

---

# 콘텐츠산업의 이해

## 오리엔테이션

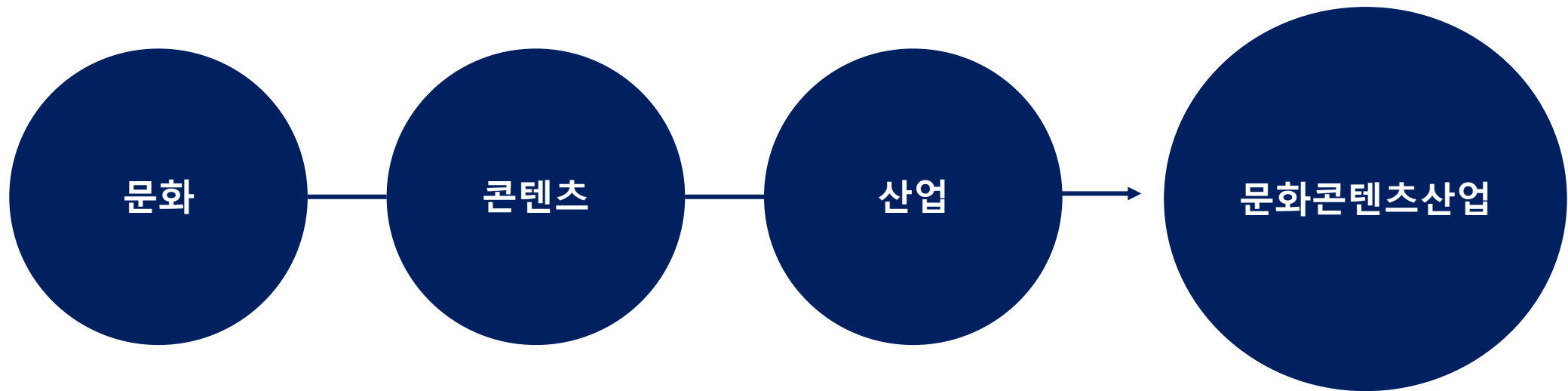
# What

---

문화콘텐츠 산업의 지형  
기초 개념  
그리고,  
마케팅 이론

# What

---





## 문화

### 문화의 다양한 정의

1. 문화는 **땅을 가꾸고 식물을 경작하고 동물을 키우는 행위**를 말한다. 이로부터 문화란 이성과 함께 개발되어야 하는 **감성적인 것, 미적인 것** 등의 의미를 띠기 시작했다.
2. 문화란 생각하고 말하는 것 가운데 가장 좋은 모습으로 가꾼 결과로 나타난 것, 즉 **예술** 등을 가리킨다.
3. 문화란 계몽주의를 통한 문명의 발전, 모더니티의 형성, 즉 **서구적 사회 발전 과정**을 의미한다.
4. 문화란 특정 집단이 나누어 지니고 있는 **삶의 방식**이다. 사회 내에는 다양한 집단이 존재하는 만큼 다양한 문화가 복수로 존재한다.
5. 문화란 상징 체계와 그 체계를 바탕으로 이뤄지는 의미 **교환**, 즉 의미화 실천이다.

## 문화

### 그래서 현재 통용되는 문화의 정의가 무엇?

5개의 정의법 가운데 어느 것이 옳고 그른지 말 할 수는 없지만,  
각 정의는 나름대로의 타당성을 지니고 있으며, 아직까지도 유효성을 지님

그러나, 현대적 의미의 대중문화론에서는 3, 4, 5번째의 정의에 많은 관심을 둠  
1, 2번째의 정의는 대중 문화를 문화의 오염이나 문화적 지체 혹은 파괴하는 비문화적 영역으로. 파악하고 있기 때문

문화는 정적인 것이 아닌 긴장, 갈등, 투쟁, 경쟁이 벌어지는 **동적**인 것  
문화 안에 다양한 주체가 존재, 이들은 다양한 의미 실천을 하고 다양한 삶을 꾸림

## 콘텐츠

### Content

오프라인이나 온라인 등 유통 채널을 통해 전달되는 내용물

문화콘텐츠는 문화적 요소를 지닌 소리, 영상, 문자의 조합으로 이루어진 내용물

순수예술도 콘텐츠산업?

