

SBS, 2022년 1분기에도 2049시청률 1위

SBS가 2022 1분기에도 2049시청률 1위를 꿈으며 순조롭게 출발했다.

닐슨코리아의 2022 1분기 채널별 프라임타임 2049시청률 분석 결과에 따르면, SBS가 2.49%(이하 수도권 기준)로 1위에 올랐다. 전 채널을 망라하여 2%대 2049시청률을 기록한 채널은 SBS가 유일하다. 2위는 MBC(1.73%), 3위는 KBS2와 tvN(1.64%)이 차지했다. SBS는 광고 관계자들의 핵심 지표이자 채널 경쟁력을 의미하는 2049시청률에서 2016년 이후 독주를 이어오고 있다.

프로그램별 2049시청률 TOP 20을 보면, SBS가 8개 프로그램의 이름을 올려 가장 많은 프로그램을 포진시켰다. MBC는 5개, tvN 3개, KBS2 2개, JTBC와 KBS1은 각기 1개 프로그램이 순위에 들었다.

TOP 20 안에 든 프로그램은 <미운 우리 새끼>, <방송 3사 합동 초청 2022 대선후보 토론>, <악의 마음을 읽는 자들>, <사내 맞선>, <골 때리는 그녀들>, <악의 마음을 읽는 자들 PART2>, <2022 국민의 선택 특집 SBS 8 뉴스>, <런닝맨>으로, 드라마, 예능, 특집성 보도가 골고루 들어간 것으로 나타났다.

SBS 드라마는 2022년 들어서도 묵직한 장르물 <악의 마음을 읽는 자들>과 로맨스 코미디의 진수를 보여준 <사내 맞선> 등 다양한 장르와 소재의 차별화로 월화/금토 시청자의

마음을 사로잡았다.

예능은 <미운 우리 새끼>가 예능 최강자 자리를 지켰고, 재미와 감동의 <골 때리는 그녀들>, 장수 효자 프로그램 <런닝맨>이 여전한 인기를 과시했다.

보도는 <방송 3사 합동 초청 2022 대선후보 토론>이 KBS와 MBC를 제치고 보도 부문 1위, 전체 8위에 오른 데 이어, '선거방송의 명가'답게 대선 개표방송 역시 2049시청률 1위를 지켜 빅이벤트에 강한 면모를 유감없이 발휘했다.

한편, 교양의 경우 교양 프로그램 전체 1위를 차지한 <꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기>를 비롯해서 <궁금한 이야기 Y>, <TV 동물농장>, <SBS스페셜-가디언즈 오브 툼드라 1-2부>, <그것이 알고 싶다>, <순간포착 세상에 이런 일이>가 2위~6위를 휩쓸며 교양 명가 SBS의 위용을 과시했다. 신-구 프로그램, 시사교양-다큐멘터리가 조화를 이루며 TOP 10 안에 들어 더욱 의미가 크다. <생활의 달인>은 9위, <당신이 혹하는 사이> 시즌 3는 12위에 올랐다.

2022 2분기에는 교양에서 <검은 양 게임>, <SBS스페셜-멍키 시티(가제)>, 예능에서 <판타스틱 패밀리>, <골 때리는 외박> 등 회심의 역작을 준비하고 있다. 드라마는 <왜 오수재인가>, <우리는 오늘부터>가 출격해 2049의 마음을 사로잡을 예정이다.

1분기 프라임타임 2049시청률

순위	채널	시청률(%)
1	SBS	2.49
2	MBC	1.73
3	KBS2	1.64
3	tvN	1.64
5	KBS1	1.08
6	JTBC	1.00
7	TV CHOSUN	0.40
8	채널A	0.34
9	MBN	0.30

프라임타임: 평일 19:00~24:00/주말 18:00~24:00
*닐슨코리아, 수도권 기준

1분기 프로그램별 2049시청률 TOP 20

순위	채널	프로그램명	시청률(%)
1	MBC	금토드라마(웃소매 붉은돌동)	7.72
2	KBS2	주말드라마(신사와 아가씨)	7.37
3	tvN	스물다섯 스물하나<본>	5.58
4		2022 카타르월드컵 최종예선<본>	5.11
5	SBS	미운 우리 새끼 다시 쓰는 육아일기	5.09
6	MBC	놀면 뭐하니	4.97
7		나 혼자 산다	4.80
8	SBS	방송3사 합동 초청 2022 대선후보 토론	4.42
9	MBC	방송3사 합동 초청 2022 대선후보 토론	4.32
10	KBS2	1박2일	4.25
11	tvN	시골슈퍼 영업일지 어쩌다 사장 2<본>	4.20
12	SBS	금토드라마(악의 마음을 읽는 자들)	4.18
13	MBC	특집 선택 2022 뉴스데스크	3.92
14		월화드라마(사내맞선)	3.90
15	SBS	골 때리는 그녀들	3.88
16		금토드라마(악의 마음을 읽는 자들 PART 2)	3.72
17	JTBC	싱어게인 무명가수전 2	3.49
18	SBS	2022 국민의 선택 특집 SBS 8 뉴스	3.48
19	KBS1	내 삶을 바꾸는 선택 2022 대통령선거 개표방송 3부	3.39
20	SBS	런닝맨	3.36

