



YTN DMB, 미디어의 신기원을 열다

12월 1일 본 방송 개시

2005년 12월 1일 오전 6시, YTN DMB는 역사적인 지상파DMB 본 방송을 시작했다. YTN DBM은 이로써, 가깝게는 지난 3월말 방송위원회로부터 허가 추천을 받은 지 8개월 여 만에, 멀게는 지난 1995년 3월 1일, 한국 최초의 24시간 TV뉴스 시대를 연 지 10년 여 만에 세계 최초의 지상파 이동 멀티미디어 방송이라는 새로운 장을 열게 된 것이다.

새롭게 시작한 YTN DMB가 제공하는 방송채널은 모두 4개다. TV채널 ‘@YTN’ (마이티엔)과 데이터 채널 ‘NBEEN’ (엔빈)을 직접 제공하고, 교통 정보 전문 라디오채널 ‘on TBN’ 과 24시간 뉴스톱 음악 라디오채널 ‘Satio최신가요’를 채널임대형식으로 서비스한다. VHF 8번채널의 B블록을 통해 송출되는 YTN DMB의 방송채널들은 관악산과 남산의 송신탑을 통해 수도권 전역에 제공되며, 경기 동북부 지역의 시청자들을 위해 이달 중에 용문산에서도 송출을 시작할 계획이다.

‘언제 어디서나’

“언제 어디서나”를 기치로 내건 인포테인먼트 채널 @YTN은 유비쿼터스 시대를 이끄는 이동방송 선두주자로서의 도약을 예고하고 있다. 이동방송의 인기 콘텐츠로 예상되는 뉴스 콘텐츠에서 YTN이 지난 10년간 축적한 노하우를 그대로 이동방송으로 옮겨왔을 뿐 아니라, 초기 DMB시장을 선도할 10대 후반에서 30대 초반에 이르는 젊은 얼리어답터들을 위해서도 다양한 콘텐츠를 선보이고 있기 때문이다. 즉, @YTN의 뉴스가 매 정시 어김없이 ‘길 위에서 만나는 가장 빠른 뉴스’를 제공해 줄 뿐 아니라, 스포츠나 연예 정보는 물론 영화와 패션 등 그동안 YTN에서 비교적 취약했던 젊은 시청자들을 위한 프로그램들을 대거 배치했다.

‘박지성도 본다’

먼저 2006 독일 월드컵을 앞두고 다시 뜨거워지고 있는 축구열기를 북돋우기 위해 박지성 선수가 소속된 잉글랜드 프리미어리그 맨체스터 유나이티드 팀의 전 경기를 준비했다. 출퇴근시간과 점심시간에 MU팀의 경기 하이라이트를 제공하고, 주말과 밤 시간대에는 전 경기 중계도 제공한다. 또 저녁 8시와 9시대에는 후반 30분대를 모두 띠편성으로 묶어 각각 연예정보 프로그램과 패션정보 프로그램들로 채워, 젊은 시청자들을 유혹하고 있다. 지상파 DMB만의 신기술을 적용한 프로그램도 전면 배



치했다. 직장인들의 고민거리인 점심메뉴 고르기를 도와 줄 ‘손 안의 점심메뉴’와, 뉴스와 시사정보를 영어로 제공해 정보와 교육, 두 마리 토끼를 잡게 해 줄 ‘생생 뉴스 잉글리시’가 그 핵심들이다. 빡스(BIFS)라는 TV연동형 데이터방송 기술을 이용하는 이들 프로그램들은, 프로그램과 관련된 추가 정보를 별도로 제공하게 된다.

‘Never Been’

데이터채널명 NBEEN은 ‘지금까지 전혀 없었던

새로운 서비스’라는 의미로, 영어 “Never Been”에서 만들어낸 이름이다. 이와 함께, N-BEE-N 즉, 방송 네트워크(N)와 통신 네트워크(N)를 이어주는 꿀벌과 같은 서비스로, 방송 통신 융합 시대의 꽃과 열매를 맺게 해줄 것이라는 의미도 담겨있다. NBEEN은 또 업그레이드된 실시간 교통정보 TPEG서비스를 시범 제공하고, 향후 이동통신업체들과의 협력을 통해 쇼핑이나 예약, 예매, 콘텐츠 다운로드 등의 본격 양방향서비스도 계획하고 있다.

‘on TBN’ · ‘Satio최신가요’

이와 함께, YTN DMB의 임대 라디오채널인 ‘on TBN’과 ‘Satio최신가요’도 앞선 경쟁력을 과시하고 있다. 전국 7개 도시에서 교통방송 운영 경험을 쌓아 온 TBN은, 교통정보를 화면에 다양한 형태로 보여주며 오디오 교통방송의 한계를 넘어섰다. 또 위성방송 스카이라이프를 통해 30개 채널의 음악전문방송을 운영해 온 Satio도 최신가요를 노래의 곡명과 가수는 물론 앨범 모습까지 보여주며 새로운 음악방송 시대를 열었다.

“〈PD수첩〉 취재윤리 위반” 특종보도

황우석 교수팀 연구원 단독 인터뷰

YTN이 미국 피츠버그대에 파견돼 있는 황우석 교수팀의 연구원들을 단독 인터뷰해 ‘대한민국 뉴스 리더’의 명성을 높였다. MBC 〈PD수첩〉취재팀이 취재 과정에서 황우석 교수팀의 두 연구원을 회유, 협박했다는 YTN의 특종 보도는 12월 4일 오후 3시 뉴스부터 전파를 탔다. 6시간만인 밤 9시 MBC는 〈뉴스 데스크〉를 통해 대 국민 사과문을 발표했다. 공중파 방송 3사는 YTN 특종 화면을 그대로 받아 톱뉴스로 방송했다. 모든 일간지도 YTN의 보도를 인용해 다음날 1면 머리 기사를 썼다. 특종 보도가 나간 뒤 YTN 보도국은 시청자들의 격려와 감사전화로 정상적인 업무가 불가능할 정도였다. ‘애국시민’이라는 명의를 감사 난(蘭)이 보도국에 배달되기도 했다. YTN 홈페이지는 접속자 폭주로 2시간 반 동안 마비됐다. 페이지뷰는 전날 41만 5천건에서 102만 4천 8백건으로 급증했고 하루 사이에

3천 9백여명의 네티즌들이 새로 회원으로 가입했다. 시청자 의견란에는 “이제부터 뉴스는 YTN만 보겠다”(bsrolec), “칭찬해 주고 싶어 회원 가입했습니다”(cyklove52), “YTN을 국민방송으로 임명합니다”(arthuman)등 격려의 글이 쇄도했다.

최고 시청률 4%

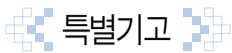
YTN의 순간 최고 시청률은 4% (밤 11시 뉴스)까지 치솟았다. CNN 같은 세계 유수의 뉴스채널도 평균 시청률이 1%를 넘지 않는다는 점을 감안하면 경이적인 수치다. 지난 11월 7일 창사 이후 최대의 편성개편을 단행한 YTN은 이번 특종보도로 또 한번의 전기를 마련했다. 지난 1995년 개국 직후 삼풍참사 보도 등으로 ‘한국의 CNN’으로 자리를 잡은 YTN은 최근 국민적 관심사였던 배아줄기 세포 논란에 관한 대형특종을 통해 명실상부한 뉴스리더(news leader)의 위치를 확고히 했다.

12월호 목차

- 121 ▶ 특별기고 - YTN의 신성장동력 지상파DMB
- 131 ▶ 해외리포터에게 듣는다⑧ - 참새 방앗간 ▶ APEC취재기- POST APEC, 뭐 먹고 사나?

- 141 ▶ 프로그램 탐방 - 굿모닝 코리아
- 151 ▶ 프로그램 탐방 - 뉴스의 현장
- 161 ▶ 사내기고 - 디지털 시대에 걸 맞는 콘텐츠 혁신

- 171 ▶ 마라톤 동호회 - 즐거워서 달리고... ▶ 서울타워 새단장 - “무엇보다 안전이 먼저”
- 181 ▶ 사진으로 본 2005 / 콘텐츠 혁신 - YTN은 진화하고 있다



YTN의 신성장동력 지상파DMB



현대원 교수
서강대학교 신문방송학과

드디어 애타게 기다리던 지상파DMB의 본방송이 12월 1일 시작됐다. 방송위원회가 "CD수준의 음질과 데이터 또는 영상 서비스 등이 가능하고 우수한 고정 및 이동 수신 품질을 제공하는 디지털 방식의 멀티미디어 방송"으로 정의 내린 DMB가 이제 수도권을 중심으로 본격적인 서비스에 들어간 것이다. KBS를 비롯한 지상파

3사와 YTN을 포함한 비지상파 3사가 사업자로 선정된 지 9개월 만이다. 그간 중계망 구축과 단말기 보급 등 여러 문제들을 둘러싼 복잡한 논쟁 속에서 꽤나 힘든 산고의 고통을 이겨낸 소중한 결과가 아닐 수 없다. 국민 모두가 크게 축하할 일이다.

