

# 저널리즘의 미래, 네 번째 이야기를 시작합니다

미디어오늘 | 승인 2018.08.01 16:19

## 도전과 혁신, 저널리즘 딥다이브... 국내 최고 미디어 전략과 58명의 특강과 케이스 스터디

더욱 강력해졌습니다.

국내 유일의 미디어 컨퍼런스, 저널리즘의 미래 컨퍼런스가 더욱 강력한 커리큘럼으로 찾아왔습니다. 올해 네 번째를 맞는 저널리즘의 미래 컨퍼런스의 주제는 “도전과 혁신, 저널리즘 딥 다이브”입니다.

저널리즘의 미래 컨퍼런스는 1년에 한 번 미디어 업계의 도전과 실험, 시행착오로 얻은 경험을 공유하고 새로운 변화를 모색하는 기회입니다. 저널리즘 최전선에서 콘텐츠 전략을 고민하는 현장 전문가들, 미디어와 정보통신기술 업계 최고 전문가들을 불러 모아 커리큘럼을 구성했습니다. 라운드 테이블과 케이스 스터디도 강화했습니다.

FUTURE  
OF  
JOURNALISM  
2018



미디어오늘

2018 저널리즘의 미래 컨퍼런스

# 도전과 혁신, 저널리즘 딥 다이브

8.27 월 - 8.29 수

건국대학교 새천년관

문의 02 2644 9944 (내선 103)

[special.mediatoday.co.kr/conference](http://special.mediatoday.co.kr/conference)

미디어의 외연이 확장되면서 기업과 시민, 정부기구 등이 직접 미디어를 조직하고 시민과 커뮤니케이션 하는 시대로 진입하고 있습니다. 새로운 스토리텔링 기법이 쏟아져 나오면서 전통 매체의 독자들의 이탈이 가속화되고 있죠. 분명한 건 여전히 주류 언론의 역할은 존재하고 저널리즘의 책무가 더욱 절실하게 됐다는 겁니다.

기술이 저널리즘의 확장을 도울 수 있을 것이고, 저널리즘을 위협하는 여러 요인들로부터 저널리즘의 본질을 보호하고 강조하는 사회적 장치들도 필요한 것이고요. 언론사 단위에서는 독자 인게이지먼트를 강화하고 좋은 콘텐츠를 만드는 데 그치지 않고 콘텐츠 유통 전략을 강화해야겠죠. 브랜드 스토리텔링을 넘어 직접 미디어 시대로 진입하고 있습니다.

지금까지 겪어보지 못했던 새로운 미디어의 출현과 전통 미디어들은 그만큼 심각한 위기에 봉착할 것이고 저널리즘의 본질에 집중하는 언론사가 새로운 권력을 갖게 될 것입니다.

미디어의 현재와 미래, 스토리텔링의 진화와 새로운 문법, 독자의 발견, 분산 플랫폼 시대의 콘텐츠 유통 전략, 인공지능과 블록체인까지 미디어 산업의 모든 이슈를 망라했습니다.

정혜승 청와대 디지털소통센터 센터장과 강정수 미디어티 대표, 조영신 SK경제경영연구소 연구위원 등이 기조 발제를 맡고 경향신문과 중앙일보, 한겨레, CBS, KBS, JTBC, MBC 등의 사례 발표와 함께, 닷페이스와 더파크, 뉴스톱, 피스컬노트 등 미디어 스타트업의 실험과 시행착오, 72초TV와 스페이스오디티 등 멀티미디어의 새로운 문법이 소개됩니다. 블록체인과 인공지능, 머신러닝 등 저널리즘의 영역을 확장하는 테크놀로지의 실전 전략도 공개됩니다.

플랫폼 종속을 고민하는 기성 언론과 커뮤니케이션 솔루션을 모색하는 기업, 콘텐츠 전략을 고민하는 오피니언 리더라면 저널리즘의 미래에서 해답을 찾을 수 있을 것입니다. 8월27일~29일까지 사흘 동안 쏟아지는 58명의 국내 최고 전문가 그룹의 특강, 깜짝 놀랄만한 인사이트를 만나세요.

8월7일까지 1주일 동안 얼리버드 40% 할인 등록이 가능합니다. 10명 이상 단체 등록은 별도로 문의하시기 바랍니다.

