

참여 패널

- 차준섭 (한국스마트미디어학회 수석 부회장)
- 최한석 (한국스마트미디어학회, 학회지 편집위원장, 사회)
- 김명준 (ETRI 본부장, 한국정보과학회 회장)
- 이병훈 (전 아시아문화도시 추진단장)
- 김영주 (전남 문화산업진흥원 원장)
- 주정민 (전남대 신문방송학과 교수)
- 이귀상 (전남대 컴퓨터공학과 교수, 학회 저널 편집위원장)



최한석

안녕하십니까! 지금부터 한국스마트미디어학회 창립기념 특별 간담회의를 시작하겠습니다. 저는 간담회 사회를 맡은 한국스마트미디어 학회 학술지 편집위원장을 맡은 목포대 최한석 교수입니다. 이렇게 바쁘신 가운데 패널로 참석하여 주신 여섯 분께 감사의 말씀을 드립니다.

저희 학회에서 이런 모임을 특별 개최하게 된 배경은 3~4년 전부터 우리나라가 스마트폰 열기에 휩싸여 IT기술에 많은 변화가 도래하고 있는 가운데 한국스마트미디어학회가 창립되었습니다. 즉, 순수한 IT기술에서 콘텐츠 중심으로 발전하고 있고, 미디어분야에서는 방송이나 신문의 일방적인 정보전달에서 SNS 같은 양방향 의사소통이 매우 중요시 되는 스마트 미디어 기술이 핵심 화두로 전개되고 있는 시점에서 한국스마트미디어학회가 어떤 방향으로 발전해야 하는지를 IT분야, 콘텐츠 분야, 미디어 분야 전문가 여섯 분을 모시고 의견을 듣고자 합니다.

우리 광주 전남 지역 중심으로한 IT관련된 학회 지부는 약 16개 정도가 있어 각 분야의 전문가들이 학술 활동을 매우 열심히 하고 있습니다. 이 16개 학회 지부가 매년 독자적으로 학회 활동하는 것이 너무 어렵고 논문모집도 쉽지 않은 상황에서 약 5년 전부터 정보통신분야학회 합동학술대회를 개최해 왔습니다. 각기 다른 분야의 학회가 다 모여 합동학술대회를 했다는 것이 굉장히 획기적인 일이었는데요, 또한 6회째인 지난해에는 합동학술대회를 국제학술대회로 확대 운영하여, 성공리에 개최한바 있습니다. 이때 활동했던 여러 준비위원들께서 지속적으로 합동학술모임을 발전해 나가자는 의견과 이를 위해서는 좀 더 체계적인 별도의 학회가 필요가 있어야 한다는 의견이 나왔습니다. 이러한 의견들의 결과물로 2011년 8월부터 학회 준비위원회를 결성해서, 2011년 11월 22일 한국스마트미디어학회 창립총회를 개최하면서, 초대 회장님으로 지역발전에 공로가 많은 장병완 국회위원님을 모셨습니다. 차준섭 교수님께서 수석부회장을 맡고 제가 학회편집위원장을 맡고 이기상 교수님께서 논문지휘편집위원장을 맡고 계십니다.

한국스마트미디어학회가 창립될 당시 “스마트 미디어” 라는 단어가 현재 관련 분야의 모든 융합 기술을 대표하는 단어이고, 현재 기술 발전 측면에서 매우 적절한 단어이어서 한국스마트미디어학회라는 이름으로 출발은 하였는데, 사실 스마트미디어에 관해서 정확하게 정의하기는 매우 어려웠습니다. 따라서 오늘 패널토론에서는 한국스마트미디어학회 정체성과 다른 학회의 차별화를 위하여 어떤 노력들을 해야 하는지 등 한국스마트미디어학회가 발전 방향에 대하여 각 분야의 전문가들께서는 허심탄회한 말씀을 하여 주시기 바랍니다. 먼저 각 패널 분들께서는 돌아가면서 각자의 전문분야 및 개인적인 소개를 하여 주시기 바랍니다.

차준섭

저는 호남대학교 인터넷 콘텐츠학과 소속으로 한국스마트미디어학회 수석부회장을 맡았습니다. 제가 속한 학과가 계속 변화해오다가 지난해에는 인터넷 소프트웨어학과에서 인터넷 콘텐츠 학과로 바뀌어졌는데,

현재 스마트한 기술 혹은 서비스를 제공한다는 것은 IT 기술과 인문학의 융합 혹은 컨버전스가 가장 핵심적인 것이지 않나 생각합니다.

이귀상

저는 그동안에 IT분야에서 연구를 해왔는데, IT분야에서 스마트미디어라는 말은 많이 사용했던 단어가 아닙니다. 스마트미디어에서 두 가지 단어인 스마트와 미디어는 IT분야에서는 스마트한 서비스를 제공하는 기반으로, 하드웨어적인 부분과 소프트웨어적인 부분에서 두 분야가 필요하고, 주로 지금은 스마트 폰이나 스마트TV 등에서 스마트라는 단어를 쓰는데, 스마트한 인텔리전트한, 뭔가 구세대기술과 차별화되는 기술이 어떻게 사용될 것이냐는 기술적인 것에 관한 것이었고, 그것이 어떻게 활용될 것인가는 사실은 다른 분야 일이 아닌가 생각합니다. IT분야에서는 테크놀로지에 치중되어 있어서, 저는 이 자리에서 다른 분야에서 스마트한 테크놀로지를 어떻게 활용할 수 있을지 궁금하기도 하고 기대감을 갖고 왔습니다.

주정민

저는 이제 소속이 신문방송학과인데요. 언론학은 전공 분리를 하면 크게 신문학과 방송으로 나뉘거든요. 방송학에서 조금 더 세부적으로 들어갑니다. 저는 방송학쪽이고 거기서 조금 더 세부적으로 들어가면 뉴미디어입니다. 연구 및 주요 논문 뉴미디어 분야에서 미디어 기술자로나 콘텐츠 분야의 사람들이 어떻게 뉴미디어를 이용을 하고 보급 확산이 되는가 이런 쪽에 관심을 갖고 그동안에 연구를 해왔습니다. 최근에 저는 방송통신위원회에 자문을 해왔고, 또한 스마트 미디어 관련해서도 주로 기술들이 어떻게 도입될 것인가 확산될 것인가 이런 쪽에 관심을 갖고 있고 공부도 하고 있습니다.

김명준

네 저는 오늘 두 가지 모자를 쓰고 왔습니다. 저작권 연구위원으로서 야구할 때 쓰는 모자가 하나 있고요, 아이스하키를 할 때 쓰는 모자는 한국정보과학회 수석부회장으로서 올해 3월2일부터는 회장직을 맡아서 봉사를 할 예정입니다. 오늘 패널 토론회에 오게 된 이유는 한국스마트미디어 학회 창립 특별 좌담회에서 간담회에서 그동안 작년에 제가 고민했었던 이야기를 풀어볼 수 있지 않을까 하여 좋은 기회라 생각하고 왔습니다.

