

미디어중국어 수업모형과 적용실례

김 자 은*

<目次>

I. 머리말	3. 광고를 통한 사회적 주제의 이해
II. 수업설계의 기준	4. 뉴스 읽기의 방법과 효과
III. 수업모형과 적용실례	5. 중국 매체를 활용한 자기효능감 확인
1. 용어·입력방법의 학습과 주요 웹사이트 탐색	IV. 맺음말
2. 당(黨)·정(政)의 선전물로 알게 되는 중국의 특수성	

I. 머리말

교육의 전 영역에서 멀티미디어의 활용이 강조되고 그 효과가 실제적으로 구현되고 있음은 부인할 수 없는 사실이다. 미디어콘텐츠를 ‘감상’하던 시대에서 ‘제작’이 장려되고 일반화된 시대로 접어든 지금, 미디어를 통한 중국어 교육은 어떤 방향으로 변화해야 하는가? 필자가 미디어중국어 수업을 진행하며 느낀 점은 이 수업이 학생들의 중국·중국어에 대한 관심과 흥미를 유발시킬 수 있어야 함은 물론, 다른 중국어 기능과목과 차별화된 영역을 다루어야 한다는 것이다. 그리고 수업의 내용과 방법이 학생 수준과 균형을 이루기 위해서 담당교수가 많은 항목을 고려해야 한다는 것이다. 매체의 변화가 빠르고 그 성격이 다양해질수록 교수는 무엇을 선택하

* 동아대학교 중국어학과 부교수

고 어떻게 가르쳐야 하는가를 더 고민할 수밖에 없다. 만약 최신정보 습득이나 기계의 운용능력에 있어 학생들이 교수보다 앞서가는 상황이라면 더 더욱 그렇다. 미디어중국어 수업에서 미디어를 활용하는 목적은 어디에 있는가, 또 교육내용은 어떤 것이 되어야 하는가는 이 과목 수업구성의 가장 근본적인 틀이 되어야 한다. 그리고 이 수업을 듣는 학생들에게 필요한 지식은 무엇인지, 이 과목을 거쳐 다음 단계로 나아갈 학생들을 위해 교수는 어떤 역할을 해야 하는가를 지속적으로 자문해야 한다. 본고는 이와 같은 문제의식과 경험을 토대로 미디어중국어 수업모형과 적용실례를 소개하고자 한다. 미디어 활용방법이나 교수법 개발보다는 수업의 범주 설정과 학습효과에 초점을 맞추었지만, 이 또한 학생수준과 학급규모에 따라 달라질 수 있음을 미리 밝혀둔다.

II. 수업설계의 기준

미디어중국어 수업의 목표는 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 하나는 중국의 대중매체를 통해 단어와 문법, 독해, 회화 등을 학습함으로써 실제적인 중국어 활용능력을 증진시키는 것이다. 다른 하나는 중국 매체를 활용하여 정보를 취득할 수 있는 능력을 배양하고 이 과정을 통해 중국에 대한 이해를 제고시키는 것이다. 이 수업의 제재는 주로 TV 프로그램, 신문, 영화, 인터넷 등으로부터 가져오는데, 학습 내용과 방법은 수업의 목표를 어디에 두느냐에 따라 달라진다. 어학능력 향상을 목표로 한다면 영화나 드라마, 뉴스 등을 텍스트로 삼아 거기에 드러난 중국어의 형태와 기능에 집중하게 된다. 매체 활용과 중국사회의 이해를 목표로 할 경우에는 인터넷을 활용하여 중국 관련 정보를 검색·습득하고, 광고나 뉴스를 통해 중국의 현안과 과제를 파악하는 쪽에 더 큰 비중을 두게 된다.

필자가 담당한 미디어중국어 수업은 총 15주(75분×2차시) 과정의 2학년 2학기 전공선택 과목으로 개설되었다. 수강자들은 HSK 4급 정도의 수

준을 갖고 있으며 대부분 중국 어학연수를 준비하는 과정에 있다. 이들은 기초중국어회화를 제외하고는 전공수업을 사실상 한 학기만 이수한 상태이기 때문에 중국에 대한 이해의 수준이 결코 높지 않다. 이에 따라 필자는 이 수업의 목표를 학생들이 매체를 통해 중국에 관한 정보에 접근할 수 있는 능력을 갖추고 초보적인 중국 이해를 쌓아가는 데 두었으며, 수업의 범주를 크게 세 가지로 나누어 단계별로 교육하고자 했다.¹⁾

첫째, 중국 매체 관련 용어를 익히고 활용도가 높은 웹사이트를 이용하여 원하는 정보를 검색하고 수집할 수 있는 역량을 갖춘다. 이는 중국의 대중매체를 이용하기 위해 갖추어야 할 기본 조건이다. 인터넷 접속으로부터 모바일 결제에 이르는 여러 가지 용어와 중국어 입력방법을 익히고 중국 웹사이트에 들어가 원하는 정보를 얻기 위한 준비단계에 해당한다.

둘째, 중국공산당과 중국정부의 선전물과 광고, 뉴스 등을 번역함으로써 중국 특유의 이데올로기 지형을 알아간다. TV드라마부터 인터넷까지 중국의 대중매체는 매우 다양하다. 그러나 매체들이 정치지향의 차이에 따라 현실을 바라보는 시각의 차이를 드러낸다거나 알리고자 하는 내용이 달라지는 경우는 거의 없다. 주요 언론매체가 국유인²⁾ “중국은 모든 문화산업에 있어서 이데올로기 전파와 교육을 강조하는 ‘사회적 가치’를 ‘경제적 가치’의 우위에 두고 강력한 통제체도를 구축하고 있다.”³⁾ 현실에 대한 입

- 1) 15주(75분×2차시) 교육내용은 다음과 같이 구성된다. 1주차: 오리엔테이션 / 2~3주차: 중국 매체 관련 용어 / 4주차: 중국어 입력과 주요 웹사이트 / 5~6주차: 당(黨)·정(政) 선전물 / 7주차: 중간고사 / 8~10주차: 광고 / 11~12주차: 뉴스 / 13~14주차: 수강생 발표 / 15주차: 기말고사
- 2) 90년대 이후 민간투자가 허용되면서 일부 잡지나 신문의 경우 정부와 투자자가 공동으로 소유하는 새로운 형태가 등장하였으나, 영향력이나 수익성의 낮은 분야에 국한되었다. 지상파방송국과 케이블방송국은 정부가 권한을 부여한 방송행정부문에서 절차에 따라 신청하여 설립할 수 있으며 기타 개인과 단체의 투자설립을 금지하고 있다. 魏洁, 《중국 방송 제도와 프로그램 편성의 변화: CCTV-1을 중심으로》, 강원대학교 대학원 석사학위논문, 2013, 16쪽.
- 3) 박정수, 〈중국은 어떻게 대중문화를 통제하는가: 영화산업의 사례분석〉, 《한국동북아논총》 제67호, 한국동북아학회, 2013, 109쪽.

장과 관점은 당(黨)의 그것으로 통일되어 있으며, 지침에 의해 보도의 내용과 경중이 결정되고 또 그것을 대중에게 어떻게 전달할 것인지가 정해지고 있을 뿐이다. 이 같은 중국 매체의 매커니즘을 이해하기 위해서는 중국공산당이 지배하는 사회주의 중국에 대한 이해가 선행되어야 한다. 이것이 당(黨)·정(政) 선전물을 먼저 보는 이유이다. 짧고 메시지가 분명한 광고는 중국사회의 지향점과 보편적 정서를 알게 하며, 뉴스는 1년 동안의 중국을 돌아보며 시대를 공유하게 하는 유용한 재료가 된다.⁴⁾ 이 단계에서는 중국 이해를 위한 지식의 습득과 중-한 번역능력이 요구된다.

