

## 뉴미디어 환경에서의 커뮤니케이션 모델에 관한 연구

이 인 희

이 논문은 뉴미디어의 이용환경에 의한 새로운 인간 커뮤니케이션 현상을 고찰하고, 뉴미디어가 이용되는 특정한 사회적 상황을 근거로 하여 발생하는 인간 커뮤니케이션 행위의 과정을 체계화하는 모델을 제시함을 목적으로 한다. 이 논문에서는 뉴미디어를 이용한 인간 커뮤니케이션 행위에 나타나는 차원(*dimension*)을 세 가지로 나누어 제시하고 있는데, 시간성(*temporality*), 관여성(*involvement*), 그리고 통제성(*control*)이 그것이다. 또한 이 논문은 커뮤니케이션이 행해지는 사회적 상황(*social context*)이 중요한 비중을 차지한다는 사실에 중점을 두고 있다. 뉴미디어 환경에서 새로운 커뮤니케이션 연구모델의 필요성을 주장하는 이유도 뉴미디어가 창출하는 새로운 사회적 상황을 중요시해야 하기 때문이라고 설명할 수 있다. 이 논문이 제시하는 커뮤니케이션 모델은 인간이 매체를 통한 대인(*interpersonal*) 커뮤니케이션 관계를 바탕으로 사회의 구성원들 사이에 의미와 상징을 공유하면서 특정한 문화를 형성하게 되는 사회적 상황에 초점을 두고 있다. 또한 이 논문은 뉴미디어의 사회적 영향에 관한 문헌조사를 바탕으로 미디어 효과론, 이용과 충족이론, 집단 커뮤니케이션 등 주로 세 가지 커뮤니케이션 연구분야에서의 뉴미디어의 새로운 함의를 고찰한다. 이 논문이 제시하는 모델이 뉴미디어 환경에서의 모든 인간 커뮤니케이션 행위의 유형들을 설명한다고는 볼 수 없으나 커뮤니케이션 행위를 분석하는 세 가지 차원과 사회적 상황이라는 개념을 통합하여 서로 유기적인 관계에 놓고 커뮤니케이션 현상을 관찰한다면 뉴미디어 환경에 적합한 커뮤니케이션 행위들을 포괄적이고 일반성있게 설명할 수 있으리라는 기대를 가질 수 있다.

## 1. 연구의 배경 및 동기

현대사회가 산업사회로부터 정보사회로 진전하고 있다는 주장이 등장한 지는 이미 오래되었고, 이러한 주장은 이제 학계에서도 꽤 타당성 있는 가설로 받아들여지고 있다. 또한 정보사회라는 용어는 현대인의 사고와 행동의 논리를 지배하는 이데올로기가 되고 있다. 새롭게 일어나고 있는 사회적 현상으로서 정보사회의 속성을 올바르게 이해하는 일은 뉴미디어의 기술적 발달에 관한 연구와 불가분의 관계를 가진다. 왜냐하면 정보사회란 간단히 말해 뉴미디어, 즉 커뮤니케이션과 정보통신 기술의 발달을 위주로 형성되는 새로운 사회구조의 변화를 의미하기 때문이다.

지금까지 커뮤니케이션 학계에서는 신문과 텔레비전을 비롯한 여러 가지 유형의 대중매체들이 인간사회에 미치는 영향에 대해 많은 연구를 해왔다. 그러나 현대사회와 같은 정보화 사회에서 일어나고 있는, PC통신과 같은 뉴미디어를 이용한 새로운 커뮤니케이션 현상의 과정을 구체적이고 체계적으로 고찰한 이론적 연구는 그리 많지 않은 실정이다. 대부분의 뉴미디어 연구는 기술정책과 산업구조에 관련한 주제들을 다루고 있다.

최근 뉴미디어에 대한 학문적 관심이 급증하고 있는 현상은 각종 학회에 발표되거나 학술지에 게재되는 연구논문들의 주제가 뉴미디어 기술정책과 정보산업에 관한 내용이 대다수를 차지하는 데서 피부로 느낄 수 있으며, 이것은 정보사회 현상의 연구에 민감하게 대응하는 응용학문으로서의 커뮤니케이션학(*communication science*)의 본질을 잘 나타내고 있다고 본다. 그 본질이란 뉴미디어 정책과 관련한 연구를 진행하고, 어떻게 뉴미디어를 사회제도(*societal system*)에 응용할 것인가를 규명하며, 그 밖의 연구의제를 설정하는 데 커뮤니케이션 학자들의 역할이 매우 중요하다는 것을 의미한다.

그러나 우리나라에서 지금까지 진행되어 온 뉴미디어 연구는 주로 연구자의 개인의견과 규범론적 주제가 지배적이어서 커뮤니케이션학이 과연

진정한 의미에서 뉴미디어 분야의 과학적 학문성을 지향하고 있는지 재고의 필요성을 느끼게 한다. 왜냐하면 과학적 학문으로서의 뉴미디어 연구란 뉴미디어가 가져오는 뭔가 ‘새로운’ 커뮤니케이션 현상을 과학적으로 설명하는 이론을 제시함으로써, 인간의 상징 및 정보체계의 생산, 이용 그리고 효과 등을 이해하고 예측하려는 데 목적을 두어야 하기 때문이다.

이러한 목적에 조금이라도 가까이 가기 위해서는 첫째, 뉴미디어의 개념을 이론적인 틀 안에서 정의를 내리는 일과, 둘째, 체계적인 모델화를 통하여 뉴미디어를 매개체로 한 인간 커뮤니케이션 현상을 고찰 및 규명하는 일이 필요하다고 보겠다.

## 2. 연구의 목적

이 논문은 뉴미디어의 이용환경에 의한 새로운 인간 커뮤니케이션 현상을 고찰하고, 뉴미디어가 이용되는 특정한 사회적 상황을 근거로 하여 발생하는 인간 커뮤니케이션 행위의 과정을 체계화하는 모델을 제시함을 목적으로 한다.

이 논문에서는 뉴미디어를 이용한 인간 커뮤니케이션 행위에 나타나는 차원(*dimension*)을 세 가지로 나누어 제시하고 있는데, 시간성(*temporality*), 관여성(*involvement*), 그리고 통제성(*control*)이 그것이다. 시간성은 커뮤니케이터가 주어진 커뮤니케이션 상황 하에서 갖게 되는 시간적인 경험을 의미하며, 관여도란 커뮤니케이터의 인지적, 감성적 및 감각적 능력이 커뮤니케이션 상황에 응용 또는 투입되는 정도를 의미한다. 한편 통제성은 커뮤니케이터가 주어진 커뮤니케이션 상황에서 행사할 수 있는 영향력의 정도를 나타낸다. 또한 이 논문은 커뮤니케이션이 행해지는 사회적 상황(*social context*)이 중요한 비중을 차지한다는 사실을 강조하고 있다. 뉴미디어 환경에서 새로운 커뮤니케이션 연구모델의 필요성을 주장하는 이유도 뉴미디어가 창출하는 새로운 사회적 상황을 중요시해야 하기 때문

이라고 설명할 수 있다.

이 논문이 제시하는 커뮤니케이션 모델은 인간이 매체를 통한 대인 (*interpersonal*) 커뮤니케이션 관계를 바탕으로 사회의 구성원들 사이에 의미와 상징을 공유하면서 특정한 문화를 형성하게 되는 사회적 상황에 초점을 두고자 한다. 또한 이 논문은 뉴미디어의 사회적 영향에 관한 문헌조사를 바탕으로 미디어 효과론, 이용과 충족이론, 집단 커뮤니케이션 등 주로 세 가지 커뮤니케이션 연구 분야에서의 뉴미디어 연구의 새로운 함의를 고찰하기로 한다.

