

# 지역 콘텐츠를 이용한 OSMU 교육모델 개발에 관한 연구\*

이승환

## 목차

- I. 서론
- II. OSMU 시대의 콘텐츠 교육
- III. 새로운 OSMU 교육모델 개발
- IV. OSMU 교육모델 실험 사례
- V. 결론
- 참고문헌
- ABSTRACT

## 초록

OSMU가 미디어 산업의 키워드로 떠오르고 있지만 정작 어떻게 전문 인력을 교육해야 할지에 대한 대응은 미흡하다. 본 연구는 기존의 OSMU를 바라보는 두 개의 큰 흐름인 경제적 시각과 스토리텔링적 시각의 한계점을 극복하기 위하여 대학 차원의 새로운 OSMU형 교육모델을 제안하였다. 새로운 OSMU 교육 프로그램은 미디어위키를 이용하여 협업으로 지역 콘텐츠를 생산하도록 한다. 이후 만들어진 콘텐츠를 미디어위키, 스마트폰용 앱, 웹 디자인과 멀티미디어형 e-매거진의 소스로 활용하고, 출판과 신문 등의 멀티소스로 활용하도록 설계되었다.

디지털콘텐츠전공이 있는 지역의 한 대학에서 새로운 교육모델을 실제 OSMU 교육에 적용한 결과 큰 무리 없이 진행될 수 있었다. 먼저 미디어위키는 교수와 학생들이 협업으로 지역 콘텐츠를 개발하는데 효과적이었고 그 자체로 온라인 위키 서비스를 제공한다. 안드로이드용 스마트폰 앱은 T스토어를 통해 공식 출시되어 높은 이용자 평점을 받고 있다. 또 개발된 지역 콘텐츠를 활용한 실제적인 웹 디자인이 이루어졌다. 한편 출판을 위한 과정의 과도기로 지역 콘텐츠는 각종 신문의 연재 콘텐츠로 활용되고 있다. 궁극적으로 지역 콘텐츠는 향후 멀티미디어형 e-매거진과 책의 형태로 출판될 예정이다.

콘텐츠의 개발과 동시에 멀티유스 전략을 실행하는 것은 단기간에 성과물을 얻을 수 있는 기회를 제공하였고 이는 학생들의 긍정적인 피드백으로 나타났다. 학생들의 성취감은 소중한 교육적 효과로써 앞으로 더욱 적극적인 참여를 유인하는 동기부여가 될 것이다. 본 논문에서 제안된 교육 프로그램은 향후 더 발전하여 대학 레벨에서 콘텐츠와 미디어 실무 제작능력 배양에 기여할 수 있을 것이라는 가능성을 보여준다. 하지만 지금까지의 경험과 보다 교육학적 이론에 바탕을 둔 발전된 정규 OSMU 교육과정을 개발하는 것은 앞으로의 과제이다.

주제어 : OSMU, 콘텐츠 교육, 어플리케이션, 앱, 위키, 전자출판

\* 이 논문은 2010년도 한림대학교 연구지원비에 의하여 연구되었음.

# I. 서론

## 1. 연구의 필요성 및 목적

최근 스마트폰의 급속한 보급으로 스마트폰용 어플리케이션(Application, 앱)에 대한 관심이 높아지고 있다.<sup>1)</sup> 앱(또는 어플)을 구매하거나 무료로 다운로드 받을 수 있는 소위 앱스토어가 폭발적인 인기를 끌고 있다. 스마트폰은 이제 더 이상 통화만 하는 전화기가 아닌 다양한 서비스를 제공하는 디바이스로 인식되면서 콘텐츠의 중요성을 확인해주는 계기가 되고 있다. 또한 2010년 11월에 국내 출시된 애플사의 태블릿PC인 아이패드(iPad)와 삼성 갤럭시탭의 등장은 새로운 미디어에 맞는 또 다른 콘텐츠 수요를 불러일으킬 것으로 예상된다.

웹(Web)에 이은 이러한 다매체의 등장으로 하드웨어가 아닌 콘텐츠가 미래 미디어시장의 핵심 키워드임을 전문가들은 동의한다. 하지만 콘텐츠 수요는 점점 증가하지만 이를 제작할 수 있는 인력의 수급의 어려움은 업계가 호소하는 문제이다. 양질의 콘텐츠 제작 전문 인력 양성을 교육목표로 하는 디지털콘텐츠관련 학과가 있는 대학에서도 대책을 세워야하는 현실적인 문제이기도 하다. 미디어 융합시대에는 새로운 미디어를 이해하고 이에 적합한 실무 능력을 갖춘 인력이 요구되지만 대학은 미디어 시장이 요구하는 인재를 체계적인 교육프로그램을 통하여 제공하지 못하고 있다고 비판받고 있는 실정이다. 미디어 업계 역시 인력교육을 독자적으로 담당할 여력이 부족한 상태이기는 마찬가지이다.<sup>2)</sup>

OSMU(One Source Multi Use)에 대한 많은 말들은 존재하지만 정작 다매체시대에 대응하여 OSMU 인력양성 방안에 대한 구체적인 논의와 연구는 매우 부족하다. 우수한 인력의 배출없이 OSMU 시대에 국가 경쟁력도 보장할 수 없다. 최근의 미디어 환경의 급속한 변화에 빠르게 대응하는 교육 프로그램의 개발이 시급함에도 불구하고 많은 수의 대학에서 이와 관련한 교육프로그램 개발의 어려움을 호소하고 있다.

경쟁력있는 콘텐츠산업의 발전을 위해서는 OSMU 교육프로그램 개발이 무엇보다 매우 중요한 현실이다. 좋은 설계도 없이 좋은 건물을 기대할 수 없듯이 정교한 교육 프로그램은 교육의 성공 가능성을 높이는데 크게 기여할 것이다. 결국 여건 탓을 하는 것이 아니라 미디어 교육의 주체인 대학이 미디어 변화에 맞는 교육 프로그램을 능동적으로 개발에 나서는 것이 절실하다. 본 연구는 이러한 문제의식 아래 OSMU 시대에 대응하는 대학 수준의 콘텐츠 교육 프로그램을 개발하고 발전시켜 유능한 콘텐츠 개발인력 양성에 기여하는 것을 목적으로 한다.

## 2. 논문의 구성

본 논문은 춘천에 소재한 한 대학이 어떻게 OSMU시대에 대응하는 콘텐츠 개발 교육 모델을 개

1) 애플사의 아이폰은 2009년11월 국내에 출시되었고 삼성의 안드로이드 OS 스마트폰인 갤럭시S는 2010년6월에 출시되었다.

2) 정윤경, 김경희, 2008, pp.1-5.

발하였는가와 그 실행 과정 성과와 교훈에 대한 분석으로 구성되었다. 언론정보학부내에 속한 디지털 콘텐츠전공은 디지털미디어 시대에 창조적인 콘텐츠 전문 인력양성을 교육 목표로 하고 있다.

본 논문은 본격적인 학술 논문의 성격보다는 대학교육이 OSMU 시대에 어떻게 대응하여야 하는 가하는 문제를 풀기 위하여 개발하여 실험한 한 대학의 OSMU 교육의 성과를 분석하는데 초점을 맞추고 있다. 따라서 논문은 OSMU 교육 문제제기와 제안, 실행, 결과의 순서를 분석하는데 초점을 맞추어 다음과 같은 구성되었다.

첫째, OSMU시대의 콘텐츠 개발 교육 프로그램의 한계점이 무엇인지를 분석한다.

둘째, 문제점을 극복하기 위한 대안으로 지역 콘텐츠개발과 이를 OSMU 교육에 접목하는 새로운 교육 프로그램을 개발한다.

