

제2장

미디어와 사회

오늘의 수업 내용과 주요 질문

■ 주요 수업 내용

- 미디어 이해하기
- 미디어의 경제적 원리
- 미디어의 이윤추구동기와 BM
- 미디어의 비판적 이해
- 혁신의 전파
- 미디어의 기능
- 미디어와 여론
- 기술결정론
- 미디어와 대중문화

■ 주요 질문

- 1) 미디어를 통해 이윤을 추구하는 것은 정당한가? 미디어 기업의 비즈니스모델은 무엇인가?
- 2) 미디어를 비판적으로 분석하는 이론이나 연구그룹에는 어떤 것들이 있고, 어떤 주장과 연구결과를 제시하는가?
- 3) 혁신의 전파이론은 무엇을 설명하며, 이 이론에서 미디어의 역할은 무엇인가?

2.4 미디어 이윤추구 동기

■ 부자들의 놀이터, 미디어 시장

- 최근 포브스의 세계 부자 순위 앞자리는 미디어, ICT 기업인들

■ 미디어에서 []

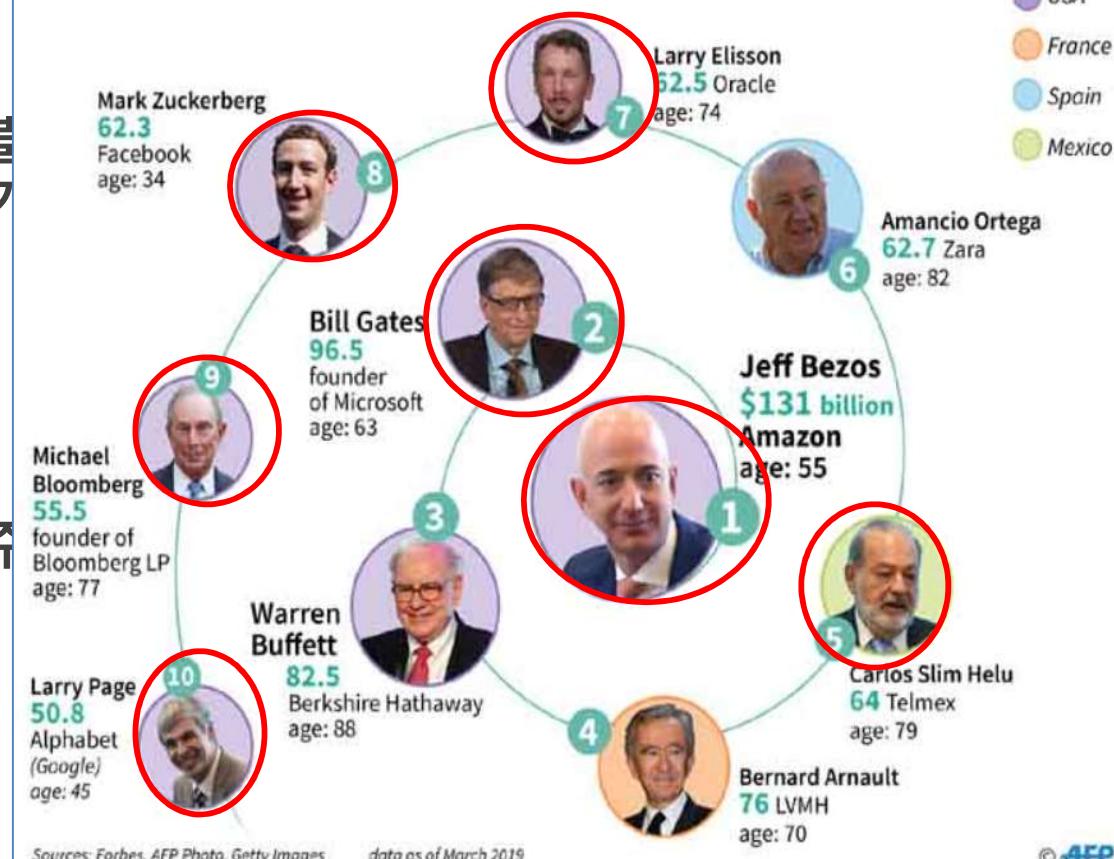
- 아바타의 사례: 제작비 약 2억8천만불
마케팅 포함 비용 약 4억4400만불, 단기
적으로 약 30억달러 수익

- 국내?

