

실용무용 캡스톤 디자인 교과목 개발을 위한 광고 산업현장에서의 안무 수요

이진주* · 박성진** · 정승혜*** · 이해준****

I. 서론
II. 연구방법
III. 연구결과

IV. 결론 및 제언
참고문헌
Abstract

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

오늘 날 대학은 다양한 미래사회 위기에 맞서 경쟁적으로 생존하기 위한 전략을 모색하고 있다. 미래 대학 위기의 가장 대표적인 요인은 4차 산업혁명과 학령인구 감소이다(이연우, 2021; 이미숙, 2023). 이때 4차 산업혁명이 변화의 방향성을 제시하는 것이라면 학령인구 감소는 변화의 당위를 의미하는 것이라 할 수 있다. 특히 4차 산업혁명은 교육의 패러다임과 인재상을 변화시킨다. 급격한 기술발달로 지식의 효용기간은 단축되고, 이는 지식 및 과제중심의 교육에서 현장실무중심 교육으로의 전환을 예고하기 때문이다(권오현 등, 2022, p. 81). 이에 따라 시대가 요구하는 인재상 또한 지식중심의 암기형 인재에서 창의적 문제해결력을 갖춘 자기 주도성 인재로 변화되었다(유진상, 2023). 이러한 변화와 더불어 급격한 학령인구 감소의 문제는 대학의 혁신 문제를 넘어 존재위기 문제로 까지 이어진다(오유진, 2023).

한국사회의 대학이 직면한 혁신은 환경적 위기 문제의 당위를 넘어 이미 세계적 대학의 변화 추세인 것이다. 실제로 세계 최고로 인정받는 하버드대학교, 캘리포니아대학교-샌디에이고, 로열멜버른공과대학교는 학생 수가 부족하지 않음에도 불구하고 각자의 전문성과 특성화를 위해 변화와 혁신을 하고 있기 때문이다. 특히 하버드대 의대는 세계 바이오 연구의 최정상을 위하여 생명과학센터 Center for Life Science (CLS) 시설 공유를 통해 연구의 효율성을 최대화 시키고, 큰 병원들과의 협력 관계 형성으

* 주저자, 한양대학교 공연예술학과 박사과정

** 공동저자, 서경대학교 실용무용학과 주임교수

*** 공동저자, 경희대학교 무용학과 강사

**** 교신저자, 한양대학교 무용예술학과 전임교수, haijoon1123@hanmail.net

로 수백 명의 연구원과 엄청난 연구 인프라를 갖고 경쟁력을 키워나가고 있다. 또한 캘리포니아대학교-샌디에이고는 세계 최고의 공대가 되기 위해 외국 대학과의 복수학위제 시행, 의과학자 교육 프로그램을 운영하여 그 분야에 맞는 핵심 인재를 양성하고 있으며, 교수 채용 제도를 성장 가능성 중심으로 혁신하여 대학 발전 가능성을 높이고 있다. 마찬가지로 로열멜버른공과대학교 Royal Melbourne Institute of Technology (RMIT)는 국제화를 통한 큰 도약을 발전 계획의 핵심으로 두고 유럽과 아시아 지역으로 연구 영역을 확장하고 있다. 이 외에도 많은 외국 대학들이 혁신에서의 생존을 위해 국제공동연구 추진, 맞춤형 프로그램으로 유학생 유치, 해외 대학과의 교류협력 등 다양한 노력을 하고 있다. (안문석, 2023, p. 17)

이때 세계적인 대학 혁신 분위기에 더불어 급속한 인구감소 문제를 겪고 있는 한국사회에서의 대학 혁신은 선택이 아닌 강제화 된 의미로 까지 받아들여진다. 이미 2023년 기준 전국 60개의 대학이 정원을 채우기 어려운 것으로 보고된바 있으며, 향후 2040년에는 현재 385개의 대학 중 약 절반이상이 문을 닫는 것으로 예고되고 있기 때문이다. (오영준, 2023) 이러한 상황에서 더욱 주목하여야 할 점은 빠른 시간내에 최대의 효율을 내어 혁신을 이끌어 낼 수 있는 방안을 모색하는 것이다. 이때 시대의 변화에 발맞춰 4차산업혁명의 기술을 수용하여 대학 교육 환경을 디지털로 전환하는 방법도 의미있는 방안이 될 수 있으나, 이와 같은 구조적인 변화는 고비용의 부담의 한계가 있다.

따라서 본 연구에서는 보다 더 압축적으로 혁신 할 수 있는 방안으로써 소프트웨어적 측면에 초점을 맞췄다. 이를 실천하는 대표적인 방법에는 PBL 교육, 캡스톤 디자인 교과목 등과 같은 학습자 중심의 문제해결형 교수법 등이 있다. 특히 본 연구에서는 캡스톤 디자인 교과목에 집중하였다. 캡스톤 디자인은 실제 현장에서 처하는 문제를 다루는 프로젝트 기반 학습의 일종이며(전연홍, 2021, p. 8) 최종적 목적은 산업현장에서 요구하는 수요에 적합한 창의적 인재를 양성하는 것으로(류영호, 2008, p. 20) 이 과정을 통해서 현장 실무 역량을 강화 시킬 수 있기 때문이다. 현장 실무 역량은 오늘날 대학 평가에 핵심 지표로 제시되는 취업에서의 역량과 맞닿아 취업률과 밀접한 관계를 맺을 수 있다는 점에서 더욱 강조되고 있다.

