

대중 매체의 언어 메시지 교육 연구¹⁾

이 종 철 (호서대)

< 차례 >

- I. 서론
- II. 미디어 교육의 현황과 국어 교육의 영역
- III. 대중 매체의 언어 메시지 교육의 목표와 내용
- IV. 결론

I. 서론

오늘날 대중 매체가 우리들의 생활에 끼치는 영향은 실로 지대하다. 우리들은 거의 매일 대중 매체를 통하여 사회 생활에 필요한 정보를 얻고, 여가를 지루하지 않게 보내기 위한 오락을 제공 받는다. 만약 방송과 신문이 동시에 하루라도 안 나오는 날이 있으면 많은 사람들이 필요한 정보와 오락을 제공 받지 못하여 상당한 고통을 겪을 정도가 되었다. 현대 대중 사회를 살아가고 있는 우리들은 대중 매체의 긍정적 영향 또는 부정적 영향에서 벗어나기 어려운 상황에 처해 있다.

대중 매체는 대중에게 동일한 메시지를 시간적인, 공간적인 제약에 거의 구애됨이 없이 전달함으로 말미암아 대중들을 사회화시키는 긍정적 기능을 수행하면서, 동시에 대중의 사고와 태도와 행동을 획일화시

1) 본고는 국어교육학회 '98 여름 학술 발표회에서 발표한 것을 토론 과정에서 지적된 사항들에 대하여 수정한 것이다. 토론 과정에서 문제점을 지적해 주신 여러분들께 감사의 마음을 전한다.

키는 부정적인 기능을 수행할 수 있다. 그리고 대중 매체 제작에 관여하거나 영향력을 미치는 사람들이나 기관들에 의해 대중 매체가 전달하는 메시지가 객관적이지 못하고 바람직하지 못할 수도 있는데, 대중들은 수동적으로 그 메시지를 수용하는 상황에 처해 있기 쉽다. 대중 매체의 메시지는 즉각적으로 개인의 태도를 변화시키지는 않지만 반복적으로 장기간에 걸쳐 메시지를 전달하면 사회, 문화적으로 강한 영향력을 미치는 것으로 조사되었다. 따라서 대중들이 수동적으로 장기간에 걸쳐 대중 매체가 전달하는 메시지를 수용하면 세계와 자신에 대한 인식을 잘못할 수도 있다. 이러한 대중 매체의 역기능으로 말미암아 대중 매체의 순기능을 능동적으로 이용할 수 있는 대중 매체 교육(미디어 교육)의 필요성이 대두되었다.

미디어 교육은 수용자가 자주적이고 비판적으로 대중 매체를 활용할 수 있도록 관련된 지식, 기능, 태도를 길러주는 것이다. 수용자를 위한 대중 매체에 관한 교육에는 여러 하위 영역이 있고, 그 중의 하나가 메시지 교육 영역이다. 대중 매체가 전달하는 정신 내용은 메시지로 구체화되고 메시지는 크게 언어적 메시지와 비언어적 메시지로 구분된다. 오늘날은 언어 메시지 못지 않게 영상 메시지도 중요한 역할을 하고, 이 양자가 어우러져 통일된 의미를 전달하는 경우가 많으므로 대중 매체의 메시지에 대한 전반적인 교육은 통합 교과적으로 수행되는 것이 바람직할 수도 있다. 그런데 언어 메시지가 중심이 되어 있는 대중 매체도 있고, 시청각으로 전달되는 메시지의 경우에도 일반적으로 언어 메시지가 먼저 작성이 된 후 다른 비언어적 메시지들이 제작되므로 언어 메시지를 독립시켜 단독으로 연구하고 교육시키는 것도 의의가 있다. 국어 교육은 국어 사용과 국어 문화에 대한 지식, 기능, 태도를 길러 주는 교육이므로 대중 매체의 언어 메시지 교육은 국어 교육에서 다루어지는 영역에 속한다.

미디어 교육에 대하여 전반적으로 논의한 논저로는 김기태(1993), 유태영(1994), 최창섭(1994) 등이 있고, 대중 매체와 국어 교육에 대하여 이론적으로 접근한 연구로는 한국교육개발원(1997), 김대행(1998), 최영

환(1998) 등이 있다. 본고에서는 대중 매체의 언어 메시지의 교육과 관련된 대중 매체의 연구 결과를 원용하면서 대중 매체의 언어 메시지 교육의 목표와 내용 등에 대하여 고찰해 보겠다.

II. 미디어 교육의 현황과 국어 교육의 영역

1. 미디어 교육의 현황

미디어 교육에서 대중 매체에 관한 전반적인 교육을 다루고 있으므로 언어 메시지 교육도 그 일부분으로 다루어져 왔다. 먼저 미디어 교육에서 다루어지는 내용을 알아보고 미디어 교육이 국어교육의 언어 메시지 교육과 어떤 관계에 있는지 살펴보겠다.

미디어 교육이란 미디어를 활용해서 하는 교육을 뜻하는 것이 아니라 미디어 자체에 대하여 교육하는 것을 말한다. 미디어의 수용자가 능동적인 수용자가 되기 위하여 필요한 능력을 길러주는 교육이다. 미디어의 본질, 미디어 제도와 조직, 미디어의 기능과 효과 등에 대하여 이해시키고, 미디어의 내용을 평가할 수 있으며, 미디어를 적절하게 선택하여 사용할 수 있는 능력을 교육하는 것이다(최창섭, 1994 : 520-1).

미디어 교육은 학교에서보다 사회 단체에서 먼저 시작되었고, 대중 매체 중에서 가장 영향력이 큰 텔레비전을 중심으로 진행되었다. 학교에서의 미디어 교육은 대략 다음과 같은 네 가지 방법으로 실시될 수 있을 것이다(김기태, 1993 : 393-5).

첫째, 기존 과목 중 일부에 포함하여 실시하는 경우이다. 예를 들면, 초·중등 학교 교과목 중 사회 과목을 비롯한 관련 과목에 미디어 교육 관련 단원을 삽입하여 교육하는 방법이다. 이 방법은 운영상 수월한 점이 있으나 대중 매체의 본질적 이해를 돕는 교육보다는 기존 교과목 성격에 따라 일부만 강조되는 교육이 이루어 질 수 있다는 우려가 있다. 예컨대, 국어 교사는 대중 매체의 언어 문제를 제외한 다른 요소는 무시

할 가능성이 많으며, 미술 교사는 대중 매체의 시각적 측면에만 집중하는 경향이 보일 우려가 많다.

둘째, 따로 과목을 설정하되 정규 과목이 아니고 특별 활동으로 미디어 교육을 실시하는 경우이다. 이 방법도 운영상 수월한 점이 있으나, 소극적이고 제한된 교육이 될 우려가 있다.

셋째, 정규적인 교육과정에 따라 단계적으로 실시하는 독립 과목으로서의 미디어 교육 방법이다. 체계적인 미디어 교육이 이루어 질 수 있다는 장점이 있지만 실제 운영상의 어려움이 있을 수 있다.

넷째, 위의 유형들을 절충한 방법을 들 수 있는데 시기적, 사회적, 변인들을 고려하여 취사 선택하는 방법이다.

