

멀티미디어 학부의 설립과 운영 방안

이 강 수 / 한남대 멀티미디어학부장

이 글에서는 21세기에 대비한 창조와 모험의 대학인 멀티미디어 학부의 설립 과정과 패러다임을 통해 대학의 교육개혁 사례를 보이고자 한다. 멀티미디어 학부는 국내·외적으로 아직 학문적 체계화가 이루어지지 않은 '벤처 대학'에 해당한다. 여기서 사례로 제시한 한남대 멀티미디어 학부의 패러다임은 국내·외의 다른 대학에도 영향을 줄 수 있다. 1998년 3월에 설립된 한남대 멀티미디어 학부의 경우, 현재 교육법상 공학사의 자격이 주어지지만, 향후 '멀티미디어 학사'가 주어져야 하며 입학생도 예능계, 문과 및 이과의 학생을 동시에 입학시켜야 할 것이다.

1. 서론

토 플러가 예상한 제3의 물결(정보화 산업혁명)은 이미 우리에게 와있고, 이러한 새로운 패러다임 물결에 적응하지 못하는 국가나 기업은 살아남을 수 없다. 이를 늦게나마 인식한 국가나 기업들은 최근 들어 구조조정 등의 일에 몰두하고 있다.

이런 현상은 대학도 마찬가지이며, 정보통신 하부구조의 발전에 힘입어 전 세계의 대학이 개방화 및 국제화됨에 따라 대학교육의

패러다임도 변하고 있다. 즉, 최고가 아니면 살아남을 수 없으며 민첩하게 새로운 패러다임에 적응하는 대학만이 살아남는 시대가 되고 있다. 이러한 신조류는 최근 각 대학에서의 교육개혁으로 나타나고 있다.

이러한 패러다임의 변화에 능동적이고 민첩하게 대처하기 위해 한남대는 1996년부터 대학 중 최초로 전문업체를 통한 '경영진단, 비즈니스 프로세스 리엔지니어링(BPR) 및 시스템 통합(SI) 프로젝트'를 추진하였고 그 결과에 따라 구조조정과 행정팀 제도를 실시하고 있다. 예컨대, 도서

관과 전산소를 통합하여 CIO(chief information Officer)에 해당하는 학술정보처로 개편하였고 학사업무를 완전 정보화하고 있다. 그 결과로서, 1997년 교육부가 실시한 전국 대학 정보화 평가에서 전국 12위로 평가된 바 있다. 이는 영세한 지방 사립대학도 비용을 적게 투입하고도 높은 평가를 받을 수 있음을 증명한 것이다. 이에 따라 우리 대학은 대학 개혁의 벤치마킹 대학으로 간주되어 대학 관계자들의 방문이 잇따르고 있다. 한남대 멀티미디어 학부도 대학 경영진단 프로젝트의 결과로서 탄생되어 1997년 10월에 교육부로부터 설치 인가를 받았다. 아마 전국적으로도 하나의 학부를 신설한 사례는 이번이 처음일 것이다.

2. 멀티미디어학이란 무엇인가

1) 멀티미디어학의 특성과 정의

최근 많은 대학과 전문대학들이 멀티미디어 관련 학과를 설치하고 있다. 그러나 멀티미디어학은 아직 학문으로서의 기틀이 세워지지 않았으므로, 학과 설립자의 학문적 배경에 따라 각각 컴퓨터공학, 정보통신공학, 신문방송학 및 산업디자인에 기반을 둔 학과로 분류되고 있다.

멀티미디어 산업은 1900년대 초 영화 산업으로부터 출발했다. 1950년대의 미국의 월트 디즈니, 1990년대의 스티븐 스필버그나 CNN 방송사 등은 멀티미디어 산업이 무엇이며, 얼마나 많은 부가가치를 창출할 수 있는지를 보여주고 있다.

정부도 멀티미디어 산업의 중요성을 인식하여 1997년 말에 '멀티미디어 지원센터'를 설치하여 국내의 멀티미디어 산업을 지원하고 있다. 또한 KBS나 MBC 등 방송사뿐

아니라 대기업 등에서도 영상기술 및 멀티미디어 사업단을 조직하여 멀티미디어 타이틀의 저작에 힘쓰고 있다.

