

MCN을 활용한 교육 방안

최민영⁰, 김지윤*, 이태욱*
한국교원대학교, 컴퓨터교육과⁰
한국교원대학교, 컴퓨터교육과*

e-mail: pushzero@naver.com⁰, melloon423@gmail.com*, twlee@knue.ac.kr*

A Study on the Educational Method using MCN

Min-Young Choi⁰, Ji-Yun Kim*, Tae-Wuk Lee*

Dept. of Computer Education, Korea-national University of education⁰

Dept. of Computer Education, Korea-national University of education*

● 요약 ●

4차 혁명 시대의 도래에 따라 정보통신기술(ICT) 활용 능력의 필요성은 날이 갈수록 높아지고 있으므로 범람하는 정보와 기술을 익히고 활용할 필요가 요구된다. 본 논문에서는 미디어를 소비하는 방식이 다양화되면서 주목받는 MCN을 활용하는 교육 방안을 제안한다. 활용하는 방안을 기존에 제작된 콘텐츠를 활용한 교육, 콘텐츠 창작을 통한 교육, 그리고 활용 및 창작을 위한 미디어 리터러시 교육 방법으로 나누어서 제시하였다. 본 논문에서 제안한 MCN을 활용한 교육은 창의성 몰입도 등을 바탕으로 긍정적인 효과가 나타날 것이 기대된다.

키워드: 다중 채널 네트워크(MCN, Multi-channel network), 크리에이터(creator), 미디어 리터러시(media literacy)

I. Introduction

TV에 국한되었던 과거와는 다르게 미디어를 소비하는 방식이 다양화되면서 동영상 공유 플랫폼에서 제공하는 콘텐츠에 대한 관심이 높아져 가고 있다.

십이지 미국의 ‘비라이어타’라는 잡지에서 10대 청소년이 좋아하는 연예인 Top 10을 조사한 결과 10명 중에 2명이 유튜브 스타로 확인되었다[1]. 국내에서는 2018년 8월 18, 19일에 개최했던 크리에이터 행사 ‘DIA Festival 2018’에는 무려 이틀간 4만명이나 되는 인파가 모이기도 했다.

2019 메조미디어 리서치에 따르면, 주 이용 인터넷 매체가 10, 20대에서는 유튜브가 각각 1, 2위로 상위권에 자리 잡고 있다. 또한 유튜브가 없으면 일상이 가장 지루할 것 같다는 설문 결과가 나오기도 하였다[2].

인터넷 매체의 변화와 크리에이터의 인기 및 신뢰도가 상승함에 따라서, 포털에서만 주로 정보를 찾던 과거와는 달리 유튜브 등의 동영상 공유 플랫폼에서 정보를 검색, 습득하는 변화가 이루어지고 있다. 범람하는 정보 중에서 필요한 정보를 활용하는 능력은 생활 속에 깊숙이 파고들었으며 중요한 능력이 되었다.

교육 역시 변화되어 가는 시대에 맞추어서, 동영상 공유 플랫폼을 활용하고 관련 교육을 강화하는 등의 노력이 필요할 것이며, 본 논문에서는 MCN을 활용한 교육 방안에 대해 기술한다.

II. Preliminaries

1. MCN

1.1 MCN의 개념

크리에이터의 콘텐츠를 통합하여 유통하고 관리하는 사업을 다중 채널 네트워크 (MCN, Multi-channel network)라고 일컫는다. 즉 크리에이터의 소속사 개념으로 볼 수 있으며 유통, 광고, 매니지먼트, 마케팅 등의 대행을 통해 발생한 수익을 크리에이터와 분배하는 방식으로 운영한다.

현재는 MCN의 범위가 더 넓어져서, 기획사의 개념뿐만 아니라 유튜브, 아프리카TV 등의 온라인 플랫폼을 중심으로 성장한 1인 미디어 콘텐츠를 포함한 개념이라고 할 수 있다[3]. 본 논문에서는 확장된 의미의 MCN으로 사용한다.

1.2 MCN의 동향

국내 주요 대표 MCN 기업에는 다이아TV, 트레저헌터, 샌드박스네트워크 등이 있으며, 뚜렷한 성장세가 나타났다.

트레저헌터의 감사보고서에 따르면 2017년 79억원에서 2018년 21억원으로 53% 증가하였다. 2016년도에는 영업 손실이 47억원이었던 것에 비해 2018년에는 20억원으로 감소했다. 다이아TV는 현재 유튜브 구독자가 50만명 이상 보유한 팀이 100개가 넘어가고 있다. 샌드박스네트워크는 2018년 매출액이 280억으로 2017년 매출액 140억원에 비해 큰 폭으로 증가하였다[4]. MCN 시장이 기하급수적으로 성장해 나가고 있다는 반증이다.