DMB는 원래 디지털 오디오 방송인 DAB (Digital Audio Broadcasting)로부터 진화된 기술을 말한다. 기존의 라디오 방송 기술과는 달리 CD 수준의 고품질 음악방송과 데이터 방송, 그리고 뛰어난 수신율과 지역을 뛰어넘는 광대역의 방송권역 등을 특징으로 하는 DAB가 기술적 진화를 거쳐 다양한 동영상과 데이터 등의 멀티미디어 서비스를 제공할 수 있게 되면서 이를 DMB의 개념으로 명명하게 된 것이다.

콘텐츠의 효율적 배급이 최우선

현재 DMB 서비스 실시를 계기로 미디어 산업에 불고 있는 변화의 핵심은 단연 디지털 혁명에 기반한 소비자 주권의 강화이다. 다매체 다채널 환경에서 대다수 소비자들은 동일한 콘텐츠를 다양한 플랫폼을 통해 소비함으로써 언제, 어디서, 어떤 매체 또는 단말기를 통할 것인가는 이제 이용자들이 결정하게 된다. 이제 제작과 편성, 공급 모두를 제작자가 통제하는 방식은 점차로 이용자 중심의 시장에서 밀려날 것으로 보인다.

이 중에서도 배급의 혁명 즉 배급 플랫폼의 다원화를 통한 소비자 주권의 강화는 주목할 만하다. 디지털 미디어를 움직이는 몇가지 핵심 법칙 중에 멧카프의 법칙이 있다. 3Com의 창업자이자 네트워크 전문가인 멧카프의 이론에 의하면 네트워크의 가치는 그 네트워크에 연결된 노드(Node)의 수가 많으면 많을수록 높아진다는 것이다. 이를 디지털 미디어에 적용하여 볼 때, 디지털 미디어의 가치는 이용자의 수가 많아짐에 따라 증가하며, 만약 이용자들이 이를 이용하지 않거나 또는 발견하지 못할 때 그 가치는 전무하게 된다. 콘텐츠에도 같은 법칙이 그대로 적용될 수 있다. 즉 많은 이들에게 이용되는 콘텐츠는 그 가치가 매우 높아지는 반면 아무리 양질의 콘텐츠라 할지라도 이용자들에게 노출이 안될 때는 그 가치가 존재하지 않는다는 것이다. 콘텐츠의 생산 못지않게 효율적인 배급이 매우 중요함을 의미한다.

디지털 압축 기술과 전송 기술의 눈부신 발전에 힘입어 실시간 헤드라인 뉴스를 수시로 확인하고, 생생

한 음악을 화려한 뮤직비디오와 함께 듣고 보며, 본인이 촬영한 사진이나 동영상을 방송사의 서버로 보내기도 하며, 기자의 보도에 실시간으로 문자를 보내고 댓글을 달기도 한다. 물론 전화통화를 하고 동시에 게임을 즐기기도 하는 다기능 복합 단말기의 출현 즉 하드웨어의 융합이 이를 강력하게 지지하게 된다.

이런 측면에서 최근에 국가 차원의 표준 상용화로써 세계의 주목을 받고 있는 DMB 서비스의 국내 최초 서비스는 디지털 테크놀로지의 발달과 콘텐츠 멀티 플랫폼 전략의 중요성 그리고 소비자 주권의 강화라는 새로운 패러다임에 가장 적합한 플랫폼의 탄생을 의미하는 것이다. 그런 관점에서 DMB 서비스 실시의 의미를 다음과 같이 정리해 볼 수 있다.

우선 DMB는 방송·통신의 융합 환경에서 본격적인 퍼스널 미디어 시대를 여는 최초의 매체로 평가할 수 있다. 특히 다수 대중을 대상으로 했던 매스미디어의 전형인 방송 콘텐츠를 철저한 개인 차원의 소비로 바꿔주는 변화가 가능해진다. 동일한 콘텐츠를 동시 간대에 실시간으로 다수가 함께 보는 환경이 이제는 오히려 낯설어하는 시대로 접어들게 되는 주요 관문이 바로 DMB 인 것이다. 언제 어디서나 자신이 원하는 시간에 자신의 손안에서 방송을 보는 시대가 바로 DMB가 지향하는 세상인 것이다.

이러한 DMB는 또한 우리 국가의 신성장동력으로 주요한 역할을 할 것으로 보인다. DMB 관련 송신장비, 단말기, 서비스, 콘텐츠 등 각종 다양한 전후방 산업 활성화에 기여할 것이 확실시 되기 때문이다. 지상파 DMB의 경우, ETRI의 보수적인 예측을 예로 들더라도 2010년 까지 이용자그룹이 연평균 70%씩 증가해 총 851만명의 이용자가 확보되고, DMB 단말기는 연간 1,400만대 이상인 휴대폰 내수시장규모에 수렴하여 2010년에 연간 1조 3,000억원의 내수시장을 형성할 것으로 전망하고 있다.

전체적으로는 2005년부터 2010년 사이 총 14조 7,000억원의 생산 유발효과를 낼 것으로 예측하고 있다. 단말기 보조금 제도의 재시행과 자동차와 PC에 탑재되는 DMB 서비스를 포함할 경우, 가입자 기반과 이에 비례하는 광고 수익, 표준화와 가격하락에 따른 DMB 단말기의 대중화가 맞물릴 때, 위의 전망치를 훨씬 상회하는 결과가 조기에 실현될 수도 있다는 조심스런 전망도 나오고 있다.

또한 DMB는 우리나라가 자체 개발한 세계적 기술표준이며, 이미 유럽의 정보통신표준협회 (ETSI)에서 올해 6월 한국의 지상파DMB 표준을 유럽표준으로 채택한 바 있다. 그럼에도 불구하고 유럽 각국은 현재 지상파DMB와 노키아의 DVB-H를 복수 표준으로 채택하여 시장에서 경쟁체제를 구축한 상태를 고려할 때, 우리의 지상파DMB의 국제 경쟁력

을 위해서도 조속한 전국망 확대가 절실한 시점이다. 즉 해외 시장에서 DVB-H 등 타 표준과의 본격적인 경쟁이 이루어지고 있는 현 시점에서 국내 시장에서 상용화 성공 여부는 한국의 지상파DMB 세계 표준화 전략에 매우 중요한 변수로 작용한다는 말이다. 물론 수도권 가입자의 이동성과 지역 이용자들의 보편적 서비스에 대한 접근권, 디지털 정보격차 등을 고려할 때도 지상파DMB의 전국망 확대는 조속히 진행되어야 하며, 현재 이 부분에 대한 활발한 작업이 방송위원회를 중심으로 이루어지고 있으며, 2006년을 기점으로 충청, 강원, 전라, 경상, 제주로 이어지는 지상파DMB의 전국 서비스 시대가 활짝 열릴 것으로 보인다.

거대한 패러다임의 선두 물결, DMB

마지막으로 사업자의 입장에서 지상파DMB는 준(June)이나 펄(Fimm)의 사례에서 보여준 부담스러운 가격 장벽을 해소함으로써 이동환경에서의 대용량의 멀티미디어 콘텐츠 이용의 주요 출구로 자리매김하게 될 것이다. 이 경우, 대표적인 멀티 플랫폼 전략인 코프(COPE: Create Once Publish Everywhere) 개념의 구체적 적용을 통한 부가가치 창출 가능성도 매우 높아질 것으로 보인다. 즉 양질의 콘텐츠 제작을 위해 투입된 막대한 초기 비용을 기획 단계에서부터 여러 방송 통신 플랫폼을 통해 분산시킬 수 있는 전략적 입장을 견지하는 COPE 전략이 국내 방송 콘텐츠 시장에 적극 도입될 수 있는 계기가 확실하게 마련된 것이다. 실시간 뉴스나 교통정보 등 뛰어난 정보 서비스에 주력으로 하는 YTN DMB가 모기업 콘텐츠의 다 플랫폼 활용 전략과 향후 진행될 데이터캐스팅을 통해 부가의 높은 광고 수익과 정보 이용료 등을 추가로 얻을 수 있기 때문이다.

