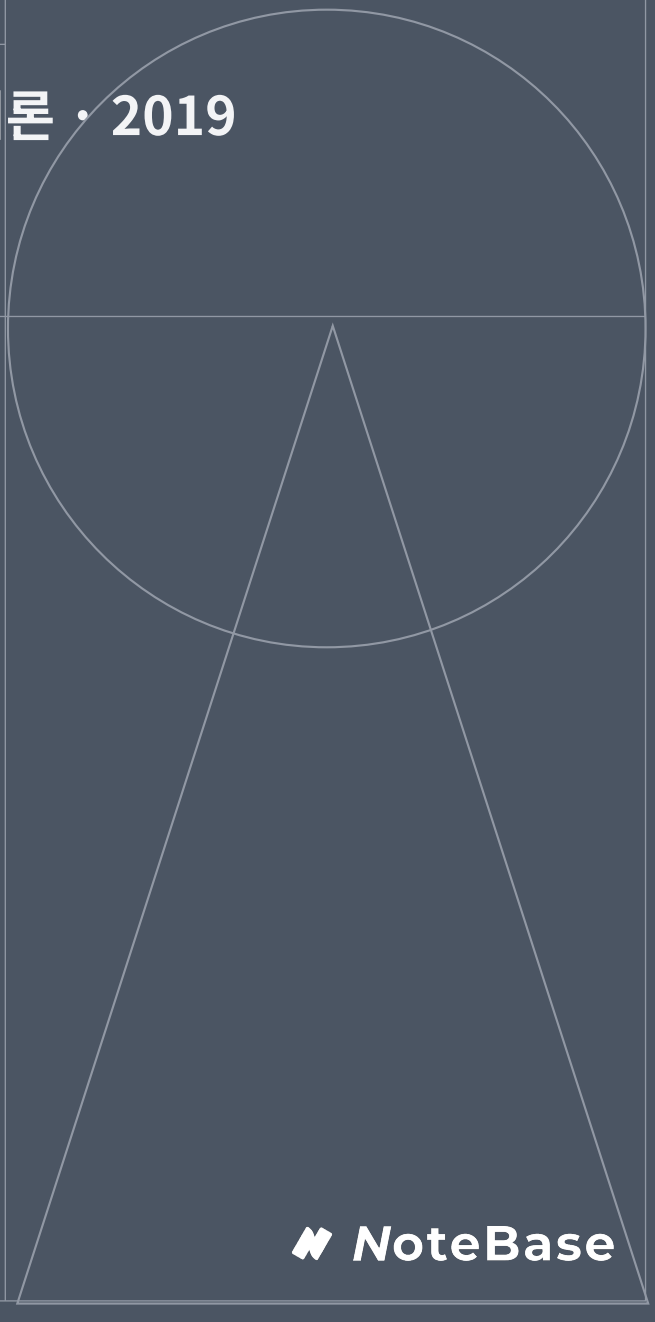
기출OX 해설집

공무원/국회직/9급 · 미디어론 · 2019



NoteBase

기출OX 해설집

공무원/국회직/9급 · 미디어론 · 2019

공무원/국회직/9급 · 미디어론 · 2019

1. ‘많은 사람들이 그들의 사적 의견을 서로 드러내지 않으면서 자신들은 소수의견의 집단에 속해 있다고 느끼는 상황’을 일컫는 용어는?

① 집단적 극화
② 다원적 무지
③ 커뮤니케이션 격차
④ 미디어 리터러시
⑤ 해석공동체

정답 2번

출제 포인트

자신의 사적 의견과 타인의 의견에 대한 추측이 어긋날 때 나타나는 다원적 무지의 정의를 묻는 문제이다.

핵심 개념

다원적 무지는 집단 구성원 다수가 실제로는 어떤 견해에 동의하지 않으면서도, 다른 사람들은 그 견해에 동의한다고 잘못 추측하여 자신의 의견을 드러내지 않는 상태이다. 그 결과 실제로는 다수인 사람들이 자신을 소수라고 느낄 수 있다. 핵심 키워드는 ‘사적 반대’, ‘의견 비공개’, ‘타인의 생각에 대한 오인’이다.

선지별 해설

① X — 집단적 극화는 집단 토론 뒤 구성원들의 기존 성향이 더 강해져 집단의 결정이 한쪽 극단으로 이동하는 현상이다. 틀린 표현은 ‘집단적 극화’이며, 제시된 상황은 다원적 무지로 고쳐야 한다.
② O — 많은 사람이 사적 의견을 드러내지 않고 다른 사람들도 자신과 다를 것이라고 오인하여 스스로를 소수라고 느끼므로 다원적 무지에 해당한다.
③ X — 커뮤니케이션 격차는 개인이나 집단 사이에 정보 접근, 이해 또는 소통 능력의 차이가 생기는 현상을 가리킨다. 틀린 표현은 ‘커뮤니케이션 격차’이며, 제시된 상황은 다원적 무지로 고쳐야 한다.
④ X — 미디어 리터러시는 미디어 정보에 접근하고 이를 분석·평가하며 활용하거나 생산하는 능력이다. 틀린 표현은 ‘미디어 리터러시’이며, 제시된 상황은 다원적 무지로 고쳐야 한다.
⑤ X — 해석공동체는 공통된 해석 방식이나 관습을 공유하여 텍스트에 유사한 의미를 부여하는 수용자 집단이다. 틀린 표현은 ‘해석공동체’이며, 제시된 상황은 다원적 무지로 고쳐야 한다.

NoteBase

오답 포인트

①의 집단적 극화도 집단과 관련된 개념이어서 혼동하기 쉽다. 그러나 이 문항에는 토론 후 의견이 더 극단적으로 변했다는 내용이 없고, 각자가 침묵한 채 타인의 의견을 잘못 짐작한다는 내용이 있다.

다시 나오면 이렇게 판단

‘실제로는 많은 사람이 반대한다’와 ‘서로가 다른 사람들은 찬성한다고 생각해 침묵한다’가 함께 나타나면 다원적 무지로 판단한다. 토론 후 기존 입장이 더 강해졌다면 집단적 극화로 판단한다.

암기 포인트

다원적 무지는 ‘다수가 침묵하여 다수가 스스로를 소수로 착각하는 현상’이다.

NoteBase

2. 롤랑 바르트(Roland Barthes)가 지배 이데올로기를 강조하기 위해 사용했던 용어는?

① 의미
② 헤게모니
③ 메시지
④ 신화
⑤ 콘텐츠

정답 4번

출제 포인트

이 문제는 롤랑 바르트가 지배 이데올로기를 자연스럽고 당연한 것으로 보이게 하는 작용을 설명할 때 사용한 핵심 용어를 묻는다.

핵심 정리

롤랑 바르트의 신화는 역사적·사회적으로 만들어진 가치와 이데올로기를 마치 자연적이고 자명한 사실처럼 받아들이게 하는 2차적 의미작용이다. 일상적인 기호에 새로운 이데올로기적 의미가 덧붙으면서 지배적인 가치가 상식으로 포장된다.

NoteBase

선지별 해설

① X
의미는 기호가 나타내는 뜻을 가리키는 일반적인 표현일 뿐, 바르트가 지배 이데올로기의 자연화 작용을 지칭한 핵심 용어가 아니다. 틀린 표현인 '의미'는 '신화'로 고쳐야 한다.

② X
헤게모니는 지배 집단이 강제뿐 아니라 동의와 문화적 지도력을 통해 지배를 유지하는 현상을 설명하는 안토니오 그람시의 대표 개념이다. 바르트가 사용한 용어로 묻는 이 문항에서는 '헤게모니'를 '신화'로 고쳐야 한다.

③ X
메시지는 전달되는 정보나 내용을 뜻하는 일반적 의사소통 용어이며, 지배 이데올로기를 자연화하는 바르트의 개념명이 아니다. 틀린 표현인 '메시지'는 '신화'로 고쳐야 한다.

④ O
신화는 특정 시대와 사회의 지배적 가치나 이데올로기를 자연스럽고 보편적인 상식처럼 보이게 하는 바르트의 2차적 의미작용을 가리킨다.

⑤ X
콘텐츠는 매체에 담겨 전달되는 정보나 문화적 산물을 통칭하는 말이며, 바르트의 이데올로기 분석을 대표하는 개념명이 아니다. 틀린 표현인 '콘텐츠'는 '신화'로 고쳐야 한다.

출제자가 노린 함정
② '헤게모니'도 지배 이데올로기와 관련된 개념이어서 혼동하기 쉽다. 그러나 헤게모니는 그람시, 신화는 바르트와 연결해야 한다.

다시 나오면 이렇게 판단
학자와 대표 개념을 먼저 연결한다. 바르트와 함께 이데올로기의 자연화 또는 2차적 의미작용이 제시되면 '신화'로 판단한다.

암기 포인트
바르트 = 신화 = 지배 이데올로기의 자연화이다.

