



*Be the Voice of
Today's Global Youth*

The 3rd
Youth

English Debating CHAMPIONSHIP

YTN · 한국외국어대학교 주최

제3회 고등학생 영어토론대회

- 참가신청기간 : 2011년 5월 20일(금) ~ 6월 28일(화)
- 예 선 : 2011년 7월 23일(토)
- 본선 및 결승 : 2011년 7월 24일(일)
- 장 소 : 한국외국어대학교 국제관 애경홀, 인문관, 사범대
- 참 가 방 식 : 대회 홈페이지에서 참가신청서를 다운로드 작성 후 제출

- 참가문의 : Tel. 02)398-8763~5, 8761 Fax. 0504-982-7979
- 홈페이지 : www.englishdebatingchampionship.co.kr
- 시상내역 : 대회 본선, Top Speaker 및 EFL리그 부문에 YTN사장상, 한국외국어대학교 총장상 등 시상

※ 총 참가팀은 104개팀 이내로 접수 기간 중이라도 예정된 도합시 선착순으로 마감될 수 있습니다. ※ 참가자 전원에게는 Certificate 및 기념품을 증정합니다. 자세한 정보는 대회 홈페이지를 참조하시기 바랍니다. ※ 참가팀은 홈페이지의 대회 정보와 공지사항을 수시로 확인해주시기 바랍니다.

2011년 5월 <제 92 호>

· 발행인 : 배석규 · 편집 : 홍보팀 · 100-998 서울시 중구 남대문로 5가 6-1 YTN타워
· Tel : 02-398-8000 · 제보 : 02-398-8282 / 02-398-8585 · 휴대폰 YTN뉴스 청취 : 200-2424

대한민국 유일의 날씨채널



목차

02 커버스토리

- 1 YTN 웨더 개국을 축하합니다 _ 조석준
- 2 왜 웨더채널인가? _ 추은호
- 3 YTN 웨더, 이렇게 준비했다! _ 김진두
- 4 YTN 웨더에 바란다 _ 김동식
- 5 YTN 웨더 채널편성 _ 김대공
- 6 YTN 웨더의 그래픽, 이렇게 완성됐다 _ 이강규
- 7 웨더채널을 이끄는 사람들 _ 기상캐스터
- 8 YTN 웨더의 새 얼굴을 소개합니다 _ 김하나

16 핫이슈

- 1 'YTN 미디어센터' 기공식
- 2 지상파를 꺾은 시청률
- 3 일본 대지진 구호 성금 전달

20 사건취재기 _ 일본 지진 취재기

- 1 역사적 대재앙의 현장... 난 그곳에 있었다 _ 윤경민
- 2 원전사고 취재는 한 번이면 족합니다 _ 홍성노

24 ZOOM IN _ 시청자와 함께하는 YTN

- 1 견학 - '뉴스를 이끄는' YTN의 열정을 엿보다 _ 경계영
- 2 태블릿PC를 이용한 출구조사, YTN이 원조입니다!

26 콘텐츠확대

- 1 사이언스TV (노벨 원정대)의 출발 이야기 _ 박효경
- 2 YTN FM 프로그램 - YTN 생생경제 _ 박정욱
- 3 DMB, '스마트'로 몰로르다! _ 장지혜

32 Club _ 동호회 활동

Y유직 제2회 공연 _ 최영주

34 기획취재 _ YTN 사람

능력 종결자 _ 이기주

35 포토뉴스/게시판



<표지사진>
YTN Weather 개국

커버 스토리

Start! YTN Weather

날씨는 영원한 뉴스다!

올 7월 드디어 우리나라에도 날씨전문 TV방송 채널이 문을 열게 되었습니다. 'YTN웨더' 개국을 기상인의 한 사람으로서 진심으로 축하합니다. 더구나 방송기자로서 처음 기상을 접하기 시작한 저로서는 날씨전문 TV방송의 시작에 큰 환호와 박수를 보냅니다.

'YTN웨더'의 출범은 한국 방송 역사에 새로운 전환점이 될 것이라고 확신합니다. 정보화 시대에 24시간 방송하는 날씨 채널이 국민에게 많은 편의를 제공해 줄 것은 자명합니다. 날씨가 인류의 최대 관심사가 된 오늘날, 날씨 정보의 중요성과 공익성에 주목하여 적절한 방송 아이템을 포착한 YTN의 혜안에 찬사를 보냅니다.

한국을 대표하는 뉴스채널 YTN이 운영하므로 기대가 큽니다. 기상정보의 생명인 신속성을 어느 방송사도 따라갈 수 없을 것이기에 더욱 그렇습니다. 거기에는 24시간 방송 체제이니만큼 다양성과 재미를 더한다면 국민으로부터 사랑받는 세계 최고의 날씨 전문 채널이 될 것입니다.

'YTN웨더'가 선도하는 날씨 방송 시간의 확대는 날씨 정보의 접근성을 높이는 계기가 될 것입니다. 그동안 기상정보를 쉽게 얻을 수 없었던 소외지역 시청자들에게도 반가운 소식입니다. 높은 전문성과 신속성, 콘텐츠의 다양성이 삼위일체가 되어 조화를 잘 이룬다면 국민은 물론 기상을 다루는 언론인들도 늘 'YTN웨더'에 시선을 고정시킬 게 분명합니다.

기상정보 생산자인 기상청과 전달자의 역할을 담당하는 날씨 전문 채널과의 협력은 국민에게 더 큰 혜택을 안겨줄 것입니다. 지난 3월 동일본 대지진의 사례에서 보듯, 재난과 관련된 정보는 국민의 안전과 직결되어 있습니다. 경제 부문에서도 날씨의 영향이 갈수록 커지고 있습니다. 재래시장에서부터 건설업, 농림수산업, 문화관광, 향만물류 등 거의 모든 경제 활동이 날씨로부터 자유로울 수 없습니다. 그런 점에서 'YTN웨더'와 기상청은 대한민국 국민의 안전과 국가 경제의 발전에 막중한 역할을 담당하는 동반자라 해도 과언이 아닐 것입니다.

'명품' 날씨 채널이 될 수 있도록 기상방송인의 전문성 배양에

특별히 관심을 가져주길 당부 드립니다. 모든 분야가 그렇듯이 결국은 사람이 경쟁력이라고 봅니다. 기상방송에서 경쟁력의 핵심은 외모나 단편적인 기술이 아닌 전문성입니다. 수시로 변하는 날씨를 정확하게 해석하여 신속하게 전달하려면 기상방송인이 전문성을 갖추지 않으면 안 됩니다.

전문성이 뒷받침된다면 시청자의 신뢰도 자연스럽게 따라올 거라고 확신합니다. 예보관 자격을 갖춘 전문가가 기상방송을 진행하고, 시청자들이 기상방송을 전적으로 신뢰하는 미국의 사례는 기상방송인이 왜 전문성을 갖춰야 하는지를 잘 보여주고 있습니다. 교육과정을 개설하거나 풍부한 최신 자료를 제공하는 등 기상청도 기상방송인의 전문성이 높아질 수 있도록 돕겠습니다. 전문성을 인정받는 날씨 방송의 선두 주자, 스타 기상방송인들이 잇따라 배출되는 기상방송 전문가의 산실이 되기 바랍니다.

갈수록 심각성을 더해가고 있는 기후변화와 기상이변에도 관심을 가져 주었으면 합니다. 지구촌 전체가 기후변화와 기상이변이 일상화된 시대에 살고 있고, 우리나라도 예외가 아닙니다. 하지만, 대부분의 국민은 아직도 기후변화의 심각성을 깊이 인식하지 못하고 있습니다. 막연히 먼 훗날의 이야기, 나와는 무관한 이야기로 여기는 경향이 있습니다. 기후변화의 심각성을 깨우쳐 주고, 기후변화를 슬기롭게 극복할 수 있는 지혜를 널리 전파하는 데 'YTN웨더'가 앞장서 주기 바랍니다.

마지막으로 시청자와 더불어 소통하는 양방향 웨더 채널이 되기를 기대합니다. 시청자의 눈높이로 전달하고, 시청자의 목소리에 귀를 기울이는 방송, 그래서 모든 시청자가 으름으로 신뢰하는 '믿음 채널'이 되기를 바랍니다.

저는 기상 전공을 바탕으로 기상 전문가, 기상 캐스터 등을 경험하였기에 기상 정보의 전달, 특히 방송을 통한 기상 커뮤니케이션의 중요성을 누구보다 잘 알고 있습니다. 'YTN웨더'가 성공적으로 출발하여, 빠른 시일 내 시청자들로부터 사랑받고 신뢰받는 채널이 되길 기원합니다. 기상청도 협조를 아끼지 않겠습니다. 기상인들의 오랜 숙원이었던 날씨 전문 방송 채널의 탄생을 다시 한 번 진심으로 축하드립니다.

조석준 기상청장



사나이가 가는 길에 비도 오고 눈도 내리기를...

유난히 길고도 힘들었던 지난해 여름을 기억하십니까? “살다 살다 이런 더위 처음 본다”라며 밤낮으로 혁혁 되던 여름이었죠. 지난해 겨울은 또 어땠습니까? 정말 추웠죠. “너무 추워서 한국에선 못살겠다. 따뜻한 곳으로 이민 가야겠다.” 이런 생각 모두 하지 않았나요? 또 이웃 나라 일본에서 발생한 지진과 쓰나미는 얼마나 큰 충격이었습니까? 한반도에도 방사능비가 내리지 않을지 노심조사하지 않았던가요?

이렇게 날씨는 우리의 삶에서 잠시도 떼어놓을 수 없는 중요한 자연현상입니다. 우리의 모든 일상생활이 날씨와 기후의 영향을 받고 있는 거죠. 근본적으로 날씨와 기상은 우주와 지구가 빚어낸 현상이기 때문에 자연의 일부인 인간도 날씨변화에 민감할 수밖에 없는 것이겠죠.

YTN이 다루고 있는 뉴스는 근본적으로 인간에게 초점을 맞춥니다. 인간과 인간의 관계에서 벌어진 갈등과 화해의 줄거리와 결과에 관심을 기울입니다. 반면 YTN이 새롭게 시작하려는 웨더채널은 자연과 지구에 초점을 맞추는 방송입니다. 날씨는 결국 매일매일 변하는 지구의 대기상태니까요. 또 계절과 계절, 지구의 공전 주기인 한 해, 한 해, 나아가 몇 번의 빙하기가 축적돼 형성된 지구의 기후변화를 살펴보는 방송입니다. 이를 통해 새로운 밀레니엄을 내다보고 인간과 지구에 지속 가능한 성장의 길이 무엇인지를 모색하자는 것이죠. ‘날씨

속에서, 날씨를 즐기고 날씨와 더불어 사는 방법’을 찾자는 방송입니다. 좀 거창하게 들리나요?

YTN이 출범 초기

에 방송됐던 채널 홍보 SB(Station Break)가운데 “오늘의 뉴스, 내일의 역사로 남습니다”라는 표현을 참 좋아했습니다. 개인적으로 대학에서 역사를 전공한 언론인으로서, ‘뉴스와 역사’라는 큰 주제를 절묘하게 조화해놓은 멋진 SB라며 좋아했던 기억이 납니다. 이 SB에서 표현했듯이 YTN의 뉴스가 인간의 역사에 대한 기록이라고 한다면 YTN weather는 지구 역사에 대한 기록을 남기는 작업이라고 할 수 있겠죠. 고대 히브리인들이 우주와 지구 창조의 사건을 창세기 1장에 남겼듯이 YTN weather가 하게 될 방송은 살아 있는 지구의 역사를 매일매일 기록하는 엄숙한 작업이라고 하면 지나친 과장일까요? 지구의 역사를 쓰는 일, 한국의 뉴스채널인 YTN이 담당할 만한 엄중하고 신나는 사명이라고 생각되지 않으신가요? 새롭게 시작하는 YTN weather채널은 이런 사명감으로 방송에 임하려고 합니다.

그런데 아쉽게도 한국에는 날씨를 전문적으로 방송하는 채널이 없습니다. 미국에서는 가장 인기 있는 채널 가운데 하나가 Weather Channel이고 이웃 일본이나 중국도 날씨 전문 채널이 있는데 말이죠. 여러 해석이 있을 수 있겠죠. 국토가 좁다 보니 전국적으로 나타나는 날씨의 다양성이 부족한 것이 이유일 수도 있고요. 오랫동안 국가가 기상정보를 독점해온 탓에 민간부문의 날씨 산업이 제대로 발전하지 못한 것이 또 다른 원인일 수도 있겠죠. 날씨시장의 규모가 컸다면 지금쯤 날씨 전문 방송도 꽤 활성화돼 있었겠죠. 아직은 민간기상산업의 시장규모가 큰 편은 아니지만, 날씨산업의 시장은 무한하게 열려 있습니다. 날씨채널의 성장 가능성도 무척 크다고 생각합니다. 왜 일까요?

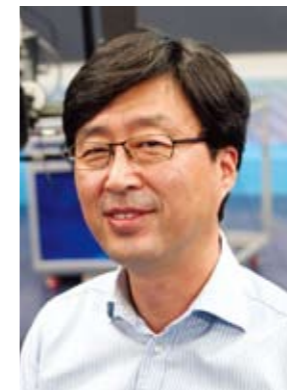
우리 국민은 유난히 날씨에 관심이 많습니다. 지난해 한국언론진흥재단이 ‘국민의 뉴스 소비’ 실태를 조사한 적이 있습니다.

뉴스분야를 17가지로 세분화해서 ‘가장 관심이 있는 뉴스분야가 무엇인지’를 물었는데, 가장 관심 있는 뉴스가 ‘날씨’라고 대답한 사람들이 남녀노소를 불문하고 가장 많았습니다. 2006년에도 실시된 같은 조사에서도 ‘날씨’는 우리 국민이 가장 관심을 두는 뉴스분야였습니다. 이렇듯 우리 국민의 관심사 1위 뉴스분야가 날씨라면 한국의 뉴스채널인 YTN이 날씨에 더 집중하는 것은 시청자들에 대한 당연한 의무가 아닐까요? 그것이 국민의 생명과 안전에 직결된 뉴스분야라면 더욱 그렇겠죠. YTN이 날씨채널을 운영하는 것은 그동안 시청자로부터 받은 엄청난 사랑을 보답하는 길이고, YTN이 우리 사회에 대해지고 있는 공적 책임을 수행하는 길이라는 관점에서 접근하고 싶습니다. 이 책임을 묵묵히 수행하면 시청자들은 더욱 큰 사랑과 성원으로 YTN을 격려해주지 않을까요?

