

대학에서의 디지털 콘텐츠 교육*

윤석민**

서울대학교 언론정보학과 교수

한국사회에서 21세기 디지털 문화 시대를 이끌어갈 우수한 디지털 콘텐츠 전문 인력을 육성하는 문제는 새삼 중요성을 강조할 필요가 없다. 디지털 콘텐츠 전문가는 문화적 식견과 창조적 능력, IT 분야와 CT 분야 첨단 기술에 대한 전문적 식견과 활용 능력, 그리고 콘텐츠 비즈니스 능력을 지닌 인재로 상정된다. 이 연구는 미국, 일본, 그리고 우리나라 대학에서의 대표적인 디지털 콘텐츠 교육 프로그램 사례분석을 통해 이러한 전문 인력 양성을 위한 교육시스템 구축의 현황 및 개선방안 등을 점검해 보았다. 보다 구체적으로 이 연구는 미국 남가주대 애너버그 스쿨, 일본 동경대 대학원 정보학환·학제정보학부의 콘텐츠창조과학 산학연계 교육프로그램, 그리고 KAIST 문화기술대학원을 사례 분석하였다. 이 각각의 교육프로그램 사례들은 기관의 목표, 역사, 운영 방식 등에서 많은 차이점을 지니고 있다. 이를 염두에 이 연구는 이 각각의 사례들이 제공하는 시사점을 분석하고, 이를 통해 바람직한 디지털 콘텐츠 전문인력 양성 교육프로그램의 체계는 무엇인지 논의하였다.

Key Words : 디지털 콘텐츠 교육, 애너버그 스쿨, 동경대 정보학환, 콘텐츠창조과학, 문화기술 대학원

* 이 논문은 필자의 남가주(USC)대학 연구년 기간 중 박남기(USC), 안창현(동경대), 이현우(서울대) 연구원의 도움을 받아 수행한 3개국 디지털콘텐츠 전문인력 교육프로그램 비교분석 프로젝트(한국방송광고공사, 2006)에 토대를 두고 있다.

** younsm@snu.ac.kr

1. 문제의 제기

디지털 콘텐츠 산업이 21세기를 선도할 고부가가치 중추 산업이며 이에 따라 다양한 지식, 정보, 문화 콘텐츠 산업의 발전을 주도하는 콘텐츠 산업 전문 인력 및 디지털 콘텐츠 산업과 관련된 법제도적, 사회과학적 및 인문학적 학문연구를 선도해갈 연구인력 자원의 육성이 필요하다는 것은 새삼 강조할 필요가 없다. 실제로 우리나라에서 이러한 인력자원 육성의 필요성은 1990년대 이후 지속적으로 강조되어 이와 관련된 각종 사설교육 프로그램이 난립해온 실정이다. 이러한 추세는 대학으로 확장되어 지난 10여 년간 디지털 콘텐츠 전문인력 양성을 목표로 내건 대학 학과들이 앞을 다투어 설립되고 있으며¹⁾ 이와 관련된 정부차원의 지원활동도 활발하게 이루어지고 있음을 볼 수 있다.²⁾

하지만 디지털 콘텐츠 전문 인력 양성과 관련해 문제는 교육의 양보다 질, 그리고 이를 통해 배출되는 인력의 양보다 질에 있음은 물론이다. 실제로 디지털 콘텐츠의 부가가치가 막대한 만큼 이를 둘러싼 국가적 및 국제적 수준의 경쟁이 치열하고, 최양질의 우수한 디지털 콘텐츠만이 치열한 경쟁에서 살아남을 수 있기 때문이다. 우수한 디지털 콘텐츠를 생산해내기 위한 핵심은 우수한 디지털 콘텐츠 전문 인력이며, 기실 전문 인력이 바로 콘텐츠 그 자체이기 때문이다.

그렇다면 우수한 디지털 콘텐츠 전문 인력은 어떻게 육성되는가? 이러한 질문에 답하기 위해 디지털 콘텐츠 전문 인력이란 무엇인가를 규정할 필요가 있다. 디지털 콘텐츠 전문 인력을 가장 간단히 정의하자면 고도화된 디지털 미디어, 채널, 확장된 사회적 소통수단의 가능성과 고도의 문화적 창의력 및 의식 활동을 결합시켜 디지털 콘텐츠로 현실화할 수 있는 고급인력이라고 할 것

1) 커뮤니케이션학 교육을 예로 들면 전통적인 저널리즘, 방송, 광고 분야와 함께 문화, 영상, 멀티미디어가 새로운 세부 트랙으로 부상하고 있다. 교과 내용에 있어서 디지털 콘텐츠의 창작과 개발 관련 과목이 증가하고 있는 가운데 아예 이 분야로 특성화 내지 전문화를 추진하는 학교도 늘고 있는 추세이다. 또한 새로운 기회와 정체성을 모색하는 시도로서 콘텐츠 관련 학문분야와의 기능적 연계도 다양하게 모색되고 있다. 예를 들어 경영학과, 교육공학과, 연극영화학과 등과 함께 '영상산업 전공'을 운영한다거나, 신문방송학과와 공연예술계통학과와의 연계성을 모색하는 경우가 그 것이다.

2) 예를 들어 NURI 및 BK 등 교육부의 대학원 전문 인력양성 지원 사업 중 많은 부분이 디지털 콘텐츠 전문 인력 양성과 관련되어 있다.

이다.

이러한 인력은 단기간의 컴퓨터교육, 멀티미디어 실습, 영상이미지 제작 실습 등을 통해 육성되는 이른바 멀티미디어/디지털 콘텐츠 기능 인력과 구별됨은 물론이다. 디지털 콘텐츠 전문 인력은 단기적인 기술 훈련이 아니라 다년간의 인문/사회/예술 분야의 교육, 훈련, 체험을 통한 창의력과 사유능력, 지식과 교양, 그리고 표현능력의 배양을 통해 길러진다고 할 것이다. 다양한 문화콘텐츠 원천에 대한 학습과 탐사, 체험을 통해 문화현상에 대한 이해의 깊이와 폭을 심화하고, 이러한 문화적 원천을 최첨단의 디지털 표현장비의 토대위에서 독자적, 창의적으로 콘텐츠화 할 수 있는 능력의 배양이 그 핵심이라고 할 것이다. 디지털 콘텐츠 전문가는 종래의 콘텐츠 창조자에 비추어 볼 때 문화적 식견과 창조적 능력과 함께 급변하는 정보통신(IT) 및 문화산업(CT) 분야 전반에 대한 전문적 식견과 활용 능력을 갖추고 있어야 하며, 더욱 바람직하기로는 이러한 콘텐츠를 통해 경제적 부가가치를 창출하는 사업가적 소양을 갖추어야 하는 것으로 상정된다.

이러한 전문 인력의 체계적인 육성은 결국 사회에서 가장 중요한 제도화된 최상위 교육기관인 대학교육을 통해 이루어진다고 할 것이다. 따라서 디지털 콘텐츠 영역에서 세계수준의 경쟁력을 유지하기 위해서는, 말 그대로 대학교육에 있어서 명실상부한 세계 최고수준의 콘텐츠 인력 양성 시스템이 구축되어야 하고, 이는 다시 말해 대학 내에 최고의 디지털 콘텐츠 전문인력 교육시스템이 갖추어져야 함을 의미한다고 할 것이다.

하지만 이러한 교육시스템의 구축이 쉽지 않음은 물론이다. 공식적 교육의 외곽에서 자생적으로 등장하는 천재적 과학자, 발명가, 예술가의 범주를 넘어, 과연 이러한 인문, 기술, 그리고 비즈니스 차원의 종합적 식견과 능력을 갖춘 최상급 콘텐츠 전문 인력의 제도내적 육성이 가능할 것인가? 만일 그렇다면 이러한 전문 인력을 육성하기 위한 대학 교육과 훈련의 구체적인 내용과 그 운영방식은 무엇인가? 이에 대해서는 여전히 많은 논란이 존재하는 가운데 다양한 접근이 시행착오를 거치며 시도되고 있는 상황이다.

이 연구는 이러한 시도들의 대표적 사례분석을 통해 대학에서 이루어지는 디지털 콘텐츠 전문인력 양성 프로그램의 현황을 파악하고 그 가능성과 한계 등을 점검해 보는데 목적이 있다. 보다 구체적으로 이 연구는 디지털 콘텐츠 전문 인력 교육을 선도하는 미국, 일본, 그리고 우리나라 대학교육의 사례로서

USC 애너버그 스쿨, 일본 동경대학교 대학원 정보학환·학제정보학부의 콘텐츠 창조과학 산학연계 교육프로그램, 그리고 KAIST 문화기술대학원을 분석하고자 하였다.

애너버그 스쿨(Annenberg School for Communication)은 <TV Guide>로 유명한 월터 애너버그(Walter Annenberg)의 지원에 의해 1971년 설립된 남가주대학(University of Southern California, USC)내의 단과대학으로서 풍부한 기금지원, 우수한 교수진, 그리고 엔터테인먼트와 미디어 산업의 세계적 중심지라는 LA의 경제산업적 입지를 전략적으로 활용하여 미국 내에서 최상위권 커뮤니케이션/저널리즘 교육기관으로서의 위치를 차지하고 있다. 애너버그 스쿨의 디지털 콘텐츠 관련 교육내용분석은 전통적인 커뮤니케이션(한국에서는 언론학 내지 신문방송학) 교육기관이 주가 되어 이루어지는 디지털 콘텐츠 관련 교육 내용을 보여주는 사례라고 할 것이다.

동경대 대학원 정보학환·학제정보학부는 2004년 4월 정보학을 학제적으로 연구하고 교육하는 기관으로 신설되었다. 언론학, 컴퓨터공학, 경영학, 법학 등 정보와 관련된 다양한 분야를 한데 묶은 새로운 교육기관이라고 할 수 있다. 동 기관에 의해 운영되고 있는 콘텐츠창조과학 산학연계교육프로그램은 콘텐츠 영역에 필요한 프로듀서, 기술개발자, 지도적 교육자 등의 인재육성을 목적으로 2004년도부터 5개년 계획으로 설치되었다. 동경대 정보학환·학제정보학부 및 콘텐츠 창조과학 산학연계교육프로그램은 학제적(interdisciplinary) 접근방법에 따라 이른바 “종합적 정보학(comprehensive information science)”을 제도화시키려는 맥락 속에서 추진되는 디지털 콘텐츠 교육 사례로 자리매김 된다.

KAIST 문화기술대학원은 디지털 콘텐츠 분야의 최고급 전문 인력을 양성을 목표로 2005년 9월에 설립되었다. 동 교육 프로그램은 이 연구의 문제제기 부분에서 제시한 바, 인문사회과학, 기술, 그리고 비즈니스 차원의 종합적 식견과 능력을 갖춘 최상급 디지털 콘텐츠 전문 인력을 육성하기 위한 교육과 훈련의 구체적인 내용과 운영방식을 모색하는 야심찬 교육 실험 사례이다. 동 프로그램의 성과에 대해서는 현 시점에서 평가를 내리기에 이른 감이 있지만 전체적인 교육 내용 및 운영방안을 중심으로 앞서 제시한 두 사례들과 비교가 가능할 것으로 보인다.

2. USC 애너버그 스쿨 내 디지털 콘텐츠 교육프로그램

1) 애너버그 스쿨 일반 현황

애너버그 스쿨은 두 개의 하위 스쿨로 구성되어 있는데, 이론적인 측면을 강조하는 커뮤니케이션 스쿨(School of Communication)과 실제적인 측면을 강조하는 저널리즘 스쿨(School of Journalism)이 그것이다. 커뮤니케이션 스쿨은 학부와 대학원으로 구성되어 있으며, 대학원은 다시 이론과정과 실무과정으로 나누어진다. 이론과정은 석박사 통합과정으로 운영되고 있으며, 실무과정은 커뮤니케이션 경영(Communication Management), 글로벌 커뮤니케이션(Global Communication), 공공외교(Public Diplomacy) 과정³⁾으로 나누어진다. 저널리즘 스쿨은 학부와 함께 저널리즘, 홍보(Strategic Public Relations) 과정의 석사과정이 운영되고 있으며, 박사과정은 없다.

커뮤니케이션 스쿨과 저널리즘 스쿨의 실무 석사과정에는 현재 현업에 종사하는 인력들이 재교육을 목적으로 입학하거나 또는 현업에 취업하고자 준비하는 학생들이 입학하기도 한다. 이러한 실무중심의 석사과정에는 상당수의 현업 전문가를 초빙하여 강의가 진행되며 여기서 만들어진 네트워크가 졸업생들의 진로에 직접적인 영향을 미치기도 한다. 커뮤니케이션 스쿨의 박사과정은 학문후속세대 양성에 초점이 맞추어져 있으며, 세부전공으로는 1) 레토릭, 정치 커뮤니케이션, 2) 미디어, 문화, 커뮤니티, 3) 인터퍼스널, 헬스 커뮤니케이션, 4) 조직 커뮤니케이션, 그리고 5) 정보사회 등이 있다.

커뮤니케이션 스쿨과 저널리즘 스쿨의 학부는 남가주대학(USC)에서 SAT 점수가 가장 상위권에 있는 학생들이 입학하고 있다.⁴⁾ 2005년 졸업생을 상대로 실시된 조사에서는 경영학부(School of Business)와 더불어 학생들의 만족도가 가장 큰 학부로 밝혀지기도 하였다.⁵⁾

애너버그 스쿨의 최대 강점은 무엇보다도 든든한 재원의 확보에 있다고 할

3) 공공외교 과정은 커뮤니케이션의 중요성이 국가 간 외교와 국제관계에서도 증가함에 따라 이를 학문적으로 뒷받침하는 토대를 마련하고 이 분야의 전문가를 양성하려는 목적으로 국제대학(School of International Relations)과 연합학위과정으로 2003년에 설립되었다.

4) 애너버그 스쿨 웹사이트, <http://annenberg.usc.edu/images/PDFs/06fs.pdf>

5) 애너버그 스쿨 웹사이트 자료.

