http://dx.doi.org/10.14400/JDC.2014.12.12.507

도자공방운영의 활성화 연구

김성민
공주대학교 예술대학 세라믹디자인

Activation of the ceramic workshop in Operations Research

sung-min Kim
KONGJU NATIONAL UNIVERSITY CERAMIC DESIGN

요 약 문화가 공급하는 자와 수요자와의 감정의 공유가 있어야 가능한 것임을 감안해 보더라도 수요자가 그 코드를 제대로 읽어내지 못한다면 문화의 형성은 불가능하기 때문이다. 이에 활발한 도자공예 문화의 보급은 교육의 힘으로 가능하다 할 수 있다. 우리의 도자공예문화 역시 이러한 의미에서 교육의 중요성을 다시금 확인하고 재정비 필요하다. 시대적 지역적인 도자공예가 하나의 문화로 자리매김을 위해서는 무엇보다도 교육 및 활성화 방안이 필요하다. 이에 교육 방법이나 활성화 방안으로 공방 운영에 교육의 중요성을 토대로 도자공방 활성화 방안을 연구 제시하고자 한다.

주제어 : 문화, 도자공예, 교육, 공방운영, 활성화

Abstract Because it is impossible to form a culture. To correctly read the code unless the consumer is considering skater that can be shared in the emotion of the characters and the consumer culture that supply. May be possible to force the active dissemination of education shall ceramic crafts culture. We need the ceramics craft culture in this sense also once again confirmed the importance of education and redevelopment. The workshop enabled to the Ceramic Study presented based on the importance of education in workshop operations Activation is required in order to plan the education and above all a culture of catheterpositioned in the area of contemporary craft. Such as teaching methods and ways to activate.

Keyword : culture, ceramic crafts culture, education, ceramics studio, redevelopment

1. 서론

1.1 연구의 필요성과 목적

경제성장을 거듭한 한국사회의 변화는 문화면에서도 많은 영향을 끼쳤다. 경제의 발전은 곧 시간의 여유를 가져다주었으며, 여가문화를 즐기려 하고 있다.

의・식・주에 대한 기본적인 삶의 지향에서 또 다른 인간으로서의 권리를 찾고자 하는 바람이 자연스런 일상의 한 부분으로 자리하게 된 것이다. 1990년대 이후로 공방의 기능은 그 동안 학교 교육에서 받을 수 없었던 여러 혜택 등을 수용하여 소수 계층에서만 누릴 수 있었던 취미생활을 일반화, 보편화시켰다. 또한 하루 중 일정한 시간을 자신만을 위해 보내고, 일상으로부터 탈출하여 잃어버렸던 자신과 자아를 찾기 위한 욕구 충족의 기능을

Received 16 September 2014, Revised 6 November 2014
Accepted 20 December 20144
Corresponding Author: kim-sung min(KONGJU NATIONAL UNIVERSITY CERAMIC DESIGN)
Email:min3812@hanmail.net

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

수행하고 있다. 이는 평생교육이라는 의미에서 이 점은 매우 긍정적인 결과를 예측해 준다. 도자공예의 측면에서 본 공방은 역시 그 의미가 매우 크다. 도자공예를 배울 수 있는 기관이 극히 소수였던 우리나라의 현실에서 전문인의 양성이 목적이 아닌 일반인들을 대상으로 한 공방중심으로 교육은 도자공예 문화로서의 발전도 가져왔기 때문이다. 공방교육은 참여라고도 할 수 있는 도자공예 교육은 폭넓은 연령층의 관심 속에서 도자공예의 지식 및 상식의 확대와 감정의 교류를 줄 수 있었다. 이러한 높은 관심 속에서 도자공예는 빠르게 보급되었으며, 도자공예 수요자의 확대는 자연스럽게 문화의 형성으로 이어졌다. 특히 사회에서 소외되었던 일반 주부들의 관심을 끌어냄으로써 그들의 활동 반경을 가정에서 사회로 넓혀주는 계기를 마련해 주었다. 일반인 및 장애우 등 사회 참여는 일반적인 패턴과 다른 양상을 띠고 있는데, 그것은 일반인 및 장애우등의 개별적으로 움직이기 보다는 소수의 그룹을 형성하여 움직인다는 점이다. 그리고 그 소수의 그룹은 다른 소수의 그룹과의 연계를 이루어 가며 한사람의 수요자는 열 사람의 가치를 가져다주게 되다.

