





YTN 스페셜 8부작 '세계의 축제' - 제작기

# 새로운 것에 대한 도전

사람에게는 누구나 자신이 속한 범주가 있고 해야 할 일이 있으며 자신의 위치가 있다. 한 살이라도 더 먹기 전에 패기와 도전 의식을 가지고 새로운 분야에 도전한다는 것, 그것은 짜릿함 그 자체가 아닐까? 필자의 머릿속에는 항상 직종의 한계를 넘어 창의적으로 특집을 제작해 봐야겠다는 생각이 있었고, 2005년 11월 드디어 그 기회가 찾아왔다.

세계 각국에는 그 나라를 대표하는 수많은 지역 축제와 문화적 특성을 살린 페스티벌이 있다. 그러한 축제들은 또한 고급화되고, 상업화되어 엄청난 수익 창출까지 이루어 내고 있다. 그것은 축제가 단순히 즐기는 문화가 아니고 문화를 통해 산업을 발전시키고 지역경제를 움직이는 국가산업의 핵심원천이기 때문이다. 반면, 우리나라는 거창한 이름 속에 실속 없는 내용만 담아낸 축제들이 많아 실패를 거듭하고 있는 현실이다.

이 프로그램의 기획 의도는 세계 각국의 축제현장에 깊숙이 파고들어, 우리나라의 축제들과 비교 분석하고 우리 것을 고급화, 국제화시켜 수익창출에까지 이바지할 수 있는 비전과 방향을 제시하고자 한 것이다. 해외출장 111일, 국내출장 40일이라는 긴 여정은 봄, 여름을 지나 가을 그리고 겨울로 이어졌다.

먼저 긴 취재기간 동안 지금도 잊을 수 없는 아찔했던 순간의 기억들을 소개한다. 중국 하얼빈은 방송용 ENG카메라의 반입이 되지 않는 지구상의 몇 안 되는 나라 가운데 한 곳이었으며, 계속되는 공안의 감시 또한 우리에게 어려운 제작여건이었다. 하지만 이 같은 규제와의 싸움도 영하 38도를 밑도는 혹한과의 전쟁에 비하면 아무것도 아니었다. 연일 이어지는 매서운 추운 날씨 속에서의 야외촬영은 몸과 마음을 순식간에 얼려버릴 정도로 고통스러운 것이었다.



왼쪽부터 정희인 차장대우, 조항윤 팀장, 오유철, 김윤석

카메라 핸드그립을 잡고 10초만 움직이지 않고 있으면 바로 손가락 끝이 마비되고, 눈썹에는 입김이 어느새 하얀 눈꽃으로 변해 몸 전체가 얼음조각상으로 변하는 듯 마비증세가 오곤 했다. 하얼빈 방설제 행사장에서 경험한 6시간은 정말 다시는 떠올리고 싶지 않은 추억이 됐다.

수백 년의 역사를 자랑하며 스페인의 봄맞이 축제를 대표하는 발렌시아의 파야축제가 있다. 파야축제는 사회적, 도덕적 금기가 허물어지는 일탈의 자유를 제공한다. 파야 축제의 주인공이자, 파야 축제를 대표하는 조형물 파야, 이들은 마지막 밤 축제를 완성하기 위해, 한 줌의 재로 변해야 할 운명을 지니고 있다.

이 화려하고 강렬한 파야축제의 취재도 그리 호락호락 하지만은 않았다. 프랑스에서 transit을 하면서 파리 드골공항이 수하물의 블랙홀이라는 악명을 익히 들었던 터라 필자는 수하물이 스페인 발렌시아 공항까지 잘

도착하게 해달라고 담당직원에게 신신당부를 하고 에어 유로파에 몸을 실었다. 늦은 밤 현지에 도착하여 아무리 기다려도 우리 가방 3개는 온데간데 없고 분실물을 신고하는 대행사엔 많은 사람들이 와서 순서를 기다리고 있었다. 발렌시아 공항엔 파리로부터 하루 2번 비행기가 도착하는데 다음날 찾은 개인화물 2개를 제외하고 가장 중요한 장비 가방은 이상하게, 그리고 의도적으로, 누군가가 계속해서 골탕을 먹이는 듯 3일간 행방불명이 됐다.

대한항공 파리 지사에선 문제의 그 가방이 비행기에 실리기 위해서 화물칸으로 이동하는 것을 매일같이 확인하고 우리에게 연락을 해주었다. 그러나 3일간 똑같은 확인이 반복됐으나 우리 가방을 받을 수가 없었다.

분실화물을 담당하는 사무소의 본사는 바르셀로나에 있고 공항에 있는 영업소 직원들은 너무도 무책임하고 당당하게(?) 공식적인 답변만을 반복했다. 너무 화가 났지만 가방을 찾아서 무사히 취재를 마치려면 참을 수밖에 없었다. 어쨌든 우여곡절 끝에 축제의 하이라이트는 취재를 할 수가 있었다.

이번 특집(8부작, 세계의 축제) 제작은 카메라가자들이 직접 기획하고 연출 및 촬영을 담당하는 멀티플레이어의 역할도 잘할 수 있음을 다시 확인했다는 점에서 큰 긍지와 자부심을 가진다.

돌이켜 보면 지난 1년간 힘들고 어려운 많은 취재 일정을 소화 해냈다. 그리고 별 탈 없이 팀원들 모두 건강하게 지금까지 올 수 있었던 것은 하고자하는 확고한 신념이 있었기에 가능했다고 생각한다. 이 소중한 경험을 바탕으로 앞으로 더욱더 훌륭한 다큐멘터리를 제작할 수 있으면 하는 바람이다.

조항윤 영상기획팀장

## 단 신

### 기구 개편

회사는 1월 23일자로 DMB사업본부와 과학TV 추진단을 신설하고 지역DMB 사업추진단을 폐지했다.

### 김재동 부장 최준영 차장, 「현장기자가 발로 쓴 영상저널리즘」 발간

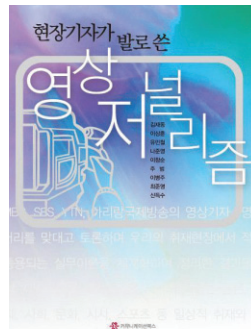
김재동 부장(홍보심의팀)과 최준영 차장대우(영상편집팀)가 방송위원회의 방송발전기금을 지원받아 「현장기자가 발로 쓴 영상저널리즘」을 발간했다.



이 책은 영상기자를 꿈꾸는 대학생들의 학습용, 이미 현업에 투입된 영상기자의 전문지식과 이론을 재확인하는데 도움을 줄 수 있는 실무이론서다. 영상저널리즘의 의미와 영상기자의 역할, 보도영상의 역사, 분야별 영상취재와 분장 및 재난지역 등 특별한 상황에서 발생할 수 있는 현장취재에 대해 정리했다. 뉴스영상의 시각적 표현과 영상편집, 초상권과 몰래카메라 등 언론보도와 법제, 보도영상의 미래와 하드웨어적 기반 그리고 현

장기자들의 교훈적 취재기 등을 담았다.

김재동 부장은 “현업 경험이 풍부한 각사의 영상기자들이 직접 저술 작업에 참여해 보도영상이론을 현장기자의 관점에서 종합적으로 체계화했다.”며, 기존 영상 관련 서적은 스튜디오 작업이나 제작부문의 시각에서 서술된 내용이 대부분이고, 번역서 또한 우리의 취재 현장과는 거리가 있다고 말했다. 취재 현장의 실무를 담아내며, 가능한 텍스트와 관련된 이미지를 제시해 이해의 폭을 넓히려고 힘썼으며, 특히 ‘보도영상의 표현과 관련한 삽화는 보도영상의 구성논리에 맞추어 독자적으로 제작했다.’고 설명했다.



### 제3회 최신 정보통신·방송기술 강좌

YTN 방송기술인협회는 2월 6일부터 3일간 17층 대회의실에서 임직원들을 대상으로 첨단 정보통신·방송기술의 현황과 발전방향에 대한 세미나를 열었다.