날씨 채널을 새롭게 론칭하는 작업이 결코 쉬운 일은 아닙니다. 그렇지만 YTN은 출발부터 비교적 쉬운 위치에 서 있습니다. 우리에게 그동안 24시간 뉴스채널을 운용해온 노후우 그리고 DMB와 사이언스, 라디오를 만든 경험이라는 큰 자산을 가지고 있습니다. YTN이 갖춘 제작 노하우와 인프라를 최대한 활용하면서 날씨 채널 운영에 필요한 새로운 에너지와 아이디어를 보충하면 YTN weather는 순항할 수 있을 것으로 믿습니다. 결국, YTN weather는 YTN의 역량과 재원을 최대한 활용하면서 운영될 것이라는 거죠. YTN이 없는 YTN weather는 있을 수 없는 셈이죠. 달리 말하면 YTN weather 채널은 YTN 임직원 모두가 함께 만들어 나가야 하는 채널이라는 것입니다.

“사나이가 가는 길에 비도 오고 눈도 내리는 법”이라고 입버릇처럼 말하던 선배가 있었습니다. 그 말이 참 멋있게 들렸었죠. 의기소침할 때 혹은 힘든 일이 있을 때 농담 섞인 이 말을 혼자서 많이 새기곤 했었죠. 그런데 결국 저는 비가 오고 눈도 내리고 바람도 부는 길을 가게 됐네요. 아니 비가 오고 눈이 많이 내리기를 기다리게 됐네요. 그래야 많은 시청자가 YTN weather를 찾을 테니까요. 비가 오고 눈도 내리는 길, 함께 가지 않으시겠습니까?

추은호 웨더 본부장



YTN웨더, 이렇게 준비했다!

날씨의 중요성은 누구나 인정한다. 하지만 날씨 정보는 돈이 되기 어려운 아킬레스건을 지니고 있다. 바로 ‘무료’ 정보라는 국민의 인식이다. 이런 상황에서 YTN 웨더가 YTN의 경영에 부담을 주지 않으면서 순항할 수 있을까? 가장 중요한 이 질문에 대한 답을 하나둘 찾아가며 YTN웨더는 개국을 준비하고 있다.



한국에서 날씨 전문 채널이 성공할 수 있을까?

지난 2000년, 일본의 기상전문회사인 웨더뉴스가 당시 최고의 기상전문캐스터였던 조석준 현 기상청장과 함께 대한민국 최초의 날씨전문채널인 ‘웨더 뉴스 채널’을 개국했다. 하지만 전략의 실수로 시청자들의 눈길을 붙잡는 데 실패했고 결국 2006년 8월 말 방송 송출을 중단했다. 이 상황을 지켜봤던 나로서는 웨더 채널이 안착하는 필요하고 성공할 수 있다는 ‘감’은 있었지만 그 ‘시기’를 잡아가는 어려웠던 게 사실이다.

하지만 최근 들어 날씨 상황이 급변하고 있다. 2010년 날씨는 기상 분야를 군대부터 YTN 시절 내내 다루 온 나로서도 짐작할 수 없을 정도로 변화무쌍했다. YTN 입사 이후 가장 많은 기상 특보를 하면서 날씨 전문 채널이 출범할 수 있는 ‘적기’라는 생각이 자연스럽게 들 정도였다. 이 같은 기상이변은 웨더 채널이 출범하는 올해도 계속돼 까다로운 시청자의 눈을 끌 수 있는 기본 조건은 갖춰진 셈이다.

YTN웨더는 철저히 YTN의 기존 인프라를 활용해 초기 투입 비용을 최소화하는 방안으로 청사진이 그려졌다. 국내에서 유일하게 24시간 방송을 해왔던 경험, 그리고 어느 방송사보다 다양한 기상 방송 경험의 축적, 그리고 잘 양성된 캐스터들...

이 같은 자원을 적재적소에 배치함으로써 YTN OCN 자회사 가운데 가장 빠른 시간 안에 흑자를 달성하는 것이 YTN웨더의 목표이다.

시청자들의 눈길을 사로잡을 수 있는 신무기는?

날씨는 그래픽이 반이다. YTN 출범 초기 날씨 정보가 시청자의 눈을 사로잡을 수 있었던 중요한 요소 가운데 하나가 바로 ‘카바로스’라는 신장비였다. 기존에 볼 수 없었던 3차원 그래픽을 선보이면서 국내 기상 방송의 수준을 한 단계 높이는 촉매제가 되었다.

이후 공중파에서 고가의 장비를 앞다투어 사면서 YTN은 그래픽에서의 경쟁력을 상실했고 이후에는 다양한 형식으로 승부를 해왔다. YTN웨더도 역시 고가의 장비를 사지는 않는다. 하지만 그래픽을 책임지고 있는 정지원 차장과 이강규 사원이 만들어내는 새로운 개념의 기상 그래픽은 내가 봐도 감탄할 만 하다. 고가 장비 이상의 화면 품질과 기존에 볼 수 없었던 다양한 그래픽으로 시청자들의 눈을 초기에 사로잡을 수 있을 것이다.

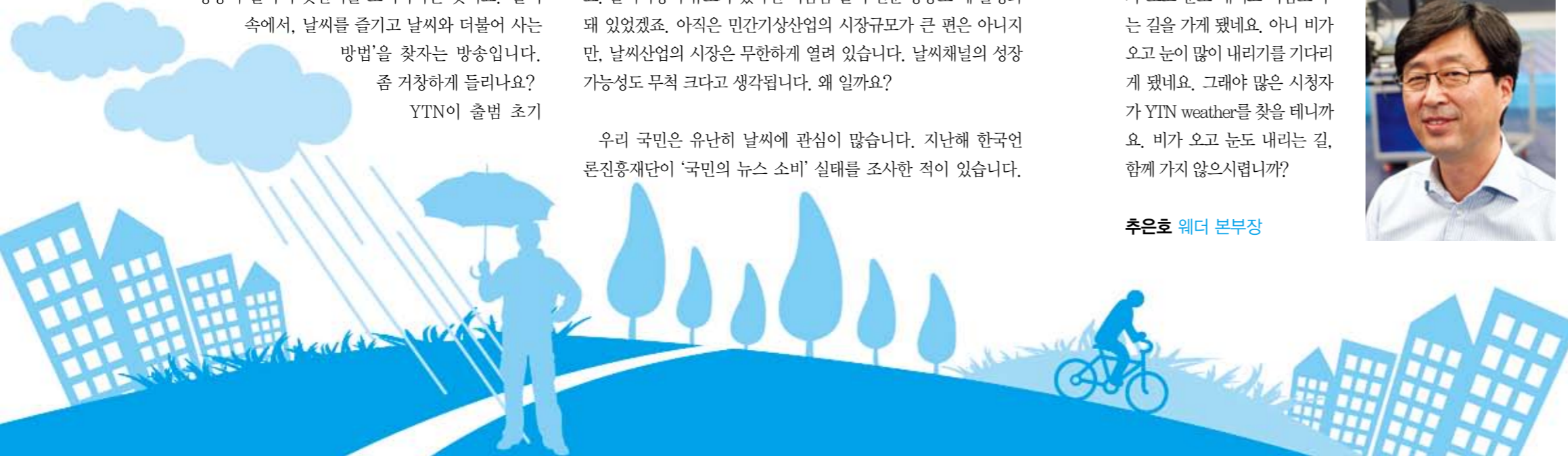
인력 부족은 어떻게 해소하나?

YTN웨더는 소수 인원으로 24시간 방송을 해나가야 한다. 따라서 PD와 캐스터는 기본적으로 일인다역을 해낼 수 있어야 한다. PD는 생방송 진행뿐 아니라 제작 프로그램을 기획하고 만들어내야 하며 SB와 타이틀도 직접 제작해야 하는 임무를 맡고 있다.

캐스터도 마찬가지다. 단순히 뉴스 일부만으로 참여하는 것에서 벗어나 캐스터 자신이 방송의 중심이 돼야 하기 때문이다. 프로그램 진행자, 앵커의 역할을 하다가 캐스팅도 하도 글도 직접 써야 하는 기본 1인 3역을 해야 한다. 본체에서처럼 프롬프트의 도움도 없다. 애드리브로 모든 날씨 프로그램을 진행해야 하는 방송인으로서의 자질을 갖춰야 한다.

기존 방송에서 볼 수 없었던 다양한 형식과 통통 튀는 개성, YTN에서도 볼 수 없었던 재미있고 신나며 많은 정보를 담고 있는 기상 방송을 YTN 웨더는 준비하고 있다. 특히 기상 청뿐 아니라 민간 기상사업자들을 기상방송에 참여시킴으로써 더욱 적은 인력으로 다양한 프로그램을 만들고 수익까지 창출할 생각이다.

김진두 과학기상팀장



차원높은 날씨 방송을 기대하며...



반가우면서도 기대감을 갖는다.

기상에 대한 이해를 넓히는 방송을 기대한다.

대부분의 기상방송은 1분여 동안의 제한된 방송시간으로 기상현상에 대한 구체적인 설명과 해설을 생략한다. 시청자에게 보여주는 영상도 과거에서 현재까지의 관측 기상영상이고, 그나마 미래 값은 문·숫자로만 전달하고 있어 변화무쌍한 날씨를 설명하기에는 역부족이다. 결과적으로 시청자는 기상현상에 대한 사전 지식이나 이해가 없이 기상방송에서 전달한 문자나 이미지 값만으로 예보의 맞고 틀림을 판단한다. 기상청이 자체적으로 인터넷기상방송 '날씨ON'을 운영하는 것이나, 케이웨더가 수치예보 모델 값을 동영상으로 제공하고 있는 것은 기존 방송이 전하지 않는 예보의 원리를 직접 설명하기 위함이다. 따라서 이러한 점을 YTN 웨더가 고려해 기상예보와 기상과학에 대한 시청자의 이해를 넓히고, 기상청과 기상사업자에 대한 신뢰도를 높이는 전문방송으로서 자리매김했으면 한다.

다양한 기상콘텐츠의 활용을 기대한다.

국민의 여가활동이 늘어나면서 시청자들은 더 정확하고 실질적이면서도, 생활에 도움이 되는 다양한 정보를 요구하고 있다. 그러나 지상파 방송의 특성상 시청자가 원하는 모든 기상정보를 전달하는 것은 거의 불가능하다. 특히 우리의 방송환경 특성상 충분한 시간을 갖고 다양한 정보를 전달하기는 더욱 어렵다. 반면 날씨를 주제로 24시간 방송을 하는 YTN 웨더는 시청자의 정보 수요가 다양화되고 세분화 되는 것에 적극적으로 대처할 수 있을 것이다.

기후변화로 인한 기상이변이 빈발하면서 사회·경제적 손실이 크게 증가하고 있다. 정부, 기업, 일반인까지 일상화되는 기상이변에 효과적으로 대응하기 위해 기상정보에 대한 관심이 커지고 있다. 이러한 기상정보의 수요 증가는 기상방송의 역할 증대로 연결되고 있다. 뉴스에 기상캐스터가 잠시 출연해 단순히 오늘, 내일 날씨와 기온만 전달하던 차원에서 벗어나, 기상방송은 시청자들의 다양해지는 요구를 어떻게 해소할 것인지에 대한 고민이 필요하다. 이러한 때, YTN이 기상청은 물론 민간 기상업체에서 제공하는 기상정보와 건강, 여행, 등산, 스포츠, 레저, 고속도로, 공항 등과 연계해 24시간 기상전문 방송 'YTN 웨더'채널을 개국한다고 하니, 민간 기상업계에 종사하는 필자로서는 무척이나

재미와 정보가 함께 하는 방송을 기대한다.

YTN 웨더는 재미있는 방송으로 시청률을 높일 것인지, 정보의 전달에 충실할 것인지에 대한 고민을 해야 할 것이다. 사실 기상방송이 재미와 정보라는 두 마리 토끼를 다 잡기란 쉽지 않다. 독자적인 방송채널을 운영하는 미국 기상정보업체 아큐웨더(AccuWeather)의 한 여성 기상캐스터는 방송을 진행하며 요가 자세로 날씨를 전하는 파격적인 동작을 선보이기도 했다. 또 다른 업체인 '웨더 채널(The Weather Channel)'은 설립된 지 27년 만에 날씨와 관련된 재난영화를 만들어 상영했으며, 기상학자가 영화에 대해 해설을 하기도 하고, 심지어 기상캐스터가 진행하는 토크쇼를 선보이기도 했다. 이들 방송사의 시도는 모두 딱딱하고 지루하기 쉬운 날씨정보를 재미있게 만들기 위한 것으로, 프로그램 다양화를 통해 보다 많은 시청자를 끌어들이기 위한 노력의 일환이었다.

국민의 생명과 재산을 보호하는 방송을 기대한다.

공중파 방송이 심야에는 전달되지 않아 악기상 발생 시 긴급한 기상정보 전달에 어려움이 있었다. 이러한 상황에서 24시간 방송을 하는 YTN 웨더는 자연재해를 감시하고 국민의 인명과 재산을 보호하는데 일조할 것으로 기대된다. 또한 더욱 심화되고 있는 기후변화에 적응하고 감시하는 역할을 수행하는 것에도 관심을 둘 것을 기대한다.

국내 여건상 아직껏 생소한 날씨전문 채널이 넘어야 할 산은 많다. 그러나 이전과 달리 YTN 웨더의 걸음이 주목받는 것은, 날씨 채널과 동반될 수 있는 여건 특히 기상산업이 앞으로 꾸준히 성장할 것이라는 점이다. YTN 웨더가 단순히 기상정보를 전달하는 것을 넘어 기상전문 방송 체계의 확립을 통한 다양하고(기상청과 민간 기상사업자와의 협력을 통해) 전문적인 콘텐츠를 개발하여 국민의 눈높이에 맞는 양질의 콘텐츠가 제공될 것을 기대한다.

김동식 케이웨더(주) 대표이사



Anytime anywhere 10minutes 날씨정보 웨더 쇼와 생활정보의 환상 공합

유난히 추웠던 지난겨울, 밤사이 내린 폭설과 북극 제트 기류에서 밀려 나온 차가운 공기가 한반도를 강타할 즈음이었다. 그날의 추위는 대단해서 체감온도의 통계 기록을 갈아치웠던 날이었다. 회사 5층의 채널사업TF팀으로 바깥의 매서운 공기가 후~욱하고 불어 닥쳤다. 이때 누군가의 입에서 “날이 와이리 추오노?”라는 탄식이 흘러나왔고, 추은호 팀장은 “그러니까 제가 날씨 채널을 만들죠”라는 명언(?)이 이어졌다. 대한민국의 새로운 날씨방송이자 YTN의 차별화된 채널인 YTN 웨더는 이렇게 탄생되고 있었다.

