

제8장

미디어 이용과 영향

수업 내용

1. 미디어는 사회에 유익한가,
혹은 해악만 끼치나?
2. 미디어의 영향에 관한 연구
방법
3. **미디어 이론의 효용**
4. **미디어 이용과 영향에 관한
이론**
5. 미디어와 반사회적 행동
6. 미디어와 친사회적 행동
7. 사회적 영향 이해하기

주요 질문

- 1) 미디어이론의 효용과 목적
은 무엇인가?
- 2) 이용과 충족 이론에서는 미
디어 이용자를 어떤 존재로
보고, 미디어의 영향을 어떤
것에 중점을 두고 설명하려
하는가?
- 3) 2단계유통이론에서 언급한
의견지도자를 SNS상에서
적용하면 인플루언서 등에
대해 어떻게 설명할 수 있나?

3. 미디어 이론의 효용

■ 이론이란?

- 사물이나 []
- 학문의 목적이며 []
- “학문은 이론을 세우고, 이를 검증하는 과정”
- 사회과학으로서의 언론학에서는 이론을 미디어 현상과 관련된 개념들 사이의 관계에 대한 서술을 통해 미디어 현상을 [] 기능을 함
- 이론은 각 학문의 핵심이며, 독립 학문으로 인정받기 위해서는 고유의 이론이 있어야
- 이론은 설명 범위에 따라 미시적, 중시적, 거시적 이론, Grand Theory 등이 있음

4. 미디어 이용과 영향에 관한 이론

- 이용과 충족 이론(Uses and gratifications theory)
- 사회학습이론
- 탄환이론
- 2단계 유통 이론
- 선택적 과정 이론
- 문화계발 효과이론 (배양이론: Cultivation Theory)
- 의제설정이론 (Agenda Setting Theory)
- 침묵의 나선 이론 (Spiral of Silence Theory)
- 점화 이론
- 정화 이론

4.1 이용과 충족 이론

■ Uses and gratifications theory

- 관점, 목적지향적
- “미디어가 수용자에게 무엇을 하는가(what the media do to people people?)”가 아니라 “수용자가 미디어를 이용해서 무엇을 하는가(what people do with media?)”에 관심을 두어야 한다는 입장 (엘리우 캐츠)
- 이용자들은 그들의 서로 다른 이유로 미디어를 선택하여 이용함
- 추구하는 충족과 목표도 다름
예) 정보 욕구, 친교 욕구, 기분전환 욕구
- 미디어 연구에서 가장 많이 활용되는 이론

4.1 이용에 관한 이론 (2)

■ 이용과 충족 이론의 기본 가정

- ① 능동적 이용자
- ② 자신의 욕구 충족을 위한 미디어 선택의 주도권은 이용자에게
- ③ 미디어는 수용자 욕구를 충족시킬
- ④ 사람들은 자신의 관심사와 동기에 대해 충분히 알고 있음
- ⑤ 미디어의 문화적 중요성에 대한 가치판단은 수용자가 결정

■ 주요 미디어 이용 욕구

- 인지적; 정서적; 통합적; 유대강화; 도피 긴장해소, 등
- 욕구 충족을 위해 미디어 포함한 중 선택
- 미디어로부터 추구하는 욕구는 사람마다 다르며, 심지어 생애주기에 따라서도 달라짐

예) TV & 영화: 기분전환 욕구

인터넷: 정보 욕구

<참고> TV와 인터넷의 이용과 충족

나는 텔레비전을 시청한다

재미있기 때문에

즐겁기 때문에

휴식을 취할 수 있기 때문에

유쾌한 휴식이 되기 때문에

긴장을 푸는 데 도움이 되기 때문에

할 일이 없을 때

나는 인터넷을 이용한다

편리하기 때문에

정보를 찾기 위해서

무료로 정보를 얻기 위해서

연구에 도움이 되기 때문에

즐겁기 때문에

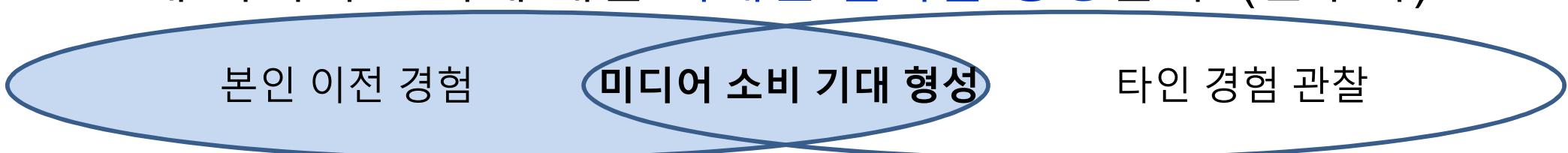
재미있기 때문에

출처: Source: Rubin, A. (1983). Television uses and gratifications, *Journal of Broadcasting*, 27, 37-51; Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet usage, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44, 175-196.