이번 세미나는 2월 6일 오후 3시 30분 성광모 서울대 교수의 ‘디지털 입체음향 신호처리 기술’, 7일 김정만 I&S 시스템즈 이사의 ‘콘텐츠 스토리지 인프라 구

축’, 8일 서병락 코난테크놀로지 이사의 ‘디지털방송 영상 포맷과 표준화 동향’ 순으로 진행됐다.



### 게시판

■ 입사  
이동원 타워운영팀 1.8 / 최민영 그래픽팀 2.1

■ 퇴사  
이재희 이사대우 홍보심의팀, 김관상 국장 홍보심의팀, 윤종수 차장 사회2부, 이종국 차장대우 국제부 1.31

■ 전보  
홍상표 보도국장, 진상욱 DMB사업본부장, 황성수 과학TV추진단장, 강철원 해설위원, 김호성 해설위원 겸 스포츠부장 1.23 / 이종수 뉴욕지국장, 김중술 부장대우·한정호 차장대우 과학TV추진단, 박영진 뉴스4팀, 홍혜주 사업팀 2.1 / 김태현 차장대우 국제부, 윤진완 마케팅기획팀 2.12



‘과학TV’ 의미와 향후 계획

# 국내 최초, 테이프 없는(Tape-less) 방송 뜬다



올해 우리 방송역사에 새로운 장이 열리게 된다.

‘방송의 과학화, 과학의 방송화’를 기치로 YTN과 과학기술부가 손을 맞잡고 개국준비에 박차를 가하고 있는 ‘사이언스 TV(가칭)’는 우리나라에서는 처음 시도되는 이른바

‘테이프 없는 꿈의 방송국’을 실현할 예정이다.

‘테이프 없는 방송’의 첨병은 카메라 장비.

날마다 새로운 신제품과 첨단기술이 쏟아져 나오고 있는 국내의 과학기술계의 생생한 현장을 안방에 전달하기 위해 기존의 무거운 ENG 카메라를 대신해 10시간 분량의 영상과 음향을 저장할 수 있는 하드디스크를 부착한 최신 6mm HD카메라가 투입된다.

HD 카메라로 촬영된 생생한 영상과 음향은 1000시간, 대용량의 저장장치(Storage)에 저장된 후, 몇 번이고 자유자재로 편집할 수 있는 비선형(Non-Linear) 편집기로 옮겨져 방송을 위해 정밀하게 편집된다. 물론 효과음을 포함한 음악과 성우의 더빙, 자막도 비선형 편집기로 해결한다. 각각의 비선형 편집기와 저장장치는 네트워크로 연결돼 PD와 AD 등 제작 스태프들이 언제 어디서나 접근할 수 있는 체제로 운영된다. 프로그램 제작 물량이 일시적으로 한꺼번에 몰릴 경우에는 각자의 데스크탑이나 노트북으로 편집이 가능한 것도 디지털 편집시스템이 갖고 있는 장점이다.



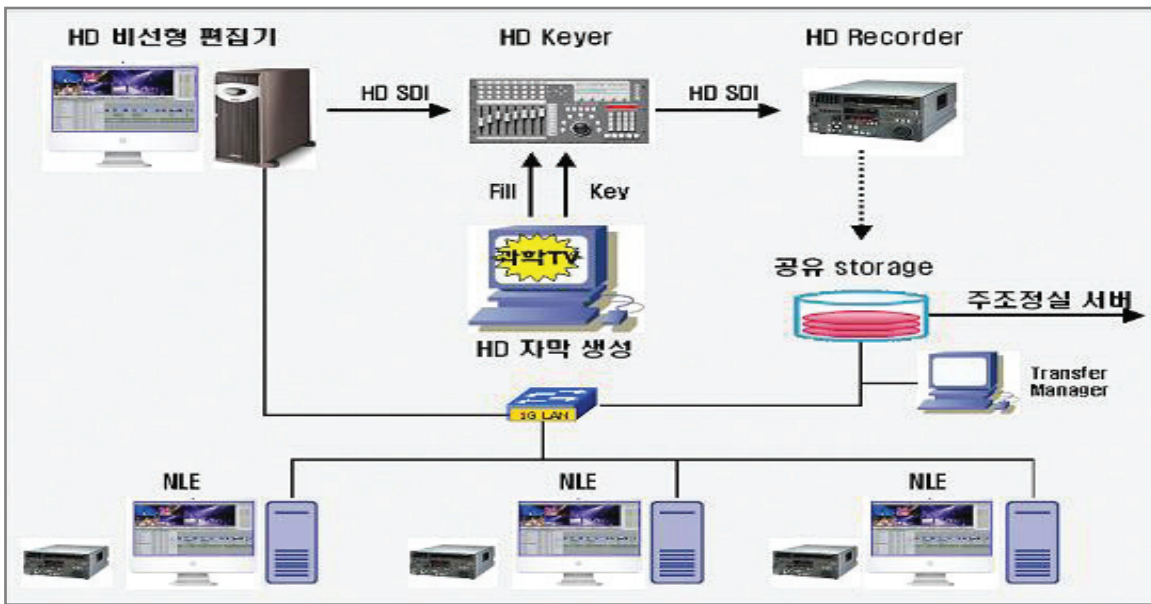
과학TV 사업추진 TFT 기획회의

비선형으로 편집된 방송용 자료는 주요정실의 중앙서버로 보내져 편성 스케줄에 맞춰 자동 송출된다.

YTN이 사이언스 TV를 통해 국내에서 처음으로 선 보이게 될 ‘테이프 없는 방송’ 시스템은 우리나라 디지털 방송 역사에 한 획을 긋는 중요한 시도가 될 것이며 향후 YTN의 뉴스 프로그램 제작에도 적용돼 양질의 HD 뉴스 콘텐츠 제작에 크게 기여하게 될 것이다.

한정호 차장대우 과학TV추진단

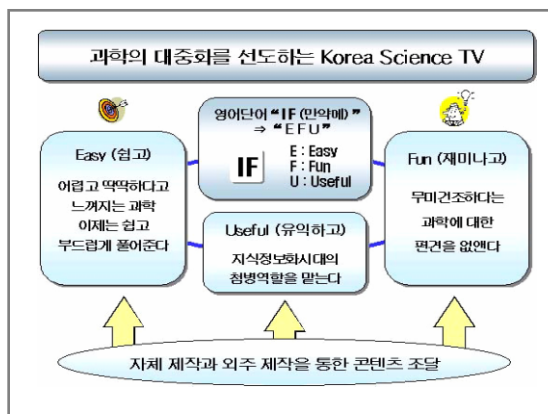
과학TV 종합편집실 및 편집실 구성도



기본 편성 전략

- 쉽고(Easy), 재미있고(Fun), 유익한(Useful) 과학 방송
  - 영어 단어 ‘IF(만약에)’ 즉, 호기심을 유발하고 마음껏 충족시켜주는 한국의 과학채널
- 뉴스를 통한 과학계의 새로운 정보 전달과 이슈 진단
- 과학자와 국민이 동시에 참여할 수 있는 다양한 프로그램 편성

