

모듈 10:

광고와 미디어·정보
리터러시



디지털 서비스와 잡지 기사, 라디오 프로그램 등)를 제작하고 운영하는 비용에 쓰인다. 광고 수입이 없다면, 대부분의 민영 미디어와 디지털 회사, 즉 지속가능한 발전이나 소통, 다양성, 민주주의와 자유를 증진하는 데 중추적 역할을 수행하는 회사는 파산할 것이다. 하지만 이와 동시에 광고는 우리의 주체성과 의식적이고 합리적인 의사 결정 과정을 방해하고, 의문스러운 가치를 담은 지속 불가능한 소비지상주의를 자극하기도 한다. 본 커리큘럼에서 제시하는 여러 모듈은 미디어·정보 리터러시를 갖춘 시민이 미디어 기관과 디지털 통신 회사에 투명성을 요구하는 것이 얼마나 중요한지 강조한다. 또한, 미디어·정보 리터러시는 광고 수입 덕분에 콘텐츠의 제작과 공급이 가능함을 이해하고, 특히 수용자 규모가 작거나 저소득 계층인 지역 언론의 경우 구독료나 광고주의 관심을 받는 데 불리할 수 있음을 이해하는 데 큰 역할을 할 수 있다.

광고를 통해 전달된 정보나 메시지는 사회문화적 가치와 다양성, 평등에 영향을 미친다. 예를 들어, 광고에 등장하는 여성과 남성에 대한 이미지를 떠올려보자. 광고에서 나타나는 현대의 ‘여성다움’과 ‘여성성’은 주로 여성이 집이나 사회에서 맡은 역할, 즉 아내나 어머니와 같은 모습으로 대변된다.⁸⁹⁾ 어떤 나라에서는 광고 속 여성의 모습이 과도하게 성적 대상화되어 있기도 하다. 이와 반면에 광고에서 남성은 리더의 역할을 하고 권위를 갖고 있으며 영향력을 가진 인물로 묘사된다. 이와 같은 콘텐츠는 성적 고정관념을 강화하고 성차별을 지속하게 만든다. 인종 차별이나 기타 사회적 사안에도 동일하게 적용할 수 있다. 미디어와 기술에서 나타나는 표상에 대해 더 알아보기 위해 모듈 6을 참고하자. 오늘날 우리 사회에서 광고가 맡고 있는 중요성을 감안하여 교육자와 학습자는 광고를 제작할 때 필요한 요소를 이해하고 정보를 제공하는 자원으로써 광고를 평가할 수 있어야 한다. 이에 더해, 시민이 광고 산업 종사자 및 기업 또는 정부 관리에게 광고에 대한 피드백을 제공할 수 있는 시스템을 배우는 것도 매우 중요하다.

광고는 미디어와 디지털 통신 회사의 독립성에 부정적 영향을 미칠 수 있다. 광고주의 압박 때문에 언론인이나 정보 전문가 또는 디지털 전문가가 사회적 논란을 일으킬 수 있는 주제에 대한 글쓰기나 보도를 꺼릴 수 있기 때문이다. 특정 수용자의 흥미를 끌기 위해 공익적 콘텐츠는 배제하고 흥미 위주의

89) Chiochetto, L. (2008). Images of Women in Advertising Both Consumer and Object of Consumption. In Media Asia 35(4):241-249 DOI: 10.1080/01296612.2008.11771964

단원 구성

1단원:

광고와 수익, 그리고 규제

2단원:

타깃형 광고와 정치계(소셜 미디어와 판매
사 마케팅 포함)

3단원:

공익광고

4단원:

광고라는 창의적 과정

5단원:

다국적 광고와 ‘슈퍼 브랜드’

1 단원: 광고와 수익, 그리고 규제

학습 시간: 2시간

주요 주제

- 광고 규제 분석
- 현재의 광고에 규제 적용하기
- 미디어 및 정보 통신 회사 유형별 광고 수입
- 정부 규제와 윤리 문제

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 콘텐츠 제작 유형에 따라 광고를 중요 수입원으로 이해할 수 있다.
- 광고 규제의 목적과 영향력을 평가하고 나라별로 정부의 광고 규제에 관련된 윤리적 문제를 분석할 수 있다.
- 현재 우리가 접하는 광고에 기존의 규제를 적용할 수 있다.
- 미디어와 디지털 콘텐츠 및 프로그래밍에 광고가 미치는 영향을 평가할 수 있다.

광고로 수익 창출하기

대부분의 콘텐츠 제공자에게는 이윤을 남기는 것이 관건이며 광고가 주요 수입원 중 하나라는 점은 자명한 사실이다. 각 나라마다 미디어 산업이 준수해야 하는 광고 규정이 있다. 소셜 미디어의 시대인 오늘날, 개인과 기업은 자신의 웹 사이트나 채널 같은 다양한 인터넷 플랫폼에서 유료 광고를 게시함으로 광고 수익을 얻는다.

디지털 기술은 오랜 기간에 걸쳐 광고의 특성을 바꾸는 데 가장 크게 일조했다. 과거 광고는 특정 콘텐츠에 묶여 있었다. 예를 들어, 패션 기사를 읽는 수용자라면 상품을 팔고자 하는 의류 회사가 보내는 메시지도 관심을 보일 거라는 가정이 일반적이었다. 하지만 오늘날, 광고는 맥락과 콘텐츠에 상관없이 나타나는데, 소비자가 인터넷에 남긴 방대한 양의 데이터를 활용하여 소비자에 대한 정보를 미리 파악하고 표적 소비자를 대상으로 광고를 제시하기 때문이다. 이제는 과거처럼 소비자가 방문할 것으로 '예상되는' 하나의 콘텐츠만을 다루지 않는다. 그렇기 때문에 대부분의 웹사이트에서 '쿠키'를 허용하느냐고 물어보며 특정 개인과 연관성이 있는 광고를 인터넷 어디에서나 보여주곤 하는 것이다. 이 과정은 매우 자동적으로 시스템화 되어 있는데, 광고가 전달하려는 메시지와 콘텐츠가 주고자 하는 메시지 사이의 충돌이 일어나기도 하면서 광고 브랜드가 당황하는 경우도 생기게 된다.

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

다음의 교육적 활동은 위에 언급된 사안을 탐색하기에 적합하다:

- 토론하기: 미디어와 디지털 통신 회사의 주요 수입원이 광고라는 사실을 감안할 때, 표현의 자유와 언론의 자유 또는 정보에 대한 접근성은 광고주와 대기업, 정부 모두가 만족할 수 있을 만큼 타협될 수 있는가? 어떤 시사점을 얻을 수 있을까? 미디어와 기타 정보 제공자에게 제공하는 정부 보조금이 투명하게 쓰일 수 있을까? 공공 또는 민간의 재정 지원을 받는 콘텐츠 제공자는 광고 수입에 대해 정부의 질문 및 조사에 응답할 의무가 있는가?
- 에세이 쓰기: 다음 주장에 대해 논의해보자. '미디어와 디지털 통신 회사 같은 콘텐츠 제공자에게는 이윤을 남기는 것이 가장 큰 목적이다.' 찬반 의견을 나누어보자. 위키피디아 같은 콘텐츠 제공자가 광고 없이 운영을 지속하는 방법은 무엇일까? 만약 콘텐츠 제공자가 광고 수입을 위해 공익을 배제하고 있다는 사실을 알게 된다면 시민이 해야 할 행동은 무엇일까? 할 수 있는 행동은 무엇인가? 운영비 보조를 위해 광고를 사용하는 공영방송과 주주를 위해 수익을 창출하기 위한 수단으로 광고를 활용하는 상업 방송 간에 차이점이 존재하는가? 수익 창출을 위해 방송을 하는 것과 방송을 하기 위해 수익을 창출하는 것은 다른가? 또는 동일한 것인가?
- 사례 연구하기: 나라마다 서로 다른 광고 규제를 가지고 있을 것이다. 다양한 나라에서 접속할 수 있는 소셜 미디어 회사(예. 위챗)나 검색 엔진 회사(예. 안덱스)를 찾아 각 나라 정부가 적용하고 있는 광고 규제를 알아보자. 해당 소셜 미디어나 검색 엔진이 나라별로 다른 광고 규제를 따르고 있는지 알아본 뒤, 다음 사안에 대해 의견을 공유해보자. a) 상업적 수익과 공익 간의 충돌은 없는지 b) 특정 소비자 겨냥을 위한 개인 정보 활용에 있어 수익과 프라이버시가 상충하는 윤리적 문제는 없는지 c) a와 b에 대한 여론은 어떤지 d) 각 나라에서 a와 b가 어떻게 나타나고 있는지 등을 나누어보자.
- 조사 연구하기: 인터넷을 활용하여 내가 살고 있는 지역의 광고 산업에 적용되는 규제를 알아보자. 해당 정보를 얻기 위해 시민이 찾아볼 수 있는 웹사이트 또는 자료를 알아보자. 해당 규제를 만든 주체나 기관도 찾아보자. 규제가 주로 다루고 있는 분야와 규제의 목적을 간단히 정리해 보자. 시민의 이익과 소비자의 이익을 잘 대변하고 있는지 설명하자. 내가 찾은 규제가 미치는 영향을 설명해 보자.
- 지역 매체에서 접할 수 있는 다양한 광고에 기존의 규제를 적용해 보자. 규제가 얼마나 잘 지켜지고 있는지 평가해 본다. 주장의 근거로 각 광고에서 상세한 예를 찾아보자. 광고 속 내용이 규제를 어긴 경우를 찾아보고, 소비자가 취할 수 있는 조치에는 무엇이 있는지 알아보자.
- 매체 프로그램이나 보도, 소셜 미디어, 검색 결과의 질과 유형에 광고주가 영향을 미친 경우는 없는지 찾아보자. 디지털 기기와 플랫폼에 우선적으로 게시하도록 영향을 미친 경우는 없는가? 특정 매체의 수익 창출 모델로서의 광고를 조사해보자. 예를 들어, 황금 시간대의 텔레비전이나 라디오 프로그램 스케줄을 찾아보고 디지털 통신 회사가 특정 콘텐츠에 우선순위를 주는지 알아보자.
- 비교 연구하기: 위의 활동을 통해 얻은 결과를 특정 나라/지역의 경우와 비교해 보고, 차이점과 같은 점, 그 이유 등을 알아보자.

- 조사하기: 다양한 광고 기법을 조사해 보자. 각각의 특성과 유사점, 특정 기법이 갖는 영향력 등을 비교하고 분석해 보자. 다음의 기법을 생각해볼 수 있다.

- 감정적으로 호소하기
- 홍보성 광고
- 밴드왜건(Bandwagon) 광고⁹⁰⁾
- 사실과 통계적 수치 보여주기
- 시리즈로 이어지는 광고
- 소비자 보완하기
- 전통적인 요소를 활용한 호소
- 애국심에 호소
- PPL이나 '인플루언서'를 활용한 숨은 광고

- 교육자는 학습자가 미디어·정보 리터러시 역량과 비판적 사고 능력을 활용하여 문화적 고정관념, 여성과 남성 에 대한 이미지, 콘텐츠(영화나 텔레비전, 대중가요, 영상과 사진 공유 플랫폼, 신문, 잡지 등) 속 여아와 남아 에 대한 이미지를 분석할 수 있도록 지도한다. 나이를 불문하고 모든 자료에서 제시하는 여성과 남성 에 대한 고정관념을 알아보면서 시작한다. 학습자에게 성적 표상을 주제로 다양한 광고를 해체해 보고 다음 기사를 읽은 뒤 성적 고정관념을 만드는 요소에 대한 질문에 답을 해보도록 하자. (eGirls 프로젝트에서 발췌. 다음 웹사이트에서 더 많은 활동과 수업 계획을 찾아보자.

<https://egirlsproject.ca/outreach/mediasmarts/media-and-gender/>).

- 사례 연구: 텔레비전이나 라디오 방송국을 하나 선택한 뒤, 인터넷 프로그램을 하나 골라 본다. 1시간 길이의 프로그램을 보거나 들으며 방송된 광고의 수를 세어보자. 특정 프로그램 앞뒤로 광고가 배치되는 이유나 논리를 찾아 설명해보자. 또한, 프로그램 내에 숨겨진 광고나 PPL도 유의해서 찾아보자. 해당 시간대에 사용된 광고 전략과 특정 소비자에게 미치는 영향력을 평가해보자.
- 프로젝트 하기: 텔레비전이나 소셜 미디어를 하나 선택한 뒤 특정 프로그램이나 시간대에 내가 광고하고자 하는 제품이나 서비스를 골라보자. 나의 선택에 대한 이유를 설명하고, 해당 시간대에 겨냥할 수 있는 수용자를 알아보자.
- 유튜브로 사례 연구 진행하기:
 - a. 조사하기: 가장 인기 있는 유튜버 10명을 고른 뒤 각 유튜버의 수입을 알아보자. 다음 질문을 생각하며 유튜버가 수익을 창출하는 방법을 알아본다: 유튜버가 유튜버의 영상에 따라 수익을 제공하는가? 유튜버는 유튜브와 광고 수익을 배분하는가? 회사가 브랜드 PPL에 대한 대가를 제공하는가? 후원을 통해 생계를 이어가는가?
 - b. 정의하기: 유튜버는 다음과 같은 행위를 함으로써 광고 수익을 얻는다.
 - 브랜드와 상품 PPL

90) [역주] 밴드왜건 광고: 많은 이들이 제품이나 서비스를 구매하고 있다는 생각으로 개인이 구매에 참여하도록 하는 광고

- 브랜드와 상품 통합하기
- 제품 리뷰하기
- 영상 속에서 제품의 이름이나 특성을 노출하고 광고하기
- 제휴 마케팅
- 슈퍼챗(특정 메시지가 눈에 띄도록 고정해주기)
- 후원

각 행위의 의미를 찾아보자. 본 커리큘럼 후반부의 용어해설을 참고하자.

참고 사항

해당 활동은 신문이나 잡지, 웹 사이트 등을 활용하여 진행할 수 있다.

평가 방법 및 제안

- 규제를 바탕으로 광고 분석하고 평가하기
- 텔레비전 프로그래밍, 광고, 수익 찾아보고 평가하기

추후 고려할 만한 주제

- 역동적이고 다양한 광고
- 소셜 미디어 속 광고
- 행동 겨냥 광고
- 현대의 디지털 광고 기법 더 알아보기

2 단원: 타깃형 광고와 정치계

학습 시간: 3시간

주요 주제

- 정치·선거 광고 분석하기
- 정치 광고 지침 평가하기
- 전국 규모 선거 기간 중 선거 광고를 집행하는 미디어에 규제를 적용하는 감시 기관에 대한 평가하기
- 타깃형 광고에서 소셜 미디어가 수행하는 역할

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 정치 광고와 선거 광고를 평가할 수 있다.
- 정치 광고와 선거 광고에서 쓰이는 감정 호소 기법을 분석할 수 있다.
- 정치 광고에서 쓰이는 감정 호소 기법을 감안하여 정보에 기반한 시민성을 유지하는 전략을 추천할 수 있다.
- 소비자의 의사 결정과 성평등, 인종차별 금지와 같은 가치에 마케팅이 미치는 영향을 평가할 수 있다.

본 단원에서 목표하는 역량 수준

- 기초

정치 광고에 얽힌 쟁점

정치 광고는 정당과 후보, 선거 결과에 관심 있는 기관이나 개인이 제작한 공개된 광고다. 이 광고는 대부분 지적 능력이나 비판적 사고 능력보다는 피선거인의 감정에 호소하는 기법을 주로 사용한다. 특정 후보를 지지하도록 만드는 것뿐 아니라 상대 후보를 지지하는 사람들이 선거에 참여하지 않도록, 즉 ‘투표 억제(voter suppression)’ 현상을 이끌어내는 목적이 있다.

위키피디아(2020)에 따르면 타깃형 광고는 “광고의 한 유형으로 온라인 광고를 포함하며, 광고주가 홍보하고자 하는 제품이나 사람에 따라 어떤 특성을 가진 수용자에게 직접적으로 다가가고자 한다. 여기서 특성이란, 인종이나 성별, 경제적 지위, 나이, 세대, 교육의 수준, 수입 수준, 취업 여부와 같이 인구통계학적 속성일 수도 있고, 소비자의 가치나 성격, 태도, 의견, 생활 스타일이나 관심사 등과 같이 심리학적인 요소일 수도 있다. 행동학적 변인일 수도 있는데, 여기에는 검색 기록이나 구매 기록, 기타 최근 활동한 내역 등이 포함된다. 타깃형 광고는 소비자의 특성에 초점을 맞추며, 강력한 선호도를 가진 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 많은 메시지를 전달받

게 된다. 따라서 특정 소비자만 겨냥하기 때문에 낭비를 줄일 수 있는 면도 있다

https://en.wikipedia.org/wiki/Targeted_advertising.” 타깃형 정치 광고는 정당이 개인별로 매번 다르게 심지어 일관성 없는 메시지를 전달하는 매개 역할을 하며, 투표자의 마음을 흔들 수 있는 사소한 이슈(총체적인 의사 결정을 하지 못하게)를 제시한다.

소셜 미디어는 타깃형 광고 제작의 선두주자로서, 소셜 미디어 사용자가 디지털 통신 회사에 제공하는 지역이나 행동, 사회심리학적 데이터와 정보를 활용한다. 각 사용자의 활동은 인터넷 검색 기록이나 관심사가 반영된 디지털 발자국을 남기며, 어디에 ‘좋아요’를 눌렀고 어떤 정보를 찾아보았는지도 알 수 있다. 이러한 프로필 내용은 기업이 특정 인물을 겨냥해 마케팅을 진행하는 데 활용된다. 예를 들어, 페이스북이나 트위터, 시나 웨이보, 인스타그램과 같은 플랫폼 사용자는 자신이 ‘좋아요’를 누른 페이지에 따라 연관된 광고를 접하게 되며, 광고주나 업체가 사용자의 관심사에 따라 추천하는 광고를 보게 된다. 소비자와 사용자는 타깃형 광고가 자신의 의사 결정에 미치는 영향을 인식할 필요가 있으며, 소비지상주의나 정치적 결정을 내리는 데에도 영향을 미친다는 사실을 알아야 한다.

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

- 우리나라 또는 내가 사는 지역의 정치 광고를 찾아 수집해 보자. 필요 시 지역 도서관에서 자료를 검색한다. 다음에 나올 3단원의 지침을 토대로 내가 찾은 광고를 분석해 보자. 각 광고의 목적과 정보, 전달하고자 하는 메시지, 겨냥하는 수용자 등을 고려하여 광고가 갖는 영향력을 평가해 본다. 광고 내용을 강력하게 전달하기 위해 광고가 취하고 있는 디자인이나 유형은 무엇인지 설명해 보자.
- 동일한 선거 운동 기간에 제작된 몇 가지 광고를 찾아보자. 통합 그래픽이나 이미지, 슬로건과 메시지 사용에 있어 전체적인 선거 운동의 효과를 평가해보자.
- 인터넷이나 도서관 자료를 활용하여 정치 광고를 관리 감독하는 규제 기관을 알아보자. 선거 기간 중 후보자가 활용한 광고를 감독하기 위해 만들어진 지침을 검토해보자. 내가 찾아본 광고의 지침 준수 수준을 평가해 보자.
- 콘텐츠 제공자가 소수 타깃형 광고를 포함해 모든 정치 광고를 데이터베이스로 수집하여 비교하는지 알아보자.
- 정치 광고를 관리 감독하는 기관이 시민의 이익을 대변하고 있는지 알아보자. 정치 광고의 신뢰성과 정당성, 정확성을 보장하기 위해 시민이 할 수 있는 역할을 찾아본다. 관리 기관에 제안하고 싶은 사항을 작성해보자.
- 정치 광고가 활발하고 다양한 토론을 위해 논쟁이 될 만한 주제나 사안도 모두 다루어야 하는지, 혹은 사실 확인이 완료된 사항만 광고에 포함해야 하는지에 대해 의견을 나누어보자.
- 선거 보도에 있어 (국가의 선거 위원회가 확립한) 미디어 규정은 어떻게 되는지 알아보자. 여론 조사 결과 보도나 각 정당에 편성된 방송 시간, 선거 결과 보도 등에 대한 지침 또한 찾아보자. 이와 같은 요소가 정치 광고에 미치는 영향은 무엇일까?
- 정치 컨설턴트 프랑크 룬츠(Frank Luntz)는 “우리 삶의 80%는 감정이, 20%는 지성이 차지하고 있다. 난

당신이 어떻게 생각하는지보다 어떻게 느끼는지 더 알고 싶다”고 말했다. 이와 연관지어 정치 광고를 생각해 보자. 정치 광고가 감정에 호소하는 정도가 얼마나 된다고 생각하는가? 광고 속에서 특정 정당 후보와 그/그녀의 생각, 정책을 ‘잘 팔리게’ 하기 위해 사용하는 언어를 찾아보자. 그리고 사용된 언어가 정확한지, 혹은 오해를 부르는지 평가해보자.

- 소그룹을 만들어 국가나 지역, 국제 개발 기구가 사회 발전 및 지속가능한 발전을 위해 활용하는 소셜 마케팅 기법은 무엇인지 조사해보자. 유엔 산하 기구나 기타 다국적 파트너, 국제 개발 협력 기구 등을 찾아보자. 또한, 성평등이나 기후변화, 관용, 코로나19 관련한 잘못된 정보나 허위정보에 대한 대응, 청소년 역량 강화 등과 같은 주제도 알아보자. 또는 기타 관심사를 떠올려본다. 학습자가 찾은 소셜 마케팅에 대해 느끼는 찬반의견이나 영향력, 범위 등을 평가해보자. 각 그룹은 이러한 개발 기구가 더 많은 사람에게 손을 내밀고 중요한 개발 관련 메시지를 전달하기 위해 개선할 점은 무엇인지 문서로 작성해본다.
- 정치 광고에서 감정에 호소하는 기법을 주로 사용한다는 사실을 감안하여 우리가 정보에 기반하고 성인지 감수성을 갖춘 시민 의식을 갖기 위해 취할 수 있는 전략에 대해 이야기를 나누어보자.
- 학습자가 검색 엔진에 특정 상품, 이를 보면 자신이 구매하지 않을 상품을 검색해 보도록 한다. 그리고 검색 엔진이 디지털 트래킹 기법을 통해 제품이나 서비스를 추천하고 제안하는 방법을 분석해본다.
- 매우 많은 사용자를 보유한 소셜 미디어가 상품과 서비스를 마케팅 하는 방법을 알아보자. 소셜 미디어가 제시하는 광고는 소비자의 행동이나 지역, 성별, 나이 등을 토대로 한 것일까?
- 소셜 미디어가 학습자의 취향이나 가치, 선호도에 미치는 영향을 평가해보자.
- 소셜 미디어에서 볼 수 있는 광고 세 개를 찾아 업체가 소비자를 겨냥하기 위해 사용하는 요소를 알아보자. 나이, 성별, 가족 관계, 위치, 인종, 직업, 교육 수준 등을 예로 들 수 있다. 소비자의 프라이버시에는 어떤 영향이 있는가? 소셜 미디어 마케팅에 어떤 대응을 할 수 있을까? 광고주는 소수의 소비자에 맞추어 광고를 제시하기 위해 얼마나 많은 데이터에 접근하는 걸까?

평가 방법 및 제안

- 에세이 작성하기
- 미디어와 디지털 플랫폼에서 찾은 특정 고정관념을 타파하자는 메시지를 담은 포스터 만들기 대회 개최하기
- 성인지 감수성을 내용으로 구성된 광고 스토리보드 만들기

추후 고려할 만한 주제

- 기업과 공동체 후원(학습 장소에 대한 후원과 광고 포함)
- 연예인을 활용한 광고
- 자본주의 알아보기- 연예인을 활용한 광고와도 이어지지만, 다양한 기업이 사용하는 마케팅 기법이나 전략적 이타주의에 더 초점을 맞추어본다.
- 심리통계학과 수용자 연구

3 단원: 공익광고 (Public Service Announcements, PSAS)

학습 시간: 3시간

주요 주제

- 공익광고 분석하기
- 공익광고 기획과 제작

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 다양한 사안에 대한 정보 소통 수단인 공익광고를 분석할 수 있다.
- 특정 사안을 선택한 뒤 목적, 메시지, 표적 수용자, 기술적·창의적 전략 등을 기술한 공익광고를 기획할 수 있다.
- 커뮤니케이션 전략과 공익광고의 영향력을 평가할 수 있다.
- 공익광고를 제작할 수 있다.

교육적 접근법과 활동 예시

공익광고는 정부와 개발 기구가 전달하고자 하는 메시지를 담은 광고로서, 일반 대중이 특정 행동을 하도록 설득하거나 사회적 문제에 대해 인식을 높이고 태도를 바꾸도록 하는 역할을 한다. 허리케인이나 지진, 홍수와 같은 자연재해가 발생했을 시 따라야 할 안전 수칙을 가르쳐 준다거나, 코로나19 바이러스 감염을 막기 위한 공중보건 캠페인을 하거나, 금연을 추천하거나 말라리아 예방 접종 또는 에이즈나 HIV 감염에 대한 인식을 높이고 마스크나 손 세정제 사용, 사회적 거리 두기를 격려하고 안전한 성관계를 해야 한다고 이야기하는 광고가 대표적인 예

이다. 공익광고의 주제는 정부나 개발 기구가 수행하는 역할만큼 다양하다. 문해력 증진부터 올바른 운전 습관, 생태계 관련 캠페인까지 매우 광범위하다. 여기서 교육적 접근법은 지역과 국가가 제작한 공익광고를 상업 광고와 비교하여 내용과 목적, 영향력을 분석하고 나누어보는 활동으로 이루어진다.

- 위에서 언급한 예시를 토대로 공익광고의 의미와 목적에 대해 이야기 나누어보자. 상업 광고와 다른 점은 무엇인가? 내가 접했던 공익광고가 다루었던 사회적 사안을 이야기해보자. 우리 지역에서 공익광고가 어떻게 쓰이고 있는지도 알아보자.
- 다음 공공 서비스 웹 사이트 중 하나를 골라 방문해보자(다음 웹 사이트는 예시일 뿐이다. 얼마든지 다른 자료를 활용하여 활동을 진행할 수 있다.).
 - <http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs>
 - <http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html>
 - <http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php>
- 다양한 공익광고-인쇄물과 영상 모두-를 찾아보고 각 광고의 주요 특징에 대해 의견을 나누어보자. 주로 전달하고자 하는 정보와 메시지는 무엇이며, 해당 정보와 메시지를 제시하는 방식도 검토한다. 기술적 전략과 창의적 전략 모두를 검토해보자.
- 다양한 공익광고의 감정 호소 기법을 분석해보자. 공익광고에서 주장하는 바를 알아보고, 이를 뒷받침하는 사실적 근거가 있는지 알아본다. 공익광고의 기술적 요소가 의미나 메시지를 강화하는 방법을 분석한다. 카메라 촬영 기법이나 각도의 다양성이 미치는 영향을 알아보자. 의미 전달을 위해 음향을 사용하는 방법을 설명해보자.
- 교육자는 공익광고를 상세하게 해체해 볼 수 있다. 자신이 본 장면들을 스토리보드로 만들어본다. 한 광고를 여러 차례 반복해 보아야 하고, 광고의 내용을 스토리보드에 옮길 수 있도록 각 장면마다 정지하여 살펴보도록 한다. 스토리보드 예시는 다음 웹 사이트에서 볼 수 있다.
www.storyboardsinc.com.
- 중요한 사회 또는 문화적 사안을 다루는 공익광고를 기획해보자. 광고에서 다룬 만한 사안을 여러 개 적어보자. 광고의 목적과 광고 수용자에 대해서도 이야기 나누어보자. 나는 이야기는 내가 전달하고자 하는 메시지를 광고에 담는 과정에 도움이 될 것이다. 내가 주로 활용한 정보와 전달하고자 하는 메시지도 상세히 검토해보자.
- 기획안을 떠올려 보았다면, 메시지를 전달할 대상과 방법을 생각해보자. 정보와 메시지를 전달하는 대상을 특정 수용자로 제한해 본다.
- 공익광고 제작에 활용할 수 있는 콘셉트나 전략을 종이 위에 적어보자. 창의적 전략(광고에 쓸 콘텐츠 아이디어)과 기술적 전략(제작 요소)을 포함하도록 한다.
- 공익광고 기획안의 골자와 윤곽을 완성하고, 콘셉트와 기술적·창의적 전략, 대상으로 하는 수요자 등을 기술한다.

4 단위: 광고라는 창의적 과정

학습 시간: 3시간

주요 주제

- 광고와 후원-지역, 메시지, 수용자
- 광고 속 주장과 호소 평가하기
- 광고의 디자인과 제작 과정 검토하기
- 프로그램 속 제품 간접 광고(PPL)

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 정보를 주고받는 수단으로써의 광고를 분석할 수 있다.
- 기술적 전략과 창의적 전략을 포함한 광고 속 콘셉트 개발 과정을 검토할 수 있다.
- 광고에 쓰이는 주요 자료와 감정적 호소 전략을 해체할 수 있다.
- 광고 메시지가 특정 수용자에게 미치는 영향을 평가할 수 있다.
- '능동적' 수용자라는 개념이 광고에서 쓰이는 방식을 설명하고, 수용자가 의미를 찾아 나가는 과정을 서술할 수 있다(예: 성공적인 광고와 그렇지 못한 광고의 차이를 설명할 수 있다).
- 광고 산업의 최신 동향을 알 수 있다.
- 프로그램 내 간접 광고를 알아볼 수 있다.

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

- 내가 학습하는 공간, 주변 시설이나 인근 지역을 돌아보자.
 - a. 내가 찾은 광고, 공익광고, 홍보, 후원은 무엇인가?
 - b. 내가 찾은 각 광고/공익광고/후원의 예를 간략히 소개해보자.
 - c. 각 예시에서 전달하고자 하는 메시지와 이미지를 설명하고, 필요한 정보를 전달하는 데 광고가 얼마나 효과적이었는지도 평가해보자.
 - d. 각 예시의 출처를 알아보자(누가 제작했으며 누가 광고를 통해 이익을 얻고 있는지).

- e. 기업이나 기관이 자신의 사명, 제품, 로고를 광고에 노출하는 이유를 설명해보자. 해당 후원이나 홍보가 ‘전통적인’ 개념의 광고와 다른 이유를 설명해보자.
- 잡지나 텔레비전 광고 모음집을 찾아보고, 우리가 아는 기업들의 웹 사이트를 방문해 보자.
 - a. 내가 찾은 예시에서 사용하는 광고 전략을 설명해보자.
 - b. 자세히 검토할 광고 여러 편을 골라보자.
 - c. 각 광고에서 홍보하는 상품의 특성을 설명하고, 광고를 통해 광고주가 소비자에게서 일으키고자 하는 감정을 알아보자.
 - d. 광고나 공익광고가 제시하는 약속이나 해결책은 무엇인가? 현실적인가? 어떤 행복이나 성공의 메시지를 전달하고 있는가?
 - e. 각 광고에서 전달하고자 하는 메시지와 가치를 알아보자.
 - f. 기사 내용과 광고 콘텐츠의 차이를 분명히 해야 할 필요성을 논의해보자. 또한, 해당 광고에서 주장하는 바는 무엇인가? 주장하는 바를 뒷받침하는 사실은 무엇인가? 모호하거나 잘못된 정보를 전달하고 있지는 않은가? 내가 분석한 바를 토대로 수용자에게 권고하고 싶은 사항은 무엇인가? 다시 말해, 해당 광고에서 전달하는 정보를 용인할 수 있는가? 이유는 무엇인가? 정보나 메시지를 더 정확하고 완전하게 전달하기 위해 개선할 점은 무엇인가? 예를 들어 설명해보자.
- 자세히 살펴볼 인쇄 광고물을 골라보자. 본 활동은 광고에 쓰인 디자인 요소를 살펴보고, 어떤 정보와 메시지가 전달되고 있으며, 어떤 수용자를 대상으로 하는지 알아보는 것이다. 광고의 디자인적 요소(구성, 앵글, 조명, 색감, 단어 선택 등)가 전달하고자 하는 메시지와 정보를 어떻게 구성하고 있는가? 다시 말하자면, 내용을 어떻게 강화하고 있는가?
- 제품 간접 광고(PPL)란 특정 라디오나 텔레비전 프로그램, 책, 인터넷에서 상업적 제품을 광고라고 명시하지 않은 채 노출하는 것을 말하며, 프로그램에 후원하는(필요한 비용 전체를 지불하거나 어느 정도의 비용을 대는 것) 제품 생산자의 요구를 충족해주는 것이다. 몇몇 규제 기관은 프로그램의 시작과 끝에 제품 간접 광고 사실을 명시하는 조건으로 제품 간접 광고를 허용하고 있다. 하지만 디지털 통신 회사에는 대부분 의무 사항이 아니다. 제품 간접 광고의 예를 골라보자. 제품 간접 광고임을 알 수 있는가? 만약 우리나라에 제품 간접 광고와 관련된 규제가 있다면, 시민이 할 수 있는 행동은 무엇인가? 프로그램의 맥락 때문에 제품에 대해 전달되는 메시지는 무엇인가? 제품 그 자체와 제품을 보여주는 맥락을 통해 전달되는 메시지는 무엇인가? 프로그램 속 다른 맥락이나 상품 배치가 제품 자체의 이미지나 메시지에도 변화가 줄까?
- 광고 산업에 연관된 주체의 목록을 만들어 보자. 개인이나 기관/단체를 포함해 보자. 각각의 역할을 설명해 보자. 시청각 자료를 활용한 광고 또한 검토해 보자. 광고를 접했을 때 내가 작성한 주체들의 역할이 명확히 드러난다고 생각하는가? 광고를 제작하고 배포하는 데 연관된 주체를 아는 것이 내가 광고를 이해하고 상호 작용하며 정보 제공에 갖는 영향력을 평가하는 데 도움이 되는가?(유의할 점: 이 활동을 하기 위해, 다큐멘터리 영화 <설득자들(The Persuaders)>을 참고하자-본 모듈 후반부에서 제시한 참고 문헌에서 본 영화의 요약물 찾아보자.)
- 연구: 다음 웹 사이트를 방문해보자. <https://clios.com/awards/winners>. 다양한 나라에서 만든 광고에 수여된 상을 찾아보자. 광고에 쓰인 기법, 기술적인 요소와 창의적인 요소를 모두 포함하여 어떤 유사점과 다른 점이 있는지 이야기해보자.

- 광고를 게시하는 주요 소셜 미디어 채널에는 페이스북, 인스타그램, 트위터, 위챗, 핀터레스트, 링크드인, 틱톡, 유튜브, 스냅챗 등이 있다. 각 소셜 미디어 플랫폼이 활용하는 접근법에 대해 이야기 나누어보자.
- 빅데이터 및 실시간 경매를 통해 중개 역할을 하는 회사와 자동 광고 배치에 대해 알아보자. ‘이익을 좇는 증오 확산을 중단하라(#StopHateForProfit)’와 같은 캠페인을 찾아보자. 해당 캠페인은 디지털 통신 회사가 혐오 표현을 하는 인터넷 사용자에게 이익을 제공하지 않음으로써 광고를 중단하자는 내용을 담고 있다. 해당 이익은 온라인 참여를 하는 수용자가 누군지에 따라 자동으로 배치되고, 대중의 압박이 없는 한 회사에서는 크게 관리 감독하지 않는 형식으로 발생된다.

평가 방법 및 제안

- 소셜 미디어를 활용한 광고에 대해 찬반 의견을 에세이로 작성하기

5 단원: 다국적 광고와 ‘슈퍼 브랜드’

학습 시간: 2시간

주요 주제

- 다국적 광고 전략에서 사용하는 새로운 기술
- ‘슈퍼 브랜드’의 강점
- 슈퍼 브랜드를 만들기 위한 전략
- 글로벌 광고 캠페인에서 전달하는 테마와 메시지
- 슈퍼 브랜드와 저작권 이슈

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 브랜딩 전략과 영향력을 분석하고 평가할 수 있다.
- 브랜딩이 지역 및 세계 공동체, 세계화에 미치는 영향을 평가할 수 있다.
- 특정 브랜딩 전략으로 전달되는 메시지나 가치를 분석할 수 있다.
- 지역과 세계를 무대로 하는 브랜딩에 새로운 기술이 수행하는 역할을 이해할 수 있다.
- ‘슈퍼 브랜드’의 저작권에 관련된 비윤리적 사안을 알 수 있다.

다국적 광고

다양한 사업이 세계로 무대를 확장하면서 '다국적 광고 전략'을 활용해 세계 이곳저곳에 영향력을 미치고 있다. 이에 더해 특정 지역의 취향이나 특성에 맞춘 마케팅을 통해 글로벌 브랜드 제품을 홍보하고자 한다. 세계화와 더불어 다양한 기업이 세계로 뻗어나가면서 '슈퍼 브랜드'의 출현은 불가피하다. 따라서, 다국적 광고가 전달하는 가치와 메시지, 다양한 문화에 미치는 영향 등을 이해하고 분석할 필요가 있다.

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

다국적 기업이 활용하는 마케팅 전략을 인터넷 검색을 통해 알아보자. 다음 웹 사이트를 활용할 수 있다 www.adage.com. 해당 사이트는 마케팅 및 미디어에 대한 뉴스, 분석 및 데이터를 게시하는 글로벌 미디어 브랜드이다. 제품과 문화를 팔기 위해 주요 기업이 활용하는 전략도 알아보자. '전통적' 또는 '현대적' 문화가 무엇인지, 해당 용어에 내포된 의미가 무엇인지 이야기 나누어보자.

- 다국적 기업의 웹 사이트를 방문하여 광고를 한 편 골라보자. 해당 광고의 호소력을 구성하는 요소를 찾아보자. 주장 및 감정 호소 기법을 고려해 보자. 같은 제품을 광고하지만 다른 지역이나 시장을 겨냥하는 광고를 찾아 비교해 보자. 각 광고가 겨냥하는 시장에 따라 다르게 구성된 것을 찾아보자.
- 특정 공동체나 지역에 친숙한 제품이나 서비스를 홍보하는 광고의 개요를 작성해 보자. 다른 나라와 다른 시장에 속한 수용자에게 효과 있는 광고를 만들기 위해 활용할 수 있는 기술적 전략과 창의적 전략을 생각해 보고, 기술을 활용해 얻고자 하는 효과도 고려해 보자.
- 다국적 시장에 가상의 상품을 홍보하는 기획을 만들어 보자. 대상이 되는 소비자를 설정한다. 해당 소비자에게 영향력을 미치는 데 가장 효과적인 전략을 생각해보자. 디지털 기술의 활용법과 단점을 알아보자.
- 우리 지역 공동체에서 볼 수 있는 브랜딩의 예를 찾아보자. 영향력 있는 브랜드를 만드는 데 필요한 요소를 생각해본다. 내가 찾은 예시가 인기 있는 브랜드를 만들고, 브랜드가 소통하고자 하는 의미와 원하는 소비자를 만나는 데 얼마나 효과적인지 알아보자.
- 슈퍼 브랜드나 글로벌 브랜드 중 하나를 골라 연구를 진행해 보자. 예를 들면, 유명한 식당의 메뉴는 운영하는 지역에 따라 바뀌기도 하며, 국가의 문화나 사람들의 취향과 좋고 싫음에 따라 조정되기도 한다. 적어도 5개 국가를 대상으로 다음 내용을 확인해보자. a) 특정 식당이 풍기는 이미지와 외관 b) 식당의 메뉴 c) 각 국가별로 해당 식당이 판매하고 있는 음료와 식품에 존재하는 유사성과 차이점을 알아보고 a와 b에 대한 이유를 생각해보자.
- 슈퍼 브랜드가 인기를 얻는다면, 다른 기업에서 해당 브랜드와 매우 유사한 로고와 디자인을 한 제품을 출시해 소비자에게 혼란을 주곤 한다. 이와 같은 사례를 찾아보고 저작권이나 기타 윤리와 관련된 문제를 알아보자.

평가 방법 및 제안

- 현재 찾아볼 수 있는 광고의 예와 온라인 조사 전략 분석하기
- 광고 캠페인 개요 작성하기

추후 고려할 만한 주제

- 다국적 광고와 슈퍼 브랜드에서 스포츠나 연예계 인사를 활용해 홍보 효과를 보는 것
- 성평등이나 종교 문제, 건강 문제와 같은 지역의 문화와 사회적 실천 행위에 다국적 광고 및 슈퍼 브랜드가 미치는 영향

본 모듈 참고 자료 및 참고 문헌

대부분의 자료는 북미 지역에서 제작한 것으로, 전 세계 모든 곳에서 활용하기에 부적합할 수 있다. 교육자는 학습자가 대안으로 활용할 수 있는 지역 자료를 찾아 쓰도록 한다.

Adbusters-www.adbusters.org-Offers a critique of advertising and popular culture; famous for its 'spoof' ads

Ads of the World - <http://adsoftheworld.com/> - An advertising archive and forum discussing advertising work worldwide

Advertising Age - www.adage.com - An industry publication, with advertising costs, reports on strategies, etc.

Bernstein, D., & Bruce, K. (2020). The Law of Advertising, Marketing and Promotions. USA: Law Journal Press.

Christopher A. Summers, Robert W. Smith, Rebecca Walker Reczek (2016). An Audience of One: Behaviourally Targeted Ads as Implied Social Labels. Journal of Consumer Research, Volume 43, Issue 1, June. Pages 156-178, <https://doi.org/10.1093/jcr/ucw012>

Fowler, E., Franz, M., & Ridout, T. (2016). Political Advertising in the United States. Boulder: Westview Press.

Fueroghne, D. (2017). Law & Advertising: A Guide to Current Legal Issues. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.

Hughes, A. (2018). Market Driven Political Advertising

Kleebpung, Nonthasruang (2010) Advertising and media literacy: young people and their understanding of the world of advertising in Australia and Thailand. PhD thesis, Victoria University.

