

시사원정대 NIE 2023-2월호



Contents

교재 들여다보기

1주 수업 계획표

1주 수업 내용

2주 수업 계획표

2주 수업 내용

3주 수업 계획표

3주 수업 내용

4주 수업 계획표

4주 수업 내용

참고자료

교재 들여다보기

1) 시사탐험

최근 가장 뜨거웠던 뉴스를 해설과 함께 소개하는 코너.

최근 이슈가 됐던 뉴스, 국제 이슈, 꼭 알아야 하는 시사 용어 등을 다룹니다. 토론이나 논술 수업의 자료로 적합한 기사가 많습니다.

2) 시사네컷

전 세계에서 주목받은 최신 이슈의 내용을 생생한 사진과 함께 알아봅니다.

주요 장면과 키워드를 함께 살펴보면서 사례를 현실감 있게 이해해 봅니다.

3) 경제탐험

최신 경제 뉴스와 경제 키워드 및 주목받는 슈퍼리치를 둘러싼 뉴스를 소개하는 코너.

영화·드라마·웹툰 등을 활용한 경제 지식을 쌓으며 돈에 대한 감각과 이해력을 키울 수 있습니다.

4) IT 융합탐험

최근 IT(정보기술) 분야에서 화제가 되는 첨단 기술과 환경 관련 뉴스를 소개하는 코너.

4차 산업혁명시대와 필환경시대에 걸맞은 태도를 기를 수 있습니다.

5) 문화탐험

창의성과 감수성을 길러주는 코너. 순수예술부터 엔터테인먼트, 메타버스에서의 체험 등 폭넓은 기사를 소개합니다. 매달 한국학교사서협회 소속 현직 사서선생님의 추천도서를 읽고 토론에 활용할 수 있습니다.

1주 수업 계획표

단원	시사원정대 NIE 2월호 1주 (90분)		
학습 목표	고등학교 내신 평가법으로 절대평가와 상대평가 중 무엇이 적절할지 알아본다. SNS '좋아요'와 조회 수의 영향력과 바른 사용법을 생각해 본다.		
활동 초점	- 절대평가와 상대평가의 개념을 알고, 고등학교 내신에 알맞은 평가법을 이야기해 본다. - 나는 어떤 SNS 게시물에 '좋아요'를 누르는지 되돌아보고 바른 SNS 사용법을 알아본다.		
구분	중심 활동과 내용	교사 활동 초점	분
열기	- 지난 주 있었던 뉴스를 돌아본다. (베스트 뉴스를 선정해서 이야기 나누기) 스피드퀴즈로 어휘 테스트	- 기회는 공정하게 준다. 문제를 간추려 고급 어휘만 추려서 테스트한다.	10
펼치기	-38~41 찬반배틀 고등학교 내신, 절대평가 해야 할까?	- 절대평가와 상대평가 - 고등학교 내신의 의미	45
	- 14~25 커버스토리 - 정치 변화 이끄는 SNS '좋아요' - 돈 쌓이는 '좋아요' - '좋아요'가 지배하는 세상의 그림자	- SNS '좋아요' - 시위에서 SNS의 역할 - лай크 커머스	25
마무리	- 펼치기 주제와 관련된 창의활동을 한다. - 다음 주 수업 예고	- '좋아요' 외에 늘어났으면 하는 SNS 공감 표시가 있다면 아이콘 모양을 그리고 필요한 이유를 함께 적어보자.	10

[20분 수업 시, 활용 방법]

단원	시사원정대 NIE 2월호 1주		
학습 목표	SNS '좋아요'와 조회 수의 영향력과 바른 사용법을 생각해 본다.		
활동 초점	나는 어떤 SNS 게시물에 '좋아요'를 누르는지 되돌아보고 바른 SNS 사용법을 알아본다.		
구분	중심 활동과 내용	교사 활동 초점	분
열기	- 지난 주 있었던 뉴스를 돌아본다. (베스트 뉴스를 선정해서 이야기 나누기) 스피드 퀴즈로 어휘 테스트	- 기회는 공정하게 준다. 문제를 간추려 고급 어휘만 추려서 테스트한다.	3
펼치기	- 14~25 커버스토리 - 정치 변화 이끄는 SNS '좋아요' - 돈 쌓이는 '좋아요' - '좋아요'가 지배하는 세상의 그림자	- SNS '좋아요' - 시위에서 SNS의 역할 - лай크 커머스	15
마무리	- 다음 주 수업 예고, - 신문 스크랩하기(스케치북활용) 활동 안내	- '좋아요' 외에 늘어났으면 하는 SNS 공감 표시가 있다면 아이콘 모양을 그리고 필요한 이유를 함께 적어보자.	2

찬반배틀

고등학교 내신, 절대평가 해야 할까?