또한 이와 함께 MCN의 분야와 범위가 다양해져 가고 있다. 뷰티, 게임, 여행, 요리, 영어교육, 리빙 등 다양한 분야의 콘텐츠가 존재하며, 높아진 인기에 따라 진출 범위가 넓어지고 있다.

뷰티 유튜버 ‘이사배’는 메이크업 아티스트에서 시작해서 유튜버에 뛰어들었으며, 유명세를 얻은 후에 브랜드를 런칭하고 지상파프로그램에 참여해서 뷰티 관련 프로그램에 참여하기도 한다. 반대로 개그맨 ‘김준호’, 가수 ‘악동뮤지션 수현’이 크리에이터로 방송을 시작하기도 했다. 또한, 유튜버 ‘올리버쌤’은 학교에서 원어민 영어 강사로 활동을 하다가 유튜버로 자연스럽게 영어를 가르치고자 유튜브 제작을 시작하였으며, 자주 사용하는 문장이나 단어가 실제 영어권에서 어떤 뉘앙스로 들리는지 설명하는 콘텐츠 등을 제공하고 있다. 현재 EBS 강의, 책 집필까지 범위를 넓혀서 활동하고 있다.

이처럼 MCN의 영향력이 커지면서, 다양한 분야의 전문가가 온라인 미디어 플랫폼 영역에 진출하여 전문성이 높아지는 추세이다.

III. The Proposed Scheme

1. MCN을 활용한 교육 방안

1.1 현직교사가 제작한 교육용 콘텐츠 활용

수업 시간에 활용할 수 있는 콘텐츠나 교사들을 위한 교육 자료를 공유하는 채널을 활용할 수 있다.

유튜브 ‘참쌤스쿨’ 채널은 교사용 자료와 수업 시간에 활용할 학습 자료를 제공하는 채널로, 블로그와 유튜브에 영상 콘텐츠, 실제 활용할 수업 자료 등을 제공한다. 또한 교육과정 연계 영상, 한국어 정리 등의 교과 관련 콘텐츠뿐만 아니라 가치관, 역사에 대한 교육에 필요한 콘텐츠를 제공한다. 현직 교사가 제작한 장애 이해 교육 임시 정부 100주년 관련 영상 등의 콘텐츠를 수업시간에 활용한다면, 짧은 시간에 관련 지식을 전달하고, 블로그에서 제공하는 관련 설명 자료나 학생들에게 나누어 줄 유인물을 통해 토의·의견 나누기 등을 통해 심층적인 수업을 진행할 수 있을 것이다[5].

1.2 크리에이터 제작 교육용 콘텐츠 활용

유튜브 ‘ㅋㅋㅋ 코딩TV’ 채널은 코딩을 소재로 어린이 대상 버라이어티 프로그램을 제작한다. 이 채널에서는 게임이나 실제 체험을 통해서 미션을 풀며 시청자와 함께 코딩을 배우는 콘텐츠를 활용할 수 있다.

이 채널에서 ‘입력과 출력’을 이해를 돕기 위해 실제로 ‘입력’, ‘출력’이 되는 주변 물건을 찾아보는 영상이나 미인크래프트를 배워보는 영상 등을 수업에 활용한다면, 실제 체험을 함께하는 것과 같은 효과를 주어 지식과 흥미를 동시에 얻을 수 있을 것이다. 프로그램 진행자는 크리에이터 ‘양땡’, ‘헤이지니’, ‘럭키강이’로 원래 유명 크리에이터이지만 코딩을 전문으로 하는 크리에이터가 아니다. 그러므로 학생과 같은 입장에서 배워 나가는 방식으로 진행을 하기 때문에 같은 눈높이에서 진행이 가능하여 수업 도입 부분에 활용하여 몰입도를 높일 수 있을 것이다.

유튜브 ‘VR 가상현실 멀미왕’ 채널은 의료 수업, VR 복싱 등 다양한 VR 관련 콘텐츠를 제공한다. VR, AR 등의 신기술 관련 교육을 진행하고자 할 때 실제 장비를 활용해 수업을 진행할 여건이 안 되는 경우가 많다. 그러므로 이러한 채널을 수업에 활용하면 실제 활용 사례를 콘텐츠를 통해 보여줄 수 있을 것으로 기대된다.

예를 들어 의료 수업에서 가상현실로 진행되는 Medical Realities를 보여주는 콘텐츠를 통하여 해부, 시험 등을 VR로 진행되는 모습을 학생들에게 보여줄 수 있다[7].