그렇기 때문에 문화의 형성에서도 이러한 일반 주부들의 참여는 다른 경우보다 더욱 신속하고 폭 넓게 확산될 수 있다. 도자공예교육은 그것이 교육으로서만 끝이 아닌, 상품으로서도 가치를 가지고 있다. 이것은 문화생활의 기본요소이기도 하다. 또한 일반인들의 관심과 눈높이를 맞춤으로써 전시장의 문턱을 자유롭게 하였으며, 각종 행사의 참여도도 해마다 늘어나는 추세이다. 문화란 그것을 공유하는 사람들이 형성하는 것이다. 더욱더 좋은 문화란 수많은 사람들의 동조와 지원이 필요하다.

1.2 연구 방법

우리나라 도자공예의 발전을 위해서는 도자공예 문화의 확산이 있어야 하며, 문화 확산의 효과적인 방법은 교육의 확대하고 생각합니다. 교육으로서 도자공예뿐만 아니라 다른 분야의 공예 역시 마찬가지이겠지만 수요자가 없는 공예의 역사는 오래 가지 못할 것이다. 그러므로 끊임없는 문화의 수요자를 만나기 위해서는 교육의 힘이 필요하다. 이에 아래와 같이 도자문화 교육에 대한 특징들을 자료와 사례를 나열하여 공방운영에 교육의 방안으로 도자공예 및 공예시장에 가능성을 제시하려합니다.

1.3 연구범위

도자문화교육은 현재 여기에서 분류하고 있는 대부분의 기관에서 교육이 이루어지고 있다. 그 이유는 무엇보다도 수요자들의 높은 관심과 호응 때문이기도 하지만, 도자공예교육의 특성에서도 그 연유를 찾을 수 있다. 도자공예가교육으로서 가지고 있는 특징을 정리하자면 다음과 같다.

첫째, 도예교육에는 문화성 및 사회성이 있다. 이 점은 특히 일반 성인들을 대상으로 한 교육의 과정에서 더욱 두드러지게 나타나고 있다. 경제 활동이나 일상의 모든 활동에서 벗어나 자신만의 시간을 소유하고자 하는 욕구와 그것을 충족하는 과정에서 자신과 동일한 관심 속에서 모인 타인과의 교류는 새로운 사회활동으로서의 만족감을 가져다준다. 그리고 이러한 사회성은 각각의 문화활동과 밀접한 연계를 이루게 된다. 관심이나 호기심이라는 일차적인 단계가 정적인 활동이라 한다면, 이 감정과 더불어 참여라는 동적인 활동을 수반한 감정의 공유가 이루어지는 과정들에서 얻어지는 것이 바로 '문화'라는 이름으로 나타나기 때문이다. 그동안 도자공예는 교육의 보급 비율에 있어서 많은 발전을 거듭해 왔다. 이러한 점에서 도예교육은 다른 어떠한 활동보다 문화와 사회적인 측면에서 이점을 충실히 이행하여 왔다고 해도 과언이 아니다. 그리고 이점은 앞으로도 더욱 중요한 요소로 작용할 것이다.