멀티미디어 분야는 '국내·외적으로 아직 체계화가 이루어지지 않은 학문이다. 모든 신설 학문(정보통신, 컴퓨터, 산업공학, 제어계측, 환경, 창업, 복지 등)이 그렇듯이 멀티미디어학도 다양한 기존 학문들의 통합적 학문이다. 따라서 학문을 보는 사람의 배경에 따라 멀티미디어 분야의 모습도 달라진다. 예컨대, 교사의 입장에서 보면, 멀티미디어학은 시청각 교육을 위한 학문 및 기술이며, 광고업자의 멀티미디어학은 광고의 수단이 되는 학문이다. 또한 컴퓨터 엔지니어는 멀티미디어 분야를 컴퓨터의 입·출력 방법으로 간주하게 된다. 한남대학교 멀티미디어 학부에서는 멀티미디어학을 다음과 같이 정의하고 있다.

멀티미디어학이란 "2개 이상의 매체(media)(예: 소리, 영상, 화상, 문자)를 이용하여 합성 및 프로그래밍(또는 통합, 저작)된 어떤 내용(contents)(예: 게임, 오락, 광고, 뉴스, 교육 등)을 담은 타이틀을, 고전적인 매체(예: 라디오, TV) 또는 정보통신매체(인터넷, 초고속 정보통신망)를 이용하여, 제3자에게 어떤 목적(예: 광고, 회의, 판매, 정보제공, 마케팅)을 위해 표현(presentation)하기 위한 철학, 방법론 및 기술"이다.

따라서 멀티미디어학은 신문, 방송, 디자인, 광고, 홍보, 마케팅, 교육, 오락, 게임, 창작, 컴퓨터, 그래픽, 애니메이션, 정보통신 등의 모든 이론과 기술의 집합인 셈이다. 위의 정의에 따르면, 멀티미디어 학부에서는 다음 사항을 교육해야 한다.

① 무엇을 표현할 것인가에 대한 교육

(contents, 시나리오)

소설에서의 스토리에 해당한다. 가장 중요한 분야이며, 이를 '컨텐츠'라고 한다. 정부에서도 컨텐츠 산업을 강조하며, 우리 학부에서도 가장 강조하는 분야이다. 이를 위해 문예창작, 디자인, 음악, 사진학, 심리학, 미학, 게임 아이디어 등의 창조 기술 강의가 이루어져야 한다.

② 어떻게 표현할 것인가에 대한 교육
(프리젠테이션 및 저작)

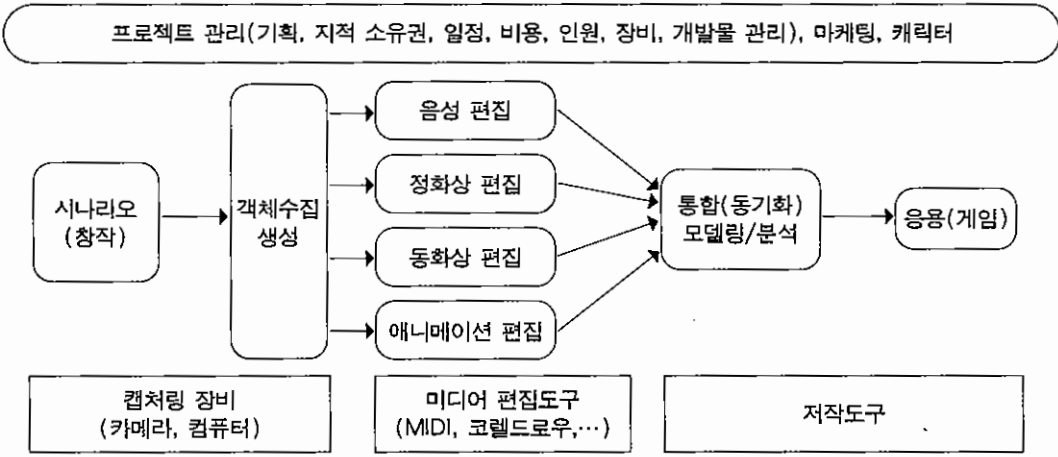
단위 객체의 캡처링 및 편집을 통해 단위 객체를 얻은 후, 이를 '시나리오'대로 표현하는 방법을 의미한다. 이는 연극의 감독자 또는 오케스트라의 지휘자 역할과 유사하며, 이 기술을 '저작'(authoring)이라 한다.