*닐슨코리아, 수도권 기준

1분기 교양 프로그램 2049시청률 TOP 12

순위	채널	프로그램명	시청률(%)
1		꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	3.03
2		궁금한 이야기 Y	2.52
3	SBS	TV 동물농장	2.48
4		가디언즈 OF 툼드라 1-2부	2.13
5		그것이 알고 싶다	1.99
6		순간포착 세상에 이런 일이	1.99
7	tvN	벌거벗은 세계사<본>	1.80
8	MBC	탐사기획 스트레이트	1.57
9	SBS	생활의 달인	1.57
10		신비한 TV 서프라이즈	1.52
11	MBC	실화탐사대	1.51
12	SBS	당신이 혹하는 사이 3	1.48

*닐슨코리아, 수도권 기준



SBS, NFT 사업 추진... 트레저스클럽과 MOU 체결



SBS가 대체불가능토큰(NFT) 시장에 진출한다.

3월 30일(수) SBS는 NFT 프로젝트인 트레저스클럽과 NFT 사업 관련 양해각서(MOU)를 체결했다. 이번 협약을 통해 SBS는 트레저스클럽과 SBS 프로그램 IP를 활용한 NFT 및 관련 사업 분야에서 다각적인 업무협력을 진행할 계획이다. SBS는 <굴 때리는 그녀들>, <런닝맨>, <TV 동물농장> 등 핵심 프로그램 NFT 사업을 구체화하여 올 상반기 중 첫 번째 NFT 컬렉션

을 발행할 예정이며, 향후 전 장르 IP를 포함하는 'NFT 포트폴리오'를 구축해나갈 계획이다.

한편, 트레저스클럽은 지난해 10월 제너러티브 아트 NFT 컬렉션을 완판시키며 NFT 시장에 진출했다. 카카오엔터테인먼트 웹툰 '빈껍데기 공작부인' 콜라보 NFT를 5,000개 이상 판매하고, 최근에는 LG생활건강의 대표적인 화장품 브랜드 빌리프와 콜라보를 통해 국내 최초로 암호화폐로 구매가 가능한 메타버스 커머스를 론칭하며 블록체인을 기반으로 온·오프라인을 연계하는 가치를 만들어내고 있다.

미디어사업팀 최광재 팀장은 "NFT 시장 진출은 SBS 콘텐츠에 새로운 소유의 가치를 부여 및 극대화하고, 이를 기반으로 팬 중심의 비즈니스를 활성화하기 위함"이라며, "지금까지 SBS가 축적해온 방대한 IP를 활용하여 NFT를 시작으로 메타버스, 온·오프라인 팬덤 사업까지 국내외 시장에 전방위적으로 진출할 예정"이라고 밝혔다. SBS는 이를 위해 업계 관련 사업자와의 전략적 제휴를 지속적으로 추진할 방침이다.



“NFT가 뭐냐고요?”

- NFT BM 연구 TF 박재현(인프라전략 담당)

개념 및 관련 용어 소개

1) NFT(Non-Fungible Token)는 '대체 불가능 토큰'을 이르는 용어다. 그리고 그 대체 불가능성은 '개별 토큰의 소유권 확정과 그 정보'에 의해서 발생한다. NFT 마켓에서는 동일 콘텐츠의 NFT들이 많게는 10,000개 이상 발행되는 경우도 있기 때문에 "내용이 같은 NFT들도 대체 불가능 토큰인가?"라는 의문을 가지기 쉬운데, 소유권 귀속이 개별적으로 발생하고 그 정보가 블록체인에 기록된다는 점에서 대체 불가능성은 유지된다. 블록체인에서는 실제로 이 개별적 소유권 귀속 정보를 'Edition' 정보로 구분한다. 내용은 같으나 Edition 번호는 다르기 때문에 대체 불가능성이 유지되는 것이다.