실제로 연세대학교 의과대학은 학생들의 문제해결능력과 실제 수행능력, 창의력·다양성을 평가 하기 위해 절대평가체제로 전환하여 자기 주도 학습을 촉진하고 모든 학생들이 성취감과 자신감을 갖는 학습 환경과 문화를 구축하고 있다(이정환, 2013). 성균관대학교 로스쿨은 실무형 전문가를 양성하고자 교육 과정을 실무교과목과 실무수습, 인턴십, 문제중심학습법 Problem Based Learning (PBL) 등으로 전면 개편하였다(서울신문, 2008). 서경대학교는 4차 산업혁명 시대에 능동적인 대응과 창의융합형 인재를 양성하기 위해 교육의 질적 시스템 고도화, 티칭이노베이션 스페이스를 통한 교수법 개발, 어프랜티스 프로그램 운영을 통한 실용중심 교육혁신을 추진하고 있다(전정아, 2021). 이 외에도 경남대학교, 한남대학교, 서경대학교, 경기대학교 등 에서도 4차 산업혁명 시대의 미래 인재를 육성하고자 문제 해결형 인 캡스톤 디자인 교육을 실천하였다(이준섭, 2023).

이와 같은 문제는 신설 학과의 경우에 더욱 강조된다. 그중에서도 실용무용 전공은 인구감소 및 4차 산업혁명에서의 거대 문제에 맞서기 전부터 이미 취업률 문제를 겪고 있었다. 이는 무용예술계에 새로운 대학 전공으로 확장되는 추세라는 점에서 더욱 중요하다. 따라서 오늘 날 대학의 문제를 해결하는 것은 장기적 관점에서 대학 교육에서의 실용무용 전공 교육에 지속성을 확보하는 것이라고 할 수 있다.

이와 관련된 선행연구를 살펴보면, 예술 계열 중 음악과 미술 분야에서 관련연구가 활발히 이루어져 왔음을 알 수 있다. 음악분야에서는 주로 대학교육에서의 운영사례(김동문, 2021; 김지만, 2021a, 2021b; 신창식, 2021), 교육 내 도입 필요성(박선미, 정완규, 2021), 교수매체개발(윤지영, 2020) 관련 연구와 대학생을 대상으로 한 만족도(신창식, 2021; 김동문, 2021) 조사 연구가 이루어져 왔다. 미술분야에서는 초등미술교재연구를 위한 캡스톤 디자인 교육(강주희, 이지연, 2020) 관련 연구가 진행된 바 있다. 즉, 캡스톤 디자인 교육에 대해서는 그간에 예술분야 중에서도 음악 분야에서 주로 관심을 가져왔고, 단순히 교육 내 적용이나 그 효과를 검증하는데 머물러 있는 점에서 초기 수준의 연구가 이루어진 것으로 사료된다. 또한 캡스톤 디자인 교육은 사회 수요 맞춤형 대학 교육이 강조된 현 시점에서 모든 예술 전공에서 적용 가능성에도 불구하고 관련 연구는 미비한 실정인 것이다. 무용 분야의 경우 전공의 색깔이 강하고, 직업의 폭과 종류가 다양하여 전문성이 요구되는 분야이다. 이러한 상황에서 캡스톤 디자인 교육은 학생들이 전공 분야에서의 요구와 문제를 직접 발굴하고, 해결하면서 실제 산업현장과 유사한 경험을 쌓을 수 있도록 도와준다. 특히, 무용 분야에서 높은 사회적 관심과 수요로 신설되고 있는 실용무용 전공의 경우에는 캡스톤 디자인 교육과 같은 현장실무형 교육의 적용 방안을 모색하는 것은 더욱 중요할 것으로 판단된다.

따라서 본 연구는 예술계열 중에서도 실용무용에 집중하여 캡스톤 디자인 교육 적용을 위한 기초 연구로서 실용무용 관련 산업현장의 수요를 분석하는데 목적이 있다. 이는 실용무용 교육의 지속적 발전과 사회적 반향을 지지하는 학술적 토대를 마련하는 측면에서도 연구의 의의가 있다.

연구의 문제는 다음과 같다.

- 1) 실용무용 관련 광고 산업현장의 제품군별 수요와 제품 특성별 수요는 어떠한가?
- 2) 실용무용 관련 광고 산업현장의 장르별 수요와 장르 특성별 수요는 어떠한가?

II. 연구방법

본 연구의 목적은 실용무용 캡스톤 디자인 교과목 개발을 위한 광고 산업현장에서의 안무 수요를 분석하는데 있다. 캡스톤 디자인 교과목 개발은 기본적으로 전공 특성과 프로젝트가 추구하는 가치에 따라 다양한 유형으로 구분되고, 각 유형별 교과목 개발 절차가 제시된다. 따라서 본 연구의 연구방법을 개발 유형 선정과 교과목 개발 활동으로 선정하였다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 목적에 부합하는 캡스톤 디자인 교과목 개발 유형 선정이다. 본 연구에서는 캡스톤 디자인 교과목 유형으로 분류되는 학생창작형, 다학계형, 결과물 유형, 산학연계형/참여형, 지역사회연계형, 글로벌형 6가지(박선미, 정완규, 2021, p. 53) 중에서도 산학연계형/참여형 유형에 집중하였다. 그 이유는 본 연구가 실용무용관련 현장실무형 교육에 목적을 두기 때문이다.