경우에 따라 이익을 목적으로 기업이 순수문화예술 영역에서 활동할 경우, 산업에 포함시켜 문화예술산업을 분류시킴

-문화콘텐츠 산업: 인간의 감성, 창의력, 생산력을 원천으로 문화적 요소가 체화 되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품

## 산업

물적 재화 및 서비스 생산 활동의 전반

# What

---

먼저,  
문화콘텐츠 산업의 지형

# 문화콘텐츠 산업의 지형



문화콘텐츠 산업별 분류

문화콘텐츠 산업은 문화콘텐츠의 기획, 제작, 유통, 소비 과정과 관련된 산업으로, 대체로 영화, 음악, 게임, 애니 등 엔터테인먼트의 내용을 기반으로 함



# 문화콘텐츠 산업의 특성

문화콘텐츠 산업은 창의적이고 지식 집약적이며 부가가치가 높은 서비스산업으로 일반 제조업과는 다른 특성을 지님

## ① 창구효과, OSMU, 트랜스미디어 스토리텔링

-창구효과: 하나의 프로그램을 서로 다른 시점에서 서로 다른 채널로 공급하여 프로그램의 부가가치를 높이는 전략적인 배포 방식  
(ex. 지상파 방송이 케이블이나 DVD로 출시)

-OSMU: 원본 콘텐츠의 중심을 가지고 다른 형태로 변용하여 다변적으로 확장  
(ex. 해리포터 시리즈를 원작으로 게임, 애니메이션, 음반, 캐릭터로 확장)

-트랜스미디어 스토리텔링: 향유를 기반으로 탈중심적, 자기 증식적 서사를 가지며, 텍스트의 독립성이 탄력적이고 비순차적 과정으로 발생, 팬덤 콘텐츠까지 포함 (ex. 마블, 미생 등)

## ② 고위험, 고수익 제품

-문화콘텐츠 산업은 제작비가 많이 소모되는 영화, 방송, 뮤지컬, 애니메이션 등 대표적인 고위험, 고수익 산업. 흥행에 성공하면 높은 수익을 얻을 수 있지만, 실패시 투자원금마저 회수하기 어려움. 특히 일회적인 콘텐츠 상품을 생산하는 영화, 음반산업이 직면하는 리스크는 큼. 사전제작, 촬영단계에서 촬영 중단 가능성, 완성된 작품이 상영되지 못할 가능성, 흥행 실패 가능성 등 다양함.

영화를 포함한 문화콘텐츠 산업과 관련된 다양한 리스크 중 가장 크면서도 중요한 것은 투자리스크와 흥행리스크임. 대부분의 문화콘텐츠는 총비용에서 제작비와 같은 초기 투자비용의 비중이 매우 큼. 작품이 흥행에서 관객 확보에 실패하면 이 제작비용이 매몰비용이 됨. 매몰비용이란, 설비 투자비 등과는 달리 그 사업에 실패함으로써 제품의 가치가 제로에 가깝게 되는 비용을 말함. 쉽게 말해, 영화, 음반의 흥행에 상관없이 투입해야 하는 비용, 즉 회수가 불가능한 비용을 말함. 영화의 경우 배우 개런티 등 제작비는 영화의 흥행에 관계없이 미리 지불해야하는 매몰비용임.

반면, 흥행 성공시 한계비용(재화나 서비스를 한 단위로 추가 생산할 때 필요한 총 비용의 증가분)은 제로에 가깝게 고정

# 문화콘텐츠 산업의 특성

문화콘텐츠 산업은 창의적이고 지식 집약적이며 부가가치가 높은 서비스산업으로 일반 제조업과는 다른 특성을 지님

## ③ 경험재

-문화콘텐츠 상품은 소비가 이루어지기 전에는 상품의 효용이 알려지지 않는 경험재의 속성을 가짐. 경험재적 속성이 강한 상품일수록 소비에서 정보는 매우 중요. 왜냐하면 직접적인 소비행위가 발생하기 전에 효용이 알려지지 않는 콘텐츠 상품의 소비에서 특정 상품에 대한 사전적인 정보는 소비의 불확실성을 훨씬 낮출 수 있기 때문. 이와 같은 상황에서 경험재 상품의 품질 불확실성을 줄이기 위해서 콘텐츠의 일부 내용을 보여주고 경험하게 하는 마케팅 전략이 중요. 예로 영화 예고편, 게임 콘텐츠의 일부 제한적 무료 제공 등 소비의 불확실성을 줄일 수 있게 마케팅 전략을 펼침. 다른 수단으로는 소비자에게 상품에 대한 믿을 만한 정보를 상품 내용에 포함하는 방법도 있음. 대표적인 것인 '스타 시스템'. 널리 알려진 배우, 감독, 제작자를 고용하여 특정 콘텐츠 상품을 제작했을 때 그 자체로 소비의 불확실성을 낮출 수 있음

