



LINC3.0/AJ미디어루키스 5기

# 미디어를 넘어 우리의 미래를 만나다



고려대학교  
KOREA UNIVERSITY



링크3.0/  
AJ미디어루키스 5기  
공식영상

● LINC3.0 사업과 AJ네트웍스(주)의 후원으로 진행된 AJ Media Rookies는 고려대학교 미디어학부생 및 대학원생의 글로벌 역량 강화를 위한 해외 연수 프로그램입니다. 이번 기수는 미국 실리콘밸리와 샌프란시스코, 로스엔젤레스를 방문하여 구글, 메타 등 빅테크기업 및 스탠포드대, USC 캠퍼스, 할리우드 등 미국의 주요 미디어 사이트를 직접 탐방하고 업계 최고 전문가와 교류하는 기회를 가졌습니다.

지도 교수 | 이선경, 박아란

LINC3.0/ | 이한빈, 윤세현, 강언우, 김가영, 김미로, 신정원,  
AJ미디어루키스 | 박서현, 김영은, 이혜림, 조현빈, 전해린, 문도경

조 · 교 | 류중상, 임세린

발 간 일 | 2023년 7월 28일

편집디자인 | (주)나눔커뮤니케이션 02)333-7136

# Contents

## Advisors

- 04 교수님 소개
- 07 조교님 소개

## Rookies

- 10 미디어 루키스 소개 - 안녕하세요, 미디어 루키스입니다.
- 12 LINC3.0/AJ미디어루키스 5기 일정
- 14 꿈을 찾아가는 여정 - 발표문 (LINC3.0 Media Rookies)

## Rookies' Insights

- 18 질문가(加)\_질문을 더하다 - 구글, 메타 (김미로)
- 20 데이터 패권 경쟁의 중심, Meta와 Google을 방문하다 - 구글, 메타 (전혜린)
- 23 우리집 고물이 달라보여요!: 차세대 뉴미디어, VR - 스탠포드 VHIL (김영은)
- 26 VR 콘텐츠의 영향력: 하드웨어로 접속하지만, 소프트웨어로 몰입하는 가상환경 - 스탠포드 VHIL (박서현)
- 28 인간 중심의 AI를 향한 발걸음 - 스탠포드 HAI (윤세현)
- 32 열어놓고 연결하며 지배하는 시대 - LG 연구소, 메타 (신정원)
- 34 LG 테크놀로지 벤처를 방문하다 - LG 연구소 (전혜린)
- 37 기본을 지키는 것이 경쟁력이다. - 더 밀크 (강언우)
- 40 지속 가능 콘텐츠를 위한 수단의 혁신, 구독형 저널리즘 - 더 밀크 (박서현)
- 42 교육 혁신의 시대, 대학의 존재 의미는 무엇인가? - 유데미 (강언우)
- 44 사진예술사로 예측해보는 미디어 콘텐츠의 미래 - SF MOMA, 메타 (신정원)
- 46 Fight On! 이틀 동안 USC에서 느낀 에너지 - USC (윤세현, 전해린)
- 50 주성호의 '돈 벌 결심'과 이동훈의 '굿 쇼러너' - 콘텐츠진흥원 미국 센터 (김영은)
- 54 마침, - 구글, 메타, 메타 온라인 특강 (김미로)
- 56 할리우드가 만든 복제 세상, 미국 속 한국 콘텐츠 - 영상 (김가영)

## Rookies' journey

- 58 포토 에세이
- 62 Special Thanks to



## 설레임과 걱정이 기쁨과 보람으로 돌아온 미디어 루키스 여행



**이 선 경**  
고려대학교 미디어학부 교수

링크 3.0/AJ 미디어 루키스를 인솔하기로 결정되었을 때부터 여행을 떠나기 전까지 나의 마음은 기대 반, 걱정 반이었다. 굴지의 IT 기업들과 할리우드 영상 제작의 현장을 방문한다는 기대도 컸지만, 계획한 일정이 혹 어그러지지는 않을까, 학생들이 불평, 불만 없이 잘 따라줄지, 혹 불의의 사고라도 생기면 어쩌나 하는 생각들로 걱정이 되기도 했다. 걱정이 된 만큼 열심히 준비하려고 했던 것 같다. 코로나 상황으로 여전히 방문이 어려운 구글, 메타 등에 각종 네트워크 (주로 고대 동문들과 지인의 지인 등)을 동원하여 우리의 방문을 허락해줄 것을 부탁드렸고, 스탠포드 대학의 방문을 위해서 커뮤니케이션 학과의 교수 다섯명에게 연락을 했다. 구글에 방문하기 하루 전날까지도 우리 16명이 다 들어갈 수 없을 수도 있다는 말에 박아란 교수님과 조교 두 명, 그리고 자원하여 희생하는 학생 두 명까지 우리 6명은 밖에서 기다리겠다고 각오하던 중 정말 기적같이 마지막 순간에 모두 들어갈 수 있게 되어서 너무 감사하고 감격적이었다. 양보하려고 마음 먹었던 우리 6명은 오히려 새로 생긴 캠퍼스도 구경하고, 20-30대의 젊은 구글러들과 만나서 다양한 시설을 둘러보고 이야기 나눌 수 있는 시간을 가지게 되어 더 기쁘기도 했다.

스탠포드의 교수들은 그 명성만큼이나 바쁘고 도도(?)하여 연락이 잘 되지 않았는데, 다행히 아는 교수들 통해 소개받은 Jeremy Bailenson은 아는 사람의 이름을

언급하여 그랬는지는 모르겠지만 흔쾌히 우리의 VR랩 방문을 허락해주었고 학생들과 40분여의 미팅도 가지겠다고 했다. 짧은 시간에 많은 아이디어를 얻기 위해 학생들에게 다소 어려울 수 있는 연구 논문도 팀으로 나누어 네 편 읽고 사전 모임을 통해 요약 발표, 토론 질문도 준비해서 갔다. 다행히 학생들은 랩 체험을 즐거워했고, 미팅 시간에 침묵이 없을 정도로 계속 준비했던 질문을 하고 또 대답을 들으며 토론을 진행했다. Bailenson 교수는 그 동안 방문했던 많은 그룹들 중에 우리처럼 훌륭히 준비된 그룹은 없었다고 칭찬을 해주어 또 보람을 느꼈다.

이렇게 첫 날의 일정을 소화하고 둘째날의 LG 벤처 캐피탈과 더 밀크, 메타 방문은 첫 날의 감격과 기쁨이 채가시기도 전에 더 큰 자극과 배움, 감탄을 안겨주었다. 실리콘 벨리에서 한국 및 해외 스타트업의 잠재력을 평가하고 투자하는 벤처 캐피탈의 김동수 대표님을 통해 시장을 보는 안목과 전망에 대해 경험을 나누고, 더 밀크의 손재권 대표님을 통해 저널리스트로서의 열정과 창업 성공담을 나누고 점심 식사도 함께 했다. 학생들에게 더할 나위 없이 값진 배움과 자극이 되었다고 생각했다. 이후 메타에서 한국인, 재미교포 1.5세 및 2세 들의 활약을 접하고 무려 15명 이상의 직원들이 시간이 되는데로 우리와 오후 내내 저녁까지 만나줘서 사실 나는 이게 실제인가, 좀 신기하기도 했다. 대부분의 직원들이 대학 혹은 대학원 졸업 한지 5년 미만의 젊은 친구들이라 우리 학생들과 연령도 비슷하고 아마 고민하는 것들도 비슷해서 그런지 다들 너무 금방 친해지고 이야기도 잘 나누었다. 아무래도 우리 이전의 루키스 팀의 방문이 좋아서 좋은 소문이 돌았고 그래서 더 많은 직원들이 우리를 만나려 온 듯 했다. 또 멀리 타지에서 공부하고 일하는 것이 결코 녹

록치 않을 텐데 그래서 한국에서 온 대학생들을 통해 잠시나마 향수를 달래는 것도 없지 않을 듯 했다. 그들 중 메타 서부 지부에서 일하다가 싱가포르 지역으로 옮기고 싶다는 한 직원의 말을 들었을 땐 놀랍기도 하고 측은하기도 했다. 아무리 남들이 부러워하는 세계 최대의 IT 기업에 다니지만 결국 내가 친숙한 문화권에 사는 것이 더 행복한 것일까.. 하는 생각도 들었다. 아무튼 메타 직원들은 우리 학생들에게 정말 친절하게 대해주었고 이후 아이스크림 교제도 하고 샌프란시스코로 이동한 이후의 숙소까지 찾아올 정도로 금세 친해졌다.

샌프란에서의 일정도 손색이 없었다. 교육용 소프트웨어를 개발하는 유데미의 송세규님의 토크는 학생들에게 감동 그 자체였다. 본인의 인생 여정과 샌프란시스코라는 도시도 소개하면서 유데미라는 회사가 어떤 일을 하고 본인의 업무는 무엇인지 소개하실 때 인생에서 도전정신과 결단이 얼마나 중요한지 깨달을 수 있었다. 안정적인 대기업을 퇴사하고 새로운 공부를 하고 낯선 곳에서 자신의 삶을 개척한 송세규님의 삶은 분명 우리 학생들에게도 많은 생각을 하게 했을 것이다.

샌프란에서의 둘째날은 자연과 예술을 함께 경험하는 날로 기획했다. 지난 루키스팀의 일정을 참고해서 금문교에서 기라델리 광장까지의 걷기 투어를 계획했는데 지도를 찾아보니 충분히 가능한 거리와 시간이었고 풍광도 좋을 것 같았다. 예상했던 대로 멋진 바다 풍경을 보며 며칠의 바쁜 일정을 반추하며 두시간 정도 걸었고, 다소 지칠 때쯤 기라델리 광장에 도착해 달콤한 초콜릿과 맛있는 점심으로 원기를 회복할 수 있었다. 링크의 예산으로는 허락되지 않은 문화예술 활동은 학부의 AJ 기금으로 지원해 주셔서 샌프란시스코 현대미술관을 방문할 수 있었다. 미디어학부생들 중에는 영상제작의 길을 꿈꾸는 친구들도 많고, 또한 기자가 되건, PD가 되건, 또 새로운 미디어 산업의 주역이 될 때 예술적 감각은 중요한 자산이라고 개인적으로 생각하기에 미술관 방문을 꼭 하고 싶었다. 피곤한 학생들은 호텔에서 쉬어도 된다

고 했지만 전원 참석했고 예상보다 반응이 너무 좋았다. 자유롭게 여러 층을 돌아다니며 미술품 감상도 하고 특별전시에서 기획된 음악과 미술품의 조화, 힐링의 시간을 가졌다. 한국이 낳은 세계적인 아티스트, 김환기와 백남준의 작품도 감상할 수 있어서 뿌듯했다. 개인적으로는 프리다 칼로의 남편, 디에고 리베라의 뮤럴이 참 인상적이었다. 미술관 일층 전면에 전시된 벽화로 세계사의 주요 장면과 인물들을 담은 작품이었다. 그 것 하나만으로도 SF MOMA를 방문할 충분한 가치가 있다고 생각되었다.

총 11박 13일의 일정 중 단 하루의 자유시간을 가졌고, LA로 넘어간 이후의 일정들도 박아란 교수님의 세심한 배려와 열성적인 준비로 촘촘하고 유익한 일정들이 되었다. USC와 콘텐츠진흥원 방문, 할리우드 스튜디오 방문들은 모두 신선한 자극과 배움이 되었고 더욱욱 친해진 학생들과 정말 길이 남을 추억의 시간들이 되었다. 이 모든 일정이 안전하고 즐겁게 진행될 수 있었던 데는 물론 링크 사업단과 AJ 미디어의 지원이 시초가 되었지만, 숙박과 항공편 예약을 도와주고 학생들과의 연락을 담당해주었던 류종상, 임세린 두 조교의 도움이 너무 컸고, 또 반짝반짝한 눈빛과 해맑은 웃음으로 열심히 질문하고 일정에 적극적으로 참여한 우리 미디어학부 루키스들의 노력이었다고 생각한다. 덕분에 나의 걱정들은 모두 자연스레 해소되었고 나의 기대는 두 배, 세 배 이상으로 채워져 일정을 끝내고 돌아가는 마음이 정말 흐뭇했다. 모든 과정을 함께 고생해주신 박교수님과, 또 한국에서 처음부터 끝날 때까지 도와주시고 응원해 주신 민영 원장님, 그리고 이러한 보람된 프로그램을 개발하여 많은 학생들에게 평생 잊지 못할 기회와 기억을 선물하신 마동훈 교수님, 김성철 교수님께 감사하단 말씀 꼭 드리고 싶다. 루키스를 거친 우리 학부생들이 졸업하고 사회에 나가서 우리 학교와 학부를 자랑스럽게 할 훌륭한 인재들로 성장하리라 믿고 또 바라본다. 루키스 화이팅!

## 캘리포니아 햇살보다 더 빛나던 미디어 루키스와 함께 한 여정



**박 아란**  
고려대학교 미디어학부 교수

고려대학교 미디어학부의 자랑스러운 국제프로그램인 미디어 루키 프로그램이 2023년 1월 30일부터 2월 11일까지 시즌 3 활동을 진행하게 되었다. 코로나19로 인한 여러 활동 제약과 마스크 착용규정이 완전히 해제되지 않은 상황에서 미디어 루키 프로그램을 준비하는 과정의 심정은 설렘 반 걱정 반이었다. 혹시 발생할지 모르는 타국에서의 코로나19 감염을 대비하여 민영 원장님께서 챙겨주신 자가진단키트 한 묶음을 여행가방에 챙겨 넣을 때의 착잡했던 마음이 다시금 떠오른다. 마스크를 쓴 학부생 12명과 대학원생 2명과 함께 비행기에 탑승하던 순간도 매우 긴장되던 장면으로 기억된다.

그러나 햇살 가득한 샌프란시스코 공항에 도착했을 때부터 미디어 루키스의 긍정적 에너지가 빛나기 시작했다. 각자 조를 나누어 우버를 이용하여 숙소로 이동하고, 다음 날부터 바로 실리콘밸리에서 구글, 메타와 같은 빅테크 기업에서 장시간 면담을 진행하고 스탠포드대에서 다양한 활동을 이어갔다. 또한 TheMilk, LG연구소에서는 실리콘밸리 미디어산업에 대한 생생한 이야기를 들을 수 있었다. 이처럼 미국 땅을 밟자마자 뽀뽀한 일정을 이어나갔지만 루키스 학생들은 놀라울 만큼 스마트하고 활기찬 모습이였다.

LA로 이동하여 USC 아넌버그 스쿨에서는 학부수업에 직접 참여하여 우리 학생들이 한국 음식에 대해 소개하는 발표도 했다. 우리 학생들의 뛰어난 프리젠테이션 실력을

익히 알고 있었지만, 루키들은 기대를 뛰어넘을 정도의 멋진 발표를 하여 미국 학생들에게 강한 인상을 남겼다. 실제로 해당 수업의 미국 교수님께서 수강생들의 피드백을 전해주셨는데, 미국 학생들이 한국의 음식문화에 대해서도 많이 배웠지만 우리 학생들이 타국의 강의실에서 당당하게 발표하는 모습이 인상적이고 멋있었다는 피드백이 많아서 굉장히 뿌듯했다. 이틀 동안 이어진 USC 아넌버그 스쿨의 다양한 일정들을 진행하는 데에는 USC 김수정 교수님의 도움이 매우 컸다. 세심하게 일정을 챙겨주고 학생들과 대화의 시간도 흔쾌히 내어준 김수정 교수님께 진심 어린 감사를 전하고 싶다. 한국콘텐츠진흥원 미국비즈니스센터에서는 K-contents의 미래에 대해 현장의 이야기를 들을 수 있었고, 헐리웃에 진출하신 엔터테인먼트 대표님의 특강도 다른 곳에서는 들을 수 없었던 귀한 내용으로 가득했다.

캘리포니아에서 햇살처럼 밝게 빛나는 미디어 루키들과 여정을 함께 할 수 있었던 것은 개인적으로도 너무 소중한 경험이었다. 교수이자 여행의 인솔자라기보다는, 루키들과 함께 모험을 떠나는 여행 동반자가 된 느낌이었다. 학생들 만큼 에너지 넘치는 이선경 교수님과 여정을 함께 하게 된 것도 감사하고 행복한 일이었다. 이선경 교수님과 일정을 논의하고 함께 웃으며 사진을 찍던 시간들은 소중한 추억으로 남을 것 같다. 그리고 이 일정이 가능할 수 있도록 정말 많이 고생한 우리 두 조교, 대학원생 임세린 씨와 류종상 씨에게도 따뜻한 감사의 말을 전하고 싶다. 앞서 미디어 루키스 프로그램을 진행해주신 교수님들과 루키스를 응원 해주신 미디어학부 교수님들께도 감사하다는 말씀을 드리고 싶다. 앞으로 또 다른 미디어 루키들이 새로운 장소에서 모험을 떠나는 힘찬 발걸음을 이어가기를, 그 길이 항상 빛나기를 응원한다.

## 생동하는 다양성, 미디어 루키스와 함께한 열흘



**임 세 린**  
고려대학교 미디어학과 석사 과정

이번 링크 3.0/AJ 미디어 루키스 프로그램은 진정한 '미디어 다양성'이 무엇인지에 대해 몸소 체험할 수 있는 귀중한 시간이었습니다. 키워드로 나열하자면 VR, AI, Journalism, Google, Meta, Education, Studio, Entertainment 그리고 Hallyu까지. 말 그대로 이번 프로그램은 '미디어'와 '다양성'을 구축으로 진행되었던 하나의 거대하고도 가치 있는 메커니즘 그 자체와도 같았습니다.

Stanford HAI 방문은 미디어 규제, 정책, 그리고 윤리를 공부하는 저에게 다양한 인사이트를 제공 해 줌과 더불어 연구 문제들에 대해 고민 해 볼 수 있는 귀중한 기회였습니다. HAI 연구소는 컴퓨터 과학, 경제, 교육, 문학, 철학 그리고 법학 등 정말 다양한 학문 분야에 걸친 강점들을 활용하여 정책 대상자들을 위해 AI 기술을 이해시키고 관리하는 역할과 연구를 이어 나가고 있었습니다. 이에 저는 인간과 디지털 기술이라는 틀 안에 AI의 발전을 어떤 윤리적인 시각으로 바라보아야 할지, 규제가 필요하다면 어떠한 방향으로 나아가야 할지, 그리고 정책은 어떻게 개발되어야 할 지에 대해 생각해 볼 수 있었습니다. USC Annenberg는 따사로웠습니다. 학부생들과 함께 따뜻한 서부의 햇볕을 느끼면서 캠퍼스 투어를 했던 경험도 정말 행복했고, 다같이 말차 커피를 먹으면서 본교 학생들과 어울릴 수 있었던 기억이 아직도 생생하게 남아 있습니다. 이후 김수정 교수님께서 감사하게도 USC 박사과정생 분들과 면담할 수 있는 기회를 제공 해 주셔서 해외의 생활은 어떠하신지, 어떤 분야를 연구하고 계시는지

에 대해서 보다 더 생생하게 들을 수 있었습니다. 그 시간만큼은 잠시나마 루키스 조교가 아닌 석사과정생의 마음가짐으로 평소 궁금했던 질문도 드리고 소중한 답변도 얻을 수 있었습니다. 이러한 기회를 만들어 주신 김수정 교수님께 다시 한번 감사의 인사 드리고 싶습니다.

LA 콘텐츠 진흥원과 Universal Studio 그리고 Warner Bros Studio에서의 경험은 결국 'Intellectual Property'의 중요성을 다시 한번 상기시킴과 동시에 미국 시장에서 한류의 위치를 날카로운 시각으로 바라볼 수 있었습니다. 특히 주성호 센터장님의 생동감 있는 특강을 통해 웹툰IP와 OTT산업을 비즈니스 적인 측면에서 배울 수 있었고, 결국 한류의 힘은 우리의 콘텐츠를 지키는 것이라는 점을 배울 수 있었습니다. 그러면서 과연 우리는 한류 콘텐츠를 보호하기 위해 어떠한 노력을 취하고 있나? 라는 의문점으로 귀결되었는데, EU가 자국 콘텐츠 보호 정책을 펼치는 것처럼 한국도 정책 마련에 대한 더욱 심층적인 연구가 필요하겠다는 생각도 해보게 되었습니다. 이후 Universal과 Warner Bros Studio에서는 다시 한번 미국의 강력한 소프트 파워를 경험할 수 있었습니다. '해리포터', '트랜스포머', '심슨' 그리고 평소에 재밌게 보았던 시트콤 '프렌즈'와 '길모어걸즈'의 스튜디오 방문을 통해 Well-Made 콘텐츠는 단순 미디어에서의 소비를 넘어 실제로 시청자들을 매료시키는 '현장감'을 선사할 수 있다는 점이 정말 부러웠고 대단하다고 느꼈습니다.

끝으로 이번 링크 3.0/AJ 미디어 루키스 프로그램은 생동감 있는 미국의 미디어 환경을 직접 경험하면서 한국의 미디어 산업과 한류, 그리고 연구가 어떻게 발전되어야 할지에 대해 고민 해 볼 수 있는 소중한 기회였습니다. 귀중한 프로그램을 이끌어 주신 이선경 교수님, 박아란 교수님, 소중한 12명의 루키스 친구들을 비롯해 많은 지원을 해 주신 관계자분들께 감사의 말씀을 전하고 싶습니다. 감사합니다.

## Link in Bio



류 종 상

고려대학교 미디어학과 석사 과정

### LINC.30 / AJ Media Rookies program

Silicon Valley, San Francisco, and Los Angeles are all significant hubs for the global media industry. Each region serves as a dynamic center of expertise and creativity, fostering diverse companies and ecosystems that drive innovation and fuel growth within the industry. By participating in the LINC.30 / AJ Media Rookies program, we had an opportunity to enhance our understanding of the media landscape, learn about different career paths, and potentially establish connections that may be beneficial in the future. Additionally, visiting media schools had offered valuable educational insights, exposing students to specialized programs and resources available for studying media-related fields. Personally, as an individual with a particular interest in HAI

(Human-AI Interaction), visiting Stanford University's HAI LAB has been a defining experience in shaping my future goals.

### Connecting the dots

The most remarkable aspect of Media Rookies is the opportunity for its members to observe the entire ecosystem from various perspectives at different levels. On the second day, we had the privilege of meeting with CEO Kim Dong-Soo of LG Technology Ventures, responsible for venture investments in the Silicon Valley area. We engaged in discussions primarily focused on the future of VR and AR, investment prospects in the media industry, and gained insights into their investment strategies. Following that, visiting a journalism startup where we had the opportunity to hear their perspective on strategies to secure investments. This allowed us to understand the startup's viewpoint and learn about the specific approaches they were implementing to attract investment. Overall, the LINC.30 / AJ Media Rookies program offered a unique

and diverse experience, enabling us to interact with key figures in the industry, gain insights into emerging technologies and investment trends. Experiencing such encounters enables us to consider the diverse origins from which phenomena arise when we observe them. Ultimately, the practice of deeply contemplating the best possible outcomes is also relevant to determining our attitude towards future life choices.

