

국어 교육에서 학습자 특성을 반영한 매체 교육 내용 연구

김향연 서울대학교 국어교육과 박사과정 수료, 부광고등학교 교사

- I. 연구의 목적 및 필요성
- II. 매체에 유도된 학습자들의 일상적 의사소통 방식
- III. SNS에 나타난 학습자들의 매체 문화와 교육적 함의
- IV. 학습자 특성을 반영한 매체 교육 내용 제안
- V. 결론 및 제언

I. 연구의 목적 및 필요성

디지털 매체가 광범위하게 확산된 오늘날, 매체를 통한 의사소통은 일상이 되었다. 우리 삶은 ‘오프라인’과 ‘온라인’ 두 곳에서 서로 유사하면서도 다른 모습으로 지속되고 있다. 사람들은 온라인상에서 SNS를 활용해 지극히 사적인 차원부터 공적인 차원의 의사소통을 하며 새로운 문화를 창출하고 있다. 이에 따라 매체 교육도 ‘언어와 매체’라는 교과목을 통해 교육과정으로 편성되어 현장에 적용될 예정이다. 그러나 현장에서 체험하는 매체의 중요성은 교육과정이 추구하는 바와 다소 거리가 있다.¹⁾ 현재, 우리의 의사소통 도구로서 자연스럽게 사용되고 있는 매체임에도 불구하고, 그에 대한 깊이 있는 교육의 필요성에 대해 제대로 공감하고 있지 못한 것은 문제적이다.

‘언어와 매체’에서 ‘매체’가 교육현장에 잘 반영되기 위해서는 실천적

-
- 1) 필자가 근무했던 인천의 G고등학교의 국어과 협의회에서 참석한 10명의 교사들은 ‘언어와 매체’ 교과목은 ‘언어’ 중심의 문법 수업이 될 것이라고 예측하였다. 또한 매체가 국어과 내에서 독립적으로 다뤄질 교과인지에 대한 합의가 되지 않을 뿐만 아니라 매체를 활용한 창작까지 교육해야 한다면 국어 교사의 역량 밖이라고 생각하는 경향이 강하다.

주체인 교사의 문제, 그 중에서도 재교육에 대한 방안이 심도 있게 고려되어야 한다. 현재 국어 교사들에게 매체 교육의 경험은 국어 교과서에서 TV뉴스, 신문, 광고 등을 비교하는 단원의 교육 경험 정도가 전부이기 때문이다.²⁾ 매체에 이미 ‘익숙한’ 학습자를 대상으로 하는 ‘매체’에 대한 교육인 만큼, 학습자의 특성을 분석하여 이를 반영한 교육 내용을 마련하는 것도 중요한 과제이다. 그러나 이 두 가지 문제 중 매체를 교육하는 교사의 문제는 다양한 연수 등을 통해 재교육하는 방안들이 적극적으로 검토되고 실행될 단계에 와 있지만, 정작 디지털 환경에서 성장하고 있는 학생들에 관한 연구는 부족하다(김종윤·오은하·김희동, 2017).

이에 이 연구는 학습자들이 이미 일상에서 적극적으로 활용하고 있으며, 시대의 변화를 시시각각으로 반영하는 ‘매체’에 대한 교육에서 학습자의 특성을 반영한 교육 내용을 마련하는 것을 시급한 과제로 인식하였다. 교육과정의 목표를 현장에서 실행하기 위해서는 학습자에게 알맞은 교육내용을 마련하는 것이 중요하다. 실생활에서 이미 익숙하게 사용되고 있는 ‘매체’의 특성상 교과의 내용은 학습자들이 이미 알고 있는 것에 불과하거나 학습자들의 관심 밖에 있는 내용들로 구성되기 쉽다. 학습자들의 특성에 대한 이해를 바탕으로 이들이 매체에 대해 깊이 있게 알아가고 활용할 수 있는 실제적인 방안을 모색할 필요가 있는 것이다. 이를 위하여 학습자들이 가장 많이 활용하여 그들의 매체 문화를 엿볼 수 있는 SNS를 중심으로 학습자 특성을 분석해보고, 이를 반영한 매체 교육 내용을 제안하고자 한다. 이 교육은 학습자들이 주체적으로 일상에서 사용하고 접하고 있는 매체를 새롭게 보고, 미디어리터러시를 향상시킬 수 있도록 하는 데 그 목적이 있다.

2) 인천의 G고등학교 국어 교사 11명 중 개인적으로 매체 수업을 해본 교사는 없었으며, 1학년 교과를 맡은 경험이 있는 교사 4명이 국어 교과 단원에 수록된 ‘다양한 매체의 이해’ 단원을 수업해 본 경험이 전부였다.

II. 매체에 유도된 학습자들의 일상적 의사소통 방식

2장에서는 청소년들의 매체 문화를 살피기 위해 SNS에서 나타나는 의사소통 방식을 분석하였다. SNS 중에서도 청소년들이 가장 많이 사용하는 카카오톡 메신저의 대화 목록을 분석 대상으로 삼았다. 이를 통해 학습자들에게서 나타나고 있는 매체에 유도된 의사소통 방식이 무엇인지 분석하고, 3, 4장을 통해 매체를 통해 특정한 방식으로 의사소통 하고 있는 학습자들의 특성을 반영한 매체 교육 내용이 어떤 것이어야 하는지 논의하도록 하겠다.

분석한 결과가 학습자들의 특성이 개별 성향에 따른 것이라기보다 매체의 영향이라 판단할 수 있도록 G고등학교 3학년 남녀 학급을 각 한 개씩 선정하여 2017년 3월부터 11월까지 9개월 간 학습자들의 단체 채팅방에 올라온 대화를 분석하여 일관된 특성을 도출하고자 하였다.³⁾ 또한 학습자들의 특징을 도출해내기 위해 성인들의 단체 채팅방에 올라온 대화 분석 내용을 분석하여 비교하였다.⁴⁾ 사적 영역의 언어를 수집하는 만큼 사전에 학생들에게 동의를 구하였으며, 카카오톡 메신저의 대화 내보내기 기능을 활용해 9개월 간의 채팅 내용을 수집하였다.

