

1 JAN

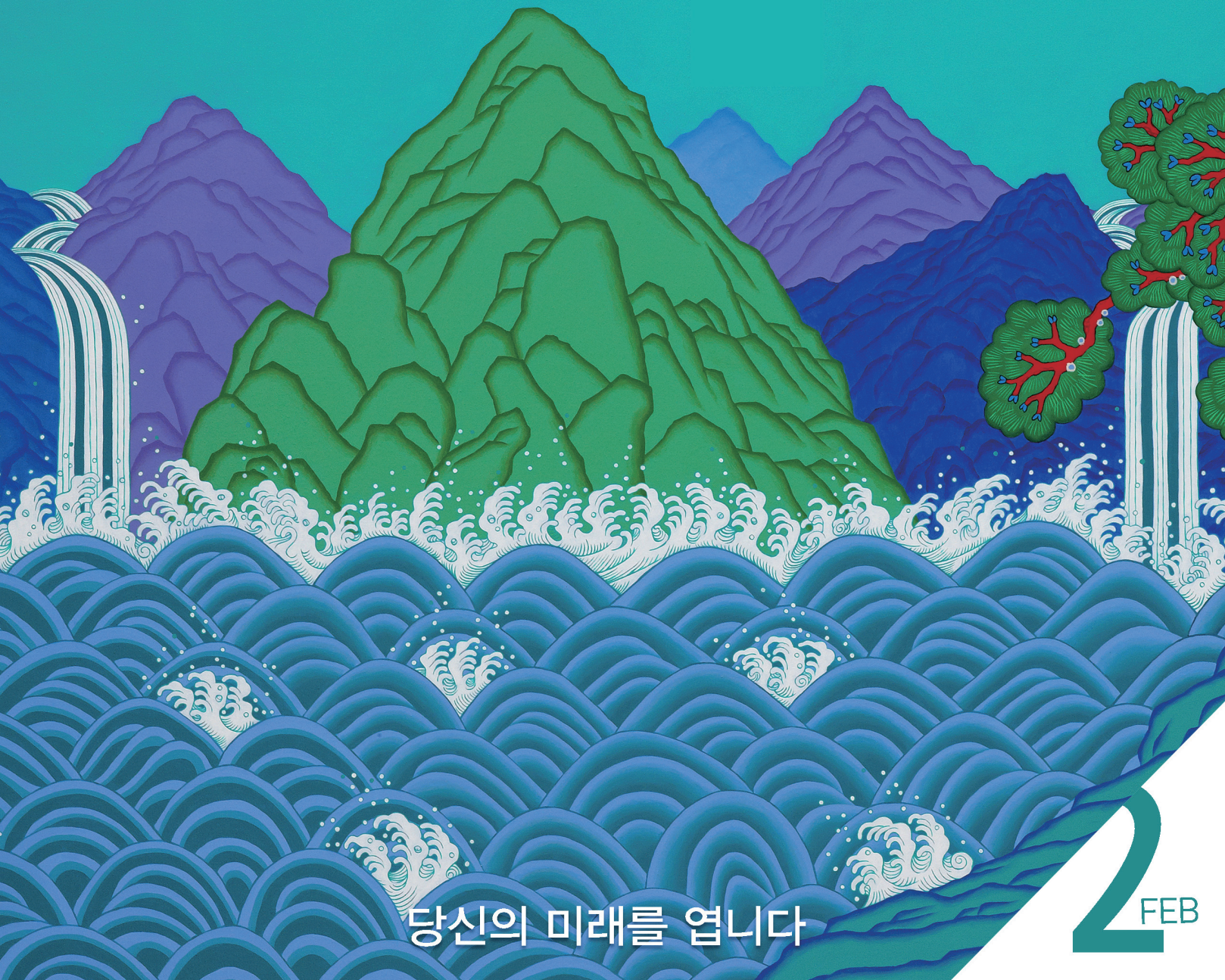


INSIDE

YTN

2015

vol.114



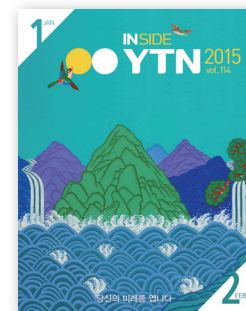
당신의 미래를 엽니다

2 FEB

희망

도전과 혁신, 희망 한국

이철심
오년
정월에
장차
김성태



표지

홍지연 作

임금이 앉는 용상의 뒤편을 장식한 그림인 일월도(日月圖) 또는 일월오봉산도(日月五峰山圖)를 배치해 정론을 지향하는 언론으로써의 위엄을 지정하고, 두 마리의 새를 통해 행복과 복을 기원하는 동시에 비상하는 매체의 의미를 수록했다. 특히 달 문양을 YTN 로고로 대신한 부분은 재치 있는 설정이랄 수 있다. 새해를 맞이하는 세상을 향한 참되고 값진 기원의 의미가 깃들어 있다.

발행인 배석규 | 편집 홍보·사청자팀
121-904 서울시 마포구 상암산로76 YTN 뉴스퀘어
TEL 02.398.8000 | 제보 02.398.8585
디자인·인쇄제작 | 아이아트플러스 02.2272.9807

Contents Jan / Feb vol 114. 2015

IN

● In Newsquare

- 04 대표이사 신년사 | “우리의 최대 상품이자 무기는 뉴스”
- 05 이민희 | 대한민국을 혁신하라 2014 미래전략포럼
- 06 한영규 | 2015 YTN 어젠다 - ‘도전’과 ‘혁신’으로 경쟁력 강화

● Exclusive Now

- 08 강성웅·김범환 | 2014년 YTN 대상 수상기
- 10 안미현 | “여보세요? 여기는 한국의 뉴스채널 YTN인데요...”

● 일구는 사람들 _ Make Your YTN

- 12 유영준 | YTN Channel Identity Project
- 14 조상우 | 중계! 어디까지 가봤니?
- 16 안해인 | 카톡 영상제보 ‘씩이 보인다’

● 핫 코너 _ 이 방송, 궁금하다

- 18 최광희 | 시네마 레인보우 날씨 아이콘으로 영화 평점을...

● Made in YTN

- 20 이승엽 | 내 손 안의 TV(DMB) 10년, 내일을 위한 도전 하나 ‘웨어러블 디바이스’
- 22 이윤지 | 헬스 + 라이프 _ 생활에 건강을 더하다!



04



10



14

SIDE



24

● 홍경한의 아트스퀘어 _ 홍지연

- 24 홍경한 | 민화를 텃밭으로 한 경계 넘기와 기억풀이

● 앵커의 변신! _ 김영수

- 26 김시호 | 365일, 원 없이 웃고 싶은 남자!

● YTN 달인들 _ 우희석의 ‘신년운세’

- 28 김시호 | 최근 미생들의 최고 관심사는?

● 낭만인 탐구 _ 신현준

- 30 신현준 | ‘신의 물방울’로 디오니소스의 축제를...

● YTN Rookies _ 16기 신입기자들

- 32 최재용 | 카툰으로 보는 캐릭터 열전

● Join YTN #1 _ 웨더뉴스

- 34 이진우 | “웨더뉴스, 날씨는 뉴스다”

● Join YTN #2 _ 청소년발명기자단

- 36 유태수 | 청소년발명기자단, YTN과 손잡다
- 37 2014 영광의 순간들

● 상암도처有맛집

- 38 이은비 | 양평해장국_한식 / 교통전선생_한식
- 김영섭초밥_일식

● 촬영의 전당

- 39 영화 내부자들 / 히말라야 / 돌연변이 / 오피스 / 계시판



26



30

“우리의 최대 상품이자 무기는 뉴스”



올해는 YTN에게는 매우 뜻 깊은 해입니다. 대한민국 뉴스 전문채널로서 첫 방송을 시작한 지 꼭 20주년이 되는 해이기 때문입니다. 개국 초기 열악한 케이블의 산업 환경 속에서 외환위기까지 겪으면서 YTN이 존폐의 기로에 놓였던 때의 기억이 지금도 생생하지만 그로부터 20년이 지난 지금의 YTN은 그때와 비교도 할 수 없을 만큼 큰 발전을 이뤄냈습니다. 그 결과 YTN의 브랜드 가치도 크게 높아졌습니다. 우리는 지난해 방송 전용 시설이 갖춰진 신사옥으로 이전하면서 새로운 도약을 위한 준비를 시작했습니다. 승레운 사옥의 매각을 마무리하면서 지속적이고 안정적인 발전을 위한 토대도 마련했습니다. 모두가 임직원 여러분의 헌신적인 노력 덕분에입니다. 하지만 극복하기가 쉽지 않은 여러 도전들이 우리 앞을 가로막고 있습니다. 누가 뭐라 해도 YTN의 최대 상품이자 무기는 뉴스입니다. 종편과 뉴스Y의 공세에 대응해 시청률과 뉴스 콘텐츠의 우위를 지켜나가기 위해서는 더 많은 노력과 고민이 필요할 수밖에 없습니다. 우선 공정성과 신뢰성, 속보성 등 우리가 가진 기존의 장점들을 최대한 살려나가기 위한 것입니다. 동시에 우리의 정체성을 지켜가는 전제 위에서 새로운 기사 발굴과 이슈를 선점해 나가는 노력이 병행돼야 할 것입니다. 아울러 완전 디

지탈화되고 업그레이드 된 스튜디오와 방송시설을 최대한 활용해 콘텐츠와 뉴스 포맷을 더욱 다양화해 나가야 할 것입니다. 조만간 새로운 보도정보시스템인 ‘이지스’도 본격 가동에 들어갈 것입니다. 그렇게 되면 기사작성과 화면 편집 작업이 지금보다 훨씬 편리해질 것입니다. 신사옥 이전과 경쟁업체의 공세 속에 경영의 압박이 심하기는 하지만 지금까지 그래왔던 것처럼 좋은 뉴스 제작을 위한 투자는 계속해 나가겠다는 것이 회사의 방침입니다. 아울러 일하기 좋은 분위기 조성을 위해서도 회사는 더욱 힘을 쏟아 나가겠습니다. 경영면에서는 지난해 12년 만에 처음으로 영업이익자를 기록했고 올해는 물론, 앞으로 몇 년간의 전망도 밝지 않습니다. 이를 극복해 나가기 위해서는 회사 매출의 가장 큰 부분을 차지하고 있는 광고 협찬수입의 확대가 무엇보다 필요합니다. 그러나 종편과 뉴스Y의 출범이후 광고 매출은 해마다 줄어드는 추세입니다. 제한된 광고시장에서 경쟁사의 무차별적인 영업 공세로 광고 매출을 늘리는 데 한계가 있다는 점을 부인하기 어렵습니다. 게다가 경제상황마저 좋지 않습니다. 그렇다고 그냥 손을 놓고 있을 수는 없습니다. 지난해의 영업실적과 방법을 바탕으로 회사는 조만간 좀 더 나은 방안을 찾아내도록 하겠습니다. 전체 매출에서 광고·협찬 수입이 차지하는 비중을 줄이는 대신 다른 수익원을 찾아 전체 매출의 규모를 키우는 노력이 절실합니다. 새로운 수익원을 찾기 위한 노력을 가속화해 나가야 합니다. 우선 그동안 늦춰졌던 서울 타워 본관동 리모델링 작업에 박차를 가하겠습니다. 공사가 마무리 되면 올해 안에 임대 수입이 발생하고 내년부터는 연 20억 원 이상의 추가 임대 수입도 가능해 질 것입니다. 또한 내년부터는 서울타워의 임대료도 산정 방식의 변경으로 큰 폭으로 늘어날 것입니다. 그렇게 되면 승레운 사옥 매각으로 줄어든 임대수입의 상당 부분을 보완할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다. 현재 상암동 신사옥 임대 유치 노력에도 박차를 가해

올해 안에 공실률을 최소화하도록 노력하겠습니다. 이외에도 새로운 수익원 창출을 위해 구성원 모두가 적극적으로 아이디어를 내고 관련 실국에서는 이를 구체화 시켜나가는 데 힘을 모아주시길 당부 드립니다. 상황이 어려운 만큼 올해는 더욱 절실하게 비용 절감에 나서줄 것을 거듭 부탁드립니다. 매출은 줄어드는 데 인건비를 비롯한 경직성 경비는 계속 늘어나고 있습니다. 신사옥 취직과 장비구입에 따른 감가상각비도 만만치 않습니다. 함께 허리띠를 졸라매자고 요구하지 않을 수 없는 상황입니다. 인건비 증가를 억제하기 위해 경영기획실과 실국에서 인력수요를 면밀히 점검하고 신규채용을 최소화하기 위한 제도적인 장치를 조만간 마련하도록 하겠습니다. 퇴직금 누진제나 정년 연장에 따른 임금피크제 보완 등 새롭게 손봐야 할 부분도 적지 않습니다. 필요한 부분은 노사 간의 대화와 협의를 통해 회사와 개인의 이익에 도움이 되는 방향으로 타결지어갈 수 있도록 노력하겠습니다.