### Alone we can do so little; together we can do so much

I would like to express my deep gratitude to Dean Young Min for overseeing this program so effectively. School's support and guidance have provided us with valuable knowledge, insights, and opportunities to enhance our capabilities and expand our networks. The

experiences gained through this program would have been difficult to achieve on my own. I would also like to express my gratitude to Professor Sun Kyong Lee and Ahran Park who have coordinated and taken responsibility for all the schedules. I would like to extend my appreciation to Professor Seongcheol Kim and Professor Yoonhyuk Jung for their dedicated support and attention to the students even amidst their demanding schedules. Min Chan Andrew Kim in New York, who has shown great care and support as if it were his own matter, you are the best friend anyone could have. Last but not least, I would like to express my heartfelt appreciation to the 12 media rookies, I am glad that we were able to successfully conclude the program safely. Thank you all for making this journey memorable and enjoyable.

## Rookies 소개



김영은

꿈으로 착각할 정도로 12일 간의 여행이 아득하게 느껴지는 한편, 자기소개를 쓰는 지금도 설렘으로 가슴이 뵈 만큼 매 순간이 생생하게 기억납니다. 미국이라는 넓은 땅에서 그보다 더 큰 비전을 갖고 살아가는 사람들을 만나며 그간 제 스스로 저의 한계를 정해두었음을 깨달았습니다. 제 인생의 터닝포인트를 만들어주신 LINC 미디어 루키스 프로그램 관계자분들과 미국에서 만난 모든 분들, 그리고 뜻깊은 여정을 함께 한 루키들에게 감사드립니다.



박서현

미디어학을 전공하고 있지만 항상 수용자의 입장이었던 저로서는, 이번 활동에서 미디어 콘텐츠를 기획하고, 창작하고, 진흥하고, 유통하는 많은 사람들을 만난 것이 큰 행운이자 배움의 경험이었다고 생각합니다. 늘 줄글로만 봐왔던 콘텐츠의 힘, 발전 가능성, 앞으로 나아가야 할 방향을 온몸으로 느낄 수 있었습니다. 한편으로 미디어 콘텐츠처럼 저 또한 지니고 있는 무궁무진한 발전 가능성을 발견하고 펼칠 수 있도록 밑거름이 되어 준 이번 활동에 큰 감사를 느낍니다.



이혜림

사람과 사람을 잇는 콘텐츠, 다큐멘터리 PD를 꿈꾸는 미디어학부 이혜림입니다. 미디어루키스 프로그램을 통해 세계적으로 영향력 있는 콘텐츠의 본고장인 SF와 LA를 방문했습니다. 잊을 수 없는 지난 11일 간의 여정은 미디어에 대한 견문을 넓힐 수 있는 좋은 기회였습니다. 열정으로 똘치 루키들과 함께 VR 기술과 콘텐츠의 결합, 저널리즘이 나아갈 방향을 제시하는 비전을 경험할 수 있어 영광이었습니다. 프로그램을 지원해주신 미디어학부 구성원분들에게 감사드립니다!



김가영

캘리포니아에서 아침에 눈을 뜰 때마다 꿈을 꾸는 것 같았습니다. 미디어 콘텐츠의 중심지로 스앤젤레스, 그리고 미디어 테크놀로지 전 세계를 뒤흔드는 실리콘 벨리를 탐방하며 미디어에 대한 열정과 꿈이 더욱 커졌습니다. 미디어 연구에 앞서 나가고 있는 대학과 기업을 방문하고 미팅 사이 우버에서 루키스 친구들과 느낀 점을 나누며 13일 동안 오로지 미디어에 대해서 고민할 수 있었습니다. 평생 잊지 못할 경험을 선물해 주신 이선경 교수님, 박아란 교수님 그리고 미디어 루키스 진심으로 감사합니다.



김미로

새로운 미디어 공간을 기획하는 개척자, IT 플랫폼 PM을 꿈꾸고 있는 김미로입니다. 커리어 자체에만 집중하던 저는 이번 활동을 통해 진짜 꿈을 꾸게 된 것 같습니다. 다양한 분야에서 만난 분들과, 영감을 주던 장소들 그리고 함께한 미디어 루키스 친구들로부터 많은 것을 배울 수 있었습니다. 질문하고 소통하는 용기를 가지고 옳은 방향으로 성장해서 고려대학교 미디어학부의 자랑스러운 인재가 되겠다는 새로운 꿈도 생기게 되었습니다. 소중한 프로그램을 준비해주신 이선경 교수님, 박아란 교수님, 조교님들과 LINC 3.0 관계자분들께 감사의 말씀 드립니다.



신정원

기자가 되고 싶어서 미디어학부에 들어왔습니다. 대학방송국 기자로 일하면서 많은 현실적 어려움을 마주했습니다. 문제가 느껴지니, 질문이 많아졌습니다. 답을 얻기 위해 군 제대 후 교환학생이 됐습니다. 귀국 후 바로 미디어 루키스 프로그램에 참여했습니다. 어떤 문제의식을 갖고 무엇을 어떻게 질문해야 하는지, 앞으로의 계획을 진심으로 설계할 수 있는 소중한 여정이었습니다. 도와주셔서 감사합니다. 끊임없이 질문하고, 더 깊이 공부하는 사람이 되겠습니다.



이 한 빈

우리는 모두 미래에 어떤 사람이 될지, 무슨 일을 하고 있을지 고민을 한 번쯤은 해봤을 것입니다. 미디어뿐만 아니라 이중, 복합, 융합 등 무엇을 공부할지, 아니면 어떤 직무로 인턴을 해볼지, 다양한 경험을 쌓아서 미래를 위한 준비를 천천히 해가고 할 것입니다. 미디어루키스에서 해답, 경험, 그리고 깨달음을 드립니다. 수많은 경력직을 만나 wider perspective를 느껴볼 소중한 기회입니다. 기회가 되신다면 꼭 참여하세요, 절대 후회 안 합니다.



윤 세 현

세상에 선한 영향력을 끼치는 사람이 되고 싶은 미디어학부 윤세현입니다. 미국에서의 2주는 미디어의 영향력을 다시금 체감할 수 있는 시간이었습니다. 변화하고 발전하는 미디어 산업 환경 및 학계를 최전선에서 보고 느끼고 경험하며, 앞으로 미디어가 바꾸어나갈 세상을 상상해보고 미래를 향해 달려나갈 에너지를 얻을 수 있었습니다. 소중한 기회 만들어주신 모든 분들께 진심으로 감사의 말씀을 전하고 싶습니다!



전 혜 린

여태껏 한국에서 얻을 수 있는 배움에 만족하며 살아온 저에게, 캘리포니아에서 보낸 2주는 너무나도 아름다운 시간이었습니다. 메타와 구글 회사에서 만난 소중한 인연들, USC 대학교에서 보낸 이틀, '더 그로브 몰'의 야외 카페에 혼자 앉아 느낀 상쾌한 공기는 앞으로 더 넓은 세상에서 공부해 보고 싶다는 새로운 삶의 목표를 갖도록 이끌었습니다. 늘 학생들에게 아낌없이 투자해 주시는 미디어학부와 교수님들께 깊은 감사의 말씀을 드립니다.



조 현 빈

미국에 머물렀던 시간들이 아직도 꿈만 같습니다. 이제까지 보아왔던 것보다 훨씬 더 넓은 세상을 딱 차게 경험한 시간이었어요. 누구보다 열정적으로 나아가고 계신 다양한 분들을 만났고, 그 속에서 반짝이는 열정을 보여주었던 루키스 팀원들에게서도 많은 것을 배웠습니다. 행복한 추억을 만들어준 우리 루키스, 안전하고도 알찬 프로그램을 위해 힘써주신 조교님들과 교수님들, 그리고 잊지 못할 기억을 선물해주신 모든 관계자 분들께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.



강 언 우

안녕하세요, 경영학과 18학번 강언우입니다. 저는 기업 경영을 통해 사회 문제를 해결하겠다는 목표로 경영학과에 진학했고, 지금은 미디어 기업의 경영자가 되어 언론에 내재한 문제를 해결하겠다는 꿈을 갖고 있습니다. 미디어 루키스 프로그램은 미디어와 경영을 함께 공부하며 꿈을 향해 한 걸음씩 나아가고 있던 제게 큰 날개를 달아주었습니다. 좋은 인연을 이어주고 그들을 통해 수많은 영감을 선물해준 LINC 3.0사업단과 미디어학부에 진심으로 감사합니다. 꿈으로 나아가는 과정에서 가족, 친구, 대학, 선배, 그리고 우리 사회에 대한 사랑을 항상 마음속에 품겠습니다.



문 도 경

안녕하세요. 여전히 캘리포니아에서의 추억을 꺼내 먹는 문도경입니다. 글로만 접한 미디어 산업의 동향을 실제 종사자의 목소리로 듣고 그 현장을 직접 눈으로 보았습니다. 아낌없는 조언을 주신 수십 명의 분들께 감사의 인사를 드립니다! 무엇보다 저마다의 꿈과 열정을 한아름 안은 루키 학우들과 함께해서 행복했습니다. 대학 생활에서의 소중한 경험을 만들어 주신 고려대학교 LINC 3.0 관계자, 교수님, 조교님께 진심으로 감사드립니다.

# LINC 3.0

## AJ미디어루키스

### 5기 일정



1월 31일 화

- ✓ Palo Alto
- Google (박성준 교수님, Min Choi님)
- Stanford Univ. Office Group Tour
- Virtual Human Interaction lab tour (Brian Beams & Dr. Jeremy Bailenson)
- Tour and Meeting with HAI (Directors John Robichaux)



2월 2일 목

- ✓ SF downtown
- UdeMy 송세규님



2월 5일 일

- ✓ SF, LA
- SFO출발, LAX도착



2월 4일 토

- ✓ SF
- Adobe Software Engineer (Yoojin Jang)



2월 1일 수

- ✓ Palo Alto
- LG연구소(김동수 대표님)
- 더밀크(손재권 대표님)
- Meta (김홍순 님 및 메타 직원들)



1월 30일 월

- ✓ Incheon, SF
- ICN 출발, SFO 도착



2월 3일 금

- ✓ SF downtown
- Golden gate bridge, Ghirardelli square, China town
- SF SOMA



2월 6일 월

- ✓ LA
- USC Campus tour
- Meet the current Annenberg Korean graduate students
- Visit to the Korean Studies Institute
- Visit to Food Storytelling class (Prof. Jenn Floto)



2월 7일 화

- ✓ LA
- Meet the Directors: Gordon Stables (Journalism) and Hector Amaya (Communication)
- Annenberg Tour (Media Center)
- 'Voices of a Movement' premiere and Q&A (Lora King)
- Roundtable (USC program representatives)
- Guest lecture (Prof. Su Jung Kim)



2월 9일 목

- ✓ LA
- Warner Bros. Studio



2월 8일 수

- ✓ LA
- Universal Studio
- 콘텐츠진흥원 미국비즈니스센터 (주성호 센터장님)
- Special lecture by Entermmedia CEO, Dong Hun Lee (producer of abc "Good doctor")



2월 10일 금

- ✓ LA
- LAX 출발



2월 11일 토

- ✓ Incheon
- ICN 도착, 해단식



# 꿈을 찾아가는 여정

## - 2022학년도 고려대학교 LINC 3.0 글로벌 성과공유회 발표문

발표자: 김미로, 신정원

발표문 작성: LINC3.0/AJ미디어루키스 5기 전원



우리 루키들은 각자 '장래희망'을 갖고 '질문'과 함께 출발했다. 기자, 프로듀서, 광고기획자, 프로덕트매니저, 다큐멘터리 영화 감독, 미디어 스타트업 종사자, 사업가, 미디어 경영인과 법조인 등등... 2주 동안 캘리포니아에서 만난 수많은 인생 선배들은 루키들이 장래희망을 생각하며 던진 질문들에 뜻밖의 답변으로 답했고, 우리의 꿈은 장래희망이 아닌 비전으로, 수단이 아닌 목표로 바뀌기 시작했다.

미디어 커뮤니케이션 분야에서 일하고자 하는 우리들의 공통점은 콘텐츠를 만들어내는 사람, 즉 콘텐츠 크리에이터들이라는 점이다. 콘텐츠 크리에이터가 되고 싶은 우리 루키들의 질문은 크게 세 가지, 지속가능성, 글로벌화, 그리고 K-콘텐츠에 대한 질문이었다.

어떻게 해야 지속가능할 수 있을까에 대한 의문에서 출발했다. 거대 플랫폼이 언론 보도를 독식하는 생태계에서, 클릭을 유도하는 양산형 콘텐츠가 쏟아지고, 결국 미디어 콘텐츠의 질은 악화되고 있다. 플랫폼은 지속가능하지만, 콘텐츠를 만들어내는 사람들은 수익을 낼 수 없는 구조, 그래서 지속할 수 없는 구조다.

실리콘밸리 팔로알토에서 뉴스 스타트업 더밀크의 손재권 대표님을 만났다. 테크, 스타트업, 미국 주식 등 다양한 분야의 콘텐츠를 제공하는 '더 밀크'는 단계별 구독 모델을 제공하는 프리미엄 저널리즘 플랫폼이다. 견고한 더밀크의 수익 구조는 양질의 기사를 만들어내는 일등공신이 되었다. 더밀크의 대표이신 고려대학교 한문학과 94학번 손재권 선배님은 "중요한 건 콘텐츠, 즉 내용"이라고 말한다. 내용을 제대로 전달하기 위해서라면 수단은 환경에 맞춰 끊임없이 변화할 수밖에 없다. "내용을 위한 수단의 혁신". 이게 바로 더밀크의 선택이자 지속 가능한 언론으로의 첫 걸음이었다. 정보 전달의 수단인 언론, 그 모델에 변화를 줘서 효과적인 콘텐츠 전달을 가능하게 하는 것이다. 우리 루키들은 단순히 양질의 콘텐츠를 만들어내지 못하는 현실 앞에 좌절하는 대신, 그런 콘텐츠를 담을 수밖에 없도록 하는 수단, 혹은 그런 콘텐츠를 생산해내는 구조 자체에 대해 고민하기 시작했다.

미래의 미디어 콘텐츠 크리에이터들이 다룰 모델, 혹은 수단, 혹은 구조에 대한 고민의 해답을 찾기 위해서는 시야를 넓혀 세계를 바라봐야 한다. 탑 글로벌 미디어 스쿨인 서던캘

리포니아대학교 애너버그 커뮤니케이션저널리즘스쿨을 방문해 연구협력에 대한 논의와 여러 가지 교류 프로그램에 참여했다. "140개의 국가에서 온 사람들이 모여, 220개의 서로 다른 언어를 사용하며, 코리아타운부터 리틀에티오피아까지 존재하는, 그 어느 도시보다 다양성이 높은 LA의 중심에" 위치한 애너버그 스쿨의 모든 구성원들은 학교의 최대 강점을 '글로벌함'으로 꼽는다. 저희 루키들이 이곳에서 보낸 이들은, 이 학교가 그토록 강조하는 '글로벌'이 도대체 뭘까에 대한 답을 찾아가는 과정이었다.

먼저 LA폭동을 일으킨 로드니 킹의 친딸 로라 킹과 만났다. 현재까지도 여전히 해결되지 못한 인종차별, SNS로 인해 심해지는 사실 왜곡과 혐오의 문제. 여기서 미디어를 공부하는 사람이라면 "정책을 제시하고 인식 개선에 기여해 문화 다양성을 이끌어야 한다"고 애너버그 스쿨은 말한다. 문화뿐 아니라 기술도 다양해진다. 로라 킹과의 인터뷰는 대화형 비디오 기술, 즉 청중이 질문을 던지면 AI가 로라 킹의 사전 답변을 조합해 그녀의 목소리로 대답하는 형태로 이뤄졌다. "새로운 기술에 적극적으로 투자하고 이를 적절히 활용하는 것"이 글로벌함으로 나아가는 전략이라는 걸 배울 수 있었다.

루키들이 직접 수업을 이끌어볼 기회도 주어졌다. 푸드 스토리텔링이라는 수업이었는데, 여기서는 한국의 밥, 디저트, 학교급식 문화를 사회문화적 맥락과 함께 소개하고 현지 학생들과 한식 디저트를 나눠먹으며 직접 글로벌 크리에이터가 돼 봤다.

한편 한국 문화를 알리기 위해 이미 노력하고 있는 한국학 연구소, '안창호 패밀리 하우스'에 방문해 글로리아 구 부국장을 만났다. 미디어에 한국이 더 자주, 왜곡되지 않은 올바른 모습으로 비춰질 수 있도록 노력하고 있다는 이야기를 들으며, "대중이 역사와 문화에 대해 올바른 관심을 갖도록 하는 콘텐츠 크리에이터로서의 책임감"을 다시 한 번 느꼈다.

지속가능성과 다양성에 대한 해답은 K-콘텐츠에 대한 고민으로 이어졌다. LA에 위치한 한국콘텐츠진흥원에서 주성호 콘텐츠진흥원 미국센터장님과 엔터미디어픽처스 이동훈 대표님을 만나 콘텐츠 산업과 개발에 대한 이야기를 들었다.

한국콘텐츠진흥원 미국 센터의 대표를 맡고 있는 주성호 센터장님은 한국 콘텐츠 산업의 현주소와 나아가야 할 방향에

대한 많은 인사이트를 주셨다. 한국에서 콘텐츠 개발 사업이 돌아가는 구조와 세계 콘텐츠 시장에서 한국의 입지에 대해 더욱 현실적인 언어들로 사제로 체험할 수 있었다. 국가적 지원과 투자 덕분에 많은 크리에이터가 좋은 기회를 얻고 있고, 한국의 콘텐츠도 해외에서 잘 자리잡는 계기가 되었다는 것 만큼은 분명해보이지만, 이제 그 인기의 유지와 확장이 중요해지면, 콘텐츠의 원본성과 창의성 그리고 크리에이터의 자유를 보장할 수 있는 방향으로 우리 산업이 나아가야 하지 않을까 하는 생각이 들었다.

공교롭게도 그 해답의 실마리는 이동훈 대표님과 대화에서 얻을 수 있었다. 이동훈 대표님은 현재 미국에서 한국 콘텐츠의 가능성을 알리고 그 콘텐츠들의 제작 기획을 전반적으로 주도하는 ‘쇼 러너’로서 일하고 있다. 미국에는 ‘쇼 러너’라는 개념이 있어 투자자, 제작자의 고유한 역할과는 별개로 피칭과 프로듀싱 전반을 바로 이 ‘쇼 러너’가 담당한다. 한국의 콘텐츠 기획 프로세스도 이러한 개념을 도입하여 새롭게 발전하면 좋겠다는 생각이 들었다. 더 나은 콘텐츠 개발이라는 공통의 목표를 가지고, 각 분야의 역할과 권한을 명확히 보장한다면 더욱 효율적이고 창의적인 프로젝트 진행이 가능하지 않을까. ‘콘텐츠’가 살아남는 방법, 그리고 ‘콘텐츠 크리에이터’가 살아남는 방법이 무엇인지 생각해보도록 하는 시간이었다.

콘텐츠 크리에이터로서 자신만의 콘텐츠를 갖고 세계적으로 지속가능해질 준비를 하는 한편, 우리 미디어 루키들은 이번 여행에서 우리가 뛰어놀 공간인 학계와 산업계에 대해서도 탐구했다.

먼저 학계의 정체성에 대해 질문했다. 혹자는 대학 무용론을 말한다. 대학이 예전만큼 필수적이지는 않으며, 수많은 교육 플랫폼으로 인해 대학은 대체될 것이라는 이야기다. 산업계는 물론 학계에도 관심이 많은 미디어 루키들은 대학이 왜 존재해야 하는지에 대해서도 의문을 던졌다.

샌프란시스코에서 Udemy에서 일하고 계신 송세규 님의 특강을 듣게 되었다. Udemy는 저렴한 가격으로 높은 품질의 교육을 제공하자는 mission을 가진 세계 최대 온라인 교육 플랫폼이다. “대학은 대체될 수 있을까요?” 하는 질문에 송세규 님은 “대학은 대체될 수 없을 것이라고 생각한다”라는 대답을 해주셨다. 물론 지식의 전달 기능은 Udemy와 같

은 플랫폼 등에 의해 교체될 지도 모른다. 하지만 결국은 대학에서 다양한 배경을 가진 사람을 만나는 가치를 절대 대체할 수 없다는 것이다. 융합, 창의 그리고 혁신. 이번 미디어 루키스 프로그램이 알려준 대학의 가치이다.

또 다른 답은 스탠포드 HAI에서 얻을 수 있었다. HAI는 AI 기술이 인간 중심으로 사용될 수 있도록 여러 사례를 연구하고, 그 결과를 바탕으로 기술의 발전 방향을 고민하는 기관이다. 기술은 인간이 만들지만, 그 기술이 매번 인간을 위해 사용되는 것은 아니다. HAI는 기업이 AI 기술을 활용한 새로운 제품을 시장에 내놓으면 이를 이 제품이 사회에는 어떠한 영향을 미칠지, 그리고 부작용과 규제의 방법에 대해 고민한다. 기업과 대학이 서로 긴장 관계이자 협력 관계로 균형을 유지하는 것이 중요하다는 점을 배울 수 있다. 물론 현대 사회에서 기업이 시장 논리에 따라 빠르게 기술 발전을 이룩하고 시장 변화를 선도하는 것은 맞지만, 이 과정에서 이 기술이 사회에 미치는 영향에 대한 고려는 다소 부족할 때도 있다. 이때 대학은 그 혁신에 안정감을 더하고, 어떻게 하면 보다 사람을 이롭게 하는 데 기술이 쓰일 수 있을지에 대해 끊임없이 고민해야 한다.

이번에 방문했던 두 대학 모두 상징색이 붉은 색이라 고려대학교가 떠오르는 순간이 많았다. 사회를 위한 큰 뜻으로 세워진 대학이 지금까지도 다양한 배경의 학생들이 모여 서로의 생각을 나누고, 무언가 새로운 것을 창조하고, 사회를 조금 더 나은 곳으로 만들겠다는 꿈을 꾸는 것이 참 멋진 일이고 다행이라는 생각이 들었다. 그 뜻을 이어 우리 사회의 더 나은 방향을 고민하는 것이 대학이 해야 하는 일이자 존재 가치가 아닐까.

이제 학계에서 나와 산업 생태계로 가보자. “문송합니다”, “문과라서 죄송합니다”를 줄인 말이다. 공대생을 선호하는 취업 시장에서 막막함과 좌절을 느끼는 현대 사회를 풍자하며 나오게 된 말이다. 과학 기술 중심의 현대 사회에서 미디어 전공생인 우리는 장기적으로는 어떤 역할을 할 수 있는지, 단기적으로는 취업 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해 어떤 강점을 길러야 할지 고민한다. 새로운 과학 기술은 미디어 산업에 어떤 영향을 미칠까? 그 안에서 우리는 무엇을 할 수 있을까?

