

2022 베이징 동계올림픽

시청률 1위는 역시 SBS

SBS가 2022 베이징 동계올림픽 중계에서 시청률 종합 1위를 차지했다.

시청률 조사기관 닐슨코리아에 따르면, SBS는 올림픽 기간 동안 3사가 맞붙은 11번의 프라임시간대 중계에서 11번 모두 2049시청률 1위에 올랐다. 시청자 수와 가구시청률 역시 11번 모두 1위에 오르면서 명실상부한 빅 이벤트의 최강자임을 입증했다.(2면 표 1 참조)

종목별로 보면 3사가 동시 생중계한 거의 모든 종목에서 SBS가 우위를 점했고, 특히 전 국민적 관심이 쏠린 쇼트트랙(43전 43승), 스피드스케이팅(15전 15승), 컬링(8전 8승), 피겨스케이팅(7전 7승)은 단 한 번도 1위 자리를 내준 적이 없는 것으로 나타났다.

그중에서도 2월 13일(일) 방송된 쇼트트랙 여자 계주 결승전은 2049시청률 13.8%, 시청자 수 3,399,000명, 가구시청률 22.9%라는 어마어마한 수치로 3사 통틀어 올림픽 기간 중 방송된 경기 가운데 가장 높은 2049시청률을 기록했다. 그뿐만 아니라 SBS는 2049시청률 TOP 53까지 모조리 휩쓸어 '올림픽 채널 SBS'의 이름값을 톡톡히 해 냈다.(표 2 참조)

개막식부터 SBS는 배성재, 주시은, 이정찬의 깔끔한 진행, CG와 각종 코너를 활용한 올림픽 이모저모에 대한 알찬 정보로 2049시청자의 '원픽'으로 떠올랐다.

2월 5일(토)부터 시작된 본격적인 경기 중계에서도 SBS는 캐스터와 해설위원들의 매끈한 진행, 센스 있는 자막과 음악, 공들여 준비한 CG와 자료로 시청자를 사로잡으며 시청률 고공행진을 이어갔다. 쇼트트랙을 중계한 '대한민국 1타 캐스터' 배성재와 '조곤조곤' 박승희 해설위원은 명확한 발음은 기본이고 군더더기 없는 중계와 친절한 해설로 '국대급 콤비'로 일컬어지며 2049시청률 TOP 50 중에 42개를 싹쓸이했다. 특히 박승희 위원은 오래지 않은 해설 경력에도 불구하고 아나운서보다 더 말 잘하는 해설위원으로, 또 우리 선수들에 대해 응원과 격려를 아끼지 않는 공감 해설로 호평받았다. 스피드스케이팅 배성재와 제갈성렬 '배갈 콤비'는 넘사벽 텐션으로 명언과 만담, 포효와 오열을 오가며 시청자에게 또 다른 재미를 안겨주었다. '헛돌헛돌' 제갈성렬 위원은 선수와 일심동체 해설로 그가 12년 동안 SBS 마크를 달고 있는 이유를 명확하게 보여주었다. 컬링 정석문 아나운서, 이슬비, 윤형기 해설위원은 확실한 역할 분담으로 엉킴 없는 3인 중계의 정석을 보여주었다. 정석문 아나운서는 컬링의 기본 규칙을 충분히 숙지하고 시청자 눈높이에서 두 해설위원에게 적절한 질문을 던져 시청자의 이해를 도왔다. 이슬비 위원은 우리 팀과 상대팀의 작전까지 꿰뚫었으며, 스포츠국에서 준비한 '돋보기'는 센스가 넘쳤다. 피겨의 이현경 아나운서, 이호정 해설위원은 도핑 논란이 있는 카밀라 발리예바 선수의 연기 때 침묵 해설과 소신 발언으로 CNN에 소개되는 등 화제를 모으기도 했다. 이 같은 캐스터와 해설위원들의 고른 활약으로 SBS는 엄청난 격차로 타사를 가볍게 제압하고 올림픽 중계 1위 타이틀 방어에 성공했다.