것이다. 앞서 간단히 언급되었지만 애너버그 스쿨은 설립 이래 현재까지 지속적으로 애너버그 재단이라는 든든한 자금원을 보유하고 있다.⁶⁾ 이러한 재원을 일차적 기반으로 해서 정보통신 및 컴퓨터 콘텐츠 등과 관련된 다양한 중장기 리서치 프로젝트들(ARNIC이나 Annenberg Studies on Computer Games 등)이 추진되고 있으며 세계적 명망을 지닌 우수한 교수진의 충원이 이루어지고 있다.⁷⁾ 대부분의 박사과정 학생들은 교수들과 함께 최소한 2-3개의 연구 프로젝트에 참여하고 있는데 이는 학생들에게 경제적으로 도움이 됨은 물론 여기서 얻어진 연구 성과물을 토대로 주요 대학들의 교수직으로 진출하는데 결정적 도움을 주고 있다.

또한 애너버그 스쿨의 지리적 특수성, 즉 엔터테인먼트 산업의 메카인 로스엔젤레스에 위치하고 있다는 장점은 애너버그 스쿨의 다양한 산학연계 연구 및 교육활동, 그리고 학생들의 미디어 및 엔터테인먼트 산업 진출에 막대한 플러스 요인으로 작용한다.⁸⁾ 애너버그 스쿨의 석사 프로그램인 커뮤니케이션 경영(Communication Management)은 이러한 장점을 극대화한 프로그램이라고 할 것이다.

2) 디지털 콘텐츠 관련 교육 프로그램

USC 애너버그 스쿨의 디지털 콘텐츠 관련 교육은 별도의 교육프로그램이 존재하지 않고 전체적인 교과체계의 일부로 편성되어 있다. 이는 크게 커뮤니케이션 스쿨과 저널리즘 스쿨의 교과목들로 나누어 살펴볼 수 있다. 아래의 <표 1> 및 <표 2>에서 볼 수 있듯이 전자의 경우 주로 디지털 콘텐츠가 사회, 경제, 문화에 미치는 영향을 살펴보는 교과들, 후자의 경우 주로 온라인 저널리즘 이론 및 실무중심 교과로 구성되어 있음을 알 수 있다.

-
- 6) 최근의 사례로 2002년 애너버그 재단은 1억 달러의 기금을 애너버그 스쿨에 기탁하였다.
 7) 예를 들어 버클리 대학의 Manuel Castells, 스탠퍼드 대학의 Francois Bar, UCLA의 Jeff Cole의 스카우트가 그 예이다. 스카우트의 조건 역시 파격적인 바, Manuel Castells에게는 Wallis Annenberg Chair in Communication Technology and Society라는 endowed chair의 직함과 함께 일년 중 한 학기는 스페인에서 강의할 수 있도록 하였으며, Francois Bar에게는 정년보장과 함께 ARNIC의 디렉터 직, 그리고 Jeff Cole에게는 LA 시내에 Center for the Digital Future의 연구소를 설치, 이를 관장하도록 하였다.
 8) USC의 시네마 스쿨도 같은 이유로 영화교육 분야에서 최고수준의 경쟁력을 보유하고 있다고 할 것이다.

<표 1> 애너버그 커뮤니케이션 스쿨의 디지털 콘텐츠 관련 주요 교과목

구분	과목명
학부	<ul style="list-style-type: none"> - Foundations for the Study of Entertainment, Communication and Society - The Communication Revolution and the Arts - Social and Economic Implications of Communication Technology - Global Entertainment - Global Strategy for the Communications Industry - American Media and Entertainment Industries - Music as Communication - Entertainment, Marketing and Culture - Race and Ethnicity in Entertainment and the Arts
석사 과정	<ul style="list-style-type: none"> - Communication and International Economy - The Culture of New Technologies - Business Strategies of Communication and Entertainment Firms - Distribution of Recordings: Media, Retail and Online Channels - Political Economy of Global Telecommunications and Information - The International Entertainment Marketplace - Economics of the Communication Industries - Entertainment Media: Content, Theory, and Industry Practices - Managing Communication in the Entertainment Industry - Case Studies in Digital Entertainment
박사 과정	<ul style="list-style-type: none"> - Economics of Information

출처 : 2006. 11월 현재 애너버그 스쿨 홈페이지

<표 2> 애너버그 저널리즘 스쿨의 디지털 콘텐츠 관련 주요 교과목

구분	과목명
학부	<ul style="list-style-type: none"> - Entertainment, Business and Media in Today's Society - Introduction to Online Publishing - Introduction to Online Journalism - Design and Graphics in Online Publishing - Multimedia Content in Online Publishing
석사 과정	<ul style="list-style-type: none"> - Production: Print, Broadcast, Online - Introduction to Online Publishing - Intermediate Online Publishing - Multimedia and Graphics in Online Publishing

출처: 2006. 11월 현재 애너버그 스쿨 홈페이지

이러한 교과 내용이 어떻게 구성되어 있는지를 몇 가지 사례를 통해 좀 더 구체적으로 살펴보도록 하자.

① 음악산업론(Distribution of Recordings: Media, Retail and Online Channels): 디지털 엔터테인먼트 산업의 대표주자격인 음악 산업을 산업적, 문화적 시각에서 접근하는 과목이다. 음악 산업을 설명하는데 있어 사회학, 커뮤니케이션, 경제학, 역사학 등과 연계하여 간학문적 접근을 시도하는 것도 특징이라 할 수 있다. 이 과목에서는 MP3로 대표되는 디지털 음악의 기술적 특징, MP3를 비롯한 인터넷을 통한 음악의 보급이 기존의 레코드 산업에 미치는 영향, 저작권과 관련된 분쟁 등을 주요 토픽으로 다룬다. 또한 음악 산업의 역사와 산업적 현황을 살펴보는데 그치지 않고, 디지털 음악이 테크놀로지의 전반적 발전에 기여할 수 있는 가능성을 이론적 토대를 바탕으로 살펴보기도 한다. 수업에서의 교재는 단순히 교과서에 치우치지 않고 잡지, 신문기사 등 디지털 음악 산업과 관련된 최신 뉴스들도 포함된다. 수업의 진행은 교수의 강의를 중심으로 학생들은 레코드 산업과 관련된 영상물(예를 들어, 영화 <Scratch>, <Rockers> 등)을 시청하고 이에 대한 보고서를 제출하기도 한다. 또한 학생들은 매주 교과내용을 요약, 정리해서 제출해야 하며, 학기말에는 팀 별로 그룹 발표를 해야 하는데, 이를 위해서 학생들은 주요 음악 레이블들의 경쟁전략과 디지털 음악의 등장으로 인한 대처방안들을 사례연구를 통해 발표한다. 여기에는 레이블들의 저작권 분쟁과 관련한 주요 소송사례들의 분석도 포함된다. 학생들의 학기말 페이퍼 또한 그룹 발표와 비슷한 주제와 방법으로 개별적으로 제출되는데, 여기에는 음악 산업에서의 가치사슬(value chain)에 대한 연구, 음악 산업에서의 개별적 행위자들의 역할연구, 법적 소송사례들을 바탕으로 한 음악 산업의 전망에 대한 연구 등이 주요 주제가 되고 있다.

② 국제 엔터테인먼트 산업론(Global Entertainment) : 국제적 관점에서 미디어와 엔터테인먼트 산업을 조명하는 과목이다. 애니버그 스쿨의 디지털 콘텐츠와 관련된 다른 과목들과 유사하게 엔터테인먼트 산업과 관련된 경제적, 정치적, 문화적 측면들을 폭넓게 살펴보면서 학생들로 하여금 미디어와 엔터테인먼트 산업에 관한 보다 광범위한 시각을 갖도록 요구한다. 수업에서 주로 이슈가 되는 질문들은 1)왜 미국의 영화와 텔레비전 프로그램들이 세계시장에서 지배적인 위치를 차지하고 있는가, 2)글로벌 엔터테인먼트가 지역적 문화

패턴에는 어떠한 영향을 미치는가, 3)미디어와 엔터테인먼트 시장의 개방이 정치 민주화에 어떠한 영향을 미치는가, 4)미디어 테크놀로지의 발전과 디지털화, 네트워크화가 지역적 경쟁력을 강화시키고 있는가, 5)미디어와 엔터테인먼트 상품의 글로벌화로 인한 지적재산권의 문제는 개별국가들에서 어떻게 접근되고 있는가⁹⁾ 등이라고 할 수 있다. 수업은 기술 발전과 개별 국가의 정치적 변화(주로 1980년대 이후의 탈규제, 개방화)가 엔터테인먼트산업의 글로벌화에 미친 영향, 그리고 엔터테인먼트 상품과 서비스와 관련된 경제 이론들을 설명하는데 초점을 둔 다음, 미국, 유럽, 라틴 아메리카, 아프리카, 아시아, 중동 지역의 미디어와 엔터테인먼트 산업에 대한 사례 고찰로 이루어진다. 지역별 강의가 진행된 후 학생들은 이 지역에 속한 한 국가의 미디어와 엔터테인먼트산업에 관한 분석을 팀 프로젝트로 수행하여 발표한다. 학생들의 발표사례로는 북미시장에서 히스패닉 텔레비전 프로그램들의 경쟁력과 향후전망, 유럽국가들의 미국의 문화상품 확대에 대한 대처방안, 인도 영화산업의 성장과 아시아 시장에서의 위치, 일본의 애니메이션 산업이 세계시장에서 성공할 수 있었던 요인들에 대한 분석, 중국에서의 저작권 침해사례와 미국 미디어 기업들의 대처방안 등을 들 수 있다.

③ 커뮤니케이션산업 경영론(Managing Communication in the Entertainment Industry): 주로 엔터테인먼트 산업의 구조와 경영에 초점을 맞추고 있는 이 과목은 엔터테인먼트 산업에 대한 이해는 이론적인 접근만으로는 한계가 있다는 가정 하에 매주 각 매체 분야(영화산업, 방송산업, 음악산업, 프로그램 유통산업 등)의 최고경영자급 전문가들을 초빙하여 업계 동향 및 실제 사업 현장에서 이루어지는 의사결정에 대한 내용을 전달한다. 이러한 외부 전문가의 초빙강연은 대부분 담당교수의 개인적 친분을 통해 이루어지며, 스쿨 차원에서 사례비를 지급하는 경우는 드물다.¹⁰⁾ 이 과목은 미디어 경영과 관련된 다양한 시각을 전달하고자 노력하는데 예를 들어 영화산업의 경우 영화 스튜디오, 제작자, 독립영화사의 입장들을 모두 제시하는 것이 그것이다. 또한 방송, 영화, 음악 뿐

9) 2006년도 COMM 430 강의계획서 참조.

10) 초빙강사를 예를 들면 전 디즈니, 소니, MGM 등의 마케팅 디렉터, RealNetworks의 디렉터, LA 다저스의 부사장 등이다. 담당교수인 John Cook은 LA 소재 엔터테인먼트 산업 컨설팅 회사인 Western Territories Group 사장으로 재직했던 경험과 인적 네트워크를 통해 현업 전문가들을 초청하고 있다.

아니라 스포츠산업, 테마공원사업 등에 대한 설명을 덧붙임으로써 학생들로 하여금 보다 넓은 의미의 엔터테인먼트 산업을 조망할 수 있도록 한다. 학생들의 기말 발표 역시 비즈니스 스쿨처럼 컨설턴트가 엔터테인먼트 기업의 CEO에게 발표하는 형식으로 학생들은 엔터테인먼트 산업의 당면 문제점을 분석하고 그 해결 방안을 제시한다.

④ 정보경제학(Economics of Information): 박사과정 과목인 만큼 주로 이론적인 접근방법을 택하고 있다. 테크놀로지의 발전이 기술자체의 동력보다는 사용자들이나 개별 테크놀로지를 둘러싸고 있는 정치적, 경제적, 문화적, 조직적 영향에 의해 이루어진다는 사회적 형성이론(Social Constructivism)을 강조한다. 이 수업의 특징으로는 일반적 수업진행은 학기의 2/3를 차지하고 나머지는 학생들의 페이퍼에 초점이 맞추어진다는 것이다. 즉, 학기말에 기말 페이퍼를 내는 것이 아니라 학기 중간 이후부터 학생들의 페이퍼를 수업에서 토론, 수정 보완, 발전시킴으로써 학기말까지 최소한 학회에서 발표할 수 있을 정도의 페이퍼를 완성하도록 하는 것이다. 실제로 이 수업의 페이퍼들은 대부분 커뮤니케이션 관련 학회들에서 발표된다. 이 수업 학기말 페이퍼의 예들로 최근 미국에서 생성되고 있는 무선 인터넷 Wi-Fi 네트워크 이용자집단의 상황과 이용행태들을 20세기 초 일반인들의 전화사용이나 전기의 사용과 비교, 분석함으로써, 기업들의 테크놀로지의 발전에 대한 기여와 더불어 일반인들 또한 테크놀로지의 발전에 큰 역할을 하고 있다는 것을 주장한 연구, Wi-Fi나 디지털 기술이 저개발 국가들의 성장에 기여하고 있으며, 무선 인터넷이 저개발 국가들에서는 유선 네트워크를 대체할 기간망이 될 수 있음을 보여주는 사례연구 등이 있다.

3) 교수진 구성 및 교육 프로그램의 방향성

애너버그 스쿨의 교수진은 2006년 11월 현재 총 160명(전임 교수: 69명, 비전임교수: 91명)으로 구성되어 있다. 전임교수는 애너버그 스쿨의 조교수 이상으로서 테뉴어를 받았거나 테뉴어 트랙에 있는 조교수들, 비전임 교수는 테뉴어 트랙의 교수가 아니거나 또는 현업에 종사하면서 겸임교수직을 유지하고 있는 교수들로 이루어진다. 전임교수들은 주로 연구중심 대학에서 박사학위를 받고 연구에 중점을 두는 교수들이고 비전임 교수들은 박사학위가 있다

고 하더라도 현장에서 일을 하고 있거나 강의에 중점을 두는 교수들이다.

