



몰입과 해석, 창의성의 힘! 그리고 광고로 맛있게 수업하기

김주동¹⁾

I. 수업 전 가볍게 몸 풀기 : 몰입 / 해석 그리고 창의성

1. 미하이 칙센트미하이 박사의 몰입 “Flow”

Flow = 몰입이란 삶이 고조되는 순간에 행동이 자연스럽게 이루어지는 느낌을 표현하는 말로, 삼매경, 몰아일체, 무아지경, 황홀경 등의 상태와 비슷하다. 미하이 칙센트미하이 박사는 인생을 성공적으로 살기 위해서는 한 가지 일에 깊이 빠져드는 ‘몰입’이 필요하다고 이야기한다. 몰입하지 않고 맛보는 행복은 외부적인 상황에 대한 의존도가 높은 반면에 몰입에 의해 오는 행복은 스스로의 힘으로 만든 것이므로 더 값지다는 것이다. 나의 학생들은 몰입하고 있는가? 나만 몰입하거나 아니면 아무도 몰입하지 못하는 건 아닌가?

“창의가 제대로 실현되려면 이를 제대로 지지해주는 조직 문화가 형성돼야 한다.” 그는 “유교도 원래는 기존의 전통에서 벗어나고자 한 창의적 운동에서 시작됐다”면서 “그러나 그것이 전체 질서로 자리 잡히게 되면 곧 경직성을 갖게 된다”고 말했다. 그는 조직 개선을 위한 방안으로는 “잘못을 지적하기보다는 장점에 집중하는 편이 좋다”면서 “잘하는 부분을 공유할 수 있어야 조직 전체가 변화할 수 있다”고 조언했다. 또 교육문제와 관련, “학교교육이 현재 창의성과는 반대방향으로 가고 있다”면서 “아시아뿐만 아니라 전세계의 학교 교육에 변화가 필요하다”고 지적했다. 창의성 발현이 무엇보다 중요한 분야로 그는 첨단기술 분야와 인간에 대한 탐구 분야를 꼽았다. 그는 특히 “덜 가진 자들을 도와 어떻게 하면 더 나은 사회를 만들 수 있는지에 대한 문제가 창의성 발현의 또 다른 가능성을 보여주는 분야가 될 것”이라고 말했다.

— 미하이 칙센트미하이, 서울시 <2009 창의시정 국제 컨퍼런스>에서

1) 예닮학교 교사 / 깨끗한 미디어를 위한 교사운동 대표 / hangilganun@gmail.com

2. 해석의 과정 : 영화 “인생은 아름다워”

영화 “인생은 아름다워”는 2차세계대전시 이탈리아에 살던 어느 유대인에 관한 이야기이다. 그는 특유의 낙천적인 성격으로 사랑하는 여인을 만나 행복한 결혼생활을 하던 중 독일군에 의해 유대인 수용소로 끌려간다. 그에게 아들이 있었는데 사나이가 어리고 현재 자신의신분에 대한 파악이 되지 않았는지 자꾸 집으로 돌아가자고 한다. 아버지도 돌아가고 싶다. 하지만 아버지 맘대로 안되는 인생이다. 그래서 아버지는 아들에게 지금 상황이 게임이라고 설명한다. 즉 지금 이곳은 나치수용소가 아니라 게임에 참가한 사람들이 모인 장소이며, 1000점을 모으면 1등을 하는데 1등하는 사람에게 탱크를 준다고 한다. 장난감탱크도 아니고, 험 탱크도 아닌 뼈까번쩍한 새탱크를 준다고 얘기한다. 그리고 독일군이 수용소 규칙을 알려주려고 독일어 아는 사람을 찾을 때 자원해서 나가 독일어를 오직

자기 아들을 안심시키는 목적으로 해석해 준다. 이 장면은 이 영화의 명장면 중 하나인데, 진지하게 설명하는 독일군의 표정과 독일어와 아버지의 설명이 대조되며, 그 어이없는 설명을 그냥 듣고만 있는 수용소사람들의 표정이 재미있다. 이 장면이후 아버지는 용광로에서 사람이 들기 힘든 철제용품을 나르는 장



면이 나오는데 그는 자신의 동료에게 힘들다고 토로한다. 요새 아이들의 말처럼 이상은 높지만, 현실은 시궁창 인것 이다. 하지만 아들은 이 죽음의 수용소에서 같이 게임할 아이들을 찾으며, 지루하지만 하루하루 살아가고 있다. 이들은 어떻게 될까? 자세한 내용은 영화를 참조하시라! 이 영화에서 우리가 얻을 수 있는 통찰력은 이것이다! 우리를 둘러싼 현실은 변하지 않는다는 것이다! 우리가 노력하면 어느 정도는 변할 수 있겠지만, 현실을 벽은 완전히 뛰어 넘을 수는 없다는 것이다! 이런 현실을 살아가는 우리에게 필요한 것이 바로 해석이다! 현실은 변하지 않지만, 현실을 해석하고 그 해석을 바탕으로 현실에 대한 우리의 반응은 바꿀 수 있다는 것이다! 마치 쇼생크탈출의 주인공을 독방에 가둔다 해서 그의 영혼조차 가둘 수 는 없다고 소리치는 것처럼, 광고활용 수업은(나아가 미디어 활용수업) 우리의 학생들에게 해석의 힘을 알려주는 것이라고, 나아가 교사가 해야 할 것은 지식의 전달이 아닌 지식의 해석과 그들 바탕으로 한 삶의 모본이라고 할 수 있을 것이다.

