

문화콘텐츠학과 교과과정의 현황과 전망



신 광 철 · 한신대학교 디지털문화콘텐츠학과장

문화콘텐츠산업과 문화콘텐츠학과

오늘날, 전세계적으로 문화콘텐츠산업의 비중이 날로 증대되고 있다. 문화콘텐츠산업의 부각은 기존의 산업 구조에 근본적인 변화가 발생하였음을 확인시켜 주는 지표이기도 하다. 산업의 구조가 자본·노동 집약적 산업으로부터 소프트웨어·콘텐츠 중심의 지식기반 산업으로 급속하게 바뀌어가고 있다. 문화콘텐츠산업은 높은 부가가치를 창출하는 고속 성장산업으로서 주목을 받고 있다. 선진 각국이 문화콘텐츠산업을 미래의 전략산업으로 선택하여 집중적인 투자에 나선 것도 이러한 맥락과 관련이 있다.

한국의 경우에도 문화콘텐츠산업에 대한 관심이 고조되고 있다. 문화콘텐츠산업은 지식기반사회의 도래에 따른 전략적 선택 방안으로 적극 검토되고 있다. 지식의 창출 및 확산은 개인, 기업, 국가의 경쟁력을 결정짓는 핵심적 요소로 부상하고 있다. 교육인적자원부, 재정부 등 15개 정부 부처가 공동으로 제시한 6대 국가 전략분야인 정보통신기술(IT), 생명공학기술(BT), 나노기술(NT), 우주항공기술(ST), 환경기술(ET), 문화예술산업기술(CT)의 핵심적 키워드는 '지식과 기술의 창조적 결합'이다. 문화예술산업기술(CT)은 6대 전략분야 가운데에서도 '지식과 기술의 창조적 결합'의 필요성이 가장 높게 요구되는 분야이다. 문화예술산업기술은 인



현단계 한국 대학의 콘텐츠학과가 짧은 연륜에도 불구하고 나름의 노력을 경주하고 있음을 확인할 수 있었다. 이러한 노력에도 불구하고, 몇 가지 문제점 내지는 과제가 발견된 것 또한 사실이다.

첫째로, 콘텐츠 학과의 커리큘럼이 문화콘텐츠산업과의 구체적인 연계성을 획득하는 데에는 한계가 있다는 점이다.

둘째로, 커리큘럼의 적합성 및 실천 가능성에 대한 검증이 필요하다는 점이다.

셋째로, 커리큘럼에 상응하는 구체적인 실질적인 프로그램 운용이 뒷받침되어야 한다는 점이다.

넷째로, 커리큘럼에 상응하는 구체적인 교재가 나와야 한다는 점이다.

다섯째로, 전문대학 → 대학교 → 대학원의 연계구조에 대한 체계적인 탐구와 적용이 이루어져야 할 것이다.

문학적 상상력, 예술적 감수성, 디자인과 과학기술이 결합된 ‘복합적인 기술’의 특성을 지닌다. 인문학적 상상력, 예술적 감수성, 디자인 등의 요소는 문화콘텐츠 영역에 있어 중요한 비중을 차지한다.

문화콘텐츠산업은 21세기 국가 경쟁력의 핵심과제로 인식되고 있다. 하지만, 한국의 문화콘텐츠산업은 아직 세계시장과 적지 않은 격차를 나타내고 있다. 정보 인프라의 구축은 세계적 수준에 도달했지만, 이를 채울 콘텐츠의 양이 부족한 실정이다. 그렇다고 해서, 상황이 암울하기만 한 것은 아니다. 우리의 경우, 훌륭한 문화적 전통과 우수한 인력을 겸비하고 있기 때문에 도약의 가능성이 있다. 다양하고 질 높은 문화콘텐츠의 창출을 통해, 새로운 기회를 포착해 나가야 한다. 이 점에서, 문화콘텐츠 전문인력의 교육은 중요성을 지닌다.

