

전문가 집단의 글쓰기 담론 연구: 유튜브(YouTube)를 중심으로

조영권
전북대학교 정치외교학과 박사

Writing Discourse Study in a Group of Professionals: Focusing on YouTube

Young-kwon Cho
Ph.D., Department of Political Science and Diplomacy, Jeonbuk National University

요약 이 논문은 유튜브(YouTube) 영상에 나타나는 작가와 소설가, 글쓰기 강사 등 전문가들의 글쓰기에 관한 담론을 서사 분석 방법으로 연구했다. 분석 결과 글쓰기 담론을 구성하는 다섯 가지 핵심 주제는 첫 번째가 글쓰기를 위한 적극적 독서, 두 번째 쉽 없이 쓰고 더 많이 쓰기, 세 번째 재능보다 열 번 고쳐 쓰기, 네 번째 1인 미디어 시대, 구어체로 글쓰기, 다섯 번째가 소셜 미디어에서 피드백 나누기였다. 전문가들의 글쓰기 담론은 소셜 미디어 시대의 글쓰기의 변화를 잘 보여주고 있었다. 첫째는 읽기 중심에서 쓰기와 고쳐 쓰기 중심으로 글쓰기 문화의 중심이 이동했음을 확인할 수 있었다. 둘째, 소셜 미디어 시대의 글쓰기는 자연스럽게 말하듯 글을 쓰는 구어체가 지배적인 코드가 되었음을 알 수 있었다. 셋째, 소셜 미디어 시대 글쓰기는 공개적으로 피드백을 나누는 협력과 공유의 사회적 글쓰기인 점이 확인되었다. 이러한 결과는 향후 미디어와 글쓰기에 관한 연구에 시사하는 바가 크다.

주제어 : 글쓰기 담론, 서사 분석, 소셜 미디어, 사회적 글쓰기, 유튜브(YouTube).

Abstract This paper analyzed the discourse on writing by experts such as writers, novelists, and writing instructors appearing in YouTube videos through narrative analysis methods. According to the analysis, the five key topics comprising writing discourse were: Active reading for writing, Nonstop writing and writing more, Rewriting 10 times more than talent, Writing in spoken language in the era of one-person media, Sharing feedback on social media. The writing discourse of professionals illustrated the change in writing in the age of social media. First, it was confirmed that the writing culture shifted from reading to writing and rewriting. Second, writing in the social media era naturally showed that the spoken language of writing became the dominant code. Third, it has been confirmed that writing in the social media era is social writing of cooperation and sharing that openly share feedback. These findings will have significant implications for future research on media and writing

Key Words : Writing Discourse, Narrative Analysis. Social Media, Social Writing, YouTube.

1. 서론- 미디어 환경과 글쓰기 담론

미디어 환경이 빠른 속도로 변화하고 있다. 미디어는 1920년대 라디오 방송의 시작에 이은 1956년 텔레비전 방송으로 책과 인쇄물을 중심으로 한 인쇄 문화에서 대중 매체 문화로 전환되었다. 이어 1990년대 초부터 인터넷이 보급되기 시작하면서 이제는 쌍방향의 소셜 미디어(social media)와 1인 미디어 시대가 완전히 정착되었다[1].

개방형 온라인 플랫폼인 소셜 미디어의 확산은 사회의 모든 분야에서 혁명적인 변화를 가져왔다. 소셜 미디어를 기반으로 사람들은 자신의 경험과 정보를 실시간으로 서로 나눌 수 있게 되었다. 소셜 미디어는 블로그(Blog)와 페이스북(Facebook), 유튜브(YouTube)와 카카오톡 등 다양한 플랫폼들이 잇따라 나오면서 사용자가 계속해서 증가하는 추세이다[2].

책과 인쇄물, 라디오와 TV와 같은 전통적인 대중 매체가 일방적 소통 양식의 특성을 가진 것이라고 한다면, 소셜 미디어는 이용자들이 다양한 콘텐츠를 함께 나누는 쌍방향 소통 양식을 기본 속성으로 가지고 있다. 변화한 소통 양식을 기반으로 소셜 미디어는 제한 없는 콘텐츠 생산과 사회적 대화의 공간을 활짝 열어놓았다.

소셜 미디어의 확산은 글쓰기 문화에도 혁신적인 변화를 초래했다. 소셜 미디어는 읽기 중심 문화에서 쓰기 중심 문화로 일대 전환을 가져왔다. 오랫동안 인쇄 시대의 중심에 있었던 읽기 문화는 이제 근대적인 것으로 간주되었다. 충분한 읽기가 전제되어야 무엇인가를 쓸 수 있다는 인식은 점차 희미해지고, 반면에 쓰기를 앞세우고 필요한 만큼 읽는다는 사고가 설득력을 얻었다.

작품을 생산하는 소수 전문 작가와 이를 소비하는 다수 대중이 있다는 생각도 시대착오적인 것으로 여겨졌다. 소셜 미디어 확산으로 촉발된 글쓰기의 다른 큰 변화는 사회적 글쓰기의 확산이다. 전문가 중심의 독점적이고 일방적인 글쓰기에서 누구라도 작가가 될 수 있는 시대, 소셜 미디어를 활용하는 모든 대중이 작가가 되어 글을 쓰는 사회적 글쓰기 문화의 시대가 열린 것이다.

이 논문은 이처럼 급속하게 변화하는 미디어 환경 속에서 글쓰기 담론이 실제 어떠한 양상으로 나타나는지 살펴보고자 한다. 변화의 한복판에 있는 작가와 소설가, 대중에게 글쓰기를 가르치는 직업을 가진 전문가들은 어떤 생각을 가지고 있으며, 글쓰기에 관해 무엇을 말하고 있을까. 특히 유튜브와 같은 1인 미디어 환경에서 전문가들의 글쓰기 담론은 어떠한 주제를 중심으로 구성되고 있는지 알아보려고 했다.

대표적인 1인 미디어 동영상 플랫폼인 유튜브의 글쓰기 담론을 살펴보는 작업은 글쓰기 문화의 흐름을 읽는 좋은 방안이 될 것이다. 소설가와 같은 문학인을 비롯해 여러 권의 책을 낸 작가, 글쓰기를 지도하는 강사와 대학교수, 책을 소개하는 북튜버 등의 전문가는 그야말로 글쓰기에 관한 지배적 담론 생산자임에 틀림없다. 글쓰기 현장의 최전선에 있는 전문가의 담론을 분석하는 작업은 오늘날 글쓰기 문화의 특징적인 변화를 확인하는 데 유용한 방법이라 여겨진다.

이 같은 인식을 토대로 이 논문은 이들 글쓰기 전문가들이 어떤 담론을 생산하고 있고 그 의미가 무엇인지를 분석하고자 한다. 전문가들의 담론은 글쓰기 문화의 과거와 현재는 물론 미래까지 가늠할 수 있는 중요한 단서들을 제공할 것이다.