스포츠국 관계자는 "캐스터와 해설위원의 환상적인 호흡 덕분에 좋은 결과를 얻었다. 캐스터들은 본인의 담당 종목에 대해 충분히 공부하고 훌륭히 준비했다. 또 올림픽 전에 캐스터와 해설위원이 여러 차례의 리허설을 통해 재미를 맞추려고 노력했던 게 실제 중계에서 성공적으로 효과를 발휘했다. 다음은 9월 항저우 아시안게임이다"라고 말했다.



<표 1>

프라임타임 시간대 중계 2049시청률 (닐슨코리아 수도권 기준)	채널	2/5(토)	2/7(월)	2/8(화)	2/9(수)	2/10(목)	2/11(금)	2/13(일)	2/14(월)	2/15(화)	2/16(수)	2/17(목)
	SBS	4.6	6.2	3.1	7.3	3.7	6.3	7.3	4.4	3.7	7.8	3.0
	MBC	3.2	2.4	2.2	2.4	2.6	3.1	3.1	1.9	1.4	2.3	1.5
	KBS2	1.9	2.0	1.2	2.5	2.2	1.7	1.9	1.9	1.7	1.5	1.3
	KBS1			1.4		0.8					2.7	

프라임타임 시간대 중계 시청자 수(천 명) (닐슨코리아 수도권 기준)	채널	2/5(토)	2/7(월)	2/8(화)	2/9(수)	2/10(목)	2/11(금)	2/13(일)	2/14(월)	2/15(화)	2/16(수)	2/17(목)
	SBS	1,239	1,403	817	1,884	916	1,552	1,750	1,107	904	1,922	875
	MBC	870	669	691	890	764	932	901	613	512	766	508
	KBS2	870	676	489	817	719	592	797	736	640	657	476
	KBS1			476		297					1,092	

프라임타임 시간대 중계 가구 시청률 (닐슨코리아 수도권 기준)	채널	2/5(토)	2/7(월)	2/8(화)	2/9(수)	2/10(목)	2/11(금)	2/13(일)	2/14(월)	2/15(화)	2/16(수)	2/17(목)
	SBS	9.8	10.7	6.8	14.9	7.3	10.9	12.3	9.4	6.9	14.9	7.0
	MBC	7.0	6.2	6.1	7.7	6.6	8.1	7.4	5.5	4.9	7.1	4.6
	KBS2	7.8	6.3	4.5	7.8	6.5	5.4	7.4	7.0	6.2	6.5	4.5
	KBS1			3.7		2.5					10.0	

* 중계 사이의 정규 프로그램 제외 * 2/6(일) SBS 정규 방송, 2/18(금) 3사 정규 방송, 2/12(토), 2/19(토) MBC 정규 방송

<표 2>

2022 베이징 동계올림픽 한국선수 경기 2049시청률 순위(수도권 기준)

