

# 문화콘텐츠 전문 인력 양성에서 인문학의 역할

- KAIST 문화기술대학원 교육 프로그램을 중심으로

전봉관 \*

1. 인문학의 위기와 문화콘텐츠
2. 인문학과 문화콘텐츠 산업
3. KAIST 문화기술대학원의 교육 프로그램
4. 유연성과 수월성의 길항관계
5. 해석의 인문학에서 생산의 인문학으로

## 국문 요약

오늘날 지식 창출과 진리 탐구의 상아탑으로서 대학의 위상은 급속히 시장이 필요로 하는 고급인력 양성소로 변화되고 있다. 후기산업사회에서 대학제도의 위기는 필연적이다. 인문학의 위기는 그 연장선상에서 이해되어야 한다. 인문학이 문화콘텐츠학으로 변화를 시도하는 것은 인문학의 위기 극복을 위해 불가피한 측면이 있다. 그러나 인문학의 연구 대상을 새로운 미디어로 확장시키고, 인문학 전공자에게 다양한 미디어기술을 교육한다고 과연 시장에서 요구하는 문화콘텐츠 전문 인력을 양성할 수 있을지는 의문이다.

이 논문은 필자가 한국과학기술원 문화기술대학원에 참여한 경험을 바탕으로 문화콘텐츠 전문 인력 양성에 인문학이 어떠한 역할을 담당할 수 있으며, 문화콘텐츠화를 전제로 한 인문학 연구는 어떠한 방향으로 진행되어야 하는지 밝히는 것을 목표로 한다. 인문학은 문화콘텐츠 개념이 등장하기 이전에도 소설

---

\* KAIST 인문사회과학부 교수

가나 시나리오 작가 같은 문화콘텐츠 전문 인력을 양성해왔다. 아날로그 시대 문화콘텐츠 전문 인력이 특정 분야의 전문성을 요구받았다면, 디지털 시대의 전문 인력은 폭넓은 분야의 깊이 있는 지식을 요구받는다.

문화콘텐츠 전문 인력을 양성하기 위해서 인문학은 다른 분야로 영역을 확대시키는 것보다 인문학 교육 자체에 충실할 필요가 있다. 문화콘텐츠 산업이 필요로 하는 인문학적 지식은 인문학의 개별 학문 분야의 경계에 존재한다. 문화콘텐츠 전문 인력 양성을 위해 인문학은 내부의 장벽부터 제거해야 하고, 해석 중심의 인문학에서 지식 생산 중심의 인문학으로 변화해야 하며, 무엇보다도 원전 교육에 충실해야 한다.

---

## 주제어

인문학, 문화콘텐츠, 문화기술대학원, 유연성, 수월성

## 1. 인문학의 위기와 문화콘텐츠

리오타르는 『포스트모던의 조건』(1979)에서 ‘포스트모던’은 대서사에 대한 불신과 회의에서 시작되어 궁극적으로 형이상학과 과거 그것에 의존했던 대학제도의 위기로 이어질 것이라 예언한 바 있다. 지식은 정보의 양으로 번역될 경우에만 지속될 수 있을 것이며, 컴퓨터 언어로 번역될 수 없는 지식 구성물은 모두 폐기될 것이라는 리오타르의 묵시록적 예언은 30여년이 지난 오늘날 점차 현실화되고 있다.<sup>1)</sup>

인문학의 위기가 새삼스럽게 시대적 화두로 떠오르고 있지만, 오늘날 위기를 겪고 있는 것은 비단 문사철로 대표되는 전통적인 인문학만은

---

1) Jean-François Lyotard, 유정완 외 역, 『포스트모던의 조건』, 민음사, 1992, 37-41쪽.

아니다. ‘교육시장’에서 이미 사형 선고를 받은 것이나 다름없는 인문학, 사회과학, 자연과학 등 기초학문뿐만 아니라 의학, 법학, 경영학, 공학 등 실용학문 역시 지식의 창출 그 자체로 인정받는 ‘지식의 사용가치’를 점차 잃어가고 있다.

학생들이 몰리는 실용학문 영역에서도 정작 학문을 그 자체로 연구하고 탐구하려는 학생은 눈에 띄게 줄어들고 있다. 학생들이 법대나 의대로 몰리는 이유는 법학이나 의학을 매개로 진리를 탐구하기 위해서가 아니라 더 나은 직업을 얻기 위해서이다. 실용 학문이 각광받는 이유는 지식의 사용가치 때문이 아니라 지식의 교환가치 때문인 것이다.

지식 창출과 진리 탐구의 상아탑이었던 대학의 위상은 급속히 시장이 필요로 하는 고급인력 양성소로 변화되고 있다. 대학제도의 위기는 사회구성원 모두가 동의하는 것이지만, 대학 내부와 외부에서 바라보는 위기의 실체는 다르다. 대학 내부에서는 대학의 위상 변화 자체를 대학제도의 위기라 부르지만, 대학 외부에서는 시장이 필요로 하는 고급인력 양성소로서의 기능을 제대로 수행하고 있지 못한 것을 대학제도의 위기라 부른다. 평생 시장과 괴리된 상아탑에서 살아온, 따라서 시장을 모를 수밖에 없는 교수 집단은 현실적으로 시장이 필요로 하는 고급인력을 양성하기 어렵다. 대학 내부든 외부든 대학제도의 위기는 필연적인 것이다.

대학제도의 위기를 둘러싼 대학 내부와 외부의 인식 차이는 위기 극복을 위한 방향 설정에서 심각한 괴리를 낳는다. 청년실업 문제는 본질적으로 생산원가를 낮추기 위해 기업은 더 적은 노동을 요구하는데 반해, 사회는 일하지 않는 다수에 대한 사회적 부담을 줄이기 위해 더 많은 노동을 요구하는 현대사회의 구조적 모순에서 비롯되지만,<sup>2)</sup> 사회는 그 책임의 많은 부분을 대학 교육의 부실 탓으로 돌린다. 현재의 대학 교육

---

2) 위의 책, 35쪽.