최한석

구체적인 내용은 조금 있다가 말씀해주시기 바랍니다.

김영주

저는 오늘 아마 스마트미디어에 대한 정의를 드리고, 생태계 입장에서 한두 가지 제 생각을 보낼 수 있을 거 같습니다. 저는 사실 원래 경영학이 제 전공 분야이고, 실제로는 기업에서에서 일을 했는데 정보통신쪽으로 가겠습니다. 제가 전라남도 지역에서 정보문화산업진흥원 원장을 역임하면서 지역 산업적인 측면에서 정보통신 분야와 지역 문화산업을 육성, 발전시키는 일을 하고 싶었습니다. 스마트 미디어나 최근에 기술적인, 서비스 측면에서 엄청난 다양한 새로운 용어나 내용들이 많이 나타나고 있는데, 저희가 나아갈 방향에 있어서 적어도 주류는 되지 않더라도 다른 지역에 뒤쳐지지 않을 수 있을까 고민을 하면서 이 자리에 있습니다.

이병훈

저는 아시아문화전당 추진단장을 5년 했는데, 지금 시대적 추이하고 아시아 문화전당 사업이 정말 맞는 것 같습니다. 지역적 어려움이나 이해도가 부족하지만, 지금의 시대적 추이로 봐서 융복합에 가장 적절한 공간이 아시아 문화전당이고, 여기에서 융복합이라는 것이 테크놀로지쪽 측면은 너무 당연한 것이고, 테크놀로지를 뛰어 넘는 인문학적 상상력에 대한 고려 없이는 불가능하다고 전제 되어 있습니다. 게다가 예술(아트)이 포함되어, 3박자로 돌아가게 되어있어요. 인문학, 아트, 테크놀로지가 문화 콘텐츠사업으로 연결될 경우에 사회과학 분야가 많이 적용됩니다. 마케팅과 연결된 경영학부분도 들어와야 하고, 지적재산권에 대한 법학부도 들어와야 하고, 다양한 모든 학문이 관련된 것이 아시아문화전당이라는 말이 과언이 아

니예요. 그 사업을 추진하면서 원리 자체가 큰 포부와 개념을 갖고 있거든요. 물론 스마트미디어학회도 그런 측면에서 스마트미디어 이 부분도 학회의 인원들도 많은 기여를 할 것이라고 봅니다. 다만 정부가 너무 지나치게 기능이 나누어져 있다 보니깐 자리문제가 돼서 통합 안 되고 있어요. 지역도 마찬가지로 이런 것을 어떻게 기능적으로 통합을 해서 이루어질 것이냐가 가장 큰 과제입니다. 통합이 안 되면 불가능한 일입니다.

최한석

예, 참석하신 패널 모든 분들이 소개를 하여 주셨습니다. 이제 방금은 각자 각 분야에서 지금까지 활동하신 전문 분야에서 관심 있는 사항들에 대해서 말씀 해주신 거 같습니다. 저희들이 모두에서 말씀드렸다시피 한국스마트미디어라는 학회 이름을 가지고 현재 사회적 기술적 문화적 트렌트로 봐서 정말 좋은 단어로 많은 학회 창립에 참여하신 분들이 찬성을 하였는데, 과연 여기서 우리는 무엇을 어떻게 할 것인가에 대하여 토론하려고 합니다. 학회의 정체성이나 참여자들의 참여성에 문제가 있어서 “스마트 미디어는 무엇인가” 부터 정의해보도록 하겠습니다. 여기 계시는 전문 패널 분들께서 스마트 미디어는 이런 것이다 한마디로 정의할 수는 없지만, 나름대로 해주실 수 있다면 간단하게 해주셨으면 합니다. 먼저 주정민 교수님부터 스마트미디어는 무엇이라고 생각하십니까?

주정민

최근에 우리가 스마트 미디어하게 되면 스마트 폰, 스마트TV, 이런 얘길 하게 됩니다. 그래서 대표적으로 스마트 폰이 등장하면서 스마트 미디어라는 개념이 등장했고 최근에는 그게 유행 되면서 “스마트 미디어가 보편화된 사회가 스마트 사회다” 그렇게 표현을 하더라고요. 스마트 사회라는 기존사회와 달리 그동안에 사회 구성 체제 논쟁에서 보게 되면 원시공동체, 봉건, 산업사회로 발전해 오다가 정보화 사회를 지나서 그 다음 단계가 이제 스마트 사회가 아니냐? 라고 이야기 하는데, 스마트 사회가 결국은 스마트 미디어로 해서 유발 되었고, 그 정의는 사실은 투입대비 효용이 2배 이상 많다는 사회를 표현하더라고요. 그 사회를 들어가야 투입대비 효용이 2배 이상 나타나야 스마트 미디어다 그렇게 일반적으로 규정하는 것 같고요. 저는 미디어 학자이기 때문에 스마트 미디어를 저는 미디어 관점에서 봅니다. 그러니깐 전달하는 매개체가 굉장히 효율화됐다. 그 전달하는 매개체라는 것은 다시 말해서 콘텐츠를 포함한 정보나 서비스들이 예전에 비해서 훨씬 더 사람들에게 양방향 적으로 원활하게 소통할 수 있는 시스템이 되었고, 또 이제 집단적인 것 보다는 개인위주의 맞춤형 서비스로 발전이 된다. 그것이 스마트 미디어라고 생각합니다. 스마트 미디어가 그런 예전의 전달 매체로서의 미디어하고는 완전히 단절되는 것이냐? 그런 것은 아닌 것 같고, 예전에 우리가 이야기했던 뉴미디어 개념에서 조금 더 한 단계에서 진화한 것이고, 그 진화한 게 결국은 단방향 서비스를 예전보다 조금 더 양방향 서비스로 원활하게 가능하고 거기에 개인형 맞춤형으로 가는 게 스마트 미디어다. 그게 진행단계에 있는 미디어 구조, 그리고 또 스마트 미디어가 굉장히 상대적인 개념이라고 생각합니다. 스마트 미디어 기기를 어떻게 활용 하나. 사용자 관점에서 보게 되면, 사실은 스마트 미디어가 있어도 활용하지 못하면 스마트 미디어 아닌 거죠. 그래서 이 스마트 미디어를 고정적인 관점에서 접근하기보다는 변화하고 진화하는 과정 속에서 우리가 좀 더 양방향 서비스를 원활하게 제공할 수 있고, 그것을 자신의 원하는 정보를 맞춤형으로 바꿀 수 있는 미디어 기기, 저는 그런 식으로 정의하고 있습니다. 이게 뭐다 하는 것이 아닌 상대적인 개념이고 진화하고 변화하는 과정이라고 생각합니다.