순위	종목(세부내역)	방송일	방송사	20~49시청률
1	쇼트트랙(여) 김아랑,서희민,이유빈,최민정 여자3000M계주 결승	2.13	SBS	13.8%
2	쇼트트랙(남) 곽윤기,박장혁,이준서,황대헌 남자5000M계주 결승	2.16	SBS	13.1%
3	쇼트트랙(남) 황대헌 남자500M 준결승	2.13	SBS	12.9%
4	쇼트트랙(여) 이유빈,최민정 여자500M 결승	2.16	SBS	12.6%
5	쇼트트랙(여) 최민정 여자500M 준결승	2.16	SBS	12.1%
6	쇼트트랙(여) 김아랑 여자500M 순위결정전	2.16	SBS	11.9%
7	쇼트트랙(여) 최민정 여자1000M 결승	2.11	SBS	11.4%
8	쇼트트랙(남) 황대헌 남자500M 준준결승	2.13	SBS	11.4%
9	쇼트트랙(여) 이유빈 여자500M 준준결승	2.16	SBS	11.2%
10	쇼트트랙(여) 이유빈 여자1000M 순위결정전	2.11	SBS	11.0%
11	쇼트트랙(남) 곽윤기,김동욱,이준서,황대헌 남자5000M계주 준결승	2.11	SBS	10.9%
12	쇼트트랙(여) 김아랑,이유빈 여자500M 준결승	2.16	SBS	10.9%
13	쇼트트랙(남) 박장혁,이준서,황대헌 남자500M 결승	2.9	SBS	10.7%
14	쇼트트랙(여) 김아랑,서희민,이유빈,최민정 여자3000M계주 준결승	2.9	SBS	10.3%
15	쇼트트랙(여) 김아랑 여자500M 준준결승	2.16	SBS	9.6%
16	쇼트트랙(남) 박장혁 남자500M 준결승	2.9	SBS	9.5%
17	쇼트트랙(여) 최민정 여자1000M 준결승	2.11	SBS	9.4%
18	쇼트트랙(여) 이유빈 여자1000M 준결승	2.11	SBS	8.8%
19	쇼트트랙(여) 김아랑 여자1000M 예선	2.9	SBS	8.7%
20	쇼트트랙(남) 황대헌 남자500M 예선	2.11	SBS	8.5%
21	쇼트트랙(여) 이유빈 여자1000M 예선	2.9	SBS	8.4%
22	쇼트트랙(남) 황대헌 남자500M 준결승	2.9	SBS	8.4%
23	쇼트트랙(여) 최민정 여자500M 준준결승	2.16	SBS	8.2%
24	쇼트트랙(남) 이준서 남자500M 준결승	2.9	SBS	8.1%
25	쇼트트랙(남) 황대헌 남자1000M 준준결승	2.7	SBS	7.8%
26	쇼트트랙(남) 이준서 남자1000M 준준결승	2.7	SBS	7.8%
27	쇼트트랙(남) 이준서 남자1000M 준결승	2.7	SBS	7.8%

순위	종목(세부내역)	방송일	방송사	20~49시청률
28	쇼트트랙(남) 황대헌 남자1000M 준결승	2.7	SBS	7.7%
29	쇼트트랙(여) 최민정 여자1000M 예선	2.9	SBS	7.7%
30	쇼트트랙(혼성) 박장혁,이유빈,최민정,황대헌 혼성2000M계주 준준결승	2.5	SBS	7.6%
31	쇼트트랙(여) 최민정 여자1000M 준준결승	2.11	SBS	7.5%
32	쇼트트랙(남) 이준서 남자500M 예선	2.11	SBS	7.5%
33	쇼트트랙(남) 박장혁 남자1000M 준준결승	2.7	SBS	7.4%
34	쇼트트랙(여) 최민정 여자500M 준준결승	2.7	SBS	7.3%
35	쇼트트랙(남) 황대헌 남자500M 준준결승	2.9	SBS	6.9%
36	스피드스케이팅(남) 김민석,이승훈,정재원 남자팀추월 준준결승	2.13	SBS	6.8%
37	쇼트트랙(남) 박장혁 남자1500M 준준결승	2.9	SBS	6.7%
38	쇼트트랙(여) 이유빈 여자1000M 준준결승	2.11	SBS	6.7%
39	쇼트트랙(남) 이준서 남자1500M 준준결승	2.9	SBS	6.5%
40	쇼트트랙(남) 황대헌 남자1000M 예선	2.5	SBS	6.3%
41	쇼트트랙(여) 이유빈 여자500M 예선	2.5	SBS	6.1%
42	쇼트트랙(남) 이준서 남자1000M 예선	2.5	SBS	6.1%
43	쇼트트랙(여) 최민정 여자500M 예선	2.5	SBS	6.0%
44	스피드스케이팅(남) 김준호 남자500M 결승	2.12	SBS	6.0%
45	스피드스케이팅(남) 차민규 남자500M 결승	2.12	SBS	5.8%
46	피겨스케이팅(여) 김예림 여자싱글쇼트	2.15	SBS	5.7%
47	피겨스케이팅(여) 유영 여자싱글쇼트	2.15	SBS	5.5%
48	컬링(여) 한국:일본 여자 예선	2.14	SBS	5.2%
49	스피드스케이팅(남) 김민석 남자500M 결승	2.8	SBS	5.1%
50	스피드스케이팅(여) 김민선 여자500M 결승	2.13	SBS	5.0%
51	피겨스케이팅(여) 유영 여자싱글프리	2.17	SBS	4.9%
52	쇼트트랙(남) 박장혁 남자1000M 예선	2.5	SBS	4.7%
53	스피드스케이팅(여) 김보름 여자매스스타트 결승	2.19	SBS	4.7%