최근, 한국의 각 대학은 문화콘텐츠학과를 신설하거나, 기존의 학과를 문화콘텐츠학과로 전환하는 흐름이 빠른 속도로 진행되고 있다. 필자가 조사한 바에 의하면, 2004년 현재 4년제 대학(학부)의 콘텐츠(컨텐츠) 학과는 22개 대학의 24개 단위(학부, 학과, 전공)에 달한다. 2003년도 8개 대학에 비하면 비약적인 추세이다. 콘텐츠(컨텐츠) 학과의 신설 혹은 개편은 앞으로도 당분간 계속될 전망이다.

학부에서의 문화콘텐츠 교육은 이 분야의 기초적인 인력을 양성한다는 점에서 중요성을 지닌다. 최근, 활발하게 벌어지고 있는 문화콘텐츠 관련 학과(전공)의

신설은 이러한 시대적 요청에 부응하기 위한 것으로 볼 수 있다. 하지만, 문화콘텐츠 관련 학과(전공)의 양적 성장에 걸맞는 내실있는 교육이 이루어지고 있는가에 대해서는 비판적인 여론이 제기되고 있다. 이 점에서, 문화콘텐츠 교육 커리큘럼에 대한 종합적인 분석과 전망을 실시할 기회를 가진다는 것은 의미있는 일이다. 필자는 이 글에서 학부 차원에서 이루어지고 있는 문화콘텐츠 관련 커리큘럼에 대한 비판적 성찰을 실시하고자 한다.

필자가 설정한 분석 대상은 ‘콘텐츠 혹은 컨텐츠 학과’이다. 필자는 이 글에서 ‘콘텐츠’ 또는 ‘컨텐츠’를 학과(전공) 명칭에 채택한 경우를 1차적인 분석 대상으로 설정하였으며, 2003년의 현황을 중점적으로 검토하였다. ‘콘텐츠 혹은 컨텐츠 학과’의 출현은 비교적 최근의 일이며, ‘콘텐츠’ 또는 ‘컨텐츠’를 독자적인 학문 탐구의 영역으로 설정하기 시작하였다는 점에서 주목할 만한 현상이다.

콘텐츠(컨텐츠) 학과의 현황

최근 들어 고등교육기관(4년제 대학교 및 전문대학)에서 콘텐츠(컨텐츠)를 독자적인 학부/학과/전공 영역으로 설정하려는 움직임이 늘고 있다. 이러한 움직임은 주로 기존의 학과(전공)를 콘텐츠(컨텐츠) 학과(전공)로 전환하는 경우가 주류를 이루고 있지만, 학과(전공)를 신설하는 흐름도 나타나기 시작하였다. 한신대학교 문화정보학부 디지털문화콘텐츠학과와 경구가

대표적인 사례이다. 콘텐츠(컨텐츠) 학과(전공)의 경우, 각급 대학(교)에서 자체적인 구조조정 과정에서 학과(전공) 전환의 가능성이 높을 뿐만 아니라, 인력 수급 차원에서의 정책적인 학과(전공) 신설의 필요성도 적지않게 제기되고 있다는 점에서, 현재적 정황을 점검해보는 것은 의미있는 일이 될 것이다.

2003년을 기준으로, 4년제 대학교에서의 콘텐츠(컨텐츠) 학과의 현황은 <표 1>과 같다. 학과 명칭에 있어서는 디지털콘텐츠(컨텐츠) 전공(학부)이 3개(성공회대학교, 세종대학교, 협성대학교), 멀티미디어컨텐츠 전공이 1개(성결대학교), 디지털문화콘텐츠 전공이 1개(한신대학교), 디지털콘텐츠 비즈니스 전공이 1개(호서대학교), 문화기획 전공이 1개(호서대학교)가 있으며, 동국대학교의 경우, 연계전공으로 문화정보경영 전공이 개설되어 있다.

