

# 내러티브를 활용한 특성화 고등학교에서의 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램 연구

A study on Channel Brand Identity Design Education Program  
Using Narrative in Specialized High School

주 저 자 : 유아진(Yoo, Ah Jin)

국민대학교 교육대학원 디자인교육전공 석사과정

교 신 저 자 : 남원석(Nam, Won Suk)

국민대학교 교육대학원 디자인교육전공 교수  
name@kookmin.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kids.2022.4.88>

접수일자 2022. 11. 22. / 심사완료일자 2022. 12. 10. / 게재확정일자 2022. 12. 26.

## Abstract

Due to the growth of media, Video is not simply a means of sharing information but a means of communication that expresses individual identities, which has led to a change in communicative methods. However, there is a lack of Identity design education based on these video contents in specialized high schools and the idea process for student's identity is not systematically established. Therefore, the purpose of this study is to develop a Channel Brand Identity Design Education Program that applies a Narrative method to share their thoughts and experiences for 2<sup>nd</sup> and 3<sup>rd</sup> grades of specialized high schools, and to analyze the educational effect. As a research method, the theoretical background of Narrative and Channel Brand Identity Design was examined through literature research, and the current status of education in specialized high schools was analyzed through a survey to lay the foundation for this study. Based on this, the use of Narrative in Channel Brand Identity Design Education was found, and 'Channel Brand Identity Design Education Program using Narrative', which consists of a total of 6 steps, was proposed and class was implemented. This class was held for about 3 weeks from April 11 to April 29, 2022, and after the class, the overall satisfaction with Channel Brand Identity Design Education Program was high at 4.47 on average, the effectiveness of the Channel Brand Identity Design Education Program using Narrative has been proven.

## Keyword

Channel brand identity design(채널 브랜드 아이덴티티 디자인), Narrative(내러티브), Specialized high school(특성화 고등학교)

## 요약

미디어의 성장으로 인해 영상은 단순히 정보를 공유하는 수단이 아닌 각자의 아이덴티티를 표현하는 전달 매체로서 사람들의 소통방식에 변화를 가져오게 하였다. 하지만 현재 특성화 고등학교에서는 이러한 영상콘텐츠를 주제로 하는 아이덴티티 디자인교육이 부족한 실정이며, 학습자의 아이덴티티 확립을 위한 수업 과정이 체계적으로 수립되어 있지 않다. 이에 본 연구의 목적은 특성화 고등학교 2, 3학년 학생들을 대상으로 자신의 생각과 경험을 공유할 수 있는 내러티브 방식을 적용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램을 개발하고 이에 대한 교육효과를 분석하는 것이다. 연구 방법은 먼저 문헌연구를 통해 내러티브와 채널 브랜드 아이덴티티 디자인의 이론적 배경을 살펴보고, 설문조사를 통해 현재 특성화 고등학교의 교육현황을 분석하여 본 연구의 기초를 마련하였다. 이를 바탕으로 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육에서 내러티브의 활용방안을 모색하였으며, 총 6단계로 이루어진 '내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램'을 제안하고 수업을 실행하였다. 본 수업은 2022년 4월 11일부터 4월 29일까지 약 3주간에 걸쳐 수업을 진행하였으며, 수업 종료 후 만족도 조사를 실시한 결과, 수업에 대한 전반적인 만족도가 4.47로 높게 나타나 내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램의 효과가 증명되었다.

## 목차

### 1. 서론

- 1-1. 연구의 배경 및 목적
- 1-2. 연구의 내용 및 방법

### 2. 이론적 배경

- 2-1. 내러티브의 이론적 고찰
- 2-2. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인의 이해

### 3. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 현황

- 3-1. 관련 교과 분석
- 3-2. 아이덴티티 디자인교육에 관한 선행연구
- 3-3. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 관련 설문조사

### 4. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육에서 내러티브의 활용방안

- 4-1. 내러티브 활용방안 모색

## 1. 서론

### 1-1. 연구의 배경 및 목적

과거 고정적이었던 아이덴티티의 개념은 미디어의 발달로 시간, 공간, 움직임, 소리, 이야기의 개념까지 접목하여 그 표현의 범위가 넓어졌다. 최근에는 유튜브와 같은 동영상 플랫폼 시장의 성장으로 인해 영상콘텐츠를 활용한 커뮤니케이션 방식이 보편화되면서 각자의 생각을 자유롭게 표현할 수 있는 영상의 가치가 높아졌다. 따라서 현재 특성화 고등학교에서 시행되고 있는 아이덴티티 디자인교육에 있어서도 다변화되는 미디어 환경에 맞춰 영상콘텐츠와 관련한 새로운 디자인교육 프로그램이 필요하다.