<어휘 UP>

고교학점제: 학생들이 적성과 진로에 따라 다양한 교과목을 선택하고 이수해서 누적 학점이 기준에 도달하면 졸업을 인정받는 제도.

상대평가: 개인의 성적을 다른 사람의 성적과 비교해서 위치를 평가하는 법.

절대평가: 개인의 성적을 절대적인 기준(학습목표)에 따라서 평가하는 법.

<발문>

1. 고교학점제를 시행할 때 장점과 단점을 발표해 보자.
2. 수능 시험에 영향을 미칠 수 있는 내신은 절대평가와 상대평가 중 어떤 방법으로 평가하는 것이 적절한지 주장과 근거를 적어보자.

<교사 참고자료>

3년 간 수업 170시간 줄어... 국영수 성취율 40% 미달 땀 '보충 지도'

현 중학교 1학년이 고등학교에 가는 2025년부터 '고교학점제'가 전면 실시된다. 고교학점제는 학생이 적성과 진로에 따라 원하는 과목을 골라 듣고 일정 학점을 채우면 졸업하는 제도다. 현재는 수업일수의 3분의 2만 채우면 졸업이 가능하다. 반면 절대평가인 '성취평가제(A~E등급)'가 도입되는 고교학점제에서는 학업성취율도 40% 이상이어야 한다.

당장 내년부터 달라지는 부분도 있다. 내년 고교 신입생부터 수업량 기준이 '단위'에서 '학점'으로 바뀐다. 3년간 총 수업 시간은 현재 2890시간(204단위)에서 2720시간(192학점)으로 170시간 줄어든다. 공통과목인 국영수의 학업성취율이 40%에 못 미치면 보충수업을 받는 '최소 학업성취수준 보장 지도'를 해야 한다.

학교와 교사들의 고민도 깊어지고 있다. 그동안 선택과목 확대를 중심으로 시범운영을 해왔지만 앞으로는 성취율 평가와 기준 미달 학생 지도 방법도 준비해야 한다. 현장에서는

"정확한 가이드라인이 없으면 학교 현장의 혼란이 커질 수 있다"는 우려도 나온다.

○ 학교별 선택과목 운영 능력차 커

전남 화순군에 위치한 능주고는 과목 수가 2018년 48개에서 올해 86개로 늘었다. 2019년 '고교학점제' 선도학교로 지정되면서 선택과목을 꾸준히 확대해 온 결과다. 이 중 16개는 정규교과 외 맞춤형 강좌와 대학연계 교육 과정이다. 선행학습 후 토론 중심으로 수업하는 '플립드 러닝(Flipped-Learning)' 형태의 과목도 많다. 연극 형식을 도입한 경제 수업, 방탈출 게임으로 흥미를 높인 세계사 수업 등도 인기다.

수업 개설은 학생들의 수요를 최대한 반영한다. 1학년 1학기 말에 희망 수업을 조사한다. 교사들이 개설하기 어려운 수업은 교육청이나 지역 대학에 요청해 전문가를 초빙한다. 정선호 능주고 교육과정부장은 "도입 초기에는 입시 결과가 나빠질까 봐 걱정이 많았지만 오히려 학교생활기록부의 내용을 더 풍성하게 만들어줘 입시에도 도움이 됐다"고 말했다.

하지만 모든 학교가 이런 여건을 갖춘 건 아니다. 교사가 부족한 학교는 다양한 선택과목 개설에 부담을 느낀다. 학생들의 요구에 맞는 실습 장비 등을 갖추는 것도 재정적으로 여유가 있는 학교에서나 가능하다. 경남의 한 고교 교사는 "인공지능 등 학생의 관심이 갈수록 다양해지는데 가르칠 교사가 마땅치 않다"고 말했다.

○ 객관적인 성취율 판단 기준 있어야

학생들의 성취율을 어떻게 평가할지 혼란스러워하는 교사도 많다. 그동안 고교 내신평가는 시험과 수행평가 성적을 기반으로 한 '상대평가'였다. 하지만 3년 뒤엔 △A(90% 이상) △B(80% 이상~90% 미만) △C(70% 이상~80% 미만) △D(60% 이상~70% 미만) △E(40% 이상~60% 미만)로 학생을 '절대평가'해야 한다. 성취율 40% 미만은 I(Incomplete-미이수)로 분류돼 보충 수업을 듣고 성적을 E 이상으로 올려야 한다.

