

실감미디어 창업 교육과정 개발을 위한 탐색적 연구: 교수자 인식 및 요구분석을 중심으로*

안혜진 (건국대학교 창업지원본부 조교수)**

이일한 (중앙대학교 경영학부 부교수)***

서국선 (중앙대학교 문화예술경영학과 박사과정)****

국문 요약

본 연구는 실감미디어 창업 교육과정의 현황을 살펴보고, 이를 기반으로 앞으로의 방향성을 짚어보았다. 실감미디어는 기술의 발전과 함께 다양한 산업 분야에서 활용되고 있지만, 대학 창업 교육에서는 체계적인 연구와 교육 가이드가 부족한 상황이다. 이에 본 연구는 실감미디어 창업교육의 필요성과 현황을 파악하고 교육효과를 높일 수 있는 교육과정 개발을 연구의 목적으로 삼았다. 또한 대학에 재직 중인 교수자 10명을 대상으로 심층인터뷰를 수행하여 실감미디어 창업과 관련한 인식과 요구를 분석하였다. 연구 결과, 교수자들은 실감미디어 창업에 대해 긍정적으로 전망하였으나 실무 중심의 교육과정이 이루어져야 한다고 보았다. 즉 아이디어 개발부터 시작하여 비즈니스 모델, 시장 분석, 자금 조달 등 종합적인 역량이 교육과정을 통해 이루어져야 하며, 이를 위해서는 실감미디어와 관련한 기술적·재정적·교육적 지원이 뒷받침되어야 한다고 인식하였다. 이는 대학 등 외부의 지원이 활발하게 이루어지고 산학협력 체계가 구축되어야 한다는 인식에 해당한다. 본 연구는 실감미디어 창업 교육과정의 필요성을 제시하고 교수자의 인식을 심층적으로 분석하여 교육과정 개발의 기초자료를 제공하였다는 점에서 연구의 시사점을 지니고 있다. 이는 실무 기반 교육과정 개발과 산업 전문가와의 협력 방안에 근거한 교육 현장에서의 문제 해결방안으로 활용될 수 있음을 의미한다. 그러나 실감미디어 창업교육의 구성요인에 대한 우선순위를 정성적인 연구방법으로 제시했다는 한계를 지니, 향후 연구에서 AHP 분석이나 델파이 분석 등의 방법론을 활용하여 정량적 우선순위를 도출할 필요가 있다.

핵심주제어: 실감미디어, 창업 교육, 대학 창업, 교수자 요구분석, 심층인터뷰

1. 서론

4차 산업혁명 시대에 접어들면서 실감미디어가 새로운 바람을 일으키고 있다. 정보통신기술(Information and Communications Technology, 이하 ICT)의 발전으로 인해 기술력이 고도화되면서 현대인들이 새롭고 다양한 경험을 즐길 수 있게 되었기 때문이다. 이제 현대인들은 실감미디어 기술을 활용하여 ‘몰입하는(Immersive)’ 존재로서 능동적 경험을 소비하고 향유하는 실정이다.

실감미디어는 사용자의 감각을 속여 가상 세계를 현실 세계로 느껴지게끔 감각을 비롯해 사용자의 인지 체계를 확장하고 사용자가 새로운 공간에서 체험을 할 수 있게 만든다(백경화 외, 2020). 가상현실(Virtual Reality, 이하 VR), 증강현실(Augmented Reality, 이하 AR), 혼합현실(Mixed Reality, 이하 MR), 확장현실(eXtended Reality, 이하 XR) 등 최신 기술이 발

전되고 융합됨에 따라 다양한 산업 분야에서 실감미디어의 활용이 날이 증대되고 있기 때문이다.

과거 VR·AR은 ‘포켓몬고’와 같은 게임산업의 일환으로 활용되었으나 시간이 흐르면서 의료, 교육, 제조 등으로도 확장 가능성이 높다는 점을 들어 유망 산업으로 부상하였다. 또한 국내에서도 VR·AR 등의 기술을 활용한 초실감 융합콘텐츠 산업을 적극적으로 육성하겠다고 밝히며 방송·통신, 국방, 의료 등과의 결합을 통해 몰입감과 사실감이 극대화된 서비스를 제공하고 우울증 치료, 안전사고 예방 등 다양한 사회 문제 해결에도 기여할 것으로 전망된다(윤현기, 2019).

이와 같은 기대에 힘입어 실감미디어 산업은 급격하게 성장하는 추세다. 관련 현황을 구체적으로 보면 다음과 같다. 글로벌 시장조사사업체인 마켓유에스(Market.US)는 실감미디어의 시장 규모가 연평균 22.3% 성장해 2032년 약 241조 원에 이를 것으로 전망하였으며(정현수, 2023), 한국콘텐츠진흥원의 ‘실감콘텐츠 실태조사 및 중장기 전략연구’에서는 2020년 295

* 본 결과물은 교육부 및 한국연구재단의 지원으로 디지털 신기술 인재양성 혁신공유대학 사업비를 지원받아 수행된 연구결과입니다.(20240816)

** 주저자, 건국대학교 창업지원본부 조교수, ahj332@naver.com

*** 교신저자, 중앙대학교 경영학부 부교수, lih2114@cau.ac.kr

**** 공동저자, 중앙대학교 문화예술경영학과 박사과정, ruizepla@naver.com

· 투고일: 2024-09-11 · 수정일: 2024-10-12 · 게재확정일: 2024-10-21

역 달러 수준이었던 전세계 VR·AR 시장 규모가 연평균 75.7% 성장을 거듭해 2026년에는 8,676억 달러의 거대 시장을 형성할 것으로 전망하였다(김동진, 2024).

이러한 상황 속, 대학에서도 실감미디어에 대한 관심이 갈수록 높아지고 있다. 급증하는 신산업 인력 수요에 대응할 인재 양성을 위해서는 적합한 교육과정과 교과목 개발이 필요하며(황윤자·도현미, 2023), 이에 관한 대학의 사회적 책무도 부각되기 마련이다. 대표적으로 정부는 대학 간 상호협력과 기업·지역과의 산학협력을 강화하고 실무형 첨단 융합인재를 길러낸다는 방침을 내세워 중앙대, 건국대, 경희대 등이 함께 하는 실감미디어 컨소시엄을 구축하였다(정현수, 2023).

실감미디어 컨소시엄에 참여 중인 대학들은 실감미디어를 창업에 접목하여 학생들을 지원하려는 방안을 모색하고 있다. 실감미디어 산업이 사업영역 확대가 용이하고 시장성이 높아 차세대 전략 사업이자 차세대 국가 성장동력의 핵심 사업군으로 주목받기 때문이다(이경제·정우수, 2011). 창업지원기관이 특화된 산업이나 특화된 프로그램에 초점을 맞추고 전문화할 때 경쟁력을 강화할 수 있다는 점을 고려해본다면(문미성·박소영, 2016), 대학 역시 기술 기반 특화 신산업이라고 할 수 있는 실감미디어 분야에 주목함과 함께, 이와 관련된 전문 교육 프로그램을 설계·구축·운영하여야 향후 대학생 창업지원기관으로서 견고한 위상을 떨칠 수 있을 것이다. 지역과 산업의 특성을 고려한 맞춤형 창업지원 체계의 강화 필요성이 언급된 것처럼(홍성표·임한려, 2021), 실감미디어 산업(특화 산업)의 부상에도 불구하고 이를 뒷받침하지 못하는 창업교육의 현황과 실태를 짚어보는 일은 현 상황에서 시의적절하다고 보인다.

대학과 정부 또한 해당 산업의 중요성을 인지하고, 대학 주도하에 관련 벤처기업 육성의 필요성을 지각하였다. 그 결과 미래 벤처기업의 경영자로서 국가 경제발전을 견인할 대학생 창업자들에 대한 정책적·교육적 지원이 지속적으로 추진되고 있다. 일례로 중앙대는 ‘실감미디어 글로벌 창업 해커톤 대회’를 개최하여 글로벌 창업을 독려했으며, 건국대는 실감미디어 분야의 예비 창업자를 위한 개방형 실감미디어 학습 공간 내 시제품 제작실을 구축한 바 있다. 이와 같은 대학의 교육적 경로는 학습자들의 관심을 증대시키고 전문 지식과 네트워크를 확장함에 따라 실감미디어 분야에서의 창업을 활성화하는 역할을 한다.

그러나 현장에서의 열띤 지원과 수요에 비해 실감미디어와 관련하여 대학의 창업교육을 다룬 연구는 상당히 부족하다. 지금까지 실감미디어 관련 연구는 주로 문화예술이나 콘텐츠 분야에서의 적용을 논의하거나(Illsley et al., 2024; 김희영·신창욱, 2013; 정지은 외, 2022), 실감미디어의 영향력을 탐색하는 데서 그쳤다(Breves & Schramm, 2021; 조종학, 2019).

Su & Li(2022)가 대학의 이데올로기와 정치학의 교육효과 향상 방안으로서 실감미디어 기술 활용을 논의한 바 있으나, 기타 교육 분야에서의 기술 활용 연구와 비교하면 대학 교육 관련 실감미디어 연구는 그 수가 상당히 부족하다. 그중에서

도 대학의 창업교육을 다룬 연구는 더욱 미진하므로, 현장에서 급속하게 증가하는 실감미디어 및 창업교육의 수요를 고려하면 관련 교육 현황을 중심으로 한 실증적 연구가 필요한 상황이라 볼 수 있다.

창업교육 현장에서도 실감미디어의 중요성을 인지하고 있으며 이를 활용하여 교육 품질을 향상하려는 움직임이 계속되고 있다. 그러나 실감미디어 전문가가 부족한 상황에서, 갑작스럽게 새로운 기술과 지식을 반영해야 하는 교수자 개인의 노력만으로 실감미디어 창업 교육이 원활하게 이루어질 수 있을까? 따라서 현장의 요구를 충족하기 위한 양질의 연구와 교육적인 제언이 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

이에 본 연구는 실감미디어 창업 교육과정에 대한 교수자의 인식과 요구를 파악하고 이를 관련 교육과정을 개발하는 초석으로 삼고자 한다. 현장에서 수업을 기획·운영하는 교수자의 실감미디어 및 이를 활용한 창업교육에 대한 인식은 자연스럽게 수업 방향성을 결정하는 데 상당한 영향을 미친다. 또한 실감미디어 창업교육의 바람직한 운영을 위해 교수자의 요구를 명확하게 파악해야 현장에 적합한 교육 지원 및 구축이 가능하다.

본 연구는 실감미디어를 활용한 올바른 창업 교육 교수법과 교육과정의 구축을 위해 다음과 같은 연구 절차를 진행하고자 한다. 첫째, 최근 국내 실감미디어 창업교과목 현황에 대해 분석하여 이론적·실무적 동향을 파악하고자 한다. 둘째, 교수자 심층인터뷰를 통해 실감미디어 관련 창업 교육 개발을 위한 주요 요인을 도출하려 한다. 이는 향후 대학에 개설할 창업 교육 구성 요인의 우선순위와 가중치를 결정할 수 있는 기초자료로 활용할 수 있을 것이다. 결과적으로 본 연구의 목적은 교수자의 실질적인 요구를 반영한 실감미디어 창업 교육과정의 개발을 제언하는 데 있다. 이는 창업교육의 새로운 패러다임을 여는 탐색적 연구로서 그 가치를 가진다.

본 연구는 시대적 흐름과 산업의 변화에 발맞춰 교수자의 요구를 토대로 창업교육의 역할과 기능을 새로이 고민하고 이를 다양화하려는 목적을 지닌다. 즉 실감미디어 창업 교육 과정에 대해 교수자의 의견을 파악하고, 이를 통해 실감미디어 창업 교육과정에 대한 지향점을 도출하여 실감미디어 기반 창업교육을 활성화하려는 것이다. 실감미디어 산업 교육에 있어서 대학의 역할이 중시되는 지금, 본 연구는 대학 교육에 반영할 수 있는 교육과정 개발 방안을 제언함으로써 이론적·실무적 가치를 가진다.

II. 이론적 배경

2.1. 실감미디어

2.1.1. 실감미디어의 개념 및 유형

실감미디어(Realistic Media; Immersive Media)란 ‘실제로 체험하는 느낌’을 뜻하는 ‘실감’과 ‘정보를 전달하는 매체’를 의미하는 ‘미디어’가 결합한 용어로, 현실 세계를 가장 실감나게 재현하는 것을 의미한다(백경화 외, 2020). 이에 대해 국내에서는 두 가지의 원어를 차용하고 있다. 한국전자통신연구원에서는 실감미디어를 ‘Realistic Media’로 정의한 한편(송석일 외, 2016), 지식경제용어사전의 경우 ‘Immersive Media’로 규정하였다(산업통상자원부, 2010). 연구자들 또한 해당 용어를 복합적으로 사용하는 경향이 나타나, 본 연구에서는 이를 두 개의 원어로 구분하여 다음과 같이 연구 동향을 정리하였다.

첫째, 실감미디어(Realistic Media)란 ‘사용자 만족을 위해 몰입감과 현장감을 극대화할 수 있도록 현장의 모든 감각의 정보를 전달하는 매체’를 뜻한다. 이때 실감미디어 기술은 ‘고품질의 시각, 청각 정보는 물론 촉각 등 다감각 정보의 생성, 처리 저장, 변환, 전송, 재편 등에 관한 기술’(이상윤·안희학, 2016)의 절차적 차원으로 정의되거나, ‘사용자 만족을 위해 현장감이나 몰입감 등을 극대화하기 위하여 현장의 모든 감각적인 정보를 구현 및 전달하는 매체’라고 정의됨으로써 인간의 오감을 자극한 실재감과 현존감 등의 느낌에 주목한 연구도 존재한다(조종학, 2019).

둘째, 실감미디어(Immersive Media)가 5G 상용화에 따른 킬러콘텐츠로 가장 많이 언급된다고 본 송원철·정동훈(2021)은 이를 “실제로 체험하는 느낌을 주는 미디어, 즉 인간의 감각기관을 통해 실제로 느껴지는 것 같은 경험을 할 수 있는 미디어”라고 정의하였다. 또한 모달·김효용(2024)은 실감미디어가 “현실 세계를 재현하면서 다감각(Multi-sensory; 多感覺)을 제공하고자 하는 차세대 미디어”를 의미한다고 보았다. 본 연구에서는 직역을 고려하여 전자의 경우 실감미디어가 구현하는 ‘현실성’, 즉 기술적 측면에 초점을 맞추고 있으며, 후자는 사용자가 이를 체험하며 느끼는 ‘몰입’에 중점을 두었다고 정립하였다.

실감미디어의 유형을 분류한 연구로는 실감미디어와 그 산업의 범위를 세분화한 김진형·김현(2016)이 있다. 이 연구에서는 실감미디어 산업의 범위를 콘텐츠, 서비스, 플랫폼, 디바이스로 분류하였으며, 실감미디어는 미디어의 변화와 산업 동향에 따라 체험형 미디어, 몰입형 미디어, 감성형 미디어, 가상 미디어로 구분하였다. 또한 김우상·나건(2019)은 젤터(Zeltzer)가 개발한 The AIP-Cube를 재구성하여 실감미디어의 개념적 프레임워크를 제안하였으며, 3D 입체형과 2D 평면형, 높은 감각적 현실성과 낮은 감각적 현실성, 상호작용과 비-상호작용으로 나뉘어 실감미디어의 8가지 유형을 도출하였다. 박은애·황보택근(2023)은 실감미디어의 종류를 VR, AR, 홀로그램, 메타버스, 게임엔진으로 분류하였다.

