SBS 사보

사훈
건강한 콘텐츠로
더 나은 세상을 만든다

제1072호 | 2017년 3월 2일(목)

@sbsnow

발행인 SBS **편집** PR팀 **발행처** 서울특별시 양천구 목동서로 161 **전화** 02)2113-3286 **팩스** 02)2113-3359

‘SBS 브랜드 스퀘어’

시감각적 체험으로 SBS 브랜드 각인시킨다

2월 중순 목동 SBS 방송센터 로비에 거대한 구조물이 설치됐다. 로비 기둥에 부착된 대형 디지털 사이니지와 서쪽 출입구 앞에 마련된 초대형 MD 크레인, 일명 인형뽑기 기계다.
SBS 브랜드 스퀘어 프로젝트의 첫 시작인 목동 SBS 브랜드 스퀘어가 2월 말 테스트 오픈을 거쳐 3월 6일(월) 정식 오픈한다.

브랜드 스퀘어 프로젝트는 “우리가 보여주고 싶은 것만 보여주고, 정작 고객들이 보길 원하는 것은 준비하지 않은 게 아닐까?”라는 반성에서 비롯됐다. 기대에 차서 목동 사옥을 방문한 고객이 일반 회사와 다를 바 없는 로비를 보고 느끼는 실망과 불만을 해소하기 위한 목적도 포함하고 있다.

브랜드 스퀘어는 고객이 SBS의 브랜드와 프로그램을 직접 보고, 만지고, 느끼면서 즐길 수 있는 공간이다. 방송의 한계인 단방향성과 휘발성을 극복하기 위해서 ‘공간’과 ‘물건’이라는 물리적인 요소를 이용하는 것이다. 고객에게 SBS 브랜드와 프로그램에 대한 새로운 경험을 제공하여 충성도 높은 고객으로 키우고, 유지하는 것이 프로젝트의 궁극적인 목표다.

디지털 사이니지는 브랜드 스퀘어의 기본 콘셉트 이미지를 비롯해, SBS가 보유하고 있는 IP(지식재산권)와 캐릭터를 소개하는 콘텐츠들로 채워진다. 향후에는 고객 및 스폰서와 소통하기 위한 콘텐츠도 추가된다. MD 크레인은 그 어디에서도 보지 못한 초대형 인형뽑기 기계를 캐릭터와 연계해 경험할 수 있도록 하여, SBS의 브랜드와 IP를 새롭고, 신기하고, 소유하고 싶은 개념으로 만드는 매개장치다.

소형 MD 크레인과 MD 상품 자동판매기 등도 추가로 설치된다. 물론 이것이 브랜드 스퀘어의 끝은 아니다. 장기적으로는 로비 전체를 브랜드 스퀘어 공간으로 구성할 계획이다. 콘텐츠 면에서도 현재는 〈미운 우리 새끼〉와 그 캐릭터인 ‘미우새’를 집중적으로 내세우고 있으나, 앞으로 출시될 다양한 프로그램 관련 IP를 포함한다.

브랜드 스퀘어 프로젝트를 주관하고 있는 IP사업팀 관계자는 “브랜드 스퀘어라는 인터랙티브하고, 무한하고, 혁신적이고, 독창적인 공간 콘셉트를 바탕으로 고객과 끊임없이 소통하고 즐기는 공간으로 운영할 예정”이라고 밝혔다.
목동 브랜드 스퀘어 진행을 계기로 동남아에서도 사업 문의가 들어오고 있다. SBS의 콘텐츠를 직접 체험할 수 있는 브랜드 스퀘어를 오픈해서 한류 콘텐츠 팬들을 고객으로 유인하고 싶다는 것이다. 또 개별 MD 상품과 미우새 크레인에 대해서도 국내외에서 라이선스 문의가 들어오고 있다. SBS 브랜드를 알리는 동시에 또 다른 수익을 창출하기 위해서 IP사업팀은 사업에 박차를 가하고 있다.

