

차세대 디자이너 육성을 위한 캐릭터디자인 교육시스템에 관한 연구

A Study on Character Design Education System for
New Generation Designer

최 우 석

영산대학교

Contents

논문요약

Abstract

1. 서론

1-1. 연구배경 및 연구목적

1-2. 연구방법 및 연구범위

II. 캐릭터산업과 비즈니스 환경

2-1. 캐릭터산업의 현황

2-2. 비즈니스 환경의 변화

2-3. 사례분석을 통한 문제점과 제언

III. 캐릭터디자인 교육의 방향모색

3-1. 캐릭터디자인 교육

3-2. 캐릭터디자인 교육시스템

3-3. 분석결과

IV. 결론 및 향후 연구과제

참고문헌

논문요약

21세기에는 창의성교육이 국가경쟁력이라고 불릴 만큼 창의성교육이 중요한 화두로 떠오르고 있다. 특히 성장가능성이 많은 지식집약형 산업분야로서 미래의 핵심 산업인 캐릭터디자인의 경우에는 창의성교육이 미래 성공여부를 결정하는 무한한 잠재력은 기존산업을 대처할 신사업임에도 불구하고, 창의적인 교육시스템이 이루어지지 못하고 있는 것이 현실이다. 대부분 대학 교육이

지식이나 정보의 전달에 많은 비중을 두고 교육해 왔다면 이제는 창의적인 문제해결 능력중심의 창의적인 교육을 통해 산업체와 격차를 줄여나가야 할 것이며, 나아가 개인뿐만 아니라 팀워크 또는 조직 창의성(Organizational Creativity) 교육도 필요한 시점이다.

차세대 국가성장산업으로 급성장하고 있는 캐릭터산업 분야가 지속적인 발전을 통해서 경쟁력 있는 산업영역으로 자리 잡기 위해서는 우수한 인재양성이 필수적인 요소이다. 그러므로 전문화된 캐릭터디자이너 양성은 캐릭터디자인 교육시스템을 통해 풀어야할 과제이다. 오늘날 캐릭터산업 구조상의 변화에 따라 양질의 캐릭터컨텐츠에 대한 개발 및 전문인력 요구가 증대되고 있으나 실제 산업현장에서 활용 가능한 우수한 전문인력은 매우 부족한 실정이다. 그러므로 본 연구는 캐릭터디자인 교육시스템을 통해 차세대 역량 있는 캐릭터디자이너를 배출하기 위한 준비작업의 일환으로서 그 중요성이 매우 크다고 하겠다. 본 연구는 캐릭터산업과 관련하여 보다 캐릭터디자이너의 직무수행능력과 그 역할을 원활하게 하기 위한 일환으로서 조사·분석을 통해 향후 문화시대에 맞는 창의적인 차세대 디자이너 육성을 위한 캐릭터교육 시스템을 도출하고, 방향을 가늠하여 지식기반 경제하에서 문화시대에 앞서가는 디자인교육기관으로서의 위상을 제시하고자 한다.

Abstract

In the forthcoming 21st century, creative education is so important that it becomes the main factor of a nation's competitiveness. Especially in case of character design which is one of the key industries of the future as a field of knowledge-intensive industry, the

immense potentialities of creative education decide the success of the future. However, the present reality is that creative educational system is not working well. So far, most of college education is based upon the delivery of knowledge and information. From now, it should be focused upon creative education which enables to solve the problems creatively that the gap between education and industry becomes less. Furthermore, education for teamwork or organizational creativity, as well as for individual, is quite necessary. It is essential to educate excellent students to make it possible that character industry, through continuous development, becomes the field of competitive industry. Therefore, the education of professional character designer is the matter of the educational system of character design.

Although the need for the development of excellent character contents and the professionals is enlarging according to the structural change in character industry, the reality is that the professionals who are capable of doing their work in the industrial fields are very short. Therefore, this study has its significance in that it is one of the preparatory work for educating the character designer through the educational system of character design. This study seeks to find the way of facilitating task-performing capability of character designer and his role. Through the investigation and the analysis, I suggest a character education system for educating creative designer of next generation who belongs to the era of culture. Consequently, I propose the significance of the institution of

design education in knowledge-based economy in the era of culture.