3월부터 11월까지 9개월 간 남학급 단체 채팅방의 대화 목록은 총 7,830개였고, 여학급은 5,837개, 성인 채팅방의 대화 목록은 805개로 SNS를 통해 나누는 대화의 빈도수도 현저히 차이가 있었다. 이는 성인보다 학습자들이 정보 공유의 목적으로 만든 SNS를 통해 활발한 대화를 하고 있음을 단적으로 보여주는 것이라 할 수 있겠으며 이렇게 일상화된 SNS는 청소년들의 매

3) 단체 채팅방 사용자들의 동의를 얻은 후, 그 내용을 분석하였다. 사적인 채팅방과는 다소 다른 특성이 나타날 수 있으나, 전반적으로 청소년들은 단톡방과 개인톡방의 차이를 그다지 인식하고 있지 않았다.

4) 분석 대상으로 삼은 성인들의 단체 채팅방은 학습자들의 단체 채팅방과 목적이 정보 공유로 유사한 S대학 국어교육과 대학원생들의 채팅방이다.

체 활용 특징의 한 면을 살피는 자료라 할 수 있다.

1) 감정 어휘의 이미지화

청소년들의 글뿐만 아니라 SNS상에서 오고 가는 글에는 이모티콘이나, 이미지 등이 적극적으로 활용된다. 이를 통해 텍스트에 현재의 상태나 감정과 같은 주관적 느낌을 반영한다. 또한 이미지의 사용이 특별한 맥락과 상관 없이 쓰이는 경우도 빈번하며, 이미지의 나열로만 대화를 이어가기도 한다.

남학생 학급에서는 7,830개의 대화 중 563회 이미지(사진+이모티콘)를 사용하였다. (문자 : 이미지 = 87.61% : 7.19%)⁵⁾ 여학생 학급에서는 5,837개의 대화 중 483회 이미지(사진+이모티콘)를 사용하였다. (문자 : 이미지 = 87.10% : 8.27%)

학습자들은 SNS에서 효율적으로 사용할 수 있는 것이 문자보다는 이미지임에도, 이미지를 적극적으로 활용하기보다는 문자 위주의 대화를 하는 것을 확인할 수 있었다. 이는 성인들의 단체 채팅방의 이미지 사용 빈도와도 거의 유사한 수치이다. 한편, 이미지를 활용하는 맥락을 분석한 결과 감정 어휘가 이미지로 대체되는 경향이 뚜렷하였으며 이로 인해 문자 언어로 사용되는 어휘가 단순화 되는 것을 확인할 수 있었다. 뿐만 아니라 문자를 이미지처럼 활용하여, 초성을 사용해 표정을 만든다든지, 초성만 반복해서 웃음을 표현하는 등 문자를 이미지화하는 경향이 뚜렷하게 나타났다. 따라서 이미지만을 사용한 빈도는 적으나 초성을 이미지처럼 사용하는 것을 감안해 볼 때, 학습자들의 이미지 사용은 성인들에 비해 훨씬 적극적이다.

한편 이모티콘으로 대표되는 비언어적 수단은 사회적 합의가 필수적이다. 교육에 의해서 학습된 언어적 수단은 메시지의 정확한 소통을 위해서 이루어지는 요소이다. 하지만 그림-기호-표현과 같은 비언어 수단은 시대상황, 종교, 문화 등의 공통된 약속으로 메시지 소통이 진행되고 있다. 무엇보다

5) 성인들의 채팅방에서 이미지 비율은 6.46%였다.

이모티콘은 메시지로써의 속성을 지니면서 이를 사용하는 사람들의 감정선이나 주관적 의미를 강화하는 기능을 갖는다(홍장선·이종운, 2014). 이로 볼 때 청소년들이 감정 어휘를 자주 사용하고 또한 이모티콘을 적극적으로 활용하는 것은 자신들이 느끼고 있는 주관적 감정을 중시한 결과임을 알 수 있다.

2) 맥락의 생략과 단어 축약

대화의 맥락이 많이 생략되어 있고, 초성만 사용하는 등 단어의 축약이 빈번하다. 그 중에서도 초성만 사용하는 경우는 7,830개의 대화 중 1,161회로 전체 대화 중 14.83%였다. 즉 학습자들은 이미지보다 초성을 적극적으로 사용하고 있었다. 성인들이 사용한 초성은 ㅎㅎㅎㅎ, ㅋㅋㅋ, ㅋㅋ 세 가지가 초성의 개수만 다르게 사용되고 있었던 반면, 학습자들은 ㅇㅇ, ㅇㅋ, ㄴㄴ, ㅋㅋㅋㅋㅋㅋㄴㄴ, ㅇㅋ, ㄱㄱ, ㅇㅇ 등 다양하게 사용하고 있었다. 또한 학습자들의 대화에서는 맥락의 생략이 심하였다. 남학생의 경우 대화 하나 당 평균 길이는 12.18Bytes로 한글 1글자가 2Bytes인 것을 감안하면 6글자 정도로 대화를 이어가고 있었다. 여학생은 이보다 상대적으로 긴 50.45Bytes로 25글자 정도로 대화하고 있었다. 반면 성인들의 대화는 평균 72.90Bytes로 한번에 36글자 정도였다. 맥락의 생략은 남학생일수록 심한 것으로 드러났다.

청소년들은 대체적으로 대화의 맥락이 많이 생략되어 있고, 결과적인 내용으로만 소통을 반복한다. 이들 집단의 결속력을 높이고, 다른 사람들이 함께 어울릴 수 있는 가능성을 낮춘다. 자신의 집단에 속한 사람만이 알 수 있는 내용으로 소통을 많이 하는 편이다. 달리 말하자면 (가)와 같이 청소년들은 이미 안다고 가정된 사실들을 기반으로 대화하기 때문에, 많은 내용들이 축약되거나 생략된 채 소통된다.

(가) 태0 : ㅎㅎㅇㅇ스!

하0 : 오늘도 승급전땀다가

하0 : 2연패함

태0 : 탈론같은거

태0 : 하면안됨..

태0 : 너프먹으면 버려야지

하0 : 넌 나도 버리잖아

태0 : 내가 언제;

청소년들의 대화만 놓고 보면 말해진 것보다 말해지지 않은 정보의 양이 더 많음에도 불구하고 이들과의 자연스러운 소통이 무리 없이 이루어지고 있음을 볼 수 있다. 댓글을 달거나 메신저를 통해 대화하는 방식도 같은 맥락에서 이루어진다. 말을 꺼낸 이는 자신이 말하는 의도를 다 안다고 전제하고 있고, 대화에 참여하는 이들도 대부분 그 의도나 내용에 대해 알고 있다. 그래서 그에 대한 추가적인 정보나 감정을 덧붙이는 식으로 대화가 이루어진다.