셋째, 이 수업을 통해 습득한 자기효능감을 확인하고 공유한다. 이는 수강생이 중국 매체를 활용하여 중국 관련 정보를 취득했는지 여부를 확인하는 단계로, 학기말에 과제를 제출하고 발표하는 형식으로 진행된다.

다음 장에서는 이 세 가지 범주를 적용한 단계별 수업모형과 그 실례를 구체적으로 서술할 것이다. 2018학년도에는 2학년 학생 50명 중 26명이 이 수업을 수강하였으며 수업의 원활한 진행과 공정한 평가를 위해 3·4학년과 신HSK 5급 이상을 취득한 학생의 수강을 허용하지 않았다.

Ⅲ. 수업모형과 적용실례

1. 용어·입력방법의 학습과 주요 웹사이트 탐색

미디어중국어 수업은 매체 관련 용어를 숙지하는 것으로부터 시작하였다. 담당교수는 컴퓨터와 모바일 사용에 필요한 중국어 단어 100개⁵⁾를 선

4) 이 수업에서 드라마나 오락프로그램 등을 제재로 삼지 않는 것은 다른 회화과목과 차별성을 두기 위해서이다. 교육효과를 배가시키기 위한 도구로 드라마 등을 수업자료로 동원하는 기타 과목들이 이미 존재하는데다 영상자료 또한 학생들이 손쉽게 접할 수 있는 환경 속에서, 이들 프로그램을 미디어중국어의 교육과정으로 편입시키기 위해서는 교재를 벗어난 실제 중국어를 접하는 것 이상의 목적과 효과를 염두에 두어야만 한다. 편복과 전체 맥락을 고려해야 한다는 점도 무시할 수 없다.

정하여 학생들에게 수업자료로 제공했다. 용어를 선정하는 기준과 범주는 다음과 같다.

첫째, 중국 사이트에 회원가입을 하고 필요한 정보를 얻기 위해 알아야 할 단어이다. 예를 들면 ‘注册(회원가입)’, ‘登录(로그인)’, ‘密码(비밀번호)’, ‘输入(입력)’, ‘热词(인기검색어)’ 같은 것들이 있다. 중국의 웹사이트는 우리나라와 달리 텍스트화된 정보를 최대한 한 화면에 담으려는 경향이 있는데, 이는 중국이 웹사이트의 디자인적 요소보다 기능적 요소를 더 중요시함을 보여주는 대목이기도 하다. 중국어 어휘량이 풍부하지 못한 2학년 학생들은 이 같은 중국 웹사이트 구조의 특징을 인지하고 정보검색과 활용에 필요한 단어들을 미리 익혀두어야 한다.

둘째, ‘系统(시스템)’, ‘下载(다운로드)’, ‘安装(설치)’, ‘杀毒软件(백신프로그램)’, ‘更新(업데이트)’, ‘应用软件(어플리케이션)’ 등 중국 프로그램을 사용하기 위해 알아야 할 단어이다. 중국 사이트에서 제공하는 콘텐츠를 시청하거나 다운받을 때, 또 자료를 검색하고 열람할 때, 그 사이트가 허용하는 프로그램을 실행하고 운용할 수 있어야 하기 때문이다.

셋째, 중국인과 온라인으로 교류하기 위해 알아두어야 할 단어이다. ‘博客(블로그)’, ‘社交网(SNS)’ 같은 개인·기업 미디어 매체 용어와 함께 ‘昵称(닉네임)’, ‘贴吧(인터넷게시판)’, ‘留言板(댓글창)’, ‘分享(공유)’ 등은 온라인 활동 시 자주 노출되고 이용도가 높은 단어들이다.

넷째, 온라인 쇼핑 및 결제와 관련된 단어들이다. 중국 사이트에서 물건

-
- 5) 电脑 笔记本电脑 平板电脑 智能手机 路由器 遥控器 导航 动漫 综艺 新闻 客户端 报纸 杂志 开机 关机 U盘 移动硬盘 网络硬盘(网盘) 光盘 显示器 键盘 鼠标 点击 双击 硬件 软件 系统 网络 无线网络 上网 网上银行(网银) 网站 网页 主页 首页 注册 注销 用户名 网名 昵称 密码 登录 退出 搜索 搜索引擎 输入 存储 删除 帮助 网民 网友 网上聊天 文件 附加文件(附件) 压缩 解压 图片 视频 地图 游戏 要闻 电子邮件 垃圾邮件 回复 病毒 安装 杀毒软件 下载 更新 升级 博客 社交网 平台 留言板 贴吧 帖子 恶性评论(恶评) 黑客 网络红人(网红) 直播 热词 功能 应用软件 短信 彩信 铃声 振动 静音 设置 通讯录 流量 容量 电池 充电宝 备份 分享 蓝牙 表情符号 二维码 扫描 网上购物(网购) 购物车 订单 评价 手机支付 支付宝 등 100개 어휘.

을 구매하는 일은 중국어 전공자가 아닌 일반인들에게도 이미 큰 관심사가 되었다. ‘购物车(장바구니)’, ‘订单(주문확인서)’, ‘评价(후기)’ 등은 온라인 주문 시 참고할 수 있는 단어이다. 이 외에 ‘支付宝(알리페이)’, ‘二维码(QR코드)’, ‘扫描(스캔)’ 등 중국에 보편화된 모바일 결제시스템과 관련한 단어들도 학습대상이 된다.

대중매체와 관련된 용어들은 중국어 문장과 함께 아래와 같은 형식으로 학생들에게 제공되었다.

순번	단어[한어병음]	뜻	단어활용예시
79	网红[wǎnghóng]	왕홍. 인플루언서	2018年中国最火的网红是谁?
80	直播[zhíbō]	라이브방송	你喜欢看网红直播吗?

100개의 단어는 2주(4차시)에 걸쳐 학습하는데, 단어를 25개씩 나누고 각 차시 수업에 들어가기 전 쪽지시험을 실시하여 학생들의 예습을 유도하였다. 수업에서는 단어 자체에 대한 설명보다는 주어진 단어로 문장을 만들고 읽는 연습에 더 많은 시간을 할애하였다. 담당교수는 다양한 예문을 소개하고 학생들과 함께 간단한 중국어문장을 단어와 단어를 어순에 맞게 결합하고 확대시켜가는 방법으로 작문하였다. 이 과정을 통해 학생들은 중국 웹사이트를 활용하여 정보를 탐색하는 기본실력을 갖추게 된다.

기본적인 단어 익히기 단계가 끝나고 나면 컴퓨터와 모바일에서 중국어를 입력하는 방법을 학습하게 된다. 저학년 수업인 만큼 수강생의 절반이 넘는 학생들이 한어병음을 사용해서 중국어를 입력해본 경험이 없었다. 중국 포털사이트 이용 경험이 있는 학생들 중에도 인터넷 중국어사전에서 한자를 복사하여 검색창에 입력하는 경우가 많았다.

담당교수는 수업 전 학생들에게 실습이 가능하도록 개인 PC와 스마트폰을 지참하고 수업에 참여할 것을 미리 공지하였다. 수업에서 교수는 화

면을 통해 중국어 입력 과정을 직접 시연하고, 학생들이 입력에 필요한 소프트웨어를 다운받고 실행할 수 있도록 지도하였다. 모바일 환경에서 가장 많이 사용하는 중국어 입력 프로그램은 ‘Google 병음 입력기’와 ‘SOGOU 입력기(搜狗输入法)’이다. 입력기 실행이 가능한 상태가 되면 중국의 대표적 메신저프로그램인 위챗(WeChat)을 다운받아 회원가입을 하고 계정을 생성시킨 후, 담당교수의 아이디를 추가하여 중국어로 1:1 메시지를 전송하게 하였다. 이 방법은 수업에 대한 관심도와 집중도를 높이면서, 학생들이 앞 시간에 배운 매체 관련 용어와 중국어 입력방법을 숙지하고 있는지를 확인할 수 있게 한다.