NoteBase

3. 1인 또는 소규모의 인원이 콘텐츠를 생산하고 공유하는 개인방송의 특징으로 옳지 않은 것은?

① 제작비용이 저렴하다.
② 내용이나 전달 형식에 얽매이지 않는다.
③ 제작자가 창의력을 자유롭게 발휘할 수 있다.
④ 광고주의 압력으로부터 비교적 자유롭다.
⑤ 현장감이 부족하다.

정답 5번

출제 포인트

이 문제는 1인 또는 소규모 인원이 제작·공유하는 개인방송의 제작 환경, 표현의 자율성, 광고주와의 관계, 현장성을 구별하는 문제이다.

핵심 개념

개인방송은 개인이나 소규모 제작자가 인터넷 플랫폼을 통해 콘텐츠를 직접 생산하고 공유하는 방송 형태이다. 대규모 설비와 조직이 필요한 전통 방송보다 제작비용이 낮고 형식이 유연하며, 제작자의 창의성과 자율성이 크다. 또한 실시간 촬영·전송과 시청자 반응을 활용할 수 있어 현장감과 상호작용성이 높다.

NoteBase

선지별 해설

① O
개인방송은 소수 인원과 비교적 간단한 장비로 제작할 수 있으므로 대규모 방송 제작에 비해 제작비용이 저렴하다.

② O
편성 규격이나 고정된 전달 방식의 제약이 상대적으로 적어 내용과 전달 형식을 유연하게 구성할 수 있다.

③ O
제작자가 기획·촬영·편집·전달 과정에 주도적으로 참여하므로 자신의 개성과 창의력을 자유롭게 발휘할 수 있다.

④ O
전통적인 상업 방송보다 광고주 중심의 제작 구조에 덜 의존할 수 있어 광고주의 압력으로부터 비교적 자유롭다. 다만 광고나 협찬을 받는 경우 영향이 완전히 사라지는 것은 아니다.

⑤ X
틀린 표현은 '현장감이 부족하다'이다. 개인방송은 현장에서 실시간으로 촬영·전송하고 시청자와 즉시 소통할 수 있으므로 현장감이 높거나 풍부하다고 고쳐야 한다.

오답 포인트

⑤는 소규모 제작의 낮은 기술적 완성도를 현장감 부족과 혼동하게 만든다. 영상의 전문적 완성도와 현장감은 다른 개념이며, 개인방송의 실시간성과 즉시성은 오히려 현장감을 높인다.

다시 나오면 이렇게 판단

개인방송의 특성은 '소규모·저비용', '형식의 유연성', '제작자의 자율성과 창의성', '실시간 소통과 높은 현장감'을 기준으로 판단한다. 이 특징을 반대로 표현한 선지를 찾으면 된다.

암기 포인트

개인방송은 저비용·고자율·고현장성이다.

NoteBase

4. 편집 과정에서 두 개의 샷을 연결하는 화면전환 방법이 아닌 것은?

① 컷(cut)
② 와이프(wipe)
③ 디졸브(dissolve)
④ 프레즈넬(fresnel)
⑤ 페이드(fade)

정답 4번

출제 포인트

두 쇼트를 연결하는 편집상의 화면전환 방식과 촬영·조명에 쓰이는 광학 장치를 구별하는 문제이다.

핵심 개념

컷은 앞 쇼트가 끝나는 즉시 다음 쇼트로 바뀌는 전환이다. 와이프는 경계선이 화면을 밀어내듯 이동하며 다음 쇼트를 드러내는 전환이다. 디졸브는 앞 쇼트가 사라지는 동안 다음 쇼트가 겹쳐 나타나는 전환이다. 페이드는 화면이 점차 어두워지거나 밝아지는 전환이다. 반면 프레즈넬은 동심원형 홈으로 빛을 굴절시키는 프레즈넬 렌즈 또는 그 렌즈를 사용한 조명기구를 가리키며, 쇼트 연결 방식이 아니다.

선지별 해설

O는 화면전환 방법에 해당함을, X는 해당하지 않음을 뜻한다.
① O — 컷(cut)은 전환 효과를 겹치지 않고 한 쇼트에서 다음 쇼트로 즉시 바꾸는 기본적인 연결 방식이다.
② O — 와이프(wipe)는 이동하는 선이나 도형이 앞 화면을 밀어내면서 다음 화면을 나타내는 전환 방식이다.
③ O — 디졸브(dissolve)는 앞 쇼트의 소멸과 다음 쇼트의 출현을 일정 시간 겹쳐 보여 주는 전환 방식이다.
④ X — 프레즈넬(fresnel)은 렌즈의 굴절 원리를 이용해 빛을 모으거나 퍼뜨리는 광학 장치·조명과 관련된 용어이므로 화면전환 방법이 아니다. 틀린 표현인 '화면전환 방법'은 '촬영·조명에 쓰이는 렌즈 또는 그 렌즈를 사용한 조명기구'로 고쳐야 한다.
⑤ O — 페이드(fade)는 화면의 밝기가 점차 변하면서 암전되거나 암전에서 영상이 나타나는 전환 방식이다.

출제자가 노린 함정

프레즈넬도 영상 제작 현장에서 사용하는 전문용어라는 점을 이용한 함정이다. 편집 단계에서 쇼트를 연결하는 컷·와이프·디졸브·페이드와 촬영·조명 단계의 프레즈넬 렌즈를 혼동하면 안 된다.

다시 나오면 이렇게 판단

용어가 앞 쇼트에서 다음 쇼트로 화면이 바뀌는 방식을 설명하는지 확인한다. 즉시 교체, 밀어내기, 겹침, 점진적 밝기 변화는 화면전환이고, 빛의 굴절·집광·확산을 설명하면 렌즈나 조명 장치이다.

NoteBase

암기 포인트

컷·와이프·디졸브·페이드는 편집 전환, 프레즈넬은 렌즈·조명이다.

NoteBase

5. 스튜어트 홀(Stuart Hall)의 부호화/부호해독(encoding/decoding) 개념에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 미디어 제작자가 의도한 메시지는 부호화/부호해독 과정을 거쳐 수용자에게 그대로 전달된다.
② 미디어 수용은 수용자와 텍스트 간의 타협/협상 과정이다.
③ 생산자에 의해 선호된 의미로 수용자가 메시지를 해독하는 것을 지배적 해독이라고 한다.
④ 수용자가 지배 이데올로기를 거부하는 방식으로 메시지를 해독하는 것을 대항적 해독이라 한다.
⑤ 수용자들이 미디어 텍스트의 이데올로기적 영향력에 저항할 수 있음을 보여준다.

정답 1번

출제 포인트

스튜어트 홀의 부호화/부호해독 모형에서 생산자가 부호화한 의미와 수용자가 해독한 의미가 반드시 일치하는지, 그리고 수용자의 세 가지 해독 입장을 구별하는 문제이다.

핵심 개념

부호화는 미디어 생산자가 특정한 의미와 이데올로기적 틀을 메시지에 담는 과정이고, 부호해독은 수용자가 자신의 사회적 위치와 경험에 따라 그 메시지의 의미를 해석하는 과정이다.
지배적 해독은 생산자가 선호한 의미를 수용하고, 협상적 해독은 지배적 의미를 대체로 인정하면서 일부를 자신의 상황에 맞게 조정하며, 대항적 해독은 지배적 의미를 이해하면서도 그 틀을 거부하고 반대 의미로 읽는 방식이다.

선지별 해설

① X — '의도한 메시지가 수용자에게 그대로 전달된다'는 부분이 틀리다. 홀은 부호화와 부호해독이 반드시 대칭적으로 일치하지 않으며, 수용자가 사회적 위치와 경험에 따라 메시지를 능동적으로 해석한다고 본다. 올바르게는 생산자가 의도한 의미가 수용자에게 그대로 전달된다고 보장할 수 없다고 해야 한다.
② O — 미디어 수용은 수용자가 텍스트의 의미를 수동적으로 복제하는 일이 아니라, 텍스트가 제시한 의미와 자신의 상황을 조정하고 협상하는 과정이다.
③ O — 생산자가 부호화한 선호 의미를 수용자가 그 지배적 코드 안에서 받아들이는 것이 지배적 해독이다.
④ O — 대항적 해독은 메시지의 지배적 의미를 이해하면서도 그 이데올로기적 틀을 거부하고 반대의 코드로 재해석하는 방식이다.
⑤ O — 수용자가 협상적 또는 대항적으로 해독할 수 있다는 점은 미디어 텍스트의 이데올로기적 영향력이 일방적·절대적이지 않으며 수용자가 이에 저항할 수 있음을 보여준다.

NoteBase

오답 포인트

①의 '과정을 거쳐'라는 말만 보고 옳다고 판단하기 쉽다. 그러나 함정은 '그대로 전달된다'는 표현이다. 홀의 모형은 생산자의 의도와 수용자의 해석 사이에 차이가 생길 수 있음을 전제로 한다.