새로운 플랫폼의 등장은 자연스러운 시대의 요청이자 동시에 우리가 해결해야 할 과제이기도 하다. 이제 새로운 플랫폼으로서의 DMB의 등장은 오랜 숙원인 영상산업의 구조 조정의 문제에서부터 방송과 통신의 융합, 그리고 퍼스널 미디어의 편재화에 이르기까지 산업 전반에 엄청난 파장을 불러올 것이다. YTN이 이러한 거대한 패러다임의 물결에 선두에 있음은 내부적으로 무척 다행스럽고 또 자랑스러운 일이 아닐 수 없다.

동시에 다수의 국민들에게는 다양한 콘텐츠를 통한 선택권과 접근권을 제공하게 될 것이며, 우리 방송계에도 여러 차원의 건강함을 더해 줄 것이다. 바로 지금, YTN은 또 다른 차원의 미디어 기업으로 성장하기 위한 길목에 서 있으며, YTN DMB가 바로 그러한 과정에서 훌륭한 효자 노릇을 하는 신성장 동력이 될 것으로 믿는다.

계시관

- 입사
이은희·손수정(국제부) 11.28
- 퇴사
전현무(앵커팀) 11.28
- 전보
노중면(앵커팀) 11.7 / 이은영(기술연구소, 최영훈(기술관리부, 주윤영(중계부, 정해봉·최광희·한철욱·현용국 YTN DMB 과

11.16 / 최애란·이수연(그래픽팀) 11.22 / 김상우(차장 사회부, 조상현(제작기술부) 콘텐츠혁신팀 과전해제 12.5

■ 출산
임승환(경제부) 득남 11.12 / 류충섭(편집2팀) 득남 11.17 / 강태식(영상편집팀) 득녀 11.28

YTN DMB

■ 입사
이화목(기술팀) 11.11 / 이주선·김지연(채널운영팀) 11.14

세계속의 YTN - 해외리포터에게 듣는다 ⑧



참새 방앗간



이곳에 사는 한인 들은 흔히 LA를 일컬어 '참새 방앗간' 이라고들 한다. 미국에 오면 어찌됐건 LA는 거르지 않고 꼭 다녀 가기 때문에 붙여진 별명이다.

그만큼 LA는 이곳 한인들 뿐 아니라 한국에 있는 사람들에게도 그리 낯설지 않은 '외국'으로 자리 잡았다.

이민 100년이 넘는 지금 LA 한인 타운은 놀랄 만큼 성장했다. 가끔 한인 타운에 나가 주위를 둘러보면 거짓말 조금 보태 여기가 도대체 한국인지 미국인지 헷갈릴 때도 있다. 오죽하면 한인들을 대상으로 한 전화번호 안내에 연결해 "여기 아귀찜 잘하는 집이 어디죠?" 하면 아무개 집이 맛이 있더라며 친절하게 번호를 대 줄 정도다.(이런 서비스는 아마 한국에도 없을 듯하다) 그러나 미국 제 2의 도시에 살면서 여기가 혹시 한국이 아닌가 하는 착각을 할만도 하다.

한인들이 많은 만큼 이곳에서는 한인과 관련된 일들도 하루가 멀다 하고 생겨난다. 바로 얼마 전에만 해도 신학 대학교 유학생 부부 살인사건으로 한인사회가 한번 떠들썩했다. 물론 가슴 훈훈하고 자랑스러운 일들도 많다. 탈선한 한인 청소년들을 자기 자식처럼 보살피고 있는 나눔 선교회가 그렇고 노숙자들을 돕는 거리 선교회 역시 그러하다. 이민 와 고생고생 해가며 키운 자식들이 떳떳이 주류 사회로 진출해 미국인들과 어깨를 나란히 하는 일은 이제 더 이상 뉴스거리가 안 될 만큼 허다하다.

한국인들이 설움의 눈물과 끊임없이 흘린 땀의 결실이라. 그러나 아무리 LA에 한복 치마저고리를 입혀 봤다 할지라도 미국은 미국인지라 여기 살고 있는 한인들은 모두들 가슴에 구멍을 하나씩 안고 살아간다. 떠나온 한국, 조국에 대한 그리움이 바로 그 구멍의 주인이다. 아무리 메우려 해도 채워지지 않는 고집불통 주인 덕에 어찌다 찬바람이 불면 한국 가을 하늘이 먼저 떠오르고 낙엽 쌓인 삼청동에서 먹던 투박한 수제비가 생각나 눈물이 짙겨거린다.

LA한인 사회의 기자로 일하면서 또 YTN에 LA의 소식을 전하는 리포터로 현장을 취재하면서 제각자의 모양으로 파여진 이 구멍 속에 담겨진 사연들을 시시

각각 접하게 된다. 모두들 다른 모양의 다른 빛을 지녔지만 그 속에는 '그리움'이라는 공통분모가 항상 존재한다.

한국에 재외 동포 소식을 전하는 유일한 방송인 'YTN 인터내셔널 글로벌 코리아'에 한인 동포들의 가슴에 패인 그리움을 꾸밈없이 전달하고 싶다. 간혹 일그러진 모습의 그리움일 수도 찬사를 한 몸에 떠받칠 만한 모습을 지닌 그리움일 수도 있다. 그러나 이것이 바로 조국을 떠나온 우리 동포들의 있는 그대로의 모습이기엔 어떤 모습을 지녔던지 간에 위로와 환영, 때론 따끔한 질책도 흔쾌히 받을 수 있으리라 믿는다.

세계 곳곳에 떨어져 있는 한국인들을 하나로 묶을 수 있는 끈은 아마 조국에 대한 이 그리움의 깊이일지도 모르겠다. 그리고 이 끈을 더욱 단단히 조여 줄 수 있는 것은 바로 한국에 있는 우리 민족의 관심 밖에 없을 것이다. YTN 인터내셔널 글로벌 코리아를 통해 재외 동포들의 소식을 전하는 리포터들에게 지속적인 응원과 해외방송팀에서 수고하고 있는 식구들에게 아낌없는 박수를 보내주길 바란다. 왜냐하면 우리 모두 어디에 살고 있건 간에 끈끈한 동포애로 묶인 다 같은 한국인이니까 말이다.

부소현 (LA 리포터)

APEC 취재기



POST APEC, 뭐 먹고 사나?



21. 정상회의에 모인 APEC 회원국 정상들 숫자가 아닙니다. 제가 제작한 에이펙 쪽지가 21개 입니다. 참 많이도 해 먹었네요. 무더운 8월 <테러 대비 문제는 인원>부터 시작해, 늦가을 물대포에 샤워하며 제작한 <'APEC 반대' 격렬 시위, 부상자 속출>까지, 근 3개월 동안

APEC을 주식삼아 지내왔습니다. 다 끝난 마당에 먹어 치운 떼거리를 또 거리삼아 이야기 해보고자 합니다. 어디선가 핀잔 소리가 들려옵니다. '고마해라 마이 무거따 아이가!'

수습 생활을 마치고 내려온 고향 부산. 기자가 돼 돌아온 고향에서 나를 맞이한 일거리는 해운대였습니다. 그러다 여름이 그 위력을 다하고, 제가 해운대로 향하는 발길이 뜸해질 때쯤 APEC이라는 놈이 슬슬 사정권 내로 들어왔습니다. 그리고 에이펙 정상회의 공식 일정이 돌입하기 전까지 시간은 흐르는 물처럼 지나갔습니다.

정신없이 지나간 APEC. 저는 이번 에이펙 보도에서 2개의 족적(?)을 남겼다고 자부합니다. '3중 경계', '주 브리핑룸 데스크'.

