

| 중학교 |

청소년과 미디어



모든 청소년이 미래 사회가 요구하는 미디어 리터러시를 갖출 수 있도록

문자, 인쇄 미디어부터 영상, 소셜 미디어에 이르기까지 미디어의 종류는 점점 다양해지고 있습니다. 변화의 속도 역시 매우 빨라지고 있지요. 바야흐로 ‘미디어의 시대’입니다. 교육 현장은 물론 일상생활까지 미디어 없이 무엇인가를 한다는 것은 상상조차 어렵습니다. 그만큼 미디어를 바르게 이해하고 이용하는 능력, 곧 ‘미디어 리터러시’가 중요해졌습니다. 미디어 리터러시는 다양한 미디어에 효과적으로 접근하고, 미디어가 제공하는 정보와 콘텐츠를 비판적으로 이해하며, 자신의 생각을 책임 있게 표현하고 소통하는 능력입니다.

중학교 『청소년과 미디어』는 모든 청소년이 미디어 리터러시를 갖추어 미래 사회에 능동적으로 대처할 수 있도록 다음과 같은 내용으로 구성하였습니다.

1단원

‘미디어, 너는 무엇이니?’는 미디어에 대한 기본적인 이해를 담고 있습니다. 이 단원에서 미디어의 개념과 기능을 공부하고, 자신의 미디어 이용 습관을 성찰해 보는 기회를 가질 것입니다.

2단원

‘미디어, 함께 놀아 볼까?’에서는 미디어를 의미 있게 즐기며 소통하는 방법을 공부할 것입니다. 나아가 미디어로 자기를 표현하고 관계를 형성하는 것의 가치와 의미를 탐구하게 될 것입니다.



3단원

‘미디어, 꼼꼼하게 따져 볼까?’에서는 미디어의 양면성을 이해하는 시간을 가질 것입니다. 또한 미디어에 담긴 고정 관념과 편견을 비판적으로 바라보고, 허위 조작 정보를 판별하는 방법을 익힐 것입니다.

4단원

‘미디어 세상을 바꿔 볼까?’에서는 자신이 속한 공동체의 문제를 공유하고 문제를 협력적으로 해결하는 경험을 해 볼 것입니다. 다른 사람들과 함께 살아가는 민주 시민 또는 세계 시민의 자질을 배울 수 있을 것입니다.

영국 포츠머스 대학의 멜빈 뵘손(Melvin Vopson) 교수는 “지난 10년 동안 오늘날 존재하는 데이터의 90%가 생성됐다.”라고 말했습니다. 우리 모두 엄청난 양의 정보가 미디어를 통해 생산되고 공유되는 시대를 살고 있는 것입니다. 모쪼록 이 책을 통해 여러분이 미디어를 바르게 수용하고 능동적으로 이용하는, 미디어의 진정한 주인이 될 수 있기를 기원합니다.

지은이 일동

구성과 특징

- 이 교과서는 학습자의 미디어 리터러시 함양을 위해 학습자의 실제 미디어 생활에 기반한 다양한 미디어 자료와 활동을 제시하였습니다.
- 다른 사람의 글을 실을 때에는 가능한 원문을 살리되 분량이나 수준, 학습 목표 등을 고려하여 내용이나 표현을 고치기도 하였습니다.



대단원 도입

- 대단원 도입 글을 읽으며 이 대단원에서 배울 내용을 확인할 수 있습니다.
- ‘키워드로 단원 한눈에 보기’에서는 각 소단원에서 배울 핵심내용과 학습의 흐름을 파악할 수 있습니다.



소단원 도입

- 소단원 학습의 목표를 확인할 수 있습니다.
- ‘생각 열기’ 활동을 하며 배경지식을 활성화하고 학습 동기를 강화합니다.

배운 미디어 배리어 프리 영상

1 배운 영상 중 마음에 맞는 것을 찾아 배리어 프리 영상은 어떤 것인지 확인하고 내용을 정리해 봅시다.

배리어 프리(Barrier-free)는 장애인이나 노인 등 신체적·정신적 장애가 있거나 고령자, 외국어 사용자, 시각 장애인, 청각 장애인, 장애인 동반자 등 다양한 장애인에게 접근성을 높여주는 것을 의미합니다. 즉 장애인, 고령자, 외국어 사용자, 장애인 동반자 등 다양한 장애인에게 접근성을 높여주는 것을 의미합니다. 즉 장애인, 고령자, 외국어 사용자, 장애인 동반자 등 다양한 장애인에게 접근성을 높여주는 것을 의미합니다.

2 배운 '1인 1인사' 영상과 배너 영상 중 하나를 선택하고, 배너 영상 중 하나를 선택해 발표를 준비해 봅시다.

배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다.

배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다.

소단원 주제 활동

- 소단원 학습 목표를 성취할 수 있는 다양한 주제 활동을 제시하였습니다.
- 각 소단원은 단원의 성격에 따라 1~3개의 주제 활동으로 이루어져 있습니다

대단원 프로젝트 활동

1 배운 영상 중 마음에 맞는 것을 찾아 배리어 프리 영상은 어떤 것인지 확인하고 내용을 정리해 봅시다.

배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다.

2 배운 영상 중 마음에 맞는 것을 찾아 배리어 프리 영상은 어떤 것인지 확인하고 내용을 정리해 봅시다.

배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다.

3 배운 영상 중 마음에 맞는 것을 찾아 배리어 프리 영상은 어떤 것인지 확인하고 내용을 정리해 봅시다.

배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다.

4 배운 영상 중 마음에 맞는 것을 찾아 배리어 프리 영상은 어떤 것인지 확인하고 내용을 정리해 봅시다.

배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다.

대단원 프로젝트 활동

- 대단원에서 학습한 내용을 다양한 활동에 적용하면서 학습 경험을 깊이 있게 확장할 수 있습니다.
- 네 가지 프로젝트 활동을 하며 문제 해결 능력을 기를 수 있습니다.

대단원 마무리

1 배운 영상 중 마음에 맞는 것을 찾아 배리어 프리 영상은 어떤 것인지 확인하고 내용을 정리해 봅시다.

배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다.

2 배운 영상 중 마음에 맞는 것을 찾아 배리어 프리 영상은 어떤 것인지 확인하고 내용을 정리해 봅시다.

배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다.

3 배운 영상 중 마음에 맞는 것을 찾아 배리어 프리 영상은 어떤 것인지 확인하고 내용을 정리해 봅시다.

배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다. 배너 영상은 배너를 통해 정보를 전달하는 영상입니다.

대단원 마무리

- 다양한 정리 활동을 하며 대단원에서 배운 내용을 확인합니다.
- 자신의 대단원 학습 성취도를 점검합니다.

이 책의 차례



미디어, 너는 무엇이니?

1 그것이 알고 싶다! 미디어의 정체	10
• 미디어의 개념과 의미	11
2 다재다능한 친구! 미디어의 쓸모	16
• 미디어의 기능	17
3 알아보자! 나의 미디어 DNA	24
• 10대의 미디어 이용 생활	25
대단원 프로젝트 활동 • 미디어 조절 능력 기르기	32



미디어, 함께 놀아 볼까?

1 미디어로 즐기는 대중문화	38
• 미디어의 변화와 이야기의 힘	39
• 참여하며 즐기는 미디어	44
• 다양한 재미를 담은 유튜브	48
2 소통하며 성장하는 놀이, 게임	51
• 게임이 주는 몰입의 즐거움	52
• 게임과 함께 성장하기	55
• 소통하고 협력하며 게임하기	59
3 표현과 연결의 기쁨, 소셜 미디어	62
• '나'를 표현하는 소셜 미디어	63
• 관심과 인정을 주고받는 소통	66
• 행복한 소셜 미디어 이용을 위한 안내서	68
대단원 프로젝트 활동 • 진로 탐색 '부캐' 놀이	72



미디어, 꼼꼼하게 따져 볼까?

1 미디어 환경의 변화와 미디어의 양면성	78
• 소비자에서 생비자로	79
• 미디어의 특성	82
• 기사일까? 광고일까?	86
2 미디어가 비추는 세상	89
• 미디어는 현실을 있는 그대로 보여 줄까?	90
• 정보 전염병을 조심하라!	94
• 오보와 허위 조작 정보	97
3 현명한 미디어 이용	100
• 비판적 사고로 나와 우리를 지켜요!	101
• 허위 조작 정보를 구별하는 방법	106
대단원 프로젝트 활동 • 정보 품평회 열기	112



미디어, 세상을 바꿔 볼까?

1 권리와 책임이 필요한 미디어	118
• 슬기로운 미디어 소비자	119
• 권리 침해에 대응하기	122
2 세상을 변화시키는 미디어	126
• 미디어로 연결되는 소통의 힘	127
• 공동체의 문제를 해결하는 미디어	131
3 다양성을 품는 미디어	136
• 소외 없는 미디어 세상	137
• 배려의 미디어, 배리어 프리 영상	140
• 미디어로 따뜻한 세상 만들기	142
대단원 프로젝트 활동 • 도전! 배리어 프리 영상	144

부록

효과적인 정보 검색 방법	151
미디어 권리 침해 예방 및 대응법	153



미디어, 너는 무엇이니?

우리는 미디어라는 다재다능한 친구를 통해 새로운 정보를 얻고 즐거움을 누리며 사람과 세상을 만납니다. 내 삶의 일부가 된 미디어, 여러분은 얼마나 잘 알고 있나요? 이 단원을 학습하며 미디어가 무엇이고 어떤 기능을 하는지 알아봅시다. 또 자신의 미디어 이용 생활을 돌아보고, 미디어를 현명하게 이용하는 방법을 생각해 봅시다.





1

그것이 알고 싶다! 미디어의 정체

- 미디어의 개념
- 미디어의 의미

2

다재다능한 친구! 미디어의 쓸모

- 미디어의 기능

3

알아보자! 나의 미디어 DNA

- 10대의 미디어 이용 현황
- 미디어 생활 성찰



1

그것이 알고 싶다! 미디어의 정체

- ▶ 미디어의 개념을 이해할 수 있다.
- ▶ 미디어의 다양한 의미를 파악할 수 있다.

생각열기

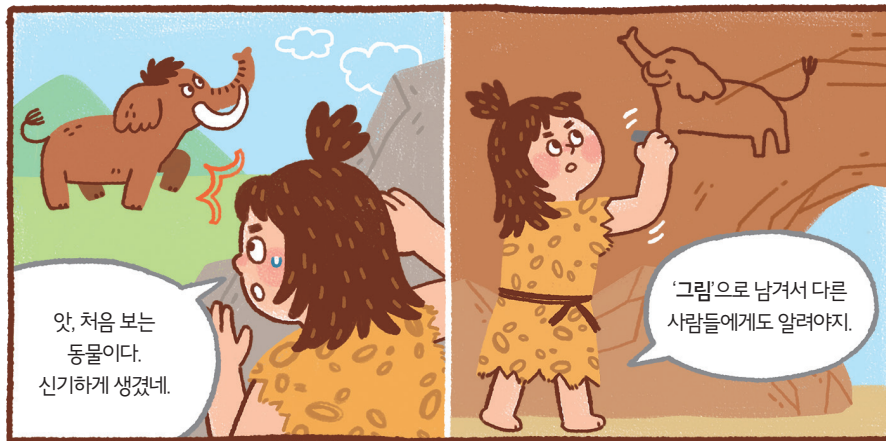
다음 중 미디어에 해당한다고 생각하는 것을 고르고, 그것의 기능을 말해 봅시다.



미디어의 개념과 의미

1 다음은 인류와 함께해 온 미디어에 관한 이야기입니다. 미디어의 개념과 의미를 정리하며 글을 읽어 봅시다.

문자가 생기기 전에는 어떻게 소통했을까?

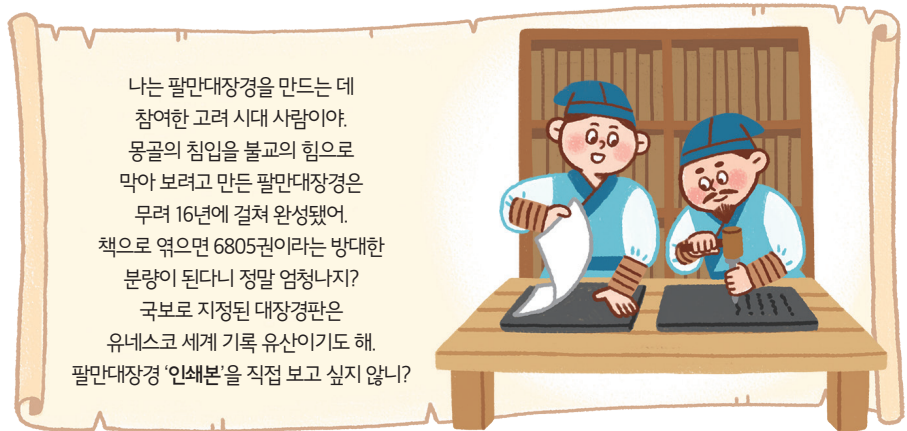


5 사람도 미디어가 될 수 있다



* 마라톤(marathon)
육상 경기 중에서 42.195km를 달리는 장거리 경주 종목

역사는 문자와 책으로 기록되어 왔다



5
10

오랫동안 사랑받고 있는 미디어의 이야기를 직접 들어 볼까?

안녕? 우리는 신문, 라디오, 텔레비전이야. 무슨 물건이 말을 하냐고? 마음의 소리라고 생각해 줘. 우리가 얼마나 중요한 역할을 해 왔는지 제대로 알려 줄게.

15

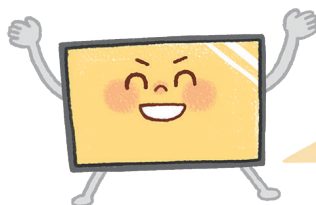


나는 '신문'이야. 세상의 다양한 소식인 뉴스를 종이에 담아서 전달하는 역할을 하지. 만약 내가 없다면 사회 곳곳에서 일어나는 사건이나 사고 소식을 알기 어려웠을 거야.



나 알지? '라디오!' 여러분은 나를 많이 듣지 않을 수도 있지만, 여러분의 부모님은 나를 친구처럼 생각하셨지. 나는 '듣는 즐거움'을 주는 미디어야. 강력한 전파를 바탕으로 다양한 이야기와 음악을 멀리까지 전하고 있지.

20



나는 눈과 귀 모두를 즐겁게 하는 '텔레비전'이야. 사람들은 나를 통해 드라마, 뉴스, 교양 프로그램, 오락 프로그램 등을 즐기고 있어. 나는 사람들에게 즐거움을 줄 뿐만 아니라 세상의 소식을 생생하게 전하기도 하지.

25

뉴 미디어는 어떤 변화를 가져왔을까?

우리는 컴퓨터와 스마트폰이야. 지금까지 나온 친구들보다 더 친근하지? 새롭게 등장한 미디어라는 의미로 우리를 ‘뉴 미디어(new media)’라고 부르기도 해.

5



나는 ‘컴퓨터’야. 하루에 몇 시간씩 나를 만나는 친구들도 많을 거야. 나는 문서 작성, 동영상 편집, 인터넷 접속 등 엄청나게 많은 일을 해. 이 세상에 등장한 지 얼마 되지 않았지만, 새로운 세상을 열었다는 평가를 받고 있어.

10

나는 ‘스마트폰’이야. ‘손안의 작은 컴퓨터’라고도 불리지. 통화나 메시지 전송은 기본이고 음악 감상, 영화 보기, 소셜 미디어 활동 등 다양한 일을 할 수 있어. 내가 없으면 불안하다고 말하는 사람들이 많은 거 보면 요즘은 내 인기가 제일 높지 않을까?



15

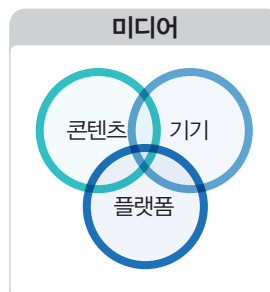
지금까지 살펴본 동굴 벽화, 사람, 책, 신문, 라디오, 텔레비전, 컴퓨터, 스마트폰 모두를 ‘미디어’라고 할 수 있습니다. 그렇다면 미디어는 어떤 뜻을 가지고 있는 말일까요?

미디어란 ‘어떤 정보를 한쪽에서 다른 쪽으로 전달하는 역할을 하는 것’을 의미합니다. 넓은 의미에서 미디어는 정보를 전달하는 역할을 하는 모든 것이라 할 수 있습니다.

20

하지만 흔히 일상생활에서 사용하는 미디어의 의미는 크게 세 가지로 볼 수 있습니다. 첫째, 동영상, 음악, 사진, 게임, 뉴스와 같은 어떤 내용물, 즉 ‘콘텐츠’를 의미합니다. 둘째, 텔레비전, 컴퓨터, 스마트폰 등과 같이 콘텐츠를 이용하게 해 주는 ‘기기’를 의미하기도 합니다. 셋째, 포털 사이트나 온라인 동영상 서비스, 메신저 서비스 등과 같이 이용자가 콘텐츠를 만날 수 있게 해 주는 ‘플랫폼’을 미디어라고 부르는 경우도 있습니다.

25



🔔 뉴 미디어(new media)

전자 공학 기술이나 통신 기술이 발달하면서 등장한 새로운 전달 매체. 이용자의 필요에 따라 정보를 쉽게 얻을 수 있게 하며 사회의 정보화를 촉진시킨다. 문자 다중 방송, 쌍방향 케이블 텔레비전, 인터넷 따위가 있다.

🔔 소셜 미디어(social media)

인터넷상에서 기존의 인간관계를 강화하거나 새로운 인간관계를 형성하여 의사소통 및 정보 공유 활동을 돕는 미디어를 가리킨다. 실시간으로 대화를 주고받는 메신저 서비스와 온라인 동영상 플랫폼도 넓은 의미에서 소셜 미디어로 볼 수 있다.

🔔 콘텐츠(contents)

인터넷이나 컴퓨터 통신 등을 통하여 제공되는 각종 정보나 그 내용물. 유·무선 전기 통신망에서 사용하기 위하여 문자·부호·음성·음향·이미지·영상 등을 디지털 방식으로 제작해 처리, 유통하는 각종 정보, 또는 그 내용물을 말한다.

🔔 플랫폼(platform)

플랫폼은 원래 가치를 타고 내리는 승강장을 말하는데, 정보 통신 분야에서는 여러 이용자 사이의 거리를 가능하게 해 주는 정보 시스템 환경을 뜻한다. 최근에는 많은 사람들이 이용하는 컴퓨터 프로그램이나 웹사이트, 모바일 애플리케이션을 통칭하는 의미로 사용되기도 한다.

미디어는 우리의 일상에서 이렇게 다양한 의미로 사용되고 있습니다. 그렇다면 미디어는 앞으로 어떻게 변화할까요? 급속도로 발달한 통신 기술로 지금도 많은 미디어가 새롭게 등장하고 있습니다. 바야흐로 ‘미디어 빅뱅의 시대’인 것입니다. 아마도 미래에는 사람들이 선택하고 즐길 수 있는 미디어가 훨씬 많아질 것이고, 여러분이 지금 이용하는 것보다 더 발전된 형태의 기기가 나올 수도 있습니다. 또한 콘텐츠를 생산하고 공유하는 방식이 보다 다양해져 사람들의 참여와 소통이 더욱 강조되는 미디어 세상이 펼쳐질 것입니다.

5

빅뱅(big bang)

우주의 탄생을 가져온 거대한 폭발. 빅뱅설에 따르면 약 150억 년 전 초기 우주가 대폭발을 일으켜 현재의 팽창하는 우주가 탄생하였다고 한다. 갑작스럽게 일어난 큰 변화를 비유적으로 이를 때 빅뱅이라고 표현하기도 한다.

(1) 내가 생각하는 미디어의 의미를 다음과 같은 문장 형식으로 표현해 봅시다.

예시

미디어는 보물 상자이다.

왜냐하면 내가 원하는 모든 것이 담겨 있기 때문이다.

미디어는 _____이다.

왜냐하면 _____

(2) 미디어가 없었다면 우리의 삶이 어떠했을지 이야기해 봅시다.

(3) 최근 새로 등장한 미디어의 사례를 참고하여 앞으로 어떤 미디어가 등장할 지 생각해 봅시다.



나는 이용자의 음성을 인식해 음악 감상, 정보 검색 등의 기능을 수행하는 인공 지능 스피커를 사용하고 있어. 보고 싶은 콘텐츠를 찾을 때나 날씨 정보, 스포츠 경기 결과 등을 알고 싶을 때 정말 편리해.

지난 주말에 메타버스 플랫폼에서 나만의 캐릭터를 만들고, 놀이공원 맵에서 사람들과 신나게 놀았어. 현실에서는 가기 어려운 곳도 쉽게 가 볼 수 있어서 시간 가는 줄 몰랐다니깐!



📌 메타버스(metaverse)

초월을 뜻하는 'meta'와 우주를 뜻하는 'universe'의 합성어. 웹상에서 아바타를 이용하여 사회·경제·문화 활동을 하는 등 현실 세계와 가상 세계가 허물어지는 것을 이르는 말이다.

미래에는 어떤 미디어가 등장할까?

2

다재다능한 친구! 미디어의 쓸모

- ▶ 미디어의 기능을 이해할 수 있다.
- ▶ 미디어의 긍정적인 면과 부정적인 면을 파악할 수 있다.

생각열기

다음과 같이 미디어를 유용하게 이용한 경험을 이야기해 봅시다.



미디어의 기능

1 다음 글을 읽으며 미디어가 우리 사회에서 어떤 기능을 하는지 생각해 봅시다.

정보를 수집하고 전달하는 미디어

5



실시간 교통 정보를 알려 드립니다.
.....
통제 상황이니 우회 도로를 이용하시기 바랍니다.


10




꼭 막힌 도로 위에서 답답했던 적 있으시죠? 바로 저, 미디어를 잘 활용하면 도움이 되는 정보를 얻을 수 있습니다.

뉴스에 나오는 실시간 교통 정보를 듣고 대중교통을 이용하거나 정체 구간을 피하면 이동 시간을 줄일 수 있어요.

15



우리나라가 양궁 혼성 경기에서 금메달을 차지했습니다. 불굴의 의지를 보여 준 선수들에게 박수를 보내 주십시오.



다른 국가에서 열린 올림픽 소식도 발 빠르게 전해 드린답니다. 금메달을 목에 건 선수들의 모습을 보니 정말 기분이 좋습니다. 계속해서 다른 경기 소식도 알려 드릴게요.

20



금융감독원이 보이스 피싱 사기범의 실제 목소리와 주요 수법 등을 공개하고, 소비자들에게 유의 사항을 전달했습니다.



저는 범죄 소식도 전해 드리고 있어요. 이런 내용을 공유하지 않으면 같은 수법으로 피해를 보는 사람들이 많아지거든요. 우리 사회가 안전하고 깨끗한 사회가 될 수 있도록 열심히 정보를 수집하고 전달할 거예요.

미디어는 ‘정보를 수집하고 전달하는 기능’을 합니다. 사람들은 미디어에서 일기 예보, 교통 상황 등과 같은 정보를 신속하게 얻습니다. 또한 전 세계 곳곳에서 일어나는 다양한 일들을 접하고 새로운 분야의 지식을 얻게 됩니다. 유익한 정보를 얻어 참고하기도 하고, 부정적인 사건이나 사고 소식을 접하면 경계심을 갖고 조심하기도 합니다.

5

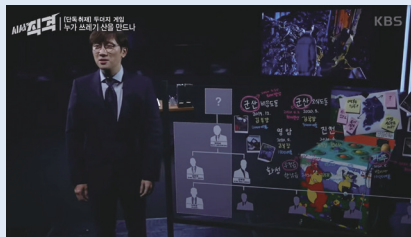
사회관계 속 갈등을 조정하는 미디어



▲ 텔레비전 토론 프로그램

사회자: 최근 ‘수술실 CCTV 설치’에 대한 논쟁이 다시 뜨거워지고 있는데요. 두 분의 전문가를 모시고 이야기를 들어 보겠습니다.

10



▲ 텔레비전 심층 보도 프로그램

진행자: 120톤의 쓰레기가 산을 이루고 있습니다. 이번 시간에는 전국적으로 발생하고 있는 불법 폐기물 처리 문제를 파헤칩니다.



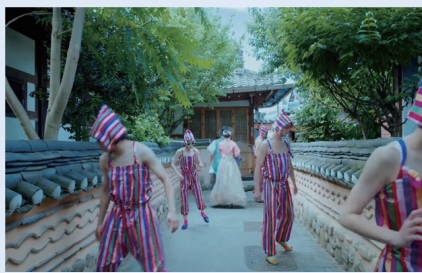
우리 사회에는 갈등을 일으키는 다양한 문제가 존재하고 있어요. 문제를 해결하기 위해서는 갈등의 원인을 분석하고 다양한 생각과 의견을 조율하는 과정을 거쳐야 합니다. 서로 다른 의견을 가진 사람들의 입장을 정확하게 알리는 것도 중요하고, 서로 만나서 이야기를 나누는 것도 중요하지요. 바로 제가 그런 역할을 하기도 한답니다. 토론 프로그램이나 심층 보도 프로그램, 신문 논설 기사 등을 통해 ‘갈등의 중재자, 화해의 메신저’ 역할을 하고 있어요.

15

20

미디어는 '사회관계 속에서 일어나는 갈등을 조정하는 기능'을 합니다. 우리 사회에 어떤 사건이 발생하면 미디어는 그 사건의 배경과 의미, 개인과 사회에 미칠 영향 등을 해석하여 제시합니다. 이를 통해 사람들은 갈등이 일어난 원인을 분석하고 갈등 상황에 놓인 사람들의 입장이 어떻게 다른지 파악하게 됩니다. 또한 갈등을 해소하는 현명한 방법을 고민하고 대책을 마련하기도 합니다.

문화를 전파하고 전수하는 미디어



▲ 한국관광공사의 한국 홍보 영상 '필 더 리듬 오브 코리아'. 우리나라의 주요 도시를 소개한 시리즈 영상물이다. 중독성 강한 춤사위와 국악이 어우러진 독특한 형식으로 해외뿐만 아니라 국내에서도 큰 인기를 얻었다.



저는 우리 사회가 보유하고 있는 다양한 문화를 알려 주는 역할을 해요. 한국의 지역을 소개하는 텔레비전 프로그램, 한식을 소개하는 동영상, 우리의 전통과 풍습을 자세히 알려 주는 플랫폼 등이 있죠. 저를 통해 직접 경험하지 못한 한국의 다양한 문화를 알게 되었다는 분들이 많아요.



저는 우리 사회의 규범과 가치를 전수하는 역할도 하고 있어요. 양성평등, 문화 다양성, 생명 존중 등 꼭 지켜야 할 규범과 가치를 다음 세대에 알려 주어, 사회에 잘 적응하도록 돕는답니다.



▲ 한국양성평등교육진흥원에서 만든 양성평등 및 폭력 예방 지식 플랫폼 '젠더 온'. 다양한 양성평등 콘텐츠를 제공하고 있다.

미디어는 ‘문화 전파 및 전수 기능’을 합니다. 미디어는 사회에 존재하는 다양한 문화 현상과 규범, 가치를 공유하게 하는 매개체 역할을 합니다. 우리는 미디어를 통해 다양한 문화적 배경지식을 쌓을 수 있습니다. 또 사회의 구성원으로서 지켜야 하는 규범과 가치를 알리고 그것을 다음 세대에게 전달할 수도 있습니다.

5

오락과 재미를 위한 미디어



여러분이 저를 좋아하는 가장 큰 이유는 제가 재미있기 때문이 아닐까요? 휴식을 취할 때, 삶에 활력이 필요할 때 저를 찾는 사람들이 정말 많아요. 저를 즐기다 보면 긴장이 풀리고 기분이 좋아져 스트레스가 해소된답니다. 저는 즐거움과 재미를 드리는 ‘행복 전달자’예요.

10

미디어는 ‘휴식과 오락을 제공하는 기능’을 합니다. 미디어에는 많은 볼거리와 읽을거리, 그리고 재밌거리가 있습니다. 사람들은 영화, 드라마, 예능 프로그램, 웹툰, 게임 등 자신이 좋아하는 다양한 콘텐츠를 즐기며 기쁨을 느끼고, 자신의 흥미와 관심을 확장해 나갑니다.

이처럼 미디어는 우리의 일상에서 중요한 기능을 하고 있습니다. 하지만 미디어가 늘 좋은 기능만 하는 것은 아닙니다. 때로 정보를 신속하게 전달하

15

려다 잘못된 정보를 제공하여 사람들에게 혼란을 주기도 합니다. 많은 사람의 관심을 끌기 위해 허위 정보를 유포하기도 하지요. 갈등을 해결하기 위해서는 균형 잡힌 시각이 중요한데, 미디어에서 한쪽으로 치우친 내용을 제공하여 올바른 판단을 방해하기도 합니다. 즐거움과 재미만 강조하다 보면 선

5 정적이고 폭력적인 내용이 담기기도 합니다. 심지어 미디어가 다른 사람이나 집단을 공격하고 비난하는 수단이 되는 경우도 있습니다.

이것은 미디어 자체의 문제점이라기보다 미디어를 생산하거나 이용하는 사람들의 태도, 윤리 의식과 관련된 부분이라고 할 수 있습니다. 안전하고 건전한 미디어 세상을 만들기 위해서는 미디어 생산자와 이용자가 모두 함

10 께 노력해야 합니다.

그렇다면 미디어를 현명하게 즐기기 위해 우리는 어떻게 해야 할까요? 미디어가 어떤 기능과 역할을 하는지 정확하게 이해하는 것이 기본입니다. 또 미디어를 바르게 이용하려는 마음가짐이 필요합니다. 미디어의 긍정적인 기능을 잘 이용하고, 미디어가 부정적인 영향을 미치지 않도록 경계하는 슬기

15 로운 미디어 이용자가 되기 위해 노력합시다.

(1) 평소 새로운 정보를 얻기 위해 자주 이용하는 미디어를 쓰고, 최근에 알게 된 중요한 정보를 정리해 봅시다.

정보를 얻기 위해 자주 이용하는 미디어	
최근에 알게 된 중요한 정보	

Q 도움

텔레비전 토론 프로그램이나 시사 프로그램뿐만 아니라 인터넷 토론 게시판, 포털 뉴스 댓글 창 등에서도 서로 다른 입장을 지닌 사람들의 의견을 확인할 수 있습니다.

(2) 미디어에서 서로 다른 입장을 지닌 사람들이 의견을 나누는 모습을 본 적이 있는지 떠올려 보고, 그것이 나에게 어떤 영향을 미쳤는지 이야기해 봅시다.

미디어에서 접한 서로 다른 의견	
나에게 미친 영향	

Q 도움

마인드맵 그리기는 중심 개념에서부터 아이디어를 시각적으로 확장해 나가는 활동입니다. 여러 방향에서 생각을 연결 지어 볼 수 있고 관련이 없어 보이는 것끼리의 연관성도 찾을 수 있습니다.

(3) 미디어로 '한국의 문화'를 전 세계에 알리려고 합니다. 어떤 내용을 어떤 형식으로 담고 싶은지 마인드맵(mind map)을 만들어 봅시다.



(4) 나에게 가장 큰 즐거움과 재미를 주는 미디어를 친구들에게 소개해 봅시다.

2 미디어의 역기능을 보여 주는 네 가지 사례를 살펴보고, 역기능을 줄이기 위해 미디어 생산자와 이용자가 어떤 역할을 해야 하는지 모둠별로 토의해 봅시다.



미디어 생산자가 해야 할 일

미디어 이용자가 해야 할 일

3

알아보자! 나의 미디어 DNA

- ▶ 10대의 미디어 이용 현황을 이해할 수 있다.
- ▶ 자신의 미디어 생활을 성찰할 수 있다.