매 10분마다 날씨 방송

“just one ten minutes 내 것이 되는 시간~♪”

몇 해 전 가수 이효리가 핑클에서 독립한 뒤 발표한 첫 싱글 곡 ‘10 minutes.’ 당시 이효리 신드롬까지 불러일으킬 정도로 대단한 인기를 끌었던 이 노래에 웨더 채널 편성의 핵심이 있다면 무리일까? 나이트클럽에서 마음에 드는 남자를 내 것으로 만드는 데 필요한 시간이 just 10 minutes 이라면, 수많은 채널에 관심과 시선을 빼앗긴 시청자를 웨더 채널로 끌어들이는데 필요한 시간 또한, 10분이라고 말할 수 있다. 사람의 관심이 집중되는 한계 시각이 10분이라는 연구결과도 있다. 웨더 채널은 이 10분 안에 시청자의 요구에 맞는 날씨와 생활정보를 집중할 계획이다.

날씨 정보 ‘미분’의 극대치

웨더 채널의 편성은 한마디로 ‘Anytime anywhere 10 minutes 날씨정보’라고 말할 수 있다. 매 10분마다 날씨 정보 프로그램을 배치해 언제라도 채널을 틀면 필요한 날

씨정보를 알 수 있도록 했다. 또한 채널을 TV에만 국한 짓지 않고 인터넷 홈페이지와 스마트 폰의 앱, 위성방송을 통해서도 날씨정보를 전달할 것이다. On line(TV)과 On the Go(스마트 폰), On the Web(인터넷), On Air(위성방송)를 통해 진정한 ‘anywhere’를 완성시킬 계획이다.

웨더 채널의 ‘Anytime anywhere 날씨정보’ 철학은 화면 하단 그래픽에서 잘 표현되고 있다. 화면 하단에 전국 150여 개 지역의 현재 기온과 내일 날씨를 표출시켜 365일 24시간 날씨정보를 전달할 계획이다.

‘과연 날씨만 갖고 24시간 편성을 할 수 있을까?’라는 생각이 들 수도 있다. 하지만, 웨더 채널의 편성을 보면 날씨를 이렇게까지 ‘미분’할 수 있구나 라는 느낌이 들 것이다. 오늘 날씨와 기온, 바다 날씨, 주간예보 등 흔히 볼 수 있는 날씨방송의 기본 포맷은 웨더 편성의 근간이 된다. 여기에 덧붙여 3D 지도를 통해 전국 날씨를 마치 비행기를 타고 감상하듯 볼 수 있게 한 ‘전국 3D 날씨’도 준비 중이다. 바다 날씨 또한 단순히 동해, 서해, 남해의 구분에서 벗어나 동해 남부 먼바다, 앞바다 / 동해 북부 먼바다 앞바다 등의 방식으로 좀 더 구체적이고 실제적인 날씨를 전달할 계획이다. 이 외에도 권역별 날씨와 권역별 상세날씨는 대한민국 최초로 전국의 거의 모든 지역 날씨를 3D 지도 위에서 표현하며, 기상위성으로부터 받는 실시간 위성사진을 통해서 날씨를 분석하는 프로그램도 기획 중이다.

당신의 내일을 예보합니다

웨더 채널의 편성은 날씨 전문채널의 위상에 걸맞게

생방송 진행을 근간으로 한다. 매 시각 정시부터 30분까지는 각종 날씨를 위주로 이에 관련된 생생한 정보를 전달할 예정이다. 기상청과 소방방재청, 산림청, 도로공사 등으로부터 받는 다양한 CCTV 화면과 중계차를 이용한 현장화면을 적절히 배치해 생방송의 묘미를 살릴 것이다. 기상 캐스터와 전문 웨더 차키가 진행할 생방송은 한국에 없던 새로운 방송 포맷, ‘웨더 쇼’를 최초로 선보일 것이다.

전반 30분이 생방송이라면 후반 30분은 다양한 생활정보와 교양정보를 전달할 제작 프로그램이 배치될 것이다. <날씨와 생활정보>, <스포츠와 레저 날씨>, <날씨와 화제>, <날씨를 보면 돈이 보인다> 등의 프로그램이 후반 30분을 이끌 대표 선수들이다. YTN에서 매일같이 제작되는 수많은 리포트 중에서 생활과 교양, 스포츠, 레저 분야 등의 리포트를 날씨와 함께 버무릴 계획이다. ‘날씨 코드’를 비롯해서 ‘날씨와 음식’, ‘야구장 날씨’, ‘둘레길 날씨’ 등의 다양한

생활, 레저, 교양정보들이 날씨정보와 공합을 맞춰 후반 30분을 책임질 것이다.

이미 날씨 채널이 주요 채널로 자리 잡은 미국보다 우리는 땅덩어리도 훨씬 작고, 날씨의 변동폭이나 지역에 따른 날씨 차이도 크지 않으며, 이미 국내에서 웨더뉴스 채널이 한 차례 실패한 기록도 있지만, 그래도 여전히 가능성은 충분하다. 날씨에 대한 사람들의 관심은 점점 커질 것이고, 사람들의 관심이 모아지는 것은 그게 무엇이든 엔터테인먼트가 될 수 있으니까. 그리고 무엇보다 YTN이 하나까.

김대공 웨더 본부



그래픽과 정보의 만남!

“KK: 선배! 이거 어떻게 하면 좋을까요?”
 “JW: 그건, 이렇게 저렇게 그렇게 하면 좋지 않을까?”
 “KK: 아, 그럼 한번 해볼까요...
 (잠시 후) 와! 전보다 훨씬 좋은데요?”

난 선배에게 질문을 많이 한다. 정지원 선배가 레이아웃을 잡으면 난 그것을 애프터 이펙트를 이용해 상황에 따라 부드럽게 때로는 강하게 모션과 이펙트를 넣는다. 일과 중간마다 질문과 답이 자주 이어지면, 회의와 토론이 자주 이뤄져 YTN 웨더의 그래픽은 즐겁고, 즐겁게 일하는 그래픽은 보는 사람에게는 좋다.

나는 2011년 2월부터 YTN 웨더의 그래픽을 맡은 그래픽 디자이너다. 취급하는 영역을 시작적인 것으로 제한하고 있지 않고, 촉각을 비롯하여 다양한 감각 채널을 향하여 시청자에게 각종 정보를 조합한 메시지 전달을 위한 그래픽과 정보의 만남! 이것이 YTN 웨더의 그래픽이다. YTN 웨더의 디자인은 침착함과 강인함, 확고함 그 안에 안정적인 감성이 느껴진다. YTN 웨더는 균형 잡힌 아이덴티티를

위해 채널의 컬러를 블루로 맞추었다. 차가운 인상을 주기도 하지만 부드러운 면도 가지고 있는 블루, 하늘같은 순수함, 바다 같은 편안함이 들어 있는 색이 블루가 주는 좋은 인상이 아닐까?

모니터에 나타나는 마구잡이식 정보를 나열하는 것이 아니라 차분하고 안정성 있는 정보 전달에 초점을 맞추어 수치정보를 보다 정확하고 잘 보일 수 있게 간결하고 절도 있는 화면으로 구성했다. 그 안에 모션을 균형 있게 설계한 이유는 그 존재조차 눈에 띄지 않은 채 이루어지는 비밀스럽고 정밀한, 그래서 더욱 디테일해 보이고 자주 봐도 덜 지루한 디자인을 완성하기 위한 욕심 때문이다.

2월부터 디자인에 참여한 나는 채널의 중심이 될 만한 지도를 만들어야 하는 지시를 받았다. YTN 웨더에서는 지도가 가장 중요한 요소인데, 개국을 몇 개월 남기지 않은 상황에서 지도의 수급 문제를 어떻게 해야 할지 대책이 서지 않았던 중 찾아낸 것이 나사의 위성사진인데, 너무 사실적이어서 그대로 사용했다간 채널의 그래픽적 지도 제작 목표에 들어맞지 않았고, 그래서 어떻게 그래픽적인 요소를

부여해야 할지 고민했다. 그린을 사용하여 전체적인 색톤을 맞추고, 한반도를 입체적인 지형들을 표현하기 위해 자료를 수집하고, 포토샵을 이용해 여러 이미지를 합성 보정한 결과 이미지가 가로 9000천 사이즈의 지도를 만들어낸 순간 뿌듯해하지 않을 수 없었다. 그리고 정지원 선배의 후반작업으로 보정되어 더욱 안정성 있게 완성되어 이 지도는 확대하면 HD 크기에 제주도를 3배까지 확대할 수 있게 되었다.

재미있는 날씨 아이콘들

채널화면을 데이터와 함께 재미난 요소로 구성하는 것이 하단 바 안에 들어 있는 개성 있는 아이콘들이다. 이 아이콘들은 의미는 같지만 모두 형태, 질감, 애니메이션 등 기본적인 요소들이 서로 다르고, 20여 가지의 기상변화를 나타내는 중요한 임무를 가진 아이콘은 모두 세 종류로 제작이 되었는데, 하단에 들어가서 수시로 노출되는 아이콘, 데이터와 함께 나타나야 하는 심플한 아이콘, 사실적인 3D 지도에 들어가는 디테일한 아이콘 등이 있다.

그 밖에도 YTN 웨더는 날씨를 입체 영상으로 볼 수 있도록 360도 회전할 수 있는 3D 지도와 세계의 곳곳을 디테일

하게 zoom할 수 있는 지구본이 3D로 만들어졌다.

YTN 사이언스와 GS SHOP에서 키운 디자인 감각으로 새로운 미디어 디자인을 하나의 미디어에서 육성된 커뮤니케이션 감각으로 YTN 웨더 안에 유용하게 살려내려 노력하겠다. 기존의 미디어나 새로운 미디어 중 어느 한 쪽으로 치우치는 것이 아니라 그것들을 횡단하여 시야에 넣고 중형으로 사용하는 기능이 웨더 채널의 디자인이다. “미디어가 복잡하여 착각하기 쉬운 상황일수록 디자인의 진가가 드러나는 디자인을 만든다.”는 것이 나의 생각이다. 개국 이후에도 나는 모든 감각을 총동원하여 정보의 ‘질’의 복잡성과 깊이를 나타내기 위해 지속적으로 디자인을 발전시키고 가꾸어 나갈 것이다.

2011년 1월부터 정지원 선배로부터 시작된 YTN 웨더의 그래픽 디자인은 모션과 자동화 시스템이 결합하여 완성되어 가고 있다.



이강규 웨더 본부



“매력적인 날씨의 세계로 안내할게요!”

한경진 요즘 들어 여러 기상변화로 인해 시청자들이 더 신속하고 정확한 날씨정보를 원하고 있습니다. 기존방송의 짧은 편성시간으로는 시청자의 알 권리를 충족시키지 못하고 있습니다. 그래서 24시간 YTN 웨더가 탄생했습니다. 저는 YTN 웨더의 대표 얼굴 중 하나로서 시청자에게 우리나라 날씨를 누구보다 정확하고 신속하게 전해 드릴 것을 다짐합니다.

오수진 1년 전 입사 시험 때 개성 있는 기상캐스팅을 보여달라하기에, 영어와 중국어로 '야외 날씨 중계를 했습니다. 그 때문인지 저희 팀장님은 1년 동안 즐기치게 바깥에 내보내시더라고요...(-_-) 웨더 전문 채널... 더...그렇죠? 뭐, 까짓거 봄에 노는 커플들 사이에서 돈 벌면서 벗꽃구경, 여름에 돈 벌면서 자연 태닝... 좋잖아요. 어느 방송사보다 생동감 있는 날씨 예보를 전해 드리기 위해 이 한 몸 발로 뛰겠습니다!

정혜윤 안녕하세요! 날씨의 매력에 푹 빠져버린 정혜윤 기상캐스터입니다.^^* 날씨 정보! 이제는 생활에서 빠질 수 없죠?^^* 저희 YTN 기상팀!! 이제는 YTN 웨더에서 매력적인 날씨의 세계로 여러분을 안내할게요.^^ 기대해주시고 응원해주세요^^* ㅋㅋ

김수정 사람들의 실생활에 가장 밀접하게 관련되는 날씨, 최근 이웃 나라 일본에서 발생한 자연재해만 봐도 그 위력을 알 수 있는데요. YTN 웨더를 통해 어떤 상황 속에서도 시청자들에게 가장 빠른 날씨정보를, 조금 더 친절하게, 그리고 전문적으로 전하겠습니다. YTN 웨더 파이팅!

정선영 24시간 뉴스채널에 이어 24시간 YTN 웨더가 드디어 개국합니다. 신속하고 정확한 날씨 정보!! 다른 곳에서는 볼 수 없는 색다른 방송!! 시청자 여러분 곁에서 함께 하겠습니다.

한수정 날씨가 궁금해서 뉴스 끝날 때까지 안절부절 기다린 경험, 날씨 할 시간이다 ~ 싶어 채널을 돌렸는데 클로징 멘트만 본 경험! 다들 있으실 겁니다. 이제는 YTN 웨더를 트세요. 언제, 어디의, 어떤 날씨 정보를 원하던! 저희가 책임질게요!!

조현선 “날씨 언제 하지?” 이제 그런 고민은 그만! YTN 웨더에서 언제 어디서나, 날씨를 알아볼 수 있습니다. 가장 빠르고, 가장 정확한 날씨정보, YTN 웨더가 전합니다.

24 Hour News Channel YTN 24 Hour News Channel YTN 24 Hour News Channel YTN

YTN Weather엔 항상 파란불!

4월 4일 입사 당일, 17층 대회의실. '반갑습니다.'라고 외치며 같이 일하게 될 동료와의 기쁜 만남(!)을 기대했는데, 순간 나의 떨리는 마음은 당황스러움으로 바뀌었다. 검은색 정장을 차려입은 장정들만 내 앞에 덩그러니 서 있는 것이 아닌가. '여기가 아닌가? 무슨 경호업체 사람들 뽑는데 내가 잘 못 들어왔나?' 이번 입사에서 유일한 여자란다. '아! 기죽지 말자! 난 뻔뻔한 인간이니까! 그렇지만 이건 너무해!'

'유니크'를 외치던 내 인생, 꿈을 이룬다!

