

문화 콘텐츠

2018년 1학기 교재 가이드



모든 교재 무료 검토

교재가이드에 소개된 모든 책은 commbooks.com에서 본문 전체를 바로 볼 수 있습니다. 회원가입 후 캐시를 신청해 주세요. 강의검토 교재도 요청할 수 있습니다. <http://commbooks.com/굿클래스>에서 한번에 해결하기!



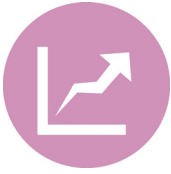
반값교재 양심교재 출시

정가의 절반입니다. 내용은 책과 똑같습니다. 표지 대신 투명 비닐 커버이고 DIY 스프링 제본입니다. 학생들이 직접 스프링을 끼웁니다. 불법 복사가 아니라 저작권료가 지급되는 합법 출판물입니다. 샘플을 신청하시려면 <http://commbooks.com/굿클래스>를 클릭하세요. 교재 공동구매 전용도서점에서 구할 수 없으며 출판사에서만 판매합니다.



대학 강의 전용 교재 보급판 출시, 굿클래스시리즈

본문 내용과 판형은 변동 없습니다. 컴북스 교재를 사용하는 저자와 교강사를 위해 만든 저자 할인가에 준한 저렴한 특별판입니다. 자세한 내용이 궁금하시면 <http://commbooks.com/굿클래스>를 클릭하세요. 교재 공동구매 전용 도서로 일반 서점에서 구할 수 없으며 출판사에서만 판매합니다.



강의를 풍부하게 만드는 강의용 PPT 무료 제공

교재를 검토하고 채택하는 강의자에게 제일 먼저 제공합니다. PPT 파일을 요청하시려면 <http://commbooks.com/굿클래스>를 클릭하세요.

교재 문의 전정욱 주간 02-3700-1273, jwjuhn@commbooks.com

차례

신간 교재 4

베스트 교재 8

과목별 교재 13

문화콘텐츠산업 14

문화콘텐츠 마케팅 17

문화콘텐츠 이해 19

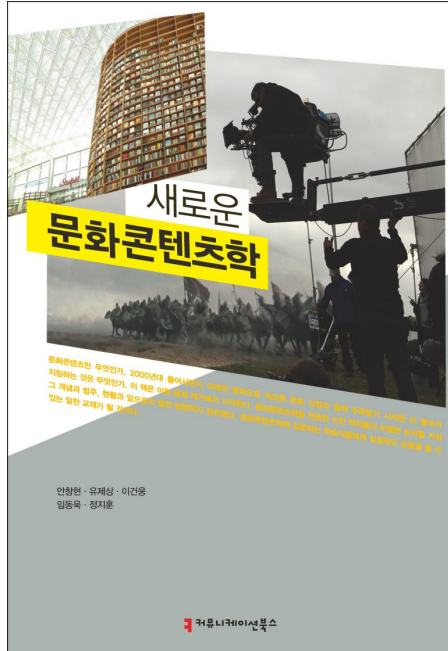
문화콘텐츠 제작 21

총서 교재 26

제목을
클릭하면
해당 페이지로
갑니다.



신간 교재



새로운 문화콘텐츠학

특정 학과나 흐름에 치우치지 않고 새로운 기술환경과 학과의 비전을 고려하여 만든 교재

- 1~2학년 개론 수업 교재
- 문화콘텐츠 개념과 영역에 대한 기존 논의를 평가하고 새로운 관점 제시
- 이 분야 진출을 위한 학생들에게 다양한 기회와 아이디어 제공
- 콘텐츠의 이론과 실재를 균형있게 다룸

안창현·안창현·유제상·이건웅·임동욱·정지운, 신국판, 336쪽, 22,800원, 2017-08



인포메이션 스토리텔링

- 인포메이션 스토리텔링의 배경과 개념, 방법론 정리
- 음식, 패션, 건축, 비즈니스, 농업, 스포츠 등의 산업계와 정치, 행정, 교육, 박물관, 의료 등의 공공서비스 분야 스토리텔링 활용 사례 제시
- 정창권, 신국판, 170쪽, 17800원, 2016-02



디자인과 디자인 경영

성공적인 경영을 고민하는 기업이나 디자인을 학습하는 학생들에게 경영과 디자인이라는 극명히 다른 성격을 가진 두 분야 사이의 벽을 넘어 상반된 의견을 조율해 나갈 수 있는 장을 마련해 주고자 한다. 우선 디자인의 본질과 디자인 경영의 개념과 역사, 디자인 경영자에게 필요한 역량에 대해 알아본다. 나아가 디자인 투자를 촉진하려면 기업은 어떤 프로세스를 갖춰야 하는지, 디자인의 수익성을 어떻게 측정할 것인지, 디자인 전략과 분석, 실행과 평가로 이어지는 프로세스를 효율적으로 관리하려면 어떤 지식이 필요한지도 다루었다.

김문기, 사륙판, 106쪽, 9800원, 2016-04

베스트 교재



문화콘텐츠산업론(2018년 1월 개정판 출간 예정)

- 만화애니메이션 산업 추가
- 문화산업 전반에 대한 개념과 트렌드에 최신 자료 보완
- 지상파와 케이블TV 변화, 안정기에 접어든 종편채널의 특징, IPTV 및 스마트 TV, N스크린 등 방송산업은 뉴미디어 동향 변화 최신 자료 추가

- 'K-POP' 열풍 보완
- e-스포츠 동향과 소셜 게임(SMG), 웹 게임 등 멀티플랫폼 게임 설명
- 김평수·윤홍근·장규수, 크라운판변형, 396쪽, 28,000원, 2018-013

“ 대학원 문화산업론 강의 교재로 썼다. 실무 경험이 많은 저자들의 날카로운 시각이 돋보인다. 우리나라 문화산업 영역을 체계적으로 분석했다. 제대로 된 이론 교재를 찾기 힘들었는데 이 책이 기본서 역할을 충분히 해냈다.

성신여자대학교 문화산업대학원 김정섭 교수

“ 4학년 대상 문화콘텐츠산업론 교재로 사용했다. 방송, 연예매니지먼트, 음악, 영화, 공연, 게임 등 주요 콘텐츠를 일목요연하게 정리했다. 흐름과 난이도 모두 적절했다.

배재대학교 문화예술콘텐츠학과 이용주 강사

교재 채택 학교

경기대학교, 경인여자대학교, 동서대학교, 동의대학교, 배재대학교, 백석대학교, 성신여자대학교, 숙명여자대학교, 여주대학교, 우석대학교, 인천카톨릭대학교, 한세대학교, 한신대학교, 호남대학교, 호서대, 한양대, 인덕대 등

정창권 교수의

문화콘텐츠학 강의 (같이 이해하기)

문화콘텐츠의 이해/ 디지털 시대의 문화콘텐츠/ 콘텐츠의 산업/ 콘텐츠의 유통/ 콘텐츠의 소비/ 콘텐츠의 창작/ 콘텐츠의 정책/ 콘텐츠의 연구/ 콘텐츠의 교육/ 콘텐츠의 평가/ 콘텐츠의 윤리/ 콘텐츠의 미래/ 콘텐츠의 산업 동향/ 콘텐츠의 발전 방안/ 콘텐츠의 산업 동향/ 콘텐츠의 발전 방안/ 콘텐츠의 산업 동향/ 콘텐츠의 발전 방안



문화콘텐츠학 강의

- 스토리텔링 방식으로 구성된 문화콘텐츠학 개론서
- 문화콘텐츠학을 이해하는 인문학적 감수성
- 쉽고 명확하게 이해되는 문화콘텐츠 기본 개념
- 출판, 만화, 방송, 영화, 게임, 캐릭터 분야 성공 모델
- 문화콘텐츠 산업 동향, 발전 방안
- 정창권, 신국판, 230쪽, 15,000원, 2007-09

“ 스포츠콘텐츠운용 수업에서 교재로 썼다. 강의 형식으로 구성되어 실제 수업 진행에 도움이 되었다. 이 책으로 콘텐츠에 대한 기본 정의와 개념을 다질 수 있었다.

