

| 고등학교 |

청소년과 미디어



모든 청소년이 미래 사회가 요구하는 미디어 리터러시를 갖출 수 있도록

미디어를 바르게 보고 읽고 사용하는 것은 우리의 눈과 귀와 코를 바르게 사용하는 것과 같습니다. 어떤 사람들은 미디어를 혈관과 공기에 비유하기도 합니다. 그만큼 미디어가 우리들의 생활 양식이나 사고에 결정적인 영향을 미치고 있다는 뜻입니다. 특히 우리가 살고 있는 지식 기반 사회에서는 다양한 미디어에서 쏟아지는 방대한 정보에 체계적으로 접근하고, 이를 비판적으로 분석하고 평가하여 활용할 수 있는 ‘미디어 리터러시(Media literacy)’가 필수적입니다.

고등학교 『청소년과 미디어』는 변화하는 사회 환경에 대처할 수 있는 미디어 리터러시를 길러 주기 위한 책입니다. 미디어에 대한 올바른 접근과 비판적 이해뿐만 아니라 미디어를 통한 지식과 정보의 습득, 협업과 공유, 사회에 참여하고 세상과 소통할 수 있는 능력을 갖출 수 있도록 구성하였습니다.

1단원 ‘미디어 들여다보기’는 미디어의 개념과 발전 과정, 성격과 영향력에 대해 탐구하면서 미디어의 본질을 알아 가는 단원입니다. 우리 삶 속에 깊숙이 들어와 있고, 그 자체로 하나의 세상이 된 미디어를 들여다보면서 미디어 생태계를 꿰뚫어 볼 수 있을 것입니다.

2단원 ‘미디어 현명하게 즐기기’는 미디어 콘텐츠의 사회·문화적 속성과 심미적 속성을 이해하고, 미디어 콘텐츠를 주체적으로 향유하는 방법을 배우는 단원입니다. 미디어로 삶의 즐거움을 추구하고, 삶을 성찰하며 더 나은 ‘나와 세상을 만들어 가는 방법을 알 수 있을 것입니다.

3단원 ‘뉴스와 인포데믹’은 미디어를 통해 정보와 뉴스가 생산되고 유통되는 방식을 이해함과 동시에 인포데믹 시대에 어떻게 정보와 뉴스를 비판적으로 분석하고 활용할지를 배우는 단원입니다. 우리가 사는 세상을 움직이는 수레바퀴인 뉴스에 대해 공부하며 세상을 보는 안목을 넓힐 수 있을 것입니다.

4단원 ‘미디어로 세상과 만나기’는 소셜 미디어로 자신을 효과적으로 표현하고 사회적 관계를 맺으며 세상과 소통하는 방법을 배우는 단원입니다. 나와 친구, 세상을 이어 주는 소셜 미디어에 대한 공부와 참여를 바탕으로 디지털 시대의 민주 시민으로 성장하는 여러분의 모습을 발견할 수 있을 것입니다.

인쇄 미디어의 발명이 지난 1,000년간의 사건 중 최대의 사건이라면 인터넷 미디어의 발명은 향후 1,000년간의 미래를 결정짓는 중요한 사건이라 할 수 있습니다. 이 책에는 미디어 리터러시를 함양하기 위해 필요한 지식과 정보, 활동이 체계적으로 수록되어 있습니다. 이 책을 학습하며 여러분이 미디어 세상의 주체로 성장할 수 있기를 바랍니다.

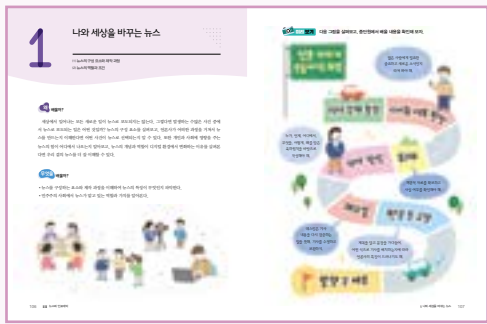
이 책의 구성과 활용법

대단원 들어가기



대단원 도입 활동을 하며 배경지식을 활성화하고, 학습 동기를 강화합니다.

중단원 도입



중단원에서 학습할 내용을 확인하며 중단원 학습을 준비합니다.

왜 배울까?

이 단원을 배우는 의미를 파악합니다.

무엇을 배울까?

주요 학습 내용을 확인합니다.

미리보기

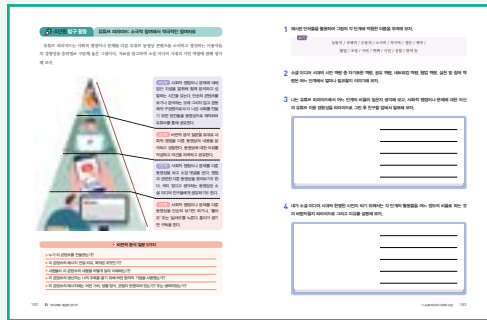
학습할 내용을 미리 살펴봅니다.

소단원



바탕글

학습 목표에 유의하며 바탕글을 학습합니다.

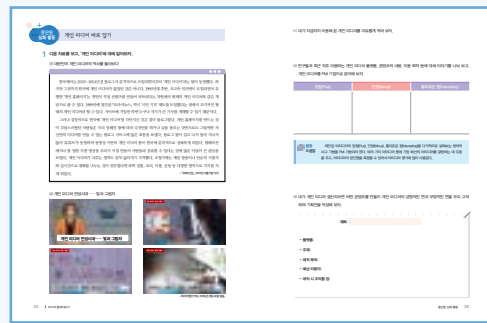


탐구 활동

학습 목표 성취를 위한 다양한 탐구 활동을 합니다.

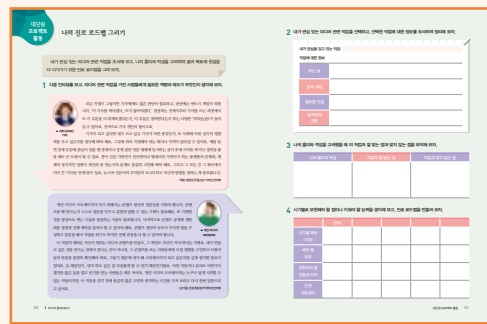
- 이 교과서는 '대단원-중단원-소단원'의 세 단계로 구성하였습니다.
- 미디어 지식을 체계적으로 이해할 수 있도록 학습자의 수준에 맞는 바탕글을 제시하였습니다.
- 다양한 자료를 활용하여 실제 미디어 생활에서 필요한 역량을 기를 수 있도록 하였습니다.
- 다른 사람의 글을 실을 때에는 가능한 원문을 살리되, 분량이나 수준, 학습 목표 등을 고려하여 내용이나 표현을 고치기도 하였습니다.

중단원 심화 활동



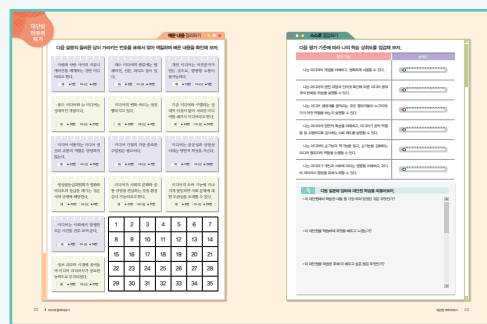
중단원에서 배운 내용을 다양한 활동에 적용·응용하면서 학습 경험을 깊이 있게 확장합니다.

대단원 프로젝트 활동



대단원 학습 내용을 바탕으로 하나의 프로젝트를 수행하며 문제 해결 능력을 기릅니다.

대단원 마무리하기



대단원에서 배운 내용을 확인하고, 학습 성취도를 점검합니다.

배운 내용 정리하기

퀴즈를 풀며 배운 내용을 확인합니다.

스스로 점검하기

자신의 대단원 성취도를 점검합니다.

이 책의 차례

I 미디어 들여다보기

1 미디어의 개념과 변천	12
(1) 미디어의 개념	14
(2) 미디어의 변천	18
2 미디어 산업의 구조와 특성	26
(1) 미디어를 움직이는 사람들	28
(2) 미디어의 공공성과 상업성	32
3 미디어의 기능과 영향	38
(1) 미디어의 순기능과 역기능	40
(2) 미디어가 개인과 사회에 미치는 영향	44
대단원 프로젝트 활동	
나의 진로 로드맵 그리기	50

II 미디어 현명하게 즐기기

1 엔터테인먼트 콘텐츠 해부하기	58
(1) 엔터테인먼트 콘텐츠의 특성	60
(2) 마음을 움직이는 힘, 스토리텔링	66
2 엔터테인먼트 콘텐츠 비판적으로 읽기	74
(1) 미디어 재현과 고정 관념	76
(2) 미디어에 재현된 폭력	80
3 엔터테인먼트 콘텐츠 주체적으로 향유하기	86
(1) 상황과 목적에 맞는 콘텐츠 이용하기	88
(2) 콘텐츠 능동적으로 즐기기	92
대단원 프로젝트 활동	
시청자 평가원이 되어 보자!	98

III 뉴스와 인포데믹

1 나와 세상을 바꾸는 뉴스	106
(1) 뉴스의 구성 요소와 제작 과정	108
(2) 뉴스의 역할과 조건	112
2 인포데믹과 미디어 환경	118
(1) 인포데믹 현상의 등장	120
(2) 정보의 접근과 분별	128
3 인포데믹 시대를 헤쳐 나가는 힘	134
(1) 허위 조작 정보와 팩트 체크	136
(2) 기술적·제도적 노력과 비판적 사고	142
대단원 프로젝트 활동	
사실인 듯 사실 아닌 거짓 속아 내기	146

IV 미디어로 세상과 만나기

1 나와 친구, 세상을 이어 주는 소셜 미디어	154
(1) 주체적인 소셜 미디어 선택과 자기표현	156
(2) 사회적 관계 맺기와 소통의 원칙	160
2 소셜 미디어 이용자의 책임과 권리	166
(1) 소셜 미디어 시대의 책임과 권리	168
(2) 문제를 해결하는 행동 수칙과 대응 방법	172
3 소셜 미디어 시대의 사회 참여	178
(1) 소셜 미디어 시대의 시민	180
(2) 사회 참여로 더 나은 세상 만들기	184
대단원 프로젝트 활동	
지역 사회 문제 해결을 위한 사회 참여 프로젝트	188

참고 사이트 및 추천 도서	192
자료 및 사진 출처	194



I

미디어 들여다보기

미디어는 우리 삶 속에 깊숙이 들어와 있고, 그 자체로 하나의 세상이 되었습니다. 여러분은 미디어에 대해 얼마나 알고 있나요? 미디어는 무엇이고, 우리에게 어떤 영향을 미치고 있을까요? 미디어를 이해하면 세상이 보입니다.



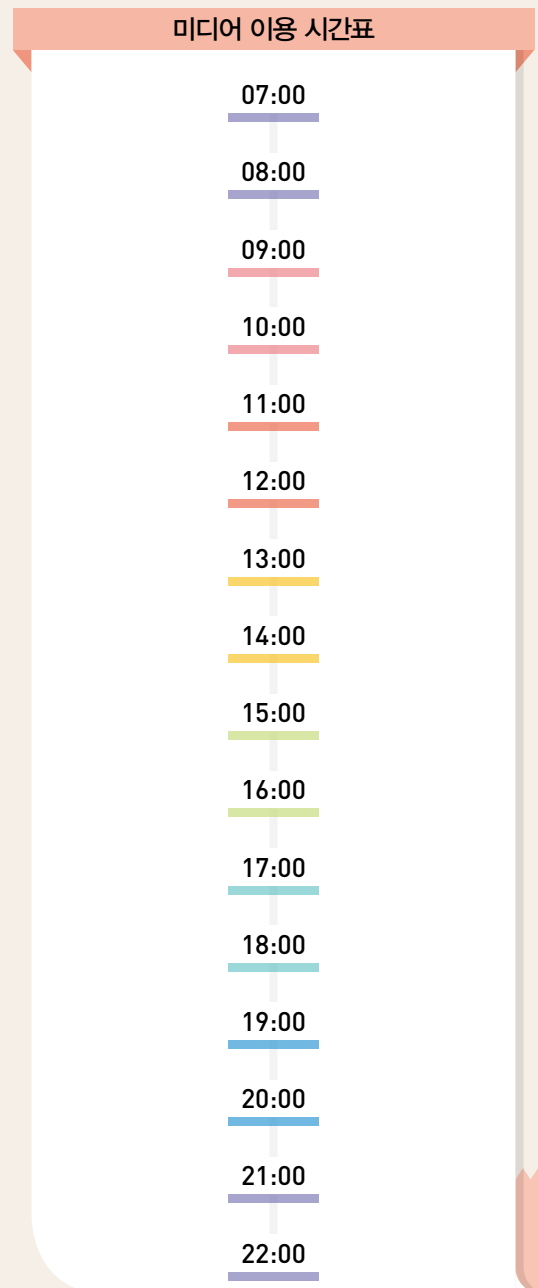
- 1 미디어의 개념과 변천**
 - (1) 미디어의 개념
 - (2) 미디어의 변천
- 2 미디어 산업의 구조와 특성**
 - (1) 미디어를 움직이는 사람들
 - (2) 미디어의 공공성과 상업성
- 3 미디어의 기능과 영향**
 - (1) 미디어의 순기능과 역기능
 - (2) 미디어가 개인과 사회에 미치는 영향

다음 활동을 하며 미디어와 우리의 삶이 얼마나 밀접한 관계가 있는지 알아보자.

1 어제 하루 동안 내가 사용한 미디어를 시간 순서대로 정리해 보고, 미디어가 무엇이며 나에게 어떤 존재인지 말해 보자.

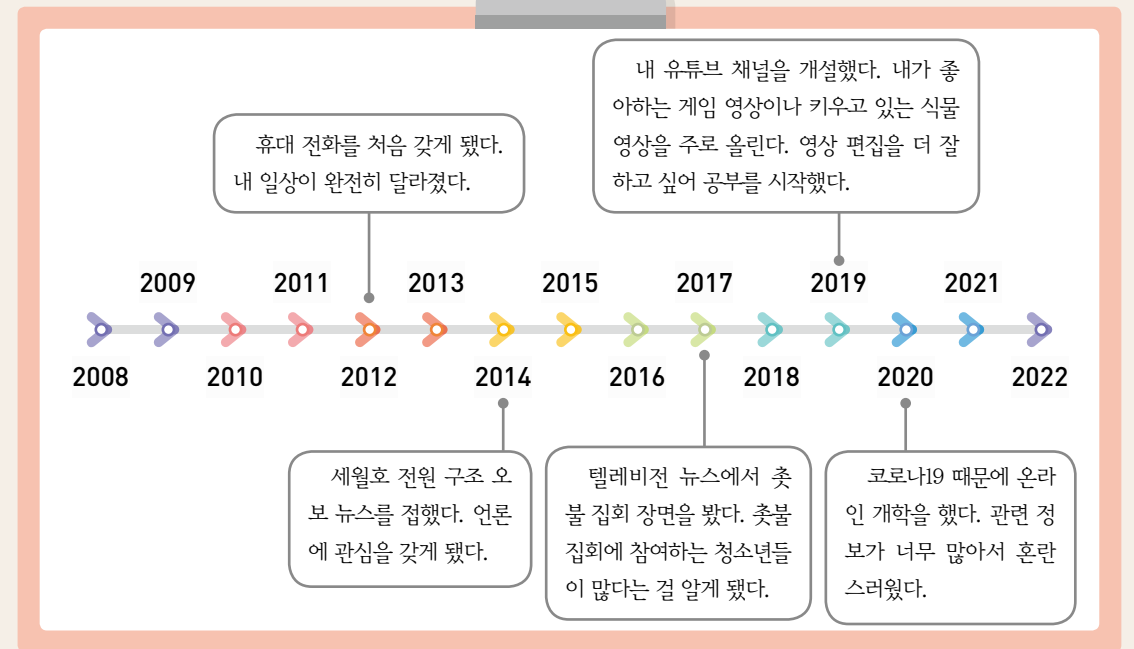
예 은호의 하루

나의 경우

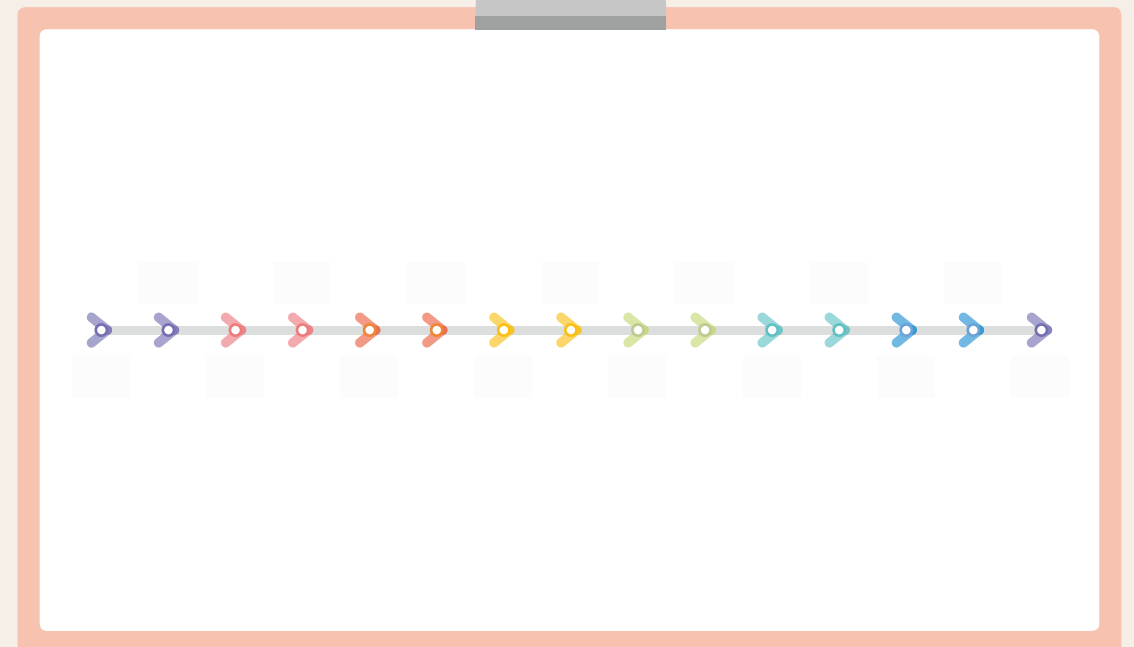


2 미디어가 나의 생각과 행동에 영향을 미쳤던 경험을 시기에 따라 정리해 보자. 정리한 내용을 친구들과 공유하며 미디어가 나와 사회에 어떤 영향을 미쳤는지 이야기해 보자.

예 은호의 경험



나의 경우



1

미디어의 개념과 변천

- (1) 미디어의 개념
- (2) 미디어의 변천

왜 배울까?

미디어가 없는 삶을 상상해 본 적이 있는가? 인류의 역사가 시작된 순간부터 오늘날에 이르기까지 사람들은 의사소통을 위해 미디어를 사용해 왔다. 그러나 우리는 미디어가 무엇인지, 어떻게 변해 왔는지 잘 알지 못한다. 새로운 기술이 발달하면서 미디어를 지칭하는 말들이 많아졌고, 미디어 생태계가 복잡해졌기 때문이다. 그러므로 미디어를 제대로 이해하고 사용하기 위해서는 미디어의 개념을 정확히 알고, 미디어가 어떻게 발전해 왔는지를 이해해야 한다.

무엇을 배울까?

- 미디어와 관련어의 개념을 이해하고, 맥락에 따라 정확하게 사용한다.
- 미디어의 변천 과정을 이해하고, 인터넷 확산에 따른 미디어의 특성과 생태계의 변화를 알아본다.



미리 보기

다음 그림과 도표를 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.

1 미디어의 개념



2 미디어 변천사

문자 미디어 시대	인쇄 미디어 시대	기원전 3000년경: 수메르인이 점토판에 글씨를 쓰고, 이집트인이 파피루스에 기록을 함.
		1456년: 『구텐베르크 42행 성경』이 금속 활자와 수동 인쇄기로 인쇄됨.
		1650년: 독일 라이프치히(Leipzig)에서 일간 신문 『아인코멘데 차이퉁(Einkommende Zeitung)』이 창간됨.
		1833년: 미국 뉴욕에서 『더 선(The Sun)』이라는 최초의 대중 신문이 창간됨.
		1844년: 새뮤얼 모스(Samuel Morse)가 최초로 전신 메시지를 송신함.
		1876년: 그레이엄 벨(Graham Bell)이 최초로 전화 메시지를 송신함.
		1895년: 루미에르(Lumière) 형제가 최초의 영화 촬영기 겸 영사기 '시네마토그래프(Cinematograph)'를 발명함.
		1920년: 미국에서 최초의 정규 라디오 방송이 시작됨.
		1941년: 미국에서 최초의 상업 텔레비전 방송이 시작됨.
		방송 미디어 시대
1989년: WWW, 웹(Web)이라고도 불리는 인터넷 서비스인 '월드 와이드 웹(World Wide Web)'이 개발됨.		
1993년: 그래픽 기반의 웹 브라우저(Web browser) '모자이크(Mosaic)'이 개발되어 웹 서핑(Web surfing)이 가능해짐.		
1997년: 미국에서 '웹(Web)'과 '로그(Log)'의 줄임말인 블로그(Blog)가 처음 시작됨.		
소셜 미디어 시대	소셜 미디어 시대	2000년대 이후: 휴대 전화에 컴퓨터 지원 기능을 추가한 지능형 단말기인 스마트폰이 대중화되고 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter), 유튜브(YouTube), 카카오톡(Kakaotalk), 인스타그램(Instagram) 등 다양한 소셜 미디어 플랫폼이 생겨남.

(1) 미디어의 개념

🔔 **학습 목표** 미디어의 개념을 이해하고, 정확하게 사용할 수 있다.



하은이는 매일 버스를 타고 학교에 간다. 버스에서는 주로 음악을 듣거나 밤 사이 소셜 미디어에 새로 올라온 게시물을 살펴본다. 다른 사람들도 대부분 이어폰을 끼고 무언가를 듣거나 스마트폰 화면을 보면서 손가락을 움직이고 있다. 버스 창밖으로는 새로 나온 가전제품 광고판이 보이고, 버스 안에 붙어 있는 모니터에서는 신인 가수의 뮤직비디오가 나온다. 학교에 가는 길에도 휴식을 취하는 집에서 주변에 미디어가 없는 순간을 찾기 어렵다.

커뮤니케이션을 매개하는 미디어

우리는 미디어와 늘 함께하면서도 미디어에 대해서는 알려고 하지 않는다. 미디어를 잘 알고 있다고 생각하기 때문이다. 하지만 과연 그럴까? 미디어는 무엇이고, 콘텐츠와 플랫폼은 무엇인가? 매스 미디어, 개인 미디어, 소셜 미디어는 무엇인가? 미디어의 개념부터 알아보자.

미디어의 어원은 라틴어 ‘medius’인데, ‘중간에 있는 것’이라는 의미이다. 이 단어는 단순히 중간에 위치한다는 물리적인 존재에 한정된 것이 아니라 ‘중재하다’, ‘매개하다’의 의미를 포함하고 있다. 사회적 동물인 사람은 다른 사람에게 자신의 생각과 의사를 전달하는 커뮤니케이션을 필요로 한다. 이러한 커뮤니케이션을 매개하는 것이 바로 미디어이다. 미디어가 매개하는 것은 사람과 사람 사이의 커뮤니케이션일 수도 있고, 사람과 콘텐츠의 커뮤니케이션일 수도 있으며, 사람과 기계의 커뮤니케이션일 수도 있다. 또 기계와 기계의 커뮤니케이션을 매개하기도 한다. 텔레비전은 방송사가 만든 프로그램을 시청자들에게 전달해 주는 매개체이고, 신문은 기자가 쓴 기사를 독자에게 전달해 주는 매개체이며, 전화는 멀리 떨어져 있는 사람들 간의 대화를 전달해 주는 매개체인 것이다. 또 컴퓨터는 사람과 기계를 매개해 주기도 하고, 로봇과 로봇을 매개해 주기도 한다.

➕ 매개하다

둘 사이에서 양편의 관계를 맺어 준다.

콘텐츠와 플랫폼

미디어에 담긴 내용물을 콘텐츠라고 한다. 콘텐츠는 문자일 수도 있고, 사진이나 영상일 수도 있다. 뉴스, 드라마, 게임과 같이 전문가들이 공들여 만든 내용물뿐만 아니라 일상적인 문자 대화, 인터넷 게시판에 쓴 댓글과 같이 간단한 글들도 콘텐츠이다.

최근에는 플랫폼이라는 말을 많이 사용한다. 플랫폼은 기차를 타고 내리는 역을 말하는데, 미디어와 관련해서는 이용자와 콘텐츠가 만나는 곳을 의미한다. 콘텐츠를 유통하는 포털이나 소셜 미디어, 온라인 동영상 서비스(OTT)가 대표적인 플랫폼이다. 스마트폰, 컴퓨터, 태블릿 피시 같은 단말기도 플랫폼이라고 할 수 있다. 단말기는 이용자가 컴퓨터와 의사소통할 수 있는 장치를 말한다.

같은 기기를 놓고 어떤 때는 미디어, 어떤 때는 플랫폼, 어떤 때는 단말기라고 하는데, 이것은 용어가 사용되는 맥락에서 중점을 두고 있는 속성이 다르기 때문이다. 예를 들어 스마트폰은 이용자가 컴퓨터와 소통할 수 있는 장치인 단말기인 동시에 이용자가 콘텐츠와 만나는 플랫폼이고, 사람들 간의 커뮤니케이션을 매개하는 미디어인 것이다.

➕ 포털(Portal)

‘관문’이라는 의미로, 인터넷에 접속할 때 통과하는 문을 의미한다. 포털은 인터넷에 있는 콘텐츠를 검색해주는 역할에서 출발했으나, 지금은 이용자들이 콘텐츠를 만나는 플랫폼으로서 미디어 생태계의 중요한 행위자로 부상했다.

➕ OTT(Over The Top)

텔레비전 셋톱 박스(Set-top box)나 인터넷망을 통해 영상 콘텐츠를 제공하는 서비스로 넷플릭스, 티빙, 웨이브 등이 대표적이다. 톱(Top)은 셋톱 박스를 의미하는데, 셋톱 박스는 외부에서 들어오는 신호를 받아 변환시켜 텔레비전으로 그 내용을 표시해 주는 장치를 말한다. 초기에는 셋톱 박스를 이용한 서비스가 많았지만, 지금은 인터넷망을 통한 서비스가 주를 이룬다.

매스 미디어, 개인 미디어, 소셜 미디어

인터넷이 등장하기 전에는 매스 미디어(Mass media)라는 말을 많이 사용했다. 매스(Mass)는 대중이나 불특정 다수를 말하므로, 매스 미디어는 불특정 다수에게 콘텐츠를 전달하는 미디어를 의미한다. 텔레비전, 신문, 라디오, 잡지, 영화와 같은 것들이 대표적인데, 방송국이나 신문사와 같은 전문 미디어 조직이 대중에게 일방적으로 콘텐츠를 전달한다는 점이 특징이다.

인터넷이 확산되면서 매스 미디어와는 다른 개인 미디어, 1인 미디어라는 용어가 등장했다. 개인 미디어는 한 사람 또는 소수의 사람들이 콘텐츠를 만들어서 전달하는 미디어를 말한다. 개인이 만들어서 지인이나 소수의 사람들에게 콘텐츠를 전달할 수도 있고, 팟캐스트나 동영상 공유 플랫폼을 이용해 불특정 다수의 사람들에게 전달할 수도 있다. 개인 미디어는 댓글이나 채팅 등을 이용한 양방향 커뮤니케이션을 전제로 한다는 점이 특징이다.

스마트폰의 등장과 함께 더욱 많은 사람들이 이용하게 된 소셜 미디어(Social media)는 사람들을 연결하는 관계망을 강조한 것으로, 네트워크 연결망으로 이어진 사람들이 서로 소통하면서 다양한 콘텐츠를 함께 즐길 수 있는 미디어를 말한다.

▶ 팟캐스트(Podcast)

오디오 파일 또는 비디오 파일 형태로 콘텐츠를 만들어 올리면 청취자들이 파일을 내려받아 이용할 수 있는 개인 미디어 플랫폼이다.

인터넷은 네트워크의 네트워크

통신 설비를 갖춘 컴퓨터를 이용하여 서로 연결시켜 주는 조직이나 체계를 네트워크라고 하는데, 우리가 늘 쓰고 있는 인터넷은 '네트워크의 네트워크'이다. 한 지역·국가 안에 있는 컴퓨터들 간의 네트워크가 다른 지역·국가들의 네트워크와 모두 연결되어 인터넷이라는 하나의 거대한 네트워크가 형성된다. 전 세계의 컴퓨터가 연결된 네트워크의 집합체가 인터넷인 것이다.

거미줄처럼 연결되어 있는 인터넷은 검열할 수도, 막을 수도 없는 거대한 그물망이다. 중국은 다양한 법과 규제로 인터넷을 검열, 통제하고 있다. 2019년 홍콩에서 「범죄인 인도법」 반대 시위가 일어났을 때, 중국 정부는 홍콩 시위가 본토로 번질 것을 우려해 인터넷 검열에 총력을 기울였다. 그럼에도 불구하고 당시 중국의 소셜 미디어에는 '홍콩', '시위' 등의 단어가 가장 많이 검색된 것으로 나타났다.

인터넷의 발달은 권력자들이 감추려고 했던 부당한 행위들을 알려 사회를 좀 더 정의롭게 만들어 가는 긍정적인 현상을 가져왔다. 하지만 소셜 미디어에 잘못된 정보를 올리면 순식간에 퍼져 나가 막대한 피해를 발생시킬 수 있다. 자신이 잘못 게재한 글을 삭제하더라도 네트워크를 통해 이미 여기저기 퍼져 나간 글들을 모두 찾아 지운다는 것은 매우 힘든 일이기 때문이다.

▶ 범죄인 인도법

범죄인 인도에 관하여 그 범위와 절차 등을 정함으로써 국제적인 협력을 증진하기 위하여 제정된 법률이다. 범죄인의 해외 도피 현상이 증가함에 따라 범죄인 인도에 관한 국내법을 제정하여 범죄인 인도 협약을 체결하는 기반을 조성하고 범죄 진압에 대한 국제 협력을 증진시키려는 데에 목적이 있다.

※ 소단원 탐구 활동

미디어의 개념 정확하게 사용하기

다음 활동을 하며 미디어의 개념을 다시 한번 확인하고, 맥락에 따라 정확하게 사용해 보자.

1 본문에서 배운 미디어의 개념을 활용하여 다음 그림을 설명해 보자.



2 매스 미디어 콘텐츠와 개인 미디어 콘텐츠의 차이점을 알아보자.

(1) 내가 자주 이용하는 매스 미디어 콘텐츠와 개인 미디어 콘텐츠를 자유롭게 떠올려 보고, 해당 콘텐츠를 이용하는 이유를 말해 보자.



최근 OTT 서비스로 영화 「신과 함께」를 봤는데, 실감 나는 컴퓨터 그래픽 덕에 몰입감이 굉장했어. 그리고 요즘 동영상 플랫폼 채널에서 운동 영상을 보면서 따라 하고 있어. 댓글로 서로 응원해 주고 궁금한 점도 물어볼 수 있어서 좋아.

(2) (1)에서 떠올린 콘텐츠 중 하나씩을 골라 특징을 정리해 보고 차이점을 이야기해 보자.

매스 미디어 콘텐츠		개인 미디어 콘텐츠	
제목		제목	
특징	• • •	특징	• • •

(2) 미디어의 변천

📌 **학습 목표** 미디어의 변천 과정을 탐구할 수 있다.

인류의 역사와 함께해 온 미디어

미디어는 인류의 역사와 함께 발전해 왔다. 인류는 문자 미디어 시대, 인쇄 미디어 시대, 방송 미디어 시대, 양방향 미디어 시대를 지나 소셜 미디어 시대에 살고 있다. 문자 미디어 시대는 점토판, 파피루스 등에 직접 문자를 적어 소통하던 시대이고, 인쇄 미디어 시대는 구텐베르크의 금속 활자 발명 이후 인쇄가 가능해지면서 신문이 대량 배포된 시기이다. 이어 방송 미디어 시대에 접어들면서 전신과 전화가 개발되어 멀리 떨어진 사람들과 빠른 소통이 가능해졌고, 라디오와 텔레비전의 등장으로 불특정 다수의 사람들에게 동시에 콘텐츠를 전달할 수 있게 되었다. 컴퓨터가 개발되면서 시작된 양방향 미디어 시대에는 미디어 생산자가 수용자에게 일방적으로 메시지를 전달하는 상황에서 벗어나 상호적인 소통이 가능해졌다. 그러나

실질적으로 양방향 소통이 활발해진 것은 소셜 미디어 시대가 도래한 이후이다. 소셜 미디어 시대가 되면서 개인은 콘텐츠 생산자이자 이용자가 되어 개인, 단체, 불특정 다수와 동시적·비동시적으로 소통할 수 있게 되었다.

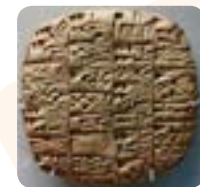
이러한 미디어의 변천 과정을 보면 미디어의 변화 속도가 엄청나게 빨라지고 있다는 사실을 알 수 있다. 문자 미디어 시대가 5,500여 년 동안 지속되고 있는 반면, 인쇄 미디어 시대는 약 500년, 방송 미디어 시대는 약 100년, 양방향 미디어 시대는 약 50년 정도밖에 되지 않았다. 또 지금은 인쇄, 방송, 소셜 미디어까지 모두 이용하고 있다. 앞으로 미디어는 더 빠른 속도로 발전할 것이고, 우리는 더 많은 미디어를 이용하게 될 것이다.

10 올드 미디어와 뉴 미디어

올드 미디어(Old media)와 뉴 미디어(New media)는 상대적인 개념이다. 지금 우리에게 스마트폰은 뉴 미디어이고 신문은 올드 미디어이지만, 1880년대에 신문은 뉴 미디어였다. 스마트폰이 지금은 뉴 미디어이지만, 앞으로 100년 후에는 올드 미디어가 될 수 있다는 뜻이다.

15 올드 미디어는 레거시 미디어(Legacy media)라는 말로도 불린다. 레거시 미디어는 현재에도 여전히 이용하고 있지만, 과거에 개발된 미디어를 뜻한다. 일반적으로 텔레비전, 신문, 라디오 등을 가리킨다.

미디어의 변천 과정



◀ **점토판** 갈대나 금속으로 점토 위에 문자를 남긴 메소포타미아의 수메르인

문자
미디어
시대



▲ **파피루스** 파피루스라는 식물로 만든 종이 또는 파피루스에 적은 고대 문서의 총칭



◀ **「아인코멘데 차이동」** 1650년 라이프치히에서 창간된 일간 신문

인쇄
미디어
시대



▲ **「구텐베르크 42행 성경」** 유럽에서 가동 금속 활자를 이용해 인쇄된 서적



▲ **「더 선」** 1833년 뉴욕에서 창간된 대중 신문

방송
미디어
시대



▲ **전신기** 모스 부호 등 전기적 신호나 미리 약속된 전기적 부호를 이용하여 정보를 주고받는 통신 기기



▶ **전화** 전화기를 발명해 최초로 공식 특허를 받고 사업을 벌인 그레이엄 벨

▼ **텔레비전** 전파를 매개로 하여 영상을 전달하는 도구



▼ **라디오** 방송국에서 발신하는 전파를 잡아 음성으로 복원하는 기계

▼ **에니악** 1946년에 완성된 최초의 대형 전자식 컴퓨터



◀ **스마트폰** 휴대 전화에 여러 컴퓨터 지원 기능을 추가한 단말기

양방향
미디어
시대



▲ **개인용 컴퓨터** 1980년대 이후 대중화된 개인용 컴퓨터



▲ **소셜 미디어** 인터넷상에서 이어진 사람들이 서로 정보를 공유하거나 콘텐츠를 함께 즐길 수 있는 미디어

살아남은 뉴 미디어, 사라진 뉴 미디어

비디오텍스(Videotex)



텔레비전 수상기나 컴퓨터 모니터를 단말기로 이용하고, 전화망을 통해 정보 센터와 연결하여 화상 정보를 제공하는 시스템을 말한다.

미디어의 변천 과정을 살펴보면 우리가 잘 모르는 미디어들이 있다. 1980년대에 는 비디오텍스라는 미디어가 등장했다. 프랑스에서는 전 국민이 쓸 정도로 많이 사 용되었지만, 우리나라에서는 사람들이 거의 사용하지 않아서 금세 사라졌다. 이처 럼 뉴 미디어가 모두 살아남는 것은 아니다. 우수한 기술을 기반으로 유용한 기능 을 갖춘 뉴 미디어도 잠깐 사용되다가 사라질 수 있다.

한 사회에서 뉴 미디어가 등장해 확산되려면 그 시대 사람들의 필요를 충족시켜 야 하고, 뉴 미디어를 받아들일 수 있는 사회 제반 여건과 문화가 만들어져야 한다. 또한 뉴 미디어가 기존 미디어와 구별되는 상대적 이점을 갖고 있어야 한다. 신문 과 라디오가 있던 시절에 등장한 텔레비전은 화면을 직접 볼 수 있다는 상대적 이 점이 있어 많은 사람들이 이용하게 되었다. 그렇다고 종이 신문이나 라디오가 사라 진 것은 아니다. 텔레비전과 구별되는 이점이 있기 때문이다.

〈종이 신문, 라디오, 텔레비전의 상대적 이점〉

종이 신문	라디오	텔레비전
<ul style="list-style-type: none"> • 휴대가 편리하다. • 해설·논평 등 심층적인 보도가 가능하다. • 다시 읽을 수 있다. 	<ul style="list-style-type: none"> • 종이 신문보다 생동감이 있다. • 텔레비전에 비해 생산 비 용이 경제적이다. • 다른 일을 하면서 동시에 청취가 가능하다. 	<ul style="list-style-type: none"> • 현장감이 있다. • 정보를 시청각적으로 생 생하게 전달한다. • 드라마 등 극화된 장르의 콘텐츠를 전달하기에 적 합하다.

각각의 미디어가 지닌 상대적 이점을 이해하는 것은 내가 어떤 미디어를 가지고 무엇을 할 것인지를 판단하는 데 도움을 주어 미디어를 좀 더 유용하게 이용하도록 한다.

인터넷 등장 이후의 미디어 생태계 변화

뉴 미디어가 등장하면 미디어 생태계가 변화한다. 사람들이 많이 이용하는 뉴 미 디어일수록 그 영향은 더욱 크다. 미디어의 변천 과정을 돌아볼 때 미디어 생태계 를 혁명적으로 바꿔 놓은 미디어는 바로 '인터넷'일 것이다. 인터넷은 미디어 콘텐 츠의 생산 방식, 형식과 내용, 서비스 방식뿐만 아니라 미디어 이용자의 이용 방식 등 모든 것을 바꾸어 놓았다.



가장 큰 변화는 인터넷 이용자들이 더 이상 신문의 독자, 라디오의 청취자, 텔레 비전의 시청자가 아닌 미디어 소비자이자 콘텐츠 생산자이며, 콘텐츠 유통의 주체 로 변신한 것이다. 그래서 생산자와 이용자의 역할을 동시에 하는 사람을 의미하는 '생비자'라는 말이 생겨났다. 시민 기자와 개인 미디어 크리에이터가 대표적인 생비 자이다. 시민 기자는 기자라는 직업을 갖고 있지 않지만, 기자처럼 우리 주변에서 일어난 사건을 취재하여 글을 쓰거나 사진과 동영상을 편집해서 뉴스를 생산한다. 개인 미디어 크리에이터는 방송국에서 일하지 않지만, 카메라 앞에서 다른 사람들과 소통하며 콘텐츠를 생산한다.

인터넷은 미디어 생산자와 이용자의 관계도 변화시켰다. 과거에는 기자나 피디 등 미디어 생산자들이 뉴스나 방송 프로그램을 만들어 일방적으로 전달했지만, 인 터넷이 등장한 이후부터는 이용자들이 기사가 쓴 기사에 댓글을 달거나 프로그램 홈페이지 게시판에 글을 게재하며 자신의 의견을 표현한다. 또 미디어 콘텐츠를 다 른 이용자와 함께 공유하고 소비하면서 생산 활동에 간접적으로 영향을 주기도 하 고 직접적으로 관여하기도 한다.

이와 함께 인터넷은 미디어 생태계에서 '콘텐츠의 유통'이라는 새로운 영역을 탄 생시켰다. 콘텐츠를 직접 생산하지 않는 포털과 같은 플랫폼이 미디어 생태계에서 중요한 행위자로 부각된 것이다. 최근 성장하고 있는 다양한 OTT 서비스도 콘텐츠 생산보다는 유통을 중심으로 한 미디어 기업이다. 앞으로도 콘텐츠의 유통은 미 디어 생태계에서 영향력 있는 위치를 점할 것으로 보인다.

생비자

생산자와 소비자를 결합하여 이르는 말로 프로슈머(Prosumer, Producer + Consumer)라고도 부른다.

미디어가 인류와 함께 어떤 과정을 거쳐 변화하고 발전해 왔는지를 파악하면 미디어를 이용한다는 것의 의미를 알 수 있다. 다음 활동을 하며 미디어의 과거와 현재, 미래를 살펴보자.

1 내가 가장 많이 사용하는 뉴 미디어를 하나 고르고, 올드 미디어와 어떤 차이가 있는지 써 보자.

<p>내가 가장 많이 사용하는 뉴 미디어</p>	<p>• 종이 신문에 비해 _____</p> <p>_____</p>
	<p>• 텔레비전에 비해 _____</p> <p>_____</p>

2 미디어의 변천 과정에서 많은 미디어들이 등장하고 사라졌다. 살아남은 미디어들도 변화와 발전을 거듭하고 있다. 아래 제시된 미디어들이 지속되고 있는 이유를 생각해 보고, 미래에는 어떻게 상상해 보자.

종이 신문	라디오	스마트폰
		

예




종이 신문은 한정된 지면에 엄선된 뉴스를 볼 수 있다는 매력이 있어. 쉽게 수정할 수 없으니 인터넷 신문 기사들보다 신뢰가 가기도 하고. 전자책이나 오디오 북이 생겼지만 종이책이 사라지지 않는 것처럼 사람들이 '종이'에 매력을 느끼는 한 종이 신문도 계속 살아남지 않을까?

사람들이 뉴스를 소비하는 방식이 종이 신문에서 모바일, 인터넷 등 디지털 방식으로 바뀌고 있어. 종이 신문 구독자는 점점 줄어들고 있고, 해외 언론 중에는 종이 신문을 폐간하고 온라인 신문으로 전환한 경우도 있다고 해. 이런 추세라면 언젠가 종이 신문은 사라진 미디어가 되지 않을까?



3 다음 방송 프로그램의 특징을 올드 미디어와 뉴 미디어의 개념을 활용해 설명해 보고, 이와 같은 융합이 일어나고 있는 미디어 콘텐츠를 더 찾아보자.



엠비시(MBC)에서 방영한 「마이 리틀 텔레비전」은 인터넷 개인 방송의 형식을 텔레비전 방송과 결합한 예능 프로그램이다. 요리, 미술, 종이접기, 패션쇼 등 도무지 연관성이라고는 찾아볼 수 없는 다양한 분야의 전문가들이 인터넷 생방송을 하고, 생방송된 내용을 편집하여 텔레비전 프로그램으로 방영하였다.

4 앞으로 등장할 뉴 미디어의 모습을 자유롭게 그려 보고, 기존의 미디어와 어떤 점이 다른지 정리해 보자.

예



기존 미디어와 다른 점

- ▶ 텔레비전에 비해 휴대가 용이하고, 시력에 영향이 적음.
- ▶ 스마트폰에 비해 화면이 커서 실제감이 있음.
- ▶ 텔레비전, 라디오, 컴퓨터에 비해 차지하는 물리적 공간이 작음.

내가 상상한 뉴 미디어

기존 미디어와 다른 점

1 다음 자료를 보고, '개인 미디어'에 대해 알아보자.

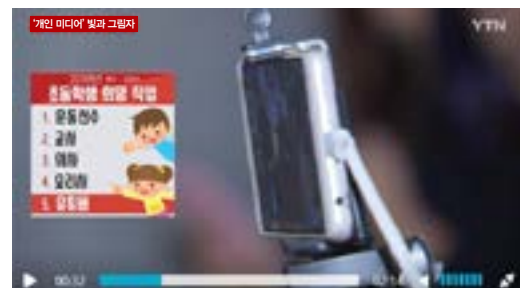
㉔ 대한민국 개인 미디어의 역사를 돌아보다

한국에서는 2003~2004년경 블로그가 본격적으로 도입되면서부터 '개인 미디어'라는 말이 등장했다. 하지만 그전까지 한국에 개인 미디어가 없었던 것은 아니다. 1990년대 후반, 초고속 인터넷이 도입되면서 유행한 '개인 홈페이지'는 개인이 직접 콘텐츠를 만들어 퍼트린다는 차원에서 현재의 개인 미디어와 같은 개념으로 볼 수 있다. 1999년에 창간된 『오마이뉴스』 역시 '시민 기자' 제도를 도입했다는 점에서 초기적인 형태의 개인 미디어라 할 수 있다. 사이트에 가입만 하면 누구나 자기가 쓴 기사를 게재할 수 있기 때문이다.

그러나 결정적으로 한국에 '개인 미디어'를 각인시킨 것은 결국 블로그였다. 개인 홈페이지를 만드는 것이 부담스러웠던 사람들은 미리 정해진 틀에 따라 디자인을 하거나 글을 올리는 것만으로도 그럴싸한 자신만의 미디어를 만들 수 있는 블로그 서비스에 많은 호응을 보였다. 블로그 붐이 일고 나서 얼마 지나지 않아 '유튜브'가 등장하며 동영상 기반의 개인 미디어 붐이 한국에 본격적으로 상륙하게 되었다. 텔레비전에서나 볼 법한 각종 영상을 우리가 직접 만들어 사람들과 공유할 수 있다는 것에 많은 이들이 큰 관심을 보였다. 개인 미디어가 다루는 영역도 점차 넓어지기 시작했다. 초창기에는 게임 방송이나 단순히 시청자와 실시간으로 대화를 나누는 것이 전부였다면 과학 실험, 요리, 미용, 운동 등 다양한 영역으로 가지를 치게 되었다.

- 『프레시안』, 2017년 4월 7일 기사

㉕ 개인 미디어 전성시대…… 빛과 그림자



- 와이티엔(YTN), 2019년 2월 24일 방송

(1) 내가 지금까지 이용해 본 개인 미디어를 자유롭게 적어 보자.

(2) 친구들과 최근 자주 이용하는 개인 미디어 플랫폼, 콘텐츠의 내용, 이용 목적 등에 대해 이야기를 나눠 보고, 개인 미디어를 PMI 기법으로 분석해 보자.

장점(Plus)	단점(Minus)	흥미로운 점(Interesting)

활동 도움말 제안된 아이디어의 장점(Plus), 단점(Minus), 흥미로운 점(Interesting)을 다각적으로 살펴보는 창의적 사고 기법을 PMI 기법이라 한다. 여러 가지 아이디어 중에 가장 최선의 아이디어를 결정하는 데 도움을 주고, 아이디어의 장단점을 측정할 수 있어서 아이디어 평가에 많이 사용된다.

(3) 내가 개인 미디어 생산자라면 어떤 콘텐츠를 만들지 개인 미디어의 긍정적인 면과 부정적인 면을 모두 고려하여 기획안을 작성해 보자.

제목:

- 플랫폼:

- 주제:

- 제작 목적:

- 예상 이용자:

- 제작 시 주의할 점:

2

미디어 산업의 구조와 특성

- (1) 미디어를 움직이는 사람들
- (2) 미디어의 공공성과 상업성

왜 배울까?

우리는 흔히 미디어 세상은 기자나 피디 등과 같은 생산자가 만들어 간다고 생각한다. 하지만 미디어 세상은 미디어 생산자뿐만 아니라 이용자, 광고주, 정책 결정자 등 다양한 주체들의 상호 관계에 따라 성장과 변화, 쇠퇴를 맞이해 왔다. 또한 미디어는 공공성과 상업성이라는 양면성을 가지고 있다. 많은 사람들에게 크고 작은 영향을 주는 미디어는 책임 의식을 가지고 공공성을 추구해야 하지만, 우리가 이용하는 모든 미디어가 그렇지는 않다. 미디어도 기업으로서 수익을 창출해야 하는 이면을 갖고 있기 때문이다. 이처럼 양면성을 지닌 미디어의 특성을 파악하고, 미디어가 어떤 사람들에 의해 움직이는지를 알면 미디어를 비판적으로 이해하는 데 도움이 된다.

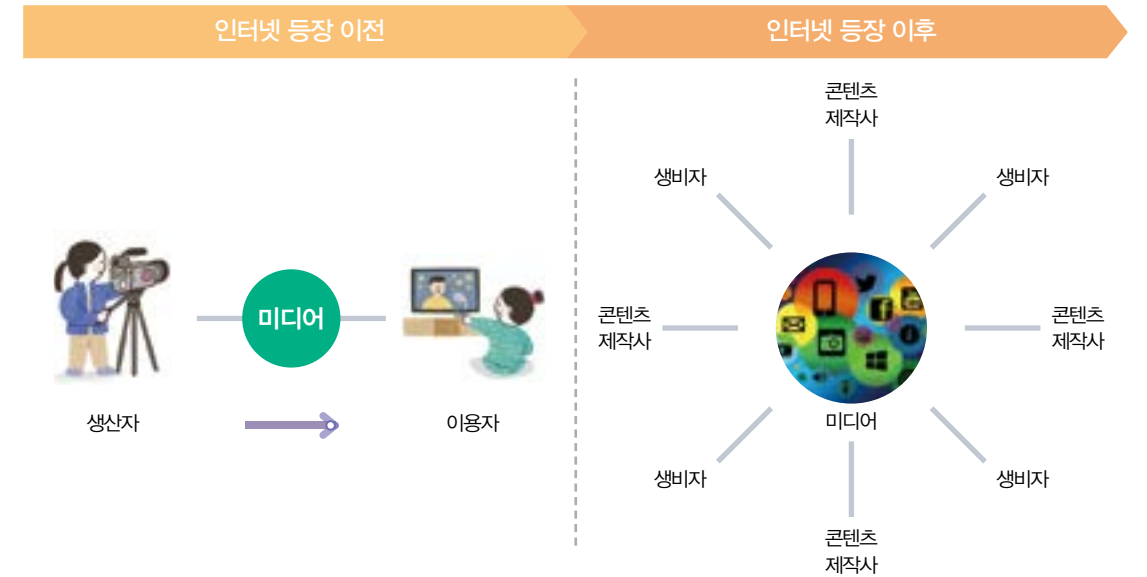
무엇을 배울까?

- 미디어 생태계를 움직이는 주요 행위자들이 누구이며 각각 어떤 역할을 하고 있는지 이해하고, 그 영향력을 파악한다.
- 공공성과 상업성의 양면을 가진 미디어의 특성을 이해하고, 미디어의 공적 역할을 강화하는 방법을 알아본다.



미리 보기 다음 그림을 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.

1 미디어 생산자와 이용자의 관계 변화



2 미디어의 공공성과 상업성



(1) 미디어를 움직이는 사람들

📌 **학습 목표** 미디어 생태계를 움직이는 주요 행위자의 역할을 이해할 수 있다.



▲ 제이티비시(JTBC) 드라마 「멜로가 체질」의 한 장면. 주인공 한주가 드라마에 간접 광고로 치킨을 넣기 위해 출연진을 설득하고 있다.

+ **간접 광고(PPL, Product Placement)**
특정 상품을 영화, 드라마, 웹툰 등 미디어 속에 의도적이고 자연스럽게 노출시켜 광고 효과를 노리는 광고를 말한다.

한주는 드라마 촬영장에서 간접 광고로 ⁺넝을 치킨을 준비하고 드라마에 상품이 잘 나올 수 있도록 감독과 배우를 설득하느라 진땀을 뺀다. 그러나 한주는 방송사 직원이 아니고 촬영 스태프도 아니다. 간접 광고를 할 상품을 섭외하고, 광고주의 요구에 따라 드라마에 상품이 잘 노출될 수 있도록 하는 드라마 제작사 직원이다.

이처럼 하나의 미디어 콘텐츠가 만들어지는 과정에는 우리가 잘 아는 피디, 작가, 기자 등과 같은 사람들 외에도 수많은 사람들이 다양한 역할을 하며 참여하고 있다.

미디어를 만드는 사람들

미디어를 움직이는 사람들로 가장 쉽게 떠올릴 수 있는 것은 콘텐츠 생산자이다. 콘텐츠 제작사와 그곳에서 일하는 사람들을 가리키며 구체적으로 신문사, 방송사, 드라마 제작사, 영화 제작사 등에서 일하는 기자, 사진 기자, 피디, 카메라 감독, 작가, 편집 담당자, 광고 담당자 등이 생산자에 해당된다. 인터넷이 확산됨에 따라 시민 기자, 블로거, 크리에이터들도 중요한 콘텐츠 생산자가 되었다. 또 크리에이터의 콘텐츠를 도와주고 저작권 관리와 프로그램 기획, 수입 등을 관리해 주는 다중 채널 네트워크(MCN)도 중요한 콘텐츠 제작사라 할 수 있다.

+ **MCN(Multi Channel Network)**
인터넷 콘텐츠 창작자들의 소속사, 기획사의 역할을 한다.

미디어의 생산과 유통을 모두 담당하게 된 이용자

이용자는 미디어 콘텐츠를 읽거나 보는 사람이다. 이용자는 인터넷 등장 이후 영향력이 점점 커져 미디어 생태계에서 중요한 역할을 하게 되었다. 과거에는 수용자

라는 말을 많이 사용했는데, 요즘은 수용자보다는 이용자, 사용자라는 말을 더 많이 사용한다. 크리에이터처럼 적극적인 생산자가 아니더라도 사람들은 댓글이나 상품평을 쓰거나 '좋아요'를 누르면서 콘텐츠의 일부를 구성하기도 하고, 소셜 미디어로 콘텐츠를 공유하는 유통자로서의 역할을 하는 등 능동적으로 미디어를 이용하기 때문이다. 이용자 개개인의 힘은 크지 않지만, 이용자들의 미디어 이용 형태는 미디어 생태계 변화에 중요한 역할을 하고 있다.