혹시나 하는 두려움은 아니나 다를까 현실로 다가왔다. 입사 후 교육받는 내내 질문의 집중 타겟은 바로 나왔다. 자기소개가 먼저인 것은 기본이거니와 '홍일점으로서의 기분, 각오' 등등 질문과 관심은 끊임없이 이어졌다. 회사가 YTN weather에 거는 기대와 관심이 마치 내게로 집중되는 것만 같아 부담감을 느꼈던 것도 사실이다. 하지만, 교육 내내 받았던 선배들의 수많은 격려와 충고는 나의 각오를 새롭게 다질 수 있게 해 주었다. '열심히 해보자, 이왕 이렇게 된 것 하루바삐 적응해서 기대에 부응하는 채널을 만드는데 일등공신이 되자!'

남들과 똑같지 않고 독특한 것을 좋아하는 나로선 정말 구미가 당겼고, 내 인생에서 최고의 이벤트가 바로 YTN weather가 될 것 같다. 한편으로는 기대에 못 미칠까 하는 걱정이 되기도 하지만 여기저기서 응원해 주시는 선배들의 격려에 다시금 마음을 다잡게 된다.

웨더 채널의 개국을 준비하고 있는 사람들은 열정이 가득하고 마음이 따뜻한 사람들인 것은 분명하다. 비록 얼마 지나지 않았지만 처음 걱정했던 마음이 부끄러울 만큼 나를 여동생처럼 이것저것 챙겨주는 마음 착한(?) 매너남들의 집합소였다.

얼마 전 책에서 '조건이 갖추어진 곳이 아니라 황무지를 택하라.' 지금 나에게 가장 필요하고 힘이 되는 말인 것 같다. 지금까지 쌓아온 방송경력과 비축해 둔 '김하나 파워'를 모두 끌어다가 대한민국 유일이자 최초의 날씨 채널, 자부심을 품고 'YTN Weather'엔 항상 파란불이 켜지도록 홍일점으로서 이뤄내야겠다.

김하나 웨더 본부
(86. 1. 31 / 계원조형예대 시각예술과)

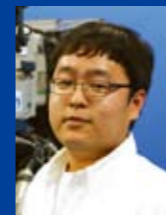


YTN weather
New family



서용석

(81. 2. 16 / 동국대 중문과)
새로운 채널, 새로운 동료, 새로운 환경 속에서 꼭 필요하지만 진부했던 날씨정보의 모습을 날씨의 리더채널이 될 수 있게 새로운 마음으로 달리겠습니다.



이해석

(81. 1. 8 / 경희대 언론정보학)
대한민국 최초의 날씨 전문채널 (YTN Weather). 사내에서 쏟아지는 선배들의 각별한 관심만큼 대한민국 모든 사람의 관심과 사랑을 받는 재미 있는 채널 만들어 보겠습니다.



최홍석

(75. 8. 20 / 명지대 정외과)
방송인이 처음 되던 날처럼 초심의 마음으로 돌아가서 제작PD로서 대한민국 최초의 웨더 채널을 만드는데 기여하겠습니다.

왼쪽부터 김기연, 한문규, 최홍석, 정지원 차장, 김하나, 추은호 본부장, 이해석, 서용석, 이강규, 김대공



한문규

(82. 3. 13 / 한림대 언론정보학)
한국 최초의 날씨전문 채널, YTN 웨더! 한국 방송의 새 역사가 이루어질 이곳에서 비가 오나, 눈이 오나, 바람이 부나 YTN 웨더의 발전을 위해 열심히 뛰겠습니다.



김기연

(85. 12. 6 / 한국폴리텍IV대 영상매체과)
최초의 날씨 전문 채널! 집에 안 들어갈 각오로 다양한 날씨 정보, 재미있는 날씨 정보로 최고의 채널을 만들겠습니다.

서울 상암동 DMC에 2013년 지상 18층 규모로 완공!!!

YTN의 신사옥 'YTN 미디어센터'가 4월 25일 오전 기공식을 시작으로 본격 공사에 들어갔다. 서울 상암동 DMC 단지에 들어서는 'YTN 미디어 센터'는 지상 18층 지하 6층 규모의 최첨단 친환경 방송용 건물로, 오는 2013년 하반기에 완공될 예정이다.

YTN은 25일 '미디어센터' 신축 부지에서 최시중 방송통신위원장과 전재희 국회 문화체육관광방송통신위원장, 정병국 문화체육관광부 장관 그리고 오세훈 서울시장 등

각계 주요 인사와 YTN 임직원 등 250여 명이 참석한 가운데 기공식을 가졌다.

'YTN 미디어센터'에는 YTN과 YTN FM라디오, YTN DMB 등이 입주할 계획이다. 최첨단 디지털 방송시설 'YTN 미디어센터'는 24시간 TV뉴스를 필두로 라디오와 DMB, 모바일, 온라인 등 모든 매체에서 선도적인 역할을 하고 있는 '종합 미디어 그룹' YTN의 새로운 도약을 위한 기반이 될 전망이다.



YTN
미디어센터
기공식
2011. 4. 25

YTN 미디어센터

건설 개요

YTN 미디어센터는 서울시 마포구 상암동 1607번지 D1 - 2블럭에 자리 잡고 있으며 4,978㎡ 부지에 지상 18층, 지하 6층, 연면적 6만821㎡(현 YTN타워의 144%) 규모로 세워질 예정이다.

YTN 미디어센터에는 1층에 농구장보다 큰 다목적 스튜디오인 미디어홀과 6층에 자연과 함께 뉴스를 제작할 수 있는 야외스튜디오, 그리고 1층부터 4층까지 시청자와 소통하는 투어코스가 마련된다.

건설 일정



핫이슈 II

지상파를 꺾은 시청률

YTN, 지상파를 눌렀다!

‘순간시청률 1위’... 11.02%로 지상파 포함

3월 ‘월간시청률’도 1위 ... 첫 케이블시청률 선두

YTN의 지난 3월 ‘월간 일일평균 시청률’이 1.16%를 기록하면서 전체 케이블TV 가운데 1위를 차지한 것으로 나타났다. 이는 지난 1995년 3월 YTN이 방송을 시작한 이후 기록된 ‘월간 최고 시청률’이다.

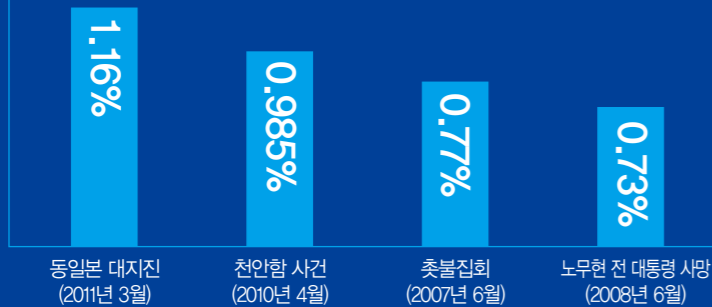
시청률 조사기관 AGB닐슨에 따르면, YTN은 지난 1월에 케이블 시청률 순위 5위를 기록한데 이어, 2월에 3위, 3월에는 마침내 1위에 오르는 등 최근 시청률이 지속적으로 높아지고 있는 것으로 나타났다.

이 같은 시청률 고공행진은 일본 대지진과 함께 후쿠시마 원전에서 연쇄 폭발사고가 발생해 방사능 위험이 계속 높아지고 있어 시청자들의 뉴스에 대한 관심이 어느 때 보다 커졌기 때문인 것으로 분석된다. 이와 함께 일본 대지진 사태 외중에 터진 ‘리비아 전쟁’도 시청률을 높이는데 영향을 준 것으로 보인다.

YTN은 일본 대지진 발생 직후부터 방송사 가운데 가장 먼저 특보체제에 돌입해 시시각각 전해오는 사고현장의 소식을 24시간 시청자들에게 전해 왔다. 이 속보체제가 3주째 이어지면서 지진에 따른 시청자들의 궁금증을 해소해 준 국내 유일의 24시간 방송 채널이었다는 분석이다.

YTN은 일본 대지진이 발생한 지난 3월 11일에는 ‘순간시청률’이 11.02%(오후 6시 57분 기록) 까지 치솟아 지상파를 포함한 모든 방송매체 가운데 ‘순간시청률’ 1위를 기록하기도 했다.

YTN ‘역대 월간 시청률’ 순위



일본 대지진 구호 성금 전달

“따뜻한 마음에 감사를 드립니다”

일본 TBS 사장은 3월 17일 YTN의 일본 대지진 성금에 감사의 뜻을 전하는 편지를 전달했다. TBS 사장은 “YTN 임직원들의 따뜻한 마음과 우정이 저희들에게 용기와 격려가 됐다”고 말하고 “YTN과 TBS의 강한 유대가 더욱 발전하기를 기원한다”고 감사의 인사를 대신했다. 이에 앞서 15일 YTN은 일본 TBS 서울지국을 방문해 일본 대지진 피해에 위로의 뜻을 전하고 YTN 임직원들이 모은 구호 성금을 전달했다.



김홍규 보도국장이 일본 TBS한국지사를 방문해 지진 구호 성금을 전달했다

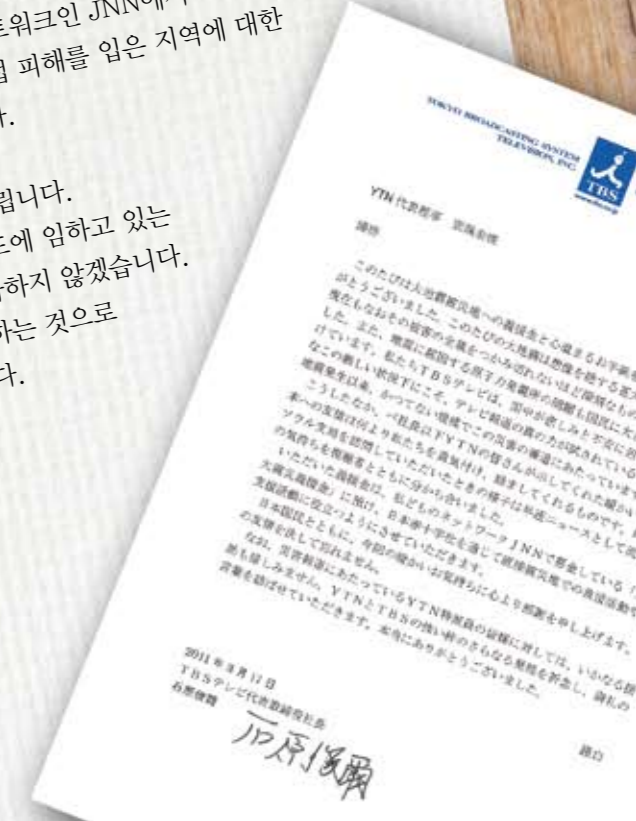
YTN 배석규 대표이사께

이번 일본대지진 피해지역에 대한 의연금과 마음이 따뜻해지는 편지를 받아 진심으로 감사드립니다. 이번 대지진은 상상을 할 수 없을 정도의 심대한 피해를 가져왔고 현재도 그 피해 정도를 파악할 수 없을 만큼 심각한 상황입니다. 또 지진에 의한 원자력 발전소의 문제로 국민들에게 큰 불안감을 안겨주고 있습니다. 온 나라가 슬픔과 불안에 휩싸여 있는 심각한 상황이지만 TBS는 오히려 TV 보도의 진정한 능력을 시험받고 있다고 명심하고, 지진 발생 이후 예전에 없는 규모로 지진피해 보도에 임하고 있습니다.

이런 와중에 배석규 사장이하 YTN 직원 여러분이 보여주신 따뜻한 마음과 일본에 대한 우정은 무엇보다 저희들에게 용기를 주고 격려가 되고 있습니다. 어제 저희 서울지국을 방문하셨던 모습은 신속하게 뉴스로 내보냈고, 감사의 마음을 시청자와 함께 나눴습니다. 보내주신 의연금은 저희 네트워크인 JNN에서 모금하고 있는 ‘일본대지진의연금’에 맡겨서 일본적십자사를 통해 직접 피해를 입은 지역에 대한 구호활동과 부흥지원 활동에 도움이 되도록 하겠습니다.

일본국민과 함께 이번 따뜻한 마음에 깊이 감사를 드립니다. 이 우정을 결코 잊지 않겠습니다. 특히 지진피해 보도에 임하고 있는 YTN 특파원 여러분들에 대해서는 어떤 도움도 마다하지 않겠습니다. YTN과 TBS의 강한 유대가 더욱 발전하기를 기원하는 것으로 감사의 인사를 대신하려고 합니다. 정말 고맙습니다.

2011년 3월 17일
TBS 대표이사 사장
이시하라 도시치카





역사적 대재앙의 현장... 난 그곳에 있었다

시커먼 물결이 해안 마을을 통째로 집어삼키는 장면을 TV 화면으로 지켜보자마자 나는 본능적으로 움직이기 시작했다. “무조건 가야 한다. 저 쓰나미가 덮친 현장으로” 주변의 권유와 추천도 있었지만 3년간 도쿄특파원을 지낸 나로서는 언젠가 일본에서 대지진이 발생하면 반드시 가야 한다는 생각을 지니고 있던 터였기에 나는 주저하지 않고 곧바로 이튿날 첫 비행기에 몸을 실었다.

쓰나미 피해가 가장 큰 지역 가운데 한 곳인 미야기현 계센누마. 내 눈앞에 펼쳐진 광경은 너무나도 참혹했다. 벌어진 입이 다물어지지 않았다. TV 화면으로만 봤던 엄청난 재해의 현장이 내 앞에 마치 살아있는 듯 펼쳐져 있었다.

“이번 지진으로 가장 큰 피해를 입은 지역 가운데 한 곳인 미야기현 계센누마입니다. 저쪽이 바닷가인데요, 당시 쓰나미가 이쪽을 덮치면서 보시다시피 이곳은 아무것도 남지 않았습니다. 상점이었을 것으로 보이는 이 건물은 천장도 벽도 기둥도 없습니다. 저쪽 주택은 주저앉아 반파됐고 이쪽 주택들은 흔적도 없이 사라졌습니다. 여기에는 변기만 텅굴고 있고 어찌 된 일인지 텔레비전이 천장 쪽에 거꾸로 매달려 있습니다. 당시 쓰나미의 위력이 얼마나 강했는지 잘 보여주고 있습니다”

그날 방송된 나의 리포트 첫 오프닝 스탠드업이다. 길이가 무려 36초. 스탠드업을 함께 구상하고 아이디어를 내준 이승준 기자는 YTN 역사상 가장 긴 스탠드업으로 기록될 것이라고 했다. 나중에 다시 보니 내 목소리는 흥분돼 있었다. 난생처음 보는 대규모 재앙의 현장이다 보니 그럴 수밖에 없었을 것이다.