일각에서는 A등급 비율이나 미이수율이 학교 수준을 평가하는 잣대가 되는 것을 우려한다. 주위 평가를 의식해 A, B등급을 후하게 주는 '학점 인플레이'가 발생할 가능성이 있다는 것이

다. 고교학점제 연구학교인 서울 동국대부속여고 김용진 교사는 “우선 시험이나 수행평가 성적을 기반으로 성취율을 평가하겠지만 더 객관적인 판단 기준이 필요하다”고 말했다. 그는 “그동안 학교가 상위권 학생 지도와 평가에만 관심을 가진 측면이 있다”며 “하위권 학생을 관리하고 미이수율을 낮출 수 있는 노하우도 필요하다”고 강조했다.

이 때문에 공통과목에는 미이수제를 적용하지 말자는 주장도 나온다. 고교학점제 시행 후에도 공통과목에는 1~9등급의 상대평가를 학생부에 병기하도록 돼 있는데, 미이수제가 학생들의 성적 산출에 혼선을 가져올 수 있다는 것이다.

11일 교육부가 주최한 고교학점제 정책 토론회에서 홍원표 연세대 교수는 “미이수제를 선택과목에만 적용하는 방안도 논의해볼 필요가 있다”고 말했다.

○ “대입제도와 상충” 우려도

고교학점제가 현재의 대입제도와 상충하는 것도 문제다. 입시 위주의 획일적인 교육에서 벗어난다는 고교학점제의 취지를 인정하더라도, 최근 대입은 다시 정시 비중이 높아지는 추세이기 때문이다. 서울의 한 고교 교사는 “공대를 가겠다면서 선택과목으로 물리 대신 수능에서 점수 받기 유리한 생명과학 수업을 택하는 학생도 있다”고 말했다.

지난해 6월 한국교육과정평가원이 학생과 학부모, 교사 3616명을 대상으로 진행한 설문조사에서도 고교학점제 운영 시 가장 우려되는 점으로 ‘학교교육과 대입제도의 불일치’를 선택한 응답자가 29.4%로 가장 많았다. 임성호 종로학원하늘교육 대표는 “지금도 학생부종합전형이 불공정하다는 인식이 강한데 ‘고교학점제가 공정하다’고 학부모들이 받아들일지 미지수”라며 “커리큘럼이 더 좋은 특수목적고 쓸림 현상이 나타날 수도 있다”고 말했다.

커버스토리

정치 변화 이끄는 SNS '좋아요'

<어휘 UP>

튀니지 혁명: 23년간 독재해오던 튀니지의 벤 알리 정권에 반대해 2010년 12월 북아프리카 튀니지에서 발생한 민주화 혁명.

검열: 언론, 출판, 연극, 영화, 우편물 등의 내용을 미리 심사해서 통제하는 일.

폐기: 조약, 법령, 약속 등을 무효로 함.

봉쇄: 굳게 막아 버리거나 잠금.

추적: 도망하는 사람의 뒤를 밟거나 사물의 자취를 쫓음.

불미스럽다: 아름답지 못하고 추잡한 데가 있음.

<발문>

1. 백지 시위와 히잡 시위에서 SNS가 어떤 역할을 했는지 발표해 보자.
2. SNS가 정치적 변화를 일으키는 과정을 4컷 만화로 그려 보자.

<교사 참고자료>

지구촌 휩쓴 반체제 시위... SNS로 무장한 '앵그리 영맨'이 주도

볼리비아, 이라크, 레바논, 알제리, 칠레, 홍콩, 스페인, 프랑스, 에콰도르, 아이티, 온두라스, 카자흐스탄, 파키스탄.... 올해 세계 곳곳에서는 불평등 타파와 체제 변화를 요구하는 사람들이 대거 거리로 몰려나오는 시민 봉기(Civil Disorder)가 활 발했다. 미국 워싱턴포스트(WP)가 2019년을 '거리 시위대의 해(the year of the street protester)'라고 진단한 이유다.

시위 여파로 볼리비아, 이라크, 레바논, 알제리에서는 최고 권력자인 대통령 혹은 총리가 물러났다. 9월 홍콩 구의원 선거와 11월 스페인 총선에서도 모두 현 집권 세력과 대립각을 세운 반중 정치인과 극우 정당이 몰표를 받았다.

