

웹 콘텐츠 창작자의 4C 단계별 성장 촉진 요소 탐색

양미숙¹ · 고장완¹ · 변문경^{2*}

¹성균관대학교 교육학과

²서울시립대학교 창업지원단

A Study on the Exploration of Growth Promotion Factors based on 4C of Web Content Creators

Mi-Sook Yang¹ · Jang Wan Ko¹ · Moonkyoung Byun^{2*}

¹Department of Education, Sungkyunkwan University, Seoul 03063, Korea

²University of Seoul, Startup Support Foundation, Seoul 02504, Korea

[요 약]

최근 웹소설, 웹툰은 플랫폼을 통해 엄청난 부가가치를 창출하고 있다. 그러나 웹 콘텐츠 창작자를 육성하기 위한 교육 프로그램이나, 관련 연구는 아직 부족한 실정이다. 웹소설과 웹툰과 같은 웹 콘텐츠 창작자를 대상으로 한 연구는, 창작자 자체에 대한 연구보다는 플랫폼이나 독자에 대한 연구가 주류를 이루고 있었다. 웹 콘텐츠 역시 콘텐츠에 대한 연구, 독자에 대한 연구, 플랫폼에 대한 선행 연구가 있을 뿐 창작자 육성 및 교육에 주목한 연구는 없었다. 따라서 웹소설 작가, 웹툰 작가들의 생생한 경험을 데이터로 수집하여 Kaufman과 Beghetto(2009)의 4C 모델을 중심으로 그들이 어떻게 콘텐츠 창작 활동을 시작했는지, 창작 활동을 지속하게 하는 요인은 무엇이며, 그들을 성장시킨 단계별 촉진 요소는 무엇인가를 탐색하였다. 이를 통해 웹소설과 웹툰 전문 창작자들의 성장 과정을 이해하고, 더 나아가 웹소설과 웹툰 전문 창작자가 되고자 하는 지망생들의 수업을 체계화하는 데에 시사점을 제공하고자 한다.

[Abstract]

Recently, web novels and webtoons have created huge added value through platforms. However, there is still a lack of education programs or related research to foster web content creators. Research on web content creators such as Web novels and Webtoons was mainly conducted on platforms and readers rather than on the creators themselves. There were no studies of content, no studies of readers, and no prior studies of platforms that focused on fostering and educating creators. Therefore, we explored how they started their content creation activities, how they continued their creative activities, and what facilitated their growth by collecting the vivid experiences of web novelists and webtoon writers into data, focusing on the 4C models of Kaufman and Beghetto(2009). Through these efforts, we will provide suggestions to understand the growth process of creators specializing in web novels and webtoon, and to organize classes for aspiring creators of web novels and webtoons.

색인어 : 웹 콘텐츠 창작자, 4C 모델, 창작자 성장 촉진 요소, 웹소설, 웹툰

Key word : Web content creators, 4C models, Creators growth factor, Web novels, Webtoons

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2019.20.3.469>



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.

Received 29 January 2019; **Revised** 18 February 2019

Accepted 20 March 2019

***Corresponding Author; Moonkyoung Byun**

Tel: [REDACTED]

E-mail: newheaven4@naver.com, ciriomoon1@uos.ac.kr

1. 서론

본래 스토리텔링은 인간의 본능이며, 현대적 의미의 매체가 등장하기 이전부터, 스토리텔링은 가장 대중적인 여가 활동이었다[1]. 인터넷의 발달로 대규모 플랫폼 기반 콘텐츠 소비 시장 규모가 성장함에 따라 카카오페이지 등 웹기반 콘텐츠 공유 플랫폼이 구축되었다[2]. 이후 플랫폼의 양적 확대와 웹 창작자 성공사례의 등장으로 실력 있는 스토리 텔러들이 대거 유입되고 있다. 과거 생계 분리형의 저작 환경이 아닌, 생계와 취미를 통합한 콘텐츠 창작자들이 늘어나기 시작한 것이다[3].

작가들은 자신들이 좋아하는 장르의 콘텐츠 창작에 몰입할수록 부가가치가 창출되는 최적 경험을 한다[4]. 이러한 작가들의 몰입 환경 조건의 개선은 콘텐츠 유통 플랫폼 매출의 신장으로 이어졌다. 2015년 웹툰 시장 규모는 4200억 원으로 추산된다. 2018년에는 8800억 원이 예상되며 매해 2배 이상 성장하고 있고, 콘텐츠진흥원의 저작 지원 활동 확대와 세계적인 콘텐츠 수출에 힘입어 향후 더 큰 성장세가 이어질 것이다[37]. 다양한 온라인 매체의 등장과 전 세계를 아우르는 콘텐츠 소비자의 증가는 시장을 점점 확대하고 있다.

영국 헤리포터의 성공, 미국 헐리우드의 영화 시장만 보더라도, 콘텐츠 창작은 국가의 경제력을 성장시키고, 세계적인 위상을 높이는 귀중한 자산이 될 수 있다. 국가적으로도 웹 콘텐츠 창작자의 육성은 미래 부가가치 창출에 큰 도움이 될 수 있는 것이다[5]. 스토리텔링과 개인 저작물 출판에 흥미가 있는 학생들이 있다면, 웹 콘텐츠 창작자가 될 수 있도록 지원하는 일이 필요하다. 이는 미래에 대한 투자라는 인식 속에서 보다 체계적이고 전략적으로 이루어져야 한다[6][7][8].

하지만 아직 웹 콘텐츠 창작자들의 성장을 촉진하는 요인을 찾아 교육적 지원 방안을 제시하는 연구는 부족한 실정이다. 웹소설, 웹툰 창작자들에 대한 연구가 존재한다고 하여도 창작자 자체에 대한 연구가 아닌, 저작물 활용방안, 콘텐츠 유통, 이용자 혹은 플랫폼에 대한 연구이다. 만화를 원작으로 하는 온라인 게임의 저작물 활용방안에 대한 연구[9]가 있다. 이 연구는 만화를 원작으로 하는 온라인 게임이 인기 만화의 게임화에 만의 의를 두고 있다는 것을 밝혔다. 그리하여 원작자와 제작사 간의 계약 및 협조 관계뿐만 아니라 마케팅 능력과 온라인 게임의 저작물 경쟁력이 주요 변수였다는 것을 밝히고 있다. 콘텐츠 유통에 대해서는 디지털 시대 CJ E&M의 콘텐츠 유통 전략[7], 디지털콘텐츠 산업의 수출 활성화 방안에 관한 연구[10] 등이 있으며, 콘텐츠 플랫폼에서는 페이스북 창작자 페이지 이용 경험에 대한 연구[11]가 있다. 아프리카 TV 개인 방송 창작자 특성에 따른 시청자들의 태도를 분석한 연구[12]도 창작자 자체보다는 결과물이나 활용하고 있는 플랫폼에 대한 연구들이 대다수라고 볼 수 있다. 또한 미디어, 음악과 관련된 연구로는 개인 영상 창작자(크리에이터)의 창의 노동(creative labor)에 대한 연구로 미디어 창작자에 초점을 맞춘 연구[13], 온라인 플랫폼을 활용한 개인 창작자의 공연예술콘텐츠 창작 활동을 분석하는

연구[14]가 있다.

웹 콘텐츠 창작자들에 대한 연구는, 첫째 웹 콘텐츠이나 웹소설과 웹툰이 아닌 미디어 콘텐츠, 둘째 웹소설과 웹툰의 저작물 활용방안, 셋째 미디어, 미술, 음악 분야의 창작자에 대한 연구로 한정되어 있다. 최근 들어, 웹소설, 웹툰 프로 작가 지망생이 늘어나면서, 작가를 양성하고자 하는 교육 프로그램, 아마추어 작가를 프로 작가로 성장시키거나 교육으로 지원하려는 노력이 진행중이다. 웹소설 또는 웹 콘텐츠 작가로의 성장이 교육을 통해 가능한지의 여부도 논의의 거리가 되겠지만, 그 이전에 교육의 한 방법으로 작가를 양성하는데 근간이 될 수 있는 연구는 부족한 실정이다. 따라서 웹 콘텐츠 창작자들의 특성을 분석하고 성장 단계에서의 촉진 요소를 제안하는 실증적인 연구가 필요한 시점이다.

본 연구는 연구의 대상이 되는 웹 콘텐츠 창작자들이 어떻게 콘텐츠 창작자 활동을 시작했으며, 그 활동을 지속하게 하는 요인은 무엇이고, 그들을 전문 창작자의 단계까지 성장시킨 촉진요소는 무엇인가에 대해 단계별로 탐색하고자 하였다. 이를 위하여 Kaufman과 Beghetto의 4C 모델을 분석 틀로 활용하였다[15]. 연구 결과를 토대로 향후 웹기반 콘텐츠 전문 창작자 육성을 위한 교육 프로그램에 적용 가능한 시사점을 제시할 수 있을 것이다. 이러한 본 연구의 목적을 달성하기 위한 연구 문제는 다음과 같다.

- 1) 웹 콘텐츠 창작에 참여하게 된 동기는 무엇이었는가?
- 2) 웹 콘텐츠 창작을 지속하는 동기는 무엇이었는가?
- 3) 콘텐츠 전문 창작자 단계로 도약하는 계기는 무엇인가?