성공회대학교 디지털컨텐츠학부·성결대학교 멀티미디어컨텐츠 전공·세종대학교 디지털컨텐츠 전공의 경우, 대체로 공학적 배경을 지니고 있으며, 디지털컨텐츠 전문가 내지는 멀티미디어 전문가 양성을 지향하고 있다. 협성대학교 디지털컨텐츠 전공·호서대학교 디지털컨텐츠비즈니스 전공·동국대학교 문화정보경영 전공의 경우, 대체로 비즈니스 내지는 커뮤니케이션학적 배경을 지니고 있으며, 콘텐츠 비즈니스 전문가(마케터) 내지는 문화경영자 양성에 초점을 맞추고 있다.

한신대학교 디지털문화콘텐츠 전공과 호서대학교 문화기획 전공의 경우는 문화콘텐츠의 콘텐츠 자체에 보다 관심을 기울이고 있다. 한신대학교 디지털문화콘텐츠 전공의 경우, 문화콘텐츠 디자이너·축재기획가(문화이벤트 디렉터)·투어 컨덕터·문화정책 전문가

<표 1> 4년제 대학교 콘텐츠학과 현황

대학교	학부/학과 전공	전공 맵핑	병설 전공	교육목표	강 조 점	비 고
성공회대학교	디지털컨텐츠학부	독립학부		• 콘텐츠 제작·기획·마케팅을 아우를 수 있는 디지털 전문가 양성	• 컴퓨터공학의 멀티미디어 기술 • 콘텐츠 제작 및 디자인 • 기본소양(통합학문)	
성결대학교	멀티미디어 컨텐츠전공	공학계열 멀티미디어 학부		• 멀티미디어 콘텐츠 전문가 양성	• 제작 기술 및 디자인 • 작품전시회	
세종대학교	디지털콘텐츠전공	전자정보공학대학 컴퓨터공학부	컴퓨터공학 소프트웨어공학 인터넷학	• 디지털콘텐츠산업 전문인력양성	• 멀티미디어 콘텐츠 제작 관련 기술	• 석·박사과정 개설
한신대학교	디지털문화 컨텐츠전공	문화정보학부	광역학부 구상 단계에 있음	• 문화콘텐츠 디자이너, 축재기획가(문화이벤트디렉터) 투어컨덕터, 문화정책 전문가 양성	• 문화현장탐사대 • 맞춤형교육(1인1개인이기 가치기)	• 대학원에 영상문화학 인문콘텐츠학 (협동과정)신설추진중
협성대학교	디지털콘텐츠전공	경영대학 광고홍보영상학부	광고홍보전공	• 디지털전문가양성(디지털리스트)	• 정보사회의 커뮤니케이션 전문가	• 신인력 모집 단위 광고홍보-컨텐츠학과
호서대학교	문화기획전공	디지털문화예술학부	음악/사각디자인 /실내디자인 /애니메이션 /패션/연극 /영화/디지털음악	• 문화기획전문가 양성	• 문화발전소 • 문화예술분야의 벤처전공자향 • 이론적/초교육강화 • 실무·현장교육확대 • 전문가 교육	• 문화콘텐츠대학원개설
	디지털콘텐츠 비즈니스 전공	디지털비즈니스학부	e-비즈니스/ 벤처비즈니스	• 멀티미디어 콘텐츠 수익화 전문가 양성	• 산학협력 프로젝트를 통한 실습중심 교육	
동국대학교	문화정보경영전공	연계전공		• 문화경영자 양성	• 문화예술이해 및 감수성을 문화정보로 결정화시킬 수 있는 정보마인드	

등 다양한 부문의 전문가 양성을 의도하고 있으며, 호서대학교 문화기획 전공의 경우도 문화기획 전부분에 걸친 전문가 양성에 교육목표를 두고 있다. 두 대학교의 경우, 각각 문화현장탐사대와 문화발전소 프로그램을 통해 이론과 현장을 결합시키는 현장교육을 지향하고 있기도 하다. <표 1>