둘째, 캡스톤 디자인 교과목 개발 활동 선정이다. 캡스톤 디자인 교과목 개발 활동은 선행연구자들이 제시한 각 과정 중에서도 공통적으로 제시된 초기 활동에 집중하였다. 구체적으로 캡스톤 디자인 교과목 개발의 초기 단계는 과제도출 및 계획(고현선, 2016, p. 204), 과제 분석과 과제 명료화(박수홍, 정주영, 류영호, 2008, p. 194), 주제선정(김웅섭, 2010, p. 65), 문제 정의와 설계 및 계획(양황규, 박

성미, 2020, p. 1258), 목표 설정 및 아이디어 발굴(신창범, 권오성, 2014, p. 38), 주제의 도출(김지은, 2019, p. 3) 등의 활동이 제시된다. 그러나 이는 관점에 따른 표현의 차이일 뿐 공통적으로 산업현장에서 요구하는 문제 발굴은 첫 단계에 제시하고 있음을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 캡스톤 교과목 개발의 기초 단계를 산업현장의 요구 발굴 활동으로 제한하였다.

특히, 본 연구에서는 기존의 산업현장에서 실천된 실용무용 관련 문제 해결 사례를 중심으로 캡스톤 디자인 교육 주제를 역 탐색하는 방법으로 연구를 설계하였다. 물론, 산업현장의 요구 발굴은 실제 산업현장의 종사자를 대상으로 요구를 조사하는 것이 일반적이지만 실용무용 관련 산업현장의 수요는 고정 수요를 예측할 수 없는 점에서, 산업현장에서 이미 실천된 실용무용 관련 프로젝트의 결과물 확인을 통한 미래 실용무용 관련 산업 분야의 문제를 유추할 수 있다. 또한, 실용무용 관련 프로젝트 결과물은 시각적으로 확인할 수 있는 TV 광고에서 주로 나타나는 점에서 관련 영상을 중심으로 자료를 수집하였다.

1. 자료 수집 방법

본 연구는 광고 산업현장에서 실천된 실용무용 관련 프로젝트 결과물 확인을 통한 미래 실용무용 관련 산업 분야의 문제를 유추하여 캡스톤 디자인 교과목의 가장 초기 단계에 해당하는 산업현장의 수요를 파악하는데 목적이 있다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 기존 광고 산업현장에서 실천된 실용무용 관련 프로젝트의 결과물을 아래와 같은 방법으로 수집하였다.

첫째, 온라인 자료 수집 플랫폼이다. 온라인 조사는 구체적으로 네이버, 구글, 유튜브 등의 플랫폼을 통해 검색을 진행하였다.

둘째, 자료 수집 대상이다. 구체적으로 신문, 문헌 자료, 유튜브 및 TV 광고 등에 검색된 영상자료를 분석대상으로 선정하였다.

셋째, 자료 수집 목록의 기준이다. 본 연구에서 대상으로 하는 자료는 23년 8월 기준 검색 키워드로 도출된 자료만으로 제한하였다. 구체적인 검색 키워드는 ‘광고’이다. 단, 광고와 동일 의미로 사용되는 ‘홍보 영상’, ‘CF’ 등의 검색어도 포함하여 설정하였다. 이때, 본 연구의 목적에 부합하는 자료 수집을 위하여 실용무용 광고 뿐 아니라 실용무용 용어와 유사의미를 갖는 ‘춤’, ‘댄스’, ‘스트릿 댄스’, 스트릿 댄스의 세부 장르 인 ‘팝핀’, ‘왁킹’, ‘락킹’, ‘프리스타일 힙합’ 등의 단어를 포함하여 검색하였으며, 유명 댄서와 실용무용 관련 TV 프로그램의 이름 또한 포함하여 검색하였다.

2. 자료 분석 방법

본 연구에서는 수집된 자료들을 토대로 현재까지 산업현장에 실천된 실용무용 관련 프로젝트 결과물의 유형을 분류하고, 그 특징을 살펴보는 데 목적이 있다. 이를 위하여 아래와 같은 광고 현황 표와 산업현장의 유형 분류 틀을 작성하여 결과를 도출하였다. 이때 실용무용 관련 광고 현황 표는 최소빈(1997, p. 25)의 무용을 활용한 광고의 현황 표를 참고하여 아래와 같이 구성하였다.

〈표 1〉 실용무용 관련 광고 현황

구분
전기·전자
기업PR 유통 금융
식품
의류
음료·주류
의약품
자동차

〈표 2〉 실용무용 관련 산업현장의 유형분류

구분	
무형 제품	이미지 지향형
	이미지 편승형
유형 제품	이미지 지향형
	이미지 편승형

실용무용 관련 산업현장의 유형분류 틀은 무형 제품과 유형 제품으로 구분 후, 각 제품군을 다시 이미지 지향형과 이미지 편승형으로 구분하였다. 무형 제품군에는 스토리 텔링 형, 서비스 군을 포함하였으며, 실제 제품이 있는 경우에만 유형 제품군으로 포함하였다. 각 제품의 하위 분류의 유형 중 이미지 지향형은 제품이나 서비스, 스토리를 주요 요소로 하여 춤을 수단으로 하여 시각화하는데 도구적으로 활용한 것으로 정의하였으며, 이미지 편승형은 본래 가지고 있는 실용무용의 이미지에 제품의 속성과 특성을 반영한 것으로 정의하였다.

