

문화산업디자인 분야 분류체계(CIDC) 제안

A Planning and Design for the Culture Industrial Design Classification

주저자 : 진미자(Jin, Mi ja)

서울산업대학교 철도전문대학원

공동저자 : 한석우(Han, Suk Woo)

서울산업대학교 조형대학

본 논문은 2004학년도 서울산업대학교 학술지원연구비에 의하여 지원되었음.

1. 서 론

- 1-1. 연구의 목적 및 필요성
- 1-2. 연구의 범위 및 방법

2. 문화산업디자인의 개념과 역할

- 2-1. 문화산업디자인의 개념
- 2-2. 문화산업디자인의 패러다임 변화
- 2-3. 문화산업디자인의 역할

3. 문화산업디자인 분류체계(CIDC)

- 3-1. 분류기준
- 3-2. CIDC 총괄도
- 3-3. 분류체계 평가내용

4. 결 론

참고문헌

(要約)

문화산업디자인은 미래 산업의 선진화를 이룩할 수 있는 핵심적인 계기와 수단은 물론, 다양한 역량으로 발전되어 새로운 가치변화를 촉진시키며 기업과 국가의 경쟁력을 극대화시키는 주요 요인이다.

따라서 이에 대한 새로운 패러다임 변화를 이해하고 구조적 특성을 재조망하는 것은 매우 중요한 의미를 지닌다. 그러므로 문화산업디자인 정책 및 전략수립, 진단지표의 체계 구성과 평가에 필요한 객관적인 자료를 확보하기 위해서는 기본이 되는 분류체계 구축이 선행적으로 이뤄져야 한다.

본 연구의 문화산업디자인 분류체계(CIDC)는 크게 3영역으로 구분하였고 각각 중, 소, 세(細)분류의 계층적 구조와 레이어 기호로 표기하였다. CIDC는 이 분야의 기초적인 언더데이터로서의 역할을 담당할 뿐만 아니라 연관 디자인 분야 분류체계와 비교를 통한 차별성과 연계성을 검색할 수 있도록 구성하였다.

(Abstract)

The culture industrial design classification is the major factor to develop the various potential abilities, promote a new value to change and maximize the competitiveness of industry and the nation.

Accordingly it is important to comprehensively understand and recognize the changing of this new design paradigm with its structural contents.

In order to have universality data need to be made a classification system in advance for the policy, strategy, analysis indicator and assessing the culture industrial design classification.

This study build CIDC that structure divided into three sections(A,B,C) with divisions(division), classes(small) and groups(specific field) of numeric code from "01" or "001" and increasing their numbers.

CIDC is set up in order to search for differences and referential character through comparisons with design-related classification systems as well as making a role of the basic under data for this field.

(Keyword)

Culture Industrial Design, Contents, Hierarchy.

1. 서론

1-1. 연구의 목적 및 필요성

다양성을 본질로 하고 창조적 사고를 중시하는 문화산업디자인이 지닌 무한한 잠재력은 미래의 정치, 경제, 사회, 생활을 포함하는 제 분야를 이끌어 갈 국가적인 전략산업의 중심이라고 하는 신개념의 핵심역량으로서 그 중요성이 날로 확대되어갈 것이다.

디지털혁명에 의한 산업의 초고속적인 발전은 창의성과 같은 감성적, 정신적 활동으로 삶의 질을 향상시키면서 연관산업의 역할에 다양한 변화를 일으키고 있다. 아울러 세계화의 가속은 국가간, 지역간, 이질적 문화간의 교류와 융합을 더욱 촉진시키게 되었다.

지식과 정보 중심의 산업발전은 문화의 경제적 가치를 중시하는 문화경제의 시대를 유도하게 되었고 미래 경제를 선도할 대표적인 영역인 문화산업은 시장과 고용을 창출시키는 성장 동력원의 신산업 분야의 핵심으로 주목받기 시작하였다.

이는 문화산업의 발전이 문화자원의 경제적 활용도를 제고하여 국가와 지역의 개발에도 크게 이바지함을 뜻한다.

이러한 문화산업디자인은 신부가가치화를 견인할 수 있는 전략과 수단으로 적극 활용되어야 한다. 이는 문화와 산업디자인이 산업의 보조수단과 같은 소극적 역할에서 핵심적인 전략 수단으로의 전이를 뜻한다.

즉 문화와 산업디자인은 산업의 선진화, 고급화, 인간화를 이룩할 수 있는 직접적인 계기와 수단은 물론 핵심 역량으로 발전되어 변화를 새롭게 형성시키고 경쟁력을 극대화시키는 요인이 된다.

한편 정부의 '첨단디지털 테마파크'사업은 지역별 문화산업진흥정책의 핵심사업으로 현재 진행되고 있으며, 이에 따라 지역 문화산업단지로 선정된 지방자치단체는 지역의 문화산업발전에 크게 기여하게 된다. 그러므로 문화와 산업디자인은 새로운 가치 창출의 환경적 요인으로서 뿐만 아니라 산업과 국가의 경쟁력을 좌우하는 새로운 영향력으로 확대시켜야 한다.

따라서 본 연구는 문화산업디자인에 대한 패러다임 변화를 이해하고 그 개념과 구조적 특성을 재조망하는데 그 목적이 있다. 아울러 문화디자인에 대한 분류체계를 구축하여 이 분야에 대한 창조 기회를 확대하고 문화 정책 및 전략수립, 진단 지표 체계구성과 규범 및 평가에 필요한 객관적 자료 확보를 목적으로 한다.

연구의 최종 목표

- 문화산업디자인 분야의 신개념과 정체성을 진단하고 종합적인 디자인 패러다임을 제시한다.
- 문화산업디자인 분야의 분류 체계구성과 규범 및 구조를 진단한다.
- 문화산업디자인 분류에 대한 기본 DB 시스템 구축 및 체계 구조를 도출한다.

1-2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 국가의 차세대 10대 전략사업, 산자부, 정통부 및 문광부의 산업 분류 기준을 파악하고 이로부터 파생한 성장 동력산업 및 디자인 신산업분야에서 문화산업분야를 새롭게 도출하는 톱다운(Top-down) 방식의 접근과 함께 분류체계를 구성하였다. 그 기본 모형은 먼저 주제명(섹션)을 개념적인 틀로 구분하고, 공유되고 있는 용어들은 세부영역에서 정리하였다. 특히 분류체계도의 영역별 분류 및 내용은 이용자별로 웹 검색이 용이하도록 4단계로 구분하였다.