Media and Information Literacy (video resource)

<https://www.youtube.com/watch?v=IxSYtwaXo2M>

Rejected Online – <http://bestrejectedadvertising.com/html> – Ads rejected by clients on aesthetic, commercial or strategic grounds. Also includes rejected, banned, spoof and most criticized ads

Social, Digital and Mobile Marketing. London: Palgrave McMillan.

The Merchants of Cool – Frontline – www.pbs.org – A document available online that explores how advertisers target youth

〈설득자들(The Persuaders)〉-www.pbs.org- 본 프로그램은 마케팅과 광고 전략이 우리가 구매하는 것뿐만이 아니라 우리 자신 및 우리가 살고 있는 세계를 바라보는 관점에도 영향을 미친다는 사실을 탐색한다. 약 90분 분량의 다큐멘터리로 광고와 마케팅 산업에 종사하는 다양한 전문가부터 주변인까지 다양한 주체와의 인터뷰를 진행한다. 프로그램은 PBS 사이트에서 무료로 볼 수 있다. 가능하다면 본 모듈 1단원과 2단원을 참고하자.

Think Literacy, Media, Grades 7-10 (2005) – A resource for creating public service announcements.

<http://www.edu.gov.on.ca/eng/studentsuccess/thinkliteracy/library.html>

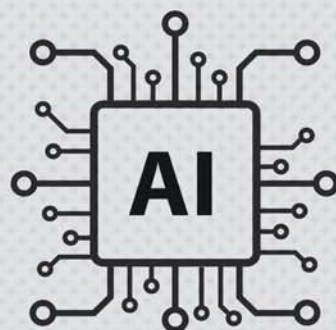
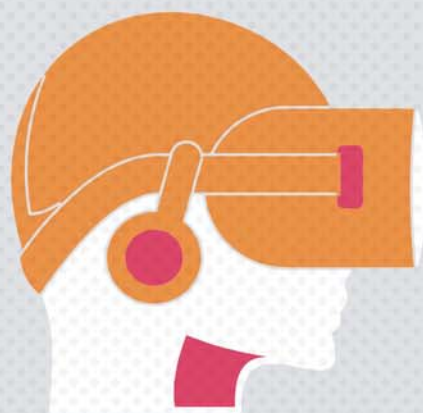
<http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php>

<http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs>

<http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html>

모듈 11:

인공지능과
소셜 미디어,
미디어·정보
리터러시 역량



“우리가 무언가에 대해 생각하는 방법을 생각하지 않으면, 생각하는 것에 대해서 생각할 수 없다.”

– 시모어 페퍼트(Seymour Papert),
《Mindstorms: Children, Computers, and Powerful Ideas, 2005》

배경과 근거

인간은 정보에 의존하여 판단을 내린다. 만약 우리가 정보를 완벽하게 숙지한다면, 즉, 적시에 내가 어떤 결정을 내리는 데 필요한 정보를 모두 갖게 된다면 어떨까? 하지만 의사 결정은 매우 복잡한 일이기 때문에 내가 필요할 때 적절한 정보를 모두 알게 되는 것은 어려우며, 복잡한 의사 결정 과정에 필요한 정보를 한 번에 모두 처리하기에 우리의 뇌는 역부족이다. 혹자는 인공지능과 같은 컴퓨터 기술이 그 일을 대신할 수 있다고 말한다. 그러나 아직까지는 인간의 능력은 물론이거니와 기술로도 필요한 모든 정보를 단번에 처리할 수는 없다.

물론 인공지능은 우리가 기술을 통해 수행하고자 하는 대부분의 역할, 즉 데이터의 저장과 처리, 분석을 통해 인간이 어떤 결정을 내릴 때 도움을 주거나 스스로 결정을 내리기도 한다. 인공지능은 하나의 도구가 아닌 소프트웨어와 하드웨어, 알고리즘, 네트워크 등의 집합체이다. 특히 알고리즘은 인공지능 시스템을 작동하는 주요 원리이다. 간단하게 말하면, 알고리즘은 어떤 과제나 문제를 해결하는 데 필요한 특정 원칙이나 규정, 지시를 제공한다고 간주할 수 있다. 이를테면, 요리를 할 때 과정을 지시하고 설명하는 레시피와 같은 것이다. 이 논리를 디지털 기술의 맥락에서 본다면, 알고리즘이 컴퓨터에게 어떤 단계를 거쳐 과제를 수행하라고 지시하거나 데이터를 처리하라고 설명하며 해당 데이터를 기반으로 결정을 내리기까지 하는 것이다. 알고리즘은 컴퓨터 프로그래머가 개발하며, 많은 알고리즘이 하나의 시스템에 통합되어 적용될 때, 꽤 복잡한 과제나 문제도 해결할 수 있다.

인공지능은 건강 진단부터 커뮤니케이션 시스템 개발에 이르기까지 다양한 분야에 적용될 수 있다. 가상의 비서가 온라인에 존재하며 기술 도구에 입혀져 우리의 질문에 답을 제공한다. 어떤 장소의 위치를 찾는 방법이나 다른 나라의 말을 통역해주기도 한다.

로봇 또한 어디에서나 접할 수 있는 존재가 되어 간다. 재난 상황에서 인공지능 응용 프로그램은 인도주의 단체가 어려운 상황에 처한 사람들에게 비상 물자를 공급하는 일을 도울 수 있다. 과학자는 인공지능이 데이터를 정보로 변환하는 속도를 활용하여 복잡한 문제를 해결하고, 이전과는 비할 수 없이 빠른 속도로 유전체 분석을 해낸다. 이렇듯 점점 더 많은 기술에 활용되고 통합됨에 따라, 인공지능은 일상적 목적을 수행하는 기술로 변화하여 우리 삶의 모든 면에 주요한 영향을 미치는 매우 중요한 도

구가 될 것이다. 여기서 우리가 던져야 할 질문은 바로 누가 인공지능 및 알고리즘의 개발과 적용을 통제할 것이며, 어떤 목적으로 제재할 것이냐이다. 현 시점까지는 세계적으로 가장 큰 영향력을 가진 나라와 산업이 그 역할을 도맡아 왔으며, 당연히 이들은 다른 나라나 산업의 입장보다는 자신들의 이익과 관점을 보호하고 관철하고자 한다. 인공지능은 절대 중립적일 수 없다-특정 인구학적 특성과 고용관계를 가진 사람이 특정한 목적을 가지고 개발한 산물이기 때문이며, 알고리즘과 데이터는 언제나 한쪽으로 편향되어 있기 마련이기 때문이다. 대부분의 가상 비서는 성별을 갖고 있으며, 프로그램된 답변은 특정 세계관이나 편견을 반영한다. 통번역 서비스를 제공하는 프로그램과 같은 경우, 소수민족의 언어보다는 대부분 많은 사람이 쓰는 언어 옵션을 주로 제공하는 것이다.

인공지능 시스템이 구현하는 능력은 인간의 지적 능력이 수행할 수 있는 영역의 행동과 유사한 점을 갖고 있는 것이 일반적이다. 이를테면 계획하기, 학습하기, 추론하기, 문제 해결하기, 알고 있는 지식을 재현하기, 지각하기, 움직이기, 조작하기가 가능하며, 가끔은 사회성과 창의성도 보여준다.⁹¹⁾ 인공지능 시스템은 인간이나 기계가 개발한 알고리즘 또는 지시 체계로 움직인다. 다양한 종류의 알고리즘이 있으며, 단 하나의 정의로 제한할 수 없다. 이번 모듈에서는 머신 러닝과 빅 데이터 분석, 패턴 인식과 인지체계, ‘좁은 관점의(narrow)’ 인공지능과 ‘일반적(general)’ 인공지능의 차이점 등을 포함해 인공지능의 다양한 영역을 알아볼 것이다.

사실 컴퓨터가 인간의 ‘지적 행동’을 구현하도록 프로그램 되는 것과 독립적으로 어떤 의사결정을 내린다는 사실은 굉장히 우려스러운 일이다. 통제에 대한 의문이 제기되기 때문이다. 인간의 주체성과 표현의 자유, 유대, 일과 같은 인간의 기본적 권리 보호와 관련된 문제를 야기할 수도 있다. 내가 보고 싶은 콘텐츠를 선택할 권리를 빼앗길까 걱정하며, 인공지능이 개인화된 검색의 결과물 중 하나인 ‘필터 버블(filter bubble)’이나 배타적 관리 체제인 ‘정보 사일로(information silo)’ 문제를 악화할 수 있다고 우려하고, 결과적으로 다양하고 다원적인 목소리와 콘텐츠가 사라질 수도 있다는 근심을 하게 된다.

유네스코가 발간한 《할 수 있다면 얼굴을 붉혔을 거예요》⁹²⁾는 앞서 언급한 인공지능 기술과 관련 젠더 이슈를 다루고 있다. 디지털 기술에 존재하는 지속된 성차별에 문제를 제기하는 정책 지침을 제공하며, ‘ICT 성평등 역설’이 무엇인지 들여다본다. ‘ICT 성평등 역설’이란 성평등 지수가 높게 나타난 국가에서 역설적이게도 컴퓨터 과학 및 관련 분야에서 학위를 취득한 여성의 비율이 매우 낮게 나타난다는 유네스코의 연구 결과이다. 이 책에서는 또한 인공지능 비서의 목소리를 여성으로 지정하는 개발자의 선택이 유해한 성 편

91) Nick Heath | Managing AI and ML in the Enterprise

92) 《할 수 있다면 얼굴을 붉혔을 거예요(I'd Blush If I Could: Closing the Gender Divides in Digital Skills through Education)》. <https://en.unesco.org/ld-blush-if-i-could>.

견을 고착화하는지 조명하고, 인공지능을 통해 점점 더 심화하는 성 격차 문제에 대한 해결책을 제안한다. 여성의 목소리를 내는 인공지능 비서가 성적 고정관념을 표현하는 일은 감소하고 있는 실정이지만, 인공지능이 사용하는 언어의 종류는 여전히 제한적이다.

정치 리서치 기업 ‘케임브리지 애널리티카(Cambridge Analytica)’ 스캔들은 인공지능을 활용한 콘텐츠 조정과 관리, 큐레이션이 민주주의 시스템에 미치는 영향을 보여주는 아주 좋은 예이다. 빅데이터를 이용해 유권자들이 의식하지 못한 사이 그들의 결정에 영향을 미치게 만든 사건이었다. 어떤 면에서 보면 인공지능은 대중을 감시하는 도구로 쓰일 수 있다. 소셜 미디어와 디지털 통신 회사는 인공지능을 매우 광범위하게 활용하고 있다. 소셜 미디어는 고도로 발달한 머신 러닝이 사용자 제작 콘텐츠 뿐만 아니라 마케팅과 사용자의 의사결정에 어떤 부정적이고 긍정적인 영향을 미치는지 알아보는 연구를 진행하고 있다. 교육 분야에서는 학습자를 파악하기 위해 데이터 분석을 활용하고 있으며, 이를 통해 부정적인 시사점과 긍정적인 시사점 모두를 경험하고 있다.

이와 동시에, 알고리즘 디자인과 알고리즘이 접근하는 데이터에 투명성이 부족하다는 사실은 여전히 의문을 제기한다.

‘윤리적 디자인(Ethical by Design)’ 운동은 알고리즘이 가진 편향성을 타파하기 위해 인공지능 디자인을 개선하는 방법을 찾고자 한다. 과거 인공지능 디자인은 사용자의 고정관념을 정형화하고 그들의 프로필을 파악하는 결과를 낳았다. 예를 들면, 사용자의 인종이나 민족, 성별, 사용하는 언어 등을 파악하는 것이었다. ‘나의 데이터는 나의 것(“My Data belongs to me)’은 또 다른 연합체로, 소비자가 자신의 개인 정보에 대한 주권과 통제를 되찾을 수 있도록 돕고 있다.

인공지능을 통해 누릴 수 있는 다양한 기회는 윤리적이고 사회적인 문제와 복잡하게 얽혀 있으며, 이를 통해 우리는 인공지능을 개혁하고 인간 중심적 접근법과의 균형을 찾는 것이 매우 중요하며 분명한 윤리적 기준과 사회적 목표를 가질 필요가 있다는 사실을 알 수 있다. 우리가 인공지능을 활용해 기회를 얻고는 있지만 분명한 목적하에 비판적으로 접근할 필요가 있다. 게다가 어떠한 지식과 능력, 태도를 갖추어야 하는지도 생각해 보아야 한다. 따라서 프로그래밍이나 코딩과 같은 기술적 측면의 디지털 능력은 물론, 비판적 사고와 시민적 참여 등 미디어·정보 리터러시와 직접적으로 연관된 역량 또한 필요하다.

이번 모듈은 독자가 인공지능 시스템의 기술적 운영 방식과 응용 프로그램에 대한 기본적인 이해를 습득하고 인공지능 시스템의 경제적, 사회적 맥락 또한 고려할 수 있도록 돕는다. 또한, 미디어·정보 리터러시 역량을 갖추어 사회 속의 인공지능 활용의 긍정적인 면을 최대화할 수 있는 방법을 제안한다.

단원 구성

1단원:

인공지능 및 소셜 미디어의
인공지능 활용에 대한 기초 이해하기

2단원:

인공지능과 소셜 미디어 시대의 미디어·
정보 리터러시 역량

3단원:

개인과 사회적 권리, 선택 및 기술

4단원:

인공지능과 소셜 미디어를 활용한 개발

1 단원: 인공지능 및 소셜 미디어의 인공지능 활용에 대한 기초 이해하기

학습 시간: 3시간

주요 주제

- 알고리즘에 대한 기본적 이해
- 인공지능의 다양한 종류-자동화, 일반적 목적의 인공지능, 머신 러닝, 인공 신경망
- 빅데이터, 패턴 인식
- 소셜 미디어와 데이터 기반 사업 모델

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 알고리즘의 개발 과정과 운영 방식을 이해할 수 있다.
- 인공지능의 다양한 종류와 운영 방식을 이해할 수 있다.
- 인공지능 종류와 관련한 일상 속 디지털 해결책을 알고 구분할 수 있다.
- 교육 분야에서 인공지능 활용을 통해 얻을 수 있는 기회를 이해할 수 있다.
- 소셜 미디어의 다양한 종류와 사업 모델을 설명할 수 있다.
- 인공지능이 사회에 미치는 영향을 탐색할 수 있다. 예: 사진 태그하기, 목소리 인식하기, 행동 조정하기, 프로파일 만들기

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

1. 교육자와 학습자는 알고리즘 리터러시 프로젝트(Algorithm Literacy Project)가 무엇인지 찾아보자. 이 프로젝트는 어린이에게 코딩을 통해 컴퓨터적 사고 학습의 기회를 제공하는 캐나다 소재 비영리 단체 키즈 코드 주네스(Kids Code Jeunesse)와 유네스코 캐나다위원회가 공동 주최한 프로젝트이다. 알고리즘에 대한 다음의 간단한 정의를 살펴보자. '알고리즘이란 단계별 계획이나 지시로서, 어떤 과제를 수행하거나 문제를 해결할 때 쓰인다-코드를 만드는 사람이 정보를 얻거나 우리에게 정보를 제공하고자 할 때 따르는 레시피 같은 것으로 생각할 수 있다.' 그리고, 다음 주소의 영상을 시청하자.

<https://algorithmliteracy.org/>. 이후, 프로젝트에서 권고하는 지침을 따라 알고리즘 세상에 대해 생각해

보고, 더 읽고, 행동으로 옮기고, 더욱 적극적으로 참여해보자.

2. 사용자의 온라인 활동이나 디지털 기술 이용 기록의 대부분은 영구적으로 남거나 수집된다. 프라이버시와 데이터 보호에 대한 정보는 모듈 8을 참고하자. 어떤 알고리즘과 컴퓨터 프로그램은 사실상 정보를 수집할 목적으로 만들어졌다. 수집된 데이터는 다양한 용도의 사용자 프로필 구성에 쓰이는 알고리즘과 컴퓨터 프로그램에 사용된다. 어떤 콘텐츠 유형이나 광고를 보여줄 것인지 정하는 것이다. 전문가는 알고리즘에는 매우 다양한 종류가 있지만 다음의 6가지가 기본적인 유형이라고 말한다.

- a. 재귀(Recursive) 알고리즘
- b. 분할 정복(Divide and Conquer) 알고리즘
- c. 동적(Dynamic) 프로그래밍 알고리즘
- d. 탐욕(Greedy) 알고리즘
- e. 완전 탐색(Brute force) 알고리즘
- f. 퇴각 검색(Backtracking) 알고리즘

학습자는 각 알고리즘 유형의 특징과 설명을 찾아본다. 찾은 바를 토대로 발표와 토론을 진행해 보자. 해당 알고리즘을 활용하는 디지털 도구 중 잘 알려진 것은 무엇인가? 해당 알고리즘 유형의 유용성은 무엇인가? 의도하지 않은 영향력은 무엇이 있을까? 알고리즘을 통제하는 자는 누구이며, 그 사실은 우리에게 어떤 시사점을 주는가?

3. 교육자와 학습자는 알고리즘과 알고리즘의 작동 원리에 대한 기본적인 이해를 갖추었을 것이다. 이제는 알고리즘 운영에 투명성이 필요한 이유와 알고리즘을 관리 감독해야 하는 이유를 알아볼 차례다. 유엔 특보가 인공지능 또는 알고리즘, 그리고 의견과 표현의 자유에 대한 권리를 보호하고 증진하는 것 사이의 연관성에 대해 작성한 보고서를 읽고 중요한 부분을 발췌해보자.

<https://www.undocs.org/A/73/348>. 이제 다음의 질문을 생각해보자. 어떤 정보가 우선시되고 배제되고 포함되고 무시되는지에 알고리즘은 어떻게 영향을 미치는가? 알고리즘이 사용자의 자유를 제한할 수 있는가? 인공지능이나 알고리즘이 인간의 권리를 지키는 원칙을 토대로 개발되었음을 보장할 수 있는 방안은 무엇이 있을까? 국가나 민간 분야, 또는 시민 사회 주체가 취할 수 있는 주요 행동 방안에는 무엇이 있을까?

4. 학습자가 컴퓨터 프로그래밍을 배운다는 가정하에 개발하고 싶은, 또는 개발하고 싶지 않은 알고리즘 유형을 떠올려 보자. 특정 알고리즘을 활용할 때 이득을 얻는 자는 누구이며 왜일지 생각해 보자. 그리고 내가 생각하는 알고리즘이 이미 존재하는지, 어디서 쓰이고 있는지 검색을 통해 알아보자. 이에 대해 학습자는 어떤 행동을 해야 할까?
5. 소그룹 또는 개인 활동으로 진행해 보자. 소그룹은 인공지능을 활용한다고 생각되는 다양한 응용 프로그램 목록을 작성해 본다. 단순 자동화와 인공지능을 구별하며 작성해보자.
6. 소그룹 토론: 음성 언어, 얼굴 인식, 사진 태그하기, 무인자동차, 챗봇, 로봇 등을 포함해 일상에서 인공지능을 활용하는 사례를 이야기해 보고 각 사례가 어떻게 작동되는지 알아보자. 본 활동은 교육 분야에서의 인공지능 활용 사례를 포함하여 다루어볼 수 있다. 인공지능의 각 종류를 다른 색 종이에 적은 뒤 포스터를 만들어보자.

7. 학습자는 짝을 지어 각자가 찾은 가장 유용한 인공지능 응용 프로그램은 무엇이며 왜 그렇게 생각하는지 이야기해 보자. 교육 분야에서 활용되는 인공지능에 대해서도 논의할 수 있다. 그리고 각 구성원은 교실 전체를 대상으로 1분 길이의 발표를 진행하며 자신이 찾은 인공지능 응용 프로그램에 대해 설명한다. 가장 좋았던 발표를 투표해 보자. 기업 콘텐츠 제공자 의존도나 개인 vs 사회적 학습에 대한 사안도 거론해보자.
8. 소셜 미디어 활용을 사례로 학습자는 소셜 미디어가 인공지능을 활용하는 방법, 소셜 미디어에 활용되는 인공지능의 종류, 소셜 미디어가 인공지능을 활용하는 이유 등에 대해 5가지 정도의 요점을 정리하여 글을 작성해보자.
9. 소셜 미디어 사이트가 데이터를 얻는 방법은 무엇일까? 그 방법을 알아야 할 이유는 무엇인가? 학습자는 소셜 미디어 사업을 시작한다고 가정하 뒤, 소그룹을 만들어 사업 전략을 개발하고 새로운 소셜 미디어 사업을 운영하기 위해 데이터를 얻을 수 있는 방안을 함께 구상해보자.
10. 다양한 인공지능 관련 해결책이 우리 삶에 미치는 영향에 대해 소그룹 토론을 진행해 보자. 함께 나눌 주요 질문은 다음과 같다. 인공지능은 필요한가? 유용한가? 인공지능 사용을 자제해야 할까? 교육자는 추가적으로 질문을 만들어 학습자에게 제시할 수 있다.

2 단원: 인공지능과 소셜 미디어 시대의 미디어·정보 리터러시 역량

학습 시간: 3시간

주요 주제

- 미디어·정보 리터러시 역량과 인공지능 및 소셜 미디어가 관련 있는 이유
- 인공지능과 소셜 미디어를 이해하고 활용하는 데 필요한 역량
- 인공지능 및 소셜 미디어 활용에 필요한 역량과 미디어·정보 리터러시 역량의 차이 및 유사성
- 인공지능과 소셜 미디어 환경에 미디어·정보 리터러시 역량 적용하기

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 학습자는 미디어·정보 리터러시를 갖추으로써 인공지능의 사회적 맥락을 이해하고 인공지능 시스템을 비판적으로 활용할 수 있다.
- 인공지능과 소셜 미디어 활용에 필요한 역량을 알고 설명하며, 해당 역량이 미디어·정보 리터러시와 갖는 연관성을 서술할 수 있다.

- 인공지능과 소셜 미디어 환경에 미디어·정보 리터러시를 적용하는 방법을 이해하며, 이를 도와줄 도구와 자료를 찾을 수 있다.

본 단원에서 목표하는 역량 수준

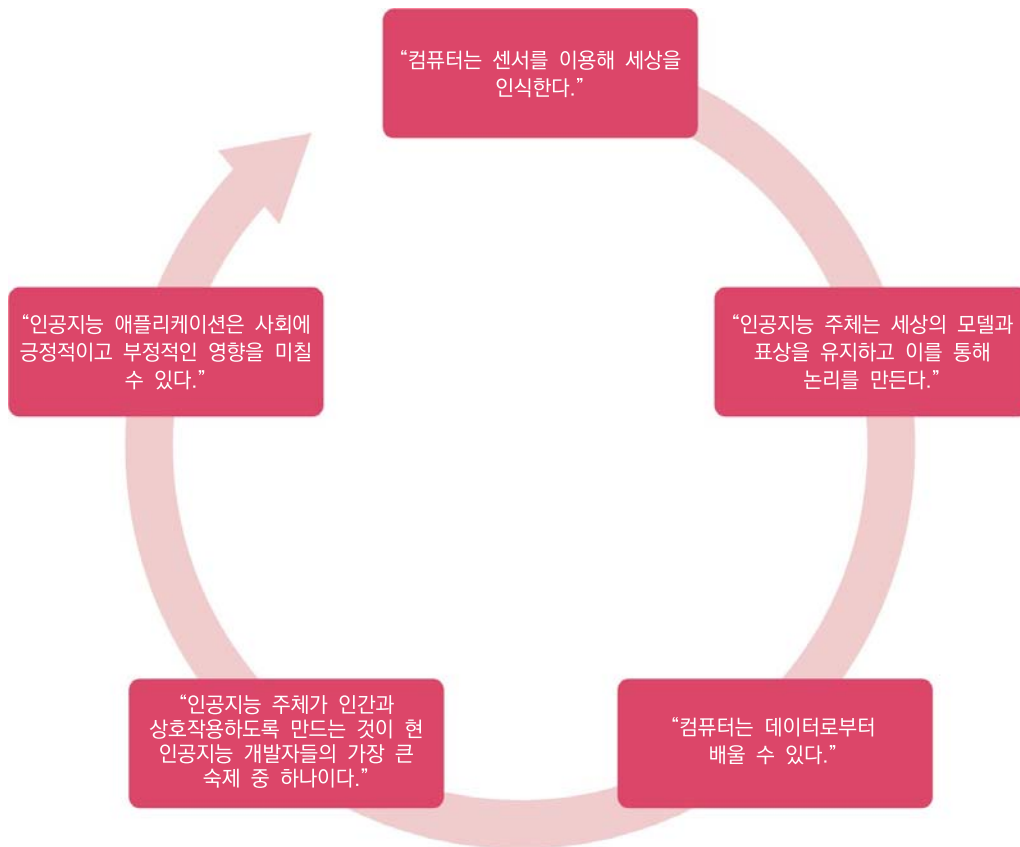
- 기본

미디어 세상의 근심, 이와 관련된 사안들

미디어 리터러시와 정보 리터러시라는 용어가 만들어졌던 1930년대와 1960년대에는 현재 우리의 커뮤니케이션 방식의 대부분을 차지하는 소셜 미디어나 인공지능 시스템이 존재하지 않았다. 오늘날의 컴퓨터라는 개념 또한 없었다. 따라서 당시의 미디어와 관련된 걱정거리란, 소위 전통 미디어라고 불리는 라디오나 텔레비전을 통해 전달되는 정보를 어떻게 검증할 것인지, 또는 정치적 선전을 어떻게 분별할 것인지 등이 주를 이루었다. 하지만 미디어가 제시하는 표상의 문제를 이해하고(모듈 6 참고) 광고나 뉴스를 어떻게 접할 것이며, 미디어가 현실을 어떻게 재조합하여 재현하고 제시하는지(모듈 10 참고)를 이해하는 것의 중요성은 그때나 지금이나 마찬가지다. 인터넷과 소셜 미디어, 인공지능이 출현했지만, 과거의 미디어 관련 걱정거리는 아직도 존재하고 있다. 걱정거리는 사실상 더 확장되고 복잡해졌는데, 특정 사업 모델이 활용하는 새로운 기술이 우리 사회의 관계 맺기와 상호작용하기, 세상을 배우고 이해하는 방식을 바꾸고 있기 때문이다. 예를 들어 우리는 소셜 미디어를 활용하기 시작하면서 다양한 사회적 상호작용을 텍스트로 바꾸어 단순히 표현하고 있다(메시지를 적는다는 것, 사진, 영상, 예술작품을 공유하거나, 이모티콘, ‘좋아요’, ‘공유하기’ 등으로 표현한다). 물론 이런 현상은 과거에도 찾아볼 수 있었지만, 과거 사람들이 실재하는 공간에서 직접 만나 관계를 형성하던 것처럼 소셜 미디어는 가상의 공간에서 관계를 만들도록 하고 있다. 이런 현상은 나의 지인을 대상으로 이루어지기도 하지만, 일면식도 없는 대상과의 관계도 가능해졌으며, 개인의 문화나 경험에 따라 다를 수 있는 매우 개인적인 것들에 대해 이야기하고 공유하도록 만든다.⁹³⁾ 이 같은 소셜 미디어와 기술 기기, 플랫폼에 인공지능까지 더해져 우리의 근심거리는 늘어가고 있다. 인공지능은 어마어마한 양의 데이터를 손쉽게 수집하고, 수집한 데이터를 활용하여 정보를 처리하고 학습 능력을 기르며 일반 시민에게 부정적이거나 긍정적인 영향을 줄 수 있는 의사결정까지 해내고 있다.

93) Livingstone, S. (2014) Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. Communications. The European Journal of Communication Research, 39(3): 283-303.

[그림11.1] 인공지능 시스템의 기본 특성



출처: Long, B & Magerko, D. (2020)에서 발췌.⁹⁴⁾

94) CHI '20, April 25–30, 2020, Honolulu, HI, USA © 2020 Copyright is held by the owner/author(s).
Publication rights licensed to ACM. ACM 978-1-4503-6708-0/20/04...\$15.00 <https://doi.org/10.1145/3313831.3376727>

하단의 [표11.1]은 소셜 미디어와 인공지능 시스템으로 인해 발생하는 우려를 제시하며, 미디어·정보 리터러시가 해당 우려를 불식할 수 있는 방안을 보여준다. 다음에서는 인공지능이 우리에게 주는 이점을 다룬다.

[표11.1] 인공지능과 소셜 미디어 이용으로 제기되는 우려 해결을 위한 미디어·정보 리터러시의 활용 방안

인공지능과 소셜 미디어로 발생하는 우려	미디어·정보 리터러시의 역할	연관 지을 수 있는 항목
1. 우리의 데이터가 수집되고 활용되는 방식	미디어·정보 리터러시의 주요 역량은 정보에 효과적으로 접근하고 활용하는 방법을 아는 것이다. 이 역량은 정보의 윤리적 사용, 저작권, 지식재산권 및 정보 활용에 관한 개인 권리 등을 모두 다룬다.	프라이버시권: 연대하고 관계를 맺는 권리, 정보 접근에 대한 권리와 표현의 자유, 기타 일반적 인권과 정보 활용에 연관된 사안
2. 동의와 프라이버시 침해에 대한 사안	위와 동일함(미디어·정보 리터러시가 개인과 타인의 프라이버시 보호 및 데이터 보호를 보장하기 위한 국가적 조치에 어떤 영향을 주는지 알아보기 위해 모듈 8을 참고한다).	위와 동일함
3. 익명성	미디어·정보 리터러시를 갖춘 주체는 익명성의 중요성을 이해하며 익명성이 보호되어야 하거나 배제되어야 하는 사례와 그 이유를 알고 있다.	익명성은 프라이버시와 매우 깊은 연관이 있다. 교육자와 학습자는 개인이 자신의 의견을 자유롭게 개진하기 위해 익명성은 매우 중요하다는 사실을 이해하고 내부 고발자나 언론인을 보호하기 위해서도 필수적이라는 것을 알아야 한다. 이는 공무원이나 대기업의 투명성 및 책무성을 강화하기도 한다.
4. 코드 작성자나 데이터 자체에 존재하는 편향성이 컴퓨터 프로그램이나 알고리즘에 그대로 영향을 미치는 경우	미디어·정보 리터러시의 주요 역량 중 하나는 정보와 메시지에 존재하는 편향성을 분별할 줄 아는 것이다. 정보를 제작한 주체의 목적과 배제하고자 하는 대상은 누구인지, 누가 정보로 인해 이득을 얻었는지, 누가 불리해지고 영향을 받는지 등은 모두 연관이 있다. 더 자세한 내용은 모듈 1과 6을 참고하자.	정보 편향성에 관련된 미디어·정보 리터러시 역량은 디지털 정보와 컴퓨터 코딩, 알고리즘뿐만이 아닌 전통적 미디어 뉴스와 온라인 오프라인 정보 환경 모두에 적용된다.
5. 다양하고 다원적인 환경	미디어·정보 리터러시 역량은 표상을 이해하는 역량도 포함한다. 해당 주제에 대해 더 자세한 내용은 모듈 6을 참고해보자. 미디어 소유권과 다원성은 모듈 2와 13을 참고한다. 미디어·정보 리터러시는 다양한 인종, 문화, 사회 집단의 목소리가 잘 반영되고 있는지 이해하고 분석하며 관리되도록 돕는다. 우리는 다양한 정보원에서 정보를 얻는가? 또는 하나의 정보원에만 의존하고 있는가?	여기서 우려할 점은 인공지능과 알고리즘이 우리가 보고 듣고 읽는 것에 영향을 미칠 수 있다는 점이다. 바로 미디어 기관의 편집자나 뉴스 매체, 정부 주체가 정보의 흐름을 통제하는 것과 마찬가지로 말이다. 만약 인공지능이 특정 인구 집단의 경험만을 토대로 개발된다면 응용 프로그램 또한 매우 좁은 관점에서 적용될 것이다.

6. 사회경제적 불평등	5번과 동일함. 또 다른 점은 특정 사회경제적 상황에 처한 사람들을 포함하여 어떤 집단이 현재의 정보와 커뮤니케이션 생태계에서 더 많은 이득을 얻고 그 이유는 무엇인지 아는 것이다. 미디어·정보 리터러시는 정보와 디지털 기술에 내포된 성차별 및 인종 차별적 요소를 분별하도록 돕고 소외계층 역량을 강화하여 편견에 맞서고 검증된 정보를 취할 수 있도록 한다.	정보 접근성은 사회경제적 평등에 영향을 미친다(모듈 1 참고). 예를 들어, 여성이 정보와 디지털 기술, 미디어에 접근할 수 없다면 자신을 표현할 수단과 기회를 박탈당하는 것이고, 사회경제적 개발에 의미 있는 참여를 할 수 없게 되는 것이다.
7. 안전과 보안	미디어·정보 리터러시를 갖춘 사람은 잘못된 정보, 부적절한 콘텐츠, 타인의 권리를 침해하고 해하는 정보와 콘텐츠뿐만 아니라 특히 어린이를 대상으로 하는 부적절한 광고를 구분할 수 있다. 온라인 상호작용을 통해 인권이 침해당할 수 있는 내용에 대해서는 모듈 9를 참고하자.	디지털 시대에 안전과 보안은 물질적인 접촉 그 이상에 영향을 미친다. 온라인상의 유해정보와 가상적 상호작용과도 연관이 있다. 더 자세한 내용은 모듈 9를 참고하자.
8. 딥페이크와 조작된 정보	4번과 7번 동일. 잘못된 정보와 허위정보 문제 해결은 굉장히 다면적인 과제이다. 정보의 출처를 알아내기 위한 개입이 필수적인 한편, 잘못된 정보와 허위정보를 재화로 바꾸려는 시도 및 요구 또한 분별해야 한다. 미디어·정보 리터러시를 함양하여 스스로를 보호할 필요가 있다(모듈 9에서 예를 찾아보자.)	미디어·정보 리터러시를 상당 수준 갖춘다고 해도 '딥페이크'를 구분해내기란 쉽지 않다. 대부분의 경우 그와 같은 조작된 정보를 알아보기 위해서는 범죄과학 수사 수준의 능력이 필요하다. 미디어·정보 리터러시를 갖춘 학습자는 봇과 같은 인공지능 기기를 남용하면 딥페이크와 같이 조작된 정보를 생성하고 퍼뜨릴 수 있다는 사실을 잘 알고 있다. 많은 이들은 인터넷 통신 회사가 소비자를 보호하고 정보가 조작됐음을 알리는 '수탁자의 신의성실 의무'가 있다고 주장한다. 기계가 프로그래밍되어 독립적으로 정보를 생성하고 정리하며 저장하고 퍼뜨리고, 그 정보로부터 또 새로운 내용을 학습해 성장하게 된다면 이러한 능력의 남용을 통제하기가 매우 어려워진다.
9. 인권 원칙 존중	1번과 모듈 1을 참고하자. 인공지능이 다양한 분야의 개발에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것은 사실이지만, 인공지능의 남용은 인권에 부정적인 영향을 끼친다. 예를 들어, 질 좋은 교육과 정보 접근성을 개선하기 위해 인공지능을 활용한다고 가정해 보자. 이 상황에서 인공지능을 남용한다면 학습자가 배우는 내용과 교수방법 등에 악영향을 미치게 된다. 미디어·정보 리터러시를 갖춘 사람은 인공지능의 윤리적 활용 방안과 이것이 사회에 던지는 시사점을 이해하고 개선하고자 한다.	교육자가 고려할 필요가 있는 기타 인권은 교육권, 평화와 보안에 대한 권리, 문화적이고 종교적인 표현을 할 권리 등을 포함한다.

10. 인권이 개인에게 미친 부정적 영향에 대한 해결책 접근성	1번과 10번을 참고하자. 인공지능이 나의 권리를 침해했을 시 누구에게 어떻게 고발하여 상황에 대처할지 알아야 한다. 이는 인공지능 시스템 거버넌스 및 규제와 연관이 있으며, 미디어와 인터넷 거버넌스 및 규제와도 관련되어 있다(모듈 13과 아래 내용 참고). 미디어·정보 리터러시는 커뮤니케이션 생태계에 관련된 규제, 공동 규제, 자율규제 방안에 대한 기본적 이해를 돕는다. 미디어·정보 리터러시를 갖춘 사람은 다양한 규제의 종류를 이해하고 인권과의 연관성 또한 이해한다.	1과 10번 참고
11. 소수 회사의 인공지능 독점, 통제, 지배	11번 참고. 미디어·정보 리터러시는 디지털 기술의 소유권과 통제가 사람의 표현의 자유, 정보 접근성, 목소리와 콘텐츠의 다양성 등에 영향을 미친다는 사실을 알고 있다. 모듈 1, 2, 6, 13을 참고하자.	참고 모듈이 제시하는 개념을 인공지능 시스템과 활용, 소유권과 통제에 적용할 수 있다.
12. 인공지능 시스템과 소셜 미디어의 투명하고 윤리적이며 다수 이해당사자의 거버넌스가 필요한 이유	미디어·정보 리터러시는 정보와 미디어, 디지털 기술, 인공지능의 윤리적이고 비판적인 평가 및 활용을 다룬다. 그중에는 콘텐츠와 콘텐츠를 제공하는 모든 기관의 역할 및 기능을 이해하고 해당 기관들이 어떤 2030과 지속가능발전목표와 같은 규범적 목적을 효과적으로 달성할 수 있는 조건이 무엇인지 아는 역량이다. 모듈 1, 2, 7, 13과 위 1-12번 내용을 참고하자.	1-12번 내용 참고

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

- 논의, 토론, 기타 그룹 활동, 게임, 소셜 미디어 등을 활용하여 [표11.1]에서 제시하는 12가지의 요점과 연관지어보자. 표에서 언급된 모듈의 활동들을 인공지능에 초점을 맞추어 진행해보자.
- ‘봇’이란 인공지능 시스템으로 작동하는 컴퓨터 프로그램을 일컫는다. 인터넷 사용자는 문자나 음성을 통해 온라인에서 봇과 상호작용한다. 학습자와 함께 봇에 대해 다루는 유튜브 비디오를 시청하자.
<https://www.youtube.com/watch?v=fEbzk4vTHsQ>. 학습자에게 비디오에서 소개한 봇 중에 내가 사용해 본 적이 있는 봇이 있는지 물어보자. 자신의 경험과 우려할 점 또한 나누어본다.
 - 봇을 활용했을 시 느꼈던 긍정적인 면을 먼저 다룬 뒤 부정적인 영향을 미칠 수 있는 점에 대해서 나누어보자.
- 인공지능은 잘못된 정보와 허위정보를 찾아내 대처할 때 쓰일 수도 있지만 잘못된 정보와 허위정보를 유포하는 데 활용되기도 한다. 유럽 의회에서 진행한 연구인 ‘허위정보에 대한 자동화된 대응(Automated Tackling

to Disinformation, 2019)’은 소셜 미디어에서 콘텐츠를 조작하는 전략에 광범위하게 쓰이고 있는 가짜 계정과 봇을 조명하여, 가짜 계정과 봇이 반대 의견을 가진 사람들을 공격하고 유해한 메시지를 게시하며 인터넷 괴롭힘에 참여한다는 사실을 밝힌다. 교육자는 학습자가 자신이 살고 있는 지역이나 국가에서 이와 유사한 연구를 진행한 적이 있는지 조사하도록 지도한다. 유사한 연구를 찾을 수 있는가? 찾았다면 해당 연구는 어떤 결과물을 제시하는가? 제시한 결과물에 따라 정책적인 변화가 일어났는가? 국가나 공동체적으로 행동으로 옮기고 시행하고자 하는 정책이 있는가?

- 가능하다면, 관련된 사안을 다루는 기관이나 당국을 방문해 보자(해당 사안을 다루는 정부 부처를 예로 들 수 있다).
- 기관이나 당국 방문이 불가하다면 해당 분야의 전문가를 찾아 이야기를 나누어 볼 수 있다.
- 교육자는 여성이 인공지능을 비롯하여 과학과 기술 분야에 더 많이 활동하도록 지지하는 데 참여하는 것이 중요한 이유에 대해 이야기를 나누어보자. ‘인공지능 분야의 여성(Women in AI, WAI)’과 같이 해당 사안을 다루는 단체에 대한 글을 읽어보자.
<https://www.womeninai.co>. ‘인공지능 분야의 여성’은 ‘행동 지향적’ 비영리단체로 인공지능 분야에서 여성의 존재와 참여를 증진하고자 노력하고 있다. 이와 유사한 기타 단체를 더 찾아보자.
- 킴 넬슨(Kim Nelsson)이 포브스 블로그에 기고한 글인 ‘인공지능 분야에 여성이 더 필요한 이유(Why AI needs more women, <https://www.forbes.com/sites/kimnelsson/2019/03/08/why-ai-needs-more-women/>.)’를 읽고 의견을 나누어보자. 킴 넬슨은 유럽의 가장 큰 데이터 과학 기업 중 하나인 피비고(Pivigo)의 창립자이자 최고 경영자이다. 해당 기고문과 관련하여 지역 전문가나 저명한 권위자가 집필한 블로그 게시물 또는 기사를 찾아보자. 내가 고른 글을 분석해보자. 개인적 의견을 바탕으로 글을 작성하였는가? 또는 사실에 기반하고 있는가? 인공지능에 대해 공정한 관점을 제공하는가? 또는 지나치게 긍정적이거나 부정적인가? 글에서 주장하는 바에 대한 근거가 있는가? 나는 해당 글이 주장하는 바에 동의하는가? 동의하는 이유는 무엇인가? 변화를 위해 어떤 행동을 개시할 수 있는가? 나의 행동에 동력이 되어줄 지역 주체나 기관을 찾을 수 있는가?
- 소셜 미디어에 공유된 허위정보와 잘못된 정보 때문에 공격을 받거나 목숨을 잃은 사건들이 발생하고 있다.
 - 참여자는 교사가 제공한 인공지능 시스템과 허위정보·잘못된 정보의 관련성에 대한 이야기를 읽고 의견을 나누어 보자. 학습자는 해당 이야기를 읽으며 어떤 생각이 들었는가? 어떤 감정이 들었는가? 이야기가 실제였다고 믿는가? 이야기를 실재라고 생각했다면 그 이유는 무엇인가? 어떤 요소가 이야기를 신빙성 있게 만드는가? 인공지능 시스템이 허위정보와 잘못된 정보를 만들고 퍼뜨리는 데 쓰인다면 어떤 일이 벌어질까? 인공지능과 알고리즘을 통해 퍼지는 허위정보 및 조작된 정보를 멈추게 하기 위해 어떤 대응이 필요할까? 마지막으로 학습자는 자신이 할 수 있는 개인적인 실천 행위를 생각해보고 기타 이해관계자(정부, 디지털 통신 회사 등)가 할 수 있는 일을 생각해 보도록 한다. 다른 이해관계자의 관점에서 각 행위에 대한 시사점은 무엇일지 나누어보자.
 - 인공지능 시스템과 봇이 만든 조작된 콘텐츠가 인간을 대상으로 심리적 또는 물리적 해를 끼친 사건 두 가지를 찾아보자. 두 사건에 대해 위와 같은 질문을 하며 이야기 나누어 보자.
- 허위정보가 인간에게 미치는 영향에 대한 연구는 활발히 진행되어 왔다. 어떤 한 연구에서 연구팀⁹⁵⁾은 “참여

95) Loftus, E. F., Miller, D. G., & Burns, H. J. (1978). Semantic integration of verbal information into a visual memory. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 4(1),

자에게 차 사고 장면이 담긴 슬라이드를 보여주었고, 이후 해당 사고에 대해 부정확하고 오해를 살만한 정보를 읽도록 했다. 참여자들은 잘못된 정보에 쉽게 호도되었고, 이후 실제 사고에 있었던 일을 물어보자 사실이 아닌 말을 하며 실수를 했다.”⁹⁶⁾ 연구 참여자들이 잘못된 정보를 곧이곧대로 흡수하게 만든 요소는 무엇이었는지 학습자와 이야기 나누어 보자. 기억이나 과거의 경험, 감정(두려움, 불안감, 우려, 의심), 편견, 개인의 추측 등이 요소로 작용했을 것이다. 학습자에게 자신의 경험을 떠올리며 이야기 나누어 보도록 한다.

