

한 곳에 머물지 않는 사람

김민선 | 비디오 저널리스트



최근 케이블 TV는 물론이고 공중파 방송국에서도 연봉직 VJ들이 뛰고 있으며 프리랜서로 활동하는 VJ는 그 수를 헤아릴 수 없이 늘어나고 있다. 보도를 비롯해서 오락프로그램 드라마, 영화에 이르기까지 활동영역도 다양해졌다. 이러한 현상은 이미 직업으로서의 초창기가 지났다는 것을 의미하며 그 뿌리와 정체성에 대해 고민할 때임을 말해준다. 꾸준한 발전을 거듭하며 스스로를 단련하는 사람들, VJ의 세계를 살펴보자.

Video Journalist

비디오 저널리스트(Video Journalist)가 누구인지 생각하다가 몇 가지 단어를 나열해보기로 했다. 끝없는 여행자-외로운 방랑자-나 홀로 감독-디지털 마니아-멀티미디어 콘텐츠 프로바이더-다큐멘터리리스트-인디펜던트 프로듀서

스스로 작품을 만드는 작가

어느 직종을 놓고 그것을 단적으로 이야기하기는 힘들다. 위의 단어들은 모두 다르지만 VJ (비디오 저널리스트, Video Journalist)와 모두 연관성이 있다. 우리가 흔히 알고 있듯이 비디오 저널리스트는 방송국의 모 프로그램을 통해서 볼 수 있듯이 정신없이 6mm카메라를 들고 맞난 음식과 희한한 사람들, 엉뚱한 사건들을 찾아다니는 사람들만 있는 것이 아니다. 비디오 저널리스트는 스스로 자신의 작품을 만들어내는 사람이다. 문화와 예술 속에서 비디오 저널리스트를 이야기하기에 충분할 만큼 비디오 저널리스트는 스스로 기획한 내용을 하나의 작품으로 만들어내는 작가이자 기자인 것이다.

처음 한국에서 비디오 저널리스트라는 명함을 내밀었을 때의 일들이 생각난다. 1996년의 일이다. 딱 십년이 된 이 시점에 이 원고를 쓰면서 만감이 교차한다. 그동안 다큐멘터리를 만들거나 르포타주 형식의 영상을 혼자 제작하는 사람들이 있었지만 스스로를 비디오 저널리스트라 부른 사람은 없었다. 그들은 대부분 프로듀서로 불리길 원했으며 스스로를 그렇게 부르곤 했었다. 비디오 저널리스트란 단어가 주목 받지 못했던 그 시절에는 이 단어를 설명하기에도 벅찼던 시절이 있었다. 1997년 비디오 저널리스트에 대해 알리기 위해 방송 프로그램에 출연했던 그 시절. 모 방송국의 아침 프로그램에 작품을 가지고 출연해서 하단 자막에 '비디오 저널리스트'란 단어를 내보낸 후 직종을 소개하는 프로그램에 출연하고 글도 여러 차례 써왔다.

이제 케이블 TV는 물론이고 공중파라고 불리는 3개의 방송국에서도 연봉직 VJ들이 뛰고 있으며 프리랜서로 활동하는 VJ는 그 수를 헤아릴 수 없이 늘어나고 있다. 이제는 보도 프로그램을 비롯해서 오락프로그램 드라마 영화까지 VJ들의 활동영역도 다양해졌다. 국내뿐만 아니라 해외에 있는 VJ들은 한류스타들이 움직일 때마다 이들을 촬영해서 한국으로 전송하는 역할까지 하고 있다. 이렇게 VJ의 영역이 넓어진 것은 이미 VJ가 직업으로서의 초창기가 지났다는 것을 의미한다. 이제는 VJ의 뿌리와 정체성에 대해서도 생각해봐야 할 때가 된 것이다. 출신과 활동분야의 진위여부를 가리는 것이 아니라 그 다양성에 대해 이야기하는 것이다.