Key words Character Design, Design Education System, New Generation Designer

1. 서론

1-1. 연구배경 및 연구목적

21세기 대표적인 지식집약형 산업분야로서 미래의 핵심 산업인 캐릭터디자인이 지닌 무한한 잠재력은 기존산업을 대처할 신사업으로 돌입하고 있다. 이것은 단순히 분류체계에 의한 캐릭터 매체 기술의 변화가 아니라, 미래 경제를 선도할 대표적인 영역인 캐릭터산업이 시장과 고용을 창출시키는 성장 동력원으로 자리매김하고 있음을 보여주고 있는 것이다. 향후 차세대 국가성장산업으로 급성장하고 있는 캐릭터산업 분야가 지속적인 발전을 통해서 경쟁력 있는 산업영역으로 자리 잡기 위해서는 우수한 인재양성이 필수적인 요소이다. 그러므로 전문화된 캐릭터디자이너 양성은 캐릭터디자인 교육시스템을 통해 풀어야 할 과제이다. 특히 캐릭터산업은 다른 분야와 다르게 스스로 문제를 해결해 나가는 창의적 전문 인력이 필요하므로 이에 적합한 인재양성교육시스템이 무엇보다도 중요하다고 할 수 있다. 뿐만 아니라 개인뿐만 아니라 팀워크 또는 조직 창의성(Organizational Creativity)¹⁾ 교육도 필요하다.

한국문화컨텐츠진흥원의 '2004 캐릭터산업 백서'에 나타난 지난해 국내 캐릭터산업 인력현황을 살펴보면, 개발업체와 제조업체 경우 전체 5명이

1) 창의성(Organizational Creativity)이란 복잡한 사회조직 속에서 함께 일하는 개인들에 의해 가치 있고 유용한 새로운 상품이나 아이디어 그리고 그러한 과정이 창조되는 것을 말한다

하의 종사원으로 운영되는 사업체가 50%이상을 차지하고, 직무별 비율도 개발업체의 경우에는 마케팅, 관리, 디자인인력 순으로 고루 분포되어 있으나 제조업체는 마케팅 및 영업 인력이 많은 비중을 차지하고 있는 실정이다.)²⁾ 또한 문화관광

부는 5조원대인 국내캐릭터 시장규모를 2007년에 10조원대로 끌어 올리고 국산캐릭터의 점유율을 60%이상으로 올리겠다는 목표 아래 5년간 2,000억원의 재원을 확보하여 기반구축강화, 해외수출 확대, 유통구조의 현대화 등 산·학·관의 협력체계를 강화할 계획에도 불구하고 많은 디자인관련 대학에서의 디자인적 교육시스템을 통한 교육영역을 충분히 담아내지 못하고 있다. 따라서 본 연

구에서는 캐릭터디자인 교육시스템을 통해 차세대 역량 있는 캐릭터디자이너를 배출하기 위한 준비작업의 일환으로서 그 중요성이 매우 크다고 하겠다. 특히 캐릭터산업과 관련하여 보다 캐릭터디자이너의 직무수행능력과 그 역할을 원활하게 하기 위해 고등교육기관으로서 교육시스템 연구를 통해 시대적인 환경에 맞는 창의적인 인재육성 교육을 실시하여 오늘날 산업현장에서 필요로 하는 자질과 창의적 전문성을 겸비한 경쟁력 있는 차세대 캐릭터디자이너 양성을 위한 교육시스템의 방향에 대한 연구가 될 것이다

1-2. 연구방법 및 연구범위

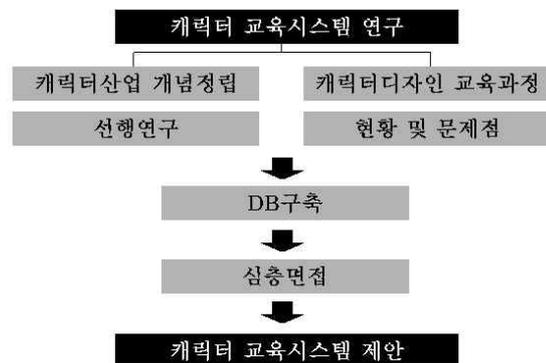
본 연구는 캐릭터디자인 교육시스템으로 캐릭터디자이너의 새로운 역할과 더 나아가 역량 있는 차세대 디자이너를 배출할 수 있는 교육시스템의 준비작업으로서 캐릭터디자인과 창의적 교육시스템을 정립하는 것을 연구방법이다.

연구계획 수립단계에서는 고등교육기관으로서 캐

2) , '대한민국 2004 캐릭터산업 백서', 2004

릭터디자인학과 커리큘럼을 조사하고, 각 대학 캐릭터디자인학과와 교육시스템 현황을 분석하였다. 이러한 과정을 위해 우선 캐릭터디자인과 관련하여 문헌연구 및 사례분석을 보다 심도 있는 접근을 위해 산업체를 직접 방문하여 심층면접법을 활용하여 조사하였다. 사례분석은 인터넷검색을 통한 자료수집으로 DB를 구축하였는데, 이는 각 대학에서 학생모집을 위한 가장 최근의 대학 교육정보라 예측되어 활용하였다.

