

미디어
경제·경영·정책

2019년 2학기 교재 가이드



교재 추천 원클릭 서비스

강의 정보를 남기시면 알맞은 교재를 찾아 전화와 메일을 드리고 책과 PPT 파일을 발송합니다. **서비스 신청하기**



반값교재 양심교재 판매

정가의 절반입니다. 내용은 책과 똑같습니다. 표지 대신 투명 비닐 커버고 DIY 스프링 제본입니다. 학생들이 직접 스프링을 끼웁니다. **킴복스 교재 공동구매 전용몰(7474001.com)**에서만 판매합니다.



대학 강의 전용 교재 보급판 출시, 굿클래스 시리즈

본문 내용과 판형은 변동 없습니다. 킴복스 교재를 사용하는 저자와 교강사를 위해 만든 저자 할인가에 준한 저렴한 특별판입니다. **킴복스 교재 공동구매 전용몰(7474001.com)**에서만 판매합니다.



강의를 풍부하게 만드는 강의용 **PPT** 무료 제공

교재를 검토하고 채택하는 강의자에게 제일 먼저 제공합니다.
PPT 목록 확인 **PPT 신청**



모든 교재 무료 검토

commbooks.com에서 본문 전체를 바로 볼 수 있습니다. 회원가입 후 캐시를 신청해 주세요. **회원가입 바로가기** **열람 캐시 신청하기**



검토 교재 신청

한 과목당 한 권의 검토 교재를 증정합니다.

검토 교재 신청하기

<http://commbooks.com/굿클래스/>에서

위 서비스를 한 번에 이용하세요.

문의 전정욱 주간 02-3700-1273,

jwjuhn@commbooks.com

차례

제목을
클릭하면
해당 페이지로
갑니다.

베스트 교재 5

과목별 교재 7

미디어경제학 8

미디어정책 10

미디어 경영 14

이해총서 교재 22



베스트 교재



미디어 경제학 (보급판)

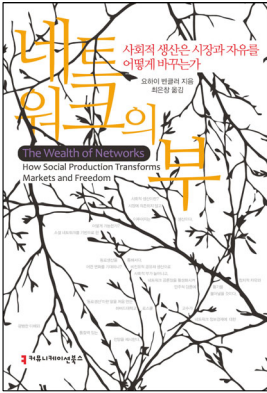
반값

미디어를 이해하는 데 경제학 이론은 왜 필요한가? 미디어 산업이 경제 논리에 좌우되기 때문이다. 미디어 소비자 분석에 활용되는 개념은 무엇인가? 접근 수요, 이용 수요, 한계 효용균등이다. 신제품 가격 설정 시 유용한 전략은? 혼잡 비용과 피크 가격 전략이다. 다년간 미디어 경제학에 천착해 온 저자들이 관련 개념과 쟁점을 일목요연하게 정리했다. 직관적 그래프와 풍부한 사례로 비전공자도 쉽게 이해할 수 있다.

콜린 호스킨스·스튜어트 맥패디언·아담 핀, 장병희, 442쪽, 28,500원, 2013-09

과목별 교재

미디어경제학



네트워크의 부

사회적 생산이란? 시장에 의존하지 않고 이루어지는 생산이다. 어떻게 가능한가? 소셜 네트워크를 기반으로 한 동료생산을 통해서다. 어떤 변화를 기대하나? 비전유적 공유재 생산으로 사회적 부가 늘어나고, 네트워크 공론장을 활성화시켜 정치적 자유와 민주적 담론에 활기를 불어넣을 것이다. ‘동료생산’이란 말을 처음 만든 하버드대학교 로스쿨 교수가 네트워크 정보경제에 대한 광범한 이해와 통찰력을 제시한다.

요하이 벤클러, 최은창, 신국판, 876쪽, 29,000원, 2015-04



미디어 경제학

경제학 이론과 분석틀을 이용해 전체 미디어 산업의 구조화 현상을 설명한 필독서. 개별 산업의 현황을 설명하는 수준의 교재는 있으나 경제학 이론이나 분석틀을 적용해 미디어 산업의 구조와 현상을 설명하는 교재는 없었다. 이 책이 해답을 제공한다.

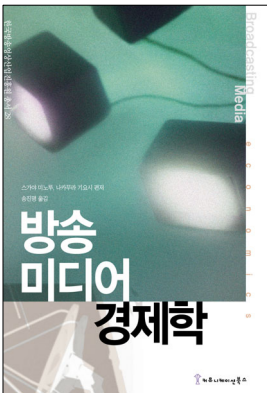
김지운·정희경, 신국판, 203쪽, 15,000원, 2005-07



매체 경제 분석(한국언론학회 희관언론상)

매체에 대한 경제적 연구의 특성과 관련된 이론을 논의한 책. 책의 전반부는 매체에 대한 경제적 연구의 특성과 관련된 이론을 논의했다. 후반부에서는 매체산업을 대상으로 실증적인 분석을 시도했다. 광고, 방송, 신문, 정보통신, 연예오락 영역을 중요한 항목으로 다루었다.

