

TV

1)

2),

3),

4)

‘ () ’

()

10

?

?

?

?

1) 이 발표문은 아직 진행 중인 연구에 대한 중간발표의 성격을 갖고 있습니다. 구체적인 내용 분석이 아직 진행 중이기 때문에, 상동절의 내용이 이 발표문에는 포함되지 않았습니다. 또한 추가 연구 결과에 따라 최종 논문의 내용은 수정될 수 있습니다. 이 발표문은 최종 결론이 나오지 않은 상태에서 이론적 배경을 중심으로 전체를 분석했다. 따라서 어떠한 경우에도 이 논문을 인용할 수 없습니다.

2) 본문의 요점을 정리합니다.

3) 연세대학교 커뮤니케이션 대학원 석사과정

4) 연세대학교 커뮤니케이션 대학원 석사과정

intermediaries)' (Williamson, 1993). (cultural (Bourdieu, 1984; Featherstone, 1991).

(Featherstone, 1991; , 2002; , 2004), (Veblen, 1978; Hebdige, 1988; McCracken, 1991).

(Jhally, 1987; Williamson, 1978).

“ ~ ”

(, 2005).

， 2002）。 （

（ ， 2003）。

“ ”

（2005）

1990

‘multiculturalism’

‘(multicultural fact)’

‘(multicultural project)’

19 20 (cosmopolitanism) (pluralism)

2007 1
(Department of Immigration and Multicultural Affairs)' (Department of Immigration and Citizenship)'

(melting pot)

(assmilation)

1980

9/11

()

(McRobbie, 2005).

(monoculturalism)

(recognition)'

(McRobbie, 2005).

$$(\quad)$$

(tokenism)

[illegible]

() .

19 (eating the others)' (hooks, 1992).

10

McDonald(1992)

() (Gren, 1999; Kim & Chung, 2005; O'bolye, 2006).

(an unwelcome tokenism)" (Taylor, Lee & Stern, 1995).

(strategic multiculturalism)" (O'Boyle, 2006).

9/11

5)

(Stratton, 1998)

5) 이 캠페인에 대한 현황과 설명은 <http://www.adcouncil.org/default.aspx?id=141> 참조.

Jamal(2001) ,

“

(McRobbie, 2005).

IMF

1998 2006

2005- 2006 . 1998

CF Bank , 1998

2006

CF Bank

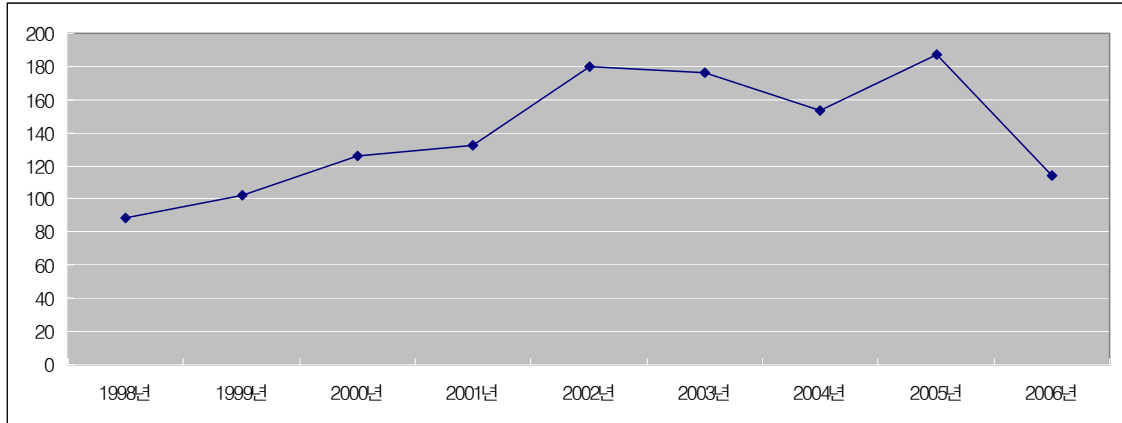
(1) / , (2) / , (3)

/ , (4) / , (5) / , (6) / , (7) / / ,

(8) / / , (9) / / , (10) / / . 1

1 .