연구범위는 고등교육기관으로서 대학교육이 풀어야 할 방향에 대한 연구로 두개의 범주를 두고 캐릭터산업 개념 정립과 캐릭터디자인 교육과정



〈그림 1〉 연구방법 및 연구범위의 연구체계에 대해 연구하였다.

리서치의 합리적 방법론을 위해 현장조사에 의한 산업체 캐릭터디자이너 직무수행에 나타난 차이에 대해 심층면접법(In-depth interview)을 통해 산업현장의 직무능력 상황과 전문 디자이너 양성을 위해 필요한 교육시스템이 무엇인가를 알고자 하였다. 통계분석을 위한 조사대상은 캐릭터 관련회사(업체 경영자 및 캐릭터디자이너)를 선정하여 심층면접을 통한 의견수렴을 실시한다.

II. 캐릭터산업과 비즈니스 환경

2-1. 캐릭터산업의 현황

2003년 우리나라에서 전체인구의 68%가 인터넷을 사용하고 있는 것으로 전망되며 이러한 추세는 앞으로도 더욱더 확대될 것으로 예측된다. 초고속 인터넷의 보급으로 지능형애니메이터, 아바타, 모바일게임, 모바일캐릭터등 캐릭터를 이용한 모바일캐릭터, 동영상 등이 증가할 것으로 보인다.

캐릭터 시장점유율은 3.3% 감소하였으나, 극심한 경기침체로 2003년의 전체세대 소비지출은 20% 감소함에도 불구하고 캐릭터상품 구매 경험율은 약 11% 가량 증가 하였다.

[표 1] 캐릭터상품 구매율

(단위:%)

구분	2002	2003	증감
캐릭터 상품 구매 경험율	52.3	63.5	11.2
국산캐릭터 선호율	44.0	47.8	3.8
국산캐릭터 시장 점유율	35	38.3	3.3

출처: 한국문화콘텐츠진흥원

2003년 국산캐릭터 히트 상품을 분석해보면, 국산캐릭터 아기공룡 둘리'(17.6 %)³) 와 '엽기토키

[표 2] 2003년 국산캐릭터 BEST 10

순위	캐릭터	선호도	국적	비고
1	둘리	17.6	한국	
2	마시마로	14.4	한국	
3	키티	12.9	일본	
4	퓨우	7.8	미국	
5	짱구	7.6	일본	
6	파카츄	7.4	일본	
7	미키마우스	5.2	미국	
8	뿌까	3.4	한국	
9	달기	2.4	한국	
10	햄토리	2.4	일본	

마시마로' (14.4 %) 캐릭터가 1, 2위를 차지하는

3) 부천시에는 '둘리의 거리'가 조성되어 있으

등 인기를 끌고 있다.

캐릭터 인력산업 현황은 개발업체와 제조업체 경우 전체 5명이하의 종사원으로 운영되는 사업체가 50% 이상을 차지하며, 직무별 비율로 개발업체의 경우에는 마케팅, 관리, 디자인인력 순으로 고루 분포되어 있으나 제조업체는 마케팅 및 영업 인력이 많은 비중을 차지하고 있는 실정이다.

[표 3] 캐릭터 산업현황

종업원 수 (단위:%)

	1-5명	6-10명	11-20명	21-50명	51-100명	101명 이상
캐릭터 개발업체	31.9	25.3	19.6	13.3	4.2	5.1
캐릭터 제조업체	34.7	16.9	17.8	13.9	6.3	1.1

직무별 비율 (단위:%)

	마케팅/영업	관리/기획	디자인/개발
캐릭터 개발업체	34.0	33.3	32.7
캐릭터 제조업체	45.3	30.7	24

학력별 비율 (단위:%)

	대졸	전문대졸	고졸이하
캐릭터 개발업체	47.7	21.1	28.2
캐릭터 제조업체	33.7	20.1	44.0

출처: 한국문화콘텐츠진흥원

대학원 이상의 학력은 개발 3%, 제조 2%대로 고급전문 인력이 절대적으로 부족한 실정이다.

기업이미지 광고용 캐릭터가 시장 수요에 미치는 영향이 매우 높아지고 있다. 즉 연예인을 대신하여 저렴한 비용으로 광고용 캐릭터를 제작하면 기업이미지 홍보뿐만 아니라 21세기의 기존산업을 대처할 신사업으로 무한한 가능성을 제시하고 있다.

