



한꿈청진기

꿈 찾는 청소년 진로탐구 기자단

제2호

발행처 매일신문교육문화센터 주소 대구광역시 중구 서성로 20 홈페이지 www.youngdream.co.kr 전화 053-756-9115

청소년들의 꿈을 진단하다! 대구시교육청 꿈청진기 사업 눈길

대구시교육청과 매일신문사는 지난해 10월부터 12월까지 '2021년 꿈 찾는 청소년 진로탐구 기자단' 사업(이하 꿈청진기)을 실시하였다.

2019년부터 진행되어 온 꿈청진기 사업은 지역 내 창업·중소기업, 소상공인, 연구원, 공공기관 등 다양한 유형의 기업과 기관들을 청소년들에게 소개하고, 기업조사 및 분석, 직업인 인터뷰 등 현장감 있는 진로·직업체험 활동을 통해 청소년들 스스로가 진로목표를 구체화하고 꿈을 준비해 나가는데 도움을 주고자 마련되었다.

대구지역 중학교 14개교, 고등학교 8개교에서 총 45개의(팀별 4인 이내, 총 166명) 팀으로 참여한 청소년 기자단들은 기업현황, 직업의 정보 및 특징, 미래전망 등 참여기업에 대한 사전탐구 활동부터 시작하여 기업취재 및 직업인 인터뷰 등 기자단 활동을 진행하면서 기업별 특집기사 작성, 기업 광고 제작 등 팀별 진로체험 결과물을 완성해 나가는 프로젝트를 수행하였다.

이들이 제작한 결과물들은 '제2호 꿈청진기 신문'으로 제작, 대구지역 각급 학교에 배부하여 학생들의 진로 및 직업 교육에 활용하도록 할 예정이다.

동시에 꿈청진기 홈페이지(www.youngdream.co.kr)를 통해서는 PDF 온라인 신문과 함께 참여기업들의 소개영상, 직업인 인터뷰 영상 등 다양한 진로교육 콘텐츠를 DB화하여 축적해 나감으로써 언제 어디서든 손쉽게 접근이 가능한 온라인 진로직업체험 플랫폼을 청소년들과 함께 만들어간다는 점에서 더욱 큰 기대와 관심을 모으고 있다.

2021년도 꿈청진기 사업에는 지역 내 9개의 기업이(대구MBC, 매일신문사, 커피명가, 푸

딩, 크리에이티브팩토리, (주)플러스메이커스, 한국로봇산업진흥원, 한국산업기술평가관리원, (주)한미드론) 취재에 응해 주었다.

이들 기업을 대상으로 온라인 취재 및 인터뷰 등 기자단 활동을 수행하여, 최우수상의 영예를 안은 청소년 기자단 4개팀들의 활동을 소개한다.



기사작성, 광고제작 부문에서 선정된 최우수상 4개팀

제일여상
〈최강우주〉

제일여상 '최강우주(지도교사 이우선)'팀의 최수진, 임지민, 이세연, 최혜영 학생들이 탐방한 기업은 '대구 MBC'와 '한국산업기술평가관리원', '한국로봇산업진흥원'이다. 최강우주팀은 다양한 사회 공헌활동에 관심을 가지고 인터뷰에 참여했다.

지역사회 및 공공기관의 일원으로서 선제적이고 지속가능한 지역사회 공헌 업무를 수행하는 이들이 있다는 걸 이해할 수 있었다는 점이 학생들이 이번 활동을 통해 얻은 수확. 세계시장에서 우리나라의 경쟁력을 키우기 위해 산업과 기술의 향상이 중요함을 알게 된 시간이었다. 이들은 기사 작성 분야에서 최우수상을 받았다.

강동중
〈Dream Catcher〉

강동중 김규리, 장서진, 이수민 학생이 구성한 팀 이름은 '드림캐처(Dream Catcher, 지도교사 권정애)'이다. 이들이 탐방한 기업은 대구, 경북을 대표하는 정론지인 '매일신문사'이다.

드림캐처 팀은 매일신문사를 통해 기자가 취재를 통해 기사화하기까지의 과정을 이해하고, 기자의 길을 걷기 위해 필요한 노력에 대해 알게 되었다. 매일신문사를 조사하면서 언론사로서 독자들에게 사회를 바라보는 창을 제공하는 중요한 역할을 하고 있음을 이해하는 시간이었다. 이 팀은 기사 작성 분야에서 최우수상을 받았다.

청구중
〈청구중 기자부〉

청구중 '청구중 기자부(지도교사 최정은)'팀에는 이주현, 이호연, 이준혁 학생이 참가했다. 청구중 기자부 팀은 '커피명가'와 '한국산업기술평가관리원'과 '한국로봇산업진흥원'을 취재했다.

이들은 커피명가라는 기업이 대구에서 시작된 1세대 커피 브랜드로서 상업적 이익만을 추구하는 것이 아니라 지역사회를 넘어 전 세계에 선한 영향력을 전하기 위해 여러 가지 기업 프로젝트를 운영하는 것에 관심을 두고 기업에 대한 이해도를 높였다. 그리고 기업이 추구하는 바와 인터뷰를 진행하며 느꼈던 커피와 공간 간의 관계성을 고려해 결과물을 제작하여 광고 제작 분야 최우수상을 받았다.

심인중
〈오순도순〉

심인중 안윤서, 정예린, 임수현, 최세훈 학생은 '오순도순(지도교사 한충희)' 팀을 꾸려 프로그램에 참가했다. 이 팀이 인터뷰한 기업은 영상 기반 VR 콘텐츠 플랫폼 서비스 개발 기업인 '푸드'와 메이커 스페이스 '크리에이티브팩토리'이다.

이들은 인터뷰를 진행하면서 크리에이티브팩토리 라는 비영리 기관이 창업을 희망하는 메이커와 관련 기업들을 위해 전문성을 가지고 도와주는 역할을 한다는 것에 관심을 가지고 활동했다. 학생들은 이 기업이 운영하는 사업들을 한 SNS의 양식을 활용하여 보는 이로 하여금 친근하고 차별화된 광고를 제작하였다. 오순도순 팀은 광고 제작 분야 최우수상을 받았다.

인간과 협력하는 로봇 산업을 꿈꾸다

한국로봇산업진흥원



기업소개

코로나19 확진자 발생 구역을 소독하는 일에 인간 대신 '방역 로봇'이 사용되고 있다. 식당에서는 서빙 업무를 수행하는 로봇으로 인간의 일을 도와주고 있다. 한국로봇산업진흥원(이하, 진흥원)은 방역 로봇, 서빙 로봇처럼 우리 실생활에 활용되는 지능형 로봇 산업을 육성하고 관련 정책의 개발을 지원하는 기관으로 주목받고 있다.



진흥원은 '인간, 로봇, 더 나은 미래, 4차 산업혁명'을 선도하는 기관'을 비전으로 삼고 있다. 이 비전을 실현하기 위해 공동 로봇 구매를 통한 중소기업 지원 활동 등을 시행하며, 이는 우리나라 로봇 산업의 발전을 위한 노력으로 이어진다.

현재 우리나라에서는 많은 로봇이 등장할 준비는 되어 있지만, 사람들이 그 로봇을 활용하는 방법을 잘 알지 못한다. 따라서 진흥원은 로봇 도입 방법을 안내하는 다양한 설명회와 행사를 주최하고 있다. 최근에는 '제조로봇전국투어 설명회'를 시행하여 3대 제조업(뿌리, 섬유, 식음료) 관련 로봇을 중점으로, 공장주들을 비롯한 사람들에게 로봇을 소개하고 도입 방법을 안내하였다.

진흥원은 로봇 지원 활동뿐만 아니라 우리나라 로봇 산업의 미래를 위해 힘쓰고 있다. '2021 국제로봇콘테스트 및 R-BIZ 챌린지' 등을 시행하여 미래형 인재 육성을 위해 노력하고 있다. 진흥원은 국내 로봇 관련 인재들만 준비된다면 우리나라의 로봇 산업이 전 세계 로봇 산업 1위가 될 수 있을 거라고 예상하고 있다.

제조업 분야에서 생산성 향상과 경쟁력 강화는 4차 산업혁명 이후 가속화되고 있다. 이러한 상황들로 인해 로봇의 수요가 증가하였고, 점차 진흥원의 역할이 중요해지고 있다. 진흥원은 이러한 변화들에 대응하여 로봇 관련 설명회와 행사의 주치를 늘리고 있으며, 로봇이 다양한 분야에서 사용될 수 있도록 관련 규제 약화를 위해 노력하고 있다.

미래 사회의 생산 및 서비스 분야에서 로봇의 역할이 커짐에 따라 진흥원은 사회의 중요한 구성 요소로 변화해나가고 있다. 진흥원은 로봇 산업 지원과 육성, 법제 개선 등의 활동을 꾸준히 이어가며 소비자들로부터 더욱 큰 각광을 받을 것으로 전망된다.

새론중 (새로On)

업종현황

우리나라 로봇 산업, 세계 1위를 향해 나아가다

우리나라의 로봇 산업은 1960년대만 하더라도 다른 나라의 우수한 기술을 베끼기 바빴다. 지금은 세계 로봇 시장 5위 안에 들 정도로 매우 빠른 속도로 발전하여 독일, 미국, 일본을 잇는 뒷자리를 차지하고 있다. 또한 전 세계 로봇 개발에 직접적인 영향을 주는 로봇 국제 표준 제정에 동참하여 우리나라 로봇 시장의 영향력을 키워나가고 있다.