미디어 기업들의 주 수입원은 광고이고, 광고주는 많은 소비자에게 광고가 전달되기를 원한다. 이용자가 어떤 미디어를 이용하느냐에 따라 미디어 기업들의 성장과 쇠퇴가 결정되기 때문에 미디어 기업들은 항상 많은 이용자를 확보하려고 노력한다. 미디어 세상에서 이용자의 중요성이 점점 커질 수밖에 없는 것이다. 따라서 좋은 미디어 콘텐츠가 많아지기 위해서는 이용자의 책임이 크다는 점을 알아야 한다.

콘텐츠를 유통하는 플랫폼과 미디어 기업의 주 수입원인 광고

인터넷 등장 이후 콘텐츠의 유통은 미디어를 움직이는 중요한 행위로 부각되었다. 과거에는 콘텐츠의 생산과 유통을 동일한 조직에서 담당했다. 그러나 지금은 콘텐츠를 생산하지 않고 유통만 하는 조직이 있다. 포털이나 소셜 미디어, OTT 등의 플랫폼 기업들이다. 과거에는 주로 텔레비전에서 드라마나 예능 프로그램을 시청했지만, 요즘은 웨이브, 티빙, 넷플릭스, 디즈니 플러스 같은 OTT를 이용하는 사람들이 많아졌다. 뉴스도 네이버나 다음, 구글 같은 포털에서 보거나 유튜브, 페이스북, 인스타그램 같은 소셜 미디어를 통해 접하는 사람들이 많아지고 있다.



▲ 다양한 미디어 플랫폼

광고를 의뢰하는 광고주도 미디어 세상을 움직이는 중요한 행위자이다. 포털이나 소셜 미디어 같은 플랫폼 기업이 성장하는 것은 광고주가 비용이 많이 드는 신문이나 방송 광고보다 적은 비용으로 목표 소비자에게 노출될 수 있는 플랫폼 광고를 선호하기 때문이다.

언론은 입법, 행정, 사법과 견줄 만한 위치에 있다 하여 민주주의의 '제4부'라고 불린다. 그만큼 영향력이 크므로 언론은 경영과 광고로부터 독립된 편집권을 가져야 한다는 원칙을 갖고 있다. 그러나 우리는 이러한 원칙과 달리 뉴스 헤드라인을 자극적으로 제시하고 실시간 검색어와 연관된 기사를 쏟아 내는 것으로 이용자를 확보하고 광고를 유치하려는 언론사들을 쉽게 찾아볼 수 있다. 이처럼 광고주는 드라마나 예능 프로그램, 웹툰은 물론 뉴스에도 영향을 미치는 미디어 생태계의 주요 행위자이다.

미디어 관련 법을 만드는 국회의원과 정책을 집행하는 행정 기관

미디어 관련 법을 만드는 국회의원과 정책을 집행하는 행정 기관의 종사자들도 미디어 생태계를 움직이는 사람들이다. 미디어 관련 법과 정책이 어떻게 개정되고 신설되느냐에 따라 미디어 생태계가 바뀔 수밖에 없기 때문이다. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」과 「방송법」, 「정보 통신망 이용 촉진 및 정보 보호 등에 관한 법률」 등은 미디어의 등록과 허가, 규제 등 미디어 생태계에 영향을 주는 다양한 내용들을 규정한 법이다. 2009년 「방송법」이 개정된 이후 신문사가 방송사를 함께 경영할 수 있게 되면서 4개의 종합 편성 채널이 개국하게 되었다. 또 「신문 등의 진흥에 관한 법률」에서 포털은 언론사가 아니라 인터넷 뉴스 서비스 사업자로 규정되어 있다. 따라서 포털은 뉴스를 유통하고 있지만 언론의 자유와 책임, 편집권의 독립과 같은 원칙으로부터 영향을 받지 않는다.

이처럼 미디어 세상은 다양한 역할을 하는 행위자들로 구성되어 있다. 새로운 기술의 도입과 발전으로 미디어 환경이 급변하였고 미디어 행위자들의 역할은 점점 더 복잡해지고 있다. 이러한 상황 속에서 우리는 한 사람의 미디어 행위자로서 그 역할과 영향력을 이해하고, 미디어 생태계의 변화에 능동적으로 대처할 수 있어야 한다.

✦ 편집권
편집국 또는 보도국에서 뉴스를 선택, 구성, 배열하는데 관계되는 모든 일을 결정할 수 있는 권리

✦ 종합 편성 채널
보도·교양·오락 등 다양한 분야를 종합적으로 편성한 콘텐츠를 제공할 수 있는 방송 채널. 2009년 「방송법」 개정으로 신문이 방송을 겸영할 수 있게 됨에 따라 채널에이(Channel A), 엠비엔(MBN), 제이티비시(JTBC), 티브이조선(TV CHOSUN)이 개국했다.

✦ 소단원 탐구 활동

미디어 행위자의 역할과 책임 알기

미디어를 움직이는 행위자들의 역할을 알아보고, 점점 더 영향력이 커지고 있는 미디어 이용자의 역할과 책임을 생각해 보자.

1 내가 관심 있는 미디어 기업을 하나 정하고, 기업의 홈페이지나 채용 사이트 등을 찾아보며 구성원의 역할을 조사해 보자.

내가 관심 있는 미디어 기업 _____

구성원				
역할				

2 다음 기사를 읽고, 미디어 이용자의 역할과 영향력을 생각해 보자.

일본 정부의 반도체 부품 수출 규제 이후, 국내에서 시작된 일본산 제품 불매 운동이 한 달 가까이 계속되고 있다. 소셜 미디어마다 불매 운동 참여를 선언하거나 독려하는 메시지가 줄을 잇고 있다. 이○○ 교수는 “누가 주도하기보다 소셜 미디어를 통해 수위나 방법 등을 조절하고 있다.”라며 “일반적으로 시민 단체들이 주도하는 운동은 이렇게 되기 쉽지 않다.”라고 말했다. 반면 한국 사회 전체가 불매 운동 자체에 지나치게 매몰됐다는 평도 있다. 평론가 김○○ 씨는 “불매 운동으로 일본 기업만 타격을 입는 게 아니라 그 문제와 상관 없는 사람들, 즉 기업의 노동자나 해당 기업과 거래하는 한국 기업 등 제3의 피해를 입는 이들이 분명 존재한다.”라고 지적했다.

- 『국민일보』, 2019년 7월 24일 기사

- (1) 소셜 미디어에서 불매 또는 구매 운동을 독려하거나 소비를 한 후 인증 사진이나 후기를 남기는 등 소비자 운동에 참여한 경험을 이야기해 보자.
- (2) 소셜 미디어가 상품의 홍보와 마케팅에 미치는 영향을 생각해 보고, 이용자의 책임이 무엇인지 써 보자.

(2) 미디어의 공공성과 상업성

학습 목표 공공성과 상업성이라는 미디어의 양면적 특성을 이해하고, 미디어가 공적 역할을 수행하도록 감시하는 사회 제도에는 무엇이 있는지 파악할 수 있다.



최근 기후 변화 문제에 관심이 생긴 승현이는 포털에서 관련 정보를 찾아보았다. 뉴스 검색을 통해 현재 기후 변화 문제의 심각성을 알 수 있었고, 구체적인 환경 보호 방법도 배울 수 있었다. 그런데 뉴스 중간에 광고들이 너무 많이 나와서 보기가 불편했다. 언론은 국민의 알 권리를 위해 세상에서 벌어진 사건을 전달하는 공적 역할을 한다고 배웠는데, 뉴스 읽기가 불편할 정도로 광고를 하는 것을 보면 상업적 기업과 크게 다르지 않다는 생각이 들었다.

경쟁이 치열한 미디어 시장

신문과 라디오, 텔레비전이 주류를 이루었던 매스 미디어 시대에는 소수의 미디어가 많은 사람들에게 강력한 영향력을 행사했고, 미디어 간 경쟁이 심하지 않았기 때문에 미디어의 공적 역할이 강조되었다. 그러나 요즘처럼 다양한 미디어가 등장한 사회에서는 미디어들도 살아남기 위해 치열한 경쟁을 해야 한다.

미디어는 2개의 시장에서 경쟁을 하며 생존한다. 내용물 시장과 광고 시장이다. 내용물 시장에서는 콘텐츠를 만들어 많은 이용자를 확보하는 경쟁이 이루어지고, 광고 시장에서는 광고를 유치하기 위한 경쟁이 이루어진다. 이 두 시장은 분리된 것처럼 보이지만 자연스럽게 연결되어 있다. 이용자가 많은 콘텐츠에 광고주가 몰리기 때문이다. 최근 들어서는 콘텐츠를 다양한 플랫폼에 판매하면서 미디어 기업

의 수입원이 다양해졌지만, 광고는 여전히 가장 중요한 수입원이다.

미디어 영역의 특성 중 하나로 다른 종류의 미디어 사이에서도 경쟁이 발생한다는 점을 꼽을 수 있다. 예를 들어 선풍기를 만드는 기업은 텔레비전 수상기를 만드는 기업과 경쟁하지 않는다. 하지만 신문사는 신문사끼리만 경쟁하지 않고 방송사, 통신사, 포털, OTT, 개인 미디어 등 다양한 미디어와 경쟁해야 한다. 게다가 이용자가 미디어를 이용하는 시간은 한정적인데, 채널과 플랫폼의 수가 급증하면서 경쟁이 더욱 심화되었다. 이렇듯 경쟁이 심해지자 미디어가 사회에서 해야 할 공적 기능을 제대로 수행하기가 어려워졌다. 더 많은 이용자 확보와 광고 유치를 위해 자극적인 콘텐츠를 만들기도 하고, 어뷰징(Abusing)과 같은 잘못된 행태가 나타나기도 한다.

미디어의 공공성을 지키기 위한 사회 제도

치열한 경쟁 속에서 공공성을 저버리는 미디어가 많아지자 미디어가 공공성을 지키도록 유도하고 강제하는 제도가 등장했다. 미디어에 대한 규제는 크게 자율 규제와 공적 규제로 나뉜다.

미디어 기업과 미디어 종사자들은 미디어의 공적 책임을 지켜 나가기 위해 자신들이 생산한 콘텐츠를 스스로 감독하고 심의하는 자율 규제를 실시하고 있다. 방송국에서 내부에 심의실을 두고 자체 심의를 하거나, 인터넷신문위원회와 같은 자율심의 기구를 만들어 모니터링을 실시하고 있다. 그러나 자율 규제는 그야말로 자율이어서 시정하지 않더라도 강제할 방법이 없는 경우가 대부분이다. 예를 들어 인터넷신문위원회에서 선정성·정확성 등 심의 규정을 위반한 기사에 대해 주의·경고 등의 제재를 결정하고 통보하더라도 해당 신문사에서 시정하지 않으면 해결할 방법이 없다.

이에 반해 공적 규제는 일반적으로 입법에 의해 제도화되어 강제력이 작동하는 규제이다. 방송 내용을 심의해서 제재 여부와 수위를 결정하는 일을 담당하는 방송통신심의위원회와 영화와 비디오의 등급을 매겨 시청자를 보호하는 역할을 하는 영상물등급위원회가 하는 일이 공적 규제에 해당한다.

이러한 공적 규제는 미디어의 특성에 따라 다르게 적용된다. 신문보다는 방송에 대한 공적 규제가 많은데, 그 이유는 방송이 전파라는 공공재(公共財)를 사용하고, 불특정 다수에게 미치는 영향이 크기 때문이다. 공적 규제는 이용자들의 민원과 참여를 기반으로 이루어지므로 이용자들이 이런 사회적 제도에 대해 제대로 이해하고 적극적으로 활용해야 우리 사회에 좋은 콘텐츠가 많아질 수 있다.

+ 어뷰징(Abusing)

언론사가 클릭 수를 높이기 위해 기사 일부만 바꿔서 같은 뉴스를 반복해서 올리거나, 실제 내용과는 관계가 없는 인기 검색어, 연예인 이름 등을 제목에 넣어 포털에 기사를 전송하는 행위 등을 말한다.

+ 인터넷신문위원회

인터넷 신문 기사 및 광고에 대한 민간 자율 심의 기구. 인터넷 신문 이용자의 편의 및 인터넷 신문 산업의 지속적인 발전을 위해 다양한 활동을 전개하고 있다.


미디어를 견제하고 감시하는 시민단체

공적 제도는 아니지만, 다양한 시민단체에서 미디어를 견제하고 감시하며 미디어가 공적 역할을 제대로 수행하도록 유도한다.


- 민주언론시민연합
- 언론인권센터
- 한국여성민우회 미디어운동본부 등

공공성과 상업성이라는 미디어의 양면적 특성을 이해하면 미디어를 현명하게 이용할 수 있다. 다음 활동을 하며 미디어의 양면성에 대한 자신의 생각을 정리하고, 좀 더 나은 미디어 세상을 만드는 데 기여해 보자.

1 영화 「트루먼 쇼」의 장면과 즐거리를 보고, 다음 활동을 해 보자.



지상 최대 규모의 스튜디오에서 펼쳐지는 '트루먼 쇼'를 소개합니다!



광고 없이 24시간 방송되는 프로라서 등장하는 모든 상품이 광고인 셈이죠?

- 감독 피터 웨어, 「트루먼 쇼」, 1998

• 즐거리

평화롭고 부족함이 없어 보이는 작은 섬 '씨 헤이븐'에는 트루먼(짐 캐리 분)이라는 순수하고 인사성 밝은 청년이 살고 있다. 그런데 이 도시에는 트루먼만 모르는 비밀이 있다. 태어나서부터 지금까지 그의 모든 일상이 24시간 생중계로 전 세계에 방송되고 있다는 것이다. 그의 집과 직장을 포함한 마을 전체가 모두 세트장이고 부모님, 친구, 이웃, 심지어 아내까지 모두 배우이다. 말하자면 그의 인생은 자신을 뺀 나머지 모두가 거짓인 셈이다. 이 사실을 모르고 살던 트루먼은 어느 날 하늘에서 조명이 떨어지고 자신이 있는 공간에만 비가 내리는 등 석연치 않은 사건들이 하나둘씩 생기자 자신의 삶에 의심을 품기 시작한다.

(1) 나의 삶이 영화 속 '트루먼 쇼'처럼 상품화되어 생중계되고 있다면 어떨지 써 보자.

(2) 윤리적 문제가 있음에도 불구하고 영화 속 '트루먼 쇼'가 성공할 수 있었던 이유를 생각해 보고, 이 영화가 비판하고 있는 미디어의 특성이 무엇인지 이야기해 보자.

2 '방송 광고 규제'와 관련된 두 입장을 살펴보고, 자신의 생각을 정리하여 발표해 보자.



미디어 환경의 변화로 방송사의 광고 매출이 큰 폭으로 하락했고, 프로그램 제작 비용을 감당하기가 어려워졌습니다. 시청자가 원하는 고품질 프로그램 제작을 위해서라도 광고 규제 완화가 필요합니다.

요즘은 드라마나 예능 프로그램뿐만 아니라 뉴스에도 중간 광고가 나와 시청 흐름을 방해합니다. 광고 규제를 완화하더라도 광고는 시청률이 높은 프로그램에 몰릴 겁니다. 시청자들이 원하는 다양한 프로그램이 만들어지지 않을 거예요.



3 방송통신심의위원회의 심의 규정과 규제 사례를 참고하여 다음 활동을 해 보자.

제47조(간접 광고) 제1항 제3호

간접 광고는 간접 광고 상품 등의 기능을 시현하는 장면 또는 이를 이용하는 장면을 과도하게 부각하거나 구체적으로 소개하여 시청 흐름을 방해하여서는 안 된다.

규제 사례 > 엠비시(MBC) 「라디오○○」 (2018. 3. 28. 23:10~00:10)

예능 프로그램에서 간접 광고를 위해 등장한 휴대 전화의 특정 기능을 진행자가 자세히 언급하고, 이후 출연자와 진행자들이 해당 휴대 전화를 사용해 사진을 찍으며 머리 모양을 선택하는 등 특정 기능을 시현하는 내용을 방송함. [2018. 7. 9. 주의]

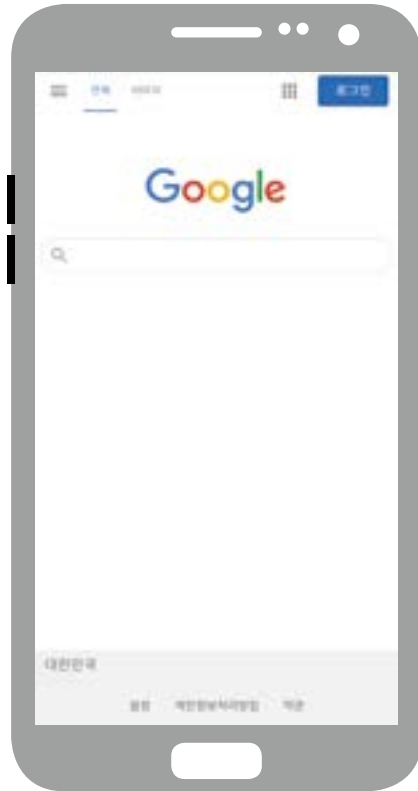
(1) 방송통신심의위원회 홈페이지에서 방송 심의 규정과 사례를 더 조사해 보자.

(2) 지금 방송되고 있는 프로그램 중 규정을 어긴 것을 찾아보고, 방송통신심의위원회의 양식에 따라 민원 신청서를 작성해 보자.

방송일	방송 프로그램
민원 제목	
민원 내용	

1 해외 포털과 국내 포털을 비교해 보자.

㉒ 해외 포털/검색 엔진 메인 화면



㉓ 국내 포털/검색 엔진 메인 화면



(1) ㉒와 ㉓의 구성 요소를 분석해 보고, 어떤 차이가 있는지 정리해 보자.

	가	나
구성 요소		
차이점		

(2) 다음 글을 읽고, 해외 포털과 국내 포털의 규제 차이에 대한 자신의 생각을 말해 보자.

국내 인터넷 뉴스 서비스 사업자들은 2009년 개정된 「언론 중재 및 피해 구제 등에 관한 법률」 시행 이후 해당 법률의 적용을 받고 있으며, 인격권 침해 게시물에 대해 삭제·차단하지 않거나 임시 조치에 나서지 않을 경우 손해 배상 책임이 발생하고 있다. 그러나 해외 사업자의 사정은 다르다. 국내 포털과 달리 해외 포털은 「신문 등의 진흥에 관한 법률」상 인터넷 뉴스 서비스 사업자가 아니기 때문에 당연히 손해 배상 책임 판례도 없다.

- 『미디어오늘』, 2019년 12월 21일 기사

2 기업인 포털이 미디어의 공적 역할을 수행하도록 하기 위해서는 어떤 사회 제도가 필요할까? 또 이용자들은 어떤 노력을 해야 할까? 다음 글을 참고하여 모둠별로 논의해 보자.

신문·방송 등 기존 언론과 마찬가지로 포털의 뉴스에서도 '편집의 독립성'은 중요한 가치이다. 직접 취재를 하지 않는 포털의 상황을 고려한다면, 적어도 뉴스를 선택하고 배열하는 데 있어, 정치권과 기업(광고주), 이익 단체 등의 압력에서 자유로워야 할 것이다. '편집의 독립성'은 사람이 개입하지 않는, 알고리즘을 활용한 기계적 편집으로 담보되는 것이 아니다. 알고리즘의 논리를 공개한다고 하더라도 내부 데이터에 대한 접근을 완전히 허용하지 않는 이상 '편집의 독립성'을 확인하기 어렵기 때문이다. 그렇다 하더라도 알고리즘의 논리를 구성할 때 '편집의 독립성'이라는 가치를 충분히 발휘할 수 있도록 하는 데 비중을 두어야 할 것이다. 그러나 그보다 더 중요한 것은 정치권이나 기업이 포털에 영향을 행사하지 않는 사회적 문화를 만들고, 그것을 감시할 수 있는 이용자의 민주적 활동이 보장되고 지원되어야 한다는 점이다. 포털의 영향력을 고려할 때 기사를 빼거나 넣어 달라는 청탁에 대해 처벌할 수 있는 제도적 장치도 고민해 보아야 할 것이다.

- 김경화·송경재, 「누가 2위 포털인 다음 뉴스를 이용하는가?」에서

사회 제도	이용자의 노력

활동 도움말 알고리즘은 주어진 문제를 논리적으로 해결하기 위해 필요한 절차, 방법, 명령어들을 모아 놓은 것을 말한다. 포털의 뉴스 편집 알고리즘은 언론사의 지명도 혹은 사안의 신속성과 같이 미리 정해진 기준에 따라 기계적인 방식으로 기사들을 걸러 낸 후 선정된 기사들을 포털 전면에 자동으로 배치한다.

3

미디어의 기능과 영향

- (1) 미디어의 순기능과 역기능
- (2) 미디어가 개인과 사회에 미치는 영향

왜 배울까?

“텔레비전은 바보상자”라는 말을 들어 보았을 것이다. 텔레비전의 부정적 영향을 강조한 말이다. 그런데 텔레비전은 우리를 정말 바보로 만들까? 우리가 텔레비전에서 무엇을 보고 어떻게 받아들이느냐에 따라 그 영향이 달라지는 것은 아닌지 생각해 볼 필요가 있다. 미디어가 어떤 기능을 하는지 이해하고 미디어가 개인과 사회에 미치는 영향을 파악한다면, 미디어의 순기능 강화에 기여하는 주체적인 미디어 이용자로 거듭날 수 있을 것이다.

무엇을 배울까?

- 미디어의 대표적인 기능 4가지를 이해하고, 미디어 행위자가 미디어의 순기능을 강화하기 위해 지켜야 할 원칙을 정해 본다.
- 미디어가 개인과 사회에 미치는 영향을 고려하여 미디어 리터러시를 함양해야 하는 이유와 중요성을 파악한다.



미리 보기 다음 그림을 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.

1 미디어의 기능

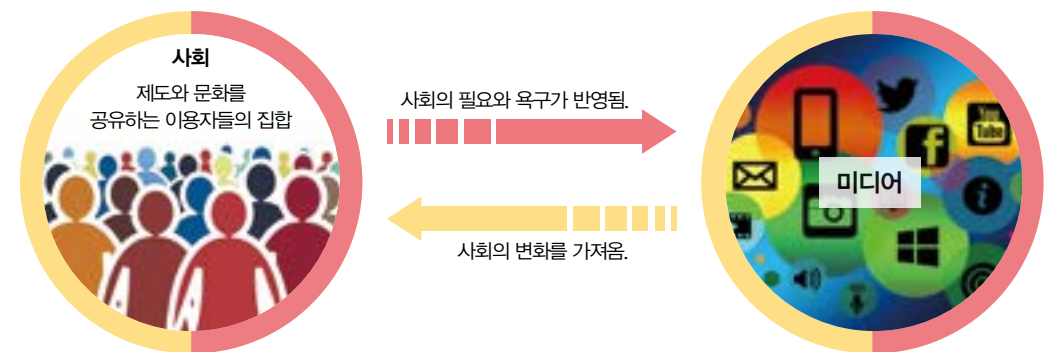
환경 감시 기능

상관관계 조정 기능

문화 전수 기능

오락 기능

2 미디어와 사회와의 관계



(1) 미디어의 순기능과 역기능

📌 **학습 목표** 미디어의 순기능과 역기능을 이해함으로써 미디어를 비판적으로 이용할 수 있다.

미디어의 기능
미국의 정치학자 헤럴드 라스웰(Harold Lasswell)이 미디어의 기능을 환경 감시, 상관관계 조정, 문화 전수의 3가지로 설명하였고, 이후 사회학자 찰스 라이트 밀스(C. Wright Mills)가 오락 기능을 추가했다.

우리의 일상에서 빼놓을 수 없는 존재가 된 미디어는 몇 가지 중요한 기능을 하고 있다. 미디어의 기능은 크게 환경 감시 기능, 상관관계 조정 기능, 문화 전수 기능, 오락 기능으로 나눌 수 있다. 동전에도 앞뒤가 있듯이 이 4가지 기능은 긍정적으로 작용할 수도 있고 부정적인 영향을 줄 수도 있다. 미디어를 비판적으로 이해하기 위해 미디어의 기능 4가지와 각 기능의 양면적 특성에 대해 알아보자.

우리 사회에 일어난 일들을 알려 주는 미디어

환경 감시 기능은 사회에서 일어난 여러 사건에 대한 정보를 수집하고 정리하여 전달해 주는 기능이다. 태풍이 올 때 어느 지역에 어떤 강도로 바람이 불고 비가 오는지 알려 주는 일, 명절에 교통 상황을 전달하는 일, 감염병이 확산됐을 때 방역 준칙과 발생 현황을 알려 주는 일 등이 환경 감시 기능이다. 국회에서 일어난 일과 경제생활에 필수적인 정보, 범죄 사건 보도도 환경 감시 기능에 해당한다.

재난이 닥치거나 큰 사건이 발생했을 때 환경 감시 기능은 사회에 닥친 위험을 알려 주는 긍정적인 역할도 하지만, 신속성과 속도성에 치중하여 추측성 보도를 하게 되면 잘못된 정보를 전달하여 이용자들을 혼란에 빠뜨릴 수 있다. 또 공포심을 지나치게 조장하거나 혐오감을 부추기기도 한다.



▲ 산발 발생 속보를 전하는 와이티엔(YTN) 뉴스 화면



▲ 감염병 발생 현황을 알려 주는 케이비에스(KBS) 뉴스 화면

환경 변화를 해설하고 갈등을 조정하는 미디어

상관관계 조정 기능은 사회에서 일어난 변화가 사회의 다른 부문들과 어떤 관계가 있는지, 개인과 사회에 어떤 영향을 미치는지를 설명해 주는 기능이다. 또 사회 갈등이 발생했을 때 미디어가 갈등의 원인과 입장의 차이, 여론, 대책 등을 해설해 줌으로써 갈등을 해소하고 사회적 합의를 도출하는 역할을 하는 것도 이에 해당한다. 해설 기사, 시사 다큐 프로그램 등이 상관관계 조정 기능을 하는 대표적인 콘텐츠이다.

구체적으로는 감염병이 발생했을 때 감염병 확산이 경제나 국제 관계에 미치는 영향을 설명하거나 개인의 일상생활이 어떻게 바뀌어 갈 것인지, 감염병 상황을 극복하기 위해서 정부, 기업, 의료진 등 사회 구성원들이 어떤 역할을 해야 하는지를 분석하고 해설해서 보여 주는 프로그램을 예로 들 수 있다.

미디어의 상관관계 조정 기능은 사회적 갈등을 해소해서 사회를 안정화하는 역할을 하기도 하지만, 사회 순응적인 시각을 확산해서 사회 변화를 저해할 수도 있다.



▲ 아동 학대 사건을 다룬 에스비에스(SBS) 시사 다큐 프로그램 '그것이 알고 싶다'



문화를 전수하는 미디어

문화 전수 기능은 사회의 구성원들이 그 사회가 보유하고 있는 다양한 문화와 정보, 가치와 규범을 공유할 수 있도록 하고, 그것을 다음 세대로 전달하는 기능이다. 친구들과 사이좋게 노는 모습 등을 보여 주는 어린이 프로그램이나 우리의 전통문화를 소개하는 프로그램 등이 이에 해당한다. 공통의 경험을 공유하여 문화를 유지하게 해 주고, 지켜야 할 규범을 알려 주어 사회의 구성원으로서 잘 적응할 수 있도록 돕는 역할을 한다.



▲ 외국어·외래어를 대체할 수 있는 우리말을 소개하는 이비에스(EBS)의 '쉬운 우리말 나랏말싸미'

이러한 기능은 공통의 가치와 규범을 공유하여 구성원들의 사회화를 돕는 긍정적 역할을 하지만, 가부장의 권위를 강조하거나 성 역할 고정 관념을 강화하는 등 잘못된 가치를 계속 전달하는 부정적 역할을 하기도 한다.

생활의 긴장을 풀어 주는 미디어

오락 기능은 미디어가 사람들의 휴식과 오락을 위해 볼거리와 읽을거리를 제공하는 기능을 말한다. 우리는 코미디나 예능 프로그램, 드라마, 영화, 웹툰, 게임 등 재미를 주는 콘텐츠를 즐기며 생활 속 긴장을 풀고 활기를 얻는다. 특히 텔레비전은 소수의 사람들만 즐길 수 있었던 고급문화를 보통 사람들도 저렴한 비용으로 향유할 수 있게 해 주었다.

이러한 기능은 사람들에게 편안한 휴식을 제공하는 역할을 하지만, 선정적이고 폭력적인 문화를 확산하거나 오락적인 것에만 지나치게 몰입하게 하여 사회 문제에 대한 무관심을 초래하기도 한다.

이처럼 미디어는 누가 어떻게 만들고 이용하느냐에 따라 긍정적으로 기능하기도 하고 부정적으로 기능하기도 한다. 그러므로 미디어가 사회에서 순기능을 수행하기 위해서는 이용자, 생산자, 유통자, 정책 입안·집행자, 광고주 등 미디어 생태계를 움직이는 사람들이 자신의 역할과 영향력을 알고 책임감을 가져야 한다.



▲ 다양한 웹툰 콘텐츠를 제공하는 플랫폼

소단원 탐구 활동 미디어의 기능 이해하고 순기능 강화 원칙 정하기

다음 활동을 하며 내가 자주 이용하는 미디어 콘텐츠의 기능을 확인하고, 미디어가 우리 사회에서 긍정적 기능을 수행하기 위해 미디어 생태계의 주요 행위자들이 지켜야 할 원칙을 정해 보자.

1 내가 최근에 이용한 미디어 콘텐츠를 다음 기능에 따라 분류해 보고, 그렇게 분류한 이유를 말해 보자.

<p>환경 감시 기능</p> <p>예 국민 재난 안전 포털에서 본 지진 대피 요령 자료집</p>	<p>상관관계 조정 기능</p> <p>예 취업난에 대한 대책 마련을 촉구하는 신문 사설</p>
<p>문화 전수 기능</p> <p>예 전통 의복에 대해 다룬 텔레비전 다큐멘터리</p>	<p>오락 기능</p> <p>예 내가 좋아하는 아이돌의 안무 연습 영상</p>

2 다음 글을 참고하여 인터넷 뉴스 댓글 페이지에 대한 자신의 생각을 정리해 보고, 미디어가 순기능을 수행하기 위해 미디어 생태계의 주요 행위자들이 지켜야 할 원칙을 정해 보자.

○○ 포털이 연예 뉴스 댓글을 폐지하면서 논란이 전체 뉴스 댓글로 번지고 있다. 직장인 양 모 씨(27)는 “극렬 지지자나 특정 커뮤니티 사용자가 댓글 창을 도배하고 있다.”라며 “이런 댓글이 상위권을 차지하면 보통 사람은 그게 여론이라고 착각한다.”라고 말했고, 대학생 최 모 씨(25)는 “댓글 창에 특정 지역을 비하하거나 외국인, 장애인을 비하하는 표현이 셀 수 없이 많다.”라고 지적했다. 이와 같이 뉴스 댓글의 부작용을 우려하는 목소리가 커지고 있지만, 폐지해선 안 된다는 반론도 제기된다. 직장인 정 모 씨(26)는 “기사를 비판하거나 여론을 드러내는 댓글의 역할을 무시해선 안 된다.”라며 “악성 댓글을 해결한다는 이유로 이미 형성된 공론장을 폐지하는 건 납득할 수 없다.”라고 말했다. -『중앙일보』 2019년 10월 30일 기사

미디어 생산자	미디어 유통자	미디어 이용자

(2) 미디어가 개인과 사회에 미치는 영향

📌 **학습 목표** 미디어가 자신의 삶과 사회에 미치는 영향을 이해하고, 주체적으로 미디어를 이용할 수 있다.

미디어는 세상을 바라보는 창

미디어가 나의 생각이나 행동을 바꿀 수 있을까? 신문, 영화, 라디오만 있었던 1920년대에는 미디어에 담긴 메시지가 사람들의 태도를 바꿀 수 있다고 생각했다. 5
전쟁 영화를 본 어린이들은 전쟁놀이를 하면서 놀고, 폭력적인 영화를 본 사람은 폭력적인 성향을 보인다는 것이다. 그러나 시간이 흘러 다양한 미디어를 이용하게 되면서 미디어의 영향이 사람마다 다르게 나타난다는 연구들이 나왔다. 이용자의 교육 정도, 경험, 기존에 갖고 있었던 생각 등에 따라 같은 콘텐츠를 보더라도 미디어의 효과가 달라진다는 것이다. 10

그렇다면 미디어가 영향을 미치는 수준은 어느 정도일까? 한 번도 만나 보지 못한 북한 사람들과 한 번도 가 보지 못한 중동에 대해 우리가 갖고 있는 이미지는 어떻게 형성된 걸까? 미국의 언론인 월터 리프먼(Walter Lippmann)은 미디어가 우리들 머릿속에 상(像, 이미지)을 구축한다고 말했다. 드라마나 영화를 보면서 한 번도 만나 보지 못한 북한 사람들과 한 번도 가 보지 못한 중동에 대한 이미지를 만들어 낸다는 것이다. 15

또 미국의 정치학자 버나드 코언(Bernard Cohen)은 미디어는 이용자가 어떻게 생각하도록 하기보다는 무엇에 대해 생각할 것인가에 영향을 준다고 말했다. 미디어가 우리의 생각이나 행동 자체를 바꾸기보다 우리 사회가 당면한 문제가 무엇 인지를 생각하게 하는 데 영향을 준다는 것이다. 즉, 많은 미디어가 청년 취업난 20의 심각성이나 대학 입시의 공정성이 중요하다고 강조하면 우리는 그 문제가 우리 사회에서 중요한 의제라고 생각하게 된다는 의미이다. 이를 미디어의 의제 설정(Agenda setting)이라고 한다.

우리는 미디어를 통해 현재 우리 사회에 어떤 일이 일어나고 있는지를 파악한다. 하지만 미디어가 이 세상에서 발생한 모든 사건을 보여 주는 것은 아니다. 또한 사 25건의 전부를 보여 주기보다는 사건의 일부를 보여 준다. 그러므로 기사 한 건을 보



▲ 만 18세 선거 연령 하향과 관련된 와이티엔(YTN)과 엠비엔(MBN)의 뉴스

고 어떤 사건을 이해하거나 특정 언론사의 기사들만 보고 사건에 대해 판단해서는 안 된다. 미디어가 특정한 의도를 갖고 뉴스를 보도하거나 방송 프로그램을 만들었을 때, 미디어에서 강조한 사건에만 주목하거나 미디어에서 보여 준 관점을 그대로 받아들이면 잘못된 판단을 내릴 수 있기 때문이다. 이러한 미디어의 영향력을 고려 5하여 다양한 미디어에서 여러 관점의 기사들을 읽고 비판적으로 이해해야 한다.

관점의 틀을 제시하고 세계관을 창조하는 미디어

미디어는 특정 집단에 대한 사회의 고정 관념을 재생산⁺하고 강화할 수 있다. 한국양성평등교육진흥원은 「2018년 대중 매체 양성평등 모니터링 보고서」에서 “어린이 프로그램에서 위기에 처한 사람을 구해 내는 영웅적 면모를 보여 주는 주인공 10캐릭터는 대부분 남성이 담당하고, 여성 캐릭터는 주로 돌봄의 역할을 담당하거나 보다 사소한 사건에 투입되는 경향을 보였다.”라고 짚은 바 있다. 이처럼 미디어가 차별을 강화하고 확산시킬 수 있으므로 미디어를 이용할 때는 특정 집단에 대한 고정 관념이 담겨 있지 않은지 비판적으로 바라보아야 한다.

또한 미디어를 많이 보는 사람들은 세상에 대한 특별한 이미지를 갖는다고 한다. 15텔레비전을 많이 보는 사람은 살인이나 폭행이 현실에서 발생하는 것보다 더 많이 일어난다고 인식하는 경향이 있다. 또 변호사나 경찰, 의사가 현실보다 더 많이 존재한다고 생각하기도 한다. 텔레비전에 살인이나 폭행 같은 범죄가 많이 나오고, 변호사나 경찰, 의사들이 많이 등장하기 때문이다. 이렇듯 미디어는 우리의 세계관을 창조한다. 조직폭력배를 의리 있고 용기 있는 사람들로 그린 영화나 킬러를 아 20름답게 그린 영화를 보고 조직폭력배나 킬러에 대해 긍정적인 이미지를 갖게 되지는 않았더라도 폭력이 필요한 경우가 있다는 생각을 하게 되었다면 미디어가 현실을 창조한다는 의미를 되새겨 보아야 할 것이다.

+ 고정 관념의 재생산
사회에 형성된 특정 집단에 대한 고정 관념을 미디어가 반복해서 재현하는 것을 말한다.



▲ 다양한 미디어가 인간의 사고와 행동에 영향을 미친다는 것을 추상적으로 표현한 그림

정보 과부하와 선택의 어려움

우리가 어떤 미디어를 선택하느냐에 따라 미디어가 우리에게 미치는 영향이 달라진다. 과거와 달리 지금은 콘텐츠를 접할 수 있는 채널과 플랫폼이 매우 많다. 신문이나 방송사뿐만 아니라 수없이 많은 크리에이터들이 다양한 콘텐츠를 쏟아내고 있다. 과거에 비해 이용자가 선택할 수 있는 미디어의 범위가 넓어졌기 때문에 이용자가 어떤 미디어를 선택하고 이용하는지가 더욱 중요해졌다.

스마트폰을 이용해 포털에 자주 접속하는 사람이라면 하루에도 수많은 뉴스와 정보를 접하고 거기에 달린 댓글을 본다. 기업들이 쏟아 내는 상품 광고, 크리에이터들이 제작한 방송, 소셜 미디어 계정에 계속해서 새롭게 올라오는 게시물, 메신저로 친구들이 보내 주는 사진, 정보, 이야기까지 우리가 접하는 콘텐츠는 어마어마하게 많다. 또 미디어에는 우리를 유혹하는 콘텐츠들이 넘쳐 난다. 과거에는 구하기 힘들었던 음란물을 오늘날에는 내 손에 있는 스마트폰으로 쉽게 볼 수 있다. 누군가를 특별한 이유도 없이 비난하는 혐오 표현과 막말들, 차마 보기 힘든 폭력적인 장면들까지 떠돌아다닌다. 낯시성 정보나 정보를 가장한 광고, 진짜 같은 가짜 뉴스에 나도 모르게 노출되기도 한다.

수없이 많은 콘텐츠 중에서 우리는 무엇을 볼 것인가? 잘못된 선택으로 거짓 사실과 왜곡된 관점에 꾸준히 노출되면 우리는 세상에 대해 거짓된 이미지를 갖게 되고, 그 거짓 세상을 믿게 된다. 그 결과는 히틀러의 선전에 꾸준히 노출되어 무시무시한 살상을 저지른 독일군처럼 상상을 초월한 무서운 현실이 될 수도 있다. 그래서 '미디어 리터러시'가 중요하다.

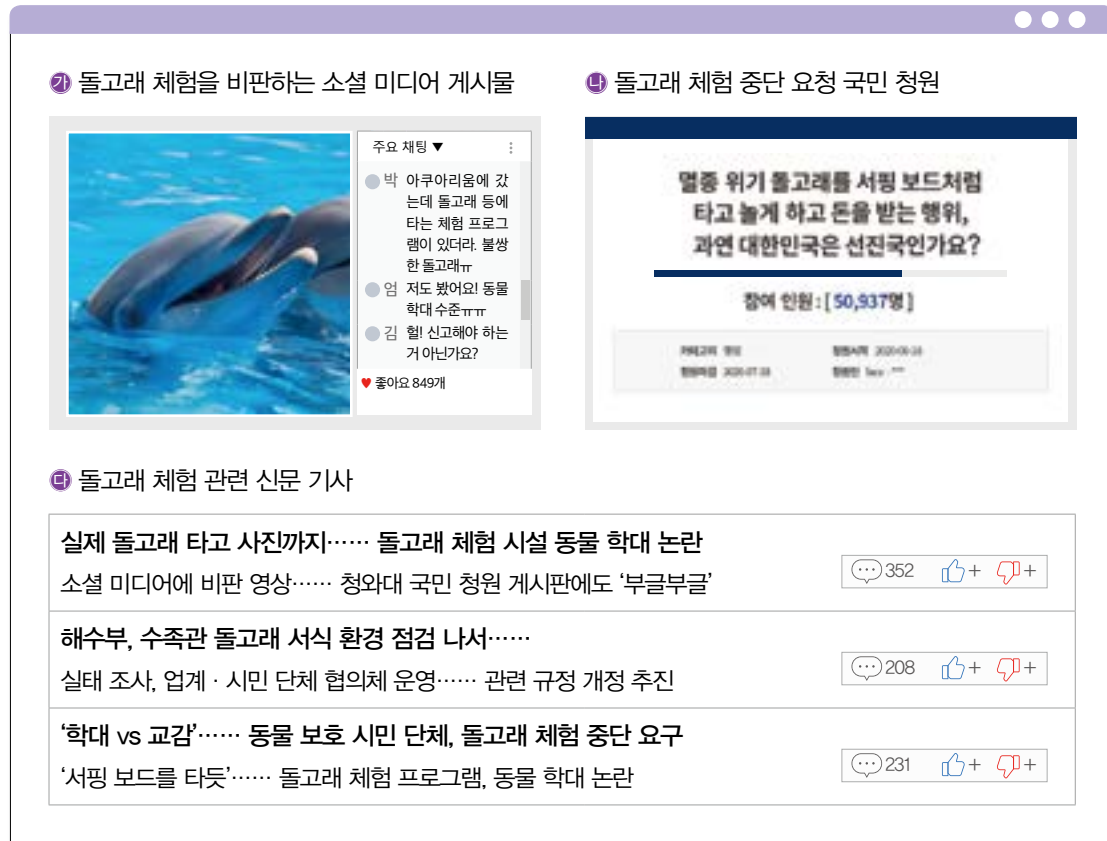
미디어 리터러시는 ① 다양한 미디어를 통해 필요한 콘텐츠에 접근하고, ② 미디어에 대한 이해를 바탕으로 미디어 콘텐츠를 비판적으로 해석하며, ③ 자신의 생각을 표현하기 위해 미디어 콘텐츠를 창의적으로 생산하되, 그 영향에 대해 책임을 지고, ④ 미디어를 활용해 사회적 소통에 참여할 수 있는 능력을 말한다. 급변하는 미디어 환경 속에 다양한 콘텐츠와 서비스가 쏟아지고 있는 오늘날, 현명한 미디어 이용자가 되려면 미디어 리터러시를 함양하기 위해 끊임없이 노력해야 한다.

⊕ 정보 과부하

이용할 수 있는 정보의 양이 인간의 뇌가 처리할 수 있는 정보 처리 능력을 초과하여 도움이 아닌 방해가 되는 상태를 말한다.

급변하는 미디어 환경이 의제 설정 과정에 미치는 영향을 파악해 보자. 그리고 대통령 선거에서 첫 투표를 하게 되었다고 가정한 후 나의 미디어 이용을 성찰해 봄으로써 미디어 리터러시를 함양해 보자.

1 매스 미디어가 중요하다고 반복적으로 강조하는 것을 우리 사회의 중요한 의제라고 생각하게 되는 전통적인 의제 설정 과정과 달리 최근에는 의제 설정 과정에 변화가 일어나고 있다. 달라진 의제 설정 과정을 보여주는 자료를 참고하여, 다음 활동을 해 보자.



(1) 최근에는 위의 자료와 같이 소셜 미디어나 인터넷 게시판에서 화제가 된 사건이 언론 보도로 이어지는 경우가 많다. 위와 같은 사례를 더 찾아보자.

(2) 언론이 의제를 형성하던 것과 달리 인터넷 이용자들이 의제를 형성하고, 그 의제를 주류 언론이 다루게 된 것의 긍정적인 점과 주의해야 할 점을 친구들과 이야기해 보자.

2 대통령 선거에서 첫 투표를 하게 되었다고 가정하고, 다음 활동을 해 보자.

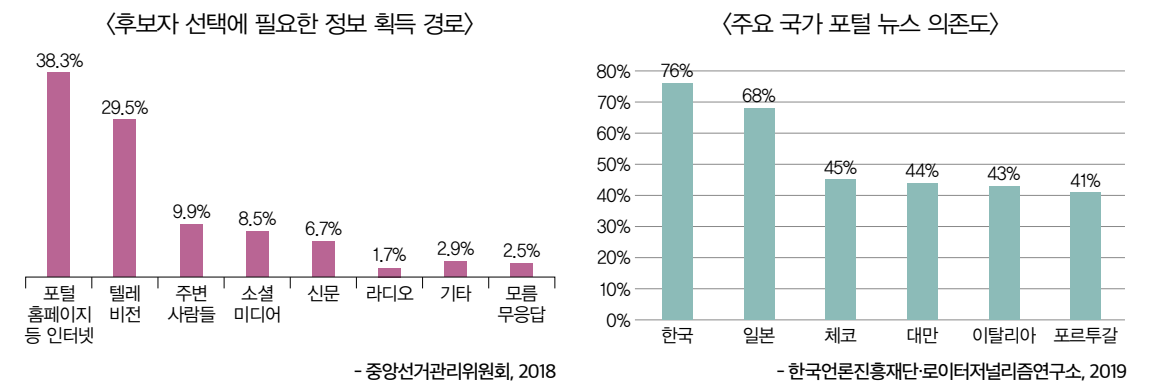
(1) 내가 대통령 후보를 직접 만날 가능성과 미디어를 통해 간접적으로 만날 가능성이 얼마나 될지 생각해 보자.

대통령 후보를 직접 만날 가능성	미디어에서 대통령 후보를 만날 가능성	합계
		100%

(2) 평소 나의 미디어 생활을 되돌아보며, 대통령 후보 선택에 필요한 정보 획득 경로와 영향을 주는 정도를 예상해 보자.

정보 획득 경로	구체적인 매체명/인물명	영향을 주는 정도
포털		
텔레비전		
소셜 미디어		
신문(인터넷 신문 포함)		
라디오		
주변 사람들		
총		100%

(3) 다음 설문 조사 결과를 보고 알 수 있는 사실을 써 보자.



(4) 포털은 뉴스를 직접 취재해 생산하지 않고 언론사로부터 공급받은 뉴스를 제공한다. 이러한 점을 고려하여 포털에서 정보를 얻을 때 주의해야 할 점을 생각해 보고, 미디어에서 선거 정보를 접할 때 어떤 자세를 지켜야 할지 이야기해 보자.

나의 진로 로드맵 그리기

내가 관심 있는 미디어 관련 직업을 조사해 보고, 나의 흥미와 적성을 고려하여 꿈과 목표에 한걸음 더 다가가기 위한 진로 로드맵을 그려 보자.

1 다음 인터뷰를 보고, 미디어 관련 직업을 가진 사람들에게 필요한 역량과 태도가 무엇인지 생각해 보자.



▲ 티비시(TBC) 기자

모든 직업이 그렇지만 기자에게도 많은 판단이 필요하고, 판단에는 반드시 책임이 따릅니다. '이 기사를 써야겠다, 쓰지 않아야겠다.' 결정하는 것에서부터 기사를 쓰는 과정에서도 이 부분을 더 취재하겠다는지, 이 부분은 생략하겠다는지 하는 다양한 '자의(自意)'가 들어갈 수 있어요. 전적으로 기자 개인의 몫이구요.

기자가 되고 싶다면 내가 쓰고 싶은 기사가 어떤 종류인지, 또 사회에 어떤 성격의 영향력을 주고 싶은지를 생각해 봐야 해요. 그것에 따라 지원해야 하는 회사나 지역이 달라질 수 있어요. 예를 들면 경제 부문에 관심이 있을 때 경제지나 경제 관련 전문 매체에 입사하는 것이 후에 이직을 하거나 경력을 쌓을 때도 큰 도움이 될 수 있죠. 종이 신문 기반인지 인터넷이나 텔레비전 기반인지 하는 플랫폼의 문제와, 매체의 정치적인 성향이 개인과 잘 맞는지의 문제도 충분히 고민해 봐야 해요. 그리고 그 모든 건 그 회사에서 이미 쓴 '기사들' 안에 답이 있죠. 뉴스며 신문이며 부지런히 모니터링하고 자신의 방향을 정하는 게 중요합니다.

- 박정, 대한민국 청소년 기자단 인터뷰

개인 미디어 크리에이터가 되기 위해서는 콘텐츠 생산의 전문성을 키워야 합니다. 콘텐츠를 왜 만드는지 스스로 질문을 던지고 분명히 답할 수 있는 기획이 필요해요. 또 기획한 것을 영상으로 찍는 기술과 편집하는 기술도 필요합니다. 마지막으로 콘텐츠 공개에 대한 최종 결정과 전체 제작을 혼자서 할 수 있어야 해요. 콘텐츠 생산의 규모가 커지면 팀을 구성하고 분업을 해서 작업을 하기도 하지만 전체 과정을 다 할 수 있어야 합니다.

이 직업의 매력은 자신이 원하는 미디어 콘텐츠를 만들고, 그 책임도 자신이 져야 한다는 거예요. 내가 만들고 싶은 것을 만드는 것에서 끝나는 것이 아니라, 그 콘텐츠를 보는 사람들에게 미칠 영향을 고민하고 이용자들의 반응을 꼼꼼히 확인해야 하죠. 그렇기 때문에 내가 왜 크리에이터가 되고 싶은지를 깊게 생각할 필요가 있어요. 돈 때문인지, 내가 하고 싶은 걸 자유롭게 할 수 있기 때문인지요. 어떤 직업이나 분야도 마찬가지겠지만 많은 돈을 벌고 인기를 얻는 사람들은 매우 적어요. 개인 미디어 크리에이터는 누구나 쉽게 시작할 수 있는 직업이지만, 이 직업을 갖기 전에 충분히 많은 고민과 생각하는 시간을 가져 보라고 다시 한번 말씀드리고 싶어요.

- 남기형, 진로 정보망 커리어넷 인터뷰



▲ 개인 미디어 크리에이터

2 내가 관심 있는 미디어 관련 직업을 선택하고, 선택한 직업에 대한 정보를 조사하여 정리해 보자.

내가 관심을 갖고 있는 직업: _____

직업에 대한 정보

하는 일	
준비 과정	
필요한 자질	
앞으로의 전망	

3 나의 흥미와 적성을 고려했을 때 이 직업과 잘 맞는 점과 맞지 않는 점을 파악해 보자.

나의 흥미와 적성	직업과 잘 맞는 점	직업과 맞지 않는 점

4 시기별로 보완해야 할 점이나 키워야 할 능력을 생각해 보고, 진로 로드맵을 만들어 보자.

	현재				
시기별 목표 (지위)					
해야 할 공부					
갖추어야 할 경험과 자격					
인적 네트워크					

배운 내용 정리하기

다음 설명의 올바른 답이 가리키는 번호를 표에서 찾아 색칠하며 배운 내용을 확인해 보자.

<p>사람과 사람 사이의 커뮤니케이션을 매개하는 것만 미디어라고 한다.</p> <p>예 ▶ 1번 아니요 ▶ 2번</p>	<p>매스 미디어의 종류에는 텔레비전, 신문, 라디오 등이 있다.</p> <p>예 ▶ 3번 아니요 ▶ 10번</p>	<p>개인 미디어는 비전문가가 만든 것으로, 양방향 소통이 불가능하다.</p> <p>예 ▶ 12번 아니요 ▶ 5번</p>																																				
<p>올드 미디어와 뉴 미디어는 상대적인 개념이다.</p> <p>예 ▶ 18번 아니요 ▶ 23번</p>	<p>미디어의 변화 속도는 점점 빨라지고 있다.</p> <p>예 ▶ 25번 아니요 ▶ 4번</p>	<p>기존 미디어와 구별되는 상대적 이점이 없어 사라진 미디어를 레거시 미디어라고 한다.</p> <p>예 ▶ 34번 아니요 ▶ 20번</p>																																				
<p>미디어 이용자는 미디어 생산과 유통의 역할은 담당하지 않는다.</p> <p>예 ▶ 22번 아니요 ▶ 16번</p>	<p>미디어 기업의 가장 중요한 수입원은 광고이다.</p> <p>예 ▶ 32번 아니요 ▶ 7번</p>	<p>미디어는 공공성과 상업성이라는 양면적 특성을 지닌다.</p> <p>예 ▶ 17번 아니요 ▶ 30번</p>																																				
<p>영상물등급위원회가 영화와 비디오의 등급을 매기는 것은 사적 규제에 해당한다.</p> <p>예 ▶ 33번 아니요 ▶ 8번</p>	<p>미디어가 사회의 문화와 공통 규범을 전달하는 것을 환경 감시 기능이라고 한다.</p> <p>예 ▶ 21번 아니요 ▶ 11번</p>	<p>미디어의 오락 기능에 지나치게 몰입하면 사회 문제에 대한 무관심을 초래할 수 있다.</p> <p>예 ▶ 6번 아니요 ▶ 24번</p>																																				
<p>미디어는 사회에서 발생한 모든 사건을 전부 보여 준다.</p> <p>예 ▶ 9번 아니요 ▶ 14번</p>	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr> <tr><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td></tr> <tr><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td><td>21</td></tr> <tr><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td><td>26</td><td>27</td><td>28</td></tr> <tr><td>29</td><td>30</td><td>31</td><td>32</td><td>33</td><td>34</td><td>35</td></tr> </table>			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
1				2	3	4	5	6	7																													
8				9	10	11	12	13	14																													
15				16	17	18	19	20	21																													
22	23	24	25	26	27	28																																
29	30	31	32	33	34	35																																
<p>정보 과부하 시대에 접어들며 미디어 리터러시가 중요한 능력으로 부각되었다.</p> <p>예 ▶ 19번 아니요 ▶ 27번</p>																																						

스스로 점검하기

다음 평가 기준에 따라 나의 학습 성취도를 점검해 보자.