3. 몰입(바로보기) - 행복(해석) - 창의성과 보이지 않는 고릴라

타계한 애플의 스티브 잡스가 가진 창의성은 몰입에서 왔다고 할 수 있다. 그리고 그 몰입은 자신이 행복함을 느끼는 것에서부터 왔다. 그래서 그의 생전 애플제품에는 뭔가 영감이 있었다. 오죽하면 굳이 세상의 스마트폰을 분류한다면 아이폰과 아이폰이 아닌 것으로 해야 할 만큼 잡스의 영향력은 대단했다. 하지만 그의 죽음이후 많은 사람들이 애플제품에서 영감이 사라졌다고, 기술은 놀랍지만 사람을 이끄는 영감은 사라졌다고 생각한다. 광고활용수업은 몰입을 바탕으로 해석하고 그 해



석을 통해 창의성을 키우는 수업이라고 할 수 있다. 창의는 타고 나는 것이 아니라 개발되는 것이다. 바로 보고 그 바라봄에서 자신만의 해석을 만들어 적용하는 것을 창의성이라고 할 수 있을 것이다. 그래서 광고활용수업은 교사자신이 행복하게 혹은 흥미를 갖고 있는 가지게 될 주제를 가지고 학생과 함께 하는 수업 방식이다. 하지만 교사가 광고 활용수업에 대해 두려워 하거나 고민해 보지 않은 가장 큰 이유는 교사 자신이 광고를 제대로 본적이 없었기 때문이다. 이것을 뒷받침 할 수 있는 좋은 실험이 있다. 바로 투명고릴라(The Invisible Gorilla)라는 실험인데 위의 영상은 CSI 에서 언급한 바로 그 실험이다. 이 실험은 농구공을 패스하는 두팀 중 검은 셔츠 팀의 패스는 무시하고, 흰 셔츠 팀의 패스 횟수만 세는 건데 사실 이 실험의 목적은

패스 횟수를 정확히 세는 것이 아니라 동영상 중간에 고릴라 의상을 입은 사람을 보았는지의 여부가 초점이다. 이 실험의 결과는 피험자의 50%가 고릴라를 보지 못했다는 것! 왜 못봤을까? 우리는 현재 상황에서 기대하지 못한 것은 보지 못하고 넘어간다. 이러한 인식의 오류는 주의력(몰입)부족의 결과이며 과학적으로는 '무주의 맹시 (inattention blindness)' 라 부른다. 따라서 우리가 세상의 특정 부분에 주의를 집중한다면 이를 더욱 더 생생하게 경험할 수 있다. 광고는 보이지 않는 고릴라이다. 지금까지 광고를 수업에 사용하지 못했다면 이제라도 제대로 보라! 그러면 보일 것이다.

II. 광고 제대로 보기 : 광고를 수업에 해석하고 적용하는 법

1. 처음은 먼저 가볍게 시작해야 합니다.

(빅 먼도기 광고 / 스웨덴 보험회사 광고)

- 가) 네이버블로그 광고 색채이미지와 말장난으로 네이버가 우리에게 대놓고 바보라고 하는 그 광고
전지현에 집중하지 말라고
- 나) 헤지스 광고 상징을 이용한 상대브랜드 찍어내리기
(헤지스! 그래서 형편 좀 나아지셨습니까?)
- 다) 판다치즈 광고 엽기 광고로 아이들이 추천해 준 광고
(이래서 광고로 수업을 해야 하는구나 라고 생각이 든 광고)
- 라) 우리나라와 해외광고 비교해 보기 (아이폰, 아이패드 / 스니커즈)
- 마) 메이킹 필름으로 광고보기 (윈스톰 / 다음 AXA보험 광고)
- 바) 광고 속으로 들어가기 (SK텔레콤, 박카스광고)
- 사) 기타광고

III. 광고활용수업사례 : 대한항공 광고로 사회수업하기

1. 대한항공 광고 : 중국 시안편

서안(西安/시안)은 실크로드의 기점도시이다. 실크로드는 근대 이전의 동서 교역로를 가리키는 말이다. 이는 비단길이라 했던 것은 이 길을 통해 중국의 비단과 도자기가 로마 제국으로 대표되는 서양으로 전해졌기 때문이다. 비단길은 역사를 통해서 더 다양한 교역품들을 전달하는 통로로 확대되었고, 더 나아가 문화가 유통되는 통로이기도 했다. 실크로드의 서양 측 종착지는 로마, 동양 측 종착지는 중국 당나라의 수도 서안이었다. 서안에는 이 실크로드를 기념하기 위한 공원이 있으며 이곳에는 실크로드가 표시된 돌비석이 있다.

가) 황하: 광고정보센터 TV 광고 “늘 작은일 만 주어진다고 여기는 그대에게”

(황하에서 이사 / 사기열전의 말 하해 불택세류 강과 바다는 개울물도 마디하지 않는다.)

황하의 중상류에 해당하는 곳은 황토고원이다. 황하가 누런색을 띠는 이유는 이 황토고원을 지나기 때문이다. 하지만 이 황토고원에서 날라오는 흙의 양이 엄청나, 황하강의 삼각주는 해마다 빠른 속도로 커지고 이 때문에 문명이 발생하게 되었다. 그래서 황하는 중국문명의 젖줄이다. 시안은 이 황하강의 지류에 위치한다. 시안에 있는 황하로 인해 만들어진 자연 경관물이 호구폭포이다.

