

문화관광부
Ministry of Culture and Tourism

game mobile music annimatio edu

문화산업부문 인적자원개발정책

2006. 9. 26

문화관광부 문화산업국 문화기술인력팀
오 진 숙

- 순 서 -

1.산업특성 및 트렌드

2. 문화콘텐츠산업 시장 전망

3. 문화콘텐츠산업 인력수급전망

4. 산업인력구성 및 전망

5. 문화산업 전문인력 양성 방향

6. 문화산업분야 주요 교육기관 현황

7. 공공부문 전문인력양성사업 소개

8.향후 추진과제

1. 산업 특성 및 트렌드



- 여가문화 확산
- 지역 문화권 형성

☞ **콘텐츠 중심의 소비행태 변화에 대응**

사례) 탈전공/컨버전스 추세
- 애니 출신 → 영화/캐릭터 분야 진출
- 신규 분야 진출 후 융합형 경력의 개발/활용

- 장르별 탈전공 현상 심화
- 유입인력의 융합형 경력이동

☞ **문화콘텐츠 교육과정에 컨버전스 추세 반영**

- 엔터테인먼트 시장의 가속화
- 한류 기반의 문화콘텐츠 상품 국제화

☞ **글로벌 네트워크 구축으로 활동기반 확대**

사례) 엔터테인먼트 시장의 파워
- KT-SKT 간의 콘텐츠 시장선점 경쟁
- 美, '04년 엔터테인먼트시장 600억 달러 돌파

- 디지털 융합과 모바일 기술의 발전
- 콘텐츠 윈도우의 확대

☞ **CT 트렌드를 사업화하는 선도자 육성 시급**

- 지식의 상품화
- 생산비용의 최소화

☞ **OSMU를 위한 산업인력의 질적 고도화 필요**

- 수요의 불규칙성 및 가변성
- 순환주기예측의 어려움

☞ **스테디셀러를 생산할 수 있는 인력 필요**

사례) 원작 → 영화/애니/캐릭터
- 월트디즈니 "미키마우스"
- 조앤 K. 롤링 "해리포터"

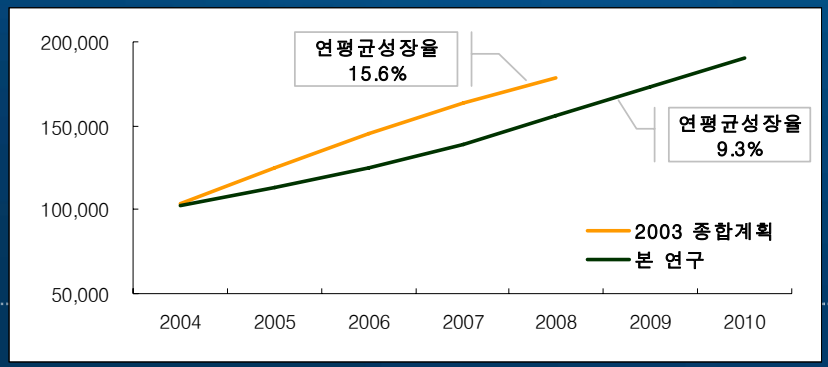
2. 문화콘텐츠산업 시장전망: 2005-2010

2005-2010 국내 문화콘텐츠산업 평균 9.3% 성장 예측

○ 최종유통과정 매출액을 제외한 창작, 판권, 제작, 배급 단계까지의 시장규모로 산정
○ 국내 문화콘텐츠산업 연평균 9.3% 성장하여, 향후 5년간 시장규모는 약 2배로 성장
○ 게임, 방송산업이 상대적으로 높은 성장이 기대되며, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 음악은 9% 전후
※ 전문가 델파이조사를 통한 시장규모예측

[문화콘텐츠산업 시장규모 전망] (단위: 억원)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	연평균성장율 (%)
애니메이션	2,754	2,908	3,172	3,544	3,924	4,296	4,661	8.8
캐릭터	2,588	2,802	3,015	3,201	3,340	3,588	3,908	8.5
만화	3,678	3,833	3,976	4,116	4,341	4,566	4,790	4.4
음악	6,474	6,395	7,055	7,784	9,012	10,241	11,470	8.3
게임	16,450	19,188	22,461	26,762	30,674	35,587	41,400	15.4
영화	15,561	17,684	19,324	20,959	22,267	23,561	24,844	9.1
방송	51,843	57,117	62,548	68,685	76,948	87,204	99,454	10.9
총계	99,348	109,927	121,551	135,051	150,506	169,043	190,527	9.3



○ 인력양성 종합계획에서의 전망치보다 다소 낮게 전망됨
- 문화산업통계조사에 근거하여 전망예측
: 종합계획과는 다른 기준년도 시장규모 적용(애니, 만화, 영화, 음악)
- 종합계획 성장전망 대비 낮게 실현된 2004, 2005년 시장성장율 반영

[시장규모 전망비교] (vs 인력양성 종합계획)

3. 문화콘텐츠산업 인력수급 전망

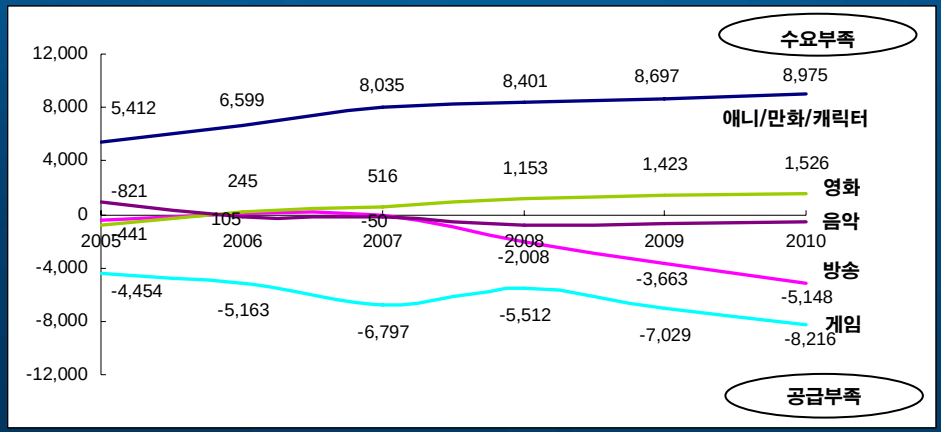
2010년까지 수요인력 대비 105~110% 수준으로 총량적 공급은 충분할 것으로 예상

- 애니메이션/캐릭터/만화산업의 중장기적으로 공급과잉이 지속될 전망
- 영화산업의 경우 2000년대 초반까지 공급인력이 부족하였으나, 꾸준한 공급인력 확대로 2006년부터 공급과잉 예상
- 디지털/온라인 매체를 통한 시장전환이 빠르게 진행되고 있는 음악 및 방송산업, 성장전망이 매우 높은 게임산업에서는 인력공급 부족현황이 발생할 것으로 전망

[문화콘텐츠 인력수급 예측] (단위: 명)

구 분	2005	2006	2007	2008	2009	2010
신규인력수요(①)	14,032	15,320	17,566	18,851	22,149	24,872
인력공급(②)	14,727	16,888	19,071	20,058	20,911	21,505
공급과부족(②-①)	695	1,568	1,505	1,207	-1,238	-3,367
공급 과부족 누계	695	2,263	3,768	4,975	3,737	370

[문화콘텐츠 인력수급 GAP] (단위: 명)



※ 수급전망 결과해석의 유의사항: 분야별 인력수요·공급 예측

- 게임 분야: 전공자 외에 컴퓨터,전기·전자,전산,수학,통계 등 다양한 분야의 인력을 활용
- 애니 분야: 동 분야 전공자 절반 이상이 영화,음악,방송 등 유관분야로 유입되어 문화산업 전반의 인력공급원으로 작용

– 탈장르/장르간 융합 등의 현상을 고려하여 전체 인력수급의 Gap을 보는 시각 필요

※ 전국대학 문화콘텐츠학과 협의회 인터뷰 결과

4. 산업인력 구성 및 전망

○ 향후 기획, 창작, 제작 각 부문별 고급인력(PD, ST, TD)에 대한 수요가 두드러질 것으로 전망됨

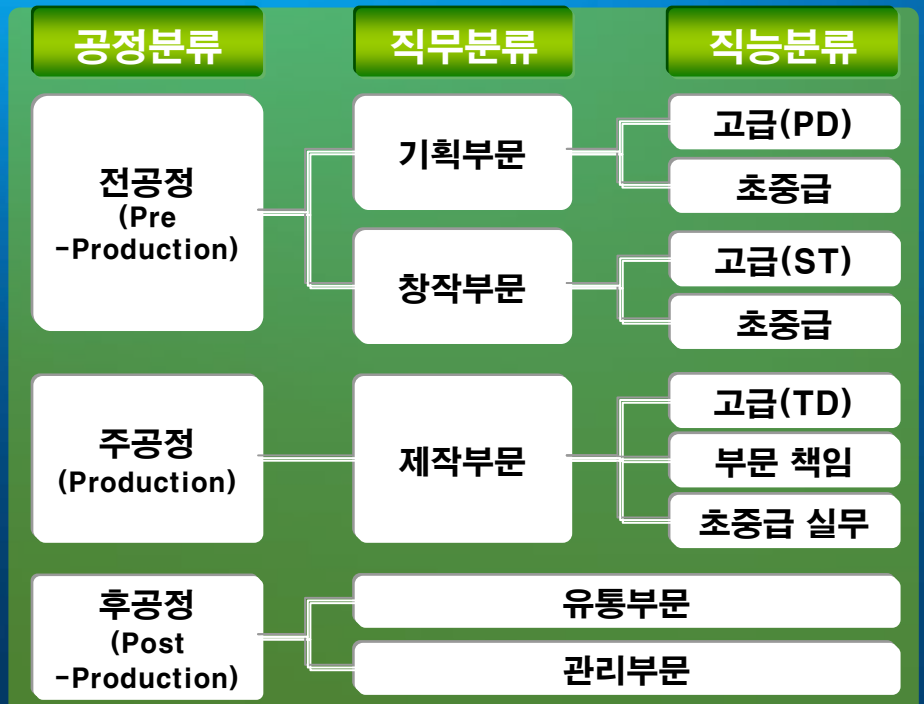
☞ 기획부문의 고급인력(PD)은 현재 대비 **7.2%** 비중의 증가 예상

☞ 고급 창작인력(ST)은 현재 대비 **5.1%** 늘어날 것으로 전망

☞ 제작책임직(TD)은 향후 **3.9%** 비중이 증가할 것으로 전망

☞ PD, ST, TD에 대한 수요가 증가할 것이라는 전망은 자생적 콘텐츠 생산이 중요성을 나타냄

산업인력의 직무유형



현재의 인력구성비 vs 미래의 인력구성비 전망

2005 현재 (%)		2010 기대 (%)		GAP
11.0	3.2	20.6	10.4	+ 7.2
	7.8		10.2	+ 2.4
6.7	2.5	13.8	7.6	+ 5.1
	4.2		5.2	+ 1.0
45.9	5.8	41.3	9.7	+ 3.9
	8.2		8.3	+ 0.1
	31.9		23.3	- 8.6
36.4	17.8	25.4	11.2	- 6.6
	18.6		14.2	- 4.4

※ 「문화콘텐츠산업 인력구조 및 직무분석」(2004) 참조하여 재구성

5. 문화산업 전문인력 양성 방향

- **비전(Vision)**

  「 세계 5대 문화산업 강국 실현 」

- **목표(Goal)**

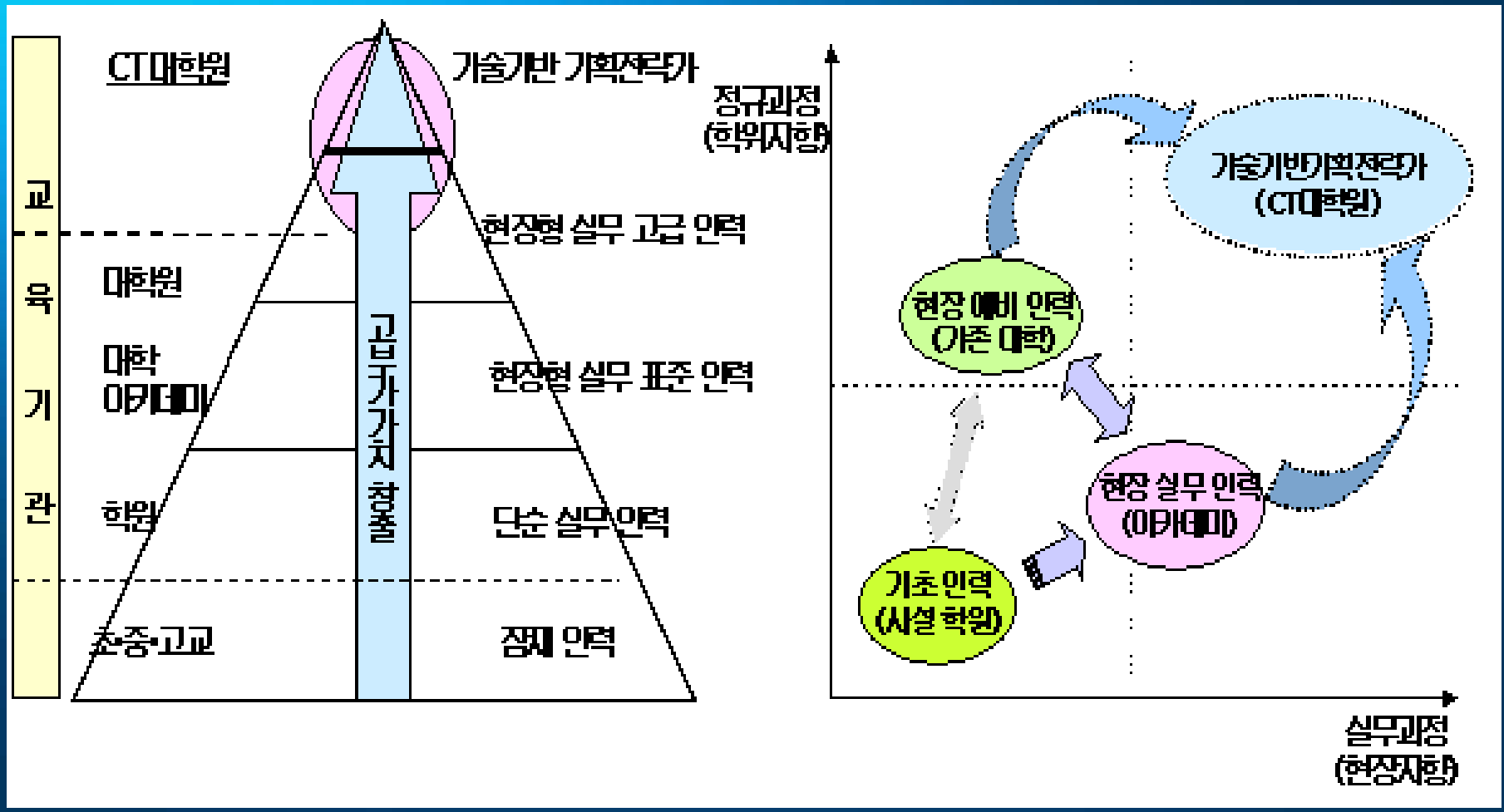
  「 글로벌 경쟁력을 갖춘 문화산업 전문인력 체계적 양성 」

- **추진체계**
  - 문화관광부 : 정책 수립, 재원 지원
  - 한국문화콘텐츠진흥원 : 문화산업 전반 인력 양성 주관
  - 장르별 특화 인력양성 주관
    - 게임산업개발원, 영화진흥위원회, 방송영상산업진흥원, 저심위

  * 기타 학교 정규교육, 민간, 연구기관 중심 추진

5. 문화산업 전문인력 양성 방향 (계속)

인력양성 포지션닝



6. 문화산업분야 교육기관 현황

◆ 정규교육기관 (2005. 6월 현재)

구 분	장르별 전공						기관별 총계 (학교)
	영화	애니메이션/ 캐릭터/만화	음악	게임	방송	계(전공)	
고등학교	7	89	-	2	41	139	132
2·3년제 대학	32	93	18	12	28	183	87
대학교(4년제)	59	99	43	12	88	301	116
대학원	5	34	4	5	27	75	31
사이버대학	-	-	-	3	4	7	4
장르별 총계	103	315	65	34	188	705	370

6. 문화산업분야 교육기관 현황 (계속)

◆ 주요 특징 (2002년 이후)

정원/현원

- 2-3년제 대학 정원 23% 증가
- 졸업생 수 42% 증가, 산업의 확장 반영

진학/취업

- 관련분야 취업률 평균 58%, 고학력일수록 취업률 상승

산학연계

- 기자재의 산학연계 비율 평균 6% 이내로 미약
  * 장르중에서는 게임분야 19%로 비중이 높은 편
- 프로그램, 프로젝트의 공동수행 비중 낮음