외부의 시선으로 보았을 때는 청소년들이 주고받은 본문의 내용과 댓글의 내용이 맥락상 직결되지 않는 것으로 보인다. 그래서 이들만이 공유하고 있는 내용과 정보를 이해하기가 어려운 면이 많다.

3) 반복

반복적인 표현은 주로 여학생들 사이의 대화에서 나타났는데, 주로 상대방의 외양을 칭찬하는 말을 서로 반복해주는 사례가 빈번하게 나타났다. 이는 상대방을 우호적으로 생각하고 있다는 자신의 생각을 알리고, 그것을 상대방이 알아주기를 바라는 의도로 읽히며 특별한 맥락 없이 칭찬하는 등의 양상으로 보아 상황과 상관없이 상대방과의 관계에 집중하고자하는 욕구가 큼을 짐작할 수 있다.

(나) -세상에 이게뭐람

-너무귀여운지0 ㅇㅅㅇ

같은 내용의 말을 상대방이 하고나서 반복하는 경향이 두드러진다. 자신도 너희들과 같은 생각을 공유하고 있으며 같은 집단에 소속되어 있다는 느낌을 많이 추구하는 것으로 보인다. 주관적인 감정을 중시하면서, 자신들 집단의 결속력을 중시하고, 그 안에 속하고 싶어 하는 소속감 또한 강함을 드러낸 단서가 반복적인 표현에 있다고 할 수 있다.

반복적인 표현은 주로 여학생들 사이의 대화에서 나타났는데, 주로 상대방의 외양을 칭찬하는 말을 서로 반복해주는 사례가 빈번하게 나타났다. 이는 상대방을 우호적으로 생각하고 있다는 자신의 생각을 알리고, 그것을 상대방이 알아주기를 바라는 의도로 읽히며 특별한 맥락 없이 칭찬하는 등의 양상으로 보아 상황과 상관없이 상대방과의 관계에 집중하고자하는 욕구가 큼을 짐작할 수 있다. 즉, 이들에게는 상황보다는 관계가 중요하게 여겨지고 있는 것이다.

4) 비속어의 사용

학습자들의 대화에서는 비속어의 사용도 두드러졌는데, 굳이 비속어를 사용할 필요가 없는 다양한 맥락에서 ‘제발-, -노답, 숙제있지-, -출네’와 같이 문장 종결 부분이나, 수식 부분에 사용하고 있었다. 학습자들의 7830개의 대화 중 261개로, 총 대화 수에서 3%가 비속어였다.⁶⁾ 전체 대화수에서 비

6) 학습자 대화에서 [시발], [병신], [존나], [새끼], [개새끼], [지랄], [좃], [미친], [닥쳐], [꺼져], [넌], [개-], [ㄴ], [버러지], [니엄마], [또라이]'를 비속어 목록으로 정하고 학습자들이 주로 변형하여 사용하는 형태를 설정하여 사용빈도를 분석하였다. [시발]:[씨발], [시발], [ㅅㅂ], [ㄷ], [ㅅㅂ], [씨팔], [시팔], [시펄], [시벌], [씨불], [ㅅ프], [시벨], [쓰발], [ㅅ프]/ [병신]: [병신], [ㄴ], [ㅂㅅ], [빙신], [붕신], [뽕신], [존나]: [존나], [스ㄴ], [새끼]: [새끼], [새키], [개새끼]: [ㄱㅅ기], [지랄]: [지랄], [스ㄴ], [미친]: [ㄹㅅ], [닥쳐]: [닥쳐], [ㄷㅅ], [닥쵸], [꺼져]: [꺼져], [ㄱㅅ], [넌]: [(쌌)개|창|쌍(쌍)넌], [개-]: [개깅], [니엄마]: [니엄], [느금], [니미], [ㄴㅂ], [또라이]: [또라이], [ㄸㄹㅇ]

속어가 차지하는 비중은 큰 편은 아니나 부사어나, 문장의 올바른 종결 어미 대신 비속어로 대체하는 경향은 문제적이라 할 수 있다.⁷⁾

(다) 수업시간에도 한귀로듣고 한귀로 흘렸는데 미친 나오면 씹오바다

아영어미친 ㅋ

기백미친

기백 미친에 동감??

이런미친

미친

미친

숙제가있었나ㅁㄷ

(다)의 경우에서 볼 수 있듯이 비속어가 굳이 사용되지 않아도 될 상황에 사용하고 있으며, 서로 동조하는 표현들도 모두 비속어로 대응되고 있다. 짤막한 표현 안에서 이처럼 여러 번 비속어를 사용하여 의사소통 하는 것은 적절하지 않은 현상이다. 그런데, SNS를 통한 대화의 경우 실시간으로 빠르게 진행되기 때문에 바로 떠오르는 단어들을 그대로 내뱉듯이 대화하는 경향이 짙다. 면대면 상황에서라면 하지 않았을 부정적인 표현도, SNS에서는 서슴없이 행해진다. 또한 이런 과정이 습관적으로 이루어지기 때문에 비속어를 사용한 것에 대해 반성하거나, 누군가 그만 하자고 중재하는 경우는 대화에 전혀 나타나지 않았다.

7) 성인들의 단체 채팅방에서 비속어 사용 빈도는 0이었다.

III. SNS에 나타난 학습자들의 매체 문화와 교육적 함의

이 장의 내용은 학습자들의 대화 양상을 2장에서 분석한 후 성인 집단과 변별되는 특징을 바탕으로 그 교육적 함의를 도출하였다.

1) 직설적인 감정 표출

학습자들은 SNS 상에서 친밀한 이들과 소통하는 경향이 강화되다보니 편하게 자신의 감정을 그대로 표출하는 데 거리낌이 없고, 이 과정에서 상대방을 배려하는 표현보다는 자기중심적인 표현이 일반적으로 나타난다. 또한 이들의 대화는 주어나, 목적어, 부사어가 생략된 채로 서술어만으로 이루어지는 경우가 많다. 이를 통해 청소년들이 감정의 원인보다는 결과적인 감정 상태에 집중하고 있음을 알 수 있었다.

(라) 예0: 인천역에서 자유공원까지 어떻게 가유...ㅠㅠ

승0: 차이나타운으로 일단 들어와서

승0: 표지판 같은거 보면서 올라오쥬용

승0: 엄청 많지롱

예0: 오늘 되는 일이 읍다...