다시 나오면 이렇게 판단

생산자 의미와 수용자 해석의 일치를 전제하면 틀린 설명으로 판단한다. 수용자가 선호 의미를 수용하면 지배적 해독, 일부 수용·일부 조정하면 협상적 해독, 지배적 틀을 거부하면 대항적 해독으로 구분한다.

암기 포인트

홀의 수용자는 수동적 전달 대상이 아니다. 지배는 수용, 협상은 조정, 대항은 거부이다.

NoteBase

6. 영화 콘텐츠가 '경유하는 창구' 혹은 '유통경로'의 일반적인 순서는?

(가) PPV(pay-per-view)	(나) 보급형 채널(basic channel)
(다) 페이 채널(pay channel)	(라) 극장

① (가)-(라)-(나)-(다)
② (나)-(다)-(가)-(라)
③ (다)-(가)-(나)-(라)
④ (라)-(가)-(다)-(나)
⑤ (라)-(나)-(가)-(다)

정답 4번

출제 포인트

영화 콘텐츠가 시간의 흐름에 따라 독점성과 이용 가격을 낮추면서 극장에서 후속 유통 창구로 이동하는 일반적인 홀드백 순서를 묻는 문제이다.

올바른 순서

1. 극장(라) — 영화가 처음 공개되어 관객별 입장료로 수익을 얻는 최초 창구이다.
2. PPV(가) — 극장 상영 뒤 가정에서 콘텐츠 한 편을 볼 때마다 요금을 내는 창구이다.
3. 페이 채널(다) — PPV 이후 유료 가입자에게 제공되는 프리미엄 채널이다.
4. 보급형 채널(나) — 독점성과 개별 콘텐츠의 지불 수준이 가장 낮아진 뒤 넓은 시청자에게 제공되는 후속 창구이다.

왜 이 순서인가: 먼저 높은 독점성과 높은 건별 지불의 창구에서 수익을 회수하고, 시간이 지나면서 더 낮은 지불 수준과 더 넓은 도달 범위의 창구로 이동하기 때문이다.

선지별 해설

① X — PPV(가)를 극장(라)보다 먼저 둔 점과 보급형 채널(나)을 페이 채널(다)보다 먼저 둔 점이 틀렸다. 올바르게는 극장(라) → PPV(가) → 페이 채널(다) → 보급형 채널(나)이다.

② X — 보급형 채널(나)을 최초 창구로 두고 극장(라)을 마지막에 둔 점이 틀렸다. 영화는 일반적으로 극장에서 먼저 공개된 뒤 PPV, 페이 채널, 보급형 채널로 이동하므로 올바르게는 (라) → (가) → (다) → (나)이다.

③ X — 페이 채널(다)을 PPV(가)보다 먼저 두고 극장(라)을 마지막에 둔 점이 틀렸다. 올바르게는 극장(라) → PPV(가) → 페이 채널(다) → 보급형 채널(나)이다.

④ O — 극장(라)에서 최초 공개한 뒤 PPV(가), 페이 채널(다), 보급형 채널(나) 순으로 유통하는 일반적인 창구화 순서와 일치한다.

⑤ X — 극장(라) 다음에 보급형 채널(나)을 배치한 점이 틀렸다. 극장 다음에는 PPV(가), 그다음에는 페이 채널(다)이 오며 보급형 채널(나)은 마지막이므로 올바르게는 (라) → (가) → (다) → (나)이다.

NoteBase

오답 포인트

PPV와 페이 채널을 모두 유료 창구라는 이유로 뒤섞거나, 보급형 채널을 페이 채널보다 먼저 두기 쉽다. PPV는 작품별로 직접 결제하는 창구이므로 가입형 페이 채널보다 앞서고, 보급형 채널은 가장 넓게 보급되는 후속 창구이므로 마지막에 온다.

다시 나오면 이렇게 판단

영화의 창구화 순서는 독점성이 높고 작품별 지불이 큰 창구에서 독점성이 낮고 도달 범위가 넓은 창구로 이동한다고 판단한다. 따라서 극장 → 건별 결제(PPV) → 유료 가입 채널 → 보급형 채널의 흐름을 적용한다.

암기 포인트

극장 → 한 편씩 결제(PPV) → 유료 가입(페이 채널) → 넓게 보급(보급형 채널) 순이다.

NoteBase

7. 세계경제포럼에서 클라우스 슈밥(Klaus Schwab)이 강조한 4차 산업혁명의 특성이 아닌 것은?

① 사물인터넷
② 빅데이터
③ 초연결
④ 초지능
⑤ 정보고속도로

정답 5번

출제 포인트

4차 산업혁명의 핵심인 연결·데이터·지능화와 이전 정보화 시대의 개념을 구별하는 문제이다.

핵심 개념

4차 산업혁명은 디지털 기술을 바탕으로 사람·사물·데이터가 긴밀하게 연결되고, 대규모 데이터를 지능적으로 분석·활용하며, 물리·디지털·생물학 영역이 융합되는 변화이다. 핵심 키워드는 사물인터넷, 빅데이터, 초연결, 초지능이다. 정보고속도로는 초고속 정보통신망의 구축과 보급을 강조한 이전 정보화 시대의 개념이다.

선지별 해설

① O — 사물인터넷은 각종 사물에 센서와 통신 기능을 부여하여 사물과 사람, 사물과 사물을 연결하므로 4차 산업혁명의 초연결성을 구현하는 핵심 기술이다.
② O — 빅데이터는 대규모·다양한 데이터를 수집하고 분석하여 예측과 의사결정에 활용하는 기반이므로 4차 산업혁명의 주요 특성에 해당한다.
③ O — 초연결은 인터넷과 네트워크를 통해 사람·사물·시스템이 광범위하게 연결되는 상태로, 4차 산업혁명의 대표적 특성이다.
④ O — 초지능은 인공지능과 데이터 분석을 통해 기계와 시스템의 판단·예측 능력이 고도화되는 특성으로, 4차 산업혁명의 핵심에 해당한다.
⑤ X — '정보고속도로'는 4차 산업혁명의 고유한 특성이 아니라 초고속 정보통신망 구축을 강조한 이전 정보화 시대의 개념이다. 올바르게는 4차 산업혁명의 특성을 '초연결·초지능과 사물인터넷·빅데이터 기반의 융합'으로 표현한다.

오답 포인트

⑤의 '정보고속도로'도 정보통신 기술과 관련되므로 4차 산업혁명 용어처럼 보이는 점이 함정이다. 그러나 이는 네트워크 인프라의 보급을 강조한 정보화 시대의 표현이고, 4차 산업혁명은 그 연결망 위에서 데이터와 인공지능을 활용하는 초연결·초지능의 융합을 강조한다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

선지가 사물인터넷·빅데이터·인공지능처럼 연결된 데이터를 생성·분석·활용하거나 초연결·초지능을 나타내면 4차 산업혁명과 연결한다. 통신망 자체의 구축과 보급을 뜻하는 정보고속도로는 이전 정보화 시대의 개념으로 구분한다.

암기 포인트

4차 산업혁명은 '연결하고, 데이터를 모으고, 지능적으로 판단한다'로 기억한다. 정보고속도로는 연결망의 구축, 4차 산업혁명은 그 연결망 위의 데이터·지능 융합이다.

NoteBase

8. 수용자를 설명하는 미디어 효과 이론을 순서대로 올바르게 배열한 것은?

> (가) 수용자는 수동적이고 무기력한 존재로 대중사회 속에서 원자화되었다.
>
> (나) 수용자는 개인차가 있으며 나름대로 사회적 관계를 맺고 있는 능동적 존재다.
>
> (다) 수용자는 고립을 두려워해서 자신의 의견이 매스미디어의 의견과 다르다고 인식하면 자신의 의견을 잘 피력하지 않으려 한다.

① 탄환이론-침묵의 나선이론-이용과 충족이론
② 침묵의 나선이론-탄환이론-제한효과이론
③ 탄환이론-제한효과이론-침묵의 나선이론
④ 이용과 충족이론-탄환이론-제한효과이론
⑤ 침묵의 나선이론-제한효과이론-탄환이론

정답 3번

출제 포인트

수용자를 수동적·원자화된 존재로 보는 탄환이론, 개인차와 사회적 관계를 고려하는 제한효과이론, 고립의 두려움 때문에 소수 의견의 표명을 자제한다고 보는 침묵의 나선이론을 각각 연결하는 문제이다.

핵심 정리

(가) 탄환이론: 매스미디어의 메시지가 수동적이고 원자화된 수용자에게 직접적이고 강력한 효과를 낸다고 본다.
(나) 제한효과이론: 수용자의 개인차와 기존 태도, 사회적 관계 등이 미디어 효과를 매개하므로 미디어의 영향은 제한적이라고 본다.
(다) 침묵의 나선이론: 자신의 의견이 다수 여론과 다르다고 느낀 사람은 사회적 고립을 두려워하여 의견 표명을 자제한다고 본다.

