

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2015.1.4.45>

JCCT 2015-11-5

예술대학의 『교육과정의 국제 통용성 확보』를 위한 실제

A Study on an Actual Practice of “International Availability of a Curriculum” in College of Arts

김혜진*, 장청옥**

Hye-jin Kim*, Chung-ok Jang**

요 약 문화는 소통이다. 전 세계가 온라인을 통하여 동시대적으로 소통하는 가운데 교육의 국제적 통용성이 대두되고 있다. 특히 유튜브를 비롯한 소셜미디어는 의도하지 않았다 하더라도 온라인 강좌의 시대를 열었고, 이것은 예술대학을 비롯한 교육과정이 국제 통용성 시대에 발맞춰야 함을 부각시켰다. 본 연구는 교육과정의 국제화를 확보하고 있는 국내외 전문인 프로그램을 포함하였다. 미디어·예술 교육과정의 국제화를 통해 관련 국제 산업체의 기술진보를 학습자의 요구에 맞추어 교육하는 맞춤형 전문적 교육기관으로 예술대학의 위상을 제고하였다. 동시에 전임교원이 시대의 흐름에 맞는 국제적 전문성을 확보 프로그램으로 개발할 수 있도록 제언하면서 소셜 미디어를 통한 교육산업의 패러다임의 변화가 교육 과정의 국제 통용성 확보의 이유가 될 수 있다고 예견한다.

주요어 : 국제적 통용성, 교육과정, 예술대학, 소셜 미디어

Abstract Cultures mean communication. With the whole world communicating online simultaneously, international availability has also been required in education. Especially the social media including the YouTube has opened a new age of e-learning, if not intending to do so, and the curriculum of a college or a university has kept up with the needs of our time. This study contains domestic and international professional programs equipped with internalization of a curriculum. It has suggested a role of college of arts as a customized and specialized institution which offers students advanced skills of related international industries through an internationalization of a curriculum of media and arts. It also suggests that full-time faculties need to develop a program to secure an international expertise. It can be concluded that a shift of paradigm towards education industry through social media contributes to needs to secure an international availability of a curriculum.

Keywords : International Availability ; Curriculum ; College of Arts ; Social Media

I. 서 론

본 연구는 『교육과정의 국제적 통용성 확보』 연구를 위한 학문적 배경 고찰로 산학협력 중심의 국제적 통용성의 확보된 교육체제를 구축하여, 현장에서의 경쟁력과

함께 글로벌 리더십을 갖춘 인재를 양성하기 위한 예술대학교 교육과정의 국제통용성 확보를 위한 기초 개발 연구다. 창의 산업의 글로벌 리더 양성과 21세기 문화·예술·미디어 환경을 창조적으로 개척해 나아갈 글로벌 리더를 육성함으로써 세계인의 보편적 가치 신장에 이바

*정희원, 동아방송예술대학교 공연예술계열 (교신저자)

**정희원, 고려대학교

접수일자: 2015년 4월 20일, 수정완료일자: 2015년 9월 12일
게재확정일자: 2015년 10월 15일

Received: 20 April 2015 / Revised: 12 September 2015

Accepted: 15 October 2015

*Corresponding Author: hismankim@hanmail.net

Division of Performing Arts, Dong-Ah Institute of Media and Arts

지하는 해외 교육 사업 진출을 통한 국제적 역량과 통용성을 갖춘 글로벌 대학으로 성장하기 위해 교육 과정의 국제 통용성 확보를 위한 연구가 필요하다.

II. 본 론

1. 국제적 통용성

2013년 10월 개정된 자격기본법 제3조에 따르면 국가 및 민간자격관리자는 자격제도를 관리·운영함에 있어서 1) 국가직무능력표준에의 부합, 2) 자격체제에의 부합, 3) 교육훈련과정과의 연계, 4) 산업계 수요에의 부응, 5) 평생학습·능력중심사회 정착에의 기여, 6) 자격 간의 호환성과 국제적 통용성의 확보의 필요성을 요구하고 있다.

교육과정의 국제적 통용성 연구를 위해서는 학교의 특수성을 고려한 교육과정의 목적과 방향에 적합한 '자격'을 갖추고 교육과정과 전문성에 맞는 국제적 통용성의 확보해야 할 것이다. 방송예술대학교의 경우 방송예술이라는 문화 선도와 예술 창작을 위한 교육과 현장 실습과 실천과의 연계성의 측면에서 타 대학들과의 차별성이 있으므로 그 '자격'의 개념에 있어 기술 자격과 전문성의 측면에서 다양하고 복잡한 종합적 특성을 이해할 필요성이 있다.