〈표 3〉 실용무용 관련 장르별 수요 분석

장르
스트릿 댄스
코레오그래피

〈표 4〉 실용무용 관련 장르 특성별 수요 분석

안무의 구성									안무의 정서										
독무	2인무	군무	짧음	트렌디	자유	즐거움	유쾌함	자신감	열정	비장함	흥겨움	신남	우아함	새로움	도전	강인함	힘	매혹적	세련됨

실용무용 관련 장르별 수요 분석표는 Popping, Locking, Waacking, Hiphop, House, B-boy, Krump 등 특정 장르가 뚜렷하게 드러나는 경우 스트릿 댄스로 정의하였으며, 장르가 명확히 드러나지 않는 경우 코레오그래피로 정의하여 구분하였다. 단, 스트릿 댄스는 Popping, Locking, Waacking, Hiphop, House, B-boy, Krump 7개의 하위 장르 중에서 분석된 장르만을 제시하였고, 코레오그래피는 스트릿 댄스 장르를 활용하였더라도 1차적으로 그 움직임 형태를 스트릿 댄스의 한 장르라고 특정할 수 없는 경우, 코레오그래피로 분류하였다.

실용무용 관련 장르 특성별 수요 분석표는 장르에 따라 안무의 구성과 안무의 정서로 구분하여 분석하였다. 안무의 구성은 독무와 2인무, 3인부터는 군무로 취합하여 분류하였다. 안무의 정서는 젊음, 트렌드, 자유, 즐거움, 유쾌함, 자신감, 열정, 비장함, 흥겨움, 신남, 우아함, 새로움, 도전, 강인함, 힘, 매혹적, 세련됨으로 구분 및 분석하여 결과를 도출하였다.

3. 연구의 제한점

연구의 제한점은 크게 세 가지로 구분된다.

첫째, 본 연구에서는 실용무용 캡스톤 디자인 교과목 개발을 위한 산업현장의 수요를 광고에 나타난 안무 수요로 제한하였다. 그 이유는 광고에 나타난 안무는 다양한 산업 분야의 요구를 반영하여 실천된 결과물이기 때문이다.

둘째, 본 연구에서는 전공특성과 프로젝트가 추구하는 가치에 따라 다양하게 분류되는 캡스톤 디자인의 교과목의 유형 중에서도 실용무용 관련 목적 부합하는 유형으로 제한하여 연구를 진행하였다. 특히 박선미, 정완규(2021)에서 제시되는 6가지 유형 중 산학연계형/참여형 유형에 집중하여 연구를 진행하였다. 그 이유는 실용무용관련 캡스톤 디자인 교과목은 산업현장의 요구 발굴에 있어 일반적인 실제 산업 현장의 종사자를 대상으로 요구 조사하는 것이 아닌, 기존 실용무용 관련 산업현장에서 실천된 문제 해결 사례를 중심으로 캡스톤 디자인 교육을 위한 주제를 역 탐색하는 방법에 가장 적합한 유형으로 판단하였기 때문이다.

셋째, 본 연구는 캡스톤 디자인 교육 적용을 위한 기초 연구로서 산업현장에서의 요구를 반영한 문제를 해결하고자 한다. 따라서 새로운 문제 해결적 접근이 아닌 입시작품 의뢰, 안무 시안, 강의, 공연 등과 같은 수요 요인은 연구에서 제외하였다. 또한, 제품 및 기업 등 산업에서 요구한 니즈가 반영된 광고가 아닌 유명 댄서, 모델 등 개인의 이미지가 주된 마케팅으로 활용된 광고는 연구 분석대상에서 제외하였다.

넷째, 일반적으로 기업과 홍보 제품은 일치한다. 단, 기업이 생산을 주체로 하는 경우가 아닌 상품을 매개하는 유통업 등의 형태일 경우, 해당 기업이 유통하는 제품 중에서 대표적인 상품을 광고할 수도 있다. 이러한 경우에도 분석대상으로 포함하였으며, 이때 광고 내용은 제품 자체를 기준으로 분석하였다. 예를 들어 LG 통신사가 아이폰을 핵심 콘텐츠로 내세워 광고를 진행할 시, 해당 광고내용의 비교 기준은 LG가 아닌 아이폰으로 분석함을 의미한다.

III. 광고 산업현장에서의 실용무용 안무 수요

본 연구는 실용무용 관련 캡스톤 디자인 교과목 개발을 위한 광고 산업현장에서의 안무 수요를 조사 하는데 목적이 있다. 실용무용 관련 산업현장의 수요 현황을 분류하여 살펴본 결과는 다음과 같다.