NoteBase

선지별 해설

① X
(가)를 탄환이론으로 연결한 부분만 맞다. (나)를 침묵의 나선이론, (다)를 이용과 충족이론으로 연결한 부분이 틀렸다. 올바르게는 (나)는 제한효과이론, (다)는 침묵의 나선이론이다.

② X
(가)를 침묵의 나선이론, (나)를 탄환이론, (다)를 제한효과이론으로 연결한 부분이 모두 틀렸다. 올바르게는 (가)는 탄환이론, (나)는 제한효과이론, (다)는 침묵의 나선이론이다.

③ O
(가)의 수동적·원자화된 수용자는 탄환이론, (나)의 개인차와 사회적 관계를 지닌 수용자는 제한효과이론, (다)의 고립에 대한 두려움과 의견 표명 자제는 침묵의 나선이론에 해당한다.

④ X
(가)를 이용과 충족이론, (나)를 탄환이론, (다)를 제한효과이론으로 연결한 부분이 모두 틀렸다. 올바르게는 (가)는 탄환이론, (나)는 제한효과이론, (다)는 침묵의 나선이론이다.

⑤ X
(가)를 침묵의 나선이론, (다)를 탄환이론으로 연결한 부분이 틀렸다. (나)의 제한효과이론만 맞다. 올바르게는 (가)는 탄환이론, (나)는 제한효과이론, (다)는 침묵의 나선이론이다.

출제자가 노린 함정

(나)의 '능동적 존재'라는 표현만 보고 능동적 수용자의 욕구 충족을 강조하는 이용과 충족이론으로 오인하기 쉽다. 그러나 (나)의 결정적 단서는 '개인차'와 '사회적 관계'이며, 이는 획일적이고 강력한 미디어 효과를 부정하는 제한효과이론의 수용자상이다.

다시 나오면 이렇게 판단

수동적·원자화된 대중과 강력한 직접 효과는 탄환이론, 개인차·기존 태도·사회적 관계에 따른 효과의 매개는 제한효과이론, 고립의 두려움·다수 의견의 지각·소수 의견의 침묵은 침묵의 나선이론으로 판단한다.

암기 포인트

탄환은 수동적 대중, 제한효과는 개인차와 사회관계, 침묵의 나선은 고립의 두려움이다.

NoteBase

9. 민영 지상파방송 사업자 중 네트워크 가맹(제휴) 형태가 다른 것은?

① 경인방송(OBS)
② 광주방송(KBC)
③ 대구방송(TBC)
④ 대전방송(TJB)
⑤ 부산경남방송(KNN)

정답 1번

출제 포인트

민영 지상파방송사를 SBS 네트워크에 가맹한 지역민방과 독립적인 방송망을 운영하는 방송사로 구분하는 문제이다.

핵심 개념

네트워크 가맹은 중심 방송사와 지역 방송사가 프로그램을 주고받아 전국 방송망을 구성하는 방식이다. KBC·TBC·TJB·KNN은 SBS 네트워크에 속한 지역민방인 반면, OBS는 수도권을 방송권역으로 하면서 SBS 네트워크와 별도의 독립 편성을 하는 민영방송사이다.

선지별 해설

① O — 경인방송(OBS)은 SBS 네트워크의 지역 가맹사가 아니라 독립적인 방송망과 편성을 운영하므로 나머지 네 방송사와 제휴 형태가 다르다.
② X — 광주방송(KBC)은 광주·전남권의 SBS 네트워크 가맹 지역민방이다. 틀린 판단은 KBC를 제휴 형태가 다른 방송사로 보는 것이며, 올바르게는 KBC도 SBS 네트워크 가맹사이다.
③ X — 대구방송(TBC)은 대구·경북권의 SBS 네트워크 가맹 지역민방이다. 틀린 판단은 TBC를 독립 네트워크 방송사로 보는 것이며, 올바르게는 TBC도 SBS 네트워크 가맹사이다.
④ X — 대전방송(TJB)은 대전·세종·충남권의 SBS 네트워크 가맹 지역민방이다. 틀린 판단은 TJB의 제휴 형태가 나머지 지역민방과 다르다고 보는 것이며, 올바르게는 TJB도 SBS 네트워크 가맹사이다.
⑤ X — 부산경남방송(KNN)은 부산·경남권의 SBS 네트워크 가맹 지역민방이다. 틀린 판단은 KNN을 독립 네트워크 방송사로 보는 것이며, 올바르게는 KNN도 SBS 네트워크 가맹사이다.

오답 포인트

모든 선지가 지역명을 내세운 민영방송사처럼 보여 방송권역만으로는 구별하기 어렵다. 핵심 함정은 OBS도 지역 민방이라는 이유만으로 KBC·TBC·TJB·KNN과 같은 SBS 네트워크 가맹사라고 생각하는 데 있다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

방송사의 소재지가 아니라 어느 중심 방송사의 프로그램을 받아 네트워크를 구성하는지를 확인한다.
KBC·TBC·TJB·KNN은 SBS 계열 지역 네트워크로 묶고, OBS는 별도의 독립 편성 방송사로 구분한다.

암기 포인트

KBC·TBC·TJB·KNN은 SBS 지역 네트워크, OBS는 독립 편성이다.

NoteBase

10. 증강현실(augmented reality)을 활용한 사례는?

① 해부학 실습을 위한 3차원 시뮬레이션
② 포켓몬고 게임
③ 가상 모델하우스
④ KT '기가지니'
⑤ 사이버 쇼핑몰

정답 2번

출제 포인트

증강현실이 현실 세계를 바탕으로 디지털 정보를 겹쳐 보여 주는 기술임을 알고, 가상현실·인공지능·전자상거래 사례와 구별하는 문제이다.

핵심 개념

증강현실(AR): 사용자가 보는 실제 환경 위에 문자·영상·3차원 객체 같은 디지털 정보를 실시간으로 중첩하는 기술이다. 키워드는 '현실 배경 + 가상 정보의 중첩'이다.
가상현실(VR): 현실을 주된 배경으로 삼지 않고 컴퓨터가 만든 가상 공간에 사용자가 몰입하게 하는 기술이다. 키워드는 '가상 공간으로의 몰입'이다.
인공지능(AI): 음성 인식, 추론, 추천 등 인간의 지능적 기능을 컴퓨터로 구현하는 기술이다. 현실 화면 위에 정보를 겹치는지와는 별개의 개념이다.

선지별 해설

① X — '해부학 실습을 위한 3차원 시뮬레이션'은 컴퓨터가 만든 입체 모형이나 가상 환경을 이용하는 일반적인 3차원 시뮬레이션·가상현실 사례에 가깝고, 현실 장면 위에 정보를 중첩한다는 조건이 제시되지 않았다. 증강현실 사례로 고치면 '실제 인체 모형이나 교재 위에 3차원 장기 정보를 겹쳐 보여 주는 해부학 실습'이다.
② O — 포켓몬고 게임은 위치 정보와 스마트폰 화면을 이용해 현실 주변 공간에 가상의 포켓몬이 나타나는 것처럼 보여 주므로 증강현실의 대표적 사례이다.
③ X — '가상 모델하우스'는 컴퓨터로 구현한 가상 주택 공간을 둘러보는 가상현실 사례에 해당한다. 증강현실 사례로 고치면 '실제 빈 방 화면 위에 가구나 인테리어를 배치해 보여 주는 모델하우스 서비스'이다.
④ X — KT '기가지니'는 음성 명령을 인식하고 정보를 제공하거나 기기를 제어하는 인공지능 기반 음성 비서·스피커 서비스이다. 증강현실 사례로 고치면 '실제 공간 화면 위에 상품·안내 정보를 겹쳐 보여 주는 AR 안내 서비스'이다.
⑤ X — '사이버 쇼핑몰'은 인터넷에서 상품을 검색하고 구매하는 전자상거래 공간으로, 그 자체만으로 현실 장면 위에 가상 정보를 중첩하지 않는다. 증강현실 사례로 고치면 '카메라로 비춘 실제 신체나 방 위에 의류·가구를 겹쳐 보여 주는 가상 착용·배치 쇼핑 서비스'이다.

NoteBase

오답 포인트

‘3차원’, ‘가상’, ‘사이버’라는 표현만 보고 모두 증강현실로 판단하기 쉽다. 이 문항의 함정은 디지털 기술의 사용 여부가 아니라 실제 환경을 유지한 채 가상 정보를 그 위에 겹치는지를 묻는 데 있다.

다시 나오면 이렇게 판단

현실의 장소나 카메라 화면이 그대로 보이면서 그 위에 가상 객체·정보가 추가되면 증강현실로 판단한다.
컴퓨터가 만든 공간 자체에 들어가면 가상현실, 음성 인식과 응답이 중심이면 인공지능, 온라인 구매가 중심이면 전자상거래로 구별한다.

