



# 말과 사물, 그리고 미디어 —미디어 리터러시 교육에 관하여

서경주 언론중재위원

## “사실은 존재하지 않는다. 오직 해석만이 있을 뿐.”—프리드리히 니체

고대 그리스 이래 중세에 이르기까지 서양의 교양 교육은 언어를 중심으로 이루어졌다. 고대의 3대 필수교양과목(trivium)은 모두 언어에 관한 것으로 문법, 논리학, 수사학이 그것이다. 문법과 논리학이 난삽과 모순을 피해 언어가 담고 있는 의미를 명징하게 전달하기 위한 것이라면 수사학은 전하고자 하는 메시지를 매력적으로 만드는 기술이다. 수사학은 강조와 반복의 효과를 기본으로 한다. 강조가 수반할 수밖에 없는 완고함을 가리기 위해서는 완곡어법을, 반복에서 오는 진부함을 피하기 위해서는 비유와 상징이라는 수단이 동원된다. 여기에는 불가피하게 주관적이고 허구적인 요소들이 개입한다.

“신이 빛이 있으라 하니 빛이 있었다”는 성경 창세기의 구절은 말과 사물 혹은 말과 현실세계와의 관계를 상징적으로 보여준다. 사물은 존재하지만 그 사물을 지칭하는 말에 담겨진 의미로서 인식되며 말이 있음으로써 존재와 비존재, 빛과 어둠의 분별이 생긴다. 그러니 고대세계에서 말과 관련된 교양과목을 이수한 연후에 사물과 현상에 관한 네 개의 과목(quadrivium), 즉 천문, 수리, 기하, 음악을 공부하게 한 것은 자연스럽다. 이는 결국 사물과 현상, 궁극적으로는 인간 그 자체까지도 언어적 텍스트를 통해 인식되고 해석된 것으로서 존재한다는 세계관의 반영이다.

하지만 인간의 언어는 구체적인 주체들에 의해 개별적으로 발화되고 인식·이해되기 때문에 어쩔 수 없이 주관적이다. 사물을 지칭하는 체언들은 객관적이라고 해도 그것들이 하나의 맥락을 구성하면 이미 주관의 영역에 포섭된다. 인간은 각자가 서있는 실존적 관점에서 말을 하고 말을 듣는다. 따라서 말과 사물의 관계는 정합과 부정합, 조응과 상위의 사이를 위태롭게 넘나든다. 그렇기 때문에 말로써 말이 많아질 수밖에 없으며 해석의 엔트로피는 높아지고 진실은 묘연해진다.

## 사실, 진실 그리고 권력

어렵게 찾아낸 진실의 언어는 불편하다. 그것은 보고 싶은 것만 보고 듣고 싶은 것만 들을 수 있는 콤포트 존(comfort zone)에서 발화의 권력을 행사한 자를 끌어낸다. 그 콤포트 존은 일치된 가치와 이데올로기로 충만해 있다. 반항과 분란은 용납되지 않으며 소통의 대상들을 한 곳으로 몰아가는 독선이 거침없이 관철된다. 이곳의 이데올로기는 픽션이며 그 허구의 영역은 희망과 낙관으로 차 있다. 미래에 대해 비관적인 이데올로기는 이데올로기로서의 의미를 상실한다. 종말론조차도 종말 이후, 평온과 풍요가 끝없이 펼쳐진 미래를 그리고 있다. 이데올로기는 허구적이지만 실증적 확인, 즉 팩트체크를 요구하지 않는다. 오로지 과거의 경험을 미래의 전망으로 투사할 뿐이다.