이 완벽한 것은 아니지만, 시장 중심으로 대학 교육을 개편한다고 청년 실업 문제가 근본적으로 해결될 수는 없다.

지식 창출과 진리 탐구의 상아탑에서 사회가 필요로 하는 고급인력 양성소로의 대학의 위상 변화는 옳고 그름을 따지기 이전, 거스를 수 없는 시대적 대세이다. 특정한 학문의 생존여부는 30여 년 전 리오타르가 예언한 바와 같이 정보의 양으로 번역될 수 있는 지식을 창출할 수 있는지 없는지의 여부로 귀결될 것임에 분명하다. 정보를 생산하고, 사회에서 필요로 하는 인력을 양성할 수 없는 학문은 한동안 공공의 지원에 의지해 연명하다가 점차 고사될 운명이다. 이러한 맥락에서 인문학이 문화콘텐츠학으로 변신을 시도하는 것은 불가피한 측면이 있다.

문화로 대변되는 정신적 가치와 문화적 의미의 미디어기술이 복합된 형태의 문화상품이라는 문화콘텐츠의 정의<sup>3)</sup>에 따르면, 문화콘텐츠는 인문학적 연구와 생활의 결과물을 상품화시킨 것에 지나지 않는다. 이러한 문화콘텐츠에 대한 인문학적 해석은 “2001년 이후 4년제 대학과 대학원에서 ‘위기에 처한 인문학’의 활로 모색 차원으로 학생들을 문화산업계로 진출시키려는 목적에서 문화콘텐츠 관련 학과가 신설되기 시작했다.”는 지적에서도 확인할 수 있다.<sup>4)</sup>

문화콘텐츠가 인문학을 시장에서 교환될 수 있는 정보의 형태로 번역될 수 있는 가능성을 보여줌으로써 대학제도의 위기 상황에서 인문학의 생존 가능성을 열어두었다는 긍정적인 측면이 없는 것은 아니다. 학생들이 인문학 관련 학과의 지원을 기피하고, 인문학 전공자가 심각한 취업난을 겪고 있는 현실에서 인문학이 과거의 관행을 고집하기는 어렵다.

3) 송성욱, 「문화콘텐츠 창작 소개와 문화 원형」, 『인문콘텐츠』 제6호, 인문콘텐츠학회, 2005, 77쪽.

4) 임영상, 「문화콘텐츠 개발과 인문학」, 『인문콘텐츠』 제6호, 인문콘텐츠학회, 2005. 279쪽.

그러나 인문학의 연구 대상을 새로운 미디어로 확장시키고, 인문학 전공자에게 다양한 미디어기술을 교육한다고 과연 시장에서 요구하는 문화콘텐츠 전문 인력을 양성할 수 있을지는 의문이다.

인문학은 시장의 수요와 요구에 상관없이 존재할 수 있지만, 문화콘텐츠는 정의상 시장을 떠나서는 존재하기 힘들다. 인문학은 자족성이 어느 정도 인정되는 반면, 문화콘텐츠는 철저히 시장 논리에 지배된다. 문화콘텐츠의 기획에서 인문학적 지식의 수요는 엄청나게 크지만, 문사철로 엄격히 분리된 채 연구되어온 대학제도로서 인문학적 지식의 수요는 그다지 크지 않다. 학과의 간판을 바꿔다는 정도의 분식으로는 문화콘텐츠 교육도 실패하고, 인문학 교육도 실패할 공산이 큰 것이다.

이렇듯 인문학은 대학과 사회 그리고 학생과 학부모로부터 철저히 외면당하고 있는 것처럼 보이지만, 역설적으로 문화산업 현장에서 인문학적 지식과 인문학적 소양을 갖춘 고급인력의 수요는 의외로 크다. 2005년 9월 문화관광부의 예산 지원으로 개원한 '한국과학기술원 문화기술대학원'(이하 문화기술대학원) 역시 미디어 기술과 인문학적 지식이 결합된 문화기술(Culture Technology)라는 새로운 지식을 창출하고, 미디어 기술과 인문학적 소양을 두루 갖춘 고급인력을 양성하기 위해 설립되었다. 이 글은 필자가 문화기술대학원에 참여한 경험을 바탕으로 문화콘텐츠 전문 인력 양성에 인문학이 어떠한 역할을 담당할 수 있으며, 문화콘텐츠화를 전제로 한 인문학 연구는 어떠한 방향으로 진행되어야 하는지 밝히는 것을 목표로 한다.

## 2. 인문학과 문화콘텐츠 산업

문화가 인간의 삶 전반을 지배하는 만큼 영화, 만화, 방송, 게임, 애니

메이션, 출판, 인터넷 및 모바일 콘텐츠, 음반, 광고, 캐릭터 등 문화콘텐츠 산업의 영역 역시 방대할 수밖에 없다. 문화와 디지털 기술이 융합된 문화콘텐츠의 등장은 '매체 민주주의'와 '문화콘텐츠산업의 전문화'를 동시에 진행시켰다.

매체 민주주의는 소수의 창작자, 다수의 수용자로 이루어지던 문화의 창작과 수용의 과정을 다수의 창작자, 다수의 수용자 관계로 변화시키는 것을 의미한다.<sup>5)</sup> 디지털 기술과 미디어의 결합은 소수 전문가의 전유물이었던 콘텐츠 제작 기회를 일반인으로 확장시켰다. 디지털 미디어를 이용하면 굳이 대자본을 투자하지 않고도 누구나 손쉽게 콘텐츠를 제작할 수 있을 뿐만 아니라 인터넷을 통해 배급할 수도 있다. <오인용>, <엽기토끼>, <엽기적인 그녀>처럼 디지털 미디어를 이용한 비전문가의 창작물이 뜻밖의 상업적 성공으로 이어지기도 한다. 디지털 기술의 발달로 전문가가 사용하는 장비와 비전문가가 사용하는 장비의 격차가 줄어들면 줄어들수록 문화콘텐츠 제작과 배급에 비전문가의 참여 기회는 그만큼 더 커질 수밖에 없다.

