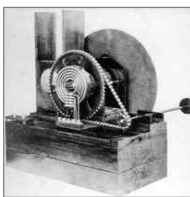


기획 특집_ 미디어, 성경적으로 즐길 수 있는 방법은?

미디어의 트렌드와 영향력

안중배

미디어의 발달은 어떻게 이루어져 왔을까?



처음엔 몸짓이나 소리, 소리에 뜻을 부여한 말(language), 말을 보여 주기 위한 그림인 상형문자 그리고 글자, 이제는 지식과 정보를 공유하고 확산할 수 있는 미디어로 책이 자리 잡았다. 안토니오 무치는 사람의 소리를 전기로 전달하는 전화기(왼쪽 그림)를 발명하였고, 종이로 만든 신문은 사회상을 한눈에 알 수 있게 하는 소식지 역할을 하였다. 이후 전파는 무선을 타고 라디오방송시대를, 이어 최초의 텔레비전(오른쪽 그림)이 등장한다. 1925년 영국의 J.L. 베어드가 텔레비전 공개실험을 한 후 1936년 영국의 BBC는 세계 최초로 TV 방송을 시작한다. 이후 TV, 신문, 잡지, 라디오는 4대 매체로서의 영향력을 행사한다. 하지만 90년대 인터넷 보급의 활성화로 컴퓨터와 인터넷 만나면서 정보화시대를 맞는다. 인터넷의 확산은 개인의 미디어 생활에 많은 변화를 가져와 기존의 4대 매체의 영향력이 점차 감소한다. 2000년대 중반 이후부터 WEB2.0의 시대에 접어들면서 블로그나 UCC와 같은 1인 미디어가 등장하여 누구나 인터넷에서 능동적인 참여자가 될 수 있게 된다. Wibro, HSDPA, LTE 등 무선통신기술은 이동 중에도 인터넷을 이용하고자 하는 사람들의 소통과 통신의 욕구를 만족하게 한다.

미디어의 최근 트렌드는 어떠한가?

기존의 책상에 앉아서만 하던 일이 스마트폰의 등장으로 이동 중에도 가능하여 '스마트워크'라는 개념을 창출했다. 스마트폰과 같은 기능을 하는 미디어로 PC 진영에서는



스마트폰이 가져온
스마트 혁명은
언제 어디서나 ‘접속의 시대’로
사회의 일상을 변화시켰고,
마침내 ‘연결 경제의 시대’의
패러다임을 우리에게
제시하고 있다.

태블릿PC가 등장했다. 인터넷이 촉발한 디지털 미디어 혁명으로 미디어는 점차 개인화되었다. 새의 재잘거림이란 의미의 ‘트위터’와 친구구맷기를 통해 실시간으로 다자간의 소통을 원활하게 하는 ‘페이스북’ 등 SNS(Social Network Service)가 전 세계적으로 열풍을 일으키며 확산하고 있다. SNS는 개개인의 소식을 전달하며 친목을 다지는 역할도 하여 세상 곳곳의 소식들을 재빠르게 전달하면서 특정 사안에 대해 여론을 주도하기도 하고 있다. 이로 인해 SNS를 포함한 미디어에 담기는 글, 말, 소리, 음악, 사진, 동영상과 이들의 결합물을 총칭하는 콘텐츠(Contents)가 중요해지고 있다. 사람들이 이러한 소셜미디어에 주로 접속하는 기기는 스마트폰과 태블릿 PC이다. 스마트폰의 대중화로 소셜 미디어 이용이 늘어나고 있으며, 소셜미디어를 이용하는 사람들은 언제 어디서나 누구나 많은 사람과 연결되고 소통하며 사회에 영향력을 끼칠 수 있다. 소셜미디어로 사람들의 친화욕구와 자기표현욕구는 증대했지만, 상호 이해보다는 새로운 혼란과 혼동, 오해를 낳기도 한다. 스마트폰이 가져온 스마트 혁명은 언제 어디서나 ‘접속의 시대’로 사회의 일상을 변화시켰고, 마침내 ‘연결 경제의 시대’의 패러다임을 우리에게 제시하고 있다. 개인을 위한 위치기반의 맞춤형 광고의 등장, 콘텐츠를 소유하여 소비하는 것이 아닌 접속을 통한 콘텐츠의 소비, 고정된 하드디스크에 저장하는 것이 아닌 임의의 웹 스토리지 서버에 저장 가능한 클라우드 서비스, 다양한 플랫폼에서 여러 이중 단말기간에 끊임없는 방송 콘텐츠를 즐길 수 있는 N스크린 서비스 등은 생활의 편리를 더해주고 있다.

미디어와 콘텐츠의 영향력은 얼마나 클까?