본 연구는 송원철·정동훈(2021)과 모달·김효용(2024)의 선행

연구를 바탕으로 실감미디어를 ‘현실 세계를 다감각적으로 재현하여, 인간의 감각기관을 통해 실제로 체험하는 느낌을 제공하는 차세대 미디어’로 정의하였다. 또한 실감미디어 창업 아이템의 유형으로는 박은애·황보택근(2023)의 연구를 참고하여 VR, AR, XR, 메타버스 등 시장에 유통되는 실감미디어 콘텐츠 전반이라고 정의하였다.

2.1.2. 실감미디어의 활용과 개발

실감미디어의 부상에 힘입어 현대 사회에서는 기술적 변화 이상의 패러다임이 등장하고 있다. 일련의 경향은 크게 실감미디어라는 새로운 콘텐츠의 활용과 활용을 위한 개발이라는 2개 차원으로 구분하여 볼 수 있다.

실감미디어는 관광·전시·교육 등 다양한 차원에서 활용되고 있다. 일례로 VR 기술은 사용자에게 현실의 시뮬레이션 경험을 제공함으로써 엔터테인먼트, 관광 산업 등에서 다양하게 활용되며 산업 발전의 새로운 관점과 가능성을 제시하였다(Sancinia et al., 2022). 또한 Pratama & Putra(2024)는 스타트업이 SDGs(Sustainable Development Goals)에 영향을 미치는 문제를 해결하는 데 VR이 사용될 가능성이 있다고 보며, VR과 같은 신기술이 스타트업의 비즈니스 모델에 어떠한 영향을 미치는지를 주목하였다.

특히 교육 분야에서는 전통적 학문의 경계가 모호해짐에 따라 등장한 ‘에듀테인먼트(edutainment)’ 개념을 중심으로 활용되고 있다(illsley et al., 2024). Ayalew(2006)는 교육과 오락을 융합한 에듀테인먼트의 경험에 새로운 기술을 접목하면 유연성과 상호작용성을 강조하고, 이전에 탐색되지 않은 기회를 창출함으로써 교육 경험을 풍부하게 할 수 있다고 하였다. 이러한 경험을 상호작용성의 관점에서 해석하면 기술은 메시지, 소비자, 맥락과 결합하여 발전함으로써 가상 환경에서 교육적 맥락과 메시지를 생생히 전달할 수 있다.

다수의 선행연구가 실감미디어의 교육적 효과를 검증하였는데, Su & Li(2022)는 실감미디어 체험으로 학생들의 교육효과를 높여 전통적인 교수법을 넘는 가치를 발휘할 수 있다고 보았으며, VR을 사용하는 교육 방식이 학생들의 이해도를 높이고 경영학 교육에 혁신을 일으킬 수 있다는 논의도 이어졌다(Giron et al., 2023). 또한 Liu(2022)는 XR 기술이 기업가적 학습을 촉진하는 데 긍정적 역할을 한다는 사실에 주목하며 기업가적 심리 자본을 새로이 다루었다. 국내에서도 VR·AR 등 실감형 콘텐츠가 학습 향상 등 교육효과에 유의미한 영향을 미친다고 본 김기윤(2021)과 3D 실감 체험학습을 위한 증강현실 저작도구 및 해양생물 문화콘텐츠가 감상자의 학습효과를 향상시킨다고 본 원용태·김하동(2012) 등이 있다.

실감미디어 개발 연구는 최근 활발하게 진행되고 있으며, 새로운 콘텐츠 개발 방식의 필요성을 강조하고 있다. 고희빈(2018)은 실감미디어는 기존의 영상 매체들과 속성이 전혀 다른 영상 매체이므로 새로운 접근법을 통한 개발이 필요하다고 하였다. 김현재(2022)는 3D 미디어 콘텐츠 연구 동향을 분

석하며 미디어스킨을 구현하기 위한 서비스 시스템을 제안하였다. 한편 김지인(2022)은 ‘공급자 중심의 주입식 교육’ 방식은 실습 교육이 필수적인 실감미디어 분야에 적합하지 않으므로 혁신의 필요성을 주장하며 실감미디어 혁신공유대학의 목적을 주창하였다. 이는 해당 연구의 중요성을 시사하고 있으나, 실감미디어 분야에 대한 이론적·실무적 교육 관련 연구는 미진한 실정이다. 서현경(2020)이 실감콘텐츠 개발을 위한 스토리텔링 교육의 필요성을 주장하였지만, 기획이나 기술 등 실무 영역의 교육에 대한 제언에 관한 연구는 부족하다.

실감미디어 산업이 급속도로 성장하고 있고, 실감미디어를 활용한 양질의 창업이 이루어지고 있다는 점을 고려하였을 때 이와 같은 연구의 부족은 상당한 아쉬움을 남긴다. 일례로 아날로그와 디지털을 결합한 실감미디어 기술을 기반으로 다양한 콘텐츠 산업을 영위하고 있는 ‘닷밀’은 2015년 설립된 이후, 2023년 전년 대비 76.8% 증가한 188억 원의 매출액(연결 기준)을 돌파하며 흑자 전환에 성공한 바 있다(염윤경, 2024). 이처럼 국내에서 실감형 콘텐츠 개발·제작·배급을 목표로 다양한 스타트업들이 창업하면서 활약을 거듭함에 따라(김동진, 2024), 본 연구에서는 우수한 창업자를 육성하기 위해서는 실감미디어를 접목한 창업 교육이 필요하다고 보았다.

이와 관련한 최근 연구에서도 메타버스가 파키스탄 여성의 기업가정신에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하거나(Hussain & Khan, 2024), 실감미디어가 공감 등의 감정을 자극하여 학생들이 문제를 해결할 수 있도록 행동을 유도하거나 동기를 부여할 수 있기에 디자인씽킹 학습에 긍정적 영향을 미친다는 논의가 이루어졌다(Gaspich & Han, 2024). 이처럼 기업가정신과 창업교육에 있어 실감미디어 등의 새로운 기술과 트렌드가 생성되고 있음에도 불구하고 실감미디어 등 가상학습 공간을 창업교육과 연계하여 다룬 연구는 여전히 제한적이다(Lerro et al., 2020).

결과적으로 새로운 영상 매체로서 실감미디어에 부합하는 제작론을 새롭게 정립해 가야 하는 상황에서(고호빈, 2018), 관련 콘텐츠를 활용한 창업을 교육하기 위해서는 교육 현장의 의견을 검토할 필요가 있다. 따라서 본 연구는 실감미디어 창업 교육과정을 ‘실감미디어 기술과 콘텐츠를 기반으로 한 창업을 체계적으로 교육하는 과정’으로 정의하고, 교수자들의 인식과 요구를 창업교육 차원에서 분석하고자 한다.

2.2. 창업교육

창업교육은 창업의도에 긍정적인 영향을 미치며(Souitaris et al., 2007; 양준환·김춘광, 2020), 창업에 도전할 확률뿐만 아니라 이후 기업가의 소득을 증가시키는 것으로 나타났다(Elert et al., 2015). 이에 따라 창업과 관련된 전문적인 교육은 나날이 그 중요성이 커지는 실정이다.

선행연구자들은 다양하게 창업교육을 정의하고 있다. 정태화(1996)는 사업을 계획하고 성공적으로 운영하는데 필요한

지식·기능·적성·태도 등을 가르치는 교육으로, 이영선(2017)은 사업을 준비하거나 운영하지 않더라도 미래의 잠재적 창업자들에게 사업 경영에 관한 내용을 가르치는 교육이라고 해당 개념을 정립하였다. 또한 목영두·최명길(2012)은 교육 대상, 참가자의 창업 준비 단계, 계획사업 등에 따라 교육 내용과 교수법 등이 달라질 수 있음을 시사하며 창업교육을 사업 아이디어를 탐색하고, 구체적으로 사업을 계획하며, 계획사업을 성공적으로 운영하는 데 필요한 창업 관련 지식·기능·태도 등을 가르치는 것이라고 논하였다.

창업교육은 예비창업자에게 창업에 관련된 지식과 정보를 제공하고, 창업 능력 및 기업가정신을 고취해 창업 성공률을 높이는 데 초점을 맞추고 있다(박윤희, 2004). 이우진·황보운(2015)은 Gartner & Vesper(1994)의 연구를 인용하여 ‘무엇을(Content)’, ‘어떻게(Process)’라는 주제가 창업교육의 기본적인 틀을 제공한다고 주장하였다. 이는 창업교육을 구성할 때 명확한 방향성과 구체적인 내용이 필요하다는 점을 뜻한다.

그러나 기존의 연구는 대부분 창업교육의 효과성을 정량적으로 탐색하는 데 그치고 있어 교육과정 개발을 다룬 연구는 상당히 미진한 상황이다. 관련 연구를 살펴보면, 경영시뮬레이션 게임을 활용하여 PBL 관점에서 교육과정을 기획하고 어떤 문제를 제시해야 하는지, 어떤 기준으로 평가해야 하는지에 대한 방법을 제시하거나(김영진, 2017), 디자인 분야에서 필요한 창업교육과정 개발모형 제시를 목표로 3단계의 과정을 거쳐 디자인 창업교육 프로그램 모델을 제안하는 식이다(차성욱, 2014). 그러나 실감미디어와 관련된 교육모델 연구는 교육과정 개발 관련 연구에서 그 비중이 상당히 적은 편이다. 이에 본 연구에서는 교수자 요구를 중심으로 실감미디어 창업 교육과정 개발 연구를 다루고자 한다.

이는 기존 교육과 실감미디어 교육이 다른 특성을 지녔기에, 실감미디어 교육만을 중점적으로 살펴보아야 한다는 전제에서 비롯된다. 일례로 25개 전문대학의 패션디자인 관련 정규 교육과정 내 창업교과목 개설 현황을 보면 ‘패션블로그’, ‘아트 패션창업실무’, ‘패션IT비즈니스창업’ 등 패션 산업과 관련된 교과목명을 제시하여 해당 산업을 특화하여 다루고 있다(정화연, 2018). 그 외에도 디자인 분야에서는 학습자가 ‘마케팅·홍보’, ‘PT·기획서’, ‘법률’ 순으로 중요하다고 인식하였고(차성욱, 2014), 실전 창업을 위한 현실기반의 창업콘텐츠가 부족한 편이라고 지적한 최종인·변영조(2013)는 융합기반의 대학원 기술창업 교육모델 개발을 살펴봄에 아이디어 도출, 타당성 검증, 사업계획을 근간으로 한 필드조사(지식재산권 포함), 자금과 같은 다섯 가지 요인이 상호 유기적으로 연계되어야 한다고 주장했다. 즉, 각 분야의 창업교육은 해당 분야의 특수성을 고려해야 한다고 전제하는 것이다.

지금까지 창업교육의 교수자는 일반 교육에 종사하는 교수자보다 더 다양한 교육 방법을 시도해 왔다(Kuratko, 2005; Solomon et al., 2002). 이는 창업이 본질적으로 혁신성과 창의성에 그 뿌리를 두는 동시에 끊임없이 변화하는 시장의 움직임을 반영해야 하는 영역이기 때문이다. 특히 Kuratko(2005)는

창업교육에 대해 기술을 인식하고 적용하는 환경이 전제되어야 함을 강조하며, 그 예로 워싱턴 대학교와 같은 일부 대학이 기술 응용 프로그램을 적용하고 있는 상황을 제시하였다. 이러한 선행연구는 실감미디어와 같은 최신 기술에 기반한 창업교육의 필요성을 역설한다. 실제로 교육 전반에서 소셜미디어 데이터를 분석하여 AR과 VR에 대한 대중의 관점, 정서, 태도, 담론을 살펴본 결과, 대중의 대다수는 AR·VR의 교육적 이점 및 활용성, 효과적인 교육 수단으로서의 역할에 긍정적인 반응을 보였다(Lampropoulos et al., 2022). 이는 AR·VR 등의 실감미디어가 교육 현장에 도입되기를 바라는 수요자의 기대를 방증하는 동시에 향후 창업교육을 담당하는 교수자의 역할이 이론과 실무를 포괄해야 함을 시사한다.

국내의 2022년도 대학 창업교육지원 현황을 살펴보면 교양 과목의 이론형 강좌 수는 4,904개, 이수자는 207,404명, 교양 과목의 실습형 강좌 수는 2,732개, 이수자는 12,877명, 전공과목의 이론형 강좌 수는 2,732개, 이수자 수는 80,685명으로 나타났다. 또한 전공과목의 실습형 강좌 수는 1,042개, 이수자는 17,241명이다. 이에 박윤희(2004)는 체계적인 창업교육과 실천형 창업교육의 부재를 지적하였는데, 2022년 창업교육 유형별 비중은 이론형 강좌가 91.2%, 실습형 강좌가 8.8%로 실천형 강좌의 수가 절대적으로 부족한 것을 알 수 있다. 실감미디어 분야는 전통적 주입식 교육 방식에서 탈피하여 프로젝트 기반의 실습 중심으로 진행되는 것이 바람직하지만(김지인, 2022), 실습형 강좌가 매우 부족한 현 상황은 실감미디어 창업교육과 관련된 미래를 우려케 한다.

<표 1> 2022년도 창업교육 지원 현황

| 창업강좌 현황 | | | | 비정규교과(창업활동) 현황 | | | | | | | | | |
|---------|---------|--------|--------|----------------|--------|--------|--------|----------|-------------|---------|---------|-------|---------|
| 교양과목 | | 전공과목 | | 이론형 과목 | | 실습형 과목 | | 창업동아리 현황 | | 창업경진 대회 | | 창업캠프 | |
| 이론형 과목 | 실습형 과목 | 이론형 과목 | 실습형 과목 | 강좌 수 | 이수자 수 | 강좌 수 | 이수자 수 | 동아리 수 | 등이리 참여 인원 수 | 개최 횟수 | 참여 인원 수 | 개최 횟수 | 참여 인원 수 |
| 4,903 | 207,440 | 2,732 | 12,877 | 2,732 | 80,685 | 1,042 | 17,241 | 3,928 | 20,827 | 553 | 28,485 | 727 | 27,149 |

특히 실감미디어 분야는 실습 교육이 필수적이기에 공급자 중심의 주입식 교육 방식은 반드시 혁신되어야 하지만(김지인, 2022), 기존 창업교육에서조차 실습형 강좌의 수가 부족한 상황이기 때문에 실감미디어 관련 분야의 창업교육 현장에서 교수자의 부담감은 더욱 커질 수밖에 없다. 산업 현장의 요구사항을 반영하여 학생들의 실무역량을 배양할 수 있는 교육과정을 개발하고 운영까지 해야 하지만, 이를 위한 관련 연구가 상당히 부족한 실정이기 때문이다. 특히 실감미디어 창업교육과 관련하여 교수자의 요구를 다룬 연구는 매우 부족하기에, 본 연구의 필요성은 더욱 높아진다.

