http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2012.12.05.125

학생 1인창조기업 육성을 위한 거시적 교육방향 탐색: 실용음악분야를 중심으로

Inquiry on Educating One-person Creative Enterprise by College Students: Based on the Field of Applied Music Education

이승희*, 김건**
동아방송예술대학 공통기초학부*, 동아방송예술대학 영상음악계열**

Seung-Hee Lee(seunglee@dima.ac.kr)*, Kun Kim(kimkun@dima.ac.kr)**

요약

학생 1인창조기업은 내용전문성을 갖춘 청년이나 대학생이 창의적이고 도전적인 아이디어로 부가가치를 창출하는 1인기업을 의미한다. 본 연구는 전문인력양성이라는 교육적 책무성을 가진 대학에서 학생 1인창조기업을 육성하기 위한 방안을 탐색하고자 수행되었다. 특히, 음악콘텐츠산업에 진출하는 예비 음악가들의 창업역량을 개발하는 관점에서 학생 1인창조기업의 교육적 가능성을 도출하였다. 구체적으로 음악콘텐츠산업의 최근동향과 창업역량, 창업교육 관련 선행연구와 문헌들을 토대로 실용음악분야의 거시적 교육방향을 다음과 같이 네 가지 관점에서 제안하였다: 인문학적 통찰력 함양, 창의적 기업가정신 배양, 뉴미디어 패러다임 수용, 인지적 음악도제 활용.

■ 중심어 : | 학생 1인창조기업 | 음악콘텐츠산업 | 실용음악분야 |

Abstract

The focus of the study is to propose a long-term teaching and learning direction of one-person creative enterprise by college students in the field of the industry of Applied Music Contents. Critical review on literature and theories related to the recent trends of Applied Music industry and entrepreneurship education was conducted. The study introduced a macro level of four educational principles of Applied Music studies at a college such as: integrating Applied Music education with a viewpoint of humanities, fostering creative entrepreneur spirits of students in the field of Applied Music, applying new social media and technologies into teaching knowledge and skills of Applied Music, and finally developing students' authentic music expertise under cognitive apprenticeship(by a relationship of mentor-mentee) of Applied Music.

■ keyword : | One-person Creative Enterprise by Students | Music Contents Industry | Applied Music |

Ⅰ. 서론

그동안 국내대학들은 높은 대학 진학률과 고등교육의 보편화로 성장하였다. 그러나 최근 우리사회 전반에서 고등교육의 실효성에 대한 반성의 움직임이 일어나고 있다. 학령인구 감소와 고등교육 수요의 거품 감소, 학벌보다는 능력중심사회로의 변화, 창의적 인재에 대한 요구 등으로 대학사회는 전면적 혁신과 체질개선이

접수번호 : #120306-001
접수일자 : 2012년 03월 06일
심사완료일 : 2012년 03월 30일
교신저자 : 이승희, e-mail : seunglee@dima.ac.kr

라는 도전을 받고 있다. 특히 산업인력양성과 직업교육이라는 책무성을 가지고 있는 전문대학의 경우, 이러한 사회적 요구가 해결해야 할 당면과제로 인식되고 있다.

이와 동시에 문화예술콘텐츠가 차세대 산업동력으로 부각되고 있어 문화예술 특성화를 지향하는 대학들이 많이 생겨났다. 그러나 대부분의 대학들이 창작 테크닉을 가르치는 기능대학 혹은 상업적 학원의 수준에서 크게 벗어나지 못하고 있다. 특히 실용음악(대중음악)은 유행에 민감한 흥행산업으로 간주되어 예술적 자아실현과 사회발전에 기여하는 인재를 배출하는데 현실적으로 쉽지 않다.

또한 최근들어 고용없는 성장, 글로벌 금융위기 및 경제침체로 인해 청년실업문제가 사회적 이슈가 되고 있는 만큼, 학문적 깊이와 순수함을 견지한 상아탑으로서의 기능뿐 아니라[1] 학생창업 혹은 자기고용이라는 관점에서 대학의 교육적 사명을 되짚어볼 필요가 있다.

창업 혹은 자기고용은 심각한 청년실업난의 대안 중의 하나로 사회경제적 변화를 적극 반용하고 있다는 점에서 의의가 있다. 이는 스마트 테크놀로지의 발달과 창조경제로의 전환, 기업 아웃소싱 증가, 소비자의 세분화와 다양한 수요, 개개인의 전문성 중시 등 소규모 청년창업이 활성화될 수 있는 환경적 기반이 조성되고 있기 때문이다[2].

그동안 대학은 창업 활성화 논쟁에서 벗어나 있었고 창업교육에 대해 신중히 고려할 기회가 상대적으로 많지 않았다. 그러나 사회변혁에 따른 예비인재의 역량강화와 고용능력 배양이라는 교육적 사명을 감당하지 못한다면, 대학이 고등교육기관으로서의 사회적 기능을 다한다고 보기 힘들 것이다.