러브 FM, <정봉주의 정치쇼> 신설
유쾌! 통쾌! 웃으면서 즐기는 정치만담 토크쇼

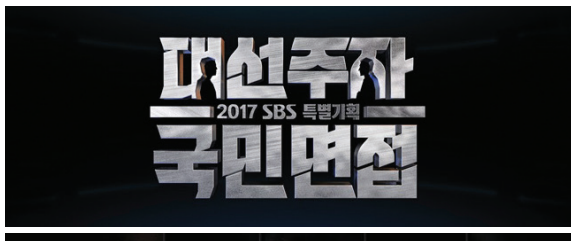
3월 6일(월) 러브FM에 <정봉주의 정치쇼>가 신설된다.
한겨레 신문 창간 발기인, 제17대 통합민주당 의원 등을 역임한 정봉주는 팟캐스트 <정봉주의 전국구>, TBS <정봉주의 품격시대>, 채널A <외부자들> 등 TV와 라디오를 종횡무진 누비며 풍부한 정치 콘텐츠를 쌓아왔다. 뛰어난 식견을 바탕으로 정치 흐름을 정확히 예견하여 '봉도사'라는 애칭으로 불리기도 한다. '봉도사' 정봉주가 월~토 오전 11시부터 한 시간 동안 통통 튀는 매력으로 청취자를 찾아간다.
정봉주는 "정치가 멀리 있는 것도, 어려운 것도 아니다. 사람들과 즐기면서 정치 이야기를 하고 싶다. <정치쇼>는 내 스타일 대로 유쾌, 통쾌하게 만들어 나갈 것이다. 역대 시사방송 중에서 가장 재미있게 진행할 것"이라고 포부를 밝혔다.
정치시사 프로그램이 오전 11시에 편성된 것도 파격적이다. 여기에 대해서 정봉주는 "단군 이래 최초의 시도일 것"이라며 "2049로 대변되는 젊은 층, 그리고 4050 주부들과 함께 정치 이야기를 하고 싶었다. 청취자들이 한 시간 동안 정치에 대한 유쾌한 담론을 듣다 보면 정치가 가까운 데 있음을 알게 될 것"이라고 말했다.
<정봉주의 정치쇼>는 우리가 낸 세금이 어디에 쓰이고 있는지, 내 지역구 의원이 무엇을 하는지, 대통령이 무엇을 하고 있는지에 대해 이야기한다. 더불어 다가오는 대통령 탄핵안 최종 결정 문제, 각 정당의 후보 경선 과정 및 후보들의 공약 점검 등 대선 관련 각종 이슈를 어렵고 복잡하지 않게, 재미있고 속 시원하게 이야기할 것이다.
연출을 맡은 김삼일, 손승욱 PD는 "정봉주는 국내 1호 폴리테이너(politician+entertainer)다. 정치를 웃으면서 전달하는 데 타고난 사람이다. 러브FM에서 처음으로 시사토크쇼를 기획하면서 기존의 근엄하고 경직된 형식의 토크쇼를 지양하고자 했고, 정치를 유쾌하게 풀어나가는 데에는 정봉주 전의원이 가장 적임자라고 판단했다. <정봉주의 정치쇼>는 웃음 속에서도 송곳처럼 핵심을 파고들고, 청량감을 제공하는 정치시사 프로그램이 될 것"이라고 말했다.
SBS 러브FM <정봉주의 정치쇼>는 인터넷라디오 고릴라를 통해서도 청취할 수 있다.