경기대학교 스포츠경영학과 설수영 교수

“ 한중문화산업과 문화콘텐츠 과목에서 교재로 사용했다. 이 책은 쉽게 읽혀서 학생들이 내용을 파악하는 데 무리가 없다. 문화콘텐츠의 기본 내용을 폭넓게 접할 수 있고 학생들이 수업에 흥미를 갖게 한다.

우석대학교 유통통상학부 전홍철 교수

교재 채택 학교

강남대학교, 경기대학교, 경희대학교, 배재대학교, 부경대학교, 안동대학교, 우석대학교, 우송대학교, 인천카톨릭대학교, 등

과목별 교재

문화콘텐츠산업

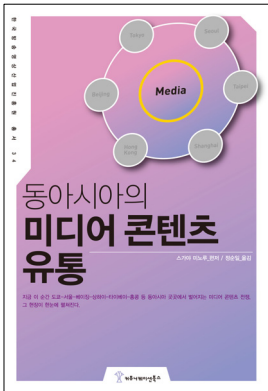


문화콘텐츠산업론(2018년 개정판 예정)



문화산업의 개념과 중요성을 설명하고, 문화산업을 거시적, 미시적 관점에서 분석한다. 이를 바탕으로 문화상품의 소비 패턴과 소비자 행동 패턴을 알아보고 각 산업별 문화콘텐츠 개발 방향을 제시한다.

김평수·윤홍근·장규수, 크라운판변형, 396쪽, 28,000원,
2018-02



동아시아의 미디어 콘텐츠 유통

미디어 콘텐츠와 동아시아지역의 어떠한 환경이 화학반응을 일으켰는가. 한류와 같은 다이내믹하고 강력한 영상 콘텐츠 유통의 새 조류가 어떻게 가능했는가라는 질문에 경제적 관점에서 접근한다. 미디어 콘텐츠가 거래되는 경제적 시장에서 콘텐츠의 송신자와 수신자에 관한 산업 구조, 정부 규제 등에 관한 비교 연구서다.

스가야 미노루, 정순일, 신국판, 218쪽, 15,000원, 2005-10



문화콘텐츠 경영전략(문화체육관광부 우수학술도서) 보급판

문화콘텐츠 산업의 10대 경영전략을 24개의 사례와 함께 제시했다. 문화콘텐츠 산업의 가치사슬과 비즈니스 모델을 통해 현황과 특성을 정리했고, 환경 요인과 문화 콘텐츠 산업의 경쟁력을 분석해 SWOT 전략을 도출했다. 지금까지 문화콘텐츠 산업에 관한 책은 많았지만, 경영 전략을 이렇듯 구체적으로 소개한 책은 없었다. 문화콘텐츠 산업의 기초지식은 물론 실무자를 위한 경영비법도 전수한다.

고정민, 신국판, 376쪽, 18,000원, 2007-10



콘텐츠 보급판 반값

콘텐츠는 왜 중요한가? 경제적 부와 문화적 질을 향상하는 미래 국가 동력이라서다. 스마트 미디어 환경에선 어떤 유통 전략이 필요한가? 원소스멀티유즈, 플래그십, 원루트멀티레인, 프라이빗 브랜드 전략이다. 사용자경험 기반 전략이 각광받는 이유는? 생산자가 주도하던 콘텐츠 시장이 수용자 중심으로 재편되기 때문이다. 다양한 전공의 연구자 11명이 콘텐츠를 둘러싼 산업·기술·문화적 쟁점을 두루 정리했다. 콘텐츠 생태계의 향방을 한눈에 파악할 수 있다.

김대호 외, 신국판, 278쪽, 23,500원, 2013-06



콘텐츠 비즈니스론

300권의 선행 문헌과 사례를 수집·분석하여 콘텐츠 비즈니스의 개념과 생성, 발전, 체계, 국제 비교, 사례 연구까지 콘텐츠 비즈니스를 둘러싼 이론과 실천에 포괄적으로 접근한다. 일본의 문자 매체, 음악·음성 매체, 영화 매체, 게임 등 콘텐츠 산업 현황과 일본의 눈으로 바라본 한국의 콘텐츠 산업의 현주소도 확인할 수 있다. 콘텐츠 비즈니스에 관심 있는 학생과 실무자, 연구자들에게 유용한 책이다.

기시카와 겐코, 백승혁·김광재, 신국판, 392쪽, 25,000원,
2012-04



콘텐츠 비즈니스 입문 보급판 PPT 반값

콘텐츠의 개념, 가격 결정, 유통 체제, 저작권, 글로벌화 등을 폭넓게 다뤘다. 20년간 현장에서 뛰던 저자가 콘텐츠 비즈니스의 실무 지식을 알기 쉽게 소개한다. 글로벌 콘텐츠 기업의 현황과 미래 성공 요인도 제시했다. 비즈니스의 방향성을 고민하는 실무자와 현장 진출을 꿈꾸는 입문자 모두에게 좋은 길잡이가 될 것이다.

김종하, 신국판, 174쪽, 18,000원, 2012-08

문화콘텐츠 마케팅



문화콘텐츠 마케팅

여러 가지 문화콘텐츠 중 공연영상과 관련이 있는 공연, 영화, 애니메이션, 방송영상 등의 콘텐츠 마케팅에 초점을 맞춰 설명하고 있다.

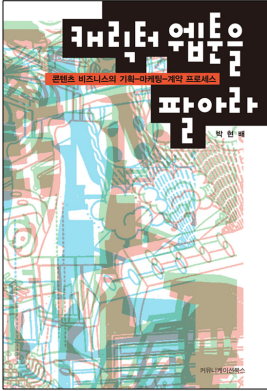
이명천·김요한, 사륙배판, 475쪽, 25,000원, 2006-05



문화콘텐츠 해외마케팅

이 책은 문화콘텐츠 마케팅의 이론적 개념에서부터 판권과 저작권의 계약방식까지 다루며 마케팅 현장에서 벌어지는 실무적인 사안을 포괄한다. 후반부에서는 세계 문화콘텐츠 시장을 종합마켓과 전문마켓으로 구분하여 나라별 사례를 다루고 있다. 마지막 장에서는 흐름과 판도 변화를 제시한다.

박장순, 신국판, 140쪽, 14,000원, 2005-08



캐릭터 웹툰을 팔아라

2000년대부터 스노우킷이라는 웹툰을 필두로 새로운 성공 사례가 쏟아졌다. 콘텐츠산업의 핵심이 캐릭터다. 지금 캐릭터 산업의 핵심은 바로 웹툰이다. 웹툰을 중심으로 한 캐릭터 비즈니스의 전 과정을 실무 중심으로 쉽게 설명한다. 기본 개념 설명부터 기획, 제작, 마케팅, 계약, 창업 자금 조달 방법까지 알려 준다. 저자는 10년 동안 캐릭터 사업을 하면서 겪은 시행착오까지 풀어놓았다.

박헌배, 신국판, 168쪽, 12,000원, 2011-01

문화콘텐츠 이해



한국고전과 콘텐츠 개발

만화 『신암행어사』는 일본에서 150만 부, 한국에서 50만부 팔렸다. <춘향년>은 한국 영화사상 최초로 칸영화제 경쟁 부문에 진출했고, <장화, 홍련>은 미국에서 리메이크되었다. <전우치>는 유럽 5개국과 동남아시아에 사전 판매되었다. 보편적 이야기와 탄탄한 구성력. 고전 콘텐츠가 성공하는 이유다. 윤종선이 처음으로 방법과 사례를 연구했다.