YTN 임직원 여러분!

YTN은 올해 어젠다로 ‘도전과 혁신, 희망 한국’으로 정했습니다. 이 화두는 우리에게 꼭 들어맞는 말입니다. 위기 뒤에는 반드시 기회가 옵니다. 지난 1993년 창사 이후 20여 년 간 YTN은 수많은 위기에 봉착했었지만 그 때마다 어려움을 이겨내고 오늘의 YTN으로 거듭날 수 있었습니다. 이것은 여러분의 적극적인 참여와 노력이 있었기 때문에 가능했습니다. 앞으로 다가올 어떤 위기도 우리 모두의 힘으로 충분히 극복할 수 있을 것으로 확신합니다. 오늘 이 자리는 상암동 신사옥에서 처음으로 새해를 여는 뜻 깊은 자리입니다. 여러분 모두에게 올 한해가 보람 있는 해가 되기를 기대합니다. 아울러 여러분과 여러분의 가정에 건강과 행복이 가득하기를 기원합니다. 감사합니다.

2015년 1월 2일
대표이사 사장 배 석 규

대한민국을 혁신하라! — 2014 YTN 미래전략포럼을 마치고 —

이민희 사원 | 미디어전략실 미래전략팀

2013년 사이언스TV에서 포문을 연 ‘YTN 미래전략포럼’의 바통을 이어받게 된 건 순전히 우리 팀의 이름이 ‘미래전략’팀이기 때문이었다. 비록 이름이 비슷하다는 이유로 얼떨결에 시작하게 되었지만, 우리 팀원 모두 최고의 포럼을 만들어보자는 일념으로 4개월의 준비기간 동안 열정을 쏟아 부었다.

우리는 이번 포럼을 진행하면서 3가지 목표를 정했다.

첫째, YTN 미래전략포럼을 브랜드화시켜 YTN을 대표하는 ‘명품 포럼’이 되게 하자.

둘째, 와서 시간만 보내다 가는 허울뿐인 포럼이 아닌 ‘건질 만한’ 콘텐츠 담은 유익한 포럼으로 만들자.

셋째, YTN 미래전략포럼을 통해 수익성을 높여 연례화 할 수 있는 초석을 다지자.

먼저, YTN 미래전략포럼의 브랜드 가치를 제고하기 위한 엠블럼과 Key Visual 등의 이미지 만들기에 심혈을 기울였다. 우리 실 뿐만 아니라 주위의 많은 분과 임원들의 의견을 모두 담아 기본 콘셉트를 잡고, 그렇게 만들어진 이미지들이 포럼 당일 무대를 장식했을 땐 모두의 얼굴에 미소가 번졌다. 그러나 뭐니 뭐니 해도 가장 중요한 것은 주제와 연사! 수 없이 고치고 뒤집고를 반복하며 세션별 주제를 정하고, 연사 한 분 한 분 철저한 검증을 거쳐 섭외를 시작했다. 연사 섭외는 생각처럼 쉽지 않았다. 급기야 포럼이 코앞에 닥쳤을 때까지도 마지막 멘토링 세션의 연사를 정할 수가 없었다. 수십 명의 후보 연사들을 놓고 몇 날 며칠을 고심하다 섭외 요청을 하면 불가 통보를 받기 일쑤였다. 그러다 번뜩 얼마 전 드라마를 통해 접했던 ‘광고천재 이재석’이 생각났다. 당시에조차 실존 인물이라기에 관심이 생겨 나름 뒷조사(?)를 조금 했던 인물이다. 우리 실 모두가 OK했고 섭외까지 일사천리로 이루어졌다. 포럼 당일 가장 빛났던 멘토

링 세션 연사가 결정되는 순간이었다. 포럼에서 가장 주목받은 점은 참석자 설문조사에서 응답자의 98% 이상이 이번 행사에 만족한다는 결과를 이루어냈다는 것이다. 매일 몸을 사리지 않고 동분서주하시며 수많은 의사결정 사안들에 밤늦도록 책상을 지킨 기정훈 팀장님, 한 톨이라도 아껴서 회사에 보탬이 되고자 각고의 노력을 기울인 이규일 차장님, 행사장에서 YTN의 홍보와 참가자의 재미를 동시에 얻을 수 있는 ‘일거양득’ 특별 이벤트를 기획하고 준비하느라 수고해준 이병식 부장님, 행사 당일 의전을 위한 정보 수집에 애써주신 백상기 부장님, 영어로 된 연설문 원고를 해석해가며 발표 자료를 만드느라 고생한 현섭 씨, 그리고 이 모든 것을 총괄하시면서도 세세한 것까지 꼼꼼히 챙겨주신 황선욱 실장님 덕분에 YTN 미래전략포럼이 성공적으로 개최될 수 있었다고 생각한다. 그리고 여기에 세세히 적지는 못했으나 물심양면으로 도와주시고 협조해주신 유관부서의 선후배님들께도 진심으로 감사의 뜻을 표하고 싶다. 포럼이 끝난 지금 우리는 100%는 아니지만, 어느 정도 목표에 다가섰다고 자신하며 향후에도 ‘YTN미래전략포럼’이 대한민국 미래의 길을 여는 YTN의 간판 포럼으로서의 명맥을 이어가길 바란다.

“무로 강연이었음에도 불구하고 최근에 참가했던 포럼 중 가장 체계적이고 흥미로웠음”

— 참석자 설문 응답 중에서 —



2015 YTN 어젠다

도전 과 혁신 으로 경쟁력 강화

한영규 국장 | 편성제작국



우리나라는 IMF 경제위기와
글로벌 금융위기 이후 경제성장률이 점차 떨어지고,
경제 불황국면이 장기간 지속되고 있다.
수출이 부진해 대기업들의 매출과 영업이익이 큰 폭으로 떨어지고 있고,
중소기업들도 가동률이 떨어지고 부도율이 증가하면서 주요 공단의 분위기도 침체를 겪고 있다.

내수가 부진하다 보니 자영업자들은 IMF 때보다 더 어렵다고 한다. 그렇다고 이런 상황에만 매몰돼 위축된다면 앞으로 경제는 더 어려워지는 악순환이 되풀이될 수밖에 없다.

우리나라는 전쟁의 폐허에서 한강의 기적을 이뤘으며, 숱한 위기 상황을 극복하면서 세계 10위권의 경제 대국으로 성장해 왔다. 뒤돌아보면 쉬었던 때가 있었을까 싶을 정도로 많은 어려움 속에서 거대한 성취를 이뤄온 경험이 있다.

YTN의 2015년 어젠다로 '도전과 혁신, 희망 한국'이 선정된 것도 이 시대 대한민국이 해결해야 할 과제는 무엇이며, 우리 사회에 던지는 메시지를 무엇으로 해야 하는가에 대한 고민의 결과라고 할 수 있다. 어젠다 선정을 위해 사내 아이디어 공모를 진행했다. 최종적으로 48명이 228건 응모했지만, 초기에는 관심이 부족해서인지 아이디어 제출이 소수에 그쳤다. 그래서 어젠다 선정을 담당하는 편성제작국이 더욱 적극적인 관심을 두고 아이디어를 내야 한다는 점을 강조했고, 모두 한 건 이상씩을 제출해 달라고 요청했다. 물론 국장인 나부터 내겠다는 것을 전제로 한 것이다. 이를 통해 취합된 아이디어 가운데 편성제작국 1차 심사를 통해 20건으로 압축했고, 실국장들

이 이 가운데 3개를 선택하거나 더 좋은 안을 제출하도록 요청해 2차 심사를 진행했다. 1차와 2차 심사를 통해 압축된 내용을 경영진에게 보고했고, 최종적으로 '도전과 혁신, 희망 한국'이 2015년 YTN 어젠다로 선정된 것이다.

YTN을 둘러싸고 있는 미디어 시장도 극심한 경쟁 속에 선정적인 보도 등으로 혼란스러운 상황이 이어지고 있다. 종합편성채널과 뉴스Y가 방송을 시작한 지 3년이 지나면서 어느 정도 고정적인 시청층을 확보하고 생존을 위해 치열한 시청률 경쟁을 벌이고 있다. 극심한 경쟁 속에서 YTN도 도전과 혁신을 통한 변화를 추구할 수밖에 없다. 지금은 입에 쓰고 힘들지만 결국은 약이 되고 경쟁력이 강화되는 좋은 결과로 이어질 수 있도록 해야 한다. 도전과 혁신을 통한 변화 그리고 시청자들의 신뢰를 얻는 YTN을 만들어가는 것이 치열한 경쟁 상황에서 진정한 승리자가 되는 길이라고 생각한다.

어젠다 선정을 위해 많은 구성원이 참여해 좋은 아이디어와 의견을 내준 것에 대해 깊은 감사의 말씀을 드린다. 새해에는 도전과 혁신을 통한 희망 한국, 그리고 더욱 성장하고 발전하는 YTN을 기대해 본다.

2014년 YTN 대상 수상기

신사옥 이전, 모두가 해낸 일

강성웅 본부장 | YTN 디지털사업본부

사옥 이전에 앞서 신사옥TF팀은 강남에 있는 신사옥 기획사를 찾아갔다. 네이버의 분당 사옥 ‘그린 팩토리(Green Factory)’의 스토리텔링을 만든 회사다. 하지만 비용을 많이 요구했고, 기획 과정에 ‘YTN은 간섭하지 말라’고 요구해 단념을 했다. 대신 우리가 직접 해보기로 했다. 박형일 부장, 서정호 씨와 의기투합이 이뤄진 순간이었다. YTN의 새 CI를 제작한 정진서 디자이너와 신사옥 인테리어 설계자인 김세경 건축사도 우리 취지에 공감해 자문을 약속했다. 나름 ‘YTN 드림팀(?)’이다. 우리는 기획사와 달랐다. YTN 구성원들의 참여가 성공의 ‘보중수표’라고 믿었다. 공간배치, 가구 선정, 상징조형물 건립, 신사옥 네이밍, 스튜디오 디자인 등을 사원들의 참여로 결정했다. 절차는 투명하고 공정했다. 그게 힘이었다.