중국의 분야별 주요 사이트를 소개하고 그 특징과 이용방법을 익히게 하는 것도 교육과정의 하나이다. 중국의 얼굴이라 할 수 있는 정부 공식 홈페이지로부터 온라인쇼핑몰까지 대표적인 웹사이트를 둘러본다. 수업시간에 다루는 웹사이트는 무엇보다 중국을 이해하는 데 필요한 정보를 담고 있어야 하고, 각 분야를 대표하는 공식적인 사이트로서 이용자가 많으며 자료의 신뢰성과 만족도가 높아야 한다. 2018학년도 미디어중국어 수업에서 거론한 중국의 주요 사이트는 아래와 같다.

분류	공식홈페이지
중국정부	中华人民共和国中央人民政府, http://www.gov.cn
뉴스, 방송	人民日报, http://paper.people.com.cn 中国共产党新闻网, http://cpc.people.com.cn 中国新闻网, http://www.chinanews.com 新华网, http://www.xinhua.org 央视网, http://www.cctv.com
검색, 포털	百度, http://www.baidu.com 新浪, http://www.sina.com.cn 网易, http://www.163.com 搜狐, http://www.sohu.com
모바일 챗팅	微信, http://www.wechat.com
SNS	微博, http://weibo.com

분류	공식홈페이지
길찾기	百度地图, https://map.baidu.com 高德地图, https://www.amap.com
동영상	腾讯视频, https://v.qq.com 优酷, http://www.youku.com 爱奇艺, http://www.iqiyi.com 哔哩哔哩, https://www.bilibili.com 咪咕, http://www.migu.cn
온라인쇼핑	淘宝网, http://www.taobao.com 天猫, https://www.tmall.com 京东JD.COM, https://www.jd.com 拼多多, https://www.pinduoduo.com

담당교수는 강의실 컴퓨터로 주요 사이트에 접속하고 거기에서 필요한 정보를 얻는 과정을 학생들 앞에서 시연하였다. 정부 공식홈페이지는 중국 개황을 비롯하여 정부의 구조와 특징, 국정현안 등을 파악할 수 있게 한다. 중국중앙방송(CCTV)과 인민일보 등 주요 언론방송사를 소개할 때는 언론매체들이 중국공산당의 엄격한 통제 하에서 당(黨)·정(政)의 정책을 선전하고 대변하는 역할을 담당하고 있음을 분명하게 설명해줄 필요가 있다. 학생들은 중국 언론 매체들의 웹사이트 탐색을 통하여 한중 언론의 차이를 인지하고, 이 수업이 당·정 선전물과 뉴스를 주요한 대상으로 다룰 수밖에 없는 이유를 알게 된다.

바이두(百度)와 같은 중국의 포털사이트들은 정보검색에 유용한 틀을 제공한다. 담당교수는 학생들이 관심 있어 하는 키워드를 추천받아 강의실 컴퓨터로 검색하고 결과를 읽어보는 과정을 공유한 뒤, 학생들이 직접 PC 버전이나 모바일버전에 접속하고 검색을 해보도록 하였다.

중국 동영상 플랫폼은 학생들이 가장 관심을 갖는 분야이다. 동영상 스트리밍 서비스 제공을 비교적 일찍 시작한 유쿠(优酷)와 중국판 넷플릭스라 불리는 아이치이(爱奇艺), 최근 한국 프로그램 콘텐츠를 많이 방영하고 있는 텡쑤동영상(腾讯视频), 유튜브를 대체하는 비리비리(哔哩哔哩) 등은

비슷하면서도 각각의 영역을 넓혀가고 있는 사이트들이다. 동영상 플랫폼을 통해 학생들은 중국의 다양한 문화오락 콘텐츠를 시청하고, 우리나라에서 제작한 프로그램의 중문자막을 통해 중국어공부의 새로운 방법을 찾아갈 수 있다.

이 외에 타오바오(淘宝)와 징둥닷컴(京东JD.COM)과 같은 중국 온라인 쇼핑몰들은 중국 전자상거래의 현주소와 소비 트렌드, 마케팅에 있어서의 특징 등을 파악할 수 있게 한다. 수업에서는 쇼핑몰 사이트 한 곳을 지정하여 학생들이 물건을 선택하고 결제 직전 단계까지 직접 체험해볼 수 있도록 지도하였다.

2. 당(黨)·정(政)의 선전물로 알게 되는 중국의 특수성

중국공산당과 정부가 통제하고 있는 중국의 방송은 사회질서를 유지하고 국민의 애국심을 고취시키며, 궁극적으로는 정치체제의 유지와 권력 강화를 위한 견인차 역할을 해야 한다. 그리고 중국의 문화적 위상과 국제적 영향력을 제고시키기 위한 목표를 수행해야 한다. 그런 점에서 당·정 선전물은 이 이념지향을 가장 직접적으로 드러내는 영상매체라 할 수 있다. 사실 중국의 당·정과 매체의 특수한 관계, 예컨대 인민해방군이 국가가 아닌 당 소속의 군대이고 입법·사법·행정 위에 당이 존재하는 현실은 삼권분립과 언론·출판·집회·결사의 자유 안에서 살아가는 한국의 대학생들이 이해하기 힘든 내용들이다. 그러나 중국의 현실인식과 전술전략이 특유의 정치 사회적 조건 위에서 만들어지고 있다는 점을 감안한다면, 당·정 선전물 학습은 제재 자체가 갖고 있는 난이도와 부담에도 불구하고 중국의 특수성을 이해하기 위한 효율적인 방법이 된다.

문제는 어떤 선전물을 선정하느냐이다. 담당교수는 수업자료를 만들기 위해 중국 웹사이트에 ‘中国共产党宣传片’, ‘国家宣传片’, ‘国家形象片’ 등의 키워드로 영상을 검색하고, 선전물의 제작주체와 대상, 내용 전개와 성격 등을 유형별로 나누어 총 5개의 영상자료를 선정하였다.

제목	제작	발표시기	재생시간
我是谁?	CCTV	2016.07	1:30
我是中国共产党党员	贵州省直机关工委, 贵州广播电视台	2017.04	2:10
我是中国军人	中国人民解放军	2018.08	2:20
This is China	共青团中央, “天府事变”青年说唱组合	2016.06	4:00
中国进入新时代	人民日报	2017.10	3:00

《나는 누구인가?(我是谁?)》는 2016년 7월 중국공산당 창당 95주년을 맞아 CCTV에서 제작 방영하였다. 사상 처음 TV 광고로 제작된 이 홍보물은 중국공산당이 그간의 권위주의적 이미지를 벗고 중국인민에게 친밀한 모습으로 다가가고자 하는 의도를 드러낸다. 영상에는 늦은 시간 교실문을 닫고 귀가하는 교사, 새벽거리를 청소하는 미화원, 비 오는 날에도 자신의 임무를 다하는 교통경찰 등 평범한 시민 6명을 등장시켜, 아무도 보지 않는 곳에서 수고하는 당의 이미지를 전달하고자 한다. 그러나 “나는 중국 공산당입니다. 나는 항상 당신과 함께입니다.(我是中国共产党, 始终和你在一起)”라는 마지막 독백이 오버랩되는 몇몇 장면, 예를 들어 차 한 대 지나지 않는 네거리에서 서서 비를 맞고 서 있는 교통경찰이나 수술 후 복도에 기대어 잠들어버린 의사의 모습 같은 상황은 리얼리티를 벗어난 과장된 연출이라는 학생들의 의견이 있었다.

