



지상파 DMB 법인 공식 출범!

TBN · 지어소프트 · 쌍용정보통신 등 7개 업체로 컨소시엄 구성

YTN의 유선 탈출 프로젝트, 지상파 DMB를 위한 본격 행보가 시작됐다. 국내 유일의 24시간 종합뉴스전문 방송사 YTN(대표 표완수)은 지난달 25일 각 부문별 최고의 경쟁력을 갖춘 업체들로 지상파 DMB 사업을 위한 컨소시엄을 구성하고, 컨소시엄 법인 'YTN DMB'를 공식 출범시켰다.

빠르고 정확한 뉴스와 다양하고 유익한 정보로, 지상파 DMB의 필수 콘텐츠 채널을 지향하는 YTN DMB는 이로써 내년 초 우리나라에서 세계 최초로 시작되는 지상파 DMB의 도입 취지를 가장 잘 살릴 수 있는 '종합 정보 방송 플랫폼 사업자'로 주목받게 됐다.

YTN DMB에는 YTN을 비롯, 전국 7개 도시에서 교통방송을 운영하고 있는 도로교통안전관리공단 TBN(이사장 이대길)과 휴대폰 무선인터넷 솔루션 전문기업 지어소프트(대표 한용규), SI·NI 전문기업 쌍용정보통신(대표 강복수), 텔레메틱스 전문기업 이너큐브(대표 정운기), 모바일 음악콘텐츠 전문기업 엠비즈네트웍스글로벌(대표 이중환), DMB단말기 생산업체인 기룡전자(대표 권혁준) 등 모두 7개 업체가 주주로 참여했다.

YTN DMB는 초기 자본금 20억원 가운데, YTN이 지분 30%(6억원)의 최대주주로 출범했으며, TBN이 25%(5억원), 지어소프트 22.5%(4억5천만원), 쌍용정보통신 10%(2억원), 이너큐브와 엠비즈가 각각 5%(1억원), 기룡전자 2.5%(5천만원) 등이다. YTN DMB는 향후 자본금을 150억원으로 증자하면서 경쟁력 있는 10여개 업체들을 더 참여시킬 계획이다.

YTN DMB는 국내 유일 24시간 종합뉴스채널 YTN의 뉴스경쟁력과, 전국을 아우르는 교통방송 네트워크 TBN의 실시간 교통정보, 또 모바일 서비스의 선두주자 지어소프트의 기술력 등을 바탕으로, 어떤 DMB회파사업자들과도 차별화되는 명실상부한 종합 정보채널의 플랫폼 사업자로 자리매김할 것으로 전망된다.

특히 DMB 방송에서 최고의 인기콘텐츠로 예상되고 있는 뉴스와 교통정보 뿐 아니라, 방송과 통신 융합시대에 걸맞는 다양한 콘텐츠 개발에 주력해 기존의 방송과 통신 어느 분야에서도 체험하지 못한 신개념의 서비



10월 26일 YTN DMB 주주 간담회

스를 제공할 계획이다. 이는 DMB의 최대 수요층으로 예상되는 휴대폰 사용자들에게 휴대방송이 줄 수 있는 최대의 혜택을 제공함으로써 지상파 DMB의 조기 활성화에도 크게 기여할 것으로 기대된다.

지상파 DMB는 VHF채널 8번과 12번 두 채널을 각각 3개의 플랫폼으로 나뉘, 6개의 플랫폼 사업자에게 배분되며, 플랫폼사업자는 주파수 한도 안에서 TV와 라디오, 데이터방송 채널을 자율적으로 구성할 수 있다. 이 6개 사업자는 기존 지상파 방송사군과 비지상파 방송사군, 즉 신규 사업자 군에서 각각 3개씩 선정될 예정으로, 방송위원회는 이달 중에 사업자 선정 종합 계획을 발표하고 내년 2월쯤 사업자를 선정할 계획이다.

그러나 사업자 선정까지 넘어야 할 산은 아직 많다. 우선 가장 염려되는 것이 기존 지상파 DTV의 이동수신 보완문제다. 지상파 DMB에서 DTV의 이동수신을 보완하지는 이른바 '4자합의'에 따라, 방송위원회가 6개 플랫폼 사업자 모두에게 DTV콘텐츠를 사실상 강요할 여지가 있다는 것이다. 때문에 사업자로 선정되기 위해선 좋은 콘텐츠, 지상파 DTV의 콘텐츠를 끌어안아야 하고, 최악의 경우, YTN DMB 플랫폼의 TV채널에서 KBS나 EBS같은 지상파의 프로그램을 섞어 틀어야 하는 경우도 배제할 수 없다.

방송위원회는 당초 플랫폼 사업자마다 기존 DTV 채널 하나씩을 100% 송출하도록 강제하는 방안까지 검토

했으나, 최근 강제성을 크게 완화했다. 즉, 채널 구성을 자율로 하되, TV채널 1개에서 DTV프로그램이 일정정도 활용될 수 있도록 권장하기로 방침을 정했다. 문제는 이달 중 발표될 사업자 선정 방안에서 실제 적용될 '권장'의 형태다. 즉 사업자 심사기준에서 지상파 DTV 프로그램의 재전송 계획에 따라 가산점을 줄 경우, 말만 '권장'이지 사실상 강제성을 띠 여지가 남아 있다. 따라서, 지상파 DTV프로그램의 권장 편성 비율이 얼마로 결정될지, 또 그에 따른 가산점이 부여될 것인지, 부여된다면 점수 비중은 얼마나 될 것인지 등 구체적인 심사 기준이, 현재의 사업권 구도에 큰 파장을 불러일으킬 것이 분명하다.

이 뿐 아니라, 지상파 DMB 자체의 전망에도 불확실한 점이 없지 않다. 현재 사업자 선정을 기다리고 있는 TU미디어의 위성DMB와 또 대형통신사들이 앞다퉀 뛰어들 준비를 하고 있는 휴대인터넷 WiBro 등 신기술 기반의 방송·통신 서비스들이 지상파 DMB와의 일대 격전을 벌이고 있기 때문이다. 특히 이런 신매체간의 경쟁은, 국가·산업적인 기여도나 경제적·기술적 우열과는 상관 없이, 마케팅이라는 힘의 논리에서 승부가 결정되는 경우가 적지 않기 때문에, 그 누구도 확실한 전망을 내놓기 어렵다.

그럼에도 불구하고, 아니, 바로 그렇기 때문에 YTN DMB호의 본격 출항 소식은, 단순히 비지상파 사업자군에서 가장 경쟁력 있는 유력사업자가 등장했다는 평면적인 의미에서 그치지 않는다. 10년전 국내 방송계에 처음으로 24시간 뉴스라는 새로운 경험을 만들어냈던 YTN이 이제, DMB라는 신천지를 개척하는 선구자로서의 임무를 새로 부여받았다는 것이다.

그러나 여기엔 또 기존 지상파 TV 일변도의 방송환경에 익숙한 시청자들에게, 새로운 뉴스와 다양한 정보로 신선한 감동을 전해줘야 한다는 과제도 포함된다. 지금까지의 방송이 갖던 시청공간이란 제약을 뛰어넘는 새로운 매체에서도, 역시 경쟁의 초점은 차별화된 콘텐츠가 될 것이란 얘기고, 그만큼 변화를 향한 우리의 자세 역시 다잡아야 할 때라는 것이다.

