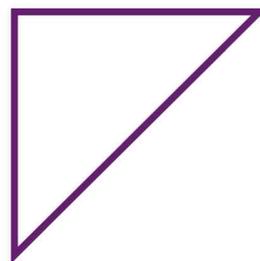


# 음악산업 비즈니스 전문인력 수요전망과 정책방안 연구

20

20

— KOCCA20-44



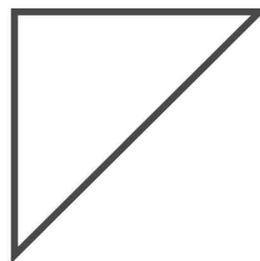


음악산업 비즈니스 전문인력  
수요전망과 정책방안 연구

20

20

— KOCCA20-44



본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

# 제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “음악산업 비즈니스 전문인력 수요전망과 정책방안 연구”의 결과보고서로 제출합니다.

2020년 12월 28일

연구/조사기관 : 케이아츠크리에이티브

연구/조사책임자 : 이동연 (한국예술종합학교 교수)



# 요약문

## 제1장 서론

### 1. 연구 목적

- 한국 음악산업의 글로벌 경쟁력을 지금보다 더 내실 있게 갖기 위해서는 장기적인 계획 하에서 음악산업의 시장에 필요한 전문인력 양성이 필요
- 문화콘텐츠 분야의 산업별 인재 양성을 위한 교육기관 중에서 음악산업 분야는 상대적으로 부족한 상황. 음악산업 인력을 전문적으로 양성할 수 있는 교육시스템의 공공지원과 관리가 필요할 것으로 보임

### 2. 연구 방법

방법	내용
문헌연구	- 대중문화예술산업 분야 자료를 종합적으로 분석
사례조사	- 국내·외 학교들의 설립목적, 운영방식, 커리큘럼, 교수진 구성 등 검토
전문가 FGI	- 기획사, 공연산업 기술지원 분야, 온라인미디어플랫폼사, 퍼블리싱사, 학계 전문가의 의견 수렴
종사자 설문조사	- 음악산업 분야 종사자 500여 명 설문조사 의견 수렴

### 3. 연구 방향

- 음악산업의 현황 분석에 따른 비즈니스 인력의 수요 예측
- 음악산업계 현장의 목소리를 담은 전문인력 양성계획 수립
- 음악산업의 미래를 대비하는 전문인력 핵심 육성 방향 제시
- 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 기관의 적합한 유형 제시

## 제2장 음악산업 비즈니스 전문인력 분야 환경 분석

### 1. 국내.외 음악산업의 현황 조사

- 세계시장에서 K-Pop의 인기로 음향영상 및 관련 서비스의 수출이 지속적으로 확대되고 있음
- 전 세계적으로 K-Pop의 위상이 높아지고 있으며 그에 따라 국내음악시장도 성장세를 기록하고 있으며, 국제음반산업협회(IFPI)에 의하면 한국의 음악시장 규모는 2019년 기준 미국, 일본, 영국, 독일, 프랑스에 이어 세계 6위를 기록하였음
- 온라인을 통한 스트리밍 서비스가 K-Pop을 넘어 타 음악장르로 확대되고 강력한 산업시장으로 전환되는 과정에 있으며, 음악산업 생태계는 유튜브가 가진 무한한 가능성으로 다변화의 기로에 서 있음
- 그러나 국내 음악산업의 자원이 수도권에 집중되어 있다는 지적이 있음
- 2019년 음악산업 주요 통계에 따르면 전체 음악산업 시장은 적년도 대비 9.7% 성장했고, 전체 매출액 중에서 디지털 음악의 수입이 58.9%를 차지하고, 음원플랫폼에 가입한 유료 구독자 2억 5천5백만 명에 이룸. 이 중에서 한국은 국가별 음악시장에서 6번째 큰 규모의 매출을 기록
- 2018년 기준, 글로벌 음악산업의 대륙별 성장률은 아시아 오세아니아가 11.7%, 남미가 16.8%, 유럽이 0.1%, 북미가 14.0% 성장했음. 유럽의 성장세가 주춤한 것을 제외하고는 다른 대륙에서는 10%이상의 성장률을 보임

### 2. 음악산업 및 교육 등 유관 법제도

- 현재 문화체육관광부의 소관 법률 중 음악산업과 관련된 법률은 총 4개로, 「대중문화예술산업발전법」, 「문화산업진흥 기본법」, 「음악산업진흥에 관한 법률」, 「콘텐츠산업 진흥법」임
- 기존의 법제도는 생태계와 연관되어 있어 대부분 공정한 산업을 지향하기 위한 제도적 성격을 띄고 있음. 새로운 인력의 양성을 위한 인프라 구축과

관련해서는 상대적으로 논의가 적게 이루어지고 있는 상황임

### 3. 국내·외 음악산업 인력양성 현황 조사

- 전국 실용음악 관련학과가 개설된 대학은 4년제 및 전문대학을 포함하여 총 82곳으로 대부분 보컬, 기악, 작곡 등 뮤지션을 배출하기 위한 커리큘럼에 집중되어 있으며 주로 실연자 양성 위주로 치우쳐 있음
- K-Pop, 뮤지컬 등 공연시장의 성장에 따라 기획·연출, 마케팅, 전문 엔지니어 등 수요가 증가하고 있으나, 국내 대학에선 이들 전문인력을 체계적으로 양성하기 위한 커리큘럼이 부족한 실정임

### 4. 국내 학제 및 전문 교육과정 사례 조사

- 1987년에 서울예술대학교 전문학사 과정인 음악학부에 증설되었으며, 작곡, 연주, 성악, 컴퓨터음악의 4가지 전공으로 나누어 창작 전문 훈련 및 학습을 통해 다양한 대중음악 분야의 전문 예술인을 배출하고 있음
- 2000년 경희대학교 예술디자인대학에 신설된 분야로, 서양고전음악, 동양 전통음악, 대중음악, Jazz를 결합하여 ‘21세기 신음악’을 창조한다는 이념을 바탕으로 설립되어 컴퓨터 관련 첨단음향 및 음악제작기법 관련 훈련과정에 역점을 둬으로써, 학생이 ‘신음악’의 기술공학적 기초를 탄탄히 다져 21세기 새로운 음악문화를 이끌어 나갈 수 있는 핵심적인 능력을 갖추도록 함
- 1997년 글로벌 리더십을 갖춘 문화예술 분야의 인재 양성을 목적으로 설립된 방송특성화대학이며, 미디어 및 예술 환경 변화에 대비한 미래지향적 교육, 방송·영상 및 예술 콘텐츠 분야로 집중된 특성화 교육, 첨단 기자재 및 실습장을 토대로 현장중심의 전문화 교육에 역점을 둬
- 한류문화관광학부 소속으로, 글로벌 문화예술 산업시장의 성장과 4차 산업혁명, 지능정보사회의 도래를 맞아 문화중심시대를 이끌어 갈 인재로 양성할 목적으로 개설되었으며 음악콘텐츠 제작과 실용음악의 두 가지 NCS 교육과정으로 확대, 개편하여 운영 중임

## 5. 해외 학제 및 전문 교육과정 사례 조사

- 미국 버클리 음악대학은 1945년 로렌스 버크가 설립한 학교로 미국 매사추세츠 주 보스턴 시 에 위치한 세계 최대의 사립음악대학이며, 재즈를 포함하여 다양한 음악 장르를 공부할 수 있으며, 록, 라틴음악, 전자음악, 영화음악, 팝 등을 공부 할 수 있는 학위과정과 프로그램을 운영 중에 있음. 2017년 기준 학사과정에는 12가지의 전공, 26가지의 부전공이 존재하며, 대학원 과정으로는 6가지의 전공이 있음
- 미국 실용음악 대학교는 1977년 미국 할리우드에 설립된 음악전문 교육기관으로 음악 및 엔터테인먼트 산업 중심의 학교임. 실무 경력을 쌓을 수 있는 정보, 기술 및 전문지식 위주의 교육을 제공함. 다양한 장르에서 실기 및 공연 위주의 커리큘럼을 제공함. 단기 과정에서부터 학사학위 과정까지 학생들의 레벨에 따라 수업이 이루어지기 때문에 같은 과정을 이수 하더라도 졸업까지 소요되는 기간이 다를 수 있음
- 미국 맨해튼에 위치한 뉴욕대학교는 1831년에 설립되었으며 뮤직 비즈니스 학사(Bachelor of Music, Music Business) 및 석사과정(Master of Art, Music Business)이 있음. 세계 뮤직 비즈니스 수도의 업계 리더들과 협력하고 음악과 인문학 중심의 커리큘럼이 진행됨. 뉴욕대학교의 스텐 경영대학 NYU Stern School of Business에서 과정을 수강하고 음악 출판사, 공연장, 음악 방송 조직 등에서 실무 경험을 쌓을 수 있는 인턴쉽 프로그램이 있음
- 영국 웨스트민스터 대학교는 1838년에 설립된 학교로, 학부 과정부터 미디어 분야의 실용음악 및 현대 음악산업으로의 진출을 위한 교육 커리큘럼을 구성하고 있음
- 리버풀 공연예술 대학교는 1996년 비틀즈의 폴 매카트니가 설립한 학교로 실기 중심의 커리큘럼으로 유명하며, 연기, 무용, 대중음악, 음악 기술 분야를 중심으로 공연 예술 전반의 교육과정을 제공하고 있음

# 제3장 음악산업 비즈니스 전문인력 수요파악을 위한 전문가 조사

## 1. 음악산업 비즈니스 전문인력 수요파악 전문가 FGI

- 음악산업 비즈니스 분야 종사자 20명(분야별 4명)을 대상으로 음악산업에 대한 비전, 전문인력 양성 교육기관의 필요성, 비대면 대응 음악산업 비즈니스 인력의 변화 양상, 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 교육기관 설치(안) 및 교육과정, 음악산업 분야 종사자를 위한 설문조사 문항 검토 등에 대한 논의를 진행
- 음악산업 비즈니스 분야에서 활동하는 전문가를 대상으로 FGI를 진행한 결과, 음악산업 비즈니스 전문인력 양성을 위한 필요성에는 많은 공감을 하는 것으로 나타남. 현재 음악산업 시장이 창작자 위주로 되어 있기 때문에 나머지 분야에 대한 인력을 어떻게 육성할 것인가에 대한 고민은 있다는 공통점을 발견할 수 있었음
- K-Pop으로 대표되는 우리나라 음악산업은 점차 더 확대될 것으로 보는 긍정적인 전망이 많았음. 그러나 코로나19와 같이 예측할 수 없는 상황들이 언제 또 닥칠지 모르기 때문에 비대면 공연, 비대면 음악산업 시장을 선도하기 위한 기술인력들의 육성과 양성, 그리고 활용이 매우 중요한 시점이라는 점에 강하게 동의함
- 전문적인 학제를 새로 신설한다거나, 기존 대학교의 과정으로 편입되기 보다는 현장 실무에 가까운 아카데미 형태의 자유로운 교육기관을 설립하는 것이 더 효과적일 것이라는 의견이 약간 많았음. 궁극적으로는 교육기관에 대한 현장의 수요와 교육기관에 대한 정부지원이 유기적으로 지속되어야만 음악산업 비즈니스 분야의 전문인력을 장기적으로 양성할 수 있는 기반이 마련될 것이라고 생각하고 있는 것으로 나타남

## 2. 음악산업 비즈니스 전문인력 수요파악 설문조사

- 음악산업 비즈니스 분야 종사자 528명을 대상으로 설문조사를 진행하였음. 설문의 구성은 음악산업에 대한 비전, 전문인력 양성 교육기관에 대한

필요성, 교육 커리큘럼 구성 및 운영, 학위 수여방식, 선호하는 전공영역 등 5개 대분류로 기준함

- 음악산업의 비전을 묻는 대분류에서는 한국 음악산업에서 가장 먼저 떠오르는 단어로 전체 응답자의 65%가 K-Pop을 1순위로 꼽았음. 다음으로는 음악저작권(10.6%), 아이돌(5.3%), 대형 기획사(4.7%), 스트리밍 서비스(4.5%)의 순이었음

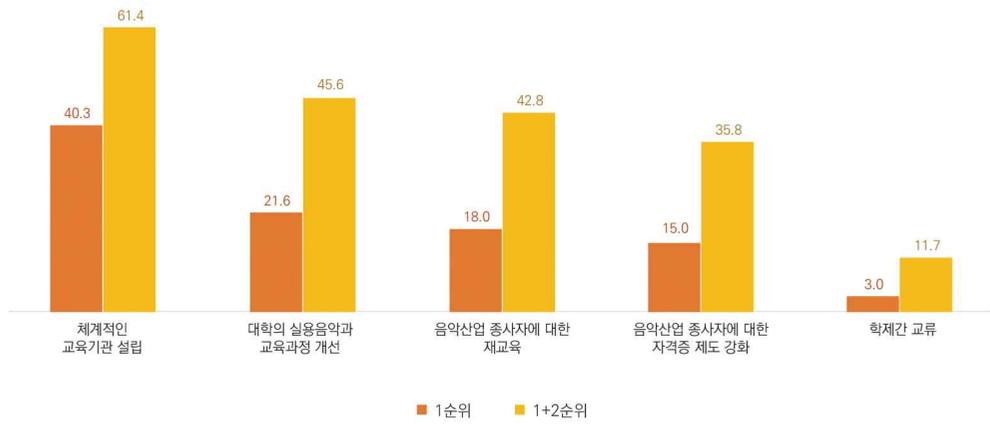
- 한국 음악산업의 성장가능성을 높이 평가하는 이유는 다음의 그림과 같음



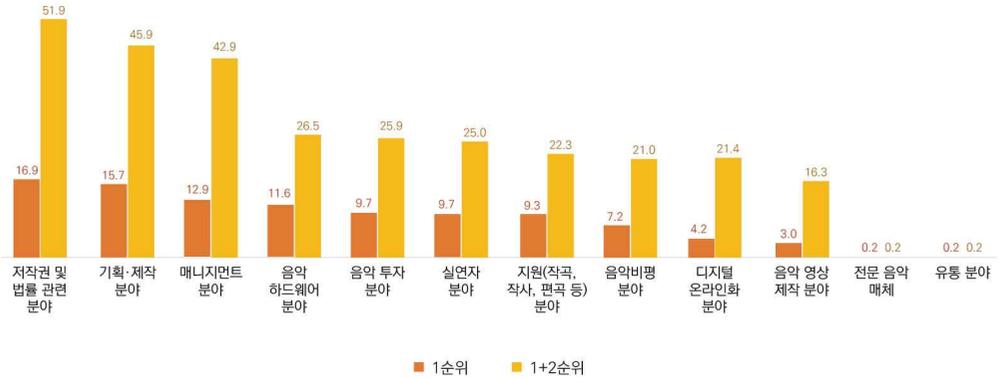
- 음악산업 비즈니스 전문인력의 필요성과 방향에서는 필요하다는 응답이 80.1% 이상인 것으로 나타났음



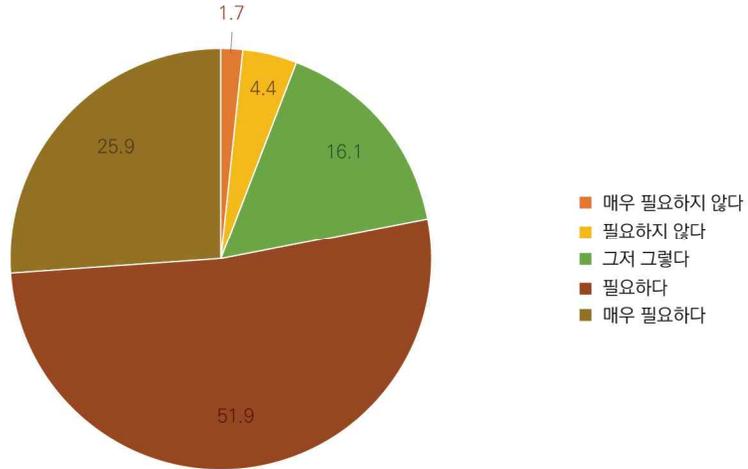
○ 전문인력 양성의 방향성에서는 체계적인 교육기관의 설립이 가장 높았음



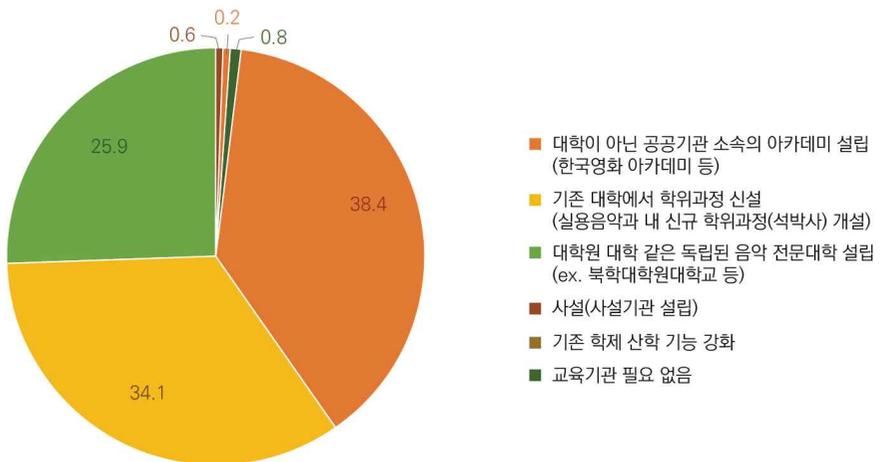
○ 전문인력 양성의 핵심 분야의 우선순위를 보자면, 저작권 및 법률 관련 분야가 16.9%로 가장 높았으며, 다음으로는 기획·제작 분야의 15.7%, 매니지먼트 분야가 12.9%의 순이었음



- 음악산업 전문인력 양성을 위한 교육기관 설립의 필요성에 대해서는 77.8%가 ‘필요하다+매우 필요하다’ 고 응답하였음



- 전문인력 양성에 적합한 교육기관 모델을 묻는 질문에는 공공기관 소속의 아카데미 설립, 기존 대학의 학위과정(석박사) 개설이 4% 정도 차이의 응답률을 보임



- 교수진의 구성을 묻는 문항에서는 실무경력을 지닌 교수진을 선호하는 것으로 집계됨



## 제4장 교육기관 설치(안)에 따른 주요 특징 분석

### 1. 음악 비즈니스 전문대학교(원) 조사 및 분석

- 대학원대학교 설립 모델은 「고등교육법」 제30조(대학원대학)을 근거로 하여 설립된 학교로, 특정 분야의 전문 인력을 양성하기 위하여 석·박사 과정만을 운영하는 대학을 의미함
- 석·박사 과정만을 운영하는 학교인만큼 상당수가 정원 100명 미만의 작은 규모로 운영되고 있으며, 학교 건물도 건물 한 채나 빌딩 한 두 층을 사용하는 경우가 많음
- 일반적으로 「수도권정비계획법」으로 인하여 서울이나 수도권에 학교를 설립하는 것이 어려운 반면에 대학원대학은 이 법의 예외로 서울이나 경기도 지역에 자유롭게 설립이 가능한 특징을 지님

## 2. 대중음악 관련 대학교(원) 조사 및 분석

- 실용음악과나 음악비즈니스 과정이 있는 기존 대학에 설립하는 것은 대학 본부의 의지와 결정에 따라서 진행될 수 있다는 장점이 있음
- 그러나 「수도권정비계획법」으로 인하여 서울이나 수도권에 신규 학과를 설립하는 것이 매우 어렵기 때문에 기존의 학과에 음악산업 비즈니스 전공을 개설하고 전체 정원을 나누는 방식으로 하는 것이 현재 상황에서 가장 현실적인 방안임

## 3. 전문인력 양성 아카데미 조사 및 분석

- 아카데미는 어떤 분야의 전문인력을 양성하기 위한 법적 근거가 마련되어 있다면 설립할 수 있으며 특히 공공영역에서 전문인력을 배출해야 할 때에 아카데미 형태의 교육기관 설립을 활용함
- 아카데미를 설립하기 위한 별도의 법적 근거를 요구하기 보다는 아카데미의 운영 주체가 교육을 할 수 있는 범조항이 필요하며, 범조항에 근거한다는 점에서 다른 교육기관보다 설립하기 쉬운 조건일 수 있음

# 제5장 음악산업 전문인력 기관 기본방향 설정

## 1. 설립 비전 기본계획 설정

- 국내외 음악산업의 동향과 새로운 트렌드 변화에 대한 심층적인 분석이 필요하고, 그에 기반한 전문인력 양성에 대한 대비가 있어야 함
- 음악산업 현장 전문가 심층인터뷰와 설문조사 결과를 종합해보면, 음악산업의 시장 규모를 키울 수 있는 전문인력 양성의 필요성에 대해서는 대부분 공감하고 찬성하는 의견이 지배적이었음
- 설문조사 결과도 심층면접 인터뷰의 결과와 크게 다르지 않게 나타났음. 전문인력 양성에 대한 필요성에 대해서는 학생, 현업전문가, 학계 및 공공기관 종사자 등 모두 공감하고 있었음

- 심층면접 인터뷰와 설문조사 결과를 바탕으로 인력양성 기관이 설립되기 전까지 음악산업 전문인력의 수요 예측에 따른 추가 심층연구가 필요하며, 음악산업 비즈니스 분야 전문인력 양성을 위한 교육 기관 설립은 단기간에 이루어지지 않기 때문에 기관 설립 전까지 추가 실행계획에 대한 연구가 필요하고, 시범 교육사업도 이루어져야 하며, 예산 확보를 위한 정부 및 지자체, 유관기관의 준비작업도 필요함

## 2. 단계별 추진방향 및 운영방안 로드맵

- 음악산업 비즈니스 전문인력 교육기관은 형태가 어떻게 되는가에 따라 설립기간에 차이가 날수 있지만, 대체로 다음 해에 추가 연구용역 및 1차 시범사업, 그 이후 2차 시범교육사업을 거쳐 3-5년 이후에 설립하는 것을 목표로 사업을 단계적으로 실행할 필요가 있음
- 음악산업 비즈니스 분야 전문인력 양성을 위한 단계별 추진방향 및 운영방안에 대한 로드맵은 교육기관을 모델에 따라 다르게 추진되어야 해서 모델 별로 추진일정을 차별화해서 진행해야 할 것으로 판단함

## 제6장 결론

- 음악산업 전문인력 양성이 왜 필요하며, 음악산업의 미래를 위해 얼마나 중요한지에 대한 대국민 설득을 위한 논리와 근거 마련이 필요함. 한국 음악산업 글로벌 경쟁력과 성장가능성에 비해 음악산업 비즈니스를 전문적으로 담당할 수 있는 인력이 실연자 수에 비해 상대적으로 부족한 상황임
- 전문인력 양성 교육기관은 무엇보다도 음악산업계 현장이 원하고 공감해야하는 만큼, 이후에도 추진단 구성과 같은 실무적 논의를 비롯해 음악산업계 현장과 지속적인 의견수렴이 필요함
- 현재 한국의 음악산업의 시장 경쟁력을 높이기 위해 어떤 전공 전문 분야가 필요하고, 어떤 교육과정이 필요하고, 어떤 교수진과 산학협력이 필요한지에 대해서는 구체적인 실행계획이 향후 필요할 것으로 보임

# 목 차

## 제1장 서론

제1절 연구 목적 .....	3
1. 한국 음악산업의 글로벌 경쟁력을 위한 인재양성 .....	3
2. 4차 산업혁명 도래와 팬데믹 시대, 미래 음악산업 주도 .....	4
3. 음악산업 전문인력 양성을 위한 전문 지원기구의 필요성 .....	6
제2절 연구의 범위 및 방법 .....	7
1. 연구 범위 .....	7
1) 공간적 범위 .....	7
2) 내용적 범위 .....	7
2. 연구 방법 .....	9
1) 문헌 연구 .....	9
2) 사례 조사 .....	9
3) 전문가 FGI 조사 .....	10
4) 종사자 설문조사 .....	10
제3절 연구의 방향 .....	11
1. 음악산업의 현황 분석에 따른 비즈니스 인력의 수요 예측 .....	11
2. 음악산업계 현장의 목소리를 담은 전문인력 양성 계획 수립 .....	11
3. 음악산업의 미래를 대비하는 전문인력 핵심 육성 방향 제시 .....	11
4. 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 기관의 적합한 유형 제시 .....	12

## 제2장 음악산업 비즈니스 전문인력 분야 환경 분석

제1절 국내·외 음악산업의 현황 조사 .....	15
1. 국내 음악산업의 현황 .....	15
2. 국외 음악산업의 현황 .....	21
3. 국내 음악산업의 규모 .....	23
4. 국내외 음악산업의 현황이 주는 시사점 .....	29

제2절 음악산업 및 교육 등 유관 법제도 .....	31
제3절 국내·외 음악산업 인력양성 현황 조사 .....	37
1. 국내 음악산업 인력양성 현황 .....	37
2. 국내 대학 실용음악과 교육목표 및 인력양성 방향 .....	42
3. 실용음악과 진출직업 및 취업현황 .....	48
제4절 국내 학제 및 전문 교육과정 사례 조사 .....	52
1. 서울예술대학교 실용음악과 .....	52
2. 경희대학교 포스트모던음악학과 .....	55
3. 동아방송예술대학교 .....	57
4. 김포대학교 실용음악과 .....	60
제5절 해외 학제 및 전문 교육과정 사례 조사 .....	62
1. 미국 버클리 음악대학(Berklee College of Music) .....	62
1) 학교소개 .....	62
2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정 .....	67
3) 관계자 인터뷰 .....	72
2. 미국 실용음악 대학교(Musicians Institute College of Contemporary Music, MI) ..	78
1) 학교소개 .....	78
2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정 .....	83
3. 미국 뉴욕대학교(New York University) .....	85
1) 학교소개 .....	85
2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정 .....	86
4. 영국 웨스트민스터 대학교(University of Westminster) .....	92
1) 학교소개 .....	92
2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정 .....	93
5. 영국 리버풀 공연예술 대학교(Liverpool Institute for Performing Arts) .....	96
1) 학교소개 .....	96
2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정 .....	98
6. 독일 바덴 뷔르템베르크 대중음악 아카데미 (Popakademie Baden-Württemberg) .....	101
1) 학교소개 .....	101
2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정 .....	103

### 제3장 음악산업 비즈니스 전문인력 수요파악을 위한 전문가 조사

제1절 음악산업 비즈니스 전문인력 수요파악 전문가 FGI .....	109
1. FGI 개요 .....	109
2. FGI 결과 .....	110
1) 우리나라 음악산업에 대한 비전 .....	110
2) 음악산업 비즈니스 전문인력 양성의 필요성(현황 포함) .....	111
3) 비대면 대응 음악산업 비즈니스 인력의 변화 양상 .....	113
4) 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 교육기관 설치(안) 및 교육과정 ..	116
5) 음악산업 분야 종사자 설문조사 문항 검토 .....	121
3. 소결 .....	122
제2절 음악산업 비즈니스 전문인력 수요파악 설문조사 .....	124
1. 설문조사 개요 .....	124
2. 설문조사 결과 .....	125
1) 설문조사 일반 현황 .....	125
2) 음악산업의 비전 .....	125
3) 음악산업 비즈니스 전문인력의 필요성과 방향 .....	130
4) 음악산업 비즈니스 전문인력의 핵심 양성 분야 .....	136
5) 비대면 시대 음악산업의 변화 .....	140
6) 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 및 교육기관 설립 .....	143
3. 소결 .....	150

### 제4장 교육기관 설치(안)에 따른 주요 특징 분석

제1절 음악 비즈니스 전문대학교(원) 조사 및 분석 .....	155
1. 대학원대학교 설립 근거 .....	155
2. 유사 대학원대학교 사례 분석 .....	157
1) 북한대학원대학교 .....	157
2) 서울미디어대학원대학교 .....	160
제2절 대중음악 관련 대학교(원) 조사 및 분석 .....	163
1. 대학교(원) 설립 근거 .....	163
2. 유사 대학교(원) 사례 분석 .....	167
1) 경기대학교 실용음악학과 .....	167
2) 동덕여자대학교 실용음악과 .....	169

제3절 전문인력 양성 아카데미 조사 및 분석 .....	171
1. 아카데미 설립 근거 .....	171
2. 유사 아카데미 사례 분석 .....	171
1) 한국영화아카데미 .....	171
2) 한국콘텐츠아카데미 .....	175

## 제5장 음악산업 전문인력 기관 기본방향 설정

제1절 설립 비전 기본계획 설정 .....	181
1. 국내외 음악산업의 동향과 새로운 변화에 대한 분석 .....	181
2. 음악산업 현장 전문가 심층 인터뷰 및 설문조사 결과 분석 .....	181
3. 음악산업 전문인력 수요 추가 심층연구 .....	182
4. 문화콘텐츠 타 분야 인력 양성 기관 사례 분석 .....	182
5. 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 기관 추진단 구성 .....	183
제2절 단계별 추진방향 및 운영방안 로드맵 .....	184
1. 대학원대학교 설립 모델 .....	184
2. 기존 대학 교육기관 위탁 모델 .....	185
3. 공공기관 내 아카데미 설립 모델 .....	186

## 제6장 결론

1. 음악산업 전문인력 양성의 필요성에 대한 공감대 형성 .....	189
2. 음악산업계 현장과의 지속적인 의견 수렴 .....	190
3. 전문인력 양성의 교육 방향- 교육과 재교육의 이중 목표실현 .....	193
3. 인력양성 기관 설립을 위한 실행계획 수립 .....	194

참고문헌 .....	199
------------	-----

부록 1. 전문가인터뷰 설문지 .....	205
------------------------	-----

부록 2. 음악산업 관계자 설문조사 설문지 .....	207
-------------------------------	-----



## 표 목 차

<표 1> 2018년도 글로벌 음악산업 주요 분야별 통계 .....	23
<표 2> 음악산업 전체 현황 .....	24
<표 3> 음악산업 업종별 연도별 종사자 현황 .....	25
<표 4> 음악산업 직무별·업종별 종사자 현황 .....	28
<표 5> 레이블사의 아티스트 지원 시스템 .....	30
<표 6> 국내 4년제 대학교 실용음악 관련학과 개설 현황 .....	38
<표 7> 국내 전문대학 실용음악 관련학과 지역별 현황 및 입학정원 .....	40
<표 8> 전국 콘서바토리 학점은행계 대학 현황 .....	41
<표 9> 경기대학교 실용음악학과 교육목표 .....	43
<표 10> 경희대학교 포스트모던음악과 교육목표 .....	43
<표 11> 동덕여자대학교 실용음악과 교육목표 .....	44
<표 12> 대구예술대학교 실용음악과 교육목표 .....	44
<표 13> 김천대학교 공연예술학부 교육목표 .....	45
<표 14> 동의대학교 음악학과 교육목표 .....	44
<표 15> 경북대학교 실용음악과 교육목표 .....	46
<표 16> 서울예술대학교 실용음악과 교육목표 .....	46
<표 17> 동아방송예술대학교 실용음악학부 교육목표 .....	47
<표 18> 실용음악학과 취업현황 .....	49
<표 19> 서울예술대학교 실용음악과 교육과정 .....	52
<표 20> 경희대학교 포스트모던음악학과 학년별 전공 .....	55
<표 21> 동아방송예술대학 학사 전공 .....	58
<표 22> 김포대학교 학사 전공 .....	61
<표 23> 버클리 음악대학 학사 및 대학원 전공 .....	63
<표 24> 버클리 음악대학 발렌시아 캠퍼스 전공 .....	63
<표 25> 버클리 음악대학 학부 학생수 추이 .....	64
<표 26> 버클리 음악대학 뮤직 비즈니스 학과 교수진 출신배경 .....	68
<표 27> 버클리 음악대학 뮤직 비즈니스 학과 트랙별 주요 과목 .....	69
<표 28> 버클리 음악대학 글로벌 엔터테인먼트 및 뮤직 비즈니스 학과 교수진 출신배경 .....	70
<표 29> 버클리 음악대학 글로벌 엔터테인먼트 및 뮤직 비즈니스 석사과정 주요 과목 .....	

.....	71
<표 30> MI 교육과정 .....	79
<표 31> MI 교육과정에 따른 전공 .....	79
<표 32> MI 학위 및 수료 종류 .....	80
<표 33> MI 뮤직 비즈니스 학과 과목 .....	83
<표 34> MI 뮤직 비즈니스학 교수진 출신배경 .....	84
<표 35> 뉴욕대학교 뮤직 비즈니스 학과 학사 및 석사과정 개요 .....	86
<표 36> 뉴욕대학교 뮤직 비즈니스 학과 교수진 출신배경 .....	86
<표 37> 뉴욕대학교 뮤직 비즈니스 학사과정 과목 .....	87
<표 38> 뉴욕대학교 뮤직 비즈니스 석사과정 과목 .....	89
<표 39> 뉴욕대학교 뮤직 비즈니스 음악기술 분야 석사과정 과목 .....	91
<표 40> 웨스트민스터 대학교 학위과정에 따른 전공 .....	93
<표 41> 웨스트민스터 대학교 뮤직 비즈니스 학과 교수별 출신배경 .....	93
<표 42> 웨스트민스터 대학교 뮤직 비즈니스 학과 주요 과목 .....	94
<표 43> 리버풀 공연예술 대학교 뮤직 비즈니스 학과 교수 직급별 출신배경 .....	98
<표 44> 리버풀 공연예술대학교 음악, 엔터테인먼트, 극장 및 이벤트 경영학과 학년 별 과목 .....	98
<표 45> 바덴 뷔르템베르크 아카데미 뮤직 비즈니스학 예술 학사과정 개요 .....	104
<표 46> 뮤직 비즈니스학 교수진 배경 .....	104
<표 47> 바덴 뷔르템베르크 아카데미 뮤직 비즈니스학 예술 학사과정 주요 과목 .....	105
<표 48> 북한대학원대학교 전공과정 .....	157
<표 49> 북한대학원대학교 특별과정 .....	158
<표 50> 서울미디어대학원대학교 전공과정 .....	160
<표 51> 우리나라 대학·전문대학 수 .....	165
<표 52> 경기대학교 실용음악과 개설 교과목 .....	167
<표 53> 동덕여자대학교 실용음악과 개설 교과목 .....	170
<표 54> 한국영화아카데미 정규과정 .....	172
<표 55> 한국영화아카데미 장편과정 .....	172
<표 56> 문화콘텐츠 분야별 인력양성 지원사례 비교 .....	183
<표 57> 대학원대학교 설립 인가 절차 .....	185
<표 58> 교육기관 모델별 SWOT 분석 .....	186
<표 59> 전문인력 양성 필요성의 주요 근거 .....	189
<표 60> 세계 음악산업 시장 변화의 주요 근거들 .....	190
<표 61> 음악산업 전문인력 양성 심층면접과 설문조사 주요 내용 .....	191

<표 62> 음악산업 비즈니스 전문인력 양성의 교육과 재교육 장단점 .....	193
<표 63> 주요 대학 음악 비즈니스 전공 전문 분야 .....	193
<표 64> 뮤직비즈니스 스쿨 세부 전공과정 설계(안) .....	194
<표 65> 비즈니스 인력양성 실행계획 연구 구성(안) .....	195



## 그림 목 차

[그림 1] 2012 강남페스티벌 .....	16
[그림 2] 강남페스티벌 예산규모별 현황, 2013 .....	16
[그림 3] 자치구별 전 산업에비 문화예술 사업체 비율 .....	17
[그림 4] 서울아레나 민간제안 조감도 .....	18
[그림 5] 서울시 공연장 분포현황 .....	19
[그림 6] 노들섬 상층 조감도 및 조성설계도 .....	20
[그림 7] 2019년 음악산업 주요통계 요약 .....	21
[그림 8] 2001-2018년 글로벌 음반 산업 매출 추이(2001-2018) .....	22
[그림 9] 실용음악과 진출직업 .....	48
[그림 10] 대학교 실용음악과 취업현황 .....	50
[그림 11] 전문대학 실용음악과 취업현황 .....	51
[그림 12] 서울예술대학교 ATEC 스튜디오 .....	53
[그림 13] 서울예술대학교 ATEC ADR 스튜디오 .....	54
[그림 14] 서울예술대학교 ATEC 컨트롤룸 .....	54
[그림 15] 경희대학교 예술디자인대학 A&D홀 .....	57
[그림 16] DIMA 종합촬영소 전경 .....	59
[그림 17] DIMA 아트센터 내부 .....	59
[그림 18] 김포대학교 음악 제작 실습실 .....	60
[그림 19] 김포대학교 전경 .....	61
[그림 20] 김포대학교 공연장 .....	61
[그림 21] 버클리 음악대학 스페인 발렌시아 캠퍼스 .....	64
[그림 22] 160 Massachusetts Avenue .....	65
[그림 23] 버클리 퍼포먼스 센터 내부 .....	66
[그림 24] 버클리 음악대학 뮤직 비즈니스 및 경영학 학사 과정 트랙 .....	68
[그림 25] 버클리 음악대학 글로벌 엔터테인먼트 및 뮤직 비즈니스 석사과정 모듈 ·71	
[그림 26] MI 수수료증 예시 .....	82
[그림 27] 뉴욕대학교 스테인하트 캠퍼스 전경 .....	85
[그림 28] 웨스트민스터 대학교 전경 .....	92
[그림 29] 리버풀 공연예술 대학교 정문 .....	96
[그림 30] 리버풀 공연예술 대학교 젠하이저 TV 스튜디오 .....	97

[그림 31] 바덴 뷔르템베르크 대중음악 아카데미 .....	101
[그림 32] 퓨처 뮤직 캠프(Future Music Camp) 컨퍼런스 .....	102
[그림 33] 설문조사 일반현황 .....	125
[그림 34] 우리나라 음악산업에서 가장 먼저 떠오르는 단어 .....	126
[그림 35] 우리나라 음악산업에서 가장 먼저 떠오르는 단어_종사자 분야별 차이 ...	126
[그림 36] 한국 음악산업 성장가능성 .....	127
[그림 37] 한국 음악산업 성장가능성_성별에 따른 응답 차이 .....	127
[그림 38] 한국 음악산업 성장가능성_직종별 응답 차이 .....	127
[그림 39] 한국 음악산업 성장가능성_종사자 분야별 차이 .....	128
[그림 40] 한국 음악산업 성장가능성_평가 이유 .....	128
[그림 41] 한국 음악산업 성장가능성_높지 않은 이유 .....	129
[그림 42] 한국 음악산업 발전을 위한 선행 요소 .....	129
[그림 43] 음악산업 비즈니스 전문인력 충분성 .....	130
[그림 44] 음악산업 비즈니스 전문인력 충분성_종사자 분야별 응답 차이 .....	131
[그림 45] 음악산업 비즈니스 전문인력 충분성_경력기간별 응답 차이 .....	131
[그림 46] 음악산업 비즈니스 전문인력 충분성_전공별 응답 차이 .....	132
[그림 47] 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 필요성_직종별 응답 차이 .....	132
[그림 48] 음악산업 비즈니스 전문인력 필요성_분야별 응답 차이 .....	133
[그림 49] 음악산업 비즈니스 전문인력 필요성_경력기간별 응답 차이 .....	133
[그림 50] 전문인력 양성 시 고려해야 할 우선순위 .....	134
[그림 51] 전문인력 양성 시 고려해야 할 우선순위_응답률 1% 미만 .....	134
[그림 52] 전문인력 양성을 위한 공공지원의 필요성_종사자 분야별 응답 차이 ..	135
[그림 53] 전문인력 양성을 위한 공공지원의 필요성_경력기간별 응답 차이 .....	135
[그림 54] 전문인력 양성의 핵심 분야_1-3순위 .....	136
[그림 55] 전문인력 양성의 핵심 분야_전공별 응답 차이 .....	137
[그림 56] 기획 분야 시급 양성 전공_종사자 분야별 응답 차이 .....	138
[그림 57] 유통 및 배급 분야 시급 양성 전공_종사자 분야별 응답 차이 .....	138
[그림 58] 기술 분야 시급 양성 전공_종사자 분야별 응답 차이 .....	139
[그림 59] 기타 분야 시급 양성 전공_종사자 분야별 응답 차이 .....	139
[그림 60] 음악산업 전반에 비대면 환경의 영향 정도 .....	140
[그림 61] 비대면 음악시장 성장 가능성_종사자 분야별 응답 차이 .....	141
[그림 62] 비대면 음악시장 성장 가능성_경력기간별 응답 차이 .....	141
[그림 63] 비대면 환경 대응 위한 전문인력 필요 분야 우선순위_1-2순위 .....	142
[그림 64] 비대면 환경 성장가능성 높은 분야 우선순위_1-2순위 .....	142
[그림 65] 음악산업 전문인력 교육기관 설립 필요성 .....	143

[그림 66] 음악산업 전문인력 교육기관 설립 필요성_경력기간별 응답 차이	.....144
[그림 67] 전문인력 교육기관 학위 필요성 여부_직종별 응답 차이	.....144
[그림 68] 전문인력 교육기관 학제과정 구성	.....145
[그림 69] 음악산업 전문인력 양성에 적합한 교육기관 모델	.....145
[그림 70] 전문인력 양성 교육기관 교수진 구성 우선순위_1-2순위	.....146
[그림 71] 전문인력 양성 교육기관 교수진 구성 우선순위_전공별 응답 차이	.....146
[그림 72] 전문인력 양성 교육기관 설립 시점	.....147
[그림 73] 전문인력 양성 교육기관 설립 시점_전공별 응답 차이	.....147
[그림 74] 전문인력 양성 교육기관 설립 시점_경력기간별 응답 차이	.....148
[그림 75] 교육기관 설립 시 정부 주도 지원정책의 필요성	.....148
[그림 76] 정부-지자체-민간 협력 필요성	.....149
[그림 77] 음악산업 발전을 위한 건의사항_워드클라우드	.....149
[그림 78] 북한대학원대학교 조직도	.....159
[그림 79] 북한대학원대학교 전경	.....159
[그림 80] 서울미디어대학원대학교 SMIT 미디어랩 조직도	.....161
[그림 81] 서울미디어대학원대학교 조직도	.....162
[그림 82] 서울미디어대학원대학교 전경	.....162
[그림 83] 영진위 조직도	.....173
[그림 84] 한국영화아카데미 조직도	.....174
[그림 85] 한국영화아카데미 전경	.....174
[그림 86] 콘텐츠인재캠퍼스 주요 기능	.....175
[그림 87] 온라인교육 강좌	.....176
[그림 88] 한국콘텐츠진흥원 조직도	.....176
[그림 89] 인재캠퍼스 전경	.....177
[그림 90] 사운드 스튜디오 전경	.....177





# 제1장 서론



# 제1장 서론

## 제1절 연구 목적

### 1. 한국 음악산업의 글로벌 경쟁력을 위한 인재양성

- K-Pop의 글로벌 열풍으로 한국의 음악산업은 2000년대 이후 비약적으로 성장하여 음악 콘텐츠의 시장 경쟁력이 높아지고 있는 추세임

*한국의 음악산업은 K-Pop의 글로벌 열풍으로 세계6위 규모의 시장으로, 2019년 기준으로 6.6조원의 매출액을 기록, 전년대비 7.2% 증가할 정도로 비약적으로 성장하고 있음<sup>1)</sup>*

- K-Pop의 잠재적인 시장 경제효과는 매우 높게 평가되고 있지만, 실제 한국의 음악산업의 시장 규모가 그에 비례하여 실질적으로 성장하지는 못하고 있음

*BTS의 연평균 경제효과는 4조 1400억 원으로 추산. 인지도가 1% 올라갈 때마다, 해외 관광객이 0.45% 증가할 정도로 K-Pop의 가수들의 음악산업 성장 잠재력과 사회문화적 파급효과는 매우 높은 상황<sup>2)</sup>*

- K-Pop 글로벌 경쟁력과 잠재력에도 불구하고, 한국 음악 콘텐츠산업이 산업적 규모를 성장시키고, 지속가능한 발전을 이루기 위해서는 몇몇 대형 아이돌 스타와 소수의 대형 연예기획사 중심에서 탈피, 음악산업 전반을 좀 더 다양화하고 체계적인 성장 기반을 마련하는 것이 필요함

- K-Pop의 글로벌 성장을 장기적으로 이끌기 위해서는 K-Pop의 콘텐츠 경쟁력과 차세대 음악산업을 주도할 트렌드, 테크놀로지, 미디어 플랫폼 혁신 전문인력의 양성이 체계적으로 이루어져야 함

- 현재 한국의 음악산업의 전문인력 양성은 주로 대학에서 실용음악과에서 창작자와 실연자 교육 중심으로 이루어지고 있고, 음악산업 비즈니스가 이루어지고 있는 현장의 전문 인력들은 체계적인 교육을 받기보다는 제한

1) <글로벌 뮤직리포트2019>, 국제음반산업협회, IFPI, 영국, <콘텐츠산업 2018년 결산 2019년 전망>, 한국콘텐츠진흥원

2) 한국현대경제연구원, <방탄소년단(BTS)의 경제적 효과>, 2018, 12.17.

적인 현장경험에 기반 한 경우가 많은 편임

- 음악산업을 발전시킬 수 있는 공연예술, 문화기획정책, 예술경영, 저작권, 글로벌 홍보마케팅, 영상미디어 전공 분야의 인력들을 양성하여 음악산업 시장의 필요 수요에 대응하는 전문 인력들을 집중적으로 육성하는 시점에 이르렀음
- 한국 음악산업의 글로벌 경쟁력을 지금보다 더 내실 있게 갖기 위해서는 장기적인 계획 하에서 음악산업의 시장에 필요한 전문인력 양성이 필요

## 2. 4차 산업혁명 도래와 팬데믹 시대, 미래 음악산업 주도

- 4차 산업혁명의 도래로 음악산업 역시 첨단 테크놀로지와 접목하여 새로운 시장을 창출하고자 하는 노력이 본격화되고 있음
- 가상현실(VR), 증강현실(AR), 인공지능(AI), 홀로그램, 블록체인 등 최첨단 기술을 활용하여 가상아이돌, 차세대 음악미디어플랫폼, 3차원 디지털사운드, 홀로그램 콘서트, 음원결제 시스템 등 새로운 음악 콘텐츠와 유통 시스템을 상용화하려는 시도를 벌이고 있음

*세계적인 스트리밍 서비스 기업인 스포티파이(Spotify)가 블록체인 기술을 활용해 미디어 체인랩(Mediachain Labs)을 인수한 것처럼 블록체인은 공정한 거래환경을 조성하기 위한 음악산업의 기술적 대안으로 평가되고 있다<sup>3)</sup>*

- 4차 산업혁명의 도래와 팬데믹 시대에 따른 미래 음악산업은 크게 세 가지 영역에서 큰 변화가 예상됨. 첫째, 음악산업의 창작과 제작에 있어 실재와 가상이 상호 교차하고, 지금보다 음악콘텐츠가 더 실감나게 제작되는 실감형 콘텐츠가 증가될 것으로 예상. 가상아이돌의 등장, 3차원 입체 뮤직비디오 영상제작, VR, AR을 활용한 몰입형 라이브체험, 5G 디지털 기술을 활용한 음악프로그램 제작 등 실감형 콘텐츠 제작이 활발하게 제작될 것으로 예상

*SK텔레콤은 뮤직 멀티뷰 서비스를 위해 다양한 5G미디어 기술을 접목하고 있다. 멀티뷰 핵심 기술 중 하나인 ‘에스타일(S-Tile)’ 기술은 e스포츠 중계에 사용되고 있는 기술로 10여 개의 영상을 스마트폰 화면에 맞춰 0.01초의 오차 없이 분리하고 조합해 정확한 타이밍에 전송하는 기술이다. OTT서비스 시청자는 이*

3) 『음악산업의 패러다임 전환과 지속성장을 위한 정책연구』, 한국콘텐츠진흥원, 2019, 70-1쪽

기술로 인해 영상이나 음악의 전환 서비스 이용 시 지연 없는 화면과 오디오 등을 제공받을 수 있다.<sup>4)</sup>

- 두 번째, 음악콘텐츠를 유통 배급 수용하는 플랫폼이 변화할 것으로 예상. 음악플랫폼 서비스는 역사적으로 다양하게 변화. 유성기에서 축음기 카세트테이프, CD, LD에 이어 2000년대 이후 디지털 MP3가 보편화되었고, 현재는 멜론, 지니, 아이튠즈, 스포티파이 등 국내외 디지털 음원 플랫폼이 음악 향유의 중심 서비스가 되고 있음. 향후 차세대 디지털 음악플랫폼 서비스와 실감형 입체 디지털 사운드를 위한 스마트 스피커 개발이 필수적임. 또한 VR, AR을 활용하여 음악의 실감 체험을 향상시키는 기술 개발이 적극적으로 도입될 것으로 예상

음원 스트리밍 시장의 성장과 함께 향후 음악산업을 주도할 핵심 파생 산업으로는 스마트스피커, 웨어러블 기기와 같은 하드웨어의 개발과 플레이리스트, 동영상이 연계 등과 관련된 서비스 개발 등이 될 것으로 분석된다. 스마트스피커가 음원 서비스 간 경쟁에 새로운 화두가 되고 있는 가운데 2018년 스마트스피커 시장규모는 전년대비 63%나 성장한 41억 달러 규모로 추정되었다.<sup>5)</sup>

- 세 번째, K-Pop의 글로벌 인지도가 지금 보다 더 높아지고, 팬데믹 시대에 대면-비대면, 오프라인-온라인을 결합하는 공연산업과 첨단 디지털기술을 활용한 IP 산업이 증가할 것으로 예상. 향후 공연의 첨단 온라인화와 디지털 저작권을 기반으로 한 다양한 IP 산업 규모를 확대할 수 있는 인력양성이 필요

방탄소년단은 지난 10~11일 서울에서 온라인 콘서트 'BTS MAP OF THE SOUL ON:E'를 개최. 증강현실(AR), 확장현실(XR) 등 최첨단 기술과 팬들과의 소통을 위해 관객들의 목소리를 실시간으로 듣고, 얼굴을 볼 수 있는 '아미 온 에어'를 도입, 세계 최초로 라이브 스트리밍 공연에 4K/HD 멀티뷰를 동시 적용함으로써 어디에서도 본 적 없는 콘서트를 완성. 191개국, 99만 명, 500억 원 이상 수익 올린 것으로 예상<sup>6)</sup>

- 미래 음악산업은 원천콘텐츠의 IP(지식재산권)을 어떻게 극대화할 것인가가 가장 중요한 관건. IP 중심의 음악산업은 뮤지션의 초상권과 디지털 음원저작권뿐 아니라, 온라인 공연과 가상캐릭터, 파생콘텐츠 상품에 이르

4) SKT, 「5G 음악서비스 '뮤직 멀티뷰' 출시」(2019.07.16.). SK텔레콤 보도자료 참고

5) 『음악산업의 패러다임 전환과 지속성장을 위한 정책연구』, 한국콘텐츠진흥원, 2019, 요약본 참고

6) 이데일리, 「"191개국, 99만명"... BTS, 온라인 콘서트 수익 500억+@」, 2020년 10월 12일자 보도 기사 참고

기까지 다양한 수익을 창출할 것으로 예상

- 음악산업은 코로나19 사태로 인해 큰 위기를 맞고 있지만, 장기적으로 음악산업의 새로운 환경의 도래를 미리 예고한다는 점에서 포스트코로나 시대의 음악산업에 대한 장기 전망과 비전 분석이 필요함
- 코로나19 환경은 라이브공연의 온라인화와 IP 유통의 중요성을 각인시켜 주었고, 첨단기술을 활용하여 코로나 환경을 극복할 수 있는 언택트 음악 콘텐츠 제작과 유통의 대안 마련이 시급
- 이러한 4차 산업혁명 시대와 팬데믹 시대에 음악산업의 새로운 패러다임을 제시할 수 있는 인력양성이 필요함

### 3. 음악산업 전문인력 양성을 위한 전문 지원기구의 필요성

- 전국 실용음악 관련학과가 개설된 대학은 4년제 및 전문대학을 포함하여 총 88곳으로 대부분 보컬, 기악, 작곡 등 뮤지션을 배출하기 위한 커리큘럼에 집중되어 있으며 주로 실연자 양성 위주로 치우쳐 있음
- 전국 4년제 대학교 실용음악 관련학과의 커리큘럼을 살펴볼 때, ‘보컬’교육을 실시하는 비율은 전체 49개 4년제 대학교 실용음악 관련학과의 92%, ‘기악’은 82%, ‘작곡’은 61% 등으로 조사됨
- 이밖에 ‘예술경영’ ‘음향디자인’ 등 음악산업의 매니지먼트 및 기술 분야를 이끌어갈 전문가를 양성하는 커리큘럼을 갖춘 대학의 수는 총 49개 대학 중 8곳(16%)에 불과함
- 전문대학 또한 총 39개 대학 중 15%에 해당하는 6곳만이 전자음악, 음향 엔지니어링 등 전문 커리큘럼을 제공하며, 보컬(100%), 기악(87%), 작곡(54%) 순으로 나타남
- K-Pop, 뮤지컬 등 공연시장의 성장에 따라 기획·연출, 마케팅, 전문 엔지니어 등 수요가 증가하고 있으나, 국내 대학에선 이들 전문 인력을 체계적으로 양성하기 위한 커리큘럼이 부족한 실정
- 미국 보스턴의 버클리음악대학의 <뮤직비즈니스와 매니지먼트 과정>, 영국 리버풀대학의 <뮤직인더스트리> 과정 등 해외 유명 음악비즈니스 전공

학과 벤치마킹을 위한 세계적인 교육과정 설립

- 디지털 온라인 저작권과 음원 및 공연 비즈니스 플랫폼, 연예매니지먼트. 축제 및 관광이벤트 연계 비즈니스, 융복합 연계 마케팅 등 한국에서 경쟁력이 높은 음악산업 비즈니스 전문인력을 차별화해서 육성
- 문화콘텐츠 분야의 산업별 인재 양성을 위한 교육기관 중에서 음악산업 분야는 상대적으로 부족한 상황. 음악산업 인력을 전문적으로 양성할 수 있는 교육시스템의 공공지원과 관리가 필요

## 제2절 연구의 범위 및 방법

### 1. 연구 범위

#### 1) 공간적 범위

- 이 연구의 공간적 범위는 특정하지 않음. 다만 전문인력 양성 교육기관이 설립될 대한민국이 주요 공간범위라 할 수 있음
- 음악산업 비즈니스 전문인력 양성을 전담할 수 있는 기관 설립은 특정하지 않으나 음악산업을 활성화할 수 있는 지리적 장점을 가진 곳을 우선적으로 검토할 수 있음
- 음악산업 비즈니스 전문인력 양성은 구체적인 교육공간을 필요로 하기 때문에 물리적 공간을 전제하고 문헌연구와 설문조사와 심층면접인터뷰를 진행 사례조사의 범위는 국내·외를 막론하고 진행함. 국내는 대학에서 운영하는 실용음악과 중심으로 사례조사를 실시하고, 해외는 음악산업 비즈니스 양성으로 유명한 미국과 유럽의 대학과 기관을 중심으로 사례조사 실시

#### 2) 내용적 범위

- 국내·외 음악산업 분야 현황 조사: 한국콘텐츠진흥원에서 발간하는 음악

산업 관련 연구 자료들을 중심으로 전문인력 양성의 필요성을 도출할 수 있는 국내외 음악산업의 주요 현황을 조사. 해외 기관은 국제음반산업협회(IFPI: International Federation of the Phonographic Industry)의 음악산업 통계를 중심으로 국제 산업통계 현황을 제시

- 국내 음악산업의 규모 및 종사자 수: 한국콘텐츠진흥원에서 출간하는 콘텐츠 및 음악 관련 보고서를 바탕으로 음악산업의 주요 통계들과 종사자들을 조사. 음악산업의 규모와 종사자수 통계의 제시 목적은 산업규모의 수준을 알기 위함도 있지만, 전문인력의 양적 질적 필요성과 새로운 분야의 전문인력의 양성의 필요성을 제기하기 위함
- 음악산업 관련 유관 법제도: 현재 음악산업 관련 유관 법은 “음악산업진흥에 관한 법률”이 대표적이고 이 법률에 따른 전문인력 양성의 주요 내용은 다음과 같음

**제3조(음악산업진흥종합계획의 수립·시행 등)** ①문화체육관광부장관은 음악산업의 진흥을 위하여 필요한 종합적인 계획(이하 “종합계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다. 이 경우 필요한 때에는 관계중앙행정기관의 장과 협의할 수 있다. <개정 2008. 2. 29.>