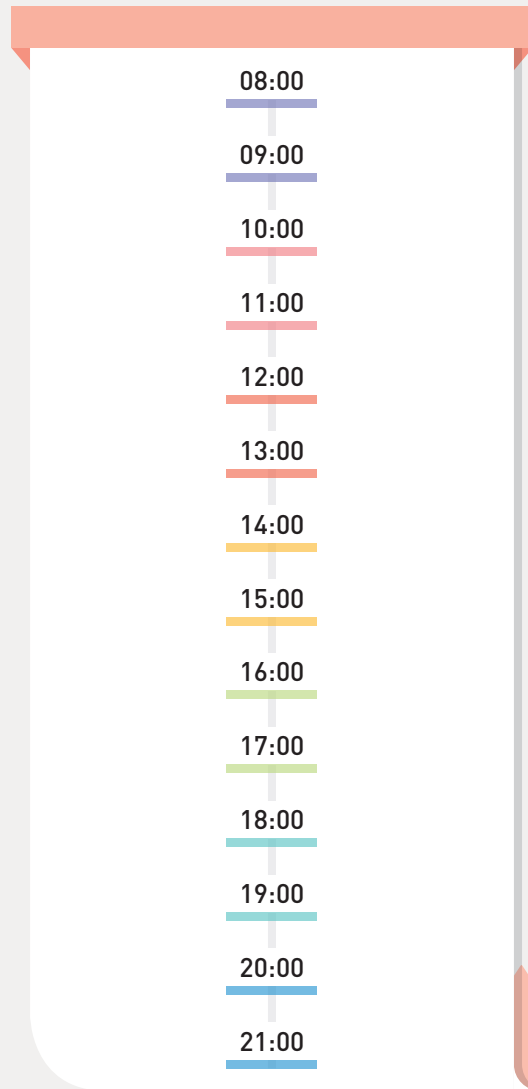
생각열기

어제 하루 동안 내가 이용한 미디어를 시간 순서대로 정리해 봅시다.

예 은호의 미디어 이용 시간표



나의 미디어 이용 시간표



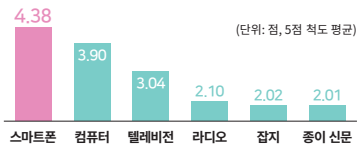


10대의 미디어 이용 생활

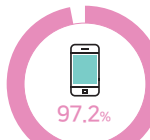
[1] 10대의 미디어 이용 현황을 조사한 자료와 강연 내용을 보고, 자신의 미디어 이용 생활을 돌아봅시다.

나는 모바일만 써!

미디어별 중요도



모바일 인터넷 이용률



피시(PC) 인터넷 이용률



* 이용률: 지난 일주일간 각 미디어를 이용한 사람의 비율

10대를 사로잡은 서비스들

서비스 부문별 이용률

온라인 동영상 플랫폼



메신저 서비스



인터넷 포털

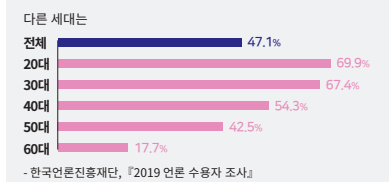


소셜 네트워크 서비스

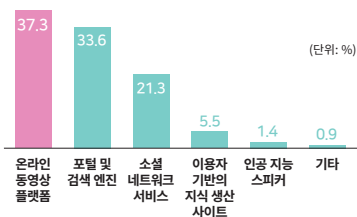


우리는 영상 세대!

온라인 동영상 플랫폼 이용률 87.4%

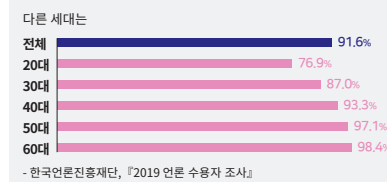


관심 있는 주제가 있을 때 이용하는 미디어

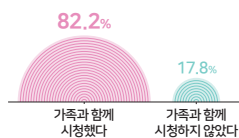


전통 매체의 강자 텔레비전

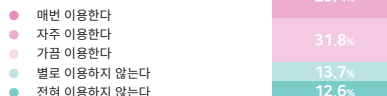
텔레비전 이용률 81.8%



지난 일주일 동안 가족과 함께 텔레비전 프로그램을 시청했나요?



텔레비전 프로그램을 시청하면서 동시에 다른 미디어를 어느 정도 이용하나요?



illustr by mimong

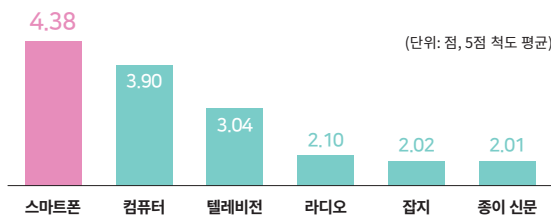
- 한국언론진흥재단, 『2019 10대 청소년 미디어 이용 조사』

여러분, 반갑습니다. 오늘은 여러분의 미디어 이용 생활에 대해 이야기를 나눠 보고자 합니다.

여러분의 하루에 미디어가 차지하는 비중은 얼마나 되나요? 아침에 일어나서 스마트폰으로 시간을 확인하고, 영상을 보며 학교 갈 준비를 할지도 모르겠군요. 등갓길에는 좋아하는 아이돌의 노래를 듣고, 정보를 검색하거나 자료를 찾을 때도 미디어를 이용할 겁니다. 친구와 메신저로 대화를 하고 소셜 미디어에 댓글도 남길 거예요. 온라인 동영상 플랫폼에 올라온 영상을 시청하기도 하고, 실시간 방송에 참여하기도 할 겁니다. 포털 사이트에서 제공하는 뉴스를 보며 세상 돌아가는 소식을 접하기도 하고, 메일을 확인하고 답장을 쓰기도 하겠지요. 미디어가 없는 삶이 상상이 되나요?

지금부터 살펴볼 자료는 한국언론진흥재단에서 발표한 '2019 10대 청소년 미디어 이용 조사'입니다. 여러분의 미디어 생활과 어떤 점이 같고 다른지 확인해 보세요.

미디어별 중요도



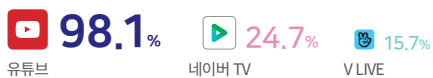
10대가 가장 중요하게 생각하는 미디어는 역시 스마트폰입니다. 거의 만점에 가까운 점수를 받았네요. 청소년은 스마트폰을 '내 몸의 일부'로 느끼고

있는 듯합니다. 2위는 다양한 작업을 할 수 있는 컴퓨터입니다. 텔레비전도 여전히 청소년에게 중요한 미디어인 것으로 조사되었네요.

그런데 라디오, 잡지, 종이 신문은 2점대의 점수로 중요도가 낮게 측정되었군요. 부모님 세대는 10대 때 라디오를 들으며 공부도 하고 여가 생활을 많이 즐겼는데, 라디오의 인기가 예전보다 많이 떨어졌네요. 도서관에 정기 간행물로 들어오는 잡지의 중요도도 높지 않네요. 청소년에게 가장 중요도가 낮은 미디어는 종이 신문입니다. 요즘 종이 신문을 구독하거나 열심히 챙겨 보는 청소년이 많지 않음을 확인할 수 있군요. 종이 신문의 미래는 어떨까요? 디지털 신문으로 전환되어 점차 사라지게 될까요?

서비스 부문별 이용률

온라인 동영상 플랫폼



메신저 서비스



인터넷 포털



소셜 네트워크 서비스



10대가 좋아하는 서비스를 부문별로 조사한 결과입니다. 온라인 동영상 플랫폼에서는 유튜브가 압도적인 1등을 차지했네요. 유튜브에는 1분 동안 500시간 정도의 영상이 탑재되고 있다고 합니다. 전 세계인이 하루에 약 10억 시간을 시청한다고 하니 엄청난 인기라고 할 수 있겠네요.

5 메신저 서비스 이용률은 카카오톡이 가장 높은 것으로 조사되었네요. 2위를 차지한 페이스북 메신저도 인기 있는 서비스입니다. 현대 사회에서 메신저는 사람과 사람이 만나고 소통하는 데 중요한 역할을 하고 있습니다. 메신저로 다양한 콘텐츠를 공유하고 수많은 대화를 주고받는 만큼 안전하게 이용하는 것이 매우 중요합니다.

10 아, 여기서 한 가지 생각해 볼 것이 있어요. 여러분 중에는 외국에 서버를 두고 있는 암호화 메신저를 사용하는 친구들도 있을 거예요. 보안성이 강해 개인 정보가 잘 보호되기 때문이지요. 하지만 보안성이 높은 만큼 추적이 어려워 범죄에 악용되기가 쉽습니다. 최근 암호화 메신저에서 청소년과 관련된 범죄가 자주 발생하고 있으니 이용할 때 주의하기 바랍니다.

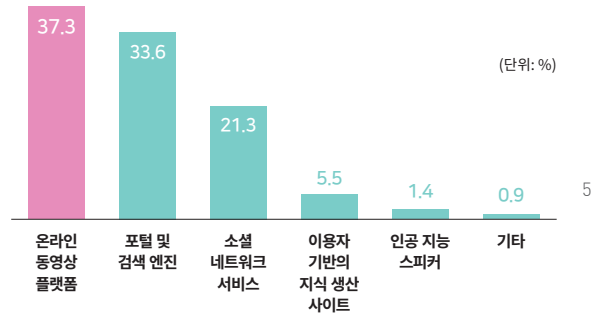
15 청소년이 자주 이용하는 인터넷 포털은 네이버와 구글이 1, 2위를 차지했고, 소셜 네트워크 서비스에서는 페이스북과 인스타그램이 1, 2위를 차지했네요. 소셜 네트워크 서비스의 인기는 날로 커지고 있습니다. 사진이나 영상, 글을 올리며 나를 표현하고, 비슷한 관심사를 가진 사람들과 소통하는 것은 소셜 네트워크 서비스가 지닌 커다란 매력입니다. 하지만 다른 사람의 사
20 진을 함부로 올리거나 댓글로 상대방을 공격하고 비난하는 등 부작용이 나타나기도 합니다. 소셜 네트워크 서비스가 인간관계에서 중요한 역할을 하게 된 만큼 상대방이 내 앞에 있다고 생각하고 예절을 지키며 이용해야 한다는 것을 꼭 기억하기 바랍니다.

🔔 소셜 네트워크 서비스(SNS: Social Network Service)

온라인상에서 기존의 인간관계를 강화하거나 새로운 인간관계를 구축할 수 있도록 도와주는 서비스로 트위터, 싸이월드, 페이스북 등이 대표적이다. 소셜 미디어라는 용어와 혼용하기도 한다.

여러분은 관심이나 흥미를 끄는 주제나 대상이 있을 때 어떤 미디어를 이용하여 찾아보나요?

관심 있는 주제가 있을 때 이용하는 미디어



유튜브와 같은 온라인 동영상 플랫폼에서 찾아보나요? 아니면 포털이나 검색 엔진을 이용하나요? 조사 결과에 따르면 10대 청소년은 온라인 동영상 플랫폼, 포털 및 검색 엔진, 소셜 네트워크 서비스를 주로 이용합니다.

📌 포털(portal)

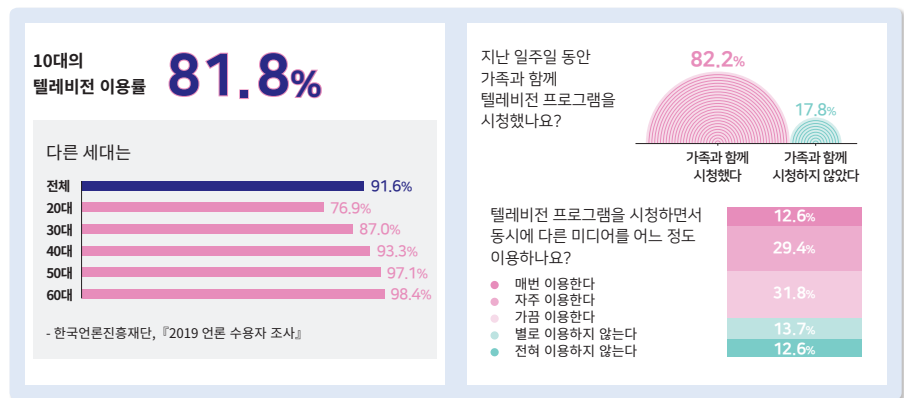
인터넷에 들어가기 위해 꼭 거쳐야 하는 사이트로 네이버, 다음, 구글 등이 있다.

📌 검색 엔진

인터넷에서 핵심어(키워드)를 이용하여 정보 자원을 찾아 주는 검색 도구 서비스를 가리킨다.

최근에는 공부에 필요한 정보도 온라인 동영상 플랫폼에서 찾는 경우가 많다고 해요. 온라인 동영상 플랫폼에는 정확한 지식과 유익한 정보도 있지만, 확실하지 않은 내용이나 거짓으로 꾸며 낸 정보도 있다는 사실을 기억해야 합니다. 온라인 동영상 플랫폼이나 포털 및 검색 엔진, 소셜 네트워크 서비스에서 찾은 정보를 그대로 받아들이기보다 출처를 찾아보거나 다른 미디어에는 어떻게 다루고 있는지 확인해 보는 자세가 필요합니다.

텔레비전은 오랜 역사를 가진 미디어입니다. 텔레비전은 세대를 막론하고 인기가 있는데, 10대의 81.8%가 텔레비전을 이용한다고 답한 것을 보면 텔레비전의 인기는 쉽사리 식지 않을 것으로 보입니다.



지난 일주일 동안 가족과 함께 텔레비전을 시청했는지를 묻는 질문에는 10명 중 8명이 그렇다고 답했습니다. 온 가족이 모여서 텔레비전을 시청하는 따뜻한 장면이 그려지네요.

아, 그런데 텔레비전을 보면서 컴퓨터와 스마트폰 등 다른 미디어를 동시

에 이용하는 경우가 많군요. 가족과 같은 공간에서 텔레비전을 보고 있지만 따로 개인만의 미디어를 즐기고 있는 걸까요? 텔레비전 이용률이 높은 편이긴 하지만 일상에서 그 위상이 조금씩 흔들리고 있다고 볼 수도 있겠네요.

5 지금까지 '2019 10대 청소년 미디어 이용 조사' 결과를 함께 살펴보았어요. 여러분의 미디어 생활과 비슷한 부분도 있고, 다르다고 생각하는 부분도 있으리라 봅니다. 그러나 분명한 사실은 미디어가 여러분의 삶에 깊숙이 들어와 있다는 것입니다.

10 이러한 상황에서 가장 중요한 것은 '나의 미디어 이용 생활을 스스로 돌아보고 성찰하는 자세'일 것입니다. 내가 어떤 미디어를 얼마만큼 이용하고 있는지 확인하며 나의 미디어 이용 습관을 점검해 보세요. 미디어에 지나치게 의존하고 있지는 않은지, 미디어가 나의 삶에 긍정적인 영향을 미치고 있는지 객관적으로 판단해 보고, 미디어를 스스로 조절하며 계획적으로 이용하도록 노력해야 합니다.

여러분이 '미디어의 노예'가 아닌 '미디어의 주인'이 되기를 기대합니다.

(1) 강연 내용을 바탕으로 다음 질문에 답해 봅시다.

• 조사 결과 중 '나의 미디어 생활과 비슷한 점은 무엇인가요?

• 조사 결과 중 '나의 미디어 생활과 다른 점은 무엇인가요?

(2) 내가 자주 이용하는 미디어를 생각해 보고 미디어의 종류, 이용 시간, 이용 목적을 정리해 봅시다.

	종류	하루 이용 시간	이용 목적
자주 이용하는 온라인 동영상 플랫폼			
자주 이용하는 메신저 서비스			
자주 이용하는 인터넷 포털 및 검색 엔진			
자주 이용하는 소셜 네트워크 서비스			

2 미디어를 슬기롭게 이용하려면 어떻게 해야 할까요? 다음 질문에 답하며 나의 미디어 이용 생활을 성찰해 봅시다.

- ‘나’는 어떤 미디어를 자주 이용하나요? 그 미디어는 유익하고 안전한가요?
- ‘나’는 미디어를 수동적으로 받아들이나요? 아니면 미디어에 대해 질문을 하며 비판적으로 받아들이나요?
- ‘나’는 미디어를 균형 잡힌 시각으로 바라보나요?
- ‘나’는 미디어에 나온 정보가 정확한지 확인하고 점검하나요?
- ‘나’는 미디어 이용을 스스로 조절하고 통제할 수 있나요?
- ‘나’는 미디어가 사람과 세상에 미치는 영향에 대해 생각해 본 적이 있나요?

대단원 프로젝트 활동

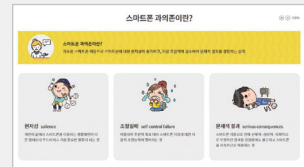
미디어 조절 능력 기르기

1 나의 스마트폰 이용 습관을 점검해 보고, 스마트폰 과의존 상태에 있지 않은지 되돌아봅시다.



(1) 한국지능정보사회진흥원에서 운영하는 ‘스마트 씬 센터’ 사이트에서 자신의 스마트폰 의존 정도를 점검해 봅시다.

① ‘스마트 씬 센터’ 사이트에 접속하여 ‘스마트폰 과의존’이 무엇인지 확인해 보세요.



② ‘스마트폰 과의존 척도’를 ‘청소년 대상’으로 선택하고, 제시된 문항에 답해 보세요.



③ 자신의 진단 결과와 해석을 확인해 보세요.



(2) 친구들과 진단 결과에 대해 이야기를 나누어 봅시다.

(3) 스마트폰 이용을 조절하기 위한 방법을 친구들과 토의해 봅시다.

2 나의 유튜브 시청 습관을 점검하며 미디어 조절 능력을 길러 봅시다.

(1) 자신의 유튜브 시청 시간을 확인해 봅시다.

① 유튜브 애플리케이션을 실행하고, 우측 상단에 있는 나의 사진을 클릭합니다.

② 세 번째 메뉴의 '시청 시간'을 눌러 유튜브 시청 시간을 확인합니다.

③ 일일 평균 이용 시간을 살펴보고 지난 주 대비 시청 시간의 증감 여부도 확인해 보세요.

요일	시청 시간
수	~0.5시간
목	~0.2시간
금	~0.1시간
토	~1.8시간
일	~1.2시간
월	~0.8시간
오늘	0분

(2) 친구들과 유튜브 시청 시간을 비교해 보고 나의 유튜브 이용 습관을 평가해 봅시다.

(3) 유튜브의 '시간 관리 도구' 기능을 활성화하여 시청 시간을 스스로 조절해 봅시다.

예시

YouTube 시간 관리 도구

시청 중단 시간 알림
1시간마다

취침 시간 알림
22:00~05:00

대단원 마무리

배운 내용 확인하기

1 다음 설명 중 맞는 것은 ○, 틀린 것은 ×에 표시해 봅시다.

- (1) 미디어란 어떤 정보를 한쪽에서 다른 쪽으로 전달하는 역할을 하는 것이다. (○, ×)
- (2) 포털 사이트나 온라인 동영상 서비스, 메신저 서비스 등 이용자와 콘텐츠를 만나게 하는 플랫폼을 미디어라 부르기도 한다. (○, ×)
- (3) 미디어는 일기 예보, 교통 상황 등과 같이 사람들이 필요로 하는 정보를 수집하고 전달하는 기능을 한다. (○, ×)
- (4) 사회가 중요하게 여기는 가치나 지켜야 하는 규범을 알리고 다음 세대에 전달하는 미디어의 기능은 사회관계 속 갈등 조정 기능이다. (○, ×)

2 모둠별로 스피드 퀴즈를 하며 이 단원에서 배운 내용을 확인해 봅시다.

스피드 퀴즈 방법

- ① 이 단원에서 배운 내용을 떠올리며 8개의 단어를 선정하고 종이에 적는다.
- ② 모둠별로 적은 단어 문치를 걷고, 각 모둠에서 설명할 사람 한 명과 종이 넘길 사람 한 명을 정한다.
- ③ 설명할 사람이 단어 문치를 선택한다. (자신이 속한 모둠의 단어 문치는 선택할 수 없음.)
- ④ 제한 시간 3분 내에 나머지 모둠원이 순서대로 단어를 맞힌다. (답을 모를 경우 넘길 수 있음.)
- ⑤ 제한 시간 동안 가장 많은 단어를 맞힌 모둠이 승리한다. (답을 모두 맞혔을 경우, 가장 빨리 맞힌 모둠이 승리함.)

예시

뉴 미디어

스마트폰

텔레비전

메타버스

소셜 미디어

플랫폼

포털

콘텐츠



스스로 점검하기

다음 평가 기준에 따라 나의 학습 성취도를 점검해 봅시다.



평가 기준	점수
★ 미디어의 개념을 설명할 수 있다.	
★ 미디어가 지닌 다양한 기능을 설명할 수 있다.	
★ 자신의 미디어 생활을 솔직하게 돌아보고 점검하였다.	
★ 미디어를 현명하게 이용하는 방법을 깊이 고민해 보았다.	

16~20점 참 잘했어요.	10~15점 잘했어요.	4~9점 노력하세요.	내 점수는 점
-------------------	-----------------	----------------	------------



• 단원을 마치며 •

우리는 이 단원에서 미디어의 개념과 변화 과정을 알아보고, 미디어의 기능을 확인해 보았습니다. 또한 10대 청소년의 미디어 이용 현황을 파악하고, 자신의 미디어 이용 습관을 점검하며 나의 미디어 생활을 성찰해 보았습니다. 이 단원에서 학습한 내용을 바탕으로 우리 삶의 일부가 된 미디어를 현명하게 이용해 봅시다.

II



미디어, 함께 놀아 볼까?

놀이는 인간의 본성입니다. 그리고 현대 사회에서의 놀이는 '미디어'를 떼어 놓고 생각하기 어렵습니다. 우리는 미디어로 다양한 문화를 접하고 여가를 즐깁니다. 또 미디어를 통해 자신의 정체성을 발견하기도 하고, 사람들과 관계를 맺는 즐거움을 체험하기도 합니다. 어떻게 하면 미디어를 더 즐겁고 바르게 누릴 수 있을지 알아봅시다.





1

미디어로 즐기는 대중문화

- 이야기의 힘
- 대중음악과 팬덤 문화
- 온라인 동영상 플랫폼

2

소통하며 성장하는 놀이, 게임

- 몰입의 즐거움
- 게임과 성장
- 소통과 협력

3

표현과 연결의 기쁨, 소셜 미디어

- 자기표현
- 관심과 인정
- 소셜 미디어와 행복

1

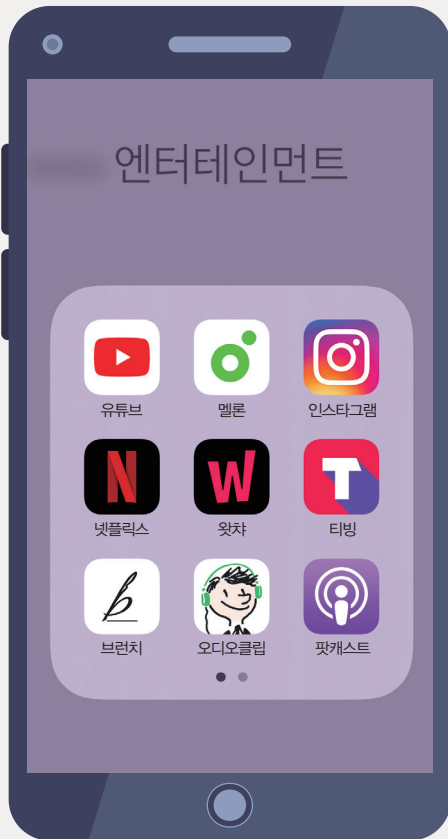
미디어로 즐기는 대중문화

- ▶ 미디어의 변화로 다양해진 대중문화 향유 방식을 이해할 수 있다.
- ▶ 미디어를 통해 대중문화를 향유하는 즐거움을 느낄 수 있다.

생각열기

내가 즐겨 이용하는 엔터테인먼트 애플리케이션 단축 아이콘을 스마트폰 화면에 채워 보고 주로 어떤 콘텐츠를 즐기는지 이야기 나눠 봅시다.

예 이름이의 엔터테인먼트 애플리케이션



나의 엔터테인먼트 애플리케이션



주로 즐기는 콘텐츠:

미디어의 변화와 이야기의 힘

1 다음 글을 읽고 이야기의 힘에 대해 생각해 봅시다.

전래 동화에서 소설, 영화, 드라마에 이르기까지 사람들은 다양한 방식으로 이야기를 즐겨 왔습니다. 잘 만들어진 이야기는 사람들의 마음을 움직입니다. 도대체 이야기에는 어떤 힘이 있는 것일까요?

스토리텔링이라는 마법

다음의 두 가지 자료는 모두 1979년에 일어난 ‘YH무역 사건’을 다루고 있습니다. 같은 사건을 각각 어떻게 다르게 전달하는지 살펴볼까요?



〈자료 1〉

10 국내 최대의 가발 수출 업체로 급성장한 YH무역은 1970년대 중반부터 심각한 경영난에 빠졌고 1979년 3월 30일 폐업을 공고했다. 이에 YH무역 노동조합은 폐업 철회를 요구하였고, 8월 9일 당시 야당이었던 신민당의 사무실에 모여 *농성을 감행했다. 그러자 정부는 8월 11일 새벽 2시 경찰 1천여 명을 신민당사에 투입하여 15 농성 노동자 172명을 강제로 해산하고 신민당 의원, 취재 기자들을 무차별 폭행했다. 이 과정에서 노동자 김경숙 양이 사망하고 1백여 명이 부상당했다.

〈자료 2〉



▲ 에스비에스(SBS), 「꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기 시즌 2」, 2021년 4월 22일 방송

🔔 스토리텔링(storytelling)

스토리텔링의 사전적 의미는 ‘이야기를 들려주는 행위’이다. 이야기는 미디어의 특성에 따라 표현되는 방식이 달라진다. 그러므로 이야기를 다른 장르로 각색할 때는 각 미디어의 고유한 스토리텔링 방식에 주의해야 한다.



* 농성(籠城)

어떤 목적을 이루기 위하여 한자리를 떠나지 않고 시위함.

〈자료 1〉은 사건을 시간 순서대로 요약하면서, 어조가 다소 딱딱한 문장으로 상황을 전달하는 스토리텔링 방식을 사용하고 있습니다. 반면 〈자료 2〉는 이야기꾼이 연기와 질문을 해 가며 긴장감 있게 사건을 설명해 주는 방식을 사용하고 있습니다.

스토리텔링 방식에 따라 이렇게 같은 사건도 각각 다른 느낌을 줄 수 있습니다. 오랫동안 인간이 만들어 낸 수많은 이야기는 사람들의 입, 책, 영화와 같은 다양한 미디어를 통해 전달되어 왔습니다. 지금도 이야기들은 미디어의 엄청난 변화 속에서 매력적인 스토리텔링 방식으로 사람들에게 재미와 감동을 주고 있습니다.

뉴 미디어 시대의 스토리텔링

오랜 세월 동안 사람들은 책이라는 미디어를 통해 이야기를 즐겨 왔습니다. 그리고 스마트폰이 등장하면서 인터넷을 통해 연재되는 새로운 형식의 소설인 웹소설이 사람들에게 사랑받기 시작했습니다. 언제 어디서든 가볍게 즐길 수 있다는 강점과 함께, 웹소설 시장은 매우 빠르게 성장하고 있습니다. 웹소설은 길이가 짧고, 사건의 전개도 일반 소설에 비해 훨씬 빠른 것이 특징입니다. 뉴 미디어의 등장은 이렇게 이야기를 감상하는 사람들의 모습과 스토리텔링 방식을 바꾸기도 합니다.

또한 뉴 미디어 환경 속에서 하나의 이야기는 다양한 형태로 제작되기도

합니다. 특히 웹툰과 웹소설은 영상화하기 쉬운 이야기 구조를 가지고 있고, 원작에 대한 팬들의 충성도가 높아 이른바 ‘원소스 멀티 유즈’에 매우 적합합니다. 조회 수 1억이 넘는 웹소설 「전지적 독자 시점」은 웹툰으로도 제작되어 대중의 사랑을 많이 받았습니다. 인기 웹툰 「신과 함께」, 「여중생 A」, 「이태원 클라쓰」는 영화나 드라마로 제작되기도 했습니다. 영화나 드라마를 먼저 본 사람들이 나중에 원작을 찾아 감

🔥 웹툰(webtoon)

멀티 미디어를 이용하는 인터넷인 웹(web)과 만화를 뜻하는 카툰(cartoon)의 ‘툰’을 합친 말. 각종 플랫폼에서 연재되는 만화를 지칭한다.

🔥 원 소스 멀티 유즈(OSMU: One Source Multi Use)

하나의 콘텐츠를 영화, 게임, 캐릭터 상품, 출판 등의 다양한 방식으로 변용하여 부가 가치를 얻는 것을 말한다.



▲ 웹툰이 원작인 영화 「신과 함께 - 죄와 벌」

상하면서 원작 웹툰과 웹소설의 인기가 더욱 오르기도 합니다. 여러 방식으로 표현할 수 있는 이야기의 강점이 뉴 미디어 환경에서 더욱 극대화되고 있는 것입니다.

다양한 감각을 통해 입체적으로 즐기는 이야기

5 오른쪽의 만화는 조현아 작가의 웹툰 「연의 편지」의 한 장면입니다. 학교 폭력의 상처가 있는 주인공 소리가 새로 전학 온 학교에서 친구들에게 인사를 하고 자신의 자리로 가고 있습니다. 스크롤을 내리면서 독자들은 고개를 숙인 채 자리로 가고 있는 현재 시점의 소리를 보다가, 반 친구들의 조롱과 멸시를 받으며 자리를 찾아가는 과거 시점의 소리를 보게 됩니다. 그리고 다
10 음 장면에서 자신의 책상에 쓰인 욕설을 보고 당황하는 소리의 과거 모습이 이어집니다. 새로운 학교에서 새로운 삶을 시작하려 하지만 과거의 상처로부터 자유롭지 못한 소리의 상황이 서술자의 설명 없이도 연속된 그림을 통해 전해지고 있습니다.

15 뉴 미디어 시대로 접어들면서 이야기는 시각적인 이미지로 만들어지는 경향이 강해지고 있습니다. 또 이야기를 전달하는 방식도 복합적으로 변했습니다. 소리, 음성, 그림, 사진, 문자, 동영상 등이 복합적으로 작용하여 이야기를 입체적으로 즐길 수 있게 된 것입니다.

20 좋은 이야기는 사람들의 상상력을 키우고 우리가 살아가는 현실을 더 깊이 이해할 수 있도록 합니다. 이런 좋은 이야기가 많이 만들어지려면 생산자의 역량뿐만 아니라 미디어 이용자의 자세도 중요합니다. 그러므로 이야기를 즐기는 우리들은 스토리텔링의 의미와 표현 요소를 파악할 수 있는 역량을 기르고, 적극적으로 이야기를 감상하는 태도를 갖추어야 합니다.



▲ 웹툰 「연의 편지」 1화의 장면

2 최근에 본 콘텐츠 중에 스토리텔링이 매력적이었던 콘텐츠를 하나 골라 친구들에게 추천해 봅시다.

제목	
콘텐츠 유형	
줄거리	
명장면 / 명대사	
추천 이유	

3] 모둠별로 역사적 사건을 재구성한 콘텐츠의 제작 기획안을 작성해 봅시다.

(1) 재구성할 역사적 사건을 선정하고 자료를 조사해 봅시다.

역사적 사건		
시기 및 주요 인물		
사건 개요	원인	
	경과	
	결과	

Q 도움

다음 사항을 참고하여 이야기를 재구성해 봅시다.

