

9월 1일, 달라진 러브FM이 시작된다

시사와 정보 강화
'인포테인먼트' 채널로

SBS 러브 FM(103.5MHz)이 9월 1일(금) 개편을 단행한다. 이번 개편의 핵심은 채널 전반에 걸친 인포테인먼트 요소의 강화다. SBS 러브 FM은 촌철살인과 재미가 공존하는 시사 프로그램, 다양한 상식과 정보가 가미된 음악·오락 프로그램을 지향하며 청취자들에게 재미와 정보를 동시에 제공한다. 시사 프로그램은 출근길부터 퇴근길까지 김용민, 정봉주, 김성준 최강의 라인업으로 족집게 시사 과외를 진행한다. 음악, 오락 프로그램은 연예인의 신변잡기 수다를 지양하고 우리가 알아야 할 다양한 상식과 정보를 가미함으로써 재미는 유지하는 한편 '듣고 나면 남는 방송'이 되고자 노력한다.

김성준 앵커, <김성준의 시사 전망대>로 돌아온다

오전에 방송되던 <시사전망대>가 오후 6시 5분(~8시/평일)로 자리를 옮기면서 SBS 메인 뉴스 앵커로 활약했던 김성준 기사가 진행을 맡는다. 소신 발언과 촌철살인 클로징 멘트로 이름을 날린 김성준 기사는 기자로서의 탁월한 감각과 균형 잡힌 시선으로 그 날의 주요 뉴스는 물론 뉴스에서 다루지 못한 뒷이야기까지 전해준다. <김성준의 시사전망대>는 정치뿐 아니라 영화, 책, 역사, 스포츠, 건축 등 사회 문화 전반에 걸친 이슈에 대해 청취자와 소통하며, 하루의 시사 유쾌·상쾌·통쾌하게 들려줄 예정이다.

<김용민의 뉴스 브리핑> 신설, <정봉주의 정치쇼> 확대

<김용민의 뉴스 브리핑>이 신설돼 평일 오전 6시 20분부터 7시까지 출근길 시민들을 찾아간다. <뉴스 브리핑>은 당일 배달된 조간신문의 주요 뉴스를 요약, 전달하여 40분의 방송 시간이 지나면 청취자들은 조간신문을 꼼꼼히 다 읽은 느낌이 들 것이다. <정봉주의 정치쇼>는 청취자 호응에 힘입어 30분 확대 편성된다. 정치 문화한도 재미있게 들을 수 있는 정치 버라이어티 쇼 <정봉주의 정치쇼>는 평일 오전 10시 5분부터 12시까지(토요일 오전 11시~12시) 방송된다.

<송은이, 김숙의 언니네 라디오> "이제는 점심시간이다"

무서운 상승세를 보이며 꾸준히 고정 청취층을 확보해온 <송은이, 김숙의 언니네 라디오>가 정오 프라임 시간대로 전진 배치된다. 점심시간의 나른함을 날려버릴 더욱 강력한 웃음폭탄을 장착한 <언니네 라디오>는 매일 오후 12시 5분부터 2시까지 방송된다. 이밖에도 <이숙영의 러브FM>은 매일 아침 한 시간 빠른 오전 7시부터 10시까지 세 시간동안 청취자들을 찾아간다. 주말 오전을 책임지는 <섹션라디오>(토, 일 오전 10시~11시)는 박광범 아나운서가 새롭게 진행을 맡아 <박광범의 섹션라디오>로 개편한다.



<미운 우리 새끼> 1주년... '예능 지존'으로 우뚝 서다



2016년 8월 26일 방송을 시작한 <미운 우리 새끼>가 방송 1주년을 맞았다.

지난해 7월 20일(수) 파일럿으로 첫 선을 보인 <미운 우리 새끼>(이하 <미우새>)는 수요일 밤의 강자로 군림해온 MBC <라디오스타>를 단번에 꺾는 파란을 일으켰다. 김건모, 박수홍, 허지웅, 토니안 등 연예인 아들의 싱글 라이프와 이를 보는 어머니들의 입담은 화제를 불러일으키며 동시간대 시청률 1위, 2049 시청률 1위를 기록했다.