우리 삶에는 로봇 청소기처럼 매우 가까운 곳에 로봇이 사용되고 있음에도, 사람들은 자신의 삶과 로봇 산업의 관계성을 인지하지 못하고 있다. 이는 로봇 분야에 적용되는 법률상의 규제 강화에도 영향을 끼친다. 따라서 한국로봇산업진흥원(이하, 진흥원)에서는 사람들이 로봇과 자신의 관련성을 이해할 수 있도록 돕고, 법적 규제 약화를 위해 힘쓰고 있다.

현재 우리나라에서 산업용 로봇은 매우 성장하였으나, 4대 서비스 로봇 분야(돌봄 · 웨어러블 · 의료 · 물류)에서는 아직 결여가 단계에 있다. 따라서 진흥원은 4대 서비스 로봇 분야 육성을 목표로 국내 서비스 로봇 보급 활성화에 힘쓰고 있다.

한국로봇산업진흥원의 정책개발과 현장 지원 사업은 공장과 기업 뿐 아니라 개인 활용 로봇 분야 혁신으로 주목 된다. 4차 산업혁명의 가속화하는 가운데 우리나라의 로봇 산업은 섬유 로봇, 김치 제조 로봇, 협동 로봇 등을 우리나라의 다양한 콘텐츠와 연결하여 개발하고 더 넓은 시장을 확보해나갈 것이다.

새론중 (새로On)



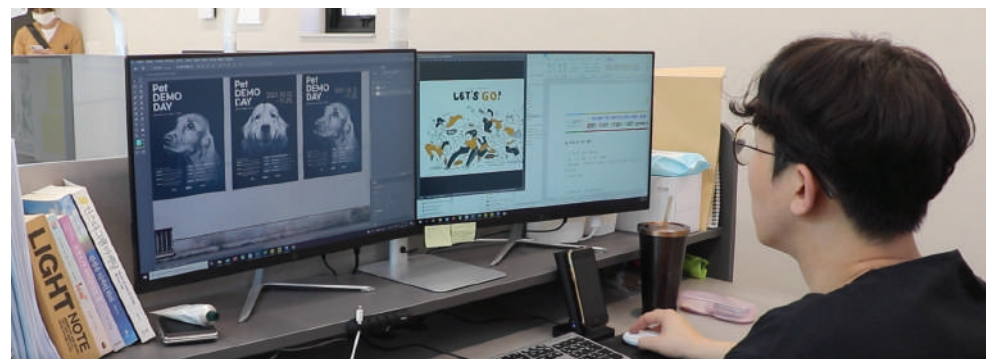
청구중 (청구중 기자부)

크리에이티브 솔루션 컴퍼니

플러스메이커스



기업소개



TV, 유튜브 등만 뜨면 나오는 광고, 홍보영상들은 현대에 빠질 수 없는 주요 산업들이다. 이런 광고, 홍보 서비스를 주 산업으로 하는 기업은 어떤 곳이 있을까? 그 중 한 기업이 획기적인 아이디어를 통하여 광고주의 브랜드에 접목시켜 광고를 기획하고 제작하는 회사인 플러스 메이커스(plusmakers)이다.

플러스 메이커스는 2019년 4월 8일 설립되었다. 총 9명의 직원이 있으며 직원의 1/2이 청년인 중소기업이다. 비교적 설립된 지 오래되지 않은 기업이며 홍보팀, 기획팀, 전략팀, 제작팀 총 4개의 팀으로 구성되어 있다. 광고나 홍보영상 제작 등 대부분 영상을 제작하는 기업이다보니 영상을 촬영, 편집하는 영상 제작의 역할과 유통관리, 유통 마케팅 기획을 하는 광고 기획자의 역할로 나누어져 있다.

플러스 메이커스는 광고기획, 컨설팅, 브랜딩, 광고 · 홍보영상 제작 등 서비스업이자 광고 대행업을 주요 사업으로 한다. 플러스 메이커스는 세상에 가치가 있다는 브랜드 및 제품/서비스를 선택하여 아이디어와 접목시켜 광고기획을 진행하며 세상의 가치를 만들어가는 사업 목적을 가지고 있다. 이런 면이 일반적인 광고대행사와의 다른 점이라고 할 수 있다.

1969년 미국 일리노이 대학의 S.W. 던 교수는 광고에 대해서 '광고란 광고 메시지 속에 어떤 형태로든 밝혀져 있는 기업이나 비영리기관 또는 개인이 여러 매체에 유료로 내는 비대개 인적인 커뮤니케이션이다'라고 정의를 내렸다. 즉 플러스 메이커스는 가치있다고 생각되는 브랜드 및 물건 등을 온라인에서 영상의 형태로 개인과 연결시켜주는 사업을 한다는 것이다.

플러스 메이커스의 활동 내용 및 주요 연혁을 살펴보면 청년 팝업 레스토랑 광고, 대구 가톨릭 대학교 홍보, 전원 슷불 광고 대행 등 디지털, 온라인 마케팅을 중점으로 두고 활동하고 있다. 게다가 경희대 병원 온라인 영상 제작이나 대구광역시 교육청 영상 제작 등 많고 다양한 곳에서 활동하고 있으며 2019년부터 2021년까지 총 24건의 광고, 홍보영상을 제작하는 등 준수한 실적을 보여주고 있다. TV, 스마트폰 등 많은 측면에서 광고가 사용되고 있으므로 앞으로 4차 산업 발달하더라도 광고, 홍보 산업 등은 그대로 유지될 것으로 보아 앞으로의 전망도 좋을 것으로 보인다.

안심중 <각산동 알파커들>

업종현황

창의적인 아이디어와 경험으로, 전문적인 광고 기획 기업으로의 발돋움

최근 온라인 마케팅은 SP(SalesPromotion) 수단 가운데 뉴미디어, 멀티미디어로 불리는 새로운 매체로 인터넷과 블로그, 위젯 등의 디지털 광고가 주목받고 있다. 앞으로의 광고는 시장 내에서 중요한 수단으로 자리잡을 것으로 예상된다. 인터넷이 보급되면서 스마트폰이나 모바일 매체를 활용한 SNS가 홍보나 판촉수단으로 자리매김을 하고 지금까지의 광고매체에서는 없었던 새로운 특성과 매력을 가지고 있다.

하지만 일상 속 광고가 찾고 종류가 많아지면서 카피라이팅(Copywriting) 능력과 창조해내는 능력이 데이터가 되기 시작했다. 이 데이터를 기반으로 마케팅의 효율성이 결과적으로만 나타나 창의적인 아이디어를 도출하기에는 근거가 부족하다는 어려움이 있지만 인터넷과 모바일, SNS 등의 장점을 알맞게 사용한다면 현재에 맞는 새로운 광고를 제작하고 소비자에게 있어서 더 효과적인 결과를 이끌어낼 수 있다.

플러스메이커스는 한 기업 또는 업계의 전국적인 광고와 마케팅을 맡아 전문적으로 하는 기업으로서 의뢰를 받아 제작하는데 초점을 두고 있다. 하나의 산업에 있어서 불미스러운 곳을 피하고 광고가 필요한 곳의 의뢰를 받아 홍보하되 다른 의뢰와 상반되지 않는 선에서 의뢰를 받아 최대한 많은 곳을 홍보하는 것이 플러스메이커스가 추구하는 방향이다.

플러스메이커스의 주사업인 광고시장은 다양한 매체를 통해 계속해서 커질 것으로 추측된다. 이에 맞추어 플러스메이커스는 다양한 기업과 업계를 홍보하는 과정을 통해 계속해서 성장하고 현재보다 창의적인 아이디어와 많은 경험을 통해 더 전문적인 기업으로 발전할 것으로 예상된다.

강동중 <RL>



안심중 <각산동 알파커들>

INTERVIEW 손일영 한국로봇산업진흥원 책임

로봇과 인간이 공존하는 더 나은 미래를 이끄는 로봇산업 진흥 선도 기관



Q. 한국로봇산업진흥원에서 주로 하는 일이 무엇인가요?

저희 한국로봇산업진흥원은 로봇산업 진흥을 위한 사업을 효율적이고 체계적으로 추진하고 지능형 로봇산업 관련 정책개발을 수행합니다.

Q. 한국로봇산업진흥원에서 중요시하는 능력이 있나요?

로봇산업진흥원이 하는 일은 대부분 지원 업무나 행정업무입니다. 로봇과 같은 산업에 관심, 공학적인 기본적 지식이 있다면 좋을 것 같습니다.

Q. 로봇을 제작하거나 사용할 때 특별히 중요하게 생각하거나 조심하는 것(대책)이 있나요?

로봇에 있어서 가장 중요한 것은 안전이라고 생각합니다. 로봇에는 3원칙이 있는데 그 중

1원칙이 '로봇은 인간에게 해를 가할 수 없다.' 입니다. 따라서 로봇 자체로는 앞으로도 안전하게 만들 것입니다. 그러나 로봇을 불순한 용도로 사용하면 위험하게 작용이 될 수도 있으므로 이를 방지하기 위해 저희는 계속 교육을 하고 이를 홍보하고 있습니다.

Q. 많은 사람들이 '미래에 로봇으로 인해 일자리가 많이 사라질 것이다.'라고 말하고 걱정하고 있는데 이 부분에 대해 어떻게 생각하시나요?

많은 일자리가 사라진다는 것에 완전히 아니라고는 할 수 없지만, 로봇으로 인해 새로이 생겨날 직업들도 있습니다. 그렇기 때문에 마냥 좋지 않게 받아들이는 것보다 조금 더 열린 마음으로 받아들이는 자세가 좋을 것 같습니다. 인간에게 있어서 필요한 로봇들이 존재하고 계속 개발될 것이기 때문에 사람들에게 필요한 일자리도 반드시 존재하고 더 생겨날 것입니다.