2) NFT 관련 주요 용어 소개

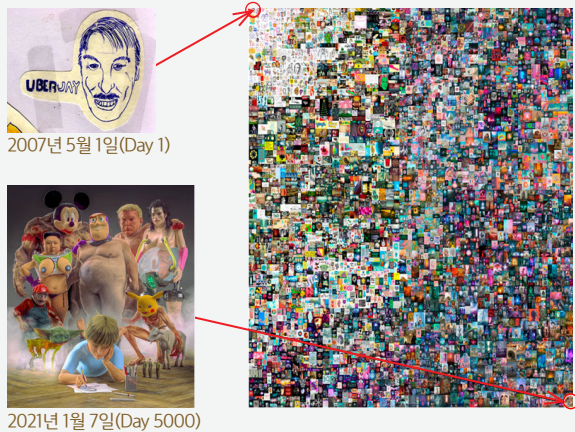
- 메인넷/체인(MainNet/Chain): '독자적인 블록체인 네트워크', 혹은 그 하위 개념으로 이더리움, 클레이튼이 그 예이다. 각각의 체인은 각각의 코인을 가진다.
- 마켓: NFT를 처음 접할 때는 메인넷과 구분이 잘 안 되기도 하는데, 그냥 일반적인 NFT 거래소로 이해하면 된다. 보통 하나의 마켓이 여러 메인넷을 지원한다. Global No.1 시장인 오픈씨의 경우 이더리움, 폴리곤, 클레이튼, 솔라나 4개의 메인넷을 지원한다.
- 토큰과 코인: 토큰이 진화되어 자체 메인넷을 가졌을 때 코인이라고 한다. 따라서 토큰은 아직 코인화 되지 않은 상태를 말한다. 이 정의는 1세대 블록체인에서는 명확했지만, 이더리움이 나오면서 새로운 개념과 구분이 필요해진다.
- 토큰, FT, NFT: 1세대 블록체인에서는 모든 토큰이 오직 코인화를 위해 존재했기 때문에 FT와 NFT라는 개념이 없었다. 그런데, 2세대 블록체인 이더리움이 나오면서 그 토큰이 코인화 목적 외에 다른 목적을 가질 수 있도록 기능 부가가 가능해졌다. 그래서 위 정의에서 말한 아직 코인화 되지 않은 상태는 Fungible Token이고, 그 외의 토큰은 NFT라고 부르게 된 것이다.
- 암호화폐 지갑(cryptocurrency wallet): 비트코인, 이더리움 등 암호화폐를 보관하는 계정을 말한다. 여기에 NFT도 보관된다. 대표적으로는 이더리움 기반의 메타마스크, 클레이튼 기반의 카이카스 등이 있다. 최근에는 여러 메인넷을 동시에 지원하는 지갑 어플리케이션도 출시되고 있다.

NFT를 왜 살까?

아래 그림은 NFT 시장 폭발을 상징하는 그림이다. 물론 이 작품은 싱가포르의 NFT 투자사를 운영하는 손순에 팔렸다. 그럼 왜 하필 이 그림이었는가? 컴퓨터 아트에 관심은 많았으나 문외한

이었던 비플(본명 마이크 윈켈만)이 유명한 디지털 아티스트로 성장해가는 과정이 매일매일 온라인에 공개됐고, 그 과정에서 작가는 트위터를 통해서 수많은 팔로워들을 대상으로 아주 싼 가격에 NFT를 발행하는 등 특전을 주고 끊임없이 소통을 해왔다. 이러한 작품의 희소성, 과정에 담긴 스토리, 매일 성장해가는 창의성의 미래 가치에 대한 믿음, 그리고 작품 활동의 모든 과정을 함께한 구매자 커뮤니티가 더해져 엄청난 가치가 만들어진 것이다. 이 과정은 명품이 아주 고가에 팔리게 되는 스토리 및 원리와 본질적으로 동일하다. 단지, 그것이 디지털 기반으로 이루어졌다는 차이만 있을 뿐.

Everydays : the First 5,000 days



현황(미디어 및 영상 기반 서비스 중심)

그동안은 디지털 아트가 NFT 시장을 주도해 왔으며, 미디어 업계의 성공사례는 없었다.

- 1) NBA 샷샷(NBA에서 하는 마켓): 현존 유일한 성공사례로 보인다. 하지만 미국의 경우 NFT가 나오기 전부터 실물 스포츠 카드를 구매해서 간직하고 거래하는 문화가 있었고, 이것이 디지털화된 것이기 때문에 우리가 벤치마킹할 여지는 없어 보인다. 물론, NFT화 된 Player 카드라는 형태는 향후 사업화 시 참고할 만하다.
- 2) ArchivebyMBC(MBC에서 하는 마켓): 몇몇 짤들이 판매되어 화제가 됐으나 이후 조용하다. 원인은 이더리움이나 클레이튼 같은 주요 메인넷 기반의 거래가 어려워 n차 거래가 발생하기 어려운 구조 때문인 것으로 보인다.
- 3) 채널A <도시어부> 프로젝트: MBC와 달리 가장 큰 글로벌 마켓을 선택했다. 또한, 신규로 계정을 개설한 것이 아니라 이미 구매자 커뮤니티가 형성된 기존 프로젝트의 계정을 활용했기 때문에 꽤 잘 팔리지 않을까 하는 예상도 있었다. 그러나 발행 당

시 몇몇 완판 소식 이후 가치가 지속적으로 하락하고 있다. 결과물이 그다지 훌륭하지 못했다는 점과 최근의 NFT 시장 거품 붕괴 현상이 주요 원인으로 보인다. 물론 초상권 확보 등 다양한 형태의 NFT 발행이 기대되는 상황이 오면 반등의 여지가 아주 없진 않다.

