

아시아 문화콘텐츠 시장개척을 위한 교육지원시스템 설계 및 구현

이은령*, 김교정**

요 약

문화콘텐츠 산업은 지식기반 핵심산업으로, 정보통신기술에 인간의 창의성, 상상력, 감성, 스타일을 투입하여 문화콘텐츠기반 경제사회로 전환하고 있다. 문화산업은 문화전쟁이라는 커다란 변화속에 콘텐츠파워(contents power)로 급속히 변화하고 있으며, 이러한 변화의 추세속에서 우리 문화콘텐츠는 아시아를 넘어 각국으로 진출을 시도하고 있다. 그러나 현재 제한된 현지시장정보와 지역특성을 반영한 문화전반에 대한 이해 부족으로 많은 어려움을 겪고 있다. 이에 문화콘텐츠 글로벌 네트워크 구축을 통하여 문화콘텐츠의 지속적인 수출확대와 신규시장개척의 교두보 역할을 수행할 수 있는 문화콘텐츠 지역전문가 양성이 요청된다. 본 논문에서는 진출 대상 국가의 문화산업 리딩그룹을 국내에 초청하여 우리나라 콘텐츠를 경험케 함으로써 자국 내에서 친 한류 지속화 기반 및 수출확대를 지원하는 초청연수 및 한국기업의 해당국 파견연수, 한국내 체류하는 유학생 연수에 대한 교육지원시스템, ETS-CS(Educational Training System for Contents Specialist)을 설계하고 이를 현장에서 적용한 사례를 분석하여 향후 더 나은 시스템으로 활용도를 높이고자 한다.

Design of Educational Training System for Contents Specialist for development of cultural contents in Asia

Lee Eun Ryoung*, Kio Chung Kim**

Abstract

Cultural Content Industry, a core industry based on knowledge, is becoming an economic model making new benefits by adding human creativity, imagination, sensitivity and style in to information technology. Cultural Contents Industry representing cultures of each countries is facing major changes towards a new competitive industry of each nation. Cultural content of a country is upbringing new contents power developing into a new industry by flattening the barriers within nations. But cooperations face difficulties in launching the industry because of limited information about the current market and lack of understanding in cultural differences. In order to solve this problem, this paper aims to create global network leading to increase of export and creation of new market with cultural contents and train local specialists. In order to search for the ways to maintain Korean contents in other nations and expand exportation. cooperations invite leading cultural contents groups to South Korea, let the groups experience Korea's contents. Cooperations initiated invite training, dispatch training by Korean companies and international students training. The purpose of this paper is to support education system, ETS-CS(Educational Training System for Contents Specialist) and analyse practices applied in the field to develop a better cultural contents industry.

Keywords : Intelligent Agent, Culture Contents, Community, Global Network

※ 제일저자(First Author) : 이은령
접수일:2010년 02월 10일, 완료일:2010년 03월 30일
* 숙명여자대학교 멀티미디어학과
alice@sm.ac.kr
** 숙명여자대학교 멀티미디어학과 (교신저자)
▣ 본 연구는 숙명여자대학교 2009학년도 교내연구비 지원에 의해 수행되었음

1. 서론

문화콘텐츠 산업은 21세기 경제성장을 이끌고 부가 가치 성장산업으로 세계 각국의 정부 및 주요기업은 콘텐츠 시장을 선점하기위해 경쟁적으로 투자하고 있다. 문화콘텐츠 산업은 지식기

반 핵심산업으로 정보통신기술에 인간의 창의성, 상상력, 감성, 스타일을 투입하여 문화콘텐츠 기반 경제사회로 전환하고 있다.

세계화는 정치 경제뿐 아니라 문화까지도 확산되어 급속한 정보통신의 기술은 국경에 구애됨 없이 전 세계 어떤 문화와도 접근 가능한 시대를 만들었다[1]. 피터드리거는 21세기의 경제 승패는 문화산업이 될 것이라고 예견하였으며[2], 제러미 리프킨은 산업생산시대가 가고 문화생산시대가 오고 있다고 언급하였다[3]. 문화산업은 이미 선진국에서 굴뚝 없는 산업으로 확고히 자리매김하고 있어, 다시 문화전쟁이라는 커다란 변화속에 콘텐츠파워(contents power)로 급속히 변화하고 있다. 이러한 변화의 추세속에서 우리 문화콘텐츠는 아시아를 넘어 각국으로 진출을 시도하고 있으나 현재 제한된 시장정보와 지역특성을 반영한 문화전반에 대한 이해 부족으로 많은 어려움을 겪고 있다.

따라서, 세계 각국 국가별 문화산업 정책결정자, 리더그룹을 대상으로 네트워크를 구축하고 한류문화콘텐츠 거점 전문가의 양성이 요구되며, 자국 내에서는 친 한류 지속화를 위한 해외지역 기반 네트워크 범위의 확대가 요청된다. 해외 관련 전문가들에게 단순히 우리의 문화콘텐츠를 소비하게 하는 것이 아니라 우리나라 문화콘텐츠를 경험케 함으로써 상호 문화적 동질성을(정체성) 유입하여 협력적 관계강화가 필요하다.

