

뉴스레터, 독자적인 정보제공 채널로 발돋움 목표

이후승 기자 hooseung.lee@khu.ac.kr

올해 대학주보는 창간 64주년을 맞이한다. 1955년 창간한 대학주보는 64년 동안 쉽 없이 학내 구성원의 알 권리를 충족시키기 위해 최선을 다해왔다. 대학주보가 지나온 길을 돌아보고 앞으로 나아갈 방향을 짚어보기 위해 연례 구성원 설문조사를 진행했다. 지난 20일부터 24일까지 이메일로 진행된 ‘구성원 미디어 소비 및 뉴스레터 인식’ 설문조사를 통해 구성원의 미디어 소비 경향을 파악한 뒤 최근 떠오르는 기사 유통 방식인 뉴스레터로의 변화를 꾀하고자 한다.

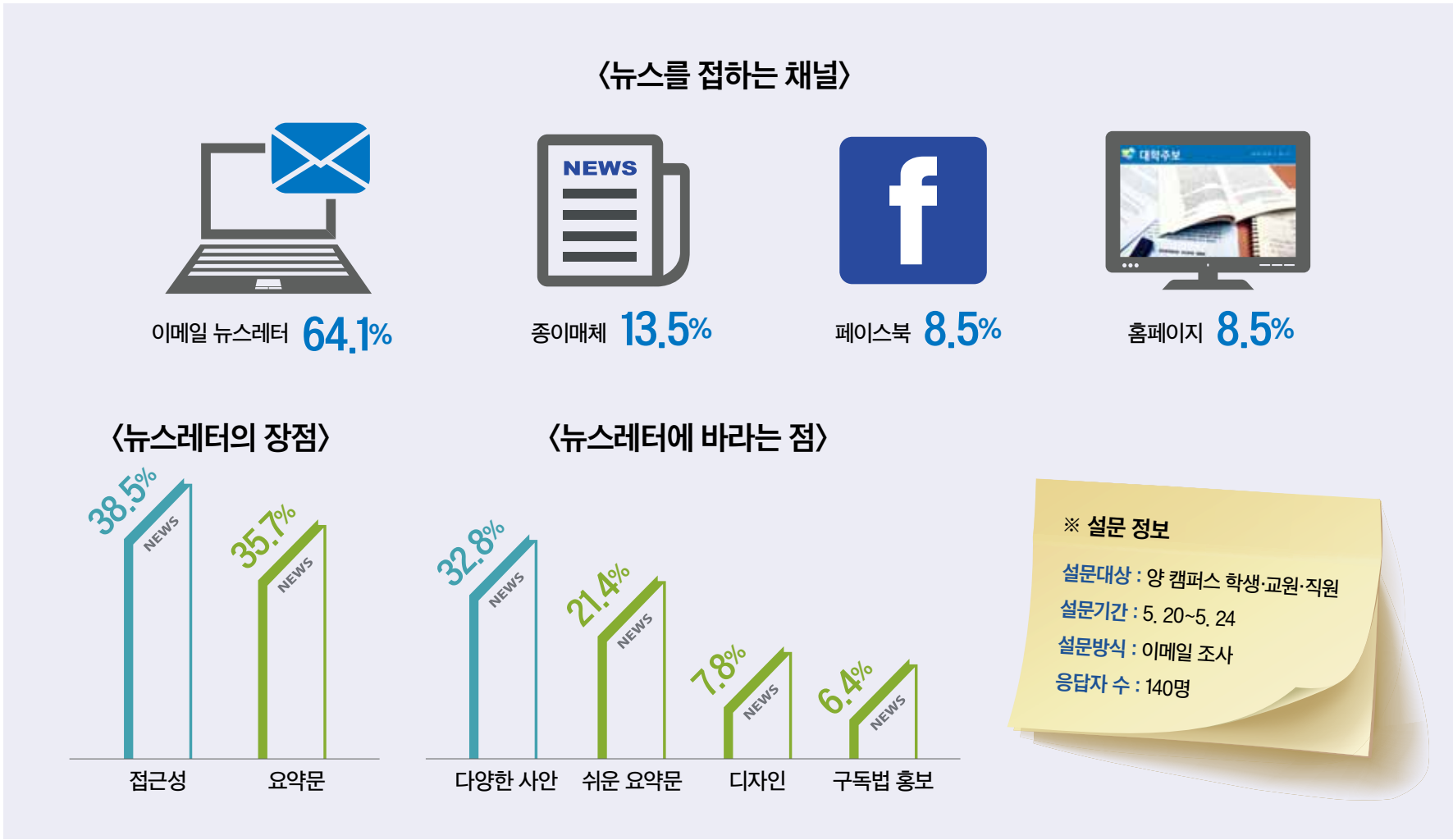
대학주보는 항상 ‘최초’라는 수식어를 달았다. 대학 언론 최초로 한글쓰기, 가로쓰기, 컬러지면과 베를리너 판형을 도입했다. 최근 들어선 기사를 접하는 방법이 지면에서 온라인으로 변화함에 따라 디지털 퍼스트를 제창하며 성질을 바꾸기 위해 노력했다. 매주 발행하던 종이신문을 격주 발행으로 변경하고 대학 언론 최초로 페이스북 페이지를 만들어 현재까지 가장 많은 팔로워를 보유하고 있는 중이다. 변화가는 시대의 흐름에 부응하기 위해 언제나 혁신을 외치던 대학주보는 이제 또 다른 변화를 시도하려 한다.

