

미디어커뮤니케이션학과

Department of Media & Communication

1. 학과소개

(1) 학과사무실

- 가. 위치: 법학관 8층 806호
- 나. 연락처: 전화: 820-5481 팩스: 812-4941
- 다. 홈페이지: <http://cmc.cau.ac.kr>

(2) 학과소개

미디어커뮤니케이션학은 커뮤니케이션 과정과 커뮤니케이션 체계를 과학적으로 연구하는 학문이다. 미디어 기술, 미디어 콘텐츠, 미디어 이용자, 미디어 제도 및 정책 등을 다룸으로써 미디어로 매개된 커뮤니케이션 과정을 탐구한다. 다양한 학문적 관점을 통합적으로 고려하여 개인·집단·조직·국가 등 다양한 층위의 커뮤니케이션 과정을 탐구한다. 사회의 변화는 미디어 기술 및 콘텐츠의 변화를 가져오고 이는 커뮤니케이션 과정에 영향을 준다. 따라서 미디어커뮤니케이션학은 사회의 변화와 미디어의 변화에 적극적으로 반응해야 하며 또한 이론적으로 사회적 현상을 탐구할 뿐 아니라 실천적 학문이어야 한다. 중앙대학교 미디어커뮤니케이션대학원은 미디어커뮤니케이션학의 이러한 특성을 반영하는 교과과정을 운영하고 있으며 사회 발전에 기여할 커뮤니케이션 전문 인력 양성을 목표로 하고 있다.

(3) 교육목표

현대는 정보화 시대며 <커뮤니케이션>시대이다. 현대의 조

직사회에서 <커뮤니케이션>의 중요성은 더욱 강조되고 있으며 <커뮤니케이션>수단은 이미 현대인의 생활에 필수적인 것이 되었다. 이에 따라 <커뮤니케이션>현상을 과학적인 방법으로 연구하고, 이에 대한 보편타당한 지식체계 즉 <커뮤니케이션> 이론을 정립함으로써 주어진 <커뮤니케이션> 현상을 예측하고, 나아가 효과적으로 운영 및 응용하는 방안을 모색하는 것이 절실하게 요청된다. 또한 전문적 교육을 통한 바람직한 언론인의 양성은 물론 현재 <매스미디어>업에 종사하고 있는 직업인들의 재교육이 필연적인 것으로 판단된다. 따라서 본 대학원은 신문·잡지와 방송·영상 매체 및 출판·정보미디어에 관한 이론과 실재를 연구·교수함으로써 우리나라 언론 문화 창달에 기여할 수 있는 새로운 인력개발과 지도적 관리능력을 양성하고 현 전문 직업인들의 철저한 재교육을 목적으로 하고 있다. 이에 따라 명시된 교육 목적은 다음과 같다.

첫째, 커뮤니케이션 현상을 심층적으로 연구하고 이론화하여 공동체의 문제를 해결하는 데 기여하고 사회의 변화를 이끌어 갈 커뮤니케이션 전문 인력을 양성한다. 둘째, 사회적 소통을 매개하는 미디어와 언론을 비판적으로 분석하고 실천적 방향을 제시할 수 있는 미디어 및 언론 연구 전문가를 양성한다.

(4) 세부전공

미디어커뮤니케이션 (Media & Communication)

(5) 교수진

교수명	직위	최종출신학교	연구분야	전화번호
성동규 (成東圭)	교수	영)러프버러대학교	디지털미디어론, 미디어 이슈, 미디어 정책	5513
이민규 (李珉奎)	교수	미)미주리대학교	저널리즘, 글로벌커뮤니케이션, 언론과사회	5491
이재신 (李在信)	교수	미)코넬대학교	미래사회와 뉴미디어, 온라인커뮤니케이션, 사회연결망	5482
강진숙 (姜眞淑)	교수	독)라이프치히대학교	뉴미디어 콘텐츠와 문화, 매체미학, 디지털영상미디어교육	5486
이승조 (李承祖)	교수	미)인디애나대학교	미디어와 정서, 인지과학	5780
이숙정 (李淑庭)	부교수	미)텍사스오스틴대학교	어린이미디어, 미디어 수용자, 조사방법론	5484
유홍식 (劉洪植)	교수	미)앨라배마대학교	미디어 효과, 조사 방법론, 미디어 심리와 실험연구	5778
이신행 (李信行)	조교수	미)워싱턴대학교	미디어기술과 사회변화, 빅데이터방법론, 텍스트마이닝	5174

2. 학과내규

(1) 선수과목

가. 선수과목 대상:

학과(부) 및 전공을 달리해 석·박사과정에 입학하였거나, 전문 및 특수대학원, 외국대학에서 학위를 취득하고 석박사과정에 입학한 자는 소속 학과에서 지정한 선수과목을 석사 15학점, 박사 9학점을 추가이수하거나 대체인정(양식-대학원 홈페이지 참조)을 받아야 한다 (선수과목의 경우 석사과정은 학부과정 과목에서, 박사과정은 석사과정 과목에서 지정되어 있음). 단, 동종전공, 부전공, 복수전공일 경우는 이수를 면제할 수 있다.

나. 선수과목이 석박사공통과목인 경우, 선수과목 및 전공으로 중복이수 또는 인정받을 수 없다.

다. 선수과목

석사*(선택 5과목)		박사**(선택 3과목)	
학점	교 과 목 명	학점	교 과 목 명
	미디어커뮤니케이션 학부 전공 개설 과목 중 선택 5		미디어커뮤니케이션 학과 석사 개설 과목 중 선택 3

* 석사과정은 학부 개설과목 중에서 선택

** 박사과정은 석사과정 개설과목 중에서 선택

※ 선수과목 학점은 졸업이수학점에 미포함

(2) 교과과정 구성

가. 석사과정

- 1) 졸업에 필요한 학점 : 총 10과목 30학점, 전공연구 2학점
- 2) 교과목 체계도: 공통필수과목 1과목, 전공필수과목 2과목 이수
- 3) 재학 중 동일 교·강사가 담당하는 교과목을 3과목 초과하여 수강할 수 없음.