디지털 기술이 가져온 이러한 '매체 민주주의'는 역설적으로 문화콘텐츠산업의 전문화를 가속화시켰다. 누구나 손쉽게 콘텐츠를 제작할 수 있게 됨에 따라 산업적으로 의미 있는 콘텐츠의 제작은 그만큼 더 큰 전문성과 완성도가 요구되기 때문이다. 인터넷 상에는 비전문가들이 창작한 질 높은 무료 콘텐츠들이 무수히 많다. 이러한 상황에서 상업적인 의도로 제작된 유료 콘텐츠는 비전문가가 제작한 무료 콘텐츠와 질적으로 달라야만 소비될 수 있는 것이다. 비전문가들의 무료 콘텐츠가 늘어

5) 1995년 미국 콜로라도에서 열린 '디지털 스토리텔링 페스티벌'은 '모든 사람들이 자기 이야기를 웹에 올려 작가가 되어 보자'는 매체 민주주의 운동을 촉발시켰다. 이인화·전봉관 외, 『디지털 스토리텔링』, 황금가지, 2003, 12쪽.

날수록, 유료 콘텐츠의 제작에는 완성도를 높이기 위해 더 많은 비용과 시간, 인력이 필요할 수밖에 없는 것이다.

기획(development), 제작 준비(pre-production), 제작(production), 후반 작업(post-production), 배급(distribution), 상영(exhibition)으로 이어지는 콘텐츠의 제작 공정<sup>6)</sup>에서 인문학적 지식이 주로 요구되는 단계는 기획 단계이다. 콘텐츠의 성패가 기획 단계에서 결정된다는 측면에서 인문학적 지식은 문화콘텐츠 산업의 경쟁력 확보에 필수적인 요소라고 볼 수 있다. 그러나 모든 인문학적 지식이 문화콘텐츠 제작에 활용될 수 있는 것은 아니다. 문화콘텐츠 제작에 활용할 수 있는 인문학적 지식은 제한적이고, 그러한 인문학적 지식을 다루기 위해서는 깊이 있는 인문학적 성찰이 필요하다.

<다모>(2003), <대장금>(2003) <왕의 남자>(2006) 등 성공한 문화 콘텐츠라고 평가받는 작품들의 창작소재인 ‘다모’, ‘의녀’, ‘쌍대’ 등이 인문학적 지식인 것은 틀림없지만 주류 인문학에서는 거의 다루지 않았던 지식이다. 현재 대학에서 이루어지고 있는 인문학 교육과 문화산업현장에서 필요로 하는 인문학적 지식은 분명 차이가 있다. 하지만 이러한 소재들을 발굴하고 이야기로 발전시키려면 고도의 인문학적 소양이 필요하다는 점에서 대학의 인문학 교육이 완전히 무가치한 것이라고 볼 수는 없다.

문화콘텐츠학으로 변신을 시도하기 이전에도 인문학은 문화콘텐츠 산업 인력의 주요한 공급처였다. 현재 문화콘텐츠 산업 현장에서 활약하고 있는 기획 인력 대부분은 인문학 전공자들이다. 문화콘텐츠 산업 현장에서 기획 인력이 부족하다는 것은 기획자가 되려는 인력이 부족한

6) Thomas A. Ohanian et al., 한용환 외 역, 『디지털 필름메이킹』, 책과길, 1999, 24-49쪽.

것이 아니라 ‘경쟁력 있는 콘텐츠’(killer content)의 기획을 주도할 수 있는 고급인력이 부족한 것을 의미한다. 그렇다면 문화콘텐츠 기획자가 되려는 꿈을 품고 있는 수많은 인문학 전공 인력들이 어떤 능력이 부족해 고급인력으로 평가받지 못하고 있는지 따져볼 필요가 있다. 영화, 애니메이션, 게임 등 기획하고자 하는 장르의 특성에 관한 이해가 부족해서 번듯한 기획안을 내지 못하는 기획자는 거의 없다. 역설적으로 인문학을 전공한 기획 인력이 가장 부족한 것은 문화콘텐츠 기획에 직접 적용될 수 있는 인문학적 지식이다.

문화콘텐츠 제작에 직접적으로 활용할 수 있는 인문학적 지식을 발굴하는 데에는 고도의 전문성과 창의력이 필요하며, 그러한 인력을 단기간에 대량으로 양성하기는 무척 어렵다. 가령 3D 애니메이션의 제작 공정에서 제작 인력(Animator)은 표준화된 기술 교육과 훈련으로 양산할 수 있지만, 기획 인력만큼은 표준화된 교육과 훈련으로 양산할 수 없는 것이다. 디지털 기술의 발달에 따라 산업적으로 의미 있는 콘텐츠의 제작에 더 큰 전문성과 완성도를 필요로 하는 만큼, 인문학을 배경으로 한 문화콘텐츠 전문 인력 역시 점점 더 깊이 있는 인문학적 소양과 창의력이 요구된다. 더욱이 제작(production) 과정에는 단순 인력도 필요하지만 인문학적 지식이 요구되는 기획 과정에는 소수의 고급인력만이 필요하다. 결국 문화콘텐츠 산업에 필요한 인문학 전문 인력은 대량으로 양산할 수 있는 단순 인력이 아니라 천재성을 갖춘 고급인력인 것이다.

인문학 교육이 문화콘텐츠 교육을 중심으로 재편된다고 인문학 전공 인력의 취업 문제가 획기적으로 해결될 수 있을지 역시 의문이다. 문화콘텐츠 산업이 한국의 10대 성장 동력 산업에 꼽힐 정도로 성장 잠재력이 큰 산업인 것은 틀림없지만, 현재 한국의 문화콘텐츠 산업의 시장은 지극히 협소하다. 노래방, PC방, 극장, 서점 등을 모두 포함한 문화산업



전체의 매출액이 초일류 기업 한 곳의 매출액보다 작은 실정이고,<sup>7)</sup> 일부 게임회사나 공중파 방송국 등을 제외하면 문화콘텐츠 업체는 영세성을 면치 못하고 있다. 더욱이 문화콘텐츠 산업은 노동집약적 산업도, 기술 집약적 산업도 아니어서 고용 유발 효과 역시 그다지 크지 않다. 시장이 요구하는 문화콘텐츠 전문 인력은 평범한 다수가 아니라 탁월한 소수인 것이다.

