

<SBS 인기가요 슈퍼콘서트 K-POP×5G> 성료

2019년 'SBS 슈퍼콘서트'의 세 번째 프로젝트인 <SBS 인기가요 슈퍼콘서트 K-POP×5G>가 10월 6일(일) 인천 아시아드 주경기장에서 성황리에 종료되었다.

약 2만여 명의 K-POP 팬들은 장예원 아나운서의 진행으로 트와이스, 첸(엑소), 아스트로, AB6IX, 청하, 엔플라잉, NCT드림, CIX, 네이처, 더 보이즈 등 최고의 아티스트들이 펼치는 환상적인 무대를 즐겼다.

아시아드 주경기장에는 30여 대의 푸드 트럭과 비보잉 공연 등이 펼쳐져 콘서트를 찾은 팬들에게 'SBS 슈퍼콘서트'를 다양한 콘텐츠를 즐길 수 있는 축제로 인식시키는 효과를 거뒀다.

SBS가 주최하고 PNK엔터와 MOJO라이브, 과기정통부, RAFA가 후원한 이번 <슈퍼콘서트>는 부제를 'K-POP과 5G의 만남'으로 정하고 획기적인 프로젝트를 진행하였다.

대한민국의 강점인 K-POP과 5세대 IT 기술을 접목하여 새로운 콘텐츠 모델을 제시하고자 기획된 'K-POP×5G'의 첫 번째 프로젝트는 5G 네트워크를 통한 VR 라이브였다.

기술기획팀, 미디어사업팀의 협업과 KT의 기술 지원으로 공연장 외부에 5G VR 체험존을 설치하고 공연장에서 벌어지는 카메라 리허설 상황을 라이브로 전송하여 팬들이 좋아하는 가수의 모습을 눈앞에서 생생하게 볼 수 있는 기회를 제공했다.

또한 VR 체험존에 미디어사업팀과 금영의 공동 사업인 VR 노래방 '부르존(VRZON)' 등 다양한 VR 체험 액티비티를 준비하여 관객들에게 다양한 즐거움을 선사했다.

두 번째 프로젝트는 역시 5G 네트워크를 통한 UHD LIVE였다. 콘서트 실황을 유튜브 'KPOP PLAY' 채널로 생중계한 이번 프로젝트는 지상파 최초의 시도였고 완벽하게 실현되어 많은 기술적 노하우를 쌓는 계기가 되었다. 여기에는 'KT 기업 전용 5G 서비스'와 '5G MNG' 장비가 활용되었다. MNG(Mobile News Gathering)는 방송 영상을 무선 네트워크로 전송하는 장비로, 영상을 광대역으로 전송하고 지연 시간을 최소화한다.