<표 3> 애너버그 스쿨의 디지털 콘텐츠 관련 주요 교수진

직위	성명	전공	학위
전임 교수	Jonathan Aronson	텔레커뮤니케이션의 국제적 유통, 글로벌 커뮤니케이션, 국제 정책	Ph.D., Stanford University
	Francois Bar	텔레커뮤니케이션 정책, 컴퓨터 네트워킹, 뉴미디어와 인터넷	Ph.D., University of California at Berkeley
	Manuel Castells	정보사회론	Ph.D., University of Paris-Sorbonne
	Jeffrey Cole	인터넷, 국제커뮤니케이션 정책	
	Hernan Galperin	텔레커뮤니케이션 정책, 뉴미디어와 발전	Ph.D., Stanford University
	Kwan Min Lee	Human Computer Interaction(HCI), Human Robot Interaction	Ph.D., Stanford University
	Peter Vorderer	미디어 심리학, 게임연구, 엔터테인먼트	Ph.D., Technical University of Berlin
	Stacy Smith	어린이 미디어, 게임연구	Ph.D. University of California at Santa Barbara
비전 임교 수	Jonathan Taplin	디지털 미디어 엔터테인먼트, 국제 커뮤니케이션 경영	M.A., Princeton University
	Chris Smith	문화연구, 엔터테인먼트 산업	Ph.D., University of Wisconsin, Madison
	Vincent Brook	영화 편집, 스크린라이팅	Ph.D.
	John Cooke	President and CEO, Western Territories Group	Ph.D.
	Michael Overing	인터넷 법제	J.D.
	Tracy Westen	텔레콤 정책, Vice chair and CEO of the Center for Governmental Studies	J.D.
	Ute Ritterfeld	게임연구, 엔터테인먼트와 심리학	Ph.D., Technical University of Berlin

출처: 애너버그 스쿨 웹사이트, <http://annenberg.usc.edu/images/PDFs/06fs.pdf>

애니버그 스쿨의 디지털 콘텐츠 관련 교수진은 크게 거시적인 정치학, 사회학, 경제학적 접근을 하는 교수들과 미시적인 심리학적 접근을 하는 교수들로 나눌 수 있다. 이들의 전공을 보다 세부적으로 살펴보면, 거시적 접근방법을 채택하는 교수들의 경우, Jonathan Aronson은 국제관계학(international relations)으로 박사학위를 받았으며, 주로 미디어와 텔레커뮤니케이션의 국제적 유통, 국가간 협약, 미디어 관련 국제기구 등에 관한 연구를 하고 있다. Francois Bar는 도시계획학으로 박사학위를 받았으며, 정보화사회와 관련한 도시 인프라구축, 네트워크, 인터넷, 통신정책에 관한 연구를 주도하고 있다. Manuel Castells는 사회학자로서 정보화사회, 네트워크사회 등을 거시적으로 연구하는 이론가이며, Jeff Cole은 애니버그 스쿨과 연계된 Center for the Digital Future의 디렉터로서 미국을 비롯한 전 세계의 인터넷 이용과 관련된 서비스를 연례적으로 실시하며, 인터넷 이용이 사람들의 생활패턴, 미디어 이용 등에 미치는 영향에 대해 연구한다. Hernan Galperin은 미디어와 텔레커뮤니케이션, 인터넷 관련 정책 등이 주요 관심분야이며, 최근에는 무선 인터넷 기술의 개발도상국에서의 이용과 발전에 대한 연구를 진행중이다.

미시적 분야의 연구를 주로 하는 교수들로는 Kwan Min Lee, Peter Vorderer, Stacy Smith, Ute Ritterfeld 등이 있는데, Kwan Min Lee는 미디어와 테크놀로지의 이용과 관련된 실험연구를 통해 디지털 미디어 이용자들의 심리적 기제와 매개변인들에 대한 연구를 진행하고 있다. Peter Vorderer는 엔터테인먼트 연구를 설명하는 이론적인 접근방법들에 관심을 가지고 있으며, 게임, 음악 등 다양한 분야의 엔터테인먼트 관련 프로젝트들을 진행 중이다. Stacy Smith는 주로 청소년, 어린이들의 디지털 미디어 사용에 관심을 갖고 있으며, 디지털 미디어를 통한 새로운 형태의 폭력, 아이덴티티 정립 등에 관한 연구도 진행하고 있다. Ute Ritterfeld는 게임연구, 엔터테인먼트와 관련된 심리학적 연구를 주로 수행한다.

거시적 접근을 하는 교수들은 ARNIC(Annenberg Research Network on International Communication, <http://arnic.info>)이라는 연구 네트워크를 구성하고 매년 공동으로 컨퍼런스를 개최한다. ARNIC에는 현재 Francois Bar 교수가 디렉터로 있으며, 다수의 박사후 과정(post-doc) 및 박사과정 학생들이 참여하고 있다. ARNIC에는 참여하고 있는 교수들의 개인적인 친분관계에 기반하여 다른 학교의 학자들도 객원 연구위원으로 참여시키고 있다. 여기에

는 예일대학의 법대교수이며 인터넷과 테크놀로지에 관한 연구를 주로 하는 Yochai Benkler, 영국 워릭경영대학(Warwick Business School)의 미디어 경제학자인 Martin Cave, 런던정경대학(London School of Economics)에서 미디어 정책을 연구하고 있는 Robin Mansell, MIT 미디어랩(Media Lab)의 William Mitchell, Google의 부사장이자 인터넷의 초기형태인 ARPANET의 디자인에 참여했던 Vint Cerf, Sun Microsystems의 수석연구원인 John Gage 등이 포함된다.

한편, 미시적 연구를 하는 교수들은 애너버그 컴퓨터 게임 연구 네트워크(Annenberg Studies on Computer Games, <http://games.uscannenberg.org>)를 구성하고 있다. 현재 연구교수인 Ute Ritterfeld가 디렉터를 맡고 있으며, 위에서 언급한 미시적 연구 교수들이 모두 참여하고 있을 뿐만 아니라, 애너버그 스쿨의 전임교수인 Michael Cody, Andrea Hollingshead, Lynn Miller, Larry Pryor, Ken Sereno 등 심리학적 연구를 하는 교수들이 다수 참여하고 있다. 또한 남가주대 공대의 일부 교수들, UCLA의 Francis Steen 등도 참여하고 있다.

4) 재학생의 구성 및 특성

앞서 언급한 것처럼, 애너버그 스쿨의 학부에는 고등학교에서 우수한 성적을 유지한 학생들이 입학하며, 이들 중 60% 가량이 스쿨로부터 장학금 혜택을 받고 있다. 또한 최근의 조사에 의하면, 지난 3년 동안 남가주대 학부학생들의 애너버그 스쿨과목 수강이 크게 증가한 것으로 나타났다.

<표 4> 애너버그 스쿨 재학생의 구성과 특성

학위과정	인원 (2005년 가을학기 기준)	비고
학부	1,388명	고등학교 성적평균 (3.70/4.00) 대학입학시험(SAT) 성적평균 (1265-1410)
대학원	520명	박사과정 학생들은 커뮤니케이션 뿐만 아니라 다양한 학문적 배경(정치학, 사회학, 인류학, 심리학 등)을 지님.
Journalism & Public Relations	172명	
Communication	266명	
Communication 박사과정	82명	

출처: 애너버그 스쿨 웹사이트, <http://annenberg.usc.edu/Faculty/Communication.aspx>

대학원의 경우, 저널리즘 스쿨 석사과정 프로그램과 커뮤니케이션 경영 석사과정 프로그램은 앞에서도 언급하였듯이 실무중심의 프로그램으로 미디어 산업이나 엔터테인먼트 산업에 종사하는 사람들이 재교육을 위해 진학하거나, 아니면 이러한 분야에 진출하고자 하는 학생들이 들어오는 경우가 많다.

박사과정 학생들은 정치학, 사회학, 인류학, 심리학 등 인문사회과학의 전 분야를 망라하고 있다. 박사과정의 경우 3년 정도의 코스워크를 마친 후 자격 시험을 보며, 이후 논문을 준비하게 된다. 박사과정은 다섯 개의 세부전공으로 나누어지는데, 이 모든 전공분야는 어떤 형태로든 테크놀로지의 사회적 영향에 관해 연구하는 공통점이 있다. 박사과정 학생들은 연구조교로 일하면서 교수들과 함께 유명 학술지에 연구논문을 발표할 기회가 많으며, 강의조교의 경우 1-2년차에는 주로 수업조교로 일하나 3년차 이후에는 학부수업의 강사로 일할 기회가 주어진다. 또한 교수들은 박사과정 학생들이 연구조교나 강의조교 중 한 가지만을 택하기 보다는 두 가지 경력을 모두 갖기를 요구하는데, 이는 학생들이 졸업을 하면서 다른 대학에 교수로 지원할 경우 연구와 강의에서 경쟁력을 갖추는데 큰 역할을 하고 있다.

3. 동경대학 대학원 학제정보학부의 콘텐츠창조과학 산학연계 교육프로그램

1) 정보학환·학제정보학부와 콘텐츠창조과학 산학연계교육프로그램의 일반 현황

동경대학 대학원 정보학환·학제정보학부는 2004년 4월 정보학을 학제적으로 연구하고 교육하는 기관으로 신설되었다. 연구조직인 정보학환은 기간교원(=전임교원)과 여타 연구과연구소에서 3~7년의 기간 동안 정보학환과 겸임하는 유동교원으로 구성되어 있다. 여기에서는 다수의 분야가 연계한 프로젝트를 수행한다. 교육조직인 학제정보학부는 석사과정과 박사과정을 갖춘 대학원 과정이다.

정보와 관련된 교육 및 연구기관은 1949년에 대학 부설연구소로 설립된 신문연구소로 거슬러 올라간다. 이후 1992년 사회정보의 종합적 연구를 목표로

사회정보연구소로 개칭하였다가, 2004년 4월 대학부설연구소에서 대학원조직으로 이행하여 대학원 학제정보학부와 합병하게 되었다. 두 조직의 통합 후, 정보학관은 유비쿼터스, 컴퓨팅, 원격교육, 미디어아트 등의 정보기술과 관련된 지식과 사회정보연구소가 축적해 온 저널리즘, 정보법/정책, 경제, 사회심리, 미디어문화 영역의 지식을 융합시킬 수 있게 되었다.

교육의 측면에서도 정보통신에 대한 기술적 지식과 사회문화적 이해를 겸비한 인재를 육성하는 것을 목표로 하고 있다. 이를 위해 학제정보학부는 네 가지 하부전공을 설치하고 있다. 첫째 문화인간 정보학코스는 정보학의 관점에서 문화인간과학의 제영역을 체계적으로 분석하고, 생명현상과 진화, 신체지각에서 현대문화, 미디어, 영상, 텍스트, 아카이브, 리터러시 등 인문학과 심리학이 결합된 영역을 천착한다. 둘째 사회정보학코스는 미디어, 커뮤니케이션, 사회정보에 관련된 현상(한국의 언론학에 가까운 영역)을 분석한다. 셋째 학제수리정보학코스는 다양한 정보와 데이터, 암호를 수학적으로 분석하고 컴퓨터를 이용하여 이를 실제적으로 응용할 수 있는 능력을 지닌 수리정보 전문가를 배출하는데 목표를 둔다(한국의 계산통계학과와 유사). 마지막으로 종합분석정보학코스는 컴퓨터사이언스와 컴퓨터네트워크의 기반지식을 바탕으로 센서와 관측위성 등으로부터 대량의 실공간디지털정보를 얻고, 이를 해석·분석하여 사회적으로 활용하는 컴퓨터 네트워크 공학을 핵심내용으로 한다. 이러한 학제정보학부는 그동안 정보학 교육이 인문사회계와 이공계로 분리되어 있던 것을 하나로 묶어 학제적으로 접근하는 새로운 교육기관이라고 할 수 있다. 하지만 2006년 11월 현재 인문사회계와 이공계를 융합한다는 본래의 취지와는 달리 학부의 전공에 의해 대학원의 하부전공이 나뉘어져 실제적인 융합은 아직 이루어지고 있지 않다.

콘텐츠창조과학 산학연계교육프로그램¹¹⁾은 문부과학성의 과학기술진흥조정의 지원을 받아 도쿄대학 대학원 학제정보학부에 설치된 일종의 2년제 부전공 프로그램¹²⁾으로 신영역창성과학연구과를 비롯한 관련 대학원과 연구센터 등이 협력하여 운영하고 있다. 동 프로그램은 영화, 애니메이션, 게임 등 엔터

11) 이 프로그램의 공식적인 명칭은 도쿄대학 대학원 학제정보학관 콘텐츠창조과학 산학연계교육프로그램(東京大學大学院情報學環 コンテンツ創造科學産學連携プログラム)이다.

12) 동경대학 대학원에는 부전공프로그램이 없다. 여기서는 20학점 이상을 이수하면 해당 프로그램을 이수했다는 이수증이 나오기 때문에 부전공프로그램이라고 하였다.

테인먼트산업의 다양한 콘텐츠영역에 필요한 프로듀서, 기술개발자, 지도적 교육자 등의 인재육성을 목적으로 2004년도부터 5년간 운영할 계획으로 설치되었고 2006년 3월 제1회 수료증 수여식이 거행되었다.¹³⁾

이 프로그램은 동경대의 학생들을 중심으로 하면서도 외부로부터도 이수생을 모집하고, 동경대의 교원뿐만 아니라 콘텐츠산업 현장에서 활동하고 있는 전문가를 초빙하여 디지털콘텐츠제작을 위한 수업을 제공한다. 중장기적으로 이 프로그램은 디지털 콘텐츠 커리큘럼개발 등 콘텐츠 전문인력 육성을 위한 교육 모델을 개발하여 5년 후 디지털콘텐츠관련 학과 설립을 목표로 하고 있다.

콘텐츠창조과학 산학연계교육프로그램의 운영시스템은 다음과 같다. 우선 최고의사결정기구인 교육프로그램회의는 이 프로그램에 참가하는 전교원으로 구성되며, 매년 1회 개최하여 콘텐츠 교육프로그램의 방침과 이념 등과 관련된 문제를 논의한다. 실무를 담당하는 운영위원회는 커리큘럼편성과 수업시간, 선발시험 등을 맡은 교무담당, 이수생의 학교생활과 상담을 맡는 이수생담당, 예산을 입안하고 이를 집행하는 회계담당, 시설·설비·비품 등을 관리하는 시설 담당으로 구성되고 매달 1회 회의를 개최한다. 이외에 한시적으로 산학연계담당 이 콘텐츠산업계와의 연계와 홍보활동, 인턴쉽 담당이 인턴쉽의 실시에 관한 업무를 수행하고 있다. 자문위원회는 콘텐츠제작과 관련된 외부의 자문과 학계인사로 구성된 자문기관이며 연 1회 개최된다. 커리큘럼개발위원회는 콘텐츠 교육프로그램의 커리큘럼을 평가하고 일본 내외의 교육현황을 조사하여 새로운 커리큘럼개발을 추진하며 이 프로그램의 교원, 학계인사, 기타 전문가 등으로 구성된다. 이외에 동 프로그램은 자체적으로 학사업무를 담당하는 조직을 보유하고 대학원 학제정보학부와의 협력하고 있다.

