



미디어와 세상

1주차 : 강의 계획 및 설명

2025년 1학기

신문방송학과 엄호동

새로운 도전...창업 위해 떠나는 기자들

언론산업 위축 미래 불투명
4차 산업혁명 등 관심 확대

상조사업 등 사내 벤처 공모
언론사도 새 사업 개발 박차

최근 기자들이 창업을 위해 회사를 떠나고 있다.

헤럴드경제 **임호동** 부국장(미디어디렉션연구소), 매일경제 안정훈 기자(엡젯패밀리) 등이 창업을 위해 최근 회사를 그만뒀고 앞서 박창진 조선일보 기자(캐리소프트), 박병종 한국경제 기자(콜버스랩), 유병은 서울경제 기자(비즈업), 최용식 뉴스토마토 기자(아웃스탠딩) 등도 스타트업(신생 벤처기업) 대열에 합류했다.

기자들이 창업 대열에 합류하는 것은 언론산업이 갈수록 조그마한 데다 향후 전망마저 불투명하기 때문으로 풀이된다. 여기에 4차 산업혁명 등과 맞물려 기자들의 관심이 다방면으로 확대되는 것도 또 다른 이유다.

실제로 중앙일보 노조가 최근 실시한 사내 설문조사 결과에 따르면 '신규 부서 등 새로운 조직에서 일해보고 싶다'는 질문에 응답자의 41.8%(해보고 싶은 생각이 있다 36.4%+반드시 일해보고 싶다 5.4%)가 긍정적으로 답했다.

안정훈 전 매경 기자는 "기자란 직업이 싫다기보다는 40대가 되기 전에 새로운 도전을 하고 싶었다"며 "평소 중국 비즈

니스에 관심이 많았는데 사내 벤처를 운영해 본 경험 등을 되살려 중국 관련 웹툰 캐릭터 개발 사업을 할 예정"이라고 말했다.

언론사 역시 이런 움직임에 적극 동참하는 분위기다. 조선일보는 상조 등 실버 사업을 '사내 벤처 1호'로 지정하고 사업으로 연결시킬지 여부를 최종 검토하고 있다. 조선은 지난해 9월 사내 벤처 붐 조성을 위해 'DCP(Dream Challenge Program)'를 선보였는데 지난해 11월 열린 1차 공모엔 총 23개 팀이 참가했다.

서울경제도 이달 28일까지 '서경 이노베이션랩 사업공모전'을 실시할 계획이다. 사내 벤처, 별도 법인 등 사업 형식과 참여 방식에 구애받지 않고, 모든 가능성을 열어놓고 아이디어를 받을 예정이다.

앞서 매경은 지난해 3월 사내 1호 벤처인 '엠로보'를, 한국경제는 지난 2월 스타트업 전문 취재팀 겸 사내벤처 '엣지(EDGE)'를 출범시켰다.

관건은 보여주기가 아닌 기자들에게 동기부여가 될 수 있는 토대를 마련할 수 있는가. 제도 안착을 위해 인센티브제, 기자파견 규정 등과 관련한 제도 정비가 중요해진다.

이에 한 경제지 중견기자는 "기자들에게 생각할 여유조차 없을 정도로 계속 일을 몰아붙이는데 회사나 기자 모두에게 득보다 실이 된다"며 "기자들이 새로운 일을 할 수 있도록 길을 터주는 게 회사의 앞날을 생각했을 때도 바람직하다"고 지적했다. 김창남 기자

임 호 동

미디어디렉션연구소장

건국대학교 신문방송학과 겸임교수

통계청 홍보자문위원

방송통신위원회 인터넷상생발전협의회 전문가 위원



kyunghyang.com
경향com
경향신문
파이낸셜뉴스
헤럴드경제

미디어와 세상 > 강의 개요 및 수업 진행 방식

디지털 미디어 확산으로 인해 미디어 소비자는 소비에만 그치지 않고 생산과 유통에 적극적으로 참여하고 있다. 스마트폰만 있으면 전 국민 누구나 다수의 대중에게 영향을 미칠 수 있는 저널리스트가 될 수 있다. 대중에게 영향을 미칠 수 있는 미디어 활동에는 영향력에 비례하는 만큼의 책임이 따른다.