다매체, 다채널 환경에서 나타난 채널 브랜드 아이덴티티 디자인은 타 채널과는 차별화되는 자신만의 채널에 일관된 이미지를 구축하고 이를 시각적으로 전달하는 수단이다. 하지만 채널 브랜드 아이덴티티 디자인은 비교적 짧은 역사로 인해 현재 특성화 고등학교에서는 이와 관련한 디자인교육 프로그램이 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램의 체계적인 구축을 위해 콘셉트 도출부터 내용전달까지 영상콘텐츠의 주제를 일관되게 표현하는 역할을 하는 내러티브를 활용하고자 하였다. 내러티브는 사회적 맥락 속에서 자신의 삶을 소재로 하여 경험에 대한 사고를 이야기로 재구성하는 것을 의미하며, 다양한 매체를 통해 화자의 이야기를 청자에게 전달하는 과정을 담고 있다는 점에서 효과적인 내용전달을 가능하게 한다.

### 4-2. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 수업과정

## 5. 내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램의 실행 및 평가

- 5-1. 교수-학습 지도 계획
- 5-2. 프로그램 평가 및 기대효과

## 6. 결론

### 참고문헌

이에 본 연구의 목적은 내러티브를 분석하여 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육과의 연관성을 찾아 특성화 고등학교 2, 3학년 학생들을 대상으로 내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램을 제안하는 것이며, 설문조사를 통해 수업 프로그램의 실효성을 검증하고자 한다.

### 1-2. 연구의 내용 및 방법

본 연구는 6장으로 구성하였으며, 각 장의 주요 내용을 정리하면 다음과 같다.

제1장 서론에서는 연구의 배경 및 목적, 연구의 내용 및 방법에 대하여 서술하였다. 제2장에서는 문헌조사를 통해 내러티브와 채널 브랜드 아이덴티티 디자인의 이론적 배경을 살펴보았다. 제3장에서는 아이덴티티 디자인교육의 실태와 문제점 조사를 위해 선행연구 분석과 특성화 고등학교 교사를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 제4장에서는 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육에서 내러티브가 의미하는 바를 통해 내러티브의 활용 가능성에 대해 밝히고, 내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램을 제안하였다. 제5장에서는 내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램을 실제 교육현장에 적용하고, 학생 결과물과 수업 만족도 설문조사를 통해 이에 대한 교육적 효과를 검증하였다. 마지막 제6장의 결론에서는 연구의 내용과 결과를 요약 및 정리하여 종합적인 결론을 바탕으로 향후 연구 방향을 제시하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2-1. 내러티브의 이론적 고찰

#### 2-1-1. 내러티브의 개념 및 특징

내러티브(narrative)의 어원은 ‘이야기하다, 말하다’라는 뜻을 지닌 라틴어 ‘narro’와 ‘알다(know)’라는 의미의 산스크리트어 ‘gna’에서 유래하였다. 즉, 내러티브는 어떤 것에 대해 말하고 이야기하는 것으로, 인간의 경험 속에서 일어나는 사건, 감정 등을 연결하여 의미가 있는 이야기로 만들기 위하여 사용하는 도구이다. 따라서 학습자는 자신의 경험을 그대로 수용하는 것이 아니라 자신만의 의미와 질서를 부여하여 해석함으로써 이야기에 정서와 가치를 통합시켜 전달한다.

내러티브의 특징은 다음과 같다. 첫째, 내러티브를 활용하는 수업에서 교사는 일방적으로 주제를 제시하는 것이 아니라, 학습자로 하여금 그들을 둘러싸고 있는 맥락 속에서 이야기를 주도적으로 구성하도록 돕는 역할을 한다. 둘째, 내러티브는 이야기 구조를 전제로 하기 때문에 학습자는 자신의 경험을 시간의 흐름 및 인과관계에 따라 구체적인 이야기로 묘사해야 하며, 이에 대한 결과물을 공유하는 활동을 통해 자신의 경험을 스스로 평가함으로써 새로운 의미를 구성하게 된다. 셋째, 내러티브는 자신의 의미를 스스로 발견해가는 과정으로, 학습자는 이야기를 수정하는 과정을 통해 자아가 하나의 큰 흐름 속에서 통합되는 경험을 하게 된다.

#### 2-1-2. 내러티브의 단계

내러티브는 연구에 따라 제시되는 모형의 단계에 차이가 있으나 본 연구는 Lauritzen과 Jaeger(2007)의 내러티브 교육과정 설계 템플릿을 참고하여 단계를 분석하였으며 세부 내용은 다음의 [표 1]과 같다.<sup>1)</sup>

[표 1] 내러티브 단계

단계	주요 내용
맥락	학습주제에서 의미를 발견하고 학습 동기를 유발
탐구질문	학습자가 주어진 맥락에 대한 지식, 정보를 탐구
목표 필터	탐구 조사가 설계되기 전 맥락에 부합하는 목표를 설정
탐구 조사	목표 달성을 위한 조사 연구 활동
완성 및 정리	학습자의 결과물을 공격적으로 발표하고 공유할 기회를 제공

1) Carol Lauritzen, Ph.D. & Michael Jaeger, Ed.D., 내러티브 교육과정의 이론과 실제 : 이야기를 통한 학습 통합(강현석 외 5인 공역), 서울: 학이당, 2007, pp.188-228.

