

‘SBS 그룹 가치 3조 달성’ 위한 기반 조성한다

2022년 경영계획 설명회 - 노사 화합, 경쟁력, 공정 방송 강조

2022년 경영계획 설명회가 1월 3일(월) 목동 SBS 사옥 13층 SBS홀에서 개최됐다. 코로나 19 방역을 위해 경영위원과 정형택 노조위원장, 보직국장과 수상자만 참석했으며 사내 채널을 통해 중계됐다.

단상에 오른 박정훈 사장은 먼저 2021년 성과를 되돌아보았다.

2021년 SBS는 프라임타임 2049시청률 6년 연속 1위를 달성했다. 파워FM은 7년 연속 청취율 1위를 달성했다. 드라마는 경쟁사를 압도하며 2049시청률 1위를 기록했다. 뉴스는 TV와 디지털 모두에서 경쟁사 대비 우위를 점했다. 2020 도쿄올림픽에서 하계 올림픽 사상 최초로 경쟁력 1위에 올랐다. 콘텐츠 경쟁력에서 SBS는 2049시청률 TOP20에 가장 많은 6개 프로그램을 진입시켜 tvN을 제쳤다. 지난 10년간 계속 하락세를 보이던 광고는 전년 매출 대비 27.8%의 경이적인 증가율로 전 채널 1위에 올랐다. 디지털 분야는 새로운 성장 모멘텀이 필요한 어려운 상황에서 나름대로 선전했다. 글로벌 사업은 K콘텐츠의 인기 상승으로 유통수입이 많이 늘었다.

박정훈 사장은 “2021년 우리는 위기를 언제든지 기회로 만들 수 있다는 것을 확인했다. 그 밑에는 경쟁력이 자리 잡고 있어야 한다”며, “올해는 제작비와 인건비 상승, 4개의 빅 이벤트라는 리스크가 있지만, 이를 극복하는 것은 오로지 경쟁력에 달려 있다”고 강조했다.

2022년 경영목표는 ‘SBS 그룹 가치 3조 달성’을 위한 기반 조성이다. 첫째, 콘텐츠 메가 유니버스를 구축한다. SBS 편성을 전제로 하지 않는 슈퍼 IP를 생산하고, 외부 드라마 제작사 인수, 예능 스튜디오 설립을 본격적으로 검토한다. 둘째, 광고 매출 4,000억 달성을 위한 기반을 조성한다. 셋째, 디지털, 글로벌 매출을 확대한다. 넷째, 자회사의 업무영역을 확장하여 수익성을 높인다.

이 네 가지 경영 목표 달성을 위해서는 우선 노사가 대화합을 이뤄야 한다. 노조는 견제와 균형의 합리적 노사 관계를 유지하되, 구성원들의 미래 생존 환경에 관한 중대 사안에 대해서는 한 목소리를 내야 한다.

경영목표를 달성하기 위한 그 다음 전제 조건은 1등 경쟁력이다. 드라마는 슈퍼IP를 생산하고, 예능과 교양은 킬러 콘텐츠를 2개 이상 추가해야 한다. 디지털 분야의 최강자가 되어야 하고, 러브FM은 경쟁력을 제고해야 한다. 빅 이벤트에서도 1등을 해 내야 한다.

세 번째 전제 조건은 전 부문 공정 방송 실천이다. 박정훈 사장은 “팩트와 균형 잡힌 절제를 하지 않으면 우리의 보도가 남들에게 흥기가 될 수 있다고 말씀드린 바 있다. 이것이 무너지는 순간 우리가 쌓았던 공든 탑은 순식간에 무너지고 만다. 보도나 시사에 한정되는 것이 아니라 예능, 라디오 등 전 부문에 해당된다”고 다시 한번 주의를 당부했다.