- ① 시간적, 공간적 배경을 구체적으로 설정합니다.
예) 1919년 3월 1일, 종로의 탑골 공원
- ② 사건을 신선하게 바라볼 수 있는 서술자를 설정합니다.
예) 일본의 조선 지배를 당연하게 여겼던 철부지 학생
- ③ 사건의 전개 과정이 분명하게 드러나도록 구성합니다.
예) '나'는 우연히 3·1 운동 현장을 목격하게 되고, 거기서 한 또래 학생이 일본군에 잡히면서도 간절하게 만세를 외치는 모습을 본다. 이 일을 계기로 '나'의 가슴에 조선 독립에 대한 열망이 가득 차게 된다.

(2) 역사적 사건을 새로운 콘텐츠로 재구성하기 위한 계획을 세워 봅시다.

콘텐츠 종류: 영화 / 드라마 / 웹툰 / 웹소설 / 기타()

- 기획 의도:

- 등장인물:

- 스토리텔링 방식:

참여하며 즐기는 미디어

1 사람들이 대중문화를 즐기는 방식과 태도에 미디어가 어떤 영향을 끼치는지 생각하며 다음 글을 읽어 보시다.

🔥 스트리밍(streaming)

인터넷상에서 콘텐츠를 실시간으로 재생하는 일 또는 그런 재생 기술이나 기법을 말한다.

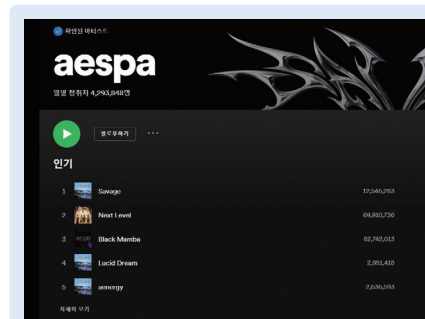
최근에는 음반이나 음원을 구입해서 음악을 듣기보다 스트리밍 애플리케이션을 이용해 음악을 듣는 사람이 많습니다. 스트리밍 애플리케이션은 이용자 5
에게 음악과 관련된 다양한 서비스를 제공합니다. 예를 들어 검색창에 아티스트의 이름을 검색하면 그 아티스트의 대표곡 목록이 뜨고 그 옆에 스트리밍 수가 나옵니다. 이를 통해 이용자는 각 곡의 인기를 비교할 수 있습니다. 또한 그 아티스트가 참여한 다른 음악에 관한 정보나 비슷한 음악적 색깔을 지닌 다른 아티스트를 추천하는 기능도 있습니다. 10

이용자는 이러한 기능들을 이용해 음악과 관련된 많은 정보를 얻을 수 있고, 자신의 음악적 취향을 파악하고 넓혀 가는 데 도움을 받을 수 있습니다. 이렇듯 스트리밍 애플리케이션이 가진 정보 제공 서비스와 추천 기능은 이용자가 음악을 훨씬 다채롭게 경험할 수 있도록 합니다.

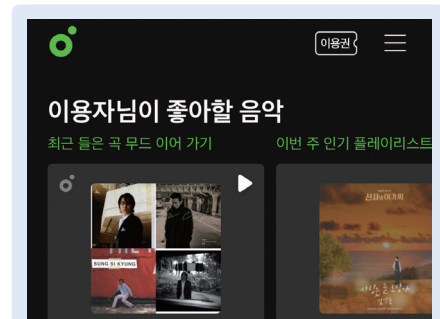
한편 유튜브와 같은 온라인 동영상 플랫폼은 음악을 듣는 재미뿐만 아니라 15
음악 관련 콘텐츠를 보는 재미도 더해 주었습니다. 케이팝 관련 영상에는 화려한 메이크업과 퍼포먼스 등 대중이 시각적으로 즐길 만한 것들이 가득합니다. 케이팝이 현재 전 세계적인 인기를 누리고 있는 것은 유튜브라는 미디

🔥 케이팝(K-POP)

Korean의 '케이(K)'와 대중음악을 뜻하는 팝(POP)을 합친 말. 국내뿐만 아니라 해외에서도 인기가 있는 우리나라의 대중음악을 말한다.



▲ 아티스트의 대표 곡과 스트리밍 수를 알려 주는 스트리밍 애플리케이션의 정보 제공 서비스



▲ 이용자의 취향을 파악해 좋아할 만한 음악을 골라 주는 스트리밍 애플리케이션의 추천 기능



▲ 다양한 방법으로 참여하며 즐기는 음악

어에 가장 적합한 음악 관련 콘텐츠를 선보이고 있기 때문이기도 합니다. 많은 기획사들이 뮤직비디오에 공을 들이는 이유도 바로 여기에 있습니다. 그 외에도 기획사나 팬들이 만든 리액션 영상, 안무 연습 영상 등은 대중이 음악을 더욱 다양한 방법으로 즐길 수 있도록 만듭니다.

- 5 과거에는 자신이 좋아하는 아티스트를 응원하려면 음반을 사거나 팬레터를 쓰거나 공연장을 직접 찾아갈 수밖에 없었습니다. 하지만 뉴 미디어의 등장은 팬과 아티스트의 관계를 전과 비교할 수 없을 만큼 가깝고 깊게 만들어 주었습니다. 팬과 아티스트의 소통을 목적으로 만들어진 플랫폼도 큰 역할을 합니다. 이러한 플랫폼에서 팬들은 아티스트의 일상이 담긴 영상을 보거나,
- 10 라이브 방송으로 실시간 소통을 하면서 아티스트와 더 밀접한 관계를 맺습니다. 그 과정에서 팬들의 아티스트에 대한 애정은 더욱 커지고, 팬들 간의 유대도 강화됩니다.

- 무엇보다 이러한 미디어의 변화는 ‘팬덤’이 갖는 영향력을 더욱 크게 만들어 주었습니다. 미디어를 통해 팬들은 자신들의 요구를 아티스트나 기획사에
- 15 전하기도 하고, 아티스트의 잘못된 행동에 비판의 목소리를 내기도 합니다. 물론 일부 팬들이 아티스트에게 인신공격을 하거나 거짓된 정보를 의도적으로 퍼트리는 등 미디어를 악용하는 사례가 있기도 합니다. 하지만 팬들이 수동적인 소비자가 아니라 *대중문화의 주체로서 자리매김했다는 점은 새로운 미디어가 가져온 긍정적인 변화라 볼 수 있습니다.

🔔 리액션 영상

콘텐츠에 대한 사람들의 반응을 보여 주는 영상물. 감상할 콘텐츠와 그 콘텐츠를 보는 사람이 함께 화면에 구성된다.

🔔 팬덤(fandom)

‘팬(fan)’과 영지, 나라를 뜻하는 접미사 ‘-덤(-dom)’을 합성한 말. 특정한 인물이나 분야를 열정적으로 좋아하는 사람의 집단을 가리키며, 문화 산업의 주체로서 커다란 영향력을 행사하고 있다.

* 대중문화

대중 매체에 의해 상품으로 대량 생산, 재생산되어 대중에 의해 소비되는 문화

2 자신이 좋아하는 아티스트의 동영상을 보고 음악을 즐기는 다양한 방식에 대해 생각해 봅시다.

예시

아티스트	방탄소년단(BTS)
동영상 종류	'Permission to dance' 뮤직비디오 리액션 영상
동영상 내용	외국인들이 방탄소년단의 뮤직비디오를 보면서 자신의 감상을 말하는 내용
동영상을 보고 느낀 점	내가 좋아하는 가수의 음악을 다른 나라 사람들이 극찬하는 모습을 보면서 뿌듯함을 느꼈고, 방탄소년단의 음악이 가진 보편적인 매력이 입증된 것 같아 기뻐다.

아티스트	
동영상 종류	
동영상 내용	
동영상을 보고 느낀 점	

3 플랫폼 개발자가 되어 좋아하는 아티스트와 소통하기 위한 새로운 플랫폼을 구상해 봅시다.

플랫폼 이름	
주요 콘텐츠	
팬과 아티스트의 소통을 위한 기능	
플랫폼 메뉴 구성	

예시

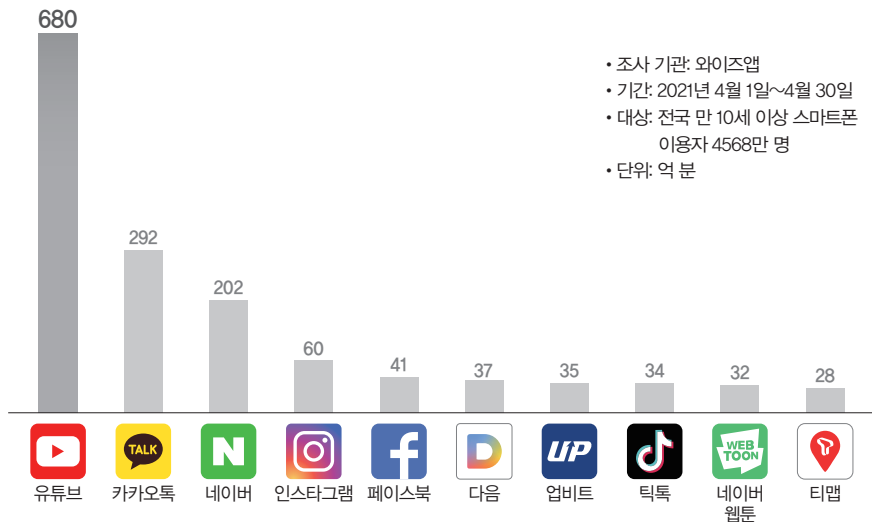
- 플랫폼 이름: 케이팝 유니버스
- 주요 콘텐츠: 가상 현실 속에서 내가 좋아하는 케이팝 스타를 만날 수 있는 메타버스 플랫폼
- 팬과 아티스트의 소통을 위한 기능: 가상 공간에서 콘서트와 팬미팅을 열 수 있는 기능, 팬들이 아티스트의 신곡 타이틀과 콘셉트를 직접 고르는 투표소 기능
- 플랫폼 메뉴 구성: 캐릭터 만들기, 나의 아티스트 정보, 실시간 공연 보기, 나의 팬덤 커뮤니티, 신곡 타이틀 투표소

다양한 재미를 담은 유튜브

[1] 유튜브에서 다양한 콘텐츠를 즐겼던 경험을 떠올리며 다음 글을 읽어 봅시다.

2021년 한 애플리케이션 분석 업체에서 조사한 결과에 따르면 한국인이 가장 오래 이용하는 애플리케이션으로 유튜브가 압도적인 1위를 차지했습니다. 유튜브의 영향력이 얼마나 큰지 확인할 수 있는 대목입니다.

한국인이 가장 오래 이용하는 애플리케이션



유튜브에는 수많은 콘텐츠가 있습니다. 2021년 기준, 유튜브에는 하루 약 72만 시간의 동영상이 새로 올라오고, 이것을 모두 보려면 대략 82년이 걸린다고 합니다. 어떤 키워드를 검색해도 그와 관련된 각종 동영상들이 넘쳐 납니다. 유튜브 크리에이터들은 엄청난 경쟁 속에서 자신만의 콘텐츠를 만들기 위해 노력하고, 이러한 경쟁은 유튜브를 더욱 재미있고 매력적인 플랫폼으로 만들고 있습니다. 그러나 콘텐츠가 많다는 것이 꼭 좋은 것은 아닙니다. 엄청난 양의 동영상 속을 헤매다 결국 이용자가 지치거나 흥미를 잃어버릴 수도 있기 때문입니다. 이를 방지하기 위한 유튜브의 핵심적인 기능이 바로 추천 기능입니다. 이는 이용자의 관심사와 취향을 분석하여 적합한 동영상을 제시

👤 크리에이터(creator)

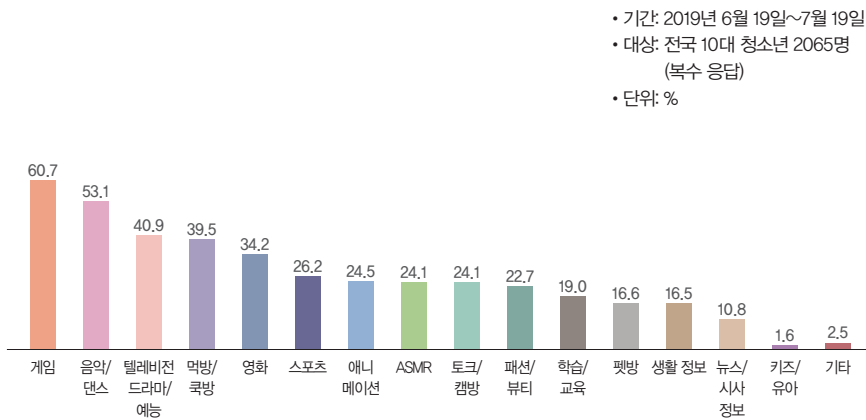
일반적으로는 '창작자'를 뜻이지만, 최근에는 콘텐츠를 제작하여 유튜브와 같은 온라인 플랫폼에 올리는 사람을 일컫는 말로 사용되고 있다.

하는 기능입니다.

또한 유튜브는 쌍방향의 의사소통 구조를 가지고 있습니다. 유튜브 방송은 생산자가 이용자와 실시간으로 소통할 수 있는데, 이는 대중에게 일방적으로 콘텐츠를 전달하는 대중 매체와 가장 크게 다른 점입니다. 유튜브는 5 이용자들의 적극적인 참여와 소통을 이끌어 더욱 큰 즐거움과 보람을 느끼게 합니다.

한국언론진흥재단에서 전국의 10대 청소년을 대상으로 한 조사에 따르면 온라인 동영상 플랫폼 이용자가 가장 많이 이용하는 콘텐츠는 게임 콘텐츠였습니다. 게임 콘텐츠 외에도 음악/댄스, 텔레비전 드라마/예능, 먹방(먹는 방송)/쿡방(요리 방송), 영화, 스포츠, 애니메이션 등 다양한 유형의 콘텐츠를 10 이용하고 있었습니다.

온라인 동영상 플랫폼에서 이용한 콘텐츠



사람들이 많이 이용하는 콘텐츠가 반드시 좋은 콘텐츠인 것은 아닙니다. 유튜브에는 조회 수를 늘리기 위한 자극적이고 선정적인 콘텐츠, 편향된 시각으로 혐오를 조장하는 콘텐츠, 거짓 이야기를 마치 진짜 일어난 일인 양 꾸며 시청자를 속이는 콘텐츠도 있습니다. 그러나 수많은 유튜브 콘텐츠를 모두 15 확인하여 규제하는 것은 현실적으로 불가능합니다. 규제를 강화하는 것도 중요하지만 질이 낮은 콘텐츠를 줄이려면 이용자의 인식과 태도에도 변화가 필요합니다. 나에게 도움이 되는 콘텐츠를 의미 있게 즐기기 위해 유튜브의 추천 기능에 무의식적으로 휩쓸리지 않고 양질의 콘텐츠를 가려낼 수 있는 20 능력을 길러야 합니다.

🔔 콘텐츠의 질 평가

양질의 콘텐츠를 가려내기 위해서는 콘텐츠를 제대로 평가하는 능력이 필요하며, 콘텐츠를 평가할 때는 다음과 같은 요소를 고려해야 한다.

- 진실성: 과장되거나 왜곡된 정보를 담고 있지는 않은가?
- 효용성: 콘텐츠의 목적에 잘 부합하는가?
- 창의성: 다른 콘텐츠와 차별되는 개성이 있는가?
- 완결성: 구성이 짜임새가 있는가?
- 윤리성: 혐오 표현이나 비속어가 쓰이지 않았는가?

2 자신이 재미있게 봤던 유튜브 채널을 친구들에게 소개해 봅시다.

채널 이름			구독자 수
조회 수가 가장 높은 영상			
영상의 구성	내용		
	촬영 방식		
	배경 음악 / 효과음		

3 자신이 구독 중인 유튜브 채널과 친구들이 구독 중인 유튜브 채널을 적어 봅시다.

내가 구독 중인 채널	친구들이 구독 중인 채널

4 친구들이 구독 중인 채널 중 하나를 골라 감상하고 다음 기준에 따라 평가해 봅시다.

채널 이름			채널 유형
평가 기준	<ul style="list-style-type: none"> • 시청자의 흥미를 끌기에 충분한가? • 시청자들에게 유익한 내용을 담고 있는가? • 과장되거나 거짓된 정보는 없는가? • 자극적이거나 선정적이진 않은가? 		

2

소통하며 성장하는 놀이, 게임

- ▶ 게임을 하며 얻는 재미와 성장의 기쁨을 이해할 수 있다.
- ▶ 소통과 협력을 통해 사회적 관계를 형성하며 게임을 즐길 수 있다.

생각열기

온라인에서 개인을 대신하는 캐릭터를 아바타(avatar)라고 합니다. 여러분이 다음 게임의 이용자라고 생각하고 아바타의 이름을 지어 보고 그 이름을 선택한 이유도 적어 봅시다.



상상이 현실이 되는 세상, 프리랜드에 오신 것을 환영합니다.

먼저 입주 신청을 해야 합니다. 당신의 이름을 알려 주시겠어요?

이름 :

중복 확인

그 이름을 선택한 이유:

게임이 주는 몰입의 즐거움

[1] 게임을 했던 경험을 떠올리며 다음 글을 읽고, 무엇이 게임을 재미있게 만드는지 생각해 봅시다.

게임은 사람들이 놀이의 즐거움을 느끼고 싶을 때 찾는 대표적인 미디어입니다. 우리는 게임을 하면서 일상생활 속에서 쉽게 느낄 수 없는 흥분과 몰입을 경험하게 됩니다. 그렇다면 게임을 하면서 느끼는 이러한 몰입감은 어떻게 만들어지는 것일까요?

가상 세계 속 마법 같은 체험



게임 세계관

게임의 시나리오를 이루는 시간적, 공간적, 사상적 배경을 말한다. 게임 속 캐릭터부터 전반적인 스토리까지 게임을 구성하는 뼈대의 역할을 한다. 게임의 구성을 탄탄하게 하는 핵심 요소로, 이용자를 게임에 몰입하게 하는 이유이기도 하다.

* 몰입

깊이 파고들거나 빠짐.

중세의 유럽이 배경인 한 게임 속에서 왕의 호위 기사가 된 ‘나’는 왕을 구하기 위해 사악한 마법사를 물리쳐야 합니다. ‘나’는 게임 세계 속에서 뛰어난 검술 실력을 지닌 영웅의 삶을 체험합니다. 이렇듯 게임은 현실에서 경험할 수 없는 일들을 가상의 세계에서 경험할 수 있도록 해 줍니다. 현실이 아닌 또 다른 시공간에서 주인공이 되어 다양한 임무를 수행하는 흥미진진한 경험은 이용자를 게임의 재미에 푹 빠지게 합니다.

손끝으로 느껴지는 생생한 감각

- 게임은 감각적 쾌감으로 재미를 주기도 합니다. 레이싱 게임에서 고속으로 질주할 때 느껴지는 짜릿함, 아슬아슬하게 장애물을 피해 갈 때의 긴장감, 앞서가는 차들을 제쳤을 때 오는 통쾌함은 게임의 재미를 더해 줍니다. 정확하고 신속하게 판단하여 버튼을 조작했을 때 연출되는 멋진 장면은 게임을 하는 사람에게 감각적인 쾌감을 줍니다.



목표 달성의 성취감

- 많은 사람들이 게임에 열광하는 또 다른 이유는 바로 성취감입니다. 장애물을 제거하고 임무를 완수했을 때의 뿌듯함, 가장 높은 점수를 얻거나 다른 사람들은 해결하지 못한 어려운 단계를 성공했을 때의 성취감은 우리를 게임에 몰입하게 하는 중요한 요소입니다. 농장을 경영하거나 도시를 건설하는 게임처럼 아주 오랜 시간 동안 공을 들여야 하는 게임을 하는 이유 역시 목표 달성으로 얻는 성취감과 보람이 크기 때문입니다.



- 물론 게임은 중독성이 강한 미디어입니다. 하지만 게임이 어떤 특성을 가진 미디어인지 꼼꼼하게 따져 보면 게임을 즐기는 우리들의 모습을 더 깊이 이해할 수 있습니다. 나아가 나의 삶에 게임이 어떤 영향을 끼치는지를 깊게 성찰한다면 자기 통제력을 가지고 건강하게 게임을 즐길 수 있을 것입니다.

🔔 게임 과몰입

게임에 지나치게 몰두해 정상적인 일상생활을 유지하기 힘든 상태를 말한다. 건강한 게임 이용을 위해서는 게임 이용을 스스로 점검하고 조절하는 능력과 게임을 자신에게 도움이 되는 방향으로 활용할 수 있는 능력이 필요하다.

2 내가 즐겨 했던 게임을 하나 고르고 그 게임이 가진 재미 요소를 친구들에게 설명해 봅시다.

게임 이름	
게임 소개	
게임의 재미 요소	

3 사람들이 게임에 몰입하는 이유는 무엇인지 이야기를 나눠 봅시다.



나는 병사를 키우고 전략을 세워 적을 무찌르는 전투 게임을 좋아해. 내 영역이 점점 넓어지는 걸 보면 엄청 뿌듯하거든. 그리고 특정 시간에 접속하면 주는 아이템을 놓치기 싫어서 매일 들어가다 보니 하루에 한두 시간은 꼭 게임을 하게 되는 것 같아.

게임과 함께 성장하기

1 게임이 나의 성장과 어떤 관련이 있을지 생각하며 다음 글을 읽어 보
시다.

공부를 열심히 하면 부모님이나 선생님께 많은 칭찬과 격려를 받습니다.

- 5 공부하는 우리를 여러 방면으로 성장시키기 때문입니다. 그렇다면 게임은 어떤
가요? 게임을 열심히 하는 것이 나의 성장으로 이어질 수 있을까요?

게임 속에서의 성장

- 게임을 열심히 하면 그 안에서 나의 캐릭터는 멋진 장비들을 갖추고 레벨
이 올라가며 더 강해집니다. 그렇게 게임 속 캐릭터가 성장하면 나 자신이 성
10 장하는 것 같은 뿌듯함을 느끼기도 합니다. 공부를 열심히 해서 성적이 오르
면 보람을 느끼듯, 게임도 마찬가지입니다.

- 대부분의 게임은 주어진 임무를 완수하면 보상을 받습니다. 게임 「알바:
야생의 모험(Alba: A wildlife adventure)」의 주인공인 소녀 알바는 여름 방
학을 맞아 외조부모님이 사시는 작은 섬에 놀러 갑니다. 그런데 섬의 시장이
15 자연 보호 구역에 호텔을 짓겠다는 발표를 합니다. 게임 이용자는 알바를 도
와 시장의 계획을 무력화시키고 자연 보호 구역을 지켜 내야 하는 임무를 갖
게 됩니다. 그래서 야생 동물들의 사진을 찍어 도감을 완성하고, 호텔 개발을
막기 위한 서명도 받습니다. 그 외에도 쓰레기 줍기, 동물 구하기, 자연 보호



구역의 망가진 시설 수리하기 등 다양한 과제를 수행합니다. 이러한 과제들을 수행하면 칭찬이라는 보상을 얻고, 다른 캐릭터들도 함께 자연 보호에 동참하는 모습을 보며 성취감을 느끼게 됩니다. 이는 주어진 문제를 해결하고 그 과정에서 인정을 받으며 성장해 가는 우리의 모습과 닮았습니다.

성장을 돈으로 살 수 있을까?

스티븐 스피버그(Steven Spielberg) 감독의 영화 「레디 플레이어 원(Ready player one)」은 2045년을 배경으로 암울한 현실과 대비되는 가상 현실을 그리고 있습니다. 영화 속 인물들은 현실은 내팽개치고 하루 종일 ‘오아시스’라는 가상 현실에 빠져 삽니다.

‘오아시스’에서는 누구든 원하는 캐릭터가 되어 뭐든지 할 수 있습니다. 그러나 ‘오아시스’에서 더 강한 존재가 되기 위해서는

고가의 장비가 필요합니다. 또한 게임 속 자신의 캐릭터를 멋지게 꾸미기 위해 옷, 신발, 헤어스타일까지도 구매해야 합니다. 이 모든 것들을 갖추기 위해서는 사이버 머니가 필요한데, 사이버 머니는 게임에서 승리해 얻거나 현금으로 직접 구매할 수 있습니다. 하지만 게임에서 승리하기란 쉽지 않으므로 사람들은 사이버 머니를 구매하기 위해 엄청난 돈을 쏟아붓습니다. 게임 속 캐릭터에게 고가의 장비를 사 주기 위해 현실에서의 삶은 점점 더 가난해지는 부조화가 발생하는 것입니다.

영화 속의 모습은 이미 우리 주변에서도 일어나고 있습니다. 게임 산업은 더 많은 수익을 내기 위해 다양한 방법으로 유료 결제를 유도합니다. 물론 게임을 이용하는 대가는 정당하게 치러야 합니다. 하지만 게임 속에서의 성장을 노력 없이 돈으로만 쉽게 얻으려 한다면 게임이 주는 재미와 감동을 제대로 느낄 수 있을까요? 성장은 성실하게 노력하는 과정에서 얻어지는 것입니다. 성장을 돈으로 거래하는 것은 노력을 통한 성장이라는 소중한 가치를 훼손하는 행위입니다.



📌 **사이버 머니(cyber money)**
인터넷상에서 유통되는 가상의 돈. 인터넷 쇼핑을 하거나 콘텐츠를 따위를 구매할 때 사용한다.

단단한 실력을 위한 노력

이미 e-스포츠는 축구나 농구와 같은 프로 스포츠 못지 않은 인기를 끌고 있습니다. 프로 게이머를 선망하는 학생들도 점점 늘어나고 있습니다.

5 전 세계 팬들의 마음을 사로잡은 프로 게이머 ‘페이커’ 이상혁은 게임에 대한 부정적 인식을 긍정적으로 바꾸는 데 크게 기여했습니다. 그는 한 인터뷰에서 자신이 정상에 오를 수 있었던 이유를 다음과 같이 말했습니다.

10 “게임은 굉장히 복잡한 선택의 연속이다. 아무리 잘하는 선수라도 한 게임 내내 완벽한 플레이를 할 수 없다. 문제점을 빨리 찾고 고치려는 생각이 늘 있기 때문에 오랫동안 정상을 지킬 수 있었다. 발전하고자 하는 의지와 쉽게 좌절하지 않고 나아가려는 자세가 좋게 작용한 것 같다.”

- 『서울신문』, 2020년 11월 3일 기사

그의 말처럼 부단히 연습하면서 문제점을 고치고 발전해 가려 노력할 때 우리는 한걸음 앞으로 나아가 성장할 수 있습니다. 게임 속에서 성장하는 과정 역시 이렇게 자신의 한계를 극복해 나가는 과정과 다르지 않을 것입니다.

 e-스포츠(electronic sports)

컴퓨터 네트워크나 인터넷 따위를 이용하여 온라인상에서 승부를 겨루는 스포츠를 뜻한다.

[2] 여러분이 해 봤거나 알고 있는 게임을 떠올리면서 아래의 질문에 답해 봅시다.



게임 이름:

• 게임을 하며 가장 뿌듯했던 성과는 무엇인가요?

• 게임에서 보상을 받기 위해 어떤 노력을 했나요?

[3] 게임이 어떤 면에서 현실의 삶에 도움이 될 수 있는지 이야기를 나눠 봅시다.

소통하고 협력하며 게임하기

[1] 다음 글을 읽고, 게임을 하면서 다른 사람들과 소통했던 경험을 이야기해 봅시다.



▲ 게임 「잇 테이크스 투(it takes two)」의 장면

위의 게임은 2인이 함께 하는 게임입니다. 사이가 틀어진 부부인 코디와
5 메이는 어느 날 나무 인형이 되어 버립니다. 그리고 그들은 다시 사람이 되어
딸 로즈에게 좋은 아빠와 엄마로 돌아가기 위해 서로 협력하며 게임을 진행
합니다. 예를 들어 위 사진처럼 코디(왼쪽 장면)가 못을 던져 멀리 나무판자
에 꽂으면, 메이(오른쪽 장면)가 박힌 못을 이용해 건너편으로 이동하는 식입
10 니다. 이 게임을 하는 두 명의 이용자는 각각 코디와 메이가 되어 서로 머리
를 맞대고 대화하며 끊임없이 협력합니다. 게임을 하다 보면 두 명의 이용자는
실제로도 서로 가까워지는 경험을 하게 된다고 합니다.

다수의 사람들이 함께 하는 온라인 게임의 경우 이용자들은 길드라는 공동체를 만들어 활동하기도 합니다. 길드의 구성원들은 채팅을 통해 전략을
공유하는 등 수많은 대화를 나눕니다. 보통 온라인에서 만나는 길드 구성원
15 들은 서로 다른 연령, 직업, 사회적 지위를 가진 사람들입니다. 현실에선 연결되기 힘든 이질적인 사람들이 게임에서 만나고 소통하면서 새로운 관계를

길드(guild)

중세 시대에 상공업자들이 만든 동업자 조합을 이르는 말. 온라인 게임에서 형성된 이용자들의 모임 혹은 집단을 가리키는 말로도 쓰인다.

맺게 되는 것입니다. 물론 게임을 통해 현실에서의 인간관계가 더욱 강하게
 결속되는 경우도 많습니다. 예를 들어 반 친구들이 한 팀을 이루어 게임을 하
 다 보면 서로 친하지 않았던 사이도 가까워질 수 있습니다.

또한 온라인 게임에서는 ‘페이 잇 포워드(Pay it forward)’와 같은 긍정적
 현상이 일어나기도 합니다. 페이 잇 포워드란 게임에서 누군가의 도움을 받 5
 은 이용자가 또 다른 이용자를 도와 선행이 연쇄적으로 일어나는 현상을 말
 합니다. 예를 들어 어떤 게임에서는 이용자들이 사제 관계를 맺습니다. 이때
 스승의 도움으로 실력을 쌓은 이용자가 다른 제자의 스승이 되어 도움을 주
 기도 합니다. 이런 행위가 계속 확장되면 공동체 구성원들 사이의 유대는 더욱
 강해집니다. 이렇게 우리는 게임을 하면서 협력의 가치를 배울 수 있습니다. 10

그러나 다수의 사람들이 모인 게임 공간에서는 간혹 다른 사람에게 상처
 를 주는 일들도 발생합니다. 온라인 공간의 익명성 뒤에 숨어 다른 사람에게
 모욕적인 말을 하거나 무시하는 태도를 보이는 것은 게임 공동체의 건전한
 문화를 훼손하는 행위입니다. 게임 속 세계도 하나의 사회입니다. 그 안에서
 긍정적인 상호 작용이 많이 일어날 수 있도록 이용자들은 책임감을 갖고 게 15
 임에 참여해야 합니다.

2 다음 사례를 보고 바람직한 게임 문화에 대해 이야기를 나눠 봅시다.



프로 게이머로 활동하던 시절, 수천 명이 게임 경
 기를 지켜보고 있음에도 팀원이 엉뚱한 실수를 하
 면 곧바로 짜증을 냈었어요. 가끔은 너무 답답한 나
 머지 마음에도 없는 심한 말을 내뱉기도 했죠.



저는 게임할 때 음성 채팅은 안 하는 편이에요.
 그러면 제 성별과 나이가 바로 들통나니까요. 게임
 이 잘 안 풀려 감정이 격해지면 어김없이 저를 향
 한 각종 혐오 발언들이 쏟아져요.

(1) 게임할 때 다른 사람에게 상처를 받았거나 주었던 경험을 이야기해 봅시다.

상처를 받았던 경험	상처를 주었던 경험

(2) 게임을 하면서 주고받을 수 있는 긍정적인 상호 작용에는 어떤 것이 있을지 생각해 봅시다.

(3) 바람직한 게임 문화를 조성하기 위한 규칙을 만들어 봅시다.

예시 도움을 받으면 고마움을 전하고, 나도 누군가를 돕기 위해 노력한다.



3

표현과 연결의 기쁨, 소셜 미디어

- ▶ 소셜 미디어의 특징을 이해할 수 있다.
- ▶ 소셜 미디어를 통한 자기표현과 상호 작용의 즐거움을 느낄 수 있다.