스튜디오 디자인을 고를 때는 일선 PD, 앵커, 디자이너, 엔지니어로 이뤄진 실무단과 간부들로 구성된 심사위원회의 의견이 똑같았다. 가상현실(Virtual Reality)장비 선정 과정에는 젊은 사원들이 주축이 된 ‘VR 연구반’의 보고서 내용이 많이 반영됐다. ‘화면 R&D팀’ 신설도 연구반의 제안이었다. 특히 웨더본부의 헌신은 모두가 기억했으면 한다. 웨더본부는 한 달 먼저 상암으로 이사해 장비와 시설을 안정화시키는 데 선봉역할을 했다. 마루타로 불리며 ‘이지스’(YSYS)를 시험가동 해줬기 때문이다.

신사옥의 성공적 이전은 모두의 참여로 이뤄졌다. 신사옥TF팀은 ‘도우미’의 역할을 했을 뿐이다. 소중한 경험을 할 수 있도록 ‘기회’를 준 회사에 감사드린다.



2014년 YTN 대상 수상기

20년 前 초심(初心)

김범환 본부장 | 전국부 호남취재본부

시신

1994년 가을, 서울의 어느 비닐하우스 촌이었습니다. 시신이 발견돼 경찰과 함께 취재를 갔다 와서 보고를 했는데 선배가 묻는 말이 “시신이 어느 쪽으로 누워 있었냐? 오른손은 어디에 있었냐?” 등이었습니다. 대답을 제대로 못하고 깨진 것은 당연했습니다. 얼마 지나지 않아 목 졸려 숨진 여성의 시신 부검을 따라 갔다가 아이부터 노인까지 시신 4구의 해부를 직접 보고난 뒤 형사와 형님들과 함께 곱창을 먹었던 기억이 생생합니다. 그렇게 시작된 시신과의 질긴 인연이 올해만 해도 300구가 훌쩍 넘었습니다. 세월호 304명과 민간 잠수사, 장성 요양병원 22명, 강원도 소방헬기 추락 5명, 상중에도 취재해야 했던 담양 펜션 5명, 유병언 등입니다.

9시 19분, 0시 19분

올해 기자로서, 특히 24시간 속보 경쟁을 하는 뉴스전문채널 YTN 기자로서의 저를 있게 한 운명의 시각입니다. 4월 16일 9시 19분에는 ‘진도 부근 해상 500명 탄 여객선 조난’, 7월 22일 새벽 0시 19분에는 ‘유병언 추정 변사체’

순천서 발견’이라는 긴급속보 자막을 냈기 때문입니다. 사실 처음에는 6천8백 톤이 넘는 여객선이 승객 476명을 태우고 조난(조난 사고는 침몰, 좌초, 전복, 화재, 기관고장, 추락으로 사람의 신체, 생명, 선박 등의 안전이 위험에 처한 상태-수난구호법 제2조 4항)당했지만, 부근에 섬도 많고 수심도 그리 깊지 않아 구조될 것으로 알았는데 일어나서는 안 되는 참사가 되고 말았습니다. 한 통의 전화를 받고 속보를 내기까지 걸린 3분은 마치 3년과도 같았습니다. 세월호 사고 수사의 핵심 피의자인 유병언 시신의 매설 발 발견도 처음에 들었을 때 귀를 의심할 정도였습니다. 숨진 지 18일 만에 시신이 발견된 것도 믿을 수 없었지만, 그 시신의 신원 확인에 40일 가까이 걸렸다는 것은 더 믿을 수 없었습니다. 시신이 안치된 순천장례식장으로 달려온 타사 기자들이 오보 낸 것 아니냐며 오히려 저를 걱정해 줄 정도였습니다.

5년과 20년

입사 초기 한 선배가 5년은 돼야 기자 소리 듣는다고 했는데 공교롭게도 5년차에 기자가 주는 상을 받기 시작해 올해는 YTN 대상 수상의 영예까지 안았습니다. 시신을 처음 접했을 때의 초심을 잃지 않으려고 늘 힘쓰겠습니다. 아직도 차디찬 바다 속에서 가족 품으로 돌아오지 못하고 있는 9명을 비롯한 세월호 희생자들의 명복을 빕니다!



“여보세요? 여기는 한국의 뉴스채널 YTN인데요...”

안미현 사원 | 글로벌뉴스센터 글로벌기획팀

‘글로벌기획팀? 뭐 하는 곳이야?
해외출장 많이 다니는 부서 아니야?’
사내에서 이름과 소속을 밝히고 나면 항상 듣는 말들이다.
하지만 우리 단순히 해외 출장만 다니는 부서는 아니다.

글로벌뉴스센터 글로벌기획팀은 재외동포재단과 함께 한국어 뉴스 세계 위성방송망을 구축하는 일을 하고 있다. 쉽게 말하자면 한국 내에서도 여러 방송 플랫폼을 통해 YTN이 방송되고 있듯이, 전 세계의 다양한 플랫폼에 YTN 채널을 론칭시켜 재외동포들이 편리하게 우리 뉴스를 접할 수 있도록 하는 일이다. 한 마디로 해외 채널영업이다. 또 해외 공관, 한인 회관 등 한인들이 많이 모이는 곳에 직접 안테나를 달아 YTN 뉴스를 수신할 수 있게 도와주는 일도 하고 있다.

해외 채널 영업은 정말 생각보다 쉽지 않다. 국내에서 YTN 하면 누구나 아는 최고의 뉴스 채널이지만, 안타깝게도 해외에서 YTN의 인지도는 그다지 높지 않기 때문이다. 채널 론칭을 위해 매년 직접 해외에 찾아갈 수는 없기에, 수 없이 이메일을 보내고 전화를 걸어보지만, 전화를 끊어버리거나 이메일에 답장조차 없는 건 기본이다. 그러다 결국 현지 공관이나 KOTRA사무소의 인맥을 총동원해 겨우 플랫폼의 채널 운영 담당자와 연락이 닿으면, 그때부터가 시작이다. 우리 채널이 현지 교민들에게 얼마나 유용한지, 왜 그 나라에 YTN이 방송되어야 하는지, 끈질긴 설득 작업에 들어가야 하기 때문이다. 이메일이나 전화로도 안 되면 직접 찾아가 우리 채널을 소개하며 우리의 론칭 의지를 보여주기도 한다. 이 같은 노력 끝에, “YTN을 받아주겠다, 계약하자”라는 통보를 받으면 정말 하늘을 날아갈 것만 같다. 이 계약으로 인해 그 지역에 있는 모든 한인이 보다 쉽게 YTN을 시청할 수 있게 된 것이니 말이다. 하지만 다행히도 최근에는 전 세계적으로 다양한 플랫폼들이 생겨나고 있어, YTNWORLD가 진출할 수 있는 시장은 점점 커지고 있다. 기술의 발전으로 위성과 케이블 정도에만 의존했던 플랫폼의 형태는 IPTV, OTT 등으로 확장되고 있다. 특히 OTT 시장의 경우 정말 급속도로 발전하고 있다는 것을 느낀다. 이는 YTNWORLD의 해외 진출에는 희소식이 아닐 수 없다. OTT 플랫폼에 진출할 경우, 넓게 퍼져있는 재외 교포들도 다양한 기기에서, 원하는 시간에 YTN 뉴스를 시청할 수 있을 것으로 기대된다.

누구나 한 번쯤 해외여행을 가서 호텔의 TV를 켜본 경험이었을 것이다. TV를 켰을 때 한국 방송이 나오면 그 얼마나 반갑던가... 게다가 만약 그 방송이 궁금했던 모국의 소식마저 전한다면 눈을 떼기가 힘들 것이다. 글로벌기획팀이 꿈꾸는 미래가 바로 이것이다. 세계 어느 나라에 가서 TV를 켜더라도 YTN 뉴스가 나오는 그 날까지... 우리는 오늘도 열심히 이메일을 보내고, 국제전화를 건다.

“Hello. We are YTN, the number one news channel in Korea.”



최승광

범희철 팀장

지경문

박초희

유영준

최진주

김지원

YTN Channel

유영준 아트디렉터 | 보도국 화면 R&D팀

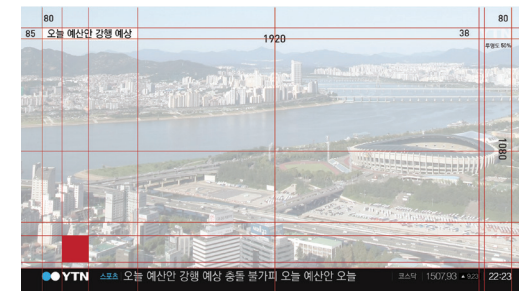
Identity Project

Y군에게는 S양이라는 여자 친구가 있다. 이 둘의 사이는 아주 뜨겁지도 차갑지도 않았고, 주위에 딱히 질투할 만한 사람도 없었기에 그럭저럭 잘(?)지내고 있었다. 하지만 3년 전부터 S양을 매일 같이 쫓아다니며 구애를 하는 조군과 중군, 동군, 매군, 연군이 나타났다. Y군의 걱정은 날이 갈수록 커졌다. 내게서 마음이 멀어진다고 느껴질수록 그녀가 더욱 간절해진다. Y군은 프러포즈를 결심한다. 준비한 초콜릿을 밝히고 그녀를 초대하여 노래를 부른다. “당신을 향합니다! Always first~♪” 그리고 마음을 고백한다. 하지만 S양의 표정이 어둡다. S양 왈 “넌 언제나 네 이야기만을 하는구나! 나를 조금만 배려해준다면 참 고마울 텐데...”. Y군은 깊은 생각에 빠진다. ‘배려’란 무엇일까?

누구에 관한 내용인지 금세 눈치챘을 것이다. Y군(YTN)과 S양(시청자)에 대한 이야기다. 두 달여 동안 YTN Channel Identity 작업을 진행하며 계속해서 고민한 부분이 바로 ‘시청자’에 대한 ‘배려’였다. 요즘 따라 내 것인 듯 내 것 아닌 내 것 같은 시청자의 마음을 얻기 위해 수많은 채널이 자신만의 개성(Identity)을 강조하며 꽃단장 하고, 내 얘기를 좀 들어보라며 자신의 이야기를 쏟아 붓는다. 과연 S양이 원했던 배려란 무엇이었을까? 강렬함이나 화려함보다는 중요한 정보가 먼저 눈에 들어오고, 콘텐츠에 집중할 수 있도록 시선의 흐름과 강약을 만들어 주는 것은 아닐까? 배려의 시작은 상대방을 위해 내 생각을 내려놓는 것이다. S양을 위한 배려의 아이콘으로 거듭나기 위해 Y군이 아래와 같은 화면 개선작업을 진행하고 있다.

부서 특성상 ‘어떻게’ 보여줄 것인가에 대한 고민을 하고 있지만, 이보다 더욱 중요한 것은 ‘무엇을’ 보여줄 것인가에 대한 본질적인 고민일 것이다. 4월에 마무리될 채널 아이덴티티 작업이 여러 부서에서 정성스럽게 만들어지는 콘텐츠를 더욱 맛깔나게 담을 수 있는 정갈한 접시가 되었으면 좋겠다. 2015년 YTN의 채널 아이덴티티의 핵심은 ‘배려’이다. 시청자를 위한 방송사의 배려이고, 콘텐츠와 그래픽의 조화이다. 배려를 받는 것은 참 기분 좋은 일이다. 비록 내 생각 같진 않더라도 그보다 귀한 상대의 마음을 얻을 수 있으니 말이다. 2015년 올미년 새 해가 밝았다. 호로록 지나갈 한 해, 배려 넘치는 따뜻한 한 해가 되었으면 좋겠다는 소원을 빌어본다.

PS. 축박한 화면 개선으로 여러 부서의 의견을 충분히 수렴하지 못한 점은 아쉬운 부분입니다. 화면 R&D팀으로 문의주시면 다수의 의견은 최대한 반영하도록 하겠습니다.



1) 모든 비디오파일은 정보의 경중에 따라 우선순위

: 긴급한 정보는 긴급하게, 일반적 정보는 차분하게 상황에 맞는 크기와 색을 적용.