등록하신 모든 분께 SK텔레콤의 인공지능 스피커 누구 미니를 드립니다. 점심 식사와 저녁에는 맥주와 간단한 안주가 제공되는 네트워크 파티가 준비돼 있습니다.

많은 참여와 관심 바랍니다.

컨퍼런스 홈페이지 : <http://special.mediatoday.co.kr/conference/>



※ DAY 1-8월27일 키노트

- 정혜승 청와대 디지털소통센터 센터장 / 청와대의 소셜 스토리텔링 실험 1년 / 10:00

청와대가 직접 운영하는 페이스북 라이브, '11:50 청와대입니다'는 새로운 습관과 문화를 만들어냈습니다. 비서관들이 청와대의 입장을 설명하고 장관이 직접 출연할 때도 있습니다. 청와대 출입기자들이 불만을 갖는 건 당연하죠. 미디어를 통하지 않고 직접 메시지를 전달하는 시대, 메시지가 곧 미디어가 되는 시대, 청와대의 실험을 중심으로 달라진 미디어의 역할을 살펴봅니다. 정혜승 센터장을 어렵게 모셨습니다.

#### **- 강정수 미디어티 대표 / 오래된 미래, 미디어 산업의 도전과 과제 / 10:25**

엑셀러레이터 기업 미디어티는 닷페이스와 디에디트, 코리아엑스포제, 깃블 등 빛나는 미디어 스타트업의 산실로 자리잡고 있습니다. 강정수 미디어티 대표는 콘텐츠 기획과 플랫폼 전략에서 국내 최고 전문가로 꼽힙니다. 디지털 퍼스트와 파괴적 혁신은 구호가 아니라 미디어 산업에서 벌어지고 있는 냉엄한 적자생존의 논리입니다. 강정수 대표가 새로운 시장의 작동 원리와 조직의 재편을 위한 핵심 키워드를 짚고 단계적 전략을 소개합니다.

#### **# Part 1 도전과 실험**

#### **- 이인숙 경향신문 뉴콘텐츠팀 팀장 / 텍스트의 한계를 넘어, 100번의 실험 / 10:50**

올해 여름, 경향신문이 만든 '랭면의 취향'은 종이신문이 어떻게 인포그래픽과 인터랙티브를 끌어안을 수 있는가를 보여주는 매우 중요한 사례였습니다. 발품을 팔아 뽑아낸 데이터를 한 면 가득 털어 시각화하고 또 온라인에서는 개인화하고 게이미피케이션해서 몰입도를 높였습니다. 일찌감치 향이네로 시작한 디지털 스토리텔링의 유전자가 경향신문 편집국에서 진화하고 있는 것일까요. 뉴콘텐츠팀을 진두지휘하고 있는 이인숙 팀장을 모셨습니다.

#### **- 조주환 중앙일보 마케팅팀 팀장 / 중앙일보의 분산 플랫폼 전략 / 11:15**

중앙일보는 한국에서 가장 디지털 혁신에 많은 투자를 하는 언론사입니다. 조주환 팀장은 특별히 콘텐츠의 기획과 생산 단계가 아닌 유통 단계에서 어떻게 콘텐츠의 가치를 끌어올리고 도달률을 높일 수 있는지 고민하고 실험을 멈추지 않는 분입니다. 디씨인사이드에 뉴스를 공급하고 블라인드와 에브리타임 등 다양한 버티컬 콘텐츠 플랫폼으로 뉴스 도달률을 확장하는 과정에서 얻은 수많은 시행착오의 경험을 공유합니다.

#### **- 정우성 더파크 대표 / 장르 파괴 이종교배 미디어 기업, 더파크의 실험 / 11:40**

더파크는 뭐라 한 마디로 설명하기 어려운 미디어 스타트업입니다. 남성 잡지 GQ와 에스콰이어 기자 출신의 정우성님과 웹툰 작가 이크종님의 현란한 애드립이 돋보이는 독특한 콘텐츠를 만들죠. 장르도 다양해서 자동차와 술, 넷플릭스, 고전문학을 다루고 텍스트는 물론이고 웹툰, 팟캐스트, 네이버 오디오 클립 등 다양한 포맷으로 내보냅니다. 확실히 새롭고 강력한 몰입을 끌어냅니다. 더파크의 상상초월 스토리텔링 전략과 철학을 공개합니다.