대학 프로그램 개발 선행연구를 살펴보면, 교수자의 요구분석을 통해 대학영어 프로그램 개발 및 운영 방안을 모색하

나(김미숙·김영미, 2017; 맹은경 외, 2011), 블렌디드 러닝 수업의 운영과 관련하여 교수자 요구분석을 실시하는 등(홍효정, 2020), 다양한 영역에서 대학교육 품질향상을 위한 교수자 요구분석 관련 연구가 이어지고 있다. 한편 대학교육의 다른 영역과 달리 대학 창업교육은 다수가 학습자 요구분석 중심으로 이루어지고 있다. 이는 교육 현장의 또 다른 주축이라 할 수 있는 교수자에 대한 관심 축소라는 한계를 지닌다. 그러나 교수자의 역량을 강화하기 위해서는 교수자가 어떠한 요구를 지녔는지 파악하고 이를 통한 지원방안을 모색해야 하기에(홍효정, 2020), 실감미디어 창업 교육과정을 개발하기 위해 교수자의 요구를 살펴보는 것은 필수적이며 효과적인 프로그램 개발을 위한 중요한 출발점이 될 수 있다.

III. 연구 방법

3.1. 연구 문제 및 연구 방법

본 연구는 실감미디어 창업교육에 대한 대학 내 교수자의 인식과 요구를 확인하여, 향후 실감미디어 창업교육을 개발할 때 이를 기초자료로 활용하고자 한다. 이는 관련 분야의 교수자가 실감미디어와 창업에 대해 어떠한 인식을 지녔는지 파악하고, 실감미디어 창업교육을 통해 학습자의 창업역량을 효과적으로 배양할 방안을 구체적으로 논의하였다는 점에서 연구의 의의를 확보하였다고 볼 수 있다. 이에 따른 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1: 실감미디어 창업교육과 관련하여 교수자들의 전망과 동향에 대한 인식은 어떠한가?

연구문제 2: 교수자들은 실감미디어 창업교육의 필요성에 대해 인식하고 있는가? 이와 관련하여 바람직한 실감미디어 창업교육을 위한 커리큘럼은 어떻게 구성되어야 하는가?

연구문제 3: 교수자가 실감미디어 창업 교육과정을 통해 학습자에게 기대하는 역량은 무엇이며, 이를 위해 어떠한 지원이 제공되어야 하는가?

본 연구에서는 국내 대학에서 실감미디어 또는 창업 관련 분야의 교육 및 근무 경험이 있는 교·강사 10명을 대상으로 반구조화된 심층인터뷰를 2024년 7월부터 9월까지 진행하였다. 심층인터뷰에 참여한 연구참여자는 관련 분야의 교수자여야 한다는 전제조건을 고려하여 의도적 표집(Intentional Sampling) 기법을 활용하였으며, 눈덩이 표집(Snowball Sampling)을 병행하여 인터뷰 대상자 집단을 모집하였다.

본래 질적연구에서는 현상의 깊이 있는 탐구에 중점을 두기에 참여자의 수는 부차적이며 정량적 연구와 달리 측정할 수 없다(Englander, 2012; Gaskell, 2000; O'reilly & Parker, 2013). 참여자들의 연구 참여에 대한 진정성과 양질의 풍부한 정보 제공이 정량적인 숫자보다 중요하기 때문이다(O'reilly & Parker, 2013). 일례로 심층인터뷰를 연구 방법으로 적용한 권영진·이세운(2002)은 5명의 항공사 객실승무원이 아닌 다른

분야로 취업한 항공서비스 학과 졸업생들을 대상으로 인터뷰를 진행하였으며, 장준하·조민호(2023)는 고용불안정을 경험한 호텔종사자 6명을 대상으로 연구를 진행한 바 있다. 이러한 점을 고려할 때, 국내 대학에서 관련 분야의 교육 및 근무 경험이 있는 전문가를 대상으로 한 본 연구의 인원은 적절하다고 할 수 있다.

응답자는 30대 1명, 40대 6명, 50대 2명, 60대 1명으로 구성되어 대부분 40·50대에 포진되어 있었으며, 모두 현재 학교에서 재직하고 있는 교수자들이다. 또한 강의경력은 5년 미만 2명, 5년 이상 10년 미만 4명, 10년 이상 4명으로 전반적으로 5년 이상의 경력을 지닌 이들에 해당한다. 이는 대학에서 관련 교육 경험이 풍부하여, 현재의 문제점과 개선 방향을 인식하고 있는 이들로 의도적으로 모집하였기 때문이다. 이때 구체적인 연구 대상의 특성은 <표 2>와 같다.

<표 2> 응답자 특성

| 응답자 | 나이 | 직책 또는 직급 | 강의경력 | 학교 소재지 |
|-----|----|----------|------|--------|
| A1 | 46 | 조교수 | 15년 | 서울 |
| A2 | 41 | 조교수 | 6년 | 서울 |
| A3 | 49 | 연구교수 | 8년 | 충청권 |
| A4 | 49 | 조교수 | 4년 | 서울 |
| A5 | 48 | 연구교수 | 4년 | 충청권 |
| A6 | 54 | 교수 | 8년 | 서울 |
| A7 | 64 | 교수 | 15년 | 경기권 |
| A8 | 39 | 조교수 | 10년 | 서울 |
| A9 | 40 | 조교수 | 8년 | 경상권 |
| A10 | 50 | 연구교수 | 15년 | 전라권 |

본 연구에서 사용된 심층인터뷰는 통계적 접근만으로는 설명하기 어려운 대상자의 내재적 메커니즘을 이해하려는 목적에서 활용되었다(안혜진·이승하, 2024). 개인의 인식과 요구는 스스로의 내재적 메커니즘에서 비롯된 것이기에, 본 연구의 문제의식을 해결하기 위해서는 심층인터뷰에 기반한 질적연구가 가장 적합하다고 판단하였다. 이와 같은 전문가 인터뷰는 뚜렷한 목적을 가진 비확률적 표본추출(Non-probability Sampling)에 적합하다(Goldstein, 2002). Von Soest(2023)는 전문가 인터뷰의 세 가지 기능을 다음과 같이 강조하였다. 연구 주제를 귀납적으로 탐색하거나 가설을 생성할 수 있으며, 연구 설계를 위한 데이터 수집과 통계적 추론에 이용할 수 있는 정량 자료를 도출할 수 있다고 하였다. 이는 전문가 인터뷰의 분석 단위가 특정 사건, 개발 또는 의사 결정 과정으로(Von Soest, 2023), AHP나 델파이 조사보다 유연한 방식으로 전문가의 개별적인 의견을 반영할 수 있음을 의미한다.

본 연구는 전사된 원자료에 대한 개념화 및 범주화를 프레임워크 분석(Framework Analysis)을 통해 진행하였다. 프레임워크 분석은 미리 설정된 프레임워크에 따라 데이터를 분류하고 분석하는 방법이다(Rabice, 2004). Krueger(1994)의 프레임워크 분석은 미리 정의된 범주에 따라 데이터를 코딩하고, 그 범주 내에서 패턴이나 관계를 분석함으로써 미리 설정된 기

준(예: 긍정·부정, 낮음·높음)에 따른 기호화된 응답을 통해 결과를 도출할 수 있다. 본 연구는 해당 주제에 대한 응답을 사전 정의한 기준에 따라 분석하고, 각 범주 내에서 어떤 응답의 경향성을 분석하여 의미를 도출하였다.

이는 Krueger(1994)가 단순한 원시 데이터 축적부터 데이터 해석에 이르기까지 분석 연속체, 즉 원시 데이터, 설명문, 해석을 종합적으로 고려함으로써 선형 형태가 아닌 프로세스의 한 부분이 다른 부분과 겹치는 상황을 고려해야 한 점을 바탕으로 분석한 것이다(Rabice, 2004). 프레임워크 분석방법은 포커스그룹 인터뷰(FGI)뿐만 아니라 심층인터뷰에도 종합적으로 활용됨으로써 질적연구의 구조적 분석에 용이하게 활용된다.

본 연구의 인터뷰 질문지는 <표 3>과 같다. 해당 문항은 목영두·최명길(2012)의 창업학 교육과정 개발모형과 이은배(2021)의 교수자 인식에 대한 질적연구를 바탕으로 구성하고, 창업학 교수자 2인의 검수를 받아 본 연구의 의도에 맞게 수정·보완하여 사용하였다.

<표 3> 인터뷰 질문지

| 연번 | 영역 | 세부내용 |
|----|------------------|---|
| 1 | 실감미디어와 창업 동향 | - 실감미디어 분야의 사업 현황과 전망은 어떻습니까? - 실감미디어 분야의 창업 동향과 특징은 무엇입니까? - 실감미디어 분야의 창업을 위해 학생 또는 예비창업자가 갖추어야 할 역량은 무엇입니까? |
| 2 | 교육과정 목표 및 필요성 | - 실감미디어 분야의 교육은 어떻게 이루어져야 합니까? - 실감미디어 교육은 어떻게 창업으로 연계될 수 있습니까? - 대학 차원에서 실감미디어 창업교육이 필요한 이유는 무엇입니까? - 실감미디어 창업교육을 통해 학생들이 얻어야 할 핵심 역량은 무엇입니까? (예를 들어 창업환경 분석 & 기회탐색, 사업모델 개발, 창업가정신 & 역량개발, 창업과정장) |
| 3 | 교육과정의 내용 및 구성 | - 실감미디어 창업 교육과정의 주요 목표는 무엇이어야 한다고 생각하십니까? - 실감미디어 창업 교육과정의 핵심 주제는 무엇이어야 한다고 생각하십니까? - 실감미디어 창업 교육과정에서 이론과 실습의 비중은 어떻게 구성해야 한다고 생각하십니까? - 창업 비교과 과정의 운영과 중요성은 어떻다고 생각하십니까? |
| 4 | 교육 커리큘럼 | - 실감미디어 창업 교육과정에서 반드시 포함되어야 할 핵심 교과목은 무엇이라고 생각하십니까? - 실감미디어 기술에 대한 이론적 이해를 높이기 위해 어떤 과목들이 필요하다고 생각하십니까? - 실감미디어 창업의 특성을 반영한 경영 및 비즈니스 관련 교과목으로는 무엇이 적합하다고 생각하십니까? - 실감미디어 창업을 위한 교과 지원 프로그램에는 무엇이 필요하다고 생각하십니까? |
| 5 | 교수 방법 및 교육 기대 효과 | - 실감미디어 창업교육에 있어서 교수자의 주요 역할과 목표는 무엇이라고 생각하십니까? - 실감미디어 창업 교육과정의 효과를 극대화하기 위해, 가장 효과적인 교수법은 무엇이라고 생각하십니까? - 실감미디어 창업교육을 통해 학생들이 얻을 수 있는 성취와 역량은 무엇이라고 생각하십니까? - 실감미디어 창업교육을 받은 학생들은 창업 시장에서 어떤 경쟁력을 갖추게 될 것이라고 예상하십니까? |
| 6 | 장애물과 해결방안 | - 실감미디어 창업교육 과정에서 발생할 수 있는 기술적 어려움이나 한계에는 무엇이 있다고 생각하십니까? - 실감미디어 창업 교육과정에서 학생들이 마주할 수 있는 장애물에는 무엇이 있다고 생각하십니까? 이러한 문제를 해결하기 위해, 교육과정에서 필요한 지원이나 자원은 무엇입니까? - 실감미디어 창업 교육과정에서 교수자들이 마주할 수 있는 |

| | | |
|--|--|---|
| | | 장애물로는 무엇이 있다고 생각하십니까? 효과적인 교육과정 운영을 위해 교수자에게 필요한 지원이나 도구는 무엇입니까? - 실감미디어 창업 교육과정에서 교수자들이 마주할 수 있는 장애물로는 무엇이 있다고 생각하십니까? 효과적인 교육과정 운영을 위해 교수자에게 필요한 지원이나 도구는 무엇입니까? |
|--|--|---|

본 연구는 인터뷰를 본격적으로 시작하기 전, 연구의 목적과 자료의 사용 목적, 연구윤리 등에 대해 1차적으로 설명하였으며 심층인터뷰 질문지를 전달하여 연구에 대한 대상자의 이해를 높였다. 본 연구에서는 연구 대상자의 동의하에 녹음 파일과 전사본 등을 통해 자료를 수집하였으며 교내 연구실, 강의실 등에서 대면 인터뷰를 주로 진행하였다. 그러나 물리적 거리, 건강상의 이유 등으로 응답자가 온라인을 희망할 경우 ZOOM을 이용하여 비대면으로 진행하였다. 이때 인터뷰는 응답자별 평균 1시간 30분가량 소요되었다.

3.2. 자료수집 및 자료분석

인터뷰는 대상자의 사전 동의하에 녹취와 전사가 이루어졌으며, 대상자와의 면담 과정에서 <표 3>의 질문 외에도 구체적인 사례나 이유 등을 추가적으로 질문하여 깊이 있는 인터뷰를 진행하였다. 또한 연구의 신뢰성과 타당성을 위해 모호한 답변에 대해서는 연구자가 대화의 맥락을 고려한 후 재질문하여 대상자의 의도를 명확하게 확인하였다. 이는 연구진의 주관적 견해를 최대한 배제하기 위해서이다. 이어 인터뷰 종료 이후, 연구자들은 녹취 및 전사 자료를 기반으로 최소의미단위로 나누어 분석하였으며 특히 응답자가 중요하다고 강조하거나 여러 번 반복한 말을 중심으로 살펴보았다.

또한 본 연구는 실감미디어 창업 교육과정 개발을 위해 영역별로 연구 대상자가 주요하게 생각한 문구나 키워드 등을 중심으로 해석을 위한 그룹화를 진행하였다. 즉 교수자들이 가진 실감미디어 창업교육에 대한 전망과 동향 인식, 실감미디어 창업교육의 필요성에 대한 인식, 커리큘럼의 구성, 교육을 통한 학습자의 목표 역량, 필요 지원 등을 중심으로 연구 분석틀(Framework)을 구성하고 주제 분석(Thematic Analysis)을 활용하는 분석 방식을 취한 것이다.

이는 선행연구를 기반으로 자료를 숙지하고 주제들을 파악 및 구성하며, 이를 인터뷰 자료에 적용하여 자료를 표로 도식화하여 해석하는 Ritchie & Spencer(2002)의 방식을 취하고 있다. 국내에서는 박유선·이지현(2020)이 Braun & Clarke(2006)를 참고해 주제별 분석을 데이터 세트에서 테마를 식별하고 분석하는 방법으로 정의하고 주요 문구, 키워드에 주목해 그룹을 만들고 그룹에 따라 테마를 도출하여 최종적으로 기회요인을 제안하였다.