전문 용어의 선택은 문화산업디자인 연관 분야에서의 현실적인 상황을 중심으로 접근하였고 세부영역의 분류에서는 가능한 사용하고 있는 용어를 근거로 추출하였다.

또한 일반인을 위한 보편적인 용어 구사가 필요하므로 미래의 뉴 디지털 기술 산업 디자인 패러다임 변화 및 디자인 트렌드 용어 (기술, 문화, 사회, 생활 변화 등)를 포괄적으로 연구 범위에 반영하였다.

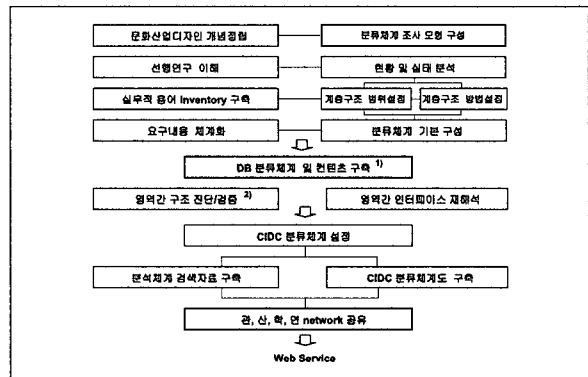


그림 1. 연구체계 절차 및 실행도

디자인 산업 분야는 하드 사이언스(Hard Science)에서 소프트 사이언스(Soft Science)로의 변화를 지향하고 있으므로 주요 콘텐츠가 될 수 있는 실무적 용어를 선별하여 영역간 계층구조와 구조를 진단하고 문화산업디자인 분류체계 CIDC(Culture Industrial Design Classification)에 대한 검색 자료 구축과 공유를 연구의 범위로 제한하였다.

2. 문화산업디자인의 개념과 역할

2-1. 문화산업디자인의 개념

문화는 인간이 내적으로 완성되어가는 과정이나 규범(nomos)이며 정신의 일반적 상태나 이념에서부터 민족 고유의 정체성에 이르기까지 그 의미와 영역이 매우 광범위하다. 레이몬드 윌리엄스(R. Williams)의 정의에 의하면 “문화는

1) FGI : Focus Group Interview / FFI : Face to Face Interview
기간 : 2004.2.18-22
2) 인터넷 설문 실시 기간 : 2004.2.15-25
응답자 : 연관분야 전문가 89명

정신적, 심미적 개발의 일반적인 과정인 지적인 행위나 활동"이라고 하였으며) 이것에는 자율성, 독창성, 다양성, 종합성이 있고 유형적으로는 일정한 도구나 시설을 뜻하지만 개념적으로는 고유적이며 실제적인 속성을 지니고 있다. 이것에 대한 개념의 동질성은 <그림3>와 <그림4>와 같다.

문화는 사회를 구성하고 있는 모든 요소의 상호작용에 의해 재창조되며 문화가 성립되는 과정은 인간생활에 기인하므로 예를 들어 생활문화 측면에서의 소비는 생활의 만족을 가져온다.

따라서 소비의 욕구를 충족시켜 주어야 하는 디자인이란 문화 형성과 연관이 깊다. 따라서 산업디자인과 문화의 개념은 동질성과 유사성을 함께 갖고 있을 뿐만 아니라 어의적, 개념적인 해석으로 산업디자인은 곧 문화라고 할 수 있으며 구체적인 표현으로는 문화체화(embodied)디자인 또는 문화산업디자인이 적절하다.

'문화산업(Culture Industry ; Kulturindustrie)'이라는 용어는 프랑크푸르트학파의 대표적 이론가인 호르크하이머(Max Horkheimer)와 아도르노(Theodor Adorno)가 1940년대 중반에 공동 집필한 "계몽의 변증법" 속의 '문화 산업 : 대중기만으로서의 계몽'에서 처음 사용되었다.4)

그 후 1970년대에 문화산업이라는 표현이 일반화되고 나서야 비로소 사람들은 문화산업에 대해 연구를 하고 상세히 조사를 하기 시작했다.5)

즉 문화산업은 소리, 영상, 예술 그리고 "사회 구성원인 인간에 의해 획득된 모든 능력과 습관"을 생산하고 상품화하는 산업 활동을 포함하며, 이것은 문화적인 것에 해당하는 산업물들을 생산해 내는 것을 의미한다.6)

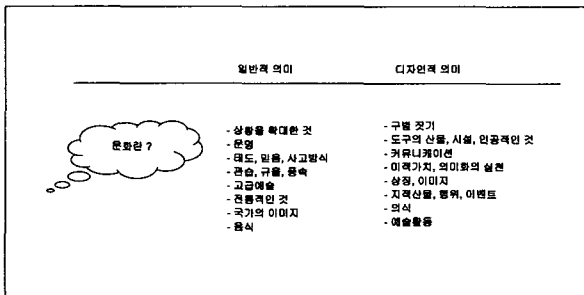


그림 2. 문화의 디자인적 의미

이와 같이 광의적 개념으로서의 문화산업디자인이란 생활에 필요하거나 도움이 되며 가치 충족과 만족을 추구해 주는 수단이다. 즉 문화산업디자인의 가치는 디자인의 기준이나 척도가 될 수 있는 가치로 표출되어 진다. 따라서 문화는 인간활동에 대한 지식이며 아름다움에 대한 의식을 의미한다. 이는 인간 활동의 종합적인 결과의 축적이며 인간과 자연환

3) John Storey, 박만준 역, "대중문화와 문화연구", 경문사, 2002, p.2
 4) 한국철학사상연구회, "문화와 철학", 동녘, 2001. p.128
 5) 장-피에르 바르니에 저, 주형일 역, "문화의 세계화", 한울, 2000, p.28
 6) 이영두, 문화산업경영전략, 삼파 꿈, 2000, p.26

경과의 생활양식을 함께 구성하는 환경적 존재와 모든 가치를 포함한다.