김승수, 신국판, 810쪽, 38,000원, 2001-02

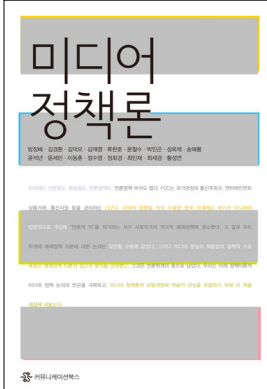


방송미디어 경제학

21세기 거대 방송산업에 대한 체계적인 경제학적 분석. 일본의 방송제도를 대상으로 대학 교재로 사용 가능한 체계적인 방송 경제 분석을 시도하고 있다. 저작권 제도, 프로그램 거래 등 일본의 제도를 분석하여 한국 독자들의 일본 방송 제도에 대한 이해를 돕는다.

스가야 미노루·나카무라 기요시, 송진명, 신국판, 290쪽, 16,000원, 2003-01

미디어정책



미디어 정책론

미디어 정책 현황과 이슈를 체계적으로 소개한다. 미디어 정책 논의의 이론적 빈곤을 극복하고, 미디어 정책론적 모델 개발에 학술적 관심을 유발하고자 했다.

방정배·김덕모·윤세민·정수영·문철수·김경환·류한호·윤석년·송해룡·이동훈·황성연·최세경·성욱제·김재영·정회경·박인곤·최민재, 신국판, 530쪽, 28,000원, 2010-10



커뮤니케이션 정책 연구

(대한민국학술원 우수학술도서)

커뮤니케이션 정책은 연구자의 수나 연구비 규모 면에서 가장 활발하게 연구가 이루어지고 있는 분야다. 그러나 이론적, 방법론적 근거가 취약하다. 방송정책연구를 중심으로 커뮤니케이션 정책 연구가 다루어야 할 주제, 방법론, 이론적 체계, 연구자의 자질, 필요한 학문적 트레이닝 등 지난 수년간 반복적으로 제기되어온 문제들에 대한 답변을 담고 있다.

윤석민, 사료배판, 536쪽, 33,000원, 2005-09



미디어 다양성

미디어 다양성이 왜 중요한지, 실제로 측정할 수 있는 것인지, 어떤 정책이 뒷받침되어야 하는지 심도 있게 논의한다. 미디어 산업을 연구하는 교수와 미디어 정책을 취재하는 기자가 이론과 실재를 두루 살폈다.

이상우·배선영, 신국판, 253쪽, 25,000원, 2011-06



방송정책 이론과 방법론

방송정책 연구의 동향과 이론, 방법론을 한눈에 읽을 수 있는 미디어 연구의 길라잡이. 방송정책 결정구조와 정책 과정에 관한 이론 같은 초기 연구부터 최근 각광 받고 있는 신매체 도입과 경쟁에 관한 이론, 콘텐츠 공급과 이용에 관한 이론까지 미디어 정책 분야의 배경 이론을 다루었다. 해당 이론을 적용한 국내 연구를 사례로 들어 방송정책 연구의 길라잡이가 되도록 구성했다.

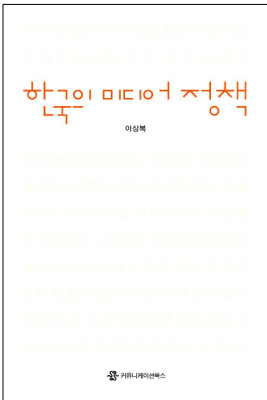
정인숙, 크라운판 변형, 346쪽, 25,000원, 2007-05



스마트 미디어 시대의 방송통신 정책

방송학, 경제학, 법학 분야에서 열정적으로 방송통신 산업과 정책을 연구해 온 6명의 학자들이 모였다. 스마트 시대의 방송통신 정책의 모호성과 복잡성을 정리하기 위해 분석한 학문적 결과물을 담았다. 여러 학문적 관점에서 방송통신 정책이 당면한 문제를 논의하고 앞으로의 방향을 전망한다.

고민수·김성환·노기영·유승훈·전범수·주정민, 신국판, 236쪽, 18,000원, 2011-03



한국의 미디어 정책 1판 1쇄

최장수 미디어 전문가가 쓴 미디어 정책론이다. 미디어 정책 현장을 지킨 경험을 살려 현실과 이론을 접목한 제대로 된 정책 가이드를 내놓았다. 다공영과 다민영, 디지털 방송, 시장 집중과 독과점, 수신료 인상, 망 중립성, 통신재판매 등 방송·통신·신문을 아우르는 현안들을 다룬다.