《나는 중국공산당원입니다(我是中国共产党党员)》의 배경인 구이저우성은 중국의 대표적인 빈곤지역으로서, 낙후된 지역 개발을 위한 국가적 지원과 선전이 집중되는 곳이다. 영상은 소외된 벽지에서 몸을 사리지 않고 일하는 당원의 성실한 모습과 ‘일체를 영도하는’ 당의 리더십을 부각시키고 있다. “나는 누구인가?”에 응답한 또 다른 영상 《나는 중국 군인입니다(我是中国军人)》는 건군 91주년을 기념하기 위해 제작된 인민해방군 홍보물로서 고향과 가족을 떠나 고군분투하는 중국 군인들의 형상을 그려

내고 있다. “내 앞은 전쟁(我面前是战争)”이라는 상황설정과 “나는 아름다운 삶의 수호자(我是美好生活的守护者)”라는 자기 정체성의 고백은 군사굴기를 내세운 중국 패권주의의 세련된 표현이라 생각된다.

《이게 중국이야(This is China)》는 영어·중국어 랩과 노래가 담긴 뮤직비디오이다. 공산주의청년단(共青团)과 “텐푸스벤(天府事变)”⁶⁾이라는 힙합그룹이 공동 제작한 이 영상은 공청단 중앙 관방 웨이보와 CCTV에 차례로 방영되었다. 영상은 중국에 대한 왜곡된 시선을 바로잡고 중국의 진면목을 알리기 위해 제작되었음을 밝힌 뒤, 환경오염이나 물질만능주의처럼 개혁개방 후에 드러난 많은 부작용들은 세계 각국이 거쳐 간 현대화의 필연적 산물임을 강조한다. 그리고 멜라민 분유와 가짜 백신 같은 중국사회의 치부를 솔직하게 드러내는 한편, 모바일결제 시스템, 노벨상 수상 등 과학기술분야에서 이룩한 성과들을 함께 거론함으로써 중국의 현재와 미래를 긍정적으로 그려낸다. 학생들은 내용에 주목하기에 앞서 중국 래퍼들이 등장하는 뮤직비디오라는 형식 자체에 큰 관심을 보였고, 이들의 국가관과 애국심에 문화적 이질감을 느끼기도 하였다.

2017년 10월 제19차 중국공산당 전국대표대회 기간에 인민일보사가 내놓은 국가 홍보물 《중국 신시대에 들어서다(中国进入新时代)》는 시진핑 시대의 중국몽(中國夢)을 선전한다. 제목에 언급된 ‘신시대’는 ‘신시대 중국특색 사회주의’, 즉 19차 당대회 후 당 기율조례에 정식 삽입된 시진핑의 통치철학을 가리킨다. 인터뷰 형식으로 제작된 이 영상은 총 7명의 등장인물이 각자의 꿈을 말하는데, 6살 티베트 소녀는 베이징 텐안면에 가는 것이 소원이고, 고속철 용접공의 꿈은 중국의 고속철도가 전 세계를 잇는 것이다. 한 투자회사의 외국인 CEO는 중국의 일대일로 정책이 중국의 주

6) 天府事变: 2015년 10월 1일 쓰촨성 청두 출신의 청년 4명이 결성한 힙합그룹으로 후에 공식명칭을 “天府音乐”으로 변경했다. 대표곡으로 <홍색역량(红色力量)>(2016.01), <이게 중국이야(This is China)>(2016.06), <노 사드(No Thaad)>(2017.05) 등이 있으며, 2017년 3월에는 제6회 중국힙합시상식에서 국제영향력을 지닌 가요상을 수상하기도 했다.(百度百科 참고) 곡명에서도 볼 수 있듯이 이들의 음악에는 민족주의·애국주의 정서가 짙게 드러난다.

도 하에서 꾸준히 유지되기를 바란다고 말한다. ‘중국의 꿈’을 계급과 민족을 초월한 ‘세계의 꿈’으로 확대시키고자 하는 당·정의 의지가 드러나는 대목이다.

미디어중국어 수업에서는 이상의 당·정 선전문물을 2주(4차시)에 걸쳐 학습하였다. 학생들은 수업 전에 공지된 영상과 자막자료를 예습한 뒤 수업에 참여하였다. 자료는 다음과 같은 형태로 학생들에게 제공되었다.

三、我是中国军人(中国人民解放军形象片, 2018.08, 2:20)

我是谁? / 我是母亲倚在门口牵不到的那只手。 / 我是妻子舍不得挂掉的电话。 / 我是儿子眼里不敢靠近的陌生人。 / 我是亲人的牵挂与骄傲。 / 我身后是和平, / 我面前是战争。(이하 생략)

- 1) 舍不得[shě·bùde] (헤어지기) 아쉽다. 미련이 남다. 섭섭하다.
- 2) 牵挂[qiānguà] [명][동] 걱정(하다). 근심(하다).
- 3) 骄傲[jiāo'ào] [형][명] 자랑스럽다. 자부하다. 자랑. 긍지. 자랑거리.

담당교수는 1차시 수업에서 학생들에게 중국공산당과 입법부·사법부·행정부·인민해방군의 특수한 관계, 중앙정부와 지방정부의 당·정 구조 등을 우리말로 개관하였다. 그래야만 이 같은 선전문물이 제작되는 이유나 의도를 학생들이 이해할 수 있기 때문이다. 그 중에서도 소수민족이나 타이완·홍콩 등과 관련한 내용들은 정치적 시각차가 뚜렷한 제재인 만큼 담당교수는 객관적인 사실의 전달을 위하여 노력하였다.

2~4차시 수업에서는 5편의 영상 시청과 자막 독해, 그리고 토론을 병행하였다. 단어 설명이 첨부된 선전문물의 자막자료는 학생들이 돌아가면서 중국어로 읽고 우리말로 해석하였다. 교수는 의미상의 오류가 아니라면 따로 지적하거나 수정하지 않았으며, 학생들이 해석하기 어려워하는 경우에 한하여 단어의 용법과 문법사항을 설명했다. 번역을 끝내고 난 뒤에는 학생들로 하여금 각 영상이 담고 있는 동기와 목적, 느낀 점 등을 자유롭게 우

리말로 나누게 했다.

당·정 선전물과 같은 광고류의 자막은 전문지식의 전달보다는 효과적인 설득을 위해 짧고 반복적이며 비유적인 표현을 많이 쓴다. 학생들은 추상적 화두를 던진 후 감성을 자극하고 기대를 증진시키는 선전물의 패턴 속에서 중국의 문화적 수사법을 접하였다. 중국공산당이 통치하고 있는 현실을 긍정하고 국가에 대한 절대적 신뢰를 강조하는 선전물의 본질과 그 언어적 특성을 이해하는 것은 대중매체 뿐 아니라 중국사회의 구조와 성격을 이해하는 첫걸음이라 할 수 있을 것이다.

3. 광고를 통한 사회적 주제의 이해

광고는 짧은 시간 안에, 대중이 수용할 수 있는 형식으로, 가장 보편화된 매체를 통해 효율적으로 전달되는 것을 목적으로 한다. 광고는 기업이나 정부가 공공의 이익을 위해 제작한 공익광고와 기업이 판매를 촉진시키기 위하여 소비자를 대상으로 제작한 상품광고로 나눌 수 있다. 공익광고는 사회제반의 문제들에 초점을 맞추어 공동체의 발전을 위한 의식의 개혁과 확산을 도모한다. 상품광고는 모든 소비자가 상품에 매력을 느끼고 구매하도록 이끌어 이윤을 창출해야 한다. 최근 많은 기업이 공익광고에 근접한 상품광고를 제작함으로써 “기업 이미지를 개선하고 자신들의 기업 이념과 공공적 기여를 표현하고자 하는 것은 광고가 지닌 사회적 효율성이 기업과 공공의 소통에 좋은 통로를 제공하기 때문이다.”⁷⁾ 그런 의미에서 모든 광고는 한 시대의 사회상을 반영하면서 동시에 그 사회가 지향하는 바를 읽게 하는 매개체이다.