그 다양성 아래는 햇빛과 그늘이 존재한다. 우리 모두 햇빛 아래 따뜻하게 보내고 싶지만 엄연히 그늘도 있다는 것을 인정해야 할 것이다. 이 글을 통해 VJ를 모르던 사람이나 스스로를 VJ라고 하는 사람 모두가 그들은 누구이고, 무엇을 하고, 어떻게 해야 하며 그래서 스스로 누구인지를 생각하는 계기가 되길 바라는 마음이다. 스스로 자신이 선택한 길을 걷고 있다면 VJ란 직업을 갖은 것은 참으로 축복받은 일이다. 적어도 내 경우에는 확실히 그렇다.

스스로 맘 내키면 언제든 새로운 기획을 해서 돈을 모으고, 카메라를 들고 어



위 · KBS TV프로그램 <VJ특공대>의 방송 장면
가운데/아래 · 6mm 카메라로 현장을 취재 중인 비디오 저널리스트. 그들은 취재 아이템과 소재를 스스로 찾아내고 공공성을 바탕으로 영상 프로그램을 제작한다.

왼쪽 페이지 필자 김민선의 해변 촬영 모습. 필자는 비디오 저널리스트를 끝없는 여행자, 외로운 방랑자, 나홀로 감독 등 다양한 의미로 해석하고 있다.
© WWW.VJTV.ORG

VJ는 저널리스트다. 기자 저널리즘과 피디 저널리즘이 혼합된 형태라고 할 수 있다. 쉽게 말해 기획 취재 아이템과 그 소재를 스스로 찾아내고 공공성을 바탕으로 영상프로그램을 만들어낼 가치 체계가 있는 사람을 말한다.

디든 가서 촬영·편집해서 방송국이나 기타 미디어 매체에 판매한다. 그렇게 해서 작품료가 나오면 그 돈으로 다시 작품을 만들고 전시회와 영상 공연을 해서 여러 사람들과 작품을 통해 이야기를 나눌 수 있다. 메모지 한 장에서 시작된 기획서가 테이프를 바꾸고 이렇게 태어난 작품으로 여러 사람들과 나눌 수 있다는 것은 참으로 즐거운 일이다. 이런 식으로 두 다리 튼튼하고 정신만 멀쩡하면 평생 한들 누가 뭐랄 것도 없이 이만한 평생 직업이 어디 있겠는가. 정말 좋은 직업이다.

작가가 작품을 기획할 때 거치는 과정과 같이 충전도 필요하고 대중에게 공개해서 질타와 찬사를 받기도 함으로써 적어도 인생이 단조롭거나 심심하지는 않다. 그런데 이 직업으로 먹고 살 수 있느냐고 묻는다면, 먹고살고 덤으로 즐길 수도 있다고 말하고 싶다. 그러나 일단 VJ가 되면 누구나 다 그럴 수 있느냐고 묻는다면 단연코 그렇지 않다고 말하고 싶다.

세상사람 누구나 다 행복할 수 있는 방법을 제시한다면 나도 어떤 VJ든 다 행복할 수 있는 방법을 말해보겠다. 즉 행복한 VJ와 그렇지 않은 VJ가 있는 것이다. 앞서 다양성에 대해 이야기했듯이……. 진정 전자의 경우가 되고 싶다면 나머지 글을 주의 깊게 읽어보자. 프로스트의 한 쪽 길을 선택할 수 있는 자그마한 열쇠가 들어있다.

기획, 작품을 만드는 가장 중요한 과정

VJ는 저널리스트다. 기자 저널리즘과 피디 저널리즘이 혼합된 형태라고 할 수 있다. 기자의 마인드를 가진 사람이 피디 시스템 안에서 활동하는 셈이다. 자세히 풀어나가려면 너무 길어진다. 쉽게 말해 기획 취재 아이템과 그 소재를 스스로 찾아내고 공공성을 바탕으로 영상프로그램을 만들어낼 가치 체계가 있는 사람을 말한다. 이 모든 과정을 기획부터 시작해서 촬영·편집하고 타이틀과 자막, 음악과 나레이션을 넣어서 작품을 만들어 내는 사람이다. 이 모든 것들을 혼자 해낸다. 하지만 여기에 자칫 혼동하는 것이 있다. 혼자 해낸다는 것이 혼자 고집하는 것은 아니다.

