



YONSEI UNIVERSITY

일반대학원 언론홍보영상학과



YONSEI UNIVERSITY

일반대학원 언론홍보영상학과

CONTENTS

- 01 _ 학과소개
- 02 _ 교수명단
- 03 _ 학과내규
- 04 _ 종합시험
- 05 _ 교과목
- 06 _ 세부전공

YONSEI

일반대학원 언론홍보영상학과

연세대학교 언론홍보영상학의 대학원 과정은 1976년 신문방송학과로 출범하여 저널리즘, 방송, 광고, PR을 아우르는 커뮤니케이션 영역의 전 분야에서 최고의 연구와 교육을 수행해 오고 있습니다.

이에 이제 자타가 공인하는 국내 최고의 커뮤니케이션 교육기관으로 우뚝 서게 되었습니다.

본 전공의 목표는 다음과 같습니다.

- ✓ **첫째**, 커뮤니케이션 현상을 과학적으로 연구할 수 있는 이론, 방법론과 실재를 배우도록 하는 것입니다.
- ✓ **둘째**, 언론/방송/광고/PR관련 연구 및 전문직 분야에 진출하여 학술적 활동을 하는데 필요한 전문적 전공 지식과 실증적 데이터 분석 및 적용의 능력을 기르도록 하는 것입니다.
- ✓ **셋째**, 전문 언론/방송/광고/PR인으로서 활동하는데 필요한 윤리의식과 합리적인 비판의식을 고취하도록 하는 것입니다.
- ✓ **넷째**, 언론/방송/광고/PR 분야의 전문 지식과 소양 그리고 올바른 리더십을 가진 사회의 지도층으로 성장할 수 있는 참지식과 지혜, 인간됨을 기르도록 하는 것입니다.

02_교수명단

성명	직위	학위	전공
김영석	교수	Ph. D (1985)	커뮤니케이션학
최양수	교수	Ph. D (1986)	방송편성론, 영상산업론
윤영철	교수	Ph. D (1989)	저널리즘, 미디어사회학, 국제 커뮤니케이션, 온라인 저널리즘
강상현	교수	Ph. D (1988)	커뮤니케이션론, 정보사회론, 디지털 방송론
한정호	교수	Ph. D (1987)	PR론
김주환	교수	Ph. D (1997)	커뮤니케이션론
김경모	교수	Ph. D (1998)	저널리즘, 국제 커뮤니케이션
김희진	교수	Ph. D (1994)	광고학, 광고기획
조창환	교수	Ph. D (1999)	광고학, 뉴미디어론
김용찬	교수	Ph. D (2003)	커뮤니케이션 사회학, Urban communication, 헬스커뮤니케이션
박남기	교수	Ph. D (2007)	커뮤니케이션 테크놀로지, 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(CMC)
백영민	교수	Ph. D (2011)	커뮤니케이션 조사 방법, 정치 커뮤니케이션, 과학 커뮤니케이션
이상엽	교수	Ph. D (2014)	빅데이터 분석

03_학과내규

✓ 석사과정 학위 취득에 필요한 30학점 중 최소 18학점 이상을 본 학과에서 개설된 과목 중에서 취득해야 하며, 취득학점의 총 평량 평균은 3.00이상이어야 한다. 과목에 대한 학점 인정 여부는 주임교수가 최종적으로 판정하여 승인한다.

- I. 학부에서 언론학 비전공자의 경우, 언론홍보영상학부에서 개설하는 전공과목 중에서 12학점(4과목)을 선수과목으로 첫 2학기 이내에 청강으로 이수해야 한다. 『언론학개론』과 『커뮤니케이션론』은 반드시 이수해야 하며, 수강과목은 주임교수와 상의해야 한다. 단, 이수학점에 가산되지는 않는다.
- II. 학부에서 언론학 부전공자의 경우, 주임교수와 면담을 통해 보충과목을 면제받거나 보충과목 수 조정이 가능하다.

✓ 박사과정 학위 취득에 필요한 학점은 60학점이며, 취득학점의 총 평량 평균은 3.00이상이어야 한다. 과목에 대한 학점 인정 여부는 주임교수가 최종적으로 판정하여 승인한다. 단, 해당 전공에서 개설한 전공필수과목은 전적 대학원에서 이수한 과목으로 대체될 수 없다.

- I. 본 대학원 석사과정 이수자의 경우, 최대 30학점을 인정해준다. 박사과정에서 이수해야 할 30학점 중 최소 12학점 이상을 본 학과에서 개설된 과목 중에서 취득해야 한다.
- II. 타 대학원 언론학 전공 석사과정 이수자의 경우, 최대 24학점을 인정해준다. 박사과정에서 이수해야 할 36학점 중 최소 18학점 이상을 본 학과에서 개설된 과목 중에서 취득해야 한다.
- III. 타 전공 석사과정 이수자의 경우, 최대 18학점을 인정해준다. 박사과정에서 이수해야 할 42학점 중 최소 24학점 이상을 본 학과에서 개설된 과목 중에서 취득해야 한다.

✓ 학위 논문 제출은 학과가 제시하는 논문제안서 양식에 맞추어서 하며, 시기와 절차는 다음과 같다.