우리는 이튿날 좀 더 북쪽으로 올라가 보기로 했다. 이와테

현의 리쿠젠타카다. 여기는 내륙 7km 지역까지 목조주택은 모조리 사라져버린 곳이다. 쓰나미가 강을 타고 흘러들면서 강 양쪽 마을 주택이 흔적도 없이 사라진 것이다. 피하지 못하고 집에 있었던 주민, 대피 도중 쓰나미에 몸을 내주었을 사람들이 어떻게 됐을지는 짐작하고도 남으리라. 지금까지 공식 집계된 희생자 수만도 3만 명에 육박한다.

그렇게 1주일이 돼가던 즈음, 회사에서 철수 지시가 떨어졌다. 후쿠시마 원전 방사능 누출이 심각해 귀국하라는 것이었다. 귀국 후 일주일 뒤, 이번에는 1년 차 홍성노 기자와 함께 일본행 비행기에 올랐다. 도쿄에서는 몸이 근질근질거렸다. 잠이 쑤셨다. 며칠째 도쿄지국에서 하루 종일 신문과 방송을 보며 전화연결만 하고 있으려니 답답하기만 했다. 내 머릿속을 맴돈 건 “기자는 현장을 지켜야 한다” 였다. 물론 2차 출장 오기 전부터 마음먹은 것이었지만 동북지방방행을 실행에 옮긴 것은 열흘이나 지나서였다.

코디네이터 남영우 씨가 낸 아이디어가 결정적이었다. 방사능 측정기를 가지고 후쿠시마현 원전 주변 지역을 가는 게 어떻겠느냐는 것이었다. 일본 방송에서조차 전혀 보지 못한 것인데, 한국 언론이, YTN이 최초로 직접 방사능을 측정하면서 보여주면 좋겠다는 것이었다. 난 곧바로 실행에 옮기기 시작했다. 과학팀장에게 측정기를 일본으로 공수할 것을 요청했고 며칠 뒤 손에 넣게 됐다.

보이지 않는 방사능... 점점 무감각해져만 가고 미야기현 계센누마 취재 다음날 긴장된 마음으로 후쿠시마로 향했다. 이미 후쿠시마현으로 진입한 고속도로 휴게소에

서부터 방사능 측정기는 경고음을 울리기 시작했다. 80km나 떨어진 지점도 오염돼 있던 것이다. 국도를 타고 서서히 안쪽으로 들어가면 갈수록 방사능 수치는 올라갔다. 한 시간쯤 달렸을까? 일본 언론에서도 자주 등장하는 ‘이다테무라’ 초입에 도착했다. 사람도 차량도 거의 보이지 않는 적막한 분위기 속에서 우리는 측정을 시작했다.

시간당 10마이크로시버트. 허용치 0.15의 66배였다. 그런데 우리는 알지 못했던 사실을 깨닫고 다시 흥분과 긴장을 반복했다. 측정기를 아래로 내릴수록 수치가 올라가더니 땅에 내려놓자 급기야 지상 1m에서의 측정치보다 10배로 올라가는 것이었다. 그만큼 공기보다 무거운 방사능 낙진이 땅에 가라앉았다는 얘기다. 실제로 스탠드업을 촬영하면서 내 목소리는 너무나 흥분해 톤이 0.5 옥타브는 올라가버리고 말았다. (그래서 이 스탠드업은 못 쓰고 다시 촬영해야 했다) 그래도 이곳은 나은(낮은) 편이었다.

35km지점을 지나 또 다른 위험지역인 ‘나미에쵸’ 이정표를 따라가다 ‘위험 출입제한중’ 표지판이 나온 29km 지점에서는 지상 1m의 대기중 방사능 수치가 시간당 60마이크로시버트로 치솟았고 땅바닥은 600마이크로시버트를 가리키고 있었다. 바닥에 누워 있다면 2시간도 채 못돼 1년 치 피폭허용량을 넘게 되는 것이다. 사실 취재진은 표지판에서 2km가량 더 원전 쪽으로 들어갔지만 방사능 수치가 너무 올라가 촬영을 포기하고 즉시 빠져나왔다.

방사능이란 것이 냄새가 나는 것도 아니고, 연기 나듯 눈에 보이는 것도 아니었다. 오로지 측정기를 통해 나타나는 수치만이 방사능 오염 정도를 알려줄 뿐이었다. 방사능의 마법이 우리를 거기까지 끌고 갔던 것이다. 피난 가지 않고 거기에 사는 주민도 고려할 것이다.

우리가 대재앙의 현장을 목도하고 서 울로 돌아온 날 일본정부는 우리가 취재했던 그 ‘이다테무라’를 피난구역으로 설정했다. (당시에는 원전 반경 20km까지를 피난구역, 20~30km 지역을 옥내대피구역으로 설정했고 그 바로 바깥이었던 이다테무라는 위험한 안전지대(?)였다) YTN의 보도가 일본 정부의 정책결정에 영향을 미쳤던 것일까?

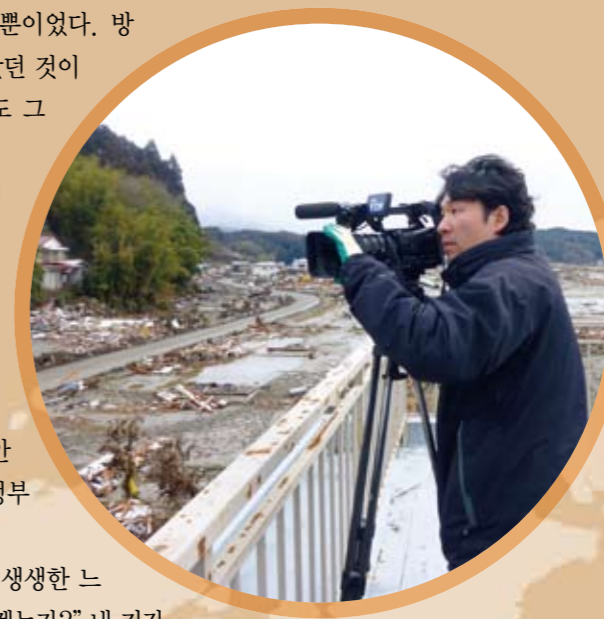
“기자는 현장을 지켜야 한다. 그래야 생생한 느낌 그대로 왜곡 없이 전달할 수 있지 않겠는가?” 내 기자 인생 17년간 지녀온 이 신념이 나를 만족시키는 순간이었다.

그날 밤 11시 반쯤 후쿠시마시의 한 온천여관에서 경험한 진도 5.5의 강력한 여진. (이는 3.11 대지진 이후 가장 강력한 규모 7.1의 여진이었고, 진도 5강이면 3년간 도쿄특파원 시절 경험했던 가장 큰 규모 진도 4에 비해 엄청난 것이다)

그 공포감이 밀려드는, 아마도 놀이동산 가서 청룡열차가 똑 떨어지는 순간 ‘아 이러다 죽는 것 아닌가’ 하는 생각이 들 만한 진동에도 나는 휴대전화를 꺼내 들고 회사 전화번호를 눌렀다. 이 생생한 공포감을 그대로 시청자들에게 전달하기 위하여. 안타깝게도 지진으로 휴대전화가 불통되는 바람에 생방송은 못하고 말았지만, 감히 나는 말한다. 나의 기자 정신, 나의 YTN 정신은 살아 있었노라고. 그리고 현장을 지켰노라고.

거듭 모든 이들에게 감사 드린다. 우리를 염려해 주고 격려해주신 한 일 양국의 모든 지인들에게.

윤경민
차장 편집2부



원전사고 취재는 한 번이면 충분합니다...

첫 해외출장지, 일본.

3월 29일 오전 11시, 일본 하네다 공항에 도착했다. 첫 해외 출장에 대한 부담감과 피로감 때문에 잠시 멍해 있었다. 입국 심사를 받고 검색대를 지나면서 도저히 알아들을 수 없는 말들이 서서히 FADE IN 되면서 낯선 땅 일본에 도착했다는 것을 실감할 수 있었다. 그와 동시에 두려움과 공포도 조금씩 생겨났다. 아무렇지도 않아 보이는 공항 내에서도 마스크를 쓰고 지나가는 일본인들을 보며 한국에서 공수해 간 마스크를 트렁크에 넣어놓은 것을 처음으로 후회했다. 특별취재팀은 호텔에 여정을 풀 겨를도 없이 취재를 시작했다. 일본 사태로 인한 한 인사의 타격에 초점을 맞췄다.

하지만 도쿄 시내 한복판의 분위기는 우리가 생각했던 것 보다는 활기찼다. 사람들은 거리로 나왔고, 가게들은 하나 둘 문을 열고 있었다. 그래서 현장에서 주제를 바꿔 일본 사태에도 이상 없는 한류와 한인사회에 대한 리포트를 제작했다. 일부였을 수도 있지만 처음 접한 일본에서의 분위기가 활기찼던 지라 공항에서의 걱정을 조금이나마 덜고 일본에서의 출장을 시작할 수 있었다.

윤경민 기자와 처음 계획했던 대로라면 첫 주에 후쿠시마 원전 근처 취재를 하고 그 후에 도쿄 주변 지역 취재를 해야 했다. 하지만 취재팀이 도착한 날 일본 역사교과서 문제가 터지면서 일본특파원은 그 아이템을 담당하게 됐고, 특별취재팀이 도쿄에서 원전 관련 리포트를 만들어야 하는 상황이 발생했다. 꼼짝없이 도쿄에 발이 묶어버린 것이다. 차라리 후쿠시마를 먼저 갔다 왔더라면 마음의 짐을 조금이나마 덜어버리고 출

장을 마무리할 수 있었을 텐데, 하루 이틀씩 밀리면서 마음의 부담감도 조금씩 늘어만 갔다.

그러던 중 잘 작동하던 카메라마저 말썽을 일으켰다. 촬영한 영상이 캡처되지 않아서 리포트 제작에 어려움을 겪었다. 도쿄 지역에서는 그나마 현지 카메라맨이 사용하는 컴퓨터를 이용해서 제작했지만, 후쿠시마에서는 대안이 없었다. 부랴부랴 한국으로 연락을 취해 카메라 한 대를 새로 전달받았지만 또 그렇게 하루 이들의 시간이 지나 걱정과 스트레스는 최고조에 다다랐다.

내 생애 가장 길었던 하루 4월 7일!

일반적으로 사람들이 알고 있는 것처럼 방사능은 눈에 보이지도 않고, 냄새도 없다. 즉, 방사능의 직접적인 모습이나 피해를 영상으로 담아내는 것은 어려운 일이었다. 취재팀이 고민 끝에 선택한 방법이 바로 방사능 계측기였다. 방사능 수치를 보여주는 이 휴대장비를 한국에서 공수해 와서 후쿠시마로 가져갔다. 취재팀이 취재장소로 택한 곳은 '이다테무라'라는 아주 작은 마을이다. 후쿠시마 원전에서 40km 정도 떨어져 있는 이 마을에 도착한 것은 4월 7일 낮 12시경. 윤경민 기자와는 사전에 최대한 짧고 임팩트있게 취재를 하고 조금 더 안전한 곳으로 빨리 이동하기로 했었다.

하지만 마을 입구에서 방사능 계측기가 시끄러운 경보음을 내면서 허용치의 100배가 넘는 수치들을 보여주는 순간, 취재는 내가 생각한 것과는 점점 다르게 흘러갔다. (방사능의 일반 허용치는 0.15 마이크로시버트) 윤경민 기자가 사전취재를 하면서 마을 공무원과 이야기했던 수치보다도 3배 이상이 높은 수치였다.

취재팀은 생각보다 높은 숫자에 적잖이 당황했다. 윤경민 기자도 그랬던 것으로 기억한다. 마을 입구에서 잡았던 스탠드 업에서 계측기를 바다에 내려놓으며 하는 멘트가 "지금 이곳의 방사능 수치는 50, 아니 60을 넘어서고 있습니다." 였는데, 긴장감을 주는 말투가 아니라 정말 긴장하고 떨리는 목소리였다.

솔직히 나도 겁이 많이 났다. 하지만 이미 원전 근처까지 왔고, 취재는 잘해야 했기에, 애써 무서움을 감추고 취재에 임했다. 문제는 마을 안으로 들어갈수록 사람이 없고, 화면에 담아낼 수 있는 게 거의 없다는 것이었다. 그래서 점점 원전과 가까운 곳으로 방사능 계측기를 들고 들어간 것이 원전에서 29km 지점까지 다녀오게 된 것이다. 이렇게 고생해서 4분에 가까운 길이의 리포트를 완성했다. 나름대로 할 수 있는 범위 안에서 최선을 다한 결과물이 나왔다고 믿고 있지만 숫자만을 가지고 시청자들에게 방사능의 위험을 100퍼센트 다 전달할 수 있었을까라는 의구심이 지금까지도 남아 있는 것이 사실이다.

4월 7일은 여기서 끝나지 않았다. 이렇게 취재를 마치고 숙소로 돌아와 리포트를 열심히 만들고 있을 밤 11시 30분경, 우리가 묵고 있는 숙소가 조금씩 흔들리기 시작했다. 그리고 10여 초 후 강한 진동과 함께 벽에 걸린 액자며, 천장의 전등까지 떨어질 것처럼 심하게 흔들렸다. 규모 7이 넘는 강진이라고 TV에서 방송했지만, 그 순간에는 숫자에 관계없이 마치 모든 게 다 무너질 것 같은 느낌이었다. 난 순간 얼어버렸고, 자리에서 일어나지조차 못했다. 그 순간 윤경민 기자가 나에게 "짜이!"라고 외쳤고, 그제야 난 정신을 차리고 카메라의 전원을 켰다. 하지만 카메라가 켜지는 순간이 왜 그리도 길기만 한지... 모든 준비를 마쳤을 땐 이미 진동이 조금씩 사그라지고 있을 때였다.

생생한 지진의 순간을 카메라에 담을 기회를 놓친 것이다. 언제 다시 지진을 직접 눈앞에서 찍을 기회가 있을까라는 생각을 해보면 가장 무서웠지만 가장 아쉬웠던 1분여가 아닐까 싶다. 이후에 일본방송에서는 쓰나미 경보도

함께 발령하면서 제2의 일본 대지진 사태가 될지도 모른다고 예의주시했지만, 다행히도 추가피해는 없이 지나갔다. 그리고 길고 길었던 나의 4월 7일도 그렇게 지나갔다.