■ 미디어를 [] 동기의 장으로?

- 미디어 기업이 많은 수익을 거두고 주주
에게 수익을 나누는 것에 대한 생각?
- 국내 SBS, 중앙일보, 네이버, 등

The world's richest people



출처: Forbes, AFP Photo, Getty Images

2.4 미디어 기업 비즈니스 모델

- **비즈니스 모델:**

BM

- 어떤 제품이나 서비스를 어떻게 소비자에게 제공하고 어떻게 마케팅하여, 궁극적으로 어떻게 돈을 벌 것인가 하는 사업 계획 혹은 아이디어
- 달리 표현하면

- **미디어 기업 비즈니스 모델**

- 1) 직접 판매 – 아이패드, 음반, dvd
- 2) 대여 – 과거 비디오가게 (넷플릭스)
- 3) 가입 – 케이블TV, IPTV, 위성방송, 넷플릭스
- 4) – 극장, 페이퍼뷰
- 5) 광고 – 지상파방송
- 6) (저작권 사용료) – 작곡가가 노래방으로부터 저작권 사용료
- 7) (정부) 보조금 – 미국 비영리방송(PBS), 지역신문
- 8) 자발적 기부금 – NPR(미국공공라디오)

2.5 대중 시장에서 시장의 분할로

- 방송(放送, broadcasting) → (狹送, Narrowcasting) → 점송
 - 전문화된 콘텐츠로 소규모 시청자집단을 표적화
 - 대중(mass) 소구에서 (target group) 소구로
 - 최근에는 점송(點送, pointcasting)으로까지 -



■ 시장 분할의 배경

- 정보 기술 (인터넷, 다채널방송, 이용자 추적 기술)
- 를 선호 (돈의 값 확인 원함)
- 조사 기법 발달
- 전통 미디어도 시청자 요구에 부응하여 세분화된 프로그램 방영

3. 미디어의 비판적 이해

- 미디어의 사회적 역할과 미디어 문해력의 중요성
 - 미디어의 사회적 역할과 미디어 문해력에 대하여 비판적으로 인식할 수 있는 미디어 문해력
 - 미디어 리터서리를 갖출 때 미디어와 그 지배자들에게 휘둘리지 않게 됨
- 비판 이론
 - 사회의 계급적 역학 관계 속에서의 미디어의 역할과 미디어의 메시지를 부호화하는 과정, 수신자의 해독 과정을 비판적으로 설명하고, 특히 수신자(미디어이용자)의 적극적인 참여를 강조하는 진보적 이론
 - 입장에 따라 다양한 이론이 존재
 - 미디어와 미디어 사용과도 관련
- 미디어 리터러시 향상을 위한 미디어 리터러시 교육의 필요성
 - 유튜브 영상 (YTN 다큐플러스)
<‘가짜뉴스’ 잡으려면 ‘미디어 리터러시’ 알아야>

3.1 정치경제학과 페미니스트 연구

■ 정치경제학

- 마르크스의 자본론에 기초
- 미디어를 통해 지배 그룹의 [redacted]
[redacted] 여성
- 최근 “월가를 점령하라” 보도에서도 드러남
- 콘텐츠는 미디어 소유주, 광고주의 이해를 반영
- 불평등한 미디어 접근은 여전히 이슈
- “전통문화와 무관하게, [redacted] 가 형성됨”

■ 페미니스트 연구

- 페미니스트 전통과 이론을 바탕으로 미디어와 콘텐츠 분석
- “여성이 미디어에서 너무 적게 등장함” - 과소 대표됨
- 기껏 가정주부, 간호사, 엄마, 비서 등 [redacted] 로만 비춰짐

