

2019 보도본부 경영목표

●
**‘찾아보는 뉴스’ 목표로
심층성, 현장성 강화**

●
**2030 세대 잡기 위한
다양한 뉴스
전달 창구 확보**



날로 험난해지는 방송 환경의 소용돌이 속에서 보도본부가 올해 목표를 공개했다. 보도본부는 지난해 ‘이달의 기자상’ 연속 수상 신기록을 세웠고, ‘방송대상’까지 거머쥐는 큰 성과를 거뒀다. 경쟁사들도 이에 뒤질세라 메인 뉴스 시간대와 포맷을 바꾸는 등 다양한 공격적 시도를 하며 시청자를 공략하고 있다. 시청률과 영향력에서 앞차락뒤차락 가히 전쟁 수준이다.

이런 상황에서 보도본부는 ‘찾아보는 뉴스’라는 기치로 신뢰도-영향력을 높여갈 계획이다. 심석태 보도본부장은 “흐름과 맥락이 있는 뉴스, 표피적으로 발생 사건을 따라가는 수준을 넘어서 사안의 본질을 꿰뚫는 뉴스, 시청자 눈높이에서 이해와 공감을 줄 수 있는 뉴스를 만들어갈 것”이라고 강조했다. 이렇게 본질을 짚은 콘텐츠를 제작하면 뉴스 신뢰도와 영향력은 자연스럽게 높아질 것이며, 각종 조사에서 상위권을 차지할 수 있다고 판단하고 있다. 특히 SBS뉴스의 대표 브랜드로 자리 잡은 탐사보도물인 ‘끝까지 판다’에 이어 ‘깊이 있게 본다’, ‘거침없이 간다’, ‘제보가 왔습니다’라는 코너를 만들어 심층성과 현장성을 강화해 나가고 있다. 전통적인 방송 뉴스뿐 아니라 뉴미디어 분야도 시장 흐름에 맞춰 변신을 꾀하고 있다. 우선, 뉴미디어 전용 스튜디오를 만들어 4월 중에 24시간 유튜브 정규 라이브 서비스를 시작할 계획이다. 그동안 <스브스뉴스>, <비디오머그>, <골라듣는 뉴스룸>으로 강력한 팬층을 형성해 왔는데, 올해도 탁월한 동영상 제작 능력을 더 업그레이드시켜 업계 선두주자의 지위를 유지하는 게 목표다. 더불어 다양하고 경쟁력 있는 콘텐츠를 제작해 수익성도 동시에 높여갈 계획이다.

한편, 보도본부는 봄 뉴스 개편을 통해 새로운 도전을 시작한다. 먼저, <SBS 8 뉴스> 앵커들이 유튜브 채널 전면에서 나선다. <8 뉴스> 김현우, 최혜림 앵커가 유튜브 라이브 채널에서 차별화된 콘텐츠를 진행하고 참여한다. <주말 8 뉴스> 김범주, 김민형 앵커도 유튜브 전용 프로그램을 진행하고 참여한다. 유튜브는 이미 2030 세대의 동영상 콘텐츠 제1의 소비 플랫폼이 됐다. SBS뉴스 역시 <8 뉴스>와 <비디오머그>, <스브스뉴스> 등을 통해 유튜브 내에 100만이 넘는 구독자를 확보하고 있다. 대한민국 페이스북 최강 뉴스 페이지 경험을 되살려 2019년에는 최강 유튜브 뉴스 채널에 도전한다. 2018년 동시간대 주말 메인뉴스 시청률 압도적 1위를 기록했던 <SBS 8 뉴스>지만, 새로운 도전을 위해 주말 뉴스 앵커 교체를 결정했다. 보다 젊고, 참신한 뉴스를 만들 최적임자를 뽑기 위해 사내 오디션에 했고, 신입 김민형 아나운서가 그 주인공이 됐다. 2~30대의 시청자 정서를 잘 알고 있는 김민형 아나운서는 주말 <SBS 8 뉴스>의 과감하고, 새로운 변화를 이끌 것으로 기대된다.