이 프로그램에서 이용 가능한 기자재, 설비는 도쿄대학 내 교실 4곳 및 PC·영상기자재, 열람자료 등이 마련되어 있는 콘텐츠교육연구실이다. 이 연구실은 외부로부터 임대하여 사용하고 있으며, 데스크톱 18대, 노트북 12대 등과 관련소프트웨어 및 주변기기, 영상촬영기자재 및 입출력기자재, 게임기, 소제집 등을 갖추고 있다.

2) 콘텐츠창조과학 산학연계교육프로그램의 디지털콘텐츠 교육프로그램

13) 이 프로그램은 4학기(2년)과정이지만 제1기과정은 3학기로 이루어졌다.

<표 5> 도쿄대학대학원 학제정보학부의 콘텐츠교육프로그램 과목

과목구분	과목명	학점	수료요건
디지털콘텐츠 창조과학강의	디지털콘텐츠창조과학강의Ⅰ:콘텐츠제작이론	2	6학점 이상
	디지털콘텐츠창조과학강의Ⅱ:콘텐츠제작기술론	2	
	디지털콘텐츠창조과학강의Ⅲ:글로벌 전략론	2	
	디지털콘텐츠창조과학강의Ⅳ:콘텐츠법무	2	
	디지털콘텐츠창조과학강의Ⅴ:콘텐츠재무	2	
	디지털콘텐츠창조과학강의Ⅵ:콘텐츠문화사	2	
엔터테인먼트 테크놀로지연구	엔터테인먼트테크놀로지연구Ⅰ:가상현실	2	4학점 이상
	엔터테인먼트테크놀로지연구Ⅱa:컴퓨터 그래픽	2	
	엔터테인먼트테크놀로지연구Ⅱb:컴퓨터 그래픽	2	
	엔터테인먼트테크놀로지연구Ⅲ:콘텐츠 디자인	2	
	엔터테인먼트테크놀로지연구Ⅳ:디지털영상처리	2	
	엔터테인먼트테크놀로지연구Ⅴ:아카리브기술	2	
	엔터테인먼트테크놀로지연구Ⅵ:콘텐츠지각심리	2	
	엔터테인먼트테크놀로지연구Ⅶ:제작전시프로듀스	2	
	엔터테인먼트테크놀로지연구Ⅷ:인퍼페이스디자인	2	
	엔터테인먼트테크놀로지연구Ⅸ:첨단과학기술과 예술표현론	2	
디지털콘텐츠 창조과학연습	디지털콘텐츠창조과학연습Ⅰ:인턴쉽	6	6학점
	디지털콘텐츠창조과학연습Ⅱa:제작·마케팅시뮬레이션 게임프로듀스 세미나	6	
	디지털콘텐츠창조과학연습Ⅱb:제작·마케팅시뮬레이션 애니메이션듀스 세미나	6	
	디지털콘텐츠창조과학연습Ⅱc:제작·마케팅시뮬레이션 검색기술과 정보비즈니스 세미나	6	
	디지털콘텐츠창조과학연습Ⅲ:논문작성	6	
디지털콘텐츠 창조과학특론	디지털콘텐츠창조과학특론Ⅰ:작품연구	2	4학점 이상
	디지털콘텐츠창조과학특론Ⅱ:애니메이션제작이론과 실천	2	
	디지털콘텐츠창조과학특론Ⅲ:게임프로듀서론	2	
	디지털콘텐츠창조과학특론Ⅳ:영화산업론	2	
	디지털콘텐츠창조과학특론Ⅴ:디지털미디어	2	
수료에 필요한 학점수			20학점

출처: コンテンツ創造科學産學連携教育プログラム・教務擔當, 2006, 「履修と手續きの案内, 講義一覽; Campus Life & Lecture Series 2006」東京: 東京大學大學院情報學環學際情報學府, p.17.

이 프로그램 자체가 디지털콘텐츠 교육과 직접 관련되어 있다. 교육프로그램은 디지털 콘텐츠와 관련된 기본지식, 기본기술, 콘텐츠양식 특유의 지식, 제작현장경험 습득을 목표로 마련되어 있다.

이에 부응하여 전체 프로그램은 크게 4가지 영역으로 구성된다. 첫째 `디지털콘텐츠 창조과학강의`는 주로 강의형식을 통해 디지털콘텐츠제작을 위한 기초이론과 기초지식을 배우는 영역으로 3과목(6학점) 이상 이수해야 한다. 둘째 엔터테인먼트테크놀로지연구는 디지털콘텐츠제작을 위한 과학적 첨단기술에 관한 내용을 강의와 실습교육 형식으로 배우며 2과목(4학점) 이상 이수해야 한다. 셋째 디지털콘텐츠창조과학연습은 콘텐츠산업 인턴쉽, 제작마케팅시뮬레이션, 연구지도(논문지도) 등이 이루어지는 영역으로 1과목(6학점)을 이수해야 한다. 이는 1년에 걸쳐 진행되는 수업이기 때문에 다른 과목에 비해 학점이 높다. 넷째 디지털콘텐츠 창조과학특론은 디지털콘텐츠분야별 작품비평, 제작현장 등에 관한 강의와 실습교육으로 2과목(4학점) 이상을 이수해야 한다.

이 프로그램을 이수하기 위해서는 이와 같은 네 영역에서 총 20학점 이상을 이수해야 한다. 이는 도쿄대학의 석사과정 이수에 필요한 학점수와 비슷한 수준이다. 또한 필수과목은 없으며, 각 영역에서 최소 선택학점을 이수하면 된다.

(1) 디지털콘텐츠 창조과학 강의

각 영역별 과목들을 구체적으로 살펴보면, 디지털콘텐츠관련 기본지식을 배우는 디지털콘텐츠 창조과학강의에는 총 콘텐츠제작이론, 콘텐츠기술론, 글로벌전략론, 콘텐츠법무, 콘텐츠재무, 콘텐츠문화사 등 6개 과목이 포함된다. 이 중 2006년도에는 5개 강의를 개설되어 있다.

첫째, 콘텐츠제작이론은 콘텐츠비즈니스의 현황과 향후 동향에 대한 분석을 목적으로 하며, 이를 위해 영화, 게임, 출판, 전자출판, 음악, 온라인콘텐츠, 모바일콘텐츠, 방송, 디지털방송 등 현업에 종사하는 전문가를 초대하여 강의와 토론을 갖는다. 이 강의는 신영역창성과학연구과의 대학원수업인 미디어콘텐츠론과 통합으로 진행된다.¹⁴⁾

둘째, 콘텐츠제작기술론은 CG모델링 등 기본적인 영상제작기술에 대하여

14) 다른 대학원의 수업과 통합적으로 이루어지는 경우, 교원과 수업내용은 동일하지만 과목명칭은 전공에 따라 차이가 있으며, 성적처리는 전공별로 이루어진다.

개관하고, 이를 작품제작에 적용한 구체적인 사례를 소개한다.

셋째 콘텐츠법무는 콘텐츠프로듀서에게 요구되는 저작권법의 기초지식을 배우고 콘텐츠제작에 관련된 권리를 처리하기 위한 실무지식을 습득하고 계약에 관한 기본개념을 얻는 것을 목적으로 한다. 또한 콘텐츠의 해외 판매를 위한 거래방식을 배우기도 한다.

넷째 콘텐츠재무는 효율적인 자금조달을 위한 기초지식과 콘텐츠 파이낸스 동향을 습득하는 것을 목표로 하고 있다. 다섯째 콘텐츠문화사는 콘텐츠프로듀서에게 필요한 콘텐츠를 발견하는 안목을 기르는 것을 목적으로 하며, 이를 위해 2차대전 후 일본의 콘텐츠역사, 다양한 콘텐츠에 대한 비교분석, 콘텐츠를 양산한 문화적 배경 등을 다룬다.

(2) 엔터테인먼트 테크놀로지연구

디지털콘텐츠관련 기본기술의 습득을 목적으로 한 엔터테인먼트 테크놀로지 연구에는 컴퓨터그래픽스, 콘텐츠디자인, 디지털영상처리, 콘텐츠지각심리, 제작전시프로듀스, 인터페이스디자인, 첨단과학기술과 예술표현론 등 7과목이 개설되었다.

첫째 컴퓨터그래픽스는 콘텐츠산업의 기초기술인 CG, 특히 3차원CG를 중심으로 한다. 구체적으로 좌표변환, 데이터구조, 음영계산, 재질표현, 애니메이션 등의 기초내용을 소개하며, 이학부 정보과학과의 컴퓨터그래픽스론과 통합수업으로 진행된다.

둘째 콘텐츠디자인에서는 가상현실(VR)과 복합현실감(MR)을 주제로 현실과 가상현실의 융합관련 기술을 소개한다. 또한 최근 화제가 되고 있는 착용식 컴퓨터(wearable computer), Lifelog, Digital Public Art 등도 다룬다. 이 강의는 대학원 정보이공학계연구과의 복합현실감시스템과 대학원 학제정보학부의 학제수리정보학특론Ⅲ과 통합수업으로 진행된다.

셋째 디지털영상처리에서는 유저인터페이스와 컴퓨터비전을 주로 다룬다. 이 강의는 전반은 이학부의 유저인터페이스, 후반부는 컴퓨터비전과 통합수업으로 진행된다. 유저인터페이스에서는 사용하기 쉬운 인터페이스를 디자인하기 위한 방법론 및 최근 연구동향을 소개하고, 과제를 통해 인터페이스디자인과 유저테스트의 실재를 배운다. 컴퓨터비전에서는 공학적으로 인간의 시각기

구와 같은 작용을 하는 알고리즘개발에 대하여 강의한다.

넷째 콘텐츠지각심리는 콘텐츠의 기획, 제작에 필요한 시각, 청각에 관한 기본적인 지식습득을 목적으로 한다. 이를 위해 시청각의 기본적인 메커니즘과 이를 해명하기 위한 실험방법이 강의되며, 시청각에 있어서 심리적 현실감, 착시 등의 현상, 시청각의 안전성 등을 다룬다. 이 강의는 문학부의 '심리학특수강의: 시청각심리학'과 통합수업으로 진행된다.

다섯째 제작전시프로듀스는 콘텐츠 특히 표현에 대하여 연구하는 학생을 대상으로 4월~12월까지 격주로 대학원 학제정보학부의 학제수리정보학연구방법Ⅲ과 통합수업으로 이루어진다. 학제정보학부 박사과정의 연구발표를 바탕으로 다양한 표현방법을 논의하며, 7월과 12월에 개최되는 작품전시를 위한 제작을 수행한다.

여섯째 인터페이스디자인은 인간의 감각 및 휴먼인터페이스 디자인에 관한 다양한 관점을 소개한다. 이 강의는 대학원 정보이공학계연구과 전자정보학전공의 인터페이스구성론 및 대학원 학제정보학부의 휴먼인터페이스와 통합수업으로 진행된다.

마지막으로 첨단과학기술과 예술표현론은 3차원CG를 크리에이티브 측면에서 고찰한다. 즉 CG 시뮬레이션을 통한 자연물의 형상화 방법, 실시간 3차원 CG를 응용한 쌍방향적이고 정밀한 인터페이스의 고안 등을 다룬다. 이 강의는 학제정보학부의 정보조형론과 통합수업으로 진행된다.

(3) 디지털콘텐츠 창조과학특론

콘텐츠양식특유의 지식을 습득하는 디지털콘텐츠 창조과학특론에는 작품연구, 애니메이션제작이론과 실천, 게임프로듀서론, 영화산업론, 디지털미디어 등 6개의 강의를 마련되어 있다.

첫째, 작품연구는 영화, 게임 등 콘텐츠작품을 선택, 제작에 참가했던 전문가를 초빙하여 제작의도와 과정을 해설한다. 콘텐츠 창작을 위해 필요한 다양한 지식을 종합적으로 습득하는 것을 목표로 한다.

둘째 애니메이션제작이론과 실천은 일본 애니메이션의 제작현장에서 활약하고 있는 프로듀서, 감독 등을 강사로 초대하여 애니메이션의 종류와 프로덕션 현황, 국제전략과 향후 과제, 애니메이션과 관련된 비즈니스모델 등을 종합적

으로 소개한다.

셋째 게임프로듀서론a에서는 게임개발과정(프리프로덕션, 프로덕션, 포스트 프로덕션) 전반, 특히 플래닝, 디자인 등 기획과 제작과정을 중심으로 게임프로듀서의 입장에서 강의한다. 희망자를 대상으로 게임회사를 견학하기도 한다.

넷째 게임프로듀서론b는 국제적인 게임 산업 시장에서 활동하는 게임프로듀서의 입장에서 게임비즈니스, 특히 파이낸스, 마케팅, 프로모션, 리테일 등을 중심으로 이들의 실질적 역할을 강의한다. 특히 온라인게임, 시리아스게임, 캐주얼 게임 등 일본의 게임산업에 이어서 새로운 게임타입을 중시한다.

다섯째 영화산업론은 영화의 제작, 구입, 배급, 흥행 등의 산업구조를 해설하고, 일본내외의 시장실태를 감안한 콘텐츠전략에 대하여 논한다. 또한 각론에서는 영화제작에서 기획개발, 촬영, 포스트프로덕션에 관해서도 해설한다. 강의 중 촬영현장에 대한 시찰, 연수를 실시한다.

여섯째 디지털미디어에서는 애니메이션과 게임뿐만 아니라 휴대전화대상콘텐츠, WEB콘텐츠, 텔레비전콘텐츠 등에 초점을 맞추어 그 현황과 향후 동향을 소개한다. 구체적으로 차세대영상제작기술, 텔레비전콘텐츠, 출판콘텐츠, CM콘텐츠, 디지털영화콘텐츠, 휴대전화대상콘텐츠 등을 관련분야의 전문가를 초빙하여 강의한다.

(4) 디지털콘텐츠 창조과학연습

이러한 다양한 강의를 바탕으로 2차 년도에 이를 실제로 활용하는 디지털콘텐츠창조과학연습을 이수하게 된다. 이 영역에는 인턴쉽, 게임프로듀스세미나, 애니메이션·영상기획세미나, 검색기술과 정보 비즈니스, 논문작성 등의 교과가 개설되어 있다.