문화콘텐츠는 가격 탄력성이 극도로 낮은 상품이다. 재미없는 콘텐츠는 아무리 싼 가격에 판매하더라도, 심지어 공짜로 나눠주더라도 소비되지 않는다. 문화콘텐츠 산업은 생산량과 매출이 무관한 일종의 투기산업이다. 백 편의 콘텐츠를 제작해 한 편도 판매하지 못하는 경우도 있고, 한 편의 콘텐츠로 어마어마한 부를 창출할 수도 있다. 가격 탄력성이 적어서 팔리지 않고 쌓여 있는 재고품을 처분할 뚝족한 방법도 없다. 깊이 있는 인문학적 소양과 고도의 창의력을 갖춘 탁월한 기획자를 양성한다 하더라도, 그러한 인력이 문화콘텐츠 산업계에서 성공할 수 있으리라는 보장은 없는 것이다.

문화콘텐츠 산업이 인문학적 지식을 필요로 하는 것은 사실이지만, 인문학적 지식의 가치를 보호해 줄 수 있는 제도적 장치는 거의 마련되어 있지 않다. 문화콘텐츠 산업은 본질적으로 완성품 산업이다. 원작을 제외하면 중간재는 시장에서 거의 거래되지 않으며, 부가가치도 극히 미미하다. 소설이나 희곡 같은 창작물의 경우 원작료의 형태로 중간재가 거래되기도 하나 연구논문의 경우는 저작권이 보호되지 않는다. 인문학 연구자가 문화콘텐츠의 기획에 참여한다고 해도, 현실적으로 몇 편의 콘텐츠를

7) 문화관광부에서 발간한 『2005년 문화산업백서』에 따르면, 출판, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, e-러닝 등을 모두 포함한 2004년 문화산업 전체 매출 규모는 50조 원에 불과하다. 같은 해 삼성전자 매출액은 57조 6천억 원이었다.

제작하고 나면 지식이 고갈돼 더 이상 전문성을 발휘하기 어렵다.

문화콘텐츠 산업에 인문학적 지식이 필요한 것은 사실이지만, 인문학의 간판을 문화콘텐츠학으로 바꿔단다고 산업적으로 더 의미 있는 지식을 창출할 것 같지는 않다. 문화콘텐츠라는 개념이 등장하기 오래전부터 인문학적 지식은 소설이나 영화 같은 문화콘텐츠의 제작에 이용되어왔다. 그러나 인문학을 공부한 인력들이 소설가나 시나리오 작가로 활동해왔다고, 인문학이 소설가나 시나리오 작가를 양성하기 위해 존재해왔다고 볼 수는 없다. 문화콘텐츠 기획 전문 인력을 양성하기는 소설가나 시나리오 작가를 양성하는 것만큼이나 어렵고, 문화콘텐츠 업계의 경쟁은 소설이나 영화 시장과는 비교할 수 없을 만큼 치열하다. 문예창작 교육을 통해 소설가와 시인을 대량으로 양산할 수 없었던 것과 마찬가지로 문화콘텐츠 교육을 통해 문화콘텐츠 기획자를 대량으로 양산할 수 없는 것이다.

인문학은 기초연구를 진행하는 기초학문이지 완성품을 개발하는 첨단학문은 아니다. 첨단학문은 기술 격차가 빠른 시일 내에 좁혀질 수 있지만, 기초학문은 장시간에 걸친 노력과 투자 없이는 기술 격차를 좁히기 어렵다. 인문학이 문화콘텐츠 산업의 바람직한 협력 모델은 인문학이 직접 문화콘텐츠를 기획·제작에 활용할 수 있는 지식을 개발·제공하는 것이 아니라 장기적으로 문화콘텐츠 산업을 발전시킬 수 있는 기초연구를 착실히 수행하는 것이다. 문화콘텐츠 전문 인력 양성을 위해 인문학이 해야 할 일은 폭넓고 깊이 있는 인문학적 소양을 길러주는 방향으로 진행되어야지, 얇은 인문학적 지식을 미디어 기술과 접목시키는 능력을 길러주는 방향으로 진행되어서는 안 된다.

### 3. KAIST 문화기술대학원의 교육 프로그램

한국과학기술원의 문화콘텐츠 교육은 대학원 과정의 문화기술대학원에서 주로 이루어진다. 학부에는 문화콘텐츠와 직접적으로 관련된 교과목이 아직 개설되지 않았다. 문화기술대학원은 문화산업과 과학기술의 학제적인 교육과 연구를 통한 고급 전문 인력 양성을 위해 2005년 문화관광부와 한국과학기술원의 합의를 통해 설립되었다. 한국과학기술원은 과학기술부의 예산으로 운영되는 반면, 문화기술대학원은 문화관광부 예산으로 운영된다. 문화콘텐츠 창작 기술, 문화콘텐츠 기획, 문화산업 경영 등 세 영역의 전문 인력 양성을 목표로 하며, 인문사회과학, 예술 및 디자인, 이공학이 결합된 다양한 교과목을 개설하고 있다. 문화기술대학원은 양성하고자 하는 고급인력을 ‘창안자’(creator)라고 규정한다.

