

**MODERN VECTORS OF SCIENCE
AND EDUCATION DEVELOPMENT
IN CHINA AND UKRAINE**

中国与乌克兰科学及教育前沿研究

Harbin Engineering University

State institution "South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky"

Educational and Cultural Center "Confucius Institute"

Odesa, Ukraine

Harbin, the People's Republic of China

**MODERN VECTORS OF SCIENCE
AND EDUCATION DEVELOPMENT
IN CHINA AND UKRAINE**

中国与乌克兰科学及教育前沿研究



ISSN 2414-4746

MODERN VECTORS OF SCIENCE AND EDUCATION
DEVELOPMENT IN CHINA AND UKRAINE
中国与乌克兰科学及教育前沿研究



2024
ISSUE № 10

MODERN VECTORS OF SCIENCE AND EDUCATION
DEVELOPMENT IN CHINA AND UKRAINE

中国与乌克兰科学及教育前沿研究



**The State institution “South Ukrainian National Pedagogical
University named after K. D. Ushynsky”**

Harbin Engineering University

**2024
ISSUE № 10**

Odesa, Ukraine

Harbin, the People’s Republic of China

This international journal, as a periodical, includes scientific articles of Ukrainian and Chinese scholars on the problems of Sinology, Cross-cultural Communication, Pedagogy and Psychology: contemporary review. Odesa, Ukraine.

Issue № 10

South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky

Odesa, Ukraine, 2024

Harbin Engineering University

Harbin, the People's Republic of China, 2024

Editorial Board

Professor Chebykin Oleksiy, South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky, Odesa, Ukraine

Professor Yao Yu, Harbin Engineering University, Harbin, China

Professor Bogush Alla, South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky, Odesa, Ukraine

Professor Koycheva Tetyana, Odessa National Maritime University, Odesa, Ukraine

Professor Karpenko Olena, Odesa I. I. Mechnikov National University, Odesa, Ukraine

Professor Korolyova Tetyana, Odessa National Maritime University, Odesa, Ukraine

Professor Naumkina Svitlana, South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky, Odesa, Ukraine

Doctor of Philosophy (PhD in Linguodidactics) Pak Antonina, South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky, Odesa, Ukraine

Professor Popova Oleksandra, South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky, Odesa, Ukraine

Professor Luo Yuejun, Harbin Engineering University, Harbin, China

Professor Wang Chuanyi, Harbin Engineering University, Harbin, China

Professor Yang Guoqing, Harbin Engineering University, Harbin, China

Professor Zheng Li, Harbin Engineering University, Harbin, China

Professor Zhu Dianyong, Harbin Engineering University, Harbin, China

Modern vectors of science and education development in China and Ukraine (中国与乌克兰科学及教育前沿研究): International annual journal. – Odesa: South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky, Harbin: Harbin Engineering University, 2024. – Issue 10. – 390 p.

The ninth issue of the materials represented by the Ukrainian and Chinese scholars are dedicated to the relevant issues of General and Contrastive Linguistics within the Chinese, English, Ukrainian, Turkish and Korean languages; linguodidactic problems of teaching native and foreign languages within polycultural educational space; peculiarities of cross-cultural communication in geopolitical space alongside education-related aspects regarding profession-oriented training of future specialists under conditions of multicultural environment and military actions in Ukraine; post-COVID-19 pandemic challenges.

The given articles may be of use to researchers, graduates, postgraduates and practising teachers who are interested in various aspects of Sinology, Cross-cultural Communication, Linguistics, Pedagogy and Psychology.