최한석

굉장히 좋은 말씀 해주신 거 같습니다. 혹시 이와 관련해서 또 다른 말씀 있으시면 한 말씀 해주십시오.

차준섭

우리나라만 스마트라는 단어를 쓰나요?

김명준

우리나라만 씁니다. 스마트 코리아라고 우리나라만 쓰지 스마트 프랑스 이렇게 쓰지 않는 거 같고요. 스마트 USA 이런 말은 쓰지 않는 것 같아요.

주정민

스마트 폰, 스마트 TV 이라는 개념도 삼성에서 만든 것 같습니다. 외국에서도 스마트 TV같은 경우도 스마트 TV라고 쓰지 않고, 커넥티드, 인터넷이랑 연결되어 양방향 서비스, 개인이 원하는 정보를 만들어 찾아볼 수 있는 TV 그래서 그 커넥티드 TV라고 사용하고, 미국에서는 애플 TV, 아이 TV 이런 식으로 하지, 이것을 기술적인 개념으로는 커넥티드 TV라고 하는데 우리는 삼성이 사실은 TV 기기를 수신기를 만들어 출시 판매함으로써 브랜드 이름을 스마트TV 라고 함으로써 마케팅전략으로 사용한 거죠. 스마트라는 개념도 스마트 폰도 마찬가지고요.

김명준

제가 스마트라는 영어를 쓰는 사람은 누군가 쪽 보니까 IBM이었어요. IBM은 옛날부터 스마트라는 단어를 썼는데 이렇게 썼습니다. "IBM people is smart people" 이렇게 직원들을 교육 시켰어요. "여러분들이 고객들에게 컴퓨터를 팔지 못 할지영정 IBM사가 친절하고 고객을 잘 대응하는 것을 인상을 심어 주고 나와라" 그게 전통적으로 수십 년 동안 IBM 직원들에 대한 교육이었고, 또 IBM 사람 스스로가 나는 스마트한 사람이다 표현을 듣는 것을 칭찬으로 들었다고 합니다. 이게 아마 제가 보는 영어권의 스마트라는 단어를 쓰는 그 사회에서 갖고 있는 원래 의미라고 생각합니다.

저희는 스마트 미디어라고 발제를 했는데 주 교수님이 두 가지 방향에서 잘 말씀해 주셨어요. 제가 스마트라는 단어가지고 2년 전에 방송통신위원회에 가서 스마트TV 전략 기술개발에 설명하는데 이렇게 설명한 적이 있습니다. 철저하게 기술자적인 측면에서 들어가는 고민을 하고 직원들하고 토의하는 과정에서 스마트 X라고 하는 X는 기기까지만 이야기한 겁니다. 스마트 TV, 스마트 폰, 스마트 X 등 스마트 기기가 그때는 정의가 되고 사람들에게 동의를 얻을 수 있었었어요. 그런데 가만히 보니까 제가 이런 기기를 사고자 할 때 사용자가 고객이 이렇게 하면 스마트인 것 같다는 기분을 갖게 하는 거죠. 스마트하다를 다시 정의 하자면, 첫 번째, 새로운 기능이 있어요. 신기능이 있어요. 다른데 없는 기능이 있어요. 그러면, 스마트 기기라고 말하는 거죠. 그냥 옛날에 사용하는 폰이 아닌 거죠 스마트 폰 이라고 하는 거죠. 두 번째는 사용의 편리성인데, 소위 말해서 사용자 인터페이스의 편리성을 말하는 것입니다. 자연스럽고 말로도 되고, 손으로 터치하고, 아이들이 돌도 지나기 전에 아이들까지 쓸 수 있게 하는 거죠. 자연적인 직감으로 할 수 있는 유저 인터페이스죠. 마지막에 하나 더 사람들이 원하는 게 뭐냐면 지능이에요. 예측을 해주고, 알아서 해주고, 상황을 인지해주고하는 이 세 번째가 들어감으로써 확 다르다고 느껴지는 것이거든요. 그게 TV가됐건, 노트북이 됐건, 패드가 됐건 그 세 가지 때문에 사람들이 구매를 할 것이다. 자 근데 스마트 X에서 미디어를 대입을 하려고하니깐 그것부터는 아니에요. 정확하게 2년 전 2010년 9월 달까지는 스마트 X할 때 제가 정의한 게 맞았는데 스마트 미디어 연구를 작년에 하려고 보니깐 그건 좀 아니에요. 스마트미디어가 사용이 편리하고? 글썬? 신기능? 그건 아닌 것 같고, 예측? 아까 쌍 방향으로 이야기하셨는데, 스마트 미디어다 보니깐 정의가 달라지게 되는 것 같아요. 그게 어떻게 작년에 정리를 했냐면 스마트 미디어는 스마트 X한테 기나 이런 쪽에 해당 된다고 보자. 결국에는 세 개의 융합 이였어요. 스마트 기기에 콘텐츠가 돌아다니면 망이 하나로 통일이 되고, 공중파망, 위성망, 인터넷망, DMB 다 아무데나 신호를 보낼 수 있고, 조금 전에 말했듯이 기기가 TV가 됐건, 아이패드 건 다해요. 좀 전에 말했듯이 콘텐츠가 서비스가 TV에서 만든 사극이나 학생들이 중학교에서 이런 걸로 찍은 거나 유튜브에 돌아다니거든요. 이 3가지가 짬뽕이 돼서 비빔밥이 돼버려서 그러다보니깐 스마트 미디어는 그런 비빔밥이 아닌가라는 생각이 듭니다.

이병훈

스마트미디어가 진행형이라는 말에 동의하고요. 제가 볼 때는 핵심적인 것이 두 가지인데, 지금 문명이라는 것은 감각의 확장이라고 말할 수가 있었습니다. 우리가 지금 계속 증강현실이니 가상현실이니 이런 이야기가 나온 것이 감각이 예전에는 하나의 감각에 의존했다면 이제는 여러 가지로 다감각으로 된 것 같습니다. 제일 좋은 사례는 미술이 그림을 눈으로만 보는 그림이 아니라는 겁니다. 그 질문을 옛날에 광주에서 비엔날레를 할 때 그런 작품이 하나 있었어요. 전시실에 들어서면 쾌쾌한 것이 느껴져요. "으 뭐지? 뭘 썩은 냄새가 나는 거예요". 그래서 문을 열고 벽도 볼 수가 있어요. "그게 뭐냐? 생조기, 생조기를 아직 말리지 않은 상태에서 썩어났어요". 이게 마르면서 냄새가 아주 고약한데, 이거 뭐야? 그게 10여 년 전 일이에

요, 그것으로 굉장히 충격을 받았는데, 바로 작가가 의도한 바는, 작가의 상상력이 그거거든요. 그래서 그림을 눈으로만 보면 안 된다는 암시예요.