## **- 김준일 뉴스톱 대표 / 팩트체크 저널리즘의 과제와 전망 / 12:05**

“섹시하면 의심하라.” 한국은 여전히 가짜뉴스의 개념조차도 모호합니다. 애초에 뉴스가 아닌 것들과 결과적으로 거짓인 뉴스와 의도적으로 왜곡을 남발하는 뉴스가 뒤섞여 있죠. 국내 최초로 팩트체크 전문 뉴스를 표방한 뉴스톱은 공격적인 검증 취재와 정교한 논리 분석으로 강력한 존재감을 드러내고 있습니다. 김준일 대표가 한국 뉴스의 유통 구조와 함께 팩트체크 저널리즘의 디테일과 한계, 그리고 전망을 이야기합니다.

## **- 팀 황 피스컬노트 CEO & 송호창 피스컬노트 아시아태평양 어드바이저 / 데이터 분석과 뉴스 구조화를 활용한 정치 뉴스 업그레이드 / 12:30**

미국의 정책 데이터 서비스 피스컬노트가 한국 서비스를 준비하고 있습니다. 연간 구독료가 최초 3000만 원부터 시작하는 고급 정치 콘텐츠죠. CNN이 세상을 바꿀 10대 스타트업으로 꼽았고 야후 창업자인 제리 양이 투자했다고 해서 화제가 됐던 그 팀 황이 송호창 전 더불어민주당 의원과 손잡고 한국 시장에 뛰어듭니다. 아시아태평양 어드바이저를 맡고 있는 송호창 전 의원이 피스컬노트의 데이터 분석과 뉴스 구조화 서비스를 소개합니다.

## **# Part 2 버티컬 미디어의 실험 (라운드테이블)**

라운드 테이블 첫 번째 순서는 버티컬 미디어의 실험입니다. 20대 여성을 위한 자산 관리 콘텐츠를 뉴스레터로 서비스하는 어피티와 날마다 수필 한 편에 월 1만 원의 유료 서비스를 개척한 일간 이슬아, 마실 것만 다루는 마시즘, 고품격 정책 제안으로 승부하겠다는 피렌체의 식탁, 로컬 저널리즘을 실험하는 어반플레이, 놀라운 바이럴 콘텐츠를 만들어 내는 직썰 등 돋보이는 미디어 서비스의 실험 사례를 살펴보고 아이디어를 공유합니다.

### **- 박진영 어피티 대표 / 20대 여성을 위한 자산관리 콘텐츠 뉴스레터**

### **- 이슬아 일간 이슬아 운영자 / 월 1만 원이면 매일 아침 글을 보내드립니다**

### **- 전상민 마시즘 디렉터 / 한 놈만 팬다? 하나만 판다! 음료수에 특화된 버티컬 미디어**

### **- 김현종 메디치미디어 대표 / 최고 의사결정권자 500명을 대상으로 하는 어젠다 셋팅 미디어**

### **- 홍주석 어반플레이 대표 / 로컬 저널리즘과 소셜 커뮤니케이션**

### **- 정주식 직썰 편집장 / 경쾌하되 가볍지 않게, 직썰의 B급 콘텐츠 전략**

## **#Part 3 독자 인게이지먼트**

### **- 박상주 중앙일보 더오래팀 기자 / 독자 인게이지먼트 전략과 사례와 교훈 / 15:00**

많은 언론사들이 독자 인게이지먼트를 화두로 잡고 있죠. '더, 오래'는 '반퇴'를 주제로 중앙일보가 만드는 네이버 모바일판 서비스입니다. 흥미로운 대목은 취재기자보다 외부 필자가 쓴 글이 훨씬 더 인게이지먼트가 높다는 것입니다. 7월 기준으로 외부 필진이 80여명, 필자들이 오프라인 강의를 맡고 독자들이 수강생이 되고 이들이 다시 진성 독자로 이어지는 순환 구조를 만든다는 목표입니다. 다양한 독자 참여형 이벤트도 계속 실험하고 있습니다.

#### **- 박소령 퍼블리 대표 / 콘텐츠 유료화 케이스 스터디 / 15:25**

퍼블리는 뉴스레터를 가장 잘 만드는 콘텐츠 기업 가운데 하나입니다. 만만치 않은 가격의 유료 콘텐츠를 판매하고 있지만 계속해서 잠재 독자들에게 말을 건네고 지불장벽을 뛰어넘도록 유혹하는 것이죠. 지난해부터는 멤버십 서비스도 시작했고 최근에는 포인트 환급 이벤트도 있었습니다. 퀄리티 콘텐츠 시장을 개척하고 있는 박소령 퍼블리 대표가 지난 3년 동안의 시행착오를 통해서 얻은 교훈을 이야기합니다.