- 소그룹을 만들어 보자. 미디어 유형(뉴스기사, 이야기, 조작된 목격자의 이야기, 사진, 영상)을 하나 선택하여 정보를 조작해 본다. 각 그룹은 자신이 조작한 정보를 다른 그룹에게 보여주고 정보가 믿을 만한지 물어보자. 어떤 점이 그렇게 느끼도록 만드는가? 이와 같은 가짜 정보가 퍼진다면 어떤 영향을 미치게 될까? 어떤 알고리즘이 이 사례를 포착해서 퍼뜨리게 될까?
- [표11.1]에서 제시한 인공지능 관련 12가지 우려를 검토해보자. 내가 살고 있는 나라와 나와 함께 활동 중인 학습자 그룹의 관심사를 고려하여 관심이 가는 사안을 선택하고 그에 대한 활동을 계획해 보자.
- 소그룹을 만들어 ‘딥페이크’ 구별하기가 가능할지 정보와 사례를 더 찾아보도록 한다. MIT 미디어 랩 프로젝트가 제시한 구별 방법을 자세히 읽어보자.

<https://www.media.mit.edu/projects/detect-fakes/overview/>. 허위정보와 잘못된 정보에 대해 알아보기 위해 모듈 4를 참고하자.

- 얼굴 변형과 기형 현상에 주목해보자. 수염이 실제같이 보이는가? 또는 수염이 엉뚱한 곳에서 보이거나 사라졌는가? 얼굴에 난 점이나 흉터는 실제같이 보이는가? 점과 흉터의 크기와 색이 나머지 얼굴 부분과 잘 융화되어 있는가?
- 볼이나 이마의 주름이 너무 없거나 너무 심하지는 않은지 확인해 보자. 머리카락이 허영게 세는 것이 피부나 눈가와 잘 어우러지는가?
- 보통 그림자가 지지 않는 얼굴의 부위나 눈가, 눈썹에 그림자가 보이는가? 안경에 빛이 반사되고 움직일 때마다 바뀌는가? 눈을 너무 자주 깜빡이거나 아예 깜빡이지 않는가? “딥페이크는 어떤 장면에서 자연적으로 발생하는 물리학적 현상이나 조명의 변화를 제대로 담아내지 못하는 경우가 자주 있다.”⁹⁷⁾

위에서 언급했듯, 딥페이크를 식별하려면 전문성을 비롯하여 과학수사에서 필요로 하는 역량이 요구될 수 있다. 따라서 교육자와 학습자는 의견을 공유하며 오랜 시간에 걸쳐 연습을 통해 익숙해져야 한다. 이에 더해, 기업들이 딥페이크 식별을 위해 자료를 활용하고 라벨을 붙이고 해당 라벨을 설명하는 등의 활동을 할 수 있도록 지원하는 것도 매우 중요하다는 사실을 인지해야 한다.

- [표11.1]에서 제시한 인공지능과 소셜 미디어에 관련된 역량은 다양한 정보 출처에서 발췌한 내용이다. 각 역량을 다룰 수 있는 활동을 계획해 보자. 각 활동에서 미디어·정보 리터러시 역량이 어떻게 활용될 수 있는지도 글로 나타내 보자. 학습자가 [표11.1]의 3번째 칸과 같이 연관 지을 수 있는 기타 사안에 대해 개인 의견을 덧붙여 보자. 함께 나눈 의견을 토대로 표를 만들어 나의 소셜 미디어 계정에 게시한 뒤 MIL클릭스를 태그하고 milclicks@unesco.org로 자료를 보내보자.

19-31. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.4.1.19>

96) Reboot Foundation, Elevating Critical Thinking, <https://reboot-foundation.org/misinformation-effect/>.

97) MIT Media Lab project and the tips they offer below, <https://www.media.mit.edu/projects/detect-fakes/overview/>

[표11.2] 인공지능 활용 시 필요한 미디어·정보 리터러시 역량

인공지능과 소셜 미디어 사용에 필요한 역량의 예 ⁹⁸⁾	미디어·정보 리터러시 역량과의 연관성	내용과 연관된 나의 의견
역량 1 (인공지능 인지하기) 인공지능을 활용하거나 활용하지 않는 기술 공산품 구분하기 & 구분하는 데 발생하는 어려움 인지하기		
역량 2 ('지능' 이해하기) 어떤 주체가 '지적 능력을 갖는다는 것'의 의미가 무엇인지 비판적으로 분석하고 논의하기 인간과 동물, 기계의 지적 능력이 갖는 차이점에 대해 논의하기		
역량 3 (학제 간 연구) '지적 능력을 가진' 기계를 개발하는 데 다양한 방법이 있다는 사실 인지하기. 인공지능을 활용하는 기술의 다양성을 알아보고 인지적 시스템, 로봇공학, 머신러닝과 같은 다양한 분야를 아우르는 기술 알아보기.		
역량 4 (일반적 ⁹⁹⁾ vs. 좁은 개념의 ¹⁰⁰⁾ 인공지능) 일반적 인공지능과 좁은 개념의 인공지능 구분하기		
역량 5 (인공지능의 장점과 단점) 인공지능이 탁월하게 해결할 수 있는 문제와 인공지능이 해결하기 까다로운 문제 구분하기. 해당 정보를 활용하여 기관이 인공지능을 사용하기 적절할 때는 언제이며 인간의 영향력을 사용할 때는 언제인지 구분하기		
역량 6 (미래의 인공지능 상상하기) 인공지능 시스템을 개발하고 적용하는 주체가 누구인지에 따라 미래의 인공지능 응용방식 상상해보기. 또한 이것이 우리가 사는 세상에 미칠 영향 상상해보기. 교육자와 학습자는 인공지능과 관련한 데이터의 역할에 대해 기본 정보를 인식할 필요가 있으며, 인공지능이 사회에 던지는 시사점과 특성도 인식해야 한다. ¹⁰¹⁾ 교육자와 학습자는 확률적 추론에 대한 기본 정보를 이해할 수 있다. 접근성: 교육자와 학습자는 컴퓨터적 사고를 통해 문제를 해결할 수 있다. 시각적 프로그래밍 언어를 활용하여 기본적인 코딩 원칙을 적용할 수 있다. 디지털 위험성을 평가할 수 있고, 콘텐츠와 콘텐츠 출처를 비판적으로 평가할 수 있다. 인공지능 '블랙박스' 현상과 연관된 사안을 이해하고 접할 필요가 있다. 교육자와 학습자는 강력한 권한을 가진 주체가 통제하는 기술은 사회와 가치를 변화시킬 수 있다는 사실을 인식한다. 사회와 집단, 자동화된 결정(인공지능이 내린 결정)에 윤리적이고 인권에 대한 시사점을 던진다.		

98) 출처: the Draft Outcomes of the UNESCO Workshop on Teaching and Learning Competencies for AI from an Information Access Perspective (UNESCO Headquarters Paris, 7 November 2019)

99) 일반적 인공지능은 사람의 지적 능력이 수행할 수 있는 영역을 다룰 수 있다고 간주되는 인공지능이다. 인공지능 관련 연구에서 우선시되는 목적을 다루며, 공상과학소설이나 미래 연구에서 흔히 쓰이는 주제이다.
https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_general_intelligence

3 단원: 개인과 사회적 권리, 선택 및 기술

학습 시간: 4시간

주요 주제

- 권리라는 개념 이해하기: 사회적 권리와 개인적 권리
- 사회적 권리와 개인적 권리, 선택을 우선하는 데 기술이 수행하는 역할
- 사회적 권리, 사회 정의, 사회 운동을 위한 문화 간 소통을 비롯하여 잠재적 감시, 통제, 조작이 가능한 플랫폼으로서의 기술
- 미디어·정보 리터러시 역량과 개인, 사회적 권리, 선택을 위한 디지털 능력
- 사회적 권리와 개인의 선택을 결정하는 요인으로서의 기술결정론과 어젠다

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 사회적 권리와 개인의 권리 및 선택을 우선시하는 데 기술이 수행하는 역할을 이해할 수 있다.
- 권리와 선택을 찾아가는 데 기술과 기술 소유주가 미치는 중요성을 이해할 수 있다.
- 어떤 선택을 내리는 데 필요한 미디어·정보 리터러시 역량을 설명할 수 있다.
- 기술이 관리자로서 종교적 정서, 경제적 이득, 문화적 연대, 성차별, 정치적 연대 등의 측면에서 시민들을 어떻게 자극하거나 양극화시킬 수 있는지 이해할 수 있다.
- 기술과 기술을 통제하는 주체가 민주주의, 특히 정치적 기관이나 정치적 선택, 선거의 과정, 투표, 거버넌스의 책무성과 사회 투명성에 미치는 영향과 역할을 이해할 수 있다.

인공지능 그리고 콘텐츠 공유하기

기술결정론이라는 개념은 디지털 커뮤니케이션 수단이 플랫폼에서 인기 있는 콘텐츠와 인물을 정하는 데 영향을 미친다는 사실을 시사한다. 하지만 이와 같은 개념은 기술 그 자체를 구체적인 실체로 규정해 버리고, 모든 기술에 사회적 근거 및 배경이 있다는 사실을 배제한다. 나아가, 특정 사업 목적, 특히나 기술의 개발과 배치를 형성한다는 맹점 또한 시사한다. 디자인 구성과 공학적 결정을 통제하는 것은 기술 디자인, 이를테면 ‘담장 처진 정

100) 좁은 의미의 인공지능 또는 ‘약인공지능’이라고 명명되는 인공지능은 하나의 작업을 수행하도록 프로그램되어 있다. 날씨 확인이나 체스 두기, 뉴스 기사 작성을 위한 자료 분석 등이 그 예이다.

<https://medium.com/mapping-out-2050/distinguishing-between-narrow-ai-general-ai-and-super-ai-a4bc44172e22>

101) Knowledge Acquisition Level of the ICT CFT Version 3 참조 (<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265721>)

원' 내외로 어떤 것을 공유할 수 있는지, 어떤 데이터의 수집, 저장, 활용이 가능한지 등을 결정하는 데 영향을 미친다.

따라서, 플랫폼에서 누가 어떤 콘텐츠를 공유하는지 이해하기 위해서는 플랫폼이 특정 목적을 가지고 콘텐츠를 제시하는 이유와 콘텐츠 조절 전략 및 실천 방안 등의 이유를 이해해야 한다. 바로 여기서 인공지능이 운영하는 컴퓨터 알고리즘이 등장하고, 콘텐츠가 제시되는 순서 및 처리되는 방식(예; 업로드 불가 처리, 삭제, 레이블 달기, 인간에게 콘텐츠 조절 맡기기, 사실 확인 거치기 등)에 영향을 미친다. 처리를 통해 얻은 결과는 어젠다의 아이템에 영향을 미치고, 우리가 개인적으로 내리는 선택부터 우리의 권리 및 여론의 의견 구성에도 영향을 미친다. 오랜 시간에 걸쳐 컴퓨터 알고리즘은 시민이 온라인에서 경험하는 것과 그들이 내리는 결정에 영향을 미치는 요소를 바꾸어 왔으며, 여론은 물론 관점의 변화까지 일으켰다. 심지어는 개인의 정체성에도 영향을 줄 수 있다- 자신의 정체성에 대한 감각과 가치, 내가 누구인지부터 어떤 사람이 되어야 하는지까지 말이다. 이는 한창 자신이라는 존재를 만들어가고 있는 청소년에게 매우 중요한 이야기다.

'필터 버블(filter bubble)'이라는 현상은 온라인 경험에 통찰력을 제공했다. 필터 버블은 알고리즘 디자인의 결과로, 사용자의 선호나 취향, 정보 습관을 강화하지 않는 콘텐츠를 어떻게 알고리즘이 걸러내는지 그 방법을 조명한다. 결과적으로 개인이 가진 편견이나 편향성이 유지되며, 다른 의견이나 관점은 시스템에 의해 완전 배제된다. 여러 연구 중 로이터 저널리즘 연구소¹⁰²⁾가 진행한 한 연구는 사실 사람들이 '필터 버블' 현상에 의해 접하게 되는 콘텐츠보다 훨씬 다양한 콘텐츠에 노출되고 있다고 주장한다. 이와 동시에 또 다른 개념인 '에코 챔버(echo chamber)'는 콘텐츠를 다양하게 접한다 해도 사람들은 공동체 안에서 좁은 시야를 가지고 온라인 활동을 이어간다고 말한다. 이 개념에 따르면, 개인은 자신의 신념이나 가정에 반하는 정보를 접할 수도 있지만 해당 정보를 중요하게 생각하지 않는다. 그 이유는 바로 사용자가 기존의 신념이 닫힌 체계로 구성된 커뮤니케이션에 의해 같은 입장을 가진 정보만 지속적으로 되풀이 수용하기 때문이다.

알고리즘에 의해 만들어진 필터 버블은 에코 챔버를 활성화할 수 있다. 물론 에코 챔버는 그 자체만으로도 생성되고 존재할 수 있다. 극단적인 사례를 들자면, 완전히 단절된 세상에서 한 가지 의미와 관점만을 바라보게 될 수도 있으며, 각 공동체는 정치나 건강, 기후 변화 등에 대한 잘못된 정보나 편향된 정보만을 공유하게 되고 광범위하고 다양한 현실 속 이야기를 외면하게 될 것이다.

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

- TED의 유명한 토크 영상인 엘리 페리저(Eli Pariser)의 '온라인 "필터 버블"을 유의하라'를 시청하자. <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWfX525s>. 영상은 2011년에 만들어졌다. 영상을 시청한 뒤 다음 토론을 진행해보자. 해당 영상에서 다루는 내용이 오늘날과 얼마나 연관되어 있는가? 교육자는 영상에서 다루고 있는 사안을 목록화해 보자. 소그룹은 해당 사안이 오늘날에는 어떤 모습을 하고 있는지 찾아보도록 한다. 필터 버블은 오늘날 사회적 권리가 우선시되고 개인의 선택과 여론이 형성되는 데 영향을 미치는가?

102) <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

인공지능이 주도하는 알고리즘이 서사를 변형하고 더 나아가 개발이 관련되어 있는 사회적, 정치적 어젠다를 구성할 수 있는가?

- 전통 미디어에서는 검증을 위해 편집 과정을 거치고, 디지털 통신에서는 알고리즘에 의해 정보의 흐름이 통제된다는 엘리 페리저의 주장에 대해 이야기 나누어 보자. 그의 주장에 동의하는가? 그 이유는 무엇인가? 교육자 또는 학습자가 추가할 수 있는 새로운 주장이나 증거는 무엇인가? 나의 주장과 아이디어를 뒷받침할 수 있도록 조사해 보자.
- 디지털 통신의 역설이란 누군가에게 유해할 수 있는 어떤 요소가 다른 이에게는 득이 될 수 있고, 그 반대가 성립할 때도 있다는 것이다. 콘텐츠 순위와 제안에 영향을 미치는 알고리즘은 인권에 객관적 피해를 입힐 수 있다. 그와 동시에 설계나 의도치 않은 방법을 통해 통상 소외되거나 억압받는 목소리에 힘을 부여할 수도 있다. 예를 들어, 성차별이나 여성의 과소대표, 성에 기반한 폭력, 인신매매, 인종 차별과 같이 잘 드러나지 않거나 제대로 다루어지지 않은 사안들이 다양한 담론을 통해 거론되며 조명받고 있다. 진전된 기술을 통해 다른 문화 및 새로운 정보를 접하게 되면서 독자는 전통이라는 이름 아래 답습되던 유해한 행위, 이를테면 여성 할례와 같은 문제에 대해 자신의 입장을 확립할 수 있게 되었다. 이와 같은 사례에서처럼 기술을 통해 세상을 접하면, 사회적 권리와 사회적 의견 및 신념에 변화가 생길 수 있다고 생각하는가? 기술이 아닌 다른 요소는 어떠한가? 나의 미디어·정보 리터러시 역량을 해당 사안 토론에서 적용해볼 수 있을까?
- 교육자와 학습자를 소그룹으로 나누어 다음의 내용을 다루는 사례 연구를 찾아보자. 연대에 대한 권리, 종교의 자유, 의견을 가질 권리, 표현의 자유에 대한 권리를 증진하거나 방해하는 기술의 긍정적/부정적 활용을 다룬 사례 연구를 찾아본다. 찾은 내용을 토대로 발표와 토론을 준비한다. 역사 속에서 근본이라고 여겨졌던 추정이나 의문스러운 신념에 대한 거부, 본질적 정체성에 대한 확인, 새롭게 찾은 문화적 가치와 시스템에 기술의 발전으로 가능해진 의문을 제기하는 개인의 선택들에 대해 분석하고 토론해 보자.
- 미디어·정보 리터러시 지지자들은 인공지능이 주도한 알고리즘 플랫폼의 균형을 맞추기 위해서는 문화 간 대화를 강조하는 미디어·정보 리터러시 활용 능력에 대한 교육이 필요하다고 주장해왔다. 시민의 선택과 테크놀로지를 가능하게 하는 개인 및 사회적 권리의 맥락에서 다음의 질문을 생각해 보자.
 - 개인의 권리를 어떻게 이해하고 있는가? 면담과 토론을 통해 권리에 대한 다양한 의견을 수집해 보고, 다양한 권리가 여론을 바라보는 관점에 미치는 영향을 이야기해 보자. 해당 주제를 다루는 짧은 영상을 찾아보고 공유해 보자.
 - 21세기 현재 우리가 직면한 사회적 권리에는 어떤 것이 있는가? 이러한 권리를 인식하게 만드는 콘텐츠 제공자는 누구인가? 오늘날의 디지털 환경에서 상충하는 사회적 권리에는 무엇이 있는지 생각해 보자.
 - 사회 구성과 형성에 기관이 하는 역할이 무엇인지 생각해 볼 때, 해당 기관의 역할이 사회적 권리와 개인의 선택을 존중하는 긍정적 영향을 미쳤다고 생각하는가? 기술의 발전으로 다양해진 사회적 권리와 개인의 선택에 대해 어떻게 생각하는지 다양한 사람에게 물어보도록 한다.
- 현 시대의 사회적 권리에 대한 개인의 선택과 개인적 관점 사이의 균형 잡기에 필요한 평화로운 공존과 관용을 갖기 위해 어떤 미디어·정보 리터러시 역량을 갖추어야 할지 생각해 보자. 소그룹 면담을 진행하여 혁신적인 미디어·정보 리터러시 활동을 생각해 보자.
- 디지털 통신 회사가 온라인 정보나 서사에 공정하게 접근할 수 있도록 하기 위해서 어떤 수단이 필요할지 이야기 나누어 보자. 시민의 온라인 경험을 증진하고 필터 버블이나 잠재적으로 유해 콘텐츠의 전파 등 인공지

능이 주도하는 알고리즘 플랫폼과 관련된 문제를 해결해야 한다는 필요성을 인식한다.

- 특정 인터넷 회사가 자신들이 제공하는 서비스의 공학 디자인과 구성을 활용하여 개인의 권리와 선택을 약화하고 있는 방식에 대해 생각해 보자. 해당 문제를 해결할 수 있는 실질적 해결 방안을 떠올려보고 제안해 보자.
- 시민이 온라인 검색 엔진을 통해 찾을 수 있는 정보의 질에 미디어·정보 리터러시가 어떤 영향을 미치는지, 또한 미디어·정보 리터러시가 시민의 권리와 선택에 미치는 영향은 무엇인지 이야기 나누어보자.

평가 방법 및 제안

- 디지털 환경에서 개인의 권리와 선택의 균형을 맞추기 위해 필요한 미디어·정보 리터러시 역량을 결정하기 위해 필요한 능력을 표로 나타내고 역량 평가 지침 개발하기
- 우리 지역의 정치인이 디지털 환경에서의 인권을 고려해 볼 수 있는 법안 구성해 보기
- 민주주의 사회에 존재하는 다양한 권리 개념에 대한 시민 이해를 알아보기 위해 조사를 진행하고, 현재 우리가 사용하는 인터넷 통신 회사가 해당 권리에 미치는 영향 알아보기
- 소그룹 면담을 진행하여 오늘날의 디지털 환경에서 시민 권리 알아보기

추후 고려할 만한 주제

- 개인 선택의 원칙
- 개인의 선택 vs. 공동의 선택
- 기술의 윤리적 활용
- 디지털 선거의 미래

4 단위: 인공지능과 소셜 미디어를 활용한 개발

학습 시간: 3시간

주요 주제

- 개발을 위한 인공지능 활용
- 개발을 위한 소셜 미디어 활용
- 인공지능을 활용하는 주요 주체들
- 인공지능 거버넌스와 규제에 관련된 주요 사안들

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 개발을 위해 인공지능과 소셜 미디어를 활용하는 일반적 경우를 떠올려 볼 수 있다.
- 인공지능을 활용하는 주요 주체의 예를 들 수 있다.
- 인공지능 거버넌스에 대한 기초적 내용(기준, 윤리, 규제 등)을 이해하고 설명할 수 있다.

본 단원에서 목표하는 역량 수준

- 기초/입문

인공지능을 응용하는 부문

다수의 학술, 민간 부문, 국제 개발 기구는 사회적 이익을 위해 인공지능을 연구해 왔다. 인공지능을 긍정적으로 활용하는 방안은 매우 다양하고 광범위하며, 어떤 방안은 소규모의 시험 및 연구 중에 있다. 아래는 다양한 정보 출처를 통해 인공지능을 활용한 개발 관련 사항을 발췌한 내용이다. 각 예마다 교육자와 학습자가 토론 활동에 활용할 수 있는 질문을 함께 제시했다.

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

- **공공 분야의 인공지능:** 정부의 인공지능 활용 사례가 증가하고 있다. 인공지능을 활용하면 다양한 공공 분야 일처리의 숙련도와 역량을 개선할 수 있다. 예를 들어, 시민은 인공지능을 활용하여 정부의 공공 분야 개혁 추진, 정책 구성, 다양한 서비스 과정 확립 및 공공 분야 생산성 증진 등에 참여하고 관여할 수 있다.

- 학습자는 소그룹을 만들어 시민의 사회 참여 및 공무원과의 상호작용에 인공지능을 활용하는 사례에 대해 조사하도록 한다. 이 같이 인공지능을 활용하는 사례가 나와 어떤 연관성이 있는가? AI 활용 사례는 관계 당국에 의해 알려졌는가? 또는 그와 관련된 정책이 있는가? 인공지능을 활용하여 변화를 가져온 사례가 있는가? 인공지능 활용 사례에 대해 사람이 직접 투명한 감사나 검토를 진행하여 공공 보고서를 작성, 공개한 적이 있는가? 인공지능의 활용이 특정 집단이나 상황을 차별하는 경우로 이어질 수 있을까? 인공지능 주도의 시스템에 대해 모든 사용자가 가질 수 있는 불만에 대처할 수 있는 방안이 마련되어 있는가? 인공지능 활용 시스템이나 방안에 대해 여성과 남성이 다른 관점을 갖거나 시사점을 얻고 있는가? 그렇다면 이유는 무엇일까? 성에 따라 다를 수 있는 관점의 차이를 이해하는 것이 중요한 이유는 무엇일까? 해당 질문에 대한 답을 찾아 논의를 진행해 보자. 온라인과 오프라인에서 의견을 공유해 보자. 미디어·정보 리터러시와 인공지능에 대한 마이크로 러닝 자료를 제공하는 유네스코 MIL클릭스의 소셜 미디어 학습 계획을 찾아보자.

<https://en.unesco.org/MILCLICKS>. 또한, 토론에 활용할 수 있도록 인공지능 관련 이야기 및 아이디어를 다룬 유네스코 영상을 시청해 보자.

<https://en.unesco.org/artificial-intelligence/stories-ideas>. 유네스코를 제외한 기타 기관에서도 시청할 만한 영상을 찾아보자.

- **증강 현실과 가상현실을 활용하는 다양한 분야에서의 인공지능 응용:** 인공지능 기술은 증강 현실과 가상현실 하드웨어 및 소프트웨어 개발에 활용되고 있다. 활용을 통해 얻을 수 있는 이익은 단순한 엔터테인먼트 요소 제공부터 장애인의 사회 활동 돕기까지 다양하다. 미디어 개발과 언론인의 안전 도모 사업에 가상현실을 활용해 시민의 참여를 이끈 사례가 있다. 평범한 시민이 가상현실 헤드셋을 장착한 뒤 종군기자가 되어 보는 경험을 해봄으로써, 사실을 담은 뉴스 보도를 위해 언론인이 위험을 무릅쓰는 데 더 큰 감사를 느낄 수 있게 된다. 또한, 휴대폰 애플리케이션을 이용해 특정 공간 안에 가구나 기계 등을 집어넣어 공간을 꾸며보도록 가상현실을 활용한 예도 있다.

- 학습자가 인공지능을 활용한 가상현실 도구를 찾아보고 실제로 사용해 보도록 한다. 만약 가상현실 도구를 개발한 기관이나 민간 업체가 학습 공간으로 찾아와 가상현실 도구 시범을 보여주고 사용 기회를 줄 수 없다면 온라인에서 해볼 수 있는 방법을 찾아보자. 가상현실 기기와 애플리케이션을 활용해본 경험을 공유해 보자. 교육 분야에서 인공지능 주도의 가상현실을 활용하는 사례에 대해 논의해 보자. 학습에 효과적일까? 윤리 또는 심리적 영향에 대한 우려가 있을까? 해당 질문에 대한 답을 찾고 의견을 나누어 보자. 더 깊은 토론을 위해 인공지능 관련한 이야기 및 아이디어를 다룬 유네스코 영상을 시청해 보자.

<https://en.unesco.org/artificial-intelligence/stories-ideas>.

- **과학과 보건 분야의 인공지능:** 새로운 과학 기술 도구 활용을 포함하여 기술의 엄청난 진보는 매우 다양한 데이터를 생성해 내며, 생성된 데이터를 활용한 인공지능 응용은 데이터 분석에 매우 필수적이다. 예를 들어, 인공지능을 활용하여 고도로 복잡한 유전학적 계산을 해 내는가 하면, 사진의 해상도를 높이고 과학 실험 및 연구를 재생산하는 수준을 개선했다. 이 외에도 인공지능은 매우 광범위하게 활용되는데, 가설을 세우고 데이터를 수집하며 매우 큰 단위의 데이터를 분석하고 설계한 실험을 실행할 수도 있다. 의료보건 분야에서의 인공지능은 매우 다양한 혜택을 제공한다. 예를 들어, 의료 연구에 도움을 주고 연구에 참여하는 인구를 조절, 건강 상태에 대해 빠른 진단을 내릴 수 있으며 환자 관리를 돕고 개인 맞춤형 의료 서비스를 제공하고 의료 품질과 비용을 개선할 수 있다. 하지만 이와 동시에, 일반 대중을 위해서 쓰이기보다는 소수의 엘리트 집단에

혜택이 돌아가는 상업적 의료보건 서비스에 인공지능이 활용될 수 있다는 우려도 존재한다.

- 위에서 제시한 활동을 반복하거나 응용해서 진행해 보자. 그리고 다음의 자료에서 제공하는 32가지 예를 검토해보자.

<https://builtin.com/artificial-intelligence/artificial-intelligence-healthcare>. 의료 분야의 인공지능 활용과 관련된 윤리적 과제에는 무엇이 있을까?

- **보안과 형사 사법 분야의 인공지능:** 인공지능은 디지털 보안 및 물리적 보안 문제를 완화해주는 잠재력이 있지만, 잘못된 정의 실현이 될 수 있고 감시와 관련된 문제를 빚을 수 있다.
 - 인공지능은 네트워크 보안, 비정상적 행위 탐지, 보안 운영 자동화 및 위협이나 잠재적 위험 감지와 같은 디지털 보안 영역에서 광범위하게 활용되고 있다(OECD, 2017).
 - 위에 언급된 목적 달성을 위해 인공지능 알고리즘은 시간에 걸쳐 주변 환경과 공간을 채우는 사람 및 물체의 일반적 움직임 및 존재감을 분석하며, 비정상적 움직임을 포착할 시 위협으로 인식할 수 있다.
 - 위와 유사한 사례는 사법 시스템에도 적용된다. 범죄에 대응하고 사건의 결과를 예측하는 역할을 하는 것이다. 이 경우에는 특정 공동체에 대한 고정관념을 내포한 데이터로 인해 편견이 담긴 프로파일링을 진행할 수도 있다는 우려가 존재한다.
 - 영상을 통한 감시는 공공 보안을 개선하는 데 매우 유용한 방안으로 활용되어왔다. CCTV와 같은 감시 카메라의 수는 점점 증가하고 있으며(2014년 전 세계적으로 2억 4,500만 개가 있다), 이는 곧 수집되고 분석되는 데이터의 양 또한 증가하고 있다는 의미이다. 이 모든 데이터를 인간이 처리하기란 불가능하다. 따라서 인공지능 기술을 활용하여 무수히 많은 데이터를 관리하고 인식과 감시 과정을 자동화한다. 그러나 얼굴 인식 기술에 반감을 갖는 사람들이 많고 다양한 의견이 상충하고 있기 때문에 해당 기술 활용이 금지된 경우도 찾아볼 수 있다.
 - 위와 같은 감시나 잠재적 범죄를 예측하기 위해 데이터 분석 기법을 활용하는 경우는 우리의 프라이버시에 대한 윤리적 의문을 제기한다. 또한, 나의 활동이 추적당하고 기록으로 남겨지는 데 대한 허락, 편견, 프로파일링 등에서도 문제가 발생할 수 있다.
 - 위의 내용을 토대로 우리가 인공지능을 통해 얻는 이점과 불리한 점은 무엇이며, 어떤 안전장치를 마련할 수 있을지 이야기 나누어 보자. 우리나라에서 해당 사례를 찾아보고 나누어 보자.
- **소셜 미디어와 마케팅, 광고 분야의 인공지능:** 인공지능의 활용으로 온라인 경험이 매우 개인화되고 있다. 예를 들어, 인공지능은 특정 개인의 관심을 끌 수 있는 콘텐츠를 제시해준다. 광고주는 이를 활용해 더 정확한 타겟형 광고를 제작한다. “광고주는 소비자에게 딱 맞고 역동적인 광고를 전례 없는 규모로 제공할 수 있습니다(Chow, 2017).” 이는 즉, 기업의 판매가 증가하고, 이로 인해 얻은 이익을 마케팅 캠페인에 재투자할 수 있다는 의미다. 소비자는 기업이 시장 조사에 투자하던 비용이 절감되기 때문에 혜택을 입을 수 있게 된다. 하지만 이 같은 소수 타겟형 광고의 결과로 인간의 자율성과 주체성이 감소되고 광고와 기업이 인간을 조종하는 힘이 더 커질 수도 있다는 문제도 제기되고 있다.
 - 학습자가 온라인 광고와 관련되어 겪은 경험을 나누어 보도록 하자. 학습자는 사용자에게 특정 광고가 인공지능을 활용하여 제공된다는 사실을 알고 있는가? 해당 상황에 불편을 느끼지는 않는가? 그 이유는 무엇인가? 자신이 접하는 광고를 자신이 통제할 수 있다고 생각하는가? 인터넷 사용 시 화면에 뜨곤 하는 경고문, “내가 이 광고를 보는 이유”에 주의를 기울여보자. 광고와 관련해 모듈 10을 참고하자.

- 상업적 주체가 인공지능을 활용해 얻는 이득이 매우 자명한 반면, 차별이나 부정확성과 같은 우려 또한 만연하다. 또한, 인공지능을 활용한 자동화된 거래도 문제로 떠오르고 있는데, 주식 시장의 불안정성과 단기적 이익만을 중시하는 문제점을 강화하고 있기 때문이다.
 - 다음에 제시된 두 가지 보고서를 검토한 뒤 토론해 보자.
1. 유럽집행위원회의 ‘여성과 남성의 공평한 기회, 인공지능에 대한 의견 자문 위원회- 성평등을 향한 기회와 과제’
https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/aid-development_cooperation_fundamental_rights/opinion_artificial_intelligence_gender_equality_2020_en.pdf
 2. 유네스코의 ‘인공지능과 성평등: 유네스코의 글로벌 소통 주요 결과’
https://en.unesco.org/system/files/artificial_intelligence_and_gender_equality.pdf
- 학습자에게 가장 중요한 이슈나 제안 사항은 무엇인가? 이유는 무엇인가? 해당 주제에 대한 글로벌 담론을 소셜 미디어에서 찾아보도록 하자. 온라인 토론에 참여하도록 격려하고, 토론 시 나눌 이야기를 미리 준비하자. 미디어·정보 리터러시 역량을 활용하여 근거를 공유하고, 내가 하고자 하는 이야기가 단순히 나의 의견일 때는 그 사실을 밝히도록 한다. 시민으로서 학습자가 할 수 있는 또 다른 행동에는 무엇이 있을까?
 - 성평등과 커뮤니케이션 미디어의 인공지능 활용에 대해 내가 특별히 관심 있는 사안이나 제안 사항을 골라보자. 그리고 온라인 캠페인이나 공문을 만들어 준비한 뒤 세계 여성의 날(3월 8일)에 나누어보자.

평가 방법 및 제안

- 글짓기 대회
- 소그룹별로 공문 작성하기
- 퀴즈
- 오픈북 테스트 하기
- 인공지능과 미디어·정보 리터러시 관련 아이디어 대회 열기

추후 고려할 만한 주제

- 인공지능 감사(監査)
- 머신 러닝
- 딥러닝
- 봇
- 얼굴과 감정 인식 및 감지

본 모듈 참고 자료 및 참고 문헌

A.I. Artificial Intelligence (film, 2001)

https://www.imdb.com/title/tt0212720/?ref_=nv_sr_srsrg_0

교육 분야의 인공지능 활용

<https://www.edweek.org/ew/articles/2020/05/20/artificial-intelligence-in-k-12-the-right-mix.html>

Algorithm Literacy 101: A study by Project Information Literacy?

<https://www.minitex.umn.edu/news/2020-07/algorithm-literacy-101-study-project-information-literacy>

AI in Society, OCED,

<https://ec.europa.eu/jrc/communities/sites/jrccties/files/eedfee77-en.pdf>

Artificial Intelligence and Gender Equality: Key findings of UNESCO's Global Dialogue, UNESCO resource,

https://en.unesco.org/system/files/artificial_intelligence_and_gender_equality.pdf

Artificial Intelligence and Life in 2030 One Hundred Year study on Artificial Intelligence| Report Of The 2015 Study Panel | September 2016, Stanford University, <https://ai100.stanford.edu>

Steering AI and Advanced ICTs for Knowledge Societies – A rights, Openness, Access and Multi-stakeholder Perspective, UNESCO resource,

<https://www.unesco.de/sites/default/files/2019-11/372132eng.pdf>

United Nations Activities on Artificial Intelligence (AI),

https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/gen/S-GEN-UNACT-2018-1-PDF-E.pdf

Using AI for social good: This guide helps nonprofits and social enterprises learn how to apply artificial intelligence and machine learning to social, humanitarian and environmental challenges.

<https://ai.google/education/social-good-guide?category=examples>

인공지능의 다양한 종류

Teacher-created Lesson Plans: Introduction to Algorithms,

<https://www.common sense.org/education/lesson-plans/introduction-to-algorithms>

<http://content.educate.ericsson.net.s3.eu-north-1.amazonaws.com/learning-about-ai/what-is-ai.html>

https://www.youtube.com/watch?v=im0XTC91qMI&feature=emb_logo

기계가 학습하는 방법

<https://www.youtube.com/watch?v=R9OHn5ZF4Uo>

<https://course.elementsofai.com/1/3>

<https://theappsolutions.com/blog/development/pattern-recognition-guide/>

<http://teachingaifork12.org/>

소셜 미디어

<https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>

<https://www.statista.com/statistics/489230/number-of-social-network-users-in-thailand/>

<https://www.marketinginstitute.com/blog/what-is-artificial-intelligence-for-social-media>

일반 자료

<https://medium.com/humansforai/the-impact-of-artificial-intelligence-on-social-media-579345b6f751>

<https://sproutsocial.com/insights/social-media-algorithms/>

추가 자료 - 게임과 온라인 코스

Machine Learning for Kids - <https://machinelearningforkids.co.uk/>

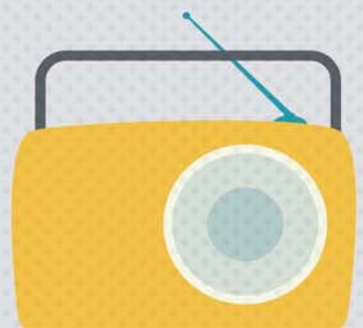
General Resources - The state of AI - November 2020:

<https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-analytics/our-insights/global-survey-the-state-of-ai-in-ky=9411114&hlkid=87ecdb8c23534606bd5cb92d3ccd9166>

International Programming Classes for Children 4.5 to 17 Years, <https://mah.alg.academy/>

모듈 12:

디지털 미디어,
게임, 전통 미디어



“시민이 사회·경제·환경 문제를 능동적으로 처리하고 우리 사회에 적극적으로 참여하는 역량을 강화하려고 열망하는 이 시대에, 미디어·정보 리터러시는 인생에서 필수적인 리터러시가 된다.”

타마라 라스토박 사이마쉬빌리(Ms. Tamara Rastovac Siamashvili),
세르비아 유네스코 대사이자 상임 대표

배경과 근거

이번 모듈은 새로운 기관과 융합 기술이 시민의 사회, 경제, 정치적 참여를 확장하는 데 수행하는 역할을 소개한다. 새로운 디지털 및 전자식 유형의 미디어(온라인 뉴스, 블로그, 위키피디아, 유튜브, 소셜 미디어, 비디오 게임 등)가 전통 미디어에서 진화한 과정을 설명하고, 이러한 변화가 지식과 정보, 지속가능한 발전, 표현의 자유와 올바른 거버넌스, 민주적 과정에 대한 참여 등을 더욱 가능하게 한 방법을 소개한다.

인쇄 미디어와 방송 미디어(라디오와 텔레비전), 인터넷, 휴대폰과 소셜 미디어의 공존으로 콘텐츠는 다양한 플랫폼을 넘나들 수 있으며 정보 접근성이 증가하고, 시민은 단순히 정보를 수동적으로 소비하는 것이 아니라 능동적으로 바꾸고 제작하며 전달하는 참여 문화가 조성되고 있다. 이런 맥락에서 생산에 참여하는 소비자를 뜻하는 용어인 ‘프로슈머(Prosumer)’가 생겨났다. 일례로, 새로운 ICT를 활용하여 더 많은 사람이 정보와 지식을 공유하며, 사회적이고 지속가능한 개발 과정에 더 적극적인 역할을 맡을 수 있게 되었다. 여기서 가장 주목하여 논의해볼 점은 어떻게 이러한 장점을 극대화하고 잠재적 단점은 효과적으로 줄일 수 있을 있느냐이다.