메타버스와 NFT

많은 전문가들이 메타버스와 NFT의 시너지를 이야기하는데 아직까지는 개념적으로 연결시키는 정도의 예측만 이루어지고 있는 상황이다. 실제로 로블록스나 제페토처럼 이름 있는 메타버스는 기본적으로 블록체인 기반이 아니다. 또한, 팬데믹 상황과 페이스북의 사명 변경 때문에 메타버스에 대한 관심도가 반짝 폭증했으나, 여전히 한국과 중화권이 글로벌 관심을 과잉 대표하고 있다. 무엇보다도 일상화 되기에는 기술적으로 부족한 점이 많아 보인다. 메타버스와 NFT의 유기적 결합에는 시간이 좀 걸릴 듯하다.

NFT의 미래와 우리

- 1) NFT를 통해 기술적으로 소유권을 규정함으로써 그 소유권을 넘기는 발행자의 저작권 또한 규정할 수 있게 되었고, 이로 인해 저작권 개념이 디지털로 확대되는 기반이 되었다. 디지털저작권을 보호하기 위한 다른 대체수단이 나오지 않는 이상 사라지는 않을 것으로 보인다.
- 2) NFT를 만드는 일이 콘텐츠를 가공하여 일종의 Digital Goods를 만드는 일이라는 점에서 방송사 입장에서 완전히 미지의 영역은 아닌, 한번 도전해 볼 수 있는 사업이다.
- 3) 최근 NFT 시장의 거품이 걷히면서 투자 대상으로서보다는 그 활용성에 주목하기 시작하고 있다. 스마트 컨트랙트에서 비롯된 NFT의 여러 기능성(투표, 멤버십, 디지털 티켓 등)을 활용하여 오히려 우리의 본연의 영업 활동을 강화(팬덤 구축 및 강화 등)하기 위한 도구로 삼을 수도 있을 것으로 보인다. 강화된 커뮤니티는 결과적으로 우리가 발행한 NFT의 가치 상승으로도 이어질 수 있는 선순환 구조의 구축으로 이어질 수도 있다.
- 4) 사업화 성공의 관건은 초상권 확보 및 이에 따른 합리적인 계약 관계 정립에 있다. 이걸 비단 NFT 사업화에서 발생하는 문제만은 아니다. 향후 모든 사업에도 적용될 것이기 때문에 어렵지만 반드시 해결해야 한다.
- 5) NFT의 가치가 발생하는 주요 요인이 희소성이라고 봤을 때, 우리의 자산화 정책이 수정, 확장될 필요도 있어 보인다. 촬영 원본, CG 같은 제작 부산물의 자산화도 검토해 볼 필요가 있다.
- 6) 블록체인의 미래가 곧 NFT의 미래다. 블록체인 기술 발전을 지속적으로 따라가면서 전략, 전술을 유연하게 가져가야 한다.

그알 채널, 박지선 교수와



선보여

<그알> 30주년 특집 오리지널 시리즈 - 범죄심리학자의 영화 분석



1992년 첫 방송을 시작한 <그것이 알고 싶다>가 올해 30주년을 맞았다. 뜻깊은 해를 맞아 그알 유튜브 채널(이하 그알 채널)에서 <그것이 알고 싶다> 30주년 특집 오리지널 시리즈 <지선씨네마인드>를 선보였다.

<지선씨네마인드>는 박지선 범죄심리학 교수와 함께 범죄 영화를 분석하는 유튜브 콘텐츠다. 영화에 등장하는 인물, 사건을 범죄심리학적으로 분석하고 이를 현실로 확장해 각종 폭력이 만연한 시대에 범죄심리학자가 전하고 싶은 이야기를 쉽고 흥미로운 방식으로 들려준다.

4월 6일(수) 업로드된 1편에서는 영화 '추격자'의 연쇄살인범 지영민의 심리를 전격 해부한 데 이어 13일(수)에 업로드된 2편에서는 상징

과 은유로 가득한 영화 '버닝'을 범죄심리학자의 눈으로 날카롭게 분석했다. 이를 포함해서 '올드보이', '신세계', '살인자의 기억법' 등 총 6편의 영화가 다뤄진다. 30분이 넘는 긴 분량임에도 높은 조회수를 기록하며 "이보다 완벽한 영화 콘텐츠가 있었나요? 역대급 기획!", "영화보다 재밌는 지선씨네마인드! 30분 순삭이네요" 등 뜨거운 반응이 이어지고 있다.