“캐스터와 해설위원은 검투사의 운명”

- 2022 베이징 동계올림픽 컬링 캐스터 정석문(아나운서팀)

중계가 훌륭했다. 컬링은 언제부터 공부했나?

과찬이다. 아직도 배워가는 중이다. 2018 평창올림픽을 앞두고 컬링 중계를 준비하라는 말을 들었다. 사실 그 전에는 컬링을 본 기억이 없다. 윤형기 해설위원에게 과외를 받고, 리허설을 몇 번 했다. 실전에 들어가선 모르는 것은 윤형기, 이슬비 해설위원에게 묻고, 캐스터로서의 역할에 집중했다. 이번 올림픽도 마찬가지다. 중계방송이 거듭되면서 이해도가 높아지고 있지만, 어디까지나 아마추어의 눈높이다. 그렇기 때문에 해설위원이 중요하다.

해설위원들도 호평받았다. 이슬비, 윤형기 위원과의 호흡은?

더할 나위 없다. 두 분 다 인품이 훌륭하셔서 더 편하게 방송할 수 있었다. 전문적인 내용은 두 분에게 의지하고, 두 분은 내가 리드하는대로 믿고 따라와 주신다. 해설위원의 능력의 최고치를 끌어내는 것이 캐스터의 역할이라고 생각한다. 물론 내 역량이 모자라서 두 분에게 기대는 면이 많다.

스포츠 중계는 언제부터 했나?

2014년 인천 아시안게임이 처음이었다. 2001년 입사니까 14년 차, 스포츠중계 캐스터로는 늦은 시작이었다. 그러나 방송 경험이 많은 상태에서 시작해서 쉽게 적응한 면도 있다. 스포츠 중계는 아나운서가 하는 일 중에 가장 어려운 축에 들어간다. 생방송인 데다가 대본도 없고, 상황은 실시간으로 변하고, 방송인이 아닌 해설위원을 이끌어야 한다. 멘트에 신경 쓸기 어려운 환경에, 말하면서도 눈은 여기저기 굴리느라 바쁘다. 방송사고 내기 딱 좋은 환경이다.(웃음)

8전 8승이다. 다음 중계도 완승 자신 있나?

올림픽 중계방송은 3사가 같은 화면에 캐스터와 해설위원의 목소리만으로 시청률 경쟁을 한다. 캐스터와 해설위원은 원형경기장에서 싸우는 검투사와 비슷하다. 숨을 곳도 없고, 핑계거리도 없다. 경기가 끝나면 누구는 이기고 누구는 쓰러진다. 최근 몇 번의 올림픽에서 SBS가 이겼다. 나도 살아남았



다. 다행이다. 하지만 검투사는 결국 경기장에서 죽는 것이 운명이다. 내가 쓰러지기 전에 새로운 검투사를 키우는 것이 아나운서팀의 할 일이고, SBS의 핵심 경쟁력이라 생각한다. 누구나 결국은 쓰러지기 때문이다.

끝으로 한마디

스포츠직원들을 비롯해 올림픽 방송에 참여한 모든 분들 고생하셨고, SBS의 모든 분들 응원해 주셔서 감사하다.



“좋은 콘텐츠 제작과 유통 가치 높이기를 소통 언어로”

- 김상진 기술본부부장

취임한 지 2년이 지났다. 기술의 현황은 어떤가?