이들은 왜 뛰쳐나왔을까. 나라마다 사정은 다르지만 한결같이 경제적 불만이 깔려 있다고 월스트리트저널(WSJ)은 지적했다. 가뜰이나 먹고살기 힘든데 불평등까지 심해지니 "못 살겠다, 갈아 보자"는 심리가 확산되고 있다는 뜻이다.

시민들이 기성 정치권이 내세우는 해법으로는 결코 현 상황을 타개할 수 없다고 느낀다는 점도 공통적이다. 리처드 영 미 카네기 국제평화센터 연구원은 WSJ에 "시위대가 정치적 해결책이 아니라 더 직접적인 행동을 선택하는 현상은 일회성이 아니다. 세계 정치의 주류가 될 것"으로 진단했다.

특히 소셜미디어의 발달은 시민 봉기가 전 지구적으로 확산되는 데 큰 역할을 했다. 영국 일간지 가디언은 "2010년 12월 북아프리카의 작은 나라 튀니지에서 발원한 민주화 운동이 북아프리카와 중동 전체를 물들인 '아랍의 봄'으로 번진 이유는 해외 거주 국민들이 온라인으로 자국의 시위 소식을 널리 퍼뜨렸기 때문"이라며 올해도 비슷한 현상이 나타났다고 진단했다. 물리적으로 시위 현장에 없지만 온라인에서 관련 소식을 전하고 퍼 나르는 것만으로도 연대와 결속을 느끼는 사람이 늘었다는 뜻이다. 온라인에서 손쉽게 상위 1% 부자의 소식을 접하면서 빈부 격차에 대한 불만도 급속도로 커졌다.

텔레그램 같은 암호화된 메신저도 시위 규모를 키우는 데 일조했다. 6월 9일부터 반년 넘게 반중 시위를 이어가고 있는 홍콩 시위대는 텔레그램 단체방을 통해 무장경찰의 위치를 공유하고 도망치는 '히트앤드런' 전술을 사용하고 있다. '카탈루냐 독립'을 외치는 스페인 바르셀로나 지역의 시위대도 텔레그램에서 다음 게릴라 시위 장소를 긴급 공지하며 경찰을 따돌렸다.

이 같은 정보기술(IT)의 급격한 발달로 각국 10대들이 시위의 최전선에 등장했다는 점도 주목할 만하다. 10월 초 '지하철 요금 50원 인상'으로 촉발된 칠레 시위는 교통비에 민감한 고등학생들이 지하철 개찰구를 뛰어넘어 공짜로 지하철을 타는 '항의 퍼포먼스'를 벌이면서 전국적 시위로 비화했다. 레바논 시위도 자신들이 즐겨 쓰는 '왓츠앱' 메신저에 세금을 부과한다는 사실에 분노한 청년층이 주

도했다. WSJ는 “스마트폰에 중독된 청년들이 온라인에서만 활동할 것이라는 기존 시각을 완전히 뒤집었다”고 진단했다.

올해 각국 반정부 시위를 ‘주변부에서의 반란’이라고 진단한 영국 분쟁전문 싱크 탱크 옥스퍼드리서치그룹(ORG)은 “이런 현상이 향후 30년간 국제사회를 뒤흔들 의제가 될 것”이라고 전망했다. ‘아랍의 봄’에서 발발한 시리아 내전이 2011년부터 8년째 지속되는 점을 감안할 때 다른 나라의 시위도 상당 기간 이어질 것이라고 내다봤다. 일각에서는 시위대의 요구가 적절하게 수용되지 않으면 종교적 극단화가 나타날 가능성도 배제할 수 없다고 우려한다. ‘아랍의 봄’으로 독재자 호스니 무바라크 전 대통령은 실각했지만 이후 내내 경제난이 계속된 이집트에서 실권을 잡은 세력은 시아파 급진단체 무슬림형제단이었다. 다른 나라에서도 이런 일은 되풀이될 수 있다는 경고가 이어졌다.

[동아일보 2019-12-24]

커버스토리

돈 쌓이는 '좋아요'

<어휘 UP>

라이크 커머스: 소비자가 소셜네트워크서비스(SNS)에서 누른 '좋아요'를 바탕으로 소비가 이루어지는 산업.

인플루언서: SNS에서 대중에게 영향력을 미치는 사람.

기호: 즐기고 좋아함.

수요: 어떤 물건이나 서비스를 일정 가격으로 사려고 하는 욕구.

알고리즘: 어떤 문제의 해결을 위해 입력된 자료를 바탕으로 원하는 결과를 이끌어내는 규칙의 집합.