2. 선행 연구

디지털 미디어와 소셜 미디어의 확산에 따른 글쓰기 문화의 변화 양상을 다룬 앞선 연구들은 매체 환경의 변화에 따른 읽기와 쓰기에 관한 인식 변화, 문체와 작품 생산, 쓰기 방식의 변화 등 다양한 주제에 관해 논의했다.

소셜 미디어는 이제 낯설지 않은 글쓰기 공간이 되었다. 이재현은 소셜 미디어를 테크놀로지로 구현된 글쓰기 공간으로 정의하고, 미디어 다중성의 맥락에서 이미지와 사운드, 텍스트 사이의 복합적 관계가 일궈내는 소셜 미디어의 복합적인 텍스트성을 논의했다.[3]

소셜 미디어는 글쓰기 방식에도 큰 변화를 초래했다. 장창영은 디지털 미디어 시대는 사용자 중심의 역동적인 하이퍼텍스트(hypertext) 글쓰기 시대라고 규정했다. 이전 글쓰기 방식이 신뢰와 권위, 일관성과 통일성을 핵심 관념으로 삼았다면, 디지털 시대 글쓰기는 해체와 재구성, 통합의 맥락에서 이뤄진다고 보았다[4].

하이퍼텍스트의 글쓰기에서는 과거처럼 작가 중심의 일방주의가 더는 통용되지 않는다. 신중락은 이런 관점에서 작가와 독자의 관계가 예전과는 달리 상호 소통 가능한 수평 관계로 변화했다고 보았다. 하지만 누구나 전자 책을 낼 수 있는 시대가 되면서 이러한 상황이 문학의 수준을 저하시킬 수도 있다는 점을 경계했다[5].

읽기 양상에도 큰 변화가 있었다. 구연정파 임석원은 디지털 미디어 시대의 읽기를 ‘능동적 읽기’와 ‘다시 쓰기’라는 개념으로 재정의해야 한다고 주장했다. 독자는 책을 읽는 행위를 통해 그 의미를 자기 관점으로 재해석하며,

이 과정을 통해서 텍스트를 ‘다시 쓰고’ 새로운 저자로 탄생한다. 연구자들은 이러한 인식을 바탕으로 디지털 미디어 기술을 활용한 ‘능동적 읽기’와 ‘다시 쓰기’의 글쓰기 수업 모델을 제안했다[6].

소셜 미디어의 텍스트는 구술적 특성이 두드러진다는 점도 논의됐다. 장경현은 언어 사용 공간이 일상생활에서 디지털 미디어로 옮겨가면서 주장 내용이 더욱 강하게 전달되는 음성 발화적 특성이 한층 커졌다고 보았다[7]. 이동후도 뉴미디어 시대의 텍스트가 구술 담화 텍스트와 유사한 양상을 가진다고 지적했다. 이 같은 구술 담화적 유사성으로 저자와 독자는 네트워크로 연결돼 유연한 언어 표현을 생산하고 공유한다는 것이다.[8].

미디어 환경 변화는 대화식 소통 방식을 촉진하는 것으로 나타났다. 민춘기는 뉴미디어 환경의 소통 방식이 민주적이고 책임 있는 그물망형 대화를 가능하게 한다고 보고, 이러한 점을 적극적으로 활용해 일방적 담화보다는 대화식 소통을 자극할 수 있는 글쓰기 교육을 해야 한다고 주장했다[9].

황성근은 소셜 미디어에서 나타나는 글쓰기의 설득 구조가 댓글을 통해 수정되거나 재편집되는 쌍방향성을 특징으로 한다고 전제하고, 이러한 특성이 일상적인 말하기의 설득 구조와 매우 유사하다고 보았다[10]. 또한 소셜 미디어의 글쓰기에서 탈문법과 감정적인 표현, 구어적 표현이 많아지는 것과 같은 말하기식 글쓰기의 특징들을 관찰했다[11].

장노현은 글쓰기의 작업 방식에도 큰 변화가 나타났고 지적했다. 과거처럼 창조적인 개인이 혼자서 고립되어 작품을 쓰는 시대가 아닌 협력적인 작품 활동의 비중이 커지고 있다고 봤다. 이에 따라 문학 교육은 읽기 중심에서 협업을 고려한 쓰기 중심의 교육으로 전환되어야 한다고 지적했다. 실제로 미국 대학에서 문학 교육은 읽기 위주에서 글쓰기 중심 교육으로 바뀌었다는 사실도 언급했다[12].

위의 연구들을 보면 소셜 미디어 환경에서 글쓰기는 사용자 중심의 하이퍼텍스트 생산 구조를 기반으로 하고 있고, 말하기와 유사한 구술적 특성이 두드러지며, 상호 대화식 소통 방식과 협력적 작업 특성이 강화되는 방향으로 변화하고 있음을 알 수 있다.

3. 연구 대상 및 방법

이 연구는 글쓰기 전문가들이 유튜브(YouTube)에 올린 영상을 분석하여 글쓰기 담론의 핵심 주제와 의미 맥

락을 규명하고자 했다.

유튜브 앱은 2020년 4천만 명 이상이 시청한 가장 주목받는 대표적인 1인 미디어 플랫폼이다[13]. 따라서 이곳에 올린 전문가들의 글쓰기 관련 영상은 글쓰기에 관한 비중 있는 담론을 형성하고 있다고 봐도 좋을 것이다.

연구를 위하여 유튜브에서 ‘글쓰기’, ‘작문’, ‘쓰기’, ‘필사’, ‘요약하기’라는 5개 주제로 관련 영상을 검색했으며, 연구 주제에 부합하는 영상 가운데 조회 수가 1,000회가 넘는 영상물을 선별했다(최종 검색일: 2021년 4월 30일). 조회 수 1,000회는 유튜브에서 제작자에게 광고비를 지불하는 기준이다. 따라서 영상을 제작하는 유튜버나 구독자에게 의미 있는 조회 수라 할 수 있다. 동영상 내용이 중복되면 상대적으로 조회 수가 더 많은 전문가의 영상을 선택했다. 그러나 연구 과정에서 필요한 경우에는 조회 수가 1,000회 미만이라도 추가로 영상을 확보해 전사한 뒤 분석했다. 이에 해당하는 조회 수 1,000회 미만 유튜브 영상은 3편이었다.