12월호 목차

- 121 ▶ 제2창사 기획시리즈⑤ - 위성 DMB 사업자가 보는 YTN "더불어 함께, 공생과 진화로"
- 131 ▶ 특별기고 요즘 대학생은 YTN을 즐겨본다
- 141 ▶ MIM 제작기 과학전집 'YTN 사이언스+' 출간
- 151 ▶ YTN1호 설립담당 기자 뜨거운 진행형 기자, 부산 1년 취재기
- 161 ▶ 사내기고 - YTN 뉴스가 지구촌을 깨운다
- 171 ▶ 자녀와 함께하는 YTN 견학 행사
- 181 ▶ 24시간 연예정보채널 개국 'YTN STAR', 12월 10일 정오 ON AIR

제2창사 기획시리즈⑥ - 위성DMB 사업자가 보는 YTN

“더불어 함께, 공생과 진화로”



이시혁 TU미디어 상품기획팀장

YTN과 위성DMB의 만남은 당위적이다

우리가 살고 있는 오늘은 다양한 미디어를 통한 정보 범람의 시대로 불린다. 그러나 정작 반드시 필요한 시간과 장소에서의 정보 채득은 소외되고 격리되어 있는 듯 하다. 그래서 우리는 강물에 몸을 담근 탄탈루스 마냥 여전히 갈증을 느낀다. Ubiquitous로 무장한 위성 DMB는 그렇게 목마른 시청자에게 단비가 될 수 있는 매체이다. 그러나 위성DMB가 수많은 매체와 다른 정체성을 확보하여 참매체로 성장하기 위해서는 그 속에 담긴 채널과 콘텐츠가 시청자의 욕구를 충족시킬 수 있는 것이어야만 할 것이다. 그래서 YTN과 위성DMB의 만남은 당위적이다.

‘언제 어디서나’로 대표되는 위성DMB의 매체 특성에 부합하는 최적의 콘텐츠 중 하나가 뉴스라는 것은 자명하다. 뉴스는 이동방송의 이용행태에 꼭 맞는 단위 시간이 짧은 콘텐츠이며, 고정형 매체와 단절된 상황에서도 언제 어디서나 시청자와 세상을 연결하는 창이 되는 콘텐츠인 까닭이다. 시청자로서 또한, 위성DMB를 준비하는 YTN의 공생자로서 위성DMB를 통해 방송되는 YTN의 NEWS가 Non-restrictive, Everywhere, Worthy, Special의 함의를 내포하여, 제한 없이 어디서나 이용할 수 있는 가치 있고 특별한 정보이기를 바란다. YTN이 선도적 매체의 선도적 채널로서의 자존심과 자긍심을 보여주실 것을 기대한다.

진화를 위하여

95년 개국 이래 YTN이 국내 유일의 종합보도채널로서의 역할을 충실히 수행하여 최고 채널의 위치를 탄탄히 하였음에는 그 누구의 이견도 없을 것이다. 그러나 현재의 모습에 만족하지 않고 심 없는 진화를 위한 진일보만이 현재의 영예를 수성할 수 있는 방법이 될 것이다.

특히 새로운 방송서비스인 위성DMB를 통한 보도채널은 달라진 시청행태, 달라진 매체에 최적화될 수 있도록 지속적 변화를 통해 진화하여야 할 것이다. 물론 보편적 수요에 충실한 뉴스의 가치가 매체 변이에 따라 희석되지 않음을 고려할 때, 기존 매체의 콘텐츠를 새로운 환경에서 수신할 수 있도록 지원하는 것이 일차적 전제 사항이 될 것이다. 그러나 이동방송의 보도채널로서 치열한 고민을 통한 독자적인 콘텐츠와 서비스로 무장하여 차별화된 가치를 생산해 내지 못한다면, 위성DMB의 YTN은 고정형 YTN의 단순 보완재로 정체되어, 잠시 머무르다 종종 사라지는 시청자의 뒷모습만 바라보게 될 지도 모른다. 그 옆에서 동동 발을 구르고 있을 위성DMB의 모습 또한 스친다. 기존의 우수한 콘텐츠로 시청자의 보편적 수요를 충족시키고, 매체에 부합하는 새로운 콘텐츠로 시청자의 차별화된 수요를 창출해내는 것, 그들의 조화가 필요할 것이다.

변화와 진화의 길은, 보도와 점점 불편한 관계를 드러내고 있는 젊은 세대의 회유로부터 시작하여도 좋을 듯 하다. 우리나라 4~50대의 오피니언 리더들이 최상의 채널로 꼽는 YTN이 젊은 세대의 즐겨찾기에서 멀어지는 듯 하여 안타깝다. 주지하듯 초기 위성DMB의 주 소비층은 10대 후반에서 30대 초반에 이르는 젊은 세대가 될 것이다. 이별을 선고하는 연인을 미소로 보내는 ‘쿨함’이 미덕인 젊은 세대는 보도채널과 쉽게 멀어지는 듯 하였으나, 변화된 YTN의 구애에 또한 쿨하게 응할 수도 있을 것이다. 젊은 세대에게 오늘을 전달하여, 어제를 해석하고 내일을 예견할 수 있도록 지원하는 것이 위성DMB를 포함한 우리 사회가 부여하는 YTN의 의무 중 하나일 것이다.

정체성을 변질시키지 않는 범위의 연성화도 그 방법 중 하나가 될 것이다. 새로운 형식의 시도, 생활 문화 밀착형의 정보 제공을 통해 살아 꿈틀거리는 정보를 서비스하고, 냉철함과 조화된 따스한 사람냄새가 진하게 배

어있는 뉴스를 제공하는 것이다. 그러나 과유불급이라 지나친 연성화가 신뢰성을 기본 전제로 하는 뉴스 가치를 훼손하는 일은 없어야 할 것이다.

이동전화와 결합한 위성DMB의 특성을 살려 양방향 콘텐츠에 대한 지속적 기획과 개발도 필요할 것이다. 퍼스널 저널리즘의 시대를 목전에 두고 홀로 뉴스 콘텐츠를 생산해내기 보다는 다양한 형태의 양방향 서비스를 통해 시청자와 함께 싱싱한 뉴스 콘텐츠를 만드는 것이다. 시청자의 자발적이고 적극적인 참여 기회를 제공하여, 개인을 발현할 수 있는 미디어로 진화할 수 있도록, 기술과 매체를 견인하는 새로운 서비스를 기획하여야만 한다.

또한, 위성DMB의 YTN은 독립을 준비하여야 한다. 이동방송은 주시청자층과 주시청시간대 등 주요 환경에 있어 고정형매체와 차별화 된다. 따라서 그에 맞는 편성과 콘텐츠와 서비스가 요구되며, 그 해답을 찾아 채널을 분가하여야 할 것이다. 기존 매체의 YTN과는 다른 위성DMB의 YTN만이 가지는 raison d'être를 찾아내어야 한다.

협력이 Key Success Factor다.

YTN의 변화의 길에는 공생과 진화를 공유하는 티유 미디어가 함께 하여 외롭지 않을 것이다. 위성DMB의 보도채널에 가장 적합한 콘텐츠의 개발, 방송통신 융합 환경의 첨병으로서의 첨단 서비스의 창조, 끊임없는 발전과 전진을 위한 비즈니스 모델의 공유 등 언제나 사업자들보다 앞서 변화하는 시청자들을 따라잡기 위하여 양사는 협력의 손을 놓아서는 안 될 것이다. 양사의 협력도에 따라 성취의 결과는 배가될 수도, 반감될 수도 있을 것이다. 공동의 목표를 향한 One for Two, Two for one의 대승적 협력이 Key Success Factor가 될 것이다.

어린 왕자가 살고 있는 소혹성 B612호는 화산 세계와 작은 장미나무 한그루만이 있을 뿐이지만, 참으로 많은 사람들에게 참으로 많은 것들을 가르쳐 준다.

36,000Km 상공의 정지궤도에 떠있는 위성DMB용 위성은 안테나 만이 탑재되어 있을 뿐이지만, YTN과 티유미디어의 협력을 통해 새로운 문화를 생성함으로써, 기계 장치의 조합 이상의 의미를 가지게 될 것으로 기대한다.

YTN단신

제3기 시청자위원회 출범



제 3기 시청자위원회가 구성돼 11월 4일 출범했다. 이번에 새로 참여하게 된 시청자위원은 양삼승 법무법인 화우의 대표 변호사와 유재홍 한국케이블TV 방송국협의회 회장, 김영석 연세대 언론홍보대학원장, 이영남 한국여성벤처협회 회장, 남윤인순 여성단체연합

공동대표, 변대규 휴맥스 대표이사 등이다.