이를 위해 문서 편집, 홈페이지 설계, 화상 처리, 영상 처리, CAD, 가상현실 등을 도구를 이용해 실습과 프로젝트 위주의 강의가 이루어져야 한다.

③ 어떻게 전달할 것인가에 대한 교육
(communication media)

저작된 멀티미디어 타이틀을 제3자에게 전달해야 하는 문제이다. 최근에는 초고속 정보통신망 인프라(하부구조)를 이용한 멀티미디어 정보통신 기술이 발전하고 있다. 이를 위해 컴퓨터 기술, 정보통신 기술, 신문방송 기술, 멀티미디어 하드웨어 등의 강의가 이루어져야 한다.

④ 어떤 부가가치를 얻을 것인가에 대한 교육



〈그림 1〉 전형적인 멀티미디어 타이틀 저작과정

저작경영(20%) (기획, 프로젝트 관리, 표준화, 지적 소유권)	컨텐츠(application)(20%)						
	통합(integration)(20%)						
	표현(presentation)(20%)						
인프라(20%)							
컴퓨터	정보통신	예술	문학	오락	법학	경영	국제통상

〈그림 2〉 멀티미디어 학부의 교과목 구조

멀티미디어 타이틀은 콘텐츠의 품질에 따라 부가가치가 달라진다. 부가가치가 높은 멀티미디어 타이틀을 이용함으로써 기관의 마케팅, 홍보, 광고 효과를 높일 수 있다. 또한 멀티미디어 분야의 벤처기업을 창업할 때도 중요한 사항이다. 이를 위해 창업이론, 경영정보, 지적 소유권, 국제경영, 마케팅 등의 강의가 이루어져야 한다.

2) 멀티미디어 학부의 교과목 구조

〈그림 1〉은 전형적인 멀티미디어 타이틀의 저작과정을 보이며, 이를 위한 요원은 〈그림 2〉와 같은 지식체계(즉, 교과목 구조)가 필요하다.

① 인프라 과목군: 멀티미디어 분야의 배경 지식을 습득한다(예: 컴퓨터, 정보통신, 예술(미술, 음악), 문학, 심리학, 디자인, 오락, 법학, 경영학, 국제통상학 등).

② 표현 과목군: 단위 매체(음성, 화상과 일)의 획득, 편집, 합성능력을 관련 도구의 실습을 통해 숙달한다(예: 음성(소리, 음악, 음성), 영상(사진, 그래픽, 애니메이션, 비디오), 문서편집 등).

③ 통합 과목군: 단위 매체를 통합하여 시나리오대로 저작하고, 매체의 동기화, 저장, 통신 개념을 습득하며 이를 실습한다(예: 매체 동기화, 인터페이스, 모델링/분석, 통합 등).

④ 콘텐츠 과목군: 상용화할 수 있는 정도의 멀티미디어 타이틀을 계획, 시나리오 작성, 저작 및 관리한다. 팀을 조직하여 프로젝트로 진행한다(예: 엔터테인먼트, 게임, 광고, 디자인, 타이틀 저작, 홈페이지, CALS/EC 등).

⑤ 저작경영 과목군: 경영적인 측면에서 멀티미디어의 저작을 관리하고, 저작된 제

품 또는 캐릭터의 마케팅, 기존 업체에서 정보통신 기술과 멀티미디어 기술을 이용한 마케팅(전자 상거래 등) 전략을 교육한다(예: 경영학, 프로젝트 관리, 표준화, 지적 소유권, 마케팅 등).

3. 한남대 멀티미디어 학부의 설립 과정 및 편제

1) 설립의 제약조건

대학 내 새로운 학과나 학부의 신설에는 여러 조건이 따른다. 본 학부 설립시 주어진 조건은 다음과 같았다. 우리는 이러한 조건을 충족시키기 위해 노력하였다.

