

# 중앙대학교 예술대학원

## 문화콘텐츠전공 교과목일람

과목명	과목개요
신화와 문화콘텐츠	신화는 모든 문화의 원형이자 상상력으로 새롭게 발견되고 있다. 따라서 신화를 안다는 것은 그 문화를 이해하는 하나의 방법론을 획득하는 길이기도 하다. 특히 신화가 현대의 문화콘텐츠 속에 수렴되고 가공되어 재현되는 양상과 형태를 살펴봄으로써 역으로 다양한 문화콘텐츠를 기획하고 개발할 수 있는 역량과 상상력을 배양할 수 있게 된다.
문화원형연구	오늘날 문화의 경제적 교환가치, 부가가치가 입증되면서 문화는 산업의 핵심요소가 되었다. 그러므로 문화원형을 연구하는 것은 문화적으로는 공동체의 정신과 정체성을 밝히는 길이며, 산업적으로는 다양한 문화콘텐츠를 개발하기 위한 원 소스(one source)로서의 오리지널리티(originality)를 찾는 작업이다. 이 과목에서는 문화의 성격과 문화원형의 개념을 이해하고 문화원형 사례를 탐구한다. 콘텐츠를 통하여 문화원형을 찾아보거나 또는 콘텐츠를 기획, 개발하는 데 문화원형을 활용하도록 하는 것이 이 교과목의 목표이다.
대중문화콘텐츠연구	대중문화는 대중의 지지를 획득한 하나의 현상이다. 따라서 대중문화의 흐름을 짚어보고 트렌드를 살펴보면 그 시대의 분위기 및 대중의 욕망과 결핍을 감지할 수 있다. 대중문화콘텐츠는 이러한 대중의 욕망과 결핍을 문화 창조의 동력으로 삼거나, 산업적 소비의 대상으로 치환한 결과물이다. 이 과목에서는 대중문화의 발생과 의미, 대중문화에 관한 이론들을 살펴보고, 영화, 드라마, 만화 등 대중문화콘텐츠를 중심으로 대중심리와 문화현상의 상관관계를 고찰한다.
문화콘텐츠미학	문화콘텐츠에 대하여 미학적 접근을 시도하는 과목. 문화콘텐츠에 대한 매체적/장적 특성을 파악하고, 문화콘텐츠와 관련된 연구자들의 미학적 견해를 살펴본다.
문화콘텐츠기획론	문화콘텐츠 산업현장을 이해하여 실제 문화콘텐츠산업에서 활용할 수 있는 기획자의 실무를 배우는 것이 목적이다. 따라서 문화콘텐츠산업 현황과 트렌드를 살펴보고, 한국문화 및 세계문화 흐름에 대한 이해를 통하여 글로벌한 기획서를 작성하는 훈련을 한다.
콘텐츠기술연구	콘텐츠 관련 기술에 대한 이해를 증진하기 위한 과목. 3D, 미디어 파사드, 홀로그램 등 디지털 기술이 콘텐츠의 영역을 얼마나 확장하고 완성도에 어떤 역할을 하는지 등에 대해 연구한다.
공간콘텐츠개발론	도시개발, 문화시설공간, 전시공간, 테마파크, 리조트 등 다양한 공간의 문화콘텐츠개발 및 기획에 따른 철학적, 문화적, 실무적 이해와 방법론을 다루는 과목이다. 이 과목에서는 공간에 대한 동서양의 철학적 인식구조, 공간의 정치사회학, 공간콘텐츠의 세계와 패러다임, 도시개발 철학과 방법론, 공간콘텐츠 개발 마스터플랜 작성기법 등에 대해 살펴보게 된다.