금요일 밤 11시대에 정규 편성된 이후에는 <궁금한 이야기 Y> - <정글의 법칙> - <미우새>로 이어지는 SBS 황금 라인업을 완성했다. 신규 프로그램 론칭과 편성 변경 등 타사의 총공세가 이어졌으나 탄탄한 경쟁력을 가진 SBS 프로그램에는 역부족이었다.

31주 연속 불패 신화를 써 내려간 <미우새>는 일요일 밤의 주도권을 거머쥐기 위해 4월 16일부터 일요일 밤 9시대로 이동했다. 편성 변경과 더불어 이상민의 투입은 시청률 상승을 불러왔다. <미우새>는 현재 모든 채널의 예능을 통틀어 시청률 1위일 뿐만 아니라, 시청률

20%를 넘기는 유일한 예능 프로그램으로서의 자리를 확고히 지키고 있다.

각종 수상 기록들은 <미우새>가 받은 호평을 뒷받침한다. <미우새>는 세대 공감 예능으로 극찬을 받으며 '2016 SBS 연예대상' 6개 부문 수상을 비롯해 '2016 한국방송비평상' 예능 부문 대상, 여의도클럽 '2016 올해의 예능상', '2017 백상예술대상' 예능 작품상, '2017 한국PD대상' TV 예능 부문 작품상 등을 휩쓸었다. 9월 4일(월)에 열리는 '한국방송대상'에서 예능 작품상도 예약해두었다.

이렇게 높은 화제성과 시청률, 화려한 수상 경력까지 세 마리 토끼를 잡은 <미우새>이지만 1주년 기념 기자간담회나 특집은 없다.

곽승영 PD는 "아직 갈 길이 멀다. 현재에 안주하지 않겠다"고 1주년 소감을 밝히며 야외 촬영 현장으로 발걸음을 재촉했다.

인터뷰
이 사람



"<미우새>는 사우들이 힘을 합쳐 성공시킨 작품"

- <미운 우리 새끼> 곽승영 PD(예능본부)

동시간대 1위, 시청률 10%를 넘기고 인터뷰한 지 1년도 안 됐는데 그새 전체 예능을 석권했다.

기대보다 더 큰 사랑을 주셔서 항상 시청자들에게 감사드리고 있다. 주변에서 우리 프로그램을 보면서 부모와 자식이 서로를 이해하게 되고 가까워졌다는 이야기를 많이 해주신다. 세대 간 소통의 장을 여는 프로그램을 만들겠다는 처음 의도대로 가고 있는 것 같아서 다행으로 생각한다. <미우새>가 방송되는 일요일 밤은 한 주를 마무리하고 또 새로운 한 주의 시작을 앞둔 시점이다. 그 시간만큼은 시청자들이 조금이라도 즐겁게 웃으며 보내셨으면 한다. 앞으로는 늘 편안하고 따뜻한 웃음을 주는 프로그램이 되도록 노력하겠다.

이상민 투입이 신의 한 수였다.

사실 이상민 씨는 <미운 우리 새끼> 파일럿 때부터 계속 염두에 두고 있었던 인물이었다. 이상민 씨야말로 어머니 속 썩을 일이 많았던 미운 우리 새끼가 아닌가. 어머니도 몇 번 방송에 나오신 모습을 보니 유쾌하고 호탕한 분이시더라. 실제로 만나 봤더니 이상민 씨도, 어머니도 예상한 것보다 더 많은 매력이 있었다. 우리가 느낀 이상민 씨의 매력을 시청자도 느끼고 있는 것 같아 기분이 좋다.

어머니들의 방송 뒷모습이 궁금하다.

대기실에서도 마치 여고생들처럼 항상 웃음과 수다가 끊이지 않는다. 토니 어머니의 경우 강원도에서 직접 옥수수를 삶아 와서 다 같이 나눠 드시는가 하면 수홍 어머니와 건모 어머니는 함께 남편 흉을 보는 등 자매같이, 또 친구같이 지내신다. 어머니들이 점점 친해지면서 그게 방송으로도

자연스럽게 보이고, 시너지를 일으키는 것 같다.