셋째, 새로운 OSMU 교육 모델의 실행과정을 분석한다.

결론으로 본 논문에서 제안된 OSMU 교육 모델의 의의와 한계를 토의한다.

## II. OSMU 시대의 콘텐츠 교육

하나의 오리지널 콘텐츠를 소스로하여 다양한 미디어에 콘텐츠로 제작하여 고부가가치를 창출하는 OSMU(One Source Multi Use)는 미디어 시장이 급속히 확대되면서 미디어업계의 화두로 떠오르고 있다. 모든 미디어는 콘텐츠를 필요로 하는데 콘텐츠의 독창성 문제나 현실적인 제작환경 등은 무수히 많은 새로운 콘텐츠를 생산하기 보다는 다른 미디어에서의 재활용이나 변형의 형태로 콘텐츠의 생산과 유통이 이루어지기 때문이다. 현재 미디어 산업계에서 OSMU에 대한 논의는 활발하지만 학문적 연구는 부족한 편이다. OSMU에 대한 합의된 학문적 개념 정의도 존재하지 않는다. 이러한 한계점에도 불구하고 현재 논의되고 있는 OSMU는 크게 두가지 흐름으로 정리할 수 있다.

첫째는 OSMU를 미디어 산업이란 측면에서 마케팅 전략으로 보는 시각이다. 한영림은 원소스 멀티유스는 "하나의 고유자원 콘텐츠(One Source)를 활용하여 이와 관련된 분야에서 다양한 문화상품(Multi-Use)으로 재생산함으로써 부가가치를 극대화하는 산업의 총체적 개념"으로 보고 있다.<sup>3)</sup> 좀 더 구체적으로 성열홍은 원소스 멀티유스를 "하나의 콘텐츠를 서로 다른 장르의 매체에 적용해 경제적 파급효과의 최대화를 도모하기 위한 마케팅 전략"<sup>4)</sup>으로 본다. 이는 디지털미디어의 등장과 다채널의 등장으로 개별 매체별 경계가 허물어지고 콘텐츠의 이동이 자유로워짐으로써 자연스럽게 OSMU가 활성화되게 되었다는 시각이다.

따라서 OSMU의 시너지와 경제적 효과를 염두에 두고 기획 단계부터 영화, 게임, 애니메이션, 캐릭터 등을 고려해 문화 콘텐츠를 개발하는 것이 보편적 추세로 자리 잡고 있다.<sup>5)</sup> 심지어 원작 만화의 리메이크도 OSMU 전략의 하나로 파악할 수 있다.<sup>6)</sup> 미디어 믹스라고도 불리는 OSMU의 중요성은 특

3) 한영림, 2009, p.219.

4) 성열홍, 2010, p.29.

5) 성열홍, 앞의책, p.29.

6) 권재웅, 박승현, 2010.

히 1990년 중반부터 문화산업의 중점 사항으로 간주되고 있다.<sup>7)</sup> 경제적 시각에서 OSMU는 이윤극대화를 목표로 하는 모든 기업 중에서 특히 미디어 기업에 특화된 마케팅전략이라는 입장이다.<sup>8)</sup> 한 가지 주의해야할 것은 OSMU가 모든 국가에서 공통적으로 이루어지는 것이 아니라 각국의 미디어 시장 상황에 따라 서로 다른 역동성을 보인다는 점이다.<sup>9)</sup>

경영학적 입장에서 볼 때 대표적인 가치사슬 구현모델로 평가되고 있는 OSMU는 디지털콘텐츠를 중심으로, 관련 하드웨어산업, 네트워크산업, 유통산업이 함께 발전되어가는 모델로 여겨진다.<sup>10)</sup> 이는 디지털 콘텐츠의 불확실성(uncertainty)를 최소화하기는 투자전략이다<sup>11)</sup> 하나의 콘텐츠를 가지고 최대한의 경제적 이익을 취하기 위한 경험적인 산업전략이 OSMU라는 것이다.

둘째, 미디어 산업보다는 미디어 고유의 미학적 시각에서 OSMU를 보는 시각이다. 이 시각은 하나의 원형 콘텐츠가 다른 미디어에서 어떻게 일관성을 유지하면서도 변형되는가를 예술적 관점에서 분석하는 것을 중요시 한다. 특히 디지털 미디어의 등장에 따른 다양한 미디어에서 스토리텔링이 어떻게 변화하는지를 분석하는 것이 중요 관심사이다. 예를 들면 한혜원은 소설에서 중시되던 인물의 인칭과 시점의 문제보다는 캐릭터가 행동할 수 있는 범위와 캐릭터의 시야가 중시되는 경향이 있다고 본다.<sup>12)</sup>

이 입장은 원천 소스인 스토리텔링과 서사구조에 주목하는 경향을 보인다. 배주영은 스토리텔링의 영화, 애니메이션, 뮤지컬, 게임 등 장르별 유형화를 시도하면서 "각각의 콘텐츠는 한 가지의 스토리 코드를 가지고 다양한 미디어로 변주한다."<sup>13)</sup>고 주장한다. 미디어 미학적 입장의 OSMU 관련 연구는 미디어 전환에 따른 텍스트의 재창작에 관하여 사회윤리학적 분석, 메시지분석, 기호학적 분석 등이 많이 이용된다.<sup>14)</sup>

따라서 이 시각은 원천 소스와 재생산, 재창조된 다른 작품의 비교분석에 노력하는 경향을 보인다. 예를 들면 최근의 한 연구는 만화 <식객>이 영화 <식객>으로 전환된 사례를 연구하였다.<sup>15)</sup> 또 다른 연구는 만화 <타짜>와 영화 <타짜>를 비교하며 만화와 영화라는 미디어가 가지는 공통점에 차이점을 분석했다.<sup>16)</sup> 또 <헨젤과 그레텔> 스토리텔링을 이야기의 확대 재생산으로 분석한 연구는 헨젤과 그레텔 스토리가 어떻게 동화, 오페라, 만화, 영화 스토리로 재탄생하는지를 분석한다.<sup>17)</sup> 또 다른 연구는 문화원형으로서의 설화와 설화 모티프의 애니메이션 콘텐츠 개발에의 이용가능성을 연구하였다.<sup>18)</sup> 또 연극 <이, 爾>가 어떻게 영화로 변화했는가를 분석한 연구도 있다.<sup>19)</sup> 이밖에 소설이 게임과 영화의

7) 권재웅, 박승현, 앞의 논문, p.213.

8) 정부도 'OSMU 킬러콘텐츠 제작지원' 사업을 통해 2009년부터 5년간 4,100억원의 예산을 투입해 5개 이상의 글로벌 킬러콘텐츠를 육성하여 시장매출 7조원, 해외수출 20억 달러, 신규고용 1만명을 창출할 계획이다.(한영림, 2009, p.221) 또한 정부는 그 이전인 2002년, 2003년도 이른바 '스타프로젝트'를 통해 민간의 우수한 원천 소스의 개발 지원하였다.

9) 성요셉, 2007.

10) 한창완, 2003, pp.235-236.

11) 한창완, 앞의 논문, p.239.

12) 한혜원, 2010, p.15.

13) 배주영, 2009, p.39.

14) 최성규, 이화자, 2010, p.91.

15) 박승현, 이윤진, 2010.

16) 최성규, 이화자, 앞의 논문.

17) 김요한, 2007.

18) 이종승, 2010.