또, 지난해부터 시대에 맞는 지상파 뉴스 심층화를 주도하고 있고, 올해 들어서도 스포츠 성폭력, 국회의원 이해충돌, 연예인들의 추악한 단톡방 속 디지털 성범죄 등 우리 사회를 흔드는 보도를 이어가고 있는 <SBS 8 뉴스>는 뉴스의 깊이를 더한다. 봄 개편부터 심층 코너를 강화해 세련되면서도 강한 뉴스 브랜드 이미지를 확대한다. <SBS 8 뉴스>의 대표 브랜드가 된 탐사리포트 ‘끝까지 판다’를 비롯해 새롭게 선보인 이슈리포트 ‘깊이 있게 본다’, 현장리포트 ‘거침없이 간다’, 그리고 제보의 선순환을 가져오고 있는 ‘제보가 왔습니다’ 코너의 정체성과 브랜딩을 강화할 예정이다. 이런 변화를 통해 TV 실시간 시청자뿐 아니라 인터넷으로 뉴스를 소비하는 계층을 위해서도 다양한 뉴스 전달 창구를 확보해 ‘꼭 알아야 할 심층 뉴스’가 뉴스 소비자에게 알기 쉽게 전달될 수 있도록 할 계획이다.



화요일 밤의 최강자 **불타는 청춘**

전설적 가수 총출동 3월 30일(토) 올림픽공원에서 역대급 콘서트

싱글 연예인들의 친구 만들기 프로젝트 <불타는 청춘>이 오는 3월 27일로 다섯 살이 된다.

2015년 설 파일럿으로 방송된 <불타는 청춘>은 높은 시청률과 화제성에 힘입어 3월부터 금요일 밤 정규 편성되었다. 아직도 마음만은 청춘인 싱글 중년들이 1박 2일 동안 한적한 곳으로 MT를 떠나, 녹슬지 않은 입담과 진솔한 감정, 때로는 삶의 아픈 경험까지도 스스럼없이 나누며 친구가 되어가는 과정은 시청자들의 대리만족과 공감대를 형성하며 롱런의 원동력이 되었다.

2015년 8월부터 화요일 밤 11시대로 옮긴 뒤엔 동시간대 2049시청률 1위에 오르며 꾸준한 인기를 과시하고 있다. 그 시간대 타사는 KBS, MBC만도 줄잡아 20여 개의 프로그램이 <불타는 청춘>의 벽을 넘지 못하고 명멸을 거듭했다. 그동안 <불타는 청춘>이 거쳐 간 곳은 울릉도를 비롯한 전국 8도 지방곡곡과 해외 네 곳 등 총 66곳에 이른다. 출연자는 가수, 배우, 영화감독, 스포츠인, 방송인, 성악가, 코미디언 등 총 78명에 이른다. 여기에는 밀젠코, 알란 탐 같은 세계적인 가수와 배우도 포함돼 있다.

이제 <불타는 청춘>은 새로운 도약을 기약하며 역대급 콘서트를 준비하고 있다.

1980~90년대를 품이었던 전설적인 가수들이 한 무대에 오르는 <불타는 청춘 콘서트>가 3월 30일(토) 오후 2시 30분, 7시 두 차례에 걸쳐 올림픽공원 올림픽홀에서 개최된다. <불타는 청춘 콘서트>에는 원조 발라드 퀸 양수경, 한국의 휘트니 휴스턴 신효범, 국내 3대 기타리스트 김도균, 모던



록의 지주 015B 장호일, 감성 발라더 포지션, '비의 랩소디' 고음황제 최재훈이 출연한다. 또한 디바의 시작과 끝을 알린 김완선, 댄스부터 발라드까지 섭렵한 김혜림, 라틴음악의 시초를 끌어낸 이재영, 맘보 열풍의 주인공 김부용, 만능 엔터테이너 구본승까지 총 11명의 '불청' 가수가 총집합한다. 여기에 <불타는 청춘>의 주역인 김광규와 최성국, 금잔디까지 합세해 어디에서도 볼 수 없는 최강 라인업을

완성한다.

진행은 김국진, 강수지가 맡아 오랜만에 멤버들과 호흡을 맞춘다. <불타는 청춘>에서 연인이 되었고, 멤버들이 마련한 깜짝 선물로 눈물의 결혼식을 올렸던 그들이라 더욱 뜻깊은 재회가 될 것으로 보인다.

콘서트는 <불타는 청춘>이 200회를 맞는 4월에 방송될 예정이다.

인터뷰
이 사람



"전성기 때 모습 보여드리려고 맹연습 중"

- <불타는 청춘> 연출 이승훈

<불타는 청춘>의 강점은 무엇이라고 생각하는가?