Q. 로봇이 인간을 완전히 대체할 수 있다고 생각하시나요? 아니면 어떻게 공존할 수 있을까요?

완전히 대체할 수는 없습니다. 로봇과 사람은 함께 살아가야 하는 존재이며 가치중립적인 물질입니다. 사람이 해야만 하는 분야, 로봇이 해야만 하는 분야가 반드시 존재합니다. 각각의 분야에 맞게 일을 분담하고 필요한 부분은 서로 메꾸어 나가야 한다고 생각합니다.

경상여고 (DCM)

INTERVIEW 김시창 플러스메이커스 대표

세상에 플러스, 기업가치에 플러스



Q. 광고대행이라는 일을 하는 데 요구되는 자질이 무엇이라고 생각하시나요?

저는 광고에 있어서 제품에 대한 이해, 브랜드에 대한 이해, 기업이 원하는 방향성에 적합한 시각을 가지고 있어야 한다고 생각합니다.

Q. 현재까지 일하면서 보람있었던 일은 무엇인가요?

지금까지 여러 가지 광고와 영상을 제작하면서 광고를 맡긴 기업의 클라이언트 분들이 큰 이익을 봤을 때 보람을 느꼈어요. 또, 일반적인 형식에서 벗어나 진행한 광고를 알아보고 이해한 지인들에게 좋은 말을 들었을 때 뿌듯함을 느꼈죠.

Q. 매번 달라지는 트렌드를 찾는 과정에서 어려움은 없었나요?

저희 기업이 트렌드에 빠르게 대처한다고 생각했음에도 불구하고 연령대별 트렌드가 다르다는 것을 깨달았어요. 이를 극복하기 위해 일상 속에서 계속 트렌드를 찾아보고 그것을 광고에 가장 효과적으로 녹여내기 위해 노력하고 있습니다.

Q. 광고제작과정에서 획기적인 기획력과 상상력을 얻기 위한 노력은 무엇인가요?

일로서 광고를 받아들이게 되는 순간부터는 업무의 연장에 불과해요. 상상력이라는 것은 가만히 앉아서 얘기한다고 나오는 것이 아니기에 서로가 생각을 공유하는 시간을 가져 획기적인 아이디어를 찾을 수 있었죠.

Q. 광고 관련 분야의 진로를 희망하는 학생들에게 해주고 싶은 말이 있다면?

남들이 만든 틀에 정형화되지 않게 행동하도록 노력하세요. 자신이 생각하는 주관을 믿고 뚜렷하게 행동하는 힘을 기르는 것이 광고 분야에서 무기가 될 수 있습니다.

강동중 <RL>

4차산업혁명 중심에서 사회안전망 사업에 기여하는

(주)한미드론



기업소개

광안리 해수욕장에서 요즘 대세인 오징어게임을 주제로 진행한 드론 쇼를 보고 드론으로 곡선을 자연스럽게 만들어 역동적인 움직임을 연출하는 것이 신기해 드론에 관심이 생겼다. 그래서 체험을 신청한 (주)한미드론은 2018년 설립됐으며, 대구시 달성군에 위치해 있다. 드론을 이용해 방제, 방역을 하고 있는 (주)한미드론은 공연, 항공촬영 등 다양한 분야로 영역을 넓히고 있다. 또한 초경량 비행장치 조종교육 및 실무특화교육을 제공해 즉시 임무 수행이 가능한 전문가와 인재를 배출하고 있다. 이 기업은 드론을 판매하고 수리하는 서비스도 제공한다. (주)한미드론의 대략적인 규모로는 중소기업이라 할 수 있지만 관련 분야에서 우리나라를 대표하는 기업으로 성장할 수 있는 끝없는 가능성을 보이고 있다.

드론을 이용해 가장 많이 하고 있는 일은 무엇일까? 현재 농촌에는 고령화로 인해 일손이 부족해 농약 살포에 큰 어려움을 겪고 있다. 하지만 드론을 이용한 방역을 통해 농민들의 안전과 기업의 이윤추구를 동시에 할 수 있다. 처음 드론에 대한 농민들의 반응은 반신반의였지만 드론의 역할 수행을 보면서 신뢰가 쌓이고 영역이 더욱 확장되었다.

(주)한미드론이 하는 일은 첫 번째로 대구시 최초의 드론방역 이라는 수직어에 부끄럽지 않게 드론방역을 통해 조류독감(AI), 아프리카돼지열병, 구제역 등 바이러스들을 차단하고 있다. 실제 대구시 달성군과 경북 고령군 등에서 방제 분야를 책임지고 있다. 두 번째로 드론조종자 자격증 교육과 드론 지도 조종자 자격증 교육 등 전문 인력교육을 실시하고, 특히 안전한 비행에 초점을 두어 인재를 양성하고 있다. 세 번째로 안전 보장 역할이다. 항공촬영으로 산사태 위험지역을 사전에 점검하여 피해로부터 주민들을 안전하게 보호한다. 또 실제로 접근이 어려운 화재 상황에서 소방용 드론 덕분에 빠르게 화재를 진압한 광주의 사례도 있었다.

또한 (주)한미드론은 드론을 이용해 화려하고 예술적인 공연을 한다. 정교하고 체계적인 드론공연은 사람들의 시선을 사로잡기 충분했고 기업의 홍보도 함께 할 수 있었다. 이를 통해 (주)한미드론은 우리나라뿐만 아니라 세계로 영역을 확장하는 기업이 될 것으로 예상된다.

동부중 <D.M>



업종현황

산업과 일상을 넘나들며 진화하는 드론산업

드론 관련 직업

드론이 도입되고 새로운 기술이 발전하면서 인간의 일자리가 줄어들 수도 있을 것이라 생각하는데, 기술의 개발로 인해 일자리가 사라지는 것이 아니라 오히려 일자리가 더 확대될 것으로 예상된다. 드론전문가로 예를 들어보자면 드론전문가가 되기 위해서는 드론학과, 문화 콘텐츠 학과 등을 졸업해야 한다. 전문기업으로 취업하거나 프리랜서로 활동하는 선택지가 있고, 드론 전문가는 기본적인 촬영부터 시작해서 새로운 콘텐츠를 제작하는 일을 한다. 앞으로의 활동분야는 특정한 범위를 지을 수 없이 계속해서 확산될 것이다.

전망

현재로서는 무거운 물건을 옮기거나 거리 제한 등의 여러 한계를 맞이할 수도 있지만 미래에 더 높은 출력의 엔진이나 더 튼튼한 날개와 같은 성능 좋은 부품이 개발되면 앞으로는 사람이 하기 힘든 인명구조와 산불진압을 인명구조용 드론, 산불진화용 드론을 사용하여 그 문제를 보다 안전하고 효율적으로 해결할 수 있게 된다. 사생활 침해논란과 비행 제한 구역에서 비행을 하면 안 된다는 점에 주의해서 제도적 장치를 마련한다면 드론은 새로운 세상의 문을 열 수 있을 것이다. 아직까지는 이런 얘기가 쉽게 와닿지 않는 것이 현실이나, 조만간 우리는 드론의 혜택을 누구보다 더 가까이에서 누리며 살아갈 것이다.

동부중 <D.M>

꿈, 한잔의 커피 그리고 밝은 세상

커피명가



기업소개

커피명가는 '최고의 스페셜 티 커피'를 추구하는 커피 전문 기업으로, 1990년 대구에서 시작된 1세대 커피 브랜드이다. 오랜 역사를 지닌 브랜드답게 20년 동안 축적된 로스팅 노하우를 바탕으로 한 우수한 질의 커피를 고객에게 선보이고 있다. 원두커피의 제조방법(2006), 물 없이 먹을 수 있는 기능성 과립 커피(2009) 특허 획득, 국내 최초 로스팅 머신 개발 등의 성과를 이루어냈을 만큼 커피에 대한 관심과 연구도 깊은 기업이다. 1998년에는 전국 거래점 100여 개소를 돌파했으며, 2007년에 정식으로 커피명가 프랜차이즈 사업을 시작하여 커피명가의 이름을 더욱 널리 알리기 시작했다. 이러한 노력의 결실로 현재는 전국 48개의 가맹점에서 커피명가만의 긴 역사가 담긴 커피를 맛볼 수 있게 되었다.

커피명가는 커피에 대한 높은 이해도를 바탕으로 국내 최초 '커피 아카데미'를 설립 및 운영하여 커피 전문인 희망자에게 실질적인 취업을 위한 전문 기술을 교육하고 있으며, 커피로 세상을 밝힌다는 포부가 담긴 브랜드 네이밍처럼 '지속 가능한 커피산업'을 위해서도 노력 중이다.

그 일환으로 '행복한 커피' 기업프로젝트를 진행 중이다. 커피로 세상 모두가 행복해질 수 있다는 믿음에서 시작된 이 프로젝트는 매일 아침 <캡프 바이 커피명가>, <커피명가 효성병원점>을 비롯한 일부 매장의 오전 판매수익과 커피명가가 주최하는 문화 행사(La Finca Fiesta)의 참가비 전액을 이용해 생두, 원두를 공급받는 농장에 영유아 보호 시설을 건립하는 활동이다. 2011년에는 과테말라의 엘 인헤르토(El Injerto) 농장 내 어린이 놀이터 1호를 건립했으며, 6년 뒤 2017년에는 엘살바도르 카페파카스(Café Pacas) 농장 내 어린이 놀이터 2호를 설립하였다. 이는 상업적인 이익만을 추구하는 것이 아닌, 노블레스 오블리주(noblesse oblige)의 정신으로 세계에 선한 영향력을 끼치는 커피명가의 바른 기업 정신을 잘 살펴볼 수 있는 부분이다.