4.2 사회학습이론

- 사회학습이론 (Social Learning Theory)

- 미디어 이용자는 자신의 이전 경험과 []을 통해 미디어 소비에 대한 기대된 결과를 형성한다. (반두라)



- 이용과 충족 이론을 보완
- 미디어 소비에 대한 부정적 결과 기대 시에는 []
 - 미디어 회피를 발생시킴
- []는 자기 관찰을 중단시켜 의존과 중독을 야기할 수도...
- **자기효능감 (self efficacy)**
 - 미디어 소비와 관련된 자신의 능력에 대한 자신감
 - 자기효능감 저하는 미디어 회피나 거부로 갈 수도

4.3 미디어 효과 이론

이론적 모델	예	수용자 반응
피하주사		미디어가 말하는 바를 그대로 믿고 정확하게 행동한다 
다단계 유통		미디어 메시지를 해석해 주는 의견 지도자를 따른다 
선택적 과정		자신의 방식대로 이해한다 
사회학습		미디어에서 보여준 행동을 모방한다 
문화계발		현실 세계는 텔레비전이 보여주는 세계처럼 작동한다고 생각한다 
점화		미디어는 관련된 생각들을 촉발시킨다 

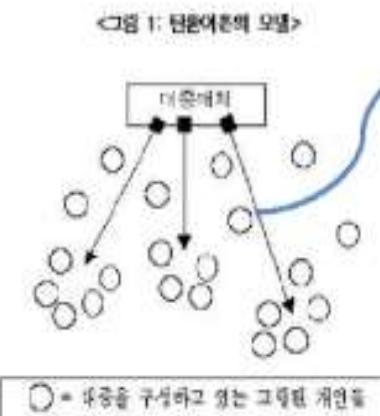
4.4 탄환이론

■ (마법의) 탄환이론 (Bullet Theory)

- 피하주사이론 (Hyperdermic Needle Model)
- 대표적 미디어 [redacted]
- 미디어가 고립된 개개인에게 직접적이고 강력한 영향을 준다는 이론 [redacted]
- 미디어 연구의 초기, [redacted]의 시대에 미디어의 영향력을 설명



'마법의 탄환이론' or '피하주사이론'



∴ 탄환이론
→ 매스미디어는 우리에게
직접적인 영향을 준다.



communication

예) 허스트의 신문기사

→ 미국-스페인 전쟁 촉발

라디오의 화성으로부터의 습격

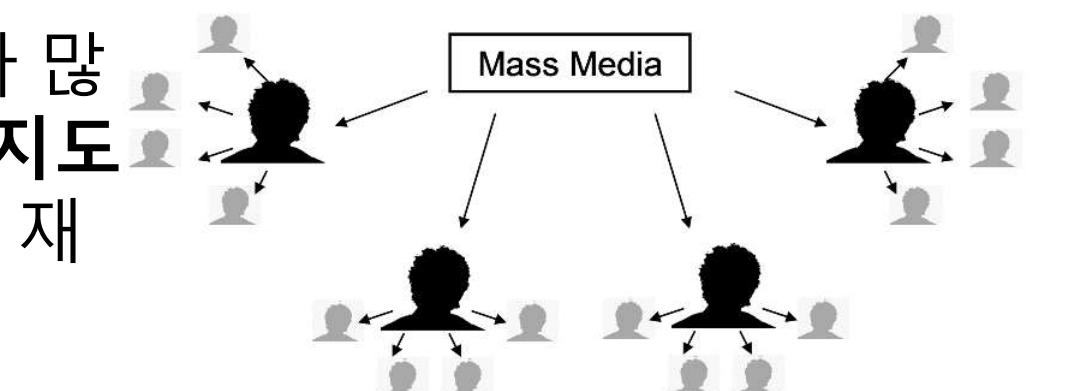
→ 방송 들은 사람들 도피

4.5 2단계 유통 이론

■ Two Step Flow of Communication Theory

- 미디어의 효과가 기대만큼 크지 않으며 미디어에 의한 태도의 변화 등은 선별적으로 나타난다는 []의 일종
- 정보의 전달은 주로 미디어를 통해, 영향력은 **의견지도자 (Opinion Leader)**를 통해 전달됨
- 미국 1940년 대통령선거의 투표 의사 결정 과정 연구한 결과
- 의견지도자의 존재와 영향력
- 이후, [] 등에 활용됨
- 최근 SNS 연구에서 남들보다 많은 친구, 팔로워를 가진 **의견지도자**의 네트워크에서의 영향력 재발견 – []

 Opinion leader
 Individuals in social contact with an opinion leader



4.1 선택적과정이론

■ 선택적 과정

- 미디어에서 제공하는 정보 등에 누구나 똑같이 노출되고 이를 기억하는 것은 아님
- 미디어를 접촉하고 이에 영향 받는 과정은 이용자의 기존 태도나 배경에 따른 의 결과
- “뭐 눈에 뭐만 보인다”
- 선택적 노출 → 선택적 → 선택적 기억
- 자신의 가치와 통하는 메시지에 선택적으로 노출하고 지각하며 기억함
- 이후 설득커뮤니케이션 이론의 중심 이론이 됨

수업 내용

1. 미디어는 사회에 유익한가,
혹은 해악만 끼치나?
2. 미디어의 영향에 관한 연구
방법
3. 미디어 이론의 효용
4. 미디어 이용과 영향에 관한
이론
5. 미디어와 반사회적 행동
6. 미디어와 친사회적 행동
7. 사회적 영향 이해하기

요약과 정리

1)

2)

3)