Table 1. Research Target Information

No.	Career	Subject / Year	View Count
A1	Writer	Writing, 2018	14,352
A2	Writer	Transcription, 2020	3,388
B	Writer	Reading, 2020	2,287
C1	Novelist	Composition, 2020	1,427
C2	Novelist	Novelist, 2019	1,404
D1	Novelist	Novel Writing, 2017	291,922
D2	Novelist	Reciting a Poem, 2019	137,394
E1	Writer	Writing, 2020	1,830
E2	Writer	Writing, 2019	88,446
E3	Writer	Writing, 2020	8,600
F	Writer	Writing Secrets, 2019	206,803
G1	Professor	Writing, 2020	22,683
G2	Professor	Writing, 2020	34,324
H1	Writer	Writing, 2020	1,115
H2	Writer	Readability, 2021	185
I	Writer	Writing, 2020	608
J	Novelist	Novel Writing, 2019	33,738
K	Writer	Writing, 2020	484,950
L1	Novelist	Expression, 2020	48,928
L2	Novelist	Novel Writing, 2020	19,527
L3	Novelist	Elaboration, 2014	7,622
M	Booktuber	Summary, 2019	70,193
N	Producer.	Writing Feedback, 2018	432,894
O	Professor	Writing Education, 2017	151,428
P	Presentation Expert	Spoken Language, 2017	3,494
Q	Writer	Writing Meeting, 2020	106

이 같은 선정 과정을 거쳐 전문가 17명이 출연하거나 직접 제작한 동영상 26편을 분석 대상으로 확정했다. 시기별로 보면 2021년 1편, 2020년 13편, 2019년 7편, 2018년 2편, 2017년 2편, 2014년이 1편이었다.

자료 분석을 위해 서사 분석 방법을 활용했다. 서사 이론(narrative theory)은 텔레비전과 영화는 물론 유튜브와 같은 미디어의 담론(discourse)을 분석하는 데 유용한 분석틀이다[14]. 이는 미디어가 경험을 이야기로 전달하는 인간의 의미 전달 방식을 공유하기 때문이다. 인간이 경험을 이야기로 전달해 의미를 추구하는 것처럼 미디어도 텍스트의 담론을 통해 의미를 전달한다[15]. 미디어 담론은 ‘재현 체계’로서 나름의 현실을 구성하며, 텍스트를 둘러싼 사회적 문화적 맥락에 따라 결정된다[16].

기호는 기호체계에서 주어진 위치와 기호 간 차이를 통해 의미를 획득한다[17]. 예술의 체계적 집합체인 담론은 기호들을 연결하는 서술 행위를 통해 그 의미가 드러내며[18], 서술 행위는 의미를 구성하는 통합체의 선택과 결합에 긴밀하게 연관돼 있다[19].

통합체(paradigm)는 상호 연관된 기표들을 순서대로 배열하면서 의미 있는 조합을 만들어 낸다[20]. 언어를 예로 들면, 문장은 단어의 통합체이며 문단은 문장의 통합체이다. 통합체는 문장이나 단락과 같이 규칙에 의해 순서적으로 배열된 기호의 조합을 말한다[21]. 따라서 분석은 가장 기본 단위인 단어와 문장에서 시작하며, 이 단위들이 결합된 통합체적 관계로서 서술 행위를 파악하는 것이다[22]. 이 같은 방식으로 서술 행위는 핵심적인 주제를 의도적으로 부각시켜 사건을 재배열한 이야기(story)가 된다[23].

이 연구에서는 담론 주제를 드러내는 서술 행위 분석과 함께 그것이 어떤 방식으로 의미를 생산하고 있는지 보기 위해 이항 구조 분석과 코드 분석을 병행하였다.

이항 구조(binary structure)는 언어가 구축되는 기본 원리이며 의미 생성에 필수적이다. 기호가 의미를 갖는 이유가 다름 아닌 대립 체계에 있기 때문이다. 빛은 어둠과 대조되어 의미를 획득하고, 형식은 내용과 비교할 때 의미를 얻는다. 특정한 문화에서 각각의 개념은 대조와 차이를 통해서 의미를 갖게 된다. 서술행위에 내재한 이항구조를 분석함으로써 우리는 이야기의 의미를 더욱더 선명하게 분별할 수 있다[24].

코드(code)는 기호들이 조직되는 원리이다. 잔여 코드와 지배적 코드, 새로 떠오르는 코드는 사람들 내부에서 일어나는 변화의 의미를 전달한다. 잔여적 코드란 시간의 흐름에 따라 쇠퇴해 가는 코드이며, 지배적 코드는 가장

많이 사용되어 현재 유행하는 코드를 말한다. 새로이 부상하는 코드는 유행하는 코드와 함께 공존하면서 점차 사용 빈도가 높아져 힘을 얻고 있는 코드이다[25]. 잔여 코드와 지배적 코드 그리고 새로 떠오르는 코드는 어떠한 것이 도전에 직면했으며, 새로운 트렌드로 부상하는 것은 무엇인지 알 수 있게 해준다.

4. 연구 결과

전문가들의 글쓰기 담론을 분석한 결과 다섯 가지 핵심 주제를 확인할 수 있었다.

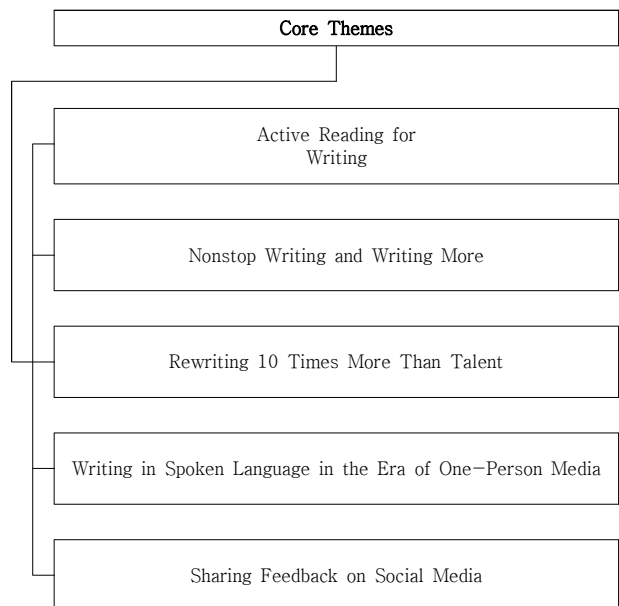


Fig. 1. The Five Core Themes of the Writing Discourse

다섯 가지 핵심 주제는 ‘글쓰기를 위한 적극적 독서’, ‘쉽 없이 쓰고 더 많이 쓰기’, ‘재능보다 열 번 더 고쳐 쓰기’, ‘1인 미디어 시대, 구어체로 글쓰기’, ‘소셜 미디어에서 피드백 나누기’였다. 전문가들의 생생한 경험에서 나온 이 다섯 가지 핵심 주제는 글쓰기를 잘할 수 있는 효과적인 방법과 요령을 담고 있으며, 아울러 1인 미디어 시대에 걸맞는 글쓰기 방향도 제시하고 있었다.

이 같은 글쓰기 담론 주제별 서술 행위를 자세히 살펴보면 다음과 같다.

4.1 글쓰기를 위한 적극적 독서

4.1.1 서술 행위 분석

전문가들은 책을 눈으로만 읽었던 ‘전통적 읽기’ 방식을 배제하고 ‘적극적 읽기’에 초점을 맞춰 담론 주제로 부각했다. 적극적 읽기는 집중적인 읽기와 관찰과 분석, 반복적 읽기, 그리고 기록하면서 읽기가 포함된다.