소스가 되고 게임이 역으로 영화의 소스가 되는 등 크로스 미디어 현상도 중요 연구 대상이다.<sup>19)</sup>

두 가지 OSMU 접근 시각은 각각 기여하는 바가 크다. 하지만 콘텐츠 제작 교육이라는 점에서 보면 두 가지 시각의 OSMU는 학생들이 괴리감을 느끼기 쉽다는 치명적 약점이 있다. 먼저 산업적 측면을 강조한 OSMU 논의는 대기업, 특히 성공한 다국적 기업의 사례 연구로 집중되기 쉬운 경향이 있다. 우리가 익히 아는 성공한 OSMU 사례는 매우 친숙하게 다가오지만, 역으로 학생들이 실제로 OSMU를 기획하고 더구나 실행하여 경험하기는 불가능에 가깝다. 차라리 교육현장에서 인터넷, 블로그, 소셜 미디어 등 소위 마이크로 미디어<sup>21)</sup>를 이용하여 학생들이 실제로 원천 소스를 생산하고 이를 OSMU로 공급하는 경험을 할 수 있는 기회를 만들어 주는 것이 대기업의 사례연구로 끝나는 것보다 교육적 효과가 클 것이다.

스토리텔링 중심의 OSMU 교육도 현실에서는 문제점을 지닌다. 스토리텔링 중심의 OSMU 접근 방법은 우수한 또는 성공한 작품의 분석에는 유효하지만 이러한 콘텐츠를 만들 수 있는 능력을 지닌 인력을 교육하는 데는 한계점을 지닌다. 즉 스토리텔링 교육의 성과를 일반적으로 예측하기 힘들다는 치명적 단점이 있다. 그것은 이야기의 속성상 독창적이고 예술적인 요소가 반드시 필요하지만 모든 학생이 창조적인 생산물을 내놓기는 힘들다는 현실을 인정해야 한다. 많은 국문과가 소설창작 관련 과목을 가르치지만 모든 수강생이 완성도 있는 창의적인 작품을 쓰기를 기대하기는 어렵다. 이는 연구자나 교육자의 능력 부족이 아니라 창의적인 작품 생산을 목표로 교육하는 모든 예술관련 교육의 영원한 딜레마로 보는 것이 정당할 것이다.

### III. 새로운 OSMU 교육모델의 개발

이러한 제약점들을 극복하기 위해 본 연구에서는 새로운 OSMU 실무 교육모델의 개발의 필요성을 강조한다. 목표는 학생들이 OSMU의 전과정을 실제로 참여하면서 시행착오를 겪으며 "작은 성취"를 이룰 수 있게 해주는 OSMU 실무 교육 프로그램의 개발이다. 이를 위해 학생들이 직접 지역 콘텐츠의 생산과 이의 2차, 3차 변형, 유통 과정을 담당하는 완성적인 형태의 콘텐츠 개발 운영 프로그램을 개발하였다.

현재의 미디어 상황과 교육 여건을 고려해서 다음과 같은 5단계의 과정을 포함한 교육 프로그램을 개발하였다. 처음 단계는 콘텐츠 생산에 필수적인 단계로 꼭 필요하지만 나머지 단계는 실제 교육 현실에 따라 가감이 가능할 것이다. 5단계의 OSMU 선택은 이론에서 도출된 것이 아니라 대부분의 대학의 적용 가능성을 고민한 현실적 모색의 결과로 선정된 것이다.

#### 1. 미디어위키를 이용한 지역 콘텐츠 개발

19) 김다정, 2009.

20) 한혜원, 앞의 책.

21) 명승은, 2008, pp.192-200.

먼저 원천 소스 콘텐츠의 개발을 위한 교육을 위해 "지역 콘텐츠"라는 주제에 주목하였다. 창의적인 새 스토리텔링의 개발과 비교하여 지역 콘텐츠 개발은 여러 가지 장점을 가진다.

첫째, 모든 대학은 지역을 기반으로 하고 있다. 서울 소재 대학들도 서울이라는 지역에 뿌리를 두고 있다. 따라서 특정 지역의 콘텐츠는 해당 지역의 대학과 대학생들이 가장 잘 알고 있다. 새로운 지역을 연구하는 것 보다 자신이 뿌리를 둔 지역사회의 콘텐츠를 개발하는 것이 유리하다. 둘째, 지역 정보는 항상 변화하기 때문에 매년 새로운 내용의 추가와 기존 내용의 업데이트를 경험할 수 있다. 셋째, 개발된 구체적인 성과물은 지역사회 봉사과 기여라는 대학의 사명 중에 하나를 실제로 구현하는 것으로 학생들에게 큰 성취감을 부여할 수 있다.

지역 콘텐츠 생산을 효과적으로 하기 위한 툴로 미디어위키(MediaWiki)를 선택하였다. 미디어위키는 원래 세계적으로 유명한 온라인 백과사전인 위키피디아(Wikipedia)<sup>22)</sup>를 위해 개발된 오픈소스 프로그램이다.<sup>23)</sup> 따라서 미디어위키 플랫폼을 이용하면 현재 위키피디아가 누구나 참여하여 집단적으로 사전내용을 완성해가는 협업방식 그대로를 교육에 응용할 수 있는 장점이 있다. 미디어위키는 누구나 홈페이지<sup>24)</sup>에서 무료로 다운로드받아서 사용할 수 있다. 더구나 미디어위키를 이용한 콘텐츠 생산과정을 공개하면 그 자체로도 온라인서비스가 되는 장점이 있다.

## 2. 스마트폰용 앱 개발

애플의 스마트폰 전용 앱을 구매할 수 있는 앱스토어는 수많은 성공스토리를 국내외에서 만들어 내고 있다.<sup>25)</sup> 한국에서 2010년은 스마트폰의 원년으로 불리고 있다. 이제 바야흐로 모바일 콘텐츠 산업이 크게 부흥하는 시점으로 관련 인력 배양이 필요하다. 미디어위키를 이용해서 개발한 콘텐츠의 두번째 멀티유스로 스마트폰용 앱을 선택한 것은 지역 관련 앱에 대한 사회적, 산업적 수요가 크기 때문이다.

특히 언제 어디서나 관광관련 정보를 이용할 수 있게 하는 유비쿼터스 관광시스템을 구축하면 만족도 높은 지역관광서비스를 제공할 수 있다. 유비쿼터스 관광시스템은 관광콘텐츠의 질적 향상과 더불어 적시적지에 관광객에게 더욱 편리한 정보서비스를 제공할 수 있게 한다.<sup>26)</sup> 타지역 사람들이 가장 관심을 갖는 것은 아무래도 해당 지역에 대한 관광정보임으로 관광정보 콘텐츠를 위한 앱 개발이 무엇보다도 시급한 사안으로 떠오르고 있다.

현재 각 지자체는 스마트폰용 앱 개발에 열중하고 있다. 부산시의 '부산투어 가이드북' 앱, 경기도의 '경기투어', 앱, 충청남도의 '충남투어' 앱 등이 이미 개발되어 무료로 배포되고 있다. 제천시, 봉화군, 영월군 등도 각각 앱을 개발하였다. 충청북도도 한 단계 더 나아가 선진형 관광안내 정보서비스(U-Tourpia) 구축사업에 착수하였다.<sup>27)</sup> 또한 민간 사업자들도 지역 앱 개발에 동참하고 있다. 하나투

22) [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), 한국어 위키피디아는 [ko.wikipedia.org](http://ko.wikipedia.org).

23) 위키라는 개념은 위키피디아, 위키노믹스, 위키플랫폼을 포함한다.(성열홍, 앞의 책, p.167)

24) [www.mediawiki.org](http://www.mediawiki.org)

25) 야마사키 준이치로, 2009.