지금까지 방송국에서 제작된 프로그램은 각 분야가 세분화되어 행해졌으며 특히 종합편집을 하는 단계에선 타이틀과 자막, 음악 나레이션 등은 모두 전문가의 몫이었다. 그러나 지금은 비선형(Nonlinear) 편집시스템이 발달하여 종합편집도 혼자서 할 수 있기 때문에 혼자서도 타이틀과 자막, 음악과 나레이션 등을 영상에 버무릴 수 있다. 필자만 하더라도 기획과 촬영 편집은 모두 내 몫이지만 음악과 타이틀 제작 등 다양한 분야에 대해서 전문가와 의견을 나누고 때로는 그 분야만 공동작업을 하는 경우가 있다.

결코 끝까지 혼자 해내고야 말겠다는 단호한 결의로 이 작업을 하는 것이 아니라 뜻이다. 기획을 해보면 알게 되지만 스스로 기획한 당사자가 직접 촬영을 했던 때 만큼 열심히 일하는 예도 드물다. 물론 오랜 세월동안 촬영을 해왔던 감독들의 실력을 인정하지 않는 것이 아니라 그 적극성에 대해서 이야기하는 것이다. 날씨가 안 좋아서 촬영일자가 지연이 되면 결국 발을 동동 구르는 사람은 그 작



품을 기획한 감독이기 때문이다.

또한 편집을 하다보면 촬영을 하는 사람이 편집을 하는 것이 당연하다는 것을 느끼게 된다. 미리 편집을 생각하면서 촬영하는 것이 작품의 완성도를 높여주기 때문이다. 결국 전체 작품의 기획의도를 정확히 알고 있는 사람이 직접 편집해서 끝까지 완성해내는 과정을 살펴보면 왜 혼자작업을 하는 것이 자연스럽다는 것인지 알 수 있다. 물론 혼자 작품을 만들 때는 아집과 신념을 늘 경계해야 한다. 이 두 가지를 두려워한다면 항상 열린 마음으로 다른 사람들과 의견을 나누는 것이 중요하며 특정분야에 집중하더라도 전체적인 흐름을 파악해나가는 것이 중요하다.

지금까지 이 글을 읽은 사람이라면 작품을 만들어내는 과정에서 가장 중요한 것이 무엇이나는 물음에 정답을 제시할 수 있을 것이다. 맞다. 그것은 단연코 기획이다. 방송국에 들어가 PD가 되는 순간부터 할 수 있고 해야 되는 것이 기획이다. 기획은 단숨에 처음부터 누구나 하는 것이 아니다. 그런데 이 기획이란 것이 광고에서는 가장 중요한 것 중에 하나인데 방송에서는 비교적 강조가 안 되고 있다. 그동안 비디오 저널리스트에게 기획을 하는 것이 얼마나 중요한지, 작품을 만들었으면 시장에서 판매하는 영업력이 얼마나 중요한지를 늘 강조해왔다.

아무리 모르는 분야라 하더라도 사람들은 영화감독이 하루아침에 되는 것이 아니라는 것쯤은 안다. 그런데 비디오 저널리스트는 그보다 짧은 시간에 될지도 모른다는 착각에 빠지는 경우를 종종 본다. 6mm카메라를 구입하고 프리미어(편집 프로그램)를 얻어서 PC에 설치한 후 카메라 들고 뛰어다니겠다고 해서 비디

비디오 저널리스트가 되기 위해 교육을 받는 학생들. 영화감독이 하루아침에 될 수 없듯이 VJ가 되는 길은 멀고도 험난하다.
© WWW.VJTV.ORG

작품만 잘 만들어서 되는 것이 아니라 기획 단계부터 돈이 되는 기획을 하고 영업력도 키워야 하는 것이다. 이 모든 것을 하려면 당연히 이에 상응한 세월, 몸과 마음을 투자해야만 얻을 수 있는 것이다.