호구폭포는 섬서성과 산서성의 접경지역에 있는데, 연안시에서 동쪽으로 164키로, 서안시에서 동북쪽으로 300키로 떨어진 의천현과 산서성 길현 사이에 자리잡고 있다. 호구폭포는 귀주성의 황과수 폭포와 더불어 중국 2대 폭포로 꼽힌다. 당대 시인 이태백은 “황하지수천상래, 분류도해불복회”라 읊을 정도로 호구폭포의 물줄기가 떨어지는 기세는 장관을 이룬다. 200~300여메타의 폭으로 흐르던 황하가 의천현에 이르러 50여메타로 좁아지면서 30여메타 가파른 벼랑 아래로 물이떨어지는 폭포이다. 물보라가 수십미터 높이까지 튀어 올라와서 그 모양이 마치 거대한 주전자 속의 물이 끓는 듯 하다고 하여 호구폭포라 지어졌다. 호구폭포는 세계 최대의 황수폭포이다.

광고에서 등장하는 고사성어

이사 / 사기열전에서 인용, 하해불 택세류 강과 바다는 개울물도 마디하지 않는다.

나) 화산 광고정보센터 TV 광고 “더 높은 세상을 꿈꾸는 그대에게”

(화산에서 자사/중용의 말 등고자비 높은 곳에 올라가면 낮은 곳에서부터 오른다)

중국의 5대 명산인 5악은 동악 태산(泰山), 서악 화산(華山), 남악 형산(衡山), 북악 향산(恒山), 중악 숭산(嵩山)이다. 이중 화산은 오악 중의 하나로 오악 중에서도 제일 험악한 산으로 불리운다. 구불구불 굽어진 12Km 길이의 등산로는 도처에 깎아지른 듯한 절벽들이 있어 옛부터 화산에는 하나의 길만 있다는 말이 있을 정도다. 동봉은 조양대라 불리는 전망대가 있어 새벽에 일출을 볼 수 있으며, 또한 이 전망대의 이름을 따서 조양봉이라고도 불린다. 서봉은 봉우리 정상에 위치한 구름 앞에는 거석의 모양이 마치 연꽃과 비슷하다고 하여 연화봉이라고도 불리며, 남봉은 화산에서 가장 높은 봉우리2,160m로 전하는 말에 의하면 이 남봉에 노자가 은거했었다고 한다. 이 외에도 옥녀봉과 운대봉 두 봉우리가 있으며, 이 옥녀봉과 운대봉에도 이름과 관련된 전설들이 내려오고 있다. 화산은 중국 무협지에서 나오는 화산파의 본원이며 옥천원과 진무궁, 금천궁 등 도관이 있다. 화산에서 북

쪽으로 7km 떨어져 있는 서악묘는 옛날 서악 화산의 신에게 제사 지내던 사당이다.

광고에서 등장하는 고사성어

자사/중용에서 인용, 등고자비 높은 곳에 올라가면 낮은 곳에서부터 오른다.

다) 화청지 광고정보센터 TV 광고 “헤어진 연인을 잊지 못하는 그대에게”

(화청지 강태공/습유기의 말 복수불만분 한번 쏟은 물은 다시 그릇에 담을 수 없다)

화청지는 당현종과 양귀비의 로맨스에서 비롯된 이름으로 745~755년 사이에 매년 10월이면 당현종은 추위를 피하기 위해 양귀비와 측근 대신들과 함께 화청지로 와서 겨울을 보내고 이듬해 봄에야 장안(서안의 옛이름)으로 돌아갔다 한다. 당나라 현종은 말년에 이르러 양귀비에게 낯을 빼앗겨 국정을 돌보지 않고 있었는데 이때 절도사였던 안록산이 안사의 난 755년에 20만 대군을 휘몰아 장안성으로 쳐들어 와 이후 9년간 천하를 뒤흔들었던 것이다. 시안에서 동쪽으로 35km 떨어진 '여산' 아래에 위치하고 있다. 이 지역은 온천이 있어서, 43도의 온천수가 샘 솟는다. 온천이 드문 지역이다 보니 3,000년 전인 주나라 때부터 그 역사가 거슬러 올라간다. 주나라 때는 '여궁', 진나라 때는 '여산탕', 한나라 때는 '이궁'으로 당나라 때는 '화청궁'으로 불리며, 당 현종이 양귀비에게 지어준 '해당탕'이 있는 곳이다. 당 현종은 못을 만들어 대대적으로 보수하였다. 황제의 욕탕인 구룡전(九龍殿) 연화탕과 양귀비에게 하사한 욕탕인 해당탕(海棠湯), 그리고 황제를 위하여 요리하는 신분이 높은 주방장과 나라에 공로가 많은 충신들이 목욕하던 상식탕이라고 한다. 상식탕에 흘러들어가는 온천물은 깨끗한 물이 아니라 위에서 황제들이 씻고난 물이라 한다.

광고에서 등장하는 고사성어

강태공/습유기에서 인용, 복수불만분 한번 쏟은 물은 다시 그릇에 담을 수 없다.

라) 화산 광고정보센터 TV 광고 “오늘의 성공에 안주하는 그대에게”

(진시황릉 병마용 한비자/유도편의 말 국무상강 무상약 영원히 강한 나라도, 영원히 약한 나라도 없다.)