박정훈 사장은 “미래의 SBS는 그룹 가치 3조 이상의 위대한 회사다. SBS를 우물로 비유하면 우물 밖에 거대한 호수를 파서 우물에 안정적으로 물을 공급할 것이다. 호수는 스튜디오들이다. 어떤 스튜디오들이 만들어질지 모르겠지만 전제는 회사에 이익이 되어야 하고, 구성원들의 동의가 있어야 한다. SBS 밖에 거대한 호수를 파는 중장기적인 전략을 계속 추진할 생각”이라고 말했다.

박정훈 사장은 “성공 확률이 낮을수록 큰 성공의 가능성은 높아진다”는 성공의 역설을 소개하며 “맥아더가 인천상륙작전을 펼쳤을 때 70세였다. 맥아더는 사람은 나이를 먹어서 늙는 게 아니라 이상을 저버리기 때문에 늙는 것이라고 했다. SBS 직원의 평균 연령은 44세이다. 맥아더 장군보다 더 젊은 우리들이 인천상륙작전처럼 획기적인 일을 못할 이유가 없다”고 말했다.

이어서 “그룹 가치 3조의 위대한 회사를 만들기 위해 저는 인천상륙작전을 할 생각이다. 여러분들이 주춧돌이 되어야 한다. 모두 화합해서 한마음으로 해야 한다”며, “이를 위해서는 모든 사원들이 리더가 되어야 한다. 통상적인 발상을 해서는 목표를 이룰 수 없다. 모두가 리더가 되어 1%의 성공 확률에 도전해야 한다. 리더는 유능한 사람을 쓸 줄 알아야 하고, 어떤 상황에서도 아이디어를 낼 수 있어야 한다. 또, 아무도 해결 못한 일을 해결하는 사람이 리더다. 모든 직원들이 리더의 마음으로 새해를 시작하기 바란다”며 설명회를 맺었다.

(2021 하반기 작품상 등 수상자 명단은 3면)



2022년 드라마 첫 주자 악의 마음을 읽는 자들

장르물의 명가 SBS가 선보이는 웰메이드 범죄 심리 드라마



금토 드라마 <악의 마음을 읽는 자들>(극본: 설이나, 연출: 박보람)이 2022년에도 화려한 SBS 드라마 라인업의 첫 테이프를 끊는다.

<악의 마음을 읽는 자들>은 동기 없는 살인이 급증하던 시절, 악의 정점에 선 연쇄살인범들의 마음속을 치열하게 들여다보아야만 했던 대한민국 최초 프로파일러의 이야기를 그린다. 대한민국 제1호 프로파일러 권일용과 작가 고나무가 공저한 동명의 논픽션 르포 책을 원작으로, 장르물의 명가 SBS가 웰메이드 범죄 심리 수사극을 선보인다.

특히, 김남길, 진선규, 김소진 이름만 들어도 신뢰가 가는 최고의 연기파 배우들이 출연한다는 소식에 시청자들의 기대감이 한껏 올라가고 있다.

김남길은 서울지방경찰청 과학수사계 범죄행동분석팀 프로파일러 송하영 역을 맡았다. 송하영은 감정이 없는 것처럼 보이지만 누구보다 인간을 깊이 들여다보는 인물이다. 김남길은 냉철한 카리스마와 무게감 있는 연기로 긴장감 가득한 연쇄살인 추적을 이끌어갈 예정이다. 진선규는 극 중 서울지방경찰청 과학수사계 범죄행동분석팀장 국영수로 분한다. 프로파일링의 필요성을 가장 먼저 깨닫고 오랜 전략 끝에 범죄행동분석팀을 만드는 인물이다. 본격적으로 안방극장 공략에 나선 진선규의 밀도 높은 연기력에 관심이 모인다.

김소진은 극 중 서울지방경찰청 기동수사대 팀장 윤태구 역을 맡았다. 사건을 인지하는 동물적 감각을 지녀, 강력계 전설로 통하는 인물이다. 무대와 스크린을 오가며 막강한 존재감을 과시한 그녀의 연기력이 <악의 마음>에서 어떻게 빛날지 궁금해진다.