우리 나라에서의 미디어 교육을 제7차 교육과정에서 살펴보면 첫 번째 방법에 해당한다. 미디어 교육에 대한 독립된 과목이 없고, 다른 여러 교과에 관련된 내용이 실릴 것이다. 제7차 교육 과정에서 국어 교과의 경우 신설된 ‘국어 생활’ 과목 중 국어 생활의 실천 영역에서 다루어지는 내용인 ‘문화 속의 국어 생활’의 하위 내용으로서 ‘국어와 매체 환경’이라는 내용이 다루어진다. ‘국어와 매체 환경’에서 구체적으로 다루어지는 내용은 다음과 같다.

- ① 현대인의 언어 생활에 영향을 끼치는 여러 가지 매체의 작용을 이해한다.
- ② 지식 정보 사회에서 멀티미디어를 이용한 의사 소통의 특성을 이해한다.
- ③ 여러 가지 매체 속에 나타나는 다양한 텍스트를 이해하고 감상한다.
- ④ 대중 매체로 표현된 국어 사용 현상을 비판적으로 평가한다.
- ⑤ 여러 가지 매체를 이용하여 효과적인 국어 생활을 한다.

위의 항목들 중에서 항목 ①, ②, ③에서는 대중 매체의 상위 개념인 ‘매체’라는 용어를 사용하고 있지만 매체 중에서 중심이 되는 것은 대중 매체이다. 항목 ⑤의 매체의 이용에서, 학생들이 대중 매체를 쉽게 이용

할 수는 없지만 앞으로 점차 대중 매체도 쌍방향 의사 소통을 추구하고 있으므로 대중 매체가 학생들이 이용하는 매체에 포함되어야 한다. 따라서 위의 항목들은 모두 미디어 교육과 관련이 된다.

그러면 학교에서 실시되고 있는 미디어 교육의 내용을 알아볼 필요가 있다. 여기서는 대표적인 대중 매체인 TV에 대하여 미국의 학교에서 실시된 텔레비전 문식성(literacy) 교육에 대하여 알아보겠다. 대중 매체 중에서 TV가 대중에게 미치는 영향이 제일 크고 TV는 신문, 잡지, 라디오, 영화, 광고 등 다른 대중 매체가 수행하는 기능을 두루 포괄하여 종합적으로 수행하고 있으므로 텔레비전 문식성 교육은 미디어 교육의 내용을 거의 전반적으로 다루고 있을 것이다. 미국에서 실시된 대표적인 텔레비전 문식성 교육 과정들을 비교 분석하여 보면 다음과 같은 교수 목표가 공통적으로 포함되어 있다(유태영, 1994 : 187).

- ① 학생들은 다양한 프로그램 형태에 따라 텔레비전 문법과 내용 구성이 어떻게 다른가를 이해할 수 있게 된다.
- ② 학생들은 자신의 텔레비전 시청시간과 프로그램 선택을 통제할 수 있는 전략을 습득하게 된다.
- ③ 학생들은 텔레비전의 전자 장치와 프로그램 제작과 관련된 기술적인 절차를 설명할 수 있게 된다.
- ④ 학생들은 텔레비전 광고에서 묘사된 설득적 메시지를 분석하고 이를 자신의 소비 행동과 연관시킬 수 있게 된다.
- ⑤ 학생들은 텔레비전에서 제시된 메시지와 내용은 동일하나 다른 매체에 의해 제시된 메시지를 텔레비전 메시지와 비교검토 할 수 있게 된다.
- ⑥ 학생들은 텔레비전 제작회사의 운영절차와 제작 회사가 사회에서 담당하는 역할을 설명할 수 있게 된다.
- ⑦ 학생들은 텔레비전에서 묘사된 언어, 인격화, 문제해결방법, 청각적, 시각적 이미지의 가치체계를 파악하고, 텔레비전에서 제시된 가치관을 사회와 자신의 가치관과 비교할 수 있게 된다.
- ⑧ 학생들은 텔레비전 메시지의 효과와 관련된 연구 결과를 이해하게

되고 자신의 행동에 나타난 텔레비전의 시청효과를 파악할 수 있게 된다.

- ⑨ 학생들은 내용 구성, 주제, 등장인물, 동기유발, 프로그램 형태 및 제작 의도와 연관된 극적인 표현기법을 이해하게 된다.

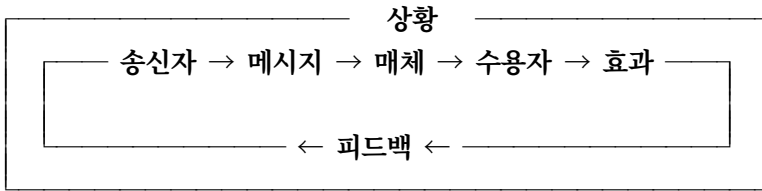
위에 소개된 미국의 텔레비전 매체 교육은 텔레비전과 관련된 광범위한 분야에 대하여 텔레비전 메시지를 올바르게 이해하기 위하여 필요한 지식, 기능, 태도를 가르치는 것을 목표로 하고 있다는 것을 알 수 있다. 위의 교수목표 항목들 중에서 국어교과와 관련된 항목으로는 ①,④,⑤, ⑦,⑧,⑨ 등이 있다.

지금까지 국어교육과 다른 교육 영역인 미디어 교육 영역에서 대중 매체에 대하여 행하고 있는 교육을 살펴보고, 미디어 교육의 내용 속에서 국어교육과 관련된 내용들을 찾아보았다. 미디어 교육을 축으로 해서 바라본 이러한 논의 속에서 국어교육에서의 대중 매체 교육은 미디어 교육의 한 부분집합이 아닌가 하는 생각을 할 수 있다. 그러면 이제는 국어교육을 축으로 해서 대중 매체 교육에 대하여 논의를 해볼 차례이다.

2. 대중 매체에 관한 국어 교육의 영역

국어교육은 피교육자들이 국어를 정확하고 효과적으로 사용할 수 있는 능력과 국어 문화를 이해하고 발전시킬 수 있는 능력을 향상시켜 주는 것을 목표로 하는 교육이다. 국어교육에서 대중 매체에 대하여 가르치는 것은 이러한 목표에 맞아야 가능하고, 가르치는 내용의 범위도 이러한 목표 내에서 제한되는 것이다. 대중 매체의 교육 내용 중에서 국어 교육과 직접 관련이 있는 것은 대중 매체의 언어 메시지 영역이고, 그 언어 메시지를 이해하고 표현하는 방법이 일상 언어의 그것과 다르기 때문에 별도의 교육이 필요한 것이다. 대중 매체의 언어 메시지의 사용 방식은 대중 매체를 이용한 의사소통 과정 즉 매스커뮤니케이션 과정과

관련이 있게 마련이다. 일상 언어 사용의 의사소통과 다른 매스커뮤니케이션의 특징을 의사소통 과정의 구성요소별로 알아 보겠다. 일반적으로 의사소통의 과정은 송신자, 메시지, 매체, 수용자, 효과, 상황, 피드백으로 구성된다(차배근, 1988 : 25-6). 이러한 의사소통의 과정을 도표로 그려보면 다음과 같다



언어 메시지의 이해와 생산과 관련된 매스커뮤니케이션의 특징을 의사소통 과정의 구성요소에 따라 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 의사소통의 ‘상황’으로는 개인적 상황, 사회적 상황, 문화적 상황 등이 있는데 대중 매체는 사회성이 강하여 송신자와 수용자의 개인적인 상황은 거의 고려되지 않고, 사회적 상황과 문화적 상황이 메시지의 이해와 생산에 중요하게 작용한다.