- I. 석사학위 논문 제출 예정자는 3학기가 종료되기 이전까지 “논문제안서”를 제출해야 하며, 전공주임교수가 결과를 통보한다. 단, 석사과정 종합시험에 합격한 자만 4학기에 학위 논문 작성 자격이 주어진다. 4학기 초에 논문지도교수와 부심이 배정되며, 예비심사(공개)와 본심사(비공개)를 치르게 된다.
- II. 박사학위 논문 제출 예정자는 2학기를 이수한 후 전공주임교수 면담을 통해 논문지도교수와 부심이 결정된다. 단, 4학기가 종료되기 이전까지 학술평가요건을 갖춘 자에 한해 학위 논문 작성 자격이 주어진다. 학술평가요건은 연구처에서 인정하는 교내 2등급(한국연구재단 등재후보지)이상의 학회지에 단독 혹은 공저로 출판한 논문 2편이상이다. 5학기 이후 “논문제안서” 심사가 이루어지며 예비심사(비공개) 및 본심사(비공개)를 치르게 된다.

04_종합시험

✓ 석사과정 종합시험

① 응시자격: 정규등록 또는 연구등록이 되어 있는 학생으로 3학기 이상을 이수하고 24학점 이상(전공과목 18학점 포함)을 취득한 자로 취득학점의 총 평량 평균이 3.00이상이어야 하며, 외국어시험을 합격하거나 면제된 자여야 한다.

② 종합시험은 1월 말과 7월 말 두 차례 실시한다. 응시원서 및 성적증명서 1통을 행정팀에 제출해야 한다.

③ 종합시험의 과목은 『커뮤니케이션이론』과 『커뮤니케이션조사방법론』, 『전공과목』이다. 각 과목은 180분 동안 치르게 된다. 단, 전공과목의 경우, 『언론학 세미나』에서 제출한 논문제안서 통과를 조건으로 면제된다.

④ 응시한 전 과목에서 100점 만점에 70점 이상을 받아야 합격으로 인정한다.

⑤ 외국어시험 합격 기준은 TOEFL 550(CBT 213, IBT 80), TOEIC 760, TEPS 715, IELTS 6.5 이상으로 한다. 단, 외국어시험 면제 기준은 다음과 같다.

- ㉠ 입학지원 시 외국어시험 합격점 이상의 점수 증명을 제출한 자
- ㉡ 본교 일반대학원 또는 전문대학원 석사과정을 마치고 3년 이내에 박사과정에 진학하는 자
- ㉢ 영어권 국가에서 정규학위과정(학부과정)을 마친 자
- ㉣ 영어권 외국인

✓ 박사과정 종합시험

① 응시자격: 정규등록 또는 연구등록이 되어 있는 학생으로 4학기 이상을 이수하고 54학점 이상을 취득한 자로 취득학점의 총 평량 평균이 3.00이상이어야 하며, 외국어시험을 합격하거나 면제된 자여야 한다.

② 종합시험은 1월 말과 7월 말 두 차례 실시한다. 응시원서 및 면제승인서, 성적증명서 1통을 행정팀에 제출해야 한다.

③ 종합시험의 출제 과목은 『커뮤니케이션이론』과 『커뮤니케이션조사방법론』, 『전공과목』이다. 각 과목은 180분 동안 치르게 된다. 단, 『커뮤니케이션조사방법론』의 경우, 『커뮤니케이션조사방법론1』, 『커뮤니케이션조사방법론2』, 본대학원에서 개설된 통계과목 2과목 총 4과목을 이수하고, 각 과목에서 A0 이상을 받은 경우에 면제된다. 면제신청 시 지도교수와 상의해야 한다.

④ 응시한 전 과목에서 100점 만점에 70점 이상을 받아야 합격으로 인정한다.

⑤ 외국어시험 합격 기준은 TOEFL 550(CBT 213, IBT 80), TOEIC 760, TEPS 715, IELTS 6.5 이상으로 한다. 단, 외국어시험 면제 기준은 다음과 같다.

- ㉠ 입학지원 시 외국어시험 합격점 이상의 점수 증명을 제출한 자
- ㉡ 본교 일반대학원 또는 전문대학원 석사과정을 마치고 3년 이내에 박사과정에 진학하는 자
- ㉢ 영어권 국가에서 정규학위과정(학부 및 석사과정)을 마친 자
- ㉣ 영어권 외국인

05_교과목

✓ 공통과목(전공필수과목)

전공필수과목인 『커뮤니케이션이론1』과 『커뮤니케이션조사방법1』 2과목은 반드시 첫 1학기에 모두 이수해야 한다. 『커뮤니케이션조사방법1』은 일반대학원 타 전공 또는 타 전문대학원에서 수강이 불가능하다.

학정번호	과목명	학점	담당교수
CAQ7000	<p>커뮤니케이션이론1 (Communication Theory 1)</p> <p>커뮤니케이션학의 주요이론들과 그 이론들 사이의 관계에 대한 기본적 지식을 얻는 것이 첫번째 목적이다. 개인간 커뮤니케이션(interpersonal communication)으로부터 미디어와 사회구조의 관계를 다루는 이론에 이르기까지 다양한 분석수준(unit of analysis)을 포괄하는 이론들을 이 수업에서 배우게 될 것이다. 수강생들은 자신의 관심 주제를 설명하는데 서로 다른 분석 수준의 이론들을 상호작용적으로(interactively) 사용할 수 있을 것이다. 또한, 수강생들은 이론적으로 의미 있고 실제 적용가능한 연구문제를 세우는 능력과 자신감을 기를 수 있을 것으로 기대된다.</p>	3학점	김용찬 (전임) 박남기 (전임)
CAQ7003	<p>커뮤니케이션조사방법1 (Communication Research Method 1)</p> <p>커뮤니케이션 조사를 수행하는데 필요한 기초 지식을 습득하고, 이를 저널리즘, 여론조사, 시장 조사, 매체 효과, 광고효과, PR의 효과 평가를 하는데 적용시킬 수 있도록 하는 것을 목표로 한다. 특히, 이 수업은 4가지 부분으로 구성된다. (1) 방법론(methodology), (2) 연구설계(research design), (3) 통계 분석 방법(statistical analytic methods), (4) 커뮤니케이션 연구문제를 해결하기 위한 위 3가지 부분의 통합적인 적용(integrative application of the three sections to solve communication research problem).</p>	3학점	백영민 (전임) 이상엽 (전임)