구분	미디어커뮤니케이션 전공
선수과목 [5과목 이수]	학부 개설 과목 중 선택 5
공통필수과목 [1과목 이수]	사회과학통계 I, II
전공필수과목 [2과목 이상 이수]	매 학기 개설되는 교과과정 참고
전공선택과목	교과과정 참고

나. 박사과정

- 1) 졸업에 필요한 학점 : 총 10과목 30학점, 전공연구 4학점
- 2) 교과목 체계도: 전공필수과목 2과목 이수
- 3) 재학 중 동일 교·강사가 담당하는 교과목을 3과목 초과하여 수강할 수 없음.

구분	미디어커뮤니케이션 전공
선수과목 [3과목 이수]	석사 개설과목 중 선택 3
공통필수과목 [2과목 이수]	없음
전공필수과목 [2과목 이상 이수]*	매 학기 개설되는 교과과정 참고
전공선택과목	교과과정 참고

※ 석박사 공통과목으로 개설된 필수과목을 석사과정에서 이미 이수한 경우, 박사과정에서는 이를 제외하고 전공필수 과목을 2과목 이상 이수해야 함.

다. 석박사학위 통합과정

- 1) 졸업에 필요한 학점: 총 20과목 60학점, 전공연구 4학점
- 2) 교과목 체계도: 공통필수과목 1과목, 전공필수과목 2과목 이수
- 3) 재학 중 동일 교강사가 담당하는 교과목은 6과목을 초과하여 수강할 수 없음

구분	미디어커뮤니케이션 전공
선수과목 [3과목 이수]	미디어콘텐츠론, 언론저널리즘론, 매스컴이론, 뉴미디어와 사회, 커뮤니케이션이론, 미디어연구방법론, 비판커뮤니케이션, 디지털콘텐츠산업론, 매체산업론, 질적연구방법, 매체미학
공통필수과목 [2과목 이수]	없음
전공필수과목 [2과목 이상 이수]*	교과과정 참고
전공선택과목	교과과정 참고

라. 타학과 개설과목의 수강 학점 상한

재학 중 타 학과에서 개설한 과목의 수강은 석사과정 9학점까지, 박사과정은 12학점, 석박사학위 통합과정은 18학점까지만 허용함

(3) 지도교수 배정 및 세부전공 선택

가. 지도교수 배정 및 전공연구

1) 석사학위과정

- ① 1차 학기에 재학 중인 학생은 학기말에 지도 교수를 선정하여야 한다.
- ② 지도교수 신청은 학과에 구비된 신청서류를 작성하여 제출해야 한다. 단, 1인의 지도교수는 석박사과정생을 모두 합하여 연간 8인까지만 신규배정 받을 수 있다.
- ③ 지도교수는 교수님 및 학생의 사정으로 인하여 이후에 변경할 수 있다.
- ④ 본인의 세부전공을 결정한 후에는 전공에 따른 교과 과정에 맞춰서 강의를 수강하여야 한다. (※ 교과과정표 참조)
- ⑤ 전공 및 지도교수가 결정된 이후, 3, 4차 학기 수강 신청시 지도교수가 개설하는 전공연구 I (2학점)을 수강하여야 한다.
- ⑥ 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

2) 박사학위과정

- ① 1차 학기에 재학 중인 학생은 학기말에 지도 교수를 선정하여야 한다.
- ② 지도교수 신청은 학과에 구비된 신청서류를 작성하여 제출해야 하며, 지도교수의 최종선정은 학생의 의사를 최대한 반영하여 교수회의를 거쳐서 이루어진다. 단, 1인의 지도교수는 석박사과정생을 모두 합하여 연간 8인까지만 신규배정 받을 수 있다.
- ③ 지도교수는 교수 및 학생의 사정으로 인하여 이후에 변경할 수 있다.(단, 지도교수를 변경한 후 1학기 이상 지도를 받을 후에 논문을 제출할 자격이 있다)

- ④ 본인의 세부전공을 결정한 후에는 전공에 따른 교과 과정에 맞춰서 강의를 수강하여야 한다. (※ 교과과정표 참조)
- ⑤ 전공 및 지도교수가 결정된 이후, 3차 학기 수강신청시부터는 지도교수가 개설하는 전공연구II(3차학기)·III(4차학기)을 수강하여야 한다.
- ⑥ 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

3) 석박사학위 통합과정

- ① 1차 학기에 재학 중인 학생은 학기말에 지도 교수를 선정하여야 한다.
- ② 지도교수 신청은 학과에 구비된 신청서류를 작성하여 제출해야 한다. 단, 1인의 지도교수는 석박사과정생을 모두 합하여 연간 8인까지만 신규배정 받을 수 있다.
- ③ 지도교수는 교수 및 학생의 사정으로 인하여 이후에 변경할 수 있다.(단, 지도교수를 변경한 후 1학기 이상 지도를 받을 후에 논문을 제출할 자격이 있다)
- ④ 본인의 세부전공을 결정한 후에는 전공에 따른 교과 과정에 맞춰서 강의를 수강하여야 한다. (※ 교과과정표 참조)
- ⑤ 전공 및 지도교수가 결정된 이후, 7차 학기 수강신청시 지도교수가 개설하는 전공연구II(7차학기)·III(8차학기)을 수강하여야 한다.(단, 조기 졸업으로 6차 학기나 7차 학기 졸업을 할 경우, 5차 학기나 6차 학기부터 수강을 하여야 한다)
- ⑥ 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 세부전공 선택

세부전공은 1차 학기말까지 선택하여, 세부전공배정요

청서를 제출해야 한다.