둘째, 기능적·미학적 요소를 가지고 있다. 미술교육은 창의력, 상상력에서뿐만 아니라 조형감각의 향상을 위해서도 필요하다. 많은 미술 분야 중에서 도자공예와 같은 입체 조형 활동은 평면 활동에 비해서 그 역할이 탁월하다 할 수 있다. 기능적·미학적인 부분에 있어서의 도예교육은 성장기의 어린이나, 청소년에게도 물론 중요하지만 성인들에게도 마찬가지의 중요도를 가지고 작용한다. 흙을 만지는 순간부터 느끼는 손의 감각은 인간의 두뇌를 자극하여 감성(EQ, CQ)의 능력을 배가시켜준다. 또한 흙을 쌓아 올리거나 깎아주는 일련의 작업 등을 통해서 얻어지는 균형감각과 조형감각 등은 이론적으로 습득하지 않아도 자연스럽게 얻어질 수 있는 효과들이다.

셋째, 도예교육에는 역사성이 있다. 도자 공예의 역사성을 굳이 설명하지 않더라도 도예교육 역사는 전체적인 면에서도 그러하다. 또한 개인적인 면에서도 이 역사성은 개개인의 작품성이나 발전된 조형성, 그리고 그 부산

물로 얻어지는 만족감에서도 충족감을 준다. 교육 수용자의 이러한 만족감은 교육의 평생교육이라는 관점에서 볼 때 더욱 중요한 의미를 부여해 준다. 도예교육을 받음으로써 느끼는 감정들은 각각의 이유는 다르겠지만 계속해서 정진할 수 있는 동기를 제공해 주기 때문이다. 그리고 이러한 점들이 축적되어 쌓아지면서 자신만의 세계를 구축하는 힘을 길러주며, 이 힘은 바로 개개인의 교육 역사와 직결되며 개개인의 역사는 도예교육의 역사로 이어지는 중요한 매개체가 되어준다. 그렇기 때문에 도예 교육은 개인의 성취감이나 만족감을 위해서도 그렇지만 도예교육의 역사를 위해서도 꼭 필요한 요소이다.

또한 도자공예는 연령과 성별에 구애 받지 않으며, 무엇보다도 장기적인 기능의 연마와 미적 학습을 누릴 수 있다. 또한 흙을 재료로 선택하기 때문에 삭막해져가는 현실 속에서 점차 높아지고 있는 자연주의로의 체험을 한다는 장점도 가지고 있다. 여기에 좋은 프로그램의 개발과 끊임없는 연구가 지속된다면 앞으로도 한층 더 발전적인 교육매체를 구성 운영할 수 있을 것이다.

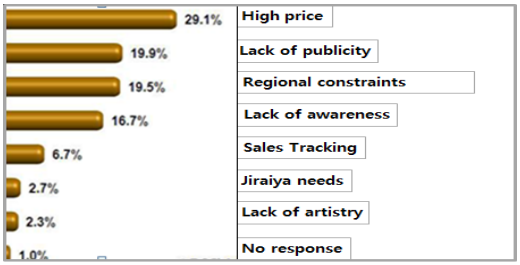
2. 본론

2.1 공방의 운영

공방운영에 대한 조사방법은 공예문화산업과 문화상품 마케팅이라는 자료집과 한국공예디자인문화진흥원 자체 조사한 자료를 2012년 공예산업실태조사, 공예현황보고서 기반으로 정리하였다. 정리된 논술자료를 정리하여서 본연구의 근거로 한 자료는 아니지만 기본적인 데이터는 제시한 자료집 통계를 분석하여서 발전적 자료제시로 공예교육의 연관성을 찾아 제시하려한다. 한국공예디자인문화진흥원자체 조사한 자료를 2012년 공예산업실태조사, 공예현황보고서 자료를 보면 다음과 같다[1]. 개인공방이 있고, 사업자 등록된 공예작가의 총 판매액이 높은 수준으로 공예작가의 2012년 기준 공예작품 총 판매액은 평균 26,000,000원으로 나타나 있고 '1,000-5,000만원 미만'이란 의견이 32.3%로 가장 높게 나타났고, 다음으로'100-500만원미만'(19.4%), '500-1,000만원'(13.3%) 등의 순서이다. 2013년 예상 총 판매액으로 '1,000-5,000만원미만'이란 의견은 남성(49.8%), 40대(46.5%), 개인 공방 있음(39.9%), 전라권(75.0%), 사업자 등록을 등록한(43.7%), 전통공예(46.3%) 부분이 높게 나타남.