#### **- 황성연 닐슨코리아 부장 / 미디어 환경 변화와 밀레니얼 세대의 콘텐츠 소비 패턴 / 15:50**

우리는 여전히 우리의 독자(수용자)들을 잘 모릅니다. 페이지뷰나 시청률, 도달률이 우리의 성과 지표가 될 수 있을까요? 흔히 경험하는 것처럼 통계가 착시를 만들고 잘못된 결정을 유도하는 경우도 많습니다. 바야흐로 모바일 온리 시대, 우리가 한 번도 경험해 보지 못했던 국면으로 진입하고 있습니다. 황성연 닐슨코리아 부장이 모바일 콘텐츠 시장의 특성과 밀레니얼 세대의 완전히 다른 콘텐츠 소비 패턴을 통계로 풀어서 설명해 드립니다.

### **# Part 4 저널리즘과 사회 혁신**

#### **- 정찬필 미래교실네트워크 사무총장 / 저널리즘과 사회 혁신 프로젝트 / 16:30**

정찬필 사무총장은 KBS PD 시절 '거꾸로 교실'이라는 이름으로 플립드 러닝(flipped learning) 교육법을 소개하는 프로그램을 만들다가 직접 교육 현장에 뛰어들었습니다. 저널리스트로서 메시지를 전달하는 것보다 직접 메시지를 실험하고 확산시키는 게 세상을 바꾸는 데 크게 기여할 수 있다는 믿음이 있었기 때문입니다. 1000개의 교실이 모두 미디어가 되는 것이죠. 정찬필 사무총장이 저널리즘 기반의 사회혁신 프로젝트의 가능성을 이야기합니다.

#### **- 진민정 저널리즘학연구소 연구원 / 적극적 뉴스 소비자의 발견 / 16:55**

미디어 리터러시는 미디어 수용자들 뿐만 아니라 미디어 생산자들에게도 절실합니다. 적극적인 뉴스 소비자들이 담론의 확대 재생산을 주도하고 건강한 저널리즘을 지원할 수 있기 때문입니다. 팩트의 경중을 구분하고 가짜 뉴스를 판별하는 것은 물론이고 미디어 집중과 여론의 왜곡에 맞서 의제를 설정하고 유지하는 건 언론과 독자 공통의 과제가 됐습니다. 진민정 연구위원이 미디어 리터러시를 활용한 독자 전략을 제안합니다.

## - 조소담 닷페이스 대표 / 저널리즘의 사회참여, HIM 프로젝트 등의 경험을 중심으로 / 17:20

“이야기하면 바뀐다. 새로운 상식을 이야기하자.” 닷페이스가 만든 H.I.M. 프로젝트를 기억하십니까. 피해자가 아니라 가해자에게 질문을 해야 한다는 문제의식에서 만든 미성년 성매수 실태를 폭로한 다큐멘터리 영상이었죠. 누구나 메시지를 만들고 미디어를 조직할 수 있는 시대, 어떻게 사람들의 생각을 바꾸고 행동을 끌어낼 수 있는가, 저널리즘의 책임을 다시 고민하게 만듭니다. 조소담 대표가 닷페이스의 콘텐츠 철학을 설명합니다.

## ※ DAY 2-8월28일 키노트

### - 조영신 SK경제경영연구소 수석연구위원 / 콘텐츠의 진화와 새로운 미디어 생태계 / 10:00

조영신 연구위원은 미디어 환경의 변화를 가장 먼저 내다보고 날카로운 분석과 냉정한 비판을 쏟아내는 현장의 언론학자입니다. 약육강식의 논리가 지배하는 미디어 정글에서 종의 다양성과 지속가능한 생태계의 질서와 균형을 고민하는 전략가이기도 합니다. 조영신 연구위원이 우리가 직면하고 있는 변화의 성격과 방향, 무궁무진한 혁신의 가능성, 그리고 도전을 멈추지 않는 사람들의 이야기를 전합니다.