본 연구는 한국문화콘텐츠의 세계시장 진입을 위하여 상대적 가능성이 큰 아시아시장, 중남미, 동유럽시장으로 진출을 확대한 후, 고품질 전략 상품을 개발하여 선진국 시장으로 진출하는 중장기 단계별 추진 전략 수립의 일환으로 일차적으로, 아시아시장의 한국 문화콘텐츠산업 지역전문가의 체계적인 육성과 글로벌 네트워크 구축을 목표로 2007년부터 최초로 시행하였으며, 특히 APEC 국제사업 수행기관과의 긴밀한 협력관계를 가지고, 싱가포르MDA, 필리핀 문화관광부, 인도네시아MASTEL, 말레이시아 멀티미디어개발공사, 태국SIPA, 대만CCA 등의 관련기관과 긴밀한 협조관계를 유지함으로써 연구, 연수, 국제포럼, 정보서비스 등의 네 영역으로 나누어 수행함으로써 상호 유기적으로 연계하여 그 효과를 극대화 할 수 있도록 기획설계하였다.

본 논문의 구성은 다음과 같다. 2장에서는 본

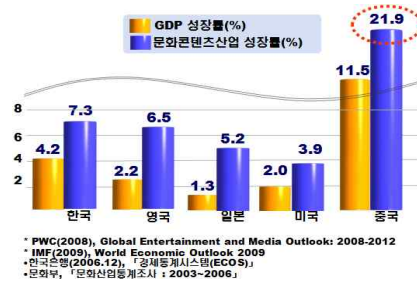
논문의 기반 연구가 되는 연구배경과 관련연구 문화콘텐츠관련 세계성장현황과 문화콘텐츠산업 발전이 다른산업에 미치는 연계 효과에 대하여 기술한다. 3장에서는 연구한국초청 및 파견연수, 유학생 연수에 대한 맞춤형 ETS-CS을 이용한 교육모듈 설계에 대해서 제안한다. 4장에서는 ETS-CS 구현과 5장에서는 ETS-CS 교육프로그램을 지난 2년간 실제 교육에 활용한 그 결과를 평가하고 분석한다. 6장에서 결론을 맺는다.

2. 연구배경 및 관련연구

2.1. 연구배경

1.1.1 세계 문화콘텐츠산업 성장전망

세계를 주도하는 힘의 이동이 군사력과 경제력에서 문화력(Contents Power)으로 가고 있다.[4] 한국의 서비스산업은 '90년 49.5%에서 '08년 60.3%로 크게 증가되었으며[5], 2008년에는 문화콘텐츠를 신성장동력의 하나로 선정하고 집중 육성을 통해 2012년 세계 5대 콘텐츠강국을 실현한다는 비전을 발표하였다.



(그림 1) GDP와 문화콘텐츠산업의 성장률비교(2006-2008년)

(그림1)에서는 주요국가별 GDP와 문화콘텐츠 산업성장률을 비교하였으며, 이 가운데 중국의 성장이 크게 주목된다. 아직까지 문화콘텐츠산업의 세계시장은 헐리우드 영화나 팝 음악등으로 대표되는 미국이 주도하는 가운데 게임과 애니메이션에서 경쟁력있는 일본과 유럽국가들이 경쟁하고 있으며, 1997년 영국은 'creative UK'를 발표하여 창조산업을 국가전략으로 채택하여 2007년 OECD국가중 창조산업이 전체경제에 차지하는 비율에서 1위를 차지하기도 했다.

<표 1>에서와 같이 세계콘텐츠시장은 2008년 1조 7천억불 규모로 성장(연평균6.6%) 전망이며, 아시아시장은 8.8%로 고성장 추세이다.

<표 1> 세계문화콘텐츠 산업전망(2008년~2012년)
(단위:억불)

구분	2008	2009	2010	2011	2012	연성장률('08~'12)
세계시장	17,025	18,028	19,360	20,531	21,977	6.6%
아시아시장	3,701	3,982	4,335	4,692	5,082	8.8%

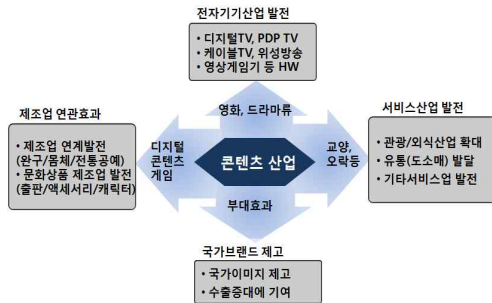
※ 자료원:PricewaterhouseCoopers(PwC),2008

1.1.2 문화콘텐츠산업의 연계산업효과

문화콘텐츠는 '움직이는 국가브랜드'로서 홍보 및 문화외교에 핵심 역할을 수행함으로써 (그림 3)에서와 같이 기업과 국가이미지를 상승과 국가브랜드 제고에 기여하였으며, 문화콘텐츠 산업을 통하여 제조업, 관광산업, 전자기기산업, 서비스산업등에 발전연계효과를 가져왔다. 또한 <표 2>에서와 같이 연관산업의 동반성장에 따른 고용유발효과도 가져왔다.