생각열기

다음 그래프는 10대 청소년이 소셜 미디어를 이용하는 이유를 조사한 결과입니다. 2, 3위는 무엇인지 생각해 봅시다.



- 기간: 2019년 6월 19일~7월 19일
- 대상: 전국 10대 청소년 1529명(복수 응답)
- 단위: %

- 한국언론진흥재단, 『2019 10대 청소년 미디어 이용 조사』

📺+ '나'를 표현하는 소셜 미디어

1 소셜 미디어로 '나'를 표현하는 것이 갖는 의미를 생각하며 다음 글을 읽어 봅시다.

소셜 미디어는 인터넷상에서 기존의 인간관계를 강화하거나 새로운 관계를 형성하여, 의사소통하거나 정보를 공유할 수 있도록 돕는 미디어를 말합니다. 소셜 미디어는 이미 우리 일상에 깊숙이 들어와 있습니다. 식당에서 찍은 음식 사진, 길에서 찍은 풍경 사진, 자신의 모습이 담긴 사진을 소셜 미디어에 올리는 사람들을 우리는 흔하게 볼 수 있습니다.

사람들이 소셜 미디어를 하는 이유는 무엇일까요? 소셜 미디어에서는 누구나 자신의 이야기를 자유롭게 표현할 수 있기 때문입니다. 직접 만든 요리, 새로 산 신발, 친구들과 함께 한 생일 파티 등 나의 평범한 일상이 소셜 미디어에서는 사람들의 주목을 받는 하나의 콘텐츠가 될 수 있습니다.



그러나 소셜 미디어가 단순히 표현 도구로서만 기능했다면 지금과 같은 큰 사랑을 받지는 못했을 것입니다. 소셜 미디어에 사진이나 글을 올리는 것은 마치 무대에 오르는 순간과 같습니다. 그래서 소셜 미디어를 이용하는 사람들은 자신의 일상을 꾸미고 순간순간을 연출합니다. 사람들은 화제가 되고 있는 장소를 찾아가 인증 사진을 찍거나 유행하는 설정을 따라하며 일명 ‘대세’에 동참하기도 합니다. 소셜 미디어를 한다는 것은 자신의 모습을 수많은 사람들에게 전시하는 표현 놀이의 일종이라 할 수 있습니다. 5

그렇다면 사람들은 왜 소셜 미디어에 자신의 모습을 전시하는 표현 놀이를 재미있어 할까요? 소셜 미디어를 통해 단순하게 반복되는 일상 속의 ‘나’가 아닌, 다른 사람들에게 보여 주고 싶은 ‘나’를 드러낼 수 있기 때문입니다. 물론 온라인 공간에서의 ‘나’에 과도하게 집착하여 자신을 부풀리거나 다른 사람의 평가와 반응에 민감하게 반응해 공허함과 불안감을 느끼는 경우, 오히려 건전한 일상을 해치는 문제가 발생하기도 합니다. 10

건강한 소셜 미디어 생활을 위해 가장 중요한 것은 무엇일까요? 바로 ‘자기 자신을 잃지 않는 것’입니다. 자신의 개성을 살리면서도 다른 사람들과의 관계를 원활하게 유지할 수 있는 지혜로운 자기표현 방법을 모색한다면 소셜 미디어는 일상의 피로를 해소하고 위로와 공감을 얻는 성장의 발판이 될 것입니다. 15

2 자신의 소셜 미디어 계정에 접속한 후 다음 활동을 해 봅시다. 소셜 미디어를 이용하지 않는다면 계정을 새로 만들어 봅시다.

(1) 소셜 미디어에서 ‘나’의 모습이 어떤지 다음 질문에 답하며 정리해 봅시다.

어떤 플랫폼을
이용하고 있나요?

프로필 사진은
어떤 것인가요?

소개 글에서 자신을 어떻게 표현하고 있나요?		
소셜 미디어를 자주 접속하나요?	그렇다면 그 이유는?	
	그렇지 않다면 그 이유는?	

(2) 소셜 미디어 속의 '나'와 실제의 '나'는 어떤 점에서 같고 어떤 점에서 다른지 생각해 봅시다.

같은 점	다른 점

(3) 사람들이 소셜 미디어에서 자신을 어떻게 표현하고 싶어 하는지 친구들과 이야기해 봅시다.

관심과 인정을 주고받는 소통

[1] 소셜 미디어에서 사람들과 소통했던 경험을 떠올리며 다음 글을 읽어 봅시다.

사람은 다른 사람들과의 관계 속에서 자신의 존재를 확인하는 사회적 동물입니다. 사람들이 소셜 미디어 활동을 하는 이유도 이렇게 사회적으로 연결되어 살아가는 자신의 모습을 가장 잘 확인할 수 있기 때문일 것입니다.

우리는 소셜 미디어에서 자신을 기꺼이 노출합니다. 그리고 서로의 콘텐츠에 댓글, 좋아요, 이모티콘, 팔로우 등으로 적절히 반응하면서 상호 작용합니다. 게시물에 대한 반응은 인기의 척도가 되기도 합니다. 소셜 미디어에 올린 콘텐츠가 많은 관심을 받고 그 계정을 팔로우하는 사람들이 많아지면 계정을 운영하는 이용자는 큰 영향력을 가진 사람이 될 수 있습니다.

관심이 숫자로 표시되는 소셜 미디어는 사람들의 경쟁을 부추기기도 합니다. 그래서 소셜 미디어 이용자들은 꾸준히 자신의 계정을 관리하고 더 큰 주목을 받을 수 있는 콘텐츠를 고민합니다. 이렇게 소셜 미디어는 관심과 인정을 받는다는 만족감을 주는 동시에 경쟁으로 인한 긴장감을 불러일으키기도 합니다.

모든 사회적 관계가 그렇듯 소셜 미디어 안에서도 서로 지켜야 할 윤리가 있습니다. 우선 소셜 미디어에 글이나 사진을 올릴 때에는 그것이 누군가에게 불쾌감이나 수치심을 주지 않을지 생각해 보아야 합니다. 또한 다른 사람을 깎아내리거나 모독하는 말은 하지 말고, 내가 책임질 수 있는 말만 예의를 갖춰서 하는 것이 중요합니다. 소셜 미디어를 이용한 집단 따돌림이나 괴롭힘 문제도 심각합니다. 이는 피해자의 인격을 파괴하고 미래의 삶에도 후유증을 남기는 범죄임을 인식하고 경계해야 합니다.

소셜 미디어가 인간관계에 미치는 영향력이 점점 커지고 있습니다. 이용자들이 서로를 존중하고 타인의 권리를 침해하지 않기 위해 노력할 때, 소셜 미디어는 안전하고 즐거운 표현과 경쟁의 놀이터가 될 수 있습니다.



[2] 소셜 미디어 게시물에 대한 사람들의 반응을 정리해 봅시다.

(1) 가장 많은 관심을 얻은 게시물에 대해 정리해 봅시다.

플랫폼 종류	
게시물의 내용	
관심도	<ul style="list-style-type: none"> • 좋아요(하트) 수: • 댓글 수: • 공유 횟수: • 이모티콘 수:
기억에 남는 반응	

(2) (1)에서 정리한 게시물이 사람들의 관심을 많이 받은 이유가 무엇인지 생각해 본 후 친구들과 이야기를 나눠 봅시다.

[3] 소셜 미디어에서 서로를 존중하며 소통하기 위해 함께 지켜야 할 약속을 정해 봅시다.

예시 친구를 모독하는 글과 사진은 남기지 않는다.

도움

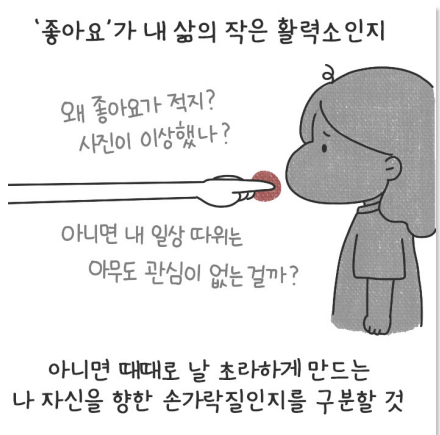
자신의 소셜 미디어 계정에 게시물이 없다면 다른 사람의 계정에서 게시물을 골라 정리해 봅시다.

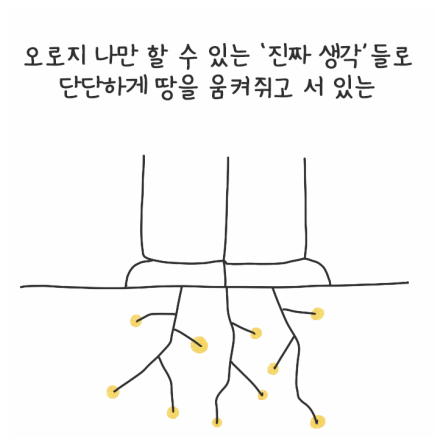
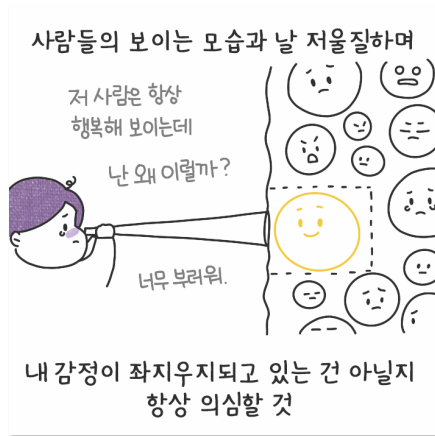
행복한 소셜 미디어 이용을 위한 안내서

1 다음 글과 만화를 보고, 소셜 미디어와 행복의 관계에 대해 생각해 봅시다.

다른 사람의 소셜 미디어를 보고 '나만 빼고 모두 행복해 보여.'라고 생각한 적이 있나요? 소셜 미디어로 다른 사람의 삶을 쉽게 들여다볼 수 있게 되면서 상대적 박탈감과 우울감을 느끼는 사람들이 늘어나고 있다고 합니다.

다음 만화는 더블유 박혜원 작가가 소셜 미디어에 연재한 「SNS를 유랑하는 당신을 위한 안내서」입니다. 만화는 어떻게 하면 소셜 미디어를 의미 있고 행복하게 이용할 수 있을지에 대해 이야기하고 있습니다.





🔔 SNS를 유망하는 당신을 위한
안내서

2019년에 열린 SBS D 포럼의 아트 프로젝트 중 한 편이다. 우리 사회가 마주한 다양한 갈등과 문제를 디지털 환경과 관련지어 생각해 보기 위해 기획 연재되었다.

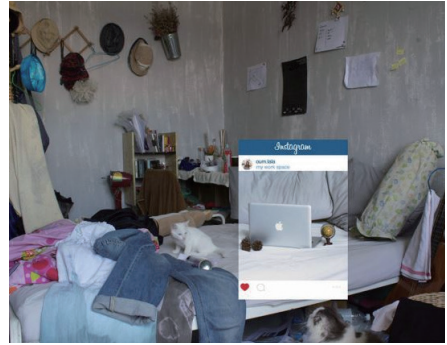
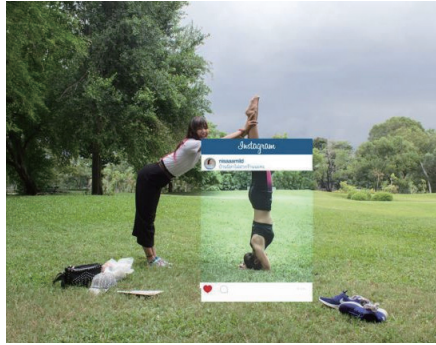
자신의 생각이나 일상을 시공간의 제약 없이 공유하고, 다른 사람들과 소통하면서 인정과 관심을 주고받는 것은 소셜 미디어의 장점입니다. 하지만 소셜 미디어에 과도하게 집착하게 되면 오히려 열등감을 느끼거나, 남들이 좋아할 만한 '나'의 이미지를 만드는 데에만 열중하게 될 수도 있습니다. 소셜 미디어 속에서 살아가는 '나'가 실제의 '나'와 반드시 똑같은 필요는 없습니다. 하지만 소셜 미디어 속 인기에 집착해 남들이 원하는 이미지로만 '나'의 모습을 만들어 가는 것은 옳지 않습니다.

자신을 더욱 사랑하고 나아가 세상에 의미 있는 존재가 되기 위해서는 소셜 미디어에 어떤 '나'의 이야기를 만들어 가야 할지를 고민해야 합니다. '나'를 더욱 확장하고 성장시키는 도구로 소셜 미디어를 활용할 때, 진정한 의미의 행복과 성취를 느낄 수 있을 것입니다.

* 타성

오래되어 굳어진 좋지 않은 버릇, 또는 오랫동안 변화나 새로움을 피하지 않아 나태하게 굳어진 습성

2 다음은 태국의 사진 작가 촘뿌 바리또네가 자신의 소셜 미디어에 올린 사진입니다. 사진이 비판하고 있는 점이 무엇인지 이야기해 봅시다.

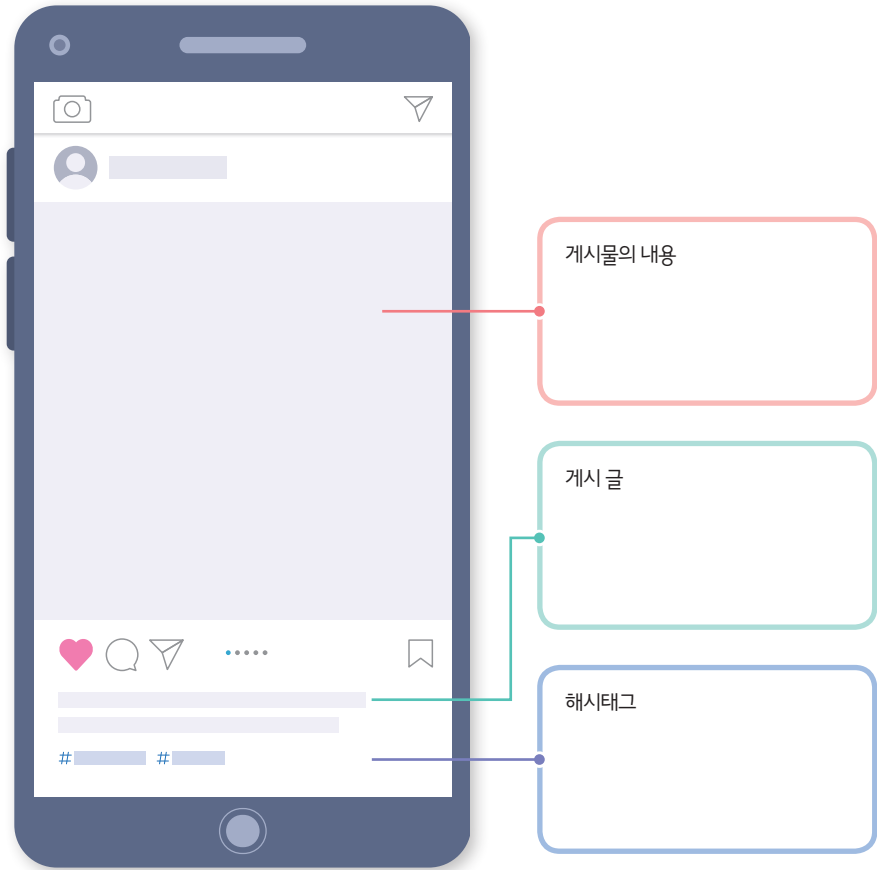


3 '행복한 소셜 미디어 생활'을 주제로 한 게시물을 만들어 봅시다.

(1) 소셜 미디어를 이용하면서 오히려 외로움을 느끼는 상황에는 어떤 것이 있는지 생각해 봅시다.

(2) 건강하고 행복한 삶을 위한 소셜 미디어 이용법에 대해 이야기를 나눠 봅시다.

(3) '행복한 소셜 미디어 생활'을 주제로 한 게시물을 만들어 소셜 미디어에 올려 봅시다.



🔔 해시태그(hashtag)

특정 단어 또는 문구 앞에 해시(hash) 기호(#)를 붙여 게시물에 꼬리표(tag)를 다는 기능. 처음에는 관련 정보를 묶는 정도의 기능으로 쓰였지만, 지금은 검색 등 다른 용도로도 쓰인다. 해시 뒤 문구를 띄어 쓸 경우 해시태그로 인식되지 않기 때문에 반드시 붙여 쓴다.

(4) 다른 친구들이 올린 게시물에 댓글을 달아 봅시다.



대단원 프로젝트 활동

진로 탐색 '부캐' 놀이

Q 도움

'부캐릭터'의 준말인 '부캐'는 본래 게임 용어로, 본캐릭터가 아닌 새로 만든 캐릭터라는 뜻입니다. 그러나 대중문화 분야에서 평소 자신과 다른 모습의 캐릭터라는 의미로 확대되어 사용되고 있습니다.

자신의 진로에 대해 고민해 보고 나의 진로와 관련된 '부캐'를 만들어 봅시다.

1 내가 관심 있는 진로를 친구에게 소개해 봅시다.

관심 있는 진로	
진로를 선택한 이유	
해당 분야에서 유명한 인물	

2 다양한 미디어에서 자신이 선택한 진로에 관한 정보를 더 찾아봅시다.

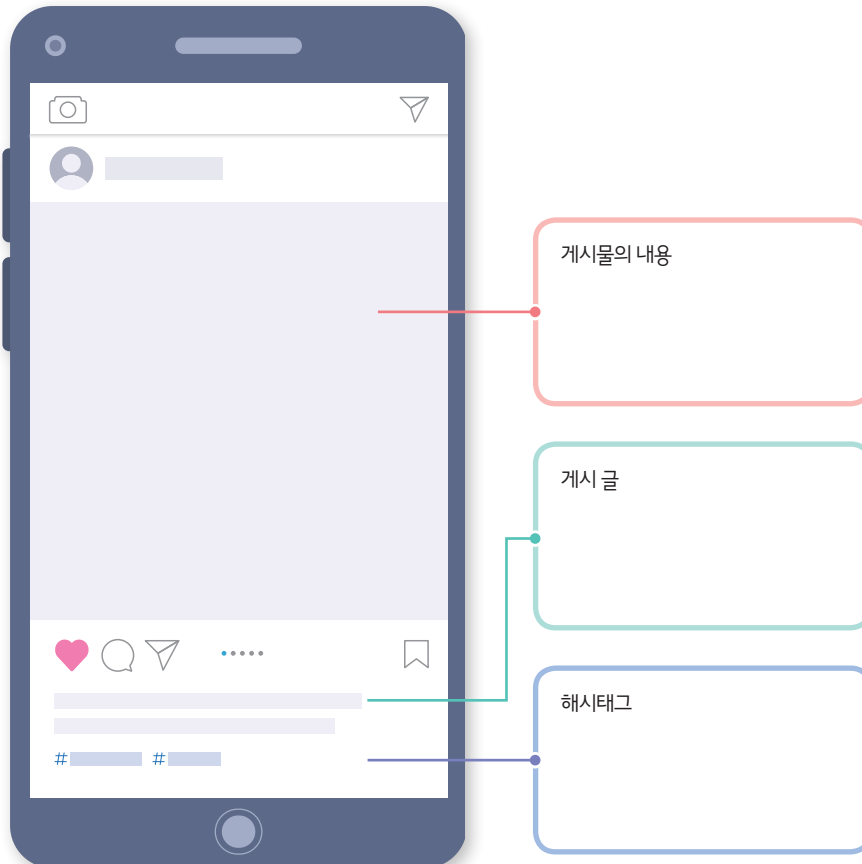
미디어	주요 내용 및 출처
포털 사이트	
유튜브	
소셜 미디어	
기타	

3 지금까지 조사한 내용들을 바탕으로 나의 '부캐'를 만들어 봅시다.

- 이름:
- 직업:
- 성격:

- 기타 특징:

4 3번 활동에서 만든 '부캐'의 소셜 미디어 계정이 있다고 가정하고 '부캐'의 특징이 잘 드러나는 게시물을 구성해 봅시다.



대단원 마무리

배운 내용 확인하기

1 이 단원에서 배운 내용을 떠올리며 빈칸에 들어갈 말을 <보기>에서 찾아 적어 봅시다.

보기

스토리텔링

몰입감

소셜 미디어

팬덤

온라인 동영상 플랫폼

- 이야기를 전달하는 _____ 방식에 따라 같은 사건도 전혀 다른 느낌을 줄 수 있다.
- 게임의 가상 세계 체험, 감각적 쾌감, 목표 달성의 보람 등은 이용자에게 _____ 을/를 준다.
- 미디어의 발달로 _____ 은/는 수동적인 소비자가 아니라 대중문화의 주체로 자리매김했다.

2 이 단원에서 배운 내용을 떠올리며 다음 단어와 그에 관한 설명을 바르게 연결해 봅시다.

리액션 영상

● 관심사와 취향을 분석하여 적합한 콘텐츠를 이용자에게 제시하는 기능

표현 놀이

● 게임에서 도움을 받은 이용자가 다른 이용자를 도와 선행이 연쇄적으로 일어나는 현상

페이 잇 포워드

● 콘텐츠와 콘텐츠에 대한 사람들의 반응을 보여 주는 영상물

추천 기능

● 자신의 일상을 연출하고 그 모습을 수많은 사람들에게 전시하는 활동을 일컫는 말



스스로 점검하기

다음 평가 기준에 따라 나의 학습 성취도를 점검해 봅시다.



평가 기준	점수
★ 다양한 미디어를 통해 대중문화를 체험할 수 있다.	
★ 게임 미디어의 특징을 이해하고 게임을 절제하며 즐길 수 있다.	
★ 소셜 미디어를 통한 소통과 관계 형성의 즐거움을 발견할 수 있다.	

12~15점
참 잘했어요.

9~11점
잘했어요.

3~8점
노력하세요.

내 점수는
점



• 단원을 마치며 •

우리는 이 단원에서 미디어로 즐길 수 있는 다양한 놀이와 즐거움에 대해 알아보고 직접 경험해 보았습니다. 이 단원에서 학습한 내용을 바탕으로 우리 삶의 긴장을 풀어 주고 건강한 일상을 회복 하게 하는 미디어의 가치를 이해하고, 미디어를 건전하고 의미 있게 즐기도록 노력합시다.

III



미디어, 꼼꼼하게 따져 볼까?

우리에게 도움을 주기도 하고 우리를 속이기도 하는 미디어, 어떻게 하면 현명하게 이용할 수 있을까요? 이 단원에서는 변화한 미디어 환경, 그리고 공공성과 상업성이라는 미디어의 양면적 특성을 살펴보고 정보를 무분별하게 받아들였을 때의 문제점을 생각해 봅니다. 또 허위 조작 정보를 구별하는 방법을 익혀 미디어를 비판적으로 이용하는 능력을 길러 봅니다.





1

**미디어 환경의
변화와 미디어의 양면성**

- 미디어 소비자
- 미디어의 공공성과 상업성
- 기사형 광고와 광고성 기사

2

**미디어가
비추는 세상**

- 미디어 속 고정 관념과 편견
- 정보 전염병, 인포데믹
- 오보와 허위 조작 정보

3

**현명한
미디어 이용**

- 필터 버블과 확증 편향
- 허위 조작 정보와 팩트 체크

1

미디어 환경의 변화와 미디어의 양면성

- ▶ 미디어 환경의 변화를 이해할 수 있다.
- ▶ 미디어의 공공성과 상업성을 이해할 수 있다.

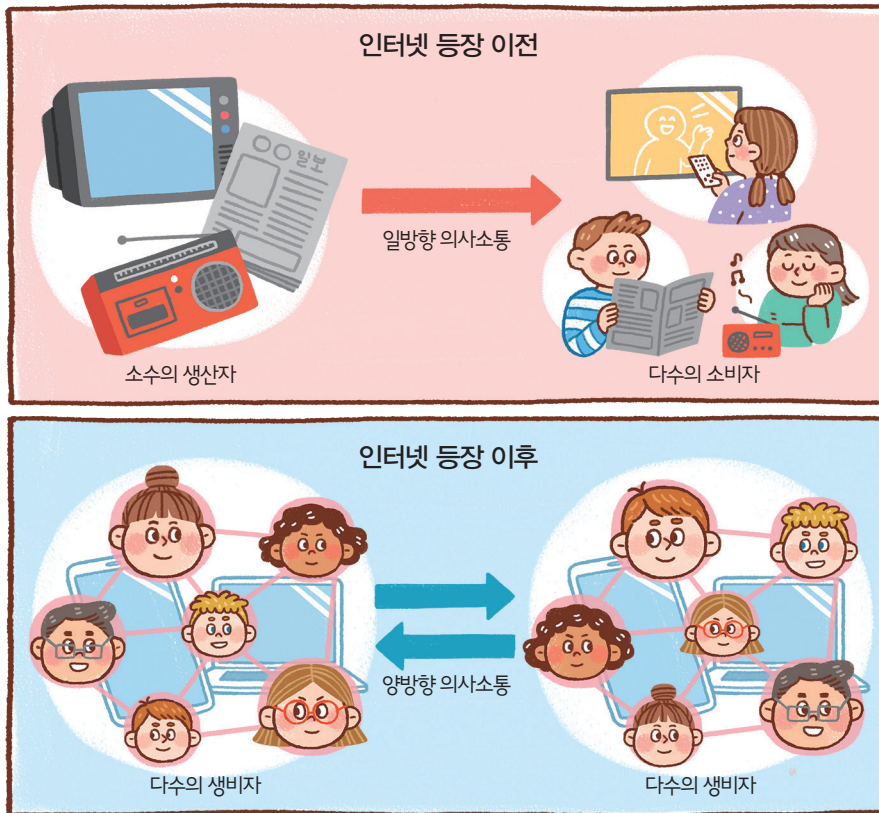
생각열기

다음 만화를 보고 수호의 마지막 질문에 답을 생각해 봅시다.



소비자에서 생비자로

1 다음 글을 읽고 미디어 환경이 어떻게 변화해 왔는지 생각해 봅시다.



인터넷이 등장하기 전에는 텔레비전이나 신문, 라디오 등의 대중 매체가 미디어 생활의 중심이었습니다. 그 시대에는 방송국이나 신문사가 시청자나 독자에게 일방적으로 정보를 전달하였습니다. 소수의 생산자가 다수의 소비자에게 대량으로 메시지를 전달했기 때문에 미디어 생산자와 소비자가 명확히 구분되었습니다.

그러나 기술의 발달로 인터넷이 보편화되자 그에 따라 미디어 환경도 변화하였습니다. 인터넷상에서 서로 정보와 의견을 자유롭게 교환하는 소셜 미디어 시대에 들어서면서 의사소통이 양방향적으로 이루어지게 된 것입니다.

그러면서 미디어 소비자였던 사람들이 미디어 생산자로 참여하기 시작했습니다. 생산자와 소비자가 명확히 구별되던 과거와 달리 생산자와 소비자가 결합된 '생비자'가 등장하게 된 것입니다.

🔔 생비자(生費者)

생산자(producer)와 소비자(consumer)를 결합하여 이르는 말로 프로슈머(prosumer)라고도 부른다.

이용자가 미디어를 수동적으로 받아들이는 것에 머무르지 않고, 생산과 유통에도 적극적으로 참여하는 사례에는 어떤 것들이 있을까요? 자신이 찍은 사진이나 영상을 소셜 미디어에 올리거나 인터넷 카페에 댓글을 쓰는 것도 미디어 생산에 참여하는 것입니다. 다른 사람이 올린 게시물에 '좋아요'를 누르거나 정보를 스크랩하여 공유하는 행위도 모두 넓은 의미의 미디어 생산이라고 할 수 있습니다.



▲ 다양한 미디어 생산 활동

이처럼 인터넷으로 연결된 소셜 미디어 환경에서는 많은 사람들이 보다 쉽게 미디어 생산에 참여할 수 있습니다. 다양한 미디어 생산 활동을 하며 자신의 의견을 드러내고, 다른 사람들과 정보를 공유하며 여론을 형성하기도 합니다. 그러므로 우리는 주체적인 미디어 생비자로서 자신의 행동이 미치는 영향력을 이해하고, 책임감 있는 미디어 활동을 하기 위해 노력해야 합니다.

2 내가 최근에 이용한 미디어를 떠올리며 미디어 소비자로서의 경험을 나누어 봅시다.

(1) 나의 미디어 활동 내용을 정리해 봅시다.

예시	고양이 영상을 봄.	게시 글에 '좋아요'를 누름.	소설책을 읽음.	친구들과 메시지를 주고받음.	드라마를 시청함.
미디어	소셜 미디어	포털 사이트	책	메신저	텔레비전

활동 내용					
미디어					
활동 내용					
미디어					

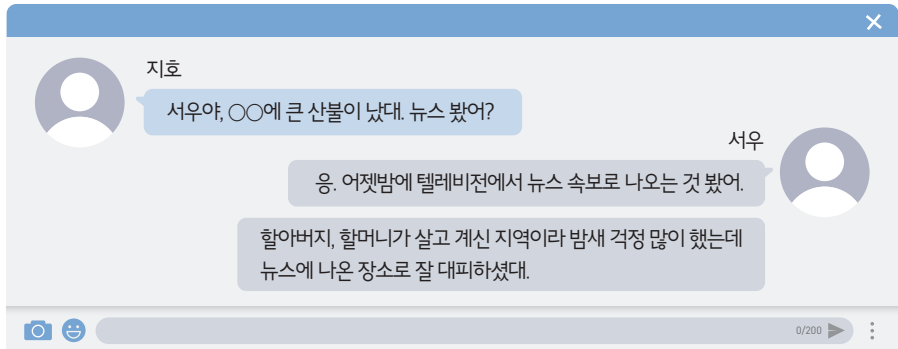
(2) (1)에서 정리한 미디어 활동을 소비 활동과 생산 활동으로 나누어 봅시다.

미디어 소비 활동	미디어 생산 활동

(3) 나의 미디어 활동과 친구들의 활동을 비교해 보고 느낀 점을 적어 봅시다.

미디어의 특성

1 다음 글을 읽고 미디어의 공공성과 상업성에 대해 생각해 봅시다.

