INSIDE
YTN
2016. vol.120
1
2
당신의 미래를 엽니다
2015 영숙

캘리그라피 _ 2015 다산대상 문화예술부문 대상수상자 장천 김성태

CONTENTS

1 Jan - 2 Feb 2016 | vol.120

IN

In Newsquare

YTN 역사에 새로운 이정표를 세우자 | **시무사** 04
서울타워, 복합문화시설로 거듭나다 | **홍보팀** 06
명품 '서울타워 플라자' 그리고 '서울타워 워터' | **최유석** 10

신년 특별기고

36.5도의 YTN을 기대하며 | **김국진** 12
YTN 현장으로 돌아가야 | **황용석** 14
킬러콘텐츠로 인터넷을 공략하라! | **심미선** 16

Exclusive Now

여객선 긴급통신망 '먹통', 해상관제센터도 '고장'! | **최두희** 18
간절하면 통한다 | **방병삼** 20

YTN People

YTN 모바일, 이제는 글로벌이다! | **강성웅** 22
지나간 시간을 잡아라! | **강창국** 24

자랑스러운 YTN인 상

11월, 12월 수상자 26
2015 YTN 대상 27
YTN 모바일 제보 대상 _ 김지연 MJ 28
YTN 1호 명예사원 _ 개그우먼 김세아 29

SIDE

홍경한의 아트스퀘어 _ 화가 임영숙

30 **홍경한** | 임영숙의 '밥' 팍팍한 삶을 위로하다

앵커의 변신 _ 나연수 앵커

32 **홍보팀** | 첫 출발, 순수함이 닮았다.

최광희의 News In Cinema

34 **최광희** | 〈스테이트 오브 플레이〉 vs. 〈내부자들〉

낭만인 탐구 – 안보라 앵커

36 느끼고, 배우고, 희망하라

YTN 이모저모

38 협약식, MOU 등

표지 **임영숙 作 〈밥〉**

작가 임영숙은 20여 년 동안 줄기차게 그려 온 '밥'을 통해 생(生)의 정겨움과 따뜻함으로 가득한 사랑의 풍요로움을 보여주고 있다. 옥신각신 혹은 투박하고 거칠게 살아가야만 하는 현실은 그의 그림만큼 아름답지는 않으나, 그럼에도 희망을 잃지 않는 평범한 사람들의 쉼 없는 화제(話題)를 담아내고 있다. 이는 온갖 다양한 소식 속에서 삶의 진정한 가치를 찾기 위해 24시간 불을 켜놓는 YTN처럼 항시 시들지 않는 꽃, 평화와 안식이라는 불멸의 염원이 담긴 정원에서 조금씩 자라고 있다.

발행인 조준희 편집장 최재용(홍보팀) 03926 서울시 마포구 상암산로 76 YTN 뉴스퀘어 TEL 02.398.8000 제보 02.398.8585 디자인·인쇄제작 아이아트플러스 02.2272.9807

YTN 역사에 새로운 이정표를 세우자

YTN 대표이사 **조준희**

사랑하는 YTN 가족 여러분.

창조와 지혜를 상징하는 붉은 원숭이해인 2016년 새해가 밝았습니다. 제가 지난해 3월 사장으로 취임할 당시 제 마음속에는, YTN을 미국의 CNN처럼 명실상부한 '대한민국 최고의 뉴스채널'로 다시 끌어올리겠다는 일념뿐이었습니다. 그러기 위해서 저는 무슨 일이든 해야 한다고 믿었고, 사장으로서 그런 자세를 견지해왔다고 감히 말씀드립니다. 그 과정에서 저는 최고경영자로서 여러분에게 수많은 주문을 했고, 여러분도 저의 뜻에 호응해줘서 몸을 아끼지 않고 최선의 노력을 기울여주셨습니다. 진심으로 감사하다는 말씀을 드립니다.

여러분의 헌신적인 노력에 힘입어 지난해 말까지 YTN에 많은 변화가 있었고, 새로운 도약의 전기가 마련됐습니다. 취임 뒤 가장 역점을 두고 추진한 화면 개선, 방송사고와 오탈자 줄이기 등은 적잖은 성과를 거뒀다고 자평합니다. 하지만 아직 만족하거나, 안심할 수준이 아니라는 점은 우리 자신이 가장 잘 알고 있습니다.

지금까지가 YTN의 위축된 경쟁력을 정상적 궤도에 올려놓기 위해 기틀을 닦는 시간이었다면, 지금부터는 이를 발판삼아 본격적인 도약을 해야 할 시점이라고 생각합니다. 그러기 위해 지금 이 시점에 우리에게 가장 필요한 것은 바로 '소통'과 '화합'입니다. 그동안 회사 내에 팽배해 있던 반목과 질시를 내려놓고, 이젠 오직 1등 방송을 만들겠다는 목표를 향해 구성원 모두가 한마음 한뜻으로 나아가야 합니다.

저는 YTN 구성원 개개인의 역량은 어디에 내놓아도 손색이 없다고 생각합니다. 지금은 바로 이 역량을 한곳으로 모아야 할 때입니다. 가만히 있어도 YTN이 1등 뉴스채널로 대접받던 시절은 막을 내렸습니다. 무엇인가를 하고자 하는 사람은 방법을 찾아내고, 하기 싫은 사람은 구실을 찾아낸다는 말이 있습니다. 지금은 신발 끈을 다시 조여 맬 때라고 생각합니다.

뉴스 보도는 타매체보다 한발 앞서 나가면서도 차별화되고, 재미있는 콘텐츠로 재무장해야 한다고 생각합니다. 지난해부터 방송을 시작한 〈원포인트 생활상식〉, 〈재미있는 낱말풀이〉, 〈재미있는 역사이야기〉, 〈오늘의 건강〉 등 4종 세트는 좋은 평가를 받으며 적잖은 반향을 일으키고 있습니다. 1월부터는 〈오늘의 여행〉이 추가돼 이른바 '5종 세트'로 운행되고 있습니다. '5종 세트' 인터넷 조회 수 천만 돌파는 시간문제일 것입니다. 또 '5종 세트'는 통합시청률 시행이 예정된 시점에서 YTN 시청률을 견인할 의미 있는 콘텐츠로 자리매김할 것입니다. 아울러, 짧은 기간에 국민 고충처리 프로그램으로 자리 잡은 〈YTN 국민신문고〉와 작지만 강한 기업들을 발굴하는 〈강소기업이 힘!이다〉는 YTN이 더 좋은 방송으로 거듭나는 데 큰 힘이 될 것입니다.

최근 개관한 YTN 서울타워 플라자 활성화도 역점을 두고 추진할 것입니다. 광고영업 환경이 갈수록 어려워지면서 수익구조 다변화가 절실히 요구되는 시점에, 서울타워 플라자를 개관하게 된 것은 매우 고무적인 일입니다. YTN을 떠받쳐줄 또 다른 수익원으로 발굴한 〈교육할인스토어〉도 기대를 걸만한 사업입니다. 기업과 대학, YTN 모두에게 이익이 되는 '3자 상생'의 사업이라는 점에서 창의적인 수익모델이라 할 수 있습니다. 하루빨리 저변을 넓혀 전국의 모든 대학이 참여하는 사업으로 자리 잡도록 하는 것이 대단히 중요합니다. 바로 나 자신의 일이라는 마음으로 힘을 보태주시기 바랍니다.

지난해 마케팅국의 성과는 여러 면에서 특별한 의미를 부여하고 싶습니다. 우호적이지 않은 영업 환경 속에서 불철주야, 발로 뛴 직원들의 노력을 높이 평가합니다. 마케팅국이 올해도 지난해처럼 분발하는 모습으로 회사 재정의 큰 기둥 역할을 해 주시길 간곡히 부탁드립니다. 또한 상암동 신사옥 공실률을 최소화하기 위해 총력전을 펼친 총무국도 거의 목표에 도달하는 큰 성과를 이뤘습니다. 이밖에 보이지 않는 곳에서, 묵묵히 자신의 일을 위해 헌신한 다른 임직원 여러분께도 깊이 감사하다는 말씀을 드립니다. 주변 여건이 어렵고, 경제 전망도 밝지 않지만 우리 모두 발 벗고 나선다면, 2016년에는 2년 연속 영업적자에서 벗어나 영업흑자로 돌아서는 것도 불가능하지 않을 것입니다.

이렇게 차근차근 재정적 토대를 다져가는 가운데 YTN이 올해도, 품격 있고 신뢰받는 방송으로, 10년 연속 공정한 미디어 1위를 달성하게 된다면, 2016년은 YTN 역사에 새로운 이정표를 세우는 의미 있는 한 해로 기억될 것입니다.

아프리카 속담에 '빨리 가려면 혼자 가고, 멀리 가려면 함께 가라'는 말이 있습니다. YTN이 헤쳐 나가야 할 미디어 환경을 '약육강식의 정글'에 비유한다면 앞으로 우리가 붙들고 가야 할 화두로 이보다 더 적절한 표현은 없을 것입니다.

〈힘찬 도약, 미래로!〉라는 2016년 YTN 아젠다처럼 우리 모두 미래를 향해 함께 나아갑시다.

서울타워, 복합문화시설로 거듭나다!

서울타워 플라자, 시민의 품으로~

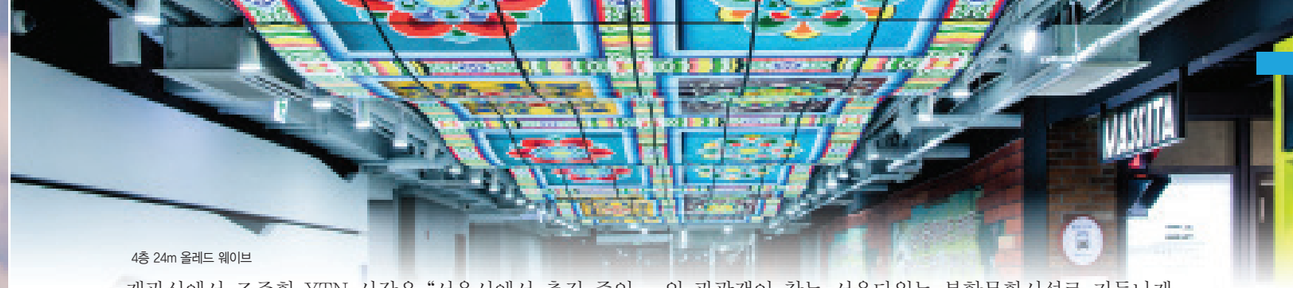
홍보팀

대한민국의 대표적인 관광명소, 서울의 상징 서울타워가 복합문화시설로 거듭났다.

YTN은 1년여에 걸친 리모델링 공사 끝에 지난해 12월 18일 복합문화공간 서울타워 플라자를 개관했다.

서울타워 플라자는 본관동이나 사무동으로 불리던 지하1층~지상 4층, 3,049㎡ 규모 서울타워 하단부 공간이다. 서울타워가 종합전파 탑으로 완공된 1975년부터 전파 탑을 임대한 각 방송사 직원들이 상주하던 곳이다. 이 때문에 1급 보안시설로 일반인 출입이 통제됐지만 이번에 40년 만에 일반에 공개된 것이다. 2000년 YTN이 서울타워를 인수한 지 15년 만이다.

2016년 원숭이의 해를 기념해 타워에 걸린 높이 12.5m 대형 고릴라 풍선



4층 24m 올레드 웨이브

개관식에서 조준희 YTN 사장은 "서울시에서 추진 중인 것처럼 남산 예장 자락에서 남산 꼭대기까지 시간당 천2백 명 운송 능력을 갖춘 곤돌라 설치가 현실화될 경우 서울타워 플라자의 역할과 위상은 더 높아질 것으로 기대한다."고 밝혔다. 역시 개관식에 참석한 박원순 서울시장은 서울시로서도 중요한 관광자원을 갖게 돼 정말 기쁘다고 축하했다.