<표 2> 문화콘텐츠산업의 고용유발효과
(자료원:산업연구원,2007)

비교기준	문화콘텐츠 산업	제조업	통신업	전산업
고용유발계수	13.9명	8.4명	6.9명	11.4명



(그림 2) 문화콘텐츠산업발전에 따른 연계산업발전효과

2.2. 관련연구

2.2.1. 아시아 문화콘텐츠산업 현황 조사연구

한국은 아시아 각 국가별 문화산업 시장현황 조사를 통하여 국가 간 네트워크를 구축하고, 경쟁력 있는 콘텐츠의 공동개발과 협력 사업을 추진할 수 있는 기반을 구축함으로써 아시아 문화

콘텐츠 시장의 지속적 성장속에서 친 한류 지속화 기반 및 수출 확대를 유도할 수 있다. 이를 위하여 (1)한류 콘텐츠 침체를 극복하기 위한 아시아 문화콘텐츠 시장의 재분석과, (2) 각 국가별 문화콘텐츠 산업 관련 최신 정보(정책, 기업현황 및 인터뷰) (3)현지 체험을 통해 얻은 실질적인 경험 제공 (4)각 국가별 한류 성공 요인을 연구 분석하고, (5)한류 지속화 방안과 현지 공동제작 협력방안 조사 (6)아시아 각 국가별 문화산업 시장현황 조사등이 필요하며, 문화콘텐츠 해외시장진출방안과 체계적인 지역전문가 육성방안의 필요성에 대하여 본 논문에서는 <표 3>에 조사연구 방향을 제시하였다.

<표 3> 지역전문가 양성을 위한 주요조사 항목 및 조사내용

주요조사항목	조사내용
문화콘텐츠산업 현황	- 현지의 제도 및 법 유통 관련사항 조사 - 정부, 민간 등 관련 문화콘텐츠 주력분야 심층 조사 - 문화콘텐츠 해외협력사례 조사
문화콘텐츠 관련 기업 현황	- 관련 기업 및 주요 인력 리스트 - 분야별 주요 기업현황 등
해외수출 방안	문화콘텐츠 해외시장 진출 방안 제시
지역전문가 양성	현지 에이전트 양성 방안 제시

2.2.2. 문화콘텐츠 교육지원시스템 국내현황

한국문화콘텐츠진흥원[6]에서는 문화콘텐츠산업 관련전문가 양성을 위하여 온라인에서는 (그림 4)와 같이 사이버 문화콘텐츠아카데미를 개설하여 2005년부터 꾸준히 전문인력을 양성해 왔으며, 오프라인으로는 (그림 5) 문화콘텐츠기획창작아카데미, 방송연수센터, 게임아카데미등으로 확산하여 온,오프라인교육을 진행해 왔다. 그러나 우리 문화콘텐츠가 아시아를 넘어 해외 각국으로 진출하기 위해서는 보다 정확한 현지시장 정보와 지역특성을 반영한 체계적인 문화교육, 전략적 인적교류 네트워크시스템이 필요하다.

따라서 친 한류 지속화 기반 및 수출확대를 지원하는 초청연수, 한국기업의 해당국 파견연수, 한국내 체류하는 유학생 연수 교육프로그램에 대하여 각 요구사항을 분석하고 사업목표에 맞는 교육프로그램의 설계 및 개발에 대한 체계적인 시스템에 대한 연구를 수행하였다.



(그림 3) 온라인문화콘텐츠 아카데미
(http://edu.kocca.or.kr)

(그림 4) 문화콘텐츠 창작기획 아카데미
(http://brain.kocca.or.kr)

3. ETS-CS 교육 지원시스템 설계

3.1. 시스템 개요

본 논문은 진출 대상 국가의 문화산업 리더그룹을 국내에 초청하여 우리나라 콘텐츠를 경험케 함으로써 자국 내에서 친한류 지속화 기반 및 수출확대를 지원하는 초청연수 및 한국기업의 해당국 파견연수, 한국내 체류하는 유학생 연수에 대한 교육프로그램을 시스템적으로 제공하기 위한 ETS-CS (Educational Training System for Contents Specialist)설계하고 이를 실제 적용한 사례를 분석하여 향후 더 나은 시스템으로 활용도를 높이고자 한다(그림 5).



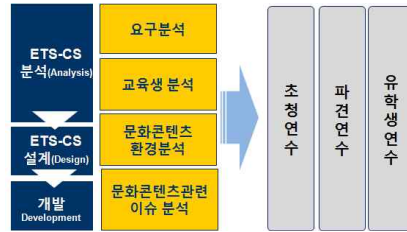
(그림5) 문화콘텐츠 시장개척 지원을 위한 ETS-CS시스템개요

3.2. ETS-CS 구성도(설계)

본 장에서는 문화콘텐츠산업에 종사하는 중소기업가 및 정책결정자들에게 아시아문화콘텐츠 시장개척을 위한 지역전문가 양성과 문화콘텐츠 글로벌 네트워크 구축 강화를 위하여, 초청연수, 파견연수, 유학생연수에 필요한 요구분석, 환경분석, 교육생분석 및 관련 산업을 분석하고, 사업목표를 수행하기위한 교육지원시스템(ETS-CS)을 개발 제시하였다(그림6).

사업목표에 맞는 ETS-CS 교육용 모듈 요소를 도출하고, ETS-CS 설계부분에서는 주제설정

에 따른 프로그램을 설계하였다. 개발부분에서는 강사 및 발표자구성, 교재개발, 프로그램개발에 따른 검수 및 테스트 후 이를 실제로 적용하여 결과를 분석하고 권고문을 도출하는 순서로 시스템을 구성하였다.