## 2-2. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인에 대한 이해

### 2-2-1. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인의 정의

방송 기술의 발달로 인해 점차 방송 화면을 아름답게 표현하는 방법에 관해 연구하게 되었으며, 기업에서 아이덴티티를 수립하여 소비자에게 마케팅을 한 것처럼 수많은 채널 속에서 ‘방송’의 정체성을 알리는 채널 아이덴티티 정립의 필요성이 대두되었다. 이처럼 방송 채널에 CI(corporate identity)의 개념을 도입한 형태를 채널 브랜드 아이덴티티(channel brand identity)라고 할 수 있다. 즉, 채널 브랜드 아이덴티티는 채널 브랜드를 시청자에게 쉽고 빠르게 각인시키기 위한 시각적 방법에 관한 커뮤니케이션 도구이며, 타 채널과 차별화되는 고유한 이미지를 의미한다.<sup>2)</sup> 이처럼 상징성을 지닌 채널 브랜드 아이덴티티를 시청각적으로 표현하고, 차별화된 이미지를 전달하기 위해 실행하는 디자인 작업을 채널 브랜드 아이덴티티 디자인(channel brand identity design)이라고 한다.

[표 2]는 채널 브랜드 아이덴티티 디자인의 구성요소를 정리한 것이다.

[표 2] 채널 브랜드 아이덴티티 디자인의 구성요소

구성요소	내용
로고 및 심볼	-채널의 이름, 특성, 내용을 시각적으로 전달하는 기호이자 상징성을 지닌 그래픽 디자인 요소.
타이포그래피	-화면에서 전달하고자 하는 메시지를 직접적으로 보여주는 커뮤니케이션 수단. -채널 전체의 일관성을 유지하기 위해 전용 서체를 활용함.
컬러	-채널이 가지고 있는 이미지에 일관성을 부여하기 위해 전용 색상(main color), 보조 색상(sub color)을 조합함. -디지털 색에 의한 RGB값을 설정해야 함.
레이아웃	-그리드(grid)를 이용해 화면의 큰 틀을 형성함으로써 시각적 질서를 부여. -주로 16:9의 화면 비례를 가진 HDTV(high definition television)를 통해 전달.
사운드	-영상의 메시지를 전달함과 동시에 전체적인 분위기를 연출.
움직임	-1초당 24~30 프레임(frame)의 연속적인 정지된 개별 화면들을 통해 마치 움직이는 것처럼 표현.

### 2-2-2. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 제작과정

채널 브랜드 아이덴티티 디자인을 제작할 때 채널의 기획단계부터 콘셉트 도출, 송출까지 체계적이고 일관성 있는 작업이 이루어지도록 해야 한다. 채널 브랜드

2) 심형근, 채널브랜드아이덴티티디자인, 서울: 커뮤니케이션북스, 2014, p.14.

아이덴티티 디자인의 제작은 인쇄 매체를 근거로 개발하는 경우가 있으나, 프로젝트의 성격이나 매체의 특성에 따라 유동적으로 제작과정이 이루어진다. 따라서 본 연구에서의 채널 브랜드 아이덴티티 디자인의 제작과정은 영상의 특징을 고려하여 방송 매체에서의 컴퓨터 그래픽 제작과정에 관한 내용을 참고하여 공통적인 단계를 다음의 [표 3]과 같이 정리하였다.

**[표 3] 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 제작과정**

단계	세부 과정	내용
1단계	기획	목표 설정
		소구 시청층 설정
2단계	컨셉트 설정	브레인스토밍
		아이디어 평가
		스타일 및 분위기 설정
3단계	아이디어 스케치	채널 로고에 대한 러프 스케치
		컨셉트에 맞는 색상 설정
4단계	디자인 시각화	스토리보드 작업
		포토샵, 일러스트레이터 프로그램을 활용하여 타이틀 로고 제작
5단계	모션 그래픽스	플래시, 애프터이펙트 프로그램 활용
6단계	평가 및 송출	영상 포맷에 맞게 렌더링

### 3. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 현황

#### 3-1. 관련 교과 분석

현재 특성화 고등학교에서 채널 브랜드 아이덴티티 디자인이라는 정확한 명칭의 수업은 이루어지지 않고 있다. 유사한 디자인 분야로는 로고 디자인, 방송 타이틀 디자인, 모션그래픽 등으로 확인되어 이와 관련이 있는 디자인 수업에 대해 살펴보았다.

‘디자인 일반’과 ‘컴퓨터 그래픽’ 교과에서는 채널 브랜드 아이덴티티와 관련한 이론과 제작 방법을 간단하게 편재하였다. ‘미디어 콘텐츠 일반’ 교과에서는 콘텐츠 기획부터 제작까지 영상콘텐츠의 전체적인 제작과정이 상세히 기술되어 있다. ‘NCS 시각디자인’은 채널 브랜드 아이덴티티 디자인에서 영상 편집을 제외한 채널 로고 디자인을 제작하는 단계까지 관련이 있다.

