

2018년 전국 독도체험 발표대회 '한울' 체험보고서

① 독도 배경 지식 탐구

- 독도 체험관 방문 및 인터뷰 : 2018. 05. 19.

한울 동아리는 5월 19일, 동북아역사재단에서 설립한 '독도체험관'을 다녀왔다. 두 눈으로 직접 독도를 보고 싶은 마음은 굴뚝같았지만, 한울 동아리원 모두가 기숙사 학교에 다니다 보니 독도에 직접 견학을 갔다 오기에는 무리가 있었다. 그렇기 때문에 비교적 가까이에서 독도의 생생함을 최대한 느낄 수 있는 독도체험관을 선택했다. 체험관은 다수의 지하철역과 버스 정류장과 매우 가까운 편이라 접근성 면에서도 우수했다.

전시해설을 예약해 도슨트의 해설을 들으며 독도체험관 브로셔에 열심히 기록해서 가능한 한 많은 내용을 배우고자 노력했다. 미리 준비해간 인터뷰 질문을 도슨트들에게 물어보아 궁금한 점을 해결할 수 있었다.

② 독도 홍보 활동

1. 교내 홍보 활동

① 교내 신문 기사 작성 : 2018. 07. 14.

독도체험관을 다녀온 내용을 뉴스 기사로 작성해 보았다. 독도체험관의 전시관에 대한 설명과, 전시해설을 진행한 주니어 도슨트와의 간단한 인터뷰를 기사로 구성했다. 특히 우리의 질문에 대한 도슨트의 대답이 인상 깊었는데, 다양한 방법으로 세계에 독도와 동해를 홍보하는 것이 가장 중요하다는 것을 알 수 있었다.

기사 제목 : 우리 곁의 독도, 독도체험관을 다녀오다

지난 5월 19일, 하나고등학교의 독도동아리 '한울'(김리준, 김서현, 박지연, 이재혁)은 서울 서대문구에 위치한 독도체험관을 방문했다. 독도체험관은 독도의 역사를 다양한 체험으로 배울 수 있는 체험관인 동시에, 독도에 관한 각종 자료들을 모아놓은 박물관이기도 하다. 주말에 찾은 독도체험관은 가족 단위의 관람객들과 자원해서 해설을 맡은 주니어 도슨트들로 활기가 넘쳤다. '한울' 동아리원들은 오후 2시부터 주니어 도슨트와 일반 도슨트의 해설을 청강했다. 설명을 들으며 가장 먼저 둘러본 곳은 '역사관'이었다. 독도를 둘러싼 역사적 사실과 사건들이 정리되어 있는 곳이다. 역사관을 살펴본 후, 주니어 도슨트의 안내에 따라 독도의 지형과 지질, 날씨 및 생태환경에 대해 배울 수 있는 '자연관'으로 갔다. 실제 독도의 모습을 1/120의 비율로 축소해놓은 모형이 자연관에 전시되어 있어, 관람객의 흥미를 더욱 돋우는 듯했다. 마지막으로 '4D영상관'에서 실감나는 영상을 봄으로써 전시해설은 마무리되었다.

전시해설이 끝난 후, '한울' 동아리원들은 주니어 도슨트와 인터뷰 시간을 가졌다. '동해를 일본해로, 독도를 다케시마(竹島) 혹은 리앙쿠르 암초(Liancourt Rocks)로 표기하고 있는 지도들에 대해 알고 있나?' 라는 질문에서 도슨트는 '잘 알고 있다'라며 'SNS를 통한 홍보, 타임스퀘어 전광판 광고 등

다양한 방법으로 세계인들에게 동해와 독도의 이름을 알림으로써 잘못된 표기를 고쳐나가야 할 것이다.' 라고 답했다. 4명의 '한울' 부원은 독도체험관을 관람하고 난 후 독도에 대한 애착이 더 커지고, 더 많은 관심을 가져야겠다고 생각했다.

<자료 1 : 작성 기사문>¹⁾

② 독도 홍보 팸플릿 제작²⁾ 및 교내 홍보 활동 : 2018. 06. 25. - 06. 27.

독도체험관에서 배운 내용과 NIE활동으로 습득한 지식을 바탕으로 팸플릿을 제작했다. 독도에 대해서 잘 몰랐던 사람들도 쉽고 빠르게 많은 지식을 쌓을 수 있도록, 후대가 간편하면서 내용을 한눈에 보기 쉬운 팸플릿을 제작하였다. '독도는 우리땅' 노래의 가사를 바탕으로 구체적 사실을 전달해 보는 사람들로 하여금 더욱 흥미를 가지고 볼 수 있게 하였다. 간결한 문장과 강조 색깔, 글씨체, 사진자료 등으로 가독성을 높이고자 했다. 팸플릿의 하단에는 문구를 적어 정보 전달뿐만 아니라 학생들의 애국심을 고취시킬 수 있도록 하였다. 교내 학생들에게 팸플릿을 나누어주며 홍보를 진행했다.



