

2022 국민의 선택

재미×의미 다 잡고 시청률 압승!

비교불가, 격이 다른 '초격차 선거방송' 구현

6월 1일(수) 실시된 '2022 지방선거' 개표방송 <2022 국민의 선택>이 3월 대선 개표방송에 이어 이번에도 2049시청률 1위를 차지했다.

닐슨코리아에 따르면, <2022 국민의 선택>은 2049시청률 1.68%를 기록, MBC <선택 2022>(0.89%), KBS <내 삶을 바꾸는 선택 2022>(0.87%)를 여유롭게 제치며 '선거방송의 명가' 자리를 굳건히 지켰다. JTBC <2022 우리의 선택 어울러 내일로>는 0.23%다.

개표방송 전체 2049시청률

수도권 기준	SBS	MBC	KBS	JTBC
2049	1.68%	0.89	0.87	0.23

*분석시간: 17:00~26:00

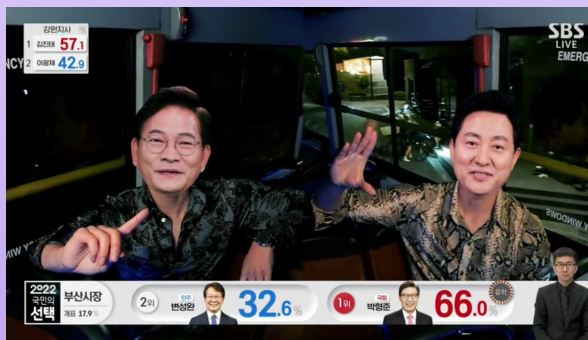
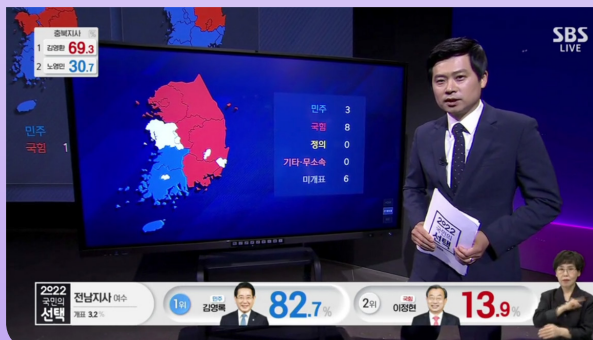
SBS는 우주공간을 입체적으로 형상화한 스케일 다른 스튜디오로 타사를 압도하며 시선을 강탈했다. 가로 53m, 높이 6m의 초대형 미디어 월에 천장에도 대형 LED를 달고 바닥에도 반사판을 깔아 스튜디오가 하나의 우주공간으로 보이게끔 연출했다. '무중력과 가능성'을 키워드로 대선 이후에도 오리무중이었던 대한민국 정치 지형이 지방선거를 통해

서 새로운 균형점을 찾아가는 과정을 드라마틱하게 표현했다. 이 같은 화면 구성은 오후 7시 30분 출구조사 발표 직전 카운트다운 순간에 가장 빛을 발했다. 마주보며 돌진하는 두 개의 행성이 충돌하면서 양당 광역단체장 전체 판세가 공개되어 마치 영화를 보는 듯한 '박진감'을 제공했다. 주영진 기자가 진행한 <지선 라운지>는 고민정, 허은아, 하태경, 김해영, 진중권 등 각 당의 비중 있는 패널들이 출연해 토론을 이어가는 한편, <터치스크린>, <AI 유확당>, <디지털 트윈> 같은 다양한 코너에서는 각종 선거 관련 정보를 빠르고 정확하게 제공했다. SBS 선거방송의 시그니처인 아이폰 역시 업그레이드되어 돌아왔다. 가장 관심이 모인 서울시장 개표 결과에선 후보들이 '서울 서울 서울' 노래를 배경으로 서울 야경 투어를 하며 뉴트로(newtro) 감성을 자극했고, 가장 치열했던 경기도지사 개표 결과에선 두 후보가 놀이공원에서 마치 다정한 커플처럼 사이좋은 한때를 보냈다. 또 다른 광역단체장 후보들은 '날아라 슈퍼보드' 만화 주제가에 맞춰 보드를 타고, '파란 나라'와 '뽀네는 토마토' 동요 속에서 동심으로 돌아갔다. 재기 넘치는 바이폰과 꼭 맞는 선곡은 정치와 선거에 지친 시청자에게 휴식과 즐거움을 제공했다.