본 수업은 책임이 수반되는 디지털 미디어 활동에 올바른 이용법 등을 배양하고자 한다.

미디어 읽기에서부터 쓰기, 공유(유통)에 이르기까지 전반적인 이해를 바탕으로 메시지를 전달하고 이해할 수 있는 기본적인 소양과 능력을 배양한다. 디지털 미디어의 올바른 사용법은 이론 강의를 통해 익히고, 우리 사회에 화제가 됐던 사례를 중심으로 이론 강의와 토론으로 수업을 진행한다.

강의 목표

- ▶ 미디어 읽기에서부터 쓰기, 공유(유통)에 이르기까지 전반적인 미디어 리터러시에 대한 소양과 능력 향상을 목표로 한다.

수업 진행 방식 및 평가

- ▶ 강의식 70% / 토론 20% / 실습 10%
- ▶ 평가 : 출석 15% / 수업 참여 10% / 중간고사 30% / 기말고사 30% / 과제물 15%

강의 진행계획 (주차별)



강의 주차	강의 제목	수업 유형	평가
1주차 (03월 10일)	강의 계획 및 설명	강의 설명	출석 15% / 참여 10%
2주차 (03월 17일)	미디어에 대한 기본적인 이해 1	이론 강의	“
3주차 (03월 24일)	미디어에 대한 기본적인 이해 2	이론, 토론, 실습	“
4주차 (03월 31일)	미디어 플랫폼과 콘텐츠 등에 대한 이해	“	“
5주차 (04월 07일)	디지털 미디어에 대한 이해	“	“
6주차 (04월 14일)	미디어 리터러시 알아보기 등	“	“
7주차 (04월 21일)	소셜 미디어 알아보기 1	“	“
8주차 (04월 28일)	중간고사	—	30%
9주차 (05월 05일)	소셜 미디어 알아보기 2	이론, 토론, 실습	출석 15%, 참여 10%
10주차 (05월 12일)	미디어 리터러시 역량 키우기 1	“	“
11주차 (05월 19일)	미디어 리터러시 역량 키우기 2	“	“
12주차 (05월 26일)	미디어 리터러시 역량 키우기 3	“	“
13주차 (06월 02일)	미디어 리터러시 역량 키우기 4	“	“
14주차 (06월 09일)	미디어 리터러시 역량 키우기 5	“	“
15주차 (06월 16일)	미디어 리터러시 등에 대한 종합 토론	종합 토론	과제 등 15%
16주차 (06월 23일)	기말고사	—	30%



미디어(Media)란?

미디어(Media)란?

media

미국·영국 ['mi:diə]  영국식 

1 (신문·텔레비전 등의) 매체[미디어/대중 매체] (-→mass media, new media)

2 medium의 복수

중간에 자리하여 사이를 매개하는 것.

즉 매체(媒體)를 의미하며, 분야에 따라 서로 다른 다양한 대상을 가리킨다.

일반적으로 미디어라고 함은 언론 및 보도와 관련된 정보 전달 매체를 의미한다.

<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=2847711&cid=40942&categoryId=31751>

언론 및 보도와 관련된 정보 전달 매체

Mass Media

: 매스 커뮤니케이션을 위한 기술

불특정 대중에게 공적 · 간접적 · 일방적으로 많은 사회정보와 사상(事象)을 전달하는 것으로
신문 · TV · 라디오 · 영화 · 잡지 등이 대표적이다.

매체와 수단에 따라 신문 · 잡지 · 도서 등의 인쇄매체와 TV · 라디오 · 영화 등의
시청각매체(비인쇄 또는 전파매체)로 나뉘어진다.