둘째, ‘송신자’는 메시지를 제작하는 전문가들로 구성되고, 그들은 그들이 속해 있는 대중 매체의 제도와 조직 속에서 직접적으로 또는 간접적으로 메시지를 제작하는 데 영향을 받는다.

셋째, ‘메시지’는 언어 이외에도 그림, 영상에 의해 기호화되는 것이 일반적이고, 매체별로 장르별로 독특한 표현 방식을 지닌다.

넷째, 매스커뮤니케이션에서의 ‘매체’는 흔히 인쇄 매체와 전파 매체로 구분되나 뉴미디어²⁾의 출현으로 인쇄 매체가 위축되고 이러한 구분

2) 김영석(1995 : 35-6)에서는 뉴미디어를 정보특성별로 다음과 같이 구분한다.
 영상계 : 케이블 TV, 비디오텍스, 텔레텍스트, 원격영상회의, 직접위성 방송, 고화질 TV, 정지화방송, 전자신문 등.
 음성계 : AM 스테레오 방송, PCM 방송, 원격음성회의, 무선전화.
 데이터계 : 팩시밀리 방송, 텔레라이팅, 텔레텍스트 코드데이터 방송.

이 모호해지고 있다.

다섯째, ‘수용자’는 일반적으로 불특정 다수인이라서, 의사소통상 송신자는 수용자보다 유리한 위치에 있을 수 있고 수용자는 수동적으로 메시지를 수용하기 쉽다.

여섯째, ‘효과’는 수용자에게 장기적으로 반복하여 메시지를 수용하게 하면 송신자의 의도에 맞게 수용자의 지식과 태도에 강한 변화가 일어나는 것으로 알려져 있다.

일곱째, 송신자의 메시지에 대한 수용자의 반응이 송신자에게 전달되는 피드백은 현재 상당히 약한 상태에 있으나 뉴미디어의 출현으로 피드백은 앞으로 점점 더 강력해지는 상태에 있을 것이다.

앞에서 살펴본 대중 매체를 이용한 의사소통 행위의 특성을 바탕으로 국어교육에서 가르쳐야 할 내용을 도출해 보면 다음과 같다.

첫째, 대중 매체의 메시지를 이해하고 해석하는 경우에 그 메시지가 제작된 사회와 문화에 대한 지식, 그리고 대중 매체의 제도와 조직에 대한 지식을 활성화할 수 있다.

둘째, 메시지를 구성하고 있는 영상, 그림, 사진 등의 시각적 요소들도 함께 고려하면서 언어적 요소를 다루고, 대중 매체의 독특한 언어 표현 방식에 대하여 이해한다.

셋째, 언어 메시지의 내용과 표현 방식에 대하여 비판적으로 평가할 수 있다.

넷째, 뉴미디어의 출현으로 대중 매체의 의사소통 방식이 일방적 전달에서 쌍방적 의사소통으로 변화하고 있으므로 학생들은 다양한 대중 매체를 이용하여 의사소통하고, 더 나아가 대중 매체의 언어 메시지를 표현하여 전달할 수 있다.

지금까지 국어교육의 관점에서 살펴본 대중 매체의 언어 메시지 교육의 내용과 미디어 교육의 일부로 행하여진 언어 메시지 교육의 내용을

비교해 보면, 바로 앞에서 살펴본 첫째, 둘째, 셋째 항목의 내용은 언어 메시지의 이해에 대한 것으로 양자가 동일하고 넷째 항목의 내용은 언어 메시지의 표현에 대한 것으로 미디어 교육의 내용에는 없다. 즉 언어 메시지의 이해의 영역에서는 양자가 동일하나 표현의 영역에서는 차이가 있음을 알 수 있다.³⁾

국어 교육에서 이 표현 능력을 신장시켜야 한다는 명제를 뒷받침하는 가장 중요한 요인은 뉴미디어의 출현이다. 뉴미디어는 컴퓨터 기술과 커뮤니케이션 기술이 결합되어 만들어진 미디어로서, 커뮤니케이션의 측면에서 디지털화, 영상화, 종합화, 상호작용화, 비동시화 등의 특징을 지니고 있다(최정호 외, 1995 : 369-71). 이러한 특징 중에서 국어교육과 관련이 깊은 것은 영상화와 상호작용화이다. 영상화는 음성 메시지와 인쇄 메시지가 영상 메시지로 대체되는 경향을 말하는 것으로, 이러한 현상은 메시지의 전달 방식뿐만 아니라 메시지의 내용도 영상성에 맞는 것이 주류를 이루게 할 것이다. 상호작용화는 송신자와 수용자가 대중 매체를 전화처럼 손쉽게 이용하여 의사소통할 수 있게 되는 현상이다.

뉴미디어의 출현으로 말미암아 언어 메시지를 표현하는 능력을 신장시키는 교육이 필요하다는 상황을 좀더 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 뉴미디어는 대중 매체와 수용자 사이의 쌍방향 의사소통을 촉진시킨다는 것이다. 신문 매체의 경우에, 기자들이 기사를 작성하고, 송고하고, 편집하는 활동을 하는 데 컴퓨터를 비롯한 장비들이 거의 필수적이 되었고, 독자에게 기사를 전달할 때에 종이가 아닌 전파를 통하여 전달하는 전자신문이 등장하게 되었다. 이에 따라 기자는 기사를 작성할 때에 문자뿐만 아니라 영상을 통한 정보의 전달도 고려해서 기사작성을 해야 하고, 미국에서는 독자가 현장기자처럼 신문의 온라인 정보 서비스를 통하여 정보를 입력시키고 신문사는 그 정보를 기사화해서 내보내게 되어 독자는 자연스럽게 기사 취재 과정에 참여할 수 있게 되었

3) 미디어 교육에서 앞으로 넷째 항목에 대한 교육을 추가한다면 국어교육에서 대중 매체의 언어 메시지에 대하여 교육하는 것은 미디어 교육의 한 부분집합이 될 수도 있다.