문화어메니티	어메니티(Amenity)란 '물질세계와 생명세계간의 조화로운 미적 생태계'를 지칭하는 용어로서, 삶의 질적 환경과 연계된 자원개발 철학이자 자원개발 방법론을 의미한다. 어메니티의 문제는 도시계획, 도시재생, 기업, 농촌, 관광, 건축, 주택, 색채, 복지, 축제, 공공디자인, 환경디자인, 지역문화 등 다양한 영역에서 다루어지고 있다. 문화적 영역에서도 국내외 자원개발 트렌드를 이해하고, 문화콘텐츠 상품과 문화공간 개발, 지역 문화자원 개발을 위한 자원의 활용에 대한 어메니티 지식과 정보를 습득할 필요가 있다. 이 과목은 이러한 삶의 질적 환경을 갖추기 위한 어메니티 문제를 문화적 관점에서 다룬다.
문화콘텐츠산업론	문화콘텐츠는 기존의 문화자원을 활용하여 콘텐츠기반기술을 도입, 산업화하는 과정이며, 기본적으로 프로세스 비즈니스(process business)이다. 그러므로 기획과 마케팅 방안은 다양하며, 창의성과 유연성이 필수적인 산업형태이다. 이 과목에서는 문화콘텐츠 제작과 유통에 관한 현상을 분석적으로 고찰하며, 비즈니스모델 개발의 사례와 사회과학적 경영방법을 연구한다.
문화콘텐츠마케팅	오늘날 문화콘텐츠는 예술콘텐츠로서의 기능과 경제적 자원으로서의 기능을 동시에 수행하고 있다. 그런 만큼 문화콘텐츠의 마케팅은 일반 상품 마케팅과 차별화된다. 이 과목에서는 문화콘텐츠의 마케팅에 관한 이론을 습득하고, 사례연구를 통하여 마케팅 전반에 대한 이해를 증진함으로써 체계적인 문화콘텐츠 마케팅 전략을 탐구한다.
스토리노믹스	스토리가 창출하는 경제적 효과 및 산업적 영향을 분석하는 과목이다. 이 과목에서는 상상력과 이를 구현한 스토리가 마케팅 전략과 전술에 의해 성공적 콘텐츠가 되는 과정을 살펴본다. 그럼으로써 성공적 콘텐츠가 갖추어야 할 요건을 제시하고 미래의 글로벌 브랜드로서의 전략적 경로를 탐구한다.
문화콘텐츠세미나1	문화콘텐츠의 기획/제작/분석/응용 등 다양한 분야에 대한 연구테마를 선정, 조사, 발표하고 이를 소논문의 형태로 작성하는 과목. 문화 및 콘텐츠 관련분야에 대한 폭넓은 이해와 전문 지식의 습득을 바탕으로 문화콘텐츠 전공자들이 수행한 개별연구 및 결과를 세미나 형식으로 발표한다. 이 과목에서의 연구와 발표는 학위논문의 연구테마로 확장하기를 권장하며, 전공자의 연구능력 및 학위논문의 질적 완성도를 높이는 효과가 있다.
문화콘텐츠세미나2	문화콘텐츠세미나1과 연계하여 연구주제에 걸맞는 연구방법론에 대해 숙지하고 선행연구 및 참고문헌을 조사하며 이를 토대로 연구설계, 연구의 목적과 관련 이론에 대해 탐구한다. 이 과목은 문화콘텐츠세미나1과 마찬가지로 소논문 작성을 목표로 한다.
문화콘텐츠워크숍	문화콘텐츠와 관련된 이슈 혹은 주제를 선정하여 세미나 및 연구논문 발표, 특강의 형태로 진행한다. 수강생 개인 혹은 팀별 발표를 통하여 문화콘텐츠와 관련된 정보를 공유하고 연구방법을 습득한다. 또한 전문가 특강을 실시, 문화콘텐츠에 대한 심화된 안목과 이해를 증진한다.
지역문화개발론	이 과목은 우리나라의 대표적인 지역축제를 분석해 보면서 그 지역문화의 전반적 특성을 알아보는 기회를 마련한다. 특히 우리나라만이 가지고 있는 전통문화 콘텐츠를 잘 살려 지역축제에 활용하고 있는 지자체를 알아보고, 그와 같은 지역문화를 어떻게 하면 세계적인 브랜드로 만들 수 있을지 함께 논의한다.