며 둘리카릭터 탄생 20주년을 기념하여 주민등록증(830422-1185600)발급과 명예시민으로 지정됨.

[표 4] 캐릭터산업 분야의 인재유형

구분	캐릭터산업 유형
기획	캐릭터 기획자, 캐릭터 상품 기획자, 상품 비즈니스 기획자, 스토리 기획자
개발	캐릭터디자이너, 캐릭터 상품디자이너, 캐릭터제품디자이너, 캐릭터 아티스트, 칼라디렉터, 그래픽 디자이너, 아바타 디자이너, 그래픽 아티스트, 모바일 디자이너
비즈니스	캐릭터비즈니스, 캐릭터 비즈니스 마케팅, 캐릭터 상품개발 관리 담당 및 홍보담당자

[표 4] 캐릭터산업 분야의 인재유형에서 나타나듯이 업무단계별 요구되는 인력유형은 다양하게 세분화, 전문화되고 있다. 디지털 기술의 확산에 따라 장르 간 구분이 모호해지고 산업현장에서 요구되는 인력유형도 변화되고 있다. 캐릭터 개발 분야에서는 정보유형 혹은 기능별로 전문화되어 여러 장르에서 활동할 수 있는 인력자원에 대한 요구가 증가하고 있는 추세임을 알 수 있다. 특히 캐릭터를 고객에게 인지시켜 캐릭터비즈니스⁴⁾을 전개해가는 캐릭터마케팅의 중요성은 그 어느 때 보다 크게 부각되고 있다. 즉 캐릭터마케팅(Marketing of Character)⁵⁾은 캐릭터 자체의 마

케팅 활동으로서 라이선서(Licenser)의 마케팅 활동은 점점 강화될 것으로 예상된다. 이에 향후 전개 방향을 분석하면, 1) 우리나라 문화컨텐츠산

- 4) : 캐릭터를 창작하거나 판권을 소유한 라이선서(Licenser)가 캐릭터를 라이선스(Licensee)에게 라이선스(License)하여 캐릭터 사용에 로열티(Royalty)를 받고 비즈니스를 전개하는 것을 말한다. 줌라이선스: 캐릭터디자이너, 일러스트레이터, 캐릭터아티스트, 애니메이터, 애니메이션 제작자, 영화사, 출판사, 방송국, 광고대행사, 작가, 화가, 프로덕션 등이 여기에 포함된다
- 5) 캐릭터를 고객에게 인지시켜 캐릭터비즈니스로 전개해 나가기 위한 마케팅과정을 말한다.

업 중 캐릭터를 활용한 다양한 콘텐츠 개발의 가능성이 매우 높으며, 일본의 경우에는 만화, 만화영화, 게임 등이 캐릭터의 주요 배출원으로 활용되고 있다. 2) 기업이미지 광고용 캐릭터가 향후 시장수요에 미치는 영향이 매우 높아지고 있다. 즉 연예인을 대신하여 저렴한 비용으로 광고용 캐릭터를 제작하면 기업이미지 홍보뿐만 아니라 21세기의 기존산업을 대처할 신사업으로 무한한 가능성을 제시하고 있다. 이처럼 캐릭터는 캐릭터를 이용한 다양한 비즈니스 모델과 유형개발로 새로운 소비시장의 창출과 고부가가치 산업으로서 무한한 가능성을 고려할 때, 캐릭터디자이너의 중요성과 전문화된 캐릭터디자이너 육성은 시급한 과제이다. 이에 본 연구는 캐릭터디자인 교육 시스템을 통해 차세대 역량 있는 캐릭터디자이너를 배출하기 위한 준비작업의 일환으로서 그 중요성이 매우 크다고 하겠다. 특히 캐릭터산업과 관련하여 보다 캐릭터디자이너의 직무수행능력과 그 역할을 원활하게 하기 위해 고등교육기관으로서 교육시스템 연구를 통해 문화시대 환경에 맞는 창의적인 인재육성 교육을 실시하여 오늘날 사회가 요구하는 캐릭터디자이너 양성을 위한 교육시스템의 방향에 대한 연구가 될 것이다.

2-2. 비즈니스 환경의 변화

오늘날 거대 자본주의 체제 아래 특정 활동의 활성화는 곧 비즈니스나 산업의 활성화로 이어져 많은 기업이 디자인비즈니스⁶⁾을 중요한 경쟁력

요인으로 생각하게 됨으로서 대학에서도 디자인 교육에 대한 변화도 가치창출과 산업체 수요에

- 6) 기업이 원하는 디자인 관련 서비스를 제공하는 전문회사 사업'으로 정의하나, 게오르그 데오도레스쿠(Georga Teodorescu)는 차별화된 스타일을 만들어 내는 차별적 디자인(Integral Design), 문제해결에 있어 뛰어난 프로파일(Conceptual Design), 새로운 시장을 개척하는 독특한 제품군 제공(Differential Design)서비스로 정리하였다.