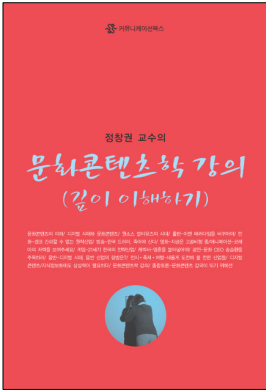
윤종선, 신국판, 190쪽, 17,000원, 2012-07



문화콘텐츠학 개론

애니메이션, TV드라마, 대중음악, 영화, 게임, 뮤지컬, 캐릭터, 모바일콘텐츠 등 이질적 이종간 소재영역으로 구성된 문화콘텐츠의 다중성은 문화콘텐츠학이 특정 학문에 치우지 않는 주체적 학문으로서 자리매김해야 한다는 논거를 제공한다. 이에 따라 주체와 객체를 기본 구성요소로 하는 커뮤니케이션의 톨이라는 통합적 관점에서 이들 소재영역들을 바라보고, 전체를 3부로 나누어 개념의 '뿌리찾기, 정의, 진화를 위한 학문적 기초 다지기'의 순서로 기술한다.

박장순, 신국판, 290쪽, 20,000원, 2006-11

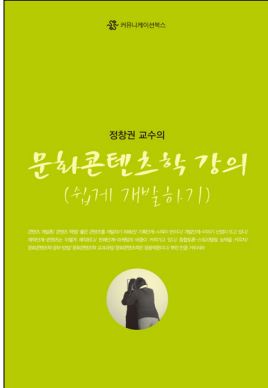


문화콘텐츠학 강의: 깊이 이해하기



문화콘텐츠의 성공 모델을 살펴본다. 출판, 만화, 방송, 영화, 게임, 캐릭터 등 산업별 콘텐츠 개발 현황도 분석했다. 나아가 현재 한국 문화콘텐츠의 문제를 알아보고 대안을 제시한다. 문화콘텐츠를 처음 접하는 학생들에게 기본 개념을 세워준다. 산업 현장의 콘텐츠 개발자에게 콘텐츠 개발 방향을 제시한다. 정창권, 신국판, 230 쪽, 15,000원, 2007-09

문화콘텐츠 제작



문화콘텐츠학 강의: 쉽게 개발하기



창의적인 기획안을 현실에 접목시키는 방법을 알려 준다. 좋은 콘텐츠를 개발하기 위한 전제 조건을 살펴본다. 기획, 개발, 제작, 판매 4단계에 따라 콘텐츠 개발 방법론을 제시한다. 이 책은 처음 문화콘텐츠를 개발하는 학생들에게 지침서가 된다. 콘텐츠 개발자에게 새로운 콘텐츠 개발 시장을 제안한다. 이론부터 개발까지 문화콘텐츠에 관한 모든 정보를 얻을 수 있다.

정창권, 신국판, 230 쪽, 15,000원, 2007-09



콘텐츠 디자인

디지털 콘텐츠의 기본 조건과 콘텐츠 디자인을 위한 제작 프로세스를 소개한다. 이미지, 텍스트, 사운드, 모션이미지 등을 설계하는 과정을 보여주고, 콘텐츠의 뼈대가 되는 스토리텔링 창작법을 제시한다. 고유의 설화 '불가사리'를 실제 콘텐츠 디자인 과정에 적용해 본다. 이론과 실재를 한꺼번에 익힐 수 있다.

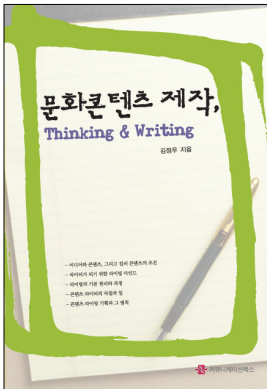
변민주, 신국판, 284쪽, 18,000원, 2010-01



대한민국에서 뮤지컬 만들기

뮤지컬을 지망하는 뮤지컬 시나리오 작가나 배우, 연출가 및 뮤지컬을 좀 더 알고 싶은 뮤지컬 마니아를 위한 책이다. 시놉시스, 트리트먼트, 지문, 대사, 노래 가사 등 입체적인 시나리오 쓰기에 필요한 작법을 설명했고, 연출, 안무, 무대 디자인, 의상, 특수효과 등이 참여해 연습과 프리뷰 공연을 거쳐 공연에 이르는 프로덕션 과정을 담았다.

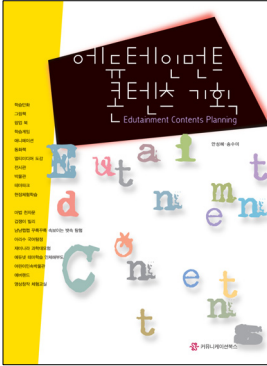
강석균, 크라운, 272쪽, 25,000원, 2006-09



문화콘텐츠 제작 Think & Writing

콘텐츠의 범주에 들어가는 다양한 장르들에 대한 개별적인 개발 방법론들은 다각도로 개발되어 왔으나 콘텐츠라는 큰 범주 내에서 그것을 개발하는 통합적인 관점의 방법론은 아직도 개발되지 못한 인상이다. 이 책에서는 콘텐츠 제작과 관련된 기초적인 사항들을 콘텐츠 산업화의 측면에서 종합적으로 점검해 보았다.

김정우, 신국판, 232쪽, 18,000원, 2007-05



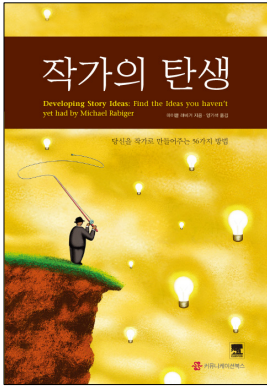
에듀테인먼트 콘텐츠 기획 한 권 값

학습자의 흥미를 불러일으키고 능동적인 참여를 이끌어내는 에듀테인먼트는 학습효과뿐만 아니라 창의력과 문제해결능력 향상에도 도움을 준다. 성공적인 에듀테인먼트 콘텐츠는 어떻게 개발할까? 이 책에 해답이 있다. 저자는 에듀테인먼트의 유형을 출판 에듀테인먼트, 디지털 에듀테인먼트, 공간체험 에듀테인먼트로 나누어 다양한 콘텐츠 개발 사례를 소개한다. 안성혜·송수미, 사륙배판, 312쪽, 22,000원, 2009-06



인포메이션 스토리텔링 한 권 값

인포메이션 스토리텔링이 뭔가? 정보전달형 스토리텔링이다. 일반 스토리텔링과 뭐가 다른가? 재미뿐만 아니라 지식까지 제공한다. 활용 가능한 분야는? 정보 전달이 중요한 분야면 어디든 가능하다. 음식, 패션, 건축, 농업, 스포츠, 정치, 행정, 교육, 박물관, 의료 분야의 활용 방법을 이 책에서 확인할 수 있다. 실전 인포메이션 스토리텔링을 쉽게 익힐 수 있다.. 정창권, 신국판, 170쪽, 17800원, 2016-02



작가의 탄생: 당신을 작가로 만들어주는 52가지 방법

작품 구상(ideation) 과정을 훈련하는 지침서다. 56가지에 달하는 다양한 연습문제를 통하면 창작 소재를 발견하고 발전시키는 훈련을 할 수 있다. 이렇게 창작 능력을 개발하고 개인적 '목소리'를 가지려면, 자기 자신의 내면세계에 접근하고, 그 세계를 소중히 생각하고, 그것을 토대로 이야기를 지어내려고 노력해야 한다.

마이클 래비거, 양기석, 신국판, 312쪽, 18,000원, 2006-09



창의적인 콘텐츠 기획의 8가지 비밀

콘텐츠를 기획하기 위해 꼭 알아야할 미디어론과 콘텐츠 이론을 비롯하여, 인문학적 토양인 스토리텔링, 수사학, 시학 그리고 재미개론에 이르기까지 미디어 이론과 인문학을 두루 섭렵한다. 또한 창의적인 생각을 배양하는 생각도구 방법론과, 케이스 스터디법, 그리고 필자의 독자적인 견해인 '사람이 콘텐츠'라는 주장을 통해서 기획력을 키울 수 있도록 돕는다.