뿐만 아니라 (라)와 같이 자신의 대화에 참여하지 않는 상대방이 있을 것이라는 사실을 고려하지 않는다. 지금 자신의 글을 읽을 누군가만 있다면 아무라도 당장 알고 싶은 정보에 대한 질문을 한다면 불특정 다수를 향한 말을 하기도 하고, 그 대화방에 있는 모두에게 해당되지 않는 내용의 이야기도 몇몇이서 장시간 동안 이어나가기도 한다. 이 역시 자기중심적 사고의 결과라 볼 수 있다.

(마) 정0: 애들아 음식먹고 반에다 버리지말고 화장실에다 버리는게 좋을거같아!!!

지0: 넹

승0: 우앙 우앙 콧척콧척 조아조와

민0: 


(바) 예0: 친절한 지0씨

0혜: ㅋㅋㅋ

지0: ????

혜0: ㅋㅋㅋ

0혜: ㅋㅋㅋ 지0이 기여워 TTTTTT

지0: 

또한 청소년들은 일상의 인간관계의 연장선에 있는 이들과 SNS 상에서 소통하면서도 일상에서보다 좀더 편안하고 자유롭게 대화하는 경향을 보였다. (마)와 같은 공지도 면대면 상황에서는 꺼내기 어려운 학급의 문제도 SNS를 활용하여 공지하고, 학급의 문제라고 여기던 학생들도 바로 이에 동조하는 의견을 낸 것을 발견할 수 있었다. 또한 (바)와 같이 면대면 상황에서는 자주 하지 않는 상대방에 대한 칭찬도 빈번하게 이루어지고 있었다. 이는 청소년들이 자신의 주관적인 감정을 SNS에서 좀더 편안하고 자유롭게 드러내고 있음을 알게 한다.

학습자들은 SNS에 수시로 접속하면서 자신들의 생각을 친구들과의 대화를 통해 공유하고 있었는데, 그 중에서도 오프라인 상황에서의 달리 이모티콘이나 음성 상징어를 활용하여 자신의 감정 상태를 적극적으로 표현하고 있었다. 평소 대화 중에 청소년들이 특별한 어휘를 활용하여 감정을 표현하는 경우는 드문 편인데, SNS 상에서는 말이 끝날 때마다 의성어나 이모티콘, 혹은 감정 어휘를 활용하여 자신의 감정 상태를 드러내는 것이 일반적이었

다. 사적 차원의 감정이 SNS 상에서 공적으로 소통되는 현상이 일반화된 것이다. 이는 면대면 대화 상황에서는 감정을 굳이 표현하지 않아도 표정이나 어투에서 감정이 드러나는데, SNS에서는 이것이 불가능하기 때문에 보완하기 위한 목적으로 문장에 감정을 입히는 방식으로 음성 상징어나 이모티콘을 활용하여 면대면 대화와 같은 효과를 달성하기 위한 것으로 해석할 수 있다. 이는 비단 청소년들에게 한한 현상은 아니고 SNS 상에서 광범위하게 일어나고 있는 하나의 소통 방식이라 할 수 있다.

이처럼 청소년들은 SNS 상에서 감정을 직설적으로 표출한다. 성인들이 SNS를 사용할 때 감정을 표현할 때에는 상대방의 반응을 의식하고 이루어진다. 그래서 일상이 긍정적으로 포장되고, 댓글의 내용도 칭찬 일색인 경우가 대부분이다. 그러나 청소년들의 SNS 상에서의 감정 표현은 걸리지 않은 상태에서 즉흥적으로 그 때 느낀 감정을 토로하는 경우가 많고, 댓글도 모순적으로 긍정형과 부정형이 뒤섞여 나타난다. 상대방에 대한 비하의 발언이 나오다가도 금세 칭찬하는 발언이 이어지기도 하고, 그때그때 떠오르는 생각이 SNS 상에서 그대로 표출된다.

이들은 SNS 상에서 친밀한 이들과 소통하는 경향이 강화되다보니 편하게 자신의 감정을 그대로 표출하는 데 거리낌이 없고, 이 과정에서 상대방을 배려하는 표현보다는 자기중심적인 표현이 일반적으로 나타난다. 또한 대화가 주어나, 목적어, 부사어가 생략된 채로 서술어만으로 이루어지는 경우가 많다. 이를 통해 청소년들이 감정의 원인보다는 결과적인 감정 상태에 집중하고 있음을 알 수 있었다.

청소년들에게 매체는 이처럼 자연스러운 의사소통의 도구이다. 그러하기에 매체 교육에서도 매체를 향유하는 것뿐만 아니라, 의사소통의 도구로서 매체를 ‘어떻게’ 활용하는 것이 적절한지에 대해 가르치는 것이 중요하다. 매체가 감정을 배설하는 창구로서만 기능하지 않도록, 매체를 통해 상대방과 감정을 공유하고 그 과정에서 풍부한 공감의 있을 수 있도록 이끌어줄 교육이 필요하다.

2) 구어체 화법의 강화

친밀감을 바탕으로 한 친구 간 대화의 성격이 강한 SNS의 대화에서는 평소보다 비문법적인 표현이 많다. 카카오톡 단체 채팅방에 올라온 대화를 분석한 결과 일관되게 맞춤법에 맞는 표현을 한 학생은 단 한명도 없었다. ‘네’는 ‘넹’으로 ‘그래’는 ‘구래’로 사소한 대답들도 자신의 말투에 따라 변형하여 사용하고 있었다. 이는 학생들이 SNS 상에서 구어체 화법을 강화하고 있으며, 성인들과 다른 이들만의 대화체를 새롭게 만들어내고 있는 것으로 보인다. 이러한 문체를 통해 면대면 대화처럼 개인의 성향이나 감정 상태를 쉽게 표현하고, 문자 언어만을 활용할 때에도 문자의 종결어미에 ‘ㅇ’을 붙이거나 ‘~유, ~용, ~꺼야, ~옹’ 등을 활용하여 부드러운 말투를 사용하는 경향이 두드러진다. 심지어 자음과 모음을 해체하거나, 겹받침 중 발음되는 자음만 살려 적는 등의 문법 파괴 현상이 흔히 나타난다.