6. 문화산업분야 교육기관 현황 (계속)

교수요원	▪ 5년 이상 경력 교수요원 85% 이상이나 신규 교수 확보문제 ▪ 새로운 장르에 대한(게임 등) 교수요원 확보 시급
1인당 학생수	▪ 2-3년제 대학, 대학교의 평균이 30명 내외로 높음 ▪ 대학원은 7.2명이나 대학원 전담교수요원 아닌 경우 대부분 ▪ 영화,애니메이션, 방송장르 학생수 30명 이상으로 높은편
커리큘럼	▪ 핵심인재를 위한 프로그램(첨단기술, 비즈니스) 부족 ▪ 대학원의 경우 비즈니스 프로그램 운영 저조

6. 문화산업분야 교육기관 현황 (계속)

◆ 비정규 교육기관

공공 교육기관

□ 종류 : 문화콘텐츠아카데미 , 영화아카데미, 게임아카데미, 방송아카데미, KBI방송연수센터,부천만화정보센터 등

□ 특징
- 장르별로 세분화된 커리큘럼 운영, 규모 확장 추세
- 커리큘럼 상 하이테크 기술, 비즈니스 관련 프로그램 약함
- 실습기자재의 확장

민간 교육기관

□ 종류 : MBC방송아카데미, 대학원 부설 교육과정, 아트센타스쿨, 한겨레문화센터, 디지털문화예술아카데미, 한국게임사관학교 등

□ 특징
- 세분화된 커리큘럼과 실습의 확장이 가장 큰 변화
- 학교 부설기관 외에 언론, 민간단체나 학원중심으로 확대추세
- 학교 부설기관이나 학원 등은 실습장비 양호한 수준

6. 문화산업분야 교육기관 현황 (계속)

◆ 교육기관 커리큘럼 추세

- 고등학교 : 창작, 개발 중심의 커리큘럼으로 기초실무능력 배양 목적
- 2~3년제 대학 : 고등학교와 유사하지만 실무능력의 전문성 확대
- 대학교 : 창작, 개발이 74% 수준이나, 비즈니스, 기술 커리큘럼 부족
- 대학원 : 관리자급 수준의 창작, 개발 커리큘럼 중심
- 사이버 대학 : 대학교와 유사한 커리큘럼

- 영화, 방송 등 장르의 역사가 오래된 경우 비즈니스 부분의 커리큘럼 비중이 높음
- 장르별 실무 중심의 커리큘럼 운영(창작과 개발 중심)
- 산업과의 연계 프로그램이 강한 장르는 게임
- 장르별 핵심 비즈니스 인력, 첨단기술인력의 육성을 위한 커리큘럼 요구

7. 공공부문 주요사업 소개

「 문화기술대학원 」 설립, 운영

(The Graduate School of Culture Technology)

- 목표 : CT(Culture Technology) 기반의 콘텐츠 기획 및 경영분야 고급 전문인력 양성
- 설립형태/시기 : KAIST내 전문대학원으로 개원 (2005.9.1)
- 인력양성규모 : 연 100명 내외 (석사, 박사과정)
- 교육방식
  - 학제간 통합교육 (Interdisciplinary System)
  - 프로젝트 중심 교육 (Project-Based System)
  - 맞춤형 교육 (Taylor-Made System)

* '06현재 재학생 규모 81명으로 시범 운영중 , 점차 확대 예정

7. 공공부문 주요사업 소개 (계속)

◆ 「 문화콘텐츠 글로벌리더 과정 」 운영

(Global Leadership Academy for Cultural Industry)

- 목표 : 전략적 사고와 글로벌 마케팅 역량을 겸비한 핵심 경영인력 단기간 집중 양성
- 교육대상 : 문화콘텐츠산업계 CEO, 인접분야 전문가 40명
- 교육기간 : '05년부터~, 국내 5개월, 해외1주,주1회 강의
- 운영주체 : 서울대학교 경영대에 위탁
- 교육방향 : 문화산업 속성을 고려한 국제경영전략을 중심으로 '문화콘텐츠 미니 MBA과정'으로 추진

7. 공공부문 주요사업 소개 (계속)

- 「 지역문화산업연구센터 」 운영
  (Content Research Center)

  - 대학과 지역 문화산업 클러스터 중심, 산/학/연/정 간 창의적인 협력 네트워크 구축 및 운영

  - 기술개발 및 연구분야, 콘텐츠 분석 및 디지털 문화연구, 창작소재 연구 및 정책개발 분야

  - '05년도 12개 과제 지원, '06년 11개 지원('05과제 4개 포함)

7. 공공부문 주요사업 소개 (계속)

◆ 산업체 현장인력 역량 강화

● 공공교육과정의 전문성 강화

- 문화콘텐츠 전반
  . 기획창작과정 : 문화산업 전반의 통합적 기획, 스토리텔링
  . 현장인력, 교사, 교수, 공무원, 변호사 등 대상 단기연수

- 게임분야 : 게임위주 전문교육, 프로젝트 과정 운영

- 영화분야 : 영화연출, 촬영 등 전문교육

- 방송분야 : 방송영상 제작, 디지털방송, 방통융합 등 전문교육

- 저작권분야 : 저작권, 라이센싱 등 관련 전문교육 강화

7. 공공부문 주요사업 소개 (계속)

- **글로벌 비즈니스 역량 강화**
  - 한국문화콘텐츠진흥원 주관

    * 문화콘텐츠 해외 집중연수('02~)

    : 문화산업계 전반 종사자 대상 선진시장 이해

    ※ 미국, 영국 (2주), 일본, 중국('1주)

  - 한국게임산업개발원 주관 : 게임분야 해외연수('04~)/ 미국

  - 영화진흥위원회 주관 : 영화분야 현장인력 해외연수('04~) / 호주

  - 방송영상산업진흥원 주관

    : 중국 방송글로벌 비즈니스 고위경영자 과정 ('04 ~)

    : 중국 방송경영자 한국 초청 연수 ('05~) / 한국 드라마 제작시장 이해

7. 공공부문 주요사업 소개 (계속)

◆ 문화콘텐츠 특성화 교육기관 지원

- 산학협력 프로그램 운영 지원으로 문화콘텐츠 분야
- 교육환경 개선, 교육의 질 제고
- 실험실습장비 지원, 프로그램 개발, 워크숍, 인턴쉽등
- 고교, 전문대, 대학 등 년 10개교 내외 지원

7. 공공부문 주요사업 소개 (계속)

◆ 대학 문화콘텐츠 창작인력 지원

- 문화콘텐츠 전공학생 창의성 발굴, 인재육성
- 대학내 문화콘텐츠 창작 기반 조성
- 문화콘텐츠 관련 전문대 이상 동아리 대상
- '06년부터~ , 21개 과제 지원

8. 향후 추진과제

- **인적자원개발을 위한 정책지원 노력**
  - 문화콘텐츠산업 인력양성 종합계획 수립 (2004.2)
  - 문화산업대학원 설립지원방안 연구 (2005.2)
  - 문화콘텐츠 산업인력구조와 직무분석 연구 (2005.3)
  - 문화산업 통계조사 '장르별 고용인력현황조사 (2004~)
  - 그간의 인력양성 성과 분석 및 개선 방안 제시('05)
  - 문화산업 교육기관현황조사, 인력수급전망 예측 ('06 ~)

8. 향후 추진과제 (계속)

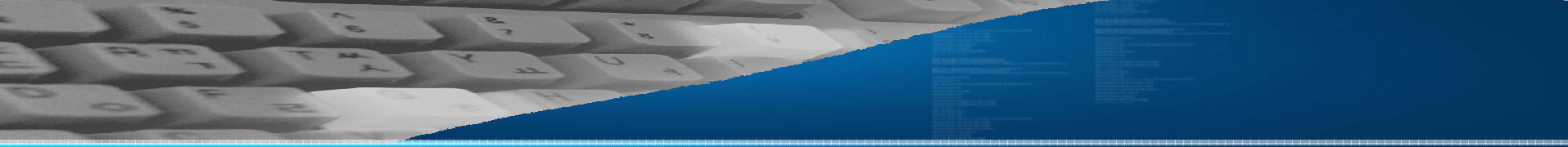
- **성과(Performance) 중심의 인력양성 추진**
  - 각 사업별 성과지표 개발 및 사업 종료 후 평가/피드백
  - 전략적 핵심사업 위주로 자원 및 역량 집중

- **공공간 인력양성 체계 연계강화, 시너지 효과**
  - 기관별 인력양성 사업의 특화, 통합 및 협력체제 강화
  - 교육인프라, 자원의 공유, 공동 사업 추진 등
  - 환경변화에 탄력적 대응을 위한 제도개선 및 인프라 구축

8. 향후 추진과제 (계속)

- **정부 주도 ⇒ 민간의 자생적 양성체계 유도**
  - 인재 양성에 대한 사회적 공감대 형성
  - 민간주도의 자생적 수급 체계 구축을 위한 지원

- **국제협력 강화**
  - 문화콘텐츠 분야 상호 유학생 파견 (예:중국 등)
  - 산업체 현장인력 상호 교환 연수
  - 공동 프로젝트 수행을 통한 인적자원 교류 등



감사합니다.

문화관광부
Ministry of Culture and Tourism

광주전남 문화산업분야 인적자원 개발 성공사례 및 경쟁력강화

- 김하림 (조선대학교 교수)

목 차

1. 거위인가 하마인가

2. 문화산업 (cultural industry)의 범주

3. 지역문화산업의 애로점

4. 광주 전남의 인적 자원 양성 사례

5. 경쟁력 강화 방안

1. 거위인가 하마인가

1.1 황금알을 낳는 거위

<사례 1>

A) “IT산업의 황무지로 불리는 광주에서 성장한 인터넷콘텐츠 개발업체인 (주)인포렉스(대표 박진·50·광주시 서구 마륵동)가 한국을 넘어 세계 제패를 꿈꾸고 있다. ... 회사 설립 2년만인 2001년 `미팅커뮤니티 사이트(www.club5678.com)'를 개설, 게임·미팅·채팅·웹하드·아바타 등 보유한 유료 아이템이 150개에 달한데다 하루 페이지뷰만 650만건을 기록하면서 `다음'이나 `네이버' 등 메이저포털에 도전장을 낸 것은 동종업계에서 전무후무한 `사건'으로 전해진다.

지난 5일에는 음악·게임·커뮤니티를 기반으로 한 포털사이트 `시즈모(www.cizmo.com)'라는 성장엔진을 장착, 내년 커뮤니티부문 국내 1위를 거머쥐기 위한 새로운 도약을 준비해놓은 상태다. 110명의 직원을 거느린 인포렉스는 올 매출 164억원 달성을 눈앞에 두고 있다. 이를 바탕으로 오는 2010년까지 4단계 발전전략을 통해 2천여명의 고용창출과 연간 8천억원의 매출을 올려 세계적 닷컴기업으로 자리매김한다는 야심찬 청사진을 갖고 있다."(『광주일보』, 04.08.17)

1. 거위인가 하마인가

1.1 황금알을 낳는 거위

<사례 2>

B) "광주의 (주)자연영화사와 중국 랴오닝성 심양(瀋陽)의 요녕TV가 최근 TV 드라마 형식의 영화 '희망편지'(가제)를 제작하기로 합의하고 여배우 오디션을 마쳤다. 젊은 뮤지션들의 열정과 사랑에 관한 이야기를 다루고 있는 이 작품은 오는 3월 크랭크인·5월 완성을 목표로 하고 있다. 6억 5천만원의 예산으로 중국과 한국을 오가며 제작된다. 한국에서는 극장에서 개봉되고 중국에서는 요녕TV에서 드라마 형태로 방송될 예정이다. 한편 (주)자연영화사는 영화 속에 등장하는 소재를 응용해 모바일 게임을 기획하고 있다. 중국 심양의 모바일게임 업체인 레드안트· 전주시 온라인 게임업체인 다이스넷엔터테인먼트와 모바일게임에 관한 MOU를 체결했다.“(『광주일보』 05.02.06)

1. 거위인가 하마인가

1.1 황금알을 낳는 거위

<사례 3>

모바일 게임으로 지역문화산업 선도

광주일보사.중기청 선정 `이달의 자랑스런 중소기업인'



"휴대폰 모바일게임 '뽀샤뽀샤(벽돌깨기 일종)'로 지역 문화산업을 선도하고 세계를 제패할 겁니다."

광주일보사와 광주·전남지방중소기업청이 공동주관하는 '7월의 자랑스러운 중소기업인'에 선정된 모바일게임업체 '인터세이브'(동구 서석동 동구벤처빌딩 501호) 이갑형(32) 대표는 이같은 각오를 밝혔다.

'인터세이브'는 지난해 국내의 블리스모바일·레몬 등 모바일 전문유통업체와 게임서비스 협약을 체결한데 이어 최근 말레이시아·베트남·태국·중국 등 모바일 게임업체에 1억여원의 제품을 수출하기로 했다. 또 일본 3개업체와 계약협의 중이며, 9~10월 필리핀·인도쪽 해외시장개척단에 참여해 수출과 국제교류에 본격 나설 계획이다.

이 대표는 "현재 주력제품은 지난해 5월 지역 최초로 만들어낸 '뽀샤뽀샤' 외에 '싼타훈련소' '쏵잡아' '작대기 모험기' 등이 인기를 끌고 있다"면서 조만간 "드라마 '주몽'을 모바일게임으로 제작, 올 가을에 출시할 계획"이라고 말했다.

지난 2000년 설립된 '인터세이브'는 게임유통 및 PC방 솔루션 개발과 지원사업으로 출발했다가 2004년 말 모바일게임 연구쪽으로 방향을 틀었다.

이듬해 ISO9001 인증획득과 함께 중기청이 주관하는 수출유망기업, 벤처기업으로 지정됐다. 또 중기청이 시행한 기술혁신개발사업에 참여, 'P2P를 이용한 임베디드 기반 멀티미디어 서비스시스템 개발'을 성공적으로 완료하기도 했다.

이 대표는 "호남대·송원대·전남과학대 등 지역대학들과 장비·인력사용에 관한 산학협력을 맺고 전문인력 배출시스템을 운영중"이라며 "관련당국이 병역특례업체 제한을 더 완화해 인력난을 해소해줬으면 한다"고 말했다.

16명의 게임개발인력을 보유한 '인터세이브'는 2004년 매출 2억5천800만원, 2005년 3억원에 이어 올해는 10억원을 훌쩍 넘어설 것으로 전망된다.

이 대표는 호남대 컴퓨터공학과 3학년에 다니다 사업에 손을 대면서 세종대 사이버대학으로 옮겨 현재 경영정보과 4년 재학중이다.

/이종태기자 jtlee@kwangju.co.kr

1.1 황금알을 낳는 거위

<사례 4>

광주 영상문화 성과 | NEW STORY





광주 영상문화 성과

(광주=연합뉴스) 송형일 기자 = 광주시가 역점 추진하고 있는 영상문화산업이 가시적 성과를 거두고 있다.

광주시는 2일 이 지역 영상 및 컴퓨터 그래픽 제작업체인 ㈜FX디지털과 ㈜디지아트가 미국 원더월드와 공동제작한 애니메이션 '파이 스토리'가 오는 6일 동시개봉에 들어간다"고 밝혔다.

광주시가 지난해 11월 원더월드와 애니메이션 공동제작과 개발, 전문인력 양성, 국제 공동배급 등 1천만달러 규모의 투자양해각서를 체결한 뒤 이뤄낸 첫 성과다.

미국의 대표적 영상제작사인 원더월드와 공동 제작에 참여한 FX디지털 등은 이 지역의 대표적 애니메이션과 컴퓨터 그래픽 전문 업체로 광주정보문화산업진흥원내에 입주해 있다.

시는 파이스토리 제작으로 이 지역 문화산업 기술력 입증 등 향후 외국 거대 문화산업체와의 공동제작 기회 등이 활발해질 것으로 보고 있다.

이 영화는 부모를 잃은 청새치 '파이'가 가족을 찾는 과정에서 벌어지는 사랑과 우정 등을 담은 영화로 개그맨 박명수, 탤런트 임채무 등이 목소리 연기를 맡아 재미를 더해주고 있으며 전체작업중 30% 이상을 광주에서 제작했다.

전국 130개 스크린을 통해 동시 개봉되며 미국에서는 DVD배급이 함께 이뤄진다.

광주시 관계자는 "영상문화의 핵심 기반시설이 될 영상복합문화관(182억원)을 올 연말 착공하는 등 관련 문화산업을 역점사업으로 추진하고 있다"며 "파이스토리 공동 제작은 이 같은 영상 문화산업의 최대 성과로 꼽을 수 있다"고 말했다.

nicepen@yna.co.kr

1.2 물먹는 하마

광주문화영상산업 위기

입력날짜 : 2005. 07.13

- 지역 제작업체 서울 이전 잇따라 / 환경열악...지자체 육성 의지 미흡

지난해 미국 최고의 TV프로그램상인 에미상을 수상했던 `미라 왕 투탕'을 만들었던 광주 소재 유명 애니메이션 제작업체가 서울 이전을 추진하고 있어 광주시의 문화콘텐츠산업 전략산업 육성 의지를 무색하게 만들고 있다.

