

보도본부 모든 역량 총동원 '코로나19 사태' 보도

유례없는 바이러스 공포에도 최전선에 서다

신종 코로나 바이러스 감염증(코로나19)이 급속히 확산되면서 전 국민이 유례없는 불안감에 시달리고 있다. 보이지 않는 적이 나와 내 가족의 안전을 위협하는 상황에서도 방송은 돌아가야 한다. 특히 기자들은 국민에게 정확한 정보를 전달하고 가짜 뉴스는 가려내 막연한 불안감을 해소시키기 위해 최전선에서 뛰고 있다.

SBS 보도본부는 초기부터 이 사태를 국가적 재난으로 규정하고 보도 역량을 총동원했다. 주무 부서인 보도국 경제부 외에도 탐사보도부, 사회부, 정치부 기자를 총동원해서 국민들에게 빠르고 정확하게 사태의 추이를 전했다. 보도국뿐만 아니라 뉴미디어국, 스포츠국까지 코로나19 취재팀에 파견돼 취재에 투입되었다.

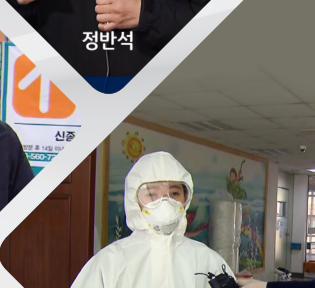
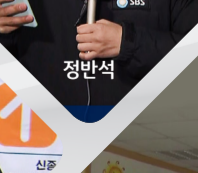
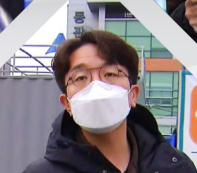
코로나19 전파와 확산의 고비가 되는 시점마다 <특집 SBS 8 뉴스>를 편성, 지금까지 4차례(1/31, 2/20, 2/21, 2/22) 방송하였고, 매일 뉴스특보를 편성해 코로나19 전파 상황 등을 시청자들에게 신속하게 전달하고 있다.

또한 조동찬 의학전문 기자를 활용한 '의사 기자 조동찬의 Q&A' 코너를 통해 전문가가 검증한 의학 정보를 전달하고 있다. 조 기자는 초기에 '우한 폐렴' 명칭의 오류를 제일 먼저 지적하고 '신종 코로나', '코로나19'로 불렀다. 또 조동찬, 김민정 기자는 코로나19 진단 시약이 부족하다는 단독 기사를 처음으로 보도했다. 손형안 기자는 신천지 교육생의 존재를 처음 파악하여 그들도 검사 대상에 포함시키는 데 일조하기도 했다. 그 외에도 크고 작은 단독기사와 생생한 현장 취재로 SBS는 코로나19 사태 관련해서 가장 적은 인원으로 가장 빠르고 정확하게 뉴스를 전했다는 평가를 받는다.

정다운, 김혜민, 유수환, 정만석 기자 등은 대구와 청도에 내려가 생생한 현지 소식을 전했고, 지금도 감염 위험을 무릅쓰고 이슈취재팀 권영인, 손형안 기자 등 2개 팀이 대구 현장을 취재하고 있다. 최대식 탐사보도부장은 "대구 현장 취재는 탐사보도부가 맡아줘야 했고 또 자신이 가겠다고 자원해 준 후배들이 있었다. 보도본부 내에서 지금 이 시국에 내려보내는 게 맞느냐는 고민이 있었고 내려가기까지 우여곡절이 많았지만, 기자가 현장에 가서 사실을 전하겠다는 데 결국 뜻을 같이 했다"고 말했다.

권영인, 손형안 기자와 SBS A&T 배문산, 김태훈 영상취재 기자 등 8인은 마스크와 일회용 장갑 착용은 물론 하루에 발열 체크를 3번씩 하고 취재차량에 오를 때마다 신발을 소독하는 등 까다로운 안전수칙을 지키면서 취재에 임하고 있다. 권 기자 등은 출장 후 자가격리 기간으로 인한 보도국 인력 공백을 최소화하기 위해 최소 2주 이상 기약 없는 출장을 계속하고 있다.

한편, 뉴미디어국은 뉴스 수요 폭증으로 트래픽이 급증한 상황에서 시스템을 안정적으로 유지하며 뉴스를 전달하고 있고, 속보 및 뉴스 푸시 서비스 대응과 적절한 콘텐츠 큐레이션으로 SBS 뉴스를 서포트하고 있다. 비디오머그, 스프스뉴스는 코로나 관련 오리지널 콘텐츠 업로드 및 라이브 스트리밍 서비스(비머), 또 영상과 뉴스 소스를 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등 소셜 미디어에 적합한 콘텐츠와 영상으로 제작해 퍼블리시하고 있다.



“2020년 코로나19는 슬프고, 두렵고, 어렵지만...”