청구중 <청구중 기자부>



제일여상 <덤뽀>

청구중 <청구중 기자부>



INTERVIEW 오운석 (주)한미드론 대표이사

드론이 여는 새로운 시대

Q. 드론이 현재 어떤 도움을 주고 있는지 구체적으로 설명해주세요.

구조 드론이라고 하면 물에 빠진 사람들에게 구명보트를 가져다줍니다. 그리고 섬 같은 지역에 긴급하게 의약품이나 구조 물품이 필요하면 가져다주기도 합니다. 실종자를 수색할 때에도 열화상 드론으로 실종자가 어디에 있는지 찾아낼 수도 있습니다. 그리고 사람이 진입하기 힘든 장소에 사고가 나면 드론을 이용해 사람들을 대피시킬 수 있습니다.

Q. 드론의 장점과 단점이 무엇인가요?

드론의 장점은 단시간에 효율적으로 상당히 많은 일을 할 수 있다는 것입니다. 그리고 누구나 쉽게 드론을 조종할 수 있다는 것입니다. 드론의 단점은 사고가 날 수도 있다는 것입니다. 비행장 구역에서 드론이 날아다니다가 여객기와 부딪히면 정말 큰 사고가 날 수도 있습니다. 그래서 드론을 사용할 때에는 안전한 장소에서 조종하도록 하는 것도 하나의 원칙입니다.



동부중 <D.M>

Q. 기업 운영 중에 가장 뿌듯했던 일은 무엇인가요?

사무실 인근에 병충해가 와 있었습니다. 그래서 저희가 드론으로 살충제, 살균제, 영양제들을 뿌려드리고 벌레도 많이 잡아드렸습니다. 그러니 농민 분들이 저희에게 고맙다고 많이 말을 해 주셨습니다. 그래서 그때가 가장 뿌듯하지 않았나 라는 생각이 듭니다.

Q. 이 기업에서 요구하는 조종자의 기준이 무엇인가요?

가장 중요한 것은 말을 잘 끝낼 수 있는 인성과 책임감을 기본적으로 보고, 드론을 안전하게 운행할 수 있는 정도를 봅니다. 기술적인 부분은 저희가 관련 인재를 선발해 교육하면 됩니다. 하지만 안전에 대한 인식을 가장 중요시하지 않으면 바로 사고로 이어지기 때문에 인재 선발 기준에 있어서는 드론에 대한 안전이 제일 우선이라고 생각합니다.

INTERVIEW 안명규 커피명가 대표

세상의 향기를 담아 고객이 감명 받을 커피를 만들다



Q. 대표님께서 커피 사업을 선택하신 이유가 궁금합니다.

단지 커피를 좋아하다 보니 이것이 사업으로 확장된 것입니다(웃음). 커피를 진심으로 좋아하며 커피에 대해 어떻게 문화적, 사회적으로 접근할 수 있을까 등 다방면으로 고민을 하게 되었고 커피 분야에서는 자신 있었기 때문에 자연스럽게 커피산업에 뛰어들게 되었습니다.

Q. 커피명가가 추구하는 기업 비전은 무엇인가요?

커피명가가 가장 추구하는 것은 '커피 본연의 소재적인 가치를 지켜오는 것'과 '커피를 좋아하는 사람들과의 관계를 이어주는 터미널 역할을 하는 것'입니다. 또한 저희가 생각하는 비전은 커피를 통해 사람들의 삶이 조금 더 윤택하고 행복해질 수 있도록, 커피를 좋아하는 사람들이 쉽게 만날 수 있도록 돕는 것입니다.

Q. 새로운 커피 메뉴를 개발할 때 중요시하는 것이 무엇인지요?

고객이 얼마만큼 메뉴를 선호할지를 중요시합니다. 고객이 선호하고, 명가만의 독특한 아이덴티티가 담겼으면 합니다. 커피명가는 영업을 위한 메뉴가 아니라 고객이 감명을 얻을 수 있는 커피를 만들고 싶습니다.

Q. 좋은 질의 커피만큼이나 커피를 마시는 '공간'에도 각별히 신경쓰시는 이유가 무엇인가요?

식사를 할 때 주변 환경에 따라 맛이 달라지는 것처럼 커피도 특정 '공간'에서 맛을 음미하게 됩니다. 커피는 다른 음식보다도 더욱 심미적으로 마시기 때문에 '편안한 공간인가', '좋아하는 음악이 나오는가', '보호받는 느낌이 드는가' 등 여러 가지 요소가 중요하다고 생각합니다. 커피의 품미가 고객들에게 더 효과적으로 전달될 수 있도록 더욱 집중해서 공간에 신경 쓰고 있습니다.

Q. 바리스타를 꿈꾸는 학생들에게 한마디 부탁드립니다.

바리스타는 마치 뮤지컬 무대에 올라가 있는 배우라고 생각합니다. 그래서 바리스타는 단순히 음료 자체만이 아닌 매장에 나오는 음악, 주변 환경 조성과 같이 매장 전체 환경 속에서 마치 뮤지컬의 노래 한 곡을 전달해주는 것과 같은 해석력이 필요하다고 생각합니다. 바리스타를 쉽게 생각하고 도전하기보다는 배우가 사람들에게 열광과 감동을 줄 수 있는 것처럼, 바리스타도 그러한 역할을 한다고 생각하고 도전했으면 합니다.

청구중 <청구중 기자부>

대한민국이 PICK한 뉴스

매일신문



기업소개

매일신문사는 대구광역시 중구 서성로, 경상북도 안동시 경동로에 각각 대구 본사와 경상북도 본사를 두고 있는 우리 지역의 대표 언론사이다. 2020년 기준 매일신문사의 매출액은 277억 9000만원이고, 자본금은 대략 283억원이며, 현재 229명의 직원들이 재직중이다. ‘따뜻하고 사랑으로 겨레의 빛이 되리’라는 사시를 가진 매일신문사의 주요 사업은 신문발행업과 기록매체복제업이다. 매일신문사는 뉴스국, 신문국, 디지털국, 총무국, 문화사업국, 광고국, 독자서비스국, 제작국 등으로 구성되어 있다. 또 ㈜매일애드와 ㈜매일 P&I를 자회사로 두고 있다.

매일신문은 ‘남선경제신문’이 모체로 1950년 ‘대구매일신문’으로 개명했다. 같은 해 10월 1일 천주교 대구대교구유지재단에서 지령 제 1,339호부터 인수하여 타블로이드판 2면을 발행하였으며, 초대 사장에 최덕홍이 취임하였다. 그 뒤 1960년 7월 1일 전국지로 발돋움하며 지령 제 4,780호부터 ‘매일신문’으로 제호를 바꾸어 발행했다. 1980년 11월 30일 언론기관통폐합조치로 ‘영남일보’의 전체 인원과 시설을 인수하여, 12월 1일 (지령 1만 1198호)부터 다시 ‘대구매일신문’으로 발행하였다. 매일신문은 더욱 빠른 뉴스 전달을 위해 2015년 1월 조간으로 발행 체계를 변경했다.

매일신문은 대구경북에서 가장 많이 구독하는 일간지이고, 하루 발행 부수는 약 15만 2천여부로서 단언컨대 대한민국의 대표 신문 중 하나라 할 수 있다. 매일신문사의 공식사이트는 홈페이지 외에도 인스타그램, 페이스북, 트위터, 유튜브 등이 있다. 2020년 11월에는 지방신문 최초로 유튜브 구독자 수 10만명을 돌파했으며, 대구경북 언론사 중 유일하게 네이버 뉴스 채널 서비스를 운영 중이고, 2020년 12월 100만 구독자를 달성했다.

강동중 <드림캐처>

업종현황

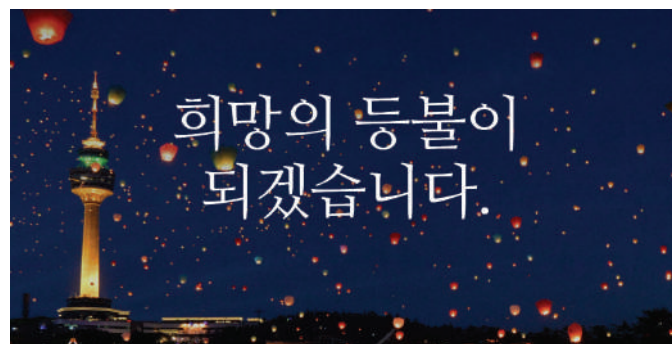
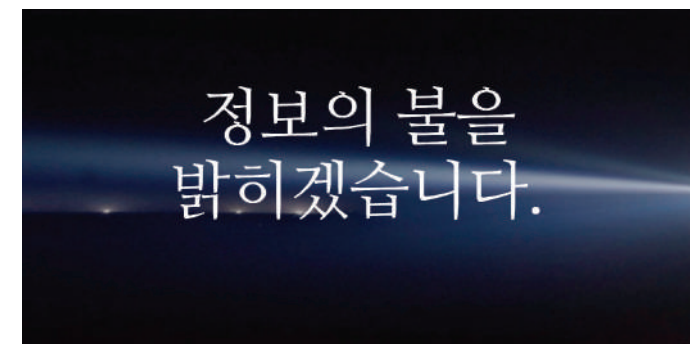
대구·경북에서 가장 많이 구독하는 일간지

언론은 독자나 시청자에게 정보 제공의 의무를 가지고 대중의 알 권리를 보장하는 기능을 수행한다. 또 사회적 쟁점에 대해 분석이나 해설, 비판 등을 제공해 국민 여론 형성에도 중대한 영향을 미친다. 이러한 언론은 크게 4가지의 책임을 진다. 첫째, 공정성이다. 특정 집단에 편향적 보도를 해서는 안 된다. 둘째, 정확성이다. 정확한 사실에 근거하여 보도하여야 한다는 원칙을 지켜야 한다. 셋째, 책임성이다. 타인의 권리와 사회 윤리를 침해해서는 안 된다. 넷째, 공익성이다. 사익보다는 공익을 위해 보도해야 한다.