콘텐츠(컨텐츠) 학과의 커리큘럼

콘텐츠(컨텐츠) 학과 커리큘럼의 목적은 기본적으로 문화콘텐츠산업에서 활동하는 전문인력을 양성하는데 있다. 문화콘텐츠산업에서 활동하는 전문인력이란, “문화콘텐츠의 기획·제작 활동에 참여하는 인력”을 말한다. 여기에 비즈니스 및 관리 인력이 포함될 수 있을 것이다. 이들 영역을 업무의 성격에 따라 압축적으로 정리하면, 기획·개발·시장의 분야로 요약할 수 있다.

기획(창출)·개발(제작)·시장(유통, 관리)에 덧붙여, 문화기획까지 4개의 분야가 문화콘텐츠 교육 커리큘럼의 지향점을 시사해줄 수 있을 것이다. 이러한 지

향점에 입각하여 본다면, 문화콘텐츠 교육 커리큘럼의 기본 방향은 (1) 문화콘텐츠 기획·창출을 위한 인문학 및 예술적 기반 (2) 시장의 흐름과 트렌드를 읽는 사회과학적 안목 및 비즈니스 능력 (3) 문화콘텐츠 제작·개발을 위한 기술(테크놀로지) (4) 문화기획 능력 등으로 요약할 수 있을 것이다.

콘텐츠(컨텐츠) 학과의 이념적 유형은 공학계열, 예술·디자인계열, 문화과학계열, 경영정보계열 등으로 분류할 수 있을 것이다. 2003년을 기준으로 할 때, 콘텐츠(컨텐츠) 학과의 주된 경향은 공학계열과 문화과학계열이었다.(2004년의 경우는 공학계열이 8개, 예술·디자인계열이 6개, 문화과학계열이 6개, 경영정보계열이 3개이다) 이하에서는 성공회대학교, 세종대학교, 한신대학교, 호서대학교의 2003년도 커리큘럼을 정리하고자 한다. 성공회대학교와 세종대학교의 커리큘럼이 공학계열을 대표한다면, 한신대학교와 호서대학교의 커리큘럼은 문화과학계열을 대표한다고 하겠다. <표 2>

<표 2> 성공회대학교 디지털콘텐츠학부 커리큘럼의 영역별 분류

대 학	학 과	기획·창출을 위한 인문학 및 예술적 기반	사회과학적 안목 및 비즈니스 능력	제작·개발을 위한 테크놀로지	문화기획 능력
성공회대학교	디지털 콘텐츠학부	• 동서양 철학 • 영화의 이해 • 언어학 • 시나리오와 서사 • 신화와 의식 • 음악의 이해 • 인간 - 컴퓨터 상호작용 이해 • 인지과학	• 미디어 역사 • 정치·사회 • 커뮤니케이션 이해 • 미디어와 문화 • 콘텐츠 마케팅 • 콘텐츠 유통 • 정보화 사회	• 인터넷과 웹 • 컴퓨터 이해와 실습 • 디지털콘텐츠 개론 • 디지털 색채 연구 • 2D 그래픽 • 비디오 제작/편집 • 디자인 기법 • 3D 그래픽 • 디지털콘텐츠 제작도구 • 디지털콘텐츠 기획 • 음향설계제작 • 게임이론 • 인터페이스디자인 • 전자출판 • 2D 그래픽디지털콘텐츠 프로젝트	
영역별 교과목 수 및 구성 비율		8과목(25.80%)	7과목(22.58%)	16과목(51.62%)	