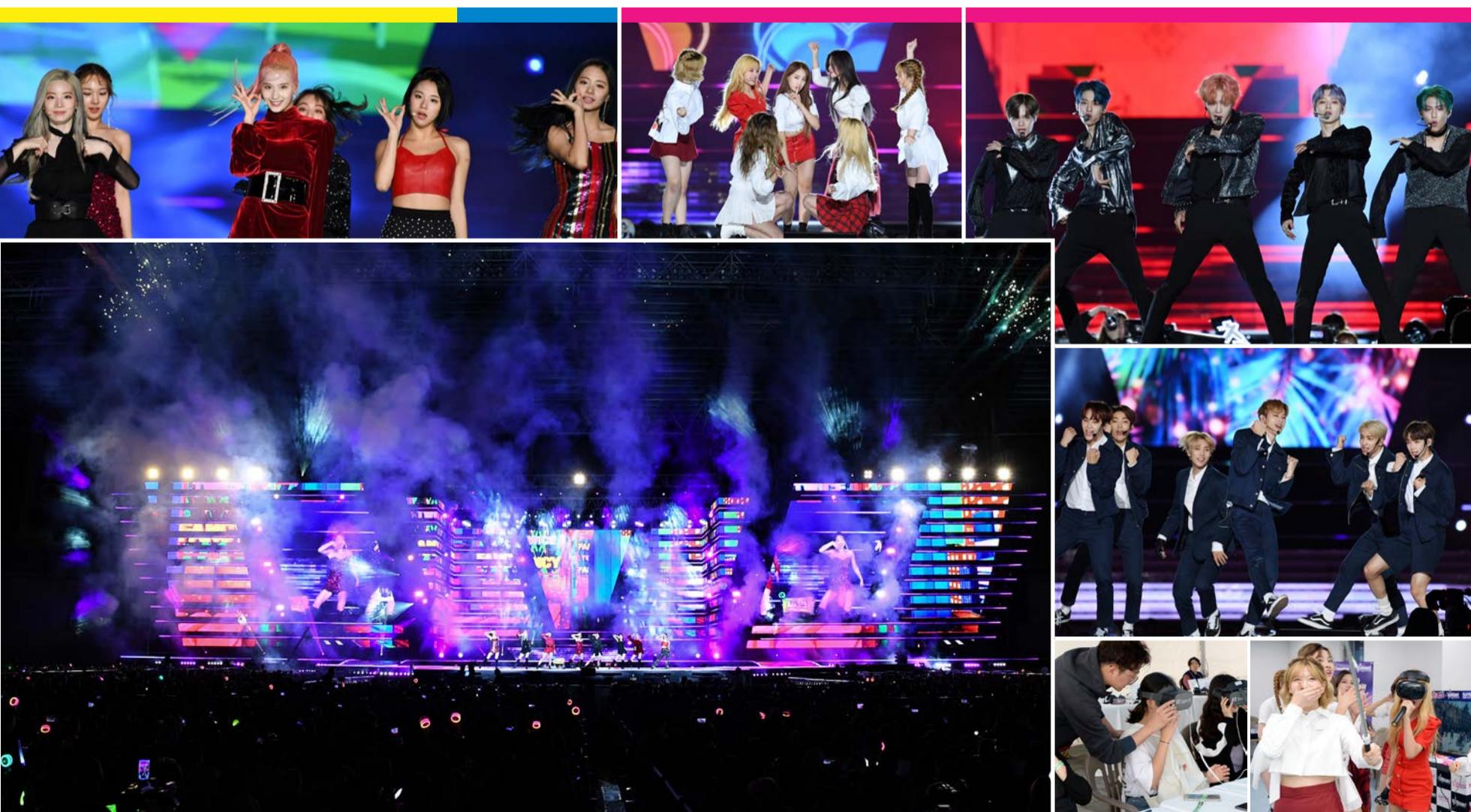
이번 5G 프로젝트를 구현하기 위해 KT는 5G 고정 기지국 12개를 설치하고 이동 기지국을 제공하여 원활한 5G 환경을 마련하였다.

'KPOP PLAY' 채널로 방송된 <슈퍼콘서트>는 동시간 국내 OTT 시청률 1위를 달성하는 성과를 보여줬다, 이는 유튜브가 경쟁 채널을 앞선 최초의 기록으로 콘텐츠 경쟁력을 확인한 계기가 되었다.

세 번째 프로젝트는 UHD 실감 오디오(MPEG-H 5.1.4채널) 방송이다. 중계기술팀과 편집기술팀의 협업으로 콘서트를 실감 오디오로 제작, 방송하는 시도 또한 국내 지상파 최초의 기록이다.

이외에도 예능 D스튜디오팀은 포토월 LIVE 방송과 직캠 촬영을 진행하였고 홍보팀은 대기실 LIVE를 업로드하여 높은 조회 수를 기록하였다. 이처럼 'SBS 슈퍼콘서트'는 본 공연 외에도 다양한 콘텐츠를 생산하고 있다. 2019년 광주, 홍콩에 이어 세 번째로 열린 'SBS 슈퍼콘서트'는 회가 거듭될수록 브랜드파워를 높이고 있고 다양한 시도를 통해 새로운 사업 분야를 개척하는 '플랫폼'으로 성장하고 있다.

<SBS 인기가요 슈퍼콘서트 K-POP×5G>는 10월 13일(일) 오후 3시 30분부터 90분 동안 방송된다.



‘듣는 TV’ 티팟 출시...13개 방송사가 손잡았다

SK텔레콤 누구, 삼성전자 빅스비, 네이버 오디오 플랫폼과 연동

국내 주요 방송사들의 인기 프로그램을 언제 어디서나 들을 수 있게 됐다.