이에 창의적 아이디어와 도전정신을 소셜미디어와 웹마케팅에 담아 새로운 고용을 창출하는 학생창업 혹은 1인창조기업은 문화예술콘텐츠산업에서 실효성이 있을 것으로 기대된다. 상상력과 창의성이 중요시되는 음악뿐 아니라 만화·게임·애니메이션·디지털 영상 등과 같은 무형적 지식콘텐츠 분야는 1인창조기업을 실현하기에 최적이다.

최근 정부정책과 관련 기관의 지원에 힘입어 학생창업 시도가 활발히 이루어지고 있으나, 준비과정이 충분치 않아 실패하거나 창업지원방안이 미흡한 상황이다. 따라서 무분별한 창업이나 창업에 대한 부정적인 인식을 바꾸기 위해서는 체계적인 접근이 필요하다.

이에 본 연구는 대학교육에서 학생 1인창조기업을 촉진하기 위한 방안을 탐색하기 위해 수행되었다. 구체적으로 실용음악분야에서의 창업의 개념을 살펴보고, 학생 1인창조기업을 육성하기 위한 거시적 교육방향을 제안하고자 하였다.

본 연구에서는 다음과 같은 연구절차에 따랐다. 첫째, 본 연구의 목적을 달성하기 위해 문헌연구가 수행되었다. 창조경제, 문화예술, 문화기술(Culture Technology), 음악콘텐츠산업 등 관련 참고문헌 및 기존 연구를 통해 실용음악의 최근동향과 뉴미디어 도입에 따른 사회경제적 변화를 살펴보았다. 또한 창업, 1인창조기업의 의미와 창업에 필요한 핵심역량인 기업가정신의 교육적 가능성을 규명하였다. 둘째, 실용음악 현장전문가 및 교육전문가와의 협의를 통해 실용음악교육의 방향을 재개념화하고 학생창업을 위한 교육적, 비교육적 지원방안에 대해 의견수렴하였다. 마지막으로 선행단계에서 도출된 시사점을 토대로 학생 1인창조기업 육성을 위한 실용음악분야의 거시적 교육방향과 관련 교과목을 도출하였다.

II. 음악콘텐츠산업과 실용음악 교육목표

1. 음악콘텐츠산업 최근 동향

과거 음반중심이었던 음악콘텐츠산업은 음원단위의 유통구조로 빠르게 전환되고 있다. 스마트폰과 애플리케이션 스토어의 보급으로 음악수요가 증가하고 있으며, 음원 유통경로가 '제작사→음원유통사→이동통신사→소비자' 형태에서 '제작자→오픈마켓→소비자' 형태로 단순화되었다[3]. 음원시장 또한 국내 중심의 폐쇄형 구조에서 글로벌 중심의 개방형 구조로 전환되고 있다. 이제는 고객 편의성과 브랜드 파워를 바탕으로 시공간을 뛰어넘는 무한경쟁이 가속화되는 형국이다[3].

또한 사용자 중심 패러다임의 도래로 문화예술콘텐츠 생산 및 소비의 새로운 형태가 출현하고 있다. 이러

한 변화는 기업 또는 창작가에게는 새로운 사업기회가, 소비자의 역할은 프로슈머로 확대되는 등 문화예술콘텐츠산업에 미치는 파급효과가 크다.

더불어 유무선 통신인프라와 문화예술콘텐츠산업간 컨버전스(Convergence)는 산업의 가치사슬체계를 변화시키고 있는데, 이러한 변화는 창작기획, 제작 및 유통배급과정에까지 확대되는 상황이다[4].

과거에 모바일음악 유통구조에서는 수익분배가 복잡했으며 이동통신사가 유통시장을 지배하는 것이 일반적이었다. 그러나 오픈마켓의 등장으로 이동통신사의 모바일 음악시장 장악력이 약화되고, 콘텐츠 제작자(제작사)가 애플리케이션 스토어(오픈마켓)를 거쳐 사용자(소비자)와 직접 연결되는 새로운 음악유통 생태계가 구축되는 현상이 나타나고 있는 만큼, 이에 실용음악교육분야 역시 사회적 변화추이를 고려하고 사용자 니즈와 음악동향을 파악할 필요가 있다

2. 실용음악 교육목표의 재개념화

예술적 자아실현을 중요시하는 순수음악과는 달리 실용음악분야는 수익창출을 고려하지 않을 수 없다. 실용음악교육의 경우, 싱어송라이터, 작편곡가, 연주자, 가수, 음악강사와 같은 음악인재육성과 자기고용 혹은 창업이 가능한 독립 뮤지션 양성에 중점을 둔다. 그러나, 국내대학의 실용음악학과에서 이러한 교육목표를 충실히 달성하고 있는지 되짚어볼 필요가 있다.