학정번호	과목명	학점	담당교수
CAQ7005	<p>언론학 세미나 (Special Topics in Communication Research)</p> <p>이 수업은 커뮤니케이션대학원에서 석사논문을 준비하는 언론학 전공자(3학기)가 학문적 글쓰기를 할 때 필요한 기초 지식을 학습하고 완성도 높은 학위논문을 준비하는데 도움을 주고자 개설한다. 다음과 같은 학습목표를 갖는다.</p> <p>첫째, 사회과학 연구에서 논문 작성의 의미에 대해 정리한다.</p> <p>둘째, 커뮤니케이션이론, 저널리즘, 방송/텔레비전 커뮤니케이션, 광고, 홍보를 아우르는 연구 설계의 일반절차를 이해한다.</p> <p>셋째, 학위논문 작성을 위해 유의해야 할 사항(학위논문 준비과정, 논문작성법 등)을 숙지한다.</p> <p>넷째, 관련 문헌과 자료를 찾고 정리하는 법을 터득한다.</p> <p>다섯째, 학습한 내용을 바탕으로 정해진 절차에 따라 연구 계획을 입안한다.</p> <p>여섯째, 정해진 기한에 맞춰 학위논문을 진행할 수 있도록 논문제안서(proposal)를 작성한다.</p> <p>일곱째, 향후 연구문제를 구상해 독자적인 연구를 수행하고 논문을 집필할 수 있는 능력을 배양한다.</p>	3학점	조창환 (전임)

05_교과목

✓ 세부전공 I: 커뮤니케이션 이론 MA/Ph.D

현대 사회에서 커뮤니케이션 현상이 가지는 의미와 영역이 확대되고 있는 만큼 이론적인 작업이 향후 가장 현실적인 작업으로 연결될 가능성이 매우 높습니다. 다양한 커뮤니케이션 현상을 어떻게 이해할 것인가, 어떻게 관찰할 것인가, 어떤 분석을 할 수 있는가, 사람들은 커뮤니케이션 행위에 어떻게 참여하는가, 커뮤니케이션은 어떤 효과를 발휘 하는가 등이 커뮤니케이션이론 전공자들이 주로 제기하는 질문이라고 할 수 있습니다. 커뮤니케이션 이론의 연구는 사회 과학 뿐 아니라 미학이나 문학 등 인문학을 아우르는 학문 간의 통합을 지향하고자 합니다.

학정번호	과목명	학점	담당교수
CAM6003	<p>설득커뮤니케이션 (Persuasive Communication) 설득을 커뮤니케이션 과정으로 정의하고 이와 관련된 심리학, 사회심리학, 사회학, 언론학 등 사회과학이론을 종합적으로 살펴보고자 한다. 또한 효과적인 설득을 위해 고려할 사항들을 집중 분석함으로써 설득 및 홍보 실무에 도움이 되도록 한다. 설득의 부정적 측면을 비판적 시각에서 분석하여 선전의 오용에 대비하는 것도 본 수업의 주요 목적이다</p>	3학점	김영석 (전임)
CAN6003	<p>미디어와 여론 (Media and Public Opinion) 그간 언론학, 심리학, 사회학, 정치학에서 논의 되었던 미디어와 여론의 관계에 대한 다양한 이론적·경험적 연구들을 비판적으로 검토하고 그 맥락을 종합적으로 연구하여 이 분야에 대한 학문적 지식을 넓히고 실천적 지침을 얻는 것을 목표로 한다. 특히 여론의 개념화, 측정방법, 여론지각, 여론형성과 변화 과정에서의 매스미디어 역할과 CMC, SNS 등 새로운 연구 영역에 대한 충분한 이해를 바탕으로 현대 사회의 여론을 비판적으로 바라보고 현명하게 대처할 수 있도록 한다.</p>	3학점	김영석 (전임)