<자료 2 : 교내 팸플릿 홍보 활동>

③ 독도 홍보 포스터 제작³⁾ : 2018. 07. 29.

많은 양의 지식을 사람들에게 알려주는 것도 좋지만, 짧은 시간에도 강렬한 인상을 줄 수 있는 시각 자료를 통해 사람들에게 독도 사랑을 심어줄 수 있는 방법이 필요하다고 생각했다. 그래서 고안한 방법이 포스터 제작이었다. '대한민국의 아름다운 영토, 독도'라는 외교부의 문구에 착안하였고, 손으로 독도를 감싸 하트 모양이 연상되는 이미지를 연출했다. 독도를 지키는 것은 우리의 관심과 사랑이라는 메시지를 전하는 포스터를 제작했다. 제작한 포스터를 들고 교내 여러 장소에서 홍보를 진행하며 학생들의 독도에 대한 관심을 이끌어낼 수 있었다.

④ 독도 홍보 UCC 제작⁴⁾ : 2018. 07. 01.

홍보에는 글과 그림이 쓰여 있는 시각자료뿐만 아니라 영상과 음악으로 만든 시청각자료도 꼭 필요할 것이라는 생각이 들었다. 팸플릿과 포스터에서 그치지 않고 더욱 많은 내용을 효과적으로 전달하기 위

1) 교내 소식지 '하나 신문'에 게시 예정(2018.9.예정)

2) 홍보 팸플릿 : 별첨 1, 6페이지 게시

3) 홍보 포스터 : 별첨 2, 7페이지 게시

4) 독도 홍보 UCC : <https://youtu.be/ra1t739B14A>(한글) https://youtu.be/BHFSXU1_Oz0(영어)

해 짧은 영상을 제작했다. EBS의 지식채널e 프로그램에서 영감을 받아, 인상 깊은 문구와 사진/영상, 배경음악을 통해 짧은 다큐멘터리 컨셉의 영상을 만들어 보기로 했다. 독도체험관에서 배운 내용을 바탕으로 독도의 지리, 역사, 가치를 담은 영상을 기획했다. 특히 독도의 생태 환경적, 경제적 가치, 그리고 일본의 침탈 역사에 중점을 두었다. 이 영상에서는 세부적인 정보 전달보다는 읽기 쉬운 문구들을 사용해 독도의 소중함을 알리고, 영유권에 대한 대한민국 국민들의 책임감을 일깨우는 데에 목적을 두었다.

독도의 영유권에 대한 진실과 독도의 가치는 우리나라뿐만 아니라 세계적으로 인정받아야 한다고 생각했다. 또, 후에 영상을 더욱 많은 사람들과 공유하기 위해 영상을 두 가지 버전으로 만들었다. 하나는 한국어 자막으로, 다른 하나는 영어 자막으로 제작했다.

⑤ 독도 홍보 굿즈 제작 및 주문 : 2018. 08. 05.

사람들이 더욱 오랜 시간 동안 독도에 대해 생각해볼 수 있는 홍보 방법을 없을까 고민하다 캠페인 관련 굿즈를 제작하기로 했다. 비교적 저렴한 가격인 볼펜을 굿즈로 정하고 '하나고 독도 동아리 한울 독도 사랑 실천 캠페인'을 볼펜에 인쇄해 대량으로 구매했다. 구매한 볼펜은 교내 학생들, 선생님들께 나눠드리기로 했다. 기숙사에 있기 때문에 많은 사람들에게 보급하기에는 어려움이 있었지만, 귀가를 하는 주말을 이용해 가족, 친척, 지인들에게도 틈틈이 볼펜을 나누어 드리기로 했다.



<자료 3 : 굿즈로 결정한 볼펜 견적 문의>

2. 외부 홍보 및 참여 유도

① 카드 뉴스 제작① : 2018. 06. 13.

카드뉴스는 한 손으로 확확 넘기며 언제 어디서든지 간편하게 읽을 수 있다는 장점을 지녀 언론사들의 SNS 마케팅에 적극 활용되는 매체이다. 간단한 사진 및 글을 담은 단 몇 장만으로도 효과적인 정보 전달이 이루어지기 때문에 구독자들이 더 큰 관심을 보인다. 따라서 '한울'에서는 카드뉴스를 통해 독도가 우리땅임을 강조하고, 우리가 독도 문제에 대해 가져야 하는 태도를 제시함으로써 홍보활동을 진행하기로 결정하였다. 제작한 카드뉴스는 학교 홈페이지인 하나고등학교 인트라넷에 게시해 보다 많은 학생들이 볼 수 있도록 하였다.

카드뉴스는 팸플렛에서 제작한 내용을 그대로 사용하였다. '그들이 아무리 자기네 땅이라고 우겨도 독도는 우리땅입니다.'라는 큰 메시지 아래에서 제작되었다. 독도의 위치와 중요한 가치, 독도가 우리 땅인 근거를 사진 자료와 함께 요약하여 제시하였다. 독도에 대한 우리의 확고한 입장을 전달하고, 관심을 호소하는 글로 마무리하였다.