2) 스크롤, 비디오파일의 폰트 크기를 방송사 평균 수준으로 조절.

: 콘텐츠로 이야기 할 수 있는 공간을 우선적으로 시원하게 확보하고 작아진 폰트 사이 조는 가독성을 더욱 높여 읽기 편하게 제작.



3) 효과적인 정보 전달을 위해 아이콘문발 포맷을 개발.

: 이미지와 텍스트를 함께 사용하여 정보를 더욱 쉽고 효과적으로 전달. 추후 실시간으로 시청자의 의견을 받는 공간으로도 활용할 예정.

4) 심벌의 두 개의 원은 추후 다양한 포인트 요소로 활용.

: 화면 개선작업 중 비디오파일 정리가 마무리되면 오는 3월까지 두 개의 원으로 표현되는 새로운 포맷들을 제작할 예정.



중계 어디까지 가봤니?

조상우 차장 | 기술국 중계부



연평도 포격사건이 있었을 때 부조에서 생방송을 하면서 느꼈다.

“아... 저 현장에 가고 싶다...”

움직이는 방송국이라 불리는 중계차를 타고 사건 사고 현장을 누비는 중계부에 매력을 느껴 지원한 지 5년 만에 중계부로 발령을 받았다.

그토록 원하던 부서에 발령을 받아서인지 하루하루가 놀랍고 흥미롭다. 국회, 국방부, 정부 청사 등 기본 출입처를 비롯하여 각종 사건·사고 현장들... 그 중에서도 교황의 한국 방문 때 광화문 광장에서는 신자도 아닌데 울컥하는 감동적인 순간을 맞았고, 판교 환풍구 붕괴사고 역시 퇴근 후 집에서 식사 도중 불러 나갔지만 현장중계에 대한 자부심과 당연함이 먼저여서 그런지 전혀 심적 불편함이 없었다. 세월호 참사의 경우는 말이 필요 없고...

YTN 내에 3D 업종이 있다면 아마도 중계부가 아닐까 생각된다.

더우면 더위 스케치, 추우면 추위 스케치... 태풍 오면 태풍 맞이(?)하러 나가고, 정치인들 소환되면 새벽부터 움직인다. 무더위 속에서 케이블 건다가 땀에 옷이 흠뻑 젖어버린 탓에 대중교통을 이용할 수 없어 술집으로

가서 냄새나는 옷을 에어컨에 말린 추억도 있다. 술 먹는 핑계도 이쯤이면 타당하다 싶다. (그렇다고 투정부리면 중계부가 아니다!)

처음 중계부 발령받았을 때 선배 한 분이 “다치지 마라.” 라고 짧게 환영사를 해주셨다. 실제로 현장에는 보이지 않는 자살한 사고들이 늘 도사리고 있다. 아차 하면 사고로 이어지기에 늘 조심조심 또 조심... (그렇다고 머뭇거리서도 중계부가 아니다!)

아직 경험해 보지 못한 매서운 중계부의 겨울 한파, 현장 한파가 사뭇 기대(?)된다. 강추위와 연말연시 쯤이야...

얼마 전 베링 해(알래스카) 선박 침몰 사고 때엔 중계차 안 보내느냐고 중계부장께 항의했다.^
중계를 위해서라면 기든들 못가랴? 오늘도 중계차는 달린다.

카톡 영상제보 '쌩이 보인다'

안혜인 사원 | 보도국 영상아카이브팀



<ytnjebo>로~
카톡영상제보는

TALK

안혜인

김수정

유명식

“너희 그 소식 들었어?”
이 말은 말하는 이,
듣는 이 모두의 마음을
즐거하게 만들곤 한다.
말하는 이에겐 가장 처음으로
정보 전달 후 ‘뜨거운 반응’에
대한 기대감이, 듣는 이에겐
‘어떤 흥미로운 소식일까?’하는
설렘이 그 이유다.

사고 현장이나, 연예 풍문, 신기한 자연현상, 풍경 등을 누
구에게 어떻게 알릴 것인가 고민한다. 이미 사람들은 삶의
기쁨보다 앓을 나누는 기쁨이 더 크다는 걸 알고 있고, 효
율적인 매체로 SNS를 선택한다. 빠른 콘텐츠 생산이 가능
하고 즉각적인 반응을 보이기 때문이다. 개인 모두가 ‘정보
발신자’가 되는 소셜네트워크 시대에 정보전달 트렌드를 고
려할 때 소셜미디어를 활용해 자발적이며 능동적인 시청자
가 뉴스제작에 참여하는 영상제보는 뉴스콘텐츠 양질에 크
게 기여할 수 있다.

이런 소셜네트워크 시대의 흐름에 발맞추어 아카이브팀은
영상제보시스템에 카카오톡(이하 카톡)을 통한 제보를 추
가해 지난해 12월부터 시범 운영했다. 뉴스(새로운 소식)
를 전하고 싶은 사람들이 YTN이란 언론매체를 통하도록
하나의 창구를 열어 준 셈이다. 먼저 ‘ytnjebo’라는 ID로
계정을 생성했고 현재 600여 명 임직원과 ‘카톡 친구’를 맺
었다. 또한 1:1 쌍방향 커뮤니케이션이라는 특성에 따른
마지막 점검도 마쳤다. 2015년 새해에는 국내의 YTN 시
청자를 대상으로 확대 운영에 들어간다.

최근 연천 드라마세트장 화재사건의 경우, 제보자는 ‘화재
동영상 필요하면 연락해주세요’라는 문자 한 통을 #2424로
보내왔다. 즉각 카톡 1:1채팅을 통해 동영상 촬영여부를
바로 확인했고, 파일크기가 작은 영상은 카톡을 통해, 큰
영상은 메일로 받아 뉴스에 사용할 수 있었다. 지난해 11월
발생한 부산 4부두 선박 화재는 첫 제보자와 카톡으로 접촉
해 그 친구분이 촬영한 다른 영상을 추가로 확보할 수 있었
다. 위의 사례를 통해 소셜미디어의 신속성, 편리성, 확장
성을 영상제보로 활용하려는 기대와 우려 속에 ‘쌩이’ 하나
씩 보이기 시작했다.

소셜미디어인 카톡을 통한 기대 효과는 이렇다. 첫째 친구
한테 사진을 보내듯 YTN으로 사진과 동영상을 너무나도
쉽고 빠르게 보낼 수 있고, 이런 제보 영상으로 기자가 현
장에 도착하기 전까지 방송을 이끌어갈 수 있다는 점이다.
둘째 ‘YTN 영상제보’ 카톡친구는 국내외 곳곳에 배치된
‘현장 통신원’과 같다. 기자 한 명이 직접 취재해 나오는 정
보는 정확할 수는 있어도, 소셜네트워크에서 생산되는 정
보의 다양성과 광범위함을 이길 순 없다. 그만큼 YTN 뉴
스 소재의 공급이 다원화된다는 점이다. 셋째 ‘뻔한’ 기자회견
결과 브리핑보단 ‘입소문의 효과’처럼 일반 시민이 제보한
것에 대한 시청자의 관심과 소구력이 훨씬 높다. 이러한 친
화력은 뉴스에 대한 신뢰로 자연스럽게 연결되는 선순환을
기대하게 만든다.

내가 사건 현장에 있고, 나만 그 현장을 기록하고 있다면
그것은 알릴 가치가 있다. 내가 곧 기자(記者)가 되는 것이
다. 일방적 수용자로서 ‘알 권리’만 있던 시청자는 ‘알릴 권
리’가 부여되면서, 앞으로 시청자와 YTN간 쌍방향 커뮤니
케이션의 단초가 카톡 제보로 시작될 것 기대해 본다.



시네마 레인보우

날씨 아이콘으로 영화 평점을...

최광희 | 시네마 레인보우 진행자, 영화평론가

김호성 웨더 본부장으로부터 영화 프로그램 출연 의뢰를 받은 것은 지난해 4월이었다. 김 본부장은 내게 “날씨를 매개로 엄청난 가지치기가 가능하다”면서 날씨와 연계된 영화 프로그램을 기획해달라고 요청했다. 처음에는 약간 막연했다. 그런데 가만히 생각해 보니 우리의 일상과 가장 가까이 있는 날씨가 영화 속에서 굉장히 중요한 위치를 차지하고 있다는 것을 뒤늦게 깨달았다.

날씨는 영화 속 등장인물들의 심리 상태를 묘사하는 데 동원되기도 하고, 공포 영화에서부터 멜로 드라마까지 장르를 불문하고 다양한 상황을 더욱 극적으로 드러내는 장치로 활용된다. 그렇다면 소개할 영화들이 무궁무진한 것이다! 게다가 날씨를 매개로 추억의 명화들을 다시 곱씹을 기회를 만들 수 있으니, 영화와 날씨라는 매개 고리는 개봉작 소개 위주의 다른 영화 프로그램들과 차별화시킬 수 있는 더없이 좋은 계기였다. 형식적인 면에서도 제작진과 협의해 흥미로운 구성을 취하기로 했다. 내가 이른바 ‘시네마 캐스터’를 자처하면서 기상 캐스터들이 방송을 하는 형식을 슬쩍 흉내 내기로 한 것이다. 이렇게 해서 형식과 내용 양면에서 ‘날씨’를 키워드 삼은 영화 프로그램 ‘시네마 레인보우’가 탄생하였다.



5월부터 방송을 시작하면서, 개봉작을 소개하는 ‘시네마 기상도’ 코너에서는 마치 기상 캐스터처럼 영화의 평점을 날씨 그래픽으로 매겼다. 영화가 추천할만하면 햇볕이 짙게 한 맑은 날씨 아이콘이 뜨고, 그저 그렇거나 별로이면 구름 아이콘을 삽입하는 형식이다. 물론 정말 졸작이라고 판단되는 영화에는 주저 없이 비가 내리는 아이콘을 띄웠다. 심지어 어떤 경우에는 천둥 번개까지 친다. 기존의 별 평점과 차별화되면서 평가의 포인트를 더욱 시각적으로 쉽고도 명료하게 알 수 있어 신선하다는 반응이 돌아왔다. 한편, 날씨와 관련된 추억의 영화들을 소개하는 ‘웨더 시네마’ 코너에서 나는 의도적으로 무성영화의 변사를 연상시키는 톤을 택했다. 역시 주변의 반응이 괜찮았는데, 고무된 제작진은 명색이 영화평론가인 내게 아예 변사 분장을 하라는 엄청난(?) 요구를 해오기도 했다.



이 프로그램이 자리를 잡는 데 빼놓을 수 없는 원동력은, 출연자이자 구성작가인 나와 김하나 피디 등의 제작진이 함께 즐겁게 만들고 있다는 것이다. 나는 나대로 더욱 흥미로운 영화 소개를 위해 영화 평론가에게 관성적으로 따라 붙는 현학적이면서도 근엄한 이미지를 집어 던져 버렸고, 제작진은 세밀하면서도 장난기 섞인 그래픽 화면을 정성껏 준비해 흥미로움을 배가시키려고 노력해왔다. 단순하게 열심히 하는 것을 뛰어넘어 제작진 모두가 프로그램을 만드는 과정을 즐기고 있다는 게 매주 목요일 아침 본방송 때마다 느껴진다. 어쨌든 ‘시네마 레인보우’를 시작한 뒤, 나는 예전보다 영화들을 더 많이 챙겨보아야 한다는 심리적 압박에 시달려야 했다. 웬만한 개봉작 시사회는 일정이 허락하는 한 빠짐없이 챙기고, 주말에는 기억이 가물가물한 옛날 영화들을 다시 감상하는 일도 빈번해졌다. 그러나 이것은 영화평론가를 직업으로 삼은 내겐 당연하게도 매우 즐거운 일이다. 개봉작과 명화들을 골고루 소개하고, 그들 작품을 더욱 흥미롭고도 친근한 형식으로 전달할 수 있으니 ‘시네마 레인보우’는 나의 평론가 인생에서 가장 보람차면서도 중요한 위치를 차지하게 될 것이다. 무엇보다 영화 평론이 그렇게 딱딱하면서도 고리타분한 영역이 아니라는 것을 입증하게 되어 기쁘고 감사하다.