이 같은 맥락에서 미디어중국어 수업은 중국의 공익광고와 공익성을 띤 상품광고를 통해 중국의 현실을 읽고자 했다. 중국의 공익광고는 언론매체

7) 풍지에, 《현대 중국 공익광고의 내용적 특성에 대한 연구》, 동명대학교 대학원 석사학위논문, 2018, 1쪽.

의 구조적 특성상 당·정 선전물의 매커니즘과 동일하지만⁸⁾, 사회적 이슈를 조망할 수 있고 계도적 측면이 부각된다는 점에서 중국사회의 문제와 해결방안을 엿볼 수 있는 거울 역할을 한다. 공익지향을 담은 상품광고는 다양한 형태로 나타나는데, 당·정의 지도 속에서 이윤을 추구해야 하는 중국기업은 당·정을 대신하여 개인을 설득하는 이미지광고를 통해 사회가 지향하는 가치와 상품의 이미지를 결합시킴으로써 그 효과를 극대화하고자 한다.

미디어중국어 수업이 선택한 광고의 기준은 다음과 같다. 첫째, 최근 3년 이내에 제작된 광고여야 한다. 광고가 내포하는 현실인식과 미래전망을 파악하기 위해서이다. 또 광고의 내용과 전달양식은 대중적 감각과 결합되어 있기 때문에 현재성을 잃으면 광고효과를 내기 어렵다. 둘째, 나레이션(자막)이 풍부한 광고여야 한다. 실제로 “광고는 목적에 따라 평서문, 의문문, 감탄문, 명령문 등의 다양한 문장형식을 사용하고 있는데 이러한 광고문구에서 사용되는 통사론적 특징들은 중국어의 다양한 문법현상을 재점검하고 보충하는데 사용될 수 있다. 또한 광고는 설득이라는 목적을 위해 다양한 수사법을 구사하고, 소비자의 주의를 끌기 위해, 계속 변화하는 소비자의 감각에 접근하기 위해 새로운 어휘, 새로운 단어의 조합, 새로운 감각어의 창조에 많은 시간과 노력을 기울이므로 이를 통해 우리는 당대 언어의 모습을 잘 이해할 수 있고 풍부한 표현방식을 학습할 수 있다.”⁹⁾ 셋째, 가능하다면 중국의 고유한 정서를 담은 내용을 선택하는 것이 좋다. 광고가 담고 있는 중국의 세계관과 감성을 접하는 과정은 중국 소프트파워 전략의 토대를 이해하는 데 도움이 될 것이기 때문이다. 이와 같은 기준으로 2018학년도 수업자료로 활용한 광고는 아래와 같다.

- 8) “중국의 공익광고는 정부의 지시에 따라 언론사가 제작하기 때문에 중국 공익광고의 정책과 제작의 많은 부분이 정책부문의 지지와 행정수단의 규정에 기대어 있다.”, 曾玉成, 〈我国公益广告发展的现状、问题与对策〉, 《传媒》, 中国出版科学研究所, 2017年 第2期, 68-70쪽.(풍지애의 논문 14쪽에서 재인용)
- 9) 김지은, 《중국 TV광고를 활용한 중국어 학습 지도 연구》, 수원대학교 교육대학원 석사학위논문, 2010, 18쪽.

분류	제목(제작년도)	제작	재생 시간	주제
공익 광고	路口(2015)	CCTV	0:45	공공질서, 법치
	蓝天(2016)		0:45	미세먼지, 환경보호
	每一个人都是一道亮丽的风景线(2017)		0:40	여행객 예절
	善行无迹 邻里一家用爱守望(2016)		1:00	사회적 약자 보호
	家香 家乡(2018)		1:30	가족애
	在阅读中发现更好的自己(2018)		1:00	독서
	看过世界, 更爱中国 (2018)		1:50	애국
상품 광고	你应该骄傲(2017)	百雀羚	4:50	자신감, 용기, 애국
	时间会留下最值得的人(2018)	华为	3:15	우정, 관심
	三分钟(2018)	Apple	6:20	가족애
	爱: 让他健康(2018)	余仁生	4:00	효, 건강
	健康本该如此(2018)	华润三九	4:00	건강

공공질서와 교통안전은 공익광고의 전형적인 주제이다. 중국은 특히 2008년 베이징 올림픽을 전후로 이른바 ‘文明’을 강조하는 공익광고를 많이 내보내고 있다. 《길목(路口)》은 2012년부터 시작된 ‘시민의식을 갖추어 새로운 문화를 만들자(讲文明树新风)’ 공익광고 시리즈¹⁰⁾의 일환으로 제작되었다. 흥미로운 부분은 공공질서의 문제를 개인의 양심에 호소하기보다 시진핑 시대의 화두 중 하나인 ‘법치’를 내세움으로써 법의 통제가 시민의식의 실천보다 선행하는 것임을 드러내고 있는 점이다. 또 몇몇 공익광고에서 지적하는 미세먼지와 환경문제, 급증하는 유커들의 비문화적인 행태 등은 문명강국을 꿈꾸는 중국이 풀어야 할 과제임을 알려준다.

장애인과 고아, 빈곤층이 중국 공익광고에 등장하기 시작한 것은 ‘전면

10) “讲文明树新风” 공익광고는 정부 직속 주요 언론사가 2012년 12월부터 출시해온 공익광고이다. 주로 사회주의 핵심가치관, 사회도덕, 행동규범, 생태문명 건설, 교통안전, 식품안전, 건강지식 등을 교육하는 내용으로 구성된다. (百度百科 참고)

적인 소강사회 건설'과 무관하지 않을 것이다. 메시지의 전달방식에 있어서도 사회적 약자에 대한 관심을 촉구하는 쪽이 아니라, 수혜자가 자신의 처지를 불행하게 여기지 않고 감사해하며, 시혜자 또한 자선행위를 통해 행복을 느끼는 장면을 내보냄으로써, 소외가 해결해야 할 문제가 아니라 이미 해결된 문제로 그려지고 있는 것이다.

춘절 귀향을 소재로 한 광고 《가향 고향(家香 家乡)》은 CCTV 설 특집방송 '춘절만화(春節晚會)'의 공익광고로, 중국어 해음(諧音)을 활용하여 고향의 맛과 향기에 담긴 그리움을 묘사하였다. 춘절의 가장 큰 의미를 가족의 만남에 두는 중국인들의 문화의식은 실화를 바탕으로 한 애플(Apple)의 광고 《3분(三分钟)》에서도 볼 수 있다. 이 광고는 춘절 귀성객의 대이동이라는 상황 속에서 이뤄지는 모자간의 극적인 만남을 담았다. 중국인들의 진실된 삶의 일면을 반영하고 있다는 공감은 “아이폰X 모델로 촬영된 영상”이라는 짧은 문장을 읽는 것만으로도 충분한 마케팅 효과를 가져왔을 것이다.

