

언론정보학과

(Dept. of Communication)

설치 과정 : 석사과정, 박사과정, 석·박사통합과정

학과 소개

현대 사회에서 매스 미디어의 역할이 점차 증대되고 있다. 언론정보학과는 현대사회 속의 매스 커뮤니케이션 현상에 대한 이해를 높이고 이를 통해 매스미디어 현상에 대한 설명과 예측, 나아가 통제를 위한 다양한 이론적, 방법론적 내용을 습득한다.

교육 목표

언론정보학과는 인간의 사회적 생활에 있어서 필수적 요소 중 하나인 인간 커뮤니케이션과정에 대한 기본적 이해를 바탕으로 사회적 의사소통의 체계로서의 매스미디어 과정에 대한 종합적인 이해를 목표로 한다. 이를 위해 다양한 커뮤니케이션 이론과 사회과학 방법론을 습득하고, 광고, 홍보, 언론 분야에서 뉴미디어에 관한 논의까지 다양한 현상을 분석할 수 있는 능력을 배양한다.

전공 분야

분 야	개 요
언론학 전공 (Communication Major)	언론학은 매스 커뮤니케이션과 언론 현상 전반에 관한 학문적 이해와 신문, 텔레비전, 잡지, 케이블 TV, 위성방송, 인터넷 등 다양한 매체에 대한 이론적 분석능력의 함양을 교육 목표로 한다.

학과 운영내규

1. 선수과목

타 계열 출신 석사과정과 박사과정 학생의 선수과목은 지도교수 및 주임교수가 필요하다고 인정할 때 사전에 지정한다.

2. 외국어시험

- 1) 외국어시험의 응시자격 및 응시절차는 대학원 학칙 및 대학원 학사운영규정 (제45조~48조)에 준한다.
 - 2) 박사과정의 경우 제2외국어 시험은 실시하지 않는다.
 - 3) 학교에서 지정한 온라인 수업(모의TOEIC)을 이수할 경우, 외국어시험(영어)을 면제한다.
- 이수기준 : 강좌 수강률 70% 이상, 학과 지정 기준 점수 600점 이상 취득

3. 종합시험

- 1) 종합시험의 응시자격 및 응시절차는 대학원 학칙 및 대학원 학사운영규정에 준한다.
- 2) 종합시험은 석사과정 2과목(전공 선택 2과목)을, 박사과정은 3과목(전공 선택 3과목)으로 한다.

4. 학위청구논문

- 1) 학위청구논문에 관한 제반사항은 대학원 학칙 및 대학원 학사운영규정에 준한다.
- 2) 논문계획서는 지도교수의 확인을 받아 석사과정은 3차 학기 말까지, 박사과정은 4차 학기 말까지 주임교수에게 제출하여야 한다.
- 3) 본 심사 직전 학기말까지 논문지도 평가를 통과(pass)하여야 한다.
- 4) 논문예비심사는 본 심사 학기 초까지 실시하며, 예비심사용 논문원고를 심사일 2주 전에 주임교수에게 제출하여 예비 심사위원에게 전달되도록 해야 한다.
- 5) 본심사용 학위청구논문 제출기한은 전기에 졸업하고자 하는 대학원생은 10월 초까지, 후기에 졸업하고자 하는 대학원생은 4월 초까지 제출하여야 한다. 기간내 제출하지 않은 논문은 심사에서 제외한다.
- 6) 논문심사는 석사과정은 2회, 박사과정은 3회를 실시하며, 논문심사 날짜는 지도 교수가 심사위원과 협의하여 정한다. 논문은 각 심사일 2주전에 심사위원에게 제출하여야 한다.

부 칙

이 내규는 2003년 3월 1일부터 적용한다.

이 변경 내규는 2005년 3월 1일부터 적용한다.

이 변경 내규는 2022년 9월 1일부터 적용한다.

교과과정표

◦ 언론학 전공(Communication Major)

교 과 목		학점	강의	실습	수강대상
커뮤니케이션이론	(Communication Theories)	3	3	0	석·박사 공통
커뮤니케이션연구방법론	(Communication Research Methods)	3	3	0	
커뮤니케이션통계분석	(Communication Statistics)	3	3	0	
개별과제연구 I	(Independent Study I)	3	3	0	
개별과제연구 II	(Independent Study II)	3	3	0	
커뮤니케이션이론과네트워크분석	(Communication Theory & Network Analysis)	3	3	0	
네트워크사회와정보의흐름	(Network Society and the Flow of Information)	3	3	0	
인간과소통	(Human Being and Communication)	3	3	0	
방송이론	(Theories in Broadcasting)	3	3	0	
뉴미디어이론	(New Media Theory)	3	3	0	
미디어산업연구	(Research on Media Industry)	3	3	0	
수용자분석	(Audience Analysis)	3	3	0	
저널리즘이론	(Journalism Theory)	3	3	0	
정치커뮤니케이션	(Political Communication)	3	3	0	