얼마 전 1년 만에 처음으로 갑작스럽게 회식을 하게 됐는데, 소식을 듣고 사장님이 응원해주려고 오셨다. 음식값도 내주려고 하셨는데 건모 어머니가 오늘은 당신이 사는 날이니 순서를 지키라고 호통을 치시며 제작진들의 제작 여건과 처우 개선 등 여러 좋은(?) 말씀을 장시간 해주셨다. 동시에 수홍 어머니는 계속 "뭐 하세요, 빨리 잔 비우세요~" 하셔서 사장님이 연거푸 폭탄주 세례를 받으시는 등 <미우새> 녹화장만큼이나 화기애애하고 재미있는 분위기였다.

<미우새> 출연 후 자식이나 엄마들이 달라진 게 있을까?

어머니들도, 자식들도 서로 달라진 게 많다고 느끼는 것 같다. 어머니들의 경우, 예전에는 이해할 수 없었던 자식들의 행동에 대해서도 응원하게 된다고 하시고, 또 반대로 자식들은 방송 출연 후 어머니에게 연락도 자주 드리고 살갑게 하는 등 점점 '예쁜 우리 새끼'가 되어가고 있다고 하더라.

쓴소리도 있다.

아무래도 혼자 사는 연예인들의 일상을 보여주는 프로그램이다 보니 시청자들이 봤을 때 조금 불편한 부분도 있는 것 같다. 적절한 비판은 수용하면서, 시청자들이 더욱 편하게 볼 수 있는 프로그램이 되도록 노력하겠다.

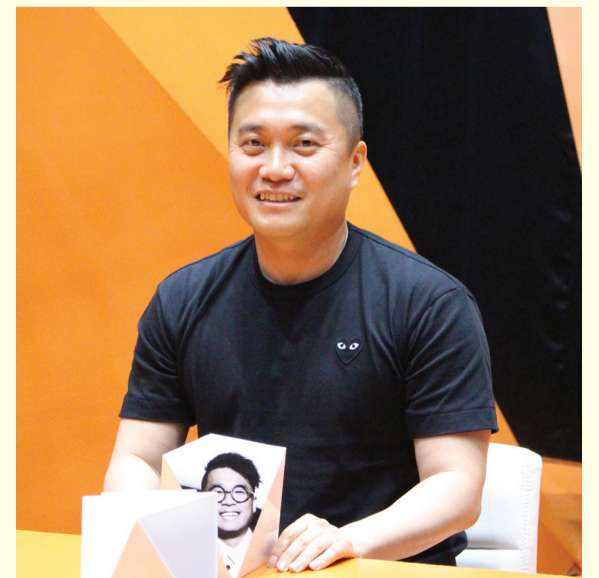
곽 PD가 가장 부모님 속을 썩였을 때는 언제였을까?

고등학교 때 밴드 한다고 학교도 안 가고 연습실을 들락거렸을 때였을 것이다. ㅎㅎ

사우들에게 한마디

가장 기분 좋은 소리가 사우들이 주시는 응원의 한마디다. 지금 <미우새>가 잘 나가고 있지만 그전에 다른 프로를 하면서 힘들어할 때도 지금처럼 응원의 목소리를 보내주셨던 사우들에게 감사드린다. 그때 받은 응원과 격려가 오늘의 <미우새>를 있게 한 것 같다.

<미우새>가 또 하나 의미 있는 게 외부 인력을 최소화하고 사우들이 힘을 합쳐 성공시킨 작품이라는 것이다. 이 자리를 빌려 미술팀, 영상제작팀, 부조 기술팀, 상암 스튜디오 시설관리 사우 등 <미우새>를 만들어주시는 모든 사우에게 진심으로 감사드린다. 특히 A&T 영상제작팀 임형식 사우에게 특별한 감사 인사를 전하고 싶다. "형님이랑 같이 일할 수 있는 건 정말 큰 행운입니다!"



SBS, DMC미디어 인수... 디지털 광고시장 본격 진출 선언

SBS가 종합 디지털 미디어업 & 광고플랫폼 전문기업 DMC미디어를 인수한다.

SBS는 9월 1일(금) 자로 DMC미디어의 지분을 인수하여 경영권을 확보하고, SBS의 자회사인 DMC미디어를 통해서 디지털 광고시장에 본격 진출한다.