최근 중국 문화컨텐츠의 주선율로 떠오른 애국주의가 광고에 반영되고 있다는 사실도 주목할 만하다. 공익광고 《세계를 돌아보고 중국을 더욱 사랑하게 되었습니다(看过世界, 更爱中国)》는 중국인 유학생이 해외에서 느끼는 중화민족으로서의 자긍심을 묘사하였고, 화장품회사 바이첸링(百雀羚)의 광고 《넌 자랑스러워해야 해(你应该骄傲)》는 해외에 거주하는 중국인 3명의 에피소드를 통해 어떤 상황에서도 위축되지 말고 중국인임을 마음껏 자랑스러워하라고 선전한다. 이 두 광고는 다소 부풀려진 설정에도 불구하고¹¹⁾, 일대일로를 실천하고 세계에 중국의 힘을 과시하고자 하는 국가 이데올로기를 노골적으로 드러낸다.

《사랑: 그의 건강을 지켜주세요(爱: 让他健康)》는 싱가포르 건강식품회사 유안상(余仁生)의 어버이날 기념광고이다. 소비주체가 된 외동자녀들이 겪는 부모세대와의 갈등과 화해의 과정을 스토리텔링으로 전달한다. 제

11) 광장에서 고정방가를 자신감으로 포장하거나, 외국인이 중국을 TV도 없는 가난한 나라로 오해하는 설정 같은 것들이다.

약회사 화룬싼지우(华润三九)의 광고 《건강은 본래 이런 것입니다(健康本该如此)》는 현대인의 질병을 지적하며 올바른 식습관과 운동, 건전한 취미활동과 긍정적 마인드 등을 통해 삶의 질을 높일 것을 강조한다. 질병의 치료보다 생활습관 개선을 통한 예방을 강조하는 광고가 증가하고 있는 것은 중국인의 생활수준이 빠르게 향상되고 있음을 반영한다.

미디어중국어 수업에서 중국의 광고는 3주(6차시)로 나누어 학습하였다. 당·정 선전물과 마찬가지로 학생들은 미리 자료를 읽고 수업에 참여하였으며, 수업은 영상을 시청하고 자막을 독해하는 방식으로 진행되었다.

七、央视公益广告 《看过世界，更爱中国》(2018, 1:50)

嗨，过去的自己！我是未来的你。/ 我没有辜负你过往的努力，/ 也在继续着你的豪言壮语。/ 国外的世界陌生而新鲜，/ 但你还是会被熟悉的味道吸引。/ 你的英文越来越流利，/ 可现在说得最多的却是.../ I'm from China。/ 你努力学习西方的文化，/ 却在东方的旋律中找到共鸣。/ 跟你相比，我已经更加坚强，/ 但还是会为中国两个字热泪盈眶。/ 我还是和你一样喜欢看月亮。/ 你在那头望着远方，/ 我在这头望着故乡。

- 1) 辜负 [gū-fù] [동] (호의·기대·도움 따위를) 헛되게 하다. 저버리다.
- 2) 豪言壮语 [háoyán zhuàngyǔ] [명] 호언장담. 호기롭고 자신 있게 하는 말.
- 3) 旋律 [xuánlǜ] [명] 선율. 멜로디.
- 4) 共鸣 [gòngmíng] [명][동] 공명(하다). 공감(하다).
- 5) 坚强 [jiānqiáng] [형] 굳세다. 굳고 강하다. 꺾기다.
- 6) 热泪盈眶 [rèlèi yíngkuàng] [형] 뜨거운 눈물이 눈시울에 가득하다. 매우 슬피하거나 감동하다.

담당교수는 자막자료를 준비할 때 학생들이 단어검색과 번역 자체에 너무 많은 시간을 쓰지 않도록 HSK 5급 이상 수준의 단어들은 본문과 함께 그 뜻을 병기해주었다. 수업이 시작되면 영상을 먼저 감상한 뒤 예습을 토대로 학생들이 돌아가며 자막을 중국어로 읽고 우리말로 해석하였다. 공익

광고의 경우 명확한 표현과 단문이 많기 때문에 직역을 위주로 했으며, 스토리텔링 형식으로 제작된 상품광고는 자연스런 우리말로 의역했다. 의역은 ‘어떤 카피가 더 자연스럽고 마음을 움직이는지’를 기준으로 하여 학생들의 의견을 종합하여 확정되었다. 자막 해석이 끝나면 해당 영상을 한 번 더 시청하였으며, 유사한 주제를 다룬 광고들을 추가로 감상하기도 했다. 그리고 담당교수는 광고에 담긴 사회정치적 의미에 대해 보충설명하고 학생들의 의견을 청취하는 시간을 가졌다. 당·정 선전물을 통해 중국 매체의 특수성을 인지하게 된 학생들은 공익광고가 지향하는 바를 비교적 짧은 시간 안에 찾아내었으며, 상품광고의 공익성과 정치적 함의, 중국사회의 변화와 중국인의 감성소비경향 등에 대해 각자의 의견을 나누었다.

4. 뉴스 읽기의 방법과 효과

뉴스는 현실의 반영이다. 중국의 뉴스를 시청하는 것은 변화 발전하고 있는 중국을 이해할 수 있는 가장 일반적인 방법이다. 그러나 ‘시사중국어’ 범주에 속하는 뉴스 읽기 과정을 저학년 수업에서 다루어야 한다는 것은 어려움이 아닐 수 없다.¹²⁾ 이 부분은 일상회화의 범주를 벗어나 있어 대학 2학년·HSK 4급의 수준에 맞추기가 어렵고, 정보의 내용을 파악하는 것에 중점을 둘 수밖에 없어서 독해 위주로 흐를 가능성이 크다. 수업자료 또한 김원(2013)이 지적했듯 국내의 시사중국어 교재 대부분은 “기사 본문과 관련한 어휘와 어법, 상용어구, 문장구조를 설명한다.” “문제는 교재 속의 뉴스가 이미 발생한 지 오랜 시간이 경과된 것이 대부분을 차지하고 있다는 점이다.”¹³⁾ 뉴스를 다루는 교육과정은 학습에 적절한 형식을 갖추

12) “한국의 시사중국어 교육은 국내 대학 중국 관련 학과 대부분이 실시하고 있으며, 주로 3,4학년 중·고급 학습자를 대상으로 독해 중심의 교육을 실시하고 있다.”, 이미경, <시사중국어 교수법 소고>, 《중국어문학》 제79집, 영남중국어문화회, 2018, 5-6쪽.

13) 김원, <온라인 뉴스를 이용한 시사중국어 교육 방안 연구: 중국 제12기 전국 인민대표대회 관련 뉴스를 중심으로>, 《아시아문화연구》 제32집, 가천대학

고 있으면서도 시의성이 높은 주제와 내용을 선정하는 것이 가장 중요하지만, 그것은 쉽지 않은 편이다.

필자는 수업을 위해 중국의 뉴스 중에서도 정례화된 내용을 중심으로 주제를 정하고, 예측 가능한 패턴으로 반복되는 내용을 택하여 ‘중국의 1년’을 들여다볼 수 있는 자료를 편집하였다. 2주(4차시) 분량에 맞추어 2018학년도 수업에서 선정한 뉴스 주제는 아래와 같다.

1. 2018년 CCTV 춘절만회(2018年中央电视台春节联欢晚会)
2. 2018년 춘절 특별운송(2018年春运)
3. 2018년 전국양회(2018年全国两会)
4. 2018년 보아오포럼(博鳌亚洲论坛2018年年会)
5. 창어4호 달 탐사선(嫦娥四号探测器)
6. 2018년 대입시험(2018年普通高等学校招生全国统一考试)
7. 미중무역갈등(中美贸易争端)
8. 2018년 11월 11일 광군제(2018双十一购物狂欢节)

위의 8가지 뉴스 중에서 ‘미중무역갈등’을 제외한 항목들은 중국사회의 반복적인 문화지향을 보여주는 제재들이다.¹⁴⁾ 2018년부터 본격화된 ‘미중무역갈등’은 세계의 이목이 집중된 핫이슈로서 세계경제 주도권 쟁탈전에 들어선 중국의 입장과 대응방법은 어떤 것인지를 읽을 수 있는 자료이다.