II. 이론적 배경

2-1 문화 콘텐츠

문화 콘텐츠의 정의는 ‘문화유산, 생활양식, 창의적 아이디어, 가치관 등 문화적 요소들이 창의력과 상상력을 원천으로 체화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품’을 말한다[16]. 과거에는 출판사와 계약한 작가를 생산자라고 했다면, 이제는 누구나 플랫폼을 활용하여 콘텐츠를 생산하고 유통하는 생산자가 되었다. 사람을 온라인으로 연결하는 플랫폼들은 누구나 지식과 정보를 생산하고 유통할 수 있게 하였다. 플랫폼을 활용하여 새롭게 대중문화를 생산하고 있는 사람들을 넓은 의미의 문화 콘텐츠 창작자라고 할 수 있다. 문화 콘텐츠 창작자들은 최신 트렌드를 빠르게 인식하고, 자신들의 작품에 반영하며, 로맨스, 코믹, 판타지, 무협 등 다양한 장르의 수용 및 변주를 통해 웹소설과 웹툰을 창작해 낸다. 창작하는 것에서 멈추지 않고 상호간의 즉각적인 피드백을 주고받으며 서로 성장하는 과정에서 자연스럽게 영향력 있는 콘텐츠 창작자로 성장한다[17].

본 연구에서는 콘텐츠 창작자를 웹소설, 웹툰 창작자에 국한한다. 이렇게 설정한 이유는 첫째, 미디어 쪽은 스토리텔링 자체를 목적으로 하기 보다는 정보 전달을 목적으로 하기 때문이다. 서사가 불포함된 콘텐츠가 많고, 상당 부분이 이미 있는 자

료들을 재편집하기도 하여, 순수창작의 범위를 대부분 벗어난다. 둘째, 촬영, 컴퓨터 그래픽, 편집 등의 기술 보유 능력과도 직결되어 한 개인이 스토리를 창작하고 제공하는 웹소설과 웹툰과는 과정에서 차이가 있다. 웹을 기반으로 하여 1인 창작자가 텍스트 혹은 그림을 직접 창작한 결과물을 웹소설과 웹툰이라고 보고, 웹 기반 콘텐츠 창작자의 경험에 한정하여 연구를 수행할 것이다.

2-2 웹 콘텐츠의 종류

1) 웹소설과 웹툰

웹소설은 인터넷인 웹 환경을 기반으로 개인이 소설을 연재할 수 있다. 온라인 플랫폼의 발달로 웹소설 생산자와 소비자의 경계가 사라졌으며, 작가와 독자의 거리도 매우 가까워졌다. 웹소설은 묘사나 상황 중심의 중, 단편보다는 기본적으로 200편, 즉, 7권 이상의 분량인 장편이 많이 연재되고 있고, 또 장편에 초점이 맞추어져 플랫폼들이 운영되고 있다. 또한 웹소설은 캐릭터성이 중요시되므로 작품에 등장하는 캐릭터들의 개성을 강하게 만든다. 그리고 웹의 특성상, 쉽게 페이지를 이동할 수 있는 특징에 영향을 받아 웹소설의 도입부에서 독자의 흥미를 바로 끌지 못하면 지속적인 독자를 모으지 못하므로 도입부에서 독자들과의 많은 관심을 끌어야 한다[18].

웹툰이라는 단어는 웹(Web)과 만화(Cartoon)를 합한 단어이며, 네이버나 다음 등의 플랫폼에서 연재되는 만화를 지칭하는 단어이다. 웹툰은 웹소설과 마찬가지로 인터넷인 웹 환경을 기반으로 만화를 연재한다. 웹툰은 보통 마우스 스크롤을 내리면서 보기 편하도록 세로로 만화가 배치되어 있는 형태가 대다수이다[19]. 세로 스크롤은 시간의 흐름을 영화적으로 연출하기 쉽다는 장점이 있다. 시간의 흐름뿐만 아니라 장면의 극적인 효과를 위해서도 사용 된다[20]. 또한 최근에는 모바일 형식에 맞추어 웹툰을 제작, 서비스하기도 하며, BGM도 함께 서비스하기도 한다[21]. 웹툰은 웹소설과 다르게 진입 장벽이 높다. 플랫폼에서 작가들과의 계약, 고료 지급의 방식이 웹소설과 다르기 때문에 진입 장벽이 낮은 웹소설과는 다르게 유료 작가로 성장하는 과정이 쉽지 않은 편이다[19].

2-3 웹 콘텐츠의 창작 생태계

1) 웹 콘텐츠 창작 생태계

생태계라는 용어는 1935년에 영국의 탄슬리(Author G.Tansley)가 처음 사용하였다. 생태계는 크게 생물의 체계를 의미하는 바이옴(Biome)과 그들의 생활환경이 되는 서식처(Habitat)의 두 가지 요소로 구성된다[22]. 생태계의 요소를 웹소설과 웹툰에도 적용해 보면, 생물 체계는 웹소설과 웹툰 창작자라고 볼 수 있다. 그렇다면 웹 콘텐츠, 즉 웹소설과 웹툰의 서식처 다음, 네이버, 조아라, 문피아, 허니문 등과 같은 인터넷 플랫폼들이다. 또한 모바일 플랫폼 전문인 윈스토어북스, 카카오페이지, 네이버 시리즈도 존재한다. 플랫폼(서식처)이 생태계

형성에 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다. 왜냐하면 실제적인 경제 활동을 일어나게 도와주며, 시장을 형성하기 때문이다.

다음, 네이버와 같은 주요 포털 사이트들, 북 사이트 혹은 출판사들도 웹소설, 웹툰을 킬러 콘텐츠 및 핵심 콘텐츠로 인식하고 있다. 이들은 높은 비중으로 웹소설과 웹툰 페이지와 서비스를 운영 및 제공하며 웹 기반 콘텐츠 시장을 주도하고 있다. 포털 사이트나 출판사, 대기업 외에도 다양한 생태계들이 많이 존재한다. 이 생태계는 이북 시장이 활성화 됨에 따라 개인이 출판사를 세워서 작가를 확보하는 것으로 출발한 CP사를 예로 들 수 있다. CP사에서 CP는 Content Provider의 약자로 콘텐츠 제공자를 뜻한다. 이런 CP사는 작가와 계약을 맺어, 작가들의 작품 기획, 관리, 홍보, 유통을 담당해 주는 역할을 하고 있다. 이렇게 다양한 플랫폼은 웹 콘텐츠의 생태계를 형성하고 있다. 이런 웹 콘텐츠 생태계는 선순환 성장하고 있으며, 웹 콘텐츠를 누구나 올릴 수 있는 기회를 제공하며 자발적인 웹 콘텐츠 창작자들의 유입을 촉진하고 있다.

2) 웹 콘텐츠 창작자의 수입원

웹 콘텐츠 창작자들은 플랫폼을 통해 수익을 얻는다. 그러나 웹소설과 웹툰은 수익을 벌어들이는 방식에 약간의 차이가 있다. 웹소설 창작자들은 플랫폼이나 출판사 등과의 계약을 통해서 수입을 얻는다. 이 수입은 급여가 아닌 고료의 형식으로 지급된다. 활동하는 플랫폼에서 얼마만큼 독자가 글을 읽었느냐에 따라 수익이 들어오는 것이다. 웹소설은 조아라, 문피아와 같이 스스로 데뷔도 할 수 있고 작가로 활동을 할 수 있는 두 가지 방식이 있다.

첫 번째 방식은 무료 연재로 글을 올리다가 조회수, 추천수, 선호작 선정수가 많아지면 출판사, 플랫폼, 매니지먼트(CP사) 측에서 제안을 받아 계약을 한 후에 유료 연재로 전환하여 활동하는 방식이다. 두 번째 방식은 처음부터 플랫폼에서 유료 연재 서비스를 선택하여 해당 플랫폼과 계약을 맺고 웹소설을 올리는 것으로 활동하는 방식이다. 웹툰 창작자들은 대개 고료보다는 급여를 받으며 웹툰을 창작하는 방식으로 활동을 하고 있다. 급여 제공은 주로 웹툰을 서비스하는 포털 사이트이며, 대표적인 포털 사이트로는 네이버와 다음을 들 수 있다.

웹툰 창작자들은 포털 사이트와 계약을 통해 맺어지고, 계약이 아직 없는 신인 창작자들의 경우에는 대부분 네이버의 ‘도전 만화’, 다음의 ‘나도 만화가’ 등의 연재 코너를 통해 정식 계약을 하게 된다. 창작자는 이러한 코너에 창작자가 자신의 작품을 올리면 포털에서는 조회수가 많은 작품을 선별하여 계약을 진행하게 된다. 계약 이후에는 작품에 대한 모니터링 기간을 가지게 되는데, 이 기간 동안 작품의 흥행 여부와 상품 가치 유무 확인 및 작가의 원고료 산출까지 이루어지게 된다. 원고료 산출의 경우, 포털별로 작가의 인기도, 직전 작품의 원고료, 연재 주기와 작품 규모 등의 추가 요인을 합산하여 작품 단위 혹은 3개월, 6개월 주기로 한 번씩 원고료를 갱신하는 구조로 이루어져 있다. 포털 사이트는 서비스에 대한 매출 이외에도 판권료, 러닝 로열티를 받게 된다. 인기 만화의 경우 출판, 캐릭터 상품화,

드라마·영화·연극 등 다양한 장르 콘텐츠로 활용되면서 새로운 수익이 생기는 경우도 있다.