다(이재경, 1996 : 90). 그리고 멀지않아 대화형 멀티미디어 TV가 등장하여 TV 시청자들이 TV에 출연할 기회가 많아 질 것이다.⁴⁾ 뉴미디어의 궁극적 목표는 기계 매체를 통한 의사소통을 대면식 의사소통처럼 자연스럽게 편리하게 만드는 것이다. 현재 우리 나라의 경우 뉴미디어의 발달로 말미암아 발생한 대중 매체의 쌍방향 의사소통의 예로는 전자우편(electronic mail) 이용한 전자사서함 등이 대중적으로 널리 보급되어 있고, 대중적이지는 않지만 원격화상회의 등이 실시되고 있는 형편이다. 그러나 앞으로 우리 나라도 뉴미디어가 더욱 발전하고 널리 보급될 것이므로 미래 사회에서 활동할 학생들은 대중 매체의 제작에 관여할 기회가 더욱 많아 질 것이다. 둘째, PC 통신이나 인터넷에 홈페이지를 개설하는 것이 용이해졌다는 것이다. 홈페이지에는 개설한 목적과 관련된 내용들이 게재되는데, 이 내용의 장르로 홍보, 광고, 기사, 설명, 의견 등이 있을 것이다. 대중 매체의 장르에 해당하는 것도 많은 비중을 차지하므로 언어 메시지를 표현하는 능력이 필요해진다. 셋째, 대중 매체들이 수용자들을 메시지 제작에 점점 더 많이 참여시키는 경향이 있다는 것이다. 이러한 경향은 뉴미디어의 출현이라는 요인 이외에도 대중 매체 사이의 시청률 경쟁, 수용자들의 메시지 제작에 대한 관심의 증가 등이 요인이 된다. 앞에서 살펴본 세 가지의 요인은 사회적인 요인에 해당하는 것인데, 이 외에도 학습자의 개인적 관심 - 개별성을 중요시해야 한다는 교육적 요인, 정확한 이해를 하기위해서는 어느 정도의 표현 능력도 필요하다는 국어 교육적 요인 등이 대중 매체의 언어 메시지를 표현하는 능력을 가르치는 것이 필요하다는 것을 뒷받침해 준다.

4) 현대경영연구소 편저(1996 : 272-4)에서는 뉴미디어를 뉴 매스미디어와 퍼스널 미디어로 나누고, 퍼스널 미디어가 쌍방향 의사소통에서 중요한 역할을 수행할 것이라고 본다. 그리고 퍼스널 미디어는 계속적인 기능 통합이 도모되고 있으며 멀티미디어화도 이미 시작되고 있고, 미국에서는 대화형 TV를 이용한 전자 홈쇼핑이 정착될 날도 멀지 않다고 한다. 동아일보(1998. 11. 26.) 기사에서는 우리나라에서도 2000년에 광케이블이 설치된 아파트가 첫선을 보이는데, 그러면 아파트 거실에 캠코더를 설치해 놓고 화상 통화를 하는 등의 화상 통신을 맘껏 즐길 수 있다고 한다.

3. 대중 매체 언어 메시지의 표현 방식

대중 매체의 언어 메시지에 대한 교육이 필요하다고 말하기 위해서는 이것과 일상 언어 표현과 상당한 차이점이 있다는 것이 전제되어야 한다. 대중 매체 언어 메시지는 일상 언어 표현과 내용상, 표현 방식상에서 차이가 있다. 양자 사이의 내용상 차이점은 2.1과 2.2에서 어느 정도 상세히 다루었으므로 여기서는 표현 방식의 차이에 대해서만 논하겠다. 대중 매체는 그 종류가 상당히 다양하고, 그 표현 방식이 매체별로 독특하여 대중 매체 언어 메시지의 표현 방법을 일률적으로 말하기는 매우 어렵다. 여기서는 대표적으로 방송과 신문의 기사 문장의 표현 방식에 대하여 알아보겠다.

기사 문장 표현은 명료(clear), 정확(correct), 간결(concise)을 생명으로 한다. 신문과 차이가 많이 나는 방송 기사 문장의 특성은 다음과 같이 요약할 수 있다(김상준, 1992 : 72-104).

- (1) 적절한 어휘의 선택
 - ① 구어체와 문어체가 조화를 이룬 표준어를 사용한다.
 - ② 수의 표현은 가능하면 어림수를 사용한다.
- (2) 논리적인 문장을 위한 성분의 적절한 배열
 - ① 보도 문장의 전통적인 배열인 육하원칙을 지켜 어휘를 배열한다. 방송 뉴스에서 육하원칙은 신문과 달리 '누가'를 먼저 놓는다.
 - ② 뉴스 문장의 구조 형식으로 역피라미드형, 피라미드형, 혼합형 등이 있다. 방송 보도문 중에서 5분 내지 10분에 끝나는 낭독형 뉴스(straight news)에서는 역피라미드형으로 구성해야 하며, 시간의 여유가 있는 설명형 뉴스(report news)에서는 혼합형 뉴스도 가능할 것이다.
- (3) 낭독에 적당한 길이와 호흡에 맞는 문장
 - ① 문장에서의 구나 절은 한 호흡으로 낭독할 수 있도록 구성한다.
 - ② 낭독과 이해하기에 편하며 한국어의 리듬에 맞게 구성한다.
 - ③ 문장의 길이는 60자 내외로 구성한다.

- ④ 문자 언어의 띄어쓰기보다 음성언어의 끊어 읽기에 유념하여 구성한다.

신문 뉴스 기사 문장의 표현 방식의 특성은 다음과 같이 요약할 수 있다(이주행, 1996 : 105-36).

(1) 제목 작성법

- ① 제목은 전문이나 본문을 압축하여 단다.
- ② 제목은 문장으로 표현되어야 한다.
- ③ 품위 있고 일상 생활에서 흔히 쓰이는 구어로 작성한다.
- ④ 독자의 호기심을 자극할 수 있도록 작성한다.
- ⑤ 대제목과 소제목의 행수는 각각 1행 내지 2행이 되게 한다.
- ⑥ 대체로 우리 나라 뉴스 기사 대제목의 행의 자수는 13자 내외이고, 소제목의 행의 자수는 18자 내외이다.
- ⑦ 준말이나 약자는 널리 알려져 있지 않는 것은 가급적 사용하지 않는다.

(2) 전문 작성법

- ① 전문에서 6하원칙은 대개 때, 장소, 인물, 사건, 이유, 방법 순서로 배열된다.
- ② 전문은 본문에서 가장 중요하고 흥미있는 내용을 간결하게 요약하여 작성한다.
- ③ 전문은 50음절 이내로 작성한다.

(3) 본문 작성법

- ① 본문을 구성하고 있는 여러 단락 중에서 가장 중요한 것을 본문의 맨앞에 놓이게 하고, 단락을 구성하는 문장들 가운데 가장 중요한 문장을 단락의 맨 앞에 놓이게 하여야 한다.
- ② 가급적 길이가 50음절 이내이고 구조가 단순한 문장들로 본문을 구성한다.

이상에서 살펴본 방송과 신문의 언어 메시지의 표현 방식은 일상 언어의 표현 방식과 차이가 많이 있다. 따라서 대중 매체 언어 메시지를

교육하는 경우에 앞절에서 살펴본 언어 메시지의 내용상 특성, 그리고 이 절에서 살펴본 표현 방식상의 특성을 중심으로 교육이 실시되어야 한다.

III. 대중 매체의 언어 메시지 교육의 목표와 내용

1. 개념과 교육 목표

대중 매체의 언어 메시지 교육은 줄여서 대중 매체 언어 교육 또는 매체 언어 교육이라고 불린다. 이것은 미디어 교육의 경우와 마찬가지로 대중 매체의 언어 자체에 대한 교육과 대중 매체의 언어를 활용한 교육을 구별하여야 하고, 그리고 대중 매체를 활용하여 대중 매체의 언어가 아닌 다른 것에 대하여 교육하는 것은 당연히 제외해야 한다.