'100-500만원 미만'이란 의견은 여성(22.6%), 20대(33.9%), 개인공방 없다고 한다. (28.7%), 수도권(21.2%), 사업자 미등록(24.2%), 예술 공예(22.1%)에서 높게 나타났다. 공예작품 판매의 저해요인으로'높은 가격'이(29.1%)이 큰문제로 나타났다.

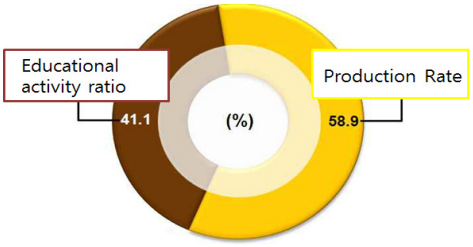
다음으로 '홍보부족'(19.9%), '생산, 유통의 지역적 제약'(19.5%),'공예품에 대한 구매자의 인식부족'(16.7%),'판매원활'(6.7%) 등의 순으로 조사되었다 [Fig.1] .



[Fig.1] Disincentive for sale by category Crafts Craft Works

전반적으로 높은 가격에 대한 부담감을 작품 판매의 1순위 저해요인으로 꼽은 가운데, 전통공예 및 산업공예는 홍보 부족을 예술 공예는 공예품에 대한 구매자의 인식부족을 다른 원인으로 자료를 보면 전반적으로 높은 가격에 대한 부담감을 작품 판매의 1순위 저해요인으로 꼽은 가운데, 전통공예 및 산업공예는 홍보 부족을 예술 공예품에 대한 구매자의 인식부족을 원인으로 본다. 이에 먼저 다음과 같은 교육활동 비중 방안 자료를 제시 한다.

첫째. 교육정책 및 제도개선 방안이 필요하다

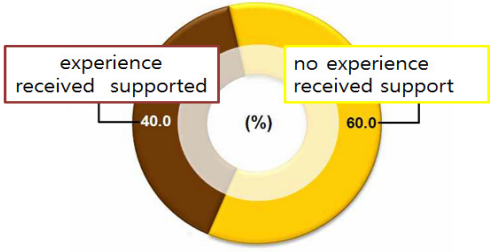


[Fig. 2] Sales and production share of total sales in educational activities

총 매출 중 제작판매와 교육활동비중은 제작 / 판매공동 운영 대비 비율은 개인공방 있고(60.2%), 영남권(71.2%), 사업자 등록(63.9%), 전통공예(71.5%)에서 높게 나났다.'교육'비율은 여성(46.1%), 60대(49.8%), 개인공방 없고(44.7%), 강원/제주/해외(45.1%), 사업자 미등록(46.0%)으로 취미공예(52.6%)에서 분포대비가 높게 나타났다. 제작판매와 교육활동 비중을 보면 다음과 같다[Fig.2].