서안을 찾는 여행자들이 꼭 가보는 최고의 관광지 병마용은 크기는 물론 8천여점의 흙으로 만든 병사와 수레, 전차 등이 발견되어 중국인들은 물론 전 세계인들이 꼭 찾게 되는 관광지로 자리를 잡았다. 병마용을 만든 황제는 진나라의 시황제. 중국최초로 통일한 진시황제는 70만명의 인부를 동원하여 상상할 수도 없는 규모로 지었으나 오랜 시간 묻혀있어야 했다. 병마용은 1974년 우물을 파던 농부가 발견되면서 지금까지도 대대적인 공사를 통해 총 7호갱까지 발굴이 진행되고 있다. 병마용을 찾는 관광객에게는 1호, 2호, 3호 갱과 병마용 문물전시관등 이렇게 4개 군대가 개방이 되어 있는데 광고에서 본 병마용은 그중 가장 잘 알려진 1호갱, 6,000여개의 병마용이 3열 횡대로 늘어서 있는 모습은 실로 장관이다. 더 놀라운 것은 병마용의 얼굴생김새와 몸짓이 각각 다르다는 것이다.

광고에서 등장하는 고사성어

한비자 / 유도편에서 인용, 국무상강 무상약 영원히 강한 나라도, 영원히 약한 나라도 없다.

2. 대한항공 광고 : 지금 나는 호주에 있다.

가) 호주의 동물 광고정보센터 TV 광고 “동화책 속으로 들어왔다”

캥거루는 호주 고유 동물이며, 호주 국가 문장에 새겨져 있습니다. 큰 주머니가 있는 포유류이다. 캥거루는 덩치 큰 동물로는 유일하게 뛰어서 이동하며 번식기의 수컷 캥거루는 뒷다리로 발차기를 하고 앞발로 권투를 하듯 싸우기도 한다. 호주 전역에 걸쳐 55종의 캥거루가 서식하고 있습니다.

캥거루는 빅토리아그랩피언즈와 그레이트 오션 로드의 앵글시, 남호주의 캥거루 아일랜드과 플린더스 산맥에서도 볼 수 있다. 호주 알프스의 나머지 국립공원과 코지우스코 국립공원, 뉴 사우스 웨일즈의 페블리 비치, 태즈메니아의 마리아 섬에서도 캥거루를 관찰할 수 있다. 캥거루라는 낱말은 강거루(gangurru)라는 낱말에서 나온 것으로, 1770년 8월 4일 제임스 쿡이 엔디버 강둑에서 "Kangooroo or Kanguru"라는 글이 처음 기록되었다. 널리 퍼진 그릇된 속설에 의하면 제임스 쿡이 원주민에게 저 동물의 이름은 무엇이나? 라고 물었을 때 원주민이 그의 말을 알아듣지 못하여 한 말 "모르겠다"가 캥거루의 어원이 되었다고 한다. 실상은 원주민 언어로 Gangurru, 즉 회색 캥거루를 의미하는 단어에서 파생한 것이다. 코알라는 호주 고유의 동물이다. 테디 베어와 생김새가 비슷해서 때로는 코알라 베어라고 부르기도 한다. 가까운 계통의 윙벳과 유사하게 생기기도 했지만 외피가 두텁고 귀가 크며 팔다리도 더 길다.

코알라는 낮에 불과 2시간 정도만 깨어서 활동하며 유칼리투스 나뭇잎을 통해 수분 대부분을 섭취한다. 코알라는 온화한 호주 동부 해안 부근에서 많이 볼 수 있다. 코알라의 주요 서식지로는 캔버라 근처 티드빈빌라 자연보호구와 뉴 사우스 웨일즈 주의 포트 스티븐스일대 그리고 퀸즈랜드 론파인 코알라 보호구역 등이다. 리틀 펭귄은 호주의 토종 동물로, 완전히 컸을 때 키가 33cm밖에 되지 않는 펭귄 중에서 가장 작다. 이 펭귄들은 매일 저녁 보급자리인 굴로 돌아가 휴식을 취하고 8월에서 3월까지 번식기에는 새끼를 보살핀다. 그리고 해 뜨기 약 한 시간 전에 굴을 나와 100km 앞 바다까지 나가 종일 수영을 하면서 하루치 식량분의 물고기를 잡으며 생활한다. 금조는 땅에 사는 조류로 자동차 엔진과 화재 경보음에서부터 아기 우는 소리에 이르기까지 듣는 모든 소리를 흉내 내는 능력으로 유명합니다. 금조는 1800년대에 수금(Lyre)을 닮았다고 생각된 수컷의 멋진 16개 깃털 꼬리에서 그 이름이 유래했습니다.

나) 퀸즈랜드 그레이트 배리어 리프(Great Barrier Reef) “지금 나는 호주에 있다” 그레이트 배리어 리프편

호주 해역 스쿠버 인쇄 수많은 섬과 산호초의 바다로 둘러싸인 호주는 스쿠버의 꿈이다. 호주의 바다는 세계에서 가장 다양한 해조류와 4천여 종의 어류를 포함해 무궁무진한 해양생물의 보고이다. 이중 그레이트 배리어 리프는 너무 커서 우주에서도 보인다는 살아있는 걸작이다. 오스트레일리아의 북동 해안을 따라 발달한 산호초이다. 면적 20만 7,000km², 길이 약 2,000km, 너비 약 500~2,000m로 세계 최대의 산호초이다. 북쪽은 파푸아뉴기니 남안의 플라이강 어귀에서 남쪽은 퀸즐랜드의 레이디 엘리엇까지 이어져 있다. 산호초 대부분이 바다에 잠겨 있고, 일부가 바다 위로 나와 방파제와 같은 외관을 형성한다. 이곳에는 산호 400여종, 어류 1,500여종, 연체동물 4,000여종 등 매우 다양한 생물이 서식하고 있다. 또한 멸종위기에 있는 초록거북, 듀공(海牛類) 등의 해양생물이 있어 과학적·생물학적으로도 중요한 곳이다. 이곳은 암초가 많아 해안을 선박으로 운행하는 것은 위험하지만, 아름다운 자연경관과 크고 작은 70여 개의 섬들을 위주로 관광시설이 발달하였다. 북부의 케언스 부근에