제작진은 "<그알>을 좋아한다면, 또는 영화를 좋아한다면 절대 놓치지 말아야 할 콘텐츠다. <지선씨네>를 보고 나면 영화가 달리 보일 것"이라고 말했다. 그알 30주년 특집 오리지널 시리즈 <지선씨네마인드>는 매주 수요일 그알 채널에 업로드된다.



“뭐가 되든 한번 해 봐”하는 선배들 고맙다

- SBS A&T 영상제작1팀 송낙훈, 조진현

요즘 아이돌 팬 중심으로 <SBS 인기가요>에 대한 반응이 뜨겁다. 안무에 딱딱 맞춘 카메라 워킹과 초근접 촬영이 신묘하다는 거다. <인기가요> 카메라감독을 다룬 <스브스뉴스>도 조회 수 53만 회를 넘어섰다. 짐벌 카메라로 근접 촬영을 담당하는 입사 7년 차 송낙훈, 조진현 감독을 만나봤다.

<인기가요>가 원래 음악방송 중에 최고 아니었나? 왜 다시 화제인가?

영상 장비 발전과 유행의 흐름이 잘 맞았다. 근접해서 별도로 녹화하는 방식은 지미집이나 스테디캠을 통해 예전부터 했었다. 근래 들어 전동짐벌 기술이 점차 발전하며 스테디캠에 비해 작고 가벼운 짐벌을 사용하기 시작했다. 기동성에 기반한 다이내믹한 카메라 워킹과 넓은 화각에서 오는 입체감에 아이돌 팬들의 반응이 좋았다. 팬들이 좋아하는 영상들이 유튜브 알고리즘으로 퍼지면서 화제가 됐다. 그에 더해 코로나19로 직관이 안 되니까 영상 콘텐츠에 관심이 더 뜨거운 듯하다.

스테디캠과 전동짐벌의 차이점은?

스테디캠은 베스트(vest)와 암(arm), 슬레드(sled) 세 부분으로 나뉘고 총 무게가 20~25kg 정도다. 전동짐벌은 양손에 쥐고 하는 것으로 무게가 5kg 정도다. 스테디캠은 무겁긴 하지만 일단 장착해서 무게중심을 잡기만 하면 줌으로 당기고 풀어주기 때문에 통통은 느껴지지 않는다. 반면에 전동짐벌은 줌 기능이 없어서 발로 뛰어야 하고, 5kg짜리를 상하 전후로 뺄었다 당겼다 틀기도 해야 해서 팔에 무리가 많이 간다. 한 곡만 찍어도 녹초가 될 정도다. 스테디캠과 전동짐벌은 장단점이 있다. 줌으로 확 당기고 풀어주는 맛이 필요한 곡에는 스테디캠이 좋다. 짐벌은 가수들 사이로 파고들 수 있어 입체감, 현장감, 근접감 등이 좋다. 또 스테디캠은 고유한 SBS만의 무선주파수를 쓰기 때문에 커버 영역이 커도 안정적이다. 짐벌은 작고 가벼운 무선송수신기를 탑재할 수밖에 없는데 성능이 떨어져 혼선 가능성이 크다. 따라서 생방에 쓰기는 위험하다.

<인기가요> 촬영은 어떻게 진행되나?

화요일에 그 주에 출연할 가수들의 안무 영상이 온다. 소속사에서 보낸 안무 영상을 연출팀이 정리해서 이메일로 넘겨준다. 목요일에 연출팀과 세트팀이 콘셉트 회의를 한 후 연출이 이렇게 찍고 싶다고 하면 상의해서 준비한다. 짐벌로 녹화하는 가수들은 보통 2~3팀인

데 4명의 카메라감독에게 각각의 전문분야에 맞게 배정한다. 그때부터 배정받은 곡의 안무를 외우기 시작해서 토요일엔 기말고사 수준으로 공부한다. 금~토요일에 콘티가 오는데 짐벌 촬영이 아닌 곡들은 자신의 컷에 해당하는 각 가수의 안무 부분을 외우고 일요일 새벽 1시쯤 출근해서 2~3시경부터 녹화에 들어간다. 보통 <인기가요>에서 나가는 곡이 17~19곡인데 6~7곡을 사전 녹화한다. 그중에 3팀 정도는 세트를 짓고 녹화하기 때문에 짓고, 부수고, 다시 짓고 하는 시간이 있어서 오후 3시 40분인 생방송 시간 전에 끝내려면 새벽부터 할 수밖에 없다. 세트를 해체하고 설치하는 시간에는 쉬기도 하고 안무를 다시 복습하기도 한다. 사전 녹화에 이어 생방송까지 마치고 나면 오후 5시가 넘는다.