지원이 효율화되기 위해서는 우선 현재 지역, 기관 등 산재되어 있는 지원정책과 지원제도가 정비되어야 한다. 공예산업의 활성화와 관련하여 정부기관이 공예산업 관련 지원책을 시행해 왔는데, 각각의 지원책이 하나의 통합전략으로 일원화되어 있지 않아 지원효율성이 낮고, 오히려 부처 간의 갈등과 수혜자의 불신을 조장하는 퇴보적 역할을 하고 있는 것이 현실이다. 산업적으로도 기존 표준화된 분류체계가 정립되어 있지 못해, 산업에 대한 정책개발 및 지원제도에 많은 혼선과 중복투자와 같은 어이없는 정책을 빚고 있다. 이에 정부는 각 부처의 비 일원화된 정책과 제도를 체계적이고 상호간의 시너지 효과를 창출할 수 있는 공예산업육성을 위한 통합진흥법 제정을 시급히 서둘어야 할 것이다. 또한 정부는 문화로서의 공예(공예문화), 산업으로서의 공예(공예산업)를 주도적으로 육성해 나갈 수 있는 대표적인 중심기관, 즉 법적기관을 설립 운영하여 한국공예산업을 국가경쟁력 산업으로 육성·진흥해 나갈 수 있는 주도적이고 중심적인 기관을 관련법 내에 포함시켜야 할 것이다. 공예산업 전반에 통용될 수 있도록 법적, 제도적 장치를 구축 분류체계가 통용될 수 있도록 철저한 준비 작업에 들어가야 할 것이다.

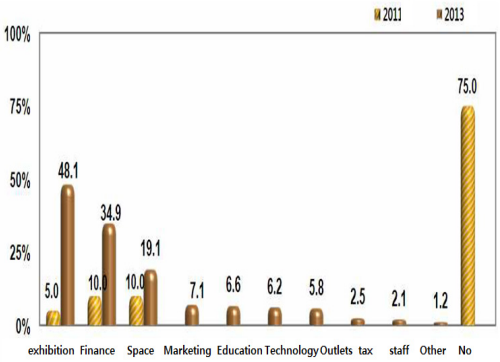
둘째. 정부·지자체 지원 활성화가 필요하다



[Fig.3] Government, whether local support benefits

공예 작품 활동에 대한 정부 또는 자치단체로 지원을 받은 경험이 있는 공예작가는40.0%로 나타났다. 산업공예 및 예술공예는 지원경험이 상대적으로 높게 나타난 반면, 취미공예는 지원경험이 없다는 의견이 가장 높은 것으로 분석된다[Fig.3].

공예문화산업의 어려움을 극복하고 발전하기 위해서는 정부·지자체지원 협업시스템이 절실히 요구된다. 현재 우리나라 공예문화상품의 개발 형태는 소량생산에 의한 다품종 형태의 생산구조 및 제작으로 이루어져 있다. 그렇기 때문에 발생하는 자본의 영세성, 원부자재 조달의 어려움, 전문 인력의 부족, 소비자 요구를 충족시켜주는 상품 전략개발의 미흡 등 타 산업에 비해 열악한 제작, 유통 구조 및 소비시장을 가지고 있다.



[Fig.4] local government support information

예술분야의 정부・지자체의 지원 내용으로 전시장지원(48.1%)이 가장 높게 지원된다.

다음으로'금융지원'(34.9%),'공간지원'(19.1%),'마케팅지원'(7.1%), '교육지원'(6.6%),'기술지원'(6.2%) 등의 순으로 지원된다.

2011년 조사 결과 대비 전시장 지원, 금융지원, 공간지원 등 다양한 경로를 통해 정부 및 지자체의 지원을 받고 있는 것으로 나타남[Fig.4]. 공예산업으로서는 단순 기업간의 경쟁이 아닌 협력이 최우선 과제이다. 특히 신뢰를 바탕으로 공동대응하지 않으면 생존조차 힘든 현 시장 환경에서는 더더욱 협업시스템이 절실히 필요하다. 공예업체들은 우선 공예시장을 키우기 위한 공동 노력은 공예업체 모두 살릴 수 있는 상호협력전략임을 인식해야 할 것이다[2].

위 개선방안을 토대로 구체적인 방안을 제시하자면

첫째, 정부 · 지자체지원협력시스템이 필요하다. 공예제작에 있어서 가장 큰 어려운 점은 시장성을 확보하기 위해서는 일정 규모상의 대량 생산이 가능해야 하는데 소규모의 자본과 인력 구조로 구성되어 있는 공예문화산업의 경우, 시장 수요가 발생할 시 대처 가능한 방법으로는 협력시스템에 의한 일 것이다. 이를 위해서는 정부·지자체의 신뢰와 협력을 위한 기본 인식이 필요하며 협력시스템을 만들기 위해서는 기초적인 공정하고 합리적인 조사연구가 기반이 되어야 한다.