졸업 후 인맥을 통한 취직이나 오디션을 통한 선발을 제외하면 실용음악 전공자의 진로는 개인차원의 음악활동에 그치는 경우가 많다. 직업인으로서의 사회진출이 단기 혹은 일용직 수준에 그치는 실정이다. (예비)졸업생들이 음악적 전문성을 갖추면서 사회진출 준비도를 높일 수 있는 교육여건이 조성되지 못한 점도 사회활동에 상대적으로 뒤떨어지는 원인이기도 하다. 따라서 취업과 진로에 대한 새로운 관점과 교육내용 및 방법을 재정립할 필요가 있다.

다행히 스마트기기의 확대보급, 소셜미디어의 등장, 음원중심의 음악시장은 실용음악교육에 새로운 방향성을 제시한다. 즉, 음악학도들이 자신의 음악을 홍보하고 유통할 수 있는 사회적 기반과 테크놀로지 인프라 구축으로 음악교육과 창업과의 연계가 가능하다는 것을 의미한다. 또한, 졸업 후 취업과 진로설정에 어려움을 겪었던 음악학도들이 자신의 음악적 재능과 전문성을 콘텐츠화하고 마케팅함으로써 창직(創職)의 수준까지 나아갈 수 있음을 시사한다.

Ⅲ. 대학교육에서의 학생 1인창조기업

1. 1인창조기업에 대한 개념 이해

문화예술콘텐츠산업은 경제적 가치의 원천인 창의성을 기반으로 한 분야이다. 다른 산업에 비해 창업비중과 고용성장률이 높기 때문에 1인창조기업 육성을 통한 일자리 창출 기회도 높다[5].

창업이라는 용어에는 새로운 사업기회를 발굴하려는 기업가정신이 내포되어 있다. 따라서 창업은 새로운 사업을 기획하고 자원들을 활용하여 상품과 부가가치를 창출하는 비즈니스 활동으로 정의될 수 있다[6].

학생창업, 1인창업을 프리랜서와 유사하게 볼 수 있으나 개념상 다소 차이가 있다. 프리랜서를 하청업자에 비유할 수 있다면, 1인기업은 독창적, 독자적으로 사영영역을 개발, 운영, 구축한다는 점에서 다르다[2].

표 1. 1인창조기업, 창조기업가의 정의[5][7][8]

연구자/기관	개념 정의
중소기업청 (2010)	'지식서비스업 및 제조업(전통식품 제조, 공예품 등) 분야에서 창의적인 아이디어, 전문 기술·지식, 지식재산권을 사업화하는 개인과 개인사업자 또는 법인으로서 대표자를 포함한 종사자가 1명인 기업을 의미함' (p.2)
이장우 외 (2008)	'개인이 창조 또는 가공한 아이디어나 제품을 시장화하려는 비즈니스로서 사회적 파급효과가 큰 미래지향적 사업을 의미함. 특히, 창조산업에 서식하는 창작자, 예술가 등 개인차원에서 이루어지는 비즈니스 활동이 대표적임' (p.11)
강익희 (2009)	'전통적 기업가와는 달리 창조기업가는 창조와 제작을 통해 타인의 생활에 영향을 미치는 능력을 가진 사업가로 새로운 지식노동자 혹은 새로운 형태의 창조계급으로 불림' (p.16)

선행연구를 토대로, 본 연구에서는 학생 1인창조기업을 '창의적 아이디어, 해당분야의 스킬과 지식을 갖춘 청년 혹은 대학생이 독창적인 유·무형의 상품으로 부가

가치를 창출하는 1인 소기업'으로 정의한다.

2. 학생창업을 위한 핵심역량으로서의 기업가정신

21세기 국가와 기업의 경쟁력은 자본보다는 재능에 따라 결정된다. 최근들어 숨겨진 재능을 발휘해 창업할 수 있는 '재능창업'에 대한 논의가 이루어지는 등 창업에 대한 사회적 합의가 자연스럽게 형성되고 있다[9].

학생과 청년들의 재능이 유·무형의 상품으로 창출되기 위해서는 내용전문성 뿐 아니라 여러 역량들이 요구되는데, 그 중에서도 기업가정신은 필수적이다.

기업가정신(Entrepreneurship)은 제한된 여건이나 환경적 한계에 머물지 않고 성장기회를 만들어가는 진취적 사고와 행동을 의미한다[10]. 역량있는 기업가들은 남들과 다른 아이디어를 구현하여 새로운 사업을 창출한다. 기업가 역량을 갖추기 위해서는 창업활동을 이해하고 관련 지식과 스킬, 도구를 갖추어야 한다[11].