5일간 양 캠퍼스 교수, 직원, 학생을 대상으로 진행한 설문조사에는 총 140명이 응답했다. 크게 학내 뉴스를 접하는 방법·매체, 관심을 갖고 있는 분야와 대학주보가 보내는 이메일 뉴스레터에 대한 인식 질문이 주를 이뤘다.

많은 수의 응답자는 학내 뉴스를 접할 때 스마트폰, 태블릿 PC와 같은 이동형 단말기를 사용했다. 140명 중 65명이 선택했다. 한편 신문과 같은 종이매체를 사용한다는 응답자는 140명 중 19명으로 나타나, 이전과 비교했을 때 감소 추세를 보였다. 감소세이지만 아직까지 종이매체를 통해 학내 뉴스를 접하는 구성원이 있다는 것은 대학주보가 지면 발행을 멈추지 않는 이유이기도 하다.

대학주보 기사를 주로 접하는 채널은 지난해 진행됐던 창간 63주년 설문조사와 마찬가지로 이메일 뉴스레터로 나타났다. 종이신문, 대학주보 홈페이지 및 페이스북 페이지 등 다양한 경로가 있지만 140명 중 94명, 응답자의 64.1%가 이메일 뉴스레터를 선택했다. 이 지점이 대학주보가 시도하려는 하나의 변화다.

뉴스레터란 언론사가 독자에게 기사와 관련한 소식을 만들어 이메일로 보내는



서비스다. 뉴스레터에는 다양한 모델이 존재하지만 현재 대학주보는 홈페이지 방문 증가를 도모하고 미래 독자에게 도달하기 위해 뉴스레터를 운영하고 있다. 대학주보 뉴스레터는 주 3일 발송을 원칙으로 그 주의 중요한 뉴스를 이미지와 요약문 형식으로 정리해 전달하고 있다. 학내 구성원뿐 아니라 대학주보 홈페이지를 통해 개별적으로 신청해 받아볼 수도 있다.

뉴스레터라는 채널은 새로운 채널이 아님에도 현재 전 세계적으로 재평가 받고 있다. 지금까지 수많은 언론사는 매체홍보와 기사 유통에 SNS를 활용했다. 흔히 들어본 기사 언론도 그랬고 대학주보도 그랬었다. 하지만 자체 채널이 아닌 외부 채널에 의존해야 한다는 점, SNS의 유행과 영향력에 따라 유통 체계가 흔들릴 수 있다는 위험요소를 안고 있다. 실제로 한때 가장 활발한 SNS였던 페이스북의 위상 변화를 통해 위험은 현실화되고 있다.

SNS 채널에도 분명한 장점은 존재한다. 다수의 방문 유도에 유리하다는 것이 대표적이다. 언론사 입장에서 궁극적으로 뉴스

레터는 열독자에게 직접 기사를 전달할 수 있는 자체적인 유통망으로 기능한다. 독자 입장에서 관심사와 유사한 기사만 선별적으로 구독할 수 있는 이점이 생긴다. 현재 대학주보가 뉴스레터를 보내는 것도 그 일환이다.