ISSN 2414-4746

©All rights reserved

Recommended for press

by the Academic Council
(Minute #15 dated 25 April 2024),
South Ukrainian National Pedagogical
University named after K. D. Ushynsky,
Harbin Engineering University

South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky,

Odesa, Ukraine

Harbin Engineering University

Harbin, the People's Republic of China

Liu Xiaolin, Sun Weiwei. <i>Research on the Cultivation Models of Foreign Language Talents of International and Regional Studies in Chinese Higher Institutions</i>	153
Master of Literature, Associate Professor, School of Foreign Languages, Harbin Engineering University, Harbin, China	
Master's Degree Candidate, School of Foreign Languages, Harbin Engineering University, Harbin, China	
Pak Antonina <i>Teaching Approaches Utilizing Promotional Videos in Korean Language Education: Focused on Ukrainian Korean language learners</i>	165
Doctor of Philosophy in Korean Language Education, Senior Professor, The State institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky”, Odesa, Ukraine	
Popova Oleksandra. <i>Synergism of The Methodological Basis for Training Would-Be Orientalists</i>	177
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Dean of the Faculty of Foreign Languages, the State institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky”, Odesa, Ukraine	
Qiang Tang, Dewei Che. <i>The Strategies of China’s Image Construction in The Context of Multicultural Communication: a Case Study of the English Version of The 20th National Congress Report</i>	194
Bachelor of Literature, School of Foreign Studies, Harbin Engineering University, Harbin, China	
Doctor of Philosophy, Associate Professor, Director of Centre for Global and Area Studies, School of Foreign Studies, Harbin Engineering University, Harbin, China	
Shi Yixuan, Hou Runhua, Li Baofeng. <i>Cross-Cultural Communication of South Korean Films from a Geopolitical Perspective</i>	205
Master Candidate of Translation and Interpretation, Harbin Engineering University, Harbin, China	
Master Candidate of Translation, Guangxi University, Nanning, China	
Master of Arts, Associate Professor, Master Supervisor, Foreign Studies College of Harbin Engineering University Harbin, China	
Wang Bo. <i>Improving The Classroom Psychological Environment Through Classroom Activities to Promote College Oral English Teaching</i>	214
Master of Arts, Associate Professor, Teacher of School of Foreign Studies, Harbin Engineering University, Harbin, China	

DOI: 10.24195/2414-4746-2024-10-17

UDC: 37.016:81'243:811.581:37.091.39:659.1(045)

П13

Pak Antonina

*Doctor of Philosophy in Korean Language Education, Senior Professor,
The State institution “South Ukrainian
National Pedagogical University
named after K. D. Ushynsky”,
Odesa, Ukraine*

**TEACHING APPROACHES UTILIZING PROMOTIONAL VIDEOS IN
KOREAN LANGUAGE EDUCATION:
FOCUSED ON UKRAINIAN KOREAN LANGUAGE LEARNERS**

In Ukrainian Korean language education, researchers have tried to study Korean culture education from various perspectives. However, some still find it challenging. Existing cultural education approaches often serve as supplementary tools for practising grammar and vocabulary, offering fragmented information without immersing learners in the richness of the Korean culture. This article aims to propose educational approaches that foster cultural competence, specifically targeting beginner learners of Korean.

The significance of utilizing promotional materials with spiritual themes in education is briefly discussed. Despite being beginners, learners seek to connect their background knowledge and experiences with instructional videos on Korean culture. They aim to understand how their background influences their learning process and explore the potential of using promotional videos to teach Korean culture to beginners.

Keywords: *Ukrainian Korean Language Education, Korean Culture, Korean Language Learners, Promotional Videos, Teaching-Learning Approaches.*

한국어교육에서 영상홍보물을 활용한 교육 방안

- 우크라이나 한국어 학습자를 중심으로 -

1. 들어가기

1.1 문제제기

우크라이나 한국어교육의 역사가 30 년을 넘어서고 있다. 그동안 한국어 학습자의 양적인 증가와 다양한 학습 목적에 따른 한국어교육의 교수 방안도 발전을 거듭해 왔다. 예컨대 한국어교육은 언어교육을 기반으로 역사, 정치, 경제, 문화·예술에 이르기까지 여러 측면으로 외연을 확장하였다. 특히 수업에서 사용할 수 있는 여러 유형의 학습 도구들이 등장하였으며, 이 중에는 문학 텍스트를 비롯하여 가요, 영화, 드라마 등의 시청각 자료들까지 다양하다. 그러나 그동안 논의된 문화 교육 방안들이 결국 목표 문법이나 어휘를 연습하기 위한 보조적 위치에 머무르다 보니, 한국의 문화가 가지고 있는 세계를 경험하게 해 주지 못하고, 단편적인 정보 제공에 그쳤다는 한계를 보였다. 이에 더하여 제한된 수업 시간에 학습 목표인 한국어의 어휘, 문법 표현 등을 학습하다 보면, 역사, 정치, 경제, 예술 등 전반적인 사회 문화 분야에 대해서는 상대적으로 학습 자료 및 수업 시간을 확보하기가 어렵다는 점도 지적할 만하다. 이런 문제는 결국 학습자의 흥미를 떨어뜨리게 되고, 언어 교육의 최종 목적에 도달하는 데 어려움을 초래한다.