평가 기준	성취도
나는 미디어의 개념을 이해하고, 정확하게 사용할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 미디어의 변천 과정과 인터넷 확산에 따른 미디어 생태계의 변화된 모습을 설명할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 미디어 생태계를 움직이는 주요 행위자들이 누구이며, 각각 어떤 역할을 하는지 설명할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 미디어의 양면적 특성을 이해하고, 미디어가 공적 역할을 잘 수행하도록 감시하는 사회 제도를 설명할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 미디어의 순기능과 역기능을 알고, 순기능을 강화하는 미디어 행위자의 역할을 수행할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 미디어가 개인과 사회에 미치는 영향을 이해하고, 미디어 리터러시 함양을 위해 노력할 수 있다.	<input type="range"/>

다음 질문에 답하며 대단원 학습을 되돌아보자.

- 이 대단원에서 학습한 내용 중 가장 의미 있었던 것은 무엇인가?
- 이 대단원을 학습하며 무엇을 배우고 느꼈는가?
- 이 대단원을 학습한 후에 더 배우고 싶은 점은 무엇인가?



II

미디어 현명하게 즐기기

여러분은 기분이 우울할 때 가장 먼저 무엇을 찾나요? 자신과 세상을 새로운 눈으로 바라보고 싶을 때는요? 우리는 미디어로 즐거움을 추구하고, 삶을 성찰하며 더 나은 '나와 세상'을 만들어 나갑니다.

- 1 엔터테인먼트 콘텐츠 해부하기**
 - (1) 엔터테인먼트 콘텐츠의 특성
 - (2) 마음을 움직이는 힘, 스토리텔링

- 2 엔터테인먼트 콘텐츠 비판적으로 읽기**
 - (1) 미디어 재현과 고정 관념
 - (2) 미디어에 재현된 폭력

- 3 엔터테인먼트 콘텐츠 주체적으로 향유하기**
 - (1) 상황과 목적에 맞는 콘텐츠 이용하기
 - (2) 콘텐츠 능동적으로 즐기기



다음 활동을 하며 미디어가 현실을 어떻게 나타내는지 생각해 보자.

1 한 번도 가 본 적 없는 장소와 그곳에서 살아가는 사람들에 대해 텔레비전 방송이나 영화 등을 보고 어떤 이미지를 갖게 된 적이 있는지 이야기해 보자. 반대로 미디어로 인해 원래 가지고 있던 생각이 달라진 경험도 말해 보자.

2 뉴스와 드라마에 등장한 북한 사회의 모습을 비교해 보고, 미디어에 따라 현실이 어떻게 다르게 구성될 수 있는지 생각해 보자.

㉠ 『연합뉴스』가 보도한 ‘평양 군중집회’ 사진



▲ 북한 이탈 주민의 대북 전단 살포를 용납할 수 없다는 내용의 군중집회를 연 북한 청년들의 모습이다. 북한 『조선중앙통신』의 사진을 우리 언론이 보도했다.

㉡ 티브이엔(TVN) 드라마 「사랑의 불시착」의 한 장면



▲ 주인공이 거주하는 북한의 마을의 주민들이 모여 음식을 나누어 먹으며 담소를 나누는 장면이다.

(1) ㉠와 ㉡의 분위기가 어떻게 다른지, 각각 어떤 대상과 관점이 부각되어 있는지 써 보자.

(2) 뉴스 생산자와 드라마 생산자가 북한 사회의 어떤 모습을 드러내려고 한 것인지 생각해 보고, 서로 다른 모습을 담아낸 이유가 무엇인지 말해 보자.

3 다음은 드라마 「사랑의 불시착」의 소개 글과 드라마를 본 시청자의 상반된 반응이 담긴 기사이다. 허구적인 이야기로써 드라마에 표현된 현실을 어떤 태도로 수용해야 할지 친구들과 이야기해 보자.



어느 날 돌풍과 함께 패러글라이딩 사고로 북한에 불시착한 재벌 상속녀 ‘윤세리(손예진 분)’와 그녀를 숨기고 지키다 사랑하게 되는 인민군 장교 ‘리정혁(현빈 분)’의 사랑을 그린 드라마

인민군 장교와 남한 재벌가 상속녀의 로맨스를 그린 드라마 「사랑의 불시착」이 첫선을 보였다. 드라마 속 북한의 생활상은 실제와 얼마나 비슷할까? 북한 직할시 출신, 남한 정착 8년 차 20대 북한 이탈 주민에게 감상평을 들어 보았다.

드라마가 북한을 미화했다는 비판에 대해 그는 “미화라는 단어조차 과하다.”라며 “이 드라마를 쓴 작가가 어떤 사람을 대상으로 조사했기에 이렇게 (북한을) 굉장히 아름답게 만들었는지, 북한이 앞으로 이렇게 됐으면 좋겠다는 희망 사항 차원으로 쓴 것인지 묻고 싶다.”라고 하였다.

또 실제 북한 사람들의 형편은 드라마보다 훨씬 열악하다고 목소리를 높였다. 드라마처럼 밤에만 정전이 되는 수준이 아니라 하루 종일 전기가 들어오지 않는 날도 많을 정도로 전기 공급이 불안정하고, 극소수의 상류층을 제외하고는 냉장고가 없어 소금독과 김치음에 음식을 보관하고 있으며, 아예 냉장고의 존재 자체를 모르는 사람도 있을 정도라는 것이다. ▼

- 『한겨레』, 2019년 12월 27일 기사

드라마 「사랑의 불시착」이 세계적으로 화제다. 작가가 북한 이탈 주민들을 인터뷰하여 고층에 공을 들였다고 한다. 전기가 수시로 끊어지는 모습이나 냉장고를 대신하는 음식물 저장고, 온갖 물건이 거래되는 장마당, 기차가 중간에 멈춰 노숙을 할 정도로 열악한 교통 사정, 그와 상반되는 평양 상류층의 부유한 모습 등이 관심을 모았다.

뛰어난 완성도도 또 다른 인기 요인이다. 황당한 상상을 어색하지 않게 구현했고, 영상도 아름답다. 마을 주민들과 병사들의 코믹한 설정이 더해져 부담 없이 가볍게 볼 수 있는 엔터테인먼트 콘텐츠가 되었다.

발전된 자본주의 산업 사회에서는 보기 힘든 풍경도 따뜻한 느낌을 준다. 휴전선 인근의 시골 마을이 배경으로, 공동체의 정이 살아 있는 우화 같은 풍경이다. 커피콩을 볶아 원두커피를 만들어 먹고, 면을 뽑아 국수를 만들어 먹는 모습이 각박한 산업 사회의 사람들에게 위로를 준다. ▼

- 『시사저널』, 2020년 6월 20일 기사

1

엔터테인먼트 콘텐츠 해부하기

- (1) 엔터테인먼트 콘텐츠의 특성
- (2) 마음을 움직이는 힘, 스토리텔링

왜 배울까?

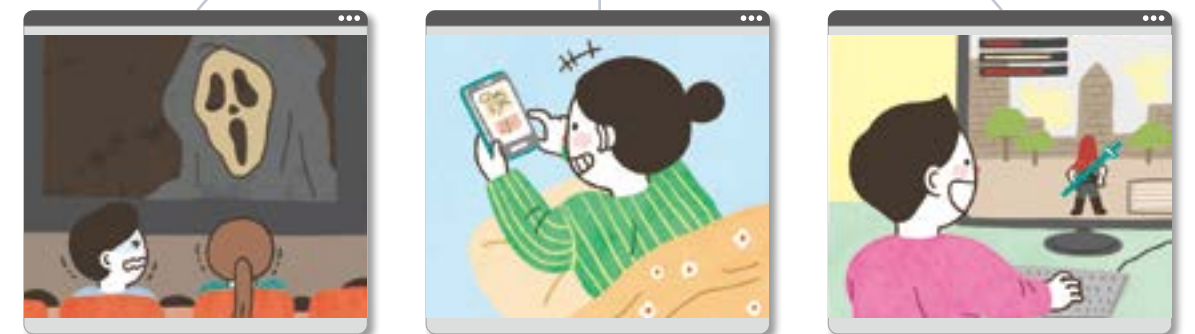
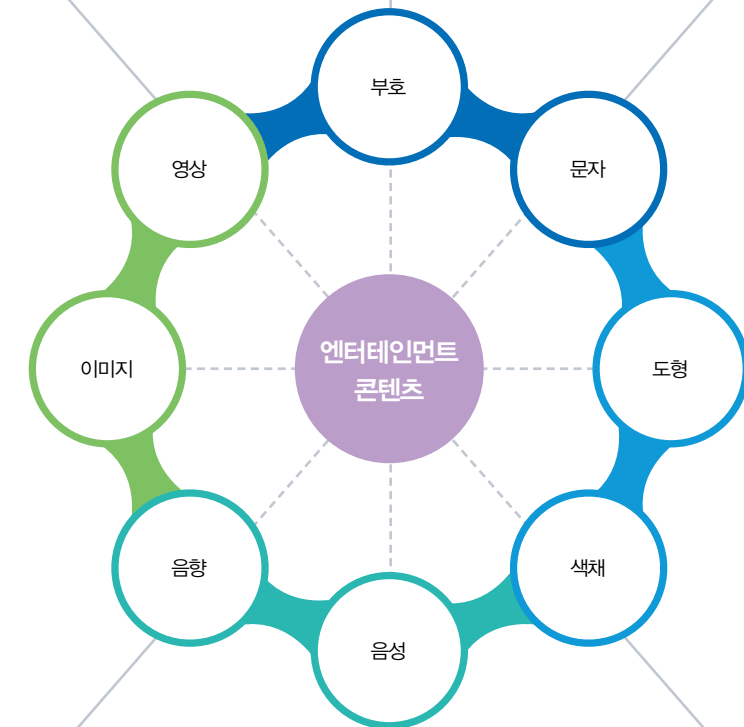
우리에게 색다른 놀이 경험을 제공하는 엔터테인먼트 콘텐츠는 독특한 스토리텔링으로 재미와 흥미를 유발하여 시청자의 이용을 유도한다. 그러나 엔터테인먼트 콘텐츠를 이용하면서 재미만을 추구한다면, 그것이 우리 삶에 주는 의미와 가치를 얻지 못하고 무분별한 소비로 이어질 수 있다. 반면에 엔터테인먼트 콘텐츠의 특성과 스토리텔링이 가진 힘을 이해한다면, 콘텐츠를 더욱 깊이 있게 즐길 수 있을 것이다.

무엇을 배울까?

- 엔터테인먼트 콘텐츠가 주는 놀이 경험을 이해하고, 다양한 장르별 특성을 파악한다.
- 엔터테인먼트 콘텐츠가 시청자의 몰입과 즐거움을 강화하기 위해 활용하는 스토리텔링 기법을 이해하고, 그 의미와 효과를 파악한다.



미리 보기 다음 그림을 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.



(1) 엔터테인먼트 콘텐츠의 특성

📌 **학습 목표** 엔터테인먼트 콘텐츠의 특성을 이해할 수 있다.

엔터테인먼트 콘텐츠가 제공하는 놀이 경험

요한 하위징아가 저서 『호모 루덴스』에서 말한 놀이의 특성

- 놀이는 일상생활에서 의식적으로 벗어나 특정 공간에서 벌어지는 자발적인 활동이다.
- 놀이는 그것을 즐기는 사람의 마음을 전적으로 사로잡는 몰입적인 활동이다.
- 놀이는 자연스럽게 만들어진 규칙이 있고, 그 규칙 속에서 이루어진다.
- 놀이는 그 자체에 목적이 있고, 일상생활과는 다른 긴장, 즐거움, 의식을 수반한다.

네덜란드의 문화사학자 요한 하위징아(Johan Huizinga)는 인간을 ‘호모 루덴스(Homo ludens: 놀이하는 인간)’라 칭하며, 그 본질을 ‘놀이’에서 찾았다. 인간은 어릴 적부터 왕자나 마법사, 혹은 호랑이가 되는 상상을 하며 실제의 자신과는 다른 어떤 것의 이미지에 몰입하는 ‘상상 놀이’를 한다. 오늘날 전해지는 옛날이야기와 구전 민요는 이러한 상상 놀이의 산물이다. 놀이는 사람들의 기분이 즐거운 상태로 전환되도록 자극·촉진하거나 혹은 그러한 상태에 이르는 경험을 제공한다.

놀이는 원래 두 사람 이상의 참여자가 대면하는 상호 작용 속에서 이루어진다. 오늘날에도 아이들은 여전히 놀이터에서 술래잡기와 소꿉놀이를 하고, 테마파크에서 즐거운 시간을 보낸다. 때때로 공연장에서 연극이나 음악 공연, 마술 공연 등을 감상하는 ‘관람형 놀이’를 즐기기도 한다. 하지만 현대인이 가장 많은 시간을 보내는 것은 텔레비전, 라디오, 스마트폰 등 미디어를 매개로 한 놀이이다. 헬스클럽에서 음악을 듣거나 예능 방송을 보면서 운동을 하고, 지하철에서 스마트폰으로 웹툰을 보거나 온라인 게임을 하는 것은 흔한 풍경이다. 이처럼 일상을 벗어나 자유로운 놀이 경험을 제공하는 콘텐츠를 ‘엔터테인먼트 콘텐츠’라고 한다.

엔터테인먼트 콘텐츠는 우리를 일상에서 벗어난 시공간의 상황에 진지하게 몰입하게 한다. 사람들은 이별 노래를 들으며 슬픈 감상에 빠지고 코미디를 보며 일상의 고단함을 잊는다. 이처럼 현실을 모사한 가상의 상황에 다양한 감각을 활용하여 몰입하는 경험은 우리에게 일상생활과는 다른 의식과 정서를 제공한다. 그러나 이런 몰입 속에서도 우리는 현실 감각을 유지할 수 있다. 공포 영화를 보며 극한의 긴장감에 젖어 들었다가도 영화가 끝나면 밝게 웃으며 영화관을 나설 수 있는 것이다. 간혹 드라마와 같이 이야기에 노출되는 시간이 길어지면 일상으로 돌아오는 데 시간이 걸리기도 한다. 하지만 결국에는 현실과 드라마 사이의 간극을 냉정하게 인식하게 된다.



엔터테인먼트 콘텐츠의 변화와 발전

영화, 드라마, 만화, 게임 같은 엔터테인먼트 콘텐츠는 놀이 경험을 제공하며 개인의 삶을 풍요롭게 할 뿐만 아니라 경제적 영역에서 콘텐츠 산업을 형성한다. 디지털 기술과 플랫폼 산업이 발전함에 따라 엔터테인먼트 콘텐츠는 다양한 모습으로 변화해 왔고, 새로운 형식의 콘텐츠도 계속 등장하고 있다. 엔터테인먼트 콘텐츠가 변화하고 발전하는 모습을 몇 가지로 나누어 살펴보자.

① 영화 같은 드라마의 인기

드라마는 영화보다 소재나 연출에 제약이 많다. 하지만 최근에는 드라마를 방영하는 플랫폼이 많아지면서 범죄, 판타지 등으로 소재가 다양해지고, 영화의 화려한 연출 기법도 활용되고 있다. 안방에서 영화 같은 드라마를 볼 수 있는 것이다. 그러나 동시에 드라마의 선정성, 폭력성, 비현실성에 대한 논란이 커지기도 하였다.

영화	방송 드라마(연속극)
<ul style="list-style-type: none"> • 한정된 시간에 이야기를 압축적이면서도 현실감 있게 담아내는 연출이 중요함. • 다양한 카메라 기법과 음향 효과를 사용하여 영상의 예술성을 추구함. • 소재와 표현에 제약이 적어 다양한 장르로 발전되어 옴. • 장르적 기대감을 갖고 이용하는 관객이 많으므로 목표로 하는 소비층이 있음. 	<ul style="list-style-type: none"> • 긴 호흡으로 갈등을 끝까지 끌고 가야 하므로 시청자의 공감을 얻는 서사성이 중요함. • 대사와 연기로 인물의 개성을 추구함. • 멜로나 가족극 등 일상생활이 주요 소재였으나, 점차 다양해지고 있음. • 방송으로 전국에 송출되므로 다양한 소비층을 대상으로 한 대중성을 추구함.

영화 장르에 대한 기대감

- 영화의 장르는 멜로, 코미디, 호러, 판타지, 범죄, 스릴러, 뮤지컬, 전쟁, 사회 문제 등으로 구분된다.
- 관객은 영화가 어떤 장르에 속한다고 생각하면 특정한 재미, 정서, 표현 양식을 기대하게 된다. 배짱을 잡고 웃기를 바란다면 코미디 영화를, 낭만과 애절함으로 인한 카타르시스를 원하면 멜로 영화를, 공포와 긴장으로 가슴이 서늘해지는 경험을 원하면 호러 영화를 보러 가는 것이다.

리얼리티(Reality)

사실성, 현실성을 뜻하는 말 영화나 텔레비전, 사진과 같은 재현 장르에서 리얼리티는 재현한 것의 그럴듯함을 의미한다. 리얼리티가 있다는 것은 재현한 것이 마치 실제 사건이나 공간인 것처럼 보인다는 뜻이다.

② 리얼리티 예능 프로그램의 유행

2000년대에 들어서면서 실제적 상황을 프로그램의 주요 소재로 삼는 리얼리티 예능 프로그램이 유행하게 되었다. 초기 버라이어티 쇼 형식에서 점차 시시 티브이(CCTV)처럼 일상의 자연스러운 모습을 촬영하고, 그것을 관찰하는 형식의 리얼리티 관찰 예능으로 유행이 옮겨 온 것이다. 리얼리티 예능의 기본 기능은 재미이지만, 일상의 모습을 담아내기 때문에 프로그램의 진정성과 관련하여 논란이 발생하는 경우가 있다.

리얼 버라이어티 쇼	리얼리티 관찰 예능
<ul style="list-style-type: none"> 출연자들은 카메라 앞에서 설정한 캐릭터에 맞게 상황과 임무를 부여받고, 그에 따른 즉각적인 행동과 대사로 쇼를 진행함. 시청자의 이해를 돕고, 재미와 감동을 강화하는 자막이 중요함. 엠비시(MBC) 「무한도전」, 케이비에스(KBS) 「1박 2일」, 에스비에스(SBS) 「런닝 맨」 등이 대표적임. 	<ul style="list-style-type: none"> 카메라가 없는 것처럼 출연자들이 일상 생활을 하며 자연스럽게 이야기하고 행동함. 자막과 더불어 대화나 내레이션을 하며 영상의 내용을 해석하고 전달하는 관찰자의 목소리가 중요함. 엠비시(MBC) 「나 혼자 산다」, 케이비에스(KBS) 「슈퍼맨이 돌아왔다」, 에스비에스(SBS) 「미운 우리 새끼」 등이 대표적임.

③ 웹툰의 무한 변신

웹툰은 웹(Web)과 만화(Cartoon)의 합성어로 문자, 이미지, 소리 등 멀티미디어 효과를 동원해 제작되고, 웹상에서 소비되는 만화를 가리킨다. 초기 웹툰은 신변잡기를 하나의 에피소드로 그리는 그림일기에 가까운 형식이었지만, 점차 전문 작가들이 생겨나며 대중적인 장편 서사물로서 자리 잡게 되었다. 웹툰은 다른 서사 미디어에 비해 소재와 장르가 다양하고, 출판 만화와 달리 스크롤을 이용하여 동적인 이미지를 연출할 수 있다.

웹툰의 특징

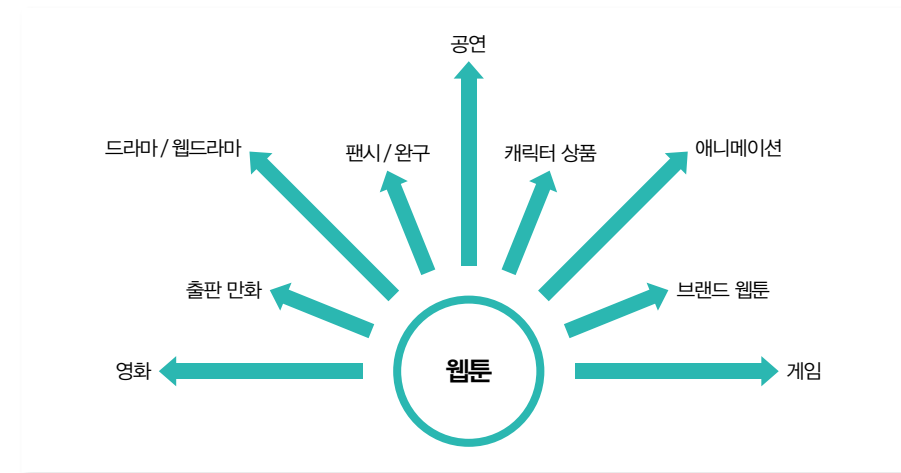
- ▶ **개방성:** 영화나 드라마 등 주류 미디어에 비해 검열이나 심의 제도가 엄격하지 않고, 상대적으로 아마추어 작가의 진입 장벽이 낮아 소재와 장르가 매우 다양함.
- ▶ **창의성:** 디지털 도구를 활용한 새로운 방식의 표현 효과를 시도할 수 있어 개인의 창의성을 발현할 기회가 많음.
- ▶ **상호 작용성:** 웹상에서 생산자(작가)와 이용자(독자)가 직접 연결되어, 이용자가 아이디어나 소재를 제공하거나 스토리와 구성에 영향을 미칠 수 있음.

웹툰이 시각적 효과를 연출하는 방식 웹툰은 세로로 배열된 그림을 스크롤을 움직여 읽도록 구성되어 있다. 연속된 컷을 세로로 나열하거나, 한 컷의 위와 아래에 시간이나 공간의 변화를 부여하여 독자가 스크롤을 내리는 속도에 따라 애니메이션과 같은 동적인 이미지를 연출할 수 있는 것이다.

웹툰은 '원 소스 멀티 유즈(OSMU, One Source Multi Use)'를 위한 원천 콘텐츠로서 애니메이션을 비롯하여 영화, 드라마, 게임 등의 영상물로 변형되거나 광고나 캐릭터 산업에까지 활용되고 있다.

원 소스 멀티 유즈(OSMU)

하나의 소재나 콘텐츠를 다양한 장르에 맞게 바꾸어 여러 상품을 만들어 내는 것을 말한다. 콘텐츠의 부가 가치를 극대화하는 방법으로 문화 산업의 기본 전략이 되고 있다.



▲ 웹툰의 다양한 활용성

④ 놀면서 배우는 에듀테인먼트(Eduainment)

엔터테인먼트 분야는 다양한 산업과 융합되어 새로운 놀이 문화를 만들어 가고 있다. 교육(Education)과 오락(Entertainment)이 결합된 에듀테인먼트가 대표적이다. 에듀테인먼트는 현실 세계뿐만 아니라 가상 세계에서의 놀이 요소를 활용해 이용자에게 학습에 대한 동기를 유발하고 몰입을 유도한다. 놀이를 하며 지식과 정보를 획득할 수 있어 교육 분야에서 적극적으로 활용되고 있다.



▲ 서대문 형무소 역사관에서 만든 체험 학습 서비스. 개인 스마트폰을 활용해 역사 속 이야기를 읽고, 퀴즈와 게임을 통해 문제를 해결한다.

에듀테인먼트 콘텐츠의 종류

- ▶ 학습 만화, 그림책 등의 출판 콘텐츠
- ▶ 전시관, 박물관, 역사관 등의 학습 공간을 가상의 세계로 구성하여 체험하게 하는 공간 체험 콘텐츠
- ▶ 학습 게임, 애니메이션, 토크쇼 영상 등을 이용해 학습자를 몰입하게 하는 디지털 콘텐츠

가상 현실과 증강 현실 가상 현실(假想現實: VR, Virtual Reality)은 컴퓨터로 만들어 놓은 가상의 세계에서 사람이 실제와 같은 체험을 할 수 있도록 하는 최첨단 기술을 말한다. 증강 현실(增強現實: AR, Augmented Reality)은 가상 현실의 한 분야로 사용자가 눈으로 보는 현실 세계에 가상 물체를 겹쳐 보여 주는 기술이다.

영화와 리얼리티 예능 프로그램의 장르적 차이를 바탕으로 엔터테인먼트 콘텐츠가 현실을 드러내는 방식을 이해하고, 에듀테인먼트 콘텐츠를 기획해 봄으로써 놀이 경험을 교육적으로 활용해 보자.

1 영화와 리얼리티 예능 프로그램에서 동일한 소재를 어떻게 다르게 그려 내는지 살펴보고, 엔터테인먼트 콘텐츠의 장르별 특성을 이해해 보자.

(1) 자신이 본 영화와 리얼리티 예능 프로그램 가운데 ‘육아’가 소재로 등장한 것들을 써 보자.

영화	리얼리티 예능 프로그램

(2) (1)의 목록에서 반 친구들이 가장 많이 본 작품이나 프로그램을 하나씩 선택하고, 다음 질문에 답해 보자.

질문	영화	리얼리티 예능 프로그램
• 중심 사건은 무엇인가?		
• 아이는 어떤 존재로 그려지는가?		
• 가족의 모습을 보면 어떤 기분을 느끼는가?		
• 실제 우리의 삶과 가깝다고 느껴지는가?		

(3) 엔터테인먼트 콘텐츠는 재미와 감동을 주는 동시에 자신의 삶을 성찰할 수 있게 한다. (2)에서 분석한 내용을 바탕으로 영화와 예능 프로그램이 각각 우리의 삶에 어떤 가치를 주는지 이야기해 보자.

2 에듀테인먼트 콘텐츠를 기획하며 놀이 경험이 지식과 정보의 획득에 어떻게 활용될 수 있는지 이해해 보자.

(1) 자신이 이용해 본 에듀테인먼트 콘텐츠를 적고, ‘재미’와 ‘유익함’의 측면에서 평가해 보자.

에듀테인먼트 콘텐츠	재미	유익함
	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆

(2) 자신이 이용해 본 에듀테인먼트 콘텐츠 중에서 가장 재미있었던 콘텐츠와 가장 유익했던 콘텐츠를 선택하고, 그 이유를 써 보자.

재미있는 콘텐츠		유익한 콘텐츠	
제목		제목	
이유		이유	

(3) 자신이 에듀테인먼트 콘텐츠 기획자가 된다면 어떤 콘텐츠를 개발할지 계획을 세운 후 발표해 보자.

📌 제목:

– 기획 의도:

– 교육 대상:

– 교육 내용:

– 제작 형식:

– 기타 특징:

(2) 마음을 움직이는 힘, 스토리텔링

학습 목표 엔터테인먼트 콘텐츠의 스토리텔링 기법을 이해하고, 엔터테인먼트 콘텐츠를 심미적으로 감상할 수 있다.

스토리텔링(Storytelling)

스토리텔링의 사전적 의미는 '이야기를 들려주는 행위'이다. 영화나 애니메이션의 등에서 줄거리가 이야기에 해당하는데, 이야기는 미디어의 특성에 따라 표현되는 형식이 달라진다. 그러므로 소설을 영화로 각색하거나, 웹툰을 드라마로 각색할 때 각 미디어 장르 고유의 스토리텔링 방식에 주의해야 한다.

스토리텔링의 힘

이야기는 듣는 사람을 몰입하게 하고, 마음을 움직이는 힘이 있다. 어린아이들에게 옛날이야기를 들려주면 아이들의 눈은 호기심으로 빛난다. 오죽하면 '아라비안 나이트'의 주인공 세에라자드는 천 일 동안 매일 왕에게 이야기를 들려주어 죽음을 피할 수 있었다고 했을까? 만화, 영화, 드라마, 게임은 기본적으로 이러한 이야기의 힘을 활용한 서사물이다. 대중가요 역시 가사에 담겨 있는 이야기를 알게 되었을 때 울림이 더 크다.

그런데 같은 이야기도 어떻게 하느냐에 따라 정서적 몰입과 공감을 이끌어 내는 정도와 기억하게 하는 힘이 달라진다. 사람에 따라 여행의 경험을 지금 눈앞에 펼쳐지듯 생생하게 전할 수도 있고, 뉴스를 보도하듯 간략히 사건만 전할 수도 있다. 즉 이야기(스토리)라는 내용을 청자에게 전달하는 방식(텔링)이 다른 것이다.



▲ 웹툰 '화양연화 Pt.0 SAVE ME'는 방탄소년단이 발매한 앨범 '화양연화 파트. 1'부터 이어져 오는 세계관을 바탕으로 제작되었다. 앨범의 수록곡과 이 웹툰은 방항하던 소년들의 성장 서사를 구현하는 스토리텔링의 일부가 되었다. 이러한 성장 서사에 기반한 콘텐츠는 팬들에게 보다 강력한 놀이 경험을 제공하고, 등장인물들을 통해 방탄소년단과의 유대를 강화한다.

스토리텔링을 위한 서사 구조

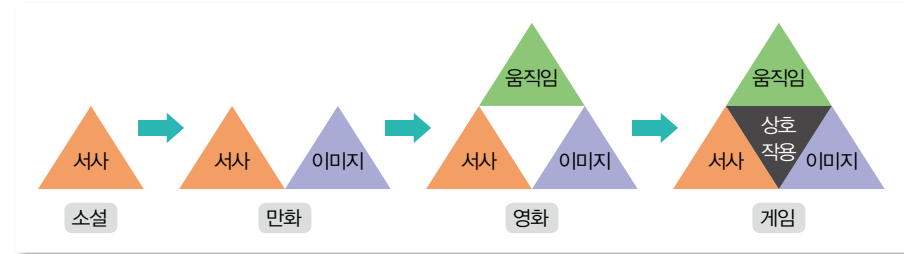
엔터테인먼트 콘텐츠의 스토리텔링은 청중이 콘텐츠에 몰입할 수 있도록 서사 구조를 효과적으로 구성한다. 엔터테인먼트 콘텐츠의 서사 구조는 소설이나 연극과 같이 인물, 사건, 배경을 기본 요소로 하는데, 이러한 요소를 바탕으로 갈등을 뚜렷하게 구성하면 말하고자 하는 메시지를 분명하게 전달할 수 있다. 인물은 이용자에게 자기 동일화의 대상이 되므로 명확한 특성과 정체성을 가져야 한다. 그리고 중심인물과 적대적 관계를 가지는 인물이 있을 때 이용자는 더 강하게 몰입하게 된다. 또한 이야기는 기승전결을 만드는 고유한 플롯을 갖추어야 한다. 사건이 일어날 것을

암시하는 복선을 제공하고, 이용자가 예상하지 못한 반전을 숨겨 놓으면 놀라움과 재미를 극대화할 수 있다.

스토리텔링을 위한 표현 기법

이야기의 뼈대로서 서사 구조가 만들어지면, 다양한 표현 요소를 활용해 살을 붙여야 한다. 흥부와 놀부 이야기는 '말'이라는 미디어를 매개로 입에서 입으로 전해졌는데, 조선 시대에 와서 음악이 덧붙여지면서 판소리라는 스토리텔링으로 구현되었다. 음악 덕분에 인물의 우스꽝스러움은 더 경쾌하게 그려지고, 해학적인 분위기도 강화할 수 있었다.

스토리텔링을 위한 표현 요소는 엔터테인먼트 콘텐츠 장르별로 조금씩 다르게 활용된다. 문학이 언어적 서사물이라면 만화는 그것에 이미지가 더해진 것이고, 영화는 이미지에 움직임을 더한 영상으로 구현된다. 게임은 더 나아가 상호 작용이라는 특성에 기반하여 이용자가 이야기에 실시간으로 참여할 수 있다. 생산자는 콘텐츠의 의미를 효과적으로 전달하기 위해 스토리텔링을 구현하는 특정한 표현 요소를 선택하는 것이다.



▲ 엔터테인먼트 콘텐츠 장르별 스토리텔링의 구조

스토리텔링, 현명하게 즐기기

서사적인 창작물로서 엔터테인먼트 콘텐츠가 이용자에게 능동적으로 향유되기 위해서는 스토리텔링 전략을 효과적으로 사용해야 한다. 콘텐츠 생산자는 콘텐츠를 기획하는 단계에서부터 이용자가 스토리텔링의 다양한 요소에 어떻게 반응할지를 예측하며 캐릭터의 매력을 극대화하고, 몰입을 이끌고 재미를 줄 수 있는 다양한 요소를 결합하고자 할 것이다. 그런데 이용자의 입장에서는 이를 비판적으로 생각하여 스토리텔링의 과정에서 원래의 이야기가 내재하고 있는 진실이 과장되거나 왜곡되지 않았는지를 경계할 필요가 있다. 또한 콘텐츠를 즐기더라도 현실과 동일시하지 않아야 한다.

스토리 플롯의 차이

스토리는 시간의 흐름에 따라 순서대로 사건을 단순히 연결하여 서술한 것이고, 플롯은 인과 관계에 따라 주요 사건을 배열하는 기법이다. 플롯을 통해 갈등의 원인과 결과를 논리적으로 보여 주면 각 장면에서 제시되는 사건은 개연성과 필연성을 가질 수 있다.

표현 요소에 기반한 콘텐츠 정의
콘텐츠는 "부호, 문자, 도형, 색채, 음성, 음향, 이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함)의 자료 또는 정보(콘텐츠 산업 진흥법, 제2조 제4항 제호)"로 정의하기도 한다.

향유(享有, Enjoyment)
무엇인가를 향유한다는 것은 사전적으로 "누리어 가지다"라는 의미가 있다. 인간이 일상적인 삶을 영위해 가는 과정에서 필요한 모든 것을 소유하고 즐긴다는 뜻이다.

1. 조명



▲ 영화 '기생충'의 한 장면

낮고 어두운 톤을 강조하며 명암 대비가 극명한 조명은 범죄, 호러, 스릴러 영화에서 많이 사용된다.



▲ 영화 '라라랜드'의 한 장면

그림자가 거의 보이지 않는 밝은 조명은 코미디나 뮤지컬 영화에 많이 사용된다.

2. 색감



▲ 뮤직비디오 'Fake Love'의 한 장면

파란색은 차가움, 불안, 고독, 우울, 고요 등의 감정과 분위기를 표현한다.



▲ 뮤직비디오 'Kill this love'의 한 장면

붉은색은 흥분과 걱정의 감정, 정열적이고 활동적인 분위기를 표현한다.

3. 대상과의 거리에 따른 표현

클로즈업 대상의 중요성을 부각하거나 심리 묘사에 주로 사용한다.	미디엄 샷 친밀한 거리에서 인물의 대사와 행동에 주목하게 한다.	롱 샷 인물이 처한 정황을 객관적, 사실적으로 보여준다.	익스트림 롱 샷 주로 도입부에서 배경이 되는 공간을 넓고 깊게 보여 준다.

4. 카메라 각도에 따른 표현



▲ 영화 '매트릭스'의 한 장면

로 앵글 낮은 위치에서 위로 향하여 배경은 보이지 않고, 주로 인물의 힘, 의지, 권위를 부각한다.



▲ 영화 '해리 포터와 불사조 기사단'의 한 장면

하이 앵글 위에서 아래로 향한 앵글은 인물이 처한 상황과 인물의 무력감, 나약함을 부각한다.

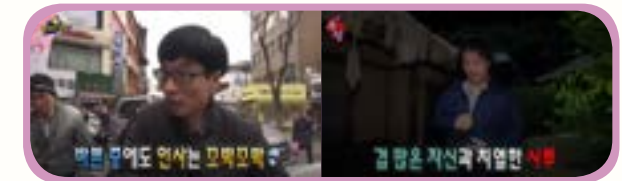


▲ 영화 '우리들의' 한 장면

수평 앵글 대상과 눈높이를 맞추는 앵글은 안정감을 제공하고 인물에게 친근감을 느끼게 한다.

5. 자막

방송 영상에서 자막은 연출자가 원하는 방향으로 장면을 이해하도록 유도하는 기능을 수행한다. 가령 텔레비전 예능 프로그램의 경우 참가자의 말과 행동을 극 중 캐릭터의 특성에 맞게 해석한 자막을 덧붙인다.



▲ 텔레비전 예능 프로그램 '무한도전'의 장면들

6. 소리

목소리(대사, 내레이션)	음악	음향(효과음)
- 배우는 고유한 목소리를 가지고 역할과 장면에 따라 근엄한 목소리, 경박한 목소리 등 다른 느낌의 소리를 낸다. - 대사와 구분되는 목소리인 내레이션은 이야기의 진행을 설명하고 이미지로 표현되기 힘든 내면의 소리까지 들려준다.	음악은 영상이 주는 느낌을 증폭시키는 것이 주목적이다. 영화의 주제가 압축되어 있는 메인 테마곡과, 주요 인물이나 사물, 특정한 감정과 결합되어 그것을 상기하게 하는 곡으로 구분되기도 한다.	기차의 기적 소리, 문이 열리는 소리, 발자국 소리, 칼이 부딪히는 소리 등 이미지만으로는 전달할 수 없는 상황을 전달해 영상에 현실감을 부여한다.

7. 기타

텔레비전 버라이어티 쇼의 다양한 표현 장치	음악과 음향 효과, 대사, 내레이션 외에 박수나 웃음소리 등의 청각적 요소가 쓰인다. 또 자막, 색감이나 조명 외에도 무대 배경, 애니메이션, 의상 등의 시각적 요소들이 배합되어 콘텐츠를 생성하게 된다.
특수 효과	특수한 기술적 수단으로 만들어 낸 이미지이다. 원하는 영상을 만드는 비용이 너무 비싸거나 촬영에 위험이 따를 때 또는 일반적인 방법으로 영상을 얻을 수 없을 때 사용된다.

콘텐츠의 메시지를 해석하려면 스토리텔링을 위한 표현 요소가 무엇이고, 각 요소가 어떻게 의미를 생성하여 이용자와 소통하는 데 기여하는지를 파악해야 한다. 다음 활동을 하며 콘텐츠를 구성하는 표현 요소와 그 효과를 파악하고, 메시지를 읽어 낼 수 있는 힘을 길러 보자.

1 다음은 영화를 홍보하기 위해 제작된 영화 포스터이다. 두 포스터를 구성하는 표현 요소를 비교해 보자.



- (1) 주요 인물들의 어떤 모습이 부각되어 있는가? 의상과 동작, 표정, 배치 등을 살피며 답해 보자.
- (2) 배경은 어떤 느낌을 주는가? 시간과 공간, 조명과 색감 등을 구체적으로 살피며 답해 보자.
- (3) 각 장면에서 카메라의 위치는 어디에 있는가? 카메라의 각도나 대상과의 거리에 따라 인물들의 모습이 어떻게 달라 보이는지 답해 보자.

(4) 각 포스터를 구성하는 표현 요소가 홍보하고자 하는 영화의 특성을 잘 담아내었다고 생각하는가? 두 영화의 기획 의도와 줄거리를 참고하여 포스터의 스토리텔링 효과를 평가해 보자.

영화 「극한직업」

기획 의도 이병헌 감독은 “조직 안에서 거침없이 잘 나가기만 하는 사람은 현실에서 찾아보기 힘들다. 그러나 평범한 소시민도 누구나 자기 안에 숨은 능력을 가지고 있고, 그것이 빛을 발하는 순간이 있다고 생각한다.”라고 전하며 인물들의 변화를 통해 수사물 장르에서 지금까지 보지 못한 새로운 쾌감을 느낄 수 있을 것이라고 말했다.

줄거리 고 반장이 이끄는 마약반은 불철주야 달리고 구르지만 실적은 바닥이고, 급기야 해체 위기를 맞게 된다. 더 이상 물러설 곳이 없는 고 반장은 국제 범죄 조직의 국내 마약 밀반입 정황을 포착하고 장형사, 마형사, 영호, 재훈까지 4명의 팀원들과 함께 잠복 수사에 나선다. 마약반은 24시간 감시를 위해 범죄 조직의 은신처 앞에 있는 치킨집을 인수해 위장 창업을 하게 되고, 절대 미각을 지닌 마형사의 숨은 재능으로 치킨집은 일약 맛집으로 입소문이 나기 시작한다. 수사는 뒷전, 치킨 장사로 눈코 뜰 새 없이 바빠진 마약반에게 어느 날 절호의 기회가 찾아온다.

영화 「말모이」

기획 의도 엄유나 감독은 “주시경 선생님이나 조선어학회에 대해서는 교과서에 나오는 수준 정도로만 알고 있었다. 그런데 한 다큐멘터리를 보고, 이름 모를 수많은 사람들이 말을 모아 사전을 만들었다는 사실을 알게 되었다. 그것이 무척 귀하고 신기하게 다가왔다.”라고 이 영화의 시나리오를 쓰게 된 동기를 밝혔다. 까막눈인 판수를 주인공으로 내세운 이유에 대해서는 “가장 평범한, 어찌 보면 좀 못난 사람들이 다른 사람들과 함께하면서 본인이 갖고 있던 귀함을 드러내는 과정을 담고 싶었다.”라고 말했다.

줄거리 1941년 일제 강점기, 극장에서 해고된 김판수는 아들 학비를 구하기 위해 조선어학회 대표 류정환의 가방을 훔친다. 그러나 결국 붙잡히게 되고, 이후 판수는 조선어학회에서 심부름꾼으로 일하게 된다. 돈도 아닌 말을 대체 왜 모으고 싶었던 판수는 난생 처음 글을 깨치면서 우리말의 소중함에 눈뜨게 되고, 전국의 말을 모으는 '말모이'에 힘을 보태며 열성적으로 사전 편찬에 참여하게 된다. 더욱 심해진 일제의 감시 속에서 '말모이'를 완성하기 위해 많은 사람들이 희생하고, 1947년 『우리말 큰사전』이 완성된다.

영화 「극한직업」

영화 「말모이」

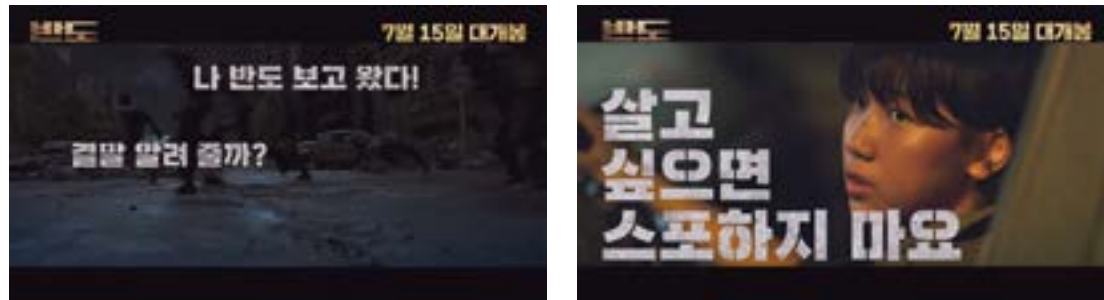
1 다음 자료를 보고, 영화 예고편 스토리텔링의 특징이 무엇인지 정리해 보자.

㉠ 영화 예고편의 기능

영화 예고편은 몇 년 전만 해도 수상 실적이나 화려한 제작진, 과도한 칭찬을 담은 영화평을 넣어 눈길을 끄는 홍보물로 제작되었다. 그러나 최근에는 그 자체로 독특한 스토리텔링 관습을 가진 상업 영상으로 자리를 잡아 가고 있다. 예고편의 형태도 호기심을 유발하는 티저 예고편, 텔레비전 프로그램 사이 또는 프로그램 진행 중에 짧게 하는 스포트 광고, 본예고편 등으로 분화되었다. 예고편만 전문적으로 담당하는 업체도 생기면서 영화보다 더 참신한 아이디어를 선보이기도 한다.

예고편을 만들기 위해서는 2분 내외의 짧은 시간 동안 원작에서 무엇을 보여 주고 무엇을 감추어야 하는지를 판단하는 것이 매우 중요하다. 이용자의 주의를 끌 때까지 끌어야 하고, 호기심을 불러일으키기에 충분할 정도로 보여 주는 동시에 영화의 중심 내용을 드러내지는 않아야 한다. 관객의 상상력을 자극하여 극장으로 이끌어야 하기 때문이다.

㉡ 영화 「반도」의 스포일러 방지 당부 예고편



영화 예고편 스토리텔링의 특징

- 예 영화의 특징에 맞는 콘셉트가 있다.
- 예 액션 영화가 아닌데, 액션이 과다하게 들어가 있을 때도 있다.
- 예 음악이 분위기를 만드는 데 중요하므로 영화에 쓰이지 않는 음악이 나오기도 한다.
-
-

2 모둠별로 아직 개봉하지 않은 영화의 예고편을 골라 함께 보고, 다음 질문에 답해 보자.

(1) 화면을 가리고 영상에서 나오는 소리만 들어 보자.

- 어떤 종류의 소리가 들리는가?
- 소리를 들었을 때 어떤 내용이 나올 것으로 예상되는가?

활동 도움말

우리는 영화를 볼 때 장르에 따라 특정한 소리를 만날 수 있다. 액션 영화라면 무술 장면의 몸동작 소리가 크게 들릴 것이다. 공포와 스릴러 영화에서는 관객들에게 놀람과 긴장을 주기 위해 극중 캐릭터가 비명을 지르는 소리와 불협화음의 음악, 또는 정적 속에서 발자국 소리나 문이 삐걱덕 열리는 소리만을 들려주기도 한다. 로맨틱 코미디 영화에서는 인물의 웃긴 대사가 빠지지 않고, 사랑이 이루어지는 장면에서는 감동적인 음악이 나온다. 이처럼 영화와 같은 영상 콘텐츠를 적극적으로 감상하기 위해서는 이미지와 결합되는 소리의 다양한 양상에 귀 기울여야 한다.

(2) 청각적 요소와 화면의 시각적 요소에 동시에 주의를 기울이며 영상 전체를 다시 시청해 보자.

- 어떠한 시각적 요소가 부각되어 있는가?
- 시각적 요소가 음악 등 청각적 요소와 어떻게 연결되어 작용하는가?

(3) 예고편 전체가 담고 있는 메시지와 감각적 요소를 떠올리며 질문에 답해 보자.

- 예고편을 보고 나서 어떠한 영화일 것으로 예상되는가?
- 이 영화를 보고 싶은 마음이 들었는가? 예고편의 어떤 요소로부터 그런 생각을 갖게 되었는가?
- 앞에서 정리한 영화 예고편 스토리텔링의 특징에 다른 항목을 추가하고 싶은 것이 있는가?

2

엔터테인먼트 콘텐츠 비판적으로 읽기

- (1) 미디어 재현과 고정 관념
- (2) 미디어에 재현된 폭력

왜 배울까?

우리는 미디어를 통해 세상을 바라보고 여러 가지 지식과 정보를 얻는다. 그런데 미디어는 현실을 있는 그대로 보여 주지 않는다. 미디어 생산자가 어떤 관점을 갖고 재구성한 현실을 보여 줄 수밖에 없다. 따라서 엔터테인먼트 콘텐츠를 즐기기에 앞서 그 콘텐츠가 현실을 왜곡하지는 않았는지, 어떤 집단에 대해 고정 관념을 전달하지는 않는지 비판적으로 살피고 현실을 올바르게 이해하려는 태도를 갖는 것이 중요하다.

무엇을 배울까?

- ‘미디어 재현’의 본질을 이해하고, 실제 사례를 바탕으로 미디어가 집단에 대한 고정 관념을 재생산하는 방식을 파악한다.
- 엔터테인먼트 콘텐츠의 폭력성이 왜 문제가 되는지를 이해하고, 폭력을 재현하는 맥락을 고려하여 학교 폭력을 소재로 한 콘텐츠의 적절성을 평가한다.



미리 보기

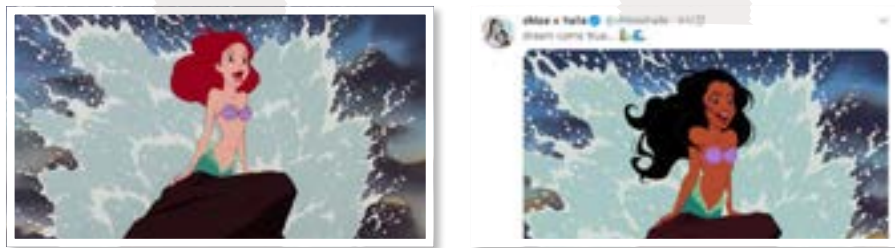
‘미디어 재현’과 관련된 용어를 중요도와 빈도에 따라 시각화한 이미지를 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.



(1) 미디어 재현과 고정 관념

📌 학습 목표 미디어 재현의 본질을 이해하고, 미디어가 특정 집단에 대한 고정 관념을 재생산하는 방식을 파악할 수 있다.

최근 디즈니의 「인어 공주」 실사 영화를 위한 캐스팅이 크게 논란이 된 적이 있다. 캐스팅된 배우가 흑인이라 인어 공주의 이미지에 맞지 않다는 것이다. 많은 사람들이 1989년에 만들어진 디즈니 애니메이션에서 흰 피부에 빨간 머리로 묘사된 인어 ‘애리얼’의 이미지를 기준으로 캐스팅을 문제 삼았다. 그런데 인어 공주는 동화에 등장하는 가상의 인물이라 애초에 ‘실제 모습’을 논할 수가 없다. 이 논란이 흥미로운 것은 미디어를 통해 상품으로 생산, 유통된 캐릭터의 이미지를 사람들이 실제처럼 인식하고, 그것을 지배적인 기준으로 삼아 세상을 바라보고 있다는 점이다.



▲ 왼쪽은 1989년 디즈니 애니메이션의 백인 인어 공주 캐릭터이고, 오른쪽은 실사 영화에 캐스팅된 배우가 자신의 소셜 미디어 계정에 올린 흑인 인어 공주 캐릭터이다.

미디어 재현이란 무엇인가

‘애리얼’은 안데르센의 동화 속 인물을 디즈니에서 재현한 것이다. 재현이란 말 그대로 다시 보여 준다는 뜻이다. 모든 미디어 콘텐츠는 대상에 대한 재현적 성격을 갖는다. 여기서 대상이란 현실을 구성하는 특정 집단과 사회, 경험, 사건, 주제를 포괄한다. 그런데 미디어의 제한된 지면이나 장면은 대상의 특정한 면만을 재현할 수 밖에 없게 만든다. 특히 엔터테인먼트 콘텐츠는 스토리텔링 효과를 위해 의도적으로 대상의 특정한 면을 부각하거나 과장하고, 특정한 면은 축소하거나 보이지 않도록 만드는 경우가 많다. 미디어의 재현은 현실을 거울처럼 보여 주는 것이 아니라 새로운 현실을 만들어 내는 과정인 것이다. 역사적 사건을 다룬 영화나 드라마에서 사건의 의미가 새롭게 해석되는 것 역시 미디어 재현의 본질이라 할 수 있다.

미디어 재현에서의 선택과 배제

대상을 재현한다는 것은 선택과 배제의 과정을 수반한다. 안데르센이 덴마크인이라는 이유로 영화에서 인어 공주를 백인의 모습으로 재현한다면, 흑인 덴마크인의 존재를 배제하는 결과를 낳을 수 있다.

- 5 재현에서의 선택과 배제는 기본적으로 많은 이들이 대상에 대해 이미 갖고 있는 신념과 믿음에 부합하는 방식으로 이루어진다. 미디어 이용자는 화면 속의 모습이 내재화된 객관적 기준에 가까울수록 그것이 실재한다고 믿고 안정감을 느끼기 때문이다. 가족을 소재로 한 리얼리티 프로그램에 등장하는 가족의 모습은 대부분 결혼 관계의 부부나 혈연관계의 부모 자녀로 이루어져 있고, 시청자들은 그것을 당연하게 받아들인다. 그러나 방송에서 이러한 가족의 모습만을 보여 준다면 그 외의 가족 구성은 정상적인 가족의 모습이 아닌 것으로 여겨질 수 있다. 이러한 비판을 수용하여 최근에는 다양하게 변화하는 가족의 형태를 보여 주려는 시도가 계속되고 있다.

텔레비전 리얼리티 프로그램의 특징

- 다큐멘터리 재현 방식을 이용해서 일상의 에피소드를 선택적으로 재현한다.
- 현실과 오락적 허구를 분리하기 어렵도록 적절히 섞어 실재감을 높인다.
- 현장에서의 진솔한 모습이나 예기치 못한 상황이 연출되어 재미와 흥미를 불러일으킨다.
- 편집 과정에서 연출자의 의도에 따라 녹화된 내용 중 어떤 것을 선택하고 부각할지 결정된다.

미디어 재현을 통한 고정 관념의 강화

- 15 미디어에서의 재현은 우리 사회의 지배적 관점이나 주류 집단의 목소리를 대변하게 되고, 결과적으로 그러한 관점을 고착화하는 데 영향을 미친다. 미디어는 주류가 아닌 집단이나 사회를 주류의 시선으로 바라보며 고정 관념을 담아내는 경향이 있다. 주류가 아닌 집단이 미디어에서 왜곡되어 묘사되거나 아예 보이지 않는 존재가 되는 이유이다. 우리는 종종 미디어에서 이주민을 보호의 대상으로 묘사하거나 불법 체류자 같은 부정적인 모습으로 보여 주는 장면을 만나게 된다. 이는 이들을 우리 사회의 주체적인 구성원으로 수용하기 어렵게 하는 고정 관념이 될 수 있다. 이러한 인식은 이주민의 직장 생활 및 가정생활, 자녀의 학교생활에도 영향을 줄 수 있다.

미디어의 재현은 기존의 관습을 따르는 방식으로 이루어질 수도 있지만, 새로운 가치와 의미를 발견해 내는 데에 기여할 수도 있다. 또 주류의 관점으로 인해 가려진 대상의 알려지지 않은 면을 드러내고 이전과는 다른 관계를 만들어 낼 수도 있다. 미디어가 소수자의 목소리와 정체성을 표현하고, 다양한 가치와 믿음을 나누는 소통의 장으로 작용할 수 있는 것이다.

미디어는 생산자의 의도에 따라 인물, 집단, 이슈, 사건 등을 특정한 방식으로 재현한다. 국내외의 사례를 바탕으로 미디어가 현실을 재현하는 속성을 이해하고, 미디어를 비판적으로 이용하는 태도를 함양해 보자.

1 미국의 영화와 방송에서 아시아인을 재현하는 방식을 연구한 글을 읽고, 다음 활동을 해 보자.