1. 제품별 분석 결과

가. 제품군별 수요

실용무용 관련 광고는 총 36건으로, 전기·전자, 금융·기업PR 유통, 의류, 식품, 자동차, 식품, 음료·주류, 페인트, 의약품, 공익광고 등의 산업현장에서 활용된 것으로 분석되었다. 이 중 가장 많이 활용된 분야는 전기·전자인 것으로 나타났으며, 전자 분야 중에서도 휴대폰 광고가 가장 많은 것으로 확인되었다. 또한, 제품의 유형과 무형으로 나누었을 때 유형 제품은 28건, 무형 제품은 8건으로 주로 유형 제품에서 많이 활용되어 온 것으로 확인되었다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

〈표 5〉 실용무용 관련 광고 현황 결과

분류	광고 명	광고주	유/무형	빈도(%)
전기·전자	손담비 팝핀현준 출연 삼성전자 엠피(YEPP) CF	삼성전자	유형 제품	22.2
	Anycall - SCH-V500		유형 제품	
	갤럭시 버즈2 광고		유형 제품	
	LG cell-phone 'CAN U'	LG	유형 제품	
	아이폰 14 프로 LG U+, 티즈로 MZ세대 노리다		유형 제품	
	LG 트롬 오브제컬렉션 건조기 : 트롬곰과 함께하는 6쾌한 6모션 건조 편		유형 제품	
	세상에서 가장 아찔한 고공 비보잉 LG U-Plus		무형 제품	
[KT 5G] iPhone 13 Pro 탑재이X모니카	KT			
금융 기업PR 유통	"b-boy편" 대한민국 1등을 넘어...!	국민은행	무형 제품	16.7
	Feel the Rhythm of Korea: SEOUL	서울시	무형 제품	
	Hello mapo street		무형 제품	
	이편한 세상 비보이X가야금	이편한 세상	무형 제품	
	tbs교통방송X서울시	tbs교통방송	무형 제품	
	the Gas station of SK 주유소	SK	무형 제품	
의류	Underworld Gear x Bboy KILL	Underworld Gear	유형 제품	16.7
	나이키 X 스우파 X 크리에이티브 밋 OWN THE FLOOR	나이키	유형 제품	
	아이디터X홀리뱅 화보 영상	아이디터	유형 제품	
	NERDY X CocaNButter	널디	유형 제품	
	NERDY X COSMOPOLITAN X 스우파 허니제이 리헤이 노제			
	마하그리드 X 홀리뱅 크루 우먼스 에디토리얼 2020FW	마하그리드	유형 제품	

식품	뿌셔뿌셔(샤이니) 광고	오투기	유형 제품	13.9
	맵기만 하면 뻥해! 깔끔하게 매운 요즘 매운맛, 열라면이 진리야!		유형 제품	
	신라면 블랙(Crazy Kyo)	농심	유형 제품	
	굽네피자 X 아이키	굽네	유형 제품	
	박카스맛 젤리_아이키 텐션젤리 편	동아제약	유형 제품	
자동차	[쉐보레] Trailblazer Main TVC	쉐보레	유형 제품	13.9
	[쉐보레] THE NEW TRAILBLAZER		유형 제품	
	팝핀존 X BWB 7단 팝핀 영상 'Boost Your Driving Fun'	BMW	유형 제품	
	[BMW] UNSTOPPABLE JOY, BMW x YGX		유형 제품	
기아자동차 뉴 카렌스(2006)	KIA	유형 제품		
음료·주류	하이트 진로 맥주(팝핀현준)	하이트진로	유형 제품	5.6
	GS25 art project2, 1 GS25 X 키스해링 누들	GS25	유형 제품	
페인트	빛바래고 칙칙한 건 못 참는 컬러레인저스 출동! (Feat, KCC페인트)	KCC	유형 제품	5.6
	모니카X삼화페인트 모터페인팅	삼화페인트	유형 제품	
의약품	한국인의 관절 건강, 관절엔 관첵	HLB제약	유형 제품	2.7
공익광고	(규제혁신) 세상을 바꾼 혁신, 그 뒤에서 함께 만듭니다	대한민국정부	무형 제품	2.7

나. 제품 특성별 수요

제품 특성별 수요는 제품의 유/무형에 따라 분류 후 이미지 지향형과 이미지 편승형으로 나누어 분석하였다. 무형 제품은 총 8건 중 이미지 편승형이 8건, 이미지 지향형은 0건으로 나타났으며, 유형 제품은 총 28건 중 이미지 편승형은 18건, 이미지 지향형 10건으로 확인 되었다.

즉, 실용무용 관련 산업현장의 광고는 유형 제품의 의뢰가 많으며, 유형 제품의 경우에는 이미지 편승형에 보다 집중됨을 알 수 있다. 마찬가지로 무형 제품의 모든 광고 또한 이미지 편승형에 집중되는 점에서 실용무용 관련 광고는 전반적으로 이미지 편승형에 집중된 양상이 나타남을 알 수 있다.

〈표 6〉 실용무용 관련 광고 유형분류 결과

구분	광고 명	
무형 제품	이미지 편승형	“b-boy편” 대한민국 1등을 넘어...!
		Feel the Rhythm of Korea: SEOUL
		Hello mapo street
		세상에서 가장 아찔한 고공 비보잉 LG U-Plus
		이편한 세상 비보이X가야금
		tbs교통방송X서울시
		the Gas station of SK 주유소
		(규제혁신) 세상을 바꾼 혁신, 그 뒤에서 함께 만듭니다