(그림 6) 문화콘텐츠 교육지원시스템(ETS-CS) 구성

3.2.1. 초청연수 및 유학생연수

친한류 지속화 및 수출지원 확대를 위한 해외 리더그룹 국내초청연수 및 아시아 국내 유학생 연수를 위하여 9개의 ETS-CS 교육용 모듈 요소를 도출하였다.

<표 4> 문화콘텐츠 초청연수, 유학생연수 9 교육 프로그램 모듈

초청연수, 유학생연수 ETS-CS 교육모듈 내용	
모듈1:	한국문화콘텐츠 산업의 이해와 활용능력
모듈2:	글로벌문화콘텐츠산업 트렌드에 관한 예측능력
모듈3:	문화콘텐츠산업 확산을 위한 최신경영기법 및 기획/운영력
모듈4:	한국 IT 현황과 문화콘텐츠산업의 연계 및 추진 경영전략
모듈5:	글로벌 시대 문화콘텐츠산업 관리자의 역할 조명
모듈6:	문화콘텐츠산업 관리자로서의 기본자질
모듈7:	국제적 경영 및 현장감각
모듈8:	문화콘텐츠산업 해외시작개척 에이전트 비즈니스 추진능력
모듈9:	문화산업육성 정책기획 및 수립을 위한 지식과 기술

3.2.2. 국내기업 및 전문가 해외파견연수

기업의 문화콘텐츠 수출지원확대와 신규시장 개척을 위한 파견연수는 3개의 ETS-CS 모듈을 도출하였다.

<표 5> 문화콘텐츠 파견연수 3 교육프로그램 모듈

국내기업 및 전문가 해외파견연수 ETS-CS 교육모듈 내용	
모듈1:	문화산업 육성 정책기획 및 수립을 위한 지식과 기술
모듈2:	국가별 문화산업 주요시장 파악 및 해외진출기회 제공
모듈3:	글로벌네트워크 구축을 통한 공동개발, 해외진출 기반구축

3.3. 교육지원시스템 콘텐츠개발

3.3.1. 한국초청연수프로그램 모듈 내용

한국문화콘텐츠 세계시장 진출을 위한 교두보 역할을 수행할 "글로벌 문화콘텐츠 지역전문가 양성"에 목표를 두고 지역전문가가 갖추어야 할 핵심역량에 필요한 교육 세부내용을 위의 <표 4>에서 도출한 9개의 교육모듈을 바탕으로 4개의 주제로 나누어 <표 6>에 제시하였으며, 모듈5는 지난2년간 문화콘텐츠진흥원에서 수행한 사업결과를 분석하고 개선사항을 반영하였다[7].

<표 6> 문화콘텐츠 초청연수 교육프로그램 세부내용

구분	주제	교육내용
모듈 1	문화콘텐츠 기반사회에 대한 이해 (Understanding Cultural Content-Based Society)	문화콘텐츠 산업의 급속한 발달과 CT(Cultural Technology)기술이 세계를 무대로 하는 무한경쟁을 위해 끊임없이 변화를 추구해 나가야함을 이해하고 이를 능동적으로 수용하여 대체해 나갈 수 있는 기본지식 함양 및 사회전반의 메가트렌드 이해
모듈 2	미래 CT 트렌드에 대한 전망 (Forecasting Future CT Trends)	CT(Cultural Technology) 기술의 급속한 발달로 인한 사회 전반의 패러다임 변화에 대한 이해를 넘어 미래 문화콘텐츠 산업 분야의 트렌드를 포착하여 조망하고 이로 인한 사회적 이슈와 문화콘텐츠 분야 변화에 따른 연수 참가국 기업 및 정부차원에서의 대응전략 수립
모듈 3	문화콘텐츠 시대의 핵심기술 및 역량강화 (Enhancing Vital Skills for the Cultural Content Era)	한국문화콘텐츠의 해외 시장 진출을 위한 국가별 거점 전문가로서 갖추어야 할 필수요소인 CT 기술을 한국 문화콘텐츠 산업 분야의 기업 방문교육을 통해 직접 한국 문화콘텐츠를 체험하고 이를 통해 실제 활용 가능한 자질과 역량 함양
모듈 4	글로벌 시대의 문화콘텐츠 리더십 (Cultural Content Leadership in Global Era)	문화콘텐츠 분야 한국기업과의 비즈니스 네트워킹 및 연수 참가자들 간의 문화의 밤(Cultural Night) 행사를 통해 선구자적 문화콘텐츠 분야 글로벌 인적 네트워킹을 구축시켜 줌으로서 문화콘텐츠분야 해외 진출을 위한 국가별 거점 전문가로서의 역할 수행이 가능하도록 글로벌 리더로서의 자질과 역량 강화 방안 모색
결과	초청연수참가국 내 문화콘텐츠 현황 및 지원정책 사례 공유 (Sharing the Current Status of Cultural Content in Participating Countries of Training Prog.)	국가간 비즈니스네트워크 및 국내기업과의 비즈매칭을 통하여 상호 국가간 문화콘텐츠산업 공동제작 및 협력방안 도출 초청연수 참가국 실제 적용 가능한 최신 정보를 공유하고 한국기업의 해외시장 진출시 이론적인 사전지식 제공

3.3.2. 파견연수프로그램 모듈 내용

파견연수는 한국기업의 해외파견국가 내(內)

문화콘텐츠 관련 기관 및 기타 전문기관과의 프로그램을 수행해야 하므로 <표 5>에서 도출한 3개의 모듈을 바탕으로 <표 7>에서 파견연수시 단계별지원 사항을 정리하였으며, 이 과정에서 사전 MOU 체결 등 사전 협의 추진은 세심한 단계별 기획이 필요하다.

