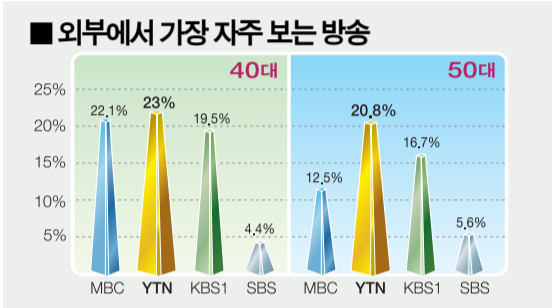




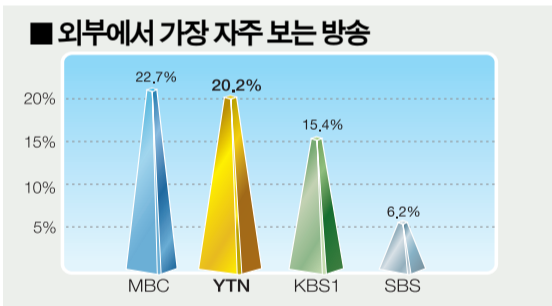
가정외 40대, 50대 시청률 YTN 1위

외부 시청률 첫 조사... 시청비중 14%

가정이 아닌 직장이나 공공장소에서 텔레비전을 보는 40대와 50대 시청자들은 YTN을 가장 많이 보는 것으로 밝혀졌다.

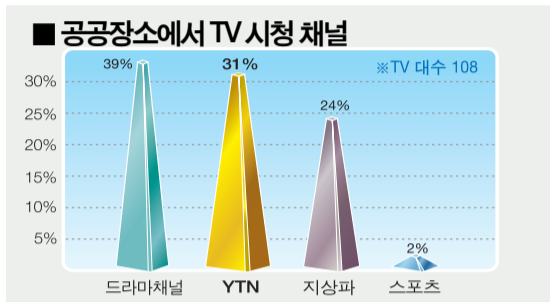


한국언론학회(부경희 광운대 교수, 박현수 단국대 교수)가 YTN의 의뢰를 받아 시청자들을 대상으로 면접 조사를 실시한 결과 직장과 역, 터미널 등 외부 시청자의 20.2%가 YTN을 시청하는 것으로 나타났다. 근소한 차이로 MBC(22.7%)가 1위를 차지했고 KBS1(15.4%)이 3위로 조사됐다.



특히 구매력이 높은 40대(23.0%)와 50대(20.8%)에서는 YTN이 시청률 1위를 차지해 지상파에 뒤지지 않는 경쟁력 있는 채널임이 확인됐다. 시간대별 시청 비율을 보면 오후 시간대의 외부 시청 비율이 무려 전체 시청의 34%를 차지해 활동이 많은 오후에 외부 시청률이 높은 것으로 나타났다. 외부 시청을 장소별로 보면 직장이 90% 이상을 차지하고 이밖에 역이나 터미널, 은행, 헬스 클럽이나 사우나, 병원 등에서 많이 시청하고 있는 것으로 조사됐다. 공공장소에 비치된 TV의 시청 채널 분포를 보면 드라마채널이 39%로 가장 많았고 YTN이 31%, 지상파 24% 순이었다.

또 공공장소에 비치된 TV의 채널 선택권을 조사한 결과 YTN 시청의 경우 고객 선택이 51.6%를 차지했고 다른 채널을 시청하는 경우를 포함할 경우 40%로 낮아져 YTN에 대한 시청자들의 선호가 높은 것으로 나타났다. 지금까지의 시청자 조사는 가정에서 피플 미터기를 이용한 것으로 외부에서 개인 시청자들을 대상으로 한 시청률



조사는 이번이 처음이다. 이번 조사에서 외부 시청 비중은 전체 시청의 14%를 차지하고 있는 것으로 나타나 그동안 시청자 조사가 정확한 시청률을 반영하지 못한 것으로 드러났다.

뉴스 채널 이미지 굳혀

뉴스 전문채널인 YTN은 이번 조사에서 뉴스에 관련한 명실상부하게 지상파와 어깨를 나란히 한 것으로 조사됐다. 뉴스하면 가장 생각나는 채널 조사에서 YTN(12.8%)은 MBC(48.5%), KBS1(28.7%)에 이어 3위를 차지했고 SBS(6.8%)가 그 뒤를 이었다. 특히 40대(19%)와 월소득

500만 원에서 749만 원 가구(14%)와, 750만 원 이상 가구(16.7%) 등 고소득층에서 인지도가 더욱 높았다. 뉴스가 있을 때 가장 먼저 찾는 매체 질문에서는 MBC(21.7%)가 1위, 인터넷 포털(17.7%)이 2위, YTN(15.5%) 3위, KBS1(14.0%), 조선일보(6.2), 중앙일보(4.8%) 순이었다.

YTN, 광고 주목도 높아

케이블 TV에서도 YTN은 선두 채널인 것으로 확인됐다. 채널명을 알려주지 않은 채 질문한 인지도 조사 결과 OCN(66.8%)에 이어 YTN이 2위(33.3%)를 차지했다. 특히 프로그램 대비 광고 시청 비율은 93.33%로 3위를 차지했지만 1,2위가 투니버스와 JEI 재능방송 등 어린이 채널인 것을 감안하면 광고 주목도가 사실상 가장 높은 것으로 나타났다. 이와함께 평소 시청하는 케이블 오락 채널에 대한 질문(장르별 복수응답)에서 코미디 TV가 84.4%, YTN STAR가 25.1%로 나란히 1,2위를 차지했다. 이번 조사는 서울과 수도권에 사는 25세 이상 남녀 600명을 대상으로 지난 5월 27일부터 6월 20일까지 1대1 개별 면접 방식으로 실시됐다. 표본오차는 95% 신뢰수준에서 ±4.0%.



“독창적인 콘텐츠를 개발하자” 표원수 사장 연임

표원수 사장은 8월 2일 사장으로 재선임된 후 열린 취임식에서 독창적이고 경쟁력 있는 콘텐츠 개발만이 우리의 앞날을 보장한다고 콘텐츠 혁신을 강조했다. 표 사장은 또 효율적인 조직만이 경쟁에서 승리할 수 있다며 조직 효율화의 극대화를 위해 노력하겠다고 말했다. 표 사장은 특히 조직이 썩거나 병들지 않기 위해서는 신상필벌이 분명해야 한다고 신상필벌의 엄격한 적용을 강조했다. 표 사장은 이어 내일 조차 예측하기 어려운 게 요즘의 미디어 환경이라고 지적하고 미디어 환경에 능동적으로 대응하겠다고 말했다. 표 사장은 이밖에 DMB 사업의 조기 안정화, 라디오 방송 추진, 서울타워의 효율적 운영 등이 우리의 중요한 현안이라며 이들 사업의 성공을 위해 모든 노력을 다 바치겠다고 사우들의 동참을 당부했다. YTN은 취임식에 앞서 이날 오전 임시 주주총회와 이사회를 잇따라 열고 표원수(表完洙, 58)사장을 임기 3년의 대표이사로 재선임했다. 표원수 사장은 지난 6월 8일 비상임이사, 사외이사, 감사, 노조위원장 등 7명으로 구성된 사장후보추천위원회에서 사장 후보로 추천됐다. 표원수 사장은 서울대 영문과를 졸업하고 74년 경향신문에 입사해 80년 강제 해직된 뒤 89년 언론계에 복귀해 시사저널 국제부장과 경향신문 국제부장, 경인방송 보도국장 등 역임했다.

콘텐츠 혁신팀 가동

뉴스전문채널로서의 독창적이고 경쟁력 있는 콘텐츠를 개발하기 위한 '콘텐츠 혁신팀'이 구성돼 활동에 들어갔다. 김상우 차장을 팀장으로 노종면 기자, 정찬배 기자,

호준석 기자 등 4명으로 구성된 콘텐츠 혁신팀은 뉴스 포맷이나 콘텐츠의 차별화 방안을 연구하고 구체적인 실행 계획을 수립하게 된다. 콘텐츠 혁신팀은 9월 초순까지 한 달간 운영되며, 그 결과를 가을 편성 개편때 우선적으로 반영하도록 할 계획이다.

8월호 목차

- | 2 | ▶ 사장 취임사 / 광고가치를 더하는 외부시청률
- | 3 | ▶ 뉴스 시청률 조사 - YTN 광고매체로 강점
- | 4 | ▶ YTN 바란다® - World News의 YTN이 되길
- | 5 | ▶ YTN DMB 소식 - 지상파 DMB 카운트다운
- | 6 | ▶ 취재기 - 평온한 런던 / 마지막 황세손을 떠나보내며...
- | 7 | ▶ 해외연수기 - This is YTN / 새로운 세상과의 접촉
- | 8 | ▶ 수사기 - 춘천에서 이강진입니다 / 힘든 만큼 얻는다
- | 9 | ▶ 통신원에게 듣는다® - 열정과 투지가 있는 통신원
- | 10 | ▶ 야구동호회 - 녹색의 그라운드

사장 취임사

YTN

제가 YTN 수송동 사옥에서 여러분과 처음 인사를 나누는 게 엊그제 같은데 벌써 2년 2개월이라는 세월이 흘렀습니다. 생각해보면 불과 얼마 전의 일처럼 느껴지는데, 그동안 많은 시간이 지났고 또 많은 것이 달라졌습니다. 회사도 이 기간에 많은 변화를 겪었습니다. 무엇보다도 사옥을 이곳 YTN 타워로 이전한 것을 저는 잊을 수 없습니다. 여러분도 똑같은 심정일 것입니다. 그 날의 감격과 흥분은 영원히 우리의 기억에서 사라지지 않을 것입니다.