(4) 학위논문 제출자격시험

가. 외국어(영어)시험

외국어(영어)시험은 1차 학기 때부터 신청 가능하며, 성적은 계열별 상위 70% 내외에서 대학원위원회가 최종합격을 정한다. 다만, TOEFL 530점(CBT233점, IBT 91점), TOEIC 780점 이상, TEPS 664점 이 취득자는 어학시험 대체인정서를 제출함으로써 합격한 것으로 본다(단, 어학시험 대체인정서 제출일 현재 유효한 성적표에 한함).

기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 전공시험

1) 석사과정은 필수 2과목, 선택 1과목을 선택.

박사과정은 필수 2과목, 선택 2과목을 선택.

2) 과목선택: 본과에서 개설한 전공과목 중 본인이 수강한 과목 중에서 선택.

3) 문제출제: 문제출제는 신청한 과목에 의거하여 담당 교수에게 의뢰함.

다. 출제 및 평가

1) 종합시험 출제는 해당과목 담당교수가 함.

2) 종합시험 평가는 해당과목 담당교수 1인과 관련분야 교수 1인의 평가점수를 평균함.

3) 과목당 100점 만점에 평균 80점 이상을 취득하여야 합격. 불합격시 불합격 과목 각각에 대하여 1번의 기회 더 부여. 단, 응시생에게 불가피한 사유가 있다고 인정되는 경우 학과 전체교수회의의 결정으로 두 번째 재시험의 기회를 부여함.

4) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

(5) 논문 프로포절 심사

가. 석사논문 프로포절 심사

1) 시기 및 장소

석사논문 프로포절 심사는 4차 학기에 실시하고, 학기 시작 후 30일 이내 하루를 지정하여 실시한다. 장소는 논문 프로포절 심사 일정이 확정된 이후에 추가로 홈페이지 및 학과사무실 게시판을 통해 공고한다.

2) 심사위원회의 구성

석사논문 프로포절 심사위원회는 지도교수를 포함하여 3인 이상으로 구성한다.

3) 심사과정

① 석사논문 프로포절 심사 대상자는 석사과정 재학생 및 수료생이 이에 해당된다.

② 석사논문 프로포절 심사를 원할 경우 학기 시작 전에 대학원 조교에게 통보를 해야 한다.

③ 석사논문 프로포절 심사 대상자들은 심사일 일주일

전까지 발표자료를 지도교수를 포함한 전체 교수 및 대학원 조교에게 직접, 또는 이메일, 우편 등을 통하여 전달하여야 한다.

④ 석사논문 프로포절 심사 대상자들은 심사당일 발표 자료 사본을 준비하여 참석자들에게 배부하며, 개인 별로 20분 간 시간을 배정한다. 심사 후보자 논문 내용에 대해서 3분 내로 발표를 실시하도록 하고, 심사위원은 논문주제의 타당성, 연구방법의 타당성 등을 엄밀히 심사하여 수정·보완이 필요한 사항을 지적한다.

⑤ 프로포절 심사에 합격하여야만 학위논문심사를 받을 수 있다.

⑥ 석사논문 프로포절 심사결과 불합격한 경우 당해 학기에는 다시 심사를 받을 수 없다.

나. 박사논문 프로포절 심사

1) 박사논문 프로포절 자격 요건

① 박사논문 프로포절 직전까지 중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 소속으로 공저 논문 1편이 있어야 한다. (게재 예정도 수용함)

② 이를 충족하는 경우에만 프로포절 기회를 부여한다.

2) <프로포절 위원회>

① 박사논문 프로포절 대상자는 프로포절 위원회의 찬반 투표를 통과해야만 프로포절 심사를 받을 수 있다.

② 지도교수는 박사논문 프로포절 후보자를 위해 4인으로 <프로포절 위원회>를 구성한다.

③ 박사논문 프로포절 후보자는 프로포절 예정일자 2주전까지 프로포절 완성본을 <프로포절 위원회>와 미디어커뮤니케이션학부의 다른 교수님들에게 제출해야 한다. 제출기한을 엄수하지 못할 경우 다음 학기로 자동 순연된다.

④ 후보자는 프로포절 자격 요건을 증빙하기 위한 출판 내역을 그 내용에 첨부해야 한다.

⑤ <프로포절 위원회>는 기한 내 제출된 프로포절 완성본에 대해 1주일 이내로 찬반을 결정해 학부장에게 통보해야 한다. 또한 <프로포절 위원회>에 속하지 않은 교수들은 자신의 의견을 위원회에 제시할 수 있다.

⑥ 지도교수는 1회에 한 해 부결된 내용에 대해 재심을 요청할 수 있다.

3) 프로포절 심사 시기 및 장소

박사논문 프로포절 심사는 본 논문 심사 학기 이전에 하루를 지정하여 실시한다. 장소는 논문 프로포절 심사 일정이 확정된 이후에 추가로 홈페이지 및 학과사무실 게시판을 통해 공고한다.

4) 심사위원회의 구성

박사논문 프로포절 심사위원회는 지도교수를 포함하여 4인 이상으로 구성한다.