### - 김조한 곰앤컴퍼니 이사 / 미디어 플랫폼 지각 변동과 콘텐츠 유통 전략 / 10:25

‘미디어 가이’ 김조한 이사가 지난 4월 미국 라스베이거스에서 열린 NAB(방송 기자재 박람회)에서 체험한 이미 다가온 미디어의 미래에 대해 이야기 보따리를 풀어놓습니다. 포식자 유튜브와 무서운 기세로 치고 들어오는 아마존 웹 서비스를 비롯한 4대 클라우드 기업의 충격, 인공지능과 AR, VR, 격동의 플랫폼 전쟁과 한국 미디어 산업에 주는 시사점, 그리고 미디어 기업의 생존 전략을 이야기합니다.

## # Part 5 새로운 상상력

### - 이연대 스리체어스 대표 / 출판과 소셜 미디어, 저널리즘의 결합 / 11:15

칼 마르크스의 ‘공산당 선언’도 사실 23페이지 분량의 팜플렛이었습니다. 스리체어스는 북저널리즘이라는 브랜드로 출판과 저널리즘의 중간 단계의 롱폼 저널리즘을 실험하고 있습니다. 시의성을 놓치지 않되, 활자화된 텍스트의 매력을 극대화하는 편집의 힘이 돋보이는 콘텐츠를 만들어 내고 있습니다. 척박한 출판 환경에서 출판과 소셜 미디어의 결합, 팜플렛 출판과 저널리즘의 시너지 효과가 가능할까요?

### - 김중윤 스캐터랩 대표 / 감정을 읽는 인공지능, ‘연애의 과학’으로 본 자연어 처리 기술의 현재와 미래 / 12:40

카카오톡 대화를 파일로 보내주면 두 사람의 연애 상태를 분석해 주는 텍스트엡이라는 서비스가 있습니다. ‘연애의 과학’이라는 이름으로 카카오 1boon에 몇 가지 상담 사례를 연재했는데 대박이 났죠. 스캐터랩은 사실 대화형 인공지능 서비스를 개발하는 기업입니다. 자연어 처리 기술로 강아지만큼 친근한 관계



형 인공지능 챗봇을 만들겠다는 목표인데요. 이번 컨퍼런스에서는 기술 기업의 버티컬 미디어 전략을 중심으로 이야기할 계획입니다.

## # Part 6 오디오 콘텐츠의 발견

### - 노영은 왓 대표 / 왓이의 아침식당으로 본 대화형 콘텐츠의 가능성 / 12:05

인공지능 스피커가 늘어나면서 무엇을 어떻게 서비스할 것인가도 화두입니다. 기존의 콘텐츠 문법이 통하지 않는 곳입니다. '왓이의 아침식당'은 '부장님과 주말 등산에 시달리는 인간을 위한 브로콜리 수프', '자기 반성이 나를 자괴감에 빠뜨릴 때 파슬리 새우구이' 같은 대화형 오디오 콘텐츠를 만드는 미디어 스타트업입니다. 아침식사라는 키워드로 대화를 건네고 공감의 정서를 끌어내는 색다른 스토리텔링 전략, 궁금하시죠?

### - 이진희 KBS PD / 스마트 라디오와 팟캐스트 네트워크 / 12:30

라디오는 죽지 않았습니다. 팟캐스트 시장이 폭발적으로 성장한 것처럼 청취자들의 습관이 달라졌을 뿐이고 새로운 콘텐츠 유통 전략이 필요한 상황이죠. TV가 디지털로 전환한 것처럼 라디오의 디지털 전환을 끝낸 나라도 많고 새로운 플랫폼이 늘어나면서 영역과 경계가 모호해지고 있죠. 여전히 아날로그 라디오 프로그램을 만들고 있는 이진희 KBS PD가 라디오의 진화 방향과 오디오 콘텐츠 시장의 가능성을 이야기합니다.

## # Part 7 스토리텔링의 진화 (라운드 테이블)

누구나 메시지를 갖고 있다면 직접 메시지를 전달할 수 있는 시대가 됐습니다. 카드뉴스를 만들거나 동영상 만들거나 페이스북이나 유튜브나 채널은 얼마든지 있고 효과적인 스토리텔링 기법도 넘쳐납니다. 주목할 대목은 기업들이 미디어를 마케팅 채널로 활용하는 것을 넘어 전통적인 저널리즘 기법을 브랜드 전략의 일환으로 차용하기 시작했다는 것입니다. 강함수 에스코토스 대표가 브랜드 미디어의 시대, 변화의 방향과 전략을 이야기합니다.

패널 : 미정.