우선 작가들은 일정한 기간 동안 집중적으로 책을 읽는 것이 글쓰기의 출발점이라고 했다. 한 작가는 4년 동안 여러 분야의 책을 읽고 나자 글을 쓸 수 있었다고 했다. 또 다른 소설가는 대학에 진학한 뒤 도서관에서 여섯 달 동안 책만 읽었으며 이후 본격적인 습작을 할 수 있었다고 말했다.

“도서관에서 한 6개월 책을 읽었어요. 읽고 나니 카 시를 쓰고 싶었어요. 저도 정말 뭔가를 쓰고 싶어진 거죠. 시를 쓰고 또 쓰고, 시로 등단을 하고 소설가로 다시 등단을 했지요.” <소설가 L2>

글을 쓰고 작가가 되기 위한 독서는 여느 독서와 달랐다. 꼼꼼하게 관찰하고 작품을 분석하는 노력이 필요했다. 작가들은 좋은 책과 작품을 몇 번이고 반복해서 읽고 책의 내용을 분석하는 적극적인 독서를 조언했다.

소설이라면 플롯을 분석하고 이야기 패턴과 구조를 체계적으로 정리하는 것이 작품을 쓰기 위한 중요한 기초 작업이라고 했다. 이렇게 해야 좋은 문장과 표현법을 자연스럽게 익혀 자신의 글쓰기 능력을 발전시킬 수 있다는 것이다.

“다른 패턴들 여러 가지의 구성 형식을 정리해 두는 것이 자신한테는 굉장히 큰 밑천이 되죠. 소설을 쓰거나 할 때 이 자료들을 보면서 어떤 스토리 라인에는 어떤 구성 형식이 더 효과적인지 배우거나 하는 도움을 받게 되는 것이죠.” <소설가 L2>

좋은 글을 암송하거나 필사하고 요약하라는 조언도 있지 않았다. 책 한 권을 읽었다면, 책의 어휘와 표현, 내용 등을 활용해서 새로운 글을 써보는 것이 필요하다고 했다.

“지금 생각해보면 그 때 외웠던 시들, 그런 것들이 나중에 소설 쓰고 이럴 때 자양분이 되지 않았을까 그런 생각이 들어요.” <소설가 D2>

“그냥 책 한 번 훑고 가는 게 아니라 필사를 하

거나 요약을 해보는 겁니다. 그래야만이 그 글의 심장을 이렇게 딱 손으로 쥐어봐야 그래야 의미가 있는 거죠.” <작가 F>

4.1.2 이항 구조 분석

글쓰기 전문가들은 소극적 읽기와 적극적 읽기를 대립시키면서 적극적 읽기에 초점을 맞췄다. 소극적 읽기는 주로 시각에 의존해서 책과 자료를 읽는 인쇄 문화 시대의 낡은 방식이다. 이에 반해 적극적 읽기는 글쓰기를 위한 효율적인 읽기 방법이다.

적극적 읽기는 공감각을 활용하는 독서이다. 눈으로 책이나 자료를 읽는 것에서 더 나아가 그 내용을 필사하거나 요약하는 식으로 촉각을 동원한다. 또 소리 내 읽으면서 청각을 사용한다. 관찰하고 분석하며, 필사하거나 요약하면서 그 책의 내용과 구성, 표현을 한꺼번에 익힘으로써 글쓰기의 자료로 삼는 것이 적극적인 독서이다. 적극적인 독서야말로 소셜 미디어 시대에 반드시 필요한 읽기 방식이다.

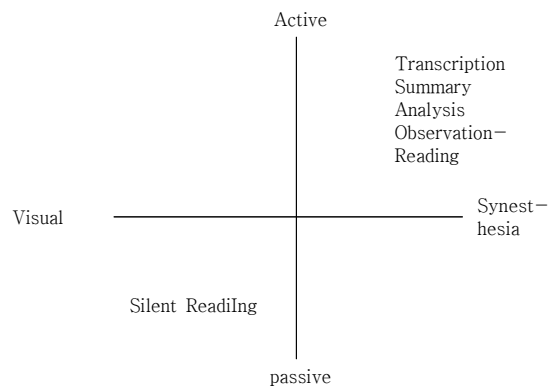


Fig. 2. Binary Structure of 'Active Reading for Writing'

4.2 씬 없이 쓰고 더 많이 쓰기

4.2.1 서술 행위 분석

글쓰기의 중심은 바로 ‘쓰는 행위’ 그 자체에 있다는 점을 전문가들은 초점으로 부각해 강조했다. 구상만 한다거나 읽기만 해서는 글쓰기 안 된다. 쓰고 또 쓰는 일이 습관이 될 때 글쓰기가 발전한다. 적절한 분량을 쓰는 것도 잊지 말아야 한다.

전문가의 글쓰기는 실제 ‘쓰는 행위’에서 출발했다. 글쓰기는 펜을 들어 쓰면서, 키보드를 두드리면서 시작되고 했다. 글을 잘 쓰는 방법은 따로 있는 게 아니다. 무조건 멈추지 말고 써야 한다는 것이다. 글쓰기를 시작할 때

나타나는 두려움을 이기는 힘도 끊임없이 쓰는 데서 나온다고 했다.

“무조건 많이 써봐야 잘 쓰게 됩니다. 무조건 많이 쓰셔야 한다는 거예요.” <교수 L2>

“진짜 중요한 건데 두려움에서 벗어나려면 자주 써야 돼요. 많이 써서 익숙해지면 두렵지 않아요.” <작가 F>

첫 문장 쓰기가 주저되고 어려운 것은 전문가들도 마찬가지였다. 백지를 앞에 두고 이런저런 생각을 하다가 쓰지 못하는 때도 빈번했다. 그래서 한 소설가는 글을 쓸 때는 아예 생각하지도 말고 무조건 쓰기부터 해야 한다는 역설을 언급했다.

“생각하는 것은 별 도움이 안 됩니다. 막연히 백지를 앞에 놓고 하는 생각의 대부분은 좋은 생각들이 아니에요. 그러니까 생각들을 하지 마시고요.” <소설가 L3>

“많이 쓰는 작가는 점점 더 많이 쓰게 되요. 그 사람들이 그런 이유가 있어요. 자꾸 써야 뇌가 활성화 되는 거죠. 그래서 너무 오래 쉬면 그 뇌가 돌아가지 않아요.” <소설가 D1>

작가로 살기 위한 글쓰기는 숨 쉬고 밥을 먹는 일과 같은 습관이자 일상이어야 했다. 아무리 좋은 글쓰기 방법이 있다하더라도 매일 쓰는 습관이 들지 않으면 전문적인 작가가 되기는 힘들다고 했다.