12일 광주영상업계에 따르면 광주영상예술센터에 입주해 있는 2차원 애니메이션 전문제작업체인(주)서광애니메이션이 서울사무소를 설치하는 등 이전을 추진하고 있다.이 업체는 KBS에서 방영됐던 애니메이션 `검정고무신'을 만들었고 주문자생산방식으로 미국 닉엔터테인먼트사에 30분물 26부작 `미라 왕 투탕'을 공급했다. 이 작품은 미국 NBC TV 등을 통해 미국 전역에 방송됐고 지난해 5월 미국 최고의 TV프로그램상인 에미상 수상소식이 전해지면서 업계의 주목을 한 데 받았었다. 이 업체는 직원 37명중 35명이 지역출신일 정도로 고용창출을 많이 한 업체이기도 하다. 이 회사는 검증받은 실력을 바탕으로 유럽시장에 견적서를 제출해놓고 있으며 중국업체가 40% 투자하는 프로젝트도 추진중으로 계약이 성사될 경우 100여명 정도의 새로운 고용창출이 예상됐었다. 더욱이 문화콘텐츠를 전략산업으로 육성중인 광주시로서는 이 업체가 서울로 빠져나갈 경우 손실이 클 수밖에 없다. 서광은 불모지나 다름없는 광주에 애니메이션 업체로서는 선도기업이고 이 분야 활성화에 필요한 `스타기업'의 역량을 갖추고 있기 때문이다. 애초 서울업체였던 서광은 사업성때문에 지난 2003년 1월 광주로 옮겨왔다. 김정기(43) 대표이사는 “광주는 사무실과 작업공간을 저렴한 비용에 임대받을 수 있는데다 관련학과도 전국에서 제일 많아 우수한 인력을 쉽게 조달할수 있어 용단을 내렸다”고 사업장 이전 배경을 설명했다. 그러나 광주에서 2년 반 동안 사업을 하면서 이같은 판단이 잘못됐음을 느꼈다. 광주시가 문화콘텐츠산업 육성 방침을 밝혔지만 가시적인 여건이 조성되지 않은데다 작품 수주에도 장애가 생기기 시작한 것이다. 김사장은 “발주처도 서울에 사업장을 두기를 원하는 등 지방기업으로서 한계를 느끼게 됐고 광주에서 더 이상 비전도 없다는 생각이 들어 다시 서울사무소를 설치키로 했다”면서 “당장은 광주사무실을 존치하겠지만 상황이 여의치 않을 경우 완전 철수도 불가피할 것”이라고 말했다. 서광처럼 서울에서 광주로 이전한 3차원 애니메이션 제작업체인 (주)데커의 심재광(40)사장은 “서울지역과는 달리 자금조달과 양질의 인력충원이 힘들어 사업하기가 어렵고 광주시도 업체들에게 뚜렷한 전략산업 육성의지를 보여주지 못하고 있다”고 말했다. 광주정보문화산업진흥원 관계자는 “서광이 서울에서 유치한 유망 기업인 만큼 광주에서 클수 있도록 다방변의 지원방안을 강구하고 있지만 광주시의 재정력이 취약해 기업에 필요한 자금지원을 해줄 수 없는 것이 안타깝다”면서“물량 수주 등 경영문제로 인한 개별기업의 사업장 이전에 대해서는 뾰족한 대책이 없다”고 말했다.

한편 광주정보문화산업진흥원이 운영중인 광주영상예술센터와 광주영상문화관 등에 입주한 문화콘텐츠관련 업체는 애니메이션 5개사, 영상 4개, 음악음향 3개, 게임 2개 등 모두 24개이다.

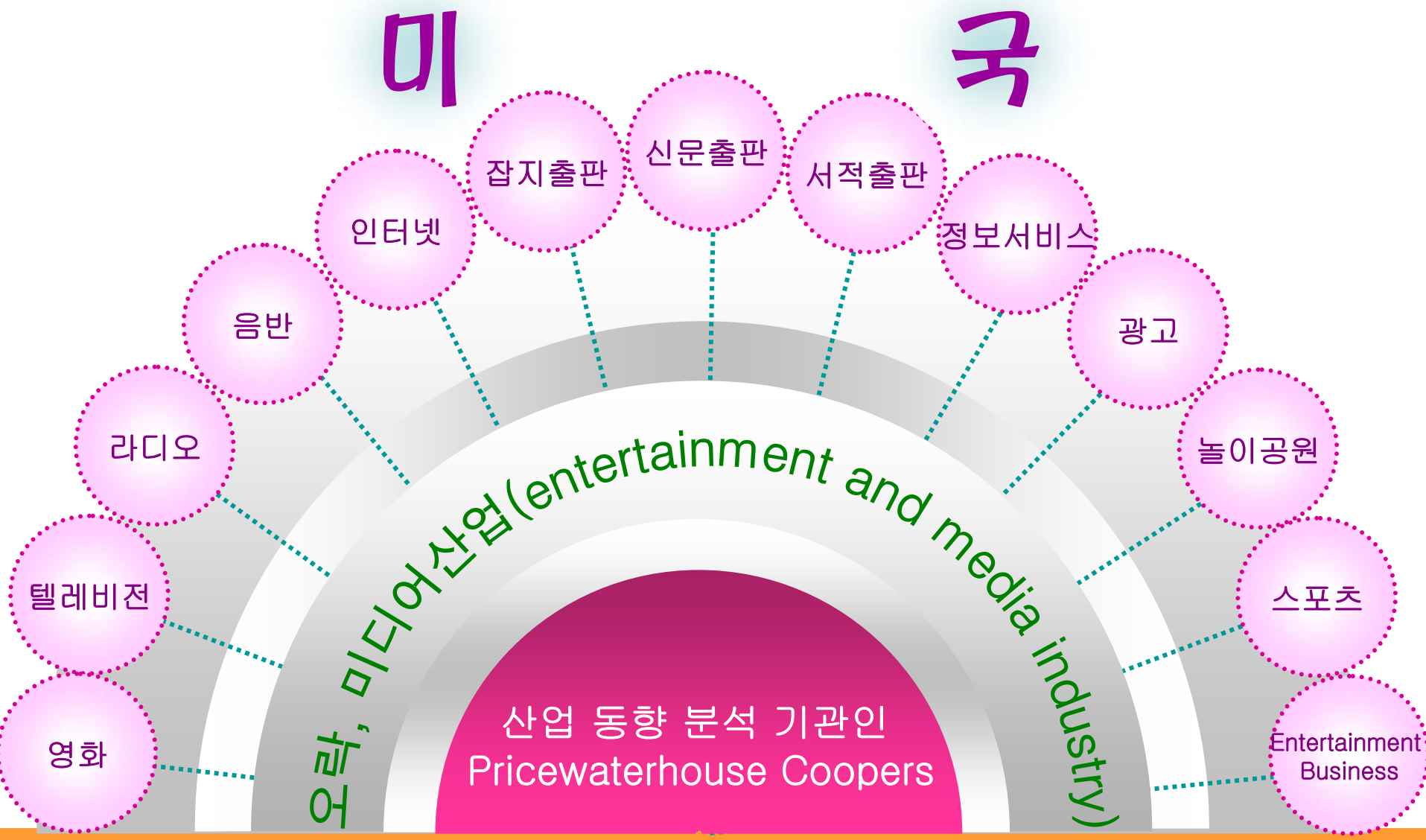
/ 이기수 기자 kslee@jnilbo.com

1.2 물먹는 하마

자금난과 사업의 실패로 사무실을 축소하여 OOO지사는 철수하고 (주)OO만 지금 남아있습니다만 딱히 비젼 있는 일을 하고 있는 것 같지는 않습니다. 그리고 OO또한 허울 좋은 개살구입니다. 제작비 투여 등 빚이 많아 그게 얼마나 손익분기점을 초과하여 성공했지는 아무도 모를 일입니다. 사실 대박이 난 것은 아닌 걸로 판명되고 있으니 보도는 그저 변죽 울리고 홍보에만 활용된 것이라고 보면 맞을 것 같습니다.

그리고 OO이라는 회사는 전형적인 하청업체인데, 재작년에 헐리우드 TV용 애니메이션 OOO 이 애니메이션 부문 수상을 해서 유명해졌지만 생산성 부분에서는 계속 적자를 면치 못합니다. 당연한 일입니다. 기획제작품이 아니기 때문에 하청용 생산에 머무르고 있고 고액이 아니라 평가 절하된 저가에 그 제작비를 받아서 또 저임금의 소모품 인력들을 계속해서 운용하고 있다는 것입니다. 이것마저도 사실 그렇게 순탄치가 않습니다. 일거리가 많지 않기 때문이기도 하고 단순 노동력을 제공받기가 쉽지가 않다는데 있습니다.

2.1 미국


미 국
잡지출판
신문출판
서적출판
인터넷
정보서비스
음반
광고
라디오
놀이공원
텔레비전
스포츠
영화
Entertainment Business
오락, 미디어산업(entertainment and media industry)
산업 동향 분석 기관인
Pricewaterhouse Coopers

2.1 미국

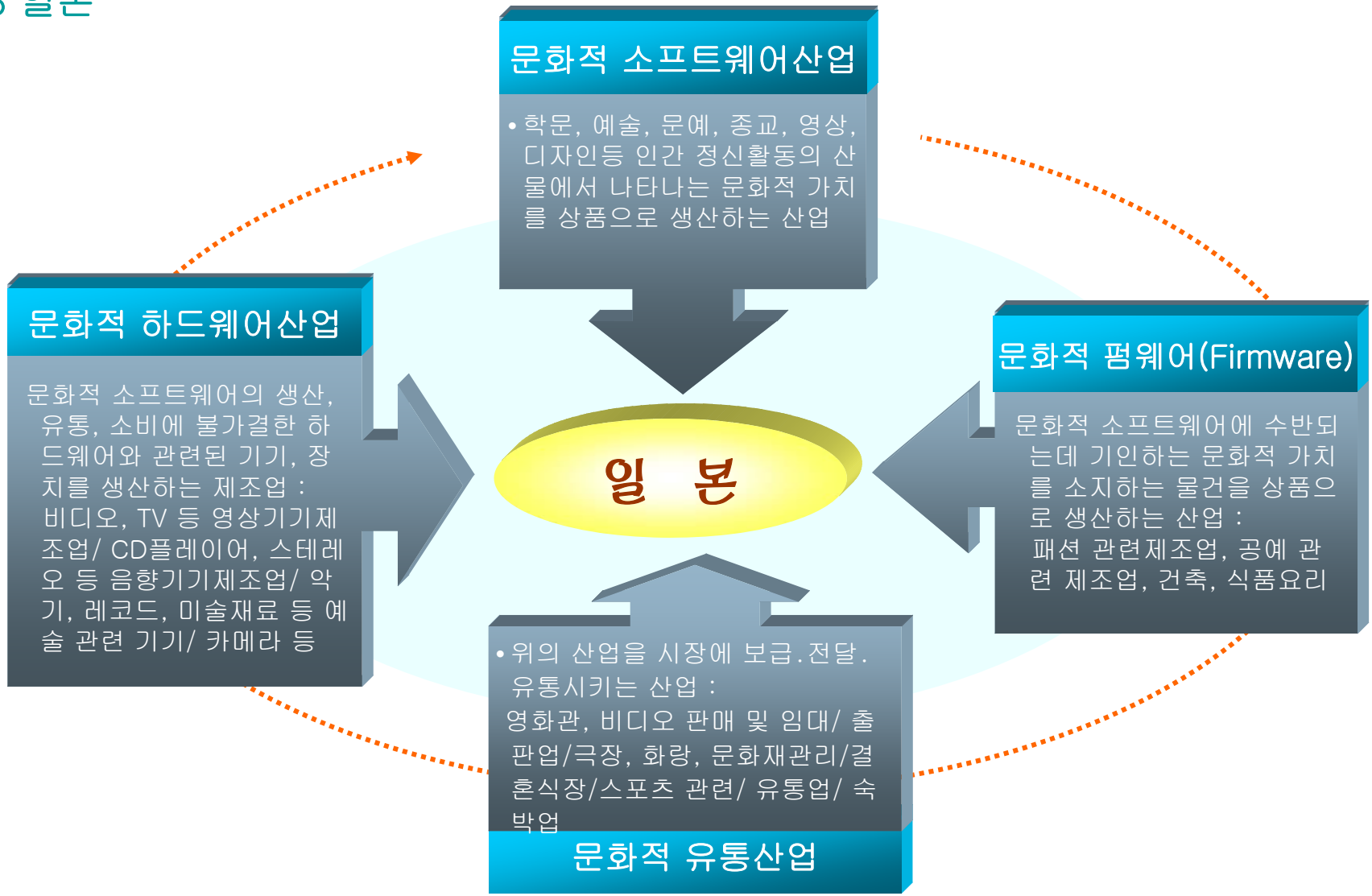

미 국
소프트웨어제조
영화및비디오배포
기타영화및비디오산업
영화및비디오프로덕션
프리프로덕션 및
포스트프로덕션서비스
레코드프로덕션/배포
사운드레코딩스튜디오
온라인서비스
기타정보서비스
데이터 프로세싱
케이블텔레비전네트워크
기타케이블 및 프로그램배포
신문이외의정기간행물출판
도서관및 기록보관업
(archive)
라디오방송국
텔레비전방송
라디오네트워크
신문출판
서적출판
기타출판업
레코드
정보와 문화상품의 배포와 관련되는 산업
북미산업분류체계
North American Industry
Classification System, NAICS

2.2 영국(Creative industry)



2. 문화산업 (cultural industry)의 범주

2.3 일본



2.4 우리나라

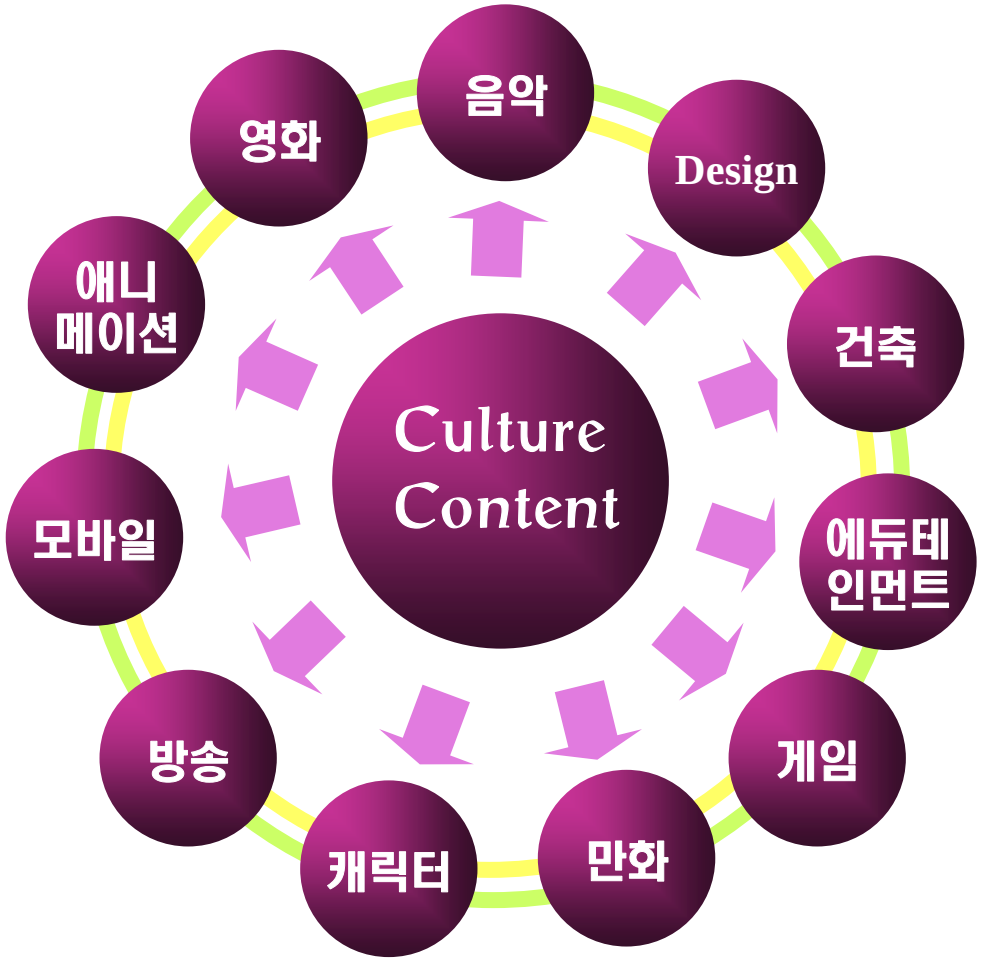
우리나라는 '문화산업'은 "문화상품의 개발.제작.생산.유통.소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업", '문화상품'은 "문화적 요소가 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 유.무형의 재화(문화관련 콘텐츠 및 디지털문화콘텐츠 포함)와 서비스 및 이들의 복합체"라고 규정하고 있다.(1999/2002년 1월 전문개정된 「문화산업진흥기본법」)

디지털(문화)콘텐츠와 관련되는 개념으로 '멀티미디어콘텐츠'라는 용어가 있는데 「문화산업진흥기본법」은 멀티미디어콘텐츠를 "부호.문자.음성.음향 및 영상 등과 관련된 미디어를 유기적으로 복합시켜 새로운 표현 및 저장 기능을 갖게 한 콘텐츠"라고 정의하고 있다.