이런 우려와 관련하여 미디어·정보 리터러시는 다양한 유형의 게임뿐만 아니라 인공지능과 기타 선도 기술이 제공한 기회와 과제도 고려한다. 유네스코는 미디어·정보 리터러시와 게임 사이의 강력한 연관성을 다루고자 국제적 대화를 진전시켰으며, 관련된 자료를 개발하여 최초의 ‘디지털 세상에서의 미디어·정보 리터러시와 게임에 대한 국제 콘퍼런스’를 개최했다.¹⁰³⁾ ICT 게

임을 활용한 학습 대부분은 통제된 학습 공간에서 이루어지지 않는다는 점을 유의해야 한다. 온라인에서는 혼자 휴대용 디지털 기기를 활용하여 게임을 하는 경우가 대다수다. 이런 환경에서 게임이 설계된 방식과 게임을 하는 데 할애하는 시간의 양은 게임 중독으로 이어지기 십상이다. 또한, 게임이 소통이나 평화로운 공존, 관용보다는 혐오를 부추기고 폭력을 일으키며 사람을 공격적으로 만들 수 있다는 우려도 존재한다. 어떤 게임에서는 나이를 불문하고 여성과 남성에게 고정관념을 재현하거나 특정 인종, 문화, 집단에 대한 편견을 강화하기도 한다. 여성은 성적 대상으로 그려지며 노출이 심한 복장으로 등장하기도 한다.¹⁰⁴⁾ 남성은 강하고 폭력적인 존재로 묘사된다. 흑인과 기타 유색 인종은 게임에서 잘 등장하지도 않는다.¹⁰⁵⁾ 퓨 리서치 센터가 2015년 진행한 연구에 따르면, 참여자(전 세계를 대상으로 한 것은 아니다) 중 흑인의 35%, 히스패닉계의 36%, 백인의 24%가 비디오 게임이 소수 집단을 제대로 다루지 않는다고 말했다.¹⁰⁶⁾ 이와 같은 표상은 여아와 남아가 특정 성 역할¹⁰⁷⁾이나 자신의 민족적 정체성을 바라보는 관점에 영향을 미칠 수 있다. 미디어·정보 리터러시는 시민, 특히 청소년이 이와 같은 고정관념으로부터 자신의 입장과 생각을 자주적으로 지키고 게임이나 모든 유형의 디지털 기술에 존재하는 젠더 맹목성(gender blindness)을 분별할 수 있도록 도와준다. 더 생각해 볼 사항은 어떤 디지털 게임이 타인과의 협업보다 경쟁을 더 부추기는지, 또 게임 사용자의 데이터를 수집하고 활용하는 자는 누구이며 수집된 데이터가 어떻게 쓰이는지다. 사용자의 데이터는 게임 자체를 개선하는 데 주로 쓰이는 것일까? 또는 그저 소수 맞춤형 광고를 제작하는 데 활용하거나 제3자에게 제공할 마케팅 가능한 상품으로 취급되는 것일까?

103) Media and Information Literacy and Games in the Digital World,

<https://en.unesco.org/news/journeying-world-games-media-and-information-literacy.CO>.

104) David Griner (January 10, 2012). "Videogame Ad Sets New Low for Objectifying Women". AdWeek. Retrieved 7 May 20 Everett, Anna; Watkins, Craig (2008), "The Power of Play: The Portrayal and Performance of Race in Video Games"¹⁴. Wikipedia.

105) Everett, Anna; Watkins, Craig (2008), "The Power of Play: The Portrayal and Performance of Race in Video Games"

106) "Views on gaming differ by race, ethnicity". Pew Research Center. 2015-12-17. Retrieved 2018-03-09.

107) Dietz, Tracy (1998). "An Examination of Violence and Gender Role Portrayals in Video Games: Implications for Gender Socialization and Aggressive Behaviour". Sex Roles. 38 (5/6): 425-442. doi:10.1023/A:1018709905920

이번 모듈은 전통 미디어가 새로운 미디어 기술로 발전하는 여정을 돌아보는 것으로 문을 연다. 교육자와 학습자는 특정 기간 동안 다양한 미디어가 변화 또는 지속되어 온 과정을 보게 될 것이다. 또한 다양한 미디어의 유사성과 차이점을 소개하며 학습자가 다양한 매체에 대한 기본적 이해를 도모하도록 돕고 동시에 과거와 현재의 미디어가 가진 혁신적인 잠재력을 인식하도록 이끌 것이다.

이번 모듈에서는 단순히 공간과 시간의 기준에서 어떤 변화가 생겼는지 살펴보는 데 머무르지 않는다. 우리 사회 다양한 유형의 미디어와 디지털 기술 및 도구, 공식적 형태의 커뮤니케이션과 사적 커뮤니케이션, 마케팅, 학습과 시민 참여도 포함한다. 상호작용적 성격의 미디어 도구와 게임은 학습과 공공 담론에 참여할 수 있는 기회를 제공한다-가능성은 무궁무진하다. 교육자와 학습자는 본 모듈을 통해 학습을 활성화하는 매개로서의 기존 미디어와 새로운 미디어, 게임 사이 존재하는 공간을 넘나들게 될 것이다. 만약 게임을 하면서 자신의 게임 경험을 비판적 관점에서 돌아보고 성찰할 수 있는 능력이 있다면, 게임을 통한 이용자의 학습 경험 또한 긍정적으로 변화할 것이다. 사회적 리터러시 및 정서적 리터러시와 마찬가지로 미디어·정보 리터러시 또한 이 같은 변화와 매우 밀접한 관련이 있다. 유네스코 마하트마 간디 지속가능발전 및 평화교육센터는 이와 같은 사회적·정서적 학습을 위한 자료를 제공한다.¹⁰⁸⁾

디지털 미디어의 성장으로 이루어 낸 가장 중요한 발전은 ‘일 대 다수’의 모델을 고수하던 전통적 커뮤니케이션 방식이 ‘개인 대 개인(P2P)’ 모델로서 콘텐츠를 함께 제작하고 공유할 수 있도록 변한 것이다. 콘텐츠가 디지털화되며 다양한 기기(라디오와 텔레비전, 개인 컴퓨터, 그리고 가장 중요한 휴대폰-모든 종류의 콘텐츠를 전달하고 공유하는 가장 지배적인 플랫폼으로 떠올랐다)에서 접근이 가능해졌다. 목소리와 사진, 음향과 데이터의 디지털화 또한-융합이라고 알려진-새로운 상호작용의 기회를 만들어내고 있다.

108) Resources on social and emotional literacy, <https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides>

단원 구성

1단원:

전통 미디어에서 디지털 미디어 기술로

2단원:

우리 사회의 뉴미디어 기술 활용하기-
사회 변화

3단원:

학습 공간에서 디지털 게임을 포함한
쌍방향 멀티미디어 도구의 사용

1 단원: 전통 미디어에서 디지털 미디어 기술로

학습 시간: 2시간

주요 주제

- 변화와 연속성-간략한 미디어의 역사
- 미디어 융합
- 뉴미디어로서의 디지털 미디어
- 전통 미디어와 뉴미디어의 주요 차이점

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 미디어의 발전 과정을 간략히 설명할 수 있으며 이와 관련된 다양한 사안을 서술할 수 있다.
- 새로운 기술이 전통 미디어와 뉴미디어의 분화 및 융합을 초래한 과정을 설명할 수 있다.
- 전통 미디어와 뉴미디어의 차이점을 설명하고, 뉴미디어가 참여 민주주의 증진에 기여한 부분을 설명할 수 있다.
- 게임이 형식 교육과 무형식 교육, 비형식 교육에서 어떻게 활용되는지 탐색할 수 있다.

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

- 연구하기: 학습자는 소그룹을 구성하여 미디어가 진화한 과정을 조사하고 각 미디어 유형별 발달과 연관된 사안을 알아본다.
- 조사하기: 학습자는 두 종류의 집단을 대상으로 조사를 진행한다. 한 집단은 30세 이상의 '디지털 이주민(digital migrants)', 다른 집단은 30세 이하의 '디지털 원주민(digital natives)'으로 구성한다. 조사를 진행하는 과정에서 학습자는 다른 두 집단이 전통 미디어와 뉴미디어를 사용하는 방식을 관찰하고 분석한다. 그리고 우리 사회에서 전통 미디어(신문, 라디오, 텔레비전)가 뉴미디어(휴대폰 기술, 게임, 온라인 뉴스 사이트 등)와 어떻게 융합되고 있는지 알아본다. 여성과 남성, 청소년이 게임을 비롯하여 우리가 사용하는 미디어에서 묘사되는 방식 역시 살펴보도록 한다. 해당 사안에 연관 있는 이해관계자들에게 권고할 제안 사항을 떠올려보자.
- 연구하기: 학습자는 우리 사회에서 뉴미디어가 전통적 뉴스 미디어에 얼마나 위협적인지 알아보고, 중요한 뉴스 소재에 대한 자신의 의견을 표현하기 위해 어떤 종류의 미디어를 활용하는지, 그리고 다양한 미디어 플랫폼의 사용자는 누가 있는지 등에 대해서 많이 거론된 사안과 주제를 포함하여 조사해 보자. 연구 결과를 다른

그룹 앞에서 발표하고, 함께 토론해 보자.

- 사례 연구 하기: 사례 연구란 하나의 사례나 실생활 속 사건에 대해 심도 깊은 조사 및 검토를 통해 이론적 지식이 실제 사례에 어떻게 적용되는지 조명하는 연구 방법이다. 오늘날의 학습자는 미디어와 기타 콘텐츠 제공자로부터 다양한 메시지를 매일 전달 받기 때문에 사례 연구 방법은 미디어·정보 리터러시 교육에 아주 적합한 접근법이라고 볼 수 있다. 사건을 바라보고 사건에 관련된 데이터를 수집하며, 콘텐츠를 분석하고 결과를 보고하는 매우 체계적인 방법으로 구성되어 있으며, 학습자가 조사 진행 방법을 배우는 데 매우 효과적이다.
- 연구 및 소그룹 발표하기: 학습자는 소그룹을 구성하여 다양한 유형의 미디어가 발전해온 과정을 조사한 뒤, 각 미디어의 유사성과 차이점을 찾아 발표해 보자.
- 면담 진행하기: 전통 미디어의 특징 중 하나는 매우 체계적인 편집 과정을 통해 뉴스 기사 속 이야기가 진실인지 검증하며, 개인이 아닌 뉴스 매체 기관에 기사를 제공한다는 점이다. 하지만 온라인에서 활동하는 시민 기자는 이러한 과정을 거치지 않는다. 이러한 맥락을 고려하여 뉴스 매체에 소속된 편집자 및 온라인에서 활동하는 시민 기자와 면담을 진행한 뒤, 그들이 뉴스 소재를 선택하고 다루는 방식의 유사성 및 차이를 논의해 보자.
- 보고서 작성하기: 우리 사회에 뉴미디어와 뉴미디어 기술이 도래함에 따라 우리의 지식과 정보가 얼마나 변화 또는 지속되었는지 알아보는 보고서를 작성해 보자.
- 에세이 작성하기: 뉴미디어의 등장은 우리가 상호작용하는 방식에 어떤 영향을 미쳤으며, 그로 인해 우리에게 주어진 혜택은 무엇인지에 대해 에세이를 작성해보자. 또한, 교육자와 학습자의 사회적·학술적 삶에 미친 영향과 디지털 미디어의 접근성 개선에 새롭게 등장한 기회와 도전 과제를 알아보자.
- 중요한 뉴스 기삿거리를 하나 찾은 뒤 각기 다른 유형의 미디어가 뉴스를 보도하는 방식에 대해 사례 연구를 진행해 보자. 예를 들어, 2020년 코로나19 팬데믹이 세계를 강타했을 때 미디어는 유형에 따라 해당 사안을 다르게 분석하여 다루었으며, 사실 관계마저 다르게 보도하기도 했다. 다양한 나라의 전통 미디어와 뉴미디어에는 무엇이 있는지 알아보고, 각 나라의 미디어가 코로나19의 원인이나 발생지, 방역 체계 등을 어떻게 다루었는지 알아보자. 이 과정에서 발견한 유사성이나 차이를 정리해 그 이유를 생각해 보자. 코로나19 위기를 다룬 기사에서 성별이나 인종 관련한 문제가 다루어졌는가?

2 단원: 우리 사회의 뉴미디어 기술 활용하기- 사회 변화

학습 시간: 2시간

주요 주제

- 커뮤니케이션 기술과 발전이 사회에 미친 영향
- 새로운 미디어 환경에 대한 접근성과 활용-새로운 콘텐츠 생성 방식과 사용자 상호작용, 소셜 미디어를 포함하여
- 새로운 기술의 참여적 기능이 민주적 제도 및 과정 변화에 미치는 영향

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 우리 사회의 사회·정치적 삶에 디지털 커뮤니케이션이 미친 영향을 분석하고 이해할 수 있다.
- 새로운 미디어 환경을 설명하고 사람들의 활동과 상호작용, 온라인 존재감이 가진 목적, 디지털 플랫폼에서 자신을 표현하는 방식을 설명할 수 있다.
- 새로운 기술이 우리 사회의 민주적 제도와 과정에 어떻게 기여했는지(또는 기여하지 않았는지) 평가할 수 있다.

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

- 연구와 그룹 발표 진행하기: 학습자는 소규모 연구를 통해 새로운 기술 활용에 대한 정보를 수집하고, 디지털 커뮤니케이션 기술이 사회적 발전에 미친 영향을 평가해 본다. 해당 맥락에서 새로운 기술이란 인터넷과 컴퓨터, 모바일 기기를 말하며, 이 기술에 대한 접근(소유권과 기기 사용)과 활용(사용주기, 사용 시간, 사용의 목적), 기술(자기 평가)에서 얻은 데이터를 의미한다. 학습자는 새로운 기술의 활용과 이 기술의 발전을 다룬 국제적, 국가적, 지역적 통계 수치를 어디서 어떻게 찾을 수 있을지 배워야 하며, 자신이 찾은 내용을 비교하여 차이점(사회경제적, 세대적, 지역적, 시간적)에 대한 분석을 진행해야 한다. 새로운 기기가 제공하는 서비스를 소유하고 통제하는 주체가 누구인지 아는 것 또한 매우 중요하다.
- 토론 수업: e-거버넌스는 ICT가 핵심 역할을 수행하는 새로운 진화된 유형의 거버넌스를 일컫는다. 교육자는 정부가 새로운 기술의 가능성을 활용함으로써 시민의 민주적 사회 참여를 더욱 활성화시키고자 노력해온 방식에 대해 토의를 진행해 볼 수 있다. e-거버넌스는 (1) e-민주주의로 표현할 수 있는데, 이는 의사결정의 기본이 되는 정보와 지식에 대한 접근성을 높임으로써 시민의 정치 참여를 더욱 활성화하는 것이다. 또한, (2)

e-서비스로 표현하며, 세금 신고서를 작성하거나 지원서 처리 과정 확인 등의 행정 처리를 자동화하는 것이다. 마지막으로 (3) e-행정은 정부가 새로운 ICT 정보 과정을 활용함으로써 공공 부문의 업무 처리 과정을 개선하는 것이다. 학습자는 온라인에서 어떤 민주주의적 커뮤니케이션과 참여를 증진하고 개선할 수 있을지 생각해본다. 예를 들어 민주적 정치 활동(선거, 정부와 지자체의 투명성, 정치 토론)과 학교 교육, 의료보건, 취업 서비스, 도시와 같은 인공 환경, 도시 계획과 유지, 산업과 상업 등의 분야에서 생각해 볼 수 있다. 이후, 발전된 e-거버넌스 아젠다를 운영 중인 국가를 찾아 예로 검토해 볼 수 있다. e-거버넌스를 개발하지 않을 때 직면할 수 있는 주요한 문제점은 무엇이며, 어떻게 극복할 수 있을까?

- 소그룹 활동: 일반 시민은 새로운 기술을 활용하여 스스로 콘텐츠를 생산하고 공유할 수 있다. 학습자는 소규모의 사례 연구 방법을 활용하여, 자신의 나라나 이웃에서 기존 미디어나 정부 기관이 다루지 못한 내용을 사용자 제작 콘텐츠에서 다루어 주의를 환기시켰거나 실제로 진행된 적이 있는지 알아보자. 글로벌 가시성과 영향을 모두 갖춘 예로는 (2010년 초반에 있었던) '아랍의 봄' 반정부 시위와 (2017년부터 시작된) '미투' 운동이 있다. 학습자는 지역적 현상이 자신이 속한 공동체에 영향을 미친 사건을 찾아보도록 한다. 온라인 활동주의의 예로는 지역 시민 행동주의, 동물 권리 행동주의, 자기 몸 긍정주의(body positive movement) 등을 들 수 있다. 이와 같은 사례를 토대로 교육자는 새로운 기술이 민주주의를 개선하는가에 대한 토의를 진행해 볼 수 있다. 다양한 디지털 플랫폼이 사용자 제작 콘텐츠를 기반으로 메시지를 전달하는 데 기여한 방식은 무엇인가? 사용자가 자신의 목소리를 높이고 다른 이에게 전달하는 데 디지털 기술은 어떤 영향을 미쳤는가? 위챗, 트위터, VK, 페이스북, 인스타그램, 틱톡처럼 다양한 기능을 하는 소셜 미디어가 중요한 민주주의적 사람과 정의 및 평등을 증진하는 데 어떤 영향을 미쳤는가? 학습자는 온라인 활동주의가 가진 힘을 어떻게 평가하며, 위에서 언급한 지역적 사례 속 온라인 활동주의의 힘을 어떻게 보는가? 소셜 미디어와 기술이 인권을 더 존중하도록 요구하기 위해 이러한 서비스와 기술을 활용하는 활동주의는 어떻게 생각하는가?
- 접근성 평가하기: ICT 또는 새로운 기술에 대한 접근성은 남성과 여성, 다양한 연령대 집단(어린이와 노인 모두), 장애인, 또는 소수 민족이나 토착민, 이주민과 같이 소외된 계층의 역량을 강화하는 데 필수적이다. 거주 지역 또는 국제 자료를 활용하여 ICT 또는 새로운 기술에 대한 접근성이 어떠한지 알아보자. 여성과 장애인, 이주민 등의 인터넷 접근성 및 사용도는 어떠한가? 여성은 남성과 동일한 접근성을 누리고 있는가? 장애인과 이주민의 경우는 어떠한가? 각 나라에서 인터넷을 사용하기 시작하는 연령은 몇 살인가? 이를 통해 알 수 있는 시사점은 무엇일까? 불평등한 접근성에 내포된 정치적 결정이나 사회적 차이에는 무엇이 있을까? 새로운 기술 접근성으로부터 소외된 집단이 있다면 어떤 대응을 할 수 있을까? 학습자는 한 나라의 사례를 골라 분석하거나 또는 다양한 나라의 사례를 비교해 볼 수 있다. 만약 내가 살고 있는 나라와 지역에서 해당 내용에 대한 정보를 찾을 수 없다면, 그 이유를 알아보자. 관련 데이터의 부재에 책임이 있는 기관이나 부처는 어디일까? 어떤 일을 할 수 있을까?
- 공공 기관 홈페이지에 대한 사례 연구: 시 당국과 지자체, 정부와 같은 기관이 시민의 활동과 상호작용을 활성화하는 방법에는 무엇이 있을까? 예를 들자면 e-거버넌스 시행이 있다. 또 다른 예를 찾기 위해 국가의 수도와 대도시 및 소도시 홈페이지를 선택하여 이들이 시행하고 있는 e-정부 시스템을 비교해 보자. 각 홈페이지가 주민을 위해 제공하는 온라인 서비스를 개선하는 방법은 무엇인지, 시민의 지역 참여를 지원하는 방안은 무엇인지 생각해 보자. 또 다른 예로는 학교나 병원, 요양원 같은 공공시설을 찾아 각 홈페이지가 외부 사람들과(이해관계자들)과의 소통 활성화를 도울 수 있는 방안을 알아보자. 알아본 내용을 토대로 표를 만들어 다양한 역할과 기능을 정리해 보자. 홈페이지가 제공하는 참여 서비스의 기능 개선 방법은 무엇일까?

- 참여적 과정 만들어 보기: 우리나라에서 찾을 수 있는 공공 참여 과정에는 무엇이 있는가? 시민이 공공 계획과 예산 편성, 계획 실행 및 과정 개선에 참여할 수 있는 방법은 무엇일까? 공공 분야 중 하나를 골라(예를 들어 청소년의 정치 활동) 지역 시민이 조화할 수 있는 표를 만든 뒤, 해당 분야에 시민이 어떻게 참여하고 기여할 수 있을지 채워보자.
- 디지털화를 통해 인식된 변화: 새로운 기술과 기업 서비스가 우리의 학교 교육을 어떻게 변화시켜 왔는가? 내가 속한 세대와 이전 세대의 학교 교육을 비교해 보자. 예를 들어, 현재 60세인 중장년 시민과 학교에서 일상을 보내는 어린이·청소년의 커뮤니케이션 방식은 어떻게 다를까? 상호작용 방식은 어떻게 변화했으며, 교사와 학생, 학부모, 외부 전문가, 시민 등 사이의 새로운 디지털 방식의 소통과 협업이 등장했는가? (1) 학생과 학생의 학습 방법, (2) 교사와 교사의 교직 수행에는 이러한 변화로 인해 어떤 혜택과 불리한 점이 있는가?
- 특정 소셜 미디어 채널에 대한 SWOT 분석: 매우 잘 알려진 휴대폰 애플리케이션을 선택한 뒤 혼자서, 또는 짝을 짓거나 소그룹으로 해당 애플리케이션의 다양한 측면에 대해 SWOT 분석을 진행하자. S는 강점(strengths), W는 약점(weaknesses), O는 기회(opportunities), T는 위협(threats)을 의미한다. 이용자가 애플리케이션을 활용하면서 경험할 수 있는 위의 네 가지 측면을 작성해보자. 내 자신의 경험 또는 동료의 경험을 활용할 수 있고, 해당 애플리케이션을 자주 사용하는 사용자를 찾아 면담을 진행해 볼 수 있다. 분석 결과를 가지고 애플리케이션이 사용자의 일상에 어떤 영향을 미치는지 평가해 보자. 전체적으로 부정적인 영향인가 긍정적인 영향인가? 이에 대한 찬반 의견에는 무엇이 있을까?
- 소셜 미디어에서 변화 만들기: 유튜브, 비메오, 틱톡, 인스타그램과 같은 소셜 미디어에 시청각 콘텐츠를 제작하여 게시하는 사람을 찾아 면담을 진행해 보자. 가능하다면 뚜렷한 철학을 가진 제작자를 찾아보자. 이 제작자의 소셜 미디어 전략은 무엇인지 알아보고, 그/그녀가 민주주의에 기여한 바가 있는지 평가해보자. 그/그녀의 커뮤니케이션은 무엇을 다루고 있으며, 어떤 임무를 수행하는가? 그/그녀의 콘텐츠를 시청하는 구독자들은 어떻게 느끼는가? 콘텐츠가 사람이나 기관의 생각 및 활동을 변화시킨 부분이 있는가? 어떤 면에서 그러했는가? 어떤 단기 또는 중장기적 영향이 있을까?

3 단원: 학습 공간에서 디지털 게임을 포함한 쌍방향 멀티미디어 도구의 사용

학습 시간: 3시간

주요 주제

- 쌍방향 멀티미디어 도구, 공개 교육 자원, 교육 개선을 위한 소프트웨어 해결책의 유형
- 쌍방향 멀티미디어 도구/디지털 게임을 활용한 학습자 친화적 환경 만들기
- 글로벌 이슈에 대한 홍보 및 인식 제고를 돕는 도구로서의 미디어 게임
- 교육적 게임 vs 여가용 게임

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 쌍방향 멀티미디어 도구의 가치를 알아볼 수 있다. 이를테면, 상호작용이 가능한 사이트나 발표, 온라인 토론, 블로그, 위키, 위키책, e-북, 팟캐스트, 비디오캐스팅, 게임 등을 교육과 학습에 활용할 수 있다.
- 쌍방향 멀티미디어 도구 중에서도 게임을 활용하여 사회 능력 및 지적, 시공간적 능력을 개발할 수 있다.
- 쌍방향 멀티미디어 도구 중에서도 디지털 게임을 교육과 학습에서 활용할 수 있다. 학교에서 가르치는 과목의 개념을 소개하기 위해 다양한 쌍방향 멀티미디어 도구/게임을 활용한다.
- 무료로 공개된 소프트웨어나 유료 소프트웨어를 활용하여 개발된 다양한 쌍방향 멀티미디어 도구를 분석하고, 이들을 교육과 학습에 활용할 시 얻는 효과를 평가할 수 있다.
- 교육과 학습 과정에 공개 교육 자원이 제공하는 영향과 기회를 평가할 수 있다.

교육적 접근법과 활동 예시

“오늘날 디지털 학습 솔루션을 만드는 것이 절대적으로 필요하다. (중략) 이를 위해 모든 학습자가 21세기 역량은 물론이요 사회정서적 역량을 갖추는 것이 중요하다.”

쉬리 라메쉬 포크리알(Shri Ramesh Pokhriyal),
인도 인적자원개발부처 장관

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

- 쌍방향 멀티미디어 도구: 교육자는 자신이 가르치는 과목을 떠올려 본다. 검색 엔진을 활용하여 디지털 게임과 같은 쌍방향 멀티미디어 도구를 찾아 목록을 만들어 본다. 교육자나 학습자 집단에 특정 수업을 진행할 때 활용할 수 있어야 한다. 검색을 시작하면, 굉장히 다양한 멀티미디어 도구를 찾을 수 있을 것이다. 게임의 다양성을 위하여 여성이 개발했거나 개발팀의 일원이 여성이었던 게임을 찾아본다. 또는, 소수 집단이나 소외 계층이 개발한 게임을 찾아본다. 내가 사용하고자 하는 목적에 맞추어 활용도가 높은 도구를 우선으로 목록에 포함한다. 활용도 외에 어떤 기준을 고려할 수 있을까? 교육을 위해 쌍방향 멀티미디어 도구를 활용할 때 전문가가 어떤 기준을 고려하는지 찾아본 뒤, 내가 세운 기준과 비교해 보자. 어떤 점을 발견했는가? 전문가가 세운 기준에 동의하는가?
- 내가 만든 도구 목록에서 교육/학습 과정의 협업이나 논의 과정을 활성화하거나 효과적으로 바꿀 수 있는 도구가 있는가? 왜 해당 도구를 선택했는가? 내가 찾은 멀티미디어 기술이 학습자와 교육자의 정보 상호작용 및 콘텐츠 변화, 자신만의 지식 생성에 어떤 도움을 줄 수 있을까?
- 온라인 게임¹⁰⁹⁾: 온라인에서 인권 문제에 대한 무료 시뮬레이션 게임을 진행해 보자. 컴퓨터 게임을 활용하여

글로벌 사안에 대해 창의적으로 생각해 볼 수 있을까? 이와 같은 게임을 함으로써 얻을 수 있는 학습 성과는 무엇일까? 여성과 남성은 게임 속에서 동등하게 등장하는가? 어떤 시사점을 얻을 수 있는가? 변화를 위해 내가 할 수 있는 일은 무엇일까? 교육 기관의 인터넷 접근성이 제한되거나 막혀 있다면, 교육자와 학습자는 다른 공공 인터넷 서비스에서 필요한 자료를 얻을 수 있어야 한다. 인터넷 접근이 불가하다면, 교육자는 온라인이나 전자 형식으로 된 게임을 찾거나, 컴퓨터에 이미 설치된 게임을 활용할 수 있다.

- 특정 과목(언어, 수학, 지리 등)을 다루는 게임에 대해 사례 연구를 진행해 보자. 특정 학습 환경에서 하나 또는 두 개의 게임을 활용하는 실험을 해보자. 어떻게 게임을 사용했으며, 학습 단위 목표 달성에 게임이 어떤 도움을 주었는지 보고서를 작성해 보자.
- 교육과 학습의 한 부분으로 전자 게임을 활용하는 학습 계획을 만들어 가난이나 분쟁, 평화와 같은 글로벌 사안에 대한 인식을 고취해 보자. 수업을 진행한 뒤 교육자와 학습자가 각각의 사안에 대해 느낀 점을 보고서로 간략히 작성해 보자. 특히 교육자와 학습자가 던진 질문, 또는 게임이 제공한 도움을 기록하도록 한다.
- 공개 교육 자원(Open educational resources, OERs): 공개 교육 자원이란 지식 접근성을 지원하는 학습 자료, 도구, 또는 기술로서(전체 수업 계획과 모듈, 자료, 교과서, 영상, 시험, 소프트웨어, 기타 다양한 쌍방향 또는 일방향 자료), 공개 문서 형식을 취하고 있으며, 저작권이 없고 무료 사용이 가능하며 특정 목적에 맞게 재사용하거나 내용을 수정할 수 있다. 학습자는 다음과 같은 활동을 진행해 본다.
 - 공개 교육 자원 접근성을 제공하는 웹 사이트를 여러 곳 찾아, 공개 교육 자원으로 분류되기 위한 조건 및 기준은 무엇인지 알아보자.
 - 공개 교육 자원이 특정 교육이나 학습 환경 및 필요에 의해 만들어지고 활용되며 전달되고 재구성되는 과정을 분석해 보자.
 - 예를 들어, 디지털 게임이 공개 교육 자원으로 분류될 수 있는 방법이 무엇인지 분석해 보고, 저작권법을 포함하여 공개 교육 자원이 되기 위해 갖추어야 할 조건을 이해한다.
 - 도서관 검색 및 토의 수업: 학습자는 자신과 친숙한 전자 게임 속에 구현된 다양한 기술을 알아보고, 분석하고, 비평할 수 있어야 한다. 교육적 가치와 한계점을 기준으로, 전통적 또는 특정 문화권의 전자 게임을 비교해 보자. 학습자는 자신이 찾은 내용을 발표하거나 차트를 만들어 공유해 보자.
 - 토론 수업: 수업 계획을 만들어 단순한 쌍방향 멀티미디어 도구 또는 디지털 게임을 교육과 학습에 활용하는 과정을 담은 활동을 짜보자. 학습자는 디지털 게임을 교육에 활용하는 방안에 대한 찬반 의견 모두를 검토하도록 한다. 한 그룹은 이점을, 다른 그룹은 해결 과제나 불리한 점을 발표해 본다.¹¹⁰⁾
 - 한 걸음 더 나아가기: 유네스코가 제공하는 ‘교사를 위한 공개 교육 자원 플랫폼 ICT 역량 프레임워크’를 찾아보자.

<https://www.oercommons.org/hubs/unesco>. 교육자는 플랫폼을 검토하여 학습 공간에서 ICT를 더욱 효과적으로 활용할 수 있는 방안을 찾아본 뒤 이를 토대로 토론 수업을 진행해 보자. 교육자는 사이트에서 찾은 교육 방식에 친숙한가? 교육자가 미디어·정보 리터러시 연수를 받은 적이 있는가? 자신이 살고 있는 나라와 공동체에서 교사의 ICT 역량 및 미디어·정보 리터러시 활용 능력 증진을 위해 제공하는 과정을 알아보자. 이 활동을 진행할 때는 미디어·정보 리터러시 역량과 기술적 ICT 역량을 잘 구분하도록

109) https://en.wikipedia.org/wiki/Food_Force_2-<https://papersplea.se>-<http://paxwarrior.com/home>

110) 더 자세한 내용은 다음의 3 단원을 참고하자.

http://ames.eun.org/2009/09/teachers_handbook_on_how_to_us.html

하자. 미디어·정보 리터러시를 비판적 사고 과정으로 간주하고, 어떻게 해야 미디어·정보 리터러시 역량을 통해 학습 공간에서의 ICT 활용과 향상을 도울 수 있을지 생각해 본다.

평가 방법 및 제안

- 위의 주제와 관련된 수업 계획을 세우고 계획이 잘 시행되는지 관리하기. 문서화한 뒤 피드백 제공
- 에세이 작성하기
- 평가 목적에 맞추어 기타 활동이나 교육학적 접근법을 만들 수 있다.

본 모듈 참고 자료 및 참고 문헌

Chun, Wendy Hui Kyong. (2015). New Media, Old Media: A History and Theory Reader, 2nd edition (co-edited with Anna Watkins Fisher and Thomas Keenan, Routledge)

Digital Media: New Learners of the 21st Century (film, 2011)
https://www.imdb.com/title/tt2056555/?ref_=nv_sr_srg_0

Games for Learning, various resources from UNESCO's Mahatma Gandhi Institute of Education for Peace and Sustainable Development,
<https://mgiep.unesco.org/games-for-learning>
<https://mgiep.unesco.org/games-for-learning-old-page>

Hjorth, L. (2011). Games and Gaming: An Introduction to New Media. Oxford: Berg.

Lenhart, A. 2009. It's Personal: Similarities and Differences in Online Social Network Use between Teens and Adults. Teens, Social Networking, Generations presentation at the International Communications Association Annual Meeting. (May 2009).
www.pewInternet.org/Presentations/2009/19-similarities-and-Differences-in-Online-Social-Network-Use.aspx

Madden, M. 2009. Eating, Thinking and Staying Active with New Media. Health, Education, Teens, Families, Web 2.0 presentation at the National Institute of Child Health and Human Development. (June 2009).
www.pewInternet.org/Presentations/2009/15-Eating-Thinking-and-Staying-Active-with-New-Media.aspx

Strasburger, V.V. & Donnerstein, E. (2013) The New Media of Violent Video Games: Yet Same Old Media Problems? *Clinical paediatrics*, 2013 53:8, 721–725. Available: <https://doi.org/10.1177/0009922813500340>

UNESCO's Mahatma Gandhi Institute of Education for Peace and Sustainable Development (n.d.), The Draft Industry Guidelines for Digital Learning. Available: <https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides>

UNESCO's Mahatma Gandhi Institute of Education for Peace, (n.d.), A Global Review of Digital Education Media and Resources. Available: <https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides>

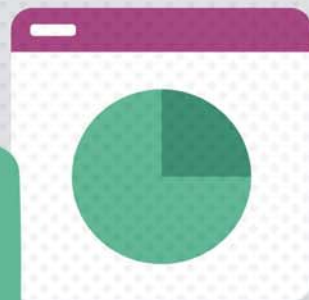
Youth Protection Toolkit, www.yprt.eu

REC



모듈 13:

미디어와 기술, 그리고
지속가능발전목표:
미디어·정보
리터러시의 맥락에서



**“미디어·정보 리터러시를 갖춘 시민은
능동적으로 정보를 찾아 접근하며
비판적으로 평가할 수 있다.
이에 따라 시민은 국제적 소통과
지속가능한 발전을 위한 정보의 잠재력을
동력으로 이용할 수 있는 역량을 갖추게 되며,
우리 시대가 직면한 가장 큰 문제를
해결할 수 있게 된다.”**

유네스코 사무부총장 싱 추(Xing Qu), 2019년

배경과 근거

지속가능발전목표란 ‘모두를 위한 더 지속가능한 미래를 만드는 청사진’¹¹¹⁾이며 전 세계가 함께 마주하는 기회와 과제를 알려준다. 유네스코가 미디어·정보 리터러시 커리큘럼의 개발과 시행을 위해 제시한 국제적 기준은 이 지속가능발전목표를 토대로 만들어졌고, 세계 시민 교육을 가능하게 했다.¹¹²⁾ 미디어·정보 리터러시는 개방되고 지속가능한 발전을 달성하기 위한 도구이며, 이번 모듈은 이러한 주제와 관련된 다른 모듈들을 보완하는 역할을 한다. 미디어·정보 리터러시는 17개의 지속가능발전목표 모두와 연관되어 있다. 그중에서도 내용적으로 관련이 깊은 목표는 다음과 같다. 양질의 교육(목표 4), 성평등(목표 5), 양질의 일자리와 경제 성장(목표 8), 불평등 감소(목표 10), 지속가능한 도시와 주거지 조성(목표 11), 평화, 정의, 효과적이고 책임 있는 기관(목표 16), 글로벌 파트너십 활성화(목표 17)이다.

우리는 세 가지 경우를 생각해 볼 수 있다. 양질의 교육을 다루는 지속가능발전목표 4의 경우, 미디어·정보 리터러시는 청소년과 성인에게 세계 시민성과 평화 구축에 이바지할 수 있도록 비판적 정보와 미디어, 디지털 역량을 제공함으로써 목표 달성에 기여한다. 두 번째는 목표 5로서, 성평등과 여성 역량 강화를 강조한다. 미디어·정보 리터러시는 나이를 불문하고 모든 여성과 남성이 미디어와 디지털

111) United Nations. (2020). About the Sustainable Development Goals. Available:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

112) Singh, J., Grizzle, A., Joan S., and Culver, S. (Eds.) (2015). Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals. International Clearinghouse on Children, Youth and Media, NORDICOM, University of Gothenburg, Sweden. Published in cooperation with UNESCO.

플랫폼에서 찾을 수 있는 성적 고정관념과 혐오, 인종차별적 표현을 구분하고 대응할 수 있게 하며, 사용자 제작 콘텐츠를 통해 반대 담론을 구성할 수 있게 한다. 마지막으로 미디어·정보 리터러시는 목표 16 달성을 지원한다. 목표 16은 정보 접근성에 대한 시민의 비판적 인식을 높임으로써 정보에 대한 공공 접근성과 기본적 자유권을 보장하며, 커뮤니케이션 역량과 디지털 자주성, 기본 자유권, 도시를 포용적이고 안전하며 회복력 있고 지속가능하게 만드는 정보를 비판으로 받아들일 수 있도록 한다.

미디어·정보 리터러시는 다양한 콘텐츠 제공자가 활용한 개발 메시지와 정보를 해석하는 교육, 그리고 비판적 사고를 통해 시민의 인식과 이해가 성장하도록 돕는다. 또한, 정보 접근성이 사회적 맥락에서 수행하는 역할을 활성화하고 지속가능발전목표 달성에 기술을 활용할 수 있도록 한다. 지속가능발전목표에서, 시민 참여를 확대하기 위해서는 정보를 기반으로 한 시민성이 필수적이며, 미디어·정보 리터러시는 정보와 미디어, 디지털 환경에서 살아남는 데 필요한 삶의 능력이다. 유네스코 회원국과 양자 및 다자간 기구들은 지속가능발전목표 달성과 관련된 정책과 프로그램에 미디어·정보 리터러시를 통합하고 있다.

미디어·정보 리터러시를 갖춘 시민은 지속가능발전목표 달성에 필수적인 존재이다. 또 다른 중요한 요소는 디지털 통신 회사와 미디어 자체의 구조 및 구성이다. 미디어와 디지털 통신 회사의 구조 및 구성은 그들의 자유도와 독립성, 다원성의 수준과 연관이 있다(해당 주제 관련 내용은 모듈 1, 2, 용어집을 참고하자). 디지털 통신과 미디어의 소유권 및 통제에 대한 질문은 콘텐츠와 콘텐츠 처리 과정에 지대한 영향을 미치는 만큼 매우 중요하다. 언론인과 기타 정보 전문가가 자유로운 표현과 언론을 위한 실천 속에서 지속가능한 발전과 민주주의를 증진하고자 한다 해도, 몇몇의 비평가에 따르면 이 자유와 독립성은 소유주나 고용주, 광고주의 재정적 또는 정치적 관심에 영향을 받기도 한다.-어떤 경우에는 감지하기 어렵지만 매우 노골적인 경우도 있다. 이와 같은 통제는 사회적이고 경제적이며 환경적이고 정치적(지정학적인)으로 만연해 있는 현실과 소유권 독점에 대한 잠재력으로 인해 초래된 사례가 대부분이다. 따라서, 지역 수준 및 세계 수준에서 미디어, 디지털 플랫폼, 정보 저장소의 편집권 독립과 다원성이 매우 중요하다. 국가 간의 연결성이 증가함에 따라, 정보는 남에서 북으로, 북에서 남으로, 남에서 남으로 퍼지고 있다. 영향력을 가진 지역 미디어와 디지털 통신 회사는 전 세계 미디어와 기술 시스템의 환경 및 설정을 바꾸고 있다.

대부분의 국가에서 일부 매스 미디어와 디지털 통신 회사는 민간 영리 기업이다. 또 민간 소유이지만 비영리 재단인 경우가 많으며, 정부가 소유하거나 통제하는 기관도 있다. 방송 분야에서는 공영방송 모델이 상업 방송과 정부가 소유한 미디어의 대안으로 간주된다. 공동체가 소유한 미디어가 점점 더 많은 인기를 얻고 있다는 점은 꽤나 고무적인데, 이는 지역 주민이 직접 콘텐츠 개발에 참여하고 사회 소외계층의 목소리를 높일 수 있다는 점에서 그러하다. 이 같은 미디어 유형과 콘텐츠 속 다원성은 지속가능한 발전에 큰 가능성을 보여준다. 대안적 미디어 또한 유색인종 같은 소외 계층과 남녀노소 모두의 목소리를 높여준다. 공동체 미디어(대안적 미디어의 하나)는 학교나 공동체, 직장 등에서 만들 수 있으며, 거대 미디어의 대안이 될 수 있다. 이 같이 ‘작은’ 미디어 채널은 정보에 대한 권리를 증진하고 공동체에 플랫폼을 만들어 제공하며 공동체의 목소리를 방송하고 전달될 수 있게 해준다.

이번 모듈을 구성하기 위해 유네스코의 미디어·정보 리터러시와 문화 간 대화 대학 협의회(MILID Network) 연감 2015, 그리고 지속가능발전목표를 위한 미디어·정보 리터러시¹¹³⁾를 부분적으로 참조하였다.

113) https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf

단원 구성

1단원:

지속가능발전목표 달성을 위한
미디어·정보 리터러시의 역할

2단원:

미디어와 디지털 통신 회사의 사회·문화·
정치적 측면

3단원:

미디어 소유권과 정보의 상품화

4단원:

디지털 기술을 통한 대안 미디어 활용하기

5단원:

우리 사회의 뉴미디어 기술 활용하기-
사회 변화

1 단원: 지속가능발전목표 달성을 위한 미디어·정보 리터러시의 역할

학습 시간: 2시간

주요 주제

- 지속가능한 발전을 위한 미디어·정보 리터러시 교육과 학습
- 지속가능발전 교육
- 교육 커리큘럼 속 미디어·정보 리터러시 모델 탐색, 참여, 강화
- 발전을 위한 데이터와 도서관
- 모두를 위한 미디어·정보 리터러시 글로벌 파트너십: 유네스코 미디어·정보 리터러시 협의체
- 미디어·정보 리터러시 도시
- 미디어·정보 리터러시, 언어적 다양성, 문화 간 소통
- 성평등과 장애인을 위한 미디어·정보 리터러시
- 지식 사회로 가는 미디어·정보 리터러시: 환경, 기후 위기, 보건, 농업

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 미디어·정보 리터러시와 지속가능한 발전 목표의 연관성을 이해할 수 있다. 미디어·정보 리터러시가 다양한 개발 관련 사안에 적용되는 사례를 설명할 수 있다.
- 데이터와 도서관의 중요성을 이해하고 설명할 수 있다.
- 유네스코 미디어·정보 리터러시 협의체에 동기를 부여하고 참여하며, 도시 공간 속에서의 창의적 학습과 미디어·정보 리터러시 도시의 삶을 지원할 수 있다.