미국에서 아시아인들은 미국의 소수 인종을 대표하는 흑인과 비교했을 때 여전히 영화나 방송에 자주 등장하지 않는다. 미국에서는 흑인 시청자들을 주 대상으로 하는 채널이 존재하며 방송 프로그램과 영화가 보여주는 흑인의 이미지도 비교적 다양한 역할로 나타난다. 흑인이 주인공이거나 주·조연으로 등장하는 것은 흔하며 전문직에 종사하거나 사회적 위치가 높은 인물로 재현되기도 한다. 이에 반해 아시아인은 방송과 영화에서 실제 인구보다 적게 재현될 뿐 아니라 재현의 방식에 있어서도 여전히 정형화된 모습으로 편향되어 있다. 흔히 아시아인 여성 캐릭터는 백인의 성적 대상이 되는 역할을 하고 남성 캐릭터는 전통 아시아 무예를 사용하는 싸움꾼이나 악역, 허드렛일을 하는 심부름꾼의 모습으로 등장하는 경우가 많다. 과학이나 수학을 잘하는 사람이나 의사와 같은 전문직 직종으로 그려지기도 하지만 고정된 방식을 벗어나지 않는다.

- 박지훈·허철, 『할리우드의 아시아인 이미지 재현에 대한 산업적 접근』에서

(1) 미국 영화나 방송을 보았던 경험을 떠올리며 윗글의 분석에 대한 자신의 생각을 써 보자.

(2) 미국 영화나 방송에서 다양한 아시아인 집단을 그리지 않는 이유가 무엇인지 영화와 방송의 생산자 입장에서 생각해 보고, 미디어의 편향된 이미지 재현 문제를 어떻게 해결할 수 있을지 친구들과 의견을 나누어 보자.

2 다음 자료를 보고, 차별을 강화하는 미디어의 재현을 비판적으로 인식해 보자.

㉞ 텔레비전의 다문화 방송 프로그램에 등장한 이주민 및 외국인의 비율(2003~2016년)

	체류 비율	출연 비율	방송 에피소드 소재별 재현 빈도			
			모국 방문	가족	연애/성/사랑	음식
백인	17.6%	30.4%	9.9%	24.5%	68.4%	64.3%
유색인	82.4%	61.6%	90.1%	75.5%	31.6%	35.7%

- 김초희·김도현, 『한국 다문화 텔레비전 프로그램에서의 이주민·외국인 재현』

㉟ 이주민 출연 예능 속 '사소하지 않은 차별'

많은 사람들이 '아무 생각 없이 웃으며 예능 프로그램을 본다.'고 가볍게 여기지만, 사실 예능 프로그램을 보면서 사람에 대해 가장 많이 생각하게 됩니다. 어쩌면 이주민에 대한 국민의 인식 개선에 가장 큰 영향을 미치는 것은 방송의 예능 프로그램이라고 해도 과장이 아닐 것입니다.

스튜디오에 모여서 퀴즈를 푸는 프로그램이나 한국에서 여행을 하고 문화생활을 즐기는 프로그램에는 주로 서구권 출신의 이주민이 등장했습니다. 반면, 한국에 살면서 어려움을 겪거나 갈등을 빚으며 도움을 청하는 프로그램에는 주로 동남아시아권 출신의 이주민이 등장했습니다. 예컨대, 스튜디오에 앉아서 퀴즈를 푸는 「○○ 외국인」의 경우 전체 외국인 출연자 132명 중 동남아시아권은 네팔 7회, 인도 11회로 총 18회 출현에 불과했으나, 유럽권(러시아 포함)은 64회, 미국은 17회를 출연했습니다. 반대로 며느리와 시어머니의 갈등을 다루는 「다문화 ○○열전」은 12명의 주인공 중 10명이 동남아시아권 출신이었습니다. 나머지는 멕시코 1명, 페루 1명이었습니다.

- 『미디어오늘』, 2019년 12월 19일 기사

(1) 방송 에피소드 소재에 따라 백인과 유색인이 등장하는 비율이 다른 이유가 무엇인지 이야기해 보자.

(2) 내가 최근에 본 방송 프로그램 중 이주민 및 외국인이 나온 것을 떠올려 보고, 미디어에 재현된 모습이 나의 인식에 어떤 영향을 주었는지 생각해 보자.

최근에 우리나라에 한 번도 방문한 적이 없는 외국인 친구들이 우리나라를 여행하는 텔레비전 프로그램을 재미있게 봤어. 우리나라 문화를 잘 모르는 외국인들이 좌충우돌 여행하는 모습이 재미있었어. 그런데 이 프로그램에 출연하는 외국인은 대부분 서구권 출신이고, 동남아시아권은 거의 없었어. 생각해 보니 나도 길에서 서구권 외국인을 보면 여행자라고 생각하고, 동남아시아권 외국인을 보면 이주 노동자라고 생각했던 것 같아.



(2) 미디어에 재현된 폭력

📌 학습 목표 폭력이 재현되는 방식을 이해하고, 엔터테인먼트 콘텐츠의 폭력성을 비판적으로 분석할 수 있다.

엔터테인먼트 콘텐츠의 단골 소재가 된 폭력

2000년대 들어 살인마, 반사회적 인격 장애자, 조직폭력배, 권력자 등이 한국 영화의 단골 소재가 되면서 영화 속에서 폭력이 재현되는 강도가 점점 높아지고 있다. 텔레비전에서도 폭력적인 장면이 자주 등장하고, 웹툰이나 웹드라마에서도 등장인물이 갈등이나 문제를 폭력으로 해결하는 모습을 쉽게 볼 수 있다. 전투가 놀이의 규칙이 되는 온라인 게임은 더 말할 필요도 없고, 스토리가 있는 뮤직비디오에서도 연인 간의 데이트 폭력 장면이 논란이 되기도 하였다. 물리적 폭력은 물론 심리적·언어적 폭력까지 포함하면 폭력은 우리의 실제 삶보다 미디어에서 훨씬 빈번히 재현되고 있는 것이다.

〈미디어에 재현된 폭력의 유형〉

신체적 폭력	상대방의 의지에 반해 물리적으로 가해지는 폭력
심리적 폭력	집단 따돌림이나 사이버 괴롭힘 같은 정서적 폭력
언어적 폭력	비속어, 혐오 표현 등 타인을 공격하는 말. 뉴스나 다큐멘터리 등에서 살인, 사고, 죽음 등 폭력적 요소가 내포되어 있는 말도 포함됨.

엔터테인먼트 콘텐츠가 갖는 스토리텔링의 힘은 이용자를 재현된 폭력에 몰입하게 하고, 그것을 실제 상황인 것처럼 느끼게 한다. 이에 미디어 생산자는 이용자의 즐거움을 위한 심미적 장치로서 폭력을 이용한다. 영화나 드라마에 나오는 폭력적인 장면이 이용자에게 심리적 카타르시스를 주고, 일상에서의 긴장을 완화시켜 준다. 혹은 단순한 쾌감을 위한 폭력이 아니라 사회상을 반영한 것뿐이며, 내용 전개에 개연성을 위해 폭력 장면이 꼭 필요하다고 주장하기도 한다. 피해자가 겪은 고통을 드러내기 위해서는 폭력 장면을 넣는 것이 불가피하다는 것이다. 그러나 과도한 폭력성은 폭력이 발생한 원인과 결과에 대한 사회적 메시지를 가리고, 피해자의 고통과 폭력의 자극성만 부각할 위험이 있다.

📌 카타르시스(Catharsis)

그리스어로 '정화'를 의미하며, 등장인물의 비극적 상황이나 비참함을 보고 마음에 쌓여 있던 불안, 우울, 긴장 등의 응어리진 감정이 풀리고 마음이 정화되는 것을 말한다. 비극이 주는 부정적인 체험이 인간의 영혼을 더 고양시키는 것을 설명해주는 개념이다.

미디어에 재현된 폭력의 영향

미디어에 재현된 폭력이 실제 이용자에게 어떤 영향을 줄까? 미디어 속 폭력 행위를 간접 체험하는 것이 폭력을 모방하게 한다는 것은 다양한 연구에서 밝혀졌다. 즉, 미디어 체험이 범죄를 학습하게 한다는 것이다. 또 폭력적인 디지털 게임에 장기적으로 노출되면 폭력적인 태도가 강화되고, 비행을 저지르는 정도가 높아졌다는 연구 결과도 있다. 다만 특정한 성향의 사람들이 폭력적인 영상이나 게임을 더 많이 이용할 수 있어 결과의 해석은 제한적이다. 하지만 분명한 것은 폭력 자극에 노출된 경험이 많을수록 폭력에 둔감해진다는 것이다. 이는 최근 한국 영화에서 폭력의 강도가 점점 세지는 이유 중 하나라고 할 수 있다.

결국 폭력을 어떤 맥락에서 재현하는지가 중요하다. 폭력의 수위가 유사하더라도 전달되는 맥락에 따라 미치는 영향이 달라질 수 있다. 가장 중요한 맥락은 폭력에 대한 보상과 처벌이다. 학교나 학원에서 일어난 일을 다룬 '학원물'은 폭력을 중심 소재로 삼는 경우가 많은데, 폭력 서클, 집단 따돌림과 같은 폭력을 미화한다는 비판을 많이 받는다. 매력적이고 호감이 가는 주인공은 폭력 사건이 발생하면 영웅처럼 등장하여 타인을 제압하는 등 정의로운 모습으로 그려진다. 주인공의 영웅적 면모가 부각되고, 폭력을 주저하거나 양심의 가책, 두려움을 느끼는 모습은 드러나지 않는다. 폭력의 결과로서 피해자에게 보상을 제공하거나 가해자를 처벌하는 장면 역시 담기지 않는 경우가 많다.

또한 재미를 위해 폭력 장면을 넣는 경우 실제 현실이었다면 크게 다치거나 목숨을 위태롭게 할 폭력조차도 대수롭지 않게 그려지는 경우가 많다. 간혹 폭력 장면에 유머 코드를 결합하여 폭력을 놀이나 게임처럼 그리는 경우도 있다. 온라인 롤플레잉 게임에서 전투의 대상이 사람이 아니라 좀비나 괴물로 묘사되면 이용자는 자신의 행위가 폭력이라는 것을 인식하지 못한 채 놀이로만 즐기게 된다. 폭력을 유희적으로 다루는 맥락은 폭력을 가볍게 생각하게 하고, 폭력에 둔감해지게 만들 우려가 있다. 과거 가정에서, 학교에서, 연인 간에 가해진 폭력을 폭력으로 인지하지 못했던 것은 그것을 정당화하는 맥락이 있었기 때문임을 잊어서는 안 된다. 폭력의 부조리함은 반드시 드러나야 하고, 그것이 개인에게 미치는 영향은 피해와 처벌로서 그려져야 한다.



📌 학원물

중·고등학교 학생들의 학교생활을 소재로 다룬 영화, 드라마, 소설, 만화 등의 작품을 가리킨다. 학원물은 주 이용자인 10대 청소년에게 모방적 서사를 제공하기에, 인물에 대한 강한 동일시를 유발할 수 있다.



어린이와 청소년의 폭력 모방을 막기 위한 콘텐츠 선정의 기준

- 폭력이 중심 주제가 되어서는 안 된다.
- 폭력이 문제를 해결하는 방법으로 보여서는 안 된다.
- 폭력의 결과로 피해, 보상, 처벌이 명백하게 드러나야 한다.

미디어 이용자는 미디어가 재현하는 폭력의 부조리함에 민감하게 반응하고, 재현의 적절성을 비판적으로 바라볼 필요가 있다. 폭력을 소재로 하지만 서로 다른 재현을 보여 주는 작품을 비교해 봄으로써 미디어 속 폭력 재현의 기준을 탐색해 보자.

1 다음 기사를 읽고, 드라마에 재현된 폭력의 문제점을 파악해 보자.

‘벽 치기’, ‘기습 키스’ …… 로맨스 가장한 드라마 속 폭력 여전

드라마 120편 모니터 결과 ‘강제 신체 접촉 빈번’, ‘배경 음악 삽입해 낭만적 요소 부각’

한국여성민우회 미디어운동본부(이하 민우회)는 최근 방영한 드라마들에서 여전히 ‘벽 치기’, ‘손목 잡기’, ‘기습 키스’ 등 로맨스를 가장한 ‘폭력’이 재현되고 있다는 모니터링 결과를 발표했다. 일상에서는 성희롱으로 받아들여질 만한 행위가 드라마 속에서는 애정 표현으로 그려진다는 것이다.

민우회 모니터링은 2017년 7월부터 2018년 6월 사이에 9개 방송사에서 방영된 120개의 드라마(총 2,946편)를 대상으로 했다. 그 결과 625건의 문제 장면이 발견됐다. 이를 유형별로 분석해 보면 손목을 잡아끌거나 낚아채고, 포옹이나 키스를 하는 등의 ‘강제적 신체 접촉’이 425건으로 가장 많은 것으로 나타났다. 옷이나 행동 등을 통제하는 경우(104건), 스토킹(62건), 언어폭력(56건) 등도 다수 찾아볼 수 있었다. 드물지만 강제로 차에 태워 운전하거나 납치하는 경우(14건)나 물건을 부수는 경우(8건)도 존재했다.

문제는 이러한 장면들이 배경 음악이나 슬로 모션, 클로즈업 등의 연출 효과를 사용해 낭만적으로 그려지고 있다는 점이다. 분석 결과 장면 속 상황을 긍정적으로 묘사하는 경우가 402건(64.32%)으로 나타났으며, 긍정적 묘사를 위해 동원된 수단은 배경 음악 사용(371건)이 가장 빈번한 것으로 드러났다. ▶

- 『피디저널』, 2018년 10월 17일 기사

(1) 위와 같은 장면을 본 경험을 떠올려 보고, 그러한 장면을 보았을 때 어떤 생각이 들었는지 이야기해 보자.

(2) 드라마 생산자들이 로맨스를 가장한 폭력을 관습적으로 재현하는 이유가 무엇인지 생각해 보자.

(3) 드라마는 불특정 다수가 접하는 문화 콘텐츠이다. 위 기사에서 지적한 문제점을 해소하기 위한 대안을 제도적·개인적 측면에서 마련해 보자.

2 엔터테인먼트 콘텐츠에서 학교 폭력이 재현되는 모습을 비판해 보자.

(1) 텔레비전 프로그램, 영화, 웹툰, 웹소설, 게임 등에서 학교 폭력을 다룬 것을 2개 고르고, 생산자가 의도한 작품의 중심 메시지가 무엇인지 써 보자.

콘텐츠 1 : <input style="width: 90%;" type="text"/>	콘텐츠 2 : <input style="width: 90%;" type="text"/>

(2) 다음 질문에 답하며 각 콘텐츠에서 폭력이 재현되는 양상을 비교해 보자.

질문	콘텐츠 1 : <input style="width: 90%;" type="text"/>	콘텐츠 2 : <input style="width: 90%;" type="text"/>
• 폭력의 빈도와 정도는 어떠한가?		
• 폭력을 행한 가해자를 선하게 그리고 있지 않은가?		
• 폭력의 가해자는 사회적 약자인가?		
• 폭력의 동기가 정당한가?		
• 폭력에 대한 처벌이 이루어지는가? 오히려 보상이 제공되었는가?		
• 폭력에 따른 피해자의 피해나 고통이 제시되었는가?		

(3) 각 작품의 중심 메시지를 고려했을 때 폭력의 재현이 적절했는지 평가해 보자.

콘텐츠 1 : <input style="width: 90%;" type="text"/>	콘텐츠 2 : <input style="width: 90%;" type="text"/>

1 영화, 드라마, 웹툰에는 현실에 있을 법한 인물이 등장한다. 우리 사회를 구성하는 다양한 집단이 미디어에 어떤 모습으로 그려지고 있는지 알아보자.

(1) 최근에 본 영화나 드라마, 웹툰에서 다음 집단에 속하는 인물을 본 적이 있는가? 있다면 작품의 제목을 써 보자. (없으면 항목을 비워 두어도 무방함.)

	노인	기능직 종사자	이주민	장애인
영화				
드라마				
웹툰				

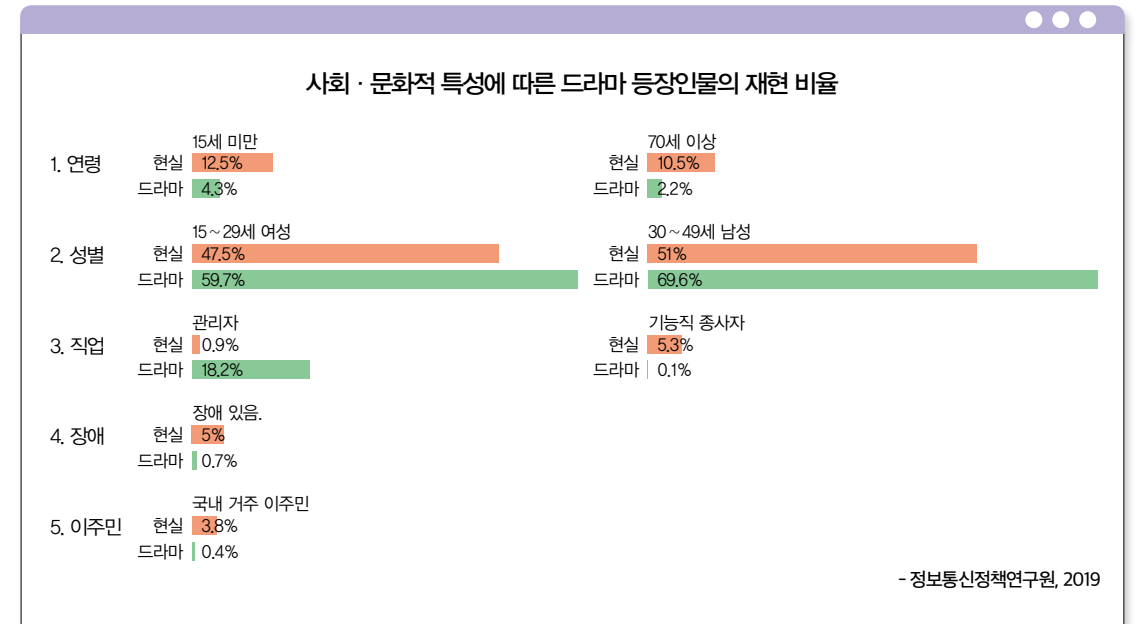
활동 도움말 '기능직 종사자'는 식품 가공, 섬유 및 의복 제조, 용접원 등 금형 제조, 자동차 정비, 전기 설비, 건설 및 토목, 배관 등의 기능 관련 종사자를 말한다.

(2) 위 목록의 인물들이 각 미디어의 이야기 내에서 어떤 역할(주연, 조연, 단역)을 수행하는지 써 보고, 인물의 성별, 외양, 행동, 태도 등이 어떻게 나타나는지 적어 보자.

	노인	기능직 종사자	이주민	장애인
역할				
성별, 외양, 행동, 태도 등				

(3) (2)에서 정리한 인물의 미디어 재현이 적절하다고 생각하는가? 고정 관념에서 벗어나 있는지, 재현의 다양성으로 개인의 개성을 드러내고 있는지 질문하며 토의해 보자.

2 다음은 드라마 등장인물의 특성별 재현 비율을 현실과 비교한 자료이다. 활동 1에서 분석한 집단이 현실에서의 비율에 비해 드라마에 자주 등장하지 않는 이유를 생각해 보자.



3 활동 1에서 목록화한 미디어 콘텐츠 중, 미디어 재현의 측면에서 가장 바람직한 작품을 선택하여 친구에게 추천하는 글을 써 보자.

제목:

- 기획 의도:

- 주요 인물:

- 추천 이유:

활동 도움말 추천할 만한 작품이 없다면 생산자에게 개선을 요구하는 글을 작성할 수도 있다.

3

엔터테인먼트 콘텐츠 주체적으로 향유하기

- (1) 상황과 목적에 맞는 콘텐츠 이용하기
- (2) 콘텐츠 능동적으로 즐기

왜 배울까?

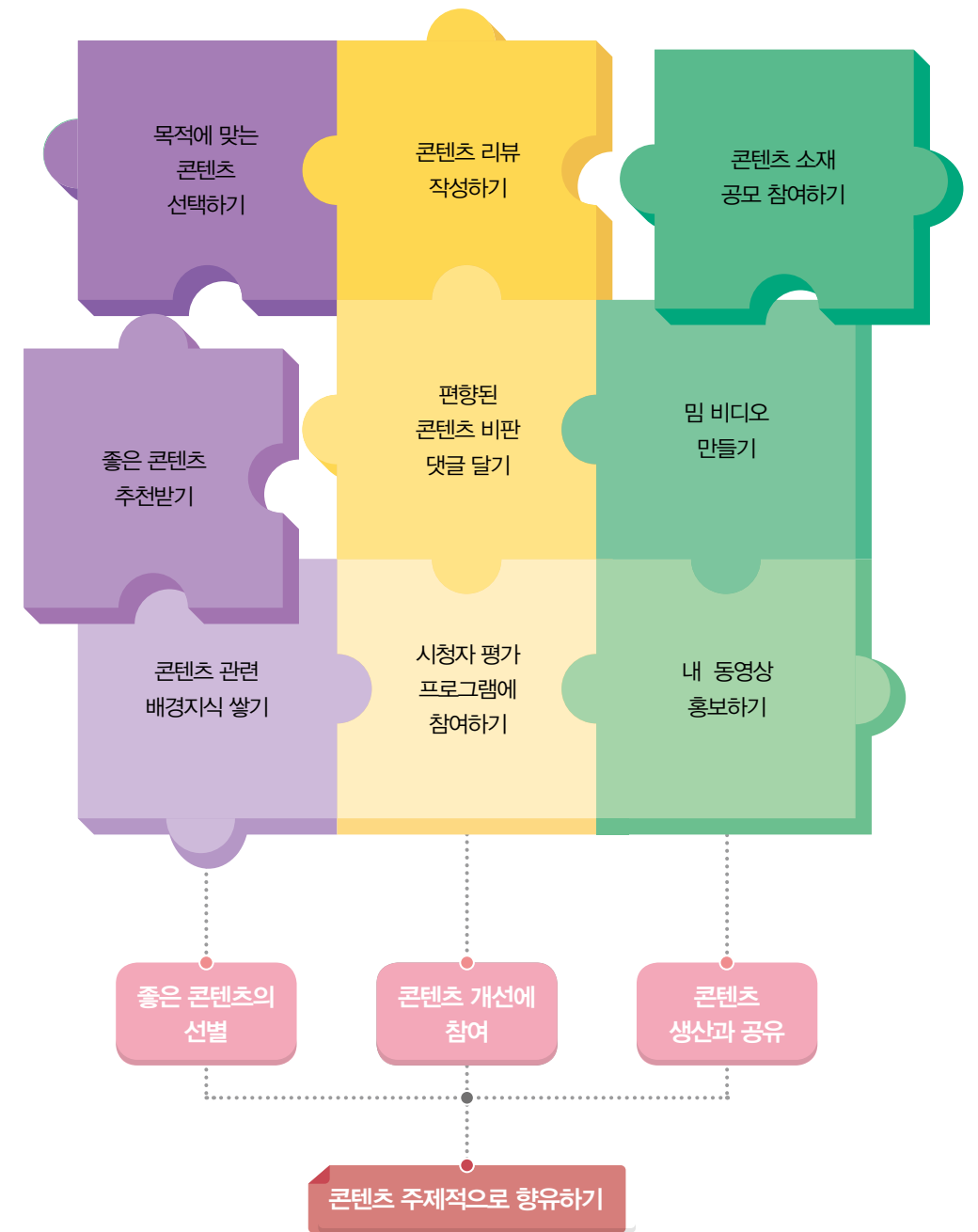
콘텐츠를 선택하여 즐기는 방식은 개인의 취향에 따라 다르다. 하지만 자신의 상황과 목적에 맞는 콘텐츠를 선별하는 것은 콘텐츠를 주체적으로 향유하기 위해 매우 중요한 과정이다. 나아가 수동적으로 콘텐츠를 소비하는 것을 넘어 콘텐츠를 자신의 삶에 의미 있게 활용하고, 콘텐츠의 개선에 능동적으로 참여하는 태도를 지닌다면 미디어 향유 문화 발전에 기여하는 책임 있는 이용자로 거듭날 수 있을 것이다.

무엇을 배울까?

- 상황과 목적에 맞는 콘텐츠를 선별하기 위해 자신의 콘텐츠 소비 방식을 일상적으로 점검하고 성찰한다.
- 엔터테인먼트 콘텐츠를 발전시키는 이용자의 역할을 이해하고, 콘텐츠의 생산과 공유 과정에 적극적으로 참여하며 책임감 있게 즐기는 태도를 기른다.



미리 보기 다음 이미지를 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.



(1) 상황과 목적에 맞는 콘텐츠 이용하기

학습 목표 상황과 목적에 맞는 콘텐츠 이용의 중요성을 알고, 자신의 콘텐츠 이용 방식을 성찰하고 조절할 수 있다.

상황과 목적에 맞는 콘텐츠 탐색하기

개인이 영화나 드라마, 방송 프로그램을 보는 이유는 다양하다. 사람들은 현실의 5
긴장에서 벗어나 즐거움을 얻기 위해 유쾌한 코미디 영화나 예능 프로그램을 본다.
반대로 공포 영화를 보며 긴장감에 몸을 맡기거나, 멜로드라마를 보며 감동의 눈물
을 흘리는 강한 자극을 기대하기도 한다. 역사나 문화, 과학에 관한 내용을 토크 쇼
형태로 풀어낸 프로그램을 보며 교양을 쌓을 수도 있고, 다큐멘터리를 보며 자신을
성찰하고 주변을 돌아보기도 한다. 이처럼 엔터테인먼트 콘텐츠는 뉴스와 같이 정 10
보를 객관적으로 전달하는 콘텐츠에서는 얻을 수 없는 새로운 관점과 이해를 제공
하기도 한다.

콘텐츠를 선택하여 즐기는 방식은 자신의 취향에 영향을 받지만, 콘텐츠를 이용 15
하는 다양한 상황과 목적에 따라 달라질 수도 있다. 최근에는 미디어 플랫폼과 채
널 수가 비약적으로 증가하면서 이용자의 선택권이 늘어났다. 미디어 생산자는 콘
텐츠를 이용자에게 성공적으로 전달하는 것이 생존 전략이 되었고, 이용자의 입장
에서도 자신에게 가장 필요하고 잘 맞는 콘텐츠를 스스로 선택하는 것이 매우 중요
해졌다. 동영상 플랫폼에서 작동하는 인공지능 기반의 추천 시스템은 이용자의 성
향을 분석하여 취향에 맞는 콘텐츠를 안내해 주므로 유용할 때가 많다. 하지만 콘

텐츠를 보는 상황과 목적이 매번 같지는 않다. 추천 20
시스템은 이전의 이용 방식을 기준으로 삼아 관련된
콘텐츠를 추천하므로 새로운 상황과 목적에 맞는 콘
텐츠를 안내해 주지는 못한다. 또 추천 시스템은 정보
를 추려서 제공하기 때문에 전체 정보를 볼 기회를 박
탈하고 이용자의 시야를 좁힌다. 따라서 추천 시스템 25
에 의존하기보다는 자신의 상황과 목적에 맞는 콘텐
츠를 적극적으로 탐색하는 태도가 필요하다.



▲ 콘텐츠를 선별하여 추천하는 온라인 동영상 서비스

자기 큐레이션의 필요성

자신의 취향에 맞고 다수가 선택했다 하더라도 콘텐츠의 질에 둔감해져서는 안 5
된다. 사람들은 소위 '막장 드라마'라고 불리는 콘텐츠를 욕하면서 본다고 말한다.
상식적으로 받아들이기 어려운 인물과 상황을 보며 우월감을 느끼기도 하고, 욕하
면서 스트레스를 풀 수도 있다. 그러나 그러한 경험이 자신이 정말 원했던 것인지 10
돌아볼 필요가 있다. 작품성이 뛰어나고 주제 의식이 좋은 드라마는 감정적 몰입과
쾌감은 물론, 세상에 대한 새로운 이해와 자신의 삶을 돌아보는 성찰의 기회도 제
공한다. 게임의 경우도 마찬가지이다. 단순히 몰입과 경쟁만을 추구하도록 짜여 있
는 게임과 훌륭한 서사와 뛰어난 기술적 재현이 더해진 게임이 주는 심미적 체험과
15
놀이 경험은 전혀 다른 것이기 때문이다.

기대하고 보았던 콘텐츠에 지나치게 선정적이거나 거친 표현이 많아 눈살을 찌 20
푸렸던 적이 있는가? 특정 집단을 비하하거나 편향된 관점을 보여 주어 당황스러
웠던 적도 있을 것이다. 지금 우리에게 필요한 것은 자신만의 타당한 콘텐츠 선별
의 준거를 갖고, 그에 맞는 콘텐츠를 선택할 수 있는 자기 큐레이션 능력이다.

큐레이션(Curation)
여러 정보를 수집, 선별하고 새로운 가치를 부여해 전파하는 것을 말한다. 본래 미술 작품이나 예술 작품의 수집과 보존, 전시하는 일을 지칭하였으나, 최근 더 넓게 쓰이고 있다.

자료+

이제는 유튜브 리터러시가 필요하다

텔레비전 프로그램의 경우 방송사의 사전 심의를 거치기 때문에 선정성과 폭력성이 도를 넘는 경우가 많지 않다. 그러나 유튜브는 다르다. 누구나 자유롭게 콘텐츠를 올리고 돈까지 벌게 하는 혁신을 이뤄 낸 유튜브는 나쁜 콘텐츠를 거르지 못하는 문제를 지니고 있다.

유튜브 투명성 보고서에 따르면 2017년 4분기 동안 유튜브에서 삭제하거나 비공개 처리한 영상이 828만 건에 달한다. 항목별로는 성 문제(30.1%)와 스캠(26.4%)이 가장 많았고, 혐오(15.6%)와 폭력(13.5%), 위험 행위(7.6%), 아동 폭력(5.2%), 테러 조장(1.6%) 순이다. 물론 세상 모든 유해 콘텐츠의 책임을 유튜브에 물을 수는 없다. 인터넷의 등장과 동시에 이런 콘텐츠는 언제나 논란이었다.

소수자와 약자를 향한 혐오·차별 표현을 지적하는 콘텐츠를 만들어 온 한 장애인 유튜버는 “예전에는 혐오 콘텐츠를 보면 ‘무조건 규제해야 된다.’고 생각했다. 하지만 유튜브가 없어져도 이들은 또 다른 플랫폼에서 같은 일을 할 게 분명하다. 유튜브에서 사회적 다양성에 대한 혐오를 양산할 수 있지만, 유튜브가 자정적인 역할도 해야 한다고 생각한다. 규제보다 인식의 전환이 더 중요하다.”라고 지적했다.

규제는 무조건 나쁘고 교육이 항상 옳다는 게 아니다. 어떠한 규제를 적용해도 문제를 완전히 해결할 수는 없기에 교육에 초점을 맞추는 수밖에 없다. 유튜브 시대에 맞는 미디어 리터러시가 그 어느 때보다 중요한 현실이다.

- 『미디어오늘』, 2019년 3월 10일 기사



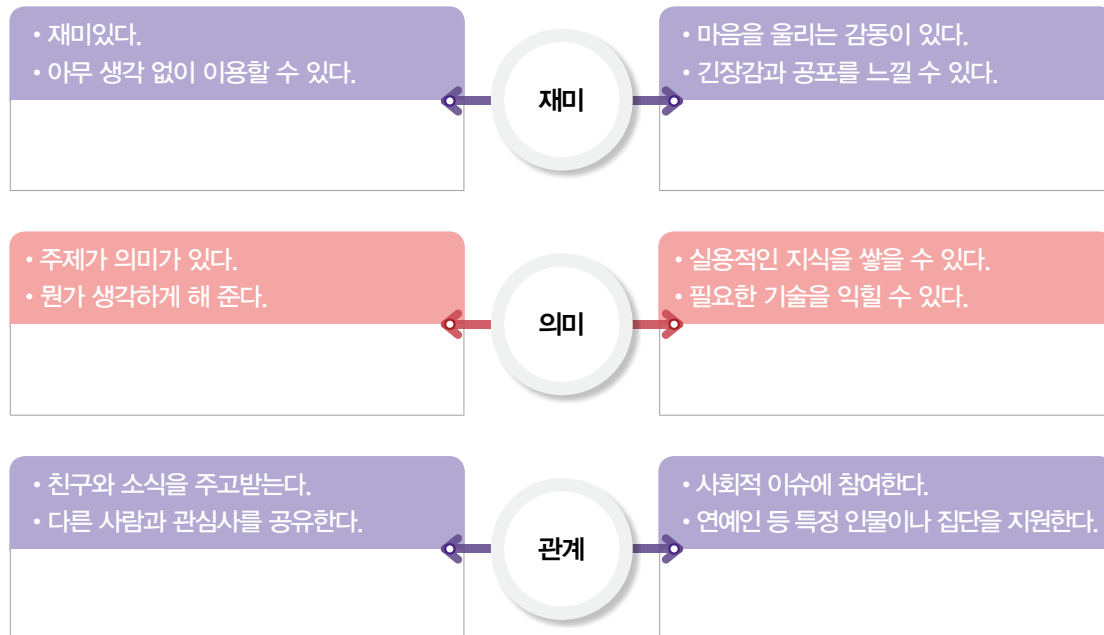
콘텐츠를 제대로 즐기려면 콘텐츠를 이용하는 상황과 목적을 분명히 알고, 콘텐츠의 질을 판단하는 분별력을 갖추어야 한다. 다음 활동을 하며 자신의 콘텐츠 이용 습관을 성찰하고, 좋은 콘텐츠의 기준을 마련해 보자.

1 다음 활동을 하며 자신의 콘텐츠 이용 경향을 분석하고, 이용 습관을 성찰해 보자.

(1) 내가 지난 일주일간 미디어 플랫폼에서 이용한 콘텐츠의 목록을 작성해 보자.

제목	플랫폼	장르	소재	이용 방식	이용 목적	이용 시간

(2) 위 목록의 콘텐츠를 다음 항목에 따라 분류해 보자. (두 항목 이상에 해당하면 각각 기입함.)



(3) 친구들이 작성한 표와 바꾸어 보며 미디어 콘텐츠를 이용하는 목적이 어떻게 다른지 비교해 보자.

2 다음 활동을 바탕으로 좋은 콘텐츠의 요건을 생각해 보자.

(1) 내가 즐겨 이용하는 콘텐츠를 하나 골라 다음 기준에 따라 평가해 보고, 좋은 콘텐츠의 기준과 평가 내용을 더 마련해 보자.

평가 기준	평가 내용
진실성	현실의 모습을 얼마나 제대로 담아내고 있는가?
효용성	즐거움, 정보, 교육 등 콘텐츠의 목적에 얼마나 부합하는가?
창의성	다른 콘텐츠와 차별되는 개성이 있는가?
완결성	구성이 짜임새가 있는가?
윤리성	혐오 표현이나 비속어가 쓰이지는 않는가?

(2) 자신이 주로 이용하는 미디어 콘텐츠 중 친구들에게 추천하고 싶은 것과 권하고 싶지 않은 것을 고르고, 그 이유를 적어 보자.

추천하고 싶은 콘텐츠		권하고 싶지 않은 콘텐츠	
제목		제목	
이유		이유	

(2) 콘텐츠 능동적으로 즐기기

📌 학습 목표 엔터테인먼트 콘텐츠의 발전을 위해 이용자가 해야 하는 역할을 이해하고, 콘텐츠를 능동적으로 이용할 수 있다.

능동적 참여로서의 향유

미디어 이용자들이 추구하는 놀이 경험이 변화하고 있다. 디지털 환경에서는 누구나 쉽게 미디어 콘텐츠를 생성·변형·가공할 수 있고, 그것을 공유하기 위한 수단과 방법도 다양하다. 이에 콘텐츠를 제공받고 즐기는 수동적인 경험에서 나아가 콘텐츠에 다양한 형태로 개입하는 능동적 참여를 추구하는 것이다. 라디오 방송에 전화를 걸거나 사연을 보내는 것, 드라마나 영화를 보고 평가 글을 남기는 것, 뮤직 비디오를 보고 춤을 똑같이 따라 춘 ‘커버 댄스’ 영상을 찍는 것 모두 능동적 참여의 방법이다.

사회적 상호 작용으로서의 향유

미디어에 참여하는 방식도 달라지고 있다. 디지털 시대의 미디어 이용자들은 특정 콘텐츠를 기반으로 처음 알게 된 사람들과 관계망을 형성하고, 다양한 문화적 실천을 함께한다. 드라마 시청자들은 감상 소감뿐 아니라 소재와 관련된 지식이나 현장 사진 등을 교류하고, 답글을 달며 즐거움을 이어 간다. 케이팝(K-Pop, Korean Popular Music) 향유자들은 자신이 좋아하는 가수나 그룹의 공연 영상이나 에피소드, 신변잡기적 정보를 팬 커뮤니티나 개인 블로그에서 공유하고, 다양한 밈 비디오를 생산하여 온라인에 유포하기도 한다.

📌 밈 비디오(Meme video)

창의적이고 전면적인 참여를 통해 원본 영상을 복제, 모방하면서 상당 부분 변형하여 인터넷을 통해 대중적으로 확산되는 영상 콘텐츠 원본 영상에 대한 리액션 영상, 원본 춤을 모방한 커버 영상, 원본을 패러디하거나 여러 콘텐츠를 조합한 영상 등이 있다.

나아가 미디어 이용자는 생산자와 상호 작용하며 미디어 생산의 대등한 파트너로서 위상을 확보해 가고 있다. 미디어 플랫폼의 댓글 창이나 방송 프로그램의 시청자 게시판 등을 보면 콘텐츠에 대한 호응과 감상을 넘어, 부적절한 내용을 비판하거나 새로운 소재를 제안하는 댓글과 게시물을 쉽게 찾아볼 수 있다. 이용자가 콘텐츠 개선을 위해 적극적으로 의견을 개진하면, 생산자는 이를 받아들여 사고와 활동의 지평을 넓힐 수 있다. 이용자 역시 미디어 생산물을 객관적으로 볼 수 있게 된다.



영향력 있는 문화 소비자, 팬덤

팬덤은 문화 산업이 대중화되기 이전부터 존재했다. 베토벤의 장례식장에 2만 명 넘는 팬이 몰려와 기절하거나 부상당하는 사람이 속출했던 것은 유명한 역사적 장면이다. 미디어의 발전은 팬덤의 활동 방식을 능동적으로 바꾸어 왔고, 팬덤과 같이 미디어를 능동적으로 이용하는 집단은 미디어 산업의 핵심 주체가 될 수밖에 없다. 미디어 기업은 스스로 팬덤 커뮤니티를 형성하여 운영하거나, 팬덤 커뮤니티에 관련 콘텐츠와 정보를 제공하며, 이용자의 요구가 미디어 제작에 반영되는 선순환 생태계를 형성하기 위해 노력한다.

📌 팬덤(Fandom)

‘팬(Fan)’과 ‘영지, 나라’ 등을 뜻하는 접미사 ‘-덤(-dom)’을 합성한 말로 특정한 인물이나 분야를 열성적으로 좋아하는 사람들의 집단 또는 그러한 문화 현상을 가리킨다. 팬덤의 대상은 연예인, 드라마, 영화 등 다양하다.

팬덤은 문화적 차원에서도 실질적인 영향력을 발휘한다. 팬들은 스타를 통해서 일상의 자신과는 다른 정체성을 구성하게 된다. 여성 가수가 여성에 대한 고정 관념을 깨는 파격적인 음악과 뮤직비디오로 정체성을 재구성하려 시도할 때, 그 팬덤은 음악으로 차별과 억압에 맞서려는 사회적 실천의 동참자로서 자신을 인식하게 된다. 콘텐츠에 담긴 선한 메시지나 스타의 선행은 팬들의 기부나 공공 캠페인을 유도하기도 한다.

팬덤의 집단적 참여는 주류 문화의 변화를 가져오기도 한다. 1995년에 발표한 서태지와 아이들 4집 수록곡 「시대유감」의 가사가 사전 심의에 걸리자 팬덤은 이를 철폐할 것을 요구했다. 이는 이듬해 ‘음반 사전 심의제’ 폐지에 기폭제가 되었다. 2001년에는 가요 순위 프로그램 폐지 활동을 전개하여 유료 모바일 투표 제도의 개선을 가져오기도 하는 등 팬덤은 소비자 운동의 근원지가 되었다. 또 혐오 가사나 스타의 부적절한 언행을 비판하는 글을 커뮤니티에 올려 문제의식을 공유하기도 한다. 마음만 먹으면 누구나 엔터테인먼트 산업에 자신의 의견을 표출할 수 있고 사회적 영향력을 행사할 수 있는 것이다.

향유 문화 향상을 위한 책임

미디어 생태계의 혁신이 이용자를 중심으로 일어나는 것은 시대의 흐름이다. 따라서 지금은 능동적인 이용자의 영향력을 알고, 건강한 콘텐츠 이용 문화를 만들어 나가기 위해 고민해야 할 때이다. 이용자 스스로 자신이 이용하는 콘텐츠에 꾸준히 관심을 갖고, 비판적으로 이용할 수 있어야 한다. 또한 관련 정보를 자발적으로 수집·분석하고, 사회 구성원들과 상호 작용하며 의미를 확장해 나가는 등 이용자의 지속적인 노력이 있어야 미디어 향유 문화를 향상시킬 수 있다. 또 공유와 확산의 과정에서 기술적인 능력만이 아닌 책임 있는 문화 의식이 필요하다.



자료 +

미디어 과의존과 현명한 미디어 이용

2019년 5월, 세계보건기구(WHO)가 2022년부터 게임 중독(게임 이용 장애)을 공식 질병으로 분류하기로 했다. 전문가들의 오랜 논의를 거쳐 만장일치로 통과됐지만, 논란과 반대가 계속되고 있다.

중독으로 이어져 치료와 사회적 대응이 필요한 것은 게임만이 아니다. 소셜 미디어도 과몰입, 과의존의 측면에서 접근이 필요한 문제이다. 소셜 미디어나 온라인 게임에 깊이 빠져드는 청소년들을 우려하거나 비난하는 목소리가 높다. 그러나 게임과 스마트폰에 몰두하는 원인이 아이들의 '의지 부족' 때문만은 아닐 수 있다. 거대 산업이 된 디지털 미디어 콘텐츠와 소셜 미디어의 설계자는 이용량의 증대가 수익과 직결되기 때문에 사용자의 자제력을 허물기 위해 과학적·조직적 노력을 기울인다. 온라인 게임과 소셜 미디어 등은 방대하고 정교한 데이터를 기반으로 이용자별 접속 시간과 활동 내용을 확대하기 위해 다양한 실험을 거듭하고 있으며, 이는 디지털 콘텐츠와 서비스에 대한 과몰입, 중독 현상으로 나타나고 있다.



디지털 미디어 과의존 현상은 디지털 기기와 콘텐츠에서 발생하는 것이기 때문에 인류 역사에 생겨난 지 얼마 되지 않았다. 아직 원인과 해결책은 물론이고 전체적인 상황 파악도 이루어지지 않은 상태인 것이다. 그러므로 디지털 미디어 콘텐츠의 중독성 여부를 따지기 전에 갈수록 늘어나고 있는 이용 시간 증가와 과의존 피해 보고 현상을 수용하고 과학적으로 접근하는 게 우선이다. 기업의 이윤을 늘리기 위해 인간의 인지적 한계와 심리적 취약성을 공략하는 방식으로 만들어지고 있는 디지털 콘텐츠와 서비스 작동 구조를 법률로 통제할 수 있다는 생각도 성급하다. 디지털 미디어의 구조와 속성, 그리고 중독적 이용이 왜 발생하는지 이용자 차원에서의 근본적·성찰적 접근이 필요한 시점이다.

- 구분권, 「인류의 새로운 질병 '디지털 미디어 중독」에서

소단원 탐구 활동

능동적이면서도 책임감 있는 미디어 향유자 되기

능동적인 미디어 향유자는 자신의 콘텐츠 이용이 개인과 사회에 미칠 영향을 고려하여 스스로를 성찰하고 조절할 수 있어야 한다. 다음 활동을 하며 책임감을 가지고 콘텐츠를 즐기는 태도를 길러 보자.

1 단순히 콘텐츠를 복제하여 소비하는 것을 넘어 자신의 개성을 적극적으로 표현하면서도 혐오를 경계하고, 타인의 권리를 침해하지 않는 나만의 패러디물을 만들어 보자.

(1) 다음 설명을 참조하여 제시된 패러디물이 전하는 메시지와 표현의 효과를 파악해 보자.

- **개념:** 패러디는 일반인에게 잘 알려진 원작의 약점 또는 진지함을 흉내내거나 과장·왜곡하여 원작이나 사회적 상황을 비평하거나 웃음을 이끌어 내는 것이다.
- **효과:** 패러디는 기존의 작품이나 사실을 새로운 시각으로 바라볼 수 있고, 소재가 사람들에게 잘 알려져 있기 때문에 짧은 시간에 내용을 효과적으로 전달할 수 있다.

레오나르도 다빈치의 「최후의 만찬」



코로나 바이러스-19 예방 캠페인 패러디 포스터



전하는 메시지

표현의 효과

(2) 사회적으로 논란이 되었거나 비판을 받았던 패러디물을 찾아보자. 어떤 부분이 문제가 되었는지 쓰고, 콘텐츠의 생산과 유통 과정에 참여할 때 어떤 태도를 갖는 것이 중요한지 이야기해 보자.

(3) 다음 단계에 따라 개성 있는 패러디물을 만들어 보자.

패러디 목적과 표현할 주제 정하기	목적은 고려하여 많은 사람들이 관심을 갖거나 공감할 수 있는 소재와 메시지를 정한다.
패러디물을 게시할 플랫폼이나 사이트 정하기	주제의 특성을 고려하여 많은 사람들이 관심을 갖고 볼 수 있는 게시 공간을 선정한다.
패러디할 원작 정하기 (패러디 앱 이용 가능)	주제를 표현하기 위해 활용할 수 있는 소재나 사건 등을 생각하며, 적합한 원작을 찾아본다. 원작은 널리 알려진 영화, 전래 동요, 고전 서사나 영상 이용자에게 친숙한 영화 포스터나 드라마 장면으로 설정할 수 있다.
패러디 방법 계획하기	원작의 매체적 특성과 주제를 고려하여 패러디할 방법을 계획한다. [패러디 방법] - 원작의 제목이나 본문의 내용 바꾸기 - 원작의 그림 일부분 바꾸기 - 원작에 말풍선으로 내용 삽입하기 - 원작에 다른 이미지 삽입하기 - 원작의 시각 이미지를 새로운 재질로 표현하기

활동 도움말

「저작권법」 제35조의 5(저작물의 공정한 이용)에서는 저작물의 통상적인 이용 방법과 충돌하지 아니하고 저작자의 정당한 이익을 부당하게 해치지 않는 경우 저작물을 이용할 수 있도록 규정하고 있다. 패러디 역시 이러한 저작권재산권 제한 규정 범위 내에 들 경우 저작권자의 허락 없이 이용 가능하다. 다만, 「저작권법」상 허용되는 패러디이기 위해서는 원작의 비평 또는 풍자라는 목적에 충실해야 한다. 또한 원작에 대한 비평적 내용을 더해 새로운 가치를 창출하고, 원저작물과는 다른 기능을 해야 하며, 원작을 떠올리게 하는 정도에 그쳐야 한다. 이러한 요건을 충족하지 못한다면 동일성 유지권·복제권·2차적 저작물 작성권 등의 침해가 될 수 있다.

- 한국저작권위원회, 「Q&A로 알아보는 저작권 상담 사례」에서

(4) 완성한 패러디물을 학급에서 발표하고, 의도한 목적과 표현 효과가 잘 드러났는지 친구들의 의견을 들어 보자.

2 자신의 게임 이용 습관을 되돌아보고, 게임을 현명하게 즐겨 보자.

(1) 내가 재미있게 했던 게임들을 적어 보고, 계획과 달리 더 자주 또는 더 오래 게임을 했던 경험이 있는지 말해 보자.

(2) (1)에서 적은 게임 중 이용 시간을 조절하기가 어려웠던 게임들의 특성이 무엇인지 생각해 보고, 친구들과 의견을 나누어 보자.

(3) 자신이 자주 이용하는 게임을 다음 기준에 따라 평가해 보고, 평가 결과를 친구들과 비교해 보자.

좋은 게임을 판단하는 기준		
▶ 중독성이 없는가?	예 <input type="checkbox"/>	아니오 <input type="checkbox"/>
▶ 사용 연령에 적합한가?	예 <input type="checkbox"/>	아니오 <input type="checkbox"/>
▶ 캐릭터 묘사가 건전한가?	예 <input type="checkbox"/>	아니오 <input type="checkbox"/>
▶ 게임에서의 목표가 선하고 타당한가?	예 <input type="checkbox"/>	아니오 <input type="checkbox"/>
▶ 건전한 인간관계 속에서 이용할 수 있는가?	예 <input type="checkbox"/>	아니오 <input type="checkbox"/>
▶ 지나치게 선정적이거나 폭력적이지는 않은가?	예 <input type="checkbox"/>	아니오 <input type="checkbox"/>
▶ 레벨을 계속 올리지 않고 끝낼 수 있는 게임인가?	예 <input type="checkbox"/>	아니오 <input type="checkbox"/>
▶ 사행심(우연한 이익을 바라는 마음)을 부추기지는 않는가?	예 <input type="checkbox"/>	아니오 <input type="checkbox"/>

(4) 게임 과몰입을 예방하고 현명하게 게임을 즐기기 위해 게임의 선택과 이용 과정에서 주의해야 할 점을 친구들과 이야기해 보자.



시청자 평가원이 되어 보자!

미디어 콘텐츠를 주체적으로 평가하고 생산에 능동적으로 참여하는 행위의 의의를 알고, 미디어 콘텐츠 개선에 기여할 수 있도록 시청자 평가 보고서를 작성해 보자.

1 다음은 교육과 입시 정보를 다룬 한 텔레비전 방송 프로그램의 시청자 게시판에 올라온 의견이다. 이용자가 자신의 의견을 콘텐츠 생산자 및 다른 이용자와 공유하는 행위의 특성과 역할을 생각해 보자.

지방 사람들의 정보 숨통입니다 작성자: [ab****] 2020. 02. 09. 12:44

지방에서는 공부나 입시 정보를 얻기가 쉽지 않은데 아이들 지도하는 데 큰 도움을 받고 있습니다. 학부모 공감 능력이나 상담과 관련된 전문가분들도 나오셔서 구체적인 방법을 알려 주시면 좋겠어요.

프로그램의 내용과 문제 해결 과정이 너무 실망스럽습니다 작성자: [rq****] 2019. 08. 22. 23:35

처음에는 공부를 둘러싼 부모와 아이들의 갈등을 줄이는 방법을 알려 주는 줄 알았습니다. 그런데 입시 위주의 사교육 방법이 주된 내용이더군요. 사교육을 꼭 해야 하는 것처럼 나오는 것에 실망했습니다.

2 위의 프로그램에 대한 시청자 평가원의 보고서 진술 내용을 보고 시청자 평가원의 역할을 알아보자.

- 이 프로그램은 “성적은 쑥쑥 올리고, 교육비는 반으로 확 줄이는 1급 비밀 교육 노하우 공개”라고 제작 취지를 밝히고 있음. 그렇지만 그 취지와는 다르게 시청자들로부터 사교육을 부추긴다는 지적을 받았음.
- 이 프로그램의 문제의식은 2가지라고 봄. 하나는 학생들의 공부가 사교육에 들인 비용의 많고 적음에 따라 판가름이 나서는 안 된다는 것, 다른 하나는 공부가 단순히 돈을 벌기 위한 수단으로 전락해서는 안 된다는 것임. 그런데 지금까지 방영된 정규 방송에는 이러한 문제의식이 제대로 담겨 있는 것 같지 않음.
- 해당 프로그램의 내용은 어떻게 학교에서 좋은 성적을 받아 명문대에 합격할 수 있느냐를 위한 예비 단계와 그 진행 과정으로 수렴하는 것처럼 보임. 공부가 학문과 기술을 배우고 익히는 것이라는 광의의 개념을 적용하여 그것을 강조해 주셨으면 함.

3 모둠별로 다음 절차에 따라 시청자 평가 보고서를 작성해 보자.

(1) 개인 미디어나 텔레비전 방송 프로그램 중에서 평가 보고서를 작성하기 위한 콘텐츠를 선정해 보자.

(2) 선정된 콘텐츠의 한 회를 함께 보고, 제시된 평가 보고서의 구성과 내용 요소를 고려하여 작성할 내용을 정리해 보자.

구성	내용
기획 의도 제시	• 기획 의도가 분명하고 사회에 유의한지를 평가
내용의 적절성	• 유익하고 흥미로우며 감동을 줄 수 있는 내용에 대한 기대 • 사실과 달라 현실을 왜곡할 수 있는 내용에 대한 우려
형식의 적절성	• 프로그램의 기획 의도와 성격, 내용에 맞게 전개되고 있는지를 평가 • 시간의 배치나 참여자의 구성이 적절하게 활용되고 있는지에 대한 의견 • 연출이나 미학적 표현이 적절하게 이루어졌는지에 대한 의견
언어의 적절성	• 은어나 비어, 속어, 혐오적인 발언에 대한 우려 • 상징적이고 함축적인 대사에 대한 칭찬
생산자에게 전하는 당부와 의견	• 프로그램 개선에 대한 의견 • 생산자의 책임과 의무 환기

(3) 모둠별로 논의한 내용을 바탕으로 평가 보고서를 작성해 보자.

활동 도움말 인터넷 기반의 공동 문서 작성 프로그램을 활용할 수 있다.

(4) 다른 모둠과 평가 보고서를 바꾸어 읽고, 시청자 평가원의 역할, 평가 보고서의 목적과 특성을 고려하여 평가 보고서에 대한 의견을 교환해 보자.

배운 내용 정리하기

다음 설명의 올바른 답이 가리키는 번호를 표에서 찾아 색칠하며 배운 내용을 확인해 보자.