특기할 것은 최근 디지털 기술의 광범위한 적용으로 인한 문화산업 환경의 변화를 반영하고 있다. '디지털 문화콘텐츠'라는 개념이 삽입되어 있는데, 이 경우 문화산업은 "디지털문화콘텐츠의 수집.가공.개발.제작.생산.저장.검색.유통 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업"을 포함한다. 이 법에서 '디지털문화콘텐츠'라 함은 "문화적 요소가 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 디지털콘텐츠"를 말하며 '디지털콘텐츠'란 "부호.문자.음성.음향 및 영상 등의 자료 또는 정보로서 그 보존 및 이용에 효용을 높일 수 있도록 디지털 형태로 제작 또는 처리한 것"을 의미한다.

이런 면에서 최근에는 '문화산업/문화콘텐츠산업/디지털콘텐츠산업'이라는 용어가 혼용되고 있는 상황이다.

2.4 우리나라



3. 지역문화산업의 애로점

"전통적인 산업자본과 인프라가 열악한 우리 지역은 특히 문화산업에 역량을 모아 새로운 성장동력을 창출해야 하는 과제가 남아있다. 문화산업은 경제적으로 낙후된 우리 지역의 돌파구이자 희망이 될 가능성이 높다. 그 이유는 문화산업의 원천인 문화원형과 다양한 문화예술의 스타일들이 타 지역보다 비교적 우위의 경쟁력을 갖고 있다는 점일 것이다. 더구나 남도의 자연환경은 관광산업으로서의 무한한 잠재력과 가치를 지니고 있다.(장용석, 「문화산업, 이제 방법론을 이야기합시다」『digital+광주』 2004.11)

산업/범주	초기 자본량	자 본 회전율	윈도우 효 과	시장 진입 용이성	시장실패가능성 (초기국가개입정도)
경공업	小	高	高	高	低
중공업	大(장비 有)	低	低	低	高
정보통신 S/W산업	中(인건비+장비)	中	中	低	中
문화산업	大(인건비+장비)	低	高	低	高

3. 지역문화산업의 애로점

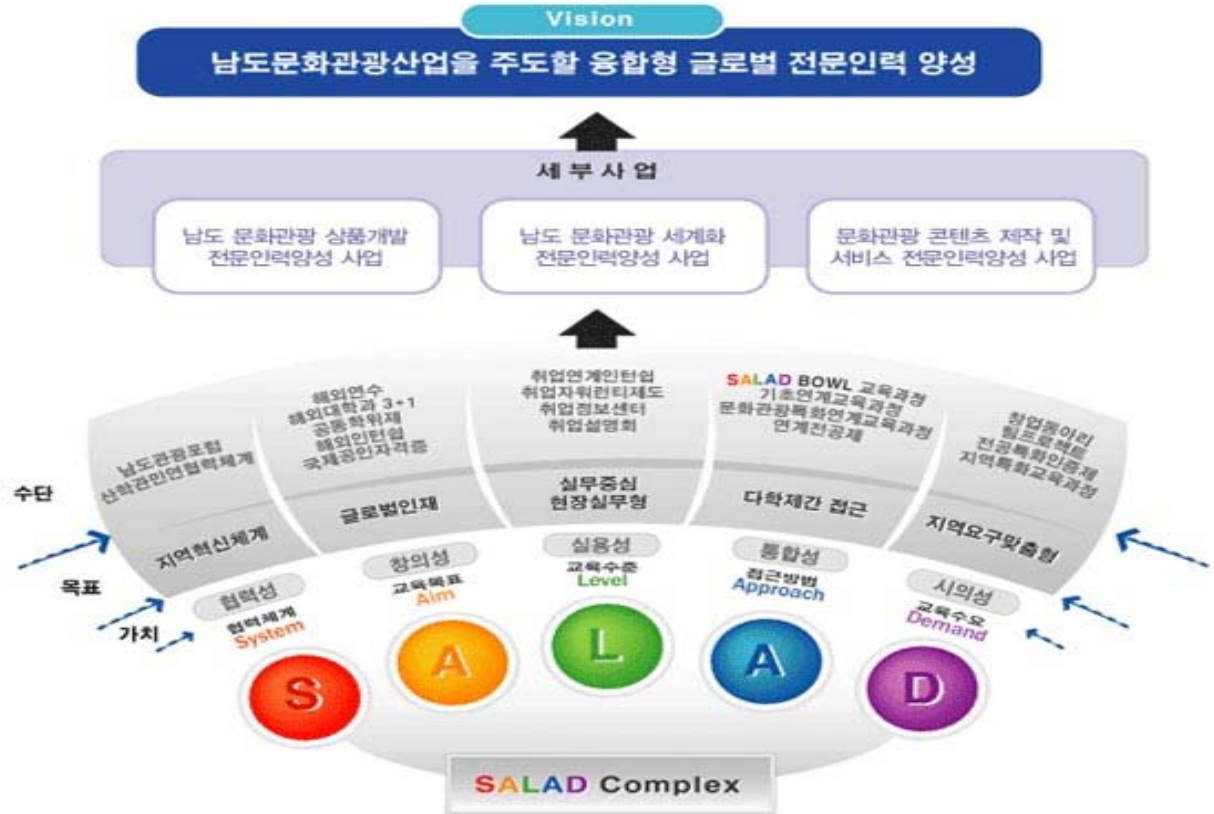
	국내시장	지역비중	광주전남목표
2003년	240억불 (세계시장의 1.5%)	1억불 (국내시장의 0.7%)	N/A
2008년	690억불 (세계시장의 5%)	69억불 (국내시장의 10%)	6.9억불 (지역의 10%)
2010년 이후	1,000억불 (세계시장의 7%)	330억불 (국내시장의 33%)	33억불 (지역의 10%)

4.1 누리사업을 중심으로

-조선대, 동신대, 목포대 누리 문화관광인력양성사업단(대형)

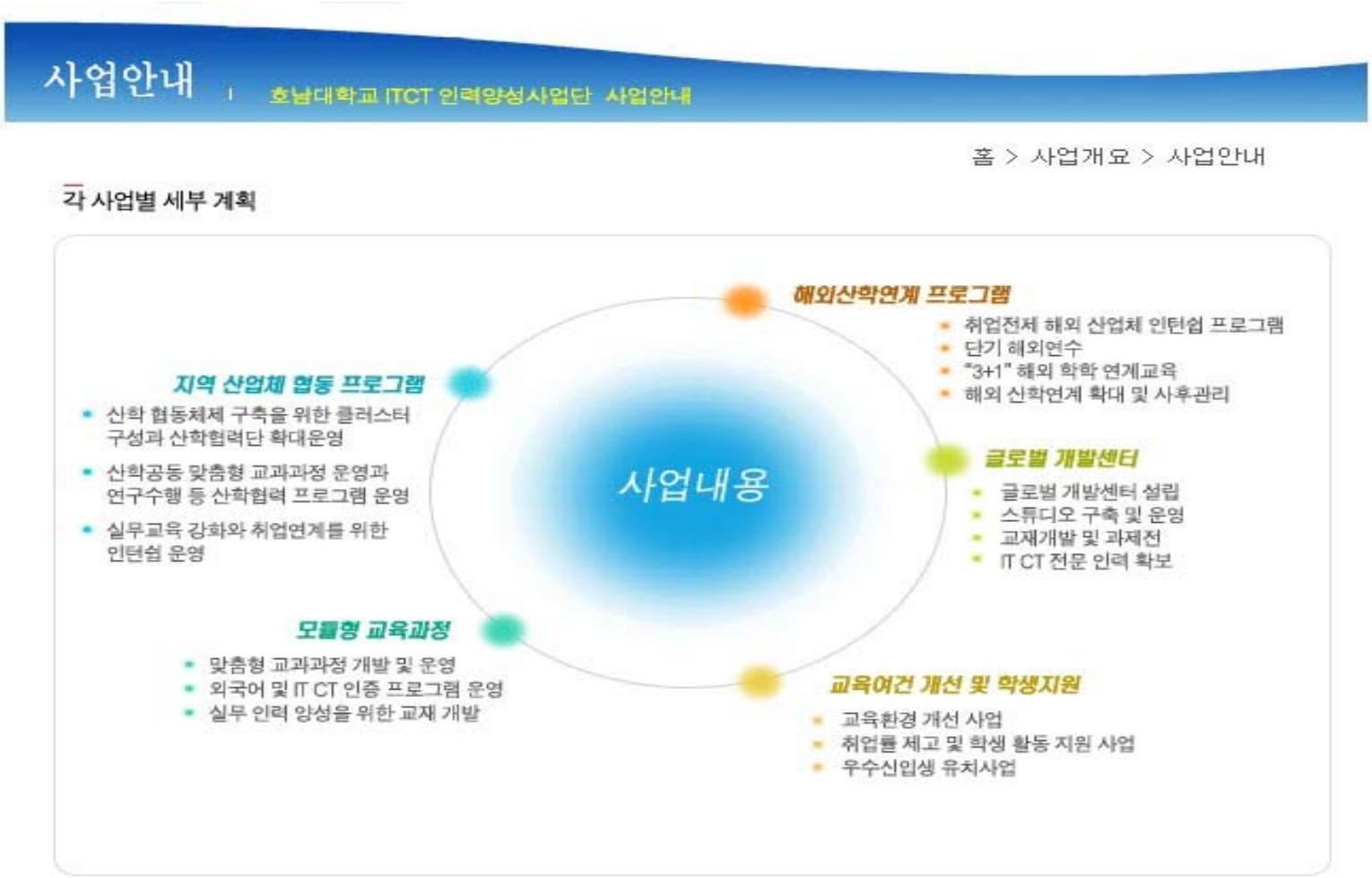
사업목적

- 지역전략산업인 문화관광분야의 특성화를 통한 사업참여 대학의 경쟁력 강화
- 지역밀착형 교육과정 운영으로 지역사회에서 필요한 우수인력 양성
- 다학제간 융합교육을 통한 맞춤형 인력양성 및 취업능력 향상
- 창의성과 국제적 감각을 갖춘 융합형 글로벌 전문인력 배출을 통한 문화관광산업 활성화
- SALAD Complex 운영을 통한 지역혁신 클러스터 구축



4. 광주 전남의 인적 자원 양성 사례

-호남대학 누리 IT/CT (중형)

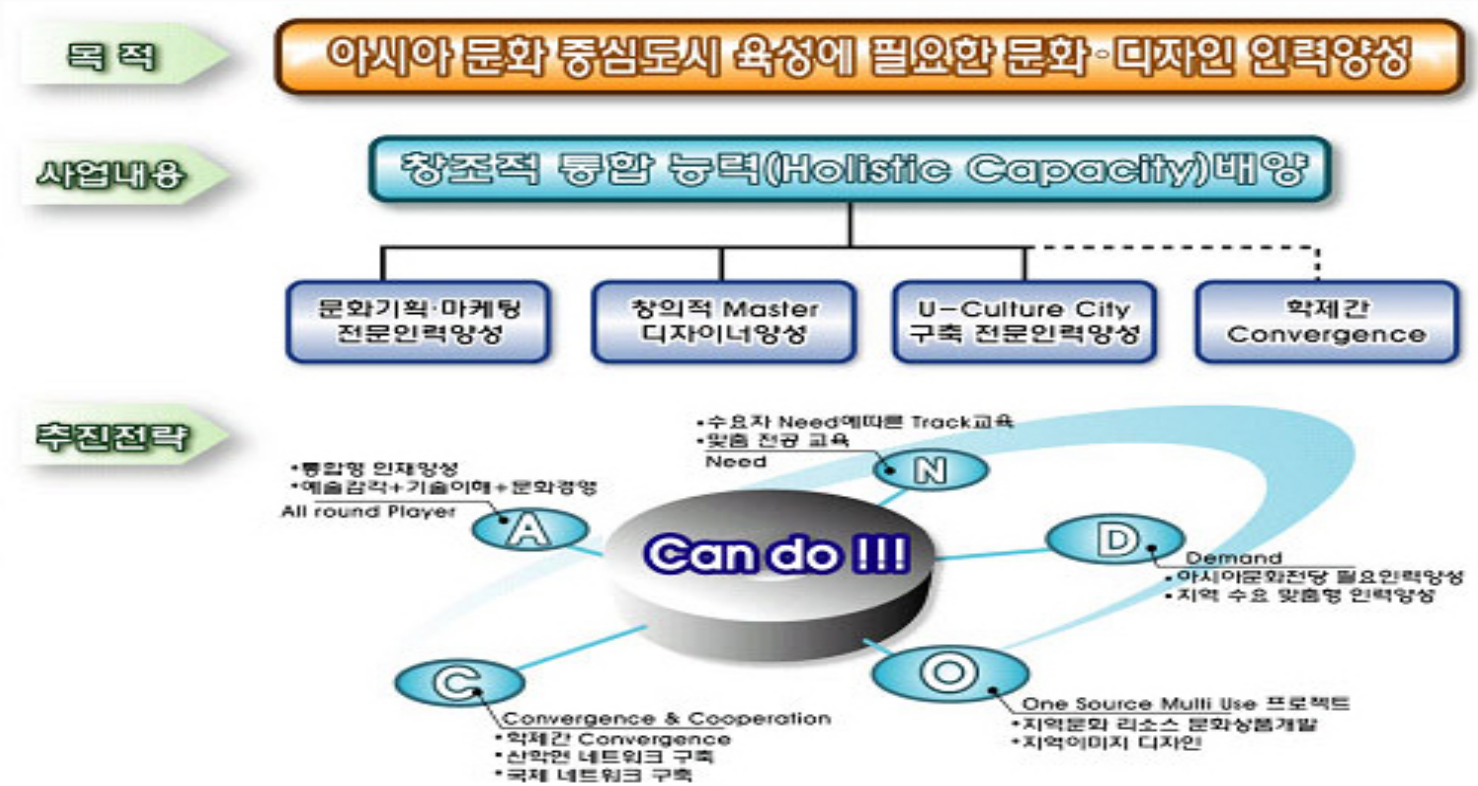


4. 광주 전남의 인적 자원 양성 사례

-호남대학 누리 문화산업인력사업단(대형)

사업단소개

- 문화도시 운영을 위한 문화기획·마케팅 전문인력 양성
- 지역·전통문화 리소스 활용 문화상품 Master Designer 양성
- 문화도시 공간조성 전문인력 양성
- UCC(U-Culture City) 기반 구축인력 양성
- CAN DO 학제간 공통 Convergence Studio 운영



4. 광주 전남의 인적 자원 양성 사례

-목포대학 누리 해양문화콘텐츠사업단(소형)

사업 개요

사업명	도서·해양문화콘텐츠산업 인력양성 사업			
사업목적	1. 전남 서남권의 도서·해양문화콘텐츠를 소재로, 산학일체형 교과과정 운영을 통해 다양한 장르의 문화콘텐츠산업 인력을 양성 2. 지역사회의 문화산업 수요에 부응 3. 대학의 특성화·경쟁력을 강화함으로써 취업률의 양적·질적 제고 및 우수 신입생 유치 4. 지역 일자리 창출·주민의 문화만족도 향상에 기여.			
사업개요	도서·해양문화콘텐츠에 관한 최고의 경쟁력을 지닌 목포대학교 다도해 문화콘텐츠 사업단이 도서·해양 문화콘텐츠산업을 개발·선도할 수 있는 우수인력을 양성함으로써 이 분야에 대한 지역적 요구·필요성에 부응함. 이는 다음의 3개 세부사업으로 구성될 예정임. 1. 「교육프로그램」 : 도서·해양문화콘텐츠기획전공을 신설하는 등 산학일체형 실용교육의 실현 2. 「산학협력프로그램」 : 목포시와 산업체, 언론기관, NGO 등과 도서·해양문화콘텐츠아카데미 운영, 동반자사업, 공생사업, 연대사업 등을 추진하여 문화산업클러스터를 조성 3. 「취업촉진프로그램」 : 취업능력향상프로그램, 창업경진대회, 취업할당인턴제 등 운영을 통해 취업률 100% 증가를 목표			
사업참여 인원	학생	학사과정 691명	전문학사과정 명	총 691명
		석사과정 명	박사과정 명	
	참여 교수	중심대학 30명	협력대학 명	총 30명

4.2. 전남대 문화전문대학원

비전 Vision

지식기반사회를 이끌어갈 창조적 문화 전문 인력 양성

세계문화와 한국문화에 대한 거시적 안목 예술의 사회경제적 가치와 인문학적 이해

- 문화예술이론 및 기획 전 공
- 문화관광 전 공
- 미디어예술공학 전 공



산업적 필요성
- 21C 주도 성장산업
- 고부가가치산업
- 생산시설 투자 없는 고도의 고용창출산업

+

국가적 필요성
- 산업구조 고도화에 따른 성장동력 산업
- C-KOREA 2010
- 국가브랜드 창출 산업

+

지역적 필요성
- 광주문화중심도시 조성사업
- 국가 균형 발전 계획에 따른 지역전략산업
- 대학취업률 제고

4.3.광주정보문화산업진흥원 – 게임사관학교

학교이념 및 비전 Home > 사관학교소개 > 학교이념 및 비전

한국게임사관학교 교육이념

한국게임사관학교는 게임산업이 요구하는 우수한 전문 인력을 양성하고자 합니다. 이를 위해 게임 프로그래밍/ 그래픽/사운드/ 마케팅 기획/시나리오/사회심리 등 게임제반분야의 폭넓은 이해는 물론 게임 기획, 제작, 보급 및 서비스의 전반적인 프로세스를 이해하고, 급속도로 발전하고 있는 게임 기술과 장비, 소프트웨어의 등의 활용이 가능한 전문가를 양성할 것입니다.