②종합계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 중장기 기본계획의 수립에 관한 사항 및 법령·제도의 개선에 관한 사항
2. 창작활동 활성화에 관한 사항
3. 수출촉진과 고용창출에 관한 사항
4. 기술의 개발 및 보급에 관한 사항
5. 유통의 전문화 및 유통구조의 개선에 관한 사항
6. 창업지원 등 산업육성에 관한 사항
7. 전문인력의 양성에 관한 사항
8. 인프라 구축에 관한 사항
9. 국제협력에 관한 사항

**제6조(전문인력의 양성)** ① 문화체육관광부장관은 음악산업의 기반조성에 필요한 전문인력의 양성을 위하여 다음 각 호의 시책을 강구하여야 한다. <개정 2008. 2. 29.>

1. 음악산업 인력수급의 균형 및 우수 전문인력 확보
2. 산·학·관의 협력기능 강화
3. 전문인력의 연수·해외교류 기회 확대
4. 학계의 연구기반 및 교육역량 강화
5. 전문인력의 관련업계 진출기회 확대
6. 그 밖에 음악산업 인력의 양성에 관한 사항

## 2. 연구 방법

### 1) 문헌 연구

- 대중문화예술산업 분야 관련 실태조사, 정책연구 등을 통해 음악산업 분야 종사자의 수, 음악산업 분야로 진출을 희망하는 대학교(원) 학생 현황, 실용음악과를 개설·운영하고 있는 학과와 관련된 자료를 종합적으로 분석
- 특히 국내 실용음악, 뮤직 비즈니스 학과의 설립 현황과 졸업자 수 등 전반적인 음악산업 분야와 관련된 연구보고서 등 검토

### 2) 사례 조사

- 실용음악과, 매니지먼트과, 엔터테인먼트학과 등을 개설하고 있는 국내·외 학교들의 설립목적을 살펴보고 운영되고 있는지, 커리큘럼 운영과 교수진의 구성 등을 살펴보고자 함
- 대표 학교를 선정하여 교내 교육공간 구성, 운영방안 등을 세밀히 검토
- 국내·외 학교들의 사례조사를 통하여 우리나라 음악산업 분야 비즈니스 전문인력 교육기관 설립 시 유의해야 할 점들을 고려하고 국내 상황에 적절한 방안을 마련해 보고자 함

### 3) 전문가 FGI 조사

- 우리나라 음악산업 분야의 발전 가능성, 음악산업 비즈니스 전문인력 양성의 필요성, 관련 교육기관이 설립된다면 어떤 형태로 하는 것이 적합한지 등에 대한 내용을 논의하여 음악산업 분야종사자를 대상으로 수행할 설문조사 문항의 구성을 완성하기 위하여 실시함
- 조사 대상: 기획사(음악/가수 중심 엔터테인먼트사), 공연산업 기술지원 분야(음향·조명·무대제작·영상 등), 온라인미디어플랫폼사(음원유통, 음악서비스 등), 퍼블리싱사(유통 및 저작권), 학계 전문가(저작권/마케팅 포함 교육기관 종사자)
- 조사 방법: 코로나19로 인하여 분야별로 구분하여 비대면 줌 화상회의 진행
- 조사 내용: 음악산업에 대한 비전, 전문인력 양성 교육기관에 대한 필요성, 교육 커리큘럼 구성 및 운영, 학위 수여방식, 선호하는 전공영역 등

### 4) 종사자 설문조사

- 음악산업 분야 종사자들을 대상으로 전문인력 양성 교육기관 설립의 필요성을 조사하고 나아가 교육기관이 설립된다면 커리큘럼과 교수진, 그리고 학위 수여방식과 도입 시기 등에 대해서 구체적으로 도출하기 위하여 설문조사를 실시함
- 조사 대상: 음악산업 분야 종사자
  - ※ 향후 교육기관에 입학 가능한 대학생을 일부 포함하여 설문조사 실시
  - ※ 대중문화예술산업 분야 협단체, FGI 참여 전문가 및 설문조사 패널에게 조사 실시
- 표본 크기: 음악산업 분야 종사자 및 학생 500명
- 조사 방법: 이메일 URL을 활용한 온라인 조사
- 조사 내용: 음악산업의 비전, 음악 비즈니스 전문인력의 필요성과 방향, 핵심 양성 분야, 코로나19로 야기된 비대면 음악산업 시장, 4차 산업혁명을 대비하는 인력의 양성, 정부 지원정책의 수립 등에 대한 문항으로 구성

## 제3절 연구의 방향

### 1. 음악산업의 현황 분석에 따른 비즈니스 인력의 수요 예측

- 음악산업의 현재 환경과 시장의 흐름에 대한 현황 분석을 통해서 어떤 분야의 비즈니스 인력의 수요가 예상되는지에 대한 예측
- 국내 음악관계자들은 주로 대학 전공학과에서 창작자와 실연자 중심으로 교육하기 때문에 음악산업 자체를 키우는 비즈니스 인력이 상대적으로 부족하다는 점에서 연구의 필요성과 방향을 제시하고자 함
- 음악산업에 종사하는 인력이 실제로 창작-실연자 대 산업 종사자 간의 불균형이 어느 정도 수준인지를 통계를 통해 확인하고 문화콘텐츠 산업의 육성 차원에서 전문인력의 어떤 분야에 얼마나 필요한지를 판단할 수 있는 근거를 제공

### 2. 음악산업계 현장의 목소리를 담은 전문인력 양성 계획 수립

- 음악산업 관계자 20여명을 대상으로 한 심층면접 인터뷰와 음악산업 종사자 500여 명을 대상으로 설문조사를 실시하여 음악산업 현장의 목소리를 담고자 함
- 음악산업 현장에서 활동하는 전문가들의 의견을 통해 비즈니스 인력의 필요성과 집중 육성 분야, 인력양성을 위한 교육기관 등에 대한 구체적인 의견을 청취하여 인력양성의 방향을 제시

### 3. 음악산업의 미래를 대비하는 전문인력 핵심 육성 방향 제시

- K-Pop의 글로벌 성장과 그에 합당한 글로벌 음악시장의 주도권을 갖기 위해 필요한 글로벌 경쟁력을 갖춘 인력양성을 제시
- 4차 산업시대와 코로나19의 장기화를 대비하여 음악산업의 미래의 공급과 수요를 예측하고 첨단기술과 무선 온라인 환경에서 음악산업의 새로운 시장 창출에 대비하는 인력양성 방향을 제시

- 가상현실, 증강현실, 홀로그램, 로봇틱스, 인공지능 등 새로운 기술혁명이 음악산업에 미칠 영향과 그에 기반한 새로운 시장을 창출을 선도할 인력 양성 방안을 제시

#### 4. 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 기관의 적합한 유형 제시

- 음악산업 비즈니스 인력을 양성하는 해외 주요 기관들의 운영사례들과 국내 대학 실용음악과의 교육과정 분석을 통해서 전문인력 양성에 적합한 교육기관 모델 유형을 제시
- 음악산업 비즈니스 전문인력 양성을 기존의 대학에서 운영하는 게 좋을지, 음악산업 특화 대학원대학 설립이 좋을지, 공공기관 산하 아카데미로 운영하는 것이 좋을지에 대한 각각의 장단점을 제시
- 전문인력 양성기관의 적합한 유형 제시와 함께 기관 설립을 위한 주요 추진 방법과 향후 계획을 제시

## 제2장 음악산업 비즈니스 전문인력 분야 환경 분석



## 제2장 음악산업 비즈니스 전문인력 분야 환경 분석

### 제1절 국내·외 음악산업의 현황 조사

#### 1. 국내 음악산업의 현황

- 국내 음악산업은 창작자 수익을 위한 음악 저작권료 배분비율 조정과 더불어 스트리밍 서비스의 가격도 다소 인상됨. 방탄소년단을 필두로 아직까지는 K-Pop이 강세를 유지하고 있으나 조성진의 쇼팽 콩쿠르 우승 이후 클래식음악 역시 한류의 한 축으로 자리매김 하는 등 확장세에 있음
  - 문화체육관광부는 2021년부터 음원 상품의 할인 자체를 금지하기로 하였으며, 이러한 변화는 창작자의 수익을 증대하고 저작권을 인정한다는 취지이지만 이로 인해 불가피한 소비자 가격 인상이 발생하기도 함
  - 방탄소년단(이하 BTS)이 빌보드 차트에 한국 앨범으로 2차례 1위하는 기록을 세우고, 2018년 5월에는 ‘빌보드 아티스트 TOP100’ 중 1위, 2019년 9월 빌보드 싱글 1위를 차지함. 문화체육관광부는 방탄소년단의 빌보드 핫100차트 1위에 오른 신곡 ‘다이너마이트’로 1조 7천억 원의 경제적 효과가 발생한다고 추산함. 소속사인 빅히트엔터테인먼트는 음반, 음원, 공연, 지식재산권 등 전 세계에서 2,460억 원의 수입을 올릴 것으로 추정함
  - 조성진의 쇼팽 콩쿠르 우승 이후, 선우예권이 반클라이번콩쿠르 우승을 거머쥐는 등 한국 클래식계의 ‘슈퍼스타’ 배출이 이어지며 클래식 작곡 분야에서도 신동훈, 최재혁, 최한별 등 세계적 오케스트라와 협연하는 2030 젊은 작곡가들의 활약도 증가하고 있음
- 코로나19로 오프라인 공연이 어려워지면서 음악산업은 빠르게 비대면 공연을 기획해 새로운 가능성을 보여주고 관련 플랫폼과 콘텐츠 개발로 확장되고 있음
  - 문화체육관광부는 9월 코로나 위기 속에서도 예술의 지속 가능성을 높이기 위한 ‘코로나 일상 속 비대면 예술 지원 방안’을 발표하고, 4차 산업 핵심기술(빅데이터, 5G, 인공지능 등)과 예술적 상상력의 융합을 통한 예술과 기술 융합 지원 확대, 고품질 공연영상, 온라인 공연 생중계 지원 등 2021년까지 지원한다고 함

○ 국내외 다양한 음악자원

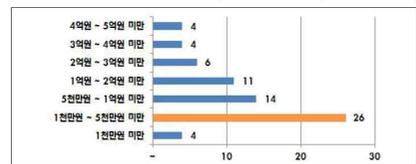
<강남구(K-Pop)-기획사 중심의 음악소비도시>

- K-Pop 시장 주요 기획사 및 음악산업 업체들의 밀집지역으로서 높은 소득탄력성을 보유
- 압구정로데오역에서 청담사거리 방면으로 K-Pop을 대표하는 아이돌 그룹을 상징하는 아트 토이인 ‘강남돌(GangnamDol)’을 설치하며 한류스타 거리를 조성, 한류 팬들의 끊이지 않는 관광객 순례 여행지로 거듭남<sup>7)</sup>
- 음악산업 가치사슬의 모든 단계에 집적적인 기존 업무 및 상업시설을 중심으로 밀집되어 있으며 큰 소비시장이 자연스럽게 형성됨
- 강남문화재단의 ‘강남페스티벌 평가 및 발전방안 결과보고서’에 따르면 영동대로 한전 앞에서 벌어지는 한류페스티벌 (K-Pop 콘서트)를 중심으로 1일 정도 기간으로 진행되는 축제가 많으며, 1억 원 미만의 소규모 축제가 44개(63.8%)로 강남구 일대 축제의 과반수를 차지함
- 또한 서울문화재단의 ‘서울문화지표조사연구’에 따르면 자치구별 문화예술 사업체 수는 5,234개로 서울지역에서 가장 많은 사업체 수를 기록하였으며, 해당 분야 종사자 수 또한 39,330명으로 가장 많은 수를 기록함<sup>8)</sup>
- 산업 경쟁력 강화를 위한 아이돌 위주 고도의 상업화된 스타 시스템 운영 중에 있으나 다양성이 부족하여 하부 생태계가 사실상 고사된 상황임



[그림 1] 2012 강남페스티벌

구분	개수	비율(%)
4억원~5억원 미만	4	5.8
3억원~4억원 미만	26	37.7
2억원~3억원 미만	14	20.3
1억원~2억원 미만	11	15.9
5천만원~1억원 미만	6	8.7
1천만원~5천만원 미만	4	5.8
1천만원 미만	4	5.8
계	69	100.0



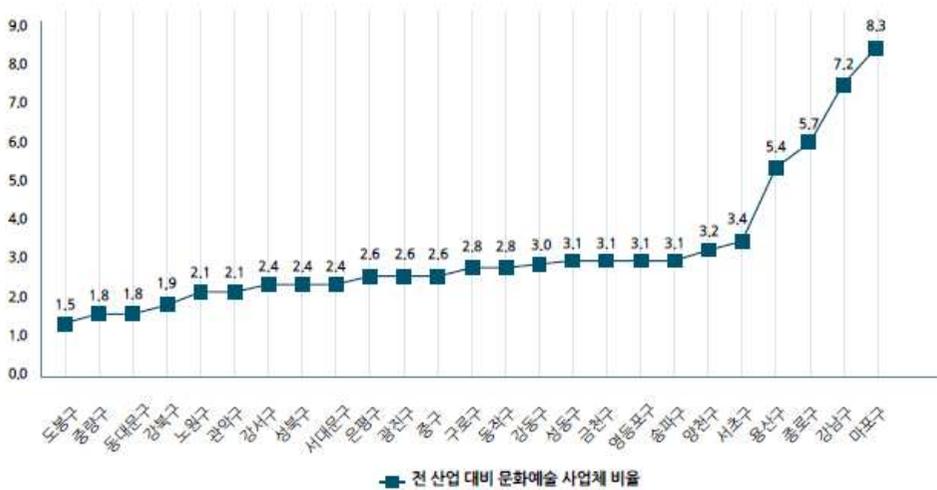
[그림 2] 강남페스티벌 예산규모별 현황, 2013

7) 별들이 탄생하는 곳, 한류스타거리, 서울시 공식 관광정보 웹사이트, 2016

8) 2017 서울문화지표 조사연구, 서울문화재단, 2017

<마포구(홍대)- 인디음악과 소비중심도시>

- 홍대를 기반으로 인디 아티스트가 밀집되어 있으며 그들을 활용한 기획, 제작 및 공연업이 형성됨
- 2017년 자치구별 전 산업 대비 가장 높은 사업체 비율을 나타내기도 하였으며 강남 지역 다음으로의 문화예술 분야 종사자 수(23,913명)을 기록함<sup>9)</sup>
- 특히 클럽과 공연장을 중심으로 시작되어 맛집과 카페 등 다양한 라이프스타일 업장들이 집결한 최대 상권이라 할 수 있음



[그림 3] 자치구별 전 산업대비 문화예술 사업체 비율

- 기획과 제작을 직접하는 인디 아티스트들의 특징을 반영하여 중소형 기획사 및 인디레이블 등 다수가 분포되어 있으나 소규모 클럽 및 작업공간이 줄어드는 추세임
- 젠트리피케이션 사례의 대표적 케이스인 지역이지만 상권이 다른 지역으로 옮겨 가지는 않고 외연이 확장되는 과정을 겪고 있음
- 따라서 인디중심으로 다양성은 확보되었으나 지역 내 상업시설의 확장으로 창작자의 활동공간이 지속적으로 줄어드는 상황임

9) 2017 서울문화지표 조사연구, 서울문화재단, 2017

<도봉구(창동)- 문화예술산업 거점으로서의 잠재력을 보유한 지구>

- 국내 최초의 전문공연장 조성 예정지로서 음악 관련 기업 및 창작자들의 시설지원을 위해 공공부지를 활용한 개발이 활발히 진행 중임
- 1·4호선의 환승역인 창동역을 기점으로 GTX-C 노선의 개통 이후 수도권 동북부 중심지로서의 높은 성장 잠재력을 보이고 있음
- 인근 약 320만명의 거대한 시장을 배후로 두고 있으며 대규모 라이브 엔터테인먼트 산업부터 음악의 기본이 되는 창작자를 위한 생태계가 공존할 수 있는 지역으로 평가됨
- 사유지인 창동 환승주차장을 활용하여 대중음악, 공연 및 문화콘텐츠 관련 산업 거점 조성을 위한 새로운 랜드마크 착공 중에 있음<sup>10)</sup>
- ‘플랫폼창동61’을 기점으로 음악도시 창동안의 음악생태계 구축을 위해 대중음악 관련 사업들의 ‘컨트롤타워’ 역할을 위한 전략을 실행함
- 지난 2015년 2월 ‘서울아레나’ 건립계획을 발표하고, 같은 해 11월 (가칭)서울아레나로부터 최초제안서를 받았으며 작년 12월 한국개발연구원(KDI) 공공투자관리센터(PIMAC)의 적격성 조사를 통과함. 또한 서울시 재정계획심의(올해 3월), 기재부 민간투자사업심의·시의회(4월) 등의 절차를 거쳐 사업 추진이 최종 확정됨<sup>11)</sup>



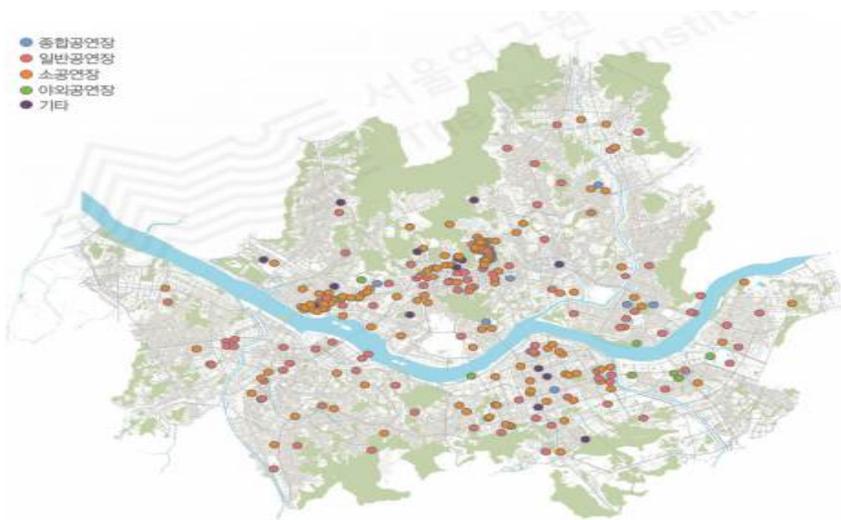
[그림 4] 서울아레나 민간제안 조감도

10) 창동일대 문화예술거점 조성 방안, 서울특별시 동북권사업단, 2017

11) 창동역 인근에 K-팝 전용 공연장 생긴다...서울시, 민간투자사업 제3차 제안공고, 매일경제, 2019

<종로구(세운상가, 국악로)-공연장 중심의 문화지구>

- 서울 중심부 교통편의성, 거대 소비시장을 배경으로 대학로 공연업 뿐만 아니라 명동, 을지로의 중심업무 지역이며 상권기반 배급 및 도·소매업이 밀집되어있음
- 자치구별 문화예술 분야 고용율에서 가장 높은 수치인 (9.3%)를 기록하였으며 민간문화기반 시설 또한 서울 지역 중 가장 높은 개수(548개)를 나타내고 있으며 그 중 가장 높은 수의 민간 공연장(161개)을 보유하고 있음<sup>12)</sup>
- 또한 서울연구원의 ‘서울시 문화자원 실태와 분포특성’에 따르면 다수의 공연장이 종로구를 중심으로 서울시 도심권 (48.6%)에 밀집해 있으며 그 중 종로구에 위치한 공연장은 199개로 전체 공연장의 39.5%를 차지함
- 특히 서울의 문화유적중심지로서 종로3가와 충무로 일대의 33개의 박물관, 89개의 미술관, 35개의 공연장과 24개의 영화관, 100여개의 도서관 및 종로 일대의 대형서점을 중심으로 다양한 문화관련 시설이 집적해 있음<sup>13)</sup>
- 서울지역 문화기반시설이 특히 집중되어 있는 지역이며 민간공연장 및 창작자들을 위한 공방 위주 시설이 밀집되어 있음<sup>14)</sup>



[그림 5] 서울시 공연장 분포현황

12) 2017 서울문화지표 조사연구, 서울문화재단, 2017

13) 세운상가군 재생사업 서울시 문화영향평가 결과보고서, 서울시 2018

14) 서울시 문화자원 실태와 분포특성, 서울연구원, 2015

<용산구(노들섬, 이태원)- 다양한 문화를 아우르는 작은 지구촌>

- 용산구는 이태원과 경리단길을 중심으로 외국이 비율이 높은 곳으로 다양한 문화가 공존하며 특히 해방촌은 향후 관광객을 유인할 수 있는 가능성이 매우 높은 지역으로서 ‘일반근린형 활성화지역’으로 지정됨<sup>15)</sup>
- 해방촌을 중심으로 108계단, 해방촌성당, 해방교회 등 다양한 역사문화자산을 보유하고 있으며, 해방촌 축제, HBC 페스티벌 등 지역행사가 개최되고 있음
- KTX 및 광역철도망이 교차하는 용산역이 위치하고 있으며 정비창부지와 인접, 대한민국을 대표하는 전자상가(4,000여개 업체)가 입주하고 있음
- 다양한 문화 박물관을 보유하고 있으며 향토사·다문화박물관 건립을 통해 이태원관광특구에 이어 ‘역사문화박물관 특구’ 지정을 위한 단계에 있음<sup>16)</sup>
- 또한 용산구 이촌동과 동작구 흑석동을 연결하는 한강대교 중간에 자리잡은 노들섬에 시민주도 도시재생을 시작하여, 올해 6월 시민을 위한 문화공간 노들꿈섬 조성계획을 완료함
- 그러나 정체·쇠퇴 중인 산업과 영업환경 개선에 대한 민원이 지속적으로 존재하고 있으며, 새로운 산업으로의 산업구조 전환과 관광산업과의 연계에 대한 요구가 커지고 있음



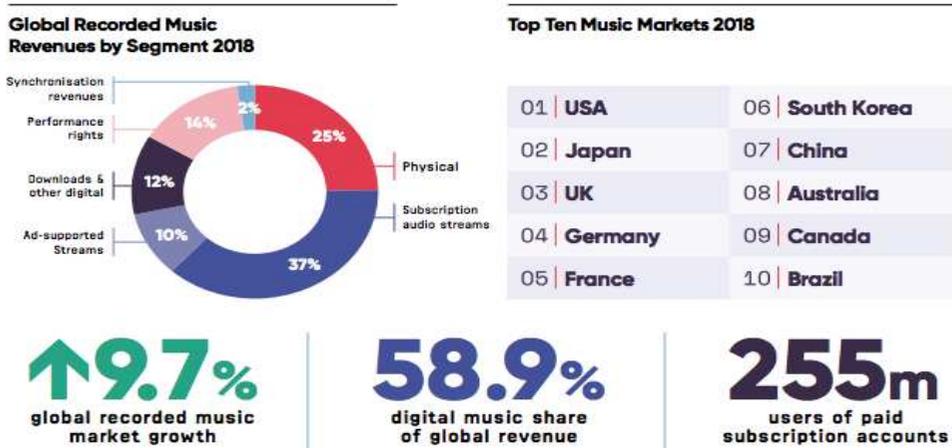
[그림 6] 노들섬 상층 조감도 및 조성설계도

15) 2025 서울시 도시재생 전략계획, 서울특별시, 2018

16) 향토사·다문화박물관 세우는 용산, 역사문화박물관 특구로, 서울신문, 2018

## 2. 국외 음악산업의 현황

- 국제음반산업협회(IFPI)가 제공한 2019년 음악산업 주요 통계에 따르면 전체 음악산업 시장은 적년도 대비 9.7% 성장했고, 전체 매출액 중에서 디지털 음악의 수입이 58.9%를 차지하고, 음원플랫폼에 가입한 유료 구독자 2억 5천5백만 명에 이른다. 이 중에서 한국은 국가별 음악시장에서 6번째 큰 규모의 매출을 기록



[그림 7] 2019년 음악산업 주요통계 요약

[출처: Global Music Report, 2018, IFPI]

- “Global Music Report, 2019” 자료에 의하면 전세계 음악산업 매출액은 9.7% 상승, 디지털스트리밍 유료 서비스 산업은 32.9% 상승, 전체 스트리밍 매출은 34% 상승, 음원다운로드 시장은 -21.2%, 실물(Physical)음반 매출은 -10.1%가 감소되었음. 이는 음악산업에서 온라인 매출이 꾸준하게 증가하고 있음을 알 수 있고, 음악소비자의 취향이 음원을 다운로드하는 것보다는 스트리밍하는 방향으로 전환하고 있음을 알 수 있음
- 전 세계에서 가장 많은 음반을 판매한 아티스트는 1위가 드레이크(Drake)이고 2위는 BTS, 3위가 에드 쉬런(Ed Sheeran), 4위가 포스트 말론(Post Marlon), 5위가 에미넴(Eminem)이 차지했음. BTS를 중심으로 K-Pop 아티스트가 글로벌 음반판매에서도 강세를 가지고 있음
- “Global Music Report, 2019”가 보고한 2018년 글로벌 음악산업을 종합해서 정리하면 1) 2018년 음악산업이 국제음반산업협회가 통계를 내기 시작

한 이래 가장 높은 성장률을 기록, 2) 이러한 성과는 글로벌 음악산업에서 아시아(한국)와 남미(브라질)의 급성장 때문으로 판단됨. 아시아는 세계 권역별 음악산업 시장에서 처음으로 두 번째로 큰 시장이 되었음. 3) 아티스트들이 다른 어느 때보다 국경과 언어를 초월하여 글로벌한 시장에서 활발한 활동을 하였고, 4) 음악저작권의 합법시장이 점차로 안정적으로 운영되기 시작했고, 음악의 원천들이 다양한 포맷으로 시장을 창출하기 시작했음

Global Recorded Music Industry Revenues 2001-2018 (US\$ Billions)



[그림 8] 2001-2018년 글로벌 음반 산업 매출 추이(2001-2018)

- 20001년 이후 음반 산업 매출의 추이를 보면, 길수록 플라스틱 음반의 매출비율이 줄고, 디지털 음원의 매출비율이 높다가, 2015년 기점으로 스트리밍 시장의 매출비율이 높아지는 것을 확인할 수 있음, 라이브공연 매출 비율도 해마다 꾸준히 증가하고 있음을 알 수 있음
- 글로벌 음악산업의 주요 분야별 통계와 지류 이슈들을 표로 정리하면 다음과 같음

<표 1> 2018년도 글로벌 음악산업 주요 분야별 통계

분야	전년대비	주요내용
플라스틱 음반	-10.1 감소	플라스틱 음반시장은 갈수록 감소하고 전체 음반시장의 1/4 수준으로 감소(24.7%), 해외 주요 마켓은 대체로 감소했지만, 글로벌 시장에서 디스크포맷(CD) 형태의 음반판매가 증가한 국가도 있음(인도 21.2%, 일본 2.3%, 한국 28.8%). 특정 국가 중 일본, 폴란드, 독일은 여전히 플라스틱 음반이 강세(각각 71%, 47%, 35% 점유율)
디지털음원	21.1% 증가	2018년 기준으로 디지털음원 매출은 12조 3,500억원으로 추산, 전체음반매출의 58.9% 차지. 디지털 음원매출이 50% 이상되는 국가는 총 38개국
공연	9.8% 증가	전체 공연 매출액은 2조9천700억원, 음악산업 총 매출액 중 14% 차지
연계수입	5.2% 증가	광고, 영화, TV 등 부가수입 전체 음악산업 매출에서 2.3% 점유

- 2018년 기준, 글로벌 음악산업의 대륙별 성장률은 아시아 오세아니아가 11.7%, 남미가 16.8%, 유럽이 0.1%, 북미가 14.0% 성장했음. 유럽의 성장세가 주춤한 것을 제외하고는 다른 대륙에서는 10%이상의 성장률을 보임
- 글로벌 음악산업 시장이 높이 시장 잠재력을 보이는 가장 중요한 본질은 한국과 라틴아메리카 국가등과 같이 주류 음악시장과는 거리가 있는 국가들의 두드러진 성장 때문으로 보고 있음. 즉 한국의 K-Pop이 과거에 미국과 유럽 등 주류 음악산업 시장에서 거의 주변부로 취급받았지만, 지금은 글로벌 음악산업 시장의 성장을 주도하는 중요한 요인 중의 하나로 부상하고 있음

워너뮤직의 글로벌 마케팅부 부장인 제레미 마쉬(Jeremy Marsh)는 다음과 같이 말했다. "많은 사람들이 글로벌화된 스트리밍 서비스로 인해 백인중심의 아티스트들이 다른 시장을 잠식할 것으로 예견했다. 그러나 백인 아티스트들이 국제적으로 활동할 수 있는 기회가 늘어난 반면에, 다른 방식으로 음악이 역류하는 새로운 거대한 흐름을 보고 있다. 우리는 라틴아메리카와 한국과 같은 시장이 제공하는 음악들을 소비하고 있고, 이제는 아프리카와 같은 권역에서 새롭게 부상하는 시장을 마주하기 시작했다. (『글로벌 뮤직리포트 2019』 중에서)

### 3. 국내 음악산업의 규모

- 2018년 음악산업의 사업체 수는 3만 5,670개이며 종사자 수는 7만 6,954명인 것으로 나타남. 매출액은 6조 979억 원이며 부가가치액은 2조 1,022억

원, 부가가치율은 34.5%로 나타남. 수출액은 5억 6,424만 달러로 나타났으며, 수입액은 그보다 훨씬 적은 1,388만 달러로 조사됨<sup>17)</sup>

- 음악산업의 사업체 수는 2014년부터 2018년까지 연평균 0.6% 증가했고, 2018년도는 전년 대비 1.1% 감소함

○ 음악산업 전체 현황을 살펴보면 다음 표와 같음<sup>18)</sup>

<표 2> 음악산업 전체 현황

구분	사업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만 원)	부가가치액 (백만 원)	부가가치율 (%)	수출액 (천 달러)	수입액 (천 달러)
2014년	36,535	77,637	4,606,882	1,764,650	38.3	335,650	12,896
2015년	36,770	77,490	4,975,196	1,808,677	36.4	381,023	13,397
2016년	37,501	78,393	5,308,240	1,913,102	36.0	442,566	13,668
2017년	36,606	77,005	5,804,307	2,043,488	35.2	512,580	13,831
2018년	35,670	76,954	6,097,913	2,102,219	34.5	564,236	13,878
전년 대비 증감률(%)	△1.1	△0.1	5.1	2.9	-	10.1	0.3
연평균 증감률(%)	△0.6	△0.2	7.3	4.5	-	13.9	1.9

- 음악산업 종사자 수는 2014년부터 2018년까지 연평균 0.2% 감소했고, 2018년 종사자 수는 전년 대비 0.1% 감소함
  - 중분류별로 보면 음악제작업 종사자 수는 4,274명으로 전년 대비 13.8% 증가, 2016년부터 2018년까지 연평균 8.3% 증가함
  - 음악 및 오디오물 출판업 종사자 수는 100명으로 전년 대비 22.5% 증가, 연평균 5.5% 증가함
  - 음반복제 및 배급업 종사자 수는 355명으로 전년 대비 2.9%, 연평균 5.5% 증가함
  - 음반 도소매업 종사자 수는 686명으로 전년 대비 2.6% 증가, 연평균 2.0% 증가함
  - 온라인 음악 유통업 종사자 수는 3,191명으로 전년 대비 7.6% 증가, 연평

17) 한국콘텐츠진흥원(2019). 『2019 음악산업백서』

18) 한국콘텐츠진흥원(2019). 『2019 음악산업백서』

균 6.3% 증가함

- 음악 공연업 종사자 수는 4,581명으로 전년 대비 9.5% 증가, 연평균 6.9% 증가함
- 음악산업에서 종사자 수가 가장 많은 노래연습장 운영업은 6만 3,786명으로 전년 대비 1.8% 감소, 연평균 2.3% 감소함

○ 음악산업 업종별 연도별 종사자 현황은 다음 표와 같음<sup>19)</sup>

<표 3> 음악산업 업종별 연도별 종사자 현황

중분류	소분류	2016년	2017년	2018년	비중(%)	전년 대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
음악 제작법	음악 기획 및 제작업	3,152	3,336	3,731	4.8	11.9	8.8
	음반(음원) 녹음시설 운영법	495	504	543	0.7	7.7	4.7
	소계	3,647	3,840	4,274	5.6	11.3	8.3
음악 및 오디오물 출판업	음악 오디오물 출판업	66	68	85	0.1	25.7	13.8
	기타 오디오물 제작법	14	14	15	0.0	7.1	3.5
	소계	80	82	100	0.1	22.5	12.1
음반복제 및 배급업	음반 복제업	162	178	190	0.2	7.0	8.4
	음반 배급업	139	148	145	0.2	△2.1	2.1
	소계	301	326	335	0.4	2.9	5.5
음반 도소매업	음반 도매업	135	137	153	0.2	11.9	6.6
	음반 소매업	525	532	533	0.7	0.1	0.7
	소계	660	669	686	0.9	2.6	2.0

19) 한국콘텐츠진흥원(2019). 『2019 음악산업백서』

중분류	소분류	2016년	2017년	2018년	비중(%)	전년 대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
온라인 음악 유통업	인터넷/모바일 음악서비스업	2,155	2,275	2,472	3.2	8.7	7.1
	음원대리 중개업	209	213	224	0.3	5.3	3.6
	인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP)	462	476	494	0.6	3.9	3.5
	소계	2,826	2,965	3,191	4.1	7.6	6.3
음악 공연업	음악 공연 기획 및 제작업	3,752	3,917	4,275	5.6	9.1	6.7
	기타 음악 공연 서비스업	255	266	306	0.4	15.1	9.6
	소계	4,007	4,183	4,581	6.0	9.5	6.9
노래 연습장 운영업	노래연습장 운영업	66,872	64,941	63,786	82.9	△1.8	△2.3
합계		78,393	77,005	76,954	100.0	△0.1	△0.9

- 2018년 음악산업 직무별 종사자 현황은 기타(유통)직이 3,835명(29.1%)로 큰 비중을 차지함. 기타 유통직 다음 직무로는 사업기획 3,451명(26.2%), 제작 2,714명(20.6%), 관리 1,742명(13.2%), 마케팅/홍보 1,151명(8.7%), 연구개발 275명(2.1%)로 나타남<sup>20)</sup>
- 기타(유통)직 종사자는 온라인 음악 유통업에서 1,327명으로 가장 많고, 음악 및 오디오물 출판업은 50명으로 가장 적음
  - 사업기획직 종사자는 음악공연업에서 1,465명으로 가장 많고, 음악 및 오디오물 출판업, 음반 도소매업에서 23명으로 가장 적음
  - 제작직 종사자는 음반제작업에서 1,017명으로 가장 많고, 음악 및 오디오물 출판업은 19명으로 가장 적음
  - 관리직 종사자는 음악공연업에서 739명으로 가장 많고, 음악 및 오디오물 출판업은 9명으로 가장 적음

20) 한국콘텐츠진흥원(2019). 『2019 음악산업백서』

- 마케팅/홍보직 종사자는 음악공연업에서 626명으로 가장 많고, 음악 및 오디오물 출판업은 없는 것으로 나타남
- 연구개발직은 온라인 음악 유통업 169명으로 가장 많고, 음악 및 오디오물 출판업은 없는 것으로 나타남

<표 4> 음악산업 직무별·업종별 종사자 현황

직무		업종	사업 기획	관리	제작	마케팅/ 홍보	연구 개발	기타 (유통)	합계
음악 제작법	음악 기획 및 제작업		1,176	518	757	230	42	1,009	3,371
	음반(음원) 녹음시설 운영법		101	80	260	24	9	68	543
	소계		1,277	598	1,017	254	52	1,077	4,274
음악 및 오디오 물 출판업	음악 오디오물 출판업		18	4	14	-	-	50	85
	기타 오디오물 제작법		5	5	5	-	-	-	15
	소계		23	9	19	0	0	50	100
음반복 제 및 배급업	음반 복제업		40	20	60	9	-	61	190
	음반 배급업		20	40	19	7	4	56	145
	소계		59	60	79	16	4	117	335
음반 도소매 업	음반 도매업		15	13	17	22	-	86	153
	음반 소매업		8	51	6	7	-	461	533
	소계		23	64	23	29	0	547	686
온라인 음악 유통업	인터넷/모바일 음악서비스업		455	159	336	219	158	1,145	2,472
	음원대리 중개업		51	45	78	2	1	47	224
	인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP)		455	159	336	219	158	1,145	2,472
	소계		603	273	593	226	169	1,327	3,191
음악 공연업	음악 공연 기획 및 제작업		1,341	691	919	593	50	681	4,275
	기타 음악 공연 서비스업		125	48	64	34	-	36	306
	소계		1,465	739	982	626	50	717	4,581

직무		업종	사업 기획	관리	제작	마케팅/ 홍보	연구 개발	기타 (유통)	합계
노래 연습장 운영업	노래연습장 운영업		-	-	-	-	-	-	-
합계			3,451	1,742	2,714	1,151	275	3,835	13,168
비율			26.2	13.2	20.6	8.7	2.1	29.1	100.0

#### 4. 국내외 음악산업의 현황이 주는 시사점

- 전체적으로 한국음악산업이 글로벌 음악산업 시장에서 차지하는 위상과 경쟁력이 갈수록 증가하고 있음을 확인할 수 있음
- 그러나 국내 음악산업이 갖는 음악적 잠재성에 비해 실제 글로벌 시장에서 실제 경쟁력은 충분하게 확보하지 못하고 있는 상황
- 최근 4차 산업혁명으로 대변되는 기술문화 혁신과 그에 따른 디지털 음악산업의 재편이 강하게 요구되는 상황. 디지털 스트리밍, 디지털 음악플랫폼, 첨단기술 활용한 고화질의 음악영상 서비스, 음악 지적재산권의 확산 등 음악산업을 기반으로 새로운 시장을 창출할 수 있는 기회는 충분한 것으로 판단됨
- K-Pop을 중심으로 아티스트들이 갖는 역량과 그들을 지원하는 매니지먼트 시스템은 충분한 경쟁력을 갖추고 있지만, 이러한 잠재력과 경쟁력을 경제적 이익과 부가가치 확장으로 재창출하는 비즈니스 역량은 아직 부족하다고 할 수 있음

<표 5> 레이블사의 아티스트 지원 시스템

영역	주요 지원 내용
비즈니스업무와 법률	함께 일할 파트너 기업들과 계약과 협력에 대한 지원
상업적 서비스	음반과 디지털 스트리밍 음원 유통, 세일리포팅
마케팅	아티스트의 온 오프라인 출연을 위한 멀티미디어 홍보
통합 브랜드	아티스트의 이미지를 높이고 팬과 연결하는 브랜드 개발
비디오 프로덕션	영상제작과 SNS에 최적화된 특별한 미디어 콘텐츠 제공
창의적서비스	비주얼 아이덴티티 향상과 앨범 작업과 뮤직비디오 제작에 참여
출판	아티스트의 역량을 다양한 미디어에 소개할 수 있는 콘텐츠 개발
프로모션	아티스트가 전세계 팬들과 만날 수 있는 다양한 채널을 개발
데이터 분석	아티스트가 자신의 경력을 최상으로 선택할 수 있도록 데이터 분석 서비스 제공
카달로그	2년 이상 체계적인 일정을 관리
부가수입	음반판매 이외에 아티스트의 역량을 상업화할 수 있는 아이템 개발
A&R	아티스트에게 창의적이고 상업적인 전문지식을 제공하고 재정지원과 창의적 창작을 지원

출처: 국제음악산업협회(IFPI) 홈페이지에서 나온 아티스트에 대한 설명자료를 참고

- 코로나19 사태로 인해 음악산업은 공연과 마케팅 측면에서 크게 위축되고 있지만, 다른 한편으로 디지털 기반으로 한 첨단 테크놀로지를 활용한 IP 분야의 시장이 급속하게 증가할 것으로 예상
- 따라서 이러한 국내외 음악산업의 새로운 변화와 흐름을 읽고 음악산업의 미래 시장을 책임질 수 있는 전문인력 양성이 필요하며 산업 현장의 수요가 확대되고 있음
- 특히 K-Pop의 글로벌 열풍으로 인해 한국 음악산업이 글로벌 시장에서 성장 가능성이 매우 높기 때문에 계약, 저작권, IP, 공연, 브랜드 상품 등등 글로벌 시장에서 적극적으로 비즈니스를 담당하는 인력 양성이 중요하다고 판단됨

## 제2절 음악산업 및 교육 등 유관 법제도

- 현재 문화체육관광부의 소관 법률 중 음악산업과 관련된 법률은 총 4개로, 「대중문화예술산업발전법」, 「문화산업진흥 기본법」, 「음악산업진흥에 관한 법률」, 「콘텐츠산업 진흥법」임
- 기존의 법제도는 생태계와 연관되어 있어 대부분 공정한 산업을 지향하기 위한 제도적 성격을 띄고 있음. 새로운 인력의 양성을 위한 인프라 구축과 관련해서는 상대적으로 논의가 적게 이루어지고 있는 상황임
- 특히 수도권 내에 새로운 교육기관을 설립하여 학생 정원을 늘리기 위해서는 「수도권정비계획법」의 제약을 받는 등의 문제가 발생한다는 문제점이 있음
  - 서울특별시(과밀억제권역) 내에서의 대학 이전은 대학설립심의위원회의 심의를 거쳐 위치변경 계획 승인을 받은 후에 가능함
  - 중앙정부와의 협의가 선결되어야 하며, 국토교통부 및 교육부의 인허가가 필요함
- 현재 실용음악학과는 포화상태로 앞으로 실용음악 선호 트렌드가 위축되지 않을까 하는 우려가 있다는 점을 고려하여 제도적 장치를 보완해야 함
  - 오디션 프로그램 등의 인기가 주춤함에 따라 향후 실용음악학과 정원 신증설이 크게 둔화되고 보수적으로 진행될 것으로 예상됨
- 음악산업과 관련된 4개의 법률 중 음악산업 전문인력 지원에 대한 구체적인 법안은 다음과 같음

### 「문화산업진흥 기본법」

**제1조(목적)** 이 법은 문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 정하여 문화산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

**제2조(정의)** 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “문화산업”이란 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말하며, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 포함한다.

- 가. 영화·비디오물과 관련된 산업
- 나. 음악·게임과 관련된 산업
- 다. 출판·인쇄·정기간행물과 관련된 산업
- 라. 방송영상물과 관련된 산업
- 마. 문화제와 관련된 산업
- 바. 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업
- 사. 디지털문화콘텐츠, 사용자제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업
- 아. 대중문화예술산업
- 자. 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업으로서 의상, 조형물, 장식용품, 소품 및 생활용품 등과 관련된 산업
- 차. 문화상품을 대상으로 하는 전시회·박람회·견본시장 및 축제 등과 관련된 산업. 다만, 「전시산업발전법」 제2조제2호의 전시회·박람회·견본시장과 관련된 산업은 제외한다.
- 카. 가목부터 차목까지의 규정에 해당하는 각 문화산업 중 둘 이상이 혼합된 산업

### 제3장 문화산업 기반조성

#### 제16조(전문인력의 양성)

- ① 국가나 지방자치단체는 문화산업 진흥에 필요한 전문인력을 양성하기 위하여 노력하여야 한다.
- ② 문화체육관광부장관이나 시·도지사는 제1항에 따른 전문인력을 양성하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 연구소, 대학, 그 밖의 기관을 문화산업 전문인력 양성기관으로 지정할 수 있다.
- ③ 국가나 지방자치단체는 제2항에 따라 지정된 문화산업 전문인력 양성기관에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 전문인력 양성에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 부담할 수 있다.

[전문개정 2009. 2. 6.]

#### 「음악산업진흥에 관한 법률」

**제1조(목적)** 이 법은 음악산업의 진흥에 필요한 사항을 정하여 관련 산업의 발전을 촉진함으로써 국민의 문화적 삶의 질을 높이고 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

**제2조(정의)** 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “음악”이라 함은 소리를 소재로 박자·선율·화성·음색 등을 일정한 법칙과 형식으로 종합하여 사상과 감정을 나타낸 것을 말한다.
2. “음악산업”이라 함은 음악의 창작·공연·교육, 음반·음악파일·음악영상물·음악영상파일의 제작·유통·수출·수입, 악기·음향기기 제조 및 노래연습장업 등과 이와 관련된 산업을 말한다.
3. “음원”이라 함은 음 또는 음의 표현으로서 유형물에 고정시킬 수 있거나 전자적 형태로 수록할 수 있는 것을 말한다.
4. “음반”이라 함은 음원이 유형물에 고정되어 재생하여 들을 수 있도록 제작된 것을 말한다.
5. “음악파일”이라 함은 음원이 복제·전송·송신·수신될 수 있도록 전자적 형태로 제작되거나 전자적 기기에 수록된 것을 말한다.
6. “음악영상물”이라 함은 음원의 내용을 표현하기 위하여 해당 음원에 영상이 포함되어 제작된 것을 말하며 음악의 실연(實演)에 대한 영상물을 포함한다.
7. “음악영상파일”이라 함은 음악영상물이 복제·전송·송신·수신될 수 있도록 전자적 형태로 제작되거나 전자적 기기에 수록된 것을 말한다.
8. “음반·음악영상물제작업”이라 함은 음반, 음악파일, 음악영상물, 음악영상파일(이하 “음반등”이라 한다)을 기획제작하거나 복제제작하는 영업을 말한다.
9. “음반·음악영상물배급업”이라 함은 음반 등을 수입(원판수입을 포함한다)하거나 그 저작권을 소유·관리하여 음반·음악영상물판매업자 또는 온라인음악서비스제공업자에게 공급하는 영업을 말한다.
10. “음반·음악영상물판매업”이라 함은 음반 및 음악영상물을 소비자에게 직접 판매하는 영업을 말한다.
11. “온라인음악서비스제공업”이라 함은 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호의 규정에 따른 정보통신망을 이용하여 음악파일·음악영상파일을 소비자의 이용에 제공하는 영업을 말한다.

## 제2장 음악산업의 진흥

### 제6조(전문인력의 양성)

- ① 문화체육관광부장관은 음악산업의 기반조성에 필요한 전문인력의 양성을 위하여 다음 각 호의 시책을 강구하여야 한다. <개정 2008. 2. 29.>
1. 음악산업 인력수급의 균형 및 우수 전문인력 확보
  2. 산·학·관의 협력기능 강화
  3. 전문인력의 연수·해외교류 기회 확대
  4. 학계의 연구기반 및 교육역량 강화

5. 전문인력의 관련업계 진출기회 확대
  6. 그 밖에 음악산업 인력의 양성에 관한 사항
- ② 제1항의 규정에 따른 사항을 추진하기 위하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

### 「콘텐츠산업 진흥법」

**제1조(목적)** 이 법은 콘텐츠산업의 진흥에 필요한 사항을 정함으로써 콘텐츠산업의 기반을 조성하고 그 경쟁력을 강화하여 국민생활의 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

**제2조(정의)** ① 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “콘텐츠”란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말한다.
2. “콘텐츠산업”이란 경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업을 말한다.
3. “콘텐츠제작”이란 창작·기획·개발·생산 등을 통하여 콘텐츠를 만드는 것을 말하며, 이를 전자적인 형태로 변환하거나 처리하는 것을 포함한다.
4. “콘텐츠제작자”란 콘텐츠의 제작에 있어 그 과정의 전체를 기획하고 책임을 지는 자(이 자로부터 적법하게 그 지위를 양수한 자를 포함한다)를 말한다.
5. “콘텐츠사업자”란 콘텐츠의 제작·유통 등과 관련된 경제활동을 영위하는 자를 말한다.
6. “이용자”란 콘텐츠사업자가 제공하는 콘텐츠를 이용하는 자를 말한다.
7. “기술적보호조치”란 콘텐츠제작자의 이익의 침해를 효과적으로 방지하기 위하여 콘텐츠에 적용하는 기술 또는 장치를 말한다.

② 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 제1항에서 정하는 것을 제외하고는 「저작권법」에서 정하는 바에 따른다. 이 경우 “저작물”은 “콘텐츠”로 본다.

### 제3장 콘텐츠산업의 기반 조성

#### 제14조(전문인력의 양성)

- ① 정부는 콘텐츠산업의 진흥에 필요한 전문인력을 양성하기 위하여 노력하여야 한다.
- ② 정부는 콘텐츠 전문인력을 양성하기 위하여 「고등교육법」 제2조에 따른 학교, 「평생교육법」 제33조제3항에 따라 설치된 원격대학형태의 평생교육시설, 「문화산업진흥 기본법」 제31조에 따른 한국콘텐츠진흥원 등을 전문인력 양성기관으

로 지정하여 교육 및 훈련을 실시하게 할 수 있으며, 이에 필요한 예산을 지원할 수 있다.

③ 제2항에 따른 전문인력 양성기관의 지정에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

### 「대중문화예술산업발전법」

**제1조(목적)** 이 법은 대중문화예술산업의 기반을 조성하고 관련 사업자, 대중문화 예술인 등에 관한 사항을 정함으로써 건전한 대중문화를 확립하고 국민의 문화적 삶의 질 향상에 이바지함을 목적으로 한다.

**제2조(정의)** 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “대중문화예술산업”이란 대중문화예술인이 제공하는 대중문화예술용역을 이용하여 방송영상물·영화·비디오물·공연물·음반·음악파일·음악영상물·음악영상파일 등(이하 “대중문화예술제작물”이라 한다)을 제작하거나 대중문화예술제작물의 제작을 위하여 대중문화예술인의 대중문화예술용역 제공을 알선·기획·관리 등을 하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업을 말한다.
2. “대중문화예술용역”이란 대중문화예술산업에서 연기·무용·연주·가창·낭독, 그 밖의 예능과 관련한 용역을 말한다.
3. “대중문화예술인”이란 대중문화예술용역을 제공하는 자 또는 대중문화예술용역을 제공할 의사를 가지고 대중문화예술사업자와 대중문화예술용역과 관련된 계약을 맺은 자를 말한다.
4. “대중문화예술제작업”이란 대중문화예술용역을 이용하여 대중문화예술제작물을 제작하는 영업을 말한다. 이 경우 대중문화예술제작물이 1회 이상의 도급에 따라 제작되는 경우에는 상위 수급인(도급인을 포함한다)의 영업을 포함한다.
5. “대중문화예술제작업자”란 대중문화예술제작업을 하는 자를 말한다.
6. “대중문화예술기획업”이란 대중문화예술인의 대중문화예술용역을 제공 또는 알선하거나 이를 위하여 대중문화예술인에 대한 훈련·지도·상담 등을 하는 영업을 말한다.
7. “대중문화예술기획업자”란 대중문화예술기획업을 하기 위하여 제26조제1항에 따라 등록을 한 자를 말한다.
8. “대중문화예술사업자”란 대중문화예술제작업 또는 대중문화예술기획업을 하는 자를 말한다.
9. “대중문화예술제작물스태프”란 대중문화예술산업에 종사하는 자로서 대중문화예술제작물 제작과 관련된 기획, 촬영, 음향, 미술 등 업무에 기술적 또는 보조적인 용역을 제공하는 자를 말한다.