2-4 4C 모델

본 연구에서 웹 콘텐츠 창작자의 결과물 산출의 동기와 전 과정을 탐색하게 된다. 웹 콘텐츠 창작자들의 참여 동기, 지속 동기, 발전 단계가 상승하게 되는 창의성의 촉진 전략을 구체적으로 알아보기 위해 창의성을 4단계로 나누어 놓은 Kaufman과 Beghetto의 4C 모델[15]을 기반으로 하였다. 4C 모델의 각 단계에서 다음 단계로 넘어가는 것은 ‘범위’이다. 이런 범위는 크게 본다면 웹 콘텐츠 창작자에게는 피드백을 받는 환경으로 볼 수 있다. 창작자들은 자신의 작품에 대한 피드백을 통해서 창작에 대한 행복감을 높이는 거나, 아니면 그 반대의 상황을 겪기 때문이다. 이에 4C 모델의 각 단계를 웹 콘텐츠 창작자들의 성장 과정에 적용하여 작가들의 성장 촉진 요소가 무엇인지에 대해 연구하고자 한다.

Kaufman과 Beghetto의 4C 모델[15]에 따르면 창의성은 일기 쓰기, 혼자 글쓰기와 같은 일상적 창의성에서부터(Mini or Little-C), 남들과 차별되는 전문적 창의력(Pro-C), 더 나아가서는 특정 분야의 마스터라 불리거나 분야, 영역을 뛰어넘는 혁신적 창의성(Big-C)으로 구별된다고 볼 수 있다. 이 내용을 정리하면 표 1[36]과 같다.

4C 모델을 창작자들에게 대입하여 진행하는 연구는 부재한 실정이다. 창작자들에게 대입하여 진행한다고 하여도 그것은 4C 모델을 기반으로 한 창의력 테스트의 정당성에 대한 연구일 뿐, 창작 활동과 창작자의 경험에 대한 연구는 이루어지지 않은 실정이다[38].

표 1. Kaufman과 Beghetto의 4C 모델
Table 1. Kaufman and Beghetto's 4C Model

| | Mini-C | Little-C | Pro-C | Big-C |
|-------------------------|---|------------------------------|--|--|
| Step-by-step creativity | Intrinsic creativity | Usual creativity | Professional creativity | Innovative creativity |
| Range | the inherent creativity of man in the process of learning | the life creativity of usual | discriminatory creativity | called Legend at Master Stage in the Field |
| The period of education | routine | a period of learning | Gain a good learning and social period | more than 7 to 10 years |

III. 연구 방법론

3-1 연구 참여자

본 연구의 대상자 선정은 웹소설과 웹툰 플랫폼인 네이버, 다음, 카카오페이지, 조아라, 문피아 등에서 연재 활동 이력이 있거나, 수입과 관계없이 1년 이상 연재 활동 이력이 있으며, 최

근 3개월까지 활동 이력이 있는 작가를 기준으로 하였으며 웹툰과 웹소설을 나누어 연구 대상자를 선정하였다. 연구 참여자를 찾기 위해 웹소설과 웹툰 플랫폼을 활용하였다. 플랫폼을 통해서 작품을 살펴보고, 연구 대상자의 기준에 부합하는 창작자가 보일 경우, 플랫폼 자체에서 사용하고 있는 쪽지, 혹은 블로그, 메일을 통해 창작자에게 연락하여 인터뷰 요청을 하였다. 인터뷰를 요청할 때엔 소속 학교와 소속 학과를 먼저 밝히고, 다음으로 연구 목적을 안내하였다. 인터뷰에 응할 경우에는 창작자와 상의하여 시간, 장소를 지정하였으며, 동시에 인터뷰 진행 과정과 내용에 대한 간략한 안내를 먼저 하였다. 인터뷰는 총 8명을 하였는데, 장거리 대중교통 이용으로 직접 인터뷰가 힘든 1명은 전화 인터뷰를 실시하였으며, 나머지 7명은 직접 면담으로 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰에 응한 작가들의 명단은 표 2에 제시되어 있다. 작가들의 필명은 인터뷰 시작 전에 안내하였듯, 개인정보 보호를 위해 가명으로 제시하였으며, 작품 제목은 본 논문에 기재하지 않았다.

표 2. 웹소설 및 웹툰 인터뷰 대상자 리스트
Table 2. Web Novels and Webtoon Interview List

| NO | Novel/Toon | Fictitious Name | Age | Career |
|----|------------|-----------------|-----|---------|
| 1 | webnovel | Miss Park | 30s | 15years |
| 2 | webnovel | Mr L | 20s | 8years |
| 3 | webnovel | Miss Lee | 30s | 10years |
| 4 | webnovel | Mr Shin | 30s | 10years |
| 5 | webtoon | Mr Choi | 30s | 15years |
| 6 | webtoon | Mr Myo | 30s | 5years |
| 7 | webtoon | Miss Wu | 20s | 3years |
| 8 | webtoon | Mr Eun | 20s | 4years |

3-2 데이터 수집 및 분석 방법

1) 질문지 개발

본 연구의 목적은 창작자들의 성장 촉진 요소를 탐구하기 위한 것이므로, 질문지는 4C모델에서 각 단계로 성장하기 위한 요소를 확인하기 위한 목적으로 개발하였다. 4C 모델과 관계된 을 기반으로 질문지를 개발하였다. 최종 인터뷰 질문지를 확정하기 전에, 10년 이상의 창작 경험이 있고 현재에도 웹소설을 계속 쓰고 있는 창작자를 대상으로 집중적으로 인터뷰하였다. 인터뷰를 계속 진행하면서 프로토 타입의 질문지 작성 및 해당 프로토 타입 질문지로 파일럿 인터뷰를 진행하면서, 4C 이론의 Mini-C, Little-C, Pro-C, Big-C를 거치는 과정에서 응답하기에 부적합한 문항들을 골라냈고, 4개 영역으로 확고하게 창작자들의 성장 과정을 나누는 것은 힘들다는 것도 확인하였다. 이에 Mini-C에서 Little-C로 넘어가는 과정, Little-C에서 Pro-C로 넘어가는 과정, Pro-C에서 Big-C로 넘어가는 과정 및 요소에 대한 질문들을 추가하여, 최종 확정하였다.

최초 문항은 박사과정 2인, 석사과정 2인의 검토를 거쳐 수정 및 최종 확정되었으며, 최종 개발된 것은 인터뷰를 진행하기 전에 추가로 교육학과 교수 2인, 박사과정 2인 전문가 타당도 검정을 추가로 받은 후, 수정 사항을 반영하여 최종 확정하였다.

2) 데이터 분석: 주제 분석과 유형적 분석

해당 연구에서는 주제 분석뿐만 아니라 Hatch의 유형적 분석[23]도 함께 사용하였다. 유형적 분석은 전체 데이터 세트를 이미 결정된 유형에 기초하여 집단이나 범주로 구분하기 위해 사용되는 방법이다[24]. 먼저 인터뷰한 내용을 전사하여 4C 모델에서 보이는 행동 특성을 기준으로 주제 분석(Thematic Analysis)을 진행하였다[25]. 주제 분석 데이터에서 의미를 추출하고 주제를 추출하기 위해 가장 많이 사용되는 질적 연구방법이다. 데이터에서 주제(패턴) 확인 및 주제의 의미를 분석하는 유연하면서도 유용한 연구방법이다[25]. 본 연구에서는 유형적 분석의 유형화와 패턴을 찾는 주제 분석을 함께 사용하여 성장 단계별로 촉진 요소를 찾아 범주화 할 수 있었다. 먼저 유형적 분석을 통해서 주제어를 찾고, 4C 모델에 그 주제어들을 적용하였다. 유형적 분석을 통해서 찾은 주제어와 4C 모델의 단계를 결합한 모델을 기반으로 주제 분석을 통해서 데이터에서 반복되는 의미 패턴을 찾아 적용하는 방식으로 진행하였다.

IV. 연구 결과

4-1 웹 콘텐츠 창작 참여 동기

1) 우연히 느낀 웹소설과 웹툰 창작 참여 동기

창작자들에게 웹 콘텐츠 창작 참여 동기 및 계기에 대해 탐구하기 위해 처음 웹소설 혹은 웹툰 창작을 어떻게 시작하게 되었는지 탐색하였다. 창작자들이 처음 웹소설 혹은 웹툰 작가가 된 계기는 다양했다. 웹소설 작가의 경우는 다음과 같다.

박양 작가는 중학교 때 <가즈나이트>를 처음 보게 되었고, 엄청난 충격 받았던 것이 웹소설 작가가 된 계기가 되었다고 설명했다. 또한 여러 소설을 보면서 ‘이 부분을 이렇게 하면 더 재미있을 것 같다’라는 생각이 들었다고 했다. 다양하게 생각하고, 또 연관된 생각을 자주 하다 보니 어느 틈에 글을 직접 쓰는 작가가 되었다고 설명했다. 엘군 작가의 경우, 남이 써 놓은 이야기를 볼 때 많은 아쉬움이 남았다. 그리고 그 글을 보는 것이 즐겁지 않았다고 설명했다. 스스로 가장 즐겁게 볼 수 있는 이야기를 직접 쓰자 라고 생각한 것이 창작에 도전하는 계기가 되었다고 설명했다. 신군 작가의 경우, 동생이랑 놀아주었던 경험 안에서 스스로의 재능을 발견하기도 했다. 동생에게 이야기를 들려주면 동생이 재미있어 하였고, 스스로도 뿌듯했던 긍정적인 경험이 작가가 되는 계기가 되었다고 했다. 이양 작가의 경우 인터넷도 안 되고 티비도 없는, 방만 덩그러니 있는 하숙집에서 지내게 된 것이 심심풀이로 글을 쓰게 된 계기가 되었다고 설명했다. 이렇게 웹소설 작가의 경우에는 우연한 계기에 이야기를 만드는 활동과 글을 쓰는 활동을 시작하게 되었고, 당시 재미를 느낀 상황들이 작가로 성장하는 기반이 되었음을 알 수 있었다.