이는 청소년들이 어떻게 내용이 전달되는지 과정에 대한 관심보다 내용이 전달된 결과에 좀더 집중하고 있음을 알게 한다. 그래서 문법을 지키는 의사소통의 과정은 점차 경시하고, 자기 말의 분위기나 의도를 읽어 성공적인 의사소통이 되는 결과를 이끌어내기 위해 이들만의 구어체 화법을 강화하고 있음을 알 수 있었다.

SNS는 문자 시대 이전의 전통, 문자로 대변되는 근대문화 이후 잃어버렸던 구술적 이야기 문화의 전통을 새롭게 되살린 매체로 볼 수 있다(김남시, 2012: 17-18). 그래서 이전과는 다른 형태의 소통을 가능하게 해주는 SNS가 이야기를 새롭게 활성화하고 있다고 보는 견해도 있다. 그러나 SNS에서는 이야기가 한편의 완결된 이야기로서가 아니라 단편적인 대화로서 존재하기 때문에 이전의 구술적 이야기 문화의 전통이 그대로 이어지기보다는 새로운 이야기 문화가 나타난다고 보는 것이 좀더 타당하다.

청소년들의 이야기는 SNS의 현재성과 맞물려 소비되는 이야기로 볼 수 있다. 이들은 그때의 감정을 공유하고, 실시간 접속되어 친밀감을 공유하며, 내가 이들에 소속되어 있음을 확인하는 것으로 수많은 말들을 주고받고 있

었다. 청소년들의 감정표현을 중심으로 봤을 때 이들의 이야기는 과거나 맥락보다는 지금 공유하고 있는 감정이 중요함을 알 수 있었다.

이로써 매체를 통한 의사소통에 성찰이 필요함을 인지시킬 필요가 있음을 확인할 수 있었다. 매체의 메시지는 촉각적으로 인지하게 되므로(Benjamin, 1936/2007: 143) 습관적으로 수용하게 된다. 따라서 매체가 어떤 메시지를 우리에게 전달하는지 사고하면서 수용하는 인위적 과정이 필수적으로 수반될 필요가 있다. 이에 매체 교육에서 성찰의 과정이 강조되어야 하는 것이며, 아울러 매체의 기술적 특성을 이해함으로써 촉각적 수용에서 벗어나게 할 교육이 필요한 것이다.

3) 친밀감 중시

SNS 분석 결과 학습자들은 무엇보다 친밀감을 중시한다. 형식적인 칭찬이 반복되는 SNS도, 한 사람을 놀림거리로 만들어 계속 반복해서 놀리는 말을 나열하는 것도 실상은 ‘친밀’함을 드러내기 위해서다. 필자의 연구 대상이 된 단체 채팅방의 경우만 보더라도, 하나의 주제, 혹은 한 인물을 화제로 반복되는 이야기에 등장하여 대화를 주고받는 학생들은 한정적이며, 이 학생들은 실제 학교에서도 친밀한 관계다. SNS가 이들이 친밀한 상태임을 드러내고, 이를 통해 더욱 친밀감이 두터워지고, 다른 학생들은 끼어들기 어려운 상황이 공고화된다고 볼 수 있다. 대화에 가장 많이 참석한 사람들의 순위를 매겨본 결과 오프라인 상황에서 관계와 유사하게 드러났다.

다양한 SNS 들이 있지만 이들의 공통적 특징은 빠른 전파 속도라 할 수 있다. SNS에서 주로 공유되는 것이 개인의 일상적 경험인 것을 고려한다면, SNS에 의해 빠르게 전파되는 것 중 하나가 개인의 감정 상태임을 알 수 있다. 애초에 거의 모든 SNS가 개인의 감정 상태를 표현하고 공유하는 성격이 강했다고 보는 연구도 있다. 이 연구⁸⁾에서는 ‘미포머(meformer)족’이라는

8) 김남시, 「트위터와 새로운 문자소통의 가능성」, 『기호학 연구』 30, 2012, 13쪽.

단어를 통해 자신의 감정 상태를 비롯한 주변의 자잘한 일상적 이야기만을 유통시키는 사람들이 있음을 설명하며 이들의 비율이 80%에 달한다고 한다. 카카오톡과 같이 널리 사용되는 페이스북을 살펴보면 SNS는 애초부터 감정 공유를 지향한다.

페이스북의 창에 나타나는 문구는 ‘무슨 생각을 하고 계신가요?’이다. ‘생각’의 내용에는 ‘감정’이 포함되기 마련이다. SNS는 이처럼 감정을 공유하는 매체로서 존재하고 있다. 이에 답하는 청소년들의 방식은 주로 일상을 공유하면서 친밀한 이들에게 자기 생각을 전달하는 것이다. 그래서 여러 글들을 맥락이 생략된 채로 제시하여 글을 주고받은 사람끼리만 감정과 정보를 공유한다. 그러다보니 SNS에서 공유되는 감정은 이미 서로 공유하고 있는 정보는 생략한 채로 매우 단편화되어 소통되는 경향이 생긴다. 또한 그 단편적인 소통 방식인 댓글을 통해 대화 당사자들 간의 친밀감을 더욱 부각된다.

청소년들은 무엇보다 친밀감을 중시한다. 형식적인 칭찬이 반복되는 SNS도, 한 사람을 놀림거리로 만들어 계속 반복해서 놀리는 말을 나열하는 것도 실상은 ‘친밀’함을 드러내기 위해서다. 필자의 연구 대상이 된 단체 채팅방의 경우만 보더라도, 하나의 주제, 혹은 한 인물을 화제로 반복되는 이야기 속에 등장하여 대화를 주고받는 학생들은 한정적이며, 이 학생들은 실제 학교에서도 친밀한 관계다. SNS가 이들이 친밀한 상태임을 드러내고, 이를 통해 더욱 친밀감이 두터워지고, 다른 학생들은 끼어들기 어려운 상황이 공고화된다고 볼 수 있다.

청소년들은 일상에서의 인간관계가 SNS까지 깊숙이 이어져 있다. 상대적으로 이들이 많이 사용하는 SNS가 카카오톡과 페이스북이라는 것도 이에 대한 증거라 할 수 있다. 불특정 다수와 소통하는 트위터와 달리 카카오톡과 페이스북은 일상에서 알고 있는 사람들과 친구 맺기를 통해 소통하는 SNS다. 일상의 관계가 기반이 되어 SNS 소통이 이루어지는 것이다.

한편, 사이버 공간은 사회적 삶이 시공간적으로 재구조화된 공간이다.