학정번호	과목명	학점	담당교수
CAM8006	<p>스피치커뮤니케이션 세미나 (Speech Communication Seminar) 스피치 커뮤니케이션 교육 혹은 연구의 전문가적 역량을 키우는데 있다. 대중연설과 토론 및 회의 진행, 프레젠테이션 등의 기법과 소통능력 향상의 기법을 터득하여 청소년이나 일반인, 직장인을 교육시킬 수 있는 역량을 배양하는 것이 주요 목적이다. 스피치 교육뿐만 아니라 스피치 커뮤니케이션 연구에 관심이 있는 학생도 수강할 수 있다. 본 수업의 목표는 대인커뮤니케이션과 스피치 커뮤니케이션의 이론과 실습을 다룸으로써 스피치 교육의 전문가를 길러내는 데 있다.</p>	3학점	김주환 (전임)
CAM8002	<p>비즈니스커뮤니케이션 세미나 (Business Communication Seminar) 이 과목의 목표는 비즈니스 커뮤니케이션 분야의 컨설턴트 혹은 연구자를 양성하는 데 있다. 이 과목에서는 다음과 같은 주제에 대해 다룰 것이다. 소통능력의 향상, 조직에서의 인간관계갈등 유발의 원인과 해결방법, 협상 능력 향상, 설득능력향상훈련, 리더십의 발휘, 조직 차원의 소통능력 향상 전략, 긍정 조직커뮤니케이션의 연구의 성과들, 타인에게 좋은 인상을 남기는 인상관리전략, 공감적 경청과 공감적 스피치, 스몰그룹 스피치 (회의진행방법)의 기법 훈련, 토론에서 이기는 법, 프레젠테이션 기법과 훈련, 소통 불안감 해소, 매체사용전략 - 커뮤니케이션 동기와 상대방과의 관계에 따른 적절한 매체 선택 전략, 대인매체와 소셜미디어의 효과적인 사용법 (이메일, 문자, 음성통화, 카톡, 페이스북, 트위터 등)</p>	3학점	김주환 (전임)
CAM6012	<p>헬스커뮤니케이션 (Health Communication) 건강, 보건, 질병의 문제는 물리적인 현상에만 그치는 것이 아니라, 사회적인 현상이면서도 동시에 커뮤니케이션과 밀접한 관련을 갖는 현상이다. 건강, 보건, 질병의 문제는 우리 사회가 갖고 있는 다양한 유형의 구조적 문제들과 밀접하게 연관되어 있기 때문이다. 사회경제적 불평등은 건강불평등으로 쉽게 전이 되곤 한다. 이 과정에서 커뮤니케이션은 사회경제적 불평등이 건강 불평등으로 전이되는 통로 역할을 하면서 동시에 이러한 불평등의 고리를 끊을 수 있는 해결수단이기도 하다.</p>	3학점	김용찬 (전임)

본 수업에서는 커뮤니케이션의 이중적 역할에 대해 집중적으로 논의하게 될 것이다. 다양한 유형의 새로운 미디어로 인해 우리 사회 내의 커뮤니케이션 환경이 급속하게 변화하고 있다. 특히 모바일 기술, 스마트 기술, 소셜 미디어 등 최근의 미디어 변화는 커뮤니케이션과 건강 이슈와의 관계를 더욱더 복잡하게 만들고 있다. 뉴미디어 환경 속에서 커뮤니케이션과 건강과의 관계를 조망하는 것이 이번 수업의 또 다른 중요한 주제이다.

커뮤니케이션 테크놀로지와 커뮤니티

(Communication Technologies and Community)

도시에 대한 커뮤니케이션 수업으로, 수강생들은 커뮤니케이션 개념과 이론적 시각을 통해 도시와 도시에서의 사람들의 삶과 관련된 다양한 쟁점에 대해서 배우고 토론할 것이다. 이 수업은 매우 혁신적인 커뮤니케이션 관점에서 서울 속의 개인, 집단, 그들의 행동, 관계, 물리적 장소/공간, 네트워크, 플로우, 커뮤니케이션 역할에 대해 새롭게 생각하고 배우는 기회를 제공한다.

CAM6013

3학점

김용찬
(전임)

컴퓨터매개커뮤니케이션

(Computer Mediated Communication)

컴퓨터를 매개로 해서 이루어지는 다양한 형태의 커뮤니케이션(인터넷, 모바일 미디어 등)을 설명하는 이론적 시각들을 제시하고, 학생들이 컴퓨터와 커뮤니케이션 테크놀로지를 이용하게 되는 사회심리학적 요인들과 사용행태, 이를 통한 결과들을 이해하도록 돕는 것을 목표로 한다. 여기에는 (1) 컴퓨터매개 커뮤니케이션의 본질, 의미, 정의, 특징, 사회적 역할에 대한 논의, (2) 주요 관련 이론들의 비교, 평가, (3) 컴퓨터매개 커뮤니케이션이 가져오는 사회/심리적 변화 등에 대해 분석한다. 또한 컴퓨터매개 커뮤니케이션이 나아가 사회, 정치, 문화에 미치는 영향을 종합적으로 논의하는 한편, 테크놀로지 이용자의 능동적 역할에 대해 조명한다. 이러한 다각적인 논의와 분석은 커뮤니케이션 형태의 변화에 주요 행위자가 되고 있는 컴퓨터매개 커뮤니케이션과 커뮤니케이션 테크놀로지에 대한 전반적인 이해를 도울 것으로 기대된다.

CAQ7009

3학점

박남기
(전임)

뉴미디어심리학(Psychology of New Media)

뉴미디어와 커뮤니케이션 기술이 인간 심리와 사회에 미치는 영향에 관하여 다양한 이론적 시각을 제시하고 수강자들이 뉴미디어와 개인생활, 사회간의 관계와 상호작용을 이해하도록 돕는 것을 목표로 한다.

CAQ7015

3학점

박남기
(전임)

여기에는 (1) 뉴미디어의 본질, 의미, 정의, 특징, 심리적, 사회적 역할에 대한 논의, (2) 주요 뉴미디어 이론의 비교, 평가, (3) 정보화 사회에서 뉴미디어가 가져오는 개인생활의 변화, 사회변화 등에 대해 분석한다. 또한 개별 뉴미디어의 개인생활과 사회에서의 역할에 대해서 논의하고 뉴미디어와 인간심리, 사회의 상호작용을 살펴본다. 마지막으로 뉴미디어가 정치, 경제, 사회, 문화에 미치는 영향을 종합적으로 논의하는 한편, 뉴미디어 이용자의 능동적 역할에 대해 조명한다. 이러한 다각적인 논의와 분석은 현대사회에서 주요 행위자가 되고 있는 뉴미디어에 대한 전반적인 이해를 도울 것으로 기대된다.