이를 위해 게임의 품질 향상을 위한 다양한 2D/3D 기반 최신 기술 교육, 게임 실무자 교류 증진을 위한 인적 네트웍 구축 지원, 각종 포럼과 학술대회 개최를 통한 게임인력의 전문성 강화 기여, 프로젝트 기반의 이론/실무 병행 교육을 시행할 것입니다.

또한 특정 분야에 한정된 전문가이기보다 아케이드/콘솔/PC/온라인/모바일 등 멀티플랫폼 기반의 게임 기획 및 개발, 보급, 서비스 등이 가능하고, 스스로 업무영역을 넓혀 가는 전문게임디렉터를 양성할 것입니다.

한국게임사관학교 비전

한국게임사관학교는 소수 정예 집중 교육을 통한 분야별 전문 디렉터를 양성하고자 합니다. 이를 위해 실전게임 제작/기획 및 교육 경험이 풍부한 전임 교사, 강사진을 구성하고자 합니다. 또한 게임산업분석/수요조사/기업환경분석/사례분석 기반의 게임관련 지식경영시스템, 사운드/그래픽/프로그래밍소스 기반 멀티미디어 라이브러리 구축을 통하여 실습 기반의 게임 기획과 제작 교육을 적극 지원할 것입니다.

뿐만 아니라 소수 정예 맞춤형 교육을 통한 교육 품질을 유지하고, 교육연수/세미나/취업/창업/실무자인적네트워크 등의 교육 전,후 지원을 통해 게임 분야별 전문 디렉터 위상을 정립할 것입니다.

4. 광주 전남의 인적 자원 양성 사례

- 광주지역 문화산업연관 교육사업

구분	교육사업 프로젝트명	협찬.협조.주관 및 연계기간	교육과정명	교육대상	기 간
1	디지털아카데미	문화관광부/ Kocca연계교육사업부	-2D/3D/영상편집과정 -기획/마케팅과정	전공자 및 비전공자 재교육/신화교육 (100명)	6개월 16주과정 (연2회운영)
2	연구현장연수사업	산업자원부/한국산업 기술재단연계교육사업	-자바기반 IT인력일본취업과정 -디지털영상콘텐츠전문가과정 -게임개발자과정 -모바일콘텐츠제작과정 -광인터넷서비스분야	기초교육 및 전문가 과정교육	6개월 16주과정 (연2회운영)
3	지역특성화연계 인력양성사업	교육인적자원부/ 대학연계교육사업	-디지털애니메이션전문가양성과정 -VFX디지털디자인양성과정	전문가과정교육	6개월 24주 . 16주과정
4	지역인적자원의 미래활용사업	노동부/한국산업 인력공단연계교육사업	-콘텐츠마케팅전문가양성과정 -콘텐츠기획전문가양성과정	기초교육 및 전문가 과정교육	6개월 16주과정

4. 광주 전남의 인적 자원 양성 사례

• 광주지역 문화산업연관 교육사업

구분	교육사업 프로젝트명	협찬.협조.주관 및 연계기간	교육과정명	교육대상	기 간
5	IT인력 해외전문 교육사업	정보통신부/정보통신 연구진흥원 연계교육사업	-IT인력해외연수과정 (해외교수인력 국내워크샵)	전문과심화과정	기 간
6	여성전문인력 문화콘텐츠 특화교육사업	여성부/동신대 여성문화연구소	-문화콘텐츠기획자과정	기초교양과정 (여성일반대상)	1년 48주과정
7	시민대상콘텐츠 교양프로그램	광주정보.문화산업진흥원 (자체개발프로그램)	-2D애니메이션기초과정 -플래시애니메이션제작과정 -기획/마케팅과정	기초교양과정 (여성일반대상)	4개월 16주과정
8	소프트타운입주사 직무능력향상교육	광주정보.문화산업진흥원 (자체개발프로그램)	-디지털애니메이션 전문가양성과정	전문가심화과정 (소프트타운 입주인력)	6개월 24주
9	디지털콘텐츠 주말기술세미나	광주정보.문화산업진흥원 (자체개발프로그램)	-VFX디지털디자이너양성과정	전문가심화과정 (업계전문인력대상)	주1회(주말) 6개월 24회과정
10	대학교수인력 재교육/심화교육 세미나	광주정보.문화산업진흥원 (자체개발프로그램)	-콘텐츠지획전문가양성과정	전문가심화과정 (CEO/교수/ 강사인력대상)	주1회(주말) 4개월 16회과정

지역 문화산업 관련 학과 현황 (2003년)

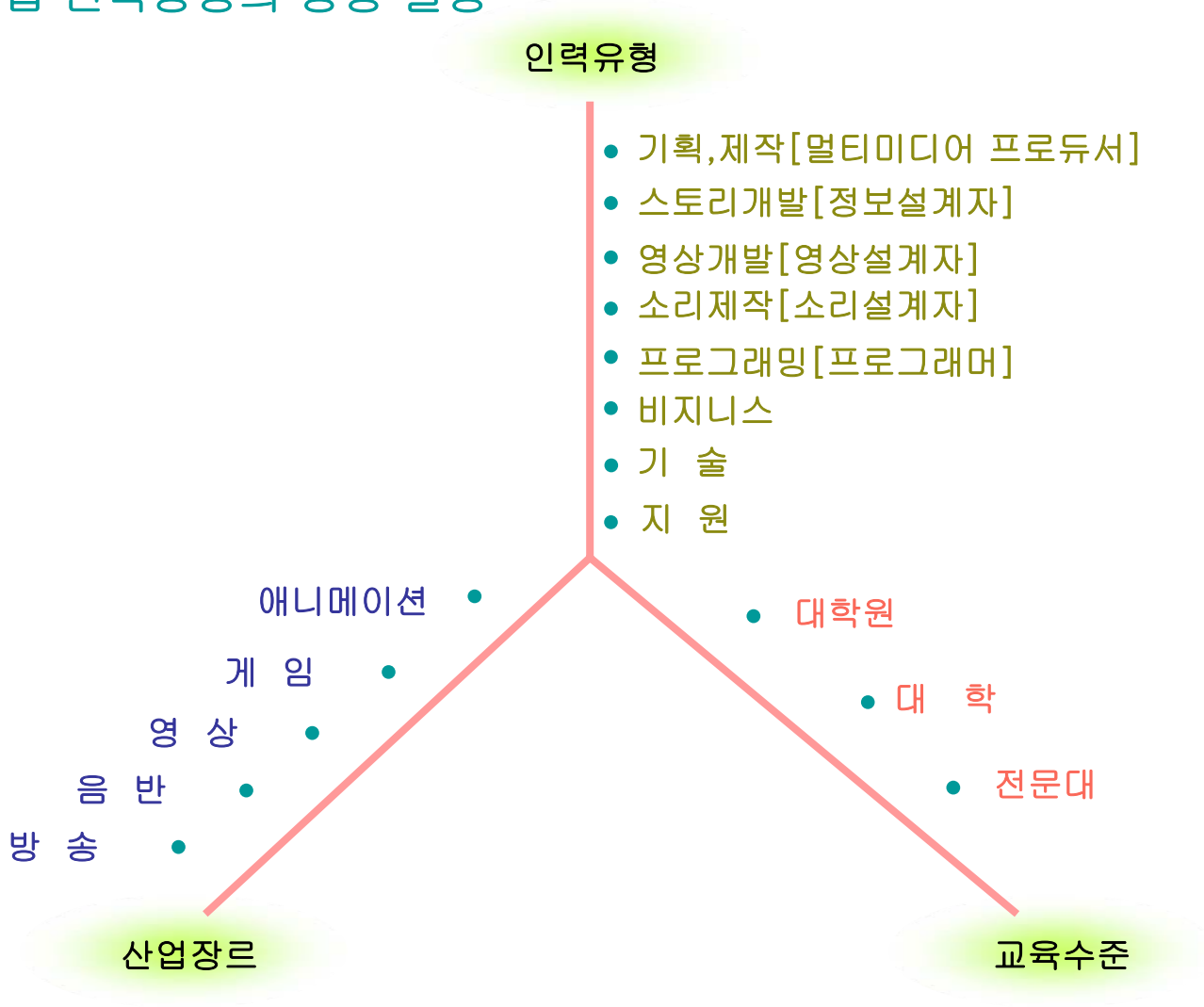
구 분	대 학 수	학 과 수	학생수	'03 졸업생수	취업률
4년제대학	21	57	11,292	2,219	53.1
2년제대학	18	27	3,325	2,094	82.1
총 계	39	84	14,617	4,314	67.1

지역 문화산업 관련 창업보육센터 현황 (2003년)

구 분	창업보육센터수	보육업체수	CT 관련업체수	비 고
4년제대학	9	158	7	
2년제대학	3	35	5	
기타 기관	2	45	2	
총 계	16	266	22	

5. 경쟁력 강화 방안

- 문화산업 인력양성의 방향 설정



5. 경쟁력 강화 방안

고급 제작인력 양성 기반 구축

<디지털 콘텐츠 전문교육 콤플렉스 건립>

- CGI 전문인력 양성센터
- 디지털콘텐츠 인턴쉽 교육센터
- 디지털콘텐츠 전문인력 리크루팅 전문데이터베이스 센터
- 디지털콘텐츠 전문인력 재교육센터
- 디지털콘텐츠 국제훈련센터
- 국제 시나리오 아카데미

정규교육기관 현장학급체제 수립과 실현의 장 마련

- 인턴쉽 프로그램 제도화
- 학제간 연계강화
- 지방 정부 지원
- 해외 연수 프로그램
- 산학연 연계교육 시스템 구축

기획력 향상 교육의 중심

여성 전문인력 양성 및 청소년 장기 육성교육의 중심

공모전 휩쓰는 전남대 여수 캠퍼스 벤처 동아리 '디디엘' '디지털 콘텐츠'로 취업 희망 키운다



전남대 여수캠퍼스 문화콘텐츠학부 멀티미디어 전공 소속 벤처 동아리 디디엘이 각종 디지털 콘텐츠 공모전을 휩쓸고 있다.
디디엘은 최근 한국관광공사가 주최한 제1회 대한민국 관광 플래시 애니메이션 공모전에서 한국관광공사 사장상을 받았다. '이들은 '우리나라의 관광 매력을 국내외에 홍보할 수 있는 내용'이라는 주제의 공모전에서 '엔드리스 코리아(Endless Korea)'라는 작품을 출품해 2위를 차지했다. 올 2월 문화원형 창작콘텐츠공모전에 '임진왜란 전라좌수영의 거북선 디지털 콘텐츠'를 출품해 한국문화콘텐츠진흥원장상을 받았다. 지난해엔 대한민국 창업대전에서 캐릭터 산업자원부장관상을, 전국대학생 졸업작품 공모전에서 우수상을 각각 수상하는 등 3년여 만에 각종 공모전에서 125차례 수상했다.
디디엘은 2003년 3월 김경수 교수가 부임하면서 학생 20여 명이 참여해 출발했다. 김 교수는 "일본의 '엽기토끼'나 졸라맨 캐릭터를 만든 이들도 전문학교 출신들"이라며 "수학을 잘 몰라도 디지털 콘텐츠 분야에선 아이디어와 열정만 있으면 잘 할 수 있다고 격려했다"고 말했다.
학생들은 '멀티미디어 콘텐츠 제작 전문가' '게임기획 전문가' 등의 컴퓨터 관련 희귀 자격증을 5~8개 정도씩 땄다. 또 벤처 회사처럼 매일 아침 1시간동안 기획 회의를 열고 하루를 시작했다. 디지털 애니메이션 회사를 직접 운영했던 김 교수는 "제자들과 알콩달콩 웃고 생활하며 창의적인 아이디어를 함께 모았다"고 말했다.
이들은 거북선을 디지털 캐릭터로 만드는 작업을 하며 밤을 샜다. 또 이미지를 프로그램에 담아 플래시 애니메이션을 제작하면서 휴일을 반납하기 일쑤였다. 디디엘 서용준(29)씨는 "공모전 출품 한달 전엔 동아리 방에서 새벽까지 작업을 하며 잠을 잤다"며 "회원들이 열심히 노력해 졸업과 함께 관련 분야에 취업을 하는 것을 보면 힘이 난다"고 말했다.
디디엘 회원 중 올 2월 졸업생들은 디지털 콘텐츠 분야로 진출하고 있다. 1명은 대학원 진학을 준비하고 있고, 2명은 게임회사 등으로 취업했다.여수문화방송 보도국에서 컴퓨터 그래픽을 담당하는 문송희(24)씨는 "공모전을 위해 밤새워 공동작업을 했던 동아리 경험이 지금 직장에서 큰 도움이 된다"고 말했다.

<한계레 2006.09.22>

전통문화콘텐츠 X-edu 인력양성사업

2006. 9.

전통문화콘텐츠 X-edu사업단

(전주대학교, 전주비전대학, 전주기전대학)

Ⅰ. 사업 목적

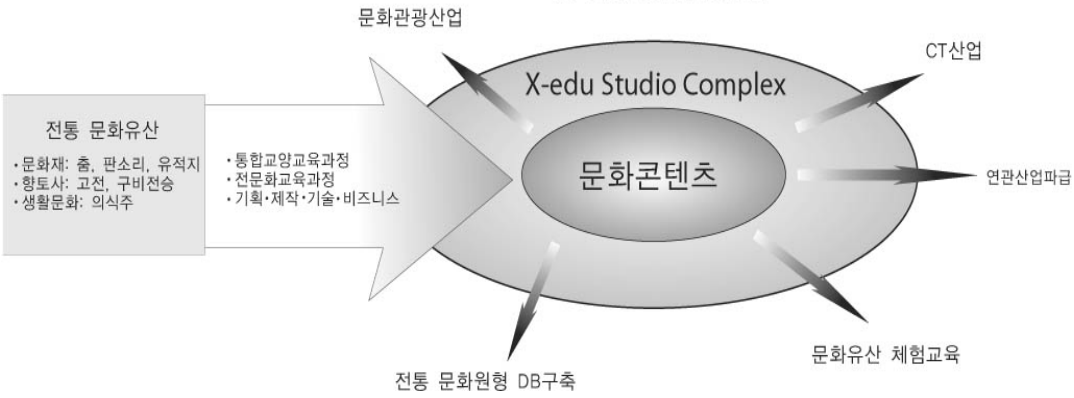
1. 사업 목적

■ 전통문화콘텐츠 X-edu 사업의 목적

○ 전통문화를 재창출하고 세계화를 구현하는 창조적인 전통 문화 콘텐츠 X-edu 인력양성

- X-edu(eXperience-based education)는 경험기반 교육을 지칭
- 인간의 지식, 감성, 창의력, 이야기 및 상상력이 경제적 부가가치를 창출하는 경험 경제 시대에는 창조적인 인력이 필요
- X-edu 인력은 인문학적 소양, 정보기술의 이해, 예술적 심미성 등을 겸비하고 경험재적 속성을 지닌 문화콘텐츠의 창출에 적합하도록 통합학문을 실무위주로 교육받은 인재를 뜻함

○ 전통문화 원형(춤, 판소리, 유적지, 고전, 구비전승, 의식주)의 발굴과 디지털 복원을 통하여 전통문화콘텐츠를 기획·제작하고, 이를 바탕으로 수익창출 비즈니스 모델을 개발하여 지역경제 활성화 및 전통문화의 세계화에 기여할 수 있는 인력 양성