'30th 특집' 병만족의 새로운 생존 역사
<정글의 법칙 in 수마트라>

병만족의 서른 번째 생존 <정글의 법칙 in 수마트라>(연출: 김진호)가 3월 10일(금) 밤 10시에 첫 방송된다.
30기 특집 <정글의 법칙>의 도전 장소는 인도네시아의 수마트라 섬이다. 수마트라는 '인류 역사상 최악의 참사'로 기록된 2004년 대지진과 쓰나미, 잦은 화산 폭발 등 수많은 자연재해와 제2차 세계 대전까지 겪은 '재난의 땅'이다. 전반전에는 곽시양, 비투비 육성재와 프니엘, 구구단 김세정, 전 야구선수 이병규, 개그맨 조세호, 가수 KCM이 '재난의 땅에서 살아남으라'라는 미션을 받고 지금껏 경험하지 못했던 환경에서 생존에 도전한다.
육성재는 첫 도전답지 않게 놀라운 생존력을 뽐냈다. '낚시돌'답게 수준급 낚시 실력을 선보인 것은 물론, 50m 수직 사다리 로드, 절벽 다이빙, 활화산 탐사 등 익스트림 로드까지 해내며 '정글 신', '정글 에이스'로 등극했다.
홍일점 막내 김세정은 '해녀'로 빙의해 각종 해산물을 억척스럽게 잡아내는가 하면, 특유의 아재 매력으로 사랑둥이 역할까지 톡톡히 해냈다.
은퇴 후 첫 예능에 도전한 이병규는 야구장에서의 카리스마를 벗어던지고 개그맨 조세호와 콤비를 이루는 등 반전 허당 매력을 선보이며 2017 예능 신생아의 탄생을 알렸다.
후반전 병만족은 배우 조보아, 개그맨 지상렬, FT아일랜드 최종훈, 크로스진의 멤버이자 배우 신원호, '정글 고정' 강남이 합류해 멘타와이 제도에 사는 원시 부족을 찾아간다. 조보아는 운동으로 다져진 완벽한 몸매와 강인한 체력으로 맨손 사냥, 애벌레 먹방, 10m 폭포 다이빙 등 정글 생활을 100% 즐기는 모습을 선보여 병만족장에게 특급 칭찬을 받았다. 또한, <푸른 바다의 전설>에서 천재 해커 역을 맡으며 라이징 스타로 등극한 신원호의 첫 리얼 버라이어티 도전 모습까지 만나볼 수 있다.

<대선주자 국민면접>, <피고인>
콘텐츠 화제성 지수 1, 2위 석권

2월 12일~16일 방송된 SBS 특별기획 <대선주자 국민면접>이 2월 셋째 주 '콘텐츠 화제성 지수' 1위를 차지했다.
<대선주자 국민면접>은 총점 223.2점을 얻어, 쟁쟁한 드라마와 예능 프로그램을 제치고 가장 화제성이 높았던 것으로 나타났다.
다음소프트가 개발한 '콘텐츠 화제성 지수'는 동영상 뷰, 뉴스, 소셜 버즈, 블로그 리뷰 등 빅 데이터를 기반으로 방송 프로그램에 대한 시청자들의 선호 및 관심, 참여의 정도를 계량화한 지수이다.
<대선주자 국민면접>은 문재인, 안희정, 안철수, 이재명, 유승민 등 5인의 대통령 지원자들을 매일 한 명씩 소환해, 개인별 빅데이터 분석과 SNS로 받은 국민들의 질문을 바탕으로 깐깐하게 후보를 검증했다. 기존의 대선주자 검증 프로그램과 차별화되는 색다른 공개 면접 형식의 포맷은 정치에 관심이 없던 일반인들의 이목까지 사로잡았다.
2월 셋째 주 화제성 지수 2위는 SBS 월화드라마 <피고인>이 차지했다. <피고인>은 지성과 엄기준의 명연기와 탄탄한 극본으로 연일 화제를 모으며 최근 2회 연장을 결정 지었다.
한편 SBS는 화제성 지수에서 1, 2위를 모두 석권하며, 2월 셋째 주 시청자들의 가장 큰 관심을 받은 채널에 등극했다.



‘모비딕’, 누적 조회 수 1억 뷰 돌파, 모바일 대세 입증!

