

YTN 시청가구 1,400만 돌파

— 매체력 확대로 DMB 사업준비 박차 —

YTN을 시청할 수 있는 가구가 국내 1,340만, 해외 60만가구로 집계돼 모두 1,400만 가구를 넘어섰다. 이제 전 세계적으로 5,000만 명 이상이 실시간으로 YTN 뉴스를 볼 수 있게 된 것이다.

현재 YTN은 국내에서 118개 모든 케이블TV방송국(SO)을 통해 1,200만 가구에 뉴스를 공급하고 있으며, 위성방송(Sky Life)을 통한 시청가구도 140여만 가구에 이르고 있다. 국내 총 시청대상가구의 80%정도가 YTN을 언제든지 볼 수 있게 된 셈이다.

케이블TV가 출범한 지난 95년 20만7천 가구에 불과하던 시청 가구수는 지난 2000년 100만 가구를 넘어섰고, 이후 급격히 성장해 2003년 1,203만 가구, 2004년

1,340만 가구로 늘어났다. YTN은 또 해외 시청자 확대를 위해 재외동포 방송사를 대상으로 지속적인 뉴스공급 활동을 벌여 북미지역 22개 방송사, 아시아지역 4개사 등 전 세계적으로 30개 방송사에 YTN 뉴스를 공급하고 있다.

전 세계에 살고 있는 150만 재외동포들이 YTN을 통해 고국의 소식을 실시간으로 접하고 있는 것이다. 시청가구 1,400만 시대를 연 것은 출범 초기에 비해 팔목할 만한 성장을 이룬 것이며, 제2창사를 통해 본격적인 도약을 이룰 수 있는 확고한 기반을 마련한 것으로 평가된다.

시청자들로서는 시사각각 변화하는 국내의 뉴스를

YTN을 통해 가장 빠르고 정확하게 시청할 수 있게 되었으며, 전 세계 한인동포들을 하나로 묶어 한민족 네트워크를 형성하는데 결정적인 역할을 하고 있다. YTN은 이러한 성장을 바탕으로 DMB 등 뉴미디어 시대에 대비한 다양한 사업을 적극 추진하고 있다.

YTN 시청가구 현황

시청매체	계약방송사	가구수
케이블TV	118	12,000,000
SKY LIFE	-	1,400,000
해외방송	30	600,000

YTN - 도로시뮤직 제휴, 중국 연예사업 공동추진



YTN이 발라드의 황제, 신승훈과 손잡고 본격적인 중국 음악시장 공략에 나섰다. YTN은 6월 8일 남대문본사 회의실에서 신승훈 소속사인 도로시뮤직(대표 배성우)과 업무 제휴 조인식을 갖고 신승훈의 중국내 연예사업을 공동 추진하기로 했다. 이날 계약식에는 YTN의 전략적 제휴사인 북경 가화문화발전그룹의 왕건기 총경리 등 회장이 참석해 자리를 빛냈다.

이번 계약 체결에 따라 YTN의 북경 현지법인인 신승훈과 함께 프로듀싱, 신인가수 매니지먼트, 조인트 콘서트, 음반 제작 등 다각적인 엔터테인먼트 사업을

적극적으로 펼칠 수 있게 됐다. YTN은 대형 스타 신승훈과 제휴를 계기로 지난해부터 의욕적으로 추진 중인 중국 엔터테인먼트 사업에 더욱 박차를 가할 계획이다. 이를 위해 국내 유명 연예인 소속사들과 다각적인 접촉을 벌이고 있다. 이와 함께 드라마와 애니메이션, 인포머셜 등 공동제작과 유통 분야에 사업영역을 확대하고 있고, 온라인 포털 업체 NHN과 추진 중인 온라인 티켓사업에서도 하반기부터 가시적인 실적을 거둘 전망이다.

YTN은 공격적인 사업 확장에 맞춰 북경 현지법인 총경리에 중국 엔터테인먼트업계의 젊은 실력자, 광소속 사장을 새로 임명하는 등 중국 대륙에서의 전열을 가다듬고 있다.

편성 부분 개편

7월 12일부터 편성이 부분 개편됐다. '백지연의 뉴스Q' (월-금)는 종전보다 한 시간 앞당긴 오후 4시부터 한 시간 동안 시청자를 찾아오고, 정애숙 앵커가 진행하는 '뉴스와이드'는 오후 6시부터 한 시간 동안 방송된다. '굿모닝코리아'는 유튜권 기자와 유현주 앵커가 진행을 맡고, 오후 2시 '뉴스의 현장'은 김영수 기자가 진행을 맡아 뉴스를 종합 분석한다. 'YTN인터내셔널'을 통해 해외에 방송돼 온 '재외동

포뉴스'는 오는 22일부터 매주 목요일 분방송을 통해서도 볼 수 있게 된다.

위성DMB 준비 본격화

이르면 올 10월부터 휴대폰을 통해서도 YTN을 시청할 수 있게 될 전망이다. 위성 DMB 사업을 준비하고 있는 TU미디어콤은 비디오 부문 보도종합채널 우선협상대상자로 YTN과 MBN을 선정했다. TU미디어콤은 보도와 음악, 게임 등

3개 비디오 채널에 대한 우선협상대상자를 선정하는 등 12개 비디오 채널과 25개 오디오 채널에 대한 사업자 선정 작업을 7월 말까지 모두 마치고 10월부터 서비스를 본격 개시할 예정이다. YTN은 이에 대비해 방송과 통신 융합시대를 열어갈 새로운 뉴스 콘텐츠 개발과 기술적 준비를 본격화하고 있다.

이와 함께 지상파DMB도 이르면 연내에 서비스가 개시될 전망이어서 법인설립 등 준비작업에 박차를 가하고 있다.

7월호 목차

- 12 | ▶ 제2창사 기획시리즈③ - DMB 산업협회가 보는 YTN 새로운 뉴스 시장의 선점과 확장을 주도해야
- 13 | ▶ 사내기고 - DMB 서비스와 YTN 비전 ▶ 말레이시아 출장기 -

- 'YTN인터내셔널' 팬클럽 확장을 꿈꾸며
- 14 | ▶ 칸 영화제 취재기 - 칸이 난감 것 ▶ YTN · 도로시뮤직 업무제휴
- 15 | ▶故이광욱 선배를 가슴에 묻고 - '긴 인연' 짧은 이별!

- 16 | ▶ 새로운 출발 - YTN미디어, 재도약을 위한 힘찬 준비
- 17 | ▶ 날씨 편지 - 시 한편과 날씨의 찰떡궁합
- 18 | ▶ 프로그램 팀방 - 라이프 @조이 우리 다 같이 라이프 @조이 하자고요~

제2창사 기획시리즈③ - DMB 산업협회장이 보는 YTN

YTN

새로운 뉴스 시장의 선점과 확장을 주도해야



유세준 DMB 산업협회 회장

YTN이 이땅에 태어난 지 10년이 지나고 있다. 10년 전, 필자는 정부에 몸담고 있으면서 케이블TV 도입 정책에 관한 실무 책임자의 한사람이었다. 당시 많은 우려와 난관 속에서 케이블TV 도입을 위해서 동

분서주 하던 기억이 지금도 생생하다. 당시 영화도, 드라마도, 스포츠도 아닌 '뉴스' 하나로 채널을 구성하고, 또 24시간을 뉴스만으로 방송하는 일이 과연 가능할까에 대해 반신반의했던 기억이 떠오른다. 많은 이들의 우려를 여지없이 불식시키며 YTN은 케이블TV의 대표 채널의 하나로, 케이블TV를 이끄는 대표 선수로 자리 잡았다.

정보화시대, 변화의 중심에 선 YTN

강산이 한번 변한다는 10년 동안 YTN은 동시대인들과 함께 호흡하며, 역사의 현장을 누비며, 한국인의 눈과 귀를 붙잡아 왔다. 정해진 시간에만 보는 것이었던 뉴스가 언제나 볼 수 있는 콘텐츠가 되었으며, 특히 중요한 사건의 생중계는 뉴스 채널만이 가지는 새로운 매력으로 우리의 뇌리에 각인 됐다.