조동성 서울대 교수와 황우석 서울대 석좌교수 임재경 민연련 고문, 김상준 동아방송대 교수는 유 임됐다.

시청자위원회는 첫 회의에서 조동성 교수를 위원장으로 김상준 교수를 부위원

장으로 선출했다.

3기 시청자위원회는 앞으로 2년 동안 YTN의 프로그램 품질 향상을 위한 의견을 제시하게 된다.



TV-J 코리아와 프로그램공급 계약

YTN은 일본 한인방송인 TV-J코리아와 프로그램 공급계약을 맺고 양시간 협력을 더욱 강화하기로 11월 1일 합의했다.

TV-J코리아는 일본 위성 퍼펙TV의 프리미엄 채널로 내년 2월1일부터 일본 전 지역으로 방송할 예정이다.

차세대 CEO 그룹 YTN 방문

제 3차 세계한상대회에 참가했던 차세대 CEO 그룹 중 6명이 11월 2일 YTN을 방문해 향후 상호 협력관계 등을 협의하고 YTN 방송 시설을 둘러봤다. 표원수 사장은 YTN인터넷 채널이 6백만 재외동포를 하나로 묶는데 많은 도움을 준다고 말했고 참석자들은 전 세계에서 활동하고 있는 한상의 활약상을 널리 알려달라고 말했다.



특별기고

요즘 대학생은 YTN을 즐겨본다

- 케이블TV 한계불구 선호도에서 SBS 제쳐 -



이일형
한국대학신문 취재부장

급속한 사회·경제 구조 변화와 인터넷, 모바일 등 정보통신 미디어의 발달로 언론 산업에 일대 변화가 예고되고 있다. 전통을 자랑하던 종합 일간지가 재편되면서 적어도 가판은 지하철에서 무료 배포되는 일간 매체에 자리를 내주기 시작했으며, 3사가 독점하던 공중파 방송 영역도 점차 케이블TV와 인터넷 미디어

들의 등장으로 각축장이 연출되고 있다.

이런 현상이 비단 어제 오늘의 일은 아니지만 온라인으로 대표되는 쌍방향 정보 통신 환경에 익숙한 젊은 세대들이 늘어나면 늘어날수록 변화의 움직임은 앞으로 가속화할 것으로 보인다. 그러다보니 그간 언론의 고유 권한처럼 인식되던 이른바 '의제 설정' 기능도 몇몇 독과점 매체가 카르텔을 형성해 보도하기에는 이제 힘겨운 시대가 된 반면 보도 기능을 담당한다고 보기에 는 어설픈게 느껴지던 온라인 포털이나 인터넷 미디어 들에 젊은 층의 눈길이 쏠리면서 정부나 기업은 물론 기성 언론들조차 주목하는 시대가 됐다.

그런 의미에서 본다면 한국대학신문이 88년 10월 창간 이후 매년 실시하고 있는 '전국 대학생 대상 의식조

사'는 젊은 층의 가치 변화와 의식 흐름을 짚어볼 수 있다는 점에서 되새겨볼만하다. 정치관, 사회관, 언론관 등 총 7개 부문에 걸쳐 온라인과 오프라인으로 동시에 실시되는 대학생 의식조사는 매년 10월 전국 대학에 재학하는 2천여명의 대학생을 표본 추출, 의식흐름을 비교 분석하기 때문이다.

특히 지난 10월 실시된 정기 의식 조사 가운데 주목되는 사항은 요즘 대학생들이 과연 어느 언론사를 선호하는가에 독자들의 시선이 쏠렸다.

우선 종합일간지 부문의 관심사는 한겨레와 조선일보 간의 싸움에서 대학생들이 어디에 손을 들어 줬을까 하는 것이다. 매년 두 신문이 선호하는 신문 1,2위를 다퉈기 때문이다. 그러나 올해 결과는 한겨레가 24.7%의 표를 획득하며 부동의 1위 자리를 고수한 반면 조선일보는 9.6%로 3위안에도 들지 못하는 몰락을 가져왔다. 아무리 '논조'를 따지더라도 막상 손에 잡히는 신문은 조선일보가 아니냐는 나름의 자존심이 적어도 올해의 경우 여지없이 무너졌다.

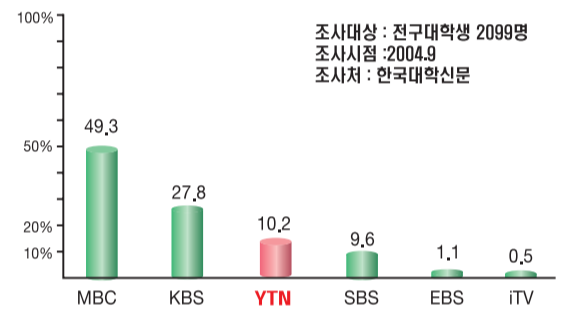
주목되는 변화는 방송 부문에서도 나타났다. 뉴스와 시사물을 포함한 보도 부문 정상은 MBC(49.3%)와 KBS(27.8%)가 1, 2위로 나와 기성세대의 시청률이나 인지도와는 다소 차이가 났다.

특히 올해 방송부문에서 가장 이채로운 이번은 YTN에 대한 인지도가 젊은 대학생들 사이에 급상승하고 있다는 점. 케이블 방송사가 공중파 방송사를 누르는 파란을 연출했다는 점도 흥미롭지만 8시 뉴스로 보도의 한 영역을 차지하며 줄곧 3위에 올랐던 SBS를 물리치

고 10.2%로 3위에 랭크됐다는 점은 YTN의 입장에서 보면 매우 고무적인 결과다.

주 시청자 가운데 대학생 비중이 어느 정도를 차지하는지는 알 수 없지만 24시간 뉴스 채널을 표방하며 출범한 YTN이 젊은층 사이에서 인지도가 높아지고 있는 점은 그만큼 YTN의 미래도 밝다는 전망이 가능하기 때문이다. 단견이지만 이런 이유 가운데는 YTN이 딱딱한 보도 기사만 충실했던 기성 언론의 보도태도와는 달리 '돌발 영상' 등 사건 속 내막을 요즘 세대에 맞게 처음으로 재구성하기 시작했거나 침착 없는 현장 중계를 자주 내보내 시청자 스스로 판단하도록 배려한 기획력도 한몫 했으리라는 생각이다.

물론 대학생 의식조사 결과가 전체 시청률을 대변하는 것도 아니고 이들의 국민 의식을 대변하는 것도 아니지만 젊은 층이 떠나는 매체에 향후 미래가 얼마나 있을지는 언론사 스스로 반문해 볼 일이다.



방송사별 보도·시사 부문 선호도

특별기고

2004 벤처디자인상 대상에 '플래탑'



Y T N 은 2004년 벤처디자인상 대상에 액정 모니터 일체형 PC인 쉘에 이텍의 '플래탑'을 대상으로 선

정하고 12월 2일 코리아 디자인센터에서 시상식을 가졌다.

YTN은 중소기업과 벤처기업들의 경쟁력 강화와 산업디자인 발전을 위해 우수한 산업 디자인 상품을 선정하고 홍보하는 벤처디자인상 행사를 열고 있다.

성희룡 예방교육

회사는 10월 10일 2회에 걸쳐 양성평등교육진흥원 이상화 교수를 초청해 직장 내 성희롱 예방교육을 실시했다. 이 교수는 다양한 사례 분석과 교육현장의 경험을 통해 어떤 것이 성희롱인지 알기 쉽게 설명했다.



추상미 주연 '빠담빠담빠담'



YTN이 주최하는 뮤지컬 '빠담빠담빠담'이 11월 25일부터 12월 5일까지 한전아트센터에서 열렸다.

이번작품은 20여년 전, 첫 공연에서 큰 감동을 안겨주었던 제작자 김의경씨와 배우 추송웅씨의 뒤를 이어 그들의 2세대가 다시 연출(김진영)과 히로인(추상미)을 맡았다.