이상복, 신국판, 230쪽, 17,000원, 2010-07

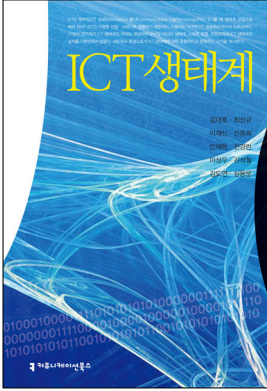


지역방송 정책론

지역방송이 위기다. 뉴미디어 서비스의 확장, 중앙 지상파방송의 확대, 종합편성채널의 출현 등으로 경쟁이 심화되고, 지역방송의 위상이 나날이 축소되고 있다. 이에 한국방송학회 지역방송특별위원회에서 지역방송 정책의 문제점을 진단하고 해결책을 내놓았다. 지역방송이 구현해야 하는 지역성에서부터 규제, 광고, 콘텐츠, 시청자 참여에 이르기까지 쟁점을 다각도로 성찰해 대안을 제시한다.

한진만·주정민·강명현·김동규·김태울·남종훈·배진아·변상규·안재현·유승관·이근용·이수범·이진로·장영주, 신국판, 204쪽, 17,000원, 2013-02

미디어 경영



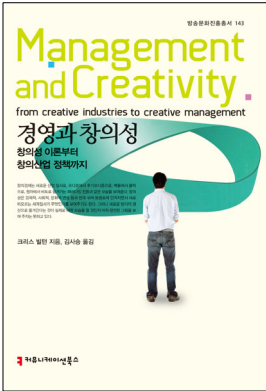
ICT 생태계

10명의 연구자가 ICT 생태계의 의미와 개념부터 모바일 미디어 생태계, 스마트 융합, 콘텐츠까지 ICT 생태계의 실재를 다방면에서 살핀 책. ICT 생태계는 ICT를 넘어 우리의 경제, 사회, 문화 모든 분야에 영향을 주고 있다. 따라서 ICT 생태계에 대한 이해를 정립해야 한다는 공감대가 널리 퍼져 있다.

이 책은 바로 그러한 요구를 충족시키기 위해 집필·발간되었다. ICT 생태계에 대한 의미와 접근 방법을 살펴보고 콘텐츠, 플랫폼, 단말기 단계별로 차례로 검토한다. ICT 생태계 외연의 사례를 통해 ICT 생태계의 모든 것을 파헤친다.

ICT 생태계에서 이용자는 공동창조자 또는 프로슈머로 보다 적극적인 위상을 부여받는다. 가치사슬은 가치 네트워크로 변화하며 이는 경쟁을 공진화로 확장시킨다. 이제 ICT 분야는 종전과는 다른 시각과 관계, 관점을 필요로 한다. 그리고 그것이 이 분야의 무궁무진한 성장과 발전을 이해하는 길이 될 것이다.

김대호·최선규·이재신·신동희·안재현·전경란·이상우·김성철·김도연·심용운, 신국판, 274쪽, 23,000원, 2014-03

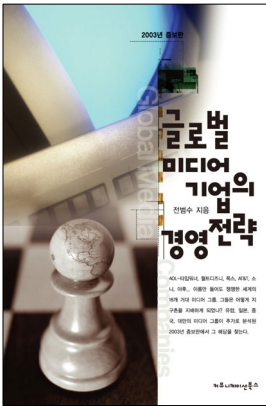


경영과 창의성:

창의성 이론부터 창의산업 정책까지 보급판 반값

창의성은 무엇인가? 혁신에 가치를 더한 것이다. 창의적 아이디어는 새로울 뿐만 아니라 유용해야 한다. 창의성을 어떻게 현실화하는가? 창의팀을 조직해 서로 다른 사고방식을 조합하고 모순과 패러독스를 받아들여야 한다. 창의성과 경영은 어떤 관계인가? 창의성을 현실 가치로 만들기 위해 경영이 필요하다. 저자는 창의성을 둘러싼 개념, 이론, 사례를 분석하고 창의성의 경영 전략을 제시한다.

크리스 빌턴, 김사승, 신국판, 420쪽, 28,000원, 2014-10



글로벌 미디어 기업의 경영 전략(개정판)

글로벌 미디어 기업들을 체계적으로 이해하기 위한 사전 단계로서, 주요 미디어 조직의 사례 분석을 통해 중요한 이론적 변인들을 관찰하는 책. 글로벌 미디어를 분석하기 위한 여섯 가지 기본적 틀도 함께 제시하고 있다.

전범수, 신국판, 230쪽, 17,000원, 2002-12



디지털 미디어 경영론 반값

미디어에도 경영 관점이 필요하다. 환경이 변화해 미디어 시장에 신규 진입자가 많아졌기 때문이다. CPND 관점 도입, 사업자 간·산업 간 경계 붕괴, 파괴적 혁신·개방적 혁신 등 기술경영 접근법 도입, CPND간 M&A 대응 전략 등 다양한 경영 이슈에 대한 미디어 기업의 관심이 늘어나고 있다. 이 책은 미디어학 관점에서 미디어 경영에 접근한다. 기본 이론부터 최신 한국 사례까지, 미국의 미디어 경영론 교재보다 더 넓고 깊게 미디어 시장을 다룬다.