맞는 창의성 중심의 디자인교육으로 학문의 영역을 확대하고 있다. 그러므로 이러한 변화된 패러다임 속에서 [표 5]와 같이 디자인의 새로운 의미와 가치를 정립해 볼 수 있다.

[표 5] 패러다임 변화에 따른 디자인 특성변화⁷⁾

분류\내용	공업중심 디자인시대	산업중심 디자인시대	지식중심 디자인시대
시기	산업혁명 이전	산업혁명~1980	1980~현
디자인 특징	암묵적 디자인 발상과 표현적 디자인의 기능단계	암묵적 디자인 생성과 표현적 디자인의 개발단계	암묵적 디자인 발상과 표현적 디자인의 포화단계
사회적 의미	수단적 의미	생산적 의미	가치적 의미
타 영역과의 관계성	단순한 협조성	수직적 연관성	복합적 밀접성
생산역할	Output위반 단순역할	생산의 한부분	생산의 중심 (개념창출)
주요 필요능력	기능적 표현능력	기술적 이해, 사회 현상파악, 다양한 표현능력	통합능력, 지식활용능력, 개혁신출, 전문적 표현능력
중요 논의요소	순수미술 VS 응용미술	과학기술 VS 예술	미적표현 VS 지식

디지털혁명이 문화산업의 패러다임을 급격하게 변화시켜 가고 있는 현 상황에서 새로운 트렌드에 적응할 수 있는 우수한 인재육성이 국가적 당면인 동시에, 향후 대학에서도 자질과 전문성을 겸비한 경쟁력 있는 인적자원을 양성할 수 있는 체계적인 교육과정 개발이 시급하게 요구되는 상황이다.

2-3. 사례분석을 통한 문제점과 제언

캐릭터디자인 교육시스템을 통해 차세대 역량 있는 캐릭터디자이너를 배출하기 위한 준비작업의 일환으로 캐릭터디자인 교육시스템 사례를 살펴 보았다. 문화컨텐츠시대 쌍방향 디지털미디어 매체가 활성화되면서 캐릭터디자인도 인체의 개념을 기초한 시각디자인의 범주에서 벗어나 영상과 디지털미디어 매체를 기반으로 한 '실용적', '비

7) , 전문적 체제정립을 위한 디자인비즈니스 유형구조화 연구, 한국디자인학회, 2004, Vol 17, No.3

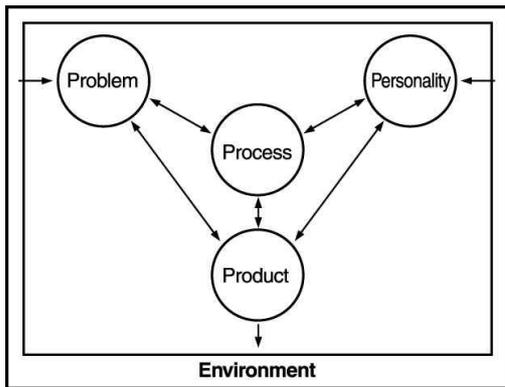
즈니스 마케팅적' 접근을 통한 새로운 학문의 영역으로 확대되기 시작하였다. 이러한 영역확대 변화는 최근 2~3년간 두드러지고 있으며, 새로운 전공으로 캐릭터디자인이 그 영역을 확장시켜 성장·진화하고 있음을 알 수 있다. 캐릭터는 캐릭터를 이용한 다양한 비즈니스 모델과 유형개발로 새로운 소비시장의 창출과 고부가가치 산업으로서 무한한 가능성을 고려할 때, 캐릭터디자인교육시스템 개발은 시급하나, 쌍방향 디지털미디어의 변화를 적극 수요하고 있는 캐릭터디자인학과 특화성장 디지털, 모바일, 영상, 애니메이션 등이 캐릭터와 다양하게 결합하는 형태로 세분화와 지식기반 경제하에서 기술력과 창작 및 기획력이 유기적으로 결합되어 경쟁력을 갖추어 나가는 것이 매우 중요하다. 이에 대한 산업계의 요구도 많은 상황이다.