남산 정상 해발 243m 위치, 탁 트인 한강 이남 조망 제공 새해 해돋이 조망 포인트로 각광

서울타워 플라자는 남산 정상 해발 243m 위치에서 탁 트인 한강 이남 서울 조망을 제공한다. 이 때문에 서울타워 플라자에는 올해 1월 1일 벽두부터 많은 시민이 찾았다. 서울타워 플라자는 서울타워 전망대와 아울러 멋진 서울 야경과 해넘이 조망 포인트이기도 하다. 지난해 9월 세계적인 여행 출판사인 론리플래닛은 서울타워를 전세계 500대 관광지 중 한 곳으로 선정하면서 '도심 건물에 불이 들어오기 시작하면 타워 주변이 은하수처럼 변하는 명소'로 묘사했다.

올레드 패널 248장 투입
세계적으로 유례없는 대규모 미디어 조형물 설치

서울타워 플라자 개관으로 연간 천만여 명에 이르는 국내외 관광객이 찾는 서울타워는 복합문화시설로 거듭나게 됐다. 특히 LG전자와 LG디스플레이가 55형 대형 올레드 패널 248장을 투입해 선보인 세계 최초의 대규모 첨단 미디어 아트 조형물이 명물로 떠오르고 있다. 플라자 1층 입구에는 붉은 장미의 향연이 펼쳐지는 9m 올레드 터널이 환영의 메시지를 전한다. 이어 1층 내부에는 가로 15m, 세로 3m 크기 곡면 벽에 설치된 파노라마 올레드 조형물에 광화문과 경복궁 일대 사계절이 펼쳐지고 있다. 카메라 5대를 연결해 타임랩스 기법으로 촬영한 웅장한 영상이다. 2층에는 둥근 벨트가 공중에 떠있는 모습을 한 올레드 서클이, 4층에는 풍등과 불꽃, 단청을 통해 서울의 아름다운 하늘을 표현한 길이 24m 물결형 올레드 조형물이 머리 위에 펼쳐지고 있다. 자연색에 가까운 화질과 얇은 두께, 휘어진 측면에서 봐도 색이 변하지 않는 올레드의 강점을 활용한 역동적인 미디어 아트다. 또 플라자 4층에는 화면 깜박거림 없이 어느 각도에서나 동시에 입체 영상을 즐길 수 있는 기술력을 담은 LG 3D World 체험관도 들어섰다.

플라자 개관을 계기로 서울타워를 찾는 관광객의 동선이 다채로워지고 머무는 시간도 길어지면서 남산은 관광명소 1위의 위상을 확고히 굳힐 것으로 기대된다.

최상규 LG전자 사장

"IT 강국 대한민국이 만든 LG 올레드 조형물이 서울의 랜드마크에서 많은 시민들의 사랑을 받았으면 좋겠습니다."

여상덕 LG디스플레이 사장

1층 9m 올레드 터널

1층 15m 올레드 파노라마

SEOUL TOWER PLAZA

SEOUL TOWER
PLAZA
SEOUL TOWER PLAZA
GRAND OPEN

명품 '서울타워 플라자' 그리고 '서울타워 워터'

최유석 팀장 | 서울타워본관동개발TF팀

2012년 가을 무렵, 당시 타워운영팀장이었던 안재열 선배가 내게 '서울타워 본관동을 상업시설로 개발하면 어떻겠냐?'는 아이디어를 던졌고, 기획총괄팀에 있던 내가 서울타워 본관동 개발 계획을 수립하면서 서울타워 플라자 프로젝트가 시작됐다. 당시 YTN은 상암동 사옥을 짓고 있었기 때문에 서울타워 플라자 직접 개발은 언감생심 꿈도 꾸지 못하고 외부업체에 맡겼다. 하지만 우여곡절 끝에 2014년 가을 무렵 결국 YTN이 직접 개발하는 방식으로 방침이 정해지면서 지난해 1월 이길우 부장, 이상준 과장과 함께 서울타워본관동개발 TF팀이 꾸려졌다.

15년 직장생활을 하면서 책상머리에 앉아 기획만 하던 내게 현장에 나왔다는 설렘도 잠시, 긴장감이 밀려들었다. 서울타워는 40년 세월만큼이나 곳곳이 낡고 부실한 상태였기 때문이다.

시공업체 선정부터가 난항이었다. 리모델링 공사는 예상치 못한 변수가 많아 시공사들이 피하는 공사라는 것도 처음 알았다. 게다가 서울타워는 남산공원에 자리하고 있고, 문화재보호구역 (한양도성 순성길) 안에 있어서 공사를 위해서는 인허가 절차가 까다롭고 복잡했다. 그래도 우리 팀은 서울타워 플라자 오픈이라는 목표를 달성하기 위해 전력을 모았다. 때로는 불도저처럼 밀어붙이며 투트랙, 쓰리트랙으로 일을 진행해 나갔다.

우리 팀이 추진하는 일이 난관에 봉착하면 도와주는 해결사들이 곳곳에 있었다. 인허가 과정에 내 일처럼 도움을 줬던 신응진 선배, LG전자 올레드 디스플레이 협력 사업을 함께 추진한 박형일, 조상헌, 기정훈, 범희철 선배, 서울타워를 명품으로 만들겠다는 목표를 함께하기 위해 BI (Brand Identity) 제작은 물론 각종 디자인과 콘텐츠를 마련한 화면R&D팀, 공사기간 내내 많은 불편함을 감수했을 뿐만 아니라 현장 업무를 내 일처럼 여기며 누구보다 더 최선을 다해 지원했던 이양현 선배와 타워운영팀 식구들까지, 모두가 하나로 뭉쳐 서울타워 플라자를 만들어 낼 수 있었다.

또 우리는 서울타워 플라자를 개관하면서 서울타워 모양을 형상화한 생수 (제품명:YTN타워 미네랄 워터)를 개발해 출시했다. 지난 6월 세계 유명 타워 벤치마킹이 필요하다는 사장님의 지시로 방문한 도쿄타워와 스카이트리타워에서 불티나게 팔리고 있던 타워 모양 생수를 보고 우리도 만들면 상품 가치가 있을 것이라는 생각으로 프로젝트가 시작됐다. 그러나 서울타워 모양 생수병을 만드는 일부터 쉽지 않지 않았다. 물을 담아줄 생수 공장을 섭외하는 일은 더 어려웠다. 시중에서 알만한 대부분의 생수회사들은 대량생산이 불가능하다는 이유로 우리 프로젝트 참여를 거절했다. 다행히 동천수 (동아오츠카 계열사)에서 우리 손을 잡아줬고, 서울타워 모양 생수병을 만들기 위한 금형과 사출 과정에서부터 생수를 물병에 담는 제조 공정까지 적폭적인 지원을 해줘서 서울타워 생수가 탄생했다.

또 서울타워 모양 생수병과 고급스러운 라벨 디자인 완성은 보이지 않는 곳에서 묵묵히 일한 화면R&D팀 지경윤, 정재은 씨가 있었기에 가능했다. 이번 프로젝트에 참여 했던 모든 분들께 감사의 인사를 전하고 싶다.

YTN의 자부심인 서울타워는 새 단장을 마치고 오픈했다. 노후화된 시설은 쾌적하고 안전하게 재정비 됐고, 다양한 먹거리와 볼거리, 즐길거리까지 갖추면서 전 세계 관광객과 국민들로부터 더욱 사랑받는 명소로 각광 받게 될 것이라고 확신한다.

다만 명품은 하루아침에 만들어지지 않으며 끊임없이 변화하고 발전하지 않으면 잊혀 질 수 있다는 점을 명심하고 '명품 서울타워'를 더욱 발전시켜 나가야겠다.

그래야만 모두에게 사랑받는 명소로 기억될 것이다.

이 나무가 무슨 나무인가? 어떤 나무의 정체성을 확인하는 방법은 여러 가지가 있겠으나 가장 분명한 것은 그 나무의 열매가 무엇인가를 확인하는 것이다. 사과가 열리면 아무리 줄기와 잎이 사과나무처럼 안 보여도 사과나무이다. 또 열매를 잘 살피면 그 나무의 건강상태를 알 수 있다. 부실한 나무에서 좋은 사과가 나올 리 없기 때문이다.

그런데 그런 열매를 매일, 순간마다 내놓고 있는 매체가 바로 YTN이다. 그리고 미디어미래연구소가 바람직한 미디어像을 고취하고자 제정한 제9회 미디어어워드에서 9년 연속 공정성 수위를 차지하여 '가장 공정한 미디어'에 올랐다. 축하할 일이다. 한 해도 아니고 9년을 그것도 연속적으로 좋은 결실을 내고 인정받은 것이다. 물론 이 대목에서 YTN 구성원이나 일부 시청자는 반론을 제기할 수도 있을 것이다.

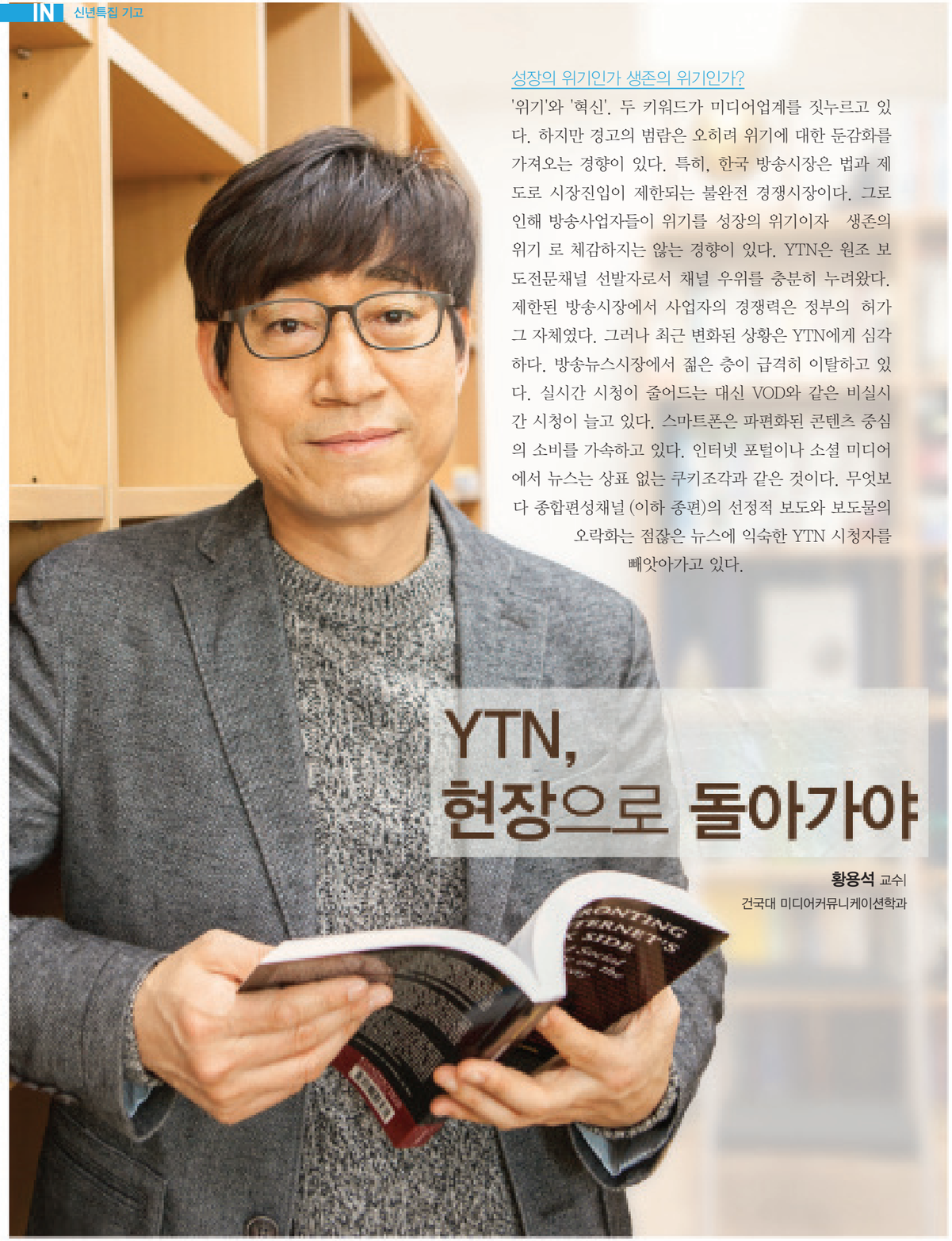
"상이 남발되는 세상에 뭔 대수야"
"구성원인 내 생각에는 우린 아직 부족한데?"
"공정성이 밥 먹여주나?"
"혹시 기계적 중립에서 오는 공정 아닌가?"