암기 포인트

AR은 현실 위에 덧붙이고, VR은 가상 속에 들어간다. 포켓몬고는 현실 공간 위에 가상 캐릭터를 겹치는 AR이다.

NoteBase

11. IPTV의 특징으로 옳지 않은 것은?

① 유무선 인터넷 사용
② TV수상기 등으로 서비스 제공
③ 실시간 다채널 방송서비스 제공
④ 양방향 멀티미디어 서비스 제공
⑤ 지역채널 서비스 제공

정답 5번

출제 포인트

이 문제는 IPTV의 전송망·수신기·서비스 방식과 종합유선방송의 지역채널 특성을 구분하는 문제이다.

핵심 개념

IPTV는 인터넷 프로토콜 기반의 광대역 통신망을 통해 텔레비전 방송과 주문형·양방향 콘텐츠를 제공하는 서비스이다. 실시간 다채널 방송과 양방향 멀티미디어 서비스가 가능하며, TV수상기 등을 이용해 시청할 수 있다. 반면 지역채널은 특정 방송구역의 지역 정보와 프로그램을 편성하는 종합유선방송의 대표적 특성이다.

선지별 해설

① O — IPTV는 인터넷 프로토콜 기반 서비스이므로 유선 또는 무선의 광대역 인터넷망을 이용할 수 있다.
② O — IPTV는 셋톱박스와 연결된 TV수상기 등을 통해 방송 및 콘텐츠 서비스를 제공한다.
③ O — IPTV는 여러 채널을 동시에 편성해 실시간으로 송출하는 다채널 방송서비스를 제공한다.
④ O — 시청자의 선택과 요청을 반영하는 주문형 비디오, 다시 보기 등 양방향 멀티미디어 서비스를 제공한다.
⑤ X — 틀린 표현은 '지역채널 서비스 제공'이다. 지역채널은 특정 지역을 방송구역으로 하는 종합유선방송의 특징이며, IPTV의 고유한 특징으로 볼 수 없다. 올바르게는 '종합유선방송은 지역채널 서비스를 제공한다'이다.

오답 포인트

IPTV도 다양한 방송채널을 제공하므로 ⑤의 지역채널까지 IPTV의 다채널 서비스에 포함된다고 오해하기 쉽다. 그러나 '다채널'은 여러 채널의 제공 방식이고, '지역채널'은 특정 방송구역을 기반으로 하는 종합유선방송의 제도적 특성이다.

다시 나오면 이렇게 판단

인터넷망, TV수상기, 실시간 다채널, 주문형·양방향 서비스는 IPTV의 특징으로 판단한다. 특정 지역의 소식과 프로그램을 편성하는 지역채널이 나오면 종합유선방송의 특징으로 구분한다.

NoteBase

암기 포인트

IPTV는 인터넷망·실시간·양방향, 지역채널은 종합유선방송이다.

NoteBase

12. 제시문의 ( )에 공통으로 들어갈 용어는?

> 최근 JTBC가 2026~2032년 국제올림픽위원회(IOC)에서 주관하는 하계·동계올림픽 중계권을 확보하자 한국방송협회는 2019년 6월 4일 '( ) 도입 취지를 거스르는 행위'라며 "지상파방송의 무료 직접수신을 택하고 있는 국민들이 올림픽 중계로부터 배제된다는 점과 유료방송 가입자만이 올림픽 중계를 볼 수 있다는 점은 ( ) 도입 취지를 정면으로 거스르고 있다"고 비판했다.

① 보편적 시청권
② 미디어 평등권
③ 시청자 주권
④ 디지털 시민권
⑤ 방송분쟁 조정권

정답 1번

출제 포인트

무료 지상파 직접수신 가구가 올림픽 중계에서 배제되는 상황을 통해 보편적 시청권의 의미를 판별하는 문제이다.

핵심 개념

보편적 시청권은 올림픽처럼 국민적 관심이 큰 주요 행사를 유료방송 가입 여부나 경제적 조건 때문에 배제되지 않고 일반 국민이 시청할 수 있어야 한다는 권리이다. 핵심은 '주요 행사에 대한 보편적 접근'이다.
미디어 평등권은 미디어에 접근하고 이용할 기회를 차별 없이 보장받는다는 더 넓은 평등의 관점이고, 시청자 주권은 시청자를 방송의 수동적 소비자가 아니라 권리와 참여의 주체로 보는 포괄적 개념이다. 디지털 시민권은 디지털 사회에 참여하면서 누리는 권리와 지켜야 할 책임을 함께 가리키며, 방송분쟁 조정은 방송 관련 분쟁을 조정 절차로 해결하는 제도와 관련된다.

NoteBase

선지별 해설

① O — 보편적 시청권은 국민적 관심이 큰 올림픽 등을 일반 국민이 시청할 수 있어야 한다는 권리이다. 무료 지상파 직접수신을 택한 국민이 중계에서 배제되고 유료방송 가입자만 볼 수 있다는 비판이 이 개념에 정확히 해당한다.
② X — '미디어 평등권'은 미디어 접근·이용 기회의 비차별이라는 넓은 개념이므로, 주요 스포츠 행사의 보편적 시청 기회를 직접 가리키는 빈칸의 용어가 아니다. 틀린 표현 '미디어 평등권'은 '보편적 시청권'으로 고쳐야 한다.
③ X — '시청자 주권'은 시청자를 방송의 권리·참여 주체로 보는 포괄적 원리이다. 제시문이 강조하는 유료방송 가입 여부와 무관한 올림픽 시청 기회는 그중에서도 보편적 시청권의 문제이므로, '시청자 주권'은 '보편적 시청권'으로 고쳐야 한다.
④ X — '디지털 시민권'은 디지털 환경에서 정보에 접근하고 참여하며 책임 있게 활동할 권리와 책임을 뜻한다. 올림픽 중계에 대한 일반 국민의 접근 보장을 특정하는 용어가 아니므로, '디지털 시민권'은 '보편적 시청권'으로 고쳐야 한다.
⑤ X — '방송분쟁 조정권'은 방송 관련 분쟁을 조정 절차로 해결하는 문제와 관련된 표현이다. 제시문은 분쟁 조정 절차가 아니라 주요 행사 중계에서 무료 직접수신 국민이 배제되는 문제를 다루므로, '방송분쟁 조정권'은 '보편적 시청권'으로 고쳐야 한다.

오답 포인트

제시문에 국민 배제와 가입자 차별이 나타나므로 ② 미디어 평등권이나 ③ 시청자 주권을 고르기 쉽다. 그러나 '올림픽 중계', '무료 직접수신 국민의 배제', '유료방송 가입자만 시청'이라는 세 표현은 일반적 평등이나 포괄적 시청자 권리가 아니라 보편적 시청권을 특정한다.

다시 나오면 이렇게 판단

월드컵·올림픽 등 국민적 관심이 큰 행사와 함께 유료 가입 여부, 무료 접근, 중계 배제 문제가 제시되면 보편적 시청권으로 판단한다. 시청자의 참여나 의견 반영 전반을 묻는 경우에는 시청자 주권과 구별한다.

암기 포인트

국민적 관심이 큰 행사 + 누구나 시청할 기회 = 보편적 시청권이다.

NoteBase

13. 인터넷 트래픽을 차별 없이 동등하게 처리해야 한다는 망중립성(network neutrality)에 포함되지 않는 요소는?

① 단대단 원칙(end-to-end principle)
② ISP(internet service provider)
③ 디지털 디바이드(digital divide)
④ 인터넷 개방성(internet openness)
⑤ 기간통신망(backbone network)

정답 3번

출제 포인트

망중립성을 구성하거나 직접 관련되는 요소와 정보 접근 격차인 디지털 디바이드를 구별하는 문제이다.

핵심 개념

망중립성은 인터넷 서비스 제공자가 합법적인 인터넷 트래픽을 송신자, 수신자, 콘텐츠, 서비스 등의 이유로 부당하게 차별하지 않고 동등하게 처리해야 한다는 원칙이다.
디지털 디바이드는 소득, 지역, 연령, 교육 수준 등에 따라 디지털 기술과 정보에 접근하고 활용하는 능력에 격차가 생기는 현상이다.
따라서 망중립성은 네트워크에서 트래픽을 어떻게 처리하는가의 문제이고, 디지털 디바이드는 누가 디지털 자원에 접근하고 활용할 수 있는가의 문제이다.