오 저널리스트가 되는 것은 절대 아니다. 그렇게 해서는 먹고 살기 힘들다. 겨우 먹고 산다고 해도 즐길 수 없는 것이 현실이다.

문제는 테크닉이 아니라 콘텐츠이다. 예를 들어 카메라나 편집기는 세탁기의 제조와 사용의 차이와도 같은 것이다. 세탁기를 만드는 방법은 몰라도 세탁기를 이용하는 방법은 알 수 있다는 것이다. 카메라를 만들진 못해도 조금만 주의를 기울이면 기본적으로 찍을 수 있다. 물론 잘 찍으려면 그만큼의 세월이 고스란히 제단 위에 바쳐져야 한다. 편집도 마찬가지다. 어찌 보면 정해진 시간만 들이면 작동에는 문제가 없다는 것이다. 중요한 것은 콘텐츠(알맹이)를 어떻게 기획하느냐에 달렸다.

그럼 그렇게 중요한 기획을 어떻게 하나고 묻는다면 그 역시 답이 없다. 지금 대학생들에게 1~2년을 붙들고 가르쳐도 실력이 되는 학생들이 한두 명 나올까 말까한다. 이 정도가 되면 '창의력이 힘'이라고 외치는 우리나라 전체 교육에 대해서 생각해 보아야 한다. 허나 교육에 대한 얘기는 이 정도에서 그치자. 우리가 흔히 '감'이라고 하지 않는가. 감이 그냥 감나무에서 떨어지지 않듯이 감이 잡히기까지 많이 보고 만들어볼 수밖에 달리 방법이 없다. 세상에 공짜가 없다. 비디오 저널리스트가 지녀야 할 최종적인 능력은 영업력이다. 우선 자신의 작품으로 돈을 벌어야 한다. 원천적인 자산이 많다면 모를 일이지만 이 직업으로 온 가족을 희생할 수는 없지 않은가. 스스로 좋아서 하는 직업이라 하더라도 적어도 비즈니스를 해야 한다는 것쯤은 알고 시작해야 한다. 방송국의 벽은 왜 그리 높은지. 방송국 수위 아저씨는 왜 그리 무서운지.

소중한 자신의 기획과 작품을 당당히 들고 들어가라고 그리 외쳤건만 그리 해본 학생은 드물다. "학생 시절이니 좀 미친 척이라도 해서 쳐들어 가보거라. 오히려 소재가 없어서 갈증을 느낄 때 좋은 기획이라면 좋아할 꺼다. 방송국에 문은

정문만 있는 것이 아니다. 문제되면 내가 시킨 일이니 교수가 책임진다고 해라" 이렇게 가르쳐도 안한다.

그 만큼 아이들에게 방송국의 벽은 높은 것이며 그 앞에서 충분히 기가 죽어 있다. 해마다 방송국에서 자체 생산하는 프로그램 수는 세월이 가면 갈수록 줄어들게 되어 있다. 그렇다면 그 나머지는 모두 프로덕션의 몫인가? 아니다. 비디오 저널리스트에게도 몫이 있다. 정해진 것은 아니지만 충분히 가능성이 있다. 틈새 시장도 있다. 작품만 잘 만들어서 되는 것이 아니라 기획 단계부터 돈이 되는 기획을 하고 영업력도 키워야 하는 것이다. 이 모든 것을 하려면 당연히 이에 상응한 세월, 몸과 마음을 투자해야만 얻을 수 있는 것이다. 다시 말하지만 세상에 공짜가 없다.

VJ가 되려면 어떻게 해야 되나?