국내 13개 방송사는 9월 25일(수) ‘듣는 TV’ 콘셉트의 방송사 연합 오디오 플랫폼 티팟(Tpod)을 출시했다. 티팟에는 SBS와 SBS미디어넷(CNBC/Sports/Golf), YTN, 연합뉴스TV, JTBC, 채널A, TV조선, MBN, 아리랑국제방송(아리랑TV/아리랑라디오), KNN(부산경남방송), BTN(불교TV), CTS(기독교TV), 음악전문 방송사인 Radio Kiss와 Satio 등 모두 13개 주요 방송사가 참여했다.

티팟은 뉴스와 교양, 스포츠, 드라마, 예능, 종교 콘텐츠 등 13개 방송사의 인기 TV 프로그램을 라이브와 팟캐스트 다시듣기로 들을 수 있다. 또한 24시간 라이브 뮤직채널 서비스를 비롯한 다양한 오디오 전용 콘텐츠를 서비스할 계획이다.

방송사들은 올해 안으로 1천만 대의 AI스피커와 기기(스마트폰, PC, 자동차 등)에서 티팟 서비스를 이용할 수 있도록 하고, 내년부터 서비스를 다양화해 오디오 시장을 본격적으로 키워간다는 계획이다. 이를 위해 티팟은 SK텔레콤 누구(NUGU), 삼성전자 빅스비(Bixby), 네이버(오디오

클럽과 클로바)와 제휴를 맺었다.

티팟 사업 주관 및 개발사인 SBS I&M 조재룡 대표는 상암동 SBS프리즘타워에서 열린 기자간담회에서 “음성 기술과 사업 부문에서 동영상 시장에 버금가는 오디오 시장을 만들어낼 준비가 됐다”며 “13개 방송사가 보유한 동영상 콘텐츠 제작과 유통 기술을 활용하여 차원이 다른 오디오 콘텐츠 시장을 창출할 것”이라고 말했다.

티팟은 전용 서비스인 안드로이드 앱과 SK텔레콤 누구 스피커, 네이버 오디오클럽을 시작으로, 삼성전자 빅스비, 네이버 클로바, 자동차 플랫폼인 안드로이드 오토 전용 앱과 SK텔레콤 T맵에 잇따라 출시할 계획이다. 연말까지는 iOS 앱 서비스도 시작할 예정이다.

티팟 사업을 총괄하는 SBS I&M 박종진 실장은 “SBS의 <그것이 알고 싶다>와 YTN <24>, JTBC <뉴스룸> 등 기존 방송사의 오디오만으로도 충분히 경쟁력이 있을 것”이라며 “추후 지역 방송사들의 프로야구 라디오 중계와 경제, 종교, 교육, 라디오 전문 채널 등 오디오 전용 콘텐츠를 폭넓게 선보일 계획”이라고 말했다.

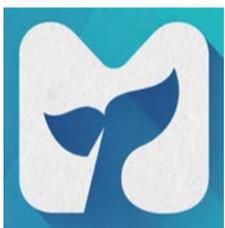
▶ 티팟 앱을 PLAY 하세요

<https://play.google.com/store/apps/details?id=kr.co.sbs.tpod>



티팟 PoC(Point of Contact: 현재 플랫폼 적용 현황)

업체명	구분	현황	비고
SK텔레콤	NUGU (AI스피커)	출시	라이브만 서비스되며, 팟캐스트 확대 예정
	T맵 (안드로이드, iOS)	일정 협의 중	
NAVER	오디오클럽 (안드로이드, iOS, PC)	출시	팟캐스트만 서비스되며, 라이브 확대 예정
	클로바 (AI스피커)	'19. 4Q 예정	
삼성전자	빅스비 캡슐 (갤럭시시움, 스마트폰)	'19. 4Q 예정	
SBS I&M	티팟 (안드로이드)	출시	안드로이드만 서비스되며, iOS 연내 지원 예정
	티팟 오토(자동차) (안드로이드 오토, 애플 카플레이)	'20. 1Q 예정	