미디어·정보 리터러시의 세 가지 E모델

알라가란 II (Alagran II, 2015)는 미디어·정보 리터러시 교육과 학습 시 탐색(Explore), 참여(Engage), 권한부여(Empower)의 세 가지 E모델¹¹⁴⁾ 적용을 제안했다.

114) Alagaran II, R. J. Q.;(2015). Explore, Engage, Empower Model: Integrating Media and Information Literacy (MIL) for Sustainable Development in Communication Education Curriculum. In Singh, J., Grizzle, A., Joan S., and Culver, S. (Eds.) (2015). Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals. International Clearinghouse on

1. 탐색(explore)이란 정보와 미디어, 디지털 콘텐츠를 능숙하게 찾고 접근하며 검색하는 것이다.
2. 참여(engage)란 미디어와 정보, 디지털 커뮤니케이션을 비판적으로 분석하고 평가하는 것이다.
3. 권한부여(empower)란 정보와 미디어 콘텐츠를 윤리적이고 안전하고 책임감 있게 제작하고 생산하며 공유하고 소통하는 것으로, 의사 결정과 개발을 위한 행동을 위한 것이다.

세 가지 E모델은 유네스코의 지속가능발전 교육 프레임워크와 동일선상에 있다. 지속가능발전 교육은 학습자가 환경과 문화 다양성에 연관된 정보에 기반해 행동하도록 권한을 강화하는 평생학습의 유형으로, 사회 변화를 추구한다. 유네스코는 다음과 같은 학습 성과를 제시했다: 학습을 활성화하고 핵심 역량을 증진한다. 핵심 역량에는 비판적이고 체계적인 사고, 협업을 통한 의사 결정, 현재와 미래 세대를 위해 책임감 있게 행동하기 등이 있다. 이에 대해 더 알아보기 위해 #ESDfor2030 도구상자를 찾아보자.

<https://en.unesco.org/themes/education-sustainable-development/toolbox>

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

- 교육자는 학습자가 세 가지 E모델을 #ESDfor2030 도구 상자에 적용하도록 지도하자. 지속가능발전 교육의 다섯 가지 우선 실천 영역은 무엇인가? 실행의 여섯 분야는 무엇인가? 학습자의 공동체나 나라가 우선 실천 영역을 제대로 시행하고 있는지 알아볼 수 있는 방법이나 장소는 어디인가? 학습자가 하나 또는 두 개의 분야에 집중하여 미디어·정보 리터러시 역량을 활용하는 정보를 비판적으로 평가해보자. 학습자가 할 수 있는 행동은 무엇인가?
- 지속가능발전 교육 프레임워크의 우선 실천 영역 4는 ‘청년의 권한부여와 참여’이다. 학습자가 청년일 경우, 청년이 ‘유네스코 프로젝트 플래너-청년의 아이디어를 실천 가능한 프로젝트 계획으로 만드는 것을 돕는 팀’의 콘텐츠를 탐색하고 분석하도록 하자.
- <https://en.unesco.org/youth/toptips>. 학습자는 프로젝트 계획에서 무엇을 바꾸려 하는가? 여아의 관점 및 참여가 참여가 해당 계획에서 명백하게 드러나고 있는가? 학습자는 어떻게 새로운 아이디어를 제공하여 프로젝트 계획을 수정하고, 여아와 남아 또는 청년층의 여성과 남성이 모두 포함될 수 있도록 보장할 수 있을까? 교육자와 학습자가 프로젝트 계획에 미디어·정보 리터러시를 통합할 수 있는 방법은 무엇일까? 학습자 그룹은 실천 가능한 프로젝트 계획을 지속가능발전 교육과 연관 지어 소규모, 중간 규모, 대규모로 개발하도록 한다. 각 학습 계획에 미디어·정보 리터러시와 관련된 활동이 꼭 포함될 수 있도록 하자. 관련 당국에 도움을 요청하여 대규모 프로젝트를 시행할 때 필요한 재정적 지원을 받을 방법이 있는지 알아보자. 교육자와 학습자는 해당 과정을 거치며 세 가지 E모델이 적용되고 있다는 것을 알 수 있는가?
- 학습자는 소그룹을 만들어 지역이나 국제 미디어, 뉴스 네트워크 또는 온라인 디지털 통신 중 하나를 선택한다. 지속가능발전 교육과 관련된 사안을 다룬 뉴스 보도나 다큐멘터리, 어린이와 청소년을 위한 애니메이션 콘텐츠를 찾아보자. 내가 찾은 콘텐츠의 사실성을 분석해 보고, 미디어·정보 리터러시와 관련된 다음의 질문

Children, Youth and Media, NORDICOM, University of Gothenburg, Sweden. Published in cooperation with UNESCO.

을 던져보자. 콘텐츠를 제작한 주체는 누구인가? 제작의 목적은 무엇인가? 전달하는 메시지는 무엇인가? 근거로 제공하는 자료는 무엇인가? 무엇을 포함하고 있는가? 배제되는 것은 무엇일까? 콘텐츠를 통해 혜택을 입는 주체는 누구인가? 해당 정보에 영향을 받는 사람은 누구일까? 학습자는 온라인과 오프라인 네트워크에 검증된 콘텐츠를 공유하도록 한다.

- 전 세계에서 활용되는 다양한 모바일용 애플리케이션과 학습 프로그램을 알아보자. 하나의 예로 유네스코의 ‘청소년 모바일(YouthMobile)’ 기획을 들 수 있다.

<https://en.unesco.org/youthmobile>. 학습자가 아이디어를 구상하고 대략적인 계획을 구성하여 모바일에서 사용할 수 있는 애플리케이션을 개발하도록 하며, 지속가능발전 교육과 미디어·정보 리터러시를 홍보하는 용도로 쓰도록 해보자. 기존의 애플리케이션 중 유사한 용도를 가진 것이 있는지 검색해 보자.

- 지속가능발전목표를 관리 감독하는 데 있어 데이터는 매우 기본적인 요소이다. 도서관이나 교실에서 읽기 수업을 진행해 보자. 유네스코 자료인 《지속가능발전목표를 위한 미디어·정보 리터러시(Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals)》에서 다음 두 개의 단원을 찾아 읽고 이야기 나누어보자.

https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf

1. 데이터 리터러시: 도서관의 책임감(Data Literacy: An Emerging Responsibility for Libraries), 티보 콜테이(Tibor Koltay), p. 131
2. 미디어·정보 리터러시 측정하기: 지속가능발전목표에 대한 시사점(Measuring Media and Information Literacy: Implications for the Sustainable Development Goals), 알톤 그리즐(Alton Grizzle), p. 107

콘텐츠를 해체하고 분석해 보자. 비판적 질문을 던져보자. 위의 단원에서 제공한 참고 자료를 검토해 보고, 주장하는 바를 뒷받침할 수 있는 다른 증거를 찾아보자. 학습자는 단원에서 주장하는 바에 동의하는가? 이유는 무엇인가? 학습자가 실천할 수 있는 것은 무엇일까? 모듈 7에서 제시하는 지속가능발전목표의 지표 관련 활동을 알아보자.

국제도서관협회연맹(IFLA)는 도서관과 정보 서비스를 활용하는 시민을 위한 서비스 활성화에 힘쓰는 단체이다. 해당 사이트를 방문해 관련 정보를 찾아보자. <https://www.ifla.org/about>. 연맹은 2015년 지속가능발전목표가 채택되기에 앞서 유엔 회원국과 협의를 진행한 바 있다.

- 연맹의 프레임워크인 ‘도서관, 개발과 유엔 2030 어젠다’를 읽어보자.

<https://www.ifla.org/libraries-development>. 도서관이 더 발전할 수 있는 방안은 무엇인가? 학습자의 지역이나 공동체, 학교 도서관이 해당 프레임워크를 실천하고 있는지 알아보자. 학습자가 할 수 있는 행동은 무엇인가? 연맹의 국제 지원 프로그램 홍보를 돕거나 참여하는 방안은 무엇일까? 연맹의 지속가능발전목표 프레임워크가 미디어·정보 리터러시 권고 사항과 어떤 연관이 있는가?

<https://www.ifla.org/publications/ifla-media-and-information-literacy-recommendations>

- 도서관이나 교실에서 읽기 수업을 진행해 보자. 앞에 언급한 유네스코 자료 《지속가능발전목표를 위한 미디어·정보 리터러시》 257~287쪽에 나오는 ‘성평등과 장애인을 위한 미디어·정보 리터러시(MIL for gender equality and persons with disabilities)’ 섹션을 읽고 이야기 나눠보자.

https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf. 해당 섹션에서 제시하는 주장 및 근거를 비판적으로 분석해 보자. 학습자가 할 수 있는 행동은 무엇인가? 학습자가 지속가능발전목표와 연관이 있으며 여성과 여아, 남자, 장애인을 위한 프로그램 및 프로젝트를 찾아보도록 한다. 섹션에서 다루는 논의를 유엔이 정한 국제 장애인의 날(12월 3일)¹¹⁵⁾과 국제 여성의 날(3월 8일)에 연관지어보자. <https://www.un.org/en/observances/womens-day/background>;

- 위의 활동을 같은 자료의 ‘지식 사회를 향한 미디어·정보 리터러시: 환경, 기후 위기, 보건, 농업(MIL to advance knowledge societies: Environment, Climate Change, Health, and Agriculture, 299-327 쪽) 섹션을 이용해 반복해 보자. 지속가능발전목표 17은 지속가능한 발전을 위해 글로벌 파트너십을 활성화하고자 한다. 금융과 기술, 역량 다지기, 거래, 시스템 관련 문제로 구성되어 있으며, 다수 이해관계자 간의 파트너십, 데이터, 관리, 책무성 등을 포함한다. 이와 같은 맥락에서 미디어·정보 리터러시는 중요한 역할을 제공할 수 있다. 유네스코와 파트너는 유네스코 미디어·정보 리터러시 협의체(전 ‘미디어·정보 리터러시 글로벌 협의체’)를 구성하였다.

<https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil>. 또한 이와 관련하여 지속가능발전목표 11은 포용적이고 안전하며 회복력 있고 지속가능한 도시와 주거지 조성을 다룬다. 이와 유사하게 유네스코와 파트너는 글로벌 미디어·정보 리터러시 도시 프레임워크를 만들었다. 프레임워크는 여기서 다운받을 수 있다.

<https://en.unesco.org/milcities>. ‘미디어·정보 리터러시 도시’ 계획은 시민에 집중한다. 도시 계획의 주요 목적은 시민의 역량을 더 개혁적이고 창의적으로 강화하고, 도시의 공간과 도시의 삶 속에서 미디어·정보 리터러시를 학습하여 전 세계 다른 도시와 연결되고 시민의 역량을 증진하는 것이다. 여기서 ‘도시’란 다양한 공동체 공간을 모두 일컫는 용어이다.

- 지속가능발전목표 11과 17을 탐색해보자. 미디어·정보 리터러시는 해당 목표와 어떤 연관성이 있으며, 목표 달성에 어떤 도움을 줄 수 있을지 알아보자. 유네스코 미디어·정보 리터러시 협의체와 미디어·정보 리터러시 도시 프레임워크를 찾아보자. 관련된 자료를 다운받아 학습하자.
- 통상적으로 미디어·정보 리터러시를 증진하는 데 앞장선다고 보기 어려운 기관들을 생각해보자. 지자체나 지자체장 네트워크, 선거위원회 및 관련 기관들, 교통 시스템, 영화위원회, 미디어 규제 기관, 엔터테인먼트와 보건 및 사회 다양한 부문, 예술 학교와 기타 문화 단체, 도시 박물관, 창의적인 도시 네트워크, 환경 보호와 폐기물 관리 주체, 전문가 협회, 연구 기관, 비정부기구, 지역 공동체와 기타 사회 센터 등을 포함하여 생각해보자. 언급한 도시의 다양한 주체가 미디어·정보 리터러시를 홍보할 방안은 무엇일지 논의하고 권고 사항을 만들어 보자. 포스터나 인포그래픽을 구성하여 온라인과 오프라인에서 공유할 수 있도록 해보자. 학습자의 도시 또는 위에서 언급한 주체들이 미디어·정보 리터러시 도시 계획에 참여하도록 지원할 수 있는 방안은 무엇일까? 학습자가 유네스코의 미디어·정보 리터러시 연합에 참여하여 미디어·정보 리터러시와 지속가능발전목표를 둘러싼 파트너십을 홍보할 수 있는 방안은 무엇일까? 지역이나 국가적인 규모의 미디어·정보 리터러시 네트워크를 형성하거나 참여, 홍보할 수 있는 방법은 무엇일까? 또는 학교나 공동체에서 미디어·정보 리터러시 및 지속가능발전목표 클럽을 만들 수 있는 길은 무엇일까? 학습자가 유네스코 미디어·정보 리터러시 연합을 기관이나 개인으로써 참여할 수 있도록 지도하자.

115) <https://www.un.org/en/observances/day-of-persons-with-disabilities#:~:text=UNESCO%20will%20>

평가 방법 및 제안

- 위의 활동을 기반으로 한 연구 프로젝트 진행하기
- 맥락 분석 활동을 토대로 한 아이디어 구상하기

추후 고려할 만한 주제

- 지속가능발전목표와 연계된 국가적 미디어·정보 리터러시 정책 지지
- 국가적 미디어·정보 리터러시 평가
- 지속가능발전목표 달성과 디지털 시대의 소통에 종교적 지도자가 참여할 수 있도록 하는 미디어·정보 리터러시
- ICT와 지속가능발전목표

2 단원: 미디어와 디지털 통신 회사의 사회·문화·정치적 측면

학습 시간: 2시간

주요 주제

- 자기 나라의 미디어와 디지털 통신 회사, 사회구조
- 자기 나라의 미디어와 디지털 통신 회사, 문화
- 미디어와 디지털 통신 회사, 정치적 상황

학습 목표

- 미디어 기관과 디지털 통신 회사, 사회 구조 사이의 연관성을 이해할 수 있다.
- 미디어 기관과 디지털 통신 회사, 사회 내 문화 상황 사이 존재하는 연관성을 이해할 수 있다.
- 정치적 분위기와 사회가 미디어 기관 및 디지털 통신 회사의 기능에 어떤 영향을 미치는지 이해할 수 있다.

교육적 접근법과 활동 예시

미디어와 디지털 통신 회사는 사회의 진공 상태에서 운영되는 것이 아니라 다양한 사회 기관과 공존한다. 콘텐츠를 제공하는 기관과 기타 기관, 이를테면 정치적, 사회적, 문화적, 경제적 기관들 사이에는 매우 강력한 연관성이

존재한다. 콘텐츠 제공자는 이와 같이 우리 사회의 다양한 기관에 영향을 미치는 동시에 영향을 받기도 한다. 물론 이러한 상호 영향의 정도는 나라마다 다르다. 예를 들어, 우리 사회의 정치 체제는 미디어 기관에 많은 영향을 미치며, 미디어의 자유 또한 사회의 정치 체제에 영향을 미친다.

미디어 기관과 디지털 통신 회사는 국가 경제 시스템의 영향도 받는다. 민간 영역이 사회를 구성하고 있을 때 미디어 기관은 광고 및 기타 자금 출처를 주 재원으로 활용할 수밖에 없다. 반면에 사회 규제 시스템이 더 적용된 경우라면 미디어 기관은 당국에서 지원을 받거나 정부의 목소리를 대변하는 역할 또한 수행하게 된다. 문화의 경우도 마찬가지다. 미디어 기관과 디지털 통신 회사는 한 사회의 문화와 전통에 영향을 받는다.

이번 단원은 학습자가 대화식으로 이끌어가는 활동으로 이루어져있다. 각 사안에 대해 자신이 속해 있는 사회에서 예를 찾도록 한다(더 많은 정보와 활동을 알아보기 위해 모듈 1, 2, 12 등을 참고하자).

- 우리 사회의 미디어와 디지털 통신 회사는 규제로부터 자유로운 편인가? 시민은 사회의 문화나 전통에 개의치 않고 자신의 의견을 자유롭게 개진하는가? 언론인은 기사 보도 시 검증에 관한 직업 규범에 따라 자유롭게 활동하며, 취재한 정보는 공익을 고려하여 발행되는가?
- 미디어와 디지털 통신 회사는 스스로 천명한 윤리 강령을 준수한다고 할 수 있는가?
- 경제 상황이 미디어 전문가의 활동에 어떤 영향을 미치는가? 미디어 기관 및 디지털 통신 회사는 재정을 어떻게 충당하는가? 재정의 주요 기반은 무엇인가? 광고인가, 기타 재원인가, 아니면 둘 다 인가?
- 미디어 기관과 디지털 통신 회사를 소유하는 주체와 그들의 중요성에도 관심을 기울일 필요가 있다.
- 미디어 소유권에 대해서는 다음 3단원의 내용을 참고하자.

3 단원: 미디어 소유권과 정보의 상품화

학습 시간: 2시간

주요 주제

- 세계 경제, e-커머스
- 디지털 통신 회사와 미디어 소유권
- 커뮤니케이션 패턴과 미디어 소유권, 통제권
- 민영(상업) 미디어, 정부가 소유하거나 통제하는 미디어, 공영 미디어 조직(공영방송)
- 공동체 미디어와 디지털 프로젝트
- 기술 융합(대중매체, 디지털 통신 회사의 전기 통신과 컴퓨터)과 미디어 디지털 통신 복합 기업의 등장
- 다국적 미디어(글로벌 미디어 디지털 통신 기업)의 출현

- 미디어 소유권과 반독점법에 대한 국제적·국가적 프로토콜
- 미디어 디지털 통신 회사의 소유권, 콘텐츠 개발 및 프로그램 구성
- 해외 콘텐츠 vs 지역 콘텐츠
- 공공재로서의 정보 vs 유료 재화로서의 정보
- 미디어 상품과 서비스의 평가 지수인 시청률과 판매 부수
- 소비자 보호 운동 사회(수용자의 필요 vs 바람과 욕구)
- 정보의 상품화 전략 및 접근법
- 지식재산권과 자유 이용 저작물(모듈 3 참고)
- 저작권과 기타 독점적 정보권(모듈 3 참고)
- 자유 이용 저작물
- 오픈소스 소프트웨어와 크리에이티브 커먼스

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 미디어 소유권과 통제에 관련된 다양한 유형 및 양식을 설명할 수 있다.
- 미디어 소유권과 통제가 미디어 정책과 처리 과정, 콘텐츠와 전파에 미치는 영향을 평가할 수 있다.
- 미디어 융합이 콘텐츠 개발(예를 들어 외부 제작, 해외로의 업무 위탁, 콜센터 업무 같은 것을 집에서 처리하는 홈소싱(home sourcing))에 대한 새로운 접근법을 활성화하는 방안을 알고 있다.
- 기존의 국제 협약과 국가 법률/정책이 미디어 소유권 구조의 틀을 형성하거나 규제하는 방식을 이해할 수 있다.
- 정보의 상품화를 정의할 수 있다.
- 정보 상품화의 다양한 전략 및 접근법을 인지할 수 있다.
- 독점적 정보권과 자유 이용 저작물의 차이를 구분하고, 모두에게 공평한 정보 접근성과 공공의 이익을 증진하는 자유 이용 저작물 활용이 주는 혜택을 이해할 수 있다.

배경과 관련 이슈

다국적 미디어 디지털 복합 기업으로 칭할 수 있는 글로벌 미디어 디지털 통신 회사는 그동안의 최소 규제 덕분에 지금과 같은 성장을 이루었다. 그들의 영향력은 지리적, 경제적, 정치적 장벽을 넘어 퍼져나갔다. 글로벌 미디어 디지털 통신 회사에는 지역 수준에서 운영되는 회사도 포함된다. 반독점 규제에도 불구하고 미디어 융합이 일어나면서 국내 수준 또는 국제적 수준의 미디어 기업 간 인수합병이 활발해졌다. 다수의 매스 미디어가 통신, 웹 애플리케이션, 엔터테인먼트(영화 및 비디오 게임) 회사와 연합하고 있다. 이 같은 연합으로 새롭게 태어난 회사는 이제 메시지와 이미지, 목소리를 전 세계에 전파할 수 있게 되면서 더욱 강력해졌고, 다양한 플랫폼(인쇄물,

방송, 디지털)을 통해 아주 외진 곳까지 손을 뻗을 수 있게 되었다.

글로벌 미디어 디지털 통신 회사의 등장은 기회와 과제를 동시에 가져다주었다. 일부 커뮤니케이션 학자는 이 같은 현상으로 인한 문화적 동질성의 위협을 경고했지만, 동시에 문화적 다양성과 다원성을 증진할 기회도 무시할 수 없다(지역 미디어 콘텐츠를 제작하고 공유하며 교환하는 것이 훨씬 용이해졌다). 글로벌 미디어는 또한 전문성에 대한 더 높은 기준을 설정할 능력과 자료를 보유하고 있다. 결과적으로 다수의 지역 미디어는 프로그램의 수준을 향상시켜 경쟁력을 갖추 수밖에 없게 되었다. 이에 더해, 세계를 무대로 영향력을 미치는 개발 관련 사안들, 이를테면 기후 위기나 팬데믹, 또는 생물학적 다양성에 대한 위협은 글로벌 미디어를 통해 효과적으로 알려질 수 있다. 게다가 지역의 정치·경제적 제약 때문에 유아무야 덮일 수밖에 없던 특정 국가의 이야기도 독립적인 글로벌 미디어를 통해 전 세계 수용자에게 모습을 드러낼 수 있다. 글로벌 디지털 기업은 엄청난 규모의 콘텐츠와 네트워크 보안을 감당할 수 있는 재원을 보유하고 있다.

미디어와 디지털 통신 기업이 정치적 상황 및 환경에 미치는 영향 또한 변화하고 있다. 새로운 미디어 기술을 통해 정보는 국가적 한계를 넘어 양방향으로 흐를 수 있게 되었으며, 공공 담론을 위한 플랫폼 또한 더욱 광범위하고 다양해졌다. 이 모든 현상은 관용과 이해를 쌓아가며 더불어 국경을 넘은 국제적 사업 운영도 가능하게 만들었다. 무엇보다 중요한 사안은 다음과 같다. 미디어와 디지털 통신이 우리에게 더 많은 선택권과 자유를 줄 수 있는 방법은 무엇일까? 현재 가장 지배적인 상업 미디어와 디지털 시스템에 주의를 더욱 기울일 필요가 있는데, 광고가 주요 수입원이기 때문이다. 미디어가 독립성을 유지하며 시민의 신뢰를 받는 동시에 계속해서 수익을 창출하고 (운영의 측면에서) 지속가능한 기관이 되는 방법은 무엇일까? 미디어의 관심사가 한쪽으로만 기울 경우 어떤 현상을 초래하게 될지 또한 생각해 봐야 한다.

정부의 통제와 같이 미디어에 대한 독점적 소유권은 미디어의 다양성과 다원성에 큰 위협이 될 수 있으며, 표현의 자유에도 악영향을 미칠 수 있다. 경제 규제는 저널리즘의 전문성과 독립성을 지키기 위해 독점을 막는 데 매우 중요한 역할을 한다. 다양한 관점은 다양한 형태의 소유권(공영, 민영, 비영리 등)이 공존할 때 만들어질 수 있으며, 미디어 종류(인쇄물, 라디오, 텔레비전, 인터넷 등)가 다양할수록 보장된다. 뉴스 미디어를 볼로로 잡고 소규모의 경쟁자들을 무너뜨릴 수 있는 디지털 통신 회사의 경우 또한 마찬가지이다.

논의해 볼 점: 민주주의와 발전을 위해 다양하고 다원적인 정보 출처의 광범위한 정보 전달은 매우 필수적이다. 소유주가 다른 신문사와 방송사는 서로의 콘텐츠를 비판할 수 있는 반면, 단일 소유주가 미디어를 독점한다면 자신의 콘텐츠를 홍보하는 데만 집중하여 어떠한 비판 또는 비평에도 귀 기울이지 않을 것이다.

사례 연구

- 미디어 소유주의 정치·경제적 관심사가 특정 사건에 대한 뉴스 보도에 영향을 끼친 사례에 관한 기사를 찾아보자. (모듈 2의 2단원과 3단원을 참고하여 뉴스 가치와 뉴스 기사 보도의 과정에 대한 배경지식을 찾아보자.) 학습자는 영향력이나 통제의 정도에 영향을 미치는 요소가 무엇인지 알아볼 수 있다.
- 디지털 통신 회사의 뉴스에 대한 게이트키퍼가 뉴스의 중요성과 경제적 자립 능력에 미친 영향을 알아보자.

맥락 분석

- 주요 텔레비전 방송사(민영방송, 국영방송, 공영방송)가 다룬 국가적 사안을 찾아보고, 각 방송사가 사안을 바라보는 관점과 기사를 보도한 방식 등을 비교 및 대조해 보자. (모듈 2의 2단원과 3단원을 찾아 뉴스 가치와 뉴스 기사 보도의 과정에 대한 배경지식을 찾아보자.)
- 학교 유형(종교학교 vs. 비종교, 사립 vs. 공립, 주립 vs. 지역 학교)에 따라 학교 신문의 편집 정책이 어떻게 다른지 알아보자. 소유권이 출판물 관리와 콘텐츠 편집권 등에 미친 영향을 찾아보자.
- 두 가지 미디어, 그중에서도 가능하다면 서로 다른 국가의 미디어를 찾아 동일한 사안을 보도한 기사를 찾아 보고, 둘의 관점이나 보도 방식에는 어떤 차이가 있는지 비교 및 대조해 보자.
- 디지털 회사에 뉴스 콘텐츠 사용료를 부과하도록 한 호주의 2021년 ‘뉴스 미디어와 디지털 플랫폼 협상법’ 같은 정책을 찾아 내용을 검토해보자.
- 주요 신문사나 뉴스 채널의 경제부에서 다룬 사안은 무엇이 있었는지 적어도 2-3일을 할애하여 찾아보자. 경제부의 모든 기사 중 사기업에 대해 다룬 기사는 얼마나 있는지 매일 확인해 보자. 기사는 어떤 기업을 다루고 있냐에 따라 ‘좋은’ 기사나 ‘나쁜’, 또는 ‘중립적인’ 기사로 분류될 수 있다.
- 페이스북, 시나 웨이보 같은 소셜 미디어 플랫폼이 제공하는 뉴스 피드는 어떤지 비교해보자.

탐구 중심적 접근법/연구

- 교육자는 최소 10명의 초등학생과 면담을 진행하여 특정 상품이나 브랜드를 선호하는 이유를 알아보자. 학습자는 학생들의 답변을 수집, 분석하고 언급된 상품의 광고를 가장 인기 있는 상품/브랜드와 비교해 보자.

지식재산권에 대한 연구 보고서

- 교육자는 지식재산권의 다양한 측면을 탐색하고, 모두를 위한 정보 접근성에 시사하는 바를 알아보자. 보고서는 지식재산권의 역사적 배경을 비롯하여 지식재산권이 준 이로온 점과 불이익, 지식재산권으로 불거진 문제 사례, 지식재산권에 반해 개발도상국이 겪는 문제 등을 다룰 수 있다. 유럽연합 회원국에서 구글이나 페이스북과 같은 글로벌 플랫폼 회사가 언론사 뉴스를 링크할 경우 내야 하는 비용을 일컫는 ‘링크세(link tax)’에 대한 논의도 검토해 보자.

생각해보기

- 교육자는 신문사의 발행 부수 또는 텔레비전 방송사의 시청률에 대한 정보를 입수한다. 학습자는 해당 정보를 보고 가장 많은 발행 부수를 가진 신문사 또는 시청률이 높은 방송사의 프로그램 구성 및 편집 스타일을 생각해 보고 보고서를 작성해보자.
- 광고료와 관련해 신문사와 방송사의 수용자 규모와 수준에 대한 디지털 통신 회사의 주장을 검토해보자.

연구 프로젝트

- 주요 미디어 기관의 등록 소유자에 대해 조사 연구를 진행하여 기타 경제 및 정치적 이해관계와 어떤 관련이 있는지 알아보자. 해당 내용을 담아 표로 구성할 수 있다.
- 페이스북이나 타링가!, 위키피디아와 같은 회사를 소유하고 통제하는 주체는 누구인지 알아보자.

평가 방법 및 제안

- 미디어 소유권과 통제, 인터넷 회사 소유권과 통제에 대한 연구 논문 작성하기
- 사례 연구 분석에 참여하기

맥락 분석 활동을 토대로 한 아이디어

- 분석 및 연구
- 사례연구/ 연구 논문
- 토론 수업 참여와 그룹 학습 활동
- 정보/지식 사회
- 디지털/ 지식 격차
- 모두를 위한 정보 접근성 관련 사안: 지식재산권과 자유 이용 저작물

추후 고려할 만한 주제

- 미디어에 관련된 창의적 산업의 출현
- 게임 개발(쌍방향 엔터테인먼트 소프트웨어)
- 전자 출판
- 영화, 영상, 사진
- 소프트웨어와 컴퓨터 서비스
- 기타

4 단원: 디지털 기술을 통한 대안 미디어 활용하기

학습 시간: 2.5시간

주요 주제

- 대안 미디어의 출현 배경
- 주류 미디어의 공신력
- 정보통신 기술의 도래
- 미디어 습관과 소비자 선호도의 변화
- 주류 미디어에 비교한 대안 미디어의 정의
- 대안 미디어의 소유권 및 통제(소유권과 통제권 민주화). 대안 미디어의 수용자: 다양한 집단(여성, 청소년, 어린이, 노동자 등)과 소외계층(문화적 공동체, 이주민 등)
- 대안 미디어 콘텐츠(예: 공동체 또는 특정 집단 개발 사안과 우려)
- 대안 미디어의 저널리즘 과정(공동체 관점, 참여적이고 상호작용적인 접근법)
- 우리 사회의 대안 미디어의 역할(예: 투명성, 표현의 다양성 및 자유)
- 다양한 환경에서의 대안 미디어 기획, 관리, 지속하기
- 학교 속의 대안 미디어
- 공동체의 대안 미디어
- 대안적 미디어의 수익 창출 모델

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 대안 미디어의 이론과 특징, 응용 방식을 정의할 수 있다.
- 대안 미디어의 다양한 구성 방식-인쇄, 방송, 전자- 예를 분석할 수 있다.
- 주류 미디어와는 다른 대안 미디어만의 편적 과정(기획과 제작, 전파를 포함하는)을 설명할 수 있다.
- 대안 미디어가 특정 공동체(온라인 공동체 포함)에 미치는 영향을 평가할 수 있다. 특히, 소외된 계층으로 볼 수 있는 수용자와 그들의 목소리를 높이는 사안에 대한 경우를 다룰 수 있다.
- 공동체 또는 학교 맥락에서의 대안 미디어 구성 계획을 세울 수 있다.

교육적 접근법과 활동 예시

사례 연구

교육자는 유명한 대안 미디어(온라인 포함)에 대한 사례연구를 읽고 대안 미디어의 기획 및 관리에 가장 효과적인 실천 방안 목록을 작성해보자. 다음 영역을 고려해보자.

- 다룰 만한 사안 찾아보기(이야깃거리 찾기)
- 사실 관계 찾아보고 알아보기
- 정보/데이터 처리하고 체계화하기
- 편집 과정에 이해관계자(수용자)가 참여하도록 이끌기
- 운영(편집적인 측면 및 사업적 측면) 관리하기
- 수익을 창출하는 수용자 확대하고 지속하기
- 학습자는 다음과 같은 특성을 체크리스트의 지표로 활용할 수 있다: 창의적, 고유의, 효과적, 효율적, 참여적

대안 미디어 기관 견학

학습자는 대안 미디어 기관을 견학해 볼 수 있다. 편집장과 미디어 매니저, 언론인과 면담을 진행하고, 주류 미디어 기업과 비교하여 대안 미디어 기업의 편집 및 관리 정책과 실천 방안을 관찰할 수 있다. 견학 보고서는 다음과 같은 내용을 포함한다.

- 대안 미디어 기업이 기삿거리를 선택하는 방법
- 정보 출처를 선택하는 방법
- 관점(특정 관점)과 기사 보도 방식(보도 또는 조작)을 선택하는 방법
- 수용자 피드백 받는 방법
- 수익을 창출하는 방법
- 시청률과 발행 부수 높이는 방법

미디어 제작

교육자는 소외된 공동체를 방문하여 해당 공동체의 지도자와 구성원을 면담하고, 그들이 필요로 하는 정보는 무엇인지 알아본다. 이후 다른 교육자들과 함께 유튜브 영상을 제작하거나 팟캐스트를 만들어 게시해 보자. 해당 콘텐츠의 영향력을 개선하기 위해 음악이나 기타 요소를 추가할 수 있다.

평가 방법 및 제안

- 사례연구 하기
- 대안 미디어 제작하기

- 대안 미디어 기관 견학 보고서 작성하기
- 토론 수업 참여 및 기타 그룹 학습 활동 참여하기

추후 고려할 만한 주제

- 공동체 기자 및 공동체 방송
- 분쟁에 민감한 기사 보도/ 평화 저널리즘

5 단원: 우리 사회의 뉴미디어 기술 활용하기- 사회 변화

학습 시간: 2시간

주요 주제

- 커뮤니케이션 기술과 발전이 사회에 미친 영향
- 새로운 미디어 환경에 대한 접근성과 활용-새로운 콘텐츠 생성 방식과 사용자 상호작용(소셜 미디어 포함)
- 디지털 기술을 통한 대안 미디어 증진
- 새로운 기술의 참여적 기능이 민주적 제도 및 과정 변화에 미치는 영향

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 우리 사회의 사회·정치적 삶에 디지털 커뮤니케이션이 미친 영향을 분석하고 이해할 수 있다.
- 새로운 미디어 환경을 설명하고 사람들의 활동과 상호작용, 온라인 존재감이 가진 목적, 디지털 플랫폼에서 자신을 표현하는 방식을 설명할 수 있다.
- 새로운 기술이 우리 사회의 민주적 제도와 과정에 기여한 것(또는 아닌 것)을 평가할 수 있다.

교육적 접근법과 활동 예시

요약: 본 커리큘럼의 1부에서 언급했듯, 다양한 교육적 접근법을 활용할 수 있다. 1부에서 제시한 교육적 접근법 목록을 검토한 뒤, 하단에 제시된 활동 및 기타 자체 활동에 활용할 접근법을 선택해 보자.

연구와 그룹 발표 진행하기: 학습자는 소규모 연구를 통해 새로운 기술 활용에 대한 정보를 수집하고, 디지털 커뮤니케이션 기술이 사회 발전에 미친 영향을 평가해 본다. 새로운 기술이란 인터넷과 컴퓨터, 휴대폰 기기를 말하며, 새로운 기술에 대한 접근(소유권과 기기 사용)과 활용(사용주기, 사용 시간, 사용의 목적), 기술(자기 평가)에서 얻은 데이터를 의미한다. 학습자는 새로운 기술의 활용과 해당 기술 발전을 다룬 국제적, 국가적, 지역적 통계적 수치를 찾을 수 있는 방법과 위치를 배워야 하며, 자신이 찾은 내용을 비교하여 차이점(사회경제적, 세대적, 지역적, 시간적)에 대한 분석을 진행해야 한다.

평가 방법 및 제안

- 직접 체험해 보는 그룹 프로젝트 개발과 평가
- 감시된 온라인 참여
- 견학 및 기록하기
- 사례연구 분석

추후 고려할 만한 주제

- 디지털 개혁
- 개발을 위한 다큐멘터리 유산의 보존
- 교육 분야의 ICT

본 모듈의 참고 자료 및 참고 문헌

Birdsall, W. F. (N.D.), The Internet and the Ideology of Information Technology. (Accessed 2 September 2009.)

http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3_2.htm

Educational content up close: Examining the learning dimensions of Education for Sustainable Development and Global Citizenship Education

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372327>

Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives (UNESCO, 2017),

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247444>

Education for Sustainable Development 2030 Roadmap:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374802>

ESD for 2030 video -- https://youtu.be/0XTIP_PsEos

Fidler, R. 1997. Media Morphosis: Understanding New Media. California. Pine Forge Press.

Green, L. 2002. Communication, Technology, and Society. London, Sage Publications;

Habermas, J. 1989. The Structural Transformation of the Public Sphere, trans. Thomas MacCarthy. Cambridge, Polity Press.

Habermas, J. 1994. Citizenship and National Identity. Steenbergen, B.V. (Ed.). The Condition of Citizenship. London, Sage Publications.

Littlejohn, S. W. and Foss, K.A., 2008. Theories of Human Communication (9th ed). Belmont, California; Thomson Wadsworth.

Marris, P. and Thornham S. (Eds.). 2002. Media Studies: A Reader (2nd ed.). New York, New York University Press.

MIL Index Study: An assessment of MIL in six African Countries,
<https://www.dw.com/en/dw-akademie/mil-index/s-54253270>

Pavlik, J. V. 1998. New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives (2nd ed.). Boston, MA; Allyn and Bacon.

Servaes, J. 2003. Approaches to Development. Studies on Communication for Development. Paris, Communication and Information Sector – UNESCO.

Stevenson, N. 1995. Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication. London, Sage Publications.

Sussman, G. and Lent, J. (Eds.). 1991. Transnational Communications Wiring the Third World. Newbury Park, California; Sage Publications.

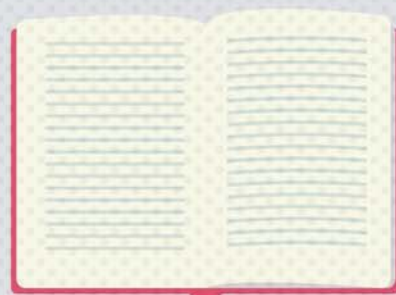
Sustainable Development Goals –Resources for educators
<https://en.unesco.org/themes/education/sdgs/material>

The boy Who Harnessed the Wind (film, 2019)
<https://www.imdb.com/title/tt7533152/>

Women of fukushima (film, 2012)
<https://simaclassroom.com/films/women-of-fukushima/>

모듈 14:

커뮤니케이션과
정보, 미디어·정보
리터러시와
학습-캡스톤 모듈



배경과 근거

본 미디어·정보 리터러시 커리큘럼 자료는 현대의 학습 이론 중 하나로 알려진 커뮤니케이션과 정보라는 광범위한 분야에 속한다고 볼 수 있다. 교육과 학습은 매우 밀접하게 연결되어 있으며, 커뮤니케이션과 정보 처리 과정의 필수불가결한 부분을 맡고 있다. 엄밀히 말하자면 서로의 존재가 없이는 아무런 효과나 의미도 없는 것이다(Ndongko, 1985). 교육자와 학습자는 의식적 또는 의식적으로 커뮤니케이션과 정보 처리 과정의 기본 요소에서 복잡한 요소를 학습 공간에 적용한다.

교육과 학습은 대중매체(라디오, 텔레비전, 신문)와 디지털 통신 회사와 같은 콘텐츠 제공자의 자료가 학습 공간에서 활용될 때 더 풍부해지지만 동시에 다양한 과제를 낳기도 한다. 교육자와 학습자가 미디어·정보 리터러시 역량을 함양하면 교육 환경의 질이 더 높아지고 더욱 다양하고 역동적인 교육 및 학습 과정을 추진하게 된다.

교육자는 계속 이어져 온 우리 세대의 지식을 지금의 지식과 연결하고 지속하며, 새롭게 하는 등의 많은 변화에 앞장서 왔다. 오늘날 지식은 사람, 기계, 디지털 네트워크를 경계 없이 넘나든다. 그리고 이렇게 한계를 모르고 전달되는 지식을 효과적으로 상호작용하고 자유롭게 접근할 수 있어야 교실 안팎의 학습 경험이 더욱 풍요로워질 수 있다.

인터넷에 접근 가능한 대부분의 사람은 코로나19 팬데믹 이후 더욱더 활발한 온라인 활동을 보였다. 예를 들어, 학습자는 온라인 학습이나 기술을 활용한 원격 학습으로 학교교육을 이어나가야 했다. 우리는 코로나 위기 이후에도 온라인 활동의 이점을 최대화하기 위해서는 계속 미디어·정보 리터러시 역량을 필요로 할 것이다. 온라인 플랫폼과 원격 학습 콘텐츠의 개발 및 활용을 위해 교육자와 학습자는 미디어·정보 리터러시 역량을 도모할 필요가 있으며, 교육권을 지키며 온라인상의 위험이나 방해 요소를 분별해 낼 능력이 필요하다. 기관에서 미디어·정보 리터러시의 영역을 확장하고 모든 시민이 미디어·정보 리터러시를 접하고 배울 수 있게 하는 연구 및 정책 시사점에는 무엇이 있을까?

도서관, 아카이브, 박물관, 미디어, 디지털 통신 회사 같은 콘텐츠 제공자와 교육자 및 학습자 사이의 상호작용은 지속가능발전 교육을 강조하고, 다원적

이며 민주적이고 개방된 지식 생산을 격려하는 학습 환경을 조성할 수 있다. 학습 공간에서 펼쳐지는 이 다양한 상호작용을 인식하는 것은 학습 이론에서 밝힌 인지적이고 메타인지적인 정보 처리 과정과 기본적인 커뮤니케이션 및 정보 이론에 초점을 맞춘다. ‘인지적(cognitive)’이라는 용어는 인지(cognition)라는 단어에서 파생되었으며, 인지란 우리의 생각, 경험과 감각을 통해 정보와 지식을 얻고 이해하는 과정을 일컫는다.

이번 모듈은 앞선 모듈에서 다루었던 콘텐츠의 캡스톤¹¹⁶⁾ 역할을 한다. 커뮤니케이션과 정보, 학습(학습 이론 포함)의 연결성을 탐색하며, 미디어·정보 리터러시가 이 연결성을 개선할 수 있는 방안을 제시한다. 마지막에는 미디어·정보 리터러시를 배우고 습득할 수 있는 환경 조성을 위해 필요한 변화를 논의하며 모듈을 마친다.