우리 프로그램은 연예인들이 예능을 찍으러 오는 게 아니라 놀러오는 기분으로 와서 실제로 놀다간다. 우리는 그들에게 아무것도 요구하지 않는다. 각본이 전혀 없다는 뜻이다. 그것이 여타 비슷한 프로그램과의 차별점이자 강점이다. 시청자들이 이런 자연스럽게 편안한 분위기를 느껴서 오래 사랑해 주시는 것 같다.

파일럿 때부터 꼭 함께했다. 가장 힘들었던 때는?

김국진, 강수지 커플이 결혼하고 프로그램에서 빠졌을 때다. 김국진 씨가 프로그램의 중심을 잡아주는 역할을 했는데 그 역할을 누가 해야 할지 고민이 많았다. 지금은 리더 역할 없이 공동 리더 체제다. 소극적이었던 분들도 다 같이 주인의식을 갖고 적극적으로 임하고 있어 프로그램에 더 발전적으로 작용한 것 같다.

반가운 얼굴들이 꾸준히 등장하는 등 섭외력이 대단하다.

제작진이 수년째 리스트를 작성해 섭외에 매달리고 있다. 다른 방송에서는 보기 힘든 분들이 나오는 게 우리 프로그램의 콘셉트이고 메리트다. 그런 분들 위주로 찾다 보니 찾기도 힘들고 섭외도 힘들지만 새로운 얼굴이 나올 때마다 화제가 되고 시청률이 올라 힘을 내고 있다.

출연자들에게 <불타는 청춘>의 의미는?

나이가 들면 친구를 새로 만나기 쉽지 않다. 연예인들은 더 그렇지 않을까? 여기 와서 새로운 친구를 만나고, 허물없이 이야기를 나누고, 마음을 열고 외로운 사람끼리 가족처럼 챙겨주기도 하는 사이가 된다는 게 의미가 있을 것이다.

프로그램에 좋은 일이 많았다.

활동이 뜸했던 연예인들이 <불청> 출연을 계기로 다시 활발하게 활동하고, 김국진, 강수지 커플은 결혼까지 이르렀다. 제작진에게도 좋은 일이 많았다. 우리 팀에 있던 조연출이 잘 돼서 나갔고, 스태프들끼리 사귀게 된 경우도 있다.

최근에 김도균 씨는 건강검진에서 대장에 용종이 발견돼 큰 병원으로 옮겨 두 차례에 걸쳐 떼어냈다. 조직검사 결과 몇 달만 늦어도 암으로 발전되는 고위험 선종으로 밝혀져 <불청>이 생명의 은인이 되었다. 멤버들이 평소 편의점 음식만 먹는 김도균 씨의 건강을 걱정하다가 건강검진까지 이르게 된 경우라 더욱 특별하다.

<불청 콘서트>는 어떻게 기획되었나?

출연자 중에 가수가 많아서 "우리끼리 콘서트해도 되겠다"는 말이 멤버들 사이에서 나왔다. 그 말이 나온 지 2년쯤 되었는데 이제는 해도 되겠다는 자신감이 선 것 같다. 그동안



동네 사람들 앞에서 미니 콘서트를 한 적도 있고, 작년 설에는 멤버들끼리 노래자랑을 하기도 했다. 그때는 가수가 아닌 출연자들이 가수의 트레이닝을 받아서 노래 솜씨를 겨루는 콘셉트였다.

이번 콘서트는 가수 중심이다. 14팀~15팀이 출연하며 단독, 혹은 콜라보도 하면서 2시간~2시간 30여 분을 전성기 때처럼 신나게 놀 것이다. 멤버들이 팬들을 실망시키지 않기 위해서 맹렬히 연습하고 있다.

미디어기술연구소_ AI를 이용한 유튜브 클립 서비스 시연회 개최



미디어기술연구소는 자체 개발한 세계 최초 딥러닝 기반 핫클립 자동 생성 시스템(이하 미디어 큐레이터)을 사내 시연회를 통해 선보였다.

3월 13일(수) SBS홀에서 개최된 시연회에서 미디어기술연구소는 미디어 큐레이터를 이용하여 제작 드라마인 <야인시대> 영상과 킬러 예능인 <동상이몽>의 비방송분 영상 가운데 주요 부분을 비교적 정확하게 검출하여 클립으로 생성해냈다. 또한, 생성된 클립을 단 몇 번의 클릭으로 유튜브로 배포하는 시연을 선보여 놀라움을 자아냈다. 이 시연회에는 본사 및 계열사 임직원들이 참석하여 AI 기술의 미디어 적용에 큰 관심을 나타냈다.