그래서 SNS를 이용하는 개인들은 이전에 비해 거리낌 없이 자기를 드러내고 특정 집단에 소속할 수 있게 되었으며 여러 경로로 다양한 집단과 연결할 수 있게 되었다. 이러한 속성을 지닌 사이버 공간-인터넷의 발달과 네트워크의 확산이라는 변화를 가장 적극적으로 수용한 집단은 10대로 꼽힌다(김미윤, 2003: 212). 그러하기에 청소년들은 특정집단에 속하고, 친밀감을 공유하고 있다는 느낌을 적극적으로 받고 싶어 하는 욕구를 SNS를 통해 지속적으로 드러내고 있다. 이로 인해 이들의 인간관계는 SNS에까지 적극적으로 이어져 있으며 소외감을 느끼는 학생의 경우 과거와 달리 24시간 온라인 상태에서 지속적인 소외감을 느껴야 하는 특수한 상황이 벌어지고 있다.

따라서 매체 교육에는 인성교육적인 면이 반드시 고려되어야 한다. 매체를 통한 의사소통이 다른 경우와 달리, 24시간 온라인 상태에서 지속되며, 감정의 단편적 소통, 감정의 배설과 같은 측면이 강화되었기 때문이다. 면대면 소통에서는 표정을 보며 상대방의 의도를 헤아리고 의문이 나면 바로 물어가며 풀 수 있지만, 과정이 생략된 결과물로서 소통되는 매체를 통한 의사소통에서는 오해의 여지가 많다. 그로 인한 소외의 문제는 온라인에서가 다른 경우보다 심각하다고 할 수 있다.

4) 자동화

SNS에서 나타나는 대화의 특성들은 기본적으로 매체의 특성에 길들여져 자동화된 것으로 볼 수 있다. SNS는 온라인상에서 언제나 접속되어 있어 상대방과 시공간을 공유하는 듯한 느낌을 준다. 실시간 접속은 SNS가 자연스럽게 현재지향성을 지니는 것으로 이어졌다. 나와 상대방 사이의 공간적 거리를 극복하고, '지금' 소통할 수 있기 때문이다. 내가 보낸 메시지를 상대방이 실시간으로 보고 답할 수 있는 기능을 통해 다양한 SNS들이 현재 중심으로 소통되고 있다. 페이스북의 뉴스피드 기능이나 카카오톡의 채팅창이 언제나 현재 대화를 중심으로 보여주도록 창이 열리는 것도 이를 증명한다. 이제 과거의 대화나 이야기를 보려면 매체가 보여주는 자연스러운 방식을

거슬러야 한다. SNS에는 끊임없이 새로운 소식이 업데이트된다. 새로운 글이 등록되면 기존의 글은 계속해서 뒤로 밀린다. 기록들이 저장되는 형식이지만, 지금도 수많은 소식들이 SNS상에서 공유되기 때문에 과거의 것을 찾기보다는 현재의 시간을 공유하고 소통하는데 이를 활용한다.

현재형 표현이 보편화된 공간이 SNS다보니, 사진이나 다른 사람의 글을 인용하는 방식 등이 적극적으로 활용된다. 일례로 실시간으로 지금 상황을 보여주는 사진을 찍어 SNS로 소통하기도 하고 다양한 자료를 공유하기도 한다. 인용한 사진이나 자료에는 이미 여러 정보가 포함되어 있기 때문에 굳이 글을 덧붙이지 않아도 되고, 글을 쓰더라도 아주 짧막하게 써도 된다.

SNS상에서는 실시간으로 소통이 이루어지기 때문에 말로 대화하는 정도, 혹은 그 이상의 속도로 문자가 오고간다. 짧은 시간 안에 말이 오고가기 때문에 글자 수에 제한이 없는 카카오톡의 경우에도 단문이 사용된다. 페이스북에서 글을 올릴 때에도, 현재를 공유하다보니 사진을 많이 활용하게 되고, 사진에서 많은 것이 설명되기 때문에 추각적으로 긴 글로 자신의 상황을 설명하는 일이 줄어들었다. 댓글 기능은 카카오톡과 같이 주고받는 대화의 기능으로 많이 활용하기 때문에 이 역시 단문을 사용한다.

단문 사용 또한 SNS의 현재지향성에서 비롯된 특성으로 SNS에서는 일상적으로 단문의 내용이 오고 간다. 이로 인해 일상과 달리 직설 화법이 두드러진 특성으로 나타나며, 필수적인 문장 성분이 생략된 채 자신이 전달하고자 하는 핵심만을 밝히는 경향이 강화된다. (사)와 같이 단문 경향은 주어나 목적어, 부사어의 생략이 빈번하게 일어나는 반면 서술어를 통해 자신의 의사를 밝히거나 자신의 상태를 단도직입적으로 드러내는 식의 소통방식을 일상화하였다.

(사) -지연아...얼마나 발랐어 솔직히 말해

-아이폰이야 ^^

-친구가 이쁘네 ^^

- 졸리다
- 너랑 다르게
- 닥칠생각은없니~~!!
- 지연이도 이쁘지^^

그러나 문제적이었던 것은 이러한 모든 특성들을 학습자는 무의식적으로 사용하고 있었으며 자신들의 대화 양상이 매체의 특성에서 기인했다는 의식 없이, 자동적으로 그에 유도된 표현 양식들을 습관처럼 사용하고 있었다.

매체 교육에 포함될 성찰과 관련한 내용 중에서는 학습자 스스로 매체를 통한 의사소통 습관을 돌아보게 하는 것이 중요하다. 매체를 통한 의사소통은 지금, 우리의 대화이며 다양한 가능성을 지닌 동시 상당한 문제점을 지닌 개선이 필요한 현상을 드러내고 있기 때문이다.

IV. 학습자 특성을 반영한 매체 교육 내용 제안

새로운 시대의 교육은 새로운 세대의 특성에 맞게 준비되어야 한다. 그러나 이것이 교육 콘텐츠의 개발이라는 단순한 답을 요구하는 것은 아니다 (김정우, 2014). 이들이 갖고 있는 특성이 스마트 시대의 환경에서 비롯된 것이지만, 결국 이들의 교육 방법에 대한 답은 국어 교육의 본질과 맞닿아 있다고 본다. 국어과가 지닌 ‘의사소통’이라는 고유의 특성을 통해 이들에게 필요한 교육의 다양한 방법들을 제시할 수 있기 때문이다. 이에 이 연구가 제안하는 성찰과 공감을 핵심으로 교육과정을 재구성한다면 현장에 필요한, 보다 효과적인 매체 교육 내용을 마련할 수 있을 것이다.