- 전북은 마한, 백제, 후백제, 조선 등 왕조 문화의 발상지이며, 천혜의 지리적 조건에 의한 도작문화의 근원지로 풍부한 유무형 역사, 문화자원, 맛과 소리, 예향의 도시 이미지를 확보하고 있으며, 기초 지자체들은 전통문화자원의 산업화에 많은 노력을 기울이고 있음
- 전북만이 갖고 있는 차별화된 문화자산에 인문콘텐츠, 문화기술, 영상산업을 연계한 전통문화콘텐츠 산업 관련 전문 인력 양성

■ 사업 개요

○ 전통문화를 재창출하고 세계화를 구현하는 창조적인 전통 문화 콘텐츠 X-edu 인력양성

- 신설된 문화산업대학을 중심으로 다학문적 통합교양교육과정과 기획·제작·기술·비즈니스를 연계하는 전문화 교육과정을 운영하며, X-edu Studio Complex에서의 프로젝트형 실무교육을 통해 X-edu 전문 인력 양성
- 1, 2차년도 사업에서는 문화콘텐츠에서 요구하는 문화콘텐츠 기획, 기술, 제작, 그리고 비즈니스 분야의 인력을 효과적으로 양성하기 위한 전문화 교육과정의 개발을 완료하고, 누리사업에 참여하고 있는 각 대학/학부(전공) 및 협력 산업체와 연계하여 체험형 교육프로그램으로 내실화를 기하였으며, 3차년도에는 지역문화산업 발전을 위한 인력육성 방안 하에 신설된 문화산업대학을 중심으로 지역 문화 산업 현장의 요구에 부응하고 현장 적응력 있는 인력을 양성

○ 문화콘텐츠 전문화교육과정의 전공별 인력양성을 세분화하여 현장의 요구에 부응하는 인재를 양성하기 위하여, 3차년도에는 산업체 전문가를 활용하는 '맞춤형 교육프로그램'을 내실화

- 1학년부터 취업까지의 캐리어를 관리하는 취업 및 진로지도 정보시스템을 구축하며, 취업아카데미 등의 교육과정을 운영하여 취업을 극대화
- 전문화교육과정의 운영에 요구되는 교육시설 및 인력 등 교육인프라를 구축하고, 취업률 향상을 위한 국내외 견학, 산업체현장실습, 국내외 인턴쉽, 전문가초청 특강 및 세미나 등의 프로그램 운영

○ 관산학연 협력네트워크를 구축하고 지역 문화상품의 브랜드화를 추진하며 전주시에서 추진하고 있는 전통문화중심도시 협력 등 지방자치단체와의 협력체계를 공고화

- 창업의 활성화, 고용창출 등으로 지역경제발전에 기여하고, 지역 브랜드를 창출하는 문화산업클러스터 형성
- 문화자원개발 전략은 자원의 발굴, 공간의 결합, 기능의 복합화, 브랜드 개발이 핵심이며, 지역의 문화자원과 공간을 결합하여 수립되어야 함에 따라 전통문화콘텐츠산업의 허브역할을 담당하는 문화터미널 구축

- 지역적 특수성이 반영된 문화콘텐츠는 그 산업적 가치를 창조하는데 매우 유용한 자산이므로 지역문화상품의 브랜드화를 추진하여 전북 경제 활성화 도모

■ 사업 분야 인력양성의 필요성

○ 2004년말을 기준으로 국내의 출판, 만화, 음악, 게임 등 10개 문화사업부문의 총매출규모는 50조 600억원에 이르고 있으며, 향후 매년 10% 이상의 높은 성장률을 보일 것으로 전망 (문화산업백서 2005)

산업구분	총 매출 규모 (백만원)
출 판	18,921,018
만 화	505,867
음 악	2,133,155
게 임	4,315,600
영 화	3,022,403
애니메이션	265,015
방 송	7,772,805
광 고	8,026,040
캐릭터	4,219,258
인터넷 및 모바일콘텐츠 외 기타	878,973
합 계	50,060,134

○ 전북은 유·무형 역사문화자산, 맛과 소리, 예향의 도시라는 이미지를 확보하고 있으며, 전북 고유의 전통문화자원을 기반으로 경제적 부가가치를 창출하는 전통문화콘텐츠산업을 집중 육성하는 것이 지역발전을 도모하는 핵심 동력을 제공할 수 있음

문 화 재	국가지정 180건(전국대비 5.4%), 시도지정 문화재와 문화재자료 등 총 654건(전국대비 7.6%) 보유
문화행사	전주세계소리축제, 전주대사습놀이, 전주산조예술제, 전주한지전통공예전 등
문화자원	전주(견훤왕궁터, 동고산성, 전통한옥), 익산(서동 설화의 사랑문화), 군산(일제식민지수탈문화), 김제(벽골제 도작문화), 정읍(동학농민혁명), 고창(고인돌), 남원(판소리), 순창(전통발효식품), 진안(인삼, 홍삼), 무주(자연생태체험), 전북(천주교성지순례, 백제문화, 산성, 조선의 발상지) 등

○ 국가차원의 문화산업육성전략, 전북지역 전략산업, 전주시 및 전북지역 내 자치단체들의 전통문화육성정책 등에서 전통문화·관광·영상산업이 향후 지역의 핵심 전략산업으로서의 성장잠재력이 가장 높음

정부	- 제4차 국토종합계획(2000-2020)에 전주시를 '문화영상산업 거점도시' 지정 - 2003년 문화산업을 차세대 성장동력으로 선정하여 집중 육성하기로 함
전라북도	- "지역혁신발전 5개년 계획"에서 전통문화·영상·관광산업을 지역전략산업으로 선정하여 지역의 대표 이미지산업으로 집중 육성 추진 - "전라북도 영상산업 육성기본계획"에서 '오감만족체험 문화관광영상수도 조성'을 목표로 디지털콘텐츠 및 가상현실기반기술을 전략적으로 집중·육성 발표
전주시	- 2005년도 "전통문화중심도시"로 선정하여 1조 7천억원 규모 사업 예정 - 전통문화특구(전통음식, 한지, 소리)조성 및 전통한옥마을 보존사업실시
자치단체	- 전통문화세계화(혼불문학마을, 춘향제)계획, 전통목공예·옻칠산업육성, 벽골제국민 테마파크, 부안영상테마파크조성, 무주 태권도공원 조성사업, 무주 신재생에너지 테마파크, 전통공예촌, 고인돌 선사문화유적, 장류·고추장·복분자술 브랜드 육성, 부안 새만금관광사업 등

2. 인력 양성 분야 및 규모

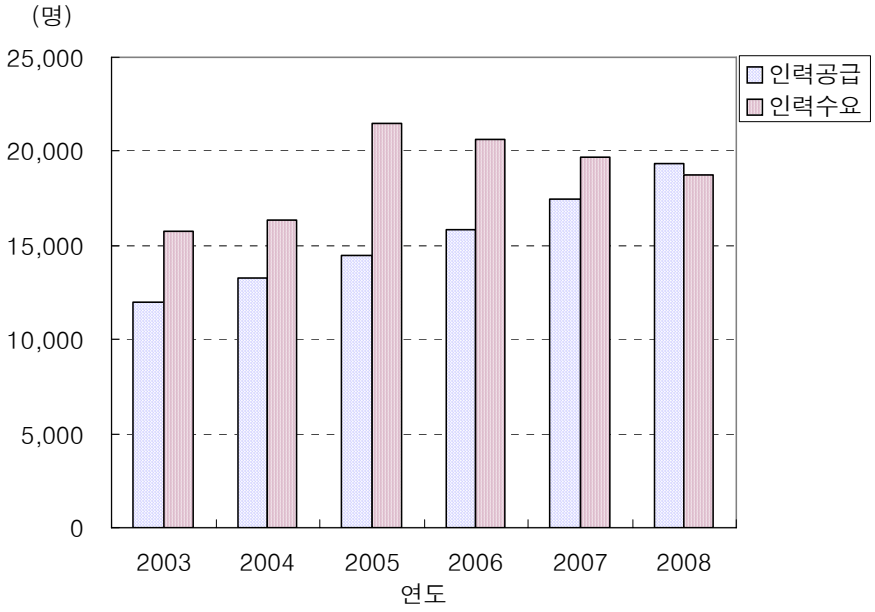
■ 문화산업의 시장규모 및 동향

○ 국내외 문화산업의 시장규모는 경제성장률을 훨씬 더 상회하는 지속적인 성장을 이룰 것으로 예상됨

- 2003년 세계 문화산업의 시장규모는 1조 2,290억 달러로서, 2004년부터 2008년까지 연평균 6.3%의 성장률을 보여 2008년에는 시장규모가 1조 6,710억 달러에 이를 것으로 추정(Entertainment & Media Outlook: 2004-2008, PWC 2004년)
- 2004년 말 기준 국내문화산업의 시장규모는 50조 600억원으로, 2005년 이후에는 국가경제성장률 전망치인 4.0%를 훨씬 더 초과하는 10% 이상의 평균성장률을 보일 것으로 예측(문화산업백서 2005)

○ 2004년도 국내 문화산업 종사자는 50여만명으로, 문화상품에 대한 수요증가와 다양한 상품의 등장 및 해외진출 등으로 2010년에는 약 60만명

이상으로 증가할 것으로 전망 (문화산업백서 2005; 국가인력수급 중장기 계획 2002)



- 전라북도 영상산업 육성기본계획에 따르면, 2010년까지 전북 문화산업의 시장규모를 1조 2,400억 원(전국 시장의 5%)으로 증가시키고, 6,600명의 문화산업 종사자를 양성할 계획으로 취업전망이 매우 밝음
- 문화콘텐츠산업 인력양성종합계획(2004. 2)에 의하면, 문화콘텐츠산업의 평균성장률을 15%로 가정할 경우, 2008년까지 문화콘텐츠 인력의 공급부족 현상이 지속될 것으로 예상됨

■ 인력양성 규모

○ 전북만이 갖고 있는 차별화된 문화자산에 인문콘텐츠, 문화기술, 영상산업을 연계한 전통문화콘텐츠 산업 관련 전문 인력 양성

○ 전통문화 원형(춤, 판소리, 유적지, 고전, 구비전승, 의식주)의 발굴과 디지털 복원을 통하여 전통문화콘텐츠를 기획·제작하고, 이를 바탕으로 수익창출 비즈니스 모델을 개발하여 지역경제 활성화 및 전통문화의 세계화에 기여할 수 있는 인력 양성

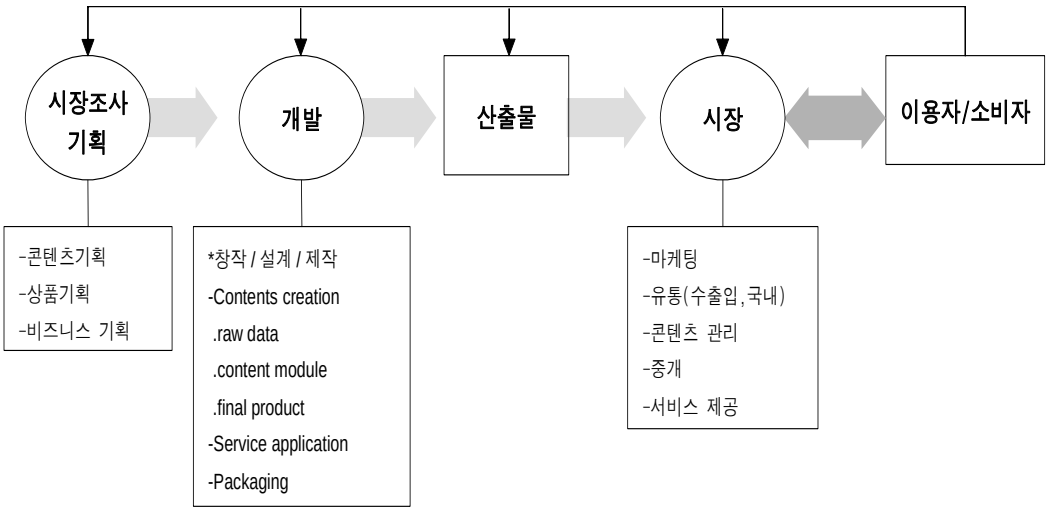
○ 누리사업의 자체성과지표로 설정한 연차별 인력양성 규모는 다음 표와 같으며, 입학정원을 기준으로 연차적으로 문화콘텐츠인력의 양성비율을 확대해 나갈 계획임

구분	정원	현재수준	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
전문학사(명)	70	21(30%)	50(71%)	50(71%)	50(71%)	50(71%)	60(86%)
학사(명)	570	110(19%)	171(30%)	228(40%)	285(50%)	314(55%)	342(60%)
합 계	640	131(21%)	221(35%)	278(43%)	335(52%)	364(57%)	402(63%)

■ 인력양성 분야 및 수준

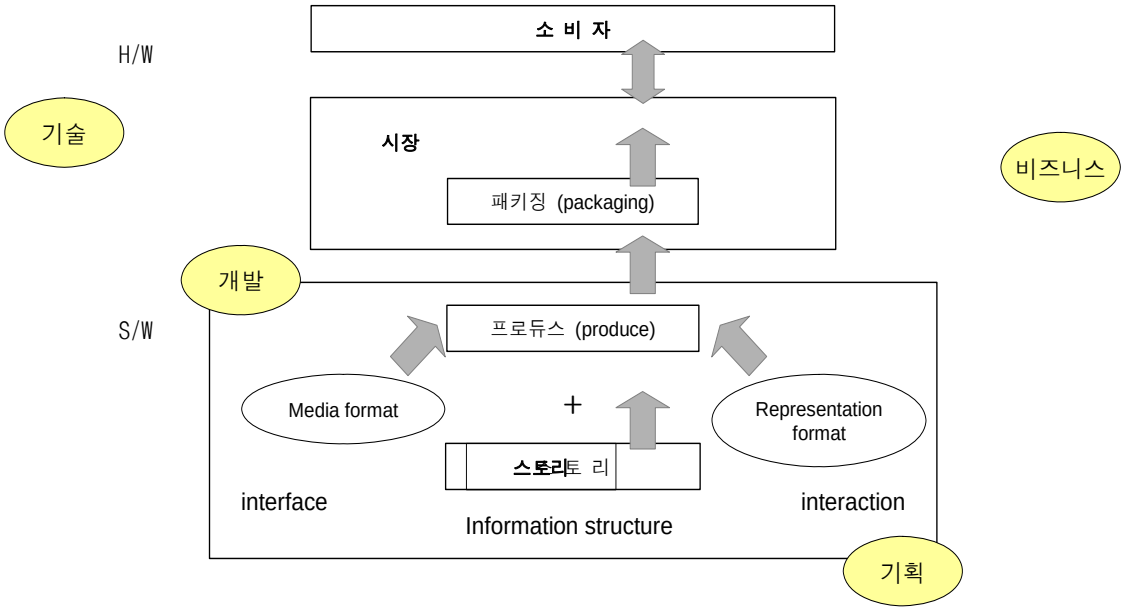
○ 한국문화콘텐츠진흥원의 '문화콘텐츠산업 학과 커리큘럼 가이드북'에 따르면 문화콘텐츠 산업 분야는 업무에 따라 기획, 개발, 시장으로 구분

- 기획 단계는 전체적인 사업의 방향을 설정하고 사업 목표달성에 필요한 청사진을 마련하며, 사업진행에 요구되는 일정과 인적, 물적 자원의 기획과 확보작업을 포함
- 개발 단계는 기획, 창작(스토리 개발), 설계, 제작, 편집과 패키징 작업 등으로 이루어짐
- 시장은 제작물과 소비자인 사용자의 매개체로 국내외 유통, 온라인 혹은 오프라인에서의 유통과 판매, 홍보, 중개, 관리 등으로 이루어짐



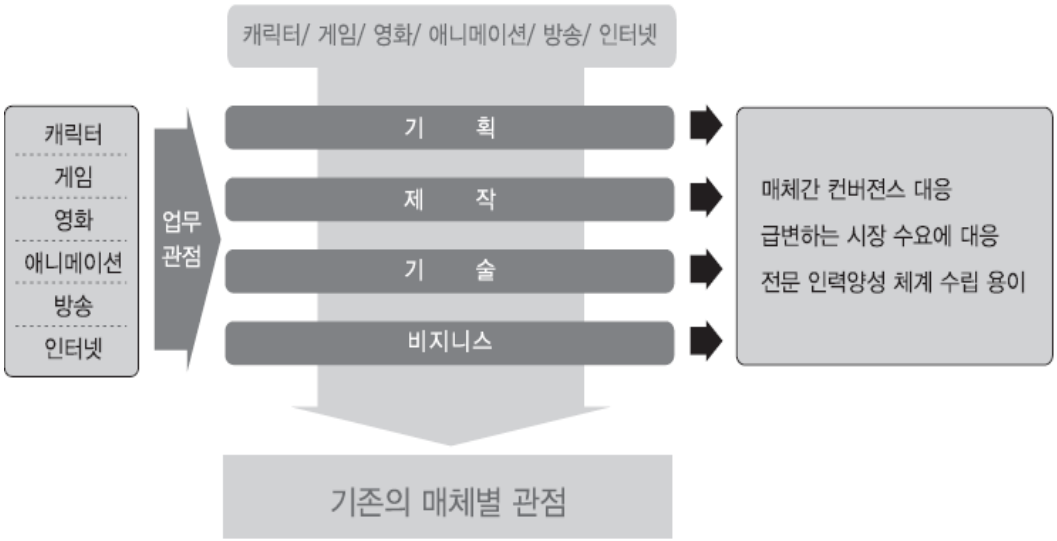
○ 위의 업무에 따라 문화콘텐츠 산업에서 요구되는 인재를 구분하면 기획 인력, 비즈니스 인력, 제작 인력, 기술 인력으로 구분할 수 있으며, 문화