정치성향이나 나이, 성별 상관없이 누구나 즐길 수 있는 선거방송을 만들자는 SBS 선거방송의 기본 정신이 구현되는 순간이었다.

그 결과, 오후 6시 40분부터 새벽 1시 사이, SBS는 단 1분도 2049시청률 1위 자리를 내주지 않고 압승을 이어갔다. SBS 선거방송 유튜브에는 최대 9.8만 명이 몰리며 오후 6시부터 새벽까지 동시접속자 수 1위를 유지했다. WAVVE에서도 SBS 선거방송이 실시간 시청 1위를 기록했다. 그야말로 완벽한 승리다.

최선희 선거방송기획팀장은 "대선 이후 지방선거까지 준비 기간이 두 달여에 불과했지만 대선 선거방송 결과에 안주하지 않고 새로운 콘셉트, 더 업그레이드된 선거방송을 만들기 위해 노력했다. 그 노력을 시청자분들이 알아봐 주신 것 같다"고 말했다. 최선희 팀장은 "근사한 선거방송을 함께할 수 있어서 기뻐다"고 이를 위해 애써준 모든 이들에게 감사의 전한 뒤, "선거방송기획팀은 해체되지만 저와 김홍수 차장은 남아서 대선과 지선 선거방송 백서를 써야 한다. 뒤에 올 사람이 이를 참고로 선거방송의 명가 타이틀을 유지하고 한 단계 더 도약해주길 바란다"고 말했다.





영원히 기억될 하나뿐인 결혼식을 선물한다



예능 버라이어티 <오! 마이 웨딩>(프로듀서: 최지원)이 6월 시청자를 찾아온다.

<오! 마이 웨딩>은 다양한 이유로 결혼식을 포기한, 혹은 미룰 수밖에 없는 커플을 위해 이 세상 단 하나뿐인 특별한 결혼식을 선물하는 리얼 웨딩 버라이어티다. 경제적인 이유, 바쁜 생활, 부모와의 갈등, 신체적/정신적 장애 등 다양한 사연으로 결혼식을 미룬 커플을 위해 총감독의 지휘 아래 연예인 웨딩플래너들이 출동하여 세상에서 하나뿐인 결혼식을 선물한다.

총감독은 물오른 입담의 주인공 개그맨 유세운이 맡고, 단장으로 유진, 팀장으로 봉태규, 직원으로 유병재가 출연하여 좌충우돌 직접 발로 뛰며 특별한 결혼식을 준비한다. 이들은 일반인 주인공들의 가지각색 절절한 사연에 울고 웃고 공감하며, 이들에게 어울리는 결혼식장을 찾아 대한민국 곳곳을 누비며 세간에 알려지지 않은 아름다운 장소를 물색한다. 또한 뷰티, 인테리어, 여행 등 요즘 결혼에 대한 가장 트렌디하고 핫한 정보를 제공한다. 이 과정에서 시청자들에게 틀에 박힌 결혼식에서 벗어나 이색적이면서도 의미 있는 결혼식에 대해 생각할 거리를 제공한다.

2022년 대한민국 결혼 문화에 대해 새로운 대안을 제시하는 <오! 마이 웨딩>은 6월 중순에 첫 방송된다.

부서탐방



'디지털 프론티어' 모비딕 6주년, 개척의 여정을 계속된다

- 마케팅D스튜디오



2016년 6월, 유튜브 모비딕 채널에 <양세형의 쏘터뷰> 티저가 업로드됐다. <양세형의 쏘터뷰>는 대한민국에도 '짧고, 재미있고, 핵심적인' 새로운 인터뷰가 필요하다고 일갈했다. 이후 모비딕은 '짧고, 재미있고, 핵심적인' 콘텐츠들로 디지털 콘텐츠의 흐름을 바꿔놓았다.