### 3. 뉴미디어 도입에 따른 커뮤니케이션 환경의 변화

일반적으로 뉴미디어라는 용어는 인간이 정보를 전송하고 커뮤니케이션 행위를 하는 매체로서의 기능 또는 특성을 내포하는 개념이라기보다는 미디어 기술이 사회에 출현한 시대적 상대성에 기준을 둔 개념이다.<sup>1)</sup> 인류 문명사적 관점에서 볼 때 언어의 발명, 문자의 발명, 인쇄의 발명에 이은 컴퓨터 기술의 발명과 통신기술의 융합으로 인해 인간 커뮤니케이션 행위의 효율성과 편리함이 극대화된 시기는 불과 얼마 되지 않았다. 19세기 말에 전신과 전화가 발명되었고, 라디오와 텔레비전이 출현하였으며, 곧이어 컴퓨터 기술이 급속한 발전을 이루었다.

오늘날 우리나라에서 뉴미디어라고 하면 1980년 컬러 텔레비전 이후로 생겨난 거의 모든 전자 정보통신매체, 특히 PC를 중심으로 한 통신, 정보 및 방송매체를 통틀어 일컫게 되었다. 일반적으로 뉴미디어는 “기존의 매스미디어에 새로운 정보처리 및 정보전달 기술이 부분적으로 융합된 것

---

1) Marvin, C., *When old Technologies were New: Thinking about Electric Communication in the Late Nineteenth Century*(New York : Oxford University Press, 1988).

혹은 기존의 매스 미디어와는 독립적으로 새로운 정보교환 기능을 갖춘 미디어”라고 정의된다.<sup>2)</sup>

이와 같은 개념의 총체성으로 인해 뉴미디어 연구는 주제와 담론의 포괄성과 다양성은 있되, 이론적 분석틀(*analytical framework*)을 근거로 한 뉴미디어 정책방안의 제시라든지 사용자의 뉴미디어 이용유형의 정밀한 예측 등에 관한 연구가 부족한 경향을 나타내고 있다.

뉴미디어의 개념은 원래 1970년대 초 서구에서 ‘새로운 기술’(new technology)이라는 용어로 처음 등장, Parsons를 중심으로 하는 기능주의론(*functionalism*)과 신진화주의론(*neo-evolutionism*), Bell을 중심으로 하는 후기산업사회론(*post-industrialism*), 그리고 기술결정론(*technological determinism*) 등을 배경으로 하여 탄생되었다.<sup>3)</sup> 이러한 이론들은 기술이 사회에 주는 혜택과 진보의 방향에 대해 주로 긍정적인 입장을 견지해 왔다. 그 후로 기술과 사회변화의 상관관계를 설명하는 데 있어 크게 기술결정론과 사회상황론이라는 두 가지 접근방법이 주류를 이루어 왔다. 어느 나라를 막론하고 뉴미디어 연구는 기술결정론적 주장이 지배적인 경향이며, 이에 반대하는 사회상황론적 주장은 소수의 견해로 다듬어져 버리는 게 학문적 추세이다. 뿐만 아니라 뉴미디어와 관련한 정책방안의 제시도 대부분 기술발달의 영향으로 말미암아 사회가 진보적 방향으로 발전해 갈 것이라는 가정을 내포하고 있다.

우리나라의 뉴미디어 연구는 이론적 패러다임에 근거한 새로운 커뮤니케이션 현상의 규명을 추구하기보다는 단순히 새로운 매체의 도입이 가져올 삶의 질 향상과 매체의 효율적 분배를 위한 정책의 설정 등 매체기능과

2) 전석호, 《정보사회론 : 커뮤니케이션 혁명과 뉴미디어》(서울 : 나남, 1994), p. 165.

3) Parsons, T., *The System of Modern Societies*(Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, 1971). : Bell, D., *The Coming of Post-industrial Society : A Venture in Social Forecasting*(New York : Basic Books, 1973).

산업을 위주로 기술영향을 평가하는 경향에 치우쳐 있다. 그러다보니 뉴미디어 연구는 지나치리만큼 낙관론적이거나 무비판적 입장에서 정보사회라는 새로운 이데올로기를 창출하고 확산하는 데 일조를 하고 있는 것이다.

뉴미디어 기술의 발달과 연계한 정보사회화의 근본논리는 현대사회에서 정보가 중요한 경제상품(*economic commodity*)으로서 산업재(*industrial goods*)를 대체시키고, 경제구조를 활성화하는 데 핵심적인 역할을 한다는 주장이며, 이와 같은 상황이 고대나 근대사회에는 존재하지 않았던, 오직 현대사회에 고유하고 새롭게 나타나는 현상이라는 주장이다. 그러나 자세히 고찰해 보면 인간의 정보교환 행위는 오히려 인류역사 전반에 걸쳐 사회구조 형성에 중요한 동인(動因)이 되어온 것이 사실이다. 단지 오늘날 새로운 현상이라고 한다면 정보가 생산되고 교환되는 데 필요한 에너지, 즉 기술의 형태가 변화하고 있는 것이다.

전통적으로 대인 커뮤니케이션 영역에서는 대면적(*face-to-face*) 의사소통, 우편, 전신전보, 그리고 전화 등과 같은 매체가 사용되어 왔다. 최근에는 이에 덧붙여 정보통신 기술의 발달 덕택에 속달우편, 부가가치 정보통신, 팩시밀리, 위성방송, 이동통신, 천리안과 하이텔 등과 같은 비디오텍스(우리나라에서는 PC통신이란 명칭으로 통용되고 있음), 그리고 Internet 서비스까지 가능하게 되었다. 뿐만 아니라 이러한 뉴미디어를 이용한 원격교육, 원격회의, 원격근무 등 심지어는 원격투표 및 원격여론조사와 같은 새로운 인간 커뮤니케이션 행위의 양상이 하루가 다르게 나타나고 있다. 이러한 커뮤니케이션 현상은 인간으로 하여금 시간과 공간의 한계를 극복하고 즉시적인 의사소통을 가능하게 해주는 기술로서, 대화형 기술(*conversational technology*)이라고 부를 수 있다.

기존의 매스 미디어와 비교할 때, 기능에서 대조를 이루는 뉴미디어를 보다 체계적으로 연구할 패러다임(*paradigm*)을 제시하기 위해서는 우선 뉴미디어 개념의 체계적 기능분류화를 통하여 새롭게 규명할 필요가 있다. 다시 말해 뉴미디어 연구는 매스 미디어 연구와 상충되는 패러다임을 조화 내지 통합시켜가야 할 위치에 놓인 것이다. 뉴미디어 연구가 기존의 매

스커뮤니케이션 연구에서 사용되는 연구틀이나 패러다임으로는 새롭게 나타나는 커뮤니케이션 현상에 대해 타당성 있는 설명을 해줄 수 없다는 한계성을 많은 학자들은 지적하고 있다.<sup>4)</sup>

뉴미디어가 가지고 있는 여러 가지 기능들, 예를 들면 커뮤니케이션 현상에서의 상호작용성(*interactivity*), 비동시성(*asynchronicity*), 탈대중성(*demassification*) 등을 체계적으로 분류하여, 이 분류에 따라 유의미한 연구틀을 확립하는 일이 필요하다. 이러한 속성들은 매스 커뮤니케이션 연구의 중심논제인 수용자의 수용성 및 익명성, 피드백, 여론형성, 게이트키퍼, 메시지 효과 등과 관련한 이론들을 모두 재규명해야 할 필요를 야기시키고 있는 것이다.