한 선행연구[12]의 경우, 1인창업의 성공요건으로 '3E'를 언급하고 있다. 그에 따르면, 전문성(Expertise)은 전문지식, 기술 및 노하우 등의 능력 보유를 의미한다. 실행력(Execution)은 전문성을 기반으로 사업을 추진하는 능력이며, 기업가정신(Entrepreneurship)은 새로운 영역에 도전하려는 가치관이자 태도이다.

결국, 1인기업을 추진하기 위해서는 해당분야의 전문지식뿐 아니라 기획력, 독창성, 실천력, 경영관리능력, 홍보 및 마케팅, 위험감수능력, 변화관리능력 등을 발휘할 수 있는 기업가정신과 관련된 세부 역량들이 수반되어야 한다.

Ⅳ. 학생 1인창조기업 육성을 위한 실용음악교육의 거시적 방향

실용음악분야에서 육성하고자 하는 인재는 인문학적, 예술적, 공학적, 경영학적 식견을 갖춘 문화예술산업인이다. 이들은 문화예술콘텐츠를 창작하고 제작자로서의 전문성을 갖추어 문화예술산업을 리드하는 크리에이터가 되어야 한다. 따라서 실용음악학도들은 창의적 상상력과 문화기술을 융합하여 이 분야의 새로운 장르를 개척할 수 있어야 한다.

따라서 대학은 학생들이 다양한 뉴미디어를 이해하고 창의적 기획능력과 감성적 모티브를 개발할 수 있도록 교육내용을 구성하고 교육방법을 적용해야 한다. 본 연구에서 선행연구 분석, 해당분야 현장전문가 및 교육전문가의 자문을 통해 도출된 시사점을 토대로, 실용음악에서 학생 1인창조기업을 육성하기 위한 네 가지 거시적 교육방향을 제안하면 다음과 같다.

1. 인문학적 통찰력 함양

음악콘텐츠산업의 신진인력을 육성하는 대학은 단순히 기술적 기능습득에 치중하기 보다는 사회와 문화에 대한 통찰력과 비판적 시각, 상상력을 구체적으로 실현할 수 있는 능력을 총체적으로 함양시킬 수 있어야 한다.

그동안 대학의 교과과정은 인문, 사회, 철학적 사유를 바탕으로 표현하거나 다른 사람과 원만히 의사소통할 수 있는 인성과 교양, 자기경영 등, 예비 사회인이 갖추어야 할 필요한 기본적 소양과 교양 함양의 중요성을 간과한 측면이 있다.

또한 생산자이자 소비자인 인간의 본능을 이해하고 문화의 흐름과 미래를 예측할 수 있는 식견을 기르는 것은 모든 분야에서 필수적임에도 불구하고, 그동안 대학에서의 실용음악교육은 인문학적 접근이 미흡했다.

따라서 인문학적 관점을 강화하여 시대의 흐름과 예술을 이해할 수 있는 통찰력과 스토리텔링 능력을 갖춘 창의적 예술가 양성을 주요 교육목표로 설정해야 한다. 구체적으로 리터러시(특히 읽기와 쓰기를 중심으로 한 표현능력), 미디어 분석과 비평을 통해 상상력과 아이디어의 원천인 인문학적 소양을 키워야 한다.

또한 실용음악을 단순한 판매상품으로 보려는 편협된 인식에서 벗어나야 한다. 음악은 인간의 내면세계를 표현하고 타인의 내면을 이해할 수 있는 도구이다. 이러한 개념은 음악가의 삶에 특별한 의미를 부여하고 인문학적 가치를 깨달을 수 있도록 배려된 음악교육과정을 통해 자연스럽게 체득될 수 있다.

2. 창의적 기업가정신 배양

인재양성, 지식창출의 원천으로서의 대학이 지식경

제사회에서 중요한 위치에 있는 만큼, '대학 기업가정신(University Entrepreneurship)'에 대한 사회적 요구가 커지고 있다[10]. 대학 기업가정신은 대학이 교육의 주체, 산학 연구개발의 주체, 창직의 주체가 되어야 함을 의미하는데, 이를 통해, 비로소 대학은 '기업가적 대학(Entrepreneurial University)'으로 한 단계 성장할 수 있다[10].

그동안 많은 대학들은 혁신주체로서의 역할과 기능에 소극적이었다. 그러나 이제는 급변하는 사회경제환경 속에서 대학도 기업가정신으로 도전해야 한다. 이와 더불어 학생들이 졸업 후 단순 용역직으로 머물지 않고 더 높은 단계에 도전하려는 기업가정신을 심어주어야 한다.

결국, 기존 대학교육의 한계를 돌파하여 고등교육기관으로서의 사회적 사명과 차세대 인재양성이라는 시대적 소명에 진정성있게 대응하기 위해서는 기업가정신이 실용음악교육과정에 반영되어야 한다.