카메라감독이 몇 명이나 들어가나?

7명이 들어간다. 스탠더드 카메라 3명, 지미집이 좌우로 하나씩 2명, 레일캠이 앞뒤로 하나씩 2명이다. 이 7명 중에서 나이가 젊은 4명(송낙훈, 조진현, 황인옥, 이철)이 별도로 짐벌을 담당한다. 짐벌 촬영은 사전 녹화 때 가장 마지막 순서다.

짐벌을 전문 분야에 맞게 배정한다고 했는데 각자 전문 분야는? 대표작은?

송: 거칠고 센 남자 안무에 강한 감독이 있고 아기자기한 여자 가수들의 안무에 강한 감독이 있다. 카메라에 성향이 담기다 보니 그걸 기준으로 배정해준다. 저는 좀 부드럽고 섬세한 그림을 잘 잡는 편이다. 저의 대표작은 아이브의 '일레븐'이다.

조: 가사와 안무에 맞춰 눈을 초근접 촬영한 아이브의 '일레븐'이 <인기가요> 카메라 워킹 인기의 큰 기록제가 됐다. 저는 여자 안무도 하고 남자 안무도 하는 중간 형태다. 에스파의 '넥스트 레벨'이 대표작이다. 황인옥 감독은 센 안무에 강하다. 몬스터엑스의 '러시아워'가 대표작이다. 가수들이 몸을 숙이면 우리는 카메라를 내리는데 황 감독은 같이 숙이는 등 몸으로 하기 때문에 춤추는 카감으로 유명하다. 이철 감독은 여성 안무에 특화됐다.

스브스뉴스 영상의 댓글에 “이 카감을 연봉 더 줘라”, “EBS <극한직업>에 출연시켜라” 등의 댓글이 많다. 그만큼 힘들어 보인다는 얘긴데?

조: 밤새워서 하는 일이 힘들기도 하지만 신입들이 제일 하고 싶어



하는 프로그램이 <인기가요>다. 음악과 영상이 맞물리니까 재밌고 표현하는 재미가 있다. 아무나 못하는 프로이기도 해서 자부심도 느낀다. 반사 신경을 빠르게 하려고 평소 태포 운동을 한다. 가끔 안무를 잊기도 하는데 그땐 반사 신경이 빨라야 안무를 따라갈 수 있다.

송: 빠르게 뒷걸음치다 무대 밖으로 떨어질 수도 있어서 위험하기도 하다. 뒤에서 카메라 보조가 마지막 선을 막아주고 있어서 떨어진 사람은 없지만 다들 한쪽 발을 허공에 내디뎠다가 놀라서 다시 집어 넣은 경험들은 있다.

영상을 공부하는 학생들도 <인기가요>를 많이 챙겨보는 것 같다.

조: 8년 전 조대웅 선배님이 엑소의 '오르렁'을 무대 위에서 드론을 들고 찍다가 날려 보내면서 관객 속에 숨고, 그 드론이 가까이 오면 다시 무대에 올라 잡아서 촬영한 적이 있었다. 그게 업계에서 센세이션을 일으켰다. <인기가요>가 '찐'이라고 인정받게 된 하나의 기점이다. 저는 그때 다른 방송사에 있었는데 엄청난 충격을 받았다. 지금도 가끔 그 영상을 찾아본다. 짐벌도 줌이 안 되기 때문에 어떤 식으로 달리 인아웃을 해야 할지 많이 보고 배운다.

송: 연출자로서도 리스크가 있는 시도였는데 믿어주셨고 선배들이 길을 잘 닦아 놓으셨다. 우리 팀은 “뭐가 되든 한번 해 봐” 하는 풍조가 있다. 선배들에게 고맙다.

영상제작1팀에서 유튜브 ‘스브스카감’이라는 채널도 개설했는데?

조: 모르는 새 책임자로 이름이 올라갔다. 수익사업이라기보다는 저희가 하는 일의 기록저장소로 생각하고 있다. 카메라 뒤에서 열심히 일하고 있는 동료들의 이야기를 담고 싶다. 이걸로 인해 팀에 이야깃거리가 생기고 분위기가 더 돈독해졌다. 취미로 만화를 그리는데 인스타 개인계정으로 카감의 세계를 그리고 있기도 하다.

송: 카메라가 자기 뒀만 하는 개별 업무 같지만 단체 작업이다. 서로의 카메라 워킹을 모니터링하면서 톤을 맞춰야 컷가 넘어와도 튀지 않는다. 앞으로도 좋은 팀워크로 좋은 영상을 만들어가겠다.