3.2 소수인종 연구와 미디어 비평

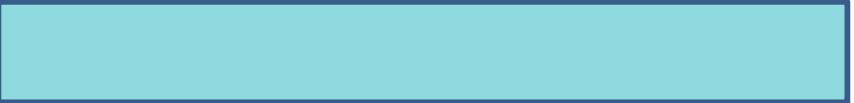
■ 소수인종과 미디어 연구

- 인종적 소수 그룹이 미디어에서 하녀, 범죄자, 테러리스트 등 정형화된 역할로 그려짐
- 한국에의 적용?
- 뮤직비디오, 광고 등에서 이어짐

■ 미디어 비평

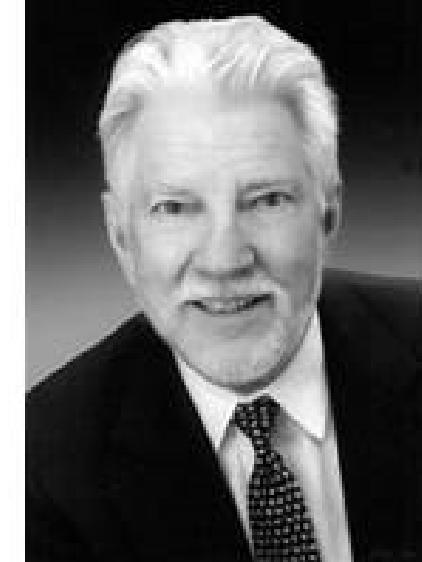
- 미디어 장르의 중요성
- 기호학적 분석을 통해 언어와 영상 탐구
- 수용자의 역할

4. 혁신의 전파

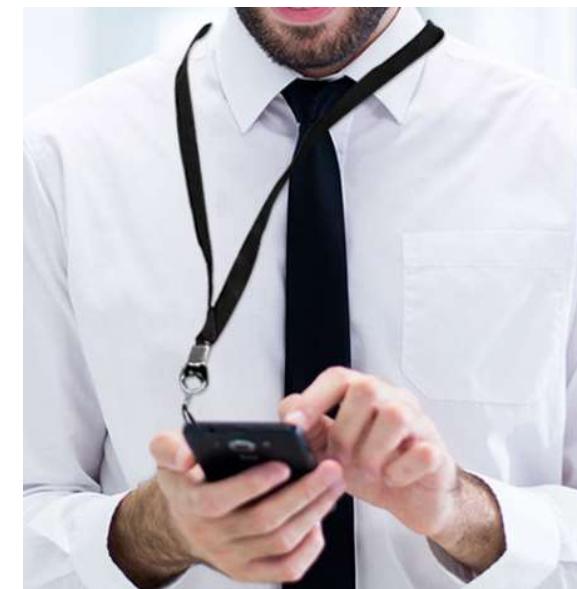
- 사람들이 왜 새로운 미디어를 채택하느냐를 설명
- 
 - 모든 미디어는 발명 당시에는 혁신 제품

■ 혁신의 성공 조건

- 1) 
- 2) 호환성 (양립가능성)
- 3) 용이성 (이용하기 쉬운 정도)
- 4) 복잡성 (다양한 기능)
- 5)  (눈에 잘 띠는 정도)

