

[보도자료]

글로벌융복합콘텐츠연구소·문화예술미디어융합원, <건강한 소통을 위한 디지털 커뮤니케이션 윤리와 시민성> 출간

4차 산업혁명과 함께 코로나19(COVID-19) 팬데믹으로 인해 AI, 아바타, 메타버스, 소셜미디어 등 뉴미디어 테크놀로지가 우리 일상과 소통에서 갖는 영향력이 커지고 있다. 코로나19 사태가 장기화되면서 온라인 공간에서 혐오와 갈등, 증오가 소통의 본질을 위협할 정도로 증폭되는 등 부작용들도 터져 나오고 있다. 디지털 커뮤니케이션의 반시민성(Digital Communication Incivility)라 불리는 악성 댓글, 혐오 표현, 허위 정보 등 반사회적이고 타인에게 해를 가하는 문제적 표현과 소통 경향이 눈에 띄게 증가함에 따라 미디어커뮤니케이션학의 본격적인 대응이 필요해졌다.

이 책은 우리 사회의 건강한 소통을 위해 필요한 디지털 커뮤니케이션 윤리와 시민성 확립을 위한 이론적 틀과 현실적 방안을 함께 제시한다. 성균관대학교 글로벌융복합콘텐츠연구소와 문화예술미디어융합원 소속 커뮤니케이션학자 8인이 한국의 디지털 미디어와 시민성에 관련된 윤리적 문제들을 다양하게 다루었다. AI로부터 아바타, 메타버스, 소셜미디어, 이용자 창작콘텐츠(UGC)를 둘러싼 최근의 사례들을 중심으로 각자의 문제의식, 연구방법과 사례분석 결과를 제시했다. 디지털 시민교육과 테크 산업계의 윤리준칙, 정부 정책 입안에 도움이 될 친사회적인 해결 방안도 모색했다.

글로벌융복합콘텐츠연구소와 문화예술미디어융합원은 지난 5월 13일부터 20일, 이번 책과 같은 주제로 국제·국내 학술대회를 개최한 바 있다 (학술대회 유튜브 주소: <https://www.youtube.com/channel/UCE39uuNeel97GyBYjblvjpa>).

<기본정보>

발간일: 초판1쇄 발행 2022년 5월 31일

지은이: 금희조, 임인재, 이세영, 전은미, 김소영, 박윤정, 박현지, 김지현

페이지수: 220쪽

사이즈: 신국판

ISBN: 979-11-5550-539-7 93300

<책속에서>

지금까지의 많은 연구는 문제를 증폭시키는 디지털 미디어 테크놀로지의 기술적 속성에 주로 초점을 맞추어 왔다. 인간 커뮤니케이션의 어떠한 비윤리성과 반시민성이 디지털 미디어를 통해 증폭되고 있는지 그 본질적 원인을 규명하는 것이 훨씬 더 중요한 작업이다. 사람들이 신발을 신고 광장에 모여 이루어낸 민주주의 혁명의 원인을 신발이라고 볼 수 없는 이치와 같다. (14쪽)

디지털 커뮤니케이션에서의 반시민성은 온라인 미디어를 통한 다양한 상호작용에서 나타나

는 반규범적이고 상대 혹은 집단에게 잠재적인 해를 끼칠 수 있는 문제적인 표현 및 소통 태도라고 할 수 있다. (35쪽)

온라인 반시민적 행동을 하는 사람들은 소위 3대 어두운 성격으로 알려진 나르시시즘, 사이코패스, 마키아벨리즘 성향이 강하고, 공감 능력이 부족하다. 또한 온라인 반시민적 행동을 보이는 사람들은 폐쇄적이고, 자기 통제력이 약하고 충동적이며, 우울하고 사회적으로 위축된 성향을 보이는 특징이 있다. (59쪽)

소비문화 또한 디지털화됨에 따라 소비를 위한 채널도 확장되었으며 고객과 기업이 소통하는 커뮤니케이션 도구 또한 다양해졌다. 커뮤니케이션 도구의 변화는 사람들로 하여금 각기 다른 반시민성을 드러내게 하는 데 영향을 미치는 것이 명백하다. (99쪽)

코로나19 팬데믹으로 인해 단절될 수밖에 없었던 우리들의 일상이 관심 밖이었던 소통 창구인 가상환경의 메타버스를 다시금 부활하게 하였다. 이를 이용하는 많은 사람들이 가상과 현실에 대한 경계 없이 그 속에서 일어나는 일에 즐거움도 느끼지만 상처를 경험하며 새로운 형태의 범죄 온상이 되고 있다. (122쪽)

아바타가 사람이 무의식적으로 하는 비언어적 행동들을 할 수 있도록 구현하거나 혹은 그러한 행동이나 표정 등을 ‘마켓’의 아이템으로 판매하여 유저가 직접 비언어적 행동을 컨트롤하게 하는 것 역시 ‘유저의 몰입감’이나 아바타에 대한 사회적 현존감 및 신뢰감을 높이는 본래의 목적도 달성하지만 상대를 기만하는 결과를 만들어낼 수도 있다. (142쪽)