정치커뮤니케이션

(Political Communication Theories)

이 수업에서는 거시적 관점과 미시적 관점 모두에서 정치적 과정에 대한 이론과 연구에 대해 다룬다. 특히, (1) 정치적 메시지가 어떻게 생산되는지(뉴스 생산, 시민운동), (2) 정치적 메시지가 사람들의 지식, 태도, 정치적 행동(뉴스 소비, 여론, 정치적 참여)에 영향을 줌으로써 그들의 현실 사회에 대한 이해에 어떻게 영향을 미치는지, (3) 뉴미디어 환경에서 정치적 메시지의 생산과 소비의 변화를 살펴본다.

CAM6006

3학점

백영민
(전임)

고급커뮤니케이션통계: 구조방정식모형

이 수업은 구조방정식모델에 대한 전반적인 강의와 실제 데이터를 활용한 방법론 적용을 함께 진행한다. 특히, (1) 구조방정식모델(SEM)에 대한 기초 지식, (2) 확증적 요인 분석(CFA; Confirmatory factor of analysis), (3) 매개와 조절효과분석(analysis of mediation and moderation), (4) 다집단분석(multi-group analysis), (5) 잠재성장곡선모델(latent growth curve modeling)에 대해 살펴본다.

CAQ7012

3학점

백영민
(전임)

온라인미디어분석 (Online Media Anlysis)

학생들은 이 수업을 통해서 온라인 미디어 (Internet news portals, Social media, Game portal sites 등)에 존재하는 정보와 데이터의 특성에 대해 배우고, 이러한 데이터(text, numbers, images 등)를 수집하는 방법에 대해서 배운다. 또한, 수집된 데이터를 분석하는 다양한 정량적인 방법 (social network analysis, regression, text analysis 등)에 대해서 배우고, 연구 질문과 목적에 따라 분석 기법이 어떻게 달라져야 하는지도 학습하게 된다. 온라인 미디어 연구와 관련된 이론에는 어떠한 것들이 살펴보도록 한다.

3학점

이상엽
(전임)

CAQ7013	민주주의와 언론 (Democracy and Media) 민주주의와 언론 간의 관계에 대한 공부를 처음 시작하는 학생들이 이 연구 분야에 대한 기초적인 이해를 가질 수 있도록 하는 것을 목표로 한다. 이 수업에서는 민주주의와 언론 간의 관계에 관련된 최신 쟁점들을 살피는 것보다 이러한 관계를 이해하는데 필요한 기본적인 개념과 이론 그리고 쟁점을 검토하는데 일차적인 초점을 둘 것이다.	3학점	김정호 (비전임)
---------	--	-----	--------------

CAQ7007	커뮤니케이션조사방법2 (Communication Research Method 2) 커뮤니케이션 현상의 계량 분석에 요청되는 다변량통계기법의 이론적 지식을 익히고 실제 연구에 적용할 응용력을 연마하는데 목적이 있다. 수강생은 계량 연구방법론에 대한 기초 지식에 익숙하고, 행렬대수와 수리통계학의 기본 개념을 알고 있어야 한다.	3학점	김정호 (비전임)
---------	---	-----	--------------

✓ 심화과정 II: 저널리즘 MA/Ph.D

현대 사회를 구성하는 핵심 요소인 언론 현상 전반을 저널리즘 이론과 실무 관점에서 탐구합니다. 언론의 역사와 법제, 윤리와 제도를 포함, 저널리즘 현장의 관행을 다각도로 이해하고, 민주주의의 구현과 언론의 사회적 책무, 새로운 커뮤니케이션 기술의 발전과 언론 변화의 관계 등을 규명하고자 합니다. 저널리즘 이론에 담긴 가치의 새로운 해석을 통해 현대 사회와 민주주의, 여론 형성과 언론 자유에 대한 이해의 폭을 넓히려는 연구도 함께 진행합니다.

학점번호	과목명	학점	담당교수
CAN6002	저널리즘 사회학 (Sociology of Journalism) 저널리즘 미디어와 사회의 관계를 사회학적 관점에서 조망하는 다양한 연구전통의 이론적, 경험적 업적의 고찰과 이에 관한 논의를 통해 저널리즘 사회학의 학적 체계를 정리하고 이해의 지평을 넓히고자 한다. 따라서 이 수업에서 진행될 토론은 다양한 저널리즘 연구전통의 이론적 가정, 개념 그리고 쟁점을 심층적, 비판적으로 검토하고, 주제별 실제연구와의 논리적 연계를 규명하는 데 중점을 두게 될 것이다.	3학점	윤영철 (전임)
CAN6004	온라인저널리즘 (Issues of Online Journalism) 미디어환경이 급속하게 변화하고 있는 가운데, 이러한 변동과정이 우리의 삶에 미치는 영향은 지대하다. 이 수업에서는 최근에 주목받고 있는 저널리즘 환경변화의 본질을 파악함으로써 21세기 사회변동의 본질을 이해하고 대비하는 데 있다. 특히 인터넷과 가상공간의 등장과 함께 확산되고 있는 온라인 저널리즘 환경을 탐구하고 이와 관련한 여러 정치, 사회, 문화, 윤리적 쟁점을 논의하고자 한다.	3학점	윤영철 (전임)
CAM8005	커뮤니케이션 내용분석 세미나 (Communication Content Analysis Seminar) 내용 (메시지)은 커뮤니케이션 현상을 구성하는 이론적 요소의 핵심 가운데 하나다. 이 과목의 목표는 언론학 전공자로 하여금 커뮤니케이션 콘텐츠를 계량적으로 다루는 기본 연구설계인 내용분석 (Content Analysis)의 개념적 기초와 방법론적 체계, 표준화된 분석 절차와 기법에 대한 종합적인 이해를 갖추도록 하는 것이다. 수강생은 실제 연구에 직접 활용할 수 있는 내용분석의 방법론적 지식과 경험적 분석 능력을 배양하도록 노력해야 한다.	3학점	김경모 (전임)