권호영·송민정·한광접, 신국판, 546쪽, 28,000원, 2015-09



미디어 기업의 경영과 자금조달

다매체·다채널 환경에서 미디어 기업의 경제적 특성과 재무적 특성을 이해할 수 있는 개념적인 틀을 제시한다. 비즈니스 모델이나 가치 사슬, 해외 진출 전략, 재무 건전성 분석 등 기존의 책에서는 볼 수 없는 다양한 주제를 소개한다.

로버트 피커드, 전범수, 신국판, 291쪽, 25,000원, 2008-11



미디어 기업의 수익다각화 전략

워싱턴포스트, 뉴욕타임스, 다우존스와 같은 미국의 선도적인 미디어 복합 그룹의 다각화 전략을 상세하게 들여다본다. 풍부한 현장 정보 때문에 마치 미국 현지에서 출판된 번역서와 같은 느낌을 주지만 언론과 경영을 두루 경험한 토종 한국인 심상민 교수가 ‘미디어 빅뱅’을 겪고 있는 한국의 언론 기업과 미디어 시장을 위해 직접 저술한 책이다.

심상민, 신국판, 162쪽, 13,000원, 2005-11



미디어 소유와 집중

미디어 소유의 현상과 특성, 그리고 미디어 정책의 논거가 되는 문화적 다원성과 경쟁의 조성에 대한 명확한 구분과 목표를 상당히 차분하게 설명하고 있다. 또한 한 사회의 구성 요소들이 어떠한 갈등과 타협을 거쳐 정책이라는 일치된 종착점에 이르게 되는가를 정부와 기업의 내면을 파헤쳐 설명해준다.

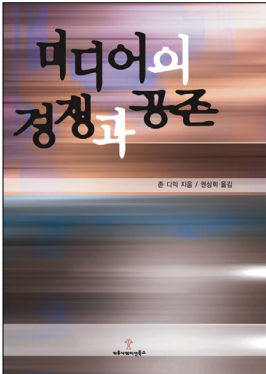
질리언 도일, 정윤경, 신국판, 364쪽, 23,000원, 2003-12



미디어 전략 경영론

디지털 기술 발전과 미디어 융합으로 커뮤니케이션 산업 패러다임이 급변하고 있다. 미디어 기업과 일반 기업의 경계가 희미해지고, 경쟁은 그 어느 때보다 치열하며, 새로운 수익 모델이 속속 등장한다. 체계적 경영 시스템과 전략적 의사결정이 미디어 기업의 성패를 결정하는 중요 변수로 떠오른 이유다. 미디어 경영의 세계적 권위자 루시 켕이 전환기에 놓인 미디어 산업의 전략적 개념과 사례를 정리했다. 미디어 경영 위기를 뚫고 나갈 해안을 제공한다.

루시 켕, 최성범, 신국판, 358쪽, 22,500원, 2013-08



미디어의 경쟁과 공존

적소이론으로 체계적이고 현실적으로 미디어산업을 설명하며, 미디어의 경쟁과 공존을 경제의 개념과 실제 산업데이터를 이용하여 이론과 실재를 접목한 책이다. 제시된 자료나 데이터는 실제 미디어경제 분야의 자료로 적소이론을 실증적으로 설명하고 있다.

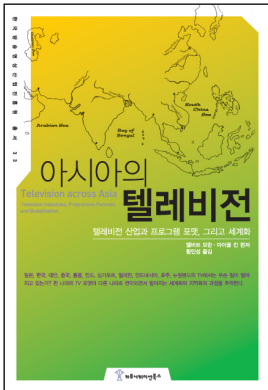
존 다믹, 권상희, 신국판, 187쪽, 20,000원, 2005-04



스마트 생태계와 미디어 경영 2.0

미디어 경영이 혁신되어야 하는 이유는 무엇인가? 미디어 기술 발전, 소비 시장의 복잡화와 다양화에 발맞추기 위해서다. 기존 경영 전략과 비즈니스 모델로는 왜 불충분한가? 전통적 산업 경계가 무너지고 미디어 생태계 경쟁이 심화되고 있기 때문이다. 변화의 출발점은 어디인가? 최신 혁신 사례와 산업 트렌드에 대한 분석이다. 한국미디어경영학회가 미디어 생태계의 최신 경영 이슈 11가지를 정리했다. 미디어 경영의 새 돌파구가 여기 있다.

심용운·이상우·권영선·박주연·김성철·최세정·김영규·이문행·신동희·장병희·정윤혁, 신국판, 368쪽, 28,000원, 2014-11



아시아의 텔레비전

한 나라의 TV 포맷이 다른 나라로 전이되면서 벌어지는 세계화와 지역화의 과정을 추적한다. 특히 '아시아'라는 특정 지역에 한정해서 글로벌 텔레비전의 흐름, 그중에서도 프로그램 포맷의 거래와 변경 그리고 권리문제를 다룬다.