26) 최석호, 2010, p.200.

27) 충북 선진형 관광안내 정보서비스 사업은 도내 주요 관광지, 문화제, 축제, 추천음식점, 숙박시설, 특산물 등의 문화관광정보와 유명 관광지를 재미있는 이야기 형식으로 안내해 주는 스토리텔링 형식의 콘텐츠의 개발이 핵심이다. 개발된 콘텐츠를 스

어사는 아이폰용 유료 앱인 'Get About 제주'을 개발하여 판매하고 있다.<sup>28)</sup>

### 3. 웹 페이지 제작

대부분의 디지털 콘텐츠관련 전공생들은 기초적인 웹디자인 스킬을 배운다. 따라서 가장 쉽게 원천 소스를 활용할 수 있는 것이 미디어위키로 개발한 정보를 HTML을 이용하여 웹 버전으로 재디자인 하고 운영하는 것이다. 이 과정을 통해서 과제를 위한 과제가 아닌 실제 사회에서 유용한 콘텐츠를 웹디자인한다는 자극을 줄 수 있다.

웹 디자인 교육 현장에서 만나는 한계 중에 하나는 웹 디자인 자체에 집중하다보면 콘텐츠가 부실하다는 점이다. 독창적인 콘텐츠의 개발 없이 디자인을 하다보면 기존의 웹 사이트 콘텐츠를 카피해서 이용하거나 내용을 빈 공간으로 내버려두는 일이 자주 일어난다. 이는 완성도있는 작품을 만드는 것을 방해해서 교육효과를 현저히 떨어뜨리는 부작용으로 나타난다. 자신이 직접 콘텐츠도 개발하고 이를 웹 디자인에 활용한다면 이는 콘텐츠와 디자인 서로의 완성도를 자극하는 장점을 보여줄 수 있다.

### 4. 태블릿PC용 멀티미디어 e-매거진 제작

미국에서 2010년 4월 3일 출시된 애플사의 태블릿PC인 아이패드는 "아이패드 쇼크"라고 불릴 정도로 전 세계적인 선풍적 인기를 얻고 있다. 심지어 아이패드는 기존 신문, 방송, 잡지 시장을 송두리째 뒤흔들 수 있는 잠재력이 충분히 있는 것으로 전문가들이 예상하고 있다.<sup>29)</sup> 2010년 말 거의 동시에 한국 시장에 출시된 아이패드와 갤럭시탭은 전문가들로부터 태블릿PC용 콘텐츠 시장의 활성화에 기폭제가 되리라고 기대를 받고 있다.

태블릿PC용 멀티미디어형 e-매거진을 만드는 기술은 지금 산업계에서 가장 필요로 하는 제작 능력 중에 하나이다. 일반 서적과 달리 e-매거진은 컴퓨터의 멀티미디어 기능과 인터랙티브 기능을 융합하여 새로운 이용자 경험을 창출할 수 있기 때문에 전문가들 사이에서 그 잠재력을 매우 높게 평가받고 있다. 이는 시장 초기에 킬러 어플리케이션들을 먼저 개발하려는 경쟁으로 이어지며 개발자에 대한 수요가 커지고 있다. 아직 본격적으로 e-매거진 콘텐츠들이 시장에 출시되기 이전에 학생들이 실험적이거나 먼저 e-매거진용 콘텐츠를 개발하고 제작할 수 있다면 이는 취업 경쟁력의 향상으로 이어질 것이다.

### 5. 출판

---

마트폰 등을 통해 서비스를 제공할 예정이다. 2010년12월에 착수하여 2011년 11월부터 서비스가 제공될 예정이다. (<http://bigbang.cb21.net/main/section/view?idx=4178>)

28) 하나투어사는 영문판 Get About 제주도도 만들 예정이다. 또한 국내의 관광지에 대한 어플도 추가로 선보일 예정이다.

29) 하야시 노부유키, 2010.

책은 아직까지 여러 미디어 중에서 콘텐츠의 완성도 측면에서 최고의 수준을 보여주는 것으로 간주된다. 학생들과 출판물 목표를 프로젝트로 진행하면 콘텐츠의 완성도를 더 높이는 자극이 될 수 있다. 우선은 실습용 시험판 출판물 시도하지만 업데이트를 통하여 궁극에는 정식으로 출판시장에 책을 내놓는 것을 목표로 한다는 사실을 처음부터 강조해야 학생들의 성취동기를 유지하는데 도움이 된다.

또한 미디어위키로 생산된 콘텐츠는 대학 신문, 교지, 지역 신문, 잡지 등의 콘텐츠로 가공될 수 있다. 단순한 수업을 위한 과제가 아닌 미디어 아웃렛을 처음부터 의식하고 콘텐츠 제작에 임하면 완성도를 높이는데 기여할 수 있다. 미디어 아웃렛 서치부터 연락, 투고, 수정, 게재 등의 전과정을 몸소 겪으면서 성취감을 느낄 수 있는 좋은 기회가 될 것이다.

## IV. OSMU 교육모델 실험 사례

앞서 개발한 OSMU 실무 교육 프로그램의 가능성을 테스트하기 위해 춘천의 한 대학교에서 2010년 가을학기에 프로젝트과목 수업으로 실제 운영을 하였다. 이를 통하여 개선점을 찾고 향후 시행착오를 줄이는 기회를 제공하고자 한다.

### 1. 미디어위키를 이용한 지역 콘텐츠 개발 사례

현재 국내에는 미디어위키 사용법에 관련해서 출판된 책이 전혀 없어서 미국에서 출판된 책을 참고로 초보자가 처음 쉽게 미디어위키를 쓰는 법을 설명한 간단한 매뉴얼을 만들었다.<sup>30)</sup> 미디어위키에 '문서'<sup>31)</sup>를 쓰기 위해서는 먼저 회원가입을 해야 하는데 가입절차는 아이디와 이메일만을 요구한다. 관리자를 제외한 모든 회원은 서로 동등하게 새 문서를 만들거나 기존 문서를 편집할 수 있다. 사진 올리기도 일반 게시판에 사진 올리는 것과 별반 차이가 나지 않을 정도로 쉽다.<sup>32)</sup> 한두 시간이면 미디어위키의 기본 기능을 배우는데 충분하지만 익숙하게 쓰려면 며칠간의 시간은 필요한 것으로 드러났다.

누구나 필요할 때 언제나 접속하여 수정, 편집이 가능한 것은 미디어위키 플랫폼의 가장 큰 매력이다. 하지만 모든 사람이 모든 문서를 작업하면 이는 동시에 약점이 되기도 하는 것으로 나타났다.<sup>33)</sup> 여러 사람이 동일한 문서를 작업하면 아무래도 문체의 일관성 문제가 드러나기 쉽다. 사전에 팀을 편성해서 팀별로 만들 문서를 할당하는 것이 이러한 문체의 문제를 피하고 책임감 부여로 문서 생산에

30) Carter, 2008과 Rahman, 2007을 주로 참고하였다.

31) 미디어위키에서는 하나의 독립된 글(백과사전의 항목과 같은 것)을 '문서'(article)라고 부르며 홈페이지는 '대문'(portal)이라고 부른다.

32) 사진파일올리기를 실행한 후에 사진을 넣기를 원하는 문서의 필요한 위치에 표시만 해주면 화면에 나타난다.(예: [[그림:소양강치녀상 큰사진 201008.jpg]])

33) 미디어위키는 '역사'(history) 메뉴를 제공하여 한 문서의 처음 생성부터 아무리 사소한 편집이라도 모든 기록(작성자/수정자와 작성/수정시간, 편집내용)을 남기고 쉽게 이전 버전으로 되돌리는 메뉴도 마련되어 있다.