APEC 대러 대비 태세에 대해 보도하면서 저는 제가 눈으로 취재한 것을 바탕으로, 경찰이 3중으로 경계를 서고 있다는 사실을 인지했습니다. 그래서 3중 경계라는 말을 썼습니다. 그런데 경찰 보도 자료에도 없던 '3중 경계'라는 말이 제 보도 후부터 여기저기서 사용되기 시작했습니다. 다들 따라오는데. 혹 내가 잘못 봤으면 어떻게 하지 불안한 마음에 또 보고 눈 비비고 또 봤지만 3중 경계, 맞는 표현. 다행입니다. 오보로 선도 하지 않아서^^

공식 일정에 들어가는 12일에 하루 전 중계 오더를 받고 고민했습니다. '사건 현장이나, 기상, 교통상황 중계가 아닌데 굳이 서서해야할 필요가 있을까?' 그래서 과감하게 앉았습니다. 주 브리핑 룸에 기자들 쓰라고 놔둔 책상에서 몸을 180도 돌려 앉았습니다. 그러자 다음날부터 적(?)들이 옆 자리에 앉아 따라 하기 시작했습니다. 저와 다른 게 있다면, 저는 제 자리에 영역 표시를 안 했는데 적들은 적기(?)를 걸고 한 거랄까요? 아무튼 딱히 내세울 것도 없는 제가 APEC 동안 2가지 족적을 남겼다는 사실로 자위해 봅니다.

한편, 이번 에이펙을 치르면서 저는 '왜 사람들은 참는데 익숙해졌을까?' 하는 생각이 머릿에서 떠나질 않았습니다. 언론이 시민들을 것처럼 쉽게 받아들이고 참아내게 한 것은 아닌 지하는 생각이 듭니다. 무슨 큰 행사 때문에 도로가 통제되면 '왜 국민들이 참아야 하는지'에 대한 궁금증은 '성공적인 진행을 위해서'라는 단 한마디로 날려버리면서 열을 올려 '당신들은 못 돌아다닌다'고 홍보한 우리 언론이...

2부제에 참여해 차를 타고 다니지 못한다고 해서 그만큼 감세 혜택을 주는 것도 아니고 되려 세금내고 산 차로 세금 내고 쓰는 도로 위를 달렸다는 이유로 벌금 5만원을 내야하는 말도 안 되는 상황. 군데, 군데 길을 막아 놓고 교통 통제한다시고 오도가도 못 하는 상황이 여기저기서 연출됐지만, 언론에 비친 부산 시민들을 다 참아내고 있었습니다. 과연 부산 시민들이 인내했을까요? 적어도 제가 만난 사람들은 인내하고 있었습니다. 그런데 그렇게 참아야 하는 것을 당연하게 여기고 있었습니다. 월드컵, 아시안게임 등 대형 국제 행사 때 그랬던 것처럼 당연히 그래야 하는 것처럼 받아들이고 있었습니다.

그들에겐 일방적인 강요나 통제가 자연스럽다고 할까요? 선진 문화 시민이라는 말과 질서, 자발적 참여를 동의어처럼 강요해왔던 세월이 그들을 그렇게 만든 것일까요? 하지만 언제까지나 그럴까요? 알 수 없는 일입니다만 아직 우리에게 부족한 2%가 뭔지를 생각하게 해주는 계기가 되었습니다.

APEC, 끝났습니다. 이거 하느라 특별취재팀 분들도 고생이 많으셨지만 특히 우리 부산 지국 식구들 참 고생 많으셨습니다. 이거 언제 끝나나 할 때가 엇그제 같은데, 이제 POST APEC. 부산시는 에이펙 분위기를 이어가려고 여러 가지 준비한다는 데 저는 오늘 당장부터 '뭐 먹고 살지?' 하는 심각한 고민에 빠져 들어 갑니다.

김종호 (부산지국)

대한민국에서 가장 빠른 아침종합뉴스



YTN 출범을 반년 가량 앞두고 있던 1994년 가을 문중선 초대 YTN 시경캠프이 사건기자들에게 한 말이 있습니다.

“우리는 정상인이 아니다”

남들 다 자는 새벽에 혼자 일어나 경찰서와 병원을 돌아다니고 아침마다 깡탄테 깨지면서 지옥을 왔다갔다 한 다음 다른 사람들 출근하는 시간에 아침보고를 끝내고 잠시나마 쉴 수 있는 사건기자의 특성을 가리킨 말입니다.

아무려면 사건기자들에게 미치겠습니까만, 저희 ‘굿모닝코리아’ 팀(이하 굿팀(Good Team))도 분명 비정상인의 삶을 살아가고 있습니다. 새벽 2~3시에 출근하다 보면 늦게 귀가하는 사람들을 겨냥한 음주단속에 걸리기 예사입니다. 또 남들이 출근한 직후에 멍한 상태로 퇴근을 합니다.

이렇게 도저히 정상인이라고 할 수 없는 사람들이 모여서 “공중파 놀러보자”며 악으로 깡으로 만들어내는 결과물이 <굿모닝코리아>입니다.

물론 <굿모닝코리아>의 가장 중요한 역할은 취재기자과 카메라기자, 중계요원, 편집요원 등 뉴스생산부서의 동지들입니다. <굿팀>은 이들이 만들어낸 소중한 뉴스를 어떻게 하면 시청자들이 잘 보게끔 할 수 있을지를 항상 고민하고 있습니다.

그럼 <굿모닝코리아>에 대해 보다 자세하게 설명드리겠습니다. 월요일부터 금요일까지 매일 새벽 5시부터 7시까지 2시간동안, 그리고 토요일은 새벽 5시부터 6시 반까지 1시간 반 동안 진행되는, 대한민국에서 가장 빠른 아침종합뉴스입니다.

시청자들이 잠에서 막 깨어난 아침시간은 하루 중에 정보에 대한 욕구가 가장 강한 순간입니다. <굿모닝코리아>는 이런 분들을 위해 밤새 어떤 일이 있었는지를 가장 먼저 전해드립니다. 또 어제 있었던 뉴스들을 깔끔하게 정리하고 오늘 벌어질 주요 이슈를 미리 알려드립니다.

1~4부가 모두 힘 있는 ‘화면형 헤드라인 뉴스’로 시작해 시청자들의 아침잠을 완전히 깨워드릴 것입니

다. 화면 아래쪽에는 언제나 주요 뉴스가 스크롤로 흘러갑니다. 또 추운 겨울날 바깥 날씨가 궁금한 분들을 위해 기상청 데이터를 실시간으로 연결해 각 지방의 기온과 날씨를 항상 화면에 보여드립니다. 물론 YTN 기상센터도 30분마다 연결해 전체적인 날씨상황을 전해드립니다.

이 같은 전체적인 특성 외에 각 부별로도 매우 중요한 특성이 있습니다.

▲1부 (05:00-05:30)

거듭 말씀드리거니와, 대한민국에서 가장 빠른 아침 종합뉴스입니다. 따라서 중요 이슈를 치고 나가면서 대한민국의 뉴스를 선도하고 있습니다. 실제 공중파 아침 6시 뉴스 헤드라인을 보면 YTN 헤드라인의 재방송이라고 해도 과언이 아닐 정도입니다. 여기에 스포츠매니아들을 위해 스포츠코너를 전진 배치했습니다.

▲2부 (05:30~05:58)

밤새 일어난 사건사고와 그날의 중요 이슈를 생생하게 전해드리기 위해 24시간 깨어있는 보도국 야근자가 직접 출연합니다. 또 시청자들이 집에서 조간신문을 펼치기도 전에 7개 종합지와 2개 경제지, 2개 스포츠지의 1면 제목을 보여드립니다.

▲3부 (05:58~06:30)

지금까지 이런 헤드라인 뉴스는 없었습니다. 주요 뉴스를 빠짐없이 전해드리는 ‘폭탄 헤드라인 뉴스’가 3부의 백미입니다. 또 경제뉴스에 대한 관심을 충족시키기 위해 경제브리핑 코너가 생겼습니다. 이밖에도 돌발영상이 아침을 웃음과 함께 시작하도록 만들어 드립니다.

▲4부 (06:30~06:56)

국제부 기자가 출연해 밤새 들어온 지구촌 소식을 전해드립니다. 또 뉴욕 현지를 연결해 우리 증시에 큰 영향을 미치는 미국 증시의 마감상황을 정밀 분석하고,

국제 유가도 최근 일주일간의 흐름을 그래픽으로 보여드립니다. 서울시민을 위한 생활정보와 함께 교통정보센터와 119상황실 관계자가 출근길 교통상황과 밤새 화재·구조 소식을 직접 전해드립니다.

<굿모닝코리아>의 부제는 ‘뉴스로 여는 아침’입니다. 이처럼 ‘아침을 여는 뉴스’를 만들기 위해 매일 새벽 3시부터 YTN 타워 20층은 북적입니다. 비록 공중파에 비해서는 턱없이 부족한 인원이겠지만, <굿모닝코리아>도 많은 사람들의 맘이 만들어내는 합작품입니다. 특히 일부 업무는 야근자들이 맡는 경우가 많아 2배의 인원이 필요하지만 부족한 부분은 ‘좋은 뉴스 만들어 공중파를 누르겠다’는 투지와 열정으로 메워나가고 있습니다.