스탠포드 대학의 Virtual Human Interaction Lab을 찾았

다. Virtual Human Interaction Lab, 줄여서 VHIL은 VR의 심리·행동 효과를 연구하고, 궁극적으로는 이 새로운 미디어가 사람들과 사회를 어떻게 변화시키는지 탐구하는 곳이다. 사실 VR의 대중화에 대한 회의감도 많이 가지고 있었는데, VHIL에서 직접 VR을 체험해보면서 기술이 많이 발전했음을 느낄 수 있었다. 또 Bailenson 교수님의 최근 논문을 읽으면서 VR 기술은 우리가 쉽게 접할 수 있는 게임, 영화 등 엔터테인먼트 분야 뿐만 아니라 의료, 교육 분야에서도 사용되고 있으며 이에 관한 연구가 활발히 이루어지고 있었다는 점도 확인할 수 있었다. 특히 장비가 비싸다는 진입 장벽에 대한 우려에 “VR 장비보다도 훨씬 비싼 스마트폰을 사람들이 사용하는 것처럼, VR에도 가격 이상의 잠재력과 가치가 있음을 알게 되면 대중화가 시작될 것”이라고 답하는 Bailenson 교수님의 얘기를 들으면서 새로운 미디어 시장의 가능성을 배울 수 있었다.

스탠포드 VR 연구소에서 발견한 VR 산업의 가능성. 미디어 루키들은 VR 산업에서 어떤 가치를 만들어낼 수 있을까? 벤처 회사를 발굴하고 투자하면서 각종 산업군의 발전가능성을 연구하는 벤처캐피탈인 LG Technology Ventures에서 그 답을 얻었다. 실리콘밸리 현장에서 새로운 아이디어를 물색하는 이들에게서, 기술과 기기 개발은 빠른 속도로 이루어지고 있는데 그 안에 들어갈 콘텐츠가 부족한 상황이라는 답변을 들었다. 루키들은 이번 여행을 통해 VR 콘텐츠 크리에이터가 될 새로운 가능성을 찾게 됐다.

기술의 발전은 새로운 미디어를 탄생시키고 나아가 아날로그에서 디지털, 매스미디어에서 뉴미디어로 변화한 것처럼 미디어 산업의 패러다임을 바꾼다. 플랫폼은 미디어 전공자들의 분야인데, 무엇이든 어디든 플랫폼이 될 수 있다. 기술을 플랫폼으로 확장시키면 그 안에서 우리는 무엇이든 할 수 있다.

고려대학교 미디어학부는 변화를 이끌고 주도한다. 과거 신문방송학과에서 미디어학부로 이름을 바꾸며 플랫폼의 변화를 받아들인 것은 물론, 계속해서 직접 산업 현장과 학계에서도 선두에 있는 곳들을 경험하고 방문하는 미디어 루키스 프로그램은 최신 트렌드와 기초를 파악할 수 있기 때문에 트렌디함이라는 미디어학부의 차별점을 강화하는 데 매우 중요하고 큰 도움이 된다.

“우리는 어떤 꿈을 꾸어야 할까?” 가장 원초적인 질문이자 이번 미디어 루키스 프로그램의 목적이기도 한 질문. 우리 루키들은 구글과 메타에서 만난 사람들에게서 그 답을 구해왔다.

2주 간의 여정 중 첫 번째 일정이었던 구글 본사 방문은 찰스턴 로드(Charleston Rd)에서 시작했다. 우리는 마치 구글 사원이 된 것처럼 박성준 교수님과 미팅을 구글 주차장에서 시작하며 출근하는 과정을 경험할 수 있었다. 구글의 아이디어가 시작되는 업무 환경 등을 직접 체험하며 ‘경험’이 줄 수 있는 최고의 동기부여를 얻게 된 것 같다. 이후 감사하게도 미디어 루키스 프로그램을 위해 시간을 내주신 많은 분들과 함께 사내 식당에서 식사를 하며 질의응답을 하는 시간을 가지기도 했다. 이런 시간을 통해 미국 기업으로 올 수 있는 현실적인 방법에 대한 조언도 들 수 있었지만, 나아가 ‘진짜로 좋아하는 일을 하다보면 어떤 방법으로도 자신이 원하는 모습이 되어 있을 것’이라는 확신도 얻을 수 있었다.

메타 직원분들 중에는 우리와 또래인 사람들도 많았고, 특히 감사하게도 지난번 미디어 루키스 프로그램을 기억하는 분들과 우리의 방문을 기대해준 많은 새로운 분들의 관심 덕분에 메타 회사 견학 뿐만 아니라 더 많은 시간을 함께 보낼 수 있는 기회가 많았다. 특히 회사의 비전이 사원의 비전과 일치하는 경우에 회사와 개인의 발전이 시너지를 낼 수 있다는 점을 대화를 통해 많이 느낄 수 있었던 것 같다. 그 중에서도 메타 프로젝트 매니저(PM) 한 분과 나눴던 대화가 깊게 남는다. ‘나의 꿈은 PM이고 그 이유는 무엇이다’ 하는 말 대신 ‘이유 그 자체가 꿈이 되고 PM은 단순히 그 꿈을 이룰 수 있는 수많은 수단 중 하나가 되었으면 좋겠다’는 이야기였다.

이번 미디어 루키스 프로그램을 시작하며 루키들은 직업을 꿈꿨다. 하지만 한국으로 돌아온 우리는 직업 그 이상의 가치를 꿈꾸고 있었다. 처음에는 넓은 세계와 시각을 가지고 있는 분들을 만나고 장소를 방문하게 된다면 현재 나의 위치가 초라하게만 느껴질 것이라고 생각하기도 했다. 하지만 오히려 이번 프로그램을 통해 현재 나의 모든 기회와 성장에 감사하며, 현재 나의 위치에서 할 수 있는 최선을 다하는 것이 실리콘밸리에서 혁신을 이루어내는 일과 한 곳 차이라는 걸 배울 수 있었다. 혁신의 중심에서 던진 질문들은 루키들에게 빛나는 꿈을 만들어줬다.



# 이 질문가(加) 질문을 더하다

< 구글, 메타 >

김미로

고려대학교 미디어학부의 정식 영어 명칭은 Korea University School of Media & Communication 이다. 실제로 '미디어커뮤니케이션'이라는 전공 이름을 많이 사용하는 것에서도 알 수 있듯이, 미디어와 커뮤니케이션은 필수불가결하다. 미디어에서 커뮤니케이션은 왜 그렇게 중요한 것일까?

빠른 변화의 세상에서, 정보로 인한 격차는 개인은 물론 세대까지 큰 영향을 미친다. 누군가는 정보의 격차를 '명백하게 가시적으로 보이지는 않기 때문에 미묘하게 공존하는 특수한 차별화'라고도 표현한다. 당연하지 않은 격차를 줄일 수 있는 방법은 바로 끊임없는 커뮤니케이션이다. 커뮤니케이션을 하기 위해서는 상호작용을 할 수 있는 매개체와 공간이 필요하고, 이러한 공간을 우리는 '미디어'라고 부른다.

미디어의 시대인 지금, 수많은 콘텐츠와 커뮤니케이션 속에서 사람들은 매일을 살아간다. 그만큼 커뮤니케이션 할 수 있는 방법도, 콘텐츠도 다양해지고 쉬워졌다. 하지만 아 이러니하게도, 사람들은 어느 때보다도 커뮤니케이션에 어려움을 겪고 있다. 쉽게 연락할 수 있는 방법이 있기에 더 잦은 커뮤니케이션을 기대하고, 소식을 알릴 수 있는 플랫폼들이 많이 존재하기 때문에 소식을 알리지 않는 사람들을 이상하게 생각한다. 사람들은 소통에 쉽게 상처를 받고, 또 주기도 한다.

미디어를 전공하고 있는 학생으로서, 또 앞으로 미디어 분야에서 일하고 싶은 꿈을 가지고 있는 미래의 미디어 종사자로서 가지고 있던, 미디어가 가지고 있는 영향력과 책임감에 대한 고민을 가지고 미국 샌프란시스코로 향했다. 그리고 도

착한 실리콘밸리에서, 감사하게도 현재 가장 큰 미디어를 운영하고 있는 구글과 메타에서 현업 종사자들과 직접 만나서 고민을 나눌 수 있는 기회를 여러 번 가지게 되었다.

구글의 PM(Product Manager) 한 분과 구글 사내 식당에서 식사를 하게 되었을 때 구글의 변화와 앞으로의 방향성에 대해 이야기를 나눴던 기억이 난다. 웹사이트에 대한 연구 프로젝트로 시작되었던 구글이 현재 세계 최대 영향력을 가진 미디어가 되어 가기까지 긍정적인 변화도 많았지만, 가장 큰 변화 중 하나는 유연성과 자율성을 가지고 있던 회사가 크기가 커짐에 따라 어쩔 수 없이 운영을 위한 관료적 체제로 많이 변해가고 있다는 이야기였다. 하나의 프로젝트가 진행되기 위해서 거쳐야 할 수많은 프로세스들로 인해 일이 원활하게 돌아가지 않는 경우도 존재한다는, 어떻게 보면 당연한 수순이라는 생각이 들었다. 물론 직접 구경해 본 구글의 사옥 내부는 여전히 자율적이고 서로의 소통에 최적화 되어 있는 공간이었지만, 회사의 운영을 위해 조직이 변해간다면 개개인이 각자만의 가치관을 가지고 좋은 미디어를 만들어 나가는 데에 어찌면 제약이 생기는 건 아닐까 하는 궁금증이 들기도 했던 것 같다.

다른 날에는 메타에서도 PM분을 만나 동일한 고민에 대한 이야기를 오랫동안 나누는 시간을 가지게 되었다. 미디어 전공자와 종사자는 어떤 책임감과 가치관을 가져야 하며, 특히 1인 미디어나 콘텐츠 제작이 아닌, 사람들의 커뮤니케이션이 이루어지는 공간 자체를 담당해야 하는 플랫폼 종사자가 되길 희망하는 사람으로서의 솔직한 이야기도 했다. 그러자 질문에 대해서 다소 색다른 답변을 듣게 되었는데, 바로 사람들에게 좋은 커뮤니케이션 공간을 만들어 주기 위해서는 그 공간을 만드는 사람들의 커뮤니케이션을 가장 우선시

해야 한다는 것이었다.

소통이란, 의견의 독백이 아닌 서로와의 상호교환을 의미한다. 좋은 커뮤니케이션 공간을 만들어주겠다며 내 의견과 생각으로만 고민하게 된다면 대화와 공간의 본질적인 의미를 놓치게 되는 것이다. 또한 공간의 운영이 한 계층 만의 전유물이 되는 것을 끊임없이 경계하고 조심해야 한다. 그렇다면 어떠한 커뮤니케이션의 방법을 사용해야 하는가. 나는 그 대답을 이번 미디어 루키스 여행의 끝자락에서 찾을 수 있었다.

이번 미디어 루키스 여행을 떠나며 나는 수많은 질문을 안고 미국에 왔고, 좋은 답변을 많이 얻을 수 있었다. 하지만 답변을 찾을 수 있었던 것은 미국이었기 때문이 아니라, 단지 내가 질문을 할 용기가 있었기 때문이다. 구글과 메타 PM 분에게 PM을 꿈꾸고 있다고 소개하며 연락처를 받을 수 있었던 것도, 스탠포드 대학교에서 교수님의 논문에 대한 나의 의견에 동의한다는 대답을 받을 수 있었던 것도 낯선 공간에서 던진 질문 덕분이었다. 사실 나는 이번 미디어 루키스에서 나의 오랜 고민에 대한 답이 아닌 용기를 얻어 온 것은 아닐까.

여전히 나는 어떤 미디어 전공자, 종사자가 되어야 할지에 대한 고민을 가지고 있다. 하지만 답변에 대한 걱정과 고민 속에 혼자만의 사색에 빠지는 시간이 많지는 않다. 세상에는 정답이 아닌 수많은 의견이 존재하고, 앞으로 커뮤니케이션의 공간을 향유하는 사람으로서 끊임없이 질문하고 커뮤니케이션을 하고자 하기 때문이다. 대답을 바라기 보다는, 질문을 소원하고 더하는 질문가(加)가 되는 것이 지금까지 지켜온 미디어의 가치를 지키는 방법이지 않을까 싶다.



# 02

## 데이터 패권 경쟁의 중심, Meta와 Google을 방문하다

< 구글, 메타 >

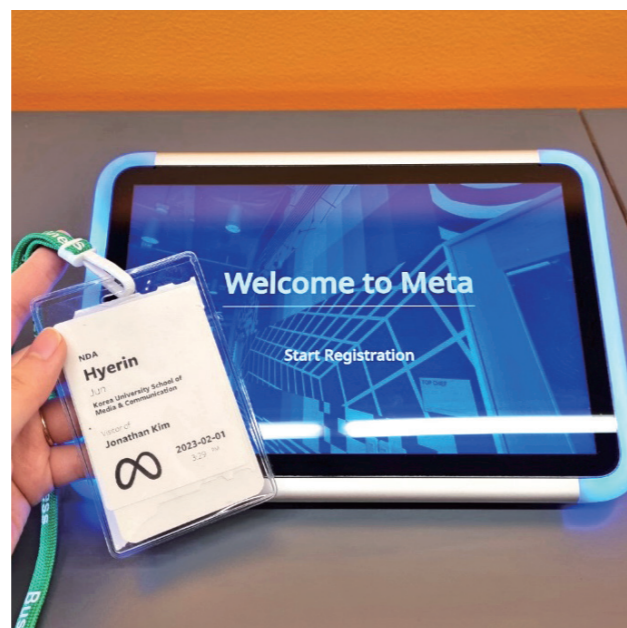
전혜린



### 바야흐로 데이터 패권 경쟁시대, 최대 화두는 개인정보 보호

21 세기는 데이터 패권 경쟁시대라 해도 과언이 아니다. 어떤 국가의 기업이 데이터 시장의 선두를 잡느냐에 따라, 21세기의 경제 판도가 완전히 뒤바뀔 것이라는 전망이 나올 정도다.

이용자들의 개인정보 보호는 디지털 플랫폼 기업들의 분명한 의무다. 개인정보보호는 인권의 관점에서 중요하지만, 개인정보를 통해 기업들이 수익을 창출할 수 있다는 점에서 더욱 민감한 사안이다. 특히 한 번 누출되면 돌이킬 수 없다는 비가역성을 고려했을 때, 개인정보의 공개와 관련된 논의는 사전에 최대한 조심스럽게 접근할 필요가 있다. 그러나 2018년에 페이스북 사용자 2900 만 명의 개인정보가 해킹되어 사이버 범죄로부터 1720 억 달러의 피해가 발생했다. Meta 의



▲ 메타 내부에 출입하기 위해 방문해야 하는 공간



▲ 메타 직원들과의 대화

사업에 대해서는 늘 개인정보 유출이라는 꼬리표와 의심의 눈초리가 따라붙을 수밖에 없는 이유다.

빅테크 기업들에게 이용자들의 개인정보 보호에 대한 책임이 있는 건 매우 당연하다. 개인정보는 유출 그 자체가 문제일 뿐 아니라, 이용자에 물리적인 피해를 입히기 때문이다. 사물인터넷과 빅데이터 환경에서 다뤄지는 개인정보는 전통적인 개념 즉, 금융정보, 의료정보 등에 국한되는 것이 아니라 특정 사물을 이용하는 행태, 일상적 습관, 개인의 위치 등 일상의 거의 모든 활동에 관한 정보를 포함한다. 물론 빅테크 기업은 이용자 입장에서 다양한 정보의 결합과 분석으로 혁신적 서비스를 제공할 수 있다는 장점도 있다고 주장한다. 그러나 방대한 양의 개인정보 또는 다른 정보와 결합하여 개인을 특정할 수 있는 정보들이 무분별하게 오남용되거나, 목적 외 용도로 활용될 가능성도 무시할 수 없다. 나아가 네트워크나 사물보안상의 문제가 기존보다 큰 파급력을 갖게 될 것이며, 보안문제가 발생할 경우 개인정보의 유출뿐 아니라 이용자에게 물리적인 피해를 입힐 수 있기에 더욱 철저한 보안이 요구된다.

비슷한 문제가 발생하는 것을 사전에 방지하고자, EU는 EU GDPR을 통해 데이터를 역외로 이전할 시에는 교역상대국이 적정 보호수준을 갖추고 있지 못하다고 판단할 경우 서비스 제공을 금지하고 있다. 2021년에는 페이스북이 개인정보 유출 사고 발생 사실과 처리 내용을 빠르게 신고하지 않아 EU GDPR 규정에 어긋났다는 것을 이유로, 회계연도 전세계 매출

액 4%에 해당하는 과징금을 부과할 위기에 처하기도 했다.

허나 높은 수준의 플랫폼 서비스를 제공하기 위해 이용자들의 데이터를 자유롭게 수집하는 것은 불가피한 선택이며, 단순히 개인정보 유출 사고가 발생했다는 이유만으로 이를 제한하는 것은 시대에 역행하는 조치라는 비판이 있다. 따라서 이번 캘리포니아로의 여정에서 나의 목표는 Meta와 Google을 비롯한 빅테크 기업을 직접 방문해, 이들이 이용자들의 개인정보 보호를 위해 어떤 노력을 기울이고 있는지에 대해 알아보는 것이었다. 지원서와 면접에서 여러 차례 강조했던 목표였던 만큼, Meta 회사를 직접 방문해 직원들과 대화를 나눌 수 있는 기회는 남다르게 소중했다. 앞으로 Meta와 Google이 국제적인 규제에 어떻게 대응을 하는지에 따라, 향후 한국 테크 기업들이 취해야 할 방향성도 결정되기 때문에 이는 더욱 중요한 문제로 느껴졌다.

### 끊이지 않는 비판, Meta는 어떤 책임을 져야 하는가?

사실 필자는 Meta를 직접 방문해 보기 전에는 Meta가 개인정보 보호 등에 별 노력을 기울이지 않고 무관심하고 무책임하다고 생각했다. 그러나 데이터 프라이버시와 관련된 업무를 수행하는 Meta 직원들과 대화를 나눠 본 결과, 이들은 매일 변화하는 무역 제재에 대응하느라 내부 알고리즘 개발에 제약이 생길 정도로 큰 부담을 지고 있다는 사실을 알게 되었다. 인스타그램, 페이스북 등 각 부서에 데이터 프라이버

시를 담당하는 직원들이 다수 배치되어 있었는데, 데이터 프 라이버시를 위해 다른 사람들이 한 사용자의 개인정보를 접 속하지 못하도록 UX 디자인을 설계하는 직원과의 대화가 인 상적이었다. 또한 개인 맞춤형 광고 알고리즘을 개발하는 직 원과의 대화에서 매번 바뀌는 EU의 규제에 따라 새로운 알 고리즘을 설계하는 데 막대한 시간과 비용을 투자하고 있음 을 알게 되었다.

물론 이러한 노력들이 사전적이지 못하고 사후적이라는, 즉 proactive하지 못하고 reactive한 대처에 불과하다는 한 계는 있었다. Meta의 직원들 역시, 개인정보 유출 문제가 발 생할 시 이에 사후적으로 대응해야만 한다는 것이 본사의 한 계라고 말했다. 다른 빅테크 기업들과 비교를 해 보았을 때, 단순 검색엔진인 구글, 소프트웨어인 마이크로소프트와 다르 게 Meta는 하루에도 수천만명의 사람들이 자신의 개인정보를 업로드하는 전무후무한 SNS라는 점을 고려했을 때, 개인 정보를 관리하는 것은 더욱 어려운 일일 수밖에 없다는 직원 들의 호소가 인상적이었다.

한편, 무역, 자국보호주의의 관점에서 생각해 볼 필요도 있 다는 생각도 들었다. 일부 직원들은 EU의 GDPR을 비롯한 여 러 규제를 '보호무역주의'에 가깝다고 항변했다. 현재 미국 의 GAFA (구글, 아마존, 페이스북, 애플) 기업들이 데이터 산 업을 독점하고 있고, 유럽은 이를 저지하고 유럽 기반의 데이 터 기업을 키우기 위해 Meta에게 꼬투리 잡기 식 트집을 잡 고 있다는 지적이다. 데이터 패권 경쟁 시대인 만큼 충분히 가

능한 이야기인 것 같았다. 국경을 넘나들며 서비스를 제공하 는 공급자의 경쟁조건이 국내기업에 비하여 불리해지는 것은 GATT, GATS 통상규범에서 규정하는 비차별대우 원칙과의 합치성 측면에서 분명히 문제가 있다고 느껴졌다. 국외 기업 들이 데이터에 접근하는 것에 대해 제한을 가하는 것은 최혜 국대우, 내국민대우(국산품과 회원국을 원산지로 하는 수입 품이 동일한 대우를 받아야 한다는 조항) 등, GATT에서 규 정하는 비차별대우 원칙에 어긋난다. 양자 간 긴밀한 경쟁관 계가 유지되는 상황에서, 오로지 국적이라는 기준으로 국경 간 공급에 의하는 서비스(공급자)의 경쟁조건을 불리하게 하 는 결과를 초래하기 때문이다.

### 글을 마무리하며

개인정보가 21세기 국제 경쟁의 가장 중요한 화두이며, 지 난 10년 간 Meta의 페이스북과 인스타그램은 과도한 개인정 보 활용과 미약한 보안 시스템으로 여러 차례 논란에 휩싸여 왔음은 부정할 수 없는 사실이다. 그러나 현 EU GDPR을 비 롯한 제도들이 보호무역주의적 성격을 지니고 있으며, 데이 터의 적극적인 활용이 산업 발전의 가장 큰 동력이 될 수 있 을 뿐만 아니라, 현재 회사 내부적으로 많은 노력이 이어지 고 있음을 감안했을 때 기존과는 다른 시선을 가지게 되었다. Meta의 직원들을 만나러 갈 때도 우리 루키스는 직원들에게 던질 수많은 질문을 준비해 갔고, 이들에 대한 명쾌한 대답을 들을 수 있어서 기뻐다.



## 03

# 우리집 고물이 달라보여요! 차세대 뉴미디어, VR

< 스탠포드 VHIL >

김영은

우리집엔 오래된 VR 고물이 하나 있다. 2015년, 아버지가 새 스마트폰을 장만하시면서 받은 쿠폰으로 구매한 삼성 의 기어 VR이다. 한두 번 써보고 서랍 속에 박아둔 터라 연 식은 좀 돼도 여전히 새것과 다름없이 쏘얀 모양새다. 미디 어 루키스 OT에서 스탠포드 대학의 VR 연구소 방문 일정이 있다는 이야기를 듣고 오랜 기억 한 구석에서 끄집어낸 나 의 첫 VR 기기는 알고보니 삼성전자와 오쿨러스 VR이 협력 개발한 최초의 소비자 판매용 모바일 VR이었다. 당시엔 정 말 최신 기술이었던, 한국 VR 시장의 역사적 가치를 지닌 이 HMD(Head Mounted Display, 머리 착용 디스플레이)가 애물단지가 된 건 정말 단순한 이유 때문이었다. 그저 무겁 고, 쓸데 없고, 별로였다. 겉보기엔 나름 콤팩트해보이지만, 앞면에 스마트폰을 끼워 사용하는 방식이라 실제로 써보면 목을 제대로 가누기 어렵고 고개가 앞으로 꺾인다. 기어 VR 을 쓰지 않게 된 무게보다 더 주요한 이유는 쓸 데도, 재미도 없다는 점이었다. 삼성에서 소비자용 VR 기기를 처음으로 팔기 시작한 시기인지라 당시 개인 소비자가 사용할 수 있는 VR 콘텐츠는 유튜브에 게시되어 있는 해져 체형 영상과 롤 러코스터 시뮬레이션 정도였다. 바다 속이야 처음에나 신기 했지 몇 분 보다 보면 금방 질리기 마련이고, 화질이 좋지 않 으니 몰입감도 덜했다. 롤러코스터 시뮬레이션 영상은 한 외 국 유튜브 채널에서 여러 종류를 제작해 올렸던 것으로 기억 하는데, 사실 롤러코스터가 달라봤자 얼마나 다를까. 게다가 시·청각적 자극 외엔 아무것도 없으니 롤러코스터를 타 는 기분은 하나도 나지 않았다. 결국 소비할 콘텐츠가 몇 없 고 그마저도 재미가 없으니 기어 VR은 자연스레 서랍행이 었다.