언론 및 보도와 관련된 정보 전달 매체



Mass Media
One-way Media
Legacy Media

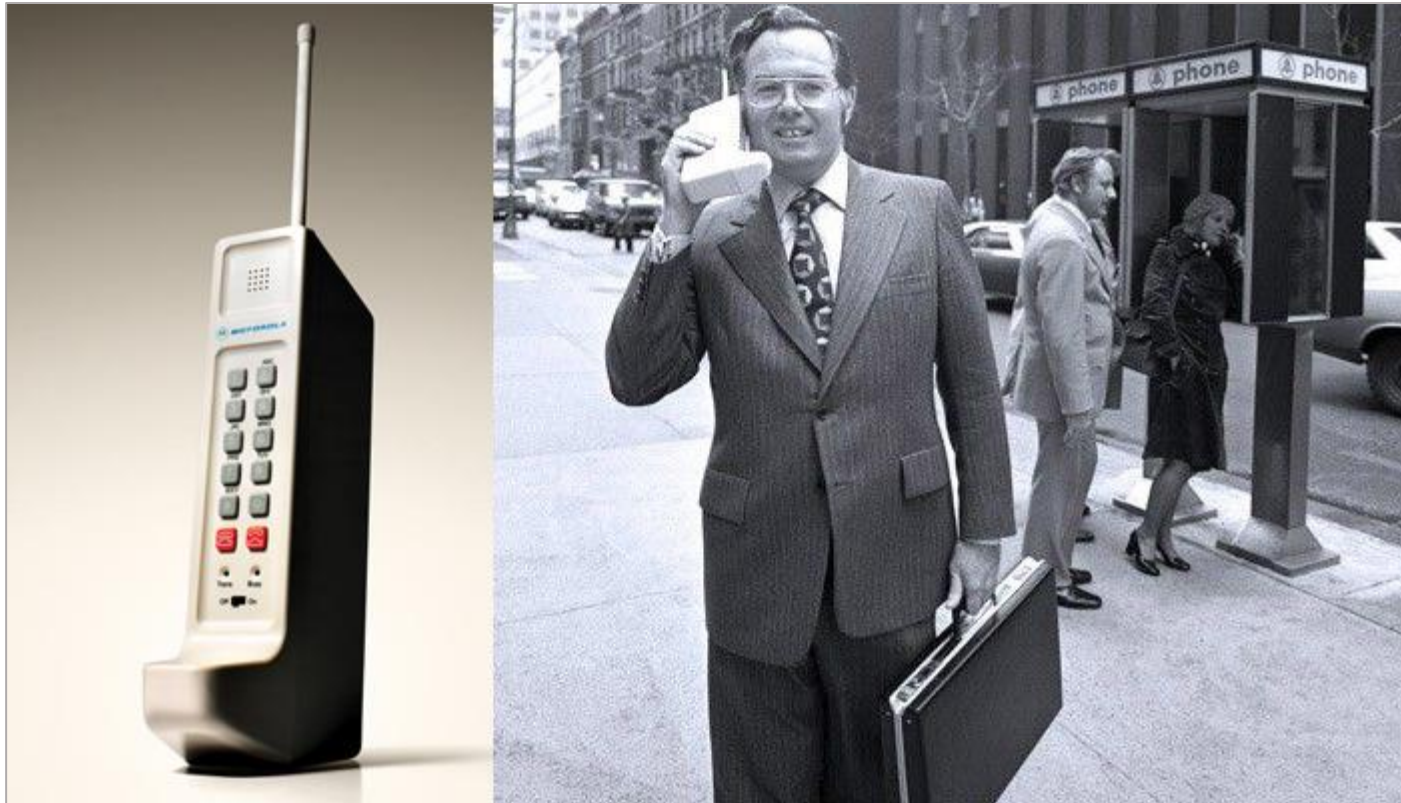
현재는?

Interactive Media > Social Media

Mass Media ⇒ **Social Media** : **One-way Media** ⇒ **Interactive Media**



Mass Media ⇒ **Social Media** : **One-way Media** ⇒ **Interactive Media**



Mass Media ⇒ **Social Media** : **One-way Media** ⇒ **Interactive Media**



Mass Media \Rightarrow Social Media : One-way Media \Rightarrow Interactive Media



Mass Media ⇒ Social Media : One-way Media ⇒ Interactive Media