116) [역주] 캡스톤(capstone): 건축물 맨 위에 올려놓는 관석을 뜻하며, 배운 이론을 바탕으로 작품을 만드는 과정을 의미함.

단원 구성

1단원:

커뮤니케이션과 정보, 교육과 학습

2단원:

학습 이론과 미디어·정보 리터러시

3단원:

학습 공간 내 미디어·정보 리터러시
교육 환경 조성을 위한 변화 관리하기

1 단원: 커뮤니케이션과 정보, 교육과 학습

학습 시간: 2시간

주요 주제

- 커뮤니케이션 정의하기
- 커뮤니케이션과 정보 기본 이론
- 커뮤니케이션과 정보 처리 과정으로써의 교육과 학습 탐색 & 미디어·정보 리터러시 지식이 해당 과정을 강화할 방법 탐색
- 미디어·정보 리터러시를 다루고 활용하는 교육 전략

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 커뮤니케이션과 정보에 대한 기본적 이해를 도모할 수 있다.
- 커뮤니케이션과 정보에 대한 기본 이론을 알고 분석하며, 해당 이론과 미디어·정보 리터러시 능력 응용에 관한 학습 및 교육과정의 관련성을 설명할 수 있다.

활동

도서관, 아카이브, 박물관, 미디어, 디지털 통신 회사 같은 콘텐츠 제공자를 학교 교육에서 활용할 때는 그 방식을 숙고할 필요가 있다. 콘텐츠 제공자를 어떻게 활용하고 있는지, 학습자가 정보를 습득하고 처리하는 방식에 어떤 영향을 미치는지, 학습자 간의 소통은 어떻게 이루어지는지, 학습자는 교육자와 어떻게 소통하는지 등을 생각해봐야 한다. 이 과정에서 콘텐츠 제공자는 어떤 정보를 수집하며, 이것이 우리에게 주는 시사점은 무엇인가?

커뮤니케이션과 정보 모델은 교육과 학습 경험이라는 테두리 안에 미디어·정보 리터러시를 개념화할 수 있는 프레임워크를 제공한다. 학습 공간에서 교육자와 학습자, 정보 제공자가 각각 수행하는 역할을 가까이에서 지켜볼 수 있는 기회도 제공한다.

간단한 커뮤니케이션 및 정보 모델은 제2차 세계대전 이후 공학적 패러다임을 활용한 것이었다(Shannon & Weaver, 1948; Schramm, 1954; Berlo, 1960). 본 모델은 정보 처리 및 소통의 과정이 매우 직선적이고 순차적이라 여겼으며, 이 과정은 메시지 전달자로부터 시작한다고 보았다. 다른 이들은 메시지를 운반하는 채널의 주체성과 동력 등에 집중하거나 메시지의 장르 또는 유형을 조명했지만 이 모델을 그렇지 않았다. 해당 모델은 공동체나 문화, 권력과 참여 등의 주요 사안을 다루지 않으며 제한적인 통찰력을 제시하는 요소를 밝히기도 했다.

- 발송자(제작자/출처)
- 메시지(콘텐츠)
- 채널(매체)
- 수신자(응답자/해독자)
- 피드백(수신자가 발송자에게, 또는 그 반대)

이와 다른 모델은 아래에서 찾을 수 있다. 우리는 위의 공학적 패러다임의 기본적인 개요를 지속해서 다루지만, 다음과 같이 다양한 활동에 적용해 볼 수 있다.

- 교육자와 학습자는 본 모델이 학습과 교육이 이루어지는 장소의 학습 경험에 적용될 수 있는 방안을 찾아본다. 본 모델에서 교육자가 해야 하는 역할은 무엇인가? 학습자는 어떤 역할이 있을까? 해당 역할은 어떤 학습 경험을 만들 수 있는가? 교육-학습 과정에서 피드백은 어떻게 주어지고 처리되는가? 미디어·정보 리터러시 지식이 해당 과정을 개선할 수 있는가?
- 학습자가 콘텐츠의 전달과 학습을 위해 소통하는 플랫폼을 비판적으로 검토해야 하는 기회를 생각해 보자. 이와 관련해서, 도서관, 아카이브, 박물관, 미디어 디지털 통신 회사를 통하거나 이에 대해 교육하는 것은 어떤지 고려해보자. 학습자는 어떤 제공자를 통해 콘텐츠를 전달받고 학습 공간에서 소통하는가? 학교 정규 교육 환경에서 사용할 수 있는 콘텐츠는 무엇인가? 사용할 수 없는 콘텐츠는 무엇일까? 이유는 무엇인가? 커리큘럼에 현재 금지된 콘텐츠를 포함해야 할 근거나 이유를 생각해 보자. 미디어·정보 리터러시는 어떤 도움을 줄 수 있을까?
- 미디어·정보 리터러시 교육은 모든 유형의 콘텐츠 제공자에 대한 인식 및 분석, 그리고 그들이 평생학습에서 수행하는 역할과 정보, 메시지, 커뮤니케이션 구성에서의 기능 등을 필수로 이해해야 한다(예: 도서관, 아카이브, 미디어 디지털 기술은 학교 과목이 된다). 콘텐츠 제공자를 활용한 교육은 교육자와 학습자가 맡은 역할 및 콘텐츠 제공자가 특정 어젠다와 관심사에 갖는 역할 또한 인식하고 분석해야 한다. 그 과정은 학습자에게 무엇을, 어떤 제공자나 도구를 활용하여 가르칠 것인지에 영향을 미친다. 도서관이나 디지털 통신 회사 또는 미디어를 활용해서 가르치고자 하는 특정 주제나 과목이 있는가? 교육자가 자신이 가르치고자 하는 내용에 어떻게 하면 미디어·정보 리터러시 능력을 적용할 수 있을까?
- 미디어·정보 리터러시 또는 디지털 기술, 미디어, 도서관, 아카이브, 기타 정보 제공자를 활용하는 교육의 예를 찾아보자. 내가 학습을 하는 공간에서 두 접근법이 모두 활용되는 특정 활동 또는 사례를 찾아 설명해 보자. 학습자에게 학습 경험이라는 측면에서 해당 접근법이 주는 이점은 무엇인가?
- 교육자와 학습자는 소그룹을 만들어 다음 커뮤니케이션 및 정보 모델에 대해 알아보도록 하자

커뮤니케이션 이론의 예

- 해럴드 D. 라스웰의 커뮤니케이션 모델
- 적응적 사고의 개념(Adaptive Concept of Thought)

- 의제설정 이론(Agenda-Setting theory)
- AIDA 모델(Attention-주의, Interest-흥미, Desire-욕구, Action-행동)
- 귀인 이론(Attribution Theory)
- 인지부조화 이론(Cognitive Dissonance Theory)
- 소셜 마케팅 이론(Social Marketing Theory)

정보 처리 이론의 예

- 상황별 디자인(Contextual Design)
- 정보 이론(Information Theory)
- 정보 문화
- 사회 정보 처리 이론(Social information Processing)

디지털 기술 연구 및 참여 이론의 예¹¹⁷⁾

- 기술 수용 모델(Technology Acceptance Model)
- 제어 이론(Control Theory)
- 사회계약 이론(Social Contract Theory)
- 회로 이론(Channel Theory)
- 정보통합 이론(Information Integration Theory)
- 베이지안 결정 이론(Bayesian Decision Theory)
- 창의성 이론(Creative Theory)
- 몰입 이론(Mindfulness Theory)

각 그룹은 수업 구성원에게 해당 이론을 소개할 때 활용할 포스터를 제작한다. 교육자와 학습자는 발표를 진행한 뒤 다음의 질문에 대한 답을 구해보자(자체적으로 질문을 추가할 수 있다). 각 이론의 주요 구성 요소는 무엇인가? 무엇에 초점을 맞추고 있으며 어떤 강점을 가지고 있나? 내가 발표하는 이론은 다른 이론과 어떤 차이가 있으며, 어떤 연관성을 갖고 있나? 부족한 점은 무엇인가? 교육자나 학습자는 해당 이론이 학습이나 교육과정에서 유용하게 쓰인 실제 사례를 이야기할 수 있는가? 이론이나 모델에서 놓치고 있는 것은 무엇일까? 미디어·정보 리터러시가 채울 수 있는 부분이 있을까?

- 교육자는 위 목록에 포함되지 않은 이론이 적용된 사례를 찾아보도록 하자. 이에 대해 그룹 논의를 진행해보자.

117) Lim, Sanghee & Saldanha, Terence & Malladi, Suresh & Melville, Nigel. (2013). Theories Used in Information Systems Research: Insights from Complex Network Analysis. Journal of Information Technology Theory and Application. 14. 5-46.

평가 방법 및 제안

- 체험형 그룹 프로젝트 개발 및 평가하기
- 특정 시나리오에 대해 커뮤니케이션과 정보 모델을 하나 골라 적용해보기

추후 고려할 만한 주제

- 교육 분야의 ICT
- 과학, 기술, 공학, 수학 분야의 여성과 여아
- 디지털 혁신

2 단원: 학습 이론과 미디어·정보 리터러시

주요 주제

- 교수법과 미디어·정보 리터러시
- 학습 이론의 정의
- 메타인지의 정의
- 메타인지와 미디어·정보 리터러시 연결하기

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 미디어·정보 리터러시 학습자에게 알맞은 교육 전략을 개발할 수 있다.
- 학습자를 위한 메타인지 전략을 알고 개발할 수 있다.

교육 전략

학습 이론은 매우 다양하다. 이론의 대부분이 본 커리큘럼의 14개 모듈에서 제시하는 미디어·정보 리터러시 개념과 밀접하게 연관되어 있다. 학습 이론의 습득은 우리가 미디어·정보 리터러시를 배우고 일상에 적용하는 방식에 도움이 될 것이다. 다음은 학습 이론의 다양한 예이다.¹¹⁸⁾

- 피아제의 인지발달론

118) 참고: Teacherofsci, 15 Learning Theories in Education (A Complete Summary).
<https://teacherofsci.com/learning-theories-in-education/>

- 비고츠키의 학습 이론
 - 사회학습 이론
 - 인지주의 학습 이론
 - 브루너의 나선형 교육과정
 - 행동주의 학습 이론
 - 구성주의 학습 이론
 - 인본주의 학습 이론
 - 연결주의 학습 이론
- 위의 학습 이론에 대해 배워보자. 교육자와 학습자는 소그룹을 형성한다. 각 그룹은 5분가량의 영상을 자체 제작해 본다(휴대폰이나 컴퓨터 소프트웨어 프로그램을 활용하자). 영상을 공유한 뒤 논의를 진행해 본다. 교육자와 학습자는 다음의 질문에 답해 보자(자체적으로 질문을 추가할 수 있다). 이론의 주요 내용은 무엇인가? 중점적으로 다루는 것은 무엇이며, 강점은 무엇인가? 다른 이론과 어떻게 다르며 어떤 연관성을 갖는가? 부족한 점은 무엇인가? 교육자와 학습자는 해당 이론이 교육이나 학습 과정에 적용된 실제 사례를 들 수 있는가? 이론이나 모델에서 놓치고 있는 것은 무엇일까? 미디어·정보 리터러시가 도울 수 있는 부분은 무엇인가? 관심이 가는 다른 이론이 있는가?
 - “트위터와 같은 소셜 미디어 플랫폼이 새롭게 출현한 것 같이 보이지만, 사회적 학습은 그렇지 않다. 사회적 학습 이론의 역사는 매우 길며, 인터넷이 등장하기 훨씬 전부터 논의되었다. 새로운 기술의 출현과 정보의 새로운 흐름, 미디어의 확산은 부정적으로 보일 수 있다. 미디어·정보 리터러시를 습득한다면 새로운 변화가 주는 위험에서 스스로를 지키면서 기회와 혜택을 누릴 수 있다. 미디어·정보 리터러시는 더 나은 사회적 학습과 평생학습을 도울 수 있다. 사회적 학습이 소셜 미디어를 통해 변화되고 적용될 수 있다는 사실은 직관이라고 볼 수 있다. 스키너와 헐, 닐 밀러와 존 달러드와 같은 유명한 교육학자가 아직 살아 있었다면, 소셜 미디어를 활용한 연구의 장점을 설파했을 수도 있다. 특히 알버트 반두라는 교육자와 기타 사회적 주체가 소셜 미디어를 통해 우리의 학습과 참여를 활성화하는 기회를 제공한다는 점에 매우 동의했을 것이다.” 《트위터를 활용한 교육과 학습: 미디어·정보 리터러시, 디지털 교실(Teaching and Learning with Twitter: Media and Information Literacy, Digital Classroom)》이라는 유네스코 자료에서 발췌한 내용이다. 본 자료의 유용성을 평가하기 위해 다양한 질문을 던져보자. 교육자와 학습자로서 학교 안팎의 교육 및 학습에 트위터를 활용하는가?
 - 《트위터를 활용한 교육과 학습: 미디어·정보 리터러시, 디지털 교실》에서 제안하는 다양한 교육 및 학습 활동을 알아보고 실제로 경험해 보자. 교육자와 학습자는 본 활동에서 자신의 경험을 문서화하고 다양한 해시태그와 소셜 미디어를 통해 타인과 공유할 수 있다. 동일한 활동을 다른 소셜 미디어 또는 디지털 통신 회사가 제공한 도구와 지침을 바탕으로 진행할 수 있는가? 본 자료들에서 미디어·정보 리터러시 관련 역량이 주로 다루어지는가? 어떤 개선점이 있을까?
 - 블룸의 학습 영역과 미디어·정보 리터러시를 연결해보자.
 - 과제의 정의
 - 정보 검색하기

- 정보의 위치 및 접근성
- 메시지와 정보 분석하기
- 메시지와 정보의 맥락 분석하기
- 정보 활용
- 종합
- 평가

학습자가 학습 공간에서 위와 관련된 역량을 개발하고 선보일 수 있는 방법을 찾아보자. 활용할 수 있는 교육 전략 또는 활동을 떠올려 설명해 보자.

- 해당 전략과 활동을 적용/활용하는 커리큘럼 단원에 쓸 수 있는 수업 계획 또는 개요를 개발해 보자. 미디어·정보 리터러시만 다루는 수업 계획/개요를 하나 개발하여 기존 수업에 미디어·정보 리터러시를 적용하도록 해본다. 학습자의 효과적 학습 경험을 위해 교육자가 미리 고려해야 할 점과 준비할 내용은 무엇인지 생각해 보자.
- 이전 단원에서 제시되었던 커뮤니케이션과 정보 이론/모델을 떠올려 보고, 미디어, 도서관, 아카이브, 기타 콘텐츠 제공자가 해당 수업/단원 개요에서 맡은 역할을 설명해 보자. 교육자로서 어떤 역할을 하게 될까? 학습자는 어떤 역할을 맡게 될까? 학습 과정에는 어떤 도움을 줄 수 있을까?
- 지식과 전략이 중요하다. 메타인지란 ‘인지에 대한 인지’ 또는 ‘내가 아는 것에 대해 아는 것’으로 정의될 수 있다. 메타인지 유형은 매우 다양하며, 학습과 문제 해결을 위해 특정 전략을 언제 어떻게 활용해야 하는지에 대한 지식을 포함한다. 해당 역량은 우리 삶에서 자신의 인지 능력을 조절하고, 사고와 학습의 잠재력을 최대한화하며, 적절한 윤리/도덕적 규칙을 평가하는 데 쓰일 수 있다.
- 위에서 제시한 미디어·정보 리터러시 능력의 목록을 검토해보자. 각각의 능력에 대하여 학습자가 자신의 학습 경험에서 활용할 수 있는 메타인지 전략은 무엇인지 적고 설명해보자. 예를 들어, ‘과제 정의하기’에서는 개념 맵을 활용할 수 있고, 메시지와 정보 분석하기에서는 다양한 정보 텍스트에 비판적 질문을 달아 표에 채워 넣을 수 있다.
- 하나의 모듈을 골라 해당 모듈이 제시하는 다양한 활동을 참고해 보자. 각 활동을 진행하는 데 학습자가 갖추어야 할 능력을 생각해 보자. 해당 활동에서 배운 것을 다양한 정보 제공자(도서관, 아카이브, 박물관, 미디어, 디지털 통신 회사와 학교 밖 도구) 활용으로 전이하기 위해서는 어떤 메타인지가 필요할까?
- 모듈 1의 5단원에서 제시한 미디어·정보 리터러시 교육을 위한 교육 전략을 찾아보자. 특정 전략을 하나 골라 학습자에게 맞게 재편해 보자. 내가 고른 접근법이 커뮤니케이션과 정보 이론, 학습 이론, 미디어·정보 리터러시를 학습 경험에 적용시키는 방식은 무엇인가? 내가 커리큘럼에서 배우고자 하는 것과 전략이 어떻게 연결될 수 있는가? 교육자와 학습자가 성공적인 학습 경험을 했다고 알 수 있는 방법은 무엇인가?(평가와 분석을 위한 프로그램의 경우, 해당 전략은 어떻게 쓰이는가?)
- 도서관, 아카이브, 박물관이 미디어·정보 리터러시 능력을 개발하는 데 맡은 역할을 생각해 보자. 특정 교육 전략을 위의 다양한 주제 중 하나에서 활용할 수 있는 활동을 만들어 보자. 각 주체의 특성을 생각해 보고 학습과 교육 경험에 긍정적으로 활용할 수 있는 방안을 떠올려 보자.

- 본 커리큘럼에서 제공하는 모듈이나 나의 경험을 토대로 미디어·정보 리터러시 커리큘럼이 다양한 교육과 학습 방법(운동감각적 학습, 시각적 학습, 청각적 학습, 몰입 읽기, 사회적 학습 등)에 기회를 제공하는 방식을 설명해보자.

평가 방법과 제안

- 체험형 그룹 프로젝트 개발과 평가 경험하기
- 소셜 미디어가 응답 가능한 유일한 수단인 경우 개인별 과제. 미디어·정보 리터러시 역량이 과제 수행에 활용 되도록 한다.

추후 고려할 만한 주제

- 장애인의 미디어·정보 리터러시
- 이주민이나 난민, 여아와 남아 등의 다양한 사회 집단을 위한 미디어·정보 리터러시 디자인하기
- 교육 분야의 ICT
- 젠더에 민감한 학습 접근법
- 디지털 혁신

3 단원: 학습 공간 내 미디어·정보 리터러시 교육 환경 조성을 위한 변화 관리하기

주요 주제

- 세계를 무대로 하는 미디어·정보 리터러시 운동: 세계적 움직임과 정책 개발에 대한 개요
- 형식 교육과 무형식 교육, 비형식 교육 공간에서의 미디어·정보 리터러시 학습을 위한 환경 조성
- 미디어·정보 리터러시를 학습 공간에 통합하는 데 따른 과제와 해결 방안

학습 목표

본 단원을 통해 교육자와 학습자는 다음과 같은 역량을 함양할 수 있다.

- 지역 및 전 세계에서 실행되고 있는 미디어·정보 리터러시 계획을 알고 설명할 수 있다.
- 다양한 이해관계자 집단에 미디어·정보 리터러시를 홍보할 수 있다.
- 학교 교육에 미디어·정보 리터러시를 통합할 때 고려해야 할 주요 사안을 설명할 수 있다.

교육 전략

교육자가 다음 일곱 가지 유형의 인식¹¹⁹⁾에 대한 자기 평가를 진행하고, 이에 대해 짧은 글을 작성하도록 한다. 많은 정보를 검색할 필요는 없다. 글을 작성한 뒤에 각각의 인식에 대해 더 조사를 진행하고, 다시 생각해 본 다음 글을 수정해보자. 학습자가 해당 활동 경험에 대해 블로그에 글을 게시하거나 소셜 미디어에 자신의 감상을 나눌 수 있도록 하자.

- 인식의 종류:
 - 자기 인식(Self-awareness)
 - 정보요구 인식(Information needs awareness)
 - 의사소통 인식(Communication awareness)
 - 언어 인식(Language awareness)
 - 미디어·정보 리터러시 인식(MIL awareness)
 - 학습 인식(Learning awareness)
 - 변화 관리 인식(Change management awareness)

검색 엔진 및 기타 자료를 활용하여 미디어·정보 리터러시 프로그램이나 프로젝트, 계획을 찾아보자. 현재 온라인을 비롯하여 공동체와 학교, 교사 교육을 담당하는 기관 등의 학습 공간에서 진행되는 사례를 찾아본다. 지역적 프로그램이나 국제적 프로그램 모두를 고려해보자. 내가 찾은 예 중 하나를 골라 주로 다루어지는 영역은 무엇인지 알아보자. 본 커리큘럼과 내가 찾은 프로그램의 다른 점은 무엇일까? 내가 찾은 프로그램이 미디어·정보 리터러시에 관심이 있는 교육자와 학습자가 활용할 수 있는 유용한 자료가 되는 방법은 무엇일까?

미디어·정보 리터러시의 목적을 달성하도록 지원하는 협회나 기관에는 무엇이 있는지 알아보자. 해당 기관 및 협회의 프로그램이 교육자와 학습자에게 제공하는 정보와 자원(인적 자원과 물적 자원)에는 무엇이 있는가?

교육자와 학습자는 다음을 검색하고 참여해 보자.

유네스코 미디어·정보 리터러시 협의체

<https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil>

국가적 미디어 정보 리터러시 협회 또는 네트워크

유네스코 미디어·정보 리터러시(MIL) 클릭스 <https://en.unesco.org/MILCLICKS>

미디어·정보 리터러시 과정과 프로그램 성공의 보장을 위해 많은 전문가가 다양한 제안 사항을 개발하였다. 학습자의 특정 상황에 해당 제안 사항이 적용될 수 있는 방법을 설명해 보자. 또한, 내가 속한 부서나 기관에서 미디어·정보 리터러시의 성공적 학습을 위해 제안할 사항을 생각해 보자.

119) 출처: 드리시아 요우잇 박사가 진행한 '언어의 힘' 강연
<https://www.youtube.com/watch?v=5yGWASki1OU>

제안

- 콘텐츠 찾아보기
- 프로그램과 정책의 주요 참여자 및 지지자 찾아보기
- 실행과 통합을 위한 전략적 계획 개발하기
- 미디어·정보 리터러시 증진 계획 개발하기
- 미디어·정보 리터러시 지원하는 기관 및 협회 알아보기
- 활용 가능하고 필요한 자료는 무엇인지 알아보기
- 미디어·정보 리터러시 과정과 프로그램을 평가할 수 있는 도구 개발하기

학생을 위한 성공적인 프로그램의 기준을 생각한다면 해당 제안 사항 목록이 바뀔 수 있을까? 추가할 내용은 없는지 알아보자.

내가 속한 학습 교육 공동체의 필요성을 고려할 때, 교육자와 학습자를 위한 기존 프로그램에 미디어·정보 리터러시를 통합할 수 있는 방안은 무엇이 있을까? 또는, 단일 프로그램을 개발할 수 있는 방법은 무엇일까? 각각의 경우 우리가 얻을 수 있는 이점과 불리한 점은 무엇일까? 특정 모듈을 골라 예로 들어보자.

변화를 만드는 데에는 이해관계자가 누구인지 아는 것과 변화로 가는 길에 방해가 되는 것이 무엇인지, 또 변화를 통해 얻을 수 있는 이점은 무엇인지 아는 것이 중요하다. 우선순위를 명확히 하고 연대를 구성하는 것도 중요하다. 참여자는 변화 이로운 개발하여 특정 행동에 대한 전략과 계획에 대한 정보를 알려줄 수 있도록 한다.

정책 입안자와 프로그램 감독자, 유엔과 기타 국제 개발 기구, 기관이나 공동체 교육자가 미디어·정보 리터러시를 증진하는 데 활용할 수 있는 계획을 개발해보자. 각 집단의 주요 우선순위나 필요는 무엇인가? 본 미디어·정보 리터러시 커리큘럼이 해당 필요성을 해결해 줄 수 있는 방안을 알아보자. 언급된 집단 외에 추가로 포함할 수 있는 이해관계자 집단을 찾아보자. 해당 집단은 미디어·정보 리터러시 증진에 어떤 역할을 수행할 수 있을까?

평가 방법과 제안

- 아이디어 생성하기, 개발하기, 그룹 프로젝트에 실행하기

추후 고려할 만한 주제

- 국가 또는 기관의 미디어·정보 리터러시 정책과 전략 설명 및 실행에 참여하기
- 변화 관리
- 지속가능발전목표를 위한 미디어·정보 리터러시

본 모듈 참고 자료 및 참고 문헌

Big6. 2010. Teaching Information Literacy Through Literature, Big6 eNewsletter 11.1, 4.
www.big6.com

Geek the Library, International Federation of Library Association and Institution,
<https://www.facebook.com/geekthelibrary>

Media as partners in education for sustainable development: A training and resource kit
(<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000158787>)

Teaching and Learning with Twitter: Media and Information Literacy, Digital Classroom,
https://en.unesco.org/sites/default/files/gmw2019_twitter_mil_guide.pdf

Teaching information literacy through learning styles: The application of Gardner's multiple intelligences. Intan Azura Mokhtar, Wee Kim Wee, School of Communication and Information (WKWSCI) at Nanyang Technological University (NTU), Singapore, 2008

University Library Service. 2009. Handbook for Information Literacy Teaching, third revision

Paris, UNESCO. 2003. Media Education in the Pacific: A Guide for Secondary School Teachers

용어 해설



용어 해설¹²⁰⁾

거버넌스(Governance): 거버넌스는 공공 기관과 시민 사회 기관 간의 상호작용이 포함된 통치 과정으로 이해할 수 있다. 거버넌스는 권력, 권한, 영향력을 행사하는 주체가 누구인지, 이들이 잘 활용되고 있는지, 사회 및 공공 생활에 관한 정책 및 결정이 이루어지는 과정은 어떠한지 등의 문제와 관련된다. 거버넌스는 미디어 및 디지털 통신 회사와 같은 콘텐츠 제공자와도 매우 밀접한 관련이 있다. 다만 e-정부를 거버넌스 관련 사안과 혼동해서는 안 된다. e-정부는 정부가 맡은 기능을 효과적으로 수행하기 위해 ICT를 활용하는 것에 가깝기 때문이다.

가상사설망(Virtual private network, VPN): 공용 네트워크를 통해 개인 네트워크를 확장하고 사용자가 공유 네트워크 또는 공용 네트워크를 통해 데이터를 주고받을 수 있도록 하며, 컴퓨팅 장치가 개인 네트워크에 직접 연결된 것처럼 작동한다. 블록과 필터를 우회할 수 있지만, 사용자가 가상사설망을 사용하더라도 보안 감시 및 기업 추적에서 자동으로 제외되는 것은 아니다.

감정 소구(Emotional appeal): 사실과 이성보다 감정적 반응을 이끌어내는 설득 방법

개인 정보 설정(Privacy settings): 소셜 미디어 웹 사이트, 인터넷 브라우저, 소프트웨어, 디지털 장치 등의 일부로, 일반적으로 사용되는 서비스도 사용자에게 대한 데이터를 수집한다는 점을 염두에 두고 타사 중 누가 사용자에게 대한 정보를 직접 보거나 접근할 수 있는지 부분적으로 제어할 수 있다. 사용자 또는 사용자가 접근하는 콘텐츠이며, 예를 들어 사용하는 연결 공급자가 있다. 이 외에도 다양한 옵션과 함께 사용하는 응용 프로그램이 있다.

거짓 맥락(False context): 진짜 콘텐츠가 잘못된 또는 벗어난 맥락에서 공유되는 것. ‘유해정보(mal-information)’로도 알려져 있다.

거짓 연결(False connection): 제목, 시각자료, 혹은 사진 설명이 콘텐츠를 뒷받침해주지 못하는 경우. 또는 사실들 간의 잘못된 연결로 음모론의 구성이 가능하게 되는 경우

게이트키퍼(Gatekeeper): 콘텐츠 게시 및 방송을 위해 필터링하거나 처리하는 역할을 맡은 모든 사람(개인, 기관 또는 알고리즘)에게 적용되는 용어. 미디어 기관에서 게이트키퍼이라는 작업은 기자가 어떤 소스를 어떤 기삿거리로 포함할지 결정하는 것에서부터 어떤 기사를 보도할지 결정하는 편집자에 이르기까지 모든 수준에서 발생한다. 디지털 통신 회사의 경우는 다른 콘텐츠 대신 특정 콘텐츠를 추천하거나 활성화하는 알고리즘 조치를 통해 수행되며, 때로는 콘텐츠에 대한 회사 지침을 해석하려는 내부 또는 외부 업체/진행자에 의해 수행되기도 한다.

광고(Advertising): 소비자가 광고에 등장한 상품 또는 서비스를 구매하거나 태도 및 행동을 바꾸도록 설득하기 위해 상품 및 서비스로 흥미를 끄는 행위나 기법. ‘타깃형 광고(Targeted advertising)’ 참고.

120) 본 용어 해설은 위키피디아를 포함한 다양한 자료에서 발췌한 내용으로 구성되었다. 이는 유엔의 공식적인 자료가 아님을 밝힌다.

광고 규제(Advertising regulation): 광고에 적용되는, 또는 품위나 정직성, 진실성 등의 용어에 대한 정의를 제 공하는 데 해당하는 규제(자체 규제 및 법적 규제)

공개 교육 자원(Open educational resource): 공개 교육 자원은 디지털 또는 기타 모든 매체의 교육, 학습 및 연구 자료로, 공공 영역에 소속되거나 제한 없이 다른 사용자가 무상으로 액세스, 사용, 적응 및 재배포할 수 있는 개방형 라이선스를 가지고 있다.

공영 미디어 서비스(Public service media): 사회 전반을 대표하는 균형 있고 다양한 프로그램을 제공해 공익성을 뒷받침하는 역할을 해야 하는 경우가 많은 미디어

공공 서비스 정보(Public service announcement): 사회적 이슈에 대한 대중의 태도와 행동을 인식하여 이를 변화하기 위한 목적을 가지고 무상으로 만들어지며 배포되는 공익 메시지

공공 영역(Public sphere): 사회 구성원이 자유롭게 소식과 정보, 의견을 주고받으며 공유하는 공공 장소의 개념 -평등과 포용성을 토대로 개인이 만나 공공이 공유하는 우려나 근심거리에 대한 의견을 나누는 장소. 오늘날 가장 영향력 있는 관련 이론 중 하나는 하버마스의 공론장이다.

공동체 미디어(Community media): 상업이나 공영방송과 같은 라디오 방송 외 제3 유형의 라디오 서비스를 의미한다. 지역민이 속한 공동체가 직접 관리하고 제작하는 미디어로, 지역 공동체 또는 정체성이나 이해관계를 공유하는 공동체가 될 수 있다.

공익(Public interest): 개인이나 집단의 특정 이익과는 대조적으로 일반 복지 또는 대중을 위한 이익이라는 개념. 공익을 구성하는 것이 무엇인지에 대한 일반적 합의는 없으나, 이해관계나 지위에 관계없이 모든 사람과 관련이 있으며 이들을 보호하기 위한 조치가 필요하다는 인식을 공유한다. 공통 관심사의 예로는 부패 폭로, 어린이 보호, 기후 변화 퇴치 등이 있다.

공익광고(Public service ad): 특정 상품이나 브랜드보다는 공익을 위한 측면을 다루는 광고의 한 유형

공익을 위한 정보(Information for public good): 광범위한 콘텐츠 중 대중에게 특히 가치가 있는 정보. 대중의 지지를 받을 가치가 있으며 공공 자원이 필요한 곳에 존재한다. 도서관, 박물관, 아카이브, 특정 뉴스 미디어(예: 공동체 미디어), 특정 온라인 기관(예: 공동체 자료 센터)은 모두 성능과 필요에 따라 고려할 수 있는 후보가 된다. 저널리즘이 윤리와 직업적 기준에 따라 수행될 때, 공익을 위한 정보를 생성하는 핵심 역할 수행자가 된다.

과제 해결을 위한 6단계 정보 처리 모형(The BIG 6 model of information processing): 문제를 해결하기 위한 6단계 정보 처리 모형. 체계적인 접근법이며, 비판적 사고 능력에 의존한다. 과제 정의(1단계), 정보 탐색 전략(2단계), 찾기와 접근(3단계), 정보 활용(4단계), 종합(5단계), 평가(6단계)로 구성된다.

교육적 접근법(Pedagogical approach): 교수법에서 활용하는 교육 방식과 광범위한 원칙을 가리킨다. 본 커리큘럼의 모듈 1을 참고하여 사례를 찾아보자.

규제(Regulation): 규제는 규칙과 코드를 개발하여 시행함으로써 기관과 행위자의 행동을 통제하거나 영향을 미치려는 시도를 의미한다. 이 같은 규제는 이상적으로 민주적 정책 및 법적 프레임워크를 따르는 국가가 정립할 수 있다. 예를 들어, 공정한 경쟁 대 독점에 대한 규제 또는 주파수 할당, 개인 정보 보호, 저작권 및 혐오 발언 등에 대한 규제가 있다. 관련 기관이 직접 수행하는 규제는 자율 규제 또는 동료 규제라고 하며, 공공 대표자를 포함하는 언론 위원회 같은 기관의 독립적 평가와 상소를 허용하기 위해 시민 사회가 포함된 협정을 수반해야 한다. 디지털 통신 회사에서 유사한 기관을 찾는다면 페이스북의 관리감독 위원회라고 할 수 있다. ‘공동 규제’라는 용어는 일반적으로 국가와 민간 부문이 공동으로 참여하는 시스템(예: 사이버 보안 문제, 대테러 및 아동 보호 시스템)을 가리킨다.

기록물관리사(Archivist): 장기적 가치가 있다고 판단된 기록이나 아카이브를 평가, 수집, 체계화, 보존, 통제하고 이에 접근성을 부여하는 정보 전문가

날조된 콘텐츠(Fabricated content): 거짓 내용을 담은 콘텐츠이자 속이고자 하는 의도를 담은 콘텐츠. 해당 콘텐츠는 인간의 명예, 정치적 참여, 정체성 등과 같은 인권 사안에 해를 끼칠 수 있다.

남성성(Masculinity): 남성과 남아의 고유한 특성으로 간주되어 온 행동, 역할, 특성

뉴미디어(New media): 디지털 플랫폼에서 체계화되고 유포되는 콘텐츠

뉴스 가치(News value): 뉴스 가치는 때때로 뉴스 기준이라고 불리며 일반적으로 뉴스 기사가 미디어에 의해 얼마나 부각되고 청중이 관심을 갖는지를 결정한다. 가장 영향력 있는 뉴스 가치는 빈도, 예상치 못한 것, 개인화, 의미 또는 분쟁 생성 등이 있다. 그러나 이 같은 뉴스 가치는 사건(예: 폭풍)보다는 과정(예: 지구 온난화), 엘리트보다는 일반인, ‘경마’ 같은 것보다는 이슈 기반 선거와 같은 정보 콘텐츠의 중요한 차원을 평가절하한다.

뉴스 미디어(News media): 대중들에게 시사 뉴스를 전달하는 대중 매체의 한 분야. 과거 인쇄 매체(예: 신문, 잡지), 방송 매체(라디오와 텔레비전), 독점적 온라인 뉴스 매체, 비정부단체 또는 개인이 포함된다.

능동적 수용자(Active audience): 미디어가 전달하는 메시지를 자신의 역사, 경험, 관점을 통해 바라보고 해석한다는 이론으로, 다양한 집단에 속해 있다 해도 개인은 동일한 메시지를 각기 다른 방식으로 이해한다는 의미를 담고 있다.

다양성(Diversity): 차이를 존중하고 제대로 인식하는 것. 다원성이라는 개념을 상호보완한다. 민주주의 사회나 시스템은 다양성을 인권의 한 부분으로 인정하고 보호하며 인간 존엄성을 존중한다. 더 자세한 내용은 ‘미디어 다원주의(Media pluralism)’를 참고

다원주의(Pluralism): ‘미디어 다원주의(Media pluralism)’ 참고

담론(Discourse): 특정 주제나 사안(구두/서면으로 된)을 상세하고 길게 논의하는 방식

대안 미디어(Alternative media): 기존의 또는 지배적인 유형의 미디어(주류 미디어 또는 대중 매체)와는 콘텐츠, 제작, 배포의 측면에서 차이가 있는 미디어. 이따금 대형 미디어 기업으로부터의 독립을 의미한다는 점에서 독립 미디어(independent media)와 동의어로 사용되기도 하지만 이 용어는 언론의 자유와 정부의 통제로부터 독립된 언론을 의미하는 용어로 사용되기도 한다. 대안적 미디어는 특정 형식을 언급하지 않으며 인쇄, 오디오, 영화/비디오, 온라인/디지털 및 거리 예술을 포함할 수 있다.

대중 매체(Mass media): 소수를 겨냥한 광고와 개인 맞춤형 콘텐츠를 제공하지만, 주로 대규모의 수용자를 대상으로 하는 미디어 기관 및 제공자

대중문화(Popular culture): 한 문화의 주류에서 비공식적인 합의에 의해 선호되는 아이디어, 관점, 태도, 주제, 이미지 및 기타 현상의 총체. 특히 20세기 초중반의 서구 문화와 20세기 후반부터 21세기 초반 사이에 부상한 세계 주류 문화

데이터(Data): 중요성을 가졌다고 간주되는 조각들로, 정보를 이루고 있는 날 것의 자료로 볼 수 있다. 사실을 구성할 수 있으며, 추후 논리적 과정에 쓰이는 새로운 데이터를 만드는 데 일조한다. 사실이나 수치와 같은 데이터가 의미 있는 참고 자료로 변환한다면, 의사결정 과정에 매우 큰 영향을 미칠 수 있다. 어마어마한 양의 데이터는 디지털 기록이나 기타 수단에 널리 있으며, 개인이 감당할 수 없는 수준이기에 컴퓨터의 힘으로 저장되고 활용된다. 이 같은 빅데이터를 모으고 소유하며 활용하는 주체가 누구인지, 이 데이터가 얼마나 올바른 표상을 가졌는지, 프라이버시와 같은 개인 자주성과 인권에는 어떤 영향을 미치는지 등은 자주 거론되는 논쟁거리 중 하나이다.

데이터베이스(Database): 데이터베이스란 체계화된 정보를 저장하는 데이터 구조이다. 대부분의 데이터베이스는 여러 개의 데이터 테이블로 구성되며, 각각의 데이터 테이블은 다양한 분야의 정보를 포함한다. 예를 들어, 한 회사의 데이터베이스는 상품, 직원, 재정적 기록 등에 대한 데이터 테이블을 가지고 있다.

도서관 활용 능력(Library skills): 도서관을 활용하여 콘텐츠 자료를 찾고 평가하며 사용하는 역량

디지털 능력(Digital skills): 디지털 리터러시의 하위 구성 요인으로 디지털 도구를 활용하는 기술적 능력을 의미한다. 디지털 기술의 코드나 특성을 꼭 이해하지 않더라도 이를 활용할 수 있다면 어느 정도의 디지털 능력을 갖춘 것으로 본다. 컴퓨터 코드를 읽고 생성할 수 있는 것이 디지털 능력으로 비추어지기도 하지만, 이게 다는 아니다.

디지털 리터러시(Digital Literacy): 디지털 리터러시는 종종 많은 것을 포괄하는 개념으로 사용된다. 하지만 본 커리큘럼에서 디지털 리터러시는 기타 리터러시 개념들과 함께 다소 협의의 개념으로 해석된다. 디지털 리터러시는 디지털 통신 회사에 대한 리터러시나 디지털 통신 회사가 제공하는 콘텐츠에 대한 리터러시가 아니다. 이러한 부분은 오히려 정치경제적 리터러시나 장르 리터러시에서 다루어지고 있다. 디지털 리터러시는 프라이버시 리터러시나 데이터 리터러시와도 다르다. 본 커리큘럼에서는 디지털 리터러시를 기술과 커뮤니케이션 도구, 네트워크 등을 이해하고 활용하여 콘텐츠의 위치를 찾고, 평가하며, 활용하고 생성하고 공유하는 능력을 말한다. 디지털 조작을 통해 데이터와 이미지를 변화할 수 있는 능력도 포함한다. 코딩 리터러시까지 확장될 수도 있지만 본 커리큘럼에서는 다루지 않는다.

디지털 발자국(Digital footprint): 디지털 발자국이란 개인이 인터넷이나 디지털 기기에서 수행한 디지털 활동, 행위, 기여와 커뮤니케이션이 추적 가능한 형태로 남은 것을 말한다.

디지털 시민성(Digital citizenship): 디지털 시민성이란 참여, 권리, 세계적 연대와 공동체에 대한 관심 등 같은 시민성의 특성을 더 발전시키도록 ICT를 활용하는 것이다. 디지털 시민성은 미디어·정보 리터러시 및 디지털 능력과 매우 밀접한 관련이 있다. 사이버불링을 막고, 온라인 안전이나 디지털 책무성, 디지털 건강과 웰빙 같은 사안을 다룰 수 있는 능력이다. 기술이 우리에게 제공하는 서비스를 적극적이고 능동적으로 활용하여 공공의 이익을 창출해내는 것을 의미한다.

맥락 분석(Contextual analysis): 미디어·정보 리터러시 교육에서 활용하는 교육학적 접근법 중 하나로, 텍스트의 기술적, 서사적, 상황적 맥락을 분석하고 탐구하는 데 초점을 맞춘다.

젠더 맹목성(Gender blindness): 젠더 맹목성은 성별에 무관하다는 암묵적 가정, 즉 생물학적 또는 역사적 차이에 관계없이 모든 성별을 동일하게 취급하는 행위를 설명하는 용어다. 비록 표면적으로는 양성평등에 기여하는 듯 보일 수 있지만, 이 같은 포괄적 취급은 실재하는 불평등을 인식하지 못하고 영속되게 하는 행위가 될 수 있다.