그래서 솔직히 처음에는 VHIL 방문에 대해 큰 기대가 없 었다. 그러나 미디어 루키스의 여정 중 다섯 차례에 걸쳐 VR 에 대한 편견이 무너지면서 VR에 대한 인식이 긍정적으로 바뀌었다. 미디어 루키스 방문 예정지에 대해 조사하던 중 접한 VHIL의 미션이 그 첫 계기가 되었다. VHIL, 즉 Virtual Human Interaction Lab은 2003년 VR(Virtual Reality; 가상현실)의 심리·행동 효과를 연구하기 위해 설립된 스 탠포드 대학의 연구 기관으로, 최근에는 AR(Augmented Reality; 증강현실)도 함께 다루고 있다. VHIL은 사람들이

VR과 AR을 이용할 때 어떤 심리적 반응이 일어나는지 밝혀내고자 한다. 나아가 궁극적으로는 이 새로운 미디어가 사람과 사회를 어떻게 변화시키는지 연구하고 있다. VHIL의 연구 목적만 보아도 지금의 VR이 삼성 기어 VR이 처음 등장했던 때보다 얼마나 더 발전했는지 짐작해볼 수 있다. 이제 VR은 단순히 신기한 신기술이 아니라 사회를 바꿀 만큼의 영향력을 지닌 차세대 미디어로 정의된다.

두 번째 계기는 VHIL의 창립자이자 스탠포드 대학의 커뮤니케이션학 교수인 Jeremy Bailenson의 논문을 분석하고 연구 주제에 대해 토의하는 미디어 루키스 사전 워크샵이었다. 현재 VR은 내가 봤던 360° 영상과 같은 엔터테인먼트뿐만 아니라 교육, 의학, 사회 캠페인 등의 분야에서도 활발하게 사용되고 있으며, 다양한 연구에서 해당 분야에서 VR이 전통적인 미디어보다 효과적이라는 사실이 검증되었다.

8년 전과 달리 지금의 VR은 쓸 데가 많아졌고 1차원적인 재미 이상의 가치를 만들어낸다는 사실을 알게 되었으나, 모든 편견이 그러하듯 VR에 대한 나의 회의는 그리 쉽게 사라지지 않았다. 천장 모서리에 카메라가 다닥다닥 붙어있는 VHIL의 실험실에 들어갔을 땐 오히려 '역시 VR은 아직 멀었

다'는 생각부터 들었으니 말이다. 아무리 VR의 교육, 치료 효과가 뛰어나고 다양한 VR 프로그램이 만들어졌다고 한들, 누가 VR을 쓰려고 가정집을 이런 환경으로 만들어낼 수 있을까. 그런데 VHIL의 직원 분께서 설명해주시기를, 사람의 위치와 움직임에 파악하기 위해 천장에 설치한 카메라는 이제 쓰지 않는다고 한다. 최근 출시되는 VR 기기에는 HMD 자체에 카메라가 내장되어 있어 외부 카메라가 필요 없기 때문이다. 이는 곧 VR 사용 시 공간의 제약이 사라졌다는 의미이며, 필요한 장비가 줄어든 만큼 금전적 부담도 줄었다는 뜻이기도 하다. VR에 대한 편견이 무너진 세 번째 순간이었다.

VHIL과 VR에 대한 간단한 설명 이후 우리는 VHIL에서 연구에 사용한 VR 콘텐츠 몇 가지를 체험해봤다. 슈퍼 히어로처럼 하늘을 날거나 전동 톱으로 나무를 베는 등 다양한 실험 프로그램이 있었다. 직원 분의 설명에 의하면, VR 세계에서 슈퍼 히어로가 됐던 실험 참가자들은 현실에서도 어려움에 처한 타인을 적극적으로 돕는 경향을 보였고, 나무를 베는 사람들은 이후 종이 낭비를 줄이는 결과가 나타났다고 한다. '가상'이라는 이름 때문에 나는 VR을 현실과 동떨어진 공간으로 생각했는데, 실제로는 가상의 경험이 현실에 유의미한 영향을 미친다는 점이 매우 흥미로웠다. 나는 빛을 갇지 못해 살던 집에서 쫓겨나 노숙자가 되는 VR 콘텐

츠를 체험했다. 차에서 잠을 청하고 있는데 경찰차 한 대가 다가와 서더니 경찰관이 손전등을 비추며 성큼성큼 걸어왔다. 그 위협적인 모습이 꽤나 생생했던 터라, 그 후로 한동안 나는 경찰을 보면 흠칫 놀라곤 했다. 내게 경찰에 대한 공포를 심어줄 정도로 최신 VR은 화질이 좋고 몰입감이 높았다. 마지막으로 하키 게임을 했는데, 이 때 사용한 오쿨러스의 퀘스트2는 매우 가벼워서 장비를 착용하고 이리저리 뛰어다녀도 전혀 무리가 없었다. VR 기기는 무겁고 불편하다는 인식이 바뀐 네 번째 단계였다.

이쯤 되니 남은 것은 편견이라기보다는 의구심이었다. 나를 비롯한 다른 루키들도 함께 품고 있던, 바로 VR의 대중화 가능성에 대한 의문이었다. 상대적으로 저가인 보급형 장비가 출시되고 있다고 해도 VR 기기는 여전히 비싸기 때문이다. VR 체험 후 이루어진 Bailenson 교수님과과의 질의응답에서도 같은 질문이 나왔다. 이에 그는 "오쿨러스보다 몇 배는 비싼 스마트폰도 모두가 쓰고 있지 않은가. 우리가 몇 백만 원짜리 스마트폰을 쓰는 것은 그만큼 가치가 있기 때문이다. 사람들이 VR에도 가격만큼의, 가격 이상의 잠재력과 가치가 있음을 알게 되면 구매할 것"이라고 답했다. 머리를 한 대 맞은 기분이었다. 의심이 기대로 바뀌는 순간이었다.

나는 여전히 VR을 좋아하지는 않는다. 그러나 이제는 VR이 차세대 뉴미디어가 될 것이라는 말에 동의한다. 본가에 가면 지금도 먼지가 쌓여가고 있을 우리집 고물을 오랜만에 한번 꺼내볼까 싶다. 편견을 벗겨낸 지금 다시 보면 제법 괜찮을 지도 모르니까.



▲ 삼성 기어 VR에 스마트폰을 장착한 모습



▲ VHIL에서 VR 체험을 하는 모습





# 04

## VR 콘텐츠의 영향력: 하드웨어로 접속하지만, 소프트웨어로 몰입하는 가상환경

<스탠포드 VHIL>

박서현

VR 기기로 나의 건강을 확인하고, 여가를 보내며, 나아가 다른 사람을 이해하고 사회와 소통하기까지 하는, 이 모든 과정이 자연스러워질 날이 오게 될까? 아직까지는 VR의 상용화와 미래 전망에 대해 부정적인 견해를 가진 (혹은 무관심한) 이들이 꽤 많은 것 같다. 나 역시 그랬기에, 첫 질문에 대해 내가 생각해왔던 답은 언제나 'No'였다. 하지만 VHIL 방문을 통해 생각이 바뀌었고, 그 사고의 전환에 이르기까지의 과정을 여기에 공유하고자 한다.

VHIL을 방문하기 전, 해당 랩 소속 제레미 교수님의 논문을 미리 읽어왔다. 메타버스의 그룹 내 상호작용에서 아바타와 환경이 어떠한 역할을 하는지에 대한 것이었는데, 아바타의 외형(개별적 특징이 뚜렷한 아바타와 획일적인 외형의 특성을 띠는 아바타)이 다른 환경 속에서 이용자가 어떠한 반응 차이를 보이는지, 또 내부 환경과 외부 환경 등 (가상 환경에서의) 공간의 차이가 어떻게 이용자에게서 각기 다른 반응을 이끌어 내는지 등에 관한 내용이 주를 이루었다. 결론적으로 현실에서도 다양한 환경이 우리에게 그만큼 다양한 영향을 미치듯, VR 내의 환경이나 디자인 또한 우리의 사회적 행동에 미치는 영향이 모두 다르다는 것을 알 수 있었다. 하지만, 현실과 다르게 VR 환경에서는 특정한 목적을 가지고 그것을 달성하기 위한 콘텐츠를 다양화하여 선택할 수 있다. 어느덧 우리는 기술의 발달과 함께, 우리가 체험할, 체험하고 싶은, 체험해야 하는 환경을 만들고 학습할 수 있게 되었다.

백문이 불여일견이라. 제레미 교수님의 논문을 읽으며 궁금했던, VR 콘텐츠가 줄 수 있는 메시지 그리고 그 메시지의 영향력에 대해서는 둘째 날 VHIL(Virtual Human Interaction Lab)에 방문한 뒤 다양한 VR 콘텐츠를 (웨어러블 기기를 통해) 직접 체험해보며 생생하게 느낄 수 있었다.

### Virtual becomes reality

첫 번째는 기기를 조작하는 법을 가볍게 배우면서도 멋진 모험을 해볼 수 있는 프로그램이었다. 이리저리 움직여보고, 크게 점프도 해보고, 날아도 보면서 현실에서는 일어나기 힘든, 특별한 경험을 해볼 수 있는 콘텐츠였다. 이용자에게 창의력과 모험심을 심어주고, 현실이 주는 한계를 뛰어넘도록 격



려하는 것 역시 가상 현실이 우리에게 제공할 수 있는 매력적인 요소가 아닐까?

한편으로는 이 프로그램이 이용자로 하여금 제시된 가이드라인을 따르게 하고, 일련의 절차를 학습하게하는 방식도 굉장히 인상적이었다. 새로운 정보를 재미있는 방식으로 알려주고, 각자 다른 특성을 가진 개인이 특정한 환경에 적응하도록 돕는 것 역시, VR 콘텐츠가 효과적으로 달성할 수 있는 하나의 장점이 될 것이다. 현실에서는 어려운, 한 사람의 연령, 성별, 사회적 그룹 등을 다방면으로 고려한 맞춤형 환경을 제공하는 일이 가상세계에서는 보다 쉽고 효율적으로 운용될 수 있을 것이기 때문이다.

### Becoming homeless

두 번째는 우리 스스로 홈리스가 되어 그들의 상황을 간접적으로 체험할 수 있는 프로그램이었다. 가상세계에서 본 (홈리스가 된) 나 자신, 내 주위의 사람들, 그들의 습관과 표정, 사연, 그리고 쓸쓸한 낮과 무서운 밤은 (내가 직접 기기를 착용하지 않았음에도 불구하고) 꽤나 감정을 동요 시키는 요소들이었던 것 같다. 바로 이 포인트에서 VR 콘텐츠에 기대할 수 있는 또 하나의 역할을 찾아볼 수 있었는데, 바로 공감과 이해다. 대부분의 체험과 간접 경험이 그렇듯, 이 프로그램도 다른 이의 삶을 대신 살아보고 그들의 감정을 느끼는 과정을 통해 홈리스에 대한 관심과 대안의 필요성을 느끼게 해주었다. 사실 굳이 홈리스 문제에 국한하지 않더라도, 환경오염, 인종차별 등을 비롯해 우리가 아직 먼 미래에 일어날, 혹은 나에게 일어날지 않을 일이라 여겨 다소 무관심

할 수 있는 사회적 문제가 너무나도 많다. 이러한 문제가 발생하는 모든 과정의 일부에 내가 있을 수 있다는 것을 깨닫게 하고, 결국에는 해당 문제에 몰입하고 관심을 가지게 하는 가장 효과적인 방식이 어떤 VR이 될 수도 있지 않을까? 앞으로는 VR이 이러한 문제들에 대한 간접 체험을 통해 사람들에게 그 심각성과 논의 필요성을 일깨우고, 활발한 정책적 해결을 이끌어내는 역할을 훌륭히 해낼 수 있겠다는 생각이 들었다.

### Hockey players

세 번째 프로그램은 하키 선수가 되어 직접 경기를 펼치는 내용의 콘텐츠였다. 어떻게 보면 대부분의 사람들이 VR을 통해 이용하게 될 콘텐츠 중 가장 관심있어 할 분야는, 바로 오락이 아닐까 싶다. 게다가 이렇게 신체적 활동을 유도하거나 다른 사람과 아바타의 형태로 소통할 수 있는 요소까지 가미된 콘텐츠들이라면 이용자들은 이전까지의 미디어에서는 느낄 수 없었던, 한층 고양된 수준의 즐거움을 맛볼 수 있게 될 것이다. 꼭 교훈이 담긴 메시지가 있지 않아도, 사회 문제를 해결하는 것과 관련이 없더라도, 그 자체로 중요한 재미의 기능 역시 VR 콘텐츠가 담당하고 있는 역할들 중 하나다.

정리해보면 가상현실은 물리적 제한을 넘어 또다른 가능성을 '상상'하게 하고, 개별 이용자에 맞는 정교한 설계를 통해 특정 상황에 대한 개인의 '적응'과 '학습'을 효과적으로 돕는다. 또한 우리에게서 많은 사회적 이슈에 대한 '공감'을 이끌어내고, 이를 바탕으로 그에 대한 관심과 '해결'을 촉진한다. 그뿐만아, 재미있는 형태로 다양한 사람을 만나고 대화하며 스릴 넘치는 경험을 하는 '오락'이라는 서비스도 제공한다. 이 모든 것이, VR 콘텐츠가 가진 힘이다.

이처럼 중요한 건 콘텐츠다. 고로 VR의 상용화 논의에 있어서는 VR 콘텐츠로 무엇을 할 수 있는지, 또 무엇을 해야 하는지에 대한 이해가 우선해야 할 것이다. 그러나 많은 사람들 사이에서 이러한 목적에 관한 논의는 기기 자체의 눈부신 발달에 가려져 별로 화두가 되지 않는 듯하다. 그도 그럴 것이, (메타를 방문했을 때 잠깐 나누는 얘기이지만) 현재의 VR 산업에는 그만큼 다양하고 목적 지향적인 콘텐츠가 부족하기 때문이다. 물론 그렇기 때문에 오히려 앞으로 VR 콘텐츠 시장

의 전망과 발전 가능성이 무궁무진하다고 볼 수도 있겠지만, 어쨌든 VR 시장에서 하드웨어와 소프트웨어의 간극은 여전히 해결해야 할 이슈로 남아있다. 기술이 빠르게 발전하고 있고, 이를 바탕으로 세상을 보다 더 넓은 시야로 이해할 수 있는 '환경' 역시 그만큼 빠르게 갖춰지고 있다. 이제 그에 상응하는 소프트웨어 즉 콘텐츠로 이러한 환경에 응답해야 할 차례가 아닐까 싶다.

한편으로 VR 콘텐츠 개발에도 분명한 제한과 고려해야 할 사항들이 있다. 제레미 교수님의 논문 및 그와 나는 QnA 시 간에서도 배웠듯, (컴퓨터 콘텐츠의 그래픽을 VR 디바이스로 옮기는 등의 기술적 어려움은 차치하고서라도,) 가상 환경 속 아바타를 통해 경험하는 uncanny valley, 기타 아바타의 외형과 행동에 따른 윤리적 논란, 또 그것에 대한 규제(이러한 가상현실에서 일어난 일을 현실로 끌고 와 범죄로서 규명할 수 있을 것인가에 대한 것들)와 같은 수많은 문제들이 존재한다. 결론적으로 콘텐츠의 부재와 윤리적·현실적 문제에 끊임없이 도전하고 적절한 타협점을 찾는 것은 미디어 크리에이터들의 새로운 과제가 될 것이다.

종합해보면 VHIL에서의 시간은, 단순히 글로만 배웠을 때는 와 닿지 않았던 VR 콘텐츠의 목적과 영향력을 생생하게 느낄 수 있도록 해주었다. 이곳에서 우리는 현재 VR 기기의 발전이 어느 정도로 이루어지고 있는지, 또 그 기기를 통해 체험하

는 콘텐츠가 우리를 어떻게 변화시킬 수 있는지를 직접 배울 수 있었다. 이곳에서 나는 모든 경험과 토론은 훗날 우리가 '어떠한 콘텐츠를 만들어야 하는가?'라는 거대한 질문을 마주했을 때, 그에 대한 해답을 찾을 수 있도록 도와줄 것이다.

다시 첫 질문으로 돌아가, 이제 나는 그 질문에 대한 답이 'Yes'가 될 수도, 'No'가 될 수도 있겠다고 생각한다. 가상현실과 인간, 그 사이를 연결해주는 것은 하드웨어지만 그 사이에서 시너지를 내는 것은 다름아닌 소프트웨어다. 바로 이 소프트웨어, 즉 콘텐츠가 가진 힘을 어떻게, 얼마나 발휘하느냐에 따라서 그 답이 결정될 것이다.

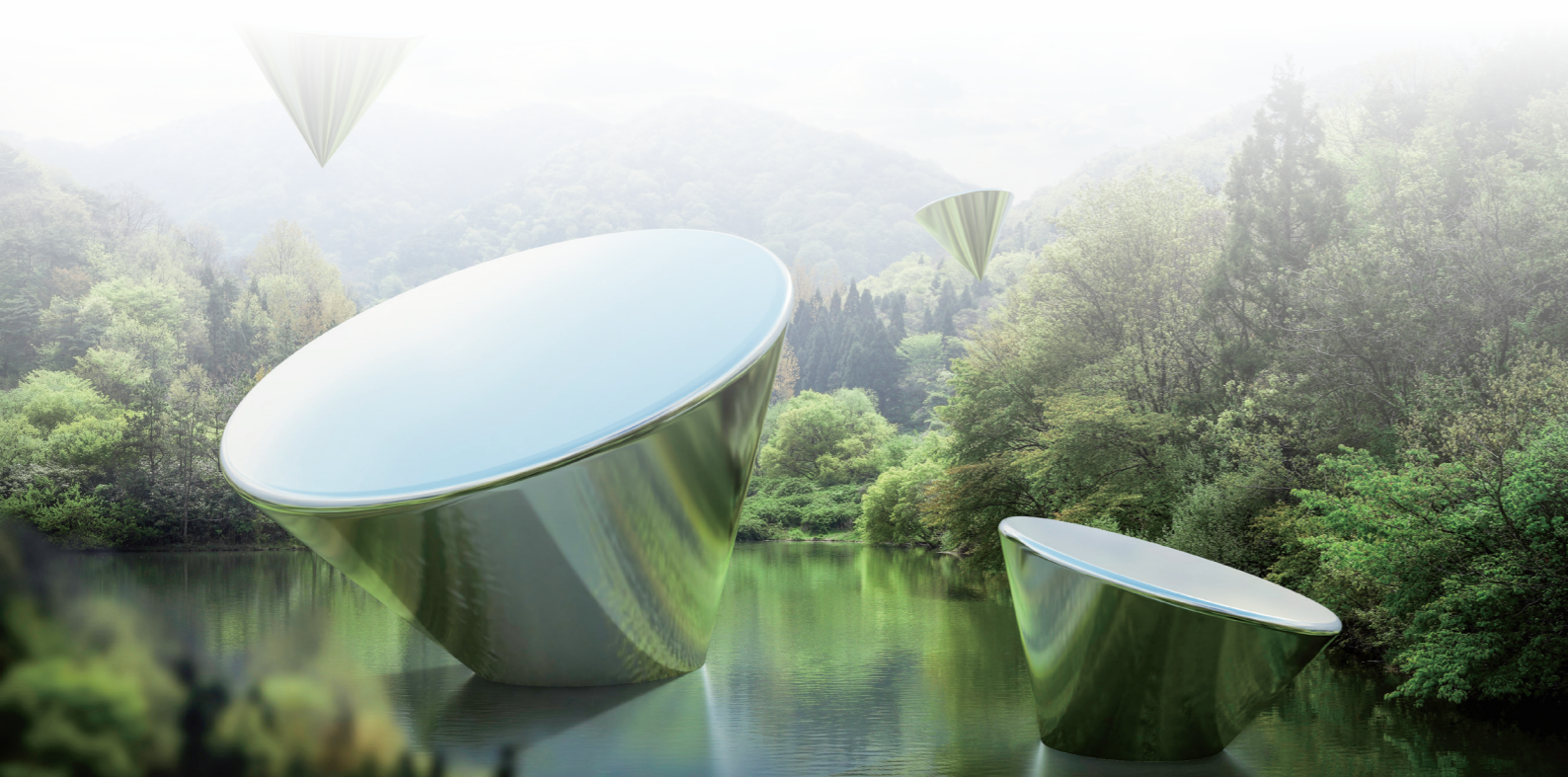
인식의 변화, 그로 인한 행동의 변화와 세상의 변화는 콘텐츠가 가진 힘에서 비롯된다. 어쩌면 VR 기기와 같은 하드웨어 그리고 그것의 정교함은 사람들로 하여금 콘텐츠의 몰입을 강화시키고 그것이 주는 메시지를 더 실감나게 느끼도록 뒷받침하는 수단에 불과할 수도 있다. 이 수단이 점차 완벽을 향해 발전해가는 상황에서 콘텐츠의 부재가 그 완벽을 방해하게 될 것인지, 획기적이고 다양한 콘텐츠 아이템이 VR 산업의 최 전성기를 맞이하는 동력을 만들어낼 것인지는 미지수다. 분명한 것은 VR의 상용화와 미래는 많은 부분 소프트웨어의 발달에 의지할 것이라는 점이다. 이처럼 VR 콘텐츠 산업의 필요성과 전망, 또 그것이 영향을 미칠 VR 산업 자체의 전망은 앞으로도 꽤 흥미로운 관전 포인트가 될 것 같다.

# 05

## 인간 중심의 시를 향한 발걸음

< 스탠포드 HAI >

윤세현



오늘날 인공지능(AI)은 행정, 산업에서부터 일상에 이르기까지 혁신을 주도 하는 기술로 각광받고 있다. 각국은 인공지능 전략을 앞세우고 기업과 함께 인공지능 연구개발에 투자를 아끼지 않고 있다. 그러나 기대의 저편에는 우려도 존재한다. 이전부터 인공지능의 부작용에 대한 논의는 꾸준히 이어져 왔는데, 오늘날 인공지능의 부작용에 대한 논의는 추상적인 형태를 벗어나 인공지능 관련 데이터를 기반으로 상당히 구체적으로 이루어지고 있다. 특히 가시화되고 있는 논의가 바로 인공지능의 윤리 문제다.<sup>1</sup>

법은 기술보다 항상 한 발짝씩 늦을 수밖에 없으며, 정작 법조항이 마련됐을 때에는 기술은 이미 비약적으로 발전하여 법의

테두리를 벗어나 있는 경우도 발생한다. 이처럼 기술에 대응하기 위한 법률적 규제의 시차 때문에 인공지능 영역에서 윤리적 장치를 마련하는 것은 매우 중요하다. 법보다 윤리는 더 빠르고 유연하게 기술적 진보를 저지하지 않으면서도 변화를 예측하고 이에 적응할 수 있다. 이러한 측면에서 전 세계적으로 다양한 인공지능 윤리 가이드라인과 원칙들이 발표되고 있으며 우리나라 뿐만 아니라 미국, 영국, 일본, EU, 스탠포드대 및 IT 대기업 등이 발표한 인공지능 윤리 관련 논의만 20여 건에 이른다.<sup>2</sup>

관련 논의를 발표한 여러 주체들 중 스탠포드대가 눈에 띈다. 그도 그럴 것이, 스탠포드대에는 이를 연구하는 독립적인 연구소가 있기 때문이다. 매년 AI 인덱스 보고서를 발표하는

1 김미리, 윤상필, &권현영. (2020). 인공지능 전문가 윤리의 역할과 윤리 기준의 지향점. 법학논총, 32(3), 9-53  
2 변순용, 이영희. (2020). 인공지능 윤리하다. 어문학사.