아티스트들이 갖고 있는 상상력, 인문 학자들 갖고 있는 상상력이 굉장히 중요합니다. 시대적 추이는 끊임없이 감각의 확장으로 가고 있어요. 그게 문명화다라고 미국의 유명한 교수가, 갑자기 그분 이름이 생각이 안 나는데, 그분의 책에서 주장하고 있습니다.

또 하나 추이가 양방향이거든요. 지금 관람자가 공연이든 전시든 모든 부분이 그렇습니다. “작가하고 관객하고 구별되는 거?” 이거 아니예요. 소통이 기본이라고 해서 미국에서도 그런 마인드로 가고 있어요. 장르 구분이 깨집니다. 시대적 흐름 속에서 가고 있는 것이 테크놀로지하고 결합이 되는 건데, 제가 그것을 봤어요. 디지로그라는 작품을 봤어. 디지털 플러스 아날로그죠. 김덕수 사물놀이를 3D로 푼거예요. 아니 4D 까지 가겠지만 객석에서 첨단 영상기법으로 보면, 객석에서는 김덕수가 4~5명으로 나타나요. 그렇게 되고 봄, 여름, 가을, 겨울. 사물놀이를 하면 소리로 듣고 눈으로 보잖아요. 눈으로 보면 단조로움 그자체입니다. 그런데 첨단 영상기법을 쓰니깐 그게 봄, 여름, 가을, 겨울이 다 들어와 있어요. 그리고 객석에서 볼 때는 그 영상기법이 좋아질수록 가상과 현실을 구분을 할 수 없게 되겠죠. 어쨌든 그런 아트 영역에 엄청나게 들어가고 있어요. 그래서 스마트미디어 용어 정리도 새로 나온 것이기 때문에 진행형으로 볼 수 있고, 큰 핵심은 쌍방향에 대한 욕구 감각의 확장이다.

김영주

저는 쪽 보니깐 앞으로 고민할 내용들이 있는 거 같은데요. 실제로 스마트라는 용어는 아까 전에 말씀드렸던 시피 실제로 이제 노인들이 스마트 디바이스를 사용하지 않으면 스마트하지 않는 거죠. 노인들이 생각하는 스마트 개념도 들어가야 할 거고 그리고 정말 기계적인 내용을 모르는 사람도 쓸 수가 있어야 할 거고, 또 여러분들도 말씀하셨지만 사실 새로운 디바이스나 새로운 시대적 발판이라 말씀했는데 과연 그게 뭐 때문에 필요할까? 과연 그게 스마트 일까? 그런 의미에서 보면 정말 그건 비어있다고 생각합니다. 스마트 미디어라는 게 정말 노인들이 생각할 때 벽이고 정말 캄캄하고 자기가 불안을 느끼는 것이 스마트가 아니라는 것이죠. 그래서 제 생각은 이게 나중에 발전방향이 뭘까? 모르겠는데, 적어도 한국스마트미디어학회라는 것은 틀렸다 맞았다는 개념이 아니고, 우리가 그런 부분을 관심을 가져 주는 게 맞고, 지금은 굉장히 그런 게 비어있는 화합이 아니겠느냐 생각을 해봤습니다.

최한석

아주 좋은 말씀이십니다. 패널 분들이 다양한 분야에서 계시다보니까, 정말 좋은 말씀들도 다양한 의견도 나온 거 같습니다. 혹시 이 교수님과 차원장님께서도 하실 말씀 있으면 해주십시오.

이귀상

제가 이야기를 좀 찾아보니깐 몇 가지 정의가 나오는데, 말씀하신 데로 (스마트미디어는) 스마트한 기기를 뛰어 넘는 거 같고요. 크게 본다면 소통의 도구들 총칭하는 거로 썼고, 스마트하다는 것은 말씀하신 감각의 욕구 상호작용 그런 것인데, 크게 말하자면은 시간적인 공간적인 제약을 벗어나겠다는 의미도 있는 것 같습니다. 그동안에 기계가 가졌던, 미디어가 가졌던 제약적인 것을 뛰어넘는 것이라는 정의가 가장 눈에 들어왔던 거 같습니다. “소통의 도구로서 기존에 것들과 차별화되는 것” 으로 정리해볼 수 있을 거 같습니다.

차준섭

기술측면 쪽에서 이렇게 말씀하셨는데, 저는 스마트 미디어라는 것은 콘텐츠, 플랫폼, 서비스 등 이런 것을 모두 포함한 차원에서 정의하고 싶습니다. 우리가 이제까지 스마트미디어 용어를 기기 쪽에서 편리한 스마트 기기 쪽으로 많이 봤다면, 이제는 그런 것들이 포함된 플랫폼 및 서비스 자체를 콘텐츠 쪽으로 확대 하였으면 합니다.

이병훈

그게 맞습니다. 지금 이야기가 디바이스 개념으로 이야기가 나오다가 이제 포괄적으로 들어가야 될 것

같습니다.

최한석

사실 이렇게 보면 이제, 우리 생활에서 하는 모든 것을 지능적으로 편리하게 인간이 해야 되는 일이라고 보는 것이 스마트 미디어다라고 할 수 있을 것 같습니다. 이중에 어떤 부분은 인텔리전트 한 것과 사용자가 편리한 서비스 그런 측면을 가야 할 것 같은데요. 현재 저희 학회 구성원들 보면 주로 IT를 하시는 교수 분들이 많으시고 콘텐츠, 미디어에 하시는 교수님들도 몇 분 계시고 산업계도 섞여져 있습니다. 기존에 IT에 관련된 학회들이 엄청 많기 때문에 다른 학회들과 차별화를 하자는 것이 저희 학회 활동의 기본 방향입니다. 어떻게 다른 분야들과 잘 어울릴 수 있는 방법에 대해서 논의하고 싶습니다.



이병훈

그런 부분은 제가 말씀드리면, 이제 IT계통의 프로그램 중심으로 뭉쳐 가지고는 아니라고 생각해요. 제가 스티브잡스 책을 보면서도 굉장히 감동을 받았던 부분이 인문학적 통찰력을 기본으로 하지 않고는 무슨 일든지 잘 안 되고 불가능하다는 것입니다. 거기에는 스티브 잡스를 관통 하는 것이 인문학적 통찰하고 예술학적 감성이 기본이 되어 있어요. 그래서 테크놀로지가 나와요. 상상력 속에서 기술이 나오는 것이라고 봐야한다고 생각하거든요. 그래서 앞으로 스마트미디어학회도 전공분야를 굉장히 넓게 잡고, 인문학의 기본베이스인 문학, 역사, 철학이 들어와야 해요. 그리고 그 다음에 아트 쪽에 관련된 작가들 들어와야 해요. 작가들을 실재를 많이 활용해요. 지금 이 지역에 이남이씨 같은 경우도 이미 그런 것을 활용해서 TV같은 것을 활용해서 동적으로 움직이는 거 다 만들어 내거든요. 그래서 각 분야에 특허가 3박자가 잘 되어야 하지 않나 인문학적인 베이스와 예술 쪽에 보강이 돼야 특허를 잡고 균형을 유지 할 수 있을 것이다 생각하고 있습니다.