방송사에서 기술의 역할은 가장 적합한 시스템을 적재적소에 설치하고, 안정적으로 운용하는 것이었다. 그러나 지금은 다르다. 다른 방송사는 몰라도, 적어도 SBS 기술은 아주 많이 다르다. 많은 플랫폼과 경쟁해야 하고, 어떤 플랫폼에는 우리의 콘텐츠가 흘러가기도 하는 시대에 해야 할 일이 너무 많아졌다. 이러한 때가 올 것을 대비해 준비했던 유통 시스템 OPS를 안정화시키는 것이 급선무였는데, 다행히 잘 안착됐다. 이후 사내에 산재돼 운용 중이던 디지털 채널들의 관리와 자산화를 위한 SAM 시스템과 라이브 스트림의 주조정실 역할을 하는 SLIM이 정착됐다. 때마침 회사의 목표가 ‘콘디발’로 정해지면서, 곳곳에 탑재시킨 AI 기술들의 성능까지 잘 나와 주었고, 이제 결실을 보고 있다. 타 방송사와는 비교할 수 없는 정도까지 왔다.

기술국에 대해 타 본부에서 칭찬을 많이 한다.

과거에 제작진이 요구한 단순한 증설에 대해서 ‘시스템 안정성을 숙고하는 시간이 필요하다’는 애매한 응답을 하는 것을 보았다. 불필요한 시설 투자는 안 되지만, 좋은 프로그램 만드는 것을 지체시켜서는 더 안 된다. 좋은 평가를 받았던 라디오센터와 디지털뉴스국에 대한 지원은 무엇을 할 수 있을까를 먼저 고민한 결과였다. 회사의 전략 방향이 정해지면, 요청이 오기 전에 할 일을 먼저 제안하는 것을 원칙으로 한다. 편성 방식의 변화와 새로운 광고 기법이 도입되면서 위험성 높은 요구가 늘 생긴다. 그러나 못 한다고 한 적이 없다. 여차피 도움을 주려면 ‘공격적으로’ 도와야 한다. 그러다 보니 “왜 이렇게 열심히 도와주시는데요?”라는 질문을 광고에서 들은 적도 있다. 정말 어려웠던 ‘송출/제작/유통의 공통 콘텐츠 ID

체계’를 만든 것도, 디지털 분야에서 찾아가는 서비스 개념인 ‘디콘기술TF’와 신규 프로그램의 기술 서포트 제도인 ‘기술코디’ 제도 역시 그런 맥락에서 만들어진 것이다.

국원들에게 특별히 부탁하는 게 있나?

삼성전자는 기술을 만들어 파는 회사다. 경영 분야 직원들에게도 코딩 교육을 한다고 하는데, 목적은 조직 내 소통을 위해서란다. 한 마디로 기술 중심의 사고방식으로 일해야 한다는 뜻이다. SBS는 콘텐츠를 만들어 파는 회사이니 콘텐츠 중심의 사고방식을 가져야 한다. 어떻게 하면 콘텐츠를 잘 만들 수 있게 할지, 그리고 유통에서 가치를 높일 수 있게 할지를 소통 언어로 사용해야 한다. 어려울 때도 있겠지만, 제작진의 입장에서 생각하고, 용어 사용과 눈높이도 맞춰야 한다고 국원들에게 부탁하고 있다.

올해 기술 현안은?

상암 예능 제작 시설 이전, TS-6 UHD 전환, 선거 방송 아이폰 시스템 개발, 빅 이벤트 기술기획과 IBC 시설 구축 등이 가장 굵직하고 중요하다.

요즘 AI, AI 하는데 방송에서는 어떻게 활용하고 있나?

디지털에서 음성 인식으로 한글 자막을 만들고, 자동 번역으로 글로벌 유통을 하는 용도로 쓰고 있다. 성능이 상당히 좋아졌다. 작년 3개 채널에서 수익 효과를 검증했고, 금년에 6개 채널로 확장한다. 문자 인식으로 편집 레이어를 동기화시키는 ‘편집비서’가 곧 사내에서 사용될 것이다. 얼굴 인식의 수준은 미디어에 최적화시켜, 최고 수준으로 끌어올렸다. 이제 30년 아카이브와 100만 유튜브 클립에 얼굴 이미지 한 장만



던지면 어린 시절부터 노년까지 찾아낼 수 있는 길이 열렸다. 또한 문자인식을 통해 제작진을 ‘고지 문구 작성’의 부담에서 벗어나게 한 ‘고지 검출 포털’도 만들어졌다. 본격적인 도입에 앞서 설명회를 열 계획이다.