'모비딕'이 론칭 6주년을 맞았다. 그간 장르를 넘나드는 킬러 콘텐츠를 선보이며 디지털 콘텐츠의 수준을 한 차원 끌어올렸다. 이재명, 유승민, 심상정 등 유력 대선주자가 출연한 <양세형의 쏘터뷰>를 시작으로, 이제 정치인들은 거

리낌 없이 디지털 콘텐츠에 출연한다. 영화 개봉을 앞둔 엠마 왓슨, 앨범 발매를 앞둔 싸이 등 가장 핫한 인물의 첫 번째 선택은 <제시의 쇼!터뷰>였다. <며느라기>가 던진 화두로 맘카페에서는 뜨거운 갑론을박이 이어졌다. 이제 아무도 디지털 콘텐츠를 '인터넷 방송'이라고 폄하하지 않게 되었다.

'모비딕' 역시 '민고 보는 디지털 오리지널 스튜디오'로 자리 잡았다. 유튜브 채널 구독자는 130만 명을 넘어섰고, '뽕능', '뽕드', '방언니' 등 주요 채널들을 포함하면 구독자는

300만 명 이상이다. 통합 누적 조회 수는 20억 뷰에 달하고 <제시의 쇼!터뷰>는 단일 프로그램으로 조회 수 2억뷰 이상을 기록하는 기염을 토했다.

빠르게 변화하는 시장 흐름에 기민하게 발맞춰 새로운 먹거리를 찾는 노력도 게을리 하지 않았다. 단순 협찬/PPL을 벗어나 다양한 브랜드와의 콜라보를 이어왔고, 라이브커머스, 언택트 공연, VR, 라이브 스트리밍 등 신규 비즈니스로 끊임없이 확장했다. 외부와의 공동제작을 통해 차별화되는 규모감과 화제성을 겸비한 프로젝트 사례도 꾸준히 만들어 내고 있다.

하반기 모비딕은 작년 제작했던 <2021 롤더넥스트>를 레퍼런스로 게임 마케팅 시장 공략에 나선다. 이를 위해 글로벌 No.1 게임 라이브 스트리밍 플랫폼인 '트위치'와 제휴를 맺고 <모하지 라이브>를 방송한다. 또한 TV와 디지털을 결합한 아이돌 리얼리티 프로그램 제작도 준비 중이다. 데뷔를 준비하는 아이돌의 성장 스토리와, 그들의 데뷔 무대가 담기는 대형 프로젝트다. <제시의 쇼!터뷰>를 잇는 후속 오리지널 인터뷰 콘텐츠도 새 호스트를 낙점해 7월 론칭을 앞두고 있다.

은지향 팀장은 "모비딕은 '디지털' 선봉에서 매년 존재 이유를 증명해 왔다"며, "PD들 한 명 한 명이 각자 새로운 영역에서 씬 없이 도전하고 있다. 사내에 다양한 디지털 부서가 자리 잡으며 시너지도 커지는 것 같다. 이를 바탕으로 모비딕은 늘 그랬듯 또 다른 새로운 길을 개척해낼 것"이라고 말한다. 오리무중 디지털 시장 한복판에 서 있는 모비딕에 대한 모두의 기대와 응원이 필요한 순간이다.

2022년 6월, 예능본부 '상암 시대'를 열다

SBS 예능본부가 상암 프리즘타워 15, 16층에 새로운 동지를 틀었다. 새 보금자리는 전체적인 인테리어 콘셉트를 화이트 톤으로 해서 밝은 분위기를 유지하고, 하단 조명이 있는 유글라스를 활용해 보다 쾌적하고 넓은 느낌을 주었다.

16층은 주로 편집 공간으로, 전체 개인편집실 69개, 공용편집실 두 곳을 배치했으며, 이 중에는 시사와 편집이 동시에 가능한 개인편집실을 7개 마련해 업무 효율성을 높였다. 또한 사이드에는 외부 전경을 보면서 차를 마실 수 있는 스탠드형 테이블을, 가운데에는 중정을 둘러싼 응접실형 티타임 공간을 마련했다. 휴게 공간에는 얼음 정수기와 네스프레소 커피머신과 캡슐을 비치해 누구나 와서 편하게 커피를 마시며 쉴 수 있는 장점이 있다.