유형 제품	이미지 지향형	손담비 팝핀현준 출연 삼성전자 엠피(YEPP) CF
		Anycall - SCH-V500
		LG 트롬 오브제컬렉션 건조기 : 트롬곰과 함께하는 6쾌한 6모션 건조 편
		팝핀존 X BWB 7단 팝핀 영상 'Boost Your Driving Fun'
		뿌서뿌서(사이니) 광고
		신라면 블랙(Crazy Kyo)
		빛바래고 칙칙한 건 못 참는 컬러레이저스 출동! (Feat.KCC페인트)
		한국인의 관절 건강, 관절엔 관절
		굽네피자 X 아이키
	갤럭시 버즈2 광고	
	이미지 편승형	LG cell-phone 'CAN U'
		아이폰 14 프로 LG U+, 턴즈로 MZ세대 노리다
		[KT 5G] iPhone 13 Pro 립제이X모니카
		[쉐보레] Trailblazer Main TVC
		[쉐보레] THE NEW TRAILBLAZER
		기아자동차 뉴 카렌스(2006)
		하이트 진로 맥주(팝핀현준)
		GS25 art project2. 1 GS25 X 키스해링 누들
		UnderworldGear x Bboy KILL
		나이키 X 스우파 X 크리에이티브 멧 OWN THE FLOOR
아이더X홀리뱅 화보 영상		
NERDY X CocaNButter		
NERDY X COSMOPOLITAN X 스우파 허니제이 리헤이 노제		
마하그리드 X 홀리뱅 크루 우먼스 에디토리얼 2020FW		
맵기만 하면 뻘해! 깔끔하게 매운 요즘 매운맛, 열라면이 진리야!		
박카스맛 젤리_아이키 텐션젤리 편		
[BMW] UNSTOPPABLE JOY. BMW x YGX		
모니카X삼화페인트 모티페인팅		

이를 통해 미래 실용무용 관련 산업현장의 예상 문제를 유추하고 학생들에게 아이디어를 도출할 수 있는 사례를 제시할 수 있다. 이를 기반으로 실용무용 캡스톤 디자인 교과목은 초기 단계인 과제 선정 및 확정 과정에서 전공 학생들이 주체가 되어 창의적 설계와 융합적 사고 및 지식을 갖추도록 교육과정을 설계해야 할 것으로 사료된다.

2. 장르별 분석 결과

가. 장르별 수요

실용무용 관련 장르별 수요는 스트릿 댄스가 총 26건으로 나타났으며, 코레오그래피는 총 10건으로

나. 장르 특성별 수요

실용무용 관련 장르 특성별 수요는 장르의 유/무에 따라 각 안무 구성과 정서로 나누어 분석하였다. 구체적으로 안무의 구성은 독무와 2인무, 군무로 분류하였으며, 안무의 정서는 젊음, 트렌드, 자유, 즐거움, 유쾌함, 자신감, 열정, 비장함, 흥겨움, 신남, 우아함, 새로움, 도전, 강인함, 힘, 매혹적, 세련됨으로 구분하였다.

먼저 장르의 유형인 스트릿 댄스 안무의 구성은 군무가 16건, 독무 7건, 2인무 3건으로 군무가 가장 많이 나타났으며, 안무의 정서는 젊음 12건, 자신감 11건, 즐거움 9건, 강인함 8건, 힘 7건, 열정 6건, 트렌드 5건, 신남 4건, 매혹적 4건, 세련됨 4건, 자유 3건, 비장함 3건, 새로움 3건, 유쾌함 2건, 도전 2건, 흥겨움 1건, 우아함 1건으로 확인 되었다.

다음으로 장르의 무형인 코래오그래피 안무의 구성 또한 군무 8건, 독무 2건, 2인무 0건으로 군무가 가장 높게 나타났으며, 정서는 트렌드 7건, 즐거움 7건, 신남 7건, 젊음 5건, 새로움 3건, 자유 2건, 유쾌함 2건, 자신감 2건, 열정 1건, 비장함 1건, 흥겨움 1건, 우아함 1건, 강인함 1건, 세련됨 1건, 도전 0건, 힘 0건, 매혹적 0건으로 확인 되었다.

따라서, 실용무용 관련 산업현장의 장르 특성별 수요는 스트릿 댄스와 코래오그래피 모두 군무에 집중되어 있었으며, 공통적으로 주된 정서적 이미지는 젊음과 즐거움으로 나타남을 알 수 있다.

〈표 8〉 실용무용 관련 장르 특성별 수요 분석 결과(스트릿 댄스)

장르	구성			정서																			
	독무	2인무	군무	젊음	트렌드	자유	즐거움	유쾌함	자신감	열정	비장함	흥겨움	신남	우아함	새로움	도전	강인함	힘	매혹적	세련됨			
스트릿 댄스		1		1	1										1								
	1			1		1			1														
	1			1	1																		
			1				1	1															
			1			1	1		1		1											1	
	1								1	1	1						1						
			1	1			1					1	1										
			1							1				1									
	1			1					1	1								1					
			1	1					1									1					
			1															1	1	1			
			1						1									1		1			
			1															1	1	1			
			1	1			1												1				

1										1						1		1	
		1		1				1				1							
		1		1								1		1					
		1														1	1	1	
		1	1													1		1	
1			1	1		1													
	1		1			1		1	1										
1			1			1		1	1								1		
		1			1	1	1												
7	3	16	12	5	3	9	2	11	6	3	1	4	1	3	2	8	7	4	4

〈표 9〉 실용무용 관련 장르 특성별 수요 분석 결과(코레오그래피)