---

4) Jassem, H. C., & R. J. Desmond, "Mass Communication Theory and the New Media: Major Assumptions in Light of Technological Change," In B. D. Ruben (Ed.), *Information and Behavior* Vol. 1(New Brunswick, NJ : Transaction Books, 1985), pp. 125~148. ; McQuail, D., "Conflicts of Theory and Issues of New Information Media Policy," In B. D. Ruben (Ed.), *Information and Behavior* Vol. 1(New Brunswick, NJ : Transaction Books, 1985), pp. 40~61. ; Ruben, B. D., "The Coming of the Information Age : Information, Technology, and the Study of Behavior. In B. D. Ruben (Ed.), *Information and Behavior* Vol. 1(New Brunswick, NJ : Transaction Books, 1985), pp. 3~26. ; Williams, F., R. E. Rice, & H. S. Dordick, "Behavioral Impacts in the Information Age, In B. D. Ruben (Ed.), *Information and Behavior* Vol. 1(New Brunswick, NJ : Transaction Books, 1985), pp. 161~182.

#### 4. 모델의 연구에 필요한 가정들

이 논문이 제시하고자 하는 커뮤니케이션 모델의 기초를 이루는 여섯 가지 가정을 소개하면 다음과 같다.

- (1) 대부분의 인간 커뮤니케이션 행위는 인간이 처한 환경에 내재하는 불확실성을 규명하고 통제하기 위해 이루어진다.
- (2) 사회적 조직체란 개인이 환경에 내재하는 불확실성을 감소시키기 위한 노력을 투입하는 기구(*mechanism*)로서 기능을 하나, 조직체를 구성하는 행위 자체는 구성원들간에 정보를 서로 교환하게 되는 효과를 가져온다.
- (3) 정보는 현대 사회에서 점차 중요한 가치로서의 속성을 띤다.
- (4) 개인의 정보추구 행위는 자신이 처한 사회적 상황에 따라 변화한다.
- (5) 개인이 정보를 구하는 정보원(*information source*)의 수는 점차 증가한다.
- (6) 개인간의 커뮤니케이션 네트워크는 사용되지 않는 경우에도 계속 존재한다.

이와 같은 가정들은 환경의 지배를 받는 인간이 커뮤니케이션 상황에 대응하는 새로운 커뮤니케이션 체계를 개발할 수 있는 두 가지 가능성을 제시해 준다고 볼 수 있다. 첫째, 인간은 커뮤니케이션에 필요한 채널로서 대면적 관계(*face-to-face interactions*)에 가장 유사한 뉴미디어와 커뮤니케이션 체계를 선호한다.<sup>5)</sup> 뉴미디어 환경에서 커뮤니케이터는 주어진 상황과 목적에 따라서 선택적, 계획적, 전략적으로 채널을 이용해야 하는 환경

---

5) Rogers, E. M., *Communication Technology: The New Media in Society* (New York : Free Press, 1986).

에 처하게 되므로 사회적 실재감이 높은 대면적 커뮤니케이션에 유사한 채널을 추구할 필요성이 있다. 둘째, 커뮤니케이션 체계는 주로 메시지를 전달하는 데 있어 효율성을 근거로 선택된다. 뉴미디어 환경에서는 이러한 채널 선택상의 효율성 또는 비효율성이 커뮤니케이터의 개인적 선호도와 목적에 따라 달라질 수도 있다. 다시 말해 커뮤니케이션 과정에서 채널의 극대화와 효율성뿐만 아니라 사용자에게 의해 채널이 선택되는 상황과 목적에도 중점을 두어야 한다.

위와 같은 가정들이 광범위한 분야의 인간 커뮤니케이션 행위에 적용될 수는 있으나, 인간의 합리성의 문제에서 음악이나 미술 같은 표현적인 커뮤니케이션이나 기타 비합리성을 띤 커뮤니케이션 형태는 이 연구의 고려 사항에서 제외시키기로 한다. 왜냐하면 대부분의 커뮤니케이션 행위는 사실상 합리성에 근거하여 일어난다고 볼 수 있으나 커뮤니케이션 체계에 의거한 모델은 인간이 비합리적으로 행위할 수도 있다는 것을 인정하고 있기 때문이다. 많은 경우에 커뮤니케이션 기술에 고안된 인간의 합리성에 대한 기대와, 실제로 인간이 커뮤니케이션 행위를 하는 다양한 동기들간에는 상관관계가 거의 없음을 볼 수 있다.<sup>6)</sup> 따라서 이 논문이 제시하고자 하

---

6) Arterton, F. C., *Teledemocracy: Can Technology Protect Democracy?* (Beverly Hills, CA: Sage, 1987). ; Diehl, J., "VCRs on Fast Forward in Eastern Europe," *The Washington Post*, pp. A1, A26. (April 17, 1988). ; Golding, P., & G. Murdock, "Pulling the Plug on Democracy," *New Statesman & Society* 2(56), 1989: 10~11. ; Linstone, H. A., "Mediocracy, Mediocracy, or New Democracy: Where are the Information age Jefferson and Madison when we need them?" *Technological Forecasting and Social Change* 36(1/2), 1989: 153~169. ; Murdock, G., & P. "Golding, Information Poverty and Political Inequality: Citizenship in the Age of Privatized Communications," *Journal of Communication*, 39 (3), 1989, pp. 180~195. ; Seidman, R. K., *Information-rich, Knowledge-poor: The Challenge of the Information Society*, Special Libraries, 82(1), 1991, pp. 64~68.

는 모델의 가정들은 전자 커뮤니케이션적 환경에 특히 관계가 깊으며 이러한 환경에 의해 인간사회의 커뮤니케이션 기술의 역할과 기능이 영향을 받게 된다고 본다.

이 논문은 뉴미디어라는 커뮤니케이션 기술(*technology*)보다는 인간의 커뮤니케이션 행위(*behavior*)에 초점을 맞추고 있다. 그 행위는 개인들간에 상징과 의미를 공유하는 활동을 향상시키고 촉진하는 역할을 한다. 이에 따른 세 가지 일반적인 가설을 들면 (1) 인간은 개인적인 방법으로 자신의 주위를 둘러싼 사물들을 지각한다. (2) 인간의 커뮤니케이션 행위는 이러한 지각(*perception*)을 체계화하도록 돕는 사회적 상황 속에서 진행된다. (3) 인간은 환경에 대한 의미와 상징을 구성하기 위해 체계화된 지각을 서로 공유한다. 따라서 이 논문에서는 커뮤니케이션을 하나의 사회적, 상황적으로 형성되는 의미와 상징의 공유활동으로 간주하기로 한다.

이러한 접근법은 대략적으로 커뮤니케이션의 수렴 모델<sup>7)</sup>과 의미의 통합 관리 모델<sup>8)</sup> 등과 유사한 입장의 접근법이라고 볼 수 있다. 결론적으로 이 논문에서 제시하는 커뮤니케이션 체계라는 것은 상징과 의미의 공유를 촉진시키는 어떠한 종류의 사회적 기술적 구조들간의 상호작용이라고 정의 내릴 수 있다. 또한 이 논문에서 강조하는 것은 커뮤니케이션 행위의 목적성(*purpose*)이다. 커뮤니케이션이 일어나고 있는 사회적 상황에 못지 않게 중요한 것은 커뮤니케이션 체계가 특정한 차원을 가짐으로 해서 인간의 커뮤니케이션 행동을 목적이나 동기에 따라 이러한 차원에 의해 분류할 수 있다고 하는 사실이다.

---

7) Rogers, E. M., & D. L. Kincaid, *Communication Networks : A New Paradigm for Research*(New York : Free Press, 1981).

8) Pearce, W. B., & V. E. Cronen, *Communication, Action, and Meaning : The Creation of Social Realities*(New York : Praeger, 1980).