① 중복성 최소화

대학 내의 기존 유사 학과와의 중복성을 최소화함으로써 교내 자원(교수, 시설, 예산)의 중복 투입을 배제해야 한다.

② 신개념 대학의 실현

대학의 새로운 패러다임인 flexible/agile, virtual, interdisciplinary, open, practical, creative college 개념을 실현해야 한다.

③ 위험의 최소화

새로운 개념의 대학 신설에 따른 위험이 최소화되어야 한다.

④ 현실성 있는 과목 운영

교재 개발과 교수 확보면에서 실제로 운영 가능한 교과목을 선정해야 한다.

⑤ 과목간의 체계화

교과목간의 체계화가 이루어져야 한다. 즉, 교과목들은 인프라, 표현, 통합, 콘텐츠, 경영으로 체계화되어야 한다.

2) 설립 패러다임 및 특성

기업이나 정부와 마찬가지로 대학의 패러

다임도 변화하고 있으며, 새로운 패러다임에 적응하지 못하면 살아남을 수 없다. 우리 학부의 특성이자 설립 패러다임은 다음과 같다.

① 유연성 있는 대학(Flexible/Agile college)

소규모(120명)로 운영하며, 급변하는 멀티미디어 분야에 융통성 있고 탄력적으로 대처할 수 있도록 커리큘럼에 융통성을 부여했다. 이 개념은 이미 기업에서 적용하고 있다.

② 가상적인 대학(Virtual college)

대학 내에 일정수의 코어 전임교수를 두고, 관련 분야는 기존 학과의 지원을 최대한으로 받는다. 이는 멀티미디어 학문 자체가 종합적 학문이므로 대학 내의 철학, 미술, 컴퓨터, 문학, 경영학 분야 기존학과의 지원을 받는다.

③ 학제적 대학(Interdisciplinary college)

전 세계적으로 학문이 점차 통합되고 있으며, 자신의 문제해결 능력을 키울 수 있는 통합 학문으로 변해가고 있다. 멀티미디어 제품 개발에 필요한 법률, 철학, 디자인, 문학, 마케팅, 엔지니어링, 프로젝트 관리 등의 분야를 총망라하여 교육한다.

④ 열린 대학(Open college)

문과, 이과 및 예능계 학생을 동시에 모집할 예정이며, 멀티미디어 분야에서 요구되는 다양한 재능이 있는 사람으로 교육할 수 있다. 따라서 비록 현재는 공학사 학위가 주어지지만, 향후 '멀티미디어 학사' 제도를 적극 추진해야 한다.

⑤ 실무중심 대학(Practical college)

실습 및 프로젝트 위주로 운영되며, 수학, 물리 등의 고전적인 이과 과목을 삭제하였다(물론, 필요한 학생은 해당 학과에서 수강하

면 된다). 그러나 영어회화와 컴퓨터교육은 어느 학부보다도 많은 시간을 교육한다.

⑥ 창조지원 대학(Creative college)

기존의 대학 틀(즉, 전공 중심 및 이론교육 중심)을 과감히 탈피하여 창조적 활동에 필요한 기술을 실습 중심으로 교육한다.

3) 학부의 편제

예컨대, 멀티미디어 만화영화를 개발한다면, 만화영화의 스토리(또는 시나리오)는 가장 중요하며 이를 콘텐츠라 한다. 즉, 만화영화를 통해 보여줄 메시지인 셈이다. 스토리가 창조되었다면 이를 연출하기 위한 인물 선정(캐릭터)과 애니메이션 제작 및 특수효과 처리, 배경음악 등을 부분적으로 만들고 이들을 한 곳에서 스토리대로 연출(이를 저작이라 함)함으로써, 만화영화가 만들어진다.

이를 위해 1년 이상의 시간과 수많은 전문가 및 컴퓨터 기술, 정보통신 기술, 지적소유권 문제, 프로젝트 관리 기술 등이 필요하다. 이렇게 만들어진 훌륭한 만화영화라 할지라도 마케팅 능력이 없다면 큰 수익을 얻지 못한다. 예컨대, 스필버그는 멀티미디어 타이틀(즉, 영화)의 제작 능력뿐 아니라 이를 판매하기 위한 마케팅 능력도 갖춘 사람이다.