✓ 심화과정 III: 방송, 텔레커뮤니케이션 MA/Ph.D

방송과 텔레커뮤니케이션 현상에 관한 일반 이론과 역사를 비롯하여 관련 법제와 정책 연구, 기술 산업적인 특성 연구, 콘텐츠의 제작과 프로그램 편성에 관한 연구, 수용자나 이용자 특성에 관한 연구 등을 포괄해 다룹니다. 최근에는 디지털화에 따른 방송계의 새로운 변화와 더불어 방송과 텔레커뮤니케이션의 융합 현상, 그리고 새롭게 등장하고 있는 다양한 디지털 융합 미디어에 관한 연구도 활발히 이루어지고 있습니다.

학정번호	과목명	학점	담당교수
------	-----	----	------

CAP6015	<p>미디어편성과 이용자형태 (Media Programming and User Behavior) 미디어편성과 관련한 최신 이론을 습득하고, 국내외 축적된 연구 성과를 분석하여 비판적으로 수용한 후, 이러한 지식을 미디어 편성과 이용자 연구에 응용하는 것을 주목적으로 한다. 이 과목은 수강자가 미디어 텍스트가 구성, 배열, 제시되는 과정을 이해하는데 필요한 이론적이고 실질적인 시각을 획득하는데 도움을 주고자 한다. 또한, 미디어 콘텐츠의 다층적인 구조를 파악하고 이러한 구조가 생성, 소멸, 변종화(cross-hybridization)하는 과정에 주목하고자 한다. 미디어 콘텐츠의 구조와 그 변화를 파악하는 것은 새로운 미디어가 다루는 내용의 구조를 설명하고 이해하는 데에 시사점을 제공할 것이다. 미디어 편성에 영향을 주는 요인들, 특히 미디어 편성구조와 이용형태, 그리고 이러한 행위의 성과간의 과학적인 인과관계를 파악하고자 한다. 수강생은 미디어편성과 관련된 선진이론과 연구결과를 습득하는데 노력하여야 하며, 궁극적으로는 이러한 이론과 연구결과를 실제 상황에 응용하는 연구를 수행해야 한다.</p>	3학점	최양수 (전임)
---------	--	-----	----------

CAQ7008	<p>시청률 데이터 분석 (Audience Data Analysis) 시청률 (ratings) 데이터 분석에 관한 지식을 습득하고, 시청률 조사기관에 제공하는 다양한 데이터를 분석할 수 있는 능력을 습득하고, 이러한 지식과 분석적 도구를 이용하여 학회 발표 수준의 텀페이퍼를 작성하는 것을 주목적으로 한다. 이 과목에서는 시청률의 수집과 활용에 관한 전 과정을 다룰 것이다. 가용한 미디어 이용 관련 데이터를 활용하여 미디어 이용자의 다양한 행태 간의 상호관계를 분석하고자 한다. 수강생은 강의와 시청률 조사기관에서의 현장학습을 통하여 시청률데이터 분석과 관련된 선진이론과 기법을 습득하는데 노력하여야 한다. 궁극적으로는 이러한 이론과 분석기법을 실제 상황에 응용하는 연구를 수행해야 한다.</p>	3학점	최양수 (전임)
---------	--	-----	----------

CAQ7010	<p>다중미디어 이용행위 (Multiple Media Use) 이 과목의 목적은 새롭게 대두되는 다중미디어 이용 행위에 대한 이론적 논의를 수행하고 경험적인 데이터 분석을 통해 이를 검증하는데 있다. 이를 위해 다중미디어 이용에 관한 이론적 논의를 탐색하고, 분석의 틀을 모델링하며, 경험적인 데이터를 분석하여 궁극적으로는 이론의 창안과 수정, 또는 통합하고자 한다. 강의의 내용은 다중미디어 이용에 대한 개념적 논의에서 출발하여 기존 연구를 유형화하여 분석하고 검토한다. 수강생은 비교적 새로운 분야의 연구 성과를 비판적으로 종합하여 다중미디어 이용행위에 관한 이론화 작업에 동참하기를 기대한다.</p>	3학점	최양수 (전임)
---------	--	-----	----------

CAQ7016	<p>미디어편성과 트위터 (Media Programming and Twitter) 미디어편성과 관련한 최신 이론을 습득하고, 미디어 산업과 트위터 (SNS)의 상호 관련성을 탐색하며, 이와 관련된 국내외 축적된 연구 성과를 분석하여 비판적으로 수용한 후, 이러한 지식을 미디어 편성과 트위터 연구에 응용하는 것을 주목적으로 한다. 본 과목은 전통적인 방송뿐만 아니라 미디어로서의 음악, 영화 등의 편성 성과와 트위터와의 관계를 과학적으로 규명하고자 한다. 수강생은 미디어편성과 트위터와 관련된 선진이론과 연구결과를 습득하는데 노력하여야 하며, 궁극적으로는 이러한 이론과 연구결과를 실제 상황에 응용하는 연구를 수행해야 한다.</p>	3학점	최양수 (전임)
---------	---	-----	----------