<굿팀> 멤버들의 짧은 파이팅으로 소개를 마치겠습니다.

<앵커>

- 최명산: 아저! 아저! 시청률 4%를 향해 새벽을 불사르겠습니다.
- 윤재희: 새벽 비몽사몽간에 보니 선배들 모두 멋져 보이네...한국을 깨우는 ‘굿모닝코리아’ 파이팅!

<PD>

- 조승호: 모든 사람들이 아침뉴스하면 YTN ‘굿모닝코리아’를 떠올리도록 만들겠습니다.
- 김중균: 잠을 확 깨워드리겠습니다.
- 김기봉: 대한민국의 아침을 여는 굿모닝코리아, YTN의 미래도 열어가겠습니다.
- 이양희: ‘아침형 인간’...굿모닝코리아
- 정유신: 모든 시청자를 새벽 5시에 깨우는 방법은 없을까?
- 이광연: 이제 하루의 시작은 ‘5시’ 부터!

<기술 스텝>

- 장승욱: 새벽 출근...열라 힘들다~ 매일 매일 야근하는 기분이다~...*
- 전재성: 마의 1%... 날부터 새벽종을 울리며 출근해야겠네. 기상! ..
- 배경호: 더 변해보자. 더욱 미쳐보자. 굿모닝에서 그 결정체를 보여주마. 함 박~박 ..
- 박경준: 새로운 타이틀, 지미집, 헤드라인 12개...이런 것만으론 아직도 배가 마이 고파요 π.π...

<그래픽 디자이너>

- 오재영: ‘굿모닝코리아’ 팀...! 굿모닝!

<스튜디오 카메라>

- 박치훈: 활기찬 하루, 새로운 정보를 원한다면 ‘굿모닝코리아’ 로...
- 박형건: 근데 이미 무척 빠른 뉴스 ‘굿모닝코리아’ 짱!

<AD>

- 지수영: 최고의 아침뉴스 ‘굿모닝코리아’ 만세!
- 신동훈: ‘굿모닝코리아’ 로 하루를 활기치게 열겠습니다.

<문발>

- 배형민: 기분 좋은 하루의 시작은 ‘굿모닝코리아’...기억하세요.
- 이수연: ‘떠오르는 태양! 떠오르는 굿모닝코리아!’ 따끈따끈한 기사로 찾아가겠습니다.

<FD>

- 송규희: 온 국민이 함께 하는 ‘굿모닝코리아’ 가장 신속한 뉴스로 세계인이 주목하도록 만들겠습니다.
- 윤현주: ‘활기찬 하루의 시작’ 을 굿모닝코리아가 열겠습니다.

조승호 편집 1팀장

뉴스의 현장에 동서남북이 따로 있을까?

뉴스의 현장에 동서남북이 따로 있을까? 북(N: North), 동(E: East), 서(W: West), 남(S: South). 사방을 표시하는 영문 첫 글자가 모이면...? 바로 'NEWS'가 탄생합니다. 이를 형상화한 휘장은 <뉴스의 현장> 정체성을 그대로 압축한 것입니다.

뉴스 '본질의 힘'

가을 개편과 함께 새롭게 탄생한 <뉴스의 현장>. 동료 이상순 PD의 말처럼 '집을 짓는' 설레임과 긴장감 속에 그 집은 이 세 단어 위에 세워졌고 지금도 매일 지어져 가고 있다.

다른 팀도 마찬가지겠지만, 2시간 대형 뉴스를 과연 어떻게 살아 숨쉬는 것으로 이끌어 가느냐가 가장 큰 숙제. 결론? 한마디로 일은 벌리되, 그 어떤 가공보다는 '뉴스' 그 본질의 힘을 믿고 밀고 나가기로 했다. 30분 단위 4부 구성이다. 각 부가 각각 집중력을 가지면서도 앞뒤로 호응하는 뉴스를 지향한다. 무엇보다, 1,2,3,4부가 연속성을 가지면서 지루하지 않은 활력을 유지하고자 한다. 그래서 태어난 것이 YTN에서 처음 시도된 '우상 뉴스 바'. 중간 광고가 돌아가는 시간에도 우측 귀퉁이에 자리잡고 수 초 단위로 제목을 바꿔가며 "아 곧 이어 이 소식이 전해지는구나" 한 눈에 보여준다. 이 역할은, '이어지는 헤드라인' 코너가 쌍두 마차처럼 함께 수행한다. 특히 헤드라인 뉴스는 꼭 앵커의 목소리로 전해야 한다는 생각에 정면 도전했다. 1,2,3부 말미에, 곧 이어질 주요 소식을 생생한 화면과 음악, 자막으로 긴박감 넘치게 전하고 있다. 역시 YTN에서의 첫 시도.

네티즌 참여뉴스

이런 흐름 속에, 또 하나의 여론 발원지라 할 인터넷 뉴스 '네티즌 광장'이 있다. 바로 지금 전해지고 있는 뉴스에 대한 네티즌의 생생한 반응과 제언이 그 자체로 하나의 뉴스로 다시 태어난다. "오늘 네티즌 웹 기상도는 '황당하다'입니다." 포털 사이트 뉴스 진행자의 낭랑한 목소리와 얼굴이 광케이블을 통해 달려들어온다. 또, 나라 밖 소식도 더 이상 그 지역만의 뉴스가 아니다. '이 시각 국제부' 역시 이렇게 그 '현장' 속에 들어간 듯 발빠르게 외신을 전한다.

또, 한결 깔끔하고 유익해진 날씨 정보. 국내 날씨는 물론...혹시 지금 컴퓨터를 켜고 혹은 팔베개를 하고 누워 나라 밖 어디로 떠나볼까 행복한 고민을 하

고 계시다면, 세계 곳곳 날씨와 풍물을 안방에 옮겨주는 YTN으로...

하지만 신속하게 생산되는 새 소식만으로 시청자의 마른 목을 축일 수 있을까!?

'현장의 소리'

'현장 포커스'와 '오피니언 현장' 코너를 통해 관심 뉴스를 관계자나 전문가, 화제 인물의 출연, 목소리를 통해 꼭 알아야 할 것만 알뜰히 풀어 본다. 4팀 내부의 노력도 있지만 무엇보다 섭외 담당 유투권 기자의 신속하고도 끈기있는 활약이 원동력이다.

이 밖에 전채전 AD가 불과 30여 분 전 촬영한 '현장' 팀원들의 모습을 구성해 긴박감있게 보여주는 '팀브리지'는 절로 탄성을 자아낸다.

하지만 매일매일 치밀함을 잃지 않으면서도 큰 흐름을 힘있게 이어나가는 2시간 뉴스를 만들려면 참 어려운 작업이로구나 하는 것을 뼈저리게 느끼고 있다. 늘 토론과 아이디어 점검, 고민을 통해 미리미리 준비하면 열심히 뛰어다니지만 왜 이리 시간이 모자란 걸까? 그럼에도 불구하고, 이젠 이런 생방송의 긴박감마저 뉴스 만들기에서만 느낄 수 있는, 놓칠 수 없는 쾌감으로 즐기려 한다.

공중파 낮 방송을 뛰어넘는다.

그런데, 개편 한 달이 채 지나지 않은 지금, 다른 뉴스와 마찬가지로 <뉴스의 현장>도 벌써 새로운 도전을 맞고 있다. 공중파 방송들이 12월 1일부터 낮 방송에 돌입한 것이다. 현실적으로 모니터할 여유가 없지만, 앞으로의 뉴스 시장 판도에 어떤 변화로 이어지게 될 지 지켜보고 있다. 어쨌든 경쟁은 더욱 치열해질 수 밖에 없게 됐다. YTN으로서는 시청자 속으로 들어가고 시청자가 YTN으로 들어올 수 있는 최고의 뉴스를 만들기 위한 다짐과 노력을 더욱 단단히 할 수 있는 기회이기도 하다. 이런 때일수록, '본질'에 충실하면서 빠르고 정확한 뉴스를 전달하는 것만이 명실공히 한국의 뉴스 채널로서 흔들림없이 가는 기초를 든든히 다지는 길이라고 믿는다.