1.3 콘텐츠 창작을 통한 미디어 리터러시 능력 개발과 공감 능력 및 비판적 사고 능력 향상

MCN의 교육 활용에 대한 또 다른 방법으로 교사와 학생이 직접 크리에이터가 되어서 교육 콘텐츠를 함께 창작하는 방법이 있다.

교사의 전문성과 학생의 친밀성이 반영되어 시청자들에게 콘텐츠에 대한 선호도를 높일 수 있으며 학생이 직접 만들어 가는 과정을 통해서 학습을 넘어서 참여, 소통, 책임감 등을 자연스럽게 습득할 수 있을 것이다.

특정 단원을 활용하여 콘텐츠를 만드는 방법도 있지만, 학교폭력, 가치관 등을 생각해볼 수 있는 콘텐츠를 제작하여 공감 능력과 비판적 사고를 기를 수 있는 방안도 있다. 사회적 문제를 다루면서 부정적인 효과를 구체적으로 찾아보고 기획하면서 체험하는 것은 예방 교육으로 좋은 방법이 될 수 있을 것이다. 미국에서는 왕따 체험, 가짜 뉴스 제작하기 등을 정규교육 시간에 포함하기도 하는데, 이런 경험을 통해 타자성을 배울 수 있다[8].

미디어 리터러시는 콘텐츠를 비판적으로 수용하며, 창작 과정에 창의적으로 참여하고 콘텐츠 기반으로 다른 사람들과 자유롭게 소통하는 능력을 의미하며[9], 교육 콘텐츠 개발 경험은 콘텐츠 시청, 제작

자체를 통한 교육뿐만 아니라 올바른 활용창작을 위한 미디어 리터러시 교육도 가능하다.

대표적인 사례로는 현덕초등학교 광덕분교장 학생들의 유튜브 채널이 있다. 애니메이션 제작과 영상, 스톱모션 애니메이션 편집 방법 등의 내용의 콘텐츠를 제공하고 있다. 예로 '악플이의 후회'라는 콘텐츠는 악플을 다는 악플이가 벌을 받고 후회를 하는 내용을 담고 있다[10].

1.4 MCN 활용창작을 위한 미디어 리터러시 교육

초등학생 사이에서 크리에이터가 인기 직업으로 주목받을 정도로 인기를 끌면서, 크리에이터들의 특정 표현, 리액션, 거친 언행 등이 유행처럼 번지고 있다. 심지어 특정 주제에 대해 언급하는 가치관까지 주입되는 등 학생들에게 많은 영향을 끼치고 있다.

현직 초등학교 교사인 김자영(2017)은 자극적인 말을 하면서 친구에게 상처를 주고 학교폭력으로 이어져서 신고가 들어오는 것을 보고, '어떻게 지도해야 할까?'라는 고민에서 비롯하여 미디어 리터러시에 대한 수업을 진행하였다.

지도 대상은 5학년으로 국어 교과 내에서 목표 및 역량을 함양하고 있다. 도입 단계에서는 유튜브, 페이스북 등 알고 있는 미디어 매체에 대해 대화를 나눈다. 전개 단계에서는 단점, 장점, 속성 등을 골고루 다루고 있는 기사를 선정하여 이야기를 나누며 PMI 기법을 활용하여 토의를 진행한다. PMI 기법은 사물이나 문제 상황에 대해서 P (Plus, 좋은 점), M (Minus, 나쁜 점), I (Interest, 흥미로운 점) 로 분류하는 기법을 의미한다. 좋은 점인 재미, 저비용, 양방향 소통, 다양한 콘텐츠 등으로 선정되었고, 나쁜 점에는 불건전한 요소, 규제의 어려움, 잘못된 정보 전달 등이 선정되었으며 흥미로운 점에는 신기함, 관심 분야에 대한 흥미 증진 등이 선정되었다.

지도안에는 1인 미디어 방송을 한다면 어떤 주제로, 어떤 점을 고려해야 할지 작성해보고, 콘텐츠 생산자와 소비자의 구분이 사라진 현상에 대해 이야기를 나누는 내용도 포함되어 있다[11].

이 지도 사례는 기존의 미디어 리터러시 교육에서 벗어나서 점차 노출 빈도가 높아지는 MCN 콘텐츠에 대한 교육 방안으로 의미가 깊다.

또한 저작권을 침해한 방송 찾기, 유해 방송 골라보기, 유용한 콘텐츠 추천하기 등 다양한 미디어 리터러시 교육을 진행하는 방안이 있다. 이를 통해 저작권 교육, 인성 교육 등을 동시에 진행할 수 있다.