일반적인 말하기, 듣기, 읽기, 쓰기, 언어 지식, 문학 영역을 교육하기 위하여 신문이나 텔레비전 등을 활용할 수 있다. 작문 교육을 효과적으로 하기 위하여 신문 기사문을 활용할 수 있고,⁵⁾ 대중 매체에 사용된 언어를 자료로 하여 국어의 오남용 사례를 발견하는 교육 등을 할 수 있다. 다음에 소개되는 예는 제7차 국어과 교육과정의 국어 교과 3학년 말하기 영역에 제시되어 있는 학습 활동이다.

텔레비전에서 본 것이나 라디오에서 들은 것 중에서 화제에 알맞은 내용을 선정하여 말한다.

친구나 가족, 연예인들의 말에서 어법에 맞지 않는 예를 찾는다.

5) 이광호(1996 : 307-8))에서는 기사 문장의 작문 교육 효과에 대하여 다음과 같이 말한다 : 현재 우리 주변에서 신문 기사문만큼 자연스럽고 논리정연하며 설명 내용과 주장과 의견이 분명한 글은 없다고 해도 과언이 아니다. 따라서 우리는 작문 교육에 있어 신문 기사문이 구체적인 자료가 되어 이것을 분석하고 설명함으로써 교육 목표에 이르도록 노력해야 할 것이다. 그렇게 함으로써 작문 교육 목표에 효과적으로 이를 수 있기도 하다.

이러한 언어 교육 활동은 대중 매체의 언어에 대한 관심은 높여 줄 수 있지만 대중 매체의 언어 자체에 대하여는 가르치는 바가 거의 없다. 따라서 대중 매체의 언어를 별도로 가르치는 영역이 있는 경우에는 대중 매체의 언어를 활용한 언어 교육은 대중 매체의 언어 교육에서 다루지 않고 국어 교육의 다른 영역에서 다루는 것이 타당하다. 그런데 이러한 구별이 분명하지 않은 경우도 있을 수 있다. 예를 들면 제7차 국어과 교육 과정의 국어 교과 10학년 듣기 영역 ‘(4) 전달 효과를 평가하며 듣는다.’의 심화 학습 활동의 예로 다음과 같은 활동이 나와 있다.

연극이나 영화, 비디오를 보고, 등장 인물의 언어적 표현과 반언어적 표현, 비언어적 표현의 상호 보완성에 대하여 토의한다.

위와 같은 활동은 영화와 비디오를 활용하여 일반적인 언어 사용에 관한 지식과 기능을 학습할 수도 있고, 영화와 비디오의 등장 인물의 언어 사용에 관한 지식을 얻을 수도 있다. 그런데 위의 활동은 등장 인물이 작품 전체 속에서 놓여 있는 상황에 대한 지식이 없이는 언어적 표현과 반언어적 표현 등이 정확하고 효과적으로 사용되었는가에 대한 평가를 하기 어렵다. 대중 매체의 언어 사용 방식에 대한 지식을 지녀야 제대로 수행되는 언어 활동은 대중 매체의 언어 교육의 범주에 포함시킬 수 있다.

대중 매체의 언어 메시지 교육의 목표를 설정하는 문제에서 이 언어 메시지 자체의 의미를 이해하고 그 메시지의 의도를 해석하고 평가하는데 필요한 지식, 기능, 태도를 교육하는 것이 포함되어야 한다는 명제에 대해서는 이의가 없다고 볼 수 있다. 그러나 언어 메시지를 생산해 내는 표현 능력을 길러 주어야 한다는 명제에 대해서는 논란이 있다. 제7차 국어과 교육 과정의 국어 생활 과목에서는 대중 매체 언어 교육과 관련하여 다음과 같은 교육 목표를 제시한다.

(전문) 국어 사용의 일반적인 소양과 일상 속에서의 국어 문화를 창조하는 능력을 길러 능동적인 국어 생활을 실천하는 능력과 태도를 기른다.

다. 국어 사용 문화를 이해하고 국어 생활에 발전적으로 적용하고 실천한다.

위의 진술에서 전문에는 ‘국어 문화를 창조하는 능력’이 언급되어 있는데, 하위 영역의 목표 진술에서는 그것에 대응하여 ‘이해, 적용’만이 언급되어 있다. 이것을 보면 제7차 국어과 교육 과정에서는 대중 매체 언어 교육의 목표를 이해 중심으로 설정한 것을 알 수 있다. 이에 반하여 김대행(1998 : 59)에서는 대중 매체 언어를 표현하는 능력도 교육 목표에 포함시켜야 한다고 다음과 같이 논한다.

목표의 진술은 매체 언어의 본질에 대한 이해와 매체의 사용 능력을 바탕으로 文辨性 수준의 이해 능력을 함양하고, 그 표현의 수준 또한 창조적 수준으로 나아갈 수 있도록 하는 데 두는 것이 적절할 것이다. 그것은 궁극적으로 매체 언어의 능동적이고 비판적이며 창조적인 사용자를 기르는 것이라는 말로 압축될 수 있을 것이다.

위의 진술은 대중 매체 언어를 표현하는 능력도 포함시켜야 하며, 그 수준도 창조적 수준으로 설정하고 있다.

본고에서는 앞의 II장에서 뉴미디어의 등장으로 말미암아 대중 매체의 의사소통 방식도 송신자와 수용자가 메시지를 주고받을 수 있는 쌍방향식으로 발전하고 있다는 것 등에 대하여 말하면서 이에 따라 학생들은 메시지를 표현하는 능력을 갖추는 것이 필요하다고 논하였다. 새로운 매체의 등장, 홈페이지 개설의 용이함, 대중 매체와 대중의 태도 변화 등의 측면은 다분히 실용적인 성격이 강하다. 그런데 대중 매체 언어를 표현하는 능력의 교육은 순수 문화적 측면에서도 논의될 수 있다. 인간은 실용성만을 추구하면서 살 수 없고 또한 그래서는 안된다는 주장도 타당성이 있다. 학생들은 대중 매체의 언어 메시지를 제작하는 데

관심을 갖을 수 있고, 이러한 관심이 불건전하지 않다면 그 관심은 그것에 대한 교육이 필요하다는 것을 말해 줄 수 있는 것이다.

그런데 이것의 표현 능력 문제는 문학의 표현 능력 문제와 동일한 성격을 지닌다. 대중 매체의 메시지를 제작하는 능력은 문학 작품을 창작하는 능력만큼 전문성을 띤다. 이 양자를 각각 전문적으로 가르치는 대학의 전공 학과가 있는 것이 이것들이 전문성을 강하게 띠고 있다는 것을 잘 말해 준다. 이러한 문제점에 대하여 제7차 국어과 교육과정의 문학 교과에서 진술된 교수·학습 방법에 대한 다음 항목은 대중 매체의 언어를 표현하는 능력을 교육하는 데에도 많은 시사점을 제공한다.

작품의 창작 활동은 처음부터 높은 수준을 요구하지 말고 학습자의 요구에 따라 개작, 모작, 생활 서정의 표현과 서사문 쓰기 등의 단계를 거치되, 자신의 삶과 밀접하게 연관지어 지도한다. 특히, 모든 학습자에게 전문적인 문예 작품 창작 활동을 지나치게 강조하지 않는다.