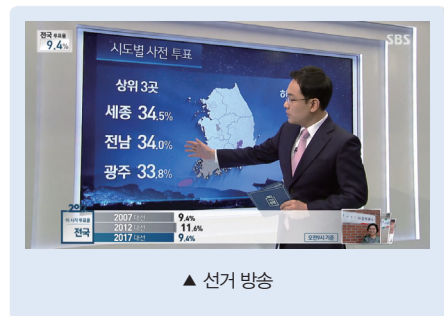


지호와 서우가 본 뉴스처럼 재난 방송은 재난이 발생했을 때 국민의 생명과 재산을 보호하기 위해 대피소 위치나 대피 방법 등 필요한 정보를 알려 줍니다. 이처럼 미디어가 가진 전달의 힘을 이용해 공동체의 문제를 알리거나 공동체의 이익을 확장해 나가는 것을 미디어의 공공성이라고 합니다. 5

미디어가 사회에 유익한 역할을 하는 사례에는 또 어떤 것이 있을까요? 선거와 관련된 정보를 제공하여 시민들이 참정권을 행사하는 데 도움을 주는 선거 방송도 미디어를 통해 공동체에 필요한 일을 수행한 사례라 할 수 있습니다. 사람들이 알아야 하는 사건 사고 소식을 전하거나 우리 사회의 문제점을 비판하고 분석하는 방송 프로그램, 신문 기사 등도 미디어의 공공성을 잘 보여 줍니다. 10

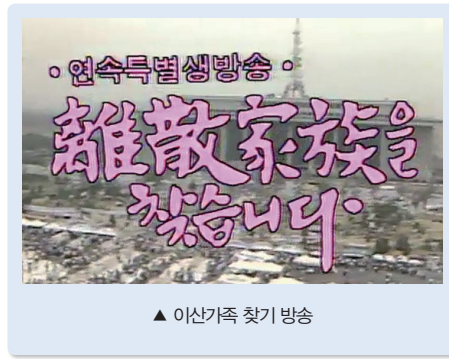
* 참정권

국민이 나라의 정치에 직접 또는 간접으로 참여하는 권리



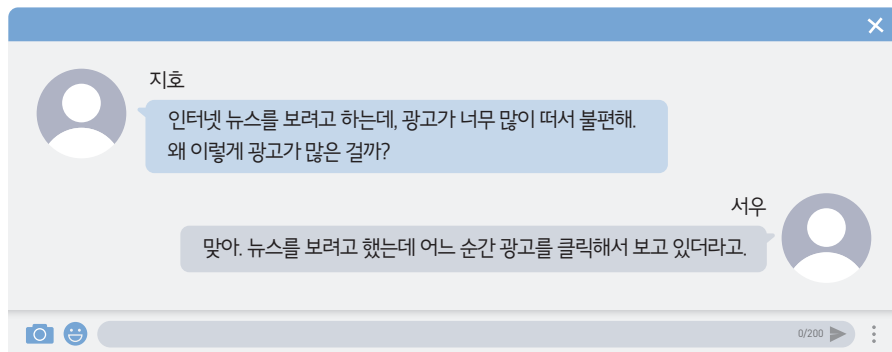
「이산가족을 찾습니다」는 6·25 전쟁과 남북 분단으로 헤어진 이산 가족의 상봉을 위해 제작된 방송 프로그램입니다. 이 프로그램을 통해

5 수많은 이산가족의 사연이 전해졌고, 소식을 모르고 지내던 1만여 가족이 다시 만날 수 있었습니다. 미디어로 우리 사회의 상처를 치유하고 문제를 해결한 사례라 할 수 있습니다.



🔔 이산가족을 찾습니다

텔레비전을 활용한 세계 최초, 최대 규모의 이산가족 찾기 프로그램이다. 케이비에스(KBS)에서 1983년 6월 30일부터 11월 14일까지 총 138일간 방송되었다.

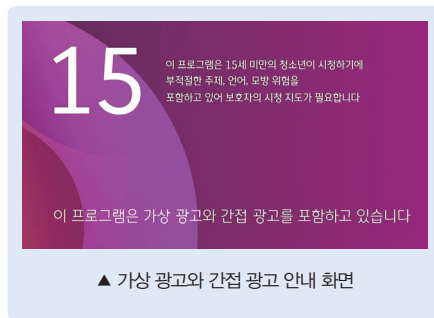


미디어는 공공성과 함께 상업성도 가지고 있습니다. 지호와 서우처럼 미디어를 이용할 때 광고 때문에 불편했던 적이 있나요? 미디어 기업은 왜 이용자에게 광고를 노출시킬까요? 미디어 기업도 이윤이 있어야 운영될 수 있고, 광고주로부터 받는 광고비가 미디어 기업의 주요 수입원이기 때문입니다.

15 무료로 이용하는 것처럼 느껴지는 메신저 서비스나 포털 사이트도 배너 형태의 광고를 삽입하여 수익을 얻고 있습니다. 이용자가 무료 콘텐츠 사이에 배치된 배너 광고를 클릭하면 자동으로 관련 사이트로 연결됩니다.

유튜브와 같은 온라인 동영상 플랫폼은 이용자에게 무료로 제공하는 영상 중간중간에 광고를 삽입하여 광고 수익을 얻습니다. 광고를 원하지 않는 사람들에게는 프리미엄 서비스를 유료로 제공하여 수익을 얻기도 합니다.

20 또 텔레비전 드라마나 예능 프로그램 등에서도 광고를 하기 위해 시청자에게 특정 상품을 노출하는 경우가 많습니다.



🔔 배너(banner) 광고

인터넷 홈페이지에 띠 모양으로 만들어 부착하는 광고. 마치 현수막처럼 생겨서 '배너'라고 한다. 배너 광고 수익은 일반적으로 사이트 방문자 수, 회원 수, 조회 수 등을 기준으로 결정된다.

🔔 가상 광고와 간접 광고

컴퓨터 그래픽 기술을 이용해 제작한 가상의 이미지를 방송 프로그램 도중에 삽입하는 형태의 광고를 가상 광고라고 하고, 방송 프로그램 안에서 상품을 소품으로 활용하여 노출시키는 형태의 광고를 간접 광고라고 한다.

미디어는 공공성과 상업성이라는 대립되는 특성을 모두 지니고 있습니다. 미디어의 상업성이 점점 강해지고 있지만 미디어의 공공성을 지키기 위한 노력도 계속되고 있지요. 미디어가 지닌 다양성을 이해한다면 우리는 미디어를 더 현명하게 이용할 수 있을 것입니다.

[2] 다음 대화를 바탕으로 미디어의 역할과 미디어가 공공성을 지켜야 하는 이유에 대해 이야기를 나눠 봅시다.

상윤: 어제 탐사 보도 프로그램 「그 사건」 봤어? 살균 제품 피해자들의 모습을 보니까 너무 안타깝더라고.

지은: 응. 나도 봤어. 어떤 사람은 평생 산소통을 달고 살아야 한다더라. 피해가 이렇게 심각한데 제대로 진상 규명도 안 되고 보상도 이루어지지 않고 있더니 너무 안타까워. 이 방송이 아니었다면 이런 사건이 있었는지도 몰랐을 거야.

상윤: 맞아. 사람들이 관심을 갖지 않았다면 그 살균 제품이 병의 원인이라는 것도 밝혀지지 않았을 거야. 방송과 인터넷을 통해 이 사건이 널리 알려져서 정말 다행이야.

지은: 진상 규명과 피해 보상을 촉구하는 온라인 서명 운동이 진행되고 있다던데, 같이 참여할래?

상윤: 좋은 생각이야.

• 미디어의 역할

• 미디어가 공공성을 지켜야 하는 이유

3 다음 신문 기사를 참고하여 지상파 방송의 중간 광고 허용에 대한 나의 입장을 정하고, 모둠별로 찬반 토론을 해 봅시다.

오는 7월부터 케이비에스(KBS), 엠비시(MBC), 에스비에스(SBS) 등 지상파 방송에서도 중간 광고가 나온다. 1973년 지상파 중간 광고를 금지한 지 48년 만에 규제가 풀렸다.

지상파 중간 광고는 케이블 텔레비전 등 유료 방송과 동일한 시간, 횟수로 허용된다. 45~60분 분량의 프로그램은 1회(회당 1분 이내), 60~90분 분량 프로그램은 2회 등 30분당 1회씩 횟수를 늘려 가며 프로그램 시간에 따라 최대 6회까지 중간 광고를 내보낼 수 있다.

- 『머니투데이』, 2021년 4월 28일 기사

📌 지상파 방송

지상 무선국을 통해 대기 중의 전파를 이용하는 방송을 '지상파 방송' 또는 '공중파 방송'이라고 부른다. 케이비에스(KBS), 엠비시(MBC), 에스비에스(SBS), 이비에스(EBS)와 같은 방송들이 이에 해당한다. 지상파 방송은 방송 서비스의 근간을 형성하고 있기 때문에 매우 중요하며, 강력한 사회적 역할을 수행하고 있다.

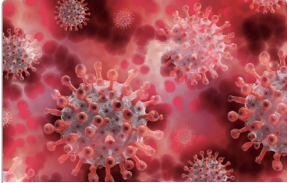
지상파 방송 중간 광고 허용에 대한 나의 입장

찬성 근거

반대 근거

기사일까? 광고일까?

[1] 다음 글을 읽고 기사와 광고를 구분해야 하는 이유를 생각해 봅시다.



출근길에 사라졌던 40대 수색 이틀 만에 무사 발견 ○
전국 최대 규모 해저 터널 연내 공사 착수 ✕
10대 청소년, 수분 섭취 '부족', 카페인은 '과다' ↻
청력이 안 좋다면? 국가 지원받아 보청기 구매 AD

위의 화면에 제시된 것은 모두 기사일까요? 언뜻 보면 모두 기사 제목인 것 같지만 자세히 살펴보면 'AD'라는 표시를 찾을 수 있습니다. 광고(advertisement)라는 표시입니다. 이렇게 기사와 비슷한 형식으로 제작한 5
 광고를 '기사형 광고'라고 합니다.

광고 생산자는 왜 기사형 광고를 제작할까요? 사람들은 같은 내용이라도 기사의 형식을 띠면 더 객관적으로 작성되었다고 믿습니다. 그래서 광고 생산자는 홍보하고자 하는 내용을 사람들에게 더 신뢰감 있게 전달하기 위해 10
 광고를 기사의 형식으로 꾸미는 것이지요.

기사형 광고에 '광고'라는 표시를 따로 하는 이유는 무엇일까요? 신문 등의 진흥에 관한 법률 제6조에 '신문·인터넷 신문의 편집인 및 인터넷 뉴스 서비스의 기사 배열 책임자는 독자가 기사와 광고를 혼동하지 아니하도록 명확하게 구분하여 편집하여야 한다.'라는 내용이 명시되어 있기 때문입니다.

그런데 홍보성 내용을 광고라는 표시 없이 기사 형태로 작성하여 내보내는 경우도 있습니다. 이러한 기사를 '광고성 기사'라고 합니다. 최근 일부 언론사가 광고주로부터 대가를 받고 쓴 기사를 마치 직접 취재한 기사인 것처럼 꾸며 문제가 되기도 하였습니다. 광고성 기사는 광고임을 표시하는 내용이 없어 보는 사람들이 광고임을 알기가 어렵습니다. 15

2 '기사형 광고'와 '광고성 기사'를 비교해 봅시다.

가 20 Advertorial Page

하늘제과, 채식주의자를 위한 초콜릿 '순수 카카오' 출시!

하늘제과가 순식물성 원료를 사용한 채식주의자용 초콜릿 '순수 카카오'를 출시했다. '순수 카카오'는 우유나 버터 같은 동물성 원료 대신 카카오 열매에서 얻은 식물성 식용 지방을 사용하여 일반 초콜릿과 같은 식감과 맛을 구현했다.



'순수 카카오'는 카카오 함량에 따라 3종으로 출시되었다. 소비자가 입맛과 취향에 맞게 선택할 수 있도록 배려한 것이다. 카카오 함량이 높은 다크 초콜릿은 집중력을 높이고 긴장을 완화하는 효과가 있어 수험생들에게 큰 인기를 얻고 있다.

하늘제과 관계자는 "순수 카카오'는 맛과 건강을 모두 잡은 제품"이라며 "향후 다양한 맛의 초콜릿을 계속 출시하여 채식주의자뿐만 아니라 건강한 초콜릿을 원하는 소비자를 모두 사로잡을 것"이라고 밝혔다.

📌 애드버토리얼(advertorial)

신문이나 잡지에 뉴스 기사의 형태로 실리는 광고. 광고를 의미하는 'advertisement'와 편집 기사를 의미하는 'editorial'을 합성하여 만든 용어다.

나 맑은물음료, 환경의 날 기념 무라벨 생수 '청샘수' 할인 행사

맑은물음료는 환경의 날을 기념해 무(無)라벨 생수 '청샘수' 할인 행사를 실시한다고 밝혔다.

맑은물음료는 지난달 출시한 '청샘수'를 환경의 날인 6월 5일부터 7일까지 3일간 할인 판매한다. 행사 기간 동안 맑은물음료 온라인 쇼핑몰(www.맑은물.co.kr)에서 구매 시 즉시 적용할 수 있는 할인 쿠폰을 지급한다.



무라벨 생수는 비닐을 부착하지 않아 비닐 사용량을 줄일 수 있으며 라벨을 제거할 필요가 없어 플라스틱 재활용을 용이하게 한다. 반드시 표기해야 하는 내용은 상단에 각인하여 정보는 제공하면서 환경도 생각하는 방법으로 소비자들의 환영을 받고 있다.

맑은물음료 측은 "친환경 소비 경향을 반영해 무라벨 제품 할인 행사를 기획하게 된 만큼 소비자분들의 많은 관심 부탁드립니다."라고 밝혔다.

- 김맑은 기자, Kim@123abcnews.com

(1) 다음 문항에 답하며 ㉠과 ㉡를 '기사형 광고'와 '광고성 기사'로 구분해 봅시다.

문항	㉠	㉡
특정 상품이나 서비스 등을 홍보하려는 목적이 있다.	○, ×	○, ×
광고임을 독자가 알 수 있도록 표시하고 있다.	○, ×	○, ×
기사를 작성한 기자가 누구인지 알 수 있다.	○, ×	○, ×

- ㉠:
- ㉡:

(2) 다음 질문에 대한 나의 생각을 빈칸에 적어 봅시다.



광고가 아닌 줄 알았던 정보가 알고 보니 광고였던 적이 있어?



왜 기사와 광고를 구분해야 하지?



기사와 광고를 구분하려면 어떻게 해야 할까?



2

미디어가 비추는 세상

- ▶ 미디어에 나타난 고정 관념과 편견의 문제점을 파악할 수 있다.
- ▶ 인포데믹 현상의 위험성을 이해하고 오보와 허위 조작 정보를 구별할 수 있다.

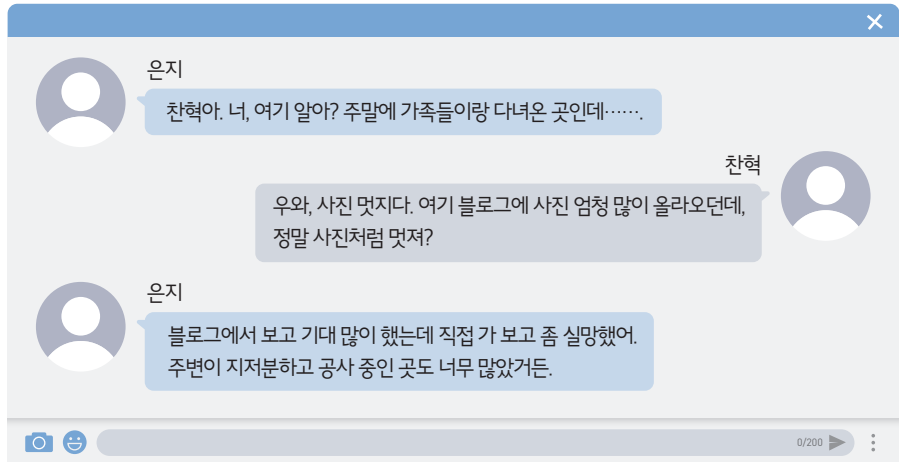
생각열기

다음 그림이 어떤 메시지를 전달하고 있는지 이야기해 봅시다.



미디어는 현실을 있는 그대로 보여 줄까?

[1] 다음 글을 읽고 미디어 속 세상과 현실의 차이점을 생각해 봅시다.



미디어는 우리가 살고 있는 현실을 그대로 보여 줄까요? 은지는 블로그에서 본 여행지의 멋진 사진에 이끌려 그 여행지에 찾아갔습니다. 그런데 여행지의 실제 모습이 사진과 너무 달라 실망스러웠습니다. 은지가 본 사진과 영상에는 여행지의 아름다운 모습만 편집해서 담겨 있었기 때문입니다. 미디어 속 세상이 현실과 똑같을 수는 없습니다. 미디어는 지면이나 화면에 제한이 있어 대상의 특정한 부분만 보여 줄 수밖에 없기 때문입니다. 5

미디어가 보여 주는 세상은 만드는 사람의 의도에 따라 과장되거나 축소되고, 어떤 부분은 아예 보이지 않을 수도 있습니다. 예를 들어 역사 드라마는 역사적 사실을 바탕으로 만들어집니다. 하지만 일부 내용은 극적인 재미를 더하기 위해 삭제되거나 변형되고, 상상력에 기반해 창조되기도 합니다. 실제 역사와는 다른 부분이 생기게 되는 것이지요. 10

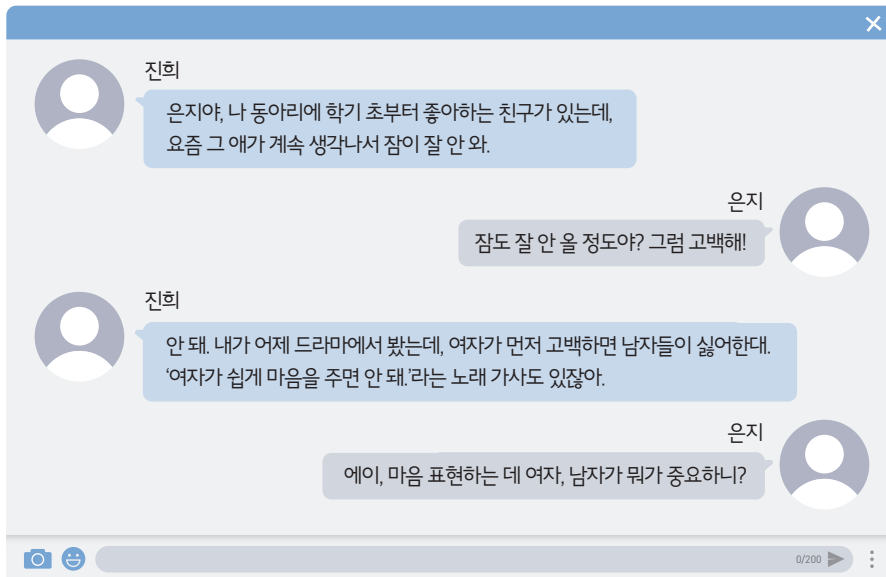
* 고정 관념

사람들의 행동을 결정하는 잘 변하지 않는 굳은 생각. 또는 지나치게 당연한 것처럼 알려진 생각

* 편견

공정하지 못하고 한쪽으로 치우친 생각

이러한 미디어의 특성은 이용자에게 * 고정 관념과 * 편견을 심어줄 수 있습니다. 미디어는 우리가 정보를 얻는 가장 중요한 수단이고, 우리의 생각과 행동에 커다란 영향을 미치는 존재이기 때문입니다. 15



진희는 미디어에서 접한 여성의 수동적인 모습을 그대로 받아들이고 있습니다. 여러분도 여성은 양전하고 소극적인 인물로, 남성은 강하고 주도적인 인물로 그려지는 만화나 드라마를 본 적이 있을 것입니다. 이처럼 미디어가 특정 성별의 역할이나 모습을 규정하여 표현한다면 그것은 성별에 대한 고정 관념을 만들어 내는 것입니다.

성 역할뿐만 아니라 인종에 대한 고정 관념과 편견이 미디어에 담기는 경우도 있습니다. 예를 들어 어떤 영화가 영웅과 악당을 특정 인종으로 묘사하였다면 그것은 특정 인종에 대한 고정 관념을 심어줄 수 있습니다.

이처럼 미디어를 비판 없이 반복적으로 수용하다 보면 자기도 모르는 사이에 고정 관념이나 편견이 생길 수 있습니다. 따라서 우리는 미디어가 현실을 있는 그대로 보여 주지는 않는다는 점을 이해하고, 미디어가 우리에게 고정 관념과 편견을 심어줄 수 있다는 사실을 기억해야 합니다.

- [2] 다음 광고에 어떤 고정 관념이나 편견이 담겨 있는지 친구들과 이야기를 나눠 봅시다.



▲ 영국의 한 비누 회사 광고(1884년)

- (1) 이 광고가 전달하려는 메시지가 무엇인지 적어 봅시다.

- (2) 이 광고에 어떤 고정 관념이나 편견이 담겨 있는지 찾아보고, 문제점을 친구들과 이야기해 봅시다.

나의 생각	친구의 생각

3 모둠별로 즐겨 이용하는 미디어를 하나 고르고, 인종, 성별, 연령, 지역, 학력 등과 관련된 고정 관념이나 편견이 드러난 부분을 찾아 발표해 봅시다.

예시

- 우리 모둠이 고른 미디어: 텔레비전 예능 프로그램
- 미디어 제목: 「전지적 참견 ○○」
- 미디어 생산자: 엠비시(MBC)
- 고정 관념이나 편견이 드러난 부분: 한 배우가 게스트로 출연하여 자신이 연기했던 발달 장애인의 말투와 행동을 따라한 장면
- 문제점: 발달 장애인의 모습을 희화화한 장면을 내보내 장애인에 대한 고정 관념과 편견을 조장함.
- 개선 방법: 장애를 개인의 특성 중 하나라고 생각하고 자연스럽게 받아들이는 자세가 필요함. 재미보다는 대상을 존중하는 태도를 갖추어야 함.

- 우리 모둠이 고른 미디어

가요 / 만화 및 웹툰 / 드라마 / 예능 프로그램 / 영화 / 광고 / 기타

- 미디어 제목 :
- 미디어 생산자 :
- 고정 관념이나 편견이 드러난 부분 :

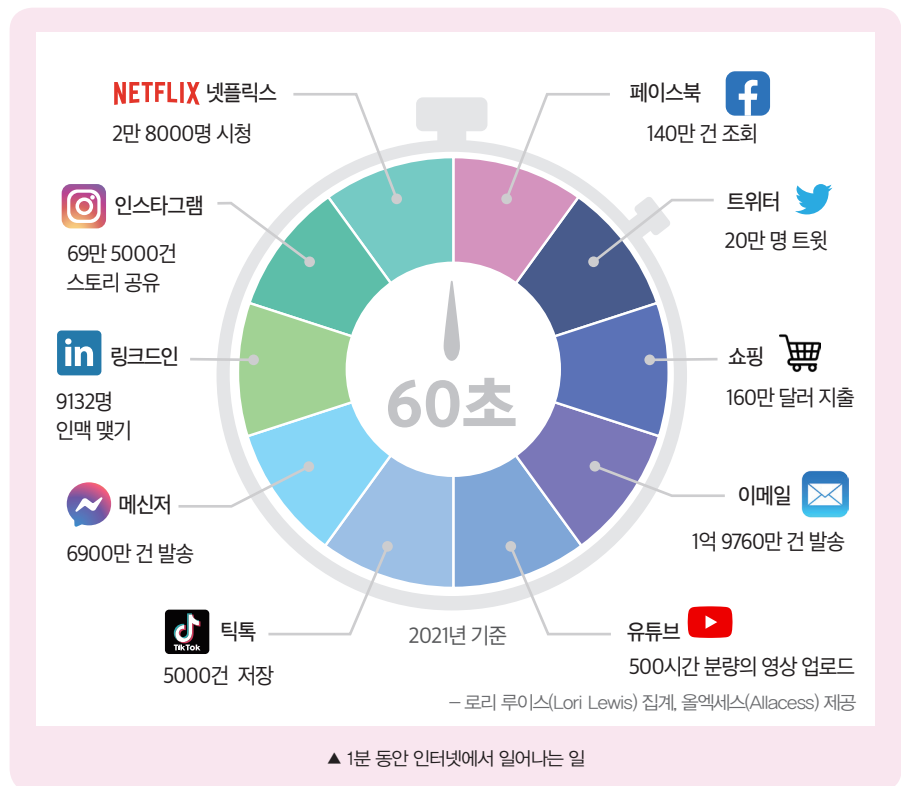
- 문제점 :

- 개선 방법 :

정보 전염병을 조심하라!

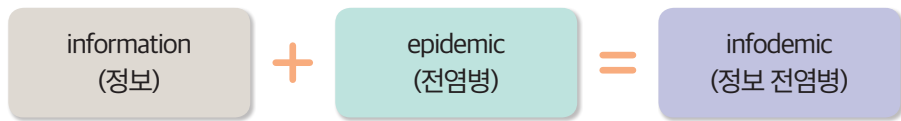
[1] 다음 글을 읽고 인포데믹 현상이 무엇인지 알아봅시다.

1분 동안 인터넷에서 생성되는 정보의 양은 얼마나 될까요? 지금 이 순간에도 전 세계에서 수많은 정보가 생산되고 있습니다. 1분이라는 짧은 시간 동안 6900만 건의 메시지와 1억 9760만 건의 이메일이 발송되고, 유튜브에는 500시간 분량의 영상이 새로 올라온다고 합니다. 과거와 비교할 수 없을 정도로 어마어마한 양의 정보가 만들어지고 있다는 것을 알 수 있습니다.



이렇게 많은 정보를 다양한 분야에서 잘 활용하면 우리의 삶은 더욱 풍요로워질 것입니다. 그러나 늘어나는 정보의 양만큼 신뢰할 수 없는 정보의 양도 증가하고 있으므로 주의가 필요합니다.

세계보건기구(WHO)는 코로나19와 관련된 거짓 정보로 피해가 심각하다며 ‘인포데믹(infodemic)’을 조심하라고 경고했습니다. 인포데믹은 허위 조작 정보가 마치 전염병처럼 통제할 수 없을 만큼 빠르고 넓게 퍼져 나가는 현상을 가리킵니다.



허위 조작 정보

사실이 아닌 다양한 거짓 정보의 통칭. 고의적인 거짓말과 허위 과장 광고, 미확인 루머, 유언비어, 정치적 목적의 거짓 선전·선동이 대표적이다. ‘가짜 뉴스’는 뉴스의 형태를 모방한 대표적인 허위 조작 정보이다.

5 허위 조작 정보는 과거에도 있었지만 현대 사회에 들어서면서 인터넷과 소셜 미디어를 통해 빠르게 확산되고 있습니다. 우리는 새로 알게 된 정보를 인터넷을 통해 쉽고 빠르게 공유할 수 있습니다. 여러분도 새로 알게 된 소식을 소셜 미디어에 올리거나 메신저 서비스를 이용해 다른 사람에게 전송한 적이 있지요? 그 정보를 본 사람들이 다시 다른 사람들에게 공유하며 순식간

10 에 정보가 퍼져 나가는 현상을 경험해 보았을 것입니다.

그런데 내가 다른 사람들에게 공유한 정보가 알고 보니 허위 조작 정보라면 어떻게 될까요? 이미 너무 퍼져 그 정보가 잘못되었다는 사실을 알리기가 쉽지 않을 것입니다. 많은 사람들이 허위 조작 정보를 사실로 받아들여 잘못된 행동을 할 수 있고, 그로 인해 막대한 피해가 발생할 수도 있습니다. 이

15 럼 사회에 허위 조작 정보가 무분별하게 유통되면 정보의 신뢰도가 떨어져 심각한 사회 문제를 초래할 수 있습니다.

2 내가 알고 있는 허위 조작 정보를 말해 봅시다.



우리 동네에 있는 A식당 음식에서 이물질이 나왔다는 소문이 사진과 함께 소셜 미디어에 퍼진 적이 있어. 그런데 알고 보니 근처 다른 식당에서 만들어 낸 허위 조작 정보였어. 이후에 사실이 밝혀지긴 했지만 아직도 그렇게 알고 있는 사람들이 많더라고. A식당 입장에서는 정말 억울할 것 같아.

3 다음 영상을 보고 인포데믹 현상의 원인과 문제점을 확인해 봅시다.



- 케이비에스(KBS), 「호모미디어쿠스 1부 왜 허위 정보에 속는가」, 2021년 2월 22일 방송

(1) 허위 조작 정보가 진짜 뉴스보다 빠르게 전파되는 이유를 써 봅시다.

(2) 소셜 미디어에 허위 조작 정보가 유포되어 발생한 사회 문제와 피해 사례를 적고, 그 심각성에 대해 이야기를 나눠 봅시다.

오보와 허위 조작 정보

1 다음 글을 읽고 오보와 허위 조작 정보의 개념을 확인해 봅시다.

아래 사진은 한 텔레비전 뉴스 프로그램에서 백신 접종 예약 방법을 설명하며 제시한 자료 화면입니다. 이상한 점을 찾아볼까요?



화면에서 ‘1983년 6월 31일생’을 예로 들어 백신 예약 날짜를 안내하고 있습니다. 하지만 6월의 마지막 날은 30일로, 31일은 없습니다. 그러므로 이 뉴스는 잘못된 정

10 보를 담고 있다고 할 수 있습니다.

이렇게 잘못된 내용을 담고 있는 뉴스를 ‘오보’라고 합니다. 해당 인물이 아닌 사람의 사진을 잘못 삽입하거나, 사건의 사실 여부를 정확히 확인하지 않고 보도하는 등 오보의 사례는 다양합니다. 그러므로 우리가 언론에서 만나는 정보가 모두 사실은 아니며 잘못된 내용이 보도될 수도 있다는 점을 기

15 익해야 합니다.

방송이나 신문에서 정정 보도를 하는 것을 본 적이 있나요? 방송이나 신문에서 잘못된 정보를 전달한 경우 오른쪽의 기사처럼

20 잘못된 내용을 바로잡아 보도합니

바로잡습니다

[바로잡습니다] 7월 18~19일 자 9면 ‘정약용 쫓겨 간 강진에도……’ 기사

◆ 7월 18~19일 자 9면 ‘정약용 쫓겨 간 강진에도……’ 기사 중 ‘단종의 계모인 혜빈 양씨를 ‘단종의 보모(保母)인 혜빈 양씨로 바로잡습니다.

다. 그러나 정정 보도는 원래 뉴스에 비해 비중이 크지 않아 이용자에게 올바른 정보가 충분히 전달되지 않을 수 있습니다.

오보는 일부러 거짓 정보를 유통하겠다는 의도로 만들어진 것은 아닙니다. 그러나 허위 조작 정보는 오보와 달리 누군가가 이득을 취하기 위해 의

25 도적으로 만들어 유포한 것입니다. 사람들을 속이려는 목적으로 만든 것이기

때문에 사실인 것처럼 교묘하게 포장합니다. 그래서 진짜인지 가짜인지 구분 하기가 더욱 어렵습니다.



위와 같은 기사를 친구에게 메신저로 받았다면 여러분은 어떻게 행동했을까요? 다른 사람들에게도 알려 주기 위해 신속하게 기사를 공유했는지 모릅니다. 하지만 이 기사는 유명한 언론사의 이름을 도용한 허위 조작 정보입니다. 실제 이름을 도용 당한 신문사는 악의적으로 변조한 허위 조작 정보에 강경 대응하겠다고 밝혔습니다. 하지만 소셜 미디어를 통해 빠르게 전파되는 허위 조작 정보는 바로잡기가 쉽지 않습니다.

우리가 허위 조작 정보를 구별하지 못하면 어떻게 될까요? 예를 들어 어떤 약이 특정 질병을 치료한다는 정보를 듣고 그 약을 구입해 먹었다고 생각해 봅시다. 그런데 그 약이 아무 효과가 없다면 어떨까요? 개인은 약값을 손해 보게 되고 질병 치료 시기를 놓칠 수 있습니다. 만약 이 약을 만든 제약 회사가 큰돈을 벌기 위해 조직적으로 허위 조작 정보를 유포한 것이라면 많은 사람에게 경제적, 신체적 피해를 입혀 심각한 사회 문제가 될 것입니다.

허위 조작 정보는 정치적인 목적으로 이용되기도 합니다. 어떤 정치인이 상대 후보에 대한 허위 조작 정보를 퍼뜨려 선거 결과에 영향을 준다면 어떨까요? 허위 조작 정보에 속아 사람들이 문제가 많은 후보를 뽑는다면 국가나 사회가 위험에 빠질 수도 있습니다.

지금까지 살펴본 것처럼 허위 조작 정보는 계속 늘어나고 있고 그로 인한 피해도 점점 커지고 있습니다. 그러므로 인포데믹 시대를 잘 살아가기 위해서는 정보의 출처와 신뢰도를 따져 보고 생산자의 의도를 파악할 수 있는 비판적 사고력을 길러야 합니다.

2 오보와 허위 조작 정보의 차이를 이해하고, 대처 방법을 생각해 봅시다.

(1) 오보와 허위 조작 정보의 공통점과 차이점을 정리해 봅시다.

	오보	허위 조작 정보
공통점		
차이점		

(2) 오보나 허위 조작 정보에 속지 않으려면 어떻게 해야 하는지 친구들과 대처 방법에 대해 이야기를 나눠 봅시다.