1) 대학의 다양화와 특성화

정부는 사회 각 분야가 요구하는 다양한 능력과 자질을 갖춘 인재를 양성하기에 알맞은 다양한 프로그램으로 구성된 대학모형을 대학 스스로가 자율적으로 설계 운영하도록 유도하고 있으며 각 지역의 특수성에 알맞도록 대학을 특성화하고 다전공 복합학문 연구가 가능하도록 하고 있다.

①학자가 되고자 하는 학부과정 학생을 위해서는 특정 학과 소속되지 않고 학생이 자유롭게 폭넓은 교육을 받게 하는 대학(미국의 University College), ②사회가 요구하는 각 분야의 관리자를 위하여 몇 개의 학문 분야를 복합적으로 구성하여 전공케 하는 대학(영국의 옥스포드 대학의 PPE(Philosophy, Politics & Economics), EEM(Engineering, Economics & Management), ③특정분야 전문가 양성(건축학 등)에 필요한 전문교육에 치중하는 대학, ④음악과 미술 연주 비평 등의 예술교육에

있어 그 특성에 따라 다양한 교육과정을 운영하는 대학, ⑤산업현장에 종사할 기술자를 양성하기 위하여 현장과 연계된 교육 프로그램을 운영하는 대학, ⑥학생은 학부 또는 학과에 소속되어 있으나 전공이수학점을 총 이수학점의 1/4에서 1/6의 수준으로 최소화하여 학생이 원한다면 전공 복합학문 연구가 가능한 대학 등을 대학모형의 예로 들고 있다.[1]

예술 대학은 문화예술 전문가 육성과 현장과의 밀착성을 고려해야 한다. 전문적이고 세부적인 지식과 함께 보편적인 교양 지식을 함께 요구하며, 다양한 분야의 전문성을 토대로 타 학문, 타 장르의 이해와 협력을 통해서만 음악, 방송, 드라마, 연극, 뮤지컬 등의 종합예술이 탄생하기 때문이다. 더 나아가 문화예술 전반에 참여하여 새로운 문화 형성으로 사회에 지대한 영향을 미치기 때문이다. 특수성과 보편성, 개별적 전문성과 종합적 특성 어느 것도 소홀히 할 수 없는 이유이다.

2) 문화예술 교과과정

문화예술진흥법에서는 문화예술을 '문학, 미술, 음악, 무용, 연극, 영화, 국악, 사진, 건축, 어문 및 출판'으로 정의하고 있다. 문화예술교육진흥법(안)에서는 문화예술을 문화예술진흥법, 문화재보호법, 문화산업진흥기본법에 규정한 내용을 전체적으로 포괄하여 '문학, 조형예술, 공연예술, 전통예술, 문화유산, 문화산업, 생활문화 등'으로 정의하고 있다. 문화산업에 대해서는 '문화예술의 창작품 또는 문화예술용품을 산업의 수단에 의하여 기획, 제작, 공연, 전시, 판매를 업으로 영위하는 것'이라고 정의하고 있다.

문화화산업진흥기본법에서는 '문화상품의 기획, 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업'으로 더 구체적으로 ㉠영화와 관련된 산업, ㉡음반, 비디오물, 게임물과 관련된 산업, ㉢출판, 인쇄물, 정기간행물과 관련된 산업, ㉣방송영상물과 관련된 산업, ㉤문화재와 관련된 산업, ㉥예술성, 창의성, 오락성, 여가성, 대중성(문화적 요소)이 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 캐릭터, 애니메이션, 디자인, 광고, 공연, 미술품, 공예품과 관련된 산업, ㉦디지탈문화콘텐츠의 수입, 가공, 개발, 제작, 생산, 저장, 검색, 유통 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업, ㉧그 밖에 전통의상, 시품 등 대통령령으로 정하는 산업으로 설명하고 있다.[2]

문화예술 교육은 예술을 통한 교육으로 지식교육은 물론 인성교육과, 문화예술 전반의 기술과 창작의 모든 과정을 포함하는 종합적인 교육이며 그 대상이 학생에서부터 시작해 전 국민에 이르기까지 그 영향이 상당히 크고 미치는 범위도 한정하기 어렵다.