현재 채널 브랜드 아이덴티티 디자인과 가장 유사한 실습 과제는 NCS 방송 콘텐츠 제작의 능력단위인 ‘방송 CG작업(LM0803020122\_16v2)’<sup>3)</sup>에서 ‘타이틀 제

3) 이익희 외 6인, (NCS 학습모듈)방송 콘텐츠 제작, 한국직업능력개발원: 교육부, 2018, pp.11-73.

작하기’ 학습모듈의 예제로 수록되어 있다.

**[표 4] NCS 방송 콘텐츠 제작 학습모듈**

능력단위	능력단위 요소	내용
14. 방송 CG작업	1. 타이틀 제작하기	로고 디자인 모션그래픽을 이용한 타이틀 제작
	2. 자막 제작하기	자막 제작
	3. 2D-3D CG 제작하기	2D 크로마 합성과 3D 크리처 합성

채널 브랜드 아이덴티티 디자인은 기본적으로 시각 디자인 영역에 속하지만, 기존 인쇄 매체를 기반으로 하는 C와는 표현 요소와 제작 과정 등에서 다소 차이가 있으며 제작을 위한 프로그램 툴이 다르다. 또한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인은 비교적 짧은 역사를 가지고 있기 때문에 이와 관련한 학습모듈이 부족하므로 학습자료의 재구성이 필요하다.

#### 3-2. 아이덴티티 디자인교육에 관한 선행연구

채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육의 필요성을 알아보기 위해 우선 아이덴티티 디자인교육에 관한 선행 연구를 조사하였으며, 내용은 다음 [표 5]와 같다.

**[표 5] 선행연구**

연구자	연구 내용
박윤지 (2021)	-특성화 고등학교 교사를 대상으로 설문조사를 진행한 결과, 아이덴티티 디자인교육의 필요성에 대해 거의 모든 교사가 긍정적인 평가를 함. -컨셉트 발상과 관련한 교육에 관한 지속적인 연구가 필요함을 시사함.
김초록 (2018)	-학생들의 긍정적 자아개념 형성의 중요성을 언급하며 이와 관련한 디자인교육의 필요성을 분석. -긍정적인 자아개념 확립을 위한 퍼스널 아이덴티티(P) 디자인 수업 프로그램을 개발하였으며, 정체성 확립에 효과성을 검증함.
이상민 (2007)	-아이덴티티 디자인의 개념이 점차 유연하게 확장됨에도 불구하고 아직 특성화 고등학교에서는 이러한 유연성에 대한 교육이 이루어지지 않고 있음을 지적. -유연성 있는 아이덴티티 디자인 개발을 위한 창의성 신장 교육 프로그램의 필요성을 언급.
배수영 (2006)	-아이덴티티 디자인교육에 대한 학생의 흥미가 부족함을 언급. -아이디어 발상과 관련한 내용 부족, 현장과의 연관성 미흡 등을 문제점으로 지적.

선행연구의 연구 내용을 살펴보면 현재 아이덴티티 디자인 교과 내용 체계가 시대적 흐름에 맞지 않은 내용이 많으며 이로 인해 학생들의 흥미가 부족함을 문제점으로 지적하였다. 또한 교과서의 내용만으로 실습을 진행하기에는 충분하지 못하다는 점을 공통적으로 언급하며 효과적인 아이덴티티 디자인 수업 방안에 대한 연구가 이루어졌다. 그러나 미디어 발달에 따른 커뮤니케이션 방식의 변화에도 불구하고 지금까지의 선행 연구들은 영상매체를 활용한 수업방안에 대해서는 다루지 않았다. 이에 따라 본 연구에서는 학생들의 경험을 주제로 하여 영상콘텐츠 활용한 교육 프로그램 개발을 통해 기존 연구들과의 차별성을 두고자 한다.

### 3-3. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 관련 설문조사

#### 3-3-1. 설문조사 개요

특성화 고등학교 아이덴티티 디자인 수업의 실태를 파악하고자 사전 설문조사를 진행하였다. 설문조사는 2022년 8월부터 10월까지 약 3개월 동안 시행되었으며, 서울, 경기, 인천 소재 특성화 고등학교의 디자인과 교사 35명을 대상으로 하였다. 설문 유형은 질문 방식에 따라 리커트 5점 척도와 명목척도를 활용하여 문항을 구성하였다.

#### 3-3-2. 설문조사 결과 및 해석

본 설문조사에 대한 결과는 다음과 같다.

첫째, 현재 아이덴티티 디자인교육을 이수하는 학년은 대부분 2, 3학년을 중심으로 시행되고 있으며, 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 수업은 다양한 과정이 통합된 형태로 이루어지기 때문에 적어도 13차시 이상의 수업 시수가 필요함을 알 수 있었다.