위의 진술 중에서 “특히, 모든 학습자에게 전문적인 문예 창작 활동을 지나치게 강조하지 않는다.”라는 명제는 대중 매체 언어를 표현하는 교육에 동일하게 적용되는 것이다. 그러나 대중 매체가 청각 또는 시청각 매체인 경우에는 문자 언어로뿐만이 아니라 음성 언어로도 표현하는 능력이 필요하다는 점이 문학 작품의 표현과 큰 차이점이 된다.

본고에서는 대중 매체의 일방향적 의사소통이 쌍방향적 의사소통으로 변화하는 추세이므로, 새로운 시대를 살아갈 학생들에게 지나치게 전문적이지 않은 수준에서 대중 매체의 언어 메시지를 표현할 수 있는 능력을 길러주는 것도 교육 목표에 포함되어야 한다고 생각한다.

2. 교육 내용

대중 매체는 똑 같은 메시지를 불특정 다수의 수용자에게 대개 일시에 전달하는 대량 전달 수단이다. 오늘날 대중 매체는 크게 인쇄 매체와

전파 매체로 나눌 수 있다. 인쇄 매체로는 신문, 잡지, 서적이 있고 전파 매체에는 텔레비전, 라디오, 영화, 음반, 뉴미디어 등이 있다(이효성, 1993 : 30).⁶⁾ 이러한 대중 매체의 언어 메시지를 정확하고 효과적으로 이해하고 표현하는 데 필요한 지식, 기능, 태도에 대한 것들이 이것의 교육 내용이 된다.

먼저 지식의 영역에서 필요한 내용을 살펴 보겠다. 대중 매체는 사회성을 강하게 띠기 때문에 언어 메시지를 올바르게 이해하기 위해서는 대중 매체의 기능, 제도, 조직 등에 대한 지식이 있어야 한다. 그런데 이러한 지식은 국어 교과보다 사회 교과와 더 밀접한 관련이 있으므로 국어 교육에서 이것을 상세히 다룰 필요는 없고, 이러한 지식이 없거나 활성화가 안 된 학생들을 위하여 간단하게 설명해 주면 될 것이다. 그리고 메시지의 제작 과정과 언어 메시지의 사용 방식에 대한 지식이 필요하다. 이러한 지식은 국어 교육의 영역에 속할 수 있는 것이지만 언어 사용 능력을 중요시하는 국어 교육의 성격상 제작 과정보다 언어 사용 방식에 대한 지식이 더 비중 있게 다루어질 필요가 있다.

기능 영역의 내용은 위에서 살펴본 지식을 가지고 실제로 언어 메시지를 이해하고 표현하는 데 필요한 능력이다. 대중 매체 언어의 이해와 관련된 기능으로 각종 언어 메시지의 언어 표현 방식을 분석하기, 메시지 송신자의 의도를 파악하기, 메시지의 형식과 내용을 비판하고 평가하기 등이 있다. 표현과 관련된 기능으로 대중 매체의 표현 방식에 맞게

6) 최정호 외(1993 : 33-4)에서는 매스미디어의 종류를 크게 인쇄미디어와 방송 미디어로 나누고 매스미디어의 특징에 대하여 다음과 같이 설명한다 : 첫째, 매스미디어를 통해 전달되는 정보는 직업적으로 전문성을 지닌 전달자들에 의해 작성된 것이다. 둘째, 매스미디어는 시간과 공간을 극복하여 정보를 전달한다. 셋째, 매스미디어의 수용자는 대중을 의미하며, 이는 다양한 계층의 불특정 다수를 포함한다. 전화기나 팩스, 통신용 컴퓨터가 매스미디어인가 하는 물음도 그러한 매체들이 매스미디어의 특성을 지니고 있는지를 따져보면 쉽게 답변될 수 있을 것이다. 그러나 최근에는 전화기 등의 통신 매체와 기존의 방송 매체가 기술적으로 융합하는 현상을 보여 전화기를 이용하여 다수의 대상에게 동시에 정보를 전달하는 것이 가능해졌으므로 매스미디어의 영역 구분이 모호해지고 있는 실정이다.

문자 언어와 음성 언어로 표현하기, 대중 매체의 기능을 고려하며 표현하기 등이 있다. 그리고 대중 매체의 메시지는 언어와 그림, 영상 등의 비언어적 기호들이 어우러져 구성되어 있는 경우가 많으므로 비언어적 기호들을 고려하면서 언어 메시지를 이해하고 표현하는 기능이 필요하다.

태도 영역에서 중요한 내용은 대중 매체의 메시지를 수동적으로 수용하는 자세를 지양하고 능동적으로 선택하여 비판적으로 수용하고 창조적으로 활용하는 태도를 갖도록 하는 것이다.

대중 매체는 다양한 종류가 있고 또한 다양한 메시지 장르가 있다. 대중 매체 언어 교육에서 언어 메시지를 분류하여 진술하는 것이 필요한데, 이때에 매체의 종류와 언어 메시지 장르 중 어느 것을 일차적인 기준으로 삼아야 효율적일까 하는 것이 문제가 된다. 매체를 기준으로 언어 메시지를 분류하면 신문의 언어, 텔레비전의 언어, 라디오의 언어 등으로 진술되고, 장르를 기준으로 이것을 분류하면 뉴스, 광고, 영화, 드라마 등으로 진술된다. 신문의 언어의 경우에 기능, 종류, 표현 방식 등에서 그것의 장르별로 차이점이 있지만 동일한 신문 매체로서 지니는 공통점도 있다. 뉴스의 경우에 그 기능, 조건, 종류, 표현 방식 등에서 매체별로 차이점이 있지만 공통점도 많이 있을 것이다. 그런데 메시지의 이해와 표현의 경우에는 매체별 공통점보다 장르별 공통점이 더 본질적인 특성을 지닌다. 대체로 본질적이고 일반적인 내용을 먼저 가르치고 특수한 내용을 나중에 가르치는 것이 효율적이므로, 학생들에게 장르별 공통점을 먼저 가르치고 나중에 매체별 차이점을 가르치는 것이 효율적이다.

그러면 대중 매체의 언어 메시지의 장르를 어떻게 분류할 것인가에 대하여 살펴볼 차례이다. 신문의 경우에 기사와 광고가 주류를 이루고 그 밖에 다양한 분야의 전문가와 독자들의 글이 있다. 텔레비전의 경우 우리 나라에서는 프로그램을 크게 분류하면 보도, 교양, 오락으로 삼분하고, 상세히 분류하면 뉴스, 시사, 다큐멘터리, 정보 매거진, 전문가 상