- 우리나라 문화산업의 도약을 이루기 위해서는 21세기 문화산업의 특성의 핵심을 파악하여 이에 부합하는 인력이 양성되어야 함.
- 특히 문화산업을 ‘산업’으로 인식하고 접근하는 경영자 정신과 자질을 갖춘 인력이 요구됨.
- 또한 문화산업의 첨단화를 이루기 위해서는 문화를 이해하는 과학기술자들과 과학기술을 활용하는 문화산업 종사자들의 존재가 필요함.
- 이러한 부류의 인재 상을 ‘창안자’라고 정의함. 창안자는 21세기형 문화산업의 엘리트로서 아래와 같은 역할의 일부, 혹은 전부를 담당할 것임.
  - 문화산업의 새로운 장르 개척
  - 문화콘텐츠의 구상, 기획, 실현
  - 문화콘텐츠 제작상의 새로운 기술, 방법론을 개발
  - 문화산업에서 새로운 비즈니스 모델을 개척

- 새로운 이론 패러다임 제시
- 창안자의 기본 소양
  - 수월성(excellence): 자기 분야에서는 최고의 기술과 경험을 축적하고 있어서 어느 맥락에서 문제가 제기되어도 효과적인 해결책을 찾을 수 있는 능력.
  - 유연성(flexibility): 학제적 연구 배경을 토대로, 열린 사고를 가지고 타 분야의 지식을 접하며, 자신의 과제에 도움이 되도록 쉽게 소화하고 응용하는 능력.
  - 국제성(global sense): 지역사회나 국내에서의 경쟁력을 넘어서 세계 경쟁력을 목표로 삼고, 다국적 협력 프로젝트를 수행할 수 있는 능력.
  - 리더십(leadership): 동료나 조직원들에게 비전을 제시하고 목표를 설정하여 효과적으로 조직을 리드하는 능력
  - 미래에 대한 비전(visionary): 인간과 세계에 대한 깊은 통찰력을 지니고 그에 준하는 장기적 목표로 정책이나 사업을 구상하는 능력<sup>8)</sup>

문화기술대학원이 적극적으로 양성하고자 하는 창안자는 문화산업을 ‘산업’으로 인식하고 접근한다는 점에서 전통적인 의미의 예술가와 다르며, 글쓰기가 아니라 과학기술을 문화에 접근하는 중요한 매개로 삼고 있다는 점에서 인문학자와 다르다. 문화산업의 새로운 장르를 개척하고, 문화콘텐츠를 구상, 기획, 실현하고, 문화콘텐츠 제작에 필요한 새로운 기술, 방법론을 개발하고, 문화산업에서 새로운 비즈니스 모델을 개척하고, 새로운 이론 및 패러다임을 제시하는 인재를 양성하겠다는 교육목표

8) 한국과학기술원 문화기술대학원, 『문화기술대학원 설립 및 운영계획서』(7차 수정본), 2005.11.

는 실현 가능하다면 한국 문화콘텐츠 산업의 질적 수준을 획기적으로 도약시킬 것임에 분명하다. 문제는 45학점(석사: 필수 12, 선택 24, 연구 3학점)이라는 제한된 학점으로 어떻게 그러한 목표에 도달할 수 있을 것인가 하는 점이다.

창의성 교육이 부족하고 학제간의 벽이 견고한 한국의 대학교육 여건상 기존의 학과에서 창안자를 교육한다는 것은 현실적으로 불가능하다. 영화, 게임, 애니메이션 등 개별 문화콘텐츠 장르의 전문가는 특화된 학과에서 교육시킬 수 있다 하더라도 장르의 경계를 넘나들고, 새로운 장르를 창조하는 창안자의 양성에는 새로운 교육 프로그램이 필요하다는 취지에서 문화기술대학원은 설립되었다.

현재 우리나라에는 7개 남짓한 문화기술 관련 대학원이 설치되어 있다.<sup>9)</sup> 그러나 기존의 대학원은 예술, 신문방송, 영상 등 특정 장르에 특화되어 있고, 문화산업계와 연계가 부족하다는 점에서 창안자와 같은 고급 인력 양성에 어려움을 겪고 있다. 문화기술대학원이 설치된 한국과학기술원은 디지털미디어 기술, 유비쿼터스 컴퓨팅 기술, 인간과 컴퓨터의 상호작용(HCI) 기술 등 문화산업과 접목시킬 수 있는 과학기술 분야에서 국내 최고의 경쟁력을 지니고 있다. 과학기술과 문화를 모두 이해하는 기획자의 양성에는 문화기술대학원이 확실한 경쟁력을 지니고 있는 것이다.

문화기술대학원에는 경제/경영/정책, 언어/커뮤니케이션/문학, 공학/전산/로보틱스, 디자인/영상/건축, HCI/게임, 음악/써포먼스, CR/VR, 예술일반/인문사회일반 등 8가지 영역에서 80여 강좌를 개설하고 있다. 문

9) 서강대학교 영상전문대학원, 세종대학교 영상대학원, 아주대학교 대학원 미디어학부, 연세대학교 영상전문대학원, 이화여자대학교 대학원 디지털미디어학부, 중앙대학교 첨단영상대학원, 추계예술대학교 문화산업 대학원

화기술대학원 교육 프로그램의 기획 단계에는 ‘MIT 미디어랩’, ‘카네기 멜론대학 엔터테인먼트기술센터’, ‘조지타운대학 커뮤니케이션 및 문화 기술 프로그램’, ‘USC 인터랙티브미디어 프로그램’, ‘조지아 텍 정보, 디자인 및 기술 프로그램’, ‘도쿄대학 첨단기술대학원’ 등의 교육 프로그램을 참조했지만, 실제 교육과정은 문화기술대학원 여건에 맞게 독자적으로 개발되었다.