## # Part 8 콘텐츠 이노베이션 케이스 스터디

### - 이승녕 JTBC 디지털뉴스룸 부장 / JTBC의 멀티 플랫폼 전략 / 15:00

JTBC의 힘은 손석희 사장에게서 나오지만 그게 전부는 아닙니다. 저널리즘 원칙을 강조하면서 여전히 아날로그 방식을 고집하지만 끊임없이 콘텐츠의 포맷을 고민하고 새로운 유통 방식을 실험합니다. 뉴스룸의 아젠다 키퍼링 철학과 함께 앵커 브리핑과 소셜 라이브, 소탐대실, 트리거 등 JTBC라는 큰 브랜드 아래 수많은 버티컬 브랜드를 만들고 콘텐츠에 힘을 불어넣고 있습니다. 이승녕 부장이 JTBC의 콘텐츠 유통 전략을 공개합니다.

## - 신혜림 씨리얼 PD / 씨리얼의 도전과 실험 / 15:25

100초 정치사회 수업. 20대가 만든 20대 눈높이에 맞춘 씨리얼은 정치사회 뉴스의 새로운 지평을 열었습니다. 새로운 스토리텔링을 고민하는 여러 언론사들의 벤치마킹 모델이기도 했죠. 계속해서 새로운 도전과 실험을 멈추지 않고 있습니다. 신혜림 PD가 작은 관심이 어떻게 세상을 바꾸는지, 언론의 역할은 무엇인지, 씨리얼의 도전과 실험, 그 과정에서 얻은 놀라운 교훈을 이야기합니다.

## - 장성환 203 인포그래픽연구소 대표 / 인포그래픽과 비주얼 스토리 텔링의 힘 / 15:50

독자들은 저만큼 가 있는데 주류 언론은 여전히 텍스트 중심의 스토리텔링을 고집하고 있습니다. 장성환 대표는 “종이 신문은 현존하는 가장 큰 크기의 매체”고 “e북이나 스크린 디바이스로 대체 불가능한 매력이 있다”고 강조합니다. 신문은 아직 멸종되기 이르고 진화할 여지가 많은 매체라는 거죠. 한국에서도 쿼츠와 월스트리트저널 못지 않은 인포그래픽 뉴스가 가능할까요. 장성환 대표가 작심하고 노하우를 공개합니다.

## # Part 9 새로운 문법

### - 성지환 72초TV 대표 / 72초TV의 진화와 비즈니스의 발견 / 16:30

처음 등장했을 때 72초TV는 정말 참신했습니다. 빠른 속도와 강력한 몰입감의 퀄리티 높은 동영상, 지금은 어느 정도 보편화된 문법이 됐죠. 72초TV는 밀레니얼 세대의 취향을 저격하면서 라이프 스타일 브랜드로 계속해서 진화하고 있습니다. 콘텐츠드 브랜드 모델로 수익 모델을 다각화하고 있고 IP(지식재산권)과 포맷 판매도 늘어나고 있습니다. 성지환 대표가 MCN(멀티콘텐츠네트워크) 이후 동영상 사업자들의 고민과 비전을 이야기합니다.

### - 신우석 돌고래유괴단 대표 / 모바일 스토리텔링과 뉴미디어 광고 문법 / 17:20

공유해서 보는 약빤 광고, 돌고래유괴단은 광고의 문법을 바꿔놓았습니다. 영화감독이 꿈이었던 신우석 감독은 과도한 설정을 뒤집고 클리셰를 전복하면서 인내심 부족한 소비자들의 눈과 귀를 휘어잡습니다. 브랜드의 공식 채널 보다 온라인 커뮤니티에서 더 많이 바이럴을 타는 것도 의도된 전략이라고 하죠. 광고가 아니라 콘텐츠, 신우석 감독이 만드는 핫하고 힙한 광고의 기획 철학을 공개합니다.

## ※ DAY 3-8월29일 키노트

### - 강원국 '대통령의 글쓰기' 저자 / 마음을 움직이는 스토리텔링 전략 / 10:00

강원국 전 청와대 연설 비서관을 이튿날 첫 키노트 발표자로 모신 건 이 분의 스토리텔링 전략이 저널리스트들에게도 유효하다고 보기 때문입니다. 글을 잘 쓰려면 잘 쓴다고 소문을 내야 하고 비판을 두려워하지 말라는 조언과 글의 설득력과 논리는 순서에서 나온다는 통찰도 흥미롭습니다. 설명하지 말고 묘사를 해야 하고 글을 쓰려면 몸을 쓰라는 조언은 독자들이 왜 이분의 글에 열광하는지, 주류 언론이 빠뜨리고 있는 게 무엇인지 돌아보게 만듭니다.