담/교습, 드라마, 영화, 쇼, 코미디, 토크 쇼, 퀴즈, 스포츠, 어린이 대상, 문화예술, 기타(캠페인, 방송사 사고, 광고 등) 등의 15개 항목으로 분류한다(변동현, 1994 : 348-9). 상세히 분류한 텔레비전 프로그램의 항목을 보면 신문의 주류를 이루는 기사와 광고에 해당하는 항목이 있고, 라디오, 영화, 비디오, 음반 등의 여러 대중 매체들의 메시지가 이에 포함되어 있음을 알 수 있다. 다만 서적 매체의 경우에는 이에 포함되지 않는 데, 서적의 언어에 대한 이해와 표현은 전통적으로 일상적인 언어 사용 활동으로 다루어져 왔다. 대중 매체 언어를 일상 언어와 구별하여 제7차 국어과 교육과정에서처럼 별도의 영역을 설정하여 교육하는 경우에는 일상 언어와 구별이 많이 되는 대중 매체 언어만을 그 영역에 포함시키는 것이 효율적이다. 따라서 대중 매체의 언어를 분류하기 위하여 텔레비전 프로그램의 분류법을 국어 교육에 적합하게 조정하여 원용하는 것도 한 방법이 될 것이다. 텔레비전 프로그램의 상세한 분류는 국어 교육의 측면에서 보면 너무 전문적이라 개략적인 삼분 분류 쪽이 더 적합한 것 같다. 그런데 영화와 드라마 같은 프로그램은 삼분 분류에서는 오락 영역에 속하는 것인데, 국어 교육의 측면에서 보면 이것들은 예술의 일종으로서 오락성만을 지녔다고는 판단할 수 없다. 그리고 광고의 경우는 방송사에서 직접 제작을 하지 않으므로 프로그램의 분류에서 비중이 적게 다루어졌으나 수용자 입장에서는 매우 영향을 많이 받는 매체이며 장르이다. 또한 근래에 와서 기업체는 물론 비영리 단체인 정치 단체, 정부 기관, 사회 사업 단체, 학교, 군대, 종교 기관 등 모두 홍보(PR) 활동을 활발히 전개하고 있는 실정인데, 광고와 마찬가지로 방송사가 직접 홍보물을 거의 만들지 않으므로 프로그램 분류에서 비중이 적게 다루어졌다. 이러한 점들을 감안하여 대중 매체의 언어 메시지를 장르를 기준으로 하여 분류하면 다음과 같다.⁷⁾

7) 제7차 국어과 교육과정 개발 연구 보고서 p.291에서는 다음과 같이 대중 매체의 장르를 제시했다 : 광고, 뉴스, 영화와 드라마, 토의와 토론, 기록물(다큐멘터리), 오락물.

보도(뉴스, 해설, 논설)
 광고와 홍보
 영화와 드라마
 교양물(다큐멘터리, 토의와 토론, 전문가 상담 등)
 오락물(쇼, 코미디, 만화⁸⁾, 퀴즈, 연예와 스포츠 등)

3. 교육 과정의 현황과 제언

본절에서는 제6차 국어과 교육 과정과 제7차 교육 과정에서 대중 매체 언어 교육에 대하여 진술한 현황을 살펴보고, 지금까지 살펴 본 결과를 가지고 몇 가지 제언을 하겠다.

제6차 교육 과정에서는 대중 매체 또는 대중 매체의 언어 장르를 직접 언급한 부분은 거의 없다. 그렇다고 대중 매체 언어에 대한 교육을 거의 안 했다는 말은 아니다. 여러 유형의 일상 언어 사용과 문학 작품의 교육 속에 포함되어 교육되고 있다. 대중 매체 언어 교육에 대하여 진술한 부분은 다음과 같다.

· 초등학교 3학년 듣기 영역 :

(7) 다른 사람의 말이나 방송을 듣고, 필요한 정보를 찾는다.

· 고등학교 독서 <독서의 실제>

(1) 정보를 전달하는 글 읽기 : ① 보고서, 기사문 등을 읽고 글의

- 8) 최근에 만화는 오락을 제공하는 목적 이 외에도 정보 전달과 설득을 위한 목적으로도 많이 사용되고 있다. 만화의 언어 메시지는 대본에 해당하므로 ‘영화와 드라마’ 영역에 해당될 수도 있으나 아직까지는 오락성이 강하다고 판단하여 오락물의 영역에 포함시킨다.

최근에 만화의 중요성이 증대하는 추세에 대하여 정준영(1993 : 142)에서는 다음과 같이 논한다 : 만화의 중요성이 증대되는 데는 두 가지 이유가 있다. 하나는 오락 산업이나 만화 영화에서 보듯이 만화 자체가 하나의 거대한 산업을 이루고 있다는 점이다. 다른 하나는 매체로서의 만화의 우수성이다. 만화는 비교적 값이 싸면서도 전달하고자 하는 정보를 효과적으로 전달할 수 있는 다양한 장치들을 지니고 있기 때문에 특히 설득과 정보 전달을 추구하는 상황에서 그 이용의 범위를 넓혀 가고 있다.

내용 및 특성을 파악한다.

- 고등학교 작문 <작문의 실제>
 - (2) 정보 전달을 위한 글 쓰기 : 소개, 안내, 초청, 광고⁹⁾ 등 생활에 필요한 글을 쓴다. 보고서, 기사문, 설명문 등 전달을 위한 글을 쓴다.

대중 매체 언어에 대한 직접적인 언급이 없는 것은 아무래도 그것이 국어 교육에서 차지하는 비중이 적어질 수밖에 없도록 만든다. 제7차 국어과 교육 과정에서는 앞에서 부분적으로 살펴보았듯이 대중 매체와 대중 매체의 언어 장르를 구체적으로 언급하면서 그 교육 내용을 진술하고 있다. 국어 교과, 국어 생활, 독서, 작문 등의 과목에 두루 진술되어 있는데, 특히 국어 생활 과목의 ‘(2) 국어 생활의 실천’에 있는 ‘(나) 문화 속의 국어 생활’의 한 부분으로 ‘국어와 매체 환경’이라는 소절에서 대중 매체, 대중 매체의 언어 장르와 관련하여 비교적 상세히 진술하고 있다. 국어 교과에서 진술된 내용들은 대중 매체와 그 언어 자체에 대한 교육을 진술하기보다는 그것을 활용하여 국어 생활을 효과적으로 하는 데에 초점이 놓여 있는 경향이 있다. 독서 과목과 작문 과목의 경우는 대중 매체의 언어에 대한 교육 내용을 다음과 같이 구체적으로 진술하고 있다.

- 신문 기사, 논설, 광고, 보고서 등을 읽고, 각 글의 특성에 맞는 읽기 전략을 찾는다.
- 여러 가지 매체로 표현된 문자 언어 자료를 효과적으로 읽는다.
- 다양한 작문 과제에 대해서 설명문, 보고문, 기사문, 전기문, 안내문 등 여러 가지 종류의 글을 쓴다.
- 다양한 작문 과제에 대하여 논설문, 연설문, 건의문, 광고문 등 여러 가지 종류의 글을 쓴다.

9) 제6차 국어과 교육 과정에서는 작문 과목에서 ‘광고’를 정보를 전달하기 위한 글로 다루었고, 제7차 교육 과정에서는 설득을 위한 글로 다루었다. 광고는 표면적으로는 정보를 전달하기 위한 글일 수도 있으나 광고를 제작하는 목적은 수용자를 설득하는 것이므로 제7차 교육 과정의 진술이 옳바르다.