'첫' 느낌을 새기며

후쿠시마 지방 출장을 마무리하면서 동시에 특별취재팀의 일본 출장도 마무리되었다. 2011년 4월 11일, 일본으로 떠난 지 꼭 2주 만에 한국으로 돌아왔다. 몸과 마음이 힘들었던 만큼 배우기도 많이 배웠다. 카메라기자 홍성노로서나 인간 홍성노로서나.

사람들은 '첫'이라는 단어에 많은 의미를 부여한다. 첫사랑, 첫인상, 첫 경험 등. 그 기억이 좋은 것이든, 나쁜 것이든 다음 행동에 기준을 마련해주기 때문이라고 생각한다. 나의 '첫' 해외출장은 그런 면에서 매우 좋은 '첫' 경험이었다. 자연재해 현장도 가보고, 나 스스로 위험에 처해보기도 하고, 카메라기자로서의 사명과 인간 홍성노 사이에서 고민도 해보고, 또 우리와는 다른 문화까지도 접해볼 기회였으니 말이다. 앞으로 다른 사건·사고, 재해현장이 있다면 누구보다 먼저 자원할 자신감도 생겼다. (단, 원전사고와 같은 취재는 기자인생에 한 번이면 충분합니다.) 자, 다음은 어디로 가면 되니까?



홍성노 영상취재1부



견학 - '뉴스를 이끄는' YTN의 열정을 엿보다

다시 올 때는 기자로 오겠습니다!!!

“뉴스를 이끌 것인가, 뉴스에 이끌려 갈 것인가.” YTN 소개 첫 문구는 강렬했습니다. 그렇게 제 꿈의 현장인 방송국 견학이 시작됐습니다.

종합보도채널인 YTN은 케이블이지만 매체 영향력과 신뢰도는 공중파에 절대 뒤지지 않습니다. 일본 대지진이나 국회의원 선거 등 속보나 중요한 사건·사고가 있을 때마다 YTN을 선택하는 사람이 늘고 있습니다. YTN이라면 살아 있는 뉴스를 전달할 것이라는 인식이 자리 잡았기 때문일 것입니다. 그렇기에 YTN은 기자를 목표로 하는 사람에게는 ‘꿈’으로 다가옵니다.

저 또한 기자를 꿈꾸고 있기는 하지만 방송국에 한 번도 가본 적 없는 ‘초짜’입니다. 그래서인지 YTN 사옥을 들어서는 순간마다 가슴이 두근거렸습니다. 처음 가보게 된 시사 프로그램 제작 현장에 대한 기대감으로 설레었습니다. YTN 내부를 둘러보기에 앞서 YTN을 알아보기 위해 홍보 영상을 시청했습니다.

그다음으로 향한 곳은 빠르고 정확한 뉴스가 전달되는 YTN 스튜디오였습니다. 저희가 둘러본 스튜디오는 ‘YTN24’가 제작되는 곳이었습니다. 스튜디오에서 오해를 풀 수 있었

습니다. 집에서 뉴스를 시청할 때는 앵커가 항상 원고를 다 외워서 진행하는 줄 알았습니다. 그러나 앵커석 앞의 카메라에는 특수한 유리가 설치되어 있었습니다. 앵커는 프롬프트로 비치는 원고를 읽으며 카메라를 응시하면서 뉴스를 진행할 수 있었던 거죠. 하지만, 홍보팀은 “초보 앵커는 원고 읽느라 눈동자 굴러가는 게 카메라에 잡히기도 한다”는 설명을 덧붙이셨습니다. ‘속았다’는 억울함은 이내 능숙하게 뉴스를 진행하는 앵커에 대한 감탄으로 바뀌었습니다.

‘YTN24’ 스튜디오 한편에는 날씨 정보를 전달하는 장소도 마련되어 있었습니다. 파란 벽, 크로마키에 선 기상 캐스터 앞과 옆에는 자신의 모습을 확인하는 모니터가 설치되어 있습니다. 운 좋게도 YTN 조현선 기상 캐스터와 만날 수 있었습니다. 직접 시범을 보여줘 날씨 뉴스가 실제 어떻게 진행되는지 짐작할 수 있었습니다.

가장 재밌던 견학 코스는 역시 ‘기자 체험’이었습니다. 방송기자처럼 카메라 앞에서 원고를 읽는 체험은 보도국의 한쪽에 마련된 스튜디오에서 진행했습니다. 홍보팀에서 보도국에서 모셔온 분은 김세호 산업부 기자였습니다. 우연히도 학교 선배였기에 더욱 상냥하게 기자에 대한 저희의 궁금증

을 풀어주시고 스탠드업 장면 시범도 보여주셨습니다. 김세호 기자께서 직접 가르쳐 준 대로 카메라 앞에서 방송 원고를 읽는데 진심이 다 났습니다. 카메라 감독이 직접 담아주신 제 모습은 3일 뒤 USB에 담겨 돌아왔습니다. 친절하게 한 명 한 명의 리포팅 파일을 USB에 담아주셔서 감사했습니다.

보도전문채널이기에 딱딱하기만 할 것이란 제 선입견은 견학 후 180도 바뀌었습니다. ‘뉴스를 이끄는’ YTN의 열정을 엿볼 수 있었습니다. 홍보팀의 따뜻한 배려에 충분히 YTN을 돌아보고 체험해볼 수 있었습니다. 날씨 크로마키에서는 기상 캐스터, 보도국 체험 때는 기자, 뉴스 스튜디오에서는 앵커 등 적시 적소에 설명을 잘해줄 분들을 모셔 뉴스와 YTN을 이해하기 더욱 쉬웠습니다. YTN을 나서며 다짐했습니다. 다시 올 때는 기자로 오겠다고 말이죠. 제 꿈에 도화선이 되어준, 즐거운 YTN 견학이었습니다.

경계영 성균관대 경제학과 4학년



태블릿PC를 이용한 출구조사 YTN이 원조입니다!



YTN은 세계 최초로 4.27재보선에서 태블릿PC를 이용한 출구조사를 선보였다. 재보선 사상 처음 시도된 이번 출구조사는 경기도 성남 분당을 10개 투표소에서 태블릿PC 20대를 가지고 유권자 3천 명을 상대로 진행됐다. 태블릿 PC 출구조사를 접한 사람들은 처음이라 다소 생소한 반응을 보였지만 “투표결과를 솔직하게 얘기할 수 있어 좋았다”고 말했다. 실제 개표결과도 YTN의 예측과 크게 다르지 않았다.

지난해 천안함 폭침 때는 ‘통신망용 이용한 생중계’(MLBS)로 생생한 현장을 중계했다. YTN이 처음 시도한 휴대폰 Live 중계와 개국하면서 사용한 SNG는 이제 지상파들도 즐겨 쓰고 있다.

YTN이 시청자에게 생생한 뉴스를 제공하기 위한 도전 정신과 시도는 방송계에선 큰 화제거리와 신선한 충격을 주고 있다. 이러한 노력은 시청자에 대한 의무와 약속이자 한국의 뉴스채널 YTN의 자신감이다.

견학으로 시청자에게 다가갑니다!

올해 공식적으로 YTN을 다녀간 사람들은 모두 460여 명을 헤아린다. 중·고교생과 대학생, 군인들로서 이들은 앞으로 YTN의 든든한 후원자가 될 것이다.

더욱 확실한 후원자로 만드는 방법은 이들이 견학할 때 ‘가벼운 미소를 띠어 주는 것’으로 생각보다 간단하다.



대한민국 과학자들의 희·노·애·락을 찾아서!

모든 프로그램이 그러하듯 새로움을 만들어내야 하는 이들의 속내는 소란스럽다. 그런 소란스러움을 나는 '열정'이라 말하고 싶다. 그 단단한 각오로 여전히 소란스런 시행착오를 겪고 있는 우리는 <노벨 원정대>다.

초등학교 장래희망에 빠지지 않았던 1순위 '과학자' 과연 과학자들은 어떤 사람들이며 어떤 일을 하는 것일까? 우리는 이 넓은 과학의 세계에서 최선을 다하는 그야말로 '멋진 과학자'들을 찾아낸다. 그리고 그들을 통해 시청자들이 과학에 대한 관심과 과학자에 대한 흥미를 느낄 수 있도록 이끌어 내려 한다.

과학도 과학자도 재미있을 수 있다는 각오로 예능 토크쇼를 보듯 유쾌한 감흥을 더했으며, 수십 년간 바보상자라 불리며 무시당해온 텔레비전의 역울함을 풀어주고 탈바꿈시키는 중이다. 우리가 찾는 멋진 과학자, 노벨상에 한 발짝 가까이 다가간 주인공들은 달랐다. 오직 연구에만 몰두하며 그들은 자신의 많은 부분들을 희생하고 있었다. 나름 자신의 분야에서 TOP인 그들이었는데, 정말 '연구' 그 하나에만 매달리고 있었다.

그런 그들에게 매번 '시간'을 내달라며 졸라야 하는 막내작가, 출연해주신 박사님들만큼 촬영에, 편집에 하루도 쉴 수 없는 PD님들, 최초의 '새로움'을 만들어야 하는 고통으로 마음 편할 날 없는 선배 언니들. 그러나 그 속에서 우리는 언제나 웃음을 잃지 않고 있다.

첫 번째 주인공, PET 개발로 뇌 과학 분야의 세계 3대 석학

으로 불리는 조장희 박사님. 두 번째 주인공, 2011년 4월! 폐암 유발 새로운 인자를 발견한 서울대 김성훈 박사님. 세 번째 주인공, 나노 다공성 물질 개발로 '전 세계 최고 화학자 100인' 중 39위에 당당히 오른 KAIST 유룡 박사님.

앞으로 계속해서 우리가 만나게 될 자랑스러운 대한민국의 과학자들이 궁금하다. 자신의 연구 분야에서는 가장 프로페셔널한 사람들이지만 카메라 앞에서 부끄러워하는 이 완벽한(?) 분들을 하루 빨리, 더 많이 만나보고 싶다.

진솔하고 따뜻한 휴먼 토크의 달인 베테랑 MC 이병진, 생물학과 출신에 지적 카리스마 매력녀 이유진. 그리고 우리 <노벨 원정대>를 통해 방송의 끼를 뒤늦게 발견한 물리계의 인기강사 정원재 선생님과 함께! 과학의 재미 뿐 아니라, 과학자들의 삶을 알 수 있는, 만인이 함께 할 수 있는 좋은 시간이 되었으면 좋겠다.

전 세계 과학계를 놀라게 할 대한민국 최고의 과학자들. 전국 방방곡곡에 숨어있는 위대한 과학자를 찾아 떠나는 여행! 과학보다 치열하고 영화보다 따뜻한 이들의 감동적인 휴먼스토리! 대한민국 과학자들의 희·노·애·락을 찾아서! "대한민국의 꿈을 이루기 위한 노벨 과학상 프로젝트!"

대한민국 최초 노벨과학상 수상자가 탄생하는 그 날까지 멈추지 않는 국민적 캠페인!"

앞으로 주욱~ 계속 됩니다~!!! 많은 기대해주세요!!

박효경 노벨원정대 작가

어릴 적 누구나 한 번씩은 꿈꿔왔던 과학자의 모습을 있는 그대로 느끼시고, 많은 후배들이 꿈을 향해 다시 한 번 도전해 볼 수 있는 기회가 됐으면 좋겠습니다!

물리계의 브로로 정원재

노벨원정대와 함께하면 '할 수 없다'였던 마음이 '할 수 있다'로 바뀝니다. 우리의 가능성을 노벨원정대가 증명하겠습니다! 파이팅!!

원정대의 홍일점 이유진

<노벨 원정대>를 통해 대한민국의 자랑스러운 과학자들을 만날 수 있어서 기쁩니다. 참 많은 것들을 배우게 되고, 설레기도 합니다. 앞으로도 많은 기대와 격려 부탁드립니다.

원정대 대장 이병진



(사이언스TV) 화요일 11:00, 17:00, 24:00
 (YTN) 일요일 19:30
 (MC) 이병진, 이유진, 정원재, <작가> 김유미, 김지은, 박효경, 김미리, (PD) 김용식, 방용혁, 한상복, 신재현

잠시 귀를 기울이면 지갑이 든든해진다!!!

아주 많은 샐러리맨이 신입사원 시절에는 열심히 일하고 월급을 받는 것이 경제생활 전부라고 여기고 살아갑니다. 그러다가 결혼을 하고 자녀를 낳으면서 점점 필요한 것들이 많아지지요. 집도 사야 하고, 차도 큰 것으로 바꿔야 하고, 아이들 교육비도 마련해야 합니다. 위시리스트가 구체적으로 채워지면서 월급 말고도 돈이 나올 구석이 없나 살피기 시작합니다. 이때 남

들이 뭐가 좋다더라 하는 식으로 가입하는 보험이나 금융상품, 주식 등을 사는 경우가 많습니다. 혹은 아는 사람의 부탁에 못 이겨 보험을 드는 경우도 허다하지요. 그런데 이렇게 해서 소위 '대박'을 치는 경우는 극히 드물고, 심지어 어지간한 수익을 내는 경우도 많지 않습니다. 특히 보험의 경우 일단 들었다가 집을 사거나 목돈이 필요해지면 해지하기도 합니다. 물론 중도 해지로 인한 손실은 고스란히 감수하고요.

투자는 투자자 개인의 책임하에 진행되는 겁니다. 아무리 잘나가는 전문가에게 돈을 맡긴다고 해도 결국 결과에 대한 모든 책임은 투자자 자신의 몫으로 돌아옵니다. 따라서 투자를 잘하려면 투자자가 현명해야 합니다. 제가 아는 유명한 학원 강사가 있습니다. 이 사람은 강의도 유명하지만, 자신이 집필한 참고서로도 유명한 사람입니다. 그런데 강의시간에 무릎을 탁 칠 법한 문제풀이 요령을 알려주면서 꼭 하는 이야기가 있습니다.

“제 강의시간에만 알려 드리는 겁니다. 이런 건 제 참고서에도 안 나옵니다. 그래야 저도 강의로 먹고살죠.”

재테크 분야 전문가들도 방송이나 언론에서 돈이 되는 핵심비법은 절대 안 알려줍니다. 그러나 투자자들이 알려진 정보를 통해 어떻게 재테크를 해야 할지 결정해야 합니다. 하지만, 방송 프로그램을 만드는 입장에서 “이것이 방송의 한계야”라며 미리 선을 긋는다면 청취자는 굳이 그 프로그램을 들을 이유가 없습니다. 어차피 다른 데서도 접할 수 있는 내용일 테니까 말입니다.