데, 이는 전 세계의 AI 데이터를 추적하고 수집하여 AI의 영향과 진행 상황을 종합적으로 살펴보고 AI가 기업에서부터 국가 경제에서 일자리 성장, 다양성 및 연구에 이르기까지 모든 것에 미치는 영향을 분석하고 도출한 보고서다. 지난 4월에는 2023 AI 인덱스 보고서도 발표된 바 있다. 올해 보고서에는 지정학적 요인, 교육 비용, AI 시스템의 환경적인 영향, 초중고 AI 교육, AI에 대한 여론 동향 등의 요소가 기초 분석 모델에 새롭게 포함되었으며 글로벌 AI 법률에 대한 추적 범위가 25개국(2022년)에서 127개국으로 확대되었다는 점이 특징이다.

여러 미디어 관련 분야 중에서도 나는 미디어 법과 윤리 공부에 특히나 관심이 많아서 해당 보고서에 대해서도 이전에 읽어본 적이 있었는데, 이번 루키스 프로그램에서 스탠포드대 HAI 연구소에 방문한다는 이야기를 듣고 너무나 설렜던 기억이 난다.

그렇게 잔뜩 기대를 안고 방문한 스탠포드대 HAI 연구소에서는 어떻게 연구가 이루어지고 있는지, 어떤 사람들이 어떤 비전을 가지고 연구에 참여하고 있는지 등에 대한 이야기를 들을 수 있었다. 연구소의 가장 큰 특징 중 하나는, 다학제 산학 전문가 그룹이라는 데 있다고 교수님은 설명해주셨다. 모두의 삶을 더 나은 방향으로 인도하는 기술을 개발하고 활용해야 한다는 신념을 가지고, 스탠포드 학자들의 집

단적 참여와 논의를 거쳐 인류가 더 나은 삶을 살도록 하는 방향으로 AI를 둘러싼 연구와 교육, 정책 등을 발전시키겠다는 사명을 가지고 출범하게 된 연구소라는 것이다.<sup>3</sup> 인공지능 생태계를 종합적으로 파악하기 위해 단순히 컴퓨터 과학 및 인공지능 관련 분야 전공자뿐만 아니라 인문학, 사회학, 심리학 등 다양한 전공 분야의 전문가



들이 모두 모여 인간을 위한 인공지능의 미래를 고민한다는 점이 인상 깊었다. 왜 연구소 명칭에 '인간 중심(Human-centered)'이라는 단어가 가장 먼저 포함되어 있는지 알 수 있는 지점이었다.

스탠포드 HAI 연구소는 어떻게 하면 AI가 인간과 공존하며 살아갈 수 있을지 고민하며, AI 기술 혁신을 통해 인류의 행복한 삶을 지원하고 강화하는 데 목적을 두고 연구를 진행한다. AI가 가진 무궁무진한 잠재력이 옳은 방향으로 활용될 수 있도록, 공포와 우려의 대상이 되지 않도록 제대로 나아가고 있는지 검토하고 조정해 나갈 필요성을 인식하고 있기 때문이다. 연구소는 또한 크게 연구개발, 교육, 정책의 세 가지 측면에서 활동을 펼치고 있는데, 연구개발에 있어서는 인간의 지성에 영감을 둔 AI 기술 개발, AI 기술이 인간과 사회에 미치는 영향을 연구 및 인간의 역할을 보강하는 AI 활용 프로그램을 디자인하고 개발하는 연구를 진행 중이라고 한다. 교육에 있어서는 학교에서 학생들이 AI를 어떻게 대해야 하는지에 대한 다양한 관점을 접할 수 있도록 도우며, 정책에 있어서는 입법 과정에 실질적인 영향을 줄 수 있는 지역 및 전국 단위 논의의 장을 마련하고 있다고 한다.

연구소의 공동 소장인인 페이페이 리 교수님께서 '인류를 대체하는 것이 아니라 보강하는 기술이 AI이며, AI는 더 이상 컴퓨터 과학 분야 틈새에 있는 고립된 하위 영역이 아니라는 것을 깨닫는 근본적인 전환이 필요하다'고 말씀하셨다.<sup>4</sup> 이는 인간과 AI가 함께 살아가야 하는 앞으로의 사회에서, AI가 인간과 사회 전체에 어떠한 영향을 줄지 깊이 이해하는 것이 중요하기 때문일 것이다. 불확실한 AI 시대에서 우리가 초점 맞추어야 할 것은 다시, '인간'이다.



<sup>3</sup> 윤송이 외. (2022). 가장 인간적인 미래: 공멸의 시대에서 공존의 시대로, 인간과 인공지능의 새로운 질서를 말하다. 서울: 웨일북.

<sup>4</sup> 上同

# 06

## 열어놓고 연결하며 지배하는 시대

< LG 연구소, 메타 >

신정원

전세계의 혁신적인 생각들이 모이는 실리콘밸리에서 우리 미디어 루키들은 꼭 찬 스케줄을 소화해야 했다. 셋째 날 역시 그랬다. 오전에는 LG벤처캐피탈, 오후에는 메타를 다녀왔다 (그 사이에 뉴스 미디어 회사인 더밀크도 다녀왔다면 믿으시겠는가). LG와 메타를 같은 날 방문하며 나는 열어놓고 연결하는 것의 중요성을 깨닫게 되었다. 세상을 지배하기 위해서는 플랫폼을 열어놓고 콘텐츠를 연결해야 한다. 다음 플랫폼이 무엇이 될지는 미지수인데, 그걸 찾는 자가 다음 단계의 승자가 될 것이다.

먼저 LG테크벤처스라는 회사를 다녀왔다. 김동수 대표님과 강성권 박사님과 함께한 1시간여 동안 우리는 벤처캐피탈 회사에 대한 정보 뿐만 아니라 기술과 혁신의 중심에서 나오는 통찰력 있는 시각까지 들을 수 있었다.

LG테크벤처스는 LG그룹 계열사들의 벤처 투자를 통합한 기업형 벤처캐피탈이다. 투자 여부를 정하는 기준은 'must have'인지 아닌지, 즉, 꼭 있어야만 하는지 여부이다. 투자를 시작한 후 첫 3년에서 5년은 A단계(Series A)로, 투자 대상이 되는 스타트업 기업에 기술 개발 기간을 부여하며 수익을 낼 준비를 할 수 있게 기다려준다. 그 기간동안 매출을 보이면 상장이나 인수합병 등의 결정을 할지 말지 정하게 된다.

기술은 있지만 자본이 없는 스타트업 기업들에게 벤처캐피탈은 대기업에서 투자를 받을 수 있는 커다란 수익모델이 되는 셈이다. 소프트웨어 회사와 달리 소부장 산업군의 회사는 기술 개발에 오랜 시간이 걸리므로, A단계는 10년까지도 소요될 수 있다. 김동수 대표님 스스로 성공률을 10분의 3 정도로 생각하실 정도로 벤처캐피탈의 리스크는 아주 큰데, 그럼



에도 불구하고 투자를 계속하는 이유는 성공하는 회사 하나만 나와도 나머지 손해를 다 메꿔줄 정도의 수익이 나오기 때문이다. 그렇다면 이렇게 큰 위험을 무릅쓰고 하는 투자는 과연 성공적인 결과로 이어질까?

미디어 산업은 늘 연결하고 통합하면서 확장해왔다. 휴대폰과 카메라를 연결하고 통합한 스마트폰. 수많은 TV들을 연결한 케이블, 그리고 OTT, 그리고 유튜브. 연결과 통합의 결과 등장한 공통들을 이기기 위해서는 스마트폰 다음, 혹은 유튜브 다음의 더 큰 공룡을 만들어내야 한다.

다시 LG로 돌아와서. 기술 생태계는 불안정하고, 끊임없는 경쟁은 마치 전쟁과도 같다. 하지만 지난 1월 샌프란시스코에서 열린 CES에서 LG가 했던 시도를 보면, 어쩌면 LG가 다음 단계의 공룡을 만들지도 모른다는 기대를 하게 된다. 지난 CES에서 LG는 모델하우스 안의 다양한 사물들을 연결하는 기술을 선보였는데, 여기서 주목할 만한 점은 자사 제품들 뿐만 아니라 타사 제품들도 연결의 범위에 통합됐다는 것이다. 자사 제품의 영역 안으로만 가둬 놓느냐 아니냐는 플랫폼의 잠재력을 결정하는 중요한 요인들 중 하나다. 수직적, 수평적으로 통합함으로써 미디어 생태계는 파격적으로 발달하고 확장하기 때문에, 열어놓지 않으면 다른 것들이 연결될 가능성이 줄어들어 성장의 잠재력을 낮출 수밖에 없다. 오픈 플랫폼(Open platform)인지 여부가 중요한 이유다.

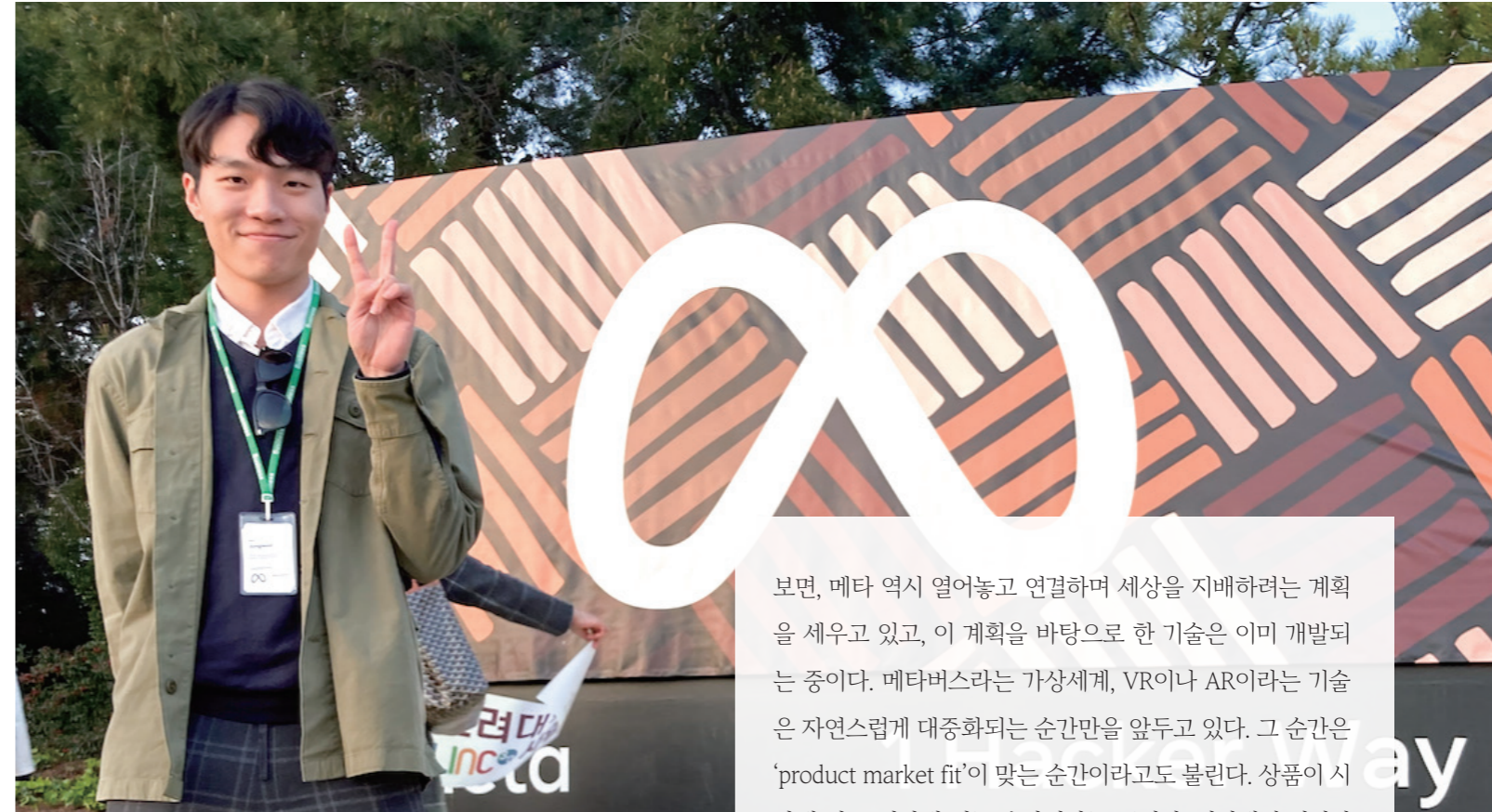
LG는 전부터 가정에서 사용하는 가전제품들을 연결하는 사물인터넷인 홈넷(HomNet)을 개발하는 데에 관심을 가져왔다. 하지만 여차피 세탁을 하려면 직접 세탁기가 있는 다음

도실에 가서 빨아야 할 옷들을 세탁기 안에 집어넣는 행위를 해야 하는데, 이용자들은 굳이 세탁기를 원격으로 조종하는 어플리케이션을 각자의 스마트폰에 깔아뒀다가 세탁물을 세탁기에 넣고 세탁기 버튼 대신 기기를 꺼내고 홈넷 프로그램을 켜고 거기 있는 동작 버튼을 누르는 번거로운 일을 하지는 않을 것이다. LG의 홈 네트워크는 'good to have', 즉 있으면 좋은 것이었지만, 'must have', 없으면 안 되는 게 아니었다. 홈넷이 주목받지 못한 이유다.

아직 통합 대상의 범위가 가정에서 볼 수 있는 가전제품들로 한정 있고 그것들을 연결하는 플랫폼이 스마트폰 어플리케이션에 불과하기 때문에 매력적이지는 않지만, 더 열어놓고 더 연결하려는 시도를 계속 해 나가다 보면 LG의 홈넷은 작지 않은 잠재력을 갖고 있다고 판단된다. 실리콘밸리에서 LG테크벤처스는 시대의 트렌드에 따라 가상세계와 현실세계를 융합할 수 있는 기술을 가진 기업들 역시 발굴 중이다. 지금은 하찮아보이는 홈 네트워크가 확장돼 메타버스와도 이어진다면, 그래서 두 세계를 융합하는 가상의 LG 플랫폼이 이용자가 경험하는 모든 세상을 연결하게 된다면, 그게 바로 스마트폰 그 다음 단계의 플랫폼이 되지 않을까 하는 기대가 생긴다.

하지만 실리콘밸리의 규칙 중 하나는 함부로 기대하지 않는 것이다. 솔직히 LG벤처캐피탈은 그렇게 큰 회사가 아니다. LG 자체도 구글이나 메타에 비해서는 한없이 뒤쳐지는 게 현실이다. 김동수 대표님 스스로도 10분의 3의 가능성을 보고 투자한다고 말씀하셨고, 리스크가 상당히 큰 투자를 한다는 점도 인정하셨다. 심지어 홈넷이 메타버스와도 연결될 거라는 가능성은 대표님이나 박사님의 의견이 아닌 나의 생각에 불과하다. 하지만 혁신적인 생각을 갖고 있는 다양한 분야의 사람들과 상호작용하고 아이디어를 공유할 수 있다는 점 자체만으로, 남들이 하지 않는 것을 시도해 볼 수 있다는 사실만으로도, 실리콘밸리는 루키들로 하여금 마음껏 상상하게 만든다.

그리고 여기, 직원들 스스로가 마음껏 낙관적으로 상상하는 회사가 있다. 바로 메타다. 사실 메타는 페이스북과 인스타그램의 모회사로만 흔히 알려져 있는데, 이 회사의 꿈은 이름 자체가 말해주는 '메타'버스라는 새로운 세상을 지배하는 것이다. 그



보면, 메타 역시 열어놓고 연결하며 세상을 지배하려는 계획을 세우고 있고, 이 계획을 바탕으로 한 기술은 이미 개발되는 중이다. 메타버스는 가상세계, VR이나 AR이라는 기술은 자연스럽게 대중화되는 순간만을 앞두고 있다. 그 순간은 'product market fit'이 맞는 순간이라고도 불린다. 상품이 시장에 딱 들어맞게 되는 순간이라는 뜻이다. 어디에서 터질지는 모르지만, 한 번 딱 들어맞을 거라는 가능성이 폭발적으로 터지는 순간, 메타가 꿈꾸는 메타버스 세상이 바로 '다음 단계의 플랫폼' 공룡이 될지도 모른다.

세상을 지배하는 방법은? 역시, 열어놓고 연결하는 것이다. 메타에서 VR과 AR을 통한 가상현실 형성 사업을 구상하고 있는 Susie 님을 만나 페이스북이나 인스타그램 사업에 비해 잘 알려지지 않은 메타버스 사업에 대해 질문했다. 메타가 만들어낼 가상의 세계는 수많은 세상(world)들로 이뤄져 있다. 스포츠를 좋아하는 사람들은 스포츠 세상을 만들면 되고, 인앤아웃 버거를 좋아하는 사람들은 인앤아웃 세상을 만들어도 된다. 메타는 메타버스를 누구의 것도 아닌 '다음의 인터넷(next internet)'이라고 본다. 누구의 것도 아니기 때문에, 이걸 관리한다는 것 자체가 말도 안 된다고 주장한다. 메타는 메타버스를 탈중앙적으로 통치(decentralized governance)하려고 한다. 각 크리에이터 혹은 개발자에게 권한을 부여하고 그들 스스로의 규칙에 맞게 각자의 세상을 규제하고 관리하도록 하겠다는 것이다. 여기서 독자 분들의 수많은 의문과 회의가 생길 거라고 생각된다. 나 스스로도 회의를 느꼈고 질문했는데, 큰 틀에서 불법적인 것들만 회사가 관리할 계획이라는 답변을 들었다. 일단 윤리적, 정책적 문제를 빼고 기술 생태계 혹은 미디어 산업의 관점으로만

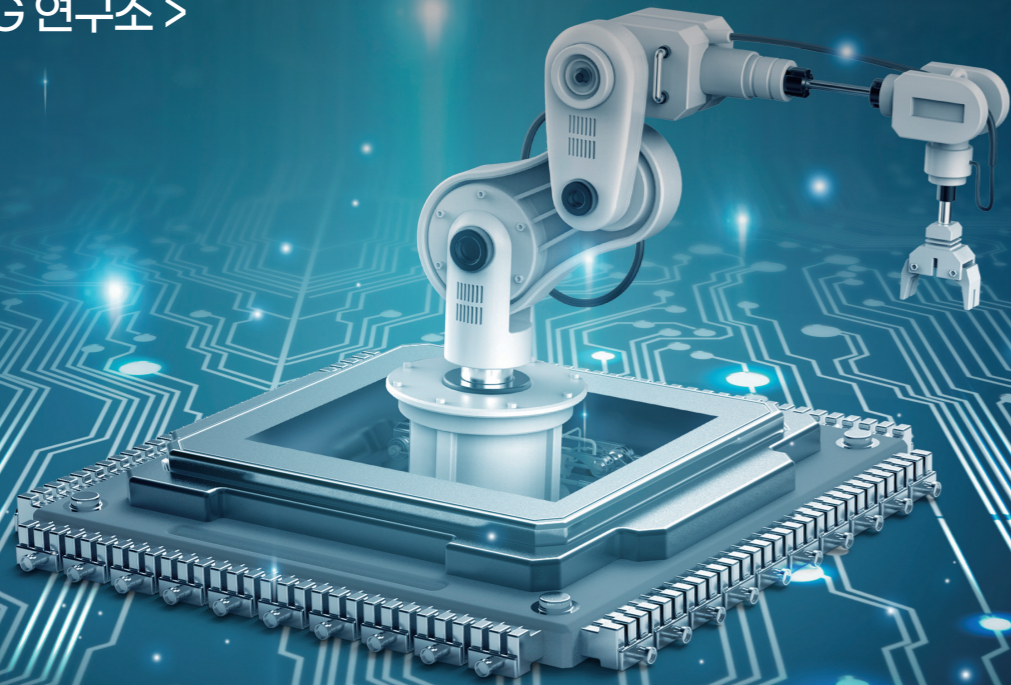
이렇게 전쟁과도 같은 기술 생태계 시장을 우리 미디어 루키들은 지속적으로 모니터링해야 한다. 캘리포니아에서 2주 동안 만난 모든 분들은 산업과 생태계가 어떻게 돌아가는지 놓치지 않고 살펴보는 것이 중요하다는 점을 공통적으로 강조하셨다. 꼭 미국 캘리포니아 실리콘밸리가 아니어도 된다. 각자의 위치에서 여행 혹은 컨퍼런스 등을 찾아 나서며 경험을 쌓아가고 되고, 괜찮다면 한 두 달 정도 살아보는 것도 좋다. 꼭 여행이 아니어도 된다. 나만의 시선으로 나만의 내러티브와 목적을 갖고 보면, 유튜브나 블로그, 혹은 그저 평범한 일상 속에도 좋은 정보 소스가 많을 것이다. 현재 원하는 위치에 있는 사람들과의 네트워킹을 통해 소스를 구하는 것도 좋은 방법이다. 나 자신만의 플랫폼을 만들어 시각을 활짝 열어놓고, 수많은 경험들을 연결하며 통합해야 한다. 열어놓고 연결하다 보면, 세상을 지배하는 건 내가 될지도 모르니까.

# 07

## LG 테크놀로지 벤처를 방문하다

< LG 연구소 >

전혜린



“세상을 바꾸는 기업들은 벤처 기업에서 출발한다”는 신념 아래, 나는 현재 경영학과 전공 수업으로 ‘벤처 경영’ 수업을 수강하고 있다. 신규사업을 시작하고 운영하는 데에 필요한 프로세스와 기술들을 공부하고, 이론을 실제에 적용하는 커리큘럼은 끊임없는 창의성을 요구한다.

벤처경영 팀원들과 함께 창업의 기초가 되는 ‘비즈니스 캔버스’를 채우다 보면 가장 고민되는 지점은 ‘Value proposition’과 ‘Consumer Persona’다. Value proposition은 내가 창업하고자 하는 기업이 소비자들에게 간편함, 가성비, 심미성 등 수많은 베네핏 중, 어떤 가치를 제공할 수 있는지에 대한 설명을 요구한다. 한편, Consumer Persona는 내가 어떤 소비자에게 이런 가치를 제공할 것인지를 묻는 까다로운 부분이다. 4주에 한 번씩 이루어지는 ‘가상 투자 설명회’ 수업에서 우리 팀이 준비 중인 창업 아이템을 설명할 때, ‘어떻게 투자자들을 설득시킬 수 있을까?’에 대한 고민은 우리 조가 늘 짊어져야 하는 숙제다.