'현장'을 만드는 뉴스 4팀은 어느덧 그야말로 한 가족이 되었다. 뉴스 구성의 변화와 업그레이드를 위해 끊임없이 고민을 나누고, 안정된 최고의 방송 진



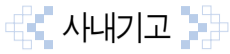
행을 위해 애쓰는 이광희 책임 기술 감독님을 비롯한 스태프 분들. 함께 할수록 단단한 믿음과 프로 정신이 느껴진다. '현장' 책임 디자이너인 그래픽팀의 서영석 선배는 요즘 흰 머리카락이 부쩍 늘어난 듯하다. 비주얼과 현장성을 그대로 살려내기 위한 장치들을 개발하느라 가끔 함께 밤 새고 한밤 사발면 한 그릇에 피로를 잠시 씻어내곤 했는데, 지금도 '개발중'. 지치지 쉬운 순간에도 기발한 화술로 즐거움을 선물하면서, 일단 일 속으로 들어가면 뉴스 시간 내내 무서운 집중력으로 이끌어 가는 상수종 팀장. 새 생명을 품은 무거운 몸이지만 부지런히, 예쁘게 뉴스 준비하는 김정아 PD (김정아 PD는 얼마 전 휴직하고 미국으로 떠났습니다) 팀의 막내로 선배들 못지않게 제 몫을 해내느라 열심히 뛰고 있는 전가영 PD. 이상순 PD는 '현장' 포맷에 관한 대부분의 아이디어를 제공하고 또 곧잘 밤샘 해 가며 설계 과정에 지대한 역할을 했다. 목이 좋지 않은 상태지만 철저한 준비와 정제되면서도 물 흘러가듯 뉴스를 전해주는 정애숙 앵커. 테이프와 카메라, 편집기와 늘 씨름하며 완성도 높은 비주얼 뉴스 생산에 땀 흘리는 전채전 AD. 전담한 일이 많아 힘들지만 밝은 표정 잃지 않고 뛰어다니는 강윤희, 우진영씨.

오늘 흘린 땀방울이 무엇보다 시청자에게 더 가까이 다가가는 열매로 맺히길 한마음으로 기원하며...

"뉴스의 현장에 YTN이, YTN에 뉴스의 현장이 있습니다"

김종욱 (편집4팀)




 사내기고

디지털 시대에 걸맞는 콘텐츠 혁신 - 홈페이지는?



본사에 들어오니 새 기운이 느껴진다. 한동안 우리 스스로를 힘들게 했던 냉소주의가 사라지고 “어디 한번 해보자!”라는 생기가 곳곳에서 넘쳐난다. 마음의 변화가 일기 시작한 것 같다. 홈페이지에 대한 관심도 높아졌다. 편성 개편 때면

항상 먼저 본사 각 부서에 연락을 해서 무엇이 바뀌는지, 프로그램은 어떻게 달라지는지 미주알고주알 문의를 해야 했지만 이번만큼은 개편에 앞서 연락을 해주는 동료 선후배들이 제법 늘어났다.(비록 2년이라는 시간을 기다려야 했지만...) 변화의 결과리라.

하지만 여전히 2% 부족하다고 느끼는 것이 있다. 바로 방송과 웹의 성격이 아직은 상당히 다르다는 것을 간과하고 있다는 점이다. 물론 24시간 killer Content, 안 보고 안 읽고는 못 배기는 기사나 동영상, 다른 곳에서는 볼 수 없는 차별화한 내용만을 내놓는다면 문제가 안 되겠지만... 2% 부족? 첫째는 텍스트 때문이다.

동영상? 글썸..... 텍스트의 중요성을 간과해서는 안 된다!

일반 뉴스의 경우 네티즌들은 1분30초 동안 동영상을 보는 것보다는 텍스트를 선호한다. 실제로 포털 뉴스의 경우 동영상 페이지뷰는 전체 뉴스 페이지뷰의 1-3%에 불과한 실정이다. 또 그나마 대부분은 연예와 스포츠 뉴스다. 이 같은 현상은 우리 홈페이지에도 그대로 적용된다. 아직까지 텍스트가 충분히 고려되지 않은 동영상만으로는, 나아가 칼날 같은 제목과 짜임새가 없는 기사로는, 웹이라는 전쟁터에서는 살아남기가 힘든 것이 현실이다.

한마디로 화면을 보는 것을 통해서 얻을 수 있는 이익이 크지 않다면 네티즌들은 굳이 시간과 노력을 들여서 동영상을 보지 않는다는 말이다. 웹에서 1분30초라는 시간은 엄청나게 긴 시간이다. 동영상 한 개 볼 시간이면 기사 6-7개 이상을 읽을 수 있다. 또 낮 시간에 그것도 대부분 사무실에서 짹짹이 보게 되는 것이 뉴스사이트라는 점을 감안하면 헤드폰을 끼고 소리를 듣고 있을 사람이 몇 명일 것이며 더군다나 당당하게 옆 사람이 들을 정도로 소리를 키워놓고 동영상을 바라 볼 간 큰 직장인이 몇 명이나 되겠는가?

물론 우리 홈페이지를 찾아오는 네티즌이 직장인들만은 아니다. 대학생도 있을 것이고 가정주부도 있을 것이다. 내가 가정주부라면 차라리 케이블로 우리 뉴스를 볼 것이다. 대학생은? 과연 우리 채널을 즐겨보는 시청자 가운데 대학생은 얼마나 될까? 돌발영상조차 하루가 지나서야 포털에 보내지는데도 불구하고, 포털에서는 덧 글이 수도 없이 달리지만, 생생한 오늘 돌발영상을 홈페이지에 올려도 덧 글이 안 붙는 것은 무엇 조화란 말인가? 홈페이지에 대한 네티즌들의 기대는, 시장의 기대는, 우리의 생각과는 상당한 괴리감이 있어 보인다.

또 우리 동영상의 현 상황은 어떠한가? 비단 우리의 일은 아니지만 자료화면의 비중이 높다. 그나마 현

장 화면도 그저 다 아는 사실에다 방송을 위해 화면을 입힌 그 이상이 아니다. 나라도 그런 동영상을 보기 위해 1분30초란 시간을 투자하지는 않는다. 그래서인지 아시다시피 요즘 검색이 난리다. 정작 보고 싶은 화면이 없으니 여기저기 다 뒤질 시간은 없고 포털 검색창을 두드리게 된단 말이다. 지상파든 케이블이든 블로그든 상관없다. 네티즌들은 그저 필요한, 보고 싶은 화면을 찾아보면 그것으로 족하다.

단 오해하지 않기를 바란다. 뉴스 소비 양식이 그 만큼 달라지고 있다는 것을 말하려는 것이지 결코 우리의 노력이 부족하다는 것을 말하려는 것은 아니다. 하지만 피땀을 흘린다면 제대로 흘러야 하지 않겠는가?

피땀 어린 우리의 자산? 하고 싶어도 재활용 못한다!

텍스트가 없으므로 인해서 생기는 불이익은 홈페이지를 운영하는 데에서도 나타난다. 방송이야 한번 나가면 그만일지 모르지만 홈페이지에서는 특정 이슈와 관련해 예전에는 어떤 일이 있었는지 등 과거 기사를 활용해 특정 이슈를 보다 입체적으로 보여줄 수 있는 여지가 많은데도 불구하고 텍스트가 없어서 활용을 할 수 없는 경우가 빈번하다. 리포트를 제외한 전화원고나 중계원고의 경우 정말 이슈가 되고 방문자를 끌어들이는 만한, 상품 가치가 높은 사안일수록 앵커멘트와 질문 몇 줄을 제외하고서는 동영상 내용을 알 길이 없다. 물론 이곳에서 사람을 사서 들고 타이핑을 하는 부분도 고민을 해봤다. 심지어 음성인식문자발생기까지도. 결론? 돈벌자고 하는 일인데 배보다 배꼽이 더 큰 것이 현 상황이다. 결국 일일이 동영상을 볼 수밖에! 동영상을 확인하는 사이에 방문자는 다른 사이트로 이미 뜨고 없다. 방송을 위해 전 직원이 하루 종일 미친 듯이 이리 뛰고 저리 뛰면서 만든 우리의 자산을 우리 스스로가 재활용하는 데에도 문제가 생기는 것이다.

2% 부족 분류체계도 문제다!