3

현명한 미디어 이용

- ▶ 미디어를 비판적인 태도로 이용할 수 있다.
- ▶ 허위 조작 정보를 구별하는 방법을 알고 적용할 수 있다.

생각열기

다음 중 신뢰하기 어려운 정보를 고르고 그 이유를 친구들과 이야기해 봅시다.

나도 그 문자 받았는데,
그 배우 학교 폭력
가해자였대.

○○신문에 실린 B 복지재단
대표 인터뷰 보니까, 아이돌 C가
10년 동안 거기에 기부했대.

누가 그러는데, 저 가수 1등한 거
뒤에서 조작한 거래.

댓글에서 봤는데,
가수 A가 혐오 사이트 이용자래!

어제 음악 방송에서 가수 D가
신곡을 발표했어.
지금 ○○차트 순위 1위더라!

어제 텔레비전 뉴스에서 봤는데
개그맨 E가 사기 혐의로 체포됐대.

비판적 사고로 나와 우리를 지켜요!

1 다음 글을 읽으며 미디어를 비판적으로 이용하기 위해 어떤 태도를 지녀야 하는지 알아보시다.

내가 필터 버블에 갇힌 것은 아닐까?



5 진수는 유튜브에서 좋아하는 가수의 뮤직비디오를 검색해서 봤습니다. 영상이 종료되자 같은 가수의 다른 노래, 비슷한 장르의 노래가 계속 추천 영상으로 뜹습니다. 진수는 시간 가는 줄 모르고 그 영상들을 계속 보게 되었습니다. 온라인 동영상 플랫폼뿐만 아니라 포털이나 검색 엔진에서도 비슷한 일을 경험했습니다. 어떤 물건을 사기 위해 검색을 한 후로 다른 사이트나 소
10 설 미디어에서도 계속 그 물건과 관련된 광고가 뜬 것입니다.

여러분도 이런 경험이 있나요? 온라인 플랫폼은 개인의 이용 정보를 수집하고 그것을 근거로 이용자가 조회할 만한 콘텐츠를 골라 제공하고 있습니다. 마치 자판기에 여러분이 좋아하는 음식만 가득 채워 놓고 여러분의 선택을 유도하는 것처럼 말이지요. 이러한 현상을 ‘필터 버블’이라고 합니다. 내
15 가 좋아하는 정보로만 가득 채워진 비눗방울 속에 갇혀 그것만 이용하는 모습을 비유한 말입니다.

내 입맛을 당기는 음식만 섭취한다면 어떻게 될까요? 유익한 영양소를 고르게 섭취하지 못해 건강을 해칠 수 있습니다. 정보의 편식도 마찬가지입니다

🔔 필터 버블(filter bubble)

이용자의 관심에 맞춰 걸러진 편향된 정보에 갇히는 현상을 가리킨다.

다. 맞춤형으로 걸러진 정보 위주로 이용하다 보면 중요한 정보를 놓치게 되고 객관적인 사실에서 점점 더 멀어질 수 있습니다. 필터 버블은 나의 시야를 좁혀 한쪽으로 치우친 생각을 하게 만들 수 있으므로 필터 버블 밖의 정보에도 관심을 기울이려는 태도를 가져야 합니다.

내가 믿고 싶은 것만 보고 있는 것은 아닐까?

5



준서: 어제 유튜브에서 봤는데 글썄 가수 B가 매니저에게 폭언을 했대!

윤아: 정말? 무슨 일이 있었던 거야?

준서: 이 영상이야. 가수 B는 평소에도 마음에 들지 않았는데, 역시 문제가 많은 사람이라니까!

하늘: 가수 B의 입장은 어떻게 나와 있어?

준서: 몰라. 들어 보나 마나지.

10

준서는 유튜브에서 자신이 좋아하는 가수 A와 경쟁 관계에 있는 가수 B의 ‘인성 논란’ 동영상을 보았습니다. 동영상에는 가수 B가 매니저에게 폭언을 한 것으로 알려졌으며 인성에 문제가 있다는 내용이 담겨 있었습니다. 평소 가수 B를 좋아하지 않았던 준서는 그 영상을 보고 ‘가수 B는 역시 문제가 많은 사람이야.’라고 생각했습니다.

15

준서처럼 사람들은 믿고 싶은 것만 보려는 경향이 있습니다. 준서도 평소 좋아하지 않았던 연예인을 비난하는 내용을 보자 사실 관계를 확인하기 보다는 ‘역시 내 생각이 맞아.’라고 생각하게 되었습니다. 이렇게 다양한 정보 중에서 자신이 믿고 싶은 것에만 주목하고 그 외의 정보는 무시하는 심리적 경향을 ‘확증 편향’이라고 합니다.

20

확증 편향에 빠진 사람들은 때로 자신의 의견이 틀렸다는 것을 보여 주는 객관적인 정보가 있어도 무시합니다. 확증 편향이 지나친 경우, 자신과 다른 의견을 가진 사람들과 소통하지 않게 되어 갈등이 점점 커질 수 있습니다. 이는 차별과 혐오로까지 이어질 수 있으므로 주의해야 합니다.

25

다른 사람에게 공유하기 전에 충분히 검증해 보았을까?

5월 3일 민아의 일기

5 지난주에 나와 친구들이 가장 좋아하는 케이팝 그룹 멤버 윤○○과 배우 김△△이 열애 중이라는 내용의 기사를 인터넷에서 봤다. 깜짝 놀라서 나는 그 내용을 내 소셜 미디어 계정에 올렸다.

10 그런데 며칠 후에 그 기사가 누군가 장난으로 퍼뜨린 것이라고 밝혀졌다. 나는 친구들이 관심 가질 만한 정보를 공유했을 뿐인데 거짓말을 전하게 된 것 같아 마음이 좋지 않았다.



15 민아는 확실하지 않은 정보를 소셜 미디어에 올려 사람들에게 혼란을 준 것을 후회하고 있습니다. 민아처럼 잘못된 정보를 전파하지 않으려면 다른 사람에게 정보를 공유하기 전에 신중한 태도로 검증을 해 보아야 합니다. 먼저, 공유하려는 정보가 사실에 근거한 내용이 맞는지 확인하는 과정을 거쳐야 합니다. 정보의 출처를 확인하고 다른 사람들은 같은 주제에 대해 어떻게 이야기하는지 살펴보아야 합니다. 전문적인 주제라면 해당 분야의 전문가에게 사실을 확인해 볼 수 있습니다.

20 새로운 정보를 받아들이는 것은 누구나 할 수 있습니다. 하지만 이를 꼼꼼히 따져 보고 비판적으로 수용하는 것에는 노력이 필요합니다. 지금까지 살펴본 세 가지 질문을 마음에 새겨보세요. 허위 조작 정보에 속지 않고 왜곡된 정보를 퍼뜨리지 않는 현명한 미디어 이용자가 될 수 있을 것입니다.

2 다음 활동을 하며 필터 버블과 확증 편향에서 벗어나기 위한 방법을 생각해 봅시다.

(1) 다음 그림과 아래의 제시어를 관련 있는 것끼리 연결해 봅시다.



필터 버블

확증 편향

(2) 필터 버블과 확증 편향에 관한 경험을 이야기해 보고, 그것에 대응하기 위한 방안을 생각해 봅시다.

	나의 경험	대응 방안
필터 버블		
확증 편향		

(3) 알고리즘 추천 서비스에 대한 나의 생각을 정하고 그 이유를 말해 봅시다.

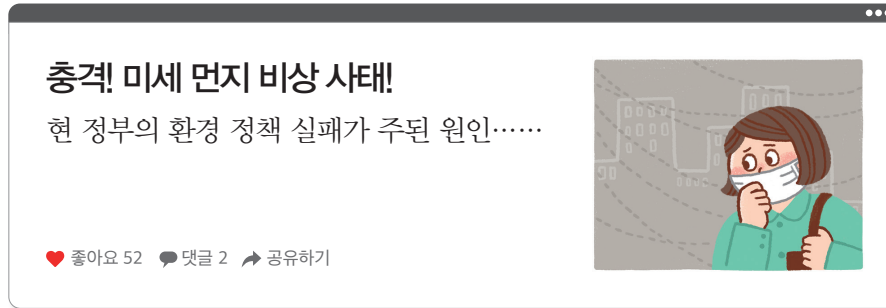
알고리즘 추천 서비스란? 이용자가 과거에 이용한 콘텐츠의 특성을 분석하여 만족도가 높을 법한 콘텐츠를 추천하는 서비스 방식을 말합니다.

나의 생각	[] 유용하다.	[] 문제가 있다.
이유		

알고리즘(Algorism)

어떤 문제의 해결을 위해, 입력된 자료를 토대로 원하는 출력을 유도해 내는 규칙의 집합을 의미한다. 지도 애플리케이션의 길 찾기 검색은 물론 각종 온라인 플랫폼이 제공하는 맞춤형 정보도 알고리즘에 의해 구현된다.

3 정보를 비판적으로 수용하기 위한 질문을 만들어 봅시다.



정보를 비판적으로 수용하기 위한 질문

예시 현 정부가 실시한 환경 정책은 무엇일까?

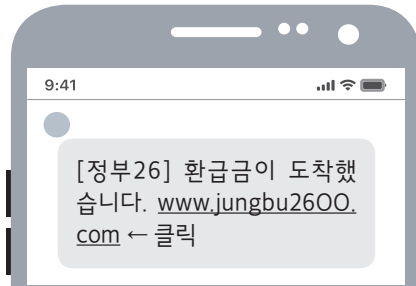
허위 조작 정보를 구별하는 방법

1 다음 글을 읽고 허위 조작 정보를 구별하는 방법을 알아봅시다.

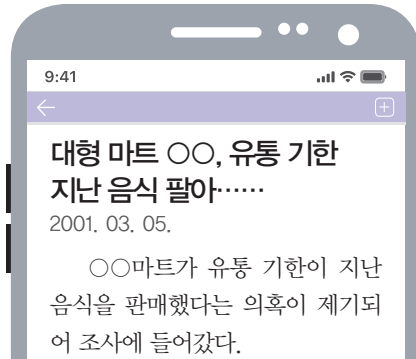
Q 도움

이 글에 제시된 허위 조작 정보 구별법은 한국언론진흥재단의 「청소년을 위한 미디어 리터러시 실천·지도 가이드」와 서울대학교 언론정보연구소의 팩트 체크 방법, 소셜 미디어 플랫폼 페이스북과 영국의 팩트 체크 기관 풀 팩트(Full fact)가 함께 개발한 팩트 체크 방법을 참고하였습니다.

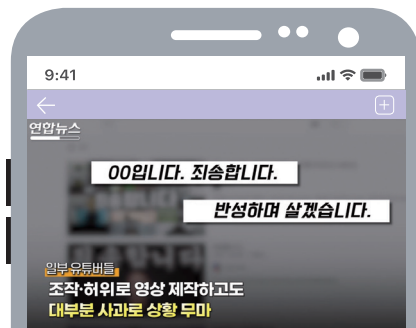
칼로리만 높고 영양가는 없는 불량 식품 같은 정보가 있고, 영양소를 고루 갖춘 완전식품처럼 꼭 필요한 내용이 담긴 유익한 정보도 있습니다. 허위 조작 정보같이 질이 낮은 정보는 가려내고 올바른 정보를 이용해야 우리 사회가 건강해집니다. 허위 조작 정보를 구별하는 방법을 살펴볼까요?



첫째, 정보의 출처를 확인해 보아야 합니다. 허위 조작 정보는 대체로 정보의 출처가 잘 드러나지 않거나 유명한 기관을 사칭하는 경우가 있으므로 주의가 필요합니다.



둘째, 언제 생산된 정보인지를 확인하고 가장 최신 정보를 찾아봅니다. 오래전 사건을 최근에 일어난 것처럼 조작하지는 않았는지, 이후에 결과가 달라지거나 추가된 내용이 있는지를 확인해야 정확한 판단을 할 수 있습니다.



셋째, 생산자가 드러나 있는지 확인하고 그 생산자가 믿을 만한 사람인지 조사해 봅니다. 생산자가 드러나 있지 않거나, 생산자가 과거에 허위 조작 정보를 유포했던 적이 있다면 그 정보는 신뢰하기 어렵겠지요.

○○일보

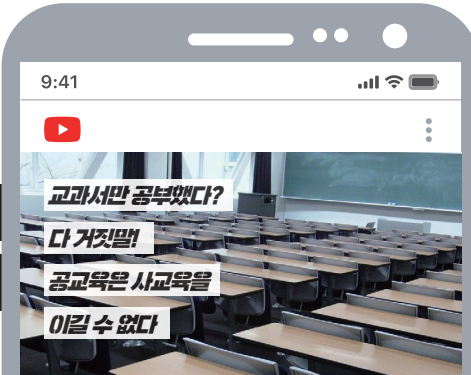
“최저 임금 상향, 지역업자의 절규”

□□신문

“노동계, 최저 임금으로 생계 불가능”

5

넷째, 다른 언론사나 관련 기관에서 다양한 입장을 찾아보며 교차 검토를 해 봅니다. 같은 주제에 대해 공통으로 다루고 있는 부분과 다르게 서술하고 있는 부분을 비교해 보면 정보를 객관적으로 받아들일 수 있습니다.

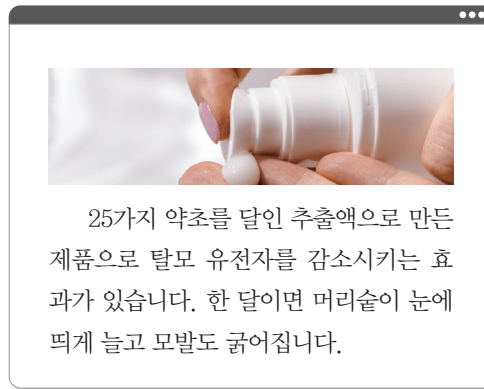


다섯째, 과도하게 감정을 부추기거나 불안감과 공포감을 주는 정보라면 한번 더 의심해 봅니다. 일부러 보는 사람의 감정을 자극하여 합리적인 사고를 어렵게 하려고 만든 정보도 있기 때문입니다.



10

여섯째, 특정 인물에게 유리하거나 불리한 내용이 있다면 조금 더 주의해서 살펴봐야 합니다. 한쪽으로 치우친 입장만 제시하여 특정 인물이나 집단에 이익을 주거나 부정적인 인식을 갖도록 유도할 수 있습니다.



25가지 약초를 달인 추출액으로 만든 제품으로 탈모 유전자를 감소시키는 효과가 있습니다. 한 달이면 머리숱이 눈에 띄게 늘고 모발도 굵어집니다.

일곱째, 상품을 많이 팔기 위해 상품이 가지고 있는 기능을 부풀리거나 거짓 정보를 담지는 않았는지 살펴봅니다. 또 정보를 주는 것처럼 포장하며 특정 상품이나 기업을 홍보하고 있지는 않은지 확인해 봅니다.

2 다음 자료를 바탕으로 허위 조작 정보의 문제점을 인식하고 대응 방안을 마련해 봅시다.

㉠ 코로나19 ‘가짜 뉴스’ 퍼뜨린 10대 붙잡혀…… “관심받고 싶어서”

코로나19(신종 코로나 바이러스 감염증)와 관련된 가짜 뉴스를 유튜브 개인 방송을 통해 퍼뜨린 10대가 경찰에 붙잡혔다.

17일 ○○지방경찰청 사이버 수사대는 정보 통신망 이용 촉진 및 정보 보호 등에 관한 법률 위반 혐의로 A 군(16)을 불구속 입건했다고 밝혔다. A 군은 지난 달 4일부터 6일까지 자신의 유튜브 방송을 통해 코로나19와 관련한 허위 정보를 두 차례 유포한 혐의를 받고 있다.

그는 ‘오늘 태국 여행을 다녀온 40대 아주머니가 열여섯 번째 확진자라고 나왔는데 가짜 뉴스’라며 ‘실제로 열여섯 번째 확진자는 12세 초등학생’이라고 방송 자막을 통해 허위 내용을 퍼뜨렸다.

A 군은 이와 같은 행위를 한 것에 대해 “관심을 받고 싶어서 허위 내용을 알렸다.”라고 진술했다.

- 『서울신문』, 2020년 3월 17일 기사

㉡ 제3회 청소년 체커톤 대회 시상식 25일 개최

🔦 팩트 체크(fact check)

정보의 사실성을 검증하는 과정을 가리킨다. 과거에는 팩트 체크를 기자 등 전문 직업인의 업무라고 여겼다. 하지만 오늘날에는 언론사뿐만 아니라 누구든지 손쉽게 정보를 생산하고 유통할 수 있게 되면서 미디어를 이용하는 모든 이에게 일상적으로 필요한 행위가 되었다.

어린이와 청소년이 ‘가짜 뉴스’를 직접 팩트 체크해 발표하는 ‘제3회 청소년 체커톤 대회’ 시상식이 25일 개최된다.

‘체커톤’은 팩트 체크와 마라톤을 결합한 말이다. 3회를 맞이한 청소년 체커톤 대회는 참가자들이 매년 특정 주제에 관한 뉴스·정보·콘텐츠의 진위 여부를 팩트 체크하고, 그 검증 과정과 바로잡은 결과물을 발표하는 대회다. 올해 체커톤 대회는 ‘혐오와 차별을 확산하는 허위 조작 정보 멈춰!’라는 주제로 지난 6월부터 진행했다.

본선에 진출한 열두 개 팀은 2개월에 걸쳐 허위 조작 정보 대응을 위한 콘텐츠를 제작하고, 자신들이 만든 콘텐츠를 주위 사람들에게 직접 알리는 홍보 활동을 했다. 학생들은 온라인 게임, 보드 게임, 뮤직비디오, 스톱 모션 영상 등 다양한 콘텐츠를 제작했으며 소셜 미디어뿐만 아니라 학교, 지역 사회 등에서 오프라인 캠페인을 진행하며 허위 조작 정보 대응의 중요성을 알리기 위해 노력했다.

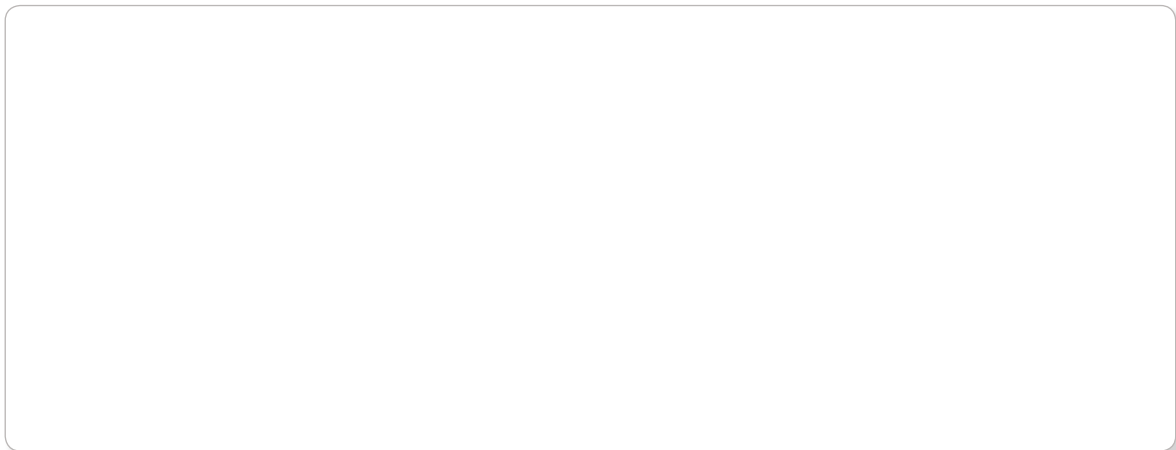
- 『뉴시스』, 2021년 9월 29일 기사

(1) ㉠처럼 허위 조작 정보를 생산했거나, 허위 조작 정보에 속아 다른 사람에게 공유했던 경험이 있는지 이야기해 봅시다.

(2) ㉡처럼 허위 조작 정보에 대응하기 위해 어떤 노력을 할 수 있을지 생각해 봅시다.

(3) ‘허위 조작 정보와 팩트 체크’를 주제로 공익 광고를 만들어 봅시다.

예시 한국언론진흥재단 2021 공익 광고 공모전 수상작



3 다음 정보의 진위 여부를 판별해 봅시다.

 <p>㉓ 알코올·소금물을 마시면 코로나 바이러스가 소독된다.</p>	 <p>㉔ 마늘·카레를 먹으면 코로나19를 예방할 수 있다.</p>
 <p>㉕ 코로나19에 걸리면 영구적으로 폐가 손상된다.</p>	 <p>㉖ 전자레인지로 코로나 바이러스를 소멸시킬 수 있다.</p>

(1) 다음 표에 모둠 이름과 모둠원을 쓰고, ㉓~㉖ 중 진실이라고 생각하는 정보를 적어 봅시다.

모둠 이름	
모둠원	
진실이라고 생각하는 정보	

(2) ㉠~㉡ 중 하나의 정보를 선택해 관련 자료를 찾아보고, 정보의 진위를 판별해 봅시다.

선택한 정보	
찾은 자료	
근거 및 설명	
진위 여부	

도움

- ① 다음과 같은 팩트 체크 사이트를 참고할 수 있습니다.
 - 서울대학교 팩트 체크 센터 (factcheck.snu.ac.kr)
 - 팩트 체크넷 (factchecker.or.kr)
- ② 공신력 있는 기관이나 전문 자료를 확인합니다.
- ③ 여러 언론사의 기사를 비교해 봅니다.

(3) 모둠별로 판별 결과를 발표하고, 각 정보의 진위를 판별해 봅시다.

㉠	
㉡	
㉢	
㉣	

(4) 코로나19와 관련된 허위 조작 정보가 쉽게 퍼지는 이유가 무엇인지 이야기해 봅시다.



대단원 프로젝트 활동

정보 품평회 열기

1 다음 절차에 따라 정보를 검색하고 평가해 봅시다.

(1) '미세 플라스틱'과 관련한 자료를 검색한 후, 내용을 정리해 봅시다.

예시

정보의 제목	도시 숲, 공기 속 미세 플라스틱 차단한다		
정보 검색 경로	포털 사이트에서 '미세 플라스틱'이라고 검색함.		
정보의 유형	신문 기사		
정보 생산 일자	2021. 9. 30.	출처	뉴스○ 박△△ 기자
정보의 제목			
정보 검색 경로			
정보의 유형			
정보 생산 일자			
출처			
정보 내용 요약			

(2) 다음 질문에 답하며 내가 찾은 정보의 질을 평가해 봅시다.

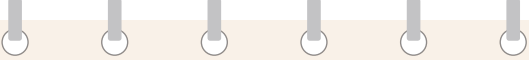
신뢰성	작성자의 이름과 소속이 밝혀져 있으며, 작성자는 믿을 만한가요?	○, ×
	취재원은 믿을 만한가요?	○, ×
완전성	사건을 이해하는 데 필요한 정보를 충분히 제공하고 있나요?	○, ×
	한쪽의 입장만 제시하고 있나요?	○, ×
	해당 사안에 대한 당사자의 입장이 드러나나요?	○, ×
유용성	고정 관념이나 편견을 유발하지 않도록 작성되었나요?	○, ×
	중요한 사회적 문제를 다루고 있나요?	○, ×
	필요한 정보를 얻는 데 도움이 되었나요?	○, ×

🔔 취재원

정보의 출처가 된 사람이나 자료를 가리킨다. 취재원이 명확히 드러나야 사실성과 신뢰성을 인정받을 수 있다.

(3) 모둠별로 검색한 정보를 공유하고 각자의 정보 평가 결과를 발표해 봅시다.

2 정보 평가를 가장 잘한 친구를 선택하고 이유를 적어 봅시다. 가장 많이 선택된 친구에게 '정보 품평상'을 수여해 봅시다.



내가 선택한 친구

- 이름:
- 이유:

정보 품평상

이름:

위 학생은 정보의 질을 평가하는 능력이 우수하며 현명하게 미디어를 이용하는 태도를 갖추었으므로 이 상을 수여합니다.

대단원 마무리

배운 내용 확인하기

다음 설명에 해당하는 말을 상자에서 찾아 묶으며 배운 내용을 확인해 봅시다.

필	산	루	확	큐	사	유
터	만	기	사	형	광	고
버	생	비	자	이	팬	정
블	여	바	인	션	덤	관
공	동	일	포	면	인	념
모	공	래	데	편	터	블
마	도	성	믹	리	넷	링

- 1 생산자와 소비자가 명확히 구별되던 과거와 달리, 최근에는 생산과 소비를 동시에 하는 이 등장했다.
- 2 등장 이전에는 소수의 언론사가 다수의 소비자에게 일방적으로 정보를 전달했다.
- 3 미디어가 가진 전달의 힘을 이용해 공동체의 문제를 알리거나 공동체의 이익을 확장해 나가는 것을 미디어의 (이)라고 한다.
- 4 기사 형식으로 제작한 광고를 ' (이)라고 한다.
- 5 미디어가 보여 주는 세상은 생산자의 의도에 따라 과장, 축소, 삭제될 수 있으므로 이용자는 와/과 편견에 빠지지 않도록 주의해야 한다.
- 6 거짓 정보가 바이러스처럼 퍼지는 '

114 III 미디어, 꼼꼼하게 따져 볼까?



스스로 점검하기

다음 평가 기준에 따라 나의 학습 성취도를 점검해 봅시다.



평가 기준	점수
★ 미디어 환경의 변화를 이해하고 미디어의 공공성과 상업성을 설명할 수 있다.	
★ 미디어에 드러난 고정 관념과 편견을 찾을 수 있고, 정보의 진위와 질을 평가할 수 있다.	
★ 미디어에 질문을 던지며 비판적 태도로 현명하게 이용할 수 있다.	

12~15점
참 잘했어요.

9~11점
잘했어요.

3~8점
노력하세요.

내 점수는
점



• 단원을 마치며 •

우리는 이 단원에서 미디어 환경의 변화와 미디어가 지닌 특성을 이해하고, 미디어를 비판적으로 이용하는 방법을 알아보았습니다. 이제 우리는 미디어가 가진 목적과 의도를 파악할 수 있고, 미디어에 담긴 정보의 진위와 질을 평가할 수 있습니다. 인포데믹 시대를 헤쳐 나가는 현명한 미디어 이용자로 계속해서 성장해 나가도록 합시다.

IV

미디어, 세상을 바꿀까?

인간은 사회적 동물입니다. 그래서 우리는 서로의 소식을 궁금해하고 이야기를 나누며, 공동의 문제에 관심을 가지고 행동합니다. 그 과정에서 미디어는 우리를 더 끈끈하게 연결시켜 주지요. 미디어를 통해 생각을 펼치고 힘을 모아 세상을 바꾸는 사람들이 늘어나고 있습니다. 여러분은 미디어로 어떤 세상을 만들고 싶나요?





1

권리와 책임이 필요한 미디어

- 표현의 자유와 권리 침해
- 권리 침해 대응 방법

2

세상을 변화시키는 미디어

- 미디어와 소통
- 공동체 문제 해결

3

다양성을 품는 미디어

- 미디어 소외 계층
- 배리어 프리 영상



1

권리와 책임이 필요한 미디어

- ▶ 미디어를 생산하고 이용하는 과정에서 발생하는 권리와 책임을 이해할 수 있다.
- ▶ 미디어를 생산하고 이용하는 과정에서 발생하는 권리 침해 문제에 적절하게 대응할 수 있다.

생각열기

다음 문항에 답하며 나의 미디어 이용 태도를 점검해 봅시다.

미디어 이용 태도 영역

제교시

이름: _____

01. 불법 다운로드 사이트에서 영화나 음원을 내려받은 적이 있다.



02. 인터넷에서 검색한 내용을 출처를 밝히지 않고 과제에 인용한 적이 있다.



03. 개인 블로그나 인터넷 카페 등에서 무단으로 재배포되는 서체를 사용한 적이 있다.



04. 포털 사이트에서 찾은 사진을 저작권자의 동의 없이 사용한 적이 있다.



05. 친구의 얼굴이 나온 사진을 친구의 허락 없이 소셜 미디어에 올린 적이 있다.



06. 배경 음악을 무단으로 삽입해 영상을 만든 적이 있다.



슬기로운 미디어 소비자

1 미디어를 생산하고 이용할 때 지켜야 할 권리를 생각하면서 다음 글을 읽어 봅시다.

우리는 미디어를 이용해 일상의 소중한 순간을 기록하고 나를 표현하며 다른 사람과 소통합니다. 온라인과 현실이 연결된 미디어 세상에서 우리는 어떤 권리와 책임을 갖고 있을까요?

*초상권을 지키며 표현하기



📌 브이로그(Vlog)

비디오(Video)와 블로그(Blog)의 합성어로 자신의 일상을 직접 찍은 동영상 콘텐츠를 가리킨다.

현실 세계와 마찬가지로 미디어 세상에서도 서로 지켜야 하는 약속이 있습니다. 미디어에 게시된 글이나 사진은 순식간에 퍼져 나갈 수 있고, 그 과정에서 다른 사람의 사생활을 침해할 수 있으므로 주의해야 합니다. 여러분

* 초상권

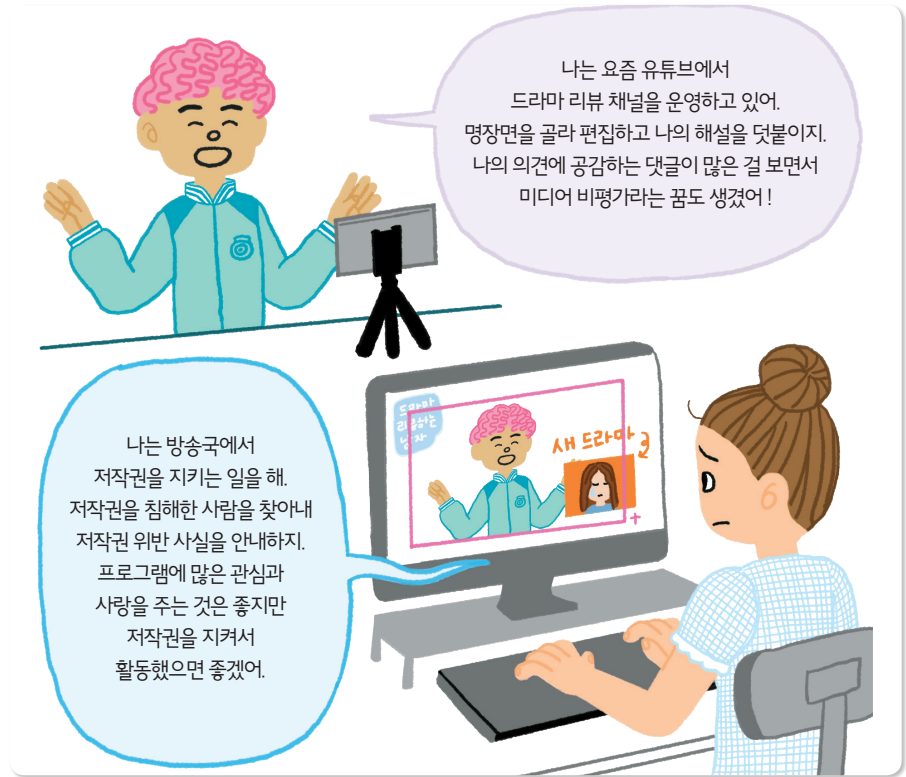
개인의 얼굴, 모습 등이 허가 없이 촬영되거나 다른 사람들에게 보이도록 하지 않을 권리

이 오늘 하루 미디어 세상에서 보고 들은 ‘타인’의 이야기는 얼마나 되나요?
 ‘나’의 이야기 속에 ‘타인’도 함께 자리하고 있지는 않나요?