홍경수, 신국판, 346쪽, 20,000원, 2010-12

총서교재

총서 교재는
강의에 필요한 핵심 내용을
10가지로 콤팩트하게 정리했습니다.
미디어, 커뮤니케이션, 문화, 저널리즘의
개념, 이론, 역사를 망라합니다.
주교재, 부교재, 읽기 자료로
다양하게 활용해
강의를 알차게 만들 수 있습니다.

게이미피케이션은 이미 시작된 미래다. 게임의 힘이 다양한 분야를 향해 확장함으로써 일상 세계에서 책임과 의무에 얽매인 현실적 인간은 활기 넘치는 놀이 세계에 속한 적극적인 플레이어로 변모한다. 게이미피케이션은 비게임 분야를 게임으로, 사용자를 플레이어의 아로 전환시키는 의도된 디자인이다. 디자이너는 디자이너로서의 역할이 게임에 만드는 결과물이다. 게임의 힘을 활용하기 위한 지름길을 잃은 아찔함을 되찾았다. 따라서 현재는 보다 넓고 본질적인 문제에 대한 이해가 필요한 시점이다. 게임학, 게임디자인, 매체학을 통한 이해와 실천은 게임의 힘을 가장 폭넓게 활용하고 가장 멀리 이르게 하는 최선의 길을 여는 데 도움을 줄 것이다.

게이미피케이션
권보연



게임 디자인 에디션

게이미피케이션

게이미피케이션은 이미 시작된 미래다. 게임의 힘이 다양한 분야를 향해 확장함으로써 일상 세계에서 책임과 의무에 얽매인 현실적 인간은 활기 넘치는 놀이 세계에 속한 적극적인 플레이어로 변화한다. 게이미피케이션은 비게임 분야를 게임으로, 사용자를 플레이어로 전환시키는 의도된 디자인이며 디자이너와 플레이어가 함께 만드는 결과물이다. 게임의 힘을 활용하기 위한 지름길은 아직 검증되지 않았다. 따라서 현재는 보다 넓고 본질적인 문제에 대한 이해가 필요한 시점이다. 게임학, 게임디자인, 매체학을 통한 이해와 실천은 게임의 힘을 가장 폭넓게 활용하고 가장 멀리 이르게 하는 최선의 길을 여는 데 도움을 줄 것이다.

권보연, 사륙판, 128쪽, 9,800원, 2015-05



게임 플랫폼과 콘텐츠 진화

게임 산업은 표현 기술과 게임 엔진, 그리고 플랫폼의 소비 행태가 변화함에 따라 아케이드 게임에서 콘솔 게임, PC 게임, 온라인 게임, 모바일 게임, 멀티플랫폼 게임, SNG(Social Network Game) 등으로 변화하였다. 이처럼 플랫폼이 진화하는 가운데 다양한 콘텐츠가 등장하면서 게임과 관련하여 새로운 개념이 생겨나고 시장은 점점 더 세분화되었다. 또한 빠르게 변화하는 시대의 수요에 맞추어 차별화된 맞춤형 게임이 등장하거나 불특정 다수를 위한 게임이 등장하고 발전하였다. 이에 따라 게임의 개발뿐만 아니라 수익을 내기 위한 다양한 방법이 생겨나면서 단순한 놀이에서 거대한 산업으로 발전하였다.

한창완, 사륙판, 114쪽, 9,800원, 2015-05

게임은 놀이와 오락을 목적으로 하지만 실제 현실에서는 다양한 정치, 경제, 산업 등의 이해관계가 대립하고 있다. 미디어의 역사적 맥락에서 학습한 바 있지만, 새로운 미디어가 전통 미디어로부터 배척받았던 것과 마찬가지로 게임도 같은 역사를 되풀이하고 있다. 게임은 일종의 예술적 요소의 집합물이다. 그렇기 때문에 예술의 지위를 갖는다. 이 책은 문학, 교양, 표현, 아이디어 보호, 사형선 게임물이나 게임보다 문제감은 다양성이 높을수록, 이해관계자의 입장에서 게임을 둘러싼 헤게모니를 조망한다. 게임에 대한 이해와 이를 위한 방안은 규제법이 아닌 문화적 접근과 문화·예술로서 게임을 법제화하는 것이다.

서문

게임을 둘러싼 헤게모니

김윤명



책 읽는 나그네서연구소

게임을 둘러싼 헤게모니

게임은 놀이와 오락을 목적으로 하지만 실제 현실에서는 다양한 정치, 경제, 산업 등의 이해관계가 대립하고 있다. 미디어의 역사적 맥락에서 학습한 바 있지만, 새로운 미디어가 전통 미디어로부터 배척받았던 것처럼 게임도 같은 역사를 되풀이하고 있다. 게임은 많은 예술적 요소의 집합물이다. 그렇기 때문에 종합예술의 지위를 갖는다. 이 책은 중독, 표현물, 등급분류, 아이디어의 보호, 사형성 게임물이나 게임 섯다운제 같은 다양한 이슈를 논하며, 이해관계자의 입장에서 게임을 둘러싼 헤게모니를 조망한다. 게임에 대한 이해와 이용자를 위한 방안은 규제법이 아닌 문화적 접근과 문화·예술로서 게임을 법제화하는 것이다.

김윤명, 사륙판, 128쪽, 9,800원, 2015-05

재미를 추구하는 게임에 수많은 법률이 간섭하는 것은 역설적이다. 이러한 역설을 이해하는 도구로 판례를 선택했다. 게임은 법률이 없어도 재미를 찾을 수 있는데, 게임 내에서는 물론 게임을 둘러싼 현실에서도 법은 엄격하다. 게임은 게임일뿐, 사이버 공간의 법 적용은 현실의 법 적용과 다를 바가 없는 것이 지금의 상황이다. 여기에 대한 답안은 로그아웃해야 할 때가 아니다. 여기서 소개한 10개의 판결은 법원의 판단을 통해 게임의 가치를 찾아가는 것이 필요하며, 정책적인 평가와 분석, 대안을 제시함으로써 게임 규제를 해결할 수 있을 것이다.

비즈니스에이전시 대표이사

게임을 보는 리걸 프레임, 10개의 판결

김윤명



게임을 보는 리걸 프레임

게임을 보는 리걸 프레임, 10개의 판결

재미를 추구하는 게임에 수많은 법률이 간섭하는 것은 역설적이다. 이러한 역설을 이해하는 도구로 판례를 선택했다. 게임은 법률이 없어도 재미를 찾으면 되는데, 게임 내에서는 물론 게임을 둘러싼 현실에서도 법은 엄격하다. 게임은 게임일 뿐, 사이버 공간의 법 적용은 현실의 법 적용과 다를 바가 없는 것이 지금의 상황이다. 게임에 대한 낭만은 로그아웃해야 할 때가 아닌가 싶다. 여기 소개한 10개의 판결은 법원의 판단을 통해 프레임 된 것을 필자의 시각으로 재구성한 것이다. 다양한 논의를 통해 게임의 가치를 찾아가는 것이 필요한 때. 정책적인 평가와 분석, 대안을 제시함으로써 게임 규제를 해결할 수 있을 것이다.

김윤명, 사륙판, 110쪽, 9,800원, 2015-05

우리 콘텐츠 산업의 가장 큰 한계와 위험 요소는 좁은 내수 시장이다. 이를 극복하기 위해 세계 시장 진출을 모색하고 이를 풀어야 한다. 국제공동제작은 영상물 제작을 위한 재원과 기술, 개발과 투자, 배급을 국제적으로 분담하여 그 권리를 공유하려는 시도다. 이는 시장 확대를 위한 규모와 경제를 실현하는 효과적인 방법의 일이다. 국제공동제작은 어떤 배경에서 어떤 형태로 이루어지는가, 실무적 접근 방법부터 활성화와 성공을 위한 제언에 이르기까지 이해할 수 있고 실용적인 텍스트다. 국제공동제작에 대한 이해와 접근을 수월하게 해 줄 뿐만 아니라 우리 콘텐츠의 글로벌 프로듀싱에 관한 비전과 실천 전략을 읽을 수 있다.

