남	여	남	여	
1) 평사원					
2) 대리, 주임급					
3) 과장, 팀장, 차장급					
4) 부장, 실장급					
5) 본부장 또는 임원급					
6) 회사대표					
계					

7. 귀사의 지난 3년간 퇴직한 **여성** 디자인 인력 중, 재직기간(현 직장)이 가장 길었던 분의 재직기간은 몇 년입니까?

(        )년 (        )개월

7-1. 귀사의 지난 3년간 퇴직한 **남성** 디자인 인력 중, 재직기간(현 직장)이 가장 길었던 분의 재직기간은 몇 년입니까?

(        )년 (        )개월

## II. 디자인 인력활용에 관한 질문

8. 귀사는 디자인 인력을 채용할 때 주로 어떤 모집방법을 사용하십니까? **가장 비중이 높은 한 가지만** 답해 주십시오.

- 1) 신문광고를 통해
- 2) 전문잡지광고를 통해
- 3) 학교(교육기관)추천을 통해
- 4) 웹사이트를 통해
- 5) 사내외 전문가 추천을 통해
- 6) 인턴쉽을 통해
- 7) 외부 스카웃을 통해
- 8) 기타( )

9. 귀사는 지난 1년 동안 디자인 인력을 채용하셨습니다가? **채용한 경우**, 9-2번에서 9-5번까지 계속해서 응답해 주십시오. **채용하지 않은 경우**는 10번으로 가십시오.

9-1. 채용 여부		9-2. 신규.경력 채용비율			9-3. 성별 선호여부		
① 채용함	② 채용하지않음	1) 전체	2) 신규직	3) 경력직	① 남성선호	② 상관없음	③ 여성선호
		명	명	명			

9-4. 지난 1년 동안 디자인 인력의 신규 채용시, 요구하신 학력수준은 어느 정도입니까?  
남녀별로 각각 해당번호를 골라 표시해 주십시오.

보 기	남자	여자
① 고졸		
② 디자인 전문학원 수료		
③ 전문대		
④ 대학		
⑤ 대학원 이상		
⑥ 학력을 고려하지 않음		

9-5. 지난 1년 동안 디자인 경력직 채용시 어느 정도의 경력을 요구하셨습니다가?

- 1) 1년미만
- 2) 1년 이상 ~ 3년 미만
- 3) 3년 이상 ~ 5년 미만
- 4) 5년 이상 ~ 10년 미만
- 5) 10년 이상

10. 귀사는 적합한 디자인 인력을 구하는데 어느 정도 어려움을 느끼십니까?

- 1) 전혀 어렵지 않다
- 2) 별로 어렵지 않다
- 3) 보통이다
- 4) 조금 어렵다(☞ 10-1번으로 가시오)
- 5) 매우 어렵다(☞ 10-1번으로 가시오)

10-1. 디자인 인력을 구하는 것이 어렵다고 응답하신 경우, 그 이유는 무엇입니까?

- 1) 근무조건(보수, 근무시간 등)이 맞지 않아서
- 2) 해당 전공자가 적어서
- 3) 필요로 하는 자격요건을 갖춘 인력이 적어서
- 4) 요구되는 실무중심 능력을 갖춘 인력이 적어서
- 5) 지원하는 사람이 적어서
- 6) 이직율이 높아서
- 7) 디자인 인력채용 경험이 없었기 때문에
- 8) 기타( )

11. 귀사는 여성 디자인 인력을 활용하고 계십니까?

- 1) 활용하고 있다 (☞ 11-1번으로 가시오)
- 2) 활용하고 있지 않다 (☞ 11-2번으로 가시오)

11-1. 귀사의 여성 디자인 인력의 활용에 대해 어느 정도 만족하십니까?

- 1) 매우 불만족    2) 불만족하는 편    3) 그저 그렇다
- 4) 만족하는 편    5) 매우 만족

11-2. 귀사가 여성 디자인 인력을 활용하지 않는 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- 1) 결혼, 출산 등으로 업무의 집중도가 낮아서
- 2) 남성에 비해 일반적인 업무능력이 떨어진다고 생각되어서
- 3) 이직률이 높기 때문에
- 4) 해당 전공자가 적어서
- 5) 지원하는 여성이 없어서
- 6) 기타( )

12. 귀사 디자인 직종의 여성 인력의 능력에 대해 남성인력과 대비하여 평가해 주십시오.