더 효율적이었다.

춘천에는 소양강처녀라는 전국적으로 유명한 노래덕분에 세워진 소양강처녀상이 관광명소가 되었다. 미디어위키에서 소양강처녀라는 문서를 편집 모드와 보기 모드로 보면 다음 그림과 같다. 이처럼 미디어위키를 이용하면 협업을 통한 콘텐츠 생산의 톨로도 쓸 수 있고 동시에 하나의 독립적인 콘텐츠 서비스(위키 춘천)로도 제공할 수 있는 장점이 있다. 미디어위키를 이용한 1단계 콘텐츠 생산은 사실은 콘텐츠 생산과 그 결과물의 온라인 서비스를 동시에 실현할 수 있다.



그림 1. 미디어위키 문서 작성/편집 모드



그림 2. 미디어위키 문서 보기

춘천 지역 콘텐츠를 춘천 지역의 특성을 고려하여 우선 5개의 큰 카테고리 나눈다. 5개 카테고리는 '위키 춘천', '관광', '축제', '음식', '카페'이다. 위키춘천은 춘천의 버스, 택시 등 다른 카테고리에 속하기 힘든 춘천 일반적인 내용이 포함된다. 관광은 가장 아이템 수가 많은 것으로 소양강댐, 남이섬, 청평사 등 유명 관광지 및 박물관, 문화재 등을 소개한다. 춘천은 마임축제, 국제연극제, 닭갈비막국수축제 등 주요 축제만 9개가 넘는 축제의 도시이다.<sup>34)</sup> 축제 카테고리는 이러한 축제들을 소개한다. 음식 카테고리는 춘천의 유명한 음식인 춘천닭갈비와 막국수를 소개하고 기타 맛 집들을 안내한다. 카페 카테고리는 춘천의 유명한 카페들을 소개한다.

프로젝트 전과 중간에도 저작권에 대한 교육을 강화했다. 모든 문서(항목)에는 직접 촬영한 사진만을 사용했다. 또한 멀티미디어형 멀티유스에 대비하여 대표적인 문서들의 취재에는 동영상 촬영을 사진촬영에 병행하여 동영상 자료를 확보하였다.

정확한 팩트의 취재와 더불어 춘천 콘텐츠의 생산에서 항상 강조한 것은 스토리의 발굴이다.<sup>35)</sup> 예를 들면 소양강처녀상에 대한 팩트 다음과 같다: "2005년 11월 춘천시민의 날을 기념해 세워진 소양

34) 최석호, 2010, p.207.

35) 충청북도의 지역 콘텐츠 개발사업도 스토리텔링을 중요시한다. 이 사업의 한 분야가 충북 U-Story Tourpia 통합플랫폼(관광통합포털)의 구축이다.

강처녀상은 춘천시가 사업비 약 5억을 들여 춘천시 근화동 소양강변에 건립한 상이다. 청동으로 만든 소양강처녀상은 높이 12m, 국내 최고 높이의 여인상이다." 하지만 일반인이 더 흥미를 갖는 것은 유명한 소양강처녀라는 노래가 춘천에서 실제 인물 때문에 만들어졌다는 스토리일 것이다.<sup>36)</sup>

스토리를 강조한 또 다른 예는 춘천 공지천에 위치한 이디오피아 커피숍<sup>37)</sup>의 역사성과 긴 세월의 스토리이다. 최근 고급 원두커피숍의 유행을 고려할 때 자타가 공인하는 국내 원두커피 전문점 시조가 춘천에 아직도 있고 그 연원이 멀리 6.25전쟁까지 거슬러 간다는 스토리는 이미 이디오피아 커피숍을 다녀갔던 사람이나 아직 모르는 사람에게 모두 매우 흥미로운 스토리일 것이다.<sup>38)</sup> 학생들이 직접 이디오피아 설립자 부부를 인터뷰하고 그 사진도 실었다. 다른 유명한 커피숍들도 필요한 경우 직접 인터뷰를 실행했다. 현장 취재에 드는 교통비, 입장료 등의 비용은 지원이 있었다.<sup>39)</sup>

## 2 스마트폰 앱 개발 사례

스마트폰용 앱의 급부상으로 관심을 받는 기술이 모바일 웹(Mobile Web)이다. 모바일 웹을 활용하면 스마트폰용 콘텐츠를 완전히 처음부터 새로 만들기 보다는 기존의 웹에 구현된 데이터를 활용하여 시간과 비용을 크게 줄일 수 있기 때문에 최근 각광받고 있다.<sup>40)</sup> 따라서 원천 콘텐츠가 있으면 모바일 웹 기술을 응용하며 빠르고 쉽게 스마트폰용 앱을 만들 수 있다.

36) 소양강처녀 노랫말은 춘천이 고향인 가수 지망생 윤기순씨가 반야월 선생을 만나면서 생겨났다. 당시 반야월씨가 가수협회 사람들과 소양강가에 있는 윤씨의 고향집을 방문하게 되면서 소양강 처녀의 역사가 시작된다. 소양강의 아름다운 풍경과 어린 윤씨의 순수한 모습에 깊은 인상을 받은 반야월 선생이 즉흥적으로 시를 메모해 두었고 여기에 곡을 붙여 비로소 소양강 처녀가 탄생했다. 1969년에 작곡된 소양강처녀는 가수 지망생인 김태희씨가 불렀다. 소양강 처녀는 누구나 쉽게 부를 수 있는 멜로디로 많은 사랑을 받았다. 동상 앞에는 노래비가 세워져 있고 버튼을 누르면 애절한 소양강 처녀 노래를 들려주는 음향시설까지 생겼다. 소양강 노래비는 시에서 건설한 것이 아니라 2007년 이원재씨가 자비로 세워 기증했다.('소양강처녀상' 문서에서)

37) 이디오피아 커피숍의 탄생이 역사적인 것은 6.25전쟁부터 연유하기 때문이다. 6.25 전쟁 때 16개 UN 참전국의 하나로 이디오피아가 참전하게 된다. 이디오피아 참전군은 이디오피아 왕이 친히 자신의 근위병 참전을 결정하면서 한국에 오게 된다. 춘천에서 벌어지는 전투에서 수많은 목숨을 잃었다고 한다. 이를 안타까워한 박정희 전 대통령이 이디오피아 참전군을 추모하기 위해 기념비를 세웠다. 기념비는 유엔 한국참전국협회 회장인 지갑중씨를 중심으로 만들어졌는데, 그 이야기를 들은 이디오피아 황제가 기념비가 있던 자리 옆으로 황제의 쉼터인 이디오피아 벳(이디오피아어로 집)을 만들도록 했다.

당시 전쟁 후 경제사정이 좋지 않았던 때라 정부예산이 지원되지 못했고 설립자인 지갑중씨는 자신이 가지고 있는 서울의 집을 저당 잡혀가며 황제의 쉼터를 만들었다. 전쟁 후인 터라 테러의 위협으로부터 황제를 보호하기 위해 그 어떤 건물보다 튼튼하게 지어야만 했고, 그래서 약간 반지하 형태로 구성했다고 하는데 이곳이 바로 "이디오피아 집"이다.

1968년에 개관한 이디오피아 커피숍은 조용이, 김옥희 부부가 작은 집에서 시작했다. 이들 부부는 원래 경상북도 안동에서 교사생활을 하다 당시 서울의 개발을 주도하며 불도저시장으로 불리던 김현욱 서울시장과의 인연으로 춘천에 와서 커피숍을 하게 되었다. 처음엔 장사한다는 생각보다 살림집처럼 이곳을 찾는 이디오피아 사람들에게 식사와 커피, 인삼차를 대접했다고 한다.