내 손 안의 TV(DMB) 10년, 내일을 위한 도전 하나

Wearable Device
‘웨어러블 디바이스’

이승엽 팀장 | YTN DMB 데이터서비스팀



웨어러블 디바이스란?

옷이나 시계·안경처럼 자유롭게 몸에 착용하고 다닐 수 있는 컴퓨터를 말하며, 소형화·경량화 기반에 음성·동작·위치·센서 등 핵심 기술이 적용된다.

만화 주인공 아톰이 차고 있던 시계에서,

지금은 구글 글라스 발표로 우리에게 친숙한 용어로 다가왔다.

컴퓨터가 데이터의 입력·출력·저장 장치로 시작하였다면 웨어러블 디바이스는 개인-나와 관련된 다양하고 정확한 데이터 추적기(Tracker)로 시작하여 착용을 넘어선 하드웨어와 소프트웨어로 상상하는 만큼 발전할 것이다.



웨어러블 디바이스 산업은 앞으로 다가올 내일을 준비하는 중요한 기술이며, 서비스라는 것을 부인할 수 없다. 글로벌 기업에서 이 분야에 많은 투자를 아끼지 않고있고, 당장의 사업과 시장의 성장을 만들 수는 없지만, 미래에는 그 가치가 크다는 것을 이미 알고 있다. 우리는 글로벌 선두 기업들이 이 시장을 빨리 만들어 주기를 바라고 있다. 삼성과 LG에서 몇몇 제품을 시장에 판매하였으나 반응은 아직 없다. 역시 애플 아이워치가 출시되는 2015년, 올해가 웨어러블 시장의 시작이 될 것이며, 우리는 새롭게 만들어진 시장에서 글로벌 기업과는 차별화된 기술과 시장을 세분화하고 판매처 확보가 가능한 제품 전략으로 공략할 것이다.

지난해 1월, 이동통신사·제조사·유통·판매처의 많은 정보를 기반으로 웨어러블 디바이스 산업에 진입을 위한 준비 작업을 시작으로 7월에는 제품 기획에 착수하여 FGI(Focus Group Interview), 디자인 방향, Target 고객을 포함하는 초안을 만들었다. 또한 제품의 성공을 위해선 Business Value Chain 구성이 중요하기에 우리팀은 제품 기획과 일부 소프트웨어 개발 및 총괄 관리(Project Manager)를 담당하고, 하드웨어 개발·생산·판매·유통 전 분야에 걸쳐 있는 디자인 (기구물)전문 회사를 비즈니스 파트너로 선정했다. 마침내 지난

해 12월 첫 제품이 확정되었다. 그리고 2015년 상반기 개발과 품질검사를 완료하면 하반기에 제품을 출시할 계획이다.

제품 보안상 우리 제품을 현재 시점에 상세히 소개할 수 없지만, 메인 컨셉은 심플 아웃도어 - 스마트워치이며, 차별화 기술로 우리가 보유하고 있는 DGPS 기술을 접목하여 정확한 위치확인(SOS, LBS App 지원 등) 서비스를 기본 스펙으로 하고 있다. 주요 서비스는 Golf(거리 확인, 샷가이드, 스윙폼 분석 등), 개인 내비게이션(등산, 자전거, 길 찾기 등), 알림(전화·문자·메시지 수신 확인, 재난 및 속도) 등의 기능을 제공할 것이다. 제품 디자인은 아웃도어 제품의 투박함을 깬, 세련되고 착용감이 좋으면서 이용형태의 변화(클립과 목걸이 형태)와 밴드 교체를 쉽게 할 수 있게 하였다.

2015년에는 본 제품으로 시장에 진입하고, 현재 기획 중인 제품을 보완하여 2종을 더 출시할 목표를 가지고 있다. 시장과 수익성 분석을 재확인하여 '가지고 싶은' 제품, 구매자 성향의 제품군을 지속적으로 기획하여 라인업을 확대하고, 우리의 내일을 여는 사업 아이템으로 뿌리를 깊게 내릴 것으로 기대한다.





health + life 생활에 건강을 더하다!

이윤지 팀장 | YTN PLUS 헬스 + 라이프팀

100세 시대를 맞아 건강에 대한 관심이 갈수록 높아지고 있습니다.
행복하기 위해 열심히 살아가지만, 그로 인해 몸이 망가진다면 참 허무하겠지요.
하루하루 지금 이 순간이 소중하다는 인식이 퍼지면서
이제는 젊은 층 사이에서도 힐링, 웰빙이 인기인데요.
이러한 흐름을 반영해 건강 프로그램이 우후죽순으로 늘어나면서 때로는 저도 어떤 정보를
받아들여야 할지 혼란이 느껴집니다.

최근 고 신해철 씨의 의료사고 논란과 함께 해당 병원장이 한 종편 건강 프로그램의 고정 패널이었던 것이 드러나 문제가 되기도 했는데... 전문의들이 마스크에 등장해 지나치게 병원을 알리거나 잘못된 치료법을 홍보하는 '쇼닥터', '닥터테이너'에 대한 우려가 커지고 있다.

YTN 헬스 플러스 라이프는 무분별하게 퍼져있는 건강 상식 속에서 알짜배기 정보만을 전하고자 YTN PLUS에서 제작하고 있는 고품격 생활 건강 프로그램이다. 바쁜 직장인들이 짧은 시간 안에 정보를 얻어갈 수 있도록 매회 2분 내외로 제작하여 정보를 담고 있다.

'생활에 건강을 더하다'라는 슬로건을 내걸고 요즘 현대인들에게 특히 흔하게 나타나는 턱관절 장애, 자궁근종, 비염, 자세 불균형 등을 주제로 예방법, 진단법 등을 전하고 있다. 의학 상식뿐 만 아니라 삶을 윤택하게 도와주는 정보들을 식품, 운동, 의상 등 다양하게 부분별로 전할 예정이다. 최근에는 보자기 아티스트 이효재 선생님을 만나고 왔다.

흔히 '이효재 선생님'하면 보자기나 한복을 먼저 떠올리게 되는데 알고 보면 그녀는 책을 사랑하는 시인이기도 하다. 유난히 추웠던 촬영 날, 그녀는 촬영 팀이 춥지 않을까 배려하며 솜으로 화롯불을 만들어주시고 사방이 책으로 가득 둘러싸인 방으로 데려가 달콤한 고구마를 내어주셨는데... 모두가 오순도순 앉아 선생님의 시를 듣던 시간은 그야말로 '힐링 타임'이었다. 보자기가 음식을 오랜 시간 파스하게 데워주듯 한 편의 시는 긴 시간 마음을 따뜻하게 치유해준다고 말하는 그녀는, 살림을 하며 지은 시로 시집을 냈다. '까맣게 탄 냄비 바닥 뽀뽀 닦다 마음 속 딱정이 같이 씻겨 나갔습니다.' 그녀가 지은 「냄비」 시의 전문이다. 짧지만 마음도 같이 후련해 지지 않는지? 시란 꼭 길고 어려운 것이 아니라 우리 주변 모든 것들이 소재가 될 수 있다며 그녀는 우리 모두 꼭 한번 지어보라고 권하기도 했다. 일상의 시 한 편으로 마음의 건강뿐 아니라 몸의 건강까지 챙겨보는 건 어떨까?

헬스 플러스 라이프는 지난해 12월 첫 방송을 시작으로 YTN, YTN Science, YTN Weather, YTN World, YTN DMB 등에 방송되고 있는데요. 시청자들이 뉴스도 보고 몸과 마음의 건강까지 챙길 수 있도록 팀원들과 온 정성을 다해 만들어가겠습니다. 헬스 플러스 라이프 많이 사랑해주세요!





〈일월용호도〉 200x100cm, Acrylic on canvas, 2011

민화를 텃밭으로 한 경계 넘기와 기억플레이

홍경한 미술평론가 | 경향아티클 편집장

작가 홍지연의 작업을 관통하는 표상은 민화이다. 주택사의 발달과 더불어 발전하였고 집안의 장식이나 행운을 비는 목적으로 사용되었던 실용성 강한 그림인 민화가 홍지연 작품의 주된 기표로 등장하고 있는 셈이다. 내적으로도 그의 그림은 민화의 특성을 따른다. 즉, 현세에서의 행복을 비는 우리들의 솔직하고 소박한 심정이 기교 없이 들어 있던 옛 그림의 양식을 접목하고 있을 뿐만 아니라, 자연과 인간 삶에 대한 사랑과 친근감이 잘 나타나 있다는 점, 익살스럽고 소박한 형태를 가지며 희망적이고 정감 어리다는 사실에서도 작가의 작품은 민화의 그것과 맞닿아 있다는 것이다.

실제로 작가의 그림에서 전통 민화 속 등장하는 각양각색의 이미지를 발견하는 건 어렵지 않다. 봉황, 호랑이, 해태, 연꽃, 토끼, 닭, 거북이, 매화, 모란 등의 각종 문양과 동식물들이 수놓아지고 주제나 표현의 자유로움, 단순화하거나 과장된 표현법, 다원적, 다시점의 도식, 대범한 경향과 관조적인 형식을 활용한 원색의 강렬함 등의 조형원리에서도 그의 작품은 민화가 지니는 여러 가지 특징들을 수용하고 있다.

하지만 온전히 습득된 민화의 가치만을 좇지는 않는다는 것이 다른 작가

와의 차별점이다. 그보단 현대적인 번안 혹은 번역으로써의 예술성을 감지할 수 있다는 것이 옳다. 일례로 홍지연 작품에선 현대인들의 다양성이 작가 자신의 의도 아래 접목되고 있음을 알 수 있다. 이 다양성은 전통적인 것과 현대적인 것, 민화적인 소재와 당대 일상적인 소재가 어우러진 상태로 발현되며, 이는 원색적이고 화려한 색채를 통해 구축된다.

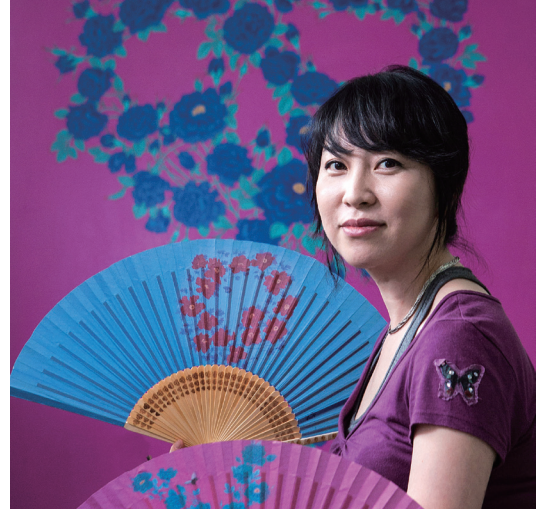
대표적인 사례가 〈Stuffed Flower Series〉(2007) 시리즈에서부터 십이지간을 작가의 의도에 맞게 재조립한 〈The Stuffed Chicken〉(2007) 연작 등이다.