#### **- 유승찬 스토리닷 대표 / 메시지가 미디어다 / 10:25**

미디어 이론가 마셜 맥클루언은 “미디어는 메시지”라고 했습니다. 미디어가 전달하는 것은 미디어 자체의 특성이고 미디어의 특성에 맞게 메시지를 받아들인다는 주장이었죠. ‘미디어의 이해’는 훌륭한 고전이지만 1964년에 나온 책입니다. 정치 커뮤니케이션 전문가 유승찬 스토리닷 대표는 강력한 메시지는 널리 전달된다는 믿음을 강조합니다. 미디어 전략의 핵심이 메시지고 메시지가 곧 미디어라는 다른 전략이 필요하다는 것이죠.

### **# Part 10 인공지능과 저널리즘**

#### **- 안상선 엠로보 대표 / 인공지능을 활용한 팩트체크 로봇 / 10:50**

#### **- 문성원 카카오 봇서비스셀 셀장 / 프로야구봇 사례 분석 : 새로운 콘텐츠 유통 모델로서의 챗봇 가능성 / 11:15**

쿼츠의 챗봇 뉴스 앱은 다들 알고 계시죠? 많은 사람들이 고정된 텍스트보다는 인터랙티브하고 좀 더 일상 대화에 가까운 콘텐츠에 더 몰입합니다. 카카오도 챗봇을 활용한 콘텐츠 유통을 실험하고 있는데요. 그 가운데 프로야구 봇이 가장 성공적이었다고 합니다. 카카오톡 메신저를 콘텐츠 유통 플랫폼으로 활용하겠다는 전략일 텐데요. 향후 외부 파트너에게도 API 형태로 공개할 계획이라고 합니다. 챗봇 뉴스의 가능성을 살펴볼까요?

#### **- 이문기 코난테크놀로지 데이터사이언스그룹 그룹장 / 데이터 과학으로 만든 한국 뉴스 지도 / 11:40**

“수집 가능한 모든 정보를 분석한다.” 코난테크놀로지의 펄스케이는 텍스트 마이닝과 머신 러닝 기술로 140억 건의 데이터의 상관관계를 분석하고 이슈의 생성과 분포, 확산 과정을 추적하는 서비스입니다. 텍스트 이면의 맥락과 숨겨진 욕망을 읽어내는 서비스죠. 이번 컨퍼런스에서는 특별히 코난테크놀로지가 축적한 데이터베이스를 활용해 한국 주요 언론사의 지형과 정치적 편향 정도를 분석한 결과를 처음으로 공개할 계획입니다.

#### **- 장혜덕 구글코리아 클라우드 총괄 / 뉴스룸의 인공지능과 머신러닝 활용 / 12:05**

인공지능과 머신러닝은 빌딩만 한 슈퍼 컴퓨터가 있어야 가능할 것 같지만 사실 쉽게 배울 수 있고 간단히 적용할 수 있는 방법도 많습니다. 텐서플로우 같은 오픈소스 툴도 많고요. 주식 시장을 예측하는 서비스를 만들거나 시각 장애인들을 위한 이미지 설명 프로그램을 만들거나 적용 범위도 무궁무진합니다. 구글 코리아가 저널리즘을 위한 인공지능과 머신러닝 툴을 소개합니다. 참 쉽죠?

#### **- 이현진 구글코리아 수석부장 / 유튜브와 저널리즘 플랫폼 / 12:20**

유튜브가 인터넷을 집어삼킬까요? 지금 10대는 문자보다 영상이, 네이버나 다음보다 유튜브가 익숙한 세대입니다. 요즘 10대는 검색도 유튜브로 합니다. 이들의 수요를 겨냥한 콘텐츠가 쏟아지고 있고요. 콘텐츠 시장의 문법이 송두리째 달라지고 있는데 전통적인 신문과 방송은 흥내만 낼 뿐이죠. 이현진 부장이 저널리즘 플랫폼으로서의 유튜브의 활용 가능성을 사례 중심으로 설명합니다. 아마 깜짝 놀랄 이야기가 많을 겁니다. 우리가 아는 유튜브는 일부입니다.