배기형

국제 공동제작

배기형



배기형

국제 공동제작

우리 콘텐츠 산업의 가장 큰 한계와 위험 요소는 좁은 내수 시장이다. 이를 극복하기 위해선 세계 시장 진출을 모색해 그 활로를 찾아야 한다. 국제 공동제작은 영상물 제작을 위한 재원과 기술, 개발과 투자, 배급을 국제적으로 분담하여 그 권리를 공유하려는 시도다. 이는 시장 확대를 이루어 규모의 경제를 실현하게 하는 효과적인 방법의 열쇠다. 국제 공동제작은 어떤 배경에서 어떤 형태로 이루어지는가, 실무적 접근 방법부터 활성화와 성공을 위한 제언에 이르기까지 이 책은 명료하고 탄탄한 텍스트다. 국제 공동제작에 대한 이해와 접근을 수월하게 해 줄 뿐만 아니라 우리 콘텐츠의 글로벌 프로듀싱에 관한 비전과 실천 전략을 읽을 수 있다.

배기형, 사륙판, 174쪽, 9,800원, 2015-11



대중가요 리메이크와 복고 ▶반값

한 시대의 유행가는 곧 그 시대를 반영한다. 대중적 성공을 거둔 콘텐츠는 대중에게 무의식적인 영향을 끼칠 뿐 아니라 당대 사회 현실을 반영한다. 가수의 곡을 리메이크한다는 것은 단순히 곡의 멜로디와 리듬을 차용하는 문제가 아니다. 가수를 둘러싼 많은 요소들도 함께 재해석되어야 진정한 리메이크라 할 것이다. 그것은 모방의 대상이 되는 작품으로부터 비평적 거리를 두는 것이며, 그 거리가 결국 작곡가의 창조성과 작품의 당대를 향한 의도를 명확히 해준다. 이 책은 하나의 문화트렌드로 자리 잡은 이 시대 복고현상과 리메이크를 살펴보고자 한다. 한국 대중음악 역사에서 몇 가지 구체적인 사례를 통해 면밀히 살펴보았다.

박선민, 사륙판, 126쪽, 9,800원, 2015-11

게임은 문화다. 일상이며 여가다. 게임을 디자인이나 공학, 혹은 산업이나 중독 담론으로만 접근하는 것은 21세기 게임인간과 사회에 대한 오해를 불러올 뿐이다. 이 책은 20년이 채 되지 않은 게임문화연구의 역사와 주요 개념, 쟁점을 소개하고 앞으로 나아갈 방향을 모색한다. 서사 텍스트로서 게임을 강조하는가, 아니면 즐거움을 추구하는 인간 게이머를 강조하는가에 대한 논쟁을 계기로 발전한 게임 문화 연구는 장르, 미학, 몰입과 공포, 리터러시, 교육 등에 관한 논의로 확대되었다. 이제 인간, 역사, 기술 환경 등을 주시하면서 게임문화에 대한 이론적 내용과 현실적 문제의식을 심화시키는 방향으로 나아가야 할 것이다.

디지털 게임문화연구

윤태진



게임 나라이사연구소

디지털 게임문화연구

게임은 문화다. 일상이며 여가다. 게임을 디자인이나 공학, 혹은 산업이나 중독 담론으로만 접근하는 것은 21세기의 인간과 사회에 대한 오해를 불러올 뿐이다. 이 책은 20년이 채 되지 않은 게임문화연구의 역사와 주요 개념, 쟁점을 소개하고 앞으로 나아갈 방향을 모색한다. 서사 텍스트로서 게임을 강조하는가, 아니면 즐거움을 추구하는 인간 게이머를 강조하는가에 대한 논쟁을 계기로 발전한 게임 문화 연구는 장르, 미학, 몰입과 공포, 리터러시, 교육 등에 관한 논의로 확대되었다. 이제 인간, 역사, 기술 환경 등을 주시하면서 게임문화에 대한 이론적 내용과 현실적 문제의식을 심화시키는 방향으로 나아가야 할 것이다.

윤태진, 사륙판, 110쪽, 9,800원, 2015-05



디지털 미디어 스토리텔링 코어

디지털 미디어를 기반으로 한 콘텐츠 산업이 지속적으로 성장하기 위해서는 디지털 스토리텔링의 주요한 원리를 파악하고 독특한 유형과 개발 방법에 주목해야 한다. 다양한 인터랙티브 미디어에 따라 다르게 적용되는 특성은 콘텐츠의 흥행을 좌우하는 중요한 요인이기 때문이다. 특히 과거의 미디어에는 드물게 존재했던 인터랙티브 미디어가 디지털 미디어를 통해서 어떻게 다양한 선택과 통제의 기회를 주는지 알아본다. 디지털 스토리텔링의 세계를 확장해 나가는 프로젝트 사례와 함께 스토리의 참여도를 심화시키는 크로스 미디어의 접근 방식을 살펴볼 것이다.

변민주, 사륙판, 112쪽, 9,800원, 2015-05

로컬 콘텐츠는 지역민들의 이해와 관심의 반영이라는 추상적인 지
 목성 개념을 기반으로 지나치게 보호받아 왔다. 관련 기업들은 수
 용자들의 콘텐츠를 과잉가리는 객관적 잣대보다는 생산자들의
 가치를 기반으로 로컬 콘텐츠를 제작하고 조치를 운영했다. 이러부
 터는 더 이상과 같은 안이함을 용인하지 않는다. 로컬 미디어 기
 업들도 콘텐츠의 편재성이 환경에서 초국적 미디어 기업들과 경
 쟁 수위 애급기 때문에 자신만의 독특한 가치를 반영해야 하고, 수
 용자들의 이용을 이끌어내야만 한다. 그렇지만 더 이상 콘텐츠
 를 담보할 수 없다. 로컬 미디어 기업이 당면한 위기상황을 어떻게 해
 결할지 그 고민에서 출발한다.

로컬 콘텐츠의 기획과 제작

김영수 · 이영기



로컬 콘텐츠의 기획과 제작

로컬 콘텐츠는 지역민들의 이해와 관심의 반영이라는 추상적
 인 지역성 개념을 기반으로 지나치게 보호받아 왔다. 관련 기
 업들은 수용자들의 콘텐츠 이용과 평가라는 객관적 잣대보다
 는 생산자 나름의 가치를 기반으로 로컬 콘텐츠를 제작하고,
 조직을 운영했다. 이제부터는 더 이상 과거와 같은 안이함을
 용인하지 않는다. 로컬 미디어 기업들도 콘텐츠의 편재성 이
 용 환경에서 초국적 미디어 기업들과 경쟁할 수밖에 없기 때문
 에 자신만의 독특한 가치를 반영해야 하고, 수용자들의 이용
 을 이끌어 내야만 한다. 그렇지 않으면 더 이상의 생존을 담보
 할 수 없다. 로컬 미디어 기업이 당면한 위기상황을 어떻게 해
 결할지 그 고민에서 출발한다.