구 분	여성이 남성에 비해				
	많이 떨어진다	다소 떨어진다	비슷 하다	다소 낫다	많이 낫다
	①	②	③	④	⑤
1. 디자인관련 전문지식	①	②	③	④	⑤
2. 도구를 다루는 능력	①	②	③	④	⑤
3. 프리젠테이션 능력	①	②	③	④	⑤
4. 디자인 프로세스 관리능력	①	②	③	④	⑤
5. 정보수집 및 해석능력	①	②	③	④	⑤
6. 커뮤니케이션 능력	①	②	③	④	⑤
7. 문제해결 능력	①	②	③	④	⑤
8. 창의성	①	②	③	④	⑤
9. 추진력	①	②	③	④	⑤
10. 논리력	①	②	③	④	⑤
11. 외국어	①	②	③	④	⑤
12. 일반상식	①	②	③	④	⑤

### Ⅲ. 디자이너 인력수요 전망 및 여성 디자인인력 지원부문

13. 귀사는 향후 2년 동안 디자인 인력을 채용할 계획이 있으십니까?

- 1) 충원할 계획이 있다       2) 충원할 계획이 없다(☞ 14번으로 가시오)

13-1. 향후 2년 동안 디자인 인력을 채용할 계획이 있다면, 아래의 사항에 대해 가장 선호하는 채용형태를 항목별로 한가지만 표시해 주십시오.

13-1 고용형태		13-2. 경력요구		13-3. 성별		
① 정규직	② 비정규직	① 신규직	② 경력직	① 남성선호	② 상관없음	③ 여성선호

14. 다음 디자인 분야 중, 향후 2년간 인력 수요가 가장 증가할 것으로 예상하시는 분야는 무엇입니까? 아래의 전 분야에서 해당하는 번호를 2가지만 골라 표시해 주십시오.

제품 디자인	시각 디자인	환경 디자인
1) 전자제품 2) 생활용품 3) 정보통신기기 4) 가전제품 5) 산업기기 6) 의료기기 7) 인테리어소품 8) 기타	9) 카탈로그/팜플렛 10) CI/BI 11) 편집디자인 12) 광고디자인 13) 일러스트레이션 14) 타이포그래픽디자인 15) 기타	16) 사인시스템 17) 실내디자인 18) 구조물, 조형물 19) 슈퍼그래픽 20) 전시디자인 21) 건축물외관 22) 스트리트퍼니처 23) 기타
공예 디자인	포장 디자인	멀티미디어 디자인
24) 도자공예 25) 금속공예 26) 목공예 27) 유리공예 28) 섬유공예 29) 석공예 30) 지공예 31) 기타	32) 생활용품 33) 식품 34) 공산품 35) 의약품 36) 기타	37) 웹디자인 38) 컴퓨터그래픽 39) 애니메이션 40) 비디오동영상 41) 사진 42) 비디오, 컴퓨터게임 43) 기타

15. 귀하는 여성 디자인 인력 개발 및 활용을 촉진하기 위하여 다음 사항에 대해 정부의 지원이 어느 정도 필요하다고 생각하십니까? 각 항목별로 모두 체크해주시요.

구 분	전혀 필요없다	별로 필요없다	보통이다	조금 필요하다	매우 필요하다
	①	②	③	④	⑤
1. 해외박람회 참가, 해외연수 등 지원	①	②	③	④	⑤
2. 각종 취업박람회에 디자인 분야 강화	①	②	③	④	⑤
3. 취업정보 제공 및 구인·구직 연계 활성화	①	②	③	④	⑤
4. 재취업 지원	①	②	③	④	⑤
5. 인터넷망을 활용한 재택근무 활성화	①	②	③	④	⑤
6. 디자인분야 여성 유망 직종 발굴	①	②	③	④	⑤
7. 여성 디자인기업 육성 지원	①	②	③	④	⑤
8. 여성 디자이너 창업 지원	①	②	③	④	⑤
9. 현장중심의 재교육 지원	①	②	③	④	⑤
10. 여대생 인턴쉽 프로그램 활성화	①	②	③	④	⑤
11. 여성 디자이너 네트워크 (사회적 연계)구축	①	②	③	④	⑤
12. 여성 디자이너 DB 구축	①	②	③	④	⑤
13. 여성 디자이너 성공사례 발굴 및 홍보	①	②	③	④	⑤
14. 보육을 위한 사회적 지원 확대	①	②	③	④	⑤

♣ 귀하의 성실한 답변에 깊은 감사를 드립니다 ♣



ID			
----	--	--	--

## 디자인 인력의 직업경험에 관한 조사

### 안녕하십니까?

한국여성개발원은 국무총리실 산하 정부출연 연구기관으로, 금년도에 한국디자인진흥원의 지원으로 「21세기 디자인산업 발전과 여성 디자인 전문인력 개발」에 관한 연구를 수행하고 있습니다.