아마도 이에 대한 답변을 드리는 것도 미디어미래연구소의 몫일 것 같다. 먼저 미디어어워드는 신문방송학과 교수들을 주축으로 한 한국언론학회 모든 회원을 대상으로 여러 매체를 평가한다. 그것도 500여 명이 긴 시간을 들여 평가해 준 결과이다. 국내에서 유일하게 미디어 부문에서 전문가가 만든 평가척도에 의한 전문가들의 평가이다. 물론 구성원 중 YTN의 부족함을 생각하는 분들이 많다면 이 또한 좋은 상을 받을 만하다고 하겠다. 급변하는 미디어 환경 속에 끊임없는 긴장이 필요하기 때문이다.

당장 공정한 것이 매출에 연결되지 않는다거나 기계적 중립에 의한 공정성 아닌가 하는 의문에는 이렇게 답변을 드려야겠다. 공정한 것이 궁극적으로 매출액에 연결되는 것이 건강한 미디어 환경이고, 그런 미디어 환경을 만드는 것은 정부와 학자, 나아가 미디어 종사자들의 숙제이기도 하다. 그리고 공정성은 기계적중립에서 오는 것이 아니라 36.5도의 수용자를 생각하는 인간적인 공정이어야 한다는 것이다. 나는 기계적 중립에서 공정성이 평가됐다고 보지 않는다. 한두 번도 아니고 9번 연속의 성과는 분명 단순한 기계적 중립과 관련된 것이라고 할 수 없다.

단, YTN은 더욱 더 인간의 체온이 느껴지는 공정성을 고민해야 할 것이다. 시청자들이 다른 누구도 아닌 시청자를 위해 YTN이 공정하고자 노력하고 있음을 느낄 수 있을 때 사랑받는 미디어가 될 것이다.

다시금 가장 공정한 미디어로
9년 연속 선정된 YTN에게
축하를 보낸다.



YTN, 현장으로 돌아가야

황용석 교수
건국대 미디어커뮤니케이션학과

성장의 위기인가 생존의 위기인가?

'위기'와 '혁신'. 두 키워드가 미디어업계를 짓누르고 있다. 하지만 경고의 범람은 오히려 위기에 대한 둔감화를 가져오는 경향이 있다. 특히, 한국 방송시장은 법과 제도로 시장진입이 제한되는 불완전 경쟁시장이다. 그로 인해 방송사업자들이 위기를 성장의 위기이자 생존의 위기 로 체감하지는 않는 경향이 있다. YTN은 원조 보도전문채널 선발자로서 채널 우위를 충분히 누려왔다. 제한된 방송시장에서 사업자의 경쟁력은 정부의 허가 그 자체였다. 그러나 최근 변화된 상황은 YTN에게 심각하다. 방송뉴스시장에서 젊은 층이 급격히 이탈하고 있다. 실시간 시청이 줄어드는 대신 VOD와 같은 비실시간 시청이 늘고 있다. 스마트폰은 파편화된 콘텐츠 중심의 소비를 가속하고 있다. 인터넷 포털이나 소셜 미디어에서 뉴스는 상표 없는 쿠키조각과 같은 것이다. 무엇보다 종합편성채널(이하 종편)의 선정적 보도와 보도물의 오락화는 점잖은 뉴스에 익숙한 YTN 시청자를 빼앗아가고 있다.

조직문화 진단에서부터 출발해야

그렇다면 YTN은 어떤 준비를 해야 할까? 먼저, 조직문화를 둘러봐야 한다. 방송은 창의적 산업이지만, 방송사 대부분은 관료주의 문화가 팽배해 있다. 최고경영자의 리더십은 이럴 때 필요하다. 구성원이 리스크를 두려워하지 않고 과감하게 도전할 수 있도록 조직문화를 바꾸는 것이 필요하다. 또 제한된 경쟁이 아닌 '완전경쟁'을 전제로 조직문화를 바꿔야 한다. 이를 위해 YTN은 IT기업의 문화를 배울 필요가 있다. 무한 완전경쟁시장에 놓인 IT기업들은 언제나 소비자 반응에 주목한다. 그러나 언론사는 수용자보다는 출입처의 반응을 더 중요하게 생각한다. 끊임없이 수용자의 행동을 탐색하고 충성도를 평가해야 한다.

칸막이식 사고 버려야

둘째, 콘텐츠와 관련해 실무자 중심적 의사결정이 우선적으로 존중되어야 한다. 또 부서 중심의 칸막이 사고가 아니라 콘텐츠에 의해 부서가 따라가는 콘텐츠 중심의 연결적 사고가 필요하다. 조직공통의 목표 아래 직종 간 상호이해와 대화를 촉진하기 위해서는 회사차원에서 다양한 소규모 사내 프로젝트를 시행하고, 결과물 중심의 직종결합이 있어야 한다. 나아가 시청자, 대학, 연구소 등 협력 가능한 모든 외부 자원과 연결을 시도하고 그로부터 아이디어와 정보를 얻어야 한다.

신선하게 살아있는 뉴스가 경쟁력이다.

셋째, 더 날 선 현장감이 필요하다. 종편들은 YTN에 비해 기자 수와 취재네트워크가 부족하다. 이들은 오락적인 토크쇼 포맷과 중요 기사에 대한 선택과 집중으로 약점을 만회하고 있다. YTN과 같은 24시간 보도채널이 차별화할 수 있는 요소는 시의성과 현장성의 극대화에 있다. 그러나 최근에는 스튜디오 토크물의 비중이 커지는 등 종편의 토크쇼 포맷을 쫓아가는 경향이 있는 것 같다. 이럴 때일수록 실시간 현장보도를 강화해야 한다. 예를 들어, 국회에서 예산안 표결이 진행 중이고 이것이 시청자 관심 사안이라면 프라임타임 뉴스 세트를 국회로 옮겨야 한다. 본회의장을 나오는 의원을 붙잡고 현장에서 실시간 인터뷰를 내보낼 수 있어야 한다. 그러기 위해서는 무거운 시스템을 고집할 필요가 없다. 기자가 스마트폰으로 중계해도 그 내용이 살아 있다면 시청자들은 만족한다. CNN은 이런 점에서 타의 추종을 불허한다. 현장이 시청자의 시선을 붙잡는 가장 좋은 세트다. 현장감 없는 24시간 뉴스는 냉동생선과 다를 바 없다. 많은 시청자들은 활어 같은 YTN을 기대한다.

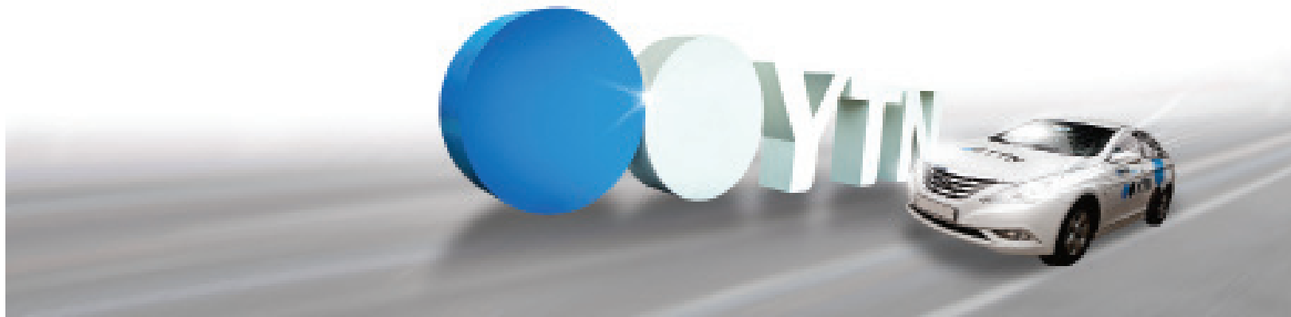
사람을 키워라!

넷째, 사람이 브랜드다. YTN은 스타 기자, 스타 앵커를 키우는 데 인색하다. 온디맨드 시청환경에서 시청자들은 브랜드화된 기자나 앵커의 뉴스를 선택할 것이다. CNN의 앤더슨 쿠퍼와 같은 사람을 YTN이 배출할 수 있어야 한다.

시장에서 이기고, 저널리즘에서 지는 우를 범하지 말아야

다섯째, 종편의 정치적 편향과 선정성은 사실중심의 점잖은 뉴스를 표방한 YTN에 가장 큰 위협요소이다. 미국에서도 정치적 견해가 분명한 채널들의 시청률이 높다. 2013년 Fox News(9억 8,560만 달러)가 CNN(4억 1,280만 달러)보다 더 높은 수익률을 기록하고 있다. 2012년부터는 CNN이 보수채널인 Fox News에 이어 진보채널인 MSNBC에도 낮 시간 누적 시청자 수에서 뒤처지고 있는 실정이다. 사실 이런 현상은 다소 우려스러운 것이다. 신문과 다르게 방송은 공정성이 핵심가치였는데, 그 규칙이 깨지고 있기 때문이다. 그러나 반대로 이럴 때일수록 저널리즘의 원칙을 지키는 채널의 가치는 커진다. CNN은 여전히 미국은 물론 전 세계에서 가장 중요한 매체로 평가받고 있다.

산술적 계산으로 드러나지 않는 가치가 분명 존재한다. 신뢰와 균형이 있는 정보는 언제나 수요가 있기 때문이다. 시장에서의 승리가 저널리즘의 승리를 의미하는 것이 아님을 새겼으면 한다. 2016년이 YTN에 새로운 발전의 한 해가 되기를 기원한다.



제4차 과학채널 사업자 선정에 부쳐

킬러콘텐츠로 인터넷을 공략하라!

심미선 교수 | 순천향대 신문방송학과

지난해에도 YTN사이언스는 공익채널로 선정됐다. YTN사이언스 채널과 같이 특정 분야 전문채널의 경우 공익채널로 선정된다는 것이 한때는 특별한 혜택을 의미했다. SO편성이 쉽지 않은 소수채널의 경우 공익채널로 지정되면 일부 의무전송 혜택이 있어 채널운영에 도움이 됐기 때문이다. 그러나 최근 미디어 이용이 텔레비전에서 상당 부분 인터넷으로 넘어가면서 공익채널로 선정됐다는 것이 채널의 운명을 결정지을 보상으로 느껴지지 않고 있다.

여기에 개국 10년째를 맞는 tvN까지 가세해 한정된 텔레비전 시청 가구를 놓고 벌이는 경쟁은 더욱 치열해지고 있다. 향후 텔레비전 시청 가구가 줄어든다면 텔레비전 채널 간 시청률 경쟁은 더욱 심해질 것이다. 이런 상황에서 사이언스 TV와 같은 공익채널의 입지는 더욱 줄어들 수밖에 없다.

텔레비전의 입지 약화는 인터넷 미디어의 외양을 넓혀주는 결과를 가져왔다. 스마트미디어가 등장하면서 언제 어디서든 인터넷 이용이 가능해지면서 나온 새로운 문화트렌드는 바로 스낵 컬처(snack culture)다. 스낵 컬처란 자투리 시간을 이용해 짧은 콘텐츠를 소비하는 문화로, 젊은 층의 전유물을 벗어나 그 수용범위를 넓혀가고 있다. 피키캐스트, 신서유기, 웹 드라마의 등장이 바로 인터넷이 뉴스, 정보 매체가 아닌 오락 매체로 이용되고 있음을 보여주는 예다.