IV. 연구 결과

4.1. 실감미디어 창업 동향

실감미디어 창업 동향에 대한 인식 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4> 실감미디어와 창업 동향 인식 조사

| 응답자 | 실감미디어와 창업 동향 | | |
|-----|--------------|----------|-----------------------|
| | 사업 현황·전망 | 창업 동향·특징 | 대학생 창업자가 갖추어야 할 역량 |
| A1 | 긍정적 | 부정적 | 비즈니스 역량 |
| A2 | 긍정적 | 긍정적 | 기획 역량 |
| A3 | 부정적 | 긍정적 | 비즈니스 역량, 기술 역량 |
| A4 | 긍정적 | 부정적 | 비즈니스 역량, 기술 역량, 기획 역량 |
| A5 | 부정적 | 긍정적 | 기술 역량 |
| A6 | 긍정적 | 부정적 | 비즈니스 역량 |
| A7 | 긍정적 | 긍정적 | 기술 역량 |
| A8 | 긍정적 | 긍정적 | 기술 역량 |
| A9 | 긍정적 | 부정적 | 비즈니스 역량 |
| A10 | 부정적 | 부정적 | 비즈니스 역량, 기획 역량 |

실감미디어 사업 현황과 전망에 대한 응답자의 인식을 살펴본 결과 10명의 응답 중 7명은 긍정적, 3명은 부정적인 태도를 견지하였다. 실감미디어의 산업적 가능성과 교육적 활용에 대해 긍정적으로 평가하는 응답자들이 다수를 차지했으며, 특히 기술의 발전 속도와 적용 분야의 확장에 대해 매우 유망하다고 보는 의견이 많았다. 다만 회의적인 의견을 제시한 응답자들은 실감미디어가 아직 창업에 충분히 접목되지 않았고, 킬러콘텐츠나 체계적인 교육 및 방법론이 부족하다고 지적했다. 이들은 실감미디어가 앞으로 더 발전할 가능성이 있지만, 아직 그 발전이 완전히 이루어지지 않았다고 전망하였다. 결론적으로 실감미디어는 다양한 산업 분야에서 빠르게 성장하며 교육 및 창업 분야에서도 큰 잠재력을 지니고 있지만, 성공적인 정착을 위해서는 킬러 콘텐츠 개발과 체계적인 창업 교육이 필요하다고 볼 수 있다.

실감미디어 창업 동향과 특징에 대한 응답자의 의견을 종합하면, 10명의 응답 중 전체적으로 긍정적인 평가(6명)가 부정적인 평가(4명)가 다소 높았다. 긍정적인 측면에서는 실감미디어의 진입장벽이 낮고 창업 기회가 많으며, 기술 발전과 더불어 창업의 잠재력이 크다는 점이 강조되었다. 부정적인 측면에서는 기술적 진입장벽, 문제해결 능력 부족, 창업 아이디어의 다양성 부족 등이 주요 과제로 지적되었다.

이때 콘텐츠 개발과 미디어아트 분야는 창업 기회가 많고 진입장벽이 낮은 편이며, 융합형 창업의 기회가 존재한다는 의견이 다수였다. 이처럼 실감미디어와 관련하여 기술발전은 응답자 대부분이 높게 평가하였으나, 한편에서는 기술적 진입장벽이 존재한다는 의견이 거론되었다. 즉 창업기회는 전반적으로 괄목할 만한 양상이지만, 대학생들이 도전할 수 있는 창업환경이나 여건이 부족하다고 볼 수 있는 것이다. 이를 개선

하기 위해서는 산학협력을 기반으로 해당 산업과 기술에 대해 이해력을 높일 수 있는 전문멘토링이 도입되어야 한다는 의견이 지배적이었는데, 특히 멘토링을 통해 대학생들이 문제 해결 역량을 배양해야 한다는 점을 주목할 수 있다.

마지막으로 실감미디어 창업을 위해 대학생 창업자가 갖추어야 할 역량에 관한 응답자 의견을 살펴보면, 비즈니스 역량(6명)이 가장 많이 강조되었다. 구체적으로 회계, 사업계획서 작성, 시장성 분석, 소비자 이해 등을 제시할 수 있다. 또한 AI, XR과 같은 기술 역량(5명)과 독창적인 아이디어를 기반으로 한 기획 역량(3명)도 언급되었다. 이를 종합해보면, 실감미디어 창업에서 비즈니스 역량, 기술적 역량, 창의적 사고가 균형감 있게 요구된다는 것을 알 수 있다.

4.2. 교육과정 목표 및 필요성

실감미디어 창업 교육과정의 목표 및 필요성에 대한 응답 결과는 <표 5>와 같다.

<표 5> 교육과정 목표 및 필요성 응답

| 응답자 | 교육과정 목표 및 필요성 | | | |
|-----|---------------------------|--------------------|---------------------|--------------------------|
| | 교육 방향성 | 교육의 창업 연계 방법 | 대학 차원의 교육 필요성 | 학생이 얻어야 할 핵심 역량 |
| A1 | 최신 트렌드 반영 | 흥미로운 교수법 | 창의성 개발, 협업 및 문제해결능력 | 기술 활용·문제 해결 능력 |
| A2 | 이론·실습 혼합 학습, 산학협력 프로그램 강화 | 실무 중심 교육 | 창업 기회 제공, 전문 인재 양성 | 경제적 감각 |
| A3 | 전공 중심 교육 | 실무 중심 교육 | 창의성 개발 | 기술 활용·문제 해결 능력 |
| A4 | 이론·실습 혼합 학습 | 실무 중심 교육 | 전문 인재 양성 | 비즈니스 분석·관리 능력, 창의적 사고 능력 |
| A5 | 실무 경험, 기술 활용 | 실무 중심 교육 | 협업 및 문제해결능력 | 비즈니스 분석·관리 능력, 창의적 사고 능력 |
| A6 | 최신 트렌드 반영 | 흥미로운 교수법 | 전문 인재 양성 | 비즈니스 분석·관리 능력 |
| A7 | 실무 경험, 기술 활용 | 실무 중심 교육 | 창업 기회 제공, 창의성 개발 | 비즈니스 분석·관리 능력 |
| A8 | 실무 경험 | 흥미로운 교수법, 실무 중심 교육 | 창업 기회 제공 | 비즈니스 분석·관리 능력 |
| A9 | 이론·실습 혼합 학습 | 흥미로운 교수법 | 창업 기회 제공, 전문 인재 양성 | 비즈니스 분석·관리 능력 |
| A10 | 실무 경험 | 흥미로운 교수법, 실무 중심 교육 | 창의성 개발, 협업 및 문제해결능력 | 기술 활용·문제 해결 능력 |

실감미디어 교육의 방향성에 대한 응답 분석 결과, 실무 경험(4명)과 이론·실습 혼합교육(3명), 최신 트렌드 반영(2명)과 기술 활용(2명)을 중심으로 논의되었다. 가장 많이 언급된 실무 경험은 학생들이 실제 창업에 필요한 실질적인 경험을 통해 기술을 활용할 수 있는 능력을 배양하는 것이 중요함을 의미한다. 이어 이론·실습 혼합 학습은 현재 다수 학교에서 실감미디어 교육이 이론과 실습이 병행되면서 이루어지고 있

음을 의미하며, 최신 트렌드 반영은 교육이 현재의 기술 동향과 시장 요구를 반영하도록 업데이트되어야 한다는 필요성을 강조한다. 그 외에도 학생들의 기술 활용 능력을 높이고, 이를 창업 아이디어로 전환시키는 과정이 중요함을 강조하거나, 창업 연계를 위해 산학협력 프로그램을 더 강화할 필요가 있다는 의견 등이 있었다.

따라서 교수자들은 실무 중심의 학습을 선호하는 것으로 나타났다. 현재 이론과 실습의 혼합 학습을 통해 학생들의 창업 능력을 배양하고 있으나 기술을 활용한 실무적 수업에 한계를 느끼는 것으로 나타났다. 특히 글로벌 시장 진출을 위한 트렌드 분석에 어려움을 느끼고 있었기에, 신기술 학습 등이 적극적으로 이루어져야 할 것이다. 이에 산학협력 프로그램 강화 등 다양한 교육 방식과 학생들이 창의적이고 효과적으로 학습할 수 있는 환경을 조성해야 한다.

실감미디어 교육의 창업 연계 방법에 대한 의견으로는 실무 중심 교육(7명)과 흥미로운 교수법(5명)이 가장 중요한 두 축으로 부각되었다. 응답자들은 실무 중심 교육을 통해 학생들이 이론적인 지식 함양에서 나아가 이를 실제 창업에 적용할 수 있을 것으로 기대하였다. 이와 같은 맥락에서 학습자가 흥미를 느낄 수 있는 교수법의 개발이 논의되었는데, 이는 학습자의 학습 의욕을 고취시키고, 창의적이고 혁신적인 아이디어를 개발할 수 있는 환경을 제공해야 함을 뜻한다. 이러한 두 가지 요소는 교육을 통해 학습자가 졸업 이후 바로 창업에 도전할 수 있게 만드는 디딤돌 역할을 할 수 있을 것이다. 즉 실감미디어 분야의 창업 가능성을 높이고 학습자가 올바른 창업자로서 살아갈 수 있도록 지원하는 역할을 한다.

대학 차원에서 실감미디어 교육의 필요성에 대한 응답 결과는 다음과 같다. 창의성 개발(4명), 창업 기회 제공(4명), 전문 인재 양성(4명), 협업 및 문제해결 능력(3명) 등으로, 창업 기회 제공은 학생들에게 실제 창업을 위한 기회와 지원을 제공하는 것을 의미하며, 창의성 개발은 학생들이 창의적인 아이디어와 혁신적인 접근 방식을 통해 시장에서 경쟁력을 갖추는 것을 목표로 한다.

또한 전문 인재 양성은 산업에 필요한 기술적·비즈니스적 역량을 갖춘 인재를 양성하는 데 중점을 두고, 협업 및 문제해결 능력은 팀워크와 문제해결 역량을 향상시켜 실무에서의 성공을 지원하게 된다. 이러한 키워드들은 대학에서 실감미디어 교육이 단순한 기술 습득을 넘어 창의적이고 실질적인 창업역량을 배양하는 종합 프로세스로 발전해야 함을 시사한다.

실감미디어 교육을 통해 학생들이 얻어야 할 핵심 역량에 대한 응답 결과, 비즈니스 분석·관리 능력(6명)이 가장 많았고 기술 활용·문제 해결 능력(3명), 창의적 사고 능력(2명) 등으로 나타났다. 가장 많이 언급된 비즈니스 분석·관리 능력은 다수의 응답자가 비즈니스 모델 수립과 창업 환경 분석, 트렌드 분석 등 창업 과정에서 필수적인 분석 및 관리 역량을 강조하였다. 또한 기술 활용·문제 해결 능력은 학생들이 실감미디어 기술을 효과적으로 활용하고 문제를 해결하는 능력을 배양하는 것이 중요함을 의미한다.

창의적 사고 능력과 관련해서는 혁신적인 아이디어 발굴과 비즈니스 모델 개발을 통해 창의적 접근을 필요로 한다는 의견이 주를 이루었으며, 예산 관리 및 경제 이해가 창업 성공의 중요한 요소임을 강조한 의견도 있었다. 따라서 실감미디어 창업 교육과정은 비즈니스 분석 및 관리 능력을 중심으로 기술 활용을 통한 문제해결 능력을 보강하여 기술 역량과 실무적 경험을 강화할 수 있도록 구성해야 한다.

4.3. 교육과정의 내용 및 구성

실감미디어 창업 교육과정의 내용 및 구성에 대한 응답 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6> 교육과정의 내용 및 구성 응답

| 응답자 | 교육과정의 내용 및 구성 | | | |
|-----|----------------------|-------------------|---------------------------------|------------|
| | 주요목표 | 핵심주제 | 이론과 실습의 비중 | 비교과 운영 중요성 |
| A1 | 교수자 역량강화 | 기술 적용 및 이해 | 이론 < 실습 | 높음 |
| A2 | 기술 활용과 이해, 교육 접근성 지원 | 비즈니스 모델 및 전략 이해 | 이론 → 실습 | 낮음 |
| A3 | 실무적 체험과 경험 | 비즈니스 모델 및 전략 이해 | 실습 중심 (100%) | 높음 |
| A4 | 실무적 체험과 경험 | 기술 적용 및 이해 | 이론(40%) < 실습(60%) | 낮음 |
| A5 | 창의성 함양 | 아이디어 개발 | 이론(50%) = 실습(50%) | 높음 |
| A6 | 창의성 함양 | 비즈니스 모델 및 전략 이해 | 이론(40%) < 실습(60%) | 높음 |
| A7 | 기술 활용과 이해 | 아이디어 개발 | 창업이론(20%) · 전공이론(30%) = 실습(50%) | 높음 |
| A8 | 실무적 체험과 경험 | 아이디어 개발 | 이론(40%) < 실습(60%) | 낮음 |
| A9 | 교육 접근성 지원 | 아이디어 개발 | 이론(30%) < 실습(70%) | 높음 |
| A10 | 문제해결 능력 함양 | 아이디어 개발, 사회 문제 해결 | 이론(20%) < 실습(80%) | 높음 |

실감미디어 창업 교육과정의 주요 목표에 대한 응답 분석 결과, 기술 활용과 이해(4명), 교육 접근성 지원(3명), 실무적 체험과 경험(3명), 창의성 함양(3명), 문제해결 능력 함양(1명)으로 나타났다. 이때 기술 활용과 이해는 학생들이 실감미디어의 기술적 요소를 깊이 이해하고 이를 창업 아이디어에 적용할 수 있는 능력을 강조하는 목표를 의미하며, 교육 접근성 지원은 학생들이 실감미디어 교육에 쉽게 접근하여 교육이 친숙하고 흥미롭게 이루어져야 함을 나타낸다.

실무적 체험과 경험은 학생들에게 실질적 창업 경험을 제공하여 실무 능력을 배양하는 것이 중요함을 시사하고, 창의성 함양은 혁신적이고 창의적인 사고를 통해 새로운 사업 아이디어를 개발하고 시장을 개척할 수 있는 역량을 강조한다. 또한 문제해결 능력 함양을 통해 창업 과정에서 발생하는 문제를 해결할 수 있어야 함이 언급되었다. 종합하면 실감미디어 교육의 목표는 학생들이 기술을 효과적으로 활용하고, 실무적 체험을 통해 창의적이고 문제해결 능력을 갖춘 인재로 육성

하는 데 중점을 두고 있다.

실감미디어 창업 교육과정의 핵심 주제에 대한 응답 분석 결과, 아이디어 개발(5명), 비즈니스 모델 및 전략(3명), 기술 적용 및 이해(2명) 등으로 분류되었다. 가장 많이 언급된 아이디어 개발 및 창의성은 혁신적이고 독창적인 아이디어를 발굴하여 시장에 출시할 수 있는 아이템을 개발하는 것을 목적으로 한다. 또한 실무 경험 및 현장 적용은 실무와 관련된 교육 및 현장 경험의 중요성을 의미하고 있다. 이때 창업 아이템으로 사회 문제 해결방안을 탐색해야 한다는 의견도 존재하였다(A10).

비즈니스 모델 및 전략은 비즈니스 모델의 이해와 수립, 실감미디어 산업의 현금 흐름(Cash Flow)을 이해하는 것이 중요함을 강조하였으며, 기술 적용 및 이해는 학생들이 실감미디어 기술을 효과적으로 이해하고 적용할 수 있는 능력을 배양하는 것이 핵심이라고 하였다. 이는 결과적으로 실감미디어 창업 교육과정의 주제가 창업 아이디어 개발을 위해 기술적, 전략적, 창의적, 실무적 요소를 균형 있게 포함해야 함을 시사한다.

이에 본 연구에서 실감미디어 창업 교육과정의 이론과 실습의 비중에 대한 응답을 분석한 결과, 대부분의 응답에서 실습의 비중이 높았다. 응답자들은 실습 중심의 교육 방식이 효과적이라는 의견이 지배적이었으며, 실습 비중은 60%에서 80%까지 다양하게 제시되었다. 그중에서도 가장 많이 언급된 비중은 실습 60%, 이론 40%이다(3명). 응답 결과는 실질적인 기술 적용과 창업 경험의 중요성을 반영하며, 학생들이 실제로 기술을 사용하고 프로젝트를 수행하는 것이 실감미디어 창업 교육과정의 핵심임을 강조한다. 한편 이론을 창업이론과 전공이론, 기술 이론과 인문학 등으로 세분화한 응답도 있었는데, 이는 이론의 다양성이 학습자에 맞추어 고려될 필요성을 시사한다. 따라서 실감미디어 교육에서는 실습을 중심으로 한 교육을 강화하고, 이론 교육은 실습을 보완하는 방향으로 균형 있게 구성해야 할 것이다.