는 산호초에 열대수족관을 만들고 해저에서 수중의 생태를 관찰할 수 있는 시설을 마련하였다. 호주 정부에서는 1975년 그레이트 배리어 리프해양공원법을 제정하여 이곳을 보호·관리하고 있다. 또 1981년 유네스코에서 세계자연유산으로 지정하였다. 이곳은 호주 대자연의 상징으로 통한다. 하지만 전세계 산호의 30퍼센트를 죽게 한 백화현상이 일어나고 있다. 이것의 원인은 이상기온과 수온상승, 인공구조물에 의한 조류 소통 방해, 육지의 오염물질 유입 등 환경오염과 관련이 있을 것으로 추정하고 있다.

다) 아웃백

아웃백은 오스트레일리아의 내륙부에 뻗어있는, 사막을 중심으로 하는 넓고 인구가 희박한 지역을 가리키는 말이다. 울루루(Uluru)를 비롯하여 관광지들이 산재하고 있고, 비교적 기온이 온화한 지역에는 목양 및 양계 등이 이루어지고 있으며, 건조 지역에는 낙타의 사육 또는 철광석, 석탄, 보크사이트, 우라늄, 오팔 등을 채굴하는 광업이 번성하는 지역도 있어, 오스트레일리아의 경제에 중요한 역할을 하는 지역이기도 하다. 한편 오스트레일리아 대륙의 원주민인 에버리진이 전통적인 생활을 유지하고 있는 지역이기도 하다. 아웃백이라고 하면 호주의 오지라는 뜻도 가지고 있으나 패밀리 레스토랑의 이름이기도 하다. 그 이유는 이 패밀리 레스토랑에서 사용하는 소고기가 호주의 아웃백에서 사육되는 소로부터 나오기 때문이다.

울루루(Uluru, 또는 에어즈 록, Ayers Rock)는 중북부 오스트레일리아의 노던 준주 남부에 있는 거대한 모래 바위이다. 가장 가까운 도시인 앨리스 스프링스에서 남쪽으로 335km 떨어져 있다. 울루루는 단일 암석으로는 세계 최대이며 지역 에버리진들에 의해 신성시되고 있다. 높이가 348m에 둘레가 9.4km에 이른다. 사암질이며, 해발고도가 867m이며, 바닥에서의 높이 330m, 둘레 8.8km이다. 울루루는 시각과 구름의 농도에 따라 색채가 변한다. 우리에게 '에어즈록(Ayers Rock)'이라는 이름으로 더 친숙하지만 호주 정부에서 노던 테레토리를 원주민들에게 반환하면서 지명도 모두 원주민어로 돌려줌으로써 '울루루'라는 옛 이름을 되찾은 것이다.

울루루 주변의 식물들은 야생동물들의 보금자리이다. 지상에 보이는 바위도 크지만 실제로 전체 바위의 2/3이 땅 속에 묻혀있다. 지는 태양의 밝은 빛보다 더 밝게 빛을 발한다. 또한 검은색에서 보라색까지, 청색에서 갈색까지, 오렌지색에서 붉은색까지 시간과 날씨에 따라 색을 갈아 입는다. 주변의 모래 평원과도 강한 대조를 이루어 낸다. 울루루는 여러 조각의 바위가 합쳐진 것이 아니라 하나의 돌덩어리이기 때문에 세계적인 명성을 얻게 됐다. 그러나 이는 지면에 드러난 부분만을 켜고 있고 땅속에 묻혀 있는 규모도 이와 비슷하다고 하니 그 크기가 얼마만한지 쉽게 상상이 되지 않는다.

울루루는 에버리진(호주의 원주민)의 성지이기 때문에 이들은 그 정상에 오르지 않는다. 하지만 이방인들의 호기심은 에버리진의 성스러운 신앙심을 짓밟으며 산등성이에 등반로를 만들었다. 거칠 것 없는 사막 한가운데 맨살을 드러내놓고 있는지라 바위 위로 올라갈수록 바람이 강해진다. 붉은 표면을 휩쓰는 바람은 거의 태풍 수준. 아침나절에 잠잠하더라도 오후쯤에는 출입통제 안내판이 내 걸리기 일쑤다.

울루루가 나오는 영화 3편: 세상의 중심에서 사랑을 외치다, 어둠의 외침, 사막의 여왕 프리실라

라) 그레이트 오션 로드와 해안침식지형인 12사도 바위 “지금 나는 호주에 있다” 행글라이더 편

그레이트 오션로드는 하루관광코스다. 총 길이는 214km. 토키에서 시작, 론과 아폴로베이, 포트캠벨 등으로 이어지는데 빅토리아 관광의 하이라이트로 꼽힌다. 그레이트 오션로드는 1차 세계대전 이후 퇴역군인에게 일자리를 주기 위해 만들었다. 삽과 곡괭이로 길을 닦아 14년의 공사 끝에 1932년에 완공됐다. 원래 이 일대 바다는 거칠었다. 예측할 수 없는 기상변화로 인해 1800년대부터 수십년 동안 160여척의 선박들이 침몰했다고 한다. 그래서 별명이 난파선 해안이다.