이외에도 이대연, 김원해, 정만식, 정순원, 려운 등 막강한 배우들의 활약도 기대를 모은다.

제작진은 "2022년 SBS 첫 드라마인 만큼 배우와 제작진 모두 더 좋은 드라마, 더 의미 있는 드라마를 만들기 위해 최선을 다하고 있다. 시청자 여러분들의 많은 관심과 기대 부탁드립니다"고 전했다. <악의 마음을 읽는 자들>은 1월 14일(금) 밤 10시에 첫 방송된다.

<이숙영의 러브FM> 3,000일 기념



오마이뉴스 박정호 기자

이숙영 DJ

이베스트증권 염승환 이사

<이숙영의 러브FM>(연출: 이승훈)이 12월 30일(목), 방송 3,000일을 맞았다. DJ 이숙영은 <이숙영의 파워FM>으로 최고의 인기를 누리다가, 러브FM 오전시간대 부흥의 사명을 띠고 2013년 10월 14일 러브FM으로 옮겨왔다. 오전 8시 30분부터 10시까지 1시간 반 동안 방송되던 <이러엠>은 차츰 인기를 얻으면서 3시간까지 시간이 확대되었고, 2020년 3월부터 매일 오전 7시부터 9시까지 2시간 동안 청취자들과 만나고 있다.

<이러엠> 3,000일 특집에서는 청취자 문자 3,000번째의 주인공에게 행운의 선물 7종 꾸러미를 선물했다. 투자전문가 염승환, 뮤지컬 배우 신민철, 차윤희 박사 등이 DJ 이숙영과 함께 코너마다 사은 퀴즈와 선물 이벤트를 펼쳐 한결같은 청취자들의 사랑에 보답했다.

이숙영 DJ는 "3,000일 숙제를 축제로 바꾸어준 청취자분들에게 진심으로 감사드립니다. 매일 아침 7시마다 축제판이 벌어지는 <이숙영의 러브FM> 행복공화국으로 놀러 오시라. 어렵고 힘든 분들과 따뜻하게 소통하면서 이러엠지기로 최선을 다하겠다"고 말했다.

<이숙영의 러브FM>은 수도권 103.5MHz에서 방송되며, PC 및 스마트폰 애플리케이션 'SBS 고릴라'를 통해서도 들을 수 있다.

SBS, 코로나19로 어려운 소상공인에게 1억 기부



이동희 경영본부장

<SBS 희망TV>와 사랑의 열매가 함께하는 소상공인을 위한 기부 프로젝트<나눔, 모두를 위한 사회백신 - 나의 한 끼를 기부합니다!>가 12월 23일(목) 15시부터 17시까지 2시간 특별 생방송으로 진행되었다. 이 프로젝트는 밥 한 끼 금액인 5,000원의 성금을 기부받아 어려움을 겪고 있는 소상공인의 일상 회복을 지원하고자 마련되었다.

<나눔, 모두를 위한 사회백신>은 러브FM 그리고 파워FM의 만남, SBS <붐붐파워>와 <희망TV>의 유쾌한 콜라보로 서울부터 인천, 서산, 부산까지 전국 지방공공의 소상공인을 만나고 코로나19로 가게 운영이 어려운 상황에서도 나눔을 이어오는 기부 천사들을 만났다. SBS 미디어그룹은 1억 원의 성금을 보태 온정을 나눴으며 1억 6천 여만 원의 성금과 현물은 사회복지단체를 통해 소상공인들에게 지원될 예정이다.

SBS 뉴스 유튜브 구독자 200만 돌파! 지상파·종편 중 1위 순항

SBS뉴스 유튜브 채널이 지난해 12월 23일(목) 구독자 200만 명을 돌파했다. 이미 7월에 JTBC를 제치고 순위를 뒤집은 후, 하반기에도 구독자 유입세는 멈추지 않았다. SBS뉴스 구독자 수는 지난해 초 115만 명에서 1년 만에 두 배 가까이 늘어난 200만을 넘어선 것으로, 가파른 증가세가 두드러졌다. 보도채널 YTN을 제외한 지상파, 종편 전체에서 구독자 1위에 오른 쾌거다.