첫째 인턴쉽은 수업에서 습득한 기초지식을 바탕으로 콘텐츠산업의 현장지식과 실무를 배우고 새로운 디지털콘텐츠제작으로 연결시키는 능력 배양을 목표로 한다. 인턴쉽은 과전 전에 준비하는 인턴쉽 사전연수, 현장연수를 행하는 인턴쉽 연수, 연수를 반성하고 공유하는 인턴쉽 사후연수 등으로 구성된다. 분야 별로, 애니메이션, 게임, 영화, 소프트웨어개발, 출판과 음악 등의 순서를 보이고 있다.

둘째 게임프로듀스세미나에서는 게임프로듀서가 프리프로덕션단계에 수행하

는 역할을 시뮬레이션하고, 보드게임을 통해 게임의 프로토타입을 개발한다. 강의 전반은 전략구축을 위해 다양한 게임을 다루고, 후반에는 보드게임의 제작과 AI(artificial intelligent) 플레이어 프로그램 등 실제로 게임 만드는 과정을 배우게 된다.

셋째 애니메이션·영상기획세미나에서는 애니메이션과 영화를 중심으로 한 콘텐츠제작과정에 대한 지식을 바탕으로 수강생이 기획안을 만들고, 실제 작품제작, 마케팅 등을 수행하여 비즈니스 추진에 필요한 종합적 능력을 배양한다.

넷째 검색기술과 정보비즈니스에서는 인터넷포털사이트를 중심으로 블로그 서비스 등 최신 검색기술, 이를 활용한 정보비즈니스의 현황과 향후전망에 대해 배운다.

마지막으로 논문작성이다. 이 교육프로그램에서 배운 것을 바탕으로 지도교수의 개별지도를 받아가면서 논문을 작성한다. 논문은 새로운 디지털콘텐츠를 제작하기 위한 과학기술과 콘텐츠에 대한 마케팅, 상품유통의 실태와 향후 전망 등 실제 디지털 콘텐츠의 발전과 직결된 주제들이다.

3) 콘텐츠창조과학 산학연계교육프로그램의 교수진

이 프로그램의 교수진은 2006년 11월 현재 전임(11명)과 겸임(11명), 비상근(18명)으로 구성된다. 전임은 프로그램이 설치되어 있는 대학원 학제정보학부에 소속된 5명의 교원과 6명의 프로그램전문교원이 있다. 프로그램전문교원은 이 프로그램을 설치하면서 새롭게 충원한 조교수, 강사, 연구원 등이다.

겸임은 디지털콘텐츠관련 학과의 교원이 담당하고 있다. 신영역창성연구과, 정보이공계연구과, 공학계연구과, 국제산학공동연구센터, 첨단과학기술연구센터 등 주로 이공계가 중심이 되어 있다. 이들은 콘텐츠제작관련 기술을 담당하고 있다.

비상근교원은 애니메이션, 영화, 게임, 만화 등의 디지털콘텐츠 현장에서 활동하고 있는 다양한 전문가이다. 2006년에는 18명으로 구성되어 있는데 이 가운데 제작을 담당하는 2명을 제외하고 모두 강의를 담당하고 있다.

이 프로그램의 교원구성의 특징은 첫째 다양한 분야의 전문가들을 교원으로 확보하고 있다는 것이다. 디지털콘텐츠와 관련된 다양한 실무는 물론, 학문적으로도 이·공학, 법학, 경제학, 미디어학, 심리학 분야의 교원이 망라되어 있다.

이에 따라 디지털콘텐츠와 관련된 제반 기초이론, 제작기술, 제작, 비평 등 디지털콘텐츠의 생산, 유통, 소비의 전 측면이 포괄된다.

둘째 콘텐츠 제작 및 비즈니스와 관련된 다양한 현업 전문가를 비상근교원으로 확보하여 이들의 풍부한 경험을 활용하고 있다는 것이다. 2006년도 비상근교원 18명의 면면을 보면, 유명애니메이션 감독에서부터 영화감독, 만화가 등 콘텐츠제작자뿐 아니라 마케팅전문가, 콘텐츠기획담당자, 금융전문가, 변호사 등 콘텐츠 유통과정의 전문가까지 포함하고 있다.

<표 6> 콘텐츠창조과학 프로그램의 교원(전임)

직위	성명	전공	학위	
학 제 정 보 학 부 교 원	하라시마 히로시 Harashima, Hiroshi	영상구조화, 지적 부호화 공간공유커뮤니케이션기술 실세계지향정보환경디자인	공학박사 도쿄대학 대학원 공학계연구과	
	가와구치 요이치로 Kawaguchi Yoichiro	정보조형학	공학석사 츠클바대학 대학원 이공학연구과	
	이케우치 카츠시 Ikeuchi Katsushi	시각정보학	공학박사 도쿄대학 대학원 공학계연구과	
	바바 아키라 Baba Akira	자료학, 메타데이터, 역사사진, 디지털아카이브, TV게임	문학사 와세다대학 문학부	
	이와이 토시오 Iwai, Toshio	미디어아티스트	예술학석사 츠클바대학 대학원 예술연구과	
전 임 교 원	프 로 그 램 전 문 교 원	시치쥬 나오히로 Shichijyo Naohiro	컴퓨터그래픽 CG아트	공학박사 도쿄대학 대학원 공학계연구과
		요시다 마사다카 Yoshida Masadaka		박사과정수료 와세다대학 대학원 문학계연구과
		야마다 카즈아키 Yamada Kazuaki	기계공학 시스템기능과학	공학박사 고베대학 대학원 자연과학연구과
		호리 세이지 Hori Seiji	종합조형	츠클바대학 예술전문학부
		오타니 토모코 Otani Tomoko	실험심리학, 시각심리학	문학박사 성심여자대학 대학원 문학연구과
		후지하라 마사히토 Hujihara Masahito	근로관리론, 게임분야 인재육성	경제학박사 중앙대학 대학원 상학연구과

출처: 콘텐츠창조과학産學連携教育プログラム 홈페이지

<표 7> 도쿄대학 콘텐츠교육프로그램의 교원(비상근, 2006현재)

	성명	직위
비 상 근 교 원	카도가와 츠구히코(角川歴彦)	주)카도가와 홀딩즈(KADOKAWA HOLDINGS) CEO
	스즈키 토시오(鈴木敏夫)	스타지오브리(Studio Ghibli) 사장
	오오토모 카즈히로(大友克洋)	영화감독 각본가
	이와타니 토오루(岩谷徹)	반다이남코(NAMCO BANDAI Games) 신규사업실
	스즈키 유타카(鈴木裕)	세가R&D(SEGA R&D) CO
	이시카와(石川光久)	프로덕션IG(Production IG) 사장
	오시이 마모루(押井守)	영화감독, 각본가
	마츠하라 겐지(松原健二)	코에이(Koei) 집행임원
	이노우에 타카히코(井上雄彦)	만화가
	쿠노 츠토무(公野勉)	前닛카즈 경영기획실 제작담당
	엔도 마사노부(遠藤雅伸)	모바일&게임스튜디오(Mobile & Game Studio) 회장
	오누마 겐타로(小沼謙太郎)	류스 오피스 플래너
	헨미 케이로(逸見圭朗)	미즈호은행 비즈니스솔루션부 차장
	야시로 히데키(八代英輝)	야시로국제법률사무소 대표, 변호사
	야마키 이와오(八巻磐)	라피스 사장
	즈지모토 코시치(辻本幸七)	주)멀티박스 사장
	카지우라 마사시(梶浦齊史)	미네르바 사장
	오구라 마사키(小倉正樹)	미디어 프로듀서

출처: コンテンツ創造科産學連携教育プログラム 홈페이지

셋째 다수의 강의들이 팀티칭의 형식으로 이루어진다. 디지털콘텐츠 창조과학강의 I: 콘텐츠제작이론과 같이 영화, 게임, 출판, 음악, 방송 등 다양한 콘텐츠 제작 분야의 전문가를 초빙하여 이루어지는 강의가 대표적이지만, 이외에 콘텐츠디자인, 애니메이션·영상기획세미나, 애니메이션제작의 이론과 실천 등과 같은 과목에서도 복수의 교원이 강의를 담당하고 있다.

4) 콘텐츠창조과학 산학연계교육프로그램의 재학생 구성 및 특성

콘텐츠 창조과학 프로그램은 매해 프로듀서 15명, 교육자 15명, 기술개발자 30명 등 총 60명의 디지털 콘텐츠 전문인력 육성을 목표로 하고 있다. 이 프로그램의 이수생은 시험(1차 서류심사, 2차 필기·구술시험)을 거쳐 선발한다.

지금까지 치러진 세 차례의 선발시험을 살펴보면, 첫째인 2004년에 101명이 지원하고, 2005년도에는 지원자수가 71명으로 감소하였다가 2006년도에는 82명으로 다시 늘어났다. 이수생은 학부, 석사과정, 박사과정 등인데, 주로 동경대 학부와 석사과정이 중심을 이루고 있다.

<표 8> 지원자 및 합격자 내역

연도	지원자수	1차시험 합격자수	2차시험 합격자수	2차시험 합격자 내역			
				학부	석사	박사	학외
2004년 8월	101	57	40	10	16	5	9
2005년 2월	71	51	36	11	9	5	11
2006년 2월	82	53	34	14	11	1	8

출처: 콘텐츠 창조 과학 산학연 협력 교육 프로그램 내부자료

수료를 위해서는 학점과 함께 수료심사를 통과해야 한다. 수료심사는 실무자를 포함한 인재육성중사자로 구성된 수료판정회의에서 이루어진다. 이 프로그램의 이수생은 프로듀서로서 애니메이션제작회상에서 제작진행자로 활약하거나, 기술개발자로 휴대전화용 게임소프트웨어를 개발하거나 극장용 애니메이션영화의 CG제작 소프트웨어를 개발하거나, 영화전문대학원대학에서 활약하고 있다. 그러나 수료하지 않은 채 취직하는 예도 많다.

2005년도의 수료인정자수는 12명이었다. 이들의 진로는 박사과정 4명, 석사과정 1명, 법과대학원 1명, 전문직대학원 1명, 애니메이션 제작회사 1명, 방송국 1명, 신문사 1명, 게임플랫폼회사에 취직내정자 1명 등이었다(1명은 2006년 3월말 기준으로 구직활동 중).

4. KAIST 문화기술대학원 교육프로그램

1) KAIST 문화기술대학원 일반현황

KAIST 문화기술대학원은 산업 및 국가적 차원에서 중장기적으로 요구되는 “창안자”급의 문화산업 전문인력을 양성하기 위한 목적으로 지난 2005년 9월 개교하였다. 구체적으로 대학원 수준의 학위과정을 통해 석사 취득자는 문화산업의 핵심 고급인력, 박사 취득자는 문화콘텐츠라는 새로운 연구 분야를 개척하기 위한 교수 요원으로 양성하는 전략을 추진 중에 있다.

동 대학원은 개교한지 2년여밖에는 되지 않아 독립 캠퍼스를 확보하지 못한 채 KAIST 대전캠퍼스에서 임시로 교육을 진행하고 있으며, 전임교원의 비중이 낮고 실질적인 학생들의 수도 부족한 등 아직 안정화 단계에 도달하지 못하고 있다. KAIST의 문화 콘텐츠 교육프로그램이 본 궤도에 진입하여 소기의 성과를 달성하기 위해서는 상당한 시일이 필요할 것으로 예상된다.

우선 2006~2008년에 이르는 1단계는 문화기술대학원의 개설 및 정착에 노력이 집중되는 시기로 핵심 교수요원 확보, 학사 및 연구 업무 정착, 교과과정 정착 및 교육 콘텐츠 확보 등을 주요 목표로 설정하고 있다. 다음으로 2009~2011년에 이르는 2단계는 안정화에 노력이 집중되는 시기로 대학원의 면모를 갖추고 본격적으로 졸업생을 배출하는 단계로 볼 수 있다. 이 시기에 최고수준의 교수요원 및 연구 창작 능력 확보, 고급인력의 양성 및 배출을 주요 목표로 설정하고 있다. 마지막으로 2012~2014년에 이르는 3단계는 세계적인 대학원으로 발돋움하고자 하는 단계로 정부의 지원을 줄이고 자립도를 높이는 노력 및 박사과정 중심으로 이동하는 것을 핵심적인 목표로 설정하고 있다.

구체적으로는 KAIST 문화기술대학원은 중장기적으로 25명의 전임교수, 40명의 전임연구원(Post-Doc, 작가 등) 및 30명의 방문 연구원 확보, 연간 100명의 석사 학위자 및 40명의 박사 학위자 배출, 연간 500명의 단기교육과정 수료생 배출, 50개의 참여기업 확보, 연간 10건의 특허/산업화 취득, 연간 60억원(교수 1인당 2.5억원)에 달하는 연구계약 체결 등을 세부 목표로 설정하고 있다. 또한 50개에 달하는 참여기업을 확보하고 연간 10건의 특허를 취득하며, 연간 60억원에 달하는 연구계약을 체결하겠다는 목표도 아울러 제시하고 있다. 이는 현재 국내의 일반적인 대학원 과정이나 문화콘텐츠 교육을 목적으로 특화된 서강대 및 연대의 영상대학원, 이화여대 디지털 미디어 학부, 중앙대학교 첨단영상대학원 등에 비추어 보았을 때 실로 파격적인 목표라고 하지 않을 수 없다.

현재 문화기술대학원은 핵심 교수요원 확보, 학사 및 연구업무 정착 등에 초점을 맞추는 1단계 발전전략의 실현을 위해 노력을 기울이고 있으며, 실제로 학생부문, 교수부문, 연구부문에서 일부 성과를 나타내고 있다. 구체적으로 학생부문에서는 지난 2번에 걸친 입시과정에서 높은 경쟁률이 나타났다는 점, 재학 중인 학생들이 대부분 국내외 우수 대학에서 충원된 우수한 인재들이라는 점, 그리고 학생들이 교육프로그램에 열정적으로 참여하고 있다는 점 등에 주목할 필요가 있다. 또한 교수부문에서는 국제적 명성을 지닌 교수인력 및 풍부한 현장 경험을 보유한 실무인력을 초빙교수나 겸직교수의 형태로 충원해 나가고 있다.