주가가 떨어질 때마다 코스닥 퇴출 우려에 가슴을 졸여야 했던 우리가 지금은 그 초초하던 상황에서 완전히 벗어났습니다. 주가가 액면가의 30% 이상을 유지하지 못하면 장에서 퇴출돼야 한다는 규정이 40% 이상으로 확대되어 전진공공했었는데, 지금은 상황이 매우 달라졌습니다. 8월 1일 현재 우리 YTN의 주가는 액면가의 2.8배를 유지했습니다.

자본잠식이 50%에 육박하던 상황에서 지금은 오히려 자본잉여가 그 수준을 상회하고 있습니다. 정말 우리 YTN이 많이 변하지 않았습니까?

무엇보다도 우리는 지금 위성DMB에 보도전문 PP로서 방송을 하고 있을 뿐 아니라, 지상파DMB 사업자로서 KBS, MBC, SBS와 어깨를 나란히 하여 방송 준비에 박차를 가하고 있습니다. 이밖에도 서울타워 리노베

이션 공사가 지금 한창 진행되고 있고, 시기는 좀 지체되고 있습니다만, 라디오 방송 준비도 머지않아 본격 개시될 것입니다. 이렇듯 우리 YTN의 항해에는 지금 순풍이 불고 있는 것이 사실입니다.

그러나 우리가 고삐를 늦추고 마냥 의기양양해 할 때는 결코 아닙니다. 그러기에는 우리의 기반이 아직도 너무나 취약합니다. 무엇보다도 급변하는 방송환경이 우리를 긴장시키고 있는 것이 현실입니다. 앞에 다가오는 새로운 환경에 기민하게 대처하여 위기를 호기로 바꾸는 것이 오늘날 우리가 해야 할 일입니다.

YTN의 발전 기반을 확고하게 하기 위하여, 그리고 궁극적으로 YTN의 가장 중요한 실체인 우리 구성원들의 발전과 행복을 위하여 저는 앞으로 다음 몇가지 사항을 중점적으로 추진하고자 합니다.

첫 번째가 콘텐츠 혁신입니다.

지금 우리나라는 매체환경의 급격한 변화 속에 언론사들 마다 제각각 미래의 생존 방식을 모색하느라 여념이 없습니다. 그 핵심에 바로 바로 콘텐츠가 있습니다. 독창적이고 경쟁력 있는 콘텐츠 생산만이 우리의 밝은 앞날을 보장합니다. 관습과 구태에서 벗어난 새롭고도 독창적인 콘텐츠 개발에 모든 노력을 기울이겠습니다.

두 번째, 효율적인 조직 운영이 필수적입니다.

지금은 불꽃 튀는 경쟁의 시대이고, 효율적 조직만이

경쟁에서 승리할 수 있습니다. 조직의 효율화를 극대화하기 위해 노력하겠습니다.

세 번째는 신상필벌의 원칙입니다.

신상필벌의 원칙이 살아있는 조직만이 위의 두 가지 일에 성공할 수 있습니다. 조직이 썩거나 병들지 않고, 영원히 팔팔한 상태를 유지하려면 신상필벌이 분명해야 합니다. 앞으로 신상필벌의 원칙을 엄격히 적용하겠습니다.

네 번째, 급변하는 미디어 환경에 능동적으로 대응하겠습니다. 한 달 후의 세상과 두 달 후의 세상이 다르고, 심지어 내일 조차 예측하기 어려운 게 요즘의 미디어 환경입니다. 알지 못하면 뒤처지고 뒤처지면 죽는 세상입니다. 미디어 환경에 능동적으로 대응하기 위해 조직적 뒷받침을 하겠습니다.

이밖에 DMB 사업의 조기 안정화, 라디오방송 추진, 서울타워의 효율적 운영 등이 우리가 안고 있는 중요한 현안입니다. 그러나 이러한 사업이 성공을 거두게 되면 다른 일들은 모두 부수적으로 성공을 거두기 쉽습니다.

YTN의 새로운 시대를 위한 기반 구축에 미흡하나마 저의 모든 노력을 다 바치겠습니다. 사우 여러분의 동참과 헌신적인 노력을 기대합니다.

감사합니다.

2005년 8월 2일

YTN 광고 시청률 분석

YTN

광고가치를 더하는 높은 외부시청률



박현수 교수
단국대학교 언론홍보학과

이번 케이블 TV 광고 시청률 분석의 가장 큰 특징은 두 가지로 제시될 수 있다. 첫째, 기존의 '분' 단위 시청률 자료가 아닌 '초' 단위의 데이터를 사용하여 보다 정확하게 광고 시청률을 분석할 수 있는 기회를 제공하며, 상대적으로 모호한 가구 시청률이 아닌 개인의 광고시청률을 사용

하고 있다. 둘째, 피플미터(people-meter)를 사용하는 시청률 이외에 일기식 조사와 집이 아닌 외부에서의 TV 시청에 대한 조사를 별도로 실시하여 3가지 시청률을 비교분석 하는 기회를 제공하였으며, 이러한 조사 결과를 토대로 종합적이고 전략적인 제안을 포함하고 있다.

고소득 여성 광고 시청률 높아

먼저 TNS 시청률 자료만을 분석한 결과는 YTN의 프로그램 대비 광고 시청률이 높게 나타났으며, 20세 이상 성인 남자와 고소득 여성에게서 각각 2위와 3위로 높은 광고시청률을 보였다. 특히 여성에게는 YTN 시청률이 낮다는 기존의 인식과는 달리 고소득(월500만원 이상) 여성에 대한 YTN 광고 시청률은 높았으며, 화장품, 유통, 컴퓨터 정보/통신, 패션 제품 등에 대한

광고 시청률은 상대적으로 높아 앞으로 전략적인 활용을 가능하게 할 것으로 기대한다. 가정이 아닌 외부에서의 TV 시청은 현재 TNS 시청률 자료에 효율적으로 반영되지 않고 있으나, 외부에서의 시청은 전체 TV 시청의 13.8%에 달하는 것으로 나타났다. 따라서 이러한 외부 시청에 대한 심층적인 조사가 필요하였으며, 분석 결과 YTN 채널에 대한 외부 시청은 매우 높았다. 따라서 외부 시청을 포함한 모든 케이블 채널들에 대한 분석에서 YTN은 가장 높은 광고 시청률을 보이는 채널들 가운데 하나로 분석되었다. 이러한 결과는 뉴스 채널이 갖는 프리미엄과 더해져 YTN 광고 임팩트에 대한 높은 가치를 입증할 수 있는 기회를 제공한다.

실단가 제도·광고효과 예측서비스 필요

비록 YTN의 광고 시청률이 고무적인 수준이었으나, 이제까지 YTN을 포함한 대부분의 케이블 채널들의 광고 요금 결정과 판매 및 집행방법은 케이블 TV의 외형적인 성장에 어울리는 발전을 하지 못했다. 광고는 가치에 대한 투자이다. 과거와는 달리 광고주들은 자신들의 광고 투자에 대한 확고한 결과 분석을 요구하고 있으며, 크리에이티브만을 중시하던 광고 집행 과정은 다 매체 다 채널화로 인해 매체의 가치와 전략적인 노출에 보다 가치를 두는 패러다임(paradigm)으로 변화하고 있다. 물론 YTN도 보다 경쟁력 있는 광고 채널로 발전하기 위해 적지 않은 변화가 필요하다. 우선 실단가제도로의 전환은 적절한 변화이다. 앞으로의 광고 집행은 효과를 제대로 추정할 수 없는 막연한 보너스보다는 정확한 노출의 예측과 효율성이 중요하다. 예를 들어, A라는 브랜드의 광고 메시지 인지도를 목표수용자 50%에게 달성하기 위해 어느 매체와 채널에 어떻게

믹스(mix)하는 것이 가장 효율적인가 라는 물음에 답을 얻는 과정이 필요하며, 이러한 커뮤니케이션 목표 달성을 위해 각각의 채널에 대한 기여도와 효율성이 분석된다. 이 과정에서는 광고하는 제품이나 서비스의 특징, 목표수용자 특성(성별, 연령, 소득 등), 광고 집행 시간대 및 프로그램 특성 등이 기본적으로 분석되어야 하며, 시간대별 시청률의 예측, 그리고 프로그램 대비 광고의 위치와 순서에 대한 노출 정도 등에 대한 분석이 필요하다. 앞으로 이러한 분석을 통해 YTN의 광고 요금이 보다 실질적인 가치를 반영하는 정교한 수준으로 발전하기 바란다.