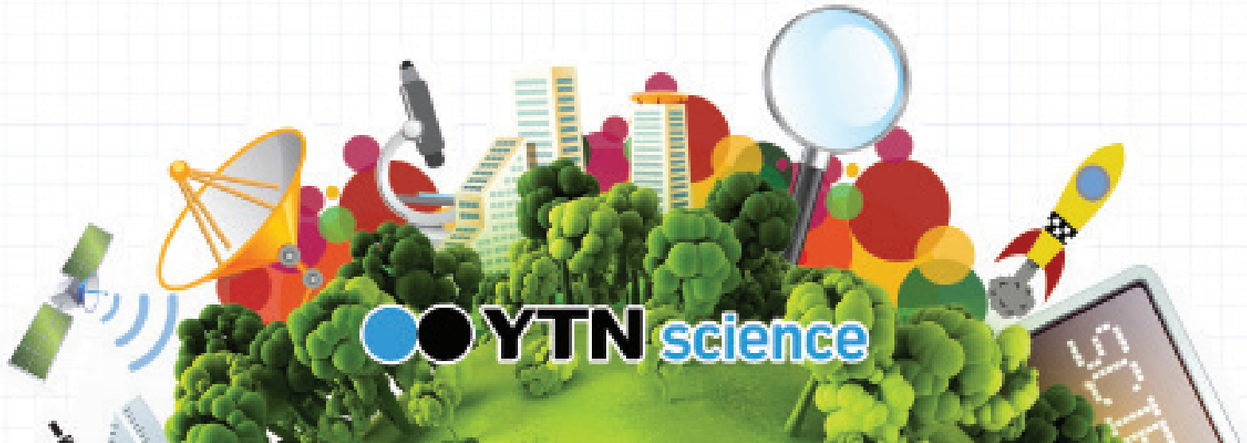
이제까지 인터넷은 오락적인 목적보다는 정보적 목적을 위한 매체로 인식되면서 오락적인 목적으로 이용되는 텔레비전과는 어느 정도 보완 관계를 유지해 왔다. 오락적인 즐거움을 얻기 위해서는 텔레비전을 이용하고, 뉴스를 이용하거나 정보를 얻고자 할 때 인터넷을 이용하는 게 일반적인 미디어 이용패턴이었다. 그런데 텔레비전의 고유 영역으로 여겨진 오락적인 기능마저 텔레비전에서 인터넷으로 옮겨가고 있다. 텔레비전과 유사한 콘텐츠가 인터넷에서 유통되고, 많은 사람의 관심을 받으면서 텔레비전 매체에 대한 의존도는 떨어지고 있다.

이런 미디어 환경에서 YTN사이언스가 나아가야할 방향은 어디인가? 무엇보다 텔레비전 중심의 사고에서 벗어나야 한다. 텔레비전의 낮은 시청률을 높이기 위한 노력보다는 인터넷으로 나아가 과학 전문채널의 입지를 다지는 노력이 필요하다. 사람들은 텔레비전에서 인터넷으로 넘어가고 있고, 이용 가능한 매체가 많아지면서 미디어 이용패턴도 바뀌고 있다. 무엇보다 새로운 변화는 콘텐츠 이용조차도 검색위주로 바뀌어가고 있다는 점이다.

과거 미디어 이용 패턴에는 몇몇 매체 및 채널을 집중적으로 이용하는 파레토(pareto) 법칙이 있었다면, 이제는 다양한 매체와 채널을 폭넓게, 단편적으로, 짧게 이용하는 롱테일(longtail) 법칙이 나타나고 있다. 이런 미디어 환경에서 살아남기 위해서는 우선 외양을 확장해야 한다. 다양한 통로로 YTN사이언스의 과학콘텐츠를 접할 수 있도록 서비스망을 재정비할 필요가 있다. 텔레비전 시청자뿐만 아니라 인터넷에서도 손쉽게 YTN사이언스 콘텐츠를 이용할 수 있도록 검색위주의 짧지만 알찬 내용으로 콘텐츠를 재가공해 제공해야 한다.

또 인터넷 공간에서 채널 입지를 확보하기 위해서는 킬러 콘텐츠가 필요하다. 어떤 프로그램을 편성하고, 이를 시청하는 사람이 존재하는 텔레비전과는 달리 인터넷 공간은 양질의 콘텐츠로 미디어 이용이 집중되는 특성이 있다. 인터넷에서는 일방적으로 제공되는 콘텐츠는 없고, 사람들이 찾아가야만 콘텐츠 이용이 가능하기 때문에 사람 사이에서 회자돼야 이용될 수 있고, 이런 이용이 채널의 브랜드를 만들어낸다.

2016년은 YTN사이언스가 새로운 도약을 시도해야할 때이다. 텔레비전 중심의 편성 기획 전략에서 벗어나 인터넷에서 과학 전문채널의 입지를 다지는 한해가 되기를 기대한다.



여객선 긴급통신망 '먹통', 해상관제센터도 '고장'

최두희 기자 | 보두국 사회부

"남해 지역 여객선 긴급통신망이 불안하다는데…"
선배의 지인을 통해 들은 이 한마디가 연속 6부작에 이르는 여객선 통신망 취재의 시작이었습니다. 처음엔 여객선 통신망에 대한 개념도 없었지만, 취재 과정에서 무선중계국의 초단파(VHF) 통신망이 여객선에서 침몰이나 조난 등 긴급 상황이 발생했을 때 구조를 요청하는 수단이라는 사실을 알게 됐습니다. 확인해 보니, 석 달 동안에 2차례나 전남 고흥에 있는 나로도 무선중계국의 긴급통신장비가 고장 난 사실이 밝혀졌습니다.

특히, 나로도 무선중계국은 여수와 제주를 오가는 카페리 등 남해의 17개 항로를 오가는 여객선과 운항관리센터를 연결하는 통신망이어서 고장이 날 경우 해상 사고에 관계 당국의 대처가 늦어질 수도 있겠다는 생각이 들었습니다. 무엇보다 정확한 장애 발생의 원인은 뭔지, 이에 대한 제대로 된 대책은 있는지에 대한 궁금증이 생겼습니다.

관계 당국을 상대로 통신망이 먹통이 된 원인과 늑장 대응을 하게 된 경위를 확인해 보니 해수부와 선박안전기술공단은 두절 이후 제대로 된 대책을 마련하지 않았습니다. 예산을 확보하기 위해 협의하는 과정에서 후속 조치가 늦어졌다는 해명이었지만, 그 사이 여객선 선박 사고가 실제로 2차례나 일어나 하마터면 대형 참사로 이어질 뻔했습니다.

취재 과정에서 해경에서 관리하는 해상교통관제센터 (VTS) 역시 문제가 있다는 사실도 추가로 발견됐습니다. YTN이 단독으로 입수한 내부 보고서엔 자체 점검 결과 전국의 VTS 가운데 3분의 2인 12곳에서 미비점이 발견됐고, 확인된 미비점만 24건에 달했다는 사실이 고스란히 적혀 있었습니다. 사정이 이런데도 예산 등을 이유로 일부 항목의 수리가 지연됐고 각 VTS 차원의 자체 점검 이외에 본부 차원의 일제 점검이 없었다는 점이 추가로 드러났습니다. 전국의 VTS를 개별 취재한 결과 우려는 사실이 됐고, 고장 사례가 제대로 조치되지 않았다는 점도 알 수 있었습니다. 취재가 진행될수록 관계 당국의 실태 파악은 미흡할 뿐이었고, 땜질식 처방에만 그쳐 근본 대책이 절실히 요구되는 상황이었습니다.

당국의 안전 불감증 원인을 파악하기 위해 직접 문제가 된 현장을 가게 됐고 1박 2일 동안 여객선 등 업체 관계자에 대한 취재도 진행했습니다. 이 과정에서 세월호 참사 이후 실무 담당자가 자주 교체돼 효율성이 떨어진다는 증언까지 확보했습니다. 참사 이후 바뀐 개선 사항에 대한 안도감보다는 비슷한 일이 발생했을 때 관계 기관의 대처가 미흡할 수도 있는 현실이 안타까울 뿐이었습니다. 특히 세월호 참사의 아픈 기억이 있는 VTS의 경우에도 자체 점검 결과 드러난 미비점을 본부 차원에서 제대로 파악하지 못한 부분을 집중적으로 추궁했습니다.

YTN 보도 이후 해양수산부와 국민안전처는 공식 자료를 내고 보도 사실을 인정했습니다. 해수부는 해상 안전을 확보하기 위해 개선책을 마련하겠다고 약속했습니다. 무선중계국 설비를 개선하고 직원 교육을 강화하는 등의 대책을 내놨습니다. 해수부 장관 후보자도 인사청문회에서 재발 방지 대책을 마련하겠다고 약속했습니다. 국민안전처에서도 예정에 없던 VTS 일제 점검을 앞당겨 지난 11월에 실시했고, 보도에서 지적한 미비점에 대한 수리는 물론 추가로 발견한 미비점에 대해서도 조치를 끝냈다는 반가운 결과를 전했습니다. 또 본부 차원의 일제 점검을 늘리는 등 재발 방지 대책도 내놨습니다.

취재하며 느낀 점은 세월호 참사 이후 안전 대책이 강화됐지만, 눈에 잘 안 보이는 미비점은 여전하다는 사실이었습니다. 어쩌면 무심코 지나칠 수 있는 여객선 통신망 먹통에서 시작해 VTS 점검 체계의 미비점까지 취재하게 됐고 더 나아가 관계 당국의 안전 불감증까지 찾을 수 있었던 것 또한 큰 수확이었습니다. 무엇보다 관계 기관의 즉각적인 대처는 물론 제도 변화까지 도출해 낸 건 한 가지 사실에만 매몰되지 않고 가지를 쳐서 끈질기게 파헤친 소중한 성과였습니다. 아직도 해상 안전에 대한 국민적 불안이 여전한 상황에서, 늦게나마 대책이 마련된 점은 불행 중 다행이라고 생각합니다.

앞으로도 단순히 사안을 전달하는 데에 그치지 않고, 제도적 변화까지 끌어내 가슴 아픈 사건 사고를 예방할 수 있도록 노력하겠습니다. 제게 소중한 기회를 준 이대건 캡, 모든 취재를 기획하고 6부작을 함께한 강진원 바이스, 현장 취재를 함께하고 편집까지 도맡아 준 이상엽 선배는 물론 취재 기간 제 빈자리를 채워 준 사건팀 선배, 동기들에게 감사를 전합니다.

간절하면 통한다!

방병삼 부장 | 편성제작국 제작팀

지난해 7월 14일부터 19박 20일간 5개국 10개 도시를 취재한 '유라시아 친선 특급 20일간의 기록' 3부작 특집이 지난해 하반기 우수 프로그램상을 받는 영예를 차지했다. 충분한 지원이 있었기 때문에 이룬 성과다. 하지만 프로그램이 빛나게 된 원인을 하나만 꼽으라면 주저 없이 '열정'을 꼽겠다. 남들보다 덜 자고, 덜 먹고, 더 고생하길 마다치 않는 열정이 출장 기간 내내 이어졌다. 많은 애깃거리 가운데 가장 화제가 된 에피소드 하나를 소개한다.

프로그램을 제작하다 보면 '이 화면은 꼭 찍어야지' 하는 것이 있게 마련이다. YTN 특별 취재팀에게도 꼭 찍어야 할 목표가 있었다. 그중 하나가 소형 고프로(GoPro) 카메라를 기관차 앞에 설치해 시베리아 횡단철도를 촬영하는 것이었다. 러시아 기자에게 누구에게 부탁하면 될지 물어봤더니 어림없는 일이라고 했다. 러시아 언론사도 허락받기 어렵다고 했다. 열차가 멈췄을 때 기관사에게 카메라를 설치하게 해달라고 부탁해봤지만 한마디로 거절당했다.

시간이 갈수록 초조해졌다. 모스크바 도착 전에 카메라를 달아야 하기 때문이다. 블라디보스토크에서 출발한 지 열흘째 되던 날, 아시아와 유럽의 경계인 예카테린부르크를 떠나기 직전 열차팀장에게 부탁을 했다. 듣던 대로 어림없다는 반응이다. 미친 척하고 우리말로 '형님' 하면서 열차팀장을 끌어 안았다. 황당한 표정이었지만 뭔가 느낌이 왔다. 아주 짧은 순간이지만 웃음기를 봤다. 기회다 싶어 간절함을 연속해서 표현했더니 결국 허락이 떨어졌다. 기관차에 매달려 부들부들 떨면서 고프로를 달았다.