12사도 바위는 포트캠벨 국립공원에서 가장 아름다운 지역이다. 12사도 바위라는 명칭은 예수의 12명의 제자와 같다 하여 붙여진 이름이다. 원래의 명칭은 엄마돼지와 아기돼지들 이라는 뜻의 'Sow and Piglets' 였다. 하지만 유럽에서 건너온 초기 정착자들에게 의해서 예수 그리스도의 열 두 제자를 빗대어 12 사도상이라 부르게 되었다. 각각의 바위들은 저마다 독특한 모양새를 지니고 있어서 보는 각도에 따라 참 다양한 모습을 보여준다. 거대한 돌기둥이 바다에 하나씩 박혀있다. 문제는 파도에 깎여 절벽이 조금씩 무너져 내린다는 것인데 12사도 바위 중 하나도 지난해 쓰러졌다. 그런데 이곳의 거친 파도도 역시 호주의 관광자원이다. 전세계에서 파도를 타기 위해 서퍼들이 몰려오기 때문이다. 영화 '폭풍속으로'에서 키아누 리브스가 악당이자 서퍼인 패트릭 스웨이지를 바다로 보내는 장면은 이곳에서 찍었다.

마) 호주의 도시 시드니 끝없는 오페라가 펼쳐진다.

호주 시드니(Sydney)는 세계 3대 미항 중 한 곳이다. 호주 인구의 약 1/4이 몰려 있는 최대의 도시이다. 온화한 기후로도 유명하며, 연간 평균기온은 17.6℃, 가장 더운 달이 21.9℃, 가장 추운 달이 12.3℃로 연교차가 적다. 연평균강수량은 1,205mm이며, 1년 내내 강수량이 고르다. 1788년 1월 26일, 보터니만으로부터 포트잭슨에 들어온 총독 필립은 죄수 770명, 군인 250명을 데리고 이곳 시드니에서 최초의 식민지 건설을 개시하였다. 시드니라는 이름은 당시 영국의 각료였던 시드니경(卿)의 이름을 딴 것이다. 그 후 시드니는 오스트레일리아 개발의 중심지로서 발전하였다. 천연의 양항(良港)이라는 점과 육상교통로의 요지라는 사실도 발전에 크게 기여하였다.

시드니는 또한 이 나라 최대의 상공업도시로, 섬유, 제분, 정당(精糖), 피혁, 기계, 화학, 자동차, 조선, 정유(精油), 제재(製材), 제지, 차량, 농기구 등의 공업이 활발하다. 공업지대는 시의 남부와 서쪽 교외 일대에 분포한다. 관청, 금융기관, 회사 사무실, 백화점, 고급상점이 있는 도심 바깥쪽에는 조용한 주택지가 자리잡고 있는데 특히 포츠포인트 등이 최고급 주택지로 알려져 있다.

시드니는 문화와 교육의 중심이기도 하며, 시드니대학(1850년 창립), 뉴사우스웨일스대학, 로마가톨릭 교회, 성공회 교회, 오스트레일리아 박물관, 국립미술관, 도서관 등이 있고, 오페라하우스도 1973년에 완성되었다. 또 시내에는 2개의 국립공원과 자연보호지 이외에 하이드파크, 센테니얼파크 등의 공원, 정원과 각종 경기장이 있다. 또한 포트잭슨만과 남쪽의 보터니만은 경치가 아름다운 관광지로 알려져 있다.

그 중 오페라 하우스는 시드니를 넘어 호주의 랜드마크(landmark)로 자리 잡은지 오래이다. 시드니 항구에 정박되어 있는 요트들의 닻모양을 되살린 조가비모양의 지붕이 바다와 묘한 조화를 이루며, 지금은 시드니를 상징하는 건물로 인식될 뿐 아니라 세계적으로도 유명하다. 국제공모전에서 1등으로 당선된 덴마크의 건축가 이외른 우촌(Jørn Utzon)이 설계한 것으로 1973년 완공되었다. 역

동적이고 상상력이 풍부하지만 건축하는 데 여러 문제가 발생하여 논란이 많았음에도 불구하고 영국 여왕 엘리자베스 2세가 개관 테이프를 잘랐다. 하버브리지의 남동쪽에 위치하며, 공연 예술의 중심지로서 극장과 녹음실, 음악당, 전시장을 갖추고 있다. 그리고 시드니심포니오케스트라 및 오스트레일리아국립오페라단·무용단 및 여러 연극단의 본거지이며, 도서관 시설도 갖추고 있다.

1932년에 개통되었으며 1149미터로 세계에서 두번째로 긴 다리. '낮은 옷걸이'라는 별칭을 가진 시드니 스카이라인을 장식하는 3대 건축물중의 하나이다. 1932년 완성된 8차선의 차도와 전철로, 인도로 구성되어 있는 이 아치형 다리는 1988년에야 비로소 차관으로 들어온 공사비용을 최종 완불할 정도로 엄청난 공사이기도 했지만, 경제공황 당시 오스트레일리아의 경제를 살리는데 커다란 역할을 함과 동시에 예술성과 상업성을 동시에 인정받고 있는 최고의 걸작품이다. 아치길이 503m, 총길이 1,149m, 매일 1,400여명의 노동력으로 9년동안 걸려서 만든 세계 두번째로 긴 다리로 현재 하루에 약75,000여대 이상의 차량이 통행하고 있다. 그리고 다리가 녹스는 것을 방지하기위해 페인트칠 작업을 하고 있는데, 한번 색을 입힐때 드는 페인트양은 30,000리터로 약 60여개의 축구경기장 칠에 드는 양이다. 하버브리지 등반(Harbour Bridge Climb) 여행객들에게 가장 인기있는 체험투어중 하나로 총소요 시간은 약3시간 반, 안전장비와 안전에 대한 강의후 하버브릿지의 아치형 교각을 타고 걸어서 완주하는 투어.

