

# 언론영상광고학과

Department of Mass communication & Advertising

학과사무실 \_대학본관·경영관808호 / Tel.051-629-2021 / Fax. 051-629-2519

## 1. 학과소개

언론영상광고학과는 다양한 형태의 커뮤니케이션 현상을 체계적으로 연구하여 사회에 대한 이해를 깊게 하고, 나아가 신문, 방송, 영화, 정보산업, 광고, 홍보 등 주요 커뮤니케이션 분야의 이론과 실무를 연구하고 학습한다.

정보화와 지식사회 세계는 정치, 경제, 사회, 문화 등 모든 영역이 융합되는 양상으로 발전하고 있다. 이러한 전 지구적 변화에 발맞추어 본 언론영상광고학과는 첫째, 언론, 영상, 광고/홍보분야의 학문이 나아가갈 미래지향적인 방향을 모색하고 둘째, 이론과 실무를 겸비한 전문인을 육성하며 셋째, 국가 및 지역사회에 이바지할 수 있는 언론, 영상, 광고/홍보분야의 전문 인력을 양성하기 위하여 설립되었다. 또한 본 언론영상광고학과는 지역의 언론인과 기업체의 광고/홍보관련 담당자, 국가공공기관, 비영리 사회단체 등에서 대언론과 대민관계를 담당하는 홍보실무자들을 대상으로 새로운 학문과 기술을 이론적인 교육뿐만 아니라 실무적으로 교육하기 위하여 언론, 영상, 광고/홍보 관련 교과목들로 구성된 미래지향적인 커리큘럼을 구축하고 있다.

다양한 세부전공 영역의 최고의 교수진, 전국 최상위를 지향하는 첨단 기자재를 완비한 교육시설은 본 언론영상광고학과에서만 체험할 수 있는 자긍심의 원천이라고 할 수 있다.

## 2. 연 혁

1996년 3월: 동명정보대학교 개교와 함께 학부에 매스컴학과 신설

2000년 3월: 특수대학원인 정보대학원에 매스컴/광고 전공 석사과정 개설

2002년 5월: 언론정보연구소 개소

2006년 3월: 특수대학원을 폐지하고 일반대학원에 신문방송학과 석사 및 박사과정 개설

2009년 3월: 일반대학원 신문방송학과를 언론영상광고학과로 확대 개편하여 운영

## 3. 교육목표

21C 언론환경은 다채널 다매체화 하면서 개방과 무한경쟁 속에 급변하고 있다. 미디어 간 경계가 허물어지는 미디어융합이 가속화되면서 미래 미디어 산업은 21세기 핵심 산업분야의 하나로써 역동적이며 창조적으로 진화 발전할 것으로 예상된다. 이런 시대적 상황에 따라 언론영상광고학과는 신문, 방송, 정보통신, 인터넷, 광고, 홍보 등 언론으로 통칭되는 전 분야에 대한 이론 및 실용적 전문지식을 함양하고, 이를 통해 시대 선도적인 비전을 제시할 수 있는 전문가를 양성하는 데에 목표를 두고 있다.

## 4. 향후 진출분야 및 전망

KBS, MBC, SBS 등 지상파방송국, Radio 방송국, 특수방송국, 케이블, 위성TV, 사내방송국의 PD, 기자, 신문사, 잡지사, 출판업계, 기업체 사보담당부서, 인터넷제작자, 콘텐츠 기획자, 프로덕션, 인터넷언론사 기자 및 편집자, 기타 언론, 방송통신, 콘텐츠, 문화예술, 광고홍보 분야 연구기관

## 5. 수여학위

언론학 석사(Master of arts), 언론학 박사((Doctor of arts)

## 6. 학과교수명단

직명	교수명	전공분야	학위
교수	이용재	영상커뮤니케이션	영상학박사
교수	김동규	광고학	문학박사
조교수	이정기	언론학	언론학박사
명예교수	안수근	방송학	언론학박사
교수	이화행	언론학	언론학박사
교수	김형곤	언론정보학과	언론학박사
교수	이희승	영화학	예술공학박사
교수	나준기	영상커뮤니케이션	예술학석사
교수	유승관	방송학	언론학박사