### 제17조(지원센터)

- ① 문화체육관광부장관은 대중문화예술인, 대중문화예술제작물스태프 및 대중문화예술기획업 종사자의 권익보호를 위한 지원센터(이하 “지원센터”라 한다)를 설치할 수 있다.
- ② 지원센터는 다음 각 호의 업무를 한다.
  1. 실태 및 권익보호를 위한 국내외 제도조사
  2. 불공정거래, 폭력 등 피해 상담 및 법률적 지원
  3. 성폭력 등의 방지를 위한 긴급전화센터 연계 및 지원
  4. 권익보호를 위한 교육 프로그램 운영
  5. 대중문화예술제작물스태프의 직업능력 개발 및 교육 지원
  6. 업무의 홍보 등 그 밖에 지원센터의 설치목적을 달성하는 데 필요한 사업
- ③ 문화체육관광부장관은 지원센터에 대중문화예술산업 정책 수립을 위한 자문위원회를 둘 수 있다.
- ④ 제1항 및 제3항에 따른 지원센터 및 자문위원회의 설치·운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

### 제3절 대중문화예술기획업의 등록 및 운영

#### 제29조(대중문화예술기획업자 등의 교육)

- ① 문화체육관광부장관은 대중문화예술기획업자에 대하여 이 법의 내용과 준수사항, 대중문화예술산업의 공정한 영업질서의 조성에 관한 사항, 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항 등에 관한 교육을 실시할 수 있다.
- ② 제26조제1항에 따라 등록된 대중문화예술기획업자는 제1항에 따른 교육을 받아야 한다.
- ③ 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 교육실시를 대통령령으로 정하는 전문기관 또는 협회 등에 위탁할 수 있다. 이 경우 문화체육관광부장관은 예산의 범위에서 필요한 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.
- ④ 대중문화예술기획업자는 성에 대한 건전한 가치관 함양과 성폭력·성매매·성희롱 방지를 위하여 소속 대중문화예술인이 대통령령으로 정하는 전문기관이 실시하는 성교육 및 성폭력·성매매·성희롱 예방교육을 받을 수 있도록 필요한 조치를 하여야 한다. <신설 2020. 6. 9.>
- ⑤ 제1항 및 제4항에 따른 교육의 시기·시간·내용 및 비용 등에 관하여는 문화체육관광부령으로 정한다. <개정 2020. 6. 9.>

## 제3절 국내·외 음악산업 인력양성 현황 조사

### 1. 국내 음악산업 인력양성 현황

- 전국 실용음악 관련학과가 개설된 대학은 4년제 및 전문대학을 포함하여 총 82곳<sup>21)</sup>으로 대부분 보컬, 기악, 작곡 등 뮤지션을 배출하기 위한 커리큘럼에 집중되어 있으며 주로 실연자 양성 위주로 치우쳐 있음
  - 전국 4년제 대학교 실용음악 관련학과의 커리큘럼을 살펴볼 때, ‘보컬’ 교육을 실시하는 비율은 전체 48개 4년제 대학교 실용음악 관련학과의 92%, ‘기악’은 82%, ‘작곡’은 60% 등으로 조사됨
  - ‘예술경영’, ‘음향디자인’ 등 음악산업의 매니지먼트 및 기술 분야를 이끌어 갈 전문가를 양성하는 커리큘럼을 갖춘 대학의 수는 총 48개 대학 중 6곳(12.5%)에 불과함
  - 전문대학 또한 총 34개 대학 중 15%에 해당하는 6곳만이 전자음악, 음향 엔지니어링 등 전문 커리큘럼을 제공하며, 보컬(100%), 기악(87%), 작곡(54%) 순으로 나타남
- K-Pop, 뮤지컬 등 공연시장의 성장에 따라 기획·연출, 마케팅, 전문 엔지니어 등 수요가 증가하고 있으나, 국내 대학에선 이들 전문인력을 체계적으로 양성하기 위한 커리큘럼이 부족한 실정임
- 국내 4년제 대학교 중 실용음악 관련학과를 보유한 학교 수는 다음과 같음

서울	부산	대구	광주	대전	경기도	강원도
5	5	2	2	3	10	1
충청북도	충청남도	전라북도	전라남도	경상북도	경상남도	총계
1	7	3	3	4	2	48

21) 커런트코리아(2017), 「창동일대 문화예술거점 조성 방안 연구」, 서울음악창작지원센터(2017), 『음악산업디렉토리북』, 워크넷 [www.work.go.kr](http://www.work.go.kr) 참조

<표 6> 국내 4년제 대학교 실용음악 관련학과 개설 현황

지역	대학	학부/학과/전공
서울	경기대학교	실용음악학과/보컬, 작곡
	동덕여자대학교	실용음악과/보컬, 기악
	서경대학교	실용음악학과/보컬, 뮤지컬, 기악, 작곡
	성신여자대학교	문화예술경영/보컬, 기악
	KC대학교	음악콘텐츠학과/보컬, 건반, 작곡
부산	고신대학교	음악과/보컬, 기악, 작곡
	경성대학교	음악학부/예술경영
	동아대학교	음악학과 실용음악전공/보컬, 기악, 작곡
	동의대학교	음악학과 실용음악전공/보컬, 뮤지컬, 기악, 작곡
	신라대학교	창조공연예술학부/음악전공/보컬, 기악, 창작
대구	계명대학교	뮤직프로덕션과/보컬, 기악, 작곡, 사운드아트
	대구예술대학교	실용음악과/보컬, 작곡
광주	광신대학교	음악학부/실용음악학전공/보컬, 기악, 작곡, 미디
	호남신학대학교	실용음악과/보컬, 기악
대전	대전대학교	방송공연예술학과/보컬
	목원대학교	작곡·재즈학부/보컬, 기악
	배재대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡
경기	경희대학교(용인)	포스트모던음악학과/보컬, 기악, 작곡
	서울신학대학교	실용음악과/보컬, 기악
	신한대학교	공연예술학부/K-Pop 전공/보컬, 기악, 작곡
	용인대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡
	중부대학교(고양)	공연예술체육학부/실용음악전공, 엔터테인먼트학전공
	중앙대학교(안성)	글로벌예술학부/실용음악전공/예술전공
	칼빈대학교	실용음악과/CCM보컬, CCM기악, CCM작곡
	평택대학교	실용음악학과/보컬, 기악, 작곡
	한세대학교	공연예술학과/뮤지컬
	한양대학교(안산)	실용음악학과/보컬, 기악, 작곡

지역	대학	학부/학과/전공
강원도	가톨릭관동대학교	실용음악학과/보컬, 기악, 작곡
충청북도	서원대학교	실용음악과/보컬, 기악
충청남도	나사렛대학교	음악학과/보컬, 기악, 작곡
	단국대학교(천안)	생활음악과/보컬, 기악, 작곡
	백석대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡, 제작
	중부대학교(충청)	공연예술체육학부/대중음악전공/보컬, 기악, 미디
	청운대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡, 미디
	한서대학교	실용음악과/보컬, 뮤지컬, 기악, 작곡
전라북도	호서대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡, 음향디자인
	예원예술대학교	실용음악학과/보컬, 뮤지컬, 기악, 미디, 작곡
	한일장신대학교	실용음악학과/보컬, 기악
전라남도	호원대학교	실용음악학부/보컬, 기악, 작곡, 뮤직프로덕션
	동신대학교	실용음악과 /보컬, 기악
	세한대학교	실용음악과/보컬, 뮤지컬, 기악, 작곡, 미디, 악기제작 수리, 음악치료, 조율
경상북도	초당대학교	실용음악학과/보컬, 기악
	경주대학교	음악학과/보컬, 기악
	김천대학교	공연예술학부/보컬, 기악, 미디작곡
	대구가톨릭대학교	실용음악과/보컬, 작곡
경상남도	대신대학교	음악학부 실용음악전공/보컬, 워십리더, 기악
	창신대학교	음악학부/실용전공/보컬, 기악, 뉴미디어작곡
	한국국제대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작·편곡, 컴퓨터음악

○ 국내 전문대학 중 실용음악 관련학과를 보유한 학교 수는 다음과 같음

서울	부산	대구	인천	대전	세종	경기도
4	3	1	2	1	1	13
충청북도	강원도	전라북도	전라남도	경상북도	제주도	총계
2	1	2	2	1	1	34

<표 7> 국내 전문대학 실용음악 관련학과 지역별 현황 및 입학정원

지역	대학	학부/학과/전공
서울	국제예술대학교	실용음악과/보컬, 뮤지컬, 기악, 작곡
	명지전문대학교	실용음악과/뮤지컬, 가창, 기악
	백석예술대학교	음악학부/공연예술학부/보컬, 뮤지컬, 기악, 작곡
	한양여자대학교	실용음악과/보컬, 뮤지컬, 컴퓨터음악 작곡
부산	대동대학교	뉴뮤직과/보컬, 컴퓨터음악, 미디, 작곡
	동주대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡
	부산예술대학교	실용음악과/보컬, 기악
대구	계명문화대학교	생활음악학부/보컬, 뮤지컬, 기악
인천	경인여자대학교	실용음악과/보컬
	인천재능대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡, 컴퓨터음악
대전	우송정보대학교	글로벌 실용예술학부/실용음악전공/보컬, 기악, 컴퓨터음악
세종	한국영상대학교	실용음악과/보컬, 기악, 컴퓨터음악
경기	경북대학교	실용음악과/보컬, 뮤지컬
	경민대학교	실용음악과/보컬, 뮤지컬, 기악, 작곡
	대경대학교(남양주)	K-Pop과/보컬, 작곡
	동서울대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡
	서울예술대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡, 전자음악
	수원여자대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작편곡, 컴퓨터음악, 음향
	신흥대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡
	국립한국복지대학교	모던음악과/보컬, 기악, 작·편곡, 컴퓨터음악, 영상음악, 음향
	국제대학교	엔터테인먼트학부/K-Pop전공, 연예기획마케팅전공/보컬, 미디, 뮤직프로덕션, 매니지먼트, 홍보마케팅
	동아방송예술대학교	실용음악학부/보컬, 뮤지컬, 기악, 작곡, 프로듀서, 일렉트로닉 뮤직프로덕션
	두원공과대학교	실용음악과/보컬, 기악
	장안대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡
	여주대학교	실용음악과/보컬, 뮤지컬, 기악, 작곡, 레코딩

지역	대학	학부/학과/전공
강원도	강원관광대학교	실용음악과/보컬
충청북도	강동대학교	실용음악과/보컬, 기악, 작곡, 컴퓨터음악
	충청대학교	예술학부/실용음악전공/보컬, 기악, 작곡, 피아노조율, 공연기획, 연출
전라북도	백제예술대학교	실용음악과/보컬, 뮤지컬, 작곡, 미디
	서해대학교	실용음악과/보컬, 작곡, 프로듀서
전라남도	목포과학대학교	실용음악과/보컬
	전남도립대학교	공연음악과/보컬, 기악, 미디
경상북도	대경대학교(경산)	실용음악과/보컬, 작곡, 싱어송라이터, 컴퓨터음악
제주도	한라대학교	음악과

- 서구식 음악원 교육시스템과 학점은행제를 결합한 고등교육기관인 콘서바토리는 국내에 총 23개교로 서울에만 소재되어 있음

<표 8> 전국 콘서바토리 학점은행제 대학 현황

대학	학과/전공
광운대학교 정보과학교육원 콘서바토리	실용음악학과/보컬, 기악, 컴퓨터음악, 레코딩
국민대학교 평생교육원 콘서바토리	작곡과(실용음악)/보컬, 기악, 미디어편곡, 뮤직프로덕션
남예중예술실용전문학교	실용음악계열/보컬, 교회음악, 기악, 작·편곡, 키즈테인먼트, 악기수리제작
남서울정미선 콘서바토리학원	실용음악과/보컬, 기악, 작곡, 컴퓨터음악
명지대학교 미래교육원	실용음악과/보컬, 기악, 미디작곡, 뮤직프로덕션, 힙합
명지전문대학교 평생교육원	실용음악과/보컬, 기악, 작곡, 레코딩
상명대학교 평생교육원 콘서바토리	실용음악학과/보컬, 기악, 작·편곡, 엔터테인먼트 경영
서강실용음악특성화학교	실용음악계열/보컬, 뮤지컬, 기악, 컴퓨터음악, 매니지먼트, 뮤직비즈니스
서경대학교 예술교육원	실용음악학과/보컬, 기악, 작곡, 컴퓨터음악, 레코딩
서울예술실용전문학교	실용음악계열/보컬, 교회음악, 기악, 작·편곡, 싱어송라이터, 음향엔지니어링, 힙합

대학	학과/전공
서울예원실용전문학교	실용음악전공/보컬, 기악, 작곡, 컴퓨터음악
서울재즈아카데미 실용전문학교	실용음악전공/보컬, 기악, 미디작편곡, 사운드엔지니어, 필름스코어링
서울호서예술전문학교	실용음악계열/보컬, 기악, 작곡, 싱어송라이터, 퍼포먼스, 음반기획, 학원경영, 연예매니지먼트, 뮤직비즈니스
성신여자대학교 평생교육원	실용음악학과/보컬, 기악, 컴퓨터음악, 레코딩, 퍼포먼스
세종대학교 미래교육원	실용음악학과/보컬, 교회음악, 기악, 작·편곡, 사운드엔지니어
숭실대학교 글로벌 미래교육원 콘서바토리	실용음악계열/보컬, 뮤지컬, 기악, 싱어송라이터, 작곡, 컴퓨터음악
연세디지털교육원 콘서바토리	실용음악과/보컬, 기악, 싱어송라이터, 컴퓨터음악, 게임음악, 레코딩, 국악
추계예술대학교 평생교육원 콘서바토리	실용음악학과/보컬, 뮤지컬, 기악, 싱어송라이터, 미디, 작편곡, 음향, K-Pop엔터테이너
한국방송예술교육진흥원	실용음악계열/보컬, 기악, 싱어송라이터, 미디, 작편곡
한국성서대학교 평생교육원 콘서바토리	실용음악과/보컬, 기악, 미디, 작곡
한국예술원	실용음악계열/보컬, 기악, 싱어송라이터, 뮤직프로덕션, 음향, K-Pop엔터테이너
한양대학교 미래인재교육원	실용음악학과/보컬, 힙합, 기악, 미디작편곡
MBC 아카데미 뮤직 콘서바토리	보컬, 기악, 작편곡, 사운드엔지니어, 엔터테인먼트, 뮤직비즈니스

## 2. 국내 대학 실용음악과 교육목표 및 인력양성 방향

- 국내 음악산업 인력양성 방향을 위해 국내 대학 실용음악 관련학과 중 학과 개설이 20년 이상인 대학을 10곳 선정하여 각 대학의 교육목표와 인력양성의 방향을 분석하고자 함. 해당 자료는 각 대학 홈페이지에서 수집함
  - 경기대학교 실용음악학과는 2000년에 개설하였고, 실기중심의 전문 음악인 양성을 목표로 한류콘텐츠를 위한 리더쉽과 글로벌한 소통역량을 중요시함<sup>22)</sup>

22) 경기대학교 <http://www.kyonggi.ac.kr> / 검색일(2020.09.18)

<표 9> 경기대학교 실용음악학과 교육목표

교육목표	- 작곡·보컬에 특화된 실기중심 교육에 한국음악을 융합하는 전문적 음악능력의 함양 - 새로운 한류콘텐츠를 이끌어갈 리더십과 창의적 사고의 함양 - 글로벌한 한국 대중예술음악을 펼칠 수 있는 소통역량의 함양
졸업 후 진로	가수, 게임음악가, 공연기획자, 녹음기사, 대중악기연주자, 디스크자키(DJ), 마스터링엔지니어, 문화콘텐츠전문가, 뮤지컬배우, 뮤직코디네이터, 보컬트레이너, 연예인, 연주가, 영상음악제작가, 영화 관련음악 작곡가, 음반 제작, 음반기획자, 음악감독, 음향 및 녹음기사, 작곡가, 편곡가, 학원강사 등

- 경희대학교 포스트모던음악과는 2000년에 개설하였고, 학생들의 음악적 훈련은 물론 자가제작능력능력을 배양하고 인턴십제도를 마련하여 현장 적응성을 높이는 것을 목표로 함<sup>23)</sup>

<표 10> 경희대학교 포스트모던음악과 교육목표

교육목표	전공 분야와 관련된 전통적인 음악적 훈련은 물론, 모든 학생들이 강도 높은 컴퓨터음악·음향 훈련과정에 참여시키고, 인터넷시대의 요구에 부응, 학생들의 음악콘텐츠 자가제작능력을 배양하여 졸업 때까지 모든 학생들이 독집 음반을 최소 1장 제작. 또 인턴십제도를 마련, 방학을 이용하여 대학 외 현장 활동을 적극 지원함으로써 교과과정의 응용가능성, 현실적응성을 최대한 높이는 것을 목표로 함
교육방침	포스트모던음악학과는 2000년 신설된 분야로서, 서양고전음악, 동양전통음악, 대중음악, Jazz를 결합, '21세기 신음악'을 창조한다는 커다란 이념을 그 바탕에 둬. 포스트모더니즘이라는 명칭이 시사하듯이, 본 전공은 음악의 대중성·실용성을 강조하며, 이를 위해 진취적이고 자유로우며 도전적인 음악적 실험을 교과목 및 학과, 그리고 학과 내 동아리 운영의 중심에 둬
졸업 후 진로	작곡가, 직업연주가, 교수 혹은 교사, 방송국PD, 음악매니지먼트회사원, 음반제작자, 재즈연주자, 뮤지컬·오페라배우, 광고음악·멀티미디어 코디네이터, 음향설계사(Sound Designer), 영상음악(영화·드라마·다큐멘터리) 음악PD 혹은 코디네이터, 음향엔지니어 등

- 동덕여자대학교 실용음악과는 1998년에 개설하였고, 배려 및 창조적 지성인, 융복합적 전문인, 기여하는 사회인, 글로벌마인드 인재 육성을 교육목표로 하고, 실용음악은 물론 관련된 다양한 분야에서 활동할 수 있는 음악인 양성을 목적으로 함<sup>24)</sup>

23) 경희대학교 <http://www.khu.ac.kr> / 검색일(2020.09.18)

24) 동덕여자대학교 <http://www.dongduk.ac.kr> / 검색일(2020.09.18)

<표 11> 동덕여자대학교 실용음악과 교육목표

교육목표	<p>가. (배려하는 지성인) 앙상블 실기 실습을 통하여 타인의 의견을 존중하고 배려할 수 있는 소양을 갖춘 지성인을 기른다.</p> <p>나. (창조적인 지성인) 다양한 실습교육과 작품활동을 통하여 예술계열의 핵심요소인 창조적인 감성을 지닌 인재를 육성한다.</p> <p>다. (융복합형 전문인) 여러 장르의 음악에 대한 이해력을 바탕으로 튼튼한 음악이론과 실기능력을 갖춘 융복합형 전문인을 육성한다.</p> <p>라. (기여하는 사회인) 지역사회의 문화발전을 위하여 봉사하고 기여할 수 있는 건전한 마인드를 지닌 사회인을 육성한다.</p> <p>마. (글로벌마인드 인재) 국제화 사회에 맞추어 다양한 문화를 경험할 수 있는 교육환경을 제공하고 글로벌 마인드와 능력을 지닌 인재를 육성한다.</p>
인력양성 방향	<p>실용음악과에서는 단순한 기능인이 아닌, 교양과 실력을 갖추고 다양한 관련 분야에서 활동할 수 있는 음악인 양성을 목적으로 한다.</p> <p>본 과에서는 재즈를 포함한 실용음악, 클래식 등의 이론교육을 통한 음악적 이해와 다양한 실기교육을 포함한 합주를 통해 전문성과 독창성을 가진 우수한 음악인으로 양성하는데 역점을 두고 있다.</p>

- 대구예술대학교 실용음악과는 1996년에 개설하였고, 대중성과 예술성을 겸비한 음악인 양성을 목표로 실용음악 전문 음악인을 배출하는 것을 목적으로 함<sup>25)</sup>

<표 12> 대구예술대학교 실용음악과 교육목표

교육방침	<p>실용음악과정은 대중성과 예술성을 고루 겸비한 음악인양성을 목표로 실용음악 전 분야에서 두각을 나타낼 수 있는 음악인을 배출하는데 역점을 두고 있으며 이에 따라 최고의 뮤지션들로 구성된 교수진과 강사진을 통해 실기와 이론을 두루 겸비한 교육을 진행하고 있으며 관련업체 및 방송사, 공연단체 등과 연계하여 졸업 후 다양한 진로로 뮤지션의 꿈을 펼칠 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.</p>
졸업 후 진로	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 실용음악 연주활동             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 재즈 및 록밴드, 팝 오케스트라, 방송오케스트라 단원으로 활동할 수 있으며 기성 가수 및 스튜디오 세션 등 연주인으로 자신의 이상을 추구할 수 있다.</li> </ul> </li> <li>2) 실용음악 작곡, 편곡 활동             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가요 및 뮤지컬 영화음악 등 실용음악 전반에 걸친 작곡가로 활동할 수 있으며 방송 및 광고음악 등 커머셜음악 전반에 걸친 곡, 편곡자로 활동할 수 있다.</li> </ul> </li> <li>3) 미디어음악가             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 첨단 시대에 부응하는 인터넷, 게임 등 멀티미디어 음악 개발자로 활동 할 수 있으며 방송사 PD 등의 업무에 종사 할 수 있다.</li> </ul> </li> <li>4) 실용음악 교육자             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 후진 양성을 위한 대학 및 학원 등의 교육기관에서 교수 및 강사로 교육활동을 할 수 있다.</li> </ul> </li> <li>5) 기타 실용음악과 관련한 공연기획, 홍보, 음향, 조명, 레코딩, 각급 공연장 엔지니어 등 유사업종에 종사할 수 있으며 실용음악 전문기자 등 집필 활동 등에 종사할 수 있다.</li> </ol>

25) 대구예술대학교 <http://www.dgau.ac.kr> / 검색일(2020.09.18)

- 김천대학교 공연예술학부는 초기 생활음악과로 1996년에 개설하였고, 뮤지션 양성을 주요 목표로 함<sup>26)</sup>

<표 13> 김천대학교 공연예술학부 교육목표

교육목표	<p>다양한 교양지식과 기독교 정신을 바탕으로 인간을 이해한다.          공연 아티스트의 도덕적 윤리관 및 성실성에 대해 이해한다.          폭넓은 음악적 지식을 실제 공연에 적용한다.          무대의 상황에 따라 유연한 사고능력을 수행한다.          다른 연주자와의 상호작용을 통하여 예술적 독창성을 실제 공연에 적용한다.          대중의 트렌드를 이해하고 실제 공연에 적용한다.          무대를 스스로 기획하고 공연한다.          K-Pop을 중심으로 월드뮤직의 흐름을 인지한다.</p>
인력양성 방향	<p>폭넓은 음악적 지식과 유연한 사고능력을 갖춘 뮤지션을 양성한다.          예술적 독창성을 갖춘 뮤지션을 양성한다.          변화와 도전을 추구하는 뮤지션을 양성한다.          글로벌 마인드를 갖춘 뮤지션을 양성한다.</p>
졸업 후 진로	<p>전문연주인, 뮤지컬배우, 가수, 성악가, 방송, 영화, 음악감독 및 음향제작자, 무대연출 및 공연기획, 공연제작자, 공연장 음향감독, 사운드 아티스트, 엔터테인먼트사 및 프로덕션 감독, 무대감독, 무대분장사, 무대디자이너, 미디어콘텐츠, 제작자, 방송예술인(연예인, 연극, 영화배우 등), 대학원진학</p>

- 동의대학교 음악학과 실용음악전공은 2000년에 개설하였고, 이론 및 실기교육을 통해 창조적인 음악인 양성을 교육목표로 함<sup>27)</sup>

<표 14> 동의대학교 음악학과 교육목표

교육목표	<p>체계적 이론을 바탕으로 철저한 개인 실기 교육을 통해 음악예술성을 개발하고, 국가와 인류사회의 예술문화 발전을 선도하는 미래사회의 창조적 음악인 양성을 교육 목표로 한다.</p>
졸업 후 진로	<p>대학원 진학, 중등 음악교사, 뮤지컬배우, 연극단 및 무용단, 신문사의 문화기자, 방송PD 및 기자, 편곡자, 음악사업(제작 및 교육사업), 연주자(교향악단, 합창단), 학원강사, 전문강사</p>

- 경북대학교 실용음악과는 초기 생활음악과로 1991년에 개설하였고, 실무능력을 갖춘 창의·융합적 실무형 인재양성을 목적으로 함<sup>28)</sup>

26) 김천대학교 <http://www.gimcheon.ac.kr> / 검색일(2020.09.18)

27) 동의대학교 <https://www.deu.ac.kr> / 검색일(2020.09.18)

28) 경북대학교 <http://www.kbu.ac.kr> / 검색일(2020.09.18)

<표 15> 경북대학교 실용음악과 교육목표

교육방침	<p>4차 산업시대에 적합한 창의·융합적 실무형 인재육성을 위해 체계적인 진로전문상담과 학생요구(needs)를 반영한 실습형 모듈교육 기반의 개방형 실습센터에서 실무현장의 맞춤형 전공자격취득을 보장하는 교육과정.</p> <p>학과의 전공 분야에서 우위를 선점할 수 있는 인재양성목표를 설정하고, 인재양성 목표마다 관련 자격증을 연계한 교육과정을 운영하며 전문 진로상담을 통해 학생요구를 반영한 교육과정을 통해 취득할 수 있는 전문자격을 선택하도록 하고, 전문자격증과 관련된 모듈을 추천하여 복합적이고 실무적인 능력을 갖춘 창의·융합적 실무형 인재를 양성하는 교육과정을 운영 따라서 학과의 교육과정은 실습중심의 창의·융합적 모듈형 교과목으로 편성되며 현장 맞춤형의 실무중심적 전문자격과 연계되도록 운영하고 있다.</p>
졸업 후 진로	<p>보컬, 보컬트레이너, 싱어송라이터, 음악감독, 뮤지컬배우, 연예 및 공연 기획사, 레코딩 스튜디오, 영화 및 드라마 작·편곡자, 음악 실기교사, 대중음악 관련 종사자, 가수, 백업 보컬, 드라마 OST 음악감독, 작곡가 등</p>

- 서울예술대학교 실용음악과는 1987년에 개설하였고, 대중성과 예술성을 추구하는 실용음악 분야의 뮤지션 및 음악기술인(녹음, 연출, 제작) 육성을 인력양성의 방향으로 정함<sup>29)</sup>

<표 16> 서울예술대학교 실용음악과 교육목표

교육목표	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. (우리 예술혼의 계발) 방만해지고 따라서 더욱 대학 간 경쟁력이 강화될 것을 대비하여 우리의 전통문화와 정신을 바탕으로 하는 한국적 실용음악교육을 연구개발 시행하여 타 대학 실용음악과의 차별화를 모색하고 나아가서는 실용음악의 교육과 작편곡의 글로벌 차원의 한류를 이루어 세계를 지향한다.</li> <li>2. (세계화) 글로벌화되고 더욱 혁신되어가는 실용(대중)음악 흐름에 충실하면서 세계적 수준의 실용음악 교육의 수준을 극대화하면서 외국(대중) 음악교육 일반도의 실용음악을 극복하고 새로운 한국적 실용음악교육 프로그램과 콘텐츠를 개발하여 국내의 실용음악교육수요를 창출 확대하고 이를 토대로 실용음악교육의 한류로 해외시장 창출을 지향한다.</li> <li>3. (예술-과학 융합) 현재 운영되고 있는 전자음악, 실용음악제작, 영화음악기법 등 과학적 테크놀로지와 결합되는 교과목운영을 더욱 강화하고 효과적으로 운영하여 가능한 학생들의 작품제작 및 발표에 가능한 테크놀로지 차원의 의미, 소재 등을 접목 시킬 수 있는 키워 과학기술과 융합되어 가는 예술 흐름에 적응하게 한다. 또한 이를 위해 교양과목 차원의 컴퓨터관련 교과목의 수강을 가능하게 한다.</li> <li>4. (연계·순환·통합) 한국의 전통예술을 바탕으로 정체성 있는 한국적 실용음악교육을 위해 한국음악과의 교과과정 연계를 모색하며 연극, 무용 등 무대예술과 미디어 및 영상예술교육과 접목된 매체예술들과 연계된 교육을 위해 관련 학과의 연계순환교육을 지향한다.</li> </ol>
------	--

29) 서울예술대학교 <https://www.seoularts.ac.kr> / 검색일(2020.09.21)

	5. (산학협력) 음악제작사/기획사들과의 협력을 강화하고 제작사들과 장기적으로 부가가치를 창출할 수 있는 프로젝션을 제작하는 수준으로 확대한다. 이를 위해 제작현장에서 필요한 기술들을 파악하고 주문식 차원의 교과 운영을 지향한다.
인력양성 방향	우리 대학의 교육목표 차원에서는 전통적 한국의 문화-예술과 정신에 바탕을 두고 오늘을 사는 현대인의 생활과 정신을 구현하고 표현할 대중성과 예술성을 추구하는 실용음악 분야의 연주가, 작곡가를 양성한다. 실용음악전공 차원에서는 재즈를 비롯한 pop, 가요 등 대중음악 장르의 연주, 작곡 및 편곡을 선도할 능력 있는 뮤지션과 전자음악 및 음향과 관련하여 음악 녹음, 연출 및 제작을 선도하는 음악기술인을 육성하며, 이러한 본질적인 음악적 능력을 바탕으로 영상-방송 및 무대음악의 작, 편곡 및 연주와 관련된 멀티미디어 차원의 매체 음악을 선도하는 음악가를 육성한다.

- 동아방송예술대학교 실용음악학부는 1998년에 개설하였고, 창의적이고 협동적인 인재양성을 목표로 전문 실용음악인(작곡가, 가수, 연주가) 양성 1인 기획자, 전문 영상음악인 양성을 목적으로 함<sup>30)</sup>

<표 17> 동아방송예술대학교 실용음악학부 교육목표

교육목표	음악시장의 세분화와 일반산업과의 활발한 결합으로 다방면에 유능한 음악인들이 필요로 하는 시대가 왔다. 실용음악과는 작곡, 노래, 기악 세 분야의 전공을 기본으로 하는 교육과정을 개발해서 음악교육을 선도한다. 특히 한 가지 전공 분야만이 아닌 1인 미디어 시대를 위한 인재인 싱어송라이터를 기르기 위해 교육한다. 상업 공연, 음반 제작, 비즈니스 과목을 운영해서 진로를 결정할 수 있도록 하며, 창의융합 실습과정으로 보다 더 창의적이고 협동적인 인재를 양성한다.
인력양성 방향	전문 작곡가 / 전문 가수, 연주가 / 전문 실용음악인 / 1인 기획자 / 전문 영상음악인 양성
졸업 후 진로	컴퓨터 음악, 영상음악, 영화 및 광고 음악, 방송 및 멀티미디어 매체 음향 기술 분야, 음악전문 세션 및 보컬강사, 가수, 가요작곡가, 싱어송라이터, 방송국음악해설가, 실용반프로듀서, 공연기획자, 음반기획자, 음반제작자, 뮤지컬배우, 방송코러스, 공연감독 및 스태프, 디지털음원유통사, 연예 기획사 관련, 실용음악학원원장 등

30) 동아방송예술대학교 <http://www.dima.ac.kr> / 검색일(2020.09.21)

### 3. 실용음악과 진출직업 및 취업현황

- 고용노동부와 한국고용정보원이 운영하는 워크넷<sup>31)</sup>에 의하면 국내 대학 실용음악과 졸업 후 진출직업<sup>32)</sup>은 다음과 같음
  - 실용음악과 진출직업은 보컬트레이너, 예능강사, 음악교사, 음악치료사, 뮤지컬배우, 가수, 디스크자키(DJ), 작사가, 연주가, 작곡가, 지휘자, 매장 음악선곡전문가, 음악컨설턴트, 행사음악기획자, 공연기획자, 종교음악가, 음악방송PD, 게임음향기술자, 음반기획자, 음향 및 녹음기사가 있음
  - 워크넷의 실용음악과 진출직업은 21종으로 분류되지만 직업의 정보 외에 어떤 경로를 통해 각 분야에 진출했는지에 대해서는 알 수 없음



[그림 9] 실용음악과 진출직업

출처: 워크넷

31) 워크넷 [www.work.go.kr](http://www.work.go.kr) / 검색일(2020.10.08)

32) 수록 직업은 워크넷이 기존 전공 및 학과관련 자료, 직업정보, 각 분야의 전문가(대학교수, 취업지원전문가, 헤드헌팅전문가 등)의 의견수렴과정을 통해 선정함. 특히 기존의 한국직업 정보시스템에 탑재되어 있는 전통적인 직업 이외에 새롭게 진출가능한 직업(신직업)을 반영함

- 실용음악과 취업현황<sup>33)</sup>은 워크넷에 의하면 국내 대학교와 전문대학으로 구분되며 2019년 4월 기준 통계는 다음과 같음. 실용음악과 입학지원자 수는 총 79,900명이며 대학교 32,752명, 전문대학 47,148명으로 전문대학 입학지원자 수가 14,396명(43.9%) 더 많음. 반면 취업률은 대학교가 61%로 전문대학보다 4%로 높게 나타남

<표 18> 실용음악과 취업현황

(단위: 명)

구분		대학교	전문대학
입학지원자		32,752	47,148
입학자	총원	2,065	2,650
	남	1,090	1,333
	여	975	1,317
졸업자	총원	1,190	1,918
	남	505	915
	여	685	1,003
취업자	총원	653	864
	남	271	372
	여	382	492
취업률(%)		61	57

33) 한국교육개발원의 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사」(조사기준일: 2017년 12월 31일) 및 「한국교육개발원 교육통계센터(국가교육통계센터) 교육통계 데이터베이스 (<https://kess.kedi.re.kr>)」(조사기준일: 2019년 4월 1일)를 참조하여 해당 학과의 지원자, (성별)입학자, (성별)졸업자, (성별)취업자, 취업률 등에 대한 정보를 제공함. (학교 구분에 있어 “대학교”는 ‘일반 4년제 대학 + 교육대학 + 산업대학 + 기술대학 + 사이버대학(대학) + 원격대학(대학) + 각종대학(대학) + 방송통신대학’을 합산한 것이며, “전문대학”은 ‘일반 전문대학 + 기능대학 + 사이버대학(전문) + 원격대학(전문) + 전공대학’을 합산함. 학과 분류체계가 원자료 제공처인 한국교육개발원 자료와 차이가 있어 합산과정에서 한국교육개발원에서 발표한 취업률과 다소 차이가 있을 수 있음.

- 취업률(%) = 취업자 / { 졸업자 - (진학자 + 입대자 + 취업불가능자 + 외국인유학생 + 제외인정자) } × 100
- 졸업자 : 2016년 8월 졸업자 및 2017년 2월 졸업자 대상
- 취업자 = 조사기준일 당시 건강보험 직장가입자, 교내취업자, 해외취업자, 농림어업종사자, 개인창작활동 종사자, 1인창(사)업자, 프리랜서
- 입학자 = 2019년 입학자

○ 국내 대학교 실용음악과 입학지원자 수는 총 32,752명임

- 입학자 수는 2,065명이며 남자 1,090명, 여자 975명으로 남자 입학자 수가 115명(10.5%) 더 많음
- 졸업자 수는 총 1,190명이며 남자 505명, 여자 685명으로 여자 졸업자 수가 180명(35.6%) 더 많음
- 취업자 수는 총 653명(61%)이며 남자 271명, 여자 382명으로 여자 취업자 수가 111명 (40.9%) 더 많음
- 이상의 내용을 그림으로 표현하면 [그림 10]과 같음<sup>34)</sup>

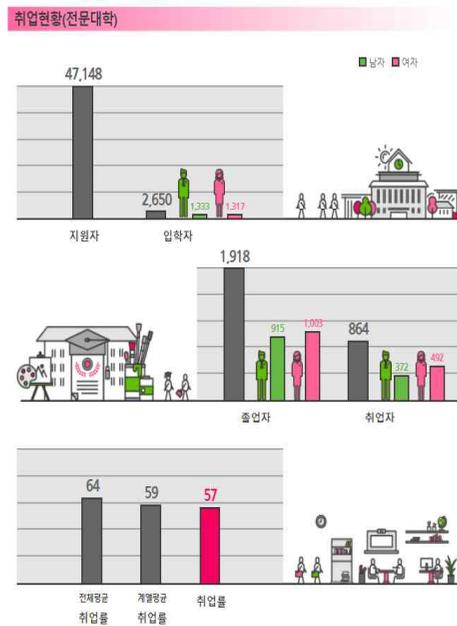


[그림 10] 대학교 실용음악과 취업현황

출처: 워크넷

34) 워크넷(www.work.go.kr) / 검색일(2020.10.08)

- 국내 전문대학 실용음악과 입학지원자 수는 총 14,748명임
  - 입학자 수는 총 2,650명이며 남자 1,333명, 여자 1,317명으로 남자 입학자 수가 16명(1.2%) 더 많음
  - 졸업자 수는 총 1,918명이며 남자 915명, 여자 1,003명으로 여자 졸업자 수가 88명(9.6%) 더 많음
  - 취업자 수는 총 864명(57%)이며 남자 372명, 여자 492명으로 여자 취업자 수가 120명 (32.2%) 더 많음
  - 이상의 내용을 그림으로 표현하면 [그림 11]과 같음<sup>35)</sup>



[그림 11] 전문대학 실용음악과 취업현황

출처: 워크넷

35) 워크넷(www.work.go.kr) / 검색일(2020.10.08)

## 제4절 국내 학제 및 전문 교육과정 사례 조사

### 1. 서울예술대학교 실용음악과<sup>36)</sup>

- 1987년에 서울예술대학교 전문학사 과정인 음악학부에 증설되었으며, 작곡, 연주, 성악, 컴퓨터음악의 4가지 전공으로 나누어 창작 전문 훈련 및 학습을 통해 다양한 대중음악 분야의 전문 예술인을 배출하고 있음
- 전자음악, 실용음악제작, 영화음악기법 등 과학적 테크놀로지와 결합되는 교과목 운영을 더욱 강화하여 예술과 과학기술이 융합되어 가는 흐름에 학생들을 적응시키고 있음
- 음악제작사/기획사들과의 협력을 강화하고 제작사들과 장기적으로 부가가치를 창출할 수 있는 프로덕션을 제작하는 수준으로 확대하기 위해 제작현장에서 필요한 기술들을 커리큘럼에 포함하고 있음
- 세부전공이 작곡, 노래, 연주, 음향으로 구성되어 있으며 교육과정은 다음과 같음

<표 19> 서울예술대학교 실용음악과 교육과정

세부전공	공통과목	전공과목
작곡	Global전통타악실습 컬처허브-월드뮤직 기초악기แจ 전공실기 화성학	전자음악, 리듬섹션편곡법, 고급실용음악이론과실습, 오디오프로세싱, 대위법, 실용음악편곡법, 가사론, 송라이팅, 현대음악기법, 임프로비제이션, 관현악법
노래	실용음악화성학 시창청음 리듬합주 창업의이해	전자음악, 발성과 가창의 기초, 빅밴드앙상블, 리듬섹션편곡법, 리듬테크닉, 오디오프로세싱, 보컬테크닉, 가사론, 실용음악편곡법, 합주실기, 송라이팅, 대중음악사, 임프로비제이션
연주	음악 지식재산권 합창 악기론 실기교육방법론 현장실습	전자음악, 빅밴드앙상블, 리듬섹션편곡법, 다위법, 오디오프로세싱, 가사론, 실용음악편곡법, 합주실기, 송라이팅, 현대음악기법, 임프로비제이션, 대중음악사, 스트링편곡법, 관현악법
음향	교육학개론 음악가를 위한 의사소통 워크샵 응용음악 리사이틀세미나 졸업작품연구 그룹스터디	사운드디자인기초, 유로렉다이프, 음향기초, 뮤직레코딩, 영상사운드기초, 합주실기, 대위법, 사운드신세스, 대중음악사, 믹싱/마스터링, 서라운드오디오워크샵

36) 서울예술대학교 공식 홈페이지, <https://www.seoularts.ac.kr/mbs/kr/index.jsp> /검색일(2020.09.21)

- 글로벌 예술 대학 및 유관기관과 연계하여 사업을 발굴하고 아티스트와의 교류를 추진하며 이 과정에 학생들이 참여하여 글로벌 환경에서 창작 경험을 쌓도록 하는 다양한 국제 교류 프로그램을 운영하고 있음
  - 대만 Win Win Animation Studio, 미국 LA Heidi Duckler Dance와 IntersectLA, 독일 DorkyPark, 인도네시아 발리 Sanggar Paripurna 등 기관에 파견 형식으로 참여
- 세계 문화예술의 주요 거점인 미국 뉴욕, LA, 유럽 이탈리아, 인도네시아에 컬처허브를 구축하여 우리 고유의 문화예술과 세계 문화 예술의 만남을 시도하고 있음
  - 예술공학센터(ATEC)에 Tech-Presence(원격 현존감)를 이용한 원격 버추얼 스튜디오를 설치, 네트워크를 통한 교육 및 실험 연구와 뉴-폼 아트 창작을 위한 실험의 장을 마련함
  - 2009년 미국 뉴욕 CultureHub NY, 2010 미국 LA CultureHub LA CalArts 스튜디오, 2015년 이탈리아 CultureHub 스폴레토, 2016년 미국 LA CultureHub LA 독립 스튜디오, 2017년 인도네시아 CultureHub 반둥 스튜디오 구축



[그림 12] 서울예술대학교 ATEC 스튜디오

○ 공간구성

- 음향실

- 실습에 필요한 음향 기자재를 대여할 수 있고, ATEC과 가동 녹음실을 이용할 수 있음

- 문화예술산업융합센터

- 총 6개 층으로 구성된 문화예술산업융합센터는 지하층과 1층을 연결한 D-Cave와 4-5층을 연계한 A-Studio로 구성되어 있으며, 이 밖에도 갤러리, 아티스트 레지던시, 인큐베이팅 센터, 오피스 등 다양한 공간으로 구분되어 운영됨
- dCave(Digital Cave)는 다양한 예술 형태에 대한 밀도 있는 실험과 구현을 할 수 있는 극장이자 랩실임. 이곳에는 D&B, Behringer등의 음향 시스템과 Digital Projection사의 고사양 프로젝터, 위치아웃 등 최신형, 음향, 영상 장비가 갖추어져 창의적인 실습을 할 수 있음
- aStudio(All Studio)는 다양한 영상, 음향, 편집시설을 갖춘 복합 스튜디오이며, aStudio의 컨트롤룸은 음향, 영상, 텔레프레젠텐스를 자유자재로 컨트롤 할 수 있는 효율적인 시스템을 보유하고 있고, 크로마촬영을 할 수 있는 블루스크린과 3D영상에 최적화된 실크스크린, 3대의 EMG급 SONY 320K카메라를 보유하고 있어 효과적인 창작활동이 가능함



[그림 13] 서울예술대학교 ATEC ADR 스튜디오



[그림 14] 서울예술대학교 ATEC 컨트롤룸

## 2. 경희대학교 포스트모던음악학과<sup>37)</sup>

- 2000년 경희대학교 예술디자인대학에 신설된 분야로, 서양고전음악, 동양 전통음악, 대중음악, Jazz를 결합하여 ‘21세기 신음악’을 창조한다는 이념을 바탕으로 설립됨
- 컴퓨터 관련 첨단음향 및 음악제작기법 관련 훈련과정에 역점을 둠으로써, 학생이 ‘신음악’의 기술공학적 기초를 튼튼히 다져 21세기 새로운 음악 문화를 이끌어 나갈 수 있는 핵심적인 능력을 갖추도록 함
- 학사과정 졸업이수학점은 120학점이며, 대학원 과정은 24학점을 이수해야 졸업할 수 있음
  - 학사 4학년 과정에 뮤직비즈니스1·2 강의가 포함되어 있으며 대학원 전공 수업 중 음악비즈니스 수업은 졸업하기 위해 필수로 들어야 하는 고급전공 수업에 속함

<표 20> 경희대학교 포스트모던음악학과 학년별 전공

학년	강의명	내용
1학년	피아노클래스	피아노의 연주법, chord, technique 등을 공부
	재즈화성법	실용화성의 전반적인 기초화성인 재즈 하모니를 공부
	재즈시창청음	악보를 보고 올바르게 음을 발성하는 법과 청음능력을 공부
	전공실기	전공 세미나 수업
	양상블	소규모 combo band 실습
	블루스클래스	다양한 스타일의 blues 실습
	부전공실기	전공 외 악기의 실습
2학년	전공실기	전공 세미나 수업
	미디시퀀싱기법	컴퓨터음악 제작을 위한 기초적이며 필수적인 미디 기술 습득
	오디오편집과 믹싱	음반제작에 필요한 전반적인 오디오 편집 및 믹싱, 마스터링 기법 습득
	재즈음악사	재즈의 역사, swing era, bebop 시대의 음악을 공부

37) 경희대학교 포스트모던음악학과 공식 홈페이지, <http://pm.khu.ac.kr/html/> / 검색일(2020.09.21)

학년	강의명	내용
	재즈앙상블	재즈 중심의 소규모 combo band 실습
	싱어송라이팅클래스	싱어송라이터 혹은 보컬리스트를 위한 피아노 코드 보이싱 반주법 및 피아노를 치면서 가창할 수 있는 능력을 습득
	대중음악사	한중 대중음악의 역사에 대해 배우고 음악 창작자의 측면에서 시대의 경향을 파악
3학년	전공실기	전공 세미나 수업
	포스트모던음악 워크샵	고전과 현대의 음악어법을 융합한 크로스오버 음악의 이론과 연주에 대해 공부
	작사작곡론	작곡과 작사에 관한 창작자와 수용자의 관점을 파악하고 당대의 경향을 분석
	팝앙상블	미국과 유럽의 팝 음악 중 보컬과 악기 연주기능 향상에 기여할 만한 곡을 선정하고 연주함
	재즈즉흥연주기법	멜로디 즉흥연주 기법 공부
	비틀즈클래스	비틀즈 음악을 통해 그 당시 정치, 경제, 사회를 분석하고 비틀즈 음악의 화성과 멜로디, 리듬을 연구
	실용음악편곡법	-
4학년	전공실기	전공 세미나 수업
	뮤직비즈니스클래스	음악경영, 계약 저작권 등의 전반적인 음악비즈니스에 대해 공부
	스튜디오세션 앙상블	음반제작을 위한 레코딩 스튜디오 세션 실습
	락앙상블	전반적인 락장르의 음악을 연주하는 밴드연주 실습
	영화음악	영화의 sound, film scoring 기법 공부
	라틴클래스	라틴음악, salsa, bossanova 등을 공부
	팝오케스트레이션	팝뮤직에 쓰이는 오케스트라, 스트링 편곡법
	펑크앙상블	펑크뮤직을 중심으로 R&B, 소울, 힙합, 퓨전재즈에 이르는 다양한 장르의 연주 실습



[그림 15] 경희대학교 예술디자인대학 A&D홀

### 3. 동아방송예술대학교<sup>38)</sup>

- 1997년 글로벌 리더십을 갖춘 문화예술 분야의 인재 양성 목적으로 설립된 방송특성화대학이며, 미디어 및 예술 환경 변화에 대비한 미래지향적 교육, 방송·영상 및 예술 콘텐츠 분야로 집중된 특성화 교육, 첨단 기자재 및 실습장을 토대로 현장중심의 전문화 교육에 역점을 둠
- 2020년 기준 학사과정에는 6개의 학부, 17가지의 전공이 있음
  - 방송연예학부 엔터테인먼트경영과가 대중문화와 방송·연예산업경영의 이론적 기반을 통해 엔터테인먼트 산업 실무능력을 갖춘 음악 비즈니스의 전문 인력을 양성하는 커리큘럼을 가지고 있음
- 동아방송예술대학은 수료(Diploma)와 학위(Degree) 과정으로 나뉨. 학위도 전문학사과정과 학사학위과정으로 나뉘는데, 학사학위과정은 4년제 대학을 졸업해야 받을 수 있는 학사학위(Bachelor's Degree)를 뜻하며 교양과목을 포함, 총 130학점을 이수해야 함. 전문학사과정은 교양과목을 포함하여 총 110학점을 이수해야 함. 수료과정은 학위가 나오지 않으며 3학년 기준 110학점 이수 후 졸업이 가능함

38) 동아방송예술대학교 공식 홈페이지, <http://www.dima.ac.kr/default.aspx> /검색일(2020.09.21)

<표 21> 동아방송예술대학 학사 전공

학사 전공		
학부	전공	내용
창의융합교양학부	창의교양과, 창의기초과	인문교양
방송예술융합학부	방송기술계열	방송제작기술, 방송음향기술, 방송시스템
	음향제작과	방송영상음향 제작, 녹음, 오디오 엔지니어링
	뉴미디어콘텐츠과	미디어아트, 프로젝션 매핑, 웹콘텐츠, 앱콘텐츠, UI/UX 기획·디자인, 프로그래밍
콘텐츠학부	영상제작과	방송콘텐츠제작, 영상연출, UHD 3D 촬영 및 편집
	방송보도제작과	영상보도프로그램 구성, 보도영상 촬영 및 편집, 뉴스진행
	방송극작과	방송극작가, 방송 구성작가, 영화·게임·시나리오 등 대중매체 작가 교육
	광고제작과	광고 이론, 제작
	디지털영상디자인과	디지털콘텐츠 제작 및 편집
예술학부	공연예술계열	연극, 뮤지컬, 연희연기
	영화예술과	영화제작
	무대미술과	무대 장치, 무대 기술, 공간 연출
실용음악학부	기악, 성악, 작곡	Performance 연주 전공 혹은 전공 악기
방송연예학부	방송연예계열	연기, 예능, K-Pop
	패션스타일리스트과	패션 트렌드 및 독창성
	엔터테인먼트경영과	연예산업경영, 문화예술경영, 문화콘텐츠 기획

○ 다수의 국외 학교와 해외학사교류 프로그램을 운영하고 있음

- 미국의 캘리포니아주립대학(California State University, Fullerton)에 편입 또는 단기교환학생 프로그램을 통해 커뮤니케이션 학부에서 학업을 경험할 수 있음
- 뉴미디어와 방송과정으로 유명한 영국의 레이븐스본 디자인 & 커뮤니케이션 대학 (Ravensbourne College of Design and Communication)에 편입 가능

- 중국의 방송, TV, 영화, 인터넷, 출판 등 매스미디어 인재 육성과 과학연구를 하는 중국 정보 미디어 교육의 최고학부처인 중국전매대학교(CUC)에 편입 가능
- 디자인, 생활학습, 영화 등의 다양한 분야에서 새로운 비전을 탐구하는 목적을 가지고 예술, 패션, 레저, 관광, 매니지먼트, 공연, 문화 등의 창조적인 능력을 가진 인재를 양성하는 대만의 청요영화예술대학에 교환학생 경험을 할 수 있음

○ 공간구성

- DIMA 종합촬영소
  - 단일 스튜디오로는 국내 최대 규모인 1,824m<sup>2</sup>의 촬영 스튜디오가 있으며, 중소형 스튜디오, 세트제작실 및 분장실, 숙박시설과 식당이 있음
  - 2019년 아카데미 작품상을 수상한 영화 <기생충>을 촬영한 스튜디오



[그림 16] DIMA 종합촬영소 전경



[그림 17] DIMA 아트센터 내부

- DIMA 아트센터
  - 기획전과 개인전을 통해 대학 소장품 및 국내외 우수한 작가들의 작품을 전시, 지역의 예술문화를 선도하여 지역문화 형성에 기여하고 지역민의 예술 체험 기회를 확대함
- 창의실습지원센터
  - 실습에 필요한 모든 장비와 실습실 대여가 가능하며 온라인 혹은 모바일로 대여 신청을 한 후 직접 수령하는 방식으로 운영
  - DSLR, ENG카메라, 모니터, 영화 카메라, 음향장비, 전기, 조명장비, 촬영장비, 카메라, 케이블, 트라이포드, 특수촬영카메라 등의 장비가 구비되어 있어, 학생들이 실제 촬영 현장처럼 실습할 수 있음

- 녹음실
- 실제 녹음부스와 똑같은 공간으로 학생들이 자유롭게 녹음 및 음악 제작 실습을 할 수 있도록 조성됨
- 방송연예계열 K-Pop학과 학생이라면 누구든지 사용 가능

#### 4. 김포대학교 실용음악과<sup>39)</sup>

- 한류문화관광학부 소속으로, 글로벌 문화예술 산업시장의 성장과 4차 산업혁명, 지능정보사회의 도래를 맞아 문화중심시대를 이끌어 갈 인재를 양성할 목적으로 개설됨
- 음악콘텐츠 제작과 실용음악의 두 가지 NCS 교육과정으로 확대, 개편하여 운영 중
  - 음악 비즈니스 전문가 양성을 위한 강의로 1학년 뮤직프로덕션·의사소통능력, 3학년 디지털콘텐츠기법·K-Pop제작기법·뮤직비즈니스 수업이 커리큘럼에 포함되어 있음
- 최신 장비를 갖춘 AVID 기반 레코딩 스튜디오와 맥(Mac) 기반의 컴퓨터 음악 제작 실습실을 제공하고 있으며 국내 최대 음원 유통 회사와 협력하는 산학협력 시스템이 구축되어 있음



[그림 18] 김포대학교 음악 제작 실습실

39) 김포대학교 공식 홈페이지, [https://ukp.ac.kr/검색일\(2020.09.21\)](https://ukp.ac.kr/검색일(2020.09.21))

○ 김포대학교의 교육과정은 다음 표와 같음

<표 22> 김포대학교 학사 전공

	1학기	2학기
1학년	전공실기1	전공실기2
	퍼포먼스	퍼포먼스
	양상블	양상블
	컴퓨터음악	레코딩프로젝트
	시창청음	화성학
2학년	전공실기3	전공실기4
	퍼포먼스	퍼포먼스
	양상블	양상블
	영상음악기법	뮤직프로덕션
	리듬연구	즉흥연주
	뮤직비즈니스	작곡법
3학년	전공실기5	전공실기6
	양상블	양상블
	현장실습	편곡법
	디지털콘텐츠기법	음원제작 및 창업실습
	공연제작실습	캡스톤디자인
	패션스타일리스트과	패션 트렌드 및 독창성
	엔터테인먼트경영과	연예산업경영, 문화예술경영, 문화콘텐츠 기획



[그림 19] 김포대학교 전경



[그림 20] 김포대학교 공연장

## 제5절 해외 학제 및 전문 교육과정 사례 조사

### 1. 미국 버클리 음악대학(Berklee College of Music)

#### 1) 학교소개

- 미국 버클리 음악대학<sup>40)</sup>은 1945년 MIT(Massachusetts Institute of Technology) 출신 기술자이자 피아니스트 겸 편곡가인 로렌스 버크가 설립한 학교로 미국 매사추세츠 주 보스턴 시에 위치한 세계 최대의 사립음악대학임
- 재즈를 포함하여 다양한 음악 장르를 공부할 수 있으며, 록, 라틴음악, 전자음악, 영화음악, 팝 등을 공부할 수 있는 학위과정과 프로그램을 운영 중에 있음
- 2017년 기준 학사과정에는 12가지의 전공, 26가지의 부전공이 존재하며, 대학원 과정으로는 6가지의 전공이 있음
- 대학원 과정은 2012년부터 스페인 발렌시아 캠퍼스에서 석사과정이 진행되고 있으며, 2015년부터 보스턴 본교에도 석사과정이 개설됨
- 버클리 음악대학은 수료(Diploma)와 학위(Degree) 과정으로 나뉨. 학위(Degree)는 4년제 대학을 졸업해야 받을 수 있는 학사학위(Bachelor's Degree)를 뜻하며 교양과목을 포함, 총 120학점을 이수해야 함. 수료과정은 학위가 나오지 않으며 96학점 이수 후 졸업이 가능함. 학사 학위가 이미 있는 학생들은 버클리 음악대학에서 수료과정 이수를 선호하는 경우도 있음
- 2012년 스페인 발렌시아 캠퍼스 설립을 시작으로 2014년 버클리 온라인 학사 과정 개설, 2015년 보스턴 콘서바토리와 합병 및 2016년 하버드 대학과 공동 학위 프로그램 창설 등 다양한 협약을 체결하며 음악교육 사업의 범위를 넓히고 있음

40) 버클리 음악대학 홈페이지(<https://www.berklee.edu/>) / 검색일(2020.09.27.)