절 만(卍)자를 형상화한 〈Emblems—Peony fylfot〉(2008)를 비롯한 일련의 작품들, 그리고 십자가를 꽃으로 채운 〈Emblems—Rose cross〉(2008), 사랑의 이미지를 도식화한 〈Moving Heart〉(2009) 등에서도 변함없이 작가만의 탈구축적 경향은 이어진다. 때론 생사의 문제까지 언급하는 이 모든 작품은 단순히 옛 그림을 전수받아 묘사하거나 재연하는 데 그치는 것이 아니라 작가의 시각에서 재해석한 것으로 서양화에 가까운, 그러면서도 동시대적인 도식으로 전개하며 새로운 민화로 탈바꿈시키고 있다.

그러나 홍지연 작업에서 무엇보다 흥미로운 건, 시공에 대한 단상과 기억의 단초를 제공한다는 점이며, 나아가 작가 자신을 둘러싼 삶의 사유가 배어 있다는 사실이다.

때문에 그의 그림들은 현실성을 띠다가도 또 다른 측면에 드리운 사고의 촉매를 건드려야만 작업의 본질을 열람할 수 있다. 이는 흡사 시공이 따로 없고 과거와 현재, 어제와 오늘, 전통과 현재(민화적 차용과 현대적 번안), 멈춤과 지속이 동시에 유효한 것과 같다. 그런 차원에서 홍지연의 작업은 반복과 축원을 기원했던 우리 민화가 내재하고 있는 진정성, 겉으로 잘 드러나지 않는 초월의 의미를 지닌 기표임이 틀림없다.

이번에 선보이는 YTN 표지 작품도 그 연장선상에 놓인다. 임금이 앉는 용상의 뒤편을 장식한 그림인 일월도(日月圖) 또는 일월오봉산도(日月五峯山圖)를 배치해 정론을 지향하는 언론으로서의 위엄을 지정하고, 두 마리의 새를 통해 행복과 복을 기원하는 동시에 비상하는 매체의 의미를 수록했다. 특히 달 문양을 YTN 로고로 대신한 부분은 채지 있는 설정이랄 수 있다. 새해를 맞이하는 세상을 향한 참되고 값진 기원의 의미가 깃들어 있음은 두말할 필요가 없다.



홍 지 연 Hong Ji Yeun • 홍익대학교 미술대학 회화과 및 동 대학원 졸업 / • 개인전 7회, 국내외 그룹전 90여회 / • 주요작품소장처: 주 스페인 대한민국 대사관, 주 스리랑카 대한민국 대사관, 하나은행, 겐조 코리아, 아모레 퍼시픽, 대한민국 국회 의사당, 몬트리올 현대 미술관(Musée d'art contemporain de Montréal), 슈에무라 뉴욕(Shuueamura Newyork), 네이버, 제주 롯데 아트 빌라스, 세라톤 서울 디큐브 호텔, 울산 대법원 외 개인 소장 다수 / • 정충아트파크 아틀리에 입주 작가, 뉴욕 소더비 작품 경매 • 월간 아트인 컬처, 행복이 가득한 집, 김지하 시집 〈못난 시들〉, 유한양행 사보 〈건강의 벗〉 표지 작가 • 문화 관광 부 해외 홍보 책자 및 한국 머크 지원 올해의 작가 선정 / • 콜라보레이션: LG 후(비침) 자생 에센스 리미티드(에디션), 뉴욕 슈에무라 Shuueamura-USA 신상품 론칭 이미지, 제주 롯데 아트빌라스 로비 작품 설치, 포탈 네이버 로고아트 프로젝트 〈추석에 만난 작가〉, 서울시장매 감사패 수상

〈Total Stuffing〉 194x130cm, Acrylic on canvas, 2012

〈우중대화 Conversation in the Rain〉 53x45cm, Acrylic on canvas, 2012



365일, 원 없이 웃고 싶은 남자! 김영수 앵커

1994년 YTN에 입사해 정치, 경제, 사회부 기자를 거치며 YTN의 대표 앵커로 자리매김한 엘리트 앵커. 하지만 그 이면에는 소탈한 웃음의 아저씨가 숨겨져 있다. 반전 매력의 이 남자! 더욱 궁금하지 않은가?

정리: 김시호 | 방송작가

| 협찬 |

장소 / **Creta** 크레타 스튜디오
www.icreta.com, 02-3142-0010 / 0070
촬영 / 전경현 대표

평일 오후 6시부터 8시 30분, 총 80분이란 긴 시간동안 능숙한 진행으로 시청자들의 눈을 사로잡는 앵커가 있다. '뉴스통(通)'의 김영수 앵커. 차가운 도시 남자일 거란 예상과 달리 촬영 현장에서 그는 시종일관 어린아이처럼 함박웃음을 지었다. 냉철한 카리스마의 김영수 앵커에게 이런 면이?

“앵커라 방송에서 한 번도 웃지를 못해요. ‘앵커의 변신’을 통해 원 없이 웃었고, 앞으로도 뉴스 진행을 안 할 때는 늘 행복하게 웃고 싶어요.”

Q. 김영수 앵커도 카메라 앞에서 떨거나 실수한 적이 있나?

지금도 크고 작은 실수를 하고 있다.(^^;) 매일 이슈별로 뉴스를 정리하고 있지만, 충분히 이슈 업데이트 준 비가 되지 않았을 때는 긴장한다.

Q. 뉴스를 전달할 때 가장 중요하게 생각하는 것?

공정한 진행. 정치적 중립성이라고 생각한다. 그래야 앵커의 생명인 신뢰성도 높아진다.

Q. ‘뉴스 통’이 시청자에게 다가가는 법?

News통의 통(通)은 ‘소통하다’의 통이면서도, ‘깨뚫다, 넓게 아우르다, 건다, 보급하다, 담다’의 뜻도 함께 갖고 있다. 시청자에게 단편적인 뉴스가 아닌 이슈를 꿰뚫을 수 있고 넓게 이해할 수 있도록 뉴스를 좀 더 깊이 있게 전해 드리려고 노력하고 있다.

“다양한 취재 경력은 속보 전달 시에 상.아.있.는. 질문을 던질 수 있는 배경이 됩니다.”

Q. 기자 시절, 가장 영향력 있었던 보도?

2003년 초 경제부 기자 시절, ‘SK 그룹 최태원 회장의 계열사 지분 불법 확대’ 보도로 기자협회에서 ‘이달의 기자상’

을 받았다. 이후 재벌그룹 오너가문 출신 최 회장이 분식회계로 구속되면서 사회적 파장이 컸었다.

그 밖에 기억에 남는 보도는 1995년 사회부 기자 시절, 삼풍백화점 붕괴사고 취재가 아직도 생생하다. 제보를 받고 그날 오후에 도착한 뒤 한 달 넘게 현장에서 살다시피 했다. 무너진 당일 겹도 없이 붕괴된 백화점 지하로 들어가 두 눈으로 확인한 끔찍했던 사고 현장을 지금도 잊을 수 없다.

Q. 자신만의 꿈을 실현하는 비결이 있다면?

늘 부족하다고 생각해서 남들보다 더 노력하고 또 노력한다. 난 “간절히 원하면 무엇이든 이루어진다”는 격언을 믿는다. 그래서 늘 간절한 마음으로 원하고, 작은 꿈부터 큰 꿈까지 늘 소원한다. 그리고 매사에 감사하려고 노력하는 마음!

Q. 언론인이 되고자하는 수많은 후배, 미래를 고민하는 이들에게 응원 메시지

“세상의 소금이 되겠다는 각오로 과감히 도전하십시오! 지금 선배 언론인들이 하지 못하는 더 큰 언론의 역할, 바로 당신이 해낼 수 있을 거라 믿습니다.”

최근 미생들의 최고 관심사는?

우희석 | 보도국 그래픽팀

“신년 운세”

新年運勢



지난해 직장인들 사이에서 선풍적인 인기를 끌었던 드라마가 있다. ‘미생(未生)’. 그렇다면 2015년의 최고 관심사는 무엇일까? 바로 ‘신년 운세’다. 포털 사이트에는 직장인 인기 검색어로 ‘생년월일 운세’가 1위에 오르고, 한 항공사에서는 2015년 신년 운세를 공짜로 봐준다고 선언해 화제다. 직장, 재물, 가족, 건강, 애정... 어느 하나 궁금하지 않은 것이 없는 운세. 2015년 을미년을 맞아 신년 운세에 한창 궁금증 돋은 YTN 미생들을 위해 그래픽팀 입사 만 3년 차, ‘신년 운세의 달인’ 우희석 씨를 만나 봤다.

사주카페에서 아르바이트로 주방 일을 했다. 그런데 역술인이 사주를 보더니 ‘신기’가 있다며 나중에 신 내림을 받으란다. 이 얼마나 황당한 일인가! 우희석 씨는 이렇게 처음 ‘명리학’에 관심을 두게 됐다. 역술인 뿐 아니라 사주를 보는 족족 신 내림을 받으라니, 대체 자신의 사주가 어떻게 그런 소리를 하는지 궁금해 공부를 시작한 것이 발단이었다.

몇 년을 열심히 공부해 직접 사주를 봤더니 다행히(?) 그 사람들의 말처럼 ‘신기’는 없었다.

그때부터 명리학의 매력에 빠지기 시작했다. 인간과 사회를 음양오행의 기호로 이해하고 분석하는 명리학. 인간과 사회를 이해하는 지식과 혜안이 없으면 안 된다. 예를 들어 예술가의 운명을 가진 사주를 눈앞에 보더라도 예술이 어떠한 원리로 음양오행으로 기호화될 수 있는가에 대한 안목이 없으면 사주를 정확히 보는 것이 힘들기 때문이다. 이런 부분들을 고민하면서 주변 사람들의 사주를 봐주기 시작하니 시야도 넓어지고 재미있었다. 얼마나 깊이 봤는지 재밌는 에피소드도 종종 생긴다.

길을 걷다 “도를 아십니까?” 물어오는 사람들을 만났다.
우희석 씨는 되레 이들을 가르치기 시작한다. “저도 역학을 좀 하는데 그 말씀은 옳지 않다. 자평진전(격국)이 어찌구, 난간망(조후)이 저찌구~” 이렇게 나름의 논리를 설명하면 그쪽에서 황당해 하며 비껴간다.

이렇게 우연한 계기(?)로 얻은 재주는 현재 직장생활에 요긴하게 쓰이고 있다. 동료들에게 공짜 사주를 봐주니 사람들의 반응이 폭발적이다. 가장 큰 성수기는 연말연초인데, 보통 제 짝이 없는 사람들이 외로움을 이기지 못하고 제일 많이 우희석 씨를 찾는다. 때로는 실력을 테스트하겠다고 사주 몇 개를 뽑아와 누가 미인인지 맞춰보라는 황당한 질문도 받는다.

작은 재능으로 YTN에 활기를 불어넣고 있는 우희석 씨.
완생(完生)이 되고 싶은 미생(未生)들이여!
밤잠 못 이루는 고민이 있는가?
일상에서 찰나의 위안을 얻고 싶은가?
그럼 그를 찾아가 보는 건 어떨까?

정리: 김시호 | 방송작가



‘신의 물방울’로 디오니소스의 축제를...

함께 해서 각별한 와스티엔...
와인에 취하고 사람에게 취하고...

신현준 기자 | 보도국 정치부



약 10년 전, ‘와인’ 그녀의 첫인상은 내겐 썩 좋지는 않았다. 분위기는 잊었지만, 맛이 정말 술, 이상하게 취하는 술 정도였다. 하지만 만나면 만발수록 나는 점차 그녀의 매력에 흠뻑 빠져들었다. 이제는 와인 로마주의 경계에까지 이르렀다고 할까?