미디어 큐레이터는 방송분 영상과 해당 영상에서 수동으로 뽑아낸 기존 핫클립과의 관계를 시공간적으로 분석하여 학습하는 딥러닝 알고리즘에 기반한 시스템이다. 기존의 인식 기술(인물, 객체 등) 기반 시스템의 한계를 극복하여 예측 정확도가 높다.

미디어기술연구소는 해당 기술을 작년 10월 개발 완료한 후, 세계 최초로 UHD 방송 전자안내(A-ESG : Advanced Electronic Service Guide)에 도입하여 대외적으로 반향을 일으킨 바 있다. 올해 본격적인 클립 서비스 적용을 앞두고 피드백을 얻고자 시연회를 개최했다. 이 기술을 사용하면 AI를 통해 손쉽게 제작과 비방송분으로부터 고품질의 핫클립을 생성할 수 있어 적은 비용으로 추가 수익을 올릴 것으로 기대된다. 미디어기술연구소 김상진 소장은 “빠르면 4월부터 제작 방송분에 대한 적용이 가능할 것으로 예상되며, 연말까지 비방송분에 대한 적용을 목표로 AI 엔진을 계속 업그레이드할 계획”이라고 밝혔다.

SBS Plus 3·1 운동 100주년 기념 '2019 원 케이(One K) 콘서트' 성료



'2019 원 케이(One K) 콘서트'가 지난 3월 1일(금) 여의도 국회의사당 잔디광장에서 성황리에 펼쳐졌다.

SBS Plus가 주관 방송사로 참여한 이번 '2019 원 케이 콘서트'는 31 운동 100주년을 기념함과 동시에 K-POP을 활용해 통일에 대한 비전과 희망을 세계인과 함께 공감하고 동참할 수 있는 통일운동을 만들자는 취지로 기획된 '원 케이 글로벌 캠페인'의 일환이다.

'2019 원 케이 콘서트'에는 MC 이상민, 세정(구구단), 차은우(아스트로)를 비롯해, 워너원 출신 하성운, 백지영, 김조한, 정인, 알리, 치타, 벤, 오마이걸, 에이프릴, 아스트로, SF9, (여자)아이들, 라붐, 소나무, 씨엘씨, 드림캐처, KARD, TRCNG 등 총 정상급 아티스트 24팀이 출연하여 열정이 넘치는 화려한 무대로 K-POP 팬들의 기대에 부응했다.

이 모습은 주관 방송사인 SBS Plus와 SBS funE, SBS MTV에서 동시 생중계 되었으며, 지난 7일(목) 밤에는 SBS에서 녹화 방송되었다.

한편, '원 케이 글로벌 캠페인'은 콘서트뿐만 아니라 글로벌 평화통일의 비전을 담은 특집 다큐로도 제작되어 4월에 방송된다. 한반도 정세에 세계인의 관심이 집중된 이 시점에서 특집 다큐는 지난 70년 동안 분단의 고착화로 우리가 잊고 있던 못다 한 통일국가의 염원 '한반도의 꿈'(Korean Dream)을 집중 조명하여 그 의미를 다시 한번 되새길 예정이다.

2019 희망TV SBS 탄자니아 에듀테인먼트 비즈니스 구축 사업 본격 시동



'희망 TV SBS'가 코이카, 굿네이버스, (주)대교 등과 함께 진행하는 탄자니아 에듀테인먼트 비즈니스 구축 사업이 본격적으로 시작되었다. 이 사업은 아프리카 100번째 희망학교인 '잔지바르 희망학교 미디어교육센터'에서 탄자니아 아동을 위한 영어회화 교육용 텔레비전 프로그램 80편을 제작해서 탄자니아 국영방송사 TBC를 통해 전국에 방송하는 프로젝트이다. 이 사업을 위해 '희망TV SBS'와 굿네이버스, (주)대교가 5억 원의 사업비를 모았고, 코이카는 ODA 기금(공적개발원조) 5억 원을 지원했다.

지난 2월 21일부터 3월 1일까지 잔지바르에서 성영준 사회공헌 담당, 채수현 라디오기술팀장, 윤영석 중계차감독, 최길웅 카메라감독, 김희철 조명감독, 김운성 미술감독과 외부 PD 3명 등 총 9명이 현지 스태프의 제작역량 강화를 위한 재능기부 봉사활동 겸 워크숍을 진행했다. 영어 테마파크를 주제로 세트, 조명, 기술, 카메라, 편집에 이르기까지 멋진 프로그램을 만드는 방법을 가르쳤다. 야외 VCR를 포함한 제회 방송의 제작을 마치고 현지 시사회를 진행하자, 다들 “이게 탄자니아에서 만든 프로그램이 맞냐?”며 놀라워했다.