한국 문화 교육의 중요성을 인식하면 할수록 그에 따라 제기되는 중요한 문제가 있다. 바로, 문화 교육에서 구체적으로 문화의 “무엇을” 가르쳐야 하며, “어떻게” 가르쳐야 하느냐는 것이다(윤여탁, 2013). 한국의 문화를 가르치기 위해서는 한국의 문화를 담고 있는 교수자료를 선정하는 것이 무엇보다 중요하며, 그러한 측면에서 한국의 영상홍보물을 한국 문화 교육의 유용한 자료로 활용할 수 있다. 따라서 이 글에서는 우크라이나 한국어 초급 학습자를 대상으로 하여 문화 능력 함양을 아우르는 교육

방안을 제안하고자 한다. 이를 위해 먼저 영상홍보물의 교육적 의의와 교육 자료로서의 활용 가치를 간략하게 언급하고자 한다. 한국어 초급 학습자들이지만 영상홍보물을 활용한 한국 문화 학습 과정에서 학습자들의 배경 지식과 경험이 영상홍보물과 어떠한 방식으로 연결되는지 확인하고자 한다. 또한 그 배경 지식과 경험이 어떤 양상으로 나타나고 있는지 살펴보고 초급 단계에서 영상홍보물을 활용한 한국 문화 교육에 대한 학습 가능성 및 문제점에 대해 제안하고자 한다.

1.2 연구 대상 및 연구 방법

연구 대상이 된 한국어 학습자들은 우크라이나 U 대학의 한국어 교육을 전공하는 한국어 초급 학습자들로서 13 명(남학생 1 명, 여학생 12 명)이다. 본 수업은 온라인을 통해 이루어졌다. 연구의 대상이 된 영상홍보물은 공익광고협의회(KOBACO)의 “공동체 의식”을 소재로 한 공익 광고이다.

2. 영상홍보물을 활용한 한국 문화 교육의 개황

2.1 한국어 수업에서의 영상홍보물의 이론적 근거

영상이란 “광선의 굴절, 또는 반사에 따라 비추어지는 물체의 모습, 혹은 머릿속에 떠오르는 사물의 모습이나 이미지, 영화나 텔레비전의 화면에 나타나는 상”으로 정의된다(동아 새 국어사전, 2006). 황현탁(1995)은 “영상은 지각의 문제로, 정신의 차원으로, 사회적 커뮤니케이션의 역할로서 매체를 통해 종합되고 해석되며 경험되는 복합성을 지닌다.”고 정의한다. 또한 영상은 대중의 생활(life)이고 삶(lived)이며 문화 (culture)를 의미한다고 할 수 있다 (오세인, 2007). 여기서 홍보(Public Relations)란 다양한 공중과 관계를 맺는 것으로 그 사전적 정의는 “널리 알림 또는 그 소식이나 보도”를 뜻한다(한정호, 2014).