비교커뮤니케이션	(Comparative Communication)	3	3	0
설득커뮤니케이션	(Persuasion)	3	3	0
미디어세미나	(Topics in Mass Media)	3	3	0
비판커뮤니케이션	(Critical Communication)	3	3	0
디지털미디어와사회변동	(Digital Media and Social Change)	3	3	0
미디어사회학	(Media Sociology)	3	3	0
미디어심리학	(Media Psychology)	3	3	0
컴퓨터매개커뮤니케이션	(CMC, Computer-Mediated Communication)	3	3	0
매체간이용연구	(Studies in Cross-Media and Multiple Media Use)	3	3	0
미디어엔터테인먼트심리와문화콘텐츠	(Media Entertainment and Communication)	3	3	0
한국언론과저널리즘	(Korean Media and Journalism)	3	3	0
미디어강독	(Media and Journalism Reading)	3	3	0
소셜미디어연구	(Social media research)	3	3	0
인터랙티브미디어연구	(Interactive media research)	3	3	0
미디어와건강	(Media and Health)	3	3	0
커뮤니케이션데이터사이언스	(Communication Data Science)	3	3	0
인터넷, 소셜미디어 그리고 정치	(Internet, Social Media and Politics)	3	3	0

교과목 개요

○ 언론학 전공(Communication Major)

- 커뮤니케이션이론(Communication Theories)
모든 커뮤니케이션 교과목의 기초가 되는 커뮤니케이션 과정에 대한 기초이론의 세계를 탐구한다. 커뮤니케이션 개념에 대한 이해와 그 적응능력을 기르는 데 목표를 둔다.
- 커뮤니케이션연구방법론(Communication Research Methods)
사회과학의 한 분야로서 커뮤니케이션학을 접근하는데 있어서 거쳐야 할 연구 절차와 방법에 대해 이해하고 비판할 수 있는 능력을 기른다.
- 커뮤니케이션통계분석(Communication Statistics)
커뮤니케이션 연구방법을 체계적으로 이해한 후, 구체적으로 자료를 분석하기 위해 필요한 통계적 지식을 배우고, 이를 적용시킬 수 있는 응용프로그램을 배운다.
- 개별과제연구 I (Independent Study I)
교수와 학생이 개별적으로 특정분야에 대해 보다 자세하고 완전하게 연구한다.
- 개별과제연구 II (Independent Study II)
교수와 학생이 개별적으로 특정분야에 대해 보다 자세하고 완전하게 연구한다. 반드시 개별과제연구 I과 개별과제연구 II를 모두 수강할 필요는 없다.
- 커뮤니케이션이론과네트워크분석(Communication Theory & Network Analysis)
커뮤니케이션 이론·개념·현상에 대해 속성(attribute)적 시각이 아닌 관계(relation)적 시각에서 접근한다. 사회환경 변화에 따른 행태 변화를 사회적 맥락에 따라 달라지는 관계를 중심으로 네트워크 분석을 통해 살펴봄으로써 인간의 커뮤니케이션 행위에 대한 이해를 증진시킨다.
- 네트워크사회와정보의흐름(Network Society and the Flow of Information)
디지털 테크놀러지의 발달로 정보와 콘텐츠의 흐름이 국내외 환경에서 모두 변화하고 있다. 이러한 흐름을 알고리즘기반 큐레이션, 뉴스 큐레이션, 소셜 큐레이션, 전략적 큐레이션, 개인적 큐레이션

(algorithmic, journalistic, social, strategic, personal curation) 관점에서 살펴보고, 기술적·정치적·사회문화적 파급효과에 대해 논함으로써 네트워크 사회에 대한 이해를 도모한다.