버트 모란·마이클 킨, 황인성, 신국판, 299쪽, 19,000원, 2005-12



창조 전략, 경영과 혁신을 다시 연결하라

지속 가능 경영의 첫 단추는 무엇인가? 창조성과 경영 전략을 결합하는 것이다. 창조성과 경영 전략은 어떤 관계인가? 창조성은 잠재적으로 전략적이며, 모든 경영 전략은 반드시 창조적이어야 한다. 경영에서 창조 전략이란? 이노베이션, 기업가 정신, 리더십, 기업조직 부문을 통합하여 효율적 경영 순환 주기를 정비하는 것이다. 경영 전략과 창조성의 연결 고리를 분석해 온 두 학자가 그 철학과 개념, 사례를 정리했다. 창조 전략의 기본과 응용이 일목요연하다.

크리스 빌튼·스티븐 커밍스, 안채린, 신국판, 536쪽, 32,800원, 2014-10



채널 브랜드 전략(2011년 개정판)

시장 논리가 강화되는 방송 환경의 변화 속에서 채널이 어떻게 환경에 적응하고 있는지, 어떤 생존 전략에 따라 움직이고 있는지를 구체적인 사례를 통해 보여준다. 변화의 핵심에는 '채널 브랜드' 개념이 자리 잡고 있다. 채널 브랜드 개념을 체계적으로 정리 설명하고 있다.

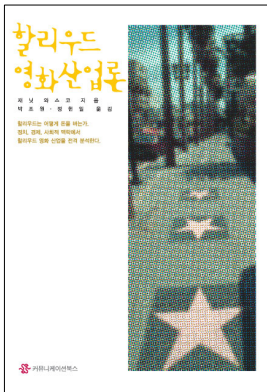
윤홍근, 신국판, 308쪽, 28,000원, 2011-09



한국 케이블TV산업론(2차 개정, 문화체육관광부 선정 우수 학술도서)

급변하는 디지털 환경과 미디어 컨버전스 시대에 케이블TV는 어떻게 변했고 또 어떻게 변화할 것인지 정책, 규제, 사업자, 콘텐츠 환경의 관점에서 분석하고 있다. 또한 DMB, IPTV, 방송법 개정을 비롯해 케이블TV의 공익성 등 케이블 산업계의 핫이슈도 함께 정리하고 있다.

손창용·여현철, 크라운판, 552쪽, 29,000원, 2007-04



할리우드 영화산업론

커뮤니케이션 정치경제학의 석학 재닛 와스코의 할리우드 영화산업 분석. 미국 영화산업의 구조와 정책, 운영 방식, 산업적 관행, 영화 제작·배급·상영·소매 과정을 상세히 다룬다.

재닛 와스코, 박조원·정헌일, 신국판, 371쪽, 24,000원, 2007-08

총서교재

총서 교재는
강의에 필요한 핵심 내용을
10가지로 콤팩트하게 정리했습니다.
미디어, 커뮤니케이션, 문화, 저널리즘의
개념, 이론, 역사를 망라합니다.
주교재, 부교재, 읽기 자료로
다양하게 활용해
강의를 알차게 만들 수 있습니다.



OTT 서비스의 이해

전통적 의미의 TV는 종말을 고하고 있다. 인터넷 기반의 동영상 서비스를 의미하는 OTT(OverTheTop) 서비스가 그 원인이다. 이는 범용 인터넷망을 이용하여 기존의 방송 서비스에 비해 보다 소비자 중심으로 값싸고 편리하게 콘텐츠를 제공하는 방식이다. 능동적으로 선호하는 콘텐츠만을 시청하려는 수요에 맞추어 등장하게 되었고 급속한 성장세를 보이고 있다. 이러한 환경에 대응하여, OTT의 개념에서 출발해 그 등장 배경과 국내외 현황을 짚어 보는 동시에 향후 OTT 서비스의 시장 가능성과 미래를 전망해 보고자 한다. 아울러 OTT 서비스로 인한 시청 방식의 변화와 미디어 산업의 패러다임 변화를 적시에 조망해 보는 텍스트로 읽히길 기대한다.

배기형, 사륙판, 118쪽, 9,800원, 2015-05



광고 심의 기준 반값

광고 심의는 광고의 부당성 여부를 판단하는 행위다. 따라서 광고 심의 기준이란 광고의 부당성 판단 기준으로서 크리에이티브를 이끄는 가이드라인이기도 하다. 그 기준은 매체별, 업종별 광고 심의 체계를 바탕으로 사전·사후 및 자율·타율의 시각에서 동시에 살펴볼 필요가 있다. 표시·광고의 부당성 판단 기준, 방송 광고 심의에 관한 규정, 의료 광고·의료기기 광고 심의 규정, 의약품 등의 안전에 관한 규칙, 건강기능식품 표시·광고 심의 기준, 옥외광고물 심의 기준, 영화 광고·선전물의 청소년 유해성 기준, 화장품 광고·금융 광고 심의 규정, 온라인(인터넷) 광고 심의 규정, 자율 심의 규정·기사형 광고 심의 규정 등을 소개한다.