매일신문사는 독자에게 사회를 바라보는 창을 제공하고 있다. 매일신문사는 어떠한 방식으로 수익 창출을 하는 걸까? 대부분의 수익은 광고료를 통한 수입이 차지한다. 하지만 여전히 종이 신문 판매를 통해서도 신문사의 원동력을 얻는다. 뿐만 아니라 매일신문사는 유튜브, SNS 등을 통해 다양한 분야에서 수익 창출을 위해 노력하고 있다.

매일신문사는 무엇보다도 독자들의 생각과 정서, 요구를 파악해 정확하고 믿을 수 있는 정보를 제공하기 위해 최선을 다하고 있다. 요즘 시대에 맞춰 유튜브와 각종 SNS등을 통해 뉴미디어로 이런 영역을 넓히고 있다. 즉, 매일신문사는 민주주의 사회에서 언론이 중요한 역할을 하는 만큼 국가와 국민 사이에서 책임감을 가지고 발전하려는 모습을 보여주고 있다. 매일신문사는 국민에게 사실적이고 정확한 기사를 보여주기 위해 노력하고 있다.

경북여상 <우리가최고조>



INTERVIEW 장성현 매일신문 기자

발로 뛰는 팩트 취재, 매일신문 장성현 기사를 만나다



Q. 기삿거리를 어떤 방법으로 찾는지, 또 기사 취재는 어떤 방법으로 하는지 궁금합니다.

정부 같은 믿을 수 있는 공공기관에서 나오는 자료들을 확인하기도 하고, 다양한 사람들을 만나서 대화를 많이 해요. 자기가 담당하고 있는 분야가 있다면 그 분야의 전문가들이나 그 분야의 정책 담당자 등 이런 사람들의 얘기를 들으면서 문제점이나 트렌드, 이슈가 무엇인지 를 파악하고 관련된 통계자료나 전문 자료들도 찾아봐요.

취재하는 과정은 기삿거리를 찾는 과정에 포함이 돼요. 다양한 자료들을 수집하고 찾아 보고 사람들 이야기를 듣고 지금까지 일어났었던 사회 현상들, 이슈들을 살펴보고 하면 그게 다 취재가 되는 것이지요. 가장 중요한 건 실제로 그 업무를 하고 있는 사람들을 만나서 얘기를 듣는 것. 그런 것들이 기삿거리를 찾는 과정이자 취재를 하는 과정이 돼요.

Q. 기사를 쓸 때 가장 중요하게 생각하시는 것이 무엇인가요?

팩트를 틀리지 말자는 것과 비판 당사자의 목소리를 듣자. 좀 더 다양한 목소리를 들어서 반영하자는 게 법적으로 보장되어 있어요. 이걸 반론권이라고 하는데, 상대방의 입장을 반드시

시 기사에 넣는 게 중요해요.

Q. 가장 기억에 남는 기사가 있다면 그 이유는 무엇인가요?

예전에 기획 기사를 1년 동안 매주 취재해서 46회를 쓴 게 있어요. 경북 23개 시군을 시내 버스만 타고 돌아보는 것이었는데, 다른 시군까지 경계를 넘어가는 버스를 환승을 해서 1년 동안 34개 시군을 다니면서 거기 있는 사람들 이야기, 관광 이야기, 특산물 이야기, 자연환경 이야기들을 썼던 기억이 있어요. 그게 제가 지금까지 썼던 기사 중에서 가장 긴 시리즈였기 때문에 제 머릿속에 가장 기억에 남아요.

Q. 기자가 되려면 무엇이 가장 중요하다고 여기시는지, 기자가 꿈인 학생들을 위한 조언을 부탁드립니다.

호기심을 키우고 모든 일에 궁금함을 가져야 한다는 점을 가장 강조하고 싶어요. 이를 위해 무엇보다 책을 많이 읽으라고 하고 싶네요. 또한 신문이나 언론사에서 발간하는 잡지 등을 많이 읽는 것도 중요해요.

신문을 많이 보라고 하는 이유는 첫 번째, 활자화된 기사들을 많이 보면 기사라는 게 어떤 방식으로 쓰고 어떻게 논리가 흘러가는지, 어떤 형태를 가지고 있는지 알기 위해서죠. 두 번째로는 종이로 된 신문을 보면 언론사들이 어떤 뉴스에 가치를 두고 중점적으로 보도하는지 알기 위해서예요. 스마트폰으로 보면 어느 기사가 중요한지 파악하기 힘들지만 신문 지면을 보면 기사의 위치와 크기 등을 보고 중요도를 쉽게 파악할 수 있어요. 강동중 <드림캐처>

75년을 매일,
한결같이 그자리에

대구경북 1등 신문,
매일신문은 대구경북의 자존심입니다.
지역언론 최초로 모바일(휴대폰) 분야에서도
국내 최대 포털인 네이버의
뉴스채널 콘텐츠 제휴사(CP사)가 됐습니다.
네이버 뉴스판에서 매일신문을 구독하실 수 있습니다.

대구경북 소식을
네이버와 매일신문에서 동시에

매일신문

www.imaeil.com

본 사 : 대구광역시 중구 서성로 20(계산동2가71) (우)41933
경북본사 : 경상북도 안동시 풍천면 수호로 63 3층 (우)36759
서울지사 : 서울특별시 중구 세종대로 124 한국언론진흥재단 1801호 (우)04520
대표전화 : (053)255-5001 / (02)733-0755

진실을 향해 깊이 있게 접근하는

대구 MBC

기업소개

대구 MBC는 MBC의 지상파 방송사로 서 사원 수는 128명 정도로 중견기업 수준의 규모이다. 매출액은 194억여원으로 동종업계의 상위 40%에 해당한다. 슬로건은 ‘깊이 있게 접근하다’이며, 현재 TV 채널 1개, 라디오 채널 2개를 운영중이다. 대구 MBC는 1963년 8월 8일 한국문화방송 대구국으로 라디오 방송을 시작한 이후 1970년 7월 18일 영남텔레비전(YTV)을 개국했고, 1980년 12월 22일 TV컬러를 개시했으며 여러 번의 이전을 거쳤다.



오랜 기간 지역민의 사랑과 성원에 힘입어 지상파 TV채널과 라디오 표준FM, FM4U 채널을 갖춘 종합 방송매체로 비약적인 성장을 거듭해 왔고, 21세기 뉴 미디어 시대에도 강력한 경쟁력을 갖춘 지역방송으로 남기 위해 차세대 방송 프로그램 제작시설 구축에 힘쓰는 한편 글로벌시대에 발맞춰 해외 방송사와의 교류, 협력도 강화하고 있다.

MBC는 급성장하는 온라인 스트리밍 플랫폼에 뛰어들어 MZ세대를 겨냥하였다. 11만 구독자와 총 조회 수 약 3000만회라는 기록을 내고 있으며 약 11000여개의 동영상상을 업로드하여 MZ세대를 비롯한 시청자들에게 다양한 영상상을 제공하고 있다.

대구 MBC는 기본적으로 사회, 문화 등 다양한 분야에서 공공적, 공익적 프로그램을 제작하고 있다. 지난해 5월 대구시장의 어처구니 없는 코로나19 대처로 인해 많은 방송사가 비판적 입장을 보였는데, 보도와 관련해 대구시가 언론중재위원회에 제소를 하고 법적 대응에 나선 것은 대구 MBC가 최초였다. 대구시의 법적 대응에 대해 대구 MBC를 포함한 많은 노조들이 반발하며 규탄한 결과 대구시가 패소하며 끝이 났다.

대구 MBC는 광주 MBC와 손을 맞잡고 ‘오월편지, 5·18 민주화운동을 생각하며’라는 프로그램을 기획하기도 했다. 많은 사람이 광주에서 일어난 사건을 대구에서 만든 것에 놀랐고 대구가 우리의 이웃이라는 것을 확인하고 다시 놀랐다.’라는 말을 자아낼 만큼 뜻깊고 있어서는 안 될 역사 프로그램 또한 만들어가며 대구에 대한 자긍심을 일으켜주기도 하였다. 대구 MBC의 향후 행보가 기대된다.

제일여상 <최강우주>

업종현황

지역사회와 시청자들을 위한 콘텐츠 개발에 앞장서

코로나 19 확산에 여러 지상파, 종편·보도 채널 등이 큰 피해를 입고 있다. 지상파들은 광고 수익 급감과 제작 환경 변화에 따라 비상경영체제를 지속하고 있으며 코로나19로 제작 여건이 악화된 가운데 방송통신위원회의 재허가 심사에서도 회비가 엇갈리며 어려운 한 해를 보내고 있는 중이다. 특히 코로나로 인해 넷플릭스, 왓자와 같은 스트리밍 플랫폼의 시청자가 급상승함에 따라 지상파 시청자 수가 급감하여 지상파 방송사들은 더욱 어려움을 겪게 되었다. CBS의 경우 확진자의 발생으로 '췌다운'을 하기도 했고 SBS도 일시 폐쇄를 한 적이 있기에 코로나 상황이 다시 심해진다면 언제라도 모든 드라마나 예능 촬영이 올스톱 되고 방송사의 사람들 또한 일자리를 잃을 수 있는 상황이다.

특히 지방 방송국들은 각 지방에서 촬영하는 방송들이 주 방송 정보이다. 하지만 이러한 방송들을 촬영하는 데에 어려움이 생겼으며, 그로 인해 과거의 방송을 다시 내보내거나 어려움이 해결될 때까지 잠시 방송을 중단하는 등 더 큰 문제를 안고 있다.