본 조사는 현직에 계시는 디자인 인력의 구직과정과 직업경험을 조사하여 디자인 전문인력 개발을 위한 정책방안을 마련하기 위한 것입니다. 디자인 전문인력 개발은 국가의 핵심 전략산업의 하나인 문화산업의 발전을 위하여 매우 중요한 과제가 되었습니다. 이 분야는 여성 인력이 많이 배출되는 분야이지만, 전문인력으로 활동하는 여성 디자인 인력은 그렇게 많지 않습니다. 이에 본 연구는 배출되는 다수의 여성 인력이 전문가로 성장할 수 있도록 지원하기 위한 정책을 개발하려고 합니다.

귀하가 응답하신 내용은 연구목적에만 활용될 것이며, 답하신 내용에 대한 개인적 비밀이 유지될 것입니다. 도와주셔서 대단히 감사드립니다.

2003년 3월

한국여성개발원 원장 장하진

주관처: 한국여성개발원

정해숙 선임연구위원(3156-7121)

양인숙 연구위원(3156-7134)

신선미 연구위원(3156-7125)

조사수행기관: 한길리서치연구소

이동헌 대리(925-0100)

황현철 연구원(953-3125)

\* 응답요령 : 해당되는 보기문항에 √ 하시고, '기타'인 경우 ( )안에 자세히 써주십시오.

## I. 개인적 특성

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?  
1) 남자                      2) 여자
- 1-1. 귀하의 연령은 어떻게 됩니까?  
 \_\_\_\_\_세
2. 귀하의 현재 가족 구성 형태는 다음 중 어디에 속합니까?  
1) 독신    2) 유배우    3) 배우자+ 자녀    4) 배우자+ 자녀+ 부모
3. 귀하의 최종학력은 무엇입니까?  
1) 일반계 고등학교 졸업                      2) 실업계 고등학교 졸업  
3) 예체능계 고등학교 졸업                      4) 전문대학 졸업  
5) 대학교 졸업                                      6) 대학원 이상
4. 귀하의 최종학력 전공은 다음 중 어디에 속합니까?  
1) 디자인 전공  
2) 디자인 외 예술분야 전공  
3) 예술분야 외 디자인 인접 학문 전공  
4) 디자인과 전혀 관련 없음
5. 귀하의 직급은 무엇입니까?  
1) 평사원                      2) 대리/주임                      3) 과장/팀장/차장  
4) 부장/실장                      5) 이사
6. 2003년 3월 현재까지 귀하의 디자인 분야 근무경력은 얼마나 됩니까?  
1) 1년미만                      2) 1년이상 - 3년미만                      3) 3년이상 - 5년미만  
4) 5년이상 - 10년미만    5) 10년이상

6-1. 현 직장에서 귀하의 근무경력은 얼마나 됩니까?

- 1) 1년미만                      2) 1년이상 - 3년미만                      3) 3년이상 - 5년미만  
4) 5년이상 - 10년미만                      5) 10년이상

7. 귀하의 담당업무는 다음 디자인 분야 중 어디에 속합니까? 2개 이상인 경우, **가장 주력하는 분야 한가지**만 표시해 주십시오.

- 1) 제품디자인                      2) 시각디자인                      3) 환경디자인  
4) 공예디자인                      5) 포장디자인                      6) 멀티미디어디자인  
7) 섬유(패션)디자인                      8) 기타

8. 현재 귀하의 직장은 다음 중 어디에 속합니까?

- 1) 일반 기업체(☞ 8-1, 8-2번에 응답해 주십시오)  
2) 디자인 전문회사(☞ 8-3, 8-4번에 응답해 주십시오)

8-1. (일반기업체인 경우만), 귀하 직장의 **주요 생산품**은 다음 중 어디에 해당합니까?

- 1) 의류 및 모피 제품                      2) 출판, 인쇄, 기록매체  
3) 가구 및 기타 제품 제조업                      4) 기계 및 장비  
5) 섬유 제품                      6) 기타

8-2. (일반기업체의 경우만), 귀하 직장의 **규모**는 다음 중 어디에 해당합니까?