실감미디어 창업교육에서 비교과의 중요성은 전체적으로 높게 평가되었다(7명). 응답을 살펴보면 창업 비교과는 학습자에게 실질적인 경험을 제공하여 창업역량을 강화하는 데 필수적이다. 일례로 기업가 초청, IR 대회 참여 등을 통해 동기 부여와 자극을 줄 수 있기 때문이다. 이와 같은 창업 비교과는 정규 교과 운영만으로는 상대적으로 부족할 수 있는 대외 활동 경험을 보완하고, 나아가 창업 생태계에 대한 이해를 돕는다는 점에서 그 중요성을 드러내었다.

반면 비교과의 중요도가 낮다고 본 이들은 실감미디어 창업 교육은 교과 과정 위주의 접근이 효율적이며, 비교과는 보조적 역할에 불과하기에 큰 역할을 하기에는 한계가 있다고 보았다. 그러나 비교과 과정이 창업교육을 보다 풍부하고 효과적으로 만들어주는 요소로 작용한다는 것은 공감하였기에, 정규 교과뿐만 아니라 창업 비교과를 강화하여 학습자에게 다채로운 경험을 제공해야 할 것이다.

4.4. 교육 커리큘럼

실감미디어 창업 교육과정의 교육 커리큘럼에 대한 응답 결과는 <표 7>과 같다.

<표 7> 교육 커리큘럼 응답

| 응답자 | 실감미디어 교육 커리큘럼 | | | 교과 지원 프로그램 요구 |
|-----|----------------------|-------------|-----------------|-------------------------------|
| | 핵심 교과목 | 기술 이해 교과목 | 경영 및 비즈니스 교과목 | |
| A1 | 비즈니스 모델·사업 계획서 작성 | 기술 활용 및 실습 | 비즈니스 모델 및 시장 분석 | 지속적인 지원 및 인프라 구축 |
| A2 | 시장 분석 및 기획 | 기초 공학 지식 | 창업 실습 및 경험 | 참여 프로그램 및 실무 교육 |
| A3 | 실무 체험 및 시뮬레이션 | 분야 관련 지식 | 창업 실습 및 경험 | 지속적인 지원 및 인프라 구축 |
| A4 | 실무 체험 및 시뮬레이션 | 기술 활용 및 실습 | 비즈니스 모델 및 시장 분석 | 지속적인 지원 및 인프라 구축, 멘토링 및 인턴십 |
| A5 | 실무 체험 및 시뮬레이션 | 플립 러닝 자율 학습 | 창업 실습 및 경험 | 멘토링 및 인턴십 |
| A6 | 자금 조달 및 투자 | 재무 이론 | 비즈니스 모델 및 시장 분석 | 참여 프로그램 및 실무 교육 |
| A7 | 시장 분석 및 기획 | 기초 공학 지식 | 경영 기초 지식 | 참여 프로그램 및 실무 교육 |
| A8 | 비즈니스 모델·사업 계획서 작성 | 기초 공학 지식 | 비즈니스 모델 및 시장 분석 | 외부 기업·전문가 협력 |
| A9 | 비즈니스 모델·사업 계획서 작성 | 기술 트렌드 이해 | 경영 기초 지식 | 지속적인 지원 및 인프라 구축 |
| A10 | 교과목보다는 비중과 진행 방식이 중요 | 기술 활용 및 실습 | 기업가정신 및 사례 학습 | 참여 프로그램 및 실무 교육, 외부 기업·전문가 협력 |

실감미디어 창업교육에서 반드시 포함되어야 할 핵심 교과목에 대한 응답결과는 실무 체험 및 시뮬레이션(3명), 비즈니스 모델·사업 계획서 작성(3명), 시장 분석 및 기획(2명), 자금 조달 및 투자 등으로 다양하게 나타났다.

실무 체험 및 시뮬레이션은 프로토타입 구현, 린 스타트업 등이 포함되며, 학습자가 실제 창업에서 필요한 실질적인 경험을 제공하는 것을 목적으로 한다. 이어 비즈니스 모델 및 사업계획서 작성은 창업 아이템을 구체화하고 실감미디어를 활용하여 실용적인 교육을 제공하는 데 필수적이다. 또한 시장 분석 및 기획은 학습자가 시장의 필요를 파악하여 기업가정신과 관련된 다양한 교육을 통해 창업역량을 강화할 수 있도록 목표 시장을 TAM-SAM-SOM 등을 통해 세밀히 분석하는 것을 의미한다. 또한 자금 조달 및 투자는 사업 운영에 필요한 자금 조달을 위해 투자금 유치 등의 방안을 모색하고 이와 관련된 IR 피칭방안 등을 학습한다. 이와 같은 핵심 교과목들은 실감미디어 창업교육의 효과성을 높이고, 학습자가 창업에 필요한 종합적 역량을 갖추 수 있도록 지원함으로써 창업의 성공 가능성을 높이는 데 기여할 수 있다.

실감미디어 창업 교육과정에 반영되어야 할 기술 교과목에 대해 탐색한 결과, 기술 활용 및 실습(3명), 기초공학 지식(3명)이 중점적으로 나타났다. 즉 실감미디어 기술을 실질적으

로 활용할 수 있는 실습 과목이 필요하며, VR, AR, MR, XR 등 기초 기술에 대한 습득 또한 이루어져야 한다고 하였다. 더불어 메타버스와 같은 신기술을 활용한 가상 체험 과목을 활용하여 학습자가 가시적인 결과물을 도출할 수 있도록 지원해야 한다는 의견도 존재하였다.

이는 학습자가 해당 수업을 통해 실감미디어 기술의 활용 능력을 기르는 것이 주요한 목적임을 시사한다. 이어 기초적인 공학 지식을 통해 프로그램과 기술을 이해하고, 실감미디어 장비를 다루어야 한다는 점도 강조되었다. 그 외에 실감미디어 분야 관련 지식과 기술 트렌드 이해 등의 의견도 존재하였다. 결과적으로 실감미디어 창업교육의 기술 교과목에서는 기술 활용 및 실습과 기초 공학 지식에 대한 이해를 바탕으로 창업의 기초지식을 함양할 필요가 있다.

실감미디어 창업교육에서 필요한 경영 및 비즈니스 관련 교과목에 대한 응답 분석 결과, 비즈니스 모델 및 시장 분석(4명), 창업실습 및 경험(3명), 경영 기초 지식(2명), 기업가정신 및 사례 학습(1명) 등으로 나타났다. 이는 시장의 니즈에 기반한 비즈니스 모델의 중요성을 역설하는 동시에 폭넓은 경영 지식을 습득해야 한다는 의견으로 해석할 수 있다. 또한 창업 실습 및 경험에서는 실제 돈의 흐름을 이해할 수 있도록 창업 시뮬레이션 경험을 제공하고 실감미디어 기술을 결합하여 새로운 교육 콘텐츠를 제공하는 등의 방식이 주를 이루었는데, 이를 위해서는 실감미디어 관련 장비와 전문가 등이 준비되어야 할 것이다. 그 외에도 기본적인 경영 지식, 마케팅, 재무회계, 인사관리, 노동법 등에 대한 교육 요구와 기업가정신 함양을 위한 청년창업 사례 학습에 대한 요구도 존재하였다. 따라서 실감미디어 창업 교육과정에서 비즈니스 모델 및 시장 분석을 중심으로 다양한 차원의 경영·비즈니스 교과를 균형 있게 구성하고 운영해야 할 것이다.

실감미디어 창업교육에서 필요한 교과지원 프로그램에 대한 응답 분석 결과, 지속적인 지원 및 인프라 구축(5명), 참여 프로그램 및 실무 교육(4명), 멘토링 및 인턴십(2명), 외부 기업·전문가 협력(2명)으로 분류되었다. 즉 응답자들은 창업을 준비하는 학생들을 위해 체계적인 지원 시스템 구축과 이에 따른 인프라, 장비, 소프트웨어 등이 제공되길 희망하였다. 또한 학생들의 실무 능력을 향상시키기 위해 창업자 초청 특강이나 피칭 대회와 같은 참여 프로그램을 개설하는 등의 의견도 존재하였다. 멘토링 및 인턴십 또한 현장에서의 실질적인 경험을 전문가의 관점에서 말하는 것을 중시하며, 외부 기업·전문가 협력을 통해 관련 기술 교육과 자금 지원을 강조한다. 결과적으로 실감미디어 창업교육이 원활하게 운영되기 위해서는 교수자의 개인적 노력뿐만 아니라 학교 측의 다양한 지원이 뒷받침해주어야 한다는 사실을 알 수 있다.

4.5. 교수방법 및 교육 기대 효과

실감미디어 창업 교육과정의 교수방법 및 교육 기대 효과에 대한 응답 결과는 <표 8>과 같다.

<표 8> 교수방법 및 교육 기대 효과 응답

| 응답자 | 교수방법 및 교육 기대 효과 | | | |
|-----|------------------------------|----------------|---------------------------|----------------------|
| | 교수자의 주요 역할과 목표 | 효과적인 교수법 | 학습자 성취와 역량 기대 | 경쟁력 함양 기대 |
| A1 | 실무적 경험 및 기술 전달 | 전문가 특강 기반 실무교육 | 창업 경험과 자신감 | 창업 경험과 시장 적응력 |
| A2 | 실무적 경험 및 기술 전달 | 프로젝트 기반 학습실습 | 창업 경험과 자신감 | 창업 경험과 시장 적응력 |
| A3 | 퍼실리테이터 및 조력자, 실무적 경험 및 기술 전달 | 전문가 특강 기반 실무교육 | 창업 경험과 자신감 | 창업 경험과 시장 적응력 |
| A4 | 창의성 및 도전정신 고취 | 프로젝트 기반 학습실습 | 문제 해결·혁신적 사고 능력 | 트렌드 분석 기반 비즈니스 모델 개발 |
| A5 | 창의성 및 도전정신 고취 | 팀 프로젝트 | 문제 해결·혁신적 사고 능력 | 기술력 |
| A6 | 퍼실리테이터 및 조력자 | 이론 선행 플립 러닝 | 실무역량 및 트렌드 이해 | 트렌드 분석 기반 비즈니스 모델 개발 |
| A7 | 퍼실리테이터 및 조력자 | 팀 프로젝트 | 도전정신 및 기회 포착 | 창업 경험과 시장 적응력 |
| A8 | 퍼실리테이터 및 조력자 | 프로젝트 기반 학습실습 | 도전정신 및 기회 포착 | 창업 경험과 시장 적응력 |
| A9 | 비즈니스 및 창업 지원 | 프로젝트 기반 학습실습 | 창업 경험과 자신감, 실무역량 및 트렌드 이해 | 창업 경험과 시장 적응력 |
| A10 | 퍼실리테이터 및 조력자 | 프로젝트 기반 학습실습 | 문제 해결·혁신적 사고 능력 | 트렌드 분석 기반 비즈니스 모델 개발 |

실감미디어 창업 교육과정에서 교수자의 주요 역할과 목표에 대한 응답 분석 결과, 교수자가 퍼실리테이터 및 조력자(5명)의 역할을 맡아야 한다는 의견이 가장 크게 나타났다. 그 밖에 실무적 경험 및 기술 전달(3명), 창의성 및 도전정신 고취(2명), 비즈니스 및 창업 지원(1명) 등으로 분류되었다.

이를 구체적으로 살펴보면, 퍼실리테이터 및 조력자라고 응답한 이들은 교수자는 학습자의 자신감을 키우고, 학습자가 아이템을 사업화까지 이뤄낼 수 있도록 지원해야 한다고 말하였으며, 실무적 경험 및 기술을 전달하는 역할을 맡아야 한다고 본 이들은 교수자가 현업에 종사하는 이들과 지속적으로 교류하여, 산업의 트렌드와 기술을 이해하고 학생들에게 실무 경험의 필요성을 제공해야 한다고 강조하였다. 그 외에도 학습자의 도전정신 고취, 독창적 사고 능력 배양 등의 역할이 제시되었다. 이를 종합하면 교수자는 실감미디어 창업교육에서 퍼실리테이터 역할을 중심으로 수행해야 하며, 학습자에게 실무적 경험을 제공함과 동시에 산업과 기술에 대해 이해할 수 있도록 지원하는 역할을 균형 있게 수행해야 한다.

실감미디어 창업 교육과정에서 효과적인 교수법에 대한 응답 분석 결과, 프로젝트 기반 학습·실습(5명)과 더불어 전문가 특강 기반 실무 교육(2명), 팀 프로젝트(2명), 이론 선행 플립 러닝(1명)으로 분류되었다. 즉 프로젝트 기반 학습(PBL)과 실습 중심 교육이 가장 효과적이라는 의견이 다수였다. 이는 학습

자가 프로젝트를 통해 실질적인 경험을 쌓고 자기주도적으로 학습할 수 있는 쌍방향적 교육 환경을 제공하는 것이 중요하며, 특히 린 스타트업 방식이나 역기획 방식의 구체적 접근법을 적용하여 학습의 효율성을 높여야 한다고 해석할 수 있다.

또한 외부 전문가 특강을 통해 실무 중심 교육을 제공하고, 아이디어와 아이템을 가상에서 실험하고 구현하는 체험을 제공하는 것이 효과적이라는 응답도 있어 학생들이 실무 경험을 통해 창업에서 필요한 기술과 지식을 직접 체험할 수 있도록 돕는 것이 중요함을 알 수 있다. 그 외에도 창의성을 자극하는 수업 방식으로 팀 프로젝트와 디자인 씽킹을 활용하는 것이 효과적이라는 응답과 플립러닝 방식처럼 이론을 미리 학습하고 실습하는 방식이 효과적이라는 의견으로 실습의 질을 높일 수 있다는 의견도 있었다. 종합하면 교수자들은 프로젝트 기반 학습 및 실습 중심 교육이 실감미디어 창업교육에서 가장 효과적이라고 인식하고 있으며, 실무 경험 제공, 창의성 자극, 이론과 실습 병행 등을 결합할 필요가 있다고 보는 것이다.

그렇다면 교수자들은 학습자들이 실감미디어 창업 교육과정에서 무엇을 얻을 수 있다고 생각하는가? 학습자가 얻을 수 있는 성취와 역량에 대한 응답 분석 결과, 창업 경험과 자신감(4명), 창의적 문제해결 및 혁신적 사고(3명), 실무적 역량 및 기술 트렌드 이해(2명), 도전정신 및 기회 포착 역량(2명) 등으로 나타났다.

즉 학습자가 실감미디어 창업교육을 통해 실무적 경험을 쌓을 수 있고 창업역량을 갖출 수 있다는 응답이 가장 많이 나타났다. 특히 기획서 작성, 예산 감각, 시장 니즈 파악 등의 능력이 향상된다는 점이 강조되었다. 또한 문제해결 및 혁신적 사고 능력에서는 다양한 기술과 전공 융합 능력에 기반하여 불확실한 미래에서 나타날 수 있는 문제를 해결하고, 이를 통해 창업 생태계에서 경쟁력과 생존력을 높일 수 있다고 보았다. 그 밖에 비즈니스 모델 분석 능력과 기술 트렌드 파악 능력, 도전정신 강화, 기회 포착 능력 등이 언급되었다. 즉 창업과 관련하여 실무적 경험을 쌓고, 이를 기업가로서 한 발짝 나아가갈 수 있는 첫 발판으로 삼을 수 있다는 것이다.