이번 인수로 SBS는 지상파/케이블 방송 광고와 더불어 PC/모바일/IPTV/디지털 옥외광고 등 디지털 전반의 광고 역량과 급변하는 디지털 광고시장 환경에 대응할 수 있는 기반을 확보하게 되었다.

DMC미디어는 2002년 설립된 회사로 현재 네이버, SMR, 페이스북, 구글, 카카오 등 주요 매체의 디스플레이 광고를 대행하고 있으며 DSP, 동영상, 소셜미디어 등의 광고플랫폼도 자체 개발 보유하고 있다. 또한, 광고 마케팅 분야 전문 데이터 서비스 'DMC리포트'를 운



영하고 있으며, 미국 페이스북 본사의 글로벌 마케팅 파트너 사이기도 하다. 디지털 미디어와 광고마케팅 시장에서 탁월한 기획 및 영업력 그리고 글로벌 수준의 기술력을 보유한 DMC 미디어는 2017년 기준 연간 취급액 1,300억 원, 누적 취급액 9,000억 원을 돌파할 것으로 예상된다.

박기홍 전략기획팀장은 이번 인수에 대해서 "콘텐츠의 온라인 유통이 확대되는 상황에서 DMC미디어의 디지털 광고 역량을 활용하여 광고시장의 변화에 적극적으로 대응하고, 디지털 광고시장을 확대해 나갈 것"이라고 설명했다.

DMC미디어 역시 이번 결합을 통해 미디어를 확장하고 통합하여 광고 전문성을 더욱 강화해 나가고, SBS미디어그룹의 디지털 사업 전반에서 중추적 역할을 담당할 전망이다.

SBS, 2년 연속 디지털 뉴스 전략 실천 언론사 1위



한국기자협회가 지난 1~4일에 전국 기자 300명을 대상으로 한 뉴스 영향력, 신뢰도 설문 조사에서 '디지털 전략을 가장 잘 실천하는 언론사'로 SBS(20.6%)가 뽑혔다. 이어 중앙일보(18.3%), JTBC(13.5%), 조선일보(3.9%), YTN(3.4%), 동아일보-한겨레(2.6%), CBS(2.1%), 경향신문(1.6%), KBS(1.1%) 순이었다. SBS는 지난해 조사에서도 17.3%로 1위를 차지해 2년째 디지털 전략 실천 언론사로 독보적인 선두 자리를 유지하고 있다.

디지털 뉴스 콘텐츠를 주관하는 보도본부 심석태 뉴미디어국장은 "디지털 뉴스의 흐름을 잘 빠르게 반영하고 다양한 실험과 도전을 한 결과다. SBS는 2014년 뉴미디어 부로 시작해 2015년 뉴미디어실, 2016년에는 뉴미디어국체제로 시스템을 확장했다. 무엇보다 2015년은 '스브스뉴스'로, 2016년은 '비디오머그'로 SBS만의 독자적인 디지털 브랜드를 성공시킨 것이 주효했다"고 1위로 선정된 이유를 들었다.

심 국장은 앞으로도 AI 전용 오디오 뉴스 등 다양한 시도를 끊임없이 선보일 계획이라고 밝혔다.

뉴미디어개발팀 PCM용 CM-Express 개발



뉴미디어개발팀에서 개발한 PCM(프리미엄광고)용 CM-Express가 7월 28일부터 방송에 적용되고 있다.

PCM용 CM-Express는 파일 기반의 광고 자동화 시스템으로, PCM 등의 광고와 프로그램 로고를 파일 형태로 주조정실에 전송하고 광고 밴드 내의 '광고/프로그램 로고/타이머/실시간 시보'를 모두 자동으로 교체 송출한다. 따라서 광고 편집용 테이프나 파일을 제작할 필요가 없고, 광고 관련 종합편집 과정이 생략되어 방송 직전까지 광고를 추가할 수 있다.

신규 시스템은 재방송을 포함하여 멀티밴드(전 타이틀-본방송-후 타이틀) 파일 형태로 DTB 주조정실에 전송하는 모든 프로그램에 적용할 수 있으며, 향후 중간광고 시행 시에도 즉시 활용할 수 있다.