3. 뉴미디어 패러다임 수용

전통적 미디어는 대규모의 인력이나 비용구조라는 특성상 사용자가 자유자재로 정보를 가공, 생산, 전파하는데 어려움이 있었다.

그러나 소셜미디어 등 첨단 테크놀로지의 등장으로 누구나 손쉽게 콘텐츠를 생산하고 수익을 창출할 수 있게 되었다. 공유·개방·참여를 주요 정신으로 하는 웹2.0 혹은 웹3.0은 누구나 활용할 수 있도록 사용이 간단하고 접근성이 용이하여 개인 혹은 협업으로 자기 자신을 표현할 수 있는 매개체가 된다.

소셜미디어의 이러한 기능이 미디어를 활용한 1인창업의 가능성을 높이고 있다. 따라서 소셜미디어를 활용하여 학생들이 음악시장으로 진입할 수 있도록 신개념의 음악교육모델을 개발하고 교육내용을 구성할 필요가 있다. 스마트 패러다임을 심층적으로 이해, 활용할 수 있는 능력, 예를 들어 웹 음악콘텐츠기획, 모바일 음악콘텐츠기획과 이를 기반으로 한 창업전략과 마케팅 능력이 이론과 실전을 통해 배양되어야 한다.

물론 첨단 테크놀로지와 소셜미디어에의 노출이 적거나 활용에의 부담을 느낄 수 있는 음악학도들을 고려하여 교육내용의 수준과 난이도를 조정해야 할 것이다. 이를 통해 다양한 미디어에 담을 수 있는 음악콘텐츠를 개발하고 콘텐츠를 시장에 유통시킬 수 있는 능력이 향상될 것으로 기대한다.

4. 인지적 음악도제 활용

1인 창조기업이 단순히 개념이해 수준에 그치지 않고 실용음악현장에 적용되기 위해서는 학생창업활동을 지도할 학습코치가 필요하다. 학습코치는 해당 분야에서 탁월하다고 인정받고 있는 전문가 혹은 교수자를 의미한다. 학생은 인지적 도제(Cognitive Apprenticeship) 기회를 통해 학습코치를 모델링한다. 인지적 도제는 음악전문가에 내재된 암묵적 지식이나 숙련된 스킬을 실제적 상황에서 학생에게 전수하는데 유용하다. 도자기 장인이 견습생을 도제식으로 지도하듯이, 실용음악분야의 명망높은 음악가의 가르침에 따라 스승의 음악적 전문성과 스킬, 인맥을 실용음악분야의 사회문화적 맥락속에서 자연스럽게 체득할 수 있다.

1인창조기업을 준비 혹은 운영하는 학생은 음악가의 수행을 지켜보면서 전문가가 복잡하고 비구조적인 문제를 해결하는 과정을 간접적으로 경험한다. 학생은 장인이자 음악전문가의 스케폴딩(Scaffolding) 즉 교수적 도움을 받으면서 음악연주, 창작 및 프로듀싱 등 음악활동 참여의 폭과 깊이를 단계적으로 넓혀가는 것이 중요하다.

요약하면, 인지적 음악도제는 실용음악현장에서 전문가와 학습자간의 밀착된 교수학습 기회를 통해 전문가를 근거리에서 모델링한다는 점에서 탈맥락적 강의실의 한계를 넘어설 수 있다.

한편, 인지적 도제식 교육은 아직 기본기가 갖추어지지 못한 저학년생이나 전문학사생에게 다소 무리일 수 있다. 그러나 일정수준의 음악적 지식과 스킬을 갖춘 3,4학년 대학생, 창업 또는 전문음악가로서의 활동을 준비하는 전문대학 전공심화과정생에게 유의미한 학습경험을 제공할 수 있다. 위에서 제시한 1인창조기업 육성을 위한 실용음악교육에서의 네 가지 교육방향을 도식화하면 [그림 1]과 같다.

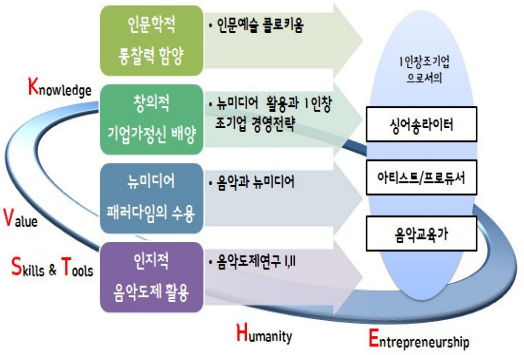

그림 1. 학생 1인창조기업 육성을 위한 실용음악교육의 거시적 방향

아울러 본 연구에서는 도출된 실용음악의 거시적 교육방향에 터해 '인문예술 콜로키움', '음악과 뉴미디어', '뉴미디어 활용과 1인창조기업 경영전략' 및 '음악도제연구 I·II' 등 4개 신규 교과목을 도출하였다. 이들 교과목의 교육목표 및 과목개요는 [표 2]에 제시되어 있다.