작업을 끝내고 침대칸으로 돌아왔는데 동료들 표정이 어두웠다. 취재팀 막내 기자가 사고(?)를 쳤단다. 고프로 설치 장면을 사진 찍어서 전체 기자단 카톡방에 올려버렸다는 것이다. YTN 카톡방에 올린다는 것이 번지를 잘못 찾아 타사 기자들에게 자랑해버린 것이다. 기밀누설죄로 취재팀장에게 한 방 먹고 기죽어 있는 후배에게

사진 上 _ YTN 취재팀이 열차침대칸에서 고프로설치를 준비하고 있다.
사진 下 _ 우천을 대비해 고프로에 테아프를 두껍게 감아뒀다.

일이 잘됐으니 괜찮다며 달래고 열차가 다음 역에 도착하기만 기다렸다.

다섯 시간쯤 달려 '페름 2'에 도착하자마자 고프로를 떼서 확인했다. 그런데 이상했다. 화면이 움직이지 않는다. 두 시간 동안 동영상이 아니라 달랑 스틸 사진 한 장이 찍힌 거였다! 촬영 모드를 잘못 누른 것이다. 빗물이 스며들지 않도록 테이프를 두껍게 감다 보니 발생한 결과다. 한참을 멍하게 있다가 고프로에 다시 테이프를 감았다. 열차팀장을 붙들고 다시 설치하게 해달라고 부탁했다. 하지만 안 된단다. 다른 언론사 기자도 부탁했는데 안 된다고 했다는 것이다.

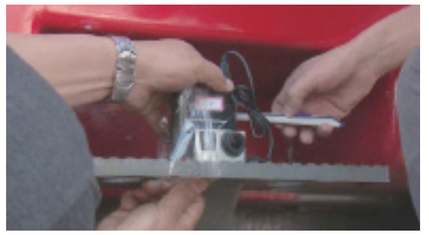
열차가 발레지노에 정차하자마자 이동규 기자와 고프로를 들고 기관차 쪽으로 걸어갔다. 그런데 우리 앞에 타 방송사 기자 두 명이 걸어가고 있었다. 손에는 칼이 들려있었다. 직감적으로 그들도 고프로를 달았다는 걸 알았다. 기관차에 도착해보니 열차팀장이 엄청 화난 모습으로 기다리고 있었다. 허락도 없이 고프로를 달았던 것 같다. 고프로를 떼는 기자들을 향해 열차팀장이 소리를 질러댔다. 이런 상황에서 '우리도 다시….'라는 말을 꺼냈다. 열차팀장이 잡아먹을 기세로 쳐다보면서 소리를 질렀다. 주변으로 몰려든 사람들이 참 안됐다는 표정으로 쳐다봤다. 잠시 주눅이 들었지만 두 손을 공손히 모으고 다시 애원을 했다. 저 멀리서는 서둘러 열차를 타라고 성화였다. '그만 포기해야하나' 라는 생각이 들 즈음 코레일 홍보팀장이 단원 한 분을 데리고 왔다. 러시아어를 전공한 박사님인데 오자마자 열차팀장에게 얼굴을 들이대고 뭐라 뭐라 따졌다. 갑자기 열차팀장의 목소리가 누그러졌다. '나한테만 조르지 말고 기관사에게 기념품이라도 좀 주면서 부탁해봐야 할 것 아니냐!' 이런 뜻이란다.

간절하면 통한다고 하더니 정말 통했다!

키로프 역에서 고프로를 떼냈다. 촬영된 영상을 보면서 심하게 흥분했다. 시베리아의 아름다움을 빨아들이는 것 같은 영상을 보니 감탄사가 쏟아졌다. 해가 쨍쨍 나다가 갑자기 비가 내리고, 어느 순간 다시 갠 다음 불타오르듯 석양이 지는 장면이 두 시간동안 이어졌다. 침엽수와 자작나무 숲, 건널목과 신호등, 마주 오는 열차가 스쳐 지나는 장면이 계속됐다. 고프로 화면은 다큐 여러 곳에서 중요하게 활용됐다.

PS. 귀국 후 기관차에 고프로 카메라를 달고 촬영한 스틸 사진 한 장을 찾았는데 아무리 뒤져도 없다. 사진을 저장하지 않고, 동영상으로 덮어버리는 엄청난 실수를 한 것이다. 요즘도 지워버린 그 한 장의 사진이 눈에 아른거린다.

사진 上 _ 예카테린부르크 출발 직전 열차팀장의 허락이 떨어졌다.
사진 下 _ 고프로를 고정시킨 뒤 촬영 버튼을 누르면 끝! 그러나…



YTN 모바일 이제는 글로벌이다!

독보적 가치만이 살아남는 글로바일 시대 (Globile Era)

강성웅 총괄본부장 | YTN PLUS

우리는 지금 모바일 혁명이라는 폭풍의 한가운데를 지나고 있다. 스마트폰에서 시작된 변화가 사회의 모든 영역을 쓰나미처럼 강타하고 있다.

모바일 혁명이 진행되면서 동시에 글로벌화도 가속화되고 있다. 국내 페이스북 사용자가 1,300만을 넘었다. 유튜브는 국내 동영상 플랫폼 시장에서 압도적 1위다. 이제 글로벌 (Global)과 모바일 (Mobile)이 합쳐져 '글로바일 시대' (Globile Era)가 됐다. 적어도 미디어시장에서는 뭘 해도 글로벌 플랫폼을 타지 않으면 성공할 수 없다. 시장은 무한대고 경쟁은 무제한이다.

글로바일화를 겪으면서 확신처럼 다가오는 생각이 하나 있다. 그것은 남들이 갖지 못한 '독보적 가치' (Unique Value)를 생산하는 것이 점점 중요해지고 있다는 사실이다. 디지털시대는 매 순간 천문학적인 양의 데이터가 생성되고, 유통되고, 축적되고, 검색된다. 이런 '초고속 메가데이터 사회' (Super-speed mega-data society)에서 소비자들의 관심을 끌려면 독보적이지 않으면 안 된다.

그렇다면 YTN의 독보적인 가치 또는 서비스는 무엇일까? 그것은 여전히 '빠르고 정확한 뉴스'다. 물론 쉽지 않은 목표지만 우리에게는 두 가지 중요한 자산이 있다.
하나는 'YTN = 뉴스'라는 브랜드다. 이것은 우리가 20년 동안 쌓아올린 공든 탑이다. 두 번째는 'YTN=공정한 언론' 이라는 평판이다. YTN에는 공정성을 천금같이 여기는 저널리스트들이 많다. 우리는 적어도 뉴스를 다루는 데는 전문가들이다.

이 두 개의 핵심 자산은 모바일 시대에 더욱 빛을 발한다. 지금은 전 국민이 스마트폰을 가지고 다닌다. 모두가 제보자이고, 잠재적 저널리스트다. 그들은 뉴스의 소비자인 동시에 생산자다. 언론이 정보의 길목에서 권력을 부리던 시대는 벌써 끝났다.

좋은 장면을 촬영했다면 어느 언론사에 제보하고 싶을까? 많은 사람이 여전히 YTN을 떠올리고 있다. 네이버 초기화면에서 'YTN 실시간뉴스'는 여전히 단골 실시간 급상승 검색어다. KBS는 물론이고 조선일보도 이런 지위를 누리지 못한다. 지난 20년 넘게 24시간 공정한 생방송을 해온 곳은 오로지 YTN 밖에 없기 때문이다.

이런 생각을 기초로 구축한 것이 'YTN 제보시스템'이다. 동시에 국내 최초로 모바일 저널리스트 (Mobile Journalist, MJ)제도도 운영 중이다. YTN 제보시스템은 MJ와 일반인들의 참여로 만들어진 초벌 뉴스를 YTN의 언론 프로세스를 통해 재생산하는 틀이다. 제보의 내용과 메타데이터는 실시간 집계되고 분석된다.

지난 한 해 YTN에 제보를 한 사람은 10,000명이 훨씬 넘는다. 이것은 전화나 문자 제보는 빼고 모바일 · 온라인 제보자만 합한 수치다. 제보의 파괴력은 강력하다. 지난 12월 방송된 '만취 커플, 택시기사 폭행' 이라는 제목의 제보영상은 페이스북에서 댓글이 1만 3천 개나 달렸다. 사태가 확산되자 해당 커플이 재직 중이던 회사는 대표이사가 공식 사과까지 했다. (당사자들에게는 미안하지만 이것은 하나의 기록이다.)

이 과정에서 발견한 사실은 YTN의 '제보영상'이 페이스북과 잘 맞는다는 것이다. 위에서 예로 든 제보영상의 경우 네이버에서는 댓글이 수백 개에 그쳤다. YTN의 독보적 제보영상은 '뉴스 피딩' (News Feeding) 방식의 페이스북에서 파급이 빠르다. 다행히 YTN은 지난해 페이스북에서 놀라운 성장세를 기록했다. 지난해 초에는 거의 존재감이 없었다. 그러다 지난해 말 단숨에 국내 언론사 가운데 선두권에까지 올랐다.

마침 올해는 페이스북이 뉴스로의 영역 확장에 본격 나선다. 영미에서 적용됐던 '인스턴트 아티클' (Instant Article)이 올해는 국내에도 본격 도입된다. '타게팅 (Targeting) SNS'인 페이스북의 뉴스 서비스를 통해 사용자들은 포털과 다른 경험을 하게 될 것이다. 올해 연말쯤이면 페이스북을 잘하는 언론사와 못하는 언론사의 차이가 확연하게 구별될 것이다. 이때 YTN의 '제보영상'도 성공 브랜드로 우뚝 서지 않을까 기대한다.

YTN이 가장 잘하는 것에 집중하는 것, 그리고 독보적인 가치를 만들어 내는 것, 그것이 글로바일 시대의 험난한 파도를 넘어서는 첫 걸음이다.

지나간 시간을 잡아라!!!

Time Machine Replayer

강창국 차장 | 기술연구소

YTN이 개발한 일명 타임머신, 즉 TMR은 녹화와 동시에 영상 재생이 가능하며 이후 녹화된 영상도 녹화가 종료되기 전까지 재생이 가능한 시스템이다. 부조에서 방송하다 보면 중계 대기 상태에서 중대 발표가 시작됐어도 곧바로 중계를 하지 못하고 앞부분이 이미 지나간 상태에서 방송하게 되는 경우가 종종 있다. 또 수신 영상을 부조에서 사용하기 위해서는 녹화(Ingest)가 완료된 영상을 비선형편집기, NLE로 편집한 뒤에야 사용할 수 있는데 이런 과정에서 생기는 절차적인 지연이 불가피하다.

이런 점들을 개선하기 위해 기술연구소에서 라디오용으로 개발한 '지연 재생기'를 활용하려 했지만, 지연 재생기는 영상이 아닌 오디오를 사용하는 라디오의 특성상 HD방송을 지원하지 않는 문제점이 있었다. 사실 HD용으로 개발을 했지만 재생 중 특별한 이유 없이 간헐적으로 멈추는 현상이 발생해서 HD를 포기하고 SD로만 운영하게 된 것이다. 또, 재생에 필요한 최소 지연 시간이 약 1분 정도 되기 때문에 즉각적인 지연 방송은 힘든 상태였다. 이런 문제 때문에 지연 재생기는 기능 개선 없이는 절대로 부조에서 사용할 수 없다는 결론이 나왔다. 결국, 지연 재생기를 개발할 당시 해결하지 못했던 숙제를 다시 풀어야 하는 상황에 직면하게 된 것이다.

이런 문제들을 해결하기 위해서는 전반적인 구조를 바꾸는 것 외에는 길이 없다고 느껴졌다. 보통 소프트웨어 개발에서 엔진이라 하면 가장 중요한 핵심 기능을 하는 모듈(소프트웨어 덩어리)을 말하는데, 이런 엔진을 다시 개발하기로 한 것이다. 여기서 가장 중요한 기능은 말할 필요도 없이 녹화와 재생 기능일 것이다. 결국 녹화와 재생 파일을 이전보다 지연 시간을 줄일 수 있는 형식으로 바꾸는 작업을 시작하게 되었다. 그 결과 HD화 한 것뿐만 아니라 지연 시간도 5초로 당기는 개선 효과를 봤다. 그와 동시에 화면을 조금 더 직관적으로 개선했고 전체적인 화면 크기도 더욱 크게 조정했다.