대학주보 뉴스레터에 대한 구성원의 반응은 대체로 긍정적이었다. 전반적인 만족도 조사에서 매우 만족 및 만족이라고 답한 응답자는 140명 중 79명이었다. 그 중 140명 중 54명이 ‘접근성’을 장점으로 꼽았다. 50명은 ‘알기 쉽게 정리된 요약문’을 장점이라고 답해 뒤를 이었다. 뉴스레터의 고유한 장점을 구성원도 인식하고 있음을 보여주는 지점이다.

독자적인 채널로 발돋움할 수 있는 만큼 뉴스레터가 담고 있는 콘텐츠도 무시할 수 없다. ‘대학주보 뉴스레터가 필요한 정보를 전달하고 있느냐’는 물음에 매우 그렇다 및 그렇다고 응답한 구성원은 140명 중 85명이었다. 반대로 뉴스레터에서 필요한 정보를 구하지 못했다는 의견에는 ‘관심 없는 사안’, ‘불충분한 구성’, ‘오피니언 콘텐

츠의 부재’ 등이 이유로 꼽혔다.

이는 대학주보 뉴스레터가 가지고 있는 한계를 명확하게 드러낸다. 천편일률적인 내용 구성과 디자인 그리고 기능이다. 디자인이라는 점을 둘째치더라도 내용의 다양성을 확보하는 것이 필요하다. 중앙일보의 현재 20종류 이상의 뉴스레터를 운영하고 있으며 계속해서 그 수를 확대해 나가고 있다. 대학주보 뉴스레터를 이용하는 구성원은 설문조사 응답을 통해 이 지점을 꼬집었다. 대학주보 뉴스레터에 바라는 점으로 ‘보다 다양한 사안’을 고른 응답자가 46명으로 제일 많았다.

또한 현행 대학주보 뉴스레터는 홈페이지 방문자 유도만을 목적으로 한다는 한계도 안고 있다. 대학주보 뉴스레터를 개봉해보면 등장하는 한 줄의 제목과 2~3줄의 요약문은 클릭을 통한 홈페이지 방문 유도를 명시적으로 드러내고 있다고 해도 무방하다. 이 점도 설문을 통해 지적받았다.

독자를 홈페이지로 끌어들이는 것에만 집착하지 않고 뉴스레터 자체를 독립된 정보제공 채널로 간주하며, 가급적 충분한

양의 정보를 제공할 수 있는 방법의 고민이 필요한 지점이다.

앞으로도 학교 소식을 받아볼 계획이 있다고 응답한 구성원은 113명이었으며 향후 대학주보가 발송 횟수나 사안의 폭을 넓히는 등 대학주보 뉴스레터 채널을 강화하는 것에 긍정적이라고 응답한 구성원은 91명이었다. 대학주보가 추구하는 변화의 방향과 독자의 생각이 일치하는 지점이다.

이번 설문조사는 매년 진행된 창간 기념호 설문조사와는 다른 양상을 보인다. 이전에는 단순히 구성원이 어떤 매체를 사용해 학내 뉴스를 접하는지, 관심을 가지고 있는 분야가 무엇인지에 대한 질문에 그쳤다면 이번 설문조사는 대학주보 뉴스레터에 대한 인식을 조사하고 확장의 방향성을 알아보고자 함이었다. 독자의 목소리를 통해 변화의 방향을 정립하고 어떤 형태, 어떤 사안을 독자에게 전해야 할지 다시금 고민하게 만들어준 응답자들에게 감사의 인사를 전한다. 또한 대학주보가 시도하려는 변화에 학내 구성원의 꾸준한 관심과 질타를 부탁하며 대학주보도 이에 부응할 수 있도록 최선을 다할 것이다.

Global AFRO!