웹툰 작가의 경우, 웹소설 작가와 비슷하게 우연한 계기가

있었다고 대답했지만, 대답한 인원은 2명 정도였다. 최군 작가의 경우에는 어릴 적에 집에 책과 만화책이 많아서 자연스럽게 책과 만화책을 많이 접하게 되었다고 했다. 그러면서 만화를 따라 그리게 되었고 자연스럽게 웹툰을 그리게 되었다고 했다. 우양 작가는 어릴 때부터 이야기 하는 것을 매우 좋아했다고 한다. 그러면서 글을 써보기도 하고, gif로 움직이는 그림을 만들어서 거기에 스토리를 덧입혀서 간단한 애니메이션을 만들어 보기도 했다고 한다. 또한 직접 소설을 써보기도 했는데, 이는 학교에서 친구들과 사이에 인기도 좋았고, 학교 선생님께서도 잘 썼다는 평을 받기도 했다고 했다. 그러다 보니 자연스럽게 재미를 붙이게 되었고 더 나아가서 스토리와 그림의 장점을 모두 가지는 표현 방법을 찾게 되었고, 그것이 웹툰이라는 것을 발견하고 웹툰을 그리기로 정했다고 한다.

2) 개인적인 재미, 흥미를 통한 웹소설과 웹툰 창작 참여 동기

우연함 뿐만 아니라 개인적인 재미, 흥미도 창작에 대해 긍정적인 정서를 미친 요소 중의 하나였다. 개인적인 재미, 흥미에 대한 웹소설 작가의 경우는 다음과 같았다.

박양 작가의 경우, 전달하고자 하는 주제에 매몰되지 않는 순수한 ‘재미’에 집중할 글은 자신에게 너무나 매력적으로 다가왔다고 한다. 또한 재미있는 글을 보고 자신이 직접 재미있는 글을 써보고 싶다는 생각이 들었다고도 했다. 그리고 글을 쓰는 것에서 더 나아가 혼자 쓰기에는 심심하다는 생각이 들어서 많은 사람들이 볼 수 있는 인터넷 연재를 시작하게 되었다고 했다. 인터넷 연재를 통해서 사람들의 반응을 통해 개인적인 재미, 흥미를 한층 더 느끼게 되어 계속 글을 쓰게 되었다고 했다. 엘군 작가는 글을 쓰는 것이 재미있었다고 했다. 그래서 계속 글을 쓰게 되었고 그러다 보니 취미 생활로 글을 쓰는 것이 자리 잡게 되었다고 한다. 신군 작가는 이야기를 만드는 행위 자체가 즐거웠고, 그에 따라 이야기를 계속 만들게 되었다고 했다. 또한 신군 작가는 이야기를 만드는 것에서 멈추지 않고, 만화, 만화화 글이 섞인 형태 등을 시도해 보았다고 했다. 그런데 그 중에서 가장 자신과 잘 맞고 가장 재미있어 했던 방법이 소설이라는 결론을 내렸고 그 결과 소설을 쓰는 것을 선택했다고 한다.

웹툰의 경우 최군 작가는 자신이 그림을 그린 것을 주변 사람들에게 보여주면 주변에서 그림을 잘 그린다고 칭찬을 들었으며, 그럴 때 굉장히 기쁨을 느꼈다고 했다. 그러면서 이야기 자체를 만들어내는 것, 그림으로 표현하는 것 자체에서 즐거움을 찾게 되었다고 했다. 묘군 작가의 경우, 초등학교 때부터 그림 그리는 걸 좋아했다고 한다. 그러다 보니 자연스럽게 만화가를 꿈꾸게 되었다고 한다. 우양 작가의 경우에는 이야기하는 걸 매우 좋아했고 이를 취미로 그림을 그려오던 것과 합쳐서 웹툰을 시작했다고 했다. 이것은 좋아하는 것과 좋아하는 것의 조합으로 웹툰을 시작했다고 볼 수 있는 흥미로운 대답이라고 느껴졌다. 또한 스스로 끊임없이 생각하고 그렇게 생각하는 것을 즐기며, 같은 물건을 보더라도 남들과 다르게 생각하기 위해 노력

한다고 했다. 이렇게 노력하는 과정이 다른 사람들은 힘들 게 느껴질 수도 있겠지만 자신은 재미와 즐거움을 느낀다고도 덧붙였다. 은근 작가는 대학교 진학 이후 영상, 웹툰, 회화, 입체, 사진 등과 같은 여러 미술 매체를 접하면서 자신에게 가장 적합한 표현 매체라고 생각한 만화를 주 매체로 선택 및 본격적인 창작 활동을 시작하게 되었다고 했다. 창작자들의 인터뷰를 통해, 웹 콘텐츠 창작에 참여하기 시작하는 것은 아주 사소한 계기에서부터 시작한다. 그리고 그 사소한 계기는 대부분 비슷하다. 단순한 재미와 심심풀이다. 단순한 재미와 흥미가 그 참여 동기를 만들어 낸다. 동기는 흥미고 시작은 모방이라 할 수 있다. 또한 재미뿐만 아니라 우연한 계기로 인해서 웹 콘텐츠 창작을 시작하기도 한다.

4-2 웹 콘텐츠 창작 지속 동기

1) 개인(독자) 간 상호작용으로 느끼는 웹소설 및 웹툰 창작 지속 동기

‘우연함’과 ‘개인적인 흥미 및 재미’로 웹소설 및 웹툰 창작을 시작한 작가들은 창작 활동을 시작 후, 꾸준히 작품 창작을 지속해 왔다는 것을 인터뷰와 결과물을 통해 알 수 있었다. 이렇게 지속할 수 있었던 이유는 개인 간 상호작용이라는 요소가 영향을 미쳤기 때문이었다.

박양 작가는 개인 간 상호작용이라는 요소에 대해서 책임감과 약간의 부담감을 함께 동반한 감정으로 느끼고 있었다. 이것은 박양 작가와의 인터뷰에서 그가 응답한 내용에도 잘 나타났다. 그는 이 부분에 대해서는 처녀작품을 어느 정도 분량까지 썼을 때 출판 제의를 받았고, 그에 따른 책임감으로 글을 계속해서 꾸준히 쓰게 되었다고 했다. 또한 연재 마감일이 정해지고, 자신의 작품이 업데이트 되기를 기다리고 있는 독자들, 그리고 독자들의 독촉에 책임감을 가지고 작품 창작을 지속할 수 있었다고 했다. 즉, 박양 작가는 작가와 독자의 상호작용에서 나타난 책임감을 가지고 창작 활동을 지속할 수 있었다는 거였다. 이양 작가의 경우에는 소설을 업로드 할 곳을 인터넷 포털 사이트에서 검색하다가 알게 되었는데, 그때부터 자신이 쓴 글에 대한 사람들의 반응을 보고 싶어서 연재를 시작하게 되었다고 했다. 또한 사람들이 자신의 작품을 좋아해 주고 응원이 되는 댓글을 달아주기 시작할 때부터 취미로라도 계속 하고 싶다는 생각이 들기 시작했다고 덧붙였다. 이양 작가는 개인 간의 상호작용을 통해서 즐거움을 느꼈고 그 즐거움을 통해서 작품 창작 활동을 지속할 수 있었다. 신군 작가 같은 경우는 독자와 주변 사람들의 인정을 받는 순간마다 작품 창작 활동을 계속 해도 되겠다는 생각이 들었다고 한다. 이에 왜 그렇게 생각을 하는지 물어보자 작가는 사실 자신이 아직도 재능이 있는지 잘 모르겠다고 토로했다. 그러면서 대학생 때 콘텐츠 미디어 제작 과제를 한 적이 있다고 말했다. 그때 한 선배가 자신에게 주어진 소재들을 연결해서 이야기를 잘 지어낸다고 말해준 일이 있었다고 했다. 또한 소설 창작 수업을 들었을 때는 교수님께서 자신에게 훌륭한 소설가가 될 수 있다고 편지를 적어주신 적이 있

다고 덧붙였다. 이런 반응을 통해서 타인에게 인정을 받는 순간마다 자신이 재능 있는지도 모르겠다고 감히 자신해도 되겠구나 라는 생각이 들었다고 했다. 엘군 작가의 경우, 작품 업데이트를 기다려 주는 사람들이 있어서 작품을 꾸준히 업데이트 하게 되었다고 했다.

웹툰 작가들의 경우도 웹소설 작가들과 비슷했다. 최군 작가는 다른 사람에게 보여주고 반응을 보고 싶었다고 했고, 묘군 작가는 다른 사람들이 리플을 달아 의견을 주고 또 관심을 받게 되니 혼자 그림을 그릴 때 보다 너무 즐거웠다고 대답했다. 우양 작가는 사람들이 자신의 웹툰을 보고 재미있어 하는 반응을 계속해서 보고 싶었기 때문이라고 했다. 또한 자신의 창작 활동의 목적은 많은 독자분들에게 좋은 반응을 얻기 위해서 라고 덧붙였다. 은근 작가는 작업물의 주제가 되는 대상이 자신의 작업물을 봤으면 하는 바람에서 게재하게 되었다고 했다.

2) 금전적 보상을 통한 웹소설 및 웹툰 창작 지속 동기

상호작용을 통한 창작 지속 동기를 얻어서 계속 창작을 하다 보면 그에 따라 금전적인 보상이 들어오기도 한다. 이러한 금전적인 보상도 지속적인 창작 동기가 된다.