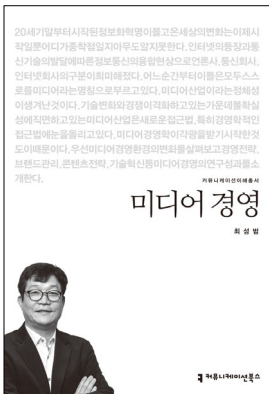
조재영, 사륙판, 154쪽, 9,800원, 2015-05



글로벌 미디어 기업

해외 주요 미디어 기업들의 변화 대응 전략 및 미래 전략을 살펴본다. 예를 들면 신문 기업에서 정보 기업으로 변신한 《뉴욕 타임스》의 콘텐츠 전략 변화도 다룬다. 미국계 글로벌 미디어 기업뿐만 아니라 유럽 및 일본 미디어 기업의 전략도 살펴본다.

전범수, 사륙판, 130쪽, 9,800원, 2013-02



미디어 경영

기술 변화와 경쟁 격화의 와중에서 불확실성에 직면하고 있는 미디어 산업은 새로운 접근법, 특히 경영학적인 접근법에 눈을 돌리고 있다. 미디어 경영학이 각광을 받기 시작한 것도 이 때문이다. 우선 미디어 경영 환경의 변화를 살펴보고 경영 전략, 브랜드 관리, 콘텐츠 전략, 기술 혁신 등 미디어 경영의 연구 성과를 소개한다.

최성법, 사륙판, 144쪽, 9,800원, 2013-02



미디어 경영-경제

미디어 업계가 필요로 하는 기본 지식과 정보를 담고 있다. 폭넓은 범위를 핵심적인 10개 아이টে으로 축약했다. 미디어 콘텐츠와 미디어 산업의 독특한 특성을 이해하고 미디어 창의성과 전략 경영을 논의하는 이유는 우리 사회가 꼭 필요로 하는 미디어 비즈니스 모델을 찾아야 하기 때문이다.

정회경, 사륙판, 120쪽, 9,800원, 2013-02



미디어 경제학

미디어는 문화적 현상이면서 경제적 현상이기도 하다. 미디어 현상에 대한 균형 잡힌 관점을 유지하기 위해서 미디어가 상품으로서 거래되는 시장 메커니즘을 분석할 필요가 있다. 미디어 상품이 가지는 경제적 특성, 콘텐츠에 대한 수요와 공급이 만나는 과정, 소비자의 효율, 미디어 기업의 제작 결정에 영향을 미치는 요소, 미디어 시장을 분석하는 방법, 미디어 콘텐츠의 가격이 차별되는 이유, 광고의 중요성, 미디어 노동 시장이 가지는 특수성, 미디어가 국제적으로 거래되거나 보호받는 논리를 소개한다. 미디어 시장이 가지는 독특성을 감안한 독자적 이론의 개발, 방법론적 엄밀성, 커뮤니케이션 이론과 접목을 통한 외연 확대가 미디어 경제학의 과제다.

장병희, 사륙판, 102쪽, 9,800원, 2015-05



미디어 제도 연구

미디어 제도 연구의 유용한 분석 방법 중 하나인 신제도주의 접근을 소개한다. 신제도주의는 미디어 행위자의 행위를 제약하는 구조적 틀로서 제도의 중요성을 강조하면서도 행위와의 역동적인 관계를 다루는 데 유용한 접근 틀이 될 수 있다. 미디어의 상업성과 공정성에 대한 문제, 사회제도로써 좋은 미디어 시스템의 설립과 유지 위해서는 보다 정확한 문제 진단과 처방이 이뤄져야 한다. 따라서 좋은 미디어란 무엇이며 어떻게 하면 사회적으로 좋은 미디어 제도를 설립하고 유지할 것인가에 대해 정리했다.

허찬행, 사륙판, 108쪽, 9,800원, 2015-05

특정 개념을 통해서 사물을 이해하는 것은 포괄적인 이해보다 효율적일 때가 있다. 디지털 시대에 들어서면서 우리 나라 뿐만 아니라, 전세계의 방송 시장도 급속히 발전하고 있다. 방송 시장이 발전하면서 방송 시장이 어떤 방향으로 발전할 것인가에 대한 관심이 높아지고 있다. 여기에는 방송 규제와 관련된 다양한 문제가 있다. 방송 규제와 관련된 문제를 해결하기 위해서는 방송 시장의 현황을 정확히 파악하고 있는 것이 중요하다. 방송 규제와 관련된 문제를 해결하기 위해서는 방송 시장의 현황을 정확히 파악하고 있는 것이 중요하다. 방송 규제와 관련된 문제를 해결하기 위해서는 방송 시장의 현황을 정확히 파악하고 있는 것이 중요하다.