‘모비딕’이 브랜드 론칭 8개월 만에 누적 조회 수 1억 뷰를 돌파했다.

2016년 6월 20일 첫선을 보인 ‘모비딕’은 그동안 다양한 프로그램을 선보이며 ‘모바일 신흥 강자’로 자리매김했다. 〈양세형의 숏터뷰〉는 이재명 시장, 안희정 충남지사, 표창원 의원 등 화제의 인물들과 성역 없는 인터뷰를 진행하며 모바일만의 새로운 인터뷰 스타일을 완성했다. 〈김기수의 예살그살〉은 에피소드가 공개될 때마다 150만 뷰 이상을 기록하며 18-24 여성 사이에서 폭발적인 반응을 얻고 있다. 이외에도 〈101 괴담시티〉, 〈경리단길 홍사장〉, 〈99초 리뷰〉 등 모바일에서만 볼 수 있는 다양한 예능 프로그램들이 인기몰이 중이다.

뜨거운 인기는 숫자로도 나타났다. 2월 말 기준 프로그램별 누적 조회 수를 보면 〈양세형의 숏터뷰〉 3,500만, 〈김기수의 예살그살〉 1,300만, 〈99초 리뷰〉 900만, 〈괴담시티〉와 〈정대만〉이 각각 850만 뷰를 기록했다. 대규모 제작비와 S급 스타들을 기용한 tvN의 〈신서유기3〉(3,500만)나 M.net의 〈음악의 신 2〉(880만), 네이버와 MBC가 공동 제작한 〈우주의 별이〉(500만)와 비교해도 손색이 없다. 기존 웹 콘텐츠 대표주자인 72초의 〈72초 시즌3〉(2,000만 뷰), 〈오구실〉(1,500만)이나 ‘중고나라거래 개이득’으로 화제가 됐던 MOMOX(브랜드 통합 3,500만 뷰)와의 경쟁에서도 앞서나가고 있다.

올해 상반기에도 ‘모비딕’의 기세는 멈추지 않을 예정이다. 대표 프로그램 〈양세형의 숏터뷰〉는 대선주자 릴레이 인터뷰로 화제를 이어가고, 〈김기수의 예살그살〉은 다양한 뷰티 브랜드와 콜라보를 준비하고 있다. 웹 드라마 〈詩 스토리〉(가칭)와 여행 버라이어티 〈버킷리스트 투어〉(가칭) 등 기존에 시도하지 않았던 새로운 장르의 프로그램도 준비 중이며, 외부 사업자와 공동 제작하는 대형 프로젝트도 진행하고 있다.

그것이 궁금하다

방송 콘텐츠의 부가적 수익원

‘터치TV’

이제 클립을 보다가 저 장소가 어딘지, 저 옷이 어디 제품인지를 알기 위해 인터넷을 뒤질 필요가 없다. 이런 궁금증을 간편하게 해결해 줄 ‘터치TV’가 3월 15일 본격 시행을 앞두고 현재 시범 서비스 중이다. 플랫폼사업팀에 자세한 내용을 알아봤다.

터치TV란 무엇인가?

터치TV는 이용자가 클립 영상을 보다가 화면을 터치할 경우, 동영상이 정지되면서 해당 장면 내 좌표와 상품 및 관련 정보가 나오는 방식을 말한다(이미지 참고). 즉 이용자와 상품 유통사 및 브랜드 광고주를 연결하는 ‘맥락형 커머스 광고’의 한 예다. 화면을 터치하지 않으면 계속해서 클립이 재생되므로 시청하는 데 방해를 받지 않는다.

터치TV는 효과가 큰 새로운 마케팅 방법으로 자리매김할 것으로 기대된다. 콘텐츠 시청 중 관련 정보를 제공하기 때문에 이용자는 맥락을 놓치지 않고 상품 페이지로 이동할 수 있기 때문이다. 이러한 특징은 구매 전환율 상승으로 이어져 광고주에게 매력적으로 작용할 것이다.