## 5. 교육과정

### [교과과정]

개설 학기	과정	교과 구분	필수/ 선택	과목 코드	교 과 목 명		학점	시수
					국문	영문		
전체	공통	기초 공통	필수	1053	연구방법론	Research Methodology	3	3
전체	석사	전공	필수	2008	석사논문연구	Masters Thesis Research	3	3
전체	박사	전공	필수	2022	박사논문연구Ⅰ	Doctoral Dissertation ResearchⅠ	3	3
전체	박사	전공	필수	2036	박사논문연구Ⅱ	Doctoral Dissertation ResearchⅡ	3	3
1	공통	전공	선택	1069	커뮤니케이션이론	Communication Theories	3	3
1	공통	전공	선택	2382	Video Production Practice	Video Production Practice	3	3
1	공통	전공	선택	1994	광고연구	Studies on Advertising	3	3
1	공통	전공	선택	2384	광고전략 세미나	Advertising Strategy Seminar	3	3
1	공통	전공	선택	2376	미디어문화연구	Studies on Media Culture	3	3
1	공통	전공	선택	1033	방송영상세미나	Broadcasting & Visual Media Seminar	3	3
1	공통	전공	선택	2379	영상커뮤니케이션	Visual Communication	3	3
1	공통	전공	선택	2377	영화텍스트연구	Studies on Cinema Texts	3	3
1	공통	전공	선택	2383	온라인 저널리즘	Online Journalism	3	3
1	공통	전공	선택	2378	인터넷커뮤니케이션 연구	Studies on Internet Communication	3	3
1	공통	전공	선택	1063	저널리즘연구	Journalism Studies	3	3
1	공통	전공	선택	2380	지역언론연구	Local Media Studies	3	3
1	공통	전공	선택	2242	질적연구방법론	Qualitative Communication Research Methods	3	3
1	공통	전공	선택	2381	커뮤니케이션 심리학	Communication and Psychology	3	3
1	공통	전공	선택	2385	홍보세미나	PR Seminar	3	3
2	공통	전공	선택	2065	PR연구	Studies on Public Relations	3	3
2	공통	전공	선택	2391	Smart Media Workshop	Smart Media Workshop	3	3
2	공통	전공	선택	2393	광고 크리에이티브	Advertising Creative	3	3
2	공통	전공	선택	2505	뉴미디어광고론	New Media Advertising	3	3

2	공통	전공	선택	1458	디지털미디어연구	Studies in Digital Media Technology	3	3
2	공통	전공	선택	1466	문화콘텐츠론	Cultural Contents	3	3
2	공통	전공	선택	2386	미디어법과 윤리	Media Law & Ethics	3	3
2	공통	전공	선택	2389	미디어비평	Media Criticism	3	3
2	공통	전공	선택	2388	미디어정책론	Principles of Media Policy	3	3
2	공통	전공	선택	1045	설득커뮤니케이션	Communication and Persuasion	3	3
2	공통	전공	선택	2066	수용자연구	Studies on Media Viewers	3	3
2	공통	전공	선택	2390	아시아 미디어연구	Studies on Asian Media	3	3
2	공통	전공	선택	1452	영상산업론	Studies on Video & Media Arts Industry	3	3
2	공통	전공	선택	2394	통합적 마케팅커뮤니케이션	Integrated Marketing Communication	3	3
2	공통	전공	선택	2387	페미니즘과 문화	Feminism as Culture	3	3
총 개설 합계							102	102

## 6. 교과목 해설

### [기초공통]

#### ■ 커뮤니케이션이론 (Communication Theories)

인간의 의사소통과 관계되는 기본개념, 기본명제 그리고 기본법칙 등을 연구 논의한다.

#### ■ 연구방법론 (Research Methodology, 석박사공통 필수)

매스컴에 대한 과학적 연구방법론의 이론적, 논리적, 기초를 확립하고 학생들이 독자적으로 연구 과제에 대한 조사설계, 자료수집, 분석의 전 과정을 수용할 수 있는 능력을 갖추도록 한다.

### [전공과목]

#### ■ 질적연구방법론 (Qualitative Communication Research Methods)

통계를 활용한 양적 조사방법 외의 연구방법을 질적 연구방법이라 한다. 텍스트에 대한 기호학적 분석, 심층인터뷰 등을 이용한 민속지학적 방법, 담론분석, 구술사연구방법 등이 이에 해당한다. 이 수업에서는 다양한 질적 연구방법의 주요 개념과 이를 활용한 연구사례들을 살펴보면서, 질적 연구방법 사용에 익숙해지는 것을 목표로 한다.

#### ■ 미디어문화연구 (Studies on Media Culture)

현대 사회의 성격을 설명하는 제 사회이론을 검토하고 현대 사회의 문화적 상황을 매스미디어와 관련하여 살펴본다.

#### ■ 방송통신론 (Studies on Broadcasting and Telecommunications)

방송커뮤니케이션 현상과 관계되는 기본개념, 특성, 내용, 영향, 그리고 급변하는 방송 유형에서 파생되는 방송의 변화에 따른 사회적 기능과 문제를 다룬다.