IV. 광고를 활용한 다문화수업방법 (낮설음에서 낮익음을 발견)

1. 광고를 활용한 다문화수업

다문화수업에 활용되는 광고 자료는 아주 다양한데, 대개 타 문화를 이해하는 데 도움이 되는 자료이다. 광고의 장점은 공감인데 공감은 “인종, 민족, 종교, 계층, 언어, 성, 장애, 연령, 가족을 뛰어넘는다는 점을 갖고 있다. 또 광고 활용 다문화수업은 우리 사회에서 바로 지금 일어나는 다문화적 상황에 대해 이해하고 이와 관련된 사회적 시사점과 욕구를 살펴보는데 매우 유용하다. 즉 광고는 다문화사회로 진입하는 우리 사회에서의 현상에 대한 이해와 더불어 구체적으로 다문화가정 및 그 자녀가 경험하는 문제와 변화 과정을 익히기에 매우 좋은 교육자료이다.

가) 다문화수업에서 광고의 교육적 의의

- 문화의 보편성 이해
- 다양한 문화에 대한 간접 경험의 증대
- 자신의 문화와 경험에 대한 성찰의 기회 제공
- 소수 집단 학생들의 긍정적 자아정체성 형성
- 다수 집단 학생들의 편견 및 고정관념 감소

나) 광고 활용시 유의사항

- 다문화 사회의 다양한 모습을 보여주는 자료를 활용하고 광고의 내용을 찾아서 제시한다.
- 광고활용 수업에서 다양한 활동을 같이 하여 단순히 다문화가정의 어려움에 대해 공감하고

그치는 것이 아니라 다문화 사회에 대한 깊이 있는 분석이 가능하도록 활동을 구성한다.

다) 타문화에 대한 선입견이나 고정관념을 가진 광고는 배제한다.

- 혹 꼭 사용해야 한다면 교사가 해석을 해주도록 한다.

2. 수업사례 : 광고 속 편견 찾기 활동을 통한 다문화교육

광고 속에 등장한 내용을 정리하면서 다문화 사회에 대한 사람들의 생각이나 주장을 정리한다. 그리고 광고 내용의 의미를 함께 토론한다.

사용 광고동영상:

- LG 사랑해요 코리아! 우리말을 잘못할 것이다.편
- 기아 서울광고-스마일
- 삼성전자 갤럭시S2 HD 장필립랑클로의컬러프로젝트(B)편

광고 <LG 사랑해요 코리아! 우리말을 잘못할 것이다.편>을 보고 다음 물음에 답해 봅시다.

1. 광고에서 보이는 편견은 어떤 것이 있나요?

2. 광고에선 무엇을 빼면 다르게 보일까라고 하나요?

- ① 친구 ② 우리말 ③ 수업 ④ 음식 ⑤ 못

3. 이 광고를 보면 우리나라에 사는 다문화가정의 친구에 대한 편견을 재미있게 표현하고 있습니다. 이 광고에 나온 것 말고도 우리학급에서 도울 수 있는 것이 무엇이 있는지 생각해 보고 적어봅시다.

정리하기

기아 서울광고-스마일

삼성전자 갤럭시S2 HD 장필립랑클로의컬러프로젝트(B)편

기아 서울광고는 비록 인종은 다르지만 미소라는 것으로 서로 공감할 수 있음을 보여주고 삼성전자 갤럭시S2 HD는 이 세상에 다양한 색이 존재함을 알려준다.

다양한 색상이 존재하는 것처럼 이 세상에는 다양한 사람이 존재하며, 그들은 그들만의 문화를 가지고 있다. 하지만 그들도 역시 사람이므로 서울광고에서 본 것처럼 미소라는 것으로 서로 공감할 수 있다.

V. 광고활용 생활지도사례 : 낮익음에서 발견하는 낮섬

1. 광고를 활용한 학교폭력 및 왕따줄이기

가) 스웨덴 친구 광고 시리즈

이 광고에는 빨간머리의 학생이 나옵니다. 중세유럽에선 빨간머리를 가진 사람은 금발에 비해 천하거나 불결하다라고 생각했답니다. 또 빨간머리를 가진 사람들은 고집이 세고 괴팍한 사람이라고 해서 사람들에게 조롱거리가 되었다고 합니다. 그래서 빨간머리엔도 자신의 머리를 불행이나 약점으로 여겼죠. 반면에 검은색 머리를 가진 사람들을 좋아합니다. 이 광고에선 놀림 받은 빨간머리 남학생을 위해 다른 힘센 남학생이 자신의 머리를 빨간색으로 바꿉니다. 그리고 마지막엔 친구에 대한 언급을 하죠.



학생들에게 다음 질문을 통해 고민하도록 이끌어주세요.