선지별 해설

① O — 단대단 원칙은 네트워크의 핵심 기능을 단순하게 유지하고 주요 기능을 통신의 양 끝단에서 수행한다는 원칙으로, 인터넷의 비차별적이고 개방적인 구조와 관련된다.
② O — ISP는 이용자의 인터넷 접속과 트래픽 전달을 담당하므로 트래픽을 차단하거나 차별적으로 취급하지 않아야 하는 망중립성의 직접적인 적용 주체이다.
③ X — 디지털 디바이드는 망중립성에 포함되는 요소가 아니라 디지털 기술과 정보에 대한 접근·활용 기회의 격차를 뜻하는 별도의 개념이다. 틀린 표현인 '디지털 디바이드'를 올바르게 고치면 '정보 접근 및 활용의 격차에 관한 개념'이다.
④ O — 인터넷 개방성은 이용자가 합법적인 콘텐츠와 서비스에 자유롭게 접근하고 혁신이 가능하도록 하는 가치로, 망중립성이 지향하는 핵심 가치와 연결된다.
⑤ O — 기간통신망은 인터넷 트래픽이 전달되는 핵심 기반망이므로 그 망에서 트래픽을 비차별적으로 처리하는 문제는 망중립성과 직접 관련된다.

NoteBase

오답 포인트

③의 디지털 디바이드는 인터넷과 관련된 용어라는 이유로 망중립성과 혼동하기 쉽다. 그러나 '트래픽의 차별 없는 처리'는 망중립성이고, '사람이나 집단 사이의 접근·활용 격차'는 디지털 디바이드이다.

다시 나오면 이렇게 판단

선지가 네트워크 사업자와 기반망에서 트래픽을 차단·차별·우대하는 문제라면 망중립성과 연결한다. 선지가 계층·지역·연령 등에 따른 정보 접근과 활용의 차이를 말한다면 디지털 디바이드로 판단한다.

암기 포인트

망중립성은 '트래픽 대우의 평등', 디지털 디바이드는 '접근·활용 기회의 격차'이다.

NoteBase

14. 지상파방송이 생산하는 재화(goods)의 경제학적 특성으로 옳지 않은 것은?

① 비경합성(non-rivalry)이 있다.
② 자연독점(natural monopoly)이다.
③ 한계비용(marginal cost)이 거의 들지 않는다.
④ 시장실패(market failure)의 한 사례이다.
⑤ 규모의 경제(economy of scale)가 작동한다.

정답 2번

출제 포인트

지상파방송이 생산하는 방송 프로그램의 공공재적 성격과 비용 구조를 구분하는 문제이다.

핵심 개념

지상파방송 재화는 한 사람이 시청해도 다른 사람의 시청 가능성이 줄지 않는 비경합성을 지닌다. 추가 시청자에게 방송 신호를 제공하는 한계비용도 거의 0이므로 공공재적 성격이 강하다. 다만 자연독점은 평균비용이 생산량 증가에 따라 계속 하락하여 한 기업의 공급이 효율적인 시장 구조를 뜻하므로, 방송 재화 자체의 경제적 특성과 동일한 개념은 아니다.

선지별 해설

① O — 한 사람이 지상파방송을 시청해도 다른 사람의 시청 가능량이 감소하지 않으므로 비경합성이 있다.
② X — 틀린 표현은 '자연독점이다'이다. 자연독점은 규모의 경제 때문에 한 기업이 공급하는 편이 비용상 효율적인 산업 구조를 뜻한다. 올바르게는 지상파방송 재화는 비경합성과 비배제성을 지닌 공공재적 성격이 있다고 해야 한다.
③ O — 방송이 이미 송출되고 있다면 시청자 한 명이 추가될 때 드는 비용은 거의 0이므로 한계비용이 거의 들지 않는다.
④ O — 비배제성 때문에 대가를 내지 않은 사람의 이용을 막기 어렵고 무임승차가 발생할 수 있어 시장실패의 사례가 된다.
⑤ O — 프로그램 제작과 송출에는 큰 고정비가 들지만 이용자 수가 늘어날수록 평균비용이 낮아질 수 있으므로 규모의 경제가 작동한다.

오답 포인트

⑤의 '규모의 경제'와 ②의 '자연독점'을 같은 말로 처리하기 쉽다. 규모의 경제는 생산 규모가 커질수록 평균비용이 낮아지는 비용 특성이고, 자연독점은 그 비용 특성 때문에 한 기업의 공급이 효율적이 되는 시장 구조이다. 지상파방송 재화의 대표적 성격은 자연독점이 아니라 공공재성이다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

방송·정보 재화가 나오면 먼저 추가 이용자가 기존 이용자의 소비를 방해하는지와 추가 이용자에게 드는 비용이 큰지를 확인한다. 소비를 방해하지 않고 추가 비용이 거의 0이면 비경합성과 낮은 한계비용을 판단하고, 자연독점은 재화의 소비 특성이 아니라 산업의 비용 구조와 시장 구조에 관한 개념으로 구분한다.

암기 포인트

지상파방송 재화는 비경합적 공공재, 자연독점은 비용에서 비롯된 시장 구조이다.

NoteBase

15. 디지털 사이니지(digital signage)에 해당하는 것은?

① 온라인 배너 광고
② 빔프로젝터 광고
③ 디지털 옥외광고
④ 웹 광고
⑤ 모바일 광고

정답 3번

출제 포인트

디지털 사이니지의 의미를 알고 온라인 광고와 디지털 옥외광고를 구별하는 문제이다.

핵심 개념

디지털 사이니지는 공공장소나 상업 공간에 설치한 디지털 디스플레이로 광고·정보 등의 콘텐츠를 표시하고 관리하는 매체이다. 핵심은 웹페이지나 개인의 모바일 화면이 아니라 특정 공간에 설치된 디지털 표시 장치라는 점이다. 따라서 광고 분야에서는 디지털 옥외광고가 대표적인 형태에 해당한다.

선지별 해설

① X — 온라인 배너 광고는 웹사이트나 앱 화면의 배너 영역에 노출되는 온라인 디스플레이 광고이다. '온라인 배너 광고가 디지털 사이니지이다'라는 표현이 틀리며, 올바르게는 온라인 배너 광고는 온라인 광고에 해당한다.
② X — 빔프로젝터 광고는 프로젝터로 영상이나 이미지를 투사하는 장비·표현 방식이므로 그 자체가 디지털 사이니지라는 매체 범주를 뜻하지 않는다. '빔프로젝터 광고가 곧 디지털 사이니지이다'라는 표현이 틀리며, 올바르게는 특정 공간에 설치된 디지털 표시 장치로 콘텐츠를 제공하는 매체가 디지털 사이니지이다.
③ O — 디지털 옥외광고는 공공장소나 상업 공간의 디지털 화면을 이용해 광고 콘텐츠를 제공하므로 디지털 사이니지에 해당한다.
④ X — 웹 광고는 인터넷 웹페이지를 통해 노출되는 광고이다. '웹 광고가 디지털 사이니지이다'라는 표현이 틀리며, 올바르게는 웹 광고는 온라인 광고에 해당한다.
⑤ X — 모바일 광고는 스마트폰·태블릿 등 개인용 모바일 기기에 노출되는 광고이다. '모바일 광고가 디지털 사이니지이다'라는 표현이 틀리며, 올바르게는 모바일 광고는 모바일 매체를 이용한 온라인 광고에 해당한다.

오답 포인트

'디지털'이라는 말만 보고 온라인 배너·웹·모바일 광고를 모두 디지털 사이니지로 판단하기 쉽다. 디지털 사이니지의 결정적 기준은 인터넷 사용 여부가 아니라 공공장소나 상업 공간에 설치된 디지털 화면을 통해 콘텐츠를 제공한다는 점이다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

광고가 웹사이트나 개인용 기기 안에서 노출되는지, 특정 장소에 설치된 디지털 화면에서 노출되는지를 구분한다. 장소에 설치된 디지털 표시 장치라면 디지털 사이니지로 판단한다.

암기 포인트

디지털 사이니지 = 장소에 설치된 디지털 화면 = 디지털 옥외광고이다.

NoteBase

16. 「방송법」상 시청자위원회의 설치·운영 의무가 없는 방송 사업자는?

① IPTV 사업자
② 지상파방송 사업자
③ 종합편성채널 사업자
④ 보도전문채널 사업자
⑤ 홈쇼핑채널 사업자

정답 1번

쟁점

이 문제는 시청자위원회를 설치·운영해야 하는 방송사업자의 범위에 관한 문제이다. 핵심은 출제 당시 「방송법」이 의무 대상으로 정한 사업자와 IPTV 사업자를 구별하는 것이다.

용어 풀이

시청자위원회는 방송편성이나 방송프로그램 내용 등에 관하여 시청자의 의견을 제시하고 시정을 요구함으로써 시청자의 권익을 보호하는 기구이다.

핵심 구분

출제 당시 「방송법」 제87조는 종합편성을 행하는 방송사업자, 보도전문편성을 행하는 방송사업자, 상품소개와 판매에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자에게 시청자위원회 설치 의무를 부과하였다. 따라서 당시에는 IPTV 사업자가 이 조항의 의무 대상에 포함되지 않아 ①이 정답이었다. 다만 현행 「방송법」 제87조는 인터넷 멀티미디어 방송 제공사업자도 의무 대상에 명시하고 있으므로, 현행법만 적용하면 ①도 설치 의무가 있는 사업자이다.