둘째, 마케팅 전략으로 공예문화관광상품의 홍보 및 공동 물류시스템이 이루어져야한다. 현재 공예문화관련 업체나 작가에 있어서 개발과 생산뿐 만 아니라 판매까지도 처리함으로써 전문성이 떨어져 생산성 저하와 연관되는 경우가 많다. 이러한 단점을 극복하기 위해서는 공예문화관광상품의 개발과 생산의 협력 시스템뿐만 아니라 판매, 상표, 배송, 전시 등 홍보 및 공동 물류시스템이 체계적으로 이루어질 수 있는 전문 유통채널이 개발되어야 하며, 직접적인 마케팅방법 통한 판매실적을 향상과 인프라를 마련하고, 정부는 장기적인 공간지원이나 자금지원으로 협업을 한다면 좋은 결과를 제시할 수 있을 것이다[5].

3. 결론 및 발전방안

현재 우리나라에서 운영하고 있는 공교육기관과 사교육기관에서의 도자공예 교육은 학구열이나, 수준에 비해 다양하지 못하다는 단점을 가지고 있다. 이 점은 전문인 양성이 목적인 학교에서도 크게 다르다고 보지는 않는다. 물론 요즘에 들어와서 다양한 프로그램을 시도하고자하는 학교가 늘고는 있지만 항상 소 잃고 외양간 고치는 수준에서 맴돌고 있다. 해마다 줄고 있는 학생 수가 그 결과로 지방의 몇몇 대학들은 이미 심각한 상황에까지 와 있는 실정이다. 일반인들을 대상으로 한 교육은 아직까지는 그 수가 줄어들거나 하지는 않았지만 미리미리 준비하고 대처하지 않는다면 마찬가지의 결과를 초래할 것이다. 문화란 항상 양쪽 방향에서의 충돌이 있어야 이루어진다. 공급자와 수요자와의 관계가 그것인데, 이 두 요소의 감정의 공유가 이루어졌을 때 형성되는 것이 바로 문화이다. 그렇기 때문에 공급자는 수요자가 원하는 것이 무엇인지를 파악해야 하며, 수요자는 공급자의 코드를 읽을 줄 알아야 한다. 이 과정은 교육을 통해서 가능하며, 어떤 방법보다도 효과적이다[2].

현재 한국의 도자공예는 새로운 국면을 맞이하고 있다. 그동안 공교육기관인 학교에서의 획일화된 교육시스템은 급속하게 변화하는 현 시점에서 도태될 수밖에 없는 결과를 가져다주었다. 일반인들을 대상으로 한 교육 역시 마찬가지이다. 교육이 획일화되면 그 결과물들 (공예 작품, 상품, 문화 등) 역시 다양해지기 힘들다. 이에 도자공예 교육이 필요로 하는 연구 과제를 정리하자면 다음과 같다

첫째, 교육정책 및 제도개선 요구가 필요

현대사회가 각박해지고 개인화되면서 치료가 필요한 계층이 점차 늘어나고 있는 추세이다. 이를 위해서는 좀 더 전문화된 양질의 교육이 필요하다. 이 말은 학교교육 역시 그러한 관점을 놓쳐서는 안 된다는 의미이기도 하다. 특정한 상황일수록 틈새가 있기 마련이다. 도자공예의 발전은 평범한 일반인들의 참여도 필요 하겠지만, 그렇지 않은 사람들을 포함시킴으로써 더욱 가능해 질 수 있을 것이다.