- 인간과소통(Human Being and Communication)
사람들 간의 또는 집단 간의 의사소통 과정과 그 의미에 대해 연구하며, 집단 역학, 인간 관계, 자아의 인지, 언어의 의미, 비언어적 메시지 등에 대해 연구한다.
- 방송이론(Theories in Broadcasting)
방송 전반을 둘러싸고 있는 사회적 환경의 이해로부터, 방송 조직, 방송 인력, 방송 제작에서부터 수용자에 이르기까지 방송을 구성하는 제반요인들이 어떻게 움직이는지에 관한 이론적 배경을 제공한다.
- 뉴미디어이론(New Media Theory)
매체발달사에 있어서 뉴미디어의 개념에 대한 고찰, 뉴미디어의 특성, 뉴미디어란 어떻게 생성되는 것인지, 변화, 진보하는 것인지, 그리고 현재 한국에 있어서의 뉴미디어 도입과 발전에 관련된 현안은 무엇이며 어떻게 접근해야 하는지 등에 대해 탐구한다.
- 미디어산업연구(Research on Media Industry)
대중매체는 문화 현상일 뿐 아니라 하나의 산업으로서 어떻게 움직이는 것인지에 대한 이해가 필요하다. 매체산업의 경제학적 분석과 경영에 관련된 주제에 대해 학습한다.
- 수용자분석(Audience Analysis)
커뮤니케이션 연구에 있어서 수용자의 개념에 대한 고찰은 곧 커뮤니케이션 학사를 보는 것과 동일할 정도로 중요한 이슈 중 하나이다. 수용자에 대한 이해에 접근하기 위한 이론적 논의들을 검토한다.
- 저널리즘이론(Journalism Theory)
신문을 비롯한 인쇄매체의 특징, 구조, 영향력에 대하여 관찰하며 저널리즘이란 무엇이며 그 개념의 변천에 대해서도 고찰한다.
- 정치커뮤니케이션(Political Communication)
현대의 정치과정에 매스컴은 어떤 역할을 하며 그 매커니즘은 어떻게 형성되는지 또 실제로 현실정치에서 매스컴과 정치인, 매스컴과 정부의 관계가 어떤 형태로 나타나는지를 분석한다.
- 비교커뮤니케이션(Comparative Communication)
국가 간 또는 다른 문화권 간의 커뮤니케이션 행위를 비교함으로써 자국 및 외국의 이해를 강화한다.
- 설득커뮤니케이션(Persuasion)
태도변화 이론을 비롯하여 광고 등 제 분야에 응용이 되고 있는 설득과정에 대한 커뮤니케이션학의 접근법에 대해 연구한다.
- 미디어세미나(Topics in Mass Media)
매체 분야의 특정 주제에 관하여 심도 있는 토론식 수업을 통해 각자의 연구관심 영역과 깊이를 넓힌다.
- 비판커뮤니케이션(Critical Communication)
비판 커뮤니케이션 연구의 학적 체계와 발전과정을 검토하고 여러 시각이 갖는 특징을 비교 분석하면서 이를 한국 사회의 커뮤니케이션 현상과 관련하여 논의한다.

- 디지털미디어와사회변동(Digital Media and Social Change)
새로운 정보통신기술의 도입과 이용에 따라 사회 제반영역에서 일어나고 있는 변화의 특성을 분석한다.
- 미디어사회학(Media Sociology)
뉴스 제작 현상을 개인, 조직, 사회 그리고 문화라는 다양한 관점에서 분석한다.
- 미디어심리학(Media Psychology)
우리가 미디어를 통해 추구하는 것이 무엇인지, 미디어의 각 장르별 특성은 무엇이고 각 장르의 독특한 연결 구조에 의해 어떠한 심리가 작용하고 있는 것인지 등을 사회 심리학 이론을 적용시켜 밀도 있게 분석한다. 뿐만 아니라 최근에 활발하게 일어나고 있는 장르 간 융합 현상과 인터넷, 모바일 폰, 트위터, 페이스북과 같은 소셜 미디어, 그리고 디지털 미디어와 예술의 접점인 미디어 아트 등에 대해서도 심도 있게 다룬다.
- 컴퓨터매개커뮤니케이션(CMC, Computer-Mediated Communication)
컴퓨터의 매개가, 대인간 그리고 집단상황에서 사람들이 다른 사람들과 상호작용하는 방식에, 전통적인 커뮤니케이션 형태들과 비교하여 어떠한 영향을 미치는가를 이해하도록 돕는다. 컴퓨터 매개 상황에서 사람들이 자신을 어떻게 표현하고 정체성을 인식하는지, 서로에 대한 인상을 어떻게 형성하고 인간관계를 어떻게 발전시키는지, 어떤 방식으로 상호신뢰를 구축하고, 집단 결정을 도모하며, 어떤 식으로 소셜네트워크를 구축하여 협력을 이루는지 등에 관한 이론과 연구를 살핍으로써, 컴퓨터 매개 커뮤니케이션의 이용과 영향에 대한 비판적이고 분석적인 사고를 계발한다.
- 매체간이용연구(Studies in Cross-Media and Multiple Media Use)
다매체 다채널 및 디지털 매체 융합의 촉진으로 요약되는 근래의 변화하는 매체 환경을 고려하여, 다양한 범위의 기존 미디어 이론과 수용자 연구를 재검토한다. 단일매체, 단일채널 중심의 기존 연구에서 이루어지지 못했던, 복합매체 이용과 복합채널 이용이 현재의 커뮤니케이션 연구에서 기여할 수 있는 부분들을 찾아 탐구함으로써, 급변하는 매체 환경에서 미디어 콘텐츠 이용의 의미와, 차별화된 장르의 이용과 영향을 이론적이고 경험적으로 분석할 수 있게 한다. 즉 개별 매체의 속성과 이용 연구를 비롯하여, 매체별 구체적인 내용과 장르의 속성과 영향연구를 종합적으로 살피고, 결과적으로 미디어 리터리시(literacy)의 문제까지 포함하여 탐구한다.
- 미디어엔터테인먼트심리와문화콘텐츠(Media Entertainment and Communication)
이 수업은 기술발전 및 미디어환경 변화에 따른 미디어 콘텐츠와 대중문화의 변화를 사회심리적이고 커뮤니케이션학적인 관점에서 탐구한다. 기존의 질적인 연구에서 주된 연구대상이 되어온 문화 영역을 경험적이고 실증적인 수준에서 체계적으로 이론기반 연구를 할 수 있는 논의를 익힌다.
- 한국언론과저널리즘(Korean Media and Journalism)
이 과목은 한국 신문, 방송, 인터넷 뉴스의 생산과 수용과정을 이론적, 역사적, 학제적으로 검토해 한국 언론에 대한 종합적 이해 능력을 함양함을 목표로 한다.
- 미디어강독(Media and Journalism Reading)
본 과목의 목표는 저널리즘에 관한 이론적, 실용적, 철학적 성찰을 제공하는 국내외 문헌들을 검토 분석하는 것이다. 저널리즘 핵심 이슈와 관련된 이론적, 실용적, 철학적 논의가 담긴 문헌들을 강독, 비평한다.