IV. Conclusions

4차 혁명 시대의 도래에 따라 정보통신기술(ICT) 활용 능력의 필요성은 나날이 늘어 가고 있으며, 모든 분야가 서로 연관되는 디지털 사회로 거듭나고 있다. 그러므로 범람하는 정보와 기술은 반드시 익히고 활용해야 할 부분이 되었다.

다양한 분야의 콘텐츠가 많으므로 최신 기술을 구현한 실험적인 콘텐츠를 제작하는 크리에이터와의 협업을 통해 교육 등 다른 분야와 융합이 가능하다. 예를 들어 실감형 교육을 모토로 성장하고 있는 VR 시장은 모바일 m러닝, e러닝, 로봇을 이용한 R러닝, VR러닝의 활용 등 교육의 양과 질의 수준 측면에서 2016년부터 연평균 25.8%씩 고속성장을 하며 급성장곡선을 그리고 있다[12]. 그러므로 다양한 4차 혁명에 따른 기술과 교육의 협업이 가능하도록 도울 수 있으며, VR 장비 부족 문제를 일정 부분 MCN의 콘텐츠를 통해 해결할 수 있다.

영상 콘텐츠 창작의 교육적 효과를 기대할 수 있다. 강숙희(2007)는 학생들은 영상 창작 과정을 통해 흥미를 가지고 자신의 생각을 표현하고 타인과의 의견을 교환하는 방법을 경험했으며, 전문적이지 않더라도 독창성, 참신성, 현실감을 느낄 수 있다는 점에서 UCC 영상 창작을 교육적 가치를 인정했다[13].

콘텐츠의 유통을 통해 디지털 경제활동을 체험할 수 있다. 유진희(2018)는 학생들이 영상 콘텐츠에 적용되는 광고 수익을 통해, 디지털 환경에서 가상 경제를 체험하며 경제 원리와 시장구조를 미리 체험해 볼 수 있음을 인정했다[8].

위와 같은 콘텐츠 활용, 제작 등을 익히면서 좀 더 유용한 콘텐츠 제작이 이루어진다면 국가적인 측면에서도 긍정적인 영향을 받을 수 있다. 정부, 기관 차원에서 장려를 하며 글로벌 진출을 도모하거나 콘텐츠 강국을 지향할 수 있다. 그러므로 과학기술정보통신부에서 '1인 미디어 창작자 현장 소통 간담회'를 주최하는 등 다양한 장려 방안이 마련되고 있다. 이런 기회를 통해 좀 더 전문적인 콘텐츠 제작이 이루어진다면 다양한 방면에 긍정적인 영향을 기대할 수 있을 것이다.

REFERENCES

- [1] Yonhap News Agency, 'The Age of Independent media' The World's Biggest Video Festival, 'Beadcon 2016' opens, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20160624007600075>
- [2] Mezzo Media. Media Usage Behavior and Consumers' attitude Towards Advertising, 2019
- [3] Hong Da Hyun and Jeon Jong Woo, Consumer Psychology, Creator and Content Effect, Advertising studies, Vol. 29, No. 7, pp. 55-74, 2018
- [4] MCN companies that growing in quantity expect to turn a profit, <https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=19099815&memberNo=997329&vType=VERTICAL>, 2019
- [5] Chamssaem School, <https://www.youtube.com/channel/>

UCHwOQ9wD0XJLnCEYiHQM1jQ

- [6] kidkiddcodingTV, <https://www.youtube.com/channel/UC1WmN-GYIMMLOtKe2Yr9VsA>
- [7] VR Virtual Reality King of motion sickness, https://www.youtube.com/channel/UCZr7BcQMia_aVJtHJk63lGg
- [8] Yoo Jin hee, The Age of MCN 2.0, Future Education Methods and Strategies Using Video Contents, Korea Multi Channel Network Association, Vol. 8, No. 1, pp. 118-139, 2018
- [9] Yoo Hong Sik, Essential Capacity of Democratic Citizens, Media Literacy, No. 4, pp. 6-11, 2018
- [10] AniClass, <https://www.youtube.com/channel/UCSO-7pbKB-agHbYpgm8l1CQ>
- [11] Kim Ja Young, Case on Lesson guidance for Understanding Independent Media Briadcasting, Media Literacy, 2017, <https://brunch.co.kr/@kpf10/480>
- [12] Choi Jae Hong, Future of Education and Culture Industry through Virtual Reality, Science and Technology Policy Institute, No. 29, pp. 20-23, 2016
- [13] Kang Sook Hee, A Study on the University Students' Perception of Educational Efficacy in UCC, Journal of Korean Association for Educational Information and Media, Vol. 13, No. 4, pp. 25-48, 2007.