이상에서 보았듯이 제7차 교육 과정에서는 제6차 교육 과정에 비하여 대중 매체의 언어 교육을 상당히 강조하고 있다. 그러나 국어 교육에서 정확히 어느 정도까지 대중 매체의 언어에 대하여 교육을 해야 하는지는 잘 모르겠지만¹⁰⁾, 대중 매체의 언어 메시지를 표현하는 활동을 진술한 내용이 매우 적고, 그것도 작문 과목에서 구체적으로 진술되어 있다. 언어 메시지를 문자 언어로 뿐만 아니라 음성 언어로 표현하는 능력도 길러 주어야 한다. 작문 과목에서 기사문, 광고문 등을 써 보는 활동은 대중 매체 언어 영역에서 이것들을 써 보는 것에 비하여 대중 매체 언어로서의 특성이 잘 드러나지 않고 음성 언어로 전달하는 능력은 길러지기 어려울 것이다. 따라서 대중 매체 언어 영역이 독립되어 설정되어 있는 경우에는 그 영역에서 이것들을 문자 언어로, 음성 언어로 전달하는 활동을 교육하는 것이 필요하다. 영화와 드라마, 그리고 만화의 언어 메시지인 대본의 작성은 그 표현 방식이 희곡과 많이 일치하므로 문학 과목에서 희곡을 다루는 영역에서 함께 다루어지는 것이 효과적이다. 교양물과 오락물 대본의 여러 하위 장르를 두루 학생들이 표현해 보는 것은 학생들의 수준에 어려울 것이므로, 학생들 각자의 관심에 따라 개인적으로 한두 종류의 장르를 선택하여 표현하도록 하는 것이 적절하고, 이러한 활동도 기사문의 경우와 마찬가지로 대중 매체의 언어 영역에서 다루어지는 것이 필요하다. 그리고 대중 매체의 언어 장르를 구체적으로 제시하는 경우에는 가능한 한 분명한 기준을 가지고 자주 접하는 장르들을 빠짐없이 제시하는 것이 중요하다.

10) 김대행(1997 : 45-6)에서는 영국의 영어 교육에서는 매체 언어를 중시하여서 실제 시험이나 교과서가 보여 주는 바에 의하면 매체 언어가 다루어지는 비중은 경우에 따라 다르지만 약 4분의 1 정도라 한다. 그리고 김대행(1998 : 56-7)에서는 제6차 교육과정과 교육 현실에서 나타난 우리나라의 매체 교육의 현황은 매우 저급한 것이고 실용성의 수준에도 못 미치는 것이라고 비판하고 제7차 교육과정에서 진일보하여 이것이 제시되어 있으나 이러한 진술은 매체 언어에 대한 논의의 시작이라고 한다.

IV. 결론

대중 매체가 현대 사회에 미치는 영향은 실로 상당히 크므로 대중 매체에 대한 전반적인 교육이 필요하다. 그런데 그 전반적인 교육 내용 중에서 국어 교육에서는 언어 메시지를 정확하고 효과적으로 이해하고 표현하는 데에 필요한 지식, 기능, 태도가 교육 내용이 된다.

대중 매체의 언어 메시지를 이해하는 능력을 학생들에게 길러 주어야 한다는 측면에 대해서는 이론이 없으나 그것의 표현 능력을 길러 주자는 데에는 이론이 있다. 본고에서는 뉴미디어의 발달로 말미암아 대중 매체의 의사소통의 방식이 일방향적에서 쌍방향적으로 변화하고 있고, PC 통신이나 인터넷에 홈페이지를 개설하는 것이 용이해지고 있고, 대중 매체들이 수용자를 메시지 제작에 참여시키고 대중들이 메시지 제작에 참여하고자 하는 경향이 증대하고 있는 사회적 변화에 대응하여, 대중 매체의 언어 메시지를 이해하는 능력뿐만 아니라 표현하는 능력도 학생들에게 길러 주어야 한다는 점을 강조했다. 그리고 언어 메시지 교육에서 필요한 지식, 기능, 태도에 대하여 개괄적으로 살펴보고, 언어 메시지를 교육적인 관점에서 분류하여 제시하였다. 끝으로 국어과 교육 과정에 나타난 언어 메시지 교육에 대하여 살펴보고 몇 가지 제안을 했다.

대중 매체의 언어 메시지 교육에 대하여 본고에서 다루지 못한 중요한 과제로는 학교급별, 학년별로 상세화된 교육 내용을 고찰하는 작업을 들 수 있다. 그리고 대중 매체 언어 교육을 강조함으로써 발생하는 문제점으로 흔히 지적하는 점을 어떻게 해결하는가 하는 것이다. 대중 매체의 메시지는 언어 기호, 그리고 영상을 중심으로 한 비언어 기호가 어우러져 표현되는데 언어 기호의 비중이 약화되고 있는 추세이다. 영상을 중심으로 메시지를 이해하면 수용자의 사고력이 발달이 잘 안된다는 지적이 많다. 이러한 문제점을 대중 매체의 언어 메시지를 표현하는 활동을 통하여 해결해 나가는 방법에 대하여 연구할 필요가 있다.

참고 문헌

- 교육부(1992), 『제6차 초등학교 교육 과정』 .
- _____(1992), 『제6차 중학교 교육 과정』 .
- _____(1992), 『제6차 고등학교 교육 과정』 .
- _____(1997), 『국어과 교육 과정』 , 교육부 고시 제1997- 15호[별책 5].
- 김기태(1993), “올바른 언론 수용자 운동을 위하여”, 『대중 매체의 이해와 활용』 , 강상현·채백 편, 한나래.
- 김대행(1997), “영국의 문학 교육”, 국어교육 연구 제4집, 서울대 국어교육 연구소.
- _____(1998), “매체 언어와 국어 교육”, '98 한국국어교육연구회 봄 학술발표대회 논문집.
- 김상준(1992), 『방송 언어 연구』 , 흥원.
- 김영석(1995), “정보사회와 뉴미디어”, 『정보화 사회와 우리』 , 소화.
- 변동현(1994), “제3장 방송 프로그램”, 『언론학원론』 , 한국언론학회 편, 범우사.
- 유태영(1994), 『교육방송론』 , 형설출판사.
- 이광호(1996), “기사 문장의 교육 효과”, 『신문 방송 기사 문장』 , 한국언론연구원.
- 이재경(1996), “뉴미디어 시대의 기사 문장”, 『신문 방송 기사 문장』 , 한국언론연구원.
- 이주행(1996), “기사 문장의 구성과 표현”, 『신문 방송 기사 문장』 , 한국언론연구원.
- 이화자(1998), 『광고 표현론』 , 나남.
- 이효성(1993), “제1부 현대 사회와 대중 매체”, 『대중 매체의 이해와 활용』 , 강상현·채백 편, 한나래.
- 정범모(1995), “정보화 사회와 교육”, 『정보화 시대와 우리』 , 소화.
- 정준영(1993), “제2부 대중 매체의 이해와 활용 : 만화”, 『대중 매체의 이해와 활용』 , 강상현·채백 편, 한나래.

- 차배근(1988), 『커뮤니케이션학 개론(상)』, 전정판, 세영사.
- 최영환(1998), “매체의 변화와 언어 기능 교육의 역동화”, '98 한국국어
교육연구회 봄 학술발표대회 논문집.
- 최정호·강현두·오택섭(1995), 『매스미디어와 사회』, 전정판, 나남.
- 최창섭(1994), “언론 매체와 교육”, 『언론학원론』, 한국언론학회, 범우
사.
- 한국교육개발원(1997), 『제7차 국어과 교육과정 개발 연구』.
- 현대경영연구소 편(1996), 『기업홍보·CI·현대광고』, 승산서관.