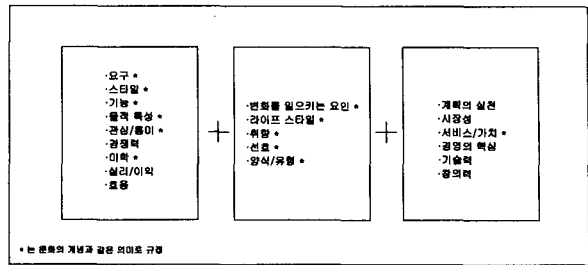


그림 3. 산업디자인의 개념과 영역

혁신적인 기술의 발전은 산업의 다양성을 요구하고 있고, 이와 밀접하게 연관되어있는 문화산업디자인은 사용자의 가치를 증진시키는 요인으로서 뿐만 아니라 지식 창조활동을 위한 영향 요인이다.

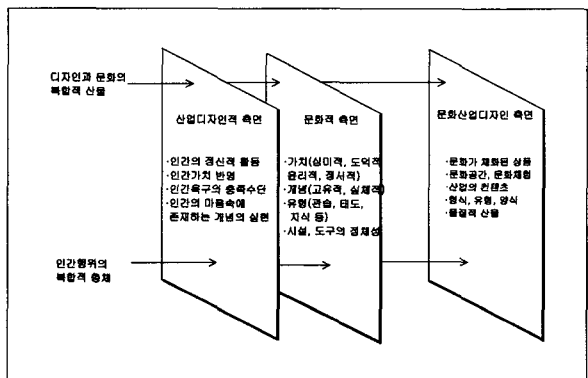


그림 4. 문화산업디자인의 개념구성

2-2. 문화산업디자인의 패러다임 변화

미래 학자와 함께 디자인 이론가들은 새로운 밀레니엄 세기를 '문화의 세기'가 될 것으로 예측하고 있다. 이러한 현상이 긍정적이든 부정적이든 '문화'는 우리 시대 최대의 화두이며, 원하던 원하지 않든 우리는 이러한 현상을 일단 현실로 받아들이지 않을 수 없게 되었다.7)

문화산업디자인은 인류의 이상을 실현시키는 정신적 활동을 총칭하는 것으로 이러한 이상 실현의 과정 중에 이루어낸 총체적 산물이다. 이것은 삶을 풍요롭게 하고 인간이 서로 공유할 수 있는 역할과 가치로써 정신과 생활의 동질성 유지를 이루기도 하며 모든 가치의 보편적 특징과 의식적 반응을 갖는다.

현대에는 서비스 등 무형상품의 국가간 교역이 확대되기 시작하였으며 근래에는 문화체화디자인 내지 순수 문화상품

7) 원승룡 외, "문화이론과 문화일기", 서광사, 2001. p.11

의 국가간 교역이 급격히 확대되고 있다. 이러한 수출상품의 소프트화 추세는 국제무역기구 및 21세기 도래와 더불어 더욱 진척되고 있는 실정에 있다. 아울러 정보화 시대로 진입하면서 근무시간이 단축되게 되었고 주5일 근무제 또한 문화 수요 증가요인으로 작용하는 등의 여가시간 증대로 인하여 문화생활에 대한 여력을 확대시킬 수 있게 되었으며 그 여파는 곧 문화적 수요를 변화시키기에 이르렀다.

이와 같은 문화에 대한 필요불가결한 수요증대 요인들로 인하여 각국의 문화는 국가간 거래 또는 교류되는 상품의 가치로 인식되기에 이르렀다. 이와 같은 다원화된 무한경쟁에서 차별화를 기할 수 있는 한 가지 방법은 문화가 체화된 상품을 만들어 수출하고, 기업활동에서도 기업문화를 적극 활용하며, 국가차원에서 자국문화와 이미지를 세계시장에 알린다는 것이다.

문화는 문화주체의 전통과 역사, 멋과 이상, 민족혼과 생활양식, 패턴과 디자인, 이미지 등 제반요소들로 형성되는 제 문화요인들의 집합체이므로 이것에 의한 문화체화전략을 구축해 나가는 출발점으로 삼았고 문화요인들은 문화 자체에 대한 관점에 따라 경제적 요인과 비경제적 요인으로 구분되기 시작하였다.

이러한 구분에 따라 각각의 요인들은 그 특성을 반영하여 문화의 산업화 과정을 겪게 되고 독립된 문화산업디자인으로 또는 문화체화디자인으로 국가간 이동을 시작하였으며 문화의 세계화 과정을 거쳐 문화무역의 시대를 맞이하게 되었다.

문화의 요인들은 문화체화요인과 문화촉진요인으로 대별할 수 있다. 전자는 기술, 노하우, 장인정신, 아이디어 등 상품의 기능과 관련된 요인이며 디자인에 관련된 요인 그리고 브랜드, 규격인증 등 제품개발단계의 요인을 의미한다. 후자는 광고 및 홍보, 미디어, 국가이미지, 기업이미지 등 제품개발 이후 단계에 관계되는 요인을 뜻한다.

최근 세계시장에서의 소비자 선호 변화 추이를 살펴보면 문화적 가치를 담은 디자인에 대한 선호가 증가하면서 문화에 대한 관심도 높아지고 문화를 공유할 수 있는 디자인 영역이 확대되고 있다. 그러므로 문화산업디자인에는 독특한 개성을 가진 문화와 함께 상품의 수준을 높여줄 수 있는 부가가치가 있는 것이다.

인터넷의 보급 및 정보통신기술의 발전은 산업과 생활환경에서의 문화산업디자인 분야의 수요 확대를 촉진시키는 계기가 되어 문화활동 그 자체는 곧 상품이라는 인식을 가지게 되었다.

또한 문화지원활동과 문화교류활동의 증가로 문화창출이 활발해지고 문화산업디자인에 쉽게 익숙해지면서 문화에 대한 욕구가 증대되었다.

경제의 흐름이나 사회생활에 문화가 중심으로 자리 잡으면서 문화산업디자인의 역할이 확대되어 문화의 산업화, 상업화 및 국가간 문화교류 등 세계화가 가속화되었다.