편성 목표



주요 편성프로그램

프로그램명	프로그램 내용	비고
사이언스30 뉴스	과학기술계 주요 뉴스와 행사 소식 등 제공, 날씨정보 병행	자체 제작
사이언스 위클리	주간 주요 과학이슈, 기획취재 등 종합정리, 토~일	
날씨&조이	주말과 휴일 휴양지별 날씨정보 프로그램	
신기술 포커스	첨단 기술의 총아 6T 포커스	
IT 매거진	IT 신제품·신기술 소개	
북 플라자	우수과학 도서 소개, 저자와의 대화(주부, 학생)	
이슈 진단	과학기술계 이슈 진단	
웰컴! 이공계 스타	성공한 과학기술계 인사의 모교탐방 프로그램	
시청자 음부즈맨	시청자 평가 프로그램	
연중캠페인, SB 등	과학문화 확산을 위한 연중기획 프로그램	
바이오 21	생명과학(BT) 소개	외주 제작
건강100세 365	첨단 의료 기술과 진단 및 치료 장비 소개 (중장년)	
우주로 미래로	항공우주 이슈 집중 소개	
신나는 과학교실	과학교사가 교과서 실험 재연(학부모, 학생)	
스포츠 사이언스	주간 스포츠 하이라이트, 과학원리 소개	
생활과학 Q&A	생활 속 과학상식 소개 (종일·주부, 학생)	
과학아 놀자	유치원, 초등 저학년 어린이	
탐사 과학유산	전국 지자체별 과학유산 탐방 프로그램 (첨성대 등)	
시네마 사이언스	영화 제작기법과 과학적 원리 규명	
과학퀴즈 왕중왕	중고생 대상 퀴즈 프로그램	
이카루스의 꿈	과학 경연, 경시대회 중계(로봇 대전)	국내 구매
과학 스페셜	지상파 우수 과학기술 관련 프로그램	
애니메이션월드	어린이·유아 과학교육용 3D 애니메이션	해외 구매
세계다큐 명작선	PBS, BBC, ZDF 등 선진 외국방송의 우수 다큐멘터리	
월드과학이슈	APT, CNN, NHK, CCTV 등의 최신 세계과학계 동향	



# 찢러~~~창!! 뉴스창은 날선 창이고 싶다

저녁 7시... KBS 네트워크 뉴스가 10%의 시청률을 자랑하고 있는 시간대이다.

YTN이 이 시간대를 공략할 전략적 가치가 있는가? 나는 충분한 가치가 있다고 본다.

저녁 8시... SBS 8시 뉴스가 MBC 타도를 기치로 내걸고 전력투구하는 시간대이다. 그럼에도 YTN이 이 시간대에 투자할 이유가 있는가? 나는 충분한 이유가 있다고 본다.

왜?

저녁 7시와 8시는 이미 그들에 의해 뉴스 시청자가 몰려 있는 '뉴스 시장' 임이 확인되었고, YTN은 '뉴프런티어'가 필요하기 때문이다.

물론 이 두 가지 이유만으로는 투자를 결정할 수는 없다. 투자에 성공할 가능성이 있어야 한다. 가능한가? 나는 충분히 가능하다고 본다.

왜?

그들의 뉴스 상품은 전혀 새롭지 않기 때문이다. 포장이 깔끔할 뿐 질적인 우위가 전혀 없다. 비교적 반응이 좋다고 하는 SBS 8시 뉴스의 터치스크린도 포장이 그럴싸한 '노멀그래픽 앵커리포트'이다.

그래서 나는 뉴스 시장이 형성돼 있는 주요 시간대 중 저녁 7시가 가장 약한 고리이며, 저녁 8시는 그다음으로 약한 고리라고 판단한다.

포맷 실험을 통한 상품 가치 향상이 전혀 시도되지 않는 시간대라는 얘기이다. 단언컨대, 그들은 무엇이 포맷 실험인지 모른다. 그래도 아직 투자를 합리화하기에 부족하다.

'현실'이라는 가장 적나라한 변수 앞에서 그들과 경쟁할 준비가 돼 있는지 우리 스스로에게 물어봐야 한다. 사실 우리 조직이 이에 답을 했다면 했다 할 수 있고 아니라면 아닐 수도 있다.

석 달 전, 뉴스창은 '그들과 경쟁할 준비가 돼 있다'는 답을 우리 조직으로부터 확보했다는 전제 아래 깃발을 올렸다. 그리고 그동안 나름의 가능성을 확인했다.

시청률을 갉아먹는 줄만 알았던 대담이 시청률도 올리고 새로운 뉴스도 생산해 낼 수 있음을 '뉴스를 말하다'를 통해 확인했다. (1월 초 대선 예비주자 10회 연속 대담은 AGB닐슨 기준 평균 시청률이 1%를 넘었고, 여타 방송처럼 전문 서비스를 하지 않고도 20여 건의 타매체 보도를 이끌어 냈다. 뉴스를 말하다가 배치돼 있는 저녁 7시 30분대의 시청률 상승은 고무적으로 판단한다. 다만, 팀장인 앵커가 시간 조율에 그다지 협조적이지 않아 황순욱 PD의 마음 고생이이만 저만이 아니다.)

또 새털뉴스는 지상파 3사를 '후발 주자'로 만드는 쾌거를 거뒀을 뿐 아니라 향후 뉴스 포털 내 상시 코너화와 '새털 커뮤니티'(가칭) 구성 등을 통해 영향력 확대와 함께 쌍방향 보도 톨로서 성공 가능성을 타진할 계획이다. (감히 단언컨대, 막내 고한석 PD는 뉴스팀에 합류하자마자 '구글을 이용한 보도 영역'에서 이미 독보적 자리를 구축하고 있다.)

그런가 하면 뉴스분석실은 짧은 기획·준비 시간에도 불구하고 복잡하고 어려운 보도 아이템을 기승전결 형식으로 풀어내는 새로운 '데일리 특화 콘텐츠'로서의 가능성을 보여주고 있다. 특히 저녁 8시 공략을 위해 뉴스분석실을 8시 톱으로 배치한 뒤 8시대 시청률 상승이 이뤄지고 있는 것으로 나타나고 있으며, 앵커(유현주 앵커)가 PD(김종욱 기자)와 함께 기획부터 기사 작성까지



## | 뉴스창 코너 |



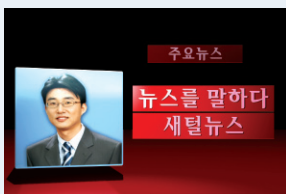
### 뉴스 분석실

복잡하고 어려운 뉴스를 다면적 분석을 통해 알기 쉽게 전하려는 코너로 그래픽 보도와 전문가 연결을 통해 시청자의 핵심적 궁금증에 접근하려 노력하고 있다.



### 뉴스를 말하다

대한민국 유일의 중계 형식으로 진행되는 데일리 라이브 대담 코너로 인터뷰와 앵커가 격을 두는 포맷은 공정한 보도를 상징한다. 그동안 단 한 번도 앵커 옆 자리에 출연자가 앉은 적이 없으며, 굳이 YTN에 오겠다는 분들도 19층 스튜디오에서 떨어져 출연했다. 대선 등 민감한 사안이 다뤄지는 코너라 이런 형식을 택했다.



### 새털뉴스

새털라이트 뉴스의 줄임말로, 코너명 채택 과정에 찬반 논란 등의 홍역이 있었다. 세계 보도 사상 최초로 구글 위성사진을 보도에 고정적으로 활용한 YTN이 이 분야에서 한 단계 도약하기 위해 아예 고정 코너로 편성한 코너임. 현재 지상파 3사를 비롯해 케이블 PD들의 문의가 이어지고 있음.

함께 하는 '롤 모델'을 정착시키고 있다.

그렇다면, 전반적인 프로그램 시청률도 오르고 있는가?

TNS와 AGB닐슨의 결과가 너무도 상이하다. TNS는 정체로 나타나고 있으며 AGB닐슨은 전반적으로 30% 정도의 시청률 상승효과가 나타나고 있다. (7시대의 경우 0.7% 수준에서 0.9% 수준으로 상승)

상이한 결과를 놓고 아전인수 할 수는 없다고 본다. 다만 반응이 나타나는 데이터가 있다는 것은 부인할 수 없는 사실이다. 설사 모든 데이터가 부정적이었다 하더라도 나는 더 투자해야 한다고 믿는다.

앞서 우리 조직이 '저녁 시간대, 그들과 경쟁할 준비

가 돼 있다'는 전제를 하고 뉴스창을 찢러대기 시작했다고 말했다. 이 전제가 흐트러지면 경쟁은 종료될 수밖에 없다. 그래서 이 지면을 통해 당부하고 싶다. 가능성을 믿고 경쟁하자고, 가능성을 믿고 최소한 몇 년은 투자하자고...