김명준

한국연구재단에서 내놓는 모든 보고서, 일본의 비전 보고서 등에서 내놓는 것을 봐도 융합이라는 단어는 다 동의하고 있습니다. 제가 아까 이야기 하였듯이 제가 비빔밥이라고 했는데 그게 다른 표현으로 하면, 우아하게 표현을 하면 융합이 아닌가? 융합 미디어 학회라고 하면은 쯤 오래가지 않을까? (하하하)

김영주

학회에서는 문사체를 다포함해서 모아놓으면 이게 모이도 어려울뿐더러, 이걸 뭐 사실은 굉장히 어려운 거거든요. 그래서 제 생각은 앞으로는 이제 결국은 우리의 관계는 구성원 자체들이 한계가 있기 때문에 스마트미디어라는 것이 무엇일까 정하는 것이 중요할 거 같고요. 남들이 인정하든 안하든 간에 우리가 할 수 있는 것은 무엇일까 하는 접근하는 것이 맞지 않을까 생각 합니다.

차준섭

그래서 접근하는 것이 아까 말하는 IT, CT, IS, 미디어로 일단 정리를 하고 그다음에 인문계열, 아까 말한 문사체를 다 포함하는 일을 해야 할듯합니다.

최한석

다음 주제는 현재 스마트 미디어 관련된 국내 기술동향이나 방향에 대해서 토론해 주시면 됩니다. 모든 분들이 말씀하시기 어려울수 거 같으니 김명준 박사님께서 지난해 발표한 자료가 있습니다. 10분 이내로 발제하여 주시기 바랍니다.

김명준

이 내용은 원래 제목은 제가 이렇게 쓰지 않고 발전대응이라기 보다는 스마트미디어 생태계라고 제안을 했었어요. 너무 단어가 자극적인 거 같아서 순화시켜가지고 말씀드리도록 하겠습니다. 안에서 제목에서는 생태계라고 사용하였습니다. 이게 제가 아까 드렸던 정의예요. 결국에는 스마트 미디어는 저위에 보이는 각종 통신망, 네트워크이죠. 기존의 방송망 분량입니다. 그 다음에 기기. 다양한 기기. 그 다음에 콘텐츠. 그게 다 합해져가지고, 지금 비빔밥이 돼 버리는 상황에서, 가장 중요한건 통신업자하고 방송 자하고 경쟁이 일어나는 것이 여기서는 아마 우리가 봐야하는 관점인거 같습니다. 그래서 보니까 결국에는 큰 변화가 일어나고 있고요. 뒤에서 말씀드리겠지만 모바일화가 가속화됩니다. 1,2단 가다가 갑자기 3,4단으로 딱 뛰는 것이 모바일인거 같고, 디지털 전환이고, 그러다보니까 통신쪽에서는 지금 통신망이 한계에 다다라서, 메가비트에서는 안돼서 기가비트까지 가고 있습니다. 이동통신도 4G, 5G까지 이야기가 나왔습니다.

방송에서 전통적인 방법은 프로그램 제작하고 편성해서 송출하고 시청을 했는데, 아까 말씀했듯이 쌍방향이야기를 하셨죠. 사용자 또는 시청자가 프로그램을 참여하고 제작하는데 들어가고 여기서 뒤죽박죽되는 거죠. 우선 프로그램 제작하고 편성이 중학생도 할 수 있고 초등학생도 할 수 있고. 인터넷망을 통해서 프로그램이 자유롭게 송출되는 그런 형상이 일어나고 있습니다.

통신에서 스마트폰에서 보는 비디오가 제일 많습니다. 그 위에 모바일 기기에서 보는 인터넷, 이게 3년 후에는 70%까지 됩니다. 기존에 집에서 쓰는 PC에서 연결해서 쓰는 것이 30% 밖에 안 되고, 여기서 여러분이 갖고 있는 휴대폰에서 보는 비디오가 70% 차지합니다. 그럼 이게 생태계 변화가 일어나는 것이고, 아까 수석부회장이 말씀하셨다시피 단말 터미널 네트워크, 그 다음 콘텐츠, 그 외 소프트웨어 플랫폼을 같이 봐야하는 상황이고 반드시 개인정보를 보호는 것 그다음에 음란물을 차단하는 것.

최한석

오늘 여기 제일 큰 주제가 한국스마트미디어 학회가 어떻게 나갔으면 하는 것이 주제입니다. 정말 어렵고 저희가 정말 어떻게 해야 할지 모르는 부분인데 아까 다른 분의 말씀하신 전제로서 이렇게 갔으면 좋겠다는 의견이 있으신 이병훈 단장님께서 먼저 말씀해 주시기 바랍니다.

이병훈

스마트 미디어학회 명칭으로 관해서 고민도 있겠지만, 그것보다는 학회지로서 기능유지를 어떤 기능을 할 것이냐 그런 것에 역점을 두어야 할 것 같습니다. “이것은 무엇을 위해서 하는 거냐?” “스마트 미디어 인간에게 어떤 가치가 있느냐?” 등의 이런 인문학적인 관점이 있어야 한다고 봐요. 특히, “뭐 때문에 이것을 만들어?”, “인간에게 뭐가 좋은 거야?” 이런 고민을 학회는 제시해야한다고 생각하고, 학회에 관련 되서는 스마트 미디어 2가지만 말씀드리면 품질규정이나 소비 규제 콘텐츠에 관한 것이죠. 이것은 규제를 해서는 안 된다고 저는 봐요. 소비자가 스스로 걸러 낼 수 있는 구조가 만들어져야 한다고 생각해요. 너무 진보적인 생각인데 너무 많은 제동장치를 걸어놓으면 발전이 없다고 봅니다. 콘텐츠에 관한 품질이나 소비를 규정해서는 안 된다. 소비자 스스로 선택할 수 있는 권리가 있어야 한다. 그렇게 돼야 소위 말해서 콘텐츠 발전이 가능합니다.

두 번째로 콘텐츠 권리로, 저작권 문제. 창작자 권리보호는 정말 강화되어야 합니다. 우리가 그렇게 가고 있죠. 창작자 권리보호는 앞으로 산업화 부분에서 중요하고, 학회에서는 그런 부분에도 신경을 써주셔야 한다고 생각합니다.