웹소설의 경우, 박양 작가는 인터뷰에서 중학교 2학년 즈음, 출판사 계약을 통해 출간을 하게 되어서 계속 창작을 하게 되었다고 했다. 출판사 계약을 하면서 선인세를 받았기 때문에 꼬박 꼬박 꾸준히 글을 쓰게 되었다고 덧붙였다. 선인세를 받으면 그만큼 자신이 결과물을 쥐야 한다는 의무감 때문에 중간에 글을 쓰기 귀찮거나 그만두고 싶어도 계속 쓸 수밖에 없었다고 말했다. 이양 작가의 경우, 꾸준히 쓰다 보니 원하는 만큼 인세도 들어오게 되고, 무엇보다 작품이 성장하니 독자들의 반응도 좋아져 동기 부여도 된다고 하였다. 또한 자신이 글을 쓴 만큼 결과가 들어온다면, 꾸준히 하는 것이 가장 중요하다고 덧붙였다. 즉, 글을 꾸준히 쓰면 그만큼 인세가 들어오고 중간에 휴제를 하거나 기복이 있으면 인세 역시 동일하게 기복이 있다는 거였다. 그러면서 직장 생활을 하면서 받은 월급보다 3배 이상 받으면서 생활 중이라고 추가로 말해주었다. 그리고 인세만으로 생활이 가능하다는 것을 확인하고는 창작 활동을 지속하게 되었다고 했다. 엘군 작가는 자신이 나이가 들고 직업을 가지면 그만둘 취미라고 생각했다고 했다. 그러나 플랫폼에 올리고 출간 기회를 얻으면서 취미로 생각했던 글을 쓰는 행위로 돈을 벌 수 있게 되자 이 일을 평생 할 수도 있다고 생각하게 되었다고 했다.

웹툰의 경우, 최군 작가는 금전적인 보상을 스스로에게 선물을 주는 행동으로 발전시켰다. 마감을 하면서 힘들었던 것을 극복할 수 있는 것을 만들어서 맛있는 것 사 먹기 등으로 했다고 한다. 우양 작가는 상금을 받았던 자신의 경험을 자세하게 언급하며 금전적인 보상이 창작을 지속하는데 영향을 준다는 것을 말해주었다. 2015년 대학교 1학년 때, 대학만화최강자전이라고 네이버에서 열리는 공모전에 응모를 해서 상금을 받았다고 했다. 공모전이 토너먼트식으로 진행이 되었는데, 16강, 8강 이렇게 계속 올라갈수록 상금이 늘어났고, 그에 따라 기쁨도

느꼈으며 점점 더 열심히 해야겠다는 생각이 들었다고 했다. 또한 공모전에 응모해서 상금을 받으면서 독자들의 반응도 함께 볼 수 있는 좋은 기회였다고 덧붙였다. 은근 작가는 인터뷰할 때까지도 해도 무료 연재를 진행하고 있었기 때문에, 금전적 보상을 생업과 연결시키는 응답을 해주었다. 묘군 작가가 역시 무료 연재를 진행하고 있어 생업과 연결시키는 응답을 해주었다. 묘군 작가는 자신이 생활고를 그리고 있기 때문에 지금은 아니더라도 꾸준히 계속해서 하면 어느 순간 창작 활동이 금전적인 수입과 연결 될 수 있을 것이며, 만약 창작 활동이 금전적인 수입과 연결된다면 좋겠다고 응답해 주었다.

3) 사회에서의 존재감 재확인을 통한 웹소설 및 웹툰 창작 지속 동기

웹소설의 경우 작가 개인의 존재감 재확인을 통한 지속 동기는 다음과 같다. 박양 작가는 자신이 쓴 글을 보고 사람들이 재미있다는 반응하는 것을 보면 거기서 창작의 즐거움을 느낀다고 했다. 이양 작가는 사람들이 작품을 좋아해 주고 응원이 되는 댓글을 달아주기 시작할 때부터 취미로라도 계속 글을 쓰고 싶다는 생각이 들었다고 한다. 신군 작가의 경우, 어떤 반응이 오더라도 즐겁다고 했으며, 그중에 자신이 의도한 반응이 들어 오면 쾌감을 느꼈다고 덧붙였다.

웹툰의 경우에는 처음에는 오로지 경험을 위해서 올리다가 반응이 너무 좋아서 진지하게 프로작가 데뷔를 고민하게 되었다는 우양 작가의 답변이 있었다. 이런 경우는 독자들의 반응에서 작가 스스로의 성공 여부를 가늠해 보면서 존재감에 대해 고민했다는 것으로 생각해 볼 수 있었다. 묘군 작가의 경우에는 기다려 주는 독자들과의 약속을 지켜야 한다는 생각과 개인적으로도 현재 진행하는 만화는 무단으로 연재를 중단하는 일이 없게 하는 걸 목표로 하고 있다고 답변했다. 이것은 독자와의 약속을 만듦으로써 자신 스스로에게 존재감과 프로 의식을 부여하고 있다고 생각해 볼 수 있었다.

4-3 콘텐츠 전문 창작자 단계로의 도약 계기

1) 자아 실현의 즐거움을 통한 도약 계기

자아 실현은 사람이라면 누구나 가지고 있는 욕구라고 할 수 있다. 웹소설과 웹툰 작가들은 작품을 진행하면서 자아 실현의 즐거움을 느껴 작가로서 재도약을 하기도 한다.

웹소설의 경우에 박양 작가는 자신이 읽고 싶은 내용을 쓰면서 자신의 취향, 소설의 방향을 확고하게 다져나가며 자신만의 세계관을 구축한다고 했다. 신군 작가의 경우, 소설을 쓰는 것 자체가 좋으며 문체를 연마하는 것도 재미있다고 대답했다. 또한 글을 쓰면서 살아있다는 걸 느낀다고 했다. 엘군 작가의 경우에는 자신이 쓰고 싶은 이야기만 쓴다고 대답했다.

웹툰의 경우, 최군 작가는 웹툰 창작 활동이 즐겁고, 자신이 가장 잘 할 수 있는 일이라고 말했다. 묘군 작가는 스스로가 생각하기에 부족한 부분을 체크하고 수정하는 과정을 통해서 실력을 늘리기 위해 노력한다고 했다.

2) 영역 혹은 장르 확장을 통한 도약 계기

자아 실현뿐만 아니라, 기존에 활동하던 장르를 벗어나서 새로운 도전을 통해 도약하는 경우도 있다. 이때에는 실패를 겪기도 하지만, 실패를 통해서 도약하기도 한다.

웹소설의 경우, 박양 작가는 장르의 변화를 몇 번 시도했었다고 말했다. 자신의 필력도 높이고 소재의 다양성을 확보하기 위해서 자신이 계속 써 왔던 현대 판타지, 게임 판타지 장르를 벗어나 로맨스 판타지를 써보기 위해 노력을 했다고 말했다. 이런 노력과 시도 끝에 알아낸 것은 자신에게 로맨스가 맞지 않는 거였다고 했다. 실패했지만 자신의 한계를 명확하게 알게 되어 자신이 최대로 쓸 수 있는 로맨스의 범위를 알게 되었다고 했다. 그러면서 동시에 다양한 소재를 끊임없이 생각하고 고민하여 조금 더 신선한 글을 쓸 수 있게 할 수 있는 방법을 탐색하게 해주는 계기가 되었다고 답변했다. 신군 작가의 경우도 자신이 기존에 쓰던 장르에서 벗어나 다른 장르로의 전향을 생각하고 있다고 답변했다. 그러면서 스토리와 설정 등을 좀 더 강화할 수 있고 자신이 쓰고 싶은 글을 쓸 수 있다는 점에 만족스러워했다. 엘군 작가의 경우에는 웹소설 작품을 웹툰으로 영역 확장을 했다.

웹툰의 경우에는 웹소설과 다르게 장르뿐만 아니라 웹툰을 올리는 플랫폼의 확장이라는 부분이 나타났다. 묘군 작가의 경우, 플랫폼의 범위를 넓혀 최근에 인스타그램을 활용하여 웹툰을 올리고 있다고 했다. 우양 작가는 출판만화 보다는 웹툰이 시장규모가 크기 때문에 웹툰을 선택했다는 답변을 했다.

3) 사회적인 평가, 명예 유지를 통한 도약 계기

사회적인 평가, 명예를 유지한다는 것은 끊임없는 노력이 들어간다. 자의적 혹은 타의적으로 노력이 들어간다. 자의적인 경우, 도약을 위해서 스스로를 한계치까지 끌어올리거나 끊임없이 스스로를 채찍질하기도 하고, 타의적인 경우에는 독자, 트렌드 혹은 다른 작가들의 활동 등 다양한 외부적 영향에 의해서 진행이 되는 것이라고 볼 수 있다.

웹소설의 경우, 박양 작가는 독자와 출판사의 독촉에 의해서 창작을 하면서도 한편으로는 기존에 썼던 소설들보다 더 좋은 퀄리티를 유지하기 위해서 노력하고 있으며, 스스로 시간 분배에도 중점을 두고 있다고 대답했다. 신군 작가는 자신의 취향이 대중적이지 못 해서 창작을 할 때 대중적인 요소를 키펀칭이나 키워드에 사용하려고 신경을 쓰는 편이라고 대답했다. 이양 작가의 경우는 자신이 프로라고 항상 자각하면서 책임감을 부추겼다고 했고, 엘군 작가는 자신의 취향에 맞게 글을 쓰되, 대중적으로 인기 있는 소재를 선택한다고 했다.