영상홍보물은 광고의 형태이며 영상매체 유형 중 하나이다(장혜림, 송향근, 2019). 영상매체는 사회현상을 충분히 반영할 뿐만 아니라 문화를 드러내고 있으며, 일상생활에 큰 영향을 미치고 있다. 영상매체는 문화를 반영하고 있으며 오세인의 주장에 따르면, “인간은 심리적으로 새로운

생활양식이나 가치관을 받아들이기보다는 양식과 가치관을 유지, 강화하려는 성향”이 높기 때문에 영상매체는 단지 현실을 반영할 때만 효과를 얻을 수 있다(오세인, 2007). 기존의 영상매체의 유형 중에서 그간 한국어 수업에서 주로 활용한 대표적인 유형으로 영화, 드라마, 애니메이션 등을 꼽을 수 있다. 특히, 디지털 기술이 발전하면서 한국어 수업을 설계할 때 수업 자료를 영상매체에서 찾는 경우가 점점 많아지고 있다. 대표적인 예로 드라마나 영화 등을 들 수 있다. 이는 무엇보다 학습자의 관심과 참여를 이끌어내는 데에 효과가 크기 때문이다. 또한 실제 상황 속에서 학습자들이 한국 문화를 발견하고 이에 대한 정보를 얻을 수 있으며, 각 콘텐츠에 담긴 영상텍스트를 통해 읽기와 쓰기, 듣기 그리고 말하기 연습이 가능해지며 수업을 설계하기에 용이하다는 장점도 있다. 아울러 학습자들이 자연스럽게 여러 한국 문화를 이해하는 데 도움을 준다. 그러나 이와는 대조적으로 영상홍보물을 활용한 우크라이나 내 한국어 수업에 관한 연구는 거의 전무한 상태이다.

2.2 한국어 수업에서 영상홍보물 활용의 교육적 의의

영상매체는 각각의 특징과 장단점을 가지고 있지만, 그중에서도 영상홍보물은 짧은 분량에 다양하고 재미있는 소재와 형식을 갖고

있다. 필자가 한국 문화 수업에서 영상홍보물 중에서도 공익 광고를 활용한 수업 방안을 제안하고자 한다. 광고는 마케팅 활동이면서 커뮤니케이션 활동이며 동시에 그 사회의 문화를 드러내 주는 문화적 기구이며 한국어 수업에서 영상홍보물인 공익 광고를 활용한 한국 문화의 교육적 의의는 다음과 같다(우한용, 2003).

첫째, 영상홍보물로서 공익 광고는 복합적인 특성을 보이고 있다. 영상 속 멘트나 대화의 형식으로 나타나는 음성 언어, 자막의 형식으로 나타나는 문자 언어, 모델을 통해 표현되는 몸짓 언어, 효과음이나 음악에 의한 음향 언어, 화면을 통해 드러나는 영상 언어가 융합되어서 이루어지는 것이다(이석주, 2002). 다시 말하자면 영상홍보물에 나타난 언어

표현, 이미지, 음성 등 여러 양식들은 짧고 간단하게 구성되어 있고 또한 적은 분량의 정보를 전달도 중요한 요소이다. 학습자들은 이를 통해 목표 문화나 타문화를 발견할 수 있는 기회를 얻을 수 있고 목표 문화가 특수한 문화이면서도 목표 문화에 대한 이해 능력을 기를 수 있는 자료이다.

둘째, 영상홍보물이 수업에서 수업자료로 활용될 경우 목표언어 자체뿐만 아니라 그 속에서 상호작용(interaction)하는 한국 사회 구성원인 한국인들의 의식, 이념, 행동, 가치 등을 배울 수 있는 실제적이면서도 진정성이 있는 자료(authentic materials) 이면서 문화의 겹침과 보편성을 파악하고 비교 및 대조하는 데 유용한 자료이다(김수정; 남정미 2009).

셋째, 영상홍보물은 문화의 전달 매체이자 문화적 시각을 재생산하다. 매체가 다루는 내용과 한국어 학습자의 특성은 상호문화적 소통을 가능하게 한다. 학습자는 타자의 입장에서 영상홍보물 속 문화를 바라보게 되며 문화적 다양성에 대한 존중과 경험을 활용할 수 있는 기회를 제공한다는 자료로서의 조건을 충족시킨다.