그동안 기술에서 상도 많이 받고 눈에 띄는 성과가 많았다.

방통위와 과기정통부가 주는 상을 많이 받았다. 새로운 일을 남보다 먼저 하다 보니 지원만 하면 거의 상을 받았다. 연속해서는 주지 않을 것 같아, 부서 이름을 바꿔서 지원한 적이 있을 정도다. 모두 다 국원들이 창의적인 생각을 많이 해 준 결과다.

제작 시간을 줄일 수 있는 기술은 어떤 것들을 준비하고 있나?

촬영 파일 변환 시스템인 트랜스코딩пам이 성공적으로 운영되고 있다. 금년부터 웹하드 전송을 탈피하기 위한 Anywhere 전송 시스템으로 Door to Door 파일 전송을 하게 된다. 파일을 받기 위해 기다리는 시간이 절감될 것이다. 그리고 ‘편집비서’를 프리미어 편집기에 도입한다. 금년 말 계획하고 있는 더 진보된 ‘편집비서 2.0’은 스크립트 기반의 편집기인데, 유용하게 만들기 위해서 제작진의 의견이 필수적이다. 많은 의견 부탁드립니다.

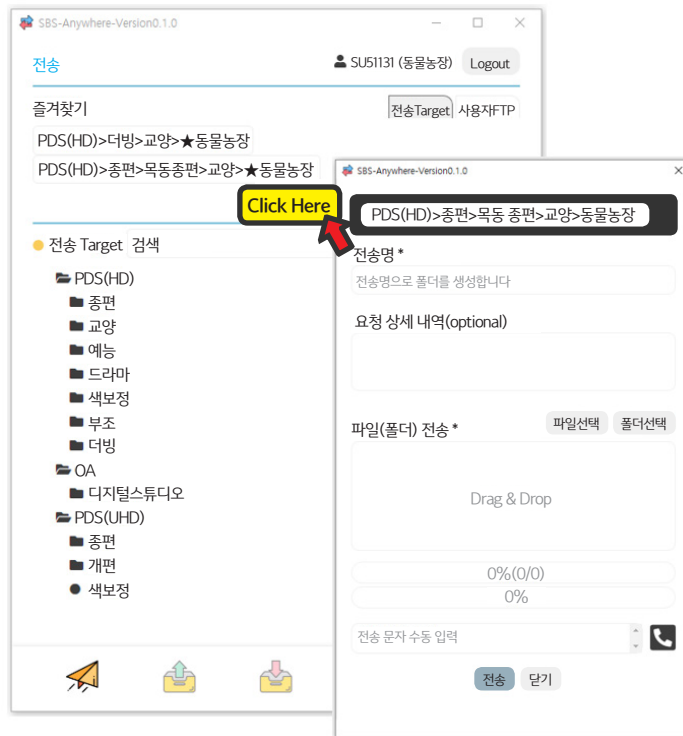
쉽고 빠른 파일 전송 시스템 ‘Anywhere’ 오픈

쉽고 빠르게 파일을 전송할 수 있는 ‘SBS Anywhere’ (이하 Anywhere) 서비스가 2월 오픈했다.

2011년 PDS(Production Digital System) 시스템이 구축된 지 10년이 지났다. 그동안 방송 제작 환경에도 많은 변화가 있었고, 더 많은 사람들이 제작에 참여하게 됐다. 이에 따라 제작 리소스 및 영상 파일을 공유하고 신속히 전송할 수 있는 새로운 시스템에 대한 요구가 높아졌다. 2021년 미디어IT팀은 이러한 요구 사항을 반영한 전송 솔루션 개발에 착수하여 올해 2월 SBS Anywhere 서비스를 론칭했다.