문화기술대학원 개설 교과목

영역	교과목명	
경제/경영/정책	문화경제론 문화경영조직론 문화산업정책 e-비즈니스전략 기업문화전략 문화예술조직경영 특강 문화콘텐츠마케팅 특강	문화콘텐츠산업론 문화지식재산권론 미디어마케팅 지역문화산업론 문화벤처창업론 글로벌문화마케팅전략 문화경제 특강
언어/커뮤니케이션 문화	언어이론과 문화기술 디지털 커뮤니케이션론 스토리디자인 디지털 서사학 특강	계산창조론 디지털 서사학 텍스트분석과 지식마이닝
공학/전산/로보틱스	과학기술의 개념과 과학적 사고 인공지능 로보틱스	네트워크 미디어 인간과 로봇 상호작용 창의적 과제(making things)
디자인/영상/건축	디지털 디자인 정보디자인 디지털콘텐츠 디자인 디지털 건축 미디어 인터랙션 디자인	가상세계 디지털 패션 영상 디자인 특강 디지털콘텐츠 디자인 특강
HCI/게임	인간과 컴퓨터 상호작용 게임기술 게임 디자인 게임학	유저인터페이스 게임기획 및 제작 HCI 특강 인포테인먼트 기술 특강

음악/퍼포먼스	극장음악과 디자인 음향악기 제조와 평가 실험 사운드 디자인과 프로그래밍 공연기획 및 경영관리	음악 및 음향기술 디지털 퍼포먼스 음악기술 특강
CG/VR	컴퓨터 그래픽스 및 가상현실 컴퓨터 그래픽스 기술 디지털 인간	컴퓨터 그래픽스 특강 가상현실 특강 애니메이션 특강
예술일반/인문사회일반	미디어 미학 문화원형론	디지털 문화이론 특강

‘콘텐츠 창작 전공’, ‘문화산업 기획 전공’, ‘문화산업 경영 전공’ 등 세 가지 세부전공이 형식적으로 나뉘어져 있지만, 실제 교육과정 운영은 세부전공 구분 없이 진행된다. 선택과목은 영역과 세부전공의 구분 없이 자유롭게 수강할 수 있다. 졸업 이수 학점은 박사과정이 78학점(필수 12, 선택 36, 연구 30), 석사과정이 45학점(필수 12, 선택 24, 연구 9)이다. 6학점을 더 듣는 대신 졸업 논문을 쓰지 않아도 되는 ‘교과석사’ 제도도 운영 중이나 아직 신청한 학생은 없다. 2006년 2학기 현재 인문사회, 예술 및 디자인, 공학 등 다양한 배경을 지닌 석사과정 56명, 박사과정 25명 총 81명의 학생들이 재학 중이다. 전임교수 역시 공학 2명, 인문학 1명, 디자인 1명 등으로 구성되어 있어 학제 간 연구의 틀을 갖추고 있다.

연구는 Cultural Management & Policy Lab, Digital Storytelling & Cognition Lab, Digitalmedia & Content Lab, Experience Lab, Music Sound and Technology Lab, Physical Interaction Lab 등 6개 랩을 중심으로 진행되는데, 문화콘텐츠 관련 인문학과 스토리텔링 연구는 김탁환, 시정곤, 전봉관, 정재승 등이 참여하는 Storytelling & Cognition Lab에서 이루어진다.

문화기술대학원은 인문학과 이공학, 경영학 지식을 골고루 갖춘 인력을 양성하기에 최적의 인적 구성을 가지고 있는 것은 사실이다. 설립된

지 2년이 채 지나지 않았기 때문에 가시적인 성과를 내지는 못했지만, 한국 문화콘텐츠 연구와 교육의 중심이 될 가능성만큼은 충분하다. 그러나 산학연계 교육이라든가, 수월성 교육과 유연성 교육의 조화 등 몇 가지 문제가 드러나고 있는 것도 사실이다.

#### 4. 유연성과 수월성의 길항관계

문화기술대학원에서 개설된 인문학 관련 강좌는 ‘디지털미학’, ‘문화원형론’, ‘디지털문화이론특강’, ‘언어이론과 문화기술’, ‘디지털커뮤니케이션론’, ‘스토리디자인’, ‘디지털서사학’, ‘디지털서사학특강’, ‘게임학’ 등 9과목이다. 대부분 인문대학에 설치되어 있는 강좌를 미디어 관련 분야로 특화시켜놓은 형태다. 필자는 3학기에 걸쳐 ‘디지털서사학’, ‘디지털서사학특강’, ‘게임학’ 등 3강좌를 담당했는데, 매 강좌마다 공통적인 장단점이 드러났다.

가장 큰 장점은 유연성(flexibility) 교육이다. 수업을 듣는 학생이 인문학, 경영학, 사회과학, 공학, 디자인, 음악 등 다양한 배경을 지니고 있다 보니, 디지털 기술과 뉴미디어, 인문학이 융합된 학문을 연구하는 데에는 효율적인 측면이 있었다. 인문학 전공자에게는 생소한 개념이 공학 전공자에게는 익숙한 개념인 경우도 있었고, 그 반대의 경우도 적지 않았다. 문화콘텐츠 창작은 분업과 협업을 통해 진행된다. 학교 교육에서부터 다양한 분야의 전문지식을 가진 학생들이 서로 의사소통할 수 있는 기회를 갖는 것은 학습의 효율성 외에도 문화콘텐츠 산업 현장에서 꼭 필요한 의사소통 능력 향상에 도움이 되었다. 가장 인접분야인 고전문학과 현대문학조차 의사소통이 쉽지 않은 인문학 문화에서는 일찍



이 경험할 수 없었던 유연성을 문화기술대학원 교육을 통해 경험할 수 있었다.

그러나 문화기술대학원 교육은 유연성 교육에 있어서는 탁월하지만 수월성 교육에서는 문제가 있었다. 문화기술대학원에서는 학부 전공이 미술인 학생이 ‘디지털서사학’과 ‘음악과 음향기술’을 수강하고, 학부 전공이 전산학인 학생이 ‘미디어마케팅’과 ‘디지털건축’을 수강하는 경우를 흔히 볼 수 있다. 어느 강좌든 그 강좌의 문외한인 수강생이 대부분이다 보니, 석사과목이든 박사과목이든 가장 기초적인 개념 설명에서 강의를 시작해야 한다. 박사과목의 경우, 16주간의 수업을 통해 학부 교양 수준의 초보적 지식에서 출발하여 가장 전문적인 수준까지 도달해야 한다는 어려움이 있다.