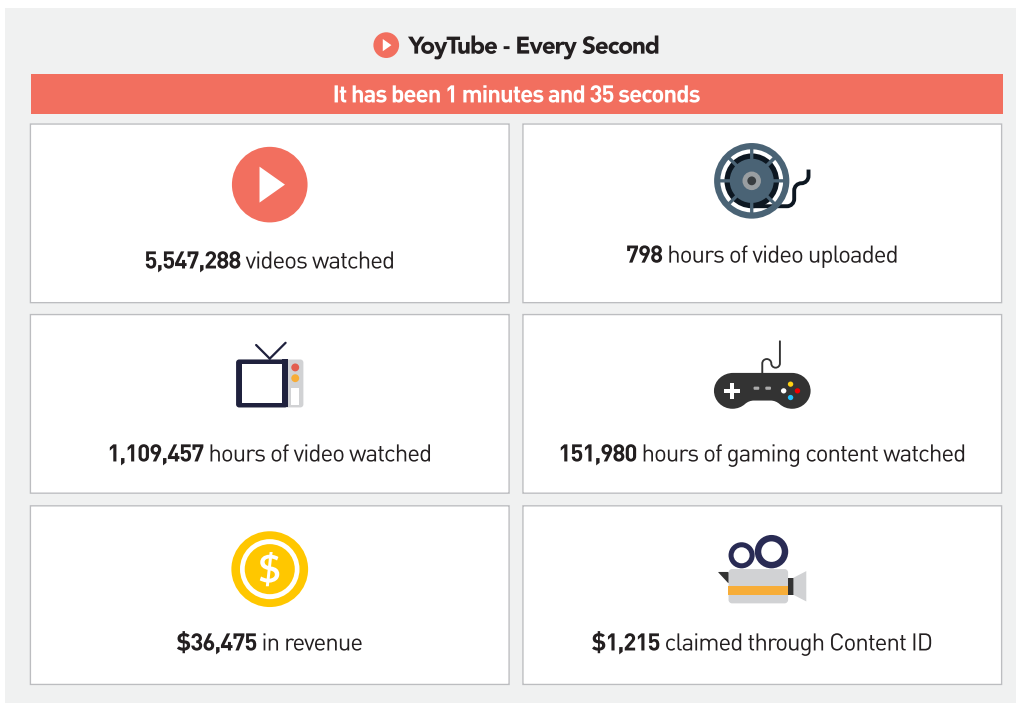
인류가 만들어낸 위대한 텍스트 중에는 사실의 기록보다는 픽션이 많다. 판타지이든 리얼리즘이든 픽션은 이데올로기를 숨기고 있다. 언론은 그 이데올로기의 허구성과 공허함을 지적한다. 희망을 무너뜨린다. 그러기에 고통스럽고 불편하다. 언론의 본령은 그 불편함의 조성에 있다. 언론은 사실이라는 텍스트를 탐색해 진실이라는 내러티브를 구성한다. 진실된 이야기는 언론의 궁극적 목표이다. 언론은 그런 면에서 낙관적이지 않다. 희망의 신탁을 전하는 것이 아니라 가시둔친 현실을 이야기한다. 그리하여 권력을 안온하고 희망에 차있는 콤포트 존으로부터 황량한 현실로 끌어낸다. 권력은 그 순간 진실과 마주한다. 진실과의 대면은 여태까지 누려온 권력의 포기를 의미할 수도 있다. 그럼으로 허위, 오도, 날조, 과장, 왜곡, 분식의 유혹에 이끌린다.

권력은 정치권력만을 의미하지 않는다. 타인에게 의도적으로 영향을 미칠 수 있는 능력을 의미하며 이러한 권력을 행사하는 포괄적 의미의 인플루언서들이다. 트럼프 같은 정치인부터, 일개 유튜브 버에 이르기까지 다양한 층위와 분야에서 활동하는 행동주체 그리고 그 대리인들이 포함된다. 이들이 사실을 말로 호도하고 진실을 말로 왜곡하는 것은 본질적으로 어렵지 않다. 그야말로 ‘말은 쉽다.’ 그리하여 권력은 쉬운 길을 택해 진실의 순간을 피하려는 유혹에서 벗어나지 못한다. 극단적으로는 거기서 더 나아가 허위와 날조를 수궁하라는 지록위마(指鹿爲馬)의 공포를 조성한다.

## 미디어의 범람, 그리고 가짜뉴스

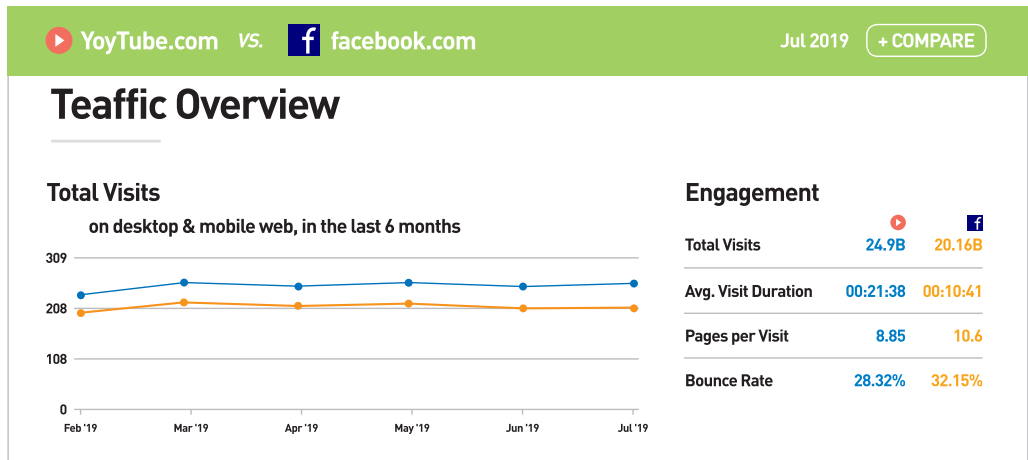
미디어는 넘쳐난다. 거의 무한팽창에 가깝다. 지상파나 케이블을 통한 채널도 이미 셀 수도 없을 만큼 많아졌고 OTT나 모바일은 말할 것도 없다. 유튜브는 2005년에 등장한 신생매체이다. 그러나 설립된 지 15년이 안 돼, 매체파워 지존의 자리에 올랐다. 트래픽을 실시간으로 보여주는 초당 접속상황(YouTube-Every Second)에 들어가 보면 그 위력을 실감하게 된다.