와인은 인류역사상 가장 오래된 술이다. 포도나무 밑에서 자연 발효된 포도즙을 원숭이가 먹고 취한 것을 보고 만들기 시작했다는 유래도 있다. 하지만 약 7,000년 전 소아시아 지방(지금의 터키)에서 시작됐다는 학설이 유력하다. 이후 와인은 그리스와 로마로 퍼져나갔고 교회 성찬주로 사용되면서 유럽 전역으로 확산되어 전성기를 맞는다. 와인의 역사는 이처럼 유럽의 역사와 밀접하게 맞닿아 있다. 영국과 프랑스는 유명 와인산지 보르도

지역을 놓고 100년 전쟁을 벌였고, 이 전쟁의 영웅 탈보 장군을 기린 와인이 만들어지기도 했다. 이 와인이 바로 거스 히딩크 감독이 즐겨 유명해진 ‘샤토 탈보’이다. 물론 이런 시시콜콜한 역사를 공부해야만 와인을 마실 수 있는 것은 아니다. 이보다 더 중요한 것은 와인을 오감으로 느끼는 것이다. 방법은 간단하다. 첫 번째는 시각. 눈으로 와인의 영롱한 빛깔을 감상해보자. 흰 종이 위에 비스듬히 잔을 기울여 관찰하면 색이 더 또렷하게 다가온다. 두 번째는 청각으로 와인 잔을 부딪쳐 나는 ‘쟁그랑’ 소리를 들어본다. 맑고 좋은 잔일수록 맑고 청량한 소리가 난다. 세 번째는 가장 중요하다고 할 수 있는 후각이다. 잔을 흔들며 향이 올라오도록 한 뒤 느껴보자. 굳이 오크 향, 블랙베리 향, 자두 향을 구분할 필요는 없다. 다음은 촉각으로 혀의 미각과 촉각 세포를 동원해 바디감(묵직한 정도)과 탄닌(떫은 맛), 산도 등을 체크해보자. 마지막은 가장 복잡한 향 ‘부케’이다. 입안 깊숙한 안쪽에서 올라오는 와인의 2차향인

데 와인을 머금은 채 입안으로 공기를 흡입해 보면 느낄 수 있다. 와인을 시음할 때 후루룩 후루룩 공기를 빨아들이는 것도 이 부케 향을 더 잘 느끼기 위해서이다. 좋은 와인 한 잔을 1~2시간에 걸쳐 마시면서 시시각각 변하는 오감에 대해 토론하는 것은 선택사항이다.

만약 와인을 폭탄주 마시듯 단숨에 마신다면 이런 즐거움을 모두 놓치게 된다. 한 병에 수백만 원하는 고급 와인을 ‘원샷’ 했다는 호기 어린 무용담은 결코 자랑이 아니다. 와인은 ‘술’이 아닌 ‘문화’이고 ‘예술’이기 때문이다. 아는 만큼

맛있다. 오감이 즐겁다. 하지만 와인이 더 특별한 이유는 함께할수록 더 각별하기 때문이다. 혼자 마시면 똑같은 와인 한 병을 마셔야 하지만 6~8명 정도가 모이면 스파클링, 화이트, 레드, 디저트 와인을 음식에 맞추어 골고루 맛볼 수 있다. 음식과 궁합이 잘 맞는다는 속칭 ‘마리아주’다. 함께 하는 이들과의 교감은 보너스다. 소크라테스가 “사람의 성격을 부드럽게 해주고 기쁨을 되찾아 주며 죽어가는 생명을 일으켜 세운다.”고 와인을 예찬한 것도 이 때문일까?

YTN 와인동호회 ‘와인티엔’은(회원 수 40여 명) 와인과 사람(人)의 향에 흠뻑 빠져 볼 새내기 멤버들을 기다리고 있다.

‘신의 물방울’로 디오니소스의 축제를 펼쳐보자.
아직도 와인을 모르신다면
당신은 인생의 큰 즐거움 하나를 모르는 것이다.



보도국장_상수종 | 취재부국장_이동현 | 사회부장_류제웅
 강희경 | 김승환 | 차유정 | 최두희 | 최민기 그리고 나현호 | 이윤재
 데스크_오정곤 | 시경캡_이대건 | 일진_정유진 · 홍석근 · 김대근 · 이윤재 · 이형원 · 최원석 · 우철희 · 나연수 · 임성호 · 한연희 · 최아영 · 한동오 · 김경수



사회부
 2014년 11월 17일 첫 출근!!



각색 / 카툰_최재용 차장 | 홍보시청자팀

2015년 1월 1일, 입사 45일차.
 어릴 적부터 꿈 꾸던 'YTN 기자'가 됐다는 게 믿어져?
 327.6대1의 숨막히는 경쟁률도 경마장의 말처럼 앞만 보고 달려온 내겐, 그저 넘어야 할 장애물이었을 뿐이야.
 YTN 엘리베이터의 버튼을 누를 때의 그 짜릿한 첫 느낌, 아마 영원히 잊지 못할 거야.
 하지만 그땐 알지 못했지.
 엘리베이터에 올라탔다고 저절로 기자가 되는 게 아니라는 걸...
 진짜 시작은 지금부터라는 걸...
 “설마 죽이기야 하겠어? 선배님들 기다려. 내일은 나도 YTN 기자야.”

YTN 동키호레.
어제는 흥보팀 대리~오늘은 수습기자~
때로는 무모하게~ 때로는 미련하게~

최두희
| 서른

백수생활 안녕~~~
세상의 쓴맛을 달달하게 바꾸고픈
초딩 입맛.

김승환
| 스물아홉

YGN 이종석, YTN 최민기
갑갑한 세상에 거침없이 하이킥을
날려주마!!!

최민기
| 스물여덟

지치지 않는 에너지이저,
지금까지는 몸풀기에 불과했지.
전투 준비는 끝났다!!

강희경 | 스물셋

유리멘탈에서 차돌멘탈로~
YTN 차돌이, 차기자 화이팅!!!

차유정 | 스물넷

어서들
올라와~

‘애 아범’ 대구지국 메서방. “어디로
될지는 마누라도 모르고, 열라도
모른데이~”

이윤재 | 서른둘

친화력 ‘짱’ 광주지국 나훈아.
”나~가 생긴 건 이래도 겁나 빠르지라.
속보 걱정?
불들어 매드라고 잉~”

나현호
| 서른하나

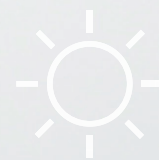
YTN
기
자
로
가
는
계
단

YTN SIDE 33

Weather News

날씨는 뉴스다

이진우 본부장 | 웨더뉴스 글로벌 콘텐츠 본부



weathernews

"Weather Never Sleeps",
한순간도 멈추지 않는 우리 머리 위의 하늘 모습,
바로 날씨를 이해하는데 적합한 표현 중의 하나이다.

전 세계의

각종 산업분야에 필요한 맞춤형 서비스를 제공하는 세계 최대의 Full Serviced Weather Company, 바로 웨더뉴스이다. 일본과 미국, 네덜란드에 글로벌 센터를 두고 있으며, 전 세계 30여 개 도시에 거점을 둔 웨더뉴스는 각종 악천후 속에서 최종 목적지까지 가장 안전한 루트를 제공하는 항공 컨설팅 서비스나 선박 컨설팅 서비스와 도로철도 등의 육상 서비스를 메인으로 하는 BtoB, 모바일과 인터넷, 방송 사업을 주축으로 하는 BtoC파트 등 크게 세 분야로 나누어져 있다.

웨더뉴스의 글로벌 센터에서는 1년 365일 전 세계의 바다를 항해하는 70%의 선박, 그리고 30여 개의 항공사에 날씨 정보 컨설팅 서비스를 제공하고 있으며, 모바일을 통해 전 세계 각지에서 일반 모바일 유저들로부터 하루 약 3만여 통의 날씨 리포트가 도착한다. 기존의 날씨 서비스가 "단순히 데이터를 전달"하는 단방향적인 서비스였다면, 웨더뉴스는 2004년부터 모바일을 통해 일반 유저들이 보내오는 날씨 사진과 체감 정보 등을 수집해 각 로컬의 날씨 예보에 중요한 정보로 활용함으로써 양방향 날씨서비스를 실현하고 있다. 이를 통해 더 정확한 예보를 생산해 낸과 동시에 User-Friendly한 서비스를 만들어 제공하고 있다. 또한, 각종 특화된 서비스를 제공하기 위해 세계 최초로 민간 기상회사로서 기상위성을 보유하고 있음은 물론, 현재 일본 지역에 설치되어 있는 비구름과 지진

해일 레이더와 같은 기상 관련 첨단 인프라 구축을 가까운 시일 내에 전 세계로 확대 시행할 계획을 세우고 있다.

특히 한국에서는 2005년 1월, 국내 최초로 모바일 전용 날씨 방송을 시작해 "웨더자키"라는 이름의 모바일 전용 기상캐스터를 등용해 딱딱하고 어렵기만 했던 날씨 콘텐츠를 보다 친근하고 쉽게 접할 수 있도록 하는 계기를 마련하기도 했으며, 이때 웨더자키로 활약했던 많은 캐스터들이 현재 국내 지상파 3사를 포함해 많은 주요 방송사에서 실력 있는 기상캐스터로 활약을 이어가고 있다. 지난 2011년부터는 한국에서 좀 더 본격적인 사업을 전개해 가면서 시청자와 실시간 소통하는 방식의 신개념 날씨 방송이었던 "u소라이브코리아(소라이브: 하늘라이브)"를 통해 시청자와 더 가까운 거리에서 소통하는 모바일과 인터넷 전용 버라이어티 날씨 방송을 시작했으며, 지난해 9월에는 YTN웨더와 MOU를 체결해 "글로벌한 하늘 콘텐츠"와 날씨정보를 테마로 하는 "u서니콤TV"를 새롭게 시작했다.

새롭게 도약하는 2015년, 앞으로 YTN웨더가 가진 훌륭한 방송 인프라와 글로벌 날씨 회사인 웨더뉴스의 각종 콘텐츠가 멋진 조화를 이루며 다방면에 걸쳐 좋은 협력의 결실을 이루어 가기를 기대해 본다.

웨더뉴스 대표이사 쿠사비라키 치히토

새해에는 양사가 다양한 협업을 실현시켜 비즈니스적으로도 결실을 볼 수 있는 한 해가 되었으면 합니다. 새해 복 많이 받으시고 앞으로도 잘 부탁드립니다.





청소년발명기자단, YTN과 손잡다

유태수 부장 | 한국발명진흥회 평생교육부

특허청과 함께 한국발명진흥회는 창의적·미래지향적 인재 육성을 위해 다양한 유형의 사업들을 진행하고 있다. 그중에서도 특히 '특허청 청소년발명기자단'을 지난 2005년부터 10년째 운영하여 학생들의 창의·발명교육과 다양한 체험활동을 지원하고 있다. 하지만 발명 '기자단'이라는 이름을 달고 '기자'에 관한 교육, 즉 언론에 관한 교육을 충분하게 제공하지 못한 것이 그동안 항상 마음에 걸렸던 것이다. 이러한 고민에 골머리를 앓던 때에 한국의 뉴스채널, YTN이 손을 내밀어 주었다. 지난해 7월, YTN의 도움을 받아 우리 청소년 발명기자단 학생들이 YTN 뉴스퀘어의 스튜디오와 방송현장을 체험하는 색다른 경험을 하게 됐다. 참가 학생들의 반응이 정말 뜨거웠다. 참가자를 선정하기 위한 경쟁률도 가장 높았으며, 2시간 남짓의 짧은 시간이었지만, 학기 중이었음에도 불구하고 멀리 제주도와 부산에서도 YTN 견학을 위해 참가한 학생도 있었을 정도였다.