하지만 현재는 각 방송사마다 여러 실험적인 시도를 하여 화상 인터뷰, 마스크를 쓰고 촬영을 하는 등의 방안을 찾아 비상 방송체계에 돌입하여 안정을 되찾았고 원래의 시청률로 회복해가고 있다. 또한 코로나로 지친 시청자들을 위한 콘텐츠를 공개하거나 공모전을 여는 등의 방법을 통하여 지역 방송을 활성화하고 많은 시민들의 관심과 반응을 얻고자 노력 중이다. 지역 방송사 뿐만 아니라 지상파까지 더 큰 관심이 필요한 시점이다.

제일여상 <최강우주>



제일여상 <최강우주>

메타버스의 푸른 미래를 내다보는

(주)푸딩

기업소개

‘(주)푸딩’은 2019년 5월에 설립된 3년 차 중소기업으로 360도 영상 기반 VR 콘텐츠 플랫폼 및 솔루션을 서비스하고 있다. 클라우드 기반으로 서비스되고 있어 푸딩을 통해 복잡하고 비싼 서버, 인프라의 구축 없이 VR 콘텐츠 비즈니스를 시작할 수 있도록 도와준다. 또한 수요자의 요구에 따른 맞춤 솔루션을 제공하고 모든 HMD에 적용 가능한 콘텐츠를 제공함으로써 메타버스의 진입장벽을 낮추도록 노력 중이다.

푸딩은 푸딩 월드라는 메타버스 솔루션을 기반으로 프로젝트를 진행하고 플랫폼을 제작하고 있다. 푸딩 월드는 메타버스식 아바타 구현을 통한 재택근무 및 화상회의에 최적화한 시스템 서비스이다. 푸딩에서 제공하는 가상 오피스 공간에서 메타버스를 적용한 원격근무시스템, 비싼 부동산 임대료 해결, 법인 주소지 해결을 푸딩 월드를 통해 가능하다. 푸딩 월드를 기반으로 한 메타버스 프로젝트는 곳곳에서 주목하고 있다. 특히 메타버스를 활용한 대륜중고등학교 100주년 기념행사, 메타버스로 진행한 제2회 대구 메이커 페스타, 2021 대구 드론 산업 메타버스 전시회, 메타버스를 통해 대구 유명 관광명소 체험이 가능한 에메이징 대구월드 등이 그것이다.

푸딩 월드를 활용한 푸딩의 플랫폼으로는 업무 프로그램 관리의 부재 및 재택근무가 필요한 기업들을 위해 웹을 기반으로 하는 재택근무 서비스인 푸딩 오피스, 다수의 동시 접속 및 문서 공유가 가능한 웹 브라우저 기반의 화상회의 서비스인 푸딩 하우스, 그리고 확장 현실 XR(eXtended Reality)을 이용한 3차원 가상 스튜디오가 있다.

또한 여러 가지 프로젝트를 기획하기도 하였는데, VR 비대면 미팅 시스템인 Join VR, 비대면 홀트레이닝 플랫폼 J-Pit, 비대면 예배 플랫폼 J-See, 메타버스 기반 전시 플랫폼 푸딩 갤러리, 웹스 카메라를 사용하여 실제 인물을 구현하는 다중 비대면 미팅 시스템 리얼 미팅, 비대면 심리 상담 플랫폼 휴먼그레인 등이 있다.

최근 코로나19로 인하여 비대면, 재택근무, 화상회의 등의 수요가 증가함에 따라 기업도 함께 성장하였다. 코로나19가 확산되기 전인 2019년과 코로나19 확산 후인 2020년을 비교하였을 때에 2020년의 매출액 성장률은 143.3%를 달성하였으며 영업이익 성장률은 307.6%, 당기순이익 이익 성장률은 215.1%를 기록하였다.

동부중 <D.P>



업종현황

가상과 현실이 만나다

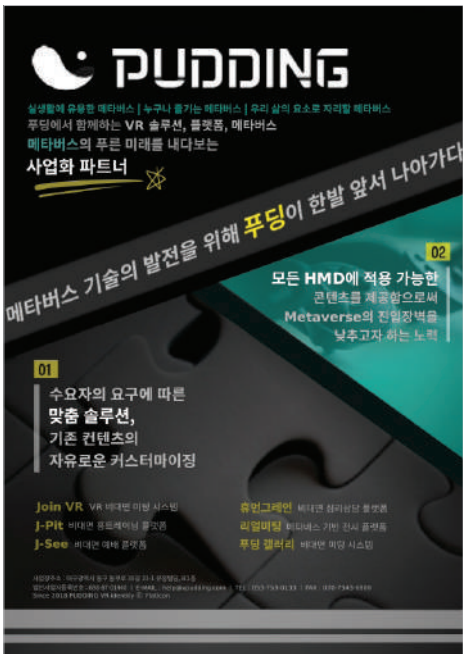
‘Pioneer of Metaverse’, ‘메타버스의 개척자’라는 뜻으로 푸딩의 슬로건이다. 메타버스(Metaverse)는 가상을 의미하는 ‘meta’와 세계를 의미하는 ‘universe’의 합성어로, 현실을 디지털 세계로 확장시켜 여러 활동을 할 수 있게 하는 시스템이다. 페이스북의 창업자 마크 주커버그는 “메타버스는 산업 전반에 걸쳐 많은 기업들이 함께 만들고 있는 ‘새로운 장’이며, 모바일 인터넷을 잇는 후계자가 될 것”이라며 메타버스의 무한한 가능성을 제시했다.

이제는 우리에게 친숙해진 VR(Virtual Reality, 가상현실)과 AR(Augmented Reality, 증강현실) 역시 메타버스의 일종이다. 이처럼 메타버스는 복잡한 장비를 사용하거나, 진입장벽이 높은 화려한 기술이 아니라라도 현실이 아닌 가상의 세계 자체이다. 메타버스는 2016년부터 폭발적인 인기를 끌기 시작하여, 지금까지도 교육, 게임 등의 분야에서 각광받고 있다. 가상의 캐릭터를 만들어 플레이하는 시뮬레이션 게임이나 우리가 매일같이 사용하는 SNS처럼 이미 일상에서 널리 쓰이고 있기도 하다.

기존의 플랫폼이나 어플리케이션과 비슷한 점이 많아 메타버스의 개념에 대해 혼동하는 경우도 많지만, 메타버스에는 다른 콘텐츠와 다르게 차별화된 세계관(Canon), 창작자(Creator), 디지털 통화(Currency), 일상의 연장(Continuity), 연결(Connectivity)의 5C라고 불리는 다섯 가지 특징이 있다.

이러한 특성을 가진 메타버스가 디지털과 또 다른 자신을 중요하게 여기는 시대에, 특히 코로나19가 창궐한 이후 오프라인에서의 문화생활이 어려워진 현재 이를 보완할 수 있는 방법으로 다시 떠오르고 있는 것이다. 메타버스의 발전에 발맞추어 메타버스 산업에 진출하는 경우도 많아지고 있는데, 대구에 위치한 ‘푸딩’ 역시 그중 하나다.

동부중 <KID>



동부중 <D.P>

INTERVIEW 재재휘 대구 MBC PD

PD의 역할이란 무엇인가, 대구MBC 재재휘 PD를 만나다

Q. 프로그램의 방향에는 PD의 가치관이 많이 반영이 된다고 생각하는데요. PD로서 어떤 방향성을 제시하는 프로그램을 기획하고 싶으신가요?

PD는 프로그램을 기획하는 사람이기에 PD의 가치관이 프로그램에 많은 영향을 주기 때문에 늘 저의 가치관을 되돌아보곤 합니다. 저는 사람들이 각자 자신의 삶에 의미를 부여하고 살아가는 모습을 담은 프로그램을 만들고 싶습니다. 삶의 의미나 보람을 느끼며 살아가는 사람들을 통해 시청자들에게 따뜻함과 행복이라는 가치를 전하는 메신저 역할을 하고 싶습니다.

Q. 프로그램 제작에는 많은 인력이 필요한 것으로 알고 있습니다. PD로서 프로그램의 제작에 있어서 어떠한 일들을 하고 있으신가요?

PD는 예산 견적을 내고 현장을 통제하는 등 프로그램 제작에 있어서 절대적인 영향력을 행사하고 있습니다. 또한 제작하는 프로그램의 방향성에 따라 행사할 수 있는 영향력이 다른데 예를 들면 예능PD는 심의를 준수하며 정계를 해학적으로 풍자하고, 다큐멘터리PD는 사

회의 어두운 면이나 잘 알기 어려운 부분들을 고발하는 등 여러 분야에서 다양한 영향력을 행사하고 있습니다.

Q. 프로그램의 아이디어와 콘텐츠 제작에 많은 어려움이 있을 텐데 아이디어는 어떠한 방식으로 얻고 계신가요?

어떤 콘텐츠를 어떠한 주제로 제작할 것인가에 대한 아이디어를 얻는 방식은 늘 새롭게입니다. 독서를 통해 얻기도 하고 인터넷과 SNS, 사람들과의 대화와 만남, 관계 속에서 얻기도 합니다. 다양한 분야에서 일하고 있는 친구들에게서 아이디어를 얻기도 하고, 제보를 받기도 하고 대학에 계신 교수님들이나 현장에 계신 선생님들을 통해 이슈들을 전해 듣고 그에 대한 자료들을 찾아보는 방식 등 다양한 루트들이 있습니다.