뉴스 관련 텍스트는 인터넷 뉴스와 바이두 백과사전 등을 참고하여 가급적 300자를 넘지 않는 분량으로 작성하였다. 난이도가 높은 단어는 각 주로 처리하여 우리말 설명을 덧붙였고, 본문의 이해를 돕는 한국어 키워드도 함께 제시하였다. 예를 들어 ‘2018년 전국양회(2018年全国两会)’ 자료는 아래와 같다.

교 아시아문화연구소, 2013, 36-37쪽.

14) ‘창어4호 달 탐사선’의 경우는 중국이 우주과학기술 수준의 선전을 위해 매해 보도하고 있는 제재범주라는 점에서 역시 반복적이라 할 수 있다.

三、2018年全国两会

“两会”并不是一个特定的机构名称，而是对自1978年以来历年召开的“中华人民共和国全国人民代表大会”和“中国人民政治协商会议”的统称。两会每年称为一届，每年会议称〇届〇次会议。根据中国宪法规定：“两会”召开的意义在于将“两会”代表从人民中得来的信息和要求进行收集及整理，传达给党中央。“两会”代表是代表着广大选民的一种利益的，代表着选民在召开两会期间，向政府有关部门提出选民们的意见和要求。2018年全国两会即中华人民共和国第十三届全国人民代表大会第一次会议和中国人民政治协商会议第十三届全国委员会第一次会议。全国政协十三届一次会议于2018年3月3日下午在人民大会堂开幕。全国人大十三届一次会议于2018年3月5日上午在人民大会堂开幕，上午9时，李克强代表国务院向大会作政府工作报告。2018年3月11日，第十三届全国人民代表大会第一次会议通过《中华人民共和国宪法修正案》。

- 1) 全国人民代表大会[quánguó rén mǐn dài biǎo dà huì] [명] 전국인민대표대회.
- 2) 中国人民政治协商会议[zhōngguó rén mín zhèng zhì xié shāng huì yì] [명] 인민정치협상회의.
- 3) 统称[tǒng chēng] [명] 총칭. 통틀어 이르는 말.
- 4) 宪法[xiàn fǎ] [명] 헌법.
- 5) 规定[guī dìng] [동] 규정하다. 정하다. [명] 규정. 규칙.
- 6) 在于[zài yú] [동] ...에 있다. ...에 달려있다.
- 7) 党中央[Dǎng zhōng yāng] [명] [약칭] 中国共产党中央委员会(중국 공산당 중앙 위원회).
- 8) 广大[guǎng dà] [형] (범위, 규모가) 크다. (사람 수가) 많다.
- 9) 有关部门[yǒu guān bù mén] [명] 관련부서.
- 10) 提出[tí chū] [동] 제기하다. 제출하다. 제의하다. 신청하다.

* 검색어: 2018년 양회, 전국인민대표대회, 중국인민정치협상회의

담당교수는 수업 전에 뉴스 본문을 가상대학에 업로드하고, 수강생을 8개조로 나누어 각 주제에 해당하는 키워드 검색을 통해 우리 언론에 보도된 자료들을 미리 정리해서 가상대학에 올리도록 지시했다. 학생들은 중국어 본문과 우리말 자료를 함께 출력해서 예습한 뒤에 수업에 참여하였다.

관련지식 습득을 위한 연습 단계가 필요한 이유는 학생들이 ‘중국어로 된 뉴스’라는 부담감을 덜어낼 수 있어서이다. 학생들은 주제에 대한 친숙도나 기본 배경지식이 외국어 학습의 능률을 크게 끌어올린다는 사실을 몸소 깨닫게 된다. 그리고 평소 관심을 두지 않았던 국내외 정치 및 사회 이슈를 직접 검색하는 과정에서 현재의 중국을 이해하는 기초를 다질 뿐 아니라 중국과 우리 현실 간의 연계성을 실감하게 된다.

수업이 시작되면 해당 주제를 맡은 조원들이 우리말 자료를 소개하고 학생들이 배경지식을 이해하고 나면, 담당교수는 주제와 관련한 2-3분 분량의 뉴스 영상을 틀어주어 중국어가 얼마나 들리는지 학생들 스스로 체크하도록 했다. 그리고 중국어본문 독해에 들어가는데, 독해는 학생들이 돌아가며 중국어로 읽고 한국어로 번역하는 방식으로 진행하였고, 담당교수는 본문을 스크린에 띄워놓고 문형 분석에 필요한 단어와 문법 등을 보충설명하였다.

뉴스와 신문언어는 광고언어에 비해 문장성분 간의 결합구조가 분명하며 전달하고자 하는 내용이 이성적이고 명료하다. 따라서 독해와 보충설명을 진행할 때에는 주술관계를 정확하게 파악하고 문장 간의 연계성을 이해하는 훈련에 중점을 두었다. 뉴스는 또한 일상생활 속의 의사소통을 목적으로 하는 회화와 달리 공식적·전문적인 용어와 서면어가 많이 출현하는 것이 특징이다. 2학년 학생에게 난이도가 높은 것이 사실이지만, 뉴스를 통해 중국인의 사고방식과 표현양식을 접함으로써 고급중국어를 미리 맛볼 수 있다는 데 수업의 의의를 두었다.

본문 해석이 끝나고 나면 영상을 한 번 더 시청하고 수업 초반부과 비교하여 듣기능력이 향상되었음을 체감하도록 했다. 학생들의 듣기 수준은 연습 여부와 배경지식 이해의 수준, 그리고 독해능력과 비례한다. 본문 해석 전의 듣기가 아는 내용을 화면의 영상을 통해 ‘짐작’하는 단계라면, 해석 후의 듣기는 중국어 단어와 표현이 구체적으로 ‘들리는’ 단계라 할 수 있다. 일반 회화 교재의 듣기과일에 익숙한 학생들은 중국 뉴스의 속도감에 처음에는 당황스러워 했지만, 내용을 알고 배운 중국어가 조금씩 들리

게 되면서 큰 성취감을 느꼈다. 이렇게 뉴스 한 편을 학습하는 데는 약 30분이 소요되고, 한 차시 75분 수업을 통하여 대략 두 편의 뉴스를 학습할 수 있었다.

5. 중국 매체를 활용한 자기효능감 확인

이 수업의 목표 중 하나는 학생들이 중국 매체를 활용하여 원하는 정보를 검색하고 취득할 수 있는 수준에 오르게 하는 것이다. 담당교수는 이 수업을 통한 학생들의 변화를 확인하기 위해 학기 초에 ‘중국 인터넷 사이트를 이용한 활동들’을 기말과제로 공지하였다. 과제는 주제에 제한을 두지 않고 10분 이내의 발표내용을 PPT파일로 작성하게 했다. 2018학년도 수업에서 학생들이 제출한 과제 중에 몇 개를 소개하면 다음과 같다.