## ④ 규모의 경제

-규모의 경제란, 산출량이 증가하면 단위당 평균 비용이 감소하는 현상을 의미. 복제 가능한 콘텐츠 상품의 성격은 콘텐츠 상품의 생산에서 초판비용에 대부분의 생산비가 투입되고, 재판부터는 단지 복제비용이 추가되어 한계비용이 거의 발생하지 않음. 문화상품은 제작을 위한 매몰비용이 투입된 뒤 추가되는 비용이 거의 없음. 왜냐하면 영화, 드라마, 음반 등 문화상품은 추가로 복사하는 데 필요한 비용이 미미한 소위 한계비용이 0에 가깝기 때문. 초기 투자비용인 매몰비용만 회수하면 추가로 팔려나가는 판매량은 거의 모두 이익이라고 할 수 있음. 따라서 규모의 경제 측면에서는 음반을 한 장 사더라도 더 복제, 판매하는 것이 순이익을 올릴 수 있음

# 문화콘텐츠 산업의 특성

문화콘텐츠 산업은 창의적이고 지식 집약적이며 부가가치가 높은 서비스산업으로 일반 제조업과는 다른 특성을 지님

## ⑥ 문화적 할인

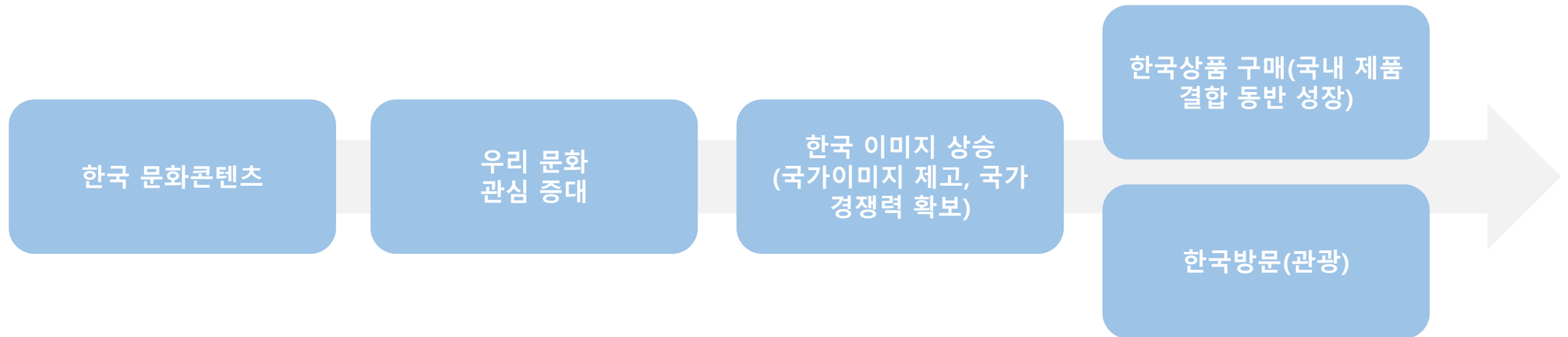
- 문화상품은 언어, 관습, 선호 장르 등의 차이로 다른 문화권 진입이 쉽지 않음. 언어, 관습, 선호, 장르의 차이 등을 문화적 장벽이라고 하고 그 크기를 할인율로 나타냄. 문화적 장벽이 높으면 문화적 할인율이 높고, 문화적 장벽이 낮으면 문화적 할인율은 낮음. 게임, 애니메이션, 다큐멘터리 등은 문화적 요소가 약해서 할인율이 낮은 반면, 드라마, 가요, 영화 등은 문화적인 요소가 강해서 문화적 할인율이 높은 특성을 지님