5) 심사과정

- ① 박사논문 프로포절 심사 대상자는 박사과정 재학생 및 수료생이 이에 해당된다.
- ② 박사논문 프로포절 심사를 원할 경우 학기 시작 전에 대학원 조교에게 통보를 해야 한다.
- ③ 박사논문 프로포절 심사 대상자들은 심사당일 발표 자료 사본을 준비하여 참석자들에게 배부한다. 개인별로 20분 간 시간을 배정하며 심사 후보자는 논문 내용에 대해서 3분 내로 발표를 실시한다. 심사위원은 논문주제의 타당성, 연구방법의 타당성 등을 엄밀히 심사하여 수정·보완이 필요한 사항을 지적한다.
- ④ 프로포절 심사에 합격하여야만 학위논문심사를 받을 수 있다.
- ⑤ 박사논문 프로포절 심사결과 불합격한 경우 당해 학기에는 다시 심사를 받을 수 없다

(6) 학위논문 제출자격

가. 석사과정

- 1) 본 대학원 석사학위과정 수료자 또는 수료 예정자
- 2) 석사학위 논문제출자격시험에 합격한 자
- 3) 연구윤리 및 논문작성법 특강 이수 후 연구윤리서약서를 제출한 자
- 4) 석사논문 프로포절 심사를 통과한 자
- 5) 학과에서 지정한 공통필수과목(2과목) 및 세부전공별 필수과목(2과목), 선수과목(5과목, 해당되는 경우)을 이수한 자
- 6) 논문 지도교수로부터 1학기 이상 논문 지도를 받은 자
- 7) 입학 후 5년을 초과하지 아니한 자. 다만, 논문 제출 시한 최종학기에 지도교수의 해외연수, 신분변동, 공공성을 띤 학생의 해외연수, 해외유학, 해외근무 또는 6개월 이상의 입원 치료 등의 사유가 발생한 경우에는 최장 1년간 그 기간을 연장 할 수 있다. (단. 병역으로 인한 휴학기간은 미산입)
- 8) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 박사과정

- 1) 본 대학원 박사학위과정 수료자 및 수료 예정자
- 2) 박사학위 논문제출자격시험에 합격한 자
- 3) 연구윤리 및 논문작성법 특강 이수 후 연구윤리서약서를 제출한 자
- 4) 논문제출 이전학기에 박사논문 프로포절 심사를 통과한 자
- 5) 학과에서 지정한 공통필수과목(2과목) 및 세부전공별 필수과목(3과목), 선수과목(3과목, 해당되는 경우)을 이수한 자

- 6) 논문 지도교수로부터 2학기 이상 논문 지도를 받은 자
- 7) 입학 후 8년을 초과하지 아니한 자. 다만, 논문 제출 시한 최종학기에 지도교수의 해외연수, 신분변동, 공공성을 띤 학생의 해외연수, 해외유학, 해외근무 또는 6개월 이상의 입원 치료 등의 사유가 발생한 경우에는 최장 2년간 그 기간을 연장 할 수 있다. (단. 병역으로 인한 휴학기간은 미산입)
- 8) 박사 논문 프로포절 직전까지 중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 소속으로 공저 논문 1편이 있어야 함. (게재 예정도 수용함)
- 9) 박사 논문 프로포절 이후에는 국내외 전문 학술지(연구재단 등재후보지 이상)에 단독, 주저자 1편의 논문을 게재 혹은 게재확정을 받아야 함.
- 10) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

(7) 학위논문 본심사

가. 석사논문심사

1) 심사위원회의 구성

- ① 심사위원은 본 대학교의 교수, 부교수, 박사학위를 소지한 조교수 및 박사학위를 소지한 본교 비전임 교수, 명예교수, 타 대학교수 및 기타 논문지도 자격이 있다고 인정되는 연구경력자로 대학원장의 승인을 받은 자에 한함.
- ② 외부심사위원은 1인까지 위촉가능함
- ③ 심사위원은 논문심사가 개시된 이후에는 교체 불가함

2) 심사과정

- ① 석사논문심사는 공개발표와 내용심사 및 구술시험으로 하고, 논문심사 일정 및 장소는 심사일 이전에 학과사무실 게시판과 학과 홈페이지에 공고하도록 함
- ② 논문심사와 구술시험은 각각 100점 만점으로 하여, 각각 평균 80점 이상, 논문심사위원 3분의 2 이상의 찬성으로 통과함
- 3) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 박사논문심사

1) 심사위원회의 구성

- ① 심사위원은 본 대학교의 교수, 부교수, 박사학위를 소지한 조교수 및 박사학위를 소지한 본교 비전임 교수, 명예교수, 타 대학교수 및 기타 논문지도 자격이 있다고 인정되는 연구경력자로 대학원장의 승인을 받은 자에 한함.
- ② 외부심사위원은 최소 1인은 의무적으로 위촉하되 2인을 초과할 수 없음
- ③ 심사위원은 논문심사가 개시된 이후에는 교체 불가

함

- ④ 심사위원은 학기당 2편을 초과하여 논문심사 불가함
 - ⑤ 박사논문 심사위원에는 해당 논문 프로포절 심사위원 중 반드시 2인이 포함되어야 함
- 2) 심사과정
- ① 박사논문심사는 2회 이상이어야 하며, 각 심사의일의 간격은 최소한 7일 이상으로 하고, 심사위원 5분의 4이상의 출석으로 진행함
 - ② 박사논문심사는 공개발표(1차심사의 경우)와 내용심사 및 구술시험으로 하고, 논문심사 일정 및 장소는 심사일 이전에 학과사무실 게시판과 학과 홈페이지에 공고하도록 함
 - ③ 논문심사와 구술시험은 각각 100점 만점으로 하여, 각각 평균 80점 이상, 논문심사위원 5분의 4 이상의 찬성으로 통과함
 - ④ 박사논문 심사위원회는 논문심사 개시 후 8주 이내에 심사를 완료해야 함
- 3) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

3. 전공별 교과목

(1) 석박사 공통과목

1. 커뮤니케이션이론 (Communication Theories) 3학점

커뮤니케이션에 대하여 미시와 거시의 양차원에서 이해함으로써 커뮤니케이션 전반에 대한 이해와 토대를 형성시킨다.