“습관적으로 아침에 산책하고 집에 와서 씻고 글을 쓰는 일을 반복했어요. 써지진 않았지만 매일 시도를 했어요. 스물 며칠째 되는 날 쓸거리가 막 떠오르는 거예요. 그날부터 글이 써 지기 시작했어요.” <작가 L2>

글을 쓸 때는 욕심을 버려야 한다는 조언도 있었다. 초고를 쓰거나 처음 글을 쓸 때 잘 쓰겠다는 욕심을 버리고 생각나는 모든 것을, 모아놓은 전체 자료를 원고 위에 자유롭게 펼쳐놓으라고 했다.

소설 쓰기도 이와 비슷했다. 글을 쓴다 생각하지 말고 일단 양부터 채울 것을 제안했다. 초고는 일정한 분량을

채우는 일이다. 한 소설가는 매일 원고지 15매, 3,000자 이상 쓰면 그 글을 다듬어가며 훨씬 더 나은 글을 쓸 수 있다고 말했다.

“초안 쓸 때는 그냥 생각나는 대로 막 이런 저런 거 보태서 막 글을 씁니다. 그리고 나서 한 3일 정도 지나서 이제 고칩니다.” <방송PD N>

“일단 ‘초고라는 것은 양을 채우는 것이다’라고 생각을 하시구요. 무조건 끝까지 쓰시는 겁니다.. 그래서 일단 양을 다 채워 주고 나면 글에서 약간의 힌트 같은 게 보이게 됩니다.” <소설가 L2>

4.2.2 이항 구조 분석

작가들은 글쓰기를 할 때에는 ‘쓰는 행위’ 자체가 중심에 있어야 한다고 강조했다. 쓰는 행위를 구상만 하는 행위와 대립시켜서 서술했다. 규칙적인 글쓰기 습관은 불규칙적인 행위와 대립하고, 일정한 목표량을 설정하라는 권고는 목표량을 설정하지 않는 것과 대조된다.

Table 2. Binary Structure of 'Nonstop Writing and Writing More'

Binary Structure	
Irregular Non-habitual Non-Goal-Setting Concept-oriented	Regular Habitual Goal-setting Writing-oriented

글쓰기는 매일 규칙적인 습관이 되어야 한다. 글쓰기를 마음이 움직일 때만 하고, 좋은 구상이 떠오를 때만 하는 것은 별 도움이 되지 못한다. 또한 글을 쓸 때는 목표량을 정할 것을 권했다.

한 작가는 한 번 쓸 때 적어도 삼천 자 이상 쓸 것을 권했다. 적지 않은 분량의 글을 써놓은 이후라야 그것을 고치는 과정을 거쳐서 비로소 좋은 글을 완성하는 데 한 발 더 다가설 수 있다고 했다.

4.3 재능보다 열 번 더 고쳐 쓰기

4.3.1 서술 행위 분석

작가들은 반복적인 고쳐 쓰기를 재능에 의지하는 것과 대비시켜 초점으로 부각했다. 고쳐 쓰기는 읽기나 쓰기보다 더 중요하다고 했다. 실제 경험을 들어 좋은 작품을 쓰는 ‘재능’이라는 것조차 실은 고쳐 쓰기를 수십 번씩 반복하는 데서 나온다고 말했다. 그래서 대부분 작가들은

글을 고쳐 쓰는 데 가장 많은 시간을 할애하고 있었다.

고쳐 쓰기를 하는 방식은 조금씩 달랐다. 초고를 마친 뒤 며칠 묵혀두었다가 되돌아 볼 힘이 생겼다 싶을 때 퇴고하는 작가가 있는가 하면, 매일 일정한 시간을 정해서 글을 고쳐 쓰는 이도 있었다.

한 소설가는 ‘고쳐 쓰기’가 ‘쓰기’보다 훨씬 더 중요하다고 역설적으로 강조했다.

“쓰는 것도 중요하지 않고, 그러니까 쓰지도 마시고, 고쳐 쓰는 것이 중요해요. 일단 하나 문장을 쓰면, 문장을 가지고는 고쳐 쓸 수가 있어요. 고치는 게 (소설가의) 일이에요.” <소설가 L3>

한 소설가는 고쳐 쓰기가 글쓰기 작업의 대부분을 차지한다고 말했다. 고쳐 쓰기는 글쓰기에서 그만큼 중요한 위치를 차지했다.

“퇴고가 정말 중요하다고 생각합니다. 제 글쓰기의 8할은 퇴고가 만들어준다고 생각하거든요.” <소설가 C2>

전문가들은 고쳐 쓰기가 없는 재능도 만들어낸다고 말했다. 많은 유명한 작가들이 자신의 작품을 수십 차례 고친 뒤 탈고했다는 일화는 좋은 작품이 탄생하는 비결을 제시한다. 작가들은 재능보다 꾸준히 쓰고, 다시 고쳐 쓰는 인내와 성실함이 더 나은 작품을 만든다고 했다.

“재능이 있냐 없냐를 묻지 말고 내가 고독을 견딜 수 있느냐, 혼자 앉아서 계속 자기와의 싸움이잖아요. 사실 글쓰기가. 어떻게 보면 좋아하지 않으면 너무 힘들어요. 그래서 재능은 크게 중요하지 않다고 생각하는 쪽입니다.” <작가 F>

좋은 작품은 이처럼 쓰고 고치고, 다시 쓰고 또 고치는 과정에서 나온다. 작품을 생산하는 일은 끊임없이 선택하고 결정을 내리는 작업이다. 이 기나긴 여정을 언제 떠올릴지 모를 영감과 통찰에만 맡길 수 없는 일이다. 그런 막연한 기대보다는 차라리 책을 읽거나 자료를 수집하면서 해결책을 찾는 게 더 낫다고 했다.

“소설을 영원히 못 쓰는 사람들 유형의 하나가 구상만 많이 하다 마는, 기가 막힌 구상을 가지고 있다고 하고서 결국 안 써요. 그래서 소설을

보면 많이 쓰는 작가가 점점 더 많이 쓰게 되요.” <소설가 D1>

“막연히 백지를 앞에 놓고 하는 생각의 대부분은 좋은 생각들이 아니에요... 아무 것도 없는데 뭔가 그런 문장을 쓰는 것은 소설을 쓰는 게 아니에요. 쓸 수도 없어요. 사실.” <소설가 L3>

고쳐 쓰기를 할 때에는 오타자 수정과 동어반복, 불필요한 문장의 군더더기를 제거하고, 단어나 단락, 심지어는 글 전체를 송두리째 바꿔 쓰기도 했다. 그렇게 해서 글이 완성되었다 싶으면 소리를 내 읽으면서 다시 수정하는 것을 권했다.

4.3.2 이항 구조 분석

전문가들은 ‘고쳐 쓰기’를 강조하기 위해 이를 ‘재능’과 대립시켰다. 그 결과 훌륭한 작품은 천부적 재능이 아니라 수십 수백 번에 걸친 퇴고 작업으로 탄생한다는 점을 부각했다.