만약 석사과정 학생이 8과목의 선택과목을 8 가지 영역에서 한 과목씩 수강하면, 그 학생은 넓은 분야의 지식을 알게 익히고 졸업할 수밖에 없는 구조적인 문제를 안고 있다. ‘학제적 연구 배경을 토대로, 열린 사고를 가지고 타 분야의 지식을 접하며, 자신의 과제에 도움이 되도록 쉽게 소화하고 응용하는 능력’인 유연성(flexibility)을 기르는 데는 탁월한 교육과정이지만, 특정한 분야에 깊이 있는 지식을 습득하기는 구조적으로 불가능한 교육과정인 것이다.

문화기술대학원의 인문학 교육은 학문의 성격상 스토리텔링 교육에 집중될 수밖에 없다. 스토리텔링 기술은 시간과 공간, 연령과 성별을 뛰어넘어 감동과 재미를 줄 수 있는 의미 있는 이야기를 발굴하는 능력과 그러한 이야기를 매체 환경에 적합한 구조로 편집하는 기술로 구분할 수 있다. 학제 간 연구와 문화콘텐츠 기획 전문 인력 양성을 위해 설립된 문화기술대학원에서 스토리텔링 교육은 이야기 편집 기술 교육에 집중될 수밖에 없다. 이야기 편집 기술은 ‘스토리디자인’, ‘디지털서사학’,

‘디지털서사학특강’ 중 한두 과목만 수강하면 충분히 익힐 수 있다. 문체는 이야기 발굴 능력이다. 깊이 있는 인문학적 소양을 갖추지 못한 인력은 의미 있는 이야기를 발굴하기 어렵다. 이야기 발굴 능력은 오랜 시간 방대한 양의 텍스트를 섭렵해야만 기를 수 있다. 이야기를 매체 환경에 적합한 구조로 편집하는 기술은 문화기술대학원에서 교육할 수 있지만, 어디서 또 어떠한 방식으로 의미 있는 이야기를 발굴할 수 있을지는 교육할 수 없는 것이다.

현실적으로 문화기술대학원의 교육 프로그램은 인문학, 공학, 음악, 디자인, 건축 등 여러 분야를 ‘물리적’으로 결합해놓은 형태일 수밖에 없다. 이 모든 분야를 ‘화학적’으로 결합해 놓은 인력은 현재 지구상에 존재하지 않는다. 문화기술대학원 교육 프로그램은 음악과 디자인, 스토리텔링과 컴퓨터 공학의 일반적 원리를 폭넓게 교육할 수는 있어도, 특정 분야의 전문적 지식을 깊이 있게 교육할 수는 없다. 게임, 영화, 소설, 음악, 디자인 등 다양한 분야를 폭넓게 공부한 인력은 특정한 분야를 전문적으로 연구한 인력에 비해 개별 분야에 있어 전문성이 떨어질 수밖에 없다.

과학과 예술, 인문학을 폭넓게 이해하는 ‘창안자’도 자신의 전문 분야는 있어야 문화콘텐츠 산업에 기여할 수 있다. 콘텐츠 기획자, 영화감독, 게임 디자이너 등 문화콘텐츠 산업이 요구하는 고급인력은 스토리텔링과 제작 기술, 마케팅, 영상, 음악 등을 폭넓게 이해해야 하지만, 그러한 다양한 영역을 폭넓게 이해한다고 곧바로 콘텐츠 기획자, 영화감독, 게임 디자이너가 될 수 있는 것은 아니다. 대학의 이론 교육과 산업현장의 실무 경험이 동시에 진행되어야 문화콘텐츠 전문 인력이 양성될 수 있는데, 특정 영역의 전문 지식이 없으면 산업현장에 갈 수 있는 길이 원천적으로 봉쇄당할 우려가 있다.

결국 문화기술대학원 교육 프로그램의 성패는 학부에서 전문 지식을 충실히 습득한 학생을 얼마나 많이 확보하느냐에 달려 있다 해도 과언은 아니다. 문화기술대학원 교육을 통해 문화콘텐츠 산업이 필요로 하는 고급인력으로 성장할 수 있는 인력은 학부 교육이나 현장 경험을 통해 인문학, 공학, 음악, 디자인 등 특정 분야에서 전문적 지식을 습득한 인력에 국한된다. 학제 간 교육이 ‘넓고 얇은’ 교육이 아니라 ‘넓고 깊은’ 교육이 되기 위해서는 특정 분야에 대한 전문성이 더욱더 크게 요구되는 것이다.

## 5. 해석의 인문학에서 생산의 인문학으로

문화콘텐츠 전문 인력 양성을 위해서는 넓이와 깊이의 조화가 필수적이다. 아날로그 시대의 전문 인력이 특정한 분야의 전문성을 요구받았다면, 디지털 시대의 전문 인력은 폭넓은 분야에서 깊이 있는 지식을 요구받는다. 문화콘텐츠 전문 인력은 인문학, 경영학, 공학, 음악, 미술, 디자인 등 다양한 분야의 지식을 폭넓게 이해하면서도 특정한 분야의 깊이 있는 전문지식 역시 갖추고 있어야 한다.

만약 인문학이 소설가나 시나리오 작가를 길러낸 것과 마찬가지로 문화콘텐츠 전문 인력을 양성하고자 한다면 더욱더 인문학 교육에 충실할 필요가 있다. 그렇다고 문사철로 엄격히 분리된, 더욱이 국문학, 영문학, 중문학, 국사, 서양사, 동양사 등으로 세분화된 대학제도로서의 인문학 교육을 충실히 받았다고 문화콘텐츠 기획 능력이 길러지는 것은 아니다. 대체로 문화콘텐츠 산업에서 필요로 하는 인문학적 지식은 역사와 문학, 문학과 철학, 철학과 역사 등 인문학의 개별 학문 분야들의 경계에 존재

한다. 영화 <매트릭스>와 <반지의 제왕>이 그랬고, 소설 <해리포터>와 <다빈치 코드>가 그랬고, 애니메이션 <신세기 에반게리온>과 <슈렉>이 그랬다. 인문학이 진정으로 문화콘텐츠 전문 인력 양성을 원한다면 타 분야와의 성급한 결합 이전에 인문학 내부의 장벽부터 제거해야 하는 것이다.