2. 문화와 커뮤니케이션 (Culture and Communication) 3학점

문화와 커뮤니케이션과의 관계에 대한 분석을 통하여, 현대 사회의 문화적 토대에서 형성되는 커뮤니케이션 행위에 대해 비판적으로 연구한다.

3. 미디어심리학 (Media Psychology) 3학점

미디어 행위에 참여하는 송신자와 수신자의 심리를 이해하기 위해 제반 관련 이론을 종합적으로 연구한다.

4. 비판커뮤니케이션 (Critical Communication) 3학점

비판이론을 중심으로, 사회의 재생산에 있어 매스미디어가 행하는 역할을 비판적으로 분석하고, 이에 대한 대안 찾기를 모색한다.

5. 매체비평론 (Media Criticism) 3학점

각 매체를 통해 생산되는 미디어 생산물을 비판적으로 분석함으로써 미디어 생산물이 갖는 의미와 사회적 성격을 비판적으로 연구한다.

6. 매체경제론 (Media Economics) 3학점

매체 산업의 경제적 측면을 미시적, 거시적인 분석을 통하여 살펴봄으로써 매체 산업의 구조적 변동 및 매체 내용의 결정 요인을 체계적으로 접근한다.

7. 국제커뮤니케이션 (International Communication) 3학점
정보와 뉴스 그리고 커뮤니케이션을 둘러싼 국제 정보 유통 질서를 분석 연구한다.

8. 정보기술과 사회변동 (Information Technology & Social Change) 3학점

정보기술과 사회, 경제, 문화 등의 분야와 연계된 상호 관계를 파악하여 기능과 효과를 비판적으로 연구한다.

9. 글로벌 커뮤니케이션연구 (Theory of Global Communication) 3학점

기존의 글로벌커뮤니케이션에서 논의되었던 제반 쟁점사항 및 연구결과들을 살펴보고, 2020년대 이후 새로이 제기되는 문제들을 논의하고, 포스트코로나 이후 국가간 글로벌 커뮤니케이션의 새로운 이슈를 알아본다.

10. 정치커뮤니케이션 (Political Communication) 3학점

현대 정치 과정에 있어서의 설득적 커뮤니케이션인 정치커뮤니케이션의 이론적 접근방법들과 양식 및 수단 그리고 연구방법 등에 걸쳐 논의한다.

11. 모바일커뮤니케이션론 (Theory of Mobile Communications) 3학점

모바일을 통한 인터넷커뮤니케이션으로 인해 기존의 커뮤니케이션의 영역은 다시 한 번 확장되었다. 이와 관련한 커뮤니케이션 현상에 대한 역사적 고찰과 더불어 기술 수용에 따른 법제와 문화현상에 대한 분석과 논의를 한다.

12. 컴퓨터매개커뮤니케이션 (Computer Mediated communication) 3학점

인터넷을 우시로 한 뉴미디어의 등장으로 우리 생활에 깊숙이 파고든 매개 커뮤니케이션의 특징을 면대면 커뮤니케이션과 비교, 탐구하는 학문이다. 수업을 통해 새로운 기술의 등장과 확산과정, 컴퓨터 매개 커뮤니케이션의 특징, 관련 이론 등 컴퓨터매개커뮤니케이션의 다양한 측면을 살펴보게 된다.

13. 디지털 미학 (Digital Aesthetics) 3학점

미디어에 대한 미학적 접근을 통해 감각적, 논리적 시각과 비평능력을 키우는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 매체미학의 기초개념과 미에 대한 역사적 쟁점, 그리고 다양한 미학이론을 학습 토론한다.

14. 인터넷과 사회 (Internet & Society) 3학점

온라인이라는 새로운 공간이 생기면서 언제인가부터는 현실 못지않은 중요한 공간이 되고 있다. 인터넷 안에서의 사회현상과 디지털 매체에 대한 이해를 통해 인터넷 산업의 동향을 이해하고 그 사회문화적인 의미를 짚어본다.

15. 미디어교육론 (Theory of Media Education) 3학점

다매체 경쟁 상황이 진행되고 인터넷이 급격하게 생활세계에 정착된 시점에서 미디어생태학적 관점에서 미디어환경의 위기와 커뮤니케이션의 균형화의 문제성이 제기하고 생활세계의 경험과 미디어를 통한 매개경험 사이의 차이에서 파생

되는 다양한 미디어교육학적 문제영역을 연구하고자 한다.

16. 엔터테인먼트산업론 (Theory of Entertainment Economics) 3학점

하드웨어와 네트워크의 시대를 넘어 21세기를 콘텐츠의 시대라 명명될 만큼 정보엔터테인먼트 산업의 성장은 가속화되고 국가경제의 성장 동력으로 자리 잡고 있다. 이에 영화, 음악, 게임, 애니메이션 등의 전통장르에서부터 인터넷 기반의 정보서비스, 모바일 콘텐츠에 이르기까지 다양한 산업의 분야별 분석을 통해 엔터테인먼트 산업의 발전과 정책 방향을 연구하고자 한다.

17. 미디어산업론 (Introduction of Digital Media contents Business) 3학점

새로운 미디어산업의 분류체계와 미디어 융합에 대한 내용을 심도 있게 연구한다.

18. 저널리즘이론 (Theory of Journalism) 3학점

제2차 걸프전 보도 같은 현안을 다룬 논문을 비롯해 상업화된 미디어문제, 미디어와 정치의 상호관계, 국제 커뮤니케이션의 여러 문제, 미디어의 법과 윤리 등의 논문을 살펴본다.

19. 설득과인지 (Persuasion & Cognition) 3학점

이 수업은 광고에서 사용되는 설득커뮤니케이션의 주요 기제에 대해 살펴보고 그 인지과정에 대한 탐구를 목적으로 한다. 이와 관련하여 이론적인 지식을 높이는 동시에 방법론에 대한 습득 정도도 향상시킨다.