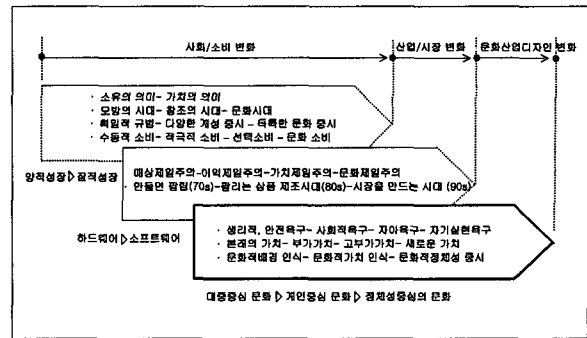


그림 5. 문화산업디자인의 패러다임 변화

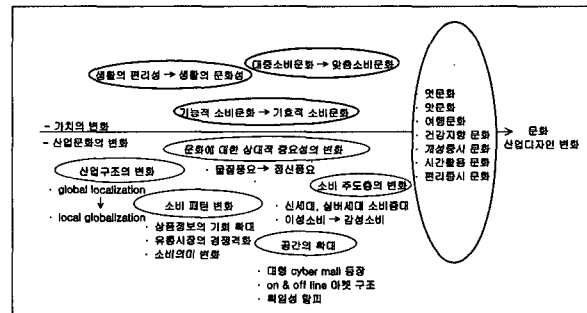


그림 6. 문화산업디자인의 가치 변화

2-3. 문화산업디자인의 역할

문화로서의 산업은 근래에 나타나게 된 주요 현상으로 이는 50여 년 전부터 본격적으로 디자인에 등장하였다. 역사가 흐르면서 인류는 특수한 문화들이 사회생활 전반을 지배하던 시대에서 그 특수한 문화들이 산업적인 상품들의 흐름과 세계화를 고려하며 여러 다양한 문화와 공존해야 하는 현재의 상황을 맞게 되었다.8)

영국의 「토니 블레이」 총리는 “영국의 예술과 문화산업 그리고 창조적 재능이 공동체 의식, 국가의 정체성과 자존심 회복에 중대한 역할을 하였으며 국가의 자긍심을 더해준다”고 한 바 있다.9) 이와 같이 문화는 다양한 분야에서 새로운 발상의 원천이 되며 국제간의 상호이해에 있어서도 가교 역할을 한다.

즉 문화산업디자인은 국가의 환경개선, 이미지 개선, 의식 변화, 조직의 전략운영과도 연계되어 있다. 교유의 문화가 내재된 디자인이 곧 문화산업디자인이 지니고 있는 정체성이다. 이와 같이 문화산업디자인은 민족의 지혜와 의지와 삶이 반영된 것으로 좋은 디자인이란 지역의 독특한 문화와 함께 범용적인 보편성을 지닐 수 있는 것이어야 한다.

세계화 속에서 가장 두드러지게 차별화할 수 있는 것이 문화적 요소이며 디자인에서 부가가치를 높일 수 있는 가장 중

8) 장-피에르 바르니에 저, 전계서, p.32

9) 진미자 외, “철도문화디자인의 정체성 구현과 전략 시나리오 구축, 철도학회 논문집 2002

요한 것도 일반적으로 문화와 디자인이다. 사람들은 구매하는 물건에서 기능 이외의 개인적, 사회적 의미¹⁰⁾를 찾는 것은 이와 같은 정체성이 있기 때문이다.

산업사회 시대에는 물질적 생산력이 부와 경쟁력의 원천적 역할을 하였지만, 근대에는 새로운 환경의 요구에 의해 문화산업이 점차 그 역할을 대신하게 된다. 그러나 디지털산업의 도래와 패러다임이 변화함에 따라서 문화산업디자인은 생산력과 경쟁력의 기본이 되었고 신산업과 성장 동력원을 결정하는데 있어서 물질적 요소들보다 더 중요한 척도가 되었다. 생활 속에 살아 움직이는 문화산업디자인이 강조되면서 문화를 산업화하고 상품화하기에 이르렀고 문화 그 자체를 생산요소내지 인프라(사회간접자본) 또는 경제계의 하나로 인식함으로써 새로운 상품이 되고 있다.

최근 산업연구원 보고서에 따르면 정부가 문화 산업에 15조 원을 투입할 경우 32만개의 일자리가 창출된다고 한다.¹¹⁾

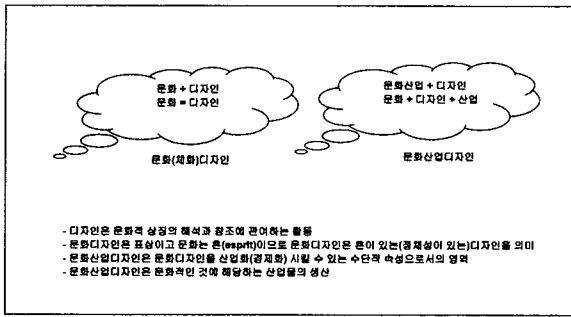


그림 7. 문화산업디자인의 의미

국가의 문화산업디자인 클러스터 정책(그림 8)은 문화산업 관련 기술의 개발, 제작과 전문인력 양성 등을 통해 문화산업을 효율적으로 진흥하기 위하여 문화산업단지를 조성할 수 있다고 규정한 문화산업진흥기본법 제20조를 근거로 추진되고 있다. 이 사업은 2001년부터 2010년까지 10년 동안 지역별로 특화된 전통문화산업단지로 10여개 지역이 조성되고 디자인, 캐릭터, 공예, VR 기반산업, 디지털영상, 게임, 애니메이션, 음악, 영상, 전자출판, 만화정보센터, 콘텐츠 아카데미 등 10여개 단지가 조성되는 것으로 계획되어 있다.¹²⁾

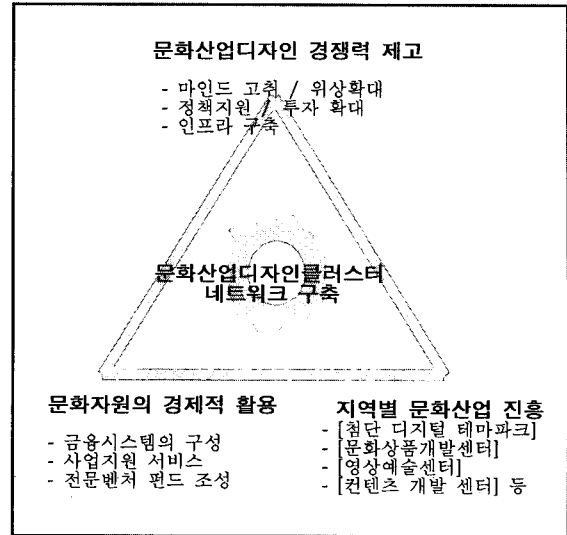


그림 8. 문화산업디자인 클러스터

21세기 경제의 새로운 패러다임은 제조업 중심에서 지식기반 산업으로의 전환을 요구하므로 문화의 경제적 가치 증진과 문화산업의 활성화를 위해서는 문화자원의 경제적 자원뿐만 아니라 문화산업디자인의 경쟁력을 위한 지역별 문화산업을 중점적으로 진흥시켜야 한다.