학원을 다닐까? 전공으로 선택할까? 그냥 카메라 들고 다녀볼까? 사실 이 모든 것에도 답이 없다. 우리나라 방송사 이름을 달고 운영되는 학원에서 배출하는 원생들 중에 몇이나 그 방송국에서 일을 하고 있는가? 학생들은 모 방송국 아카데미에 다니면 그 방송국의 피디라도 만나겠지 하는 심정으로 비싼 수업료를 지불하지만 도중하차하는 학생들이 많다. 들어가고 나서야 느끼는 것이다. 시작하기 전에는 현란한 광고 문구에 누구나 넘어간다. 나라에서 지원하는 교육지원 사업 중에 영상교육사업을 지자체에서 하고 있다. 시민들에게 교양을 쌓게 해주는 의도는 좋으나 직업으로 삼아보려는 사람들에게는 턱없이 부족한 내용에 그나마 지속적인 교육이 없어서 친목모임으로 끝나기 일쑤다. 단기간의 교육을 통해서 이것이 직업으로 이어지기까지는 무리가 많다.

게다가 강사들조차 대부분 비디오 저널리스트가 아니다. 심한 경우는 비디오



촬영과 편집을 위해 교육 중인 학생들
© WWW.VJTV.ORG

왼쪽 페이지
촬영장에 카메라와 조명
© WWW.VJTV.ORG

방송시장이 통신과 맞물려
과잉경쟁이 되고 있는 것이
사실이지만 비디오

저널리스트에게 지금 시장이
호재임엔 틀림없다. 미디어는
다양해지고 이제 중요한 것은
그것을 채울 알맹이를 가지는
것이다. 콘텐츠 전쟁이
시작되는 최전선에 비디오
저널리스트가 서 있을 것이다.

저널리스트 과정의 교육을 받는 동안 학생들은 단 한명의 비디오 저널리스트를
만나 보지 못한다. 필자가 단 일주간 진행하는 VJ교육에서 한 가족의 생계를 위
해 열심이었던 한 가장을 만난 적이 있다.

그를 보며 단계적이고 체계적인 교육프로그램이 존재하지 않으면 오히려 시민
에게 상처를 주는 결과를 초래할지도 모른다는 걱정을 한 적이 있다. 제작하는
방법을 교육했으면 그 작품을 유통할 수 있는 마당도 마련해주어야 하고 후속적
으로 수준을 높이는 교육을 겸해야하는 것이 당연하다. 그래야 그 소중한 나랏돈
을 들여서 교육을 하는 보람이 있을 것 아닌가. 비디오 저널리스트는 단순히 테
크닉을 익히는 것이 중요한 것이 아니라 기획을 하고 가려낼 수 있는 콘텐츠 감
별사가 필요한 것이다.

심리학자 스티븐버그가 말한 사랑의 삼각이론처럼 비디오 저널리스트의 삼각이
론을 제시하고 싶다. 사람 '작품' 유통의 삼각형이 물 흐르듯 흐르면 건강한 시장
이 형성되는 것이다. 먼저 사람들을 가르치면 그 사람들이 작품을 만들어내고,
만들어진 작품은 활발히 유통되고, 다시 유통된 자본은 흘러서 더 좋은 작품을
만들어 시장에 내놓게 한다. 지금까지 따로 놀았던 세 가지 영역이 서로 유기적
으로 움직인다면 더 많은 비디오 저널리스트들에게 제대로 된 알맹이를 기대할
수 있을 것이다.

비디오 저널리스트는 단순히
테크닉을 익히는 것보다 좋은
기획을 선별하는 능력이 필요하다.
© WWW.VJT.VT.ORG



보다 넓은 시장을 향하여

비디오 저널리스트는 제조업이다. 이 얼마나 힘든 일인가. 결코 쉬운 일이 아니
다. 다 만들어 놓은 것을 내다 파는 것이 아니라 하나하나 손수 만들어서 판매하
는 수공업 작업이다. 다량 판매해서 이익을 내는 것이 아니기 때문에 작품의 질
로서 승부를 걸어야 한다. 다량의 작품으로 승부를 건다면 적어도 어떤 분야의
아카이브를 형성할 정도는 되어야 비즈니스로 연결될 수 있다. 그 만큼의 정직한
시간과 정력, 그리고 자본이 필요하다. 비디오 저널리스트의 시장을 들여다본다.
그 만큼의 정력과 시간을 투자할 만한 가치가 있는가.