스마트미디어 사회의 개인은 각자의 영향력이 네트워크의 효과로 말미암아 과거에 비해 엄청난 힘을 발휘한다. 블로그나 페이스북, 트위터 등에 자신이 소지한 스마트폰이나 아이패드와 같은 태블릿PC로 언제 어디서나 콘텐츠를 생성하여 친구, 지인들과 즐길 뿐 아니라 실시간 업데이트하여 지구촌의 네티즌들에게 영향력을 미친다.

2011년 7월 22일 노르웨이에서 끔찍한 연쇄 테러사건을 많은 사람이 아직도 기억하고 있다. 테러를 자행한 극우파 안데르스 베링 브레이빅은 사건 당일 오후 3시 30분에 수도 오슬로 정부청사가 있는 도심에서 폭탄을 터트리고 총기를 난사했다. 이 사고로 무고한 생명 76인이 사망하였다. 문제의 심각성은 범인이 평소에 민간인을 대량 학살하여 이기는 게임을 즐겼고 실제 범행 현장에서의 수법 이와 매우 흡사하다는 데에 있다.



미디어를 통해 어떤 콘텐츠가 확산되고 있고, 향유하는가에 따라 스마트 사회가 천국이 될 수도 재앙이 될 수도 있다.

폭력적인 게임에 중독되어 현실과 실재를 구분하지 못하고 유사범죄를 저지르는 사례는 최근 더욱 늘어나고 있다.

한글의 날을 맞이하여 모 방송사에 '말의 힘'을 실험한 영상에 의하면, 흰 밥알을 밀폐된 두 개의 용기에 각각 넣고 한 용기에는 좋은 말만 해주고 또 다른 용기에는 나쁜 말만 해 준 뒤에 4주 후 그 결과를 살펴해보았다. 그런데 이것이 어찌 된 일인가? 좋은 말만 해준 용기에는 흰 곰팡이가 예쁘게 피었다. 그러나 나쁜 말만 해준 용기에는 시커먼 곰팡이가 핀 것이 아닌가? 말이 가진 위력과 나쁜 말이 어떠한 악영향을 가져올지 짐작하게 한다. 24시간 미디어에 노출되어 가고 있는 현실에서 미디어를 통한 좋은 말, 좋은 콘텐츠의 확산이 중요하다는 것을 실감하게 된다.

이런 관점에서 미디어를 통한 유해 콘텐츠의 역기능을 예방하고, 우리에게 꿈과 희망을 주며, 교육적이고 유용한 정보와 건강한 재미를 주는 건전한고도 유익한 콘텐츠를 확산시키고자 문화운동인 클린콘텐츠 운동이 전개하고 있다. 대한민국 국민이면 누구나 SNS를 포함한 미디어의 건강한 사용과 건전한 콘텐츠 소비를 통해 아름다운 스마트 세상 만들기에 동참할 수 있다. 클린콘텐츠국민운동본부의 웹사이트(www.cleanccontents.org)를 통해서 매월 영화, 드라마, 음악, 공연, 출판, 교양, 오락방송, 애니메이션, 게임, 인터넷, 광고, UCC 등 12개 장르별 우수 클린콘텐츠가 소개된다. 이를 활용하여 좋은 콘텐츠를 선별하여 즐기고 자신의 의견과 함께 SNS에 올리는 등 좋은 콘텐츠를 소개하는 것 자체가 미디어를 통해 사회에 선한 영향력을 미칠 수 있다. 또한 어린이부터 중고등학생들과 대학생 및 일반인은 물론 노년층 누구나 참여 가능한 전국 최대 규모의 클린콘텐츠 UCC 공모전에 참여하여 좋은 콘텐츠를 직접 생산하고 확산하는 적극적인 노력도 할 수 있다.