2% 부족 그 두 번째는 분류 체계의 문제다. 이른바 ‘메타 데이터’란 말로 불려지는 것으로 알고 있다. 포털은 물론 상당수의 언론사 홈페이지들은 상세한 분류를 하고 있다. 메타 데이터가 그만큼 많다고 보면 될 것이다. 우리의 경우 정치 경제 사회 문화 정보과학 스포츠 국제로 가장 단순한 분류 체계로 기사를 나누고 있다. 타사의 경우 대부분 기자들이 직접 이런 부가정보를 기사 작성 단계에서 입력한다. 예를 들어 청와대 국회 국방 외교 남북 기타 등등. 상세 분류는 네티즌이 기사를 더욱 쉽게 찾을 수 있도록 할 뿐 아니라 홈페이지에서 활용을 하는데 있어서도 그 힘을 발휘한다. 나아가 메타 데이터와는 직접 관련 없지만 기사를 읽으면서 인터뷰한 사람이 어떤 사람인지에 대한 인물 정보에서부터 가 볼만한 근사한 배경에 대한 구체적인 장소 정보까지도 볼 수 있다면 그 기사의 값어치는 완전히 달라질 것이다. 여러분이 네티즌이라면 어떤 기사를 보겠는가? 앞으로 이 부분은 보도국은 물론 회사 전체의 논의가 반드시 필요한 부분이라 여겨진다.

부가가치 창출에 있어서도 텍스트는 핵심 요소다!

제목과 텍스트, 분류 체계와 관련한 문제는 앞으로 Digital CATV, DMB와 IPTV, WiBro와 같은 뉴미디어는 물론 본사의 Archiving 시스템에도 적지 않은 영

향을 미칠 것이다. 또 매체가 아닌 서비스의 측면에서 봤을 때 데이터 방송이나 T-Commerce를 위해서도 텍스트와 분류체계는 결코 간단하게 생각해서는 안 되는 문제다. 동영상이 제 위력을 발휘하고 더 많은 부가 가치를 창출하기 위해서 이 같은 부분들은 필수불가결한 요소다. 왜냐하면 동영상의 이면에서 동영상의 몸값을 곱절로 만들어 주는, 돈을 만들어 내는 바탕을 이루는 것이 바로 제목과 텍스트, 분류체계 등이기 때문이다.

특히 아카이빙의 경우 5-6년이 지난 자료들은 아무리 좋은 원본 테이프라도 이 화면이 무슨 내용인지에 대한 상세 정보들이 보관돼 있지 않다면 활용 가치가 사실상 없다고 봐야할 것이다. 내가 지난 2-3일 동안 쓴 기사 제목도 제대로 떠오르지 않는 게 우리의 현실인데 다른 사람이 5-6년 뒤에 상세 정보를 입력한다? 제대로 입력했는지는 누가 검증할 것인가? 이 모든 것이 눈 덩이처럼 붙어나서 언젠가 우리의 발목을 죄게 될 것이다. 기사는 곧 정보이다. 더욱이 그 정보가 눈 덩이처럼 붙어났을 때의 파괴력은 굳이 설명을 하지 않더라도 포탈을 보면 아시리라 생각한다. 아카이빙은 정보의 덩어리지 단순히 디지털판 동영상의 덩어리가 아니다. 그렇다면 향후 이러한 문제를 해결하기 위해서라도 미주알고주알 입력을 해야 하지 않을까! 또 그 입력된 정보가 2-3년 쌓이면 텍스트만으로도 엄청난 파괴력을 갖지 않을까!

Step by step goes a long way!!!!

새로운 도약을 위한 땀방울이 시작됐다. 새로운 방송 콘텐츠 혁신에 발맞추기가 쉽지는 않아 보인다. 그만큼 변화란 힘든 과정이기 때문일 것이다. 방송에만도 전념하기가 쉽지 않은 상황임을 누구보다 잘 안다. 하지만 이런 변화의 바람이 웹에서도 일어나길 기대해 본다. 지금 같은 속도 경쟁 시대에 무한정 기다릴 수만은 없는 노릇이다. 우리가 한발 내딛는 사이 우리 경쟁 상대들은 두 걸음 내달리기에... 더욱이 최소한의 비용으로 최대한의 성과를 얻기 위해서는 보다 면밀한 분석과 철저한 준비가 필요할 것이다. 서둔다고 될 일도 아니요 의욕만 가지고 될 일은 더더군다나 아니다. 그런 점에서 뒤늦은 감은 있으나 홈페이지에 대한 관심이 일고 있다는 점은 우리 모두가 100% 찬성하는 안은 아닐망정 홈페이지에 대해 최대한의 합의를 통해 혁신을 일궈낼 수 있는 좋은 기회이다.

2006년 1월 1일 홈페이지 새 단장!

홈페이지도 본사 콘텐츠 혁신에 발맞추어 새 단장을 준비하고 있다. 이번 홈페이지 개편은 뉴스와 이슈, 정보와 영상으로 섹션을 나누는 것이 가장 큰 특징이다. 아시다시피 방송과 통신의 융합(convergence), 디지털화가 진행되면 될수록 모든 매체가 더욱더 웹의 성격을 닮아가고 있다. 웹이, 홈페이지가, 디지털을 대표한다고 말할 수 없지만 적어도 이에 대한 이해는 뉴미디어를 이해하는데 그리고 우리가 어떻게 대응을 해야 하는지에 대해 많은 시사점들을 줄 것이라 믿는다. 홈페이지에 더욱 더 많은 관심과 질타를, 더욱 더 생산적이고 효과적인 아이디어를 내 주시길 바라면서 글을 마친다.

장기영 (뉴스총괄단, 디지털YTN 파견)

마라톤 동호회 - 달리는 사람들

즐거워서 달리고 즐겁기 위해서 달린다



닐까 싶다.

달리는 사람들의 태동은 2002년으로 거슬러 올라간다. 2001년 10월, 꼭 살아서 돌아오라는 부서원들의 염려와 응원을 등에 업고 춘천 마라톤에 첫 출전했다. 나름대로 국내 대회 출전을 준비하며 혼자만의 카타르시스를 즐기고 있을 즈음 회사 몇몇 선배들로부터 마라톤동호회를 만들어 보자는 제안을 받았다. 그렇다면 단순하게 'YTN 마라톤동호회'라는 명칭보다는 뭔가 역동적이고 우리만의 특성화를 찾아보자는 취지에서 고심 끝에 나온 'YTN 달리는 사람들'. 때마침 제품 디자이너를 하던 친구가 있어 밥 한 끼 사주고 까다롭게 주문 제작한 동호회로고까지.....그래서 동호회로고엔 나름대로 깊은 뜻이 담겨져 있다. YTN만의 색깔인 파란색 바탕위에 YTN이라는 안테나를 올린 네모난 TV속을 박차고나와 세상 속으로 달리고픈 소박한 꿈 정도로 해석하고 싶다.

2.5km를 지나 5km... 또, 한참을 달리다보면 그동

안 나약했고 현재와 협상하려는 나 자신을 만나게 된다. '남들 눈 의식 하지 말고 차라리 여기서 포기해버릴까?' '예전엔 진짜 잘 달렸었는데... 오늘만 몸이 안 풀려서 그런 거야...' 그때는 나를 둘러싼 주변을 한번 둘러보면 부끄러움과 용기를 동시에 얻게 된다.

나를 유유히 따돌리며 앞서 달리는 백발의 인생연륜이 돋보이는 어르신, 맘을 연신 닦으며 아빠와 함께 웃으며 달리는 초등학생, 그리고 긴 머리를 찰랑이며 건강을 과시하듯 사뿐히 달리는 여인까지. 마라톤은 너무도 공평한 운동이다. 아니 운동이 아닌 우리의 삶인 것이다.

전문기술이 없어도, 고가의 장비가 없어도 또 전용 구장이 없어도 마음만 먹는다면 누구나 공평하게 땀을 흘리고 내가 다른 이들과 함께 숨쉬며 살아간다는 것에 또 한번 감사할 수 있는 것이다. 내년에는 보다 많은 국내 대회 참가와 타사 동호회와의 동반 출전도 검토 중이며 다양한 활동을 구상 중에 있다.

누군가 물었다. '왜 달리는 건데?' 예전 같았다면 주옥같은 답변을 찾기 위해 잠시 주저한 후 대답이 나왔겠지만 지금은 조금의 지체도 없이 대답한다 '즐거워서 달리고 즐겁기 위해서 달린다고.....'