이 복잡한 과정에서 늘 실마리가 되는 것은 지난 겨울, 캘리포니아의 ‘LG 테크

놀로지 벤처’ 센터에서 들었던 1시간 동안의 강연과 질의응답이었다. LG 테크놀로지 벤처 센터(이하 LG벤처)는 투자 이후에 포트폴리오를 얼마나 키울 수 있을지 검토하는 역할을 맡고 있는 기관이다. 짧다면 짧고, 길다면 긴 시간 동안 나는 ‘창업자의 관점’이 아닌, ‘투자자의 관점’을 깊이 배우고 이해할 수 있었다.

LG 벤처가 현재 가장 많은 관심을 기울이고 있는 분야는 메타버스와 디지털 플랫폼이다. 2000년대 이후 신생 기업들은 1970년대에 비교했을 때 물리적 자산 투입이 절반 이하에 불과한데, 이는 적은 물리적 자산으로 시장에 손쉽게 진입해 아이디어만으로 많은 투자를 유치하는 것이 중요하기 때문이라고 설명하였다. ‘소통’, ‘자유로움’, ‘디지털’, ‘메타버스’와 같이 유사한 키워드를 중심으로 모인 수많은 기업들에 알맞은 투자를 하기 위해 LG벤처가 가장 우선적으로 고려하는 것은 무엇일까? 그들은 ‘오픈 플랫폼’으로의 확장 가능성을 주된 변수 중 하나로 꼽았다. 무궁무진한 소비자들이 이용을 하면서도 동시에 새로운 콘텐츠를 제공하는 주체가 될 때, 그 플랫폼의 끝없는 가능성이 펼쳐진다는 설명이었다. 한 회사가 하드웨어를 마련할 수는 있어도, 소프트웨어에 해당하는 모든 창의적인 아이디어와 콘텐츠를 제공하는 것은 현실적으로 어렵다는 판단 때문이다.

‘오픈 플랫폼’의 관점에 주목해 생각해 보자, ‘프로필 촬영 매니징 플랫폼’을 기획해, 헤어/메이크업부터 실제 사진 촬영과 보정까지 전 과정을 관리하는 플랫폼을 만들겠다는 우리의 사업 계획이 지나치게 거창해 보이고 비현실적으로 보였던 이유도 찾을 수 있었다. 이용자들의 적극적인 참여를 통해 끊임없이 새로운 콘텐츠를 생산해 낼 유인이 부족했기 때문이었다. 오픈 플랫폼에 관한 내 의견이 적극 반영되어 ‘일반인을 위한 프로필 촬영 올인원 플랫폼’으로 사업의 방향성을 바꾸고, ‘프로필 촬영’ 하면 가장 먼저 떠오르는 검색, 리뷰 공유 플랫폼으로 성장하겠다는 새로운 목표를 제시하자 훨씬 분명한 사업 계획이 그려졌다.

이처럼 캘리포니아에서 LG벤처를 방문하고 질의응답을 한 경험은 벤처 기업 내부 혁신의 성공과 실패를 좌우하는 요소들을 깨닫게끔 해 주었다. 뿐만 아니라, 창업 성공을 위해서는 지금까지 내가 공부하고 있던 사업 기회의 분석, 위험 요소의 분석, 재무 회계 마케팅 등 지식 습득의 단계에서 그쳐서는 안 된다는 것이 여실히 느껴졌다. 어떤 persona를 지닌 소비자들에게 무슨 가치를 제안할지, ‘Value proposition’을 명확하게 정의할 수 있을 때, 그리고 이 과정에서 ‘오픈 플랫폼’으로의 변화 가능성을 입증할 수 있을 때 혁신은 이루어진다.



# 08

## 기본을 지키는 것이 경쟁력이다

<더 밀크>

강연우



샌프란시스코에 도착한 첫날 스탠퍼드 대학을 둘러보고, 이튿날에는 현지 기업에서 일하는 한국분들을 만났다. 저널리즘에 관한 관심으로 미디어학부 이중 전공에 진입한 나는 실리콘밸리에서 저널리즘 혁신을 시도하고 있는 '더밀크' 방문을 또렷하게 기억한다.

더밀크는 한국에서 기자 생활을 하던 손재권 대표가 창업한 스타트업이다. 한국 언론 환경의 한계를 느낀 그는 새로운 형태의 언론을 시도하기 위해 실리콘밸리에서 직접 회사를 차렸다. 더밀크가 우리나라 기성 언론과 구분되는 가장 큰 특징은 구독형 미디어라는 점이다. 한국 언론 시장은 철저히 양면 시장의 논리를 따르고 있다. 대부분 언론사는 독자에게 과금하지 않고 기업으로부터 광고를 수주하는 방식으로 연명하고 있다. 그 결과는 우리가 보는 그대로이다. 독자에게 과금하지 않으니 언론사는 독자가 돈을 내고 볼 만한 정보를 창출하지 않는다. 좋은 기사를 쓰려는 의지가 없고, 그렇다 보니 그에 맞는 능력을 갖게 되었다. 그리고 광고주의 심기를 거스르는 기사는 작성하지 않는다. 우리나라 언론사의 주요 광고주가 언론의 감시 대상이 되어야 할 정부와 대기업이라는 점은 이를 더 심각한 문제로 만든다.

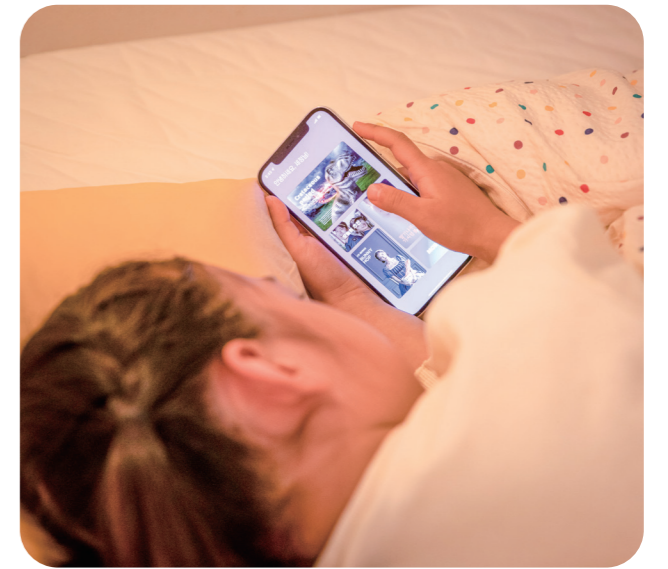
더밀크는 어렵지만, 의미 있는 '구독형 미디어'의 길을 가고 있다. 채널에 광고를 걸지 않고, 광고주가 아닌 독자가 만족하게 하는 미디어를 지향한다. 당연히 광고주의 눈치를 보지 않고, 독자가 알고 싶어하고 독자에게 이익이 되는 정보만 전달하려고 노력한다. 더밀크는 생

존을 위해 그래야만 하기도 하다.

더밀크 방문은 이러한 내용에 대한 대표님의 강연과 질의 응답으로 이뤄졌다. 더밀크가 걸어온 길과 나아갈 길에 대해 설명을 들은 학생들은 적극 질문했다.

나의 첫 질문은 과연 더밀크가 구독자를 끌어당길 만큼 매력적인가 하는 것이었다. 물론 구독형 언론은 뚜렷한 장점이 있지만, 독자로서는 포탈에 접속하기만 해도 수많은 언론사의 기사를 무료로 볼 수 있고 어쩌면 대형 언론사의 취재력을 스타트업 더밀크가 따라가기 어렵다고 생각할 수 있다. 그렇다면 좋은 정보를 제공하고, 이를 바탕으로 구독자를 확보하고, 그 재정적 기반 위에서 더 좋은 정보를 제공하는 구독형 언론의 선순환 구조가 실현될 수 없다.

대표님은 구독자를 설득하는 방법에 대한 질문에 더밀크 고유의 강점 두 가지를 답했다. 비판적 사고와 네트워킹이다. 더밀크는 비록 규모는 작지만, 누구의 눈치도 보지 않고 단지 독자에게 정확하고 유용한 정보를 전달하기 위해 비판적으로 사고한다. 또한, 기술 관련 정보의 특성상 이를 빠르게 취재하는 것이 중요한데 더밀크는 실리콘밸리 기반의 네트워킹을 갖추고 있다. 더밀크 본사가 실리콘밸리에 있다는 점이 값진 정보를 수집하고 독자에게 빠르게 전달하는 데 크게 이바지한다.



솔직하게 말하자면 나는 대표님의 답변을 듣고 특별한 무언가는 없다고 느꼈다. 하지만 한 단계 나아가 생각하니 더밀크는 기본에 충실한 것이다. 그리고 모두가 기본을 지키지 않는 상황에서는 기본을 지키는 것이 경쟁력이 된다.

언론의 역할은 무엇인가? 정보 전달이다. 그리고 정보 전달은 크게 정보의 수집, 편집, 유통으로 나뉜다. 앞서 언급했지만, 이 전 과정에서 국내 언론은 기본에 충실하지 않고 있다. 정보 수집 과정에서 직접 취재한 것이 아니라 다른 언론사가 보도한 내용을 그대로 옮겨 내는 경우가 많고, 정보원을 찾더





라도 입맛에 맞는 사람을 제외하여 균형 잡힌 정보를 제공하지 않는다.

편집은 어떠한가? 깊은 분석과 비판적 사고를 바탕으로 한 단계 더 깊은 인사이트를 전달하는 것이 아니라 피상적인 사실 전달 수준에 머무른다. 다시 말해 독자에게 완결성 있는 정보를 전달하지 못한다. 유통도 처참하다. 일단 실망한 독자들이 뉴스를 읽지 않으며, 읽더라도 포털이나 유튜브를 통해 보도를 접하는데 이러한 무한 경쟁 환경에서 언론사는 자극적인 기사를 활용하여 독자의 시선을 끄는 데 급급하고 있다.

이처럼 한국 언론은 언론의 정보 전달이라는 기본적인 역할조차 제대로 수행하지 못하고 있기 때문에 기본을 지키고자 노력하는 언론이 사용자의 눈에 띄는 것이다. 더밀크는 정보의 수집, 편집, 유통 전 과정에서 비판적 사고와 네트워킹 역량을 활용하여 기본을 지키는 데 최선을 다하고 있다.

그렇다면 더밀크와 같이 기본을 지키려고 노력하는 미디어

가 등장했을 때, 더밀크의 경쟁력은 무엇인가? 나의 다음 질문은 BM 모방 가능성에 대한 질문이었다. 다시 말해, 만일 더밀크와 같이 실리콘밸리에 진출하여 비판적 사고와 네트워킹을 바탕으로 비슷한 수준의 정보를 제공한다면 더밀크는 살아남을 수 있을지 궁금했다.

대표님의 답변은 간단했다. “와보라고 해라. 그게 쉽나.” 나는 이 답변에서 그가 지금까지 미국에 자리 잡으며 마주했을 수많은 어려움이 느껴졌다. 기본을 지키기가 그만큼 쉽지 않다는 것이다. 작은 규모의 언론사가 수준 높은 정보 수준을 유지하는 것, 이국땅에서 한 명 한 명 네트워크를 쌓은 것, 이를 바탕으로 소중한 구독자를 한 명 한 명 모아온 경험은 그 누구도 모방할 수 없는 자산이며, 웬만한 의지로는 시도조차 불가능한 일이다.

미디어 루키스를 떠나기 전 나는 우리나라 언론의 개선 방향에 대해 고민하고 있었고, 그 해결 방안에 대한 힌트를 얻기를 기대했다. 그리고 실리콘밸리에서 곳곳이 저널리즘 혁신의 길을 걷고 있는 더밀크의 모습을 보면서 우리나라의 언론이 어떻게 변화하여야 하는지에 대해 깊이 고민해볼 수 있었다.

도대체 왜 이러한 저널리즘 혁신 시도가 한국의 기성 언론에서는 왜 이뤄지지 않는가? 분명 모두가 문제를 인식하고 있고 그 변화 방법을 알지만, 그 험난한 길을 누구도 가고 있지 않다. 간절함이 없기 때문이다. 하지만 지역, 세대, 정치 성향, 성별로 나뉘어 갈등하는 대한민국을 통합하기 위해서는 기본을 지키는 언론의 등장이 정말 간절하다.

그렇다면 나는 과연 그 일에 어떠한 기여를 할 수 있는가? 내가 언론계에 직접 뛰어들게 된다면 이 문제의 해결에 집중하고 싶다. 만일 업으로서 언론인은 포기하게 되더라도 저널리즘을 공부한 사람으로서, 우리나라 언론 환경에 문제의식을 느끼는 사람으로서 국내 언론의 혁신 시도에 관심을 두고 후원하고 싶다.

끝으로 바쁜 시간 중에도 고려대학교 후배들을 위해 귀한 시간 내어 주신 손재권 대표님과 더밀크 관계자 여러분께 이 지면을 빌려 감사하다는 말씀을 꼭 전하고 싶다. 더밀크의 여쭙면 무모한 도전이 한국 기성 언론에도 좋은 자극이 되어 기본을 지키는 언론 환경이 창발하기를 기대한다.



## 지속 가능 콘텐츠를 위한 수단의 혁신, 구독형 저널리즘

<더 밀크>

박서현

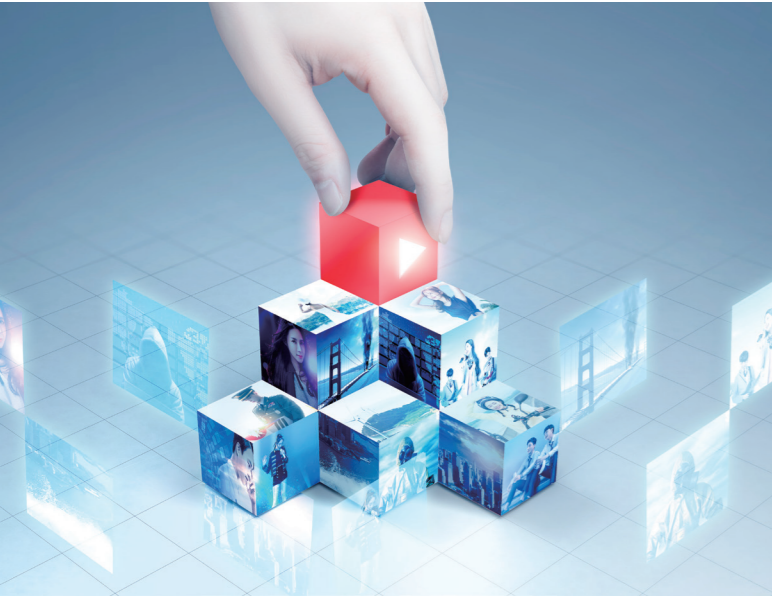
‘세상 변화의 중심, 실리콘밸리의 생생한 인사이트’. 더밀크가 세상에 내민 슬로건이다.

‘더 밀크’는 사용자에게 ‘세상 변화의 중심’을 이루는, 다양한 분야(테크, 주식, 기업 등)의 프리미엄 콘텐츠를 제공하는 저널리즘 플랫폼이다. 정확한 정보 전달과 트렌드에 맞는 흥미로운 토픽은 기본. 더 밀크는 여기서 더 나아가 전문가의 포트폴리오, 정밀 분석을 통한 산업 인사이트까지 제공하는, 엘리트 대상 미디어로서의 입지를 다져가고 있다. 더 밀크가 이렇게 양질의 콘텐츠를 제공할 수 있도록 하는 동력은 무엇일까? 바로 더 밀크의 단계별 구독 시스템이다.

인터넷을 켜고 포털 사이트에 접속하기만 해도 무료로 볼 수 있는 뉴스 기사들이 메인 페이지를 가득 장식하는 한국에서는, 이러한 모델이 다소 어색할 수도 있을 것이다. 대부분의

OTT 서비스를 이용하는 것과 마찬가지로 단계에 따라 구독료를 지불하고, 그에 맞는 양과 질의 정보를 제공받는, 그야말로 돈을 주고 기사를 보는 시스템인 것이다. 신문도 아닌 인터넷 기사를 돈 주고 보다니!

바로 이 지점에서 더 밀크의 손재권 대표는 더밀크의 구독형 모델이 네이버와 같은 대형 포털에서 흔히 볼 수 있는 일반적인 언론사와는 차별화된다고 말한다. 하나의 거대 플랫폼이 언론 보도를 독식하고 언론사에 돈을 주는 이상, 클릭을 유도하는 양산형 기사는 쏟아지고 결국 언론의 질은 악화될 수밖에 없다는 것이 그의 생각이다. 이는 한국에서 언론사 일을 하던 손재권 대표가 더 괜찮은 기자, 더 나은 언론을 육성하고 싶다는 그만의 가치관 가지게 된 계기이자, 그러한 가치관을 실현하기 위해 미국 땅을 밟게 된 이유이기도 했다.



꼼꼼이 생각해보아도, 우리는 현재의 무료 기사에 만족하는가? 아이러니하게도 뉴스(NEWS)에는 새로운 사실이 없고, 똑같은 내용의 기사들이 작성자 이름만 바뀐 채 우후죽순 생겨나고 있다. 수많은 광고 페이지에 가려져 글씨조차 보이지 않고, 팩트는 커녕 기본적인 맞춤법조차 확인하지 않은 기사들도 한가득이다.

흥미로운 점은, 이러한 기사들은 수용자 뿐만 아니라 생산자에게도 득이 되지 않는다는 점이다. 대중에게 손가락질 받고, 언론으로서의 가치를 잃어버리는 고결한 문제는 차치하고서라도 말이다. 손재권 대표가 말했던 것 처럼, 많은 언론사들이 거대 플랫폼의 하수인이 되어 울며 겨자 먹기로 낚시성 기사를 써내야 하는 것일 수도 있고, 수익조차 해당 플랫폼에 의지해야 하니 그 구조도 안정되었다고 할 수 없을 것이다.

이러한 점으로 미루어볼 때, 일정한 금액을 내고 높은 퀄리티의 언론사를 구독하는 것은 더 이상 허사가 아닌 것 같다. 획일적인 저널리즘에 지친 대중은 보다 믿음직하고 특별하며 보기 편안한 언론을 찾기 마련이고, 한편으로 언론사 역시 이용자 층과 수익 구조 모두 견고히 할 수 있으니 말이다.

이처럼, 더 밀크는 답답한 언론 구조에 혁신을 꾀하여 수용자와 생산자 모두를 웃게 만들 수 있는 방법을 모색하고자 했고, 그 해답을 구독형 언론에서 찾았다. 언론을 하나의 비즈니스 모델로 인식하고, 그에 변화를 주어 기사의 퀄리티와

회사의 수익 구조, 두 마리 토끼 모두 잡았다는 것이 바로 더 밀크의 혁신 포인트인 것이다.

이러한 비즈니스 혁신을 일궈낸 더밀크의 손재권 대표는 이번 프로그램에서 미디어 루키스에게 더밀크 사업 스토리와 함께 '지속가능한 언론'에 대한 얘기를 들려주었다.

“중요한 건 콘텐츠, 즉 내용입니다. 내용을 제대로 전달하기 위해서라면 수단은 환경에 맞춰 끊임없이 변화할 수밖에 없어요. 내용을 위한 수단의 혁신을 꾀한 것이 바로 더밀크의 첫 번째 선택이자 지속가능한 언론으로의 첫 걸음이었다고 생각합니다.”

중요한 건 콘텐츠를 빠르고 정확하게 전달하는 것. 그렇기 때문에 더욱 '콘텐츠' 자체에 집중해야 한다고만 생각했는데, '전달'에 집중함으로써 콘텐츠를 발전시킬 수도 있다는 생각은 왜 하지 못했을까? 특히 저널리즘에 관해서는, 빠르면서도 정확한, 왜곡되지 않은 전달이 굉장히 중요한 요소인데 말이다. 손재권 대표는 잘못된 전달이 내용의 본질을 망치지 않도록 하는 것을 우선의 가치로 두는 듯했다. 이러한 그의 가치가 바로 언론이 추구해야 하는 가치가 아닐까?

수많은 정보가 엄청나게 빠른 속도로 퍼져나가는 요즘이다. 이 과정에서 그만큼 많은 양의 정보가 그만큼 빠른 속도로 왜곡되고 악용되며, 이용자를 겨냥하고 있다. 현재의 상황에서 지속 가능한 언론이란, 그보다 빠른 속도로 허위·왜곡 보도에 대응하고 맞서면서, 최대한 '내용'의 진실성을 보장하는 '수단'이 되고자 자처하는 것이어야 하지 않을까?

결론적으로 더 밀크에서 보낸 시간은 우리 루키들에게 발전하는 미디어 속에서 언론의 입지, 콘텐츠 보호를 위해 수단으로서의 언론이 나아가야 할 방향, 그리고 우리의 가치를 보호하기 위해 다양한 수단으로 세상을 혁신하려는 자세를 일깨워주었다. 특히 언론인을 꿈꾸는 학생들에게는 지속 가능한 언론이 어떻게 만들어지는지, 그 과정에서 스스로 어떤 역할을 하는 사람이 되고 싶은지 등을 생각해보도록 하는, 상당히 고무적인 경험이 되었으리라 확신한다.



# 10

## 교육 혁신의 시대, 대학의 존재 의미는 무엇인가?

< 유데미 >

강언우

샌프란시스코 다운 타운으로 이동한 첫날 Udemy에서 일하고 계신 송세규님을 만났다. 그는 Udemy 샌프란시스코 사무실에 근무하는 한국인이다. 그는 한국에서 대학을 졸업하고 한국 대기업을 다니다 직장을 그만두고 미국 UC 버클리 경영대학원에 진학한 뒤, 미국에서 취업했다. 평소에 자주 드신다는 매운 치킨 샌드위치를 함께 먹고 회사로 이동했다. 한국에서는 보통 치킨 버거라고 하는데 미국은 패티가 들어간 것만을 버거라고 부른다고 해서 신기했다.

회사 내부는 여타 실리콘밸리 기업과 비슷하게 굉장히 자유로운 형태였다. 내부에는 구내식당을 갖추고 있었고 우리는 식사를 하고 이동했기 때문에 간단히 음료를 챙겨 회의실로 이동했다.

송세규님께서 가장 먼저 샌프란시스코 지역에 대해 설명해주셨다. 나는 미디어 루키스 프로그램을 통해 미국 땅에 처음 발을 디뎠고, 실은 미국 역사에 대한 지식이 부족했다. 당연하게도 샌프란시스코가 어떠한 역사적 배경을 가진 지역인지 알지 못했다. 송세규님은 직접 PPT를 준비하셔서 왜 샌프란시스코가 지금처럼 혁신이 이뤄지는 장소가 될

수 있었는지 설명해주셨다. 샌프란시스코는 예로부터 ‘다름’에 포용적이었다. 그리고 다른 배경을 가진 사람들, 그래서 다른 생각과 취향을 가진 사람들이 모여 있었기에 꾸준히 새로운 것이 탄생할 수 있었다.