건강을 챙기자



정기건강검진이 YTN타워 16층에서 10월 22일부터 3일간 실시됐다. 회사는 직원들이 쉽게 참여할 수 있도록 처음으로 출장 방식을 택했다.

"우리말 어렵네, 어려워..."



이헌복 서울대 명예교수의 우리말 표준 발음 강연이 있었다. 이번 강연은 최근 사내에서 바르고 정확한 발음에 대한 관심이 높아지고 있는 가운데 11월 18일, 앵커팀의 주최로 열렸다.

이동열 하정완 사우, 경기도 표창장



이동열(왼쪽), 하정완 문화사업팀 사수가 '8·15 평화콘서트'의 성공적 개최에 기여한 공로로 경기도지사 표창장을 받았다.

YTN은 경기도와 함께 지난 8월 15일 광복 59주년을 맞아 남북 분단의 현장인 도라산역에서 화합과 평화통일을 염원하는 '8·15 평화콘서트' 행사를 가졌다.

게시판

■ 퇴사

오병인(타워사업국) 11. 8 / 현지연(국제부) 11. 12 / 전범석(해외사업팀) 11. 15

■ 전보

윤경민 동경지국장 준비 / 김학목, 최영욱, 하성준, 니경환, 장명호, 강근배, 최윤석, 한언심, 유영식, 이영훈, 김정섭, 손준수, 이규용, 진성훈, 김빈나 영상편집팀 / 원영빈, 권혁용, 노옥상, 양준도, 정철우, 김종완 영상특집팀 10. 25 / 기구

명칭 변경에 따른 일괄발령 영상취재부 → 영상취재팀 10.26
정명렬 감사실 감사위원 파견(기술국 감사 담당, 11.8~11.19) 11.4

■ 부음

조용원 영상취재팀장 빙부상 11. 14 / 서영진(총무부)부친상 12. 1

■ 결혼

백승하(매체관리팀) 11. 6 / 이성호(제작기술부) 11. 20 / 김기면(부산지국) 12. 6

Music II Music 제작기



M I I M 많이 사랑해 주세요~!

* M I I M을 간단히...

Music II Music, M I I M은 YTN 가을개편에 주말(토/오전 8:30, 일/오후 10:30, 일/오전 3:30, 월/오전 1:30)에 편성되어 방송되고 있는 25분물 음악 프로그램입니다. 10월 23일 이기찬의 첫출연으로 매주 거미, 휘성 등 정상급 가수들이 출연해 그들의 음악 이야기와 함께 지금까지 제작되었던 출연 가수의 뮤직비디오를 모아서 보여주고 있습니다. 진행에는 여행스케치와 슬플라워가 맡고 있습니다.

* M I I M의 시작

YTN에서 음악프로를 시작한다는 것에 대해 다소의 아하게 생각하시는 분들이 많을 것 같은데요. 잠시 M I I M의 시작에 대해 설명을 드리자면요, M I I M은 처음 YTN 인터내셔널(YTN위성채널)을 통해 재외동포들에게 국내의 문화를 전하는데 초점을 맞추어 기획되었습니다. 잘 모르시는 분들을 위해 YTN 인터내셔널을 잠깐 소개할게요. 현재 YTN 인터내셔널은 위성을 통해 전 세계 재외동포들에게 YTN 프로그램을 실시간으로 방송하고 있습니다. 현재는 9시부터 2시까지 본방과는 다르게 운영되고 있습니다.

Music II Music은 YTN인터내셔널에서 뉴스 콘텐츠 외에 고국의 문화를 전하기 위한 일환으로 처음 기획되었다가, 가을개편에 맞추어 본방에 편성되어 방송되기 시작했습니다. 현재 해외방송에는 한국 시간으로 월요일 오전 10시 30분에 전 세계로 방송되고 있습니다.

* 애물단지... M I I M

저한테 있어서 M I I M은.. 애물단지라고 표현하는 게 가장 맞을 것 같네요. 이거 만들면서 제 속이 많이 썩었거든요. 그렇지만 자식은 미우나 고우나 내 새끼라고 하죠? 저한테 있어서도 M I I M은 그런 것 같습니다. 사람들이 M I I M에 대해 이러쿵, 저러쿵 이야기라도 하게 되면, 부모가 자식의 이야기를 듣는 것처럼 민감해지고, 가슴이 조여들기도 한답니다. 시사화 때도 여러 가지 지적사항들이 있었는데요. 프로그램을 다듬는데

도움을 받기도 했고, 한편으로는 속이 상하기도 했답니다. 많은 지적사항들이 안타깝게도 돈으로는 쉽게 해결될 수 있는 문제들이더라고요. M I I M은 최소의 제작비로 최대의 때깔을 내려고 노력하는 프로그램 중에 하나여서 뒤에서 아등바등하는 제작진의 모습들이 숨겨져 있답니다. 자식한테 좋은 옷을 입히지 못한 그런 부모 심정. 그 때 제 심정이 딱 그렇더라고요. 그래도 지금은 제가 가진 돈으로 살 수 있는 것 중에서 다리폼 팔아 가장 좋은 옷을 골라 입혔다고 생각해서 마음이 그렇게 나쁘지는 않답니다. M I I M은 화려한 무대의 버라이어티 한 프로그램은 아니지만, 작은 무대 안에서 아기자기하게 M I I M만의 색깔을 가지고 진행해 가고 있습니다. 그럼 M I I M.. 어떤 사람들이 만들고 있는지 잠시 소개해 드리겠습니다.

* M I I M을 만드는 사람들

우선 마당발 전범석PD님이 있습니다. 아주 넓은 발을 가지고 계셔서 턱을 볼 때가 많죠. 처음 프로그램 세팅할 때 많이 뛰어다니십니다. 진행자 섭외, 스튜디오 섭외, 세트 문제들을 해결해주신 고마운 분이시죠. 현재까지도 MIIM을 같이 진행하고 있는 공동PD입니다. 그리고 모든 기술적인 문제가 생기면 해결사로 나서는 재운씨, 편집과 TD, 심지어 회계의 역할까지 맡고 있습니다. 그리고 막내 혜진이, AD, FD역할까지 도맡아 하고 있죠. 프로그램을 진행해가면서 어려운 문제들에 부딪힐 때가 많았는데, 일당백을 담당하는 우리 팀원들이 뭉쳐서 잘 헤쳐 나왔던 것 같습니다.



* 으악~ 산고의 고통! - 좌충우돌 M I I M 제작기

물론 고통의 크기는 다르겠지만, 프로그램 하나가 기획되고, 제작되어 처음 방송을 타고 나오기까지를 생각하면, 아기를 하나 낳는 것 같지 아닐까 하는 생각이 드네요. 프로그램 하나를 만들어내기까지 헤쳐 나가야 하는 일들은 만만치 않은 것 같습니다. 스튜디오, 편집기, 무대까지 어느 것 하나 수월하게 풀리지가 않더군요. 정말 발을 동동 굴러야 했습니다. 스튜디오는 저희가 녹화할만한 시간이 나지가 않았고, 편집기는 시사 며칠 전에 들어오고, 무대 세트는 비용이 너무 많이 들어 제작하기가 어려웠답니다. 정말 머리가 터질 지경이었죠. 그런데 어떻게 다 하나씩 해결되긴 하더라고요. 지금 생각해도 거의 기적적인 것 같습니다. 하나 하나 풀어놓자면 길이 너무 길어질 것 같네요.

* M I I M 많은 사랑해주세요~!!