한국 기업 참가자에게 파견국에 대한 충분한 사전지식 전달하고, 현지 기업 소개자료와 문화콘텐츠 분야 전문 동시통역 지원이 필요하며, 파견연수 교육내용은 비즈니스 네트워킹 강화를 중점으로 현지 문화콘텐츠 현황 및 지원정책에 대한 이해와 사전지식이 필요하며, 현지 참가자 DB를 통한 국가별 연락망을 구축하고 커뮤니티 사이트 구축을 통해 방문 기업에 대한 정보 제공으로 교육종료 후에도 지속적인 관심과 네트워킹이 필요하다. 마지막 6단계 교육결과는 한국 기업 파견연수사업은 본연의 목적을 성공적으로 달성하고 한국이 문화콘텐츠 분야 거점 전문가 양성으로 세계시장 진출하는데 교두보 마련과 문화콘텐츠분야 강국으로서 국가브랜드를 제고하는데 그 의의가 있다.

<표 7> 문화콘텐츠 파견연수 단계별 지원 내용 및 교육결과

단계	파견연수 단계별 지원 내용
1 단계	전문가, 관련기업의 설문 및 자문회의를 통하여 파견연수 대상국 선정
2 단계	사전답사 또는 이메일을 통한 파견연수 국 협력 파트너와 연수진행 방법 및 교육 프로그램 논의
3 단계	파견연수 참가자를 대상으로 연수 프로그램에 대한 사전조사 후 요구사항 반영
4 단계	비즈니스 네트워킹 참가기업 소개자료 사전 점검
5 단계	파견국 방문기관 및 기업에 대한 사전 자료 요청후 연수 참가자에게 비즈니스 네트워킹을 위한 지식 제공 및 커뮤니티, 클럽, 콘텐츠지원사이트 제공
교육 결과	파견연수 참가 기업과 파견대상 국가 기업의 비즈니스 네트워킹을 통한 업무 협약 파악

3.3.3. 유학생 연수프로그램 모듈 내용

한국내 체류중인 유학생을 대상으로 한국문화콘텐츠를 소개하고 체험 해 볼 수 있는 기회를 제공하여 중국으로 한국문화에 대한 우호적인 성향을 갖게 하여 자국에 돌아가 한국의 문화산업에 대한 홍보 및 에이전트 역할 수행이 가능하도록 <표 8>에서 교육모듈을 제시하였다.

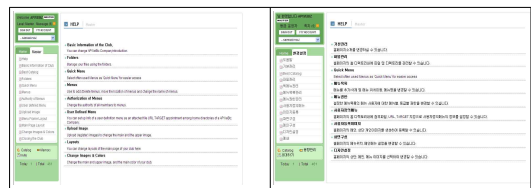
<표 8> 문화콘텐츠 유학생연수 주요 교육내용 및 교육결과

구분	유학생 연수 주요 교육내용
공통 교육 내용	<ul style="list-style-type: none"> - 쌍방향 커뮤니케이션 활성화 - 재미있고 역동적인 교육과정 설계 - 기업 성공사례 중심교육으로 비즈니스 창출을 위한 아이디어 제공 - 그룹 프로젝트 수행을 통한 교육생들 간 유대강화 - 교육프로그램을 통한 직접 체험해 보는 한국
모듈 1	한국 내 유학생 교육 현황 조사 통한 교육 참여가능 수요 측정하고 교육목적에 부합하는 프로그램 구성
모듈 2	교육 참가자 대상 사전 설문조사를 통해 교육프로그램 수준 조절하고, 그룹별 미션수행 위주 교육으로 친밀도 상승 가능한 교육 프로그램 제공
교육 결과	차세대 글로벌 네트워크 및 한국 대학생과 유학생들 간의 네트워크를 강화하고 향후 본국으로 귀국시 한국문화콘텐츠 국가별 거점 전문가로서의 기반조성 한국 유학생들과의 지속적 네트워크를 통한 세계시장 진출 기회 확대를 위한 교육프로그램 제공

<표9> ETS-CS 지원시스템 구현환경

종류	내용
운영체제	리눅스
웹서버	Tomcat
프로그래밍언어	JSP, Java
데이터베이스	MSSQL 5.0.27

구현한 주요 내용을 요약하면, (그림 7)은 본 시스템을 관리하기 위한 백오피스로 클럽관리, 회원관리, 콘텐츠 관리, 통계관리 등의 기능을 구현하였다. 또한, 국내지역과 국외 지역에 따라 사용 메뉴 및 콘텐츠의 언어를 지원한다.