문화예술의 결과물들은 기본적으로 수용자와의 소통을 전제로 한다. 문화는 대기와 같아서 창작자와 수용자 모두를 포함하는 대기와 같고 서로 상호작용하며 문화적 잠재력을 일깨운다. 그러므로 대학의 교육목표에 알맞은 국제적 역량과 국제적 통용성을 갖출 수 있기 위해서 예술대학이 중점적으로 고려할 것이 있다.

① 예술대학 교육과정의 특수성

예술대학의 경우에는 전문지식의 함양과 연구, 이론과 실습의 균형, 현장실습, 타 전공과의 연계성을 통해 개인의 자격과 역량을 기르고 전문화하는 과정이 자연스럽게 형성되어 교육과 실습이 취업으로 이어질 때 곧바로 문화예술 분야 전반에서 그 역량을 발휘하게 된다. 별개로 존재하는 학부와 학과에서는 각각의 역할에 맞는 이론과 실기를 병행한 전문적 지식을 습득하도록 한다. 하지만 각자의 전문성만을 고집하면 숲을 보지 않고 나무만 보는 식으로 개인의 전문적 지식과 자부심이 더 큰 계획에서 제 역량을 발휘하지 못한다. 조화롭고 완성도 있는 문화예술 작품을 창조하는 것은 물론 장기적으로 문화예술의 발전을 지체시키거나 저해하는 요인이 될 수도 있다. 그러므로 각각의 전문인들이 음악, 공연, 방송이라는 작품성 있는 성과물을 내기 위해서는 전문성에 기초한 더 큰 안목과 이해력, 종합능력과 상호협력이 필수적이다. 기획에서 작품 완성까지 시장 창출에 이르는 전반적인 이해와 시나리오 창작 및 시나리오 해석 능력과 비판 능력을 키워 모방에서 벗어나 새로운 해석과 변화를 모색하기 위해서도 다양한 형식의 종합적, 통합적 수업 모형들이 요구된다. 그러므로 개별학과의 전문적 지식은 더 큰 하나의 기획 속에 최대의 효용성을 낳고 현재 문화산업의 흐름을 꿰뚫고 새롭고 창의적인 변화의 흐름을 만들어낼 수 있도록 구성 되어야 한다.

문화예술이 종합예술인 것은 분명한데 실전과 실기의 중요성에 비해 그 콘텐츠에 해당하는 배경지식과 문화과 문화에 대한 지식이 간과되기가 쉽다. 하지만 양식과 기술만으로 내실 있는 작품을 완성할 수 없다. 또한 문화는

지속적으로 변화하고 유동적이다. 수용자는 다양하고 수용자 역시 변하므로 하나의 확고한 전문적 위치란 있을 수 없고 끊임없이 수용자의 욕구와 시대를 읽을 수 있는 노력과 열린 태도를 기르는 것이 중요하므로 교양교육의 중요성을 빼놓을 수 없다.

마지막으로 세계화 도구로서의 언어의 중요성이 있다. 문화예술은 대중 전반에 재미와 감동을 주고 사회문제에 관심을 갖도록 유도한다. 필요한 정보를 주고 생활방식의 변화를 촉구하고 더 나아가 사회 전반에 영향을 미친다. 그 경계는 이제 대한민국을 넘어서 한류라는 길을 닦았으므로 우리가 만들어 소통하는 것은 결국 대한민국을 브랜드로 하는 문화예술이다. 그러므로 한국적인 특수성과 세계인의 관심과 기호를 아우르는 보편적 특성이 잘 어울릴 수 있도록 노력해야 하며 온전히 잘 전달하기 위해서는 언어 실력의 향상이 중요한 역할을 할 수밖에 없다. 때문에 인문학 지식과 함께 영어 능력을 갖추도록 교육하고 있다.