둘째, 영상콘텐츠를 활용하는 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 수업에 대해 교사들의 대부분이 긍정적인 반응을 보였으며, 구체적인 이유로는 영상매체를 활용하는 수업은 학습자의 흥미를 유발하고 빠르게 변화하는 미디어 환경 속에서 유연하게 대응할 수 있기 때문으로 나타났다. 따라서 아이덴티티 디자인교육에 있어서 다양한 매체 활용의 필요성을 알 수 있었다.

셋째, 수업에서 가장 중점을 두어야 한다고 생각하는 영역에 대해서는 '컨셉트 도출과 아이디어 발상'에 18명이 응답하였다. 이는 사회적 맥락 속 자신의 경험을 통해 이야기를 주도적으로 구성하도록 돕는 내러티브의 활용 가능성을 확인할 수 있었다.

[표 6] 교사 대상 설문조사 결과(N=35)

문항	항목	빈도	%
교육 학년	1학년	3	8.6
	2학년	11	31.4
	3학년	21	60
	이수하지 않음	0	0
	기타	0	0
수업 필요성	매우 그렇다.	21	60
	그렇다.	10	28.6
	보통이다.	4	11.4
	그렇지 않다.	0	0
	전혀 그렇지 않다.	0	0
중점 요소	자료조사와 분석	7	20
	컨셉트 도출과 아이디어 발상	18	51.4
	시각적 표현	8	22.9
	프로그램 운용	0	0
	작품발표 및 평가	2	5.7
지도 시 어려움 경험 여부	매우 그렇다.	14	40
	그렇다.	6	17.1
	보통이다.	10	28.6
	그렇지 않다.	5	14.3
	전혀 그렇지 않다.	0	0
어려운 과정	자료조사와 분석	0	0
	컨셉트 도출과 아이디어 발상	20	57.2
	시각적 표현	9	25.7
	프로그램 운용	6	17.1
	작품발표 및 평가	0	0
문제점	시간적 여유 부족	8	22.9
	교과의 어려운 난이도	7	20
	적합한 교육 프로그램 부족	14	40
	시대에 부합하지 않은 내용	6	17.1
	기타	0	0
영상콘텐츠 활용 필요성	매우 그렇다.	21	60
	그렇다.	9	25.7
	보통이다.	4	11.4
	그렇지 않다.	1	2.9
	전혀 그렇지 않다.	0	0
내러티브 기대 효과	매우 그렇다.	14	40
	그렇다.	8	22.9
	보통이다.	10	28.6
	그렇지 않다.	3	8.6
	전혀 그렇지 않다.	0	0
필요 시수	4차시 이내	0	0
	5~8차시	0	0
	9~12차시	13	37.2
	13~16차시	18	51.4
	17차시 이상	4	11.4

#### 3-3-3. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육에서 내러티브의 필요성

선행연구와 설문조사 분석을 통해 살펴본 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육에서 내러티브의 필요성은 다음과 같다.

첫째, 내러티브를 활용하면 학습자는 자신의 삶 속에서 '나는 누구인가?' 자문해보고 탐색하는 과정을 통해 자신의 정체성을 스스로 인지함으로써 채널 브랜드에 대한 일관된 이미지를 시각적으로 전달할 수 있다.

둘째, 내러티브를 통해 주어진 주제를 수용하고 이를 자신의 경험과 관련짓는 사고의 과정을 통해 학습자는 자신만의 독특한 표현방법을 통해 창의적인 자기 표현을 가능하게 한다.

셋째, 개인의 삶을 반영하는 내러티브는 자신만이 가지는 고유한 이야기를 형성하기 때문에 영상을 보는 사람으로 하여금 정서적인 공감과 흥미를 유발할 수 있다.

따라서 본 연구는 영상매체를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육과 관련하여 효과적인 전달기법인 내러티브를 활용하여 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램을 제안하고자 한다.

#### 4. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육에서 내러티브의 활용방안

##### 4-1. 내러티브 활용방안 모색

내러티브를 활용하여 자신의 아이덴티티를 효과적으로 보여줄 수 있는 프로그램의 설계 원리를 [그림 1]과 같이 제안하였다.



[그림 1] 수업 프로그램 설계 원리

2015 개정 교육과정은 바른 인성을 갖춘 창의·융합형 인재를 양성하는 것<sup>4)</sup>을 목표로 하며, 수업에 있어서 삶의 일상적 경험과 학습의 연결, 탐구학습 과정을 통한 주체적인 의미를 발견함으로써 학습에 대한 즐거움을 경험할 수 있는 교육이 이루어져야 함을 시사하고 있다.

4) 교육부, 2015 개정 교육과정 총론 해설서(고등학교), 교육부 고시 제2020-225호, 2020, p.40.