문화(Culture): 관점이나 행동을 형성하고 영향을 미치는 가치나 신념, 태도로 이루어진 공유되고 학습된 상징적 시스템. ‘정신적 청사진’ 또는 ‘정신적 코드.’ 인간 지식과 신념, 행동이 상징적 사고와 사회적 학습을 위한 능력에 의지할 때 나타나는 패턴으로도 볼 수 있다.

마케팅(Marketing): 기업이 상품, 서비스 및 아이디어에 대해 소비자가 관심을 갖도록 만드는 과정. 마케팅은 판매 기법이나 비즈니스 커뮤니케이션, 사업 개발 등을 다루는 전략을 만든다. ‘전략적 커뮤니케이션’과 ‘정보 운영’은 마케팅 유형의 기본을 구성하며, 가시적 또는 숨겨진 요소를 포함하기도 한다.

머신 러닝(Machine learning): 명확한 지시가 주어지지 않아도 배우고 적응할 수 있도록 컴퓨터 시스템을 개발하고 활용하는 것으로, 알고리즘과 통계학적 모델을 활용하여 데이터 패턴을 분석하고 파악한다.

미디어(Media): 미디어라는 용어는 최소 두 가지, 즉 사회 기관 또는 커뮤니케이션을 활성화하는 기술적 도구의 개념으로 사용될 수 있다. 사회 기관으로서의 미디어는 저널리즘 가치에 의해 결정되고 편집 책임이 조직 또는 법인에 귀속되는 편집 프로세스를 기반으로 신뢰할 수 있는 정보에 대한 규범 및 표준을 준수해야 하는 뉴스 제작 기관을 의미한다. 기술로서의 미디어는, 종이나 방송, 영화, 디지털 정보 전송과 같은 물리적인 커뮤니케이션 수단을 의미한다.

미디어/매체(Medium): 본 용어는 기술적인 면을 고려한다면 ‘media’와 동일한 의미로 이해할 수 있다. 하지만 본 용어는 특정 기술이나 기술을 기반으로 한 채널을 지정할 수 있는 의미도 가지고 있다. 예를 들어, 텔레비전은 방송(디지털 또는 위성), 와이파이 또는 3G 통신, 유선 인터넷을 통해 전파될 수 있는 채널이다.

미디어 다양성(Media diversity): 종종 내적 다원성이라고 불리지만 미디어 다원성과는 다른 개념이다. 미디어 기관 내 또는 미디어 부문 내에서의 목소리, 의견 및 분석 범위를 가리킨다. 다양성의 범위는 미디어 기관의 소유

권, 직원 및 대상으로 하는 수용자의 범위와 관련이 있다. 포괄적 미디어 시스템은 다양한 형식 및 언어로 구성된 콘텐츠를 제공하여 대중이 인구 통계적 포괄성에 대해 직접 선택하고 인식할 수 있도록 한다.

미디어 다원주의(Media pluralism): 미디어 다원주의는 서로 다른 유형의 미디어가 공존하는 형태를 말한다. 중앙 집중식이거나 통합식, 또는 독점화된 미디어 서비스의 반대말과 같다. 또한, 인터넷 연결 서비스와 같은 다양한 디지털 서비스와도 결을 같이 하는데, 접속 비용이 절감된다는 측면에서 사회적 재화로 간주된다. 또한 미디어 다원주의는 과점적인 "앱 스토어"와 같은 중앙 집중화된 시설 주변의 문제들, 특히 이러한 것들이 비경쟁적인 앱에 특권을 부여하고 경쟁사에 불리하게 작용할 수 있는 문제들, 또는 이러한 것들이 프라이버시 조항을 활성화(또는 비활성화)할 수 있는 문제에도 관심을 둔다. 미디어 분야에서 다원주의는 미디어 기관의 세 가지 부문, 즉 민영 미디어, 공동체 미디어, 공영 미디어의 고유한 역할을 다룬다. 각 부문은 주요 근거, 자금 시스템, 거버넌스 및 콘텐츠 측면에서 서로 다르다. 미디어 다원주의가 미디어 다양성을 보장하지는 않는다.

미디어 독립(Media independence): 미디어 독립은 미디어에서 일하는 기관비적극적인 방식으로 활용하는 능력. 미디어 기관과 그들의 소유권, 규범적이고 실제적 기능, 미디어 콘텐츠의 영향 등에 대해 정보를 기반으로 하여 비판적인 사고를 할 수 있는 능력을 포함한다. 또한, 다양한 유형의 미디어(예: 시청각, 인쇄물, 영상, 상호작용적 게임 등)의 콘텐츠를 읽고, 분석하며, 평가하고 커뮤니케이션을 주도하는 능력도 미디어 리터러시의 부분이다.

미디어 소유권(Media ownership): 개인, 기업 및 정부가 대인관계 및 대중의 커뮤니케이션 기술에 대해 상업적이고 법적으로 통제하는 것. 오늘날 디지털 통신 회사가 콘텐츠 제공에서 수행하는 역할이 증가함에 따라 디지털 통신 회사의 소유권과 책임 또한 주요 관심사로 부상하고 있다.

미디어 언어(Media languages): 미디어가 수용자에게 전달하고자 하는 메시지의 의미를 나타내는 관습, 형식, 상징, 서사 구조. 상징적으로 전자 미디어의 언어는 인쇄물에서 문법이 활용되는 방식으로 작동한다.

미디어 윤리(Media ethics): 미디어 윤리는 방송 미디어, 영화 스튜디오, 극장, 미술 스튜디오와 전시 공간, 인쇄 매체를 포함한 미디어 기관의 특정 윤리 원칙과 표준을 다루는 응용 윤리 분야이다. 미디어 윤리는 다양한 문화적 표현에 대한 존중, 평등과 비차별, 진실성과 선택 같은 가치를 추구하고 옹호한다. 저널리즘 윤리는 보다 구체적이며, 뉴스 미디어 기관(기관 밖에서 활동하는 시민 언론인과도 관련이 있지만)과 가장 관련이 깊다.

미디어 자유(Media freedom): '언론의 자유(Freedom of the press/press freedom)' 참고

미디어·정보 리터러시(Media Information Literacy, MIL): 시민이 효과적으로 콘텐츠 제공자를 접하고, 비판적 사고 능력과 평생학습 능력을 개발하여 적극적이고 사회화된 시민으로 성장하는 데 필수적인 역량(지식, 능력, 태도)을 가리키는 말

미디어 포획(Media capture): 정부 및 강력한 이익 집단이 체계적인 단계를 밟아 미디어에 가하는 미디어 통제의 한 형태. 이 같은 미디어 포획은 언론을 지배하는 규제 메커니즘, 국영 또는 국가가 통제하는 미디어 운영, 언론 재원에 사용되는 공적 자금, 민간 소유 뉴스 매체의 소유권 통제와 남용으로 이루어진다.

미디어 폭력(Media violence): 미디어 폭력은 취향과 잠재적인 영향에 대한 여러 가지 가정을 포함하는 매우 논쟁적인 개념이다. 무력을 사용하겠다는 위협, 무력을 사용하는 행위, 또는 동물(만화 캐릭터나 인간 외의 다른 종 포함)에 대한 무력의 사용 결과를 묘사하는 내용을 가리킨다. 수십 년간 축적된 과학적 데이터는 폭력적 미디어에 노출되면 공격성이 증가된다고 시사하는 반면, 일부 연구는 그렇지 않거나 심지어 그 반대라고 주장한다. 국제 기준으로 볼 때, 실제로 폭력과 인종차별을 부추기는 콘텐츠는 법적으로 제한할 수 있다. 그러나 선동 금지에 대한 유엔의 라바트 행동계획(Rabat Plan of Action)은 몇 가지 핵심 사항(화자의 지위, 공격 가능성 등)을 평가하여 상당히 위험한 경우에만 제한되어야 한다고 경고한다. 디지털 통신 회사는 실시간 데이터를 통해 특정 표현('개 호각')이라고 칭해지는 애매한 표현도 실제로 선동을 일으키는지 평가할 수 있다. 이론적으로 본다면, 실제 폭력이 일어나기 이전에 선제적인 행동을 취할 수 있다.

민주주의(Democracy): 시민이 자유선거 시스템을 통해 선출한 대표를 통해 자신의 주권을 직접적이고 간접적으로 행사할 수 있는 정부 형태. 개인의 삶과 기본권 및 자유 보호에 영향을 미치는 의사결정을 할 수 있는 자유 또한 의미한다.

박물관 큐레이터(Museum curator): 박물관의 소장품을 담당하고 역사적 유물을 포함하는 유산 자료의 해석에 관여하는 콘텐츠 전문가. '큐레이션'이라는 용어는 디지털 통신 회사에서도 사용하고 있는데 여기서는 해당 기관이 '스토어'를 설정하는 방식, 즉 관련 알고리즘 등에 따라 콘텐츠를 추천하는 방식을 가리킨다. '조정'이라는 용어는 사용자가 큐레이션과 상호작용하는 방법과 관련된 개입을 지칭하는 데 사용한다.

박스오피스(Box office): 영화나 배우의 인기와 흥행 성적을 측정하는 지수. 매표액을 기준으로 영화나 연극이 재정적인 성공을 거두었는지 여부를 본다.

밴드왜건(Bandwagon) 광고: 주류에 편승하고자 하는 인간의 심리를 이용하여 특정 상품이나 서비스를 사거나 특정 행동과 태도를 갖도록 설득하는 방식

편협성(Intolerance): 나와는 다른 타인의 관점이나 신념, 행동을 이해하거나 존중하지 않으려는 마음의 태도

불리언 연산자(Boolean operators): 검색 시 키워드를 결합하거나 배제하기 위해 사용하는 접속사 단어(AND, OR, NOT, AND NOT)로, 생산적인 검색 결과를 얻도록 도와준다.

브랜드와 상품 통합(Brand & Product Integration): 브랜드 또는 상품을 기존의 엔터테인먼트 요소에 통합하는 과정을 말한다. 브랜드와 상품을 단순히 배경에 노출하는 것보다는 이야기나 경험에 녹아내는 것을 의미한다.

브랜드·제품 간접 광고(Brand & Product Placements): 브랜드·제품 간접 광고는 다양한 매체에서 흔히 찾아볼 수 있다. 간접 광고를 통해 광고주에게 일정의 보상을 받고 브랜드를 프로그램이나 디지털 플랫폼 콘텐츠의 일부로 노출하는 전략이다. 브랜드 홍보는 은밀하게 진행되는 커뮤니케이션이라고 볼 수 있는데, '인플루언서'라고 불리는 온라인 행위자가 스폰서를 통해 상품을 얻은 뒤 타인에게 추천하는 행위를 예로 들 수 있다.

브이로그(Vlog): 자신의 생각이나 경험, 특정 주제에 대해 이야기한 것을 기록하여 인터넷에 주기적으로 게시하는 영상

블록버스터(Blockbuster): 엄청난 비용을 투자하고 수익을 내는 성공적인 영화와 상품 등

블록체인(Blockchain): 거래 정보를 담은 장부를 서버 한 곳에 저장하는 대신 블록체인 네트워크에 연결된 여러 컴퓨터에 저장 및 보관하는 기술이자 시스템. 종종 암호화폐(비트코인 등)의 응용 프로그램을 가리키는데, 이 응용 프로그램은 구매하거나 판매할 수 있으며, 레코드에 더 많은 블록이 추가됨에 따라 지속적으로 증가할 수 있다.

블로그(Blog): 주로 개인이 운영하는 웹 사이트를 일컫는 말로, 글을 게시하거나 특정 사건에 대해 설명하거나 사진과 영상을 올리는 용도로 쓴다. 타인이 방문하여 내가 쓴 글에 댓글을 남길 수 있고, 블로그의 주인만이 블로그 속 콘텐츠를 편집할 수 있다. ‘온라인 일기/기록장’으로도 불린다.

비판적 사고(Critical thinking): 콘텐츠를 평가하고 분석하여 그 안에 내포된 가치와 의미 및 논리적 연결성을 탐색할 수 있는 능력으로, 보이는 대로 받아들이지 않는 것을 의미한다. 의문을 제기해야 한다는 점에서 일종의 회의론적 태도를 수반하는데, 냉소주의(답을 단정지어 자기만의 판단을 내리는 태도)와는 다르다.

사기성 콘텐츠(Impostor content): 진짜 출처가 위조된 콘텐츠

사실(Facts): 현실 세계와 상관관계가 있다고 보이는 확립된 의미. 어떤 주장이 사실인지 확인하기 위해서는 검증이 가능해야 하며, 우리가 인식한 것을 입증할 수 있어야 한다. 모든 콘텐츠가 사실로 이루어진 것은 아니다(예를 들어, 단순 의견이 사실이거나 오류임을 입증하는 것이 불가능할 수 있다.) 코로나19와 같은 경우, 과학적 사실을 입증하고 확인하는 과정에 있으며 많은 내용이 아직 불분명할 때는 어떤 것이 사실이고 허위인지 밝히기 어려울 수 있다. 또한, 새로운 사실이 밝혀질 때마다 과거 확립된 사실 또한 새로운 의미를 얻을 수 있다.

사용자 제작 콘텐츠(User-generated content, UGC): 소비자생성미디어(CGM) 및 사용자창작콘텐츠(UCC)로도 알려진 이 용어는 디지털 미디어 사용자가 제작할 수 있는 미디어 콘텐츠를 가리킨다. 콘텐츠를 소비하는 사람들은 특별한 윤리적 기준 없이 콘텐츠를 제작하고 생산하기도 한다. 디지털 통신 회사의 큐레이션 모델은 특정 유형의 콘텐츠를 초대, 허용, 증폭하기도 하지만 다른 한편으로 조정 활동을 통해 콘텐츠 정책을 시행하려고 노력하기도 하는데 이 경우 성공적인 수행을 위해 일반 사용자, 인증 사용자, 또는 외부 유료 팩트체커의 도움을 받기도 한다.

사이버불링(Cyberbullying): 휴대폰이나 컴퓨터, 태블릿 PC 같은 디지털 기기 사용 시 발생하는 괴롭힘을 의미한다. 이용자가 보고 참여하며 콘텐츠를 공유하는 소셜 미디어, 포럼, 게임 활동 등을 할 때 문자 메시지, 애플리케이션, 또는 온라인을 매개로 발생한다. 타인에게 부정적이고 유해한 내용의 콘텐츠를 발신하거나 게시하고 공유하는 모든 행위를 아우른다. 개인적이고 사적인 정보를 공유해 타인의 수치심을 일으키는 행위 또한 사이버불링의 한 종류다. 정도에 따라 불법적이고 범죄적 행위로 간주될 수 있다.

사회적/정서적 리터러시(Social and emotional literacy): 사회-정서적 학습은 사회적, 감정적 기술을 개발하고

사용하는 과정이다. 감정에 대처하고, 목표를 설정하고, 결정을 내리고, 다른 사람들과 어울리며 공감하는 기술이다.

사회적 마케팅(Social marketing): ‘사회적 이익’을 달성하는 것을 주된 목표로 하는 마케팅. 예를 들어, 공중 보건 분야의 맥락에서 사회적 마케팅은 일반 시민의 건강을 추구하고, 인지도를 높이며, 행동의 변화를 유도한다.

성차별(Sexism): 성에 따른 편견 또는 차별, 특히 여성에 대한 차별-성에 기반한 사회적 역할에 대해 고정관념을 조장하는 행동, 조건, 태도

소셜 네트워킹(Social networking): 공통 관심사 또는 활동을 둘러싼 네트워크에 있는 사람들과 온라인상으로 연결된 것. 소셜 네트워킹 활동은 자신의 정보를 제공하는 프로필을 게시하는 사람들로 이루어진다. 페이스북이나 위챗, VK가 인기 있는 소셜 네트워크의 예이다. 실제로는 기업이 구축한 광고 메시지와 데이터 수집 기법을 포함하여 플랫폼 회사의 큐레이션 및 조정 시스템, 관심사와 특히 상호작용하는 것이 현실이지만, 소셜 네트워크 이용자는 자신이 다른 사용자와 상호작용한다는 인상을 받는다. 다시 말해, 플랫폼은 사람들이 수행할 수 있는 수동적 구조가 아니다-소유주가 원하는 상업적 목적을 달성하기 위해 제작되고 운영되는 것이다.

상품/서비스 리뷰(Product/service review): 특정 상품이나 서비스(예: 식당)에 대한 소비자의 의견 또는 피드백. 숨겨진 의도가 있거나 대가를 지불받고 긍정적 또는 부정적 리뷰를 남기는 것으로 비판받는 경우가 있다.

서사(Narrative): 일련의 사건을 통해 이야기나 줄거리를 이야기하는 것. 대부분의 사실 정보는 특정 사실에 주의를 기울이는 더 넓은 서술 안에서 구조화되며, 현재 본문에 관여하는 사람에게 해석적인 지침을 제공한다. 서사는 다양할 수 있지만 그럼에도 불구하고 모두 사실이다. 그러나 일부 서사는 잘못된 정보와 허위정보의 기술로서 거짓이나 오해를 불러일으키는 내용을 서사 구조 속에 엮을 수 있다.

세계 시민 교육(Global citizenship education): 세계시민성은 더 넓은 공동체와 공동의 인간성에 대한 소속감을 의미한다. 정치, 경제, 사회, 문화적 상호의존성과 지역, 국가, 세계 간의 상호 연결을 강조한다. 교육2030 어젠다의 4.7 목표의 일부인 세계 시민 교육은 학습자가 보다 포괄적이고 정의로우며 평화로운 세상을 만드는 데 필요한 지식, 기능, 가치 및 태도의 구축을 목적으로 한다. 세계 시민 교육은 인권 교육, 평화 교육, 지속가능발전 교육, 국제 이해를 위한 교육 등 다양한 분야의 기존 개념과 방법론을 채택하여 다면적으로 접근하며 공동 목표의 발전을 목표로 한다.

수용자(Audience): 특정 미디어 콘텐츠의 잠재적 소비자로 결합된 집단. 오늘날의 다양한 디지털 통신 회사가 제공하는 콘텐츠를 적극적으로 소비하는 것으로 보아, ‘수용자로 알려졌던 집단’은 단순한 ‘소비자’가 아닌 소비자이면서 생산자의 역할을 하는 ‘프로슈머(prosumer)’로 불리기도 한다.

수정주의/부정주의(Revisionism/negationism): 역사 부정주의는 역사 기록의 왜곡을 일컫는다. 역사 수정주의는 새롭게 입증되고 공정하게 추론된 방식으로 역사를 학문적으로 재해석한다는, 더 광범위한 용어이다. 일부에서는 역사 수정주의가 잘못된 역사 해석과 정치적 또는 이념적 동기의 정당화를 위해 도구화되었다고 주장한다. 역사 수정주의는 정치적, 이념적 이유로 학문적으로 확립된 역사적 사실에 대한 의도적 왜곡이 될 수 있다.

스텝(STEM): 과학, 기술, 공학, 수학 분야를 통합적으로 학습하고 개발하는 접근법을 의미하는 축약어. 스텝을 통해 학생들은 문제 해결 능력을 기를 수 있다.

시각적 학습(Visual learning): 이미지를 흡수하거나 시범 설명을 시청함으로 진행되는 학습 방법

(능동적) 시민성(Citizenship (active)):: (정치적, 국가적, 사회적) 공동체의 구성원. 시민성은 권리(투표권, 복지권)와 책임감(참여)으로 구성되어 있다. 능동적 시민성이란 시민이 다양한 활동에 참여하고, 자발적으로 지원하며, 모든 시민의 삶을 개선하기 위한 다양한 노력을 함으로써 자신이 속한 공동체를 더 나은 곳으로 만들고자 힘써야 한다는 철학을 담고 있다. 법적 의미의 시민성은 실제로 해당 국가에 살고 있는 사람 중 다수를 나이와 국적 등의 이유로 배제하기도 한다는 점을 유의해야 한다. 미디어·정보 리터러시에서 ‘시민성’이란 법적 시민성보다 의미역이 넓다.

시민성/시민적 책무성(Citizenship/ civic responsibility): 특정 사회적, 정치적, 국가적 공동체의 구성원인 상태를 일컫는 말. 사회계약이론에서 시민성은 권리와 책임 모두를 다하는 것을 의미한다.

시민 저널리즘(Citizen journalism): 전문 언론인이 아닌 일반 시민이 뉴스와 정보를 모으고 보도하며 분석하고 전달하는 과정에서 적극적이고 능동적인 역할을 도맡는 행위

시민 주도적 정보(Citizen-driven information): 시민이 주도하는 정보는 외부 이해관계자가 생산한 정보를 시민 중심 또는 시민 집중으로 간주하는 것에서 한 단계 더 나아간 행위이다. 시민이 정보 주기 또는 가치 측면에서 직접적인 역할을 수행하는 정보다.

시크릿 모드/사생활 보호 모드(Incognito / private mode): 해당 모드에서 작동할 때 브라우저는 브라우저의 기본 세션 및 사용자 데이터와는 격리된 임시 세션을 만든다. 검색 기록은 저장되지 않으며 세션이 닫힐 때 쿠키와 같은 세션 관련 데이터가 지워진다. 그러나 해당 모드는 작업이 암호화되거나 일반적으로 사용되는 쿠키나 다른 소프트웨어를 추적하지 못하도록 다른 방법으로 보호된다는 것을 의미하지는 않는다.

알고리즘(Algorithm): 일반적으로 한 부류의 문제를 해결하거나 계산을 수행하기 위해 잘 정의되고 컴퓨터로 구현 가능한 명령어 프로그램 또는 코드의 유한 시퀀스

언론의 자유(Freedom of the press/press freedom): 개인이나 기관(미디어 기관뿐만 아니라)이 표현의 자유를 이용해 대중에게 콘텐츠를 제공할 수 있는 자유이다. 해당 자유는 콘텐츠를 대량 유통할 수 있는 채널을 통해 활성화된다. 정부의 직접적인 검열이나 통제로부터 자유로워지는 규범을 의미한다. 미디어 또는 디지털 통신 회사의 독점을 방지하기 위해 경쟁법의 적용을 배제하지 않으며, 방송 주파수의 국가 할당이나 저작권, 아동 보호 또는 국제 표준에 따라 정당화될 경우 기타 제한의 시행도 배제하지 않는다.

언론인 강령(Journalistic codes): 언론인 윤리 강령, 실천 강령, 기타 강령(예: 다양성에 대한)을 예로 들 수 있다. 언론인을 위한 일련의 행동 원칙은 최고 수준의 직업적 규범을 충족하기 위한 적절한 행동을 담고 있다. 그중 하나는 국제언론인연맹(IFJ)에 의해 제정되었다. 기존의 다양한 강령들은 서로 상이한 점이 있지만, 대부분이 진

실성, 정확성, 검증, 공정성, 대중에 대한 책무성 등의 공통 원칙을 공유한다.

여성성(Femininity): 여성과 여아의 고유한 특성으로 간주되어 온 행동, 역할, 특성

영상 속 언급/광고(In-Video Shoutouts/ads): 후원하는 브랜드 명이나 상품을 영상 속 어느 부분에서 명백하게 언급하는 행위

완전 정보(Perfect information): 사람이 어떤 결정을 내릴 때 필요로 하는 모든 정보를 시의적절하게 얻는다는 가설

왜곡된 콘텐츠(Misleading content): 상대를 속여 사실이 아닌 것을 사실로 믿게 만들고자 하는 콘텐츠

운동적 학습(Kinaesthetic learning): 단순 청강 같은 학습이 아닌 물리적 활동을 포함하는 학습 접근법

원형(Archetype): 어떤 개인이나 사물의 다음 버전을 재현하고자 만들어진 개인과 사물의 모델 또는 이상적 유형

월드 와이드 웹(World Wide Web): 출판 형식, HTML, 각 정보의 주소 및 하이퍼텍스트를 통해 정보를 전송하는 방법 등 세 가지 주요 기능을 제공하여 인터넷을 통해 방대한 양의 콘텐츠를 사용할 수 있도록 하는 서비스 전송 프로토콜

웹 사이트(Website): 공통 URL을 사용하는 웹 페이지, 이미지, 데이터의 모음

웹2.0(Web2.0): 상호작용을 촉진하고 사용자가 자신의 소프트웨어 기능을 설계할 수 있도록 하는 응용 프로그램. 웹2.0 애플리케이션은 협업 및 공유의 중요성을 강조한다.

위키책(Wikibook): 위키책은 위키미디어 재단이 주최하는 위키미디어 프로젝트이다. e-북 형태의 무료 공개 교과서를 만드는 것을 목표로 한다. 누구나 자유롭게 편집할 수 있으며, 익명의 인터넷 사용자가 대가 없이 공동으로 여러 분야에 대한 교과서를 작성하는 공간이다.

위키피디아(Wiki): 일반적으로 두 명 이상의 사용자가 관리하는 웹 사이트로, 사용자들이 특정 내용에 대해 공동으로 수정하는 등의 작업을 수행한다. 종종 해설이나 사건 설명, 문서 등을 포함한 여러 페이지와 콘텐츠를 연결하여 생성한다. 위키피디아는 일반적으로 여러 사용자가 콘텐츠를 업데이트하고 더 다양한 자료를 다운로드 할 수 있다는 점에서 블로그와는 다르다.

융합(Convergence): 다양한 유형의 콘텐츠, 이를 테면 목소리나 음향, 사진 또는 글을 디지털화하는 능력으로, 개인 컴퓨터에서 휴대폰에 이르기까지 다양한 기기를 통해 이루어질 수 있으며, 디지털 커뮤니케이션 환경을 조성하기도 한다. 기관과 기관의 업무 관행이 통합되는 상황을 의미하기도 하는데, 신문사가 디지털 통신 회사 플랫폼을 활용하여 영상을 제작하여 전달하는 행위를 예로 들 수 있다.

이미지(Image): 상징적 또는 정신적 표현이나 그림, 사진

인간의 권리(Human rights): 인간의 존엄성과 자존감을 보호하기 위해 필요하다고 간주되는 일련의 권리 및 보호. 이 같은 권리는 일반적으로 해당 권리를 명시하는 국가 및 국제 문서(예: 세계인권선언, 유럽 인권 협약, 아동권리협약 등)에서 다루어진다. 또한, 사회에서 가난하거나 소외되었다고 여겨지는 집단을 보호하기 위해 집단 또는 인간 단체의 권리도 다루어진다.

인간의 주체성/자율성(Human agency/autonomy): 인간의 주체성이란 인간이 자신의 삶을 형성할 수 있는 능력을 말한다. 자율성이란 개인의 자기결정력이나 자기 통치를 위한 능력이다. 자신의 태도와 행동을 조작하거나 '몰아가려는' 외부 시도를 제대로 인식할 수 있는 능력을 필요로 한다. 자기결정권은 관련자와 다른 행위자(또는 알고리즘) 사이에 정보의 비대칭성이 존재할 때 위협받을 수 있다. 다른 행위자는 개인의 심리, 포부, 희망, 두려움, 사회적 연결고리에 영향을 미치도록 관련 개인에 대한 통찰력을 알고 상기하고 활용할 능력을 가지고 있다. 어린이와 청소년은 정체성이 형성되는 과정에 있으며, 외부 조작에 취약한 특성을 가지고 있기 때문에 더 큰 문제로 다가올 수 있다. 또한 우울증, 외로움 또는 사별과 같은 요인으로 인해 취약할 수 있는 성인 및 이러한 시기에 활용할 수 있는 데이터 보유자의 먹잇감이 될 수 있는 성인에게도 위험이 된다.

인공지능(Artificial Intelligence, AI): 언어 탐색 능력, 그림 인식 능력, 문제 해결 능력 및 학습 능력과 같이 인간의 마음이 가지고 있는 특성 중 일부를 지닌 기계 및 소프트웨어에 관한 연구, 적용 및 생산 분야. 유네스코 회원국은 2021년 11월, 만장일치로 인공지능 윤리 권고를 채택했다.

인공지능에는 다음의 세 가지 유형이 있다.

인공일반지능/강인공지능(Artificial general intelligence, AGI)은 인간이 수행하는 지적인 업무를 동일한 수준으로 해내는 기계의 지능을 말한다.

좁은 관점의/약인공지능(Artificial narrow intelligence, ANI)은 특정 영역에만 활용이 가능한 인공지능이다. 오늘날의 인공지능이 구현할 수 있는 능력 수준이다. 특정 목표를 수행하기 위해 개발되었으며, 하나의 과제를 수행한다. 예를 들어 얼굴 인식, 목소리 인식, 자율 주행, 인터넷 검색 등이다. 프로그램에 입력된 특정 과제를 수행하는 데 매우 뛰어난 능력을 가지고 있다.

초인공지능(Artificial Super Intelligence)은 인간의 능력을 뛰어넘는 인공지능을 말한다.

인종차별(Racism): 인종을 구성하는 징표로서 사회적으로 구성되는 유전적 또는 문화적 요인이 인간의 특성과 능력의 주요 결정 요소이며, 인종적 차이가 분류된 집단의 고유한 열등성과 우월성을 낳는다는 믿음

인지 시스템(Cognitive system): 인지적 컴퓨터 능력과 언어 처리, 머신 러닝을 활용하는 기술 분야로서, 인간과 기계가 인간 능력 및 인지 능력을 자연스럽게 확장하고 최적화하기 위해 상호작용하는 것을 말한다.

인터넷(Internet): 표준 TCP/IP(Internet Protocol Suite)를 사용하여 전 세계 수십억 명의 사용자에게 서비스를 제공하는 상호 연결된 컴퓨터 네트워크의 글로벌 시스템. 광범위한 전자 및 광 네트워크 기술로 연결한 수백만 개의 민간, 공공, 학술, 기업 및 정부 네트워크로 구성되어 있다.

인터넷 거버넌스(Internet governance): 정부, 민간 부문 및 시민 사회가 각각의 역할에 따라 인터넷의 발전과

사용을 형성하는 공유된 원칙, 규범, 규칙, 의사결정 절차 및 프로그램의 개발과 적용. 유네스코는 디지털 방향이 단 한 곳(예를 들어 기업 또는 정부)에 의해 통제되는 것을 방지하기 위해 여러 이해당사자에 의한 거버넌스의 가치를 강조한다. 이는 법률 제정, 정책(정부, 회사 및 기관 차원의) 개발 및 시행, 모니터링 및 검토에도 적용된다.

일반성/대중성 소구(Folk appeal): 상품이나 서비스를 홍보하는 데 일반인을 활용하는 것. 해당 상품이나 서비스가 일반적으로 모두에게 가치 있고 필요하다는 것을 보여주는 데 목적이 있다.

자기 검열(Self-censorship): 자기 검열은 자신의 담론을 억압하기로 결정하는 행위이다. 타인의 감정이나 선호(실제 또는 인지된)에 대한 두려움이나 존중을 이유로 수행되며, 특정 당사자의 과도한 지시 없이 수행된다. 외부 당사자의 명령으로 탄압이 행해지는 것은 검열에 해당한다.

자율 규제(Self-regulation): '규제(regulation)' 참고

잘못된 정보(Misinformation): 거짓 및 오해의 소지가 있는 정보. 본 커리큘럼에서는 때때로 기만적 정보와 의도성이 없는 정보의 작성 및 배포를 모두 가리키는 용어로 사용되기도 한다. 하지만 협의의 잘못된 정보는 비록 유해하거나 해를 끼칠 목적으로 만들어진 것은 아니지만 결과적으로 거짓을 담고 있는 정보를 의미한다. 종종 잘못된 정보는 초기 허위정보에서 파생된다. 동일한 내용이(예: 선거를 '도난당함') 기만적인 의도로 만들어졌지만, 진실된 내용이라고 믿는 사람들에게 의해 전파될 수도 있는 것이다. 다시 말해, 거짓 내용을 다루는 것은 동일하다고 해도 해당 정보가 허위정보일 수도 있고, 잘못된 정보일 수도 있다.

장르(Genre): 특정 스타일과 유형, 콘텐츠를 특성으로 하는 예술적이고 음악적이며 문학적인 작품의 유형

저널리즘(Journalism): 검증된 정보 및 정보에 근거한 의견을 수집, 제작, 편집 및 제시하는 행위. 일부 주체는 정보의 수집(보도)에 집중하며, 다른 주체는 편집(편집자)에 집중한다. 직업윤리와 기준을 지키기만 한다면 전문 언론인이 아닌 일반 개인도 저널리즘에 참여하고 주도할 수 있다. 누구도 표현의 자유를 행사한다는 이유로 공격 받아서는 안 되며, 공공 서비스의 일종인 언론을 통해 표현의 자유를 행하는 사람들은 보호받아야 한다. 유네스코가 주도하는 '언론인 안전과 면책 문제에 관한 유엔 행동 계획'은 언론인의 보호를 추구하는 내용을 담고 있다.

저작권(Copyright): 저작자가 자신이 저작한 저작물을 독점적으로 이용하거나 이를 남에게 허락할 수 있는 인격적 재산적 권리. 주로 저작물을 지원하는 회사가 저작권을 소유하는 경우가 많고, 시장에서 매매될 수 있다.

정보 리터러시(Information literacy): 정보가 필요할 때를 인식하고 다양한 유형의 정보의 위치를 파악하고 평가하며, 효과적으로 활용하고 소통할 수 있는 능력

정보 사회(Information society): 정보 사회란 콘텐츠를 제작하고 전달하고 조작하는 것이 지배적인 경제 및 문화 활동이 된 사회를 의미한다. 과거 산업과 농업에 의존했던 경제와 대조되는 유형이다. 정보 사회의 기계적 도구는 컴퓨터와 텔레커뮤니케이션 기술 등이다.

정보에 대한 권리(Right to information): '정보 접근성' 참고

정보 윤리(Information ethics): 정보의 생성과 체계화, 유포 및 활용의 관련성을 조명하는 윤리이며, 사회 속 인간 행동에 영향을 미치는 윤리적 기준과 도덕적 강령을 의미한다.

정보의 자유(Freedom of information): 공공이 제공하는 정보, 정부의 위임을 받아 연구가 진행된 사적 정보(예: 세금으로 운영되는 기관이 진행한 연구 관련 정보), 공익과 관련된 정보(예: 기름 유출 사건에 대한 정보)에 대한 접근 권리.

정보 저장소/리포지터리(Repository): 콘텐츠나 정보가 저장된 공간으로, 접근과 유포가 가능하다. 자료원이자 공급원이며, 저장소라고 할 수 있다. 물리적이거나 전자적(디지털 형식)으로 존재한다.

정보 접근성(Access to information): 정보를 찾고 얻으며 효과적으로 활용할 수 있는 권리를 말한다. 정보에 대한 법적 권리 및 기타 권리를 의미하며, 접근이 얼마나 용이한지, 권리를 현실에서 행사할 수 있도록 인터넷 연결이 가능하고 비용을 지불할 수 있는 조건을 갖추었는지 등과 관련이 있다. 해당 권리에 대한 법률(정보의 자유법)이 없는 접근성은 매우 제한적이다. 적절한 조건과 역량을 갖추지 않는다면 의미 있는 권리 행사가 불가하다.

정보 제공자(Information provider): 수집된 정보를 제공하는 개인 또는 조직. 특정 정보에 전문화되어 있는 콘텐츠 제공자도 있지만, 대부분의 콘텐츠 제공자는 단순히 콘텐츠를 혼합해서 제공하고 있다. 뉴스 미디어는 정보를 전문적으로 다루지만, 많은 미디어 회사가 뉴스와 엔터테인먼트를 모두 제공하여 때때로 경계에 혼란을 준다. 도서관은 소설뿐만 아니라 백과사전과 논문(정보)을 제공한다. 논란의 여지가 있지만 디지털 통신 회사는 정보, 창의적인 예술 및 엔터테인먼트 비디오, 음악, 광고 등과 함께 잘못된 정보, 허위정보 및 증오 표현을 포함하는 방대한 콘텐츠를 호스팅하는 것으로 알려져 있다.

정보 주기(Information lifecycle): 정보 주기관 각 정보(서면 또는 컴퓨터화 된) 기록이 생성에서 저장, 배포, 보관 또는 파괴/손실되기까지의 단계를 말한다. 이 단계들은 정보에 보다 쉽게 접근하거나 정보를 안전하게 저장하기 위한 포맷 변경 또는 기록 매체를 포함할 수 있다. 정보 주기는 시간이 지남에 따라 정보가 지식으로, 심지어는 지혜로 전환되는 등의 정보 가치 변화 과정을 포함하기도 한다. 정보 주기의 다양한 단계에서 시민의 참여가 갖는 가치와 시사점을 인식할 필요가 있다.

정보통신기술(ICT): 정보통신기술은 필요한 소프트웨어뿐만 아니라 컴퓨터와 네트워크 하드웨어를 포함하여 정보를 처리하고 통신을 용이하게 하는 데 사용되는 모든 기술적 수단을 말한다. 전화, 방송 매체, 모든 종류의 오디오와 영상을 처리하고 전송하는 것을 아우르는 정보기술로 구성된다. 현대 정보 기술에서 통신(전화 회선 및 무선 신호)의 역할을 강조하는 것이다. 모든 정보통신기술은 전자적이지만 디지털인 것은 아니다. 또한 모든 디지털 기술이 미디어·정보 리터러시적 의미에서 정보와 통신을 다루고 있지는 않지만, 상용 운영이나 고급 자동차, 기후 모니터링 등의 데이터를 분석하는 일을 수행한다.

정보 프라이버시/데이터 보호(Information privacy/data protection): 정보 프라이버시 또는 개인 데이터 보호는 데이터, 기술의 수집 및 조급, 사생활에 대한 대중의 기대 사이 존재하는 관계성을 의미한다. 데이터 보호는 기밀 데이터 보호에 대한 기업 및 정부의 기대치를 포함하기도 하지만 이는 사생활 권리의 문제와는 연관이 없다. 그러나, 기업과 정부는 시민에 대해 보유하고 있는 개인적 데이터에 관련하여 해당 권리를 보호할 의무를 진다.

정확성(Accuracy): 텍스트가 재현하고자 하는 바가 자료에 근거하는 정도를 의미한다.

제휴 마케팅(Affiliate marketing): 매체사(affiliate)가 광고주의 상품을 마케팅해주는 대가로 보상을 제공받는 기법

젠더 민감성(Gender-sensitive): 젠더 민감성은 사람이 타인에 대한 대우를 통해 젠더가 삶에서 어떤 역할을 하는지 인식하게 하는 과정이다. 성별 관계는 모든 기관에 존재하며 특히 성별에 대한 특권과 차별을 인식하는 능력에서 젠더 민감적인 태도가 나타난다. 비록 모든 여성이 같은 방식으로 폭력과 차별을 경험하는 것은 아니나, 전통적인 성 역할과 성 고정관념으로 인해 삶 속의 불편을 겪는 현상은 모든 사회 속 여성에게 발생한다. 젠더 민감성 훈련은 일반 직원인 사람들이 그들의 삶이나 직장, 프로젝트, 프로그램, 활동 등에서 성별 관련된 문제를 더 많이 인식하고 이에 민감해지도록 교육하기 위해 사용된다.

젠더 반응성(Gender-responsive): 젠더에 민감하며 여성과 남성의 다양한 요구, 열망, 역량 및 기여도를 정책과 계획의 내용에 상세히 포함하는 활동의 특성

젠더 변혁성(Gender-transformative): 기존의 편향적이고 차별적인 정책 및 관행, 프로그램이 가진 근본적인 문제 해결에 도전하고 평등을 향한 변화에 영향을 미치는 정책 및 계획의 특성

젠더화된 프라이버시(Gendered privacy): 여성과 남성에 따라 프라이버시가 다른 의미를 가지거나 다르게 기능하는지 연구하기 위해 학자들이 사용하기 시작한 새로운 용어

조작된 콘텐츠(Manipulated content): 기만하기 위해 조작된 콘텐츠나 이미지

좁은 관점의/약인공지능(Narrow AI): 단일한 또는 제한된 업무 수행에 특화된 인공지능 시스템을 가리키는 말

주류 미디어(Mainstream media): 거대한 규모의 채널을 통해 운영되는 미디어로, 미디어 소비자의 대부분이 접하고자 하는 콘텐츠를 다룬다. 주류 미디어 콘텐츠를 통해 현재 가장 대중적인 사고방식이나 영향력 있는 것, 활동 등이 무엇인지 알 수 있다. 그러나 오늘날 디지털 통신 회사를 통해 더 다양한 콘텐츠가 양산되고 전달되고 있기 때문에 주류 미디어 기관의 역할에 균열이 발생하고 있다.

지속가능발전 교육(Education for sustainable development): 학습자가 정보를 기반으로 의사 결정을 하며 현 세대와 미래 세대를 위한 환경과 경제적 자립성, 정의로운 사회 구현을 위해 책임감 있게 행동하도록 하는 교육이다. 총체적이고 변형적인 교육으로, 학습 내용과 성과, 교수법과 학습 환경을 모두 고려한다.

지시적 윤리 강령과 이상적 윤리 강령 (Directional and aspirational codes): 윤리 강령을 구성하고 있는 내용의 성격을 분류하는 용어다. 지시적 윤리 강령이란 규칙을 기반으로 하지 말아야 할 것을 지시적으로 나열한다. 이상적 윤리강령은 다양한 가치를 설명하고 이를 준수할 수 있도록 격려와 이상을 담고 있다.

지식(knowledge): 적용(‘노하우’)하거나 이해를 위해 사용할 수 있도록 변환된 정보. 지식은 학습 가능하다. 지식은 지혜, 즉 어떤 상황에서 어떤 지식을 활용해야 할지 판단하는 능력의 토대가 된다.

지식 사회(Knowledge society): '지식 사회'는 더 높은 수준의 정보 사회를 기술하기 위해 유네스코가 주장한 개념이다. '지식 경제'의 개념과는 다르다. 유네스코에 따르면, 지식 사회는 인간 발전을 위해 지식을 구축하고 적용하고자 정보를 식별, 생산, 처리, 변환, 전파, 사용하는 능력에 대해 다룬다. 지식 사회는 본질적으로 표현의 자유, 정보와 지식에 대한 접근성, 문화적 언어적 다양성에 대한 존중, 모두를 위한 질 높은 교육을 핵심으로 다룬다.