<표 23> 버클리 음악대학 학사 및 대학원 전공

구분	전공	내용	비고
학사	Composition	클래식 음악위주의 작곡	
	Contemporary Writing and Production	다양한 장르의 작곡 및 음악 프로덕션	
	Electronic Production and Design	프로듀싱(전자음악), 영화·게임의 사운드 디자인, 프로그래밍	
	Film Scoring	영화 음악 작곡	
	Jazz Composition	재즈 음악 작곡	
	Professional Music	전문 음악 전공	※학생이 관심있는 분야를 모아 전공으로 만들 수 있음
	Music Business/ Management	뮤직 비즈니스, 마케팅, 매니지먼트	
	Music Education	음악 교육	
	Music Production and Engineering	녹음, 믹싱, 마스터링과 같은 음악 프로덕션 및 엔지니어링	
	Music Therapy	음악 치료	
	Performance	연주 전공 혹은 전공 악기	
	Song writing	노래 작곡	
대학원	Contemporary Performance (Global Jazz Concentration)	재즈 연주	1년 과정
	Music Therapy	음악 치료	2년 과정

- 버클리 음악대학 대학원 발렌시아 캠퍼스는 대학 최초의 국제 캠퍼스로 독특한 커리큘럼을 통해 전세계 뮤지션들이 공연 예술가, 실무자 및 지도자로서 세계 다양한 음악업계에 참여할 기회를 제공함

<표 24> 버클리 음악대학 발렌시아 캠퍼스 전공

전공	내용
Contemporary Performance (Production Concentration)	현대음악 연주 (프로덕션 중심)
Music Production, Technology, and Innovation	음악 프로덕션 및 사운드 디자인 전공
Global Entertainment and Music Business	글로벌 엔터테인먼트 및 음악 사업
Television and Video Games	영화, TV, 비디오 게임 음악 작곡 및 프로덕션 전공



[그림 21] 버클리 음악대학 스페인 발렌시아 캠퍼스

- 하버드 대학과 공동 학사/석사 프로그램을 운영하고 있음
  - 총 5년 과정으로 하버드 대학과 버클리 음악대학 모두 지원 및 합격해야 하는 조건이 있음. 첫 3년은 하버드 대학에서 학사과정에 집중하며 버클리 음악대학에서 개인 레슨 및 앙상블 수업에 참여할 수 있음. 4년 안에 모든 학사과정을 이수 후, 5년째에 버클리 음악대학에서 석사과정 이수가 가능함
- 전체 학생 수는 약 5,000명이며 매년 1,000명 이상의 신입생이 입학하고 있음. 최근에는 영화 음악 작곡 및 프로덕션 분야의 학생 수가 조금씩 증가하는 모습이 보임
  - 전 세계 80개국에서 온 국제 학생 수가 25%를 차지하고 있으며, 그 중 한국과 일본에서 온 학생들이 가장 많음. 매년 한국을 포함하여 전 세계 수많은 국가에서 라이브오디션을 진행하고 있으며, 이 오디션을 통해 입학과 동시에 장학금 심사가 이루어짐
- 버클리 음악대학의 학부 학생수 및 뮤직 비즈니스 및 경영학 학생수 추이는 다음 표와 같음

<표 25> 버클리 음악대학 학부 학생수 추이

(단위: 명)

구분	2017-2018	2018-2019	2019-2020
Composition	74	77	74
Contemporary Writing and Production	383	387	418

구분	2017-2018	2018-2019	2019-2020
Electronic Production and Design	198	205	199
Film Scoring	242	257	241
Jazz Composition	106	99	90
Professional Music	324	328	317
<b>Music Business/ Management</b>	<b>352</b>	<b>328</b>	<b>312</b>
Music Education	56	65	63
Music Production and Engineering	275	277	278
Music Therapy	130	116	114
Performance	565	601	531
Song writing	260	291	310
합 계	4,037	4,122	4,161

○ 공간구성

- 160 Massachusetts Avenue

- 보스턴 백 베이(Back Bay) 중심부에 위치한 최신식 건물로, 미국에서 가장 큰 10개의 스튜디오 음악 제작 단지가 지상과 지하층에 걸쳐 조성됨
- 지하 2층 포함, 총 18층으로 구성되어 있으며 369명이 입주 가능한 기숙사(2-3인 구성)와 400석의 다이닝 홀이 있음
- 거주 학생들을 위한 20개의 연습실과 3개의 리허설룸, 4층에는 피트니스 시설과 테라스 완비
- 1,300㎡의 음악기술 공간, 1층에는 390㎡의 리테일 공간이 있음



[그림 22] 160 Massachusetts Avenue

- 버클리 퍼포먼스 센터 Berklee Performance Center
  - 1,215석 규모의 보스턴 백 베이에 위치한 대표적인 콘서트 홀 중 하나임
  - 매년 200회 이상 학생 및 교수 연주회를 개최함
  - 녹음 스튜디오와 영상제작 시설이 직접 연계되는 공간으로, 전문가 수준의 음향을 제공함
  - 공연 외에도, 일 년 내내 외부 전문가 강연, 특별 세미나 및 클리닉을 개최함



[그림 23] 버클리 퍼포먼스 센터 내부

- Red Room at Cafe 939
  - 음악 장르에 상관없이 쇼케이스, 퍼포먼스 등을 위해 설립된 200명 수용 가능한 클럽
  - 아티스트와 팬 모두에게 최고의 경험을 선사하기 위한 최고 품질의 사운드, 뛰어난 엔지니어링, 업계 전문가와 함께 작업하는 Music Business/Management 학생들의 독특한 구성 요소 등을 제공함
  - Snarky Puppy, Ryan Bingham, Betty Who, Antonio Sanchez, Ingrid Michaelson, Owl City 등 많은 아티스트들이 공연한 장소로 유명함
- 학습 공간
  - 교실: 음악 수업에 필요한 오디오·비디오 프레젠테이션이 가능하게 디자인 되었으며, 학생은 10~20명 수용 가능
  - 일렉트로닉 피아노 연습실: 3개의 연습실에 40대의 피아노 구비

- Electronic Production and Design Labs: 전자음악 작곡 및 프로듀싱, 사운드 디자인, 게임·영화·TV 등 비주얼 미디어를 위한 음악작업 등이 가능한 9개 공간으로 구성
- 앙상블 룸: 그룹 리허설이 가능한 다수의 앙상블 룸 운영
- Film Scoring Labs: 영상 매체에 대한 음악 편집 연구에 종합적인 프로그램을 제공하는 공간으로 연구소 두 곳, 비디오 프로젝션 등 필요한 장비들이 완비된 교실, 40석 규모 극장 두 곳 등으로 구성
- Stan Getz Media Center And Library
  - 버클리 교육과정을 지원하는 22,779권의 도서, 33,430장의 음반, 5,753장의 시청각 자료 소장
  - 미디어 센터에는 현대미국음악과 이외의 음악 장르들의 방대한 자료들과 함께, BPC와 Red Cafe 939 콘서트의 영상 자료를 포함한 독특한 컬렉션 등 제공
  - 도서관은 대중음악악보, 영화·음악·아티스트 포트폴리오, 재즈 모음집을 포함한 대중음악작품모음집 등 다양한 자료를 보유함
- 학습자료 센터
  - 버클리 학생들의 교육을 위해 제공되는 컴퓨터 기반의 학습시설
  - 100여 대의 MIDI 워크스테이션과 수백 대의 신시사이저 구비
- 공연 공간
  - 80, 100, 125, 180석의 공연 공간 구비
  - 버클리는 4곳의 공연 공간에서 연 600회 이상 학생 공연 개최
- 녹음 스튜디오
  - 16개의 전문 녹음 스튜디오 운영
  - 더빙, 음악 믹싱, 편집 등 기술을 강화하는데 최적화된 공간 제공

## 2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정

- 버클리 음악대학의 뮤직 비즈니스 관련 학과는 뮤직 비즈니스 및 경영학 학사 과정과 스페인 발렌시아 캠퍼스에서 진행하는 글로벌 엔터테인먼트/뮤직 비즈니스 석사 과정이 있음
- 뮤직 비즈니스 및 경영학 학사 과정은 미국 보스턴 본교에서 진행되는 학과로 현대 뮤직 비즈니스 업계 전문가가 직면 할 수 있는 법적, 재정적,

예술적, 윤리적 문제 해결을 위한 음악산업 기술, 개념 및 방법론을 종합적으로 배울 수 있음

- 버클리 음악대학 뮤직 비즈니스 학과 교수진은 대부분 법률, 마케팅, 경영계 종사자들로 구성되어 있음. 교수진 출신배경을 종합하면 다음과 같음

<표 26> 버클리 음악대학 뮤직 비즈니스 학과 교수진 출신배경

연주자	비연주자
작곡가, 음악 프로듀서, 드러머, 베이스리스트, 편곡가	변호사, 평론가, 독립 음반사 대표, 법학 박사, 엔터테인먼트 변호사, 기업 관리 책임, 웹 디자이너, 음반 출판사 대표, 변호사 이사회 위원, 방송 총괄 프로듀서, 컨설턴트, 디지털 유통업체 창립자, 콘서트 프로모터, 음악 이론 작가, 제품 발명가, 기업가, 마케팅 커뮤니케이터, 웹 개발 마케팅 컨설턴트

- 뮤직 비즈니스 및 경영학 학사 과정은 크게 3가지 유형의 교육 특징을 가지고 있음: 1) 자기 주도적 혹은 기업가적 활동 2) 음악 제품개발 3) 기업 환경 운영 및 관리
- 해당 학사 전공을 졸업하기 위해서는 핵심과정 17학점, 3개의 학사 학위 트랙 중 하나에서 13학점을 이수하여 총 30학점이 필요함
- 버클리 음악대학의 뮤직 비즈니스 및 경영학 학사 과정은 3개 유형의 교육 트랙이 있으며, 학생들은 개개인의 선호도에 따른 트랙을 결정하고 그에 따른 과목을 집중해서 이수할 수 있음



[그림 24] 버클리 음악대학 뮤직 비즈니스 및 경영학 학사 과정 트랙

- 뮤직 비즈니스 및 경영학 학사의 교육 과정 트랙별 과목은 다음 표와 같음

<표 27> 버클리 음악대학 뮤직 비즈니스 학과 트랙별 주요 과목

구분	과목명	내용
공통 필수과목 (Core courses)	Principles of Business Management	경영의 원리
	Legal Aspects in the Music Business	음악 사업의 법적인 측면
	Computer Applications in the Music Business	뮤직 비즈니스와 컴퓨터 응용 프로그램
	Principles of Financial Accounting	재무 회계의 원리
	Business Leadership and Ethics	비즈니스 리더십과 윤리
	Principles of Marketing	마케팅 원리
	Managing Technology-Driven Business	기술기반 비즈니스 경영
	Business Finance	기업금융
트랙1: 경영 (Management)	Record Company Operations	레코드 회사 운영
	Music Publishing	음악 출판
	Music Intermediaries: Agents, Managers, and Attorneys	음악 중개업: 에이전트, 매니저 및 변호사
	Concert and Touring	콘서트 및 투어링
	Internship in Music Business or advanced approved specified elective	음악 비즈니스 인턴십 혹은 고급 선택 과목
트랙2: 마케팅 (Marketing)	Music Product Development	음악 제품 개발
	Creative Promotion in New Media	뉴미디어 크리에이티브 프로모션
	Digital Marketing in the Music Industry	음악산업의 디지털 마케팅
	Internship in Music Business/Management or advanced approved specified elective	음악 비즈니스/경영 인턴십 혹은 고급 선택 과목
트랙3: 기업가 (Entrepreneurial)	Business Startups	창업
	Website Design and Management	웹사이트 디자인 및 웹 경영
	Innovators' DNA	혁신가의 DNA
	Entrepreneurial Practicum	기업가 실습

- 뮤직 비즈니스 및 경영학 학사 학위 수여 후 성적이 우수한 학생들은 보스턴 서포크 대학(Suffolk University)에서 뮤직 비즈니스 및 경영학 MBA 과정을 한 학기 조기졸업 할 수 있는 자격이 주어짐
  - 해당 MBA 프로그램 이수를 위한 자격요건은 다음과 같음:
    - 3.00 GPA 이상 성적
    - 필수 과목 B등급 이수
    - 서포크 대학 입학 표준 조건 충족
- 버클리 음악대학 스페인 캠퍼스에서 이수할 수 있는 글로벌 엔터테인먼트 및 뮤직 비즈니스 석사 과정은 3학기동안 진행됨
  - 글로벌 비즈니스 모델의 핵심 기술, 개념 및 방법론에 대해 중심을 두며 국제 엔터테인먼트 산업에서 음악 및 디지털 미디어의 예술적 관리와 기업가들이 갖는 과제를 접목하여 연구를 진행함
  - 최고의 경험(Culminating Experience)는 글로벌 엔터테인먼트 및 뮤직 비즈니스 석사 과정에서 학생들이 끝에 발표하는 최종 프로젝트로 발표 주제에 따라 연구, 창의적인 작업 또는 실무 프로젝트의 형태로 구성됨
- 글로벌 엔터테인먼트 및 뮤직 비즈니스 학과 교수진의 출신배경은 다음과 같이 정리할 수 있음

<표 28> 버클리 음악대학 글로벌 엔터테인먼트 및 뮤직 비즈니스 학과 교수진 출신배경

연주자	비연주자
포크 뮤지션	변호사, 지적 재산권 분야 전문 법률 고문, 정신분석학, 사회학, 뮤직 비디오 프로듀서, 연극 감독, 경영 컨설턴트, 이벤트 제작자, 언어학, 경영학자, 라이브 음악 프로그램 제작자

- 글로벌 엔터테인먼트 및 뮤직 비즈니스 석사 과정은 총 3가지의 모듈\*로 구성되어 있으며, 선택모듈에 소속된 과목을 제외 나머지 모듈에 소속되어 있는 과목을 필수로 이수해야만 졸업이 가능함
  - ※ 모듈(Module): 유럽 교육 과정의 교과목 단위 중 하나



[그림 25] 버클리 음악대학 글로벌 엔터테인먼트 및 뮤직 비즈니스 석사과정 모듈

- 글로벌 엔터테인먼트 및 뮤직 비즈니스 석사 과정의 모듈별 학과목은 다음과 같음

<표 29> 버클리 음악대학 글로벌 엔터테인먼트 및 뮤직 비즈니스 석사과정 주요 과목

모듈	구분	과목명	내용
핵심 모듈 (Módulo Troncal)	산업 구조	Copyright and Contract Management	저작권 및 계약관리
		Music Business Finance	뮤직 비즈니스 재무 분석
최종 프로젝트 모듈 (Módulo TFM)	기업가 정신	Music Business Seminar	뮤직 비즈니스 세미나
		Data Analytics in the Music Industry	음악산업 데이터 통계 분석
	실습	Entrepreneurship	기업가 정신과 비즈니스 실무개념
		Live	라이브 음악 투어 조직 실습
		Record	레코드 레이블 개발 및 관리 실습
최고의 경험 (Culminating Experience)	Culminating Experience in Global Entertainment and Music Business	석사 학위 졸업을 위한 학생별 고유 프로젝트	
선택 모듈 (Módulo Optativas)	선택과목	The Art of Live Entertainment	글로벌 라이브 뮤직 비즈니스의 현재와 미래 발전 방향 분석
		Economics of Creative Industries	창조산업 관련 경제 분석
		The Science of Artist Management	아티스트 관리에 대한 프로세스 및 활동 심층 탐구

모듈	구분	과목명	내용
		A&R and Music Artistry	A&R 및 음악 예술
		Global Leadership and Management	글로벌 엔터테인먼트 업계의 여러 측면과 이론적 리더십
		Global Music Distribution and Emerging Markets	글로벌 음악 시장을 분석하고 다양한 비즈니스 접근방식 모색
		Publishing, Licensing and Distribution	음악 출판에 대한 실무 이해
		Studio Video Music Production	시각적 브랜드 및 홍보를 위한 멀티미디어 전략
		Electronic Dance Music Composition	일렉트로닉 댄스 음악 작곡 및 라이브 공연 기술 탐구
		Digital Marketing and Social Media Management	디지털 마케팅 및 소셜 미디어 운영관리
		Music Brands and Partnerships	음악 브랜드 활성화 및 파트너십
		Graduate Internship	100-300시간 실무 인턴십 프로그램

### 3) 관계자 인터뷰



#### 돈 고더(Don Gorder)

- 버클리음악대학 뮤직비즈니스학과 명예교수
- 前 NAIM-Affiliated Music Business Institutions 회장
- 前 Music and Entertainment Industry Educators' Association 임원 및 이사
- 前 Greater Boston의 Arts & Business Council 이사
- 前 Alumni Advisory 멤버 역임

#### ○ 음악산업경영학과 개요

- 음악경영은 버클리 음악 학사 프로그램의 주요 분과 중 하나로 버클리가 제공하는 유일한 학사 학위 프로그램임
- 음악산업경영학과는 4년 과정으로 총 120 학점을 이수해야 하며, 뮤직코어(개인 연구, 화성학, 청음, 앙상블 등)라는 필수 과목을 수강해야 함
- 현재 음악산업경영학과가 교내에서 가장 학생 수가 많은 전공 중 하나로, 총 4천백명 중 350명이 음악경영학도입

- 음악산업경영학과 커리큘럼은 ‘코어’, ‘트랙’, ‘경험’ 총 3가지로 나뉨
  - 코어: 음악산업경영학과의 핵심과정으로, 아래 전통적 경영학 수업들이 포함됨
    - 경영학원론, 음악산업 법률 분석, 음악산업과 컴퓨터 응용, 재무회계원론, 비즈니스 리더십, 윤리학, 마케팅원론, 기술중심 비즈니스 경영, 경영재무 등
    - 여기에 ‘경제학원론’, ‘데이터 관리 및 통계’ 과목 수강 필수적
  - 트랙: 경영, 마케팅, 창업 분과로 나뉘짐
    - 경영 트랙 - 음반사 운영, 음반제작, 에이전트 및 매니저 관리, 콘서트 및 투어 관리 등
    - 마케팅 트랙 - 음악상품 개발, 뉴미디어 대응 창조적 프로모션, 음악산업 디지털 마케팅 등
    - 창업 트랙 - 신생기업 창업, 웹사이트 디자인 및 관리, 혁신가 DNA 등
  - 경험: 인턴십에 특화됨
    - 커리어센터(Career Center)와 긴밀한 관계를 구축하여 해외, 국내 할 것 없이 음악산업 내 모든 분야를 망라해 인턴십이 이루어짐
    - 창업 프랙티컴(Practicum)이라는 프로그램을 통해 신생기업과 함께 일하면서 마케팅, 마케팅 기획, 마케팅 예측, 웹사이트 기획 등을 배우게 됨
    - 이 밖에 학생들이 교내 밴드와 협업하여 음악축제에 설 수 있게 도와주는 과정인 버클리 파퓰러뮤직 인스티튜트(Berklee Popular Music Institute), 실리콘밸리 내 주요 기술 기업을 방문하는 크리에이티브 엔트리프러너십(Creative Entrepreneurship), 뉴욕 내 음악산업계 주요 인사를 만나는 음악산업 동아리 등 다양함
- 음악산업경영학과 졸업 후 현황(커리어)을 보면 대부분 업계 현업 종사자로 진출하며, 대략적인 종류는 아래와 같음
  - 음반 업계(유수의 레이블, 인디 레이블, 소형/대형 레이블, A&R, 마케팅, SNS 마케팅, 라이선싱 등), 제작 업계(음반제작, 행정, 라이선싱, 음반제작 저작권 등), 음악감독, 연주자권리기관(PRO), 부킹 에이전시, 투어링, 스트리밍 기업 세무 파트, 디지털 유통 서비스, 마케팅, 광고 에이전시, 음악상품 제작 및 판매, 변호사, 엔터테인먼트 로펌 등 다양함

○ 뮤직비즈니스학과의 차별성

- 실전에 특화된 인턴십 프로그램, 현업 종사자들과의 만남을 통한 탄탄한 네트워크, 코어 과목인 경영학 수업을 통한 실무에 필수적인 사전지식 탑재
- 무엇보다 탄탄한 입지를 구축할 수 있었던 핵심 동력은 학과를 졸업한 학생들임. 상당수 졸업생들이 현업 종사자로 활약 중이고, 본인 업계의 수요를 학교에 적극적으로 알림

○ Q&A

Q1. 공연이나 현장에서 일하고 계시는 분들의 상황이나 니즈, 또 현재 우리나라 교육기관에서 배출된 전문화된 인력들이 부족한 상황에 대한 해결책은 무엇일지?

A. 업계에서도 우리 프로그램에 대해 많은 관심을 가지고 있다. 지난 몇 년간 그래왔다. 다시 말해서 자신의 업계에서 바로 와서 일할 수 있는 사람들, 그런 인재들을 찾을 수 있다는 것을 반기는 것이며, 한국에서도 그럴 거라 생각한다. 그래서 이러한 음악과정에서 졸업한 학생들이 나중에 업계에 진출해서 보람 있는 커리어를 찾게 된다면 이들의 개인적으로도 좋은 일이 되겠지만, 음악산업 자체에도 좋은 일이 될 것이다.

Q2. 현장에서의 처우나 대우가 열악한 상황에서 학생들이 성취감을 가지면서 현장에서 계속 일을 하게 하기 위해 음악산업 전문 과정(학교) 혹은 사회에서 어떤 대안이나 시스템들이 필요한지?

A. 업계와의 관계를 잘 구축해야 한다고 생각한다. 학생들은 이분들과 교류하면서 굉장히 많은 것을 배울 수가 있을 것. 또 한 가지는 인턴십이다. 왜냐하면 이를 통해서 학생들이 현장에서의 경험을 쌓을 수도 있고, 학점도 얻게 되기 때문이다. 우리가 학생들을 배정할 때도, 굉장히 신중하게 하는데, 자신들이 어떤 교육을 받았고, 어떤 역량을 가지고 있는지를 충분히 보여줄 수 있는 적재적소에 저희가 배정한다. 그럼으로써 나중에 업계로 진출하는 데 있어 첫걸음이 된다고 할 수 있다. 인턴십이 완료가 되면, 바로 취업으로 연계가 될 수 있도록 한다. 우리 학생들은 처음 업계에 진출해서도 아래 단계부터 시작한다. 부사장이나 임원이 되는 경우도 많이 있다. 일단, 발을 디디놓고 제대로 된 훈련과 교육을 받았으며 그에 따른 역량과 인내심이 있다는 것을 보여주게 된다면 장기적으로 커리어를 이어나갈 수 있을 거라고 본다.

Q3. 인턴십에 참가하는 기업들을 어떻게 모집하고, 학생들을 배정하는지, 그것을 학교가 주도하는지? 그리고 경영과 마케팅의 관점에서 음악산업을 바라볼 때 특징이라고 생각되는 점은 무엇인가?

A. 첫 번째 질문에 대한 답으로는 우리 학과가 벌써 28년이 되었고, 좋은 프로그램이 있는 것을 알기 때문에 회사들이 먼저 연락해 온다. 이 과정은 커리어센터를 통해서 이루어지는데, 여기서 학생들이 데이터베이스를 검색하면서 자신들의 원하는 인턴십 환경이나 업무의 유형을 검색해보고, 스스로 지원을 할 수 있다. 우리가 직접 나서서 회사들을 모집할 필요는 별로 없었다. 왜냐하면 지금도 데이터베이스에 등록된 회사가 100개의 곳이 넘기 때문이다. 그리고 학생들도 데이터베이스에 없는 회사들을 스스로 찾기도 한다.

그리고 두 번째 질문에 대한 답변은 우리의 커리큘럼 자체를 음악산업과 밀접하게 연결을 시킨다. 예를들어 마케팅을 가르친다면 음반산업에서 하는 마케팅 방식을 알려주는 것이다. 또한 음반 회사의 경영이나 회계도 마찬가지로 음악산업에서 하는 방식 그대로를 우리가 가르치게 된다. 음반사가 어떻게 돌아가는지, 음반제작을 어떻게 하는지, 계약을 어떻게 하는지, 공연이 끝나거나 이에 대해 정산은 어떻게 하는지 등을 이미 다 알고 가는 것이다.

Q4. 버클리 안에 있는 믹싱이나 엔지니어링에 대한 학과가 따로 있는 것으로 알고 있는데, 이것이 협업으로 이루어지는 프로젝트인지 아니면 실질적으로 어느 정도 그 과정 내에서 많은 부분을 차지하며 학생들한테 도움이 되는지에 대한 것인지?

A. 사실, 음악 제작학과가 별도로 있고 현대음악작곡과도 따로 있기 때문에 여기서 제작기술에 대해 상당히 많이 배운다. 모두 우리 과에서 이루어지는 것은 아니지만, 우리 학생들 중에서 이 모두를 다 배우는 학생들도 많다. 음악분야를 전공하고, 또 우리의 음악경영을 전공할 수도 있는 것이다. 말씀하신 것처럼, 음향제작이나 영상음악학과도 있다. 버클리의 학제는 학과별로 있으며 학생들이 원하는 과목을 자신의 전공 이외에도 다른 학과의 과목을 들을 수 있다.

Q5. 버클리 의 경우 하버드와 함께 법률 경영 동아리로 시작해서 무언가를 이뤄나가는 것 같다. 이 학제 간의 시스템이 어떻게 만들어지는지에 대한 설명과 포스트코로나 시대에 음악시장의 직업군들이 어떻게 바뀔지에 대한 예측?

A. 하버드와의 협력과 관련해서 먼저 말씀드리겠다. 하버드 로스쿨에서는 클리닉프로그램이 있다. 그것이 바로 음반(레코딩)/뮤지션 프로젝트라는 것인데, 법대 학생들이 아티스트들에게 계약이나 자신들의 권리, 저작권 등에 대해 법적인 자문을 무료로 제공해주는 것이다. 몇 년 전에 우리 학생들을 이 프로그램에 초대했는데, 이때 학생들은 법적 자문이 필요한 사람들에게 조언하는 모습을 볼 수가 있었다. 이는 저작권법에 대해서 실질적인 경험을 얻게 되는 것이다.

두 번째 질문에 대한 답변으로는 사실, 큰 변화는 예상하지는 않다. 지금으로서는 이 모든 게 정상화가 되기를 희망하고, 기다리고 있는 상황이다. 그런데 사람들이 실연 공연에 가는 걸 전에 비해 꺼려해서 라이브 스트리밍 쪽에 좀 더 치중할 수도 있을 것이다. 그래서 이제는 회사들도 아티스트들이나 공연자들이 라이브 스트리밍에 보다 협력한다는 이야기는 들었다. 물론, 라이브 공연이 사라지지는 않겠지만 코로나 이후에 어떠한 변화가 있을까에 대해서 물어본다면, 이게 한 가지 변화일 수 있다고 생각한다. 라이브 스트리밍에 대해서도 사람들의 관심이 더 높아질 수 있다는 것이다. 스트리밍 음악은 지금까지도 성장을 해왔고, 앞으로도 그럴 것이라고 본다. 그리고 음반제작 분야도 계속 증가할 것이다. 왜냐하면, 스트리밍을 통해서 미국에서도 음악 현대화법이 조만간 발효가 될 텐데 이를 통해 라이선싱을 더 수월하게 하는 것이 가능해질 것이기 때문이다. 그러면 작곡자나 음원제작자에게도 수익이 더 증가할 수도 있을 것이고, 이러한 음원제작 분야는 좀 더 증가하고 성장할 것이라고 본다. 마케팅도 마찬가지로, SNS쪽으로 많이 옮겨갈 것이라고 본다. SNS의 스킬, SNS의 관리가 마케팅에서는 특히나 더 중요해질 것이라 전망한다.

Q6. 음악산업 비즈니스 전문인력을 양성하는 시스템을 구축할 때, 어떤 점이 가장 중요하다고 생각하는지?

A. 먼저, 커리큘럼을 정하는 데 있어서 음악산업에서 모든 요소를 다 갖추도록 해야한다. 중요한 것은 학생들이 업계 진출 가능성이 얼마나 될 것인지를 봐야한다. 예를 들면, 음반제작 분야이건 실연 분야이건 이와 관련해서 경험을 축적할 수 있는 커리큘럼을 만드는 것이 중요하다. 결국은 실습을 통한 학습이 가능하도록 말이다. 단지, 이론만 배우는 것이 아니라 경험을 통해서 이를 적용할 수 있도록 할 필요가 있을 것이라고 본다.

또 연관 지어서 인턴십 프로그램도 필요하다고 본다. 또 업계에 다가가야 한다. 업계의 종사자들을 우리 프로그램으로 연결해서 학생들과 함께 이야기를 해보도록 할 필요가 있다. 업계 종사자들은 학생들이 찾아와서 이야기하는 것을 좋아하기 때문에 이러한 분들을 찾으셔서 연결하고, 어떤 것을 하고 있는지를 잘 보여주고, 우리가 하는 것은 이러한 프로그램을 만들어서 당신의 업계에 진출할 학생들을 양성하는 것이라는 것을 잘 보여줄 필요가 있다.

그래서 조언을 말씀드리자면 일단, 경험을 축적할 수 있도록 해야 한다. 그리고 업계와 긴밀하게 연결돼야 한다. 물론, 학생들이 커리어를 찾을 수 있는 분야들과 밀접하게 연관이 있어야 한다.

## 2. 미국 실용음악 대학교

(Musicians Institute College of Contemporary Music, MI)

### 1) 학교소개

- 미국 실용음악 대학교<sup>41)</sup>는 1977년 미국 할리우드에 설립된 음악전문 교육 기관으로 음악 및 엔터테인먼트 산업 중심의 학교임. 실무 경력을 쌓을 수 있는 정보, 기술 및 전문지식 위주의 교육을 제공함
- 1994년 일본인 사업가 히사타케 시부야가 학교를 인수 후 현대 음악산업의 흐름을 유지하기 위해 새로운 프로그램을 개발함
  - 이후 2000년 오디오 엔지니어링 및 기타 기술 프로그램을 설립, 2002년에는 뮤직 비즈니스 및 영화 프로그램이 2005년에 개설됨. 최근에는 현대 일렉트로닉 음악 전문 학생을 양성하는 DJ의 기술 교육 과정을 개발하고 있음
- MI에서는 다양한 장르에서 실기 및 공연 위주의 커리큘럼을 제공함. 단기 과정에서부터 학사학위 과정까지 학생들의 레벨에 따라 수업이 이루어지기 때문에 같은 과정을 이수하더라도 졸업까지 소요되는 기간이 다를 수 있음
  - 1년 반 과정의 준학사 과정과 4년 과정 학사과정이 존재하며, 실용음악 퍼포먼스 과정을 위한 드럼, 베이스, 기타, 키보드, 보컬과정이 있음. 학사과정에는 Scoring For Visual Media (영화, 드라마, 광고, 게임 등 영상 음악 작곡), 음악산업 실무에서 활용 할 수 있는 오디오 엔지니어링, 인디 아티스트, 뮤직 비즈니스 등 의 과정도 이수 가능함
- 악기연주 전공 외에 녹음 기술 Recording이나 뮤직 비즈니스 Music Business와 같은 음악산업에 필요한 전공들이 부전공 과정으로 존재함. 이는 연주 전공의 학생들이 음악산업에서 자체적으로 자리 잡을 수 있는 기반을 마련하는 데에 큰 도움이 되고 있음
- 1995년 Music Institute Japan을 일본 내 4개의 지역(도쿄, 오사카, 나고야, 후쿠오카)에 개교함

41) 미국 실용음악 전문대학교 홈페이지(<https://www.mi.edu/>) / 검색일(2020.09.27.)

- 학과와 커리큘럼 및 교재는 할리우드 본교와 거의 비슷하며, 본교로 연수 및 유학을 갈 수 있는 프로그램이 있음. 자매결연을 맺은 학교법인 ESP(Electric Sound Products: 기타 브랜드)와 협업하여 2018년 도쿄도의 정식 인가를 받은 전문학교로 승인됨. 오사카와 후쿠오카 본교는 ESP 엔터테인먼트 전문학교로 개명함

○ MI의 교육과정은 크게 4가지로 나뉘며, 학생 개개인의 레벨과 희망하는 진로에 따른 과정 선택이 가능함. MI의 교육과정은 다음 표와 같음

<표 30> MI 교육과정

구분	내용
음악 아티스트 (Music Artist)	전통음악과 현대음악을 접목한 음악 실기 중심 실용음악 집중 프로그램으로 베이스, DJ, 드럼, 기타, 키보드 등 총 7가지의 전문 프로그램으로 나뉨
제작 (Production)	비주얼 미디어(영화, 애니메이션 및 게임 등)를 위한 음악 사운드 제작 프로그램으로 현대 미디어에 대한 이해와 전통 및 현대 작곡 관련 심층 연구가 포함됨
산업 (Industry)	현대 음악산업의 최신 기술 시설에서의 실무 경험에 관련된 교육 프로그램으로 음악 사업 분야와 기타 공예 분야로 구성됨
청소년 아카데미 (Youth Academy)	MI 학부 커리큘럼을 기반으로 5주간 매주 토요일에 진행되는 청소년 아카데미

○ MI의 교육과정에 따른 전공은 다음 표와 같음

<표 31> MI 교육과정에 따른 전공

구분	전공	내용
음악 아티스트 (Music Artist)	Bass	베이스
	DJ	DJ
	Drum	드럼
	Guitar	기타
	Keyboard	키보드
	Songwriting	작사/작곡
	Vocal	보컬

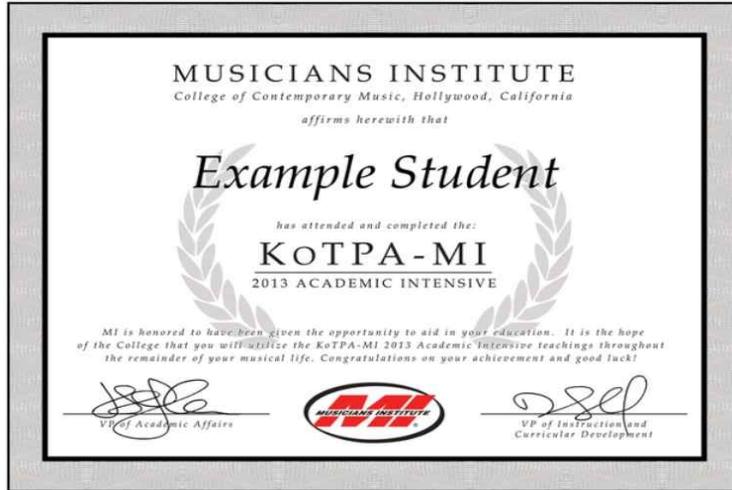
구분	전공	내용
제작 (Production)	Artist Producer Entrepreneur	아티스트 제작 사업가
	Audio Engineering	오디오 엔지니어링
	Electronic Music Production	일렉트로닉 음악 제작
	Independent Artist Program	인디 아티스트 프로그램
	Live Music Event Production	라이브 음악 행사 프로덕션
	Music Composition	작곡
	Studio Recording	스튜디오 녹음 기술
산업 (Industry)	Music Business Professional	뮤직 비즈니스 전문
	Guitar Craft	기타 제작 및 공예

- MI의 특징은 실무에 곧바로 적용 가능한 교육 프로그램과 다양한 학위 및 수료 과정이 있음

<표 32> MI 학위 및 수료 종류

학위 및 수료증명	종별	관련전공
 <b>MM</b> 음악석사 (Master of Music Degrees)	공연음악 석사 (Master of Music in Performance)	전자 베이스
		드럼
		기타
		키보드
		보컬
 <b>BM</b> 음악학사 (Bachelor of Music Degrees)	공연음악 학사 (Bachelor of Music in Performance)	베이스
		드럼
		기타
		키보드
	보컬	
	작사 및 프로덕션 학사 (Bachelor of Music in Songwriting and Production)	작사 및 프로덕션
	작곡 학사 (Bachelor of Music in Composition)	작곡(비주얼 미디어 프로그램을 위한 홍보제작)

학위 및 수료증명	종별	관련전공
 전문학사 (Associate Degrees)	공연음악 예술전문학사 (Associate of Arts in Performance)	베이스
		드럼
		기타
		키보드
		보컬
		오디오 엔지니어링
		DJ 퍼포먼스 및 제작
		인디 아티스트
		기타공예
		음악 행사 프로덕션 뮤직 비즈니스 스튜디오 녹음 기술
뮤직 비즈니스		
스튜디오 녹음 기술		
 수료증 Certificate Program	연주 분야 (Performance)	베이스
		드럼
		기타
		키보드
		보컬
	음악산업 분야 (Entertainment Industry)	오디오 엔지니어링
		예술가 양성
		뮤직 비즈니스
		기타공예
		DJ 퍼포먼스 및 제작
일렉트로닉 음악 제작		



[그림 26] MI 수료증 예시

○ 공간구성

- 라이브 하우스

- 할리우드 중심부에 위치한 하이테크 공연 단지로 417석의 객석과 129명이 수용 가능한 라운지를 보유함
- 방송 송출과 녹화 가능한 HD카메라 4개와 64 채널의 96k ProTools HD 시스템 및 최고급 믹싱이 가능한 레코딩 장비를 갖추고 있음
- 1393.55㎡(15,000ft<sup>2</sup>) 규모의 엔터테인먼트 콤플렉스와 65.03㎡(700ft<sup>2</sup>) 규모의 무대를 자랑함

- MI 콘서트홀

- 474 객석 규모의 아티스트 콘서트와 클리닉, 학생 공연 및 라이브 공연 워크숍(LPW)을 위한 주요 장소
- Digidesign Venue 믹싱 보드를 갖춘 전문적인 비디오 및 오디오 녹음 가능

- 라이브 공연장

- 무대, 조명, 키보드 및 드럼 등 전문가를 위한 라이브 공연 워크숍을 위해 완비된 9개의 공연실습장이 있음
- 워크 스테이션 기반 오디오 랩에는 실무 현장에서 쓰이는 다양한 녹음 소프트웨어 및 아우 보드 장비를 구성
- 강의별 그룹 교육 및 학생들의 개별 프로젝트에 사용 가능

- 학습공간

- 개인 강습 및 실습실

- 녹음 스튜디오
  - 11개의 종류별 전문 녹음 스튜디오 구성
  - 개인 트랙킹 스튜디오: 라이브 드럼 세트를 포함하여 학생들이 직접 라이브 녹음을 할 수 있는 환경을 조성. 녹음 후 작업이 가능한 플러그인, 아우 보드 장비 및 마이크가 포함된 오디오 소프트웨어 실행이 가능한 시스템 구비
- 도서관
  - 악기 연습을 위한 23개 스테이션
  - 컴퓨터 장비를 갖춘 45개의 연습용 단말기
  - 기타, 베이스 등 녹음 및 실습을 위한 대여 가능한 장비 구비

## 2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정

- MI의 뮤직 비즈니스학과가 진행하는 과목은 다음과 같으며, 전문학사 졸업증명서를 받기 위해서는 교양과목 6학점을 포함, 총 90학점이 필요함

<표 33> MI 뮤직 비즈니스 학과 과목

구분	과목명	내용
전공필수 (Major Area)	Music Industry History	음악산업의 효과
	Music Business Law & Contracts	음악 사업법과 계약
	Music Publishing & Licensing (Music Industry)	음악 출판 및 저작권 (음악산업)
	Computer Tech Music Business Apps	컴퓨터 기술 음악비즈니스 앱
	Music Business Accounting & Finance	뮤직 비즈니스 회계 및 재무
	Personal MGMT & the Artist's Team	개인 마케팅과 아티스트 팀
	Artist Development : Skills for the Creative Environment	아티스트 개발 : 창의적인 환경을 위한 기술
	Music Business MKTG & Social Media	뮤직 비즈니스 마케팅과 소셜미디어
	Music Industry Internship	음악산업 인턴십
	Personal Entrepreneurship	사기업가 정신
	Publishing/A&R Practicum	출판과 A&R※ 실습
Booking & MGMT Practicum	예매와 마케팅 실습	

구분	과목명	내용
전공심화 (Professional Development)	Management & Business Skills	경영과 비즈니스 기술
	Visual Media	비주얼 미디어
전공선택 (Supportive Music)	Musicianship for Business Professionals	비즈니스 전문가를 위한 음악가 정신
	Song Structure & Content	노래 구조 및 내용
	Songs, Recording & Production : A&R Analysis	노래, 녹음 및 제작: A&R 분석
	Production Music For Visual Media Critical Listening	비주얼 미디어의 비판적 청음을 위한 프로덕션 음악

※ A&R: Art and Repertoire은 레코드 회사의 직무 중 하나로 아티스트의 발굴, 계약 육성 및 아티스트에 맞는 악곡의 발굴, 계약, 제작 등을 담당함. 위의 직무뿐만 아니라 기획, 제작, 홍보에 이르기까지 폭넓은 책임자로 종사하는 것을 뜻함

○ MI 뮤직 비즈니스학과 교수진의 출신배경을 종합하면 다음 표와 같음

<표 34> MI 뮤직 비즈니스학 교수진 출신배경

연주자	비연주자
투어링 아티스트, 작곡가, 밴드, 솔로아티스트	마케팅 디렉터, 디지털 저작권 관리, 음반 계약, 음악 감독, 방송국, 라디오 방송국 VJ, 사진작가, 변호사, 작가, 프로듀서, 경영대학원, 프로모션 코디네이터

○ 음악산업에서 일을 하고 있는 사람에게 필요한 수업을 제공하며, 마케팅, 프로모션, 음악제작, 계약 그리고 예술가 매니지먼트를 내부자의 시선에서 바라볼 수 있는 스킬을 가르쳐 줌. 실제적인 경험을 통해 필드에서 어떻게 활동해야 하는지를 배울 수 있음

- 음악산업계에서 가장 활발하게 활동 중인 예술가, 기획자, 그리고 매니지먼트 전문가들의 수업을 들을 수 있음
- 레코딩 컴퍼니에 가서 녹음의 a부터 z까지 배울 수 있는 올인원(all-in-one) 시스템을 구축하여 예술가의 음악을 시장에 출판하는 것까지 배울 수 있음
- 새로운 음악시장환경의 변화를 느낄 수 있도록 다양한 모델들을 제시해 줌으로써, 예술가 스스로가 사업가가 될 수 있도록 도움을 제공함
- 음악시장에서의 성공은 네트워크에 기반함. 따라서 MI를 통해 음악산업 분야에서 활동하는 많은 예술가와의 네트워킹을 통하여 빠르게 음악산업계 중심으로 들어갈 수 있음

### 3. 미국 뉴욕대학교(New York University)



[그림 27] 뉴욕대학교 스테인하트 캠퍼스 전경

#### 1) 학교소개

- 미국 맨해튼에 위치한 뉴욕대학교<sup>42)</sup>는 1831년에 설립되었으며 뮤직 비즈니스 학사(Bachelor of Music, Music Business) 및 석사과정(Master of Art, Music Business)이 있음. 세계 뮤직 비즈니스 수도의 업계 리더들과 협력하고 음악과 인문학 중심의 커리큘럼이 진행됨. 뉴욕대학교의 스텐 경영대학 NYU Stern School of Business에서 과정을 수강하고 음악 출판사, 공연장, 음악 방송 조직 등에서 실무 경험을 쌓을 수 있는 인턴십 프로그램이 있음
- 뉴욕대학교의 뮤직 비즈니스학과는 뉴욕 소호, 이스트빌리지에 위치한 NYU Steinhardt(뉴욕대학교 스테인하트) 캠퍼스에 소속되어 있음. 학사는 4년제, 석사는 2년제로 운영되고 있음

42) 미국 뉴욕대학교 스테인하트 음악대학 홈페이지(<https://steinhardt.nyu.edu/>) / 검색일(2020.10.08.)

## 2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정

- 뮤직 비즈니스 학과의 학사 및 석사과정의 전반적인 개요는 다음과 같음

<표 35> 뉴욕대학교 뮤직 비즈니스 학과 학사 및 석사과정 개요

구분	뮤직 비즈니스학 음악학사 (Bachelor of Music in Music Business)		뮤직 비즈니스학 예술석사 (Master of Arts in Music Business)
체제	전일 출석		전일 혹은 반일 출석
필요 이수학점	128 학점		42-45학점
학기시작	가을 전기		가을 전기
원서지원	수시지원 1	11월 1일	11월 6일 (수시지원 없음)
	수시지원 2	1월 1일	
	정시지원	1월 5일	

- 뮤직 비즈니스 학과를 가르치는 전반적인 교수진의 출신배경은 다음과 같음

<표 36> 뉴욕대학교 뮤직 비즈니스 학과 교수진 출신배경

구분	교수진
부교수	음악기술, 사업가, 방송 기업가, 글로벌 음악 경영, 사업 전략 컨설턴트, 방송인, 공중보건, 공연 큐레이터, 작곡가, 프로듀서, 정치, 경제, 저작권, 심리학
조교수	변호사, 컨설턴트, 프로듀서, 매니저, 작곡가, 독립레이블 기업가, 큐레이터
겸임교수	콘서트 마케팅, 브랜드 설립자, 음반 프로듀서, 미디어 및 엔터테인먼트, 금융서비스, 예술컨설턴트, 출판, 아티스트 개발, 음반사 경영

- 뮤직 비즈니스 학과 학사과정에서는 음악 출판, 콘서트 관리, 기업가 정신 및 국제 뮤직 비즈니스 시장 강의를 포함하여 다음과 같은 수업이 있음
  - 현대 세계 문화의 음악 이론, 청각 이해, 음악 역사, 키보드 기술 및 음악 수업
  - 작문, 예술 및 인문학, 거시 및 미시 경제학, 수학의 인문학 핵심 수업
  - 뉴욕대학교 스텐 경영대학(NYU Stern School of Business)의 과정 (마케팅, 재무 회계, 관리 및 조직 분석, 엔터테인먼트 산업 분석, 미디어 기획, 엔터테인먼트 법률 및 재무 포함)

- 의사소통 중심의 분위기, 지역 참여 및 연구 요구 사항 완료를 통해 개인의 선택과 경력 개발을 촉진함. 학생들은 콘서트 프로그램 게시판, 라디오 방송국 WNYU 및 뮤직 비즈니스 협회 활동에 참여하도록 권장됨

○ 뮤직 비즈니스 학사과정의 분야별 과목은 다음과 같음

<표 37> 뉴욕대학교 뮤직 비즈니스 학사과정 과목

구분	분야	과목명
인문학 (대학 공통 필수)	해설문학 (Expository Writing)	Wiring the Essay
		Advanced College Essay
	현대문화 기초 (Foundation of Contemporary Culture)	Text and Idea
		Culture and Contexts
	과학탐구 기초 (Foundation of Scientific Inquiry)	Algebra and Calculus
	기타 인문학 (Other Liberal Arts Requirements)	Introduction to Macroeconomics(거시경제학 개론)
		Introduction to Microeconomics(미시경제학 개론)
		Performing in Western Civilization
	전공 필수	음악 실기 필수과목 (Required Music Courses)
Music Theory I, II, III		
Jazz Theory & Ear Training I (OR) Music Theory IV		
Keyboard Skills I, II		
Collegium & Program Seminar		
Music History II: Baroque & Classical		
Music History III: 19th Century		
Music in Contemporary World Cultures		
뮤직 비즈니스 전문과목 (Music Business Specialization)		Business Structure of the Music Industry
		Concert Management
		Music Publishing
		Music in the Media Business
		International Music Business Marketplace

구분	분야	과목명
		Village Records: Practicum in the Recorded Music Industry
		Entrepreneurship(기업가 정신) for the Music Industry
	비즈니스 핵심 연구 (Core Business Studies)	Principles of Financial Accounting
		Statistics for Business Control
		Management & Organizational Analysis
		Introduction to Marketing
	전공선택	Managing Creative Content Development
		Entertainment Finance
		Technology's Impact on Entertainment and Media
		Entertainment & Media Industries
Globalization of the Entertainment Industry		
Digital Business Strategies		
Entertainment Law		
응용 연구 (Application Studies)	Music Business Internship※신입생 제외	
고급 뮤직 비즈니스과 전공 선택과목 (Advanced Music Business Electives)	Strategic Music and Branding	
	Internet, Interactive and Mobile Music	
	Cases in Music Copyright Law	
	Production and A&R	
	Global Music Trends Analysis	

- 뉴욕대학교의 뮤직 비즈니스 학사과정의 과목을 살펴보면 일반 음악대학의 통상적인 과정과는 달리 경영 및 마케팅과 같이 음악산업의 요건들과 인문학 중심의 과목들로 형성되어 있음. 이는 해당 학사과정의 커리큘럼은 뮤직 비즈니스를 구성하는 개념을 이해하는 것에 목적이 있다는 것을 알 수 있음

- 위의 과목 외에 뮤직 비즈니스 학과 학사과정을 졸업하기 위해서는 뉴욕시의 독립 및 주요 음반사, 출판사, 아티스트 기획사, 음악 TV, 음악 잡지, 콘서트 기획사 및 공연장과 같은 장소에서 300여 시간의 인턴십 기간을 충족시켜야 함. 여기서 졸업생의 약 40%는 인턴십 기간의 경험과 네트워크를 기반으로 일자리를 제공 받음
- 뉴욕대학교의 뮤직 비즈니스학 석사과정은 미학적 및 예술적 차원에서 발생하는 문제점에 경영 및 행정이론을 적용하는 방법에 대한 과정으로 뮤직 비즈니스 분야에 집중된 수업을 전개하고 있음. 뮤직 비즈니스의 구조와 그 정의, 그리고 비평에 대한 본질을 우선 파악한 후 조직의 목표를 설정하고, 목표를 위한 전략 결정을 내리는 방법, 그리고 산업을 발전시키기 위한 변화와 혁신 방안을 배우는 것에 목적이 있음
- 뮤직 비즈니스학 석사과정에서는 다음과 같은 5가지 핵심역량에 주목한 과정을 제공하고 있음
  - 음악 상품 및 서비스에 대한 재무와 시장 개발(전략적 분석 및 기획 포함)
  - 뮤직 비즈니스의 법적, 기술 및 경쟁 조건
  - 뮤직 비즈니스의 복잡한 조직 환경에서의 리더십
  - 예술의 국제적 환경과 글로벌 경제의 영향력
  - 연구 방법론의 현장 적용성
- 뮤직 비즈니스학 석사과정은 총 2가지의 세부 전공으로 나뉨: 뮤직 비즈니스과 예술석사(M.A. in Music Business), 뮤직 비즈니스과 음악기술 분야 예술석사(M.A. in Music Business: Concentration in Music Technology)
- 뮤직 비즈니스과 예술석사(M.A. in Music Business)의 이수 학점은 총 42점으로 과목은 다음과 같음

<표 38> 뉴욕대학교 뮤직 비즈니스 석사과정 과목

구분	과목명
전공필수	MUBG Professional Development Sequence
	Principles & Practice in the Music Industry
	The Law and the Music Industry
	Environment of the Music Industry

구분	과목명
	Emerging Models & Markets for Music*
	Data Analysis in the Music Industry
	Music Publishing: Background and Practice
	Internship (1 point per semester, Spring, Fall, Spring)
	Colloquy: Issues in Music Management
전공선택	Concert Management
	Graduate Seminar in A&R
	Promotions & Publicity in the Music Industry
	Strategic Marketing in the Music Industry
	Global Music Management (NYU - London)*
NYU 스톤 경영대학 연계 필수과목	Leadership in Organizations
	Financial Accounting and Reporting
	EMT (Entertainment, Media, Technology) Elective(s) 3 points total

- 위 과목을 진행하기 앞서 개인별 학사과정 중 통계학 관련 과목을 수료한 이력이 있거나, 위의 과목 이수 중 통계학 관련 과목을 들어야 하는 조건이 있음(후자의 경우 45학점으로 졸업)
- 또한 위의 과목 이수 중 인턴십 프로그램 및 시간강사 병행을 통해 조기졸업이 가능함
- 뉴욕대학교의 뮤직 비즈니스학과는 위의 과정 외에도 University Program Board, 라디오 방송국 WNYU 및 Music Business Student Ambassador Board와 같은 과외 활동에 참여할 수 있음
- 뮤직 비즈니스과 음악기술 분야 예술석사(M.A. in Music Business: Concentration in Music Technology)는 음악 기술에 대한 지식배경을 가진 학생을 대상으로 진행되는 과정임. 뮤직 비즈니스와 소비자 기술, 게임 및 기타 인터랙티브 어플리케이션 프로그램 개발을 위한 오디오, 디지털 음악 공간의 사운드 디자인 등 음악의 세대 변화와 혁신을 위한 새로운 플랫폼 개발에 주된 목적이 있음

- 또한 뮤직 비즈니스과 음악기술 분야 예술석사(M.A. in Music Business: Concentration in Music Technology) 학위 이수를 위해서는 최소 42학점을 이수해야하며 졸업을 위한 과목은 다음과 같음

<표 39> 뉴욕대학교 뮤직 비즈니스 음악기술 분야 석사과정 과목

구분	과목명
전공필수	뮤직 비즈니스 석사과정(M.A. in Music Business) 전공필수 과목과 동일
음악기술 분야 세부전공 필수	Graduate Fundamentals in Music Technology (pending placement exam)
	Graduate Seminar in Music Technology
전공선택	NYU 음악기술학과 과목 2가지 선택
NYU 스텐 경영대학 연계 필수과목	뮤직 비즈니스 석사과정(M.A. in Music Business) 전공필수 과목과 동일

- 위 과목 이수 후 뮤직 비즈니스 음악기술 분야 석사 졸업생은 최종 MA(석사학위) 프로젝트를 통해 다음과 같은 성과를 가질 수 있음
  - 모바일 앱 개발
  - 개인 소유 스타트업
  - 정부 기관에 비즈니스 및 기술 정책 및 전략 제안
  - 해외 음악 트렌드를 홍보활동을 위한 기술 사용 방안
  - 녹음된 음악 샘플을 활용한 스타트업 대상 새로운 IP(지적 재산) 자산 구축
- 뉴욕대학교 뮤직 비즈니스 학과의 차별점: Village Record
  - 1995년에 설립된 뉴욕대학교의 Village Records는 뮤직 비즈니스 전공자들이 운영하는 조직이자 학부 뮤직 비즈니스 프로그램의 필수 과정 중 하나임. 뮤직 비즈니스 교수진과 협력하여 학생들은 라이브 공연, 사운드 녹음, 크리에이티브 디자인, 제품 관리, 마케팅, 홍보 및 프로모션, 브랜딩 및 포커스, 아티스트 관리 등 음악을 활용한 비즈니스 전반에 대한 실무 실습 과정이라고 할 수 있음
- 실무 인턴십 연계 프로그램
  - 뮤직 비즈니스 학과의 학생들은 졸업하기 전 인턴십을 완료해야 함. 대학원(MA) 학생들은 두 번째 학기에 인턴을 시작하고 자격을 갖춘 학부(BM) 학생들은 빠르면 2학년부턴 인턴십 프로그램 이수가 가능함. 인턴십 기간 동안 뮤직 비즈니스 학과 출신의 졸업생으로 구성된 ‘동문 멘토링 프로그램’이 제공됨

#### 4. 영국 웨스트민스터 대학교(University of Westminster)



[그림 28] 웨스트민스터 대학교 전경

##### 1) 학교소개

- 영국 웨스트민스터 대학교<sup>43)</sup>는 1838년에 설립된 학교로, 172년 이상의 역사를 자랑하며 세계 150여 개국 5,000명 이상의 학생들이 공부하는 국제적인 학교임
- 클래식 음악과 재즈 등 실연자 중심의 일반 종합 음악대학과는 달리 웨스트민스터 대학교는 학부 과정부터 미디어 분야의 실용음악 및 현대 음악 산업으로의 진출을 위한 교육 커리큘럼을 구성하고 있음
  - 웨스트민스터 대학교의 실용음악과는 학사와 석사과정 모두 비즈니스에 가까운 교육과정으로 구성되어 있음. 경영학으로 유명세를 가지고 있는 학교이기 때문에 비즈니스 관련 수업 구성이 잘 되어 있으며, 레코딩 엔지니어링 등을 다루는 오디오 프로덕션 과정에서도 좋은 평가를 받고 있음
- 웨스트민스터 대학의 학위과정에 따른 음악산업 관련 학과전공은 다음과 같음

43) 웨스트민스터 대학 홈페이지(<https://www.westminster.ac.uk/>)/ 검색일(2020.10.08.)

