미디어 정보의 윤리적 활용 및 생산에 관한 실천 매뉴얼

- 소셜미디어(SNS, 유튜브 등) 1인 미디어의 생산과 확산이 급속도로 이루어지고 있습니다.
- 소셜미디어 환경 속에서 단지 정보의 해석이나 미디어 관련 기술 습득이 아닌 이용자 상호간의 윤리, 시민의식을 갖고 미디어를 활용하기 위하여 다음과 같이 실천가이드를 배포하고자 합니다.
- 정보의 비판적 이해력과 공공성 확보를 위하여 제시하는 질문들을 통하여 윤리적 미디어 정보 활용 및 생산에 대한 통찰을 얻으시기 바랍니다.

출처: 한국언론진흥재단[20대를 위한 미디어 리터러시 실천매뉴얼]

미디어정보의 윤리적 생산 및 활용을 위한 핵심 질문들

미디어 메시지를 만들거나 사용·커뮤니케이션 할 때, 올바르게 이해하고 비판적으로 평가해서 합리적으로 판단을 내릴 수 있도록 다음과 같은 핵심질문들을 활용합니다.

분석 (소비자 측면) 5개 핵심질문들	5개 핵심개념	제작(생산자 측면) 5개 핵심질문들1.
1. 누가 이 메시지를 만들었는가?	**1. (저자) 모든 메시지들은 구성된다.**	1. 나는 무엇을 저작하고 있는가
2. 이 메시지는 나의 주목을 끌기위해 어떤 창의적 기법을 사용했는가	**2. (포맷) 미디어 메시지는 그 자체의 규칙 속에서 창의적인 언어를 사용해서 구성된다.**	2. 나의 메시지는 포맷, 창의성, 테크놀러지에 대한 이해를 반영하고 있는가
3. 사람들이 메시지를 어떻게 달리 이해하는가	**3. (수용자) 동일한 메시지라도 사람들은 그것을 다르게 경험한다.**	3. 나의 메시지는 수용자들에게 각기 다른 반응을 자아내는가
4. 이 메시지에는 어떤 가치, 라이프스타일, 관점들이 반영되어 있는가 또는 생략되어 있는가	**4. (콘텐츠) 미디어는 내재된 가치 및 관점을 가진다.**	4. 내가 만든 미디어 콘텐츠는 내 자신의 가치, 라이프스타일, 관점을 명확하고 일관성 있게 제시하고 있는가
5. 이 메시지는 왜 보내졌는가	**5. (목적) 대부분의 미디어 메시지들은 이익 혹은 권력을 얻기 위해 만들어진 것이다.**	5. 나는 내가 말하고자 하는 것을 효율적으로 커뮤니케이션하고 있는가

출처: 한국언론진흥재단[20대를 위한 미디어 리터러시 실천매뉴얼]
황치성(2018). 미디어리터러시와 비판적사고-디지털 세상에서 자기주도적 삶과 학습을위한 지침서, 교육과학사, 124쪽.

20대를 위한

미디어 정보의 윤리적 생산 및 활용을 위한 실천 가이드

01
이 메시지는 누가 만들었는지 생각해 봅니다.

신문 기사, TV 프로그램, 인스타그램, 페이스북 그리고 유튜브 등과 같은 미디어 메시지는 우연히 혹은 자연스럽게 생성된 것이 아닙니다. 빌딩을 건축하거나 고속도로를 건설할 때 특별한 목적을 위해 정밀하게 설계된 도면에 따라 만드는 것처럼 미디어 메시지 역시 누군가가 목적과 계획을 가지고 의도적으로 만든 것입니다. 따라서 진실처럼 보이는 뉴스조차도 누군가에 의해 만들어진 것이라는 점을 늘 유의해야 합니다.

02
메시지는 어떤 언어적 기법이나 분석설득기법을 사용하고 있는지 생각해 봅니다.