Anywhere는 많은 사람들에게 친숙한 카카오톡, Drop Box 등의 사용자 경험을 활용했다. 카카오톡에서 친구에게 파일을 보내는 것과 같은 방식으로 누구나 쉽게 사용이 가능하다. 또한 기존의 전송 방식은 사용자가 웹하드에 파일을 업로드하고, 이를 다시 다운로드하는 과정을 거쳐야 하는 반면, Anywhere는 파일을 직접 전송하는 방식으로 간편해졌다.

현재 개발된 Anywhere 서비스는 방송제작망(PDS, NDS, DAS 등) 내 전송, 그리고 방송제작망에서 사내 인터넷망(디지털 스튜디오 등)으로의 전송을 지원하고 있으며, 외부 인터넷은 지원하지 않는다. 외부 인터넷으로 파일 전송 시 바이러스 감염이나 해킹의 위험이 있기 때문이다. 미디어IT팀은 이 부분을 보완하여 올해 안으로 SBS 내부뿐만 아니라 SBS 외부와도 자유롭게 파일 전송이 가능한 ‘Anywhere 2.0’ 솔루션으로 업그레이드할 계획이다.





평균 연령 27세, “위아래 없는 도전 계속할 터”

- SBS디지털뉴스랩 작전콘텐츠팀

SBS디지털뉴스랩 크리에이티브사업부문 작전콘텐츠팀은 MZ세대가 모여 MZ세대를 위한 뉴미디어 콘텐츠를 만들고 있는 팀이다. SBS미디어그룹 가운데 평균 연령도 27세로 가장 젊다.

지난 2015년 1월에 기자 2명, 작가 1명, 인턴 10명으로 시작했던 작은 프로젝트팀이, 7년 만에 직원과 인턴을 포함해 45명이 넘는 대규모 사업부문으로 성장했다. 업계 최초로 카드뉴스를 선보이며 SBS를 대표하는 뉴미디어 브랜드 중 하나가 된 <스브스뉴스>를 포함해 <문명특급>, <오목교 전자상가> 등 여러 채널을 통해서 뉴미디어 생태계에 최적화된 멀티 플랫폼 콘텐츠를 제작하고 있다.

늘 탄탄대로를 걸었던 건 아니다. 카드뉴스로 붐을 일으켰던 <스브스뉴스>는 2016년 페이스북 알고리즘 조정 여파로 이용자가 줄어드는 위기를 겪었다. 하지만 과감하게 영상 콘텐츠 제작 조직으로 팀을 혁신하며 돌파구를 찾았고, 급변하는 뉴미디어 플랫폼 환경에 성공적으로 적응했다는 평가를 사내외에서 받았다. 이후 MZ 세대의 관심사를 겨냥한 다양한 포맷의 영상 콘텐츠를 기획/제작하며 꾸준히 사랑을 받았고, 2021년 기준 유튜브 총 조회 수 2억 2천만을 달성했다.

특히 작년에 진행한 친환경 캠페인 ‘가자! 네이처돌이’는 뉴미디어 채널의 특성을 활용해 환경 이슈를 쉽고 재밌게 전달했다는 호평을 받으며 방송통신심의위원회 ‘이달의 좋은 프로그램상’과 YWCA가 뽑은 좋은 미디어콘텐츠상 생명부문 우수상을 수상하기도 했다.



‘연반인’ 재재(이은재 대리)의 신문물 전파 프로젝트 <문명특급>은 유튜브 채널 구독자 수 175만을 넘기며 폭발적인 성장세를 이어가고 있고, 작년 9월에 별도의 채널로 독립한 IT 전문 시리즈 <오목교 전자상가>는 앞으로 IT 전문 채널로서의 입지를 다져갈 계획이다.

작전콘텐츠팀은 콘텐츠 제작뿐만 아니라 커머스 등 다른 사업 분야로 발을 넓히고 있다. 작년에 론칭한 ‘175플래닛’은 지속 가능한 라이프 스타일을 위한 제품을 판매하는 브랜드다. 코코넛 설거지 비누, 업사이클링 튜브 짜개 등 계속해서 다양한 친환경 제품군을 론칭하고 있다.