#### ■ 저널리즘연구 (Studies in Print Journalism)

신문의 이론이나 현상에 관계되는 특정문제와 주제를 놓고, 집중적으로 그리고 심층적으로 연구한다.

#### ■ 방송영상세미나 (Seminar on Broadcasting)

방송매체가 직면해있는 국내외적 문제와 지역적 문제를 세미나 형식으로 분석하고 토의한다.

#### ■ 광고연구 (Studies on Advertising)

광고와 관련된 특정주제를 선정하여 해당영역을 심층적으로 분석한다. 특히 최근의 이론을 고찰하고 토론을 통해 광고이론을 발전시킨다.

#### ■ PR연구 (Studies on Public Relations)

PR과 관련된 특정이슈를 중심으로 심층적 분석을 한다. PR 커뮤니케이션의 이론 토대로 다양한 실증분석을 실시한다.

#### ■ 영화텍스트연구 (Studies on Cinema Texts)

영화이론과 산업에 관계되는 특정문제나 주제를 선정하여 집중적으로 조사 연구한다.

#### ■ 대중문화론 (Studies on Popular Culture)

대중문화와 관련된 다양한 문화 현상을 소개하고, 이들을 어떻게 바라보아야 하는지, 어떤 원인에 의해서 나타난 것인지, 사회적 의미는 무엇인지에 대해 살펴보는 교과목이다. 또한 대중문화라는 현상을 통해서 사회적 상황의 변화, 미디어 소비방식의 변화 등도 살펴볼 수 있는 교과목이다.

#### ■ 소셜미디어 연구 (Studies on Social Media)

소셜미디어가 등장한 이후 소셜미디어가 사회 전반에 미치는 영향력이 커지고 있으며, 이에 따라 미디어 커뮤니케이션학문 분야에서 소셜미디어에 대한 연구가 증가하고 있다. 본 교과목은 소셜미디어와 사회현상을 사회과학적 관점에서 고찰하고 분석하는 내용으로 구성한다.

#### ■ 뉴스미디어 연구 (Studies on News Media)

21세기에 들어 정보를 전달하는 매체와 채널이 증가함에 따라 뉴스 생산과 소비의 양적 팽창 현상이 나타나고 있다. 이러한 뉴스의 양적 증가는 가짜뉴스의 확산의 우려와 함께 뉴스생산과 유통, 이용의 전 과정에 걸친 학문적 관심을 불러오고 있다. 따라서 본 교과목은 뉴스 미디어의 생산 주체, 유형, 이용에 이르는 뉴스 전반에 대한 총괄적이고 각론적 이슈를 다룬다.

#### ■ 국제커뮤니케이션 (International Communication)

오늘날 커뮤니케이션은 국내 뿐 아니라 전지구적인 현상이자 동시적 흐름의 성격이 강하다. 이 과목은 커뮤니케이션의 국제적 흐름에 주목하여 국제적 차원의 정보흐름 및 문화적 영향에 대한 탐색을 주된

목표로 한다. 이를 위해 지역간 한류수용의 특징, 문화다양성, 초국적 미디어의 현황 및 영향, 뉴스미디어의 정보균형 문제 등에 대한 주제를 다룬다.

#### ■ 광고이론 (Advertising Theories)

광고홍보학 연구를 위해 필수적인 광고이론에 대해 학습하고, 광고이론을 광고학 연구에 적용시키기 위한 과정을 학습하는 것이 절대적으로 필요하다. 본 수업은 광고의 본질, 기능, 효과에 대한 기존의 연구 결과들과 새로운 연구경향을 다루는 교과목이다.

#### ■ 영상산업론 (Studies on Video & Media Arts Industry)

영상산업을 산업조직론적 분석들을 통하여 체계적이고 분석적으로 살펴본다.

#### ■ 미디어정책법제 (Media Policy and Law)

현대 미디어의 정책과 법제 및 윤리에 대한 철학적, 실정법적 개념 탐색을 통해 사회 내에서의 미디어의 표현의 자유와 기본적인 공론장으로서의 미디어의 기능에 대한 이해를 도모한다.

#### ■ 디지털미디어연구 (Studies in Digital Media Technology)

디지털 미디어의 급속한 확산이 가져오는 정보환경의 변화와 이것이 우리의 정치, 경제, 사회, 문화 등의 여러 분야에 미치는 긍정적, 부정적 영향을 체계적으로 살펴본다.