MIIM은 이제 기본적인 틀을 갖추고 안정적으로 제작되어 가고 있습니다. 매주 한명의 가수들이 출연하고 그 가수의 뮤직비디오를 모아서 보여주고 있는데요. 좋은 가수들, 좋은 뮤직비디오만 골라서 보내드리고 있습니다. 아직 보시지 못하신 분들은 꼭 한번 봐주시고요. 많이많이 사랑해주세요. 더욱 열심히 노력하겠습니다. 허민희 (해외방송팀)

YTN 프로그램 과학전집으로 출간



책으로 나온 'YTN 사이언스 +'

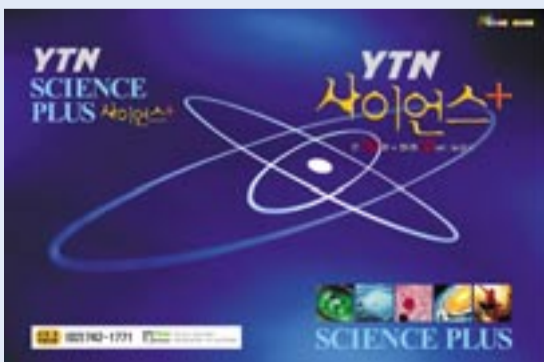
2003년 국내 최초의 데일리 과학전문 프로그램 '과학과 미래'에 이어 지난 3월부터 신 개념의 과학 프로그램 '사이언스 +'를 방송하고 있는 YTN은 그동안 방송을 통해 축적된 과학관련 콘텐츠를 총 50권의 책으로 엮어 출판한다.

1년여의 기획을 거쳐 이번 겨울방학 기간 동안 시중에 선보일 예정인 YTN '사이언스 +' 과학전집은 5개의 각 테마별로 국내의 저명한 과학전문 저자들의 수준 높은 글과 생생한 사진을 실어 자라나는 청소년들의 과학 호기심 해결에 큰 도움을 줄 것으로 기대되고 있다.

특히 책과 함께 국내에서 처음으로 책에 수록된 내용과 '사이언스 +'를 통해 방송된 유익한 내용을 DVD 동영상으로 제작해 함께 제공함으로써 어렵다고 생각되는 과학을 한결 쉽고 재미있게 이해할 수 있도록

책 배려했다.

YTN은 국가 경쟁력 향상의 밑거름인 과학의 대중화 시대를 앞당기기 위해 출판물의 일정 부분을 산간벽지와 도서 지방, 그리고 생활이 어려운 학생들에게 무상으로 제공할 예정이다.



[구성 : 5가지 테마파크]

- ▲ 우주과학 공원 (이태형 : 한국 아마추어천문학회장, 「별과 우주」 발행인, 천문우주기획 대표)
 - 별, 우주의인 생활, 혜성과 유성, 태양계, 인공위성과 우주선, 우주이야기, 봄여름의 별자리, 가을겨울의 별자리, 달력 이야기, 나도 우주과학자
- ▲ IT과학 공원 (곽동수 : 한국 사이버대학교 교수)
 - 컴퓨터, 모바일, 디지털 키즈, 하드웨어, 소프트웨어, 인터넷, 멀티미디어, 디지털 카메라, 한국의 IT, 세계의 IT
- ▲ 자연과학 공원 (김영철 : 공군 기상전대 연구부장)
 - 바다 이야기, 환경 보전, 생물의 진화, 일기예보, 기상이변, 에너지 이야기, 지구의 생성, 공룡과 화석, 비 그리고 눈, 지구 온난화
- ▲ 생명과학 공원 (한정호 : YTN 제작국 기자, '사이언스 +' 이 사람 앵커)
 - 바다 동물의 세계, 새의 세계, 곤충의 세계, 동물 이야기, 식물의 세계, 생명의 신비, 인체의 비밀, 인체의 구조, 생명 복제, 게놈 프로젝트
- ▲ 시네마과학 공원 (박상준 : SF 과학 칼럼리스트)
 - 우주여행, 로봇과 컴퓨터, 공룡과 괴물, 우주 식민지, 미래 세계, 외계인, 타임머신, 영화의 특수효과, 초능력 인간, 천문학적 재난

YTN 1호 - 섭외담당 기자



“강성웅씨가 발이 넓은 모양이지?”



섭외 담당으로 발령을 받은 뒤 가끔 받게되는 질문이다. 사람들은 ‘섭외’라는 것을 일종의 대인관계와 연결지어 생각하는 것 같다. 아니면 나의 뜻과는 상관없이 내가 은연중 그런 사람으로 비쳐졌는지도 모르겠다.

어쨌건 내가 하고 싶은 말은 지금은 섭외를 ‘발’로 하는 시대가 아니라는 것이다. 요즘같이 빠르게 변화하는 시대에 발품을 팔아 뭘 해보겠다는 생각은 고루하다. 이유는 다 알 것이다. ‘마당발’이 되기 위해 들여야 하는 시간과 비용에 비해 산출은 보잘 것 없기 때문이다. 누구보다 한 때라도 마당발이라고 자부했던 분들이 이 사실을 더 잘 아시리라.

세상이 달라졌다. 섭외에도 ‘정보’가 제일 중요하다.

어디에 어떤 전문가가 있는 지를 알아내는 데는 역시 인터넷 검색이 최고다. 지금은 없지만 YTN이 자체 인물정보 시스템을 갖추고 있다면 더욱 좋다. 섭외를 하는데 내가 그 사람과 친하고 안 친하고는 별로 중요하지 않다. 해당 분야에 정통한 사람이면 된다.

정통하지 않은 사람이 전문가랍시고 출연하면 금방 들통이 난다. 사이버 전문가는 아는 것이 많아 그럴싸하게 말하지만 진실에 접근하지 못한다. 진실을 호도해서 오히려 시청자들을 혼란스럽게 만든다.

섭외 담당을 맡은 이후로 학자들과 통화하는 횟수가 잦아졌다. 한미 정상회담을 앞두고 한미 관계 전문가를 찾던 중이었다. 마침 미국에 교환교수로 가계신 국내 모 대학 C교수에게 전화를 드렸다. 그러나 어렵사리 연락이 닿은 그 분은 전화 방송 참여 요청을 사양했다. 자신은 미국 국내 정치 전문가이니까 한미 관계는 외교 쪽 전공한 분을 찾아보라는 것이었다. 한미 관계 전문가를 몇 분 추천까지 해주셨다.

이렇게 말하는 분들은 달리 설득할 방법이 없다. 괜히 더 부탁을 하다가는 자존심을 건드려 화근을 만드는 수가 있기 때문이다. 내가 섭외를 담당한다니까 C교수는 우리 언론의 문제점을 한 마디 꼬집었다.

“어떤 교수는 한 방송에서 미국 전문가로 나오다가 다음 날 다른 방송에서는 일본 전문가로 출연하더라고요.

요. 그러다가 또 다른 신문에는 중국 문제에 대해 컬럼을 써요. 아마 그 교수는 기자들과 친한가 보죠?”

사실 기자들 스스로도 평소 이런 문제를 많이 느꼈을 것이다. 보통 방송에 출연하는 전문가들이 중복되는 경우가 많다. 다른 언론사에 나왔던 사람에게 또 출연을 의뢰하는 경향 때문이다.

외부 방송 출연자가 필요한 경우는 크게 두 가지다.

첫째가 사건? 사고나 화제의 인물을 출연시키는 것이다. 이것은 어느 취재나 인터뷰 방식과 크게 다를 바가 없다. 그 사안의 중심에 있는 인물을 가장 빨리 찾아내 뉴스거리를 말하도록 하면 된다.

두 번째 경우는 전문가를 구해 해설을 부탁하는 것이다. 첫 번째가 현상을 설명하는 것이라면 이것은 뉴스이면의 본질을 찾아내기 위한 작업이다. 그래서인지 첫 번째 경우보다 출연자를 찾기가 더 어렵다.

보통 그 사람이 전문가인 지 아닌 지는 내부 사람들이 더 잘 안다. 그래서 해당 분야의 다른 전문가들이 인정하는 전문가야말로 정말 전문가다. 이런 진짜 전문가들이 자주 출연해야 그 방송의 신뢰가 높아질 것이다. 그리고 진짜 전문가들이 영향력을 발휘해야 나라가 강해진다. 해당 뉴스에 가장 정통한 전문가를 신속히 출연시키는 것. 그래서 방송의 질을 높이고 대한민국을 건설하게 만드는 것. 이것이 YTN에 섭외담당이 생긴 이유 중 하나가 아닌가 싶다.