- 이 광고의 내용은 무엇인가?
- 하얀머리 학생의 정체는 / 빨간머리 학생이 처한 상황은?
- 하얀머리를 가진 학생이 빨간머리 학생을 도왔던 방법이 무엇인지?
그리고 그 방법이 왜 현명했는지 발표해보자.

위 광고의 결론은 누군가의 어려움을 해결해 주는 것은 그 사람과 함께, 같이 하는 거라는 것을 알려주는 광고입니다. 친구가 되어 주는 거죠.

나) 역지사지를 배워보자. 더블에이 광고 커피 편

이 광고는 복사용지 걸림의 스트레스를 재미있게 표현하고 있습니다. 하지만 실제 회사생활에서 저런 행동을 하면 어떨까? 우리는 함께 살아가고 있기 때문에 다른 사람의 입장에서 생각하거나 행동해야 하는데 이것을 역지사지라 한다. 역지사지는 다른 사람의 입장에서 생각해 배려하거나 이해하는 것을 이 한자성어로 역지사지(易地思之)라 합니다. 다른 사람들과 함께 살기 위해 꼭 필요한 태도이며, 가치입니다.

학생들이 다음 문제에 대해서 함께 고민하도록 이끌어주세요.

- 내가 광고 속의 여자회사원이라면 어떻게 했을까?
- 내가 광고 속의 부장, 직장동료라면 어떻게 했을까?
- 일상생활 속에서 다른 사람과 같이 문제나 어려움을 극복하거나 해결했던 일들을 발표해 보자.

다) 함께하는 것의 즐거움 : 같이의 가치(점심 텃밭 길/그림)편

위 광고는 이런 같이(함께) 사는 것이 얼마나 좋은지 알 수 있습니다. 한자의 사람인(人)은 사람을 뜻하는 亻가 두 개가 서로 人모양으로 의지하는 것을 뜻한다고 합니다. 사람은 혼자 살 수는 있지만 사람답게 살 수는 없나 봅니다. 우리가 알아채던 못하던 사람들은 서로 의지하며 살아갑니다.

라) 낮익음에서 발견하는 낯섦 포스코 광고 5달러 자전거편

이 광고를 보면 다른 사람들의 배려로 소년이 동생에게 자전거를 마련해 주는 것을 보게 됩니다. 우리나라는 자전거가 많이 보급되어 있습니다. 그래서 그런지 아파트 단지같은 곳에 가면 사람들이 찾아가지 않는 현 자전거가 많습니다. 하지만 이 광고에서 나오듯이 우리가 함께 사는 지구 어딘가에서는 자전거가 없어서 고민하는 사람들도 있나 봅니다. 북경 자전거 라는 영화를 보면 우리는 자전거가 운동기구나 놀이기구지만 중국사람들에게는 교통수단과 생계수단으로 이용되고 매우 소중하게 보관하는 것을 알 수 있지요. 이렇듯 우리가 일상생활에서 당연하게 먹고, 사용하는 물건들은 누군가에게는 매우 소중한 것이죠. 어떤 물건들이 있는지 알아보겠습니다.

라면: 우리나라는 2006년 라면소비량은 34억개로 세계 5위지만 국민 1인당으로 따지면 75개로 압도적인 세계 1위다. 라면은 1960년대부터 모자란 쌀을 대신하는 대체식품으로 개발되었다. 라면은 경제성장과 함께 주식에서 간식으로 탈바꿈하게 되었지만 아직도 우리 주위에 있는 독거노인이나 결식아동들은 라면만 먹거나 라면조차 먹지 못하는 사람들이 있다.



축구공: 세계에서 생산되는 축구공의 대부분은 파키스탄에서 생산된다. 그것도 사람에 의해 직접 실로 꿰매고 붙여서 만들어진단다. 이런 축구공을 만든 사람들 중에는 여자들과 아이들이 있다. 그들을 하루 종일 학교도 못가고 오각형과 육각형의 가죽 32조각과 1620회의 바느질합니다. 또 축구공을 만들다가 축구공을 붙이는 접착제에 눈이 멀기도 합니다. 또 그들이 만든 축구공은 15만원에 팔리지만 아이들이 받는 돈은 300원 정도입니다.

신발: 지구촌에 100명이 산다면 그 중 40명은 자기 신발이 없다. 더구나 이 40명의 대부분은 제 3세계의 아이들이다. 그들은 신발을 신지 못하기 때문에 발에 많은 상처를 가지고 있고, 또 상처를 입어서 죽기도 한다. 이들에게 신발은 생명을 보호해 주는 것이다.



털모자: 아프리카 말리에서 털모자는 신생아들에게 꼭 필요하다. 신생아들의 사망원인 중에 하나가 체온이 떨어지는 병인 저체온증을 모자를 씌어줌으로 신생아의 60%을 살릴 수 있다. 누군가를 돕는 것은 친구가 되는 것이다. 우리는 우리가 가진 것을 나눔(기부)으로 다른 이들의 고통에 동참할 수 있다. 그 대표적인 방법은 NGO단체를 통한 기

부이며, 이런 단체에서 판매하는 물품을 구매, 간접적으로 기부할 수 있다. 또 탐스슈즈같은 사회적 기업을 통한 윤리적 소비를 통해서도 실천할 수 있다.

낮익음에서 낯설음을 발견, 다시 낮익음으로...

우리는 당연히 가진 것을 누군가에게 당연한 것은 아니다.

누군가에게 라면은 간식이지만, 누군가에게 한 끼의 주식이다!

광고활용수업을 통해 아이들과 소통하는 선생님이 되시길...