이디오피아 벳은 원두커피의 출발지로서 그 맛과 향이 깊다. 초기에는 원두 열매 그대로를 가져와 프라이팬에 볶아서 사용했다고 한다. 1968년도엔 한국에 커피라는 것이 생소할 시기라 커피를 볶는 곳도 없었다. 그래서 주인 김옥희 씨는 직접 원두를 볶아서 커피를 만들었다. 그것이 한국 원두커피의 시작이 된 것이다. 지금도 이곳은 7080세대의 꿈이 담겨 있다. 시간을 거슬러 올라가, 1980년대는 앉을 자리가 없어 바닥에 앉아 커피를 먹었다고 하니 그 명성이 어느 정도였는지 짐작할 수 있을 것이다. 이 커피숍에서 미팅이나 맞선을 보면 사랑이 이루어질 확률이 80% 이상이라는 소문이 있어 전국 각지의 대학생들이 이곳에서 소개팅하기 위하여 문전성시를 이루었다고도 한다. 그 전통을 살리기 위하여 주인 내외분은 장식이나 분위기 등을 그대로 유지하려 노력한다고 한다. 실제로 어떤 분들은 이곳에서 만나 결혼을 하였고, 지금은 시간이 지나 자녀분들을 데리고 다시 오시는 분도 있다고 한다. 시간의 흐름에도 변하지 않고 옛 정서를 그대로 간직한 모습이 사람들을 끊임없이 이끄는 힘이 아닐까 싶다.('이디오피아' 문서에서)

38) 그 밖에 주요 스토리는 다음과 같은 것들이 있다. 왜 춘천닭갈비가 유명한가? 막국수의 막은 무슨 뜻인가? 남이섬은 원래 섬이 아니었다고? 김유정 소설 『봄·봄』이 실제 춘천에서 있었던 일이라고?

39) 태터엔미디어사와 한림대 2010 학생연구프로젝트 지원 사업으로부터 각각 소액의 비용지원을 받았다.

40) Firtman, 2010.

춘천 지역 콘텐츠 앱을 만들기 위해 국내 1위 이동통신업체인 SKT가 안드로이드용 전용으로 만들어 제공하는 "올댓"(all that) 시리즈의 하나로 출시하기로 계약하였다.<sup>41)</sup> 미디어위키에서 일차로 만든 약 50여개의 문서를 텍스트큐브라는 설치형 블로그에 입력하여 일종의 데이터베이스 역할을 하게 하였다. 이 설치형 블로그와 연동되게 안드로이드용 앱으로 프로그래밍하여 "올댓 춘천"이라는 앱을 만들었다. 올댓 춘천에 필요한 기능을 프로그래밍 개발사와 협의하여 개발하였다. 올댓 춘천 앱은 2010년11월8일 공식 출시되었으며, 다른 올댓 시리즈들처럼 SKT의 T스토어나 웹<sup>42)</sup>에서 다운로드 받을 수 있다. 올댓 춘천은 올댓 시리즈 중에서 데이터베이스형으로 개발된 최초의 어플리케이션이다.<sup>43)</sup>

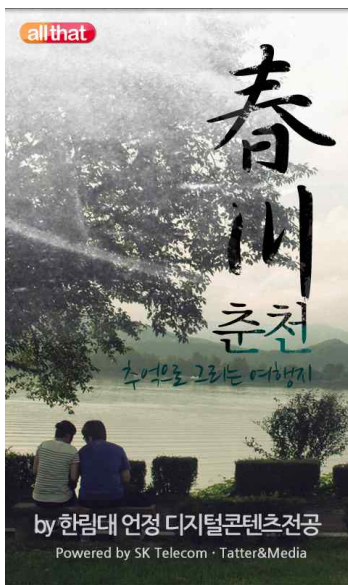


그림 3. 시작 화면



그림 4. 초기 메뉴 화면

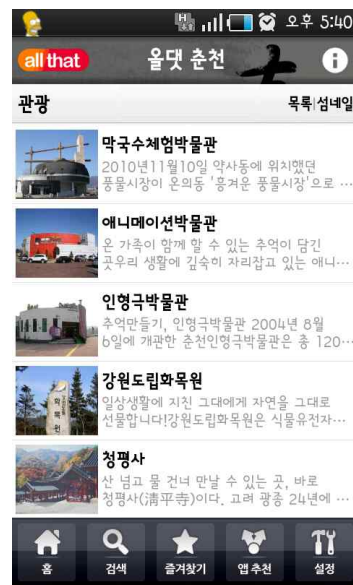


그림 5. 관광 메뉴

41) 블로거 전문 마케팅회사인 태터앤미디어사(www.tattermedia.com)가 SKT를 대행해서 콘텐츠 저작권자와 계약으로 실제 올댓 앱 제작과 출시를 진행한다.

42) www.tstore.co.kr

43) 현재 블로그이 RSS 기능을 연동시켜 손쉽게 스마트폰용 앱을 만들어주는 앱 에디터 프로그램이 공개되어 있어서 블로그 운영자도 쉽게 자신의 앱을 만들 수 있다. (김영환, 김지인, 2010, pp.161-176) 하지만 대규모 홍보와 브랜드 가치를 통한 앱의 다운로드 이는 이동통신사와의 협력이 유리할 것으로 판단된다.



그림 6. 애니메이션박물관



그림 7. 태그 검색 화면



그림 8. 공지천 태그 검색 결과

### 3. 웹 페이지 제작 사례

올댓 춘천에 실리는 문서들을 동시에 춘천 웹 페이지로도 만들었다. 전공생들이 기본적인 웹 디자인 능력이 있기 때문에 콘텐츠를 활용하여 웹 페이지를 만드는 과정은 별 어려움이 없었다. 웹 페이지의 완성으로 이제 춘천 콘텐츠는 미디어위키를 이용한 위키 방식, 올댓 춘천 앱, 춘천 웹 페이지에서 동일하게 이용할 수 있는 멀티유스 시스템을 구축하게 되었다.



그림 9. 춘천 홈 페이지



그림 10. 소양강치녀상 페이지

### 4. 태블릿PC용 멀티미디어 e-매거진 제작 준비

아이패드의 등장으로 전자책 시장은 새로운 전환기를 맞고 있다. 풍부한 미디어 리치 경험을 가능하게 해주는 아이패드는 멀티미디어 개발자들에 새로운 도전이자 기회가 될 것이다. 전문가들은 아이패드를 "궁극의 콘텐츠 소비기기"로 보고 있다.<sup>44)</sup> 이 시장의 잠재력을 인정한 애도브사는 이미 전자매거진 개발 툴을 곧 시장에 내 놓을 예정이다. Digital Magazine Workflow<sup>45)</sup>라는 이름의 개발 툴은 이미 시험판을 공개하고 있다. 동영상과 인터랙티브리티를 지원하는 Digital Magazine Workflow를 이용하면 이미 개발한 추천 콘텐츠를 보다 가치 높은 콘텐츠로 업그레이드 시킬 수 있는 기회이다. 현재는 Digital Magazine Workflow 툴에 대한 정보를 수집하고 있지만 제품이 곧 시판되면 이를 이용해서 실제로 멀티미디어형 e-매거진 제작에 도전할 예정이다.