장르	구성			정서																	
	독무	2인무	군무	젊음	트렌디	자유	즐거움	유쾌함	자신감	열정	비장함	흥겨움	신남	우아함	새로움	도전	강인함	힘	매혹적	세련됨	
코레오그래피			1	1	1		1														1
			1	1		1	1						1								
			1		1			1					1			1					
			1		1		1						1								
	1			1	1				1				1								
			1		1		1	1					1								
			1	1		1	1			1			1								
			1		1		1		1				1		1						
	1										1			1	1			1			
			1	1	1		1						1								
2	0	8	5	7	2	7	2	2	1	1	1	7	1	3	0	1	0	0	0	1	

이를 통해 실용무용 관련 산업현장에서 선호하는 장르와 정서적 이미지를 파악할 수 있다. 전공 학생들이 미래 산업현장에서의 요구에 대비하여 문제해결 능력을 향상 시킬 수 있도록 다양한 장르에서의 캡스톤 디자인 교육이 필요할 것으로 사료된다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 실용무용 캡스톤 디자인 교과목 개발을 위한 광고 산업현장에서의 안무 수요를 분석하는데 목적이 있다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 기존의 실용무용 관련 문제 해결 사례를 중심으로 자료 수집 및 분석하였다. 구체적으로 ‘광고’, ‘홍보영상’, ‘CF’ 등의 검색어와 실용무용과 동일 의미를 갖는 단

어 ‘스트릿 댄스’, ‘코레오그래피’ 등을 포함하여 키워드를 설정하였으며, 다양한 온라인 플랫폼(구글, 네이버, 유튜브 등)을 통해 검색하였다. 이후 2023년 8월 기준으로 도출된 36건의 광고를 대상으로 실용무용 관련 산업현장의 수요를 분석하였다.

첫째, 실용무용 관련 광고 산업현장의 제품군별 수요와 제품 특성별 수요를 분석한 결과이다. 먼저 제품군별 수요는 전기·전자, 금융·기업 PR 유통, 의류, 식품, 자동차, 식품, 음료·주류, 페인트, 의약품, 공익광고 등에서 활용되어 왔으며, 그중 전기·전자 분야에서 휴대폰 광고가 가장 많은 것으로 나타났다. 다음으로 제품 특성별 수요는 유/무형 제품 모두 이미지 편승형에 집중된 양상으로 확인되었다.

둘째, 실용무용 관련 광고 산업현장의 장르별 수요와 장르 특성별 수요를 분석한 결과이다. 먼저 장르별 수요는 코레오그래피보다 스트릿 댄스를 직접 활용한 사례가 더 많은 것으로 나타났다. 활용된 장르는 Popping, B-boy, Hiphop, Waacking, Krump 이며, 그중 Popping이 광고에 가장 많이 활용된 것으로 확인되었다. 다음으로 장르 특성별 수요는 스트릿 댄스와 코레오그래피 모두 군무의 활용이 가장 높게 나타났으며, 공통적으로 주된 정서적 이미지는 젊음과 즐거움으로 분석되었다.

이러한 실용무용 관련 산업현장의 수요 현황 확인과 요구사항 파악은 미래 실용무용 관련 산업 분야의 실제 문제들과 그에 대한 해결책을 탐구하고 유추할 수 있으므로 매우 중요할 것으로 사료된다.

본 연구의 결론을 토대로 후속 연구를 제안해보면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 캡스톤 디자인 교육을 위한 기초연구로서 실용무용 관련 광고 산업현장에서의 안무 수요 분석을 통해 후속 연구에 대한 교육 및 교과목 개발 방향을 확인하였다.

둘째, 본 연구에서는 광고 산업을 중심으로 분석하였기 때문에 후속 연구에서는 다양한 산업 분야에서의 무용의 활용성을 조사하고, 산업별로 필요한 무용 분야와 장르를 파악하여 캡스톤 디자인 교과목에 적합한 교육 프로그램 개발이 이루어져야 할 것으로 판단된다.

셋째, 실용무용전공 학생들의 실무능력을 강화하고 다양한 학문과의 창의적 융복합을 촉진하는 캡스톤 디자인 과목을 확대하여 학생들의 자신감을 향상시키고 최종 결과물을 통해 개인 창작 활동에 종사할 수 있는 인재를 양성함으로써 학과의 취업률을 높일 수 있도록 한다.

넷째, 본 연구에서는 광고 산업현장의 안무 수요를 분석하는 과정에 양적 데이터에 집중하여 분석한 한계가 있다. 따라서 후속 연구에서는 실제 광고주를 대상으로 한 요구를 질적 연구를 통하여 조사하는 것이 필요할 것으로 판단된다.