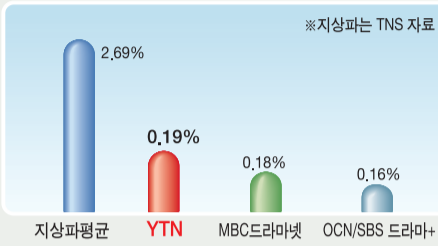
보다 장기적으로는 YTN에 광고하는 광고주들의 효과를 미리 예측해주는 서비스를 제공하는 것이 필요하다고 판단한다. 이는 정교하게 개발된 미디어 모델을 통해 가능하며, 이러한 모델은 광고주들에게 매우 가치 있는 정보를 제공한다. 예를 들어, A라는 제품 광고 메시지를 YTN을 통해 목표하는 수용자에게 월 3회 노출시키고자 할 때, 어느 정도의 비용이 필요하며, 어떠한 비히클들의 조합이 가장 효율적인가에 대한 해답뿐만 아니라, 다양한 집행 스케줄들에 대한 노출효과 비교 등이 가능하다. 또한 월 2천만원을 집행하는 광고주가 월 3천만원으로 광고비를 증가시켰을 때 달성 가능한 효과 변화 등이 제공될 수도 있으며, 장기적인 캠페인에 의한 누적 효과의 분석도 가능하다. 이러한 방법들은 더 나아가서 아직까지 국내에서는 사용이 전무한 GRPs 보장 판매를 가능하게 할 수 있으며, 이러한 제도는 분명 광고주에게 높은 가치로 평가될 것이다. 지면 관계상 보다 자세한 설명은 다음 기회를 기약하며, 이제 시작한 YTN의 광고 집행 과학화가 지속적인 노력으로 좋은 결실을 맺기 바란다.

YTN 뉴스 시청자 조사

YTN 광고매체로 강점

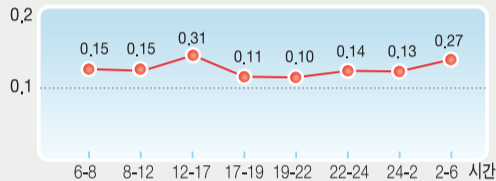
YTN은 광고매체로 효율성이 높은 것으로 밝혀졌다. 외부 시청을 포함한 개인 광고시청률 조사에서 YTN은 케이블 TV 가운데 가장 높았다.

■ 개인 광고 시청률 (외부 시청 포함)



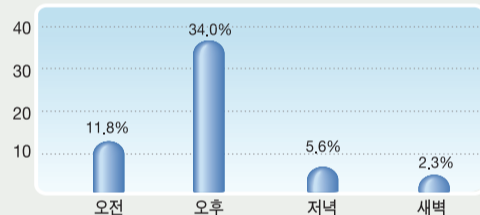
광고 시청률은 오후 시간대가 가장 높았고 새벽과 아침시간대도 높은 시청률을 보였다.

■ YTN 개인 광고 시청률 (시간대별 %)



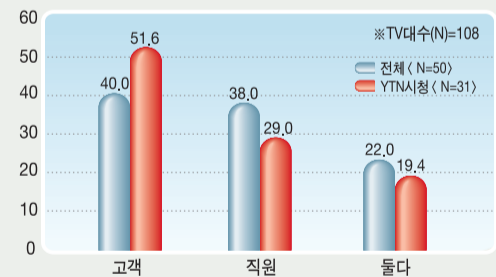
또 외부장소에서 시간대별 시청 비율을 보면 오후 시간대의 시청 비율이 무려 전체 시청의 34%를 차지해 활동이 많은 오후에 외부 시청률이 높은 것으로 나타났다.

■ 시간대별 외부 시청 비율



공공장소에 비치된 TV의 채널 선택권을 조사한 결과 YTN 시청의 경우 고객 선택이 51.6%를 차지했고 다른 채널을 시청하는 경우를 포함할 경우 40%로 낮아져 YTN에 대한 시청자들의 선호가 높은 것으로 나타났다.

■ 공공장소에 비치된 TV의 시청 채널 선택권(%)



또 대부분의 채널이 프로그램이 끝나면 광고 시청률이 급격히 떨어지지만 YTN은 프로그램 대비 광고 시청률이 93.3%로 높아 광고 주목도가 높은 것으로 나타났다.

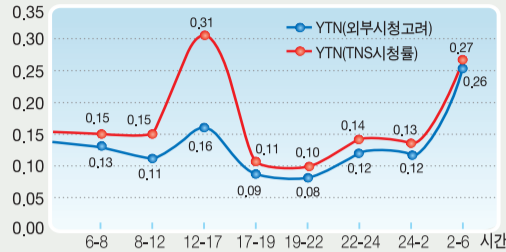
■ 프로그램 대비 광고 시청률 (프로그램 시청/광고 시청 %)



이와함께 YTN은 다른 케이블 채널에 비해 광고에 대한 호감도와 선호도가 높은 것으로 나타났다. 또 일기

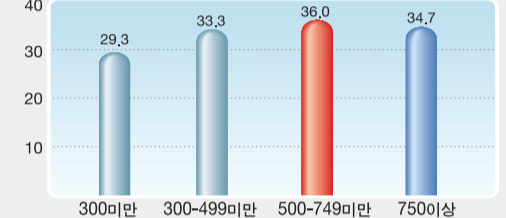
식 시청률 조사에서도 YTN은 시청률 조사기관인 TNS의 시청률보다 높은 것으로 조사됐다.

■ YTN 광고 시청률(외부시청포함 %)



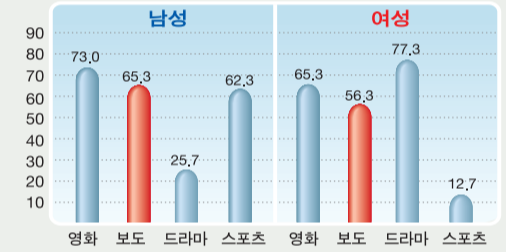
YTN 채널명을 알려주지 않은 채 조사한 설문 조사에서 월 소득 500만원 이상 고소득 가구에서의 인지도가 높았다.

■ YTN 비비조 인지도 (소득별 %)



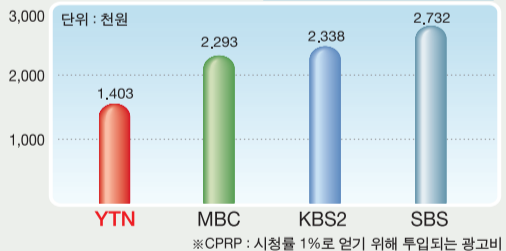
남자와 여자가 장르별로 편차가 크기는 했지만 양쪽 모두 뉴스와 보도에 대한 이용빈도가 높았다.

■ 성별 프로그램 시청 유형 (복수응답 %)



이에따라 1%의 시청률을 얻기 위해 투입되는 광고비를 나타내는 CPRP(Cost Per Rating Point)도 YTN이 140만 3천원으로 다른 지상파에 비해 훨씬 낮은 것으로 조사됐다. CPRP는 낮을수록 효율성이 좋다는 것을 의미한다.

■ 뉴스채널 광고 CPRP (낮을수록 효율성 높음)



광고요금제도 개선 필요

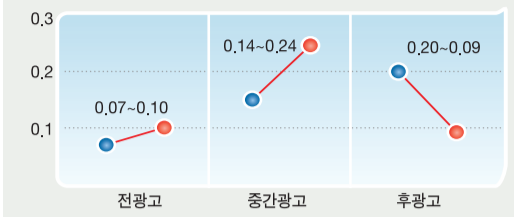
이번 조사에서는 또 광고 순서에 따라 시청률의 차이가 큰 것으로 나타났다. 프로그램 중간광고는 전광고와 후광고의 두배 가까운 시청률을 기록했다.

■ 케이블TV 광고 순서별 시청률(%)



광고 안에서도 전광고와 중간광고의 경우 뒤쪽으로 갈수록 시청률이 높았고 후광고는 앞쪽 부분이 시청률이 높았다.

■ 케이블TV 광고 순서별 시청률 (%)

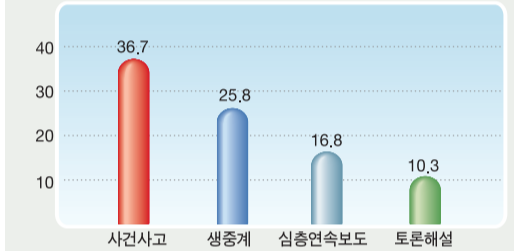


이처럼 광고 순서에 따른 시청률 차이가 많이 남에 따라 이를 고려한 GRP(Gross Rating Point) 보장제도와 실당가제로의 전환을 검토할 필요가 있는 것으로 나타났다.

사건사고 보도 가장 선호

뉴스형태에 대한 선호도 질문에 대해 남녀 모두 사건사고보도(36.7%)와 생중계(25.8%), 심층연속보도(16.8%) 순으로 응답했다.

■ 가장 선호하는 뉴스형태 (%)



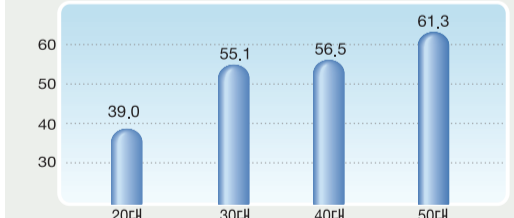
뉴스의 관심 주제는 경제(62.2%), 사회(57%), 생활정보(17%), 정치(16.7%) 순이었는데 여자는 사회(65%)를 경제(55.7%)보다 선호했다. 뉴스에 대해 바라는 점은 '부정적 보도를 줄였으면 좋겠다'가 가장 많았고 '화면이 다이나믹하면 좋겠다', '기사 아이템수를 줄였으면 좋겠다' 순이었다.