20. 미디어 수용자론 (Theory of Media Audience) 3학점

커뮤니케이션 미디어는 수용자를 위해 존재한다. 이 수업은 커뮤니케이션 연구에서 수용자의 위치 또는 개념을 파악하고, 미디어 수용자론에 관한 이론적 틀과 경험적 연구들을 소개한다. 구체적으로, 수용자의 개념이 커뮤니케이션 이론과 커뮤니케이션 기술의 발전과 함께 어떻게 변화되어왔는지 살펴본다.

21. 뉴미디어 연구 (New Media Studies) 3학점

기술의 융합은 뉴미디어 간의 컴퓨팅을 가능하게 하였다. 또한 인간과 인간, 인간과 미디어간의 상호작용도 극대화시킬 수 있었다. 이러한 미디어와 테크놀러지의 불가분 관계는 사회의 전반적인 구조변화를 야기하였으며 수용자들의 자발적인 또는 수동적인 변화를 만들어냈다. 최근 뉴미디어와 관련된 쟁점과 이슈를 바탕으로 심도있는 논의와 연구를 진행한다.

22. 미디어교육 연구 (Theory of Media Education Studies) 3학점

급속한 미디어 변화에 맞춘 미디어 생태학적 관점에서 수용자의 커뮤니케이션 균형을 초점에 두고 미디어 교육학적 관점과 논의에 관한 심화과정이다.

23. 미디어와 사회 (Media & Society) 3학점

20세기 이후 디지털 미디어의 급속한 발전은 사회변화의

원동력을 제공하였고, 이로 인해 다양한 영역에서 새로운 기술과 문화가 탄생하게 되었다. 진화하는 미디어는 그것들과 관련된 영역들과 융합하여 새로운 사회적 담론을 제공하고 있다. 끊임없이 변화하는 미디어와 상호작용하는 인간의 커뮤니케이션 방식을 고찰하고 인간과 미디어의 의사소통방식에 관하여 논의한다.

24. 사회과학통계 1, II (Social Science of Statistics I, II)

통계자료분석을 위한 통계자료분석 관련 프로그램의 활용방법과 그리고 프로그램 운영결과를 어떻게 실질적으로 연구논문에 활용할 수 있는 방법을 학습한다.

25. 매스컴학개론 1, II (Mass Communication Theory I, II)

기존 커뮤니케이션 모델 고찰을 통해 커뮤니케이션의 최근 연구경향의 변화를 심도 있게 연구하고 그와 관련된 연구결과를 총체적으로 분석한다.

26. 질적연구방법론 1, II (Qualitative Methodology I, II)

사회과학을 연구하는 데 있어서 정량적 연구방법으로는 분석하여 설명할 수 없는 현상을 연구하기 위해 질적연구방법은 매우 유용하게 쓰인다. 사회를 현상학적 관점에서 바라보며 심도 있는 분석을 통한 연구 방법을 익히고 이를 이용해 수준 높은 논문 쓰는 단계에 이른다.

27. 미디어 연구 (Media Studies)

기술의 발전에 따라 미디어는 인간과 인간, 인간과 미디어간의 상호작용을 극대화시킬 수 있었다. 미디어와 기술의 관계는 사회의 전반적인 변화를 야기했으며, 이를 이용하는 이용자들의 변화를 만들어냈다. 미디어에 대한 쟁점과 이슈를 바탕으로 논의와 연구를 진행한다.

28. 디지털뉴미디어론 (Digital New Media Theory)

스마트 시대가 본격적으로 전개되고 있는 상황에서 디지털 뉴미디어들은 상호작용적인 네트워크를 형성하며 진화하고 있다. 하나의 디지털 매체에서 텔레비전과 모바일, 그리고 인터넷 등 다양한 서비스를 경험할 수 있는 상황에서 새롭게 등장한 뉴미디어의 특성을 연구하고자 한다.

29. 언론과 뉴미디어론 (Journalism and New Media Theory)

뉴미디어 시대에서 대중의 경험세계를 규정하는 언론의 구조와 뉴미디어 시대의 특성을 연구한다.

30. 뉴미디어와 사회 (New Media and Society)

4차 산업 혁명과 융합 ICT 시대를 맞이하여 다양한 형태의 디지털 콘텐츠와 미디어의 발전이 가속화되고 있다. 이 수업에서는 최근의 미디어 기술 발전과 사회 변화를 중심으로 학문적 이론과 함께 이들의 현황과 진행 상황을 살펴보고자 한다.

31. 어린이 미디어 연구 (Theory of Children's Media)

특별한 미디어 이용자로서 어린이와 미디어의 관계에 대해 분석하고 이해한다. 어린이들이 미디어를 이용하는 방식과 미디어가 어린이의 인지적·정서적·사회적 발달에 미치는 영향을 분석한다. 이를 통해 미디어 서비스 및 콘텐츠의 변화를 예측하고 어린이가 미디어를 안전하고 창의적으로 그리고 비판적으로 활용할 수 있는 방안들을 논의해 본다.

32. 미디어 정책론 (Theory of Media Policy)

새로운 미디어의 자유와 민주주의를 위한 미디어 정책을 연구한다. 범람하는 미디어 홍수 시대에서 올바른 언론관을 정립하고 수용자에게 미디어의 정기능을 수행하는 모델을 제시한다.

33. 미디어와 정서 (Media and Emotion)

미디어를 커뮤니케이션에서 정서적인 내용은 중요한 부분을 차지한다. 하지만 미디어를 통한 소통에서 정서적 역할에 연구는 80년대 이후에 주목을 받아 비교적 역사가 짧은 편이다. 본 과목에서는 미디어를 통한 소통에서 정서적 역할에 관한 연구들을 집중적으로 살펴보고자 한다. 이를 통해 커뮤니케이션에서 정서의 역할과 의미를 고찰하여 이 분야에 대한 관심을 높이고 심화된 연구를 계획하는 계기를 마련하고자 한다.