새벽 시간대가 꽃 피고 있는 것은 현재 팀의 노고도 있겠지만 지난 몇 년간 새벽잠 설친 이들의 땀과 눈곱이 쌓여서 이뤄진 결과로 봐야 한다. 뉴스창은 열어졌을 창문이기도 하고 뉴스가 가득한 창고이기도 하지만 그들의 약한 고리를 공략하는 날선 창이고 싶다.

찢러~~~창!!!

노종면 뉴스5팀장



## 3대 섭외 담당기자

# 풍부한 뉴스는 인물 섭외부터

지난해 10월 뉴스기획팀 발령을 받았다. 내 역할이 '섭외 담당'임을 통보 받았을 때 앞으로의 내 생활이 순탄치 않을 것임을 직감적으로 알 수 있었다. 매일 최소한 두 명 이상 출연 또는 중계, 전화 연결을 성사시켜야 하고, 낯선 분야에 대한 질문도 작성해야 하는 부담... 결코 가볍지만은 않은 부담이었다. 특히 '성실함' 자체로 통하는 두 명의 전임자에 이은 3대 '섭당'의 역할은 첫날부터 내 머리를 지끈거리게 했다.



대한민국 유일의 '섭당' 기자가 된 지 3개월여, '섭당' 일에 어느 정도 익숙해지긴 했지만 몸과 마음은 여전히 편해지지 않았다. '섭당'은 무슨 일을 하는 사람인지, 자문자답하며 스스로를 돌아보려 한다.

## 섭외 담당 기자의 주된 역할은?

YTN 뉴스에 등장하는 기자

이외의 인물들, 사건사고 현장의 목격자부터 특정 사안에 대한 배경을 설명하는 전문가에 이르기까지 뉴스를 풍성하게 만들기 위해 필요한 외부인을 섭외하는 역할을 한다. 이슈를 만들어 내고 뉴스를 이끌어 낼 수 있는 인물을 발굴하는 것도 섭외 담당이 할 일이다. 때로는 스튜디오에 등장시키기도 하고 때로는 중계차로

연결, 아니면 전화 연결도 자주 사용하는 방법이다.

장 효과적이다.

## 주로 어느 뉴스에 기여하나?

'섭당'은 낮 시간대와 저녁 시간대의 뉴스를 주 활동 무대로 삼고 있다.

일단 매일 중계 출연을 성사시켜야 하는 저녁 7시 '뉴스창'은 피해갈 수 없는 관문이다. '뉴스창'의 '뉴스를 말하다'는 정치 분야 등의 딱딱한 내용을 다루는 만큼 섭외는 물론 질문지 작성까지 심혈을 기울일 수밖에 없다.

'뉴스창'의 '분석실', 오후 4시 '뉴스Q', 오후 2시 '뉴스의 현장', 낮 12시 '뉴스퍼레이드'의 전문가 연결 코너에서도 수시로 활약해야 한다. 일이 한꺼번에 몰리면 머리에서 김이 모락모락 나는데, 그럴 때 착한(?) 뉴스 PD들은 직접 질문을 쓰는 모범을 보여주기도 한다.

## 어떻게 섭외하나?

사안이 생기면 먼저 인터넷 검색에 나선다. 검색어를 이것 저것 넣으며 내내심을 가지고 찾아보면 대부분의 경우 기본적인 연락처는 확보할 수 있다. 또 하나의 강력한 무기는 전임자들이 잘 구축해 놓은 '뉴스' 상의 인물자료이다. 지금도 계속 업데이트 하고 있는데 약 4천 명에 이르는 각 분야 전문가의 연락처가 잘 정리돼 있다. 이것도 저것도 안 될 경우 출입기자들에게 직접 섭외를 부탁한다. 고위 공무원의 경우 이 방법이 가

## 어려운 점은?

가장 적합한 대상을 찾는 일이다. 특정 사안에 대해 깊이 있는, 그러면서도 방송에 적당한 오디오와 화술을 갖춘 인물을 찾기는 쉽지 않은 일이다. 언론 매체에 많이 나오는 이른바 '전문가'들은 실제로는 비전문가들일 때가 많다. 어느 날에는 미국 정치 전문가로, 그 다음 날은 일본 정치, 그 다음 날은 국제 문제 전문가로 변신하는 인물도 있다. 이런 인물을 피하다 보면 실제로는 몇 명 안 되는 인물이 대상에 오르는데, 공교롭게도 이들은 원하는 시간대에 다른 일정이 있는 경우가 많다. 20번의 통화를 해도 섭외가 안 될 때의 괴로움... 생각만 해도 끔찍하다.

## YTN 구성원들에게 바라는 점은?

훌륭한 인물을 발굴하기 위해서는 YTN 구성원들의 조인과 지원이 필수적이다. 각 출입처를 담당하는 기자들은 물론 YTN 구성원들의 관심이 YTN 뉴스를 풍부하게 할 수 있다. 이런 인물들이 YTN 뉴스에 나오면 좋겠다는 생각이 들면 주저하지 말고 '섭당'에게 연락해 주시기를 간절히 기원한다.

끝으로 '섭당'의 귀찮은 요청을 마다하지 않는 대다수의 선배분께 머리 숙여 감사드린다.

정재훈 뉴스기획팀

## 채권 회수기

# 헝그리 정신, YTN의 힘

2006년은 개인적으로 YTN 대상이라는 큰상과 더불어 11년 동안 천직으로만 알고 일해 왔던 자금, 회계 등지를 떠나 새로운 업을 시작한 원년이기도 했다. 오로지 열정만으로 뛰었던 채권관리와 함께한 8개월... 짧게나마 그동안 현장에서 만났었던 사람들과 에피소드를 몇 자 적어보고자 한다.

2007년에도 'YTN 돈 떼먹고 도망가는 X은 두 발 뺀고 못 잔다. 그리고 아마존 밀림까지도 쫓아간다'는 강한 멘트로 올해의 각오를 서두에서 밝혀둔다.

현장에서 배운 채권회수의 기본은 절대 '방문하겠다'는 전화를 미리 하고 가면 안 된다는 것이었다. 불시에 적진에 기습 침투하여 적이 수비진영(변명, 도피 등)을 갖추기 전에 약정서나 각서 등 목적을 달성하고 와야 한다. 반대로 미수업체의 행동 지침은 '일단 피하고 보자'와 '돈 달라는 말을 하기 전엔 절대 먼저 돈을 주지 않는다'는 것이다.

모 공연업체 방문 때의 일이었다. 경비실에서 주차된 사장의 차량 확인과 사무실 안에 사장이 있다는 걸 확인했는데도 여직원은 얼굴만 문밖으로 빼꼼이 내밀고 있는 사장은 외출해서 없고 미수 여부에 대해서는 전혀 모른다고 시치미를 뚝 떤다. 이를 일컬어 아마 문전박대, 안면몰수라고 할 것이다. 결국 우여곡절 끝에 추심사에 의뢰를 넘겼더니 그때서야 미수금 일부가 입금되고 있다.

무턱대고 주소 하나만 달랑 들고 찾아갔던 파주의



더 가관이었다.

이른바 '배째라형', 'YTN 말고도 추심사 10군데가 더 들어와 있다.', '나도 사장 얼굴 안 본 지 오래 됐고 이미 공장기계도 매각됐다.', '마음대로 해라' 결국 그들이 원하는 대로 배는 못 짜주었지만 현재 재산추적 등을 통한 법적인 절차에 착수되어있다.

연락이 두절된 업체는 거의 경찰의 현장 조사와 맘먹는 과학수사 업무까지도 능숙하게 해낸다. CSI? 아니 C(추) S(심) Y(와이티엔)? 업체 사무실 현장과 관리사무실 방문은 기본이고 관리비 연체 여부, 우편함에서 전기료, 가스비, 신문대 등 고지서 뒤져보기, 애꿎은 옆 사무실 탐문 조회 등등.