1) 성찰 중심의 미디어리터러시

매체 교육은 학습자에게 새로운 것을 가르치는 면보다, 이미 사용하고 있는 것에 대해 가르치는 면이 더 크다. 그러하기에 학습자들의 평소 매체 활용 양상을 분석하여 이들에게 미디어리터러시를 길러주기 위해 어떻게 매체 언어를 탐구하고 활용할지에 대한 고민이 반영된 교육 내용이 필요하다. 우선 학습자가 매체에 대해 학습할 때, 모르는 것에 대해 배우는 것이 아니므로 학습자들이 사용하고 있는 매체에 대해 인식하게 하고 그로 인해 나타난 새로운 문화, 의미 소통 양상 등을 성찰할 수 있도록 이끌어야 한다. 또한 매체 활용을 통한 여러 방식의 의사소통이 이미 학생들 사이에 일어나고 있기 때문에 매체 교육은, ‘우리’의 소통 현상과 관련한 것이어야 한다. 이 과정에서 핵심이 되어야 하는 교육 내용은 ‘성찰’과 ‘미디어리터러시’이다.

그렇다면 무엇에 대하여 성찰하도록 교육할 것인가. 우선, 매체 자체에 대해 성찰하도록 교육해야 한다. 미디어가 메시지라는 말이 내포하듯, 미디어의 내용이 아닌 미디어의 형식이 우리의 삶에 변화를 가져온다(McLuhan, 1964/2011: 10). 매체를 통해 소통되는 내용은 결국 매체의 형식에서 비롯된 것이기에, 매체의 어떠한 특성이 우리의 의사소통을 변화시켰는지에 대해 성찰하는 것은, 미디어리터러시를 교육하는 당연한 과정이라 할 수 있다.

그리고 매체의 사용자에 대해 성찰하도록 교육해야 한다. 사용자는 학습자 자신뿐만 아니라, 매체를 통해 소통하는 모두를 의미한다. 우리는 매체를 통해 의미를 전달하고 있다. 그러나 그 의미가 매체로 인해 왜곡될 수 있고, 매체를 부적절하게 활용함으로써 문제를 야기하기도 한다. 이에 사용자에 대한 성찰을 교육해야 하는 것이다.

이때 교육해야 할 내용은 일상에서 접하는 매체가 의미를 전달하는 방식, 매체를 통해 습득한 정보의 타당성 판단, 매체에 대한 수용자의 태도 분석을 통한 자동화에 대한 반성 등이 될 수 있다.

2) 매체를 활용한 공감적 의사소통

감정 표현, 친밀감 중시 등이 매체를 통한 의사소통에서 직접적으로 나타나는 바 매체가 의사소통의 장이자 인간관계의 반영인 점을 고려할 수 있도록 교육할 필요가 있다. 학습자들에게 매체를 활용한 의사소통은 이미 일상이 되었다. 영상 매체를 통해 TV프로그램부터 영화까지 다양한 문화를 즐기고, 매체를 활용하여 대화한다. 그러므로 매체 교육에서는 매체로 정보를 구성하고 유통하는 양상, 학습자들이 주체적으로 매체 자료를 생산하는 것, 매체 언어의 창의적 표현 방법 향유 등을 구체적 내용으로 의사소통에 초점을 둘 필요가 있다. 그러나 이러한 의사소통의 핵심에 ‘공감’이라는 키워드가 자리할 필요가 있다. 이에 더하여 학습자들이 일상에서 접하는 매체를 생생하게 탐구하고 효과적인 의사소통 수단으로 활용할 수 있도록 교육해야 한다.

이점에서 매체 교육은 국어 교육에서 독립적으로 존재하기보다, 매체를 중심으로 국어교육을 재편하는 것이 더 타당하다고 볼 수 있다. 매클루언은 매체들이 상호작용적이라는 것을 강조한 바 있다. “언어와 매체” 교과가 독립적으로 존재하나, 국어과의 다양한 교과목들과 연계하고, 단원들을 통합하여 교육할 필요가 있다. 가능하다면 다른 교과와 연계하는 것도 이상적이다.

한편, 새로운 매체의 등장은 우리의 의사소통 방식이나 우리가 세상을 감각하는 방식의 변화를 가져온다. 그러하기에 의사소통 교육의 일환으로서 국어 교육은 새로운 매체가 등장할 때마다 변화할 수밖에 없으며, 변화를 국어 교육에 잘 적용하는 것이 오늘을 살아가는 학습자에게 필요한 교육이다. 지금은, 인터넷 환경에서의 의사소통을 하고 영화와 같은 복합매체를 향유하는 것이 일상이 된 만큼, 인터넷 매체에서의 의사소통, 복합 미디어를 통해 의미를 표현하고, 이해하는 활동을 의사소통의 한 국면으로 적극적으로 다뤄야 한다. 매체 교육은 이 점에서 국어 교육이다.⁹⁾

9) 각 학문 영역들은 자신들의 고유한 학문 영역과 본질에 충실할 필요가 있다. 이에 인간들 사이의 소통이라는 근본적인 문제를 다루는 국어교육학에서, 매체 교육을 의사소통 중심

이 때 교육할 내용은 매체를 통한 의사소통 양상과 기존의 의사소통 비교, 매체를 통해 의미를 전달하는 방법, 매체를 활용한 다양한 텍스트들의 이해와 표현 등이 될 수 있다.

V. 결론 및 제언

‘언어와 매체’에서 ‘매체’ 영역이 교육현장에 잘 반영되기 위해서는 교육 현장에서부터 적극적인 실천이 필요하다. 특히 학습자들의 특성과 교육과정성취기준 상의 괴리감이 존재한다. 언어와 매체에 대한 태도 관련 기준을 제외하고는 학습자의 존재를 고려한 성취기준이라기보다 ‘매체 언어’의 특성을 고려한 것으로 보인다. 언어와 매체의 본질과 관련한 성취 기준에서도 제 3자의 의사소통을 관찰하고 그것에 대해 배우는 것에 초점이 있는데, 이 의사소통이 이미 학생들 사이에 일어나고 있음을 밝히고, 매체의 본질에 대해 학습할 때, ‘우리’의 소통 현상과 관련하여 매체 언어의 특성을 이해할 필요가 있다.