<p>일상을 벗어나 자유로운 놀이 경험을 제공하는 콘텐츠를 엔터테인먼트 콘텐츠라고 한다.</p> <p>예 ▶ 10번 아니요 ▶ 3번</p>	<p>미디어는 현실을 있는 그대로 재현한다.</p> <p>예 ▶ 19번 아니요 ▶ 30번</p>	<p>미디어는 주류 집단의 목소리를 대변하는 경우가 많다.</p> <p>예 ▶ 27번 아니요 ▶ 14번</p>
<p>최근에는 일상의 모습을 담아내는 듯한 리얼리티 예능이 인기이다.</p> <p>예 ▶ 18번 아니요 ▶ 31번</p>	<p>이용자의 몰입과 공감을 이끌어 내기 위해서는 스토리텔링이 중요하다.</p> <p>예 ▶ 6번 아니요 ▶ 22번</p>	<p>장르가 달라지더라도 스토리텔링의 표현 기법은 유사하다.</p> <p>예 ▶ 4번 아니요 ▶ 12번</p>
<p>미디어의 재현은 사람들의 고정 관념을 고착화하는 데 영향을 미친다.</p> <p>예 ▶ 2번 아니요 ▶ 33번</p>	<p>미디어에서 폭력은 우리의 실제 삶보다 축소되어 재현된다.</p> <p>예 ▶ 8번 아니요 ▶ 16번</p>	<p>미디어에서 폭력을 유희적으로 다루면, 이용자는 폭력을 가볍게 생각하게 된다.</p> <p>예 ▶ 34번 아니요 ▶ 7번</p>
<p>자신의 취향에 맞으면 콘텐츠의 질에 너무 연연하지 않아도 된다.</p> <p>예 ▶ 26번 아니요 ▶ 9번</p>	<p>콘텐츠를 주체적으로 향유하기 위해서는 추천 시스템에 의존하지 않는 것이 좋다.</p> <p>예 ▶ 13번 아니요 ▶ 25번</p>	<p>능동적 미디어 향유자는 적극적으로 의견을 표출하며 콘텐츠 생산 과정에 영향을 준다.</p> <p>예 ▶ 20번 아니요 ▶ 35번</p>
<p>팬덤 문화는 미디어의 주체적 향유를 방해한다.</p> <p>예 ▶ 21번 아니요 ▶ 23번</p>		

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	32	33	34	35

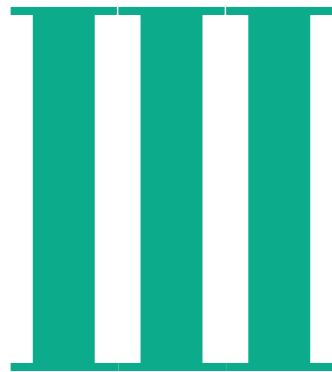
스스로 점검하기

다음 평가 기준에 따라 나의 학습 성취도를 점검해 보자.

평가 기준	성취도
나는 엔터테인먼트 콘텐츠의 개념과 장르별 특성을 설명할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 엔터테인먼트 콘텐츠의 스토리텔링 기법을 이해하고, 심미적으로 감상할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 미디어 재현의 사회·문화적 속성을 설명할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 엔터테인먼트 콘텐츠에서 특정 대상에 대한 재현이 적절한지 평가할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 엔터테인먼트 콘텐츠의 발전에 기여하는 이용자의 역할을 이해하고 실천할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 엔터테인먼트 콘텐츠를 주체적으로 향유하기 위한 활동에 참여할 수 있다.	<input type="range"/>

다음 질문에 답하며 대단원 학습을 되돌아보자.

- 이 대단원에서 학습한 내용 중 가장 의미 있었던 것은 무엇인가?
- 이 대단원을 학습하며 무엇을 배우고 느꼈는가?
- 이 대단원을 학습한 후에 더 배우고 싶은 점은 무엇인가?



뉴스와 인포데믹

뉴스는 우리가 사는 세상의 모습을 보여 주는 창이자 세상을 움직이는 수레바퀴입니다. 뉴스는 어떻게 강력한 힘을 행사하는 것일까요? 잘못된 뉴스가 퍼진다면 무슨 일이 일어날까요? 우리는 뉴스를 통해 사회의 과거, 현재, 미래를 알 수 있습니다.

- 1 나와 세상을 바꾸는 뉴스**
 - (1) 뉴스의 구성 요소와 제작 과정
 - (2) 뉴스의 역할과 조건
- 2 인포데믹과 미디어 환경**
 - (1) 인포데믹 현상의 등장
 - (2) 정보의 접근과 분별
- 3 인포데믹 시대를 헤쳐 나가는 힘**
 - (1) 허위 조작 정보와 팩트 체크
 - (2) 기술적·제도적 노력과 비판적 사고

다음 활동을 하며 뉴스가 우리 삶에 얼마나 많은 영향을 주는지 알아보자.

1 다음 사진과 자료를 보고 뉴스가 가진 힘에 대해 이야기해 보자.



지난 1996년, 미국 잡지 『라이프』 6월 호에는 12살짜리 소년이 축구공을 바느질하고 있는 사진과 함께 파키스탄 시알코트 지역에서의 어린이 노동을 비판하는 기사가 실렸다. 각종 매체들이 앞다투어 이 사진을 받아 기사를 썼고, 해당 제품이 아동 노동으로 만들어졌다고 보도했다.

이 뉴스는 곧 미국과 유럽 사회를 들쭉서 놓았다. 월드컵 경기장부터 동네 축구장까지 전 세계를 누비며 아이들에게 꿈을 주던 수많은 축구공이 다른 어린이들을 착취해 만들어졌다는 사실은 누구에게나 충격적이었다. 소비자 단체들은 어린이 노동으로 생산된 제품을 사지 않겠다는 발표를 잇따라 내놓았다. 노동조합들과 시민 단체들은 시알코트 지역에서 생산된 축구공에 대한 불매 운동을 시작했다.

결국 경영진은 여기저기 흩어져 있던 노동 및 환경 관련 업무를 모아 기업 책임부를 신설했다. 여기에 공장 노동자의 연령을 18세 이상으로 제한하는 등 안전 / 건강 / 경영자 태도 / 인력 개발 / 환경 관련 내용을 담은 새 생산 지침도 만들게 되었다.

- 『한겨레경제사회연구원』 2014년 10월 20일 기사

2 다음 활동으로 나와 뉴스의 관계를 알아보자.

(1) 다음 보기의 주제 중 관련 뉴스를 보고 생각을 바꾼 적이 있는 것을 골라 보자. 보기에 해당하는 주제가 없을 경우 빈칸에 원하는 주제를 적어 보자.

보기

장래 희망 / 음식 / 사람 / 캐릭터 / 장소 / 학문 / 국가 / 스포츠 /
단체 / 영화 / 책 / 드라마 / 게임 / 물건 / _____

(2) 기존에 가지고 있던 생각은 어떤 것이었으며, 그것이 어떻게 변화했는지 적어 보자.

기존의 생각	바뀐 생각

(3) 생각을 바꾸는 데 가장 큰 영향을 준 뉴스를 찾고, 그 이유와 함께 발표해 보자.

뉴스의 제목 및 날짜

뉴스의 내용

생각 변화의 이유

1

나와 세상을 바꾸는 뉴스

- (1) 뉴스의 구성 요소와 제작 과정
- (2) 뉴스의 역할과 조건

왜 배울까?

세상에서 일어나는 모든 새로운 일이 뉴스로 보도되지는 않는다. 그렇다면 발생하는 수많은 사건 중에서 뉴스로 보도되는 일은 어떤 것일까? 뉴스의 구성 요소를 살펴보고, 언론사가 어떠한 과정을 거쳐서 뉴스를 만드는지 이해한다면 어떤 사건이 뉴스로 선택되는지 알 수 있다. 또한 개인과 사회에 영향을 주는 뉴스의 힘이 어디에서 나오는지 알아보고, 뉴스의 개념과 역할이 디지털 환경에서 변화하는 이유를 살펴본다면 우리 곁의 뉴스를 더 잘 이해할 수 있다.

무엇을 배울까?

- 뉴스를 구성하는 요소와 제작 과정을 이해하여 뉴스의 특징이 무엇인지 파악한다.
- 민주주의 사회에서 뉴스가 맡고 있는 역할과 가치를 알아본다.



미리 보기 다음 그림을 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.



(1) 뉴스의 구성 요소와 제작 과정

📌 **학습 목표** 뉴스의 구성 요소와 제작 과정을 파악하여 뉴스의 특징을 이해할 수 있다.

기사에 '육하원칙'이 도입된 까닭

민주주의 사회에서는 시민들의 지식 활동과 여론 형성을 위해 교육 및 정보 제공이 필수적이다. 언론은 뉴스 보도로 공동체의 주요 정보를 널리 공유하고 여론을 형성하는 기능을 한다. 선출된 권력도 아니고 헌법상 기구도 아니지만 언론이 '민주주의 체제의 제4부'라는 별칭으로 불리는 이유이다.

언론이 민주주의의 한 제도로 정착하는 과정에서 뉴스의 형식과 내용도 그 틀이 갖추어졌다. 뉴스의 생명은 사실 보도이고 언론의 취재 활동은 사실을 확인하는 과정이기 때문에 보도하는 사람에 따라 그 내용이 달라지지 않도록 객관성을 갖추고 사실에 근거해야 한다. 이를 위해 뉴스 기사는 '누가(Who), 언제(When), 어디에서(Where), 무엇을(What), 어떻게(How), 왜(Why)' 했는지의 6가지 요소를 담는 것이 기본이다. '육하원칙(5W1H)'이라고 부르는 이 요소는 사건을 구체적이고 명확하게 압축해 전달하고, 사실 여부를 확인하기 쉽게 만들어 준다.

사건·사고가 일어나고 있는 현장에서 실시간으로 중계하듯 뉴스를 보도할 수 있는 경우는 드물다. 현장 취재를 하며 르포 기사를 작성하는 경우에도 기자가 직접 체험하며 보도할 수 있는 영역은 매우 제한적이다. 기자는 대부분 사건이 일어난 뒤에 목격자나 관련자를 취재하는 확인 단계를 거쳐, 기사 형태로 주요 내용을 요약해 보도하게 된다.

기사의 출처가 된 사람이나 자료를 '뉴스 취재원(News source)'이라고 한다. 기사에 취재원이 명확하게 드러나야 사실성과 신뢰성을 인정받을 수 있고, 보도 내용을 검증하기도 쉽다. 간혹 취재원이 알려질 경우 불이익을 당할 수 있어 이름을 밝히지 않을 때도 있다. 그러나 기사를 누군가의 말에만 의존해 작성한다면 부정확하거나 편파적인 결과물이 나올 수 있다. 취재는 주장을 뒷받침하는 객관적인 자료를 확보하는 단계는 물론, 복수의 취재원을 참고해 사실 여부를 확인하는 교차 확인(Cross checking) 절차를 꼭 거쳐야 한다.

르포 기사
'르포'란 프랑스어 르포르타주(Reportage)의 줄임말로, 기자가 사건이나 현장을 직접 취재해서 보도하는 형태의 기사를 가리킨다.

매스 미디어의 힘 '게이트 키핑'

기사 끝에는 기자의 이름과 이메일 주소가 표기되어 누가 취재했는지 확인할 수 있다. 하지만 언론에서 보도하는 기사는 취재 기자 한 사람의 단독 작업이 아니다. 기사는 기획, 취재, 검증 과정마다 언론사 각 구성원이 역할을 분담하여 맡은 일을 처리하는 전문 시스템을 기반으로 만들어지는 공동 작업물이다. 언론은 수많은 사건과 정보 중에서 중요하고 흥미로운 일부만 보도한다. 이 과정에서 고유의 절차대로 뉴스를 선별하고, 어떤 크기와 관점으로 보도할지 결정한다.

무엇을 뉴스로 어떻게 보도할지 결정하는 언론사 내부의 선별과 판단, 취재 및 검증 절차를 '게이트 키핑(Gate keeping)'이라고 한다. 이는 언론이 뉴스의 길목을 지키면서, 쏟아지는 정보 가운데 무엇을 기사로 작성해 내보낼지 결정하는 뉴스 유통의 문지기 역할을 한다는 것을 의미한다. 따라서 매 순간 발생하는 사건 중에서 우리가 뉴스로 만나게 되는 것은 언론사의 집단적인 뉴스 판단·검증 절차인 게이트 키핑을 통과한 사건들이라 할 수 있다.



사진 작품은 사진작가가 앵글에 무엇을 담고 무엇을 배제하는지에 따라 결과가 달리 나타난다. 같은 시간과 장소에서 찍은 사진이라도 사진작가가 어떤 앵글을 선택해 언제 셔터를 누르는지에 따라 피사체의 모습이 다르게 표현되기 때문이다. 뉴스도 마찬가지이다. 동일한 사안을 취재하더라도 관점에 따라 보도 내용이 달라질 수 있다. 사진과 마찬가지로, 언론사나 기자마다 각자 고유하게 사실을 선별하고 서로 다른 관점에서 보도할 수 있다. 따라서 뉴스를 접할 때 해당 언론이 어떠한 게이트 키핑 과정을 거쳐 사실을 선별했는지, 어떠한 사람들의 관점과 이해관계를 중시해 보도했는지 파악하면 유용하다. 뉴스에는 확인을 거친 사실 정보뿐만 아니라 언론사 특유의 보도 관점과 지향점도 담긴다는 것을 기억해야 한다.

피사체
사진을 찍는 대상이 되는 물체를 뜻한다.

신문과 방송은 게이트 키핑을 거쳐 뉴스를 보도하는 언론으로서 사회적 권위와 영향력을 확대해 왔지만, 최근의 인터넷 환경에서는 그 특징이 크게 약화되었다. 인터넷 미디어와 개인 미디어는 게이트 키핑 과정을 최소화하거나 생략해 누구나 빠르고 생생하게 정보를 공유할 수 있게 만들었다. 뉴스를 포함한 다양한 정보를 유통하고 이용하는 방법은 늘어났지만, 게이트 키핑 기능 약화로 정보 확인과 교차 검증 절차는 줄어들게 되었다. 이처럼 인터넷과 개인 미디어 환경에서 언론의 기능과 역할은 계속 변화하고 있다.

‘베이루트 폭발’을 다룬 두 기사를 참고하여 뉴스의 구성 요소와 게이트 키핑에 대해 알아보고, 이를 바탕으로 뉴스의 특징을 파악해 보자.

1 다음 기사를 읽고 질문에 답해 보자.

레바논 수도 베이루트의 항구에서 4일(현지 시간) 오후 큰 폭발이 두 차례 발생했다고 레바논 언론 『데일리 스타』와 『에이피(AP) 통신』 등 외신이 보도했다.

이 폭발로 항구 주변 상공은 거대한 검은 연기에 뒤덮였고 많은 건물과 차량이 파손됐다. 베이루트 건물들의 유리창이 깨졌으며 놀란 시민들이 비명을 질렀다. 레바논과 가까운 지중해의 섬나라 키프로스에서도 폭발 소리가 들렸다고 키프로스 매체들이 전했다.

베이루트 항구에서 약 2km 떨어진 지역에 사는 한 시민은 『데일리 스타』에 폭발 충격에 대해 “내 아파트가 완전히 없어졌다.”라고 말했다. 『디피에이(DPA) 통신』 등 일부 외신은 폭발로 인한 사상자가 수백 명이 될 수 있다고 우려했다. 『로이터』는 안보 및 의료 소식통을 인용해 최소 10명이 사망했다고 보도했다. 하마드 하산 레바논 보건부 장관은 많은 부상자가 발생했을 개연성이 있다고 밝혔다. 레바논 적십자는 30개 팀을 현장에 파견해 부상자 치료를 지원하고 있다.

공격에 의한 것인지, 폭발물이나 화학 물질로 인한 사고인지 밝혀지지 않았다. 안보 책임자 아바스 이브라힘은 현장을 방문한 뒤 “당장 조사할 수 없지만 몇 년 전부터 보관된 물질이 있는 것 같다.”라며 “폭발성이 큰 물질을 압수했다.”라고 말했다. 『엔엔에이(NNA) 통신』은 항구에 폭발물 저장고가 있다고 전했다.

이스라엘 관리들은 베이루트 폭발이 이스라엘과 관련이 없다며 이스라엘의 공습 가능성을 부인했다. 이스라엘군과 레바논 시아파 무장 정파 헤즈볼라는 국경에서 총격전을 벌이는 등 긴장이 고조된 상태.

- 『연합뉴스』 2020년 8월 5일 기사

(1) 기사에서 육하원칙에 해당하는 표현을 찾아 아래 표에 적어 보자.

누가(Who)	
언제(When)	
어디에서(Where)	
무엇을(What)	
어떻게(How)	
왜(Why)	

(2) 기사의 취재원을 찾아보자.

2 기자가 1의 기사를 작성하기 위해 어떤 방법으로 취재를 했는지 질문에 답하며 생각해 보자.

(1) 기사에 포함된 수치와 통계를 어떻게 수집했는지 이야기해 보자.

(2) 사건의 사실 여부를 어떻게 확인했는지 이야기해 보자.

3 아래 기사는 ‘베이루트 폭발’을 다룬 다른 매체의 기사이다. 1의 기사와 비교할 때 두 언론사에서 게이트 키핑 과정을 거쳐 각각의 기사를 내보내기로 한 이유가 무엇인지 생각해 보자.

지난 4일(현지 시간) 발생한 레바논 수도 베이루트 항구 대폭발 여파로 올해 레바논 국내 총생산 성장률이 -24%까지 추락할 것이라는 전망이 나왔다.

10일(현지 시간) 『블룸버그』에 따르면 국제금융협회(IIF) 가비스 이라디언 중동·북아프리카 담당 수석 분석가는 “애초에 레바논의 올해 경제 성장률 전망치는 -15%였지만 대폭발로 더 낮아졌다.”라며 이같이 전망했다. 그는 “(대폭발에 따른) 큰 경기 수축과 레바논 파운드화의 가치 하락을 고려하면 레바논의 국내 총생산은 이같이 하락할 것이다.”라며 “레바논 파운드화 가치 하락과 물가 상승이 겹쳐 실질 임금도 빠르게 급감하고 있다.”라고 덧붙였다.

이번 베이루트 항구 대폭발의 피해액은 최소 30억 달러(약 3조 6,000억 원)에서 최대 150억 달러(약 18조 원)가 될 것으로 추산된다. 중간값인 90억 달러(약 10조 6,000억 원)로 잡아도 지난해 국내 총생산(520억 달러)의 17%에 이른다. 앞서 레바논은 최근 경제난이 심화해 대폭발 이전에도 이미 올해 경제 성장률이 1943년 독립 이후 최악이 될 것이라는 우려가 나온 바 있다. 국제금융협회는 지난달 레바논의 물가 상승률이 110%가 넘었고 빈곤율도 35%에서 50%로 높아졌다고 추정했다.

그러면서 레바논이 경제난을 극복하기 위해서는 사법·입법부의 부패 청산 노력도 필요하지만 이를 현재 정치 기득권이 용인하지 않을 공산이 크다고 꼬집었다.

- 『국민일보』 2020년 8월 11일 기사

(2) 뉴스의 역할과 조건

📌 **학습 목표** 민주주의 사회에서 뉴스의 역할과 가치를 설명할 수 있다.

미국 대통령을 사임하게 만든 워터게이트 보도

사람들은 중요한 정보로 인해 생각과 태도를 바꾸기도 하고, 이것이 사회 변화로도 이어질 수 있다. 새로운 정보와 의견을 전달하는 역할을 맡은 언론이 큰 힘을 갖는 이유이다. 사회와 사람들의 운명을 바꾼 중대한 사건일지라도 언론에 보도되지 않으면 역사에 별 영향을 주지 못한 채 사라질 수 있다. 이와 같은 언론의 힘을 알고 있는 독재 정권은 권력 유지를 위해 언론의 자유를 허용하지 않고, 검열과 통제를 이용해 국민들이 정보에 접근할 수 없게 하거나 의견을 펼치지 못하게 한다.



▲ 1974년 8월, 워터게이트 사건으로 닉슨 대통령이 사임 발표를 하고 있다.

뉴스는 세상을 바꾼다. 1972년 당시 재선 운동을 벌이던 리처드 닉슨(Richard M. Nixon) 대통령이 상대방 후보의 선거 운동 사무실이 있는 워터게이트 건물을 도청하려 한 일에 관련되어 있다는 사실이 신문에 크게 보도됐다. 닉슨 대통령은 이를 강력히 부정했지만, 기자들이 취재를 지속할수록 백악관과 도청 시도자들의 연관성이 높은 것으로 드러났다. 결국 이 사건으로 닉슨 대통령은 사임하게 되었다. 언론 보도가 막강한 권력을 가진 미국 대통령을 하야시키는 데 결정적 역할을 한 것이다.

뉴스는 일상의 모습도 변화시킨다. 첨단 기기 및 정보 통신 기술을 매개로 발생하는 디지털 성폭력 범죄에 대한 처벌을 강화한 일이나, 어린이 교통사고 예방을 위해 초등학교와 유치원 주변 300미터를 ‘어린이 보호 구역(스쿨 존)’으로 지정해 시속 30킬로미터 속도 제한 규정을 도입한 일 등이 대표적이다. 피해 사례가 언론에 의해 보도되고 비판과 개선을 요구하는 여론이 만들어져야 비로소 이에 반응하여 제도와 문화가 바뀌게 된다.

뉴스는 세상에 떠도는 수많은 소문을 단순히 전달하는 역할만 하지 않는다. 신문

과 방송의 보도 행위는 취재를 통해 사실 여부가 확인되었음을 의미하기 때문에 신뢰성과 영향력을 갖게 된다. 언론이 정확성을 확보한 사실 보도로 여론을 이끌어 내면 민주주의는 여론에 의한 통치를 할 수 있게 된다. “많은 사람들의 말은 쇠도 녹인다.”라는 표현처럼 여론의 힘은 막강하다.

5 언론이 사회 구성원들에게 행사하는 영향력이 큰 만큼 잘못된 내용이 보도될 경우 그 피해 역시 크다. 특히 기업이나 개인의 명예를 심각하게 손상하는 오보(誤報)는 추후 적절한 절차를 거쳐 정정 보도(訂正報道)를 하더라도 피해를 회복하기 어려울 수 있다. 언론에 높은 책임감과 신중함이 요구되는 이유이다.

⊕ 오보(誤報)

어떠한 사건이나 소식을 그릇되게 전하여 알려 주는 것, 또는 그 사건이나 소식을 뜻한다.

⊕ 정정 보도(訂正報道)

잘못을 고쳐서 바로잡아 보도하는 일 또는 그런 보도를 가리킨다.

수많은 사건 중에서 뉴스가 되는 소식

10 뉴스는 ‘새 소식’을 의미하지만, 최근 발생한 모든 일이 뉴스가 되는 것은 아니다. 사람들은 각자 좋아하고 흥미를 느끼는 정보를 즐겨 이용하지만, 재미있다고 모두 뉴스가 되는 것도 아니다. 뉴스는 시공간적 근접성, 참신성, 영향력, 특이성 등의 특징을 지닌다. 뉴스 가치는 많은 사람에게 필요하고 중요한 새로운 소식인지 여부에 따라 결정된다. 예를 들어 은행 이자율 변화나 최저 임금 인상과 같은 정
15 보는 사람들의 사회·경제 활동에 커다란 영향을 미치므로 중요한 뉴스라 할 수 있다. 또한 뉴스는 그 영향력이 현재에 그치지 않고 미래까지 이어져 앞으로 일어날 일을 예측하고 준비할 수 있도록 해 준다. 언론이 최초 또는 새로운 현상을 중요하게 보도하는 까닭이다. ‘패스트푸드점에 첫 키오스크 주문 등장’, ‘자율 주행차, 첫 시내 도로 주행’과 같은 최초의 일은 기사로 중요하게 다뤄진다. 해당 사건이 향후
20 달라질 사회 변화의 방향을 알려 주는 기능을 하기 때문이다.

⊕ 키오스크(Kiosk)

역·관청·병원·박물관 등 공공 장소에 설치하는 무인 정보 단말기를 뜻한다.



▲ 패스트푸드점 이용객들이 키오스크로 식사 주문을 하고 있다.



▲ 자율 주행차가 시내 공원에서 시험 운행을 하고 있다.

개인 미디어는 이용자들이 각자 관심 있어 하는 주제와 정보를 다루지만, 뉴스 미디어는 기본적으로 많은 사람이 주목하는 '대중의 관심사'를 보도한다. 이를 기반으로 언론은 사회 구성원들이 같은 공동체에 속해 있다는 생각을 공유하게 만드는 역할을 한다. 이를 언론의 소통과 문화 전수 기능이라고 한다. 우리가 한국인으로 5
 5
 10
 15
 20


로서 고유의 정체성과 공동체 의식을 지니게 된 배경에는 같은 시공간에서 성장하며 공통된 교육을 받고, 같은 뉴스를 접하며 비슷한 인식과 경험을 공유한다는 점도 작용한다. 모든 사람이 각자 다른 경험과 느낌을 갖고 있고 서로 공유하는 인식과 경험이 없다면, 그 사회는 소통도 협력도 어려울 것이다. 공동체 유지를 위해서는 구성원들이 공유하는 인식과 경험이 필수인데, 사회 구성원들에게 공통된 정보와 가치를 제공하는 대표적인 방법으로 2가지를 들 수 있다. 첫째는 아동·청소년기에 주로 이루어지는 학교 교육이고, 둘째는 언론이나 미디어를 통해 시민들에게 공공 사안에 대한 정보를 제공하는 것이다. 이 둘의 가장 큰 차이점은 학교 교육이 의무적으로 이루어지는 반면, 언론을 통한 정보 제공은 이용자의 자발적 선택에 달려 있다는 점이다.

신문과 방송이 정보 유통의 주된 역할을 했던 매스 미디어 시대와 달리 인터넷과 소셜 미디어가 가져온 개인 미디어 환경은 뉴스와 정보 이용 문화에도 큰 변화를 가져왔다. 정보를 빠르고 적극적으로 이용할 수 있는 환경 덕분에 편의성과 만족도가 높아졌지만, 사실 확인이 되지 않은 정보로 인한 폐해도 커지는 상황이다. 뉴스는 사회를 움직이고 그 구성원을 하나로 묶어 주는 역할을 하므로 혼란스러운 무한 정보 환경에서 정확한 뉴스의 가치는 더욱 주목받고 있다.

언론 보도로 대통령이 사임하고, 안전 관련 법률이 강화되기도 한다. 뉴스로 인해 사람들의 생각이 달라지고 세상이 변화하는 이유가 무엇일지 우리나라의 역사적 사건을 통해 알아보자.

1 다음은 5·18 민주화 운동을 다룬 영화 「택시 운전사」의 줄거리이다. 자료를 읽고 질문에 답해 보자.

택시 운전사 만섭은 큰돈을 준다는 말에 독일 기자 피터를 태우고 서울에서 광주로 향한다. 만섭은 우여곡절 끝에 광주에 도착하고, 군인이 시민을 공격하는 참상을 마주한 뒤 혼란과 공포에 빠진다. 시위에 참여한 대학생 재식의 통역을 받게 된 피터는 만섭과 함께 위험을 무릅쓰고 1980년 5월 광주를 카메라에 담는다. 간신히 광주를 빠져나온 피터는 시민들의 염원을 담아 촬영한 필름을 과자 캔 속에 숨겨 독일로 떠난다. ▶



- (1) 한국에서 일어난 사건을 왜 외국 언론사에 소속된 기자가 보도하게 되었을지 이야기해 보자.
- (2) 영화 속 기자 피터의 실제 모델인 위르겐 힌츠페터의 광주 보도 이후 어떤 일이 일어났는지 조사해 보자.
- (3) 특정 사건이 사회 변화로 확장되기 위해 필요한 과정과 언론의 역할을 생각해 보자.

2 1처럼 사회를 움직인 언론 보도에는 무엇이 있을지 추가로 찾아보고, 그 이유와 함께 발표해 보자.

예시

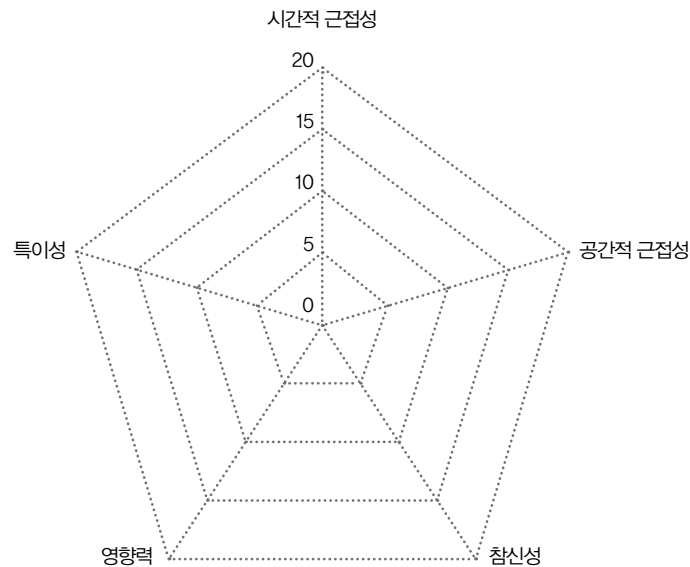
- “크레파스의 ‘살색’ 참 우스꽝스러워” - 『한겨레』, 2001년 1월 15일 기사
- 사회를 바꿨다고 생각한 이유: 크레파스의 ‘살색’ 표기가 인종 차별적이라는 사실을 환기하여 사회적 인식 변화와 기업의 상품명 변경을 이끌어 냈다.

뉴스는 어떻게 만들어질까?

1 신문이나 방송에서 오늘 게재한 기사를 하나 고르고, 해당 뉴스가 어떤 단계를 거쳐 만들어졌을지를 기사 작성 절차를 참고하여 정리해 보자.

기사 작성 절차	
① 소재 포착: 사건·사고, 기획, 제보 참고	④ 기사 작성
② 기사화 여부 판단: 뉴스 가치 판별	⑤ 데스크: 기사 수정 및 보완
③ 취재: 인터뷰, 전문가 취재, 자료 조사	⑥ 편집 및 교열: 제목·이미지 추가, 윤문
	⑦ 발행 및 배포

2 1에서 고른 기사의 뉴스 가치를 다음 5가지 특징에 맞게 평가해 보자.



- ▶ 영역별 점수와 설정 이유
- 시간적 근접성: 사건 발생 후 시간이 많이 흐르지 않았는가?
 - 공간적 근접성: 사건이 일어난 공간과 뉴스가 배급되는 공간이 가까운가?
 - 참신성: 최초 또는 새롭게 발생한 사건인가?
 - 영향력: 많은 이들의 삶에 영향을 주는 사건인가?
 - 특이성: 일상에서 보기 드문 사건인가?

3 아래 기사를 읽고, 기사에 어울리는 제목을 각 조건에 맞게 만들어 보자.

맹견 로트바일러가 주인과 산책을 하던 소형견 스피츠를 공격해 물어 죽인 사건이 알려지면서 시민들이 공분하고 있다. 사건 당시 문제의 로트바일러 관리가 미흡했고 유사한 일이 과거에도 수차례 있었다는 증언이 나오면서 가해 견주는 물론 관련 법인 「동물보호법」에 대한 비판 여론도 커지고 있다.

30일 청와대 국민 청원 게시판에 따르면 전날 올라온 “로트바일러 개 물림 사망 사건 해당 가해자 견주는 개를 못 키우게 해주세요.”라는 제목의 청원에는 이날 오전 10시 30분 약 2만 2,000명이 동의했다.

사건은 25일 서울 ○○구 □□동에서 발생했다. 언론에 공개된 폐쇄 회로 영상(CCTV)에 따르면 목줄이 풀리고 입마개를 착용하지 않은 로트바일러가 2m 이상을 달려와 주인과 산책하던 스피츠를 물었다. 피해 견주와 11년을 함께했다는 스피츠는 약 15초 만에 사망했다. 뒤늦게 로트바일러 견주가 달려와 피해 견주와 함께 두 개를 떼어 놓으려 했으나 역부족이었다. 피해 견주 또한 말리는 과정에서 다친 것으로 알려졌다.

현행 「동물보호법」은 맹견(도사견, 아메리칸핏불테리어, 아메리칸스태퍼드셔테리어, 스태퍼드셔블테리어, 로트바일러 등) 관리 조항으로 ‘소유자 등 없이 맹견을 기르는 곳에서 벗어나지 아니하게 할 것’, ‘월령이 3개월 이상인 맹견을 동반하고 외출할 때에는 목줄 및 입마개 등 안전장치를 하거나 맹견의 탈출을 방지할 수 있는 적절한 이동 장치를 할 것’ 등을 규정하고 있다. 또 견주는 정기적으로 농림부에서 정한 교육도 받아야 한다. 다만 이 조항을 어겼을 때의 처벌이 300만 원 이하 과태료에 지나지 않아 유명무실하다는 지적이다.

- 『매일경제』, 2020년 7월 30일 기사

- 기사 제목을 만들 때 유의할 점
- ▶ 기사를 요약해 전달하면서도 읽고 싶도록 만들기
 - ▶ 권장 글자 수는 20자 미만으로, 길지 않게 작성하기
 - ▶ 되도록 자극적이거나 선정적인 표현은 사용하지 않기

사실 위주의 제목	대책 촉구 등 견해를 담은 제목

4 3에서 만든 2가지 제목을 비교해 보며, 같은 기사를 두고도 서로 다른 제목을 붙일 수 있는 이유가 무엇인지 생각해 보자.

2

인포데믹과 미디어 환경

- (1) 인포데믹 현상의 등장
- (2) 정보의 접근과 분별

왜 배울까?

스마트폰으로 손쉽게 정보를 얻을 수 있는 정보화 사회에서 왜 인포데믹 현상이 나타나게 된 것일까? 현대 사회에서 허위 조작 정보로 인한 문제가 왜 생겨나는지 이해하면 미디어를 올바르게 이용할 수 있다. 대통령 선거나 국민 투표, 전 세계적 감염병 유행처럼 정확한 정보가 중요한 상황일수록 허위 정보의 영향력이 더욱 커지는 이유를 파악하여 인포데믹을 이해할 수 있다. 인포데믹 현상을 심화하는 기술과 이로 인해 발생하는 부작용을 파악하고, 미디어 이용자를 위한 올바른 정보 접근 방법에는 무엇이 있는지 이해할 수 있다.

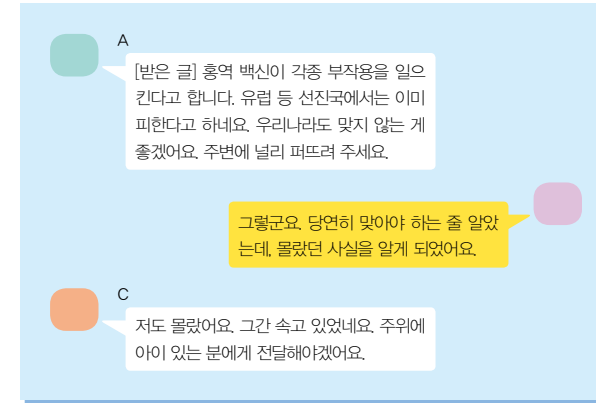
무엇을 배울까?

- 인포데믹의 의미와 발생 배경을 살펴본다.
- 인포데믹 시대의 미디어 이용자로서 정보를 올바르게 이용하는 방법을 알아본다.



미리 보기 다음 그림을 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.

#1. 모바일 메신저로 퍼져 나가는 허위 정보



#2. 동영상 이용해서 사실인 것처럼 확산되는 허위 정보



#3. 기사 형태로 퍼지는 허위 정보



허위 정보 범람으로 발생한 피해를 보여 주는 뉴스

(1) 인포데믹 현상의 등장

📌 학습 목표 인포데믹의 의미를 이해하고, 인포데믹 현상이 발생한 배경과 원인을 파악할 수 있다.

+ 인포데믹(Infodemic)
 악성 루머나 왜곡된 정보가 전염병
 처럼 퍼지는 현상을 뜻한다.

정보화 사회의 역설 '인포데믹' 현상

인터넷과 디지털 정보 기술의 발달 덕분에 오늘날 인류는 방대한 정보를 자유롭게 활용할 수 있게 되었다. 유사 이래 가장 오랜 기간 교육을 받고 활발하게 정보를 이용하는 이들이 많은 사회지만, 가짜 뉴스와 허위 조작 정보로 인한 폐해는 어느 때보다 크게 나타나고 있다. 여러 나라에서 허위 조작 정보가 선거 등의 중요 사안과 관련된 여론에 큰 영향을 끼치면서 정치적·사회적 혼란이 일어나고 있다.

+ 탈진실(脫眞實)
 진실에서 벗어난다는 뜻으로, 객관적인 사실이나 진실보다 개인의 신념이나 감정이 여론 형성에 더 큰 영향을 미치는 현상을 뜻한다.

2016년 영국 『옥스퍼드 영어사전』은 탈진실(脫眞實: Post-truth)을 '올해의 단어'로 선정했다. 탈진실 현상은 일시적으로 등장했다가 사라지는 것이 아니라, 인포데믹을 심화하는 등 정보화가 진전될수록 사회에 부정적 영향을 크게 줄 것으로 예상되기 때문에 중요하게 다룰 필요가 있다. 특히 코로나19는 탈진실 현상과 허위

조작 정보로 인한 피해를 선명하게 드러냈다. 세계보건기구가 코로나19 관련 허위 정보가 심각하다며 '인포데믹(Infodemic)'을 주의하라고 경고했을 정도이다. 인포데믹은 '정보(Information)'와 '전염병(Epidemic)'을 합친 단어로 '정보 전염병'이라는 의미를 갖고 있다. 이는 거짓 정보가 바이러스처럼 퍼져 사회에 피해를 주는 현상을 뜻한다. 모두가 감염원 차단과 개인위생에 신경을 곤두세우고 있지만, 한편으로는 미확인 정보와 거짓말이 난무하고 이를 사실로 받아들이는 사람들의 피해가 늘어나자, 세계보건기구가 직접 그 위험성을 언급한 것이다.

해결책을 모르는 불안한 상황일수록 새로운 정보를 향한 욕구는 커진다. 누구나 소셜 미디어로 마음껏 주장을 펼치고 공유할 수 있는 초연결 세상에서는 허위 조작 정보의 생산과 유통을 완벽하게 차단하거나 뿌리 뽑을 수 없다. 이용자들이 정보를 편리하게 유통할 수 있게 된 만큼 가짜 뉴스 역시 변종 바이러스처럼 계속해서 진화하고 빠르게 확산되기 때문이다. 방대한 인터넷 세상에서는 황당한 주장도 입맛에 맞는 근거를 끌어와 진짜처럼 포장된다.

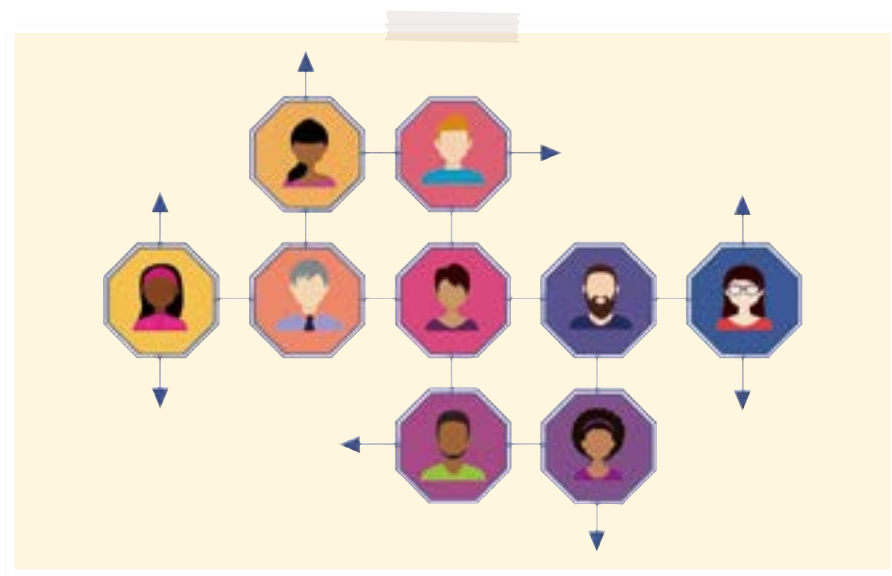
인포데믹 시대에는 허위 조작 정보의 유통이 늘어났을 뿐 아니라 그 영향력이 확대되었다는 점도 문제이다. 모바일 환경에서 미심쩍은 정보를 검증하는 것은 어느 때보다 간편해졌지만 허위 정보의 영향력과 위험성은 오히려 커졌다. 전 세계적 유행병 등을 둘러싼 각종 허위 정보의 범람은 거짓 정보를 가려낼 수 있는 능력이 인포데믹 시대의 핵심 역량이 되었다는 것을 보여 준다.



허위 조작 정보의 확산은 정보 사회에서 인터넷과 소셜 미디어가 정보 유통의 주요 도구로 자리 잡은 현상과 관련이 깊다. 매스 미디어 환경과는 다른 방식으로 뉴스와 정보가 유통됨에 따라 사람들이 정보를 이용하는 방식과 여론이 만들어지는 과정이 달라지고 있다. 언론이 해 오던 전통적인 중개자 역할이 변화한 데 따라 미디어 이용자의 정보 향유 양상도 달라지는 것이다.

매스 미디어 환경에서는 언론사가 사안의 중요도와 적절성, 각 언론사의 편집 방침에 따라 뉴스를 선별하고 배치했다. 일련의 과정 속에서 매스 미디어는 신문과 방송이라는 매체를 통해 동일한 사건을 동시에 수많은 사람들에게 전달하는 정보 중개자 역할을 했다. 사람마다 취향과 관심이 달라도 많은 사회 구성원들이 매스 미디어가 전달하는 공통된 정보를 공유했다.

이에 반해 스마트폰과 소셜 미디어 환경에서는 이용자가 매스 미디어와 같은 중개자를 필요로 하지 않는다. 각자가 모바일과 소셜 미디어와 같은 플랫폼에서 관심 있는 분야의 뉴스와 정보를 직접 선택해 다양한 콘텐츠를 편리하고 빠르게 이용할 수 있기 때문이다. 특히 소셜 미디어를 기반으로 하는 뉴스 이용에서는 친구 사이의 추천 영향력이 크다. 평소 잘 알고 있고 믿고 있던 친구로부터 정보가 전달되므로 해당 정보의 출처와 내용을 따지지 않고 쉽게 믿게 되는 경향이 강하다. 소셜 미디어에서의 개인화된 뉴스 이용은 신문과 방송 환경처럼 공공성과 중요도를 기반으로 하는 편집을 따르지 않는다. 검색과 추천, 알고리즘 위주의 정보 이용이 이루어질 뿐이다. 이는 미디어 이용자 각자의 흥미를 충족시키는 데 목적을 둔 정보 사용 문화를 만들고 있다.



▲ 현대 미디어 환경에서는 소셜 미디어 속 친구를 통한 정보 이용이 빠르게 늘어나고 있다.

추천 알고리즘과 필터 버블

허위 정보는 정보 사회의 핵심인 양질의 지식과 정보를 찾는 비용을 증가시키고 보편적인 정보 신뢰도를 훼손해 광범한 사회적 피해를 가져온다. 또 건전한 정보 소비와 유통을 저해하여 정치적 무리 짓기와 극단주의를 부추긴다. 편파적인 허위 조작 정보가 사회에 만연할 경우 이용자들은 중요하고 신뢰도 높은 정보와 뉴스를 소비하지 않게 된다. 대신 자신의 신념과 지식 체계에 부합하는 정보와 뉴스만 편식하게 되어 정보 생활이 편협해지는 부작용이 발생한다.

거짓 뉴스를 자신의 취향과 신념에 따라서 적극적으로 수용하게 만드는 구조는 소셜 미디어를 기반으로 하는 정보 유통의 특징이다. 페이스북, 유튜브 등과 같은 소셜 미디어에서는 더 많은 콘텐츠 소비가 일어나도록 맞춤화와 필터링을 통해 이용자가 선호하는 정보를 먼저 노출시키는 '필터 버블(Filter bubble)' 현상이 두드러진다. 또한 친구들끼리 정보를 주고받는 소셜 미디어 플랫폼에서는 이용자가 속한 집단이 선호하는 콘텐츠가 주로 노출되어, 특정한 내용과 논조의 정보를 실제로 다 과대평가하게 만드는 '울림통(Echo chamber) 효과'가 나타나기도 한다.

간혹 어떤 정치 세력이 지지 후보를 향한 맹목적 추종이나 신뢰를 보이는 경우가 있는데, 이를 좀 더 강화하는 방식으로 작동하는 것이 소셜 미디어 정보 유통의 특징이다. 거짓 정보가 걸러지지 않은 채 비슷한 의견을 가진 이들의 소셜 미디어에서 반복적으로 유통되고 증폭되면서 현실로 그 영향이 확장되기도 한다. 이와 같은 정보 생태계 속에서는 건전한 여론 생성과 의견 교환이 어려워지고 사회 갈등이 확대될 가능성이 크다.

인포데믹은 민주주의 사회의 근간인 표현의 자유를 훼손하고 공론장 기능을 위축시킬 수 있다. 거짓 정보에 기반한 비합리적 의사 표현과 행동은 결과적으로 표현의 자유를 제한하게 만들어 민주주의 사회의 자유로운 의사 결정을 방해할 위험을 안고 있기 때문이다. 허위 조작 정보를 믿고 왜곡된 내용을 퍼뜨리거나 극단적인 행동을 하지 않도록 미디어 이용자의 신중한 태도가 요구된다.

극단주의

모든 생각이나 행동이 한쪽으로 지나치게 치우치는 태도를 뜻한다.

필터 버블

이용자의 관심사에 맞춰 필터링된 인터넷 정보로 인해 이용자가 편향된 정보에 갇히는 현상을 말한다.

울림통 효과

소셜 미디어에서 비슷한 성향을 가진 사람들이 모여 소통한 결과 다른 사람들의 이야기는 듣지 않고, 자신들의 이야기만 증폭시켜 사실이라고 믿는 현상을 일컫는 말이다.

공론장

사회 구성원 간 자유롭고 합리적인 토론을 통해 공공의 문제에 관한 사회적 합의가 만들어지는 민주주의적 여론 형성의 공간을 의미한다.

디지털 기술과 인터넷은 이용자들이 매스 미디어와 같은 중개자의 안내 없이도 다양한 정보를 직접 이용할 수 있게 했다. 이 덕분에 빠르고 편리하게 광대한 정보 서비스를 이용할 수 있게 됐지만, 새로운 부작용들도 생겨나고 있다.

+ 빅 데이터와 추천 서비스

디지털 콘텐츠 서비스는 빅 데이터와 이를 분석해 추천하는 알고리즘으로 작동한다. 빅 데이터는 유용하지만 적절한 분석 도구와 사용자별로 맞춤형된 추천 도구가 있을 때 비로소 유의미하게 활용될 수 있다. 빅 데이터는 데이터의 규모와 종류가 방대해 사람이 다룰 수 없으며 컴퓨터와 인공지능을 활용해 처리된다. 영화나 음악 감상 사이트와 같은 콘텐츠 서비스 플랫폼에서는 방대한 데이터와 함께 이용자별 맞춤 추천 기능이 중요하다. 최근에는 점점 더 많은 사회 영역이 빅 데이터 환경으로 변화하고 있다.



+ 알고리즘

프로그램이 데이터를 처리해 업무를 수행하도록 하는 일련의 조건문으로 이루어진 방정식이다. 길 찾거나 검색은 물론 각종 플랫폼 및 소셜 미디어가 제공하는 화면도 알고리즘(Algorism)에 의해 구현된다. 포털의 뉴스 알고리즘도 뉴스 가치와 함께 이용자들의 사용 기록, 선호도 등을 반영한다.



알고리즘은 각 이용자에게 최적화된 내용을 추천해 이용률과 만족도를 높이도록 설계된다. 고유의 작동 방식이 드러날 경우 이를 악용한 검색 조작 등의 부작용이 생길 수 있어 세부 내용은 영업 비밀로 보호된다. 이 때문에 알고리즘은 비공개성, 비접근성, 비투명성의 특성을 지닌다. 그러나 개인 맞춤 추천과 자동 재생 알고리즘은 정보의 사실 여부와 중요도를 고려하지 않기 때문에 허위 조작 정보와 가짜 뉴스 확산을 부추길 수 있다. 이 때문에 알고리즘에도 투명성이 필요하다는 주장이 제기되고 있다. 알고리즘에는 설계자와 기업의 의도 및 기존 데이터가 반영되기 때문에 종종 편향성이 나타나기도 한다. 미국에서는 개발자와 데이터가 백인 위주인 경우가 많아 인공지능이 피부색이 다른 사람들을 인식하지 못하거나 차별하는 경우가 여러 차례 발생하기도 했다.

+ 필터 버블

맞춤형 서비스는 이용자가 좋아하는 내용 위주로 걸러진 정보를 제공한다. 이는 이용자를 비눗방울처럼 한정된 정보 속에 가둬 버리는 필터 버블(Filter bubble) 현상을 낳는다.

필터 버블 현상은 소셜 미디어에서 특히 쉽게 볼 수 있다. 소셜 미디어에서는 주로 가치관이 비슷한 사람끼리 친구를 맺고 정보를 공유한다는 연구 결과가 있다. 어떤 집단에 속해 있느냐에 따라 똑같은 현상을 두고도 다른 정보를 얻고, 이에 따라 공감도 다르게 하게 된다. 아무리 오랜 시간 뉴스를 보아도 객관적 사실을 접하기보다 자신이 원하는 정보나 입맛에 맞는 정보 위주로 이용하는 현상이 일어난다.



필터 버블 현상은 가치관뿐 아니라 검색 결과나 많이 본 기사 등 이용자의 선택과 상호 작용을 반영한 콘텐츠에서도 흔히 나타난다. 이용자들은 자신이 정보를 스스로 선택했다고 생각하지만 대부분의 경우 맞춤형 필터가 걸려 낸 결과만을 제공받았을 확률이 높다. 이 결과 이용자는 점점 더 필터 버블 속에 갇히게 된다. 필터 버블 현상은 이용자가 객관적 사실 인식에서 멀어지게 만들어 중요한 뉴스와 정보를 접하지 못하게 할 수 있으며, 편향된 인식을 형성할 위험이 높다.

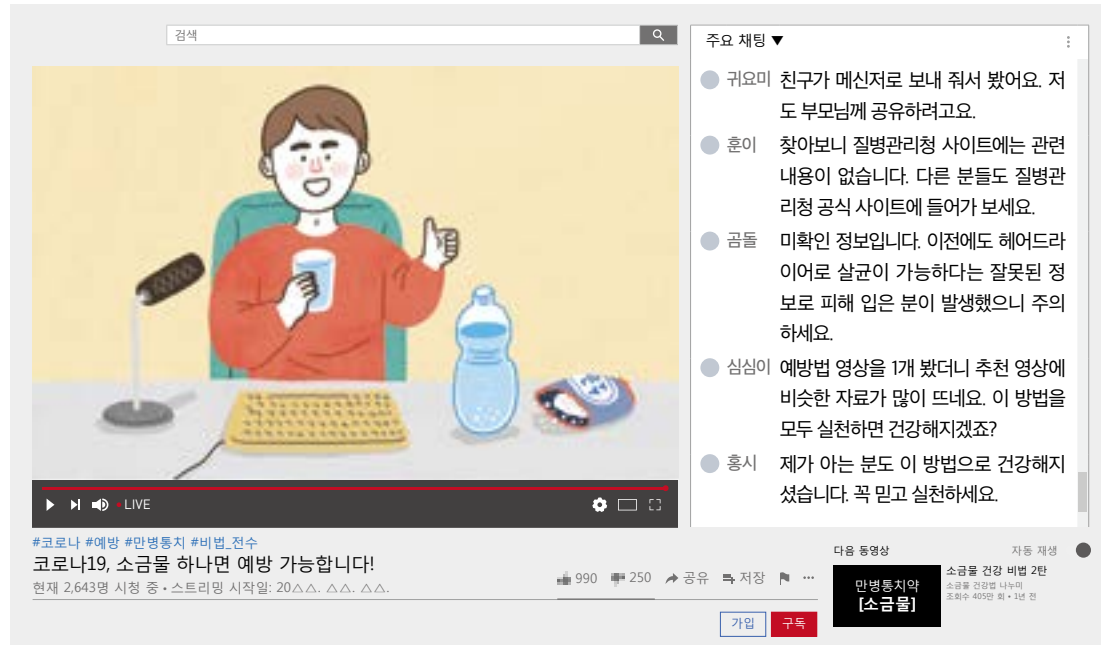
+ 울림통 효과

울림통 효과는 메아리가 방 안에서 실제보다 훨씬 크게 울리는 상황을 의미한다. 주로 소셜 미디어의 특정 집단 내에서 유사한 정보와 의견이 과다 노출되어 실제보다 이를 과대평가하는 현상을 뜻한다. 소셜 미디어의 알고리즘은 이용자의 몰입적 이용을 늘리기 위해 인기 있는 콘텐츠를 추천하고 노출한다. 유용한 정보나 의견 대신 이용자가 좋아하거나 공감할 만한 피드백을 주로 만나게 된다면 객관적 현실 인식이 어려워질 수 있다. 이 경우 사회에 자신들의 말만 옳다는 등의 극단적인 의견을 지닌 사람들이 늘어나 갈등 조정이 어려워질 수 있다. 다양한 생각을 지닌 사람들이 서로 존중하면서 토론을 통해 합의를 만들어 가는 민주주의 사회에서는 바람직하지 않은 현상이다.



다음은 코로나19 유행 초기, 소금물 대응 관련 허위 정보가 널리 퍼졌던 사건을 재구성한 자료이다. 이를 참고하여 인포데믹 현상에 대해 알아보자.

1 다음 질문에 답하며 인포데믹 현상의 문제점과 발생 배경을 탐구해 보자.



(1) 인터넷상에서 잘못된 정보가 퍼졌을 때 발생하게 되는 문제점은 무엇인지 자료 속 채팅에서 찾아 적어 보자.

(2) 자료 속 채팅에서 올바르게 정보를 이용하고 있는 사람이 누구인지 2명 찾고, 그 이유를 말해 보자.

이름	정보를 올바르게 이용한다고 생각한 이유

(3) 내가 자료 속 채팅에 참여하게 된다면 어떤 댓글을 달지 아래에 적어 보자.