◆ **저작권의 종류**

저작권은 창작물을 만든 사람의 노력과 가치를 인정하고 그들의 권리를 보장하는 것으로 저작 인격권과 저작 재산권으로 구분한다. 저작 인격권은 저작물의 공개 여부를 결정할 권리, 저작물에 저작자의 성명을 표기할 권리, 저작물의 내용이나 형식의 동일성을 유지할 권리가 포함된다. 저작 재산권은 저작물을 재산처럼 사용할 수 있는 권리로 복제권, 전시권, 배포권 등이 이에 해당한다.

저작권을 지키며 표현하기



소설, 영화, 사진, 음악 등의 저작물에는 그것을 창작한 사람의 고유한 아이디어와 노력이 담겨 있습니다. 다른 사람의 저작물을 허락 없이 공유하거나 변형하는 것은 창작자의 노력을 무시하는 행동이므로 주의해야 합니다. 5

미디어 활동에서는 자신의 생각을 자유롭게 표현하고 소통하는 것이 중요합니다. 우리는 이를 ‘표현의 자유’로 규정하고 마땅히 존중하고 있습니다. 하지만 그 자유가 다른 사람의 권리를 침해하고 누군가에게 상처를 준다면 진정한 자유라고 할 수 있을까요? 자유를 수호하기 위해서는 나의 자유와 타인의 권리 사이에 적절한 균형이 필요합니다. 자신이 균형 잡힌 미디어 소비자 10
 로 활동하고 있는지 한번쯤 멈추어 돌아보는 것이 어떨까요?

2 제시된 미디어 활동 상황에서 나와 다른 사람의 권리를 지키기 위한 방법을 구체적으로 적어 봅시다.

미디어 활동 상황	나와 다른 사람의 권리를 지키기 위한 행동
 <p>소셜 미디어에 사진이나 글을 올릴 때</p>	<p>예시</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 게시물에 개인 정보가 포함되어 있는지는 않은지 확인한다. ② 다른 사람에 대한 정보가 있을 때는 구체적인 공개 범위와 공유 기능 활성화 여부를 사전에 허락 받는다.
 <p>조사한 자료를 활용하여 수행 평가를 할 때</p>	
 <p>다양한 서체를 사용하여 온라인 콘텐츠를 제작할 때</p>	
 <p>음악을 활용해서 동영상 콘텐츠를 제작할 때</p>	

권리 침해에 대응하기

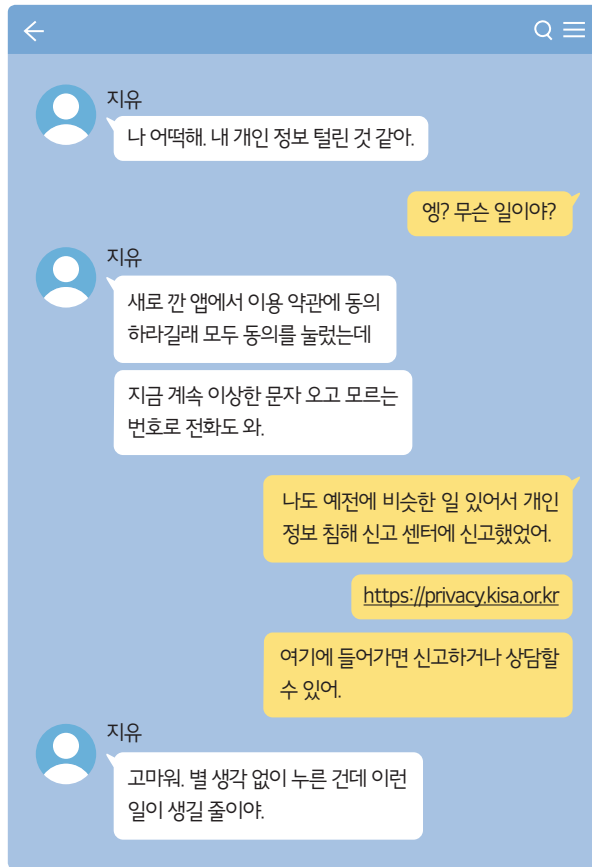
[1] 미디어 활동 중에 발생한 권리 침해 상황에 어떻게 대응할지 생각하면서 다음 글을 읽어 봅시다.

개인 정보의 종류

개인 정보는 성명, 주민 등록 번호와 같은 인적 사항에서부터 사회·경제적 지위와 상태, 교육, 건강, 의료, 재산, 문화 활동 및 정치적 성향에 이르기까지 그 종류가 매우 다양하다. 또한 이용자가 회원 가입할 때 사업자에게 제공하는 정보뿐만 아니라, 이용자가 서비스를 이용하는 과정에서 생성되는 통화 내역, 구매 내역 등도 개인 정보가 될 수 있다.

이용 약관

소비자가 어떤 재화나 서비스를 이용하기 위하여 체결하는, 일정한 형식에 따라 미리 마련된 계약의 내용이다.



미디어 생활을 하다 보면 크고 작은 결정과 선택이 이어집니다. 그 결정과 선택은 내가 가지고 있는 다양한 권리에 영향을 끼치고, 때로는 예상치 못한 문제를 초래하기도 합니다. 그러므로 우리는 우리의 권리를 지키기 위해 미디어를 이용할 때 발생하는 문제 상황을 알고 대응 방법을 익혀 두어야 합니다. 또한 이러한 대응 방법과 정보를 공유하는 것은 공동체 생활에서 서로의 권리를 지켜 주는 데 도움이 됩니다. 여러분은 즐거운 미디어 생활을 위해 어떻게 행동하고 있나요?

내 권리는 내가 지킨다



위의 상황과 비슷한 일을 겪은 적이 있나요? 미디어 활동을 하다 보면 누군가에게 욕설이나 모욕적인 말을 듣게 되는 경우가 있는데, 이는 나의 인격권이 침해당한 상황에 해당합니다. 수호는 자신의 권리가 침해당했음을 인식하고 화면을 바로 캡처해 두었습니다. 그렇다면 자신의 권리를 더욱 적극적으로 지키기 위해서는 어떤 행동을 취할 수 있을까요? 먼저 주변 어른들에게 도움을 요청하고, 사이버 수사대에 신고할 수 있습니다. 또한 게임 업체에 피해 사실을 알려 권리를 침해한 사람의 게임 이용을 제한하는 등의 대응도 할 수 있습니다.

📌 인격권

권리의 주체와 분리할 수 없는 인격적 이익을 보장받을 수 있는 권리. 구체적으로 생명, 신체, 자유, 명예, 성명, 초상, 사생활 등에 대한 보호를 포괄한 권리이다.

10 권리 침해에 슬기롭게 대응하기

인터넷의 대중화는 누구나 미디어의 생산자가 될 가능성을 열어 주었습니다. 개인 홈페이지나 블로그를 운영하는 사람들이 많아졌고, 온라인 동영상 플랫폼에도 개인이 만든 콘텐츠가 수없이 많이 올라옵니다. 개인의 콘텐

츠 제작이 늘어나면서 관련된 분쟁도 많이 일어나게 되었습니다. 내가 찍은 사진이나 영상을 다른 사람이 허락 없이 사용하기도 하고, 나도 모르는 사이에 내 얼굴이나 개인 정보가 드러나기도 합니다.



위의 상황에서 세아는 어떻게 대응할 수 있을까요? 우선 해당 영상을 캡처하여 저장해 두고, 권리를 침해한 유튜브 채널 운영자에게 영상 삭제를 요청해야 합니다. 만약 요청에 대한 반응이 없을 경우에는 유튜브 고객센터의 '개인 정보 침해 신고 절차'에 따라 신고할 수 있습니다. 비록 촬영에 동의했다 하더라도 사전에 합의된 내용과 다른 방향으로 편집되어 게재되었다면 이 역시도 삭제를 요구하거나 손해 배상을 청구할 수 있습니다.

권리 침해에 적극적으로 대응하는 것은 창작물을 만든 사람의 노력과 가치를 보호하는 중요한 일이고, 나와 타인의 권리를 지키고 책임을 다하는 민주 시민의 모습입니다. 역지사지의 마음으로 나의 미디어 활동을 점검하고 타인의 권리를 존중하는 마음을 지니도록 합시다.

2 미디어 활동 중 발생한 권리 침해 사례를 찾아보고 대응 방안을 조사해 봅시다.

예시

권리 침해 사례

최근 한 인터넷 카페 게시판에 하나의 계정에 한 사람만 들을 수 있는 유료 온라인 강의를 함께 구매할 사람을 구한다는 게시물이 올라왔다. 아이디와 비밀번호를 공유하여 이용하고 비용을 나누자는 내용이었다. 이 인터넷 카페는 유명 유튜브 채널의 영상을 허락 없이 캡처한 후 게시하여 해당 유튜브 채널 운영자가 소셜 미디어를 통해 불쾌함을 내비치기도 했다.

대응 방안

다른 사람의 창작물을 허락 없이 재편집하여 인터넷에 게시하는 것은 저작권을 침해하는 행위임을 인지하고 카페 운영자에게 제재를 요청한다.

미디어 이용과 생산 과정에서 필요한 태도

다른 사람의 저작물을 이용할 때는 정당한 대가를 지불해야 한다는 인식이 필요하다.

도움

미디어 권리 침해에 대한 예방 및 대응법이 부록(153~155쪽)에 자세히 설명되어 있으니 참고해 봅시다.

권리 침해 사례

대응 방안

미디어 이용과 생산 과정에서 필요한 태도

2

세상을 변화시키는 미디어

- ▶ 공동체의 문제 해결에 미디어가 어떤 역할을 하는지 이해할 수 있다.
- ▶ 미디어 생산 활동을 통해 공동체의 문제 해결에 참여할 수 있다.

생각열기

다음 뉴스를 보고 미디어가 어떤 역할을 했는지 생각해 봅시다.



총 쏘는 미얀마 군부...업로드로 맞서는 Z세대 시위



'88세대' 자녀 Z세대, 시위에 소셜 미디어 활용

- 제이티비시(JTBC), 2021년 2월 10일 방송

미디어로 연결되는 소통의 힘

1 미디어로 소통하고 연대하는 과정을 생각하며 다음 글을 읽어 봅시다.

소셜 미디어로 전 세계에 퍼진 한 소녀의 메시지

전 세계적으로 유명한 청소년 환경 운동가 그레타 툰베리(Greta Thunberg). 그녀의 환경 운동은 어떻게 알려지게 되었을까요? 2018년 8월 스웨덴에 사는 툰베리는 '기후를 위한 학교 파업'이라는 1인 시위를 시작했습니다. 기후를 위한 학교 파업은 각국 정부에 기후 변화에 대한 대책 마련과 실행을 촉구하기 위한 등교 거부 시위였습니다. 그녀는 이 과정을 소셜 미디어를 통해 알렸고, 이에 공감한 전 세계 청소년들이 기후 파업에 동참하기 시작했습니다. 2019년 3월 15일에는 주최 측 추산 전 세계 2379개 도시에서 188만여 명의 청소년이 '미래를 위한 금요일(Fridays for future)' 캠페인에 동참하기도 했습니다. 현재는 우리나라를 포함한 106개 나라의 청소년 기후 활동가들이 기후 위기 해결을 위해 연대하고 있습니다.



▲ 그레타 툰베리의 소셜 미디어 활동 모습

스웨덴에 사는 한 소녀가 시작한 기후 변화 대응 운동이 어떻게 전 세계 청소년의 관심을 받을 수 있었을까요? 그레타 툰베리는 소셜 미디어를 통해 기후 문제에 대한 자신의 생각을 공유하고, 전 세계 청소년들과 소통하면서 연대하여 기후 위기 문제를 해결하기 위한 힘을 길렀습니다. 이는 공동체의 문제를 해결하는 데에 기여한 소셜 미디어의 힘을 잘 보여 주는 사례라 할 수 있습니다.

코로나19 위기 속 서로를 이어 준 공동체 라디오

각 지역에서 운영하는 공동체 라디오는 동네에서 일어나는 다양한 일들을 알려 줍니다. 최근에는 코로나19로 어려움을 겪는 지역 주민들에게 공동체 라디오가 큰 도움이 되고 있습니다.

대구의 성서 마을 공동체 라디오에서는 갑작스러운 코로나19 사태로 주민들이 마스크를 구하기 어려워지자 동네 약국에 마스크가 얼마나 남아 있는지를 방송을 통해 알려 주었습니다. 또한 서울 마포의 공동체 라디오는 코로나19로 마포구의 문화이자 자랑거리인 동네 서점들이 하나둘 문을 닫자, 지역 동네 서점을 인터뷰해 어려움을 알리고 문화 행사를 주최하는 등 동네 서점을 살리기 위해 서로 협력하는 계기를 마련했습니다.



전 세계를 혼란에 빠뜨린 코로나19 상황은 많은 어려움과 갈등을 야기했습니다. 거리 두기로 이웃과 안부를 나눌 수 없고, 직접 만나 문제를 해결하기 어려운 상황에서 공동체 라디오는 서로를 이어 주는 매개체가 되었습니다. 사람들은 공동체 라디오를 듣고 사연을 보내면서 어떤 마음이었을까요?

지금까지 살펴본 것처럼 미디어는 국가, 인종, 성별과 관계없이 비슷한 관심사와 생각을 가진 사람들을 연결합니다. 나아가 많은 사람들의 관심과 협력이 필요한 문제를 해결하는 데 중요한 역할을 하고 있습니다.

2 소통을 통해 공동체의 문제를 해결한 사례를 살펴보고, 그 과정에서 미디어가 어떤 역할을 했는지 생각해 봅시다.

송림구 주민 모여라 카페

전체 글 | 전체 공지 Q 검색

중앙 시장 사거리 쪽 교통 체증에 대해 어떻게 생각하세요?

● 송림구해결사 2021. 10. 10 16:29 조회 1077

좁은 골목길에 보행자와 차가 엉켜서 위험해요. 그리고 유독 대형 차량들이 많이 지나다니는데, 특별한 이유가 있나요? 저만 불편한 건지 궁금하네요.

❤ 좋아요 523 💬 댓글 27 ➔ 공유하기

🗨️ **또바기**
저도 답답합니다. 가뜰이나 좁은 길인데 나리천이 보수 공사를 해서 공사 차량이 이 골목으로 많이 지나다네요. 대형차 두 대가 만나면 사람은 지나갈 수가 없어요. 17:34

🗨️ **달보드레**
일단 구청 교통과에 연락해 보는 게 어떨까요? 상황을 알려야 할 것 같아요. 19:03

교통 체증 이렇게 개선됐네요!

● 송림구해결사 2021. 12. 15 15:20 조회 1248



이곳에서 나눴던 이야기들을 구청에 전했다니 이렇게 개선한다고 하네요.

예시 혼자 생각했던 어려움을 함께 나눌 수 있는 장을 마련해 주었다.

3 다음 사례를 바탕으로 미디어를 통해 기를 수 있는 소통과 연대의 힘에 대해 생각해 봅시다.

작가 김민섭은 약 10만 원의 일본 후쿠오카 왕복 항공권을 구매했지만 개인적인 사정으로 여행을 취소해야만 했다. 하지만 항공권 취소 수수료가 8만 원이라는 사실을 알고 동명이인의 '김민섭 찾기 프로젝트'에 나섰다. 규정상 여권의 영문 이름이 같으면 비행기 표 양도가 가능했기 때문이었다.

김 작가는 이런 사연을 자신의 소셜 미디어에 올렸고, 1만 명이 넘는 누리꾼이 김 작가의 순수한 선의에 응답하며 해당 글을 공유했다. 결국 글을 올리고 3일 후, 1993년생의 대학생 김민섭 씨를 찾을 수 있었다.

여기서 끝이 아니었다. 1993년생 김민섭 씨가 졸업 전시 자금을 모으기 위해 휴학 중이라는 사연이 알려지자 새로운 프로젝트가 이어졌다. 크라우드 펀딩을 통해 이루어진 '93년생 김민섭 씨 후쿠오카 보내기 프로젝트'는 디자인을 전공하는 1993년생 김민섭 씨의 작품을 구매하여 그의 여행 경비와 졸업 전시 비용을 후원하는 것이었다.

🔥 크라우드 펀딩(crowd funding)

대중을 뜻하는 크라우드(crowd)와 자금 조달을 뜻하는 펀딩(funding)을 조합한 용어. 후원, 기부, 투자 등을 목적으로 온라인 플랫폼을 이용해 다수의 대중으로부터 자금을 조달받는 방식을 말한다.

- (1) '김민섭 찾기 프로젝트'가 성공할 수 있었던 이유를 적어 봅시다.
- (2) 사례에 나온 두 프로젝트가 갖는 의미가 무엇인지 이야기를 나누어 봅시다.
- (3) 미디어 소통을 통해 해결할 수 있는 일상의 문제를 찾아보고 나만의 프로젝트 이름을 붙여 봅시다.

예시 껍데기는 가고 물건만 오라 프로젝트: 과도한 포장 쓰레기 문제를 해결하기 위해 지역 커뮤니티에서 대용량 물건을 공동 구매한 후 나누는 활동

1 공동체의 문제를 해결하는 미디어

1 다음 사례를 살펴보고, 미디어가 공동체의 문제 해결에 어떻게 기여하는지 알아봅시다.

영화감독이 되는 그 날까지

내 블로그 | 이웃 블로그 | 블로그 홈

블로그 | 게시물

일상 32개의 글 목록 열기

차곡차곡 모은 내 꿈이 누군가의 꿈이 되다

박감독 2021. 09. 12. 19:02 < 이전 글 다음 글 > 인 공유하기 :

오늘은 기분 좋은 일이 있었어요.

이웃님들은 다 아시겠지만 제 꿈이 영화감독이잖아요? 그래서 영화에 대한 감상이나 아이디어를 정리해 꾸준히 블로그에 글로 올렸고요.

글을 올릴 때마다 포인트가 쌓였는데 그걸 어디에 써야 할지 고민하고 있었거든요. 그런데 제가 존경하는 선배의 블로그를 보니 이 포인트로 도움이 필요한 곳에 기부할 수 있더라고요.

그래서 저도 오늘 아프리카에 살고 있는 어린이들이 축구공을 살 수 있도록 포인트를 기부했습니다!

9000 포인트가 기부되었습니다.

- 모금항명: 아프리카 어린이에게 축구공을 선물해 주세요!
- 단체명: 드림**재단 ▶

작은 금액이지만, 제 꿈을 위해 올린 글들이 포인트가 되고, 그 포인트가 다른 누군가의 꿈이 될 수 있다니 참 뿌듯해요.

5 블로그 글쓰기로 쌓은 포인트를 온라인으로 기부할 수 있다는 사실을 알고 있었나요? 이 밖에도 걸음 수만큼 포인트를 얻어 기부하거나 게임상에서 나무를 심으면 광고료로 실제 나무를 심어 주는 애플리케이션도 있습니다. 이렇듯 조금만 관심을 기울이면 미디어 생활을 하는 것만으로도 세상을 이롭게 할 수 있습니다.



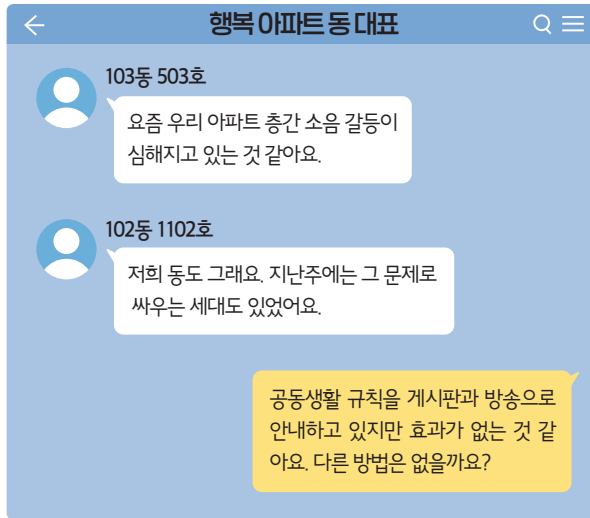
📌 동북공정

중국이 2002년부터 추진한 동북부 만주 지역에 대한 역사 연구 프로젝트. 정식 명칭은 '동북변강역사여현상계열연구공정'으로 이를 줄여서 '동북공정'이라고 부른다. 이 연구에는 고조선, 고구려, 발해가 중국 역사의 일부뿐이라는 잘못된 주장이 포함되어 있다.

한복은 우리 고유의 전통 의상입니다. 그런데 중국에서 한복을 중국의 전통 의상이라고 주장하면서 한복에 대한 동북공정이 시작되었습니다. 이 문제를 바로잡기 위해 소셜 미디어를 이용한 한복 해시태그 챌린지가 실시되었고, 한복이 대한민국의 전통 의상임을 널리 알릴 수 있었습니다. 이처럼 쉽고 빠르게 정보를 공유할 수 있는 특성을 가진 소셜 미디어는 외교적인 행동과 참여를 이끌어 내는 데에도 크게 기여하고 있습니다.

지금까지 살펴본 것과 같이 나의 미디어 활동 자체가 공동체의 문제를 해결하는 작은 손길이 될 수 있습니다. 때로는 적극적으로 목소리를 내어 문제를 직접 해결할 수도 있습니다. 나를 표현하면서 누군가를 도울 수 있는 일석이조의 미디어 생활을 여러분도 시작해 보는 것이 어떨까요?

2 미디어를 활용하여 층간 소음 문제를 해결할 수 있는 방안을 찾아봅시다.



(1) 층간 소음 문제가 발생하는 원인을 찾아보고 해결 방법을 생각해 봅시다.

원인	
해결 방법	

예시

- 원인: 코로나19로 집에 머무는 시간이 길어지면서 층간 소음 갈등이 심해졌다.
- 해결 방법: 서로 조심하고 배려하는 태도를 가져야 한다.

(2) 문제를 해결하는 데에 도움이 될 만한 미디어 활동에는 어떤 것이 있을지 생각해 봅시다.

예시

온라인 소통 공간을 만들어 서로의 입장을 공유할 수 있도록 한다.

3 내가 속한 공동체에서 해결이 필요한 문제를 찾고, 미디어를 활용한 해결 방법을 모색해 봅시다.

(1) 문제의 원인과 그에 따른 해결 방법을 탐구해 봅시다.

예시

- 문제: 우리 학교 분리수거장 주변은 항상 지저분하다.
- 원인: 쓰레기 분리배출 방법을 제대로 모르는 학생들이 많다.
- 해결 방법: 쓰레기 분리배출 방법을 한눈에 볼 수 있도록 시각 자료로 안내하고, 소셜 미디어 캠페인을 실시한다.

문제	
원인	
해결 방법	

(2) 문제 해결에 도움이 될 수 있는 미디어 활동 계획을 세워 봅시다.

예시

- 활용할 미디어: 포스터 / 소셜 미디어 포스팅
- 활용 계획: 쓰레기 분리배출 방법을 그림으로 쉽게 안내하는 포스터를 제작하여 학교 곳곳에 게시한다. / 학교 소셜 미디어 계정에서 쓰레기 분리배출 인증 사진 이벤트를 실시한다.

활용할 미디어	
활용 계획	

3

다양성을 품는 미디어

- ▶ 다양성을 고려하여 미디어를 생산할 수 있다.
- ▶ 배려하고 존중하는 미디어 문화를 조성할 수 있다.

생각열기

내가 아래와 같은 문자를 받은 외국인이라면 어땠을지 이야기해 봅시다.



소외 없는 미디어 세상

1 다음 글을 읽고 소외 없는 미디어 환경의 중요성을 생각해 봅시다.

미디어 세상에서 소외된 사람들

미디어 환경이 급변하면서 기기 사용이 익숙하지 않아 소외되는 계층이 발생하고 있습니다. 특히 오랜 세월 전통적인 미디어를 이용해 온 할머니, 할아버지들은 지금껏 경험해 보지 못한 뉴 미디어 세상이 당황스러울 수 밖에 없습니다. 편리하고 재미있는 미디어 세상은 특정 세대나 계층만을 위한 것이 아닙니다. 그렇다면 여러분은 할머니, 할아버지의 미디어 생활에 얼마나 관심을 가지고 있나요?



최근 키오스크를 설치하는 매장이 늘어나면서 기기 조작에 익숙하지 않은 노인들은 음식 주문조차 쉽게 할 수 없게 되었습니다. 또 온라인에서 구매하는 것이 훨씬 저렴하다는 것을 알아도 복잡한 결제 방법 때문에 이를 포기하고 상대적으로 손해를 보며 물건을 구입하는 경우도 있습니다. 의료 분야에서도 소외가 발생하고 있습니다. 진료 예약을 모바일로 하는 경우가 많아지면서 스마트폰 사용이 익숙하지 않은 사람들은 원하는 시간에 진료를 받기가 쉽지 않습니다. 대형 병원의 경우 진료비 결제, 처방전 발급 등 진료의 전 과정을 키오스크로 관리하기도 합니다.

🔔 키오스크(kiosk)

공공장소에 설치된 무인 정보 단말기. 불특정 다수가 터치스크린을 이용하여 필요한 정보에 접근하거나, 다양한 서비스를 제공받을 수 있다.

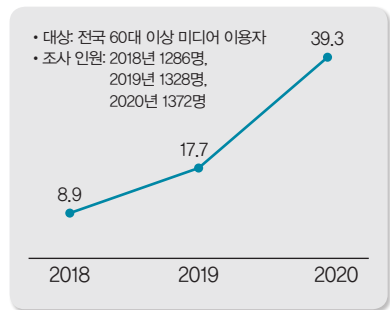
이러한 어려움은 비단 노인만의 일이 아닙니다. 영어를 사용하지 않는 국가에서 온 외국인, 우리가 사용하는 어휘가 익숙하지 않은 북한 이탈 주민에게도 미디어 생활은 낯설고 막막합니다. 이러한 소외 계층을 고려한 미디어 환경이 잘 만들어지고 있는지 생각해 보아야 할 때입니다.

모두가 즐거운 미디어 세상을 위해

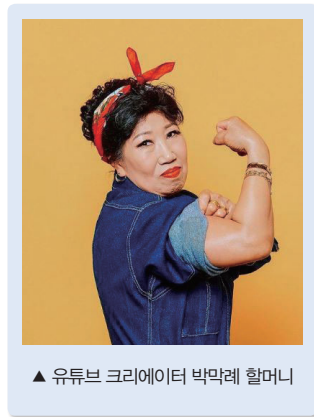
5

2020년 한국언론진흥재단이 조사한 결과에 따르면 60대 이상의 온라인 동영상 플랫폼 이용률은 39.3%로 이전 해에 비해 2배 이상 증가했습니다. 젊은 층에 비하면 급변하는 미디어 환경에 민첩하게 대응하지 못하는 부분이 있지만, 노인 층도 변화에 점차 적응하는 모습을 보이고 있다고 할 수 있습니다.

60대 이상 온라인 동영상 플랫폼 이용률 변화 추이(단위 %)



10



▲ 유튜브 크리에이터 박막례 할머니

또한 최근에는 할머니, 할아버지가 미디어 생산자로서 크게 활약하고 있습니다. 박막례 할머니는 치매 위험 진단을 받은 후 이를 예방하기 위해 손녀와 유튜브를 시작하였고, 큰 인기를 얻어 새로운 인생을 살고 계십니다. 외국인, 북한 이탈 주민도 미디어 생산자로 활동하고 있습니다. 텔레비전 프로그램이나 온라인 동영상 플랫폼을 통해 남한에서 살면서 겪는 일, 서로 다른 문화에서 느낀 점 등을 나누며 소통하고 있습니다.

15

20

미디어 세상에서는 나이와 국경, 신체의 한계를 초월하여 관심사를 공유하고 소통할 수 있습니다. 다양한 사람들이 서로의 경험과 지혜를 나눌 수 있다면 세상은 더 즐겁고 가치 있는 일들로 가득할 것입니다. 모두가 즐겁고 편리한 미디어 세상을 만들려면 어떤 배려와 지원이 필요할까요?

25

2 소외 없는 미디어 세상을 만들기 위해 배려가 필요한 상황을 찾아보고, 구체적인 지원 방안을 생각해 봅시다.

배려가 필요한 상황	구체적인 지원 방안
<p>예시 회원 가입할 때 약관 등의 글자가 작아 노인과 같이 눈이 안 좋은 사람들은 보기가 불편하다.</p>	<p>예시 글자 크기를 확대할 수 있는 기능을 만들고, 내용을 읽어 주는 서비스를 제공한다.</p>

3 노인들의 편안한 미디어 이용을 위해 미디어 생산자가 유의해야 할 점을 생각해 봅시다.

<p>예시</p> <ul style="list-style-type: none"> • 글자는 크고 선명하게 제시한다. • 화면은 꼭 필요한 요소로 단순하게 구성한다.
--

배려의 미디어, 배리어 프리 영상

[1] 배리어 프리 영상에 대한 글을 읽으며 배려하고 존중하는 미디어 문화의 중요성을 생각해 봅시다.



배리어 프리(barrier-free)라고 들어 봤니? 장벽(barrier)을 없앤다(-free)는 뜻으로, 건축 분야에서 사용하기 시작한 용어야. 움직임이 불편한 노인이나 장애인을 배려하여 건물을 지을 때 높은 턱을 없애거나 계단을 경사로로 바꾸는 등의 방법으로 설계하는 것을 뜻하지. 그런데 요즘은 이런 배리어 프리의 철학이 다른 분야에도 점점 적용되고 있다고 해.

우리는 언제 어디서든 누구나 미디어를 쉽고 빠르게 즐길 수 있는 세상에 살고 있습니다. 내 방에서, 길거리에서, 버스 안에서도 손가락 몇 번만 움직이면 원하는 콘텐츠가 와르르 쏟아집니다. 하지만 우리가 즐기는 미디어를 조금 다르게 만나야 하는 사람들이 있습니다. 보고 듣는 것에 어려움을 가진 장애인이 그렇습니다. 뮤직비디오를 시각 장애인도 함께 즐기려면 어떻게 해야 할까요? 청각 장애인이 드라마를 온전히 감상하려면 어떻게 해야 할지 고민해 본 적이 있나요?

장애를 가진 사람들에게 화면과 음향으로 이루어진 영상 콘텐츠는 높은 장벽으로 느껴질 것입니다. 그 장벽을 허물 수 있게 도와주는 것이 바로 배리어 프리 영상입니다. 미디어는 주로 비장애인을 중심으로 만들어집니다. 비장애인이 더 많이 미디어를 접하고 즐기기 때문이지요. 하지만 장애와 관계 없이 누구나 미디어를 통해 세상을 만나고 즐거움을 누릴 권리가 있습니다. 그리고 이 권리를 존중하기 위해서는 우리 모두의 관심과 노력이 필요합니다. 다양한 사람들이 미디어를 통해 소통하고 공감하는 세상, 지금부터 함께 만들어 볼까요?

2 영화 「아이 캔 스피크」의 배리어 프리 버전 예고편을 감상하고, 배리어 프리 영상의 특징을 정리해 봅시다.



예시 영화 속 효과음을 자막으로 보여 준다.

미디어로 따뜻한 세상 만들기

[1] '미디어 소외 계층을 배려하는 미디어 문화 조성'을 주제로 홍보 콘텐츠를 만들어 봅시다.

(1) 모둠별로 배려가 필요한 소외 계층을 선택한 후, 콘텐츠의 세부 주제를 정해 봅시다.