NoteBase

선지별 해설

① O
- 출제 당시 법령상 IPTV 사업자는 시청자위원회 설치 의무 대상에 포함되지 않았으므로, 의무가 없는 사업자를 묻는 문항의 정답이다.
- 현재는 법 개정으로 인터넷 멀티미디어 방송 제공사업자도 의무 대상에 포함된다.

② X
- 지상파방송 사업자는 종합편성을 행하는 방송사업자에 해당하여 출제 당시에도 시청자위원회를 두어야 했다.
- 틀린 판단: 지상파방송 사업자에게 설치 의무가 없다는 판단
- 올바른 표현: 지상파방송 사업자는 시청자위원회 설치 의무가 있는 사업자이다.

③ X
- 종합편성채널 사업자는 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자로서 시청자위원회 설치 의무 대상이다.
- 틀린 판단: 종합편성채널 사업자에게 설치 의무가 없다는 판단
- 올바른 표현: 종합편성채널 사업자는 시청자위원회 설치 의무가 있는 사업자이다.

④ X
- 보도전문채널 사업자는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자로서 시청자위원회 설치 의무 대상이다.
- 틀린 판단: 보도전문채널 사업자에게 설치 의무가 없다는 판단
- 올바른 표현: 보도전문채널 사업자는 시청자위원회 설치 의무가 있는 사업자이다.

⑤ X
- 홈쇼핑채널 사업자는 상품소개와 판매에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자로서 시청자위원회 설치 의무 대상이다.
- 틀린 판단: 홈쇼핑채널 사업자에게 설치 의무가 없다는 판단
- 올바른 표현: 홈쇼핑채널 사업자는 시청자위원회 설치 의무가 있는 사업자이다.

오답 포인트

이 문제의 함정은 IPTV도 방송 서비스를 제공하므로 당연히 시청자위원회 설치 대상이라고 생각하는 데 있다. 출제 당시 조문은 종합편성·보도전문·홈쇼핑 사업자를 열거하였고 IPTV 사업자는 포함하지 않았다. 현행법에서는 IPTV가 포함되었으므로 기출 정답과 현행 규정을 구분해야 한다.

다시 나오면 이렇게 판단

법령의 적용 시점을 먼저 확인한 뒤 시청자위원회 의무 대상이 조문에 열거되어 있는지를 판단한다. 이 기출문제는 출제 당시 법령에 따라 IPTV를 제외하지만, 현행법 문제에서는 인터넷 멀티미디어 방송 제공사업자도 포함한다.

NoteBase

암기 포인트

기출 당시에는 지상파·종편·보도·홈쇼핑은 의무 대상, IPTV는 제외였다. 현행법에서는 IPTV도 의무 대상이다.

NoteBase

17. 웹드라마(web drama)의 특징으로 옳지 않은 것은?

① 원소스 멀티유즈가 가능하다.
② 일반적으로 기존의 드라마에 비해 제작비가 적게 든다.
③ TV에서 편성이 가능하지 않다.
④ 간접광고가 용이하여 기업 마케팅으로 활용 가능하다.
⑤ 인터넷 매체와 모바일 등을 통해서도 시청 가능하다.

정답 3번

출제 포인트

웹드라마의 유통 경로, 제작비, 광고 활용 방식 등 매체적 특징을 이해하고 옳지 않은 설명을 가려내는 문제이다.

핵심 개념

웹드라마는 인터넷과 모바일 플랫폼을 중심으로 공개되는 비교적 짧은 형식의 드라마이다. 온라인 접근성이 높고, 하나의 콘텐츠를 여러 매체와 용도로 확장할 수 있으며, 전통적인 TV 드라마보다 비교적 적은 제작비로 제작되는 경우가 많다. 다만 웹에서 시작했다는 이유만으로 TV 편성이 금지되는 것은 아니다.

선지별 해설

① O — 웹드라마 콘텐츠는 인터넷·모바일뿐 아니라 다른 플랫폼이나 후속 콘텐츠로도 활용할 수 있으므로 원소스 멀티유즈가 가능하다.

② O — 웹드라마는 일반적으로 회당 분량과 전체 제작 규모가 전통적인 TV 드라마보다 작아 비교적 적은 제작비로 제작할 수 있다.

③ X — 틀린 표현은 ‘TV에서 편성이 가능하지 않다’이다. 웹드라마는 온라인을 중심으로 공개되지만, 콘텐츠와 편성 조건이 맞으면 TV에서도 편성·방영될 수 있다.

④ O — 극의 흐름 속에 상품이나 브랜드를 자연스럽게 노출하는 간접광고를 활용할 수 있어 기업의 마케팅 콘텐츠로 쓰일 수 있다.

⑤ O — 웹드라마는 온라인 기반 콘텐츠이므로 인터넷 매체와 모바일 기기 등을 통해 시청할 수 있다.

오답 포인트

웹드라마의 주된 유통 경로가 온라인이라는 사실을 ‘TV 편성이 불가능하다’는 뜻으로 확대 해석하기 쉽다. ‘온라인 중심’은 다른 매체로의 유통을 배제한다는 의미가 아니다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

웹드라마의 특징은 온라인·모바일 중심의 유통, 비교적 짧은 형식과 낮은 제작 부담, 다양한 매체·마케팅으로의 확장 가능성으로 판단한다. '반드시', '불가능하다'처럼 유통 경로를 절대적으로 제한하는 표현은 먼저 의심한다.

암기 포인트

웹드라마는 온라인 중심이지만 온라인 전용은 아니다. 낮은 제작 부담, 멀티유즈, 마케팅 활용, TV 확장이 가능하다.

NoteBase

18. 전통적 미디어 정치경제학의 주장으로 옳지 않은 것은?

① 자본주의 사회에서 대중문화는 이윤추구를 목표로 생산되고 판매되는 상품이다.
② 미디어 제작자에 의해 지배 이데올로기가 결정된다.
③ 상업적 미디어 시스템에서 미디어상품은 수용자라고 할 수 있다.
④ 미디어 소유자에 따라 미디어에 담긴 메시지는 달라진다.
⑤ 미디어 소유집중으로 내용의 다양성이 줄어들고 있다.

정답 2번

출제 포인트

전통적 미디어 정치경제학이 미디어의 소유 구조, 상품화, 소유 집중과 콘텐츠의 관계를 어떻게 설명하는지를 묻는 문제이다.

핵심 개념

전통적 미디어 정치경제학은 미디어를 개인 제작자의 자율적 산물로만 보지 않고, 자본주의적 소유와 통제, 이윤 추구, 상품화가 미디어의 생산과 내용에 미치는 영향을 분석한다. 이 관점에서는 미디어 콘텐츠뿐 아니라 광고주에게 판매되는 수용자의 관심과 접근 가능성도 상품으로 이해하며, 소유 집중은 메시지와 내용의 다양성을 줄일 수 있다고 본다.

선지별 해설

① O — 자본주의 사회에서 대중문화가 이윤을 얻기 위해 생산·판매되는 상품이라는 설명은 문화의 상품화를 강조하는 전통적 정치경제학의 주장에 해당한다.
② X — 틀린 표현은 '미디어 제작자에 의해 지배 이데올로기가 결정된다'이다. 전통적 정치경제학은 개별 제작자보다 미디어를 소유하고 통제하는 자본과 소유 구조가 지배적 이데올로기와 메시지 형성에 큰 영향을 준다고 본다. 올바르게는 '미디어 소유자와 이를 둘러싼 소유·통제 구조에 의해 지배적 이데올로기가 형성된다'이다.
③ O — 상업적 미디어는 수용자의 관심과 광고 노출 가능성을 광고주에게 판매하므로 수용자도 상품화된다고 본다. 이는 수용자 상품 개념에 해당한다.
④ O — 미디어 소유자는 조직의 통제와 이해관계를 통해 메시지의 선택과 구성에 영향을 미치므로, 소유자가 달라지면 미디어 메시지도 달라질 수 있다고 본다.
⑤ O — 미디어 소유가 소수에게 집중되면 정보원과 관점도 획일화될 가능성이 커져 내용의 다양성이 감소한다고 본다.

NoteBase

오답 포인트

②는 '제작자'와 '소유자'를 바꾸어 놓은 선지이다. 전통적 정치경제학의 핵심 분석 단위는 제작자의 개인적 성향이 아니라 미디어의 소유와 통제 구조이다. 또한 ③의 '수용자'는 단순한 소비자가 아니라 광고주에게 판매되는 관심과 접근 가능성이라는 점에서 상품으로 취급된다.

다시 나오면 이렇게 판단

전통적 미디어 정치경제학 문항에서는 소유·통제, 이윤, 상품화, 소유 집중이라는 기준을 확인한다. 지배적 메시지의 결정 주체를 개별 제작자로 돌리거나 소유 구조의 영향을 약화하는 표현은 틀릴 가능성이 크다.