앞으로 콘텐츠 전쟁이라는 것이죠. 스토리구조 없이 불가능합니다. 스토리텔링이 굉장히 중요한 구조이죠. 지금 크게 봐서 모든 콘텐츠는 영상기법하고, 음악하고, 스토리구조입니다. 이 세 개가 게임이든 애니메이션이든 영화든 드라마든 다 하게 되어 있어요. 가장 근간이 스토리구조입니다. 제가 아시아문화전당 사업에서도 아시아 100대 스토리 1000대 스토리를 수집하고 있어요. 왜냐하면 스토리 고갈이예요. 지금 그리스 로마 신화 이후에 스토리가 고갈이 되고 있거든요. 그런데 아시아 쪽에 수많은 원천 스토리 신화가 됐든 설화가 됐든 이런 것이 있어요. 영웅 서사시가 됐든 역사가 됐든 이것이 잘되어야 그것을 신화적으로 각색하는 이런 것이 굉장히 중요합니다.

마지막으로 호남지방에서 전국학회를 지향하면서 이 지역에 여건 변화를 주도면밀하게 봐주실 필요가 있습니다. 아시아 미디어 전당이 2014년에 오픈합니다. 전당이 어떤 콘텐츠로 어떻게 되고 있는지를 학회에

서 관심을 가져줘야 합니다. 전당의 기본 원리는 융복합과 공동창작입니다. 융복합이 테크놀로지간의 융복합만이 아니에요. 여기서 말하는 것은 인문학과 테크놀로지 전체를 넘나드는 구조를 말하고 있습니다. 그것이 어떻게 나타나느냐 문화예술이 새로운 트렌드를 양성하는 느낌이 있다면 또 하나는 지금 말하는 콘텐츠 사업 쪽의 플랫폼 기능을 유지하는 것이 있겠습니다. 그래서 전당부분에 대한 것이 관심을 가져야 하는 부분이고, CT연구원이 금년에 문을 엽니다. 그다음에 아시아문화개발원 이란 것을 작년엔 발족했어요. 12월 28일자로. 아시아문화 개발원은 아시아문화 콘텐츠를 생산, 유통, 연구하는 일을 가지고 있습니다. 지금 이런 것들이 기관들이 생기고 하는데 이런 기관 간에 연계하여 학회가 그런 방향을 제시 해주는 게 굉장히 중요한 길이라고 생각합니다.

차준섭

한국콘텐츠 진흥원, 한국인터넷진흥원도 내려오고, 전파진흥원도 나주 혁신도시로 다 내려오죠.

이병훈

네. 그런데 이런 기관들이 각자 놓아버리면 안됩니다. 이게 연계구조로 가야합니다.

김영주

전 이렇게 생각합니다. 실제로 과연 이게 스마트 시대가 누가 스마트해지면 앞으로 스마트함으로서 자신이 스마트하다고 생각하는 사람은 뭐 때문에 스마트가 의미가 있을까. 그래서 제가 조금 더 뜬금없는 일이지만, 저희가 흔히 통용 적으로 쌍방향 쌍방향이라고 이야기할 때 아이들은 오히려 어떤 면으로 보면 역방향으로 갔다. 그래서 그런 것들의 기회라던 지 이런 것들을 우리들이 앞서서 단어 자체도 생각해보면 굉장히 의미가 있다고 생각해봤습니다.

주정민

이제 굉장히 좋은 말씀 해주셨는데, 저희가 스마트 미디어라고 하게 되면 그 단어에서의 의미 자체는 굉장히 테크놀로지 중심이고 기능 중심인 느낌이 들거든요. 기본적으로는 그 베이스는 이용자가 깔려 있는데, 우리는 이용자를 자꾸 놓칩니다. 사실, 자꾸 테크놀로지 기능 이런 이야기만 하는데, 기본적으로 보면 약간 이론화되어 있는 것 쪽 말씀하셨던 게 그런 것이예요. 이용자가 어떻게 보면 행복하게 삶을 사느냐, 도움을 주느냐라는 이런 관점에서 보자는 거거든요. 그래서 이용자가 기본적으로 베이스가 되고 만약 저희 학회에서 연구를 한다면 스마트미디어 이용자 연구가 굉장히 중요하다. 아까 말씀하신 역기능도 포함해서, 저는 스마트 미디어를 한마디로 정리해보라고 하면 다양한 콘텐츠를 다양한 네트워크를 통해서 이전보다 조금 더 다양한 것을 통해서 그게 유선에서 모바일로 확장되는 것, 또 뭐 방송에서 통신까지 활용하고 통신해서 방송까지 활용하고, 다양한 네트워크를 통해서 사실은 다양한 기기로 다양한 기기로 이용자들이 다양한 방식으로 편리하게 좀 더 자유롭게 이용할 수 있는 것으로 정의하고 있습니다. 그런 측면에서 콘텐츠 네트워크 기기 이게 역여진 거고 그 밑에는 사실은 이용자가 깔려 있는 거고 그래서 저희가 개인적으로 그런 생각을 해봤는데 우리가 연구 분야를 관심분야로 나눈다면, 콘텐츠, 네트워크 그것을 전달하는 네트워크, 그것을 이용하여 기기, 그리고 실제로 콘텐츠와 네트워크와 기기를 활용하는 이용자 이렇게 4측면 정도로 나누는 것이 적당하지 않을까 합니다.

사실 이게 콘텐츠 네트워크 기기 이용자 안에는 우리가 어떠한 기능이나 역할에 따라서 다양한 전공들이 들어 갈수 있을 것이다. 아까 말씀드렸던 이병훈 박사님이 말씀하셨던 인문학적 상상력 이런 부분들이 이용자 부분에서 들어갈 수 있고 콘텐츠 부분에서 들어갈 수 있고 어떤 측면에서는 기기 부분에서 들어갈 수 있습니다. 결국 애플이 강조하고 스티브 잡스가 이야기한 게 결국 히트를 쳤던 게, 콘텐츠나 이런 것도 콘텐츠 유통에 대한 아이디어에 있다면 기기하고도 세련된 기기 디자인하고 결합되어 있기 때문에 그렇거든요. 결국에도 기기도 인문학적으로 접근할 수 있고 오히려 콘텐츠, 네트워크, 기기, 이용자 이런 네개의 층으로 나누면 굉장히 다양하면서도 특정 영역에 편향되는 위험을 회피할 수 있지 않을까 생각합니다.

차준섭

저는 우리학회 구성 비율을 고려할 때 처음 룰은 절대 IT를 50%이상을 안 넣으려고 했습니다. 그러나 학

회 구성 초기에는 IT 분야 인원이 많지만, 향후 그런 규칙을 지키려고 부단히 노력할 겁니다. 또 하나는 아까 말씀하셨던 역기능. 우리가 방송통신위원회에 제안했던 과제 중에 가장 중요한 테스트로 만든 거거든요. 스마트 폰에 기기들을 활용한 초, 중, 고등학교 학습콘텐츠를 가지고 모니터링 하는 과제도 제안하였습니다. 그런 것을 고민하고 있습니다.