- 보도국 경제부 정책문화팀 조동찬(의학전문 기자)

“형, 오늘 저는 경북 지역 병원 물품 취재하고 있는데, 형이랑 쫓(기사 내용이 중복되는 것)날까 봐요, 근데 그거 이름이 레벨D 방호복 맞죠?”
 “맞아, 고생이 많다. 몸조심하고...”
 대구에서 현장 취재를 하고 있는 동료와의 전화를 간신히 끊었다. 하지만, 그의 리포트에서 수술복이 없어 환자복으로 버티고 있는 간호사의 모습이 등장하자 더는 참을 수 없었다. 2020년 코로나19는 슬프고, 두렵고, 무엇보다 어려웠다. 2009년 신종플루, 2010년 아이티 대지진 그리고 2015년 메르스를 취재하며 얻은 경험은 도대체 어디로 간 것일까? 2월 15일 토요일이었다. 전화를 해도 잘 받지 않기로 유명한 한 전문가로부터 연락이 왔다. 그는 코로나19 초기, 국내 28명의 환자 상태를 국립중앙의료원에서 발표한 당사자 중 한 명이었다. 당시 그는 “중국과 달리 국내 환자는 증세가 가볍고 충분히 치료할 만하니 두려워할 필요가 없다”고 했었다. “조 기자, 코로나19가 만만한 게 아니었어. 환자에게서 일단 폐렴이 진행되면 컨트롤이 잘 안 되는 경우도 있어. 사망자 발생도 대비해야 할 것 같아.” 당시에 국내 사망자는 없었고, 확진자가 다섯째 나

오지 않았다. ‘소강상태’, ‘머지않아 종식’이라는 말이 정치권을 통해 언론에서 쏟아지던 바로 그 순간, 그 희망의 나팔수 역할을 했던 전문가의 입에서 두려운 전망이 나온 것이다. “증세가 없을 때 감염력이 더 크기 때문에 팬데믹(대유행)을 피할 수 없을 것 같다”는 말도 그때 했다. 원래 감염병은 기침과 호흡 곤란 증세가 심할 때 전파력이 높다. 감염자 본인은 물론 타인도 알 수 있어서 마스크 착용 등으로 조심할 수 있는 반면, 코로나19는 그럴 수 없다는 의미였다. 증세가 심해야 전파력이 강하다고 전했던 기존 나의 보도들은 단번에 모두 오보가 됐다. 당혹스러워할 새도 없이 한 통의 전화가 또 걸려왔다. 막 보건당국 회의를 마친 전문가 위원 중 한 명이었다. “폐렴 전수 조사를 해야 할 것 같아. 감염 경로를 파악하는 방법보다 폐렴 증세가 있는 사람을 선별해 나가는 방법이 더 맞을 것 같아” 낙관적인 사회 분위기에도 “지역 감염 확산 가능성과 폐렴 전수



조사가 필요하다”는 SBS의 보도는 두 통의 전화 때문이었다. 쉬는 토요일인데도 열일 제쳐두고 취재를 함께한 동료들에게 고마운 마음이 컸지만, 우리의 보도를 우리가 먼저 뒤엎는 경험은 유쾌하지 않았다. 백신과 치료약이 아직 나오지 않은 무색 무취의 신종 바이러스에 처참하게 지고 있다는 것도 깨달아야만 했다. “오늘 중앙 방역 TF에서 신천지에 국가 방역이 지나치게 집중되면 전체 방역에 방해될 수 있다는 발언이 나왔는데, 이거 얘기되는 거(보도 가치가 있다는 기자들의 문장) 아녜요?” 신천지가 국내 코로나19의 주요한 전파 경로라는 것은 부인할 수 없는 사실이다. 모두가 신천지를 쫓았고, 신천지 문제만 일단락되면 국내 코로나19 문제가 해결될 것만 같았다. 하지만, 신천지의 많은 환자 수에 가려져 있던 대구/경북 지역 외 환자는 서서히 증가하고 있었다. 이를 가장 먼저 포착한 건 중앙 방역 TF 전문가 위원들이었는데, 그들이 제시하

는 맥락을 동료 기자는 잘 읽어 냈다. 하지만 그것을 보도하는 건 또 다른 얘기다. 신천지에 대한 반감이 기세등등한 여론 앞에 ‘신천지만 문제가 아니다’라고 보도하는 것은 그것이 팩트일지라도 ‘신천지에게 출구를 허용’하는 기사로 오해될 수 있기 때문이다. 중국이란 단어도 마찬가지였다. 코로나19 바이러스 자체는 물론 출입국 제한, 마스크, 방호복 등 감염병과 관련된 과학 논증에서 중국은 일찌감치 제외됐다. 중국을 기사에서 언급한다는 건 ‘친 중-친 정권’ 혹은 ‘반 중-반 정권’의 울가미 중 어느 하나를 각오하는 일이었다. 잊히지 않을 장면들이 몇 있다. 코로나 초기 중국 현지를 누비며 열악한 상황을 전하던 특파원의 ‘개구(비싼 브랜드 겨울 옷)’, 기자 정신은 ‘개구’도 현장 속으로 맛깔나게 버무려 냈다. 공항, 병원, 국회에서 중계를 하는 기자들의 마스크, 현장을 전하고 싶은 강렬한 마음은 마스크를 뚫어냈다. 돌아보면 부끄러울 만큼 오보의 연속이었던 코로나 정국 속에서 보석 같은 보도도 있었던 건, 현장을 전하려는 강렬한 마음, ‘중국’, ‘신천지’와 같은 단어에 쫓겨나도 피하지 않았던 기자 정신 때문이라.