새 예능 오픈런

OPEN RUN

오늘의 트렌드 초고속 리뷰



이 프로그램을 통해서 오픈런 한번 해볼 수 있지 않을까 하는 기대와 설렘이 있다”고 말해 프로그램에 대한 기대를 높였다.
모델 신용국, 엄예진도 현장 소식을 전하며 프로그램에 힘을 보탠다.



새 예능 프로그램 <오픈런>이 4월 18일(월) 오전 9시에 첫 방송된다. <오픈런>은 ‘오늘의 트렌드’를 ‘초고속 리뷰’ 해주는 프로그램이다. SNS상에서 인기 급상승한 가장 트렌디한 정보를 리뷰와 랭킹 등 새롭고 재미있는 형식을 통해 시청자에게 전달한다.
MC는 SBS FIL <하우스 대역전>에서 호흡을 맞추고 있는 가수 전진과 개그우먼 김지민이 맡았다. 다양한 프로그램을 통해 남다른 예능감을 뽐내고 있는 전진은 거침없이 솔직한 리뷰를 해줄 예정이다. 전진은 “좋은 척하지 않고, 아닌 건 아니라고 하겠다”고 각오를 전했다. 김지민은 “워낙 구매하는 걸 좋아한다.

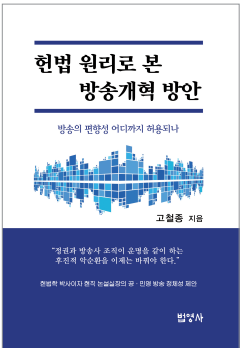
김경희 기자 한국여성기자협회장 취임



김경희 기자가 제30대 한국여성기자협회장으로 취임했다. 61년 한국여성기자협회 역사상 방 송사 기자로는 세 번째이고 SBS로서는 처음이다. 취임식은 4월 5일(화) 한국프레스센터에서 열렸다. 김 신임 회장은 취임사에서 “더 나은 세 상을 만들겠다는 여성 기자들의 꿈을 이루는 데 도움이 되는 협회를 만들겠다”고 밝혔다. 김경희 기자는 SBS 보도제작부장, 보도제작팀장 등을 지냈고 영국 코브트리지 저널리즘 석사를 취득했다. 1961년 설립된 한국여성기자협회는 현재 31개사 1,500여 명의 여성 기자를 회원으로 두고 있다. 협회장 임기는 2년이다.



고철중 기자 ‘헌법 원리로 본 방송 개혁 방안’ 출간



고철중 논설위원실장이 본인의 법학박사 논문을 토대로 ‘헌법 원리로 본 방송 개혁 방안’이란 책을 펴냈다. 방송은 국민에게 정확한 정보와 다양한 정치적 견해를 제공함으로써 민주주의의 형성을 도와야 한다. 그런데 한국의 방송들은 오히려 ‘민주주의의 적’으로 평가받는다. 이 책은 이런 현실을 헌법의 기본 원리인 다원주의 측면에서 구조적으로 분석했다.
고철중 실장은 “정권 교체기마다 반복되는 국내 공영적 방송사들의 파행을 지켜보면서, 규제 당국은 물론 방송사 구성원, 혹은 정치권이 제대로 정립하지 못하고 있는 방송의 정치적, 이념적 자유와 그 한계에 대한 기준점을 마련해보고 싶었다”고 집필 이유를 밝혔다.

“다시 툰드라에 서다”

- <SBS스페셜-가디언즈 오브 툰드라> 연출 장경수 부장(시사교양본부 교양CP소속)

“선배님, 툰드라 다시 안 가십니까?”

제작년 말 걸려온 한 통의 전화. 10년 전 툰드라에서 동고동락했던 박정곤 교수였다.
대학 후배이자 모스크바에서 민속학을 전공하고 있는 그는 기회 있을 때마다 다시 툰드라로 가자며 잔잔한 마음에 파문을 일으키곤 했다. 10년 전 툰드라를 떠나며 제작진은 꼭 다시 한번 툰드라에 오자고 약속했다. 툰드라는 모든 게 불편하고 힘들지만 희한하게도 다시 가고 싶은 생각이 들게 하는 곳이다. 도시에서는 찾을 수 없는 순수함과 원초적 자유가 있는 곳이라고 할까. 제작진끼리는 그래서 ‘툰드라 중독’이라고 우스갯소리를 하기도 한다. 마침 꼴라가 졸업을 앞둔 터라, 이번에 가지 못하면 영영 못 갈 것 같은 생각이 들었다. 하지만 솔직히 조금 두려웠다. 10년 전보다 훨씬 떨어진 저질체력도 걱정이거나, 가장 두려운 것은 10년 전만큼 결과물이 나올 수 있을까 하는 것이었다. 옛날 툰드라는 카메라만 들이대면 그림이 나오는 곳이었었는데 이제는 아무것도 새로울 것이 없으니 말이다.