3. 문화산업디자인 분류체계 (CIDC)¹³⁾

문화산업디자인의 평가 및 분석 실현화 과정에 기본적으로 필요한 기초적 선행 요구와 필요충분조건의 수립은 문화산업디자인연관 분류체계와 같은 디자인 기초 시스템 확보에서부터 시작된다. 그동안 한국디자인진흥원(KIDP)에서는 기초기반기술연구, 센서스 연구 등 필요에 따라 일부 분류체계를 제시한 바 있으나 종합적이고 다학제적 접근을 요구하는 문화산업디자인의 전문성과 특수성을 포용하는 포괄적인 접근을 위한 학제적 연구는 실현되지 못하고 있는 실정에 있다.

따라서 본 연구는 통일체적인 신개념과 주제적인 전략에 의한 문화산업디자인 연관 분야를 포함하는 분류체계를 구성하여, 미래 문화산업디자인의 창조기회를 확대하고 디자인 보전정책과 개발을 위한 분류시스템을 구축함을 목적으로 한다. 산업자원부, 정보통신부, 통계청, 교육인적자원부와 같은 연관분야와의 정보 네트워크를 공유할 수 있도록 하며 문화산업디자인계의 변화에 맞는 요구 조건을 수용하는 기본적인 분류체계로 제안하였다.

3-1. 분류기준

첫째, 최상급 분류단계인 대분류를 기준으로 중, 소, 세분류의 4단계로 규정하여 해당 코드번호를 부여한다.

10) 상품의 문화화를 위한 21세기 전략, 문화관광부, 1999, p.44

11) 임은모, "문화 콘텐츠 비즈니스론", K' com, 2001, p.54

12) 구문모, "문화산업과 클러스터정책", 산업연구원, 2001, pp.46-48

13) CIDC : Culture Industrial Design Classification

분류구조는 대분류(1자리 알파벳), 중분류(2자리 숫자), 소분류(3자리 숫자), 세분류(3자리 숫자)의 4단계로 구성하였다. 숫자에 의한 부호체계단위는 "01, 또는 001"에서 시작한다.

둘째, 부호처리를 할 경우에는 알파벳과 아라비아 숫자로 표기하고 분류 단계별 레이어 기호를 기준으로 표기한다.

셋째, 선행 연구된 산업디자인, 문화산업 연관 분류체계를 일부 반영하였으나, CIDC 분야의 특성을 고려하여 독자적인 분류항목과 분류부호를 설정하였다.

CIDC는 4단계로 되어 있는 계층적(Hierarchy) 구조를 가지고 있다. 레이어별 CIDC 분류에 있어서는 <표1>과 같이 대분류, 중분류, 소분류, 세분류(중점연구개발과제)로 나누고 대분류는 A,B,C의 알파벳으로 표기하고, 중분류는 2자리의 숫자, 소분류와 세분류에서는 3자리의 숫자로 표시하였다.

A.01.003.003 인 CIDC 코드를 예로 들면 [A 문화산업디자인 > 01 문화상품디자인 > 03 관광문화상품 > 003기념품]에서 A = 대분류(Sections), 01= 중분류(Divisions), 00 3= 소분류(Classes), 004 = 세분류/중점연구개발과제(Groups)으로 정리된다.

표 1. CIDC 단계별 분류와 레이어 기호¹⁴⁾

레이어 분류 (Layer Classification)	레이어 기호 (Layer Code)
대분류 (Sections)	A.
중분류 (Divisions)	01.
소분류 (Classes)	001.
세분류 / 중점연구개발과제 (Groups)	001

CIDC 콘텐츠 구성의 특성

- 1) 용어의 선택은 일반성, 병용성을 우선으로 선택하였음.
- 2) 섹션분류의 대분류와 중분류에서는 「__디자인」으로 사용하였고 소분류 및 세분류(중점연구개발과제)에서는 디자인을 생략하였음.
- 3) 문화산업디자인의 전문적 특성 때문에 중, 소, 세 분류체계에서 중복 표현되는 용어¹⁵⁾가 있으나 「03 디지털컨텐츠디자인」일 경우에는 「019 디지털영상」으로 분류되었고 접두어가 「02 디지털영상디자인」일 경우에는 「009 영상미디어」로 분류하였음.
- 4) 영문의 경우 보편화되어 있고 범용적인 용어는 국문으로

14) 우흥룡, "디자인기술분류체계, KIDP, 2002, p.22

15) 예: B 문화컨텐츠디자인 > 03 디지털컨텐츠디자인 > 019 디지털영상 B 문화컨텐츠디자인 > 02 디지털영상디자인 > 009 영상미디어

표기하였다. 영문 약자(initial)의 경우(예 : 2D모델링, 032 3D 모델링, 033 VR 등) 약자를 그대로 표기하였음. 단 <부록 1>의 학제적 용어, 실무적 용어 프로파일에서는 "국문(영문)"으로 표기함을 원칙으로 함.

5) 분류체계의 온라인 DB 검색을 위해서 영역별 고유 컬러 코드(color code)를 "색션= 보라, 대분류=녹색, 세분류=주황"으로 구분하여 제안함.

6) 세분류에서의 118개 중점연구 개발과제내용은 향후 점진적으로 확대될 것이며, 점선표시는 현재 확정되지 않은 과제를 나타내고 있음. 필요 시 상하 배열로 과제를 추가 입력할 수 있음.