부산의 모 주류업체 방문 때의 일이었다. 사업 시설 확장으로 인해 자금이 집중 투자되어 광고료집행이 어렵다는 사연은 들어서 알고 있었고 전화 독촉만으로는 해결을 보기 힘들다는 판단 하에 직접 출장 방문기로 했다. 서울역에서 KTX를 타고 부산에 도착, 다시 지하철

로 갈아타서 종점까지 가고 거기서 또 택시비 3만 원을 들여 신도시 산꼭대기에 있는... (주류업체 특성상 물 좋고 공기 좋은 곳에 위치를 잡아야 한다나 뭐라나)

일단 업체의 첫 반응은 놀라움과 반가움이었다. 놀라움은 설마 부산까지 내려와서 방문할까 했는데 진짜로 찾아온 것이고 반가움은 방송국이라는 단체에서 비록 미수금이 있긴 하지만 자사의 존재를 비중 있게 인정해준 데 대한 고마움 비슷한 것이다.

현장에서 만난 책임자들은 대개 약 1시간에 걸쳐 구구절절 한때 잘나갔던 얘기와 앞으로 잘 나갈 거라는 희망, 그리고 지금은 돈이 없다는 얘길 한결같이 꺼낸다. 그러다 대화의 마지막으로 미수업체들에선 YTN에 한 마디를 던진다.

"YTN 돈 많잖아요? 돈 많은 회사로 알고 있는데..." 가슴에 비수를 꽂는 한마디이자 과거 관리를 소홀히 했던 YTN에 대한 꾸지람처럼 들린다. 잠시 호흡을 가다듬고 돈 달라는 청구를 제때 못했던 과오를 머리 숙여 사죄한다. 06년 5월 경영기획실을 떠나 마케팅국에 왔을 때 모 선배님께서 내게 해줬던 말이 생각난다.

'YTN은 배가 고프다. 히딩크만 배고픈 게 아니다' 과거는 기억 속에만 존재해야 하고 그 과거가 절대 현재의 YTN 발목을 잡을 수는 없다. 배고픈 YTN의 헝그리 정신이야말로 미래의 YTN을 존재게 하는 원동력일 것이다.

박진언 마케팅기획팀

## YTN인터내셔널 출범 3년 ... 해외동포 시청자 설문조사

### .....▶ 1면에 이어

따라서 외교통상부가 지난 2005년 발표한 재외동포 국가별 통계 가운데 우리 동포 40명 이상이 거주하는 나라가 100여 개국인 점을 감안할 때 이들 나라의 대부분에서 YTN을 시청하는 셈이 된다.

위성을 통한 YTN 시청자 뿐만 아니라 인터넷 시청자와 라디오 청취자까지 포함하면 전 세계 재외동포 700만 명의 절반 가까운 300만 명 정도가 YTN뉴스를 보는 것으로 추정되고 있어 글로벌 시대를 맞아 YTN뉴스의 영향력이 갈수록 높아지는 것으로 나타나고 있다.

이번 조사에서 여러 개의 한국방송 시청이 가능한 지역에 사는 응답자를 상대로 가장 선호하는 한국 방송을 질문한 결과 응답자의 67%가 YTN을 꼽았다. 그 다음이 KBS와 MBC, SBS의 순이었다.

특히 YTN을 시청하기 시작한 연도를 묻는 말에서는 위성 실시간 방송 초기인 2002년과 2003년 사이에는 17%에 불과했으나 YTN 인터내셔널이 출범한 2004년부터 크게 늘기 시작해 지난 3년 동안 새로 YTN을 시청했다고 응답한 동포 시청자들이 70%를 넘어섬으로써 YTN 인터내셔널 출범이 해외동포 시청자 확대에 크게 기여한 것으로 나타났다.

이처럼 YTN을 가장 선호하는 이유로는 한국과 동시에 24시간 방송되는 실시간 뉴스채널로서 빠르고 정확하기 때문이라고 응답한 시청자가 가장 많아 해외에 거주하고 있는 동포들이 고국의 실시간 뉴스에 큰 관심을 가지고 있는 것으로 나타났다.

시청형태 조사에 이은 YTN 시청의견 조사에서 대부분의 동포 시청자들은 이역만리 타국에서 한국과 동시에 한국의 뉴스를 실시간으로 보고 있는데 대한 감회와 함께 YTN의 발전을 바라는 성원과 격려를 아끼지 않았다. 이와 함께 YTN 발전을 위한 다양한 의견도 제시했다.

한국의 심야시청 시간대를 주 시청 시간대로 하는 미주지역 동포 시청자들은 매시간 거의 같은 뉴스가 되풀이 되는데 대한 개선을 요구하는 의견이 많았다. 따라서 심야 시간대 뉴스 편집의 변화가 필요한 것으로 지적되고 있다.

특히 전체 뉴스 프로그램과 관련해서는 뉴스 전문채널로서의 전문성을 살린 심층 취재 프로그램을 요구하는 목소리도 높았다. 이와 관련해 지난해 제작한 '세계의 명견' 등 기획특집과 현재 방송되고 있는 민주화 20주년 특별기획 '진실'을 높이 평가한 시청소감이 많은 것도 특기할 만한 의견들이었다.

이번 시청자 조사에서는 주로 60대 이상의 시청자께서 보내주신 편지만도 100여 통에 이르렀는데 한자 한자 일일이 손으로 쓴 육필 서한 속에 정성이 가득 담겨 있어 읽는 이로 하여금 가슴 뭉클한 감동을 느끼게 하기도 했다.

우편 응답자들 가운데는 앵거 한 사람 한 사람에 대한 장점을 나열하기도 하고 틀린 발음을 지적하기도 하는 등 YTN에 대한 깊은 애정을 보여준 시청자들도 많았다.

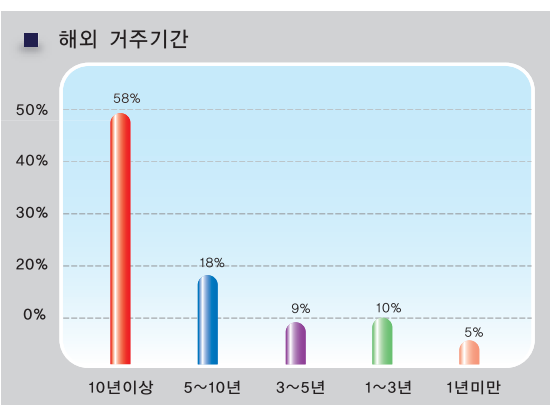
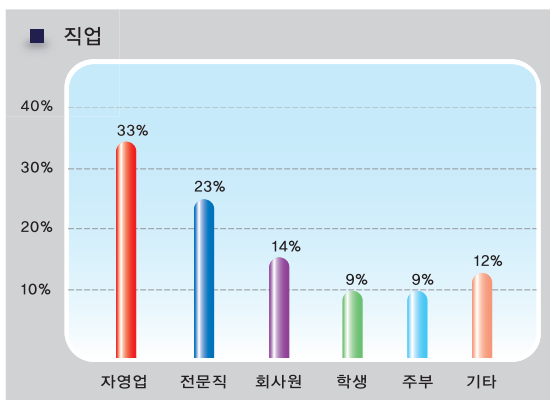
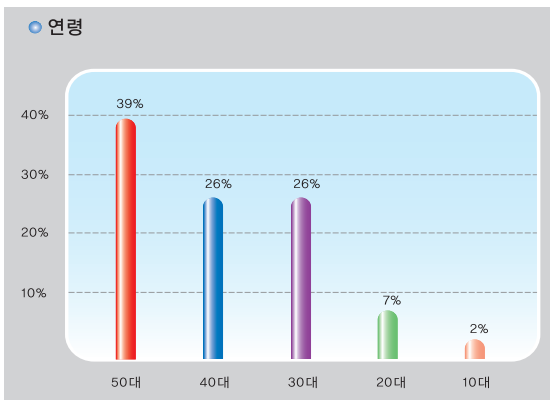
이번에 해외방송팀이 처음으로 해외 동포 시청자들을 상대로 시청형태 등을 조사한 가장 큰 목적은 그동안 간헐적으로 확인해 온 해외동포 시청자들의 나라별 분포를 보다 구체적으로 조사하기 위한 것이었지만 화질과 음질 등 방송 품질 향상을 위한 기본 정보 수집과 동포 시청자들의 시청의견 접수도 주요 목적 중의 하나였다.