김영수, 사륙판, 122쪽, 9,800원, 2015-11

오늘날 문화는 단원시에서 단원국가와 경제를 넘어 확장·융합되는 새로운 형태로 무극의 삶을 구상하고 있으며 급속도로 변화하고 있다. 또한 기술의 발달은 새로운 문화에 대한 상상하고 새로운 문화의 창출을 통해 대중에서 생산된 산업을 지원해줄 역할이 무한번씩, 무한복제되고 있다. 이제 문화 산업은 산업 경제의 새로운 패러다임이다. 이 책은 산업의 동력 산업으로 주목받고 있다. 아울러 대중문화 산업은 대중의 삶의 중심으로 들어왔다. 그야말로 대중의 모든 사유가 대중문화와 문화 산업 속에 들어가는 듯하다. 이 지점에서 대중문화 산업이 조성하는 사유의 순응에 대해 잠시 돌이켜 생각해볼까? 문화 산업의 근본성을 구성하는 용어들을 선정하여 개념을 정리했다.

문화 산업의 기초이론

김 평 수



책 읽는 나그네서연구소

문화 산업의 기초이론

오늘날 문화 산업은 산업 경제의 새로운 패러다임이자 신성장 동력 산업으로 주목받고 있다. 아울러 대중문화 산업은 대중의 삶의 중심으로 들어왔다. 이 지점에서 대중문화 산업이 조성하는 사유의 순응에 대해 잠시 돌이켜 생각해볼까? 문화 산업의 근본성을 구성하는 용어들을 선정하여 개념을 정리를 정리했다.

김평수, 사륙판, 134쪽, 9,800원, 2014-04

방송 콘텐츠의 성패를 좌우하는 것은 기획이다. 새롭고 강력한 콘텐츠는 그 자체로 하나의 브랜드가 될 수 있다. 방송 콘텐츠 기획은 내용과 형식에 관한 것이 아니라, 콘텐츠의 내용과 형식에 관한 것이 아니라, 콘텐츠의 내용과 형식에 관한 것이다. 이는 창조 산업의 특성상 매우 경쟁적인 상황에서 복잡하고도 유동적인 문제들을 고려해야 하는 고난도 작업이다. 따라서 방송 콘텐츠 기획에 정답이란 있을 수 없으며, 기획이란 당면한 문제를 정의하고 이를 해결하기 위한 '창의적 문제 해결 과정'이다. 때문에 이 책은 기획의 험난한 과정에서 주어지는 단계별 과업과 수행방식을 제시하고자 한다.

방송 콘텐츠 기획

이 자 혜



책 읽는 나그네서연구소

방송 콘텐츠 기획

방송 콘텐츠의 성패를 좌우하는 것은 기획이다. 새롭고 강력한 콘텐츠는 그 자체로 하나의 브랜드가 되어 채널의 가치를 높이지만, 방영이 되기 전까지 그 수요를 예측할 수 없다는 위험이 따른다. 방송 콘텐츠 기획은 내용과 형식에 국한되는 것이 아니라 방송사나 채널의 정책을 고려하여 최선의 실행 전략을 세우는 일이다. 이는 창조 산업의 특성상 매우 경쟁적인 상황에서 복잡하고도 유동적인 문제들을 고려해야 하는 고난도 작업이다. 따라서 방송 콘텐츠 기획에 정답이란 있을 수 없으며, 기획이란 당면한 문제를 정의하고 이를 해결하기 위한 '창의적 문제 해결 과정'이다. 때문에 이 책은 기획의 험난한 과정에서 주어지는 단계별 과업과 수행방식을 제시하고자 한다.

이자혜, 사륙판, 126쪽, 9,800원, 2015-05

그동안 연예산업이나 스타비즈니스는 영화, 방송, 음악 등 대중문화 콘텐츠 유통을 전하는 데 중요하며 부유하고 있는 데도 그 역할과 공적 연구가 소홀했다. 원천 기획으로 연예계에서 스타가 탄생하고 유행해버리고 잊혀 버리는 순수 예술과 달리 연예계는 연구의 대상이 되지 못했던 것이다. 스타는 대중에게 인기와 노출이 시대의 트렌드를 알아차린 소수의 연예인들이 모는 것이다. 스타 시스템은 스타를 만들기 위한 체계적이고 조직적인 작업이다. [이제 스타가 되기 위해서는 매니저와 에이전트와 인플루언서와도 밀접한 연관이 있다. 하지만 스타가 되기 위해서는 본인과 조직력이 뒷받침되어야 한다. 스타는 상품이 아니라 비프로젝트 되는 자본주의 문화, 즉 대량생산과 대량소비를 특징으로 하는 대중 문화의 산물이다.]

스타시스템

장규수



책 읽는 나날이네트워크

스타시스템

스타는 대중에게 인기가 높고 팬을 많이 확보한 소수의 연예인 등을 이르는 말이다. 스타시스템은 스타를 만들기 위한 체계적이고 조직적인 작업이다. 이제 스타가 되기 위해서는 매니저와 에이전트 등 전문가의 도움과 연예매니지먼트사의 자본과 조직력 등이 중요한 시대가 되었다. 스타는 상품이나 서비스로 제작되는 자본주의 문화, 즉 대량생산과 대량소비를 특징으로 하는 대중문화의 산물이기 때문이다.

장규수, 사륙판, 114쪽, 9,800원, 2013-02

최근 브랜드 스토리 화풍이 다시 주목받고 있는 이유는 무엇일까, 이제 단순한 순차적 브랜드 스토리 풀림에 대한 이해와 방법을 소개하는 데에 머무르지 않는다. 오늘날 진화하는 마케팅 커뮤니케이션 환경과 생태계에서 필수 전략으로 스토리텔링을 활용하는 스토리셀링을 기반으로 마케팅 커뮤니케이션의 선의와 전환을 이끄는 전략적 사고와 전환이 필요함을 강조했다. 아울러 진화하는 마케팅 커뮤니케이션에서 부합하는 스토리셀링을 설계하기 위한 스토리 아키텍처 요소들을 제시하고 다양한 브랜드 스토리 사례를 살펴봄으로써 스토리 아키텍처의 프레임워크를 실무적으로 적용할 수 있도록 정리했다.

스토리 아키텍처

서상희



책 읽는 나날이네트워크

스토리 아키텍처

최근 브랜드 스토리의 중요성이 다시 주목받고 있는 이유는 무엇일까? 이 책은 단순히 브랜드 스토리텔링에 대한 이해와 방법을 소개하는 데 머무르지 않는다. 오늘날 진화하는 마케팅 커뮤니케이션 환경의 생태계에서 필수 전략으로 스토리텔링을 넘어 스토리셀링을 기반으로 하여 마케팅 커뮤니케이션의 미래를 열어가는 전략적 사고의 전환이 필요함을 강조했다. 아울러 진화하는 마케팅 커뮤니케이션에 부합하는 스토리셀링을 설계하기 위한 스토리 아키텍처 요소를 제시하고 다양한 브랜드 스토리 사례를 살펴봄으로써 스토리 아키텍처의 프레임워크를 실무적으로 적용할 수 있도록 정리했다.

서상희, 사륙판, 150쪽, 9,800원, 2015-11

최신식, 최첨단, 초소형, 초박형, 초경량 제품들이 범람한다. 지난해
 랩과 차별화하기 위해 여러 수식어들이 동원된다. 개발은 신제품이
 기업 생존을 보장해준다는 신념을 가지고 있다. 최첨단이란 인간
 생명의 최첨단 기술과 최첨단 디자인도 시장에서 별로 반응하지 않고,
 연구 개발 예산은 가중되고 있다. 이제 오랫동안 안착되고, 판매되
 고, 사용되는 스테디셀링 모델이 필요하다. 제품의 판매량이 늘어날
 수록 생산 원가는 낮아지고 그 결과 낮은 판매 가격으로 더 많은 소비
 자를 확보할 수 있다. 이를 위해 두 가지 요소가 필요하다. 오랫동안 사
 용할 수 있도록 튼튼해야 하고 싫증나지 않아야 한다. 시간을 이긴 튼
 튼한 디자인을 살펴보는 이유다.

최신식, 최첨단, 초소형, 초박형, 초경량 제품들이 범람한다.

시간을 이긴 디자인 10선

조영식



제품 디자이너 조영식

시간을 이긴 디자인 10선

최신식, 최첨단, 초소형, 초박형, 초경량 제품들이 범람한다.