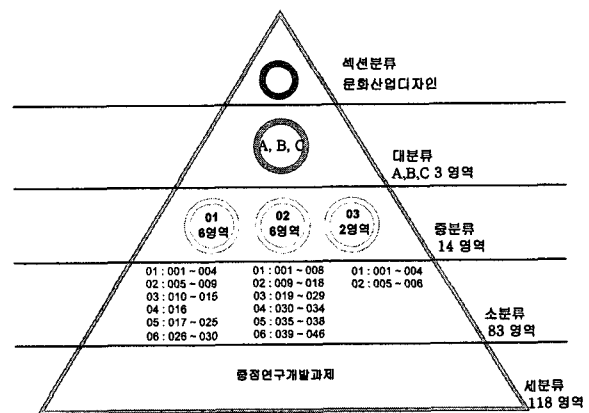


그림 9. 분야별 세부 영역 구분¹⁶⁾

16) * 호르크하이머(Max Horkheimer)와 아도르노(Theodor Adorno)의 '문화산업, 문화의 산업화가 제시(1940년)된바 있고 그 후 1980년 대에도 유엔 과학 문화기구(UNESCO)에서 문화산업이 존재한다고 정의하였음. 한국철학사상연구회, "문화와 철학", 동년, 2001. p.128

* 문화산업과 클러스터 정책, 산업연구원 정책자료 제282호의 국내지역별 문화산업현황 유형에서 재구성.

구문도, "문화산업과 클러스터정책", 산업연구원, 2001. p.3, 32

* 1970년대 UNESCO 분류체계인 문화계통모형(framework of cultural statistic)과 문화체육부(문화산업백서)의 분류체계 내용 재구성.

이영두, "문화산업과 경영전략", 삼과 꿈, 2000. p.34

* "멀티미디어 콘텐츠산업의 디자인 전문인력 수요조사 및 디자인 개발 실태조사 결과보고서, 산업자원부, KIDP. 1998 내용 재구성.

* 엠브레인, "2003 디자인 신산업분야 현황조사", KIDP, 2003 설문지 내용 재구성.

* "디자인관련 고등 교육기관 인력현황조사 및 실태조사, 한국대학교육협의회, 2002 - 세부 전공별 디자인 관련 학과 내용 재구성.

* 박선희, "문화상품의 시장 활성화 방안 연구", 중앙대학교 예술대학원 석사학위 청구논문(2002)-문화상품의 분류와 내용 재구성

* 산업자원부 KIDP, "디자인 센서스 조사(1998, 2002) 내용 재구성.

* 우흥룡, "디자인기술분류체계(2002), KIDP 내용 재구성.

* 진미자, "문화디자인 계획연구(2002) 내용 재구성.

* 진미자 외, "철도문화디자인의 정체성 구현과 전략 시나리오 구축(2002)" 철도학회 논문 내용 재구성.

* 한석우, "산업디자인 트렌드 예측을 위한 전략 시스템 구축과 인터넷 페이지 개발에 관한 연구, 산업자원부 KIDP, 1998

이상의 기준으로 분류된 CIDC의 분류별 영역내용은 <그림 10>과 같으며, <그림 11>은 문화산업디자인의 중분류 내용, <그림 12>는 문화컨텐츠디자인의 중분류 내용을 도형화한 것이다. 이러한 도형은 온라인상에서의 웹 검색체계를 구성한 것으로 3-2절 CIDC 총괄도 내용과 같이 문화산업디자인의 대분류 영역, 대분류에서 중분류, 중분류에서 소분류, 소분류에서 세분류 검색이 가능한 구조를 지닌다.

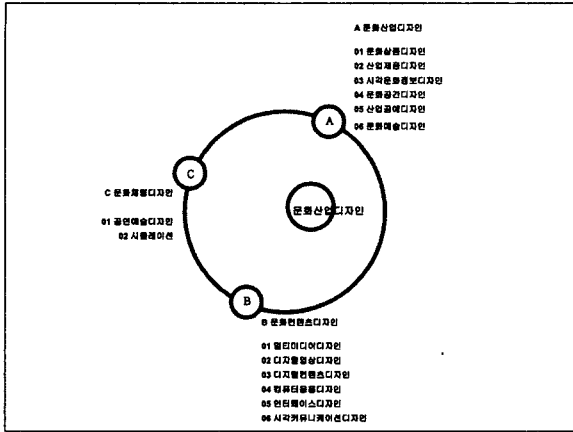


그림 10. CIDC의 대분류, 중분류 영역

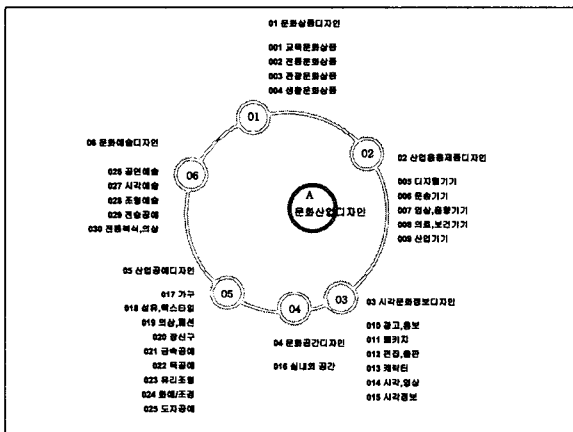


그림 11. CIDC의 대분류별 중분류 내용(문화산업디자인)