#### **# Part 11 클라우드와 미디어 혁신 (라운드테이블)**

##### **- 도안구 도라이브 대표 (모더레이터)**

클라우드를 모르고는 미디어 혁신을 이야기할 수 없는 시대가 됐습니다. 넷플릭스와 아마존은 물론이고 BBC와 뉴욕타임스, 한국에서는 MBC와 CBS, 조선일보 등이 클라우드 서비스와 손잡고 디지털 혁신을 가속화하고 있습니다. 데이터와 콘텐츠의 아카이브는 물론이고 공급 망 관리와 모바일 환경 구축, 서비스의 확장까지 클라우드의 활용 가능성은 무궁무진합니다. 국내 최초로 클라우드 서비스 사업자들을 한자리에 모았습니다. 알기 쉽게 설명해 드립니다.

패널 : 한유정 아마존웹서비스 이사, 조성범 알리바바코리아 지사장, 최윤석 마이크로소프트 전무, 정순한 CBSi 부장

#### **# Part 12 블록체인과 미디어**

##### **- 김상범 블로터 대표 / 크리에이터-에디터 협력 모델과 미디어 기업의 ICO / 15:00**

블로터는 국내 언론 최초로 150억 원 규모의 암호화폐 공개(ICO, Initial Coin Offering)를 준비하고 있습니다. 아직 한국에서는 코인 발행이 불법이라 싱가포르에서 진행할 계획이라고 하는데요. 변수가 많습니 다만 블로터가 꿈꾸는 자율적이고 자립적인 미디어 네트워크가 성공한다면 엄청난 변화를 촉발할 것입니다. 결국 코인 생태계에 얼마나 새로운 가치를 만들 수 있느냐가 관건일 텐데요. 김상범 대표가 레벨 (LEVEL) 프로젝트를 미리 공개합니다.

##### **- 이대승 오딘네트워크 COO / 스팀잇으로 지속 가능한 콘텐츠 생태계의 꿈 / 15:50**

스팀 고래를 아십니까. 10억VESTS 이상을 보유한 스팀잇 세계의 권력자를 말하죠. 고래가 업보팅을 해줘야 보상이 늘어납니다. 국내에 몇 안 되는 스팀 고래 이대승 COO는 의대를 나와서 군의관을 마친 뒤 블록체인 업계에 뛰어들었습니다. 메디팀이라는 의학 전문 스팀잇 기반 웹진을 만들었고요. 스팀을 통해 통합과 협업, 그리고 기본소득 기반의 지속 가능한 콘텐츠 생태계가 가능하다는 믿음을 갖게 됐다고 말합니다. 스팀잇의 놀라운 세계로 초대합니다.

## # Part 13 경계를 넘어 저널리즘의 본질로

### - 곽윤섭 한겨레 선임기자 / 디지털 플랫폼 환경, 포토 저널리즘의 현재와 과제 / 16:30

포토 저널리즘에도 저널리즘 원칙이 필요합니다. 디지털 환경으로 옮겨오면서 사진이 지면과 분리돼서 맥락 없이 날개로 떠돌면서 잘못된 이미지를 만드는 경우도 많죠. 뉴스가 파편화될수록 단편적인 이미지를 넘어 사진에 맥락을 부여하는 편집을 해야 하고 시각적 요소와 텍스트의 유기적인 결합도 중요한 고민입니다. 한겨레 사진팀 팀장을 지내고 사진 전문 웹진 사진 마을을 운영하고 있는 곽윤섭 기자가 포토 저널리즘의 현재와 미래를 이야기합니다.

### - 서정호 YTN 모바일프로젝트팀 팀장 / 그로스 해킹과 조직 혁신 / 17:20

많은 사람들이 착각하는 건 디지털 혁신의 시작과 끝이 결국 조직 혁신이라는 겁니다. 아무리 해외의 선진 사례를 벤치마킹해도 아날로그적 관성을 깨뜨리고 한계를 직면하지 않으면 아무 것도 바뀌지 않죠. 정보 영상 플랫폼으로 강력한 독자 네트워크를 확보하는 데 성공한 서정호 팀장이 거창한 이상이 아니라 디지털 혁신의 현실과 조직의 문화를 바꾸는 과정에서의 시행착오과 교훈을 이야기합니다.



미디어오늘 [media@mediatoday.co.kr](mailto:media@mediatoday.co.kr)