<표 40> 웨스트민스터 대학교 학위과정에 따른 전공

구분	전공	내용
학사	상업음악 (Commercial Music)	음악 프로젝트 및 연구를 통해 뮤직 비즈니스, 프로덕션, 마케팅 등의 배경 지식을 쌓아 음악산업 전문가로 준비하는 과정
	상업음악실연 (Commercial Music Performance)	월드 뮤직, 일렉트로닉 뮤직 등 광범위한 분야에서 개인 또는 그룹 퍼포먼스 스킬을 기르고, 작곡 및 음향 기술을 배우는 과정
석사	뮤직 비즈니스 경영 (Music Business Management)	음악산업 실무자를 위한 심화 과정으로 저작권, 산업 구조 및 기업가 정신, A&R 등 음악산업 리더 양성을 위한 과정
	오디오 프로덕션 (Audio Production)	오디오와 관련된 뮤직 프로덕션, 사운드 디자인, 라디오, 텔레비전, 영화 등 멀티미디어 분야 기술의 전문적인 이해를 위한 과정

## 2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정

- 뮤직 비즈니스 경영학과는 런던 전체에 분포되어 있는 웨스트민스터 대학교의 4개 캠퍼스 중 런던 중심부에 위치한 해로우(Harrow) 캠퍼스에 위치함
- 웨스트민스터 대학의 뮤직 비즈니스 학과는 총 3명의 음악산업 실무 출신 교수진으로 구성되어 있으며 개인별 연구팀을 꾸려 위의 과목을 기반으로 한 리서치를 진행하고 있음

<표 41> 웨스트민스터 대학교 뮤직 비즈니스 학과 교수별 출신배경

구분	교수명	내용
정교수 (Principal Lecturer)	샬리 앤 그로스 (Sally-Anne Gross)	30년의 아티스트 매니저, 음반사 디렉터 및 국제 비즈니스 컨설턴트 경력이 있음 뮤직 비즈니스 경영 석사과정에서 지적재산 및 저작권 관리, 아티스트 및 레퍼토리외 음악개발 분야를 가르치고 있음
부교수 (Senior Lecturer)	그라함 볼 (Graham Ball)	런던 사회과학 특화 공립 대학인 런던 정치경제대학교에서 경제학을 전공함 Virgin Records, 소니 뮤직에서 유명 아티스트의 해외 출시를 위한 스페셜 프로젝트 책임을 겸임한 컨설턴트의 경력을 가지고 있음
부교수 (Senior Lecturer)	조지 머스그레이브 (George Musgrave)	케임브리지 대학에서 사회정치학을 전공하고 이스트 앵글리아 대학에서 정치, 철학 및 경제학 석사를 전공함 이후 문화 시장에서의 경쟁력 개념을 연구하여 예술가와 경쟁의 관계성을 질적으로 연구하며 박사학위를 수여받음 또한 아티스트로서 음반 제작에 직접 참여함

- 뮤직 비즈니스 경영학과는 대학원 석사과정으로 개설되어 음악산업 리더 및 조직과 협력 커리큘럼을 개발함. 핵심 비즈니스 기술(기업가 정신, 리더십, 조직 관리 및 마케팅)을 중심으로 필수 음악산업 관리 지식(전략적 혁신 기술, 지적 재산권 및 저작권)과 오늘날 업계와 관련된 학문적 개념 및 이론이 결합된 연구가 진행됨
  - 교육 커리큘럼으로는 공식 강의, 업계 초청 연사 및 세미나 실습이 포함된 세션으로 구성되어 있음
  - 웨스트민스터 대학의 과목 단위는 모듈(Module)<sup>44</sup>로 표현됨. 뮤직 비즈니스 학과에는 총 7개의 핵심 모듈로 구성된 커리큘럼이 진행되며 각 모듈에는 최소 2개의 프로젝트가 주어짐. 해당 학과 졸업을 위한 최종 프로젝트는 이 중 3개의 모듈을 선택하여 최소 12,000자의 프로젝트 보고서를 제출해야함
- 대중음악산업에 집중된 커리큘럼이 특징이며, 매 수업마다 다른 분야의 실무자 특강을 통해 다양한 관점에서 영국 음악산업의 생생한 현장을 들을 수 있는 것이 큰 장점임
- 웨스트민스터 대학의 뮤직 비즈니스 경영학과에서 진행하는 과목은 다음과 같음

<표 42> 웨스트민스터 대학교 뮤직 비즈니스 학과 주요 과목

구분	과목명	내용
공통필수과목 (Core Status)	아티스트 및 음악 역량 개발 (Artist and Repertoire Music Development)	음악산업에서 인재발굴 과정이라 불리는 A&R의 실행 방안 개발과정
	창조 산업을 위한 기업가 정신 및 재정학 (Entrepreneurship and Finance for Creative Industries)	창조산업 범위에서의 비즈니스 구조 및 금융평가와 관련된 과목으로 미디어 경제, 재무관리, 기업가 정신 등 재무를 분석하고 회계에 대한 통찰력을 제공하기 위한 과정
	지적 재산권(IP) 및 저작권 권리 (Intellectual Property and Copyright Management)	현대 음악시장에서 IP와 저작권의 역할을 비판적으로 검토하고 음악이 소비되는 방식이 변화됨에 따라 적용될 수 있는 저작권법의 다양한 조건을 알아가는 과정

44) 모듈(Module): 유럽 교육 과정의 교과목 단위 중 하나

구분	과목명	내용
	라이브 음악산업 (The Live Music Industry)	라이브 음악산업을 구성하는 주요 이해관계자 간의 구조를 맥락화하고 음악산업 발전 및 시장 확장 방안을 위한 개요를 배우는 과정
	뮤직 비즈니스 경영 프로젝트 (Music Business Management Project)	이전 과정에서 배운 경험을 바탕으로 설계한 연구를 음악산업 현장에서 실험할 수 있는 실무 기반 연구과정
	음악산업의 구조 및 역할 그리고 개발 (Music Industry Structure, Roles and Development)	음악산업을 구성하는 조직에 대한 개념을 이해하고 노동관계의 시스템을 파악하는 과정
	음악 마케팅 경영 (Music Marketing Management)	음악 마케팅에 활용되는 소셜 미디어와 빅 데이터의 영향력을 평가하고 문제점을 파악하여 다양한 관점에서의 해결방안을 탐구하는 과정. 마케팅과 커뮤니케이션의 개념, 언어와 기본 틀을 제공받아 실습하는 기회도 주어짐

- 웨스트민스터 대학교 뮤직 비즈니스학 석사과정에는 졸업 후 현장 실무에 바로 투입 될 수 있는 능력 개발을 위한 과정이 포함되어 있으며, 학교 내 경력 컨설턴트를 통해 개개인의 전공에 관련된 직업을 찾을 수 있음
- 웨스트민스터 대학교에서 자체적으로 보유한 전 세계 3,000명 이상의 업계 네트워크를 통해 졸업생과 재학생 간의 지속적인 커뮤니티 형성을 권장하고 있음
  - 졸업생과 학교 네트워크에 연결되어있는 다양한 산업에서 전문가를 초청하여 매주 특강을 진행하고 학생들과의 교류를 지원하고 있음
  - 또한 졸업 후에도 웨스트민스터 대학교의 취업 관련 서비스(취업박람회, 네트워킹 이벤트, 인터뷰 기술 개발 등)를 이용할 수 있음

## 5. 영국 리버풀 공연예술 대학교 (Liverpool Institute for Performing Arts)



[그림 29] 리버풀 공연예술 대학교 정문

### 1) 학교소개

- 리버풀 공연예술 대학교<sup>45)</sup>는 1996년 비틀즈의 폴 매카트니가 설립한 학교로 실기 중심의 커리큘럼으로 유명함. 유럽 내에서는 인지도가 매우 높으며 졸업생의 약 90%가 공연예술 분야에서 활동하고 있을 정도로 영국 공연예술계에서 폭넓은 네트워크를 자랑하고 있음
  - 폴 매카트니 본인의 모교인 리버풀 남자고등학교(Liverpool Institute High School for Boys)가 폐쇄되었다는 소식을 듣고, 건물을 인수하여 음반 프로듀서인 조지 마틴과 함께 공연예술 전문학교를 설립함
- 연기, 무용, 대중음악, 음악 기술 분야를 중심으로 공연 예술 전반의 교육 과정을 제공하며 영국 내 상위 10개 전문 기관의 하나로 상위권에 위치함
- 2006년에 영국 최고 정부로부터 고등 교육 기관(HED)으로 지정 되었으며, 공연예술 고등 교육 기관으로는 영국 내에서 가장 많은 유학생을 보유함
  - 2003년에는 4세부터 19세 청소년 대상 공연예술 프로그램 LIPA4-19을 개설하고, 2014년에는 부속 초등학교 및 2016년 식스폼 칼리지(Sixth-

45) 영국 리버풀 공연예술대학 홈페이지(<https://www.lipa.ac.uk/>)/검색일(2020.10.14.)

form Collage)<sup>46)</sup>를 설립해 운영하고 있음

○ 공간구성

- 폴 매카트니 강당

- 전통적인 프로시니엄 아치 극장으로 400명 이상 관객 수용이 가능하며 매년 공개 공연을 개최함. 뮤직 비즈니스 학과 학생들은 공연 기획을 직접 실험 할 수 있는 기회가 주어짐

- 교육 공간

- 최대 120명 수용 가능한 존 레논 강연장. 강의, 주로 마스터클래스 및 세미나에 활용됨
- 대부분의 학습은 첨단 프레젠테이션 장비를 갖춘 세미나실에서 진행됨

- 녹음 스튜디오

- 2020년 완공된 젠하이저 TV 스튜디오는 실제 방송국 사양이 그대로 반영된 스튜디오로 모션 캡처 및 편집, 사운드 믹싱 및 그레이딩 제품군으로 구성되어 있음



[그림 30] 리버풀 공연예술 대학교 젠하이저 TV 스튜디오

- 아트 스쿨 스튜디오 극장

- 최대 120명을 수용할 수 있는 극장으로, 창작자와 공연자에게 작품 제작을 위한 실험 공간임. 전시, 리허설 및 교육 공간으로도 활용됨

- 기술 장비 대여 센터

- 악기, 드럼 키트, 마이크를 포함 다양한 녹음 및 재생 장비와 타악기들을 무료로 대여할 수 있는 센터가 있음

46) 식스폼 칼리지(Sixth-form Collage): 영국 교육기관 유형의 하나로 영국의 중등과정을 이수한 학생들이 다니는 고등 교육 기관에 속함. 우리나라의 자율형 사립고, 특수목적 고등학교 학교와 비슷함

## 2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정

- 음악, 엔터테인먼트, 극장 및 이벤트 경영이라는 명칭의 뮤직 비즈니스 관련 학사과정이 있음. 총 3년 과정으로 예술학사(Bachelor of Arts) 학위를 수여받을 수 있음
  - 첫 해에는 비즈니스, 경영, 마케팅에 대한 이론적 이해와 음악산업에 적용되는 방법을 개발하는 과정이 진행됨. 이후 2년 차에는 자신의 개인적 경력과 목표를 반영하는 작업을 수행하며 전문화 과정이 시작됨. 중요한 상업 이벤트 및 제품 생산에 대한 개념을 수립함. 이후 졸업 학년에는 관련 업계 인턴십 기회를 통한 실무 경험을 쌓고 자신만의 포트폴리오를 제작할 수 있음
- 리버풀 공연예술 대학교 뮤직 비즈니스 학과 교수의 직급별 출신배경은 다음 표와 같음

<표 43> 리버풀 공연예술 대학교 뮤직 비즈니스 학과 교수 직급별 출신배경

구분	직급 설명	출신배경
강사 (Lecturers)	학교 소속 조교수	A&R 관리자, 고등 교육 아카데미 연구원, 코디네이터, 공연장 조직 관리자, 작가, 비즈니스 개발 관리자, 음반 회사 경영자, 자선 단체 이사회
방문 전문가 (Visiting Professionals)	학기 또는 일년단위로 계약을 맺고 과목을 맡는 초빙교수	지적 재산권 변호사, 연극 회사 창립자, 국립공연단 행정직, 프리랜서 제작자, 극장 재정 관리자, 마케팅 커뮤니케이터, 음악 서비스 디렉터, 레코드 레이블 관리자
마스터 클래스 (Masterclasses)	음악 비즈니스 실무 프로세스 이해 전문 워크숍 진행을 위한 특별 강사	영화 및 TV 제작자, 음악 변호사, 작가, 영국 예술위원회 최고 경영자, CEO, 국립 극장 전임이사, 극장 프로듀서

- 학년별 진행되는 과목은 다음 표와 같음

<표 44> 리버풀 공연예술대학교 음악, 엔터테인먼트, 극장 및 이벤트 경영학과 학년별 과목

학년	과목명	내용
1학년	Context 1	음악산업의 전반적인 현황을 살펴보고 맥락적인 이해를 하기 위한 과정으로 연구 및 작문 기술을 개발하기 위한 과목

학년	과목명	내용
	Entertainment Law	계약법, 저작권 및 지적 재산과 같은 음악산업과 관련된 다양한 법적 개념에 대한 지식적 접근을 위한 과목
	Introduction to Professional Practice	공연예술산업에서 전문적인 역할을 수행하는 데 필요한 기술을 개발하는 과정으로 기업활동 및 공동프로젝트 중심의 과목
	Managing Organisations	경영 이론과 조직 행동에 대한 다양한 관점을 기반으로 조직 설계의 핵심 요소와 리더십에 대한 원칙을 배우는 과정
	Marketing	마케팅의 구성요소 및 시장 세분화, 타겟팅 및 포지셔닝에 대한 이해를 발전시키기 위한 과정
	The Professional 1	소규모 팀 프로젝트 중심 과목으로 협력의 중요성과 협상 및 설득을 통한 대인 관계 기술 개발의 과정
	Raising Funds and Managing Finance	음악산업 내에서 창의적인 프로젝트를 재정적으로 지원하고 리소스를 제공하는 기술과 지식을 개발하는 과정
2학년	Context 2 (Cultural Policy)	Context 1의 내용을 바탕으로 창조산업의 이해를 높이기 위한 문화관련 정책을 분석하고 개발하는 방법을 배우는 과정
	Enterprise and Business Planning	1학년의 과정을 기반으로 개인 사업을 위한 기술을 실행하는 과정으로 재무예측, 자금 조달 계획, 법적 요인 분석 등 구체적인 개인의 사업 계획을 구축하는 과정
	Live Performance and Event Management	장소, 투어링, 이벤트 및 축제와 관련하여 효과적인 운영 계획을 만들고 라이선스와 같은 법적 문제, HR 요구사항 등 다양한 고려사항을 경험하는 과정
	Music, Entertainment, Theatre and Events Management in the Contemporary World	음악산업 경영의 현대적 발전을 조사하는 과정으로 소비자 행동의 변화, 디지털화 및 문화적 발전이 공연 예술계에 미치는 영향을 탐구하는 과목
	Practical Management Project	실제 프로젝트에 합류하여 제작과 운영을 경험할 수 있는 과정으로 스페인 음악산업과 연계하여 스페인 투어에 참여할 수 있는 기회를 갖음
	The Producers	제작 기획 관련 법률 및 재정과 관련된 지식을 기반으로 인력 개발을 중심으로 진행되는 과정
	The Professional 2	취업시 고용사의 요구사항을 파악하고 다양한 관점에서 고용 프로세스를 이해, 희망하는 업계로의 지원서를 준비 할 수 있는 전문기술을 습득할 수 있는 과정
3학년	Practical Management Placement (The Arts Manager)	개인이 희망하는 업계의 경험을 쌓을 수 있는 과정. 음악, 엔터테인먼트, 연극 등 분야에 배치되어 3개월간 실무 경험을 할 수 있음

학년	과목명	내용
	The Literature Review	개인연구에 몰입할 수 있는 과정으로 문헌조사부터 시작하여 연구를 위한 전반적인 프레임워크 및 근거와 정당성을 제공하는 과정
	Management Research Paper	위 Literature Review과정에서 도출된 연구 주제를 기반으로 연구 수행을 위한 과정으로 개인의 지도교수와 질적 및 정량적 연구방법론을 토대로 논문 작성을 하는 과정
	The Professional 3	지난 3년의 과정을 종합하여 전문 포트폴리오 제작을 위한 과정
	Contemporary Issues in Management	개인이 현대의 경영에 대한 특정 주제를 선택하여 연구하고, 그 결과를 발표하는 학회 과정

## 6. 독일 바덴 뷔르템베르크 대중음악 아카데미 (Popakademie Baden-Württemberg)



[그림 31] 바덴 뷔르템베르크 대중음악 아카데미

### 1) 학교소개

- 독일 남서부에 위치한 바덴 뷔르템베르크(Baden-Württemberg) 지역에 위치한 바덴 뷔르템베르크 대중음악 아카데미<sup>47)</sup>는 대중음악과 창작산업 중심의 공립대학교로 학생 개개인의 맞춤형 교육을 제공하는 것으로 유명함
- 2003년 독일 만하임에 설립되어 음악 비즈니스와 대중음악 디자인 학사 과정을 시작으로 사내 아티스트 에이전시 및 디지털 음악산업 연구소 설립을 통해 만하임의 유네스코 음악창의도시 가입에 크게 기여함
- 본 아카데미는 감독위원회, 이사회, 그리고 자문위원회 체제로 운영되고 있음. 또한 대중음악 역량센터로서 지역사회 발전 및 다양한 미디어 분야 사업 개발 관련 프로젝트에 관여함

47) <https://www.popakademie.de/en/>

- 바덴 뷔르템베르크 대중음악 아카데미(Popakademie Baden-Württemberg)는 독일 및 그 외 지역의 음악 및 창조산업에서 창의적이고 경제적인 결과물을 위한 시너지를 발현하는 것에 주 목적이 있음. 또한 비즈니스, 정치 및 사회에 대중음악 문화의 관련 측면을 결합한 모델을 개발하여 활기찬 문화현장과 다양한 창조 산업을 뒷받침하고, 스타트업 허브(C-hub) 및 만하임 뮤직파크(Musikpark Mannheim)과 같은 인프라를 학생들이 활용할 수 있도록 지원함
- 민간 비영리 사업체의 개념으로 학생들의 연구 및 모델 개발을 실무적으로 실험할 수 있는 기회를 제공함. 특히 지역개발 사업의 일환인 만하임 음악도시 개발 사업 프로젝트에 많은 참여를 하고 있음
  - 뮤지션의 경우: 학교 법인의 음악 아티스트 에이전시를 통한 프로젝트 참여가 가능
  - 기획, 프로듀서의 경우: 학교 내 역량개발센터인 스믹스 랩(Smix. Lab)을 통한 프로젝트 참여 기회 제공



[그림 32] 퓨처 뮤직 캠프(Future Music Camp) 컨퍼런스

#### ○ 스믹스 랩(Smix. Lab)

- 뮤직 비즈니스 역량개발센터로 설립된 스믹스 랩은 디지털 지식 전달과 음악 마케팅의 현대적인 가능성에 대한 연구를 추진하여 아카데미 내 미래지향적인 커리큘럼을 개발함
- 아카데미 내 산학협력단 형태로 관리되는 연구사업체로 아카데미의 교육과정 개발, 연구 프로젝트 추진 및 타학교 연대 연례 컨퍼런스인 퓨처 뮤직 캠프(Future Music Camp)를 직접 운영하고 있음

- 또한 프로젝트 워크숍 프로그램을 개설하여 재학생 별 학기당 하나의 실무 프로젝트 및 연구 프로젝트를 수행하고 구현할 수 있도록 지원함
- 퓨처 뮤직 캠프(Future Music Camp): 컨퍼런스의 형태로 진행되는 학교 고유의 행사로 2009년에 처음 개최하여 아카데미 재학생 및 졸업생, 타 대학 관계자, 뮤지션, 전문가들의 참여 하에 서로의 생각과 견해를 교류하는 자리가 마련됨. 퓨처 뮤직 캠프는 다음과 같은 두 가지의 목표를 가지고 있음:
  - 음악 및 창작 산업의 현재와 미래에 대한 주제를 강조 구체적이고 실질적인 관련성 높은 논의의 장 조성. 다른 한편으로는 많은 영감을 제공하는 아이디어를 위한 공간 형성
  - 음악 산업 업계의 기존 전문가들과 신생 기업, 창업자, 학생 및 음악에 관심있어하는 모든 사람들 간의 네트워크 활성화

## 2) 뮤직 비즈니스 관련 교육과정

- 바덴 뷔르템베르크 아카데미는 예술 학사 과정으로 뮤직 비즈니스 학과가 존재함. 다양한 공공 및 민간 프로젝트 워크숍을 추진하여 실용적인 오리엔테이션을 운영한다는 특징이 있음
- 음악산업을 새로운 시대로 이끌 새로운 세대의 창의적인 사상가와 혁신적인 음악 관리자를 육성하는 것에 목적을 가지고 있음
- 학과 입학 시험 및 과목별 추가시험이 존재함. 뮤직 비즈니스와 관련성이 높고 경험이 많을수록 입학할 수 있는 기회가 높아짐
- 또한 스웨덴 칼마에 위치한 리나우스 대학교(Linnaeus University), 영국 런던의 웨스트민스터 대학교(Westminster University), 미국 머프리보로의 미들 테네시 주립대학교(Middle Tennessee State University, MTSU), 미국 시카고의 콜롬비아 대학교(Columbia College)와의 교환 프로그램을 보유함. 해외 학교와의 연대 및 협업 차원에서 재학생들에게 해외 인턴십 기회 제공

<표 45> 바덴 뷔르템베르크 아카데미 뮤직 비즈니스학 예술 학사과정 개요

구분	내용
수여학위	예술 학사(Bachelor of Arts)
기간	3년 6학기, 180학점(ECTS)
수업 진행 언어	독일어
필수 인턴십	3학기 및 5학기 기간 각 12주
수업료	없음(유학생 및 제 2학위 제외)
세부전공	아티스트 개발(Artist Development)
	마케팅 및 영업 관리(Marketing and Sales Management)
	경영 관리(Business Management)
	커뮤니티 관리(Community Management)
	디지털 혁신 관리(Digital Innovation Management)

- 바덴 뷔르템베르크 아카데미에서는 만하임 시의 음악 및 창조 산업과의 연계 프로그램을 통해 현재의 산업 트렌드를 반영한 연구 모델을 개발할 수 있는 커리큘럼을 제공하고 있음. 뮤직 비즈니스 학과의 교수진은 전통적인 학술 위원장이 없으며, 뮤직 비즈니스 실무 초청 강사로 구성됨

<표 46> 뮤직 비즈니스학 교수진 배경

주요 경력	회사 및 기관
저자, 오너 모터 뮤직, 전 베를린 문화 국무 장관, 전 CEO 유니버설 뮤직, 프리랜서 코치, 전 SAP AG, 음악 분야 전문 변호사, CEO, 수석 부사장 Cont. 유럽 레퍼토리 BMG 권한 관리, Superstar Entertainment 소유자, 음악 및 문화 산업, 과학적 방법, 경영학, 문화 창조 산업, 경험적 방법, 커뮤니케이션 및 미디어 연구	유니버설 뮤직, 소니 뮤직, 워너브라더스, BMG, 구글, 유튜브, 워너 차펠, 유니버설 버블리싱 로바 뮤직벨래그, 스포티파이, 포 아티스트, 넥스트 만하임, 다스 머신, 연방 음악 산업 협회, 닐슨 컴퍼니, 레드불, BB 프로모션

- 뮤직 비즈니스 학과 과정은 독일의 음악 시장 구조를 중심으로 뮤직 비즈니스의 운영자에 대한 개요와 아티스트 개발 프로세스에서 제품 관리, 재무 계산의 개념 및 원칙이 대한 과목으로 이루어져있음

<표 47> 바덴 뷔르템베르크 아카데미 뮤직 비즈니스학 예술 학사과정 주요 과목

구분	과목명	내용
필수과목	독일어 코스 (German Language Course)	강의 및 비즈니스 언어 소개
	독일 음악 비즈니스 (German Music Business)	독일의 음악 시장 구조와 창작 산업, 음악 사업 기관, 라이브 엔터테인먼트 사업, 디지털 음악 사업, 저작권, 독일 미디어 시스템, 문화 정책.
	독일 대중음악과 문화 (German Popular Music and Culture)	독일 팝 음악사, 음악 교육.
	아티스트 개발 (Artist Development and Exploitation)	음악 비즈니스 기초 및 아티스트 개발 프로세스 실무, 아티스트 개발 및 마케팅, 콘서트 및 이벤트 관리 실무 과정
	개별 연구 프로젝트 (Individual Research Project)	학생별 자유주제 선택 및 학과 일정에 따라 작업 진행. 학기 말 종합 연구 논문 제출
	인턴십 (Internship)	학생별 입학 전부터 신청한 회사 인턴십 진행
	퓨처 뮤직 캠프 (Future Music Camp)	아카데미 주관의 연례 컨퍼런스인 퓨처 뮤직 캠프에 참여. 컨퍼런스 내 세션 개발
선택과목	국제 뮤직 비즈니스 (International Music Business)	국제 뮤직 비즈니스 및 주요 조직에 대한 포괄적인 개요 제공. 아티스트, 관리자, 에이전트, 레이블, 배포사 간의 국제 네트워크 및 상관관계 등 사례연구 및 워크샵
	전략적 음악 마케팅: 2번째 시장 전략- 핵심 비즈니스 (Strategic Music Marketing: Second Market Strategies- Core Business)	2차 제작 시장의 비즈니스 전략. 카탈로그 마케팅, 편집, 라이선싱 등에 대한 수업 제공. 제품 소비자 대상 그룹 및 마케팅 협력 가능성에 대한 집중 토론



제3장 음악산업 비즈니스  
전문인력 수요파악을 위한 전문가 조사



## 제3장 음악산업 비즈니스 전문인력 수요파악을 위한 전문가 조사

### 제1절 음악산업 비즈니스 전문인력 수요파악 전문가 FGI

#### 1. FGI 개요

- 조사 명칭: 음악산업 비즈니스 전문인력 수요 관련 전문가 FGI 조사
- 조사 기간: 2020년 9월 8일(화) ~ 9월 16일(수) / 2주간 진행
- 조사 대상: 음악산업 비즈니스 분야 종사자 20명(분야별 4명)

퍼블리싱 유통/저작권	A레코드 대표	K○○
	B레코드 대표	L○○
	C뮤직 대표	Y○○
	D유통 부문장	S○○
공연산업 관련업체 영상기술, 무대기술, 음향기술 등	A공연장 실장	K○○
	B음향업체 대표	K○○
	C공연장 감독	A○○
	D공연장 부장	K○○
엔터테인먼트 (음악/가수 중심 기획사)	A엔터사 이사	CH○○
	B기획사 대표	K○○
	C기획사 대표	N○○
	D기획사 실장	O○○
학계 전문가 저작권/마케팅 포함	A대학 교수	L○○
	B대학 교수	L○○
	C대학 교수	CH○○
	평론가	S○○○
온라인미디어유통사 온라인음원유통사, 온라인음악서비스사	A유통사 부장	S○○
	B유통사 부장	K○○
	C서비스사 대표	K○○
	D서비스사 대표	L○○

- 조사 방법: 분야별로 분류하여 FGI 진행
- 조사 항목: 음악산업에 대한 비전, 전문인력 양성 교육기관의 필요성, 비대면 대응 음악산업 비즈니스 인력의 변화 양상, 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 교육기관 설치(안) 및 교육과정, 음악산업 분야 종사자를 위한 설문조사 문항 검토 등

## 2. FGI 결과

### 1) 우리나라 음악산업에 대한 비전

- 현장에서 즐기는 공연에서 온라인 기술을 통한 향유가 증가되고 있는 추세임
- 우리나라 음악산업을 K-Pop으로 대표해서 보는 상황이 증가 중이며, 이런 상황에서는 미디어의 변화가 매우 중요함. 수익구조가 달라지고 기존 기획사에서 음악을 소비하는 사람들의 관리가 고도화되는 중임
- 더불어 소셜 채널 운영 및 유튜브 등 관련 데이터 해석 등 아티스트와 팬의 소통과 관련된 사업이 커지고 있기 때문에 앞으로 음악 영역이 다각화되고 점차 예상하지 못하는 상황이 될 수 있음. 향후 2, 3년의 우리나라 음악시장에 대한 예측을 규정해버리면 변화하는 이 환경을 따라가지 못할 우려가 있음
- 향후 음악콘텐츠가 기술에 결합이 돼서 기술에 종속되는 환경으로 가속화될 우려가 있음. 소비가 구독형 경제로 바뀌는 추세로 상품의 서비스 형태가 다변화되어 유통·관리하는 인력의 중요성이 커질 것으로 예상함
- VR, AR 등 IT기술의 발전과정에 맞춘 시장들이 점차 커질 것으로 예측됨  
*“한국의 음악, K-Pop이 글로벌 음악이 되었죠? 잠시 유행이 아니라 향후 하나의 중요한 음악패턴이 될 것 같아서 앞으로 우리가 논의하는 방향에 있어서는 여러 가지로 다이나믹해지고, 긍정적인 것이라고는 믿고 있습니다.(C서비스사 대표, K O O)”*  
*“코로나 이후 K-Pop 아티스트들도 해외에 나가지 못하고, 방송 이외에는 활동들을 하지 못하다 보니까 (어플리케이션) 수요들이 좀 늘고 있어서.(D서비스사 대표, L O O)”*  
*“기술상의 한계로 인해 실제 오디오·비디오 시스템이 잘 되어 있는 강의실에서 할 때와는 학생들이 실제 느끼는 바, 음악을 수용하는 바가 완전 달라져서 이에*

대해 어려움이 많고, 학생들도 이에 불만이 많아요. 아주 기본적으로 전송이 끊기는 문제부터해서.(B대학 교수, L○○)

“예술적 표현이 가능한 영상기술 인력들은 끊임없이 코로나 이후에도 필요할 것이라고 생각하고요. 실감 미디어에 대한 테크놀로지를 영상으로 접목시키는 실감화의 문제를 얘기할 수 있을 것 같구요.(A대학 교수, L○○)”

“내년 봄쯤 지나면 공연 쪽은 다시 조금씩 올라오지 않을까 싶은데요. 제 생각에는 그래요. 실패를 한 원인이 아티스트를 결국엔 만나러 가는 것인데, 결국은 그제다가 아니라는 거죠. 그 아티스트를 좋아하는 여러 다른 사람도 같이 만나는 거예요.(B유통사 부장, K○○)”

“온라인 공연의 장점 중 하나라는 게 공간적인 제약을 받지 않는다는 점인데요? 근데 반대로 얘기하면, 네트워크상의 제약 같은 것들을 받아요. 많은 이용자들이 붙으면 그만큼을 소화할 수 있는 망이 있어야 되고, 반대로 공연장에 여러 대의 카메라로 녹화를 하고, 그 영상들이 망을 통해서 송출되려면 그것을 받칠 수 있는 압축기술 같은 것들이 따라줘야 하는데, 그런 진행이 잘 안돼서 소위 말해 공연 중에 버퍼링이 생긴다든지, 송출이 중단되는 사례들이 빈번하다는 얘기는 듣고 있습니다.(D유통사 부문장, S○○)”

## 2) 음악산업 비즈니스 전문인력 양성의 필요성(현황 포함)

□ 실연자 중심의 인력양성에서 음악산업 전반을 이끌어가는 인력에 대한 중요성을 인식과 양성 계획이 시급함

○ 음악을 하는 창작자 중 교육기관을 거치는 사람이 이전에 비해서 많아졌지만 대부분은 실연자 중심임. 음악관련 종사자들은 전문교육을 받지 못하고 사설 프로그램 교육을 받지만 그 수요에 비해서 전문적인 교육을 진행하는 교육기관은 많지 않음

○ 제작 입장에서 매니지먼트, 창작, 프로덕션은 상당한 인프라가 있다고 생각하지만 교육기관에서 교육으로 소화해야 하는 부분은 아니라고 생각함

○ 전문인력은 홍보마케팅, 화상 비즈니스, 서비스기획, 글로벌 에이전시 또는 이와 관련된 직군으로 법률이나 회계 등 전문적인 업무와 음악산업을 연결할 수 있는 형태를 선호함

“대학 내의 미디어 콘텐츠 학과라든지 미디어를 배울 수 있거나 직접적인 교육을 했던 학교들은 많이 있지만, 그게 현장으로 연결되기까지는 쉽지 않다는 생각이 들었어요.(A공연장 실장, K○○)”

“인력적인 측면에서는 기획자든 음악을 기반해주는 매개자의 인력과 공연에 대한 인프라를 함께 메꿔주는 산업인력이나 아니면 전반적인 시설운영인력 이라든지, 여러 군들이 있겠지만, 이 군에서 앞으로 저희가 필요로 하는 인력, 영상마케팅, 디자인, 음악엔터산업을 포함한 인력들의 수요는 점차적으로 증가할 것이라고 보고 있습니다.(A공연장 실장, K○○)”

“지금 코로나까지 터진 상태잖아요? 그런데 그런 쪽에 관심 없는 안전관리자가 있다는 것 자체가 아이러니했죠. 만약 음악산업 비즈니스 학교가 양성된다면, ‘공연 전문 안전’을 할 수 있는 사람이 있었으면 좋겠습니다.(D공연장 부장, K○○)”

“제가 요즘 업계에서 많이 느끼는 것은 여기서 한 15년 정도 됐는데, 15년 전에 비해서 음악을 하는 창작 중에 교육기관을 정규적으로 거친 사람이 많다는 부분이 있어요. 그런데 대부분 실연자들 중심이고, 그러한 창작자들에 비해서 종사자들 같은 경우는 전문적인 교육은 받지 못하고, 대부분 사설 교육 프로그램을 밟거나 그러한 경우들이 많은데, 거기에 대한 수요는 충분함이 느껴지는데, 그 수요에 비해서 전문적인 교육은 이루어지고 있지 않다는 부분을 많이 느끼고, 그러한 부분에 있어 이것이 가져오는 문제의식은 환영하는 편이고요.(A레코드 대표, K○○)”

“사실 시시각각으로 변하고 있는 콘텐츠 시장이다 보니까 전공과목 하나로 특정 지을 수 있는 인력을 필요로 하기 보다는 이 변화하는 과정에 능동적으로 대처할 수 있는 인력들을 좀 필요로 하거든요.(B레코드 대표, L○○)”

“저는 엔지니어나 프로덕션 쪽은 꼭 한 번 별도의 전문적인 교육이 있어야 된다고 생각하고요. 교육을 통합적으로 되었으면 하는 바람이구요, 음악 엔지니어나 프로덕션 쪽은 이러한 교육과정을 거쳐서 전문인력을 양성하는 과정이기 때문에 이는 별도로 과가 있었으면 하는 바람입니다(C뮤직 대표, Y○○)”

#### □ 계약 및 저작권 관련 분야의 인력양성이 반드시 필요함

- 업계의 니즈를 반영하는 것이 중요함. 콘텐츠 시장에서 하나로 특정 짓는 인력을 필요로 하기 보다는 변화하는 과정에 능동적으로 대처할 수 있는 인력들이 필요함. 국내 및 해외 시장에 맞는 다양한 분야의 인력이 필요하지만 한 개 분야의 고정인력으로 운영하는 규모가 큰 회사는 많지 않음. 한 가지 분야로 석, 박사 과정으로 이어지는 것은 향후 필요하겠지만 현재는 필요한 분야를 재교육 받을 수 있는 교육기관이 필요함
- 음악 창작자가 홍보마케팅, 공연제작, 음반제작까지 수행해야 하는 시대에서 이를 구분하는 것보다 통합하는 전문기관(교육)이 있어야 함

- 실무로 이어질 수 있는지 파악 후 교육과정의 분야와 정리가 중요하며, A&R 분야 인력 양성이 특히 필요함. 창작부터 비즈니스까지 이해해야 하는 점에서 전문인력이 필요한 분야라고 할 수 있고, 매니지먼트까지로 확장한다면 A&R과 매니지먼트를 한 분야로 통합할 수 있음
- 저작권 분야는 퍼블리싱 또는 업계 부분인지 파악이 불분명함. 한국은 퍼블리싱이 명확하지 않기 때문에 저작권 분야가 전문인력의 양성 분야로 나뉘야 하는지 의문임
- 글로벌 시장을 위한 인력이 필요함. 퍼블리싱 인력은 물론 국내 매니지먼트의 독자적인 시스템이 부족하고 협상 및 뮤직비즈니스, IP전문가가 부족한 상황임. 글로벌 유통에 대한 국내 파트너가 부족하고 글로벌 경험 인력이 필요함
- 해외 뮤직비즈니스 전공자도 실질적으로 음악산업 분야를 잘 알지 못하는 경우가 많음. 음악산업이 학문, 제조업, 금융처럼 시스템이 확립되어 있지 않고, 나라마다 일하는 방식이 다르기 때문에 해외 경험자의 채용에 어려움이 있음. 해외 플랫폼 계약 및 저작권 분쟁의 중재 등을 위한 음악 전문 변호사의 양성이 필요함. 대부분 음악분야 회사들이 타 업종에 비해 저임금으로 고급인력 채용의 어려운 부분이 있어 정부의 지원이 필요함

*“좀 더 전문적인 인력이 홍보·마케팅 쪽이나 파생 비즈니스나 서비스기획 쪽, 글로벌 에이전시 쪽, 심지어는 법무나 회계전문가 쪽 그러한 전문적인 직군과 연결이 되어 있는, 그것을 음악산업 쪽과 연결할 수 있는 형태의 인력들이 있으면 좋겠다고 생각을 했습니다.(A레코드 대표, K O O)”*

*“음악 업계는 음악을 좋아하는 사람들이 이 업계에 들어와서 일을 배우기 시작했던 부분들이 있고, 디지털 IP에 대한 부분들, 콘텐츠 유통에 대한 부분들, 이런 것들은 사실 지금 막 시장에서 변하고 있는 부분들이라서 전문적으로 처리할 수 있는 기존 인력들은 사실 많지는 않은 것 같고요. 이 사람들이 좀 더 공부하면서 사업들로 전개되지 않을까란 생각들이 들어서...(D서비스사 대표, L O O)”*

### 3) 비대면 대응 음악산업 비즈니스 인력의 변화 양상

- 코로나19로 인하여 비대면 서비스 시장의 폭발적 증가양상이 나타나고 있음
- 코로나19 이후로 아티스트를 볼 수 있는 기회가 없기 때문에 콘텐츠 소비의

변화가 나타나고 있으며 특히 개인사용자, 어플리케이션 사용 빈도가 증가함

- 코로나 상황 이후 넷플릭스처럼 보는 콘텐츠와 관련된 매체의 트래픽은 급격하게 증가하였으나 음원 플랫폼의 트래픽은 상대적으로 증가하지 않음. 코로나 상황 이전 이용자들의 패턴을 보면 가장 트래픽이 많이 증가하는 시점은 평일 아침 출근 시간, 저녁 퇴근시간, 점심시간이고, 주말은 오히려 트래픽이 낮음. 즉, 집에 있는 시간이 증가한 현상은 오디오성 콘텐츠의 이용보다는 시각을 함께 활용하는 영상 콘텐츠에 대한 소비로 이어졌다고 해석하고 있음

- 예측하지 못한 상황은 음반 판매량의 상승으로 아이돌 그룹의 팬덤이 과거에는 음반, 공연, 상품 등 아티스트와 관련된 다양한 부분에 소비의 여력이 코로나 상황에서는 공연과 관련된 지출(티켓 판매, 콘서트 굿즈 판매)이 줄어들어 상대적으로 음반 판매로 이어졌다는 점임. 이 현상을 뒷받침할 통계를 보면 작년 한국 음반사들의 음반 판매량 총 집계량이 약 2,500만 장인데, 올해 상반기 FLO의 음반 판매량만 약 1,000만 장으로 집계됨

*“트래픽이 많이 늘었다는 얘기는 접했는데, 의외로 음원 플랫폼의 트래픽은 늘진 않았지만, 그렇게 인상적인 폭으로 늘진 않았어요. 집에 있는 시간이 길어졌다는 의미가 오디오성 콘텐츠의 소비보다는 시각도 같이 활용하는 영상 콘텐츠에 대한 소비가 높아진 데에 영향을 끼친 게 아닌가하는 생각이 들고요.(D유통사 부문장, S○○)”*

*“스튜디오 엔지니어 같은 경우는 오히려 팬데믹이 올 수 있는 상황에서 앨범 제작을 하려고 하는 아티스트들한테 좀 좋은 영향을 줬다고 생각을 하고 있고요.(D공연장 부장, K○○)”*

*“인터넷 시대에는 저작권 논의가 중심적인 법제적인 문제로 떠오를 수밖에 없다. 저작권법이라는 제도 자체가 원래 공연에 대해서는 이용을 편리하게 해주기 위한 여러 가지 장치들을 마련해두고 있는데, 인터넷 전송에 대해선 권리 보호에 더 가깝게 디자인이 되어 있다. 온라인 교육 콘텐츠들은 오프라인에서도 문제가 되지만 집행이 안되던 문제들이 온라인 환경에서는 이것에 대해서 집행할 수 있는 가능성이 커지다 보니까 아주 사소한 것에 대해서까지 전부 문제제기를 하기 시작했습니다.(C대학 교수, CH○○)”*

□ 비대면 환경에서의 온라인 공연을 실감나게 구현하지 못하는 기술의 한계가 존재함

- 현재 급박하게 비대면 공연을 제작하는 상황에서 온라인 공연의 영상 품

질의 문제, 공연 자체가 가지고 있는 표현을 실제 지금의 기술력들로 구현하지 못하는 문제, 관객과 무대 사이의 커뮤니케이션을 어떻게 온라인에서 복원할 수 있는지, 공연장 자체를 온라인으로 최대한 실체화하고 경험하게 하는 것에 대한 고민이 있음. 학교의 경우 온라인 공연 시장에 대응하기 위한 강의를 하고 있음. 공연제작 측면에서 본다면 오프라인 공연을 온라인으로 대체 불가하다고 봄. 가능한 온라인 공연의 질을 높이는 것도 중요하지만 코로나가 종식되면 온라인 공연과 오프라인 공연은 각각의 독자적인 비즈니스 분야로 확장될 가능성이 큼

- 온라인 환경으로 바뀌면서 관련 저작권 문의가 늘어남. 인터넷 시대에는 저작권 논의가 중심적인, 법제적인 문제로 떠오를 수밖에 없음. 최근 OTT(Over The Top/인터넷을 통해 볼 수 있는 TV 및 영상콘텐츠 서비스)와 관련된 문제들이 발생하는 것도 음악 분야에서 과거 방송과 달리 온라인으로 하는 것에 대해서는 권리자가 법정문제를 제기하는 것이 일상화된 시대를 살아가고 있기 때문이라 생각함. 온라인 저작권 문제의 첫 번째 이슈는 저작권법 제도 자체가 원래 공연에 대해서 이용을 편리하게 해주기 위한 여러 가지 장치들을 마련해두고 있는데, 인터넷 전송에 대해서는 권리 보호에 더 가깝게 디자인되어 있다는 점임. 2000년대 이후에 인터넷 환경에서 저작권 보호를 위해서 법을 디자인하는 과정에서 구성이 되었기 때문임. 따라서 비영리 공연은 허락 받지 않고 할 수 있지만 그 공연을 인터넷에 업로드하면 저작권 침해가 됨. 인터넷 내 이용은 저작권 권리 처리가 해결되지 않으면 어려운 상황임. 두 번째 이슈는 교육부 및 교육청에서의 온라인 저작권 문제가 보통 오프라인에서도 문제가 되는 경우도 많음. 오프라인에서 문제가 될 수 있는 상황들이 온라인 환경에서도 문제가 되는 경우가 있음

“일단은 비대면으로 급박하게 공연들을 찍어 던지는, 사실 찍어 던진다는게 맞는 표현인 것 같은데, 그러한 상황에서 그나마도 ① 영상 퀄리티의 문제(공연의 표현을 지금의 기술인력들이 표현 못하는 문제), ② 관객과 무대 사이의 커뮤니케이션을 어떻게 온라인으로 복원할 수 있는냐의 문제들에 대한 고민을 많이 하고 있고요.(A대학 교수, L00)”

“공연장 자체를 어떻게 실제와 최대한 근사치로 온라인으로 사람들에게 경험하게 할 수 있는냐의 부분들, 그래서 XR 기술을 활용한 스테이지에 대해 부분들에 대해서 활발하게 고민들을 하고 있습니다.(A대학 교수, L00)”

□ 급격한 온라인화는 음악산업 내 ‘부익부 빈익빈’ 현상을 야기시킬 수 있다는 문제점을 안고 있음

○ 온라인 공연을 할 때 회사의 규모에 따라 제공할 수 있는 콘텐츠가 각각 다른데, 그것을 어떻게 수용자에게 맞출 수 있을 것인지에 대한 것과 코로나19 종식 후 오프라인 공연의 방향성에 대한 고민이 필요함

○ 온라인 공연자체가 전면화 되기는 어렵고, 오프라인 공연을 어떻게 가능하게 할 것인가에 대한 논의가 필요함. 코로나 사태가 지속된다면 음악 관계자들의 생계적인 차원에서 문제가 커질 수 있기 때문에 정부의 적극적인 대책 마련이 시급함

○ 공연시장이 온라인화 되면서 일부 영향력 있는 대형업체들이 온라인 공연에 집중함에 따라 부익부 빈익빈이 심해지고 있음. 현재 공연장에서 코로나19에 감염된 사례는 없기 때문에 공연장을 정상적으로 운영하면서 방역을 어떻게 할 것인지에 대한 고민이 필요함

*“온라인 공연을 할 때, 소위 말하는 큰 기획사, 메이저 기획사, 큰 회사들이 제공할 수 있는 콘텐츠와 활용할 수 있는 여건이 다르고, 중형·소형·인디레이블들이 활용할 수 있는 여건과 제공할 수 있는 콘텐츠가 다른데 과연 이를 어떤 식으로 해야 수용자들 입맛에 맞출 수 있을 것인가.(B대학 교수, L O O)”*

*“공연 시장이 온라인화되면서 일부 영향력 있는 업체들은 실제로 오프라인에서 가질 수 없었던 것들을 어마어마하게 긁어모으고 있는데.(A대학 교수, L O O)”*

*“콘텐츠의 퀄리티나 음악콘텐츠 자체가 가진 힘은 계속 경쟁력을 가지고 갈 수도 있을 것 같은데, 시장 구조 측면에서 굉장히 어려운 시기들을 겪고 있는데, 이 시기가 길어지면 길어질수록 결국엔 덩치가 크고, 자본력 있고, 힘 있는 플레이어들이 위주로 결국 시장이 많이 재편되지 않을까란 생각이 좀 있어요.(A유통사 부장, S O O)”*

#### 4) 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 교육기관 설치(안) 및 교육과정

□ 현장과 밀접하게 연계되어 있는 실무형 교육기관의 필요성 강조

○ 현재 창작 중심의 학과가 많지만 창작자가 다음 단계 즉 비즈니스, 매니저먼트로 연결되는 것은 어려움. 음악산업의 생태계에 대한 교육을 한 후 어

떤 분야로 나아가야 할지 방향을 정하는 것이 중요함

- 실무 또는 심화의 목적성의 차이가 중요하며 그 영역과 설립목적에 따라서 교육기관의 성격과 커리큘럼이 달라져야 함. 실무적인 능력의 크루를 조성하여 전문인력으로 키우는 것이 중요하며 음악산업에 대한 기본적인 소양과 심화과정이 필요함
- 엔지니어 및 프로덕션은 전문적인 교육이 필요함. 음악과 매니지먼트 분야는 실무중심이기 때문에 통합적으로 가야함
- 리허설이 가능한 공연장과 같은 박스형 스튜디오 시설이 교육시설 내에 도입할 필요가 있으며, 공간이 작더라도 트렌드에 맞춰 실습 장비를 구비하는 것이 필요함. 즉, 공연실무 공간 및 스튜디오, 영상제작 랩실, 기자재 예산의 지속적인 확보가 담보되어야 함

“예전에 비하면 업종이 세분화되어 있는 것은 사실이라 보는데, 그럼에도 아직도 세분화 되어야 할 단계의 직업군들이 많이 있거든요. 아직도 현실에서는 제가 알기론 우리나라 음향산업만 해도 그렇게 세분화되어 있는 파트의 사람들을 다 고용해서 일하는 경우가 사실 많지 않거든요.(B음향업체 대표, K○○)”

“학교에서 배출되는 학생들이 제가 판단하기엔 좀 더 전문적인 인력으로 종사하고 있지 못한 이유를 저희 직원들과 얘기를 해봤더니, 사실은 그렇게 전문적인 영역의 커리큘럼을 소화하고 있지 못하고, 커리큘럼을 갖고 있다 하더라도 너무 짧은 시간 안에 소화를 해야하다보니 그것에 대한 관심도가 따라가지 못하는 버거움이 있다고 하더라고요.(B음향업체 대표, K○○)”

“영역과 목적에 따라서 비즈니스 스쿨과 커리큘럼이 달라질 것이라고 보고 있습니다. 이 비즈니스 스쿨의 설립목적, 방향성에 따라 여러 가지 경로가 있을 것이라 보고 있습니다.(A공연장 실장, K○○)”

“특별히 학교가 만들어지는 필요성보다 심화 과정이 있었으면 좋겠고요. 음악 비즈니스라는 것 자체가 뭔가 기준을 세워서 ‘이것 이상이 되는 사람들만 공부할 수 있어’라는 것은 아닌거 같아요. 학교에 들어오는 학생들이 크루(crew)가 되어서 무언가 만들어냈을 때, 그동안 우리가 보지 못했던 실험적인 모습들이 나오는 것이라면, 그러한 모델로 교육기관이 만들어졌으면 하는 바람은 있습니다.(D공연장 부장, K○○)”

“기술까지는 아니더라도 음악산업에 대한, 음악스텝으로서의 기본적인 소양과 심화 이 두 가지 과정이 있는 플랫폼이면 좋겠어요. 어느 하나도 놓치면

안되지거든요.(C공연장 감독, A○○)”

“이것이 전문 쪽에 방점을 찍는다면, 소수 엘리트 교육으로 가는 쪽이 더 맞는 방향인 것 같고, 더욱이 지금 교수진이 마땅치 않은 상황에서는 더더욱 흔재되고 실험적인 교육과정 생각이 들긴 하네요. 그렇게 되면 대학원 교수용으로 실무 경험자를 바탕으로 해서 재교육을 하고, 업그레이드 시켜주는 형태의 대학원 과정으로 진행하는 게 맞을 것 같고.(A레코드 대표, K○○)”

“너무 2~3년을 예측해서 커리큘럼이나 규정짓는 것은 한편으론, 나중에 이 환경을 못 따라가는 상황이 될 것 같다는 우려가 들긴 해요.(C서비스사 대표, K○○)”

□ 현장에서 필요로 하는 유통과 법률 분야 전문가 양성이 요구됨

- 저작권법 및 서비스 전반의 이해도가 있는 전문인력이 필요함. 음악 창작자의 대부분이 오피스업무 능력이 부족하여 대학에서 교육과정으로 실무 수업이 필요함. 음원, 음반 마케팅에 대한 전문성을 가진 인력 양성도 필요함
- 세부전공으로 음악투자, 음악유통, 공연, 음악플랫폼 운영과 서비스 구성(기획자 측면), 음악이 기획되고 제작되는 부분에 관련된(A&R) 분야가 필요함. 예를 들어 제작, 재무적인 부분, 유통, 저작권 등 몇 가지 커리큘럼이 포함될 필요가 있음
- 국내에 음악경영, 비즈니스, 음악사, 음악산업 관련 세부적인 이론 전공이 없기 때문에 인문사회학적 커리큘럼이 필요함. 예를 들어 K-Pop의 역사, K-Pop의 해외진출, 아시아의 음악역사, 아시아 음악시장의 현황(일본, 중국, 태국), 교양강좌로 글쓰기에 대한 커리큘럼이 있었으면 함. 현장과 연계할 수 있는 교육이 필요함. 교육기관의 모델은 아카데미 과정을 선호함
- 음악비즈니스 전문가, 실무자가 취직과 연관된 실무와 사례 중심의 교육과 교육 과정으로 온라인 콘텐츠 마케팅, 글로벌 제휴사업 등 트렌드에 맞는 교육이 필요함. 특히 계약에서 해외업체(애플, 유튜브 등)와 계약 시 조항에 대한 이해도가 없어 손해를 보는 경우가 많기 때문에 관련 실무 계약의 교육이 필요함

“음악산업에 들어와서 보면, 음악산업의 글로벌 경험들이 있는 인력들이 전무한 것 같아요. 국내에서 퍼블리싱이나 글로벌 유통을 해본 인력들이 손에 꼽

을 정도로 몇 명밖에 없고, 국내는 미주나 이러한 곳과 아예 매니지먼트 시스템이 다르다 보니, 그들과 외국 가서 콜라보를 했을 때 정산 문제와 같은 것들이 발생되서 그들에게 우리만의 독특한 매니지먼트 시스템과 정산 방식을 설명하는 것도 힘들고, 계약서 부분에 대한 정보가 굉장히 부족하고 그러다 보니, 초반에 끌려가게 되는 사업들을 많이 했었어요.(A엔터사 이사, CH○○)

“그럴 때 나서서 주도적으로 실무를 지향할 수 있는 흔히 말해서, 뮤직 비즈니스 전문가들이 전혀 없다 보니까 글로벌 사업할 수 있는 퍼블리싱·유통·매니지먼트 사업에 대한 설명과 여러 가지 IP 사업을 할 수 있는 모든 분야에서의 글로벌 인재들이 매우 부족하다고 생각하고 있습니다(A엔터사 이사, CH○○)”

“저희가 따로 준비하고 있는 사업이 주로 유통 쪽 사업인데, 유통을 준비하려다 보니까 사실, 저희도 제작사 입장에서 글로벌 유통사에 국내에 맞는 파트너가 없는 거예요. 해외 글로벌 유통 파트너 말고 대안이 없는 느낌이거든요. 글로벌 경험이 있는 분들이 너무 없어서요. 저희가 맨땅에 헤딩 같은 느낌으로 하나씩 계약을 풀어가고 있는데도 불구하고 아티스트나 콘텐츠 입장에서 해외의 흐름에 빨리 들어가는 느낌을 저도 많이 느껴요.(B기획사 대표, KO○○)”

“저희는 해외 쪽 일을 많이 하다 보니까 해외 플랫폼들과의 계약이나 가끔 카피라이트 관련해서 분쟁과 같은 부분에서 중재해야 하는 부분들이 생기는데, 그럴 때 전문적인 법률 전문가(legal expert)가 없습니다. 해외와의 계약에 대해서 엔터테인먼트 또는 뮤직에 전문화되어 있는 변호사를 찾기도 힘들고, 그러한 로펌도 찾기가 힘들고요.(C기획사 대표, NO○○)”

“퍼블리싱에 관련해서도 책으로만 공부한 사람들을 일 좀 시켜보려고 하면, 현장 감각이 전혀 없기 때문에 실질적으로 처음부터 다시 가르쳐야 되는 상황들이 되는 것 같습니다.(C기획사 대표, NO○○)”

“음악 투자라는 부분이 하나 있어야 하고요, 음악 유통이라는 게 있어야 될테고 생각보다 언어적인 소양도 매우 중요합니다.(D유통사 부문장, SO○○)”

□ 교육기관 설립 시 지속적인 지원이 가능하도록 제도적 안전장치 마련 필요

- 음악대학 위탁운영으로 가는 것이 좋지만 지속성의 문제가 있음. (교수진 수요 부족 및 제한된 커리큘럼) 교수진의 확보 및 효율적인 커리큘럼의 제공이 중요함
- 공신력 있는 학제시스템과 지속성이 필요하고, 현장과 수업을 연계해서 진행하는 것이 중요함. 음악비평도 학제가 인정이 되었으면 함

- 학위과정 안에서 전문적인 워크숍 형태, 해외 대학 교류 등 다양한 커리어를 쌓을 수 있는 틀을 만들어 유연하게 움직이는 것이 중요함(ex.연세대학교 커뮤니케이션대학원)
- 전문대학원 설립 후 지속가능성에 대한 고민과 학위과정 또는 자격증을 받은 후 시장에서 수요가 되는지에 대한 문제를 해결해야 함. 예를 들어 저작권 전문 자격증 제도를 국가자격증 형태로 입법 추진했었는데 졸업 이후 취직과 수요의 문제로 법 자체가 보류 중임. 음악을 하는 사람이 행정을 할 수 있는 커리큘럼이 필요함
- 기존 학과에 뮤직 비즈니스 커리큘럼을 추가하는 것보다 영화진흥위원회 처럼 아카데미를 운영하는 방식이 더 효과적이라고 생각함. 대중음악과 관련된 진흥원을 만들고 그 안에서 인력 양성을 수행하는 것이 좋고, 이 경우 내용을 심화할 수 있다는 장점도 가질 수 있다고 봄. 대학에 과를 만드는 것은 결국 그 분야에 대한 수요가 있어야 하는데, 수요(시장성)가 있을 것으로 보이지 않음
- 음악투자는 만들어진 음악을 시장에 유통하려는 사업자들이 그 가능성을 확인하고 선투자 하는 것을 말함. 투자를 할 규모나 콘텐츠의 가치를 판단하는 것은 각 회사마다의 노하우가 활용되고 있음. 음악도 재산권이기 때문에 음악을 맡겨 두고 대출을 받는 것도 가능해야 하는데 은행에 음악투자자와 관련된 인력이 없기 때문에 콘텐츠의 가치를 판단할 수 있는 레퍼런스가 없음. 문화기술(Cultural Technology) 분야의 발전을 위해서는 콘텐츠 가치 평가 모델이 도출되어야 외부 투자가 많이 들어올 수 있음. 즉, 음악 분야도 음악투자 관련 전문 인력이 필요함(영화의 창투사와 비슷한 개념의 도입이 필요하다고 생각하면 쉬울 듯함)

“학부생들은 별도 학교가 생기기보다는 기존 대학의 뮤직 비즈니스 학과에서 좋은 인재들이 학부 때부터 많은 공부를 했으면 좋겠고, 굳이 이를 석사과정이라는 표현을 쓰는게 좋을지 모르겠지만. 좀 더 전문적이고 바로 사업에 적용할 수 있는 커리큘럼들은 기존 업계에 있는 직원들을 파견으로 하든 교육시킬 수 있는 기관이 있었으면 좋겠다는 그런 니즈가 있습니다.(A엔터사 이사, CHOO)”

“이를 통해서 음악산업에 좋은 인재들이 많이 몰려서 실질적으로 일도 할 수 있고, 현장에서든 학교에서도 배울 수 있고, 또 플러스로 학위나 자격증

(certificate)을 받을 수 있는 상황이 된다면, 아마도 좋은 인재들이 많이 모아지지 않을까 하는 생각입니다.(C기획사 대표, N○○)

“중요한 것은 일반 대학생뿐만 아니라 현재 필드에서 하고 있는 인력들이 같이 와서 배울 수도 있고, 그 과정을 이수할 수 있다면 더 좋을 것 같습니다.(D기획사 실장, O○○)”

“장기적인 관점에서의 시스템도 너무 좋지만, 당장 시급하게 인력이 필요한 부분이 있기 때문에 단기적인 것과 중장기적인 것을 동시에 가져갈 수 있는 시스템에 대한 고민을 같이 해봤으면 좋겠습니다.(D기획사 실장, O○○)”

“가장 큰 문제는 공신력 있는 학제 시스템이 없고, 그것이 꾸준히 이어지지 못한다는 것이 문제가 아닌가라는 생각이 들어요. 현장실습과 연계해서 수업을 진행할 수 있는지가 되게 중요하지 않겠나라는 생각은 들어요.(평론가, S○○)”

“하나는 커리큘럼을 어떻게 할 것인가에 대한 것. 즉 수요가 있어야 운영할 수 있어서 시장의 수요도 생각해야 하고 학생의 입장을 생각해야 된다는 한 가지 생각이 들었고요, 두 번째는 음악하시는 분들이 행정을 하실 수 있게끔 하는 커리큘럼이 나와줘야 한다고 생각합니다. 그러니까 그 누구보다 음악산업에 대해 전문적 지식을 갖고 계신 분들이 직접 행정에 관여하시고 입법에 관여하실 수 있어야 하는데, 현재 구조는 그렇지 못한 것 같다는 생각이 들어요.(C대학 교수, CH○○)”

“그 프로그램이 언제까지 얼마나 유지될지가 문제이긴 하겠죠.(B대학 교수, L○○)”

“지속가능성에 대한 고민을 하고 계시겠습니다만, 아까 말씀 주신 중에 다 시도해봤던 거죠. 전문대대학원, 대학원 위탁. 다른 분야에서도 한 번씩 해봤던 건데, 장단점이 명확하게 있어요. 지원금이 끊긴 이후에 손 털고 나갑니다. 그 이후에 어떻게 할 것인가에 대한 부분을 같이 잘 고민해주시면 더 좋은 여로가 나오지 않을까 생각이 듭니다.(C대학 교수, CH○○)”

“정규 교육과정의 학위를 인정해주는 것은 리스크가 있을 것 같아요. 시장 규모도 그렇게 크지 않은데다가, 취업문이 굉장히 좁은 편인데, 이를 학위까지 주면서 4년을 투자해서 인력을 배출하는 것은 조금 부담이 많이 되지 않을까란 생각이 들어서, 우선 단기적·중기적으로는 그게 맞지 않나 하는 생각이 듭니다.(A유통사 부장, S○○)”

## 5) 음악산업 분야 종사자 설문조사 문항 검토

- 설문대상자를 선정하기 위하여 음악산업 종사자들을 구체적으로 분류하여 해당 분야의 인원들이 많이 참여할 수 있도록 하는 방안의 마련이 필요함

- 실질적으로 인력양성 전문기관에 관련해서 깊이 생각해보지 않은 경우가 대다수일 수 있기 때문에 너무 구체적인 사항들을 묻기보다는 전반적으로 음악산업 종사자들이 쉽게 응답할 수 있는 내용들을 위주로 설문문항을 구성하는 것이 회수할 때에 효과적인 것으로 판단됨