방송 재원

황근



한국방송위원회

방송 재원

특정 개념을 통해 사물을 이해하는 것은 포괄적인 이해보다 효율적일 때가 있다. 디지털 시대에 들어서면서 우리나라뿐 아니라 모든 나라의 방송 시장은 갑자기 늘어난 사업자들이 한정된 재원을 놓고 치열하게 경쟁하는 격전장이 되고 있다. 여기에 방송 규제 범위 밖에 있는 인터넷·스마트폰 사업자들까지 가세하고 있다. 때문에 사업자 간의 갈등은 점점 심화되고 있는 다시 정책 갈등으로 이어지고 있다. 그런데도 방송 재원 확대와 공정 경쟁에 필요한 실효성 있는 정책은 여전히 크게 부족한 상태다. 다양한 방송 재원들을 살펴보고 관련된 쟁점들을 짚어 봄으로써 바람직한 정책 방향을 모색해 볼 수 있을 것이다.

황근, 사륙판, 178쪽, 9,800원, 2015-05

ICT시대의 정책 중심은 관련 산업 성장과 공정 경쟁에 있었다. 반면 미디어 이용에서 소수자나 구매력이 떨어질 계층을 위한 보편적 서비스 확대에 관심은 상대적으로 미약하고 개별사업자나 시장을 통해 보장되기 어려운 계층이었다. 특히 전통 매체의 진화와 융합으로 날로 새롭게 출현하는 미디어가 중요한 역할을 한다는 미디어가 중요해진 정보 전달과 문화 확산의 기능을 제공하는 측면에서 향후 ICT정책에서 보편적 서비스와 정보소외계층을 위한 정보 격차 해소 정책은 긴장한 정보 사회를 실현하는 데 핵심 정책 영역이어야 한다. 미디어 소외계층이 무엇인지, 정부의 지원 현황과 미디어 이용실태, 정책 개선 방안 등을 정리했다.

이 부록은 국가정보원 제공 자료입니다.

소외 계층과 미디어 정책

유승관



국립중앙도서관

소외 계층과 미디어 정책

ICT시대의 정책 중심은 관련 산업 성장과 공정 경쟁에 있었다. 반면 미디어 이용에서 소수자나 구매력이 떨어질 계층을 위한 보편적 서비스에 대한 관심은 상대적으로 미약하고 개별사업자나 시장을 통해 보장되기 어려운 계층을 위한 보편적 서비스에 대한 관심은 상대적으로 미약하고 개별사업자나 시장을 통해 보장되기 어려운 계 현실이다. 특히 전통 매체의 진화와 융합으로 날로 새롭게 출현하는 미디어가 중요한 정보 전달과 문화 및 오락 기능을 제공하는 측면에서 향후 ICT정책에서 보편적 서비스 이념과 정보 소외 계층을 위한 디지털 디바이드 해소 정책은 진정한 정보사회를 실현하는 데 핵심 정책 영역이어야 한다. 미디어 소외계층이 무엇인지, 정부의 지원 현황과 미디어 이용실태, 정책 개선 방안 등을 정리했다.

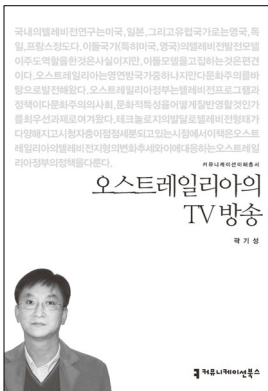
유승관, 사륙판, 132쪽, 9,800원, 2015-11



언카운터빌리티, 새로운 미디어 규범

미디어에 대한 공적 규제와 시장의 자유경쟁이나 자율규제 메커니즘 등은 모두 한계를 노출하고 있다. 미디어 언카운터빌리티는 사회적 책임을 중심으로 한 기존의 규범 이론과 규제 메커니즘이 지닌 한계를 수정 보완하기 위해 새로운 기준과 원리, 즉 규범으로서 등장했다. 이는 미디어의 사회적 책임을 구현하기 위한 수단이자 과정이다. 미디어 스스로가 책임과 역할 수행에 관한 언카운터빌리티를 이행해야 한다는 것이다. 규범과 실제 간에 발생할 수 있는 딜레마와 간극을 해소하기 위해 시민사회와 미디어의 상호 커뮤니케이션을 통한 '사회적 자율 규제'를 지향한다. 미디어 언카운터빌리티란 무엇인가. 그 본질과 함의, 핵심 쟁점을 고찰한다.