박정기 선임매니저는 "최근 23시대 프로그램에 'PCM+실시간 시보' 결합 형태의 광고 밴드를 송출 적용하는 등 새로운 유형의 광고 방송 모델 도입에도 이바지하고 있다"고 소개했다.

SBS 콘텐츠허브 물적 분할로 2개 회사 신설



SBS콘텐츠허브(대표이사 유종연)는 지난 7월 31일(월) 제19기 임시 주주총회를 열고, 물적 분할을 통해 2개의 회사를 설립하기로 의결했다.

8월 1일(화) 자로 신설된 회사는 SBS네오파트너스와 SBS I&M으로, SBS콘텐츠허브는 기존의 콘텐츠 유통 사업에 주력하고, SBS네오파트너스는 논 미디어(Non-Media) 중심의 투자 및 기타 서비스를, SBS I&M은 웹 에이전시를 맡는다.

이번 분할의 목적은 급변하는 미디어 시장 환경에서 각 부문이 고유의 사업에 전념할 수 있게 하여 사업별 경쟁력을 극대화하는 데 있다. 또한, 신속하고 전문적인 의사결정으로 경영 효율성을 높이고, 부문별 독립 경영과 책임 경영으로 객관적이고 공정한 기업 가치를 형성해 SBS미디어그룹의 미래 성장 동력으로 공헌하기 위함이다.

김혁 센터장, BCWW에서 기조연설



김혁 미디어비즈니스센터장이 8월 30일(수) 개막한 'BCWW 2017'에서 기조강연자로 나섰다. BCWW(Broadcast Worldwide/국제방송영상컨텐츠)는 문화체육관광부가 주최하고 한국콘텐츠진흥원이 주관하는 아시아 최대 규모 방송영상컨텐츠마켓이다. 17회째를 맞는 올해는 '콘텐츠, 경계를 넓히다'를 주제로 9월 1일까지 서울 코엑스에서 전시 부스 운영과 포럼, 세미나, 콘퍼런스, 투자상담회, 쇼케이스, 피칭 등 다양한 행사를 진행한다.

김혁 센터장은 50개국 글로벌 미디어기업 관계자 150여 명이 참석한 가운데 'TV 밖으로! 세상 속으로! SBS의 실천 체험기'를 주제로 20분 동안 강연했다.

김 센터장은 "찾아와서 콘텐츠를 사가던 시대에서 우리가

찾아가서 시장을 분석하고 포맷을 정교화, 현지화해서 팔아야 하는 시대로 바뀌었다"면서 <런닝맨> 중국 공동제작, <오! 마이 베이비> 베트남 공동제작, <판타스틱 듀오> 스페인 포맷 판매, 미국 제작사와의 <상속자> 포맷 공동개발 사례를 예로 들었다. 또 "밀리레니얼 세대는 TV 앞에서 우두커니 쳐다보지 않고 보고 싶은 콘텐츠를 찾아서 본다"며, "지난 1년간 예능 제작진과 모바일에 특화된 외부 인력이 협업하여 오로지 모바일로 통용되는 '모비덕' 콘텐츠를 제작했다"고 밝혔다. 김 센터장은 "콘텐츠가 왕인 시대에 어느 시장에서 누구를 위한 콘텐츠를 제작할지 정확히 분석해서 왕좌에 앉을 수 있도록 노력하겠다. 지켜봐 달라"며 강연을 마무리했다. BCWW에서 SBS 관계자가 기조연설자로 나선 것은 이번이 처음이다.



“감정노동, 마인드 컨트롤 이겨내요” -안내데스크

외부인이 SBS를 방문하면 꼭 거쳐야 하는 곳이 1층 안내데스크다. 그렇다 보니 안내데스크의 인상에 따라서 SBS와 SBS 직원들의 이미지가 좌우될 수도 있다. 지난해 SBS 출입 기자가 만삭의 몸으로 찾아왔을 때, 안내데스크의 누구인가가 작은 친절을 베풀었다고 한다. 그 이후 그 기자가 더욱더 SBS에 호의적인 기사를 썼음은 물론이다.