< 1 > / (1998- 2006)



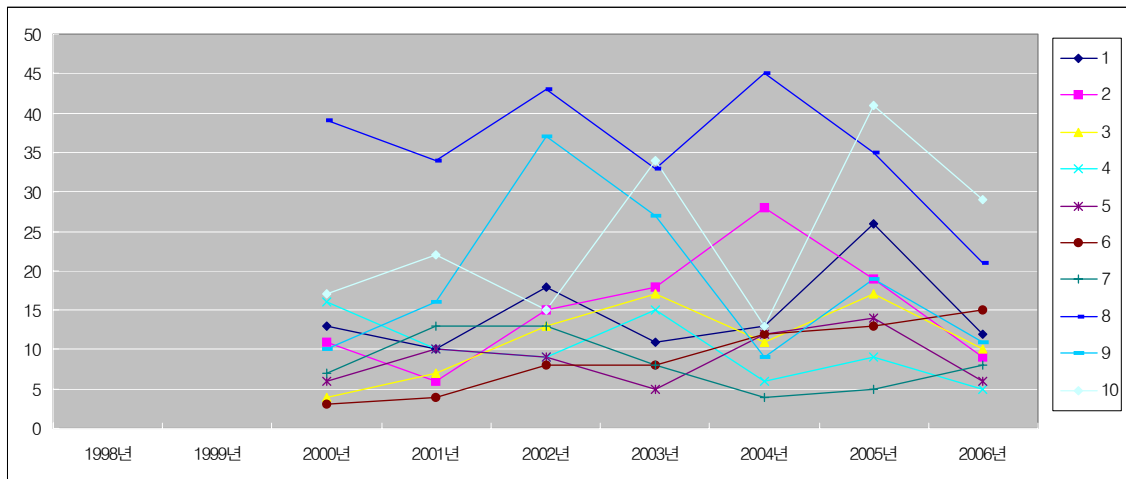
2004 / 1998 . 2006

1
2006 3 ,
.

< 2 >

1998 1999 ,
, (1) / , (2) /
, (3) / , (4) / , (5) / , (6) / , (7) / ,
(8) / / / . 2000
2006

< 2: >



< 2 > 8 (/ /)
 . 10 (/ /)
 ,
 2 (/), 1 (/), 3 ()
 .
 2 : _____
 2 2005- 2006
 (/ , / , / / , / /)
 . 6)
 10
 / /
 / , /
 / , 10
 2
 .
 ,
 , 1
 .
 ,
 ,

6) 연구가 여전히 진행중인 관계로, 이 네 항목 중 의류/화장품/미용 상품의 광고는 이 “ ”



(conspicuous consumption) (Veblen, 1978)
 () , 2000
 1998 (, 2006).
 1999
 2000
 2005- 2006

광고명	모델 및 배경	나레이션 및 텍스트	음악
롯데 캐슬	배우 장진영이 프랑스 궁전을 캐슬이 아름다운 건 당신의 마음이 아 배경으로 프랑스 어린이들과 뛰노는 장면	롭답기 때문입니다. 당신은 캐슬에 사 오페라 음악 쉽니다.	
브라운 스톤	보스턴을 배경으로 학생들이 운동하고 노신사가 걸어가는 길거리		

쉽 처리된 분위기의 공간을 걸 이것이 위브의 세계기준이다.
어 다니며, 여러 인종의 어린이 Global Standard We've.
와 어울린다.

클래식 연주곡

지웰시티 골프선수 미셸위가 비행기에서 세상을 놀라게만 했던 소녀 미셸위 삼
아파트를 내려보는 모습. 실제 천미터 상공에서 났을 잃다.
촬영지는 맨하탄. 대한민국 하가오데

70 클래식연구소 연구원인 이희근

(2006)

2006

(homeless)
(house)

(home)

광고명

모델 및 배경

Let it be.