그래서 올해부터는 YTN과 함께 발명기자단 운영에 좀 더 내실을 기하기로 했다. 지난해 10월 23일, YTN, 특허청, 그리고 한국발명진흥회가 3자 업무협약을 체결했다. 업무협약을 통해 전 국민적인 발명문화 조성, 지식재산의 중요성에 대한 인식 제고를 위해 함께 노력하기로 약속한 것이다. 발명기자단 학생들을 위한 교육에 대한민국 최고의 뉴스채널, YTN이 동참하기로 했다는 점에 매우 기쁘다. 한 마디로 천군만마를 얻은 것처럼 힘이 되었다.

발명진흥원에서는 전 직원이 발로 뛰어 발명기자단 학생들이 많은 것을 보고 느낄 수 있도록 여러 가지 프로그램과 행사를 운영할 계획이다. 특히 앞으로 YTN과 함께 더 다양화된 교육을 학생들에게 제공해보고 싶다. 학생들과 함께 YTN을 견학하면서, '기자단'으로서 해야 할 일에 대해 직접 보고 느낄 수 있게 한다면 학생들에게는 소중한 시간이 될 것이다. 현장에서 종사하시는 분들의 생생한 이야기와 몇 마디 조언이 곁들여진

다면 그 소중함은 배가 될 것이다. 여건이 된다면 일부 학생들을 선발하여 여러 차례 만남의 장을 갖게 하여 새로운 형태의 교육을 제공하고 싶다. 일정 기간 현업 언론인들과의 정기적인 만남의 자리를 마련하여 실제 뉴스 현장의 이야기를 들으면서, 직접 기사도 작성해보고, 부여해준 과제를 직접 수행하기도 하며, 최종적으로는 촬영과 보도를 함께 진행함으로써 보도 콘텐츠를 제작하는 일련의 과정을 거친다면 청소년 '기자단'으로서 역량이 부족 성장할 것이다.

이와 같은 저희의 계획에 YTN이 날개를 달아주리라 믿고 있다. 지난해 7월의 견학이 비록 2시간의 짧은 시간과 단 몇 마디의 대화였지만 학생들이 보인 반응이 열성적이었던 것처럼, 현장에 계시는 YTN 분들과 함께하는 짧은 시간이 학생들의 미래에 가져올 긍정적인 변화는 누구도 측정할 수 없을 것이다. 물론 한 해 만여 명에 가까운 발명기자단 개개인들이 YTN의 미래 시청자가 되리라는 것은 두말할 필요 없다는 생각도 든다. 필자는 미래 우리나라를 이끌어갈 창의적인 인재의 모습을 발명기자단 학생들처럼 발명을 사랑하는 학생들에게서 찾아보곤 하는데, 발명은 인간의 창조적 능력의 산물이고 또한 발명은 새로운 세상을 바라보는 시각을 제공하기 때문이다. 대화를 나눠보면 발명기자단 학생들의 기발한 발상과 무언가에 집중하는 모습에 깜짝 놀랄 때가 많다. YTN 임직원 여러분이 보내주신 응원과 도움에 충분히 응답할 만큼의 열정을 기자단 학생들이 보여드릴 것이며, 또한 그 무한한 발전이 미래 대한민국 성장의 동력이 될 것이라 확신한다.

올해 진행될 우리 발명기자단 운영에 많은 분께서 응원해주시고, 참가해주시기를 부탁드립니다.

한국발명진흥회는 발명진흥사업을 체계적으로 추진하고 국내 지식재산사업을 보호·육성해 국가 경쟁력 강화에 이바지하고자 「발명진흥법」 제52조에 의해 설립된 공공기관이다.

2014 영광의 순간들



미디어 어워드

YTN, 공정성 부문 8년 연속 1위 수상
(사)미디어미래연구소
12.16

독일 레드닷 디자인 어워드
신사옥 TF팀 (서정호)
10.24



이달의 PD상

김우성PD (YTN라디오 뉴스제작팀)
한국PD연합회
10.30



올해의 방송기자상

뉴스 부문 특별상
김범환 본부장 (전국부 호남취재본부)
한국방송기자클럽 / 12.12

미디어 어워드
유료방송 콘텐츠 우수상
사이언스 TV본부
(사)미디어미래연구소
12.16



공명선거관리 유공 포상

국민훈장 동백장 / 김 백 상무 / 중앙선거관리위원회 / 11.17





구성 : 이은비 | 모바일PJ팀
카툰 : 최재용 | 홍보·시청자팀



양평해장국 〈해장국을 위해 술을 마셨다!〉

술 먹은 다음 날 생각나는 건 뭐다? 속이 썩 내려가는 얼크~은한 해장국 한 그릇! 많고 많은 해장국 중에 왜 널리고 널린 양평 해장국집이 나고? 이름만 같다고 다 똑같은 해장국 집이겠는가? 맛만큼은 독보적! 양평 해장국은 소의 내장과 선지! 그리고 시원하고 칼칼한 국물의 조화가 일품. 기본 양평 해장국보다 좀 더 얼큰한 맛을 원한다면? 고추기름과 청양고추를 기호대로 마구마구 투하시켜라. 벌~건 국물보다는 속이 편안해지는 순한 국물을 선호한다면! 콩나물국밥과 우거지선지해장국을 추천! 깔끔하고 시원한 맛을 느낄 수 있다! 전날 술을 마시지 않은 게 후회될 정도의 얼큰함을 느끼러~ 양평 해장국 한 뚝배기 합시다요!

- ▶ **영업시간** : 24시
- ▶ **위치** : 서울 마포구 상암동 115-1
- ▶ **간단 위치** : 상암초등학교 맞은 편 우체국 근처
- ▶ **문의** : 02-304-3043
- ▶ **메뉴** : (특)양평해장국 만 원, 양평해장국 7천 원, 우거지선지해장국 7천 원, 콩나물해장국 7천 원, 내장탕 9천 원 등



교동 전 선생 〈찌개 시켰는데 '전'이 나오네?〉

그저 평범한 밥집은 가라! 싸고 맛있고 반찬마저 특별한 밥집을 소개한다. 기름 냄새가 풀풀나는 이곳은 저녁 시간대엔 전과 막걸리를! 점심 또한 전과 맛있는 밥을 먹을 수 있는 곳! 식사 메뉴로는 총 5가지 메뉴로 단출하지만 무엇을 시키건 인원수 대로 깻잎 전, 명태 전, 버섯 전 등 총 '5가지 전'이 주 메뉴가 나오기도 전에 상을 가득 채운다. 한 점 두 점 전을 먹고 있으면 넓적한 사발에 밥이 나오는데 밥은 무한리필이니 밥 양에 대한 걱정은 떨쳐버릴 것! 많은 메뉴 중에서도 고추장 불고기 정식은 이 집의 인기메뉴! 독배기 안에 실한 고기가 가득 들어 있는 짜지도 싱겁지도 않은 적당한 간이 밥을 술술 들어가게 한다. 흔히 볼 수 없는 해물 계란찜 정식은 뽀얀 달걀을 한 손가락 퍼먹을 때마다 숨어있는 해물들을 찾아 먹는 재미도 쏠쏠! 그래서 오늘 점심은? 무한보충 밥에 정갈하게 부쳐낸 전까지 덤으로 나오는 '교동 전 선생'이 답이다.

- ▶ **영업시간** : 11:00~24:00(브레이크 타임)15:00~17:00,



김영섭 초밥 〈달인의 초밥은 뭐가 달라도 다르다!〉

가격만 저렴하면 뭐하나~? 딱 그 가격 같은 맛인데! 가격도 적당하고 신선하고 맛도 좋고 게다가 명성까지 있는 초밥이 있다면? 바로 '김영섭 초밥'이다. 10월 초에 오픈한 따끈따끈한 신생 맛집인 김영섭 초밥에서는 생활의 달인 프로그램에서 '최강 달인' 타이틀을 거머쥔 주인장이 직접 만든 초밥을 맛 볼 수 있다! 저렴한 가격에 적당히 배부르게 먹고 싶다면 '김영섭 초밥'을 추천한다. 김영섭 초밥은 광어, 연어, 참치 외 그 날 그 날 바뀌는 오늘의 초밥을 포함한 총 11개의 초밥이 등장! 입에서 살살 녹는 회의 신선함과 두툼하면서도 긴 크기도 압권! 거기에 반우동까지 곁들이면 안심맛츠이다. 일반적인 메뉴보단 조금 더 특별한 초밥을 맛보고 싶다면? 달인 세트를 선택하자! 김영섭 초밥과 같은 구성에 오늘의 초밥 1개 더 추가! 그리고 통통하게 살이 오른 커다란 새우튀김까지! 완벽한 식사가 될 것! 제대로된 초밥을 맛보고 싶다면? 달인에게 가자~!

- ▶ **영업시간** : 11:20~24:00(브레이크 타임 15:00~17:00), 주말有(10:00~24:00)
- ▶ **위치** : 서울 마포구 월드컵북로 352-18 1층
- ▶ **간단 위치** : YTN 후문 왼쪽 맞은편 골목도입부
- ▶ **문의** : 02-3152-0900
- ▶ **메뉴** : 김영섭 초밥(초밥 11p+반우동+죽) 9천9백 원, 달인 세트(초밥 24p+새우튀김 2p+반우동+죽), 광어 초밥 만3천 원, 새우튀김 3천 원



영화 _ 내부자들

제작 : ㈜내부자들 문화전문회사
감독 : 우민호
출연 : 이병헌, 조승우, 백윤식 등
개봉 : 상반기 예정



영화 _ 히말라야

제작 : ㈜제이케이필름
감독 : 이석훈
출연 : 황정민, 정우 등
개봉 : 하반기 예정

영화 _ 돌연변이

제작 : ㈜영화사 우상
감독 : 권오광
출연 : 이천희, 이광수, 박보영 등
개봉 : 여름 예정



영화 _ 오피스

제작 : ㈜영화사 꽃
감독 : 홍원찬
출연 : 박성웅, 고아성 등
개봉 : 7월 예정

NOTICE BOARD

휴직 홍상희 보도국 2014.11.1 / 교재형 제주지국 2014.11.9 복직 박신윤 편집4부 2014.11.1 / 강은정 재무회계팀, 이광연 편집3팀 2015.1.1 전환 백선기 영상아카이브팀 2014.11.1 전보 박신윤 문화사회정책부, 이귀영 편집위원 2014.11.3 / 신현민 재무회계팀 2014.11.24 / 우정균 심의팀, 정유신 소프츠부, 권석재 영상편집부 2014.12.8 / 이윤재 대구지국, 나현호 광주지국, 하정원 미래전략팀, 강창국 정보시스템팀, 강은정 인사팀, 김세명 총무팀, 정상일 자선운영팀, 이규일 구매팀, 김호석 광고운영팀, 백성기 콘텐츠사업팀, 김범환 광주지국 지국장, 이인배 광주지국, 이광연 앵커팀, 양준모 영상취재1부 2015. 1.2 입사 하만환 중계부 2014.11.4 / 이관인 영상편집부 2014.11.10 / 오승용 편성팀 2014.11.13 / 강희경, 차유정, 최두희, 최민기 보도국 2014.11.17 / 김승환 보도국 2014.11.21 퇴사 김병철 총무팀, 이병균 자선운영팀, 이선희 타워운영팀(신), 박주익 부산지국, 김상규 총무팀, 김재학 정보시스템팀, 정미순 인사팀, 인호연 마케팅기획팀, 정태걸 광고운영팀 팀장, 최성호 기획사업팀, 조영권 전주지국 지국장, 강재환 제주지국, 김지현 과학기상팀, 이양희 편집2부, 서승철 영상취재1부, 김윤석 영상취재1부, 임갑현 영상편집부, 한언심 영상편집부, 최준영 영상아카이브팀, 정애숙 편성제작국, 이용구 편성팀, 신성원 편성팀 2014.12.31

Exclusive Tomorrow