#### ■ 커뮤니케이션효과이론 (Theory of Communication Effects)

커뮤니케이션 효과이론은 미디어 효과에 대한 전통적 시각과 새로운 미디어 출현에 대한 비판적 시각을 동시에 이론적으로 무장하여 연구자로서의 균형 잡힌 시각을 갖도록 하는 데 목적이 있다. 초기 탄환이론부터 제한적 효과이론, 중효과이론 그리고 강효과이론까지의 통시적 접근과 함께 개인화된 커뮤니케이션에 기반한 휴먼커뮤니케이션이론에 대해 함께 탐구한다.

#### ■ 문화콘텐츠론 (Cultural Contents)

문화 콘텐츠 체계가 역동적으로 바뀌면서 이에 대한 관심과 분석의 필요성이 대두되는 시점에서 문화 콘텐츠를 산업 차원에서 체계적으로 접근하는 것을 목적으로 한다.

#### ■ 설득커뮤니케이션 (Communication and Persuasion)

커뮤니케이션의 사회, 심리적 연구에 치중하며 본질, 전략, 태도변용, 기본적 디자인, 대인 커뮤니케이션과 미디어 선택 등을 중점적으로 연구한다.

#### ■ 수용자연구 (Studies on Media Viewers)

커뮤니케이션 과정에서 최종적인 목적으로 하는 효과가 달성되는 것은 수용자에 의해서이다. 수용자는 수동적으로 메시지의 내용을 받아들이는 존재가 아니라, 능동적으로 메시지 내용을 해석하는 존재라는 인식이 지배적이다. 다양한 수용자연구의 동향을 살펴보고, 수용자 변인의 중요성을 인식하는 것을 목표로 한다.

### ■ 기호학과 미디어 (Semiotics and Media)

현대사회에는 올드미디어와 뉴미디어가 공존하면서 다양한 미디어텍스트가 생산되고 있다. 이렇게 생산된 미디어텍스트들은 나름의 재현방식과 서사방식을 가진다. 기호학은 미디어의 기호체계와 미디어텍스트의 의미작용에 관해 살펴볼 수 있는 과학적인 방법론이라고 할 수 있다. 수많은 미디어가 생산하는 다양한 텍스트들을 기호학적 관점에서 분석해보는 교과목이다.

### ■ 전문커뮤니케이션 (Professional Communication)

본 교과목은 미디어커뮤니케이션학의 필수 분야인 저널리즘과 커뮤니케이션의 세부 영역에 대한 전문적이고 심화된 지식을 습득하여 전공역량을 향상하는 데 목표가 있다. 각론적으로는 커뮤니케이션의 개별 전문영역인 통일커뮤니케이션, 스포츠커뮤니케이션, 과학커뮤니케이션, 헬스커뮤니케이션, 정치커뮤니케이션 등의 여러 전문영역에 대하여 개괄적이고 전문적인 지식을 함양하는 과목이다.

### ■ 전공세미나1 (Major Seminar1)

현대사회에서 정치적, 경제적, 문화적 영역에서 언론의 영향력이 점차 확대되고 있다. 또한 다양한 미디어 형식과 플랫폼, 그리고 디바이스가 생겨나면서 일상생활과 미디어는 불가분의 관계에 놓여 있다고 할 수 있다. 이러한 상황에서 시의성 있는 언론의 의제들, 급변하는 미디어의 기능 및 역할, 사회적 이슈 및 효과들을 자유로운 시선과 다양한 방법론을 통해 연구하는 작업이 필요하다. 본 수업은 시의성과 새로운 접근법이 요구되는 제반 미디어 현상과 미디어적 이슈들을 다루는 교과목이다.

### ■ 전공세미나2 (Major Seminar2)

현대사회에서 정치적, 경제적, 문화적 영역에서 언론의 영향력이 점차 확대되고 있다. 또한 다양한 미디어 형식과 플랫폼, 그리고 디바이스가 생겨나면서 일상생활과 미디어는 불가분의 관계에 놓여 있다고 할 수 있다. 이러한 상황에서 시의성 있는 언론의 의제들, 급변하는 미디어의 기능 및 역할, 사회적 이슈 및 효과들을 자유로운 시선과 다양한 방법론을 통해 연구하는 작업이 필요하다. 본 수업은 시의성과 새로운 접근법이 요구되는 제반 미디어 현상과 미디어적 이슈들을 다루는 교과목이다.

### ■ 석사논문연구 (Masters Thesis Research)

석사학위 논문작성에 필요한 이론적 체계 전반에 걸쳐 지도한다.

### ■ 박사논문연구 I (Doctoral Dissertation Research I)

박사학위 논문작성에 필요한 이론적 체계 전반에 걸쳐 지도한다.

### ■ 박사논문연구 II (Doctoral Dissertation Research II)

박사학위 논문작성에 필요한 이론적 체계 전반에 걸쳐 지도한다.