② 문화산업의 사회적 책임

예술대학이 기르고 육성하는 것은 문화예술의 전문가들이다. 우선 계산 가능한 단기 이익은 차치하고 사회 전반의 분위기와 트렌드를 주도하고 사회 문제, 시민 의식 함양, 건강한 정신, 행복한 사회를 형성하는 문화에 참여하고 새롭게 형성하고 선도하는 것이다. 그러므로 문화예술인을 양성하는 교육과정은 음악, 공연, 방송 프로그램 하나를 만들어내는 과정과 기술을 단순히 전달하는 것에 그치지 않는다. 학생들은 공연, 음악, 예술, 광고, 연출 및 경영에 이르는 다양한 방면의 전문 분야에서 개인의 꿈과 열정을 펼쳐나간다. 일차적으로는 학생들을 방송기술, 방송통신, 미디어콘텐츠, 영상제작, 방송보도 및 제작, 방송극작, 광고제작, 디지털영상디자인, 공연예술, 영화, 음향, 무대미술, 실용음악, 방송연예, 패션스타일, 엔터테인먼트 분야의 전문가들로 길러내는 것이 목적이다. 다양한 전문가들의 협력으로 대중문화 예술을 이끌고 있다.

각 분야의 전문인으로 예술문화 현장에서 방송, 음악, 공연에서 작품 하나, 유명한 하나를 배출하는 것이 아니라 대중과 사회에 지대한 영향을 미치는 의미 있는 역할을 맡는다. 그렇기 때문에 하나의 일자리와 개인의 성공 못지않게 학생들에게 갖추주어야 하는 것이 전문지식과 함께 보편적인 배경지식과 비판정신, 개방성, 자유와 평

등, 윤리적 가치를 추구하는 인성, 심미감각이다. 현장에서 빛을 발하는 실무능력을 갖춘 리더십, 글로벌한 환경에 적응할 수 있는 글로벌 마인드를 배양할 수 있도록 보편적 배경지과 교양과 함께 다양한 교과과정을 제공하여 전인적 품성을 지닌 방송인, 예술인을 길러내는 것이다.

결국 방송, 예술, 문화 분야의 전문가들로 대중문화를 창조하고 이끌어갈 주역들을 양성하는 것이다. 그러므로 대중문화와 문화산업의 가치와 중요성에 대한 인식이 절실히 요구된다. 대중문화라는 개념은 대중교육의 전파와 대중매체의 발전으로 엄청나게 확대된 문화시장의 존재와 함께 어떤 종류의 문화라도 누구에게나 접근이 가능해진 현대의 문화상황을 효과적으로 표현한다고 할 수 있다. 보편적인 교육의 확대와 대중매체의 보급으로 대중문화의 영향력은 막강하게 되었고 대중들은 빠른 속도로 수없이 쏟아져 나오는 문화예술 상품들을 따라잡기 힘들 정도이다. 문화예술의 부피와 양만큼이나 유행의 주기도 빨라지고 있어 속도 경쟁이 치열해지고 있다. 전파와 확산이 용이한 시대이기 때문에 '누가 먼저냐'가 더 중요해지고 있다. 그렇기 때문에 자본주의 사회에서 문화 역시 상품으로 소비된다는 측면에서 대중문화 혹은 문화산업이 비판을 받아왔다. 문화기업에 의해 획일화되고 양산되어 공급되는 문화내용은 필연적으로 정형화된 사고와 행동을 낳을 것이기 때문이다.

그러나 대중문화가 대중을 수동적인 소비자로 전락시키고 있다는 비판을 받는 지점이야 말고 문화예술을 창조하고 이끌어갈 교육자들과 현장 전문가들의 중요한 책임과 임무가 요구되는 부분이다. 선진 문화예술인을 양성하고 배출해야하는 전문 교육기관이나 영향력 있는 대중문화 예술인들의 비판적이고 사회 기여적인 역할들이 중요해지는 부분이기도 하다.

대중문화가 대중에게 미치는 영향은 단순히 슬프고 즐거운 감정을 만들어 내거나 감정을 정화하거나 생활방식과 스타일을 변화시키는 데에만 머물러서는 안 된다. 개인과 개인, 개인과 사회, 사회와 사회가 서로 접촉과 교류를 통해 그 영향을 주고받는다. 문화는 하나로 존재하는 것이 아니라 수많은 다양한 크고 작은 형태의 문화들로 구성되어 있다. 그리고 다양한 문화를 확보해야 하고 다양한 문화 중에 선택하는 역할과 또 새롭게 문화를 만들어내는 책임을 숙지시키는 것이 중요하다.