## 5. 새로운 커뮤니케이션 환경의 이해 : 매체를 통한 커뮤니케이션

기존의 커뮤니케이션 과정의 연구에서는 커뮤니케이션을 주로 이분법적으로 대면적(*face-to-face=non-mediated*) 커뮤니케이션과 매체를 통한(*mediated*) 커뮤니케이션으로 분류하였다. 이러한 기준으로 말미암아 이 두 가지 사이의 공통점을 찾기보다는 경계선을 짓는 방향에 치우쳐 대인 커뮤니케이션과 매스 커뮤니케이션이라는 양분된 연구분야가 형성되었다. 이 양분적인 접근방법이 커뮤니케이션 연구에서 구체적인 연구대상을 정하는 데는 긍정적인 역할도 컸으나, 무엇보다도 자의적이고 인위적인 분할법이라는 데는 이론의 여지가 없다.

대면 커뮤니케이션이 기타의 커뮤니케이션 체계와 명백하게 구별되는 특징은 있으나, 상호작용을 하는 데서의 채널의 밀도성(*richness*)을 추구하는 방법에 따라 동시에 여러 가지 유형의 채널을 사용할 수 있는 것이다. 단지 대면 커뮤니케이션이 비매체적(*non-mediated*)이라는 명제는 반론의 여지가 다분히 있다. 어떤 측면에서든 모든 종류의 인간 커뮤니케이션 행위는 매체를 개입시키게 된다. 예를 들면 두 사람 사이에 어떠한 의미를 공유하기 위해서 각자가 가진 오감의 일부를 사용하는 것도 엄밀히 말하자면 'mediated' 되는, 매체이용성을 띤 커뮤니케이션 행위라고 부를 수 있는 것이다. 인간이 만약 오감이 없다면 자신이 처한 환경 속에서 커뮤니케이션 행위를 할 채널이 없는 것과 다름이 없다. 그래서 McLuhan은 인간이 발명한 매체라는 것도 궁극적으로는 인간 오감의 확대(*extension*)라고 지적한 바 있다. 따라서 굳이 커뮤니케이션을 구분짓는다고 한다면 대면 커뮤니케이션은 대부분 오감을 매개체로 환경과의 상호작용을 하는 것이며 기타의 인간 커뮤니케이션은 인간이 만든 채널에 의해 커뮤니케이션 행위를 수행하는 것이라고 보아야 타당할 것이다.

커뮤니케이션을 하기 위해서 매체를 이용하는 행위는 환경적인 여건으

로서 거리와 시간의 제약을 극복하고자 하는 목적을 띠게 된다. 대부분의 학자들은 대면 커뮤니케이션이 매체를 통하지 않는 ‘직접적인’ 인간 커뮤니케이션으로 간주하는 경향이 있으나, 실제로는 공간과 거리라는 개념이 대면 커뮤니케이션에서도 매우 중요한 변인이 된다. 예를 들면 대화할 때 적절한 개인적 공간을 확보함으로써 상대방과의 친근함의 정도를 표시하는 일은 공간이라는 매체를 통하여 커뮤니케이션 행위를 하는 것이 된다.

한편, 대부분의 통신 체계에서는 통신이 교통의 필요성을 상쇄시켜주듯이 거리와 공간에서 오는 제약을 넘어서 매체를 이용하여 커뮤니케이션을 행하게 된다. 전자매체의 통신 기능과 저장 기능은 바로 거리상의 제약과 시간상의 제약을 극복하게 해주는 기술인 것이다. 따라서 주의깊게 살펴보면, 모든 인간의 커뮤니케이션 행위는 어떠한 형태로든 매체를 이용하게 된다. 즉, ‘mediated’ 된다는 뜻이다.

뉴미디어 연구는 중점을 두는 측면에 따라 크게 세 가지 관점으로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 매체의 특성을 중심으로 커뮤니케이션 현상을 파악한 연구로서, 그 시초는 Schramm이 제시한 ‘immediate reward-delayed reward’ 모델이나 ‘big media-little media’ 모델로 거슬러 올라가며, 오늘날까지 커뮤니케이션 기술 분야 연구문헌의 대부분을 차지한다.<sup>9)</sup> 이러한 관점에서 가장 중심적인 논제는 매체가 지니는 기술적인 특징에 초점을 두면서 특정한 매체가 수용자에게 어떠한 영향을 미치는지 규명하고자 하는 것이다. 대부분의 매스 미디어와 사회적 효과를 연구하는 분야가 여기에 속한다고 볼 수 있다.

둘째, 수용자 행위를 중심으로 커뮤니케이션 현상을 파악한 연구로서, 다양한 커뮤니케이션 매체환경 속에서 개인이 어떻게 행동하는지 규명하는 관점이다.<sup>10)</sup> 이용과 충족, 태도변화, 커뮤니케이션 효율성, 상호작용 등

---

9) Schramm, W., “The Nature of News,” *Journalism Quarterly* 26(3), 1949, pp. 259~269. ; Schramm, W., *Big media, little media*(Beverly Hills, CA : Sage, 1977).

의 개념들을 주로 연구해 왔다. 셋째, 사회적 조직화에 중점을 둔 관점으로서 뉴미디어와 사회구조의 형성과정에 대하여 주로 연구하고 있다. 이 분야에서는 뉴미디어 보급의 사회적 확산을 다룬다.<sup>10)</sup> 뉴미디어의 기술적인 특징 및 개인의 뉴미디어에 대한 관심 등의 여러 가지 독립변인의 영향을 받아 개인적 수용행위가 종속변인으로 나타난다고 보고 있다.

## 6. 커뮤니케이션 행위에서의 공통적 차원 : 모델의 설정

기존의 뉴미디어 연구는 커뮤니케이션 학자들의 다양한 출신배경에 따라 임의적으로 만들어진 분석단위를 기준으로 하여 행해져 왔다. 그 결과 뉴미디어 연구는 총체적인 이론의 형성보다는 개별적인 연구주제 위주로 커뮤니케이션 행위, 체계 및 사회적 상황 등을 의미있게 조합시키지 못하고 있다. 이 논문은 바로 이러한 문제점을 해결하기 위한 시도로서 뉴미디어 환경에서의 커뮤니케이션 모델을 제시하고자 하는 것이다.

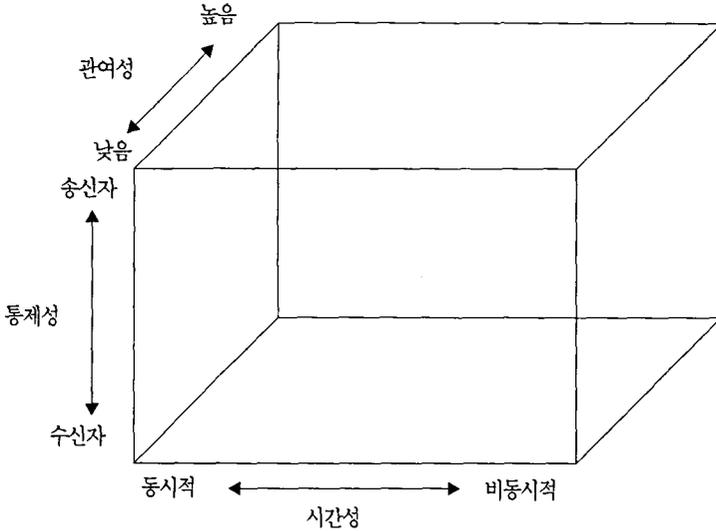
이 모델은 커뮤니케이션 행위와 그 행위가 지나는 사회적 상황이라는 두 가지 개념을 바탕으로 구성된다. 여기서는 행위라는 개념에 강조점을 두고 있으며 뉴미디어의 기술적인 특징들은 부차적인 것으로 간주하기로 한다. 우선 커뮤니케이션은 앞서 얘기한 바와 같이 특정한 사회적 상황 속에서 발생하는 상징과 의미의 공유를 이루어가는 행위로 정의내리기로 한

---

10) Katz, E., "On Conceptualizing Media Effects," In T. McCormack (Ed.), *Studies in Communications*, Vol. 1(Greenwich, CT : JAI, 1980) 119~141. ; Katz, E., J. G. Blumler, & M. Gurevitch, "Utilization of Mass Communication by the Individual," In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications : Current Perspectives on Gratifications Research*(Beverly Hills, CA : Ssge, 1974), pp. 19~32.

