

문화콘텐츠 입문

봄학기, 2021

미디어 장르의 분류



트랜스 미디어 (trans-media) 시대

MEDIA PLATFORM

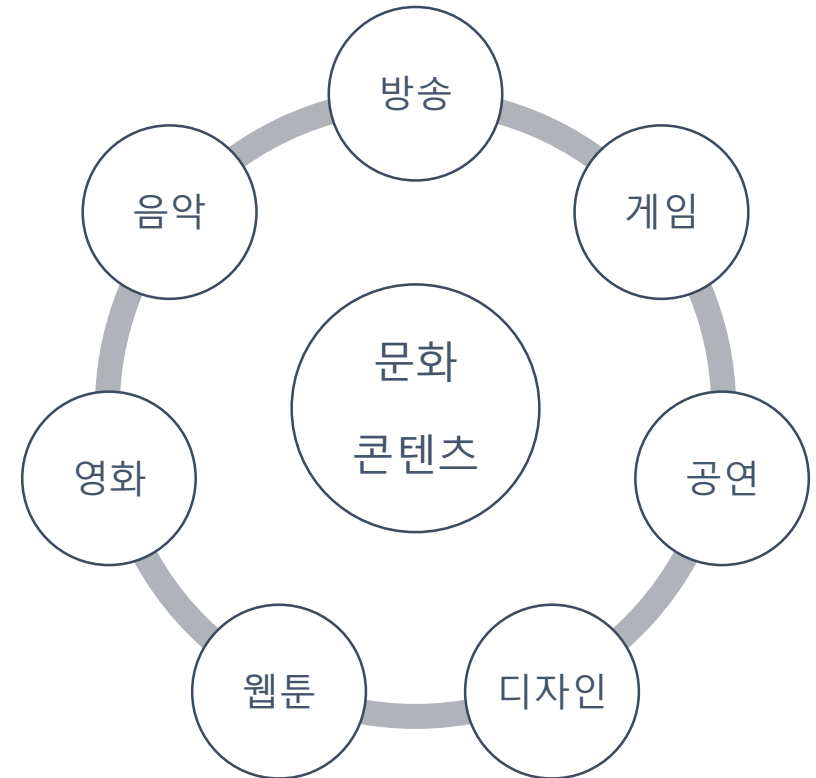
문화적 특성
/ 요소

전통문화
문화예술
생활양식
역사

.....

창의력

기술



MEDIA PLATFORM

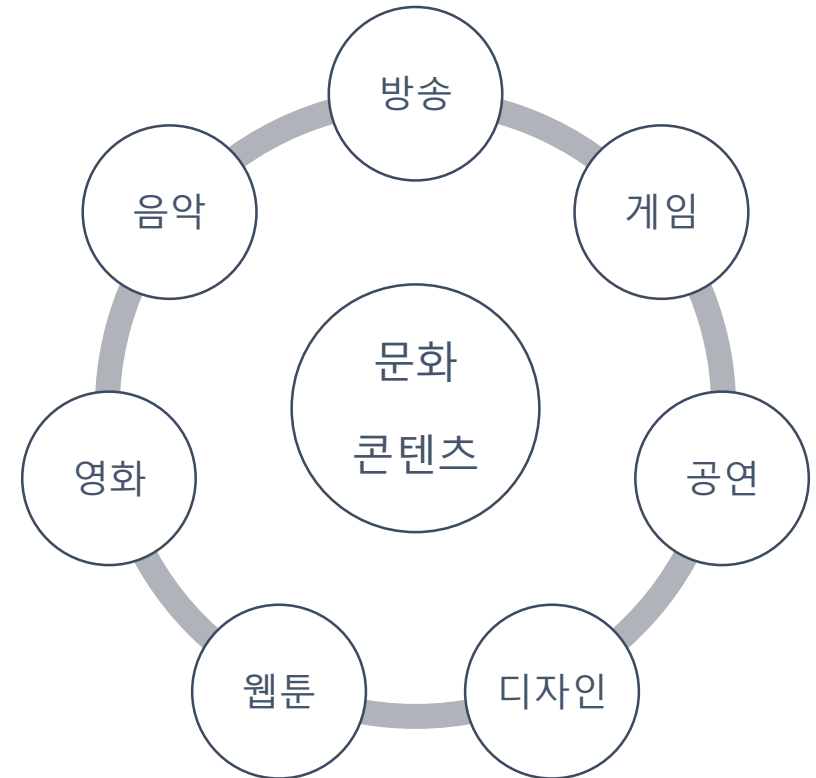
문화적 특성
/ 요소

전통문화
문화예술
생활양식
역사

.....

창의력

기술



헤이지니 Hey Jini

구독자 256만명

구독

홈

동영상

재생목록

커뮤니티

채널



지니도 키즈카페에서 놀고 싶어요!!!

조회수 25777회 141개 평



왜 사람들은 특정 콘텐츠를 소비할까?