- 1) 상시 종업원 49인 이하(소기업)                      2) 상시 종업원 50-299인(중견기업)  
3) 상시 종업원 300인 이상(대기업)

8-3. (디자인전문회사의 경우만), 귀하 직장의 **주요 전문분야**에 표시해 주십시오. 2개 이상인 경우, **가장 주력하는 분야 한가지**만 표시해 주십시오.

- 1) 제품디자인                      2) 시각디자인                      3) 환경디자인  
4) 공예디자인                      5) 포장디자인                      6) 멀티미디어디자인  
7) 섬유(패션)디자인                      8) 기타

8-4. (디자인전문회사의 경우만), 귀하 직장의 **규모**는 다음 중 어디에 해당합니까?

- 1) 상시 종업원 4인 이하                      2) 상시 종업원 5-9인                      3) 상시 종업원 10인 이상



12. 디자이너로 정규직 취업에 성공하는데 있어 다음의 사항에서 어느 정도 어려움을 겪었습니까?

항 목	매우 어려웠다	조금 어려웠다	보통이다	별로 어렵지 않았다	전혀 어렵지 않았다
	①	②	③	④	⑤
1) 학력 부족	①	②	③	④	⑤
2) 현장 경험 부족	①	②	③	④	⑤
3) 취업기회 부족	①	②	③	④	⑤
4) 취업정보 부족	①	②	③	④	⑤
5) 성차별적 고용문화	①	②	③	④	⑤
6) 결혼, 출산, 육아	①	②	③	④	⑤
7) 지역 차별	①	②	③	④	⑤

13. 대학에서 디자인을 전공한 졸업생이 전문 디자이너로 성공하기 위하여 갖추어야 할 가장 중요한 조건은 무엇이라고 생각합니까?

- 1) 예술적 재능과 자질                      2) 기획 관리력
- 3) 창의성, 독창성                              4) 외국어 및 컴퓨터 조작 능력
- 5) 실무경험                                      6) 폭넓은 인간관계

14. 귀하가 받은 디자인 전공 교육이 취업 후 실무에 도움이 되었습니까?

- 1) 기대했던 것 이상으로 많은 도움이 되었다
- 2) 기대한 것만큼 별로 도움이 되지 않았다 (☞문14-1로)
- 3) 모르겠다

14-1. 별로 도움이 되지 않은 이유는 무엇입니까?

- 1) 학교 다닐 때 열심히 하지 않았다
- 2) 전공과목이 디자인 분야의 신기술을 반영하지 못했다
- 3) 실기수업이 부실했다
- 4) 기업체 현장실습 기회가 적었다
- 5) 취업 현장에서 하게 될 일에 대하여 정보제공을 받지 못했다
- 6) 교수진이 현장실무에 어두웠다
- 7) 기타 : \_\_\_\_\_

### III. 직업경험

15. 귀하는 귀하의 직업에 얼마나 만족하십니까?

- 1) 매우 불만족하다 (☞문15-1로)
- 2) 불만족한 편이다 (☞문15-1로)
- 3) 그저 그렇다
- 4) 만족하는 편이다
- 5) 매우 만족한다

15-1. **만족하지 못하신다면** 다음 중 두 가지 주된 이유는 무엇입니까?

- 1) 과중한 업무부담
- 2) 급속한 기술변화
- 3) 열악한 작업환경
- 4) 과도한 단순업무
- 5) 낮은 보수
- 6) 상사-동료 관계
- 7) 직장과 가정생활 병행의 어려움
- 8) 기타 \_\_\_\_\_

가장 중요한 이유 \_\_\_\_\_  
 두 번째 이유 \_\_\_\_\_

16. 귀하는 디자이너 직업세계에서 다음의 항목에서 성차별이 어느 정도 있다고 생각하십니까?

항 목	매우 그렇다	조금 그렇다	보통 이다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
	①	②	③	④	⑤
1. 채용	①	②	③	④	⑤
2. 업무배치	①	②	③	④	⑤
3. 교육훈련	①	②	③	④	⑤
4. 임금	①	②	③	④	⑤
5. 승진	①	②	③	④	⑤

17. 경력이 유사한 남성과 여성 디자이너간에 직업 능력의 차이가 있다고 생각하십니까?

- 1) 일반적으로 남자 디자이너들이 더 능력이 있다
- 2) 일반적으로 여자 디자이너들이 더 능력이 있다
- 3) 장점이 서로 다를 뿐 어느 쪽이 더 능력이 있다고 말할 수 없다
- 4) 성별에 따른 차이는 없고 개인적인 차이만 있을 뿐이다

18. 귀하는 직장에서 핵심인력으로 인정받고 있다고 생각하십니까?