이에 본 연구에서 내러티브를 활용하는 방안으로 Lauritzen과 Jaeger(2007)가 제안한 내러티브 설계 템플릿 단계에 기반으로 두었으며, 여기에 디자인 제작과정을 함께 결합하여 교육 프로그램 모형을 설계하였다. 또한 수업과정에서 필요한 NCS 시각디자인과 NCS 방송 콘텐츠 제작의 능력단위 요소를 함께 적용하였다.

[표 7] 수업 프로그램 설계 과정

내러티브 단계	디자인 제작과정	NCS 능력단위 요소	새로운 교육 프로그램 제안
맥락 탐구 질문	기획	시각디자인 리서치	개념 및 이해 경험의 탐색
목표 필터	컨셉트 설정 아이디어 스케치	비주얼 아이디어션	컨셉트 설정
탐구 조사	디자인 시각화	시안 디자인 개발	스토리보드 제작
	모션 그래픽스	방송 CG작업	영상 편집
완성 및 정리	평가 및 송출	최종 점검	완성 및 평가

##### 4-2. 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 수업과정

수업 과정은 6단계로 구성하였으며 구체적인 수업 내용은 아래 [표 8]과 같다.

[표 8] 수업 과정 제안

수업 과정	수업 내용
개념 및 이해	-채널 브랜드 아이덴티티 디자인의 제작 방향을 설정하는 단계. -전체적인 수업 과정을 학습자에게 안내.
경험의 탐색	-동기유발 자료를 제시하여 학습자가 이와 관련한 경험을 상기할 수 있는 시간 부여. -교사의 경험을 다양한 발문과 함께 연결을 시켜 제시하고 창의적 발상 기법을 활용하여 학습자의 경험을 정교한 이야기로 만들도록 유도.
컨셉트 설정	-학습자가 자신의 경험과 관련한 소주제를 선정하고 이와 관련한 자료를 조사, 분석. -컨셉트와 관련한 다양한 이미지를 시각화할 수 있도록 지도.
스토리보드 제작	-이야기의 전체 내용을 이미지로 시각화하여 전반적인 흐름을 쉽게 이해할 수 있도록 구성.
영상 편집	-스토리보드의 내용 요소를 모두 반영하여 컴퓨터 프로그램을 활용해 영상을 편집.
완성 및 평가	-제출한 영상을 상영. -발표를 통해 피드백을 주고 받는 시간 부여.





마지막으로 완성 및 평가 단계인 14~15차시에서는 이론 수업에서 배운 채널 브랜드 아이덴티티 디자인의 요소들을 모두 만족하는지 검토하고 렌더링과 관련하여 파일에 오류가 없는지 확인한 뒤 제출하도록 하였다. 이후 결과물을 발표함으로써 프레젠테이션 역량을 높이고, 자기평가를 통해 결과물의 완성도를 높였다.

## 5-2. 프로그램 평가 및 기대효과

### 5-2-1. 수업 후 설문조사

수업 종료 후 수업에 참여한 경기 소재의 특성화 고등학교 디자인과 2, 3학년 72명을 대상으로 만족도 조사를 실시하여 그 결과를 분석하였다. 본 설문조사에서는 리커트 5점 척도를 활용해 '전혀 그렇지 않다'를 최저 1점, '매우 그렇다'를 최고 5점으로 구성하여 평균을 분석하였다. 수업 후 만족도 조사의 설문 문항은 수업과정의 단계별 수업 효과 관련 설문 문항으로 다음 [표 11]과 같이 분류하였다.

[표 11] 수업 만족도 설문 문항 구성

구성		문항 수
수업	개념 및 이해	3
	경험의 탐색	3
	컨셉 설정	3
	스토리보드 제작, 영상 편집	3
	완성 및 평가	3
전반적인 수업 과정에 대한 만족도		3

설문조사에 대한 분석 결과는 아래와 같다.

첫째, 개념 및 이해 단계에서는 전반적인 수업과정에 대한 만족도는 평균 4.53, 이론 수업의 난이도에 대한 만족도는 평균 4.71로 나타나 난이도가 적당했음을 알 수 있었다. 흥미 유발을 위한 도입부의 활동에 대한 평가는 평균 4.63으로 매우 긍정적인 평가를 받았다.

둘째, 경험의 탐색 단계에서는 경험과 관련한 학습주제 선정에 대한 흥미 유발 정도가 평균 4.80으로 매우 긍정적인 평가를 하였다. 내러티브를 활용한 발상에 대한 평가에 대한 만족도는 평균 4.38, 학생과의 상호작용에 대한 평가는 평균 4.44로 높게 평가를 받으며 경험을 기반으로 한 학습주제 선정이 수업에 대한 흥미를 유발한다는 것을 알 수 있었다.