3 영상홍보물을 활용한 한국 문화 교수·학습 방안

3.1 한국 문화 수업을 위한 영상홍보물 자료 선정

한국어 수업에서 활용한 영상홍보물은 한국방송광고공사에서 제작된 영상홍보물로 한정하여 정진은 그 주제를 사회 공동체, 경제 사회.기타, 자연환경, 가정.청소년, 공중 보건.복지, 이상 5 개의 대주제와 각 대주제 하위에 3~11 개의 소주제로 구분하고 소개하고 있다(정진, 2018).

〈표-1〉 한국 방송 광고진흥공사의 공익 광고의 주제별 분류 내용

	대주제	소주제
1	사회 공동체	① 교통안전 ② 나눔·이웃 ③ 다문화 ④ 사회 화합 ⑤ 스마트 기기 바른 사용 ⑥ 안전 ⑦ 언어생활 ⑧ 인터넷 예절 ⑨ 장애인 배려 ⑩ 타인 배려·공공 매너 ⑪ 기타
2	경제 사회·기타	① 국가 경제 ② 국민 의식·나라 사랑 ③ 국가 브랜드 ④ 부정부패 ⑤ 선거 ⑥ 절약·소비 ⑦ 통일 ⑧ 기타
3	자연 환경	① 물 ② 산불 조심 ③ 에너지 절약 ④ 재활용 ⑤ 한강 ⑥ 환경 보전 ⑦ 기타
4	가정·청소년	① 가족계획 ② 가족·대화 ③ 청소년 ④ 폭력 예방 ⑤ 기타
5	공중 보건·복지	① 담배·마약 ② 헌혈 ③ 기타

이 글에서는 우크라이나 한국어 학습자들의 문화 능력 향상을 위한 교육 제재로서의 위에 제시된 영상홍보물의 분류에 따라 김혜진, 김지혜(2019)에서 제시된 영상홍보물의 선정 기준을 참고하여 앞서 언급한 공익광고협의회(KOBACO)의 한국 사회 공동체 «작은 실천»이라는 영상홍보물을 선정했다(김혜진; 김지혜, 2019). 이 영상홍보물을 통해 한국어 학습자가 한국 사회문화의 배경과 맥락을 이해할 수 있는 내용으로 선정하였다. 한 민족이나 국가는 그 사회만의 특정한 사건과 문화적 배경 등을 지니고 있다. 그러므로 한국어 학습자에게 한국 사회 공동체와, 한국인의 정서나 가치관 그리고 문화를 이해할 수 있는 요소를 지닌 영상홍보물을 제공해 줄 필요가 있다.

3.2 한국 문화 수업을 위한 영상홍보물의 내용

아래에서는 한국 문화 교육을 위한 영상홍보물의 내용은 다음과 같다.



(그림 1) 한국 사회 공동체 «작은 실천»

이 영상홍보물을 연구 대상으로 삼은 이유는 다음과 같다. 먼저, (그림 1)과 같이 영상홍보물에는 영상과 음악이 나오고 어린아이와 어른이 대화하는 장면 등이 나온다. 두 주인공의 모습은 다르지만 “안녕하세요?, 감사합니다.”와 같은 표현을 통해 일상생활이 행복해질 수 있고 “대한민국이 멋지고 따뜻한 공동체가 될 수 있다.”는 내용을 담고 있다. 어린 아이든 어른이든 한국 사회 구성원 누구나 처음은 쑥스러울 수 있어도 타인에 대한 관심과 따뜻한 인사가 세상을 더욱더 행복하게 만들 수 있다는 것이다. 한국 사회와 관련된 주제는 학습자에게 한국 문화와 관련지어 학습하게끔 돕는다.

둘째, 학습자들은 영상홍보물 속 주인공들 간의 갈등을 발견할 수 있으며 주인공 간의 갈등을 통해 한국 사회의 모순을 살필 수 있는 기회를 제공한다. 또한 학습자 현재 소속된 사회에 대해 고민해 보고 자신의 배경 지식과 경험을 관련지어 학습하게끔 돕는다.

셋째, 학습자들은 영상 속 주인공(한국 사회 구성원)들과 자신이 속한 공동체의 구성원들과 비교할 때, 학습자 스스로의 모습을 성찰할 기회를 제공할 수 있다. 영상 속 한국 문화의 무조적적인 수용이 아닌, 비판적 입장을 세우고 학습자가 어떠한 가치 판단에 무게를 두고 있는지를 확인할 수 있는 기회를 제공한다.