소외 계층	
세부 주제	

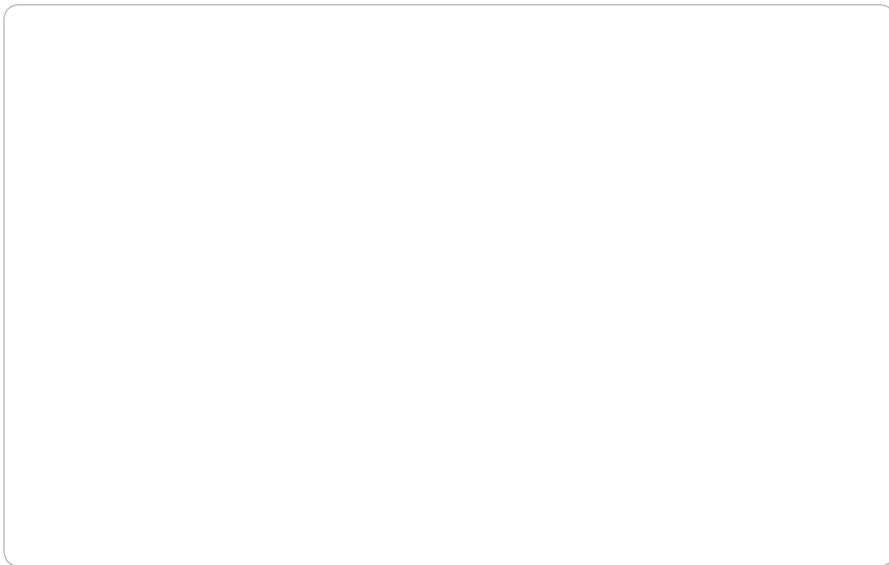
(2) 콘텐츠 제작 계획을 세워 봅시다.

콘텐츠의 형식	
콘텐츠의 내용	
활용 방법	

(3) 콘텐츠의 내용을 구상해 봅시다.



[2] 완성한 콘텐츠를 공유하고 사람들의 반응을 확인하며 달라진 점을 발견해 봅시다.





대단원 프로젝트 활동

도전! 배리어 프리 영상

Q 도움

배리어 프리 영상을 만들기 위해서는 배리어 프리 버전으로 바꿀 영상이 필요합니다. 활동 1은 배리어 프리 버전으로 바꿀 영상을 제작하는 과정으로, 스토리보드를 작성할 때는 배경, 등장인물, 음악, 음향 효과, 소품 등을 구체적으로 설정하는 것이 좋습니다.

1 모둠별로 짧은 배리어 프리 영상을 만들어 봅시다.

(1) 구체적인 주제와 장르 및 제목을 정하고, 스토리보드를 작성한 후 영상을 촬영해 봅시다.

주제	
장르	뉴스 / 광고 / 다큐멘터리 / 뮤직비디오 / 기타 ()
제목	

번호	화면 구성	대사 및 배경 음악	시간
예시	청소 시간 교실 장면 브이로그 촬영을 하는 한 학생. 뒤로는 많은 학생들이 있다.	희원: (스마트폰을 쳐다보면서) 여러분, 드디어 수업이 끝났어요. 저는 오늘 교실 청소 담당입니다.	0:00 ~ 0:15
1			
2			
3			

번호	화면 구성	대사 및 배경 음악	시간
4			
5			
6			
7			

▶ 자막 해설 대본 작성 예시

🔍 도움

시간	시간 간격	자막 해설	배경 음악 지속 시 🎵
0:00 ~ 0:05	5초	제목: 브이로그보다 초상권 [🎵 밝고 경쾌한 분위기의 음악 시작]	
0:15 ~ 0:20	5초	[빗자루 소리, 책상 나르는 소리] (희원) 여러분, 드디어 수업이 끝났어요. 저는 오늘 교실 청소 담당입니다.	🎵

자막 해설은 대사를 넣는 대사 자막과 음악이나 효과음을 넣는 기호 자막으로 이루어져 있습니다. 그중 음악을 나타내는 기호 자막의 사용은 다음과 같습니다.

- 🎵: 노래나 음악의 분위기를 설명할 때 사용하는 기호
- 🎵: 음악이 계속 흐르고 있음을 알리는 기호
- 음악 시작: 중앙 하단에 🎵와 함께 음악의 분위기 설명
- 음악 지속: 왼쪽 상단에 🎵
- 음악 종료: 🎵 사라짐

시간	시간 간격	자막 해설	배경 음악 지속 시 🎵

(3) 완성한 배리어 프리 영상을 공유하고, 소감을 이야기해 봅시다.

대단원 마무리

배운 내용 확인하기

1 이 단원에서 배운 내용을 떠올리며 빈칸에 들어갈 말을 <보기>에서 찾아 적어 봅시다.

보기

초상권

표현의 자유

인격권

개인 정보

- _____은/는 개인의 얼굴, 모습 등이 허락 없이 촬영되거나 다른 사람들에게 보이지 않을 권리를 말한다.
- _____은/는 나를 다른 사람과 구별해 주는 정보로 성명, 주민 등록 번호, 주소 등이 이에 해당한다.

2 이 단원에서 배운 내용을 떠올리며 다음 단어와 그에 관한 설명을 바르게 연결해 봅시다.

배리어 프리

저작자가 자신이 창작한 저작물에 대해 갖는 권리

저작권

노인이나 장애인도 살기 좋은 사회를 만들기 위해 물리적·제도적 장벽을 허물자는 인식

해시태그 챌린지

콘텐츠에 약속된 해시태그를 함께 다는 방식으로 참여하는 소셜 미디어 운동

다양성 존중

나이, 종교, 성별, 인종, 윤리적 배경과 같은 사람들의 개인적 특성의 차이를 존중하는 태도



스스로 점검하기

다음 평가 기준에 따라 나의 학습 성취도를 점검해 봅시다.



점검 사항	점수
★ 권리와 책임의 중요성을 인식하고 미디어를 이용할 수 있다.	
★ 공동체 문제를 해결하기 위해 미디어를 활용할 수 있다.	
★ 다양성을 고려한 미디어 제작을 통해 배려하고 존중하는 미디어 문화를 조성할 수 있다.	

12~15점
참 잘했어요.

9~11점
잘했어요.

3~8점
노력하세요.

내 점수는
점



• 단원을 마치며 •

우리는 이 단원에서 미디어를 생산하고 이용하는 과정에서 발생하는 권리와 책임의 중요성을 이해하고, 권리 침해 상황에 대응하는 방법을 알아보았습니다. 또 공동체의 문제를 해결하고 소외 계층을 포용하는 미디어 활동을 통해 세상을 바꾸는 미디어의 힘을 체험하였습니다. 이 단원에서 학습한 내용을 바탕으로 배려하고 존중하는 미디어 문화를 계속 만들어 나갑시다.

부록

효과적인 정보 검색 방법 151

미디어 권리 침해 예방 및 대응법 153





효과적인 정보 검색 방법

우리는 문제가 생겼을 때 이를 해결하고자 필요한 정보를 탐색합니다. 다양한 정보가 담겨 있는 미디어에서 효과적으로 정보를 탐색하는 방법을 알아봅시다.

미디어 정보 검색 가이드

- ① 내가 해결하고 싶은 문제의 우선순위를 정한다.
- ② 문제를 해결하기 위해 다양한 미디어에서 검색할 수 있음을 이해한다.
- ③ 찾고자 하는 문제의 핵심 단어를 선택한다.
- ④ 다양한 검색 연산자를 활용한다.
- ⑤ 다양한 검색 기법을 숙지한 후에 정보를 검색한다.
- ⑥ 활용한 미디어는 반드시 출처를 밝힌다.

• 검색할 핵심 단어 정하기

효과적으로 정보를 검색하려면 검색하고자 하는 정보의 범위를 정해야 합니다. 예를 들어 '교복'과 관련된 정보를 검색할 때에는 '교복의 역사', '우리나라 교복 변천사', '교복의 필요성', '교복 관련 법령 및 규칙', '교복 관련 문제 및 사건' 등을 핵심 단어로 뽑을 수 있습니다.

• 검색 연산자 활용하기

검색 연산자	설명	예
AND, +	검색에 포함된 모든 단어와 일치하는 항목을 검색한다.	겨울 AND 여행지, 겨울 +여행지
OR,	검색에 포함된 단어 중 최소 한 단어와 일치하는 항목을 검색한다.	초등학생 OR 중학생, 초등학생 중학생
-	검색 결과에서 특정 항목을 제외하고 검색한다.	학생 -대학생
()	단어와 단어로 그룹화한 항목을 함께 검색한다.	(서울 +여행지) -동물원

• 다양한 정보원을 활용하여 필요한 정보 골라내기



책, 잡지,
백과사전



신문



텔레비전



라디오



포털 및
검색 엔진



소셜
미디어



온라인 동영상
플랫폼

다양한 미디어에서 필요한 정보를 검색한 후에는 해결 과제와 정보의 적합성을 판단하여 필요한 정보를 골라내야 합니다. 제목, 소개 글, 목차, 색인 등을 살펴보고, 자료를 훑어보며 최적의 정보를 가려냅니다. 이때 정보원 안에 있는 정보를 그대로 베끼지 않고 자신이 이해한 내용을 요약해 핵심만 적는 것이 중요합니다.

• 출처 표시하기

활용한 정보는 출처를 반드시 밝혀야 합니다. 아래 출처 표기 예시는 APA(미국심리학회, American Psychological Association) 논문 작성 양식에 근거한 것입니다. 현재 사회 과학 분야에서 광범위하게 사용되고 있는 양식 중 하나입니다.

정보원	표기 예시
단행본	김미디. (2021). 미디어의 이해. 서울: 미디어사.
학술지 논문	김미디. (2021). 미디어 상호 작용 촉진을 위한 학습자 지원 전략 개발: 튜터의 역할을 중심으로. 미디어 연구, 17(3), 29-51.
학위 논문	김미디. (2021). 미디어 교육에서 학습 효과 촉진을 위한 교육 체제 구축 방안 연구. 석사 학위 논문. 미래대학교 대학원, 서울.
연구 보고서	미디어연구재단. (2021). 인문학 연구 분야 미디어 연구를 통한 교육 효율화 방안 연구(정책 연구-2021-011-인문학). http://www.media.or.kr/board 에서 검색
신문 기사	김미디. (2021. 1. 1.). 새로운 미디어 세상이 열린다. 미디어신문, p.A18.
동영상	김미디. (2021. 1. 1.). 미디어와 미래 [동영상]. http://www.itube.com/watch 에서 검색
블로그 포스트	김미디. (2021. 1. 1.). 미디어 인문학 [인터넷 블로그]. http://blog.co.kr/content 에서 검색
온라인 신문 기사	김미디. (2021. 1. 1.). 열두 살 김미래 “미디어로 세상을 읽어오”. 미디어일보. http://news.media.com/3/all 에서 검색
온라인 잡지	김미디. (2021. 1. 1.). 미디어 시대의 패자 부활전. 월간미디어, 202101. http://magazine.media.com/monthlyarticle 에서 검색



미디어 권리 침해 예방 및 대응법

권리 침해 피해 예방 가이드

- 소셜 미디어를 포함하여 미디어를 이용할 때에는 게시물의 공개 여부를 반드시 확인하여 개인 정보의 노출을 차단한다.
- 온라인상에서 관계를 형성하고 유지할 때 나의 개인 정보 및 사생활 정보를 노출하지 않도록 조심한다.
- 온라인상에서 창작물을 공개할 경우 저작권 등에 대한 허락 범위를 상세하게 안내하고, 그에 대한 자신의 견해를 분명하게 밝힌다.

권리 침해 가해 방지 가이드

- 타인과 생각을 나누고 소통할 때에는 감정을 절제하고 이성적으로 대화를 나누려고 노력한다.
- 미디어에 나의 생각을 표현하기 전에 그것이 타인의 권리를 침해하지는 않을지 점검한다.
- 근거가 불분명한 정보나 생각에 감정적으로 동조하지 않는다.
- 온라인에서 조사한 자료를 활용할 경우, 간단한 자료라 하더라도 반드시 출처를 밝힌다.
- 타인의 저작물을 활용할 경우, 원저작자에게 활용에 대한 동의 여부를 확인한다.

• 개인 정보 보호 및 권리 침해 대응 방안

개인 정보 보호 포털(www.privacy.go.kr)에 개인 정보를 안전하게 보호하기 위해 생활 속에서 실천해야 하는 개인 정보 보호 수칙이 제시되어 있습니다.

- ① 개인 정보 처리 방침 및 이용 약관 꼼꼼히 살피기
- ② 타인이 유추하기 어려운 안전한 비밀번호 사용하기
- ③ 비밀번호는 주기적으로 변경하기
- ④ 본인 확인은 아이핀(I-PIN), 휴대폰 인증 등 주민 등록 번호 대체 수단을 사용하기
- ⑤ 명의 도용 확인 서비스(타인이 자신의 명의로 신규 회원 가입을 시도하는 경우 즉각 차단하고 이를 통지받을 수 있는 서비스)를 이용하여 가입 정보 확인하기
- ⑥ 개인 정보는 친구에게도 알려 주지 않기
- ⑦ P2P(인터넷에서 개인과 개인이 직접 연결되어 파일을 공유하는 것) 공유 폴더에 개인 정보 저장하지 않기
- ⑧ 금융 거래를 할 때에는 피시방 이용하지 않기
- ⑨ 출처가 불명확한 자료는 내려받지 않기
- ⑩ 개인 정보 침해 신고(국번 없이 118 또는 개인 정보 침해 신고 센터) 또는 분쟁 조정 활용하기

• 온라인 동영상 플랫폼 이용 과정에서의 권리 침해 대응 방안

대표적인 온라인 동영상 플랫폼인 유튜브에서 개인의 권리를 침해하였거나 사회적으로 악영향을 미칠 수 있는 영상을 발견했을 때에는 다음과 같이 신고할 수 있습니다.

① 신고하고자 하는 영상 오른쪽 하단에 있는 3개의 점을 눌러 신고 센터를 찾는다.

② 신고 내용에 해당하는 것을 클릭하여 신고한다.



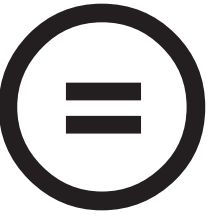

- 성적인 콘텐츠
- 아동 학대
- 폭력적이거나 혐오스러운 콘텐츠
- 테러 조장
- 증오 또는 악의적인 콘텐츠
- 스팸 또는 오해의 소지가 있는 콘텐츠
- 회롱 또는 괴롭힘
- 권리 침해
- 유해하거나 위험한 행위
- 자막 문제

③ 신고가 접수되면 유튜브 담당자가 이를 검토하여 커뮤니티 가이드 위반 여부를 판단한다. 커뮤니티 가이드를 위반한 계정은 불이익을 받게 되며 반복적이거나 심각한 위반이 발생한 경우에는 계정이 해지될 수 있다.

• 저작물 보호 및 권리 침해 대응 방안

저작물 이용 허락 표시(CCL: Creative Commons License)는 저작권자가 선택한 권리를 보호하면서도 일반인들이 자유롭게 창작물을 이용하도록 하는 제도입니다. 저작권자가 이용 조건을 선택하여 저작물에 첨부하고 이용자가 이를 확인하면, 제시된 조건 내에서 이용이 가능합니다.

1. 이용 허락 조건

저작자 표시(BY)	비영리(NC)	변경 금지(ND)	동일 조건 변경 허락(SA)
			
저작물명, 저작자명, 출처, CCL 조건을 반드시 표시해야 한다는 의미이다.	저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없으며, 영리 목적으로 이용하기 위해서는 별도의 계약이 필요하다는 의미이다.	저작물을 변경하거나 다른 창작물에 이용하지 말라는 의미이다.	저작물을 이용해 새로운 저작물을 창작한 경우, 동일한 라이선스를 적용해야 한다는 의미이다.

2. 종류

표기	의미
	<p>저작자 표시</p> <p>저작물의 제목, 저작자의 이름, 출처 등 저작자에 관한 표시를 해야 한다.</p>
	<p>저작자 표시 - 비영리</p> <p>저작자를 밝히면 자유로운 이용이 가능하지만 영리 목적으로 이용할 수 없다.</p>
	<p>저작자 표시 - 변경 금지</p> <p>저작자를 밝히면 자유로운 이용이 가능하지만 변경 없이 그대로 이용해야 한다.</p>
	<p>저작자 표시 - 동일 조건 변경 허락</p> <p>저작자를 밝히면 자유로운 이용이 가능하고 저작물의 변경도 가능하지만, 저작물을 이용해 새로운 저작물을 창작한 경우, 동일한 라이선스를 적용해야 한다.</p>
	<p>저작자 표시 - 비영리 - 동일 조건 변경 허락</p> <p>저작자를 밝히면 이용이 가능하며 저작물의 변경도 가능하지만, 영리 목적으로 이용할 수 없고 저작물을 이용해 새로운 저작물을 창작한 경우, 동일한 라이선스를 적용해야 한다.</p>
	<p>저작자 표시 - 비영리 - 변경 금지</p> <p>저작자를 밝히면 자유로운 이용이 가능하지만, 영리 목적으로 이용할 수 없고 변경 없이 그대로 이용해야 한다.</p>

3. 미디어 저작권 보호 관련 참고 사이트

사이트명	사이트 주소	소개
공유마당	gongu.copyright.or.kr	저작권이 만료되었거나 자유 이용을 허락한 저작물, 공공 기관의 무료 저작물을 모아 둔 곳으로, CCL 표시를 확인한 후 조건에 맞게 사용할 수 있다.
사단법인 코드	www.cckorea.org	창작자의 권리를 지키면서 창작물을 자유롭게 공유할 수 있도록 CCL을 보급한다. 내 콘텐츠에 CCL을 적용해 볼 수 있고 CCL이 적용된 콘텐츠도 찾아볼 수 있다.
한국저작권위원회	www.copyright.or.kr	저작권 보호와 관련 분쟁의 심의, 조정을 위해 설립된 전문 공공 기관으로, 저작권 등록 및 상담이 가능하고 다양한 교육 프로그램을 제공한다.
저작권보호센터	www.cleancopyright.or.kr	온·오프라인에서 유통되고 있는 불법 저작물을 신고할 수 있다.



자료 및 사진 출처

자료

집필진이 직접 집필한 글은 출처를 밝히지 않았고, 일부 글은 학생들의 학습 수준을 고려하여 원문의 내용이나 표현을 수정하였습니다.

I 미디어, 너는 무엇이니?

단원	쪽수	제재	저자	출처
소단원 (2)	18	텔레비전 토론 프로그램	엠비시(MBC)	『100분 토론, 919회, 엠비시(MBC), 2021년 6월 8일 방송』
		텔레비전 심층 보도 프로그램	케이비에스(KBS)	『시사 직격』 45회, 케이비에스(KBS), 2020년 9월 18일 방송』
소단원 (3)	25~28	10대의 미디어 이용 현황	한국언론진흥재단	『2019 10대 청소년 미디어 이용 조사』, 2019, 1~13쪽』

II 미디어, 함께 놀아 볼까?

단원	쪽수	제재	저자	출처
소단원 (1)	39	YH무역 사건 <자료 1>	한국학중앙연구원	한국민족문화대백과(encykorea.aks.ac.kr)
		YH무역 사건 <자료 2>	에스비에스(SBS)	『꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기 시즌 2』 7회, 에스비에스(SBS), 2021년 4월 22일 방송』
	48	한국인이 가장 오래 이용하는 애플리케이션	와이즈앱	와이즈앱(www.wiseapp.co.kr)
	49	온라인 동영상 플랫폼에서 이용한 콘텐츠	한국언론진흥재단	『2019 10대 청소년 미디어 이용 조사』, 2019, 17쪽』
소단원 (2)	57	페이커 이상혁 인터뷰	류재민	『재능보단 열정을, 좌절 대신 발전을』 페이커가 말하는 정상외 비결』, 『서울신문』, 2020년 11월 3일 기사』
소단원 (3)	62	소셜 미디어를 이용하는 이유	한국언론진흥재단	『2019 10대 청소년 미디어 이용 조사』, 2019, 22쪽』
	68, 69	SNS를 유량하는 당신을 위한 안내서	박혜원	SBS D 포럼 인스타그램 계정 (www.instagram.com/sbs_sdf)
	70	활동 [2] 사진	츨뿌 바리또네	츨뿌 바리또네 페이스북 (www.facebook.com/chom.Morakot)

III 미디어, 꼼꼼하게 따져 볼까?

단원	쪽수	제재	저자	출처
소단원 (1)	85	활동 [3] 자료 글	김수현	『지상파도 “60초 후에 계속됩니다” 나온다…… 7월부터 중간 광고』, 『머니투데이』, 2021년 4월 28일 기사』

소단원 (2)	91	대중가요 가사	샘 루이스(Sam Lewis)	『CHEER UP』, 2016
	92	영국의 한 비누 회사 광고	피어스 소프(Pears soap)	『Graphic』, 1884
	94	1분 동안 인터넷에서 일어나는 일	로리 루이스(Lori Lewis) 제공, 올액세스(AllAccess) 집계	스태티스타(www.statista.com)
	96	활동 [3] 자료 영상	케이비에스(KBS)	『호모 미디어쿠스 1부 왜 허위 정보에 속는가』, 케이비에스(KBS), 2021년 2월 22일 방송
	97	텔레비전 뉴스 오보	엠비시(MBC)	『뉴스데스크』, 엠비시(MBC), 2021년 7월 30일 방송
신문 기사 오보		중앙선데이	『바로잡습니다』 7월 18~19일 자 9면 '정약용 쫓겨 간 강진 예도……' 기사, 『중앙선데이』, 2020년 8월 1일 기사	
소단원 (3)	108	활동 [2] 자료 ㉓	임효진	『코로나19 가짜 뉴스 퍼뜨린 10대 붙잡혀…… "관심받고 싶어서"』, 『서울신문』, 2020년 3월 17일 기사
		활동 [2] 자료 ㉔	뉴시스	『제3회 청소년 체커톤 대회 대상에 내곡중 'ASAP'팀』, 『뉴시스』, 2021년 9월 29일 기사
	109	활동 [2]-(3) 예시 자료	김유진	한국언론진흥재단 2021 공익 광고 공모전 수상작
	111	활동 [3]-(2), (3) 진위 여부 판별 척도	서울대학교 팩트 체크 센터	서울대학교 언론정보연구소 팩트 체크 센터(factcheck.snu.ac.kr)
대단원 프로젝트 활동	112	활동 1 예시 신문 기사 표제	박찬수	『도시 숲, 도심 공기 속 미세 플라스틱 차단한다』, 『뉴스1』, 2021년 9월 30일 기사
	113	활동 1-(2) 평가 항목	김경희 외 4인	『스마트 미디어 시대의 뉴스 분석법』, 한국언론진흥재단, 2017, 78쪽

IV 미디어, 세상을 바꿔 볼까?

단원	쪽수	제재	저자	출처
소단원 (1)	122	개인 정보의 종류	개인정보보호위원회	개인 정보 보호 포털(www.privacy.go.kr)
소단원 (2)	126	미안마 시위 뉴스	제이티비시(JTBC)	『뉴스룸』, 제이티비시(JTBC), 2021년 2월 10일 방송
	130	활동 [3] 자료 글	김혜란	『"김민섭 씨를 찾습니다"…… '김민섭 씨 후쿠오카 보내기' SNS 프로젝트 "성공적"』, 『동아일보』, 2017년 12월 5일 기사
소단원 (3)	138	60대 이상 온라인 동영상 플랫폼 이용률 변화 추이	한국언론진흥재단	『2020 언론 수용자 조사』, 2020, 7쪽
	141	영화 『아이 캔 스피크』 배리어 프리 버전 예고편	배리어프리영화위원회	『아이 캔 스피크(2017) 배리어 프리 버전 예고편 - 엄지원 내레이션』, KOBAFF배리어프리영화위원회 유튜브 채널

부록

쪽수	제재	저자	출처
151, 152	효과적인 정보 검색 방법	이연희	『청소년을 위한 미디어 리터러시 실천·지도 매뉴얼』, 한국언론진흥재단, 2018, 17~20쪽
153	개인 정보 보호 및 권리 침해 대응 방안	개인정보보호위원회	개인 정보 보호 포털(www.privacy.go.kr)
154	유튜브 영상 신고 사유	유튜브	유튜브(www.youtube.com)
154, 155	CCL 이용 허락 조건 및 종류	사단법인 코드	사단법인 코드(ccl.cckorea.org)

I 미디어, 너는 무엇이니?

단원	쪽수	내용	출처	
소단원 (2)	18	「100분 토론」 방송 화면	「100분 토론」 919회, 엠비시(MBC), 2021년 6월 8일 방송	
		「시사 직격」 방송 화면	「시사 직격」 45회, 케이비에스(KBS), 2020년 9월 18일 방송	
	19	「필 더 리듬 오브 코리아」 영상 화면	「Feel the Rhythm of KOREA: JEONJU」, 한국관광공사 유튜브 채널 Imagine your Korea	
		젠더 온 홈페이지 화면	젠더온 홈페이지(genderon.kigepe.or.kr)	
	20	「라켓 소년단」 방송 화면	에스비에스(SBS), 「라켓 소년단」 홈페이지 (programs.sbs.co.kr/drama/racket)	
		「유 퀴즈 온 더 블럭」 방송 화면	티브이엔(tvN), 「유 퀴즈 온 더 블럭」 홈페이지 (program.tving.com/tvn/YouQuizontheBlock)	
		「모아나」 영화 포스터	네이버 영화(movie.naver.com)	
		「우리집」 영화 포스터	네이버 영화(movie.naver.com)	
		「시간을 달리는 소녀」 영화 포스터	네이버 영화(movie.naver.com)	
		「감쪽같은 그녀」 영화 포스터	네이버 영화(movie.naver.com)	
		「열무와 알타리」 메인 화면	카카오 웹툰(webtoon.kakao.com)	
	대단원 프로젝트 활동	32	스마트 심 센터 홈페이지 화면	스마트 심 센터 홈페이지(www.iapc.or.kr)
		33	유튜브 애플리케이션 화면	유튜브(www.youtube.com)

II 미디어, 함께 놀아 볼까?

단원	쪽수	내용	출처
소단원 (1)	39	「꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기 시즌 2」 방송 장면	「꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기 시즌 2」 7회, 에스비에스(SBS), 2021년 4월 22일 방송
	40	「신과 함께-죄와 벌」 영화 포스터	네이버 영화(movie.naver.com)
	41	「연의 편지」 웹툰 장면	네이버 웹툰(comic.naver.com)
	44	스포티파이 검색 화면	스포티파이(www.spotify.com)
멜론 메인 화면		멜론(www.melon.com)	
소단원 (2)	55	「알바: 야생의 모험」 게임 화면	「알바: 야생의 모험」 공식 사이트(www.albawildlife.com)
	56	「레디 플레이어 원」 영화 포스터	네이버 영화(movie.naver.com)
	59	「잇 테이크스 투」 게임 화면	「잇 테이크스 투」 공식 사이트(www.ea.com)
소단원 (3)	68, 69	SNS를 유량하는 당신을 위한 안내서	SBS D 포럼 인스타그램(www.instagram.com/sbs-sdf)
	70	활동 [2] 사진	츨뽀 바리또네 페이스북(www.facebook.com/chom.Morakot)

III 미디어, 꼼꼼하게 따져 볼까?

단원	쪽수	내용	출처
소단원 (1)	82	재난 방송 화면	「뉴스 특보」, 와이티엔(YTN), 2020년 5월 2일 방송
		선거 방송 화면	「2017 국민의 선택」, 에스비에스(SBS), 2017년 5월 9일 방송
	83	이산가족 찾기 방송 화면	케이비에스(KBS) 아카이브(family.kbsarchive.com)
		가상 광고와 간접 광고 안내 화면	제이티비시(JTBC) 홈페이지(jtbc.joins.com)
	86	바이러스 사진	픽사베이(pixabay.com)
87	무라벨 생수 사진	픽사베이(pixabay.com)	
소단원 (2)	92	비누 광고	위키미디어 코먼스(common.wikimedia.org)
	96	「호모 미디어쿠스 1부 왜 허위 정보에 속는가」 방송 화면	「호모 미디어쿠스 1부 왜 허위 정보에 속는가」, 케이비에스(KBS), 2021년 2월 22일 방송
	97	텔레비전 뉴스 오보 방송 화면	「뉴스테스크」, 엠비시(MBC), 2021년 7월 30일 방송
소단원 (3)	100	생각 열기 일러스트	픽사베이(pixabay.com)
	106	세 번째 허위 조작 정보 구별법 영상 화면	「“유튜버 때문에 망했어요” 무차별 저격에 신음하는 이들」, 연합뉴스, 2020년 12월 26일 기사 영상
	107	다섯 번째 허위 조작 구별법 교실 사진	픽사베이(pixabay.com)
		일곱 번째 허위 조작 구별법 화장품 사진	픽사베이(pixabay.com)
109	가짜 뉴스 공익 광고	김유진, 한국언론진흥재단 2021 공익 광고 공모전 수상작	

IV 미디어, 세상을 바꿔 볼까?

단원	쪽수	내용	출처
소단원 (2)	126	미얀마 시위 뉴스 화면	「뉴스룸」, 제이티비시(JTBC), 2021년 2월 10일 방송
	127	그레타 툰베리 사진	그레타 툰베리 인스타그램(www.instagram.com/gretathunberg)
소단원 (3)	138	박막례 할머니 사진	박막례 인스타그램(www.instagram.com/korea_grandma)
	141	「아이 캔 스피크」 장면	「아이 캔 스피크(2017) 배리어 프리 버전 예고편 - 엄지원 내레이션」, KOBAFF배리어프리영화위원회 유튜브 채널

부록

쪽수	제재	출처
154, 155	CCL 이용 허락 조건 및 종류	사단법인 코드(ccl.cckorea.org)

집필진

정형근 (서울 정원여자중학교)

강용철 (서울 경희여자중학교)

김면수 (경기 소명여자고등학교)

지정훈 (서울 신림중학교)

한유승 (서울 혜화여자고등학교)

심의진

박창욱 (서울 상문고등학교)

김상철 (서울 중앙대학교 사범대학 부속 고등학교)

안영순 (서울 서울여자고등학교)

이대호 (서울 효문고등학교)

이석민 (서울 성덕여자중학교)

감수진

김경진 (한국청소년정책연구원)

박한철 (서울 덕성여자고등학교)

양정애 (한국언론진흥재단)

편집 및 디자인

편집 총괄 김성곤(창비교육)

편집 김지훈 강창호 윤보라 한아름

디자인 스튜디오 에딩크

조판 ㈜이츠박스

삽화 김다예 김지하 안주영 이서희

편찬 기관

개발 총괄 김성재(한국언론진흥재단)

개발 진행 서리나 신은정 손민진 이윤주(한국언론진흥재단 미디어교육팀)

서울특별시교육청에서 2021년 인정 승인을 하였음.

중학교 청소년과 미디어

발행일 | 2022년 3월 1일 초판 발행

지은이 | 정형근 외 4인

발행인 | ㈜창비교육(서울시 마포구 월드컵로12길 7)

편찬인 | 한국언론진흥재단(서울시 중구 정동길 2-15 미디어교육원)

인쇄인 | 삼조인쇄(경기도 파주시 조리읍 당재봉로 52)

정가 원

교과서의 본문 용지는 우수 재활용 제품 인증을 받은 재활용 종이를 사용하였습니다.

교과서에 대한 문의 사항이나 의견이 있으신 분은 교육부와 한국교과서연구재단이 운영하는 **교과서민원바로처리센터**(전화 1566-8572, 홈페이지: <http://www.textbook114.com> 또는 <http://www.교과서114.com>)에 문의하여 주시기 바랍니다.

이 도서에 게재된 저작물에 대한 보상금은 문화체육관광부 장관이 정하는 기준에 따라 **사단 법인 한국문화예술저작권협회(02-2608-2800, www.kolaa.kr)**에서 저작재산권자에게 지급합니다.

내용 관련 문의 | ㈜창비교육 (04004) 서울시 마포구 월드컵로12길 7 전화 1833-7247 전송 02-6949-0953

공급 업무 대행 | 사단 법인 한국검인정교과서협회 (10881) 경기도 파주시 문발로 439-1

개별 구입 안내 | 사단 법인 한국검인정교과서협회 홈페이지 www.ktbook.com 전화 031-956-8581-4

ISBN | 979-11-6570-116-1 53300