SK

광고명	모델 및 배경	나레이션 및 텍스트	음악
현대카드 M	이국적인 여성 모델이 여행을 즐기는 모습	무료 항공권이 생겼다. 나에게 해외는 M포인트가 있었다. 눈 큰 세이시	

(Sturken & Cartwright, 2001).

10)

2000; McRobbie, 2005

).

10) 월드컵이 다가오면서 이동통신회사들이 붉은색과 애국심을 연결시킨

< >

(2005). , 21 , 590 .

(2003). , .

(2006) ‘ TV’ 11 29 .

(2004). , 12 1 .

(2006). , 12 .

(2007). , .

, , , , , , (2002). , .

(2005). , , : , 8 4 .

(2005). , / 13 .

(2004). : .

(2003). , 7 .

(2006). ' ' : < >

, 20 3 .

, (2005). .

, 15 3 .

, (2005). : ‘ ,

, 5 2 .

(2001). , , 9 3 .

(2006). ‘ ’ , 7 18 .

(2006). TV , 19 3 .

Bouchet, D. (1995). Marketing and the Redefinition of Ethnicity, In J.A. Costa and G.J. Bamossy (eds.) *Marketing in a Multicultural World*, London: Sage.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

Burton, D. (2000). Ethnicity, Identity and Marketing: A Critical Review, *Journal of Marketing Management*, 16.

Featherstone, M. (1991). *Consumer Culture and Postmodernism* London: Sage.

Gren, G.L. (1999). Ethnic Evaluations of Advertising: Interaction Effects of Strength of Ethnic Identification, Media Placement and Degree of Racial Composition. *Journal of*

Advertising, 28: 49- 62.

- Hall, S. (1996) 'The Questions of Cultural Identity,' in S. Hall, D. Held, D. Hubert and K. Thompson (eds.). *Modernity: An Introduction to Modern Societies*, Cambridge, MA: Blackwell.
- Hall, S. (1997). The Spectacle of the 'Other', in Hall, S. (ed.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Open University Press.
- Hebdige, D. (1988). Object as Image: The Italian Scooter Cycle. in J.B. Schor and D.B. Holt (eds.) *The Consumer Society Reader*. New York: The New Press.
- Henderson, J.J. and Baldasty, G.J. (2003). Race, Advertising, and Prime-Time Television. *The Howard Journal of Communication*, 14.
- hooks, b. (1992) 'Eating the Others: Desire and Resistance,' in J.B. Schor and D.B. Holt (eds) *The Consumer Society Reader*, New York: The New Press.
- Jamal, A. (2001). Marketing in a Multicultural World. *European Journal of Marketing*, 37(11/12).
- Jhally, Sut (1987). *The Codes of Advertising: Fetishism and the Political Economy of Meaning in the Consumer Society*. New York: St. Martin's Press.
- Kim, M. and Chung, A.Y. (2005). Consuming Orientalism: Images of Asian/American Women in Multicultural Advertising. *Qualitative Sociology*, 28(1): 67- 91.
- Maffesoli, M. (1996). *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*, London: Sage.
- McCracken, G. (1991). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington: Indiana University.
- McDonald, J.F. (1992). *Blacks and White TV: African Americans in Television since 1948* Chicago: Nelson Hall.
- McRobbie, A. (2005). *The Uses of Cultural Studies*. London and New York: Routledge.
- Nakano, Y. (2002) 'Who Initiates a Global Flow?: Japanese Popular Culture in Asia,' *Visual Communication*, 1, 2: 229~ 268.
- O'Boyle, N. (2006). Addressing Multiculturalism? Conservatism and Conformity: Access and Authenticity in Irish Advertising. *Translacations*, 1(1): 95- 120.
- Stratton, J. (1998). *Race Daze: Australia in Identity Crisis*, Sydney: Pluto Press.
- Sturken, M. and Cartwright, L. (2001). *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Macmillan.
- Williamson, J. (1978). *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*, London: Boyars.