디지털 시대에 태어난 비디오 저널리스트의 작품은 디지털 시대에 걸맞게 디
지탈 TV, DMB 등 다양한 미디어에 콘텐츠를 공급하는 중요한 역할을 하게 되
게 될 것이다. HDV의 6mm카메라의 발달과 비선형 편집시스템의 다양화에 맞
물려 VJ제작 시스템을 갖추는데 드는 비용은 점점 줄어들고 있다. 그만큼 투자
비용은 줄어들고 있다는 것이다. 시장형성이 되었으니 테크닉이 발달하고 신제
품이 늘어나고 있으며 물건이 많아지니 가격이 내려가는 것은 당연한 이치이다.
전센터에서 이기려면 장비도 최신형으로 갖추고 장비사용법도 정확히 알아둬야
하는 것은 당연한 것이 아닌가.

그렇다고 최신형만 고집할게 아니다. 전략과 전술에 따라 몸에 맞는 무기를 장
착하는 것이 더 중요하다. 어느 정도 수준이 된다면 장비를 갖추는 것이 작품을
제작하고 비즈니스를 하는데도 유리하다. 문제는 이런 장비를 활용해서 어떻게
작품을 만들고 그 작품을 시장에 내놓느냐에 있다. 우리나라는 누가 뭐래도 IT강
국이다. 단순한 방송시장이 통신과 맞물려 과잉경쟁이 되고 있는 것이 사실이지
만 비디오 저널리스트에게 지금 시장이 호재임엔 틀림없다. 미디어는 다양해지
고 이제 중요한 것은 그것을 채울 알맹이를 가지는 것이다. 콘텐츠 전쟁이 시작
되는 최전선에 비디오 저널리스트가 서 있을 것이다. 비디오 저널리스트가 작품
의 저작권을 방송사에 넘겨주지 않는다면 저작권이라고는 갖고 있지 않은 프로
덕션에 비해 콘텐츠를 더 많이 갖고 있다고 봐야한다. 혼자 만든 작품의 저작권
은 오로지 혼자만의 것이기 때문이다.

그렇다면 우리나라만 볼 것인가. 아니다. 아무리 미디어가 다양해져도 우리나
라만으론 시장이 좁은 게 사실이다. 좁은데서 난리를 칠게 아니라 보다 넓은 곳
으로 나가라. 앞서 이야기한 기획력과 영업력을 갖춘다면 보다 넓은 시장에서 대
한민국 비디오 저널리스트의 한사람으로서 활동하라고 권하고 싶다. 그리고 익
숙해지면 다시 떠나라. 스펀리(翫破離). 배우고 배운걸 깨뜨리고 다음엔 그 자리
에서도 떠나라. 희망이 계속되는 것에 의문을 품기도 하고 절망이 계속되는 것에
유연해질 수 있도록 스스로를 단련시킬 수 있어야 한다. 비디오 저널리스트는
CEO로서 누구보다도 자기 자신의 주인이 되어야한다. 비디오 저널리스트 누가
하나? 한 곳에 머물지 않는 사람만이 할 수 있다. 🌈



VJ 김민선
- 한국외국어대학교 일본어학과 신문방송학과 졸업
연세대학교 영상대학원 멀티미디어 저널리즘
석사 수료
- ICA, 한국방송학회, 한국언론학회 정회원
국민대학교 사회과학대 언론정보학과 방송영상제
작과정 및 기획과정 겸임교수
한국 비디오 저널리스트 협회 상임이사겸 사무총장
상명대 한국방송제작단 인스티튜트 디지털미디어
저널리스트 학과장
한국비디오 저널리스트협회 전문가과정
인큐베이팅 튜터
VJ 김민선과 함께 하는 영상여행 - 인양VJ영상예술
교육
- Homepage : <http://www.vjnews.org>
Email : tasamo1@chol.net