11) Rogers, E. M., *Diffusion of Innovations*(3rd ed.)(New York : Free Press, 1983).

〈그림 1〉 커뮤니케이션 행위의 차원적 모델



다. 커뮤니케이션 체계(system)란 그러한 상징과 의미의 공유행위를 가능하게 하는 사회적, 기술적 구조(structure)를 의미한다. 다음에 상술하는 세 가지 차원들을 그림으로 나타내면 〈그림 1〉과 같다.

### 1) 시간성

시간성(temporality)이란 커뮤니케이터가 주어진 커뮤니케이션 상황에서 갖는 시간적 경험을 의미한다. 이것은 시간이 지나면서 갖는 매체이용성(mediation)이라는 개념과 커뮤니케이션 행위가 발생하는 동안의 시간에 대한 인지(awareness)라는 개념을 포함하는 의미다. 시간성이 높은 매체는 전자우편이나 자동전화 응답기, 호출기 또는 VCR 등을 들 수 있는데, 주로 비동시적 커뮤니케이션 기능을 가진 매체가 여기에 포함된다. 한편 시간성이 낮은 매체는 대면 커뮤니케이션, 전화, 방송 등과 같이 커뮤니케이션 행위에서 즉시성 또는 동시성을 띠게 된다.

## 2) 관여성

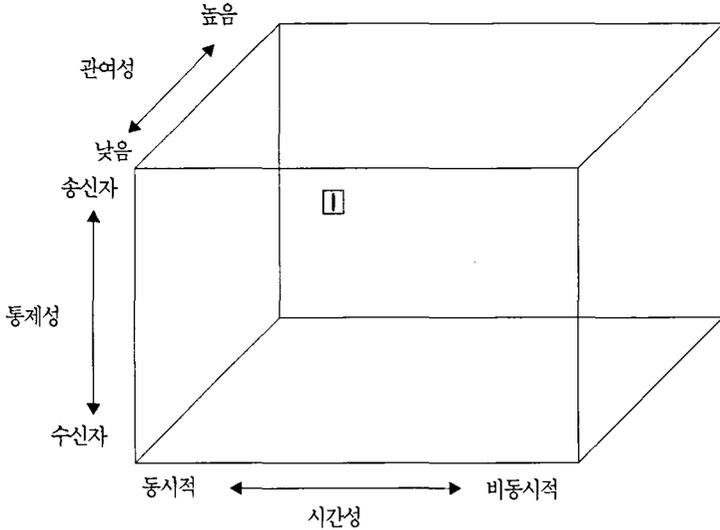
관여성(*involvement*)이란 주어진 상황에서 메시지를 보내거나 받을 경우 커뮤니케이터가 사용하는 인지적(*cognitive*), 감성적(*affective*) 및 감각적(*sensory*) 능력의 정도를 의미한다. 관여성은 물리적인 공간에 걸친 매체이용성뿐만 아니라 심리적인 거리에서 오는 매체이용성의 개념도 포함된다. 이와 관련된 개념들로는 매체의 사회적 실재감(*social presence*), 근접성(*proximity*), 매체밀도(*media richness*) 등이 있다.

## 3) 통제성

통제성(*control*)이란 주어진 상황에서 커뮤니케이터가 행사할 수 있는 영향의 정도를 의미한다. 통제성은 하나의 연속선상(*continuum*)에서 송신자 통제성부터 동등한 수준의 통제성, 그리고 수신자 통제성까지 세 단계로 나누어 볼 수 있다. 통제성은 커뮤니케이터가 통제권을 가지는 정도와 통제의 균형이라는 두 가지 개념도 포함된다. 이와 유사한 개념들로는 커뮤니케이터 스타일, 갈등조정, 피드백, 합의(*consensus*), 차례지키기(*turn-taking*) 등이 있다.

〈그림 1〉은 커뮤니케이션 행위에서 세 가지 차원을 육각형 모델에 조합시킨 형태를 나타내고 있다. 즉, 관여도, 통제성, 시간성의 정도에 따라 다르게 나타나는 특정의 커뮤니케이션 행위를 이 모델에서 일정한 위치에 두고 파악할 수 있으며, 이 모델은 커뮤니케이션 체계의 사례를 이용하여 설명할 수 있다. 예를 들어 대면 커뮤니케이션의 경우 상호작용에서의 관여도의 정도뿐만 아니라 통제성의 범위(또래집단의 커뮤니케이션 또는 상급자/하급자 간의 커뮤니케이션의 경우)에 따라 파악할 수 있다. 그러므로 이러한 대면 커뮤니케이션의 위치를 〈그림 2〉에서처럼 설정이 가능하다. 이 모델에 의하면 대면 커뮤니케이션은 실제시간(*real-time*) 속에서 일어나므로 시간성은 매우 낮으며, 참가자들은 서로 상호작용을 통제할 수 있는 기

〈그림 2〉 커뮤니케이션 행위의 차원에서 본 대면 커뮤니케이션의 위치



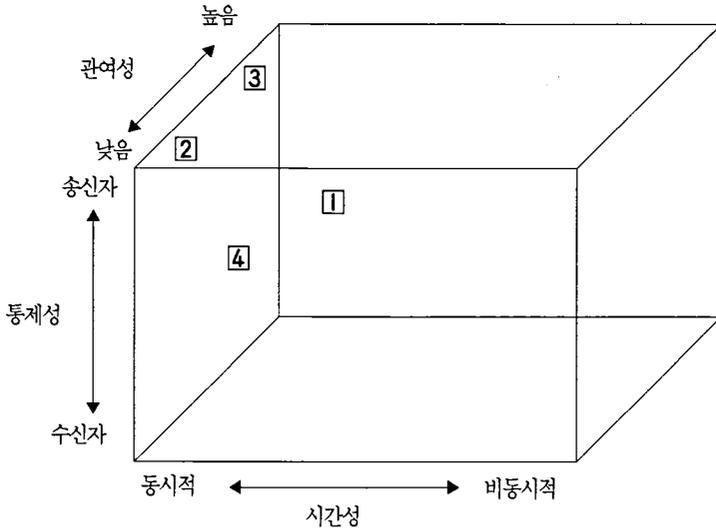
### 1. 대면 커뮤니케이션

회가 주어지게 된다. 또한 참가자들은 인지적, 감성적, 감각적으로 상호작용에 깊이 관여함으로써 대면 커뮤니케이션이 이루어진다.

다음은 커뮤니케이션 행위가 동시에 이루어지면서 전자매체를 이용하는 커뮤니케이션 체계의 경우를 살펴보기로 한다(〈그림 3〉 참조). 전화, 텔레비전, 그리고 라디오 등을 예로 들 수 있다. 이 세 가지 매체는 모두 동시적인 커뮤니케이션을 가능하게 하나, 전화의 경우 전화를 거는 사람과 받는 사람의 양자관계(*dyad*)를 전제로 하여 상호작용이 이루어진다. 반면 텔레비전과 라디오의 경우 메시지의 제작자가 대중에게 메시지를 전달하는 체계에서 수용자보다 훨씬 많은 커뮤니케이션 통제권을 가진다. 또한 텔레비전은 개인에게 시각과 청각을 이용한 보다 많은 자극(*stimulus*)을 전달함으로써 라디오보다 관여성이 높은 매체라 볼 수 있다.