CAP6017	<p>미디어기술과 사회변동 (Communication Technologies and Social Change) 디지털 미디어 기술의 발전과 이용에 따른 사회변동의 문제를 집중적으로 다룬다. 이를 위해 기존 미디어 기술의 개발, 보급, 이용에 관한 통시적 고찰과 함께 그로 인한 제 수준에서의 사회 변화와 관련된 기존 논의를 검토하고, 새로운 디지털 미디어 기술과 사회구조의 관계에 관한 여러 관점에서의 이론적 논의를 살펴본다. 특히 '정보사회' 논의와 관련된 기존의 주요 문헌들을 읽고 이를 평가하고 비판적으로 검토하는 작업도 병행해 보고자 한다. 또한 최근의 새로운 디지털 미디어 기술 (ICTs) 이용에 따라 세계적으로 혹은 우리 사회 제 영역에서 일어나고 있는 사회 변화와 사회 문제, 그리고 그것이 지닌 사회문화적, 정치적 함의에 대해서도 함께 검토하고 논의해 보고자 한다.</p>	3학점	강상현 (전임)
---------	---	-----	----------

CAQ7019	비교언론학연구2(Comparative Media Studies 2) 국내외 비교언론학 연구 성과의 전반적인 동향과 특징 등에 관한 양적, 질적 분석을 통해 최종적으로 의미있는 연구 성과물을 창출하는 것을 목표로 한다.	3학점	강상현 (전임)
---------	---	-----	-------------

CAQ7017	문화산업정책론(Culture Industry Policy Studies) 이 수업에서는 역사적 그리고 현대적 관점에서 국제환경에서의 문화산업과 정책을 살펴본다. 비판적이고 논쟁적인 개념인 문화산업에 대해 살펴보고, 광범위한 국제적 그리고 비교적 맥락에서 문화산업이 다양한 매체에 어떠한 영향을 미치는지 탐구하고자 한다. 또한, 프랑크푸르트 학파, 문화적 제국주의 대 문화적 이질성((cultural imperialism vs. heterogeneity), 창조산업(creative industries), 융합 대 비융합(convergence vs. de-convergence), 매체 제품의 역류(contra-flow of media products), 글로벌거버넌스(global governance)/국제협정(international agreements)과 민족국가의 권력(the powers of the nation-state), 글로벌 기업 매체 소유(global corporate media ownership), 글로벌 매체 정책에서 시민사회 중재(civil society intervention in global media policies among others)와 관련된 중요한 정치적, 경제적, 문화적, 기술적 쟁점에 대해 다룬다. 본 수업은 한국 문화 산업과 정책의 변화양상을 살펴보는 것을 목표로 한다. 뿐만 아니라 세계의 서로 다른 지역에서의 현대 문화산업과 문화 정책, 관례, 움직임, 기술에 광범위하게 적용되고 있는 핵심 이론적 개념을 소개하고자 한다.	3학점	진달용 (비전임)
---------	---	-----	--------------

CAP6001	소셜미디어연구(Social Media Studies) 이 수업은 소셜미디어와 커뮤니케이션, 문화 연구의 중심이 되는 이론적 접근법을 살펴보고자 한다. 현대 커뮤니케이션 이론을 중심으로 한 소셜미디어 연구 분야의 전통적인 또는 기본적인 문헌들을 살펴보고 이해하며, 주요한 이론적 문제들을 다룬다. 또한, 소셜미디어에서 만들어지는 비구조화된 자료의 분석과 관련된 방법론적 문제에 대해서도 다룬다.	3학점	조인호 (비전임)
---------	---	-----	--------------

✓ 심화과정 IV: 광고홍보 MA/Ph.D

현대 산업사회와 매스미디어 발전에서 의미 있고 중요한 역할을 담당하고 있는 광고 /홍보 현상에 대한 학문적인 이해를 바탕으로 연구자, 교육자, 실무전문가가 되기 위해 필요한 기초와 심층 지식을 제공합니다. 따라서 고유 영역으로서의 광고와 홍보 분야의 이론 뿐 아니라 마케팅, 커뮤니케이션, 심리학, 사회학 등 인접 분야의 다양한 관련 이론들을 두루 섭렵하고, 학제적 학문 분야의 특징을 제대로 이해하고 응용할 수 있는 전문 인력 양성에 힘쓰고 있습니다.

학정번호	과목명	학점	담당교수
CAO7007	PR이론(Theories in Public Relations) 언론영상홍보학부 대학원에서 처음으로 PR론을 수강하는 대학원생들이 필수적으로 알아야할 PR커뮤니케이션의 이론과 모델들을 학습한다. PR의 개념과 역사, 기능에서부터 전략, 효과에 이르는 모든 분야에서 관련있는 이론과 모델, 용어, 논의들에 대해 학습한다. 본 과목은 후속고급과목인 조직체 이미지관리론이나 고급 홍보세미나를 수강할 수 있는 기초과목이 되도록 한다	3학점	한정호 (전임)
CAO6005	고급홍보이론(The advanced theories and Methodologies of PR) PR에 대한 기초지식이 있는 대학원생들을 대상으로 현대 PR의 핵심분야이론과 리서치를 학습한다. 구체적으로 Marketing PR, 우수이론, 위기관리를 집중적으로 학습한다. Marketing PR에서는 CPR (Corporate PR)에 상응하는 마케팅 중심의 PR모형과 이론, 사례에 대해 학습한다. 기업이미지이론과 연관하여 MPR의 전략들을 연구한다. 위기관리에서는 위기대응 및 귀인이론, 효과에 관한 연구들을 중심으로 학습한다. 3가지 핵심분야에서의 연구들을 학습함으로써 최신 PR이론과 논문들을 이해하고 고급리서치를 할 수 있는 능력을 배양하는 것을 목표로 한다.	3학점	한정호 (전임)
CAO8001	고급홍보세미나(Advanced Public Relations Seminar) 본 과목은 PR분야에서 오랫동안 관심을 받아온 또는 최근 떠오르는 이슈들에 관해 이해하고 관련 논문들을 학문적/실용적으로 비평할 수 있는 능력을 길러 실제로 자신의 논문을 작성해보는 것을 최종 목표로 한다. 구체적인 목표는 다음과 같다. (1) PR관련 주제에 대한 이해, (2) 최근 출판된 논문 분석 및 비평, (3) 논문 작성에 대한 기초지식 학습, (4) 실제 논문 작성.	3학점	강두선 (비전임)