결국 문화예술을 이끌고 있는 전문가도 스스로 창조하거나 동조하는 문화의 일부를 숨 쉬며 살아가고 있을 뿐

만 아니라 대중들에게 부지불식간에 영향을 미친다. 그 의도와 상관없이 문화산업은 대중들을 교육하고 살아가야 할 기준을 제시하며 선택된 정보를 전달하고 취향과 가치관에 변화를 준다. 대중문화예술 창출은 소비와 동시에 눈과 귀를 즐겁게 하고 마음을 움직이며 행동을 촉구하는 강력한 동인을 제공하는 것이다. 전통적이고 분석적인 교육이 담당하던 당위성에 의한 강제적 행동 변화가 아닌, 공감의 파장을 확대하고 삶의 태도 속으로 자발적으로 스며들며 문화예술 소비를 통해 다양한 문화들을 양산해낼 수 있다는 점에서 양질의 문화예술 교육의 중요성이 있다.

대중문화를 이끌어갈 주역들은 대중문화의 영향력을 동경하는 것이 아니라 어떤 종류의 문화를 선도할 것인지, 어떤 막중한 임무를 가지고 있는지 책임감 있고 비판적인 태도를 길러야 한다. 방송, 영화 등 문화가 미치는 영역은 자아가 형성되기 이전이 아주 어린이에서부터 전 국민에 이르고 그 막대한 영향은 거의 동시에 경험된다. 집중 포화된 문화예술 전반의 분위기에서 거의 대부분의 대중은 벗어날 방법이 없다. 대중들의 기호와 욕구를 충족시키고 동시에 문화예술이 국가와 사회, 다양한 성격의 대중들에게 기여할 수 있는 중장기적 목표와 단기적 목표를 바로 세우고 그 진실된 목표 하에서 다양한 형태의 결과물과 시도들을 매개로 대중에게 다가가야 할 것이다.

진정성 있는 태도를 갖춘 문화산업의 주역들이 많이 배출될 때 많은 사람들을 즐겁게 하고, 올바른 기준을 제시해주고, 올바른 소비와 유행을 창출할 수 있다. 문화예술 전문가의 역량과 수준을 높여 이뤄낸 문화예술 발전이 문화예술 전반의 부흥과 수익 창출을 낳을 것이 확실하다. 그리고 더불어 계산할 수는 없지만 절대 간과할 수 없는 사회에 기여하는 역할이 크다. 문화예술 종사자들이 막중한 책임과 넓은 안목과 사회인식을 지니고 현장에서 그 기량과 태도를 발휘할 수 있도록 자부심과 책임감을 길러줄 필요가 있다.

③ 경제적 가치

문화예술 분야의 사회적인 역할 못지않게 중요한 것이 문화예술이 창출하는 경제적 가치이다. 문화예술이 미치는 영향력은 전체 경제 규모에서 문화예술 경제가 차지하는 비율, 전체 고용인구 중에서 문화예술 직종 종사자의 비율, 산업 연관효과, 고용효과, 생산효과, 관광효과,

소득효과, 수출산업효과 등을 들 수 있다.

문화경제학자들은 문화예술 지출의 직접효과, 간접효과, 유도효과, 승수효과 등을 경제학의 투입산출모델이나 산업 연관효과 모델을 활용해 분석하고 있다.

표 1. 문화경제학 연구영역[3]

Table 1. Research Area of Cultural Economic

학 자 명	주 요 영 역
John Myercough (1988)	예술영역의 경제적 특성 (예술시장, 예술영역의 경제구조 등) 예술과 고객(고객효과, 예술과 관광) 예술의 경제적 영향과 가치 (예술의 경제적 영향 평가, 예술지원) 예술의 경제적 중요성 (예술과 공중, 예술과 기업) 예술의 경제적 잠재성
William S. Hendon et al(eds.) (1980)	예술에 대한 공공지원, 예술시장 (예술가와 소비자) 예술 인력의 경제적 측면, 예술 기관의 정책관리 예술과 지역발전
Alan Peacock & Ilde Rizzo (1994)	예술에 대한 경제학적 분석 방법과 측정 분석이슈 : 지원에 대한 경제학적 분석, 문화재화의 특성, 예술가 형태, 경제딜레마 정책문제 : 저작권, 규제, 능률성, 정책목표, 예술제원조달의 경제학적 측면
Ruth Towse & Abdul Khakee(eds.) (1992)	정책 및 정책평가(문화경제학, 공공선택과 예술지원, 문화프로그램 기획 공공지원의 근거, 문화투자 평가 등) 가격 설정 문제, 예술청중 분석, 문화 상품 유통 및 거래, 예술가의 수입, 사례연구

이렇듯 문화산업 및 문화예술이 미치는 경제 영역은 상당하다. 여기에 드라마와 K-pop을 중심으로 일어난 한류 열풍은 한국을 넘어 세계 수준의 문화산업에 이르며 단기적으로는 문화관광효과를 기대할 수 있을 뿐만 아니라 한국문화와 언어, 한국 문화예술에 대한 세계의 관심을 증폭시켰다. 그렇기 때문에 국내 수용자들과 함께 세계의 다양한 문화 속에서도 그 의미와 가치를 인정받을 수 있는 문화산업 콘텐츠 개발과 문화산업 육성에 노력을 기울여야 한다.