실감미디어 창업 교육과정에서 학습자가 갖출 수 있는 경쟁력에 대한 응답 분석 결과, 창업 경험과 시장 적응력(6명), 트렌드 분석 기반 비즈니스 모델 개발(3명), 기술력(1명)으로 나타났다. 따라서 실감미디어 창업교육을 통해 학습자는 창업 경험을 쌓고, 시장 트렌드를 이해하는 능력을 키울 수 있으며 창업 시장에서의 경쟁력을 확보하게 된다는 것이다. 또한 기술 변화에 대응하고 상황 판단 능력을 배양함으로써 기업가로서의 바람직한 결단력을 지닐 수 있다고 보았다.

이로써 실감미디어 창업교육은 최신 기술과 시장 트렌드를 분석하여 비즈니스 모델을 개발하고, 다양한 기술을 융합하는 능력을 키워줄 수 있는 경쟁력을 가진 교육이라고 말할 수 있다. 따라서 학습자는 실감미디어 창업교육을 통해 실전에 대응하는 능력을 키울 수 있으며, 지속가능성이 높은 비즈니스 모델을 개발할 수 있을 것으로 기대되는 바이다.

4.6. 장애물과 해결방안

실감미디어 창업 교육과정의 장애물과 해결방안에 대한 응답 결과는 <표 9>와 같다.

<표 9> 장애물과 해결방안 응답

| 응답자 | 장애물과 해결방안 | | | |
|-----|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------|---------------------|
| | 기술적 어려움과 한계 | 학습자의 장애물 | 교수자의 장애물 | 장기적 지원 및 정책 요구 |
| A1 | 기술적 자원 및 자원 부족 | 재정적 지원 및 자원 부족, 멘토링 및 인프라 지원 부족 | 기술 발전 및 교육 갭 | 시설·환경 구축 및 지원 |
| A2 | 외부 협력과 산학 연계 문제 | 재정적 지원 및 자원 부족 | 학습자 역량 차이, 동기부여·환경적 지원 부족 | 홍보 및 참여 유도 |
| A3 | 외부 협력과 산학 연계 문제 | 멘토링 및 인프라 지원 부족 | 기술 발전 및 교육 갭 | 시설·환경 구축 및 지원 |
| A4 | 기술적 자원 및 자원 부족 | 재정적 지원 및 자원 부족 | 기술 발전 및 교육 갭 | 국가정책적·법적 지원 |
| A5 | 기술적 자원 및 자원 부족, 외부 협력과 산학 연계 문제 | 외부 협력의 어려움 | 기술 발전 및 교육 갭 | 시설·환경 구축 및 지원 |
| A6 | 기술 변화와 적응의 어려움 | 멘토링 및 인프라 지원 부족 | 학습자 역량 차이 | 홍보 및 참여 유도 |
| A7 | 기술적 자원 및 자원 부족 | 멘토링 및 인프라 지원 부족 | 기술 발전 및 교육 갭 | 국가정책적·법적 지원, 재정적 지원 |
| A8 | 기술적 자원 및 자원 부족 | 기술적 지식 부족 | 동기부여·환경적 지원 부족 | 재정적 지원 |
| A9 | 기술 변화와 적응의 어려움 | 재정적 지원 및 자원 부족 | 학습자 역량 차이 | 국가정책적·법적 지원 |
| A10 | 현실적인 활용 목적성 필요 | 재정적 지원 및 자원 부족 | 동기부여·환경적 지원 부족 | 시설·환경 구축 및 지원 |

실감미디어 창업 교육과정의 기술적 어려움이나 한계와 관련하여 가장 많이 언급된 것은 기술적 자원과 재정적 지원의 부족(5명)이다. 구체적으로는 XR 장비와 소프트웨어의 비용 문제, 장비의 복잡성, 실습 장비 및 인프라 부족이 교육의 한계로 작용하고 있다. 이에 학교와 정부의 재정 지원, 교수자들에 대한 기술 교육 등이 요구된다.

또한 산학협력의 소통과 유지가 어렵다는 점도 한계점으로 지적되었다. 이는 교수자가 외부 전문가와 협업하는 과정에서 의견이 충돌할 수 있는 우려를 말하며, 소통 과정에서 시간이 많이 소요되어 교육 운영이 어려워진다는 의견도 존재하였다. 또한 실감미디어 기술의 변화 속도가 매우 빠르기에, 현장의 속도를 따라가기 어렵다는 의견도 존재하였다. 이러한 결과는 실감미디어 창업 교육과정에서 기술적 자원과 관련 지원 부족이 교육의 가장 큰 장애물이며, 산학 연계 및 소통 문제와 기술 변화에 대한 적응의 어려움도 작용함을 의미한다.

실감미디어 창업 교육과정에서 학생들이 마주할 수 있는 장애물과 해결방안에 대한 응답 결과, 재정적 지원 및 자원 부족(5명)과 멘토링 및 인프라 지원 부족(4명)을 중심으로 제시되었다. 먼저 재정적 지원 및 자원 부족의 경우 초기 자금 조달의 어려움, 라이선스 구매 등 기술적 자원의 필요성이 주로

언급되었다. 이를 해결하기 위해서는 학교와 정부의 재정적 지원, 창업 자금을 제공하는 시스템 구축이 필요하며, 학생들이 실질적인 자금을 경험하고 활용할 수 있는 기회가 마련되어야 한다고 응답하였다. 또한 응답자들은 학생들이 지속적인 멘토링과 기술적 지원 인프라의 부족을 장애물로 느끼고 있다고 예측하였다. 이에 아이디어 검증, 구현을 위한 테크니션과 자원, 실습 공간 마련과 함께 멘토링 시스템 등을 대응 방안으로 제시하였다. 그 외에도 기술적 지식 부족과 외부 협력 어려움 등이 제시되어 선수 과목을 통한 보충이나 네트워크 관련 지원이 요구되었다. 결과적으로 이들이 예측하는 학습자의 주요 장애물은 재정적 자원과 교육 인프라 부족이었으며, 이를 해결하기 위해서는 안정적인 재정 지원, 멘토링 시스템 구축, 기술력의 제공 등이 필요하다.

실감미디어 창업 교육과정에서 교수자들이 마주할 수 있는 장애물과 필요한 지원에 대한 응답 분석 결과, 기술발전 및 교육 갭(5명), 학습자 역량 차이(3명), 동기 부여·환경적 지원 부족(3명)으로 구분되었다.

실감미디어 창업과 관련하여 교수자 또한 빠르게 발전하는 기술에 적응하는 데 상당한 어려움을 겪는 상황이 반영된 것인데, 이를 해결하기 위해서는 교수자를 위한 교육이 필요하다는 의견이 가장 많았다. 특히 실감미디어와 관련하여 최신 기술과 장비 사용 교육을 통해 교수자들이 교육 현장에서 학습자들에게 실습 교육을 제공할 수 있도록 지원해야 할 것이다. 이를 위해서는 학교 측에서 최신 기술을 반영한 인프라를 지속적으로 업데이트하고, 산학협력 기회를 제공해 교육 현장과 산업체의 간극을 줄여야 한다.

또한 학생 간 역량 차이가 크다는 점도 교수자들이 수업을 진행하는 데 상당한 어려움으로 나타났다. 이를 해결하기 위해서는 수업 운영 방식의 변화가 필요한데, 일례로 보조 강사를 활용하여 상대적으로 역량이 낮은 학생들이 수업에 따라올 수 있도록 도와야 한다고 하였다. 또한 온라인과 오프라인 활동을 병행해 학습자 참여를 높이는 것도 바람직한 방안으로 제시되었다.

현재의 수업 방식을 고수하는 것은 교수자의 동기를 높일 수 없다. 따라서 기존의 평가 방법을 개선하거나 외부업체 지원을 통해 교수자가 신기술을 적극적으로 수용하고, 교육에 반영할 수 있도록 지원해야 할 것이다. 특히 교수자들이 마주하는 주요 장애물은 기술 변화에 따른 적응의 어려움과 학습자 역량 차이 등으로 나타났으므로 교수자 맞춤형 기술 교육, 보조 강사 지원 및 학습 환경 개선, 절대평가와 같은 유연한 평가 방식 도입이 필요하며, 이를 위해서는 학교와 관련 부처의 지속적인 지원이 필요하다고 볼 수 있다.

실감미디어 창업 교육과정 운영을 위한 장기적 지원 및 정책 요구에 대한 분석 결과, 시설·환경 구축 및 지원(5명), 국가 정책·법 개선(3명), 재정적 지원(2명), 홍보 및 참여 유도(2명) 등으로 응답하였다. 즉 창업교육을 위해 학교 차원의 시설과 환경 구축이 우선적인 요구사항으로 나타났다. 학습자가 실감미디어 창업을 실행하고 경험하기 위해서는 전용 센터,

장비, 소프트웨어 등의 인프라가 필요하기 때문이다.

또한 실감미디어 창업교육의 성공적 운영을 위해서는 관련 정책과 법 개선이 필수적이라는 의견도 존재하였다. 학습자가 심리적인 부담을 내려놓고 창업에 도전할 수 있도록 일관성 있는 지원 정책이 제공되어야 하며, 기술 규제 완화 등 스타트업을 지원해주는 법 개선이 이루어져야만 한다는 것이다.

더불어 창업교육에 대한 인식 개선과 다양한 학과의 관련 수업 참여를 유도하기 위해 학교와 정부 차원에서 홍보를 강화해야 한다는 의견도 존재하였다. 이는 학습자가 창업 동기를 부여받고 적극적으로 참여할 수 있는 환경을 마련해야 한다는 의견으로 이어진다. 종합하면, 실감미디어 창업 교육과정 운영을 위한 장기적 지원에 대한 주요 요구사항은 시설과 환경의 구축, 정책 차원의 지원과 재정적 지원, 학생 참여를 촉진하는 홍보 등으로 볼 수 있다.

V. 결론

5.1. 연구 요약

다양한 산업 분야에서 실감미디어의 활용도가 높아지면서 대학에서도 실감미디어 교육에 대한 고민이 깊어지고 있다. 신산업 수요를 충족시킬 수 있는 인력 양성을 위해서는 체계적인 교육과정이 구축되어야 하지만, 실감미디어 전문가가 부족한 상황에서 갑작스럽게 신기술을 접목한 교육과정을 교수자가 홀로 개발하는 것은 현실적으로 어려운 일이기 때문이다. 특히 창업 영역은 산업 현장에서 실감미디어 기술을 활용하여 수익을 다방면으로 이루어내고 있으나, 이와 관련한 연구나 교육은 현장의 속도를 반영하지 못하는 상황이다. 이에 본 연구에서는 대학 교수자의 인식과 의견을 기반으로 실감미디어 창업교육 운영 현황을 파악하고 이를 토대로 향후 방향성을 설정해야 한다고 보았다.

본 연구의 주요한 연구 결과와 이에 따른 시사점은 다음과 같다. 첫째, 실감미디어 사업 현황과 전망에 대해 살펴본 결과, 기술의 발전과 적용 분야가 확장되며 실감미디어의 산업 도입 가능성과 교육적 활용에 대해 긍정적으로 평가하는 응답자들이 다수를 차지하였다. 또한 실감미디어 창업 동향 및 특징과 관련해서도 실감미디어 기술을 활용함으로써 창업 기회가 많아지고 진입장벽이 낮아질 수 있어 긍정적으로 보는 의견이 과반을 차지하였다. 특히 콘텐츠, 미디어아트 등의 분야에서 괄목할 만한 성과를 거둘 것이라는 의견이 나타났다. 이러한 결과는 대학이 적극적으로 실감미디어 창업교육을 받아들여야 할 필요성을 시사한다.

그러나 실감미디어 사업과 창업의 전망을 부정적으로 인식한 이들은 현재 대학에서 이와 관련한 체계적인 교육 및 방법론이 부족하며, 양질의 콘텐츠 또한 미비하다고 평가하였다. 즉 실감미디어 창업은 유망하지만, 대학의 교육 환경이나 여건이 부족한 상황이라는 것이다. 실감미디어 창업을 위해

대학생 창업자가 갖추어야 할 역량으로 비즈니스 역량(6명), 기술 역량(5명), 기획 역량(3명)이 언급되었다는 점을 고려해 본다면, 이와 관련한 전문적인 교육이 이루어져야만 우수한 인력들이 배출될 것이라고 볼 수 있다.

둘째, 교육과정의 목표 및 필요성과 관련해서 교수자들은 실무 중심의 학습을 선호하는 것으로 나타났다. 이는 학습자가 단순히 이론 습득을 넘어 실제 창업에 적용할 수 있도록 지원하는 것이 해당 교육과정의 궁극적 목표가 되어야 한다는 의미로 해석된다. 이는 실감미디어 교육의 필요성에 대해 교수자들이 창의성 개발, 창업 기회 제공, 전문 인재 양성, 협업 및 문제해결 능력 등 실무적 능력에 중점을 둔 것에도 연관 지을 수 있다.

따라서 실감미디어 창업 교육과정은 비즈니스 분석·관리 역량과 기술 활용에 기반한 문제해결 역량을 기반으로 학습자가 경영자로서 성장할 수 있도록 지원해야 할 것이다. 이러한 결과는 교수자들이 실감미디어 창업교육이 필요하다고 인지하고 있다는 방증이자, 해당 교육이 실무역량 배양에 방점을 두어야 한다고 인식한다는 의미이기도 하다.

셋째, 교육과정의 내용 및 구성과 관련하여 교수자들은 실감미디어 창업 교육과정의 주제로 아이디어 개발을 가장 많이 언급하였다. 즉 독창적이고 혁신적인 아이디어를 생산하는 것을 중시하였다고 볼 수 있는데, 이는 관련 교육과정이 아이디어(Ideation)부터 시작되어야 한다는 의미로 해석된다. 즉 실감미디어와 관련하여 새로운 아이디어를 생산하는 과정부터 체계적으로 수업 내에서 이루어져야 한다는 것이다. 또한 교수자는 실습 중심의 교육을 강화하고, 비교과 역시 병행되어야 한다고 보았다. 비교과는 학습자가 정규 교과만으로 충족시킬 수 없는 대외활동 경험 등을 제공하여 긍정적 동기 부여를 촉진할 수 있기 때문이다.

넷째, 교육커리큘럼을 설계하는 과정에서 교수자들은 교과목으로 실무 체험 및 시뮬레이션(3명), 비즈니스 모델·사업 계획서 작성(3명), 시장 분석 및 기획(2명), 자금 조달 및 투자 등이 포함되어야 한다고 말하였다. 이는 학습자가 창업을 위해 종합적인 역량을 갖추어야 함을 시사하며, 아이디어로부터 시작하여 비즈니스 모델, 사업계획서 작성, 제품 개발, 투자 유치 등 전 과정의 로드맵이 설계되어야 한다는 것이다. 이를 위해서는 지원 시스템 및 인프라 구축, 참여 프로그램 개설, 멘토링 및 인턴십 등의 교과 지원이 필요하다고 보인다. 즉 실감미디어 창업 교육과정을 성공적으로 개발하고 운영하기 위해서는 교수자 뿐만 아니라 학교 측의 지원이 뒷받침되어야 한다는 의미이다.