고막메이트

김이나×딘딘×이원석×정세운
“당신의 고막 연인이 되어 드립니다”

SBS 모비딕의 새 음악 토크 콘텐츠 <고막메이트>가 10월 11일(금) 처음 공개됐다. <고막메이트>는 레전드 작사가 김이나, 예능대세 딘딘, 국민 밴드 데이브레이크 보컬 이원석, 싱어송라이더 정세운이 메인 MC로 국내 정상급 아티스트 군단이 모여 시청자의 사연을 직접 들어주고 마음을 움직일 노래를 추천하고, 불러주는 뮤직 토크 콘텐츠이다.

4MC 외에 ‘스페셜 메이트’도 만날 수 있다. 첫 스페셜 메이트 ‘고막 남친’ 풀킴을 비롯한 수많은 정상급 아티스트들이 출연해 그간 본 적 없는 ‘아티스트 커뮤니티 콘텐츠’를 만들어 간다. 첫 공개를 앞두고 10월 8일(화) 목동 SBS 사옥에서 열린 제작발표회에서 MC 김이나는 “<센마이웨이> 제작진이라 신뢰가 갔다. 첫 회가 편집한 것을 보고 역시 출연 결정을 잘했다는 생각이 들었다”고 밝혀 기대를 갖게 했다. 딘딘은 “모바일인 점에 끌렸다. 미팅 때 나의 뮤

지션 면모를 살려주겠다고 해서 출연을 결정했다”고 밝혔다.

<고막메이트>는 ‘너의 이야기, 우리가 들려줄게’라는 슬로건대로 시청자의 고막 연인&고막 친구를 자처하는 4MC의 힐링 토크와 가창이 주를 이룬다. 때로는 친근한 상담으로, 때로는 연인이 옆에서 불러주는 다정한 노래로 피로한 하루를 위로해줄 콘텐츠가 될 예정이다. 연출을 맡은 옥성아 PD는 “요즘 세대는 이어폰을 끼고 영상을 보고 듣는 고막 세대이다. 고막 세대들을 위한 보고 듣는 음악 콘텐츠의 새 모델이 되고 싶다”고 포부를 밝혔다.

SBS 모비딕과 올레tv 모바일이 공동 제작하는 <고막메이트>는 10월 11일(금) 올레 tv 모바일에서 선 공개 후 10월 18일(금)부터 매주 금요일 오후 6시 유튜브 ‘방송국에 사는 언니들’ 채널에서 시청할 수 있다.



SBS 콘텐츠 유통 인프라 전환 준비 완료

10월 중순 SBS 콘텐츠 유통 인프라 OPS(Online Publishing System)의 전환 개발이 완료된다. 이후 1개월간의 통합 테스트 기간을 거쳐 11월 공식 운영이 시작되면 OPS는 SMR,

WAVVE, IPTV 등의 3대 유통 업무뿐만 아니라, 다양한 매체와의 연동을 담당하게 된다.

이는 본사로의 단순한 시스템 기능 이전 외에 '디지털 유통 업무 내재화'라는 긍정적 의미를 포함하고 있다. 이러한 흐름 속에서 최근 아주 작은 성공 사례들이 나타나기 시작하고 있으며 향후에도 디지털 환경 변화에 대응할 수 있도록 계속해서 진화해 나갈 예정이다.

미디어기술연구소에서는 최근 유튜브와의 연동을 위해 SAM(SNS Asset Management system)이라는 CMS를 개발하여 4월부터 '애니멀봐' 채널의 15개 다국어 자동 번역 업무에 시범

운영을 시작해 왔다. 이미 6월부터 그 효과가 다양한 수치들로 입증되었고 2020년 말까지는 단계적으로 전사 채널로 확대 적용할 예정이다.

최근 화제가 되었던 '온라인 탐골공원(SBS KPOP CLASSIC 채널)' 또한 OPS의 24시간 라이브 스트리밍 기능인 SLIM(Social Live Mcr)을 활용한 사례인데 전담 인력 투입 없이 채널 운영을 진행한 경우이기 때문에 더욱 의미가 크다고 할 수 있다. 이러한 시도는 일회성으로 끝나는 것이 아니라, 다양한 디지털 광고 모델 실험 후, 전사 채널로 확대 재생산될 예정이다.