정교화: 정밀하고 교묘하게 됨.

<발문>

1. 최근에 내가 '좋아요'를 표시한 SNS 게시물이나 기사 등은 무엇이 있는지 이야기해 보자.
2. 소비자와 기업이 '라이크 커머스'를 어떻게 활용하는지 두 가지 관점으로 나눠 정리해 보자.

<교사 참고자료>

'커머스'의 진화...'리뷰·좋아요·웹예능' 있어야 팔린다

커머스 생태계가 변화하고 있다. 기업에서 소비자로 판매 방향이 전환되면서 소비자 친화적인 방식으로 커머스 생태계가 확장되는 추세다. 단순히 판매에 중점을 뒀던 시대를 지나 어떻게 판매하는지가 중요해진 것이다.

홈쇼핑부터 소셜·라이브커머스 트렌드에 이어 4세대 생태계의 포문을 여는 커머스가 속속 등장하고 있다. 실구매자의 생생한 리뷰를 통해 합리적인 구매 경험을 제공하는가 하면 콘텐츠·라이크·T커머스 등도 새롭게 등장하고 있어 주목된다.

20일 관련 업계에 따르면 리뷰가 곧 매출로 이어지는 시대다. 실제 구매자들의 구매 경험을 반영한 리뷰는 잠재 구매자들에게 구입을 결정하는 중요한 요소로 떠올랐다.

생생한 '영상' 콘텐츠를 활용해 4세대 커머스 생태계를 선도하는 기업이 있다. 인덴트코퍼레이션이 운영하는 '브이리뷰'는 자체 특허 기술인 인공지능(AI) 챗봇을 통해 실구매자의 동영상 리뷰를 수집하고 이를 온라인 쇼핑몰에 자동 업로드해주는 원스톱 플랫폼이다.

지난달에는 리뷰 커머스에 특화된 글로벌 숏폼 영상 후기 커머스 플랫폼 '스프레이'가 출시됐다. 스프레이는 영상 후기로 구성된 사회관계망서비스(SNS) 형식의 서비스를 제공한다.

SNS를 구경하듯 영상 리뷰를 보면서 취향과 상황에 따라 원하는 제품을 자연스럽게 발견하고 구매로 이어지도록 이끈다. 리뷰 커머스에서 '발견형 커머스'까지 영역을 확장하고 있다.

일반 소비자 간에 추천, 실제 평가, 선호도 등을 기반으로 판매·구매가 이뤄지는 '라이크 커머스'도 트렌드로 떠올랐다. 소비자의 취향과 선호에서 출발하는 '좋아요'와 같은 호의적인 반응에서 판매와 구매가 이뤄지는 구조다.

지난해 하반기 국내 최초로 라이브 커머스 서비스를 시작한 '이거어때'는 자체 앱을 통해 일반 이용자들이 친구 또는 지인과 더 쉽게 상품을 공유하고 추천할 수 있도록 마련했다. 또 혜택 대상을 확대해 상품 추천 이용자에게는 판매 인센티브를, 구매 이용자에게는 적립금을 제공한다.

인플루언서 커머스 플랫폼 '핫트'도 새로운 라이브 커머스 플랫폼으로 떠오르고 있다. 핫트는 중간 유통을 없애 생산자와 소비자를 연결하는 C2M(Customer to Manufacturer) 플랫폼이다.

인플루언서의 실사용 콘텐츠를 바탕으로 제품을 판매한다. 제품 리뷰 기반 입점 제품을 선별하며 자체적으로 상품 기획부터 제작·유통까지 할 수 있다.

IPTV가 보편화되고 소비자들이 원하는 제품을 직접 찾아 나서는 경향이 확대되면서 TV와 이커머스의 장점을 고루 갖춘 'T커머스'가 성장세를 이어가고 있다. 생방송으로 진행되는 TV홈쇼핑과 달리 T커머스는 녹화로만 진행된다. 화면 절반 이상을 상품과 결제에 대한 정보로 구성된다.

SK스토아는 지난달 T커머스 사업의 신성장동력으로 '스토아ON'과 'ON Vision(온비전)' 2.0 버전을 선보였다. 최근 공개된 스토아ON은 SK스토아 채널 내 OTT(온라인동영상서비스)형태의 UI(사용자환경)를 구현한 서비스다.