콘텐츠 산업의 주요 인력 수요분야 및 각 분야 간의 관계를 그림으로 나타내면 다음과 같음



○ 매체간 컨버전스와 급변하는 시장수요에 대처하기 위한 기획, 기술, 제작, 비즈니스 등 업무 중심의 횡적 매트릭스 구조를 고려한 인력양성

- 사업 관련 협력 업체 및 관련 전문가들과의 논의 결과 1차적으로 대학에서 배출해야할 인력으로 각각의 매체별 (영화, 게임, 웹, 등) 특화된 전문가를 양성하는 것은 바람직하지 못함



- 1차적으로 업무 중심의 기획, 제작, 기술, 비즈니스 4가지 관점으로 인력을 양성하여 해당 업무 분야에 특화된 인력을 배출하고, 해당 인력이 실제 업무를 수행하면서 매체별 전문성을 갖도록 하는 것이 바람직함 (문화산업 전문인력 형성구조와 정책지원, 노동연구원 2006)
- 향후 예상되는 매체간의 컨버전스 현상에 대해서도 잘 대응하여 매체가 바뀌거나 복합되더라도 해당 업무 분야를 다매체에 적용할 수 있도록 유연성 있는 인력양성 체계를 구축함
- 업무 중심 인력양성 체제의 경우 전문성 면에서 다소 미흡 할 수 있으나 비학점 교육, 산학협력 프로젝트 및 졸업생 리콜 교육을 통해 최대한 전문성을 확보함

○ 전통문화콘텐츠 X-edu 사업단의 전문화 4개 과정에서 양성할 인력의 주요 분야 및 규모는 다음과 같음

전문화과정	주요 분야	주요 취업분야	양성규모
기 획	시나리오 작가 전통문화 컨설팅 프로듀서 공연 및 축제 기획 전시기획	시나리오작가, 구성작가, 감독, 프로듀서, 제작자, 문화컨설팅, 프로젝트 관리, 상품기획	60 명
제 작	애니메이션 제작 방송 및 영화제작 게임그래픽전문가 웹 디자이너 VR 콘텐츠 제작 후반작업 디자이너 디지털문화유산 복원 문화상품 제작	연출, 색채설계자, 녹음 기획자, 조명감독, 촬영 감독, 라이팅 랜더링 담당, CG 아티스트, BGM 담당, 캐릭터디자이너, 색채담당자, 믹싱 담당자, 컬러디자이너, 색보정자, 편집기사, CG 디자이너, 광고제작, 카메라맨, 멀티미디어 콘텐츠 제작, 문화상품 개발, 가상현실 개발, 게임그래픽, 디지털문화유산복원 전문가, 웹디자이너, 문화상품제작	175 명
기 술	모바일 게임 유비쿼터스	하드웨어시스템 관리, 소프트웨어 개발, 모바일 프로그래밍, 미디어통합 관리, 게임 프로그래머,	40 명
비즈니스	전자상거래 홍보 및 마케팅 배급	홍보 마케팅 담당자, 극장 배급업자, 광고기획자, 프로그램 담당 PD, 평론가, 온라인 유통자, 영업 마케팅담당자	60 명
합계		전문학사 50명 학사 285명	335 명

II. 세부사업

1. 전통문화 콘텐츠 X-edu 전문 인력 양성 사업

■ 필요성

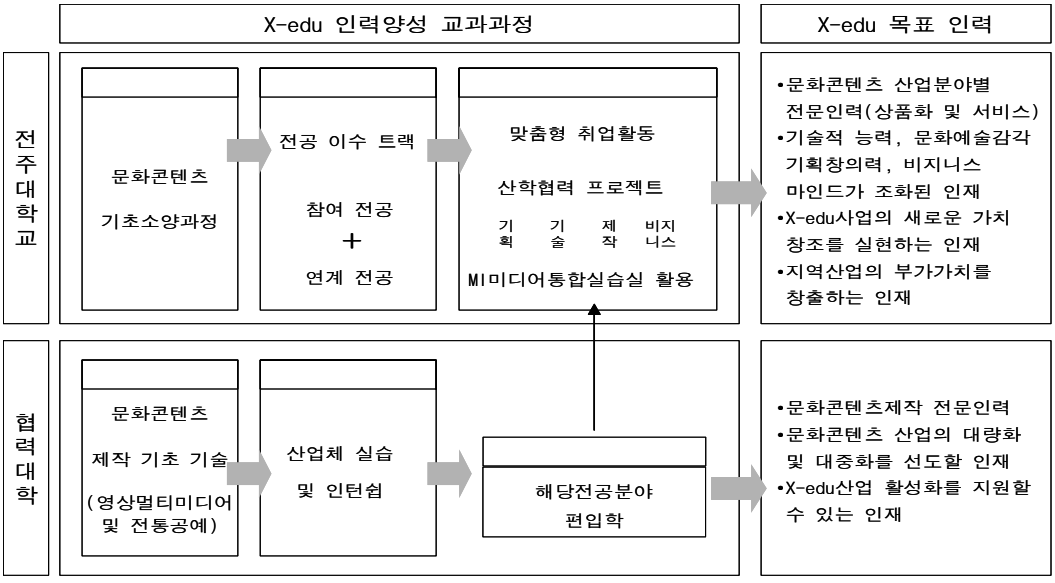
○ 문화콘텐츠산업의 새로운 가치를 창출하기 위해서는 인문, 예술, 기술 등 다양한 학문 분야에 대한 통합교육을 통해 전통문화와 인문학적 소양, IT기술의 이해력, 예술적 심미성 등을 갖춘 문화콘텐츠 전문 인력의 양성이 요구됨

○ 문화콘텐츠산업에서 기획, 제작, 기술, 그리고 비즈니스 등의 기능별로 특화된 인력뿐 아니라, 각 기능을 연결하는 복수의 기능을 소유한 전문 인력을 양성하기 위한 새로운 교육과정체계의 구축이 요구됨

■ 목표

○ 문화예술 및 인문사회학적 지식과 소양, 문화 예술적 심미성, 그리고 정보기술에 대한 이해력을 기반으로 통합적 체험적 실무적 교육을 실시하여, 최고 수준의 기획력과 기술력, 예술적 상상력을 지닌 창의적인 문화콘텐츠 전문가 양성

○ 문화콘텐츠 전문 인력 양성을 위해 기획, 제작, 기술, 비즈니스 전문화교육프로그램을 운영하고, 우수학생 유치 및 교육활동을 지원하며, 교수역량 강화



■ 전문화 교육과정 개선 및 교과목 개발

○ 목표

- 인문학, 기술, 예술적 소양, 경영적 마인드를 지닌 문화콘텐츠 전문인력을 양성하기 위한 학제간의 통합교육과정을 구축하고, 사회 및 산업체의 요구를 반영한 다양한 문화콘텐츠 교육과정 트랙 제시
- 전주대학교 X-edu Studio Complex에 구축된 미디어 통합시스템과 다양한 연계제작시설을 활용하여 프로젝트형 교육을 실시함으로써, 학생들의 실무능력을 배양
- 문화콘텐츠 전문화 교육을 보다 효과적·효율적으로 수행하기 위해 영상예술학부와 정보기술공학부를 통합하여 문화산업대학을 신설하고 새로운 교과과정 체계 구축

○ 주요내용 및 재정집행 계획

- 사회와 산업체의 요구사항을 반영한 실무중심의 교육을 위해 산학협력 프로젝트, 국내외 인턴쉽, 산업체 현장견학, 전문가 초청강연, 전공취업체험, 산업체 위탁교육 등 다양한 실무형, 체험형 교육 프로그램 운영
- 문화콘텐츠 기획, 제작, 기술, 비즈니스 등의 전문인력을 양성하기 위해 1학년에는 문화산업론, 문화기술개론, 포토그래피와 영상기초 등 기초소양교과를 운영하며, 2학년에서는 콘텐츠기획, 스토리텔링, 컴퓨터그래픽스 등 각 전공의 교과과정과 연계전공의 일부교과를 운영하고, 3학년 이후에는 전문화교육과정별 프로그램 운영
- 신설되는 문화산업대학의 모든 학생들은 누리사업에서 요구하는 문화 및 기술적 기초소양을 함양하기 위해 1학년 과정에서 모든 학부와 전공에 대해 동일한 계열기초와 학부기초과목을 개설하여 운영하며, 좋은 성과를 나타내고 있는 산학협력프로젝트를 강화하여 3학년 2학기와 4학년 1학기에 개설
- 누리사업에 참여하고 있는 13개 전공이 갖고 있는 다양성을 활용하여 4개 영역의 전문화교육과정을 구성한 후, 각 과정을 트랙으로 연결하는 매트릭스(Matrix) 교육과정체계 구축

참여전공	기획	제작	기술	비즈니스
문화콘텐츠	문화콘텐츠전시기획 문화컨설팅이론과실제 문화콘텐츠마케팅 기획서작성과PT			
한국언어문화	문화콘텐츠기획 발상과 표현 미디어와스토리텔링 이야기원형과콘텐츠 게임시나리오기획			
전통음식문화	문화이벤트기획 전통식품상품개발 전통생활문화원형			
시각디자인		영상콘텐츠제작1,2 캐릭터디자인 인털렉티브디자인	2D컴퓨터그래픽스	
연극영화		영상특수효과제작실습 음향설계제작 디지털편집1, 2	HD영상촬영기법 영상제작연출기법 영상과음향	
사진만화 애니메이션		스토리보드제작 디지털사진제작실기 디지털애니메이션제작 애니메이션창작실기	디지털사진촬영기법	
전통패션문화		패션디자인1,2 입체디자인1,2		
멀티미디어공학		게임기획및제작 게임제작실습 게임응용프로젝트1,2 2D게임그래픽배경제작 3D게임그래픽배경제작 컴퓨터애니메이션	미디의활용 멀티미디어처리 디지털사운드의이해	
전산정보수학 (영상콘텐츠)			디지털전통문양 문화유산디지털복원 리버스엔지니어링	
컴퓨터공학			무선네트워크 모바일응용 무선인터넷프로그래밍 모바일콘텐츠제작실습	
정보시스템 (e-Business)	프로젝트관리	웹프로그래밍 웹사이트구축실무 웹서버구축및실습	웹사이트분석및설계	문화콘텐츠광고홍보론 디지털콘텐츠론 콘텐츠비즈니스창업론 문화콘텐츠비즈니스 전자상거래 미디어통합
호텔경영				문화경영원론 문화산업소비자행동론 문화정책과법령 문화산업비즈니스
관광정보				문화상품화전략 이벤트비즈니스론 국제문화관광체험
산학협력	산학협력프로젝트 I, 산학협력프로젝트 II, 국내외 인턴십			
공통기초	스토리텔링, 콘텐츠기획, 공연예술, 색채학, 디지털영상제작, 컴퓨터그래픽스, 컴퓨터언어, 웹콘텐츠제작			
문화기초소양	문화산업론, 포토그래피와영상기초, 드로잉, 문화기술개론, 기초디자인 리더십커뮤니케이션, 디지털시대의회의리더십, Reading & Writing, 컴퓨터, 외국어			

- 전문화교육과정을 횡으로 구성하면 기획→제작→기술→비즈니스를 연결하는 트랙들을 매트릭스로 구성할 수 있으므로, 연계전공주임교수 및 각 전공지도교수의 수강지도를 통해 아래의 예시와 같은 트랙을 구성함으로써, 사회 및 산업에서 요구하는 다양한 인력수요를 충족시키고 있음.
- 예를 들어, 전문화교육과정의 제작분야에서 스토리보드제작, 게임기획 및 제작, 캐릭터디자인, 게임프로젝트 등을 이수하며, 기획분야에서 미디어와 스토리텔링, 게임시나리오기획 등을 이수하고 기술분야에서는 멀티미디어처리와 디지털사운드의 이해, 그리고 비즈니스분야에서는 문화콘텐츠비즈니스 등을 이수하면 게임트랙을 구성하게 됨

영역 / 트랙	기획	제작	기술	비즈니스
게임	미디어와스토리텔링 이야기원형과콘텐츠 게임시나리오기획 기획서작성과PT	스토리보드제작 게임기획및제작 캐릭터디자인 패션디자인1,2 게임제작실습 게임응용프로젝트1,2 2D게임그래픽배경제작 3D게임그래픽배경제작	2D컴퓨터그래픽스 영상과음향 멀티미디어처리 디지털사운드의이해 무선인터넷프로그램	문화콘텐츠비즈니스 전자상거래 문화상품화전략 문화콘텐츠광고홍보론
디지털 문화유산복원	미디어와스토리텔링 전통생활문화원형 이야기원형과콘텐츠	영상콘텐츠제작 디지털편집	디지털전통문양 문화유산디지털복원 리버스엔지니어링 디지털사진촬영기법	디지털콘텐츠론 문화상품화전략 문화정책과법령 문화콘텐츠광고홍보론
방송 및 영상제작	문화콘텐츠기획 발상과 표현 미디어와스토리텔링	영상콘텐츠제작 영상특수효과제작실습 음향설계제작 디지털편집	HD영상촬영기법 영상제작연출기법 영상과음향 디지털사진촬영기법 디지털사운드의이해	문화콘텐츠광고홍보론 비즈니스창업론 미디어통합
웹 프로듀서	웹 기획 발상과 표현 프로젝트관리	웹콘텐츠제작 웹프로그래밍1,2 웹사이트구축실무 웹서버구축및실습	웹사이트분석및설계 컴퓨터그래픽스 컴퓨터언어	벤처창업 전자상거래 인터넷마케팅 CRM/SCM
전시기획	문화이벤트기획 발상과 표현	패션디자인 입체디자인	미디의활용 영상과음향	문화상품화전략 이벤트비즈니스론 국제문화관광체험 문화산업소비자행동론 문화산업비즈니스

2. X-edu Studio Complex 구축 및 운영

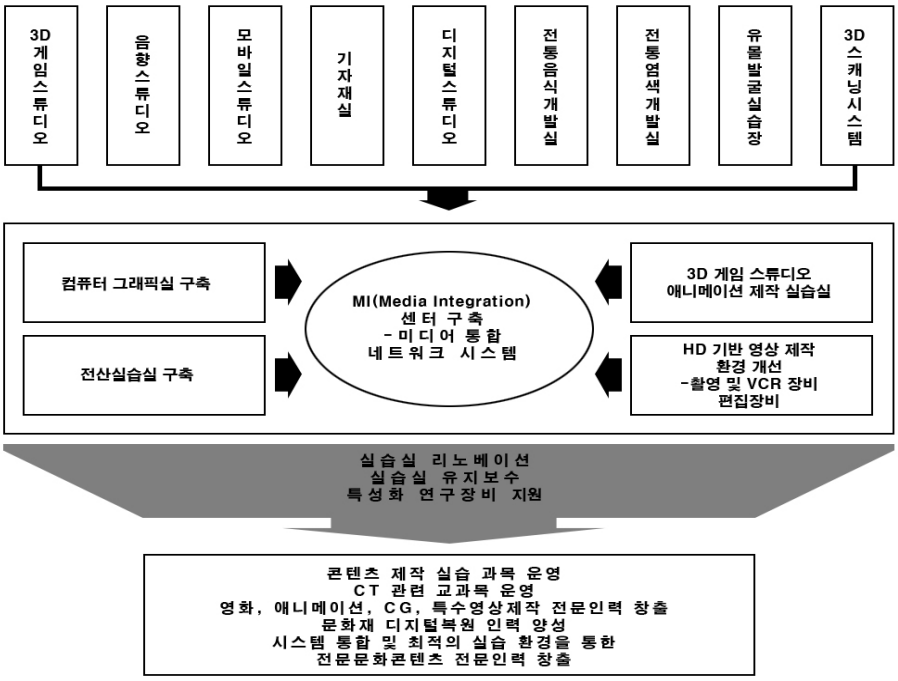
■ 목표

○ 1차년도에 구축된 9개 분야의 문화콘텐츠 제작환경을 근간으로 하여 각 분야별 제작 인프라를 디지털 영상제작 표준 흐름에 맞도록 재편하고, 초고속 실시간 기반의 협업 환경구축