경희 청년 해외개척단

2019.5.30.(목)까지 참여학생 모집

사업개요

- Global AFRO(글로벌 알프로) : - Global sales and mArketing FFRontier Organization
- 해외시장 개척에 관심 있는 학생팀과 진출을 희망하는 기업 간 1대1 매칭

신청방법

- 신청기간 : 2019.5.30.(목)까지
- 신청방법 : 사업단 홈페이지 '온라인신청'에서 신청 (http://aleddin.khu.ac.kr/line8/apply_online_list.do)
- 문의 : (031) 201-3922 담당자 원재연 line01@khu.ac.kr

모집대상 및 규모

- 경희대학교 LINC+ 사업 참여학사단위의 재(휴)학생 약 40명 (총 10개 팀 내외)
- 글로벌 시장개척 및 창업에 관심있는 재(휴)학생

지원 자격

- 팀원은 2~3명 내외로 선정하여 팀 단위로 신청
- 공지원 기업에 해외진출 희망 컨텐츠 및 역할을 보고 1~3자팀으로 신청
- 제출한 계획서를 평가하여 순서대로 기업 매칭 (1~3자팀에게 매칭 가능)

우대사항

- 캡스톤디자인, 현장실습 교과목을 통해 수행한 프로젝트와의 연관성 우대
- 기업 해외시장 진출 프로젝트 경험자 우대
- 해외 국가 외국인 학생 또는 해당 국가의 언어 구사 가능 학생 포함 우대

참가혜택

- 해외시장 개척 전문 과정 교육비 지원
- 해외개척단 선발팀 전원 국외활동비(2차 사업) 100만원~200만원(1인당) 내외 지원 ※ 심사결과, 파견지역, 파견기간에 따른 차등지원
- 방학중 현장실습 학점 부여(매칭기업과 논의 후 가능자에 한함)
- 결과별도 성적에 따라 최우수팀, 우수팀 상장 및 상금 지급

주요활동

- 매칭 기업분석 및 시장현황 조사
- 제품, 경쟁사, 소비자 등 기업 현황 분석
- 기업의 대내·외 경영환경 분석 등
- 국내·외 매출, 시장점유율 향상 위한 팀 단위 Action Plan 수립
- '팀-매칭기업'간 개척 활동 목표 설정
- 학생별 세분화된 역할 분담 통한 업무 효율성 도모
- 해외시장 잠재고객 및 시장분석 통한 활동 전략 수립
- 해외시장 현지조사 통한 제품 만족도 및 시장 선호 조사, 현지마케팅 요소 도출
- 기업 및 제품의 해외시장 현지화 전략 (디자인, Sustainable Development Goals 고려)

교원자격무시험검정원서 신청 공고

『교원자격검정령 시행규칙 제9조의 규정』에 의거하여 무시험검정서류를 접수하고 심사한 후 교원자격증을 아래와 같이 발급하고자 하오니 신청바랍니다.

- 대 상 자
 - 교직과정 이수예정자로서 '2018학년도 후기 출제예정지(2019.08.출업)'
- 무시험검정원서 접수
 - 접수기간 : 2019.05.27.(월) ~ 06.05.(수)
 - 접 수 처
 - 서울캠퍼스 : (서울) 교직팀 (본관 1층 113호)
 - 국제캠퍼스 : (국제) 교직팀 (중앙도서관 1층)
- 제출서류
 - 교원자격무시험검정원서(소정양식) 1부
 - (+ 교직과정 이수증은 무시험검정원서를 첨부할 때 각 1부)
 - 보통교사(교급) 무시험검정신청자는 (신용사명서 등 사본 제출)
 - 영양교사(교급) 무시험검정신청자는 영양사명서 등 사본 제출
- 응시사항
 - 교원자격무시험검정원서를 제출한 경우 교직과정을 이수하였더라도 교원자격증에 발급되지 않음
 - 재학 중 인적사항(성명, 주민등록번호)에 변동사항이 있을 경우 반드시 교직팀으로 문의 바람
 - 교원자격무시험검정원서를 제출하고, 전석검정 및 보내 출제예정에 합격한 학생에 대한별된 교원자격증이 발급됨
- 문의처
 - (서울) 교직팀 02-961-9668, teacher@khu.ac.kr
 - (국제) 교직팀 031-201-3049, teacher02@khu.ac.kr

2019. 5. 15.

교무처 교직팀