한국 문화 교육 내용을 주출 하기 위해서 앞서 언급했듯이 1차 수업 때 유튜브(<http://www.youtube.com/>)를 통해 한국 사회 공동체 〈작은 실천〉이라는 영상홍보물 시청한 후 새로운 어휘를 제시하고 그 어떤 부가적인 정보나 감상문 쓰기의 방향을 제공하지 않았으며, 제시된 문제에 대하여 한국어로 자유롭게 쓰도록 요구했다.

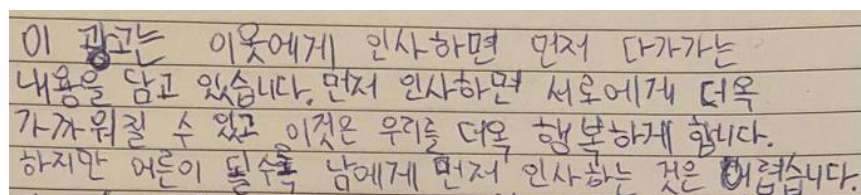
아래에서는 교육 활동에 따라 학습자들이 영상홍보물을 보고 자신의 생각을 감상문으로 표현한 결과물이다.

비디오에서 8세 소녀배우와 88세 한의사 할아버지
인생 끝점을 알려주셨어요 이 두 사람은 배우입니다.
그들은 영상에서 공익광고를 함께 찍었어요 이 영상은
더 행복한 공동체를 위한 작은 실천을 시작할 것을 추천해요.
인사하고, 도와주고, 서로 먼저 이야기하고, 우리의 감정을
표현해요. “마음을 보내세요. 모두의 하루를 따뜻하게
합니다. 실제 텔레비전 광고로 나가는 공익광고의
비하인드스토리 같아요. 작은 배려가 사회를 좋게 만들어요

(S-3)에 경우 단편적이고 미숙한 서술을 보이고 있다. 비록 글에서 미숙한 면이 보이지만 교사는 초급 학습자라는 특성을 고려하여 실제 수업에서는 학습자의 생각이나 느낌을 표현할 수 있도록 적극적인 도움을 주어야 한다. (S-3) 학습자는 주로 영상의 내용과 상황을 묘사하는 것에 초점을 맞추어 영상물을 이해하면서 영상 속 문화적 요소를 인식하는 양상을 보이고 있다. “작은 배려가 사회를 좋게 만들어요.”라는 부분에서 학습자가 영상물 내용에 대한 이해를 바탕으로 자신의 배경 지식을 활용하고 있다. “작은 배려”와 같은 진술은 학습자가 이 영상물을 시청함에 앞서 본인 경험에서부터 비롯된 것이다. 학습자는 한국 사회뿐만 아니라 모국어 교육에서도 타인과 배려에 대한 일정한 배경지식을 갖고 있으며, 이를 영상홍보물의 의미를 이해라는 과정에서 적극 활용하고 있음을 알 수 있다. 영상홍보물 두 주인공의 행동 방식과 한국 공동체에 대해 이해의 여지를 열어놓는다는 점이 한국 문화 교육의 내용이 될 수 있다.