34. 미디어이용과 효과연구 (Media Use and Effect)

미디어 이용자를 이해하기 위한 수업이다. 미디어 이용자 연구의 역사적 흐름을 살펴봄으로써 다양한 학문적 관점과 이론들을 배운다. 이를 토대로 미디어 기술의 변화와 함께 진화해가는 미디어 이용 방식을 탐구하고 미디어가 개인 및 사회에 미치는 영향에 대해 체계적으로 연구한다.

35. 인간과 디지털의 이해 (Human Computer Interaction)

뇌파, 아이트래커, Morae 등 다양한 생리심리학적 측정기기를 통해 인간과 디지털 사이의 상호작용을 연구한다.

36. 인터넷과 커뮤니케이션 (Internet & Communication)

인터넷과 커뮤니케이션은 우리 사회 전반에 걸쳐 다양한 방법으로 영향을 미치고 있는 인터넷 미디어의 특성과 이로 인해 나타나는 커뮤니케이션의 특징 및 효과에 대해 이론적 관점에서 살펴보는 것을 목적으로 한다.

37. 미디어 심리와 실험연구 (Media Psychology and Experimental Research)

미디어 효과를 심리학적으로 다루면서 실험연구방법을 실제 적용하는 능력을 향상시킬 수 있다. 다양한 연구 사례들을 분야별로 나누어 살펴보고 이해를 증진시키고자 한다. 아울러 실험연구방법의 적용 능력을 배양하기 위해 실제 실험처치물을 제작해보고, 실험을 진행하여 분석 발표하는 방식을 취하고자 한다.

38. 미디어 이슈와 쟁점 (Issues and debated in the media) 3점

미디어와 관련한 이슈에 대한 이해를 도모하고 학생들 간의

토론을 유도한다. 이를 통해 미디어 쟁점에 대한 전문적 분석이 가능한 실무자를 양성하고자 한다.

39. 인간 컴퓨터 상호작용의 이해 (부제: 사용자 경험과 스마트 미디어) (concepts of human-computer interaction from a human perspective)

인간-컴퓨터 상호작용(Human-computer interaction, HCI)은 인간과 컴퓨터 간의 상호작용에 대해 연구하는 학문 분야다. 이 분야는 컴퓨터 과학, 공학, 심리학, 사회과학, 디자인 등 다양한 분야의 전문가들이 중요한 역할을 수행하는 융합 학문이다. 최근에는 언론정보학이나 커뮤니케이션학에서도 이 분야를 연구하며 디지털 미디어를 이용하여 사용자들에게 가치 있는 새로운 콘텐츠나 서비스를 만들어내는 과정을 연구하고 있다. 본 강좌는 스마트미디어를 좀 더 사용자에게 쉽고 쓸모 있게 함으로써 인간과 미디어간의 상호작용을 개선하는 것에 초점을 맞춘다. HCI의 기본적인 이해를 위해 사람, 미디어, 컴퓨터, 상호 작용, 패러다임을 여러 이론적 관점에서 소개하고, HCI의 최신 사례에 대한 사례 연구를 진행한다.

40. 질적연구의 이론과 방법 (Theories and Methods of Qualitative research)

질적연구의 이론과 방법은 다양한 질적 연구의 이론과 방법론을 적용하여 개인의 생애와 사회 현상, 미디어 문화와 담론들, 그리고 미디어교육의 실천적 과제들을 탐구하고 분석하는 데 목적이 있다. 이 과목은 사회적 현상과 사건들에 대한 개인의 주관성과 사회집단의 상호주관성을 이해하고 미디어와 문화 연구를 심층적으로 수행하기 위해 다양한 질적 연구의 이론과 방법론을 이해하고 분석 적용하는 데 초점을 둔다. 이 강의를 통해 수강생들의 문제의식과 분석력, 그리고 통찰력을 강화할 수 있도록 한다.

41. 미디어와 커뮤니케이션 (Media and Communication)

이 수업은 인간의 미디어와 커뮤니케이션 발달 과정을 이론적 관점에서 살핌으로써 학생들이 현대 사회의 미디어 커뮤니케이션을 보다 학문적 관점에서 잘 이해할 수 있도록 하는 것을 목표로 한다. 수업을 통해 학생들이 향후 보다 효과적인 미디어 이용과 커뮤니케이션을 위해 어떠한 점을 고려해야 할 것인가를 판단할 수 있는 능력을 키울 수 있도록 한다.

42. 언론과 사회변동 (Media and Social Change)

과목 개요 및 설명: 급변하는 한국사회에서 언론의 역할은 무엇이고 어떠한 노력을 해야 하는지 저널리즘 이론적 측면과 실제 상황을 대비하여 분석하고자 한다. 다양한 문헌과 실제 자료를 검토하고 설문과 빅데이터 분석을 통해 언론과 사회변동 현상을 분석하는 것이 본 강좌의 목적이다.

43. 미디어와 서사구조 (Media Narrative Structure)

방송 영상 제작과 관련하여 구성, 제작, 구조 등 관련된 연구는 어떤 것들이 있는지 알아보고자 함. 방송 영상 제작과

관련하여 스토리텔링의 문화적, 서사적, 형식적 구조들의 분석에 관한 연구들의 이론적 배경과 방법적 틀을 살펴봄.

44. 디지털 저널리즘 연구 (Theory of Digital Journalism)

스마트기술, VR, 드론 등 다양한 디지털 기술이 저널리즘에 어떠한 영향을 주고 있는지 실제 사례와 디지털미디어에 대한 뉴스 이용자 인식 등을 실증적으로 연구한다.