표 2. 학생 1인창조기업 육성을 위한 실용음악교육 신규과목 목표 및 개요

인문예술 콜로키움	
교육목표	본 과목을 통해 학생들은 인문학적 관점에서 음악과 문화를 이해하고 감성적 모티브를 개발할 수 있다.
과목개요	음악학도는 음악적 기능뿐 아니라 문화예술인으로서의 사회와 역사, 문화의 흐름에 대한 이해력을 갖추어야 한다. 인문학은 인간의 가치탐구와 표현활동을 대상으로 하는 학문으로, 본 과목에서는 음악을 인문학의 한 범주로 정의하여 음악에 담긴 인문학적 가치와 의미를 논한다. 구체적으로 인간심리 분석, 음악에 대한 철학적 고찰을 통해 음악과 예술이 인간의 의사소통에 어떻게 작용하고 영향을 미치는지에 대한 이해를 높이고 이를 통해 감성능력을 배양한다.
음악과 뉴미디어	
교육목표	본 과목을 통해 학생들은 창의적 발상, 문화와 과학기술이 융합된 문화예술콘텐츠의 특성을 이해할 수 있다. 또한 문화예술콘텐츠 제작과 유통에 최근 널리 활용되는 뉴미디어의 특성을 이해할 수 있다.
과목개요	문화기술은 문화예술콘텐츠의 부가가치를 높이기 위해 콘텐츠 기획, 제작, 유통과정에 첨단 테크놀로지를 접목하는 것을 의미한다. 본 과목에서는 문화예술콘텐츠산업에서 디지털화와 사용자 패러다임 변화를 이해하고 음악학도가 숙지하여야 할 디지털 융합기술과 미디어의 이론과 실제를 이해하는데 중점을 둔다.
뉴미디어 활용과 1인창조기업 경영전략	
교육목표	본 과목을 통해 학생들은 기업가정신, 경영관리 전반에 대한 이해를 바탕으로 문화예술콘텐츠사업과 기업운영방안을 습득할 수 있다.
과목	음악적 지식, 경험, 스킬을 사용하여 창의적 서비스를 제공하
개요	고 하이테크 마케팅으로 수익창출이 가능한 비즈니스 기회를 탐색하고 문화예술콘텐츠산업에서 뉴미디어를 활용한 1인창조기업의 운영, 유통 등 경영전략을 다룬다.
음악도제연구 I·II	
교육목표	본 과목을 통해 학생들은 현직 프로듀서(1인 기업가)와 학생 간의 1:1 도제식 지도로 음악적 지식은 물론 실제와 유사한 학습상황, 전문가의 문제해결과정, 실제적 과제수행(음악연주 및 프로듀싱 등 1인 기업운영)으로 현업적용능력을 배양할 수 있다.
과목개요	음악도제연구는 전통적인 장인과 견습생의 도제와 유사한 방식으로, 인지도 높은 유명 음악가의 교수적 도움에 따라 전문가의 암묵적 지식, 스킬, 인맥을 자연스럽게 체득하는 과정을 경험한다.

V. 학생 1인창조기업 활성화를 위한 제언

대학은 청년들이 미래 기업가로서의 비전을 갖고 개인역량을 키워나갈 수 있는 교육환경이어야 한다. 대학이 새로운 시대적 변화에 부응하는 새로운 직업교육으로 탈바꿈하기 위해서는 창업교육 혹은 창업지원이 개인차원의 노력에 국한되지 않도록 체계적, 체제적 관점에서 접근해야 한다. 대학에서의 학생 1인창조기업 활성화 방안을 제안하면 다음과 같다.

1. 학생 1인창조기업 육성을 위한 교육내용의 체계화

선행연구에서 지적한 바 있듯이, 창업교육은 단순한 실무가 아니므로 경영관리와 관련된 수준높은 교육내용들이 필요하다[13]. 또한, 1인창조기업에서 수행되는 여러 활동은 일반 기업들에 적용되는 경영관리와는 다를 수 있으므로 이를 고려하여 교육내용에 반영하는 것이 바람직하다.

특히, 전문대학의 경우 학생수준에 비해 강사의 눈높이가 높아 발생되는 불만족이, 4년제 대학에서는 획일적 창업 교육 프로그램에 대한 불만족이 높다고 지적되고 있는 만큼[14], 각 대학이 가진 고유의 특성과 특성화된 분야를 고려하여 창업 교육내용과 수준을 개발할 필요가 있다. 아울러 비정규 교육과정뿐 아니라 정규 교육과정을 통해 창업마인드 형성에 학생들이 자연스럽게 노출될 수 있도록 한다.