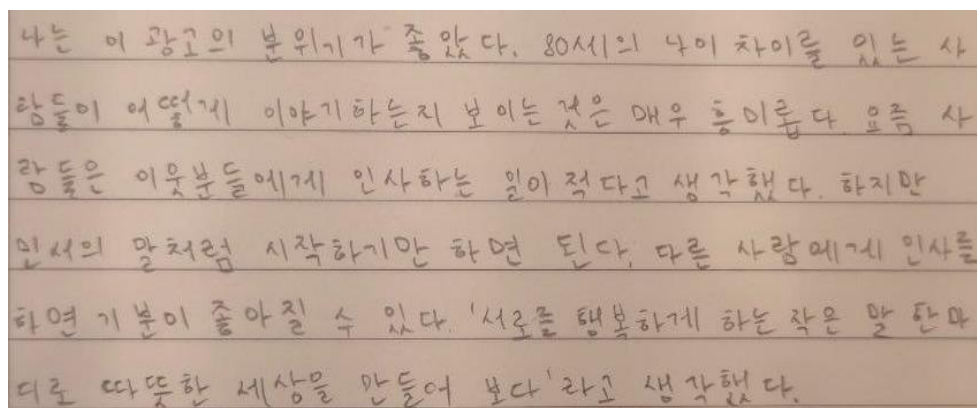
이 공익광고를 본 후에 내가 좋은 느낌을 받았다, 나에게
그 광고에 나온 것이 처음 들은 것이 아니었다, 그리고 나는
인사를 하는 것이 아주 중요한 것이 한번 또 들었다, 인사하고
마음을 전하면 모두의 하루가 따뜻해 줄 수 있다,

(S-2)의 감상문 일부분이다. 학습자는 “좋은 느낌을 받았다.”, “인사하기로 마음을 전하면 모두의 하루가 따뜻해 줄 수 있다.”는 영상 속에 관한 내용을 재확인하면서 영상 속 정보를 수용하는 양상을 보이고 있다. 그리고 자신이 받은 느낌에 대해 서술하면서 “인사를 하는 것이 아주 중요한 것”이라는 진술을 통해 영상 속 “언어생활”에 주목하여 자신의 체험과 연계시켜 낸다. 영상호보물 속 내용을 파악해 자신의 경험과 연결시키는 요소가 문화 교육 내용이 될 수 있다.



이 광고는 이웃에게 인사하면 먼저 다가가는 내용을 담고 있습니다. 먼저 인사하면 서로에게 더욱 가까워질 수 있고 이것은 우리를 더욱 행복하게 합니다. 하지만 어른이 될수록 남에게 먼저 인사하는 것은 어렵습니다.

(S-9)도 마찬가지로 감상문의 일부이다. 학습자는 영상에 나오는 정보를 활용하여, “어른이 될수록 남에게 먼저 인사하는 것은 어렵습니다.”라는 자신의 시각에서 의견을 제시하고 있다. “남에게 인사하는 것”은 어렵지만 학습자가 한국 문화와 연관된 다양한 환경에 적응력을 신장시킬 수 있는 요소도 또한 교육 내용이 될 수 있다.



나는 이 광고의 분위기가 좋았다. 80세의 나이 차이를 있는 사람들이 어떻게 이야기하는지 보이는 것은 매우 흥미롭다. 요즘 사람들은 이웃분들에게 인사하는 일이 적다고 생각했다. 하지만 민서의 말처럼 시작하기만 하면 된다. 다른 사람에게 인사하면 기분이 좋아질 수 있다. '서로를 행복하게 하는 작은 말 한마디로 따뜻한 세상을 만들어 보자'라고 생각했다.

(S-6)의 감상문 일부이다. 이 학습자의 감상문에서는 “요즘 사람들은 이웃분들에게 인사하는 일이 적다고 생각했다.”는 양상을 볼 수 있다. 여기서 주목해야 할 부분은 학습자가 영상 속 정보를 수용하면서 “민서의

말처럼 시작하기만 하면 된다.”는 자신의 생각을 서술하고 있다. “다른 사람에게 인사를 하면 기분이 좋아질 수 있다.”는 표현을 통해 자신이 가진 지식을 활성화하여 영상 속 가치관을 수용하면서 자신의 경험과 연결해 보고 있다. 이러한 태도는 한국 사회에서만 아니라 학습자가 속한 사회에서도 상호의존적 관계성을 키울 수 있는 교육 내용이 될 수 있다고 할 수 있다.

3.3 영상홍보물을 활용한 한국 문화 교수-학습 방안

2 차 수업은 시간 간격을 두고 똑같은 영상홍보물을 시청하게 해 2 차 감상문을 작성하게 하려고 한다. 2 차 수업의 본격적인 감상문 쓰기에 앞서 아래와 같은 학습 활동을 제시하려고 한다. 2 차 수업에서 감상문 쓰기 활동을 실시하려고 한 것은 1 차 수업의 감상문과 2 차 수업의 감상문 내용을 비교·분석을 하여 교육의 효과를 확인해 보기 위한 것이다.