15층은 본부장실 및 CP 사무실, 프로그램 사무실, PD 사무실, 예능운영팀이 자리 잡았다. 모든 사무실과 회의 공간에는 '스마트형 TV'를 비치해 OTT 및 동영상 손쉽게 모니터하면서 회의를 할 수 있는 점이 특징이다. 특히, 프로그램 사무실에는 무빙 월, 앵글랙, 캐비닛, 시스템 선반을 조화롭게 사용할 수 있도록 세팅해 소품을 깔끔하게 수납할 수 있게 만들었다. 이외에도 PD 사무실은 공간의 고정 관념을 탈피하고 자유롭게 앉아서 근무할 수 있는 스마트 오피스 공간으로 변화를 주었다.

최영인 예능본부장은 "콘텐츠 제작자들이 우글거리는 상암으로 와서 더 실감나는 자극을 받고 있다. 새롭고 쾌적한 환경에서 다양하고 재미있는 콘텐츠 제작에 몰두하겠다"고 말했다.



'예능 제작시설 상암 이전 프로젝트' 성공적 수행

무흠결 이설 및 증설로 고품질 콘텐츠 제작에 기여

2004년 목동 신사옥 이전 이래 가장 큰 규모의 이사 프로젝트가 무사히 마무리되었다. 일명 '예능 제작시설 상암 이전' 프로젝트다.

방송장비 이설 프로젝트는 신규 구축보다 더 많은 노력이 필요하다. 기존 시스템의 사용 안정성을 보장함과 동시에 철거/이전 계획도 수립해야 해서 준비 기간도 길다.

예능 콘텐츠 제작/송출 중단이 없도록 면밀한 준비와 이행이 필요하기 때문에 담당자들의 심리적 압박감도 컸다. 빠듯하게 돌아가는 제작 환경에 피해가 없도록 각종 장애 가능성에 대한 대비책을 세우고, 시뮬레이션 테스트를 반복하면서 준비 기간만 6개월이 걸렸다. 게다가 코로나 등으로 일정이 지체되어 인테리어 공사와 네트워크 시스템 설치 공사를 동시에 진행해야 하는 어려움도 있었다.

2022년 5월 29일 D-day+48시간 동안은 SBS 기술 담당자와 이전 SI업체 근무자들이 10분 단위의 계획표를 토대로 각자 맡은 임무를 긴박하게 수행했다. 예능 편집 데이터가 전부 담겨있는 스토리지는 상암으로 이동 중 만에 하나 심각한 장애가 발생하게 되면 콘텐츠

데이터가 소실될 수도 있으므로 특별한 이설 플랜이 필요했다. 스토리지를 메인과 백업으로 나누고 2대의 무진동 차량에 각각 적재한 뒤, 저속 운행으로 이동시켜 디스크 장애 가능성을 최소화했다.

5월 31일(화) 18시 경. 모든 방송장비 이전이 완료되었다. 목동에서 이전한 장비와 신규 구매분을 포함하여 개인편집실 69실, 공용편집기 78기, 콘텐츠마스터링룸(구 종합편집실) 3실, 인제스트룸, IT시스템(Main스토리지2500테라, Backup스토리지3000테라, 서버79기, 각종 네트워크보안장비 등)으로 구성된 방송 인프라가 예능 콘텐츠 제작에 즉시 투입되어 현재 사용 중이다. 또한 최신 장비로 새롭게 구축한 콘텐츠마스터링룸에 더해서 개인편집실 스마트관리 앱이 새롭게 적용되어, 보다 편리하게 편집실 배정/관리가 이루어지고 있다.

예능 제작시설 상암 이전 프로젝트에 참여한 미디어기술기획팀 하태운 차장은 "자산개발팀, 총무팀, 미디어IT팀, 콘텐츠마스터링팀 등 상암 이전 TF 동료들의 헌신적인 노력으로 고품질 콘텐츠가 효율적으로 제작될 것으로 기대하고 있다"고 밝혔다.