최한석

방금 주정민 교수님께서 나름대로 우리 학회에 분야를 나누는 카테고리를 해주신 거 같거든요. 저희가 단순하게 IT, 콘텐츠, IS, 미디어를 했는데 그 보다는 아까 말씀하신 네 개 카테고리가 정말로 다른 컨셉으로 다가오는 거 같거든요. 이를 나름대로 세부적으로 분류하면 학회의 연구 활동 분야들이 분류가 될 수 있을 거 같기도 합니다.

이귀상

그건 앞으로 연구해야 될 문제 인거 같고요. 진행에 관련된 문제를 결국은 학회가 활성화가 되면 구성원이 적극적으로 참여를 해야 하는데, 제 생각에는 국가 기관들이 어떻게 하면은 적극적으로 참여할 수 있는가 또는, 콘텐츠 학회를 예를 들면 다양한 구성원들이 어떻게 적극적으로 참가하도록 어떤 식으로 운영을 해왔는지가 중요할 것 같습니다.

김명준

한국 콘텐츠학회는 많이 회원들이 서로 소통하고, 서로 잘 어울렸어요. 이것이 한국 콘텐츠 학회를 부흥시키는 큰 계기가 되지 않았나 생각합니다.

차준섭

지금 류시천 교수님 등을 중심으로 디자인 분야나 기타 분야의 교수님들과 회원들을 적극적으로 유치하고 있습니다. 따라서 향후에 많은 회원들이 서로 소통할 기회도 많아지고, 어울릴 수 있는 기회가 많아지지 않을까 기대하고 있습니다.

최한석

모두들 좋은 제안이나 구상을 가지고 계신 것 같습니다. 이와 관련 하여 제가 봤을 때 어떻게 실천할 것이냐가 문제인데요. 또 이와 관련 다른 사업적인 이야기를 해주시면 좋겠습니다. 우수한 역사가 깊은 다른 학회와 비교하면 안 되겠지만, 신생 학회로서 다른 학회를 따라가려고 생각하지 않고 있습니다. 우리 학회가 할 수 있는 또는 고유한 특별한 사업 같은 것이 있으면 제안을 해주십시오.

김명준

학회를 만들었을 때 누가 고객이고 고객에 대한 서비스 교수님들께서 전통적으로 모여서 논문을 내고 학문을 하고 서로 교류하고 하는 거까지는 학회 만들었을 때 1차 목표로서 그냥 하시면 되는 거고, 그 다음 또 다른 고객을 정의하고 고객을 서비스하고 비즈니스 마인드, 비즈니스기획, 비즈니스모델까지 같이 만들어야 되는 거거든요. 예를 들어 인력양성이나 R&D 등의 경우에 기업이 여기에서 인력양성을 받아서 가져다 쓸 건지, 실제로 그다음에 R&D를 과제로 위탁을 줄 건지 등에 대해서 깊이 고려해볼 필요가 있습니다. 만약 학회에서 사업을 진행한다면, IT하시는 분에게 물으시지 말고 직접 문과출신과 IT가 모여서 처음으로 대한민국에서 발족하는 학회 그 자체도 굉장히 의미가 있고 세간에 안목을 모을 수 있을 거 같습니다. 특히 전라남도와 광주 지역은 비엔날레도 있고 전통예술도 있고, 그쪽에서 IT와 미술과 문사체가 연결되는 작업이 작게라도 시작이 됐다고 하면 그것은 나중에는 폭발력이 클 것 같아요.



차준섭

지금 학회는 시작 단계라서 IT분야의 교수들이 중심이 되어 있지만, 점차 우리가 마음을 열고, 예술, 문사체를 전공하시는 분들을 적극적으로 모셔오고, 그분들과 어울릴 수 있는 기회를 만들어야 한다고 생각합니다.

김명준

스마트 미디어하면은 저희들이 잘하는 게 바로 시스템엔지니어링이고 그런 체계거든요. 예를 들면 학술지 종이도 낱장 광고지로 하지 마십시오. 학술지든 뭐든 온라인으로 다 만들어버리십시오. 편집자가 앉아서 온라인으로 클릭하면 볼 수 있는 학술지 만드시오. 학회에 아무것도 필요 없고 홈페이지면 우리 아이들도 인력양성센터에서 포트폴리오 관련된 홈페이지 하나 구축해서 거기 들어와서 다 자료 얻게 하는 겁니다.

주정민

회원들이 조금씩이라도 뭔가 혜택이 돌아가거나 기여를 해서 보람을 느낀다거나 이런 일들을 기본적으로 할 필요가 있습니다. 학회회원으로 대접을 받는구나. 이런 생각을 하게 되거든요. 그래서 그런 식에 것들을 초창기 때문에 해서 회원들이 좀 학회에 관심을 가질 필요성이 있다. 전 그런 생각을 좀 하고 특히 이제 그러면서 저는 스마트미디어학회가 갖고 있는 특징 자체가 스마트미디어이기 때문에 결국엔 최신의 트렌드라든지 동향. 이런 것들을 회원들에게 서비스를 해서 그걸 받아볼 수 있는 게 굉장히 중요합니다. 우리가 지금 뭐 인터넷에서 다양한 정보가 있지만 실제로 우리에게 정말 필요한 정보들 분야별로 이런 것들은 딱 받아보기 어렵거든요.

저도 가끔 서울에 있는 컨퍼런스 참여하고 그러는데 최근에 등장하는 예를 들어서 빅 데이터! 빅 데이터 세미나 있으면 제가 관심이 있어요. 그런데 거기에는 데이터나 정보 트렌드 정책을 이런걸 알 수 없으니까? 거기서는 무슨 세미나를 토론타기 위해 20만원 30만원 주고 가서 참여 해가지고 하루 한나절 보고 오거든요. 근데 그게 부담스러운 게 내가 서울에 살 면은 아침에 와서 저녁에 오면 되는데, 지금은 부담스러운 거예요 사실 그래서 학교에 무슨 일 있으면 못가고 이러거든요. 그래서 예를 들어서, 서울에서 유명한 강사를 초청해서 최신 기술 동향 세미나를 한다든지 해서 회원들에게 뭔가를 학술적으로나 실질적으로 도움을 주면서 뭔가 내가 혜택을 받았다는 인식을 줄 필요가 있습니다.

최한석

네 좋으신 말씀이십니다. 저희들이 지금 활동하고 오신 분들은 거의 자원봉사 형태로 기여하고 있습니다. 저희 편집위원들도 그렇고 재정이 없기 때문에 그래서 일단 여기서 기여를 하실 분들은 모시고 있고요. 두 번째는 일반회원들에 대한 서비스를 어떻게 제공할 것인가 고민하고 있습니다. 아까 말씀드린 내용처럼 학회지나 뉴스 레터를 통해 회원들이 정말 알고싶어하는 콘텐츠나 뉴스, 기술 동향 등을 계속 제공하려고 합니다. 세 번째로는 이전에 김명준 박사님이 말씀하신대로 학회가 재미가 있는, 모이면 즐거운 곳이어야 된다고 생각합니다. 그래서 이런 것들이 저희들이 앞으로 해야 하는 숙제라는 생각이 듭니다.

