



|우수작|

## 함께하는 꿈

<MBC 환경콘서트 - 함께하는 꿈 2006>을 통해  
살펴본 라디오 공개방송의 가능성

김정민

### 1. “라디오 속엔 사람이 있어요?”

어린이 두 명이 오래된 라디오를 가리키며 묻는다.

“라디오 속에는 사람이 있어요?”

지난 2005년 11월, 서울 장충체육관에서 있었던 <MBC FM4U DJ콘서트>의 문을 여는 오프닝 영상의 한 장면이다. 요즈음 애들이 똑똑하다고 하지만 이상한 기계 안에서 목소리가 들리니 그 속에 사람이 있나? 생각할 법도 하다. 하지만 이 영상은 이렇게 대답한다.

“라디오 속에는 사람이 있어요!”

오늘날 기술의 발달로 라디오가 청취자들에게 다가가는 방법 또한 다양해졌다. 인터넷 홈페이지를 통한 보이는 라디오, 실시간으로 참여 가능한 mini, 콩, 고릴라 등의 인터넷 라디오, 그리고 컴퓨터 없이도 핸드폰 문자메

시지로 청취자가 프로그램에 참여할 수도 있다. 더불어 DMB 라디오 수신기를 가지고 있는 경우라면 DMB PAD를 통해 방송을 하고 있는 DJ의 모습도 볼 수 있다. 과거 늦은 밤 수신이 잘 되지 않는 라디오를 붙들고 손글씨로 DJ 언니, 오빠에게 사연을 보내던 때와는 사뭇 다른 풍경이다. 하지만 아무리 기술이 발달했어도 라디오라는 매체에 있어 DJ와 제작진 그리고 청취자들의 친밀감 형성에 가장 큰 역할을 하는 것은 라디오 공개방송이다.

MBC 라디오는 청취자와의 더욱 가까운 만남을 위해 다양한 공개방송을 제작하고 있다. 2006년 MBC 라디오에서 제작한 공개방송은 그 취지에 따라 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 하나는 청취자와 제작진의 친밀감 형성을 목적으로 하는 공개방송이다. 대표적인 예로 1984년부터 시작된 <MBC FM4U 여름음악페스티벌>과 그보다 역사가 조금 짧은 <MBC FM4U DJ 콘서트>, 그리고 각 프로그램에서 자체적으로 제작하는 공개방송이 있다.

그리고 다른 하나는 구체적이고 직접적인 제작의도를 가지고 진행되는 공개방송이다. 그 예로는 모차르트 탄생 250주년을 기념한 <모차르트 NOW 음악회>, 청소년의 금연을 목적으로 보건복지부와 함께한 <2006 친친 클린 콘서트>, 그리고 우리 모두에게 과제이자 의무인 환경보호를 위한 <환경콘서트 - 함께하는 꿈 2006>이 대표적이다.

필자는 이 중에서 2006년 6월 15일 저녁 8시부터 N서울타워 앞 야외무대에서 열린 <환경콘서트 - 함께하는 꿈 2006>을 통해 다매체, 다채널 시대 라디오 공개방송을 통한 라디오의 가능성에 대해 이야기해보고자 한다.

## 2. 불편한 진실

지구온난화 방지의 전도사 앨 고어 전 미국 부통령이 2007년 7월 7일 지구적 차원의 대규모 팝 환경콘서트 ‘라이브 어스(Live Earth)’를 개최한다. 전 세계 7개 국가에서 동시에 개최되는 콘서트는 24시간 동안 펼쳐진다. 콘서트 장소는 미국 뉴저지, 영국 런던, 호주 시드니, 브라질 리우데자네이루, 남아프리카공화국 요하네스버그, 일본 도쿄, 중국 상하이 등 대륙별로 골고루 분포되어 있으며 기후 변화로 위기에 빠진 지구를 생각하자는 뜻으로 우리 자신을 구하자(Save Ourselves)는 슬로건을 걸고 진행된다.

