

12월 미래뉴스포럼 주요 내용

2016.12.22. 서울대학교

□ 개요

- 일시 : 2016.12.21(수) 오후 12시 30분~2시
- 장소 : 서울대학교 IBK커뮤니케이션센터 501호
- 주제 : "2016 저널리즘 혁신 동향 2017 전망"
- 발표자 : 한운희(연합뉴스 미디어랩 기자)

□ 주요 내용

- 발표 주요 내용
 - 전환의 코너에 들어왔고 이제 나가야 할 때
 - 2016년 더디지만 다양한 시도, 2017년 빠르고 분명한 고도화 전망
 - “언론사는 변화를 가장 빨리 전하지만, 변화를 가장 늦게 수용한다”
 - 2016년 혁신 키워드
 - 모바일 동영상 : 라이브 / VR
 - 기사 제작 자동화 : 알고리즘(로봇)
 - 배포 채널 개발 : 채팅 메신저 플랫폼
 - 데이터-퍼스트 : 이용자-퍼스트
 - 뉴스 밖 수익 모델 : 서비스 저널리즘, 네이티브 광고
 - 유연한 조직 : 뉴스룸 재구조화
- ※ 2016년 저널리즘의 가장 큰 성과 : 신뢰의 회복 “떠나갔던 독자들이 돌아온다”

- 2017년 전망 : 선택과 집중
- VR도 고품질 라이브로 : 몰입 x 광고
- 이용자 퍼스트 : hyper targeted
- “5년 후에는 비디오와 오디오 뉴스가 성공의 중요한 열쇠가 될 것이다” : 뉴욕타임즈, 새로운 오디오 프로젝트 출범(Lock in)
- 신뢰 회복의 기회, 탈기레기의 기회

□ 자유 질의 및 응답

- 뉴스 자동화와 저널리즘 가치 구현의 문제
 - 한국언론진흥재단 뉴스트러스트 활동 개시, 어떤 가치들을 알고리즘으로 구현할 것인지 검토 중
- 연합뉴스의 기사 소매 및 경쟁 문제
 - 우리나라 뉴스 소비 공간의 80%를 차지하는 네이버에서 연합뉴스 기사가 많이 노출된 때도 있었지만 과거보다 노출이 덜되고 비율이 낮아지는 추세임. 뉴스 제목과 형식, 내용 등에 대한 고민 중
 - 포털에서 연합이 다른 언론사의 영역을 침해한다는 것에 대한 걱정과 우려는 그만해도 될 것 같음. 미디어 환경과 시대가 바뀌었으며, 통신사가 신문사와 방송사만을 대상으로 콘텐츠를 판매하는 시대가 아니라 네이버도 중요한 미디어 중의 하나로 취급하고 콘텐츠를 판매할 수 있다고 판단
- 네이티브 광고가 저널리즘을 훼손할 가능성
 - 예전의 기사형 광고 스타일, 협찬을 대가로 한 기사 교환 등은 저널리즘 관련 문제가 생길 수 있을 것임
 - 예전의 암거래 시장을 양성화할 필요. 네이티브 광고의 주체를 명시하고 투명하게 집행하며, 네이티브 광고와 관련된 가이드라인 등 사회적 합의가 이루어진다면 저널리즘 훼손 가능성은 줄어들 것임
- 저널리즘 동향으로서 ‘라이브’의 의미

- 미디어 경쟁은 결국 나의 시간을 누가 빼앗아 가는가의 게임이라고 할 때, 라이브의 매력은 그 때 그 시간에 거기 있어야만 소비 가능하다는 것이며 TV의 경우는 이 지점에서 한계를 갖는 반면 모바일의 경우는 그것을 가능하게 한다는 점임. 라이브의 속성은 그대로 있지만 그 실행 여부를 모바일이 해결해 준다는 의미

- 생산자 입장에서 라이브를 추동하는 동인은 지배적 플랫폼 사업자들이(페이스북, 유튜브, 아마존 등) 라이브에 우선권을 부여하고 가중치를 부여한다는 것임. 콘텐츠를 실어야 하는 사업자 입장에서는 지배적 채널들이 선호하는 방식을 택할 수 밖에 없음