고객의 TV시청 데이터를 바탕으로 소비자에 맞는 쇼핑 영상을 추천한다. 고객이 관심 있게 본 카테고리 중에서도 더욱 눈 여겨 본 상품을 집중적으로 추천하는 방식이다. 제품 구성과 혜택을 설명하거나 직접 시현하는 부분 등을 골라서 볼 수 있도록 '재방' 성격을 활용했다.

신세계그룹의 신세계라이브쇼핑은 지난 1월 '신세계TV쇼핑'에서 사명을 변경하고 T커머스 기반의 TV방송 외에도 온라인·모바일 라이브 방송을 통한 판매를 통해 사업역량을 강화한다. 신세계백화점이 신세계라이브쇼핑을 인수하게 되면서 T커머스와 백화점 사업의 시너지를 기대하고 있다.

웹 예능과 토크쇼 등의 다양한 콘텐츠를 활용해 상품 판매를 풀어 나가는 '콘텐츠 커머스'도 두각을 나타내고 있다.

콘텐츠 커머스는 콘텐츠에 판매하고자 하는 제품을 자연스럽게 노출시켜 기존에 인위적인 노출 방식으로 문제가 됐던 제품간접광고(PPL)의 한계점을 보완했다. 영상 콘텐츠에 익숙한 MZ세대(밀레니얼+Z세대)의 구매 욕구를 자극하는 방식으로 최근 많은 관심을 받고 있다.

1세대 소셜커머스로 시장을 주름 잡았던 '티몬'은 최근 콘텐츠커머스 사업에 주력해 제2의 전성기를 맞이했다. 지난해 말부터 인플루언서 공동 상품 기획인 '위드티몬(with TMON)'을 출시하고 웹 예능 '광고천재씬드롬' 시즌1과 시즌2를 잇따라 선보였다.

롯데홈쇼핑도 초록뱀미디어와 공동으로 뷰티 예능 '랜선뷰티'를 제작해 이달 4일 케이블TV '케이스타(K-STAR)'에서 첫 방송했다. 셀럽들의 라이프 스타일에 대한 콘텐츠 소비가 확산되자 상품 판매와 콘텐츠를 결합한 이색 뷰티 예능을 선보인 것이다.

[뉴시스 2022-05-20]

커버스토리

'좋아요'가 지배하는 세상의 그림자

<어휘 UP>

풍토: 어떤 일의 바탕이 되는 조건이나 분위기.

손해배상: 법률에 따라 남에게 끼친 손해를 물어 주는 일.

<발문>

1. 자신이 올린 SNS 게시물에 '좋아요'를 받았을 때와 받지 못했을 때 기분이 어떻게 다른지 이야기해 보자.
2. '좋아요'로 기울어진 세상에서 자신의 중심을 잡고 살아가기 위해 필요한 규칙 3가지를 적고 실천해 보자.

<교사 참고자료 1>

'좋아요' 적으면 하루종일 우울... 친구수 늘리려 '계모임'까지

학교 운동장도 동네 놀이터도 아니다.

요즘 10대 초등학생들이 방과 후 모이는 곳은 소셜미디어다. 뻥뻥한 학원 스케줄 때문에 생일잔치 일정 잡기도 어려운 아이들은 학원 수업 짬짬이 페이스북(페북), 인스타그램, 카카오톡(카스)에 들어가 남 흥도 보고 고민도 털어놓는다.

그런데 소셜미디어가 마음 편한 소통의 공간만은 아니다. 아이들은 '좋아요'와 친구 숫자를 서로 견주어보며 우쭐해하기도, "나 왕따 아닐까" 걱정도 한다. 마치 소셜미디어 마케팅 직원처럼 기발한 방법을 동원해 페북이나 카스의 친구와 팔로어 수 늘리기에 열을 올리는 이유다.

○ '좋아요', 친구, 팔로어 늘리기 경쟁

'7월 15일까지 느낌 715개만요!'

카스에 열심히 글을 올리는 초등학교 5학년 권모 양은 7월 15일까지 카스에 올린 글의 '느낌'(페북의 '좋아요'에 해당)을 715개까지 늘리겠다는 목표를 세웠다. 하지만 학교와 학원 친구들만 동원해서는 목표치를 달성하기 어렵다. 권 양은 친구들이 귀땀해준 '느낌'만 늘려주는 전용 계정을 이용한다. 계정 '느공이'(느낌 공유해주는 사람) '느공해주는 천사'(느낌 공유해주는 천사) '느낌 필요하면 언급하송' '느낌 달아줌' 등을 자신이 올린 글에 태그하면 해당 계정이 느낌을 올려준다.