〈YTN 생생경제〉는 이 점에서 남다른 고민을 합니다. 비록 증권 전문가가 나오더라도 “○○회사 주식을 사세요”라고 말해줄 수는 없는 것이 현실입니다. 그러나 청취자에게 도움이 되는 정보와 그렇지 않은 정보는 무엇인지 옥석을 가리는 작업은 방송에서 할 수 있다고 믿으며, 그러한 작업을 하기 위해서 나름의 노력을 기울입니다. 또한, 일반인들이 주변에서 접하기 어렵다고 생각되는 알짜 경제 관련 정보들 역시 방송을 통해서 쉽고 재미있게 전달하려고 애를 씁니다.

돈이 많은 사람은 굳이 경제프로그램을 들을 필요가 없습니다. 은행의 PB나 증권사의 전문 애널리스트들이 알아서 정보를 서비스해 주기 때문입니다. 사실 은행의 PB를 통해 받는 서비스는 일반인들의 상상을 초월합니다. 알짜 재테크 정보 제공은 물론이고 부자 고객 집안의 자녀 간에 맞선도 주선해주거나 심지어 자녀 유학 보낼 때 현지 하숙집을 구해주기도 합니다. 동네 부동산에서 사고, 팔기 어려운 빌딩 등의 매매도 PB를 통한 수수료 없이 딱딱 해결해줍니다.

PB가 제공하는 서비스를 모두 방송이 해결해줄 수는 없습니다. 그러나 그 PB들을 방송에 불러 시중 자금의 흐름이나 수익률 높은 상품, 향후 전망 등에 대해서는 얼마든지 물어볼 수 있습니다. 증권사 리서치센터장들이 나와서 증시 트렌드와 전망을 해주기도 하고, 직접 서비스를 받으려면 상당한 돈을 내야 하는 경제 관련 법률지식도 〈YTN 생생경제〉를 통해서 제공해 드립니다. 일일이 시장을 돌아다니지 않아도 물가의 흐름을 파악할 수 있도록 물가정보도 방송을 통해 청취자들에게 전달해드립니다.

물론 이런 이야기들만 들으면 방송의 재미가 떨어집니다. 그래서 〈YTN 생생경제〉는 IT 뉴스나 글로벌 경제 트렌드, 취미생활을 통한 자기계발, 취업정보, 한류 열풍과 같은 문화산업, 경제와 경영에 관한 책 소개 등 경제 전문 매거진이라고 해도 좋을 정도로 풍부하고 재미있는 내용을 담고자 노력하고 있습니다.

아무리 제작진이 이러한 노력을 기울인다고 해도 방송은 전달하는 사람의 능력을 벗어날 수 없습니다. 그러한 점에서 〈YTN 생생경제〉의 진행을 맡는 YTN의 주동원 해설위원은 타 방송사의 어떤 경제프로그램 진행자와 견줘도 손색이 없는 장점을 지니고 있습니다. 오랜 경제부서 데스크 경험으로 익힌 실물경제에 대한 안목과 이를 쉽게 말로 풀어내는 능력은 방송가에서 최고 수준이라고 자부합니다. 게다가 매력적인 목소리와 위트가 곁들여진 멘트 로 자칫 딱딱할 수 있는 경제프로그램에 활력을 불어넣어 주고 있습니다.

방송제작자라면 경제프로그램은 한 번 해볼 만한 영역이라고 생각합니다. 무엇보다 각 분야에서 성공한 전문가들을 만나보는 경험이야말로 세상에 대한 인식의 지평을 넓혀주는 계기가 됩니다. 게다가 월급봉투만 바라보고 살던 사람일수록 경제프로그램을 통해 좀 더 '스마트'해질 수 있기 때문입니다. 그런 의미에서 대학 시절 경제학원론 수업을 청강한 것이 경제지식 전부였던 저로서는 다년간의 경제프로그램 제작이 인생에 커다란 자산이 되고 있음을 실감합니다. 아니, 대학 강의실에서 〈YTN 생생경제〉처럼 강의해주었다면 진작 경제에 눈을 뜰 수도 있었을 텐데 말입니다.

〈YTN 생생경제〉가 앞으로 나아가야 할 길이요? 홈페이지 때문에 나와 있습니다.

“경제를 알아야 돈이 보이는 시대!”

속살에 와 닿는 진짜 경제 이야기가 펼쳐집니다.

잠시 귀를 기울이면 지갑이 든든해지는 프로그램”



박정욱 YTN 라디오 생생경제 PD

YTN 94.5 MHz

| 방송시간 | 16:15~18:00 (월~금)
| 제작진 | 진행 _ 주동원, 작가 _ 송화영, PD _ 박정욱

DMB, '스마트'로 물오르다!

“뭐하세요?”
“TV봐”
“대화하시는 거 같은데...”
“TV본다니까!”
“뭐 검색하시는 거 같은데...”
“TV보면서 검색, SNS 다 되거든?”
“우와. 난 한 번에 두 가지 다 못하는데...”
“그게 닥과 나의 차이야!”

사장님(현빈)과 김비서(김성오)가 스마트TV를 앞에 두고 옥신각신하고 있는 CF의 한 장면이다.

지금 이 글을 읽고 있는 당신의 DMB는 어떠한가?
'한 번에 두 가지 다 못하는' DMB를 보고 있는가, 아니면 'TV보면서 검색, SNS 다 되는' 스마트DMB를 보고 있는가? 지금부터 '닥과 나의 차이'를 좁히기 위해, 요즘 한창 물오른 서비스 '스마트DMB'를 소개한다.

스마트DMB란, DMB가 내장된 스마트폰(또는 태블릿)에서, TV나 Radio를 보고 들으면서 통신(Wi-Fi, 3G 등)을 통한 각종 부가 서비스를 한 화면에서 동시에 쓸 수 있는 서비스다. 스마트폰의 앱 형태로 제공되기 때문에 마켓에서 누구나 다운로드받아 사용할 수 있다. 삼성전자, LG 전자 등 제조업체들의 협조를 받아 6개 지상파 DMB방송사가 공동 개발했다. 6개월여의 준비기간을 거쳐 이번 5월 첫 선을 보였다.

지난해 4월 등장했던 DMB2.0 서비스가 모태가 됐기 때문에, 상단에 TV, 하단에 부가서비스라는 화면 구조는 비슷하다. 하지만 DMB2.0은 지원 단말기 부족이라는 구조적 문제를 넘지 못했다. 글로벌 경쟁을 하는 단말제조사들의 지원 의지가 모자랐기 때문이다. 게다가 특정 이통망(WAP)을 통한 서비스만 가능했기에 서비스 확장에도 한계가 있었다.

이에 비해 스마트DMB는 스마트폰 시대의 이점을 백분 활용했다. 이통사, 단말사와 거의 상관없이 방송사가 제공하는 서비스가 시청자들에게 그대로 제공될 수 있다. 단말기종도 상관없다. DMB 되는 스마트폰에 앱만 설치하면 누구나 스마트DMB의 고객이 된다. (앞으론 이마저도 필요 없이 스마트폰에 미리 설치돼 출시될 수 있도록 제조사와 협의하고 있다.)
망도 자유롭다. 3G 같은 이통망뿐 아니라 와이파이가 같은

무료 인터넷망으로도 얼마든지 사용할 수 있다. 또 스마트폰 플랫폼을 사용하기 때문에 부가 서비스의 범위나 확장성도 무궁무진하다. 여기에 각 방송사별 서비스와 별도의 DMB 공통 제공 서비스 메뉴를 함께 두어, 방송사들의 경쟁과 협력이 서비스 가치를 높이도록 했다.

이런 기회를 YTNDMB가 놓칠 리가 없다. 목표는 채널 정체성 강화와 수익성 확보다. 일단 YTN뉴스 시청자를 위해 화면 아래에 세계에서 가장 빠른 <뉴스 애프터서비스>가 제공된다. 뉴스 검색창을 전면에 배치시켜, 시청자가 놓친 YTN 뉴스를 빠르게 확인할 수 있도록 할 뿐 아니라, 실시간 주요 뉴스와 많이 본 뉴스를 검색창에 교체 노출시켜 시청자의 관심도를 높이도록 했다. 또 'Y리포트'같은 YTN의 트렌디 콘텐츠를 연계 제공하여 시청자와 YTN채널과의 유기적 친밀도를 극대화하고, '캐스터의 눈' 등 젊은 층에 어필할 수 있는 콘텐츠로 YTN 취약 시청층 공략에도 한 몫 할 계획이다.

수익 확보를 위한 도전도 빼놓지 않았다. 방송법 규제 등으로 구현이 어려웠던 서비스도 스마트DMB의 통신형 서비스에서는 가능하기 때문이다. 첫 시도로 최근 주목받는 '소셜커머스'를 선택했다. 소셜 커머스 상품 정보를 모아서 제공하는 업체와의 제휴를 통해 최근 20~30대에 인기있는 상품을 시작으로, TV를 시청하면서 관심 상품도 구매하는 행위를 자연스럽게 유발시킨다는 목표다. 그리고 그건 시작일 뿐이다. TV 보며 할 수 있는 모든 유용한 서비스가

YTNDMB의 스마트DMB 상품기획 전략이기 때문이다. 이러한 시청환경의 변화를 통해, YTN 뉴스를 보는 사람도 늘리고, DMB의 수익성도 높게 될 것이다.

DMB자체 제작 프로그램을 시작으로 다양한 프로그램 연동형 부가 서비스도 준비되고 있다. 과학프로그램의 부가 콘텐츠에서 실시간 피드백 등 뉴스 프로그램의 부가 서비스까지 그동안 환경적, 기술적 문제로 현실화되지 못했던 다양한 아이디어들이 스마트DMB를 통해 빛을 볼 수 있을 것이다. (의지만 있다면 PD들이여, 아이디어를 주시라!)

지난 일본 지진 소식에서 관심 끈 기사 하나. 지진에 멈춰선 열차 속에서 영문 모르던 승객 수십 명을 일본판 DMB인 '원세그'가 살렸다는 것이다. 원세그의 데이터방송 서비스를 통해 지진과 쓰나미 경보가 바로 전달됐고, 이를 본 승객들이 긴급 대피를 할 수 있었다는 얘기였다. '원세그'처럼 '스마트DMB'도 살릴 수 있다. 위급한 재난 상황에서의 시민들의 생명 뿐 아니라, 여러 해 적자로 시달려 온 DMB사업자들의 활로까지 말이다.

스마트DMB, 지금 한창 물오르고 있는, DMB의 새로운 이름이다.

장지혜
YTN DMB 데이터서비스팀



지상파 DMB 방송서비스의 진화

서비스명	DMB	DMB 2.0	스마트 DMB
데이터전달방식	X	방송망 + 통신망	방송망 + 통신망
양방향성	X	△ (제한적, 이통사 WAPP)	○ (Wi-Fi, 3G, 4G)
수신기능 개발주체	단말기 제조사	단말기 제조사	방송사 (통합 DMB Player App)
부가콘텐츠	X	방송사 / 통신사업자가 확보	온·오프라인상의 모든 콘텐츠
서비스 구축 주체	방송사 (개별)	방송사 / 통신사업자	방송사 (공통 및 개별)
지원단말기	DMB칩 탑재 단말기	지원단말기 1종 (LG-SU420)	DMB칩 탑재된 안드로이드 플랫폼 지원단말기 (기타 OS에 지원 확대 예정)
수익모델	X	광고 (이통사 유통 실패로 수익확보못함)	광고플랫폼 R/S, 콘텐츠 연계 수익 (VOD, 쇼핑 등)



방송하듯 노래하라! 노래하듯 방송하라!

“아뵤, 니가 무슨 노래를 한다고?!”

직장인 밴드에서 ‘보컬’을 한다고 하면 사람들은 한결같이 이렇게 반응한다. 나의 노래를 한 두 번쯤 들어본 이들은 이미 나를 ‘노래를 못하는 부류’에 분류해 놓았기 때문일게다. 나 역시 그렇다. 초등학교 시절, 노래 실기시험에서 음악 선생님의 거의 독설에 가까운 평가와 함께 - 무슨 슈퍼스타 K와 같은 오디션 프로그램도 아니고 꼭 그렇게 말씀하셔야 했을까 - 거의 바닥에 가까운 점수를 받고 난 이후부터 나는 줄곧 “나는 노래를 못하는 사람”이라고 생각해왔다. 때문에 어떤 자리에서건 내게 공개적으로 노래를 시키는 것을 끔찍스럽게 여겨왔다. 아니 무서워했다는 표현이 맞겠다. 허나, 저 깊은 마음속에는 어떤 열망 혹은 동경 같은 게 있었는가 보다. 나도 남들처럼 자유롭게 노래를 하고픈, 보컬이 되어 무대에 서 보고픈, 그렇게 어린 시절의 트라우마 아닌 트라우마를 깨보고픈 열망. 이런 내게도 기회는 찾아왔다. “너, 보컬 한번 안 해볼래???”

2009년 겨울, 노래방

그날은 2년 전으로 거슬러 올라간다. 당시 편집1부 회식이었던가, 콘드레만드레 취한 밤이었다. 역시 인사불성으로 보이는 황보연 선배(와이뮤직 회장)의 손에 이끌려 간 곳은 바로 락 노래방. 당시 그해의 공연 준비가 한창였는데 베이스스트 짱아영 기자와 막강 드러머 이정미 기자가 한창 맹연습중이었다. ‘열정’이 있는 후배들이 어찌나 멋지구리해 보이던지. 낮을 놓고 지켜보다가 나도 합류하기로 맹세를 했으나 나는 딱히 다룰 줄 아는 악기가 없었다. ‘그럼 노래??!’ 까이꺼 한번 해보자란 용기가 불현듯 어디서 생겨났을까. 아마도 술김이었던가 보다. 역시 술김에 나를 보컬로 발탁하신 황 선배는 나중에 솔직히 말씀하셨다. “그때는 니가 노래를 무척 잘하는 줄 알았는데...”

술은 사람을 용감하게 하기도 하고, 과장하게 하기도 하고, 또 결점은 적당히 가려주기도 하는 거다.

2010년 ‘노래의 힘’

작년은 무척 힘든 한해였다. 내게 주어진 새로운 일과 역할에 적응을 잘 해야 한다는 부담감도 있었고, 개인적으로도 여러 굴곡진 일들이 나를 흔들어놓고 가곤했다. 이런 고난의 나날을 보내던 내게 위안을 주었던 것은 사람도 일도 아닌, 다름 아닌 ‘노래’였던 것 같다. 잘 부르든, 못 부르든 간에 연습실에서 노래를 부르고 있는 순간, 아니 ‘꽤’ 지르는 순간만큼은 모든 시름을 털어놓았다는 표현이 맞을 것이다. 그리고 마침내 “나는 노래 못한다.”라는 의식에서 벗어나는 순간, 어떤 자유로운 해방감을 느꼈드랬다. 누군가에게 들려주기 위해, 혹은 멋드러지게 보이기 위해 노래를 부르는 것이 아닌, 나 스스로를 치유하기 위하여 부르는 노래였다고나 할까. 사람들은 이제 내게 이렇게 말한다. “노래를 잘하는 것은 아니지만 웬지 모를 느낌(?)이 있다고...”