기자 수첩



33일간의 우크라이나 취재를 마치며

- 보도본부 디지털뉴스국 D콘텐츠기획부 장선이 차장대우

외교부에서 우크라이나 서부 르비우 지역에 대한 예외적 여권 허가를 확대하겠다는 방침을 밝히면서 3주로 예정됐던 출장은 한 달을 넘기게 됐다. 체르니우치에서 만난 사람들과 '꼭 다시 오겠다'고 약속하고 돌아섰는데, 생각보다 빨리 약속을 지킬 수 있었다. 5월 7일 새벽 통금시간을 지나 다시 우크라이나 땅을 밟았다. 러시아의 대대적인 공습이 예견된 전승절을 이틀 앞둔 날이었다. 르비우는 서방 국가들이 지원한 무기들이 집결되는 곳으로 여러 차례 러시아의 미사일 공격을 받았다. 철도, 물류창고, 발전소 등 곳곳이 폐허로 변했다. 지난 3월 러시아는 바이든 미국 대통령의 폴란드 방문일에 르비우를 순항 미사일로 공격해 연료 저장 시설이 불에 탔다. 4월 18일엔 러시아군이 서방의 군수 보급망을 포격하는 과정에서 건물이 무너져 민간인 7명이 사망하고 11명이 다쳤다. 취재팀이 르비우에 도착하기 3일 전에도 러시아가 변전소를 폭격했다. 시커멓게 변한 발전소의 모습은 처참했다. 불과 며칠 전 미사일 공격을 받았던 곳들을 취재하다 보니 전쟁이 눈앞에서 벌어지고 있음이 실감 났다. 밤낮을 가리지 않고 울리는 공습경보에 수시로 지하 방공호로 대피하고, 생방송 10분 전 카메라와 장비를 들고 뛰기도 했다. 르비우와 수도 키이우에는 전 세계 취재진이 모여 있는 미디어센터가 있다. 미리 취재증을 발급받아야 현지에서 취재가

가능하다. 폭격 현장, 어린이 병원, 기차역, 시청 앞 광장 등 어디서 취재하든 수차례, 때론 수십 차례씩 취재증과 신분증을 보여 달라고 요구했다. 미디어센터가 제시한 취재 주의사항을 읽어보니 다시 한번 전시 상황임이 실감 났다. '군복과 헛갈릴 수 있는 녹색 옷은 입지 마십시오', '투항에 대비해 흰색 천을 갖고 다니십시오', '무기와 비슷하게 생긴 물건을 소지하지 마십시오', '구급약을 항상 휴대하십시오', '우크라이나군은 전투지역에서 당신의 생명과 건강을 책임지지 않습니다' 등의 내용이다. 다행히 위태로운 상황은 없었지만, 현장에서 본 전쟁은 참혹했다. 외신 보도를 통해 러시아군이 민간인을 상대로 성범죄를 저질렀다는 폭로가 잇따라 나왔다. 취재팀은 우크라이나 여성 변호사협회를 통해 피해 실체를 취재할 수 있었다. 어린이 병원에서 만난 유난히 잘 웃던 15살 소녀 리사는 이웃 주민을 구하기 위해 운전대를 잡고 도네츠크를 탈출하다가 러시아군이 쏜 총 4발을 맞아 무릎뼈가 부서지고 발가락을 잃었다. 르비우 시청 앞 성당에서는 전사자 합동 영결식이 매주 열린다. 어머니는 운구 차량에서 내린 아들을 맞아 온기 없는 관에 여러 번 입을 맞췄다. 전하고 싶은 이야기는 많지만, 매일 쏟아지는 속보 속에 그들의 이야기는 다섯 문장에 담길 수밖에 없었다. 못다 한 이야기는 유튜브 비디오머그 채널 <비머 in 우



크라이나>에 담았다. 취재팀은 33일간 25번의 <8 뉴스> 생방송뿐 아니라 <비머 in 우크라이나> 10편, 텍스트 콘텐츠 <뉴스집> 우크라이나 편을 제작했다. 다양한 형식의 콘텐츠를 제작할 수 있었던 것은 보도국뿐 아니라 디지털국 내 부서 간 협업을 통해 가능했다. 이재영 영상취재기자와 디지털 콘텐츠 기획을 따로 취재했고, 작가, 편집자와 매일 취재 내용을 공유해 빠르게 오리지널 콘텐츠로 제작할 수 있었다. 올해로 입사 16년 차다. 올해 초등학교에 입학한 쌍둥이 아이들을 두고 전쟁 취재를 자원하면서 고민이 없었던 것은 아니다. 하지만 현장에서 취재하고 싶다는 바람이 더 컸다. 어쩌면 이 전쟁을 먼 곳의 이야기라고 생각할 수도, 석 달 내내 본 식상한 뉴스라고 생각할 수도 있겠다. 하지만 그곳에는 사람이 있었다. 그들은 '우리가 겪고 있는 참상을 꼭 세상에 알려 달라'고 취재팀에게 간곡히 부탁했다. 그들과의 약속을 지키는 것으로 33일간의 취재를 마친다.