5학년 김모 군은 '멤놀(멤버 놀이)'로 방문자 수를 늘린다. 멤놀이란 유명 아이들의 이름을 딴 가짜 계정을 만들어 활동하는 걸 뜻한다. 김 군은 방탄소년단의 인기멤버 정국의 본명인 '전정국'으로 카스 계정을 개설해 "설현 누나, 오늘 잘 지냈어?" 같은 글을 올린다. "이렇게 하면 하루 방문자 수가 500~600명은 훌쩍 넘어요. 친구와 방문자 수를 늘릴 수 있는 가장 빠른 방법이죠. 자랑할 만한 목표치만 채우면 내 이름으로 바꿀 거예요."

친구 수 늘리기 계모임을 하는 아이들도 있다. 카스의 계모임 계정 '멤놀 친구만 들기'에는 8만9000명 이상이 참여한다. 게시물에 '친구 걸어주세요' 'ㅅㅈ(선친구 걸기.상대방이 먼저 친구를 걸어달라는 뜻)' 같은 댓글을 달면 그걸 본 사람들이 서로 친구를 신청해준다.

페북은 회원 가입 조건을 만 14세 이상으로 제한한다. 하지만 주민번호를 요구하지 않아 아이들은 가짜 생년월일로 쉽게 계정을 만든다. 페북은 프로필 사진(프사)이 중요하다는 것이 이 또래 아이들의 믿음이다. 친구 수를 늘리려면 풍경 사진은 좋지 않다. 본인 사진도 별로란다. 셀카를 올리면 반응이 없거나 최악의 경우 폐친(페북 친구)이 끊길 수도 있다. 그 대신 연예인이나 인터넷 얼짱 사진을 올린다. 특히 여학생들은 프사가 절대적이라고 여기는 만큼 프사 올리는 노하우도 풍부하다.

"프사가 예뻐야 모르는 남자들로부터 '몇 살이세요?'라는 작업 멘트가 날아와

요.”(4학년 때 폐북을 시작했다는 6학년 정모 양)

“너무 연예인스럽지 않고 훈녀스럽게 나온 사진을 써야 해요. 일반인스러운데 예뻐야 하는 거죠. 얼짱들의 희귀한 사진이 좋아요. 친구들이 나랑 똑같은 사진을 쓸 때가 있어요. 엄청 기분 나쁘죠.”(6학년 강효진 양)

“화장을 하거나 얼굴이 예쁘게 나오는 애플리케이션을 이용해 사진을 찍어 올려요. 연예인의 소셜미디어 계정을 해시태그로 달거나 ‘소통해요’ 해시태그를 붙여 방문자 수를 늘리죠.”(4학년 박모 양)

○ “폐북 팔로어는 300, 카스는 500은 돼야죠”

이 또래 아이들이 좋아요, 느낌, 친구와 팔로어 숫자에 매달리는 이유는 이 숫자가 자존감의 척도이기 때문이다.

“카스 방문자 수는 내 인기 점수라고 생각해요. 방문자 수가 많으면 ‘나는 강하다’ ‘다른 친구들이 함부로 대하지 못한다’고 생각하죠.”(5학년 박시은 양)

“폐친이 많으면 학교에서 잘나가는 애처럼 보여요. 폐북에는 중학교 언니들이 많아서 폐북에서 놀다 보면 어른이 된 것 같은 느낌이 들죠.”(6학년 최윤정 양)

거꾸로 숫자가 적으면 스트레스를 받는다.

“내가 고민해서 올린 게시물에 ‘좋아요’ 수가 친구보다 적으면 우울해요. 학원에서도 폐북을 계속 ‘새로고침’ 하면서 숫자를 확인하게 돼요.”(5학년 유태민 군)

“친구들이 내가 올린 게시물에는 ‘좋아요’를 누르지 않았는데 다른 친구들이 올린 게시물에는 ‘좋아요’를 누른 걸 발견했을 때, 혹시나 내가 따돌림을 당하는 게 아닌가 하는 생각이 들어요. 나를 모르는 친구들이 봤을 때도 내가 얼마나 유머 있는 사람인지, 친구가 많은 사람인지를 잘 보여줄 수 있기 때문에 (숫자에) 신경이

쓰여요.”(4학년 정민지 양)

“여자애들은 얼굴이 예쁘거나 인기가 많으면 친구 수가 올라가요. 친구 수가 적으면 내가 좀 못생기고 인기가 없다는 생각이 들어서....”(4학년 박모 양)

요즘은 학교에서 ‘짱’ 노릇을 하려면 폐북이나 카스의 추종자 숫자가 어느 정도는 나와 줘야 한다.