2 인터넷상에서 잘못된 정보가 널리 퍼지게 되는 이유는 무엇인지 이야기해 보자.

예시

친구의 추천과 권유로 정보를 접하다 보니 출처와 형태를 따지지 않고 쉽게 믿게 된다.

(2) 정보의 접근과 분별

학습 목표 미디어 이용자로서 신뢰할 수 있는 정보의 가치를 알고 이에 접근하는 법을 이해할 수 있다.

무한 정보 환경과 정보 분별 능력

반도체의 처리 능력이 약 24개월마다 2배로 늘어난다는 ‘무어의 법칙’은 정보가 폭발적으로 늘어나는 현대 사회의 기술적 특성을 보여 준다. 빅 데이터 사회는 점점 더 많은 데이터를 추구하지만, 관리 도구와 능력이 없다면 정보 과부하에 대응하지 못한다. 인간의 정보 처리 능력은 유한하기 때문에 제한된 주의력을 적절하게 할당하는 일이 중요하다. 또 누구나 정보를 만들어 유통할 수 있는 정보 사회에서는 허위 조작 정보 또한 증가하므로 정보 식별력이 꼭 필요하다.

모바일 환경에서는 기타 정보뿐 아니라 뉴스도 설 새 없이 제공된다. 이로 인해 뉴스 접근과 이용이 편리해졌지만, 이용자가 주체적인 선별 능력을 갖지 못하면 정보 필터링에 실패하게 된다. 발전된 기술이 오히려 이용자로 하여금 알고리즘과 필터 버블의 부작용에 빠지기 쉽게 만들기 때문이다. 특히 인터넷과 소셜 미디어에서는 뉴스의 출처와 형식이 한눈에 드러나지 않기 때문에 이용자의 콘텐츠 식별 능력이 더욱 떨어지기 쉽다. 매스 미디어 시절 신문과 방송 속 뉴스는 다른 정보나 오락 콘텐츠와 쉽게 구분됐다. 하지만 스마트폰과 소셜 미디어에서는 뉴스와 정보, 오락 콘텐츠가 뒤섞여 노출되고 이용된다.



뉴스의 형태와 출처를 구분하지 않고 이용하는 습관은 뉴스 이용자의 주의력을 떨어뜨리고, 뉴스를 수동적이고 무비판적으로 받아들이게 만들 수 있다. 뉴스를 다양하게 이용할수록 뉴스의 출처와 신뢰도를 따져 보고 작성자의 의도를 파악해야 한다. 디지털 환경에서는 이러한 식별 능력이 낮아지기 쉬워서, 이용자가 주의를 기울이지 않은 채 수동적으로 많은 뉴스를 이용하게 되면 허위 조작 정보가 널리 번지기 쉽다.

사건과 뉴스는 배경과 맥락을 고려할 때 종합적으로 이해될 수 있는데, 디지털 환경에서 뉴스 이용은 탈맥락화하고 개별화하기 쉽다. 더구나 뉴스가 사회적으로 수행해야 하는 역할도 달라졌다. 매스 미디어 등 생산자의 역할보다 이용자의 권한과 선택권이 커지면서 이용자가 적극적으로 수행해야 할 역할도 이전보다 늘었다.

새로운 정보를 적극적으로 받아들이는 것은 누구나 쉽게 할 수 있지만, 이를 비판적으로 따져 보고 수용하는 것에는 노력이 필요하다. 이를 위해 비판적 사고를 길러 정보 판별 능력을 갖추는 것이 무한 정보 환경에서 삶의 질을 높이기 위한 과제가 되고 있다.

15 인지적 관성과 미디어 발달에 따른 지체 현상

허위 정보 유포에는 발달된 최신 기술이 활용되지만, 이용자들의 정보 이용 습관과 사실 판단 능력은 쉽게 변하지 않는다. 예를 들어 과거에는 사진을 편집하는 일이 전문 프로그램을 다룰 줄 아는 그래픽 전문가의 영역이었고, 컴퓨터 그래픽은 값비싼 편집 장비를 갖춘 전문 스튜디오에서나 가능했다. 그러나 이제는 무료 편집 도구를 이용해 누구나 사진과 영상, 음성 파일을 손쉽게 합성하고 조작할 수 있다. 디지털 도구와 인공지능 기술의 발달로 사람이 식별할 수 없는 수준의 감쪽같은 가짜 동영상과 음성 대화를 만들어 내는 것이 가능해졌다.

하지만 많은 사람들은 여전히 사진과 동영상이 있는 정보라면 분명한 사실일 것이라고 쉽게 믿는다. 합성 및 조작 기술이 계속 발달하는 것과 달리 인간의 이성 능력, 비판적 사고력은 단기간에 개선되기 어렵다. 디지털 기술 등 물질문화의 빠른 발달 속도에 비해 사회 제도와 관습 등 비물질문화의 느린 적응을 의미하는 ‘문화 지체 현상’이 인포데믹 시대 미디어 이용자에게 나타나고 있다.

현재의 인포데믹 현상은 검증 도구의 부족과 정보 접근의 어려움 때문에 생겨난 것이 아니다. 오히려 이용자가 스마트폰과 같은 편리한 도구에 의존하는 등 무비판적으로 정보를 이용하는 데서 생겨난 부작용이다. 무한 정보 환경에서 미디어 이용자의 정보 식별 능력이 중요하게 다뤄져야 하는 이유이다.

탈맥락화

특정 상황에 관계없는 어떤 상황에서 한 개념, 단어, 사건 등을 이해하는 것을 의미한다.

인지적 관성


사람의 인지 능력이 이성과 논리보다 감각적 생존 본능의 영향을 많이 받는 성향을 뜻한다.

문화 지체 현상

가치관, 종교, 규범 등 비물질문화의 변화 속도가 기술을 포함한 물질문화의 변화를 따르지 못하는 현상을 말한다.

허위 정보는 주변에서 흔히 접할 수 있고, 이를 쉽게 믿는 이들도 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 다음 기사를 보고 바람직한 미디어 이용자가 갖추어야 할 태도를 생각해 보자.

1 아래 기사를 보고 잘못된 정보가 확산되는 현상을 알아보자.



▲ 지구 평면론자들의 주장을 반영한 가상 지구의 모습

지구가 둥근 공 모양이 아니라 평평한 원반 모양이라고 주장하는 '지구 평면설'이 있다. 부적절한 주장에 불과하지만, 시간이 지날수록 사라지기는커녕 지지자들의 근거 없는 주장과 황당한 논리가 확산되고 있다. 회원이 10만 명 이상인 '평평한 지구 학회'의 황당한 주장과 세력은 무시할 수 없는 수준으로 커져 국외 주요 신문과 방송에서 다뤄지고 있다.

• 지구 평면설이란?
지구 평면설을 믿는 사람들은 “지구의 중앙에 있는 북극을 중심으로 각 대륙이 배치돼 있고 가장자리를 이루는 바다의 ㄱ트머리는 45m의 남극 얼음벽으로 둘러싸여 있어 넘치는 것을 막아 준다.”라고 주장한다. 이들은 지구가 공 모양이면 수평선이나 지평선은 양쪽 끝이 아래로 휘어져 보여야 하는데, 그렇지 않은 것이 증거라며 200여 가지의 '지구 평면설 증거' 동영상을 공유한다. 이들은 아폴로 계획의 달 탐사와 착륙도, 우주 로켓과 국제 우주 정거장, 우주인의 존재 자체도 인정하지 않는다. 지구 평면설에 어긋나는 모든 사실 증거는 '조작된 영상'이라고 목살한다. 그 근거로 자신들도 얼마나 손쉽게 조작 동영상과 사진을 만들어 낼 수 있는지를 시연해 제시하는 방식이다. - 『한겨레』 2019년 2월 25일 기사

(1) 기사에서 지구 평면론자의 주장을 찾고, 이를 반박해 보자.

지구 평면론자의 주장	반론

(2) 지구 평면론자들이 지구가 둥글지 않다는 잘못된 사실을 믿게 된 이유가 무엇인지 정리해 보자.

2 미디어를 활용하여 양질의 정보에 접근할 수 있는 방법을 생각하며 다음 질문에 답해 보자.

(1) '지구 평면설' 이외에도 최근 인터넷과 소셜 미디어를 중심으로 퍼지고 있는 허위 정보가 무엇인지 찾아보고, 이를 검증해 보자.

허위 정보

검증 내용

(2) 인터넷을 사용할 때 정확한 정보를 얻을 수 있는 방법은 무엇인지 이야기해 보자.

1 언론사가 편집한 신문과 인공지능이 추천하는 포털 뉴스를 비교해 보고 차이점을 정리해 보자.

언론사의 편집 방침을 보여 주는 같은 날짜의 두 신문 1면



포털의 '많이 본 뉴스'



'나를 위한 추천'



언론사가 편집한 신문	인공지능이 추천한 뉴스

2 이용자의 정보를 활용한 콘텐츠 추천 서비스가 지닌 장점과 단점은 무엇일지 그 이유와 함께 정리해 보자.

장점	
단점	

3 알고리즘을 활용한 뉴스 추천 서비스가 더 널리 퍼진다면 개인과 사회에 어떤 영향을 미칠지 이야기해 보자.

3

인포데믹 시대를 헤쳐 나가는 힘

- (1) 허위 조작 정보와 팩트 체크
- (2) 기술적·제도적 노력과 비판적 사고

왜 배울까?

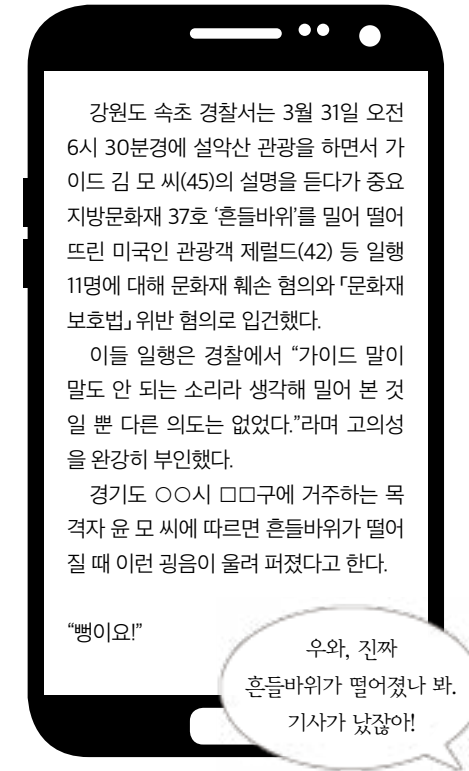
누구나 인터넷으로 정보를 유통하고 이용하는 환경에서는 언론사뿐 아니라 미디어 이용자도 각자 팩트 체크를 할 줄 알아야 한다. 주어진 정보를 무조건 수용하기보다 팩트 체크 도구를 활용해서 비판적이고 주체적으로 새로운 사실을 받아들이는 능력을 기른다면 미디어를 더 현명하게 이용할 수 있을 것이다. 흔히 마주칠 수 있는 가짜 뉴스의 사례를 분석하고, 팩트 체크를 직접 연습하다 보면 비판적 사고력을 함양할 수 있다. 이를 기반으로 인포데믹 시대에 효과적으로 대응할 수 있다.

무엇을 배울까?

- 허위 조작 정보가 무엇인지 이해하고, 팩트 체크의 구체적 방법을 학습한다.
- 가짜 뉴스를 막기 위해 시행되고 있는 기술적·제도적 대응 방안을 알아보고, 비판적 사고력을 함양한다.



미리 보기 다음 그림을 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.



(1) 허위 조작 정보와 팩트 체크

학습 목표 허위 조작 정보와 오보의 차이를 알고, 팩트 체크의 구체적인 방법을 이해하고 적용할 수 있다.



가짜 뉴스와 오보의 차이

허위 조작 정보

사실이 아닌 다양한 거짓 정보의 통칭. 고의적인 거짓말과 허위 과장 광고, 미확인 루머, 유언비어, 정치적 목적의 거짓 선전·선동이 대표적이다. 언론사의 오보, 예술적 풍자나 패러디와는 구별된다. 가짜 뉴스는 뉴스의 형태를 모방한 대표적인 허위 조작 정보이다.

마감 시간(Deadline)

신문과 방송에서는 아무리 긴급하고 중요한 뉴스여도 제작 가능 시간 안에 완성되어야 보도가 가능하다. 이 시점을 '마감 시간'이라고 한다. 마감 시간을 넘기면 기사가 폐기되므로 '데드라인'이라고도 불린다.

허위 조작 정보의 대표 사례인 가짜 뉴스는 그 의도성 여부로 언론의 오보(誤報)와 구별된다. 오보는 결과적으로 보도 내용이 틀린 것으로 판명된 기사를 뜻한다. 오보가 생기는 이유는 다양하다. 마감 시간에 쫓겨 미확인된 사실을 기사화하거나 사실 확인 오류, 거짓 제보, 검증 부족, 잘못된 자료 해석과 판단 등 여러 요인으로 오보가 발생할 수 있다. 하지만 오보는 일부러 거짓 정보를 유통하겠다는 의도로 만들어지지 않는다.

이에 비해 가짜 뉴스는 처음부터 누군가 고의적으로 만들어 낸 거짓 정보이다. 가짜 뉴스는 특정 개인이나 집단이 자신들의 이익을 위해 의도적으로 허위 내용을 기사 형식으로 포장해 퍼뜨리는 것을 의미한다. 가짜 뉴스는 타인을 속일 목적으로 정보를 조작하고 사실과 거짓을 교묘하게 뒤섞기 때문에, 완전히 '새빨간 거짓말'이 아니라 부분적 사실과 부분적 거짓이 섞여 있어 대부분 판별이 어렵다. 더구나 이 용자에게 혼동을 주기 위해 실제 뉴스 형식을 모방하므로 사람들이 쉽게 사실로 여기게 된다. 따라서 허위 조작 정보와 오보를 구분할 때는 잘못된 정보를 퍼뜨리는 의도성이 있는지에 초점을 두고 살펴봐야 한다.

허위 조작 정보와 가짜 뉴스가 늘어나고, 그에 따른 피해와 사회적 비용이 커짐에 따라 정보의 사실성을 검증하는 '팩트 체크(Fact check)'가 점점 더 중요해지고 있다. 본래 팩트 체크란 1990년대 미국 대통령 선거 보도에서 유래한 용어이다. 당시 미국 언론사들은 팩트 체크 코너를 마련해 대통령 선거의 입후보자들이 쏟아내는 공약과 발언의 사실 여부를 검증했다.

과거에는 팩트 체크가 기자 등 전문 직업인의 업무 영역이었지만, 오늘날에는 미디어를 이용하는 모든 사람에게 일상적으로 필요한 행위가 되었다. 언론사만이 아니라 누구든지 손쉽게 정보를 생산하고 유통할 수 있게 되자 사실 확인과 게이트 키핑을 거치지 않은 거짓 정보도 여과 없이 빠르게 번졌기 때문이다.

허위 정보를 판별하는 팩트 체크 도구

인터넷과 개인 미디어는 누구나 매개자를 거치지 않고도 편리하게 수많은 정보에 접근할 수 있도록 하여 이용자 개인이 스스로 팩트 체커(Fact checker)가 되어야 하는 환경을 가져왔다. 뉴스 형식의 허위 조작 정보가 여론에 큰 영향을 끼치는 일이 여러 차례 발생하자 각국의 언론 관련 기관은 일반인을 위한 팩트 체크 가이드라인을 만들어 보급하기도 했다. 매스 미디어 시대의 기자들은 기사를 보도하기 위해 팩트 체크를 했지만, 인포데믹 시대의 미디어 이용자들은 기사와 정보를 잘 받아들이기 위해 팩트 체크가 필요해졌다.

팩트 체크 가이드라인들은 기본적으로 뉴스 이용자의 비판적인 시선과 주체적인 참여를 요구한다. 그중에서도 정보를 수용하기에 앞서 내용을 꼼꼼히 읽으면서 출처와 의도를 확인하려는 태도가 중요하다. 이는 읽는 사람이 뉴스를 보이는 그대로 믿고 받아들이는 대신 해당 기사가 무엇을 근거로 삼았는지 그 판단의 공정성을 따지는 적극적인 노력을 기울여야 함을 의미한다. 특히 출처 검증과 종합적인 맥락 확인은 팩트 체크에 요구되는 다양한 도구와 기술 중에서도 전문가와 일반인 모두에게 요구되는 필수적인 방법이다.

언론 보도도 독자들의 팩트 체크에 좀 더 적합한 형태로 개선되어야 한다. 기사에 제시하는 정보와 취재원 등의 출처를 더 투명하게 제공해 독자들이 직접 검증하기 쉽도록 하는 것이 그 해법이 될 수 있다. 국내외 팩트 체크 단체에서 가이드라인으로 제시하는 원칙들에서도 기사에서 최대한 익명 인용을 배제하고 자료 출처를 투명하게 밝히도록 요청하는 만큼 언론의 변화도 필요하다.

팩트 체커

팩트 체크를 하는 사람 또는 단체를 말한다.

가짜 뉴스가 심각한 문제로 떠오르자 소셜 미디어 플랫폼 서비스 페이스북과 팩트 체크 기관 풀 팩트(Full Fact)가 함께 가짜 뉴스 판별법을 만들었다. 비전문가들도 활용할 수 있는 팩트 체크 방법을 살펴보자.

1. 제목 비판적으로 읽기

기사의 내용뿐 아니라 제목도 주의 깊게 봐야 한다. 가짜 뉴스나 부실한 뉴스의 제목은 기사 내용을 충실하게 요약하기보다 선정적 표현으로 독자의 눈길을 끄는 데 주력한다. 제목에 '충격', '경악', '격분' 등의 극단적이고 감정적인 표현이나 느낌표, 물음표 같은 문장 부호를 남용(濫用)하는 기사일수록 각별히 주의해야 한다.



2. 인터넷 주소(URL) 자세히 살펴보기

전자 금융 사기가 가짜 사이트를 이용하듯 가짜 뉴스도 비정상적 사이트를 이용할 수 있으므로 주소를 잘 살펴봐야 한다. 만약 출처가 처음 들어 본 언론사라면 홈페이지를 찾아 그동안 보도한 뉴스를 확인한다. 특히 모바일이나 소셜 미디어로 뉴스를 전달받을 때는 주소가 바로 드러나지 않으므로 더욱 신경 써야 한다.

3. 뉴스의 출처(취재원) 확인하기

뉴스의 사실성을 검증하는 기본 방법은 정보원과 출처를 확인하는 것이다. 기사에 육하원칙이 명확하게 드러나 있는지 확인하고, 누가 말한 것인지 따져 봐야 한다. 취재원의 실명이나 직위를 확인하고, 취재 기자의 이름과 이메일은 물론 콘텐츠 책임자의 연락처도 확인한다.



4. 문법적 오류 확인하기(맞춤법, 어색한 문장 등)

본문에 주술 호응이 맞지 않는 문장이 많거나 오타자 등의 오류가 많으면 의심해 봐야 한다. 뉴스는 객관성과 신뢰성을 위해 감정적 표현을 잘 사용하지 않는다. 기사에 분노나 놀라움과 같은 감정을 부추기는 표현이 많다면 가짜 뉴스일 가능성이 높다.

5. 사진 면밀하게 살펴보기

기사에 사진이나 동영상이 있으면 신뢰도가 높아지기 때문에 가짜 뉴스 역시 조작된 사진과 영상을 첨부하는 경우가 많다. 사진이 첨부되어 있다고 무조건 믿기보다 조작을 의심하고 면밀하게 살펴봐야 한다.

6. 기사의 발행일 확인하기

가짜 뉴스는 날짜와 장소를 조작하거나 없애 버린 경우가 많다. 가짜 뉴스 생산자들은 오래전 사건을 방금 일어난 것처럼 만들어 소셜 미디어로 유포하기도 한다. 기사 등록과 수정 시각이 사건 발생보다 이르면 가짜 뉴스일 수 있다. 똑같은 일이라도 언제 어떤 상황에서 발생했느냐에 따라 다른 의미를 갖는다는 것을 기억해야 한다.



7. 주장의 근거 확인하기

통계와 그래프가 제시되었다고 무조건 신뢰하면 안 된다. 동일한 통계를 다양하게 해석하는 것도 가능하며, 질의응답 항목 설계와 설문 대상 구성에 따라 여론 조사 결과가 달라지기도 하기 때문이다. 제시된 통계가 의심스러울 때는 직접 검색하여 확인해 보는 것이 좋다.



8. 관련한 다른 기사 찾아보기

언론사 간 경쟁이 치열한 상황에서 수많은 언론사들이 동시에 취재하고 보도하는 사안은 가짜 뉴스일 가능성이 매우 낮다. 하지만 한 곳에서만 주장하는 내용은 의심해 보아야 하고, 해당 언론사나 기사를 추가적으로 검색해 기존의 보도를 점검해 보는 것도 유용하다.

9. 유머 또는 패러디와 구분하기

외국에서는 권위 있는 신문들도 4월 1일 자 신문에 만우절 특집 기사를 실곤 한다. 해당 기사가 만우절 용이라는 것을 알아차리지 못하고 그대로 보도한 한국 언론의 오보 사례도 흔하다. 따라서 독자들도 기사에서 언급한 내용이 진짜인지 아니면 유머와 패러디인지 판별할 줄 알아야 한다.

10. 의도적인 가짜 뉴스인지 의심하기

사람은 자신이 기대하는 정보를 이용할 때 만족감을 느낀다. 가짜 뉴스 생산자들도 이러한 사람들의 성향을 이용해 많은 이들이 기대할 만한 뉴스를 만들어 확산시킨다. 자신이 기대하던 뉴스와 정보를 만날수록 냉정하고 비판적으로 진위를 검토하는 태도가 요구된다.



인포데믹 시대 미디어 이용자들에게는 팩트 체크 능력이 꼭 필요하다. 모둠원들과 함께 가짜 뉴스를 직접 검증하며 팩트 체크의 과정을 체험해 보자.

1 모둠원들과 논의하여 팩트 체크 전문 사이트나 언론사 중 한 곳을 정하고, 그곳에서 안내하는 팩트 체크 방법을 조사해 보자.

언론사 · 기관명

예시

서울대학교 언론정보연구소 'SNU팩트체크센터'

팩트 체크 원칙

예시

• 정보의 출처를 확인한다.

-
-
-
-

2 1에서 조사한 내용을 기반으로 모둠원들과 논의하여 우리 모둠의 팩트 체크 원칙을 정해 보자.

3 2에서 정리한 원칙을 바탕으로 모둠원들과 함께 다음 가짜 뉴스를 검증해 보자.

속보! 과학자들 충격적인 전자파의 위험성 경고!

'세계 유명 과학자 협회'가 전자 기기에서 나오는 전자파로 인한 피해를 공개적으로 지적했다. 협회는 실생활에서 흔히 사용하는 전자레인지가 음식물의 영양소를 파괴할 뿐 아니라 발암 물질을 만들어 낸다고 발표했다. 또 우리가 이용하는 스마트폰의 전자파가 몸에 축적되면 건강을 악화시키고, 무선 이어폰의 경우 귓속에 들어가는 형태이기 때문에 그 위험성이 더 크다고 주장했다.

협회에 따르면 전자파의 폐해는 인간뿐 아니라 다른 종에도 미친다. 생태계에서 중요한 역할을 하는 꿀벌 역시 전자파 때문에 방향 감각을 잃어 멸종 위기에 처했다는 사실도 이번 연구로 알려졌다.

전자파를 차단하기 위해서는 숲 · 선인장 등을 활용하는 방법이 유일한 것으로 알려졌다. 협회는 숲과 선인장이 공기 중의 전자파를 흡수하므로 적극 활용하라고 제안했다.

가짜 뉴스의 주장	검증
<p>예시</p> <ul style="list-style-type: none"> • 세계 유명 과학자 협회가 전자 기기에서 나오는 전자파로 인한 피해를 공개적으로 발표했다. 	<p>예시</p> <ul style="list-style-type: none"> • 정보의 출처를 확인한다. <ul style="list-style-type: none"> → '세계 유명 과학자 협회'는 존재하지 않는 집단이다. → 논문이나 연구명이 드러나지 않는다.

4 모둠원들과 이야기하며 최근 퍼지고 있는 가짜 뉴스를 하나 찾아 3의 과정을 참고하여 검증해 보자.

(2) 기술적 · 제도적 노력과 비판적 사고

🔔 학습 목표 가짜 뉴스를 막기 위한 기업과 국가의 대응 방안을 알고, 미디어 이용자로서 비판적 사고력을 갖출 수 있다.

가짜 뉴스를 막기 위한 기술적 · 제도적 노력의 효과와 한계



▲ 페이스북 최고 경영자 마크 저커버그(Mark Zuckerberg)가 뮌헨 안보 회의에서 해로운 콘텐츠의 규제 방안을 설명하고 있다.

허위 조작 정보로 인한 문제를 해결하기 위해서는 기술적 시도와 제도적 대응이 모두 필요하다. 가짜 뉴스 유통자들이 소셜 미디어를 확산 수단으로 삼는 현상이 문제로 지적되자 소셜 미디어 플랫폼들은 이를 개선하기 위한 기술적 노력을 기울이고 있다. 허위 정보로 광고 수익을 내지 못하도록 하고, 콘텐츠 추천 시스템이 잘못된 의료 정보 영상을 추천하지 않도록 알고리즘을 개선하고 있다. 인공지능을 이용해 가짜 뉴스를 탐지하고 차단하는 방법도 적용하고 있다. 동

영상 공유 플랫폼 유튜브는 출처와 내용이 의심스러운 정보의 경우 이용자가 손쉽게 관련 정보를 검색할 수 있도록 텍스트 상자와 링크를 이용해 추가적인 정보를 제공하고 있다. 페이스북, 트위터와 같은 소셜 미디어 플랫폼은 유명인 사칭을 막기 위해 확인된 프로필에 인증 스티커를 발부하기도 한다.

기술적 방법을 활용한 가짜 뉴스 대응은 어느 한쪽의 승리로 마무리되지 않고 쫓고 쫓기는 무한 경쟁에 가까운 양상을 보인다. 소셜 미디어 플랫폼은 가짜 뉴스를 적발하는 인공지능 알고리즘을 개발하지만, 누군가는 그 알고리즘을 우회해 가짜 뉴스를 만드는 데에 인공지능을 사용할 수 있기 때문이다. 이 때문에 가짜 뉴스 방지에 기술적 대응이 필요하지만 완벽한 방법이라고는 할 수 없다.

잘못된 정보 유통을 막기 위한 법적 대응도 여러 국가에서 시도되고 있다. 유럽 연합은 법과 제도를 활용한 규제 강화로 온라인상의 거짓 정보에 대응하고 있다. 독일 정부는 2018년 1월부터 가짜 뉴스와 혐오 발언을 방치하는 소셜 미디어 플랫폼에 거액의 벌금을 물리고 있다. 2018년 프랑스에서 제정된 「정보 조작 대처법」은 법원이 명백한 허위 정보 유포에 중지 명령을 내릴 수 있도록 하고, 소셜 미디어 플

랫폼들에는 광고 투명성 의무를 부과했다. 이와 더불어 비판적 정보 읽기 등을 의무적으로 교육하도록 하는 미디어 교육도 법안에 포함됐다. 우리나라에서도 허위 조작 정보 유통을 막기 위해 관련 처벌을 강화하고 미디어 교육을 본격화하는 법을 추진하는 등 다양한 제도적 노력을 기울이고 있다.

- 5 하지만 가짜 뉴스의 폐해를 법적 규제만으로 차단하는 데에도 한계가 있다. 과도한 규제가 도입될 경우 권력을 잡은 집단이 반대 여론을 탄압하는 언론 통제의 도구로 악용할 수 있기 때문이다. 정확하지 않은 사실의 유통 또한 헌법상 표현의 자유로 보호받는 영역이다. 특히 「수정 헌법」 제1조로 표현의 자유를 강력하게 수호하는 미국과 같은 나라는 허위 정보의 유통을 법으로 처벌하는 것이 더욱 어렵다.
- 10 정보 기술과 양방향 미디어 환경은 개인의 권한을 키우고 이용자의 선택권과 자유를 확대했다. 하지만 이용자의 권한이 커진 데 비해 책임과 분별력은 이를 따라가지 못하고 있다. 이러한 지체 현상은 정보화 시대에 허위 조작 정보가 범람하는 주요 배경이 되고 있다.

인포데믹 시대를 헤쳐 나가기 위해 필요한 비판적 사고

- 15 인포데믹 환경에서 허위 조작 정보를 식별하기 위해서는 이용자 스스로 비판적인 정보 이용 능력을 지녀야 한다. 비판적 사고를 기르기 위해서는 인간 인지 능력의 한계와 취약점을 인정해야 한다. 두뇌는 항상 이성적 판단을 할 수는 없고 오히려 수많은 편향의 영향을 받는다. 인지 심리학에서는 두뇌가 생각하는 능력을 되도록 아끼려고 하는 ‘인지적 구두쇠(Cognitive miser)’ 성향을 갖고 있다고 본다. 인지적 구두쇠란 정보를 접할 때마다 새로이 생각하거나 비판적으로 검토하는 대신, 고정 관념이나 기존의 경험, 각종 심리적 편향에 의존하는 경향을 의미한다.
- 20 알고리즘이나 자동 추천에 의존하려는 경향은 인간의 자연스러운 성향이다. 이를 넘어서는 비판적 사고력을 키우려면, 정보를 이용할 때 다음과 같은 태도를 갖출 필요가 있다. 우선 모든 뉴스와 정보는 완벽하지 않다는 것을 인정해야 한다. 내 눈에 아무리 확실해 보이는 정보라도 다른 사람에게는 다르게 보일 수 있으며, 지금 아무리 타당해 보이는 뉴스라도 다른 시점에서 보면 그렇지 않을 수 있다. 우리가 만나는 지식과 정보 대부분은 불변의 진리가 아니라, 유효 기간이 있는 가변적 지식이다. 코로나19 발생 초기, 세계보건기구와 각국 보건 정책 전문가들이 발표했다던 마스크 착용 지침은 새로운 사실이 발견되면서 계속 변화해 갔다. 현재 명확해 보이는 지식과 정보도 새로운 발견으로 대체될 수 있다는 것을 인정하는 개방적 태도가 현명하다.

🔍 미국 수정 헌법 제1조

표현의 자유를 강하게 보장하는 법적 근거이다. 의회는 언론·출판의 자유를 제한하는 어떠한 법률도 제정할 수 없다는 내용을 담고 있다.

🏠 인터넷 설계자의 권고

인터넷 기본 통신 규약(TCP/IP)을 개발해 ‘인터넷의 아버지’로 불리는 미국의 빈트 서프(Vinton Cerf) 박사는 2018년 한국을 찾아 “가짜 뉴스를 기술적으로 막는 데에는 한계가 있다.”라며 “가장 강력한 필터는 사용자의 머리로, 정보가 어디서 왔는지 입증할 만한 다른 증거는 있을 지를 직접 판단해야 한다.”라고 말했다.

🔄 가변적

바뀔 수 있거나 바뀔 수 있는 대상을 의미한다.

정보를 생산하는 사람의 의도를 읽어 내는 것도 중요하다. 모든 주장이나 정보는 사람이 만들어 내는 것이고, 대개 만든 이의 의도가 담겨 있다. 그러므로 정보를 생산하는 사람이 그 주장으로 어떠한 이득을 얻게 될까를 생각해 보아야 한다.

동일한 사건도 발생 맥락에 따라서 의미가 달라지는 만큼 뉴스를 이용할 때는 배경과 전후 맥락을 고려하는 태도가 요구된다. 오랜 기간 시달림을 받던 학생이 자신을 괴롭힌 학생을 다치게 한 사건의 경우도 어떠한 배경과 맥락 속에서 사건이 벌어졌는지를 이해할 때 좀 더 종합적으로 상황을 파악할 수 있다.

진실에서 사실과 의견을 구분해 파악하는 능력 역시 필요하다. 사실은 보는 사람에 따라 달라지지 않는 것이고 참과 거짓을 가릴 수 있는 영역이다. 반면 의견은 개인의 생각인 만큼 사람마다 다를 수 있고 참과 거짓을 가릴 수 있는 영역이 아니다. 주장에 사실과 의견이 뒤섞여 있는 경우가 많은데, 둘을 구분하게 되면 사실 확인이 가능한 부분과 그렇지 않은 영역을 식별할 수 있다. 예를 들어 “출생률 감소 심각, 출산 지원금 대폭 인상 시급”과 같은 기사 제목이 있다면 ‘출생률 감소’는 검증이 가능한 사실의 영역이다. 하지만 출산 지원금 인상이 출생률을 높이는 효과적인 방법이라는 것은 검증이 어려운 의견의 영역으로 구분할 수 있다.

가짜 뉴스를 기술적 방법이나 법률적 접근으로 해결하려는 시도는 효과적으로 보이지만, 완벽하지 않고 오히려 표현의 자유 침해와 같은 부작용을 가져올 수 있다. 이용자 스스로 허위 정보에 대한 감식안(鑑識眼)과 분별력을 갖출 수 있도록 장기적으로 미디어 리터러시 능력을 높여야 하는 노력이 꼭 필요하다.

+ 감식안
어떤 사물의 가치나 진위를 구별하여 알아내는 눈을 뜻한다.

소단원 탐구 활동 **가짜 뉴스를 넘어서는 비판적 사고하기**

인포데믹 환경 속에서 미디어 이용자의 감식안이 중요해지고 있다. 가짜 뉴스에 속지 않으려면 어떤 자세를 지녀야 하는지 알아보자.

1 다음 기사를 읽고, 가짜 뉴스 관련 질문에 답해 보자.

(1) 자료의 뉴스가 『뉴욕 타임스』, 『시엔엔(CNN)』 등 권위 있는 언론의 보도보다 많이 공유되면서 어떤 일이 일어났는지 알아보자.

(2) 자료의 가짜 뉴스에 속은 사람과 속지 않은 사람은 어떤 차이가 있었을지 그 특징을 비교해 보자.

가짜 뉴스에 속은 사람	가짜 뉴스에 속지 않은 사람

2 가짜 뉴스에 속지 않는 미디어 이용자가 되려면 어떤 자세를 지녀야 하는지 이야기해 보자.

사실인 듯 사실 아닌 거짓 속아 내기

주요 미디어나 유명 인사의 말에도 잘못된 내용이 많다. 허위 조작 정보의 위험성에 유념하면서 정보를 식별해 본다.

1 다음은 한 일간지에 실린 칼럼이다. 제시된 내용을 읽고 사실 여부를 검증해 보자.

수리과에 속하는 '솔개'는 몸길이가 65cm에 이를 정도로 덩치가 크다. 커다란 날개를 편 채 하늘을 맴돌면서 먹이를 노리는 모습은 겨울철 철원 평야에서 흔히 볼 수 있는 광경이다. 그러나 이 솔개가 장수하는 새이고, 오래 살기 위해 어떤 고행의 길을 걷는지 깊이 있게 아는 사람은 드물다.

원래 솔개는 40살이 지나면 온몸이 노쇠해진다. 부리는 구부러지고 발톱은 무뎈진다. 날개는 거추장스러운 짐이 되어 버린다. 먹잇감도 제대로 낚아채지 못해 죽을 날만 기다려야 하는 처지에 놓이게 된다. 이때 솔개는 갱생과 죽음 2가지 중 하나를 선택해야 한다. 갱생의 길에 들어선 솔개는 산꼭대기에 동지를 틀고 부리로 바위를 쪼아 새 부리가 돌아나게 한다. 날카로워진 새 부리로는 다시 무뎠던 발톱을 하나씩 뽑아낸다. 새로 난 발톱으로는 험 깃털을 뽑아내 새 깃털이 돌아나게 만든다.

살을 깎고 피를 말리는 6개월의 이 고행의 과정을 이겨 낸 솔개는 이렇게 해서 새 부리와 발톱과 깃털을 얻는다. 그리고 나서 다시 힘차게 하늘로 날아올라 보태진 30년의 삶을 더 누린다. 솔개의 이런 고통스러운 재탄생의 과정이 '솔개론'으로 치장돼 이 시대에 새로운 화두를 던져 왔다. 어려움의 극복과 개혁의 당위성을 뒷받침하는 수사(修辭)로 곧잘 애용되어 왔다. '솔개론'이 이번에는 지방 자치 단체 공무원들의 환골탈태를 다그치는 채찍으로 활용되고 있다.

기사 내용	검증 내용



활동
도움말

'수사(修辭)'란 말이나 글을 다듬고 꾸며서 보다 아름답고 정연하게 하는 일, 또는 그런 기술을 의미한다.

2 '솔개의 재탄생'을 사실처럼 언급한 뉴스나 유명인의 발언을 추가로 찾아보자.

3 '솔개의 재탄생'처럼 잘못된 정보가 바로잡히지 않은 채 유통되는 이유는 무엇인지 이야기해 보자.

4 '솔개의 재탄생'과 같이 많은 사람들이 인용하는 '그럴듯한 거짓'에 속지 않으려면 어떠한 노력이 필요할지 나만의 원칙을 정리해 보자.

배운 내용 정리하기

다음 설명의 올바른 답이 가리키는 번호를 표에서 찾아 색칠하며 배운 내용을 확인해 보자.

<p>육하원칙은 독자가 기사 사실 여부를 검증하고 확인하기 쉽게 만들어 준다.</p> <p>예 ▶ 2번 아니요 ▶ 35번</p>	<p>무엇을 보도할지 결정하는 언론사의 판단, 취재, 검증 절차를 '게이트 키핑'이라고 한다.</p> <p>예 ▶ 8번 아니요 ▶ 11번</p>	<p>언론 보도는 세상에 떠도는 수많은 소문을 사회 구성원에게 전달하는 역할을 한다.</p> <p>예 ▶ 9번 아니요 ▶ 15번</p>																																				
<p>뉴스는 시공간적 근접성, 참신성, 영향력, 특이성 등의 특징을 지닌다.</p> <p>예 ▶ 23번 아니요 ▶ 7번</p>	<p>인포데믹이란 거짓 정보가 바이러스처럼 빠르게 퍼져 피해를 일으키는 것을 의미한다.</p> <p>예 ▶ 31번 아니요 ▶ 4번</p>	<p>미디어 이용자를 비웃방울 처럼 필터링된 정보 속에 가두는 것을 울림통 효과라고 한다.</p> <p>예 ▶ 1번 아니요 ▶ 32번</p>																																				
<p>빅 데이터는 적절한 분석 도구와 사용자별 맞춤형 추천이 가능할 때 활용할 수 있다.</p> <p>예 ▶ 33번 아니요 ▶ 5번</p>	<p>인터넷과 소셜 미디어에서는 뉴스의 출처와 형식이 잘 드러나 콘텐츠 식별력이 상승한다.</p> <p>예 ▶ 13번 아니요 ▶ 27번</p>	<p>미디어 이용자의 비판적 사고력과 정보 기술의 발달은 비슷한 속도로 이루어진다.</p> <p>예 ▶ 16번 아니요 ▶ 21번</p>																																				
<p>허위 조작 정보의 대표적 사례인 가짜 뉴스는 그 의도성 여부로 언론의 오보와는 구별된다.</p> <p>예 ▶ 14번 아니요 ▶ 20번</p>	<p>팩트 체크는 뉴스 이용자의 비판적인 시선과 주체적 참여를 요구한다.</p> <p>예 ▶ 6번 아니요 ▶ 29번</p>	<p>사진이나 동영상은 조작이 어려우므로 팩트 체크 시 굳이 확인하지 않아도 된다.</p> <p>예 ▶ 3번 아니요 ▶ 12번</p>																																				
<p>국가와 기업의 법적·기술적 규제로 인포데믹 현상이 효과적으로 해결되고 있다.</p> <p>예 ▶ 26번 아니요 ▶ 18번</p>	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr> <tr><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td></tr> <tr><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td><td>21</td></tr> <tr><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td><td>26</td><td>27</td><td>28</td></tr> <tr><td>29</td><td>30</td><td>31</td><td>32</td><td>33</td><td>34</td><td>35</td></tr> </table>			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
1				2	3	4	5	6	7																													
8				9	10	11	12	13	14																													
15				16	17	18	19	20	21																													
22	23	24	25	26	27	28																																
29	30	31	32	33	34	35																																
<p>현재 명확해 보이는 지식과 정보도 바뀔 수 있다는 개방적 태도가 필요하다.</p> <p>예 ▶ 10번 아니요 ▶ 34번</p>																																						

스스로 점검하기

다음 평가 기준에 따라 나의 학습 성취도를 점검해 보자.

평가 기준	성취도
나는 뉴스가 개인적·사회적으로 큰 영향력을 갖는 이유를 설명할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 수많은 정보 중에서 뉴스가 되는 정보가 무엇인지 식별할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 정보 사회에서 인포데믹 현상이 더욱 문제가 되고 있는 이유를 이야기할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 많은 사람들이 가짜 뉴스에 쉽게 속게 되는 이유를 제시할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 언론의 오보와 가짜 뉴스의 차이를 구별할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 가짜 뉴스를 막는 데 있어 이용자의 비판적 사고가 중요한 이유를 말할 수 있다.	<input type="range"/>

다음 질문에 답하며 대단원 학습을 되돌아보자.

- 이 대단원에서 학습한 내용 중 가장 의미 있었던 것은 무엇인가?
- 이 대단원을 학습하며 무엇을 배우고 느꼈는가?
- 이 대단원을 학습한 후에 더 배우고 싶은 점은 무엇인가?



IV

미디어로 세상과 만나기

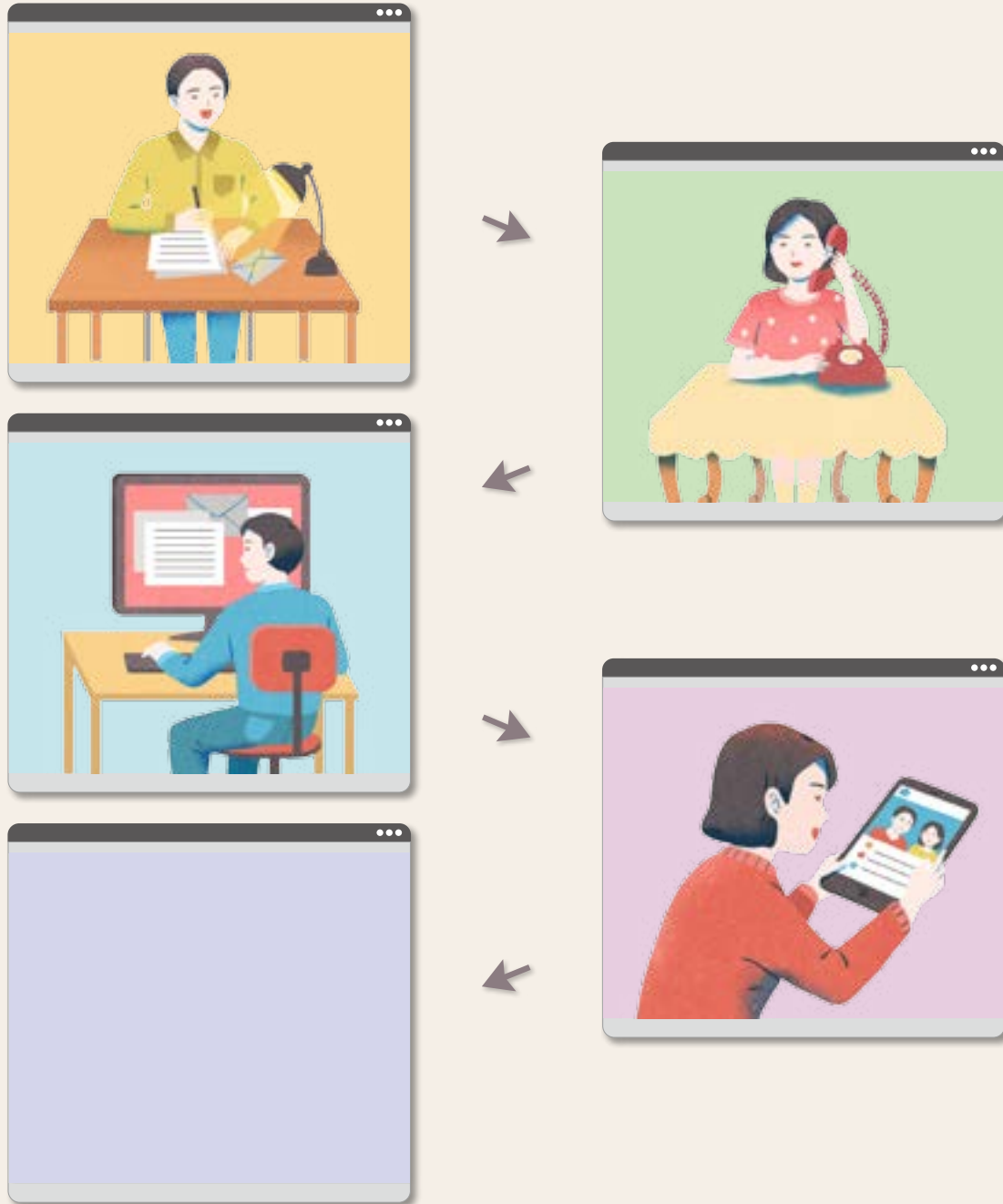
여러분은 무엇으로 세상과 소통하나요? 나를 표현하고 싶을 때, 다른 사람과 관계를 맺고 싶을 때 어떻게 하나요? 우리는 미디어로 나를 표현하고 사회적 관계를 맺으며 세상과 소통합니다.

- 1 나와 친구, 세상을 이어 주는 소셜 미디어**
 - (1) 주체적인 소셜 미디어 선택과 자기표현
 - (2) 사회적 관계 맺기와 소통의 원칙
- 2 소셜 미디어 이용자의 책임과 권리**
 - (1) 소셜 미디어 시대의 책임과 권리
 - (2) 문제를 해결하는 행동 수칙과 대응 방법
- 3 소셜 미디어 시대의 사회 참여**
 - (1) 소셜 미디어 시대의 시민
 - (2) 사회 참여로 더 나은 세상 만들기



다음 활동을 하며 미디어를 활용한 세상과의 소통에 대해 생각해 보자.

- 1 다음은 친한 친구가 멀리 이사를 갔을 때 그 친구와 주로 연락하는 방법이 어떻게 변화했는지를 그린 그림이다. 2040년에는 어떤 미디어를 이용할지 상상해서 그려 보자. 그리고 제시된 표에 미디어별 소통 방법에 대한 자신의 생각을 단어로 표현해 보자.



	1960년대 편지	1980년대 유선 전화	2000년대 이메일	2020년대 소셜 미디어	2040년대 ()
미디어에 대한 직관적인 느낌					
장점					
단점					
지켜야 할 예절					
현재 나에게 어울리는 방법을 조합해 본다면?					

- 2 사람들은 세상에서 일어나는 중요한 이슈들을 어떤 미디어를 통해 접하고, 그 이슈에 대한 자신의 생각을 어떤 미디어로 어떻게 표현할까? 다음 그림을 참고하여 시대별로 정리해 이야기해 보자.



1

나와 친구, 세상을 이어 주는 소셜 미디어

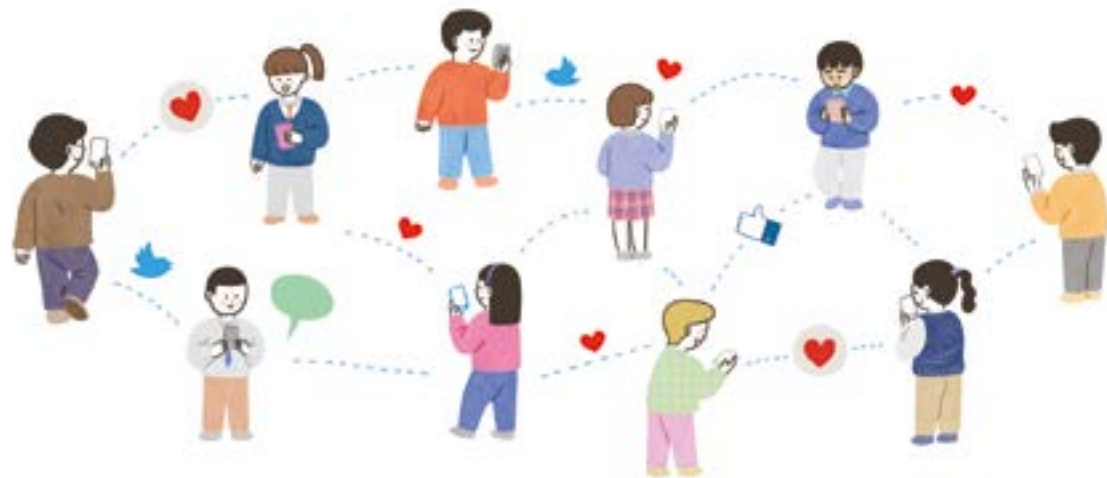
- (1) 주체적인 소셜 미디어 선택과 자기표현
- (2) 사회적 관계 맺기와 소통의 원칙

왜 배울까?

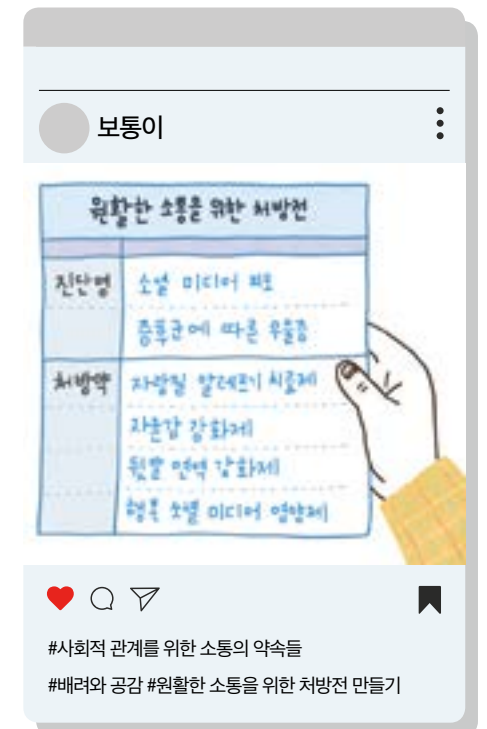
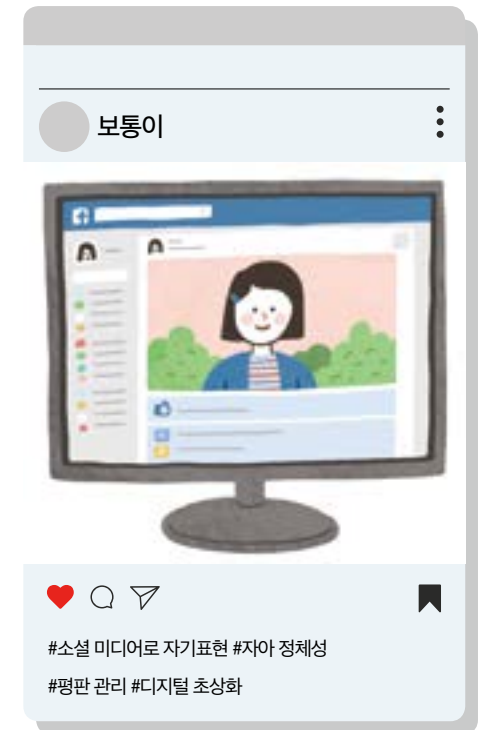
미디어는 나와 친구, 그리고 세상을 이어 주는 끈이자 표현과 소통의 도구이다. 급변하는 미디어 환경 속에서 세상과 제대로 소통하려면 상황과 목적에 맞는 소셜 미디어를 주체적으로 선택할 수 있어야 한다. 소셜 미디어를 선택한 뒤에는 어떻게 자기를 표현할지, 어떤 방법으로 정보를 공유할지를 익혀야 한다. 또한 소셜 미디어로 타인과 사회적 관계를 맺을 때 지켜야 할 원칙을 알고 이를 실천할 때, 비로소 세상과 내가 소셜 미디어로 제대로 만날 수 있다.

무엇을 배울까?

- 주체적으로 소셜 미디어를 선택하여 자신의 개성을 살리고 타인과의 사회적 유대 관계도 원활히 확대할 수 있는 지혜로운 자기표현 방법을 배운다.
- 소셜 미디어로 사회적 관계를 맺을 때 발생할 수 있는 문제 상황을 이해하고, 원활한 소통을 위한 원칙에 대해 배운다.



미리 보기 다음 그림을 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.



(1) 주체적인 소셜 미디어 선택과 자기표현

학습 목표 상황과 목적에 맞는 효과적인 소셜 미디어를 주체적으로 선택·활용하여 자신을 표현할 수 있다.

주체적 소셜 미디어 선택의 필요성

소셜 미디어

인터넷상에서 친구, 동료 등 지인과 의 인간관계를 강화하거나 새로운 인적 네트워크를 형성하여 커뮤니케이션 및 정보 공유 활동을 돕는 미디어를 소셜 미디어라고 한다. 실시간으로 개인 간 대화를 주고받는 인스턴트 메시지와 온라인 동영상 플랫폼도 넓은 의미의 소셜 미디어로 볼 수 있다.

우리는 아침에 일어나 저녁에 잠들 때까지 다양한 미디어 서비스와 콘텐츠를 이용한다. 그중에서도 소셜 미디어는 사람들 간의 만남과 대화, 자기표현, 정보 공유, 사회 참여에 이르기까지 우리가 세상과 만나고 소통하는 과정에서 없어서는 안 되는 매개체이다. 특히 인터넷과 스마트폰의 보급으로 날개를 달게 된 소셜 미디어는 생활 일체형 미디어로서 우리 삶의 중요한 부분을 차지하고 있다.

미디어들은 저마다 고유한 속성을 지니고 있어 그 미디어를 지속해서 사용하는 사람들의 사고방식과 행동 양식에 큰 영향을 줄 수 있다. 특히 소셜 미디어처럼 우리의 생활과 밀접한 미디어들은 개인 성향을 변화시키는 것은 물론 새로운 문화나 사회적 환경을 만들기도 한다. 이러한 미디어의 특성에 비추어 볼 때 주어진 미디어 환경에 끌려가거나 유행에 따른 쓸림 현상 때문에 미디어를 선택하는 것은 적절하지 못하다. ‘자기 주체성’이 없이 소셜 미디어를 선택하면 자기도 모르는 사이에 그 소셜 미디어의 통제를 받을 수 있기 때문이다.