YTN인터내셔널을 총괄하고 있는 해외방송팀은 이번에 접수된 해외동포 시청자들의 다양한 의견을 분야

별로 분석해 프로그램 제작에 최대한 반영할 계획이다. 지난 2003년 부터 인공위성을 통해 전 세계를 상대로 한국과 동시에 실시간 방송을 해 온 YTN은 다음해인 2004년 3월 18일 별도의 송출 시설을 갖춘 YTN인터내셔널을 출범시켰다. 출범 3년을 맞는 YTN인터내셔널은 현재 전 세계 50여 개국 80여 명의 리포터를 갖추고 재외동포들을 위한 특별 프로그램인 '글로벌 코리아'를 주 2회 제작하고 있다.

## YTN해외방송 시청조사

### 기본정보 조사



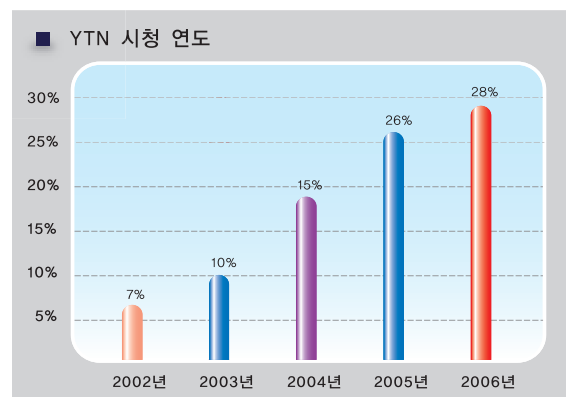
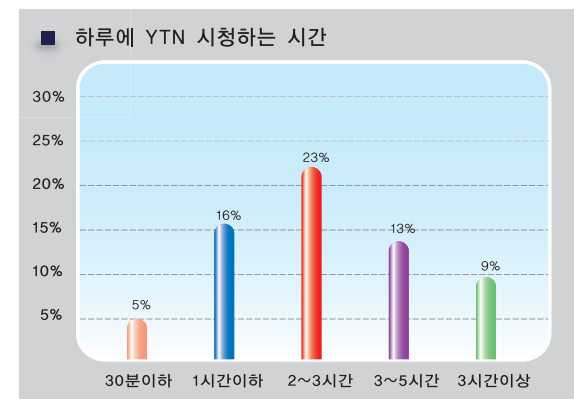
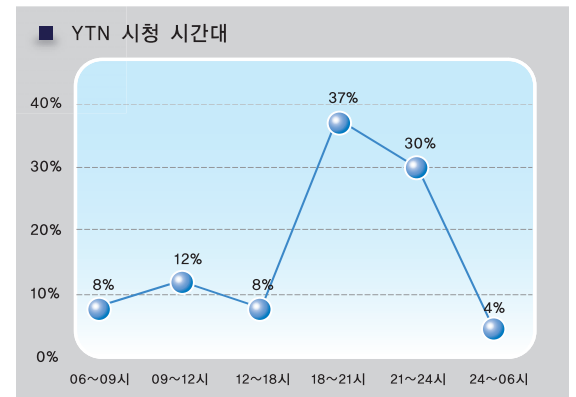
해외동포 시청자들의 연령별로는 50대 이상이 40% 정도를 차지했고 40대와 30대가 절반을 넘어 30대 이상 중년층이 대부분을 차지했다.

직업별로는 자영업 종사자가 30%를 넘어 가장 많았으며 그 다음으로 전문직 종사자가 23%를 차지해 비교적 경제적 시간적 여유가 있는 고소득자들이 YTN을 즐겨보는 것으로 나타났다.

해외 거주 기간은 10년 이상이 58%를 차지, 연령층과 거주기간이 높을수록 뉴스 채널에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다.

### 시청형태 조사

시청형태를 보면 주로 18시~21시까지의 시간대가



37%, 21시~24시가 30%를 차지하여 전체 67%의 높은 시청률을 보여 저녁시간대 시청률이 오전, 오후보다 현저히 높았음을 조사결과 밝혀졌다.

하루에 YTN을 시청하는 시간을 보면 1시간 이상 시청하는 시청자가 57%를 차지하는 등 전반적으로 시청 시간이 높았고 시청연도를 분석해 보면 2004년 이후 꾸준한 시청 증가율을 보이고 있다.

### 채널평가 조사

YTN을 시청하면서 달라진 점이 있다면 한국에 대한 실상을 잘 알게 됐다(33%). 실시간 뉴스로 인한 궁금증 해소가 32%를 차지해 재외동포들이 한국과 같은 시간대에 접할 수 있는 동질성 회복에 YTN이 큰 역할을 하고 있음을 알 수 있었다.

달라진 점	비율 (%)
한국에 대한 실상을 더 잘 알게 됐다	33%
실시간 뉴스를 보면서 한국에 대한 궁금증이 사라졌다	29%
한국에 대한 관심이 높아졌다	15%
한민족으로서의 자부심을 느끼게 됐다	13%
현지생활과 사업에 큰 도움이 된다	6%
기타	4%

기여도	비율 (%)
매우 도움	48%
약간 도움	25%
보통이다	22%
잘모르겠음	4%
기타	1%



뉴욕 정착기

# 풍성하지만 까다로운 뉴욕



뉴욕 시간으로 지난 22일 오전 11시 JFK 공항에 도착한 직후부터 이때까지 숨 가쁜 강행군이었다. 도착 직후 뉴저지에 있는 동료 특파원 집에 짐을 풀자마자 맨해튼으로 이동해 은행계좌 열고 6년 반전 만든 주민번호 복원하고 우리 총영사관과 유엔대표부에 신고

하고 돌아오는 길에 교통사고가 났다. 부상이 없어 다행이었지만 증상이 아닌 이상 병원에 가지 못했을 것이다. 보험에 들지 못했기 때문에 엄청난 진료비를 물어야 했을 터이기 때문이다.

## 까다로운 뉴욕

이튿날 온종일 아파트를 둘러보고 계약을 맺었다. 유엔본부에서 걸어서 10분도 안 걸리는 전망 좋은 원베드룸이다. 하지만 끝이 아니고 시작이었다. 아파트 주인은 회사가 제공한 지원확인 편지를 뒷받침할 수 있는 봉급내역과 은행 거래내역 서류를 요구했다. 아파트 관리회사는 이사회의 동의를 필요하다며 계속 입주를 늦췄다. 까다로운 절차를 거쳐 지난 1일 입주는 했지만 이번에는 중고가구를 옮기려니 아파트 관리자가 아파트 주인의 동의서를 요구했다. 가구 이동과정에서 생길 수 있는 아파트 훼손에 대한 책임문제 때문이란단다. 로마에 왔으니 로마법을 따라야한단 말인가.

## 뉴욕 첫 방송

뉴욕 도착 이후 사흘째 되는 날부터 방송준비에 몰입했다. 해외방송팀 관계자의 도움으로 얻은 사무실은 맨해튼 미드타운의 요지 42번가에 위치했다. 아파트나 유엔본부, 코리아타운까지 모두 걸어서 다닐 수 있는 근 거리에 있어 기동력을 살릴 수 있다. 비록 비좁은 사무실이지만 합리적 경비로 편집·제작도 하고 모니터와 방송도 하는 스튜디오로 활용될 수 있도록 꾸미는데 최선을 다했다. 문제를 해결하면 다른 문제가 터져서 역시 많은 손길과 경비가 필요했다. 이를테면 화상전화와 스캔업에 쓸 배경 제작 주문받은 회사가 제공한 이미지

가 너무나 맘에 안 들었다. 자유의 여신상이 부각돼 여행사 같은 분위기를 냈다. 인터넷에 들어가 맞는 이미지를 적지 않은 돈을 주고 구입해 제작회사에 넘겼고 다시 비용협상을 해야 했다. 어쨌든 출국 이전에 예정한 대로 도착한 지 9일째인 한국시간으로 2월 1일 새벽 6시 35분 초대 뉴욕특파원으로 뉴욕에서 역사적인 첫 방송을 했다. 김미선 앵커와의 크로스 토크에서 밝힌 대로 흥분이 됐고 글로벌 시대 세계의 중심 뉴욕에서 우리에게 중요하고 필요하고 유익한 뉴스를 신속하고 정확하게 전달하는데 최선을 다하겠다고 다짐했다.