웹툰의 경우, 최군 작가는 많은 프로 작가들이 1주일에 한번, 혹은 2번에서 3번 업데이트를 하고 있다며, 프로를 목표로 한다면 그와 같은 주기로 업데이트 해야 한다고 생각해서 그렇게 하기 위해 노력하고 있다고 했다. 묘군 작가의 경우, 디테일한 부분에 좀 더 신경 쓰고 있고, 웹툰을 업로드 하고 나서도 어떻게 수정을 하면 더 재미있었을까를 고민한다고 했다. 또한 기

다려 주는 독자들과의 약속, 즉 연재 시간을 지켜야겠다고 생각했고 무단으로 연재를 중단하는 일이 없게 하는 걸 목표로 했다고 했다. 우양 작가는 마감 시간 엄수, 장르를 불문한 스펙트럼이 넓은 작가가 되는 것, 남들과 다른 시간을 가지되 공감도 할 줄 알아야 하는 것이라고 감히 생각해 본다고 하였다. 은근 작가의 경우, 하나의 직업으로서 소명과 책임감을 가지고 그만큼의 노력과 시간을 들였으면 한다고 대답했다.

4-4 창작자들의 성장 단계별 성장 촉진 요소 분석

앞서 논의된 인터뷰를 기반으로 창작자들의 성장 단계별 성장 촉진 요소에 대해 의미론적 관계들을 4C 모델을 기반으로 분석하면 다음과 같다.

표 3. 4C 모델에 적용한 창작자들의 단계별 성장 요소
Table 3. Step-by-step growth factors of creators applied to the 4C model

| | Mini-C | Little-C | Pro-C | Big-C |
|-------------------------|--|--|---|---|
| step-by-step creativity | intrinsic creativity | everyday creativity | professional creativity | Innovative creativity |
| phase definition | the inherent creativity of human beings in the course of learning. | the everyday creativity shown in life | discriminative creativity | Creativity called legend in the master level of the field |
| positive period | in everyday life | learning for a certain period of time | If there is a good learning period and application period for society | 7 to 10 years or more |
| growth factor | 1. 개인적인 재미, 흥미 2. 심심해서 3. 행복감 4. 만족감, 성취감, 자신감 | 1.a personal pleasure: an interest 2.boring 3. Happy feelings 4.Satisfaction, sense of character, self-confidence | 1.self-realization as a master 2.The challenge to a new field 3.Maintaining social evaluation and honor | |

1) 웹 콘텐츠 창작에 참여하게 된 동기 (Mini-C -> Little-C)

첫 번째 연구 문제에서는 웹 콘텐츠 창작에 참여하게 된 동기 대해 탐색하였다. 창작자들의 인터뷰를 토대로 창작자들이 웹 콘텐츠 창작에 참여하는 이유는 일상생활의 사소한 계기라는 것을 알 수 있다. 사소한 계기에는 대부분 우연함, 재미, 흥미 그리고 심심함이라는 공통점이 있다. 웹소설과 웹툰의 경우 서로 스토리를 표현하는 방식은 다르지만 처음 시작하게 된 계기는 ‘우연함’이라는 공통적인 계기가 있었다. 그 우연함에는 혼자서 책을 읽거나, 만화를 읽으면서 ‘내가 썼다면 이렇게 썼을 텐데.’라는 동기부여가 있었다. 다른 작가의 글을 보면서 자신도 작가가 될 수 있다는 생각을 하고, 자신만의 글을 시도하

며, 작가로 출발할 수 있었다.

이렇게 창작자들이 우연하게 창작의 계기를 가지게 되고, 혼자서 ‘이렇게 쓰면 재미있을 텐데.’라고 생각해 보거나, 혼자서 스토리를 써보는 습작 활동을 하게 되는 것과 같은 현상은 Kaufman과 Beghetto의 4C 모델[15] 중, 첫 번째 단계인 Mini-C에서 보이는 유형이다. Mini-C는 내재적인 창의성을 뜻하는 것으로, 연구 대상자들에게 대입해 보았을 때는 혼자서 써보기 시작하는 것과 일치한다고 볼 수 있다. 하지만 그중의 몇몇 연구 대상자들은 주변에 보고 주고 싶다는 생각까지 하면서 자신의 글을 올릴 플랫폼을 찾고 있었다고 말했다. 이는 Mini-C의 다음 단계인 Little-C의 단계에서 나타나야 하는 현상인데, Mini-C 단계에서 동시에 나타나고 있는 것으로 보아, 4C 모델 첫 번째 단계에서 두 번째 단계로 넘어가는 과정은 중첩되어 나타날 수 있다고 해석할 수 있었다. 즉, 창작자들은 처음 창작을 시작하게 된 동기가 사소한 계기, 개인적인 흥미와 재미이며, 그다음 동기로는 주변에 보여주고 싶으며, 자신의 글, 이야기에 대한 사람들의 반응을 보고 싶다는 생각을 포함하고 있다는 것을 알 수 있었다. 이는 창작자들의 창작 시작 동기가 Mini-C에만 국한되지 않고, Little-C에까지 걸쳐 있으며, 두 가지 계기를 통해서 자연스럽게 다음 단계로 넘어가고 있다는 것을 알 수 있었다.

이에 결론적으로 Mini-C에서 Little-C로 넘어가게 된 동기, 즉 웹소설 및 웹툰 창작을 시작 혹은 참여하게 된 동기는 인터뷰를 통해서 ‘우연함’과 ‘개인적인 흥미 및 재미’라는 요소라는 것을 알 수 있었다.

2) 웹 콘텐츠 창작을 지속하는 동기 (Little-C -> Pro-C)

두 번째 연구 문제는 웹 콘텐츠 창작을 지속하는 동기 대해 탐색하였다. 먼저 ‘우연함’과 ‘개인적인 흥미 및 재미’로 웹소설 및 웹툰 창작을 시작한 작가들은 창작 활동을 시작 후, 꾸준히 작품 창작을 지속해 왔다는 것을 인터뷰와 창작자들 개 개인의 작품(결과물)을 통해 알 수 있었다. 창작자들이 창작을 지속할 수 있었던 이유는 개인 간 상호작용이라는 요소가 영향을 미쳤기 때문이었다. 각각의 창작자들은 책임감, 즐거움, 자신감이라는 여러 요소에 영향을 받아 창작 활동을 지속하는 계기를 얻었다. 언뜻 보기에 이 요소들은 모두 다른 성격처럼 보이지만, 실제로 하나로 귀결된다는 것을 알 수 있었다. 그것은 바로 ‘상호작용’이다. 책임감, 즐거움, 자신감은 모두 작품을 통해서 ‘작가와 독자들의 커뮤니케이션’이라는 ‘개인 간 상호작용’이 있었기에 가능했던 것이기 때문이다. 이렇게 주변과의 상호작용을 통해 창작에 재미를 붙이게 되어 지속 동기를 얻어서 계속 창작을 하다 보면 좀 더 많은 사람에게 자신의 창작물을 보여주고 반응을 보고 싶은 욕구를 느끼게 된다. 그러면 창작물을 올릴 수 있는 플랫폼을 찾아서 창작물을 올리기 시작했다. 이는 4C 모델에서 Little-C로 볼 수 있다. Little-C는 생활에서 드러나는 일상적 창의성으로 주변에 자신의 창작물을 보여주며 반응을 받는 단계이다. 이러한 상호작용은 창의성의 발현에서 즉각적인 피드백으로 창의성을 촉진하는 요소로 알려져 있다[26].

작가로서의 첫 출발의 계기는 우연함과 흥미다. 작가 활동을 지속할 수 있게 해주는 것은 주변과 독자들의 즉각적인 반응과 자신의 존재감 확인이다. 한 단계 더 나아가 전문적인 활동으로 지속하게 해 주는 것은 자신의 능력에 걸 맞는 적절한 ‘수입’이라고 볼 수 있다. 수입은 자신의 창의적인 산출에 대한 사회에서의 피드백이라고 해석될 수 있으며, 생활을 유지해 주고, 창작자들의 창작 지속 동기를 촉진한다. Little-C에서 Pro-C에까지 걸쳐 이러한 동기의 강화는 창작자를 전문가로 성장시키고 있다는 것을 알 수 있었다. 결국 Little-C에서 Pro-C 넘어가게 된 동기, 즉 웹 콘텐츠 창작을 지속하는 동기는 주변의 반응이라는 즉각적인 피드백, 독자와의 상호작용, 금전적인 보상, 독자들의 긍정적 반응을 통한 창작자 자신의 흥미, 창작 동기 강화, 창작자로서 사회에서의 존재감 재확인에 있다는 것을 알 수 있었다.

3) 콘텐츠 전문 창작자 단계로 도약하는 계기 (Pro-C -> Big-C)

세 번째 연구 문제는 전문 창작자 단계로 도약하는 계기에 대해 탐색하는 것이었다.

창작자들은 창작을 시작하여, 창작 작업을 지속하고, 이 지속 과정에서 그만두거나 무너지는 과정이 없다면, 계속해서 창작을 하게 된다. 그러다 보면 콘텐츠 전문 창작자가 되는, 다시 말해 Pro-C에서 Big-C 단계로 도약하는 시기가 오게 된다. 4C 모델에서 Pro-C, Big-C는 전문가, 마스터의 영역을 뜻한다. Pro-C에서 Big-C의 단계로 도약하게 해주는 계기는 창작자들 스스로가 개인적인 목표를 가지고 다양한 콘텐츠의 유형을 섭렵하여 저작할 때 성공 경험을 가지게 되는 경우이다. 창작자들은 사회적으로 얻은 명예를 계속 유지하기 위해, 작품을 통해서 창작자 자신만의 개성, 세계관을 확고하게 하기 위해 노력한다.