(표-2) 2 차 수업 감상문 쓰기 활동지

2 차 수업 감상문 쓰기 활동지	
학습 목표	- 영상홍보물 속 한국인들의 태도에 대한 경험과 자신의 경험을 연결하여 이야기 할 수 있다. - 영상홍보물을 통하여 자문화(자아)를 성찰하고 목표문화(타자)를 이해하며 상호 소통하는 태도를 지닐 수 있다.
학습 활동	- 주인공의 태도, 인식, 신념 등이 어떤지 기술하기 - 우크라이나 문화와 비교하여 어떠한 공통점(차이점)이 있는지 기술하기 - 수업을 통해 한국 문화에 대해 새롭게 배운 점이 무엇인지 서술하기

4. 마무리

이 글은 간략한 교수 방안을 제안하는 데 목적이 있어, 영상홍보물을 활용한 학습 전과 학습 후에 우크라이나 한국어 학습자의 한국어 능력이나 한국 문화 이해도에 어떤 변화가 있었는지는 밝히지 못하였다. 앞으로 영상홍보물을 활용한 다양한 교수 방안이 모색되고 교수 효과를 증명하는 후속 연구가 이어지기를 기대한다.

REFERENCES

1. 김수정; 남정미(2009), 「영어교육 자료로서 광고의 활용: 모의수업 연구」, 『새한영어영문학』 제51-4집.
2. 김혜진; 김지혜(2019), 「공익 광고를 활용한 한국어 중급 학습자의 복합 문식성 교육 연구」, 『외국어로서의 한국어교육』, 제52집.
3. 배윤정, 문화 리터러시 함양을 위한 외국인 학부생들의 사회 참여적 글쓰기 수업 연구, 어문연구학회, 115, 2023, pp. 247-271
4. 신문영(2007), 『공익광고를 활용한 한국어 교실수업 모형연구』, 경희대학교 석사 학위논문.
5. 오세인(2007), 『영상매체란 무엇인가』, 커뮤니케이션북스.
6. 우한용(2003), 『신문의 언어문화와 미디어 교육』, 서울대학교 출판부.
7. 윤여탁(2013), 『문화 교육이란 무엇인가: 한국어 문화 교육의 벼리(綱)』, 태학사.
8. 이석주 외(2002), 『대중 매체와 언어』, 역락.
9. 이인순; 윤진(2012), 「공익광고를 활용한 중국어권 학습자 듣기 교수 방안 연구」, 『새국어교육』 제91집.
10. 장혜림; 송향근(2019), 「영상매체 관련 한국어교육 연구의 동향 분석」, 『한국어교육』 제30-4집.
11. 정윤희(2010), 『공익광고를 활용한 한국어 통합수업 모형 연구』, 동의대학교 박사 학위논문.
12. 정진(2018), 「공익 광고를 활용한 한국어 교수 방안」, 『새국어교육』

제114집.

13. 한정호(2014), 김병희, 김장열 외 2명 저, 『PR학원론』, 커뮤니케이션북스.
14. 황현탁(1995), 『한국영상산업론』, 나남.
15. Danylyuk, S., Pak, A., Terekhova, S., Mykolenko, T., & Kozak, S. (2023). *The Role of Digital Technologies in Building Foreign Language. Revista De La Universidad Del Zulia*, 14(41), pp. 847-861 (in English).
16. Pak, A., Kozlova, T., Kovalova, K., Tkachenko, L., & Harmash, O. (2022). Methodological principles in the field of philology of modern European methods of teaching a foreign language. *Amazonia Investiga*, 11(55), pp. 201-208(in English).
17. Tsekhmister, Y., Pak, A., Nosachenko, T., & Daniluk, L. (2022). Content and structure of professional competence of future teachers of fine arts.) *Revista Tempos e Espaços em Educação*, Tom. 15 (34), e17004 (in English).