최근 10년 동안 세상도 많이 변했다. 아침에 출근하면 조간신문을 보는 것으로 하루를 시작하던 생활 패턴은 컴퓨터에 접속해서 인터넷을 통해 최신 뉴스를 검색하는 것으로 변모했고, 대부분의 CEO들과 기관장들은 하루종일 TV를 켜 두게 되었다. 지금 이 순간에도 그들의 TV는 채널이 YTN에 고정된 채 켜져 있으며, 이는 뉴스가 생활의 일부가 되었음을 의미한다. 조간신문을 본 후, 다음날 신문 기사를 확인할 때까지, 혹은 밤 9시 뉴스가 시작될 때까지 기존의 뉴스는 새로운

것이 아니었다. 하지만 인터넷의 발달과 뉴미디어를 통해 뉴스는 비로소 항상 새로운 것으로 재탄생하게 된 것이다. 이러한 생활 패러다임 변화의 중심에 YTN이 서 있다.

YTN의 뉴스보도는 기존 지상파 뉴스에 길들여져 있는 시청자들의 TV활용에도 많은 변화를 초래했다. 가장 큰 변화는 뉴스를 기다리던 시청자들이 뉴스를 찾아가게 되었다는 점이다. 방송 시간이 정해져 있는 지상파 뉴스는 천재지변이나 뉴스특보 등 특별한 경우를 제외하면 볼 수 있는 시간이 정해져 있다. 하지만 YTN은 채널이 YTN으로 돌려지는 순간부터 뉴스를 제공한다.

YTN이 이땅에 태어난 지 10년이 지나고 있다. 10년 전, 필자는 정부에 몸담고 있으면서 케이블TV 도입 정책에 관한 실무 책임자의 한사람이었다. 당시 많은 우려와 난관 속에서 케이블TV 도입을 위해서 동

분서주 하던 기억이 지금도 생생하다. 당시 영화도, 드라마도, 스포츠도 아닌 '뉴스' 하나로 채널을 구성하고, 또 24시간을 뉴스만으로 방송하는 일이 과연 가능할까에 대해 반신반의했던 기억이 떠오른다. 많은 이들의 우려를 여지없이 불식시키며 YTN은 케이블TV의 대표 채널의 하나로, 케이블TV를 이끄는 대표 선수로 자리 잡았다.

이처럼 YTN 뉴스는 10년 동안 시청자들이 뉴스를 보는 패턴을 변화시켰다. 여기서 간과해서는 안 될 부분이 YTN 뉴스의 퀄리티다. YTN 기자들의 발로 뛰는 헌신적인 노력과 회사의 적극적인 지원은 YTN 뉴스를 수준 있는 방송 콘텐츠로 만들었다. 10년 동안 YTN이 만들어 낸 수많은 특종보도들은 시청자들이 뉴스 채널이 하나뿐이라서 YTN을 보는 것이 아니라 YTN 뉴스이기 때문에 YTN을 보도록 했다. 결국 오늘날 YTN의 위상은 YTN이기 때문에 가능했던 것이며, YTN 스스로가 쌓아온 노력의 결과물이라는 점에서 그 의미가 크다고 하겠다. 이처럼 우리나라 미디어 발전에 큰 영향을 끼친 YTN 임직원들의 그간의 노고를 높이 치하하고 싶다.

DMB 등 뉴미디어분야 적극 진출해야

이번 기회에 필자는 뉴미디어 관련 업계에 관심을 두고 있는 한사람으로서 몇 가지 충언을 해보고자 한다. 우선 YTN은 뉴미디어 분야에 적극적으로 진출해야 한다. 현재 YTN에서 의욕적으로 추진하고 있는 DMB사업은 그런 점에서 YTN의 미래를 더욱 밝게 하

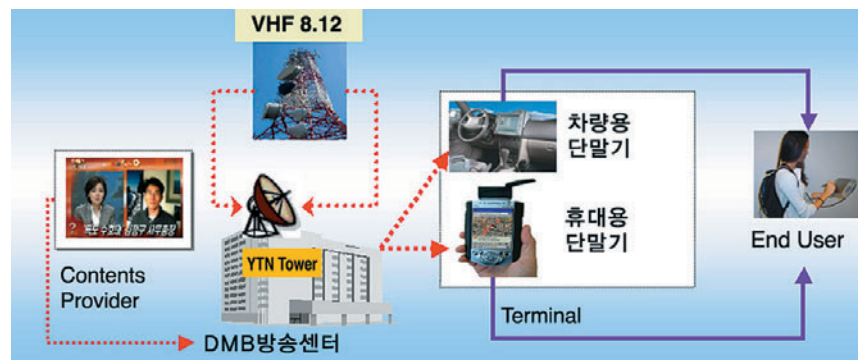
르기는 하겠지만, YTN은 기동력을 발휘해 DMB의 선도자로서 새로운 뉴스 시장의 선점과 확장을 주도해 나가야 할 것이다.

이와는 별도로 이미 구체적인 모습을 보이고 있는 쌍방향TV(Interactive TV)에 대한 관심과 투자도 소홀히 해서는 안 된다. 기존 뉴미디어인 위성방송에서는 초보적인 단계이지만 쌍방향 TV가 상용화 되어 있고, 케이블TV도 디지털화에 발맞추어 시청자들에게 쌍방향TV 서비스를 제공하기 위한 준비를 착착 진행하고 있다. 플랫폼 사업자가 준비하는 상황에 따라 시장에 진입하겠다는 안일한 자세는 자칫 새로운 패러다임에서 낙오하는 결과를 초래할 수 있다. News on demand와 같은 콘텐츠를 개발하고 시스템연동에 각별히 힘써야 할 것으로 본다.

또 YTN은 국제화에도 더욱 힘써야 한다. 최근 YTN은 YTN인터내셔널 채널을 출범시키면서 국제화에 힘쓰고 있는 모습을 보이고 있다. 뉴스는 콘텐츠의 속성상 국내의 사건 사고만으로는 한계가 분명하다. 따라서 지상파나 신문과는 차별되는 과감한 투자와 현직인 기자 채용을 통해서 살아있는 국제 뉴스를 제공하도록 노력함과 동시에, 이를 바탕으로 주요 국가의 안방에서 YTN 뉴스를 볼 수 있도록 해외 방송시장 공략의 준비가 되었으면 하는 바람이다. 이미 YTN은 이라크전쟁 발발을 세계최초로 방송보도 한 기록이 있지 않나. 필자는 한국의 YTN이 세계의 YTN으로 거듭나기를 간절히 소망해 본다.

뉴스에 기초한 종합미디어그룹 지향해야

마지막으로 핵심 역량의 집중화 문제이다. YTN이 종합미디어그룹을 지향하는 과정에 있어서 최근 보여주고 있는 일부 행보는 핵심 전력을 흐트러뜨리는 것이 아닌가 하는 우려의 생각을 갖게 한다. 물론 YTN 나름대로 충분히 고민하고 판단한 사안이라 여겨지기는 하지만 뉴스를 최고의 콘텐츠로 가지고 있는 기업이 뉴스 이외의 분야에 진출하는 것 같은 선택은 YTN 핵심역량의 집중력을 저하시킬 소지가 없지 않다고 본다. YTN은 뉴스로 생겨서 뉴스로 IMF라는 호환을 이기고 오늘날 우뚝 선 기업이다. 뉴스를 가장 잘 만들고, 가장 잘 활용하는 능력을 가진 기업이기도 하다. 따라서 YTN이 추



지상파 DMB 구성도

구해야 할 종합미디어그룹의 향로는 뉴스에 바탕을 두고, 그와 연관성을 맺으면서 역량을 확대해 나가는 방향이라고 생각한다. 향후 YTN의 발전 전략을 짜는데 있어서 가장 중요한 점은 가장 잘 할 수 있는 부분과 취약점을 동시에 충분히 검토한 바탕위에서 진로를 결정해야 한다는 점이다.

모쪼록 YTN이 뉴스라는 아이টে임을 이용하여 성공하는 종합미디어그룹으로 우리나라는 물론 세계 방송계를 이끌게 될 10년 후 어느날, 필자에게 다시 한번 '외부에서 바라 본 YTN'에 기고하는 영광이 돌아오기를 간절히 바라면서 글을 맺는다.

사내기고

DMB 서비스와 YTN 비전



김현우 (전략기획국)

유비쿼터스 (Ubiquitous Network) 환경의 도래

최근 정보통신산업과 관련해 '유비쿼터스'라는 단어가 자주 나오고 있다. 유비쿼터스는 라틴어로 물이나 공기와 같이 시·공간을 초월해 '언제 어디에나 존재한다'는 뜻으로 사용자가 네트워크나 컴퓨터를 의식하지 않고 장소에 관계없이 접속할 수 있는 네트워킹 환경을 의미한다. 얇은 종이에도 끼어 넣을 수 있는 유비쿼터스칩(μ-chip)을 자동차, 냉장고, 가구 등 일반 물리적 사물에 넣어 커뮤니케이션을 가능케 해주는 새로운 정보기술 패러다임을 뜻한다. 기존 커뮤니케이션 환경에서는 사람과 사람 사이에 물리적 단말(what things)을 통한 정보의 교류가 이루어졌다면, 유비쿼터스 환경의 최종단계는 사람과 사람 사이에 단말기 없이 사람의 뇌속에 침을 삽입한 형태가 될 것이다. 이러한 유비쿼터스 환경의 첫 단계가 바로 DMB 서비스다. 기존에 수용자가 방송서비스에 접근하기 위해서는 콘텐츠 제공 단말기인 TV로 이동해야 하지만, DMB 환경에서는 개인용 단말기를 통해 콘텐츠가 수용자에게로 이동되는 개인미디어(personal media) 시대가 가능해진다.

유비쿼터스 환경과 DMB 서비스

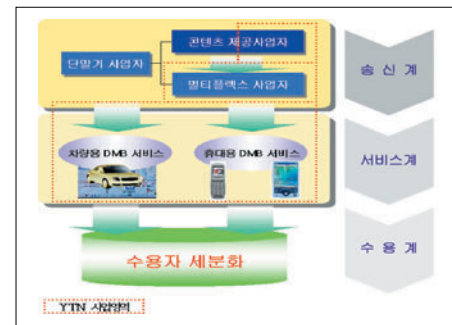
유비쿼터스 네트워크 기반 DMB 서비스의 동인(動因)으로 디지털화(digitalization)와 광대역화(broadbands network)를 지적할 수 있다. 디지털화와 광대역화로 인하여 방송과 통신의 전체적인 환경이 진화하고 있으며, 고정 단말 중심의 공간적 한계와 송신계 중심의 시간적 한계를 넘어서 지속적 접근(constant access)이 가능해지는 환경으로 변화하며, 이러한 시·공간의 초월을 통한 커뮤니케이션 목표와 수단의 편재성으로 인해 유비쿼터스 네트워크 환경의 도래를 지적할 수 있는 것이다.

네트워크 진화는 새로운 콘텐츠, 단말, 서비스 시장 형성을 의미하고, 더불어 콘텐츠, 서비스에 대한 새로운 규제이슈와 새로운 정책이 요구된다. 또한 단말, 네트워크, 플랫폼 등 게이트웨이 기술에 대한 융합 및 표준화에 대한 문제도 논의의 핵심으로 자리 잡게 된다.

DMB 시대 YTN의 비전

DMB서비스 관련 방송법시행령개정안이 마련되었고 관련 사업자의 시장진입이 초기기에 들어갔다. 가장 현실적으로 지상파 DMB사업권 획득이 최대의 목표가 되겠지만 장기적으로 시장진입, 시장성숙과 같은 일련의 과정들에 대한 철저한 준비도 동시에 이루어져야 한다. DMB 서비스는 이동성(mobility)과 개인성(personality), 그리고 멀티미디어화(multimedia)를 특징으로 하기 때문에 양질의 콘텐츠 제공과 수용자에 대한 지속적 서비스 제공이 성공의 핵심요소라고 할 수

있다. 이러한 측면에서 볼 때, 기존 YTN의 브랜드 이미지와 양질의 뉴스 콘텐츠 제작 능력은 DMB 시장에서 핵심응용요소(killer application)로써 손색이 없을 것이다. 또한 위치기반서비스(LBS; Location Based Service)나 텔레메틱스와 같은 정보서비스를 접목시킨다면, 수용자가 원하고(want) 수용자에게 필요한(need), 그야말로 공익성과 산업성을 동시에 이루는 서비스로 자리잡게 될 것이다. 그러나 동시에 뉴스 콘텐츠의 세분화 및 멀티플렉스사업자로서의 서비스 기획, 그리고 기술적 R&D와 같은 내부적인 인프라의 구축도 과제로 남게된다. 이러한 일련의 기회와 더불어 과제를 해결한다면 YTN의 DMB사업은 신규서비스시장에서 뿐만 아니라, 기존 방송시장에서도 No.1의 위치를 점할 수 있는 좋은 기회가 될 것이다.



DMB 서비스 가치사슬(value-chain)과 YTN 서비스 영역

말레이시아 출장기

'YTN인터내셔널' 팬클럽 확장을 꿈꾸며



조승희 (해외방송팀), 왼쪽이 필자

두 번의 아반도주로 말레이시아 완전정복? 불과 일주일로 그럴 수는 없고, 다만 현지 교민사회에 따르면 외교관 아닌 민간인으로서 처음으로 국왕과 왕비, 현지 총리와 악수를 한 사람으로 기록되기는 했다.

그 외엔 이번 출장길! 역시 만만찮은 여정이었다. 하지만 해외방송을 시작한 이래 처음으로 교민사회의 방송수신 현실을 둘러보고 왔으니 의미는 있는 출장길이었다. 앞서의 아반도주(?)는 협찬을 받다보니 국적이인 말레이시아 항공을 이용할 수밖에 없어 오후가며 밤 11시와 새벽 1시 비행기를 탈 수밖에 없어 실질적으로 여정 중 이들은 비행기에서 보낸 꼴이 되었기에 그렇다.

이번 출장은 사실 말레이시아란 나라가 얼마나 관광산업에 신경을 쓰고 있는지를 보여주겠다는 의도에서

기획됐다. 말레이시아는 매년 1,200만 명 이상의 관광객이 찾고 있는 관광대국이다. 이번 출장의 주 취재 대상이었던 다민족 축제인 '컬러 오브 말레이시아'라는 축제만 보더라도 개막식 준비에만 약 30억 원이 쏟아부어졌더니 과연 고개가 끄덕여 졌다. 자국 귀빈들은 물론이고 내외신 취재진에 각국 여행사 대표단까지 대거 초청됐으니 그 정도의 비용은 족히 들었을 만하다.

축제를 주제로 리포트 한 꼭지하는 것 외에 해외방송에 쓸 요량으로 한인사회를 취재했는데 정작 이게 쉽지가 않았다. 짜인 일정에서 가까스로 빠져나와 한인 거주지역인 '암팡' 지역에 갈 때는 취재 지원이 아예 안 돼 현지에서 주거하는 서규원 인터내셔널 통신원의 소개로 겨우 차량 렌트와 통역을 구해 그나마 취재를 마무리할 수 있었다. 회사에서 예비비를 가져가지 않았으면 당황했을 뻔했다. 촬영은 영상취재부 최우호 기자가 했는데 6미터였으니 다행이지 ENG였다면 아마 그림도 쉽지 않았을 것이다. 주 말레이시아 대사관측에 따르면 말레이시아가 아직은 언론 통제가 심한 나라라고 했는데 과연 조기 유학 관련 취재자 모 국제학교에 갔을 때 학교 외경을 잡는데도 제지를 당해 결국 다른 국제학교 울타리에서 가셔야 겨우 스탠드업을 잡았던 좋지 않은 추억이 있다.

교민들은 YTN 뉴스를 수신하기를 고대하고는 있는데 교민수가 겨우 3-4천 명에 불과하다 보니 한인회도 그렇고 방송을 운영할 만한 사업자가 선뜻 나서지

않아 YTN 수신은 다소 시간이 걸릴 것으로 보인다. 얼마 전엔 아리랑TV마저도 방송 현지 '메가TV'란 회사가 망하는 바람에 방송을 중단하고 있는 처지였다. 신문은 경우 모 한인신문이 한국의 '일요신문'과 제휴해 현지에서 신문을 동시 제작·발행을 하고 있었다.

이런 다소 험겨웠던 출장 중 역시 나름대로 재미있었던 기억도 있으니 보르네오 섬에 있는 코타 키나발루(Kota Kinabaru)라는 해변 휴양지를 방문한 일이었다. 세계 어디를 가나 화교들이 상권을 주름잡고 있던 이곳도 중국인들이 도시의 토대를 닦았다는데 도시 명부터 예사롭지 않게도 Kota는 도시, Kinabaru는 차이나(중국)의 '바루' 즉 '과부'란 뜻이라고 가이드는 설명했다. 여기서 바다 밭 걷기 체험인 시워크(Sea Walk)에 참여했는데 약 10미터 해저에 잠수해 본 수백마리의 형형색색 물고기들의 화려한 몸짓이 지금도 눈앞에 어른거릴 정도다. 또 종교의 자유가 법적으로 보장된 나라라지만 역시 이슬람교가 제1종교여선지 때가 되면 기도를 하라는 목적에서 호텔 객실내 거울이나 혹은 서랍을 열어보면 메카를 향해 화살표가 되어 있던 것도 기억에 남는다. 끝으로 말레이시아에선 식당 등에 가는 남성은 반드시 긴바지나 바티(Batik)이라는 다리를 가리는 천을 반드시 걸쳐야 하는데 개방이 되고는 있다지만 아직도 지켜야만 하는 이슬람식 룰이 남아있는 사회라는 것도 이번에 새삼 느꼈다.

칸 영화제 취재기

칸이 남긴 것



이경아 (문화과학부)

1. 문화는 국가 이미지다.

“자랑스럽게 수상자를 발표합니다. 칸 영화제 심사위원 대상은 한국영화 ‘올드 보이!’”

올해 칸 영화제 심사위원장 타란티노의 흥분된 목소리가 울려 퍼지자 시상식을 지켜보던 세계 각국

의 기자들은 작은 탄성을 내뿜었다. 그동안 세계 영화계의 변방에 불과했던 한국영화가 당당히 축제의 중앙에서 빛나는 순간이었다. 감격에 겨워 한 영화인은 말했다. 그동안 한국이 영화를 만드는 줄도 모르던 곳대 높은 서양 문화계 인사들에게 우리의 문화적 자존심을 보여주게 돼 너무나 기쁘다고, 이 뿐 아니다. 베를린 영화제에서는 김기덕 감독이 감독상을 거머쥐었고, 에니메이션의 칸이라 불리는 안시 페스티벌에서 ‘오세암’이 대상을 받았다. 세계의 문화 경연장에서 올 한 해만큼 한국이 주목받은 때가 있었는가? 2년 전 월드컵에서 한국 축구가 세계를 놀라게 한 것처럼 올해는 한국 문화가 세계를 놀라게 한 한 해로 남을 것이다. 더불어 세계인들은 기억할 것이다. 그들을 감동시킨 한국문화의 힘을, 분단으로 대표되던 한국의 국가 이미지는 수억 원을 들인 해외광고보다 젊은 문화인들이 거둔 눈부신 성과를 통해 더 많이 그리고 더 빨리 변화하고 있었다.

2. 문화는 돈이다.

올해 칸 필름마켓에서 한국영화가 거둔 수출성과는 2

천만 달러에 이르는 것으로 추산된다. 비교적 한산했던 분위기 속에 유독 한국영화가 장사를 잘 할 수 있었던 것은 최근 몇 년간 국제 영화제에서 거둔 성과에 힘입은 바 크다. 국제 영화제 수상은 그 나라 영화에 대한 관심으로 이어지고 새로운 작가와 작품을 발굴하는 연쇄작용을 일으키기 때문이다. 그 덕분에 잘 만든 우리 상업 영화들이 국내 흥행에 머물지 않고 세계 관객들과도 교감을 나누는 행복한 경험을 하고 있다. 90년대만 해도 한국영화 수출은 집계를 할 필요가 없을 정도로 미미했지만 지난해 수출액은 3천만 달러를 넘어섰다. 불과 10여년 만에 삼천백해라는 말이 실감날 정도로 우리 문화상품의 가치가 급상승하고 있는 것이다. 우수한 콘텐츠를 바탕으로 한국이라는 나라와 문화를 세계에 알리고 경제적 과실도 챙기는 선순환 구조가 자리를 잡아가고 있다. 미래학자 피터 드러커는 “21세기는 문화산업이 지배하는 시대가 될 것”이라고 말했다. 굴뚝 없는 공장으로 부가가치가 무궁무진한 문화산업의 가능성을 일찌감치 눈여겨봤기 때문이다. 천만 관객 시대를 연 두 영화 ‘실미도’와 ‘태극기 휘날리며’의 경제효과는 1초만에 육박한다고 한 경제연구소는 분석했다. 이제 막 산업의 틀을 갖추기 시작했지만 한국 문화산업은 앞으로 우리 국민이 먹고 사는데 기여할 잠재력을 충분히 갖추고 있다. 이런 성공이 단발성에 그치지 않으려면 국가의 미래를 이끌 산업으로 육성하겠다는 정부의 정책적 지원과 함께 민간의 체계적인 투자가 뒤따라야 한다.

3. 문화는 뉴스다.

여기에 하나가 더 보태져야 한다. 문화에 대한 인식이 달라져야 한다. 감히 정의하자면 문화는 마음의 비타민과 같다. 비타민이 결핍되면 죽음에 이를 수 있다. 문화 역시 당장은 그 중요성을 느끼지 못하지만 멀리

할수록 마음은 척박해지고 인생의 살맛을 잃게 된다. 우리의 생활과 삶을 풍요롭게 하는 문화의 효용을 보다 많은 사람들이 누릴 때 사회의 병리현상도 줄게 될 것이라 생각한다. 그래서 우리가 전하는 뉴스 안에서 문화의 영역은 더욱 확대돼야 한다. 하지만 현실은 다르다.

대한민국의 어느 방송이고 정치-경제-사회 중심의 뉴스 틀을 깨지 못하고 있다. 가장 혁신적인 뉴스를 추구한다는 우리 방송에서조차도, 기사의 중요도나 절대량을 무시할 수는 없겠지만 문화라는 영역을 단지 구색 맞추기 용으로 전락시켜서는 안 된다. 시청자들의 삶의 질을 높일 정보를 전달하는, 나름의 역할과 가치를 지닌 ‘중요한 뉴스’로 대접해야 한다. 무슨무슨 영화제에서 큰 상을 받아야만 뉴스가 되고 그 외의 뉴스들이 소외된다면 문화뉴스는 그 존재 목적을 상실하는 것이다. 혹시 우리는 대중들이 원하는 뉴스보다 기자들에게 중요한 뉴스를 앞세우는 실수를 범하고 있지는 않은가?

4. 글을 맺으며...

열흘간의 칸 영화제 취재는 많은 것을 남겼다. 열흘간 밤낮을 바피 살아야 했던 대가로 빠진 살과 푸른색 프레스 카드, 그리고 세계 각국의 기자들과 섞여 시상식을 지켜보다 ‘올드 보이’를 호명하는 심사위원의 입이 떨어지기 무섭게 미친 사람처럼 환호성을 지른 뒤 전화 연결을 위해 공중전화로 달려갔던 (새벽 3시뉴스였다...-.-), 심장이 터질 것 같았던 그 순간의 환희는 평생 잊지 못할 추억으로 남을 것 같다. 아...그리고 밀려드는 인파에 깔릴 뻔한 위험을 무릅쓰고 본 할리우드 스타 톰 행크스의 뒤통수도 기억에 남을 것이다. 반가웠어요! 톰~!

YTN · 도로시뮤직 업무제휴

아시아 대중문화 통합 이룰 첫 걸음



오종호 (중국사업팀)

6월 8일 본사 회의실에서 있었던 “YTN-신승훈·도로시뮤직 업무제휴 조인식” 이후, 지상파와 케이블TV의 연예정보 프로그램과 스포츠연예신문 등 각종 언론은 ‘발라드 황제’ 신승훈이 YTN과 손잡고 중국진출을 본격화할 것이라는 소

식을 표완수 사장과 신승훈씨가 악수하는 사진과 함께 전했다.

중국사업팀이 신승훈씨와 업무제휴를 위해 노력한 것은 지난해 여름부터다. 대부분 댄스가수 만으로 한류열풍이 중국대륙을 한바탕 휘감고 지나간 그즈음, 우리는 노래 잘하고, 음악 잘 만드는 가수를 통해 한국 음악과 가요의 저력을 중국인에게 확인시켜주고 싶었고, 꾸준한 대 중국 엔터테인먼트 사업을 할 수 있는 업무파트너를 원했었다.

물론 여러 훌륭한 가수들을 떠올렸고 의사를 타진했지만 신승훈씨와는 서로가 얼굴과 이름도 모른 채 몸과 마음이 먼저 원하는 그런 관계처럼, ‘중국진출’이라는 막연한 목표만으로 처음 보고서도 서로 눈이 맞아버렸다. 본인과 신승훈씨의 매니저 배성우 도로시뮤직 사장은 배사장이 박미경씨 매니저를 하던 90년대 중반부터 인기가수의 매니저와 신참PD로서 협조를 주고받던 사이라 소위 ‘한민은 트고 지내는 사이’였지만, 구체적인 업무를 논하기에는 껄끄러움이 없지 않았다. 그렇지만 ‘중국’이라는 단어를 공집합으로 서로의 의견은 일치되는 부분이 더 많았다. 신승훈씨 쪽에서는 중국진출을 원했으나 믿음직한 파트너가 필요했고 또 본인의 가수활동 뿐 아니라 프로듀서로서의 활동도 모색하고 있던 상황이었으며, 이에 우리는 단지 한 가수의 중국 내 활동에 대한 매니지먼트만이 아닌 음악 프로듀서로서 중국에서 활동해 줄 수 있는 프로듀서까지 필요한 상황이었다.

이렇게 해서 서로의 공감대를 넓힌 양쪽은 각자 업무와 활동에 바빠 그로부터 큰 10개월이 지나서야 업무조인식을 가질 수 있었지만 그만큼 서로를 이해하고 맞출 수 있는 ‘연애기간’을 충분히 가질 수 있었다고

생각된다.

YTN과 가화그룹의 합작회사인 범야연합문화자순유한공사는 마침 이사회와 경영진을 재정비, 사업영역을 구체화하고 확대하는 작업을 착착 진행 중에 있다.

일각에서는 ‘신승훈이 중국에 먹힐까? 신인이 있어야 하는 거 아니냐?’ 하는 진심에서의 우려도 있으나, 그때마다 본인의 대답은 한결 같다. ‘가수 신승훈 만이 아닌 프로듀서 신승훈과의 다각적인 업무계약이며, 이후 연예계에서 활용할 수 있는 신승훈 인프라의 가치는 더 크다’ 라고.

물론 신승훈씨만으로 우리가 중국에 함께 진출하려는 연예인이 그치는 것은 아니다. 알만한 여러 연예인에 대한 업무제휴를 준비하고 있다. 또 신승훈씨 역시 많은 동료연예인에게 YTN과 가화그룹에 대해 설명과 동참을 권유하고 있으며 신인발굴에도 애쓰고 있다.

우리와 신승훈씨가 배짱이 맞은 가장 중요한 지점은 ‘눈앞에 스톱 지나고 마는 한바탕 바람이 아니라 실력과 노력으로 긴 안목에서 꾸준한 투자를 해 중국을 넘어 아시아 대중문화를 통합하는 큰 물줄기를 이루자’는 것이다.

故 이광옥 선배를 가슴에 묻고

‘긴 인연! 짧은 이별!’



“우리 힘을 모아 대전팀을 전국 최고로 만들어 보자!”
10년 전, 이 선배와의 이 약속이 엇그제 같은 데 이젠 혼자 남았습니다.

2004년 6월 27일 일요일 밤, 그 밤은 저에게 악몽 그 자체였습니다. 늘 취재의 대상으로 대수롭지 않게 생각했던 일들이 내 주변에서 얼마든지 일어날 수 있다는 사실과 하루하루, 순간순간의 삶이 얼마나 소중한가를 알게 해 준 참담한 사건이었습니다.

“푸른 바다를 가르며 내는 모터보트의 물결이 무더위를 씻어줍니다. 백사장을 거니는 짧은 남녀들, 모래찢질을 하는 아이들, 개장 첫날부터 대천해수욕장은 시원한 바다와 아름다운 해변이 피서객들을 유혹합니다.”
대천해수욕장 개장을 맞아 일요일 새벽부터 바닷가

로 달려가 여름의 싱그러움을 전해주던 이 리포트가 이 선배의 마지막이 될 줄 누가 알았겠습니까?

사건사고 현장을 누비고, 20년 이상의 세월을 뛰어넘은 다른 언론사 후배 기자들과 쓰주잔을 기울이며 취재 현장을 사랑했던 이 선배…….

얼마 전 경찰청 출입기자 점심 회식 때의 일이라며 제게 털어놓았던 말입니다. 까마득한 후배들인 다른 언론사 경찰캐들은 앉아서 회식을 하는 데 혼자 일어나 “내가 너희들의 발톱”이라고 농담을 건네며 사건현장으로 달려나갔던 일을 생각하면 가슴이 미어집니다.

지금 이 순간 이 선배가 내 곁에 없다는 현실이 믿겨지지 않습니다. 이 선배가 유명을 달리던 그 전날 밤에도 어깨 통증을 호소했지만 새벽부터 취재현장으로 달려간 것은 이 선배의 성실함과 책임감 때문이라는 사실을 우리 모두는 알고 있습니다.

이 선배와의 인연은 길고 길었습니다.

10년전 YTN 출범 이전까지 우리는 서로 다른 배를 타고 세상을 떠돌았습니다. 연합뉴스와 KBS를 서로 뒤로 하고 YTN을 선택한 우리는 대전에서 후회 없이 지난 10년을 열심히 뛰었습니다.

YTN 동료 이전에 우리는 고등학교는 물론 대학교 같은 과, 대학 신문사 2년차 선·후배로서 함께 생활했던 형제였고 말이 필요 없는 파트너였습니다.

차라리 떠난다는 말 한마디라도 하고 우리 곁을 떠났

으면 이처럼 참담하지는 않았을 것입니다. 못 다한 말도 많고 해야 할 일도 너무 많은 데 하소연할 데가 없어 답답한 가슴만 움켜잡습니다.

그동안 현실이 어렵고 YTN의 미래가 불투명할 때도 이 선배가 있어 버틸 수 있었습니다. 저에게 방송의 길을 안내하고, 성실하고 우직하며 끈은 모습은 모든 후배 기자들의 귀감이었습니다.

이 선배와의 약속은 지켜졌습니다.

대전지국을 다른 지국에 뒤지지 않는 곳으로 만들고, 제가 제1회 YTN대상을 수상하는 영예를 안기도 했습니다. 제가 사보를 두 번째 쓰는 이유도 여기 있습니다. 처음은 YTN대상을 수상한 영광의辨이었고, 이번은 써서는 안 될 뒷두리이기에 저의 감정은 전국과 지국을 오가고 있습니다.

항상 기뻐 웃어 있어 포근했었는데…….

한 여름이지만 저의 등줄기는 지금 싸늘한 냉풍이 행하니 붙어옵니다.

한 줌의 재로 변해 버린 故 이광옥 선배를 구봉산 영락원에 묻었지만 이 선배와의 길고 긴 인연은 짧은 이별과는 달리 이승에서 계속 이어질 것이라 믿습니다.

이 선배와의 약속은 계속될 것이고 앞으로도 지켜질 것입니다. 대전팀은 오늘도 내일도, 그리고 모레도 글피도 최선을 다해 열심히 뛰겠습니다.

이정우 부장(대전지국)

YTN단신

삼가고인의 명복을 빕니다 - 고 이광옥 대전지국장 영결식



고 이광옥 대전지국장 영결식이 유가족과 표암수 사장, 삼대평 충남지사 등 200여명이 참석한 가운데 대전 을지대학병원에서 6월 29일 사우장으로 치러졌다.

여론의 현장



황순욱 기자가 6월 23일 서울역에서 김선일씨의 살해 소식을 접한 시민들의 반응과 분위기를 전하고 있다.

제 7회 전국 대학생 영상공모전

‘제 7회 전국 대학생 영상공모전’이 기업하기 좋은



일까지 작품을 접수해야 한다.

시상식은 9월 16일 경기도청에서 실시할 예정이다. 대학생들의 창조적인 방송영상문화 창달을 위해 실시하는 이번 행사는 YTN과 경기도가 공동 주최, 한국방송영상산업진흥원이 후원한다.

경기도, 좋은 학교 만들기, 통일의 전진기지, 잊혀져 가는 독서문화, 우리말 살리기 등 5개 주제로 열린다. 참가 희망자는 7월 23일까지 참가 신청, 8월 25

모든 일정은 웰빙 투어로 몽골 전통가옥 ‘게르’ 제작, 말타기, 활쏘기, 몽골씨름 등 전통문화 체험과 낙타 유목민 마을에서 현지인과의 생활 등 흥미진진한 경험을 제공한다. 6월 24일부터 8월 31일까지 매주 3회 출발하며 4박6일의 일정으로 진행된다.

YTN 캐나다 / 뉴질랜드 영어캠프

영어캠프는 엄선된 현지 가정에서 홈스테이를 실시하고 한국인 가이드가 학생 개개인의 불편사항을 현장에서 바로 해결해준다. 또 캠프가 진행되는 동안 현지 소식을 담은 동영상과 사진을 매일 캠프 홈페이지에 올리고 캠프기간의 활동모습을 CD로 제작한다.

이번 영어캠프는 초등학생부터 중학생까지 대상으로 실시하고 7월 26일부터 8월 22일까지 진행된다.

북한이탈주민 서울타워 나들이



6월 3일 북한이탈주민들이 서울타워 전망대에서 서울 시내 전경을 보며 나들이를 즐기고 있다.

이날 행사는 북한이탈주민의 한국생활 정착과 사회 적응교육의 일환으로 실시된 ‘서울나들이 문화체험 프로그램’ 중 하나다.

‘몽골,역사문화체험 - 칭기스칸의 발자취를 찾아서



13세기 세계를 하나로 묶고 세계사의 물줄기를 돌렸던 인물 칭기스칸! 그가 태어난 땅 몽골의 정신과 혼을 온몸으로 느낄 수 있는 다양한 기회를 제공한다.

새로운 출발 - YTN미디어

YTN미디어, 재도약을 위한 힘찬 준비



배석규 (YTN미디어 전무)

YTN이 월드 와이드 넷을 인수해 MPP로서 첫발을 내딛으면서 뉴미디어 시대를 이끌 종합 멀티미디어 그룹을 이루기 위한 과업이 시작됐다.

회사 이름을 'YTN 미디어'로 바꾸고 경영 인수도 순조롭게 마 치 면 서 자 회사 YTN미디어는 발전을

위한 재정비작업에 들어갔다. 지금까지 그동안의 채널 사업과 수익구조를 분석한 결과 적지 않은 정비가 필요 하지만 전체적으로는 YTN의 위상을 높이고 수익 구조를 개선하는데 효자 노릇을 할 것이라는 판단이다. 그러기 위해서는 시급하게 추진해야 할 몇 가지 과제들을 눈앞에 두고 있다.

우선 마케팅을 체계적으로 강화하고 채널의 정체성을 보완해야 하며 향후 사업 확장에 대비해 투자를 유치하는 것 등이다. 이에 따라 YTN미디어는 6월부터 본격적으로 사업계획서를 준비해 3-4개 투자대상기업에 개별설명회를 열었으며 적극적인 투자의향을 이끌어내기에 이르렀다. 또 기존 채널 보강과 개선을 위한 준비 작업도 착실히 진행해나가고 있다.

투자유치

MPP 중심체제로 재편되면서 치열한 경쟁을 벌이고 있는 케이블TV업계에서 강력한 앵커채널을 육성해야 하고 이를 지켜나가기 위해서는 상당한 자금력을 바탕으로 건전한 재무구조를 유지해야만 한다. YTN미디어는 향후 이어질 DMB콘텐츠 생산기반 마련과 채널사업 확장, 그리고 채무조정을 위해 약 100억 원 이상의 투자유치가 필요하다고 판단하고 본사의 지원 아래 투자유치 조건을 마련하고 있다. 이미 투자의향을 가지고 있는 기업과는 투자액수에 따른 지분율과 투자일정을 협의하고 있으며 YTN의 기업지배력이 확고히 유지되도록 구조를 조율하고 있어서 조만간 가시적인 성과가 나올 것으로 기대된다.

채널 강화 작업 추진

기존의 무비플러스채널은 채널로서 경쟁력을 상실했다는 판단에 따라 획기적인 리뉴얼링을 하기로 했다. 위성방송에 송출되는 무비플러스채널은 나름대로 경쟁력을 유지하고 있기 때문에 위성방송전문채널로 육성해나가되 케이블TV에서는 신규로 경쟁력 있는 채널을 런칭하는 것이 필요하다는 판단이다. 이에 YTN의 정체

성과 이념이 반영되고 향후 경쟁력을 발휘할 수 있는 토론채널과 수익 기반을 확충할 수 있는 엔터테인먼트 채널 등을 대상으로 신규채널 런칭을 검토하고 있으며 본사와의 협의를 거쳐 확정할 계획이다.

2005년도에 CJ미디어와 중앙방송 등이 3-4개의 신규채널을 준비하고 있고 SO들도 채널조정을 예고하고 있어 채널진입과 유지에 치열한 경쟁이 예상되지만 YTN미디어가 적절한 규모의 경영을 유지하면서 발전해나가기 위해서는 강력한 콘텐츠를 가진 채널의 신규 진출이 꼭 필요한 상황이다. 이와 함께 장기적으로 코미디채널의 자체제작 확대와 경쟁력제고를 위한 대책도 마련하고 있다.

DMB 콘텐츠 준비

YTN미디어는 향후 본사가 추진하는 지상파DMB 플랫폼에 공급할 영상 콘텐츠와 데이터방송 콘텐츠 등을 준비하고 있다. YTN 미디어는 다른 PP들과는 달리 비교적 양질의 제작진을 보유하고 있어 콘텐츠 생산에 유리한 입지를 확보하고 있는 상황이다. 우선 위성DMB에 공급할 오락프로그램을 기획하고 시범 제작하는 작업을 추진하고 있으며 이를 기반으로 지상파 DMB에서 뉴스와 함께 시청률을 높일 수 있는 새로운 프로그램을 구상하고 있다. 그 밖에 광고 영업과 SO 마케팅 강화를 위한 별도의 계획도 추진하고 있다.

YTN미디어그룹으로의 발전을 위한 전략

자회사의 발전은 기업가치의 증대라는 면에서 YTN의 장래가치를 높이는 일이 될 것이다. 또



한 방송 산업적 측면에서 규모를 확대하고 영향력을 전방위로 확대해나가는 것은 생존전략뿐 아니라 발전 전략으로서도 매우 중요하다. 앞으로 5년 내에 MPP는 콘텐츠 어그리게이터로서 능력을 배양한 후 콘텐츠 크리에이터로 위상을 정립해야만 한다. 즉 콘텐츠를 모으고 조합하고 방송해서 이익을 내는 구조에서 창조적인 프로그램을 만들어내고 이를 축적해가는 과정을 겪게 될 것이다.

이러한 발전과정에 잘 적응하고 선두로 나서지 않는다면 PP의 존재는 소리없이 사라지고 말 수도 있다. 자회사로서 YTN미디어는 갈수록 치열해지는 경쟁에서 양질의 콘텐츠를 생산하고 분배에 참여하면서 시장점유를 높여가는 일련의 과정을 수행하기 위해 지금 기초체력을 다지면서 전략적 방향을 설정하고 YTN을 필두로 규모를 키우고자 한다.

오는 2005년부터 YTN미디어는 흑자구조위에 튼튼한 자본력을 갖추고 본사와 함께 미래를 준비하는 본격 MPP의 길을 달려 나갈 것이다.



게시판

■ 포상

▶ 특종상 금상

김호준(정치부), 유두권(국제부) 김선일씨 이라크 무장단체 피랍 보도

▶ 특종상 은상

조승호 차장대우(정치부), 황선욱 차장대우(경제부) 북한 룡천역 대참사 사상자 보도
황선욱(사회1부) 국민은행 전산시스템 이상으로 카드대금 중복인출 보도

▶ 특종상 동상

이대건(사회1부) 한국소방안전협회장의 인사와 경영비리 보도

▶ 우수프로그램상

헬릭스특집팀 『진급보고, 선진혈액관리 3부작』

▶ 공로상

김미연(국제부) 김선일씨 이라크 무장단체 피랍 신속제보

▶ 창의상

조민철(해외방송팀) 인터넷이용 화면수신방법 개선 7.2

■ 입사

김갑재(총무부) 5.13 / 김세명(기술관리부), 임세혁, 이승환, 박형건(제작기술부) 6.1

■ 퇴사

전략기획국장 박윤순 전략기획국장, 배석규 위성팀지구장, 송종원 타워사업국 운영개선팀장 6.7

■ 전보

김진희 마케팅1부장 YTN미디어 마케팅국장 겸직 6.7 / 이정우 대전지구장 7.12 / 이광업 사회1부 7.16 / 권오진 차장대우 편성운영

부, 김선중 편집2팀, 유두권 앵커팀, 김홍섭 경제부, 김정현 사회1부 7.12 / 채문석 차장 편집2팀, 송태업 차장대우 국제부, 이기정 제작2팀 7.17

■ 부음

이광욱 대전지구장 6.27 / 노상수(타워사업국) 빙모상 7.6

■ 결혼

박순표(사회1부) 6.19 / 정지원(그래픽팀), 신경희(편집2팀) 6.26

시 한편과 날씨의 찰떡궁합

100분 동안의 뉴스 쇼, '백지연의 뉴스Q' 의 시작과 함께 그 안의 한 코너가 우리의 눈과 귀를 사로잡았다.

바로 "날씨 편지"다

퇴근을 준비하는 시간대에 마음에 쏙 와 닿는 시에 감성을 자극하는 음악 한곡, 그리고 꼭 필요한 날씨 정보가 삼위일체로 찰떡궁합을 이루고 있다. 3차원 그래픽에서 날씨 캐릭터, 그리고 이번엔 날씨 편지까지 항상 새로운 모습으로 변신하는 기상 팀을 만나본다.



Q: 날씨편지의 아이디어는 어디서 얻었나?

A: 뉴스Q의 왕PD 김상우 기자가 날씨 편지의 아버지. 날씨에 더해 뭔가 생활에 도움이 되는 정보(교통, 유머, 시 등)를 동시에 던져 주는 프로그램이 필요하다는 것이었다. 이 아이디어를 받아 시를 찾고, 음악을 넣어 완제품을 만들어 보니 그럴듯한 작품이 됐다.

Q: 매일 상황에 적절한 시를 어떻게 구할 수 있나?

A: 날씨 편지에 나가는 시들을 묶어서 책을 내자는 사람도 있는데 그건 어렵다. 고도원의 아침 편지나 시집 등에서 시를 발췌하기 때문이다. 가끔은 가요나 팝송의 노래 가사를 그대로 이용하기도 한다. 시를 찾고 선택하는 것은 김지현 기자가 맡는다. 개인 노트에 이미 50편 이상이 세이브돼 있다고 한다.

Q: 386 이상 세대의 감성을 자극하는 음악이 주를 이루던데...

A: 앞서도 이야기했지만 날씨 편지의 주 시청자들은 퇴근길 직장인이나 가정주부 등이다. 따라서 음악 선곡도 386이상 세대에 코드를 맞추고 있다. '아빠의 청춘'이나 해바라기, 동물원 등의 노래나 비틀즈, 이글스 등의 노래 같은 7,80년대에 유행했던 곡들을 주로 사용한다. 여기에 트로트나 영화 주제가 등 상황에 맞는다면 음악 선곡에는 제한을 두지 않으려고 한다.

Q: 가끔은 너무 튀는 것이 아니냐는 이야기도 나오던데...

A: 진행을 맡고 있는 김지현 기자는 입사 초기부터 튀는 캐릭터다. 그동안에는 참고 있었던 끼가 자

신에게 딱 맞는 "날씨 편지"를 만나고부터 다시 발휘되고 있는 것 같다. 상황에 딱 맞는 자료 화면을 찾기 위해 자료실을 오르내리고 시를 찾아내는 일이 무척 힘들 텐데도 "날씨 편지"를 녹화할 때면 얼굴이 살아난다. 트로트를 배경 음악으로 썼을 때 내부적으로 지적을 한번 받았는데 튀는 것도 적절히 조절하면 프로그램에 활력을 줄 수 있기 때문에 크게 선을 넘지 않는 한 나름대로 개성으로 정착시키려고 한다.

Q: 클로피라는 귀여운 날씨 캐릭터가 요즘은 보이지 않던데...

A: 아무리 좋은 아이템이라도 일년 이상 지속되면 지루함을 느낀다. 날씨돌이부터 클로피까지, YTN만의 날씨 캐릭터를 2년 가까이 활용했기 때문에 당분간은 휴식 시간을 갖고 좀 더 나은 예쁜 캐릭터를 만들어 다시 선보일 예정이다.

Q: 중계를 통해 전하는 날씨가 반응이 좋던데

A: 지금은 퍼레이드와 뉴스의 현장에 하루 두 번 중계를 하고 있다. 실내에서 날씨 상황을 이야기하는 것보다 야외에서 실제 날씨를 보여주는 것이 효과가 훨씬 크기 때문에 중계를 더하고 싶지만 여건상(기상팀 근무, 중계) 쉽지 않다. 하지만 '굿모닝 코리아'에는 회사 옥상에서 남산이나 서울 시 전경을 배경으로 하는 날씨를 곧 시작하도록 하겠다.

Q: 앞으로의 계획은?

A: 매년 그랬지만 올해는 특히 날씨가 심상찮을 것 같습니다. 비도 많이, 자주 내리고 태풍 피해도 클 가능성이 큼니다. 재해 방송의 중요성이 어느 해보다도 클 것으로 보이는 만큼 타사에 비해 잘 해내는 것이 급선무입니다. 여름을 잘 지내고 나면 YTN 기술 연구소와 함께 YTN만의 독특한 날씨 장비를 개발하고자 합니다. 마지막으로는 버츄얼 스튜디오가 도입된다면 이를 이용해 환상적인 그래픽에 날씨 정보를 담아 시청자에게 전달하고 싶습니다.

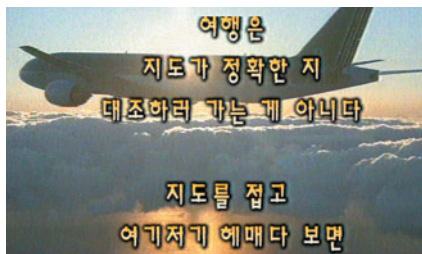
감동, 정보, 재미가 있는 날씨 편지



'아빠의 청춘'을 부르며... 인기 최고였어요!



주간 날씨 궁금하시죠? 날씨 정보 역시 YTN !!!



가슴에 와 닿는 시 한편, 주말여행 계획하신 분들 보세요



소도구도 활용해요, 어버이날 카네이션을 들고...

우리 다같이 라이프 @조이 하자고요~



Make a Difference !!

한 때 우리나라 전 국민이 그저 뭐든 배부르게 먹을 수 있는 게 행운이던 시기가 있었다. 쌀밥에 소고기 국이 부의 상징이고 “식사는 하셨나요?” 라는 말이 “안녕하세요”와 동일어로 쓰였던 그 시절... 그러던 국민들이 이제는 많이 먹는 게 아니라 ‘잘 먹고’ 거기에 더해 ‘잘 사는’ 게 주안점이 되고 있다. 바야흐로 ‘웰빙’이 새로운 패러다임으로 부각한 시대다.

라이프 @조이는 이런 웰빙 코드의 부산물이다. 처음 프로그램 제목을 듣는 사람들의 반응은 한결같다. 대체 라이프 @조이가 무슨 뜻이냐 이거다. 라이프 and 조이 나 라이프 enjoy나... 정답은 ‘둘 다 맞습니다’ 이다. 한마디로 즐거움이 가득한 인생을 만들어 보자, 이런 취지의 프로그램이다. 뉴스를 하는 YTN 안에서 뉴스가 아닌 다른 것, 기자들이 만드는 프로그램들 사이에서 PD와 작가가 만드는 프로그램, 기존 YTN의 주 시청자 층이 30-50대라면 10대부터 60-70대까지 전부 소화할 수 있는 프로그램, 조금은 색다른 시선을 받고, 제작하는 사람들도 조금은 색다른 시선을 갖는 곳, 라이프 @조이.

여기는 쇼킹!!! 라이프 엔조이

한때 이런 류의 영화들이 인기를 끈 적이 있다. 쇼킹 아시아, 쇼킹 아메리카, 쇼킹 아프리카... 도대체 뭐가 그렇게 쇼킹한 것일까? 뭐지 몰라도 라이프 @조이 내부에서는 그 못지 않게 쇼킹한 사건들이 끊이지를 않으니 이거야말로 쇼킹!!! 라이프 엔조이이다.

실제로 메인 코너의 부담감 때문인지 여행 전문 코너 ‘Joy in Travel’은 거의 한 달에 한 번 꼴로 작가가 교체되는 비운의 시기가 있었으니, 여간 골머리를 앓은 게 아니다. 그래서 한동안 ‘Joy in Travel’이 아니라 ‘Joy in Trouble’이라는 농담까지 던져졌지만, 이제야 제 주인을 만나듯 잠잠하니 한시름 놓는다.

항상 새로운 트렌드를 담은 ‘라이프 충전 Up!’ 코너는 어떤가. 뭔가 새로운 것, 뭔가 신기한 것, 뭔가 ‘어머 어머!’ 것이라는 그 애매 모호함 때문에 방향 잡기도 아이템 잡기도 쉽지 않은데... 그래서 ‘라이프 충전 Up!’은 스텝들에게 충전을 up 시키는 코너가 아니라

오히려 ‘라이프 충전 쇼’를 벌이게 만드는 장본인이다. 하지만 그런 ‘something’이 이제 빛을 발하는 것일까? 시청자들의 반응이 큰 코너로 자리잡으면서 즐거운 비명을 지르고 있는 중.

처음에는 가볍고 만만하게 시작했다가 이제는 우리 프로그램에서 없어서는 안될 중요한 코너로 자리 잡은 ‘아름다운 因緣’, 명사들이 자신의 사연이 담긴 또는 잊을 수 없는 영화나 책, 음악을 얘기하는 이 코너는 처음에 ‘헤이, 2분인데...’ 이렇게 알잡아 보다가 모두들 큰코 다쳤다. 섭외부터 촬영, 편집까지 어찌나 까다로운지... 이 코너에 대한 김명숙 PD의 애정은 또 얼마나 남다른지, 심지어 촬영 직전 자기네 잡지를 구독하지 않



면 인터뷰의 질이 달라질 수 있다는 인물의 술수(?)에 말려 2년 정기구독 업체에 사인을 하고 돌아온 어처구니 없는 사건도 발생했다. 매주 쌓여가는 잡지를 보며 한숨을 내쉬기도 하지만 그래도 본인은 ‘아름다운 2년’이라며 합리화하고 있다. 여기에 지역 문화 탐방 코너인 ‘Joy in Culture’와 새롭게 시작되는 ‘뇌와 건강’ 코너까지, 가지 많은 나

무에 바람 잘 날 없다고 코너가 많다보니 연일 사건의 연속. 그래도 이런 쇼킹한 사건들이 먼 훗날 지금을 회상할 때 한 번쯤 우리를 미소짓게 만들지 않을까?

가끔씩 프로그램 안에 이런 저런 우리들만의 농담을 녹여 내고 싶기도 하지만 앞길이 구만리 같은 윤재희 앵커의 앞날을 위해 멘트 하나도 자제, 또 자제, 조심 또 조심. 하지만 스텝들만 아는 비밀 하나! 윤재희 앵커의 NG는 정말 쇼킹하다. 차마 이곳에 옮길 수 없을 정도로... 때로는 이렇게 말하지 않을까 두렵기도 하다, 거짓말 조금 보태서... “여기는 쇼킹 라이프 엔조이! 저는 엔조이 자키, 윤재힙니다.”

그들에겐 뭔가 특별한 것이 있다!

어차피 모든 사람들이 다 성격도 가지가지, 개성도 각각이지만 그래도 같은 울타리 안에서 같이 일을 하다 보면 어느 정도 비슷해지기 마련인데, 어쩌면 이렇게도 라이프 @조이의 팀원들은 싱싱함 그대로일까? 가끔씩 이렇게 다른 사람들이 한 팀원이 돼서 이렇게 저렇게 굴러가는 걸 보면 신기하기도 하고 재밌기도 하고 피식 웃음이 나오기도 한다.

남들은 도시락 싸 들고 다니면서 하라 그래도 나가 떨 어질텐데 거의 매주 빠지지 않고 1박 2일씩 출장가면서 여행 코너를 만들어 오는 최명신 기자. 그에 뒤질세라 ‘아름다운 因緣’에 깨질세라 다칠세라 금이야 옥이야 정성을 들여서 진짜 아름다운 이야기를 담아내는 김명숙 PD. 주말도 반납하고 불철주야 뛰어 다니는 AD들과 올망졸망한 우리 작가 군단, 그리고 미녀 군단인 MC와 리포터까지, 모두 모두 파이팅이다! 그런 우리를 믿고 든든한 버팀목이 되어주시는 신동운 국장님, 류희림 부장님. 옷깃만 스치려고 해도 영겁의 세월이 필요하다는데 우리는 대체 얼마나 많은 시간을 함께 하고 있는 건지, 대단한 인연이 아닐 수 없다.

글을 마치면서

나는 속았다. 원고료를 준다는 김명숙 PD의 갑언이 설에 뵈름 이 글을 맡았으니... 어차피 원고료를 받아봤자 뭉툭 팀에 기부해야 할 운명인 것을... 글 빛이 얼마나 스트레스인지, 이 글 몇 자 적느라 테드라인까지 얼마나 인생이 엔조이하지 않았는지, 이제야 나는 라이프 @조이할 수 있을 것 같다. 아마 원고료가 나오는 날, 우리 스텝 모두 라이프 @조이의 시간을 갖지 않을까?

정수현 (라이프 @조이 작가)