강성웅 (편집 2팀)

뜨거운 열정의 진행형 기자, 부산 1년 취재기



“거기, 위험해요! 당장 내려오세요!”



지하철 차량기지장 공사도중 거푸집이 무너져 내리면서 인부 13명이 매몰된 현장.

현장을 눈으로 확인해야한다는 생각에 이것저것 짚고 건물 위로 올라갔다. 구조 현장을 지켜보는데, 추가 붕괴 위험이 있다며 내려오라는 관계자들의 고향 소리가 높아진다. 아래로 눈을 돌리니, 옛가락처럼 흰 철근 사이로 사다리 하나에 의지해야 내려가야 하는 거리가 족히 20여 미터는 될 것 같다. ‘대체 올라올 때는 어떻게 온 거지? 그제야, 다리가 후들거린다.

사회부 기자 생활 1년 반. 사회부 기자라면 누구나 그렇지만, 때로는 스스로도 무모하다 싶은 정도의 열정

만 가지고 앞만 보고 달려왔다. 실수 연발에 사고뭉치, 과연 재물을 하는 기자로 살고 있나 반성 속에 보내온 시간이기도 하다. 사건, 사고 현장에서 정신없이 지내며 바람 잘날 없었던 지난 시간을 돌아보면 어느 사건 하나 특별하지 않은 게 없지만 그 중에서도 새벽녘 들려온 두 사람의 부고 관련 취재가 기억에 남는다. 정치적인 수 밖에 없는 위치에서 죽음을 선택한 한 사람과, 평범하기 그지없지만 정치적 상황 속에 이국땅에서 죽음을 당한 사람. 고 안상영 부산시장과 김선일 씨다.

에피소드 하나, 안시장의 느닷없는 자살 소식에 달려간 병원에서 만난 기자들은 입을 모아 얘기했다. 부산에서 앞으로 이렇게 비중 있는 장례식 관련 취재는 없을 거라고... 그 때 익히 취재 노하우를 닦아 달 뒤 발취(?)할 줄이야... 주소 하나만 들고 미로 같은 안창 마을을 헤매다 타사 보다 먼저 본가를 찾아 촬영에 성공했을 땐 사건의 비극성과는 별개로 정말 짜릿했다. 차 한대 겨우 지나갈까 말까 한 좁은 골목에서 며칠째 밤샘 뺨치기를 하던 어느 날, 살아 있다는 연락을 받고 그동안 수고 했으며 웃음을 지어보이던 가족들을 불과 서너 시간 뒤 유족으로 대해야 할 땐 가슴이 아팠다. 가슴에 문을 자식이 머리조차 없이 돌아와 가슴속을 헤매며 이리저리 부딪히고 있을 유족들을 따라다니

며 매 시간 전화를 물렸던 빈소에서의 며칠도 잊혀지지 않는다.

취재진을 따돌리려 곡에 운전을 하는 차를 따라 부산 시내를 한 바퀴 넘게 돌던 밤에는 어느새 부산의 모든 언론사의 차량들이 모여들어 꼬리잡기(?) 놀이를 하는 진풍경이 연출되기도 했다.

두 사건이 전 국민의 관심을 받는 큰 사안이라 심리적으로 부담이 갔다면, 몸이 기억하는 취재는 뭐니 해도 태풍 취재다. 올해는 유난히 태풍이 많았다. ‘민들레’ 훌쩍 되어 날아가나 했더니, ‘메기’가 꿈틀꿈틀 올라오고... 비바람이 거세질수록, 그림이 되는 것이 방송의 숙명인지라 얇은 비옷 사이로 뼈 속 깊이 파고드는 차가운 비바람을 견뎌냈다. 그리고 중계를 마치고 올라다본, 어느 순간 맑게 갠 하늘은 그 한기를 순식간에 날려준다.

취재기를 통해 안정되고, 완성된 기자로서의 모습을 소개해달라는 사보팀의 원고 청탁 의도에는 전혀 맞지 않는 짧은 글을 이제 마무리 해야겠다. 아마 10년 뒤에 같은 주제로 글을 쓴다 해도 완성된 기자의 모습은 담아내지 못하리라. 매일이 새로운 도전의 연속인 기자에게 감히 완성형이란 말은 어울리지 않는 것 같다. 10년 뒤에도 식지 않는 열정을 가슴에 품은 채 진행형 기자로 살아갈 내 모습을 그려본다.

윤현숙 (부산지국)

“YTN 뉴스가 한반도를 넘어 지구촌을 깨운다”



■ 해외서 『국가기간방송』 평가받아

“여기 아프리카인데요, YTN이 나오네요! 20년 전에 이민을 와서 그동안 고국 소식이 너무 궁금했는데, YTN 덕분에 한국뉴스를 아주 편하게 볼 수 있게 됐습니다. 감사합니다.”

“몽골의 동포입니다. 이곳에서도 YTN이 방송된다던데 어떻게 시청을 하는 건가요? 모국 소식을 알고 싶거든요!”

앞의 전화는 20여년 전에 남아프리카공화국으로 이민을 간 50대 동포가 최근 YTN 시청소감을 전해온 것이고, 뒤의 통화는 몽골의 재외동포가 YTN을 시청하고 싶으면서 기술적인 사항을 문의해온 것이다.

잇달아 걸려온 전화로 우리 매체관리팀은 그렇게 기쁘고 보람될 수가 없었다. 왜냐하면 이 두 통의 전화는 YTN 해외방송 송출업무의 제1단계가 완성됐다는 것을 의미하기 때문이다. 즉, 방송이 개국을 하고 매체 런칭(launching)을 거쳐 시청자의 직접적인 반응이 나타나면 미디어 마케팅의 첫 번째 업무가 완료되는 것으로 간주할 수 있는 것이다.

YTN의 해외방송 역사는 지난 2003년 3월 국내 방송 사상 최초로 전 세계 실시간 한국어 위성방송을 시작한 지 2년도 채 되지 않아 매체 런칭 1단계 업무를 마무리한 것이다. 국내에서는 SO와 스카이라이프를 통해 이미 한국 유일의 뉴스채널로서 자리를 잡았으므로, 이번 해외에서의 안착은 YTN이 세계를 향한 한국의 유일한 창(window)으로 명실상부하게 자리매김했다는 것을 뜻한다.

2003년 3월 1일 국내 최초 한국어 해외위성방송 실시

YTN은 2003년 3월 1일 해외방송 실시이후 세계적으로 그 유례를 찾아볼 수 없을 정도의 빠른 속도로 600만명 재외동포의 눈과 귀가 되어왔다.

이날 YTN은 PanAmSat의 PAS-2, PAS-9, PAS-10등 3개의 위성채널을 임차하여 전 세계를 대상으로 한국어 해외방송을 실시했다. 이에 따라 아시아는 물론 아메리카, 유럽, 아프리카 등 5대양 6대주 어디서나 YTN을 24시간 실시간 시청할 수 있게 됐다. 이후 매체관리팀은 지구촌 곳곳에 산재해 있는 재외공관, 해외상사, 교포연문사, 한인회, 이민자 등 무수히 많은 기관과 동포로부터 걸려오는 문의전화를 받느라고 고

유 업무가 마비될 정도로 바쁜 시간을 보낸 기억이 난다.

노무현 대통령, 해외순방 중에는 YTN만 시청

YTN이 지난해부터 전 세계 실시간방송을 한 이후 2년 이 다 돼 가는 현 시점에서 보면, 외국에서 한국뉴스를 생방송으로 시청할 수 있다는 것이 대단한 뉴스가 아닐지도 모르겠다. 그러나 해외방송이 막 시작된 지난해 상반기만 하더라도 주요기관과 해외동포들의 반응은 아주 컸다.