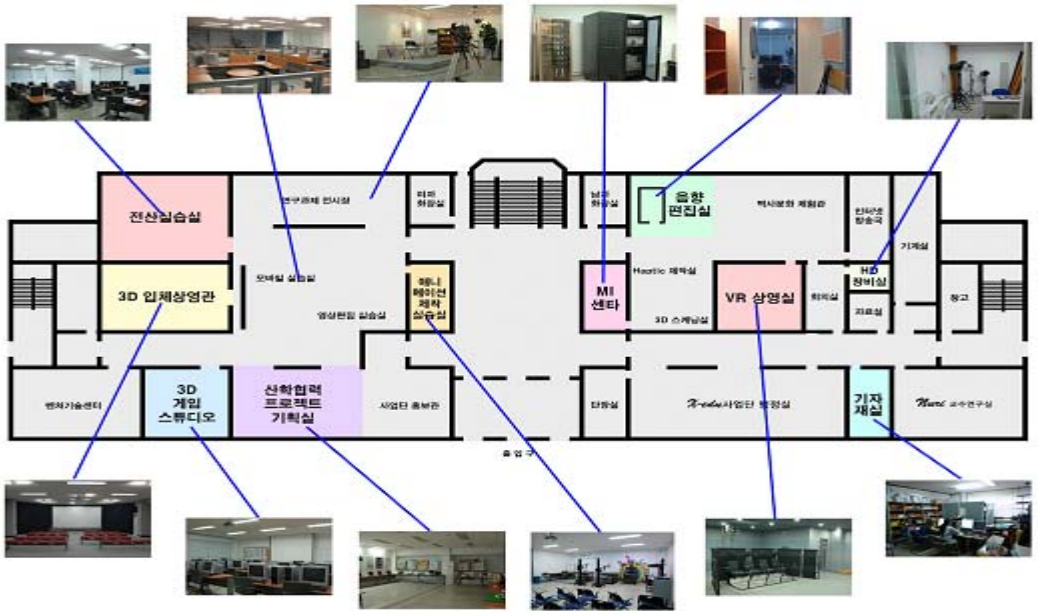
○ 산·학·연·관의 협업 환경을 개선하여 콘텐츠 제작 및 교육 환경을 표준화에 맞도록 개선하고, 적극적인 참여를 유도하여 브랜드화 할 콘텐츠를 효율적으로 생산하는데 기여하며, 첨단 디지털 및 표준 환경시스템 하에서 콘텐츠 제작 교육 실시

○ 1차년도 사업을 통해 새로이 개발된 교과목과 2차년도에 추가 설강된 교과목의 교육이 원활이 운영될 수 있도록 필요한 기자재를 도입하는 한편, 콘텐츠 제작 교육 환경 개선을 위하여 모든 실습실을 연계하고 네트워크화 시킨 X-edu Complex Studio 구축

○ 추진내용



< X-edu Studio Complex 운영체계 >



< X-edu Studio Complex 배치도 >

■ MI (Media Integration) 센터





■ 종합시사실 (3D 입체상영관, VR 상영실)





■ HD 기반 영상 장비실




■ 체험형 콘텐츠 제작실 (3D 게임 스튜디오)




■ 애니메이션 제작 실습실




■ 음향 스튜디오





■ 특성화 연구지원 장비실





■ AVID Authorized Education Center





3. 취업 활성화 프로그램 개발 운영

■ 필요성

○ 산학 협력 교육 시스템 구축을 통해 현장 중심의 전문 인력 양성 필요

○ 입학에서부터 졸업(취업) 까지 체계적인 커리어 관리 및 취업·진로 지

도 시스템 구축 필요

■ 사업목표

○ 취업 촉진 프로그램 개발·운영을 통해 졸업생 취업률 및 전공분야 진출률 목표 달성

○ 산학 협력을 통해 재학생들의 커리어 관리 및 현장 중심 교육 확대

○ 관·산·학 협력을 통해 지역 문화 산업체의 기업 경쟁력 강화

○ 전공 특화분야의 지도교수 제도를 도입하여 Man to Man 방식의 취업진로지도시스템 정착

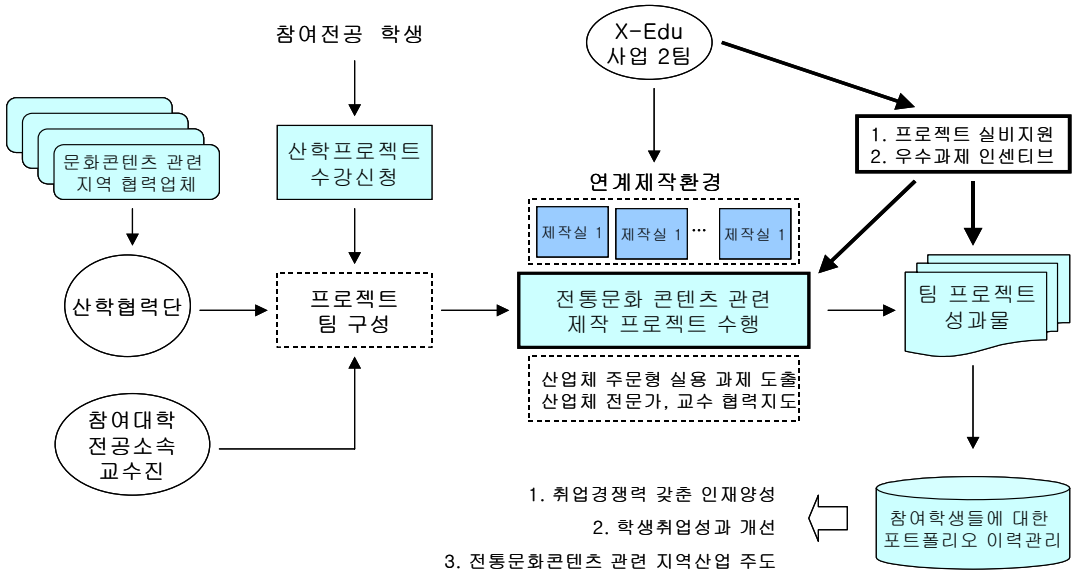
■ 산학협력 프로젝트(Capstone Design)

○ 누리사업으로 핵심 교과목으로 개설된 "산학협력 프로젝트"를 신청한 학생들이 문화콘텐츠 연계전공 전문화 과정을 이수하며, X-edu Studio Complex를 활용한 학생들을 대상으로 실무적인 능력을 함양시켜 보다 우수한 인재를 양성하여 이론과 실무를 겸비한 전통문화 콘텐츠 전문인력 창출 교육시스템 확립

○ 문화산업관련 기업체들과의 긴밀한 산·학 협력관계를 구축하고, 산·학간 공동문화콘텐츠 제작을 통하여 기획의 독창성, 표현의 참신성, 작품의 완성도를 높이는 등 이론과 실무를 겸비한 전통문화 콘텐츠 전문 인력 양성 및 취업 촉진

○ 성과 및 기대효과

- 산학협력 프로젝트를 수행한 학생들의 일부가 프로젝트 수행 업체에 취업하였으며, 전체 학생이 문화콘텐츠 관련 업체에 취업
- 캐릭터부문 프로젝트 결과물이 2005년 일본 라이선싱 아시아에 출품되어 판매 계약체결
- 최신 연계제작시설 활용을 통한 실무능력 배양
- 우수작품에 대한 지역 방송사와의 공동제작 및 방영에 합의
- 산·학 협력 체결을 통한 인턴쉽 및 취업 촉진



○ 내 용

- 문화콘텐츠 관련 산업체 주문형 팀 프로젝트 교육을 위해 각 연계전공별 학생들로 프로젝트 팀 구성
- 다양한 주제에 대하여 제작시설 제공
- 산업체와의 실질적 연계를 통한 교과 운영
- 프로젝트 수행 실비(재료비) 지원
- 엄격한 심사를 통한 우수 팀 프로젝트 선정 및 특별 인센티브 제공

○ 프로그램 추진방법

- 4학년 1, 2학기에 누리사업에 참여하는 모든 전공에 개설되는 공통 교과목인 “산학프로젝트(6학점)” 과목을 통해 신청한 학생들을 대상으로 서로 다른 전공 소속의 학생 4-6명과 관련 지역 업체, 지도교수 1-2명으로 팀 구성
- 팀 내에서의 논의를 거쳐 구체적인 세부 개발과제를 결정
- 사업팀에서는 각 프로젝트 팀들이 프로젝트를 수행하는 데 필요한 시설(연계제작환경 및 프로젝트 랩 제공)과 소요 비용을 지원
- 프로젝트 팀간의 경쟁을 도모하기 위해 우수과제 지원예산을 확보해서 과제 결과물 제출 후, 평가를 통해 우수과제를 제출한 팀에 대한 인센티브 제공

○ 2005학년도 제2학기 산학협력프로젝트 운영결과

분 류	주 제	지도교수	비 고
영상 다큐멘터리	전통놀이문화 "전주기접놀이"	김승종	
	전주 미디어 발달사	김은숙	
	우리 한지 그 소중한 선물 "지승지호"	박정희	
	보석! 그 찬란한 부활 "익산보석문화축제"	김병오	
	영상에세이 "우리들의 전통(박제된 전통)"	김광신	준우수
	인형극 "방귀쟁이"의 디지털 콘텐츠화	이용욱	최우수
홈페이지	성장영화 "몽키바나나"	김은주	
	전북의 맛 기행	송화섭	
	茶香이 머무는 자리	한동숭	
	판소리 문화 관광 상품 기획	이상균	
	Think School 교과서 전통체험 학습	이인홍	우수
애니메이션	단야설화	박소연	
	민속놀이 문화	송광인	
	마이산 설화이야기	권수태	준우수
	한지 브랜드 광고 콘텐츠 개발	황인수	
	전주 향교의 디지털 콘텐츠화	고선우	
	청실·홍실 떠나는 전통놀이의 현대화	최병만	준우수
개임 및 문화상품	JJ Racing Game	고기환	
	전통 연을 활용한 콘텐츠/상품 제작	최종렬	
	전주 세계 소리축제 캐릭터 디자인 봉이·황이	문웅	우수
	마식이 & 마순의 캐릭터 개발	강승묵	

○ 2006학년도 제1학기 산학협력프로젝트 운영결과

분 류	주 제	지도교수	등 위
애니메이션	VR을 활용한 전주부성 정보검색기 개발	강승묵	우수
	전통놀이의 3D애니메이션	고기환	
	도울과 함께하는 응원문화	김병오	
	전통생활문화 교육용 콘텐츠 제작	조윤숙	
	비빔밥 애니메이션	채행석	우수
	고려장 설화 애니메이션	최병만	
영상 다큐멘터리	한국 전통 민담의 인형극 콘텐츠	유동환	
	전주의 맛, 그 속에 비밀이 있다	김광신	준우수
	기와 다큐멘터리	김은숙	

	전통속의 체험나라	김은주	
	이거 어때	권수태	
	어린이 다큐멘터리 문화 배우기	김승종	
	드라마 제작(직지심체요철)	박소연	
문화상품	'애(艾)향'을 상품화시키기	김은주	
	전주 전통 테마파크	김광신	
	맞춤형 테마화장실의 콘텐츠화	송화섭	최우수
	한글 콘텐츠 개발을 통한 양악마을 비즈니스 전략	최종렬	
	궁중 藥 고추장	한동숭	
	전주시의 상징물을 이용한 문양개발 및 상품제작	고선우	
게임 및 홈페이지	구슬치기 모바일 게임	송화섭	준우수
	누리의 여행	고선우	준우수
	한지벽지 상품 홍보	김은숙	
	우리가 꼭 알아야 할 고유의 전통제사문화	권수태	
	전주 그림 맞추기 홈페이지	박정희	

4. 지역문화산업 클러스터 구축

■ 필요성

○ 전북지역은 전통문화콘텐츠의 자원과 원형이 다양하고 풍부하나, 문화산업에 대한 기초연구와 지역문화산업의 기반이 열악하므로 문화콘텐츠 기술에 대한 기초연구를 수행하고, 다양한 형태로 지역의 문화콘텐츠를 기획·제작하여 지역문화산업 역량을 강화

○ 전북지역의 유·무형 전통문화유산을 산업화하기 위해 관·산·학·연의 클러스터를 구축하고, 다양한 연구지원활동으로 지역문화콘텐츠의 새로운 비전제시

■ 목표

○ 전통문화산업 연구를 지원하여 다양한 문화원형소재를 발굴하고 콘텐츠화하여 전북의 문화콘텐츠 제작 기반을 조성하고, 재능 있는 학생들을 문화산업의 연구·기획·제작·비즈니스 핵심 인력으로 양성

○ 지자체, 산업체와 공동으로 디지털 콘텐츠를 제작하여 교수인력의 현장 적응력을 높이고, 학생들의 현장 실습 기회 제공

■ 참여대학간 교류·협력 실적과 계획

○ 전주대학교는 전통문화콘텐츠를 발굴, 기획 및 관리하는 학사급 전문인력을 양성하며, 전주비전대학과 전주기전대학은 전통문화 콘텐츠 제작을 위한 현장 전문인력(전문학사)을 양성하는 역할에 적합한 참여대학간 교류협력을 실시하였음

○ 학점교류협정을 통한 상호학점인정 체계구축

○ 교수 강의교류 및 공동교과목 운영

○ 공동 영어 위탁교육

○ 문화체험 캠프 공동 운영

○ 전공 선택을 위한 적성검사

○ 전통문화콘텐츠 X-edu 사업단 해외문화탐방

○ 전통문화콘텐츠 X-edu 사업단 취업 캠프

○ X-edu 사업단 공동세미나

○ X-edu 동아리 경진대회

○ 실습기자재 및 실습실 공동 활용

■ 협력기관과의 교류·협력 실적과 계획

○ 지역혁신체제 구축을 위하여 지방자치단체들과 상호 긴밀하게 협력하고 있으며, 지방자치단체들의 적극적인 지원을 받고 있음

○ 지방자치단체, 산업체, 대학 등이 참여한 공동 프로젝트 수행 실적

연번	연구명	지자체	기업체명
1	전통문화 과학체험 프로그램 개발을 위한 자료조사 및 시제품 제작	전라북도	한국표준연구원
2	창작판소리를 위한 갑오농민전쟁 스토리뱅크 구성	정읍시	바닥소리
3	고창읍성 가상현실 콘텐츠 제작	고창군	한국정보통신대학교 상명대학교

4	한국전통도작문화와 수리시설 콘텐츠 연구	김제시	(주)여금
5	<혼불>관련 문화콘텐츠 제작	남원시	(주)디지털에볼루션
6	정읍 내장산 산채정식 디지털콘텐츠 방안	정읍시	에스엔비컬쳐
7	부안 죽막동 제사유적의 디지털콘텐츠 방안	부안군	전북전통문화연구소
8	전주 전통문화도시 육성사업을 위한 홍보영상 제작	전주시	비주얼시드
9	마이산의 문화자원 개발과 디지털콘텐츠 제작	진안군	이모션
10	천년의 꿈 전주한지	전주시	디자인하우스
11	우리문화기행	전라북도	전주MBC
12	문화다큐멘터리 <세계의 문화도시>	전주시	JTV전주방송
13	영상콘텐츠 활성화를 위한 동영상 콘텐츠제작 기술개발	전라북도	이너인터렉티브
14	영상프리젠테이션을 위한 기준 콘텐츠 제작	전라북도	큐브커뮤니티
15	전통문화 및 공예교육 활성화를 위한 컨셉개발	전주시	그리고디자인하우스
16	한지 전시관 아이덴티티 응용상품 개발	전주시	(주)디온
17	천연염색 한지의 상품화 개발	전주시	파고다한지

○ 2005 국제문화관광상품엑스포 개최를 통한 지역혁신체제 지원

- 목적 : 문화관광상품의 우수디자인 발굴, 생산 및 유통과정의 지원시스템, 전통과 현대의 어우러진 상품개발, 신예작가 발굴 및 육성, 지역문화의 자생력 증진 및 상품성과 실용성을 바탕으로 차별성과 정체성을 확보하여 국제경쟁력을 갖춘 한국대표 문화관광상품 발굴
- 주최 : 전라북도, 전주시, JTV전주방송, 전라일보, 전주대학교
- 일시 : 2005년 10월 15일~11월 4일 (20일간)
- 장소 : 전주공예품전시관, 태조로 및 전주천 일대
- 행사내용 : 제3회 대한민국문화관광상품대전, 제1회 대한민국한지공예산업 디자인대전, 전북권 대학생 전통문화상품디자인대전
- 부대행사 : 일반인 참여 체험행사, 한지산업발전방향에 관한 국제포럼, 전주패션산업진흥포럼, 엑스포 관련 문화행사