〈표 3〉 세종대학교 디지털콘텐츠전공 커리큘럼의 영역별 분류

대 학	학 과	기획·창출을 위한 인문학 및 예술적 기반	사회과학적 안목 및 비즈니스 능력	제작·개발을 위한 테크놀로지	문화기획 능력
세종대학교	디지털콘텐츠	- 영어1 - 국어작문 - 영어2 - 인간커뮤니케이션	- 방송학개론 - 프리젠테이션 기법	- 전산개론 및 실습1 - 미적분학1 - 일반물리학1 - 프로그래밍1 - 전산개론 및 실습2 - 미적분학2 - 일반물리학 및 실습2 - 프로그래밍2 - 데이터 구조론 - 디지털 시스템 - 멀티미디어 - 인터넷 개론 - 전산수학 - 프로그래밍3 - 알고리즘 - 그래픽스 입문 - 디지털 콘텐츠 - 마이크로 시스템 - 이산수학 - 프로그래밍4 - 운영체제 - 데이터베이스1 - 디지털 디자인·디지털 사운드 - 컴퓨터 게임 - 컴파일러 - 컴퓨터 네트워크 - 디지털 영상 - 소프트웨어 공학 - 정보보안 - 가상현실 - 네트워크 프로그래밍 - 디지털 콘텐츠 특강 - 인간 공학 - 콘텐츠 제작 프로젝트 - 디지털 콘텐츠 특강 - 사용자 인터페이스 - 애니메이션 - 콘텐츠 제작 프로젝트	
영역별 교과목 수 및 구성 비율		4과목(8.89%)	2과목(4.44%)	39과목(86.67%)	

〈표 4〉 한신대학교 디지털문화콘텐츠전공 커리큘럼의 영역별 분류

대 학	학 과	기획·창출을 위한 인문학 및 예술적 기반	사회과학적 안목 및 비즈니스 능력	제작·개발을 위한 테크놀로지	문화기획 능력
한신대학교	디지털문화콘텐츠 전공	- 문화콘텐츠학 입문 - 문화콘텐츠 탐사 - 한국종교/문화/예술 콘텐츠 분석 - 신화 콘텐츠 - 디지털 문화론 - 동양종교/문화/예술 콘텐츠 분석 - 서양종교/문화/예술 콘텐츠 분석 - 영화와 문화 - 만화 - 애니메이션의 세계	- 미디어와 문화 - 인터넷과 정보화 사회 - 문화콘텐츠산업론 - 문화정책과 법령 - 대중문화 분석 - 문화콘텐츠 비즈니스 창업론	- 콘텐츠웨어 구성론 - 시각매체론 - 다큐메타리 기획론 - 웹 디자인의 이해 및 실습 - 문화테크놀로지 연구 - 멀티미디어 디자인의 이해 및 실습 - 문화콘텐츠 개발 실습1 - 전자출판의 이론과 실제 - 놀이문화와 컴퓨터 게임 - 문화콘텐츠 개발 실습2 - 현지 조사 실습	- 문화와 여행 - 축제의 기획과 운영 - 박물관과 전시기획론 - 이벤트의 기획과 운영 - 지역문화 컨설팅의 이론과 실제
영역별 교과목 수 및 구성 비율		9과목(28.13%)	6과목(18.75%)	12과목(37.50%)	5과목(15.62%)

〈표 5〉 호서대학교 문화기획전공 커리큘럼의 영역별 분류

대 학	학 과	기획·창출을 위한 인문학 및 예술적 기반	사회과학적 인문 및 비즈니스 능력	제작·개발을 위한 테크놀로지	문화기획 능력
호서대학교	문화기획 전공	• 연극입문 • 영화입문 • 문화예술탐방 • 대중문화예술론 • 서양문화론 • 한국전통문화론 • 한국문화체험 • 동양문화론 • 현대문화론 • 동양문화체험 • 포스트모던문화론 • 서양문화체험 • 문화비평론 • 비교문화론 • 현대문화론 특강	• 문화경영론 • 문화조사방법연습 • 문화행정정책론 • 문화조사실습 • 문화심리학 • 문화벤처특강 • 퓨전문화특강	• TV 입문 • 화술 • 발상의 전환 • 웹실습 • 한장실습1 • 한장실습2	• 문화기획 입문 • 문화연출기획 • 문화기획연습1 • 문화기획연습2 • 이벤트기획실습 • 광고기획실습 • 공연예술기획 • 문화기획연습3
영역별 교과목 수 및 구성 비율		15과목(41.67%)	7과목(19.44%)	6과목(16.67%)	8과목(22.22%)