(그림7) 관리자용 백오피스화면

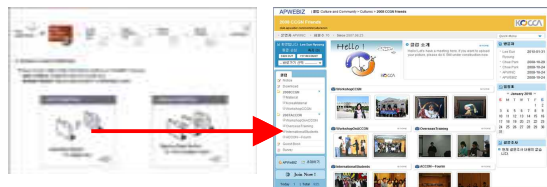
3.4. ETS-CS 모듈에 따른 세부교육내용

문화콘텐츠 교육지원시스템(ETS-CS)에 의하여 각 연수별 특성에 맞는 세부 교육프로그램을 도출한다.



(그림7) 교육지원시스템(ETS-CS) 모듈에 따른 세부교육내용

(그림 8)은 기본적인 몇 가지 정보를 입력 후 클릭하면 자동 생성이 가능한 방식으로 구현하여 컴퓨터 활용능력이 부족하더라도 기본 시스템을 쉽게 구축할 수 있도록 하였다. 또한 생성된 클럽은 회원자 등급, 디자인, 메뉴, 환경설정 등이 변경가능하다.[9]



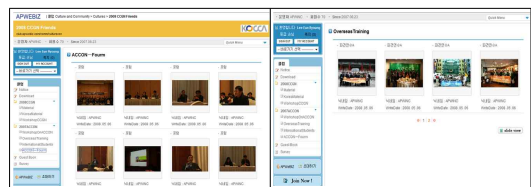
(그림 8) 클럽 생성 (2008 CCGN Friends Club)

4. ETS-CS 구현

4.1. ETS-CS 웹지원시스템

본 논문에서 ETS-CS 구현 및 지원을 위한 시스템은 지식경제부에서 지원해 구축한 위비즈월드(WeBiz World)시스템[8]의 모듈을 기반으로 구현하였으며, 별도의 홈페이지와 함께 커뮤니티 사이트를 통해 각종 콘텐츠를 지원한다.

(그림 9)는 2008년 문화콘텐츠전문가 포럼 및 해외파견 연수생들간의 커뮤니티 클럽을 생성하였다.



(그림9)2008문화콘텐츠 전문가포럼 및 해외파견연수 클럽지원

2009 년 별도로 제작 지원하고 있는 (그림10)의 문화콘텐츠 글로벌 네트워크 지원홈페이지(www.ccgnet.kr)[10]를 통하여 초청연수, 파견연수, 유학생연수에 대한 정보를 공유하고 설문 및 비즈매칭을 지원하고 있다.



(그림10) 문화콘텐츠 글로벌 네트워크 (www.ccgnet.kr, 2009)

5. ETS-CS 수행 및 평가

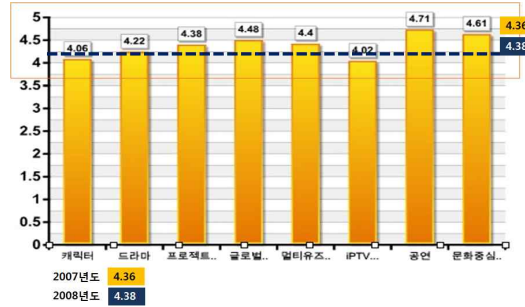
5.1. 한국초청연수프로그램 구현[11]

한국 초청연수 프로그램은 아시아 리딩그룹 대상 국내 콘텐츠 산업 이해도 제고하기위하여 해당국 문화산업 정책결정자, 리딩그룹을 대상으로 친한 전문가를 양성하고 자국내에서 한국 지지기반 마련하기위한 프로그램으로 (그림 11)설문조사 결과에 의하면 2007년에는 아시아 9개국가에서 29명이 참가했으며, 교육모듈에 따라 4개 부분으로 나누어, 문화콘텐츠관련 전문강의 18회, 현장학습 9회, 문화체험2회, 특별행사 7회등 총 36개 프로그램을 실행하였으며, 평가결과로는 강의부분에서 5.0만점에 평균 4.36, 현장학습 부분에서는 평균 4.24의 높은 호응을 받았다(그림12).

2008년에는 문화콘텐츠관련 전문강의 10회, 현장학습 7회, 문화체험2회, 특별행사 5회, 비즈매칭2회등 총 26개의 프로그램을 실행하였으며, 전체평균 4.43의 높은 평가를 받았다. 이는 2007년도 보다 높은 평가결과로서 전문 관련 업체 및 전문가들의 강의를 통해 실질적인 사례와 초청기업과 국내 기업간 2회의 비즈매칭등 새로운 시도를 통해 만족도를 높였다.[12]

<표10> 문화콘텐츠 한국초청연수 참가국가 및 참가인원

년도	교육기간	참가국가	교육생 수
2007	9월9일 ~9월16일	싱가포르, 말레이시아, 필리핀, 태국, 베트남, 인도네시아, 대만, 터키, 미얀마 (9개국)	29명
2008	9월21일 ~ 9월27	싱가포르, 말레이시아, 필리핀, 태국, 베트남, 인도, 인도네시아, 대만, 몽골 (9개국)	30명



(그림 11) 2007,2008년도 초청연수 교육프로그램 평가



(그림 12) 2007,2008년도 초청연수 현장학습 프로그램 평가

5.2. 아시아 파견연수 프로그램 구현

아시아 파견연수는 <표 11>에 의하면 2007년에는 39기업체가 싱가포르, 태국, 대만, 베트남 4개국에 파견하여 아시아시장 네트워크 구축 및 해외진출 교두보 마련을 목적으로 참가하였다. 전체 평균 만족도는 94.7%로서 높은 만족도를 얻었으며, MOU 및 계약체결, 상호교육등 교류, 공동사업추진, 참가자 기업연계등 다양한 성과를 도출하였다.