[표 12] 수업 설문 결과 (N=72)

문항	질문 내용	평균	표준 편차
1	교사의 수업 진행이 채널 브랜드 아이덴티티 디자인의 전반적인 수업과정을 이해하는 데 도움이 되었습니까?	4.53	0.581
2	채널 브랜드 아이덴티티 디자인 이론 수업의 난이도가 적당하였습니까?	4.71	0.458
3	이론 수업에 있어서 주제와 관련한 경험을 공유한 활동이 학습에 대한 흥미 유발에 도움이 되었습니까?	4.63	0.484
4	나의 경험과 관련한 학습주제 선정이 수업의 흥미를 유발하였습니까?	4.80	0.409
5	내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 수업이 자신의 경험이나 생각을 구체적으로 끌어내도록 하는 데 도움이 되었다고 생각하십니까?	4.38	0.568
6	기획단계에서 교사는 수업에 대해 충분한 이해가 이루어질 수 있도록 학생과 상호작용이 활발하게 이루어졌다고 생각하십니까?	4.44	0.627
7	본 수업을 통해 아이디어를 발전시키는 과정을 충분히 경험하였습니까?	4.30	0.680
8	강제연결법이 다양한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 로고를 만드는 데 도움이 되었다고 생각하십니까?	4.39	0.742
9	수업 중간에 교사의 피드백이 적절하게 이루어졌다고 생각하십니까?	4.24	0.639
10	아이디어 스케치와 스토리보드를 제작할 때 본 수업과정이 도움이 되었습니까?	4.43	0.668
11	컴퓨터 프로그램을 활용하여 작품에 대한 완성도를 높일 수 있었습니까?	3.83	0.822
12	결과물을 통해 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 제작에 대한 자신감을 얻을 수 있었습니까?	3.57	0.917
13	본 수업이 작품을 발표하는 과정에서 자신의 경험을 효과적으로 전달하는 능력을 향상시켰다고 생각하십니까?	3.81	0.781
14	자기 평가지의 항목을 통해 자신의 작품을 평가하는 데 도움이 되었습니까?	4.35	0.735
15	내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램을 통해 제작한 자신의 작품에 만족하십니까?	4.05	0.830
16	채널 브랜드 아이덴티티 디자인 수업에 적극적으로 참여하였습니까?	4.47	0.503
17	수업의 진행 과정이 적절하였다고 생각하십니까?	4.30	0.680
18	향후 아이덴티티 디자인 수업에 본 수업과 같은 교육 프로그램이 좋다고 생각하십니까?	4.64	0.484

셋째, 컨셉 설정 단계에서는 아이디어를 발전시키고 정리하는 활동에 대한 만족도가 평균 4.30, 강제연결법을 활용한 로고 제작에 대한 만족도는 평균 4.39, 수업 중간 교사의 피드백에 대한 평가는 평균 4.24로

본 수업에서 제시한 아이디어 발상과 중간 평가가 채널 로고를 제작하는 데 있어서 긍정적인 영향을 준다는 것을 알 수 있었다.

넷째, 스토리보드 제작과 영상 편집 단계에서는 아이디어 스케치와 스토리보드 제작에 대한 만족도는 평균 4.43, 컴퓨터 프로그램 활용을 통한 작품 완성도에 대한 평가는 평균 3.83, 제작에 대한 자신감은 평균 3.57로 나타났다.

다섯째, 완성 및 평가 단계에서는 발표 과정에서의 전달능력과 자기 평가지를 통한 작품 평가에 대한 만족도는 각각 평균 3.81, 4.35로 나타났다. 자신의 작품에 대한 만족도는 평균 4.05로 나타나 대체로 결과물에 대해 만족하는 것으로 나타났다.

마지막으로 전반적인 수업과정의 만족도는 평균 4.47로 매우 긍정적인 평가를 받아 본 연구의 실효성이 입증되었다.

### 5-2-2. 교육적 기대 효과

내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 수업에 대한 설문조사를 토대로 한 프로그램의 교육적 효과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 내러티브는 경험에 토대로 자신의 이야기를 재구성하여 학습자로 하여금 효과적인 내용전달을 가능하게 한다. 또한 이야기를 구축하는 과정에서 주제에 대해서 보다 친숙하게 인식함으로써 아이덴티티 디자인 제작과정에서 학생들이 가장 어려워하는 콘셉트 도출과 아이디어 발상 부분에 있어서 자신감을 향상시킬 수 있다.

둘째, NCS 방송 콘텐츠 제작의 학습모듈 내용의 재구성은 학습자가 영상매체의 활용에서 필요한 이론을 학습하고 이를 실습에 적용할 수 있도록 한다. 즉, 학습에서 이론과 실습의 적절한 병행이 이루어져 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 제작과정에서 요구되는 지식, 기술, 태도를 습득할 수 있다.

셋째, 내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 수업은 학습자가 학습의 주체적 행위자가 되도록 한다. 따라서 학습자 스스로 맥락에 대해 고찰하고 이를 통해 이야기를 이끌어가며 자기 나름의 기준을 통해 타인과의 경험을 공유함으로써 자신의 생각을 발전시킬 수 있다.