미디어를 통해 이루어지는 커뮤니케이션은 그것이 신문이든, TV 리얼리티 프로그램이든, 아니면 유튜브 동영상이든 그 자체의 독특한 언어를 가집니다. 신문 1면의 헤드라인은 독자의 시선을 사로잡기 위한 것이며, 특히 음악과 시각 언어는 인간의 정신세계 깊숙한 곳까지 도달할 수 있는 요소로, 미디어 경험에서 특별한 감정을 느끼게 하거나 즐거움을 배가시킵니다.
그러면서 그 메시지가 특별한 의도를 가지고 특별한 기법을 사용해 만들어진 것이라는 생각을 잊게 만듭니다. 따라서 미디어메시지를 구성하고 있는 요소나 기법도 주의 깊게 살펴봐야 합니다.

03
똑같은 메시지인데 사람들은 왜 다르게 인식하는지 생각해봅니다.

사람들은 미디어 메시지를 접할 때 자신만의 독특한 방식으로 미디어 메시지와 상호작용 합니다. 누군가는 특정 메시지를 드러난 그대로 받아들이는 반면 다른 누군가는 그 메시지를 거부합니다. 미디어 텍스트에 연령, 성, 교육, 문화적 기반 등 자신만의 독특한 생활 경험을 적용하기 때문입니다. 따라서 그에 대한 해석도 달라집니다.

04
이 메시지는 어떤 관점을 갖고있는지 혹은 배제하고있는지 확인해봅니다.

미디어 메시지는 속성상 그 내용들이 구성된 것들이기 때문에, 최소한 그것을 만드는 사람들에게 중요하다고 생각되는 내용이 텍스트 안에 어떤 형태로든 포함되어 있습니다. 따라서 만든 사람이 어떤 관점을 갖고 메시지를 구성했는지 잘 파악해야 합니다.

05
이 메시지는 왜 혹은 어떤 목적으로 만들어졌는지 생각해 봅니다.

미디어 메시지를 주고받는 데는 반드시 이유가 있습니다. 그 이유는 일반적으로 세 가지로 나눌 수 있습니다. 첫 번째는 누군가를 설득하거나 영향을 미치거나 또는 깨우쳐 주기 위한 것입니다. 이것은 파워 동기와 관련이 있습니다. 두 번째는 무언가를 팔기 위해서입니다.
이것은 이익 동기와 관련이 있습니다. 세 번째는 권력과 이익을 동시에 얻기 위한 것입니다.
이런 동기들이 반드시 좋거나 나쁘지는 않지만 메시지를 만들 때는 항상 목적이 존재합니다.
따라서 미디어 메시지가 어떤 목적으로 만들어졌는지 생각해 봐야 합니다.

출처: 한국언론진흥재단[20대를 위한 미디어 리터러시 실천매뉴얼]

스무고개로 넘는 허위정보 판별 가이드

① 원래의 정보를 누가 만들었나요?
② 메시지를 만든 곳은 신뢰할 만한 사람 혹은 기관인가요?
③ 메시지를 만든 곳은 신뢰할 만한 사람 혹은 기관인가요?
④ 웹사이트 주고나 URL은 정확한가요?
⑤ 콘텐츠나 게시물에 나오는 출처는 누구나 알 수 있는 것인가요?
⑥ 하이퍼링크로 연결된 출처는 정확한가요?
⑦ 나에게 SNS 정보를 보내주거나 나를 위해 포스트한 사람은 내가 아는 사람인가요?
⑧ 지금 보고 있는 게시물을 다른 일반 언론사 웹사이트에서도 볼 수 있나요?
⑨ 콘텐츠나 게시물이에서 철자나 맞춤법이 제대로 표기되어 있나요?
⑩ 콘텐츠나 게시물이 약물이나 대문자를 지나치게 많이 사용하고 있지 않은가요?
⑪ 사진이나 이미지는 출처를 명확하게 표기하고 있나요?
⑫ 사진이나 이미지는 원본인가요 아니면 변형된 것인가요?
⑬ 격한 분노나 희열을 느끼게 하는 자극적인 내용인가요?
⑭ 정보나 게시물의 내용이 사실인가요 아니면 의견인가요?
⑮ 주장이나 관점은 사실이나 객관적 근거를 가지고 있나요 그렇지 않은가요?
⑯ 주장이나 관점이 어느 한 쪽에 치우쳐 있나요 그렇지 않은가요?
⑰ 해당 정보나 게시물의 내용이 전체인가요 아니면 일부만 있는가요?
⑱ 해당 게시물이 특정 정당이나 정치인에 대한 입장을 강요하는 것은 아닌가요?
⑲ 해당 정보나 게시물에 상업적 목적이 있지 않나요?
⑳ 내 스스로 해당 정보나 게시물에 편견을 갖고 있지 않나요?