다음은 좀더 복잡한 체계로 옮겨가서 비동시적인 커뮤니케이션 행위들을 살펴보기로 한다. 이른바 뉴미디어라고 불리는 새로운 커뮤니케이션 매

〈그림 3〉 커뮤니케이션 행위의 차원에서 본 커뮤니케이션의 체계의 위치



1. 대면 커뮤니케이션
2. 라디오
3. 텔레비전
4. 전화

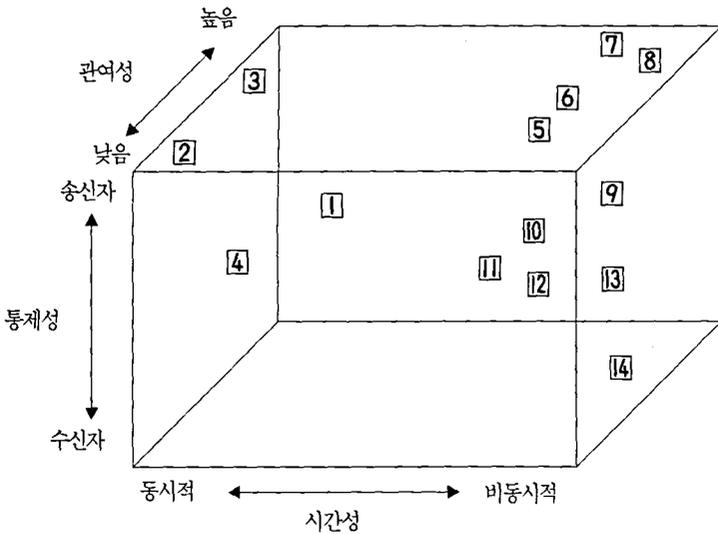
체군들이 여기에 속한다. 비동시적인 커뮤니케이션이 가능해지는 이유는 메시지 또는 정보의 저장 및 처리기능이 기존의 매체에 부가되었기 때문이라고 설명할 수 있다. 라디오나 텔레비전처럼 수용자에게 동시에 일반적으로 메시지를 전달하는 것이 아니므로 그 메시지를 저장하여 일정한 시간에 신속하게 전송하는 시스템을 필요로 하는 것이다. 이러한 매체들로는 전자우편, 전자사서함, 음성정보 서비스, 비디오텍스(천리안과 하이텔), VCR, 전화 자동응답기 등이 있다.

뉴미디어의 정보저장 및 처리기능은 우편이나 출판과 같은 매체의 저장 기능과는 달리 저장된 정보나 메시지를 전자매체를 이용하여 신속하게 전달하기 때문에 시간성이 높다(즉, 비동시성이 높다). 뉴미디어의 정보는 사

용자가 원하는 시간과 장소에서 비교적 자유롭게 이용할 수 있으므로 커뮤니케이션 행위의 통제성은 상당부분이 사용자에게로 넘어간다(〈그림 4〉 참조).

지금까지 살펴본 바와 같이 커뮤니케이션 행위의 세 가지 차원을 바탕으로 커뮤니케이션 매체들의 위치를 모델에 대입하여 각각의 관여도, 통제성 및 시간성 별로 살펴보았다. 여기서 강조되어야 할 것은 인간의 모든 커뮤니케이션은 매체를 통하여 커뮤니케이션이 이루어지고 있는 사회적 상황(context)과 그 상황 속에서 가장 중요하다고 간주되는 매체의 특징에 따라서 영향을 받는다는 사실이다. 이 논문에서 제시하는 모델이 특정의

〈그림 4〉 커뮤니케이션 행위의 차원에서 본 뉴미디어 체계의 위치



- |              |           |            |
|--------------|-----------|------------|
| 1. 대면 커뮤니케이션 | 6. 레코드    | 11. 전자우편   |
| 2. 라디오       | 7. 비디오    | 12. 빠른우편   |
| 3. 텔레비전      | 8. 영화     | 13. 보통우편   |
| 4. 전화        | 9. 자동응답기  | 14. 데이터베이스 |
| 5. 출판        | 10. 전자사서함 |            |

커뮤니케이션 체계를 선호하는 것은 아니며, 그 체계란 단지 커뮤니케이션이 이루어지고 있는 사회적 상황 속에서 커뮤니케이션 행위를 가능하게 해주는 기능적인 반응(*functional responses*)에 불과한 것이라고 지적하고자 한다.

## 7. 커뮤니케이션의 사회적 상황

우리가 흔히 커뮤니케이션은 특정한 사회적 상황 속에서 일어난다고 하는 말은 무엇을 의미하는가? 이 논문에서는 커뮤니케이션을 관여도, 통제성, 시간성의 세 가지 차원을 바탕으로 관찰할 수 있는 모델을 제시해 보았다. 이 모델이 제시하는 커뮤니케이션 행위들은 일반적으로 특정한 사회적 상황 속에서 발생한다는 사실을 강조하고자 한다. 그러면 이 사회적 상황을 구성하는 요소들은 무엇인지 고찰해 볼 필요가 있다.

첫째, 사회적 상황은 주어진 커뮤니케이션 상황을 둘러싸고 있는 문화(*culture*)를 내포한다. 다시 말해 협의의 문화개념으로서 특정한 시간, 장소 및 사람들에게 주어지는 사회적 기대감(*social expectations*)과 가치의 공유를 의미한다고 할 수 있다. 둘째, 사회적 상황은 이 문화 속에서 커뮤니케이터들간에 형성되는 구체적인 대인적 관계(*relationships*)를 내포한다. 셋째, 사회적 상황은 앞에서 말한 대인적 관계를 바탕으로 상호작용하는 커뮤니케이터들간에 공유되는 의미 또는 내용(*content*)을 포함한다.

따라서 커뮤니케이션은 내용, 관계 및 문화라는 사회적 상황의 요소들간에 이루어지는 하나의 통합된 체계임을 알 수 있다. 원래 커뮤니케이션 체계라는 것은 구체적인 내용이나 의미를 필요로 하는 속성이 있어서 특정한 사회적 상황을 벗어난 커뮤니케이션 행위는 서로에게 오해를 일으키게 되는 것이다. 내용, 관계 및 문화의 요소들을 그림으로 정리하면 <그림 5>와 같다. 하나의 큰 범주로서 문화는 관계와 내용이라는 두 요소를 내포하며 개인들간의 사회적 관계의 형성에 영향을 미친다. 마찬가지로 이러한

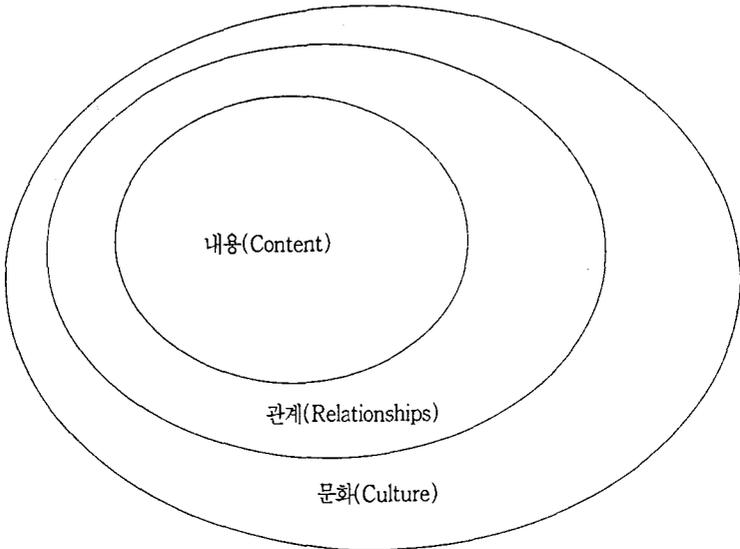
관계들은 개인들간의 커뮤니케이션 내용의 생성에 영향을 미친다.