## 초심과 장기 전망 잃지 말자

뉴욕특파원을 신청하면서 회사에 한 약속이 있다. 뉴욕에서 벌어지는 북핵외교, 국제이슈를 다루는 유엔활동, 세계 경제, 한국 관련 경제활동, 뉴욕 문화를 취재영역으로 삼아 YTN의 콘텐츠를 업그레이드 시키는데 일조하겠다는 것이었다. 이와 함께 최선진 뉴욕 미디어의 경영과 정보에 대해서도 보고해 회사 경영 전략 마련에 도움을 주겠다는 것이었다. 개인적으로는 YTN이 CNN이나 APTV와 제대로 경쟁할 수 있는 날이 조속히 오기를 간절히 바란다. 대학 때부터 귀에 못이 박히도록 들어온 얘기가 있다. 국제뉴스를 우리시각으로 소화해야 한다는 것이다. 우리 시각과 함께 국제 시각을 조화시키면서 가능한 우리의 화면으로 뉴스를 소화하도록 혼신의 힘을 다하겠다. 또 다양한 네트워크를 만들어 후임자에게 넘기도록 하겠다. 많은 성원과 애정 어린 조언을 부탁드립니다.

이종수 뉴욕특파원

해외시청자 조사를 마치고

# 동포들의 격려와 성원이 큰 힘

지금부터 12년 전인 1995년 3월 1일 정오, YTN이 개국 전파를 발사하면서 YTN 사우 모두가 가진 꿈 가운데 하나가 '우리도 CNN처럼 언젠가는 전 세계 곳곳에서 YTN을 시청할 수 있는 때가 오리라'는 것이었다. 그때는 정말 꿈처럼 여겨졌지만 이제 꿈은 이루어지고 있다. 저 아프리카 오지에서부터 남극대륙까지 YTN의 전파가 닿지 않는 곳이 없기 때문이다.

YTN은 지난 2001년 북미지역부터 실시간 위성방송을 시작해 지난 2003년부터는 편암셋 8, 9, 10호를 이용해 전 세계를 상대로 권역을 넓혀 실시간 위성방송을 하고 있다. 다음해인 2004년 3월 18일 출범한 YTN 인터내셔널 개국 준비에서부터 참여한 나로서는 그동안 많은 사람으로부터 "도대체 YTN을 해외에서 얼마나 많은 사람이 보고 있나?"를 귀가 따갑게 들어왔다. 그때마다 많은 나라에서 많은 동포가 분다고만 말할 수밖에 없었다.

그동안 전화나 이메일 그리고 편지로 전 세계 곳곳에서 많은 해외 동포들이 YTN을 시청하고 있다는 사실은 직·간접적으로 확인을 했지만 실제로 얼마나 많은 나라에서 시청을 하고 있는지는 조사를 한 적이 없기 때문이었다.

도대체 온 세계에 퍼져 사는 우리 동포들을 상대로 일일이 전화를 할 수도 없는 일이고, 그렇다고 찾아가서 확인할 수도 없는 일이다 보니 도대체 어디서 얼마나 많은 동포가 YTN을 시청하고 있는지를 대략적이거나



'해외시청자 조사'를 담당한 조민철, 박정민

마 조사하는 것은 사실상 불가능한 일이었다.

그러나 이번에 출범 3년을 맞으면서 해외동포 시청자들의 시청형태 조사는 더 이상 미룰 수 없는 중요한 사명이라는 책임감으로 시작하게 됐다. '조사를 어떻게 할 것인가?'와 '조사 참여를 어떻게 유도할 것인가?' '얼마나 많은 동포 시청자들이 응모할 것인가?'와 '조사 참여를 어떻게 유도할 것인가?' '얼마나 많은 동포 시청자들이 응모할 것인가?' '상품은 무엇으로 할 것이며 어떻게 보낼 것인가?' 등 디지털 YTN의 적극적인 협조를 바탕으로 2주일 동안의 준비 끝에 드디어 지난해 12월 22일 오전 9시, 본격적인 SB 방송을 시작했다. 그러나 실제로 현장에서 부딪힌 문제가 한두가지가 아니었다. 해외동포 시청자들을 상대로 한 설문조사이기 때문에 홍보 SB를 국내방송에는 최대한 줄이고 해외방송 횟수를 늘려야 하는 것도 당장에 닥친 난관이었다.

적은 인력이지만 하루 5시간이던 송출시간을 밤 9시까지 12시간으로 늘리고 토요일과 일요일 그리고 공휴일까지 전 팀원들이 교대로 나와 송출업무에 매달리는 각고의 수고를 아끼지 않았다.

첫 1~2주일 사이에는 고작 2백여 명만 응모하지 않아 너무나도 실망스러웠다. 그러나 본사 주조정실의 협조로 야간 SB방송과 스크롤 홍보 횟수를 늘리면서 마지막 2주일에 8백 명이 넘는 많은 동포시청자가 응모를 해서 당초 예상을 훨씬 뛰어넘는 기대 이상의 성과를 거둘 수 있었다.

시청자 의견 접수 마감 후 인터넷으로 이메일로 그리고 편지로 접수된 동포 시청자들의 의견을 분류하기도 여간 쉬운 작업이 아니었다. 특히 응모자 전원에게 보내는 선물(탁상형 달력)과 100명을 추첨해 특급 우편으로 보내는 디지털 카메라 발송을 위해 일일이 주소를 확인하는 일은 몇 날 며칠 밤을 새워야 하는 그야말로 중노동이었다. 그렇지만 저 멀리 이역만리 타국에서 "YTN이 있기에 한국인으로서 긍지를 느낀다"며 "YTN 시청이 유일한 즐거움"이라는 동포 시청자들이 보내주시는 정성어린 격려와 성원이 담긴 글을 읽으면서 기꺼이 즐거움 마음으로 해외 방송팀원들이 한마음이 돼 이번 행사를 순조롭게 마칠 수 있었다.

이 자리를 빌려 설을 맞아 해외동포들에게 보내는 연하장과 SB 제작을 위해 직접 스튜디오에 출연해 주신 사장님과 앵커 여러분께 감사드립니다. 또 사진 촬영을 위해 애써 준 이기주 감독, 디지털YTN 구분승 과장 그리고 이밖에도 보이지 않는 곳에서 기꺼이 도와주신 다른 모든 관련부서 사우들에게 고마움을 표시한다.

조민철 해외방송팀



전북대 대학원 정치학과 박사학위 논문 요약

# ‘돌발영상’ : 미디어 카니발의 정치

## 뉴스 서사전략이 드러내는 정치 읽기의 재미 의미

### 1. 연구 과제와 분석 대상

이 논문은 사회적 현실구성론에 근거해서 뉴스를 하나의 서사 담론으로 바라보고, 이러한 관점에서 YTN ‘돌발영상’이 제기하는 서사 전략과 정치 담론을 분석한 것이다.

‘돌발영상’이 뉴스 구성 전략으로서 어떠한 서사 전략을 통해 정치 현실을 재현하고 있는지가 핵심적인 연구 과제이며, 연구를 위한 전제로서 ‘돌발영상’에 대한 양적 분석과 뉴스 형식적 특징을 분석하였다. 분석 대상으로는 2003년 8월 1일에서 2005년 8월 23일까지 방송된 YTN 인터넷 홈페이지에 게시된 제작물 478편을 선택하였다.

### 2. ‘돌발영상’ 양적 분석

YTN ‘돌발영상’은 2003년 4월 30일 당시 4·24 재보선에서 당선된 개혁당 유시민 의원이 캐주얼 복장 차림으로 의원 선서를 하기 위해 국회 본회의장에 나왔다가, 다른 의원들의 비난과 야유가 잇따르자 단상에서 내려온 상황을 뉴스로 제작해 첫 방송을 시작하였으며, 지금까지 대부분을 정치에 할애해 뉴스를 제작하고 있다. YTN ‘돌발영상’의 정치뉴스로서 성격은 영역별 보도량과 뉴스 행위자로서 정치인들의 등장 횟수로 분명하게 드러난다.