- 소셜미디어연구(Social media research)
커뮤니케이션 관점에서 소셜 미디어의 특징을 이해하고, 소셜 미디어 이용 효과에 대한 다양하고 새로운 분석을 학습한다. 기존 연구와 소셜 미디어 이용 사례들을 통해 소셜 미디어 이용자의 사회심리학적 인 요인을 탐색하고, 관련된 이론 및 소셜 미디어를 이용한 다양한 영역들 (인간 커뮤니케이션, 헬스 커뮤니케이션, 마케팅 커뮤니케이션 등)에 대해서 논의한다.
- 인터랙티브미디어연구(Interactive media research)
인간과 미디어/컴퓨터의 상호작용 (Human-Computer Interaction)에 관한 이론을 중심으로 인터랙티브 미디어 이용의 사회심리학적 효과를 연구한다. 더불어 다양한 사용자 경험(UX)을 이해함으로써 디지털 미디어와의 소통을 개선하는 방법에 대해 모색한다.
- 미디어와건강(Media and Health)
건강 및 삶의 질을 증진시키기 위해 사용되는 다양한 미디어(온라인 미디어, 스마트 미디어, 웨어러블 디바이스 등)를 이론적 시각에서 살펴보고자 한다. 건강관련 미디어 연구 분야를 소개하고, 중요한 기술적, 사회적, 심리학적 요인들을 탐색함으로써 궁극적으로 미디어 사용이 사용자의 육체 및 정신 건강 개선에 미치는 영향에 대해 연구한다.
- 커뮤니케이션데이터사이언스(Communication Data Science)
데이터 사이언스는 커뮤니케이션 행동과 효과 연구의 핵심 도구로 각광받고 있다. 본 강좌는 계량 사회 사회과학 분야에서 비약적인 발전을 이루고 있는 다양한 데이터 분석 방법을 배우고 커뮤니케이션학 연구에 적용한다. 학생들은 기술통계, 인과추정, 회귀분석, 머신러닝 등의 주제를 학습하고, 서버 데이터부터 대규모 소셜미디어 텍스트 데이터에 이르는 다양한 형태의 커뮤니케이션 데이터를 직접 분석해보는 기회를 가질 것이다.
- 인터넷, 소셜미디어 그리고 정치(Internet, Social Media and Politics)
본 수업은 디지털 미디어와 정치의 관계를 다룬다. 인터넷과 소셜 미디어가 현대 정치 과정에서 어떠한 영향을 담당하는지, 정치인들과 시민들에게 어떠한 영향을 미치는지를 살펴볼 것이다. 학생들은 미디어의 당파성, 에코 챔버, 정치 양극화, 허위 정보와 가짜 뉴스, 소셜 미디어가 집단 행동에 미치는 영향, 소셜 미디어 알고리즘 등의 주제에 관한 다양한 연구 결과들을 접하게 될 것이다.