III. 캐릭터디자인 교육시스템 방향모색

3-1. 캐릭터디자인 교육

캐릭터디자인교육은 디자인관련대학/학부 시각디자인학과 및 전공에서 하나의 커리큘럼으로 교육되어져 왔다. 그러나 최근 몇 년간 새로운 문화컨텐츠산업의 확대로 국내 콘텐츠에 대한 수요가 폭발적으로 증가함에 따라 몇몇 대학의 캐릭터디자인학과 신설에 발맞추어 보다 전문적이고 창의적인 접근과 디지털이미지를 기초로 한 캐릭터교육을 통하여 차세대 창의적 캐릭터디자이너 전문인력 양성을 목표로 교육하고 있다. 1976~1988년의 시기에 OB맥주, 쌍용그룹, 코오롱그룹을 비롯하여 각종 기업에서 CI 도입 붐이 일기 시작하였으며, 특히 이 시기의 중요한 이벤트로 1986년 부산아시아게임과 전 세계의 이목을 집중시켰던 1988년 서울올림픽게임 등이 성공리에 개최되었다. 서울올림픽 문화행사를 위해 매스컴을 통한 갖가지 포스터들이 제작되었고 특히 창작캐릭터

‘호돌이’는 우리나라 캐릭터를 한 단계 향상시키는 물론 일반인들의 캐릭터디자인에 대한 인식을 높여주는 계기가 되었다. 또한 이러한 캐릭터는 ‘아기공룡 둘리’와 ‘엽기토끼 마시마로’ 열풍으로 이어져 국산캐릭터에 대한 자생력을 확보하는 계기가 되었다. 캐릭터산업 자체가 기존산업과는 차별화된 창의성을 바탕으로 한 산업인 만큼 캐릭터디자인교육에서 무엇보다 중요한 것은 창의적인 아이디어를 기반으로 산업화가 가능한 콘텐츠를 개발하는 것이 필수적이다. 그러기 위해서는 교육현장에서 개개인의 창의적인 콘텐츠를 기획하고, 만들고, 구현하는 전문교육과 함께 더 나아가 팀워크를 중심의 디자인제작과정을 통하여 팀원간의 창의적 사고가 시너지 효과를 발휘할 수 있는 교육이 병행되어야 할 것이다. 창의성에 관한 연구는 1950년대부터 본격적으로 과학적인 연구가 시작하였는데, Urban(1995)은 창의성이 단지 확산적 사고만을 의미하지 않으며, 여러 가지 요인들 간의 역동적이고 기능적인 체계라고 정의하면서 4PE모델⁸⁾을 제시하였다.



[그림 2] Urban의 창의적 사고에 대한 4PE모델

어느 학문분야를 막론하고 창의성이 요구되지 않는 분야는 없겠지만 그중에서도 특히 캐릭터콘텐츠 개발 분야는 다른 어떤 분야보다도 창의성이 강조되는 분야이다. 또한 캐릭터디자이너 직무분

8) , 창의적 디지털콘텐츠 개발을 위한 교육, 한국디자인학회, 2003, Vol 16, No.4

석에서도 잘 나타나듯 각 개인에 의해 제작 결과물이 나오는 것이 아니라 다양한 직군의 인력이 모여 하나의 팀워크속에서 프로젝트를 완성하여야 함으로 개인의 창의성뿐만 아니라 팀워크간의 창의성도 무엇보다도 중요하다. 그러므로 대학교육도 기존의 시각적인 조형성만을 강조하는 창의력 교육에서 벗어나 캐릭터콘텐츠 특성을 고려한 창의적 사고 개발을 위한 교육이 필요하다. 업무에 관련된 직무분석 및 캐릭터산업 인력 및 인재유형에서 잘 나타나듯 우리나라 기획 및 마케팅능력은 세계적인 수준에 비해 월등히 떨어지고 있는 현실을 감안하면 향후 21세기 세계적인 수준의 전문 인력을 양성하기 위해서는 캐릭터콘텐츠 산업에 적합한 창의적인 교육이 선행되어야만 한다.

3-2. 캐릭터디자인 교육시스템

본 연구조사에 의하면 지난 몇 년간 새로운 문화산업의 확대로 국내 캐릭터에 대한 수요가 폭발적으로 증가함에 따라 기존 교과과정뿐만 아니라 새로운 학문분야로 자리를 잡아가고 있다. 이처럼 캐릭터산업의 성장과 함께 인력수요도 커지자 이 분야 전문인력 양성을 내세우며 10여개의 대학에서 캐릭터관련 학과가 신설되었으며, 특히 광주여자대학교는 기존의 캐릭터조형학과와 산업디자인과를 묶어 캐릭터상품개발학과를 신설하여

[표 6] 대학/캐릭터학과

대학		학과
4년제	광주여자대학교	캐릭터상품개발학과
2-3년제	경북전문대학	캐릭터디자인학과
	동주대학	캐릭터디자인과
	부천대학	캐릭터 애니메이션과
	여주대학	캐릭터 애니메이션과
	춘천정보대학	캐릭터 시각디자인과
	경북과학대학	캐릭터 애니메이션과
	공주영상정보대학	애니메이션·캐릭터디자인과
	대구미래대학	캐릭터디자인과
선린대학	애니메이션·캐릭터디자인과	

‘여성전문 기획가 양성’은 ·교육목표가 다른 일반 디자인 관련학과와는 분명히 차별화된 교육목표이다.