또한 매체의 특성에 따라, 다양한 매체 자료를 생산하는 등의 성취 기준은 매체의 종류를 기계적으로 나누고 형식적인 특성 위주로 매체에 대해 학습시키게 될 우려가 있다. 이미 기존의 국어 교과서에서는 신문, TV, 인쇄 광고 등을 필수적으로 등장시키며 전달하고자 하는 내용, 의미 등을 추론하는 활동을 제시하고 있다. 이 수업은 성취기준에는 부합되지만, 학습자의 흥미를 끌지는 못한다. 학습자들에게는 신문이나 인쇄 광고들은 먼 매체이기 때문이다. 또한 이러한 기계적인 분류는 SNS 속에 뉴스가 소통되는 등 경계가 모호해지고 있는 양상을 볼 때 시의적절하지도 않다.

으로 재편하는 것은 타당한 방향이라 할 수 있다(윤여탁, 2018: 53).

매체 언어는 학습자들이 오늘날의 생생한 의사소통을 탐구하는 장이 되어야 한다. 또한 학습자 스스로 의사소통 양상을 분석해보고, 매체에 유도된 것이 무엇인지 탐구해보게 할 필요가 있다. 공감과 성찰을 핵심으로, 매체를 통해 적절하고 효과적으로 의사소통 하는 것이 무엇인지 학습자 스스로 탐구해 갈 수 있는 기회를 매체 교육이 제공해야 하는 것이다. 이와 관련한 구체적인 내용에 대해 깊이 있게 다루지 못한 것은 후속 연구를 통해 보완하도록 하겠다.

학습자들에게 일상적으로 소비되고 있는 매체가 의사소통의 장이자 인간관계의 반영인 점을 고려할 수 있도록 교육하는 것은, 지금의 국어 교육이 감당할 일 중 하나이다.

* 본 논문은 2018. 7. 28. 투고되었으며, 2018. 8. 2. 심사가 시작되어 2018. 9. 3. 심사가 종료되었음.

참고문헌

- 김남시(2012), 「트위터와 새로운 문자소통의 가능성」, 『기호학 연구』 30, 9-35.
- 김미윤(2003), 「사이버공간 경험의 의미와 청소년문화」, 『청소년학 연구』 10, 211-232.
- 김정우(2014), 「스마트 교육 시대의 문학교육」, 『국어교육학연구』 49(1), 78-105.
- 김종윤·오은하·김희동(2017), 「초등학생의 디지털 리터러시 활동 실태 조사 연구」, 『국어교육학 연구』 52(2), 175-212.
- 윤여탁(2018), 「국어교육의 융복합적 특성과 문식성」, 『국어교육학연구』 53(1), 37-57.
- 홍장선·이종윤(2014), 「카카오톡 이모티콘을 통한 자아표상과 이에 따른 기호특성 연구」, 『기초 조형학연구』 15, 495-505.
- Benjamin, W. (2007), 『기술복제시대의 예술작품 사진의 작은 역사 외』, 최성만(역), 서울: 길
(원서출판 1936).
- Buckingham, D. (2004), 『미디어 교육 학습, 리터러시, 그리고 현대 문화』, 기선정·김아미
(역), 서울: JNBook(원서출판 2003).
- McLuhan, M. (2011), 『미디어의 이해』, 김상호(역), 서울: 커뮤니케이션북스(원서출판 1964).

국어교육에서 학습자 특성을 반영한 매체 교육 내용 연구

김향연

‘매체’가 교육현장에 잘 반영되기 위해서는 매체에 이미 ‘익숙한’ 학습자를 대상으로 하는 교육인 만큼 학습자의 특성을 분석하고 이를 반영한 교육 내용을 마련하는 것은 중요한 과제이다. 이에 이 연구는 학습자들이 가장 많이 활용하여 그들의 매체 문화를 엿볼 수 있는 SNS를 중심으로 학습자 특성을 분석해보았다. 그 결과, 매체에 유도된 표현 양상이 이미 습관화 되어 있었고, 매체를 통해 감정을 표출하고 교류하는 것이 일상적인 의사소통의 일부였다. 또한 친밀감을 중시하는 청소년들의 특성이 매체 문화 속에서 강화되어 인간관계의 문제가 24시간 온라인 상태로 존재하는 특수한 상황임을 확인하였다.

이와 같은 학습자 특성을 반영한 매체 교육은 매체에 대한 교육이어야 함은 물론이거니와, 매체를 어떻게 활용할 것인가에 대해 생각하게 하는 교육이어야 한다. 성찰 중심의 미디어리터러시를 제안하는 것은 이와 같은 이유에서이다. 학습자들은 이미 매체를 사용하고 있기에, 이로 인해 나타난 새로운 문화, 의미 소통 양상 등을 성찰할 수 있도록 이끌 필요가 있다. 또한 매체로 정보를 구성하고 유통하는 양상, 학습자들이 주체적으로 매체 자료를 생산하는 것, 매체 언어의 창의적 표현 방법 향유 등을 구체적 내용으로 하되 의사소통에 초점을 둘 필요가 있다. 매체가 의사소통의 도구이기 때문이다. 그리고 이러한 의사소통의 핵심에 ‘공감’이 자리해야 한다. 이것이 좀더, 적절하게 매체를 사용하는 학습자를 길러내는 하나의 교육적 방향이기 때문이다.

핵심어 매체, 매체 교육, 미디어 리터러시, 의사소통, 성찰, 공감

ABSTRACT

Research on the Education of Media Taking into Account the Characteristics of the Learner in Korean Language Education

Kim Hyangyeon

When carrying out media education, it is an important task to prepare educational content that takes into account the learner's characteristics when educating learners that are already accustomed to media. This study analyses the learners' social media usage as it is the media that learners use the most extensively. It was discovered that using expressions within this media have become habituated and using the media to express emotions have become the usual mode of communication. Also the characteristic of teenagers that prioritise friendships have become strengthened in media culture so that the issue of relationships exist on-line 24 hours a day.

Education that takes into account such characteristics of the learner needs to teach both the media itself as well as consider how to make use of the media. In particular, because the learners already make use of the media, the learners need to be led to examine the newly created culture, meaning, and modes of communication. Also, when creating media content, the focus needs to be on communication and the learners should be educated on how to make use of the creative expressions used in media language. This is because media is a tool in communication. Also, empathy needs to be at the centre of such communication. This is the way to educate learners to use media appropriately.

KEYWORDS Media, Media Education, Media Literacy, Communication, Introspection, Empathy