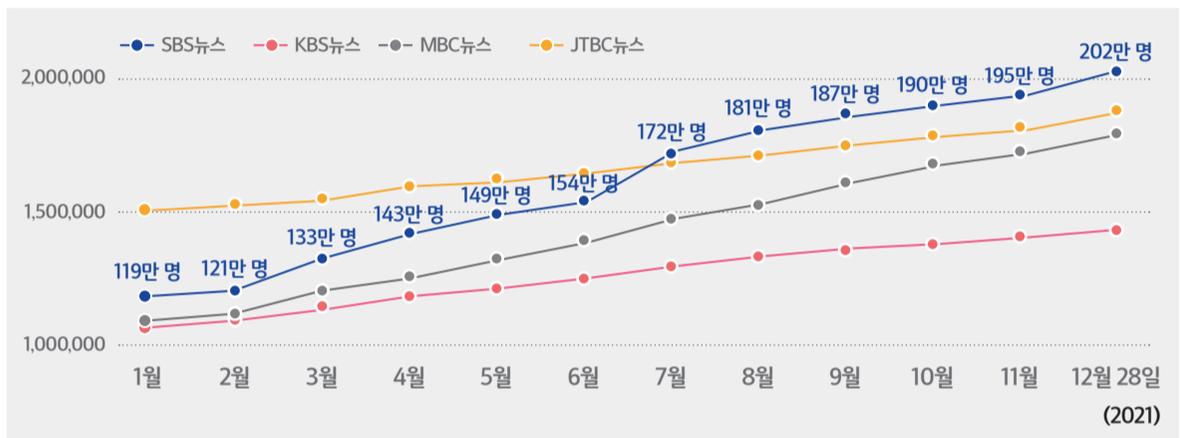
디지털 뉴스 플랫폼의 주도권을 잡으려는 언론사들의 치열한 경쟁 속에서 SBS는 우위를 확실히 점해 나가고 있다. SBS 디지털뉴스국의 저널리즘 콘텐츠 비디오머그 구독자 106만, 스포츠머그 19만 명을 합한다면 300만이 넘는 압도적인 디지털 구독자 기반을 확보하고 있는 셈이다. 코로나, 정치, 올림픽 등 뉴스 수요가 많았던 지난해, 누가

신속히 상황을 판단해 다양한 디지털콘텐츠를 생산하고, 깊은 내용을 다루느냐가 구독자를 유입하기 위한 관건이다. SBS 뉴스가 빠르게 구독자 200만 돌파를 달성한 배경에 바로 뉴스 소비 공간이 디지털을 중심으로 통합되는 환경에 선제적으로 대비한 '디지털 퍼스트' 전략이 자리하고 있다.

<8 뉴스>, <주영진의 뉴스브리핑>, <오뉴스>, <모닝 와이드>, <뉴스스토리> 등 TV뉴스 프로그램의 핵심 콘텐츠를 디지털 뉴스 플랫폼에 최적화해 유통시키는 데 주력했다. 또 '가장 빠른 올림픽 하이라이트'를 제공하는 계정으로 자리매김한 도쿄올림픽, '선거 페이지', BTS의 <8 뉴스> 출연 등 이벤트 때마다 한발 앞선 대응은 큰 폭의 구독자 증가세를 가져왔다.

또 경쟁력을 지닌 SBS 디지털만의 오리지널 콘텐츠들이 효자 상품 역할을 톡톡히 했다. <그 사람>, <이슈블라>, <후스토리>, <월스트리트>, 비디오머그와 이슈탐사의 콜라보 <스튜디오 블랙> 등 심층 콘텐츠가 축적되면서 '속도와 깊이'라는 시너지가 나타났다. 정치 이슈를 유쾌하게 풀어가는 <대선캠프>, 더 이해하기 쉽게 뉴스를 풀어주는 디지털 텍스트 콘텐츠 '뉴스쉽', '스브스레터' 등도 시작부터 호평받고 있다.