CAO6003	<p>미디어 플래닝 (Media Planning) 광고기획 실무의 전반적인 맥락에서 매체기획의 역할과 중요성을 인식하고 학술적인 연구문제를 개발할 수 있게 기초지식을 소개한다. 매체환경이 변화하는 만큼 새로운 매체의 특성과 수용자의 매체소비 행태를 이해하는데 개인 및 사회적 맥락에서 접근하는 시각을 기르도록 한다.</p>	3학점	김희진 (전임)
CAQ7011	<p>광고창의발상 세미나(Creative Thinking) 창의성의 중요성이 다양한 방면에서 부각되고 있는데 과연 창의성이 무엇인지, 그리고 그 창의성이 과연 선천적인 능력인지 후천적 노력에 의해 개발이 될 수 있는지, 과연 개발 혹은 개발이 가능하다면 어떤 방법과 훈련이 필요한지에 대해 기초적인 이론을 살펴보고 학문적으로 어떤 연구들이 존재하는지 살펴보면서, 부가적으로 실용적인 연습도 시도해보고자 하는 실험적인 과목이다.</p>	3학점	김희진 (전임)
CAQ7018	<p>디지털 인게이지먼트(Digital Engagement) 네트워크된 사회에서는 더이상 전통매체를 통한 top-down방식의 일방적인 정보전달이 가능하지 않게 되었다. 다양한 대안과 넘치는 정보의 홍수 속에서 개인의 참여, 소위 Engagement라고 통칭되는 능동적이고 적극적인 행위 없이는 어떤 형태의 커뮤니케이션도 최대의 효과를 획득하기 힘든 사회가 되었다. 본 수업에서는 과연 다양한 분야에서 논의되고 있는 인게이지먼트에 대한 개념을 살펴보고, 특히 광고/홍보/마케팅분야와 관련된 인게이지먼트 개념에 대한 논의를 살펴보고자 한다. 그리고 그러한 인게이지먼트를 작동하게 하는 원리와 요소들에 대해 알아보고, 그 시도의 일환으로 게이피케이션(gamification)에 대한 이론적, 실무적 논의를 살펴보고자 한다.</p>	3학점	김희진 (전임)
CAQ7020	<p>광고이론연구 (Advertising Theories) 이론별 탐색보다는 광고과정의 특정 분야들, 즉 광고 크리에이티브, 미디어, 기획 등 광고를 제작 및 집행, 그리고 효과 발생의 전 과정에 영향을 주는 주요 부분에 대한 학술적인 최신 연구를 일별 해봄으로써 새로운 미디어 환경 하의 광고산업 및 광고현상, 소비자 반응(심리적 반응 및 행동 포함) 등이 어떻게 변화하고 있는지에 대해 이해하고자 한다. 또한 디지털 환경 속에서 향후 효과적인 마케팅 커뮤니케이션을 위해 어떤 연구들이 필요한 것인지에 대해 탐색해보고자 한다.</p>	3학점	김희진 (전임)
CAO6004		3학점	<p>인터랙티브 뉴미디어 광고 (Interactive New Media Advertising) 이 수업에서는 인터랙티브 광고에 대한 기존의 학술저널을 살펴보고, 인터랙티브 광고와 관련된 기존 연구에 대한 비판적 고찰 및 미래연구방향을 제시하고자 한다. 특히, (1) 매스미디어와 인터랙티브 미디어의 차이, (2) 인터랙티브티(interactiitiy)의 정의 및 측정, (3) 인터넷관련 연구의 현상황, 인터넷 광고 효과 측정 연구(배너광고의 효과, 광고가치와 소비자 태도, 인터랙티브티와 광고효과), (4) 인터넷 광고의 문화적 차이에 관한 연구, (5) 새로운 매체와 광고형태이 발견 및 연구과제 개발(온라인게임광고, 모바일광고, 인터랙티브 TV광고, 간접광고, 소셜미디어 광고), (6) 인터랙티브 광고의 문제점에 대해 다룰 것이다.</p>
CAO6008		3학점	<p>소비자행동론 (Consumer Behavior) 현대의 소비자는 단순 소비뿐만 아니라 다양한 내부 외부 요인과 상호작용을 통해서 보다 복잡한 소비행동을 보인다. 본 과목은 현대 소비자의 행동 패턴 및 심리적 요인들을 다양한 이론적 배경을 바탕으로 심도있게 이해하는데 목적을 둔다. 세미나 방식으로 진행되며 소비자 행동 관련 이론 및 실증 연구를 학술지 논문 중심으로 토론하고 비평한다.</p>