<표 12>의 성과분석에 의하면 2008년도에는 26개 업체가 말레이시아, 베트남, 인도네시아, 대만 4개국 파견연수 프로그램에 참가하였으며, 2007년도에는 해당국 전문가들과 교류를 통한 콘텐츠 정책 방향 이해 및 현지시장 현황 파악 등을 통하여 심층적 정보획득이 아닌 현황확인 중심으로 전환하였다. 여기서 더 나아가 2008년도에는 현지에서 비즈매칭 연계가 가능하도록 비즈매칭 중심으로 구성하였다. 주요 정부기관 관계자들과 연계하여 해당국 정책방향 및 해외기업 관련 제도 등을 파악하고, 주요 기업 탐방 및 기업관계자 미팅 등을 통하여 산업환경(규모,

수준 등) 파악함으로써 파견국가에서의 실질적인 비즈매칭이 활발하게 이루어지게 된 것이 큰 성과였다.

<표11> 문화콘텐츠 파견연수 참가국가 및 참가기업 수

년도	교육기간	참가국가	참가기업
2007	10월9일~10월16일	싱가포르, 태국, 대만, 베트남 (4개국)	39기업체
2008	11월19일~12월 3	말레이시아, 베트남, 인도네시아, 대만(4개국)	26기업체

<표12> 문화콘텐츠 파견연수 수행결과 성과분석

건수/구분	MOU및 계약체결	상호교육 등 교류	공동사업 추진	참가자 기업연계
2007	16	3	9	6
건수/구분	말레이시아 비즈매칭	베트남 비즈매칭	인도네시아 비즈매칭	대만 비즈매칭
2008	18	16	12	17

5.3. 유학생연수 프로그램 구현

유학생 연수 프로그램은 국내 체류중인 아시아 지역 재한 유학생을 대상으로 우리나라의 문화콘텐츠산업의 우수성 홍보를 위한 사례 중심의 강의 및 우수한 한국문화콘텐츠 체험 및 문화콘텐츠 전문가와의 교류 지원을 통해 우수한 아시아 각국 문화의 긍정적 가치 공유하고 교류협력 기반 조성하는 목적으로 2007년 7개국 41명이 참가하였으나, 2008년에는 12개국 66명이 참가하여 전년대비 40%이상 증가되었다. 설문조사를 근거로 교육일정 및 프로그램을 개선하였으며, 관련분야 전문가의 강의 및 체험학습으로 교육의 흥미를 높이고, 문화콘텐츠 제작업체 견학을 통한 교육의 이해도를 제고하였다.

<표13> 유학생연수 참가국가 및 참가인원

년도	교육기간	참가국가	참가인원
2008	1월29일~2월1일	중국,일본,대만,베트남,홍콩,몽골	8개국 42명참가
2009	1월12일 1월13일 1월16일	말레이시아,중국,인도네시아,대만,몽골,베트남,홍콩,일본,우즈벡,네팔,아르헨티나,과테말라	12개국 66명참가

<표14> 유학생연수 교육프로그램 내용 및 강의평가

구분	강의	강의+체험	현장방문	프로젝트	만족도
2007	5	1	1	-	86점
2008	4	6	1	1	88점

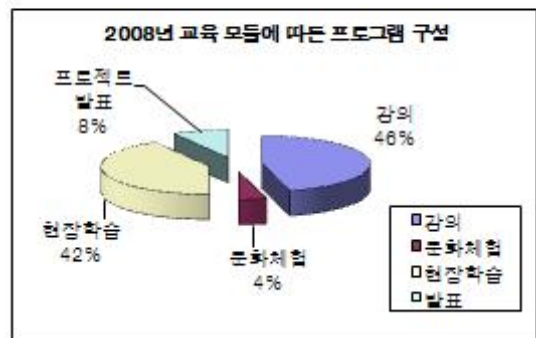
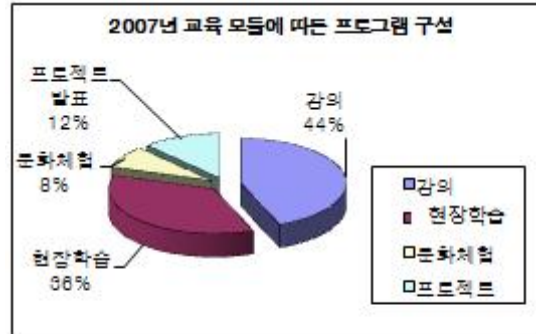


(그림13) 유학생연수 교육프로그램

6. 결론

본 논문에서는 한국 문화콘텐츠산업의 글로벌 경쟁력 강화와 해외 시장지배력 확대 및 문화강국 실현을 위하여 지난 2년동안 문화콘텐츠 해외거점 전문가 양성을 위하여 실행한 파견연수, 초청연수, 유학생연수에 연구 및 교육프로그램 설계에 근거하여 ETS-CS (Educational Training System for Contents Specialist) 교육훈련시스템을 제안 적용하였다.