국가 원수가 외국방문 중에 숙소에서 YTN만을 시청하는 것은 기술적으로는 큰 자랑거리가 아닐지 모르지만, 적어도 국내외 한민족의 화합과 국위선양에는 크게 기여할 수 있다고 본다. 노무현 대통령이 지난 2003년 5월경 미국을 방문하면서 저녁에 숙소에서 YTN을 주로 시청하자 한 비서관은 “외국에서는 YTN이 국가기간방송사다”라고 말해, YTN 해외방송의 중요성을 단적으로 확인해 주었다.

지상파 무차별 마케팅에도 해외대표방송 굳건히 지키

그러나 매체관리팀의 해외방송 프로젝트가 늘 순탄한 길만을 걸어온 것은 아니다. 2004년 들어 모 지상파 방송이 해외 방송시장 개척을 위해 미주를 중심으로 무료방송 제공 등을 무기로 마케팅을 강력하게 추진함에 따라, YTN은 최악의 경우 송출중단 등 여러 가지 문제가 우려되기 시작했다. 그러나 YTN은 우리 채널의 강력한 콘텐츠 소구력과 그동안 해외방송사업자들과 닦아온 저인망식 네트워크를 기반으로 경쟁사의 도전을 물리치면서 명실상부한 ‘한국대표해외방송’임을 재확인했다.

2005년에도 수신가구 크게 늘듯

2005년에는 일본의 위성방송 스카이라이프TV가 1월부터 YTN을 편성하고 미국의 위성방송 에코스타도 2월경에 YTN을 송출할 예정이다. 이외에도 매체관리팀은 아시아, 오세아니아, 아프리카 등지에서도 YTN 수신가구를 적극적으로 확대함으로써, 해외 600만명 재외동포들에게 고국의 소식과 정보를 실시간으로 전달하며 향후 국내외 7천만명 한민족을 하나의 네트워크로 연결시키는 가교역할을 충실히 수행해 나가고자 한다.

■ 국내, PP 최고브랜드 명성 이어갈 것

국내 유료방송계는 2004년 들어 케이블TV 가입가구 가 1,200만 가구, 스카이라이프 가입가가 160만 가구 등 1,360만 가구가 유료방송을 시청함에 따라 양적으로 크게 성장했다.

또한 2005년에는 SO의 경우 MSO(Multiple System Operator)가 보다 활성화되어 전국 SO의 80% 이상이 MSO로 편입될 것으로 전망되며, 디지털 방송의 개시로 디지털케이블TV 수신가구의 확보도 본격화될 것으로 예상된다. 이밖에 스카이라이프도 내년

부터 지상파방송 재송신이 가능해짐에 따라 위성방송 가입가구도 빠른 속도로 증가할 것으로 보인다.

SO·스카이라이프 성장가속 전망

우선 MSO를 살펴보면, YTN에게 있어 SO의 MSO화는 매우 중요하다고 볼 수 있다. MSO의 말뜻에서도 나타나는 것처럼, MSO가 된다는 것은 기업화가 된다는 것이고 이는 곧 규모의 경제를 실현할 수 있다는 것을 의미한다. 큰 기업이 되면 좁은 의미의 SO마케팅 외에 홍보, 이벤트는 물론 산업발전을 위한 YTN-MSO 정책공조에 이르기까지 다양한 협력이 가능해지므로 YTN에게도 MSO화는 유의미하다고 하겠다.

디지털케이블TV의 개시도 YTN에게 긍정적인 효과가 기대된다. 디지털케이블TV 가입가구의 발생으로 인한 수신가구의 증가와 함께, 디지털방송을 준비하는 일부(MSO들이 YTN을 디지털 초기화면에 전진 배치할 경우 시청률 향상과 인지도 제고 등의 부가적인 효과도 기대해 볼 수 있다. 특히(MSO들이 디지털 초기화면에 YTN을 편성한다는 것은 뉴스채널로서의 우수성을 높이 평가하는 동시에, 한국뉴스의 대표성을 다시 한번 인정하는 것이라고 하겠다.

스카이라이프의 선전도 내년 전망의 주요 요소이다. 즉, 스카이라이프가 방송위원회의 결정에 의해 내년부터 MBC, SBS 등 지상파방송을 재송신할 수 있게 됨에 따라 상당 수준의 가입가구 증가가 예상되는 것이다.

그러나 이보다 더 중요한 것은 SO와 스카이라이프간의 공정경쟁을 통해 유료방송 산업의 발전을 기대할 수 있으며, 이는 YTN에게도 플러스 효과를 안겨줄 것이라는 점이다. 결론적으로 YTN의 매체업무 즉 수신가구 확보는 올해까지 큰 폭의 성장세를 기반으로, 내년에는 시청자 확대는 물론 이를 기반으로 한 질적 발전이 기대된다 하겠다.

YTN 시청가구 현황

매 체	시청가구
S O	12,500,000
스카이라이프	1,650,000
해외교민방송	850,000
합 계	15,000,000



백상기
(매체관리팀)

자녀와 함께하는 YTN 견학행사

‘자녀와 함께하는 YTN 견학’ 행사가 20가족 60명이 참여한 가운데 11월 13일 마케팅국 주관으로 열렸다. 부모의 손을 잡고 나온 많은 어린이들이 YTN 방송시설을 둘러보고 뉴스제작과정을 직접 체험하는 등 즐거운 시간을 보냈다.



직접 체험하고 배웠습니다

방송국, 청소년 특히 소녀들에게엔 소망인 연예인들을 볼 수 있는 곳. 아빠가 ‘방송국 견학 간다’고 해서 기대 100%였다. 가수나 탤런트를 볼 수 있다는 기대와 희망에 부풀어서... 그런데 방송국 견학 1주일 전 알게 된 사실은 KBS, SBS, MBC같은 일반방송이 아닌 24시간 뉴스 전문 채널인 YTN였다. 그래서 실망의 빛을 감추지 못하고 있었다. 하지만 일정표를 보니 ‘그래도 가 볼만 하겠다.’라는 생각을 하게 되었다. 마술쇼와 앵커체험, 그리고 내가 좋아하는 뮤지컬을 볼 수 있었기 때문이다.

우여곡절 끝에 찾아가 YTN. 내가 YTN 본사인 YTN 타워를 본 순간 느낀 것은 ‘거대하다’였다. 정말 거대했다. 외관으로도 깨끗한 느낌이 들어서 TV에서만 접해오던 대기업 같다는 생각도 들었다. 내부에 들어서자 진열된 TV들에서 눈을 땔 수가 없었다. 엄청난 개수의 TV들. 높은 천정이 적절히 조화를 이루고 있었다. 두리번거리다가 엘리베이터를 타고 17층에 위치한 대회의실로 향했다.

명찰을 달고 회의실에 들어갔는데 각종 음료와 의자가 놓여 있었다. 음료를 들고 앉아서 사람들이 오기를 기다리다보니 시작시간인 10시를 넘겨 버렸다. ‘역시 코리안 타임’이란 생각이 불현듯 스쳐 지나갔다. YTN의 역사가 담긴 비디오를 보는 동안 YTN에 대한 인식이 바뀌었다. 그냥 단순히 뉴스만 하는 곳 인줄 알았는데 재외동포들의 한국어교육과 국내소식을 전해주는 전 세계 네트워크를 가진 대단한 곳이 되어 있었음을 알 수 있었다.

일정이 조금씩 늦어져 견학을 빨리 했고, 난 그 와중에도 편집실에서 편집을 하는 걸 구경했다. 정말 재미있어 보였다.

스튜디오로 가서 2조로 나뉘어 실습을 했다. 나는 먼저 앵커실습을 했는데 카메라도 만져보고 모니터링도 했다. 예전에 꿈이 앵커였던지라 더 관심이 갔다. 처음에 한 것이 못내 아쉬워서 동생과 한 번 더 했다. 그 후에 기상캐스터실습을 하였는데 TV에서만 봐왔던 것을

내가 직접 체험해봐서 재미있었다. 특수효과로 파란색에만 화면을 내보내는 것이 신기했다. 그래서 기상캐스터들이 파란 옷을 입지 않는다고 한다.