■ 뉴스에 대해 바라는 점

| | |
|---------------|-------|
| 부정적인 뉴스를 줄였으면 | 39.5% |
| 다이나믹한 화면 구성 | 23.7% |
| 기사 아이템을 줄였으면 | 14.8% |
| 영상 컷을 천천히 | 14.8% |

뉴스에 대한 관심도는 젊은 층과 여성들에게서 떨어지는 것으로 조사돼 이들을 끌어들이 방안이 필요한 것으로 나타났다.

■ 뉴스에 대한 관심도 (%)



YTN의 스크롤 뉴스에 대해서는 '가끔 참고한다'(53.9%), '쉽게 접근할 수 있어 좋다'(30.9%) 등 대체로 긍정적인 반응을 보였다. YTN 뉴스의 가장 좋은 점에 대해서는 24시간 뉴스가 압도적으로 많았고 사건, 사고의 신속보도, 생중계, 스크롤뉴스 순이었다.

■ YTN 뉴스의 좋은 점

| | |
|-----------|-------|
| 24시간 뉴스 | 73.3% |
| 사건사고 신속보도 | 11.1% |
| 생중계 | 8.1% |
| 뉴스 스크롤 | 7.5% |

개국 10년 기획시리즈 - YTN에 바란다 ⑥

YTN

지상파 DMB 종주국 답게 World News 방송이 되기를...



YTN 개국 10주년을 진심으로 축하드립니다.

그 동안 YTN은 우리의 방송환경과 문화를 바꾸는데 큰 역할을 했으며 국민의 알 권리 충족을 위

해 많은 기여를 했다고 생각합니다.

특히 YTN의 실시간 뉴스프로그램은 국민들에게 뉴스에 대한 새로운 인식을 심어 주었습니다. 급변하는 디지털 시대에 부응하는 YTN의 신속하고 정확한 보도는 방송환경 뿐만 아니라 다른 언론매체들에게 새로운 문화를 제공했다고 해도 과언이 아닙니다.

새로운 방송문화 선도하는 YTN 기원

이제 본격적인 지상파 DMB 시대를 앞두고 YTN도 많은 변화가 있으리라 생각합니다. 특히 YTN과 우리 한국전자통신연구원(ETRI)는 지상파DMB를 연구개발한 연구기관과 그 기술을 이용해 새로운 방

송서비스를 제공하는 언론사로서 불가분의 관계에 있기도 합니다. 심층적인 취재와 빠른 보도로 디지털 시대에 걸맞는 더욱 더 새로운 방송문화를 선도하는 YTN이 되기를 기원합니다.

특히 우리나라는 지상파 DMB의 종주국입니다. 그 종주국의 대표적인 뉴스종합 방송으로서, YTN이 개국 10년을 맞이해 그야말로 지구촌을 누비는 세계적인 방송사들과 어깨를 나란히 하는 World News 방송이 되길 기대합니다.

다시 한번 YTN 개국 10주년을 진심으로 축하드리며 앞날의 큰 발전을 기대합니다. 감사합니다.

임 주 환 한국전자통신연구원 원장

YTN DMB 소식

YTN

지상파 DMB 카운트다운

방송국 사업허가 받아, 사용주파수 8번 B블록 배정



7월 18일, YTN DMB는 정보통신부로부터 지상파 DMB 방송국 사업허가를 받았다. 지난 3월말 방송위원회로부터 허가 추천을 받은 지 꼭 석달 19일 만의 일이다. 허가번호

11-2005-07-0002495. 사용주파수는 183.008MHz로 8번 채널의 B블록을 배정받았다.

YTN DMB는 당초 8번 채널의 A블록을 신청했으나, 조정 과정에서 혼신의 우려 등이 제기되면서 더 유리한 것으로 판단되는 B블록으로 주파수가 변경됐다. TV방송 1개와 라디오방송 2개, 데이터방송 1개의 방송 사항 등이 적힌 허가증은 A4지 한 장 크기였지만, 의미는 결코 작지 않았다. 케이블TV로 시작해서 지난 10여 년 동안 위성과 인터넷으로 시청자 확대에 온 힘을 기울여 온 YTN 식구들의 염원이 맺은 결실이기 때문이다.

이제 DMB에서 '사업허가권 경쟁'이라는 예선전은 마무리되고 'DMB방송 경쟁'이라는 본선이 카운트다운에 들어갔다. 수 년 전부터 시험주파수를 확보하고 있던 KBS와 MBC, SBS 등 기존 지상파 3사는 이미 관악산에서 시험전파를 송출하고 있다. 비록 시험방송이지만 화소수 320*240의 화질에 초당 30장의 영상(30fps)을 송출하는 지상파DMB는, 15fps의 위성DMB

보다 우수한 품질을 보이고 있다. 동일한 수준의 전파 수신 환경에서 더 부드러운 영상이 가능하고, 주파수 특성도 더 우수해 3곳의 송신소만으로도 수도권 지역에선 대부분 시청이 가능할 것으로 보인다. 그러나 지하철 구간 등 일부 음영지역에서는 애기가 달라진다.

위성DMB의 경우, TU미디어가 수천억 원을 들여 지하철과 빌딩 밀집지역 등에 갭필러라는 중계기를 설치했기 때문이다. 지상파DMB 특별위원회는 NIS(망인식 시스템)의 도입을 통한 지하철 구간의 난시청 해소 방안 등을 검토하고 있으나, 정보통신부 등 관계기관과의 조율에 어려움을 겪고 있다. 이는 커버리지 확대를 원하는 DMB방송사들의 목적 뿐 아니라, DMB 단말기의 유통에 결정적인 역할을 하게 될 이동통신사들의 이해와도 맞물려 있어서, 귀추가 주목되고 있다.

데이터방송 분야에서도 활발한 의견 조정이 이뤄지고 있다. 지상파DMB서비스에서 다크호스로 주목되는 데이터방송은 아직까지 일부 부분에서는 기술규격 표준도 정해지지 않아 초기 서비스에 어려움이 예상되기 때문에, 최근 지상파DMB 6개사의 데이터방송 실무자들이 모여 서비스의 조기 활성화 등을 위한 단말기 규격 요구사항 등을 조율하고 있다. 각 DMB방송사들의 서비스 모델에 따라 서로 다른 요구사항을 원하고 있기 때문에 이 또한 쉬운 협의는 아니지만, 12월 본방송에서의 TV, 라디오, 데이터 동시 서비스를 목표로 지금까지 두 차례의 1박2일 워크숍을 포함 모두 네 번의 강도 높은 회의를 여는 등, 공생의 길을 모색하고 있다.

DMB-ASF (Advanced Service Forum)라고 이름 붙여진 이 모임은 특히 지난 4차 회의에서 지상파 DMB특위의 소위원회로 규정돼, 데이터방송의 서비스 활성화를 견인할 것으로 예상된다. 내부 준비도 속도를 내고 있다. 오는 11월로 예정된 시험방송과 12월 본방

송을 위해, 방송설비 구축에 박차를 가하고 있다. YTN과 YTN DMB의 브레인들이 지혜를 모으고 있는 방송 시설 구축위원회는 지난달 말 현재 8번의 회의를 거쳐, 가장 중요한 송신기 기종을 독일의 Rodhe & Schwarz 사의 제품으로 선정하는 등 설비 구매를 서두르는 한편, 방송시설과 조명시설 등의 기반공사에도 힘을 쏟고 있다. 다소 늦은 감이 있지만, 인력 면에서도 지난달 말 YTN직원 중에 모집한 전직희망자를 대상으로 신중한 선발과정을 거쳐 이달 초 새로운 멤버들이 충원됐다.

YTN의 지상파 시대는 이제 눈앞에 다가왔다. 이번 방송 허가에 의미를 덧붙이자면, YTN DMB가 YTN계열사로는 처음으로 PP, 즉 채널사용사업자가 아닌 방송사업자, 정확하게는 지상파DMB방송사업자의 지위를 얻게 됐다는 것이다.

그동안 YTN이 한국 최초의 24시간 종합 뉴스 TV 방송으로 우리나라 방송계에 기여한 공로에도 불구하고 방송협회 회원사로도 가입할 수 없었던, 이른바 '정체성의 한계'를 넘어섰다는 것을 의미한다. 이는 밖으로 공정한 뉴스, 진정한 공익방송으로 사회에 기여할 수 있는 창구가 대폭 확대됨을 의미하고, 안으로는 구조적으로 약한 YTN의 수익 구조에도 새로운 가능성을 열어 줄 것이라는 것을 뜻한다. 그러나 이는 YTN의 모든 식구가 DMB에 대해 비전을 같이 하고 한 마음으로 지원할 때에만 가능할 것이다.

방송과 통신의 융합 시대를 여는 첫 번째 미디어이자, 세계의 모든 미디어 산업이 주목하고 있는 DMB의 성공은, 잘 되겠지 하는 안일한 기대나 잘 될까 하는 소극적인 자세로는 결코 얻어낼 수 없을 것으로 보이기 때문이다.

기 정 훈 YTN DMB 데이터서비스팀장

런던취재기

평온한 런던과 불안한 무슬림



“잔잔한 하게 하지 말아요~”

런던테러로 숨 가뻐던 야근을 마치고 집으로 돌아와 막 잠을 청하려던 순간. 요란한 벨소리가 귓전을

때린다. 데스크다.