멀티미디어 학부 내에는 멀티미디어 매체 전공(60명)과 멀티미디어 비즈니스 전공(60명)이 설치되어 있다.

① 매체 전공

컨텐츠를 창작하고 이를 기존의 각종 개발도구(예: 영상편집기, 화상편집기 등)를 이용해 타이틀을 저작하는 전체 공정을 공부하며, 컨텐츠의 분야는 게임, 웹 디자인, 영화, 만화영화, 광고 등이 있다. 매체 전공

을 위해서는 문학, 예술적 재능이 필요하고, 창작과 아이디어 개발 능력이 필수적이며, 기존의 각종 도구를 사용하는 도구 활용 기술이 필요하다.

② 비즈니스 전공

멀티미디어 타이틀을 개발하고 이를 비즈니스에 응용하거나(예: 멀티미디어를 이용한 광고), 자신이 개발한 타이틀 자체를 마케팅 하는 능력(예: 멀티미디어 타이틀 자체의 광고) 및 창업에 관한 사항을 교육한다. 그러나 매체 전공과 비즈니스 전공은 하나의 멀티미디어 학부 내에 있으므로 큰 차이는 없으며, 많은 공통 과목이 있다.

4) 교육과정

- ① 인프라 과목1(학부 계열필수): 미학개론, 멀티미디어 이해, 산업심리학, 정보관리론, 매스미디어 이해, 문예창작
- ② 인프라 과목2(학부 공통선택): 컴퓨터구조론, 정보통신응용, 멀티미디어 프로그래밍, 사진학, 디자인(실), 엔터테인먼트 개론, 애니메이션(실), 멀티미디어 자료구조론, 모형화론(실), 주문형 타이틀, CAD, 가상현실(실), 지리정보시스템
- ③ 표현 과목(학부 필수): 영상처리(실), 음성 및 음향처리(실), 하이퍼미디어 저작(실), HCI 및 실습(실)
- ④ 매체(미디어) 전공 과목
 - 필수: 저작론(실), 멀티미디어 콘텐츠 저작(실)
 - 선택: 홈페이지 콘텐츠 저작(실), 게임 콘텐츠 저작(실), 전자출판 콘텐츠 저작, 교육용 타이틀 콘텐츠 저작(실), 광고 콘텐츠 저작(실), 홍보커뮤니케

이션, 방송 저작실습(실), 멀티미디어 처리론

⑤ 비즈니스 전공 과목

- 필수: 신상품 마케팅, 벤처경영
- 선택: 창업조직관리론, 창업회계관리, 프로젝트관리론, 창업재무관리, 전자상거래, 국제통상, 글로벌기업경영, CALS/EC 콘텐츠 저작(실), 지적 소유권과 특허

4. 결 론

21세기의 산업인 멀티미디어 산업은 창조와 모험의 산업이다. 멀티미디어 산업을 이끌 인재 양성은 일은 부존자원이 없는 우리나라로서는 매우 시급한 일이며, 대학이 책임져야 할 새로운 임무가 되었다. 대학의 교육개혁 방법은 어려운 것이 아니며, 이러한 사회적 요구에 민첩하게 대응할 수 있도록 대학의 구조를 조정하면 된다.

여기에서 제시한 한남대 멀티미디어 학부의 커리큘럼은 멀티미디어 산업을 이끌 인재를 양성하도록 개발되어 있으며, 아직 통일되지 못한 멀티미디어 학과의 커리큘럼 개발에 참고가 될 것이다. 또한 멀티미디어 학부의 설립 사례는 대학에서의 '벤처대학' 설립의 교훈이 될 것으로 확신한다. ■

이강수/홍익대학교 컴퓨터공학과를 졸업하고, 서울대에서 컴퓨터과학을 전공하여 이학 박사학위를 받았다. 현재는 한남대 컴퓨터공학과 교수로 재직하며, 멀티미디어 학부장과 전산지원부장을 겸임하고 있다. 연구 분야는 소프트웨어 공학 기술, 멀티미디어 동기화 기술, 정보보호시스템 평가체계 등에 관심이 있다.