어떻게 추진하게 됐나?

기술 발전과 더불어 이용자의 이용 행태가 변화했다. 기본적으로 모바일 트래픽, 그중에서도 영상 트래픽이 급증하고, 모바일 커머스 결제액이 온라인 커머스 결제액을 웃돌고 있다는 사실에 착안했다. 또 기술적으로 이러한 모델을 구현하는 것이 가능해졌다.

이용자가 영상을 정지하기 전에는 노출되지 않지만, 터치TV에는 오토트래킹(상품 자동 추적)이라는 기술이 적용돼 있다. 오토트래킹은 영상 내 특정한 상품, 또는 정보 등 오브젝트를 표기한 좌표가 영상 재생 중 오브젝트를 계속해서 따라다니게 하는 기술인데, 모바일 커머스 성장에 주목하며 사업 기회를 엿보던 중 이러한 기술을 접하면서 터치TV 사업을 기획하게 됐다.

현재 진행 상황은?

터치TV는 SBS와 오토트래킹 기술을 보유한 핑거플러스가 지난해 말 합작해서 설립한 (주)코나드에서 운영한다. 현재 지상파 3사, 종편 4사 및 SBS 플러스가 콘텐츠 공급을 확정 지었고, 기타 방송사 및 MCN에 대해서 영업에 박차를 가하고 있다.

터치TV는 별도의 독자 플랫폼에서 서비스되는 것이 아니고, 다양한 플랫폼에서 동시에 제공되는 형태라서 플랫폼 제휴에도 힘쓰고 있다. 현재 곰TV, 피키캐스트, 판도라TV, 스마트DMB, pooq이 참여를 확정했고, 네이버, 카카오는 협상 중이다. 판도라TV, 스마트DMB, 피키캐스트, 곰TV는 2월 말부터 시범 서비스를 시작했다. 위 4개 플랫폼에서 터치TV라는 메뉴를 찾아 들어가면 누구나 터치TV를 이용할 수 있다. 현재 판도라TV와 곰TV는 웹, 피키캐스트는 앱만 지원하고 있으며 확장개발 중에 있다.

이 사업의 목표는?

현재는 방송 콘텐츠로 촉발된 관심이 가져오는 트래픽을 대형 포털이 검색 광고, 커머스 연계 등으로 연결해 수익을 독식하고 있다. 터치TV는 이러한 상황을 반전시켜 콘텐츠로 인해 파생되는 다양한 수익을 SBS 등 방송사로 가져오기 위한 시도의 일환이다. 또한, 이용자의 콘텐츠 시청 정보를 넘어서 화면의 내용에 따른 관심 정보를 세부적인 데이터로 취득/분석하여 제작 및 협찬 분야에도 이용할 수 있게 할 것이다.

앞으로 계획은?

영상에 등장하는 상품과 정확히 같은 상품이 등장하는 비율을 높이는 것이 최우선 과제지만, 상품 광고에만 집중하는 것은 아니다. 상품 정보뿐만 아니라, 이용자가 원하는 다양한 정보를 제공해야 지속적으로 이용할 것이다. 이를 위해 인물/장소/음악/음식의 보편적인 4대 정보를 담기 위해 개발에 매진하고 있다.

또한, 중국, 동남아시아, 일본 등의 플랫폼 사업자들과 연계하기 위해 논의를 지속하고 있다. 나아가, 터치TV의 모델 외에도 혁신적인 가상광고 시스템 등 모바일 기반의 새로운 광고 모델을 꾸준히 개발할 예정이며, 신 광고시장을 선점하는 데 박차를 가할 것이다.