〈그림 1〉 유튜브 초당 접속상황(YouTube-Every Second)



〈그림1〉에서 보듯이 필자가 지켜본 지 1분 35초 만에 550만 편, 누적 1백만 시간 이상의 비디오가 조회되었고 약 800시간 분량의 비디오가 업로드되었다. 그리고 순식간에 3만 6천 달러의 매출을 올렸다. 현재 유튜브를 일상적으로 이용하는 인구는 13억에 이르고 매일 3천만 명이 유튜브를 방문해 50억 편의 비디오를 소비한다. 현재 유튜브는 모바일을 통해 이뤄지는 모든 인터넷 트래픽의 35%를 차지하고 있다. 유튜브 이전의 어떤 미디어도 이런 양적 성취를 이루지 못했고 그 기록은 계속 갱신 중이다. 유튜브와 순위를 다투는 페이스북 역시 괄목할 만하다. 〈그림2〉에 나타난 바와 같이 페이스북은 유튜브를 바짝 뒤쫓고 있다

〈그림 2〉 유튜브 vs 페이스북 트래픽 비교(출처: 시밀라 웹)



2019년 상반기 동안 페이스북의 방문회수는 200억 회가 넘고 이용자들은 매 방문 시 평균 10분 이상 머무르며 10건 이상의 콘텐츠를 조회했다. 페이스북의 작년 매출은 60조 원, 영업이익은 28조 원으로 이익률이 50%에 육박한다. 페이스북의 종업원 수는 약 4만 명으로 32만 명인 삼성전자 종업원 수의 8분의 1에 불과하다. 수익성이 어느 정도인지 확인해진다. 인터넷 미디어들의 트래픽을 비교하는 시밀라웹(Similarweb)에 따르면 트래픽 100위 안에 든 전통적인 미디어는 BBC와 뉴욕타임즈 두 매체밖에 없고 그것도 50위권 밖이다. 중국의 바이두를 제외하면 세계적으로 구글, 유튜브, 페이스북, 인스타그램, 트위터 등 5대 인터넷 매체가 미디어를 지배하고 있다고 해도 과언이 아니다.

이러한 미디어의 양적 팽창과 매체 간 혼용은 거짓과 날조가 서식하기에 적합한 생태계를 만들었다. 이 인터넷 강자들의 공통된 강점은 매체는 판을 펼쳐놓기만 하고 이용자들이 콘텐츠 혹은 메시지라는 상품을 나름대로 만들어 올려 교환하고 소비하는 형식에 있다. 한마디로 개방과 방임을 강점으로 삼는다. 따라서 게이트키퍼 과정은 원천적으로 불가능하거나 허술할 수밖에 없다. 개방과 방임에 전제되는 자율은 기대하기 어렵다. 일례로 〈그림1〉에서 보듯이 과도한 수준의 폭력물과 선정적 콘텐츠, 그리고 명백한 가짜뉴스를 걸러내는 알고리즘인 콘텐츠ID를 통해 환수한 범칙금액은 1,215달러에 불과하다. 개방과 방임은 효율적이지만 탈윤리화(demoralization)라는 부수적 피해가 불가피하다. 가짜뉴스는 미디어 탈윤리화의 한 단면에 불과하다. 포스트-모던 미디어가 포스트-트루쓰(post-truth)의 메시지를 나른다. 따라서 포스트-트루쓰의 미디어 환경에서는 메시지 생산자의 윤리와 규범이 아니라 미디어소비자들의 비판적 수용능력이 중요해진다.