한편, 유튜브를 대표로 하는 디지털 매체가 시청자들을 끌어담는 거대한 흐름 속에서 OPS도 디지털 업무 전환의 중심 역할을 하기 위해 2020년부터는 디지털 광고 솔루션 기능을 탑재하게 될 예정이다. 시청자 조회 수에 비해 현저히 낮은 수익을 내고 있는 유튜브 등에서 콘텐츠 제값 받기를 실현하기 위한 솔루션이다.



“우리 팀은 명실상부 종합예술을 만드는 부서”

- 보도본부 SDF팀

팀 소개를 부탁한다.

SDF팀은 보도본부 내에서 가장 긴 안목으로 우리 사회를 들여다보는 팀이다. 전신인 미래부 시절에는 우리 사회의 5년에서 10년 뒤, 중장기적인 화두를 들여다보는 부서라 소개했다. 그런데 요즘은 5년 앞도 내다보기 쉽지 않은 '전환기'를 맞다 보니 기간보다는 기존의 데일리 뉴스나 보도제작의 콘텐츠로는 쉽게 다루지 못하는, 우리 사회의 보다 본질적인 이슈를 연중 들여다보고 공론화하며, 해법을 모색하는 부서로 진화해가고 있다.

올해 SDF팀의 화두는 무엇인가?

“어떻게 하면 나와 다른 생각, 다른 가치를 갖고 있는 사람과도 같이 어울려 살 수 있을까?”이다. 여기서의 '다름'은 정치적 견해일 수도 있고, 세대일 수도 있고, 젠더일 수도 있다. '다름'을 싸워야 하는 대상으로 여기게 된 우리 사회의 단면을 들여다보고자 한다. “우리는 과연 적대시하는 대상에 대해 제대로 알기는 하는 것일까?”, “왜 우리는 다름을 받아들이지 못하고 싸워야 하는 대상으로 느끼게 되었을까?”에 주목한다. 또 IT 기술의 발달이 가져온 비대면 소통, 혹은 소셜미디어의 확장편향 알고리즘이 서로 간의 다름을 배척하는 현상을 가중시키는 것은 아닌지 등 사회, 심리, 미디어, 기술의 다양한 측면에서 과거보다 더 심해진 우리의 사회 갈등 양상을 들여다보고자 한다.

1년 동안 어떻게 일하는지 궁금하다.

연초에는 올해 우리 사회가 들여다봐야 할 주요 화두를 발굴한다. 교수, 기업인, 정부 관계자 등 다양한 전문가들에게 자문하여 공통적인 이슈가 있는지, 또 국제 뉴스와 한국 뉴스를 같이 들여다보면서 세계적인 현상으로 한국에서도 일어나는 주요 현상은 어떤 것인지 들여다보고, 관련 책들을 같이 읽으면서 화두를 정한다. 그렇게 화두가 잡히면 사람들이 이에 대해 생각할 수 있게 관련 온라인 콘텐츠를 만든다. 올해는 디디 캐릭터도 만들고 웹툰 작가와의 콜라보도 진행했다. 또 교수들과 직접 사회심리 실험도 기획했다. 한편으로는 그해 화두를 가장 잘 이해하고 나름 자기 분야에서 해법을 모색해온 국내외 전문가들을 발굴해 초청하는 작업을 거쳐 10월말 11월초 SBS D 포럼(SDF)이라는 오프라인 포럼을 개최해 머리를 맞대고 해법을 모색할 수 있는 장을 만들어내고 있다.

팀원을 소개해 달라.