올해는 베이징 동계올림픽, 20대 대통령 선거, 항저우 아시안게임 등 빅 이벤트가 줄줄이 예정되었다. 디지털에 최적화된 제작 방식을 정착시키고, 취재와 디지털 간의 콜라보 콘텐츠를 늘리는 등 보다 공격적인 전략으로 치열한 경쟁 환경에 대응할 계획이다.



2021 하반기 작품상 최우수상

<원더우먼>(홍성창)

2021 하반기 작품상 우수상

<롤 더 넥스트 2021>(정준기) | <당신이 훔치는 사이 2> '청산거리 막걸리 사건'(규규형, 장경주) | <허지용쇼>(김홍종) | <SBS 8 뉴스> 코로나19 연속 보도(최호원, 조동찬, 박수진, 김덕현, 김용태, 박찬근) | <그 사람>(정명원, 윤춘호, 양만희) | <신발 벗고 돌싱포맨>(백수진)

2021 하반기 작품상 특별상

<애니멀봐> 작가 김은아 | <미운 우리 새끼>, <신발 벗고 돌싱포맨> 작가 강승희 | <런닝맨> 출연자 지석진 | <원더우먼> 작가 김윤

2021 하반기 인센티브상

<꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기> | <궁금한 이야기 Y> | <당신이 훔치는 사이> | <TV 동물농장> | <그것이 알고 싶다> | <미운 우리 새끼> | <런닝맨> | <집사부일체> | <신발 벗고 돌싱포맨> | <동상이몽 2> | <SBS 8 뉴스> | 스포츠기획부 | <김영철의 파워FM> | <두시탈출 컬투쇼> | <불뚱파워> | <박소현의 러브게임> | <이숙영의 러브FM>

2021 마케팅 인센티브상

<편먹고 공치리> | <LOUD> | <건강비결 좋아요> | <더 리슨-바람이 분다>

2021 시청자만족도대상

시사 부문 1위 <그것이 알고 싶다> | 교양 부문 1위 <꼬리에 꼬

리를 무는 그날 이야기>

2021 하반기 비전실천상

CMS팀 최재현 | 콘텐츠파트너십팀 권영숙 | 마케팅D스튜디오 이사무엘 | 교양4CP소속 김재환 | 예능1CP소속 김남중 | 라디오2CP소속 윤의준 | 뉴스플랫폼부 이강 | ERP팀 이영섭 | 미디어기술연구소 유성

2021 특별공로상

SBS M&C 콘텐츠솔루션1팀 이해영 | SBS플러스 제작팀 배성현 | SBS미디어넷 스포츠전략팀 김성아

2021 4분기 특종상

금상: 최고운, 전병남, 이현정, 조운하, A&T 홍중수, 양두원
은상: 박상진, 김관진, A&T 배문산, 김종태 | 신정은, 최선길, 한성희 | 조동찬, 박수진, 박찬근, 김덕현 | 정윤식, 배준우, 손형안, 원종진, 홍영재, 안희재, 소환욱, 정반석, 박찬범
동상: 강청완, 유수환 | 전병남, 김민정, 한성희 | 송인호, 장세만

2021 4분기 기획상

금상: 김수형, 박은하, 오정식, 한동훈, 최진영
은상: 김아영, 김혜영, 배준우
동상: 김민정 | 김현철, 주영진, 이홍갑, 조을선

2021 4분기 디지털뉴스상

금상: 이현식, 장선이, 명하은
은상: 박하정, 이세미, 한만길, 장지혜, A&T 이재영, 조창현, 최준식, 신동환
동상: 임상범, 조제형, 이승환, 김태훈

전종익 부국장, 이석진 차장 안식년

라디오기술팀 전종익 부국장, 자산개발팀 이석진 차장이 2월, 안식년을 맞는다.