작품을 쓰는 일은 고쳐 쓰기를 믿고 가는 기나긴 여정이다. 많은 이들이 통찰과 영감이 떠오르기만을 기다리다가 결국 재능 부족을 탓하며 글쓰기를 포기한다. 작가들은 번뜩이는 영감이 떠오르기를 기다리기보다는 차라리 책을 읽고 자료를 찾는 편이 훨씬 더 낫다고 조언했다.

Table 3. Binary Structure of 'Rewriting 10 Times More Than Talent'

Binary Structure	
Leaning on talent Inspiration and Insight	Rewriting-oriented Reading and finding resources

4.4 1인 미디어 시대, 구어체로 글쓰기

4.4.1 서술 행위 분석

작가들은 말하듯이 쉽고 편하게 글을 쓰라고 조언했다. 이를 위해 문어체와 대비되는 구어체 글쓰기에 초점을 맞춰 주제로 부각했다. 인쇄매체 시대의 글쓰기는 문어체가 중심이었지만, 1인 미디어 시대의 글쓰기는 구어체가 중심이 된다. 지금은 말하듯이 글을 쓰는 시대이다.

1인 미디어 시대의 글쓰기는 구어체 글쓰기가 지배적인 흐름이다. 텔레비전의 등장으로 가속화된 구어체 글쓰기 경향은 인터넷 블로그와 카페 글쓰기를 거쳐 동영상 중심의 1인 미디어 시대에 들어서면서 완전히 입지를 굳혔다[26].

1인 미디어를 기반으로 한 글쓰기는 격식을 차리든 그렇지 않든 어김없이 구어체 표현을 쓰고 있었다. 원고를 작성하더라도 그 내용을 말로 전달해야만 하기 때문이다.

“읽는 게 아니라 말로 하셔야 되는 거거든요. 문어체가 아니고 구어체예요. 우리는 글보다 말로 얘기했을 때 훨씬 더 잘 이해하거든요.” <프레젠테이션 전문가 P>

동영상 플랫폼 중심의 1인 미디어는 글보다는 말이 중심이 되는 미디어 공간이다. 따라서 모든 글쓰기는 말로 전달하는 것을 전제로 작업이 이뤄지게 된다. 구어체의 특징을 몇 가지만 살펴봐도 1인 미디어에서 왜 구어체가 선호되는지 알 수 있다.

글쓰기에서 구어체는 자유로움과 다양성, 즉각성과 상황의존성이라는 특성을 지니며, 실제로 발화되는 소리를 기준으로 한다[27]. 문법에 따라야 하는 문어체와는 달리 구어체는 어법의 순서에 맞지 않을 때도 있고 문장이 짧은 경우가 많다[28].

여러 작가들이 문장을 짧게 쓰기를 강조하거나 단문 쓰기를 원하는 것도 글쓰기의 구어체적 경향을 나타낸다.

“단문으로 쓰세요. 문장을 짧게 단문으로 쓰면 문법에 어긋날 확률도 굉장히 낮아지고요. 또 짧게 쓰면 주어와 술어의 호응이 어긋난다 이러질 않으니깐. 그리고 짧게 쓰면 전달력도 좋구요.” <작가 E1>

1인 미디어 시대가 되면서 유행하는 언어가 급속하게 늘고 변화 속도도 빨라졌다. 이런 표현의 유행과 속도를 따라갈 수 있는 것이 그나마 구어체이다.

문어체는 말의 변화에 둔감하다. 따라서 많은 작가들이 유행에 민감한 구어체를 선호하게 된 것은 자연스러운 적응 현상이라고 할 수 있다. 쉬운 표현과 구어체를 더 많이 사용하는 현상은 더욱더 가속화될 것으로 보인다.

“문어체보다는 구어체로 써라. 이오덕 선생님도 그러셨고요. 볼테르도 말하듯이 구어체로 쓰라고 했고 말하듯이 썼을 때 훨씬 더 잘 읽힌다. 구어체로 썼을 때 훨씬 더 잘 읽히는 거죠.” <작가 E3>

4.4.2 코드 변화 분석

문화적 코드의 변화는 사회적 변화의 단면을 포착할

수 있게 한다. 잔여코드와 지배적 코드, 새로 떠오르는 코드의 개념은 사람들 내부에서 어떤 변화가 일어나고 있는지 전달해 준다.

인쇄 문화에서 글쓰기의 중심이 되었던 문어체는 대중매체 시대로 접어들면서 구어체에 자리를 내줬다. 대중매체 시대의 글쓰기는 구어체를 중심으로 문어체를 병용했다. 그러나 소셜 미디어 시대에는 상황이 크게 변했다.

소셜 미디어의 글쓰기 공간에서 구어체는 확고한 위치를 차지했다. 문어체가 확연히 드러나는 텍스트는 찾아보기 힘들다. 동영상 플랫폼으로 제공되는 콘텐츠에서는 격식을 갖추지 않은 구어체도 등장한다. 1인 미디어 영상을 제작하는 원고에 문어체를 쓴다는 것은 상상할 수 없는 일이다. 1인 미디어 시대의 글쓰기 코드는 구어체와 단문 중심의 간결한 글쓰기이다.

Table. 4. The Changing Language Style

Residual Code	Dominant Code	Emergent Code
- Printing Culture - Written Language Oriented	- Mass Media Culture - Spoken Language Oriented	- Social Media Culture - Spoken Language Oriented

4.5 소셜 미디어에서 피드백 나누기

4.5.1 서술 행위 분석

소셜 미디어 시대의 글쓰기는 협력과 공유의 글쓰기라는 점에 작가들은 초점을 맞췄다. 소셜 미디어는 회원들이 글을 올리고 피드백을 ‘주고받는’ 사회적 글쓰기 공간이다.

쓴 글은 세상 밖으로 내보내는 것이 옳다. 1인 미디어 시대에 글쓰기 실력을 높이는 방법 가운데 하나는 탈고한 글을 소셜 미디어에 올려 공개하고 피드백을 주고받는 것이다. 전문가들은 고쳐 쓰기로 글을 완성하고 나면 블로그나 카페, 유튜브와 같은 소셜 미디어에 올려 피드백(feedback)을 나눌 것을 주문했다.

온라인에서 글을 공유하고 피드백을 주고받는 것은 소셜 미디어가 만들어낸 독특한 글쓰기 문화이다. 전문가들은 글을 쓰거나 읽으면 어떤 형태로든 생산물(output)로 만들어 공개적인 피드백을 나누는 것이 글쓰기에서 자신감을 키우고 실력을 쌓는 일이라고 했다. 자신의 글을 세상에 내놓는 일에 주저할 이유가 없다고 했다.

“SNS에 리뷰를 남기시든, 독서기록장을 쓰시든, 영상으로 만드시든 ...내 안에만 담아두지 마세요.”