*“음악 하드웨어, 음악 프로덕션 쪽도 세부적으로 들어가야 되지 않나. 그리고 홍보마케팅 쪽과 글로벌 에이전시도 한 분야가 될 수 있을 않을까 생각을 하거든요?(A레코드 대표, K○○)”*

*“실용음악과를 나와서 처음에 뮤지션이 되려고 나왔기 때문에 졸업해서 무언가를 만들고 하려다가, 그때서야 비즈니스적인 부분의 니즈가 굉장히 거기서 커지기 시작하거든요. 어떻게 보면 이 시장에서 필요로 하는 니즈가 있는 인력은 여기서 기본이 생긴다고 봐요.(B레코드 대표, L○○)”*

### 3. 소결

- 음악산업 비즈니스 분야에서 활동하는 전문가를 대상으로 FGI를 진행한 결과, 음악산업 비즈니스 전문인력 양성을 위한 필요성에는 많은 공감하는 것으로 나타남. 현재 음악산업 시장이 창작자 위주로 되어 있기 때문에 나머지 분야에 대한 인력을 어떻게 육성할 것인가에 대한 고민은 있다는 공통점을 발견할 수 있었음
- K-Pop으로 대표되는 우리나라 음악산업은 점차 더 확대될 것으로 보는 긍정적인 전망이 많았음. 그러나 코로나19와 같이 예측할 수 없는 상황들이 언제 또 닥칠지 모르기 때문에 비대면 공연, 비대면 음악산업 시장을 선도하기 위한 기술인력들의 육성과 양성, 그리고 활용이 매우 중요한 시점이라는 점에 강하게 동의함
- 우리나라 음악산업 종사자들은 대부분 현장에 투입되고 난 후 경험하면서 습득하는 기술이 더 많기 때문에 교육과정을 설립한다는 데에 있어서 필요성을 공감한 사람들이 많지만 어떤 내용을 누가 가르칠 것인가에 대한 고민이 많이 필요할 것으로 보임. 즉, 현장과 유리되지 않은 커리큘럼, 현장에서 필요한 그리고 향후 음악산업의 발전을 위해서 반드시 보장되어야 할 분야의 전문가를 어떻게 기를 것인가에 대해서 심도 있는 고민이 필요하다고 응답함

- 온라인 공연환경에 대한 대응, 해외 비즈니스 파트너와의 동등한 입장에서 계약 진행, A&R 매니지먼트의 체계적 교육, 저작권 관련 세부적 지식, 음악투자를 위한 콘텐츠 가치평가 방식 등 기존의 음악산업 분야에서 부족한 부분의 커리큘럼 제공이 우선되어야 하며, 이를 교육할 전문가 및 교수진의 구성이 중요한 과제가 될 것이라 예측함
- 더불어 전문적인 학제를 새로 신설한다거나, 기존 대학교의 과정으로 편입되기 보다는 현장 실무에 가까운 아카데미 형태의 자유로운 교육기관을 설립하는 것이 더 효과적일 것이라는 의견이 조금 더 많았음. 궁극적으로는 교육기관에 대한 현장의 수요와 교육기관에 대한 정부 및 지자체, 유관단체 지원이 유기적으로 지속되어야만 음악산업 비즈니스 분야의 전문인력을 장기적으로 양성할 수 있는 기반이 마련될 것이라고 생각됨

## 제2절 음악산업 비즈니스 전문인력 수요파악 설문조사

### 1. 설문조사 개요

- 조사 명칭: 음악산업 비즈니스 전문인력 수요 조사
- 조사 기간: 2020년 10월 27일(화) ~ 11월 12일(목)
- 조사 대상: 음악산업 비즈니스 분야 종사자
- 조사 방법: 이메일, 모바일로 온라인 설문조사 URL 시스템 링크
- 조사 항목:
  - 음악산업에 대한 비전, 전문인력 양성 교육기관에 대한 필요성, 교육 커리큘럼 구성 및 운영, 학위 수여방식, 선호하는 전공영역 등 5개 대분류를 기준으로 하위 설문항목 구성
- 유효부수: 528부

대상	표본 수	진행방식
대중음악 전공 대학생, 졸업생	82	유관 전공학계 조사 링크 공유
학계 전문가	31	조사 링크 공유 + 연구진 링크 전달 방식
업계 종사자	415	조사업체 패널 + 협/단체 링크 전달 방식

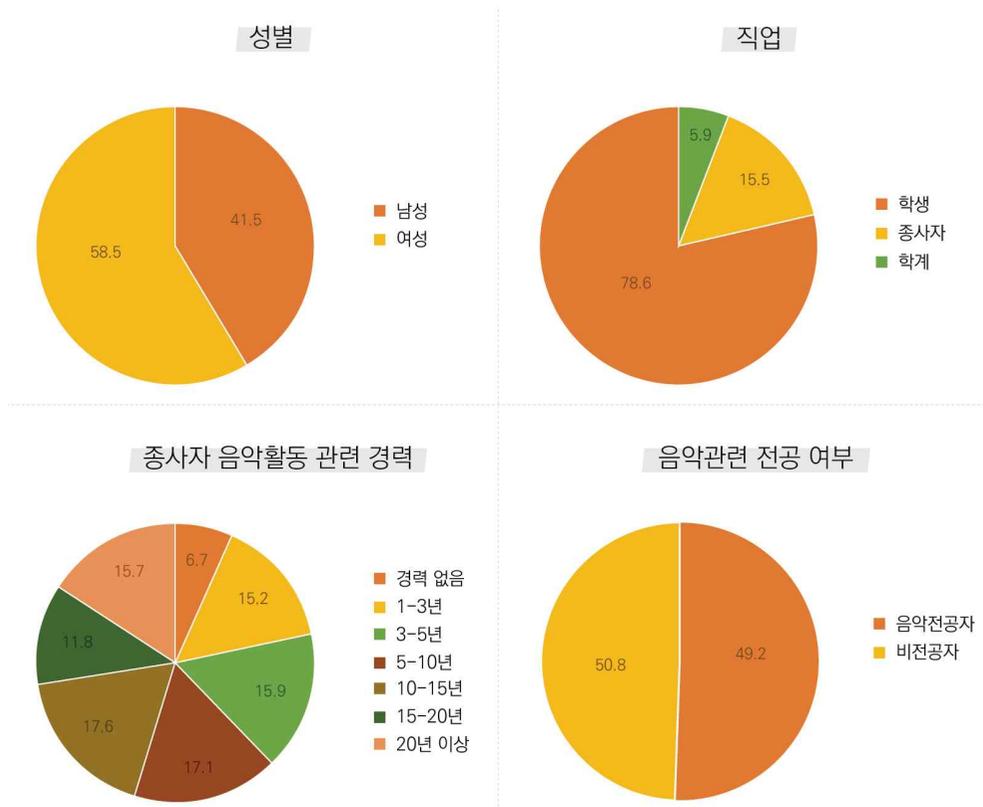
- 업계 종사자 분야별 표본설계:

대분류	중분류
기획 분야	매니지먼트, 기획 제작, 판매 등
유통 및 배급	DM 상품개발, 플랫폼사, 음원유통사, 음원서비스 등
기술 분야	음향, 조명, 장치, 소품, 무대, 영상, 신기술(AR, VR, AI) 등
디지털 분야	미디어 영상, 유통, 기술
비평 분야	음악산업 비평, 평론 등
교육 분야	저작권, 음악 투자, 가치 평가
공연장	공연장 운영, 진행, 안전·서비스 관리, 인력 운영, 객석관리 등
실연 분야	작곡, 작사, 가창, 연주 등
기타	-

## 2. 설문조사 결과

### 1) 설문조사 일반 현황

- 음악산업 비즈니스 전문인력 수요 조사에는 총 528명이 참여했으며, 이중 남성은 41.5%, 여성은 58.5%인 것으로 나타남. 학생, 종사자, 학계는 각각 15.5%, 78.6%, 5.9%였으며, 종사자들의 음악활동 관련 경력기간은 10-15년이 17.6%, 5-10년이 17.1%로 가장 높은 수치를 나타남. 음악관련 전공을 한 후 음악산업 분야로 진출한 응답자의 비율은 49:51로 유사한 비중을 보이고 있음



[그림 33] 설문조사 일반현황

### 2) 음악산업의 비전

- 한국 음악산업에서 가장 먼저 떠오르는 단어로 전체 응답자의 65%가 K-Pop을 1순위로 꼽았음. 다음으로는 음악저작권(10.6%), 아이돌(5.3%), 대형 기획사(4.7%), 스트리밍 서비스(4.5%)의 순이었음

- 1순위와 2순위의 중복응답에서도 유사한 응답을 보였음. K-Pop은 74.6%로 압도적인 수치를 보였으며, 아이돌이 36.4%, 음악저작권이 22.3%, 대형 기획사가 15.7%, 스트리밍 서비스가 13.8%로 순위의 변경이 있었으나 1-5순위에 해당하는 항목은 변동이 없다는 것을 확인할 수 있음
- K-Pop과 대형 기획사와 연계된 항목들인 디지털 음원, 오디션 등도 후순위로 선정되었지만, 인디음악이나 트로트와 같이 음악시장의 다양성을 보여주는 항목들은 매우 낮은 수치를 보임으로써 우리나라 음악시장이 K-Pop 시장에 편중되어 있다는 문제를 극명하게 보이고 있음



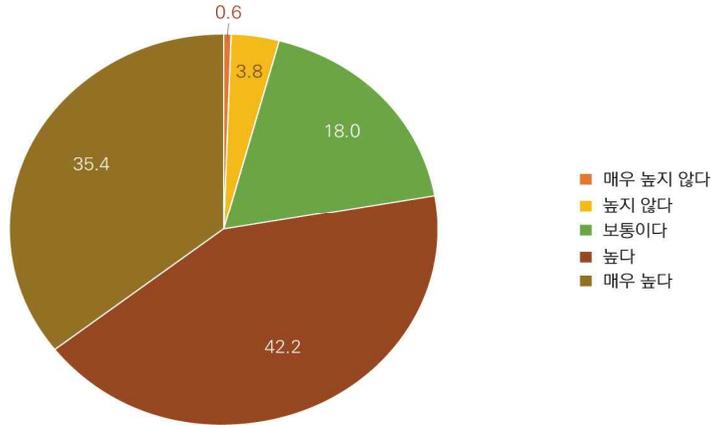
[그림 34] 우리나라 음악산업에서 가장 먼저 떠오르는 단어

- 특히 종사자들의 분야를 불문하고 K-Pop은 50% 후반대의 고른 응답률을 보이며 한국 음악산업 시장을 설명할 수 있는 대표적인 단어임을 보여줌



[그림 35] 우리나라 음악산업에서 가장 먼저 떠오르는 단어\_종사자 분야별 차이

- 한국 음악산업의 성장가능성에 높다는 응답(높다+매우 높다)은 77.7%로 높지 않다(높지 않다+매우 높지 않다)의 4.4%에 비해서 압도적으로 긍정적인 비율을 나타내고 있음



[그림 36] 한국 음악산업 성장가능성

- 성별에 따른 응답비율의 차이는 나타나지 않았으며, 학생, 종사자, 학계 구분에 따른 응답률에서도 대체적으로 긍정적으로 보는 비율이 높았음

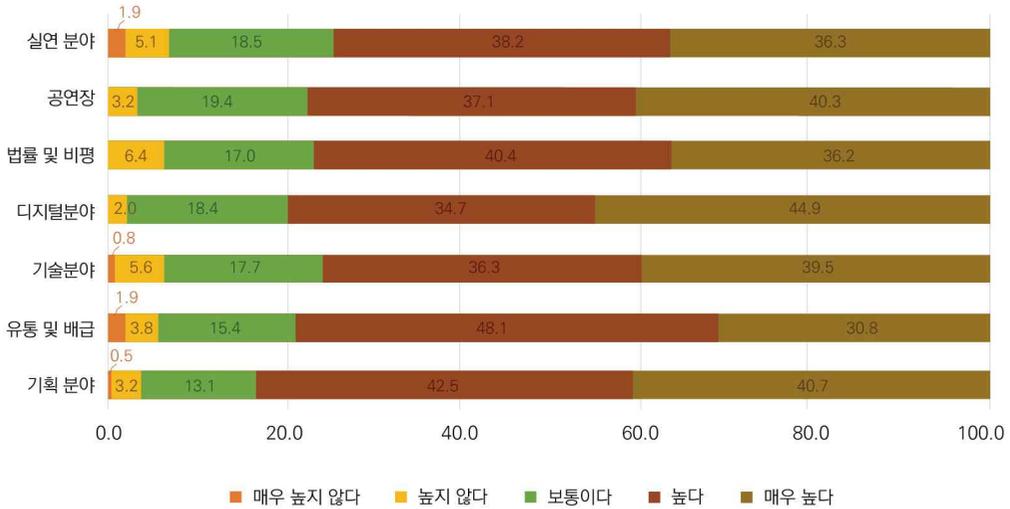


[그림 37] 한국 음악산업 성장가능성\_성별에 따른 응답 차이



[그림 38] 한국 음악산업 성장가능성\_직종별 응답 차이

- 기획, 유통 및 배급, 기술, 디지털, 법률 및 비평, 공연장, 실연 분야 종사자들이 바라보는 음악산업의 성장 가능성은 분야별로 차이는 있지만 대체적으로 보통이다 이상의 응답이 90% 이상으로 긍정적으로 보는 시각이 압도적인 것으로 분석됨



[그림 39] 한국 음악산업 성장가능성\_종사자 분야별 차이

- 한국 음악산업의 성장 가능성을 높이 평가하는 주요한 이유로는 K-Pop의 경쟁력(60.7%), 다양한 음악장르의 역량(9.3%), 해외에서의 인지도(7.6%), 인터넷 디지털 경쟁력(6.6%), 실연자들의 우수한 실력(4.9%)의 순이었음. 중복응답으로 2순위까지 집계한 결과 해외에서의 인지도와 다양한 음악장르의 역량의 순위만 변동이 있었고, 5개의 항목은 동일하게 집계됨



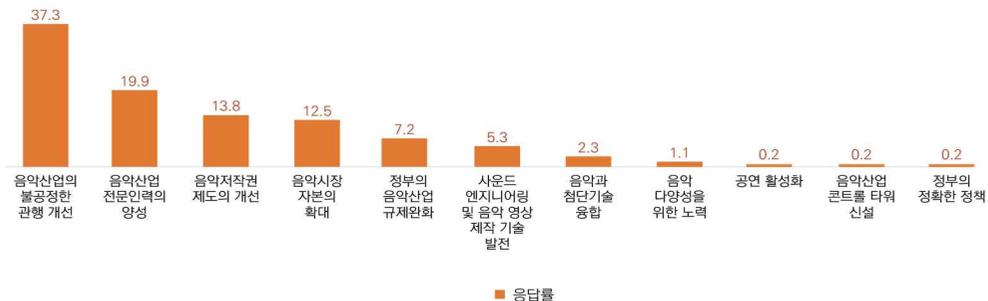
[그림 40] 한국 음악산업 성장가능성\_평가 이유

- 반면 한국 음악시장의 성장 가능성이 높지 않다고 답변한 응답자는 음악 산업에서 자주 발생하는 불공정 계약(26.1%)의 문제를 1순위로 선정하였고, 다음으로는 음악 종사자의 낮은 처우(21.7%), 산업 전문인력의 부족(13.0%), 작은 시장 규모(13.0%), 음악 저작권 제도의 불합리성(8.7%) 등을 꼽았음
  - 1순위와 2순위 응답의 합계에서는 음악 종사자의 낮은 처우(47.8%)가 가장 높은 수치를 나타냈으며, 다음으로는 음악산업에서 자주 발생하는 불공정 계약(34.8%)과 작은 시장규모(34.8%), 그리고 플랫폼의 경쟁력 부족(21.7%)이 새로운 문제점으로 등장하였음



[그림 41] 한국 음악산업 성장가능성\_높지 않은 이유

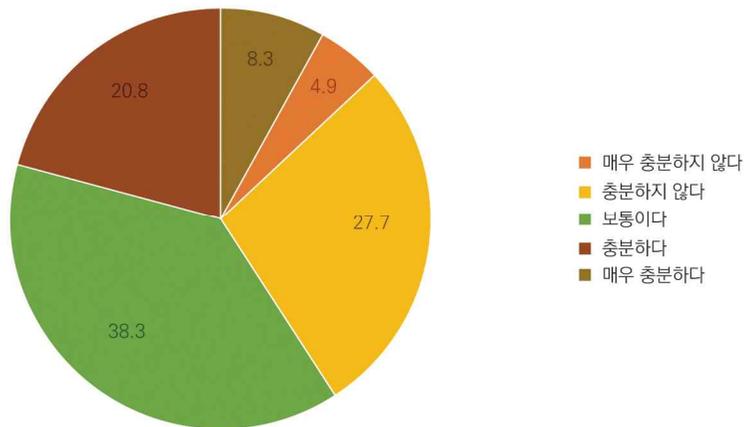
- 한국 음악산업이 발전하기 위해서 선행되어야 할 요소는 불공정한 관행 개선이 37.3%로 가장 높게 집계되었고, 다음으로는 전문인력의 양성이 19.9%, 음악저작권 제도의 개선이 13.8%, 음악시장 자본의 확대가 12.5%로 각각 나타남
  - 시장이 아닌 정부의 역할의 측면에서는 정부의 음악산업 규제완화가 7.2%, 정부의 정확한 정책이 0.2%의 수치를 보임



[그림 42] 한국 음악산업 발전을 위한 선행 요소

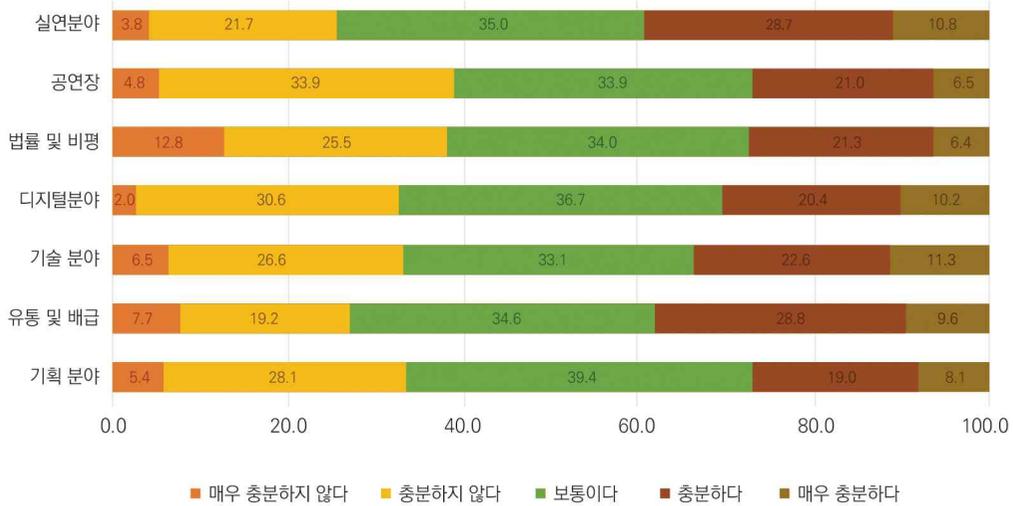
### 3) 음악산업 비즈니스 전문인력의 필요성과 방향

- 음악산업 비즈니스 전문인력의 필요성과 방향에 관해서 묻는 문항은 총 4개로, 전문인력의 충분성, 양성의 필요성, 인력양성의 중요 방향과 공공 지원의 필요성이었음
- 현재 음악산업에 종사하고 있는 전문인력이 충분한지를 묻는 질문에는 매우 충분하다와 충분하다로 응답한 비율은 29.2%였고, 보통이다 38.3% 그리고 매우 충분하지 않다+ 충분하지 않다고 부정 응답률이 32.6%로 긍정 - 보통 - 부정의 응답률이 비슷하게 집계됨



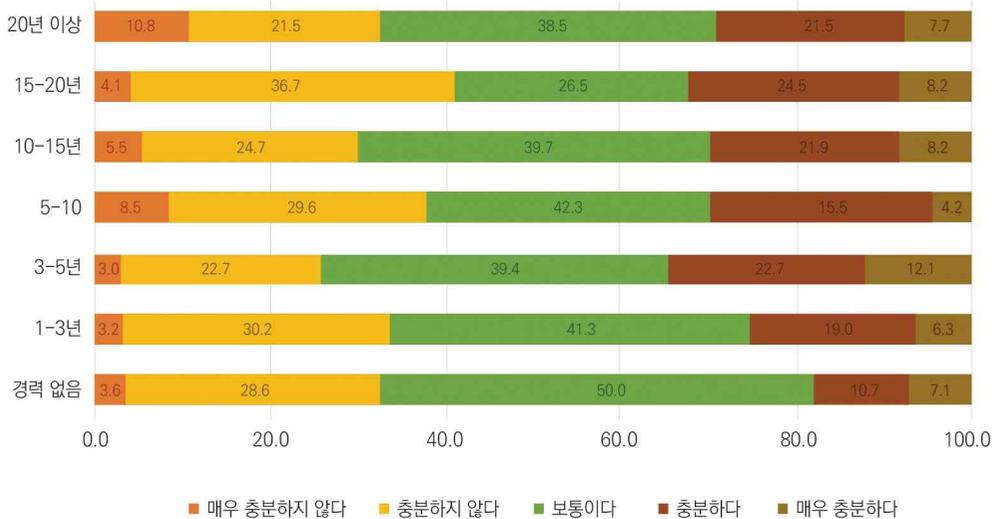
[그림 43] 음악산업 비즈니스 전문인력 충분성

- 전문인력의 충분성의 응답 특성을 살펴보면 분야별로 차이가 나는 것을 확인할 수 있는데, '매우 충분하다'와 '충분하다'의 긍정 응답이 가장 높은 종사자 분야는 유통 및 배급인 것으로 확인되었고, 반면 긍정 응답이 가장 낮은 분야는 기획 분야로 조사되었음



[그림 44] 음악산업 비즈니스 전문인력 충분성\_종사자 분야별 응답 차이

- 또한 음악산업에 종사한 경력기간으로 살펴본 결과 음악산업계에 처음으로 진출한 종사자들의 경우 전문인력이 충분하다고 응답한 비율이 17.8%로 가장 낮았으며, 종사경력이 3-5년인 응답자들은 34.8%가 충분하다고 응답한 것으로 나타남



[그림 45] 음악산업 비즈니스 전문인력 충분성\_경력기간별 응답 차이

- 특히 음악관련 전공을 하고 업계에 진입한 응답자와 그렇지 않은 경우에도 전문인력의 충분성을 묻는 질문에 다르게 응답한 것으로 나타났는데, 음악 관련 전공자는 긍정 - 보통 - 부정의 응답률이 32.4% - 37.3% - 30.4%로 고른 반면, 비전공자는 긍정이 23.2% - 보통이 41.2% - 부정이 35.5%로 보통 이하의 응답률이 높았음



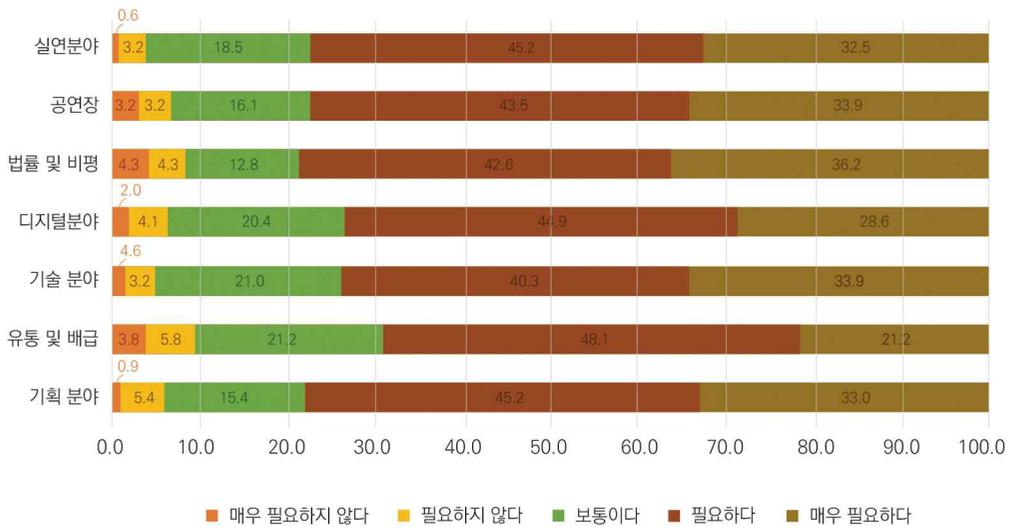
[그림 46] 음악산업 비즈니스 전문인력 충분성\_전공별 응답 차이

- 음악산업에 종사하는 전문인력을 양성해야 할 필요성에 대해서는 필요하다+매우 필요하다는 선택한 응답자가 전체의 80.1%로 압도적으로 나타남. 학생 및 종사자 그리고 학계 전문가들의 응답도 마찬가지로 ‘필요하다 + 매우 필요하다’의 응답이 80% 이상을 나타냈으며 특히 학생들이 필요하다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 집계됨

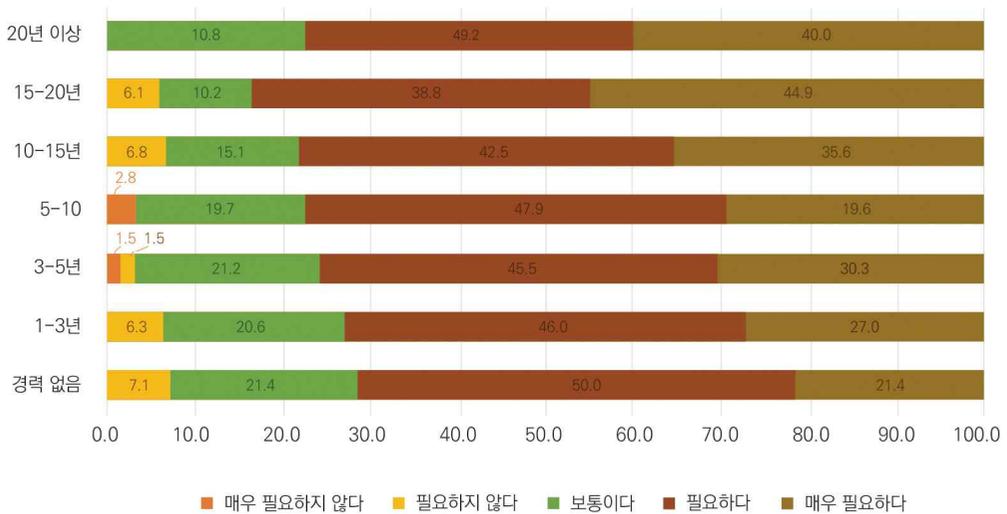


[그림 47] 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 필요성\_직종별 응답 차이

- 분야별 종사자의 응답 패턴도 거의 유사하게 나타났으며, 경력에 따라서 전문인력 양성의 필요성을 더 절감하고 있는 것으로 보임

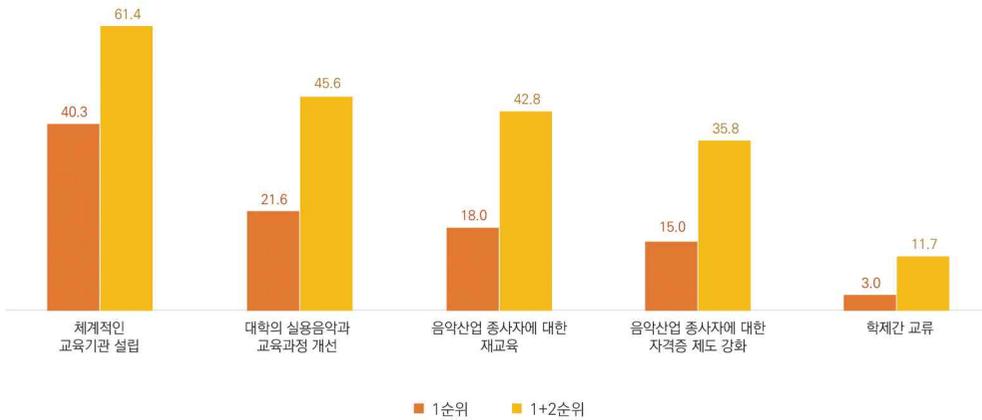


[그림 48] 음악산업 비즈니스 전문인력 필요성\_분야별 응답 차이



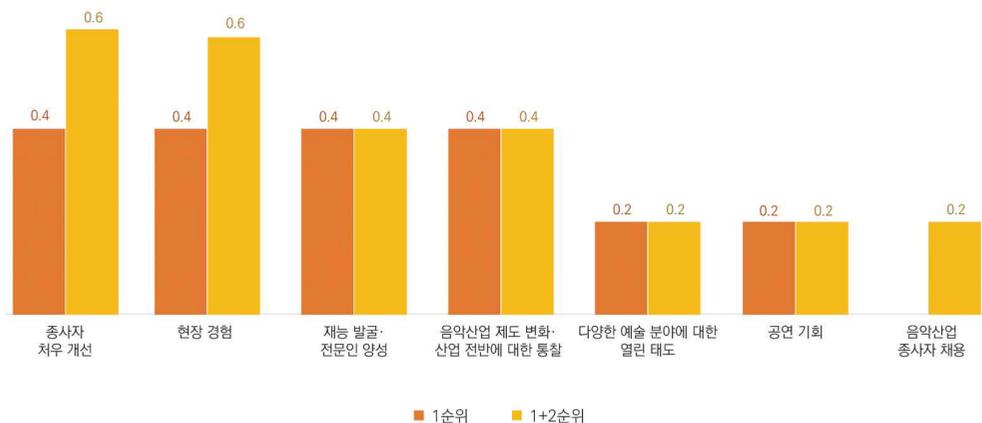
[그림 49] 음악산업 비즈니스 전문인력 필요성\_경력기간별 응답 차이

- 전문인력을 양성할 때 가장 중요하게 고려해야 할 방향성의 우선순위를 묻는 질문에는 첫째 체계적인 교육기관의 설립이 40.3%, 대학의 실용음악과 교육과정의 개선이 21.6%, 음악산업 종사자에 대한 재교육이 18.0%, 음악산업 종사자에 대한 자격증 제도 강화가 15.0% 마지막으로 학제 간 교류 3.0%였음
- 응답의 1순위와 2순위를 합친 결과도 동일한 순으로 나타났고, 학제 간 교류의 수치는 1순위에 비해서 많이 상승하였음



[그림 50] 전문인력 양성 시 고려해야 할 우선순위

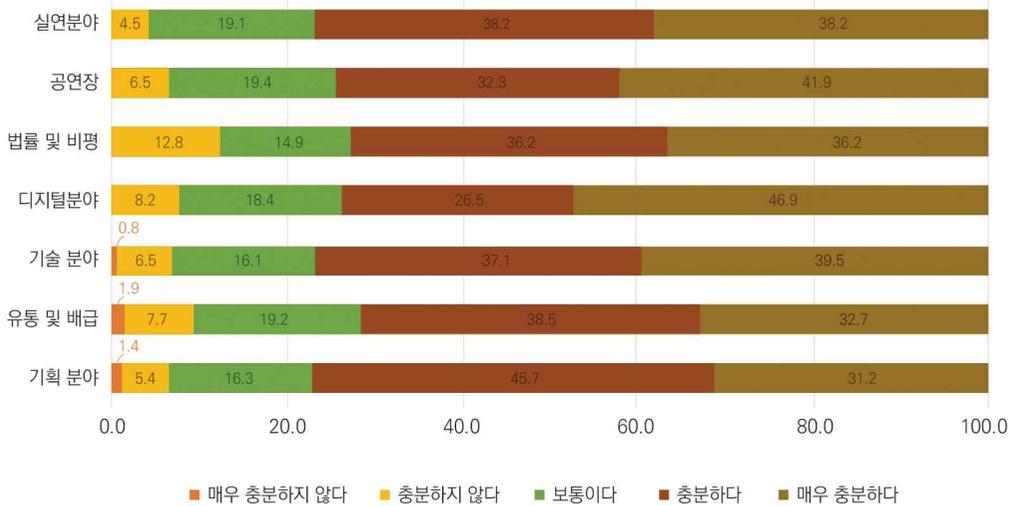
- 응답률에서 1% 미만으로 집계된 항목들은 주로 종사자 처우개선, 현장 경험, 재능 발굴/전문인 양성, 음악산업 제도 변화/산업 전반에 대한 통찰, 다양한 예술 분야에 대한 열린 태도, 공연 기회, 음악산업 종사자 채용이었음



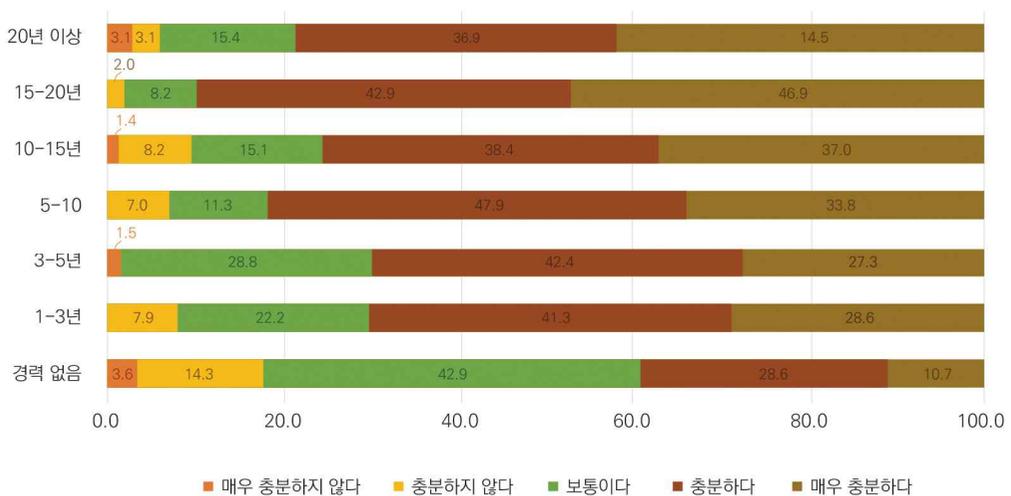
[그림 51] 전문인력 양성 시 고려해야 할 우선순위\_응답률 1% 미만

○ 음악산업 전문인력 양성을 위한 공공지원의 필요성을 묻는 문항에서는 필요성이 있다는 응답(필요하다 + 매우 필요하다)이 전체의 75.2%로, 전체 응답자의 3/4정도가 음악산업 전문인력을 양성할 때 공공지원이 필요하다고 생각하는 것으로 나타남

- 기획, 유통 및 배급, 기술, 디지털, 법률 및 비평 등의 종사 분야와 상관없이 공공지원의 필요성은 고른 응답률을 보였으나 경력별로 살펴보면 때에는 대체로 5년 이상의 경력을 가진 종사자들이 공공지원의 필요성을 느끼고 있는 것으로 확인됨



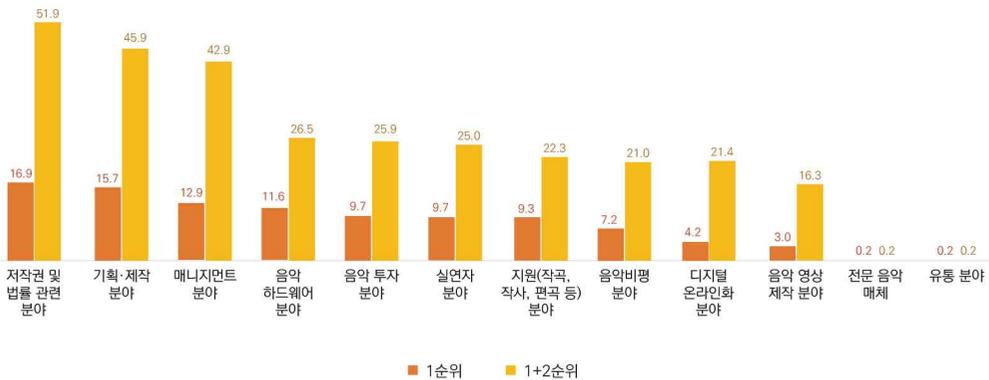
[그림 52] 전문인력 양성을 위한 공공지원의 필요성\_종사자 분야별 응답 차이



[그림 53] 전문인력 양성을 위한 공공지원의 필요성\_경력기간별 응답 차이

#### 4) 음악산업 비즈니스 전문인력의 핵심 양성 분야

- 전문인력 양성을 위한 핵심 분야는 우선순위 3가지를 응답할 수 있는 복수 응답문항이었음. 우선 1순위 응답을 살펴보면, 저작권 및 법률 관련 분야가 16.9%로 가장 높았고, 다음으로는 기획·제작 분야가 15.7%, 매니지먼트 분야가 12.9%의 순이었음. 다음으로는 음악 하드웨어 분야 9.7%, 음악 투자 분야 9.7%, 실연자 분야 9.7%, 지원(작곡, 작사, 편곡 등) 분야가 9.3%, 음악비평 분야가 7.2%의 순이었음
- 1-3순위를 모두 합한 결과에서도 저작권 및 법률 관련 분야 51.9%와 기획·제작 분야가 45.8%로 높은 수치를 나타냈으며, 다음으로는 음악 투자 분야 42.8%, 매니지먼트 분야 26.5%, 음악 하드웨어 분야 25.9%, 지원(작곡, 작사, 편곡 등) 분야 25.0%의 순이었음
- 음악 투자 분야의 경우에는 1순위 응답에서는 5위였으나, 1-3순위 합계에서는 3위로 상승하였는데, 이는 음악 투자 분야에 대한 필요성을 모두 고르게 평가하고 있다고 볼 수 있음



[그림 54] 전문인력 양성의 핵심 분야\_1-3순위

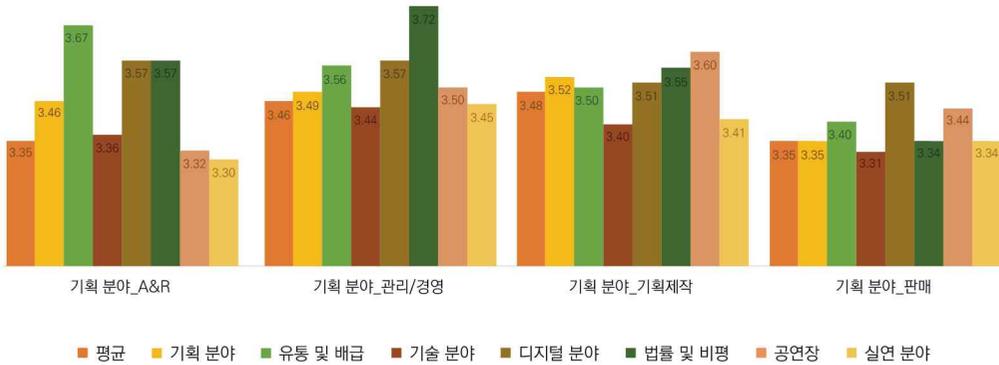
- 핵심 양성 분야를 종사자 내 음악전공자와 비전공자로 나누어 살펴보면 전공자의 경우에 음악 하드웨어(음향, 조명, 무대디자인)분야와 음악 투자 분야, 실연자 분야 등에 1순위 평균보다 높게 평가한 것으로 확인됨



[그림 55] 전문인력 양성의 핵심 분야\_전공별 응답 차이

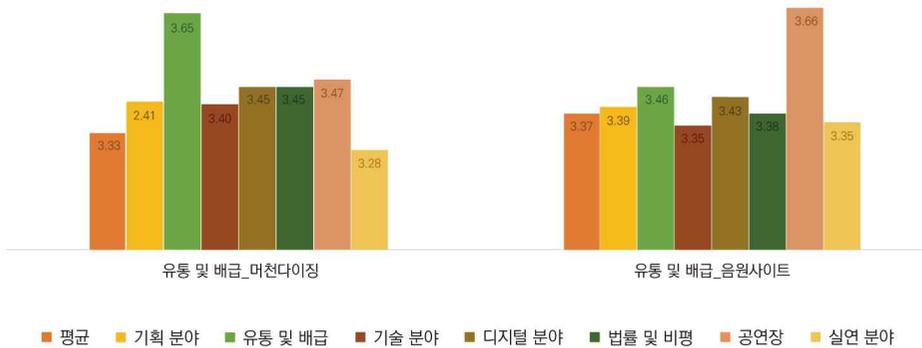
- 이를 다시 음악산업 분야별로 양성해야 할 시급성으로 조사함. 기획 분야는 A&R, 관리/경영, 기획제작, 판매의 4개 항목으로, 유통 및 배급은 머천다이징과 음원사이트로, 기술 분야는 음향, 조명, 무대장치 및 소품, 영상, 신기술로, 디지털 분야는 온라인화로 구분함. 법률 및 비평, 공연장, 실연, 음악 투·용자는 하나의 항목으로 구성하여 시급성을 표기하도록 하였음
  - 전체 항목 중 가장 시급하다고 응답한 것은 음악 투·용자로 5점 중 3.89점으로 가장 높은 수치를 나타냄. 다음으로는 법률 및 비평 3.79, 공연장 운영/관리가 3.73, 기술 분야 중 신기술이 3.72, 디지털 온라인화가 3.68의 순이었음
  - 코로나19로 인하여 비대면 온라인 시장이 활성화되면서 신기술, 디지털 등의 유관 분야에 대한 인력 지원이 요구되고 있다는 전문가의 의견이 설문조사로도 확인되었다고 할 수 있음. 음악 투·용자의 경우에는 영화산업과 같이 음악을 전문으로 평가할 수 있는 인력들이 양성되어야 산업 전반의 규모가 확대되고 시장을 더 활성화시킬 수 있다는 의견이 설득력이 있음을 보여줌
  - 더불어 비대면 온라인화가 가속화되면서 저작권 문제 등의 법률의 이슈가 증가하여 이를 해결할 수 있는 전문가의 양성이 시급하다는 점 역시 설문조사를 통해서 증명되었음
- 기획 분야(A&R, 관리/경영, 기획제작, 판매)의 시급성을 종사자 분야별로 나누어 살펴보면 A&R의 경우에는 유통 및 배급 종사자가 가장 시급하다고 응답하였고, 관리/경영은 법률 및 비평 종사자가, 기획제작은 공연장

종사자가, 마지막으로 판매는 디지털 분야 종사자가 가장 시급하게 양성해야 하는 분야라고 응답하였음



[그림 56] 기획 분야 시급 양성 전공\_종사자 분야별 응답 차이

- 유통 및 배급(머천다이징과 음원사이트)의 시급성과 관련해서는 유통 및 배급 분야의 종사자가 머천다이징이 가장 시급하다고 응답하였고, 음원사이트의 경우에는 공연장 종사자가 가장 많은 응답을 한 것으로 집계됨



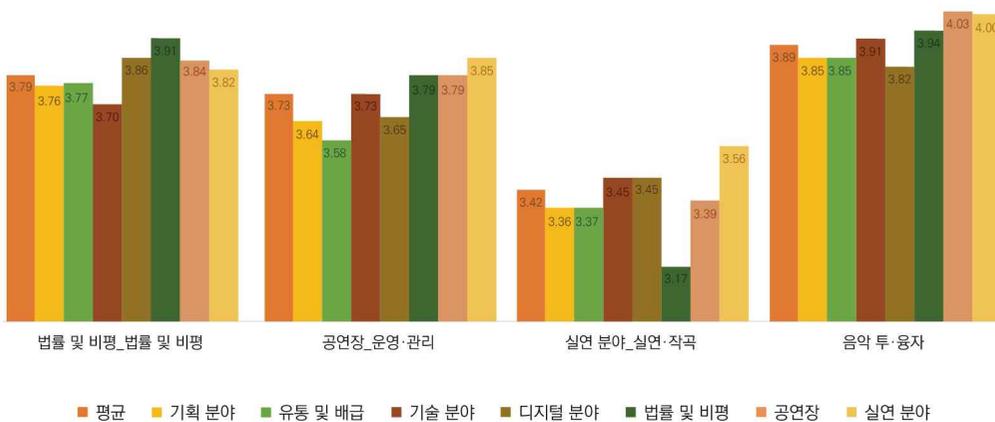
[그림 57] 유통 및 배급 분야 시급 양성 전공\_종사자 분야별 응답 차이

- 기술 분야는 다시 음향, 조명, 무대장치 및 소품, 영상, 신기술로 구분하였고, 유사한 분야인 디지털 온라인화를 포함하여 시급성의 응답률을 살펴봄. 기술 분야 종사자들은 음향, 조명, 무대장치 및 소품, 영상, 신기술의 모든 기술 분야 인력이 시급하다고 응답한 것으로 나타났고, 디지털 온라인 관련해서는 공연장 종사자들이 가장 시급하게 양성되어야 할 분야로 응답하였음



[그림 58] 기술 분야 시급 양성 전공\_종사자 분야별 응답 차이

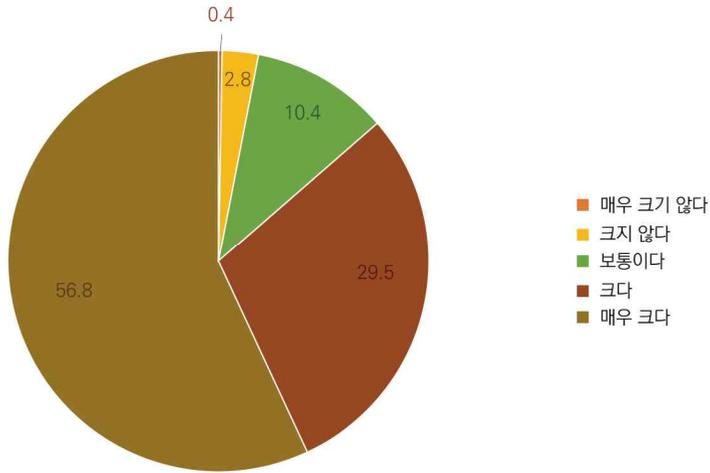
- 하나의 항목으로만 질문한 법률 및 비평, 공연장 운영/관리, 실연 분야, 음악 투·용자의 경우에는 전반적으로 모든 종사자들에게 고른 응답률을 보였으나, 실연 분야의 시급성은 법률이나 공연장, 음악 투·용자에 비해서 낮은 것으로 나타남



[그림 59] 기타 분야 시급 양성 전공\_종사자 분야별 응답 차이

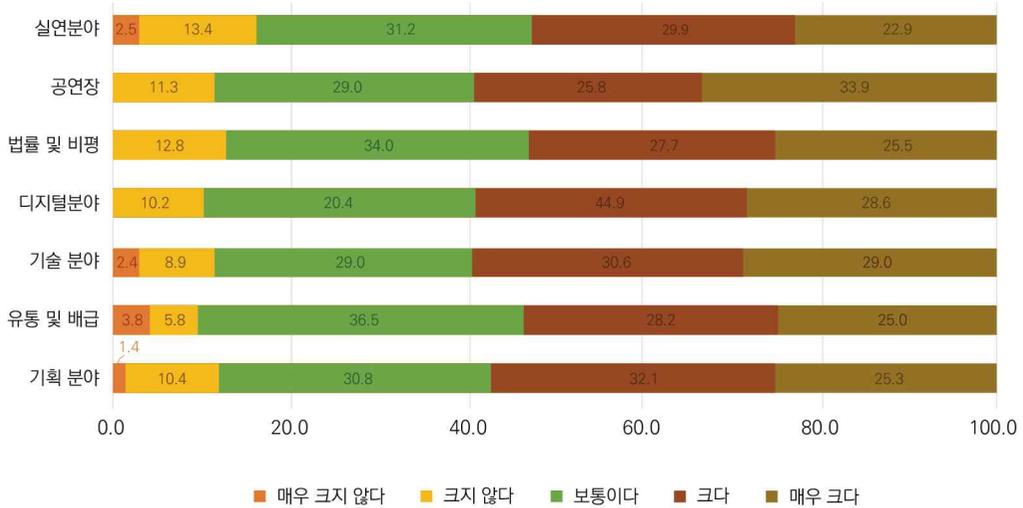
## 5) 비대면 시대 음악산업의 변화

- 코로나19로 인하여 비대면(언택트) 환경이 음악산업 전반에 얼마나 영향을 미치는가를 질문한 문항에서는 ‘매우 크다 + 크다’의 답변을 한 응답자가 86.4%로 집계되었고, 보통이다의 응답이 10.4%, ‘크지 않다 + 매우 크지 않다’가 3.2%로 코로나19가 음악산업에 많은 영향을 미치고 있다고 평가한 것으로 나타남

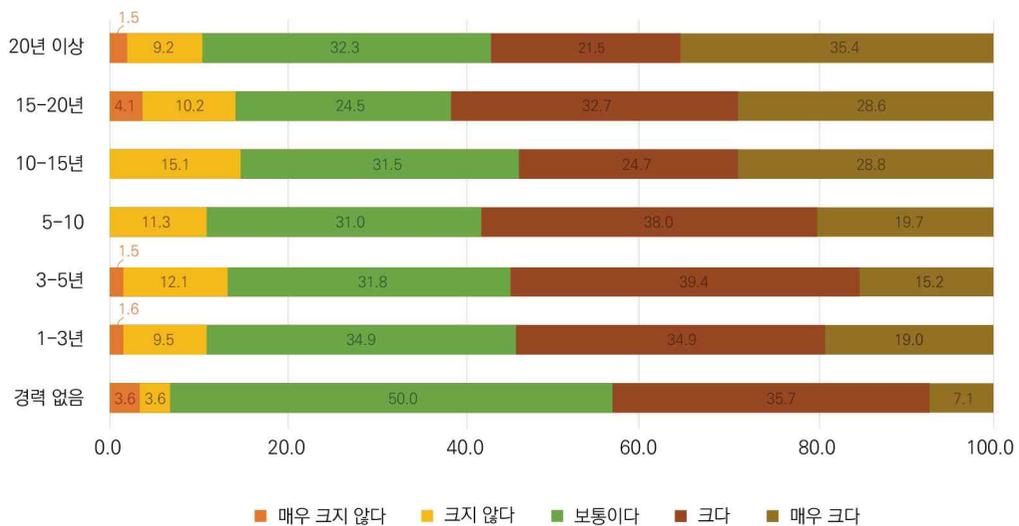


[그림 60] 음악산업 전반에 비대면 환경의 영향 정도

- 코로나19로 인하여 비대면 음악산업이 성장할 가능성이 어떤지를 묻는 질문에서는 ‘매우 크다 + 크다’를 응답한 비율이 절반 이상인 56.1%로 나타났고, 보통이다가 31.3%였음
  - 비대면 음악산업의 성장 가능성에 대한 응답은 종사 분야와 경력과 관계없이 유사한 응답 분포도를 보였음



[그림 61] 비대면 음악시장 성장 가능성\_종사자 분야별 응답 차이



[그림 62] 비대면 음악시장 성장 가능성\_경력기간별 응답 차이

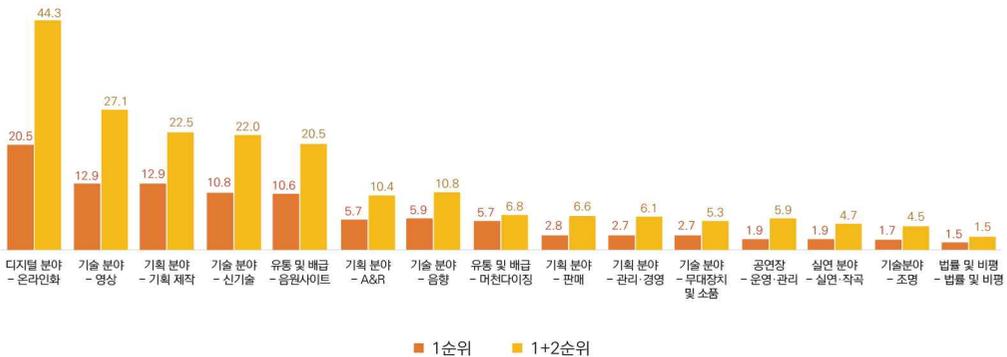
- 코로나19와 같은 변화하는 비대면 환경에 대응하는 인력 양성의 필요성에 대해서는 응답자의 76.5%가 ‘필요하다 + 매우 필요하다’로 응답한 것으로 나타남
- 비대면 환경에 대응하기 위해 필요한 전문인력 분야의 우선순위는 온라인 공연 플랫폼 서비스(37.1%), 온라인 영상 촬영 제작(31.3%), 온라인 음악

마케팅 전략(13.8%), 입체 음향 엔지니어링(13.4%), 영상미디어 디자인(4.0%), 음악산업 정책기획(0.4%)의 순이었음. 이 문항도 복수 응답이 가능한 문항이었으며, 1, 2순위의 합계를 낸 결과 역시 1순위 응답의 순서와 동일한 것으로 나타남



[그림 63] 비대면 환경 대응 위한 전문인력 필요 분야 우선순위\_1-2순위

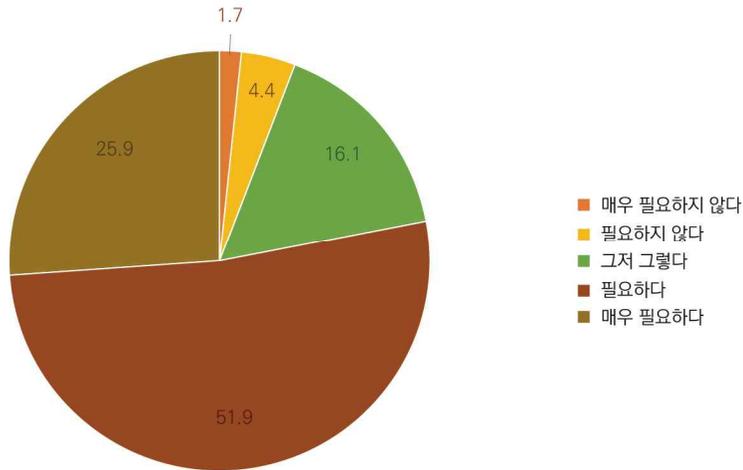
- 비대면 환경에서 성장 가능성이 높은 음악산업 분야의 순위를 물을 때 기획, 유통 및 배급, 기술, 디지털, 법률 및 비평, 공연장 운영/관리, 실연, 음악 투·용자의 동일한 구분으로 질문함. 우선순위 5개를 살펴보면, 디지털 분야\_온라인화가 20.5%, 기술 중 영상분야 12.9%, 기술 중 기획제작 분야 12.9%, 기술 중 신기술 분야 10.8%, 유통 및 배급의 음원사이트 10.6%의 순으로 나타남
- 1, 2순위 합계역시 같은 순서였는데, 디지털 온라인화가 44.3%, 기술 중 영상이 27.1%, 기획제작이 22.5%, 신기술이 22.0%, 유통 및 배급의 음원사이트가 10.5%의 순이었음



[그림 64] 비대면 환경 성장가능성 높은 분야 우선순위\_1-2순위

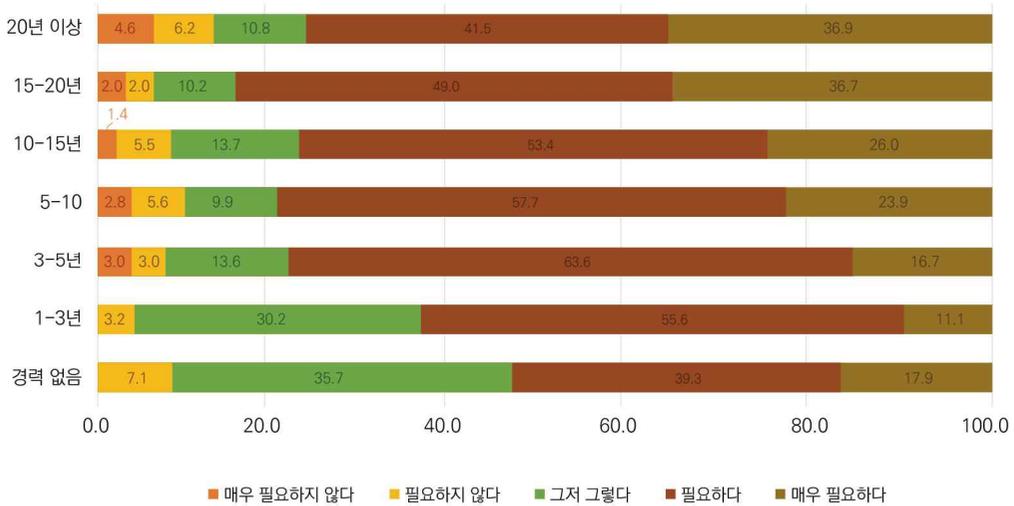
## 6) 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 및 교육기관 설립