둘째, 정부 · 지자체 지원요구 필요

점차 고령화되고 있는 상황에서 실버층과 장애우 등 특수교육을 겨냥한 교육 프로그램은 현재 거의 없는 상황이다. 노년 시기 및 장애우등의 특성을 파악하여 그에 맞는 프로그램의 개발 역시 절실하다. 또한 영아기의 프로그램 역시 정부· 지자체 지원요구 연구가 필요하다.

셋째, 연령별과 특성에 맞는 프로그램 개발 필요.

현재 우리나라에서 시행되고 있는 프로그램들은 크게 성인 대상, 5세 이전의 영아 프로그램, 5-7세까지의 유아 대상, 청소년기 등이다. 이를 더욱 세분화하고 그에 맞는 프로그램의 개발이 우선적으로 필요하다.

넷째, 이 모든 상황에 대처할 수 있는 공교육기관의 변화.

이미 많은 학교에서 새로운 아이템과 비전을 제시하며 도약을 시도하고 있다. 이 시도가 초기에서 끝나지 않

도록 재정적으로나, 사회적으로 뒷받침해주고 관심을 가져주어야 할 필요가 있다. 현재 각 대학교의 인기 학과는 취업 전망이 좋은 학과이다. 대학생의 가장 큰 고민이 취업이라는 통계도 나와 있을 만큼, 우리나라의 청년들은 취업과 연결이 되질 않는다면 전공으로 선택하기를 꺼려한다. 물론 자체적인 노력도 필요하겠지만, 취업이 안 된다는 의미는 바로 사회가 그것을 필요치 않는다는 의미로도 여길 수 있기 때문에 이점은 매우 심각하다 할 수 있다. 그렇기 때문에 어느 무엇보다도 도자공예의 발전을 위해서는 공교육기관의 변화와 발전이 요구된다. 문화란 상호 관계에 의해서 이루어지는 것임을 우리는 너무도 잘 알고 있다. 도자공예 문화의 발전은 곧 도자공예의 발전으로 귀결된다. 이러한 맥락에서 볼 때, 공급자의 측면인 전문가들을 위해서든 수요자인 일반인들을 위해서든 도자공예의 교육은 꼭 있어야 할 필요조건이다. 현재에서 안주하지 않고 끊임없이 연구하여야 할 이유도 바로 여기에 있다. 도자공예 교육의 향상된 개발은 바로 도자공예의 발전으로 이어질 것이다[4]. 이 연구논문을 제언하면서, 공예는 외롭지도 화려하지도 않지만, 문화의 원래 속성처럼, 찾아가면 언제나 그 자리에 남아 있어서 반겨주는 어머니와 같은 온화함이 있으며, 전문가나 일반 시민들도 모두 공예인이며, 마케터가 될 수 있다고 생각을 갖게 되었다. 단지 이러한 생각이 이 논문에 잘 반영되지 못하고 있다는 아쉬움이 남아 있으며, 그래서 이 분야를 다룰 전문가들의 질책과 꾸지람을 통해서 새로운 발전이 있길 기대한다.

REFERENCES

[1] Korea Craft Promotion Foundation / 2012 Craft Industry Survey, pp. 157-174, 2012

[2] Korea Craft Promotion Foundation / 2012 Craft Status Report, pp. 85-104, 2012

[3] Yasuo Ito, Lee, Heung /JaeMe Arts Management and Cultural Policy. pp.10-35, 1995

[4] Yasuo Ito, low yiheungjae, arts management and cultural policy, pp.95, 2002

[5] Alice Jack Trout me, bakgilbu translation, marketing immutable laws, November Publishing, pp. 35-38, 1994

김 성 민(Kim, sung-min)

- 1995년 2월 : 서울과학기술대학교 산업공예학과(석사)
- 1998년 2월 : 서울과학기술대학교 산업대학원 산업공예학과(학사)
- 2006년 4월 ~ 현재 : 공주대학교 조형디자인학부 교수
- 관심분야 : 문화 정책 및 기획
- E-Mail : min3812@kongju.ac.kr