2. 학생 1인창조기업 육성을 위한 교육방법의 다양화

실용음악을 포함한 대부분의 교육이 교수자 주도의 지식전달 패러다임이 이루어졌다면, 학생 1인창조기업 육성을 위한 교육은 현실적 맥락에 터한 실제적 문제해결 패러다임 관점에서 접근되어야 한다.

기업가 역량을 함양하는데 유용한 교수법으로 실맥락적 문제해결, 학습테크놀로지를 활용한 교수학습방법 등을 꼽을 수 있다[11]. 이들 교수법의 핵심은 학생들의 자기주도적 활동과 성찰, 실제 문제상황에서의 해결능력을 강조한다. 또한, 현장적용능력 배양을 위해 현장학습, 사례연구, 체험학습, 인턴십, 팀티칭 등의 교육방법 역시 고려할 수 있다[15].

예를 들어, 교수자가 제공하는 온라인 혹은 오프라인 협력학습공간에서 학생들은 실제환경에서 경험하는 과제 혹은 문제를 팀프로젝트 형태로 수행함으로써 실제와 유사한 경험을 구성한다. 학생들이 만들어 낸 활동결과물, 즉 음악 저작물과 출판물은 자신 혹은 팀 수준의 브랜드로 확대될 수 있다. 활동중심의 액션러닝(Action Learning)과 학생이 실제적 문제를 해결하는 문제중심학습(Problem-Based Learning)이야말로 기업가정신 함양과 1인창조기업의 운영방식을 배양하는데 적절한 교육방법 중의 하나이다.

3. 학생 창업을 위한 대학문화 활성화

학생창업은 일시적 특강과 같은 창업강좌 개설로 활성화되기 어렵다. 대학에서 창업을 장려하는 문화를 창출하기 위해서는 취업을 가이드하는 취업지원센터이외에 1인창조기업지원센터 혹은 창업보육센터 등 별도의 기관 운영방안을 고려해 볼 수 있다. 이는 여러 선행연구들[14][16][17]도 제안한 바 있고 여러 대학에서 운영해 오고 있으나, 여전히 관련 부서의 설치와 운영이 미약한 수준에 머물고 있다. 향후 1인창조기업지원센터에서는 창업과 관련된 다양하고 실용적인 정보와 자원이외에도 창업을 준비하는 학생 혹은 예비창업가들이 겪는 고충과 어려움을 해결할 수 있는 적시적 도움을 제공해야 한다.

나아가 학생들이 개발한 아이템의 상품화를 장려하고 창업경험이 축적된 교수자가 지도하고 모니터링하는 체험형 창업수업을 고려해 볼 수 있다[18]. 또한 창업동아리 활동을 학점으로 인정하거나 창업관련 강좌를 확대 개설하는 등 교내에 창업문화 형성과 분위기 확산에 노력해야 한다[18].

최근 정부차원에서 대학이 학생창업의 요람으로 거듭날 수 있도록 대학창업지원사업이 추진되고 있다. 창업동아리 활동을 물리적, 경제적으로 지원하고 분야별 창업 교과목 개설과 학점인정, 창업지원 교육프로그램 및 창업촉진 아이디어 경진대회 등 다양한 시도와 노력들이 '산학협력 선도대학 육성사업(LINC: Leaders in Industry-University Cooperation)' 평가지표에 반영되는 만큼, 이에 대한 대학의 적극적인 대응이 필요하다. 결국 창업을 단순히 취업의 대안으로 간주하는 기존의 제한된 시각에서 탈피하는 대학 내외 인식과 변화관리가 요구된다.

Ⅵ. 결론

본 연구는 전문대학에서 학생 1인창조기업을 활성화하기 위한 기초연구의 형태로 수행되었다. 음악콘텐츠 산업 동향, 소셜미디어의 등장, 대학에서의 창업교육 등을 통해 학생 1인창조기업을 육성하기 위한 실용음악 교육방향을 모색하고자 하였다.

그동안 대학교육과 창업은 별개의 것으로 간주하는 경향이 있었다. 따라서 학생창업 유도가 자칫 대학에서 학생이 본연의 업(業)인 학업보다 창업을 부추기는 부정적인 모습으로 비춰질 수 있다. 그러나 대학교육을 통해 학생들이 창업에 필요한 진취적인 가치관을 형성하고 전문 지식과 스킬을 습득하여 사회에서 핵심인재로 성장할 수 있다면, 그것이야말로 학생-대학-사회가 상생하는 길일 것이다[6].