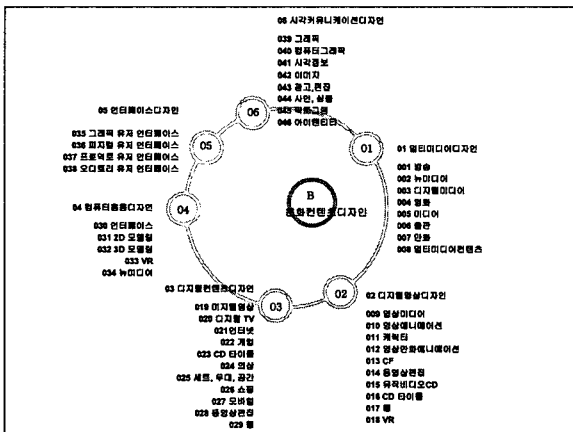
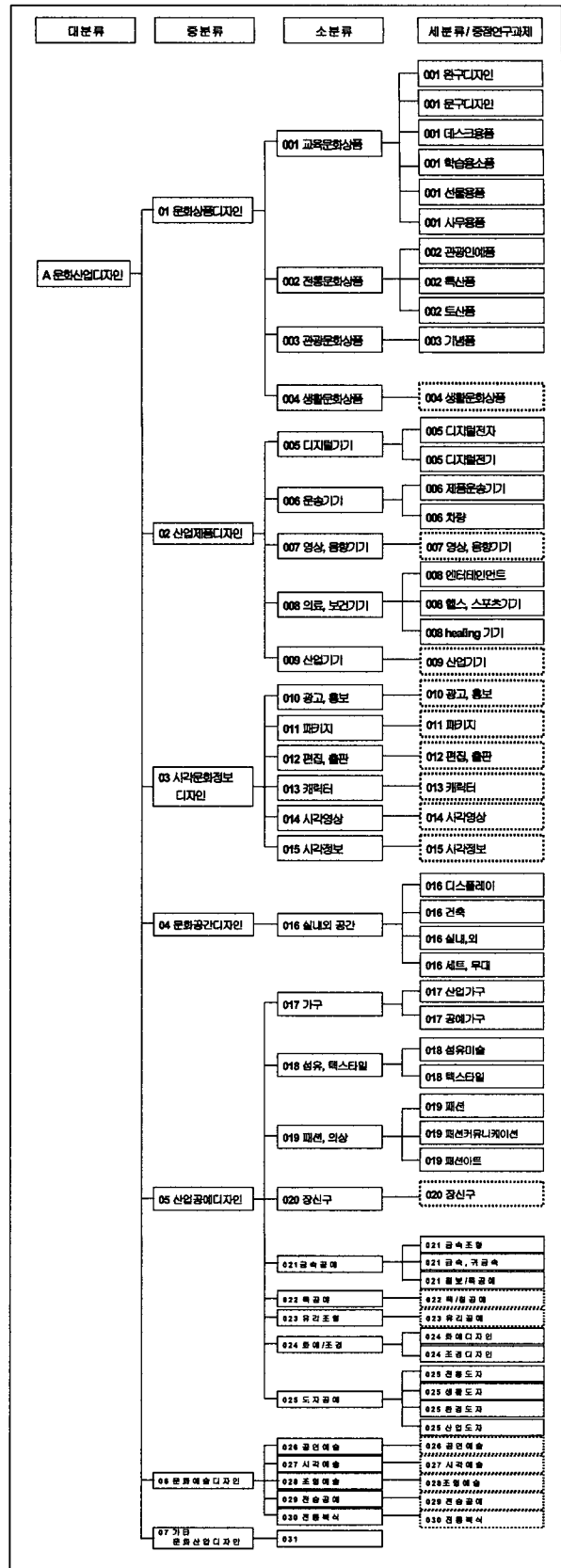
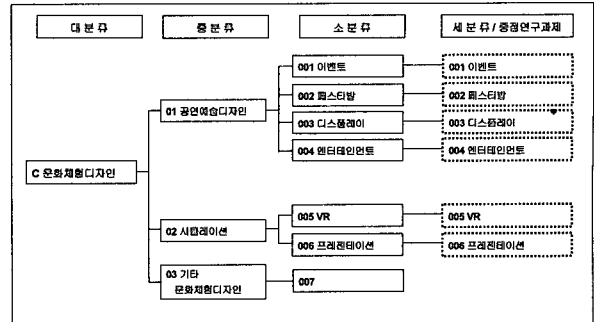
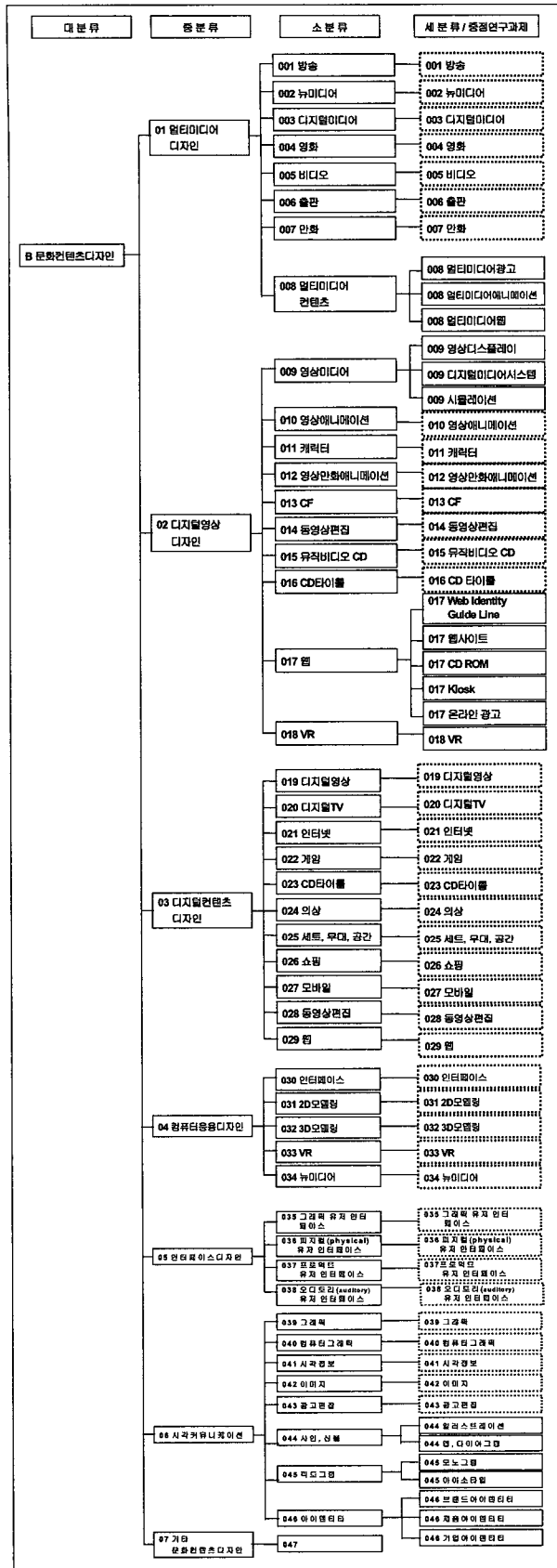


그림 12. CIDC의 대분류별 중분류 내용(문화컨텐츠디자인)

3-2. CIDC 총괄도 17)



17) 진미자, [조사 DB 신 분류 체계 연구 및 정비사업], "문화산업디자인 분야", KIDP, 2004, pp.19-24



3-3. 분류체계 평가내용

선도 산업으로서의 문화산업은 문화자산의 재해석과 독창적인 아이디어를 통해 높은 부가가치를 창출하는 두뇌집약적 산업으로 최근 각국이 치열한 경쟁을 하고 있는 분야이다.¹⁸⁾ 그러므로 본 분류체계는 문화산업디자인 연관분야의 전략적, 정책적 기반구축뿐만 아니라, 산업 활용을 위한 가능성을 확보하여 산업적 진단지표와 평가체계 활용에서도 유효한 기반 기술 기초 자료로 활용될 수 있도록 이해되고 평가되어야 한다.