<표 15> 2007, 2008 교육모듈에 따른 프로그램구성 비교



“문화콘텐츠 글로벌네트워크 구축사업”에 참여한 교육생을 대상으로 본 ETS-CS시스템에 의거한 교육프로그램의 만족도를 조사한 결과 2007년에 이어 2008년에 전체평균점수를 비교해 본 결과 큰 만족도의 점수를 받았다[13].

이는 ETS-CS의 체계적인 교육모듈 설계를 통하여 교육훈련 프로그램을 도입하였으며, 2007년도 수행후 참여기업의 요구조사를 통해 2008년도 교육모듈 설계 시 강의를 2% 증대시키고, 현장학습을 6% 증대시킴으로서 한국문화콘텐츠의 이해부분에 대한 요구증대와 한국기업과의 네트워크 기회를 확대하는 등의 개선안을 반영한 질 좋은 교육콘텐츠의 사유로 볼 수 있다[14].<표 15>. 기대효과로는 아시아지역 문화콘텐츠 전문 인력 양성을 통해 아시아 국가별 친한류 지지기반을 마련함으로써, 문화콘텐츠관련 기업의 아시아시장 진출 기반을 마련하였다. 또한 문화산업 관련 네트워킹 확대 및 공동사업 가능성을 제고를 통해 기획단계에서부터 글로벌 경쟁력이 있는 킬리콘텐츠를 공동제작하고 마케팅하여 글로벌 시장을 선도할 수 있도록 기반을 마련하였다. 이를 지원하기위하여 향후 연구로는 다양한 한류콘텐츠 및 아시아 각국의 문화콘텐츠를 기획단계에서부터 스토리를 발굴할 수 있도록 스토리텔링 저작 툴이나 각종 콘텐츠 제작 실습도구들의 개발이 필요하다. 문화콘텐츠 산업의 학습 콘텐츠의 질을 높여 활용도 측면에서 효과를 높여, 앞으로 국가별 지역 격차해소를 위해 원스톱, 푸쉬서비스 등의 지역 및 국가별서비스를 실현하여 문화콘텐츠 시장의 맞춤형 교육 지원시스템을 구축하여야 할 것이다.

참 고 문 헌

[1] 박상규(2005) 문화상품의 해외진출 활성화 방안연구 p.5
 [2] 피터드러커(Peter Ferdinand Drucker, 1909.11~2005.11) 경제분석가, 뉴욕 대학 비즈니스 스쿨의 경영학 교수를 역임, 《Next Society》 《21세기 지식경영》 《미래사회를 이끌어가는 기업가정신》 등 30여권 저술
 [3] 제러미 리프킨(Jeremy Rifkin, 1945~) 미국의 세계적인 경제학자이자 문명비평가. 《엔트로피 법칙》 《노동의 종말》 《수소경제》 등 저술
 [4] Charles P.Kindleberger(1910-2003,MIT경제학교수)의 <경제강대국 흥망사>
 [5] 서비스산업의 탑 브랜드 : 금융(Citibank), 물류(DH

L), 숙박(Hilton), 외식(McDonald)
 [6] 한국문화콘텐츠 진흥원 <http://www.kocca.kr>
 [7] 아태여성정보통신원: 한국문화콘텐츠진흥원 '2007, 2008년 문화콘텐츠 글로벌네트워크 사업수행기관
 [8] <http://www.apwebiz.com/index.html>
 [9] <http://club.apwebiz.com/comm/culturecon>
 [10] 문화콘텐츠 글로벌 네트워크 홈페이지 <http://www.ccgkn.kr>, 2009
 [11] 한국문화콘텐츠진흥원, 아시아4개국 문화콘텐츠 시장조사, 2008
 [12] 한국문화콘텐츠진흥원, 아시아6개국 문화콘텐츠 시장조사, 2009
 [13] 아시아 문화콘텐츠 시장개척을 위한 교육지원시스템 설계 및 구현, (그림11),(그림12) 참조
 [14] 한국문화콘텐츠진흥원, 2007, 2008 문화콘텐츠 글로벌네트워크구축결과보고서



이 은 령

1984년: 서울산업대학교 전자계산학과 졸업 (공학사)
 1989년: 건국대학교 전자계산학과 석사 졸업 (공학석사)
 2009년: 숙명여대 정보과학대학원멀티미디어학과 (박사과정 수료)
 2005년~현재: 숙명여자대학교 미래/문화산업 최고경영자과정 주임교수
 2009년~현재: (주)VMS BRAND KOREA 대표
 관심분야: 멀티미디어, 디지털콘텐츠, 스토리텔링, 브랜드, e-비즈니스



김 교 정

1972년 : 연세대학교 화학과 졸업 (학사)
 1983년 : Clarkson Univ. 전산학 석사 졸업(이학석사)
 1991년 : Clarkson Univ. 전산학 박사 졸업 (이학박사)
 1997년~2009: 숙명여자대학교 아태여성정보통신원 원장
 1986년~현재: 숙명여자대학교 정보과학부 멀티미디어과학과 교수
 관심분야: 멀티미디어, e-비즈니스, 지능형 에이전트