'조이올팍페스티벌' 업무협약식 체결

SBS M&C는 오는 9월 24일(토)~25일(일) 올림픽공원 잔디마당에서 개최되는 '조이올팍페스티벌'의 공동 주관사로 선정되어 업무협약식을 체결하였다. 이 행사는 국민체육진흥공단이 주최하고, 한국체육산업개발(대표이사 김사업), 주식회사 엠스툼(대표 김정섭)이 공동 주관한다. 이번 SBS M&C의 참여로 각 협약사는 공동 주관사의 지위를 갖게 됐으며, 각자 보유한 인프라 및 역량을 적극 활용해 올림픽공원의 대표 페스티벌인 '조이올팍페스티벌'의 성공을 위해 협력하기로 했다. 본 협약의 주요 내용에는 올해 적극적으로 ESG를 실천할 '조이올팍페스티벌'을 위해 최적화된 공연장을 조성하고, 홍보마케팅을 위해 상호 협력할 것을 담고 있다. 또한 SBS M&C와 SBS A&T가 협력하여 비주얼 및 공간 조성을 기획할 예정이다. 정해선 대표는 "최근 다시 회복되는 공연 산업에서 '조이올팍페스티벌'이 본래 취지에 맞춰 안정적으로 발전할 수 있도록 다방면으로 지원하겠다"고 밝혔다.

엠스툼
김정섭 대표한국체육산업개발
김사업 대표이사SBS M&C
정해선 대표

이달의 PD상 - <그알> '가평계곡 익사 사건', <TV 동물농장> '사육 곰 해외 이주 프로젝트'

'가평계곡 익사 사건'의 진실을 추적한 <그것이 알고 싶다>(연출: 김영태·문치영, 작가: 이수진·박성정)가 제266회 이달의 PD상 시사다큐 부문을 받았다.

<그것이 알고 싶다>는 지난 4월 '그날의 마지막 다이빙-가평계곡 익사사건 미스터리' 편(1300회)과 '그녀의 마지막 시나리오-이은혜 조현수, 775일간의 추적' 편(1303회)을 통해 미궁으로 남을 뻔했던 익사 사건을 되짚어 보고, 공개수배 중이었던 이은혜와 조현수의 행적을 뒤쫓았다. 심사위원들은 "자칫 사고사로 내사 종결될 뻔한 사건을 <그것이 알고 싶다>에서 다뤄 세상에 알려졌고, 이로 인해 뒤늦게라도 피의자에 대한 수사가 이루어지게 됐다"며 "제작진의 취재가 이은혜 검거 과정에 결정적 단서로 작용했고, 보다 많은 범죄와 계획성을 입증하고 실질적인 수사의 단서를 제공했다"고 높게 평가했다.

한편, <TV 동물농장> '사육 곰 22마리, 해외 이주 프로젝트'(연출: 이승준·소형석·이근별, 작가: 김난초·이윤주·이화)는 교양정보 부문 이달의 PD상을 받았다. 지난해 경기도 용인의 곰 농장 탈출 사건으로 국내 사육 곰 산업이 종식된 뒤에 <TV 동물농장>은 사육 곰들이 평화롭게 지낼 수 있는 곳으로 이주하는 프로젝트를 진행했다. 심사위원회는 "1년 가까운 시간 동안 지속적인 추가 취재 및 관계 기관과의 협의를 진행하며 사육 곰들이 조금이라도 행복한 삶을 살아갈 수 있도록 실질적인 기여를 했다"고 평가했다. 시상식은 6월 3일(금) 한국방송회관에서 열렸다. 한편, <TV 동물농장> 제작진은 상금을 사육 곰 프로젝트를 함께 기획한 동물자유연대에 전액 기부했고, 아직 국내에 남아 있는 나머지 사육 곰들을 위한 생츠퍼리 조성과 추가적인 해외 이주 프로젝트에 계속해서 힘을 보태기로 했다.



<그것이 알고 싶다> '가평계곡 익사 사건'



<TV 동물농장> '사육 곰 해외 이주 프로젝트'