- 음악산업 전문인력 양성을 위한 교육기관이 설립되어야 할 필요성이 있는지를 묻는 문항에서는 ‘필요하다’의 응답이 절반이 넘는 51.9%였으며, ‘매우 필요하다’의 응답자도 25.9%로 전체 응답의 77.8%가 교육기관의 필요성을 공감하고 있는 것으로 나타남



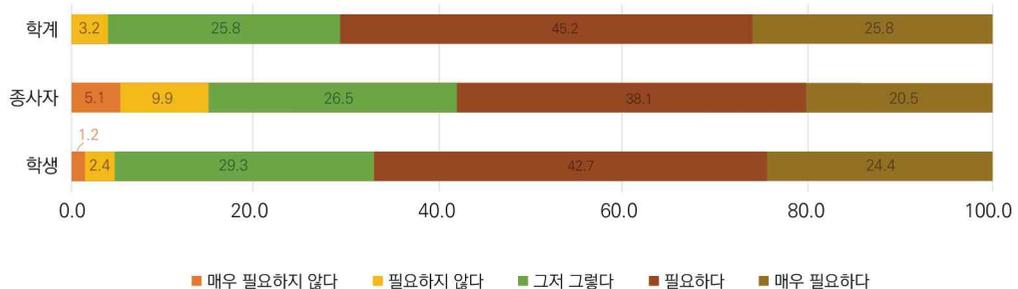
[그림 65] 음악산업 전문인력 교육기관 설립 필요성

- 음악산업 종사자의 경력으로 결과를 살펴보면 독특한 점을 발견할 수 있는데, 경력이 없는 산업에 막 진입하거나 진입 예정인 응답자는 교육기관의 필요성을 낮게 평가하는 것으로 집계된 반면, 경력이 3년 이상인 응답자는 80% 이상이 교육기관이 필요하다고 응답하였음



[그림 66] 음악산업 전문인력 교육기관 설립 필요성\_경력기간별 응답 차이

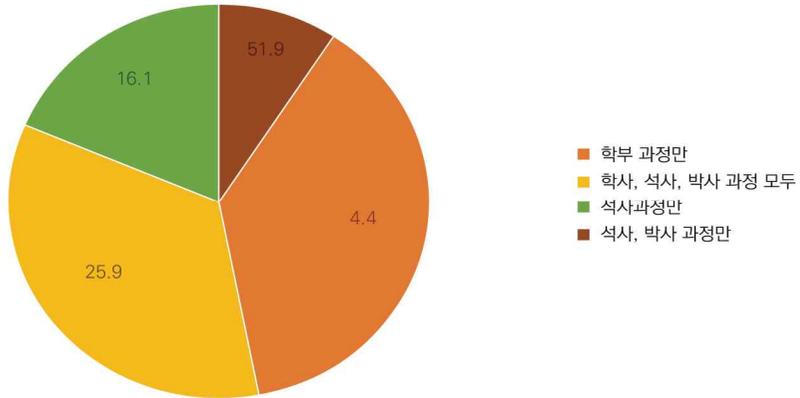
- 전문인력 양성을 위한 교육기관 설립에서 학위가 필요한지 여부를 묻는 문항에서는 학위가 ‘필요하다 + 매우 필요하다’는 응답이 60.6%로 나타났고, 그저 그렇다가 26.9%, ‘필요하지 않다 + 매우 필요하지 않다’가 12.5%로 집계됨
  - 특히 학계 종사자의 응답에서 학위가 필요하다고 답변한 비율이 가장 높았고(71.0%), 다음으로는 학생(67.1%), 그리고 종사자(58.6%)의 순이었음. 이는 아무래도 전문가 FGI에서 나온 의견처럼 종사자들의 경우 재교육의 필요성이 있기 때문에 학위보다는 아카데미처럼 손쉽게 접근할 수 있는 교육기관을 선호하는 것으로 판단할 수 있음



[그림 67] 전문인력 교육기관 학위 필요성 여부\_직종별 응답 차이

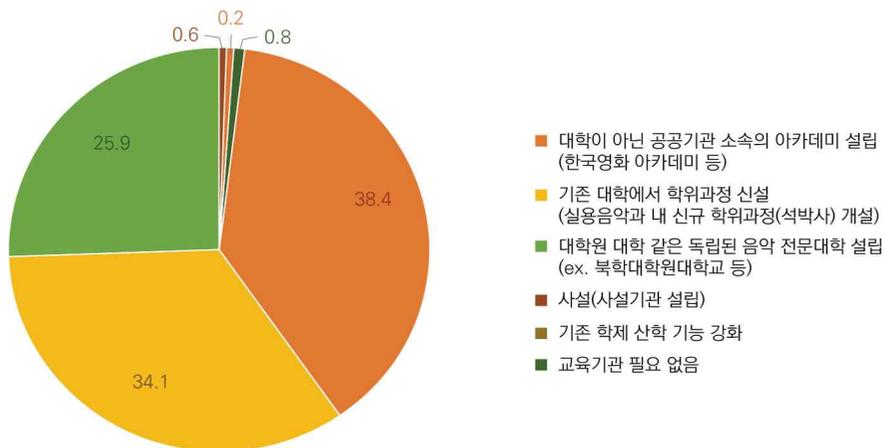
- 만약 학위가 수여되는 형태의 교육기관이 설립된다면 학제과정이 어떻

게 구성되어야 할지를 묻는 질문에는 학부과정만 있으면 된다고 응답한 비율이 37.8%, 학부, 석사, 박사 과정 모두가 개설되어야 한다는 응답이 34.4%로 팽팽한 결과가 나왔으며, 석사과정만 있어도 된다는 응답이 18.4%, 석사, 박사 과정만 있는 대학원대학교의 모델은 9.4%로 집계됨



[그림 68] 전문인력 교육기관 학제과정 구성

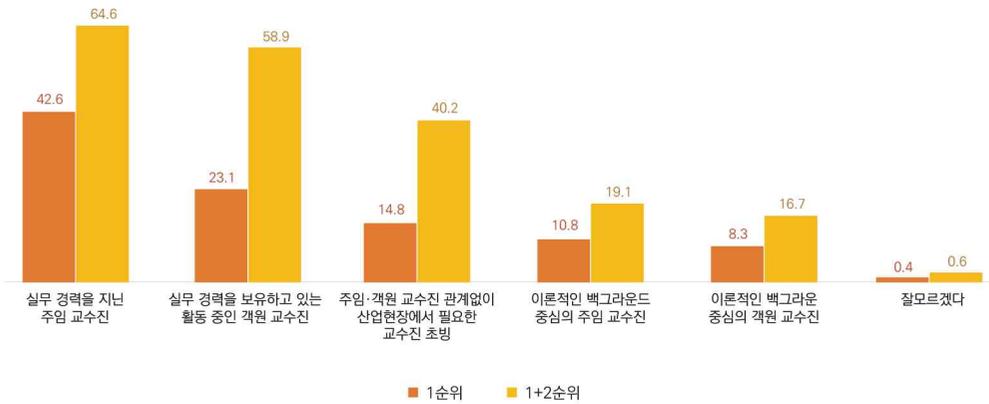
○ 전문인력 양성을 위해서 적합한 교육기관의 모델에 대한 응답으로는 38.4%가 대학이 아닌 공공기관 소속의 아카데미 설립을 선택하였고, 다음으로는 기존 대학에서 학위과정을 신설하는 것이 34.1%, 대학원대학교와 같은 독립된 음악 전문대학의 설립이 25.9%로 나타남. 다음으로는 사설기관이 0.6%, 기존 학제에서 산학기능 강화가 0.2%이었으며 교육기관이 필요없다는 응답도 0.8%로 집계됨



[그림 69] 음악산업 전문인력 양성에 적합한 교육기관 모델

○ 전문인력 양성을 위한 교육기관에 적합한 교수진 구성의 우선순위에서는 실무경력을 지닌 주임 교수진이 42.6%, 실무 경력을 보유하고 있는 활동 중인 객원 교수진이 23.1%, 주임/객원 교수진 관계없이 산업현장에서 필요한 교수진 초빙이 14.8%, 이론적인 백그라운드 중심의 주임 교수진이 10.8%, 이론적인 백그라운드 중심의 객원 교수진이 8.3%였음

- 1, 2순위를 합친 결과도 동일한 순서로 나타났으며 이는 신설되는 음악 산업 전문인력 양성을 위한 교육기관은 실무 중심의 수업을 진행할 수 있는 교수진으로 구성되었으면 좋겠다는 응답자들의 의견이 반영된 결과라고 할 수 있음



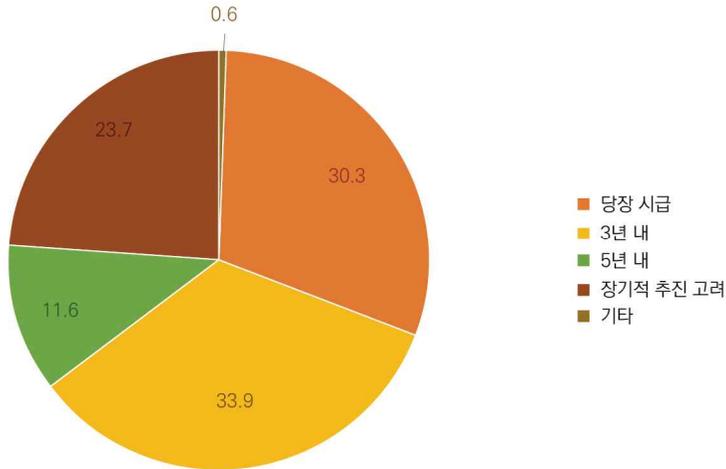
[그림 70] 전문인력 양성 교육기관 교수진 구성 우선순위\_1-2순위

- 설문결과를 음악산업 종사자 중 음악전공자와 비전공자로 구분해서 결과를 살펴보면, 비전공자들이 실무경험이 있는 교수진을 전공자보다 조금 더 선호하는 것으로 나타남



[그림 71] 전문인력 양성 교육기관 교수진 구성 우선순위\_전공별 응답 차이

- 음악산업 전문인력 양성 교육기관의 적절한 설립 시점을 묻는 문항에서는 당장 시급하다는 의견이 30.3%, 3년 내 설립이 33.9%로 단기간 내에 교육기관이 설립되어야 한다는 의견이 과반수 이상인 것으로 나타남
  - 5년 내 설립이 11.6%, 장기적인 관점에서의 추진이 23.7%의 의견도 35% 이상인 것으로 보아 교육기관 설립에 신중을 기해야 한다는 의견을 가진 종사자들도 많은 것으로 파악할 수 있음

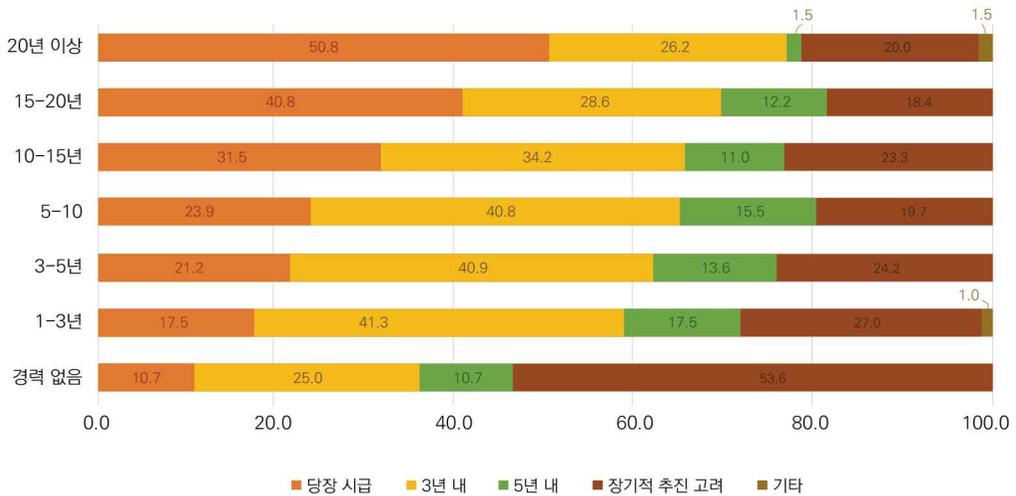


[그림 72] 전문인력 양성 교육기관 설립 시점

- 종사자의 경력기간에 따라서도 매우 설립 시점에 대해서 매우 다른 응답을 나타내는데, 경력기간이 길수록 전문인력 양성 교육기관의 설립이 매우 시급하다고 판단하는 것으로 집계되었고, 음악을 전공하고 음악산업 분야로 들어온 종사자들이 기관 설립의 시급성이 있다고 판단함

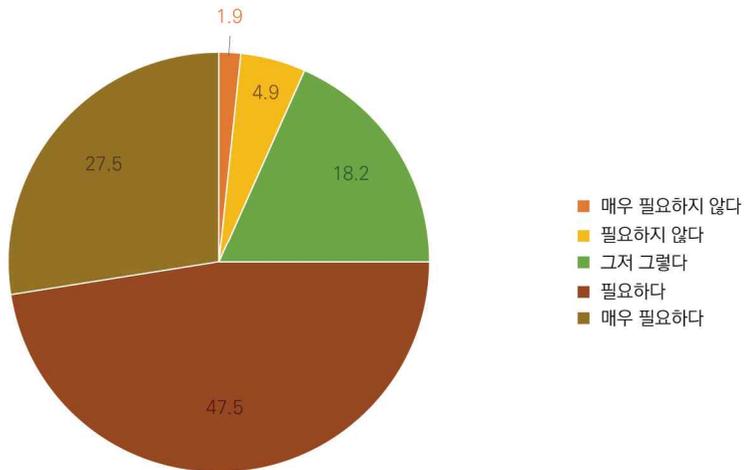


[그림 73] 전문인력 양성 교육기관 설립 시점\_전공별 응답 차이



[그림 74] 전문인력 양성 교육기관 설립 시점\_경력기간별 응답 차이

- 교육기관을 설립할 때 정부의 주도적인 지원정책이 필요하냐는 질문에는 응답자의 75%가 '필요하다 + 매우 필요하다'로 응답함. 특히 절반 가량인 47.5%의 응답자가 '필요하다'고 응답한 것으로 나타남



[그림 75] 교육기관 설립 시 정부 주도 지원정책의 필요성

- 전문인력 양성 교육기관 설립을 위해서 정부, 지자체, 민간과 협력이 필요한지를 묻는 질문에는 협력의 필요성을 선택한 응답자가 전체의 79.7%였음. 아무래도 음악산업은 시장에 기반하여 성장하고 있는 산업이기 때문에 공공과 민간의 협력관계를 중요하게 보고 있다는 의견이 반영되었다고 할 수 있겠음



### 3. 소결

- K-Pop으로 대표되는 한국의 음악시장은 아이돌이나 대형 기획사들의 선전으로 인하여 글로벌 시장에서의 성공신화를 써내려가고 있지만, 그 뒤에는 기형적으로 발전하고 있는 아이돌 육성, 오디션 프로그램의 지나친 범람 등의 문제도 뒤따르고 있음
- 음악산업 인력의 편향성을 막기 위해서 음악산업에서 필요한 다양한 전문 인력의 양성이 요구되고 있으며, 코로나19를 맞이하여 급증하고 있는 비대면(언택트) 환경에 대응할 수 있는 기술 관련 분야의 양성도 시급하다고 할 수 있음
- 따라서 음악산업 전문인력 양성을 위한 교육기관 설립의 필요성과 필요한 분야별 인력, 정부의 제도적 지원 등 여러 항목을 종사자들을 대상으로 종합적으로 질문하였으며, 설문 결과 요약하면 다음과 같음
  - 음악산업에 진입할 예비 종사자인 학생, 현재 산업 종사자 그리고 음악 산업을 둘러싼 학계·평론 분야에서 활동하고 있는 500여 명의 응답자의 설문 결과를 분석한 결과 한국 음악산업의 성장 가능성은 매우 높은 것으로 판단되나, 산업을 받치고 있는 전문인력들이 실연 분야에 쏠려 있어 다양한 방면의 인력의 양성이 필요한 것으로 나타남
  - 특히 음악산업 분야에서 부족한 전문인력은 저작권 및 법률 관련 분야, 기획·제작 분야, 음악 투·융자 분야인 것으로 나타났으며, 이는 현재의 교육 체계 내에서는 인력 양성이 어려운 분야 중 하나임
  - 저작권 및 음악·엔터테인먼트 법률은 국가마다 다른 법률체계가 존재하며, 계약 당사자 간 시장에 대한 이해와 수익 분배와 같은 민감한 이슈를 다룸에도 불구하고 종사자들이 산업에 진입하여 현장에서 부딪히면서 배워가야 한다는 점에서 애로점을 가지고 있는 것으로 확인되었음
  - 기획·제작의 경우에는 실용음악과 또는 매니지먼트학과를 졸업했다 하더라도 학교 교육과정에서 배우는 지식이 현장에서 바로 사용할 수 없는 경우가 많아 역시 현장에서의 경험이 기획과 제작에 필수적이라는 점에서 현재 산업 종사 인력의 재교육이나 양성이 절실한 분야라고 할 수 있음

- 음악 투·융자의 전문인력은 현재 우리나라 음악산업에서 찾아보기 어려운 희귀 직군으로 영화처럼 작품을 기준으로 투자나 용자를 받을 수 있도록 판단할 수 있는 음악의 경제 가치 판단을 위해서 반드시 필요한 전문인력이라 할 수 있음. 그러나 국내의 교육 커리큘럼에서는 음악의 가치를 판단할 수 있는 기준을 가르쳐주는 학과 또는 전공이 전무하여 전문가를 양성하는 것조차 어려운 실정임
- 전문인력 양성을 위한 교육기관이 설립되기 위해서 선호하는 교육기관의 유형을 묻는 질문에는 공공기관 아카데미의 형태와 대학 내 신규 과정 설립 등이 거의 유사한 결과를 보였고, 전문 대학원대학교의 설립은 상대적으로 낮게 종사자들의 선택하였음
  - 교육기관의 유형은 결과적으로 수료증을 선호하는가, 학위를 선호하는가의 문제와 연계되어 있는데 설문조사의 결과는 수료증을 주는 아카데미의 방식이 종사자 접근성에서 더 유리한 것으로 나타남
  - 더불어 교육기관의 유형과는 별개로 실무 경험이 많은 교수진의 구성이 가장 필요하다는 종사자들의 의견은 현재의 교육과정이 현장보다는 아카데미한 교과과정으로 이루어져 있어, 현장에 진입하면 경험을 통해서 지식을 습득해야 하는 문제점과도 연결되어 있는 결과라고 할 수 있음
- 전문인력 양성을 위하여 정부의 주도적인 정책 수립의 필요성이 있다고 판단하는 종사자가 많았음. 특히 정부, 지자체, 민간과의 협력이 필요하다는 응답도 매우 높아 음악산업이 시장을 중심으로 움직이기는 하지만, 시장의 잘 움직일 수 있도록 정부와 지자체의 역할이 필수적이라는 점이 결과에 녹아있다고 할 수 있겠음



제4장 교육기관 설치(안)에 따른  
주요 특징 분석



## 제4장 교육기관 설치(안)에 따른 주요 특징 분석

### 제1절 음악 비즈니스 전문대학교(원) 조사 및 분석

#### 1. 대학원대학교 설립 근거

- 대학원대학교는 「고등교육법」 제30조(대학원대학)을 근거로 하여 설립된 학교로, 특정 분야의 전문 인력을 양성하기 위하여 석·박사 과정만을 운영하는 대학을 의미함

#### 「고등교육법」

**제1조(목적)** 이 법은 「교육기본법」 제9조에 따라 고등교육에 관한 사항을 정함을 목적으로 한다.

**제2조(학교의 종류)** 고등교육을 실시하기 위하여 다음 각 호의 학교를 둔다.

1. 대학
2. 산업대학
3. 교육대학
4. 전문대학
5. 방송대학·통신대학·방송통신대학 및 사이버대학(이하 “원격대학”이라 한다)
6. 기술대학
7. 각종학교

#### 제2절 대학 및 산업대학

##### 제1관 대학

**제28조(목적)** 대학은 인격을 도야(陶冶)하고, 국가와 인류사회의 발전에 필요한 심오한 학술이론과 그 응용방법을 가르치고 연구하며, 국가와 인류사회에 이바지함을 목적으로 한다.

**제29조(대학원)** ① 대학(산업대학·교육대학 및 원격대학을 포함한다. 이하 이 조에서 같다)에 대학원을 둘 수 있다. 다만, 사이버대학은 교육여건과 교육과정의 운영에 대한 평가 등 대통령령으로 정하는 기준을 충족한 경우에 한한다.

② 대학원에는 필요에 따라 학위과정 외에 학위를 수여하지 아니하는 연구과정을 둘 수 있다.

③ 대학에 두는 학위과정, 연구과정 및 그 운영에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제29조의2(대학원의 종류)** ① 대학원은 그 주된 교육목적에 따라 다음 각 호와 같이 구분한다.

1. 일반대학원: 학문의 기초이론과 고도의 학술연구를 주된 교육목적으로 하는 대학원
2. 전문대학원: 전문 직업 분야의 인력양성에 필요한 실천적 이론의 적용과 연구 개발을 주된 교육목적으로 하는 대학원
3. 특수대학원: 직업인 또는 일반 성인을 위한 계속교육을 주된 교육목적으로 하는 대학원

② 대학(제30조에 따른 대학원대학은 제외한다)에는 일반대학원·전문대학원 또는 특수대학원을 둘 수 있고, 산업대학 및 교육대학에는 전문대학원 또는 특수대학원을 둘 수 있으며, 원격대학에는 특수대학원을 둘 수 있고, 제30조에 따른 대학원대학에는 전문대학원이나 특수대학원 중 하나의 대학원을 둘 수 있다.

③ 제1항의 전문대학원 중 법학전문대학원의 설치·운영에 관한 사항은 따로 법률로 정한다.

**제29조의3(학위과정의 통합)** ① 대학원을 둔 대학에 학사학위 및 석사학위의 과정이 통합된 과정을 둘 수 있다.

② 박사학위과정이 설치되어 있는 대학원에 석사학위 및 박사학위의 과정이 통합된 과정을 둘 수 있다.

**제30조(대학원대학)** 특정한 분야의 전문인력을 양성하기 위하여 필요하면 제29조 제1항에도 불구하고 대학원만을 두는 대학(이하 “대학원대학”이라 한다)을 설립할 수 있다.

- 일반적으로 대학원은 대학교와 함께 운영하지만, 대학원대학은 대학원 과정만을 독자적으로 운영하는 곳으로 일반적인 종합대학과는 달리 학사 과정을 운영하지 않음. 학사과정을 졸업한 후에만 입학할 수 있음
- 1996년 대학설립준칙주의를 도입하며 ‘세계화 시대에 걸맞는 전문 인력 양성’을 목적으로 대학원대학에 대한 설립 및 운영 기준을 마련하였음. 2020년 기준 대학원대학은 특별법법인이 2개(한국학대학원, 국제암대학원대학교)를 제외하고 총 47개임
- 석·박사 과정만을 운영하는 학교인만큼 상당수가 정원 100명 미만의 작은 규모로 운영되고 있으며, 학교 건물도 건물 한 채나 빌딩 한 두층을 사용하는 경우가 많음

- 일반적으로 「수도권정비계획법」으로 인하여 서울이나 수도권에 학교를 설립하는 것이 어려운 반면에 대학원대학은 이 법의 예외로 서울이나 경기도 지역에 자유롭게 설립이 가능한 특징을 지님

서울	인천	경기도	강원도
21	2	15	1
충청도	전라도	경상도	총계
5	1	2	47

## 2. 유사 대학원대학교 사례 분석

### 1) 북한대학원대학교

- 북한대학원대학교는 1972년에 설립된 경남대 극동문제연구소, 그리고 1997년에 설립된 경남대 북한대학원의 교육경험을 기반으로 2005년에 대학원대학교로 설립되어 운영되고 있음. 경남대 극동문제연구소와 여전히 협조관계를 구축하여 연구와 교육이 결합된 교육모델을 제시하며 북한·통일 분야 최고의 교육기관이 되고자 설립함. 2000년 우리나라 최초로 전문대학원으로 승격되었으며, 점차 연구영역을 확장하고 있음
- 북한대학원대학교은 연간 석사 40명, 박사 20명을 모집하고 있으며<sup>48)</sup>, 대부분은 연구 및 실무 전문인력의 양성을 목표로 교육을 받음. 석·박사 학위과정의 전공은 정치통일, 법행정, 군사안보, 경제IT, 사회문화언론, 통일교육의 6개로 개설되어 있음. 더불어 특별과정인 비학위과정으로는 통일미래최고위과정을 운영 중임

<표 48> 북한대학원대학교 전공과정

전공	내용
정치통일	북한의 정치이념과 정치구조, 대외정책과 외교관계, 남북한 통일문제를 집중적으로 고찰하여 이 분야에 대한 전문적인 지식을 배양함으로써 북한체제의 정치적 측면에 대한 이해와 한반도 통일에 따르는 문제점 및 해결방안을 모색

48) 2020 북한대학원대학교에서 발행한 『2020학년도 자금예산서』를 토대로 살펴보면 2020년 북한대학원대학교의 재학생 수는 석사 95명, 박사 62명인 것으로 확인됨

전공	내용
군사안보	정전체제 및 한반도의 안보환경, 남북한의 안보군사정책, 북한의 군사전략과 군사력, 조선인민군의 지위 및 실태, 국제관계이론 및 전쟁연구, 정보화 시대의 남북한 군사, 국방과 경제의 관계 등을 집중 고찰함으로써 남북한 간의 대치상태를 족식시키고 항구적인 평화체제를 구축하는 방안 모색
사회문화언론	북한 사회에 대한 체계적인 분석을 통하여 북한 주민들의 삶과 의식에 대한 깊은 이해를 추구하며, 향후 남북한 화해협력과 평화공존 시대에 기여할 수 있는 학문적·실무적 능력을 배양하는데 목적을 둬. 북한의 문화, 예술 일반과 방송·언론을 고찰함으로써 이 분야에 대한 심도 있는 지식을 배양하고 문화언론 교류를 주도할 수 있는 전문인을 양성함으로써 남북한 사회통합의 토대를 마련하고자 함
경제IT	북한의 경제체제와 관리체계, 경제정책, 남북한 간의 경제협력, 무역 및 대외개방 문제, 자원, 환경, 국토개발 및 인프라 구축현황 등을 교육함으로써 북한 경제에 대한 깊이 있는 지식을 함양하고, 남북한 경제 교류 및 협력에 필요한 전문인력을 양성함. 북한의 과학기술, 특히 IT 분야를 고찰하고, 남북한 과학기술 분야의 교류·협력을 확대시킬 수 있는 방안 모색
법행정	북한의 법과 행정제도에 대한 체계적 연구를 통해 북한의 통치구조는 물론 주민의 삶에 대한 이해를 제고. 법전이나 형식적인 제도를 넘어 현실적으로 작동하고 있는 살아 있는 법과 행정의 현실에도 주목함으로써 현재 진행 중인 변화는 물론 향후의 변화도 예측하는 중요 분야임
통일교육	분단체제를 재생산해 온 의식과 태도를 비판적으로 검토하고, 한반도에 평화통일을 이룩하기 위해 필요한 시민의 능력과 그것을 발달시킬 수 있는 방법을 탐구하여, 이론적 안목과 실천적 능력을 가지고 통일교육을 담당할 교육 전문가를 양성하는 것을 목적으로 함

<표 49> 북한대학원대학교 특별과정

전공	내용
통일미래최고위	남북 관계와 한반도 주변의 국제 정세를 냉철하게 분석하고, 미래 한반도의 다양한 통일상을 함께 고민하며, 현실적인 전략과 방안을 도출함

- 전임교수는 10명으로 대부분 북한정치, 비교정치, 남북관계, 북한사회문화, 북한경제 등의 분야 전문가로 구성되어 있고, 협력교수, 겸임교수, 초빙교수 등 다양한 교수진을 구성하여 수업을 운영하고 있음
- 북한대학원대학교는 현재 학교법인 심연학원(2007년 설립)이 운영하고 있으며 2020년 예산은 총액은 24억 원 정도임<sup>49)</sup>. 예산은 등록금수입, 전입기부금, 교육부대수입, 교육외수입, 투자와 기타자산, 미사용전기이월 등의

항목으로 구성되어 있음. 지출의 대부분은 전임 및 겸임 교원 그리고 직원들의 인건비로 사용되고 있으며 그 외 관리운영비, 전출금, 예비비 등이 잡혀 있는 것으로 확인됨

- 북한대학원대학교의 조직구성은 아래의 그림과 같음



[그림 78] 북한대학원대학교 조직도



[그림 79] 북한대학원대학교 전경

49) 석사생의 한 학기당 학비는 4,499,000원이고, 박사는 4,732,000원임

## 2) 서울미디어대학원대학교

- 서울미디어대학원대학교(Seoul Media Institute of Technology)는 비즈니스 역량을 기반으로 예술적 능력과 기술적 능력이 조화를 이루는 미디어 산업의 전문융합 인력 육성을 목표로 2009년 3월에 개교한 미디어 전문 고등교육기관임. 특히 미디어 디자인, 미디어 제작에 중점을 두고 경영과 IT의 실용적인 융합 학문을 추구하고 있음
- 2004년 서울시로부터 DMC 내 연구단지 및 공학대학원 설립사업이 승인된 이후, 2007년 서울시 DMC KGIT 프로젝트 건설사업이 완료되어 2008년 한독미디어대학원대학교 설립인가를 교육과학기술부로부터 획득함. 2015년 한독미디어대학원대학교에서 서울미디어대학원대학교로 학교명을 변경함
- 석사학위과정을 모집하며<sup>50)</sup> 대부분 실무 관련 전문인력을 양성하고자 하는 목표에 맞추어 수업을 운영하고 있음. 서울미디어대학원대학교의 학과는 3개로 미디어비즈니스학과, 융합미디어학과, 인공지능 응용소프트웨어학과임. SMIT 미디어랩을 운영하며 4차 산업과 관련된 다양한 프로젝트를 수행하기 위한 전문기관도 보유하고 있음

<표 50> 서울미디어대학원대학교 전공과정

전공	내용
미디어비즈니스	첨단 뉴미디어 기술을 기반으로 차별적인 공공서비스 및 비즈니스 가치를 창출하고자 디지털미디어 분야, 글로벌 한국어교육 분야, 사회복지 분야의 전문 인력을 대상으로 융합적 사고와 핵심 지식 및 미래 전략을 교육함
융합미디어	뉴미디어 콘텐츠 분야 창의성과 전문성을 겸비한 예술 및 디자인 융합 인재양성을 위하여 신설됨. 타학과들과 학제적으로 협력하여 콘텐츠 산업의 미래 기술 및 비즈니스를 이해하고, 이를 융합적인 문제해결의 과정을 통해 새로운 가치를 창출하는 예술 및 디자인 교육을 지향함
인공지능 응용소프트웨어	인공지능과 데이터 분석 기술을 기반으로 기획, 개발 및 분석 과정을 통하여 다양한 가치를 창출할 수 있는 인공지능기반 컴퓨터 비전, 초실감 미디어 및 데이터 사이언스 분야의 핵심 인재를 교육함. 인문·사회계열 등 공학 이외 계열 전공자에게도 체계적인 인공지능 소프트웨어 개발 능력함양이 가능한 과정이 제공되며, 전기·전자·컴퓨터 등 인공지능 유관전공 졸업자에게는 심화된 인공지능 기술교육이 가능한 과정이 운영됨

50) 서울미디어대학원대학교 홈페이지 입학공지에 따르면 학기 당 등록금은 미디어비즈니스 전공은 3백만원, 미디어공학전공·융합미디어전공은 4백만원임.

뉴미디어전략랩	미디어경험연구실	사회적&서비스 혁신 디자인 연구소 SIDLAB
지능미디어&기술사업화 연구실	뉴미디어바이오랩	미디어컴퓨팅 연구소
비주얼 컴퓨팅 및 증강현실 연구실	이종 역동 시스템랩	사운드디자인랩
뉴미디어창작연구소	UBIA Lab	인터랙션랩
확장미디어스튜디오	인문도시사업단 <디지털인문도시:순성의 복원>	ICT성능검증연구소
국제교류문화연구소	문화예술경영센터	한국문화연구소

[그림 80] 서울미디어대학원대학교 SMIT 미디어랩 조직도

- 전임교수는 총 16명으로 미디어비즈니스 학과에 6명, 융합미디어학과에 6명, 인공지능 응용소프트웨어학과에 4명으로 구성되어 있음
- 서울미디어대학원대학교는 현재 학교법인 서울미디어대학원대학교가 운영하고 있으며 2020년 예산은 81억 정도임. 이중 등록금 회계가 15억, 비등록금회계가 66억임. 지출은 보수와 관리운영비, 연구학생경비, 투자와 기타자산지출 부분에 고르게 분포되어 있음<sup>51)</sup>
- 서울미디어대학원대학교의 조직구성과 캠퍼스 전경은 아래의 그림과 같음

51) 서울미디어대학원대학교 『2020 회계연도 예산서』를 참고하였음



[그림 81] 서울미디어대학원대학교 조직도



강서교육캠퍼스



상암연구센터

[그림 82] 서울미디어대학원대학교 전경

## 제2절 대중음악 관련 대학교(원) 조사 및 분석

### 1. 대학교(원) 설립 근거

- 대학교(원)은 「고등교육법」을 근거로 하여 설립된 학교로, 수도권 내에 학교를 새로이 설립할 경우에는 「수도권정비계획법」의 제7조(과밀억제권역의 행위 제한)에 따라 제한을 받을 수 있음

#### 「고등교육법」

**제1조(목적)** 이 법은 「교육기본법」 제9조에 따라 고등교육에 관한 사항을 정함을 목적으로 한다.

**제2조(학교의 종류)** 고등교육을 실시하기 위하여 다음 각 호의 학교를 둔다.

1. 대학
2. 산업대학
3. 교육대학
4. 전문대학
5. 방송대학·통신대학·방송통신대학 및 사이버대학(이하 “원격대학”이라 한다)
6. 기술대학
7. 각종학교

#### 제3장 학교

##### 제1절 통칙

**제18조(학교의 명칭)** ① 학교의 명칭은 국립학교는 대통령령으로 정하고, 공립학교는 해당 지방자치단체의 조례로 정하며, 사립학교는 해당 학교법인의 정관으로 정한다.

② 제1항에 따라 명칭을 정할 때 제2조에 따른 학교의 정류와 다르게 대학 또는 대학교라는 명칭을 사용할 수 있다.

...(중략)...

##### 제2절 대학 및 산업대학

###### 제1관 대학

**제28조(목적)** 대학은 인격을 도야(陶冶)하고, 국가와 인류사회의 발전에 필요한 심오한 학술이론과 그 응용방법을 가르치고 연구하며, 국가와 인류사회에 이바지함을 목적으로 한다.

**제29조(대학원)** ① 대학(산업대학·교육대학 및 원격대학을 포함한다. 이하 이 조에서 같다)에 대학원을 둘 수 있다. 다만, 사이버대학은 교육여건과 교육과정의 운영에 대한 평가 등 대통령령으로 정하는 기준을 충족한 경우에 한한다.

② 대학원에는 필요에 따라 학위과정 외에 학위를 수여하지 아니하는 연구과정을 둘 수 있다.

③ 대학에 두는 학위과정, 연구과정 및 그 운영에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제29조의2(대학원의 종류)** ① 대학원은 그 주된 교육목적에 따라 다음 각 호와 같이 구분한다.

1. 일반대학원: 학문의 기초이론과 고도의 학술연구를 주된 교육목적으로 하는 대학원

2. 전문대학원: 전문 직업 분야의 인력양성에 필요한 실천적 이론의 적용과 연구개발을 주된 교육목적으로 하는 대학원

3. 특수대학원: 직업인 또는 일반 성인을 위한 계속교육을 주된 교육목적으로 하는 대학원

② 대학(제30조에 따른 대학원대학은 제외한다)에는 일반대학원·전문대학원 또는 특수대학원을 둘 수 있고, 산업대학 및 교육대학에는 전문대학원 또는 특수대학원을 둘 수 있으며, 원격대학에는 특수대학원을 둘 수 있고, 제30조에 따른 대학원대학에는 전문대학원이나 특수대학원 중 하나의 대학원을 둘 수 있다.

③ 제1항의 전문대학원 중 법학전문대학원의 설치·운영에 관한 사항은 따로 법률로 정한다.

**제29조의3(학위과정의 통합)** ① 대학원을 둔 대학에 학사학위 및 석사학위의 과정이 통합된 과정을 둘 수 있다.

② 박사학위과정이 설치되어 있는 대학원에 석사학위 및 박사학위의 과정이 통합된 과정을 둘 수 있다.

### 「수도권정비계획법」

**제1조(목적)** 이 법은 수도권 정비에 관한 종합적인 계획의 수립과 시행에 필요한 사항을 정함으로써 수도권에 과도하게 집중된 인구와 산업을 적정하게 배치하도록 유도하여 수도권을 질서 있게 정비하고 균형 있게 발전시키는 것을 목적으로 한다.

**제2조(정의)** 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “수도권”이란 서울특별시와 대통령령으로 정하는 그 주변 지역을 말한다.

2. “수도권정비계획”이란 「국토기본법」 제6조제2항제1호에 따른 국토종합계획을 기본으로 하여 제4조에 따라 수립되는 계획을 말한다.

3. “인구집중유발시설”이란 학교, 공장, 공공 청사, 업무용 건축물, 판매용 건축물, 연수 시설, 그 밖에 인구 집중을 유발하는 시설로서 대통령령으로 정하는 종류 및 규모 이상의 시설을 말한다.
  4. “대규모개발사업”이란 택지, 공업 용지 및 관광지 등을 조성할 목적으로 하는 사업으로서 대통령령으로 정하는 종류 및 규모 이상의 사업을 말한다.
  5. “공업지역”이란 다음 각 목의 지역을 말한다.
    - 가. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따라 지정된 공업지역
    - 나. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」과 그 밖의 관계 법률에 따라 공업 용지와 이에 딸린 용도로 이용되고 있거나 이용될 인단(一團)의 지역으로서 대통령령으로 정하는 종류 및 규모 이상의 지역
- ...(중략)...

**제7조(과밀억제권역의 행위 제한)** ① 관계 행정기관의 장은 과밀억제권역에서 다음 각 호의 행위나 그 허가·인가·승인 또는 협의 등(이하 “허가 등”이라 한다)을 하여서는 아니 된다.

1. 대통령령으로 정하는 학교, 공공 청사, 연수 시설, 그 밖의 인구집중유발시설의 신설 또는 증설(용도변경을 포함하며, 학교의 증설은 입학 정원의 증원을 말한다. 이하 같다)

2. 공업지역의 지정

② 관계 행정기관의 장은 국민경제의 발전과 공공복리의 증진을 위하여 필요하다고 인정하면 제1항에도 불구하고 다음 각 호의 행위나 그 허가 등을 할 수 있다.

1. 대통령령으로 정하는 학교 또는 공공 청사의 신설 또는 증설
2. 서울특별시·광역시·도(이하 “시·도”라 한다)별 기존 공업지역의 총면적을 증가시키지 아니하는 범위에서의 공업지역 지정. 다만, 국토교통부장관이 수도권정비위원회의 심의를 거쳐 지정하거나 허가 등을 하는 경우에만 해당한다.

- 2019년 기준 대학알리미에 공개되어 있는 우리나라 대학은 총 224개, 전문대학 148개로 집계됨

<표 51> 우리나라 대학.전문대학 수

대학구분	학교구분	학교수	국립	공립	사립	소계
대학	대학교	191	34	1	156	224
	산업대학	2	0	0	2	
	교육대학	10	10	0	0	
	방송통신대학	1	1	0	0	

대학구분	학교구분	학교수	국립	공립	사립	소계
	사이버대학(대학)	17	0	0	17	
	기술대학	1	0	0	1	
	각종대학(대학)	2	1	0	1	
전문대학	전문대학	137	2	7	128	148
	사이버대학(전문대학)	2	0	0	2	
	기능대학	9	0	0	9	

- 이 중에서 대중음악과 관련 학과가 개설된 대학은 48곳, 전문대학은 34곳으로 집계됨. 주로 보컬이나 기악, 작곡과 같은 실연자 양성 위주의 커리큘럼에 집중되어 있는 것으로 나타남. 음악산업 비즈니스 인력으로 분류되는 음향디자인, 매니지먼트 등의 수업을 하는 곳은 대학 중 6곳(12.5%), 전문대학 6곳(15%)에 해당함
- 코로나19와 같은 예측할 수 없는 전염병이 발생하거나, 대면 공연을 대체하는 온라인 비대면으로 시대적 변화가 필요할 때 이를 기술적으로 뒷받침해줄 수 있는 인력들이 체계적으로 양성되지 못하고 있는 실정이라 할 수 있음
- 학점은행제를 결합한 콘서바토리 형태의 교육기관도 23곳이 있지만, 마찬가지로 보컬, 편곡, 레코딩 등 기존 대학과 유사한 전공으로 운영되고 있음
- 「수도권정비계획법」으로 인하여 서울이나 수도권에 신규 학과를 설립하는 것이 매우 어렵기 때문에 대중음악과 관련된 대학교(원)를 설립하고자 할 때에는 기존의 학과에 음악산업 비즈니스 전공을 개설하고 전체 정원을 나누는 방식으로 하는 것이 현재 상황에서 가장 현실적인 방안이지만, 이럴 경우 대학교(원)을 설득해야 하는 이슈가 남아 있음

## 2. 유사 대학교(원) 사례 분석

### 1) 경기대학교 실용음악학과<sup>52)</sup>

- 경기대학교 실용음악학과는 K-Pop이 세계적 관심과 각광을 받는 시대의 도래에 따라 이에 발맞추어 이러한 음악산업의 핵심인 작곡가와 보컬, 그리고 싱어송라이터를 양성하기 위해 2000년에 개설된 전자디지털음악학과에서 2020년 실용음악학과로 개편되었으며, 현재 경기대 서울캠퍼스 관광문화대학에 소속되어 있음
- 글로벌 경쟁력 있는 우수한 뮤지션을 육성하기 위해 다음 세 가지를 교육 목표로 삼고 있음
  - 작곡·보컬에 특화된 실기중심 교육에 한국음악을 융합하는 전문적 음악능력의 함양
  - 새로운 한류콘텐츠를 이끌어갈 리더십과 창의적 사고의 함양
  - 글로벌한 한국 대중예술음악을 펼칠 수 있는 소통역량의 함양
- 한류문화 발전에 기여하는 실용음악 전문가, 예술적 감성과 지성을 겸비한 창의적 음악인, 다양한 장르의 음악을 선도하는 글로벌 인재를 양성하기 위해 컴퓨터음악, 디지털레코딩을 비롯한 프로듀싱 교육 및 보컬실기, 앙상블 등의 퍼포먼스 교육 등 대중예술 음악 분야에서 필요로 하는 역량을 강화시키는 데 있어 최고의 교육과정을 운영하고 있음
- 각 학년 및 학기 별로 다양한 관련 교과목들을 개설하여 이론과 실습이 결합된 강의를 진행하고 있음

<표 52> 경기대학교 실용음악과 개설 교과목

학년	학기	교과목명	학점	강의시수	
				이론	실습
1	1	기초앙상블1	3	0	3
		실용음악학전공및진로탐색	1	1	0
		화성법	3	3	0

52) 경기대학교 <http://www.kyonggi.ac.kr/>

학년	학기	교과목명	학점	강의시수	
				이론	실습
	2	기초양상블2	3	0	3
		컴퓨터음악	3	1	2
2	1	리듬장단실습	3	0	3
		보컬테크닉1	3	0	3
		작곡법	3	2	1
		전공실기1	3	0	3
	2	국악선율실습	3	0	3
		보컬테크닉2	3	0	3
		전공실기2	3	0	3
		편곡법	3	2	1
3	1	K-Pop&뮤지컬워크샵	3	0	3
		디지털레코딩1	3	2	1
		심화양상블1	3	0	3
		영화음악스코어링1	3	2	1
		작사법	3	2	1
		전공실기3(캡스톤디자인)	3	0	3
	2	디지털레코딩2	3	2	1
		실용음악학개별진로연구	1	1	0
		심화양상블2	3	0	3
		영화음악스코어링2	3	2	1
		음악사	3	3	0
		전공실기4(캡스톤디자인)	3	0	3
4	1	뮤직비즈니스	3	3	0
		졸업작품프로젝트1	3	0	3
		퓨전양상블1	3	0	3
	2	졸업작품프로젝트2	3	0	3
		퓨전양상블2	3	0	3
		한류음악세미나	3	2	1

## 2) 동덕여자대학교 실용음악과<sup>53)</sup>

- 동덕여자대학교 실용음악과는 공연예술대학 내 소속되어, 재즈를 포함한 실용음악, 클래식 등의 이론교육을 통한 음악적 이해와, 다양한 실기교육을 포함한 합주를 통해 전문성과 독창성을 가진 우수한 음악인으로 양성하는데 역점을 두고 있음
- 지금까지 2년제 과정으로만 배워오던 실용 음악 분야를 4년제 과정으로 하여, 전공실기나 시창·청음, 앙상블, 화성학, 대위법 등의 과목을 세분화하여 클래식 이론과 재즈 이론 등을 좀더 전문적이고 단계적으로 교육하고 있음
- 다양한 이론의 교육과 실습을 통해 여러 장르의 음악적 특징을 습득할 수 있도록 여러 분야를 세분화하여 단계적으로 교과목들을 편성하고, 본과와 유사한 타대학에서 다루지 않았던 여러 과목들을 편성하여 독창성을 추구함
- 모든 학생들이 우수한 즉흥 연주 능력을 갖출 수 있도록 하기 위해 모든 전공자에게 (특히 노래 전공자에게도 선택하게 한 점은 특징적이다.) 즉흥 연주 기법 과목을 선택할 수 있도록 하였으며, 노래 전공자도 작곡과 편곡이 가능하도록 여러 작곡, 편곡 과목을 편성함
- 종족음악론과 국악과목을 편성하여 우리가락, 장단뿐 아니라 세계의 여러 음악들을 이해하여 미래지향적인 음악세계를 구축할 수 있도록 선택과목을 다양화하였음
- 소리(음악,음향 등)에 관련된 모든 분야에서 영향력 있는 전문인으로 활동할 수 있도록 양성함을 목표로 하여 Studio Engineering이나 Music Production, TV드라마, 영화음악, 방송국 엔지니어, 음악작가, 음향 등 음악과 관련한 전문 분야에 적용할 수 있도록 하기 위해 레코딩 실습, 컴퓨터 음악, 영상음악실기 등의 교과목을 편성하였음
- 학과 내에는 전공필수 4과목, 전공선택 65과목 등 총 69개의 다양한 과목이 개설되어 있음

53) 동덕여자대학교 <http://www.dongduk.ac.kr/>

<표 53> 동덕여자대학교 실용음악과 개설 교과목

구분	교과목명	학점
전공필수	재즈화성학 I, II	3
	음악감상론 I, II	3
전공선택	연주실기 I, II	2
	시창청음 I, II	1
	리듬편곡법	2
	클래스피아노 I, II	2
	클래스기타 I, II	2
	리듬과 양식	2
	전공실기 I, II, III, IV, V, VI	2
	합주실기 II, III, IV	2
	사보법	2
	고급화성학	2
	레코딩실습 I, II	1
	선법화성학	2
	가요편곡법	2
	작품분석 및 무보법	2
	서양음악사	2
	가요작법	2
	퍼포먼스워크샵 I, II	2
	뮤지컬워크샵 I, II	2
	광고음악실기	2
	재즈편곡법	2
	재즈음악사	2
	영상음악실기	2
	리듬연구	2
	재즈대위법	2
	국악장단실기	2
	즉흥연주기법 I, II	2
	지휘법	2
	국악가락실기	2
	월드뮤직연구	2
	합주실기 I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII	2
	컴퓨터음악 I, II	2
	고급청음 I, II	1
	포크음악연구	2
	록음악연구	2
	현악편곡법	2
	리하모니제이션	2
보컬즉흥연주	2	
콘서트워크샵 I, II, III, IV	2	

## 제3절 전문인력 양성 아카데미 조사 및 분석

### 1. 아카데미 설립 근거

- 아카데미는 어떤 분야의 전문인력을 양성하기 위한 법적 근거가 마련되어 있다면 설립할 수 있음. 특히 공공영역에서 필요한 전문인력을 배출해야 할 때에 아카데미 형태의 교육기관 설립을 주로 활용함
- 가장 대표적인 아카데미는 한국영화진흥위원회에서 운영하는 한국영화아카데미가 있고, 한국콘텐츠진흥원에서 운영하는 한국콘텐츠아카데미, 게임인재원(게임스쿨) 등이 있음. 아카데미를 설립하기 위한 별도의 법적 근거를 요구하기 보다는 아카데미의 운영 주체가 교육을 할 수 있는 범조항이 있다면, 신설할 수 있다는 점에서 다른 교육기관보다 설립하기 쉬운 조건을 가지고 있음

### 2. 유사 아카데미 사례 분석

#### 1) 한국영화아카데미

- 한국영화아카데미는 1984년 한국 영화인력 양성을 위하여 한국영화진흥공사(현 한국영화진흥위원회, 이하 영진위)가 설립한 영화전문 교육기관임. 영진위는 한국영화의 질적인 향상과 영화산업을 진흥하기 위하여 설립된 공공기관이며, 영화와 관련하여 문화체육관광부의 역할을 위임받아서 운영되는 준정부 기관이라 할 수 있음. 영진위는 한국영화아카데미를 통하여 영화인 재교육 사업을 포함하여 영화연출, 촬영, 애니메이션, 프로듀싱 등 다양한 분야의 전문인력을 양성하고 있음
- 한국영화아카데미는 연간 25명 내외의 인력을 선발하여 모집하고 있으며, 이미 일정 수준 이상의 훈련과 경험을 갖춘 사람을 기준으로 선발함. 한국영화아카데미는 한국 영화의 핵심 인력을 양성하기 위한 목적을 지니고 있기 때문에 집약적이고 체계적인 교육 시스템을 운영하며, 과정별로 지속적인 심사를 거치는 까다로운 교육과정을 운영하고 있음

<표 54> 한국영화아카데미 정규과정

전공	내용
영화연출	영화제작 전 분야를 아우르는 통합적 능력의 연출자를 양성하는 과정으로, 교양, 인문, 사회 등 다양한 분야의 교육으로 통해 폭넓은 시야를 가지고 심화과정을 통해 깊이 있는 연출력을 지닐 수 있도록 다양하고 깊이 있는 교과목을 구성함. 최고의 연출자로 성장할 수 있는 요소들을 교육하며 실전 감각을 기르기 위하여 실습기회와 제작비를 제공함
촬영	영화제작 전 과정을 이해하고, 시나리오를 창의적·효율적으로 시각화하는 능력과 현장상황 분석 능력을 갖춘 영화 촬영감독을 양성하는 과정임. 실습작품에서 촬영감독으로서의 역할 뿐 아니라 단편 연출까지 경험함으로써 제작현장을 깊이 있게 이해하고 다양한 실습기회와 공동워크숍을 통해 최고의 촬영감독으로 성장할 수 있는 프로그램을 제공함. 중국, 프랑스, 일본 등의 영화학교와 워크숍 참가를 통해 국제적 네트워크 구축 가능
애니메이션	애니메이션을 통해 스토리텔링을 할 수 있는 애니메이션 감독을 양성하는 과정임. 영화언어에 대한 기본적 이해를 바탕으로 이야기를 만들어낼 수 있는 재능을 가진 학생을 선발한 후, 체계적인 스토리텔링 교육과 함께 표현 감각을 키우기 위한 교육과정을 운영함
프로듀싱	영화제작 전반에 관련된 기획능력을 육성하는 과정임. 주로 영화분석, 기획개발, 프로듀싱 및 프로덕션 회의, 저작권 등 영화제작 시 필요로 하는 다양한 분야에 대해서 수업을 진행하며, 영화산업 분야에 대한 폭넓은 시야를 길러주는 것이 목표임

- 한국영화아카데미는 정규과정 졸업생을 대상으로 장편영화를 완성하는 장편 과정을 운영하고 있음. 장편과정은 연구생들의 실무능력을 극대화하고 독창적이고 완성도 높은 작품을 제작할 수 있는 기회를 제공하는데에 있음
- 기존의 제작지원과는 달리 영화의 완성만을 확인하는 것이 아니라, 영화의 기획, 촬영, 후반작업 및 개봉에 이르는 전 과정에서 전문적인 멘토링을 지원함

<표 55> 한국영화아카데미 장편과정

전공	내용
극영화	연출전공, 촬영전공, 프로듀싱 전공 3개 분야로 당해 제작되는 장편영화 1편에 분야별 1명씩 연구생을 선발하여 교육과정을 통해 3편의 작품에 각각 매칭됨. 작품의 제작규모는 약 8천만원 규모이며, 장편영화의 기획, 스태프 구성, 캐스팅, 촬영, 편집, 후반작업 등 교육과정에서 크리틱이 이루어지며 크리틱을 통과해야 다음 제작공정에 참여할 수 있는 능력을 기반으로 하는 교육 및 실무과정임

전공	내용
애니메이션	연출전공 1명을 선발하여 2년 간 장편 애니메이션을 제작하는 과정임. 제작비 2억으로 스태프를 구성하여 작품을 제작하며 아카데미에서는 제작 단계별로 맞춤지도와 시나리오 크리틱, 전문가 멘토링을 실시하여 보다 나은 작품을 만들 수 있도록 도움을 주는 과정임

- 전임교수는 5명으로 매우 적지만, 각각의 전공에는 현장에서 활동하는 분들이 참여하기 때문에 전임교수로만 수업이 이루어지는 것은 아님
- 한국영화아카데미는 영진위 예산의 일부로 운영되고 있으며 2020년 예산은 62억 정도임. 이 중 아카데미 운영 비용이 9억 8천만 원, 교육과정 운영으로 52억 6천만 원 정도가 사용되고 있음
- 영진위와 한국영화아카데미의 조직구성은 아래의 그림과 같음



[그림 83] 영진위 조직도



[그림 84] 한국영화아카데미 조직도



[그림 85] 한국영화아카데미 전경

## 2) 한국콘텐츠아카데미

- 한국콘텐츠아카데미는 한국콘텐츠진흥원이 문화예술 콘텐츠와 첨단기술을 연계하기 위한 실험장으로서의 교육을 지원하기 위하여 설립함. 문화예술 융복합 콘텐츠 발굴 및 육성, 혁신기술 융합 콘텐츠 제작 및 시연 등이 아카데미의 주요 미션이며, 이를 위하여 콘텐츠 제작, 유통 활성화를 위한 플랫폼 구축, 인력 교육 등의 프로그램을 운영하고 있음
- 특히 흥릉에 위치한 콘텐츠인재캠퍼스는 융합형 인재양성을 위하여 꾸려진 공간으로 현장교육 1,000명, 온라인 교육 8만 9천명 등이 수료하였으며, 아카데미를 운영하여 교육 - 창작 - 협업이 한 공간에서 이루어질 수 있도록 프로그램을 제공하고 있음