지식재산권(Intellectual property): 지식재산권이란 인간의 지적 재산의 한 범주를 가리킨다. 다양한 종류의 지식 재산이 존재하며, 특정 국가에서는 다른 나라보다 더 많은 유형을 지식재산으로 인정한다. 가장 잘 알려진 지식재산권 유형으로는 저작권, 특허, 상표 및 영업비밀이 있다.

직소 협동학습(Jigsaw learning): 소그룹에 속한 학생 각각이 한 주제의 여러 하위 요소 중 하나에 전문성을 가지도록 돕는 학습 방법(예를 들어, 열대우림에 대한 학습에서 한 그룹이 이 지대의 동물 서식지에 대해 조사한다면, 다른 그룹은 이 지대의 서식 동물의 포식자에 대해 알아볼 수 있다.)

차단(Blocking): 특정 콘텐츠나 콘텐츠 출처 주소에 접근하는 것을 막아 디지털 콘텐츠 접근성을 방해하는 기술적 또는 편집적인 방법. 과거에는 단순히 콘텐츠를 차단하거나 허용하는 것이 다였다면, 이제는 특정 콘텐츠나 서비스 접속 속도를 늦추거나 콘텐츠에 꼬리표를 달거나 다른 콘텐츠로 상쇄하는 등의 다양한 방식이 도입되고 있다.

참여/시민 참여(Participation/civic participation): 참여는 민주주의의 핵심이며, 각 개인이 사회에서 자신의 자리를 찾고 발전에 기여할 수 있도록 하는 것을 주요 목표로 설정한다. 민주적 실천의 중요한 요소이며 기본적인 인권의 초석으로 여겨지는 의사결정 과정에 중요한 역할을 한다.

청각형 학습(Auditory learning): 청각이라는 행위를 통해 학습하는 것-시각적 학습 및 운동적 학습과 함께 세 가지 학습 유형으로 분류됨.

커리큘럼(Curriculum): 학습에 대한 순차적인 접근 방식을 제공하도록 설계된 일련의 과정

커뮤니케이션(Communication): 송신자가 콘텐츠를 패키징화, 채널화하여 수신자에게 특정한 매체를 통해 전달하는 과정. 모든 커뮤니케이션이 송신자나 메시지, 수신자를 요하는 것은 아니다. 수신자는 커뮤니케이션 발생 당시 커뮤니케이션이 효과적으로 일어나게 하기 위해 제공자의 의도를 이해해야만 하는 것도 아니다. 수신자가 이 자극과 반응의 과정의 끝에 서 있는 것은 아니다. 콘텐츠를 전달받는다는 것은 메시지를 '해석'하는 데 참여하는 일이며, 최초의 메시지가 구성된 맥락과는 다른 의미를 찾는 과정이 될 수도 있다.

콘텐츠(Content): 다양한 품질과 기술적 유형을 가진 의미 있는 메시지. 콘텐츠는 엔터테인먼트적(영화)이거나 교육적(다큐멘터리), 설득적(광고) 측면을 가진 다양한 의미와 정보를 담고 있다. 콘텐츠에는 예를 들어 정보 및 엔터테인먼트 콘텐츠에서 발견되는 장르를 악용하고 다른 의제가 없는 것처럼 가장하는 허위정보, 잘못된 정보 및 증오 표현도 포함된다.

타깃형 광고(Targeted advertising): 온라인 광고를 포함한 광고의 한 형태로, 광고주가 홍보하는 제품이나 사람에 따라 특정 특성을 가진 시청자를 대상으로 하는 광고. 각 개인에 대해 수집된 수천 개의 데이터를 기반으로 한 맞춤형 광고의 탄생으로 이어졌고, 설득을 통해 사람의 감수성을 이해할 수 있는 가능성이 더 높다. 이와 반대되는 개념은 상황적 광고인데, 개인의 특정 프로필보다는 특정 콘텐츠에 관련해 전달하는 것이다. 개인에 대한 타깃형 광고는 점점 자동화되고 있으며, 기존의 특정 콘텐츠와 독립적으로 나타난다. 그렇기 때문에 많은 브랜드가 콘텐츠 맹목적인 알고리즘 작업의 직접적인 결과로 혐오 발언 및 여성 혐오 콘텐츠와 연관되는 것에 대해 점점 더 우려하고 있다.

텍스트(Text): 미디어·정보 리터러시에서 텍스트란 미디어 제작의 개인적 결과물로, 글자로 표현된 것뿐만이 아닌 시청각적이고 영상, 게임 관련 등 모두를 포함한다(예: 텔레비전 쇼 에피소드, 밈, 서적, 잡지나 뉴스 기사, 인플루언서 영상, 광고 등)

팩트체크(Fact-check): 특정 주장(연설이나 글, 사진이 담고 있는)이 사실인지 확인하는 절차로, 연구나 편집 과정의 일부를 차지한다.

퍼블릭 도메인 정보(Public domain information): 시, 음악, 미술, 책, 영화, 제품 디자인 및 컴퓨터 프로그램과 같이 다양한 형태의 지식재산권을 포함한 독창적 창작물을 가리키는 용어. 퍼블릭 도메인에 있다는 것은 사용자가 해당 콘텐츠를 자신이 원하는 목적을 위해 창의적 작업에 사용할 수 있다는 사실을 의미한다. 공공 영역에 놓인 콘텐츠는 개인의 재산과 반대로 일반적 사회의 집단 문화유산으로 간주된다.

편집권 독립(Editorial independence): 편집자가 기관의 편집 정책이나 직업 규범을 토대로 미디어 소유주나 정부, 비정부 주체의 방해나 개입을 받지 않고 편집 관련 결정을 할 수 있는 직업상의 자유. ‘미디어 포획(media capture)’ 현상에 영향을 받지 않기 위해 필수적인 권리이다.

편집자(Editor): 출판의 편집 과정을 책임지는 인물로, 주로 신문이나 잡지에 실리는 텍스트의 최종적 콘텐츠를 결정한다. 미디어 소유주(또는 디지털 통신 회사 소유주)와는 명백히 다른 개념으로, 미디어 소유주는 미디어 기업을 소유한 개인 또는 이해관계자 집단을 의미한다. 물론 한 개인이 소유주와 편집자 등 다양한 역할을 맡아 문제가 되는 경우가 존재하기도 한다.

평등(Equality): 나이, 성별, 종교, 민족과 상관없이 모두가 동등한 권리를 누려야 한다는 신념. 세계인권선언의 토대가 되는 원칙으로, ‘인류 가족 모두의 존엄성과 양도할 수 없는 권리를 인정하는 것이 세계의 자유, 정의, 평화의 기초다’라는 전문 내용에서도 다루어지고 있다. 시민성이라는 개념 또한 평등에 대해 다룬다.

평생학습(Life-long learning): 학습자 중심적 교육과 연관된 학습으로, 삶이 특정한 시간과 공간 내에서 프로그램 지시에 따라 시작되고 종결되는 것이 아니라는 사실을 조명한다. 모든 개인은 평생을 걸쳐 배움을 행하며, 콘텐츠 제공자와 상호작용하여 학습을 이어나가고자 한다. 미디어·정보 리터러시 개발은 단순히 한 프로그램을 완성하는 과정에서 끝나지 않으며, 정규 교육의 틀에서 더욱 확장된 개념이다. 평생학습은 다양한 환경(직장, 공동체, 비정규적 교육 환경)에서 일어난다.

포털(Portal): 포털은 이메일, 게임, 인용문, 검색, 뉴스, 주식과 같은 광범위한 서비스를 제공하는 웹 사이트나 서비스의 아이디어이다. 포털, 웹 포털, 또는 소용돌이 사이트는 쉽게 접근 가능한 광범위한 분야의 서비스를 제공하여 방문객들로 하여금 더 자주 방문할 수 있도록 한다. 소셜 네트워킹 앱과 같이 제한된 환경에서 사용자를 유지하고 있는, 이른바 ‘담장 처진 정원’은 그 ‘점착성’을 유지하기 위해 알고리즘 참여나 추천과 같은 심리적 기술을 사용한다는 점에서 포털과는 반대되는 개념이다. 다만 포털과 담장 처진 정원 서비스 모두 지속적으로 쿠키를 추적하고 여러 인터넷 장소에서 수집된 데이터와 고유한 인터넷 프로토콜 주소를 일치시키는 것과 같은 방식으로 더 넓은 인터넷 공간에서 사용자의 행동을 모니터링하고 있다는 점에서 선택의 문제에 대해 생각해 볼 필요가 있다. 오늘날 점점 중요해지는 것은 ‘앱 스토어’라고 불리는 포털인데 여기에서는 특정한 앱에 대한 선택과 배제의 문제, 그리고 강탈주의자라고도 불리는 그들의 비즈니스 모델에 대한 논란이 제기되고 있다.

표상(Representation): 텍스트가 실제 텍스트 외부에 존재하는 사람, 장소, 이벤트 또는 아이디어를 나타내거나 상징과 설명을 나타내는 과정. 실제 장소, 사람, 사건과 아이디어, 내용 사이의 관계를 의미할 수 있다.

표적 수용자(Target audience): 연령, 성별, 직업, 계층 등과 같은 일련의 공유된 특징을 기반으로 하여 텍스트가 구체적으로 가리키는 대상 또는 콘텐츠 제작자나 배포자가 묶어내려는 사람들의 집단

표현의 자유(Freedom of expression): 인간에게 보장된 기본적인 권리 중 하나. 단순히 의견을 목소리로 표현하는 데 국한되지 않고 정보를 찾고 받으며 전달하는 행위 모두를 아우르는 개념이다. 해당 권리와 관련하여 언론의 자유는 당연한 결과이며 공동체와 시민 사회를 구성하고 지지하는 데 필수적인 부분이다. 대부분의 다른 인권과 마찬가지로 표현의 자유에 대한 규범은 자유가 기본 조건이며 이에 대한 어떠한 간섭도 예외적이어야 한다. 국제적 기준에서 국가가 표현의 자유를 제한할 수 있는 경우는 매우 제한적이다(예: 개인의 명예 보호, 공공 보건 또는 공공질서 관련). 또한, 법적으로 설명이 가능해야 하며 목적이 분명해야 한다.

프라이버시권(Right to privacy): 무단 침입으로부터의 자유이자 개인의 문제와 관계를 비밀에 부칠 수 있는 개인의 권리. 해당 권리는 ‘시민적·정치적 권리에 관한 국제 규약’ 제17조에 다음과 같이 정의되어 있다. “어느 누구도 그의 사생활, 가정, 주거 또는 통신에 대하여 자의적이거나 불법적 간섭을 받거나 또는 그의 명예나 신용에 대한 불법적 비난을 받지 아니한다.”

프로슈머(Prosumer): 소비자임과 동시에 콘텐츠를 제작하기도 하는 개인

학습자 중심(Learner centered): 학습자를 학습 과정의 중심에 두는 교육적 접근법이다. 개인의 필요와 열망을 모든 학습과정 및 프로그램의 중심에 두며, 학습 상황에서 자신이 하는 경험에 초점을 맞춘다. 참여의 개념을 수용하고 학습자가 학습 공동체에 기여하는 것을 중시한다.

행동 강령(Code of conduct) 대 윤리 강령(Code of ethics): 윤리 강령은 모든 임직원에게 한 기업 또는 기관에서 용납할 수 있는 행동과 결정의 일반적 기준을 규정하는 내용을 다룬다. 행동 강령은 그보다 더 상세하다. 특정 상황에서 어떻게 행동해야 하는지에 대해 설명한다. ‘언론인 강령(Journalistic codes)’을 참조할 것.

허위정보(Disinformation): 위조되거나 오해를 일으키는 콘텐츠. 협의에서 이 용어는 제작자가 콘텐츠에 잘못된 내용이 담겨 누군가에게 피해를 입힐 가능성이 있다는 사실을 인지하고 있는 상태에서 만들어 낸 위조 콘텐츠라는 의미를 갖는다. 이런 맥락에서 ‘허위정보’는 제작자의 의도 및 인식이 없는 ‘잘못된 정보(misinformation)’와 다른 것으로 간주된다. 그러나 허위정보와 잘못된 정보는 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 점에서는 동일하다. 제작자의 의도와 인식을 확인하는 것이 쉽지 않기 때문에 해당 정보를 전달하고 유포하는 기술을 통해 허위정보 인지 분별하는 접근법이 쓰이고 있다. ‘확실하지 않고 모호한’ 또는 ‘조정된’ 행동이라고 불리는 것들, 예를 들어 가짜 계정과 명백한 선거운동 등은 잘못된 콘텐츠를 담고 있을 확률이 매우 높다. 허위정보는 통상적으로 우리가 가진 역량과 권한을 약화시킨다. 검증할 수 있고 믿을 만한 정보에 접근하는 것을 막아 의미 있는 표현의 자유를 누릴 수 없도록 하는 것이다. 음모론과 같이 흥미롭고 쉬운 설명을 제공하여 수용자를 유혹하고자 하며, 허위정보를 믿게 하기 위해 진실을 말하는 사람들을 위협하고 명예롭지 못하게 만든다.

혐오표현(Hate speech): 특정 집단이 가진 고유의 공동적 특성(민족, 젠더, 생물학적 성 등)을 이유로 적대감, 차별, 폭력을 선동하는 커뮤니케이션 행위

감사의 글

제2판

감수진:

버나드 콤베스

유네스코 지속가능발전 교육 프로그램 전문가

다미아노 지암파울리

유네스코 성평등국 프로그램 전문가

이사벨 타모

유네스코 세계시민 및 평화 교육 교육 부문 프로젝트 실무직원

조이스 몬테이로

유네스코 사회 인문과학, 종교 간 대화 프로그램 전문가

카렐 프라카파네

유네스코 세계시민 및 평화 교육, 교육 부문 프로그램 전문가

크어 령

유네스코 문화정책 및 개발 문화 부문 프로그램 코디네이터

피터 왈레츠

유네스코 교사교육국 교육 부문 프로젝트 실무직원

기여자:

교사를 위한 미디어·정보 커리큘럼에 대한 국제회의 2019년 9월 12-13일

알버트 K. 보커스트

네덜란드 암스테르담 대학교/남아프리카 공화국 프리토리아 대학교 연구원

알렉산드레 사야드

유네스코 미디어·정보 리터러시 협의체 국제 운영위원회 공동의장

앨리스 리

홍콩 침례 대학교 교수

알톤 그리즐

유네스코 프로그램 전문가

아를 셀반

인디라 간디 내셔널 오픈 대학교 저널리즘과 뉴미디어 학부 부교수

보그단 트리퓨노빅

세르비아 도서관 협회 회장

캐롤린 월슨

유네스코 미디어·정보 리터러시 협의체 국제 운영 위원회 전 의장

캐나다 미디어스마트 이사회 구성원이자 스페인의 미디어 리터러시를 위한 멘토 협회 회원

캐나다 웨스턴 대학교 교육학과 교수진

다리볼 토도로빅

세르비아 컴퓨터 과학 교사

디비나 프라우-메이그스

쾰른-노벨르-파리 3 대학교 교수

유네스코 의장

펠리페 치바스 올티즈

브라질 상파울루 대학교 부교수

이고르 시믹

비디오 게임 개발자 데마고그 스튜디오 영화/게임 예술가

이리나 지라브스카야

유네스코의 미디어·정보 리터러시와 미디어 시민 교육 대표

러시아 모스크바 국립사범대학교

헤수스 라우

멕시코 베라크루즈 대학교 USBIVER 도서관 책임자

유네스코 미디어·정보 리터러시 협의체 국제 운영위원회 공동의장

카타리나 알렉시크

세르비아 교육 역량 및 평가원의 교육 기술 센터장

리사 세레로
프랑스 '평화를 위한 만화그리기' 교육 프로젝트 매니저

마하 바쉬리
아랍에미리트 알 아인의 공립 대학교 부교수

마자 자리크
세르비아 문화미디어부 소속 미디어 부처장

마하나 브르키
세르비아 과학 진흥 센터

모우나 벤슬리마네
모로코 정보 과학 학교 교사
올루니페시 수라지
나이지리아 라고스대학교 대중매체학과 부교수

레이첼 피셔
남아프리카 공화국 프레토리아 대학교 아프리카 정보 윤리 네트워크와 미래 아프리카원 연구원이자 코디네이터
정보윤리를 위한 국제 센터 공동 의장

라몬 투아존
인도 아시안 저널리즘 학교 총장
아시안 미디어 정보와 커뮤니케이션 센터 총장

룩사나 모르두초위츠
아르헨티나 교육부 미디어 리터러시 프로그램 전 책임자

사사 머르코빅
세르비아 베오그라드의 미디어 및 정보 과학과 교수 및 미디어 전문가

타티아나 무로바나
유네스코 교육정보기술원 프로그램 전문가

바이올레타 객맨
세르비아 베오그라드 제 5 고등학교 언어 교사

월레스 기충기
케냐 미디어·정보 리터러시 센터 책임자

슈 징
유네스코 실무직원

아랍 국가 지역적 자문회의, 2020년 12월 8일-10일

압델하미드 피시
미디어·정보 리터러시 국제 포럼 의장

암타르 다르스바우 사인
아랍 에미레이트 함단 빈 모하메드 스마트 대학교 교수

알톤 그리즐
유네스코 프로그램 전문가

안나 페이지
영국 더 오픈 대학교 수석 프로듀서

바수 델 카히
미브후반 대학교 교수

부쉬로 빈티 알리
쿠알라룸푸르 교사교육원 수석 강사

카탈 드 파오르
아일랜드 리머릭 대학교 메리 이메쿨레이트 대학 전문성 개발 지속 부 책임자

코니 일레인 조지
영국령 버진아일랜드 교육부 교육 행정가

다닐로 파딜라
유네스코 프로그램 전문가

드리시아 피시
모로코 물레이 이스마일 대학교 교수

이나스 아불리데
아랍 에미레이트 알 아인 대학교 조교수

가브리엘 엘힐리
유네스코 프로그램 전문가

기한 오스만
이집트 카이로 아메리칸 대학교 교수법 구성과 기술 전공 조교수

나글라 이마리
이집트 영국 대학교 상담사 및 미디어 전문가

라몬 R. 투아존
아시아 미디어 정보와 커뮤니케이션 센터 총장

스티브 위케오차
아프리카 AFTRA 책임자

수아드 알-푸레인
쿠웨이트 대학교 교육학과 조교수

수마야 아부함디에
요르단 대학교 교육 상담사

동아프리카 지역 회의 2020년 3월 5일
아바스 음핀디
우간다 미디어 챌린지 계획 기업 대표

아브디라만 모알린 아도우
우편통신기술부 국가통신원 책임자

브루스 비탈리스
우간다 미디어 리터러시와 공동체 개발 센터 총 책임자

군디아 나라이넨
모리셔스 대학교 커뮤니케이션 대학 교수

엘리파스 비산다
탄자니아 오픈 대학교 부총장
유네스코 탄자니아위원회 의장

임마누엘 문야루쿰부지
르완다 대학교 조교수

파라 주디스 이삭
나미비아 미디어·정보 리터러시 학습 계획 프로그램 직원

헨리 카브웨
잠비아 어린이 권리에 대한 미디어 네트워크 총 책임자

존 올루오취
케냐 룡고 대학교 정보 커뮤니케이션 대학 학과장

존 오칸데
유네스코 국가 프로그램 직원

카라 차플린
남수단 국립 주바 대학교 저널리즘과 커뮤니케이션 학과 부학과장

레비 오봉요
케냐 데이스타 대학교 저널리즘 대학 학과장

메니칠리 메세렛 아비비
에티오피아 곤다르 대학교 저널리즘과 커뮤니케이션 학과 미디어 전문가, 연구원, 교수

미르잠 게르케
방송 및 미디어 제작회사 DW 우간다 국가 코디네이터, 프로그램 감독

올루니페시 수라즈
나이지리아 라고스 대학교 매스커뮤니케이션학과 교수

프로시 카왈라
우간다 미디어 리터러시와 공동체 개발 센터(CEMCOD) 총 책임자

레이첼 피셔
남아프리카 공화국 프레토리아 대학교 아프리카 정보 윤리 네트워크와 미래 아프리카원 연구원이자 코디네이터
정보윤리를 위한 국제 센터 공동 의장

레베카 라이아키텐보
탄자니아 디지털 그래스루츠 국가 코디네이터

토마스 싯홀

짐바브웨 미디어·정보 리터러시 센터 공동설립자 겸 총 책임자

비탈리스 브루스 지라바

우간다 미디어 리터러시와 공동체 개발 센터(CEMCOD) 책임자

월레스 기충기

케냐 미디어·정보 리터러시 센터 책임자

윌리엄 타예브와

우간다 마케레레 대학교 저널리즘과 커뮤니케이션 학과 학과장

라틴 아메리카 지역 회의 2020년 6월 29-30일

아벨 안토니오 그리잘바 베르두고

과테말라 데 옥시텐테 대학교 인문사회과학부 교수진

아비게일 카스트로 데 페레즈

전 엘 살바도르 교육부 장관

아델레이다 프루질로

영화감독

알렉산드레 비안퀴니 도 아마랄

브라질 상파울루 대학교 언론인이자 감독

알렉산드레 페르난데스 바르보사

정보사회개발연구 지역센터(Cetic.br) 센터장

알렉산드레 사야드 레 보치

ZeitGeist 대표

유네스코 미디어·정보 리터러시 협의체 국제 운영위원회 공동의장

아나 마리아 로디노

인권교육 국제 상담사

아나벨라 세리그지느

Conciencia 협회 책임자

엔젤 마틴 페치스

이베로아메리카 국가기구 책임자

카밀라 무뇨즈 추루카

산티아고 대학교 교사를 위한 디지털 도서관 프로젝트 고문

카밀라 폰체

아메리카 솔리다리아 감독

카를로스 스타프

전 파나마 교육부 부장관

CECC-SICA 총장

카를로스 바카스 타메즈

유네스코 라틴 아메리카와 캐러비안 지역 교육부

칼로리나 카사스

세사미 스트리트 지역 감독

세실리아 마틴즈

미주 교육 위원회 코디네이터

클라우디아 둘체 로메로

유네스코 교육과 평화 문화 부문 의장

클라우디아 토바르

에콰도르 산 프란시스코 데 퀴토 대학교 교수학습원 책임자

코리나 그레이스

SERES 협회 총 책임자

다니엘라 자로코

유네스코 ASPnet 국가 코디네이터

에드가 마에스트레 시에라

비영리단체 Young Americas Business Trust 라틴 아메리카 프로그램 책임자

에디슨 란자

미주 인권 위원회 전 표현의 자유 특별 조사위원

에듀알도 곤잘레스 사
볼리비아 교육 연구 행동 센터 책임자

에밀리오 가르시아 멘데즈
어린이 표현의 자유 권리 전문가

얼니스트로 레이나 알칸타라
국가 기후위기 위원회 전 부총장

에스더 햄버거
브라질 상파울루 대학교 교수

에스더 퀴치-라로슈
유네스코 산호세 오피스 책임자

파쿤도 갈반
SERES 협회 세계시민교육과 교사전문성 개발 전문가

펠리페 치바스 올티즈
브라질 상파울루 대학교 조교수

펠리사 티비츠
아르헨티나 내무부 선거교육 전 책임자, 교수, 정치학자

가브리엘라 말티니
정치학자, 아르헨티나 대학교 교수, 아르헨티나 내무부 선거교육 전 책임자

길슨 슈왈츠
브라질 상파울루 대학교 부교수

글렌다 마리솔 슈루 페레즈
SERES 협회 교사

길레르모 오로즈코 고메즈
멕시코 과달라하라 대학교 교수

헨리 아리아스 귀도
코스타리카 공교육부 국제업무 및 협업 부서 지속가능발전 교육 고문

이스마르 올리베이라 소아레스
브라질 상파울루 대학교 커뮤니케이션 아트 학과 교수

하미온 나이트
유네스코 실무직원

헤수스 라우
멕시코 베라크루즈 대학교 USBIVER 도서관 책임자
유네스코 미디어·정보 리터러시 협의체 국제 운영위원회 공동의장

호세 페르난도 메히아
콜롬비아 비영리단체 Convivencia Productiva 세계시민교육 책임자

컬스틴 포스베르그
페루 해양 자원 보호 단체 Platena Oceana 책임자

로라 엔젤
조지 워싱턴 대학교
유네스코 세계시민교육 의장

루이자 빌레가스
비영리단체 PADF 교육 전문가

마누엘 살라만카 렌젤
INDH 책임자

마르셀라 브라운
아르헨티나 비영리단체 Fundacion SES의 협업 코디네이터

마르치오 구에라 아모림
브라질 National Confederation of Industry 연구 및 유망 부문 유닛 책임자

마리아 솔다드 보스
미주 개발 은행 교육 전문가

미리안 비레라
국제지구헌장 비서, 총 책임자

모니카 레이노소

Educational Management 전 부총장

나스키라 라미아

에과도르 산 프란시스코 데 위코 대학교 교육 코디네이터

올란도 사엔즈

ARIUS 협회 코디네이터

로베르토 벨트란

유네스코 교육과 평화문화 의장

로사 캄푸사노

도미니카 공화국 국가교사교육원 총 책임자

룩사나 포르두쵸위츠

전 아르헨티나 교육부 미디어 리터러시 프로그램 책임자

사라 하라밀로

이베로아메리카 국가 기구 에과도르 오피스 책임자

실비아 바쳐

Las Ostras Voces 회장

솔다드 미나

볼리비아 안디나 사이몬 대학교 교사

타이스 가데아 라라

Conexion Coral 언론인

토마스 두란-베체라

콜롬비아 CUN 대학교 국가연구책임자

비키 콜버트

콜롬비아 Escuela Nueva Foundation 창립자 및 현 이사

서아프리카 지역 회의 2020년 7월 7일

아보바카르 알리 코레
National Curricula Center 본부장

아코레 마사 주마니귀
기니 ISSEG 단체장

알라인 세수
Maison des Médias 책임자

아미비 크라 콤란
콩고 초중등교육 및 리터러시 부 연수 책임자

비야오 코코우 에쏘하남
MEPS 연수 책임자

카밀 부라부라
초중등교육 및 직업 교육 부 커뮤니케이션 정보처 책임자

시릴 구엘
EducommunikAfrik 설립자 및 전문가

엘비스 미셸 켄모
유네스코 커뮤니케이션 정보 어드바이저

에밀-피에르 바지요모
OPENEMA 교사 및 연구원
엠마누엘 에디마 은구예산
코트 디부아르 전국청소년협회 회장

에티엔 다모메
프랑스 보흐도 몽떼니외 대학교 교수
에바리스테 호도누
CNPA-BENIN 회장

프란시스 바베이
아프리카 미디어 디지털 교육 공공 정책 관측기구

감사의 글

조지 마디바

카메룬 두알라 대학교 문과대 사회 미디어 커뮤니케이션 학과 연구소 교사 및 연구원

제랄딘 아포 야논

전문가·연구원

저메인 곤잘로

포르토 노보 교사 연수 대학교 (언어, 현대 문학, 역사-지리 철학) 책임자

이브라힘 하로우나

나이지리아 Maison de la Presse 책임자

이브라히마 샤르

세네갈 CESTI/CODESRIA 어시스턴트

이스마일라 카마라

세네갈 ICT 언론인 네트워크 회장

장 클로드 바티오노

쿠두구 대학 사무총장

잔-클로드 코울리베이

코트디부아르 전국언론인노조 이사회장

케이트 아두-아데쿠

아프리카 미디어교육개발연합포럼 이사회 의장

카딤 디옵

전국청소년협회 회장

레온스 가마이

온라인 미디어 BANOTOU 총괄매니저

마이다지 마하마두

중등교육부 총괄 책임자

마마두 코네

코트디부아르 Ecole Normale Supérieure Abidjan 책임자

엘비스 미셸 켄모

유네스코 커뮤니케이션 정보 어드바이저

노엘 바퀴디

전국교육협회 회장

피에르 차노우

교육연수연구기관(INFRE) 책임자

로저 카보레

부르키나파소 보보디울라소 초등교사교육원 책임자

로메인 라이사 지도우엠바

언론인계획네트워크 코디네이터

살카보 디모우그나

차드전국청소년협회 커뮤니케이션 매니저

소운마일라 모모우니

베냉 나티팅구 전문대학 책임자

발리 시디베

코트디부아르 아비장 대학교 총괄 책임자

비노드 시검

정부교사조합(GTU) 회장

야오비 에코우에

Notse 교사교육대학 책임자

자키아스 라톤지

베닌미디어전문가연합(UPMB) 회장

자라 바킨우에 가오

초등교육과 리더러시, 모국어와 시민교육 증진 부 연수 책임자

캐리비안 지역 회의 2020년 7월 30일

알렉산드레 레 보치 사야드

ZeitGeist 대표

유네스코 미디어·정보 리터러시 협의체 국제운영위원회 공동의장

안띠아 헨더슨

캐리비안 미디어커뮤니케이션학교(CARIMAC) 교사

아시프 도버

세인트빈센트 그레나딘 교육부 리터러시 교육처

캐터리나 손해머

유네스코 공보처 직원

찰린 제임스

유네스코 프로그램 직원

세릴 베르나비 비숍

그레나다 교육, 인적자원개발, 종교부 커리큘럼 대표

코르텔 그린

자메이카 방송위원회 총괄 책임자

데이지 세인트 로즈

자메이카 더 웨스트 인디스 오픈 캠퍼스 대학교 도서관 사서

데이비드 젠킨스

유네스코 IT 어시스턴트

도르카스 R. 보울러

바하마스 교육부 국립도서관정보서비스 도서관 책임자

에버튼 하남

유네스코 자메이카 전국 연합 사무총장

파랄 칸

유네스코 프로그램 전문가

조지엔 아드리아나-헨드리퀴즈
국공립학교 IT 코치

잉그리드 퍼트-월못
자메이카 교사연합 대표 멘토링 직원

이사벨 비에라 버르뮤데즈
유네스코 커뮤니케이션 정보 어드바이저

조안 맥더못
쇼트우트 사범대학교 도서관 사서

캐서린 그릭스비
유네스코 캐리비안 킹스톤 분관 대표 및 책임자

캐시 맥 디아메드
헌터 J 프란코이스 도서관 선임 조교 사서

키란 마하라즈
캐리비안 미디어 기관 회장

라토야 스와비-앤더슨
유네스코 NO(National Officer) 직원

머셀리아 헨리
유네스코 Sint Maarten National Commission 사무총장

마르바 C. 브라운
유네스코 Curaçao National Commission 사무총장

뉴리즈카 에버츠
교육과학문화스포츠부

파울렛 스튜워트
자메이카 더 웨스트 인디스 대학교 도서관 정보학과 대표

발레리 클라크
자메이카 더 웨스트 인디스 대학교 케이브 힐 캠퍼스 도서관 사서

제 1판

기여자

커리큘럼 개발 전략을 위한 국제전문가그룹 회의

알버트 K. 보커스트

남아프리카 프레토리아 대학교 정보과학부 방문교수

반둘라 P. 다야라스네

스리랑카 콜롬보 대학교 미디어 교육 방문교수

국립교육원 교사 및 커리큘럼 개발자

카밀라 플로이드

스웨덴 스톡홀름 출신의 작가, 언론인, 미디어 연수 교사

캐롤라인 폰테프랙트

유네스코 파리 교사교육 섹션 대표

캐롤린 월슨

캐나다 토론토 대학교 온타리오 교육연구원 교사

캐나다 온타리오 미디어리터러시연합(AML) 회장

K. 청

중국 홍콩 대학교 교육학과 교사연구자

디비나 프라우-메이그스

프랑스 파리-쑤브논 대학교 세계언론학회(IAMCR) 부회장

에블린 베보트

프랑스 파리 CLEMI 부국장

팩슨 반다

남아프리카 로즈대학교

유네스코 미디어와 민주주의 의장

헤수스 라우

멕시코 베라 크루즈 대학교 USBI VER 도서관 책임자

조르디 토렌트

국제연합 미디어 리터러시 교육, 문명 간 연대 프로젝트 매니저

호세 마누엘 페레즈 토네로

EAVI 부회장

스페인 바르셀로나 자치 대학교 MENTOR 사무총장

콰미 아크옴퐁

영국 브라이튼 서섹스 대학교 국제교육센터 부국장

마누엘 키태로

멕시코 라틴아메리카커뮤니케이션교육기관 총괄 책임자

마리아 에스터 만체보

우루과이 몬테비데오 공화국 대학교 교육정책과 교수

마틴 해드로우

호주 브리즈번 퀸즈랜드 대학교 저널리즘 커뮤니케이션 대학 커뮤니케이션과 사회변화 센터 책임자

노엘 치쿠쿠

유네스코 모잠비크 지구 전문직원

페니 무어

뉴질랜드 웰링턴 학교사서국제연합 교육연구 컨설턴트 & 총괄 책임자

라몬 투아존

CHED 대표의장

아시아 미디어 정보와 커뮤니케이션 센터 총장

라샤 오마르

팔레스타인 라말라 고등교육부 팔레스타인커리큘럼개발센터 과학 테크놀로지 트랙 책임자

레나토 오페르티

유네스코 제네바 국제교육지부

새미 타이에
이집트 카이로 미디어교육국제협회 회장
투산트 트치치
베냉 공립대학교

1차 커리큘럼 개발안 검토를 위한 두 번째 국제전문가회의

아나 나이두
남아프리카공화국 프레토리아 대학교 교육학과 부학장

아심 압둘 사타르
몰디브 몰디브고등교육대학 교육학과 학과장

C. K. 청
중국 홍콩 대학교 교육학과 교사연수자

캐롤린 월슨
캐나다 토론토 대학교 온타리오 교육연구원 교사
캐나다 온타리오 미디어리터러시연합(AML) 회장

클레멘트 램버트
자메이카 더 웨스트 인디스 대학교 언어학/리터러시 교육 교수

조르디 토렌트
국제연합 미디어 리터러시 교육, 문명간연대 프로젝트 매니저

주타 크롤
독일 베를린 Stiftung Digitale Chancen 관리 책임자

과미 아크옴퐁
영국 브라이튼 서섹스 대학교 국제교육센터 부국장

모우나 벤슬리마네
모로코 정보과학 대학 교사

퍼 런던그렌
스웨덴 칼스타드 어린이와 청소년을 위한 미디어 세계 정상회담 이사회 구성원

라몬 투아존
CHED 대표의장
아시아 미디어 정보와 커뮤니케이션 센터 총장

레나토 오페르티
유네스코 제네바 국제교육지부 프로그램 전문가

룩사나 모르두초위츠
아르헨티나 교육부 미디어 리터러시 프로그램 전 책임자

수산 몰러
오스트리아 팔츠부르크 ICMPA 책임자

남아프리카, 라틴 아메리카, 캐러비안 지역과 동아시아를 위한 트레이너 워크숍 및 회의

알렌 차이다
나미비아 카프리비교육대학 교수

아나 나이두
남아프리카공화국 프레토리아 대학교 교육학과 부학장

앤드류 스티븐스
남아프리카공화국 로즈 대학교 교수

엘리자베스 브라운
나미비아 나미비아 대학교 교수

저하드 느갈랑이
나미비아 룬두교육대학 교수

게릿 스틸스
남아프리카공화국 프레토리아 대학교

이나 포리에
남아프리카공화국 프레토리아 대학교 정보과학과 조교수

요한 밴 위크

남아프리카공화국 프레토리아 대학교 사서

존 니암베

나미비아 국립교육개발원

레스 메이링

남아프리카공화국 포트 엘리자베스 넬슨만델라 메트로폴리탄 대학교 교수

마바탕 멧싱

남아프리카공화국 국립커리큘럼개발센터

마파타 폴 마파타

남아프리카공화국 레소토 교육 대학

맨디 우이스

남아프리카공화국 놀스-웨스트 대학교 교수

마리엔 히스

남아프리카공화국 모나시 대학교 국제학과 교수

매리 앤 후드

남아프리카공화국 동런던 포트 헤어 대학교 교수

마리나 루트

남아프리카공화국 블로폰타인 센트럴 공과 대학교 교수

무사 로페

남아프리카공화국 NCC 국립커리큘럼센터 정보 담당자
수학커리큘럼개발자

펜트코스트 엔코마

남아프리카공화국 프레토리아 트웨인 공과대학교 교수

핀달 모린 슈말로

스와질란드 윌리엄 피쳐 대학 교육학과장

시콘질레 엔들로부

남아프리카공화국 요하네스버그 Gender Links 미디어 트레이닝 매니저

투롱가 헤노치
나미비아 옹웨디바 교육대학 교수

반 히어든
남아프리카공화국 웨스턴 케이프 대학교 교수

완달리 시퐁자
스와질랜드 국립교사협회 SNAT 편집장

라틴 아메리카 & 캐리비안 지역

바바라 포스터
자메이카 모나 더 웨스트 인디스 대학교 코디네이터

밥 해리스
자메이카 킹스턴 PBC TV 프리랜서 언론인

캐서린 김슨
바베이도스 얼디스턴 교사사범대학교 경영학 튜터

다일라 팔머
자메이카 킹스턴 쇼트우트 사범 대학교 교수

데보라 프란시스
자메이카 킹스턴 세인트 조셉 사범대학교 선임 교수

엘리자베스 테리
HEART Trust/NTA 프로젝트와 파트너십 책임자
ICT4D 자메이카 의장

에리카 바스퀘즈
코스타리카 국립 대학교 기초학력과 책임자

에리카 워커
유네스코 자메이카 킹스턴 커뮤니케이션 정보 지부

질리안 버나드
유네스코 자메이카 킹스턴 컨설턴트

허르파 코리슨

자메이카 킹스턴 엑셀시오르 커뮤니티 대학교 도서관 사서

이시드로 페난데즈-아발리

유네스코 자메이카 킹스턴 캐러비안지역 정보커뮤니케이션 어드바이저

재클린 모리스

트리니다드 & 토바고 대학교 교수

제니퍼 팔머 크로포드

과달루페 클라렌스 피츠티로이 브라이언트 대학교 교사교육

조셉 맥킨지

자메이카 모니그 사범 대학교 선임 교수

린다 로젠발드

수리남 레이스웨그 고등사범대학 교사교육자

라이오넬 더글라스

트리니다드 & 토바고 대학교 조교수

로레인 자넷 캠벨

자메이카 킹스턴 에드나 맨리 예술 종합 학교 교육학과 책임자

말론 덕슨

자메이카 킹스턴 PBC TV 카메라 감독

멜로디 팔머

ICT4D 자메이카 네트워크 코디네이터 & 프로그램 매니저

로이스톤 엠마누엘

세인트 루시아 아서 루이스 경 커뮤니티 대학교 교수

소냐 베넷-커닝햄

자메이카 킹스턴 HEART Trust/NTA, VTDI 책임자

실비아 제임스-미첼

그레나다 메리쇼 커뮤니케이션 대학교 교수

발렌타인 텔레마크

도미니카 공화국 웨슬리 놀스리스트 연방학교 ICT 교사

젤린 제닝스-크레이그

자메이카 모나 더 웨스트 인디스 대학교 교육학과 책임자

남아시아

압둘 라쉬드 알리

몰디브 메일 몰디브 고등교육 대학교 예술학과장

안쭈م 지아

파키스탄 라호르 여자대학교 D/O 매스 커뮤니케이션 의장

앤소니 드실바

파키스탄 카라치 노틀담 교육원

아룰 셸반

인도 뉴델리 IGNOU 저널리즘 뉴미디어 연구 대학 조교수

브라자 고팔 호우믹

방글라데시 다카 국립커리큘럼교과서이사회 의장

이마 타리안 스레스타

네팔 국립교육개발센터 연수 담당자

지그미 초덴

부탄 정보커뮤니케이션부

마할락쉬미 자야람

센네이 아시아 저널리즘 대학교 전 교원

모하마드 아크타 시티퀴

인도 뉴델리 교사교육을위한국립협의회 회장

프라디파 위젯웅게

스리랑카 콜롬보 국립도서관정보과학원 책임자

프레밀라 가마지
스리랑카 콜롬보 스리랑카정책연구원 사서

레이하나 테슬림
방글라데시 사범대학교 조교수

샤뎀 레자
방글라데시 다카 대학교 매스커뮤니케이션 저널리즘과 조교수

샤리람 라미치하네
네팔 교사연수원

슈후다 리즈완
몰디브 말레 교육부 지속교육센터 교육개발 담당자

예췌이 양
부탄 정보커뮤니케이션부 정책과 계획 담당자

“...이러한 이유에서 이 현장의 당사국은 교육의 기회는 모든 사람에게 충분하고 평등하게 주어져야 하고, 객관적 진리는 구속받지 않고 탐구되어야 하며, 사상과 지식은 자유로이 교환되어야 함을 확신하면서, 국민들 사이의 의사소통 수단을 발전·확대시키는 동시에, 서로를 이해하고 서로의생활을 더욱 진실하고 더욱 완전하게 알도록 하기 위하여 이러한 수단을 사용할 것을 동의하고 결의한다.”

- 유네스코현장

“미디어·정보 리터러시는 도덕적 시민 교육의 필수적인 면을 구성한다. 전 세계 모든 나라 시민의 기본적 권리이며, 자신의 프라이버시를 보호하고 빠른 속도로 변화하는 기술 환경 속 사회에서 자신의 자리를 찾아갈 수 있도록 한다.”

오드리 아줄레 유네스코 사무총장

세르비아 베오그라드 2019년 9월 13일, 미디어 정보 리터러시 커리큘럼을 위한 국제회의에서

비판적으로 사고하고 현명하게 클릭하기

발행인	표완수 한경구
역은이	한국언론진흥재단, 유네스코한국위원회
번역	노효빈
감수	옥현진
교열	송은아
주소	서울특별시 중구 세종대로 124 한국프레스센터 한국언론진흥재단 서울특별시 중구 명동길(유네스코길) 26 유네스코회관 유네스코한국위원회
이메일	cul.team@unesco.or.kr
한글판	© 한국언론진흥재단, 유네스코한국위원회 2022

비매품/무료

03070



9 791190615372

ISBN 979-11-90615-37-2