박진언 마라톤 동호회장

'내가 지금 이 짓(?)을 왜하나'

'다음에 또 뛰면 내가 사람이 아니다'

숨이 목까지 차오를 즈음 한번쯤 하게 되는 뉘트리.....하지만 골인점을 통과하고 물 한잔을 마시며 안정이 되면 다음대회가 언제쯤 일까하고 홍보물을 들여다보게 된다. 불과 몇 분 차이로 인간의 마음이 이렇게 간사해질 수 있는 운동은 단연 마라톤뿐이 아

서울타워 새 단장

“무엇보다 안전이 먼저”



서울의 상징, 남산 꼭대기에 있는 서울타워는 1969년 12월에 착공해 6년만인 1975년 8월에 완공됐다. 맑은 날이면 멀리 송악산(松嶽山)과 인천항까지 한눈에 바라볼 수 있는 서울의 관광명소다.

30살이 넘는 서울타워를 현대적인 감각으로 새로 단장하기로 했다. 영업장 개선공사는 CJ팀이 맡았고, YTN이 담당할 보수보강공사는 전망대 창호교체, 철탑보수, 건물 구조 부적합부분 보강, 지반보강과 방수, 외관도색 등이다.

먼저 전망대 6개 층의 외장 창호·판넬 교체는 강한 강풍과 비 속에서의 공사라 안전을 최우선으로 했다. 고공 120m 전망대 외부에 공사용 비계 설치부터 난관에 부딪치기 시작했다. “이거 또한 인간이 지어낸 건축물 아닌가?” 하는 의문 속에 30년 된 타워건물 내부가 속속들이 드러내는 철거 작업이 실시됐다. 공사기간은 계획했던 것보다 조금씩 늦어졌고 각자의 마음속에서도 “제발 무사하기를”하는 희망과 기도만이 간절했다.

이러한 우리 마음을 하늘도 알았는지 공사기간 중에

는 여름철 태풍의 영향이 거의 없었고, 전망대 외부 창호·판넬 교체가 아무런 사고 없이 끝났다. 위험한 공사가 거의 끝나갈 무렵 무더운 여름은 가고 시원한 바람과 함께 가을이 찾아오고 있었다.

곧바로 철탑 도장과 볼트교체, 본관지하와 광장 주변의 공사. 철탑공사는 고소 공포증을 일으킬 만한 높이와 오르내리는 계단 외에는 별도의 안전시설이 없어 매우 위험했고 어려움도 많았다. 공사작업자에게는 안전을 최우선으로 삼았으며, 안전교육 후에 현장 출입을 허용할 만큼 통제도 철저히 했다. 일반 공사현장과 크게 달라 출입과 통제가 어려운 만큼 작업자간의 잦은 마찰이 생겼다. 공사자들은 자기들 앞에 주어진 공사부분만 생각할 뿐이다. “이것만 공사하면 되냐?”하는 의문에 우리는 좀더 많은 검토가 필요했다. 타워 전망대의 공사가 어렵게 진행됐고 본관주변의 보수보강 공사 또한 전체공정에 영향을 줄 만큼 진척이 없었다.

이 같은 현실이 우리에게서 촉박한 마음으로 다가왔다. 공사 진행이 늦어질수록 안전의 위험성이 커지고, 다음 공정에 영향을 줘 각별한 주의가 필요했다. 일부 공사 담당자들은 스트레스 때문인지 “못하겠다!”라고 언성이 커지기도 했다.

타워 건물의 주변 공사는 철탑부분이 끝나고 본격적으로 시작했다. 건물의 노후화로 한곳을 보수해서는 전체 균형과 건물의 유지관리가 어렵다고 판단돼 건물 전체를 보수하기로 했다. 공기에 영향을 줄 수 있는 부분이라 현장에서 치밀한 조사를 먼저 했고 보강의 방법과 공법을 다시 한번 검토했다. 이런 시간적인 시행착오는

서서히 공사의 진행을 어렵게 했고 공사관계자들의 힘도 빠지게 만들었다. 다행히 공사는 늦어졌으나 큰 사고는 없이 무사히 마무리 됐다.

전망대 외부의 위험한 공사가 끝날 즈음 내부 마감공사가 시작됐고 광장과 본관 5층의 철거 작업도 시작됐다. 이번에는 기존의 차가운 느낌보다는 좀더 자연적이고 친화적인 이미지를 구상 했다. 기존 구조물을 보존한 외벽은 알루미늄과 강화유리의 복합체로 보다 포근하고 안정감 있는 형태로, 광장은 목재를 활용해 딱딱함을 탈피한 자연친화적인 분위기를 살렸다.

광장은 서울타워에서 사람들이 제일 먼저 접하는 곳으로 밤에도 쉼터로 활용할 수 있도록 첨단 컴퓨터 시스템을 갖춘 조명시설로 설치됐다. 눈의 피로감을 없애고 남녀노소 누구나 자기만의 꿈을 생각할 수 있도록 화려함에도 초점을 맞췄다.

본관 5층의 주 용도는 전시 공간으로 많은 사람들이 자연스럽게 들어오고 나갈 수 있도록 광장과 연결되는 넓은 계단을 새로 만들었다. 전시실 내부는 아늑하고 화려한 조명과 조형물을 설치했고 현대적인 첨단 냉난방 시스템을 설치해 4계절 어느 때라도 관람하는 데 불편함이 없도록 했다.

서울타워 변화의 큰 특징은 대대적인 내부 변신으로 과거의 이미지를 벗어나 신세대들도 낭만과 희망을 꿈꿀 수 있도록 했다. 서울타워는 세월이 흘러도 역사적인 유산으로 남아 남산과 함께 영원할 것이다.

이상준 (타워운영부)

사진으로 본 2005년



콘텐츠 혁신을 위한 100일

YTN은 진화하고 있다



무슨 말부터 해야 할지 모르겠다. 짧지 않은 시간이었지만 너무나도 빨리 지나간 시간들이었다. CI팀 선배·동료들과 함께 혁신안을 생각하며 추진해 온 100일이 언제 지나갔는지 모르겠다.

머리를 맞대고 무엇이 우리조직에 필요한 진정한 혁신안인지를 토론하던 뜨거웠던 8월, 여러 선배 동료 후배 사우들의 열기와 토론으로 가득 메워졌던 CI워크숍. 상금을 쟁취하기 위해선 머리카락 빠지는 것(?)도 마다하지 않고 열심히 뛰었던 족구대회. 지나간 일들이 런던의 흐릿한 머릿속을 어지럽힌다.

각 뉴스팀들이 정해지고 구성원들이 서로 모여 뼈대를 만들고 가치를 붙이고 한바탕 전쟁(?)을 치르기 위해 전열을 가다듬고 있던 중 여러 가지 변수들로 한주 두주 미뤄지던 편성개편일은 우리에게 다고하고 있었다.

스튜디오 공사가 막바지에 이르고 며칠간 집에 들어가지 못한 내 몸에선 발 냄새와 함께 온갖 잡냄새가 진동하기 시작했다. 뜻하지 않게 불편을 끼쳤던 동료들에게 지금도 미안할 따름이다. 드디어 11월 7일 이른 새벽, 각 뉴스팀원들은 너나 할 것 없이 한바탕 전투를 치르기 위해 속속 20층 편집팀 사무실로 모이기 시작했다. 새벽에 전개되는 각 뉴스팀의 준비 모습은 마치 전쟁과도 같이 정신없이 진행되었다.

굿모닝 코리아를 필두로 뉴스가 시작되는 모습들을 바라보며 마치 개국방송을 보는 듯한 느낌이 들었다. 벅차오르는 느낌도 잠시 곳곳에 아직 부족한 부분들이 눈에 들어왔고 오늘도 여러 가지 부분들을 보완하느라

김 선배와 머리를 감싸 쥐고 있다.

콘텐츠 혁신이란 이름 아래 응원과 질타를 함께 들으며 정신없이 지내온 100여일. 이번 경험을 통해 YTN을 더욱 사랑하게 되었고 나를 더욱 더 채찍질하게 되었다. 앞으로 남은 것은 제 자리로 돌아가 책임스텝으로서 최선을 다 하는 것.

스튜디오 공사를 진행하는 동안 발생했던 엄청난 먼지와 소음, 그 불편함 속에서도 불평 한마디 없이 열심히 업무에 충실해 준 동료 선·후배님들께 이 자리를 머리 숙여 감사드린다. 또한 그 동안 CI팀에서 같이 생활했던 선배·동료들께도 감사드린다.

혁신은 아직 끝나지 않았으며 이제부터 시작이다. 모두가 동참하는 가운데 뉴스가 진화하듯 YTN은 조금씩 조금씩 진화해 나아갈 것이다.

우리가 사랑을 하는 YTN이 한없이 성장하길 기대한다.

조상헌 (콘텐츠혁신팀)