[그림 86] 콘텐츠인재캠퍼스 주요 기능

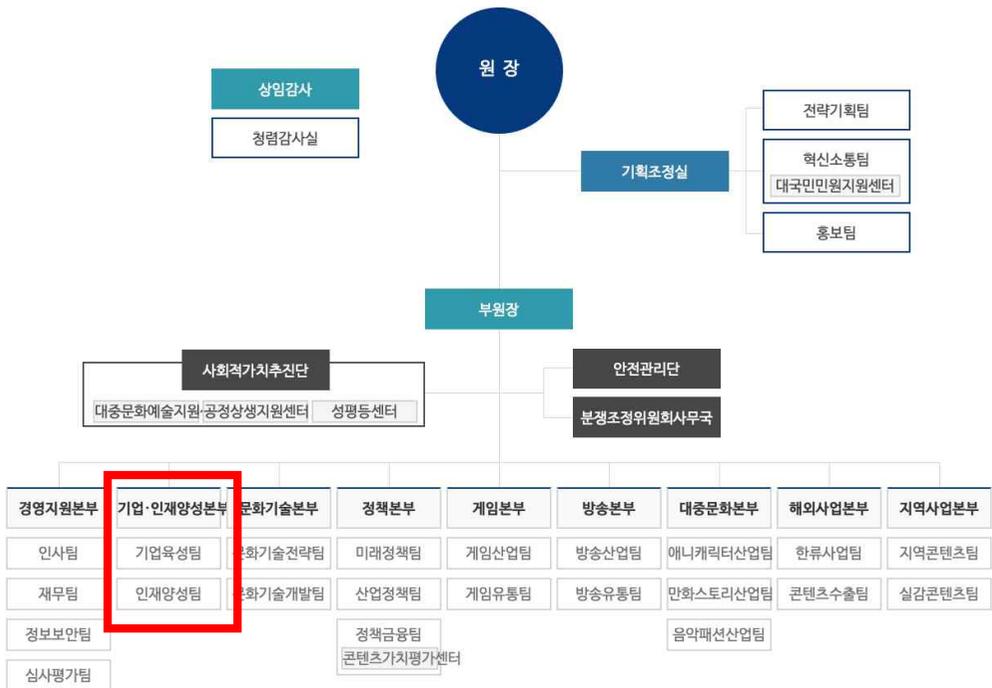
- 인재캠퍼스는 온·오프라인 교육을 병행함으로써 보다 많은 사람들이 콘텐츠·융합과 관련된 수업을 수강할 수 있도록 지원하고 있음. 오프라인 교육은 콘텐츠 인사이트, 콘텐츠 스텝업, 콘텐츠 플러트, 게임인재원, 게임 리터러시(이해) 교육 과정으로 구성되어 있고, 온라인은 방송영상, 게임, 만화/애니/캐릭터, 문화일반, 인문/경영/교양으로 분류하여 강의를 제공하고 있음

<p><b>[P M]</b> <b>[New]</b> 중소기업 기술보호 교육 이제 기술(지식재산, 영업비밀 포함) 보호의 이해, 유출·탈취사례, 대응방안 및 지원제도를 소개함으로써-</p>	<p><b>[P M]</b> <b>[New]</b> 애니메이션 캐릭터 연기와 표정 애니메이션의 핵심인 캐릭터 연기의 핵심 원리들과 얼굴 표정의 원리를 충분히 이해하고, 적용된 사례를 확인하여-</p>	<p><b>[P M]</b> <b>[New]</b> 3D 애니메이션 라이팅, 렌더링 라이팅과 렌더링의 개념을 파악하고, 3D 애니메이션의 라이팅 및 렌더링 과정에 대해 알아본다.</p>	<p><b>[P M]</b> <b>[New]</b> 웹툰 제작을 위한 인체 드로잉 실습 작품의 질서와 이야기 전달에서 핵심 역할을 하는 인물을 인장제작이서 직관적이고 개성적으로 그릴 수 있는 방법을-</p>



[그림 87] 온라인교육 강좌

- 2020년 한국콘텐츠진흥원 지원사업 설명회 자료집에 의하면 콘텐츠인재 캠퍼스 운영 예산은 약 21억 원 정도인 것으로 확인되며, 이는 콘텐츠산업을 선도할 융합형 창의인재 양성을 위한 온·오프라인 전문 교육과정 운영을 포함한 금액임
- 한국콘텐츠진흥원의 조직도는 아래와 같으며, 기업·인재 양성본부에서 아카데미를 운영하고 있음



[그림 88] 한국콘텐츠진흥원 조직도



[그림 89] 인재캠퍼스 전경



[그림 90] 사운드 스튜디오 전경



제5장 음악산업 전문인력 기관  
기본방향 설정



# 제5장 음악산업 전문인력 기관 기본방향 설정

## 제1절 설립 비전 기본계획 설정

### 1. 국내외 음악산업의 동향과 새로운 변화에 대한 분석

- 앞서 설명했듯이 국내 음악산업의 잠재력과 경쟁력은 매우 높은 편이며, 성장가능성도 높은 편임. 국제음악산업협회가 발간한 <글로벌 뮤직리포트> 보고서에서도 한국 음악산업의 발전가능성에 대해 높게 평가하고 있음
- 글로벌 음악산업의 미래 전망은 크게 보아 1) 미국과 유럽 중심의 주류 음악시장에서 아시아 남미 아프리카 중심의 로컬 음악시장 성장이 예상, 2) 디지털 음원시장에서 스트리밍 시장의 규모가 확대되면서 디지털 음악플랫폼 서비스 시장의 성장 및 아티스트들의 지적재산권의 시장 확대가 예상, 3) 4차 산업혁명시대에 첨단기술을 활용한 실감형 음악콘텐츠의 수요가 증가, 4) 코로나19 팬데믹 시대의 장기 지속에 따른 비대면 음악콘텐츠 제작과 향유의 증가를 예상할 수 있음
- 이러한 국내외 음악산업의 동향과 새로운 트렌드 변화에 대한 심층적인 분석이 필요하고, 그에 기반한 전문인력 양성에 대한 대비가 있어야 함

### 2. 음악산업 현장 전문가 심층 인터뷰 및 설문조사 결과 분석

- 음악산업 현장 전문가 심층인터뷰와 설문조사 결과를 종합해보면, 음악산업의 시장 규모를 키울 수 있는 전문인력 양성의 필요성에 대해서는 대부분 공감하고 찬성하는 의견이 지배적이었음
- 심층인터뷰 결과 현재 현장에서 활동하는 전문인력들은 대부분 사전에 체계적인 비즈니스 교육을 받지 못하고 일을 하는 경우여서 이에 대한 사전교육의 필요성을 역설하였고, 새로운 인력들을 대상으로 하는 교육뿐 아니라 현업에 종사하는 인력들의 재교육도 필요하다고 강조하였음
- 다만 교육기관을 설립 시에 학생들을 어떻게 선발하고, 누가 가르치고, 현장이 필요로 하는 교육과정을 어떻게 만들고, 졸업 후에 어떤 크레딧을 제공할지에 대한 좀 더 면밀한 연구가 필요하다는 의견을 제시하였음

- 설문조사 결과도 심층인터뷰의 결과와 크게 다르지 않게 나타났음. 전문인력 양성에 대한 필요성에 대해서는 학생, 현업전문가, 학계 및 공공기관 종사자 등 모두 공감하고 있으며, 한국음악산업의 발전 가능성에 대해서는 높게 평가하고 있음, 다만, K-Pop 중심의 음악산업이 코로나19 시대가 길어지면 빈익빈 부익부의 양극화가 심화될 것을 우려하였음
- 설문조사 결과 음악산업 분야에서 부족한 전문 인력으로 저작권 및 법률 관련 분야, 기획·제작 분야, 음악 투·융자 분야를 들었으며, 저작권 계약과 투융자 분야의 전문가가 시급하다고 지적하였음
- 따라서 이러한 결과를 바탕으로 현장에서 요구하는 전문인력에 대한 분명한 수요를 파악하고 이에 대한 직업군의 업무와 역할에 대한 분석이 필요

### 3. 음악산업 전문인력 수요 추가 심층연구

- 심층인터뷰와 설문조사 결과를 바탕으로 인력양성 기관이 설립되기 전까지 음악산업 전문인력의 수요 예측에 따른 추가 심층연구가 필요함
- 추가 심층연구는 음악산업 비즈니스 분야의 직업군 분류, 미래 음악산업에 적합한 새로운 직업 분야 예측, 직업군의 국내외 수요 현황 등에 대한 심층연구를 통해 교육기관의 목적과 방향 교육과정, 학생전공 분야에 대한 설계가 이루어져야 함
- 음악산업 전문인력의 수요 심층연구를 위해서 본 연구에서 다루었던 주요 교육기관들에 대한 현장 방문과 현지 전문가들과의 심층인터뷰가 추가로 진행되어야 함

### 4. 문화콘텐츠 타 분야 인력 양성 기관 사례 분석

- 문화콘텐츠 타 분야의 인력양성 프로그램과 교육시스템에 대한 비교연구를 통해서 음악산업 전문인력 양성의 필요성을 강조하는 근거를 마련해야 함
- 특히 영화와 게임 분야의 전문인력 양성의 법적 근거와 전문 인력양성 교육기관 설립 사례, 교육과정과 산학연계 프로그램 등에 대한 상세한 비교 분석이 추가로 요구됨

- 영화, 게임 분야의 전문인력 양성은 오랜 기간 이루어졌고, 대학 안에서도 많은 학과들이 개설되어 있지만 상대적으로 음악은 주로 대학의 실용음악과에서 창작가와 실연자 중심으로 양성되어 비즈니스 인력에 대한 수요는 상대적으로 높은 편임. 타 기관의 인력양성 과정을 참고하되 음악산업 비즈니스 전문인력의 차별성을 고려하여 실행계획을 수립하는 것이 필요

<표 56> 문화콘텐츠 분야별 인력양성 지원사례 비교

분야	법률	지원근거	양성기관
영화산업	영화 및 비디오 진흥에 관한 법률	<b>제3조(영화진흥기본계획 및 시행계획)</b> 영화인력의 양성 및 영화근로자의 근로환경 개선	영화아카데미 (1984년 설립)
게임산업	게임산업진흥에 관한 법률	<b>제5조(전문인력의 양성)</b> 게임산업에 관한 전문인력의 수급분석 및 인적자원 개발. 게임산업에 관한 전문인력의 양성을 위한 학계, 산업체 및 공공기관과의 협력 강화	게임인재원 (2019년 8월 개원)
음악산업	음악산업진흥에 관한 법률	<b>제3조(음악산업진흥종합계획의 수립·시행 등)</b> 전문인력의 양성에 관한 사항  <b>제6조(전문인력의 양성)</b> 음악산업 인력수급의 균형 및 우수 전문인력 확보. 산·학·관의 협력기능 강화. 학계의 연구기반 및 교육역량 강화	없음

## 5. 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 기관 추진단 구성

- 음악산업 비즈니스 분야 전문인력 양성을 위한 교육 기관 설립은 단기간에 이루어지는 것이 아님. 기관 설립 전까지 추가 실행계획에 대한 연구가 필요하고, 시범 교육사업도 이루어져야 하며, 예산 확보를 위한 정부기관의 준비작업도 필요함
- 따라서 인력양성 교육 전문기관을 설립하기 위한 추진단 구성이 절대적으로 필요함. 추진단은 음악산업 현장에 있는 전문가들과 음악분야의 학술 및 정책 연구를 진행한 연구자들, 문화콘텐츠 분야 인력양성 기관 설립의 유사 연구 경험을 가진 연구자 등으로 구성하고 구체적인 실행계획을 수립해야 함

## 제2절 단계별 추진방향 및 운영방안 로드맵

- 음악산업 비즈니스 전문인력 교육기관은 형태가 어떻게 되는가에 따라 설립기간에 차이가 날수 있지만, 대체로 이듬해부터 추가적인 세부사항에 대한 연구용역 및 1차 시범사업, 2차 시범 교육사업 등을 순차적으로 거쳐 3~5년 이내 교육기관을 설립하는 것을 목표로 추진할 필요가 있음
- 기관설립을 완료하기까지 추진단 구성, 음악산업계 현장 추가 자문회의, 해외 교육기관 사례연구, 교육기관모델 결정, 모델에 따른 교육과정 구성, 교육프로그램과 교육공간 조성, 교원 모집과 학생선발, 교육행정 시스템 구축 등의 세부적인 일정에 대한 실행계획 수립이 필요함
- 음악산업 비즈니스 분야 전문인력 양성을 위한 단계별 추진방향 및 운영방안에 대한 로드맵은 교육기관을 모델에 따라 다르게 추진되어야 해서 모델 별로 추진일정을 차별화해서 진행해야 함

### 1. 대학원대학교 설립 모델

- 앞서 설명했듯이 대학원대학교는 「고등교육법」 제30조(대학원대학)를 근거로 하여 설립된 학교로, 특정 분야의 전문 인력을 양성하기 위하여 석·박사 과정만을 운영하는 대학을 의미함
- 1996년 대학설립준칙주의를 도입하며 ‘세계화 시대에 걸맞는 전문 인력 양성’을 목적으로 대학원대학에 대한 설립 및 운영 기준을 마련하였음. 2020년 기준 대학원대학은 특별법법인이 2개(한국학대학원, 국제암대학원대학교)를 제외하고 총 47개임
- 일반적으로 「수도권정비계획법」으로 인하여 서울이나 수도권에 학교를 설립하는 것이 어려운 반면에 대학원대학은 이 법의 예외로 서울이나 경기도 지역에 자유롭게 설립이 가능한 특징을 지님
- 음악산업 분야 대학원대학 설립의 경우 교육부에 대학원대학 설립을 위한 요청에 따른 자격기준과 그에 필요한 자료 준비 시간이 절대적으로 필요함
- 대학원 대학교 설립 절차는 아래와 같음

<표 57> 대학원대학교 설립 인가 절차

단계	절차	주요 내용
1단계	설립허가 신청서 제출	신청서의 경우 기존 대학의 경우에는 <정관변경 인가신청서>를 먼저 제출하며 그렇지 않은 경우에는 대학설립 계획서를 제출. 제출해야 하는 설립허가 신청서류는 1) 법인설립취지서, 2) 창립총회 회의록, 3) 설립당초의 임원명부, 4) 소요자금조달계획서, 5) 정관이며, 대학설립계획서에는 1) 시설 및 교원확보 총괄표, 2) 교사건축계획서, 3) 교지확보계획서(학교용지 인지 확인), 4). 대학재정운영계획서, 5). 교육환경평가서가 필요함. 이러한 서류들은 신청일로부터 3개월 이내에 제출하여야 함.
2단계	허가사항이행보고 및 학교 별 개교준비	허가이행사항 보고에는 1) 설립등기서류, 2)재산확보명세서, 3) 기타 허가조건이행 등의 서류가 필요하고, 개교준비 과정에서 시설, 교원 및 재산이 확보되어야 함.
3단계	대학설립인가 신청	고등교육법 대학설립·운영규정시행규칙 제4조에 의거하여 학교 개교 12월 이전에 설립허가 신청서를 제출하여야 함. 이 신청서에 필요한 서류는 1)시설·교원 및 재산확보명세서, 2)교사확보명세서(교육시설및학교시설), 3)교지확보명세서(학교용지), 4) 교원확보명세서, 5)수익용기본재산확보명세서, 6) 대학운영경비와 유지방법, 7) 학교헌장, 8) 학칙이 구비되어야 함.
4단계	심의 및 대학설립인가 통지	고등교육법 제5조 <대학설립·운영규정시행규칙>에 의거하여 개교 9개월 전까지, <대학설립심사위원회> 심사를 통하여 최종 설립 여부를 결정. 고등교육법 제6조 (대학설립·운영규정시행규칙)따라 개교 6개월 이전에 설립인가를 통보하여야 함.

## 2. 기존 대학 교육기관 위탁 모델

- 실용음악과나 음악비즈니스 과정이 있는 기존 대학에 설립하는 절차는 대학원대학 설립 절차보다 까다롭지 않고 대학 본부의 의지와 결정에 따라서 진행될 수 있으나 수도권 대학의 경우에는 증원은 불가능하고, 정원 조정을 통해 입학 정원을 확보해야 함
- 기존 대학 교육기관 위탁의 경우 음악산업 전문인력 양성 교육기관 설립 추진단(이하: 추진단)에서 일정한 공고 절차를 통해서 모집공고와 모집제출서류, 심사를 통해서 결정하여야 할 것으로 보임

- 기존대학에 위탁하는 경우 교육기관에 어떤 지원 사항들을 포함시킬지에 대한 내용들이 사전에 결정되어야 하고, 설립 이후 운영에 대해서는 대학의 자율에 맡기되, 3년 혹은 5년 동안 운영기간을 한정하고 이후 평가를 통해서 재허가 여부를 판단하는 평가 절차가 필요함

### 3. 공공기관 내 아카데미 설립 모델

- 공공기관 내 아카데미 설립은 절차상으로는 앞선 2개의 모델보다 간소하게 진행될 수 있지만, 공공기관의 조직 상태와 아카데미의 규모를 고려하여 채용과 인력을 어떻게 구성할지에 대한 충분한 고려가 필요
- 영화진흥위원회의 ‘한국영화아카데미’ 운영사례를 벤치마킹할 필요가 있음
- 다만 공공기관 내 아카데미 설립은 음악산업 종사자들을 대상으로 하는 재교육 과정의 수준을 넘어서 실제 현장에서 활동할 수 있는 인력양성의 전문성과 그에 알맞은 공간 및 채용, 교원 확보가 필요함

<표 58> 교육기관 모델별 SWOT 분석

모델	SWOT 분석	
대학원대학 모델	S 전문 학위과정 수여	W 설립절차 복잡, 설립기간 장기소요
	O 음악 비즈니스 분야 전문 교육기관 성장	T 다른 대학원대학과의 평가와 경쟁
대학 내 위탁모델	S 기존 대학의 인지도와 행정지원	W 정원조정의 어려움
	O MBA 과정으로 발전 가능성	T 설립 이후 운영 책임성 약화
공공기관 내 아카데미 모델	S 설립 기간을 단축 공공기관 시스템 지원	W 수료증은 가능하나, 공식적인 학위수여 불가능
	O 산업계 현장과의 유기적인 협력	T 공공기관 조직과 인력의 부담

## 제6장 결론



## 제6장 결론

### 1. 음악산업 전문인력 양성의 필요성에 대한 공감대 형성

- 본 연구를 바탕으로 음악산업 전문인력 양성이 왜 필요하며, 음악산업의 미래를 위해 전문인력이 얼마나 중요한지에 대한 대국민 설득을 위한 논리와 근거마련이 필요
- 세계 6위 수준의 한국 음악산업 글로벌 경쟁력과 성장가능성에 비해 음악산업 비즈니스를 전문적으로 담당할 수 있는 인력이 실연자 수에 비해 상대적으로 부족

<표 59> 전문인력 양성 필요성의 주요 근거

주요 근거	관련 내용
글로벌 경쟁력	세계 6위의 음악산업 시장 비영어권 세계 음악시장을 주도하는 한국 음악산업 BTS 포함 K-Pop 뮤지션들의 글로벌 인지도와 강력한 경제유발 효과
성장 잠재력	2018년 기준 음악산업의 사업체 수 35,670개 종사자 수 76,954명 매출액 6조 979억원, 부가가치액 2조1,022억 원, 부가가치율 34.5%. 수출액 5억 6,424만 달러 2019년 기준 전년대비 음악산업 7.9% 성장
인력의 불균형	4년제 48개 대학교 실용음악 관련학과의 커리큘럼 '보컬' 92%, '연주' 82%, '작곡' 60% 등 실연자 중심의 음악교육 음악비즈니스 전공 개설 학교는 48개 중 6개교에 불과

- 세계 음악산업 시장은 4차 산업혁명의 도래로 첨단기술을 활용한 새로운 음악서비스 시장이 성장하고 있고, 코로나19 팬데믹 사태로 인해 비대면 공연시장과 디지털 온라인 플랫폼 중심의 비즈니스 모델이 급부상하고 있음. 미래 음악산업의 새로운 변화에 대응하는 현장 중심의 비즈니스 인력 양성이 필요하다는 의견이 지배적임

<표 60> 세계 음악산업 시장 변화의 주요 근거들

주요 근거	관련 내용
디지털 음악스트리밍 시장의 급성장	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2018년 디지털 음악산업 전년대비 21.1% 성장</li> <li>• 디지털스트리밍 유료 서비스 산업은 32.9% 증가</li> <li>• 전체 스트리밍 매출 34% 증가</li> <li>• 음원다운로드 시장 -21.2%, 실물음반 시장-10.1%감소 (Global Music Report, 2019)</li> </ul>
첨단기술을 활용한 음악산업 시장의 성장	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고지능 스마트 스피커 시장의 성장(2017년 20.52억 달러에서 2019년 51.9억 달러 2022년 87.1억 달러 성장 예상) (『음악산업 패러다임 전환과 지속성장을 위한 정책연구』, 2019)</li> <li>• VR, AR, 홀로그램 이용 콘서트의 증가</li> <li>-2020년 10월 HBO가 VR을 활용한 자넷 모네(Janelle Monáe) 콘서트 본 채널과 유튜브로 방영</li> <li>-빌리아일리시(Billie Eilish) 오쿨러스 비서스 앱으로 VR 공연</li> <li>-랩퍼 트래비스 스콧(Travis Scott)이 게임 “포트나이트”에서 VR 콘서트 진행 216억 매출 기록</li> <li>(“VR은 음악산업을 어떻게 변화시키고 있나”, ECHOAR, 2020, 10월 15일)</li> </ul>
팬데믹 시대 음악시장의 변화양상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나19로 인한 라이브 공연산업 시장의 대위기</li> <li>• 지난 6개월간 공연시장이 섯다운되어 총 100억 달러 이상의 매출 및 스폰서십 감소</li> <li>• 팬데믹 시대의 새로운 음악소비의 혁신을 위한 구상</li> <li>• 포트나이트 게임 플랫폼은 40천만 명 이상의 온라인 관객들이 시청하는 라이브 랩 콘서트를 개최</li> <li>(“코비드19가 어떻게 음악산업에 영향을 주었나”, World Economic Forum, 2020, 5월 27일)</li> </ul>

- 인력양성을 위한 교육기관 설립에 있어 협조가 필요한 정부부처, 지방자치단체, 기존의 교육기관 및 문화콘텐츠 산업 종사자들에게 좀 더 설득력 있는 설득과 동의 절차가 필요

## 2. 음악산업계 현장과의 지속적인 의견 수렴

- 전문인력 양성 교육기관의 설립은 무엇보다 음악산업계 현장이 원하고 공감해야하는 만큼, 이후에 추진단 구성을 통해서 음악산업계 현장과 지속적인 의견수렴이 필요함
- 의견수렴의 과정에서 음악산업계 인사들의 적극적인 참여를 요청하고 현장의 인력이 앞으로 어떤 분야에서 절실하게 요구되는지, 정부와 지자체의 지원은 어떻게 되어야 하는지에 대한 의견을 듣고 기관 설립에 반영하

여야 함

- 음악산업계의 의견 수렴에 있어 K-Pop 중심의 대형 연예기획사 뿐 아니라 라이브 뮤지션 중심의 중형 레이블사 및 인디레이블에 이르기까지 산업 생태계의 조건들을 반영하는 의견수렴 과정이 필요
- 더불어 한국 음악산업을 구성하는 공연기획 및 제작, 음악 하드웨어 업체 및 IP와 음악저작권 관련 기업, 방송 및 온라인 디지털 음악플랫폼 서비스, 음악산업의 다양한 롱테일(long-tail) 기업들의 의견들이 수렴되어 가장 적합한 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 기관 설립 계획이 마련되어야 함
- 본 보고서에서 실시한 음악산업 전문가 대상 심층인터뷰와 음악산업 관계자 설문조사에서 나온 결과를 요약하면 다음과 같음

<표 61> 음악산업 전문인력 양성 심층면접과 설문조사 주요 내용

분야	주요 내용
심층인터뷰	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 음악 매니지먼트, 하드웨어 등 5개 분야 20여명 전문가 대상 심층인터뷰 실시</li> <li>■ 음악산업 비즈니스 전문인력 양성을 위한 기관의 필요성에는 많이 공감하나 충분한 현장 의견수렴을 과정을 통해 결정해야 함</li> <li>■ 코로나19 팬데믹 상황을 고려하여 음악산업 미래에 필요한 전문인력 수요를 예측해야 함</li> <li>■ 현장과 유리되지 않는 커리큘럼 구성. 현장 재교육과정도 필요</li> <li>■ 계약 진행, A&amp;R 매니지먼트의 체계적 교육, 저작권 관련 세부적 지식, 음악투자를 위한 콘텐츠 가치평가 등 분야의 전문인력 양성이 필요</li> <li>■ 현장 실무에 가까운 아카데미 형태의 자유로운 교육기관을 설립하는 것이 보다 실효성 있을 것이라는 의견 다소 우세</li> </ul>
설문조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 음악산업 예비 종사자(학생), 현재 산업 종사자 그리고 음악산업을 둘러싼 학계·평론 분야에서 활동하고 있는 500여 명 대상으로 설문조사 실시</li> <li>■ 한국음악산업 성장가능성에 대해서는 90% 이상, 음악산업 인력 양성의 필요성은 80%이상 긍정적으로 답함</li> <li>■ 음악산업 분야에서 부족한 전문인력은 저작권 및 법률 관련 분야, 기획·제작 분야, 음악 투자자 분야 순으로 나타남</li> <li>■ 학교 교육과정에서 배우는 지식이 현장에서 바로 사용할 수 없는 경우가 많아 현재 산업 종사 인력의 재교육이나 양성이 절실함</li> <li>■ 전문인력 양성을 위한 교육기관 선호도에서는 공공기관 아카데미의 형태와 대학 내 신규 과정 설립이 유사한 결과를 보임</li> </ul>

### 3. 전문인력 양성의 교육 방향- 교육과 재교육의 이중 목표실현

- 음악산업 분야 전문가들의 FGI 조사 결과 전문인력 양성에 있어 비즈니스 시장에 진입하는 신규 인력을 대상으로 한 교육 뿐 아니라, 기존 업계에서 일을 하는 비즈니스 인력의 재교육도 중요하다는 의견을 개진하였음  
*“이것이 전문 쪽에 방점을 찍는다면, 소수 엘리트 교육으로 가는 쪽이 더 맞는 방향인 것 같고, 더욱이 지금 교수진이 마땅치 않은 상황에서는 더더욱 흔 채되고 실험적인 교육과정 생각이 들긴 하네요. 그렇게 되면 대학원 교수용으로 실무 경험자를 바탕으로 해서 재교육을 하고, 업그レード 시켜주는 형태의 대학원 과정으로 진행하는 편이 나올 것 같고요.(A레코드 대표, K○○)”*
- 현재 음악산업계에서 일하는 인력 중 대학이나 대학원에서 음악산업 비즈니스 전공으로 학위를 받은 사례들은 극히 드물고 대부분 음악이 좋아서 현장에서 일하다가 음악산업계에서 일하는 경우가 많음. 현재 음악산업계에 종사하는 인력들에 대한 재교육의 필요성도 상당부분 인정됨
- 세계 음악산업의 급변하는 변화에 능동적으로 대처할 수 있는 인력들이 필요한 상황에서 산업계에 종사하는 기존 인력들을 재교육하는 것도 매우 필요함. 특히 4차 산업 혁명의 도래에 따른 첨단기술을 활용한 음악산업의 대응과 성장, 포스트코로나 시대에 음악산업의 생존방식에 대한 대안 마련, 글로벌 음악산업의 트렌드 변화 예측과 그에 따른 새로운 비즈니스 영역의 발굴 등을 기존 인력들을 대상으로 재교육할 필요성이 제기됨
- 특히 한국 음악산업이 해외에 진출할 때 국제통상법, 아티스트 계약, 음악 및 음원 저작권 등과 관련하여 음악산업계에 종사하는 인력들이 체계적인 교육을 통해 전문지식을 축적해 나가는 것이 필요함
- 음악산업 비즈니스 스쿨을 설립할 때 이 산업에 종사하길 원하는 신규 인력에 대한 교육도 중요하지만, 기존 인력을 재교육하는 것도 매우 중요하기 때문에 교육 대상자를 어느 한쪽으로 결정하기보다는 신규인력의 교육과 기존 인력의 재교육을 균형 있게 선발하여 교육하는 것이 바람직한 것으로 판단됨. 따라서 음악산업 비즈니스 전문인력의 교육과 재교육의 장 단점을 표로 정리하면 다음과 같음

<표 62> 음악산업 비즈니스 전문인력 양성의 교육과 재교육 장단점

구분	교육과정	재교육과정
방향	음악산업 진입을 희망하는 신규인력 음악산업 비즈니스 분야 인력 육성을 위한 전체적인 교육	음악산업계와 연계된 비즈니스 분야 기성인력 해당분야의 전문지식의 역량강화를 위한 재교육
교육방식	학위를 중심으로 한 대학 교육과정 방식	아카데미 운영을 중심으로 한 기업 인력들의 재교육 강화
장점	음악산업계의 전문인력 진입을 넓히고 체계적인 교육을 통하여 미래의 음악산업을 선도할 인력들을 양성	현업에 종사하면서 자신이 필요로 하는 특정 분야의 전문지식을 교육받아 현장에서 즉각적으로 활용 가능
단점	음악산업계와 연계 없는 전문인력 교육과정은 학력 인플레이션의 우려 존재	음악산업 신규인력의 유입을 위한 인력양성 과정이 부족할 경우 전문 인력의 양적인 성장에 어려움이 있음

#### 4. 인력양성 기관 설립을 위한 실행계획 수립

- 현장 전문가들의 심층인터뷰와 설문조사 결과로 보면 음악산업 전문인력 양성을 위한 교육기관 설립은 핵심 정책과제라 할 수 있음. 그러나 교육기관 설립의 객관적 근거, 타당성, 설립 방향, 교육과정, 교수진 구성, 산학연계 등 고려할 사안이 많기 때문에 신중하게 접근하는 것이 필요
- 현재 한국 음악산업의 시장 경쟁력을 높이기 위해 어떤 전공 전문 분야가 필요하고, 어떤 교육과정이 필요하고, 어떤 교수진과 산학 협력이 필요한지에 대해서는 구체적인 실행계획이 필요함

<표 63> 주요 대학 음악 비즈니스 전공 전문 분야

주요 대학	전공 세부 분야
버클리음악대학 (Berklee College of Music)	음악비즈니스, 매니지먼트 전공(학사) -재무금융투자, 레이블설립, 음악출판, 음악중개업, 디지털 마케팅, 웹디자인 등
미국 실용음악 대학교 (Musicians Institute College of Contemporary Music, MI)	음악출판과 법률, 음악비즈니스앱개발, 아티스트발굴(A&R), 미즈니스 마케팅, 소셜미디어 서비스, 공연기획과 제작 및 예매 시스템 등
리버풀 공연예술 대학교 (Liverpool Institute for Performing Arts)	음악산업 계약, 저작권 법률, 공연산업 기획 및 제작, 공연산업 마케팅, 공연산업 금융과 투자 등

- 현재 국내외 음악산업 비즈니스 과정을 두고 있는 대학들과 전공과 고위 과정과 음악산업계 현장과의 심층면접 인터뷰 및 설문조사를 종합한 결과 교육기관 설립과 전공분야의 주요 키워드는 ① 창의적 음악 매니지먼트, ② 음악산업 재원조성과 투자 ③ 첨단기술 활용 음악콘텐츠 개발, ④ 디지털 온라인 음악플랫폼 기획 제작, ⑤ 음악 유통과 마케팅으로 요약할 수 있음
- 이러한 키워드를 고려할 때, 국내 음악비즈니스 교육기관이 마련할 수 있는 전공분야를 고려하면 다음과 같이 설계가 할 수 있음

<표 64> 뮤직비즈니스 스쿨 세부 전공과정 설계(안)

전공 분야	교육과정	직업/비즈니스 역할
창의적 음악매니지먼트	음악매니지먼트의 역사, A&R, 매니지먼트 설립과 운영, 융합적 매니지먼트 기획, 매니지먼트 현장 실무, 콘서트기획, 음악산업법과 계약, IP 산업 기획 등	평론가, 독립 음반사 대표, 음악법 전문변호사, 엔터테인먼트 대표, A&R 전문기획자, 음악웹
재원조성과 투자	재원조성 기획실무, 재무설계, 음악산업투자, 투자유자 조성방안, 파생상품 투자, 음악창투회사 설립, 재원 투자연계 실무	디자이너, 음반 출판사 대표, 음악 방송 총괄 프로듀서, 컨설턴트, 디지털 유통업, 콘서트 프로모터, 음악 이론 작가, 융합적 음악콘텐츠 발명가, 마케팅
첨단기술 음악콘텐츠 개발	VR, AI 활용 음악콘텐츠기획, 사운드, 조명 첨단기술 융합, 가상온라인스튜디오 기획, 인공지능과 유비쿼터스 음악콘텐츠 수용자 모델 개발 등	커뮤니케이터, 웹 개발 마케팅 컨설턴트, 마케팅 디렉터, 디지털 저작권 관리, 음반 계약프로모션, 공연 방송 페스티벌 음악
디지털 온라인 음악플랫폼 기획제작	차세대 음원플랫폼 기획개발, IP 콘텐츠 개발, 디지털 저작권 서비스, 차세대 음악테크놀로지 개발 등	프로듀서, 방송국, 라디오 방송국 VJ, 금융 컨설턴트 및 코디네이터, 콘서트 마케팅, 음악 브랜드 기획자, 음반 프로듀서, 미디어 및 엔터테인먼트, 금융서비스, 예술컨설턴트, 출판,
음악유통과 마케팅	A&R을 위한 디지털 마케팅, 온라인 플랫폼활용 음악콘텐츠 프로모션, 음악산업 유통 파생상품개발, 음악콘텐츠 온라인 마케팅, 글로벌 음악마케팅 등	음악영상 중계, VR 라이브콘서트 기획, 인공지능 뮤지션 개발자, 음악콘텐츠 금융투자 설계

- 인력양성을 위한 기관설립이 당장에 실현되는 것이 아니기 때문에 이후에 구체적인 실행계획 수립을 위한 추가 연구용역이 필요함
- 본 연구에 이어 추가 연구용역을 통해서 구체적인 교육설립기관에 대한 실행계획이 수립되어야 함. 실행계획 연구에는 구체적으로 국내외 현장 추가연구, 설립기관 모델 결정, 설립 모델에 따른 운영계획과 운영 일정을 정하는 내용들이 추가되어야 함

<표 65> 비즈니스 인력양성 실행계획 연구 구성(안)

연구과제들	주요내용
교육기관 설립 방향	교육기관의 목표와 비전에 대한 설정 교육기관의 인재양성 방향 음악산업 미래 선도를 위한 인력 양성 핵심 전략
교육기관 설립 법적 제도적 검토	교육기관의 적정모델을 결정(대학원대학, 대학위탁, 공공기관 아카데미 설립) 교육기관 모델 결정에 따른 법적 제도적 검토 설립에 따른 제도적 행정적 과정 제시
전공분야, 교육커리큘럼 설정	전공분야 결정. 세부전동분야 설계 교육기관의 모델에 따라서 해외 주요 교육기관의 커리큘럼을 벤치마킹한 새로운 커리큘럼 설정 4차 산업혁명-팬데믹 시대를 반영한 교육커리큘럼 구성 음악산업계 현장 연계 교육과정 구성
전공 교수진 구성	전임교수의 적절 수와 전공분야 전임교수의 임용자격, 절차 설계 전공교수진 외 겸임, 객원, 강사의 적정수와 분야 설계
학생선발 과정	교육기관의 모델에 따른 학생 선발과정 설계 학생모집 요강, 선발방법(입시, 시험, 인터뷰 등) 학생들 선발 적정수와 장학혜택
재원조성 및 설립절차	교육기관 선발에 필요한 재원조성 방안 지자체와의 자원 매칭 여부 고려 단계별 재원 조성 계획
설립 추진 위원회 구성과 협치	교육기관 설립에 필요한 추진위원회 구성 음악산업계 현장의 다양한 의견수렴
교육기관 설립 로드맵	교육기관 설립연도를 설정하고 그에 따른 설립 일정 로드맵 제시



## 참 고 문 헌



## <단행본 및 보고서>

- 북한대학원대학교(2020). 『2020학년도 자금예산서』, 서울: 북한대학원대학교.
- 서울문화재단(2017). 『2017 서울문화지표 조사연구』, 서울: 서울문화재단.
- 서울시(2017). 『창동일대 문화예술거점 조성 방안』, 서울: 서울시.
- \_\_\_\_\_(2018). 『세운상가군 재생사업 서울시 문화영향평가 결과보고서』, 서울: 서울시.
- \_\_\_\_\_(2019). 『글로벌 음악도시 서울 플랜』, 서울: 서울시.
- \_\_\_\_\_(2019). “서울시 문화본부 주요업무보고”, 서울: 서울시.
- 서울연구원(2015). 『서울시 문화자원 실태와 분포특성』, 서울: 서울연구원.
- \_\_\_\_\_(2017). 『2017 서울문화지표 조사연구』, 서울: 서울연구원.
- 서울미디어대학원대학교(2020). 『2020 회계연도 예산서』, 서울: 서울미디어대학원대학교.
- 서울음악창작지원센터(2017), 『음악산업 디렉토리북』, 서울: 서울음악창작지원센터.
- 커런트코리아(2017), 「창동일대 문화예술거점 조성 방안 연구」, 서울: 커런트코리아.
- 한국현대경제연구원(2018), 『방탄소년단(BTS)의 경제적 효과』, 서울: 한국현대경제연구원.
- \_\_\_\_\_(2020) 『신한류(K-Culture) 도약을 위한 기회와 도전 과제』, 서울: 한국현대경제연구원.
- 한국콘텐츠진흥원(2018). 『콘텐츠산업 2018년 결산 및 2019년 전망』, 나주: 한국콘텐츠진흥원.
- \_\_\_\_\_(2019). 『2019 음악산업백서』. 나주: 한국콘텐츠진흥원.
- \_\_\_\_\_(2019). 『음악산업 패러다임 전환과 지속성장을 위한 정책연구』, 나주: 한국콘텐츠진흥원.
- IFPI(International Federation of the Phonographic Industry)(2018). “Global Music Report, 2018”
- IFPI(2019). “Global Music Report, 2019”
- IFPI(2020). “Global Music Report, 2020”

## <홈페이지>

경기대학교 <http://www.kyonggi.ac.kr>

경북대학교 <http://www.kbu.ac.kr>

경희대학교 <http://www.khu.ac.kr>

김천대학교 <http://www.gimcheon.ac.kr>

김포대학교 <https://ukp.ac.kr>

뉴욕대학교 스테인하트 음악대학 <https://steinhardt.nyu.edu>

대구예술대학교 <http://www.dgau.ac.kr>

독일 바덴 뷔르템베르크 대중음악 아카데미 <https://www.popakademie.de/en/>

동덕여자대학교 <http://www.dongduk.ac.kr>

동아방송예술대학교 <http://www.dima.ac.kr>

동의대학교 <https://www.deu.ac.kr>

리버풀 공연예술대학 <https://www.lipa.ac.uk>

미국 실용음악 전문대학교 <https://www.mi.edu>

버클리 음악대학 <https://www.berklee.edu>

법제처 [www.law.go.kr](http://www.law.go.kr)

북한대학원대학교 <http://www.nk.ac.kr>

서울미디어대학원대학교 <http://www.smit.ac.kr>

서울예술대학교 <https://www.seoularts.ac.kr>

서울시 공식 관광정보 웹사이트, <https://korean.visitseoul.net>

워크넷 [www.work.go.kr](http://www.work.go.kr)

웨스트민스터 대학 <https://www.westminster.ac.uk>

한국영화아카데미 [www.kafa.ac](http://www.kafa.ac)

한국콘텐츠아카데미 <https://edu.kocca.kr>

## <신문기사>

“향토사·다문화박물관 세우는 용산, 역사문화박물관 특구로”. 서울신문(2018.11.21.)

“창동역 인근에 K-팝 전용 공연장 생긴다..서울시, 민간투자사업 제3자 제안공고”, 매일경제(2019.5.9.)

SKT, “5G 음악서비스 ‘뮤직 멀티뷰’ 출시” SK텔레콤 보도자료(2019.07.16.)

“코로나19가 어떻게 음악산업에 영향을 주었나”, World Economic Forum, 2020(2020.5.27.)

"191개국, 99만명... BTS, 온라인 콘서트 수익 500억+@" 이데일리(2020.10.12.)

“VR은 음악산업을 어떻게 변화시키고 있나”, ECHOAR(2020.10.15.)



# 부 록



## 부록 1. 전문가인터뷰 설문지

### 음악산업 비즈니스 전문인력 수요전망과 정책방안 연구

#### 1. 연구의 목적

- 발주한 [음악산업 비즈니스 전문인력 수요전망과 정책방안 연구용역]은 한국 음악산업을 발전시키고, 시장의 필요 수요에 대응하는 공연예술, 문화기획정책, 예술경영, 저작권, 글로벌 홍보마케팅, 영상미디어 분야의 전문인력들을 집중 양성 방안 마련하기 위한 연구임
  - 음악산업의 장기 발전을 목표로 글로벌 산업 TOP5에 진입하기 위한 인재양성 플랜을 수립하는 것을 목표로 함
- 음악테크놀로지, 디지털 음악 저작권, 음악 미디어 플랫폼, 매니지먼트와 스타마케팅, 해외유통과 배급시장 등 차세대 음악산업 비즈니스를 주도할 전문인력 양성을 위한 국가문화정책 차원에서의 공공지원 방향성을 수립하고자 함
  - 지자체의 음악도시 정책에 필요한 인력을 협력하여 지원. 4차 산업혁명 시대와 팬데믹 시대에 필요한 음악산업의 시장 분야, 새로운 환경에 대응하는 음악산업 인력 양성을 위한 새로운 문화콘텐츠 뉴딜 사업의 일환으로 추진
- 해외 유명 음악비즈니스 전공 학과 벤치마킹을 위한 세계적인 교육과정 설립을 통해 세계적으로 경쟁력이 높은 음악산업 전문인력 양성 기관을 설립할 수 있도록 관련 분야의 전문가를 대상으로 FGI를 진행하고자 함

#### 2. 전문가 FGI의 목적

- 엔터테인먼트(기획사), 퍼블리싱 유통/저작권, 공연산업 관련업체, 온라인 미디어유통사·음원유통사·음악서비스사, 학계 전문가, 저작권·마케팅 등 음악산업 관련 분야 전문가를 대상으로 음악산업 비즈니스 전문인력 양성 기관에 관한 의견 수렴

### 3. 설문조사 문항

구분	내용	문항 번호
음악산업에 대한 비전	한국 음악산업의 미래는 발전적이라고 생각하십니까?	Q1
	한국 대중음악 내수시장의 소비층이 기존 10대 중심에서 다양한 연령대로 확장된다면, 음악산업의 경쟁력 및 시장이 확대될 거라고 생각하십니까?	Q2
	한국 음악산업의 부족한 점은 무엇이라고 생각하십니까?	Q3
전문인력 양성 교육기관에 대한 필요성	현재 혹은 미래를 위해 한국 음악시장에서 대중음악 인프라와 콘텐츠를 기획하는 전문인력이 확충되어야 한다고 생각하십니까?	Q4
	뮤지션 중심인 실용음악대학 졸업생들의 활동 범위 확장을 위해 기획과 매니지먼트, 마케팅 및 연구 등 전문 인력의 양성과정이 필요하다고 생각하십니까?	Q5
	음악산업 전문인력 양성 교육기관이 독립적으로 설립되어야 한다고 생각하십니까?	Q6
	전문인력 양성 교육기관이 생긴다면 진학할 의향이 있습니까?	Q7
교육 커리큘럼 구성 및 운영	1개 수업 당 수업인원은 몇 명이 적당하다고 생각하십니까?	Q8
	교육과정은 실기와 실무(매니지먼트 등), 기획/이론 및 연구, 공연관련 기술분야 등 융복합적인 커리큘럼으로 구성되어야 한다고 생각하십니까?	Q9
	실기/실무(매니지먼트 등), 기획/이론 및 연구, 공연관련 기술력 중 가장 중점적으로 수업해야 하는 분야는 무엇이라고 생각하십니까?	Q10
	교수(교육자)는 음악산업의 현장성(실무, 실기)에 기반을 두어야 한다고 생각하십니까?	Q11
학위 수여방식	학위를 수여하는 기관은 1) 음악 비즈니스 전문 대학교(원) 2) 대중음악 관련 일반·특성화 대학교(원), 3) 전문인력 양성 아카데미 중 어떤 기관이 적합하다고 생각하십니까?	Q12
	학위 수여시 가장 중요하게 평가해야 할 기준은 커리큘럼 수료, 논문제출 여부, 학점, 취직 여부, 현장 경험 여부 중 중요도순으로 체크해주시기 바랍니다.	Q13
선호하는 전공영역	음악산업 전문인력 양성 교육기관에서 전공으로 선택하고자 하는 영역을 전부 적어주시기 바랍니다.(주관식)	Q14

## 부록 2. 음악산업 관계자 설문조사 설문지

### 음악산업 비즈니스 관련 설문조사표

<p>안녕하십니까?</p> <p>조사 전문기관인 엠브레인퍼블릭에서는 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원의 의뢰를 받아 음악산업 비즈니스 분야에서 활동할 전문인력의 수요 전망에 관하여 음악산업 관계자의 생각과 의견을 귀 기울여 담고자 설문조사를 마련했습니다.</p> <p>설문에는 우리나라 음악산업의 비전, 음악 비즈니스 전문인력의 필요성과 방향, 핵심 양성 분야, 코로나19로 야기된 비대면 음악산업 시장, 4차 산업혁명을 대비하는 인력의 양성, 정부 지원정책의 수립 등에 대한 질문들이 포함되어 있습니다. 정답이 있는 질문이 아니어서, 누구나 쉽게 응답하실 수 있는 내용입니다.</p> <p>편하게, 하지만 마음 그대로 응답해 주시면 소중하게 들겠습니다.</p> <p>모든 조사 결과는 “응답자의 몇 %는 이렇게 생각하고 있다”는 방식으로 분석하기 때문에 응답해 주신 내용에 대한 개인 정보는 모두 안전하게 보호되며(통계법 제33조) 연구 외의 목적으로는 사용하지 않습니다.</p> <p>조사와 관련해 궁금하신 점은 조사전문기관인 엠브레인퍼블릭으로 문의 바랍니다.</p> <p>조사담당자 : 000</p>			
주관기관	한국콘텐츠진흥원	조사기관	케이아츠크리에이티브 엠브레인퍼블릭

#### SQ. 일반문항

SQ1. 귀하의 출생연도는? \_\_\_\_\_

- ① 18-20세    ② 21-30세    ③ 31-40세    ④ 41-50세  
⑤ 51-60세    ⑥ 60세 이상

[조건 : 만 18세 이상 대상]

SQ2. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남성    ② 여성

SQ3. 귀하의 직업은 다음 중 어디에 해당됩니까?

- ① 학생(교육과정 중)    ② 음악업계 종사자    ③ 학계 종사자

SQ3-1. (SQ3=1 응답자만) 현재 재학중인 학교는 다음 중 어디에 해당되나요?

- ① 2년제 전문대    ② 3년제 전문대    ③ 4년제 대학    ④ 대학원 이상

SQ3-3-1. 귀하는 현재 몇 학년입니까?

- ① 1학년    ② 2학년    ③ 3학년    ④ 4학년    ⑤ 대학원 이상

SQ3-4-1. (SQ3-1=1,2 전문대만) 해당되는 세부 학과는 무엇입니까?

- ① 실용음악 관련 학과            ② 공연기술 관련 학과  
③ 기타 전공 분야(                    )

SQ3-4-2. (SQ3-3=3,4 대학교 이상만) 해당되는 세부 학과는 무엇입니까?

- ① 순수음악 관련 학과            ② 실용음악 관련 학과  
③ 기타 전공 분야(                    )

SQ4. (SQ3-3=3 응답자만) 소속된 학교(기관)명과 전공분야를 기재해 주시기 바랍니다.

학교(기관)명	학과	전공 분야

SQ5. (SQ3-3=2 응답자만) 귀하의 대표 업무분야는 무엇인지 응답해 주세요.

대분류	SQ5-3. 중분류	SQ5-3. 소분류(중복응답)
기획 분야	1) A&R	1) 매니지먼트, 2) 신인개발, 3) 기획 및 제작, 4) 프로듀싱
	2) 관리/경영	1) 경영, 2) 비즈니스 커뮤니케이션(PR 홍보포함), 3) 매니지먼트
	3) 기획 제작	1) 음원 및 공연 기획, 2) 제작
	4) 판매	1) 마케팅, 2) 프로모션
유통 및 배급	5) 머천다이징	1) DM 상품 개발 등
	6) 음원사이트	1) 플랫폼사, 2) 음원유통사, 3) 음원서비스 등
기술 분야	7) 음향	1) 녹음, 2) 튜닝, 3) 에디팅, 4) 믹싱, 5) 마스터링, 6) 디자인
	8) 조명	1) 디자인, 2) 설치
	9) 무대장치 및 소품	1) 설치, 2) 제작 3) 무대기술
	10) 영상	1) 촬영, 2) 편집, 3) 온라인송출, 4) VJ
	11) 신기술	1) VR, 2) AR, 3) AI 등 4) 융복합 등
디지털 분야	12) 온라인화	1) 미디어 영상, 2) 유통, 3) 기술 등
법률 및	13) 법률 및	1) 비평 및 평론, 2) 저작권(디지털 저작권 포함),

대분류	SQ5-3. 중분류	SQ5-3. 소분류(중복응답)
비평	비평	3) 엔터테인먼트법(대중문화예술 관련법)
공연장	14) 운영/관리	1) 공연설비 시스템 관리, 2) 진행, 3) 안전·서비스 관리, 4) 인력 운영, 5) 객석관리 등
실연 분야	15) 실연/작곡	1) 가수, 2) 뮤지컬 배우, 3) 악기연주 4) 작곡, 5) 작사, 6) 편곡 등
기타	16) 기타 분야	1) 기타 _____

**SQ6. (SQ3-3=3 응답자만) 귀하께서는 음악 관련 활동 경력이 얼마나 되십니까?**

음악 관련 활동으로 수입이 발생한 시점을 기준으로 응답해주세요.

- ① 1년-3년    ② 3년-5년    ③ 5년-10년    ④ 10년-15년    ⑤ 15-20년  
 ⑥ 20년 이상    ⑦ 경력 없음

**SQ7. (SQ3-3=3 응답자만) 귀하의 전공은 음악과 관련이 있습니까?**

- ① 음악 관련 전공을 하였다  
 ② 음악과 관련 없는 전공, 또는 교육을 받지 않았다

**SQ7-1. (SQ7의 2 응답자만) 그렇다면 귀하의 전공은 어떤 분야입니까?**

- ① 공학계열    ② 인문계열    ③ 자연계열    ④ 상경계열    ⑤ 문화/예술계열  
 ⑥ 체육계열    ⑦ 교육을 받지 않음    ⑧ 기타(            )

※ 전문인력 : 매니지먼트, 레이블, 공연기획 제작, 미디어 플랫폼 등 음악산업 분야에 종사하는 인력 전체를 의미함. 단, 실연자는 제외(작사, 작곡, 가창, 연주 등)

**A. 일반문항-음악산업의 비전**

**A1. 귀하는 한국 음악산업에서 가장 먼저 떠오르는 단어는 무엇입니까?**

1순위: \_\_\_\_\_, 2순위: \_\_\_\_\_ [우선순위 2개]

- ① K-Pop    ② 디지털 음원    ③ 음악저작권    ④ 스트리밍 서비스(멜론 등)  
 ⑤ 오디션    ⑥ 대형 기획사    ⑦ 아이돌    ⑧ 인디음악  
 ⑨ 음원 차트    ⑩ 사재기    ⑪ 트로트    ⑫ 기타 \_\_\_\_\_







대분류	중분류	소분류	매우 시급	시급	보통	시급하지 않음	전혀 하지 않음
	운영/관리	2) 진행, 3) 안전·서비스 관리, 4) 인력 운영, 5) 객석관리 등					
실연 분야	15) 실연/작곡	1) 가수, 2) 뮤지컬 배우, 3) 악기연주 4) 작곡, 5) 작사, 6) 편곡 등	①	②	③	④	⑤
	16) 음악 투·융자	1) 콘텐츠 가치 측정 및 평가	①	②	③	④	⑤

C9. 아래 음악산업 전문인력 분야를 보시고 각 분야별로 전문인력 양성 시급성에 대해 표시해주시기 바랍니다.

대분류	중분류	소분류
기획 분야	1) A&R	1) 매니지먼트, 2) 신인개발, 3) 기획 및 제작, 4) 프로듀싱
	2) 관리/경영	1) 경영, 2) 비즈니스 커뮤니케이션(PR 홍보포함), 3) 매니지먼트
	3) 기획 제작	1) 음원 및 공연 기획, 2) 제작
	4) 판매	1) 마케팅, 2) 프로모션
유통 및 배급	5) 머천다이징	1) DM 상품 개발 등
	6) 음원사이트	1) 플랫폼사, 2) 음원유통사, 3) 음원서비스 등
기술 분야	7) 음향	1) 녹음, 2) 튜닝, 3) 에디팅, 4) 믹싱, 5) 마스터링, 6) 디자인
	8) 조명	1) 디자인, 2) 설치
	9) 무대장치 및 소품	1) 설치, 2) 제작, 3) 무대기술
	10) 영상	1) 촬영, 2) 편집, 3) 온라인송출, 4) VJ
	11) 신기술	1) VR, 2) AR, 3) AI 등, 4) 융복합 등
디지털 분야	12) 온라인화	1) 미디어 영상, 2) 유통, 3) 기술 등
법률 및 비평	13) 법률 및 비평	1) 비평 및 평론, 2) 저작권(디지털저작권 포함), 3) 엔터테인먼트법(대중문화예술 관련법)
공연장	14) 운영/관리	1) 공연설비 시스템 관리, 2) 진행, 3) 안전·서비스 관리, 4) 인력 운영, 5) 객석관리 등
실연 분야	15) 실연/작곡	1) 가수, 2) 뮤지컬 배우, 3) 악기연주 4) 작곡, 5) 작사, 6) 편곡 등

D. 비대면 시대 음악산업의 변화

D10. 귀하는 코로나19 등으로 인한 비대면(언택트) 환경이 음악산업에 미치는 영향이 크다고 보십니까?

- ① 매우 크다 ② 크다 ③ 보통이다 ④ 크지 않다 ⑤ 매우 크지 않다

D11. 귀하는 코로나19 등으로 인한 비대면(언택트) 음악산업의 성장 가능성에 대해서 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 크다 ② 크다 ③ 보통이다 ④ 크지 않다 ⑤ 매우 크지 않다

D12. (D11의 ①,② 응답자만)귀하는 코로나19 등으로 인한 비대면(언택트) 환경에 대응하는 음악산업 전문인력 양성이 필요하다고 보십니까?

- ① 매우 필요하다 ② 필요하다 ③ 그저 그렇다 ④ 필요하지 않다  
⑤ 매우 필요하지 않다

D13. (D11의 ①,② 응답자만)귀하는 코로나19 등으로 인한 비대면(언택트) 환경에 대응하기 위해 음악산업에서 어떤 분야의 전문인력이 필요하다고 보십니까?

1순위:\_\_\_\_\_, 2순위:\_\_\_\_\_ [우선순위 2개]

- ① 온라인 영상 촬영제작 ② 온라인 공연 플랫폼 서비스  
③ 입체 음향 엔지니어링 ④ 영상미디어 디자인  
⑤ 온라인 음악 마케팅전략 ⑥ 기타 ( )

D14. 귀하는 코로나19 등으로 인한 비대면(언택트) 환경으로 인해 성장가능성이 높은 분야는 어느 분야라고 생각하십니까? 순위별로 3개 골라주세요.

1순위:\_\_\_\_\_, 2순위:\_\_\_\_\_ 3순위:\_\_\_\_\_ [우선순위 3개]

- ① A&R ② 관리/경영 ③ 기획 제작 ④ 판매 ⑤ 머천다이징  
⑥ 음원사이트 ⑦ 음향 ⑧ 조명 ⑨ 무대장치 및 소품  
⑩ 영상 ⑪ 신기술 ⑫ 온라인화 ⑬ 법률 및 비평  
⑭ 운영/관리 ⑮ 실연/작곡







## 음악산업 비즈니스 전문인력 수요전망과 정책방안 연구

감 수 | 이 양 환 (정책본부 본부장)  
박 혁 태 (산업정책팀 팀장)  
연구총괄 | 성 미 경 (산업정책팀 수석연구원)  
수행기관 | 케이아츠크리에이티브  
연구책임 | 이 동 연 (한국예술종합학교 교수)  
연구분석 | 유 사 원 (케이아츠크리에이티브 대표)  
이 정 희 (케이아츠크리에이티브 책임연구원)  
윤 진 실 (케이아츠크리에이티브 선임연구원)  
최 준 미 (케이아츠크리에이티브 선임연구원)

발 행 인 | 김영준 (한국콘텐츠진흥원장)  
발 행 일 | 2020년 12월 28일  
발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원  
주 소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)  
진 화 | 1566-1114  
홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호\_KOCCA20-44

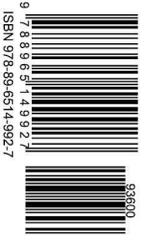
ISBN\_978-89-6514-992-7 (93600) (비매품)

\* 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”



2020



누구나  
콘텐츠로 일상을  
— 풍요롭게

한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY