

한국이라는 국경을 넘어 세계로 시야를 넓혀나가야

손지애(아리랑국제방송 사장)

- 월간 비즈니스코리아 기자
- 뉴욕타임스 서울특파원
- CNN 서울지국 지국장
- 제19,20대 서울외신기자클럽 회장
- G20 정상회의 준비위원회 공동대변인
- 청와대 해외홍보비서관
- 아리랑국제방송 사장 (현)



영어신문 취재기자에서 언론사의 CEO에 오른 20,30대 여성의 변함없는 롤 모델, 한국을 알리기에 여념이 없는 글로벌 여성리더 아리랑국제방송 손지애 사장을 만났다.

●● 대한민국의 여성 대통령의 탄생과 함께 글로벌 여성 리더로 주목받고 있습니다. 최근에는 여성 친화적인 정책이 점점 늘어나고 있지만, 그동안 일하는 여성으로 현재의 위치에 이르기까지 어려운 점이 많았을 것 같은데요.

여성의 사회진출이 예전보다 늘었지만, 중간직이나 고위직으로 올라갈수록 그 분포는 확연히 줄어드는 경향이 있습니다. 최근에는 맞벌이를 절대적으로 선호하지만, 그것도 아이들의 교육에 방해되지 않을 때까지만 유효한 것 같습니다. 많은 여성들은 자녀 양육과 교육 등으로 인해 사회활동을 포기하는 경우가 많습니다. 이러한 예외적인 현상들은 여성 리더가 개선해야 하는데, 그동안 제 세대의 선배들은 절대적으로 그 숫자가 많지 않아 실천이 어려웠습니다. 제가 CEO가 되고 나서는 여성 직원들을 배려하기 위해 사내 어린이집을 만들려고 많은 노력을 기울였으나 결코 쉽지 않은 과제였습니다. 하지만 고무적인 것은 최근에는 여성의 사회진출에 방해가 되는 요소를 해소해야 한다는 사회적 책임의식이 전보다 높아지고 있다는 것입니다. 여성들의 사회활동에 구체적으로 무엇이 방해가 되는지는 아무래도 남성보다는 여성들이 더 잘 알 수 있습니다. 그런 측면에서 여성 리더가 늘어날수록 일하는 여성들이 중도에 좌절하지 않고 우리 사회가 건설적으로 발전해 나가리라 희망을 걸고 있습니다.

●● KBS World, YTN World 등의 해외홍보방송과 중복된다는 일각의 평가가 있는데, 아리랑TV는 이들 방송과 어떤 차별점을 두고 있습니까.

가장 큰 차이점은 시청 대상을 해외에 포커싱한다는 것입니다. 아리랑TV는 한국인을 위한 채널이 아니라 외국인을 대상으로 하는 채널입니다. 한국에 있는 외국인과 한국을 모르는 전 세계 외국인을 대상으로 한국 문화에 대한 이해도를 높이고 한국에 대해 좋은 인식을 갖게 하는 것이 목적입니다. 또한 단순히 한국의 프로그램에 영어자막을 달아 외국에 알리는 단계에서 벗어나 전체 콘텐츠의 90% 이상이 영어를 기본언어로 하여 제작됩니다. 목적과 내용에 있어서도 다른 두 채널과는 큰 차이가 있습니다.

●● 아리랑TV는 한국문화를 전파하는 외교채널이라고 할 수 있습니다. 현재 중점을 두고 추진하는 사업에는 어떤 것이 있는지요.

아리랑TV에 유입되는 시청자는 매우 중요한 '자원'이라고 생각합니다. 한류콘텐츠에 관심 있는 실질적인 팬층에 대해 정확히 알고 이들을 대상으로 한국을 홍보하는 계기를 마련하고자 합니다. 오늘(4월 17일, 인터뷰 일자) 'After School Club'이라는 프로그램이 처음 방송되는데요, 전 세계의 아리랑TV 시청자를 대상으로 SNS(트위터, 페이스북)를 통해 실시간으로 K-Pop을 신청받아 이를 방송하는 것이 기본 포맷입니다. (이날 첫 신청곡은 얼마 전 발매된 싸이의 신곡 '젬틀맨'이었다) 세계 188개국의 시청자가 직접 참여할 수 있는 생방송 리퀘스트 쇼입니다. K-Pop 팬들이 일방적으로 제공되는 한류콘텐츠를 단순히 소비하는 수준에 그치는 것이 아니라 이 프로그램의 실질적인 주인공이 되는 것입니다. 한국 최초로 K-Pop 팬들을 배려하는 맞춤형 프로그램을 만들었다는 점이 주목할 만합니다. 이제는 K-Pop이 '한국의 음악'에 머무는 단계를 넘어서서 세계의 팬을 고려해야 할 때입니다.



첫 생방송을 직접 꼼꼼히 모니터링하며 제작진을 격려하고 있는 손지에 사장

●● 아리랑TV의 주 시청대상은 국내뿐만 아니라 전 세계에 거주하는 외국인입니다. 보도 및 방송내용과 관련된 각종 분쟁이 발생하는 경우 어떠한 내부 시스템을 거쳐 처리하는지요.

다행히도 아직까지는 큰 분쟁은 없었습니다. 언론중재위원회에 조정이 신청된 적도 없었습니다. 좋게 보자면 그동안 아리랑TV가 잘 해왔다고 볼 수 있겠고, 다른 측면에서 보자면 아직은 저희 방송의 인지도가 낮기 때문일 수도 있겠습니다. 실제로 제작되는 콘텐츠의 대부분이 사회문제에 대한 고발성 기사보다는 한국을 알리는 홍보 기사입니다. 아리랑TV는 한국을 세계에 소개한다는 사명감 때문에 조심스러운 측면이 있어 항상 중립적인 자세를 유지하려고 노력하고 있고, 저도 매일 편집회의에 참석해서 순서나 내용을 직접 챙기고 있습니다. 그러나 전 세계적으로 인권의식이 높아지고 있는 추세이기에 시청자의 권익 보호라는 과제에 대해 무겁게 인식하고 있습니다. 향후 초상권 등의 분쟁이 발생할 경우를 대비한 내부 지침 마련이라든지 제작인력에 대한 교육 등을 실시하고 있습니다. 앞으로 방송콘텐츠를 통한 한국 홍보라는 기본 취지와 전 세계 시청자들의 인권보호 간에 균형을 잘 이루어 나가도록 할 계획입니다.

●● 국내 언론사와 미국 언론사는 보도방식이나 내용에도 차이가 있을 것 같습니다. 미국 언론사의 한국 지사에서 취재 기자로 근무할 당시, 문화의 차이로 인해 생긴 재미있는 에피소드가 있다면?

CNN에 근무할 당시 데스크에서는 'Foreign'이라는 단어를 쓰지 못하게 하더군요. 국적 없이 활동하기에 외국이라는 것이 없다는 겁니다. 한국 사람으로 한국을 취재를 하는 것이 아니라, 국제방송사의 일원으로서 사안을 객관적으로 바라보길 원한 것 같습니다. 돌이켜보면 시청자나 고객이 한국인이 아니기 때문에 이를 배려하기 위함이었습니니다. 제가 요즘 아리랑TV의 기자들에게도 한국인의 입장에서 사안을 바라보지 말고, 외국사람들이 이해하고 알아들을 수 있도록 콘텐츠를 제작하도록 당부하는데 그런 측면에서 CNN의 시각과 비슷하다고 하겠습니다.

한반도의 긴장상태를 바라보는 시각에서도 차이가 있습니다. 최근 북한의 군사적 도발과 관련하여 극도의 긴장상태임에도 불구하고 한국이 이렇게 고요한 것을 이해하지 못하겠다는 것이 외국언론의 반응인데, 그것은 해외 기자들이 멀리서 이곳까지 날라온 미션, 즉 평범하지 않은 상황을 취재하는 것에 충실하고자 하는 것이기에 어느 정도 이해가 갑니다. 'Business as usual'(평소와 다른없는 상태)한 태도는 한국인들이 이러한 긴장상태에 익숙해져서 근

본적인 마음가짐에 Downplay(대단치 않게 생각하는 것)하는 것이 내재되어 있을 뿐, 그렇다고 해서 사태가 심각하지 않다고 결론 내릴 순 없겠지요.

●● 청년실업이 매우 심각한 사회문제로 대두되고 있습니다. 목표를 잃고 방황하는 젊은이들에게 희망의 메시지를 부탁드립니다.

실제로 CEO가 되어 직원을 채용하다 보니, 채용할 수 있는 자리는 제한되어 있는데 실력이 뛰어난 젊은이들이 아주 많아 고민스러울 때가 많습니다. 이 젊은이들이 지금 당장 직업을 갖고 있지 않다고 해서 좌절하지 않았으면 합니다. 간혹 스스로의 가치를 직장에 두

는 경우가 있는데 젊은 세대부터 마음가짐을 달리 먹었으면 좋겠습니다. 굳이 대기업이 아니면 어떻습니까. 자신이 갖고 있는 특징점을 살려 자신에게 맞는 것을 찾는 것이 더 중요합니다.

사람들은 철학이나 역사학 등의 인문학에서 그 해답을 찾기도 하는데, 이는 인생을 먼저 살아간 사람들의 생각과 발자취, 삶에서 자신을 비춰볼 수 있는 기회를 가질 수 있기 때문입니다. 젊은이들이 시야를 한국이라는 국경을 넘어 세계로 넓히고, 기성세대가 말하는 '좋은 직장' 대신 '나에게 맞는 길'을 마치 숨을 쉬듯이 천천히 찾아 나가면 좋겠습니다.

• 진행 | 손정배 (홍보팀장) • 정리 및 사진 | 최은진

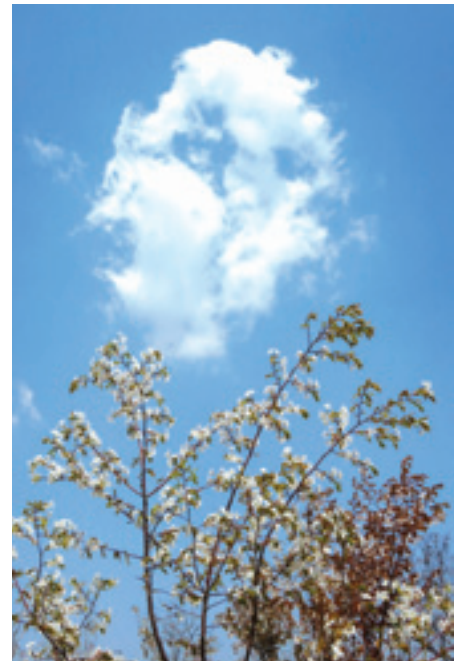
포토갤러리



벚꽃 사이로 보이는 푸른 하늘



봄날을 맞은 여유로운 주말의 산책로



따스한 봄, 푸른 하늘 그리고 흰 구름

류 석 창 언론중재위원회 전문위원