■ 참고문헌

- 권오현, 민경찬, 배상훈, 오대영, 이광형, 장상현, 허준(2022). **미래의 인재, 대학의 미래**. 포르체. 안문석(2023). **세계의 혁신 대학을 찾아서**. 살림터.
- 강주희, 이지연. (2020). 캡스톤 디자인 프로젝트를 활용한 현장 기반 미술교육 강의의 재구성. **미술교육논총**, 34(3), 57-74.
- 고현선(2016). 캡스톤 디자인 운영사례 및 발전방향 모색. **예술인문사회 융합 멀티미디어 논문지**, 6(5), 197-210.
- 김동문(2021). 국내 실용음악학과 커리큘럼의 고찰. **문화와 융합**, 43(10), 939-952.
- 김용섭(2010). 프로그램 학습성과 향상을 위한 형성평가 중심 캡스톤 디자인 교과목 설계. **공학교육 연구**, 13(1), 62-69.
- 김지만(2021). 클래식 음악분야의 융합인재 양성을 위한 캡스톤 디자인 교육프로그램 적용과 실제. **문화와 융합**, 43(8), 1005-1020.
- 김지은(2019). 영어수업에서의 캡스톤디자인 수업 모델. **한국콘텐츠학회 논문지**, 19(12), 1-8.
- 류영호(2008). **공학설계교육 개선을 위한 캡스톤 디자인 교수활동 지원 모형 개발**. 박사학위논문. 부산대학교 대학원.
- 박선미, 정완규(2021). 음악대학 캡스톤 디자인 수업모형 개발. **음악교수법연구**, 22(2), 49-74.
- 박수홍, 정주영, 류영호(2008). 창의적 공학교육을 위한 캡스톤 디자인(Capstone Design) 교수활동 지원모형 개발. **수산해양교육연구**, 20(2), 184-200.
- 신창범, 권오성. (2014). 캡스톤 디자인의 디자인 교육 응용 사례연구: 인터랙션 디자인 교과를 중심으로: 인터랙션 디자인 교과를 중심으로. **디지털디자인학연구**, 14(1), 33-42.
- 신창식(2021). 음악대학 캡스톤 디자인 적용 사례 연구. **연기예술연구**, 22(2), 243-262.
- 양황규, 박성미(2020). ISO 기반 캡스톤 디자인 수업 운영에 대한 탐색. **수산해양교육연구**, 32(5), 1251-1262.
- 윤지영(2020). 캡스톤 디자인 수업모형에 기초한 예비유아교사의 음악 교수매체 개발과 문제해결력에 미치는 영향에 대한 연구. **예술교육연구**, 18(3), 19-34.
- 전연홍(2021). **디자인사고기반 캡스톤디자인 수업지원도구 개발**. 박사학위논문. 안동대학교 대학원.
- 최소빈(1998). **광고무용에 관한 연구: 무용을 활용한 TV광고를 중심으로**. 석사학위논문. 세종대학교 대학원.
- 오영준(2013. 08. 13). "2000년도 이후 20번째... 결국 '폐교' 확정된 4년제 사립 대학교". 위키트리. <<https://www.wikitree.co.kr/articles/877931>, 2023. 08. 10>.
- 오유진(2023. 04. 08). "즐기는 대학+대학, 학과+학과 ... '갈등 치유하면 플러스, 단순 통합 땀 마이 너스' [대학 통폐합 바람]". **중앙일보**. <<https://www.joongang.co.kr/article/25153434>, 2023. 08. 10>.
- 이미숙(2023. 04. 25). "교육부, 학령인구 급감 디지털 대전환...미래교육 수요를 반영한 '중장기 교원수급계획' 발표". **한국강사신문**. <<https://post.naver.com/viewer/postView.naver?>

- volumeNo=35834421&memberNo=50250501&vType=VERTICAL, 2023. 08. 13).
- 이연우(2021. 01. 20). “학령인구 감소·코로나 확산…준폐기로 선 위기의 전문대”. **경기일보**. <<https://www.kyeonggi.com/article/202101201153745>, 2023. 08. 15>.
- 이정환(2013. 12. 04). “연세의대 ‘성적으로 학생 출세우지 않겠다’”. **의협신문**. <<https://www.doctorsnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=92703>, 2023. 08. 15>.
- 이준섭(2023. 08. 03). “한남대-클로잇 中企 혁신형 인재양성 맞손”. **금강일보**. <<https://www.ggilbo.com/news/articleView.html?idxno=986758>, 2023. 08. 15>.
- 전정아(2021. 08. 30). “[MODU가 주목하는 대학] 창의융합형 인재 양성 위한 실용중심의 교육혁신 추진, 서경대학교”. **한겨레신문**. <<https://www.hani.co.kr/arti/society/schooling/1009715.html>, 2023. 08. 15>.

논문투고일 2024. 05. 15.

심사일 2024. 05. 25.

심사완료일 2024. 06. 22.

Demand for Choreography in the Advertising Industry for the Development of a Practical Dance Capstone Design Course

Lee, Jin-Joo* · Park, Sung-Jin** · Jung, Seung-Hye*** · Lee, Hae-jun****

Ph.D. Candidate, Dept. of Performing Arts, Hanyang University*

Professor in Practical Dance Department at Seogyong University**

Instructor in Dance at Kyung Hee University***

Professor, Dept. of Dance Art, Hanyang University****

The purpose of this study is to analyze the demand for choreography in the advertising industry for the development of practical dance capstone design courses. To this end, data were collected and the analysis focused on cases that solved existing practical dance-related problems. We analyzed demand from 36 practical dance-related industrial sites as of August 2023. First, the results of this study confirmed that mobile phone advertisements were the most common in the electrical and electronic industries. In terms of demand by product group, electronics are both tangible and intangible products that focus on image leveraging. Second, it was confirmed that ‘popping’ was more popular among the various genres of street dance, in terms of demand by genre. There was a high demand for characteristics by genre in ‘use of group dance’, and the common emotional image was analyzed as youth and enjoyment.

Keywords: Practical Dance(실용무용), Street Dance(스트릿 댄스), Capstone design(캡스톤 디자인), Course development(교과목 개발), demand analysis(수요 분석)