✓ 강렬한 간접 경험과 개입효과

**Every two weeks,
a woman in Switzerland dies as a result
of domestic violence.**

스위스여성인권협회의 가정폭력 광고 (강의자료 week 2 참고)

https://www.youtube.com/watch?time_continue=4&v=eQu9lutO9cc



(강의자료 week 2 참고)

<https://www.youtube.com/watch?v=ZOITis89YT0>

감정이입

- 다른 사람이 느끼는 감정을 목격하거나, 기대하는 순간에 정서적으로 반응하는 것 (Stotland, 1969)
- 다른 사람의 감정을 정확히 지각하는 능력 (Borke, 1971)
- 다른 사람의 입장에 스스로를 놓는 능력 (Katz, 1963)
- 다른 사람의 정서적 경험을 이해하는 기술 (Davis, Hull, Young & Warren, 1987)

동일시 (identification)

- 미디어의 등장 인물이나 타인에게 벌어진 일이 마치 자신에게 일어난 것처럼 내면에서부터 감정 이입되어 나타나는 심리 (Cohen, 2001)
- 동일시와 감정이입은 서로 밀접한 연관성
- 동일시가 강할수록 감정이입도 강하게 일어남
- 등장 인물이나 타인이 실제로 수용자와 유사성을 지닐 때 동일시가 더 쉽게 일어나는 경향이 있음 (Livingstone, 1990)
- 자신이 더 닮고 싶어하는 인물에게 동일시가 더 크게 일어남 (Cohen, 2001)

동일시 (identification)

- 동일시가 일어나면, 자기 자신이 누구인지 잠시 잊고 자기가 동일시하는 등장인물과 감정적, 인지적 연결이 강해짐 (Busselle & Bilandzic, 2008)
- 동일시를 크게 느낄수록 그 인물의 행동에 더 많은 영향을 받음 (Paik & Comstock, 1994)
- 현실에서 일어날 가능성이 높다고 생각할수록 나와의 관련성이 더 높게 지각되어 더 강한 정서를 일으킴

다양한 콘텐츠를 접하면서 사람들은

- 1) 자신의 상황을 투사하여 비교해보기도 하고
- 2) 주인공에게 몰입 해 마치 자기가 극 중의 사건을 경험하는 듯한 느낌을 받기도 함
- 3) 자신이 동일시하는 극 중 인물이 자기가 원하던 것을 성취했을 때 대리 만족을 느끼기도 하고
- 4) 마치 그 사람과 실제로 상호작용을 하고 있는 듯한 유사 사회적 상호작용을 경험하기도 함
- 5) 드라마나 영화 속의 인물에 감정 이입을 하여 공감을 느끼기도 함



슈프림치킨 먹방 Mukbang - YouTube
youtube.com



먹방의 변화 ... '식방'으로 오늘을 ...
m.khan.co.kr



중국에서 13,600개의 먹방 계정을 돌연 삭제...
redfriday.co.kr



먹방 유튜버 순위 대변동! Top 7...
1boon.kakao.com



민족의 대명절!! 푸짐한 한가위 먹방!!~[[한우...
youtube.com



라면 18봉지를 한 번에? 먹방계의 섹스 아이콘인...



번역기도 모르는 진짜 영어! 9.한국서도 외국서도 인...



스브스타] 82살 먹방 유튜버 '화제'...'시골에 계신 할...



여자 먹방 BJ 순위~! (인기 비제이 내멋대로 순위) ...



유사 사회적 상호 작용 (parasocial interaction: PSI)

- 미디어를 통해 경험되는 인물이 마치 실제 인물인 것처럼 반응할 때 (Giles, 2003)
- 미디어의 인물과 시청자 사이에 형성되는 대리 경험적 인간관계
- 미디어에 등장하는 인물을 마치 매일 만나서 대화하는 상대인 것처럼 인지
- 자신이 속한 시공간을 넘어 다양한 사회 환경을 대리적으로 경험하게 된다는 것



유사 사회적 상호 작용 (parasocial interaction: PSI)

- 지각된 유사성 : 미디어의 인물과 얼마나 유사한가?
- 빈번하고 반복적 노출 : 주인공을 조연보다 자주 보기 때문에 좀 더 친밀감을 느낌
- 미디어 인물의 매끄러운 행동과 매너 : 세련된 말투 등을 본 후 준사회적 행동







BTS 미국인 팬 "눈물에 시야 가릴까봐 LA 공연 때 안 울었죠" - 중...
news.joins.com



BTS 해외 스케줄, 우리에게 맡겨주세요 - 조선일보
chosun.com



넌 절벽에 서있던
내 마지막 이유야...

광각소년단 (Magic Shop) 중에서...

왜 사람들은 특정 콘텐츠만 소비할까?

✓ **확증편향**

확증편향(confirmation bias)

"We see what we want to see"

기존의 신념에 부합되는 정보나 근거만을
찾으려고 하거나, 이와 상반되는 정보를 접
하게 될 때는 무시하는 인지적 편향