이어 Udemey에 대한 설명이 이어졌다. Udemey는 에렌 발리가 2007년 터키에 살고 있을 당시 제작했던 가상학습교실 소프트웨어로부터 시작되었다. 그는 교육 불평등이 해소될 때 그 밖의 불평등까지 해소될 수 있다는 신념으로 샌프란시스코로 건너와 누구나 강좌를 개설하고 들을 수 있는 플랫폼을 런칭했다. 현재는 5,700만 명의 학생, 74,000명의 교육자가 75개 언어로 소통하고 있으며 13,400개의 기업 고객 또한 확보하고 있다. 그리고 여전히 “Improving lives through learning”이라는 미션 아래 성장하고 있다.

교육은 오래전부터 특권이었다. 큰 경제적 비용과 시간적 여유가 필요했다. 그래서 소수 사람만이 교육을 받을 수 있었으며 그들은 교육을 통해 얻은 지식으로 자신들의 지위를 더욱 공고하게 유지했다. 유데미를 비롯한 온라인 교육 업체들의 등장은 이러한 특권을 최대한 많은 사람이 누리도록 하여 누구나 의지만 있으면 교육을 받을 수 있는 환경을 만들었다. 이는 교육으로부터 소외되어 있던 사람들에게는 매우 긍정적이고 혁신적인 변화다. 하지만 지금껏 교육을 제공해왔던 기존 주체들, 특히 비싼 값을 받으며 고등 교육을 제공해왔던 대학은 그 역할이 모호해지는 위기감을 느끼게 되었다.

어쩌면 이미 우리 눈앞에 보이는 듯하다. 대학 무용론, 대학이 현실에 필요한 교육을 제대로 하지 못하고 있고, 대학 졸업장은 과거와 같은 힘을 갖지 못한다고 많은 사람이 말한다. 그래서 수많은 교육 플랫폼이 등장하는 상황에서 언젠가 대학은 대체될 것이라고 한다.

나는 현재 세계 최대 온라인 교육 플랫폼에서 일하고 있지만, 전통 고등 교육에서 오래 공부한 그의 대학 무용론에 대한 생각이 궁금했다. 교육 혁신의 시대, 과연 대학은 대체될 것인가? 만일 대체 된다면, 앞으로 대학의 존재 의미는 무엇일까?

송세규님께는 새로운 관점을 제시했다. 그는 대학은 대체될 수 없다고 말했다. 물론 지식의 전달 기능은 대체할 수 있고, Udemey와 같은 플랫폼이 훨씬 잘하는 교육도 있다. 하지만 이러한 플랫폼은 대학에서 다양한 배경을 가진 사람을 만나는

가치를 절대 대체할 수 없다. 다른 것이 만날 때, 그 융합에서 혁신은 탄생한다. 각지에서 모인 사람들로 가득한 대학은 그래서 창의와 혁신의 공간일 수 있다. 또한, 그렇게 대학에서 만난 인연은 졸업 이후에도 곁에 남아 긴 커리어를 함께 걸어갈 친구가 된다. 그래서 그는 자신이 대학교, 대학원에 다닌 것을 절대 후회하지 않는다고 말했다. 온라인 교육 플랫폼은 절대 이러한 역할을 할 수 없다.

졸업이 가까운 학생들, 교수님들은 그의 대답에 고개를 끄덕였고 아직 학교에서 보낼 시간이 많은 학생은 남은 대학에서의 시간 동안 무엇을 해야 하는지 깨달은 듯했다.

대학은 사람을 만나는 곳이다. 강의실 안에서 공부도 열심히 해야겠지만, 그 속에서 만나는 사람들에게도 많은 힘을 쏟아야 한다. 나와 다른 전공을 공부하는 사람들, 다른 취미를 가진 사람들, 다른 꿈을 가진 사람들을 만나며 그들을 이해하고, 그 과정에서 나에 대해 더 높은 차원의 이해가 가능해지며, 무언가 새로운 것을 시도할 가능성이 열린다.

나에게 미디어 루키스 프로그램은 이와 같은 대학의 존재 의미를 극대화하는 프로그램이었다. 미국에서 다양한 산업의 다양한 직무를 수행하고 있는 사람들, 그리고 전혀 다른 삶의 방식을 선택한 사람들을 만나면서 배운 것이 많다. 그리고 여정을 함께 한 친구들, 조교님, 교수님들과 강의실에서는 하지 못했던 대화를 나누며 서로 이해하고, 나는 어떤 사람인지 알 수 있는 시간이었다.

대학에서 시간이 많이 남지는 않았지만, 그가 전해준 메시지를 기억하고 최대한 많은 사람을 만나고 새로운 생각을 접하려고 많은 노력을 기울이겠다고 다짐했다. 다양한 배경의 학생들이 모여 서로의 생각을 나누고, 무언가 새로운 것을 창조하고, 사회를 조금 더 나은 곳으로 만들겠다는 꿈을 꿀 때 ‘교육 구국’의 정신으로 설립된 우리 고려대학의 존재 의미가 있을 것 같다.

끝으로 단지 한국인이라는 이유로 지난 미디어 루키스 프로그램부터 고려대학교 학생들을 친밀하게 맞아주시고 좋은 조언 아끼지 않으신 송세규님께 감사 인사를 드리고 싶다. 그리고 우리 고려대학이 마치 샌프란시스코처럼 우리나라와 세계를 구할 혁신의 상징이 되기를 기대한다.



# 11

## 사진예술사로 예측해보는 미디어 콘텐츠의 미래

< SF MOMA, 메타 >

신정원



실리콘밸리에서 다양한 미디어 생태계와 기술 생태계 현장을 탐방한 뒤 방문한 샌프란시스코 현대미술관(SF MOMA)은 내게 새롭게 다가왔다. 그 중에 가장 인상적이었던 한 전시의 흐름을 바탕으로 인스타그램의 미래에 대한 나 나름대로의 고찰을 공유하고자 한다. 전시는 관이 보유한 사진 컬렉션을 초역사적(transhistorical)으로 정리해 전시하는 ‘Sightlines: Photographs from the Collection’이라는 사진 전이다.

사진기술이 발달함에 따라 사진을 찍는 행위 자체의 비용이 절감되고, 더 많은 사람들이 사진을 찍고 사진에 찍힐 수 있게 됐다. 사람의 초상화를 찍는 스튜디오들은 사람들이 카메라와 구도, 혹은 자세를 통해 그들의 정체성을 연출하는 수행적 공간(performative space)의 역할을 해 왔다. 점점 현대로 넘어오면서 초상화는 그 형태가 다변화됐다. 토마스 러프(Thomas Ruff)는 초상화가 대상의 심리나 분위기를 드러낸다는 개념에 도전장을 내밀고 여권사진의 담백하고 중립적인 스타일을 모방해 찍어내듯 작품을 만들었다. 캐서린 오피에(Catherine Opie)나 사무엘 포소(Samuel Fosso) 등의 아티스트들은 초상화라기보다는 분신(alter ego)나 원형(archetype)의 아바타를 형상화한 듯한 사진을 그려냈다. 폴 세푸야(Paul Sepuya)는 스튜디오를 더 친밀한 공간으로 변형하려는 시도를 하기도 했다. 이렇게 현대의 스튜디오는 협동과 실험, 상상의 공간으로 변화해가고 있다. 사진은 사람 뿐만 아니라 사물이나 자연도 포착한다. 과거부터 현재까지 수많은 사진가들은 사물이나 풍경을 묘사하기 위한 다채로운 탐구를 해 왔다. 흔하지 않은 시각으로 색다르게 표현하면서, 관계성을 창조하고 담론을 형성해 온



것이다.

한편 사진이 발명된 이래로 지금까지 전 세대에 걸쳐, 카메라를 거부하는 아티스트들도 늘 존재해왔다. 이 아티스트들은 피사체를 감광성(빛을 받으면 화학 변화를 일으키는) 종이, 즉 감광지에 놓고서 거기에 빛을 비춤으로써 사진을 만들어왔다. 카메라 렌즈를 거치지 않는 이러한 사진 기법은 포토그램(photogram)이라고 불리는데, 이는 사진이 3차원 세상을 표현한다는 우리의 통념을 뒤엎는다. 포토그램 기법은 피사체를 그대로 사진으로 담아내는 대신 예술가 개인의 창의성을 이용해 다양한 형태의 사진이라는 예술로 만들어낸다. 카메라를 제쳐 둬으로써 포토그램 아티스트들은 원근법을 바탕으로 한 공간에 의존하는 기존의 사진에 대한 정의에 도전장을 내민다. 그들은 색다른 내러티브를 갖고 혁신적으로 실험하고 때로는 피사체를 담대하게 추상화하기도 한다. 카메라를 버림으로써 아티스트들은 사진을 새롭게 바라보고 만들어낼 수 있게 된 것이다.

사진의 물리적 요건들이 사라지면서, 사진이라는 예술의 잠재력은 무궁무진하게 확장된다. 맨 레이(Man Ray)는 포토그램 기법을 사용해 추상과 표현 사이에서 흔들리는 초현실을 표현했다. 앨리슨 로시터(Alison Rossiter)는 불안정한 사진용지의 감광성 표면을 화학물질에 노출시켜 다양한 반응을 만들어냄으로써 종이 한 장 한 장의 숨은 잠재력을 끌어내기도 한다. 결국 어떤 창의적인 생각을 갖고 무엇을 어떻게 표현할 것인지에 따라 예술은 끊임없이 확장되고, 본질은 다양한 형태로 색다르게 표현된다.

표현법이 다양해짐에 따라 영역이 확장된 사진예술사는 마치 미디어 콘텐츠 산업의 역사를 말해주는 듯하다. 기술과 매체와 플랫폼이 다양해지면서, 크리에이터가 표현하고자 하는 본질을 가장 잘 전해줄 수 있는 방식을 골라 무한한 콘텐츠를 만들어낼 수 있는 잠재력이 생겼다. 사진을 없애고 3차원을 넘어 표현의 방식을 다변화한 사진예술가들의 정신을 본받아, 우리 미디어 콘텐츠 크리에이터들도 형식의 제약을 없애고 3차원을 넘어 언제나 표현의 방식을 다변화할 준비를 하고 있어야 하겠다. 우리가 표현하고자 하는 피사체의 본질을 가장 잘 드러낼 수 있는 기술이 무엇인지 끊임없이 고민하는 자세를 가질 때라는 걸 이번 미디어 루키스 프로그램은 알려준다.

인스타그램의 모회사인 메타가 3차원을 넘어 메타버스라는 새로운 세상을 열겠다고 한다. 거창해 보이는 바로 이 메타버스라는 개념은 사실 포토그램과 전혀 다르지 않다. 콘텐츠 크리에이터의 입장에서 메타버스의 등장은 기존 방식대로 콘텐츠를 만들어낼 수 없다는 한계가 아니라 내러티브를 드러낼 수 있는 무궁무진한 가능성을 의미한다. 또 애플이나 메타 등 거대 기술 기업들은 VR 기술을 개발하며 출시를 예고하고 있다. 여기서도 마찬가지로, 우리는 다른 매체로 전달하지 못하는 VR만의 콘텐츠에는 어떤 게 있을지 고민해본다. 이제 미디어 콘텐츠를 만드는 사람들은 다양한 기술, 매체, 플랫폼을 넘나들며 다양한 방식을 효율적으로 써 먹을 줄 알아야 한다.

# 12

## Fight On! 이틀 동안 USC에서 느낀 에너지

### <USC>

윤세현, 전해린



2월 6일은 샌프란시스코에서 로스앤젤레스로 넘어온 후 첫 스케줄이 있는 날이었다. 6일과 7일 이틀 동안은 USC(University of Southern California) 애너버그 스쿨에 방문했다. 김수정 교수님께서 빈틈 없이 유익한 일정들로 가득 채워주셔서 정말 알찬 시간을 보낼 수 있었다. 이 자리를 빌려 먼저 감사의 말씀을 드리고 싶다.

### 1. USC 캠퍼스 투어



첫 번째 일정은 USC 캠퍼스 투어였다. 애너버그 스쿨 앞에서 모여서 다 같이 학교 한 바퀴를 전체적으로 돌아보며 USC의 역사와 문화 등에 대해 알아 보는 시간을 가졌다. USC는 1880년에 개교하여 캘리포니아주에서 가장 오래된 역사를 가진 명문 사립대학교로, 수백개의 인종이 함께 살고 있는 도시 LA의 중심에 위치해 있는 학교답게 다양성을 존중하는 문화가 인상적이었다. "Fight On!"이라는 구호도 배울 수 있었는데, 승리의 'Victory'에서 따온 'V' 손가락 사인과 함께 지나가던 학생에게 구호를 외치니, 아무렇지 않은 듯 힘차게 맞받아 주는 것을 보며 고려대학교와 비슷하게 끈끈한 동문 의식을 가지고 있는 학교라는 생각이 들었다. 활기차고 정겨운 캠퍼스의 분위기와 LA의 화창한 날씨는 너무나도 잘 어우러져 캠퍼스를 걷고 있는 것 일 뿐인데 한껏 좋은 기분을 만끽할 수 있었다.





## 2. 박사과정생과의 대화

애너버그 스쿨 박사과정을 밟고 있으신 선배들과 점심을 먹으며 대화 및 질의응답 시간을 가졌는데, 같은 미디어학 전공생으로서 공감대가 많아 길지 않은 시간이었음에도 금방 시간이 흐른 기분이 들었다. 왜 이 길을 선택하게 되었는지, 연구 분야는 무엇이고 어떻게 정했는지 등

미디어 학계에서 열심히 달려나가고 있는 선배들에게 질문할 수 있는 기회를 갖는 것만으로도 너무 소중한 시간이었다.

## 3. 한국학연구소 방문

한국과는 이질적인 곳이라고 생각했던 로스앤젤레스에서 우리는 쉽게 한국의 흔적을 찾아볼 수 있었다. 도산 안창호 선생의 가족이 거주했던 '안창호 패밀리 하우스'는 현재 한국학연구소로 쓰이고 있다. 현지 학생들과 거주민들에게 한국을 알리는 활동을 진행하고 있고, 한국 교민들의 문화적 정체성 보존과 미국 사회에서의 권익 신장의 역할을 수행할 뿐만 아니라 지역 사회 내 한인 교류의 장으로 활용되고 있었다. 미디

어에 한국어 더 자주 등장하고, 왜곡되지 않은 올바른 모습으로 대중에게 비춰질 수 있도록 노력하고 있다는 이야기를 들으며, 역사에 대해 올바른 관심을 가지도록 하는 미디어의 중요성에 대해 생각해 보는 시간을 가졌다.

## 4. 푸드저널리즘 수업 발표

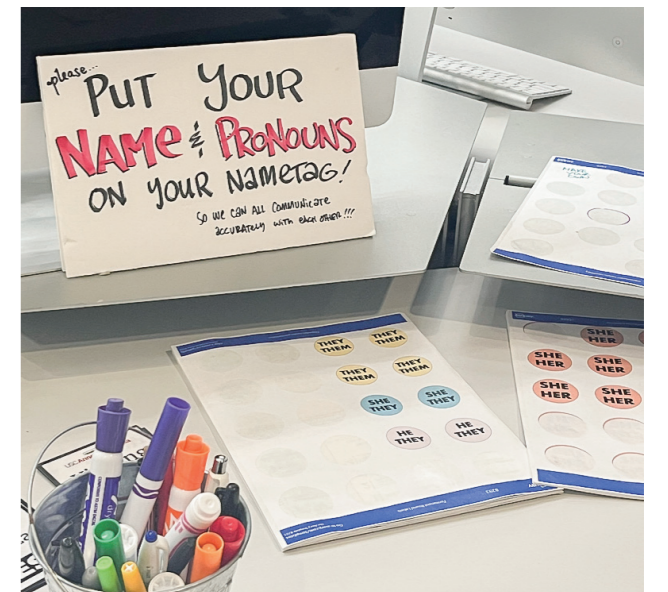
애너버그 스쿨의 푸드 저널리즘 수업에 직접 참여하여 외국인 학생들을 대상으로 한국의 식사, 디저트, 급식 문화를 발표로 소개하며 '글로벌한 크리에이터'가 되어 볼 수 있었다. 한국은 본래 가족 단위의 식사를 했지만 최근에는 1인 가구의 증가로 '혼밥족'이 증가하고 있다는 점, 무상급식을 통해 저소득층 학생의 권리를 보장할 수 있었다는 점과 같은 사회적 맥락을 함께 소개했다. 이후, 우리의 발표로 한국 음식에서 나아가 한국의 역사와 사회에까지도 관심을 가지게 되었고, 감동과 즐거움을 느꼈다는 청중 학생들의 소감을 전달 받아 보람을 느꼈다. 직접 발표를 해보면서, 이렇게 많은 사람들이 진심으로 한국에 관심을 가지고 있다는 사실에 놀랍기도 했고 스스로 효능감도 느낄 수 있었던 진귀한 경험이었다. 수업이 끝나고 나오는데, 수업에 참여했던 두 학생이 달려 나와 인스타그램 아이디를 물어보며 한국에 대한 관심을 적극적으로 표현해주어 신기하면서도 뿌듯했다.

## 5. 김경현 교수님 강의

USC 영화학 박사과정을 수료하신 후 UC Irvine 동아시아문화학과 교수로 재직 중이신 김경현 교수님의 강의를 들었다. 교수님께서 넷플릭스 <오징어게임>을 시작으로, 한국의 콘텐츠가 왜 흥행했고 한국이 가지고 있는 색다른 저력이 무엇이었는지에 대해 설명해주셨다.

OTT가 우리의 일상생활에 자리잡으면서 전 세계 동시 개봉이 가능해지는 엄청난 변화가 일어났다는 점을 짚어 주시기도 했다. 우리나라 콘텐츠의 수출뿐 아니라 외국 콘텐츠의 수입도 동시에 용이해졌고 규제도 자유로워졌으며, 그러한 배경에 바탕을 둔 콘텐츠가 인기를 끌면서 하나의 사이클이 생기게 되었고 이것이 바로 소셜 미디어 시대에 OTT 플랫폼이 가진 힘이라고 강조하셨다.

또한, 고려대학교 법학전문대학원 박경신 교수님께서 대표적으로 주장하신 망 중립성에 대해서도 언급하셨다. 만약 국내 인터넷서비스제공업체(ISP)가 해외 콘텐츠제공사업자(CP)에 납부해야 한다고 주장했던 망 사용료가 실제로 도입되었다면 우리가 이렇게 해외 콘텐츠를 쉽게 접할 수 없었을 것이며 그것은 대한민국 국민의 표현의 자유에 치명적인 타격을 주었을 것이라 설명해주셨다. 이렇듯 교수님의 강의를 들으며 법과 미디어 콘텐츠의 연관성에 대해서도 생각해볼 수 있었다.

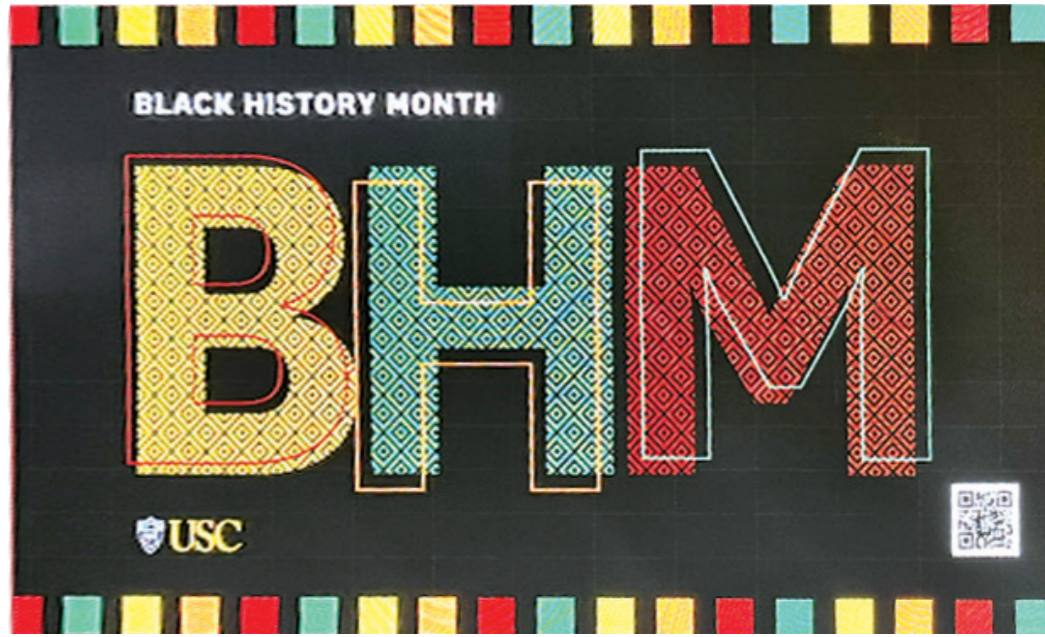


## 6. 미디어 센터 투어

애너버그 스쿨의 미디어 센터도 살펴볼 기회를 가졌다. 들어가는 입구에 각자의 'pronoun'을 골라서 이름표에 붙이라고 적혀 있는 것을 보며 다양성을 존중하는 그들의 문화를 체험할 수 있었다.

미디어 센터에는 학생들이 자신이 원하는 콘텐츠를 자유롭게 생산하는 환경이 조성되어 있었다. 이곳에는 유튜브용 영상을 촬영하는 스튜디오뿐만 아니라 팟캐스트 녹음실, 라디오 송출실, 크로마키가 갖춰진 스튜디오, 인스타그램과 페이스북 라이브 방송으로 송출하는 시설이 갖춰져 있었다. 이때 영어로만 방송을 제작하는 것이 아니라, LA에 거주하는 다양한 국적의 사람들을 대상으로 콘텐츠를 제작하기에 중국어, 스페인어 등의 다양한 언어로 방송을 제작하고 송출한다는 것이 인상적이었다. 더불어 애너버그에 속하지 않은 대학의 학생들에게도 스튜디오 사용이 자유롭게 허가되어 있었다. 아직까지는 한국어와 영어로만 콘텐츠를 제작하고, 정식으로 미디어 대학에 소속되어 있는 학생들에게만 사용권이 주어지는 국내 미디어대학에서 분명 귀감으로 삼을 부분이라 느꼈다.





### 7. 로라 킹 인터뷰

USC는 인종차별의 역사를 있는 그대로 드러내는 데에 주저하지 않았다. USC의 Richardson 교수가 창시한 'Bass Lab'은 사회 정의를 위해 투쟁하였던 유색인종의 역사를 영상 등의 미디어로 기록하는 아카이브다. 유색인종 차별을 고발하고, 과도하게 왜곡된 역사를 바로잡는 저널리즘의 역할을 수행하는 것이 주된 목적이다. 우리가 7일 점심에 만난 로라 킹(Lora King)은 로스앤젤레스 폭동을 일으킨 로드니 킹의 친딸로, 흑인 대상의 불합리한 차별을 비판한 'Voices of a Movement' 다큐멘타리를 제작해 아버지가 당했던 부당함을 고발하였다. 아버지가 경찰로부터 부당한 폭력을 당했을 때 자신이 어린 소녀로서 보고 느꼈던 아버지의 억울함을 다큐멘타리를 통해 전달했다. 한편, 인터뷰에서는 현재까지도 여전히 해결되지 못한 인종차별과, 2021년 들어 SNS를 통해 심해지는 사실 왜곡과 혐오의 문제를 지적하며 우리가 어떤 태도로 흑인 역사를 다뤄야 하는지 방향성을 제시해 주었다. Richardson 교수는 로라 킹이 지닌 태도처럼, 법과 정책, 제도를 세우고 인식 개선에 기여해 사회적 차별을 줄이는 것이 미디어를 공부하는 모든 이들이 가져야 할 책임감을 강조하였다. 미디어 센터에 모여 로라 킹의 인터뷰를 듣는 다양한 피부색의 사람들을 보며, 애너버그 스쿨의 최대 강점이 '다양성'인 이유가 무엇인지 이

해할 수 있었다.