런던에 출장을 보내기로 결정 났으니 짐 챙겨서 바로 공항으로 떠나라고 지시다. 물론 출장이 가능하다고 승낙은 했지만 야근 휴무에 이어지는 여름휴가는 물 건너간 셈이다. 갑자기 실망할 아내와 딸의 표정이 스쳐갔다. 하지만 교대근무인 국제부의 특성상 휴가자가 출장을 가지 않으면 근무에 지장이 생길 수밖에 없는 상황. “일단 결정되면 일을 즐기자”는 나의 모토를 다시 한 번 곰씹으며 공항으로 향했다.

초행길인 런던. 테러라는데 과연 제대로 취재가 가능할까? 꼭지는 또 어떻게 나눌까 생각하다 보니 어느새 히드로 공항에 도착했다는 안내방송이 흘러나온다. 공항에 내린 시간은 테러발생 다음날인 7월 8일

오후 4시 반. 일단은 YTN이 현장에 왔다는 티를 내는 게 중요했다. 마중온 런던통신원에게 일단 사고현장으로 가자고 하니 약간 당황해하는 눈치다.

일단 가장 많은 사람이 희생된 킹스크로스 역을 향했다. “무장경찰이나 군인이 배치돼 금속탐지기를 이용한 검문검색이 이뤄지고 시민들은 긴장한 모습일꺼야” 하지만 이런 나의 예상은 여지없이 빗나갔다.

현장엔 경찰 2명과 노란색 폴리스 라인뿐. 지하철과 버스운행이 대부분 정상화됐고 시민들도 거리낌 없이 대중교통수단을 이용했다. 테러분위기가 너무 안났다. 그나마 역사 한 칸에 시민들이 꽃과 초를 놓고 애도하는 모습이 이곳이 테러현장임을 말해주고 있었다.

“런던, 긴장 속 평온 되찾아” 런던 첫 리포트는 이처럼 예상과 전혀 다른 제목으로 출고됐다. 서울로 돌아갈 때쯤 하려했던 리포트인데 팩트는 역시 팩트니까...

이처럼 런던시민들이 침착한데는 이유가 있었다. 10년 전까지 시내에서 빈번하게 벌어졌던 IRA, 즉 북아일랜드 독립무장단체의 테러로 인한 학습효과다. 이 때문에 런던시내에는 휴지통이 없다, 폭발물 설치를 막기 위해서다. 시민들은 또 흥분하면 진다는 진리를 몸으로 터득하고 있었다.

둘째 날, 실종자 가족들의 애타는 사연을 취재하는

도중 통신원으로부터 제보가 왔다. 무슬림이 공격을 받았다는 거다. 일단 현장으로 향했다. 무슬림이 많이 사는 런던동부 마일랜드지역. 이슬람사원 유리창 20여장이 깨져있었다. 피해는 그리 크지 않았다. 술 취한 사람들이 우발적 범행일 것이라고 성직자에게 얘기하자 그가 목소리를 높이기 시작했다. 이것은 분명 복수라고. 떨리는 성직자의 눈빛에서 두려움을 느낄 수 있었다. 작지만 테러에 대한 보복공격은 의미가 있어 기사화를 했다. 외신도 호주 등 해외에서의 보복공격만을 보도했을 뿐 런던심장부에서 발생한 이 사건은 눈치 채지 못하고 있었다. 작지만 특종이었다.

현지 신문은 이를 뒤에야 사진과 함께 1면 탐으로 런던 이슬람사원의 공격을 기사화했다.

영국의 무슬림은 모두 백60만여 명으로 전체 인구의 2.5%에 불과하다. 하지만 이들에겐 국적보다 ‘움마’라는 이슬람 공동체가 우선이다.

이번 테러도 조국 ‘움마’의 일부분인 이라크를 미국과 영국이 군화로 짓밟은 데 대한 보복테러일 가능성이 높다는 분석이다.

하지만 대다수 무슬림들은 다수인 영국시민들로부터 왕따를 당할 수도 있다는 두려움에 떨고 있다. 표정은 가려져 있지만 히잡 사이로 비치는 눈빛은 분명 그렇게 말하고 있었다.

신현준(국제부)

황세손 이구 씨 장례식 취재기

마지막 황세손을 떠나보내며...



7월24일 이른 아침, 찌는 듯한 무더위 속에서도 마지막이 될지 모를 조선왕실 상례를 보기 위해 고인의 빈소가 마련된 창덕궁 낙선재에서

영결식장인 희정당까지 많은 인파가 몰려들었다.

문화과학부 김지영 기자가 이구씨 전 부인인 줄리아 여사가 나타날 수도 있다고 말해 취재 중에도 외국 여자들을 유심히 살폈다. 그러나 엄숙하게 치러진 영결식 취재에 열중하느라 줄리아 여사에 대한 생각을 까맣게 잊고 있었다.

영결식장인 창덕궁 희정당에서 이해찬 총리는 “올해

는 을사조약이 체결된지 100년, 광복 60주년이 되는 해이며 이제 지난 100년의 세상사를 훌훌 털어 버리고 사랑하는 부모님이 계신 곳으로 돌아가 현세에 못 누린 단란한 행복을 누리시기를 기원한다”고 말했다. 사랑하는 부모와 아내와 헤어져야만 했던 비운의 왕세자가 살아가면서 가족의 행복을 얼마나 느꼈을까 반문해봤다.

영결식을 마치고 창덕궁 돈화문 앞에서 600여명이 참석한 발인 반차행렬(국상 때 상여와 군대, 악대 등이 하는 행진)이 시작됐다. 돈화문~종로2가~종묘로 이어지는 상여행렬이 이어지고 우리 취재진도 상여행렬과 함께 종묘 쪽으로 향했다. 부감을 찍기 위해 서둘러 올라간 세운상가 옥상에서 바라본 상여행렬은 장관을 이루고 있었다. 구경하는 사람 반, 지나가는 차량 반, 반차행렬이 종묘 앞에 다다랐을 때 노제가 이어졌고 조선왕실의 상례의 처음이자 마지막이 될지 모른다는 생각에 다시금 힘겨운 어깨에 카메라를 올리고 취재했다.

노제가 거의 끝날 무렵 하얀 모시옷을 곱게 차려입

은 팔순 노인께서 취재진에게 다가와 알려줄게 있다고 말했다. 김지영 기자가 노인을 따라갔다가 잠시 뒤 흥분된 모습으로 돌아왔다. 우리는 줄리아 여사를 취재할 수도 있다는 기대감에 중요공원 맞은편 세운상가 주차장 쪽으로 급하게 발길을 옮겼다.

그곳에서 말로만 듣던 줄리아 여사를 볼 수가 있었다. 주위의 시선을 의식해서인지 세운상가 앞길 한쪽에서 마지막 황세손의 부인이라고 생각하기에 초라한 모습으로 있었다. 아스팔트가 녹을 것만 같은 폭염이지만 연두색 스카프와 모자를 깊게 눌러썼다. 휠체어에 의지한 채 한손에는 노제의 모습을 담으려는지 일회용 카메라를 들고 멀찌감치서 반차행렬을 바라보고 있었다.

우리취재진이 다가가자 카메라를 의식해서인지 깊게 눌러쓴 모자를 더 깊게 써서 얼굴을 찍을 수 없을 정도였다. 마지막 소회 인터뷰를 시도했지만 역시 강력하게 거부했고 조심스럽게 “Would you please go away”라고 말하면서 휠체어에 의지해 멀어져갔다. 짧은 만남이었지만 뷰파인더로 본 줄리아 여사는 평범한 가정의 여인네 모습과 별다른 없었다. 영결식에도 참여하지 못하고 그저 멀찌감치서 남편의 마지막 길을 봐야만했던 여사의 심정이 뒷모습에서 보였다.

어렵게 줄리아 여사를 카메라에 담았지만 나의 마음은 웬지 씁쓸했고 그녀가 머물던 자리를 쉽게 떠날 수 없었다. 줄리아 여사가 고인과 마지막을 함께하지 못했지만 고인과 보냈던 지난시절을 기억하며 여생을 보냈으면 하는 작은 소망을 가져본다.

원종호(영상취재팀)

게시판

- 입사
이상준(타워사업부) 7.15
- 퇴사
박소영(편집1팀) 6.28 / 이보근(타워운영부) 7.11 / 송진욱 차장대우·김성태 차장대우(제작기술부), 박만희·김형보(편성운영팀), 오윤정(편집1팀), 이석재(마케팅기획부) 7.31
- 전보
호준석·최유석 기획팀, 김호성 차장·강성욱 차장대우 해외연수, 임상호 경제부, 김상우 차장 사회1부, 이재윤 차장 국제부, 홍선기 스포츠부, 황순욱 편집1팀, 전기영 편집2팀, 정찬배 앵

- 커팀, 김중완 영상취재팀, 김진석 차장대우 영상편집팀, 한원상 차장대우 영상특집팀, 장병일 총무부, 신현민·김슬희 인력관리팀, 김선미 재무회계팀, 고한석·권준기·이만수·김석순·이승윤·전준형·구수분·이선아·이지은 사회1부, 김중호 부산지국, 박종혁 부산지국(창원), 이강진·우영택 춘천지국, 원인식 청주지국, 최지환 전주지국, 고재형 제주지국, 홍도영 강릉지국, 강덕천·서정호 그래픽팀, 강영관·곽영주·이상은 영상취재팀, 이은영 제작기술부, 송병준 중계부, 백승하 마케팅기획부, 박기용 마케팅2부, 지민근·박선우(주)YTNDMB 파견 8.1 / 김상우 콘텐츠 혁신팀장, 정찬배·노종민 콘텐츠 혁신팀, 호준석 기획팀 겸 콘텐츠 혁신팀 8.3
- 출산
장민수(기동취재팀) 득남 7.29

연수기 - 美 미주리대 & CNN

YTN

This...is YTN



CNN을 보면 굵은 목소리로 나오는 스테이션브레이크(Station Break) 광고입니다. "This"를 먼저 멋드러지게 발음하고 잠시 쉬었다가 "...is CNN"을 한 호흡으로 발음하는 귀에 익은 소리일 겁니다.