결국, 청년과 학생들이 창의적 아이디어를 창출하고 도전하는 창업문화는 대학과 사회가 함께 주도해 나가야 한다. 학생창업을 지원하기 위한 대학차원의 교육적 지원, 제도적 지원 방안과 노력을 통해 대학생의 창업

성공경험을 공유하고 동시에 직장에서 인정받는 취업 인재를 배출할 수 있을 것이다[18].

강조하건대, 학생들이 1인창조기업가로 거듭나기 위해서는 대학교육과정, 교수학습지원, 진로설정과 창업활동이 상호유기적으로 연계되어야 한다. 특히 학생창업역량은 단시일에 형성될 수 있는 것이 아닌 만큼 창업관련 다양한 교수학습지원이 이루어지고 창업을 위한 체계적 지원과 관리가 이루어진다면, 학생들은 대학 학업을 수행하면서 자신의 전문성을 갖추어 사회에 진출할 수 있을 것이다.

본 연구는 실용음악교육분야에서의 학생 1인창조기업 육성의 가능성을 살펴보았다. 본 연구를 토대로 학생창업과 대학에서의 창업문화를 활성화하기 위한 심층적 연구개발, 실험적 도전, 그리고 꾸준한 학문적 탐구가 수행되기를 기대한다.

참 고 문 헌

[1] 최윤선, "시장중심 무용학과 교과과정 모형 개발 제안", 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제1호, pp.254-264, 2012.

[2] 김선진, "1인 창조기업 유형 분석 및 성공전략 연구: 디지털 콘텐츠 분야를 중심으로", 디지털디자인학연구, 제10권, 제1호, pp.69-77, 2010.

[3] 두일철, *모바일 기반 콘텐츠산업의 이용자 중심구조 변화에 관한 연구*, 한양대학교 박사학위논문, 2011.

[4] 김재영, 고정민, 김미현, 김영덕, 백원근, 최세경, 홍유진, *디지털 융합에 따른 문화콘텐츠산업의 가치사슬 변화에 대한 연구*, 문화체육관광부 연구보고서, 2007.

[5] 강익희, *1인 창조기업 지원정책의 해외사례 분석과 시사점*, 한국콘텐츠진흥원 포커스, 2009.

[6] 박윤희, *성인 창업교육 프로그램 개발 모형 구안*, 한국직업능력개발원 연구보고서, 2002.

[7] 중소기업청, *1인창조기업 지원사업 관리규정*, 2010.

[8] 이장우, 구문모, 심상민, 이준호, 황종환, *1인창조기업 육성전략*, 문화체육관광부 연구보고서, 2008.

[9] http://www.weforum.org/

[10] 배종태, 차민석, "기업가정신의 확장과 활성화", 중소기업연구, 제31권, 제1호, pp.109-128, 2009.

[11] 박수홍, "Entrepreneurial Competence 강화를 위한 Blended Learning Service 모형개발", e-비즈니스연구, 제10권, 제4호, pp.277-297, 2009.

[12] 이갑수, *일자리 창출의 틈새시장 : 1인기업*, 삼성경제연구소 심포지움(고용경색 터널, 출구를 찾아서)자료집, 2009.

[13] 양한수, "한국 대학 창업교육과정 설계모형에 관한 연구", 산업경영, 제34집, pp.63-86, 2003.

[14] 박동, 김안국, 황규희, 이종선, 이봉주, *청년 지식기술 창업 연구*, 한국직업능력개발원 연구보고서, 2010.

[15] 한길석, "창업교육 체계화 방안에 대한 연구", 경영교육논총, 제47집, pp.379-405, 2007.

[16] 이공래, *청년실업 해소를 위한 대학의 1인창조기업 창업 촉진 방안*, 과학기술정책연구원 연구보고서, 2010.

[17] 장원섭, 박윤희, 박홍석, *전문대학 창업교육 체계화 방안 연구*, 교육부 연구보고서, 2000.

[18] http://news.unn.net/news/articleView.html?idxno=104290

저 자 소 개

이 승 희(Seung-Hee Lee) 정회원

- 1993년 2월 : 성심여자대학교 영어영문학과(문학사)
- 1999년 8월 : 서강대학교 교육대학원 교육공학전공(교육학석사)
- 2003년 2월 : 한양대학교 교육공학과(교육학박사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 동아방송예술대학 공통기초학부 교수

<관심분야> : e-교수학습 설계, 지식경영, HRD

김 건(Kun Kim) 정회원

- 2000년 12월 : Berklee College of Music Contemporary Writing & Production, Film Scoring(음악학사)
- 2003년 1월 : New York University Composition(예술석사)
- 2011년 3월 : 한양대학교 문화콘텐츠학과 박사과정
- 2006년 3월 ~ 현재 : 동아방송예술대학 영상음악계열 교수

<관심분야> : 실용음악, 문화콘텐츠, 진로개발