〈표 6〉 4년제 대학교 콘텐츠학과 커리큘럼 각 영역 비율

대 학	학 과	(1)기획·창출을 위한 인문학 및 예술적 기반	(2)사회과학적 인문 및 비즈니스 능력	(3)제작·개발을 위한 테크놀로지	(4)문화기획 능력
성공회대학교	디지털콘텐츠학부	25.80%	22.58%	51.62%	
세종대학교	디지털콘텐츠	8.89%	4.44%	86.67%	
한신대학교	디지털문화콘텐츠전공	28.13%	18.75%	37.50%	15.62%
호서대학교	문화기획 전공	41.67%	19.44%	16.67%	22.22%

이상에서 분석한 내용을 4가지 영역의 비율을 중심으로 다시 정리하면 〈표 6〉과 같다.

〈표 6〉을 보면, 성공회대학교의 경우 (3)에 무게중심을 두면서 (1)과 (2)를 아우르고 있으며, 세종대학교의 경우는 (3)에 절대적인 비중을 두고 있음을 알 수 있다. 세종대학교의 경우, 〈표 6〉에서 볼 수 있듯이 공학 내지는 정보과학적 의존도가 절대적이다. 이 경우, 문화콘텐츠의 콘텐츠 자체에 대한 소양이 결여될 수 있다는 점에서 그 한계를 지적할 수 있을 것이다.

한신대학교 디지털문화콘텐츠 전공과 호서대학교 문화기획 전공의 경우 (1)부터 (4)까지의 영역을 두루 포괄하고 있다. 한신대학교의 경우, (3) → (1) → (2) → (4), 호서대학교의 경우 (1) → (4) → (2) → (3) 순서로 강조점을 두고 있다. 한신대학교의 경우, 기획(창출) 및 개발(제작)에 무게 중심을 두고 있으며, 호서대학교의 경우는 기획(창출)과 문화기획에 무게를 싣고 있다. 두

● 대학교는 모두 문화콘텐츠 창출의 인문학적 기반에 주목하고 있다.

● 콘텐츠(컨텐츠) 학과들은 구체적인 교육 진행에 있어 나름의 ‘에스컬레이션’ 개념을 설정하고 있다. 성공회대학교의 경우 〈표 7〉에서 볼 수 있는 것처럼, 커리큘럼을 (1) 기초기술(컴퓨터), (2) 디지털컨텐츠 기획/유통/제작, (3) 인문학/예술/미디어, (4) 응용기술(차세대 인터페이스 기술) 등의 영역으로 설정하면서, 각 영역 내에서 학년별 에스컬레이션 개념을 적용하고 있다.

한신대학교의 경우, 〈표 8〉에서 볼 수 있는 것처럼, (1) 입문 → (2) 기본 기술 및 장르 이해 → (3) 응용 기술 및 장르 → (4) 실습 및 제작의 개념을 적용하여 학년별 에스컬레이션을 의도하고 있다. 호서대학교의 경우, 〈표 9〉에서 볼 수 있듯이, (1) 입문 → (2) 문화이해 및 체험 → (3) 문화조사 및 기획 → (4) 문화응용 및 실습의 흐름을 적용하여 나름의 에스컬