다섯째, 교육 기대 효과와 관련하여 교수자는 학습자가 실감미디어 창업교육을 통해 실무적 경험을 쌓을 수 있고 창업 역량을 갖추는 것이라고 기대하는 양상을 나타냈다. 특히 창업 경험과 시장 적응력, 트렌드 분석 기반 비즈니스 모델 개발, 기술력 순으로 학습자가 경쟁력을 갖출 것이라고 기대하였다. 결과적으로 실감미디어 창업교육은 최신 기술과 시장 트렌드를 분석하여 비즈니스 모델을 개발하고 다양한 기술을 융합

하는 능력을 배양하도록 지원하는 교육이라고 정의할 수 있으며, 학습자는 이를 통해 실전 대응 능력과 지속가능성이 높은 비즈니스 모델을 개발할 것으로 기대된다.

이를 위해 교수자가 퍼실리테이터 및 조력자의 역할을 맡아야 한다는 의견이 가장 큰 비중을 차지하였다. 즉 교수자가 산업 현장에 있는 기업가, 실무진 등과 지속적으로 교류하며 산업의 트렌드와 기술을 이해하고 이를 기반으로 학습자가 사업화까지 이뤄낼 수 있도록 지원해야 한다는 것이다. 또한 프로젝트 기반 학습(PBL)과 실습 중심 교육이 가장 효과적인 교수법이라는 의견이 다수로 학습자 중심의 쌍방향적 교육을 추구하는 교육 방향성을 파악하였다.

여섯째, 수업에서의 장애물과 관련하여 교수자들은 기술발전 및 교육 갭을 교수자로서 가장 큰 어려움으로 느끼는 것으로 나타났다. 즉 신기술이 빠르게 발전하면서, 이를 이해하고 교육에 도입하는 데 상당한 어려움을 느끼기에 교수자를 위한 맞춤형 교육이 필요하다는 것이다.

이에 학교 측에서 실감미디어와 관련하여 교수자 대상 장비 사용 교육, 기술 교육 등을 진행하여 교수자의 기술에 대한 이해도를 높일 필요가 있다. 또한 교수자와 산업체 간 산학협력 기회를 제공하여 교육 현장과 산업 현장의 간극을 줄이는 것도 바람직하다. 이는 실감미디어 창업 교육과정의 기술적 어려움과 한계를 논할 때, 기술적 자원과 재정적 지원의 부족을 가장 많이 언급한 것과도 일맥상통하는 결과다.

한편 학습자가 직면할 수 있는 장애물과 해결방안에 대해서는 재정적 지원 및 자원 부족, 인프라 지원 부족이 두드러졌다. 따라서 학습자가 실질적으로 창업에 도전해볼 수 있도록 자금 지원, 아이템 구현을 위한 테크니션 지원, 실습 공간 마련 등이 이루어져야 할 것이다.

마지막으로 실감미디어 창업 교육과정 운영을 위한 지원에 대한 분석 결과, 시설·환경 구축이 최우선적인 요구사항으로 나타났으며 창업 지원 정책, 규제 완화 등이 뒤따랐다. 이는 실감미디어 창업이 성공적으로 이루어지기 위해서는 국가와 학교, 교수자가 모두 협업하여 노력을 기울여야 한다는 것을 시사한다.

이상의 분석 결과를 바탕으로 실감미디어 창업 교육과정 개발을 위한 제언을 다음과 같이 도출할 수 있다.

첫째, 실감미디어 창업 교육과정이 대학에 적용될 수 있는 실행 가능성을 평가하기 위해서는 창업 기업 사례 분석, 창업 시뮬레이션 등의 경험 위주의 학습이 진행되어야 한다. 관련하여 본 연구의 인터뷰에 참여한 교수자들은 실무 체험, 시장 분석 등을 강조한 교육과정을 제시하였는데, 이러한 맥락에서 학생들의 창의적인 아이디어를 도출하기 위한 해커톤 대회도 고려할 수 있다. 최근 국내 대학에서 실감미디어 글로벌 창업 해커톤 대회 등에서 교수자나 산업 실무자들이 멘토로서 교육을 제공하고 있으나(온종림, 2024), 이는 일시적·단발적 교육이라는 한계를 지닌다.

따라서 본 연구는 지속가능한 교육이 학습자에게 정기적으로 제공되기 위해서는 교수자가 ‘무엇을’ 가르쳐야 하는지에

대한 명확한 목표 의식이 선결되어야 하며, 이를 학습자에게 제공할 수 있는 교육 환경과 정책이 설계되어야 한다고 판단하였다. 이때 교육 환경이란 실감미디어 기술을 실습할 수 있는 시설, 장비, 프로그램 등을 의미한다.

둘째, 교육과정의 효과성을 정기적으로 평가하기 위해서는 학교 차원에서 상호 교류의 장이 필요하며 이 과정에서 교수자 뿐만 아니라 산업 전문가의 목소리를 반영할 수 있다. 이와 같은 상호 평가 및 반영을 통해 교수자는 교육 서비스를 지속적으로 개선함으로써 교육과정이 산업 환경을 반영할 수 있도록 노력해야 한다.

셋째, 프레임워크 분석을 통해 교육적 요구사항 간의 우선순위를 종합적으로 살펴본 결과, 실무 중심의 교육이 최우선적으로 요구됨을 확인하였다. 이때 실무 교육이란 실습 중심의 교육을 통해 창업 경험과 시장 적응력을 배양하는 교육이라 할 수 있다. 한편 실감미디어 창업 교육에서 교수자는 퍼실리테이터 및 조력자의 역할을 수행해야 한다는 의견 또한 주요하게 나타났으며, 이에 대한 실현 방안으로 기술적 자원과 재정적 지원에 대한 요구가 가장 높게 나타났다. 이는 교수자들이 기술발전 및 교육의 갭 등의 문제를 해결하기 위함이다.

마지막으로 교수자들이 실감미디어 관련 기술과 산업 동향을 지속적으로 파악할 수 있도록 교수자 대상 교육 인프라가 필요하다. 이는 구체적으로 실감미디어 관련 워크숍, 세미나, 학술대회 등이 정기적으로 이루어짐으로써 실현될 수 있다. 이때 산업 실무자, 정책 담당자와의 교류가 적극적으로 이루어진다면 산학연 간의 협력 체계의 기초를 구축하는 데 기여할 수 있을 것이다. 또한 기존 학생 취업을 중심으로 활용되었던 인턴십, 현장실습 제도 등을 실감미디어 창업 교육에 도입한다면 해당 분야에 대한 대학생들의 관심을 키우고 관련 역량을 배양하여 학교 차원에서 산업계와의 협력 체계를 원활히 구축할 수 있을 것이다.

5.2. 연구의 기여와 한계

대다수의 실감미디어 관련 연구는 시대적 변화에 맞춰 실감미디어의 중요성과 활용성을 강조하고 있으나, 대학 교육 현장의 생생한 목소리를 담아낸 연구는 미진한 상황이다. 즉 선행연구자들은 학습자의 교육 효과를 높이기 위해 다양한 고민을 거듭하였지만, 교육 현장의 중추를 이루는 교수자의 인식과 요구를 살펴본 연구는 부족한 상황이다. 이러한 배경 아래, 본 연구는 다음과 같은 이론적 기여점을 가진다.

이에 본 연구는 심층인터뷰를 기반으로 교수자의 인식과 요구를 탐색하고 실감미디어 창업 교육과정의 방향성을 제시하였다. 최근 실감미디어 기술은 다양한 산업에서 활용되고 있으며 이로 인한 시장에서의 변화도 급속도로 이루어지고 있다. 이에 따라 실감미디어 기술을 이해하고 산업에 적용할 수 있는 인재 양성이 시급한 실정이다. 특히 실감미디어 기술과

창업교육이 결합된다면, 대학생 학습자들이 기술 트렌드와 이를 적용한 시장의 변화를 이해할 수 있을 것으로 기대된다. 나아가 실감미디어 창업교육이 기술 경쟁력과 진취적인 기업가정신을 갖춰 시장에 진입할 수 있도록 지원한다면 양질의 창업생태계를 구축하는 데 큰 도움이 될 것이다.

이러한 상황 속, 본 연구는 실습형 강좌가 부족한 창업교육의 실태를 직시하는 동시에 실감미디어 창업 교육의 필요성을 역설하였다. 또한 실감미디어 창업 교육이 ‘왜’ 필요한지, 그리고 ‘어떻게’ 운영되어야 할지에 대한 방향성을 제시함으로써 실감미디어 창업 분야의 시론적 연구라는 이론적 가치를 확보하였다. 이는 실감미디어 창업과 관련한 연구가 부족하다는 점과 현장에서의 수요가 급증하고 있다는 점을 고려할 때 시의적절한 연구라고 할 수 있다.

앞서 차성욱(2014)과 최종인·변영조(2013)가 창업교육에서 주목한 요인과 비교하였을 때, 실감미디어 창업교육에 대해서는 교수자들이 시뮬레이션 등의 기술에 기반한 실무 체험을 더욱 중시하는 것으로 나타났다. 즉 여타의 분야에서 창업교육을 수행할 때는 비교적 전통적인 영역인 마케팅, 사업계획(기획) 등에 초점을 맞추고 있으나 실감미디어 창업교육에서는 기술적 요소를 고려한 혁신을 강조하고 있다는 점에서 교육 커리큘럼을 구성하는 데 차이가 존재해야 함을 알 수 있다. 이는 실감미디어 기술을 적용하여 교육 환경을 조성하였을 때, 학습자의 목표 역량이 더욱 길러질 것이라는 생각에서 비롯된 것으로 보인다. 즉 실감미디어 기술을 활용했을 때 학습자가 더욱 몰입할 수 있는 형태의 환경이 이루어지며, 이와 같은 실습 교육은 결과적으로 창업역량을 배양하는 데 기여할 수 있다는 메커니즘에 해당한다.

또한 본 연구에서는 실감미디어 창업이라는 특징을 고려하여 해당 분야에서 창업교육을 진행할 시 나타날 수 있는 장애물과 해결방안에 대해서도 고찰하였다. 이때 장애물은 대학의 기술 자원 부족 등으로 인해 실감미디어 기술에 대한 학습자와 교수자의 접근성이 낮아질 수 있다는 점, 교수자도 지속적으로 실감미디어에 대한 이해력을 키워야만 실감미디어 교육이 원활하게 이루어질 것이라는 점 등을 말할 수 있다. 이러한 장애물은 기존의 창업교육과는 다른 결에서 비롯된 것이기에, 전통적인 창업교육을 바라보는 시선으로 현재 실감미디어 창업교육의 장애물을 해결하려고 한다면 문제가 쉽사리 풀리지 않을 것이다. 특히 해결방안을 수립하는 데 있어 교수자 개인의 노력으로만은 해결될 수 없다는 시선을 견지하고, 정부 및 학교 측의 적극적인 지원이 투입되어야 한다. 일례로 최신 기술에 대한 접근성을 향상시키기 위해서는 산업계와의 원활한 소통이 이루어져야 하는데, 이때 정부가 주도하여 기업과 학교의 파트너십을 위한 자리를 마련하거나 산업계의 저명인사를 교·강사, 멘토 등으로 연계할 수 있도록 정부와 학교 측의 예산이 확보되어야 할 것이다.

본 연구는 실감미디어 분야의 차별적인 특성을 고려하여 문제를 직시하였다는 점에서 기존 연구와의 차별성을 가진다. 이는 창업교육의 주체를 시대적 흐름에 부합하게 확장한 것

이며, 기업가정신을 배양할 수 있는 다양한 교육을 마련할 수 있는 논의를 시행했다는 점에서 의의를 지닌다. 즉 실감미디어 교육의 특수성을 통해 새로운 창업교육의 패러다임을 제시한 것이다.

또한 교수자의 의견을 질적연구를 통해 심층적으로 분석함으로써, 교수자가 실감미디어 창업 교육에 있어 어떠한 교육관을 지니고 있는지 분석하였다. 프레임워크 분석을 통해 교수자의 중추적 역할을 강조하며 교수자와 학습자 간 협력적 접근, 실무 교육의 구체적인 방향 등을 주요 결과로 도출하였으며, 창업교육 방법론을 논하는 데 해당 방법론의 적합성과 효용성을 확인하였다.

이어 본 연구의 실무적인 기여점은 다음과 같다. 본 연구는 교수자의 인식과 의견을 기반으로 실감미디어 창업과 관련한 실태를 분석하고 진단하였다. 이를 통해 교수자가 교육과정을 개발하고 운영해나가는 데에 어려움을 느끼는 부분과 필요한 부분을 세밀하게 파악할 수 있었다. 구체적으로는 대학에서 실감미디어 창업 교육과정을 운영할 경우 나타날 수 있는 현실적인 문제에 대한 실무 차원의 우려들, 즉 우수한 실무 전문가(교·강사)의 부족, 급속도로 발전하는 실감미디어 기술, 인프라 및 재정 지원 부족, 이론 중심의 교육과정으로 인한 현장과의 괴리 등을 확인하였다.

이러한 문제점을 포착한 본 연구는 교육 현장에서 보완해야 할 지점들을 깊이 있게 고민하였다는 점에서 실무적 의의를 더욱 확보한다. 즉, 교수자 의견을 바탕으로 산업 전문가 초빙 및 산학협력 프로그램(인턴십, 현장실습 등)을 통한 실무 경험 제공, 신기술을 지속적으로 반영할 수 있는 워크숍 개최, 자금 지원을 위한 창업 펀드, 실습 프로젝트 기반 학습(PBL), 실감미디어 전용 공간 및 장비 구축, 실감미디어 유관 공공기관과의 협력을 통한 공용 공간 활용 등을 주요 해결방안으로 도출하였다. 이처럼 본 연구는 관련 분야의 교수자가 학생 지도에 있어 가지는 고민과 그 우선순위가 어떠한지, 또한 교육커리큘럼은 어떠한지 그 방향성을 종합적으로 검토함으로써 대학 등 기관의 교육 시스템 구축을 위한 기초 자료로 활용될 수 있다는 실무적 의의를 지닌다.

특히 본 연구는 실감미디어 창업교육의 개발의 핵심 요인으로 무엇보다 교수자와 학습자 간의 원활한 커뮤니케이션, 교수자의 퍼실리테이터적인 자세를 강조함으로써 교수자의 소통과 교수방식의 중요성을 확인하였다. 특히 인터뷰에서 해결방안으로 제시된 현장의 사례들, 예를 들면 미국의 MIT 미디어랩에서 산업 전문가를 초빙하여 수업에 활용하는 방식이나 독일의 프라이부르크 대학교에서 PBL을 활용하여 이론을 실습에 적용할 수 있도록 유도한 교육 방식 등의 제언을 현장에 적용한다면 높은 학습효과를 확보할 것으로 기대된다.

그럼에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계를 지닌다. 첫째, 본 연구는 현재 학교에 상근하고 있는 교수자들을 대상으로 심층인터뷰를 수행하였다. 그러나 겸임교수, 시간강사 등 산업계에 본적이 있는 비상근 교수자들의 경우 다른 의견을 제시할 수 있다. 따라서 후속 연구에서는 연구 대상의 범

주를 확장할 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 심층인터뷰를 통해 연구 대상자의 인식과 요구를 면밀하게 판단하였으나, 실감미디어 창업 교육과정 개발의 완성도를 높이기 위해서는 또 다른 주체인 학습자의 인식과 요구 또한 분석이 필요하다. 그뿐 아니라 교육과정 개발과 관련하여, 외부 지원 등을 고려하기 위해 대학 예산 담당자 등의 의견 역시 추가적으로 살펴보아야 할 것이다.