Q. PD가 필요로 하는 필수적인 능력은 무엇인지, 세부적으로 가지고 있으면 도움이 될 수 있는 재능 또는 능력에는 어떤 것들이 있나요?

PD는 외부와 소통하고 사회 변화에 발맞춰 함께 변화할 수 있어야 하기 때문에 커뮤니케이션 능력이 필요합니다. 또한 사회적인 분쟁을 일으킬 수 있는 요소들에 항상 주의해야 하며 시청자의 선호도를 정확하게 파악하고 분석할 수 있어야 합니다. 이외에도 프로그램 제작 환경을 이끌 수 있는 리더십, 새로운 아이디어를 떠올릴 수 있는 창의력, 장시간 업무에도 지치지 않을 수 있는 체력도 필요합니다.

덕화중 <에필로그>

INTERVIEW 김소희 (주)푸딩

무궁무진한 메타버스의 세계, 그 진입장벽을 낮추다

Q. 많은 VR, 메타버스 플랫폼 개발 회사들과는 차별화된 푸딩만의 기술은 무엇인가요?

웹을 이용해서 별도의 다운로드 없이 이용 가능하다는 점을 내세울 수 있습니다. 사용자들의 입장에서 메타버스는 사용하기 복잡하거나 힘든 기술이라는 생각이 지배적입니다. 하지만 이 생각을 깨도록 우리 회사는 별도의 다운로드 없이 이용 가능한 플랫폼들을 개발하여 사용자들의 접근성을 높였습니다.

Q. 이 일을 하며 가장 보람을 느낄 때와 힘들 때는 언제인가요?

새로운 메타버스 플랫폼을 사용자들에게 선보였을 때 사용자들이 재미있게 사용하는 모습을 볼 때 보람을 느낍니다. 하지만 새로운 메타버스 플랫폼을 개발하기까지는 많은 과정을 거쳐야 하고 의견을 조율하는 등 여러 힘든 과정을 거쳐야 합니다. 그래도 이 과정을 거쳐 새로운 창작물이 만들어지면 그 전에 힘들었던 시간들은 한순간에 사라져 버립니다.

Q. 향후 메타버스 분야에 종사하고 싶은 학생들에게 해 주고 싶은 말이 있다면?

기술적으로는 모델링이나 콘텐츠, 플랫폼 분야에 대해 공부를 했으면 좋겠어요. 하지만 그에 앞서 우리 주변에서 쉽게 접할 수 있는 메타버스에서 여러 경험들을 쌓아보는 게 중요하겠지요. 본인이 직접 메타버스를 경험하면서 아쉬웠던 점, 개선하고 싶은 점을 찾고 메타버스의 한 부분을 개발하고 싶다는 자신만의 창작성을 가지고 도전해보길 바랍니다.

Q. 앞으로 푸딩은 어떠한 방향으로 나아갈 것인가요?

많은 사람들이 아직 메타버스를 어려운 분야로 생각합니다. 개발자들이 바라볼 때 메타버스 기술은 무궁무진한 매력을 가지고 있는 분야이기에 메타버스가 우리 삶의 한자리로 자리잡을 때까지 친근한 이름처럼 메타버스 진입 장벽을 낮추는데 최선을 다할 것입니다.

강복중 <커가기>



미래가치와 국민행복을 선도하는 산업기술 R&D혁신 파트너

한국산업기술평가관리원

Keit 한국산업기술평가관리원
Korea Evaluation Institute of Industrial Technology

기업소개

한국산업기술평가관리원은 산업기술의 혁신을 통한 산업경쟁력과 국가 혁신역량 제고에 기여하기 위해 설립된 산업통상자원부 산하 위탁집행형 준정부기관으로 2009년 5월부터 산업기술개발에 대한 기획·평가·관리 등의 사업을 수행하고 있다. 4가지 핵심가치(전문성, 혁신, 신뢰, 인간중심)를 기반으로 청렴 비전 실현을 위해 노력하는 한국산업기술평가관리원은 산업기술 R&D 과제 기획, 산업기술 R&D과제 평가·관리, 산업기술 R&D성과 확산을 주 업무로 수행하고 있다.



한국산업기술평가관리원은 지역사회 및 공공기관의 일원으로서 자매결연 지역(청도) 도서관 임직원 도서 및 물품 기부, 비주택거주 취약계층 이사 주택 도배 봉사활동 등 다양한 사회공헌 활동을 진행하고 있다. 또한 정부 정책의 적극적인 준수와 선제적인 지역사회 공헌 업무 수행을 위해 지속가능한 사회공헌 사업을 꾸준히 발굴해가고 있다.

한국산업기술평가관리원은 11월 17일 코엑스에서 'KLOVER 뉴딜 성과발표회'를 개최했다. KLOVER 뉴딜은 정부의 한국판 뉴딜에 기반해 KEIT가 추진하는 R&D 뉴딜 전략이다. KLOVER 뉴딜 1.0은 디지털, 그린, 인프라·안전망 분야의 자율 확산 프로젝트로 구성되어 있다. 대표성과로는 'R&D 기획·평가 업무의 비대면화·디지털 전환'과 '중소·중견기업의 사업화 이어달리기'가 있다. KEIT 정양호 원장은 “한국판 뉴딜을 뒷받침하는 KEIT의 뉴딜 추진 성과를 국민들 앞에 발표할 수 있게 되어 의미가 크다”라며, “앞으로도 국민 체감형 성과 창출에 더욱 힘을 것”이라고 덧붙였다.

한국산업기술평가관리원은 올해 6년 연속 청렴도 우수기관에 선정되고 감사원 자체감사 활동 심사에서 3년 연속 최고 등급인 A를 받았다. 청렴의 날을 지정하여 청렴교육을 실시하고 청렴마일리지제도 시행, 매월 상호존중 DAY를 운영, 부서별 제도개선 과제 발굴·이행 등의 청렴활동을 꾸준히 이어오고 있다.

제일여상 <최강우주>

대구여상 <드림닥터>

업종현황

한국산업기술평가관리원의 핵심 가치를 들여다보다

한국산업기술평가관리원(KEIT)은 투명하고 전문적인 산업 기술을 기획·평가·관리하여 국가 기술경쟁력 강화에 기여하고 있는 기업이다. 현재 동종업계 1위를 차지하고 있는 한국산업기술평가관리원에서는 혁신의 가치를 엿볼 수 있다. 전 세계 1위인 디스플레이 분야는 한국산업기술평가관리원의 지원에 의해 이루어진 결과이다. 한국산업기술평가관리원은 4차 산업혁명 실현을 위한 핵심부품으로 시스템 반도체를 예상하고 있다.

최근 한국산업기술평가관리원은 한국연구재단, 중소기업기술정보진흥원과 서울 코리아나호텔에서 소재·부품·장비에 대한 연구개발 과제 공동기획 등 연대와 협력 강화를 위한 업무협약(MOU)을 체결했다. 또한 '스마트십'이라는 시스템을 타기업과 함께 개발해왔다. 2020년에는 '자율운행 선박'을 시작해 계속 연구 중에 있다. 현재 전력반도체 기술이 EV/HEV 시장의 성장과 함께 급성장하는 기술 분야로 떠오르고 있으며 미국, 일본, 독일 등 기술 선진국들을 공장 증설 등 투자 금액을 증액하고 있다.

또한 미래사회에 발맞춰 ESG(환경, 사회, 지배구조) 기반의 촉매 화학 공정 기술 개발에 대한 수요가 폭증하고 있는 상황이다. 국내의 규제 및 온실가스 감축에 대한 국민적인 동의에 따라 화학 산업의 온실가스 감축은 더 이상 미룰 수 없는 화제가 되었고, 탄소 중립의 가치만으로 진행되는 기술 개발이 매우 중요해졌다. 따라서 탄소 중립 기술을 단순히 경제성의 관점에서 보는 것이 아닌 탄소 다배출 기술은 상업적 활용이 불가능하다는 인식을 기반으로 기술 개발이 필요하고 탄소 중립 기술 활용에 대한 국가적 인센티브 도입 및 일반인 대상 홍보 강화, 각 기업의 신규 기술 개발 및 적용을 적극 지원해야 할 것이다.



제일여상 <최강우주>

INTERVIEW 김우수 한국산업기술평가관리원 사회적 가치추진단장

대한민국의 산업과 기술 향상을 꿈꾸다

Q. 산업 기술 R&D 정책에 대해 간단한 설명 부탁드립니다.

기술적 환경, 정책적 환경이라고 말씀드릴 수 있는데, 정책이라고 하는 것은 예로 들어 앞으로의 도움이 될 정책들을 고민해서 정부에서 그것에 맞는 정책을 만들면 그 정책에 따라서 이행하는 곳이고, 또 그 정책들을 수행하기 위해서 움직이는 곳이라고 말씀드릴 수 있습니다.

Q. 사업화 이어달리기는 제도를 통해 어떤 성과를 예상하시나요?

사업화 이어달리기는 크게 네 가지 트랙으로 볼 수 있는데 첫 번째로 자산관리 공사를 통해 회생자금 지원이 있습니다. 기술 개발을 하였지만 경영이 어려워 사업화할 여력이 없는 기업들을 자산관리 공사를 통해 기업을 지원하는 것입니다. 두 번째로는 KEIT의 신뢰로 보증 우대를 하여 신용보증기금과 기술보증기금에 보증하여 빠르게 돈을 대여해 주는 것이 있습니다. 세 번째로는 전담은행 펀드 운영사를 만들어 지원하는 것입니다. 작년에는 1,200억원, 앞으로는 5,000억 원으로 만들 예정이고, 이를 기업에게 지원할 예정입니다. 네 번째로는 조달청 우수 품목 구매를 지원하여 연결해 주는 것입니다. 조달청에 우수 품목으로 지정된 경우 그 품목을 구매하려면 조달청에서 구매가 가능하지만 지원을 통해서도 접할 수 있게

해주고 있습니다. 이와 같이 4가지 정도의 트랙으로 사업화 이어달리기 제도를 운용하고 있는데 현재에는 가시적인 성과를 내고 있습니다.