이처럼 우수한 학생과 교수인력을 확보하기 위한 노력은 문화기술대학원의 연구시스템(문화기술연구센터)과 시너지 효과를 발휘하여 현재 문화기술대학원에서는 8.3억원 규모에 해당하는 10개의 수탁연구 과제를 진행 중이며, 18건의 국내학술대회발표 및 15건의 해외학술대회발표, 그리고 4건의 국내저널 논문게재 및 6건의 해외저널 논문게재(KAIST, 2006, p.31) 등 가시적 성과를 창출해내고 있다. 창작 및 기획 부문에서도 일부 성과를 이루어내고 있는데, “10년 후”를 비롯한 12건의 전시회, “서울영화제 개막식”을 비롯한 28건의 공연회, “리심”을 비롯한 15건의 저술(KAIST, 2006, p. 31) 등이 그 사례이다. 또한 문화기술대학원은 ESL에듀와 같은 영어교육기관 및 버추얼다임과 같은 게임업체와의 네트워킹 추진을 비롯해서 Stanford University, UC-Berkeley, Carnegie-Mellon University, NYU, New York Film Academy, San Jose Children's Musical Theater 등을 비롯한 해외대학과도 국제협약 체결을 진행 중에 있다.

2) Digital contents 관련 교육 프로그램

KAIST 문화기술대학원의 교육 프로그램은 의욕적인 수준을 넘어 과도한 느낌을 줄 정도이다. 아래의 <표 9>에 제시된 바와 같이 KAIST 문화기술대학원에서는 교과목 이수요건으로 석사의 경우 45학점이상, 그리고 박사의 경우 78학점이상 취득할 것을 요구하고 있는데, 이는 일반적인 국내 대학원 과정에서 요구하고 있는 이수학점에 비해서 거의 두 배 수준에 이르는 수준이다.

<표 9> KAIST 문화기술대학원 교과목 이수요건

과정		교과목학점			연구학점	계
		공통필수	전공필수	전공선택		
석사	논문석사	3	6	27이상	9이상	45이상
	교과석사	3	6	33이상	3이상	45이상
박사		3	9	36이상	30이상	78이상

출처: KAIST 문화기술대학원 웹페이지 학사안내자료(<http://ct.kaist.ac.kr/CT2006/new>)

교육 프로그램의 내용 또한 매우 방대하다. <표 10>에 제시된 것처럼 KAIST 문화기술대학원에서는 리더십강좌, 전산응용개론, 확률 및 통계학, 공업경제 및 원가분석학, 기업가정신과 경영전략 등과 같이 다양한 교과들을 공통필수 과목으로 설정하고 있으며, 문화기술론, 문화기술프로젝트, 문화기술연구방법론 등을 전공필수로 선정하여 학생들이 반드시 이수하도록 하고 있다.

전산응용개론 및 확률 통계학에서는 기본적인 프로그래밍 과정 및 실험 자료의 분석을 위한 통계적 지식을 습득한다. 다음으로 공업경제 및 원가분석학, 기업가 정신과 경영전략 등의 과목에서는 제반 경제성 문제를 분석하고 평가하기 위한 경제학의 기본지식 및 벤처기업의 창업전략 등을 학습하게 된다. 문화기술론 및 문화기술 프로젝트 등의 과목은 전산학, 디자인, 공학, 인문예술 분야의 학제적 지식을 실질적인 문화콘텐츠 개발 능력으로 연계시키고자 하는 과목이라고 할 것이다.

이들 필수과목들 이외에도 71개에 달하는 전공선택 과목들이 문화기술대학원의 교육 프로그램을 통해 제공된다. 문화콘텐츠 관련 교육 프로그램을 운영 중인 다른 학교들이 전공 과정을 세분화해서 세부 전공별로 특화된 교육을 진행하고 있는 반면¹⁵⁾, 현재 문화기술대학원에서는 콘텐츠창작, 문화산업기획, 문화산업경영 등 3가지 분야로 전공트랙을 설정해 둔 채 독립된 학과 편성은 하지 않고 있다. 이처럼 광범위하게 제공되는 교과과정을 배경지식이 없는 학생들이 심도 있게 소화해내는 것이 가능할지는 의문의 소지가 있다.

15) 이화여대 대학원 디지털미디어 학부의 경우 <영상미디어 전공>, <미디어 공학 전공>, <미디어 디자인 전공>, 서강대 영상대학원의 경우 <영상미디어 학과>, <미디어 공학 과>, <광고PR학과>, 연세대 영상대학원의 경우 이론 중심의 학위과정(MA/Ph.D)과 제작 중심의 학위과정(MFA/DFA)을 개설하고 세부 전공으로 MA/Ph.D 과정은 <영상커뮤니케이션>, MFA/DFA 과정은 <영상디자인>, <미디어아트>, <방송영화>, <영상예술학> 등의 전공을 운영하고 있다.

<표 10> KAIST 문화기술대학원 교과목 편성표 (2006년 봄학기)

세부분류		학수분류		
		GCT500	GCT600	GCT700
필수	공통필수	리더쉽강좌		
		전산응용개론/확률 및 통계학/공업경제 및 원가분석학/기업가정신과 경영전략(택1)		
	전공필수	문화기술론(석·박사필수), 문화기술프로젝트1(석사필수, 박사선택), 문화기술프로젝트2(석사선택, 박사필수), 문화기술연구방법론(석사선택, 박사필수)		
연구		논문연구(석사, 박사), 세미나(석사, 박사), 개별연구(석사, 박사)		
전공 선택	예술일반 /인문사회 일반	미디어미학	문화원형론	디지털문화이론특강
	CG/VR	컴퓨터그래픽스 및 가상현실	컴퓨터그래픽스기술 디지털인간	컴퓨터그래픽스 특강 가상현실 특강 애니메이션특강
	음악 /퍼포먼스	극장음악과 디자인 음향악기제조와 평가실험 사운드디자인과 프로그래밍 공연기획 및 경영관리	음악 및 음향기술 디지털 퍼포먼스	음악기술 특강
	HCI/게임	인간과컴퓨터상호작용 게임기술 게임디자인	게임학(Ludology) 유저인터페이스 게임기획 및 제작	HCI 특강 인포테인먼트기술 특강
	디자인 /영상건축	디지털디자인 정보디자인 디지털콘텐츠디자인 디지털건축	미디어인터랙션디자인 가상세계 디지털패션	영상디자인 특강 디지털콘텐츠디자인 특강
	공학/전산 로보틱스	과학기술의 개념과 과학적사고 인공지능 로보틱스	네트워크미디어 인간과로보트상호작용	창의적과제 (Making Things)
	언어/문학 커뮤니케 이션	언어이론과 문화기술 디지털커뮤니케이션론 스토리디자인	계산창조론 디지털서사학 텍스트분석과 지식마이닝	디지털서사학 특강
	경제/경영/ 정책	문화경제론 문화콘텐츠산업론	미디어마케팅 문화산업정책 e-비즈니스전략	문화경제 특강 문화콘텐츠마케팅 특강
		문화경영조직론 문화지식재산권론	지역문화산업론 문화벤처창업론 기업문화전략 문화예술조직경영 특강 글로벌문화마케팅전략	

출처: KAIST 문화기술대학원 웹페이지 학사안내자료(<http://ct.kaist.ac.kr/CT2006/new>)

이하에서는 이러한 각 유형별로 대표적 과목들을 살펴보고, 추가적으로 문화기술대학원의 연구활동을 총괄하는 (4)CRC(Culture Technology Research Center)에 대해 검토해보고자 한다.

(1) 콘텐츠 창작(Creation) 프로그램

콘텐츠 창작(Creation)과 관련된 대표적인 사례로 디지털 디자인(Digital Design) 과목을 들 수 있다. 디지털 디자인 강의는 크게 두 부분으로 구성되어 있는데 첫 번째는 정보 디자인(Information Design)에 초점을 맞추어 학생들이 자신의 사고를 효과적으로 조직화·시각화하는 훈련을 통해 궁극적으로는 새로운 디지털 미디어(Digital Media)를 창안할 수 있는 능력 배양을 목표로 하고 있다. 두 번째 부분은 문화기술 디지털 콘텐츠 제작을 위한 디자인 요인의 도출 및 해석 원리의 이해를 목적으로 하고 있는데, 실제 사례연구를 통한 기초적 디자인 문제 해결과정을 경험하게 하는데 초점을 맞추고 있다. 디지털 디자인 강의는 콘텐츠 창작이라는 강의 목표에 걸맞게 철저히 학생들의 실습위주로 수업이 진행되고 있는데, 전체 16주의 수업 중에서 교수진의 강의(Lecture)는 단 2회이고 나머지 수업은 모두 CT Mapping을 위한 그룹 미팅이나 디자인 Factor의 도출을 위한 팀별 사례연구를 중심으로 진행된다.

(2) 문화산업기획(Planning) 프로그램

문화산업 기획(Planning)과 관련된 대표적인 사례로는 극장음악과 디자인/공연기획 및 경영관리의 두 가지 수업을 들 수 있다. 위의 수업들은 실제의 공연 기획과정에서 직면하게 되는 문제들을 실습과정을 통해 직접 체험해봄으로써 이러한 문제들을 해결할 수 있는 기본적인 능력을 배양하는데 목적을 두고 있다. 구체적으로 극장음악과 디자인이라는 과목에서는 오페라와 뮤지컬의 대표작품들을 중심으로 이러한 작품들이 무대 위에서 재현되는 다양한 방식을 학습해보고, 이를 바탕으로 작품의 시놉시스 작성, 무대 공간 디자인, 의상 및 소도구 제작, 조명 실습 등의 체계적 과정을 통해 무대 기획을 직접 체험

하게 된다. 극장음악과 디자인 강의의 전반부는 주로 이론적 논의 및 국가별 특징 비교, ‘투란도트’, ‘웨스트사이드 스토리’ 등의 유명 오페라 및 뮤지컬 스토리 구조 분석 등으로 이루어지고 있으며, 후반부 강의는 최종 공연을 위한 실습 위주로 진행되고 있다.

공연기획 및 경영관리 과목에서는 공연의 주제, 연기자 선정, 무대 운영, 연기자과 청중 간 커뮤니케이션 등의 다양한 요소와 실제 공연간의 상관관계를 이해하기 위한 목적으로 실제 공연을 주관하는 과정을 통해 공연기획 과정에서 나타나는 현실적인 이슈들에 대한 대처 능력을 배양한다. 구체적으로 이 과목에서는 ‘KAIST 노천극장 문화 Festival’이라는 공연을 주관하면서 보도자료의 작성 및 공연포스터의 제작, 연주자 및 공연장 섭외 등의 실제적인 문제들을 해결해 나가고 있다. 이 강의의 수강생들이 주관한 2006년 봄 공연에서는 페데스부르크와 상하이에서 성황리에 공연을 마친 바 있는 한국해양경찰관현악단의 ‘동방 Brass’와 ‘서방 String’, 그리고 인간문화재 한승석씨를 포함한 정상급 뮤지션들로 구성된 퓨전 그룹 ‘퓨리(Puri)’ 등의 연주자들이 참여하기도 했다. 공연기획 및 경영관리 수업에서는 2005년 가을 학기 및 2006년 봄 학기의 1년이라는 기간 동안 총 7회에 달하는 공연을 개최하였다.

(3) 문화산업경영(Management) 프로그램

이 과목에서는 문화콘텐츠의 구상 및 기획 단계를 넘어 문화콘텐츠의 비즈니스 모델 개발에 주안점을 두고 있다. 즉, 이 과목에서는 문화콘텐츠 벤처 창업과정 및 사업운영 현장에서 직면하게 되는 다양한 문제들에 대한 대처 능력을 배양하기 위해서 실제 법률 사례 및 분쟁 사례 등에 대한 학습에 초점을 맞추고 있다. 이를 위해 이공계 벤처기업의 기술 및 창업 관련 법률자문 전문인 법무법인(우일IBC)에 소속된 변호사가 강의를 진행하고 있다. 구체적으로 창업을 위한 자금 확보 및 상장·공시 방안이나 출자 및 신주인수, MOU(Memorandum of understanding) 체결 등을 통한 투자전략, 그리고 산업재산권 및 저작권과 같은 지적재산권 관련 분쟁 등이 다루어진다.

(4) CRC(문화기술연구센터: Culture Technology Research Center)

현재 KAIST 문화기술대학원의 연구활동은 CRC를 중심으로 이루어지고 있다. CRC는 7개의 연구실(Lab)으로 구성되어 있으며, 학생들은 이들 중 한 개의 연구실에 소속되어 연구에 참여한다. Visual Media Lab은 특수효과와 컴퓨터 그래픽스에 사용될 소프트웨어 기술을 개발함으로써 실사 영상에 완벽하게 융합되는 가상 장면들과 디지털 배우들을 개발하는데 목적이 있다. Experience Lab(EXPLab)은 끊임없이 진화하는 전자공간과 인간과의 상호작용, 디지털 미디어의 새로운 활용과 응용, 그리고 디지털 기술을 활용한 표현 기법 등을 다루는데 구체적으로는 컴퓨터게임, 웨어러블컴퓨팅, 가상현실 응용 등을 연구한다. Music, Sound and Technology Lab(MSTLab)에서는 인간의 감성과 상호작용하는 음악과 음향의 새로운 표현기술을 다루며, 세부 연구 분야로는 Algorithm Composition, Physical Modeling, Multi-Dimensional Sound, Environmental Sound Installation, Real-Time Interactive Sound, Multimedia Performance & Planning 등이 있다. Digitalmedia & Content Lab은 미디어 인터랙션 및 인터페이스 디자인에 관한 연구를 수행하는데, 주로 미디어 인터랙션 디자인, 디지털 에듀테인먼트, 문화콘텐츠 특성화, 콘텐츠 비즈니스 모델 등을 연구하고 있다. Digital Storytelling & Cognition Lab에서는 Story 원형 발굴 및 Story Development System, 그리고 인간과 컴퓨터의 상호작용에서 디지털 커뮤니케이션 등 언어, 커뮤니케이션, Story, Storytelling과 관련된 전 영역을 연구한다. Human-Robot Interaction Lab은 정서적 상호작용기술, 사용자에게 친근감을 주고 실용성이 있는 로봇디자인, 로봇의 기술을 이용한 퍼포먼스나 문화기획 등을 연구 대상으로 한다. 마지막으로 Cultural Policy & Management Lab에서는 다른 6개의 Lab에서 개발한 contents의 경제성 분석과 경영전략 제시라는 보완적 기능을 수행하며, 세부 연구 분야로는 CT 비즈니스모델 개발, CT 소비자 연구, CT 마케팅 연구/시뮬레이션, CT 산업정책/규제분석, 문화/문화산업 경제학 등이 있다.