전종익 부국장은 SBS AM, FM 개국부터 지금까지 음향 엔지니어로 30년 이상을 라디오기술팀에서 근무했다. 방송사 최초로 파일 시스템과 송출 라우터 시스템을 도입하거나 업그레이드할 때 주도적인 역할을 하여 안정적인 방송 송출에 기여했다. 2011년부터 2016년까지 라디오기술팀장을 역임했고, 지금은 많은 사람의 로망인 전원주택을 짓고 제2의 인생을 준비하고 있다.



이석진 차장은 1992년 TV제작1부로 입사하여 드라마, 교양 콘텐츠를 제작했으며, 편성팀, 아카이브팀에서 근무했다. 2004년 'SBS 신사옥 시대를 열다' 사옥 소개 영상, '기쁨 주고 사랑받는 우리의 SBS' 로고송, 북경 올림픽 '고미' 캐릭터를 제작했고, 'SBS 역사관'을 기획하는 등 SBS의 다양한 브랜드콘텐츠 제작에 힘썼다. '사랑해요 우리말' 웹드라마를 제작하여 LA 한인협회로부터 공로상을 수상하기도 했다. 2015년부터는 자산개발팀에서 여주 오피스텔장 관련 콘텐츠 개발 업무를 수행했다.



나는 *I am* SOLO 자체 최고 시청률 경신!



<나는 SOLO>가 자체 최고 시청률을 경신하며 연말 화제를 모으고 있다.

12월 15일(수) 방송된 <나는 SOLO>는 평균 3.3%(닐슨코리아 수도권 유료방송 기준, SBS PLUS-NQQ 합산 수치)의 시청률을 기록했으며 광고주의 핵심 지표인 2049타겟 시청률 역시 2.3%로 자체 최고 시청률을 경신했다. 이날 방송에서는 영수와 정숙이 두 번의 '운명 데이트'에서 모두 커플이 돼 시청자들로 하여금 열광적인 반응을 이끌어냈다. 특히 영수와 정숙이 서로의 부모님 사진을 고른 뒤 인터뷰하는 장면은 '최고의 1분'으로 무려 3.5%까지 치솟았다. 한편, <나는 SOLO>는 지난 11월 18일 넷플릭스에 공개된 이후 줄곧 톱10 안에 기록되는 기염을 토했다. 12월

10~13일에는 '오늘의 한국 TOP10 콘텐츠' 1위를 차지하기도 했다.

<나는 SOLO>는 매회 출연자들에 대한 뜨거운 관심이 이어지고 있을 뿐만 아니라 어디로 이어질지 모르는 출연자들 마음의 향방을 예측해 보는 재미로 시청자들의 마음을 사로잡고 있다. 지난 29일부터는 역대급 스펙과 개성을 갖춘 5기 솔로남녀가 등장해 <나는 SOLO>에 대한 관심이 더욱 뜨거워지고 있다.

SBS플러스 <나는 SOLO>가 새해에는 또 어떤 흥미로운 이야기로 시청자들을 찾아올지 귀추가 주목된다.

SBS M&C 조직문화 혁신 위해 '프로' 호칭제 신설

SBS M&C는 새해를 맞아 호칭제를 개선하여 조직문화의 혁신을 시도한다. '직급'을 호칭으로 사용하는 문화를 없애고, '프로'라는 새로운 호칭을 적용한다.

이번 변화의 핵심은 '본인의 역할과 책임을 인지하며 주도적으로 업무를 수행하는 조직문화 형성'에 있다. 직급에 기반한 조직문화는, 프로젝트가 많아지고 사업영역이 다각화될수록 업무 처리 속도와 개인의 성장을 더디게 한다. 또한 급변하는 미디어/광고 시장 속에서 빠르게 대응하고 흐름에 발맞추기 위해서도 더욱 호칭의 개선이 필요하다고 판단했다.