2015년, 카드뉴스라는 새로운 스토리텔링 모델로 주목받으며 ‘혁신의 선봉’에 섰던 작전콘텐츠팀은 2022년에도 ‘위아래 없는’ 도전을 계속 시도하며 새로운 길을 개척해 나갈 계획이다.



트로트에 대한 갈증 해소! <윤수현의 천태만상>

러브FM(수도권 103.5MHz) 월~금 14:20~16:00, 토, 일 14:05~16:00



“혼자 계신 엄마가 오늘 참 재미있다고 하시네요. 이젠 외롭지 않으실 거래요. 고마워요.” (청취자 김O연 님)
첫 방송이 끝나기 3분 전에 문자가 왔다. 제작진의 마음을 알아준 것 같아서 마음이 뿌듯했다. 혹시라도 누가 <윤수현의 천태만상>은 어떤 프로그램이냐고 물으면 이 문자로 답하리라 생각하고 갈무리해두었다.
트로트 프로그램을 기획하고, <호랑이도 트롯이 좋다!>란 제목의 파일럿으로 1월 중순 토~일에 걸쳐 방송했다. 청취자의 반응을 보기 위해서다. 지금까지 성인가요에 허락된 시간은 <최백호의 낭만시대>처럼 늦은 저녁이나, 또는 <김정일의 생생가요>처럼 아주 이른 새벽이었다. 그래서 낮 2시에 트로트가 나왔을 때 어떤 반응을 보일지 너무 궁금했다. 다행히 반응은 나쁘지 않았고, 오히려 트로트에 갈증이 있는 청취자들이 많다는 걸 피부로 느낄 수 있었다. 한 번도 문자를 보내본 적이 없다는 딸기 하우스 농부도, 40년 운전하셨던 택시기사님도, 일요일 아침부터 가게 열 준비를 하시던 자영업자분들도 너무 즐겁다며 주신 문자가 이 프로그램을 탄생시켰다.

<윤수현의 천태만상>은 DJ와 청취자가 같이 흥얼거리고

추임새도 넣으면서 옛 추억을 그리고, 또 우리 어머니, 아버지들이 지금 핫한 트로트 가수들을 덕질할 수 있는 과거와 현재가 공존하는 프로그램이다. 부모님 핸드폰에 고릴라(SBS라디오 앱) 한 마리 놓아드리면 그게 효도다. 우리 모두 효도합시다!

- 유철민 차장대우(라디오1CP 소속)



김병관 프로, ‘철은 없지만 아이는 있습니다’ 출간



SBS M&C 솔루션4팀 김병관 프로가 육아 에세이 ‘철은 없지만 아이는 있습니다 (아이와 함께 자라는 실전 육아일기)’를 출간했다. 출근 전 시간을 쪼개 틈틈이 육아 만화를 그려 인스타그램에 연재했고, 3년이 넘는 시간 동안 모인 에피소드들을 엮어 책

으로 담아냈다.

이 책은 아이와의 일상 속에서 벌어지는 여러 에피소드를 통해 철없는 아빠와 아무진 딸의 환상적인 호흡과 유쾌한 일상을 보여준다. 그중에서도 딸 ‘소이’는 어린아이의 시각에서 어른들이 예상하지 못하는 생각과 촌철살인 같은 멘트로 아빠에게 많은 생각거리를 남긴다. 읽다 보면 책 제목처럼 초보 아빠가 정말로 아이와 ‘함께 자라고’ 있음을 느낄 수 있다.

아빠로서 성장하는 것뿐 아니라, 직접 육아를 경험하며 자식으로서 그리고 배우자로서 작가가 배워가는 마음이 짐들도 이 책의 매력 포인트이다.

원본 만화는 인스타그램 @happy_sojoy를 통해서 만나 볼 수 있으며 미공개 에피소드와 작가의 말이 추가된 책은 온/오프라인 서점에서 판매 중이다.