원래 이 기법은 방송뉴스의 아버지라고 불리는 에드워드 머로우(Edward R. Murrow)가 시작했습니다. 머로우는 2차대전 당시만 해도 성우가 읽어주기만 하던 라디오 뉴스를 과감히 탈피해 런던의 피격상황을 현장에서 생생히 중계해 방송뉴스의 새로운 장을 연 기자입니다. 머로우는 자신의 발성연습을 위해 음성학 교수의 조언을 자주 들었는데 그녀가 교육시켜 준 "This...is London"을 그의 리포트에 사용하기 시작했다고 합니다. 클로징 멘트의 유래가 여기서부터 시작된 것이지요.

무슨 랩가수의 비트박스 얘기도 아니고 갑자기 잘난 척하며 똥판지같은 소리를 해서 죄송합니다. 바로 그 CNN에서 원고를 쓰고 있는 오늘까지 느낀 얘기를 잠시 전해드리겠습니다.

폭정의 전초기지

"그놈 연수 1년 동안 참 잘 놀고 오겠구먼..." 이렇게 생각하고 계시죠? 음... 저기... 사실은...그게 그러니까...우리끼리 얘기니까 솔직히 말씀드리죠. 사실 그랬

습니다. 늦잠도 실컷 자고, 여행도 다니고, 밤늦게 시험 공부도 하고...

무엇보다 폭탄주 없는 세상에서 무려 6킬로그램이나 빠진 저의 몸매(?)를 거울로 한참동안 들여다보고 감격해 하며 나름대로는 잘 지내 왔습니다. 하지만 지금은 아닙니다. 이걸 말이 <연수>지 차라리 <고문>입니다.

한국에서 왔다고 하니 당연히 북한 문제 질문을 자주 받습니다. "한반도가 왜 갈라졌나?" "이산가족도 많대며?" 뭐 대충 이런 질문입니다. 하지만 제가 누구 입니까? 이미 학교 다닐 때부터 터득한 <핵심만 후벼파기> 공략법 내공을 습득해 온 녀입니다. 미리 신문 조각 모아다가 예상문제 총정리 해뒀습니다. "짜식들.. 그건 말야..." 이러면서 미리 준비해 둔 예상답안을 대충 짧게 던져주기만 하면 될 줄 알았습니다. 그런데 이게 실수였습니다. 처음엔 "흠... 영어 좀 제법하는 내공인데..."라는 눈치더군요. 이러면서 "6자회담의 전망은?" "미국의 역할은?" 심지어 "김정일은 대체 누구인가?"라는 질문까지... 한국말로도 대답하기 어려운, 연료봉에 쌓여있는 핵연료 같은, 이런 다루기 힘든 문제를 아주 쉽게 던져버리기 시작합니다. "우~썩..."

미국 애들은 점심 먹을 때도 종이 봉지에 햄버거 싸 들고 와서 토론하는 이른바 "Brown Bag Lunch"라는 소화불량에 걸리기 딱 좋은 식사법을 좋아합니다. 그날 전 소화제 먹어가며 하루종일 얼굴이 브라운 색으로 변해 있었습니다.

"폭정의 전초기지? 그래 너네들 말로 outposts of tyranny? 그런 질문이 나를 폭정의 전초기지로 보내는 거라구. 알아?"

넌 이걸로 전화만 하니?

그렇게 당하고만 살았나구요? 다시 한번 말씀드립니다

다. 제가 누구입니까? 제가 비록 얼굴도 크고, 그들처럼 CNN에 리포트 납품할 정도의 영어실력을 갖추지는 못했습니다만 그래도 이 큰 얼굴이 귀엽다고 회사 입구에 들쇠같은 사진 큼지막하게 걸어주고 연수기간 2주나 더 연장해 주면서 공부해 오라고 보내준 녀입니다.

그 다음 점심시간. 마침 새로운 방송기술에 대해 누군가 아는 척 하더군요. 요즘은 디지털시대라나 뭐라나? "디지털? 그래 디지털이라...너 잘 걸렸다."

바로 그때 제가 주머니에 있던 핸드폰을 월드컵 때 "대~한민국"을 외치던 높이만큼 꺼내들었습니다. "너 이걸로 할 수 있는 거 얘기해 봐. 뭐? 고작 전화랑 문자 메시지? 니가 그랬잖아... 디지털 시대이라며?" 그 다음은 말씀 안드려도 벌써 눈치 채셨을 겁니다. "난 이걸로 TV도 본다. 여기서? No. Absolutely Not. 대~한민국... 우리나라에서... 그것도 공짜로... 그런데 그거 우리 회사가 방송한다. 알았냐?" 그날 점심은 무지무지 맛있더군요.^^

This...is YTN

북한 핵문제는 분명 한반도의 위기입니다. 하지만 YTN에게는 세계를 상대로 한 특종을 얻을 수 있는 몇 안되는 전략적 아이템입니다. 물론 그런 위기가 더욱 커져서는 절대로 안되지만 CNN과 <알 자지라>가 유명해진 것은 전쟁이라는 극단의 위기 상황에 보다 잘 대처했기 때문이라고 생각합니다.

북핵 문제를 외신을 보고 전달하는 정치적 현실은 어쩔 수 없더라도 일부 특종과 참신한 보도내용은 YTN의 시각을 통해 한국어 뿐 아닌 영어로 전달할 수 있도록 북핵 문제 전문기자들은 물론 편집, 영상, 기술, 관리부서 등 모든 분야의 사원들에 대한 더 많은 교육과 훈련이 필요하다고 생각합니다.

"This...is CNN"과 함께 가끔씩은 "This...is YTN"의 클로징 멘트를 하는 기자의 보도내용이 CNN BBC NHK CCTV ZDF 시청자들에게도 전달되는 그날을 위해...

정 찬 배 (콘텐츠 혁신팀)

연수기 - 美 플로리다 주립대

YTN

“새로운 세상과의 접촉”



눈을 뜨면 창문 밖으로 울창한 숲이 한 눈에 들어오고 새 지저귀는 소리에 잠을 깨는 아침, 나는 가끔씩 생각했다.

'지금도 많은 선후배들이 밤낮을 가리지 않고 뛰어다니고 있겠지.' 떠나온 지 1년도 안됐건만 살던 서울 집에 가구 배치가 어떻게 돼 있었는지, 무슨 물건값이 얼마였는지 이런 것들이 빠른 속도로 잊혀져 가는 걸 보면서 이런 생각이 들기도 했다.

'아 나는 정녕 미국 체질이란 말인가'

그만 하자. 더하다가는 회사에 발붙일 곳이 없어질지도 모르겠다. 그렇지만 그만큼 플로리다에서의 1년은 내가 서울에서 어떻게 살아왔는지를 깜박깜박 잊어버리게 할 만큼 여유롭고 행복한 시간이었던 것이다.

가장 매력적인 건 새로운 세상과의 접촉이었다. 새로운 환경, 새로운 문화, 새로운 말... 모든 것이 새로웠다. 전에 어떤 분이 "마누라 빼고 다 바꿔"라는 말을 하기도 했지만 이거야말로 같이 온 차를 제외하고는 모든 게 새 것이었다. 새 환경에 적응한다는 건 힘이 드는 일이기도 하지만 그만큼 흥분되는 일이기도 했다. 더구나 내가 살았던 탈레하시(Tallahassee)라는 소도시는 자연환경이나 살아가는 사람들의 모습이 다 아름다운 곳이었다. 눈 돌리는 곳마다 새로운 것들이고 그걸 느끼고 배우고 경험할 수 있는 시간도 충분히 주어졌으니 안 먹어도 배가 불렀다. 새로운 것을 만난다는 건 내가 겪어왔던 것, 내가 몸담았던 것들을 객관적으로 보게 해 주는 힘이기도 했다. 많은 곳을 돌아다니고 많은 걸 배웠다.

아쉬웠던 게 있다면 영어실력이다. 1년간 영어실력을 늘리려고 꽤 애를 쓰긴 했지만 누구를 만나도 막힘없이

대화할 수 있는 영어실력만 있었다면 훨씬 더 다양한 사람들을 만나고 더 깊이 있게 배울 수 있었을 거라는 생각이 든다.