TV, 라디오, 인터넷 등을 통해 전 세계 20억 명 이상이 즐길 것으로 기대되는 이 콘서트는 기획 취지에 맞게 사용하는 물품부터 이동수단까지 모두 친환경적이다. 우선 무대에 쓰일 전기는 바이오 디젤로 얻는다. 콘서트장 내의 식음료 판매업자들은 가공되지 않은 농산물만 팔고, 포장용지로는 옥수수로 만든 플라스틱 등을 쓰게 된다. 마돈나, 레드 핫 칠리 페퍼스, 본 조비, 알리시아 키스, 보노 등 세계적인 팝스타들은 출연을 위해 비행기로 이동하는 거리만큼의 이산화탄소 배출세도 낸다는 방침이다. 이번 콘서트를 통해 마련되는 기금은 앨 고어가 이끄는 환경운동단체의 캠페인 활동을 위해 쓰일 예정이다.

가까운 일본은 지구 온난화 방지를 위해 매년 여름 라이트다운(Light Down)을 진행한다. 지난 2006년 6월 18일 일본 환경성과 대지를 지키는 모임 등의 비정부조직(NGO)의 주최로 도쿄타워를 비롯한 삿포로시의 시계탑이나 오키나와현 슈리성 등의 명소를 비롯하여 동네의 편의점에 이르기까지 전국 약 3만 8000개의 장소에서 일제히 라이트다운 행사가 이루어졌다. 하지 기간에 맞춰 진행된 이 행사는 2003년에 시작해, 매년

참가 시설이 증가하고 있다. 행사가 진행되는 동안 전국 각지에서는 참여하는 사람들에게 촛불을 켜서, ‘천천히 시간을 보내세요’라고 권하며 촛불 조명으로 이루어진 재즈 콘서트를 비롯하여 약 400개의 문화 이벤트가 열렸다. 물론 이 행사를 통해 일본의 환경 문제가 결정적으로 해결되는 것은 아니다. 하지만 사람들이 일상에서 ‘불가능하다. 전기 없이는 살 수 없다.’고 생각했던 것들이 이 행사를 통해 사실 그렇지 않다는 것, 우리가 편리함에 지나치게 길들여져 있다는 것을 깨닫게 된다. 나아가 대중들 스스로 사회적 상상력을 자극하고, 능동적으로 환경문제를 비롯한 사회문제에 대한 대안을 고민할 수 있게 된다.

국내에서도 1990년대 초반 대중가수들에 의한 환경콘서트가 있었다. 매해 대규모로 열리는 환경콘서트로 행사 자체에 대한 인지도는 확고해졌지만 해를 거듭할수록 환경보다는 참여가수들의 권익에 초점을 맞추면서 의미가 퇴색했다. 2007년 현재 인터넷 포털사이트에서 과거 1990년대 이루어진 환경콘서트에 대한 자료를 검색해보면 이러한 상황을 더욱 잘 알 수 있다. 이 행사에 대한 기록은 그 취지에 대한 올바른 이해 전달보다는 각 가수 팬들의 스타에 대한 추억 회고 등이 전부다. 한국사회가 가지고 있는 환경문제에 대한 인식의 정도가 드러나는 부분이다.

### 3. 함께하는 꿈

지난 2006년 6월, 독일월드컵이 시작되면서 전국에서 응원행사가 봇물을 이루었다. 이런 상황에서 <환경콘서트 - 함께하는 꿈 2006>이 진행됐다. 온 나라가 월드컵이라는 꿈을 꾸고 있을 때, 환경보호라는 꿈을 이루기 위해 진행된 행사였다. <환경콘서트 - 함께하는 꿈 2006>은 아래와

같은 세 가지의 특별한 연출이 있었다.