마지막으로 본 연구는 교수자의 인식을 탐구하기 위해 질적 연구 방법을 적용한 시론적 연구에 해당한다. 이에 따라 실감미디어 창업교육의 구성요인에 대한 우선순위를 정성적인 연구방법으로 제시하였다는 한계가 존재한다. 따라서 후속 연구에서는 AHP 분석이나 델파이 분석 등의 방법론을 활용하여 정량적인 우선순위를 도출할 필요가 있다.

REFERENCE

고호빈(2018). 실감 미디어 출현으로 인한 영상 콘텐츠 제작과 이 론상의 문제들. *예술인문사회 융합 멀티미디어 논문지*, 8(5), 237-250.

김기운(2021). 실감형 콘텐츠의 특성이 교육효과에 미치는 영향에 대한 연구: VR 콘텐츠의 시각된 특성을 중심으로. *서비스경영학회지*, 22(3), 369-390.

김동진(2024). 연평균 75.7% 급성장 '실감형 콘텐츠' 산업... 관련 K-콘텐츠 스타트업들 발빠른 행보. *더스타크*, Retrieved from <https://www.the-stock.kr/news/articleView.html?idxno=19672>.

김미숙·김영미(2017). 학습자와 교수자의 요구분석을 통한 대학영 어 프로그램 커리큘럼 개발 방안 모색 연구. *학습자중심교과 교육연구*, 17(10), 197-218.

김영천(2017). 경영시뮬레이션게임을 활용한 문제중심학습 (PBL) 기 반의 창업교육 사례 연구. *한국창업학회지*, 12(2), 358-381.

김우상·나건(2019). 실감미디어 유형의 개념적 프레임워크에 관한 연구. *한국디자인문화학회지*, 25(2), 93-106.

김지인(2022). 메타버스 인력 양성을 위한 실감미디어 혁신공유대 학 소개. *정보과학회지*, 40(4), 42-48.

김진형·김현(2016). 실감형 미디어의 경험 측정을 위한 프레임워크 연구. *한국디자인문화학회지*, 22(2), 191-203.

김현재(2022). 도시 문화 활성화를 위한 3D 미디어 콘텐츠 연구 동향. *한국디자인리서치*, 7(1), 136-144.

김희영·신창욱(2013). 증강현실 콘텐츠 산업기술의 스마트폰 환경 모바일 아트 활용 가능성. *한국콘텐츠학회논문지*, 13(5), 48-57.

맹은경·한호·김현옥·김성완(2011). 효과적인 대학 영어강의 운영을 위한 교수자 요구분석 및 지원방안. *영어학연구*, 17(3), 269-301.

모달·김효용(2024). 실감 미디어 제작 툴을 활용한 3D 모델링 연구. *애니메이션연구*, 20(1), 25-43.

목영두·최명길(2012). 대학의 창업교육 체계화를 위한 창업학교육 과정보다 모형을 연구. *대한경영학회지*, 25(2), 833-857.

문미성·박소영(2016). *경기북부 창업생태계 조성방안(정책연구 2016-51)*. 경기: 경기연구원.

박유선·이지현(2020). 주제 분석 방법 (Thematic Analysis) 을 통 한 Z 세대 여성 유튜브 뷰티 동영상 경험분석에 관한 연구. *Journal of Integrated Design Research*, 19(2), 89-104.

박윤희(2004). 실업계 고등학교 창업교육 활성화를 위한 과제. *직업*

교육연구, 23(3), 83-110.

박은애·황보택근(2023). 레거시 미디어와 실감 미디어 기반 영상교 육프로그램 사례 분석. *차세대컨버전스정보서비스기술논문지*, 12(3), 283-294.

백경화·송슬기·송정아(2020). 실감미디어 기반의 사용자경험 특징과 의미에 관한 융합연구. *한국과학예술훈합학회*, 38(2), 149-160.

산업통상자원부(2010). *지식경제용어사전*. 서울: 대한민국정부.

서현경(2020). 실감콘텐츠 제작을 위한 1인칭 스토리텔링 교육방안 연구. *한국컴퓨터정보학회논문지*, 25(11), 67-74.

송석일·시아다리·김수창·신성문·지덕구·전황수·박광로·이희수·김지연·이훈기·박노삼·박상욱·장중현·고은진·한미경·윤현진·윤재관·허재두(2016). *실감 콘텐츠 산업 활성화를 위한 XD 미디어 핵심 기술 개발(16ZC1300-16-5152P)*. 대전: 한국전자통신연구원.

송원철·정동훈(2021). 메타버스 해석과 합리적 개념화. *정보화정책*, 28(3), 3-22.

안혜진·이승하(2024). 문화예술계열 대학생의 직·간접적 창업 경험 이 창업 인식과 창업의도에 미치는 영향. *한국창업학회지*, 19(3), 397-431.

양준환·김춘광(2020). 창업교육이 창업의도에 미치는 영향에서 창 업자기효능감과 창업동기의 이중매개모형. *대한경영학회지*, 33(3), 443-461.

염윤경(2024). '실감미디어' 닷밀, 코스닥 입성 추진... "후자 전환 글로벌 사업 확장". 머니S, Retrieved from <https://www.moneynews.co.kr/article/2024091116154627919>.

온종립(2024). 중앙대, 실감미디어 글로벌 창업 해커톤 대회 개최. 대학저널, Retrieved from <https://dhnews.co.kr/news/view/1065594537208381>.

원용태·김하동(2012). 3D 실감 체험학습을 위한 증강현실 저작도구 및 해양생물 문화콘텐츠. *한국콘텐츠학회논문지*, 12(5), 70-80.

윤현기(2019). 5G·10기가 인터넷 등장·VR·AR 활용 실감 융합콘 텐츠 확산. 데이터넷, Retrieved from <https://www.datanet.co.kr/news/articleView.html?idxno=130289>.

이경재·정우수(2011). 실감미디어 산업의 경제적 파급효과 분석. *한국통신학회논문지*, 36(7), 795-805.

이상운·안희화(2016). 실감미디어 동영상정보를 이용한 실내 공간 정보 제공 시스템 구현. *디지털산업정보학회논문지*, 12(3), 157-166.

이세운·곽연경(2022). 항공서비스학과 비교과 참여 학생의 대학 생활 의미에 관한 현상학적 연구. *디지털융복합연구*, 20(5), 363-373.

이영선(2017). 디자인 전문대학에서의 창업교육프로그램 고찰-창업 동아리를 중심으로. *한국창업학회지*, 12(2), 335-357.

이우진·황보윤(2015). 대한민국 창업교육 연대기. *벤처창업연구*, 10(3), 171-183.

이은배(2021). University Instructors' Beliefs and Practices Toward Student-Centered Learning. *교육학연구*, 59(7), 1-24.

장준하·조민호(2023). 코로나19 이후 호텔종사자의 고용불안정 경 험에 대한 현상학적 연구. *관광연구논총*, 35(2), 145-169.

정지은·손나연·김현정(2022). 메타버스를 활용한 문화콘텐츠 사례 연구. *문화산업연구*, 22(1), 201-213.

정태화(1996). 직업교육의 새로운 도전으로서의 창업교육. *공업기술 교육*, 77, 21-41.

정현수(2023). "241조 미래 시장 잡아라"..7개 대학 문체 실감미 디어 인재 키운다. 머니투데이, Retrieved from <https://n.news.naver.com/mnews/article/008/0004956609?sid=102>.

정화연(2018). 패션디자인관련 학과 내 창업교육 설계를 위한 기초 연구. *한국의상디자인학회지*, 20(2), 89-100.

- 조종학(2019). 실감미디어가 몰입감에 미치는 영향분석: 4DX 3D 영화를 중심으로. *한국디자인문화학회지*, 25(1), 431-440.
- 차성욱(2014). 학부과정에서의 디자인 스타트업(Start Up) 창업교육 프로그램 모델 제안 연구. *디지털디자인학연구*, 14(4), 471-480.
- 최종인·변영조(2013). 융합기반의 대학원 기술창업 교육모델 개발에 대한 탐색적 연구. *벤처창업연구*, 8(2), 119-128.
- 황윤자·도현미(2023). 항공드론 디지털 신기술 분야 융복합 인재양성을 위한 산업체와 교수자 인식 비교 연구. *Journal of Digital Contents Society*, 24(9), 2193-2203.
- 홍성표·임한려(2021). 서울시 세대별 창업 분포와 영향 요인에 대한 연구: 청년층과 중년층의 비교를 중심으로. *벤처창업연구*, 16(3), 13-29.
- 홍효정(2020). 대학의 블렌디드 러닝 수업 운영에 따른 교수자 요구분석. *인문사회*, 21, 11(5), 2517-2532.
- Ayalew, H.(2006). *Need and Satisfaction Assessment of Ethiopian Private Higher Education Institutions (PHIs) on the Broadcast Media. Conference on Private Higher Education Institutions (PHEIs) in Ethiopia*. Addis Ababa: St. Mary's University College.
- Braun, V., & Clarke, V.(2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Breves, P., & Schramm, H.(2021). Bridging psychological distance: The impact of immersive media on distant and proximal environmental issues. *Computers in Human Behavior*, 115, 106606.
- Elert, N., Andersson, F. W., & Wennberg, K.(2015). The impact of entrepreneurship education in high school on long-term entrepreneurial performance. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 111, 209-223.
- Englander, M.(2012). The interview: Data collection in descriptive phenomenological human scientific research. *Journal of phenomenological psychology*, 43(1), 13-35.
- Gartner, W. B., & Vesper, K. H.(1994). Experiments in entrepreneurship education: Successes and failures. *Journal of business Venturing*, 9(3), 179-187.
- Gaspich, T., & Han, I. S.(2024). Immersive media and its influences on design thinking. *Education and Information Technologies*, 1-24.
- Gaskell, G.(2000). *Individual and group interviewing. In Bauer, M., & Gaskell, G.(Eds). Qualitative Researching with text, Image and Sound*. London: SAGE.
- Giron, J., Berenson, A., & Hashai, N.(2023). *Case study: Strategy Business Administration Interactive XR Learning. 2023 IEEE Conference on Virtual Reality and 3D User Interfaces Abstracts and Workshops (VRW)*. Shanghai: Institute of Electrical and Electronics Engineers.
- Goldstein, K.(2002). Getting in the door: Sampling and completing elite interviews. *Political Science & Politics*, 35(4), 669-672.
- Hussain, Z., & Khan, A.(2024). The Role of Metaverse in Women Entrepreneurship and Economic Complexity: Evidence from Pakistan. *Journal of Entrepreneurship And Business Venturing*, 4(1), 54-66.
- Illsley, W. R., Almevik, G., Westin, J., Aavaranta Hansén, J. B., Forander, E., Hallgren, E. Lagercrantz, W., & Vasileiou, P.(2024). The edutainment scan: immersive media and its deployment in museums. *Museum Management and Curatorship*, 1-18.
- Kuratko, D. F.(2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-597.
- Krueger, R. A.(1994). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Lampropoulos, G., Keramopoulos, E., Diamantaras, K., & Evangelidis, G.(2022). Augmented Reality and Virtual Reality in Education: Public Perspectives, Sentiments, Attitudes, and Discourses. *Education Sciences*, 12(11).
- Lerro, A., Lagrutta, R., Francesco, S., & Giovanni, S.(2020). Virtual learning spaces for business and entrepreneurial education: background, strenghts and weaknesses, conditions and implications. *15th International Forum on Knowledge Asset Dynamics (IFKAD), Proceedings Paper*, 1869-1879.
- Liu, Z.(2022). Influence of Students' Entrepreneurial Psychological Capital on Entrepreneurial Exploratory Learning under the Background of Extended Reality (XR). *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 17(1), 239-253.
- O'reilly, M., & Parker, N.(2013). 'Unsatisfactory Saturation': a critical exploration of the notion of saturated sample sizes in qualitative research. *Qualitative research*, 13(2), 190-197.
- Pratama, D. P., & Putra, P. O. H.(2024). Exploring Sustainable VR Use Cases for Startup Business Models: A Customized Customer Development Approach. *Sustainability*, 16(14), 6254.
- Rabiee, F.(2004). Focus-group interview and data analysis. *Proceedings of the nutrition society*, 63(4), 655-660.
- Ritchie J., & Spencer, L.(2002). *Qualitative Data Analysis for Applied Policy Research, In Analyzing Qualitative Data*. London: Routledge.
- Saneinia, S., Zhou, R. T., Gholizadeh, A., & Asmi, F.(2022). Immersive Media-Based Tourism Emerging Challenge of VR Addiction Among Generation Z. *Frontiers in Public Health*, 10, 833658.
- Solomon, G. T., Duffy, S., & Tarabishy, A.(2002). The state of entrepreneurship education in the United States: A Nationwide survey and analysys. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 1-22.
- Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A.(2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.
- Su, L., & Li, M.(2022). The improvement of teaching ideological and political theory courses in universities based on immersive media technology. *Frontiers in psychology*, 13, 877288.
- Von Soest, C.(2023). Why do we speak to experts? Reviving the strength of the expert interview method. *Perspectives on Politics*, 21(1), 277-287.

Exploratory Study on Developing Immersive Media Entrepreneurship Education Programs: Focus on Professors' Perceptions and Needs Analysis*

Hye-Jin An**
Il-Han Lee***
Kuk-Sun Seo****

Abstract

This study examines the current status of immersive media entrepreneurship education and identifies future directions based on this analysis. Despite the advancements in immersive media technology and its diverse applications across various industries, there is a lack of systematic research and educational guidance in university entrepreneurship education. Therefore, this research aims to identify the need for immersive media entrepreneurship education and to develop educational programs that enhance educational effectiveness.

In-depth interviews were conducted with 10 university professors to analyze their perceptions and needs regarding immersive media entrepreneurship. The results revealed that while professors hold a positive outlook on immersive media entrepreneurship, they believe that a practical, hands-on curriculum is essential. This means that comprehensive skills should be developed through the curriculum, starting from idea development to business modeling, market analysis, and funding acquisition. They also recognized that technical, financial, and educational support related to immersive media is necessary. This implies that active external support and the establishment of industry-academic collaboration systems are crucial.

This study presents the need for immersive media entrepreneurship education and provides foundational data for curriculum development by analyzing professors' perceptions in depth. This suggests that it can serve as a problem-solving approach in educational settings based on practical curriculum development and collaboration with industry experts. However, it has limitations in that it presents the priorities of the components of immersive media entrepreneurship education through qualitative research methods. Therefore, future research should utilize methodologies such as AHP analysis or Delphi analysis to derive quantitative priorities.

Keywords: Immersive Media, Entrepreneurship Education, University Entrepreneurship, Professor Needs Analysis, In-Depth Interview

* Following are results of a study on the 'Convergence and Open Sharing System' Program through the National Research Foundation of Korea(NRF) funded by the Ministry of Education.(20240816)

** First Author, Assistant Professor, Kon-kuk University, ahj332@naver.com

*** Corresponding Author, Associate Professor, Chung-Ang University, lih2114@cau.ac.kr

**** Co-Author, Ph.D. Student, Chung-Ang University, ruizepla@naver.com