지난 제품과 차별하기 위해 여러 수식어들이 동원된다. 기업
 들은 신제품이 기업의 생존을 보장해 준다는 신념을 가지고 있
 다. 하지만 치열한 경쟁 탓에 최첨단 기술과 최신 디자인도 시
 장에서 별로 반응하지 않고, 연구 개발 예산은 가중되고 있다.
 이제 오랫동안 제작되고, 판매되고, 사용되는 스테디셀링 모
 델이 필요하다. 제품의 판매량이 늘어날수록 생산 원가는 낮아
 지고 그 결과 낮은 판매 가격으로 더 많은 소비자를 확보할 수
 있다. 이를 위해 두 가지 요소가 필요하다. 오랫동안 사용할 수
 있도록 튼튼해야 하고 싫증나지 않아야 한다. 시간을 이긴 튼
 튼한 디자인을 살펴보는 이유다.

조영식, 사륙판, 134쪽, 9,800원, 2015-11



영상 스토리텔링의 일반 원리 일반 값

영화 전문가들은 자기 분야의 한정된 자원으로 다양한 작업을 수행하는 브리콜러이자 다른 분야와 통합하여 전체 스토리를 창조하는 스토리텔러다. 영상은 표현이고 스토리는 내용이다. 그런데 표현은 내용이다. 그러므로 영상도 스토리다. 연기, 촬영, 조명, 녹음, 편집, 세트, 의상, 음악, CG, 사운드는 모두 스토리다. 비트는 배우를 돕는 도구이자 작가를 돕는 등대다. 미장센은 캐릭터를 드러내고 몰타주는 스토리를 만든다. 반복 영상은 리듬과 모티프가 되어 주제를 드러낸다. 결국 표현과 내용, 스타일과 스토리가 통합되어 영화가 완성된다. 이 모든 것을 통합하는 원리는 시퀀스와 3막 구조다.

권승태, 사륙판, 108쪽, 9,800원, 2015-05



예능 콘텐츠 스토리텔링

예와 타 프로그램과 차별화하기 위해 매 순간 긴장감을 가지고 제작하고 있다. 특히 예능 프로그램은 여타의 프로그램보다 파급력능 프로그램 스토리텔링은 전문적이기 때문에 쉽게 접근할 수도 없거니이 강하고, 그 가치와 매력은 다른 어떤 방송 콘텐츠보다 월등하다. 따라서 예능 프로그램에서 스토리텔링을 실전에 활용할 수 있는 전략이 무엇보다도 필요하다. 왜냐하면 구조적으로 작가의 입장에서 만드는 방법이 중요하기 때문이다. 이 책은 예능 프로그램의 스토리텔링이 왜 중요한지, 예능 프로그램의 핵심은 무엇인지, 그리고 완성도 있는 프로그램을 만드는 데 스토리텔링의 힘은 도대체 무엇인지를 일목요연하게 정리했다.

정숙, 사륙판, 116쪽, 9,800원, 2015-05



오디오북과 낭독

오늘날 디지털 시대는 다양한 사회, 문화적 변화를 이루었고 이에 따라 독서 환경도 달라졌다. 전자책과 오디오북 같은 미디어 출판물들은 상호 매체적, 상호 문화적인 독서를 가능하게 했다. 이제 독자들은 때와 장소, 편리나 목적에 따라 자신에게 맞는 독서방식을 선택할 수 있게 되었다. 특히 오디오북은 소통의 변화를 가져온 것으로 낭독자의 위치와 역할, 그리고 책의 종류에 따라 다양한 방법으로 낭독할 수 있다. 이 책은 화자의 음색, 고저, 장단, 악센트, 리듬, 템포, 억양 등 말의 구성 요소와 더불어 그를 통해 구체적으로 이해하게 되는 감정의 상태를 어떻게 오디오북 낭독으로 연결할 것인가에 대한 방법론을 다루었다.

이진숙 김희선, 사륙판, 136쪽, 9,800원, 2015-11



웹콘텐츠 빅뱅

21세기 초 미디어빅뱅이 시작됐다. 디지털 및 컨버전스 기술 발전으로 하루 자고 나면 새로운 매체와 서비스들이 등장했다. 이어 TV 동영상 빅뱅이 일어났다. TV 채널이 무한대로 확장되고, 누구나 동영상을 찍어서 올릴 수 있는 시대를 맞았다. 곧 이어 스마트폰의 급격한 보급으로 웹 콘텐츠의 빅뱅이 시작됐다. 그 진원지는 한국이다. 만화와 소설이 웹툰과 웹소설로, 드라마다큐·예능이 웹드라마·웹다큐·웹예능으로, 애니메이션과 영화가 웹애니와 웹영화로 진화하고 있다. 대한민국이 정보화에서 웹 콘텐츠 빅뱅을 선도할 수 있다. 웹 콘텐츠의 환경, 여러 장르와 산업, 비즈니스 모델과 콘텐츠 전략, 그리고 미래 정책과 전망 등을 분석했다.

김택환, 사륙판, 150쪽, 9,800원, 2015-11



인디 게임 반값

이 책은 인디 게임에 관해 국내 최초의 것이다. 인디 게임은 퍼블리셔나 투자사 도움 없이 만들어진다. 누구의 간섭도 받지 않을 수 있어 자유롭고, 독립적이며, 창의적이다. 개발 과정은 외롭고 힘들며 가난하지만, 성공의 열매는 달다. <마인크래프트>가 거둔 엄청난 성공 외에도 인디 게임계에는 주목해야 할 작품이 무수히 많다. 최근 인디 게임은 스팀, 구글플레이, 애플 스토어를 비롯한 글로벌 오픈마켓의 호의적인 후원 아래 점차 그 영향력을 넓혀 가고 있다. 이 책에서는 인디 게임의 정의와 역사부터 인디 게임이 주로 공개되는 플랫폼, 공모전, 게임 엔진 등을 소개하고 주요 인디 게임의 특징을 분석했다. 한국 인디 게임의 변화도 소개하고 있다.

이정엽, 사륙판, 124쪽, 9,800원, 2015-11



주크박스 뮤지컬

주크박스 뮤지컬이란 동전을 넣으면 흘러간 옛 인기 대중음악의 싱글 앨범을 틀어주던 옛날 음악상자처럼 왕년의 인기 대중음악을 빌려 와 무대용 소재로 활용해 극으로서 형태를 완성시킨 공연을 말한다. 이미 대중성을 검증받은 가사와 멜로디의 대중음악이 무대 문법에 맞춰 다시 해체되고 연출 의도에 따라 배열되는 재구성 과정을 거쳐 하나의 극으로 완성됨으로써 원래 음악이 지니고 있는 대중성으로도 충분히 친숙한 이미지를 전달할 뿐 아니라 무대적으로도 따서 새로운 가치를 창출하는 특징을 지니는 형식이다. 뮤지컬 분야에서 인기를 얻은 대표적인 주크박스 뮤지컬 작품 10가지를 선정해 분석했다.

원종원, 사륙판, 166쪽, 9,800원, 2015-11



콘텐츠 디자인의 이해

콘텐츠란 부호, 문자, 음성, 음향, 영상 등으로 표현된 모든 종류의 자료 또는 지식의 집합체로서 담는 그릇(미디어)을 전제로 한 내용물을 의미한다. 형식에 따라 만화, 영화, 방송, 애니메이션, 캐릭터, 게임, 음악 등 종류가 다양하며 그 내용물에 해당하는 콘텐츠는 원저작자가 있는 미디어 상품이다. 그것을 디자인하는 것은 아이디어 발상, 스토리 기획, 매체 맞춤형 시각화 과정은 물론, 상품으로 팔 수 있는 배급과 유통까지 포함하는 일련의 종합적인 계획이라고 할 수 있다. 따라서 콘텐츠 디자인이란 단순한 그래픽 묘사가 아니라 미디어를 바탕으로 인간의 감성, 상상력, 창의력을 조합하는 것이라 할 수 있다.