인터뷰
이 사람

영화 〈재심〉 엔딩 크레딧에 나오는 그 이름

이대욱 기자
(SBS 노동조합
공정방송실천위원장)

익산 약촌오거리 택시기사 살인 사건을 다룬 영화 '재심'이 흥행 돌풍을 일으키고 있다. 이 영화 엔딩 크레딧에 SBS 이대욱 기자에 대한 감사 인사가 나온다. 2010년과 2013년, 〈뉴스추적〉과 〈현장21〉을 통해 약촌오거리 사건을 다뤘고, 사건을 영화로 만들 것을 제의한 사람이 이대욱 기자다.

처음 이 사건을 취재하게 된 계기는?

2003년 막내 기자 시절 이 사건에 대한 짧은 기사를 보고 숨어 있는 이야깃거리가 많을 것 같다는 생각이 들었다. 2010년 시사프로그램 팀에 있을 때 이 사건의 주인공 최 씨가 10년의 복역을 끝내고 출소했다. 최 씨에 대한 경찰 수사기록과 재판 기록을 확보해 검찰 출신 변호사와 경찰대 교수에게 분석을 의뢰했다. 증거와 진술에 짜 맞춘 정황이 많이 보인다는 답을 받았다. 노숙소녀 살인 사건을 맡아 무죄를 이끌어 낸 박준영 변호사에 대한 기사를 보고 그에게 도움을 청했다. 박 변호사의 적극적인 도움으로 본격적인 취재를 시작했다.

2013년 다시 다뤘다.

2010년 최 씨를 인터뷰하기까지 한 달이 걸렸다. 자포자기 상태였던 최 씨는 인터뷰를 한사코 거절했다. 그때 최 씨를 설득하며 가장 많이 했던 말이 "억울함을 풀어 주겠다"였다. 그런데 방송 이후 달라진 게 없었다. 사법기관의 그 누구도 그에게 사과하지 않았다. 최 씨는 심리적으로 무너지기 직전이었다. 죄책감이 컸다. 다시 시사프로그램에 자원했다. 박준영 변호사가 입수한 진범에 대한 수사기록을 토대로, 두 번째 방송에선 진범에 대한 이야기를 충분히 풀어 낼 수 있었다.

영화화 제의는 어떻게 하게 됐나?

최 씨의 억울함을 풀어주는 방법은 재심 밖에 없었다. 하지만 당시만 해도 일반 형사사건에 대한 재심 가능성은 매우 낮았다. '재심이 안 된다면…'이라는 불안감이 컸다. 10대 중반부터 20대 중반까지 억울하게 교도소에서 보낸 최 씨에게 평범한 삶은 쉽지 않았다. 자살시도까지 했다. 설령 재심에 실패하더라도 최 씨가 어깨라도 펴고 살게 하고 싶었다. 그래서 영화를 생각했고 대학 선배를 통해 김태윤 감독을 만나 영화화를 부탁드렸다.

영화와 실제 사건이 다른 점은?

마지막 결투 장면, 러브라인 등은 각색한 부분이다. 큰 줄기는 실제 사건과 크게 다르지 않다. 복잡한 사건을 단순화하기 위한 재구성은 오히려 절묘했다. 변호사가 심리적으로 변해가는 모습이 특히 잘 묘사됐다. 실제와 영화가 가장 크게 다른 점은 '박준영 변호사'와 '배우 정우'의 외모 차이다.ㅎㅎ

최근 모두에게 좋은 일이 있었다.

영화를 찍는 동안 재심이 열려 무죄판결이 났다. 작년 12월 재심이 열린 광주고법에 감독과 함께 내려갔었는데, 최 씨가 법정을 나오자 화장실에서 삼십 분을 울더라.

김태윤 감독은 그동안 흥행 외적인 압박감이 컸다. 실화를 소재로 한 영화이고, 영화는 재심 판결 전에 만들었기 때문에 생각할 것들이 많았다. 영화가 개봉된 지금 예매율 1위에 평도 좋다. 최근에 만났는데 그동안의 마음고생을 잊고 밝게 웃더라.