## ⑦ 창의성 기반 산업

- 문화산업은 아이디어와 창의성에 기반을 두는 산업. 스토리텔링에 대한 관심이 늘어나면서 창작자나 창의성에 대한 관심이 높아지고, 영화, 게임, 공연산업도 창조적인 아이디어가 경쟁력의 핵심 요소이므로 우수한 인력 발굴에 주력하고 있음

# 문화콘텐츠 산업의 중요성

- ① 고성장 산업
- ② 고용창출 산업
- ③ 고부가가치 산업 (ex. OSMU)
- ④ 문화경제적 파급효과가 큰 산업



# 문화콘텐츠 산업의 환경분석

## 국내 문화산업의 현황

### ① 콘텐츠 융복합 현상(컨버전스), 트랜스미디어 스토리텔링 현상



### ② IT와의 접목(문화산업과 기술(스마트워크, 사물인터넷, 홀로그램, 빅데이터, AI 창작 등) 접목하여 플랫폼 및 제작 도구를 활용)

### ③ 팬덤의 부상(팬덤 역할과 지위 상승)

# What

---

미디어플랫폼

콘텐츠

향유자

측면에서의 문화콘텐츠 산업 이해

# SYLLABUS

주차		주제	세부내용
1	9월 2일 9월 4일	오리엔테이션-문화콘텐츠 개념과 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오리엔테이션/강의</li> <li>• 문화콘텐츠 향유 패턴에 대해 이야기해보기</li> </ul>
		문화콘텐츠 산업 톺아보기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화콘텐츠 산업의 이해</li> </ul>
2	9월 9일 9월 11일	한국 대중문화와 K-Pop 역사	
		K-Pop 팬덤 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통시적 이해</li> </ul>
3	9월 16일 9월 18일	K-Pop 산업의 성장과 비즈니스 전략	
		K-Pop 팬덤 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 능동적 수용자의 이해</li> </ul>
4	9월 23일 9월 25일	버추얼 아이돌 산업과 팬덤	
		드라마 산업의 이해	
5	9월 30일 10월 2일	미디어의 이해	
		OTT 산업 전략	
6	10월 7일 10월 9일	영화 산업의 이해	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 녹화강의</li> </ul>
		영화 산업 전략 트랜스미디어 스토리텔링	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 녹화강의</li> </ul>
7	10월 14일 10월 16일	기초 마케팅의 이해 1, 2	
		마케팅에서 브랜딩으로	
8	10월 21일 10월 23일	중간고사	
		X	

주차		주제	세부내용
9	10월 28일 10월 30일	브랜드 환경과 핵심요소 1	
		브랜드 환경과 핵심요소 2	
10	11월 4일 11월 6일	브랜드 환경과 핵심요소 3	
		브랜드 환경과 핵심요소 4	
11	11월 11일 11월 13일	마케팅 기법 1(스토리텔링 마케팅 1) 마케팅 기법 2(스토리텔링 마케팅 2)	
		마케팅 기법3(게이미피케이션)	
12	11월 18일 11월 20일	마케팅 기법 4(커뮤니티 마케팅)	
		마케팅 기법 5(팬덤 마케팅)	
13	11월 25일 11월 27일	산업 특강	
		프로젝트 팀활동 1	• 팀 정하기
14	12월 2일 12월 4일	프로젝트 팀활동 2	
		프로젝트 팀활동 3	
15	12월 9일 12월 11일	프로젝트 팀 발표 1	
		프로젝트 팀 발표 2	



# Evaluation

## 팀별 프로젝트

- 주제: '부천 문화콘텐츠 IP 활성화를 위한 팬덤 마케팅 기획안 및 2차 저작물 도출'
- 1. 문화콘텐츠 IP 조사 및 분석
- 2. 현재의 팬덤 단계를 진단할 것
- 3. 팬덤 단계에 따라 타깃 설정, 타깃에 맞는 부천 IP 팬덤 마케팅 방안 기획 및 팬덤 체험 활동 기획
- 4. 팬덤이 되어 IP 홍보를 위한 콘텐츠 제작
- 5. 기획안 발표
- 6. 가톨릭대학교 인문도시사업 홈페이지에 게재

## 성적 평가 방법

- **출석 (30%)**
- **중간고사 (30%)**
  - 지필고사
- **팀프로젝트 (40%)**
  - 팀별 제출물 평가

## 기타사항

- **강의자료 및 공지사항**
  - 수업 전 주 LMS를 통해 제공
- **출석 기준**
  - 1회 결석 = 3회 지각
  - 공결 서류 제출시 출석 인정
  - 서류는 2주 안에 제출하지 않으면 인정하지 않음