출처: 한국언론진흥재단[20대를 위한 미디어 리터러시 실천매뉴얼]

스마트 미디어 시대의 뉴스 분석법(틀)

확인 사항		질문
분석	생산자	• 이 뉴스를 작성한 사람은 누구인가요? 작성자가 언론인이 아니라면 어떤 사람(직업, 역할 등)인가요? • 이 뉴스의 발행 기관(언론사 등)은 어디인가요? • 생산자는 왜 이 뉴스를 만들었을까요? (뉴스 가치)
	구성 요소	• 이 뉴스의 제목은 무엇인가요? • 이 뉴스에 등장하는 취재원은 누구인가요? • 이 뉴스에는 포함된 시각자료(사진, 영상, 그래픽, 통계 자료 등)의 내용은 무엇인가요? • 이 뉴스는 6하 원칙에 맞게 작성 되었나요?
	의미 구성	• 이 뉴스의 제목에서 강조되는 내용은 무엇인가요? • 뉴스에 포함된 사진이나 이미지가 강조하는 내용은 무엇인가요? • 이 뉴스의 핵심내용은 무엇인가요? • 이 뉴스에 포함된 편견이나 고정관념이 있나요?
	이용자	• 누가 이 뉴스에 관심을 가질 것 같나요? • 이 뉴스에서 제기한 주장에 동의 하시나요? 다른 사람들은 이 문제를 어떻게 생각할까요? • 이 뉴스를 다른 사람들과 공유하고 싶나요? 싶다면 왜, 누구와 공유할 것인가요?
평가	신뢰성	• 작성자는 믿을만 한가요? (작성자 이름, 소속 등 명시) • 취재원은 믿을만한가요? (취재원 명시, 취재원의 전문성과 다양성 등) • 인용된 자료가 믿을만한가요? (검증된 자료 등) • 취재 과정은 믿을만한가요? (직접 취재, 사실관계 확인) • 작성자(언론사)가 보도 대상과 이해관계가 있나요? • 추측에 근거한 보도 내용이 있나요?
	완전성	• 제목이 보도 내용을 잘 반영했나요? • 사건의 내용을 이해하는 데 필요한 정보를 충분히 제공하고 있나요? • 사건의 배경, 원인, 대안 등 심층적인 정보를 제공하고 있나요? • 한 쪽의 입장이나 주장만 제시했나요? • 해당 사안에 대한 당사자의 입장을 반영했나요? • 사회적 약자나 소수의 입장을 고려하고 있나요?
	유용성	• 중요한 사회적 문제를 다루고 있나요? • 사회구성원으로서 알아야 하는 규범이나 사회적 가치 등을 이해하는 데 도움이 됐나요? • 개인적 관심이나 필요한 정보를 얻는 데 도움이 됐나요? • 자신의 의견을 형성하는 데 도움이 됐나요? • 주변 사람과의 대화나 토론에 도움을 주나요?

출처: 김경희,이숙정,정용국,권진희,진소연,심하영 (2017), 스마트 미디어 시대의 뉴스 분석법, 한국언론진흥재단, 6쪽.
출처: 한국언론진흥재단[20대를 위한 미디어 리터러시 실천매뉴얼]