이제 거의 마무리를 해야 할 거 같습니다. 마지막으로 한국스마트 미디어 학회가 지역적 한계를 넘어서 국가적으로 또는 국제적으로 일할 수 있는 것들에 대하여 말씀해 주시기 바랍니다.

김영주

네, 이전에 이병훈 단장님께서 말씀하셨는데, 결국은 이제 우리가 어떤 사업을 하던 간에 우리 스스로를 뭐라고 이야기할지 모르겠지만 객관적인 입장에서 우리 포지션이 어떻게 되느냐를 찾아야 한다고 생각합니다. 전국화 문제하고 세계화 문제에 있어서 우리가 조금 그야 말로 솔직한 접근을 해야 된다고 생각합니다. 아시아문화전당 또는 아시아 문화중심도시시라는 프로젝트는 국가적인 다른 지역에 없는 프로젝트고, 이것은 전국은 물론 세계와 연관이 될 수 있다고 생각합니다. 다음은 제가 생각할 때는 단기간에는 어려울지 모르겠지만 기관들하고 협력을 해서 신규 사업 기획이나 협력을 적극적으로 모색해야 하지 않나 생각합니다.

김명준

네 저는 뭐 한국스마트미디어학회 하나를 생각하지 말고 '대한민국 학회가 어떻게 나갈 것인지' 눈에 보여요. 연구재단에서 그동안에 학회를 평가할 때 처음에는 약 300개 정도 되는 학술지, 논문지를 평가하였는데, 지금은 약 3,000 개가 넘다보니깐 전문적인 학회를 인정을 안 해 버릴 거거든요. 대표 학회 하나정도 약 1억~1억5천씩 지원하겠다고해서 연구재단에 등재된 논문지나 학회 평가는 아마 재단에서는 없어질 것 이에요. 무슨 이야기냐면 학회가 지금 정보처리에 관계된 학회가 23개 인데 제가 볼 땐 그게 5년 10년 후에는 굉장히 적은수의 학회만 남고 나머지는 사라질 것입니다. 마치 대학수가 2/3이 줄어들 것이라고 예측하듯이, 학회도 마찬가지거든요. 비관적이라는 것이 아니라 고만고만한 학회는 사라질 것이고 뭔가 특이한 학회들은 또 살아남을 확률이 많고 그 분야에서 가장 오래된 학회만 살아남을 확률이 높고, 이런 관점에서 봤을 때 스마트미디어 학회를 창립했을 때 어느 방향으로 들어갈 것이냐? 저는 독특한 방향을 가져야 한다고 생각합니다.

저는 지금부터 전국화 및 세계화를 생각해서 어떤 전략을 세우냐 보다도 여기서 만이라도 앞에 말했던 문사철연합회랄까 정말 스마트 미디어라는 경우에서 여러 사람들이 모여가지고 재미있게 진짜 그럴듯하게 시작이 되면 그 자체가 가장 큰 경쟁력이 아닌가 생각합니다. 물론 거기에 지금 보태셨던 지역적인 여러 가지 여건까지 합쳐서, 다 자연히 한사람 두 사람 모여서 합류해서 다음 단계로 중앙, 전국 학회로 발전하는 것이 단계라고 보지, 지금 고민하실 목표는 아니라고 생각합니다. 여기서 아주 독특하고 재미있는 그런 것이 시작이 된다면 그 파급효과가 향후 변화된 상황에서 뚫고 나간다면 다음에는 전국적인학회로 발전될 것이라고 봅니다.

주정민

제가 볼 때는 저도 사실은 IT쪽이 아니다보니까 초창기에 시작할 때 회의 때 그때저의 느낌이 도대체 스마트 미디어학회가 뭐 학회지 그런 것을 느낌이 들었거든요. 그런 것이 IT를 하는 분들 이외에 분들이 느끼는 감정일 것이고요. 저 느낌도 여기서 그런 느낌이 들었습니다. 앞으로 학회가 일을 해야 하면서도 그런 제가 드리고 싶은 말씀은 스마트미디어 학회 정체성 목표 이런 부분들을 지금 참여하고 계신 분들이 앞으로 참여할 분들에게 분명히 전달하는 것이 필요하다 느낌이 듭니다. 이것이 공부하는건지 연구하는 건지, 아니면 몇몇 사람들을 위한건지, 그런 부분들을 분명하게해서 처음에 시작할 때 정말 중요하다 말씀드리고 싶습니다.

이귀상

사실 이 학회가 만들어진 이유가 아까 말씀드렸지만 지역에 있는 분과들이 잇잖아요. 나름대로 거기서 출발한 건데 그러다보니까 처음에는 아무래도 체제가 잘 안 잡혀져 있고 사실 비전이 무엇인가 정의가 무엇인가? 그런 의문들이 진행 되고 있는 것인데, 처음에는 어쩔 수 없다고 생각합니다. 근데 참여하신분들의 구성원들 간의 마음에 있는 열정들이 다 있으신 것 같아요. 이 지역을 사랑하시는 마음 분야에서 뭔가 능동적으로 하고 싶은 마음이 있어서 모인 것인데 지금이 초창기니깐 여러 가지 부족한 것이 있고, 제가 생각할 때는 여러 가지 비전을 크게 보고 이런 것도 중요하지만 첫 번째로 우리가 해야 할 것은 어떻게 하면 많이 참여시킬 수 있을까 입니다. 작년 8월달에 처음 지역 교수님들이 모여서 교수 학술학회를 했는데 한 논문 117편을 보고 감동됐었습니다. 그런 저력이 있기 때문에 3개월 정도 준비하여 저희 학회가 창립되고 또 지속적으로 발전 되리라 믿습니다.

차준섭

오늘 패널 토론회를 통해 우리의 정체성이나, 방향성, 자신감을 갖게 된 것 같습니다. 계속해서 다른 단체나 협의 등과 협의하여 본 학회를 확장 하도록 하겠습니다.

최한석

저희들이 "한국스마트미디어학회의 나아갈 길" 이라는 주제를 가지고 패널 토론회를 시작한지 벌써 두 시간이 지났습니다. 그 동안 너무나 좋은 말씀을 해 주신 여섯 전문 패널님들께 다시 한 번 감사의 말씀을 드립니다. 오늘 말씀해 주신 내용을 바탕으로 본 학회가 지속적으로 영원히 발전할 수 있도록 모든 회원들이 함께 노력 하였으면 합니다. 감사합니다.

-회의 종료-