## 6. 결론

아이덴티티 디자인은 매체의 변화에 따라 다양한 형식으로 표현되며, 정보전달에 있어서 점차 영상 커뮤니케이션이 보편화되며 앞으로 영상콘텐츠 시장은 꾸준한 성장세를 유지할 것으로 예상된다. 이러한 대체, 다채널 환경에서 채널 브랜드 아이덴티티 디자인은 채널 브랜드의 일관된 이미지 구축을 통해 타 채널과의 차별성을 부여함과 동시에 시청자와의 효과적인 정보전달 수단이다. 하지만 아직 특성화 고등학교에서는 이러한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인과 관련한 수업 활동이 미비한 실정이기 때문에 본 연구는 영상콘텐츠의 효과적인 내용전달을 가능하게 해주는 내러티브를 활용하여 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램을 제안하고 그 가능성을 확인하고자 하였다.

이를 위해 본 연구에서는 내러티브와 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육에 대한 이론적 고찰과 함께, 설문조사를 바탕으로 현재 아이덴티티 디자인교육 현황을 살펴보았다. 이를 바탕으로 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육을 위한 내러티브의 필요성과 활용방안을 모색하였으며, 특성화 고등학교 2, 3학년 학생들을 대상으로 내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 교육 프로그램을 제안하였다. 수업과정은 총 6단계로 구성하여 단계별 필요한 학습은 NCS 시각디자인과 NCS 방송 콘텐츠 제작의 능력단위 요소를 중점으로 재구성하였다.

내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 교육 프로그램은 '개념 및 이해', '경험의 탐색', '콘셉트 설정', '스토리보드 제작', '영상 편집', '완성 및 평가'로 크게 6단계로 나뉘었으며, 이를 다시 15차시로 세분화하여 구성하였다. 이후 교육 프로그램의 실효성을 검증하기 위해 실제 교육현장에 프로그램을 적용하였으며, 수업에 대한 설문조사를 실시하여 검증된 결과는 다음과 같다.

특성화 고등학교에서 수업을 진행하는 과정에서 다양한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인의 실제 사례들을 제시함으로써 학습자는 채널 브랜드 아이덴티티 디자인 제작이라는 주제에 대해 높은 흥미와 참여도를 보였다. 수업 과정에서 내러티브의 활용은 학습자로 하여금 자신의 삶을 바탕으로 이야기를 시각적으로 표현해 자신만의 독창적인 결과물을 얻을 수 있도록 하였다. 또한 영상 결과물에 대한 발표과정에서 내러티브는 학습자의 생각과 경험을 전달하는 것뿐만 아니라 타인과의 경험을 공유할 수 있도록 하였으며, 수업에 대한 전체적인 만족도는 평균 4.47로 높은 평가를 받았다. 이에 따라

내러티브를 활용한 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육 프로그램의 실효성을 확인할 수 있었다.

본 연구는 내러티브를 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육에 활용하여 채널 브랜드 아이덴티티 디자인에 관한 내용을 보다 체계적으로 접근하고자 하였다. 앞으로 특성화 고등학교에서의 아이덴티티 디자인교육은 다양한 매체를 활용한 체계적 교육 프로그램이 요구될 것이며, 향후 채널 브랜드 아이덴티티 디자인교육뿐만 아닌 다른 분야의 디자인교육에 있어서도 내러티브의 활용방안에 대한 후속 연구가 이루어져야 할 것이다.

---

## 참고문헌

1. 교육부, 2015 개정 교육과정 총론  
해설서(고등학교), 교육부 고시 제2020-225호,  
2020.
2. 심형근, [채널브랜드아이덴티티디자인], 서울:  
커뮤니케이션북스, 2014.
3. 이익희 외 6인, (NCS 학습모듈)방송 콘텐츠 제작,  
한국직업능력개발원: 교육부, 2018.
4. Carol Lauritzen, Ph.D. & Michael Jaeger,  
Ed.D, [내러티브 교육과정의 이론과 실제 :  
이야기를 통한 학습 통합](강현석 외 5인 공역),  
서울: 학이당, 2007.
5. 김초록, '긍정적 자아개념 형성을 위한 특성화고  
퍼스널 아이덴티티(PI) 디자인 수업 모형 개발',  
숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문, 2018.
6. 박윤지, '특성화고등학교에서 PBL을 활용한  
아이덴티티 디자인 수업 연구', 국민대학교  
교육대학원 석사학위논문, 2021.
7. 배수영, '정보디자인 교육의 효율적인 개선 방안에  
관한 연구 : GUI와 아이덴티티 디자인을  
중심으로', 경희대학교 교육대학원 석사학위논문,  
2006.
8. 이상민, '시각적 조합을 이용한 새로운 발상 교육  
프로그램에 관한 연구 : 실업계 고등학교  
아이덴티티 디자인 교육을 중심으로', 국민대학교  
교육대학원 석사학위논문, 2007.