그런 점에서 가상세계에서 이루어지는 소통은 사실에 기반을 둔 신뢰성 있는 정보의 생산과 유통이라기보다는 즉각적이며 일시적인 감정의 교류에 가까우며, 이러한 과정과 맥락 속에서 정제되지 않고 표출되는 저속하거나 폭력적인 표현 등도 ‘반사회적’인 행동이 아닌 고유하며 특성적인 사회성의 발현이라고 봐야 하는 것일까? (162쪽)

분명한 것은 웹2.0 기술들이 등장한 이후 생산-소비 메커니즘이 전면적으로 바뀌고 콘텐츠 창작자로서 미디어 이용자에 대한 사회적 정의와 그 활동/노동의 영역과 조건이 바뀌고 있다는 것이다. 이용자창작콘텐츠(UGC) 비즈니스 모델의 영향력이 커지는 가운데 플랫폼뿐 아니라 그 생산과 소비에 직접적으로 연루된 이용자의 책무성이 논의되기 시작한 점도 주목해야 한다. (191쪽)

<저자 소개>

금희조

성균관대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수. 위스콘신 대학교-메디슨에서 매스커뮤니케이션 전공으로 박사학위를 받았다. 삼성영상사업단 프로듀서와 텍사스 주립대학교-안토니오 조교수를 역임했다. 현재 성균관대학교 글로벌융복합콘텐츠연구소 소장과 문화예술미디어융합원 부원장, 한국여성커뮤니케이션학회 편집위원을 맡고 있다.

임인재

성균관대학교 글로벌융합콘텐츠연구소 선임연구원. 서강대학교 신문방송학과에서 디지털 미디어 콘텐츠 전공으로 박사학위를 받았다. 서울대학교 언론정보학과 박사후연구원 및 서울대학교 언론정보연구소 객원연구원으로 있었다. 위험 헬스 커뮤니케이션, 미디어 심리학 등을 전공했으며 디지털 미디어, 과학기술, 커뮤니케이션의 융합에 대한 연구를 진행하고 있다.

이세영

성균관대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수. 미국 뉴욕주립대학교 버펄로의 커뮤니케이션학과에서 커뮤니케이션 전공으로 박사학위를 받았다. 대인 커뮤니케이션과 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 분야에 관심을 갖고 의사 소통적 상호작용 방식과 인간 커뮤니케이션 행위에 대해 주로 연구해왔다.

전은미

성균관대학교 글로벌융합콘텐츠연구소 선임연구원. 성균관대학교 경영 대학에서 마케팅 전공으로 박사학위를 받았다. 마케팅 심리학, 소비자학, 마케팅 연구에서 VR마케팅, 인공지능, 챗봇, 소비자 감각에 대한 실증연구를 해왔다.

김소영

성균관대학교 미디어커뮤니케이션학과 박사 수료생. 동 대학의 글로벌 융합콘텐츠연구소에서 연구원으로 활동하고 있다. 디지털 네이티브 세대의 미디어 이용 효과에 대해 관심을 갖고 최근에는 가상환경에서 일어나는 무례한 행위에 대해 연구하고 있다.

박윤정

성균관대학교 글로벌융합콘텐츠연구소 선임연구원. 학부와 석사는 전기전자공학부를 졸업하여 개발자로서 7년 남짓 지내고 다시 인공지능 분야, 특히 융합분야에서 개발을 하고 싶어서 인지과학 박사를 취득했다. 현재 자연어 처리 및 머신러닝과 관련된 여러 연구를 진행하고 있다.

박현지

성균관대학교 문화예술미디어융합원 선임연구원. 영국 골드스미스 런던 대학교와 카디프 대학교에서 석사와 박사학위를 취득하였다. 주요 연구 분야는 뉴미디어와 일상, 소셜미디어, 뉴미디어 영향과 심리, 뉴미디어와 문화이다. 카디프대학교를 거쳐 현재 성균관대학교 미디어커뮤니케이션학과에서 영어 강의를 하고 있다.

김지현

성균관대학교 문화예술미디어융합원 선임연구원. 영국 골드스미스 런던 대학교의 미디어, 커뮤니케이션과 문화연구학과에서 문화연구 전공으로 박사학위를 받았다. 대중문화와 디지털미디어에 관심을 갖고 아마추어 문화생산과 문화산업의 플랫폼화 사례들을 연구하고 있다. 골드스미스 런던대학교, 센트럴랭카셔대학교, 연세대학교에서 강의했다.

<판매처>

알라딘(www.aladin.co.kr), 교보문고(www.kyobobook.co.kr), 예스24(www.yes24.com) 외 오는 6
월 중순부터 온라인 판매 예정

<출판 및 마케팅 관련 문의>

성균관대학교 출판부(press.skku.edu, (02)760-1253~4)