밴드명, “오, 매달리까!”

우리 밴드 이름은 ‘매달리까’. 커트 코베인의 이름을 딴 밴드명 ‘눈뜨고 코베인’처럼 기발 난 이름을 짓고 싶다는 열망 아래, 팀원들이 머리를 쥐어짜내 지어낸 이름이다. 그룹명 ‘매달리까’에서 착안해낸 ‘매달리까’. 뭐 굳이 의미를 달자면, 비굴하게 직장인 상사에게 ‘매달리며 살아야 하는’ 직장인들의 서글픈 애환과 마음이 차갑게 식어버린 연인에게 ‘매달리까, 말까’하는 모든 젊은이의 애달픈 마음을 대변해주고 싶은 마음이라고나 할까. 그렇게 탄생한 와이뮤직의 밴드 ‘매달리까’는 그동안 알게 모르게 활발히 활동해왔다. 작년 언론노조 기념행사에 초청받기도 했고, 불혹의 나이에 장가를 가신 황보연 선배의 결혼식장에서 축하를 부르기도 하고 말이다. 노래로 무대에 선다는 것... 이것 참, 짜릿한 일이다.

2011년 4월 8일 <롤러코스터>

4월의 첫째 주 금요일 10 Pm. 관객들의 숨소리조차 느낄 수 있을 것 같은 흥대의 작은 클럽에서 우리가 모두 모였다. 음악에의 열정, 노래에의 열정, 그리고 사람들에의 열정이 있는 사람들이 모여 온갖 ‘끼’를 펼쳐 보이는 시간, 방송쟁이로서의 격식

따위는 우리에게 없었다. 수개월 동안 갈고 닦은 기량을 마음껏 펼쳐보이는 자리, 오로지 ‘음악’으로 푹푹 뭉친 우리만 있을 뿐이었다. 보컬 전진영 아나운서의 상큼한 보이스 ‘Kiss me’로 막을 연 공연은 가수 뺀치는 실력으로 ‘하늘을 달리다’를 열창한 김명섭 선배의 우렁찬 보이스에서 열기를 더했으며, 객원 보컬 양일혁 기자의 Creep에서 더욱 달아올랐고, 락커로 변신한 남궁용 선배의 ‘Enter sand man’, ‘Sweet child o’mine’에서는 그야말로 초절정에 달했던 것!

밤 11시가 훨씬 넘은 시각, ‘노래를 못하는 보컬’ 최영주 앵커가 무대에 오를 타임. 오 마이..... 세상이나 스튜디오 카메라에 온-에어 들어오기 직전의 긴장감만큼이나 더한 긴장감이 느껴질 줄이야. 산타나의 ‘The Game of Love’를 마치고, 고 김현식 님의 곡을 편곡한 컴백 마돈나의 ‘사랑 사랑 사랑’을 부를 때는 등골에서 식은땀이 ‘줄줄’ 흘렀다. 눈부신 조명이 나를 비추기 시작했을 때 그저 내 머릿속에는 한가지 생각뿐, “그래, 카메라에 온-에어 불이 들어오고 마치 방송을 하듯 그렇게 노래하자.” 무대 위에서 사시나무 떨 듯 긴장하고 있는 나를 아는 지 고맙게도 함께 따라 열창해주는 관객들의 열띤 응원에 내가 나를 잊을 정도로 노래에 열중할 수 있었다. =)

“누구나 한 번쯤은 사랑에 웃고, 누구나 한번쯤은 사랑에 울고, 그것이 바로 사랑 사랑 사랑이야.” 무대에서 음악을 연주했던 사람들... 노래를 불렀던 사람들... 그리고 객석에서 함께 공감했던 사람들이 모두 하나가 되었던 밤, 그렇게 우리들의 밤은 깊어갔다. 동이 터올 때까지...

최영주 앵커팀



“구두 굽도 고쳐요”



이기주 차장, 그의 공식 업무는 조명감독이다. 이와 함께 사진동호회장과 명예 사보기자로서 항상 YTN 타워 20층 스튜디오와 부조를 중흥무진 하며 바쁘게 뛰어다닌다. 수시로 견학자 안내, 출연자 사진 촬영, 스튜디오 소품 제작과 설치 등 무궁무진하다. 한 마디로 능력 종결자다. 그를 만나봤다.

처음 회사 사진을 찍게 된 계기는?

수송동 사옥시절 앵커들과 기상캐스터를 후원하는 인터넷 카페가 생기면서 앵커들의 방송진행 장면을 찍어서 팬클럽 사이트에 올려주고 하였다. 그러다보니 시청자들의 반응이 좋았다. 앵커 하나하나 특성을 살려 촬영하고, 프로그램별로 찍기도 했다. 그 후 취미가 됐다. 나중에 싸이월드가 생겨 본인 사진들을 서로 각 직원들이나 외부사람들이 퍼가면서 공식적인(?) 회사 찍사가 되었다^^;

이런 계기로 사진동호회를 만들게 되었고, 2004년 서울역 사옥으로 이사와서 지금까지 회장직을 맡고 있다. 사진동호회를 시작으로 우리 회사 오프라인 동호회가 만들어졌다.

보람은?

기자들 출연용 증명사진을 찍고, 회사 기록물 제작하면서 정성껏 촬영한 사진이 중요하게 쓰일 때 보람을 느낀다. 1층 로비에 있는 방송 출연자들을 모아 놓은 홍보 모니터의 사진들을 볼 때도 뿌듯하다.

방송 출연자들을 촬영하면서 기억에 남는 에피소드는?

조인성 같은 특급 연예인들은 통제가 매우 심해 촬영이

쉽지 않다. 얼마 전 유명 여자 연예인이 출연했을 때 일이다. 앵커가 사전의 없던 질문을 했다고 방송 직후 매니저가 불친절한 모습으로 연예인의 팔을 잡고 그냥 나가버려 모두가 크게 당황한 적이 있다.

사진을 전문적으로 해 볼 생각은?

기술국 본업을 충실히 하며 사이사이 여유시간을 이용해서 하려고 한다. 최근 사진열풍이 불고 있는데 사진은 순간의 기억을 영원히 남기는 그런 묘미가 있다. 피사체를 찍을 때 때론 힘들기도 하지만, 그 순간이 영원히 한장의 기록으로 남음을 생각하며, 즐거운 취미생활로 이어가고 싶다.

닉네임이 ‘말만해! 다 고쳐줄게!’ 인데?

여직원들 구두 뒷 굽도 갈아 주고, 회사 스튜디오 세트 소품이나 인테리어 디자인도 직접해 본다. 회사 안을 오다가 다 고장 난 물품을 보면 성격상 고쳐야 직성이 풀린다. 모두 내가 즐거워서 하는 일이다. 그래서 생긴 별명인 듯 하다.

회사 직원들에게 이번 기회에 하고픈 말은?

회사 직원들의 출연용 사진(기자 전화 연결시 화면에 띄우는 사진)들을 촬영할 때, 내가 당연히 사진을 찍어줘야 한다고 생각하며 다소 거칠게 대하는 사람들이 간혹 있다. 그럴 경우 정중히 거절할 때도 있다.

출연용 사진 촬영시 주의할 점은?

해당 기자가 어떤 분위기의 기사를 다룰지 모르기 때문에 문화부 기자마저도 환하게 웃는 얼굴로 찍을 수 없다. 그래서 최대한 진지한(?) 표정으로만 찍어야하는 특징이 있다.

가끔 기술국 20층 견학도 도와주고 있는데...

회사 특성상 따로 견학루트가 없다보니 생방송 스튜디오를 견학하게 될 경우가 많아 주의가 필요하다. 이번 기회가 꼭 하고 싶은 말은 현업부서에서 일하다보니 바빠서 그럴 수도 있지만 견학자들에게 조금은 밝은 미소로 대해주면 고맙겠다는 생각이 든다.

이기주 차장 제작기술부(사진동호회장)

포토 뉴스



〈YTN월드 해외위성방송 10주년〉 정명훈 서울시향 콘서트 (4.26)



18기 정기주총 (3.18)



한국국제협력단 MOU (4.8)



산업인력공단 MOU (4.14)



YTN 미디어센터 기공식 (4.25)



YTN월드 기상청 MOU (5.2)



정명훈 콘서트 수익금 '남산원' 전달 (5.4)

포상 4월 8일

〈특종상 은상〉 김대근 사회부, 강근배 영상취재부 : '전파 방해... 수도권 일부 지역 휴대전화 오류' 보도
 〈특종상 동상〉 김중술 이슈팀, 류원홍 사회부 : 2014학년도 수능 개선안 보도 〈YTN 우수프로그램상〉 안광연 제작팀, 이문세 영상취재부 : 'DMZ 세계 특진 3부작 제작·방송 (사이언스TV본부 우수프로그램상)' 김신영 노총부 스페셜 (노벨과학상을 꿈꾸다) 2부작 제작 방송 〈공로상〉 김재혁 정보시스템팀 : 사이언스TV 스크를 뉴스자동화 프로그램 개발 / 김봉덕 타워운영팀 : 타워 지하층 C시 당 화재사고 예방 / 남궁용 마케팅3팀 : 신규광고 유치 및 증액을 통한 매출 증대 기여 / 김희석 콘텐츠 초사업팀 : 2011년도 국내뉴스공급사 계약실적 성과 발취 / 윤경민, 오승연, 이강진, 장이영 편집2부 (뉴스Q) : 일본대지진특보시청물항상 / 강성욱 디지털뉴스팀 : SNS 기반구축과 스마트폰 체보시스템 운영 / 김지연 영상편집부 : 이면만의 여명작전 당시 동영상 '보 처리' / 박두만 장비관리팀 : 종합편성집실 구축 및 예산 절감 (표창) 객은정 홍보팀 : 견학프로그램 체계화 및 영화 속 YTN홍보 확대 / 박시유 해외방송팀(일본리포트) : 일본 대지진 현지 전화연결

승진

〈국장〉 이정우 대전지국장, 유석현 워싱턴지국장, 정영근 보도제작국장, 이계성 기술국장 (총장대우) 류희림 경영기획실장, 이홍렬 마케팅국장, 김홍규 보도국장, 김승환 강릉지국장, 홍영기 춘천지국장, 최수호 이슈팀장 (부국장) 한영규 미디어전략실장, 황명수 DMB사업본부장, 김익진 총무국장, 김윤섭 마케팅기획팀장, 조용원 영상담당부국장, 박성호 이슈팀 선임기자, 홍문표 영상취재부, 오수환 제작팀장, 임영선 기획팀장, 전용화 제작기술부장, 문중선 사이언스TV본부장, 추은호 채널사업팀장 (부장대우) 심찬래 구매팀장, 설명수 마케팅2팀장, 채장수 대구지국장, 이재윤 뉴욕지국장 (부장) 영해진 감사팀장, 김진호 인사팀장, 한상구 콘텐츠사업팀장, 나은수 문화사업팀장, 박병한 산업부, 권오진 사회2부장, 김인철 울산지국장, 박주영 부산지국, 박상남 국제부장, 김상우 국제부, 이화영 영상취재부, 김해중 글로벌기획팀장, 김태동 기술기획팀, 정진웅 송출기술부, 김용구 인프라팀장, 정창원 제작기술부, 김영철 중계부장, 오광식 중계부 (부장대우) 김현영 인사팀, 원경태 보도국, 김영옥 영상취재부, 임수근 제작팀, 이강선 송출기술부, 김동후 인프라팀, 최병관 중계부, 기정훈 YTN DMB 데이터서비스팀장, 류재복 편집부장 (차장) 신현준 미래전략팀, 최명신 기획총괄팀, 강계현 정보시스템팀, 이승기 경영관리팀장, 인호연 마케팅기획팀, 이상근 마케팅2팀, 문한수 광주지국, 전재영 부산지국, 김경아 문화부, 김중옥 국제부, 김선희 편집2부, 정지원, 오재연, 손영범 그래픽팀, 권혁은, 윤성수, 원종호, 김윤석, 노옥상 영상취재부, 서승철 영상취재2부, 김학욱 영상아카이브팀, 김익현 글로벌기획팀, 정경남 인프라팀, 양태열, 이현직 송출기술부, 김성영, 박현찬 백영선, 이기주, 이덕희 제작기술부, 박선우, 배경호 중계부, 김한수 기술연구소, 이윤구 사이언스TV본부 편성기획팀장, 김신영 사

정보 5월 11일

사이언스TV본부 제작팀 ... 429 (차장대우(5급급)) 최종민 마케팅3팀, 김동철 강릉지국, 여승구 전주지국, 고민철, 박민우, 박정호, 정명호 영상취재부, 최용호 영상취재2부, 김성환, 한인심 영상편집부, 변재철, 유영식 영상아카이브팀, 이경준 인프라팀, 김영호, 유재동 송출기술부, 김기찬, 김지영, 최병수 제작기술부, 박두만 장비관리팀 (차장대우(5급급)) 박영진 편집팀, 박진수 영상취재부 ... 412

추은호 웨데본부 부부장, 이양현 타워운영팀장, 이철용 보도국 영상부국장, 오인석 뉴스기획팀장, 박병한 편집3부장, 조용원 영상취재부장, 김영옥 영상취재2부장, 이동우 편집부국장, 선임기자, 김상우 선거방송팀장, 박경석 사이언스TV본부 뉴스제작팀장, 유두권 웨데본부 편성제작팀장, 김진두 웨데본부 기상팀장 (과학기상팀장 겸임), 진상욱 타워운영팀 타워운영위원, 김은건 부장대우 정치부, 이광래 부장대우 영상취재부, 사이언스TV본부 제작팀 → 사이언스TV본부 뉴스제작팀으로 일괄 병령

퇴사

이재홍 차장 보도국 5.4 / 조원위 법무팀, 최성하 마케팅기획팀 4.11

새가족 소개



이준호 (80. 7. 25) 마케팅4팀
 청주대 광고홍보학과 / 현대HCN



이윤수 (78. 3. 22) 마케팅4팀
 강남대 무역학과 / 헤럴드미디어