- 바이두(百度)에서 궁바오지딩(宮保鷄丁) 레시피를 찾아 번역하고 직접 요리해보기
- 바이두 지식인(百度知道)에 어학연수 예정인 인민대학(人民大學)에 대해 질문하고 중국 네티즌들의 답변을 우리말로 번역해보기
- 바이두 지식인에서 우리 대학교명을 검색하고 관련 질문에 중국어로 답변 달아주기
- 타오바오(淘寶)에서 티셔츠 구매 후 중국어로 후기 올리기
- 텅쉰스핀(騰訊視頻)에서 축구선수 손흥민의 경기영상을 찾아보고 중국 네티즌들의 댓글반응을 우리말로 번역해보기
- 배우 추자현과 이다해, 규현의 중국어 인터뷰 영상을 찾아 비교해보기
- 왕이(網易)에 회원가입 후 받은 계정으로 중국 교수님께 이메일 쓰기
- 다중토픽(大眾點評)에서 상하이 맛집 검색 후 중국 미식여행 계획하기

수강생 26명이 13~14주차 4차시에 걸쳐 모두 발표에 참여했는데, 발표에 대한 학생들의 집중도는 매우 높은 편이었다. 발표자 중에는 타오바오에서 쇼핑한 티셔츠를 직접 착용하고 나온 학생이 있는가 하면, 어떤 학생

은 발표 당일 아침에 만든 공바오지딩을 가져와 시식회를 열기도 했다. 중국에 진출한 한국배우들의 중국어 인터뷰 자료는 전공자인 학생들의 중국어 학습에 큰 동기부여가 되었으며, 중국 네티즌과의 실시간 교류경험은 중국어 사용에 있어서의 자기확신을 갖게 하는 계기로 작용하였다. 각종 매체를 통해 한국 관련 자료를 검색한 학생들은 어떤 사안에 다양한 국제적 시각이 존재함을 깨닫게 되고, 나아가 세계정세의 흐름을 읽고 자신의 객관적 판단기준을 세워가는 과정을 경험할 수 있었다. 결과적으로 학생들의 발표는 수강생이 자신의 효능감을 학우들과 공유하고, 담당교수는 이 수업의 효과를 확인할 수 있는 시간이었다.

IV. 맺음말

미디어중국어는 주별 학습내용을 단계별로 교육하였다. 학생들은 먼저 매체 관련 용어를 학습하고, 컴퓨터와 모바일에서 중국어로 된 정보를 처리할 수 있는 기본 역량을 갖추었다. 그리고 당·정 선전물의 영상과 자막 학습을 중국을 이해하는 시작점으로 삼았다. 다음으로 광고가 담고 있는 정치적·사회적 의미와 언어적 특징을 파악하고, 정제화된 뉴스를 통해 중국사회의 매커니즘을 좀 더 깊이 있게 이해하였다. 뉴스의 내용을 예습하고 읽어가는 과정은 중국인의 사고와 표현을 이해하고 한중 간의 연계를 실감하게 하였다. 마지막 단계에서는 중국 웹사이트를 이용한 활동을 함께 함으로써 수강생들이 중국 매체를 활용하여 원하는 정보를 획득하는 수준에 도달하였음을 확인하였다.

그럼에도 불구하고 이 수업에는 여전히 한계와 과제가 남아있다. 가장 큰 문제는 학생에 맞는 내용과 난이도의 설정이다. 수업목표와 필요성에 공감하는 것과는 별개로, 학생 입장에서 이 수업은 꾸준한 예습이 필요하며 매 단계마다 자신의 견해를 정리해야 하는 결코 쉽지 않은 과정이다. 하지만 2018학년도 제2학기 기말강의평가의 객관식 문항¹⁵⁾ 가운데는 “이

강의를 통해 해당 분야의 지식과 능력이 발전하였고 관심도 깊어졌다.”는 항목이 가장 점수가 높았다. 주관식 문항에서도 “어려운 단어가 많아서 힘들었지만 관련 분야에 대한 관심이 높아졌다.”, “언어 뿐 아니라 실제로 중국에서 어떤 일들이 일어나고 있는지 배울 수 있어서 도움이 되었다.”, “중국의 광고와 뉴스를 통해 좀 더 전문적인 지식을 쌓을 수 있었다.” 등의 평가가 많았다. 이 수업을 통해 획득된 학생들의 효능감을 표현한 것이라고 생각된다.

이 수업의 담당교수는 해마다 새로운 수업자료를 편집해야 하는 번거로움을 감수해야 한다. 중국사회는 변화의 속도가 빠른 만큼 인터넷문화도 다양하게 발전하고 있다. 특히 강력한 통제 속에서도 유행의 영향을 직접적으로 받는 영상자료의 선택은 편폭과 재미, 수업자료로서의 적절성을 모두 참작해야하기에 하나의 텍스트로 확정하기까지 몇 배의 시간과 노력을 투자할 수밖에 없다. 학생들을 이 수업에 적극적으로 참여하게 하는 것도 중요한 과제이다. 학생들이 중국에 대한 이해를 토대로 중국매체를 활용하여 중국인과 소통하기 위해서는 현지의 동향에 관심을 기울이면서 그것을 자기화 하는 습관이 형성되어야 한다. 그렇게 되면 다른 과목과 차별화된 방법으로 학생들의 중국어 활용능력을 증진시키기 위한 이 수업의 다양한 시도와 노력이 학생 개개인의 자기 효능감으로 자연스럽게 전환될 것이기 때문이다.

- 15) 본교 강의평가의 객관식 문항은 모두 8가지이다. ① 강의계획서는 계획적이고 체계적으로 작성, 실행되었다. ② 교수는 강의시간을 준수하였다. ③ 강의는 해당분야의 현실적이고 실제적인 내용을 충실하게 다루었다. ④ 교수는 질의 응답, 토론 등으로 학생들의 수업참여도를 높였다. ⑤ 이 강의를 통해 해당 분야의 지식과 능력이 발전하였고 관심도 깊어졌다. ⑥ 중간강의평가에서 건의한 사항이 개선되었다. ⑦ 교수는 휴강 시 보강을 이행하였다. ⑧ 교수는 출결 관리를 철저하게 하였다.

< 참고문헌 >

- 김원, <온라인 뉴스를 이용한 시사중국어 교육 방안 연구: 중국 제12기 전국인민대표대회 관련 뉴스를 중심으로>, 《아시아문화연구》 제 32집, 2013.
- 김지은, 《중국 TV광고를 활용한 중국어 학습 지도 연구》, 수원대학교 교육대학원 석사학위논문, 2010.
- 박정수, <중국은 어떻게 대중문화를 통제하는가: 영화산업의 사례분석>, 《한국동북아논총》 제67호, 2013.
- 이미경, <시사중국어 교수법 소고>, 《중국어문학》 제79집, 2018.
- 풍지애, 《현대 중국 공익광고의 내용적 특성에 대한 연구》, 동명대학교 대학원 석사학위논문, 2018.
- 魏洁, 《중국 방송 제도와 프로그램 편성의 변화: CCTV-1을 중심으로》, 강원대학교 대학원 석사학위논문, 2013.

< Abstract >

This paper introduces the media Chinese teaching model and application examples. I have set the goal of this class to help students gain access to information about China through the media and build up a rudimentary understanding of China. The contents of weekly learning were taught step by step as follows. Students have the basic ability to learn media-related terms first and to process information in Chinese on computers and mobile. And the video and subtitling of the party and the propaganda were taken as starting point to understand China. Next, we grasped the political and social meaning and linguistic characteristics of the

advertisement, and examined the mechanism of Chinese society in more detail through regular news. The process of preparing and reading the contents of the news made it possible to understand the Chinese people's thoughts and expressions and realize the linkage between Korea and China. At the final stage, we confirmed that the students had reached the level of obtaining the desired information by using the Chinese media by carrying out activities using the Chinese website. The selection and difficulty of class contents is the biggest task of this class. Communication and empathy between professors and students are very important to overcome this. You also need to worry about whether this course can enhance your ability to use Chinese in practice. The professor should develop instructional methods to improve the ability of Chinese speaking, listening, writing and reading evenly. You also have to edit the new class every year. Above all, we must constantly strive to respond appropriately to the student's level and needs.

Key Words : 미디어중국어(Media Chinese), 수업모형(Teaching model), 선전물(Propaganda video), 공익광고(Public service advertisement), 상품광고(Product advertisement), 뉴스(News), 자기효능감(Self-efficacy)