<자료 4 : 카드 뉴스 학교 홈페이지 게시>

② 독도 홍보 사이트 제작 : 2018. 05. 21.

독도 관련 컨텐츠 홍보를 위한 사이트를 제작하여 팸플렛 등을 게시하였다. 앞으로의 독도 홍보 캠페인의 활성화를 위한 발판을 마련한 사이트이다. 추후에 굿즈의 온라인 판매나 간단한 게임 제작을 위해 마련하였다.

5) 카드 뉴스 : 별첨 3, 8~10페이지 게시

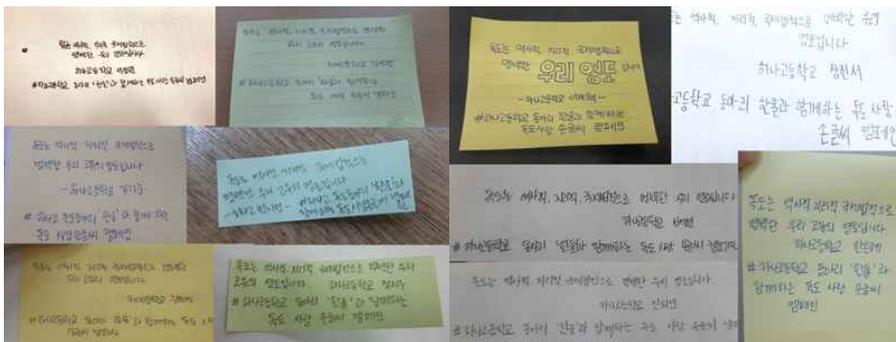


<자료 5 : 독도 홍보 사이트 제작>

③ 손글씨 캠페인 진행 : 2018. 05. 25. - 06. 07.

2018년 5월 2일부터 8월 9일까지 100일 동안 유명 SNS(Social Network Service)인 페이스북(Facebook)을 이용해 '독도 사랑 손글씨 캠페인'을 진행했다. 한울 동아리원들이 먼저 시범을 보였다. 종이에 손글씨로 '독도는 역사적, 지리적, 국제법적으로 명백한 우리 고유의 영토입니다.'라는 문구를 쓴 뒤, 자신의 학교와 이름을 기재하고 '하나고등학교 동아리 '한울'과 함께하는 독도 사랑 손글씨 캠페인'이라고 적었다. 다음으로 자신의 손글씨를 사진으로 촬영하고, 페이스북에 '#독도사랑손글씨캠페인'과 지목할 사람을 함께 입력한 뒤 자신의 타임라인에 게시했다. 지목 받은 사람은 자신의 글을 게시할 때 'OOO의 지목을 받은 OOO입니다.'라고 적고 위 방법을 되풀이한 후, 다른 사람을 지목하도록 했다. 그렇게 릴레이 캠페인이 이어지게 되었다.

SNS를 통한 홍보는 다른 형식의 홍보활동보다 더욱 효과적이고 뜻 깊었던 것 같다. 일방적 지식 전달을 넘어 다른 사람들의 적극적 참여를 유도한 활동이었기 때문이다. 짧은 문구를 쓰는 것은 시간이 오래 걸리지 않기 때문에 많은 사람들이 간단하게 참여할 수 있었고, SNS라는 매체를 통해 매우 빠른 속도로 이 캠페인이 퍼져 나가기 때문에 홍보효과가 매우 컸다. 영상, 팸플렛, 포스터, 굿즈, 카드뉴스 등을 보고 지나치는 것보다 더욱 기억에 남는 홍보 방식이었을 거라고 생각한다.



<자료 6 : SNS 손글씨 캠페인 제작 자료>



※<별첨 2> 독도 홍보 포스터



※<별첨 3> 독도 홍보 카드 뉴스 제작 (8~10p.)



왜 일본 정부는 "독도"의 영유권을 주장하고 있는 것일까요?

그것은 독도의



지하자원적



관광적

가치
점용이
가능하다



어획이
가능하다



국제해양적

그러나 독도는 우리 땅입니다



첫째, 일본의 고문헌과 고지도 또한 이미 오래 전부터 독도가 한국 영토였음을 증명합니다.

둘째, 일본은 러일전쟁 중 강제 침탈과 편입을 시도한 것입니다.

셋째, 연합군 총사령부는 연합국 최고사령관 각서 제667호를 통해 울릉도와 독도, 제주도를 반환해야 할 대표적 섬으로 명시했습니다.

독도는 역사적, 지리적, 국제법적으로 명백한 우리 고유의 영토입니다.

독도에 대한 영유권 분쟁은 존재하지 않으며, 독도는 외교 교섭이나 사법적 해결의 대상이 될 수 없습니다.

독도는 우리가 지켜나가야 할 **우리 땅**이며, **우리의 자존심**입니다.

독도문제의 가장 위험한 **적**은 일본이 아니라 **우리의 무관심**입니다.



하나고등학교 **한울**