그에 못지않게 의미 있었던 건 '나 자신과의 만남'이었다. 사실 그렇지 않은가. 회사 다니고 출입처 사람들 만나고 늦게 퇴근하고 휴일에도 출근하고 그런 10년을 보내면서 내가 나 자신을 성찰할 수 있는 시간은 별로 없었다. '내가 보는 나'가 아니라 '남이 보는 나', '기자로서의 나'만 남아 있었다고 할까. 그러나 미국에 와서 기존의 많은 관계들이 단절되고 많은 시간이 주어지면 스스로에 대해서 깊이 돌아볼 수 있었다. 내가 어떤 사람인지, 지난 10년간 내가 해온 일은 무엇이었는데, 앞으로는 무엇을 해야 할 것인지... 앞으로 내가 더 좋은 기자가 되기 위해 밑거름이 될만한 성찰의 시간이었다.

그러나 먼 훗날 미국에서 보낸 1년을 돌아본다면 역시 가장 기억에 남을 일은 우리 부부에게 결혼 여섯 해 만에 아기가 생겼다는 사실일 것 같다. 덕분에 연수 중 반부터 장거리 여행을 포기해야 하는 희생이 있긴 했지만 무엇보다 감사한 하나님의 선물이다.

이 모든 것이 가능했던 건 결국 회사의 선후배들이 자기 자리를 열심히 지켜준 덕분이다. 진심으로 감사를 드린다. 그리고 기회가 된다면 해외연수 꼭 한번 가보시길 권유해 드리고 싶다.

호 준 석 (기획팀)

수습기



춘천에서 YTN 이강진입니다!



어느 날 새벽 경찰서 형사계 철창문을 여는 순간 나에게 새로운 세상이 펼쳐지기 시작했습니다. 이런저런 사건들을 보고하고 혼나기를 여섯 달, 세상에는 ‘길 가다

이유로 주먹과 발로 때리는’ 사건이 제일 많다는 걸 깨달았고, 경찰서에서 자고 있는 언론사 수습의 숫자가 많을수록 불이 많이 나고 변사자의 수가 많아지는 이상한 법칙도 발견했습니다.

아무리 택시를 타고 발로 뛰어도 기자실에 앉아계시는 선배보다 더 많은 팩트를 챙기는 건 불가능하다는 것도 알게 됐습니다.

기자가 된다는 것, 새로운 삶의 무대로 편입하는 것은 어찌나 요란했는지 아직도 꿈만 꾸면 고향에 계

신 부모님보다 캄과 바이스의 얼굴이 먼저 나오고 컵가에선 선배들의 목소리가 웅웅거립니다. 그 많던 친구들은 다 어디 가고 동기 12명만 남아, 오랜만에 친구들을 만나도 대화가 안 통해 구석에 앉아 동기들한테 전화해 수다를 떨기도 했습니다. 당장 세상이 끝날 것처럼 여기저기 뛰어다니던 여섯 달이 제게는 전쟁이었습니다.

이제 저는 춘천에 와 있습니다. 제가 춘천에 연고가 없다고 다들 걱정 많이 하셨지요. 혹시 소양강에 처녀라도 숨겨둔 건 아닌가 오해도 받았지만, 이귀영 선배와 홍상희 선배가 제가 처음 알게 된 춘천 분이 실 정도로 춘천과는 인연이 없습니다. 하지만 춘천지도를 펴 길을 익히고, 집을 구하고, 새로운 사람들을 만나고 하는 일들이 하루하루 설레고 즐겁습니다. 그리고 가끔은 선배들과 동기들 생각하면서 씨익 웃음을 여유도 생겼습니다.

현장에 다녀온 기자의 목소리를 존중하며 자상하게 기사를 봐 주시던 김장하 데스크, 근성을 갖고 타이트하게 취재해야 한다고 강조하시던 이재홍 캡, 넉넉하고 인자하신 목소리로 보고를 받고 꼼꼼하게 챙겨주시던 김정현 바이스, 통화 끝날 때 “너 대기!” 한 마디로 얼어붙게 만드시던 심정숙 선배, 기자가 무엇인지 알려주신 맨 처음 일진 황순옥 선배, 신중하게 생각하고 또 생각하는 법을 가르쳐 주

신 홍선기 선배, 입체적인 취재가 뭔가를 보여주는 전가영 선배, 그리고 일진은 아니셨지만 하나하나 열심히 가르쳐 주신 여러 선배님들 정말 많이 감사했습니다.

양양에서 덮쳐 오는 산불을 서로 몸으로 막아주며 전화연결 한 종혁이, 눈썹이 위아래로 10센티 움직이는 성매매 전문기자 한석이, 언제부턴가 술 취하면 항상 옆에 있던 대포노 준기, 맨 처음 강남 라인에서 같이 보냈던 불상의 동거녀 지은이, 폭탄주 한 잔을 1분 동안 마시는 마음 여리지만 강단 있는 수본이, 면접 볼 때 임원인 줄 알고 공손히 두 손 모으게 했던 라커 종호, 얼굴은 서울 토박인데 집에 내려가면 오이 따라 되는 구수한 충청도 우리 만수, 언제나 한결 같은 착한 재형이, “재밌냐?” 승윤이, 공중에서 다이아몬드 스텝 밟는 엽기 선아, 살인미소 랩퍼 준형이, 선아가 주머니에 넣고 다니는데 지은이랑 잘 어울리는 KFC 할아버지 석순이. 동기들이 있었기 때문에 즐겁고 무사히 수습 마칠 수 있었습니다. 다들 보고 싶습니다.

꿈같았던 서울에서의 수습생활은 가슴에 묻고 새롭게 시작하겠습니다. 그리고 이제 뉴스로 만나 뵈겠습니다. 선배님, 동기들 항상 건강하세요. 춘천에서 YTN 이강진입니다.

이강진 (춘천지국)

수습기



힘든 만큼 얻는 것도 많다



5월 초 어느 날 평소와 다름없이 출근해서 일하던 중, 황지영 선배님의 호출을 받고 경영관리국 인턴사원 4명은 회의실에 모였다. 우리들 앞에 놓여진 것은 수습사원 계약서.

어떻게 3개월이 지나가긴 했구나 하는 생각을 하며 계약서에 서명을 끝낸 순간 선배님이 건넨 한 마디.

“현민아, 그동안 놀았으니까 이제부터는 뽕세계 굴러보자”

“네?? 아...네”

농담조로 하신 말씀이었지만 순간 드는 새로운 긴장감은 어느 새 나태해져 있던 인턴말기의 마음가짐을 밀어내고 있었다. YTN인으로 인정받기 위한 또 하나의 과정은 이미 시작되고 있었다.

아무리 마음을 가다듬었다지만 이무기가 하루아침

에 용이 되지 않는 법, 인턴기간 때부터 해왔던 실수와 어리버리함은 계속되었다. 지난 달 달력 펴놓고 전화 걸어 휴가 날짜 잘못 입력했으니 수정해달라고 한 일은 귀여운 수준이고, 전화가 오자 얼버무리다 선배님 전화로 돌리고, 급여 품의 몇 시간 전에 부랴 부랴 보험공제액 계산해서 알려드리고는 혹시나 급여 잘못 나가지 않았을까 긴장하며 며칠 동안 눈치를 보기도 했다. 그럼에도 불구하고 일은 계속 주어졌고 업무보조 역할 정도였던 인턴기간 때와 달리 담당자로서 어느 정도 책임을 지고 일해야 했다.

그래서 새로운 일을 맡을 때마다 선배님의 조언에 따라 관련 규정도 읽고 이전에 처리했던 품의서도 읽어봤지만 눈으로만 볼 뿐 머릿속은 백지장 그대로였다. ‘에이, 몸으로 부딪히며 배우다보면 알게 되는 법이야’ 라는 답대만(?) 마음가짐으로 회람을 돌리고 업무로 뛰어들지만 그 때마다 돌아오는 건 ‘이거 어제 뭐 읽다가 본 내용인데...’ 하는 혼란스러움과 당혹감이었다. 전임자로부터의 인수인계도 없이 혼자 독학해서 터득했던 선배님들이 존경스러울 수밖에 없었다. 각종 업무와 얽히고설키면서 별려놓은 일을 ‘수습’ 하기에 바쁜 수습기간은 손살같이 지나갔다.

이렇게 여기 저기 부딪히며 보낸 수습기간이었지만 온몸으로 부딪히면서 여러 가지를 배운 의미 있는 기간이었다. 무엇보다도 절실하게 느낀 점은 힘든 만큼

얻는 것도 많다는 점. 최근에 맡게 된 당직비 업무를 해나가면서 이 부분을 많이 느꼈다. “디지털 기획부에서 오셨나요?” 라는 질문을 받기도 하면서 전 부서를 돌아다니며 컴퓨터에 프로그램 설치하고, 교육도 하면서 업무처리 하는 것이 벽차다고 느껴지기도 했지만 덕분에 각 부서의 근무형태를 시작으로 회사 전체 흐름을 조금씩 알게 되었다.

또한 이곳저곳 돌아다니며 많은 선배님들을 알게 된 점도 수습기간을 통해 얻게 된 큰 소득이다. 그리고 또 하나는 좋은 약은 쓰다는 것. 말은 길게 안 하지만 정곡을 찌르는 선배님들의 쓰디쓴 한 마디, 그러나 그 한 마디로 인해 입사 때 초심에서 자꾸만 벗어나는 자신을 돌아보게 되었다. 앞으로도 내 자신이 더 성장할 수 있도록 따가운 한 마디 부탁드립니다.