SDF팀은 논설위원실 산하에 윤춘호 논설위원 실장을 좌장으로, 이형근 부국장과 특임프로듀서로 예능본부에서 온 하승보 부국장을 자문으로 모시고 있다. 이정에 팀장은 2005년 말 미래부에 발을 들여놓은 뒤, 이 팀에 뼈를 묻고 있는 SDF의 산증인이다. 선임 차장인 조지현 차장은 지난해 SDF팀에 합류해 그동안 문화과학부 등에서 쌓아온 지적 소양을 오롯이 발산하고 있다. 예능본부에서 온 최성락 차장은 사회심리 실험의 제작 등 기자와는 다른 PD의 감각을 보여주고 있다. 또 스토브팀을 만들었던 하대석 차장이 합류하면서 SDF 온라인 콘텐츠의 제작도 새로운 전기를 맡고 있다. 최예진 작가는 포럼 전문 작가로 새로운 영역을 구축해가고 있으며 장윤경 작가도 새로 합류했다. SDF 콘텐츠의 그래픽 디자인을 도맡고 있는 신소희 감독은 SDF의 대표 캐릭터인 '디디'를 탄생시킨 주인공이기도 하다. 애니메이션 디자이너 박세은 감독은 SDF 온라인 콘텐츠인 '세상 D'의 애니메이션 그래픽을 맡고 있다. 촬영 담당 임세중 감독은 특히 움직이는 영상 촬영에 일가견이 있다. '크리에이



터'로 새로 합류한 진화선 감독은 SDF의 소셜미디어 관리, '세상 D'의 편집, 그리고 SDF 연사 소개 온라인 콘텐츠 등을 해주고 있다. 그리고 올해 처음으로 산학협력 모델로 대학생 인턴도 두었는데 지금은 김보경 학생이 함께한다. 그 외에도 2015년부터 SDF의 현장 연출을 같이 해온 홍성우 감독과 올해 SDF의 오프닝 퍼포먼스 등 '재미' 파트를 맡고 있는 최유진 작가도 빼놓을 수 없다. 하지만 SDF는 여기 언급된 분들 외에도 예산부터 기간의 자문까지 행정적인 일을 도와주는 보도운영팀의 김준용 씨, 행정의 권기태 씨부터 SDF의 로고 디자인, 초청장 디자인 등 인쇄물의 디자인 작업을 맡아주는 경영관리팀의 강봉균 차장, PCO의 업무를 같이 해주고 있는 지엘컴의 식구들, 그리고 중계, 조명, 기술, 미술 등 SBS A&T 분들, SBS M&C의 분들, SBS CNBC, SBS디지털뉴스랩 분들 등 너무나 많은 사람들의 도움 없이는 제대로 이뤄질 수 없다. 명실상부한 종합예술을 만드는 부서라 아니할 수 없다. 안팎으로 관여해주시는 모든 분께 이 지면을 통해 다시 한번 감사의 말씀 전한다. 올해 SDF 2019도 잘 부탁드립니다. 멋진 작품 같이 만들어갑시다! SDF 2019 파이팅!



“뭍 잡으면 잡아서라도 드립니다~” - 낚시 동호회

- 총무 박정일(라디오편성기획CP 소속)

요즘 남녀노소 구분 없이 모두 같이 즐길 수 있는 레저 활동으로 낚시가 대세입니다. SBS에는 오랜 전통의 낚시 동호회가 있습니다. 낚시의 매력은 무엇일까요? 고기 많이 잡는 것? 대물 잡는 것? 물론 많이 잡고 큰 거 잡으면 좋겠지요. 하지만 낚시의 매력은 그것만이 전부는 아닙니다. 출조 전 설렘, 풍경 좋은 곳에서의 힐링, 그리고 평소엔 자주 볼 수 없었던 선배 회원님들과 저녁에 모여 나누는 낚시 이야기는 웃음이 끊이지 않습니다. SBS 낚시 동호회는 단순히 고기 잡는 동호회가 아닌 친목 도모의 장으로 활동하고 있습니다. 1년에 민물 출조 4회, 바다 출조 2회로 진행하고 있으며 시조화와 낚회는 다양한 상품들을 준비하여 대회로 치러집니다(상품은 참석 전원이 받을 수 있도록 준비하고 있습니다). 민물 출조는 봉어 낚시 위주로 활동하며 바다 낚시는 5~6월에 선상 광어(농어) 다운샷, 9~10월에 주꾸미(갑오징어) 낚시로 출조합니다. 바다 선상에서 먹는 회와 주꾸미 무침은 정말 맛있고 싱싱하니 한번 도전해 보시지요. “저는 낚시 장비가 없어서...”라고 하시면 몸만 오시면 됩니다. 동호회에서 책임지겠습니다. 바다 낚시에서 못 잡으면 잡아서라도 드리겠습니다. 한 가지 걱정은 회원 평균 연령이 높습니다. 젊은 남녀 회원들이 많이 가입하여 더욱 활기찬



낚시 동호회가 되었으면 하는 바람입니다. 짜릿한 손맛, 숨막히는 짜맛, 대물과의 힘겨루기, 경치 좋고 물 맑은 낚시터로 힐링하러 가시죠.