지속적으로 창작을 할 수 있는 동기를 가지고 지속적인 창작 활동에 몰입하다 보면 현재보다 높은 결과를 바라는 건 당연하다. 이때 창작자들은 다양한 방법을 시도한다. 처음에는 독자들에게 맞추어 창작을 했다면 이제는 자신이 쓰고, 그리고 싶은 것을 그리며, 자아실현을 통해서 좀 더 전문성이 있게 자신만의 입지를 다져나가기도 한다[27]. 기존에 쓰던 장르를 벗어나 다른 장르의 소재에 도전을 하거나, 아예 콘텐츠의 영역을 확대하기도 한다. 또한 사회적인 평가를 의식하고 그에 준하는 작품을 쓰기 위해 노력하며 자신의 명예를 유지해 나가기도 한다. 이를 통해 마스터로서의 자아실현, 타 장르로의 확장 및 새로운 분야의 도전, 사회적인 평가 및 명예 유지와 같은 요소가 웹소설, 웹툰 콘텐츠 전문 창작자로 도약하는, Pro-C에서 Big-C 단계로 나아가게 해주는 촉진 요소라는 것을 알 수 있었다.

V. 결 론 및 제 언

5-1 요약 및 결론

본 연구는 4C 모델을 기반으로 웹소설, 웹툰 창작자들의 성장 촉진 요소를 탐색하고, 이를 기반으로 웹 창작자들을 지원하

는 교육 프로그램 개발에 의미 있는 시사점을 제공하기 위한 목적으로 수행되었다. 데이터 분석 과정에서 창작자들의 성장 과정은 4C 모델에서 각 성장 단계별로 범주화됨을 알 수 있었다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

먼저, 웹 콘텐츠 창작에 참여하게 된 동기를 탐색한 결과 창작자들이 웹 콘텐츠 창작에 참여하기 시작하는 이유는 일상생활의 사소한 계기이었으며, 대부분 우연함, 재미, 흥미 그리고 심심풀이라는 공통점을 가지고 있었다. 둘째, 연구 대상자들이 웹 콘텐츠 창작을 지속하는 동기는 상호작용이나 금전적 보상인 것으로 나타났다. 먼저 ‘우연함’과 ‘개인적인 흥미 및 재미’로 웹소설 및 웹툰 창작을 시작한 작가들은 창작 활동을 시작 후, 연구 대상자들은 꾸준히 작품 창작을 지속해 왔다. 그 이유는 개인 간 상호작용이라는 요소가 영향을 미쳤기 때문이었다. 즉 각각의 창작자들은 책임감, 즐거움, 자신감이라는 여러 요소에 영향을 받아 창작 활동을 지속하는 계기를 얻었는데, 언뜻 보기에 이 요소들은 모두 다른 성격처럼 보이지만, 실제적으로 상호작용 현상으로 귀결된다는 것을 알 수 있었다. 또한, 창작자들은 플랫폼에 자신의 창작물을 올리면서 일정 경제적 수입이 발생하는 기회를 얻게 되는데, 이렇게 수입이 발생해 ‘금전적인 보상’이 들어오는 것이 지속 동기인 것으로 나타났다.

마지막으로 전문 창작자 단계로 도약하는 계기는 자신의 자아실현 및 사회적인 명예 유지인 것으로 나타났다. 창작자들은 창작을 시작하고 창작 작업을 지속적으로 하게 된다. 이런 행위가 지속 되면 콘텐츠 전문 창작자가 된다. 즉, Pro-C에서 Big-C 단계로 도약하는 시기가 오게 되는 것이다. Pro-C에서 Big-C의 단계로 도약하게 해주는 계기는 창작자들 스스로가 개인적인 목표를 가지고 다양한 콘텐츠의 유형을 섭렵하여 저작할 때 성공 경험을 가지게 되는 경우이다. 창작자들은 사회적으로 얻은 명예를 계속 유지하기 위해, 그리고 작품을 통해서 창작자 자신만의 개성, 세계관을 확고하게 하기 위해 노력하는 것으로 나타났다.

이러한 연구 결과를 토대로 다음과 같이 결론 내릴 수 있다. 웹 콘텐츠 창작자들이 상위 단계로 발전하는 요인은 타인의 작품에 대한 흥미, 주변의 반응, 독자와의 상호작용, 금전적인 수입, 존재감 확인, 장르 또는 영역 확장, 자아 발전과 같은 요소들이다. Mini-C에서 Little-C로 넘어가는 단계에서는 우연한 관심, 개인적인 흥미, 재미, 행복감, 만족감, 성취감이라는 성장 요소들이었고, Little-C에서 Pro-C로 넘어가는 단계에서는 개인 간(독자)의 상호작용을 통한 흥미, 금전적인 보상, 인지도를 통한 개인의 존재감 재확인이라는 성장 요소들이었다. 또한, Pro-C에서 Big-C로 넘어가는 단계에서는 마스터로의 향상을 위한 자아실현 및 사회적인 명예 유지와 같은 요소들이 촉진 요소로 작용한다는 것을 알 수 있었다.

5-2 제언

연구 결과를 토대로 향후 콘텐츠 창작자를 양성하는 교육 프로그램을 설계, 개발하거나 창작자들의 참여 동기, 지속 동기를

강화하고, 플랫폼 안에서 프로슈머로 성장할 수 있도록 지원하기 위한 몇 가지 제언을 하고자 한다.

첫째, 창작자들의 4C에서의 창의성 단계에 준해서 프로그램을 설계하여야 한다. 앞서 웹 콘텐츠 창작자들이 상위 단계로 발전하는 요인은 Mini-C에서 Little-C로 넘어가는 단계에서는 우연한 관심, 개인적이 흥미, 재미, 행복감, 만족감, 성취감이라는 성장 요소들을 발견하였고, Little-C에서 Pro-C로 넘어가는 단계에서는 개인 간(독자)의 상호작용을 통한 흥미, 금전적인 보상, 인지도를 통한 개인의 존재감 재확인이라는 성장 요소들을 발견할 수 있었다. Pro-C에서 Big-C로 넘어가는 단계에서는 마스터로의 향상을 위한 자아실현 및 사회적인 명예 유지와 같은 요소들이 촉진 요소로 작용한다는 것을 알 수 있었다. 결과적으로 웹 콘텐츠 창작자들이 상위 단계로 성장하기 위한 촉진 요소가 개인의 창의성 단계별로 차이가 있음을 알 수 있었다. 따라서 창작자들의 4C에서의 창의성 단계를 먼저 진단하여, Big-C로까지의 발전할 수 있도록 개인에게 적합한 교육 프로그램 및 지원 방안을 마련하는 것이 필요하다.

둘째, 창작 활동에 대해 자신만의 목적과 정체성을 찾아 키워나가되 사회와의 상호작용을 고려한 교육 프로그램을 설계해야 한다[28]. 웹 콘텐츠 창작자의 성장 과정은 4C 모델을 기반으로 보았을 때, 창의성의 행동 범위가 점점 확장된다. 개인의 전문성을 기반으로 사회적인 활동 범위를 넓히는 것은 사회와 소통을 시작했다는 의미이기도 하다. 창작자들은 사회에서 받은 자극에 반응하기도 하고, 사회에 자극을 주기도 하면서, 독자들과 소통하고 있다[29][30]. 본 연구에서도 4C 모델에 근거하여 웹 콘텐츠 창작자들은 사회 속에서 자극과 반응을 주고받으며 스토리텔링을 발전시켜 나갔으며, 보상을 얻는 과정에서 전문성에 대한 욕구, 사회적인 책임감이 성장을 촉진하는 요소로 작용했다. 최종적으로는 전문 창작자로서의 안목을 높이며, 자신의 명예를 유지하고자 하는 특성도 가진다는 것을 알 수 있었다. 따라서 창작자들의 자신만의 목적과 정체성을 찾아 키워가며 사회와 상호작용할 수 있는 기회를 제공해야 한다.

셋째, 창작자들이 프로슈머로 성장할 수 있도록 플랫폼 안에서의 소통을 포함해야 한다. 현재 웹소설이나 웹툰을 연재할 수 있는 플랫폼들이 많이 존재한다. 이 플랫폼들은 무료 혹은 유료 서비스를 제공한다. 이러한 여러 플랫폼들을 통해 창작자들이 독자들과 소통하고, 스스로도 다른 작가의 창작물들을 읽는 소비자가 되어, 트렌드를 분석하고, 다른 작가들의 작품을 평가할 수 있는 기회가 열려 있는 것이다[31]. 결국 해당 분야의 혁신적 창의성을 갖추기 위해서는 창작자로서의 역할 뿐 아니라, 소비자로서의 안목도 동시에 갖추는 과정을 이들에게 지원해야 한다[32][33].

넷째, 웹 콘텐츠 창작자들이 처한 환경적 제한점을 점검해 보고 기본적인 생활에 대해 지원해야 한다. 콘텐츠 창작자들은 기본적으로 창작을 즐기지만 생활을 유지하기 위해 생업에 뛰어들어 결과적으로 창작에 필요한 시간 확보가 어렵다. 이들이 지속적으로 성장할 수 있도록 지원하기 위해서는 상상하고, 내적 탐구에 몰입할 시간을 마련해 주어야 한다[34]. 본 연구 결과

에서도 창작자들의 창작 기간이 경과 할수록, 차별적 창의성을 갖게 되며, 이는 해당 영역에 대한 개인의 전문성이 신장되는 과정으로 작용하였다. 개인이 충분히 창작에 몰입할 수 있는 환경인지를 검토해야 한다. 따라서 교육 프로그램뿐 아니라 생활적인 지원을 함께 제공해야 한다. 이미 우리나라에는 창작공간에서 인턴작가들을 선발할 때, 오픈과 같이 국가의 지원을 받아 소정의 생활비와 거주 공간을 함께 제공하는 제도를 갖추고 있는 공공, 민간 시설들이 늘어나고 있는 추세에 있다. 이러한 공동의 공유 공간은 상호 간에 시너지를 낼 수 있는 긍정적인 사회관계를 구축하는데도 기여할 수 있다[35].