코로나를 뚫고 툰드라로

이번 툰드라 촬영은 열악한 환경 등 물리적인 어려움은 물론, 새로운 내용을 담아내야 한다는 부담감, 거기에 더해서 코로나가 제작진을 끊임없이 괴롭혔다. 작년 러시아 정부에서는 외국인 관리를 극도로 철저히 했는데, 심지어 3일 이내의 PCR 검사결과지가 없으면 호텔 숙박이 불가능했다. 어쩔 수 없이 제작진은 3일에 한 번씩, 코가 혈 정도로 검사를 자주 받아야만 했다. 거부할 경우엔 경찰에 불려가 조사를 받고 추방당하게 되니 어쩔 수 없었다. 아이러니한 것은 툰드라에 들어가니 상황은 180도 달라져서 바로 마스크를 벗어야 했다. 툰드라 사람들은 마스크를 쓰는 것을 굉장히 싫어했기 때문이다. 실로 극과 극을 오가는 체험이었다.

꼴라의 선택

이번 방송은 꼴라를 중심으로 풀어나가기로 방향이 잡히면서, 꼴라는 프로그램에 없어서는 안 될 존재가 되었다. 10년 전 그렇게 찾아도 보이지 않던 7살 툰드라 아이, 어느 날 신기하게도 눈앞에 딱 나타났던 바로 그 아이, 꼴라는 이번엔 프로그램의 존재 이유가 됐다. 꼭 주인공이기 때문만이 아니라, 꼴라 없이는 드넓은 툰드라에서 길을 찾아다니는 것이 불가능했다. 사실 4번 유목단을 만난 것은 기적에 가까웠다. 남한 면적만 한 툰드라 허허벌판에서 유목단을 찾는 것은 서울에서 김서방 찾기 같은 일이다. 하지만 제작진은 꼭 4번 유목단을 찾아야만 했다. 기후변화와 개발로 가장 고통받고 있는 유목민들이기 때문이었다. 기적 같은 일을 가능하게 했던 것은 오로지 꼴라 덕분. 지도 한 장과 눈썰미로 어찌 그리 정확하게 길을 찾아가는지 신기하기만 할 따름이었다.
그리고 꼴라는 그곳에서 진로를 바꾸는 결정적인 경험을 하게 되었다. 그것은 촬영에도 큰 영향을 미쳤다. 망가져가는 툰드라를 본 꼴라는 진로를 고민하기 시작했고, 훈훈했던 촬영 분위기는 일순간 긴장된 분위기로 바뀌었다. 십대 후반, 아직 사춘기인 꼴라는 진로 문제를 놓고 매우 힘들어했다. 꼴라가 툰드라에 남기로 한 결정은 제작진도 모르는 사이에 이루어졌다. 전날 밤까지 제작진과 함께 모스크바의 대학에 가기로 했다가 갑자기 다음날 아침에 툰드라에 남겠다고 하니, 모든 준비를 해냈던 제작진은 정말로 깜짝 놀랐다. 속 깊은 꼴라였지만 본인의 정체성 앞에서 힘들어하는 것은 우리의 십대들과 다를 바가 없었다.

다시 툰드라에서 인간을 생각하다

툰드라로 다시 가기로 결정했을 때, 10년 전 경험이 있어서 이번엔 좀 괜찮겠거니 했었다. 하지만 웬걸, 어렵고 힘들기는 마찬가지였



다. 무엇보다 적응이 되지 않았던 것은 툰드라에서의 시간이었다. 툰드라의 시간은 인간의 시간이 아닌, 자연의 시간을 따라 흐른다. 미리 세워 온 계획은 무용지물이 되기 일쑤고, 리스크는 알면서도 피할 수가 없다. 자연이 모든 것을 결정하는 곳. 바람이 불면 부는 대로, 눈이 오면 오는 대로 자연의 상황에 모든 것을 맞춰야 한다. 그래서 툰드라는 인간의 인내심을 시험하고 겸손함을 가르쳐 준다.
툰드라를 떠나던 날, 10년 전처럼 툰드라 사람들은 다시 오라고 했다. 툰드라 사람들은 떠나는 이에게 ‘안녕’이라는 말을 잘 쓰지 않는다. 다시 만날 것을 기대하기 때문이다. 어쩌면 언젠가 다시 툰드라를 찾을지도 모르지만, 먼저 꼴라가 건강하게 군 복무를 마치고 돌아오길 기원한다. 꼴라는 얼마 전 건강하게 잘 있다는 안부를 전해왔다. 이번 방송을 마치며, 무엇보다도 10년 만에 다시 툰드라를 방송하는 일이 현실로 이뤄질 수 있게 도와주신 모든 분들께 깊은 감사의 말씀을 드리고 싶다.