오디션을 통해 선발된 5명의 아동 출연자들은 연기력과 케미가 상당히 좋아서 향후 프로그램이 고품질이 될 것으로 기대된다. 이번 봉사활동과 제작 스토리는 5월에 방송되는 <2019 특집 희망TV SBS>에서 자세하게 소개될 예정이다.

SBS M&C 2019년 SBS 연간 판매 설명회 성황리 개최



SBS와 SBS M&C는 지난 2월 20일(수) 더 플라자 호텔에서 광고주 및 광고회사 관계자 500여 명을 초청하여 2019년 연간 콘텐츠(드라마/교양/예능)와 마케팅 솔루션을 소개하는 자리를 가졌다.

이번 설명회는 2019년 한 해의 마케팅세일즈 방향을 설명하는 가장 큰 행사로, 미디어시장의 메가트렌드 변화를 반영한 고객맞춤형 통합 상품과 차별화된 콘텐츠 솔루션을 제안하여 주목을 받았다. 특히, 연간 콘텐츠 라인업 전 부문에서 디지털로의 확장을 강조하며 적극적으로 시장 변화에 대처하고 있는 대표 지상파 방송사라는 이미지를 심어주었다. 시장 반응도 뜨겁다. 이번 설명회를 통해 광고주에게 다양한 통합 마케팅 솔루션을 제공하려는 SBS M&C의 노력이 보였고, 고객들이 실질적으로 원하는 내용들로 알차게 구성되어 최근 진행한 설명회 중에서 가장 임팩트 있었다는 호평을 받았다. 본 설명회 개최를 위해 수개월을 준비한 주관부서에서는 “SBS의 우수한 콘텐츠를 시장에 홍보하고, 이를 통하여 매출이 확대될 수 있도록 전심전력을 다했다”고 말했다.

반려동물 스타트업 및 콘텐츠 상생 협력을 위한 MOU 체결



SBS와 GS리테일, 반려동물 스타트업 기업 펫츠비, 퍼피웍스는 3월 7일(금) 목동 SBS방송센터에서 건전한 반려동물 스타트업 생태계 및 대기업-스타트업 기업 간의 상생 협력 모델 확산을 위한 MOU를 체결했다. 이 업무협약에 따라 SBS와 GS리테일은 스타트업 기업이 지속해서 성장할 수 있는 동력을 확보할 수 있도록 적극적으로 지원에 나선다. 양사는 다양한 반려동물 인플루언서 크루들이 활동하고, 스타트업 기업들의 상품 및 서비스 홍보가 가능한 콘텐츠 플랫폼을 공동 운영하는 한편, GS리테일은 상품 판매 공간 제공과 함께, 판매 데이터와 고객 데이터를 활용할 수 있도록 반려동물 통합 CRM DB도 구축할 예정이다. 더불어, 각사는 올바른 반려동물 문화 정착을 위한 다양한 프로그램과 캠페인을 진행하고, 특히 <TV 동물농장>과 연계된 수의사 네트워크를 활용한 교육 및 정보 콘텐츠 제작에도 적극적으로 협력할 계획이다.

SBS-세스코, '골목식당' 식품안전관리 위해 손잡았다



SBS와 세스코(대표이사 사장 전찬혁)는 2월 26일(화) 세스코 터치센터에서 '식품안전 골목 만들기' 공동 캠페인 MOU를 체결하고 골목식당들의 식품 안전관리 향상을 위해 협력하기로 했다. 세스코는 <백종원의 골목식당>에 사회공헌 형태로 참여하여

식품안전 서비스 등의 제작 지원을 제공하고, SBS는 이 취지와 의미가 시청자들에게 잘 전달 되도록 지원하는 것이 주요 협약 내용이다. 이에 따라 <백종원의 골목식당>에 출연하는 모든 식당은 앞으로 1년간 세스코의 식품안전 서비스 '화이트 세스코'와 통합 해충방제 서비스 '블루 세스코' 등 토달 환경위생관리 서비스를 무료로 지원받는다.