앞에서 살펴본 커뮤니케이션의 차원적 모델과 위의 사회적 상황의 그림을 하나의 모델로 합성하면 <그림 6>과 같다. 이 논문의 논리에 따르면 커뮤니케이션의 차원적 모델은 커뮤니케이션이 이루어지는 사회적 상황속으로 위치하게 된다. 다시 말해 커뮤니케이션은 문화, 대인적 관계 및 내용이 구체적으로 표명되지 않는 한 제대로 이루어질 수 없다는 사실을 의미한다.

## 8. 커뮤니케이션 행위의 차원적 모델의 응용

이 논문에서 제시하는 모델은 커뮤니케이션 행위에 관한 여러 가지 연구에 활용될 수 있는 분석틀로서 역할을 할 수 있다고 믿는다. 우선 커뮤니케이션 연구의 몇 가지 이론들 중 매체효과론, 이용과 충족이론, 그리고

<그림 5> 커뮤니케이션의 사회적 상황



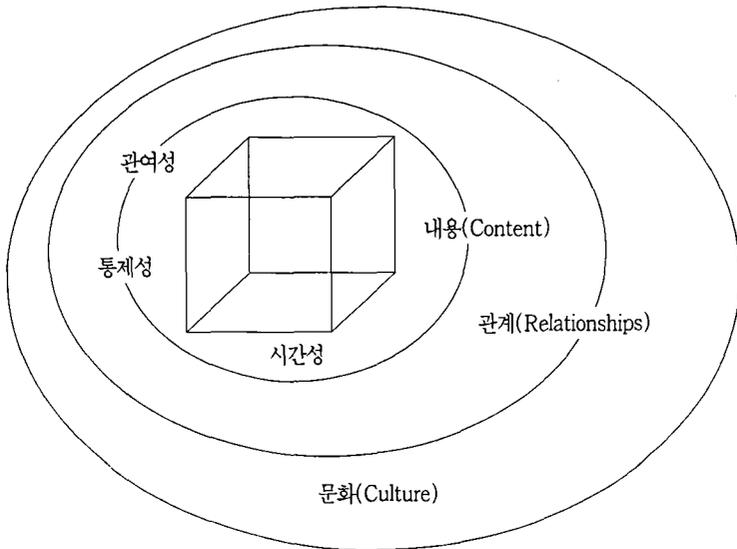
집단 커뮤니케이션에 관하여 살펴보기로 한다.

### 1) 매체효과 이론

매체효과를 연구하는 주된 목적은 매체를 이용한 메시지의 영향이 수용자에게 어떠한 영향을 미치는지 규명하는 일이다. 이 분야의 주된 연구대상은 전자매체, 특히 텔레비전이다. 그 이유는 텔레비전이 다른 매체에 비해 송신자의 커뮤니케이션 통제성이 매우 높기 때문이라고 볼 수 있다. 그러나 송신자의 커뮤니케이션 통제성은 라디오의 경우에도 매우 높은 편이며, 책이나 레코드 등도 정보저장 기능이 뛰어나 시간성이 높은 편인데도 불구하고 이들 매체들은 텔레비전만큼 연구대상으로 주목받지 못했다.

불특정 다수에게 일방적으로 메시지를 전달함으로써 확보되는 수용자 집단의 크기를 제외한다 하더라도, 텔레비전의 가장 큰 특징은 시각과 청각을 동시에 이용하는 메시지 전달방법으로 인해 시청자의 커뮤니케이션

〈그림 6〉 커뮤니케이션의 차원적 모델



관여도가 매우 높은 매체라는 사실이다. 그러나 이러한 인식은 단지 시청자의 감각적 자극에 근거한 설명에 불과하므로 커뮤니케이션 행위의 과학적 연구에 오류가 발생할 여지가 있음을 지적한다. 텔레비전과 같은 일방향적 매체가 수용자들에게는 어떻게 받아들여질 것인가라는 물음에 대해 McLuhan의 관점을 빌린다면, 텔레비전은 수용자의 커뮤니케이션 통제권이 매우 약한 'cool medium'이므로 근본적으로 관여성이 낮은 매체라는 설명이 가능하다. 따라서 텔레비전 방송보다는 비디오처럼 수용자(사용자)의 통제성이 높은 매체가 관여도가 높은 매체라고 볼 수 있다. 이러한 관점에서 볼 때, 커뮤니케이션 연구에서 궁극적으로 커뮤니케이션이 일어나고 있는 사회적 상황의 중요성을 재평가하고 매체효과의 연구에서 다차원적인 이해를 해야 한다고 본다.

## 2) 이용과 충족이론

이용과 충족효과를 연구하는 학자들은 수용자가 커뮤니케이션 과정에서 수동적인 위치가 아니라 적어도 능동적인 입장에서 개인이 원하는 메시지나 정보를 추구, 선택, 평가한다는 주장을 한다. 이들의 주장에는 커뮤니케이터들의 동기와 필요가 가장 중요한 변인으로 간주된다. 그러나 뉴미디어가 창출해 내는 복잡한 커뮤니케이션 체계 안에서 커뮤니케이터들은 어떻게 자신이 원하는 커뮤니케이션 체계를 선택할 것인가 하고 의문을 제기할 수 있다. 이 논문의 모델은 인간이 자신이 의도하고 있는 대인적 상호작용을 평가하여 그 평가를 바탕으로 커뮤니케이션 체계를 선택하며, 커뮤니케이션이 이루어지는 사회적 상황과 커뮤니케이션 행위의 세 가지 차원도 그러한 체계의 선택에 영향을 미치는 변인이 된다고 설명하고 있다.

전자우편의 경우 커뮤니케이터들은 답신을 보낼 시간적 여유를 충분히 가짐으로써 상호작용에서의 시간성을 높일 수 있다(비동시적 커뮤니케이션을 한다). 전자우편이 컴퓨터 통신회의(*computer conferencing*)와 다른 점은 컴퓨터 통신회의가 비교적 동시적인 커뮤니케이션을 함으로써 시간성

이 낮은 반면 전자우편은 비동시적 커뮤니케이션을 가능하게 함으로써 시간성이 높다는 사실이다. 결과적으로 이것은 송신자가 의도하는 커뮤니케이션 수신자에 주어진 시간내에 메시지를 전달하고자 할 경우 커뮤니케이션 체계를 선택하는 데 시간성을 고려할 필요가 있다는 뜻이 된다. 여기에는 물론 커뮤니케이션의 통제성과 관여도도 커뮤니케이션 체계의 선택에 영향을 미치게 되는 것이다.

### 3) 집단 커뮤니케이션

뉴미디어와 관련한 컴퓨터 메시지 시스템의 연구문헌에서는 크게 두 가지 가설이 정립되어 있다. 첫째는 PC통신회의의 예로서 PC통신이 사무실에서 직접 대면하는 회의실 회의보다 민주적인 커뮤니케이션 체계라는 설명이다. 여기서 민주적이라는 개념의 뜻은 송신자와 수신자 사이의 동등한 커뮤니케이션 통제성을 의미한다. 이러한 설명을 뒷받침해 주는 근거는 PC통신회의가 가지는 시간성으로 설명할 수 있다. 즉, 커뮤니케이션의 참가자들은 주어진 시간내에 언제든지 자신이 하고 싶은 말을 컴퓨터로 입력하여 회의에 대한 참가율을 높이게 한다는 것이고, 이것이 민주적 커뮤니케이션 실현의 요인이라는 것이다. 컴퓨터를 이용한 원격교육, 원격회의, 재택근무 등과 같은 현상은 시간성의 차원을 뒷받침하는 요소가 된다.