TMR을 개발하면서 기존의 이름이 너무 직관적이지 않다는 생각이 들어 'Time Machine'이라고 이름을 붙이게 됐다. 여기에 기능을 설명할 수 있도록 'Replayer'를 붙이자는 의견을 받아들여 TMR이라는 이름으로 부조에 설치하게 됐다. 프로그램을 개발한 뒤 설치하고 나면 두 가지 걱정이 앞선다. 혹시나 사용자들이 불편하지 않을까 하는 것과 업무를 잘못 파악해서 현장에서 사용할 수 없는 프로그램이 만들어지지 않았을까 하는 것이다. 물론 TMR의 경우도 예외는 아니었다. 부조에 설치한 뒤 걱정은 더욱 커졌고, 사용 중 불편을 느낄만한 사항들을 리스트로 만들어 실제로 사용하기 전까지 거의 매일 프로그램을 수정해 패치를 했다.

일반적으로 개발 완료 뒤 일정 기간 테스트를 거치고 사용하게 되는데, 테스트 기간 없이 단 며칠 만에 '제 20차 이산가족 상봉'에 사용하게 됐다. 이후 '역사 교과서 국정화'와 관련해 같은 시간에 여야 당대표가 기자회견을 하게 됐다. 이 때 새누리당 김무성 대표 라이브 중계에 이어 새정치민주연합 문재인 대표를 TMR을 이용해 시차 중계로 방송했다. 여야가 '역사 교과서 국정화' 이슈로 대립하고 있는 상황에서 균형감 있는 방송을 했다고 생각한다.

TMR 개발이 완료되기까지 아이디어를 주신 기술국장님, 개발과정에서 물심양면으로 도움을 주신 연구소장님, 설치 및 실제 사용 과정에서 도와주신 기술국 모두에게 감사드린다.

이 달의 자랑스러운 YTN인 상

11월

특종상

은상 _ '참사 거듭 여객선 긴급통신망 먹통, 안전불감증 여전' 보도

▪ 강진원 _ 사회부

▪ 최두희 _ 사회부

▪ 이승엽 _ 영상취재부

동상 _ '웨스트 나일 바이러스' 국내 유입 첫 확인

▪ 홍성혁 팀장 _ 과학뉴스팀

▪ 이성규 _ 과학뉴스팀

한국인 여성 뉴질랜드 불법 감금 성매매

▪ 지순한 차장 _ 국제부

공로상

중계방송 개선을 위한 TMR 개발

▪ 강창국 _ 기술연구소

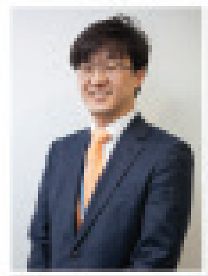
제4차 과학기술전문방송 사업자 선정 기여

▪ 이유찬 _ 편성기획팀

▪ 안성영 _ 편성기획팀

▪ 김현우 _ 경제부

마케팅 신규개발


▪ 지민근 _ 네트워크마케팅팀

12월

특종상 ▸ 동상 _ 'IT플렉스 조형물 모작 논란' 등 건축물 미술작품 제도 관련 연속 기획 보도 윤현숙 _ 문화사회정책부 / 박민창 부장 _ 영상취재1부

공로상 ▸ 네트워크 마케팅팀 _ 2015년 YTN 광고매출 목표 달성 견인공로 박기용 팀장 / 이선규 / 이준호 / 지민근

우수프로그램상

▸ 금상 _ '유라시아 친선특급 20일 간의 기록' 3부작 황협실 부장 _ 편성제작국제작팀

▸ 은상 _ 스페셜 2부작 〈별별이야기 - 신의 명운 오로라를 만나다〉 배민허 _ 편성제작팀

▸ 동상 _ 〈사랑 속으로〉 연중 기획 제작 사회부 / 영상취재부 사건팀

▸ YTN 라디오 〈나누면 행복한 라디오쇼〉 김영현 팀장 / 손형주 아나운서 _ 라디오 편성제작팀 / 김준영 PD _ 뉴스제작팀

▸ YTN DMB 〈한국어 따라잡기〉 이형철 PD _ DMB 제작운영팀

2015 YTN 대상

서울타워 본관동 성공적 개발 공로

서울타워본관동 개발TF팀 _ **최유석**팀장 / **이길우** / **이상준**　　화면 R&D팀 _ **범희철**팀장 / **지경윤**　　기술기획팀 _ **박형일**팀장　　방송인프라팀 _ **조상헌**차장

최우수 사원 특별 포상

타워운영팀 _ **김봉덕** / 그래픽팀 _ **김지애** / 타워운영팀 _ **노상수** / 해외방송팀 _ **박선영** / 영상편집부 _ **송보현** / 편성기획팀 _ **안성명** / 영상편집부 _ **연진영** / 영상편집부 _ **윤용준**
기상그래픽팀 _ **이강규** / 타워운영팀 _ **이근영** / 편성제작팀 _ **이시우** / 타워운영팀 _ **장세창** / 영상편집부 _ **전주영** / 콘텐츠제작팀 _ **정제기** / 영상편집부 _ **정치윤** /
자산운영팀 _ **최동숙** / 편성팀 _ **강민석** / 영상편집부 _ **최연호**

특별 승진 경영기획실 미디어전략팀 _ **김현우** 차장대우 / 마케팅국 네트워크마케팅 _ **지민근** 차장대우

SO 공로상 ▸ SO협력 프로그램 영상 제공 HCN 경북방송 _ **장효수** / KCTV 제주방송 _ **조승원**

사외유공자 ▸ 유라시아 친선 특급 특별 취재팀 지원　코레일 _ **정재우** 과장

▸ YTN과의 협력 강화　KT _ **강인식** 상무 / CMB _ **김대환** 상무 / 티브로드 _ **김창호** 팀장 / 케이블TV VOD _ **최정우** 대표이사

"YTN 제보, 참 쉬웠어요"

김지연 | YTN MJ (경남 김해시 거주)

YTN은 지난 한 해 가장 뜻 깊은 뉴스를 제보한 시청자를 선정해 '2015년 모바일제보대상'을 수여했다.

수상자는 경남 김해시에 사는 김지연 씨. 김 씨는 지난해 8월 23일 김해시 교통사고 현장의 불길 속에서 의식을 잃은 오토바이 운전자를 시민들이 힘을 합쳐 극적으로 구출하는 장면을 촬영해 YTN에 제보했다. 이는 '불길 속 운전자 구해낸 용감한 시민들'이라는 보도로 이어져 사회적으로 큰 반향을 불러일으켰다. YTN은 지난해 4월 모바일 제보관리시스템 구축과 함께 제보한 시청자들을 대상으로 MJ(Mobile Journalist) 운영을 시작했다. 9개월이 지난 시점에서 YTN MJ는 1,200여 명을 넘었고 같은 기간 이들이 제보한 영상은 2,500여 건에 이르렀다. 김 씨의 수상이 YTN과 시청자들의 소통을 더욱 넓히는 계기가 되길 기대하면서 인터뷰를 싣는다.

Q. YTN에 제보한 이유는?

나는 평범한 주부다. 그 날도 평범한 날이었다. 아이들을 키우다 보니 특이한 순간을 휴대전화 영상으로 기록하는 습관이 있다. 그날도 사건 현장을 보는 순간 휴대전화로 사건 현장을 담았다. 뉴스라는 생각을 하니 YTN이 머릿속에 떠올랐다. 다른 방송사는 거리감이 느껴졌고, 이런 작은 사고는 보도하지 않을 것 같다는 느낌이 들었다. YTN에 제보해야겠다고 결정한 뒤 바로 YTN NEWS 앱을 내려받고 영상을 제보했다. YTN 앱을 통해 제보하는 방법이 참 쉽고 간단했다.

Q.제보가 뉴스로 보도된 뒤 어떤 생각이 들었나?

'YTN을 선택한 내 생각이 옳았구나!' 하는 느낌이 들었고 방송으로 나가는 것이 참 신기했다. 이런 일이 있어서는 안 되겠지만, 또 다른 사건을 목격했을 때도 YTN에 제보하겠다.

Q.YTN에 바라는 점이 있다면?

TV는 정보를 일방적으로 시청자에게 전달하기 때문에 '바보상자'로 여겨져 왔다. 하지만 지금은 그런 시대는 아니다. 평범한 사람들 누구나, 무엇이든, 쉽게 제보할 수 있고, 이를 신속히 반영해서 시청자와 양방향으로 소통하는 채널이 됐으면 좋겠다.

YTN 공채 개그우먼 1기라는 마음으로

김세아 개그우먼 | YTN 명예 사원 (국민신문고 패널)

2016년 시무식에서 YTN 창사 이래 처음 명예 사원이 탄생했다. 시사 프로그램 〈YTN 국민 신문고〉 패널인 개그우먼 김세아 씨가 주인공이다. 김 씨는 지난해 10월부터 국민 고충 처리 프로그램인 〈국민 신문고〉에 합류해 서민 생활 현장 곳곳을 누비고 있다. 시청자의 가려운 곳을 시원하게 긁어주고 있는 김 씨의 입사 소감을 들어본다.

YTN 창사 이래 첫 외부인 명예 사원!
기뻤지만 시무식 전날 한숨도 못 잤습니다. 머릿속에 이런저런 생각이 지르박. 차차. 삼바. 탱고. 파소도블레로 뒤엉켜 밤새 아주 난리 블루스를 춰댔으니까요. 짧은 소감을 정리하기가 이렇게 어려워 본 적도 처음이었습니다. 결국 '토끼눈으로 시무식에 참석했습니다. 오마나!!! 제 순서가 처음이더라고요. 몇 만 명 앞에서도 기 한 번 눌린 적 없던 전데, 그런 제가 떨고 있었습니다. '나 지금 떨고 있냐?' 드라마 명대사를 스스로 던지면서 무대에 올랐습니다. 명예 사원증도 받고 기념사진도 찍고 안 떨리는 척 소감도 말했습니다. 그날 기사가 뜨고 뉴스에도 나오더라고요. 가문의 영광이었지만 마음은 무거웠습니다. 인기가 핫한 개그우먼도 아니고 그렇다고 외모가 시청자를 채널에 고정시킬 만큼 훌륭하지도 않은 저를 과감하게 섭외한 YTN 국민 신문고. 그런 국민 신문고에게 보답하는 길은 그저 '열심' 밖엔 없었습니다. 사실 저의 열심은 국민 신문고 팀원에 비하면 아무것도 아닙니다. 팀원들이 힘들게 노를 젓고 있는 배에 느닷없이 무거운 몸으로 타서 같이 노를 젓기는 젓는데 속도가 안 붙게 만드는 존재가 아닌가, 스스로를 자책하며 마음 졸이기도 했습니다. 그럴 때면 팀원들이 다가와 많이 힘들지 않으냐고 살펴주고 우리가 노를 더 빨리 저을 테니 잠시 쉬라고 까지 해줍니다. 그런 국민신문고 팀 덕분에 명예 사원증까지 받았습니다. 제가 받을 만해서 받은 것이라기보다 앞으로 더 잘하라는 뜻으로 준 것으로 알고 더 분발하겠습니다.
저 빚지는 거 싫어합니다. 그래서 대출 한 번 받아본 적 없고 마이너스 통장, 신용카드 대금 연체도 없습니다. 그런 제가 YTN에 큰 빚을 졌습니다. 한 번에 갚으면 중도상환수수료도 물고 왠지 정 없게 느껴지니 30년 동안 꾸준히 갚아나가도록 하겠습니다.
예쁘게 봐주시고 우리 YTN 공채 개그우먼 1기로구나 하는 마음으로, 오가며 뵙게 되면 아는 척도 해주세요.^^ 다시 한 번 YTN 직원 모든 분께 머리 숙여 감사드립니다. 꾸벅!

밥-장지에 혼합재료, 60.6x72.7cm, 2015

밥-장지에 혼합재료, 60.6x72.7cm, 2015

임영숙의 '밥' 팍팍한 삶을 위로하다

홍경한 미술평론가

잘 짜인 구성 아래 놓인 인식력 높은 형상, 수수하나 사색을 가능케 하는 스토리, 각자의 의미를 지닌 채 청명함을 입은 형형색색의 꽃까지. 임영숙 작가의 그림에 등장하는 이 모든 사물은 작가의 의도를 품은 조타로 적절하다. 여기에 화면 한가운데 다소곳이 자리를 잡은 밥의 이미지는 세상을 바라보는 작가의 시선을 엿보게 하고, 단아한 사발 (굽이 높은 고족접시처럼 보이는)은 현실이라는 텃밭을 훔쳐보게 한다. 이는 흡사 세상 다양한 이야기를 심연(心淵)으로 거둬 올려 쓴 일기와 같다.