인문학의 학풍도 해석 중심에서 지식 생산 중심으로 변화해야 한다. 잘 알려진 텍스트에 새로운 해석을 덧붙이는 것만으로 경쟁력 있는 문화콘텐츠를 기획하기 어렵다. 이야기는 본질적으로 '특정한 인물의 경험'을 전제하기 때문에 문화콘텐츠화를 전제로 한 인문학 연구는 지금까지 알려져 있지 않은 인물에 대한 지식과 정보를 발굴하는 데 더 많은 노력과 시간을 할애해야 한다.

학생들에게 인문학적 지식을 생산할 수 있는 능력을 길러주기 위해서는 무엇보다도 원전 독해 능력을 길러줘야 한다. 개론서나 논문집을 이용해 정리된 인문학적 지식을 주입시키는 것이 아니라 원전을 뒤져 단편적으로 흩어진 정보를 수집해 의미 있는 지식으로 가공할 수 있는 능력을 길러줘야 한다. 문화콘텐츠 기획에 필요한 참신한 인문학적 지식은 논문을 쓰는 데는 별반 도움이 되지 않는 『조선왕조실록』의 한 귀퉁이나, 『별건곤』이나 『삼천리』 같은 옛날 잡지의 가십난에서 흔히 발견된다. 문화콘텐츠 기획자가 되기를 바라는 인문학 전공자에게 가장 절실하게 필요한 지식은 영화, 게임, 애니메이션 장르의 특성에 관한 지식이 아니라 원전 독해와 분석 능력이다.

문화콘텐츠는 문화의 특수한 형태에 불과하다. 문화콘텐츠 전문 인력은 고도의 문화적 소양을 필요로 하며, 문화적 소양은 많은 부분은 인문학적 지식으로 구성된다. 문화콘텐츠 전문 인력 양성을 위해 인문학 교육은 더욱 강화되어야 하지만, 개별 학문 분야로 잘게 쪼개진 해석 중심

의 인문학 교육을 강화한다고 의도한 목적을 달성할 수는 없다. 내부의  
장벽부터 허물어야 하고, 원전 교육에 충실해야 한다. 문화 콘텐츠 자체  
에 관한 지식은 수명도 짧고 대학보다는 기업에서 더 잘 배울 수 있다.  
그러나 문화콘텐츠 기획에 필수적인 상상력과 원전 독해 능력을 기르는  
데는 오랜 시간과 노력이 필요하고 대학이 아니고서는 배우기도 어렵다.

인문학이 문화콘텐츠 산업에 이바지할 수 있는 가장 확실한 방법은  
인간과 사회에 대한 새로운 지식을 제공하는 것이다. 그것은 제도화로  
훼손되기 이전 순수한 인문 정신으로 돌아가는 길이기도 하다.



## 참고문헌

- 김기덕, 「콘텐츠의 개념과 인문콘텐츠」, 『인문콘텐츠』 제1호, 인문콘텐츠학회, 2003.
- 김상원·백승국, 「문화콘텐츠 인력양성을 위한 유럽대학의 교과과정 연구」, 『독일언어문학』 제32집, 한국독일언어문학회, 2006.
- 김상원·백승국, 「문화콘텐츠 인력양성을 위한 유럽대학의 교과과정 연구」, 『독일언어문학』 제32집, 한국독일언어문학회, 2006.
- 노르베르트 볼츠, 윤종석 역, 『컨트롤된 카오스』, 문예출판사, 1995.
- 문화관광부, 「2005년 문화산업 백서」, 2006.4.
- 송성욱, 「문화콘텐츠 창작 소개와 문화 원형」, 『인문콘텐츠』 제6호, 인문콘텐츠학회, 2005.
- 이인화·전봉관 외, 『디지털 스토리텔링』, 황금가지, 2003.
- 임영상, 「문화콘텐츠 개발과 인문학」, 『인문콘텐츠』 제6호, 인문콘텐츠학회, 2005.
- 장 프랑수아 리오타르, 유정환 외 역, 『포스트모던의 조건』, 민음사, 1992.
- 정현기, 「인문학의 위기와 모색」, 『돈암어문학』 제11집, 돈암어문학회, 1999.
- 토마스 오페니언 외, 이승무 역, 『디지털 필름메이킹』, 책과길, 1999.
- 한국과학기술원 문화기술대학원, 「문화기술대학원 설립 및 운영계획서」(7차 수정본), 2005.11.
- 한국과학기술원 문화기술대학원, 『문화기술대학원 개원 1주년 워크샵 자료집』, 2006.9.

## Abstract

### Roles of Humanities in Educating Culture Content Specialists

Jun, Bong-Gwan

Nowadays identity of university rapidly shifts from ivory tower which seeking after truth to training center of high-grade human resources which market needs. University crisis is unavoidable in post-industrial society. Humanities crisis might be understood extension of that. Transformation of humanity to cultural content study in a sense inevitable. But I doubt humanities can bring cultural content specialists which market needs by extending research domain to new media.

This article aims to reveal roles of humanities in training cultural content specialist and direction of humanities research for creating cultural content standing on my experiences of teaching KAIST Graduate School of Cultural Technology students. Humanities already have trained cultural content specialists such as novelists, screenplay writers before the concept of cultural content has established. In the age of analogue cultural content specialists just needed depth, but in the age of digital they need width as well as depth. For educating cultural content specialists humanities have to teach deep knowledge of humanities instead of extending research domain to new media. Humanities have to demolish inner barriers and return to original text.

---

Key Words

Humanities, Culture Content, Graduate School of Cultural Technology, Flexibility, Superiority

\* 위 논문은 2006년 11월 4일 투고되어, 11월 27일 심사 완료 후, 12월 8일 게재가 확정되었음.

K C I