그동안 <백종원의 골목식당>은 각 식당의 솔루션을 진행하면서 주방의 청결과 위생 관리부터 식자재 보관 및 사용 관리기준 등을 꾸준히 강조한 만큼 이번 협약을 통해 식당 위생 안전에 대한 개념 정립과 더불어 출연 골목식당들의 식품안전 관련 서비스도 제공할 수 있게 됐다.

신축 SBS 어린이집 개원



신정동에 신축된 SBS 어린이집이 2월 28일(목) 개원식을 갖고 3월 4일(월) 정식으로 문을 열었다.

새로운 SBS 어린이집은 양천구 국회대로 214번지에 위치하며 4층 건물 중 1~2층(총 593.94㎡/약 180평)을 사용한다. 최대 수용 정원은 65명으로, 현재 51명의 원아들이 등원하고 있다. SBS 어린이집은 만 1세에서 만 5세까지의 유아를 대상으로 하며 각반의 정원은 13명이다. 특히 이번에만 5세반을 신설해 어린이집 졸업 후 바로 초등학교에 취학할 수 있게 되었다.

SBS 어린이집은 기존 어린이집의 확장 필요성이 제기돼 2016년 입단협 합의에 따라 신축되었다. 2017년 3월 설문 조사를 거쳐 4개월간 부지를 물색했으며, 2018년 2월 1일부터 본격적인 건축공사가 시작되어 12월 31일 완공됐다.

4월 안식년을 맞이합니다



교양1CP 소속 정병욱 부장, 총무팀 김인주 부장, 송연갑 차장이 4월에 안식년을 맞이한다. 정병욱 부장은 교양PD와 CP로 재직하며 <그것이 알고 싶다>, <송지나의 취재파일>, <세븐 데이즈>, <순간포착 세상에 이런 일이>, <TV 동물농장> 등 주요 정규 프로그램과 <동강의 야생동물>, <김희로의 귀향>, <가치

의 반란>, <북한농구단 서울 방문기> 등 여러 편의 특집 다큐를 연출했다. 부드럽지만 꼼꼼하게 후배들을 가르치고 팀을 이끄는 모습으로 존경을 받아왔다. 총무팀 김인주 부장은 1992년 기획부로 입사하여 이사회 및 주주 관리 업무를 시작으로 SBS의 가족이 되었다. 지난 28년 동안 정책, 광고, 편성, 재무 등 여러 부서를 거치며 중요한 시기마다 소임을 다했다. 항상 넉넉한 마음으로 모든 이를 대했던바, 은퇴 후에도 따뜻한 일상이 기대된다.

총무팀 송연갑 차장은 SBS 창사와 함께 관재부를 시작으로 보도, 드라마, 제작본부 운영팀 등에서 근무했다. 호탕한 때로는 간간한 업무 자세를 통해 일과 정을 같이 나눌 줄 아는 사우였다. 출근 마지막 날 가족이 회사를 방문하여 안식년을 축하해주는 모습은 평소 그가 어떤 남편이고, 아버지였는지를 알게 하였다.



안식년을 맞으며

SBS 개국 때 합류해서 28년여 근무하다 이제 안식년을 맞았습니다. 그동안 저를 여러모로 도와주신 선배 여러분과 많은 스텝에게 진심으로 감사드립니다. 또 재능은 부족하면서 성격은 강박한 저로 인해 불편을 겪으신 분들께 사과드립니다.

SBS가 개국할 때 시청률과 이익만 추구하는 상업방송이라고 기존의 언론들로부터 심한 견제를 받았었죠. 하지만 이제는 SBS가 어느 언론보다, 어느 방송보다 재미있고, 반듯하고, 세련되고, 정도를 가는 방송이라는 평가를 주변에서 참 많이 듣고 있습니다. 그런 말을 들 때마다 저 또한 매우 뿌듯해합니다. SBS를 그렇게 만드는 데 일조했다고 속으로 자부심을 가집니다. 제가 이런 멋진 분위기 속에서 떠날 수 있게 해주신 SBS의 모든 분께 감사드립니다.

방송일이라는 게 저를 필요 이상으로 긴장하게 하고 초조하게 만들었던 것 같습니다. 이제 방송을 떠난 남은 삶에서는 좀 더 여유를 갖고 주변의 작은 일에도 애정을 느끼며 살아가도록 하겠습니다. 여러분과 SBS를 멀리서나마 언제나 응원하겠습니다. 안녕히 계십시오.

-교양1CP 소속 정병욱