45. 설득과 정서 (Persuasion and Emotion)

설득은 정서적인 반응에 의해 매개되는 경우가 다반사이다. 그래서 설득에서 정서적 반응을 연구하는 것은 중요한 영역을 차지하고 있다. 정서적 반응 중에서도 특히 공감은 타인의 정서가 전이되어 동화되는 현상으로 설득에서 중요한 요소로 간주되어 왔다. 본 수업은 설득에서 정서적 역할을 공감을 중심으로 조명하되 인지와의 상호관계도 포함하는 관점에서 진행될 것이다.

46. 미디어와 콘텐츠 (Media and Contents)

미디어 기술과 플랫폼의 발전에 따라 다양한 형태의 미디어가 등장하고 있다. 그러나 어떤 미디어 서비스이든지 기본적으로 양질의 콘텐츠를 제공하는 것을 전제로 한다. 본 수업에서는 미디어의 발전과 새로운 콘텐츠 형식이라는 두 가지 부분에 초점을 맞추어 세미나 형식으로 논의를 진행한다.

47. 디지털 콘텐츠와 미디어 (Digital Contents and Media)

본 수업에서는 최근 디지털 기술의 발전으로 인해 급변하고 있는 미디어 현상을 디지털 콘텐츠에 중점을 두어 살펴보고자 한다. 수업에서는 먼저 미디어와 관련된 이론적 논의에 대해 살펴보고 이후 디지털 콘텐츠와 관련 기술에 대한 전반적인 내용을 살펴볼 것이다.

48. 커뮤니케이션 연구 (Communication Research)

본 수업은 커뮤니케이션 현상과 커뮤니케이션에 참여하는 개인에 대한 폭넓은 이해와 이에 대한 토의를 이론적으로 시도하는 것을 목적으로 한다. 특히 문화적 차이가 다양한 커뮤니케이션 현상에 어떻게 영향을 주는가를 심도 있게 살펴볼 것이다.

49. 미디어 패러다임 변화 분석(The Exchange of Media Paradigm)

본 강의는 디지털과 모바일 기술의 적용에 따른 미디어 환경의 변화가 어떤 양태를 보이고 있으며, 미래의 미디어 패러다임은 어떤 방향으로 전개될 것인지를 분석할 것임. 이를 위해 글로벌 미디어 기업의 최근 트렌드 분석을 통해 국내 미디어 산업의 발전방향을 예측하며, OTT 등 새로운 서비스가 갖는 산업적, 제도적 영향을 살펴봄.

50. 뉴미디어문화론 (Theory of New Media Culture)

본 강의는 다양한 뉴미디어 문화의 이론적 탐구 및 분석을 통해 디지털 기술의 발전과 이용자 실천의 방안을 성찰하고 미디어 리터러시 역량을 개발하는 데 있다.

50. 공감 커뮤니케이션 (Empathy Communication)

공감은 자신이 아닌 타인에게 일어난 사건이나 상황에 대하여 동화되거나 판단을 내리는 심리적 반응을 포괄적으로 지칭한다. 공감은 여러 가지 요소들이 복합적으로 작용하는 반응으로 다양한 관점에 연구되어 왔다. 본 수업은 그러한 다양한 관점을 살펴보고 커뮤니케이션에 어떻게 적용되고 연구되어 왔는지 살펴보고자 한다. 공감이라는 개념은 흔하게 사용되고 있지만, 구체적으로 개념을 분석하고 활용하는 작업은 많지 않았기 때문에 기초적인 개념 설명을 중심으로 수업이 진행될 예정이다.

51. 텍스트마이닝개론 (Introduction to Text Mining)

인공지능의 활용이 미디어 산업에서 빠르게 확산되고 있다. 특히, 방대한 크기로 축적되고 있는 디지털 텍스트는 저널리즘은 물론 뉴스 소비자의 심리와 행동을 이해하고 예측하기 위한 데이터로 활발히 활용되고 있다. 이는 미디어커뮤니케이션 전공자로서 4차산업의 지식 창출 방법인 자연어 처리와 빅데이터 분석 역량의 필요성을 의미한다. 따라서 본 강의는 사회과학의 영역에서 디지털 뉴스는 물론 소셜미디어의 텍스트를 수집하고 처리하는 텍스트 마이닝 기법을 소개하고 효과적인 응용 방법을 다룬다.

52. 빅데이터 방법론 (Big Data Methodology)

오픈소스 소프트웨어 환경인 R을 활용하여 디지털 미디어의 비정형 데이터를 수집, 처리 및 분석함으로써 미디어커뮤니케이션분야에서 논의되던 질문의 답을 도출하는 컴퓨테이션 방법론이 중요해지고 있다. 특히, 방대한 크기의 디지털 자료를 빠른 속도로 처리하는 빅데이터 방법론은 전통적 사회과학영역의 지평을 확장하는 기회를 제공한다. 이 기회를 효과적으로 사용하기 위해서는 디지털 미디어의 데이터를 과학적으로 수집, 처리, 분석하기 위해 필요한 개념과 방법에 대한 체계적인 이해와 실제적인 경험이 필수적이다. 이에 본 수업은 빅데이터로서의 텍스트 자료를 수집, 처리, 분석 후 시각화하는 일련의 과정을 다룸으로써 사회과학 방법론의 확장을 도모하고자 한다.

53. 미디어와 사회변화 (Media & Social Change)

미디어 환경의 급속한 변화에 따른 사회 각분야의 영향과 변화를 살펴 보고자 함. 이를 위해 미디어의 산업적, 문화적, 정책적 변화를 소개하며, 코로나 19 이후 상황과 4차산업혁명에 미디어에 끼치고 있는 요인들도 분석함.

(2) 전공연구

전공연구 I (Studies in Major Field I) 2학점

전공연구 II (Studies in Major Field II) 2학점

전공연구 III (Studies in Major Field III) 2학점