목동 SBS방송센터 안내데스크에는 마음씨까지 아름다운 김예경, 이아랑, 조예슬 3명의 아가씨가 근무한다. (주)유니에스 소속으로, SBS에서 일한 지는 1년 반에서 3년이 됐다. 아침 7시 40분부터 오후 7시까지, 방문객이 가고자 하는 층에 맞게 방문증을 내주고, 전화 응대를 하는 일을 한다. 3명이 교대로 근무하며, 하루 두 차례의 휴식시간을 갖는다.

단순한 업무인 것 같지만 나름대로 절차가 있다. 방문객에게 방문증 교환에 필요한 서류를 작성하게 하고 신분증을 맡아 두며, 처음 방문하는 사람이나 보도국 방문객은 해당 팀이나 사원에게 확인 절차를 거친다. 이런 과정에서 마찰이 생기기도 한다. 조예슬 씨는 “까다롭게 군다며 짜증을 내거나 무시하는 분들이 있다. 양해를 구해도 막무가내로 행동할 때면 어떻게 대응해야 할지 난감할 때가 많다”고 말했다. 조 씨는 “손님이 찾아오실 때 미리 안내데스크(5250)에 알려주시면 더욱 신속하게 안내해드릴 수 있다”고 귀띔했다.

김예경 씨는 “서비스직 특성상 기분이나 컨디션이 좋지 않을 때도 항상 밝은 모습을 유지해야 해서 마인드 컨트롤 연습을 많이 한다”고 말했다. 그러면서 “노력은 하지만 나도 모르게 안 좋은 감정이 드러날 때가 있어 아직도 어렵다”고 덧붙였다.

SBS에 근무해서 좋은 일도 있었다. 김예경 씨는 휴식시간에 <윤형빈, 양세형의 투맨쇼>에 방청객으로 들어갔다가 보이는 라디오를 통해 전파를 탄 적이 있다. 김 씨는 “당시에는 당



김예경, 조예슬, 이아랑

황했지만, 지금은 즐거운 추억이 되었다”고 말했다.

조예슬 씨는 노동조합에서 개최한 계단 오르기 행사에 참가했다가 운 좋게 경품에도 당첨됐다. 조 씨는 “SBS 노조원들의 행사였지만 함께할 수 있어서 SBS와 한 가족이 된 것 같았다”고 말했다.

이아랑 씨는 제일 기억에 남는 일로 올해 첫 근무 날 회장님과 악수한 일을 꼽았다. 이 씨는 “인자한 미소와 함께 내밀어주신 그 손에서 회장님의 기운을 전달받아 올해 복은 내가 다 받겠구나 싶었다”고 말했다.

끝으로 이들은 “인사할 때마다 웃으며 화답해주시는 분들을 보면 더 힘이 난다. 이 지면을 빌려 먼저 다가와 인사하고 격려해주는 분들에게 감사의 말을 전한다”고 입을 모았다. 조장인 김예경 씨는 “좋은 분들이 많은 곳에서 일할 수 있어서 감사하게 생각한다. SBS 방문객들에게나 사원들에게 더 친근하고 밝은 안내데스크가 되도록 노력하겠다”고 다짐의 말을 전했다.



<그것이 알고 싶다> ‘화려한 휴가...’ 5·18 언론상 수상

<그것이 알고 싶다> ‘화려한 휴가, 그리고 각하의 회고록’(연출: 장경주)이 ‘2017년 5·18 언론상’을 받았다. 광주전남기자협회와 5·18기념재단이 주관하는 ‘5·18 언론상’은 광주민주화운동의 진실을 규명하고 광주시민의 민주정신을 올바르게 알리는 언론인들에게 수여하는 상이다.

취재보도부문 상을 받은 <그것이 알고 싶다> ‘화려한 휴가, 그리고 각하의 회고록’은 5·18 당시 이희성 계엄사령관 등의 인터뷰를 이끌어 내는 등 과거의 사실과 전두환 회고록의 문제점을 지적했다는 평을 받았다. 시상식은 8월 21일 광주시 5·18 기념문화센터에서 열렸다.



매일 아침 <철파임>과 함께 “Open up~!” 힘들 때는 “Cheer up~!”