먼저 뉴스 영역별 보도량을 보면, 2003년 8월에서부터 2005년 8월까지 방송된 ‘돌발영상’ 보도물을 보면 전체 478편 가운데에서 421편이 국내 정치 관련 뉴스로 전체의 88.1%를 차지하고 있다. 여기에 국제 관계 관련 뉴스 11건과 행정 뉴스 2건, 남북관계 1건까지 정치 관련 뉴스로 본다면 정치 뉴스는 90%를 넘는다. 나머지 사법, 경제, 교육, 국방, 언론, 스포츠 등은 교육 6건을 제외하고 보도량에 있어서 모두 5건 미만이었다.

뉴스 행위자로서 등장한 정치인을 보면, 박근혜 전 한나라당 대표가 2004년 3월 12일 대통령 탄핵 후부터 등장하기 시작했지만 30회 이상 나와 가장 많이 출연한 것으로 나타났다. 20회 이상 나온 정치인은 노무현 대통령을 비롯해 강재섭 한나라당 원내대표, 김덕룡 전 한나라당 원내대표, 문희상 열린우리당 전 의장, 천정배 전 법무부 장관 등을 들 수 있다.

이처럼 20회 이상 나온 정치인들을 보면 당의장과 총무위원장, 의장 비서실장 등 각 정당의 의장단과 원내대표, 수석부대표, 정책위의장 등 원내대표단, 그리고 사무총장, 원내총무, 정책 심의회의장 등 당 3역의 주요 정당 지도부 정치인들이 출연 빈도가 높았다. 이러한 당직자 중심의 보도방식은, 당직자가 평의원보다 당의 정책결정 및 활동에 중요한 역할을 수행하면서 언론에 자주 노출되는 경우가 많기 때문이기도 하며, 그로 인하여 언론에 대한 의제 설정의 힘을 행사할 수 있기 때문이다.

### 3. 돌발영상의 뉴스 형식적 특징

‘돌발영상’은, 공식적·비공식적 인터뷰와 현장 영상을 통해 생생하게 사실을 전달하는 일종의 베리페 기법의 사운드바이트(soundbite) 뉴스라고 정의할 수 있



으며, 기존 뉴스와는 다른 특징적인 뉴스 형식을 갖고 있다. 첫째, 영상 화면과 현장음 중심으로 뉴스가 구성되고 있으며, 둘째, 전지적 서술자인 앵커와 기자 내레이션의 소멸로 인해서 담론 주체인 등장인물의 목소리가 강화되는 측면이 있음이 확인된다. 셋째, ‘돌발영상’은, 전지적 서술자로서 앵커와 기자 내레이션을 사용하지 않는 대신 여러 종류의 자막을 이야기와 담화를 구성하는 메타담론으로 활용하고 있다. 넷째, 영상뉴스적 특성으로서 ‘돌발영상’은 뉴스 내용과 영상을 일치시키고, 말풍선과 그래픽 등 디지털 이미지 메이킹의 기법을 사용하여 전달 효과에 있어서 극대화를 추구하는 새로운 뉴스 형식을 취하고 있다.

특히 ‘돌발영상’에서 등장인물들의 텔레비전의 접근수준은 기사가 모든 것을 통제하는 전통적인 방송 뉴스보다 비교적 높게 나타난다. 지배적이고 전지적인 서술자로서 앵커와 기자의 내레이션이 사라짐으로써 등장인물은 그만큼 상대적인 자율성과 강화된 목소리를 얻게 되는 것이다. 그러나 전지적 서술자로서 앵커와 기자는 사라졌지만 ‘돌발영상’은 자막과 등장인물과 목소리의 접합, 시점 쏘, 선택과 배제에 따른 통합체적 배열과 같은 장치를 사용하여 어떠한 등장인물의 목소리를 강화할 것인지를 재 정의하게 된다. 이러한 과정에서 서술행위로서 자막은, 전지적 서술자로서 앵커와 기자의 역할을 대신하여 전체 서사구조의 흐름을 지배하는 메타담론으로서의 역할을 한다.

### 4. ‘돌발영상’의 서사전략과 정치 재현

뉴스 서사 담론으로서 ‘돌발영상’은 뉴스를 구성하는 서사 전략을 통해 다양한 정치 담론을 구성한다. 서사 전략으로는 먼저 미디어 카니발 전략을 들 수 있다. 미디어 카니발 전략은 현실 정치의 공간을 통해 수용자에게 즐거움을 제공하는 미디어 축제의 공간으로 활용하는 것이다.

미디어 카니발 전략은 ①권위의 전복, ②희화화와 패러디, ③비공식적 언어의 사용의 세 하위 전략 범주로 나눌 수 있다. ‘돌발영상’의 두 번째 전략으로서는 수용자에게 감시권력을 부여하는 ‘역파놉티콘’ 전략을 확인할 수 있었다. 정치엘리트에 대한 ‘역파놉티콘’ 전략의 세부적인 요소는 ① 역감시와 ② 의사사건 뒤집기의 두 하위 전략 범주로 나눌 수 있다.

‘돌발영상’은 이 같은 서사 전략을 통해서 나름의 정치 현실을 구성한다. 첫째, 정치를 국회와 정당 중심으로 재현하고 있다.

‘돌발영상’ 뉴스는 ① 공식적인 정치 활동의 이면을 뉴스화하고, ② 질문자로서 우위를 점하는 입법부를 중심으로 재현한다.

둘째, 정당과 정치인의 정치적 행위를 담론 경쟁과

갈등 표출을 중심으로 보도한다. 정치적 이슈를 중심으로 한 담론 경쟁과 갈등 표출의 역학은 ①정당과 정당 간 담론 경쟁과 갈등, ②정당 내부 갈등, ③정당과 행정·사법부 간 갈등, ④ 정당과 청와대 간 갈등 ⑤정당과 시민단체 간 갈등이라는 5가지 양상을 중심으로 재현되고 있다.

셋째, 이러한 ‘돌발영상’의 정치 현실 재현은 매일 방영되는 연속극과 유사하며, 이는 수용자의 관심을 지속시켜 등장인물과 정치적 맥락을 이해하도록 계기를 제공하는 ‘연속극 효과(a serial effect)’를 갖는다. ‘돌발영상’이 제공하는 정치인과 수용자의 정서적 일체감은 정치인과 정치 과정에 대한 흥미와 관심을 불러일으킨다.

### 5. 정치적 함의 및 제언

정치적 사건들이 대중의 일상생활에서 중요한 것이 되도록 고무하고, 정치적 쟁점에 관한 논쟁과 토론을 자극하는 뉴스 형식의 개발은 더욱 더 진전된 민주주의를 위해서도 절실한 과제라고 할 수 있으며, 이런 점에서 ‘돌발영상’은 미디어 정치 내에서 분명한 정치적 위상과 의미를 획득한다. 그러나 ‘돌발영상’은 그 자체가 선택과 배제의 과정이 개입되는 적극적인 정치적인 행위가 될 수 있으며, 따라서 중립·객관 보도를 명시적으로 내세우는 기존 뉴스보다도 훨씬 더 엄격한 공정 보도에 대한 윤리와 의지가 필요하다고 판단된다. 이럴 때에 뉴스 행위자를 통해 핵심적인 정치적 이슈와 담론 경쟁을 수용자 앞에 드러내는 ‘돌발영상’ 뉴스의 장점이 더욱 선명하게 살아날 수 있을 것이다.

논문 원제 : 영상 미디어의 정치 담론 구성에 관한 연구  
YTN ‘돌발영상’의 서사 전략을 중심으로

조영권 차장대우 전주지국

#### 주요인사 출연

#### 앙드레킴 (뉴스Q 1.30)



#### 아이젠하워재단 존 윌프 총재 (1.30)