신설된 10여개 대학도 차세대 캐릭터 전문가 육성을 위한 교육목표로 특화된 교육을 실시하고 있다. 즉, 인문 사회적 기획력, 예술적 표현, 기술의 결합을 통한 문제해결 능력을 키워 창의력을 갖춘 새로운 가치창출의 교육환경으로 변화되고 있다. 특히 최근 캐릭터학과의 두드러진 교육목표의 변화로는 인문학적 창의성과 비즈니스 마케팅적 가치를 지향하고 산업체와 유기적인 산학협력 커리큘럼모형을 근거로 한 특화된 교육목표를 보여주고 있다는 점이다. 문제 해결을 통한 창의력을 갖춘 새로운 가치창출의 교육환경으로 변화되면서 커리큘럼 상에서 어떤 변화가 있는지 캐릭터관련학과에 개설된 커리큘럼을 분류하면 다

[표 7] 캐릭터학과 커리큘럼

이론	실기	이론	실기
캐릭터비즈니스 마케팅	캐릭터디자인	캐릭터마케팅	캐릭터연구
캐릭터상품 개발 및 기획	캐릭터상품 개발	영상미학	디지털영상과 음향편집
캐릭터스토리 보드제작	캐릭터디자인 프로젝트연구	멀티미디어	멀티캐릭터 창작
모바일캐릭터 프로그래밍	모바일캐릭터 프로젝트	미술해부학	미니어처 제작실습



[그림3] 조사모형

음과 같다.

3-3. 분석결과

1) 직무와 관련한 디자이너의 활동

직무와 관련한 캐릭터디자이너가 캐릭터 개발 프로젝트에 참여하는 정도에 대한 전체 응답자의

80%이상이 참여하고 있다고 응답하였다. 이러한 분석결과는 최근 2~3년 전 디자인개발 이외 다른 업무와 함께 병행한 것에 비해 많은 차이가 나고 있음을 알 수 있다.

2) 업무와 관련한 수행능력

업무와 관련 디자인 수행능력에 대한 분석결과로는 전체응답자 70%가 디자인기획에서 디자인 컨셉 설정, 디자인개발 등 대부분 업무에 참여하고 있으나 기획, 마케팅 분야의 전문가가 없어 어려움을 호소하고 있다.

IV. 결론 및 향후 연구과제

지식이나 정보의 전달 중심의 조형적 교육이 아닌 창의적인 문제해결능력, 의사전달능력, 도덕적 인책임 등 새로운 가치를 창출하는 교육이 필요하다. 특히 캐릭터디자인은 인문 사회적 기획력, 예술적 표현, 기술의 결합을 통한 전문인력 양성의 교육이 필요하다고 할 수 있다. 그러므로 본 연구는 차세대 역량 있는 디자이너 육성을 위한 캐릭터디자인 교육이 나아가야할 방향을 가늠하고자 한 것이 본 연구의 진행 목적이었다. 연구를 통해 다음의 사실을 알 수 있었다. 첫째로는 문화시대 산업구조 개편으로 과거 시각디자인 전공에 속해 있었던 캐릭터디자인 과목이 새로운 학과로 독립하여 4년제 대학교에서 1개의 학과가, 전문대학에서는 9개의 학과를 신설하는 등 디지털환경에 적합한 새로운 분야로 자리 잡아가는 것도 한 예가 될 것이다. 둘째로는 문화시대의 등장과 더불어 캐릭터디자인 교육이 나아갈 방향을 조사·분석한 결과, 캐릭터디자인교육은 IT와 디자인 가치를 지향해야 한다는 점이다. 뿐만 아니라 최근 몇 년간 국내 디자인 관련 학회에 발표된 교수들의 논문 리스트를 조사한 결과, 캐릭터관련 논문이 급속도로 증가하고 있으며 학