체험이 끝나고 뷔페와 마술쇼, 그리고 세종문화회관 퍼포먼스 홀에서 뮤지컬 ‘점프’를 관람했다. 공중회전에 코믹한 스토리에, 무술에, 한순간도 눈을 땔 수 없는 뮤지컬이었다.

그리고 집에 돌아오는 길, 이것저것 생각하다보니 갈 때와 올 때의 마음이 많이 달라졌다는 것을 느꼈다. 뉴스만 하는 회사라서 딱딱할 줄만 알았던 나. 내가 생각한 것은 단지 편견일 뿐이었다. 학교에 있던 것 보다 더욱 재미있었고 더욱 많은 것을 배워 돌아온 것 같다. 집에서 보던 것들을 직접 체험하고 겪어보니 더욱 생동감 넘쳤던 것 같다. 다음에 기회가 되면 다시 한번 가고 싶다.

이런 좋은 기회를 주신 아빠와 YTN 여러분들께 감사드립니다.

김은경
화정중학교 1학년 4반



YTN미디어 - 24시간 연예정보채널 개국

YTN

‘YTN STAR’, 12월 10일 정오 ON AIR

- ‘빠르고 재미있게’ 정통 연예뉴스로 승부 -



12시, 16시 'STAR 뉴스'의 송선경 아나운서

엔터테인먼트 분야에 24시간 뉴스 공급방식을 접목시킨 YTN STAR가 12월 10일 정오, 첫 전파를 탄다.

24시간 뉴스전문채널 YTN의 계열회사인 YTN 미디어가 새롭게 선보이는 케이블 TV 연예정보채널 'YTN STAR'는 하루 6시간 이상 생방송을 포함해 24시간 동안 연예계의 다양한 정보를 기존의 연예 프로그램과 차별화된 새로운 형태로 제공한다.

YTN STAR는 특히 영역이 확대되고 있는 연예계의 움직임을 정통뉴스 형식으로 매 정시에 공급함으로써 연예정보에 대한 시청자의 다양한 욕구를 충족시키는 데 주력할 방침이다.

방송시작 한달 전부터 취재팀을 정비하고 시험방송에 들어간 YTN STAR는 편성과 각종 프로그램 진행자를 확정하고 마무리 방송준비에 힘을 쏟고 있다.

YTN STAR는 오전 10시부터 오후 6시까지 매 2시간마다 생방송으로 진행되는 'STAR 뉴스'를 편성하고 밤 10시에는 하루의 연예계 소식을 종합 정리해주는 생방송 '스타 포커스'를 배치했다.

매일 낮 1시에 신세대 꽃 미남 스타 장근석이 진행하는 생방송 '장근석의 뽀질뽀질'은 신세대 눈을 통해 스타의 감춰진 1%를 찾아가는 형식으로 연예계의 트렌드를 읽어보게 된다.

특히 이 프로그램은 시청자가 참여하고 시청자가 이끌어 가는 형식으로 제작됨으로써 디지털 미디어시대의 특성인 쌍방향성을 최대한 살린 연예정보 쇼로 주목받을 것으로 기대된다.

매주 일요일에는 생방송으로 진행되는 '스타 매거진'을 두 차례 편성해 일주일 동안 연예계의 움직임을 종합적으로 정리하고 그 주에 있을 연예계의 정보를 미리 짚어본다.

이와 함께 영화매거진 프로그램인 '시네마 투데이'와 우리나라 영화배우들의 진실한 이야기를 담은 '인사이드 무비스타' 그리고 해외연예정보를 담은 '랭크인 할리우드', '클로즈업 스타파일' 등을 편성해 다양한 형태로 국내외의 연예정보를 전달할 계획이다.

또 한류 열풍이나 해외 연예계의 주요한 움직임은 현지 통신원을 통해 직접 전해줄 계획이다.

YTN STAR는 특히 일본과 중국 그리고 동남아 등지에서 일고 있는 한류열풍과 아시아 엔터테인먼트 산업의 현주소를 YTN 취재팀이 현지에서 짚어보는 다큐멘터리 프로그램 '엔터테인먼트 아시아'를 개국 특집으로 편성해 매주 1편씩 8주 동안 방영한다.

초기 87%의 자체제작으로 출발하는 YTN STAR는 내년 안에 거의 100%의 콘텐츠를 자체제작으로 충당함으로써 그동안 상당수의 케이블 채널이 공중파 프로그램을 재 전송하거나 해외 구매물로 채우는 데서 오는 시청자들의 불만을 해소하면서 케이블 TV의 질적 향상에 기여한다는 방침이다.

YTN STAR의 각종 프로그램 진행자로는 장근석을 비롯해 SBS 8시 주말뉴스 앵커출신인 송선경 아나운서와 스포츠 중계 전문 아나운서인 박찬, 2003년 미스코리아 출신인 양혜선, SBS 골프채널 진행자인 이경연, YTN 앵커출신인 강수진씨 등이 포진됐다.

또 매일 오후 6시 '스타뉴스'는 YTN STAR의 박승호·김유정 프로듀서가 진행자로 나서 취재 현장의 움직임을 보다 심층적으로 전달한다.

빠르고 재미있게(Quick & Fun)라는 슬로건을 내세운 YTN STAR는 많은 부분이 생방송으로 진행되기 때문에 시청자의 적극적인 참여를 점차 넓혀가면서 연예계와 사회전반의 흐름을 프로그램에 반영시켜나갈 방침이다.

그 과정에서 흥미만을 추구하거나 연예인의 신변잡기 위주로 흐르는 경향을 가급적 탈피하고 분석적인 면과 비판적인 시각을 확대해 시청자가 원하는 정보를 공급하는데 충실하겠다는 것이 제작진의 각오다.

YTN STAR는 12월 10일 방송시작과 함께 다양한 연예정보를 담아 새롭게 단장된 홈페이지(www.ytnstar.co.kr)도 오픈한다.



'뽀질뽀질'의 장근석

〈 주요 프로그램 〉

생방송 스타뉴스

가장 빠르고 정확하게 연예계 소식을 전달한다. 하루 여섯 번의 생방송 연예뉴스를 통해 지속적으로 업데이트된 연예정보가 이어진다. 중계차를 활용한 현장 생방송과 해외통신원을 활용한 현지 생방송으로 현장의 연예정보를 생생하게 전해준다.

생방송 스타 포커스

매일 밤 10시부터 1시간동안 취재 현장을 다녀온 리포터들이 스튜디오에 출연해서 취재 후일담을 들려준다. 스타의 진면목을 알 수 있는 스타초대석과 핫이슈 코너를 통해 연예계 현안을 집중 분석한다.

스타매거진

한 주의 연예뉴스를 총 정리해 주는 시간, 매주 일요일 오전 10시와 오후 4시에 생방송으로 진행되며, 그 주의 하이라이트 소식들과 주말동안의 연예계 소식 등의 업선해 전한다.

장근석의 뽀질뽀질

월요일부터 토요일까지 요일별로 특색있고 차별화된 앙케이트 주제와 함께 네 명의 스타 후보를 선정하여 시청자들의 전화투표로 스타들의 숨겨진 1%를 찾아내고자 하는 <앙케이트 쇼 - 뽀질뽀질 오늘도 어찌죠?>와 인기스타들의 '미니홈피'를 방문해 그들의 생활을 살짝 들여다보는 <스타일촌>, 스타가 있는 곳에 언제나 바늘과 실처럼 따르는 열혈팬들의 모습을 24시간 밀착취재해 팬들의 눈을 통해 신세대 스타를 새롭게 조명해 보는 <新 동방견문록> 등 다양한 코너로 구성돼있다.

<장근석의 뽀질뽀질>은 12월 10일(금) 오후 1시, 첫 방송을 시작으로 매주 월요일부터 토요일 오후 1시부터 2시까지 1시간동안 생방송으로 시청자들을 찾아갈 예정이다. 청춘시트콤 '논스톱'의 미소천사로 알려져 있는 신세대 꽃미남 스타 장근석이 MC.