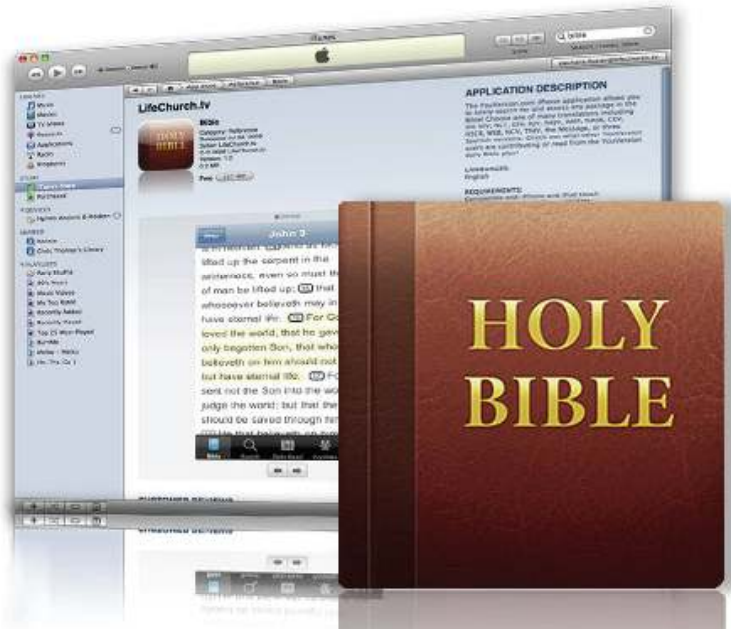
스마트폰과 SNS(Social Network Service)는 일상생활의 더 많은 부분을 양 방향으로 문자메시지, 영상전화, 사진, 동영상 등으로 소통할 수 있게 하고 어플리케이션(앱)을 통하여 게임이나 영화, 음악, 방송, 신문, 소셜커머스 등 이루 헤아릴 수 없이 많은 콘텐츠와 서비스를 누릴 수 있게 한다. 하지만 이러한 스마트미디어의 확산이 때론 모두에게 장점으로만 작용할 수 없는 실상이다. 사생활 침해, 사행성, 음란성, 폭력성 및 음해성 콘텐츠가 범람하고 있어 미디어를 올바르게 사용하지 못할 때 우리의 문화생활과 정서, 그리고 가치관과 행동까지 심각한 피해를

볼 수 있다. 따라서 미디어를 통해 어떤 콘텐츠가 확산되고 있고, 향유하는가에 따라 스마트 사회가 천국이 될 수도 재앙이 될 수도 있다.

스마트미디어를 기독교인은 어떻게 활용해야 하는가?

스마트폰과 SNS로 온종일 네트워크 안에서 연결되어 이전보다 타인과의 만남을 수시로 할 수 있는 환경이 조성되었다는 것을 활용하면, 기독교인들은 스마트 미디어인 스마트폰과 스마트패드와 SNS인 페이스북, 트위터 등을 전도와 선교의 도구로 잘 활용하여 생활 속에서 관계 전도와 신앙과 영적 교제 시간과 공간을 확장할 수 있다. 또한 일상 생활의 자투리 시간 즉 출근시간, 점심시간, 퇴근시간 등을 찬송가, 성경퀴즈, CCM, 말씀 묵상을 돕는 앱 등으로 평상시에도 경건 생활과 영적 생활의 기회로 선용할 수 있다.

교회 및 선교단체들은 스마트시대에 맞는 홍보능력을 갖춘 스마트미디어와 SNS 관련 전문인력을 양성하고 스마트 미디어 시대에 적합한 기독교인의 생활 윤리를 정립하고 전파해야 한다. 잘 쓰면 약이 되고 못쓰면 독이 되는 것처럼, 각종 스마트 미디어와 SNS를 사용하는 기



독인들의 선 순환적 활용으로 스마트한 삶의 지혜를 발휘할 때이다.

또한, 교계에서는 스마트폰과 SNS 등을 목회에서의 적극적 활용을 긍정적으로 도입해야 한다. 심방과 야외 행사에서 교적부나 심방일지 등을 열람하고 즉각적인 기록과 업데이트하는 스마트 목회가 가능하다. 설교말씀 앱을 개발하면 누구나 다운받아 설교를 들을 수 있다. 기독교 언론사들도 스마트폰이나 태블릿 PC, 스마트TV 등에서 독자들에게 다가갈 수 있는 앱 서비스 개발과 공급에 앞장서야 할 것이다. 기독교인과 기독교계 및 기독교언론은 공히 협력하여 이 세상에 기독교적인 선한 가치관을 담은 양질의 클린콘텐츠를 제작하고 확산하는 데 동참하여 아름다운 세상을 만들어 가는데 각자의 처소에서 최선을 다해야 할 것이다.

스마트미디어시대 우리 기독교인들은 “근신하라 깨어라 너희 대적 마귀가 우는 사자같이 두루 다니며 삼킬 자를 찾나니(벧전 5:8)”라는 말씀을 항상 묵상하며 미디어와 콘텐츠의 사용에서 항상 깨어 있어야 할 것이다.



안중배 한세대 미디어영상학부 교수. 미국 UCLA 디지털미디어콘텐츠 POST과정을 졸업하였으며 클린콘텐츠 국민운동본부의 대표로 활발한 활동을 펼치고 있다. 저서로는 『클린 UCC제작과 건강한 SNS 사용법』, 『나비 효과 콘텐츠 마케팅』, 『스마트미디어 시대 방송 통신 정책과 기술의 미래』 등이 있다.