술발표에서도 캐릭터 관련 논문발표가 급증하는 경향으로 나타나고 있다. 셋째로는 산업체를 직접 방문하여 심층면접을 실시한 결과, 산업 현장 종사자들은 업무와 관련 직무분석과 전문기술이 부족하다고 조사되었고, 캐릭터디자인과 교육과정에 대한 조사에서는 산업현장 실무에 대한 교육과정, 즉 기술적 능력과 마케팅 및 기획능력 그리고 캐릭터 상품개발 능력이 있는 디자이너 양성에 많은 비중을 두고 있음을 확인하였고, 또한 산업체 캐릭터 디자이너들은 IT와 디자인이 접목한 실용적이며 비즈니스 마케팅적인 디자인 가치를 지향하는 교육과정에 많은 관심을 보였다. 이러한 결과는, 상호 주변 학문과의 융합으로서 캐릭터디자인 교육의 정체성이 문화시대 환경에서 어떻게 발전해 나가야 하는가를 알아보고자 실시한 심층인터뷰 조사는 캐릭터디자인 교육시스템의 수립에 있어 유익한 자료가 되었다. 현재 캐릭터디자인의 교육의 방향을 가늠하고자 진행한 연구의 결과로 다음의 사실을 정리할 수 있었다.

1. 캐릭터디자인교육은 IT와 디자인이 접목한 실용적이며 비즈니스 마케팅적인 디자인 가치 목표를 지향하는 교육이 선행되어야 한다는 점이다.
2. 새로운 21세기의 문화로서 캐릭터디자인은 인문사회학 뿐만 아니라 영상, 언어학, 기호학에 대한 연구를 통해 실수요자 중심의 창의적 디자인 교육시스템이 필요하다.
3. 지식기반 경제하에서 고숙련, 고기술, 지식집약적인 인적자원이 부가가치 창출의 필수 요소로 작용하게 되고, 디지털기술의 발전에 따라 정보와 지식의 습득, 축적, 재생이 발전하면서 캐릭터산업도 이런 전문 인력의 수요가 급증하고 있다. 그러므로 기술력과 창작·기획력 등 디자인에 초점을 둔 교육과 만화, 만화영화, 애니메이션의 상

호보안의 복합적 교과구성이 필요하다. 즉 학제간 전문화되고 통합적 디자인 교육이 절대적으로 필요하다고 볼 수 있으며 과목간의 이론과 실기의 비중을 적절히 유지하도록 하여야 한다.

4. 세계화에 대한 적극적인 대응이 필요하다. 세계화의 흐름은 모든 부분에서의 패러다임전환을 일으키고 있으며 캐릭터산업부문에서도 예외일 수 없다. 그러므로 캐릭터산업의 다양한 직군에 적합한 전문인재를 육성하여 세계화에 적극적으로 대응하여야 할 것이다. 기대효과와 향후 차세대 역량 있는 디자이너를 배출하기 위해 캐릭터디자인이 가야 할 방향을 가늠하고 인프라 구축/경쟁력 있는 디자이너 육성이 시급하다고 하겠다. 이러한 시점에서 캐릭터디자인 교육시스템 연구는 유익하였다.

연구의 한계국내 캐릭터디자인 교육이 디지털미디어 환경으로 많은 변화가 필요한 시점에서 연구에 의미는 있으나 연구범위가 한정된 산업체와 대학범위에서 이루어져 부족한 부분이 많다. 앞으로 캐릭터디자인 교육은 계속 진행될 것이고 또한 새로운 캐릭터학과가 많이 생겨날 것으로 예측된다. 따라서 캐릭터디자인교육시스템에 대한 연구 및 사례조사가 후속으로 계속 이어지길 기대한다.

참고문헌

- 1) 문화관광부, 2002 문화산업백서, 2002
- 2) 한국문화콘텐츠진흥원, 2002 문화콘텐츠산업 경기전망보고서, 2002
- 3) 한국문화콘텐츠진흥원, 2003 캐릭터산업백서, 2003
- 4) 한국문화콘텐츠학회, 한국문화콘텐츠 전문인력

양성을 위한 대학커리큘럼 모델개발, 2003

5) 한국디자인진흥원(KIDP), 디자인 센서스 조사 연구, 2003

6) 김혜경, 창의적 디지털컨텐츠 개발을 위한 교육, 한국디자인학회, 2003, Vol 16, No.4

7) 김보영, 전문적 체제정립을 위한 디자인비즈니스 유형 구조화 연구, 한국디자인학회, 2004, Vol 17, No.3

8) 정봉금·김종덕, 뉴미디어 환경에서의 디지털 영상디자인 교육시스템 연구, 한국디자인학회 제 56호, 2004

9) <http://www.designdb.com>10) <http://www.kocda.org>