무엇이든 완성시켜서 밖으로 꺼내야 돼요. 이것은 정말 중요합니다. <북튜버 M>

소셜 미디어에 공개한다는 것을 염두에 두면 누군가 자신의 글을 볼 것이라는 생각 때문에 더 많이 고쳐 쓰고 성찰하게 돼 글쓰기 실력이 빠르게 나아진다는 것이다.

“내 글이 뭔가 부족한가보다. 그래서 계속 쓸 수 있어요. 그렇게 계속 쓰다보면 어느 순간 갑자기 글이 좋아지고, 포털 메인에 걸리고, 글이 확 퍼지는 순간이 있어요.” <방송PD N>

여러 작가들이 자신이 쓴 글을 블로그와 카페에 올리 기 시작하면서 글쓰기가 직업이 되었다고 말했다. 한 작가는 하루 세 편씩 블로그에 글을 쓴 것이 계기가 돼 인터넷에서 글쓰기 카페를 열었고 책도 여러 권 출간했다고 말했다.

“블로그를 할 때 제 원칙이 뭐였냐면 하루 3개 포스팅을 하는 거예요. 그런 블로그를 1년 6개월 간 운영했어요. 그러니까 계산해보자면 천 개가 넘는 글을 쓴 거예요.” <작가 A1>

협력적 글쓰기의 이점을 공유한다는 인식은 오프라인 공간으로까지 확장된다. 한 작가는 여러 분야의 전문가들이 매일 만나 상대방이 쓴 글에 서로 의견을 냈다고 했다. 그런 과정에서 동료들의 장점을 자기 것으로 만들 수 있었다고 말했다. 이 같은 협력적 글쓰기는 집단 창작으로 발전하는 계기가 되기도 한다.

“글을 쓴 사람이 한 문단을 읽으면 나머지 사람들이 의견을 내요. 각자가 장점들이 있잖아요. 내가 그 사람들이 갖고 있는 자기만의 노하우들을 그런 것들을 배우고요.” <작가 E2>

“그 생각을 다 같이 공유를 하는 거죠. 이게 그런 데 공유하면 공유할수록 사고와 선택의 폭이 넓어지게 되는 걸 경험할 수 있거든요.” <작가 A2>

4.5.2 이항 구조 분석

소셜 미디어 시대 글쓰기는 공개적이고 협력적이다. 인쇄 매체 시대는 물론 대중 매체 시대까지만 해도 글쓰기는 전적으로 개인적인 작업이었다. 전문가들은 글쓰기

를 개별적인 작업과 협력적인 작업, 사적인 일과 사회적 일로 대조하여 언급했다.

소셜 미디어 시대 글쓰기는 블로그와 카페에 공개적으로 글을 올리고 피드백을 나누는 사회적 글쓰기이다. 일단 작성한 글을 블로그와 카페에 올리거나 영상 콘텐츠로 제작해 플랫폼에 등록하고 피드백을 주고받는다. 소셜 미디어 공간에서는 특정한 개인만이 피드백을 받는 것이 아니다. 피드백은 함께 나누는 협력적 글쓰기 과정의 일부이다.

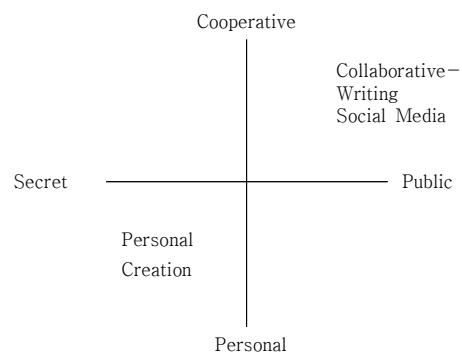


Fig. 3. Binary Structure of 'Sharing Feedback on Social Media'

5. 결론

5.1 연구결과

이 논문은 소셜 미디어, 1인 미디어 시대에서 글쓰기를 하는 전문가들이 유튜브에서 어떤 주제에 초점을 맞춰 글쓰기에 관한 담론을 구성하고 있는지 분석했다.

글쓰기 담론의 첫 번째 핵심 주제는 ‘글쓰기를 위한 적극적 독서’였다. 작가들은 소셜 미디어 시대의 책임기반 ‘적극적 읽기’여야 한다고 강조했다. 자신이 쓰고자 하는 분야의 책을 집중적으로 읽으면서 분석하고 관찰하며, 필요하다면 반복적으로 읽을 것을 주문했다.

두 번째 핵심 주제는 ‘쉽 없이 쓰고 더 많이 쓰기’였다. 글을 쓸 때 가장 중요한 것은 실제로 글을 쓰는 일이었다. 매일 쓰고, 매일 더 많이 써서 습관이 될 때 자신의 글쓰기에서 발전을 기대할 수 있다고 했다.

세 번째 핵심 주제는 ‘재능보다 열 번 더 고쳐 쓰기’였다. 천재적인 재능이나 번뜩이는 영감만으로는 작품을 완성할 수 없다. 재능보다 열 번 더 고쳐 쓰는 것이 좋은 작품을 생산하는 지름길이다. 반복적인 고쳐 쓰기는 재능을 대체하는 대중들의 글쓰기 방식이었다.

네 번째 핵심 주제는 '1인 미디어 시대, 구어체로 글쓰기'였다. 소셜 미디어 시대의 글쓰기는 구어체로 써야한다는 점이 강조됐다. 말하듯이 글을 쓰는 시대, 가독성이 중요한 글쓰기 시대라는 것이다.

다섯 번째 핵심 주제는 '소셜 미디어에서 피드백 나누기'였다. 소셜 미디어 시대의 글쓰기는 협력과 공유의 글쓰기라는 점이 강조됐다. 자신의 글을 블로그나 카페, 유튜브에 올리고 피드백을 나누는 일은 글쓰기 능력을 높이는 훌륭한 방법이다.

전문가들의 글쓰기 담론은 소셜 미디어 환경에 조응하는 글쓰기 문화의 변화를 잘 드러내고 있었다.

첫째, '읽기'에서 '쓰기'와 '고쳐 쓰기'로 글쓰기 문화의 중심이 이동했음을 분명하게 확인할 수 있었다. 이는 글쓰기와 문학 등 관련 교육이 쓰기 능력을 중심으로 바뀌어야 함을 보여준다. 둘째, 말하듯이 쓰는 구어체가 소셜 미디어 글쓰기의 지배적인 표현 양식이 되었다는 점이다. 이러한 변화는 구어체 표현에 관한 더 많은 연구가 요청된다는 것을 알려준다. 셋째, 소셜 미디어 시대 글쓰기는 협력과 공유의 사회적 글쓰기라는 점이 확인된다. 이 같은 특징은 소셜 미디어가 집단 지성의 문화 공간으로 성장하고 있음을 시사한다.

5.2 연구의 한계 및 향후 연구방향

이 연구는 전문가 집단을 대상으로 글쓰기 담론의 변화를 분석하였다. 그러나 분석 대상을 이처럼 전문가로 제한함으로써 일반 유튜브 사용자들의 글쓰기 담론에 대해서는 구체적인 정보를 제공하지 못하는 한계를 갖고 있다.