Q. KEIT를 한 단어로 표현하자면 무엇으로 표현할 수 있을까요?

신이라고 생각합니다. 그 이유는 KEIT가 미래를 바꾸는, 혁신을 주제로 KEIT가 나아가고 있기 때문입니다.

Q. 회사 미래 방향성은 어떻게 생각하고 계신가요?

한국산업기술평가관리원은 수익성보다는 우리나라 산업과 기술의 향상을 우선적인 가치로 두고 있습니다. 우리나라는 시장경제 규모가 작고 보유한 자원도 적기 때문에 세계시장에서 경쟁하기 위해서는 뛰어난 기술이 반드시 필요합니다. 또한 남들이 하지 못하는 것을 발견하고 그것을 발전시켜 나갈 수 있도록 관련 분야의 주체들을 네트워킹하고 지원하는 쪽에 방향을 맞추고 있습니다.

대구여상 <드림닥터>



모두가 메이커(Maker)가 되고 누구나 창작으로 소통하는 곳

크리에이티브팩토리

CF 크리에이티브팩토리
CREATIVE FACTORY

기업소개

매년 다른 사람들의 창의적인 생각에 흠칫 놀라는 경험을 해 본 적이 있을 것이다. 하지만 창의적인 아이디어를 계속해서 생산해 내는 것은 어렵다. 더욱이 아이디어만을 가지고 그것을 실현시킨다는 것은 더 힘든 일이다. 하지만 우리 주변에는 더 나은 세상을 위하여 창의적인 아이디어를 생산하고 그 아이디어를 창업화할 수 있게 도와주는 전문적인 기업들이 있다. 우리는 그러한 기업 중 하나인 크리에이티브팩토리에 대해 취재했다.



크리에이티브팩토리는 경북대학교 스타트업 지원센터가 운영하는 메이커 스페이스이다. 메이커 스페이스란 기술에 관심이 있는 사람들이 아이디어, 장비, 지식을 공유하며 프로젝트에 참여할 수 있는 곳을 말한다. 이러한 메이커 스페이스를 기반으로 둔 크리에이티브팩토리는 창업 지원을 주축으로 하여 운영 중이다. 2014년 8월부터 본격적 지원 사업을 시작했으며 주로 창의적 아이디어와 기술의 제품화 또는 사업화를 단계별로 지원함으로써 창업자와 전문 기업을 키워나가는 일을 한다.

크리에이티브팩토리는 현재 대구 동대구와 수성구(범어)에 두 지점을 두고 운영 중이다. 동대구점에서는 주로 창업 지원과 메이커 교육에 비중을 두고 있다. 반면, 범어(수성구)점은 범어도서관 1층에 위치해 있어 이 접근성을 바탕으로 문화 교육 프로그램에 중점을 두고 운영 중이다.

크리에이티브팩토리는 창업 자금을 지원해주고, 시제품을 제작하여 창업자들의 아이디어를 구체화 시켜주는 일을 전문으로 한다. 창의적 아이디어를 가진 사람들의 창업을 돕고 자신이 만들고자 하는 것이 어떤 것인지 확인할 수 있게 해주는 것이다. 시제품 제작은 3D프린팅을 이용하여, 기업 내에는 그와 관련된 전문가들이 모여 있다. 3D프린팅을 중심으로 한 다양한 창업자들에 대한 지원으로 크리에이티브팩토리의 역할은 더욱 증대될 것으로 기대된다.

크리에이티브팩토리는 이밖에도 다양한 프로그램을 무료로 실시하고 있다. 학생들을 상대로 3D프린터, 스캔 커터와 같은 디지털 패브리케이션 장비들을 체험할 수 있게 하는 교육 프로그램이 있다. 이러한 교육 프로그램은 스쿨 프로그램과 아카데미 두 가지로 나누어져 운영된다. 스쿨 프로그램은 보통 2~6시간 실시되며 장비들을 체험하고 만들어보는 활동을 주로 한다. 아카데미는 2~5일 동안 실시되며 디지털 장비들에 대해 더 자세한 교육을 제공한다. 이렇게 크리에이티브팩토리는 일반 성인들뿐만이 아닌 학생들에게도 창업의 기회를 주고 지원해 주며 창업자 그리고 기업에게 도움을 주고 있다.

동부중 <F.H.D>

심인중 <오순도순>

심인중 <오순도순>

INTERVIEW 이종태 크리에이티브팩토리 팀장

우리 모두가 메이커, 당신의 꿈과 열정을 응원합니다



Q. 크리에이티브팩토리의 최대 강점은 무엇인가요?

항상 새로운 것들을 만들어낸다는 것입니다. 그리고, 체험에 참여하시는 분들의 연령층이 다양하기 때문에 신선하고 새로운 시각으로 대상을 볼 수 있다는 강점이 있습니다.

Q. 크리에이티브팩토리의 주요 프로그램을 소개해 주세요.

첫째, 누구나 메이커가 될 수 있는 기본 소양 및 안전교육, 설계/디자인, 제작 실습, ICT 개발, 앱/콘텐츠 등을 할 수 있는 메이커 스쿨이 있습니다. 둘째, 역량 있는 전문 메이커 양성과 올바른 메이커 문화확산을 위한 메이커 아카데미를 운영합니다. 셋째, 5인 이상의 메이커 모임 지원으로 공동학습과 창작활동을 통한 메이커 커뮤니티도 있습니다. 그리고, 창업을 하고자 하는 기업들을 대상으로 유료 지원을 하고 있습니다.

업종현황

메이커들을 위한 공간, 스타트업 기관들을 위한 전문적인 지원 제공

크리에이티브팩토리의 주요 사업은 3D 프린터 VR기계 등의 기계들을 활용한 메이커 스페이스와 스타트업 지원 사업이 융합된 사업이라고 할 수 있다. 메이커 스페이스란 메이커가 다양한 재료를 이용하여 3D 파일이나 원하는 사물을 즉석에서 만들 수 있는 공간을 말하는데, 크리에이티브팩토리는 이러한 메이커들을 위해 크리에이티브팩토리 내에 다양한 메이커 스페이스를 마련하여 창업을 돕고 메이커들이 여러 기계를 통해 빠르게 자신들의 기계를 만들 수 있도록 지원하고 있다.

앞으로는 스타트업 사업에서 메이커가 더 빠르고 정확하게 자신의 물건을 만들 수 있도록 기계를 사용하는 형태의 메이커 스페이스가 더욱 유행할 것으로 예측된다. 현재 크리에이티브팩토리의 메이커 스페이스는 3D 프린터나 컴퓨터를 활용한 컴퓨터 자수기 등 미래에 주목받을 기술과 기계를 빠르게 도입하고 있어 방목하는 메이커들의 수도 갈수록 늘어날 것으로 기대되고 있다.

점차 확대되는 창업기업의 수에 따라 창업하려는 사람들을 위한 비영리 기관의 역할도 중요시되어 갈 것으로 보인다. 특히 크리에이티브팩토리의 경우 단순 자본 지원이 아닌 시제품을 제작해주고 창업을 위한 공간과 기계를 대여해 주거나 사업의 방향을 제시하는 것을 전문적으로 하는 기업이다. 창업을 시도하는 사람들에게는 단순 자금을 지원하기보다 더욱 전문적인 부분을 지원 받으면서 창업에 대한 부담을 덜어줄 수 있는 역할 또한 할 수 있을 것으로 보인다.



Q. 창업지원을 많이 하고 계시는데, 창업을 위해 가장 중요한 역량은 무엇이라고 생각하시나요?

급변하는 4차산업혁명 시대에 창업을 하기 위해서는 무엇보다도 창의력이 중요합니다. 그리고 자신이 하고자 하는 분야에 대해 해박한 지식을 가지고, 행정적인 부분도 많이 알고 있으면 더 좋겠지요. 그러나 이런 전문적인 지식이 없더라도 배워나갈 수 있는 기회가 많기 때문에 기본적인 지식만 가지고 있어도 창업이 불가능하지는 않습니다.

Q. '메이커'라는 표현이 아직 익숙하지 않은 사람들도 많을 텐데, 일반인들을 대상으로 체험 행사도 진행하시나요?

네, 코로나19 팬데믹 전에는 계명대학교 성서캠퍼스, 남구청, 수성구 상하동산 등 대구의 주요 장소 앞에서 직장인 및 학생들을 위한 메이커 체험 프로그램, 야외에서 메이커 체험·교육·3D펜 경진대회 등을 진행한 '인사이트 나이트'를 개최했습니다. 이뿐만 아니라 메이커 커뮤니티 활동 공유회, 커리큘럼 컨퍼런스, 대구 메이커 페스타, 따뜻한 메이커 운동 등 다양한 행사를 진행하였습니다.

보건교 <미애와 친구들>



미래를 배운다 * 함께 성장한다

창의 융합적
사고 역량

자기관리
역량

공감 소통
역량

공동체
역량



대구광역시교육청
DAEGU METROPOLITAN OFFICE OF EDUCATION

학생의 미래역량을 기르겠습니다
한 학생도 놓치지 않고 다 품겠습니다
학교의 자율성을 존중하겠습니다
따뜻한 교육공동체를 만들겠습니다

꿈찾는 청소년 진로탐구 기자단

꿈청진기는 청소년들이 진로 및 직업정보, 기업 분석, 직업인의 특성 등에 대한 취재 활동을 바탕으로 보고서, 온라인 기사작성 등 청소년의 시각을 통해 다양한 진로체험 결과물을 만들고, 함께 공유하는 플랫폼입니다.