그러나 가시적인 것과는 별개로 꿈과 현실이 뒤섞인 공상적 여운이야말로 임영숙의 그림을 더욱 흥미롭게 하는 장치이다. 왜냐하면, 그것은 외적인 세계로 사유를 확장하는 길을 트는 데다, 그림의 토대가 되는 민화는 나와 우리, 전통과 현대를 가로지르는 조형언어를 읽도록 만들기 때문이다. 하지만 무엇보다 눈에 띄는 지점은 의인화를 거친 그의 밥이 우리에게 무엇을 말하고자 하는지에 있다.

가만 보면 밥은 언제나 옹기종기 모여 소곤소곤 속삭인다. 비좁은 공간에 똬리를 틀었으니 사분거리기도 하겠건만, 무슨 이야기를 하는지 화사함이 만발한다. 궁금하여 살짝 귀를 들이대면 자연에 순응한 삶을 논하고 있음을 알게 된다. 살며시 눈을 맞추면 미감을 읊는 대화를 엿들을 수도 있다. 알콩달콩 밥의 대화는 그렇게 그의 그림 안에서 아기자기 사이좋게 온종일 이어진다.

따라서 임영숙의 밥은 그냥 밥이 아니다. 여유 없이 밀도 높은 공간에 의탁하고 살아가지만, 서로 기댄 채 넘치지도 모자라지도 않은 삶의 다른 말이다. 즉, 먹는 게 곧 사는 게 되어버린 세상에서 그의 밥은 우리네 모습이고, 거북이 등껍질 같은 여생 아래 버리기 힘든 기억이나 아픔들을 짊어지고 가는 이들을 위한 덕담이라는 것이다. 물론 이 기원의 말은 날기도 힘들고 가라앉기도 어려운 이들을 향한 희망의 다독거림이 되기도 한다.

밥을 받치고 있는 사발에도 의미가 있다. 임영숙에게 이 굽 달린 그릇은 곧 뭇사람들의 거처이면서 우리네 사회이다. 싫든 좋든 이 땅에 발 딛고 살아가는 이들에게 주어진 삶의 의탁이면서, 작가 자신을 포함한 공동체에 관한 표상이라는 것이다. 허나 그의 사발은 우울하거나 슬픈 초상을 하고 있지는 않다. 온통 아름다운 꽃들로 채워 놓은 것에서 알 수 있듯 밝고 청명한 세상이요, 건강과 다복을 기원하는 치유의 정원임과 동시에 시들지 않는 꽃밭이다.

밥-장지에 혼합재료, 53x45.5cm, 2015

밥-장지에 혼합재료, 47x40cm, 2015

임 영 숙 Yim Young Sook

동덕여대회화과, 홍익대대학원 동양화과 졸업
5～6회 후소회 입선, 1990년 동아미술제 특선, MBC미술대전 장려상
개인전 23회 및 안성숙 · 임영숙 2인전, 임영숙 · 임은희 2인전,가족 일기 전,검내를 건너온 빛 전, 한국정신전, 식물성의 사유 전, 동양화 새천년 전, 자유아재 전, 미술 속의 삶의 풍경 전, KIAF, 부산아트쇼, 아트로드77 등 다수의 단체전, 기획전에 참여.

밥-장지에 혼합재료, 150x80cm, 2015

때문에 기쁨과 행복, 즐거움과 정겨움, 찬미와 위로를 포함해 새로운 예술미의 구현은 그의 그림을 관통하는 핵심이라 해도 그르지 않다. 차용된 민화의 은은함과 소박함, 범인(凡人)들의 따뜻한 정서를 녹여낸 채 우리가 세상에게 바라는 것, 미담에 대한 갈구를 응축해 놓고 있다.

다른 측면에서 보자면, 임영숙의 그림은 애초 미(美)라는 수식어를 한 그림이 본질적으로 제 역할에 충실해야만 함을 단적으로 보여주기도 한다. 누구나 다가설 수 있는 소재를 통해 친근함을 유도하고, 밝고 정겹지만 서로 다른 삶을 살아가는 이들을 투영함으로써 팍팍한 삶을 위로한다는 목적의식이 명료한 것이 그 예이다.

결과적으로 임영숙 작가에게 밥과 그릇은 인간 삶의 여정을 함축하는 하나의 상징으로 자리한다. 외적으론 아픈 이들에게 희망을 전달하는 언어이면서 슬픈 사람들에게 아름다움을 심어주는 정원이고, 내적으론 자신만의 미적가치를 실현하기 위한 조형언어이기도 하다. 한편으론 순수한 미감을 바탕으로 전통적인 것과 현대적인 것의 조화를 잃지 않으려 늘 새로운 아름다움을 연구하고 시도해온 작가의 궤적과도 갈음된다.

20여 년동안 줄기차게 밥만 그려온 작가 임영숙의 그림에서 느낄 수 있는 인상은 이처럼 생(生)의 정겨움과 따뜻함으로 가득한 사랑의 풍요로움이다. 옥신각신 혹은 투박하고 거칠게 살아가야만 하는 현실은 그의 그림만큼 아름답지 않으나 그럼에도 희망을 잃지 않는 평범한 사람들의 쉼 없는 화제(話題)를 담아내고 있다는 것도 눈여겨봐야할 대목이다.

그리고 이는 마치 온갖 다양한 소식 속에서 삶의 진정한 가치를 찾기 위해 24시간 불을 켜놓는 YTN처럼 항시 시들지 않는 꽃, 평화와 안식이라는 불멸의 염원이 담긴 정원에서 조금씩 자라고 있다. 지금도.

YTN타워 미네랄 워터 365㎖ 출시

2010년, YTN에 입사 후 사회부 기자로
5년 간 사건 현장을 누비며 취재했던
열정 기자 나연수.

그랬던 그녀가 하루 열두 시간을 따뜻하게 맞이하는 저녁 6시,
종합 뉴스 〈뉴스 통〉의 앵커로 변신했다.

하얗게 밤을 새는 날도 첫 발걸음을 내딛는 어린아이처럼,
설레임 가득한 마음으로 새롭게 출발을 한 그녀.

나연수 앵커의 이야기를 들어보다.

첫 출발~ 순수함이 닮았다.

협찬 | Creta 크레타 스튜디오
www.icreta.com, 02-3142-0010, 0070

포토그래퍼 / 안혜련

Q. '앵커의 변신' 콘셉트로 '순수'를 선택한 이유는?

기자로 사회에 발을 내디디고 말 그대로 정신없이 살았습니다. 가끔 저도 타성에 젖어 '그냥 살아지고 있는 건 아닐까' 하는 생각을 해요. 나이 들수록 시간이 빨리 흐르는 이유는 세상 모든 것들이 익숙해지기 때문이래요. 순수한 마음이었던 때로, 세상이 놀라움과 가능성으로 가득했던 때로 돌아가고 싶어요.

Q. 서울타워 생수 모델로 변신한 소감은?

촬영 직전 생수를 쥐여주셔서 무척 당황했습니다. 이럴 거면 생수의 변신이라고 말해주지 그러셨어요ㅠ. 애사심 끌어모아 겨우 촬영 마쳤습니다. 서울타워 생수 많이 사랑해주세요^^

Q. 기자와 앵커, 어떤 쪽이 적성에 맞나?

양쪽 모두 하면 할수록 어렵습니다. 아마 평생 그럴 것 같습니다. 언젠가 20년 차 선배 한 분이 "나는 지금도 기사 한 줄을 쓰는 게 너무 무겁고 어렵다."고 말씀하신 적 있어요. 그 말이 굉장히 충격적이었어요. 내가 너무 쉽게 기사를 쓰고 있는 건 아닌가 반성하게 됐고요. 기사 한 줄, 말 한마디의 무게감이 무엇인지 알고 그것을 기꺼이 짊어지려는 자세, 그게 갖춰진 다음에 적성을 논할 수 있을 것 같아요. 저는 한참 멀었어요.

Q. 앵커로서 보람 있을 때는?

아직 경력 3개월 아기 앵커(?)라서 그날그날 조금씩 발전할 때 보람을 느껴요.

앞으로 특보를 잘 진행해서, 중요한 인물에게서 의미 있는 답변을 끌어내 보람을 느끼도록 더 성장해야겠죠.

Q. 기자로서 가장 기억에 남는 취재는?

세월호 참사 당시 진도 팽목항에서 열흘 정도 취재했던 일이 가장 기억에 남아요.

그때는 제가 기자로 그 자리에 있는 것 자체가 너무 죄스러웠고 온갖 일에 분노와 원망을 많이 느꼈어요. 동료들 역시 마찬가지였는데, 그런 집단 트라우마 속에서 취재해 본 적은 그때가 처음이자 마지막인 것 같습니다. 그로부터 1년 뒤, 아직 진도 앞바다에 딸을 남겨둔 어머니를 하루 종일 동행 취재한 적이 있어요. 그날, 모든 사명감을 그러모아도 도저히 인터뷰를 할 수가 없었어요. 취재를 마치고도 이걸 어떻게 말로 전달할 수 있을까, 단어 하나도 생각나지 않아 노트북 모니터만 한참 쳐다보고 있었던 기억이 납니다. 재난재해 전문 취재와 보도에 관심을 가지고 해외 연수를 다녀온 것도 세월호 참사 영향이 컸던 것 같아요.

Q. 앵커로서 목표나 소망이 있다면?

기자는 기사로 이야기하고 기사로 기억되고 싶어한다고 하잖아요? 앵커가 됐으니까 이제 뉴스 프로그램으로 이야기하고 기억돼야겠죠? 올해는 〈뉴스 통〉을 이끄는 '믿고 보는' 앵커로 시청자에게 기억되고 싶어요.

〈스테이트 오브 플레이〉 vs. 〈내부자들〉

취재원과의 친밀도와 기사의 상관관계에 대하여

최광희 영화평론가

카툰 : 최재용 차장 | 홍보팀

영화주간지에 입사한 직후, 나는 모교 출신 영화인 모임에 간 적이 있다. 꽤 많은 이들과 명함을 주고받고, 선배니, 후배니 학번 정보를 교환하며 이야기꽃을 피우는 화기애애한 자리였다. 거기까지는 좋았지만 그 덕분에 한동안 골치가 아팠다. 하루걸러 한 번씩 '학교 선배'를 자처하는 영화인들로부터 전화가 걸려왔고, 나는 그들로부터 자신의 영화를 잘 봐달라는 부탁을 받게 됐다. 이후, 나는 그 모임에 다시는 나가지 않았다.

사실 영화 평론을 하다 보면, 자연스럽게 영화인들과 교류를 하게 되고, 그러다 보면 친한 사람이 생기게 되기 마련이다. 문제는 기자도 인간인 이상, 친분이 있는 영화인의 작품에 과감한 혹평을 하기가 머뭇거려질 때가 있다는 것이다. 내가 아는 몇몇 선배 평론가들 역시 친분의 정도에 따라 평론의 태도가 바뀌는 경우를 목격하고 나니, 나는 적어도 평론가로 오래 버티기 위해선 친한 이를 만들지 말아야겠다는 결심을 하게 됐다. 그래서 반쯤은 우스개로, "15년을 이 판에서 일했지만 내겐 영화계에 친구가 없다"는 말을 방송에서 하곤 한다.

평론가가 이럴진대, 기자는 오죽하겠는가. 취재원들과의 일상적인 교류는 취재를 위해 불가피하고, 그러다 보면 인간적인 유대감이 생기는 건 어쩌면 당연한 노릇일 것이다. 문제는 그런 친한 취재원에 대해 부정적인 기사를 써야 할 때이다. 흔히 '불가근불가원(不可近不可遠), 즉 취재원과는 너무 가까워서도, 너무 멀어서도 안 된다'는 저널리스트의 원칙은 괜히 있는 게 아닐 것이다.