표 2. 사업평가를 위한 평가항목 구성

평가내용	평가항목(평가방법)	평가비중 (%)
문화산업 디자인 현황 및 실태	문화산업디자인 실태 파악	
	문화산업디자인 정책수립/지원계획/추진방향 예측	
	문화산업디자인의 경쟁력 강화/활성화 방안 구축	
	문화산업디자인 환경 변화 및 경쟁적 요소 추출	
	문화산업디자인 평가/진단	
	문화산업디자인 분류 체계화/DB 구축	
	문화산업디자인 구조 해석 및 활용	
인력수급 정책 및 지원	인력의 전문성/전문화 기반 구축	
	인력 현황, 실태 파악	
	인력수급 정책 및 전략 지원	
	인력공급 기반 구축	
	인력의 활용성 재고/수요 예측	
	인력 교육/훈련 시스템/프로그램 활용	
	인력운영 계획/전략 수립	
조사/표본, 실태, 인식	인력 교과목 개발/평가	
	객관적 지표 설정	
	기초, 기반 연구자료 구축	
	문화산업 요구에의 대응	
	문화산업디자인 신제품 수요 예측	
	문화산업디자인 신시장 점유율, 경쟁력 평가	
	문화산업디자인 신산업 트렌드 예측	
계	100%	

평가 내용에 대한 기본 개념은 문화산업디자인 현황 및 실태 파악과 연관되는 지원 시스템으로 공유되며 구축된 DB는 문화 콘텐츠 및 신산업, 신 시장, 신기술 개척과 연구 기술 활성화에 기여할 수 있는 구성 체계를 지녀야 한다.

18) 이영두, 전계서, p.41

아울러 문화산업디자인 조사, 분석, 진단, 유통 등에 필요한 상황적, 교차적 평가 및 데이터베이스 운영 및 소프트웨어 개발에 기여하게 된다. 그러므로 본 분류체계가 문화산업디자인 연관기관, 산업체, 연구소, 학계에서 요구하는 온라인 상에서의 디자인 서비스를 실현하여 실질적인 객관성 수립과 신뢰성 확보에 도움이 될 수 있도록 평가항목의 기준을 설정하였다.

4. 결론

문화산업디자인 발전과 전략적 활용 및 정착을 위하여 제시된 분류체계는 연관분야의 디자인 정체성을 반영하였고 기초적 기반으로 활용될 수 있도록 체계화하였다.

그러므로 제시된 CIDC는 문화산업디자인 진단지표와 평가 및 체계에 활용될 수 있는 기초 자료가 된다.

CIDC의 주요내용은 다음과 같다.

- 1) CIDC 는 기본적인 언더데이터(under data)로서의 역할을 담당할 뿐만 아니라 연관 디자인 분야와의 비교를 통한 차별성과 연계성을 함께 검색할 수 있도록 구성하였다.
- 2) CIDC는 선행조사 연구인 디자인센서스사업, 산업디자인 기반기술 조성사업, 신산업디자인조사 총사업 등과 연계 시 공동 콘텐츠로 구축될 수 있도록 필요한 모듈(module)을 제시하였다.
- 3) CIDC의 콘텐츠 구성은 기존의 분류체계에 대한 진단 및 영역간 인터페이스 해석을 전제로 시스템을 구성하였다.

문화와 산업디자인 연관 분야의 분류 체계에 대한 선행연구가 전무하거나 미흡한 실정에 있으므로 관, 산, 학, 연 네트워크에 의한 지속적인 연구와 함께 매뉴얼(manual)로 재구축, 정착되어야 한다.

향후 CIDC는 전략적, 정책적 목적뿐만 아니라 실제적인 산업의 장에서도 적용할 수 있는 객관성이 확보되어야 하므로 이에 필요한 콘텐츠를 지속적으로 확보하고 개발하여야 한다.

참고문헌

- 구문모, “문화산업과 클러스터정책”, 산업연구원, 2001.
- 우홍룡, “디자인기술분류체계, KIDP, 2002.
- 원승룡 외, “문화이론과 문화읽기”, 서광사, 2001.
- 이영두, “문화산업과 경영전략”, 삶과 꿈, 2000.
- 임은모, “문화 콘텐츠 비즈니스론”, K' com, 2001.
- 한국철학사상연구회, “문화와 철학”, 동녘, 2001.
- John Storey 저, 박만준 역, “대중문화와 문화 연구”, 경문사, 2002.
- 장-피에르 바르니에 저, 주형일 역, “문화의 세계화”, 한울, 2000.
- 박선희, “문화상품의 시장 활성화 방안 연구”, 중앙대학교 예술대학원 석사학위 청구논문, 2002.
- 진미자 외, “철도문화디자인의 정체성 구현과 전략 시나리오 구축, 철도학회 논문집 2002.
- 진미자, [조사 DB 신 분류 체계 연구 및 정비사업], “문화산업디자인 분야”, KIDP, 2004.
- 한석우, “산업디자인 트렌드 예측을 위한 전략 시스템 구축과 인터페이스 개발에 관한 연구”, 산업자원부 KIDP, 1998.
- “디자인 센서스 조사”, 1998, 산업자원부, KIDP, 2002.
- 엠브레인, “2003 디자인 신산업분야 현황조사”, KIDP, 2003.
- “디자인관련 고등 교육기관 인력현황조사 및 실태조사, 한국대학교육협의회, 2002.
- “상품의 문화화를 위한 21세기 전략”, 문화관광부, 1999.
- “멀티미디어 콘텐츠산업의 디자인 전문인력 수요조사 및 디자인 개발 실태조사 결과보고서”, 산업자원부, KIDP, 1998.