“좀 잘나가는 애라면 폐친 300명은 기본이죠. 중학교 언니 오빠 폐친이 많을수록 인정받아요. 저도 언니가 중학생이어서 폐친 중에 중학생 언니가 많다 보니 친구들이 따르는 편이죠.”(6학년 김가희 양)

“인스타그램은 팔로어 200명, 폐북은 300명, 카스는 500명 정도 되면 친구들 사이에서 인정받죠. 소셜미디어에서 모르는 사람들과 친해질 수 있다는 게 좋아요. 한 번도 만나지 못한 다른 학교 애라도 친구 신청을 해서 ‘나 어느 학교 다닌다’고 하면 친해져요.”(인스타그램 팔로어가 735명인 6학년 전해린 양)

[동아일보 2016-05-09]

<교사 참고자료 2>

[기고/이효성 방송통신위원회 위원장]AI 시대, 이용자 보호 원칙 마련해야

최근 충격을 안겨준 뉴질랜드 테러 사건이 소셜네트워크서비스(SNS)를 통해 생중계되면서, 이를 볼 생각이 없었던 이용자들이도 연관검색어, 자동재생 기능 등 추천 시스템을 통해 폭력적인 영상에 노출됐다. 한편으로는 맞춤형 서비스 발달과 함께 이용자들은 검색기록, 상품 구매이력 등 개인의 사생활과 관련된 정보가 어떻게 수집되고 활용되는지 몰라 불안해한다. 정보통신기술이 급속도로 발전하면서 그동안 겪어보지 않았던 역기능이 발생하고 있는 것이다.

인공지능(AI)이 데이터를 처리해 인간의 고도화된 지적 활동까지 수행하게 되는 ‘지능정보화 시대’에는 예측하기 어려운 새로운 문제에 직면하게 될 것이다. 기계

의존성 증대, 자율주행차로 인한 책임 문제, AI 로봇의 윤리성 등이 대표적인 예이다. 이전 정보화 환경에서 의사결정 권한이 오롯이 인간에게 있었다면, 지능정보사회에서는 의사결정의 상당 부분을 기계와 알고리즘에 의존하게 된다. 이로 인해 인간의 자율성과 판단 능력이 약해지고 의사결정의 책임 소재가 불분명해질 가능성이 높다.

특히 알고리즘 기반 맞춤형 서비스들은 좋아하는 콘텐츠만 편식하게 만드는 '선택적 노출' 현상으로 이어질 수 있다. 이로 인해 자신의 주장과 일치하는 정보는 쉽게 받아들이나 다른 정보는 무시하는 '확증편향' 현상이 보편화되고, 필터링된 정보만을 받게 되는 '필터 버블' 속에 갇힐 수 있다. 그 결과 맞춤형 서비스가 이용자들 간의 편향과 대립을 부추기는 사례가 늘어나게 될 것이다.

이 때문에 미국은 2016년 빅데이터 알고리즘에 의한 '차별'의 위험성을 예방하기 위한 윤리적 가이드라인을 만들었다. 일본은 지난해 기본권 보장, 알고리즘 과정에 대한 설명 책임 등이 포함된 'AI 활용 7개 원칙'을 내놨다. 유럽연합(EU)은 유럽인공지능협약체를 통해 알고리즘의 투명성 원칙을 포함한 'AI 윤리 가이드라인'을 연내 발표할 예정이다.

이제 우리도 지능정보사회 이용자 보호의 기본적인 원칙을 마련해야 할 시점이다. 지능정보서비스는 기본적으로 인간의 존엄과 가치를 훼손하지 않아야 한다. 지능정보사회 참여자들의 자율성은 최대한 보장되고, 이용자들은 투명하고 비차별적으로 지능정보서비스를 향유할 수 있어야 한다. 특히 알고리즘 기반 맞춤형 서비스와 같은 지능정보서비스의 의사결정 과정은 이용자가 이해할 수 있도록 가능한 한 투명하게 공개돼야 한다. 또한 개인정보를 포함한 이용자의 정신적, 신체적, 경제적 안전이 보장되고, 모든 참여자가 상생할 수 있는 환경이 조성돼야 한다. 방송통신위원회는 지능정보사회의 이용자 보호 규범에 대한 공감대를 형성하고, 이용자 보호를 위한 원칙의 마련과 그 실천을 위하여 민관협약체를 구성해 운영해 나가고자 한다.