## 리터러시 혹은 문해능력

권력은 지식과 정보를 독점하려는 속성을 가진다. 독점의 방식은 비밀을 유지하는 것이다. 때로는 자신마저 속이며 비밀을 지키려 한다. 중국에서 패자의 덕목으로 후흑(厚黑)을 강조한 것은 이런 권력의 속성을 반증한다. 미디어로서의 문자는 오랫동안 권력을 가진 자들의 독점물이었다. 근대 이후 문자해득을 위한 교육은 시민들의 당연한 의무이자 권리로 되었지만 르네상스 시대까지도 귀족과 성직자를 비롯한 소수 엘리트 계층의 특권으로 인식되었다. 계몽주의 사조가 주류를 이루고 공교육제도가 도입되기 시작한 18세기 초만 해도 당시 선진국이었던 프랑스의 문맹률은 70%가 넘었다. 안 배운 것이 아니라 가르치지 않았다. 유네스코의 자료에 따르면 지금도 인류의 문맹률이 10%대에 이르고 사회·경제적 요인에 따른 계층과 젠더 그리고 지역 간 문맹률의 편차도 크지만 전통적인 개념의 문맹, 즉 문자해득을 못하는 문제는 아프리카나 서남아시아 일부 후진국들을 제외하면 대부분 해소되었다.



그러나 리터러시의 개념은 기술의 진보와 사회경제적 변화에 따라 그 외연이 확장되었다. 특히 20세기 후반에 들어와 그것은 이전과는 비교할 수도 없을 정도로 다양하고 폭넓게 해석·적용되고 있다. 2006년에 출간된 유네스코의 “만인교육 실태보고서(Education for All: Global Monitoring Report)”에 따르면 리터러시의 개념은 정보 문해능력(information literacy), 미디어

문해능력(media literacy), 과학 문해능력(scientific literacy) 등으로 변용 확장되고 있다. 단순히 텍스트, 이미지, 음성 언어들을 구사하고 이해하는 인지기술(cognitive skill)을 뛰어넘어 사회 경제적 발전에 기여하고 비판적 성찰을 할 수 있는 능력이라는 포괄적 의미로 재해석되고 있다.

## 미디어 리터러시 교육

미디어는 넘쳐나고 가짜뉴스 같은 부작용도 견잡을 수 없게 만연하지만 미디어 교육은 무시되고 있다. 공교육과정은 미디어를 교육의 수단으로 이용하면서도 미디어 자체를 가르치는 데는 등한한 태도를 보여왔다. 따라서 언론정보학과나 신문방송학과 등과 같이 대학에서 미디어를 전공하는 과정을 제외하면 미디어를 이해하고 미디어가 전달하는 내용을 비판적으로 수용하는 능력을 향상할 수 있는 기회는 거의 없다. 초등교육은 물론이고 중등교육과정에서의 미디어 리터러시 교육은 포르노, 폭력, 사행성 게임 등에 대한 금지와 억제라는 소극적인 차원에 머물고 있다.

현대사회에서 미디어 리터러시 교육은 미디어의 정치·경제적, 사회적, 문화적 중요성을 이해하는 것로부터 출발해야 한다. 미디어 소비자들은 미디어가 전달하는 메시지를 비판적으로 이해하고 피드백을 주어 메시지의 생산에도 적극적으로 참여해야 한다.

미디어는 현실을 거울처럼 비추지 않는다. 미디어를 통해 전달되는 메시지는 대부분 누군가의 주관에 의해 관찰되고 해석된 현실이며 그것들로 짜여진 가치이자 이데올로기이다. 누구나 소통을 강조하지만 소통의지와 소통되는 메시지의 진실성은 별개문제이다. 미디어가 어디에나 존재하는(omnipresent) 환경에서 소통되는 메시지의 양적 확대가 진정한 소통을 의미하는 것은 아니다. 소통은 많이 하지만 사물이나 현상에 정치하게 조응하는 진실의 언어는 오히려 드물다.

유비쿼터스 시대에 우리는 어디서나 미디어에 접속된다. 그러나 미디어 문맹자들은 자신들의 문제를 논의하는 데서 배제되거나 침묵할 수밖에 없다. 미디어에 이용당하는 유용한 바보(useful idiot)가 되지 않기 위해서는 질문하는 수용자가 되어야 한다. “이런 메시지는 무엇을 의미하며 무슨 목적으로 만들어진 것인가?” 미디어 리터러시 교육은 우선적으로 수용자들이 의심하며 질문하는 능력을 함양시키는 것이다. 아울러 미디어 자체가 갖는 사회·경제적 그리고 기술적 한계와 메시지의 생산에 작용하는 인자들에 대한 이해를 증진시키는 것이다.

미디어 리터러시 교육은 개인의 선택이나 관심에 맡겨질 것이 아니라 새로운 교양필수 과목으로 초등학교부터 중등교육에 이르기까지 공교육 과정의 커리큘럼이 포함되어야 한다. 미디어 리터러시는 고대의 논리학이나 수사학 못지 않게 민주사회 시민들에게 요구되는 교양이자 윤리적 덕목이기 때문이다. 요즘 중요한 쟁점이 되고 있는 가짜뉴스 문제는 장기적으로는 시민들의 미디어 리터러시 함양을 통해 극복되어야 한다. 