박준영 변호사는 재심 전문 변호사로 우뚝 섰다. 약자에 대한 그의 태도는 진심이다. 그가 훨씬 더 유명해져서, 사법제도의 피해자들을 더 열심히 돕길 바란다.

오는 4월 현업으로 돌아간다. 어떤 기자가 되고 싶은가?

현재 보도본부 시사프로그램 영역이 많이 위축돼 있다. 2000년대 중반까지 보도국에서 만드는 〈뉴스추적〉과 교양국에서 만드는 〈그알〉이 선의의 경쟁을 했다. 〈그알〉이 지금의 굳건한 위상을 지키고 있는 이유는 결정적인 순간에 외부의 압력에 굴하지 않는 뚝심 때문인 것 같다. 보도본부에서도 탐사보도의 영역을 강화해야 하는 시기가 올 것이라 믿고, 그런 시기가 온다면 기여하고 싶다.

염용석 아나운서 한국아나운서연합회장 취임

2월 24일(금) 염용석 아나운서가 한국아나운서연합회 제17대 회장으로 취임했다.

1996년 입사한 염용석 아나운서는 〈스포츠뉴스〉, 〈인생은 아름다워〉, 〈여행쇼 일상탈출〉, 〈중소기업 대한민국의 힘〉 등을 진행했고, 〈붕어빵〉에도 출연해 예능감을 발휘했다. 2007년에는 한국아나운서대상 TV진행상을 수상했다.

염용석 아나운서는 "알차고 단단한 아나운서연합회를 만들겠다"고 포부를 밝히며 "아울러 시대의 아픔과 기쁨을 함께 나누고 전하는 아나운서들이 될 수 있도록 적극 지원하겠다"고 말했다. 한국아나운서연합회는 SBS, KBS, MBC 등 8개 지상파 방송사의 현직 아나운서 500여 명으로 구성돼 있으며, 회장 임기는 2년이다.

'차병원, 기증 제대혈 불법 투여' 이세영 기자 '이달의 기자상'

보도국 시민사회부 이세영 기자가 한국기자협회가 주는 제317회(2017년 1월) '이달의 기자상'을 받았다. 이세영 기자는 차병원이 산모들이 연구 목적으로 기증한 제대혈을 회장 일가의 노화 방지와 미용 목적으로 불법 투여한 사실을 단독 보도했다. 기사가 나간 후 차 회장 일가에 대한 경찰의 압수수색이 시작됐고, 차병원은 잘못을 시인하고 제대혈 기증자에게 사과문을 발송하기에 이르렀다. 시상식은 2월 28일 한국프레스센터 19층 기자회견장에서 열렸다.

SBS A&T

박영기·이승노 선임매니저 안식년

박영기 선임매니저

이승노 선임매니저

2017년 4월, A&T 아트1팀 박영기 선임매니저와 영상제작1팀 이승노 선임매니저가 안식년에 들어간다.

박영기 선임매니저는 1991년 SBS 미술부에 입사하여 〈쟈니윤 쇼〉, 〈주병진 쇼〉, 〈이주일 쇼〉 등 예능 프로그램의 세트 디자이너로 열정을 불태웠다. 이후에는 〈꿈의 궁전〉, 〈토지〉, 〈사랑은 방울방울〉 등 드라마 세트 디자인을 담당했다. 박 선임매니저는 안식년 동안 남미와 아프리카 문명의 발상지를 답사할 계획이다.

이승노 선임매니저는 1991년 입사 후 드라마 〈장희빈〉을 비롯해 다수의 드라마 제작에 참여했고, 예능의 〈웃찾사〉, 교양의 〈그것이 알고 싶다〉 등 모든 장르의 작품에 참여하며 SBS 제작 영상의 질적 향상과 다각화에 공헌했다.

※ 본 사보는 SBS 신뢰체와 창의체로 만들었습니다.