둘째는 커뮤니케이션 체계가 허용하는 감성적(*affective*) 요소가 많으면 많을수록 그 체계는 특정한 커뮤니케이션 목적을 달성하는 데 비효과적이라는 가설이다.<sup>12)</sup> 이 논문의 모델에 근거하여 설명하자면 커뮤니케이션 행위의 관여도가 높아질수록 집단의 업무수행에는 지장을 초래한다는 말이

---

12) Hiltz, S. R., & M. Turoff, "Experiments in Group Decision Making : Communication Process and Outcome in Face-to-face versus Computerized Conferences," *Human Communication Research*, 13(2), 1986, pp. 225~252.

된다. 이러한 설명은 사회적 상황을 전혀 고려하지 않을 경우 커뮤니케이션 행위를 너무 단순화할 위험이 있다. Hilt와 Turoff의 가설에 의하면 커뮤니케이션 체계가 감성적인 요소를 허용하는 경우 어떠한 집단의 커뮤니케이션 목적에 필요하지 않는 사회적 상황의 요소들을 개입시킴으로써 커뮤니케이터가 주어진 업무를 수행하는 능력을 감소하게 한다고 설명한다. 따라서 이 논문의 모델에서는 집단 커뮤니케이션 행위의 감성적 차원이 커뮤니케이션 행위에 영향을 미치는 변인이 된다는 것을 알 수 있다.

## 9. 결론

이 논문에서는 세 가지 차원을 바탕으로 뉴미디어 환경에서의 인간 커뮤니케이션 행위를 이해하고자 모델을 제시하였다. 결론적으로 이 모델은 다음과 같은 설명력을 가짐으로써 새로운 커뮤니케이션 기술, 즉 뉴미디어와 관련된 인간 커뮤니케이션의 연구에 적용할 수 있는 개념적 분석틀로서 역할을 할 수 있으리라 기대한다.

- (1) 관여성, 통제성, 그리고 시간성의 세 가지 차원을 근거로 한 모든 커뮤니케이션 행위의 연구 및 설명하는 일
- (2) 인간 커뮤니케이션 행위에서의 특정한 커뮤니케이션 체계가 지니는 속성과 뉴미디어의 기술적인(*technical*) 특징들을 결정하는 일
- (3) 세 가지 차원을 근거로 하여 다양한 커뮤니케이션 체계들을 비교 분석하여 이들이 커뮤니케이션 과정에 미칠 수 있는 영향 및 효과를 추론하는 일
- (4) 여러 가지 커뮤니케이션 체계들간의 유사성/상이성에 관한 가설을 설정하는 일
- (5) 특정한 사회적 상황 속에서 커뮤니케이션 체계의 효율성, 기대수준, 응용성, 경제성 등의 기준을 고려해 볼 때 실제로 커뮤니케이션 체계가 어떻게 이용되는지 조사하는 일.

이 논문이 제시하는 모델이 뉴미디어 환경에서의 모든 인간 커뮤니케이션 행위의 유형들을 설명한다고는 볼 수 없다. 그러나 커뮤니케이션 행위를 분석하는 세 가지 차원과 사회적 상황이라는 개념을 통합하여 서로 유기적인 관계에 놓고 커뮤니케이션 현상을 관찰한다면 뉴미디어 환경에 적합한 커뮤니케이션 행위들을 포괄적이고 일반성있게 설명할 수 있으리라는 기대를 가질 수 있다. 이 논문에서 제시하는 모델이 커뮤니케이션 연구의 이론적 분석틀로서 가질 수 있는 응용성과 설명력은 앞으로 계속 관심을 가지고 연구해야 할 대상이라고 믿는다.

---

#### 참 고 문 헌

---

- 전석호, 《정보사회론 : 커뮤니케이션 혁명과 뉴미디어》(서울 : 나남, 1994).
- Arterton, F. C., *Teledemocracy : Can Technology Protect Democracy?* (Beverly Hills, CA: Sage, 1987).
- Bell, D., *The Coming of Post-industrial Society : A Venture in Social Forecasting*(New York : Basic Books, 1973).
- Diehl, J., "VCRs on fast forward in Eastern Europe," *The Washington Post*, pp. A1, A26. (April 17, 1988).
- Golding, P., & G. Murdock, "Pulling the Plug on Democracy," *New Statesman & Society* 2(56), 1989: 10~11.
- Hiltz, S. R., & M. Turoff, "Experiments in Group Decision Making : Communication Process and Outcome in Face-to-face versus Computerized Conferences," *Human Communication Research* 13 (2), 1986: 225~252.
- Jassem, H. C., & R. J. Desmond, "Mass Communication Theory and the New Media : Major Assumptions in Light of Technological Change," In B. D. Ruben (Ed.), *Information and behavior* Vol. 1

- (New Brunswick, NJ : Transaction Books, 1985), pp. 125~148,
- Katz, E., On Conceptualizing Media Effects. In T. McCormack (Ed.), *Studies in Communications* Vol. 1(Greenwich, CT : JAI, 1980), pp. 119~141.
- Katz, E., J. G. Blumler, & M. Gurevitch, "Utilization of Mass Communication by the Individual," In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications : Current Perspectives on Gratifications Research*(Beverly Hills, CA : Sage, 1974), pp. 19~32.
- Knorr-Cetina, K. D., *The Manufacture of Knowledge : An Essay in the Constructivist and Contextual Nature of Science*(New York : Pergamon, 1981).
- Linstone, H. A., "Mediocracy, Mediocracy, or New Democracy : Where are the Information age Jefferson and Madison when we need them?," *Technological Forecasting and Social Change* 36 (1 /2), 1989: 153~169.
- Marvin, C., *When Old Technologies were New : Thinking about Electric Communication in the Late Nineteenth Century*(New York : Oxford University Press, 1988).
- McQuail, D., "Conflicts of Theory and Issues of New Information Media Policy," In B. D. Ruben (Ed.), *Information and Behavior*, Vol. 1(New Brunswick, NJ : Transaction Books, 1985), pp. 40~61.
- Murdock, G., & P. Golding, "Information Poverty and Political Inequality : Citizenship in the age of Privatized Communications," *Journal of Communication* 39(3), 1989: 180~195.
- Parsons, T., *The System of Modern Societies*(Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, 1971).
- Pearce, W. B., & V. E. Cronen, *Communication, Action, and Meaning : The Creation of Social Realities*(New York : Praeger, 1980).
- Restivo, S., & J. Loughlin, "Critical Sociology of Science and Science

- tific Validity," *Knowledge : Creation, Diffusion Utilization* 8(3), 1987: 486~508.
- Rogers, E. M., *Diffusion of Innovations*(3rd ed.)(New York : Free Press, 1983).
- Rogers, E. M., *Communication Technology : The New Media in Society* (New York : Free Press, 1986).
- Rogers, E. M., & D. L. Kincaid, *Communication Networks : A New Paradigm for Research*(New York : Free Press, 1981).
- Ruben, B. D., "The Coming of the Information Age : Information, Technology, and the Study of Behavior," In B. D. Ruben (Ed.), *Information and Behavior* Vol. 1(New Brunswick, NJ : Transaction Books, 1985), pp. 3~26.
- Schramm, W., "The Nature of News," *Journalism Quarterly* 26(3), 1949: 259~269.
- Schramm, W., *Big media, Little Media*(Beverly Hills, CA : Sage, 1977).
- Seidman, R. K., "Information-rich, Knowledge-poor : The Challenge of the Information Society," *Special Libraries* 82(1), 1991: 64~68.
- Williams, F., R. E. Rice, & H. S. Dordick, "Behavioral Impacts in the Information age. In B. D. Ruben (Ed.), *Information and Behavior* Vol. 1(New Brunswick, NJ : Transaction Books, 1985): 161~182.
- Woolgar, S., "Discovery : Logic and Sequence in a Scientific Text," In K. D. Knorr, R. Krohn, & R. Whitley (Eds.), *The Social Process of Scientific Investigation* Vol. 4 Holland : Reidel, 1980, pp. 239~268.