정신없었던 수습기간 3개월이 어느 새 지나가고 연봉계약을 하게 되었다. 어떻게 연봉계약을 하게 되었는지 스스로가 용하기도 하지만 이제는 서툰 모습에서 조금씩 벗어나기를 자신에게 바란다. 외국계 회사 직원들은 매년 회사와 한 해의 연봉을 협상한다는데, 그 정도는 아니더라도 “제 몸값은 이 정도는 돼야 합니다.” 라고 당돌하게 말할 수 있을 정도의 준비된 ‘연봉’ 사원이 되기를 다짐해본다.

신현민 (인력관리팀)

세계속의YTN 통신원에게 듣는다 ⑥

YTN

열정과 투지가 있는 통신원



인터넷을 통해 통신원 모집 글을 봤을 때, 내겐 TV 방송의 기본 장비라는 카메라조차도 없었다. 그저 이국 땅에서 한인들의 소식을 전하는 통로가 될 수 있다는 기대감과 설렘만 있었다.

내 첫 리포트는 싱가포르의 한인 유학생들에 관한 것이었다. 먼저 기사를 쓰기 위해 여기저기 뛰어다니며 유학생에 관한 자료를 수집했다. 생각처럼 쉽지 않은 않았다. 기사가 완성된 후에는 인터뷰와 촬영 스케줄을 짰다. 문제는 카메라가 없는 것이었다. 이곳저곳 카메라를 빌릴 곳을 생각해 보았다. 다행스럽게도 다니던 교회 방송부에서 카메라를 구할 수 있었고, 바로 촬영을 시작할 수 있었다. 카메라 기술도 서툴렀지만, 유학생에 관련된다고 생각하는 장면은 모두 담아 보려고 했다.

싱가포르를 방문한 해군에 관한 리포트가 두 번째 리포트였는데, 이들이 떠나고 나면 촬영을 할 수 없다는 부담 때문에 꽤 긴장감을 갖고 무작정 촬영을 했다. 하지만 충격적인 통보가 날아왔다. 찍은 행사 그림이 너무 부족해 방송에 사용할 수 없다는 것이었다. 다른 모든 건 차치하고, 방송이 안 되면 관련된 모든 사람들에게 체면이 서지 않았다. 기사를 살려야 된다는 생각뿐이었다. 결국은 국방부 측에 협조요청을 해서 참고자료를 입수했고, 어렵사리 두 번째 방송이 나가게 되었다.

두 번째 리포트의 후유증이 가시기도 전에 장애인 올림픽에 대한 기사가 완성되었다. 이번에는 카메라를 빌려주던 교회에 행사가 있어, 카메라를 빌릴 수가 없었다. 난감했다. 두 번째 기사를 쓰면서 만났던 대사관에 있는 분께 요청을 해서 카메라를 확보했지만, 카메라 성능이 좋지 않았다. 하지만 행사 시간도 촉박하고 해서 무작정 행사장으로 갔다. 초라한 카메라 하나로 삼각대 하나 없이 촬영을 시작했다. 그러던 중 여러 카메라 기자들이 행사장에서 분주하게 촬영을 하는 모습을 보게 되었다. 무대포 정신을 발휘할 때가 왔음을 직감했다. 행사장 카메라 담당을 찾아가서 협조를 요청했다. 결국은 행사 그림뿐만 아니라 거기 배치되어 있던

카메라 기자들의 도움을 받아 인터뷰 장면과 스탠드 업 사진을 찍을 수 있었다.

네 번째 리포트는 내가 인턴으로 일하고 있던 단체의 행사였다. 정부단체로 좋은 일을 하고 있음에도, 한국 기업들에게는 너무 생소한 단체였기에 리포트는 하고 싶었지만, 내가 행사를 조직하고 운영해야 했기 때문에 동시에 리포트까지 하기가 무척 힘든 상황이었다. 결국은 묘안을 냈다. 매니저 회의 때 촬영 전문가 고용을 건의했다. 내가 촬영을 할 수도 있지만 전문가를 고용한다면, 더 양질의 그림을 확보할 수 있고, 후에 참고 자료로도 활용할 수 있어 여러모로 유익할 것이라는 게 내가 강력하게 주장한 이유였다. 결국 그들을 설득시켰고, 그 전문가의 협조로 무사히 리포트를 마칠 수 있었다.

아직은 시작하는 단계다. 여전히 부족한 점이 많고, 앞으로도 넘어야 할 산이 많이 있음을 안다. 그러나 두렵지 않다. 내겐 열정과 투지가 있기 때문이다. 아무 것도 없는 맨땅에서 동남아시아의 최강국으로 우뚝 서 있는 싱가포르처럼, 비록 변변한 카메라 하나 없는 나이지만, 싱가포르에서 일어나는 모든 동포 소식의 통로가 되겠다는 자세로 통신원 활동을 하고자 한다.

강 신 후 싱가포르 통신원

야구동호회 - ytnnewsone

YTN

녹색의 그라운드와 백구



어찌 보면 단순한 조합이지만, 그 안에는 18명의 선수가 모여 하나의 그림을 그려내 한 장의 큰 그림을 완성하는 것이다. 'ytnnewsone'은 야구동호회의 공식팀명이다. 'news'는 ytn하나뿐이다'라는 뜻으로 항상 가슴에 새겨진 유니폼을 입고 뛰고 있다.

"가슴 깊은 곳에 간직한 야구에 대한 열정은 식을 줄 모른다"야구동호회 구성원원부터 특이하다. 보도국은 물론 기술, 마케팅, 경영 등 모든 부서에, 다양한 나이대인 50대부터 새내기인 9기들까지 40명의 야구에 대한 열정으로 넘친 이들이 땀땀 뭉쳐 있다.

사회인 야구라는 무대에 첫발을 내딛고자 몇 명의 선수들이 모여 의기투합하여 1996년 봄 결성되었다. 어렵게 시작했지만 방송리글을 결성했고 97년부터는 우

수 직장리글에 가입해서 매년 1승을 거두는 쾌거를 이루기도 했다. 경기의 승패 보다는 자칫 사회 생활로 소홀해지기 쉬운 동료와 친구들과 간의 우애와 화합을 팀의 모토로 하여 우리 ytnnewsone의 캐치 프레이즈로 멋진 플레이와 훌륭한 매너를 갖춘 팀으로 우리나라의 사회인 야구 대회에 기억되

었으면 하는 것이 우리 팀원들의 생각이다. 야구가 고급스포츠는 아니지만, 복장부터 개인장비까지 초기에는 비용도 만만찮게 소요된다. 게다가 본인의 시간 경제적 투자가 없이는 접근이 힘들다. 혼자가 아닌 전체가 모여야만 경기가 가능하기에 그만큼의 개인적 희생을 요구하기도 한다.

업무부담이 많은 직장인들에게 오늘과 같은 여가·스포츠 활동은 스트레스 해소와 체력 증진은 물론 직장 생활을 즐겁게 만드는 활력소로 작용할 것이다. 특히 반복된 연습이 필요하지만, 전체가 모여서 연습하면 하기도 힘들다. 각자 파트가 틀리다보니 서로 시간을 맞추어 모여서 경기하기도 빠듯하다. 그럼에도 경기 시엔 언제나 손발이 척척 맞는다. 서로 다른 파트, 다른 업무

를 하고 있지만, 경기 때는 물론 평소에도 서로의 일에 대해 관심을 갖고 독려해주는 등 회원들 간의 친목에 최선을 다하고 있기 때문이다.

야구에 대한 팀원들의 열정은 상상을 초월하여 두주 불사의 주당들도 토요일, 일요일이면 술 냄새 가득 운동장을 채우기도 하고, 몇 주만 쉬어도 근질근질한 몸을 못 견뎌 홀로 연습을 해야 직성이 풀리는 열혈 야구인들임을 자부한다. 어느 강팀을 만나더라도 추호도 주눅 들지 않는 탄탄한 팀 전력과 선수단의 일치단결과 화목, 그리고 아마추어 야구인들답게 야구에 대한 순수한 열의가 하늘을 찌르고 있는 한, ytnnewsone 우리의 갈 길은 이제 오직 좋은 경기, 좋은 성적뿐이다.

ytnnewsone은 우리 회사의 모든 분들에게 개방되어 있으며, 자신의 건강한 삶을 만들어 나갈 뿐만 아니라 '나'보다 '우리'를 생각하는 팀워크 형성으로 이어지는 우리 ytnnewsone팀에게 박수를 보내 주시지 않으시겠습니까? 이제 우리 ytnnewsone선수들은 회사의 대표라는 생각으로 오늘도 야구장에서 비지땀을 흘리는 것인지 모른다.

뿐만 아니라 기존의 선수들의 강도 높은 훈련과 시합을 통해서 사회인야구의 명문으로서 입지를 굳게 다져서 뉴스뿐만 아니라 야구도 와이티엔이 열심히 한다는 소리를 듣도록 하며, 사회인야구 정상을 향한 ytnnewsone의 부단한 노력과 의욕적인 활동을 마듯한 눈길과 관심어린 사랑으로 지켜봐 주시고 한걸 나아진 모습으로 여러분들에게 다가갈 것을 약속드립니다.

부상 없이 열심히 합시다. 파이팅...

감사합니다.

방을 열 야구동호회 회장