<백중원의 골목식당> 이달의 좋은 프로그램상

<백중원의 골목식당>(연출: 정우진, 윤종호)이 9월 25일(수) 목동 방송회관에서 방송통신심의위원회가 주는 이달의 좋은 프로그램상을 받았다. 심사위원들은 “대형 화재로 어려워진 전통 시장의 상권을 활성화시키기 위한 해결 방안을 제시하고 시설을 지원하는 등 식당이 변화하는 과정을 보여주어 시청자들의 관심과 감동을 이끌어냈다”며 “지역 경제 활성화에도 기여한 것으로 평가된다”고 선정 이유를 밝혔다.



이재희 강상현 방송심의위원장 정우진 윤종호

'관세청 비리' '끝까지 판다 팀' 이달의 방송기자상

SBS 탐사보도부 '끝까지 판다 팀'의 관세청 비리 연속보도가 한국방송학회와 한국방송기자연합회가 수여하는 제131회 이달의 방송기자상을 받았다. '끝까지 판다 팀'은 통관 대가로 금품을 수수한 사례 등 세관 공무원들의 심각한 비리 행태를 보도해 관세청의 대국민 사과와 해당 공무원들에 대한 수사를 이끌어냈다. 시상식은 9월 30일(월) 방송회관에서 열렸다.



원형희(A&T) 최고운 강청완 김지성 박재현 조창현(A&T)

이선의, 동세호, 서유정 안식년

정책팀 이선의 부국장, 뉴미디어뉴스부 동세호 부장, 교양 2CP 소속 서유정 부장이 11월 안식년을 맞이한다. 이선의 부국장은 1992년 SBS 기획실 심의부로 입사하여, 편성·정책·홍보 등 다양한 분야에서 회사 발전에 기여했다. SBS플러스 편성기획실장을 역임했으며 2015년부터 지금까지 한국민영방송협회 사무처장을 맡아 네트워크 협력 강화를 위해 의욕적으로 일해 왔다. 2017년에는 지상파 방송 공익성 제고에 기여한 공로로 방송통신위원장 표창을 받기도 했다. 동세호 부장은 1992년 SBS에 새 동지를 들고 사회부와 경제부, 국제부, 보도제작부 등 다양한 부서를 거치며 취재 현

장을 누볐다. 사건이 있는 곳, 뉴스가 있는 곳이라면 어디라도 마다 않고 취재 현을 불살랐으며, 30년 세월 언론인의 참모습을 몸소 보여주어 후배들의 귀감이 되었다. 동 부장은 언론인을 꿈꾸는 학생들을 가르치는 일로 인생 2막을 열 계획이다. 서유정 부장은 1991년 SBS에 입사하여 <그것이 알고 싶다>, <뉴스 따라잡기>, <다큐멘터리 박쥐> 등 SBS 간판 교양프로그램을 연출하였다. 특히 1회부터 같이한 <세상에 이런 일이> 프로그램에 휴머니즘적 색깔을 입히는 데 결정적 역할을 하였고 책임PD로서 <SBS스페셜>의 초석을 다졌다. 한국사에 대한 해박한 지식과 애정으로 전문가들을 놀라게 하는 PD였고, 도입 당시 많은 PD들이 낯설어 했던 NLE편집

을 가장 먼저 능숙하게 사용하는 등 새로운 것에 대한 호기심이 가득한 '얼리 어답터'였다. 무엇보다 주제에 대한 천착, 디테일 하나 놓치지 않는 완벽주의로, '타협하지 않는 PD 정신'의 상징이었다.



이선의 부국장 동세호 부장