〈표 7〉 성공회대학교 디지털컨텐츠학부 커리큘럼 연계표

분 야	학 년	1학년	2학년	3학년	4학년
기초교과목		• 인터넷과 웹 • 컴퓨터 이해와 기술 • 디지털 콘텐츠 개론	• 커뮤니케이션 이해 • 디지털 색채 연구 • 2D 그래픽	• 3D 그래픽	
디지털 콘텐츠 기획, 유통, 제작			• 차세대 디지털 통신망 • 비디오 제작/편집	• 3D 애니메이션 • 디지털 콘텐츠 제작 도구 • 디지털콘텐츠 기획 • 음향 설계 제작	• 전자출판 • 디지털 콘텐츠 제작프로젝트 • 콘텐츠 마케팅 • 콘텐츠 유통
예술, 철학, 문학, 미디어 이론		• 동서양 철학 • 미디어 역사 • 정치 사회	• 미디어와 문화 • 영화의 이해 • 언어학 • 디자인 기법	• 사나리오와 서사 • 신화와 의식 • 게임 이론 • 음악의 이해	• 정보화 사회
차세대 인터페이스 기술				• 인터페이스 디자인 • 인간-컴퓨터 상호작용 이해	• 인지과학

〈표 8〉 한신대학교 디지털문화콘텐츠전공 커리큘럼 연계표

구 분	1학년			2학년			3학년			4학년		
	과목명	1학기	2학기	과목명	1학기	2학기	과목명	1학기	2학기	과목명	1학기	2학기
교과목	문화콘텐츠학 입문	3		신화 콘텐츠 연구	3		문화콘텐츠산업론	3		문화콘텐츠 개발 실습 1	3	
	한국 종교/문화/예술	3		미디어와 문화	3		다큐멘터리 기획론	3		전자출판의 이론과 실제	3	
	콘텐츠 분석			디지털문화론	3		민화-애니메이션의 세계	3		놀이문화와 컴퓨터 게임	3	
	문화콘텐츠탐사		3	콘텐츠웨어 구성론	3		축제의 기원과 운영	3		문화콘텐츠 개발 실습 2		3
	영화와 문화		3	인터넷과 정보화사회	3		박물관과 전시기획론	3		문화콘텐츠 비즈니스		3
				동양 종교/문화/예술		3	웹 디자인의 이해 및 실습	3		창업론		
				콘텐츠 분석			문화정책과 법령		3	현지 조사 실습		3
				서양 종교/문화/예술		3	대중문화 분석		3	출업작품	(3)	(3)
				콘텐츠 분석			이벤트의 기획과 운영		3			
				문화와 여행		3	지역문화 컨설팅의 이론과		3			
				시각매체론		3	실제					
				멀티미디어개론		3	문화테크놀로지 연구		3			
							멀티미디어 디자인의 이해		3			
							및 실습					

〈표 9〉 호서대학교 문화기획전공 커리큘럼 연계표

구 분	1학년			2학년			3학년			4학년		
	과목명	1학기	2학기	과목명	1학기	2학기	과목명	1학기	2학기	과목명	1학기	2학기
최소 전공	연극입문	3		서양문화론3	3		포스트모던문화론	3		문화심리학	3	
	영화입문	3		한국전통문화론3	3		문화경영론	3		문화벤체특강	3	
	문화기획입문	3		문화연출기획2	3		문화조사방법 연습	2		퓨전문화특강	3	
	문화기획탐방(*)	3		문화기획연습 I 2	2		광고기획실습	2		웹실습	2	
	TV입문		3	한국문화체험2	2		서양문화체험	2		현장실습 I	2	
	화술		3	동양문화론		3	문화비평론		3	비교문화론		3
	대중문화예술론		3	현대문명론		3	문화행정정책론		3	현대문명문특강		3
	발상의 전환(*)		3	문화기획연습 II		2	공연예술기획		3	현장실습 II		2
				이벤트기획실습		2	문화기획연습 III		2	출업연구		2
				동양문화체험		2	문화조사실습		2			

레이션을 도모하고 있다.

문화콘텐츠학 교육의 과제

이상에서, 콘텐츠학과와 현황과 커리큘럼을 간략하게 검토해 보았다. 이상의 분석을 통해, 현재의 한국 대학의 콘텐츠 학과가 짧은 연륜에도 불구하고 나름의 노력을 경주하고 있음을 확인할 수 있었다. 이러한 노력에도 불구하고, 몇 가지 문제점 내지는 과제가 발견된 것 또한 사실이다.