<김영철의 파워FM>

파워FM(수도권 107.7MHz) 매일 오전 07:00-09:00

생방송을 마무리하는 클로징 멘트에서, DJ는 “오늘도 내 이야기를 할 시간이 없었다”는 귀여운(?) 양탈을 부린다. 두 시간 방송하는 동안 DJ가 자기 이야기를 맘껏 못했더니. 믿지 못하겠지만 사실이다.

지난해 10월 24일, 매일 아침 7시부터 9시까지 출근길 직장인들에게 슈퍼파워를 주기 위해 첫 방송을 시작한 <김영철의 파워FM>의 진행자 개그맨 김영철이 그 주인공이다. 워낙에 말이 많아, 연예인들 사이에선 길이 막힐 땐 김영철에게 전화하라는 말이 있다. 그만큼 자기 얘기하기를 좋아하는 김영철이지만, <파워FM>에서만큼은 두 시간 내내 알차게 짜인 코너들 때문에 개인적인 수다를 떠는 게 쉽지 않다. 바쁜 출근 시간대라 진득하게 방송을 듣는 청취자가 많이 없다는 특성을 고려해, <파워FM> 코너들은 10분을 넘지 않는 길이로 짧게, 대신 다양한 정보와 재미를 들려주자는 취지로 제작되고 있다. 매일 코너만 해도 8개나 되다 보니, DJ 김영철의 양탈이 조금은 이해되기도 한다.

생활뉴스를 간추린 오늘 아침 데일리 리포트 ‘오데리’, 전화 연결된 청취자와 스피드퀴즈를 풀고 간식을 싸주는 ‘영철이가 쓴다, 빵야빵야’, 또 매일 달라지는 주제로 청취자들의 공감 문자를 받는 ‘철업송’, 요일별로 뮤지컬, 어원, 과학상식, 경제, 스포츠, 심리 등 지식영역을 달리하며 배워가는 ‘무식탈출 영철쇼’. 거기다 한 달에 한 번은 도서관에 가서 책을 빌려오는 ‘책 읽는 남자’ 김영철이 전해주는 아침 단상 ‘영철본색’, SBS TV보다 12시간 빠른 시사상식 뉴스 ‘8시엔 뉴스’와

진짜 미국사람 타일러 라쉬에게 배우는 ‘진짜 미국식 영어’, ‘개그 어벤저스’라 불리는 요일별 게스트와 함께하는 콩트 코너까지, DJ가 자기 얘기할 시간이 없다고 말할 만하지 않은가. DJ 김영철은 <파워FM> 청취자들에게 ‘철업디’로 불린다. 방송 초기, 청취자들의 애칭 공모를 통해 선정된 ‘철업디’는, 6년 가까이 진행해온 <편편투데이>에서 철디로 불렸던 김영철을 한층 더 업그레이드시키겠다는 다짐과 함께, 아침을 Cheer up(치얼업→철업) 해준다는 의미는 물론, 철없어 보여도 아침만큼은 신나게 즐기자는 의미까지 포함한 아주 ‘거룩한’ 이름이다.

철업디 김영철과 함께한 <파워FM>은 1년도 되지 않은 기간에 많은 성과를 이뤄냈다. 4%대 초반이었던 기존의 청취율을 올 4월 조사 때 5.6%로 끌어올렸고, 7월 조사에선 6.3%까지 찍으며 라디오 전체 4위, 파워FM 내 2위라는 쾌거를 이뤘다. 하지만 아직도 목이 마르다는 김영철은 매일 아침 방송국으로 오는 길에 전화영어로 목을 풀고, 신문과 꿀물 한잔을 들고 스튜디오로 들어간다. 그리고 잠옷 패션부터 다양한 헤어밴드와 가발까지 매일 다른 퍼포먼스를 보여주며, 지금껏 한 번도 빼먹지 않은 보는 라디오를 향해 힘차게 손을 흔들며 방송을 시작한다.

“아무리 생각해도 아침은 김영철”이라고 말하는 철업디 김영철! 하지만 그 말이, 그리 뻔뻔하게 들리지 않는 건, 모두가 인정한다는 게 아닐까?

-<김영철의 파워FM> 작가 김수연