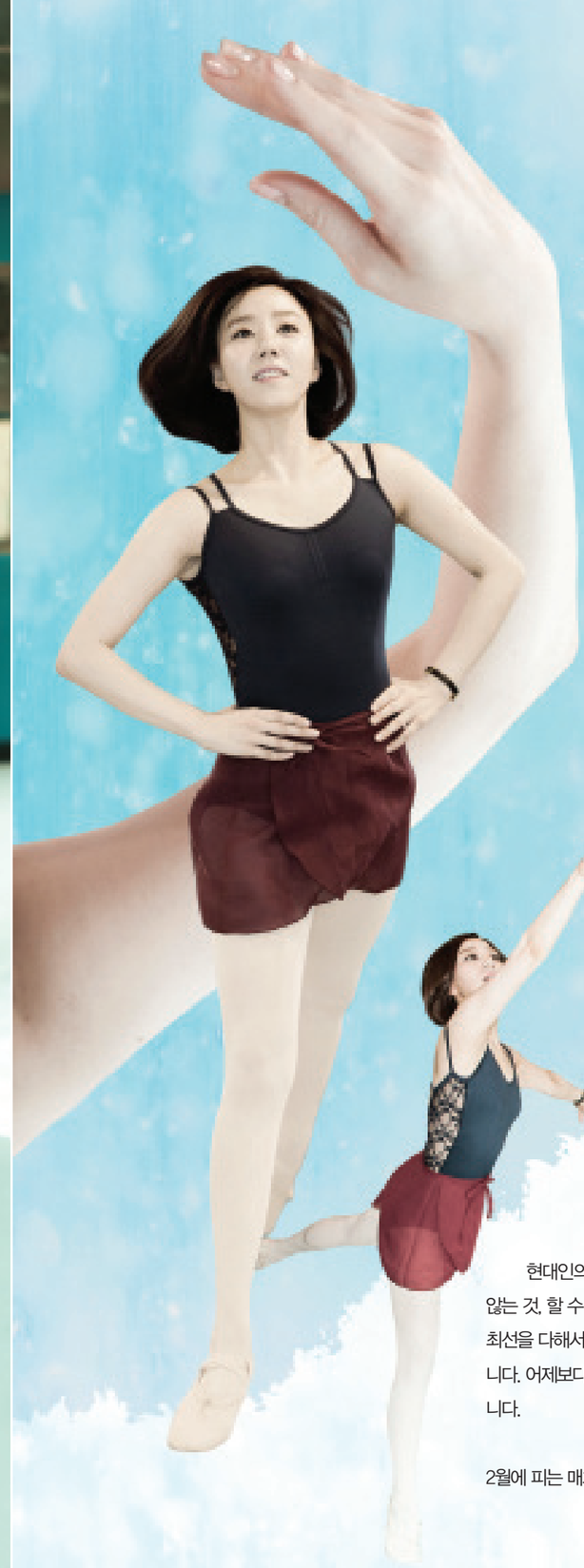
지난 2009년 국내 개봉한 미국영화 〈스테이트 오브 플레이〉(감독 케빈 맥도널드)에는 기자가 일상적으로 겪게 되는 이런 딜레마가 잘 드러나 있다. 주인공은 한 신문사의 민완 기자 칼 맥카프리(러셀 크로우 분). 그는 한 젊은 여성이 의문의 죽음을 당했다는 소식을 듣고 현장으로 달려간다. 알고 보니 피해자는 유력 정치인 콜린스(벤 에플렉 분)의 보좌관. 칼 맥카프리는 이것이 단순한 피살 사건이 아님을 직감하고 편집국장인 캐머런(헬렌 미렌 분)이 그에게 따라 붙인 새내기 기자 델라(레이첼 맥아담스 분)와 함께 사건의 배후를 추적하기 시작한다. 특별 취재팀을 꾸린 칼과 델라는 파면 팔수록 사건의 중심에 콜린스 의원이 결부되어 있다는 정황 증거를 속속 입수하게 된다. 그런데 문제는 칼 기자와 콜린스는 막역한 친구 사이라는 것. 콜린스의 거대하고 추악한 비리를 알아차린 칼은 콜린스에 대한 기사를 쓸 것인가 말 것인가에 대한 딜레마에 빠진다. 쓰자니 우애를 배신하는 것이고, 쓰지 않자니 저널리즘의 원칙을 배신하는 것이다. 영화 도중에 편집국장 캐머런은 칼에게 냉철하게 말한다. "기자에게 친구는 없어. 정보 제공자 뿐!" 과연 칼은, 우정 대신 기자에게 주어진 펜을 선택한다.

〈스테이트 오브 플레이〉는 그야말로 언론의 정석에 대한 영화라고 할 수 있다. 그런 점에서 지난해 말에 개봉해 800만 명 이상의 관객을 동원한 〈내부자들〉은 정반대의 경우를 보여주며 씁쓸함을 더한다. 한 신문사의 논설주간 이강희(백윤식 분)는 유력 정치인과 재벌을 연결시켜주며 사욕을 챙기는 언론인이다. 그는 오로지 자신과 친한 권력자들을 위해 봉사하는 인물이다. 그들을 위해서는 왜곡된 기사도 서슴지 않고 쓴다. 그는 한마디로 제대로 된 기자가 되고 싶어하는 이들이 결코 닮아서는 안 되는 언론인의 가장 추악한 모델인 셈이다. 그럼에도 우민호 감독이 영화가 설정한 정계-재계-언론계의 삼각 카르텔에서 그의 역할을 가장 비중 있게 다루는 것은, 그만큼 우리 언론 환경에 대한 불신이 엄청나게 크다는 걸 의미한다. 그리고 그 불신은, 광범위한 관객들의 의식 속에도 침잠해 있음을 영화의 흥행은 간접적으로 입증해 보이고 있다. 만약 관객들이 이강희 같은 인물은 영화의 상상력이 만들어낸 그저 가상의 악이며 허무맹랑한 설정이었다고 치부했다면, 〈내부자들〉은 청소년 관람불가 영화로서 800만 명 이상의 관객을 동원하는 지점까지 다다르지는 못했을 것이다.

불가근불가원. 그 때문에 기자는 어쩌면 외로운 직업일지도 모른다. 오히려 그래서 원칙을 더 단단히 붙들어 매지 않으면 버틸 수 없는 게 기자라는 직업이 아닐까.

느끼고, 배우고, 희망하라.

안보라 앵커 | 보도국 앵커실



1년에 한 가지 이상의 취미를 갖자. 3년 전, 이렇게 다짐했던 것으로 기억합니다. 야근하면서 심야뉴스를 담당할 때였습니다. 남들이 잘 때 깨어있어야 했고, 남들이 깨어있을 때는 자야만 했지요. 잠-회사-잠-회사. 몇 달이 흐르니, 연락 오는 친구도 점점 줄었고, 여유도 사라져 갔습니다. 저 혼자만 다른 시공간에서 사는 것 같았습니다. 나는 누군가? 또 여긴 어딘가? 삶에 대한 생각이 깊어져 갔습니다.

장고였지만 결론은 단순했습니다. 다양한 취미로 인생을 채워보기로 결심했습니다. 좋은 추억이 많은 아이는 삶이 끝나는 날까지 안전하다고 합니다. 즐길 취미가 많은 사람이 노년까지도 행복할 수 있겠다 싶었습니다. 평생의 꿈이었던 방송만큼이나 하루하루 행복을 느끼며 사는 것도 늘 희망하던 것이었으니까요.

첫 번째 취미는 베이킹이었습니다. 이듬해에는 꽃꽂이를 배웠습니다. 그리고 지난 2014년, 발레를 시작했습니다. 이제 1년 반을 채워갑니다. 하지만 여전히 초보 반입니다. 많은 분의 기대(?)처럼 우아한 동작을 펼치지 못하고, 유연하지도 않습니다. 그래도 좋습니다. 스튜디오에 들어서자마자 음악이 흘러서 좋고요, 거울 앞에서 발레복을 입고 있는 제 모습이 낯설어서 좋습니다. 어설프고 부족하지만, 조금씩 잔 근육이 올라붙는 몸을 발견할 수 있어서 기쁩니다. 특히 황금 날개로 불리는 팔뚝살이 근육으로 변모하는 과정은 경이롭기까지 합니다.

발레를 배우면서 가장 좋은 것은 머리부터 발끝까지 오롯이 저 자신을 마주할 수 있다는 것입니다. 거울은 거짓이 없었습니다. 잔혹하리만큼 군살이 샅샅이 드러났고, 고민과 번민, 기쁨과 행복이 다 투영됐습니다. 365일 한결같아야 한다는 책임감으로, 비가 오나 눈이 오나, 사랑을 하거나 이별을 겪거나, 개인적인 감정보다는 공공의 감정으로 살아야 하는 앵커에게, 민낯 안보라의 모습을 적나라하게 바라보는 경험은 낯설면서도 즐겁고 행복한 일이었습니다.

현대인의 비극은 3가지라고 합니다. 모르면서도 배우지 않는 것, 알면서도 가르치지 않는 것, 할 수 있으면서도 하지 않는 것. 다른 사람의 시선으로 인생을 살지 않기 위해 저는 최선을 다해서 배우고, 깨치고, 많은 것들을 해나갈 겁니다. 느리지만 한 발씩 나아가고 있습니다. 어제보다는 나은 오늘을 살고 있다는 확신만 있으면 느리더라도 상관없다고 생각합니다.

2월에 피는 매화가 아니라 10월에 피는 국화여도, 꽃은 꽃이니까요.

YTN 이모저모

인천대학교 – YTN MOU 체결식 / 11.19

최성준 방통위원장 스마트 수화방송 실험방송 현장 점검 / 12.1

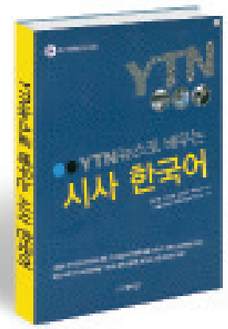
동국대학교 – YTN 콘텐츠 교류 및 학생복지 증진을 위한 업무제휴 협약식 / 12.1

서울타워 장태민 팀장 퇴임식 / 12.17

제1회 YTN 캐릭터 걷기대회 / 12.20

제4차 과학기술전문방송 협약식 / 12.30

지국장 신년 간담회 / 1.6



출간

▸YTN뉴스로 배우는 시사 한국어
– 장소원 / 안효경 / 김수영 / 채숙희
– 서울대학교 한국어문학연구소
– (주)박이정

문의 02.398.8188

삼성,LG,HP 노트북 살 땐?

오직 대학생만 가능한 할인 이야기!

교육할인스토어

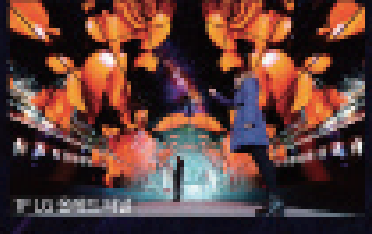
와이군 닷컴 (www.ygoon.com)

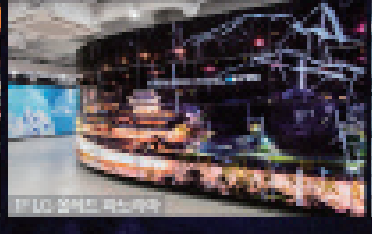
SEOUL TOWER
PLAZA

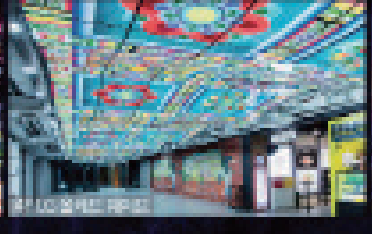
서울타워 플라자
首尔塔广场
ソウルタワープラザ

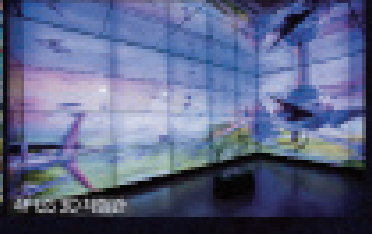
SEOUL TOWER
PLAZA

"도심 건물에 물이 들어오기 시작하면 주변이 **온하수**처럼 변하는 명소"
-[illegible]









www.seoultower.co.kr 서울특별시 용산구 남산공원길 105