또한 유튜브와 같은 동영상 매체를 대상으로 연구했음에도 서사 분석 초점이 전적으로 언술 분석에 치중한 점도 한계이다. 글쓰기 담론에 관한 유튜브 영상물은 바스트 샷(bust shot)과 자막 위주의 단순한 구성인 탓에 이번 연구에서는 분석 항목에서 제외할 수밖에 없었다.

영상의 기술적 코드와 시점샷, 편집과 음악, 그래픽과 같은 영상 서술행위는 서술자가 주제를 효과적으로 드러낼 때 의도적으로 사용하는 장치이다. 최근 1인 미디어 영상은 일상의 움직임을 다양한 카메라 앵글로 촬영한 뒤 공개하는 브이로그(Vlog: Video Log; Video Blog)가 확산되는 추세이다. 따라서 앞으로 연구를 위해서는 1인 미디어의 영상 서술행위에 대한 기술적인 분석이 추가로 필요하다고 본다.

1인 미디어 시대의 언어 발화에 관한 연구는 이제 시

작 단계라고 할 수 있다. 그러나 사용자의 글쓰기와 말하기 양상은 하루가 다르게 빠르게 변화하며 발전하고 있다. 이와 관련해 사용자들의 발화 양식이나 구어체적 글쓰기 특성과 같은 언어 발화와 표현에 대한 구체적인 조사와 연구를 향후 연구 과제로 남겨두고자 한다.

REFERENCES

- [1] H. K. Lee. (2004). *The history of Korean internet behavior and growth.* www.sciencetimes.co.kr.
- [2] Wikipedia. *Social Media.* https://ko.wikipedia.org.
- [3] J. H. Lee. (2012). SNS as a Writing Space: Remediation, Metonymy, and Ekphrasis. *Communication Theories*, 8(1), 323-351.
- [4] C. Y. Chang. (2003). A Study of a Teaching-Learning Strategy of Digital Writing. *Korean Literature Theory and Criticism*, 7 (3), pp. 400.
- [5] J. R. Shin. (2012). E-book and Internet Writings Impact on Literature. *Kogito* (71), 435-466.
- [6] Y. J. Koo & S. W. Lim. (2021). A Study on the Literary Education and Media Convergence Teaching Model in Digital Age(Unterrichtsmodell für literarische Bildung und Medien-Konvergenz im digitalen Zeitalter). *German Linguistics* Vol. 91 417-438.
- [7] K. H. Jang. (2003). A Trial on Restruction of Written Language/spoken Language and Their Styles. *Korean Semantics*. 13. 143-165.
- [8] D. H. Lee. (2010). Tertiary Orality: The Presence of the Word in the Age of 'New New Media'. *Journal of Communication Research*, 47 (1), 43-76.
- [9] C. G. Min. (2015). A Study on Communication and Writing in the New Media Era. *Korean Journal of General Education* 9: 1, 181-212.
- [10] S. K. Hwang, (2012). The rhetorical persuasive Structure of Media Writing. *Korean Journal of Rhetoric*, 16, 193-223.
- [11] S. K. Hwang. (2014). A Study about the Writing Influence of the SNS(Social Networking Service). *Ratio et Oratio*, Vol. 7 No. 1, 148-149.
- [12] N. H. Jang. (2011). Literature/Media Education and Making Literature-Complex. *Korean Literature Education Research*. Vol. 35, pp. 190-192.
- [13] I. K. Park. (2020. 10. 8). *Eight out of 10 people use YouTube in Korea.* https://biz.chosun.com.
- [14] H. S. Kim. (2004). A Meta-analysis of the Study of Television Narratives *Broadcast Research*, Winter Issue, 174.
- [15] Daniel Chandler. *Semiotics for Beginners.*: I. G. Kang. trans. (2006). *Serniotics for Biginners.* Seoul.

Somyung.

- [16] S. O. Kim. (2009). *The meaning of discourse and language analysis context discourse*. Paju: Korean Academic Information, 27-47.
- [17] Stefan Titscher, Michael Meyer, Ruth Wodak and Eva Vetter. (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis*. Sage.: S. B. Nam, trans.. (2015). *Methods of Text and Discourse Analysis*. Seoul. Kyungjin. 200.
- [18] S. H. Kim. Y. K. Cho. & H. D. Kim. (2007). A study on how to analyze media text. *French Literature and Art*, 21, 103-133.
- [19] L. R. Oswald. (2012). *Marketing Semiotics: Signs, Strategies, and Brand Value*. Oxford University Press: C. H. Um trans.. (2013). *Marketing Semiotics*. Seoul: Communicationbooks. 86-100.
- [20] Daniel Chandler. (2005) *Semiotics for Beginners*.: I. G. Kang. trans..(2006). *Media Semiotics*. Seoul: Somyung. 148.
- [21] C. Barker & D. G. Inski. (2001). *Cultural Studiis and Discorse Analysis*. London: Sage; Titscher, M. Meyer. (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis*. London: Sage; Y. K. Cho. (2006). *Methodology of Political Discourse Analysis*. *Local Autonomy Studies*, 11. 19-40.
- [22] Daniel Chandler. (2005) *Semiotics for Beginners*.: I. G. Kang. trans..(2006). *Media Semiotics*. Seoul: Somyung. 149.
- [23] Norman Fairclough. (2003). *Analysing Discourse*. Routledge.: J. H. Kim. trans.. (2012). *Analysing Discourse*. Seoul: kyungjin, 195-198.
- [24] Daniel Chandler. (2005) *Semiotics for Beginners*.: I. G. Kang. trans..(2006). *Media Semiotics*. Seoul: Somyung. 180.
- [25] L. R. Oswald. (2012). *Marketing Semiotics: Signs, Strategies, and Brand Value*. Oxford University Press; C. H. Um trans.. (2013). *Marketing Semiotics*. Seoul: Communicationbooks. 153.
- [26] S. W. Jang, S. K. Shin, H. S. Lee. & J. Y. Park. (2007), *Broadcasting Writing*. Seoul: CommunicationBooks.
- [27] J. Y. Shin.. (1999). A Study on the Text Counstruction of Current Spoken Korean. *Textlinguistics* 7. 209-227.
- [28] S. J. Han. (2007). *Writing a Broadcast Composition Script*. Seoul: RandomHouseKorea.

조영권(Young-Kwon Cho)

장학원



- 1994년 9월 ~ 2014년 12월 : YTN 기자
- 2007년 : 전북대학교 정치학 박사 (미디어 정치 담론)
- 2015년 3월 ~ 현재 : 전북대학교 정치외교학과 강사
- 관심분야 : 미디어 담론, 뉴스 분석, 글쓰기 및 광고 홍보 마케팅, 유튜브(YouTube), 소셜 미디어 문화.

· E-Mail : cykwon21@daum.net