본 연구가 웹 콘텐츠 창작자들, 그중에서도 웹소설과 웹툰을 창작하고자 하는 창작자들을 지원하는 교육 프로그램을 개발할 때 동기를 강화하여 전문성을 스스로 성장시킬 수 있도록 지원하는데 참고가 되기를 바란다. 또한 웹 콘텐츠 창작자들의 창작 활동을 지원하고, 상위 창의성 단계로 도약할 수 있도록 동기 부여하는 후속 연구들이 활발히 진행되었으면 하는 바람이다.

감사의 글

본 연구는 양미숙의 석사 학위 논문을 정리한 것 입니다. 논문이 완성되기까지 많은 가르침과 격려를 주신 고장완 지도교수님, 그리고 이 논문 주제를 정하고, 끝까지 쓸 수 있도록 아낌없는 도움과 격려를 보내주신 변문경 박사님께 감사드립니다.

참고문헌

- [1] E. H. Cho, "Theory of digital storytelling", *The Journal of Korean modern novel*, (15), 257-281, 2007.
- [2] W. K. Sung, H. M. Jung, D. I. Park, "OntoFrame-K: Semantic Technology-Driven Knowledge Information Dissemination Platform", *Journal of Computing Science*, 24(4), 65-74, 2006.
- [3] G. Y. Ryu, "A study on preferable contents depending on regions and terminal types for high speed mobile internet", *Journal of the Korean Data and Information Science Society*, 22(4), 701-715, 2011.
- [4] L. H. Kim, "How teaching in emphatic storytelling strategy effect on environment behaviour : climate change", *The Korean Society for Environmental Education Journal*, 157-162, 2014.
- [5] S. H. Lee, "The Development and Tasks of Web Publication", *Korean Publishing Research*, 43, 97-130, 2017.
- [6] G. U. Lee, G. W, "The Development Process and Characteristics of Web Novels in Korea and China", *Global cultural contents*, (31), 159-173, 2017.
- [7] M. H. Lee, "Multiuse strategy of CJ E & M", *National*

- Entertainment Industry Association Journal*, 8(3), 327-334, 2014.
- [8] S. K. Hong, "The Present Situation and Prospect of the Producers' Protection", *Journal of Media Law, Ethics and Policy*, 16(3), 213-251, 2017.
- [9] H. T. Lee, (The) study on the application of comic-based online game : focusing on <Lineage> & <Ragnarok Online>, Master's degree, Sejong University Performance Arts Graduate School, Seoul, 2005.
- [10] S. K. You, "A Study on the Export Activation of Digital Contents Industry", *e-business research*, 11(4), 383-404, 2010.
- [11] S. J. Kim, Study on use experience in facebook creator pages as the content platform: focusing on social presence and parasocial interaction, Master's degree, Sogang University Graduate School, Seoul, 2014.
- [12] J. Y. Lim, J. M. Kim, Analysis of audience attitude according to AfreecaTV Strategy Simulation Game BJ attributes – Focusing on Viewer Satisfaction, Loyalty, Viewing Purpose, Viewing Attitude -, *Communication Design Study*, 62, 106-117, 2018.
- [13] J. S. Park, Production culture and creative labor of online personal image creator, Doctoral dissertation, Korea University Graduate School, Seoul, 2018.
- [14] D. B. Park, Analysis of Creative Activities of Performing Arts Content by Individual Creators Using Online Platform, Master's Thesis, Chung-Ang University Graduate School of Arts, Seoul, 2018.
- [15] Kaufman, J., Beghetto, R, "Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity", *American Psychological Association*, Vol.13, No.1, pp.1-12, 2009.
- [16] Korea Institute of Public Administration, "A Study on the Establishment and Operation of the Asian Cultural Development Institute", 12, 161, 2017.
- [17] D. S. Han, "4th Industrial Revolution University Education & Content", *Humanities Contents*, (42), 9-24, 2016.
- [18] D. H. Lee, Web novels out, genre novels a new way? [Beyond the cover book world ⑤] Web novels The success of Korean literature, *Pressian*, 2017, Available: <http://www.pressian.com/news/article.html?no=151273>
- [19] C. W. Han, Survey on the status and status of the webtoon industry, Korea Create Content Agency, [KOCCA] Research Report, 2015.
- [20] Namuwiki, Webtoon. Available: <https://namu.wiki/w/%EC%9B%B9%ED%88%B0#fn-3>
- [21] E. Cho, Naver, Spread as Naver, Webtoon & web novel independent corporation, *Money Today*, 2017. Available: http://news.mtn.co.kr/newscenter/news_viewer.mtn?gidx=2017050115465511797
- [22] KOFAC, Climate change hits ecosystem 82%, KOFAC, 2016. Available: <https://blog.naver.com/scienceall1/220863734165>
- [23] Hatch, J. A, Doing qualitative research in education settings. Suny Press, 2002.
- [24] M. K. Byun, Exploring process of engineering students' creative problem finding in STEM capstone design course, Doctoral dissertation, Sungkyunkwan University Graduate Schools, Education, Seoul, 2018.
- [25] Braun, V., & Clarke, V, "Using thematic analysis in psychology", *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101, 2006.
- [26] H. Y. Kim, W. C. Jeon, "Development of an E-book Design Model for Reinforcing Interaction among Learners", *Journal of Information Education*, 9(1), 15-26, 2005.
- [27] S. W. Choi, "A Study on the Value and Creation Methodology of Fantasy Genre Story", *The Journal of Literary Creative Writing*, 14(1), 79-102, 2015.
- [28] Atkinson, E, "Behind the inquiring mind: exploring the transition from external to internal inquiry", *Reflective practice*, 1(2), 149-164, 2000.
- [29] J. G. Kim, M. H. Won, "The Fourth Industrial Revolution and Liberal Arts as a Platform", *Humanities science*, 70, 211-237, 2018.
- [30] Y. K. Choi, "Communication and Convergence of Science and Technology, Humanities and Culture and Art", *SCIENCE & TECHNOLOGY POLICY*, (175), 40-45, 2009.
- [31] S. E. Jang, J. E. Lee, S. U. Kim, Media Facade Platform for forming Social Relationship between Participants, *CONTENTS PLUS*, 13(6), 159-173, 2015.
- [32] S. H. Kim, "The Correlation between Leisure Competence, Leisure Experience and Flow Experience of Participants in Leisure Activities and Leisure Satisfaction", *Yeoga Recreation Association of Korea*, 32(3), 257-265, 2008.
- [33] M. J. Ju, "Digital platform applicated plan of college writing education – Focused on the possibility of creating a sense of responsibility as a writer and professor", *Korean Journal of General Education*, 8(4), 137-165, 2014.
- [34] B. G. Min, "A Study on Teaching · Learning Methods for Sijo Creative Education", *Korean literary creation*, 13(2), 229-254, 2014.
- [35] Tyler, T. R., & DeGoey, P, Collective restraint in social dilemmas: Procedural justice and social identification effects on support for authorities. *Journal of personality and social psychology*, 69(3), 482, 1995.
- [36] dancing barley, Tistory, Creativity 4C Model - The Way to Legend, Tistory, 2015. Available:

<http://ucreative.tistory.com/entry/%EC%B0%BD%EC%9D%98%EC%84%B1-4C-%EB%AA%A8%EB%8D%B8-%EB%A0%88%EC%A0%84%EB%93%9C%EA%B0%80-%EB%90%98%EB%8A%94-%EA%B8%B8>

[37] M. H. Lee, "Multiuse strategy of CJ E & M", *Journal of the Korea Entertainment Industry Association*, 8(3), 327-334.

[38] Choi In-soo, *Creativity*, Seoul: Sam & Parkers, 2011.



양미숙(Mi-Sook Yang)

2012년 : 호서대학교 (국어국문학과)

2019년 : 성균관대학교 대학원 (교육학 석사)

2018년 10월 ~ 현재 : (주)문피아

※ 관심분야 : 웹소설, 웹툰, 플랫폼 등



고장완(Jang Wan Ko)

1994년 : 성균관대학교 대학원 (교육학석사)

2003년 : 미국 미주리주립대학교 대학원 (철학박사)

2004년~2010년: 미국 조지메이슨대학교 책임연구원

2010년~현재 : 성균관대학교 교육학과 교수

※ 관심분야 : 교육정책, 고등교육, 교육인포매틱스(Education Informatics) 등



변문경(Moon-Kyoung Byun)

2015 : 성균관대학교 대학원 (교육학석사)

2018 : 성균관대학교 대학원 교육공학 전공 (철학박사)

2016년~2018년: 성균관대학교 BK 플러스 교육인포매틱스 사업팀 참여학생, 성균관대학교 산학협력단

2018년~현재 : 서울시립대학교 창업지원단 교육&연구 교수(융합공학)

※ 관심분야 : 4차산업(IoT, 인공지능, 빅데이터)기반 창업&메이커 교육, 캡스톤 디자인, 테크놀로지 활용 교육