## 5. 출판 사례

현재까지 완성된 약 50여개의 문서 중에서 주요 내용을 추려서 소책자를 제작 준비 중이다. 일단은 워드프로세서로 간단히 시험판을 만들어 보고 있다. 다음 학기에는 InDesign을 이용하여 본격적인 책 디자인 제작 실습을 계획하고 있다. 이러한 시험판을 거쳐 궁극에는 상업용 출판사를 통한 출판시장에 도전할 예정이다.

출판을 준비하는 한편 학내외 미디어에 콘텐츠를 공급하였다. 먼저 학보사를 통하여 추천의 카페 시리즈 3편을 게재하였다. 격주간지인 강원희망신문에는 강원도 음식기행 시리즈로 추천닭갈비와 막국수를 실었다. 강원희망신문에는 2011년에 애니메이션박물관, 막국수체험박물관, 인형극박물관 등 추천의 박물관 시리즈를 6회 연재하기로 결정하였다. 원고 매수와 지면계약이 있는 신문의 성격과 대상 독자에 맞추어 원천 콘텐츠를 수정, 편집하여 제출하기로 하였다. 또한 신문 연재시 개인의 이름을 저자로 표기하게 하여서 책임감과 함께 보람을 얻을 수 있도록 배려하였다.



그림 11. 대학학보 연재



그림 12. 강원희망신문 연재

44) 김광현, 김성우, 류한석, 명승은, 송재준, 예병일, 이형일, 임정옥, 정지훈, 한영수, 2010, p.34.

45) Adobe사의 Digital Magazine Workflow는 애도브사의 InDesign 소프트웨어와 결합하여 상호작용적인 미디어 리치 콘텐츠를 전자 잡지로 개발하게 해주는 툴이다. 애도브사는 Digital Magazine Workflow를 2010년 안에 출시할 것으로 예고하고 있다. 데모 화면: <http://tv.adobe.com/watch/digital-publishing/introducing-the-adobe-digital-magazine-workflow>.

## V. 결론

OSMU가 미디어 산업의 키워드로 떠오르고 있지만 정작 어떻게 전문 인력을 교육해야 할지에 대한 대응은 미흡하다. 본 연구는 기존의 OSMU를 바라보는 두 개의 큰 흐름인 경제적 시각과 스토리텔링적 시각의 한계점을 극복하기 위하여 대학교의 새로운 OSMU형 교육 모델을 개발하였다.

새 교육 프로그램은 무엇보다도 대부분의 대학이 지니는 현실을 최대한 반영해서 학생들이 성취를 이룰 수 있도록 구성되었다. 먼저 미디어위키를 이용하여 협업으로 지역 콘텐츠를 생산하도록 하였다. 이렇게 만들어진 콘텐츠를 위키, 스마트폰용 앱, 웹 페이지, 멀티미디어형 e-매거진, 출판 등의 소스로 활용하도록 설계되었다.

춘천의 한 대학에서 이 프로그램을 실제 교육에 적용한 결과 큰 무리 없이 진행될 수 있었다. 이는 처음부터 한국 대학 현실을 고려하여 지역 콘텐츠 개발에 집중한 것이 좋은 결과를 가져온 것으로 해석된다. 잘 아는 콘텐츠부터 시작하는 것이 학생들에게도 도움이 되었다고 한다. 또한 콘텐츠의 개발과 수정과 동시에 멀티유스 전략을 실행함으로써 학생들에게 단기간에 결과물을 얻을 수 있는 기회를 만들어 준 것도 적극적인 참여 동기 부여에 기여한 것으로 여겨진다.

본 연구의 가장 큰 의의는 현재 미디어 발달 상황을 고려한 OSMU 교육 프로그램을 개발하고 이를 실제로 적용해 보았다는 점이다. 이번 실험에서 보고된 문제점들을 개선하면 더욱 발전된 OSMU 교육 프로그램으로 발전될 가능성이 큰 것으로 확인되었다. 특히 중요한 것은 학생들로부터 매우 긍정적인 피드백을 얻을 수 있었다는 사실이다. 직접 원천 콘텐츠를 개발하고, 기존 지식과 스킬을 활용하여 체계적인 멀티유스를 실행하는데 참여함으로써 비록 작은 스케일이지만 개인적으로는 큰 성취감을 얻었다는 반응을 보였다. 학생들이 소스가 되는 원천 콘텐츠를 개발하고 이를 멀티유스 콘텐츠로 직접 활용하는 경험은 단순한 경험으로 끝나지 않고 스스로에 대한 "자아효능감(self-efficacy)"<sup>46)</sup>의 증대로 이어져 콘텐츠와 미디어 실무능력 배양에 기여할 것이다.

하지만 이 실험은 프로그램의 실행에 우선적인 초점을 맞추어졌기 때문에 처음부터 충분한 시간을 가지고 체계적인 "교육과정"을 먼저 개발하지 못한 태생적인 한계가 있다. 교육과정은 "학생들에게 전달되고 계획된 모든 활동(planned educational activities)"이라는 포괄적인 개념이다.<sup>47)</sup> 좋은 교수(good teaching)는 "학구적으로 우수한 학생들이 자발적으로 이용하고 있는 인지 수준의 과정을 대부분의 학생들이 활용하도록 만드는데 있다."<sup>48)</sup> 교육이론의 구성주의는 일반적으로 학습자가 지식을 만들어가는 것이 중요하다는 생각을 가지고 있다. 구성주의자는 학습자의 사고과정은 학습되는 것이지만 교수자의 의도가 학습되는 것이 아니라고 본다. 교수는 학습자의 사고과정과 학습자가 세계를 이해하는 방식을 변화시키는 것이다.<sup>49)</sup> 효과적인 교육을 위해서는 어떤 주제의 교육이든 교육과정의 개발이 필요하다.

또 훌륭한 교육과정은 교육 대상에 대한 정교한 파악과 교수학습과정안의 완성도가 높아야 한

---

46) Bandura, A., 2001.

47) 박도순, 홍후조, 2008, p.40.

48) Biggs, 2007, p.20.

49) Biggs, 앞의 책, p.30.

다.<sup>50)</sup>

이 실험에서는 OSMU 교육과정의 경우는 지역 콘텐츠 개발에 어떻게 접근할 것인가, 구체적인 조사(문헌조사, 인터뷰 등)를 어떻게 실행할 것인가, 미디어간 콘텐츠의 동일성 유지와 변형을 어떻게 할 것인가, 집단 활동의 효율성을 어떻게 제고할 것인가 등이 중요한 이슈로 떠올랐다. 하지만 미리 구체적인 교육과정안이 완성되지 못했기 때문에 현실에서는 임기응변식으로 이들 이슈를 대처할 수밖에 없었다. 따라서 지역 콘텐츠 생산과 관련된 일반화된 교육과정을 제시하지는 못했다. 이를 위해서도 OSMU 교육과정<sup>51)</sup> 개발은 좀 더 많은 실험을 거친 후에 좀 더 나은 형태로 발전할 수 있다고 예상된다.

OSMU 교육과정의 개발을 위해서는 타 지역 타 대학에서도 동일한 실험을 하는 것도 이 프로그램의 보편성을 검증해 볼 수 있는 좋은 기회를 제공할 것이다. 또한 지역 콘텐츠 외에 다른 주제의 콘텐츠 개발과 OSMU 교육을 실험해 보는 시도도 필요하다. 일단 다음 학기에도 OSMU 교육실험은 계속될 예정임으로 두 학기의 결과를 보고 이어지는 실험에서는 체계적인 효과분석을 반드시 포함할 필요가 있다.