정수영, 사륙판, 122쪽, 9,800원, 2015-05



오스트레일리아의 TV 방송

국내의 텔레비전 연구는 미국, 일본, 그리고 유럽국가로는 영국, 독일, 프랑스 정도다. 이들 국가(특히 미국, 영국)의 텔레비전 발전 모델이 주도 역할을 한 것은 사실이지만, 이들 모델을 고집하는 것은 편견이다. 오스트레일리아는 영연방 국가 중 하나지만 다문화주의를 바탕으로 발전해 왔다. 오스트레일리아 정부는 텔레비전 프로그램과 정책이 다문화주의의 사회, 문화적 특성을 어떻게 잘 반영할 것인가를 최우선과제로 여겨왔다. 테크놀로지의 발달로 텔레비전 형태가 다양해지고 시청자층이 점점 세분되고 있는 시점에서 이 책은 오스트레일리아 정부의 정책을 다룬다.

박기성, 사륙판, 138쪽, 9,800원, 2015-11



유료 방송 정책

국내 유료 방송의 영향력이 점점 커지고 있다. 유료 방송은 산업 구조나 사업자 간 이해가 복잡하기에 정책적으로 풀기가 쉽지 않다. 그동안 유료 방송 정책에 대한 논의는 많았지만 종합적인 평가가 제대로 이루어지지 않았다. 이 책에서는 주요 정책들을 중심으로 정부 조직 개편과 정책의 변화, 정책의 역사적 전개, 쟁점 그리고 개선 방향에 대해 살펴보았다. 방송과 통신의 융합, 대외 개방(FTA), 지상파 재전송, 수신료 배분 계약, 종합편성 채널, 불공정 경쟁 규제, 산업 지원, 디지털 전환, 멀티캐스팅(MMS), OTT(Over the Top) 등 우리 사회에서 현재 뜨거운 논란이 되는 유료 방송 관련 정책의 배경을 이해하게 될 것이다.

이상식, 사륙판, 168쪽, 9,800원, 2015-05

방송은 어떠한 매체보다도 영향력이 크며 공공성, 공정성 등 공적 기능이 강하다. 그래서 방송 정책이나 이슈를 다룰 때보다 전문적이거나 다양한 의견을 수렴하여 반영해야 하는데, 이러한 역할을 방송 관련 위원회들이 담당한다. 특히 방송 시의인상가는 물론 방송에 대한 규제나 정책을 입안하고, 특정한 이슈를 다루는 데 중요한 역할을 해왔다. 그러한 위원회들 중에는 법정기구인 위원회가 있는가 하면, 특정한 정책이나 이슈를 다루기 위해 법정 위원회 산하 또는 방송 관련 정부 부처에서 한시적으로 운영하는 위원회도 있다. 방송과 관련하여 과거 중요한 역할을 했거나 현재 운영되고 있는 위원회들을 소개하였다.

한국의 방송위원회

한진만



책 읽는 나그네 이만득

한국의 방송위원회

방송은 어떠한 매체보다도 영향력이 크며 공공성, 공정성 등 공적 기능이 강조된다. 그래서 방송 정책이나 이슈를 다룰 때보다 전문적이고 다양한 의견을 수렴하여 반영해야 하는데, 이러한 역할들을 방송 관련 위원회들이 담당한다. 특히 방송사의 인허가는 물론 방송에 대해 규제를 하거나 정책을 입안하고, 특정한 이슈를 다루는 데 중요한 역할을 해 왔다. 그러한 위원회들 중에는 법정기구인 위원회가 있는가 하면, 특정한 정책이나 이슈를 다루기 위해 법정 위원회 산하 또는 방송 관련 정부 부처에서 한시적으로 운영하는 위원회도 있다. 방송과 관련하여 과거 중요한 역할을 했거나 현재 운영되고 있는 위원회들을 소개하였다.

한진만, 사륙판, 112쪽, 9,800원, 2015-05

다른 과목이 궁금하다면?

여기를 클릭하세요.

광고

공간 커뮤니케이션

PR

마케팅 커뮤니케이션

미디어경제, 경영, 정책

미디어론

뉴미디어, 멀티미디어, 소셜미디어

커뮤니케이션학

방송, 영상

연구방법론

영화, 다큐멘터리, 애니메이션

문화콘텐츠

저널리즘

소통, 스피치, 글쓰기, 토론

미디어교육

한국어

대중문화

가이드를 다 보았는데도 마음에 드는 교재가 없다고요?

내 마음대로 만드는 '리딩패킷 교재'를 이용하세요.

꼭 필요한 부분만 골라 나만의 교재를 만들 수 있습니다.

[리딩패킷 만들기](#)

[튜토리얼 영상 보기](#)

궁금한 게 있으면 언제든지

교재 문의

전정욱 주간 02-3700-1273, jwjuhn@commbooks.com

커뮤니케이션북스

서울시 성북구 성북로 5-11 (성북동1가 35-38) 35

.02-7474-001 F.02-736-5047 commbooks.com