우선 N서울타워 소등행사다. 공개방송이 이루어지는 N서울타워를 찾은 관객 모두가 카운트다운을 외치자 타워 조명이 일제히 꺼졌다. 인공적인 불이 30분 정도 소등된 동안 빛의 소중함과 함께 환경보전 문제를 생각해보는 시간이었다. 제작진은 일본에서 매년 열리는 도쿄타워 소등행사를 벤치마킹한 것이다. ‘조명 없이 어떻게 공연이 이루어질 수 있느냐?’라는 물음에 환경콘서트 제작진들은 유쾌한 답변을 내놓았다. 모든 인공적인 조명이 꺼지자 이날 출연가수인 김장훈이 자전거를 타고 나왔다. 그리고 참여 관객들과 함께 친환경적 자전거 퍼포먼스를 통해 자전거의 조명을 이용한 공연을 성황리에 진행했다.

이와 함께 무주 농업기술센터의 도움으로 청정지역의 반딧불이 100마리를 가져와 남산에 방사, 환경을 생각하고 가꿀 수 있는 이벤트도 추진했다. 관객으로 참여한 한 주부는 자신의 아이에게 도심에서 볼 수 없는 반딧불이를 보여주고 싶어 공개방송을 신청했다고 말했다. 필자 역시 도시에서 볼 수 없는 반딧불이의 빛을 보며 놀라움을 감출 수 없었다. 반딧불이가 빛을 내자 도시 생활에 익숙한 관객들 모두가 어린 아이 할 것 없이 탄성을 지르는 모습은 감동적이기까지 했다.

그리고 무엇보다도 출연진 모두가 공개방송을 진행하는 데 적극적으로 참여했다. 대부분의 TV, 라디오 방송이 MR을 이용한 진행이 잦은 데 비해, 환경콘서트는 모든 인공적인 반주(MR, AR)를 배제하고 전곡을 밴드 라이브로 진행했다. 이 날 사회를 맡은 <별이 빛나는 밤에>의 전 DJ 옥주현을 비롯하여 출연가수 SG 워너비, 박정현, 성시경, 김장훈의 어쿠스틱한 느낌의 언플러그드 라이브는 한여름밤의 꿈과 같았다. 말 그대로 ‘함께하는 꿈’이었다.

#### 4. 지금은 라디오 시대

다매체, 다채널 시대 지상파 방송의 미래에 대한 어두운 전망을 보이는 소리가 자주 들린다. 더불어 이 재미있고 볼거리 풍성한 시대에 ‘요즈음 누가 라디오를 듣느냐?’고 생각하는 이들도 많다. 하지만 지금의 상황은 라디오에 있어 기회다. 기술의 발달로 과거 ‘보이지 않는 매체(The Invisible Medium)’라는 라디오의 특성은 점차 희미해지고 있다. 영상이 존재하지 않는다는 것이 약점이 아니라 오히려 강점으로 작용했던 시절에 비해, 오늘날 라디오는 다양한 매체를 융통성 있게 수용, 청취자들에게 더욱 적극적으로 다가간다. 물론 라디오 매체의 접근 정도는 청취자의 선택이다.

라디오 공개방송 역시 그 기회 중 하나다. 과거에도 <별이 빛나는 밤에- 짬 콘서트>를 비롯하여 공개방송에 대한 추억을 가진 이들이 많다. <별이 빛나는 밤에>를 듣던 청소년들이 성장하여 <두시의 데이트>를 즐기고, <여성시대>에 공감하며, <지금은 라디오 시대>를 만든다.

청취자와의 아름다운 추억을 위해 라디오 제작진에게 더욱 적극적인 고민을 바란다. 다양한 볼거리, 작품성 있는 공연이 넘치는 시대이기는 하지만 라디오를 사랑하는 청취자들이 원하는 것은 화려한 비주얼 넘치는 볼거리가 아니라, 라디오 속 사람과의 가슴 설레는 만남 그 자체다. 긍정적이고 건강하며 인간미 넘치는 메시지가 넘나드는 만남의 장을 적극적으로 만들어나가는 것. 그것이 지금 이 시대, 라디오가 더욱 굳게 자리할 수 있는 길이다.