미디어 콘텐츠 생산의 참여, 공유, 개방을 특징으로 하는 "Web 2.0 시대"는 누구나 콘텐츠 개발 능력이 있으면 전 세계를 상대로 유명해지고, 비즈니스로도 발전시킬 수 있는 세상이다.<sup>52)</sup> 여기에 스마트폰과 태블릿PC가 급속히 보급되면서 전달 수단으로서의 미디어의 희소성을 점점 약해지고 콘텐츠의 가치는 점점 더 커지고 있다. 산업계는 좋은 콘텐츠를 개발하고 OSMU로 기획하고 실행할 수 있는 능력을 지닌 인재를 원하고 있다. 여기서 제안된 OSMU형 교육모델을 앞으로도 발전시켜 향후 OSMU 분야의 발전을 이끌 인재양성에 기여할 수 있기를 기대한다.

## 참고문헌

- 권재웅, 박승현, 「만화산업의 발전과 진흥 사례연구」, 『만화애니메이션연구』, 통권19호(2010), pp.199-224.
- 김광현, 김성우, 류한석, 명승은, 송재준, 예병일, 이형일, 임정욱, 정지훈, 한영수, 『아이패드 혁명: 애플과 태블릿PC가 만드는 라이프 & 비즈니스 쇼크』, 예인, 2010.
- 김다정, 「원작회곡의 OSMU 활용가능성 연구」, 제4회 아시아문화콘텐츠포럼 자료집, 2009, pp.73-77.
- 김영한, 김지인, 『앱 마케팅: 스마트 세상을 지배하는 새로운 아이디어』, 더난출판, 2010.
- 김요한, 「문화콘텐츠로서 이야기의 확대 재생산: <한젤과 그레텔> 스토리텔링을 중심으로」, 『세계문학비교연구』, 제30집(2010), pp.269-288.
- 김재웅, 고민정, 「한국단편애니메이션을 활용한 주제중심 통합교육 모형 연구」, 『만화애니메이션연구』

50) 예를 들면 특정 교육대상자를 대상으로 개발된 미디어 제작 교육과정은 이경래의 연구(2010)와 이꽃송이, 김재웅의 연구(2010) 등 참고.

51) 다양한 교육과정 개발의 구체적 모형들은 신동로, 2003와 박도순, 홍후조, 2008 참고.

52) 김태우, 2008; 명승은, 2008.



- 구』, 통권20호(2010), pp.15-23.
- 김태우, 『미코노미: 웹 2.0과 플랫폼 경제학』, 한빛미디어, 2008.
- 명승은, 『미디어 2.0: 미디어 플랫폼의 진화』, 한빛미디어, 2008.
- 박도순, 홍후조, 『교육과정과 교육평가』, 문음사, 2008.
- 박승현, 이운진, 「만화의 영화로의 전환: 영화 <식객>의 사례 연구」, 『만화애니메이션연구』, 통권 17호(2009), pp.97-115.
- 배주영, 「OSMU를 위한 디지털 스토리텔링 유형학 시론」, "한국만화애니메이션학회 2009 하반기 종합학술대회발표문", 200912월, pp.31-41.
- 성열홍, 『미디어기업을 넘어 콘텐츠기업으로』, 김영사, 2010.
- 송요셉, 「원 소스 멀티 유즈(One source multi use)의 개념적 모델 구성을 위한 시론적 연구: 미국, 일본, 한국의 영상콘텐츠 산업을 중심으로」, 『인문콘텐츠』, 제9호(2007), pp.325-349.
- 신동로, 『교육과정 교육평가 탐구』, 교육과학사, 2003.
- 이경래, 「소년원학교 교수학습과정안 연구: 만화, 애니메이션분야를 중심으로」, 『만화애니메이션연구』, 제20호(2010), pp.105-120.
- 이꽃송이, 김재웅, 「장애아 문화예술교육을 위한 만화콘텐츠 제작에 관한 연구: 전조작기 단계의 정도 정신지체 아동을 중심으로」, 『만화애니메이션연구』, 통권20호(2010), pp.141-157.
- 이종승, 「애니메이션 콘텐츠 창작소재와 전통 민속문화와의 만남: 미셀 오스로의 <키리쿠와 마녀>와 KBS 위성 TV <애니멘터리 한국설화>를 중심으로」, 『만화애니메이션연구』, 통권19호(2010), pp.65-88.
- 정윤경, 김경희, 『융합시대의 고용창출을 위한 산학 연계교육제도 도입에 관한 연구』, 한국방송영상 산업진흥원. 2008.
- 최석호, 2010, 「춘천시 관광자원 연계성 향상」, "한국관광학회 67차 학술심포지움 및 연구논문 발표 대회", pp.185-217.
- 최성규, 이화자, 「만화 <타짜>와 영화 <타짜>의 비교」, 『만화애니메이션연구』, 통권19호(2010), pp.89-112.
- 한영립, 「원소스-멀티유스(OSMU) 콘텐츠로서의 셰익스피어 애니메이션」, 『문학과영상』, 10권 1호 (2009), pp.219-244.
- 한창완, 『OSMU모델의 활성화를 위한 연계산업의 구조매핑연구: 서울애니메이션센터의 인력양성정책과 클러스터 시스템을 중심으로』, 제7호, 2003, pp.229-255.
- 한혜원, 『디지털 시대의 신인류 호모 나랜스』, 살림출판사. 2010.
- Bandura, Albert, *Self-efficacy: The exercise of control*, Freeman, 2001.
- Biggs, John, *Teaching for quality learning at university*, 강현석 역, 『대학교육의 새로운 도전: 교육과정과 수업 혁신』, 경북대학교 출판부, 2007.
- Carter, Richard, *MediaWiki skin design*, Packt Publishing, 2008.
- Firtman, Maximiliano, *Programming the mobile web*, O'Reilly, 2010.
- Rahman, Mizanur, *MediaWiki administrators' tutorial guide: Install, manage, and customize your*

*MediaWiki installation*, Packt Publishing, 2007.

山崎 潤一郎, 『iPhoneアプリで週末起業 : 金なし,コネなしでも,超低リスクで始められる』, 성윤아 역, 『돈버는 모바일 아이폰 앱스토어』, 랜덤하우스코리아, 2009.

林信行, 『iPadショック : iPhoneが切り拓き、iPadが育てる新しいビジネス』, 도현정 역, 『아이패드 쇼크』, 비즈니스맵, 2010.

## ABSTRACT

# **A Study on the Development of a New OSMU Education Model Applying Local Content as a Source**

Seungwhan Lee

OSMU is now one of the most important keywords in the media industry. However, how to educate future media workers who can design and implement OSMU is an unsolved problem to media educators. In order to overcome the limitations of two perspectives of OSMU, namely economic perspective and storytelling perspective, this study propose a new OSMU education model for college students. Beginning with creating local content using MediaWiki, this model consists of five phases of media windowing, including MediaWiki, smartphone application, Web design, multimedia e-magazine for tablet PC, and publication.

A Chuncheon-based university has been experimenting with this new OSMU education program. MediaWiki has played important role for creating local content collaboratively. All That Chuncheon application is now on service via SKT Tstore and Chuncheon Web pages has been designed successfully. Multimedia e-magazine and book publication is under preparation. The experiment has been successful so far, mainly due to the strategic choice of local content as the source of following media window. Also students have been strongly motivated for participating in this OSMU program.

Keyword: OSMU, content education, application, app, Wiki, e-magazine

이승환  
한림대학교 언론정보학부 디지털콘텐츠전공 교수  
(200-702) 강원도 춘천시 한림대학길 39  
033) 248-1937  
internet@hallym.ac.kr

논문투고일: 2010.11.12  
심사종료일: 2010.12.24  
게재확정일: 2010.12.26