소통이 매우 중요한 것은 당연하지만, 너무 많은 소통에 대한 욕구는 오히려 소통을 방해할 수 있다. 따라서 소셜 미디어를 선택할 때는 소셜 미디어별 특징을 알아보고 나의 삶과 사람들과의 소통, 우리 사회의 문화에 어떤 영향을 미칠지를 고려하여 선택하는 것이 바람직하다. 더불어 사용하려는 상황과 목적에 적합한 미디어인지, 나에게 잘 맞는 미디어인지를 점검해 보는 것이 필요하다. 소셜 미디어를 선택할 때는 주체적인 소셜 미디어 선택을 위한 체크 리스트를 만들어 참고할 수 있다.

고민 끝에 주체적으로 소셜 미디어를 선택했다면, 그 미디어만큼은 완벽하게 공부하여 제대로 활용하려는 자세가 필요하다. 미디어의 기능에 대해 정확히 인지하고 이를 활용해 자신의 의견과 생각, 경험과 관점을 표현하고 공유하는 데 노력을 기울이는 것이 좋다.

주체적인 소셜 미디어 선택을 위한 체크 리스트 작성 시 고려할 질문들

- 나는 정보 지향형과 관계 지향형 중 어디에 적합한가?
- 나는 개방형 소셜 미디어와 폐쇄형 소셜 미디어 중 어떤 것을 선호하는가?
- 내가 소셜 미디어를 사용하는 목적은 무엇이고 어떤 상황인가?
- 나는 이 미디어 활용법을 충분히 배울 수 있는 역량이 있는가?
- 나와 소통할 사람은 이 소셜 미디어를 사용할 수 있는 환경인가?
- 이 소셜 미디어의 특징은 무엇이고 어떤 문화를 만들어 가고 있는가?

소셜 미디어를 통한 자기표현

자기표현은 자신의 필요에 의해 혹은 남들의 기대에 부응하기 위해 나를 세상에 보여 주는 과정이다. 사람들은 소셜 미디어를 통해 안부 인사를 나누고 자신이 어디서 무엇을 하는지 등 일상생활을 공유한다. 자신 또는 다른 사람들이 관심을 가지는 정보를 나누기도 하는데 이 모든 것이 자기표현이다. 소셜 미디어로 자신을 표현하는 방식으로는 자신에 관한 특징을 프로필로 쓰기, 개성 있는 게시물 올리

기, 사회적 관계를 맺고 있는 인맥 드러내기 등이 있다. 이러한 자기표현에 친구들이 올린 답변이나 댓글, 반응 등이 추가되면서 나의 디지털 흔적은 시간순으로 차곡차곡 쌓여 가고, 어느새 그 기록들은 자신의 디지털 초상화가 된다. 즉, 내가 사용하는 소셜 미디어가 나의 자아 정체성 형성에 중요한 역할을 하는 것이다. 따라서 어떤 소셜 미디어를 활용하여 어떤 방식으로 자신의 생각과 의견을 표현하고, 정보를 누구와 공유할지를 선택하는 것은 아주 중요한 문제이다. 특히 내가 올린 일상의 기록들은 자기표현을 넘어 타인에 의해 재구성되는 나의 평판에 영향을 끼치는 만큼 신중하게 관리할 필요가 있다. 자기만의 개성을 살리면서도 타인과의 원활한 사회적 유대 관계를 확대할 수 있는 지혜로운 자기표현의 방법을 모색할 때이다.

자아 정체성

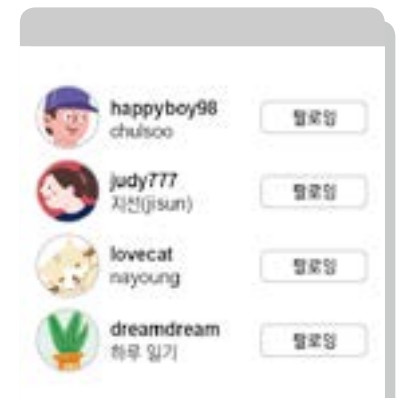
다른 사람과 구분될 수 있는 자신에 관한 통합된 관념. 최근 생활 환경의 변화에 따라 미디어가 자아 정체성에 미치는 영향력이 점점 더 커지고 있다.



소셜 미디어에서 프로필을 통해 자신을 표현한다. 자신의 첫인상을 결정하는 동시에 사회적 관계나 상호 작용의 단서를 제공한다.



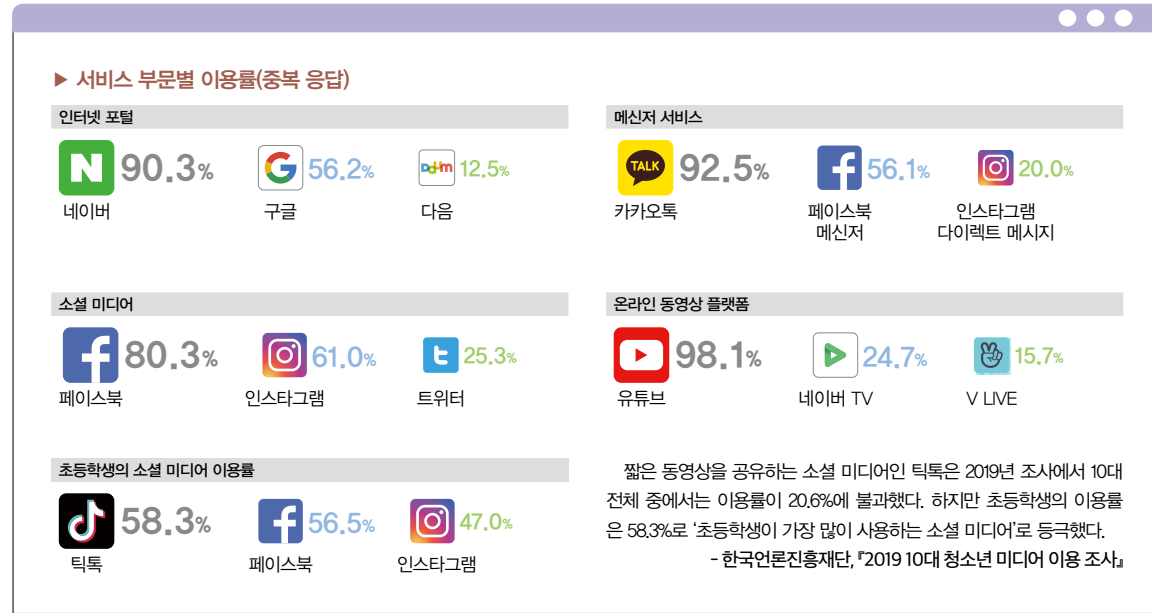
개성 있는 글, 이미지, 영상으로 자신을 표현한다. 상호 작용에 적합한 정보나 메시지를 어떻게 선택적으로 올릴 것인지 고민해야 한다.



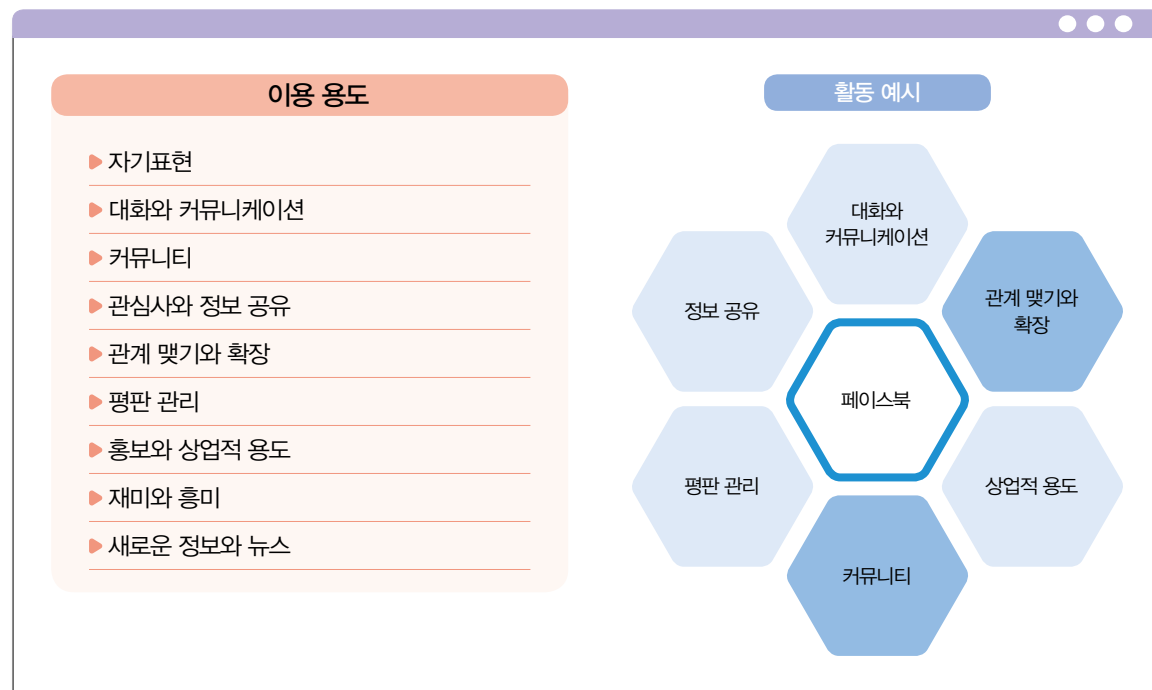
누구와 사회적 관계를 맺고 있는지가 자기표현의 방식이 되기도 한다. 어떤 사람과 연결돼 있고, 이들이 나를 어떻게 인식하는지, 어떤 반응을 보이는지 그 사람의 정체성을 나타내게 된다.

상황과 목적에 맞는 소셜 미디어를 선택하기 위해 각 소셜 미디어의 특징을 파악해 보자. 이를 통해 자신에게 맞는 미디어를 주체적으로 선택하고 표현할 수 있는 힘을 길러 보자.

㉔ 10대를 사로잡은 소셜 미디어들

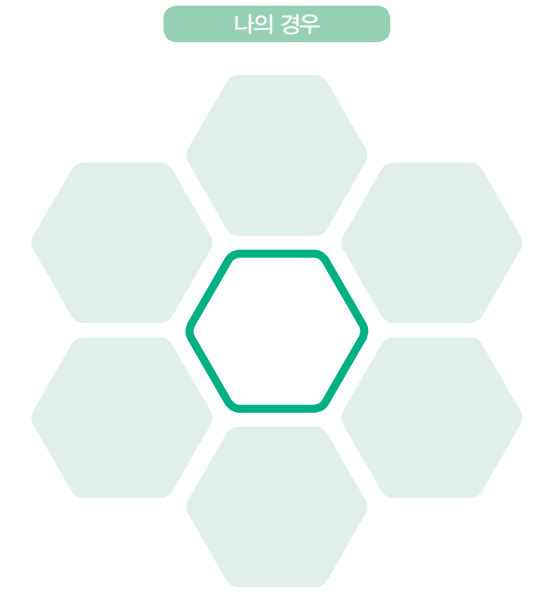


㉕ 소셜 미디어 이용 용도 예시



1 자료를 참고하여 다음 물음에 답해 보자.

- (1) 내가 자주 이용하는 소셜 미디어를 선택하여 별집의 가운데 빈칸에 쓰고 둘레에는 이용 용도를 정리하여 친구들과 비교해 보자. (주로 이용하는 용도는 진하게, 부수적인 용도는 연하게 색칠함.)



- (2) 다음 글을 읽고 친구의 상황과 목적에 맞는 소셜 미디어를 각각 추천해 보고, 그 이유를 발표해 보자.

“나는 아는 사람 모두와 연락하고 싶고, 친구의 친구와도 만나서 대화하고 싶어.”

“나는 사진 찍고 공유하는 것을 좋아해. 글보다는 그림이나 사진으로 표현하는 게 더 편해.”

“나는 검색 결과를 글로 읽는 것보다 동영상으로 보는 것이 더 좋아. 그리고 동영상으로 브이로그를 만드는 데에도 관심이 많아.”

- (3) (2) 에서 추천한 소셜 미디어를 사회적 유대 관계를 확장하는 데 이용하기 위해서는 어떤 글, 이미지, 영상으로 자기표현을 해야 할지 조언해 보자.

- (4) 내가 자주 이용하는 소셜 미디어의 프로필을 글, 이미지, 영상 등을 활용하여 개성 있게 구성해 보자. (사진이나 영상은 간략한 스케치나 설명으로 대신함.)

(2) 사회적 관계 맺기와 소통의 원칙

🔔 학습 목표 소셜 미디어를 통해 사회적 관계를 맺는 과정에서 지켜야 할 소통의 원칙을 알고, 이를 생활 속에서 실천하는 태도를 지닐 수 있다.

소셜 미디어를 통한 사회적 관계 맺기와 문제 상황

📌 소셜 네트워크 서비스

온라인상에서 기존의 인간관계를 강화하거나 새로운 관계를 구축하고 정보 관리를 도와주는 서비스이다. 소셜 미디어라는 용어와 혼용하기도 한다.

🚩 사회적 관계 맺기를 지원하는 소셜 미디어의 기능

- 페이스북의 친구
- 인스타그램의 팔로우
- 유튜브의 구독
- 트위터의 팔로우
- 카카오톡의 친구

소셜 미디어는 인터넷 세상에서 사람과 사람을 이어 주는 중요한 연결 고리이다. 우리는 다양한 소셜 네트워크 서비스(SNS: Social Network Service) 플랫폼을 통해 나와 관심사가 같은 사람들과 쉽게 연결된다. 일상의 경험과 정보를 공유하고 생각을 소통하면서 사회적 관계를 맺기도 한다. 그래서 사람들은 더 좋은 관계를 유지하기 위해 소셜 미디어에서 자신의 삶을 드러내기도 하고 자신의 생각을 표현하기도 한다. 문제는 이러한 자기표현이 관계의 확장을 돕기도 하지만, 때로는 관계를 악화시킬 수도 있다는 점이다. 편견이나 선입견이 담긴 표현과 상대방을 은근히 무시하거나 소외시키는 행동들은 자신도 모르게 다른 사람을 힘들게 할 수 있다. 더욱이 지나친 자기 과시나 험담은 소셜 미디어로 인한 피로감과 우울감을 증



가시켜 소셜 미디어 자체에 대한 거부감을 키울 수 있다. 따라서 소셜 미디어를 통해 사회적 관계를 맺고 이를 확장하고자 할 때는 해야 할 것과 하지 말아야 할 것을 구분하는 지혜가 필요하다.

사회적 관계를 맺는 과정에서 지켜야 할 소통의 원칙

5 우리는 소셜 미디어에서 어떤 친구들을 얼마만큼 만나고 있을까? 인류학자 로빈 던바(Robin Dunbar)는 친밀한 관계를 유지할 수 있는 사람의 최대 수를 150명이라고 했다. 소셜 미디어상의 친구들은 대부분 오프라인상의 친구를 바탕으로 맺어진 경우가 있다. 하지만 친구의 친구들, 또는 소셜 미디어를 통해 새롭게 알게 된 친구들도 있다. 사회적 관계를 맺는 과정에서 지켜야 할 소통의 원칙을 잘 지키면

10 서 경험과 생각을 공유한다면 소셜 미디어를 통해서도 진정한 친구를 더 많이 만들 수 있을 것이다.

미디어를 통해 사회적 관계를 맺는 과정에서 지켜야 할 소통의 약속들은 구성원이 속한 온라인 공동체의 관습이나 암묵적 규칙이 무엇이나에 따라 달라질 수 있다. 따라서 단순히 주어진 원칙을 따르는 수동적인 자세가 아니라 자신이 처한 상황에 맞는 소통의 약속들을 구성원과 함께 만들어 가면서 실천하는 적극적인 태도가 필요하다.

📌 던바의 수

옥스퍼드 대학의 로빈 던바 교수는 저서 『사람에게는 몇 명의 친구가 필요한가』에서 사람의 뇌에서 언어와 생각을 담당하는 신피질의 용량상 친밀한 관계를 유지할 수 있는 지인의 수는 150명이 최대라고 주장했다.

🚩 온라인 공동체의 관습과 암묵적 규칙

소셜 미디어는 개인을 중심에 두고 연결과 소통을 통해 사회적 관계를 맺는 미디어이다. 따라서 소셜 미디어 공간을 개인의 표현 공간으로만 인식해서는 안 되며 공동체의 구성원으로서 지켜야 할 관습과 규칙을 준수하면서 이용해야 한다.

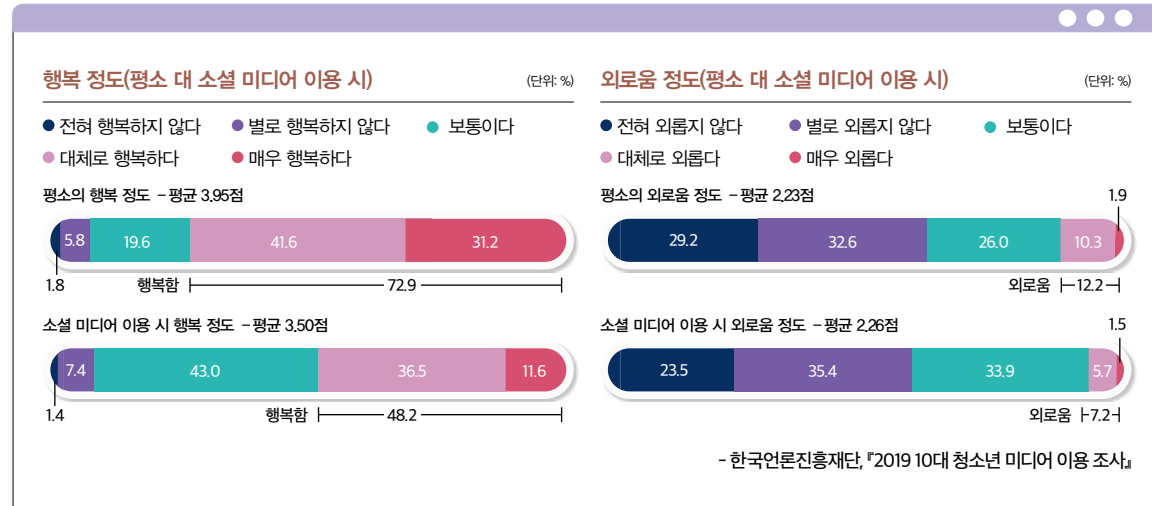
📌 소셜 미디어로 소통할 때 지켜야 할 우리들의 약속은?

- 킬 때 끼고 빠질 때는 빠진다.
 - 좋아요와 댓글 달기에 인색하지 않는다.
 - 친구를 모독하는 글과 사진은 남기지 않는다.
 - 건설적 비판은 괜찮지만, 깎아내리는 비난은 하지 않는다.
 - 자신이 책임질 수 있는 발언 한다.
 - 답장을 너무 늦게 하지 않는다.
 - 예의를 지켜 말한다.
 - 혼자만 말하지 말고 남한테도 말할 틈을 준다.
 - 친구를 따돌리거나 무시하지 않는다.
 - 얼굴 보고 못할 이야기는 소셜 미디어에서도 이야기하지 않는다.
 - 관심(걱정)과 참견(간섭)을 구분한다.
 - 소셜 미디어 특성에 맞게 글과 이미지, 동영상 올린다.
- 토의가 더 필요한 항목들
- 지나친 자기 과시는 하지 않는다.
 - 이는 사이가 아니라 친한 사이가 되도록 노력한다.




다음은 소셜 미디어 이용과 감정 상태에 관한 설문 조사 결과와 설문에 참여했던 학생을 가상 인터뷰한 내용이다. 자료를 보고 물음에 답해 보자.

㉑ 소셜 미디어 이용과 감정 상태에 관한 설문 결과




㉒ 소셜 미디어에 대한 인터뷰



고등학교생 A

소셜 미디어 때문에 행복하지 않아요. 소셜 미디어 속 친구들을 보고 있으면 있는 짜증, 없는 짜증이 다 올라와요. 자랑질에 비교는 듯한 말투, 투명 인간 취급하는 단톡방... 내가 없는 곳에서 뭔가 험담을 하고 있다는 생각도 들어요. 소셜 미디어를 '다 함께 홀로의 시작'이라고 하는데, 딱 나를 두고 하는 말 같아요. 너무 외롭고 힘들어요. 저한테 문제가 있는 것일까요? 아니면 저랑 소셜 미디어 친구 관계를 맺고 있는 사람들의 문제일까요? 소셜 미디어에서 인간관계에 염증을 느끼니까 오프라인에서도 사람을 못 만나겠어요.



고등학교생 B

소셜 미디어로 일상을 공유하고 자랑하는 맛으로 살아요. 내 마음대로 내 생각을 표현할 수 있어서 너무 좋아요. 정치적 성향도 마음껏 표출하고, 마음 맞는 사람끼리 만나서 소통의 장을 만들 수도 있으니까요. 가끔 나와 안 맞는 사람을 뺀다는 재미도 있어요. 저는 이 정도는 표현의 자유라고 생각해요. 어떻게 모든 사람과 좋은 관계를 유지할 수 있겠어요. 자꾸 자기를 무시한다, 소외시킨다고 하는데, 사실 싫으면 소셜 미디어에서 관계를 끊으면 되잖아요. 저는 억지로 착한 척하고 싶지 않아요. 주관을 가지고 제 방식대로 소셜 미디어를 사용할 거예요.

1 소셜 미디어를 이용할 때 행복의 정도와 외로움의 정도 모두 평소보다 낮게 나온 이유가 무엇인지 추측해 보고, 소셜 미디어 이용과 행복·외로움의 관계에 대한 자신의 생각을 이야기해 보자.

2 우리 반 친구들을 대상으로 소셜 미디어 이용에 따른 감정 상태를 설문해 보고, 결과를 ㉑와 비교 분석해 보자.

3 ㉒의 인터뷰를 읽고, A 또는 B 학생에게 주는 소셜 미디어에서의 원활한 소통을 위한 처방전을 만들어 보자.

처방전 작성 도움말

① A 또는 B 학생에게 처방전을 작성합니다. ③ 처방 약은 보기의 단어들을 활용하여 자유롭게 만
 ② 진단명, 처방 약, 투약 시기, 처방 이유를 씁니다. 듭니다.

보기

자기 과시 / 자랑질 / 오해 / 비판 / 비난 / 댓글 / 공감 / 배려 / 친절
 유용한 정보 / 초상권 / 사생활 / 따돌림 / 무시 / 소외 / 실수 / 용서 / 혐오감
 진심 / 행복 / 스트레스 / 고독 / 상대적 박탈감 / 자존감

원활한 소통을 위한 처방전

예시

- 이름: 고등학교생 A

- 진단명: 소셜 미디어 피로 증후군에 따른 우울증

- 처방 약과 투약 시기:
 자랑질 알레르기 치료제 ← 매일 SNS 시작 전
 자존감 강화제 ← 상시 복용
 좋은 관계 행복 영양제 ← 일주일에 한 번씩

- 처방 이유: 현재 소셜 미디어 속 인간관계에 대한 피로감이 극도로 심한 상태이므로 자신의 좋지 않은 상황과 다른 사람의 상황을 비교하지 않도록 하면서 좋은 관계를 통해 행복감을 맛보게 하는 것이 필요함.

- 이름:

- 진단명:

- 처방 약과 투약 시기:

- 처방 이유:

1 다음 자료를 읽고, 나는 소셜 미디어에서 댓글을 어떻게 이용는지 발표해 보자.

댓글이라는 말은 '대답하다, 응수하다'를 뜻하는 영어 단어 '리플라이(Reply)'를 우리말로 옮긴 것이다. 형태상 한자어 접두사 '대(對)'와 사이시옷(ㅅ)+ '글'로 분해된다. 뜻대로 해석하면 '대답하는 글, 상대하는 글' 또는 줄여서 '답글' 정도로 풀이할 수 있다. 초기 인터넷 게시판에서는 문자 형태의 댓글이 주를 이루었다면, 소셜 미디어에서의 댓글은 다양한 감정을 담은 이모티콘이 결합된 복합형 댓글로 진화하고 있다. 댓글은 그동안 보고 듣는 위치에만 있었던 미디어 이용자들에게 말할 수 있는 도구를 제공해 주었다는 점에서 큰 의의를 지닌다. 또한 자기를 표현하고 상대방의 생각을 읽어 내며 정보를 공유하는 용도로 중요한 역할을 담당하고 있다. 특히 사람과 사람의 생각을 이어 주는 소셜 미디어의 댓글은 서로의 경험 세계 안으로 들어가 공감하는 과정을 통해 친밀감을 느끼게 해 인간관계를 더 돈독하게 만드는 역할을 한다.

- (1) 나의 댓글 이용 유형은 안 읽고 안 쓰기, 안 읽고 쓰기, 읽고 안 쓰기, 읽고 쓰기 중 어디에 해당하는가? 또한 댓글을 어떤 용도로 활용하는가?
- (2) '좋아요' 버튼을 누르거나 이모티콘만 표시하는 것과 댓글을 다는 것은 어떤 차이가 있다고 생각하는가?
- (3) 댓글에서 내가 가장 많이 사용하는 표현은 무엇이고, 사람들이 가장 많이 사용한다고 생각하는 표현은 무엇인가?
- (4) 댓글 때문에 행복했던 경험을 말해 보고, 인간관계를 더 돈독히 하기 위해서는 어떤 댓글이 필요한지 자신의 생각을 이야기해 보자.

2 다음 자료를 참고하여 소셜 댓글에 대해 좀 더 조사해 보고, 소셜 댓글이 앞으로의 댓글 문화에 미칠 영향에 대해 함께 이야기해 보자.

소셜 댓글이란 페이스북, 트위터 등과 같은 소셜 미디어 계정으로 특정 사이트에 로그인해 댓글을 작성하고, 해당 콘텐츠를 본인의 소셜 미디어로 전송할 수 있는 서비스를 말한다. 특정 사이트의 게시판에 댓글을 달면 본인의 소셜 미디어에 관련 댓글과 URL이 함께 기재된다.

3 다음 자료와 같이 소셜 미디어 댓글로 인해 상처받았던 사례들을 이야기해 보고, 소셜 미디어에 댓글을 쓸 때 유의해야 할 점을 댓글 형태로 표현해 보자.

우리나라의 유명 포털 사이트에서 연예 기사 댓글이 폐지됨에 따라 연예인의 소셜 미디어 계정에 악성 댓글이 증가하고 있다. 소셜 미디어 댓글도 모욕죄나 명예 훼손죄가 적용되어 처벌되며, 모욕죄는 1년 이하의 징역이나 금고 또는 200만 원 이하의 벌금에 처해진다. 정보통신망을 통한 명예 훼손죄는 사실 적시일 경우 최고 징역 3년 이하 또는 3,000만 원 이하의 벌금, 허위 사실 적시일 경우 최고 7년 이하의 징역(10년 이하의 자격 정지) 또는 5,000만 원 이하의 벌금에 처할 수 있다. 한 소셜 미디어 플랫폼은 온라인 괴롭힘과 같은 사이버불링 문제를 해결하기 위해 사용자가 여러 개의 악성 댓글을 한꺼번에 삭제할 수 있는 기능과 나를 태그해서 언급할 수 있는 사람을 선택할 수 있는 기능 등을 추가했다.

- ↳ 상대방이 댓글을 읽을 때 어떤 느낌을 받을지 생각하면서 쓰자. 역지사지의 태도로……
- ↳ 명령하듯이 댓글을 쓰지 말고 부드럽게 쓰자.
- ↳ 칭찬과 건설적인 비판을 균형 있게 하면서 댓글을 쓰자.
- ↳
- ↳

활동 도움말 사이버불링은 사이버 공간에서 특정인을 집단적으로 따돌리거나 욕설, 헐담 따위로 집요하게 괴롭히는 행위이다.

4 소셜 미디어 댓글로 인한 사이버불링 문제를 해결하기 위해 소셜 미디어에 어떤 기능을 추가하면 좋을지 토의해 보자.

2

소셜 미디어 이용자의 책임과 권리

- (1) 소셜 미디어 시대의 책임과 권리
- (2) 문제를 해결하는 행동 수칙과 대응 방법

왜 배울까?

소셜 미디어로 자기를 표현하고 사회적 관계를 맺으며 소통하는 과정에는 수많은 이슈와 문제들이 발생한다. 이런 이슈들을 내가 존중해야 할 책임과 내가 존중받아야 할 권리라는 균형적 관점에서 비판적으로 인식할 수 있어야 한다. 또한 자신과 관련한 이슈가 발생했을 때 문제를 해결하기 위한 행동 수칙과 대응 방법을 모색할 수 있다.

무엇을 배울까?

- 소셜 미디어를 이용하는 과정에서 내가 존중해야 할 책임과 내가 존중받아야 할 권리의 균형이 중요함을 배운다.
- 소셜 미디어를 이용하는 과정에서 발생하는 이슈들로 인해 생기는 문제들을 슬기롭게 해결하기 위한 전략, 행동 수칙과 대응 방법을 배운다.



미리 보기

다음 그림을 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.



(1) 소셜 미디어 시대의 책임과 권리

📌 학습 목표 소셜 미디어로 자기를 표현하고 사회적 관계를 맺으며 소통하는 과정에서 발생하는 이슈들과 문제점들을 책임과 권리라는 관점에서 비판적으로 인식할 수 있다.

소셜 미디어 이용 과정에서 발생할 수 있는 책임과 권리 관련 이슈들

소셜 미디어를 이용할 때 발생하는 이슈들 속에는 서로 존중해야 할 책임과 존중 받아야 할 권리가 혼재되어 있다. 예를 들면 ‘표현의 자유 대 사생활 침해’에 관한 이슈 속에서 나는 누군가의 사생활을 침해하지 말아야 할 책임이 있고, 내가 존중 받아야 할 권리인 표현의 자유도 있다. 반대의 경우에 나는 누군가의 표현의 자유를 존중해야 할 책임이 있고, 내 사생활을 침해받지 않을 권리도 있다. 즉, 나의 권리가 타인에게는 책임이고, 나의 책임이 타인에게는 권리일 수 있다. 따라서 소셜 미디어를 이용할 때는 역지사지의 태도로 책임과 권리를 함께 생각하는 자세가 필요하다.

	<p>표현의 자유 vs 사생활 침해</p> <p>소셜 미디어를 사용할 때는 자신과 타인의 개인 정보나 사생활이 드러날 수 있고, 게시된 내용은 공유, 확산, 재생산되기 쉽다. 그 과정에서 사생활권과 인격권이 침해되기도 하며 사이버 명예 훼손이 발생하는 경우도 있다. 어느 정도로 표현해야 사생활 침해를 하지 않을까?</p>
	<p>공유의 자유 vs 저작권 침해</p> <p>출처와 작성자를 밝혔다고 하더라도 뉴스의 전문을 옮기는 것은 저작권 침해이다. 소셜 미디어에 공유하고 싶은 사진과 음악, 글꼴 등이 있어도 정당한 절차를 밟지 않으면 저작권 침해에 해당된다. 소셜 미디어에는 도대체 어느 정도까지 공유해도 될까?</p>
	<p>알 권리 vs 잊힐 권리</p> <p>감염병 확산 방지를 위한 알 권리 차원의 정보 공개, 그리고 오래전 일 때문에 아직까지 피해를 입고 있는 식당 주인이 요구하는 소셜 미디어에서 잊힐 권리, 그 균형점은 어디일까?</p>

📌 사이버 명예 훼손

인터넷이나 소셜 미디어에서 많은 사람들이 볼 수 있도록 특정 사람에 대한 구체적인 사실이나 거짓 정보를 올려 명예를 훼손시키는 행위를 말한다. 소셜 미디어를 통해 다른 사람의 합성 사진을 올리거나 다른 사람의 비밀을 폭로하거나 비난하는 글을 올리는 것은 타인의 초상권과 사생활권을 침해하는 사이버 명예 훼손이다.

존중받을 권리와 존중할 책임의 균형

스마트폰의 대중화로 소셜 미디어의 영향력이 커짐에 따라 우리는 온라인과 오프라인이 융합된 삶을 경험하고 있다. 소셜 미디어는 개인을 중심에 두고 연결과 소통을 통해 사회적 관계를 맺는 미디어이다. 물론 이때의 개인은 ‘나’이기도 하고 ‘너’이기도 하다. 즉, 소셜 미디어는 나의 미디어임과 동시에 너의 미디어이기도 하고, 더불어 나와 네가 만들어 가는 우리 사회의 미디어이기도 하다. 따라서 나와 너, 사회를 연결하는 소셜 미디어를 이용할 때는 지켜야 할 원칙과 약속이 필요하다.

나의 권리와 더불어 ‘너’와의 관계 속에서 지켜야 할 덕(德)이 필요하고 시민으로서 가져야 할 책임도 필요하다. 나를 중심으로 연결된 소셜 미디어라는 배가 앞으로 잘 나아가기 위해서는 내가 존중받아야 할 권리라고 할 수 있는 표현과 공유의 자유, 알 권리, 연결될 권리 등이 보장되어야 한다. 동시에 타인을 존중해야 할 책임이라고 할 수 있는 저작권, 인격권, 잊힐 권리 등과의 균형도 맞아야 한다. 노를 젓는 힘의 균형이 무너지면 배가 엉뚱한 방향으로 향한다. 이처럼 책임과 권리의 균형이 깨지면 사이버 폭력이나 저작권 침해가 발생하거나, 우리 사회에 생명을 불어넣는 표현의 자유를 과도하게 제한받을 수 있기 때문이다.

더불어 소셜 미디어라는 배가 더 잘 나아가기 위해서는 사회라는 뜻의 역할도 중요하다. 사회는 배가 앞으로 나아갈 수 있도록 올바른 법과 제도를 시행하여 힘을 실어 주어야 할 책무가 있다. 자칫 뜻이 제 역할을 못하면 노를 아무리 저어도 앞으로 나아가지 못하도록 막는 닻으로 전략할 가능성도 있다. 상황에 따라 슬기롭게 노를 저으려면 연습을 해야 한다. 책임과 권리도 균형을 잘 지킬 수 있도록 노하우를 익히면서 법과 제도도 연구하여 소셜 미디어 시대를 살아가는 지혜를 깨우칠 필요가 있다.

📌 저작권

글, 사진, 영상, 소프트웨어 등 사람이 가진 생각이나 감정을 독창적으로 표현한 저작물에 대해 그것을 만든 저작자가 가지는 권리이다. 저작권은 저작인격권과 저작재산권으로 나뉘는데, 저작자가 저작물에 대해 인격적으로 가지는 성명표시권, 공표권, 동일성 유지권 등이 저작인격권에 속한다. 반면 저작자가 자신이 만든 저작물을 통해 재산적 이익을 얻을 수 있는 복제권, 배포권, 대여권 등은 저작재산권에 해당한다.

📌 인격권

인간의 인격적 이익을 포괄하는 권리로 초상권과 프라이버시권, 명예권 등이 있다. 초상권은 신체적 안정감을, 프라이버시권은 사생활의 자유를, 명예권은 평판 및 명예를 보호하기 위한 한 개인의 인격적인 권리이다.

📌 사이버 폭력

정보 통신 기기를 이용하여 문자, 음성, 사진, 동영상 등을 통해 타인에게 지속반복해서 심리적 공격을 가하거나 타인의 개인 정보 또는 허위 사실을 유포하여 고통을 느끼도록 하는 일체의 행위를 말한다.



소셜 미디어의 발달에 따라 주요 이슈로 떠오르고 있는 ‘알 권리’와 ‘잊힐 권리’, ‘안 잊힐 권리’에 대해 자신의 생각을 정리해 보자.

1 다음 자료를 토대로 잊힐 권리를 찬성하는 측과 반대하는 측의 주장을 정리해 보자.

‘잊힐 권리(Right to be forgotten)’란 인터넷에서 생성되어 저장, 유통되는 개인의 사진이나 거래 정보에 대해 유통 기한을 정하거나 삭제를 요청할 수 있는 권리이다. 잊힐 권리에 대한 논의는 2014년 5월 유럽 사법재판소의 한 판결로부터 촉발됐다. 당시 어느 스페인 변호사는 세계적인 인터넷 검색 사이트를 상대로 낸 소송에서 “과거에 빛 때문에 집이 경매에 부쳐진 내용이 담긴 기사가 검색되지 않도록 해 달라.”라고 재판부에 요청했다. 재판부는 “사생활을 침해할 수 있다.”라며 검색 결과를 지우라고 판결했다. 이러한 잊힐 권리는 소셜 미디어가 발달하여 네트워크상에 개인의 사생활이 무분별하게 오르내리면서 더욱 힘을 받고 있다. 그러나 잊힐 권리의 법제화에 대해서는 찬반양론이 팽팽히 맞서고 있다.

우선 법제화에 따른 부작용의 우려가 있다. 인터넷의 재생산성이 높아진 오늘날 어떠한 정보가 올라와 인터넷상에서 주목을 받기 시작하면 사이트에 순식간에 퍼진다. 국내는 물론 해외 여러 사이트까지 퍼진 정보를 삭제하기 위해서는 수많은 인력과 비용이 든다. 그뿐만 아니라 잊힐 권리를 악용하여 정치인이나 범죄자들이 과거 행적을 지우는 신분 세탁에 이용할 수 있다는 것이다. 이는 때때로 선거에 역이용될 수도 있어 국민은 제한된 정보만을 얻는 셈이다. 사적인 개인 정보가 아닌 국민에게 필요한 정보라도 잊힐 권리를 이용하여 삭제가 가능하기 때문에 국민의 알 권리를 침해한다는 지적이다.

잊힐 권리가 표현의 자유를 침해할 수 있다는 점도 논란거리이다. 정보의 삭제 책임을 검색 서비스 운영자가 가지는 것이 일종의 검열 형태로 작용할 수 있어 표현의 자유와 직결된다는 지적이다. 이미 사실로 판명된 정보의 경우에도 당사자가 요구하면 삭제하는 것이 과연 바람직한지에 대한 의문도 제기됐다.

- 『이코노미스트』, 2020년 4월 13일 기사

찬성	반대

2 잊힐 권리와 관련한 우리나라의 법률을 조사해 보고, 잊힐 권리의 법제화에 대한 자신의 생각을 이야기해 보자.

3 다음 자료를 참고하여 잊힐 권리와 관련한 최근의 이슈를 조사해 보고, 알 권리와 잊힐 권리의 균형점은 어디인지 자신의 생각을 이야기해 보자.

코로나19 확진자의 ‘잊힐 권리’를 위해 정부와 지자체들이 나서고 있다. 인터넷 커뮤니티와 소셜 미디어에 확진자 동선이 떠올라다니면서 사생활 침해를 호소하는 이들이 늘고 있기 때문이다. 중앙방역대책본부는 2020년 4월 12일 ‘확진자 이동 경로 등 정보 공개 지침’을 개정해 마지막으로 접촉자를 만난 날로부터 2주 후 구청 홈페이지 등에서 확진자 동선을 삭제하도록 가이드라인을 마련했다. 지방 자치 단체 역시 대책반을 운영하거나 시민들로부터 제보를 받는 등 대책 마련에 나섰다. 송파구의 ‘인터넷 방역단’이 대표적이다. 인터넷 방역단은 인터넷을 직접 모니터링하거나, 구청 홈페이지를 통해 제보를 받는다. 이렇게 찾아낸 확진자 동선은 한국인터넷진흥원의 협조를 받아 커뮤니티 운영자에게 삭제 요청을 하거나, 소셜 미디어 계정 주인에게 방역단이 직접 연락해 삭제하도록 유도한다.

- 『중앙일보』, 2020년 6월 17일 기사

4 국내의 대표적인 소셜 미디어 플랫폼이 운영을 중단하자 ‘안 잊힐 권리’에 대한 논의가 시작되었다. 이에 대한 내용을 조사한 다음 ‘잊힐 권리’ 대 ‘안 잊힐 권리’라는 주제로 자신의 생각을 정리해 발표해 보자.

(2) 문제를 해결하는 행동 수칙과 대응 방법

📌 학습 목표 소셜 미디어로 자기를 표현하고 사회적 관계를 맺으며 소통하는 과정에서 발생하는 문제들을 해결하기 위한 행동 수칙과 대응 방법을 모색하여 실천하는 태도를 지닐 수 있다.

인격권, 저작권, 알 권리, 표현의 자유, 잊힐 권리, 개인 정보, 사생활 등은 소셜 미디어 시대에 우리가 존중해야 할 책임이자 존중받아야 할 권리이다. 소셜 미디어로 자기를 표현하고 사회적 관계를 맺으며 소통하는 과정에서 우리는 다양한 이유로 책임과 권리에 관한 문제를 겪을 수 있다. 따라서 우리는 각각의 이슈들 때문에 발생하는 문제들을 슬기롭게 해결할 수 있어야 한다. 이를 위해 ‘책임과 권리의 균형’이라는 전략을 가지고 구체적 행동 수칙과 대응 방법을 마련하는 것이 바람직하다. 예를 들면 개인 정보는 개인 정보 보호 또는 개인 정보 침해가 아니라 개인 정보 관리라는 측면에서 접근해야 한다. 인격권도 인격권 보호 또는 침해의 한 측면 보다는 서로의 인격권을 어떻게 존중할 수 있을지를 고려해야 한다.

📌 저작물 이용 허락 표시 제도 (CCL, Creative Commons License)

자신의 저작물에 아무런 표시를 하지 않으면 보호받는 저작물로 알고 다른 사람들이 이용하지 않는다. 따라서 저작권을 다른 사람과 나누려면 저작물에 일정한 조건 및 방법에 따라 저작물을 이용할 수 있다는 표시를 해야 하는데, 이것을 저작물 이용 허락 표시 제도라고 한다. 저작물 이용 허락 표시는 저작자 표시, 저작자 표시-비영리, 저작자 표시-변경 금지, 저작자 표시-비영리-변경 금지 등 6가지 종류가 있다.



- 사단 법인 코드(www.cckorea.org)

📌 카피레프트(Copyleft)

자신의 창작물에 대한 권리를 모든 사람이 공유할 수 있도록 하는 것. 저작권을 의미하는 카피라이트(Copyright)와 반대되는 개념이다.

저작권과 관련한 이슈도 저작권 보호라는 책임만 강조하기보다는 저작권이라는 중립적 측면으로 접근해야 한다. 글, 이미지, 동영상 등을 게시할 때는 자신이 누군가의 저작권을 침해하지는 않았는지 살펴야 한다. 다른 한편으로는 저작물 이용 허락 표시 제도처럼 자신의 저작권을 표시하고 누리는 방법 등에 대해서도 이해하고 실천해야 한다. 한편 카피레프트(Copyleft)와 같이 저작권과 대척점에 있는 공유의 자유 등도 생각해 볼 수 있다. 이처럼 저작권 역시 권리와 책임이라는 통합적이고 균형적인 시각에서 접근하는 자세가 필요하다.

존중해야 할 책임과 존중받아야 할 권리의 균형에 기초하여 마련한 소셜 미디어 이용의 행동 수칙과 대응 방법은 우리들의 생각과 인식을 바꿀 수 있다는 점에서 의미가 있다. 하지만 태도와 행동까지 변화시키기에는 글로 표현한 수칙만으로는 부족할 수밖에 없다. 따라서 이런 수칙들은 카드뉴스나 북 트레일러, 뮤직비디오처럼 가독성과 파급력이 큰 콘텐츠 형태로 변환하여 재구조화하는 작업이 필요하다. 그 과정에서 수칙의 의미를 체득하고 수칙의 행동력을 증폭시킬 수 있기 때문이다. 이렇게 소셜 미디어 이용의 행동 수칙과 대응 방법을 다양한 미디어 콘텐츠로 표현하고 공유하는 과정에서 권리와 책임의 균형 감각을 키우도록 노력해야 한다.

📌 자료 +

소셜 미디어 개인 정보 관리 행동 수칙과 대응 방법

다음은 한국인터넷진흥원에서 마련한 ‘소셜 미디어 이용자 개인 정보 보호 수칙’ 중 일부이다. 이를 ‘소셜 미디어 개인 정보 관리 행동 수칙과 대응 방법’이라는 이름으로 재구성한다면 아래의 수칙에 다음과 같은 내용들을 추가할 수 있을 것이다.

소셜 미디어 개인 정보 보호 수칙

- ① 소셜 미디어에 올린 개인 정보, 사진, 영상 등은 누구나 볼 수 있고 악용될 수 있으니 신중히 선택하여 공개하세요.
- ② 가족, 친구 등 타인의 개인 정보도 나의 개인 정보 못지않게 중요하므로 함부로 게시·공개하거나 확산시켜서는 안 돼요.
- ③ 소셜 미디어는 기본적으로 많은 개인 정보를 공개하도록 요구하는 경향이 있으므로 반드시 공개 설정 범위를 직접 확인하고 재설정하세요.
- ④ 소셜 미디어에서 타인과의 네트워킹은 자신의 정보를 광범위하게 공개하는 것이므로 주의해야 하며, 신뢰할 수 있는 사람만 친구로 추가하세요.
- ⑤ 소셜 미디어에 업로드한 개인 정보나 게시글은 퍼 나르거나 검색 엔진 등을 통해 빠르게 확산되어 삭제가 쉽지 않은 위험이 있다는 것을 잊지 마세요.
- ⑥ 소셜 미디어 이용 시 나의 행동 정보가 원치 않는 맞춤형 광고나 마케팅에 이용될 수 있으므로 개인 정보 활용에 동의할 때는 신중하세요.
- ⑦ 소셜 미디어를 통해 나의 위치 정보와 이동 경로가 노출되어 악용될 수 있으니 활용하지 않을 때는 반드시 서비스를 꺼 두세요.

- 한국인터넷진흥원, 「SNS 이용자 개인 정보 보호 수칙」



소셜 미디어 개인 정보 관리 행동 수칙과 대응 방법 추가 항목

- ⑧ 자신의 소셜 미디어에 올릴 개인 정보, 사진, 영상의 공개 수준을 사전에 정하세요.
- ⑨ 꼭 필요한 개인 정보라면 소셜 미디어의 설정 메뉴에 없어도 직접 공개하고 공유하세요.
- ⑩ 자신의 소셜 미디어에 올릴 개인 정보, 사진, 영상의 공유 허용 범위를 정해 주고, 합성 등과 같이 변형할 경우에는 법적 책임을 묻겠다는 것을 사전에 공지하세요.
- ⑪ 가족이나 친구의 개인 정보를 공개, 게시할 때는 반드시 친구와 가족의 사전 동의를 구하세요.
- ⑫ 문제가 생겼을 때 빠르게 대처할 수 있도록 소셜 미디어의 개인 정보 책임자 또는 실무자의 연락처를 사전에 확인해 두세요.
- ⑬ 소셜 미디어 개인 정보 설정 메뉴를 반드시 읽어 보고 상황에 맞게 재설정하되, 설정 옵션이 부족하거나 미진한 것은 소셜 미디어의 개인 정보 담당자에게 요구하세요.

정부에서 청소년을 대상으로 배포한 ‘사이버 폭력의 이해와 대처 요령’을 참고하여 활동해 보자.

㉗ 사이버 폭력을 예방하기 위한 수칙

- ① 상대방의 입장을 먼저 생각하라 - 사이버 공간에서 글이나 사진, 동영상 등을 올리기 전에 상대방이 어떻게 받아들일지를 먼저 생각한다.
- ② 상대방을 존중하라 - 사이버 공간에서 상대방을 존중해야 나도 존중받는다는 사실을 명심한다.
- ③ 사과하라 - 사이버 공간에서 내 말과 행동 때문에 상대방이 기분 상했다고 하면 바로 사과한다.
- ④ 신중하라 - 사이버 공간에서 한번 뱀은 말은 주워 담을 수 없으니 늘 신중하게 활동한다.
- ⑤ 필요시에만 공개하라 - 사이버 공간에서는 꼭 필요한 경우에만 나의 개인 정보나 사진을 공개한다.
- ⑥ 정직하라 - 사이버 공간에서 자신의 나이, 성별, 신분 등을 속이려 하지 않는다.
- ⑦ 상대방을 보호하라 - 사이버 공간에서 상대방의 프라이버시나 명예를 지켜 준다.
- ⑧ 음란물 등을 배포하지 말라 - 사이버 공간에서 음란한 사진이나 동영상을 보여 주거나 배포하지 않는다.
- ⑨ 욕설 등을 사용하지 말라 - 사이버 공간에서 장난이라도 욕설이나 비속어 또는 오해할 수 있는 표현을 사용하지 않는다.
- ⑩ 거짓 내용을 유포하지 말라 - 사이버 공간에서 거짓된 내용이나 개인의 사생활에 대한 내용을 함부로 올리거나 퍼 나르지 않는다.
- ⑪ 외모나 신체에 대해 비난하지 말라 - 사이버 공간에서는 다른 사람의 외모나 신체에 관한 농담이나 비난을 하지 않는다.

- 교육부, 「사이버 폭력의 이해와 대처 요령(학생용)」

㉘ 사이버 폭력의 피해를 입었을 경우 조치 요령

- ① 분명한 거부 의사 표현하기 - 사이버 폭력의 가해자에게 싫다는 의사 표현을 분명하게 한다.
- ② 보복하지 않기 - 상대방의 사이버 폭력에 바로 보복하려 시도하지 말고 그 공간을 벗어난다.
- ③ 무시하거나 차단하기 - 사소한 사이버 폭력의 경우에는 무시하고 반복되면 차단한다.
- ④ 증거 자료 확보하기 - 사이버 폭력을 입증할 글, 그림, 음성, 동영상 파일 등을 증거 자료로 확보한다.
- ⑤ 주변 어른들께 알리기 - 사이버 폭력의 피해를 당했을 때나 다른 사람의 피해를 목격했을 경우 혼자 고민하지 말고 부모님, 선생님 등 주변 사람들에게 사실을 알린다.
- ⑥ 관련 기관 도움 요청하기 - 사이버 폭력의 피해를 당했을 때 관련 기관을 찾아 상담과 도움을 받는다.
- ⑦ 신고 및 삭제 요청하기 - 사이트 관리자에게 사이버 폭력 피해 사실을 신고하고 삭제를 요청한다.
- ⑧ 경찰 신고하기 - 지속적이고 심각한 사이버 폭력인 경우 부모님 등과 상의한 후 경찰에 신고한다.

- 교육부, 「사이버 폭력의 이해와 대처 요령(학생용)」

1 자료를 참고하여 청소년을 대상으로 하는 ‘사이버 폭력 예방 및 대처 방법’이라는 카드뉴스의 스토리보드를 작성하고 카드뉴스를 만들어 보자.

활동 안내

- 1) 인터넷 포털에서 ‘카드뉴스’라고 검색하거나 언론사 홈페이지에서 카드뉴스 사례를 확인한다.
- 2) 카드뉴스의 제목, 카드뉴스를 만드는 이유, 소셜 미디어로 이 카드뉴스를 공유할 대상(대상의 특징 포함)에 대해 간략히 정리한다.
- 3) ㉗, ㉘와 인터넷에서 검색한 자료를 토대로 이 카드뉴스를 어떤 흐름으로 스토리텔링할지 간략히 문장으로 적는다.
- 4) 카드뉴스의 스토리보드를 작성한다. 이때 몇 장의 카드로 제작할지, 기존 사진과 이미지를 활용할지, 새롭게 사진을 찍거나 그림을 그릴지를 결정한다. 각 카드에 제목과 내용을 어떤 방식으로 넣을지도 결정한다.
- 5) 컴퓨터 프로그램이나 스마트폰 앱을 활용하여 카드뉴스를 제작한다. 제작 과정에서는 글이나 사진이 초상권, 명예, 사생활권, 저작권을 침해하지 않는지 꼭 점검하고, 마지막 장에는 저작물 이용 허락 표시를 한다.
- 6) 자신이 사용하는 소셜 미디어에 일정 기간 공유하고 피드백받은 결과를 친구들과 함께 공유한다.

순서	카드뉴스 문장	사진 또는 이미지 내용
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

2 ‘사이버 폭력 예방 및 대처 방법’이라는 주제를 카드뉴스 형태가 아닌 다른 형태의 미디어 콘텐츠로 표현한다면 어떤 방식이 적절할지 함께 이야기해 보자.

소셜 미디어에서 존중받고 존중해야 할 저작권

소셜 미디어를 이용하면서 생길 수 있는 저작권에 대한 문의 사항을 참고하여 활동해 보자.

(가) 유튜브에 제 브이로그 영상을 올렸는데, 누군가가 허락도 받지 않고 재사용했을 경우 어떻게 해야 하나요?



(나) 스마트폰으로 찍은 여행 사진을 색감 등을 예쁘게 보정해서 소셜 미디어에 올렸는데, 여행 정보 전문 업체에서 동의도 구하지 않고 자기네 웹 사이트에 올리고 홍보용 전단지에도 사용한 것을 발견했어요. 어떻게 해야 하죠?



(다) 제 소셜 미디어 친구들에게 꼭 소개해 주고 싶은 대학 입시 관련 뉴스 기사가 있어서 포털 사이트에서 기사를 전부 복사한 다음 소셜 미디어에 올렸어요. 물론 출처와 작성자 모두 기재했어요. 이것도 「저작권법」 위반일까요?



(라) 소셜 미디어에서 좋은 내용만 추려서 재구성하여 동영상을 만들어 소셜 미디어에 올렸어요. 출처는 물론이고 작성자의 아이디 등도 함께 표기했는데, 이런 경우에도 저작권 침해가 되나요?



1 유튜브 고객센터에 접속해서 '정책, 안전 및 저작권' 항목을 클릭해 유튜브 저작권 정책에 대해 알아보자. 그리고 (가)와 관련해서 '저작권 게시 중단 알림 제출' 메뉴에 접속해 '저작권 침해 신고서' 초안을 작성해 보자.

2 사진은 창작성이 있어야 저작권을 인정받을 수 있다. 사진에 창작성이 있는지 여부를 판단하기 위한 조건은 무엇인지 함께 토의해 보고, (나)와 같은 상황에서 피해자가 취할 수 있는 구체적인 방법을 알아보자.