변민주, 사륙판, 108쪽, 9,800원, 2015-05



트랜스미디어 콘텐츠의 세계

트랜스 미디어, 트랜스 미디어 프랜차이즈, 트랜스 미디어 프로덕트 등 이름도 다양하게 불리는 트랜스 미디어 콘텐츠는 원소스멀티유스에 이어 최근 가장 활발하게 사용되는 콘텐츠 제작 방식이자 그 결과물을 말한다. 같은 내용을 여러 미디어에서 반복하는 원소스멀티유스와는 달리 트랜스 미디어 콘텐츠는 다양한 이야기를 다양한 매체로 분화하고, 그것들이 모여 하나의 스토리 월드를 구축한다. 그렇다면 '다 알린다, 다 한다'의 개념으로 장르 간 경계를 허무는 트랜스 미디어 현상이 어떻게 생겨났고, 어떤 구성요소와 층위, 그리고 유형을 가지는지 살펴봄으로써 트랜스 미디어 콘텐츠를 폭넓게 이해하고자 한다.

김희경, 사륙판, 132쪽, 9,800원, 2015-11



파워콘텐츠 공식

글로벌 한류를 이끌거나 나라 안팎에서 흥행에 성공한 파워 콘텐츠들은 어떤 것일까. 이들의 성공 비결과 흥행 코드는 무엇이었을까. ‘강남스타일’로 세계적인 열풍을 주도한 싸이와 초국적으로 시스템 파워를 발휘하는 K팝 아이돌, <겨울연가>를 위시한 로맨스 드라마, 최강 예능 <무한도전>과 <슈퍼스타K>를 비롯한 오디션 프로, 꽃미남 신드롬, 예능적 집단창작 방식으로 공전의 히트를 기록한 <응답하라> 시리즈, 그리고 1000만 관객을 동원한 영화에 이르기까지 파워 콘텐츠 10가지를 선정해 흥행 공식을 찾아본다.

양성희, 사륙판, 116쪽, 9,800원, 2014-04



포르노그래피

정치 포르노' '푸드 포르노' '감동 포르노', 최근 들어 포르노그래피(Pornography)의 준말인 포르노가 접미사로 다양하게 사용되고 있다. 성매매 여성(Pornoi)과 그림(grapos)에 어원을 둔 그리스 합성어가 어느 새 우리의 의식을 지배하고 있는 것이다. 포르노는 매스미디어의 발달에 따른 대중의 탄생과 그 궤를 같이하고 있다. 문학서적, 사진, 잡지, 영화, 비디오, 인터넷 등 미디어에 따라 포르노는 그 모습을 달리하면서 발전해왔다. 이 책은 우리에게 익숙하지만 잘 몰랐던 포르노에 대한 설명서다. 포르노가 무엇이고 어떻게 발전해왔는지, 우리는 포르노를 왜 규제하는지, 미국에서는 왜 표현물로 보호하는지 다양한 사회적, 문화적 의미를 전해준다

홍성철, 사륙판, 150쪽, 9,800원, 2015-11

아시아는 약 10년을 주기로 특정 국가의 문화가 유행을 주도하는 경향을 보여 왔다. 1980년대에는 홍콩 영화가 유행했고, 1990년대에는 일본 TV 드라마와 애니메이션 등이 유행했으며, 1990년대 말부터는 한류가 시작되었다. 한류(韓流)는 한국의 대중문화, 즉 한국에서 제작되는 영화, 방송, 음악, 패션 등이 해외에 시인기를 끌어모아 미치는 문화현상을 말한다. 최근에는 신인류(新人類)라고도 하는, 한류의 파생효과가 커져가. 새로운 분야, 지역으로 확대하는 현상도 일어나고 있다. 그러나 이러한 한류 현상을 자국 문화 확산으로만 이해해선 문제가 생길 수 있다. 양방향 문화 교류는 필수적이며, 이에 따라 세계화와 지역화를 함께 고려할 필요성이 제기된 전력이 필요하다.

한류와 아시아류

장규수



경인대학교인문연구소

한류와 아시아류

아시아는 약 10년을 주기로 특정 국가의 문화가 유행을 주도하는 경향을 보여 왔다. 1980년대 홍콩 영화의 유행을 지나 1990년대 일본 TV 드라마와 애니메이션 등의 유행을 거쳤고, 1990년대 말부터는 한류가 시작되었다. 그러나 한류의 현상을 자국문화의 확산으로만 이해하면 문제가 생긴다. 쌍방향적 문화 교류가 필수며, 이러한 환경에서 세계화와 지역화를 고려한 글로벌라이제이션(globalization) 전략이 필요하다.

장규수, 사륙판, 118쪽, 9,800원, 2013-02

바야흐로 혼종엔터테인먼트가 대세다. 오락적 재미를 주는 엔터테인먼트 장르이지만 정보적 효용성을 상당량 시켜 제공하자는 아이디어는 텔레비전의 상업화가 뒤따라지는 케이블 네트워크 시대를 열어주었겠다. 아울러 정치사회적으로 많은 질문과 과제를 던져 주고 있다. 혼종엔터테인먼트가 제시하는 가장 궁극적인 과제는 새로운 형태의 여론적토의공간과 그와 연관된 다. 새로운 민주주의의 기획이라고 할 수 있다. 이 책은 이러한 모색을 위한 하나의 방편으로 유희적 공론장, 유희적 공중, 즐거운 민주주의와 같은 개념적 도구들을 통해 독자들과 함께 사유의 진전을 이뤄 내고 즐거운 민주주의를 공동으로 기획해 보자는 저자의 요청이다.

비즈니스엔터테인먼트

혼종 엔터테인먼트

유경한



책 제목: 혼종엔터테인먼트

혼종 엔터테인먼트

바야흐로 혼종 엔터테인먼트가 대세다. 오락적 재미를 주는 엔터테인먼트 장르이면서도 정보적 효용성을 동시에 제공하는 이러한 장르는 텔레비전의 상업화가 두드러지는 케이블 네트워크 시대 이후 뚜렷해졌다. 아울러 정치사회적으로 많은 질문과 과제를 던져 주고 있다. 혼종 엔터테인먼트가 제시하는 가장 궁극적인 과제는 새로운 형태의 공적 토의 공간과 그와 연관된 더 나은 민주주의의 기획이라고 할 수 있다. 이 책은 이러한 모색을 위한 하나의 방편으로 유희적 공론장, 유희적 공중, 즐거운 민주주의와 같은 개념적 도구들을 통해 독자들 과 함께 사유의 진전을 이뤄 내고 즐거운 민주주의를 공동으로 기획해 보자는 저자의 요청이다.

유경한, 사륙판, 148쪽, 9,800원, 2015-11

다른 과목이 궁금하다면?

[여기를 클릭하세요.](#)

광고

PR

마케팅 커뮤니케이션

미디어경제, 경영, 정책

미디어론

뉴미디어

커뮤니케이션학

방송, 영상

연구방법론

영화, 다큐멘터리, 애니메이션

문화콘텐츠

저널리즘

소통, 스피치, 글쓰기, 토론

미디어교육

한국어

미디어커뮤니케이션 교양

가이드를 다 보았는데도 마음에 드는 교재가 없다고요?

내 마음대로 만드는 '리딩패킷 교재'를 이용하세요.

꼭 필요한 부분만 골라 나만의 교재를 만들 수 있습니다.

다른 강의자들이 만든 패키지가 1184종 있습니다. 그 패키지를 활용하셔도 됩니다.

[리딩패킷 서비스 총정리 바로 가기](#)

궁금한 게 있으면 언제든지

교재 문의

전정욱 주간 02-3700-1273, jwjuhn@commbooks.com

커뮤니케이션북스

T.02-7474-001 F.02-736-5047 commbooks.com