이번 제도 변경을 통해 각자의 직급은 '역할'에 기반한 역할 레벨(G1~G5)로 구분되고 보직자를 제외한 모든 구성원은 '프로'로 호칭을 통일한다. 또한 단순히 내부에서만 서로 부르는 명칭을 바꾸는 것이 아니라, Wise(인사정보 / 발령 / 승진), 명함 등 대외적으로 본인의 역할이 표현되는 모든 곳에 '프로' 호칭을 적용하여 대내외적으로 구성원들의 역할 인식을 공고히 할 계획이다.

앞으로 SBS M&C 구성원들은 '직급 연한을 채워 다음 직급으로 승진'하는 것을 목표로 삼기보다 자신의 분야에서 전문성을 갖춘 '프로'가 될 수 있도록 성장을 추구할 것이다. 또한 직급과 상관없이 모든 구성원들이 자유롭게 의견을 개진하는 수평적인 조직문화를 형성하여 언제나 고객의 니즈를 신속히 해결할 수 있는 '프로' 미디어컨설턴트로 거듭나길 기대해본다.

<청년들의 페이스북(北)> 이달의 PD상



<2021 청년들의 페이스북(北)-우리는 레드오션으로 간다>(연출: 김종일, 작가: 홍주영)가 제26회 이달의 PD상을 받았다. <청년들의 페이스북(北)>은 청년들이 북한이나 남북교류 등을 테마로 비즈니스 아이디어를 제안, 심화하는 과정을 담아 북한에 무관심한 다수의 MZ세대에게 새로운 차원의 남북교류 가능성을 제시했다. 한편 김종일 부장은 남북교류협력단에 근무하면서 남북교류의 중요성과 가능성을 전파하고 평화통일 의식 고취에 기여한 공로로 지난해 말 방송통신위원장(한상혁)이 주는 표창장을 받기도 했다.

'가자! 네이처돌이' YWCA 좋은 미디어콘텐츠상



스브스뉴스 친환경 캠페인 '가자! 네이처돌이'(연출: 디지털뉴스랩 이아리따 등 작전콘텐츠팀 PD)가 제25회 한국 YWCA연합회가 선정한 좋은 미디어콘텐츠상(구 YWCA가 뽑은 좋은 프로그램상)을 받았다. 생명 부문 우수상을 받은 '가자! 네이처돌이'는 시청자가 일상에서 더욱 쉽게 환경 문제에 접근하고 공감할 수 있도록 기획된 점을 높이 평가받았다. 시상식은 12월 22일(수) 한국 YWCA 연합회 회관에서 열렸다.

미디어IT팀 시큐리티 어워즈 코리아 2021 대상



2021. 12. 시큐리티어워즈코리아 조직위 최정식 미디어IT팀 김지혜 박민욱 차장대우

SBS가 12월 29일(수) 시큐리티 어워즈 코리아 위원회에서 주최한 '시큐리티 어워즈 코리아 2021' 시상식에서 방송사 최초로 일반기업 방송부문 대상을 수상했다. 미디어IT팀은 SBS 정보보안 주관부서로서, 코로나19 확산에 따른 비대면 온라인 서비스 증가에 대응하여 임직원 인증체계 강화, 시 기반 네트워크 분석을 통한 악성코드 사전차단 등 기업 보안수준 제고 활동을 지속적으로 이행하여 그 성과를 인정받았다.

이정찬 기자 KPC 올해의 기자상



정희돈 부장 이정찬 기자 양종구 체육기자연맹 회장

스포츠취재부 이정찬 기자가 대한장애인체육회(KPC)에서 주는 KPC 올해의 기자상을 수상했다. 이정찬 기자는 2017년부터 장애인체육 보도를 담당하며 장애인에 대한 국민의 이해와 인식을 개선하고, 장애인체육의 중요성을 알리는 데 기여했다. 특히 2021년은 도쿄 패럴림픽대회 사전 보도를 통해 붐업을 조성하고, 생동감 있는 현장소식을 전달했다. 시상식은 12월 20일(월) 한국프레스센터에서 열렸다.