- 1) 매우 그렇다
- 2) 그런 편이다
- 3) 그저 그렇다
- 4) 그렇지 않은 편이다
- 5) 전혀 그렇지 않다

19. 현재 근무하고 있는 직장 이전에 정규직으로 다른 직장에 근무한 경험이 있습니까?

- 1) 있다 (☞문19-1, 19-2로)
- 2) 없다

19-1. 이전에 정규직으로 근무했던 직장은 디자인 분야의 직장이었습니까?

- 1) 전적으로 그렇다
- 2) 부분적으로 그렇다
- 3) 디자인과 관련이 없다

19-2. 이전 직장을 그만둔 주된 이유는 무엇 때문이었습니까?

- 1) 과중한 업무부담
- 2) 급속한 기술변화
- 3) 열악한 작업환경
- 4) 과도한 단순업무
- 5) 낮은 보수
- 6) 상사-동료 관계
- 7) 직장과 가정생활 병행의 어려움
- 8) 기타 \_\_\_\_\_

20. 앞으로 3년 내에 직장을 옮기실 계획이 있습니까?

- 1) 있다 (☞문20-1로)
- 2) 없다
- 3) 아직 잘 모르겠다

20-1. 직장을 옮길 계획이 있다면 어떤 형태로 이동하기를 희망하십니까?

- 1) 디자인 프리랜서
- 2) 디자인 전문업체 창업
- 3) 동일분야의 타 회사로 이동
- 4) 디자인과 관계없는 분야로 이동
- 5) 퇴직

21. 다음 디자인 분야 중, 향후 2년간 인력 수요가 가장 증가할 것으로 예상하시는 분야는 무엇입니까? 아래의 전 분야에서 해당하는 번호를 2가지만 골라 표시해 주십시오.

제품 디자인	시각 디자인	환경 디자인
1) 전자제품 2) 생활용품 3) 정보통신기기 4) 가전제품 5) 산업기기 6) 의료기기 7) 인테리어소품 8) 기타	9) 카탈로그/팜플렛 10) CI/BI 11) 편집디자인 12) 광고디자인 13) 일러스트레이션 14) 타이포그래픽디자인 15) 기타	16) 사인시스템 17) 실내디자인 18) 구조물, 조형물 19) 수퍼그래픽 20) 전시디자인 21) 건축물외관 22) 스트리트퍼니처 23) 기타
공예 디자인	포장 디자인	멀티미디어 디자인
24) 도자공예 25) 금속공예 26) 목공예 27) 유리공예 28) 섬유공예 29) 석공예 30) 지공예 31) 기타	32) 생활용품 33) 식품 34) 공산품 35) 의약품 36) 기타	37) 웹디자인 38) 컴퓨터그래픽 39) 애니메이션 40) 비디오동영상 41) 사진 42) 비디오, 컴퓨터게임 43) 기타



### IV. 정부 지원에 대한 의견

22. 귀하는 여성 디자인 인력의 개발과 활용을 촉진하기 위하여 다음의 사항에 대하여 정부의 지원이 어느 정도 필요하다고 생각하십니까?

구 분	전혀 필요없다	별로 필요없다	보통이다	조금 필요하다	매우 필요하다
	①	②	③	④	⑤
1. 해외박람회 참가, 해외연수 등 지원	①	②	③	④	⑤
2. 각종 취업박람회에 디자인 분야 강화	①	②	③	④	⑤
3. 취업정보 제공 및 구인·구직 연계 활성화	①	②	③	④	⑤
4. 재취업 지원	①	②	③	④	⑤
5. 인터넷망을 활용한 재택 근무 활성화	①	②	③	④	⑤
6. 디자인분야 여성 유망 직종 발굴	①	②	③	④	⑤
7. 여성 디자인 기업 육성 지원	①	②	③	④	⑤
8. 여성 디자이너 창업 지원	①	②	③	④	⑤
9. 현장중심의 재교육 지원	①	②	③	④	⑤
10. 여대생 인턴쉽 프로그램 활성화	①	②	③	④	⑤
11. 여성 디자이너 네트워크(사회적 연계)구축	①	②	③	④	⑤
12. 여성 디자이너 DB 구축	①	②	③	④	⑤
13. 여성 디자이너 성공사례 발굴 및 홍보	①	②	③	④	⑤
14. 보육을 위한 사회적 지원 확대	①	②	③	④	⑤

♣ 대단히 감사합니다 ♣