첫째로, 콘텐츠학과와 커리큘럼이 문화콘텐츠산업과의 구체적인 연계성을 획득하는 데에는 한계가 있다는 점이다. 그러한 한계 가운데에서도 심각한 사안이 '문화콘텐츠의 콘텐츠(알맹이)'에 대한 인식이 충분하게 반영되지 못하였다는 것이다. 이러한 한계는 공학 내지는 정보과학적 편향이 두드러진 학과에서 보다 심각하게 나타났다. 문화콘텐츠산업에서의 '기술'이 단순히 '과학기술' 내지는 '정보기술'에 한정되지 않고, 인문학·사회과학·예술·디자인 개념을 포괄하는 '지식과 기술의 창조적 결합'이란 측면이 커리큘럼에 반영되어야 할 것이다.

둘째로, 커리큘럼의 적합성 및 실천 가능성에 대한 검증이 필요하다는 점이다. 각 대학교의 커리큘럼은 나름의 맥락 속에서 야심찬 형태로 기획되고 있다. 하지만, 그러한 커리큘럼을 운용하기 위해서는 전문 교수 인력이 광범위하게 요청된다는 점이 시급한 과제로 떠오르고 있다. 대다수 대학의 재정 및 행정적 사정을 염두에 둘 때, 그러한 전문 인력을 충분하게 확보한다는 것은 한계가 있을 것이다. 이 점과 관련해서, '교수 인력 풀제'를 도입하여 각 대학의 교수인력의 교류를 도모할 것을 제안하고자 한다. 모든 학과에서 소수의 교수 인력으로 (1)에서 (4)에 이르는 전체 영역을 담당

할 수는 없으며, 각 대학의 현실에 맞는 특성화 방안에만 따른 교수인력 초빙을 할 수밖에 없을 것이다. 따라서, 각 대학들이 교수 인력 풀을 구성하여 타 대학의 커리큘럼 운용을 지원하는 방향을 모색하여야 할 것이다. 교수 인력 풀제가 현실화되기 위해서는, 정부 차원에서 지원도 수반되어야 할 것이다.

셋째로, 커리큘럼에 상응하는 구체적인 실질적인 프로그램 운용이 뒷받침되어야 한다는 점이다. 이 점과 관련해서, 한신대학교의 문화현장탐사대, 1인 1인 개인기 교육, 호서대학교의 문화발전소 프로그램 등이 참고가 될 수 있을 것이다. 아울러, 구체적인 관·산·학 협동 프로그램을 통하여 각 대학의 프로그램을 지원해야 할 것이다.

넷째로, 커리큘럼에 상응하는 구체적인 실질적인 교재가 나와야 한다는 점이다. 현재, 기본적인 문화콘텐츠학 입문서도 나와 있지 못한 실정이다. 현단계에서, 한 연구자가 단독으로 교재를 출간하는 것이 어려운 실정이라면, 위에서 언급한 인력 풀을 가동해서 공동 작업을 할 수도 있을 것이다. 교재 편찬과 관련해서는, 정책적 차원에서 지원 또한 뒷받침되어야 할 것이다.

다섯째로, 전문대학 → 대학교 → 대학원의 연계구조에 대한 체계적인 탐구와 적용이 이루어져야 할 것이다. 아울러, 교육 영역에 있어 사회실무교육기관과 문화콘텐츠진흥원과 대학(교)간의 공조체제에 대한 탐구와 적용이 이루어질 수 있어야 할 것이다. 문화콘텐츠진흥원의 전문 인력의 대학교육 현장 지원 시스템이 구축되어야 할 것이다. 문화콘텐츠진흥원의 전문 인력의 대학교육 현장 지원은 우선적으로 강의 지원에서부터 시작할 수 있을 것이다. 