그리고 KAIST 문화기술대학원은 CRC 산하에 Media Factory라는 조직을 보유하고 있다. CRC가 기초 및 응용 연구에 초점을 둔다면 Media Factory는 연구 성과물의 상품화를 촉진하며 업계와 대학원의 연결고리 역할을 수행하며 효율성 차원에서 서울 상암동에 건립된 DMS(Digital Magic Space)내에 위치하고 있다.

3) 교수진 구성 및 교육 프로그램의 방향성

KAIST 문화기술대학원의 교수진은 전임, 겸임, 참여, 겸직, 초빙 등 5가지의 직제로 구성되어 있다. 동대학원에 적을 두는 전임교수(Regular Professor)은 2006년 11월 현재 대학원장인 원광연 교수와 CT학제전공 책임교수인 임창영 교수, 그리고 김탁환 교수 등 3명이다.

겸임 및 참여 교수진은 주로 KAIST에 재직 중인 기계공학과, 전산학과, 산업디자인과, 인문사회과학 전공의 교수들로 구성되어 있으며, 이들은 대부분 콘텐츠 창작(Creation)과 관련된 강의를 진행하고 있다. 겸직교수(Adjunct Professor)는 기업, 연구소, 타 대학교에 근무하면서 KAIST에서 강의, 연구, 창작, 학생지도를 수행하는 교원을 의미하는데, 현재 부산영화제 집행위원장이 김동호씨를 비롯한 10명이 참여하고 있다. 이들은 주로 실무경험을 바탕으로 문화콘텐츠 산업 및 정책 등 문화산업경영(Management) 관련 강의를 담당하고 있다. 다음으로 초빙교수(Visiting Professor)는 국내외 각계에 종사하는 자로서 일정기간(1개월~2년) KAIST에 머무르며 강의, 연구, 학생지도를 담당하는 비전임직 교원을 의미한다.

교수진의 구성내역을 전공 및 연구 분야를 중심으로 보다 구체적으로 살펴보면, 콘텐츠 창작과 관련된 전공을 가진 교수들이 전체 37명 중 25명으로 약 2/3의 비중을 차지하고 있다. 문화산업경영과 관련된 전공을 가진 교수들은 5명, 문화산업기획과 관련된 전공을 가진 교수는 1명에 머물러 있는 실정이다. 따라서 KAIST 문화기술대학원이 교육 프로그램 전공분야로 표방하고 있는 콘텐츠 창작, 문화산업기획, 문화산업경영 등 3가지 분야 중 콘텐츠 창작분야를 위주로 교수진이 구성되어 있으며, 다른 2가지 분야는 상대적으로 교수진의 확보가 미흡한 실정이다.

문화기술대학원의 전임교수 확충계획(KAIST 문화산업대학원 설립계획서, 2005, pp.19~21)에 의하면 현재 3명에 머물고 있는 전임교수진은 중장기적으로 25명 수준으로 확충될 예정인데 이 계획대로라면 콘텐츠창작분야(약 60%), 문화산업경영분야(약 15%), 디지털문화이론분야(약 25%)의 구성비율 가지게 된다. 즉, 콘텐츠 창작분야를 중심으로 전임교수진을 충원하고 기획, 경영 및 인문, 사회, 예술 분야의 교수진은 주로 아웃소싱을 통해 확보하겠다는 인력충원전략을 보여준다.

4) 재학생의 구성 및 특성

KAIST 문화기술대학원에서는 연간 40명의 박사학위자 배출 및 100명의 석사학위자 배출을 목표로 박사 및 석사 각 200명씩 총 400명의 재학생확보를 목표로 하고 있다. 하지만 대학원 개설 후 3학기를 맞이하고 있는 2006년 8월말 현재 문화기술대학원에 재학 중인 박사과정 학생은 25명, 석사과정 학생은 56명으로 아직 최종적인 목표 수준에 미치고 있지 못하다.

<표 11> 문화기술대학원 재학생 구성¹⁶⁾

학위과정	출신학교	학문적 배경
박사과정 (25명)	KAIST:8, 해외대학:5, 국내대학:4	CT:5, 산업디자인: 2, 음악: 2, 수학:2, 커뮤니케이션, 조각, 문학, 영화, 화학, 경영: 각 1
석사과정 (56명)	KAIST:16, 해외대학:2, 국내대학:35	산업디자인: 12, 커뮤니케이션: 9, 문학: 8, 컴퓨터공학: 5, 기계공학: 4, 산업공학: 3, 문화예술: 3, 심리학: 2, 기타: 7

출처: 자체조사

문화기술대학원에 재학 중인 학생들의 구성을 좀더 세부적으로 살펴보면, 박사과정의 경우 약 절반에 해당하는 8명의 학생들이 KAIST에서 석사학위를 취득하였으며 Stanford, Purdue, Pennsylvania, New York University 등 해외대학에서 석사학위를 취득한 학생도 5명에 이르고 있다. 그리고 국내대학에서 석사학위를 취득한 나머지 학생들의 경우도 서울대학교, 이화여자대학교 등 이른바 명문대 출신들로 구성되어 있다. 박사과정에 재학 중인 학생들의 학문적 배경을 살펴보면 KAIST에서 CT학제¹⁷⁾를 전공한 경우가 5명으로 가장 많고, 나머지 학생들은 산업디자인, 음악, 수학, 커뮤니케이션, 조각, 문학 등 다양한 전공 분야 출신이다.

16) 2006. 8. 31일을 기준으로 KAIST 문화기술대학원에는 석사과정 56명, 박사과정 25명이 재학하고 있으나, 본 절에서는 출신학교 및 학문적 배경 등의 개인정보를 파악할 수 없는 석사과정 3명과 박사과정 8명을 제외한 석사과정 53명과 박사과정 17명의 자료를 토대로 재학생 특성을 분석하였다.

17) CT학제란 KAIST에서 2002년 가을에 신설한 문화기술 학제전공을 의미하는 것으로, 문화기술대학원의 모태이다.

다음으로 석사과정 학생들의 구성을 살펴보면 KAIST에서 학사학위를 취득한 경우는 16명으로 전체 53명 중 약 30% 정도의 비중을 차지하고 있었다. 그리고 2명의 학생이 해외대학에서 학사학위를 취득했으며, 나머지 35명의 학생들은 서울대, 연대, 고대 등 국내 주요대학 학사학위 취득자들로 구성되어 있다. 석사과정 학생들의 학문적 배경 역시 매우 다양하게 나타나고 있는데, 산업디자인을 전공한 학생이 가장 많고, 커뮤니케이션, 문학, 컴퓨터공학 등의 순이다.

5. 논의

한국사회에서 21세기 디지털 문화 시대를 이끌어갈 우수한 디지털 콘텐츠 전문 인력을 육성하는 문제는 새삼 중요성을 강조할 필요가 없다고 할 것이다. 디지털 콘텐츠 전문가는 문화적 식견과 창조적 능력, IT 분야와 CT 분야 첨단 기술에 대한 전문적 식견과 활용 능력, 그리고 콘텐츠 비즈니스 능력을 지닌 인재로 상정된다. 이 연구는 미국, 일본, 그리고 우리나라 대학에서의 대표적인 디지털 콘텐츠 교육 프로그램 사례분석을 통해 이러한 전문 인력 양성을 위한 교육시스템 구축의 현황 및 개선방안 등을 점검해 보고자 하였다.

좀 더 구체적으로 이 연구는 미국 남가주대 애너버그 스쿨, 일본 동경대 대학원 정보학환학제정보학부의 콘텐츠창조과학 산학연계 교육프로그램, 그리고 KAIST 문화기술대학원을 사례 분석하였다. 이 각각의 교육프로그램 사례들은 기관의 성격, 목표, 역사, 운영방식 등에서 많은 차이점을 지니기 때문에 이를 수평적으로 비교하는 데는 많은 무리가 있다. 이를 염두에 두면서 이하에서는 이 각각의 사례들이 제공하는 시사점을 분석하고, 이를 통해 바람직한 디지털 콘텐츠 전문인력 양성 교육프로그램이 지향해야 할 체계는 무엇인지 논의해 보고자 한다.

첫째 애너버그 스쿨의 사례는 전통적인 커뮤니케이션 교육 프로그램을 근간으로 최근에 사회적 수요가 증대되고 있는 디지털 콘텐츠 교육을 포용해 가는 모델이라고 할 수 있다. 전통적인 커뮤니케이션학의 교육체계는 신문, 방송 등 언론 현상, 그리고 뉴미디어, HCI(Human Computer Interaction) 현상 등, 개인적 소통행위로부터 역사적으로 제도화된 사회적 커뮤니케이션 양식에 이르

기까지 다양한 양태의 커뮤니케이션 현상을 대상으로 이론과 실무 교육을 병행하는 것이 일반적이다.

커뮤니케이션학 분야의 교육과정은 짧은 기간 동안 비약적인 변화와 발전을 보여 온 것으로 평가된다. 커뮤니케이션 교육의 초기 단계에는 실증적, 행동과 학적인 접근방법이 주류를 이루었다. '70년대에서 '80년대에 걸쳐 정치경제학적 접근, 문화주의적 접근, 구조주의 기호학 연구 등 이른바 비판이론이 교육 커리큘럼 상에 도입되어 교육되기 시작했다. '80-'90년대에 들어서서는 기존의 신문, 방송에 영화, 광고, 잡지 등 매스미디어 연구 및 교육이 한층 확대되었다(양승목, 1999; 임영호, 2001) 특히 정보통신 및 문화에 대한 사회적 수요가 증가하면서 케이블 텔레비전, 위성방송, 인터넷, 이동통신 등의 첨단 뉴미디어 정보통신산업에 대한 교육이 강조되기 시작했고, 다양한 문화적 실천 행위의 의미를 탐구하는 문화이론이 중요한 교육내용으로 부상하게 되었다. 이와 동시에 미래에 그 중요성이 한층 부각될 첨단 멀티미디어 커뮤니케이션 관련교과가 증가하기 시작하였다. 이와 함께 최근 들어 실무능력개발의 중요성이 강조되면서 전문화된 분야별로 이론과 실무교육의 분화가 입체적으로 더해지면서 여타의 인문사회과학분야에서 찾아보기 어려운 다채롭고 역동적인 교육 편성내용으로 발전하고 있다. 그 결과 커뮤니케이션 관련학과의 교과목 유형은 매우 흥미롭고 다양한 교과들을 포함하고 있으며 그 안에서 사회변화 및 사업적 수요, 학생들의 요구에 민감하게 대응하고 있는 경향을 엿볼 수 있다(윤석민, 2005 & 2007, 각 책의 1장).

애년버그 스쿨은 이러한 커뮤니케이션 교육기관의 대표적 사례라고 할 수 있다. 그 교과과정은 실증적 접근으로부터 문화연구, 올드미디어로부터 뉴미디어, 대인커뮤니케이션으로부터 HCI(human computer interface)에 이르기까지 다양한 주제와 방법론을 망라하는 가운데 커뮤니케이션 연구과 교육의 과거, 현재, 그리고 미래발전 방향을 보여주고 있다. 특히 대부분의 커뮤니케이션 관련교육프로그램이 그러하듯 애년버그 스쿨에서도 디지털화 추세에 부합하는 실무능력, 기획능력, IT에 대한 전문성 등이 강조되는 방향으로 교육 프로그램이 급변하는 모습이 나타나고 있다.

이처럼 커뮤니케이션학의 교육 프로그램이 상황 변화에 따라 디지털 콘텐츠 교육 방향으로 변화하고 있음은 어떤 의미에서 상황 탄력성이 높다는 장점으로 평가될 수도 있으나 다른 관점에서 교육 시스템의 기본(fundamental)이 취

약하고, 교육내용의 통일성 내지 일관성이 약하다는 것을 의미한다고도 할 수 있다.

실제로 커뮤니케이션학은 타 인문사회과학 분야에 비해 역사가 일천한 바 연구 및 교육차원에서 학문분야의 정체성 모색작업이 여전히 진행 중인 분야이다. 이러한 상황 속에서 미디어산업 환경 변화에 지나치게 민감히 반응하면서 교육커리큘럼의 구성 및 운영에서 단기 상황적 실용성을 과다하게 강조하다 보면 중장기적으로 의미 있고 안정된 교육성과의 추구가 어려워질 수 있다.

또한 디지털 콘텐츠와 관련된 교육 내용을 보면, 커뮤니케이션적 특성을 살리는 방향으로 교과내용이 구체화되고 심화되어 있다기보다는, 모든 학문 분야에 영향을 미치는 일반적 디지털 커뮤니케이션 기술변화 및 이와 관련된 산업구조변화, 정책 및 제도 변화, 사회변화 추세를 소개/분석하는 수준으로 설정되어 있어, 전문 분야 차원의 차별성, 고유성 내지 심층성이 부족한 실정이다. 실제로 애너버그 스쿨에서 교육되는 커뮤니케이션 산업/제도 교과는 경제/경영/법학에서 이루어지는 유사교과에 비해 이론/개념적 체계성과 정교함, 실용성 등이 취약하다는 한계가 지적된다. 후자의 교육이 “선택된 것의 모든 것(All of Some)”이라는 심층성, 전문성을 지향한다면 커뮤니케이션학에서 이루어지는 디지털 콘텐츠 관련교과는 “모든 것의 일부(Some of All)”라는 보편성, 포괄성을 지닌 종래 커뮤니케이션학 교과들에 최근 사회적 관심사가 되고 있는 디지털 관련교과들이 새롭게 추가되고 있는 양상이라고 할 것이다. 또한 세부적인 수업내용의 편성에서 교과목간의 체계성이나 연계성이 약하고 개설 교과목의 내용상에 중복이 심한 것으로 평가된다.