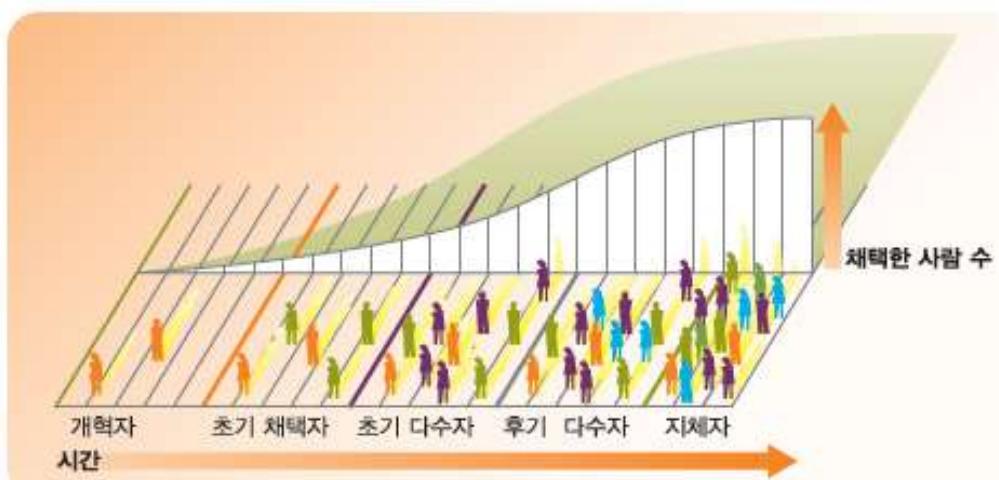


에버렛 로저스
(1931-2004)

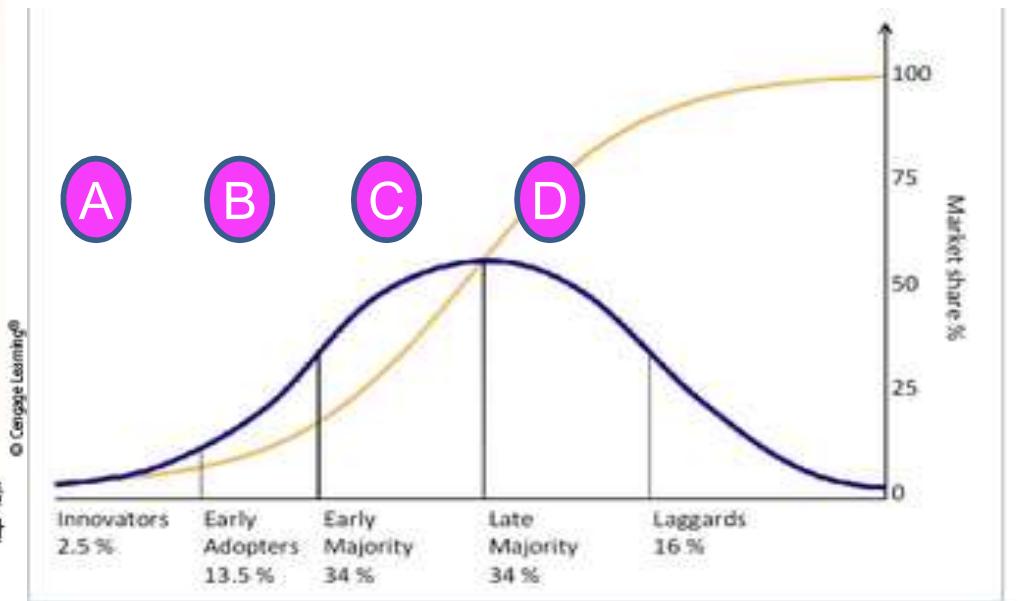


4.1 혁신의 전파 과정

- 혁신 제품은 **개혁자** 집단부터 [] , 초기 다수자, 후기 다수자 순으로 전파됨
 - 마지막까지 채택을 꺼리는 **지체자** 집단도 있을 수 있음
- 혁신의 전파 과정에서도 **미디어**의 역할 중요
- [] 의 존재 (**Critical Mass**)
- ‘**재발명**’ - 채택자에 의해 예기치 못한 방식으로 사용됨
 - 가정용 컴퓨터 - 게임기(어린이), 인터넷 접속수단…



〈그림 2-4〉 전파. 혁신자나 초기 채택자는 혁신을 남보다 일찍 채택한다. 대다수의 사람은 이들 이 사용 방식을 구축한 이후에 뒤를 따른다. 사용자의 증가 속도는 초기 다수자가 혁신에 동참할 때 가속화된다.



Rogers, E. M. (2003).

요약 및 정리

■ 주요 수업 내용

- 미디어 이해하기
- 미디어의 경제적 원리
- 미디어의 이윤추구 동기와 BM
- 미디어의 비판적 이해
- 혁신의 전파
- 미디어의 기능
- 미디어와 여론
- 기술결정론
- 미디어와 대중문화

1)

2)

3)