3 (다)는 뉴스 기사에 대한 저작권을 침해한 대표적인 사례이다. 뉴스 기사를 합법적으로 소셜 미디어에 사용하는 방법을 조사해 보자.

4 다음은 「저작권법」 제28조 '공표된 저작물의 인용'에 관한 조항이다. (라)의 사례가 정당한 범위 안에서의 인용이라고 볼 수 있을지 함께 토의해 보자.

제28조(공표된 저작물의 인용) 공표된 저작물은 보도·비평·교육·연구 등을 위하여는 정당한 범위 안에서 공정한 관행에 합치되게 이를 인용할 수 있다.

3

소셜 미디어 시대의 사회 참여

- (1) 소셜 미디어 시대의 시민
- (2) 사회 참여로 더 나은 세상 만들기

왜 배울까?

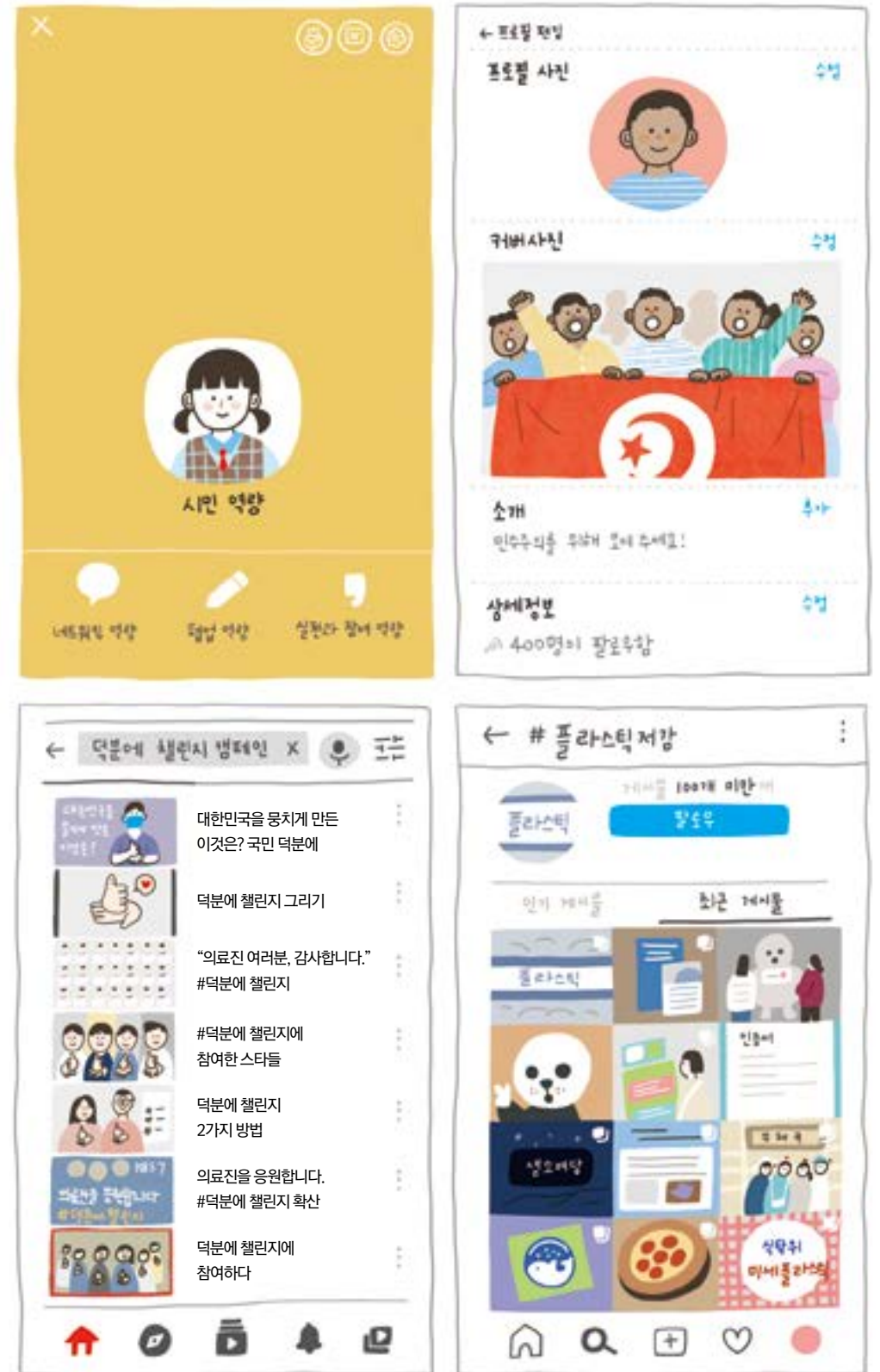
소셜 미디어의 등장은 네트워킹, 협업 등의 참여 형태를 통해 사회적 현안에 접근하며 문제를 해결하는 새로운 시민상을 보여 주고 있다. 소셜 미디어 시대의 시민으로 제 역할을 담당하기 위해서는 시민으로서 갖춰야 할 핵심 역량과 더불어 소셜 미디어 시대가 요구하는 시민 역량을 익히고, 더 나아가 사회 참여를 통해 더 나은 세상을 만들어 가기 위한 지혜를 체득할 필요가 있다.

무엇을 배울까?

- 시민으로서 갖춰야 할 핵심 역량과 더불어 소셜 미디어 시대에 새롭게 필요한 시민 역량과 나아가야 할 방향에 대해 배운다.
- 소셜 미디어를 활용한 사회 참여의 사례들을 통해 더 나은 세상을 만들기 위해 무엇을 유념하고 어떤 자세와 태도를 지녀야 할지에 대해 배운다.



미리 보기 다음 그림을 살펴보고, 중단원에서 배울 내용을 확인해 보자.



(1) 소셜 미디어 시대의 시민

📌 학습 목표 소셜 미디어 시대에 요구되는 시민 역량을 사례를 통해 파악할 수 있다.

소셜 미디어 시대의 시민 역량

📌 시민

사회의 구성원으로서 권리와 의무를 가지는 사람이다. 시민은 자발적이고 주체적으로 공공 정책 결정에 참여할 수 있어야 한다.

📌 효능감

특정한 상황에서 적절한 행동을 함으로써 문제를 해결할 수 있다고 믿는 신념 또는 기대감을 말한다.

시민으로서 갖추어야 할 역량으로는 민주주의의 기본 원리와 핵심 가치에 대한 지식과 이해, 타인의 권리와 존엄성을 존중하고 다원성을 인정하는 시민적 관용, 공공 생활에 적극적으로 참여하고 실천하는 시민적 효능감이 있다. 또한 사회·정치적 문제를 객관적으로 파악하는 비판적 사고력, 대화와 토론으로 문제를 해결할 수 있는 능력과 기술, 약자를 보호하고 정의와 상생의 원칙에 따른 협력과 연대도 역량으로 들 수 있다.

소셜 미디어라는 연결 미디어의 등장은 우리들에게 새로운 시민의 모습을 보여주고 있다. 개인적 관심을 통한 단순한 참여가 아니라 네트워킹, 협업 등을 통해 사회적 현안에 접근하여 함께 문제를 해결해 나가는 적극적인 사회 참여가 나타나고 있다. 따라서 소셜 미디어 시대의 시민에게는 자기표현 역량과 더불어 공유 역량, 네트워킹 역량, 협업 역량, 실천과 참여 역량 등이 필수적이다. 물론 이런 역량들은 예나 지금이나 강조되고 있는 시민으로서 갖추어야 할 핵심 역량의 토대 위에서 펼쳐질 때 더 큰 의미를 지닌다.



미디어를 통해 다른 사람과 연결하고 소통할 수 있는 네트워킹 역량



문제 해결 및 과업 수행 등을 위해 다른 사람과 교류하고 협력하여 성과를 얻을 수 있는 협업 역량



정치·사회적 이슈에 대해 적극적으로 의견을 교류하고 공동의 문제를 해결하기 위해 다양한 활동에 참여하는 실천과 참여 역량

📌 자료

사례를 통해 배우는 소셜 미디어 시대의 시민 역량

2010년 12월 북아프리카 튀니지에서 발생한 재스민 혁명은 23년 동안 장기 집권한 벤 알리 정권에 반대하여 발생한 민주화 혁명이다. 아랍과 아프리카 지역에서는 민중 봉기로 독재 정권을 무너뜨린 첫 사례이다. 튀니지의 국화 재스민에서 이름 붙여진 이 혁명은 이집트와 시리아를 비롯한 주변 국가로 민주화 운동이 확산되는 계기가 되었다. 재스민 혁명은 소셜 미디어가 정치와 경제, 사회, 문화를 어떻게 변화시키고 소셜 미디어 시대에 필요한 시민 역량이 무엇인지를 잘 보여 준다.

튀니지의 국민들은 기존의 미디어가 통제되어 제대로 역할을 수행하지 못하는 상황 속에서 소셜 미디어를 통해 서로 네트워킹하고 협업하고 실천적으로 참여하여 혁명을 이끌어 냈다. 국민들의 자발적이고 능동적인 참여가 없었다면 꿈꿀 수 없는 일이었다. 소셜 미디어 시대의 진정한 시민이라면 소셜 미디어를 통해 사회적 현안이나 문제에 기꺼이 발을 담그고, 혼자만의 힘이 아닌 집단 지성으로 해결 방법을 찾아 함께 실천할 수 있는 역량이 필요하다.



무허가 청과상을 하며 가족을 부양하던 한 청년이 경찰의 강압적인 단속에 저항하여 분신했다는 소식이 소셜 미디어를 통해 전파되었다.

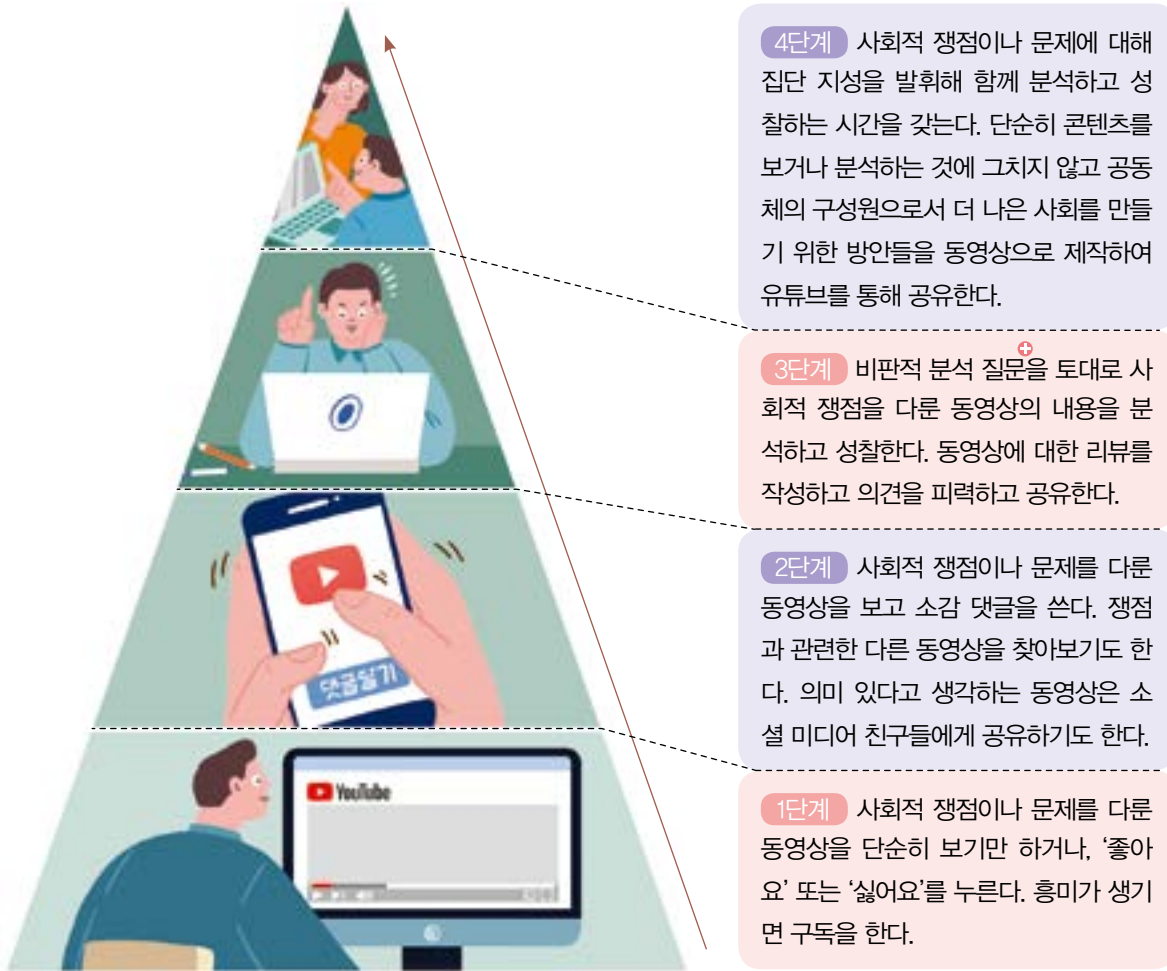


분신이 도화선이 되어 물가 상승과 높은 실업률에 저항하는 학생 시위가 발생했다. 시위대는 정부의 탄압에도 불구하고 소셜 미디어로 튀니지 국민들과 전 세계에 실상을 알렸다.

시위대는 소셜 미디어를 활용해 시위를 조직화하고 새로운 소식을 전파했다. 이에 튀니지 국민들이 거리로 뛰어나와 반정부 시위에 동참하기 시작했다. 전국적으로 시위가 격화되자 결국 벤 알리 대통령은 시민들의 저항에 굴복해 하야를 발표하고 사우디아라비아로 망명했다. 23년간 이어진 독재 체제가 한순간에 무너졌다.



유튜브 피라미드는 사회적 쟁점이나 문제를 다룬 유튜브 동영상 콘텐츠를 소비하고 생산하는 사용자들의 경향성을 층위별로 구분해 놓은 그림이다. 자료를 참고하여 소셜 미디어 시대의 시민 역량에 대해 생각해 보자.



비판적 분석 질문 5가지

- ▶ 누가 이 콘텐츠를 만들었는가?
- ▶ 이 콘텐츠의 메시지 전달 이유, 목적은 무엇인가?
- ▶ 사람들이 이 콘텐츠의 내용을 어떻게 달리 이해하는가?
- ▶ 이 콘텐츠의 생산자는 나의 주목을 끌기 위해 어떤 창의적 기법을 사용했는가?
- ▶ 이 콘텐츠의 메시지에는 어떤 가치, 생활 양식, 관점이 반영되어 있는가? 또는 생략되었는가?

1 제시된 단어들을 활용하여 그림의 각 단계에 적합한 이름을 부여해 보자.

보기

능동적 / 주체적 / 수동적 / 소극적 / 적극적 / 생산 / 제작 / 협업 / 조정 / 기여 / 변혁 / 시민 / 성찰 / 참여 등

2 소셜 미디어 시대의 시민 역량 중 자기표현 역량, 공유 역량, 네트워킹 역량, 협업 역량, 실천 및 참여 역량은 어느 단계에서 얼마나 필요할지 이야기해 보자.

3 나는 유튜브 피라미드에서 어느 단계의 비율이 높은지 생각해 보고, 사회적 쟁점이나 문제에 대한 자신의 유튜브 이용 경향성을 피라미드로 그린 후 친구들 앞에서 발표해 보자.

4 내가 소셜 미디어 시대의 현명한 시민이 되기 위해서는 각 단계의 활동들을 어느 정도의 비율로 하는 것이 바람직할지 피라미드로 그리고 이유를 설명해 보자.

(2) 사회 참여로 더 나은 세상 만들기

📌 학습 목표 소셜 미디어를 통한 사회 참여를 통해 공동체의 문제를 함께 해결하고 더 나은 세상을 만들기 위해 노력하는 태도를 지닐 수 있다.

소셜 미디어를 통한 사회 참여

📌 청와대 국민 청원

청와대 국민 청원은 “국민이 물으면 정부가 답한다.”라는 모토로 만들어 졌다. 국내 현안과 관련된 글을 청와대 홈페이지에 있는 국민 청원 게시판에 올리고 일정 기준보다 많은 인원이 그 청원에 동의하면 정부와 청와대 책임자가 답하는 구조이다. 사람들은 청원 글을 작성하거나 소셜 미디어를 통해 청원을 공유하고 동의하는 과정을 통해 참여한다. 다만 개인이나 특정 집단의 이익을 위한 청원이 아닌 더 나은 사회를 만들기 위한 청원에 참여하는 태도가 필요하다.

참여는 우리가 직면한 문제를 해결할 수 있는 가장 효과적인 방법이자 더 나은 세상을 만들기 위한 방법을 배울 수 있는 소중한 기회이다. 우리는 참여를 통해 사회가 당면한 문제가 무엇인지 알 수 있다. 또한 문제를 해결하기 위해 함께 노력하는 소통의 과정 속에서 공정한 해답을 찾는 절차를 배울 수 있다.

미디어 환경의 변화는 우리들에게 참여의 폭을 확장시켰다. 사람들은 의견을 담은 댓글을 쓰고 온라인으로 토론하고 때로는 행동하면서 다양한 문제에 대한 방식으로 참여할 수 있게 되었다. 소셜 미디어의 성장은 참여와 공유가 새로운 문화와 소통 방식으로 자리매김할 수 있는 계기를 마련했다. 소셜 미디어는 사람들이 청와대 국민 청원이나 가상 합창단 프로젝트처럼 의미 있는 일에 더욱 쉽게 참여할 수 있게 함으로써 더 나은 세상을 만드는 데 일익을 담당할 수 있게 해 준다.

소셜 미디어를 통한 사회 참여 시 유념해야 할 것들

시민으로서의 사회 참여는 우선 자신의 이익을 넘어서서 자신이 속한 공동체의 발전, 즉 더 나은 사회를 만들기 위한 참여라는 사실을 잊지 말아야 한다. 참여에 사회라는 말을 더한 이유는 더 나은 정치·경제·사회·문화를 위해 진지하게 고민하면서 나온 참여만이 세상을 바꿀 수 있다는 의미를 내포하고 있다.

사회 참여를 할 때는 다양성을 인정하는 자세가 필요하다. 사회 참여는 미디어를 통해 단순히 정보만 공유하는 단계를 넘어서야 한다. 따라서 많은 사람들이 공감하여 함께 문제를 진단하고 해결하는 집단 지성이 발휘되기 위해서는 열려 있는 다양성이 필요하다. 다양성이 존재하는 사회가 되기 위해서는 다양한 의견, 가치 등이 평등하게 공유되어야 한다. 또한 서로의 생각을 경청하면서 차이를 인정하는 관용과 다문화 수용성 능력이 필수적이다. 사회 참여는 시민들의 다양한 생각과 문화, 표현이 소셜 미디어상에서 공존할 때 빛을 발할 수 있다.

능동적인 사회 참여를 위해서는 비판적 판단력, 자료 분석 및 활용 능력, 사회적 실천 능력을 갖추어야 한다. 비판적 판단력은 소셜 미디어를 통해 접하는 사회적 현안에 대해 비판적으로 성찰하는 능력이다. 자료 분석 및 활용 능력은 소셜 미디어를 통해 알게 된 정보를 분석·분별하고 효율적으로 활용할 수 있도록 재구성하는 능력이다. 마지막으로 사회적 실천 능력은 소셜 미디어의 집단 지성을 통해 합의되고 결정된 내용을 아는 상태에 머무르지 않고 실천으로 옮기는 실행력이다. 이러한 능력이 함께 발현될 때 사회 참여가 풍성해질 것이다.

📌 다문화 수용성 능력

공동체의 다양한 문화와 규범을 이해하고 수용하는 능력을 말한다. 소셜 미디어를 통해 다양한 공동체를 만나들면서 여러 관점이 존재함을 식별하고 존중하며 대안의 규범을 찾아내는 원천이 될 수 있다.

📌 자료

소셜 미디어를 통한 가상 합창단 프로젝트(Virtual Choir)



미국의 작곡가 겸 지휘자인 에릭 휘태커(Eric Whitacre)는 자신이 만든 합창곡 「빛과 금(Lux Aurumque)」의 지휘 영상을 유튜브에 올린 후 합창단원을 모집했다. 세계 12개국의 185명 단원들은 각자의 공간에서 자신이 맡은 파트를 부르는 모습을 녹화한 영상을 올렸다. 이후 단원들의 영상은 편집을 통해 하나의 곡으로 완성되어 대중에게 공개되었다. 지역, 인종, 종교, 거리와 상관없이 세계가 음악으로 하나가 될 수 있음을 보여 주었다.

- 신정아, 『2020 인터넷윤리 동향』 2호

📌 자료

학생들의 사회 참여

서울시교육청에서는 매년 학생 사회 참여 발표 대회를 실시하고 있다. 학생들이 학교 및 지역 사회에서 발견할 수 있는 사회 문제에 대해 원인과 해결 방안을 제시하고 문제 해결을 위한 실천을 통해 민주 시민성을 고양하고자 하는 것이 이 대회의 취지이다. 사회 참여 활동의 단계는 문제점 찾기, 문제점 분석, 해결 방안 제시, 활동 실천, 평가 등의 5단계로 나누어 제시하고 있다.

소셜 미디어를 활용한 사례도 발표되었는데, 소셜 미디어에 포토 보이스 페이지를 개설해 직접 전개한 사회 참여 활동과 활용했던 자료들을 게시·공유하며 사람들의 인식 변화를 이끌어 내고자 했다. 포토 보이스란 지역 사회에서 소외된 사람들이 자신의 입장에서 찍은 사진을 통해 자신이 겪는 문제점을 표현하는 활동을 말한다.

- 서울시교육청, 『2019 서울 학생 사회 참여 발표 대회 자료집』



많은 사람이 소셜 미디어를 이용한 사회 참여에 동참하고 있다. 소셜 미디어를 통해 함께 힘을 모아 아름다운 세상을 만들기 위해 노력한 사례를 찾아보고, 우리가 할 수 있는 프로젝트를 생각해 보자.

경기도교육청 청소년 방송국 미디어경청에서는 '미디어 수용자와 제작자가 본 좋은 미디어란 무엇인가'를 주제로 소셜 미디어 영상 토론회를 실시했다. 행사에 참여한 청소년들은 토론을 거쳐 '좋은 미디어를 위한 경기도 청소년 실천 선언'이라는 선언문을 작성했다. 그리고 참여자들이 함께 선언문을 같은 제목의 동영상으로 만들어 소셜 미디어를 통해 공유했다.



- 경기도교육청 청소년 방송국 미디어경청, 2020년 7월 1일 게시

1 모둠별로 인터넷 검색과 소셜 미디어 검색을 통해 '소셜 미디어로 아름다운 세상 만들기' 사례를 찾아보자.

2 검색한 사례 중에서 모둠별 토의를 통해 동참할 프로젝트를 선정하고 발표해 보자.

우리 모듬이 찾은 사례	사례 1	
	사례 2	
	사례 3	
우리 모듬이 참여하기로 결정한 프로젝트	프로젝트명	
	참여 결정 이유	
	실천 방법 (어떻게 꾸준히 실천할 것인가?)	

3 모듬별 발표를 듣고 접착식 메모지에 격려의 댓글을 써서 붙여 보자.

4 계획 실천 일지를 매일 작성해 소셜 미디어를 통해 공유하고 서로를 격려하는 댓글을 작성해 보자.

5 일주일 동안의 실천 결과를 보고하고 평가하여 다짐하는 시간을 가져 보자.

프로젝트명	
그동안의 경과보고	
느낀 점, 어려운 점	
선생님과 친구들의 조언	

6 참여했던 프로젝트에서 얻은 경험과 아이디어를 토대로 온라인에서 실천할 수 있는 '소셜 미디어로 아름다운 세상 만들기' 프로젝트를 모듬별로 기획하여 제안서를 작성해 보자.

프로젝트명	
프로젝트 소개	
제안 이유와 의미	
실천 방법 (어떻게 꾸준히 실천할 것인가?)	
실천을 위한 다짐	

지역 사회 문제 해결을 위한 사회 참여 프로젝트

지역 사회의 문제에 대해 스스로 탐색하고 해결책을 모색하는 과정 속에서 사회 참여의 기초를 쌓을 수 있다. 미디어 청원서를 작성하고 소셜 미디어로 공유한 다음 관계 기관에 청원해 보는 활동을 통해 사회 참여의 과정을 실천해 보자.

1 다음 자료를 참고하여 지역 사회에서 해결해야 할 문제점을 찾고, 문제를 해결할 수 있는 방안을 모색해 보자.

단계	활동의 흐름	예시
1단계 문제점 찾기	<ul style="list-style-type: none"> • 학교 주변의 지역 사회를 관찰하여 해결해야 할 문제점 찾기 <ul style="list-style-type: none"> - 브레인스토밍 - 관찰 노트 작성 - 미디어를 활용한 정보 검색 	<ul style="list-style-type: none"> • 우리 학교 주변의 불편한 점 또는 개선할 점에 대한 토의 활동 및 우선순위 정하기 
2단계 문제점 분석	<ul style="list-style-type: none"> • 발견한 문제의 심각성 확인하기 <ul style="list-style-type: none"> - 현장 관찰, 인터뷰, 설문 - 문제가 해결되지 못한 이유 분석 - 문제 해결과 관련된 사람이나 기관 분석 	<ul style="list-style-type: none"> • 현장 관찰을 통한 현장의 문제점 파악 
3단계 해결 방안 모색	<ul style="list-style-type: none"> • 발견한 문제를 해결하기 위한 방안 찾기 <ul style="list-style-type: none"> - 유사한 문제를 해결한 사례 검색 - 문제 해결과 관련된 정책과 제도를 알아보고 한계점 분석 - 전문가 면담 및 조언 청취 - 해결 방안의 적절성 검토 	<ul style="list-style-type: none"> • 주차 구역 조정안 제시 등 거주자 우선 주차 구역의 문제점 파악 및 해결 방안 제시하기 

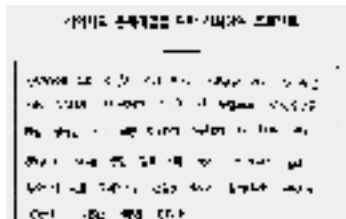
- 우수 사례를 참고하여 시설물 설치를 통한 불법 주차 방지 방안 제시하기



2 다음 자료를 참고하여 미디어를 활용한 사회 참여 활동을 실천해 보자.

단계	활동의 흐름	예시
4단계 동영상 청원서 제작 후 공유	<ul style="list-style-type: none"> • 동영상 청원서 제작하기 <ul style="list-style-type: none"> - 1, 2, 3단계의 과정을 스토리보드로 작성 - 필요한 사진과 동영상 촬영 - 초상권 및 저작권 점검 - 편집 프로그램을 활용한 동영상 청원서 제작 • 동영상 청원서를 활용하여 소셜 미디어에서 캠페인 실시하기 • 소셜 미디어에서의 피드백 확인하기 	<ul style="list-style-type: none"> • 동영상 청원서 제작하기 
5단계 사회 참여와 실천 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 관계 기관에 제안하기 <ul style="list-style-type: none"> - 동영상 청원서와 소셜 미디어에서의 피드백을 종합하여 관계 기관에 제출할 청원서 작성 - 작성한 청원서를 관계 기관에 전달하고 정책을 제안 - 언론 기고 - 사진, 동영상, 일지 등을 통해 실천 내용을 기록하고 소셜 미디어로 공유 	<ul style="list-style-type: none"> • 국민 신문고에 국민 제안 신청하기 

3 다음 자료를 참고하여 진행한 사회 참여 활동에 대해 성찰해 보자.

단계	활동의 흐름	예시
6단계 성찰과 에필로그 제작	<ul style="list-style-type: none"> • 제안 결과 확인하기 • 사회 참여를 통해 배운 점, 느낀 점, 사회 참여 이후 일어난 일들에 대한 기록을 에필로그로 제작하기 • 그동안의 결과물을 모아 최종 프로젝트 결과물 완성하기 	<ul style="list-style-type: none"> • 소감문 기록하기 

배운 내용 정리하기

다음 설명의 올바른 답이 가리키는 번호를 표에서 찾아 색칠하며 배운 내용을 확인해 보자.

<p>소셜 미디어를 통해 인간관계를 강화하거나 새로운 인적 네트워크를 형성할 수 있다.</p> <p>예 ▶ 4번 아니요 ▶ 10번</p>	<p>자아 정체성은 다른 사람과 구별될 수 있는 자신에 관한 통합된 관념이다.</p> <p>예 ▶ 8번 아니요 ▶ 6번</p>	<p>자기표현은 자신의 필요성보다는 남들의 기대에 부응하기 위해 나를 드러내는 것이다.</p> <p>예 ▶ 9번 아니요 ▶ 7번</p>																																			
<p>소셜 미디어로 사회적 관계를 맺을 때는 형성된 소통의 원칙을 따르는 수동적인 태도가 필요하다.</p> <p>예 ▶ 31번 아니요 ▶ 11번</p>	<p>댓글을 쓸 때는 다른 사람에 대한 모욕이나 명예 훼손이 되지 않도록 조심해야 한다.</p> <p>예 ▶ 25번 아니요 ▶ 17번</p>	<p>소셜 미디어를 이용할 때는 표현의 자유가 절대적으로 보장되어야 한다.</p> <p>예 ▶ 1번 아니요 ▶ 22번</p>																																			
<p>소셜 미디어로 소통할 때는 역지사지의 태도로 책임과 권리를 생각해야 한다.</p> <p>예 ▶ 21번 아니요 ▶ 19번</p>	<p>바람직한 소통을 위해서는 나의 권리만큼 시민으로서 가져야 할 책임도 고려해야 한다.</p> <p>예 ▶ 32번 아니요 ▶ 29번</p>	<p>소통 과정에서 발생하는 문제들을 해결하기 위해서는 대원칙만 지키면 된다.</p> <p>예 ▶ 13번 아니요 ▶ 15번</p>																																			
<p>사이버 폭력을 예방하기 위한 수칙과 피해를 입었을 경우에 대한 조치 요령을 알아둘 필요가 있다.</p> <p>예 ▶ 18번 아니요 ▶ 30번</p>	<p>소셜 미디어 시대의 시민에게는 공유 역량이나 네트워크 역량 같은 새로운 시민 역량이 필요하다.</p> <p>예 ▶ 14번 아니요 ▶ 33번</p>	<p>소셜 미디어 시대를 살아가는 현명한 시민이 되기 위해서는 적극적인 참여가 필요하다.</p> <p>예 ▶ 26번 아니요 ▶ 28번</p>																																			
<p>사회 참여를 할 때는 강력한 실천력이 필요하기 때문에 다양성은 배제될 수밖에 없다.</p> <p>예 ▶ 24번 아니요 ▶ 23번</p>	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr> <tr><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td></tr> <tr><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td><td>21</td></tr> <tr><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td><td>26</td><td>27</td><td>28</td></tr> <tr><td>29</td><td>30</td><td>31</td><td>32</td><td>33</td><td>34</td><td>35</td></tr> </table>		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
1	2	3	4	5	6	7																															
8	9	10	11	12	13	14																															
15	16	17	18	19	20	21																															
22	23	24	25	26	27	28																															
29	30	31	32	33	34	35																															
<p>체계적인 사회 참여를 위해서는 비판적 판단력과 사회적 실천 능력 등이 필요하다.</p> <p>예 ▶ 35번 아니요 ▶ 34번</p>																																					

스스로 점검하기

다음 평가 기준에 따라 나의 학습 성취도를 점검해 보자.

평가 기준	성취도
나는 상황과 목적에 맞는 소셜 미디어를 주체적으로 선택할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 소셜 미디어를 통한 사회적 관계 맺기 과정에서 지켜야 할 원칙을 알고 있으며, 이를 미디어 생활 속에서 실천하고 있다.	<input type="range"/>
나는 소셜 미디어를 이용하는 과정에서 발생할 수 있는 이슈들을 책임과 권리의 균형이라는 관점에서 설명할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 소셜 미디어를 이용하면서 발생하는 문제를 해결하기 위해 수립한 행동 수칙과 대응 방법을 생활 속에서 실천하고 있다.	<input type="range"/>
나는 소셜 미디어 시대에 필요한 시민 역량을 유튜브 피라미드와 관련지어 설명할 수 있다.	<input type="range"/>
나는 소셜 미디어를 이용한 사회 참여로 공동체의 문제를 함께 해결하고 더 나은 세상을 만들어 가겠다는 태도를 지니고 있다.	<input type="range"/>

다음 질문에 답하며 대단원 학습을 되돌아보자.

- 이 대단원에서 학습한 내용 중 가장 의미 있었던 것은 무엇인가?
- 이 대단원을 학습하며 무엇을 배우고 느꼈는가?
- 이 대단원을 학습한 후에 더 배우고 싶은 점은 무엇인가?

참고 사이트 및 추천 도서

청소년과 미디어 교과 학습 시 참고할 수 있는 사이트와 추천 도서를 소개합니다.

참고 사이트			
번호	사이트명	주소	소개
1	공유마당	www.gongu.copyright.or.kr	누구나 자유롭게 이용할 수 있는 저작물 공유 사이트이다. 만료 저작물뿐만 아니라 보존 가치가 높은 민간 보유 저작물, 공공 콘텐츠와 같은 공유 저작물을 제공한다.
2	네이버 뉴스 라이브러리	www.newslibrary.naver.com	1920년부터 1999년까지의 신문 자료를 웹에 구현하여 과거 종이 신문 속 기사는 물론 광고, 만평, 소설 등의 자료를 쉽고 빠르게 찾아볼 수 있는 뉴스 서비스이다.
3	미디어 경청	www.goeonair.com	경기도 교육청 청소년 방송국이 운영하는 사이트이다. 청소년의 목소리를 담아낸 미디어 콘텐츠를 접할 수 있고, 미디어 교육을 신청하여 참여할 수 있다.
4	미디어오늘	www.mediatoday.co.kr	온·오프라인 미디어 비평 전문 매체이다. '뉴스의 이면, 팩트 너머의 진실'이라는 표어처럼 미디어를 비판적으로 볼 수 있는 다양한 기사를 제공하고 있다.
5	미디어 통계 포털	www.stat.kisdi.re.kr	미디어 이용에 관한 다양한 통계 정보와 연구 결과를 제공하고 있다.
6	빅카인즈	www.bigkinds.or.kr	다양한 언론사로부터 수집한 뉴스로 구성된 통합 데이터베이스에 빅 데이터 분석 기술을 접목하여 만든 뉴스 분석 서비스이다.
7	스마트 씬 센터	www.iapc.or.kr	한국정보화진흥원에서 운영하는 스마트폰 과의존 예방 전문 상담 기관이다.
8	아름다운 인터넷 세상 (아인세)	www.digitalcitizen.kr	건강하고 아름다운 인터넷 세상을 만들기 위한 다양한 프로그램과 자료들을 소개하고 있다.
9	한국언론진흥재단	www.kpf.or.kr	언론 관련 각종 연구서와 미디어 통계, 『신문과 방송』과 같은 정기 간행물을 볼 수 있다.

추천 도서

번호	도서명	저자	출판사	출판 연도
1	나만의 콘텐츠 만드는 법	황효진	유유	2020
2	똑똑한, 이상한, 꿈틀대는 뉴 미디어	주형일	우리학교	2020
3	미디어, 너 때는 말이야	정동훈	넥서스	2020
4	야만의 회귀, 유튜브 실체와 전망	이상호	예린원	2020
5	유튜브에 빠진 너에게	구본권	북트리거	2020
6	인공 지능 시대, 십 대를 위한 미디어 수업	정재민	사계절	2020
7	페이스북은 어떻게 우리를 단절시키고 민주주의를 훼손하는가	시바 바이디어나단 저 · 홍권희 역	아라크네	2020
8	미디어는 어떻게 허위 정보에 속았는가	휘트니 필립스 저 · 박상현 역	한국언론진흥재단	2019
9	미디어 교육 선언	데이비드 버킹엄 저 · 조연하 외 8인 역	학이시습	2019
10	미디어 리터러시 수업	김광희 외 4인	휴머니스트	2019
11	침묵하지 않는 사람들	매슈 대니얼스 저 · 최이현 역	포레스트북스	2019
12	뉴스, 믿어도 될까?	구본권	풀빛	2018
13	디지털 미디어 리터러시	김경희 외 7인	한울아카데미	2018
14	슬기로운 미디어 생활	권혜령 외 7인	우리학교	2018
15	학교에서 애니하자	박유신, 박형동	다른	2017
16	영화가 너의 고민을 들어 줄 거야	이다혜	가나출판사	2016
17	이미지가 아직도 이미지로 보이니?	주형일	우리학교	2015
18	세상을 바꾼 미디어	김경화	다른	2013
19	10대와 통하는 미디어	손석춘	철수와영희	2012
20	SNS 혁명의 신화와 실제	김은미 외 3인	나남	2011

※ ⑧번 도서는 한국언론진흥재단 홈페이지에서 내려받을 수 있음.

자료 및 사진 출처

자료

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

I 미디어 들여다보기

단원 구성	쪽수	제재	저자	출처	
중단원 ①	심화 활동	24	활동 1 ㉠	성상민	『대한민국의 1인 미디어 역사를 돌아보다』, 『프레시안』, 2017년 4월 7일 기사
		24	활동 1 ㉠	와이티엔(YTN)	『1인 미디어 전성시대……그 빛과 그림자』, 와이티엔(YTN), 2019년 2월 24일 방송
중단원 ②	소단원 (1)	31	활동 2	조효석·황윤태	『식지 않는 일본 제품 불매 운동 비결 3가지』, 『국민일보』, 2019년 7월 24일 기사
		34	활동 1	감독 피터 위어·각본 앤드류 니콜	『트루먼 쇼』, 파라마운트픽처스 제작, 해리스엔컴퍼니 배급, 1998
	소단원 (2)	35	활동 3	방송통신심의위원회	『2018 방송 심의 사례집』, 2019, 48쪽
		37	활동 1-(2)	정철운	『2020년 '뉴스 서비스업자' 구글은 달라져야』, 『미디어오늘』, 2019년 12월 21일 기사
중단원 ③	심화 활동	37	활동 2	김경희·송경재	『누가 2위 포털인 다음 뉴스를 이용하는가?』, 『한국언론학보 제62권 6호』, 2018, 158~159쪽
		43	활동 2	남궁민	『"뉴스 댓글 달자" vs "입까지 막나"…… 카카오톡 댓글 폐지 논쟁』, 『중앙일보』, 2019년 10월 30일 기사
중단원 ④	소단원 (1)	48	활동 1 ㉠		청와대 홈페이지 국민 청원 및 제안 게시판 (www1.president.go.kr/petitions)
			연합뉴스	『실제 돌고래 타고 사진까지…… 거제 씨월드 동물 학대 논란』, 『연합뉴스』, 2020년 6월 19일 기사	
	소단원 (2)	활동 1 ㉠	중도일보	『해수부, 수족관 돌고래 서식 환경 점검 나서』, 『중도일보』, 2020년 8월 17일 기사	
		케이비에스(KBS)	『학대 vs 교감…… 동물 NGO, 돌고래 체형 중단 요구』, 케이비에스(KBS), 2020년 7월 3일 기사		
중단원 ⑤	49	활동 2-(3)	중앙선거관리위원회	『제7회 전국 동시 지방 선거에 관한 유권자 의식 조사』, 2018, 26쪽	
			한국언론진흥재단·로이터저널리즘연구소	『디지털 뉴스 리포트 2019 한국』, 2019, 24쪽	
대단원 프로젝트 활동	50	활동 1	박정	대한민국 청소년 기자단 직업 탐구 인터뷰(www.youthpress.net)	
			남기형	진로 정보망 커리어넷 진로 인터뷰(www.career.go.kr)	

II 미디어 현명하게 즐기기

단원 구성	쪽수	제재	저자	출처	
대단원 들어가기	57	활동 3	최윤아	『탈북민과 '사랑의 불시착' 팩트 체크를 해 봤다』, 『한겨레』, 2019년 12월 27일 기사	
			하재근	『"사랑의 불시착", '코로나 블루'에서 세계를 구원하다』, 『시사저널 1601호』, 2020년 6월 20일 기사	
중단원 ①	72	활동 1 ㉠	감독 연상호·각본 연상호, 류용재	『반도』, (주)영화사레드피터 제작, (주)뉴(NEW) 배급, 2020	
중단원 ②	78	활동 1	박지훈·허철	『할리우드의 아시아인 이미지 재현에 대한 산업적 접근』, 『아시아연구 통권 141호』, 2010, 171~173쪽	
			김초희·김도현	『한국 다문화 TV 프로그램에서의 이주민·외국인 재현: 장르별 차이와 시기별 변화』, 『한국언론학보 제62권 3호』, 2018, 328쪽	
	79	활동 2 ㉠	김초희·김도현	『한국 다문화 TV 프로그램에서의 이주민·외국인 재현: 장르별 차이와 시기별 변화』, 『한국언론학보 제62권 3호』, 2018, 328쪽	
		활동 2 ㉠	민주언론시민연합	『이주민 출연 예능 속 '사소하지 않은 차별』, 『미디어오늘』, 2019년 12월 19일 기사	
소단원 (2)	82	활동 1	이미나	『'벽 치기', '기습 키스' 로맨스 가장한 드라마 속 폭력 여전』, 『피디저널』, 2018년 10월 17일 기사	
중단원 ③	85	활동 2	정보통신정책연구원	『2019 미디어 다양성 조사』, 2019, 164~174쪽	
중단원 ④	소단원 (1)	89	자료 +	금준경	『이제는 유튜브 리터러시가 필요하다』, 『미디어오늘』, 2019년 3월 10일 기사
		94	자료 +	구본권	『인류의 새로운 질병 '디지털 미디어 중독』, 한국언론진흥재단 미디어 리터러시 홈페이지(www.dadoc.or.kr)
	96	활동 도움말	한국저작권위원회	『Q&A로 알아보는 저작권 상담 사례』, 2016, 103쪽	
대단원 프로젝트 활동	98	활동 2	허희	『공부가 머니? 입시가 아닌 공부 개념에 충실한 프로그램으로 거듭나기를』, 엠비시(MBC) 시청자 소통 센터, 2019년 12월 7일 평가원 활동 보고	

III 뉴스와 인포데믹

단원 구성	쪽수	제재	저자	출처	
대단원 들어가기	104	활동 1	이원재	『나이키 - 세계화 황태자, 노동 착취 기업, 그리고 사회 책임 기업까지』, 『한겨레경제사회연구원』, 2014년 10월 20일 기사	
중단원 ①	소단원 (1)	110	활동 1	노재현	『레바논 베이루트 항구서 큰 폭발…… "최소 10명 사망"』, 『연합뉴스』, 2020년 8월 5일 기사
		111	활동 3	한명오	『레바논 대폭발로 GDP 17%가 날아갔다』, 『국민일보』, 2020년 8월 11일 기사
	심화 활동	117	활동 3	이진한	『'벌써 5번째'…… 소형견 물어 죽인 맹견에 불거진 동물 보호법 논란』, 『매일경제』, 2020년 7월 30일 기사
중단원 ②	130	활동 1	구본권	『황당한 '지구 평면설'…… 퍼뜨리는 유튜브 추천 시스템』, 『한겨레』, 2019년 2월 25일 기사	
중단원 ③	135	두 번째 칸	박지혜	『"설악산 흔들바위 추락, 문의 전화 많아…… 올해도 실검 1위"』, 『이데일리』, 2020년 4월 1일 기사	

	소단원 (2)	145	활동 1	황금비	「세계 정치권 뒤흔드는 '가짜 뉴스'의 모든 것」, 『한겨레』, 2016년 12월 8일 기사
대단원 프로젝트 활동		146	활동 1	김길소	「술개의 재탄생」, 『강원일보』, 2006년 7월 10일 기사

IV 미디어로 세상과 만나기

단원 구성		쪽수	제재	저자	출처
중단원 ①	소단원 (1)	158	활동 1 ㉔	한국언론진흥재단	『2019 10대 청소년 미디어 이용 조사』, 2019, 2쪽
	소단원 (2)	162	활동 1 ㉔	한국언론진흥재단	『2019 10대 청소년 미디어 이용 조사』, 2019, 56쪽
	심화 활동	165	활동 3	법무부 방송통신위원회	「형법」, 국가법령정보센터, 2020, 제311조. 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」, 국가법령정보센터, 2020, 제70조.
중단원 ②	소단원 (1)	170	활동 1	정영수	「'알 권리'와 '잊힐 권리」, 『이코노미스트』, 2020년 4월 13일 기사
		171	활동 3	윤상언	「"떠도는 동선 지워 드려요" 확진자 잊힐 권리 찾아 나선 지자체」, 『중앙일보』, 2020년 6월 17일 기사
	소단원 (2)	172	날개	사단 법인 코드	저작물 이용 허락 표시 제도 설명(www.cckorea.org)
		173	자료 +	한국인터넷진흥원	「SNS 이용자 개인 정보 보호 수칙」, 한국인터넷진흥원, 2011
		174	활동 1 ㉔, ㉕	교육부	「사이버 폭력의 이해와 대처 요령」, 교육부, 2014
심화 활동	177	활동 4	문화체육관광부	「저작권법」, 국가법령정보센터, 2020, 제28조.	
중단원 ③	소단원 (2)	184	자료 +	신정아	『2020 인터넷 윤리 동향』 2호, 방송통신위원회, 2020, 7쪽
		185	자료 +	서울시교육청	「2019 서울 학생 사회 참여 발표 대회 자료집」, 2020, 168쪽
		186	활동 1	경기도교육청	「좋은 미디어를 위한 경기도 청소년 실천 선언」, 2020

사진 및 그림

출처 표시를 안 한 사진 및 그림은 집필진 및 발행사에 저작권이 있습니다.

I 미디어 들여다보기

단원	쪽수	내용	출처
중단원 ①	18	점토판	「인류 최초의 문자 미디어, 점토판과 파피루스」, 『뉴스페이퍼』, 2019년 10월 8일 기사
		파피루스	위키미디어 공용(common.wikimedia.org)
		『아인코멘데 차이툰』	위키피디아(de.wikipedia.org)
		『구텐베르크 42행 성경』	유네스코와 유산(heritage.unesco.or.kr)
		『더 선』	위키피디아(it.wikipedia.org)

중단원 ①	19	전화	위키미디어 공용(common.wikimedia.org)	
		전신기	두산백과(www.doopedia.co.kr)	
		라디오	한국민족문화대백과(encykorea.aks.ac.kr)	
		텔레비전	문화재청 국가문화유산포털(www.heritage.go.kr)	
		시네마토그래프	Digital Media for Artist(dma.ufg.ac.at)	
		에니악	위키미디어 공용(common.wikimedia.org)	
		개인용 컴퓨터	티지(TG)삼보 제공	
		스마트폰	픽사베이(pixabay.com)	
		소셜 미디어	픽사베이(pixabay.com)	
		20	비디오텍스	위키미디어 공용(common.wikimedia.org)
21	상단 이미지	픽스타(kr.pixtastock.com)		
22	라디오, 스마트폰	픽사베이(pixabay.com)		
23	『마이 리틀 텔레비전』	『마이 리틀 텔레비전』, 엠비시(MBC), 2015년 7월 18일 방송		
24	뉴스 화면	『1인 미디어 전성시대…… 그 빛과 그림자』, 와이티엔(YTN), 2019년 2월 24일 방송		
28	『멜로가 체질』	『멜로가 체질』, 제이티비시(JTBC), 2019년 8월 10일 방송		
중단원 ②	29, 36	구글 메인 화면	구글(www.google.co.kr)	
		다음 메인 화면	다음(www.daum.net)	
	29	네이버 메인 화면	네이버(www.naver.com)	
		웨이브 메인 화면	웨이브(www.wavve.com)	
중단원 ③	34	넷플릭스 메인 화면	넷플릭스(www.netflix.com)	
		티빙 메인 화면	티빙(www.tving.com)	
		『트루먼 쇼』	파라마운트픽처스 제작, 해리스엔컴퍼니 배급, 1998	
		39, 40	환경 감시 기능	『빨라진 태풍 '미탁' 앞으로 태풍 경로는?』, 와이티엔(YTN), 2019년 10월 2일 방송
39, 41	상관관계 조정 기능	『그것이 알고 싶다』, 에스비에스(SBS), 2020년 7월 18일 방송		
39, 41	문화 전수 기능	『쉬운 우리말 나랏말싸미』, 이비에스(EBS), 2020년 6월 19일 방송		
39, 42	오락 기능	네이버 웹툰(comic.naver.com/webtoon/weekday.nhn)		
중단원 ③	40	미디어와 사회와의 관계	픽사베이(pixabay.com)	
		감염병 발생 현황	『이 시각 코로나19 현황』, 케이비에스(KBS), 2020년 4월 27일 방송	
		45	왼쪽 뉴스 화면	『첫 투표 마친 18세 새내기 유권자…… "설렘, 책임감 느껴요"』, 와이티엔(YTN), 2020년 4월 16일 방송
			오른쪽 뉴스 화면	『"만 18세" 유권자 52만 명 표심은? 선거 교육 '부실』, 엠비엔(MBN), 2020년 4월 3일 방송
		48	돌고래	픽사베이(pixabay.com)

II 미디어 현명하게 즐기기

단원	쪽수	내용	출처
대단원 들어가기	56	‘평양 군중집회’ 보도 사진	연합뉴스(www.hellophoto.kr)
	56, 57	‘사랑의 불시착’	‘사랑의 불시착’, 티브이엔(tvN), 2019년 12월 15일 방송
중단원 ①	61	상단 사진 4컷	픽사베이(pixabay.com)
		상단 일러스트 4컷	픽스타(kr.pixtastock.com)
	63	에듀테인먼트	서대문 형무소 역사관(sphh.sscmc.or.kr)
	66	‘화양연화’	빅히트 엔터테인먼트(LICO 그림), 2019
	68	‘기생충’	바른손이엔에이 제작, 시제이(CJ)엔터테인먼트 배급, 2019
		‘라라랜드’	(주)판씨네마 배급, 2016
		‘Fake Love’	빅히트 엔터테인먼트, 2018
		‘Kill this love’	와이지 엔터테인먼트, 2019
	69	‘매트릭스’	(주)워너 브라더스 코리아, 1999
		‘해리 포터와 불사조 기사단’	(주)워너 브라더스 코리아, 2007
		‘우리들’	아토 제작, (주)넷나인필름 배급, 2015
		‘무한도전’	‘무한도전’, 엠비시(MBC), 2015년 2월 7일, 2016년 7월 9일 방송
	70	‘극한직업’ 포스터	어바웃필름 제작, 시제이(CJ)엔터테인먼트 배급, 2019
		‘말모이’ 포스터	더랩프(주) 제작, 롯데엔터테인먼트 배급, 2018
72	‘반도, 예고편’	레드피터 제작, (주)뉴(NEW) 배급, 2020	
75	하단 일러스트	픽스타(kr.pixtastock.com)	
중단원 ②	76	‘인어 공주’	월트 디즈니 프로덕션, 1989
		흑인 인어 공주 캐릭터	할리 베일리 트위터 계정(twitter.com/chloexhalle)
중단원 ③	88	넷플릭스 메인 화면	넷플릭스(www.netflix.com)
		시즌 메인 화면	시즌(www.myseezn.com)
		웨이브 메인 화면	웨이브(www.wave.com)
	89	자료 + 일러스트	픽스타(kr.pixtastock.com)
	94	자료 + 사진	픽사베이(pixabay.com)
	95	‘최후의 만찬’	레오나르도 다 빈치, The Bridgeman Art Library
		‘최후의 만찬’ 패러디	우크라이나 문화정보정책부, 2020
97	하단 일러스트	픽스타(kr.pixtastock.com)	

III 뉴스와 인포데믹

단원	쪽수	내용	출처
대단원 들어가기	104	축구공을 만드는 아이	‘라이프(LIFE)’, 1996년 6월 호
중단원 ①	112	닉슨 대통령	연합뉴스(www.hellophoto.kr)
	113	패스트푸드점 키오스크	게티 이미지(edge.gettyimageskorea.com)
		자율 주행차	게티 이미지(edge.gettyimageskorea.com)
115	‘택시운전사’	더랩프(주) 제작, (주)쇼박스 배급, 2017	
중단원 ②	119	백신 사진 및 스마트폰 일러스트	픽사베이(pixabay.com)
		하단 뉴스 화면	‘전 세계 홍역 감염자 976만 명…… 한국도 180여 명’, 연합뉴스티브이(TV), 2019년 12월 9일 방송
	122	연결된 사람들	픽사베이(pixabay.com)
	128	인터넷 환경	픽스타(kr.pixtastock.com)
	130	평평한 지구	픽스타(kr.pixtastock.com)
	132	중앙일보 1면	중앙일보(joongangjoins.com)
		경향신문 1면	경향신문(www.khan.co.kr)
왼쪽 포털 뉴스 화면		다음(www.daum.net)	
오른쪽 포털 뉴스 화면	네이버(www.naver.com)		
중단원 ③	142	마크 저커버그	연합뉴스(www.hellophoto.kr)
	145	프란치스코 교황, 트럼프 대통령	위키피디아(ko.wikipedia.org)

IV 미디어로 세상과 만나기

단원	쪽수	내용	출처
대단원 들어가기	153	대한뉴스	케이티비이(KTV) 국민방송(www.ktv.go.kr)
		신문 1면	‘한겨레’, 1991년 8월 3일
		‘KBS 뉴스9’	케이비에스(KBS) 뉴스(news.kbs.co.kr)
		촛불시위	한국저작권위원회, ‘한국저작권위원회_2018_신미식_국내_대한민국_1411’
중단원 ②	172	저작물 이용 허락 표시 제도	사단 법인 코드(www.cckorea.org)
중단원 ③	184	가상 합창단 프로젝트	Eric Whitacre’s Virtual Choir(virtualchoir.ericwhitacre.com)
	185	학생들의 사회 참여	서울시교육청, ‘2019 서울 학생 사회 참여 발표 대회 자료집’, 2020
	186	좋은 미디어를 위한 청소년 실천 선언	경기도교육청 미디어경청(www.goeonair.com)
대단원 프로젝트 활동	188	도로 사진	카카오맵(map.kakao.com)
	189	국민 신문고	국민 신문고(www.epeople.go.kr)