이 연구에서 살펴본 두 번째 케이스인 동경대 정보학환·학제정보학부의 디지털 콘텐츠 교육 프로그램은 인문, 사회과학, 커뮤니케이션 관련 공학 등이 학제적으로 정보학이라는 새로운 학문영역을 모색하는 가운데, 디지털 콘텐츠 전문교육을 그 하위 영역에 위치시킨 모양을 취하고 있다.

여기서 정보학이란 종래의 문화연구/심리학, 언론학, 계산통계학, 컴퓨터네트워크 공학 등을 아우르는 개념이다. 이러한 개개 분야의 학문들은 화학적으로 결합될 수 있는 성격의 학문들이라기보다는 각각의 방대하고도 전문화된 학문적 토대와 체계(수리정보학을 예로 들면 미/적분학, 선형대수학, 집합론, 미분방정식 등과 같은 기초수학과 더불어 응용수학의 토대가 되는 최적화 이

론, 암호론, 통계처리, 수치해석 등)를 지닌 독립 학문영역이라고 할 수 있다. 따라서 정보학은 종래의 인문, 사회, 자연, 공학이 화학적으로 결합되어 만들어진 제3의 학문영역이라기 보다는, 각 학문영역들이 독자적인 교육체계를 유지하는 가운데 각 학문영역들이 상호 중첩되는 접점에서 협력과 공조의 시너지를 극대화시키고자 하는 물리적 결합의 모양을 취하고 있는 교육시스템이라고 평가할 수 있을 것이다.

이러한 정보학내에 하위 교육 프로그램으로 설치된 디지털 콘텐츠 교육 프로그램이 바로 이러한 접점에 해당하는 공유영역이라고 할 수 있다. 이 프로그램은 본격적인 디지털 콘텐츠 교육 프로그램이라기보다는 콘텐츠 산업을 진흥시키는데 필요한 교육 모델을 구축하는데 그 목표를 두고 이러한 영역간의 협력과 공조의 시너지를 테스트하는 의미에서 2년제 부전공 정도로 운영되는 시안적 프로그램이라고 할 것이다.

이 연구의 세 번째 사례인 KAIST 문화기술대학원은 이제 막 첫돌을 넘긴 신생프로그램이다. 한국의 디지털 콘텐츠 산업을 선도해갈 최고 엘리트 인력 배출이라는 원대한 목표에도 불구하고 시설 및 공간 등 교육기반확충, 교수인력확충, 교과과정 등 모든 면에서 많은 과제를 안고 있다. 특히 문화-기술-인문사회 교육을 포괄적으로 망라하고자 하는 교육 프로그램의 정체성이 과연 얼마나 가능한 목표인지에 대해 우려가 제기된다.

실제로 KAIST에서는 현재 문화콘텐츠와 관련이 있는 서강대 영상대학원, 세종대 영상대학원, 아주대 대학원 미디어학과, 연세대 영상대학원, 이화여대 대학원 디지털미디어학부, 중앙대학교 첨단영상대학원, 추계예술대학교 문화산업대학원 등 국내 7개 대학원 과정이 대부분 특정 장르(주로 영상분야)에 특화되어 있으며, 문화-기술-인문사회의 밸런스를 유지하지 못하고 있음(KAIST, 2005, p. 5)을 지적한다. KAIST 문화기술대학원에서는 이러한 문제의식 하에 인문사회, 예술, 디자인, 공학, 전산, 경제, 경영, 정책 등 실로 광범위한 교과과정을 개설하고 학생들에게 일반적인 대학원과정의 두배 수준에 달하는 교과 이수를 요구하고 있다. 하지만 이러한 다양한 교과들을 심도 있게 이수한다는 것이 과연 가능하며 더 나아가 그것이 과연 어떤 의미를 지니는 것인지 불확실한 실정이다. 앞서 애너버그 스쿨 사례에서 언급한바 전통적인 커뮤니케이션 교육과정에서의 “모든 것의 일부(some of all)”의 문제점이 재연되고 있는 상황이라고 할 것이다. 더욱 심각한 문제는 이러한 교과풀(all)의

통합적 정체성이 커뮤니케이션 교육에 비해 한층 애매하다는 것이다. 이러한 상황은 종합적 식견의 배양이라는 효과만큼이나 학문적 정체성의 미확립 및 심층교육의 저해 등 부정적 효과를 유발시켜 자칫 문화-기술-인문사회 그 어느 분야에 대해서도 핵심적 역량 내지 전문성을 지니지 못한 어정쩡한 인력양산을 초래할 우려마저 점쳐진다.

실제로 현재 KAIST 문화기술대학원에서 제공하고 있는 교과목 구성을 보다 면밀히 살펴보면, 문화기술대학원에서 표방하고 있는 문화-기술-인문사회 간의 균형은 계획만큼 적절히 유지되고 있지 못한 상황이다. 현재 문화기술대학원에서 제공하고 있는 교육프로그램 중 인문사회 및 문화일반에 관한 교과목은 약 10% 정도에 불과한 반면 기술과 관련된 교과목이 70%이상의 비중을 차지하고 있다. 따라서 현 시점에서 KAIST 문화기술대학원이 운영하고 있는 교육 프로그램은 사실상 테크놀로지 분야에 특화된 디지털 콘텐츠 전문기술인력 양성 프로그램에 보다 근접한 형태라고 할 것이다.

종합적으로 이상에서 살펴본 세 가지 교육 사례로부터 디지털 콘텐츠 전문인력 양성 프로그램과 관련하여 다음과 같은 시사점들을 도출해 볼 수 있다.

첫째, 커뮤니케이션학의 연장선상에서 이루어지는 디지털 콘텐츠 교육은 종래의 커뮤니케이션학의 입장에서 불가피한 변화일지는 모르지만 디지털 콘텐츠 교육의 측면에서 충분한 교육자원을 제공한다고 볼 수 없다. 디지털 콘텐츠 교육 시스템은 다양한 인문, 사회, 공학 학문분야의 자원을 결집해 구성되어야 하며 이때 커뮤니케이션학은 그 한 중요한 분야로 기여할 수 있을 것이다.

둘째, 다양한 인문, 사회, 공학 학문분야의 자원을 결집해 디지털 콘텐츠 교육 시스템을 구축한다고 한다는 것이 종래에 존재하던 전문적/독립적인 학문분야를 화학적으로 결합시켜 새로운 정체성을 갖춘 디지털 콘텐츠 학을 성립시킨다는 것을 의미하지는 않는다. 이러한 화학적 결합은 많은 경우에 가능한 일이 아니며 학문적 전문성 및 정체성 차원에서 바람직하지 않을 수도 있다. 이러한 맥락에서 동경대 정보학환·학제정보학부의 경우처럼 종래의 인문, 사회, 자연, 공학 분야의 학문영역들이 독자적인 정체성을 유지하는 가운데 학문영역들이 상호 중첩되는 접점에서 협력과 공조의 가능성을 모색하는 물리적 결합방식의 디지털 콘텐츠 교육 시스템이 현재와 같은 과도기에서는 오히려 현실적인 접근방식인 것으로 평가된다. 하지만 이러한 방식은 기실 종래 교육

패러다임의 혁신이 미약하다는 차원에서 시각에 따라서는 과도하게 보수적 내지 현실 안주적이라는 비판을 받을 수도 있다.

셋째, KAIST의 정보문화대학원 프로그램에서 드러나는 바, 디지털 콘텐츠 분야에서의 사회적 성공을 보장하기 위한 모든 교육 요소를 대학교육을 통해 제공하려는 시도는 매우 의욕적인 만큼 자칫 과잉될 위험이 있다. 콘텐츠 교육의 핵심은 폭이 아니라 깊이에 있으므로 교과과정의 선택의 폭은 넓게 열어 두더라도 공학, 경영학, 법학, 인문학 등 이질적인 교과들의 의무적 수강을 통해 그 폭이 강제되는 것은 바람직하지 않다고 할 것이다. 교육효과 차원에서 자칫 폭은 넓지만 총체적인 연계성과 정체성, 전문성이 떨어지는 잡다한 지식 전달에 그치고 말 위험은 없는지 면밀히 검토되어야 한다. 또한 대학에서 이루어지는 디지털 콘텐츠 교육은 기술, 사업, 제도 등 콘텐츠 “사업”적 측면의 필요를 무시할 수는 없지만 이러한 사업적 요소들이 지나치게 강조되면 자칫 콘텐츠사업의 핵심인 콘텐츠 그 자체, 즉 사회, 역사, 문화, 인간에 대한 지식, 성찰과 체험의 전달 자체가 소홀해질 염려가 있다는 점도 아울러 강조될 필요가 있다.

종합적으로 이 글에서 살펴본 세 가지 유형의 디지털 콘텐츠 교육 사례는 대학에서의 바람직한 디지털 콘텐츠 교육 모형을 모색하는 작업과 관련해 주목할 만한 차별적 특성들, 장점과 단점을 상호 교차적으로 드러내고 있다. 이러한 사례들을 포함하여 보다 많은 국내외의 디지털 콘텐츠 교육 사례들의 현황과 성과를 폭넓게 축적, 분석, 상호 비교할 때 대학에서의 디지털 콘텐츠 교육의 현실적 목표, 종래 학문 영역과의 연계, 교과 과정 및 교수진의 세부적 구성 등이 보다 구체적이면서도 타당성 있게 제시될 수 있게 될 것이다.

참고문헌

1. 일반 참고문헌

- 양승목 (1999). 주류언론학의 제도화와 패러다임 변화. 『언론과 정보』, 5권, 67-104.
- 윤석민 (2007). 『커뮤니케이션의 이해』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 윤석민 등(2006). 『방송통신 융합이 콘텐츠 산업에 미치는 영향과 정책과제』. 서울: 한국 방송광고공사.
- 윤석민 (2005). 『커뮤니케이션 정책연구』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 임영호 (2001). 한국 언론학에서 비판적 패러다임의 문제설정: 반성과 전망. 『한국방송학 보』, 15권 2호, 343-379.
- Shichijo, N. (2005. 12). Contents creation program in tokyo university. a paper presented at <Contents, Communication, and Interaction: The 1st Communication and Digital Contents Forum> at Seoul National University. hosted by Institute of Communication Research. Seoul National University.
- Wohn, Kwang-yun (2005. 12). Graduate School of Culture Technology at KAIST, a paper presented at <Contents, Communication, and Interaction: The 1st Communication and Digital Contents Forum> at Seoul National University. hosted by Institute of Communication Research. Seoul National University.

2. USC Annenberg School

- <http://annenberg.usc.edu/AboutUs.aspx>
- <http://annenberg.usc.edu/AboutUs/Overview/Technology.aspx>
- <http://annenberg.usc.edu/AboutUs/Overview/Entertainment.aspx>
- <http://annenberg.usc.edu/AboutUs/Overview/PublicInterest.aspx>
- <http://annenberg.usc.edu/AboutUs/Overview/Global.aspx>
- <http://annenberg.usc.edu/images/PDFs/06fs.pdf>
- <http://annenberg.usc.edu/Faculty/Communication.aspx>

애너버그 스쿨 COMM 430 강의계획서

애너버그 스쿨 내부자료

애너버그 스쿨 관계자와 인터뷰, 2006, 11, 3.

3. 동경대 정보학환

- デジタルコンテンツ協會 (2006). 『デジタルコンテンツ白書2006』
 コンテンツ創造科學産學連携教育プログラム (2006). 「コンテンツ教育の理念と実践: 教員
 の手引」東京: 東京大學大學院情報學環・學際情報學府
 コンテンツ創造科學産學連携教育プログラム・教務擔當 (2006). 「履修と手続きの案内, 講義
 一覽; Campus Life & Lecture Series 2006」東京: 東京大學大學院情報學環・學際情
 報學府,
 コンテンツ創造科學産學連携教育プログラム・教務擔當 (2006). 「2006年度第一回コンテンツ
 創造科學産學 連携教育プログラム」(내부자료)
 河口洋一郎 (2006) 「コンテンツ産業と大學の役割」知的財産戰略本部・コンテンツ調査會(資料)
 콘텐츠창조과학산학연계프로그램 홈페이지 <http://content.iii.u-tokyo.ac.jp/>
 도쿄대학 대학원 정보학환·학제정보학부 홈페이지 <http://www.iii.u-tokyo.ac.jp/>

4. KAIST 문화산업대학원

- KAIST(2005). 『문화산업대학원 설립계획서』(KAIST 내부자료).
 KAIST(2006). 『문화산업 고급인력양성 방향과 전망』(문화기술대학원 개원 1주년 워크
 샵 발표 자료집).
 KAIST 문화기술대학원 웹페이지 학사안내자료(<http://ct.kaist.ac.kr/CT2006/new>).
 KAIST 문화기술대학원 GCT531 극장음악과 디자인 웹페이지
 (<http://cc.kaist.ac.kr/2006spring/gct531/>).
 KAIST 문화기술대학원 GCT534 공연기획 및 경영관리 웹페이지
 (<http://cc.kaist.ac.kr/2006spring/gct534/>).
 KAIST 문화기술대학원 GCT551 디지털디자인 웹페이지
 (<http://cc.kaist.ac.kr/2006spring/gct551/>).
 KAIST 문화기술대학원 GCT685 문화벤처창업론 웹페이지
 (<http://cc.kaist.ac.kr/2006spring/gct685/>).

최초 투고일 2007. 7. 15

게재 확정일 2007. 8. 10

Digital Contents Education in Universities

Sugmin Youn

Associate Professor

Department of Communication, Seoul National University

We cannot emphasize the importance of nurturing professional human resources in digital contents who can lead the era of the 21th century digital culture too much. Professional human resources in digital contents indicate those who hold cultural insight, creativity, expertise in state of the art IT and CT technology, and at the same time the content business ability, all together. This study examines the present state of the prototype educational systems in universities that aim to foster these professional experts via analyzing the outstanding cases of the US, Japan, and Korea. More specifically, this study analyzed the digital content related educational systems of Annenberg School for Communication at University of Southern California, USA, the Content Creation Science Program of Interfaculty Initiative in Information Studies (IIIS) at Tokyo University, Japan, and the Graduate School of Culture Technology at KAIST, Korea. These cases reveal quite some differences in terms of the purposes, histories, and operational systems of institutions. Considering these differences, this study tries to induce the implications of each cases and discusses the desirable instructional model of nurturing professional human resources in digital contents.

Key words : digital contents education, Annenberg School for Communication, Interfaculty Initiative in Information Studies (IIIS), Content Creation Science, Graduate School of Culture Technology