USC는 이 과정에서 레거시 미디어뿐만 아니라, 다양하고 새로운 미디어 기술을 활용하였다. 특히 로라 킹이 참여하였던 'The second draft project'는 'conversational video' 기술을 통해 인터뷰를 기록했는데, 청중이 질문을 던지면 AI가 청중의 질문의 의도를 파악해, 로라 킹의 사전 답변을 조합하여 그녀의 목소리로 대답했다. Richardson 교수는 이 기술은 모든 사람들이 직접 로라 킹과 대화하는 것 같은 효과를 주기에, 사람들의 인식에 미치는 긍정적인 효과가 강할 것이라 설명하였다. 아직까지는 AI가 질문자의 말을 정확하게 인식하는 데 어려움을 겪는 등 기술적인 한계가 있었지만, 이처럼 새로운 기술에 적극적으로 투자하고 기술을 활용하는 애너버그 스쿨의 태도가 '글로벌함'에 기여한다는 점을 느꼈다.

이렇게 USC에서 꼭 찬 이들을 보내며, 고려대학교 미디어 학부와 USC 애너버그 스쿨의 차이점과 공통점을 찾으며 우리의 강점은 무엇인지, USC로부터 배울 부분은 무엇인지 고민해 볼 수 있었다. 또한, 이렇게 먼 곳까지도 수많은 한국인들이 영향을 끼치고 있다는 사실을 다시금 느끼며 미래에 나도 이렇게 선한 영향력을 먼 곳까지 미칠 수 있는 사람이 되어야겠다고 다짐했다.

# 13

## 주성호의 '돈 벌 결심'과 이동훈의 '굿 소러너'

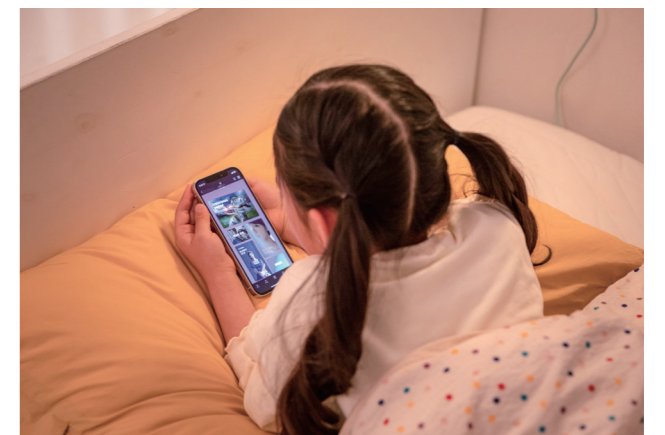
< 콘텐츠진흥원 미국 센터 >

김영은



유니버설 스튜디오에서 신나는 오전을 즐긴 후 콘텐츠진흥원 미국 비즈니스 센터에 방문했다. 슈렉과 심슨 같은 캐릭터를 보다가 담벼락을 가득 채운 뽀로로와 친구들을 보니 그보다 정겨울 수가 없었다. 센터 안으로 들어가자 핑크퐁의 아기 상어부터 ENA 드라마 '이상한 변호사 우영우'까지 미국에서 화제가 된 다양한 한국 콘텐츠의 포스터와 굿즈가 곳곳에 진열되어 있었다. 이러한 한국 콘텐츠의 미국 진출과 국내 콘텐츠 산업 활성화를 위해 힘쓰고 계신 주성호 센터장님과 이동훈 엔터테인먼트 대표님을 만나뵈고 두 분의 강의를 들었다.

주성호 센터장님의 강연을 한 단어로 요약하자면 '돈'이었다. "여러분 미국에서 영화 한 편 제작할 때 얼마를 쓰는지 아세요?"로 시작해 "돈 받는 방식만 바뀌어도 아이템을 세





▲센터 내부에 진열된 포스터

계화할 수 있다는 이야기입니다.”로 끝났으니 이 분이 얼마나 돈에 진심인지 짐작이 갈 것이다. 한국 사회에서 돈은 아주 가치 있고 중요한 것인 동시에 부정적인 대상으로 여겨진다. 다들 돈을 갖고 싶어하면서도 이를 걸어로 드러내면 돈만 밝히는 속물로 불리거나 악착같이 돈 버는 독한 사람으로 비춰지기 때문이다. 그러나 주성호 센터장님께서서는 한국 콘텐츠 산업이 성장하기 위해서는 더 필사적으로 ‘돈 벌 궁리’를 해야 한다고 말씀하신다.

콘텐츠를 만들려면 돈이 필요하다. 온갖 콘텐츠가 쏟아져 나오는 현 시대에서 경쟁력을 갖추려면 더 질 좋고 더 재미있는 콘텐츠를 만들어야 하는데, 그러려면 더 많은 돈이 필요하다. 다시 강연의 첫 문장으로 돌아가보자면, 미국의 영화 제작비는 평균 1,000~2,000억 원이다. 반면 한국의 영화 한 편 당 제작비는 100~200억 원으로 미국의 10분의 1 수준이다. 자본의 차이가 압도적이니 글로벌 시장에서 한국 콘텐츠가 미국 콘텐츠를 제치고 살아남기 어려운 것은 어찌 보면 당연한 결과인 것이다. 그렇다면 왜 이러한 자본의 차이가 발생할까? 물론 미국이니까, 라는 당연한 이야기는 차치하고 보면 미국의 콘텐츠 산업은 “돈 버는 데 초점을 맞춘 비즈니스 모델”이기 때문이다. 센터장님의 표현을 빌리자면 미국은 초등학교 달려 한 장까지도 뽑아 먹는데, 한국은 그만큼 간절하지 않다. 딱 하나, 게임 사업만 제외하고 말이다.

강연 중 가장 신기했던 내용은 대한민국 콘텐츠 수입의 90%가 게임 시장에서 나온다는 사실이었다. 온라인 게임을 기본적으로는 무료로 제공하고 부분 유료화를 통해 수익을 창출하는데, 유저들의 소액 결제가 모이면 금액이 엄청나다고 한다. 게임 산업이 CD에서 온라인 중심으로 변화하자 새로운 수입원을 모색하기 위해 만든 부분 유료화 모델이 이제는 대한민국 콘텐츠 시장을 먹여 살리고 있는 것이다. 반면, 영화 산업은 영화 티켓 구입 후 관람이라는 비즈니스 모델이 바뀐 적이 없다며 센터장님께서 시대의 흐름을 따라가지 않고 정체되어 있는 영화 산업을 비판하셨다. 한국 콘텐츠가 세계 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 돈이 필요하다. 반대로 말하면, 콘텐츠 자체는 충분히 경쟁력이 있다는 이야기다. 따라서 돈을 받는 방법, 즉 비즈니스 모델만 바뀌도 아이템을 세계화할 수 있다는 센터장님의 강연을 통해 미디어 산업을 제대로 알기 위해서는 콘텐츠를 넘어 사업적인 측면까지 함께 고려할 수 있는 넓은 시야가 필요하다는 점을 배웠다.

이어 미국판 ‘굿닥터’와 애플TV에서 방영된 ‘파친코’ 제작자인 이동훈 대표님께서 ‘미국 방송시장과 드라마 제작과정을 통한 쇼러너(showrunner)의 역할과 중요성’을 주제로 강의해주셨다. 한국에서는 아직 생소한 ‘쇼러너’라는 개념을 나는 미디어 전공 과목 중 ‘미디어비평’ 수업에서 과제로 읽은 『드라마의 모든 것』이라는 책에서 처음 접했다. 과목과 도서

명까지 구체적으로 적는 이유는 수업에서 다른 내용을 미국에서 마주하니 그동안의 공부가 헛되지 않았다는 생각에 내심 뿌듯했기 때문이다. 다시 본론으로 돌아와서, 이 책에서는 한국 드라마 제작의 근본적인 문제인 ‘쪽대본’을 없애고 드라마의 퀄리티를 높이기 위해 쇼러너 개념의 도입이 필요하다고 언급했다. 이에 나는 쇼러너는 마라톤의 페이스메이커처럼 제작에 중심이 되는 PD나 작가가 드라마를 첫 화부터 마지막 화까지 일정한 호흡으로 이끌 수 있도록 도와주는 존재라고 이해했다. 그러나 대표님의 강의를 들어보니 쇼러너는 조력자가 아닌, 드라마 대본을 쓰는 작가이자 드라마의 전체적인 방향설정을 비롯한 스태프와 배우의 캐스팅 등 제작 전반에 관여하는 총책임자를 뜻했다. 쉽게 말하자면 드라마의 모든 것을 결정하는 절대 권력자인 것이다. 쇼러너가 드라마 제작 과정에서 절대적인 권력을 가질 수 있는 것은 모든 스텝이 쇼러너의 의견을 존중하고 따르기 때문이다. 우리나라 역시 스토리의 원작자인 작가의 역할과 위상을 보다 공고히 할 필요가 있다는 생각이 들었다.

쇼러너는 미국 드라마의 주요 특징인 시즌제의 원동력이기도 하다. 시즌제는 상대적으로 적은 자본으로 큰 수익을 낼 수 있는 매우 효율적인 비즈니스 모델이다. 주성호 센터장님과 『드라마의 모든 것』의 저자도 한국 드라마 산업의 성장을 위해서는 시즌제 도입이 필수적이라고 언급했다. 이동훈 대표님이 KBS 드라마 ‘굿닥터’를 리메이크한 미국판 ‘굿닥터’ 역시 시즌제로 제작되어 올해 5월에 시즌6가 완결되었으며, 시즌7 제작이 확정된 상태이다. 활자로만 봤던 쇼러너라는 개념을 다수의 히트작을 제작한 쇼러너에게 생생한 경험담과 함께 듣자 쇼러너 도입의 필요성을 더욱 체감할 수 있었다. 콘텐츠진흥원에서도 일찍이 쇼러너의 국내 도입을 위해 여러 교육 프로그램이나 컨퍼런스를 개최하였으며, 강연 이후 식사 자리에서 말씀하시기를, 대표님께서 올해 한국예술종합학교에서 쇼러너 양성 프로그램을 진행한다고 하셨다. 이를 계기로 한국 드라마 산업에 쇼러너가 등장해 국내 드라마 제작 환경의 고착화된 문제들이 해결될 바란다.



▲ 강연 중인 주성호 콘텐츠진흥원 미국 비즈니스 센터장님

# 14

## 마침,

### < 구글, 메타, 메타 온라인 특강 >



김미로

나는 원래 휴식의 의미를 잘 알지 못했다. 하고 싶은 일들이 많고, 이루고 싶은 목표를 이루기에도 시간이 부족하다고 생각했던 것 같다. 그래서 여행을 가더라도 목표와 의미가 뚜렷한 장소들에 가치를 크게 두었고, 평소에 시간이 날 때도 자기계발을 하거나 사람을 만나는 등 끊임없이 무언가를 채우고 싶어했다. 그렇기에 이번 미디어 루키스라는 활동에서도 나의 꿈과 직접적으로 연결되어 있던 실리콘밸리, 할리우드 등의 장소에서 얻게 될 새로운 경험에만 기대를 품었던 것 같다. 그런데 아이러니하게도 이번 여행에서 가장 기억에 남았던 건 예뻐던 LA 노을과 산타 모니카 해변이다.

2023년 2월, 미디어 루키스가 실리콘 밸리에 방문했을 때

는 IT회사들의 갑작스러운 정리해고가 진행되고 있던 시기였다. 금리 인상에 경기 침체 우려가 커지면서 일방적인 대량해고가 진행된 것이다. 우리의 첫 공식 일정이었다던 구글 방문 때 실리콘 밸리의 분위기를 확실히 느낄 수 있었다. 자유로운



복장을 하고 외부인인 우리를 즐겁게 반겨주던 security 분들과 재미있게 대화를 나누다가도, 조심스러운 분위기로 인해 제한된 건물 출입이나 직원들의 이야기를 듣게 되었을 때는 많은 사람들에게 힘든 시기라는 것을 체감했던 것 같다. 그 때 당시 나는 단순히 '해고'라는 사실이 많은 실망과 두려움을 안겨주었을 거라고 생각했는데, 의외로 그들은 '좋은 마무리'를 하지 못한 사실에 대해 속상함을 느끼고 있었다. 물론 사람마다 다르겠지만, 자신의 분야에서 자신감과 실력을 갖춘 사람들이 대부분인 만큼 이직과 재취직에 대한 걱정보다도 애정을 가지고 있던 회사에서 하루아침에 통보식으로 출근을 거부당했다는 사실이 충격적이었던 것은 아니었을까 싶다.

이후 방문하게 된 메타에서도 직원들이 실리콘밸리의 대량해고에 대해 걱정하고 있었고, 실제로 우리가 일정을 끝내고 한국에 돌아온 후 메타에서도 대규모 정리해고가 진행되었다는 이야기를 뉴스로 접하게 되었다. 그들 또한 당시 일하고 있는 회사와 인연을 정리하게 되더라도, 좋은 끝맺음을 하고 싶었던 마음이 큰 것 같았다. 직원들이 회사에 애정과 믿음을 가지지 못하고, 자신의 존속 여부 자체에만 신경 쓰게 된다면 진정으로 맡은 일에 집중하지 못할 것이라는 아쉬움의 목소리도 듣게 되면서 인프라와 자율성이 성과에 미치게 되는 영향에 대해서도 고민하게 되는 계기가 되었다.

LA 일정에서는 미국 동부에서 메타의 비즈니스 파트를 담당하고 계시는 선배님의 이야기를 온라인으로 접할 수 있는 계기가 있었다. 다양한 인사이트를 얻을 수 있었지만, 그 중에서도 한국에서 일하는 것과 미국에서 일하는 것의 차이점과 장단점을 여쭙했을 때 해주셨던 말이 기억에 남는다. 어느 나라에서 무엇을 맡아 일하느냐보다, 왜 누구와 일하느냐가 중요하다라는 이야기였던 것 같다. 사실 아직 학부생인 우리의 어떤 회사에서 어떤 직무를 맡고 싶은 지에 대해서만 꿈꾸는 경우가 많다. 하지만 세상에는 너무나 많은 일과 직책이 있고, 내가 진짜 좋아하는 것이 무엇인지에 대해서도 끊임 없이 바뀔 수 있지만 일하는 환경은 정말 큰 영향을 미친다는 사실을 강조해주셨다. 그 이야기를 들으면서 이번 실리콘 밸리 정리해고가 직원들에게 준 영향과 앞으로 내가 일과 직업



을 선택할 때 영향을 미칠 기준점에 대해 고민을 해보는 시간을 가질 수 있었다.

그동안은 나의 미래에 대해 끊임없이 걱정하고는 했다. 이 학회가 끝나면, 이 활동이 끝나면 내가 무엇을 해야 하고 어떤 목표를 가져야하지? 라는 질문을 계속해서 던지면서 휴식보다는 끊기지 않는 나의 커리어에 집중했다. 하지만 그동안의 가치관과는 다르게 이번 여행에서 가치 있고 뜻 깊은 수많은 일정 가운데에서, 나에게 가장 큰 힘이 되어주었던 건 그동안 내가 가지 없다고 생각해서 피했던 휴식의 시간이다. 좋아하는 노래를 들으면서 좋은 사람들과 봤던 LA의 노을은 추억이 되고, 날씨가 좋았던 산타모니카의 반짝이며 부서지던 바다와 버스킹 노래는 행복이 되었다.

실리콘밸리의 정리해고, 일 선택에 대한 새로운 기준, 휴식의 행복을 통해서 배울 수 있었던 것은 마무리의 중요성이다. 그동안 회사에 애정을 갖고 일하던 사람들과 앞으로도 일하게 될 사람들을 위해 정중하고 준비된 마무리와 그로부터 얻게 될 회사에 대한 믿음은 그 다음 새로운 일을 하게 될 때 큰 도움이 될 것이다. 또한 그 과정 사이에 있을 휴식은 내가 다시 도전을 할 수 있도록 해주는 전환이자 도약 계기가 되리라 생각한다. 물론 회사와 일 뿐만이 아닌, 현재 내가 가지고 있는 커리어의 강박과 미래에 대한 걱정에서 벗어나 모든 마무리의 의미 있게 끝맺고 휴식의 시간을 충분히 가지고 다시 시작하는 마음가짐을 지니게 된 것에도 영향을 준 경험이었다. 마무리라는 작별 인사는 준비되었을 때도 있었지만, 대부분은 갑작스럽게 찾아온다. 이 예상치 못했던 소식을 잘 받아들이는 방법은 마침표(.)가 아닌 마침, 찾아온 기회로 여기는 게 아닐까. 나의 이야기는 마치지 않고 마침, 시작될 참이니.

# 15

## 할리우드가 만든 복제 세상, 미국 속 한국 콘텐츠

<영상>

김가영

### 할리우드가 만든 복제 세상



로스앤젤레스 북부의 작은 도시 버뱅크(Burbank). 뉴욕의 브루클린(Brooklyn)행 지하철 입구가 손님을 기다리고 있다. 워너 브라더스 스튜디오의 뉴욕 거리 세트장은 미국 도심의 건축양식으로 설계되어 있으며 <블레이드 러너>, <ER>, <스타 이즈 본> 등이 촬영된 장소다.

뉴욕 거리를 지나면 <프렌즈> 오프닝의 센트럴 파크 체리 힐(Cherry Hill) 분수, <길모어 걸스>의 코네티컷 스타츠 할로우(Starts Hollow), <빅뱅 이론>의 패서디나(Pasadena) 등을 볼 수 있다. 할리우드 영화와 드라마를 보며 미국의 여러 도시와 마을을 간접 체험했다고 생각했지만, 사실 상당수는 LA 세트장에서 촬영되었다.

<길모어 걸스>의 시즌2 에피소드 4에서 로리와 로렐라이는 코네티컷에서 하버드 대학교까지 도로 여행을 떠난다. 내비게이션 없이 운전하던 로렐라이가 헤매던 산은 뉴잉글랜드가 아닌 워너브라더스 스튜디오와 가까이 위치한 캘리포니아 산이었고, 하버드 대학교 장면은 UCLA에서 촬영되었다.

유니버설 스튜디오에서도 뉴욕 거리를 감상할 수 있다. 뉴욕뿐만 아니라 멕시코, 프랑스, 런던 등 다양한 도시를 배경으로 한 세트장을 찾아볼 수 있다. 유니버설 스튜디오 투어트램을 타고 세트장 Backlot을 투어하면서 지진, 홍수 등 다양



유니버설 스튜디오 투어



한 특수효과를 체험할 수 있다.

할리우드는 눈속임을 이용해 가짜 세계를 현실 공간으로 만들고, 현실 공간을 가짜 세계로 만든다. 카메라는 리얼리즘의 도구지만, 다큐멘터리로만 사용되지 않는다. 감독의 창의적인 연출에 의해 상상의 공간이 현실이 된다. 촬영 기법, 특수 효과 등으로 화면의 세계는 진짜처럼 느껴지고, 관객은 영화 속 세계관에 몰입한다.

### 미국 속 한국 콘텐츠



한국 콘텐츠가 미국 시장에서 주목받고 있다. OTT 시장이 성장하고 글로벌 프로덕션이 확대됨에 따라 국내 소비자뿐만 아니라 글로벌 소비자를 타겟으로한 한국 콘텐츠가 늘어나고 있다. 한국에 관한 세계적인 관심이 커질수록 한국문화란 무엇이고, 한국 콘텐츠는 다른 문화권의 콘텐츠와 어떻게 차별되는지 고민하게 된다.

미국 속 한국 문화의 역사는 100년이 넘는다. 1900년대 LA에 650명의 한인 교민이 살고 있었으며 이들 중 일부는 할리우드 남쪽에 위치한 코리아 타운에 자리를 잡았다. 코리아 타운은 할리우드 사인이 보일만큼 할리우드와 지리적 위치가 가깝지만 한인들이 엔터테인먼트 산업에 참여하기는 어려웠다. 미국 주류 문화에 속하지 않았던 한인 중 일부는 LA에 정착하여 한국 음식점이나 가게를 차



한인타운 올림픽길



렸다.

오늘날 한인타운의 음식점에서 한국인뿐만 아니라 다양한 문화권에서 온 관광객을 볼 수 있다. BTS가 방문했던 '아가씨 고평창,' NCT127이 방문했던 '퀴터스 K-BBQ' 등 유명 연예인이 방문한 음식점은 대기 시간이 길다. 한국의 공차, 비비큐 치킨, 파리바게뜨도 LA 한인타운에 분점이 있으며 다양한 인종의 사람들이 즐겨 먹는 모습을 목격할 수 있다.

1935년, 한인 배우가 처음으로 할리우드에 데뷔했다. 그의 이름은 안필립. 도산 안창호 선생의 맏아들이다. 안필립 배우는 1978년까지 180개 넘는 영화와 드라마에 참여하였다. 미국에서 태어난 안필립은 한국 영화시장에 도전했지만, 전쟁 직후의 한국은 안필립의 작품에 호의적인 반응을 보이지 않았다. 안필립은 할리우드 명예의 거리에 등록된 유일한 한인이다.

2023년, 한국과 미국 드라마 시장은 완전히 바뀌어 있다. 엔터미디어 이동훈 프로듀서는 한국 드라마 <굿닥터> IP를 해외에 수출하고, 미국 드라마 <슈츠> IP를 한국으로 수입했다. 이동훈 프로듀서는 애플TV의 드라마 <파친코> 시즌1의 프로듀서로도 참여했다. 허수진(Soo Hugh) 쇼러너의 <파친코>, 제이슨 김의 브로드웨이 뮤지컬 <KPOP>, 제니 한(Jenny Han) 작가의 넷플릭스 드라마 <XO Kitty>는 한국과 미국 프로듀서들의 합작이다. 앞으로도 한미 공동작품이 많이 제작될 것으로 예상된다.



# “ Photo essay ” LINC3.0 Media Rookies



Golden Gate Bridge



유니버설 스튜디오



USC food storytelling class



콘텐츠 진흥원



USC



워너브라더스 스튜디오



# Special Thanks to



LINC 3.0 사업단



AJ 네트워크

문덕영 회장님



Google

박성준 님

Min Choi 님 & 직원 분들



Stanford Univ

Brian Beams

Jeremy Bailenson



HAI

John Robichaux

Harini Sreepathi



LG 연구소

김동수 대표님



더밀크

손재권 대표님



Meta

김홍순 님 & 직원 분들

이건 님



Udemy

송세규 님



USC

김수정 교수님

Prof. Jenn Floto & Class

김경현 교수님



한국콘텐츠진흥원

주성호 센터장님

이동훈 대표님