# 수업담당교수 - 소개

**오윤지** 가톨릭대학교 예술미디어융합학과

학사: 한양대 음악대학 국악과

석사: 한양대 음악대학 국악과

박사: 한양대 국문대 문화콘텐츠학과

010-8899-4668 (카톡, 문자, 전화)

yoonji@catholic.ac.kr



# 수업담당교수 - 연구실적

## <논문>

(제1저자) AI 기반 버추얼 아이돌의 진정성 문제-뮈토스와 로고스의 복합적 부재, 글로벌문화콘텐츠 Vol.64, 글로벌문화콘텐츠학회, 2025.

(제1저자) K-Pop 일본 팬덤의 향유 구조와 정체성, 한국콘텐츠학회논문지 Vol.25 No.7, 한국콘텐츠학회, 2025.

(제1저자) 아우라와 탈아우라의 경계: K-POP 포토 카드와 팬덤, 한국콘텐츠학회논문지 Vol.24 No.12, 한국콘텐츠학회, 2024, 128-139쪽

(제1저자) 팬 경험을 활용한 팬 플랫폼 전략, 애니메이션연구, 한국애니메이션학회, 2024, 194-207쪽

(제1저자) 버추얼 아이돌 팬덤의 향유 문화 연구, 한국콘텐츠학회논문지, Vol.24 No.2, 한국콘텐츠학회, 2024, 184-192쪽

(제1저자) K-Pop 팬덤 콘텐츠를 통한 팬덤의 확장된 표현형, 문화와융합, Vol.45 No.9, 한국문화융합학회, 2023, 475-483쪽

(제1저자) K-Pop 팬덤 콘텐츠의 유형 연구, 유튜브 플랫폼을 중심으로, 문화콘텐츠연구, Vol.,No.26, 건국대학교 글로벌문화전략연구소, 2022, 211-248쪽

(제1저자) SNS 챌린지 콘텐츠의 게이미피케이션 연구, 한국콘텐츠학회논문지 Vol.22 No.1, 한국콘텐츠학회, 2022, 1-9쪽

(제1저자) 은유추출기법을 활용한 온라인 국악공연 콘텐츠 구현 방식 연구, 문화와 융합 Vol.43 No.3, 한국문화융합학회, 2021, 37-56쪽

(박사학위 논문) K-Pop 팬덤 콘텐츠 생성 구조 연구, 한양대학교 일반대학원 박사학위논문, 2023.

## <정부 R&D 연구 프로젝트>

- 인문도시지원사업, 25.06-2028.5/한국연구재단/연구원
- 문화예술생태계 분석을 통한 아르코 지원체계 개편방안 모색, 25.08-26.1/한국문화예술위원회/연구원
- 경기도 1인 크리에이터 산업 동향 및 정책 연구, 23.08-23.11/연구원
- 조형미술작품 전시회의 효과적 운영 방안에 관한 연구, 22.12.16-23.03.15 / 국회사무처 / 연구보조원
- IC-PBL M 유형을 활용한 산학협력 선순환 시스템 기반 문화콘텐츠 융복합 인재 양성 사업, 22.04.01-23.01.31 / 한국콘텐츠진흥원 / 연구원(PM)
- 문화콘텐츠 융복합 인재 양성을 위한 IC-PBL 기반 콘텐츠원캠퍼스 사업, 21.04.01-22.01.31 / 한국콘텐츠진흥원 / 연구원
- 국회 주최 문화행사 질적 제고 방안: 국내외 문화행사 사례연구를 중심으로, 21.12.15-22.03.14 / 국회사무처 / 연구보조원
- 2020 한국문화축제(K-컬처 페스티벌) 중장기 발전방안 및 정책개발 연구, 20.10.06-20.12.11 / (재)한국국제문화교류진흥원 / 연구원

## <교원자격증>

중등교사 정교사 음악 2급 자격증/교육과학기술부, 한양대학교

# Introduce yourself

## <간단한 자기소개>

- 문화콘텐츠 관심 분야
- 문화콘텐츠 향유 패턴 이야기해보기
- 수업에 바라는 점