게다가 다종다양한 스마트 미디어 기기의 대중화로 인해 SNS 기반의 시민 공동체 커뮤니티 형성에 대한 수요

니즈가 전 계층으로 빠르게 확산되면서 지역 산업 활성화 등의 직접적인 효과와 이를 통한 다양한 부가가치를 창출할 수 있는 파급효과를 기대[4]할 수 있음을 근거삼아 이제 대한민국 문화예술은 당당히 세계를 무대로 삼고 있으며 세계인이 소비자이자 당당한 수요자임을 인식해야 한다. 대중문화상품의 경우 제품효용 외에도 관계효용을 추구하는 소비가 가능하며, 관계대상에 따라 효용의 크기도 다르기 때문에 중요하게 다루어야 할 부분이 바로 한국의 고유성과 전통성이다. 또한 다양하고 다른 문화권의 소비자가 공감하기 위해서는 다양성과 보편성 측면도 놓쳐서는 안 된다. 진정 국내외 문화예술 전문가를 요구하는 시대이다.

최근 주목할 만한 현상으로 우리나라 제품과 한국문화를 소비하는 데 그치지 않고 한국문화를 학문적이고 전문적으로 배우려고 하는 유학생들이 늘고 있다.[5] 이들은 적극적인 소비자일 뿐만 아니라 장기간 한국에 체류하면서 한국의 문화와 한국문화예술을 전수받으며 자국의 문화와 예술을 우리에게 이식하는 역할을 맡는다. 우리 문화의 전통성과 고유성이 세계의 보편성과 다양성으로 가는 통로를 마련해주는 역할을 하는 것이다. 또한 한국에서 충분히 수학한 학생들은 한국문화예술의 전문가가 되어 한국 혹은 자국에서 활동을 하면서 자국에 한국 문화를 소개하는 다리 역할을 담당한다.

한류의 꾸준한 인기와 최근 유행하는 오디션 프로그램 등은 또 하나의 '코리아드림'이라는 현상을 불러일으키고 있다. 문화예술 산업은 영화, 티비 프로그램, 음악, 광고 등을 통해 시작되지만 전달되는 이미지와 메시지는 무궁무진하다. 파생되는 경제적 가치 역시 마찬가지이다. 거기에 경제적 가치 외에 한국이라는 브랜드 가치에도 상당히 기여할 수 있다는 점을 간과할 수 없다.

III. 결 론

창의 산업의 글로벌 리더 양성하고 21세기 문화·예술·미디어 환경을 창조적으로 개척하는 해외 교육 사업 진출을 통한 국제적 역량과 통용성을 갖춘 글로벌 대학으로 성장하기 위해 교육과정의 국제 통용성 확보를 위한 연구가 필요하다. 문화예술의 결과물들은 기본적으로 수용자와의 소통을 전제로 한다. 문화는 대기와 같아서 창작자와 수용자 모두를 포함하는 대기와 같고 서로 상호작용하며 문화적 잠재력을 일깨운다. 그러므로 대학의

교육목표에 알맞은 국제적 역량과 국제적 통용성을 갖추기 위해서는 예술대학의 교육과정의 특수성, 문화산업과 사회적 책임, 경제적 가치 측면이 고려되어야 한다.

References

- [1] Hyung-cha Paik, "Research in Culture & Arts Education Policy as National Strategy Education", KOHVEA, Vol.6, No.4, pp. 383-396, 2013.
- [2] Paik, Ibid.
- [3] Hak-soon Lim, "Analysis for Culture Policy Trend of Korea(1998~2007)", The Journal of Cultural Policy, Vol.21, pp. 25-48, 2009.
- [4] Seh-wan Park, "Analysis of Standardization Trend and Marketability with Tele - Screen Service Platform", JCCT, Vol.1, No.2, pp. 71-75, 2015.
- [5] <http://www.law.go.kr>