암기 포인트

소유가 메시지를 통제하고, 콘텐츠와 수용자가 상품화되며, 소유 집중은 다양성을 줄인다.

NoteBase

19. 다음 <보기>에서 음란물에 대한 우리나라 법원 판례와 일치하는 항목은 모두 몇 개인가?

<보 기>

(가) 음란물인가의 판단 여부는 사회통념에 따라야 한다.

(나) 평균인의 표준주의에 입각해야 한다.

(다) 작품의 전체 가치를 평가하는 방법을 따라야 한다.

(라) 사실 판단이 아니라 사회적 가치 판단을 내려야 한다.

① 0개
② 1개
③ 2개
④ 3개
⑤ 4개

정답 5번

쟁점

이 문제는 음란물 여부에 관한 우리나라 법원의 판단 방법을 묻는다. 핵심은 판단의 관점, 대상, 성격을 구별하여 옳은 설명의 수를 세는 것이다.

용어 풀이

음란성 판단 = 표현물이 단순히 저속하거나 성적인 느낌을 주는지를 넘어, 사회통념상 일반 보통인의 성욕을 자극하고 정상적인 성적 수치심을 해하여 성적 도의관념에 반하는지를 객관적·규범적으로 평가하는 것이다.

핵심 구분

법원은 표현물 제작자의 주관적 의도가 아니라 사회 평균인의 입장에서 표현물의 전체적인 내용을 관찰하고, 그 시대의 건전한 사회통념에 따라 객관적·규범적으로 음란성을 평가한다. 따라서 (가)의 사회통념, (나)의 평균인 기준, (다)의 작품 전체에 대한 평가, (라)의 사회적 가치판단은 모두 판례의 판단 방법과 일치한다.

NoteBase

선지별 해설

① X
- (가)~(라)가 모두 옳으므로 옳은 항목은 0개가 아니라 4개이다.
- 틀린 표현: 0개
- 올바른 표현: 4개

② X
- 사회통념, 평균인 기준, 작품 전체의 가치, 사회적 가치판단이 모두 인정되므로 옳은 항목은 1개가 아니라 4개이다.
- 틀린 표현: 1개
- 올바른 표현: 4개

③ X
- (가)와 (나)뿐 아니라 (다)와 (라)도 판례의 음란성 판단 방법에 부합하므로 옳은 항목은 2개가 아니라 4개이다.
- 틀린 표현: 2개
- 올바른 표현: 4개

④ X
- 네 항목 중 틀린 항목이 없으므로 옳은 항목은 3개가 아니라 4개이다.
- 틀린 표현: 3개
- 올바른 표현: 4개

⑤ O
- (가)~(라)가 모두 판례와 일치하므로 옳은 항목은 4개이다.

오답 포인트

함정은 (라)의 '사회적 가치 판단'을 자의적 판단으로 오해하는 데 있다. 음란성은 단순한 사실의 존재만 확인하는 문제가 아니라 평균인의 입장과 건전한 사회통념을 기준으로 표현물 전체를 객관적·규범적으로 평가하는 문제이므로 (라)도 옳다.

다시 나오면 이렇게 판단

음란성 판단 문항에서는 '사회 평균인의 입장', '표현물 전체의 관찰', '건전한 사회통념', '객관적·규범적 평가'가 함께 제시되면 판례의 기준에 부합하는 것으로 판단한다. 제작자의 주관적 의도나 일부 장면만을 기준으로 삼는다는 표현은 판례와 어긋난다.

NoteBase

암기 포인트

음란성은 평균인의 눈으로, 작품 전체를, 사회통념에 따라 객관적·규범적으로 판단한다.

NoteBase

20. 제시문에서 설명하는 개념을 올바른 순서로 배열한 것은?

(가) 신문기업이 잡지나 특수신문(스포츠신문, 경제신문, 어린이신문) 등 유사 인쇄 미디어도 같이 운영한다.

(나) 소비자의 지불의사와 각 미디어의 특성, 미디어별 소비자 규모의 차이, 시차 등을 감안한 가격차별화를 일컫는다.

(다) 원료부터 유통에 이르는 일련의 상품 순환 속에서 각 부문을 맡는 기업들이 하나의 기업으로 통합되는 현상이다.

(라) 인종적 편견이 큰 백인들끼리 의견 교환 후 인종적 편견이 더 심해진 반면, 인종적 편견이 작은 백인들끼리 의견 교환 후 편견이 더 줄어들었다.

(마) 어떤 시청자가 A채널을 시청할 때, 다른 시청자도 그 A채널을 시청할 수 있다.

① 밀도의 경제-창구 효과-수직적 통합-반향실 효과-비경합성
② 규모의 경제-창구 효과-수평적 통합-반향실 효과-비경합성
③ 규모의 경제-외부 효과-수평적 통합-확증편향-비배제성
④ 범위의 경제-창구 효과-수직적 통합-집단극단화-비경합성
⑤ 범위의 경제-외부 효과-수평적 통합-집단극단화-비배제성

정답 4번

출제 포인트

미디어 산업의 경제적 특성과 미디어 효과 개념을 각 제시문의 핵심 단서에 맞추어 올바른 순서로 배열하는 문제이다.

올바른 순서

(가) 범위의 경제 → (나) 창구 효과 → (다) 수직적 통합 → (라) 집단극단화 → (마) 비경합성

(가)는 한 기업이 신문과 잡지 등 여러 유사 상품을 함께 생산하는 범위의 경제이다. (나)는 같은 콘텐츠를 매체 특성, 소비자 규모, 시차 등에 따라 서로 다른 가격으로 유통하는 창구 효과이다. (다)는 원료부터 유통에 이르는 서로 다른 단계의 기업들이 하나의 기업으로 결합되는 수직적 통합이다. (라)는 토론 뒤 집단의 기존 성향이 더 극단적인 방향으로 강화되는 집단극단화이다. (마)는 한 사람의 소비가 다른 사람의 동시 소비를 감소시키지 않는 비경합성이다.

이 배열은 각 문장의 결정적 단서인 '여러 유사 상품의 공동 운영', '매체별·시차별 가격 차별화', '서로 다른 유통 단계의 통합', '토론 후 태도의 극단화', '동시 소비 가능'을 차례로 대응한 것이다.

NoteBase

선지별 해설

① X — (가)를 '밀도의 경제'로, (라)를 '반향실 효과'로 연결한 부분이 틀리다. 올바르게는 (가)는 범위의 경제이고, (라)는 집단극단화이다.

② X — (가)를 '규모의 경제'로, (다)를 '수평적 통합'으로, (라)를 '반향실 효과'로 연결한 부분이 틀리다. 올바르게는 범위의 경제-창구 효과-수직적 통합-집단극단화-비경합성이다.

③ X — (나)를 '외부 효과', (다)를 '수평적 통합', (마)를 '비배제성'으로 연결한 부분이 틀리다. 올바르게는 (나)는 창구 효과, (다)는 수직적 통합, (마)는 비경합성이다.

④ O — (가) 범위의 경제, (나) 창구 효과, (다) 수직적 통합, (라) 집단극단화, (마) 비경합성을 모두 정확히 연결하였다.

⑤ X — (나)를 '외부 효과', (다)를 '수평적 통합', (마)를 '비배제성'으로 연결한 부분이 틀리다. 올바르게는 (나)는 창구 효과, (다)는 수직적 통합, (마)는 비경합성이며, (가)의 범위의 경제와 (라)의 집단극단화는 맞다.

오답 포인트

가장 큰 함정은 범위의 경제와 규모의 경제, 수직적 통합과 수평적 통합, 비경합성과 비배제성을 혼동하는 것이다. 특히 (마)는 '다른 시청자도 그 채널을 시청할 수 있다'고 하므로 소비의 동시 가능성을 뜻하는 비경합성이다. 시청을 막기 어렵다는 비배제성을 말하는 문장이 아니다. 또한 (라)는 같은 의견만 반복적으로 접하는 반향실 효과가 아니라, 의견 교환 뒤 구성원의 태도가 기존 방향으로 더 극단화되는 집단극단화이다.

다시 나오면 이렇게 판단

배열형 개념 문제는 각 문장에서 결정적 동사를 찾는다. 여러 상품을 함께 운영하면 범위의 경제, 매체·시차별로 가격을 달리하면 창구 효과, 생산·유통의 다른 단계를 결합하면 수직적 통합, 토론 후 태도가 더 강해지면 집단극단화, 여러 사람이 동시에 소비할 수 있으면 비경합성으로 판단한다.

암기 포인트

여러 상품은 범위, 여러 창구는 가격 차별, 다른 단계의 결합은 수직, 토론 뒤 극단화는 집단극단화, 동시 소비는 비경합성이다.

NoteBase