‘3일의 대구 출장, 5일의 자가 격리’

- 보도국 경제부 산업IT팀 정다운

지난달 19일 아침, 출근하자마자 대구 출장을 갈 수 있겠냐는 연락을 받았다. 간단히 짐을 챙겨 대구로 향했다. 대구에서 코로나19 첫 확진자가 나온 다음날이었다. 전화 취재를 하며 대구로 향하는 차안, 위험하다는 생각은 크게 없었다. 사건 사고 현장으로 출장 가는 일은 비일비재했기 때문이다.



에 대한 공포는 예상보다 컸다. 3일간의 출장을 마치고 서울로 돌아오는 길, 대구로 향할 때보다 마음이 오히려 무거웠다. 눈고 돌 새 없이 바쁜 의료진의 하소연과, 불안해하던 시민들의 마음이 옮겨온 것 같았다. 보도국의 결정에 따라 5일간 집에서 자가격리를 하며 재택근무를 하게 됐다.

늦은 오후, 대구에 도착해 서둘러 취재를 시작했다. 가장 먼저 찾은 선별 진료소에는 검사를 받기 위해 몰린 사람들로 북적였다. 환자들의 이름이 실 틈 없이 호명되고, 검사가 진행됐다. 대구 의료원의 음압 병상은 확진자와 의심 환자들로 이미 포화 상태였다. 대구 의료원 직원이 파견 온 질병관리본부 직원에게 “음압 병실이 가득 찼다”고 하소연하는 와중에도 확진자를 실은 구급차는 들이닥쳤다. 그날 저녁 <8 뉴스>에 부족한 음압 병상 실태를 보도했다.

출장 후에도 대구 지역 확진자 수는 늘어난 것. 늘어난 숫자만큼 시민들 사이의 불안과 공포는 더 확산된 것처럼 보였다. 자발적으로 집안에 격리된 채 인터넷으로 상황을 살피고, 전화로만 취재를 하는 새로운 경험을 했다. 몸 상태에는 문제가 없었지만 혹시나 내가 다른 사람들에게 옮기면 어쩌나 하는 불안감이 있었다. 점심, 저녁 약속을 모두 취소하고, 취재원에게 사정을 설명해야 하기도 했다. 대구 시민들이 느끼는 공포에 비하면 집안에 머물며 겪는 사소한 불편은 마땅히 감수해야 하는 일이었다. 언제 어디서 퍼질지 모르는 전염병을 취재하는 일은 다른 어떤 취재보다 조심스러울 수밖에 없었다.

3일의 출장, 5일의 재택근무를 겪으며 새삼 기자라는 직업에 대해 생각하게 됐다. 사건 사고 현장을 돌아다니며 사람들을 만나서 취재를 하는 기자가 집 안에만 머무르게 됐을 때, 할 수 있는 일이 매우 제한적이라는 사실을 깨달았다. 또 출장지에서 의료진의 고충을 듣고, 시민들의 우려를 한층 가까이서 느낀 일은 값진 경험이었다. 현장으로 들어가 가장 가까이에서 사람들의 말을 듣는 일, 그게 기자가 할 일이라고 느꼈다. 또다시 재난 현장이 생긴다고 해도 망설임 없이 그 현장으로 향할 것이다.

유명 식당에는 손님보다 빈자리가 많았고, 시장에는 손님이 없어 문을 닫은 점포가 셀 수 없었다. 마스크로 얼굴의 반 이상을 가린 사람들, 코로나19 때문에 일회용 컵만 줄 수 있다는 카페를 보며 바이러스에 대한 우려를 체감했다. 눈에 보이지 않는 것

청도 대남병원은 왜 뚫렸나

- 보도국 사회부 네트워크기상팀 유수환

지난달 20일, 청도 대남병원으로 향했다. 대구에서 첫 코로나19 확진자가 나오고 이틀 뒤였다. 그전까지만 해도 코로나19 환자는 대부분 수도권에서 산발적으로 발생했다. 그러다 2월 18일, 이른바 ‘슈퍼 전파자’라는 31번 환자가 등장하면서 전세가 뒤집어졌다. 대구, 경북 지역 집단 발생이 시작된 것이다.



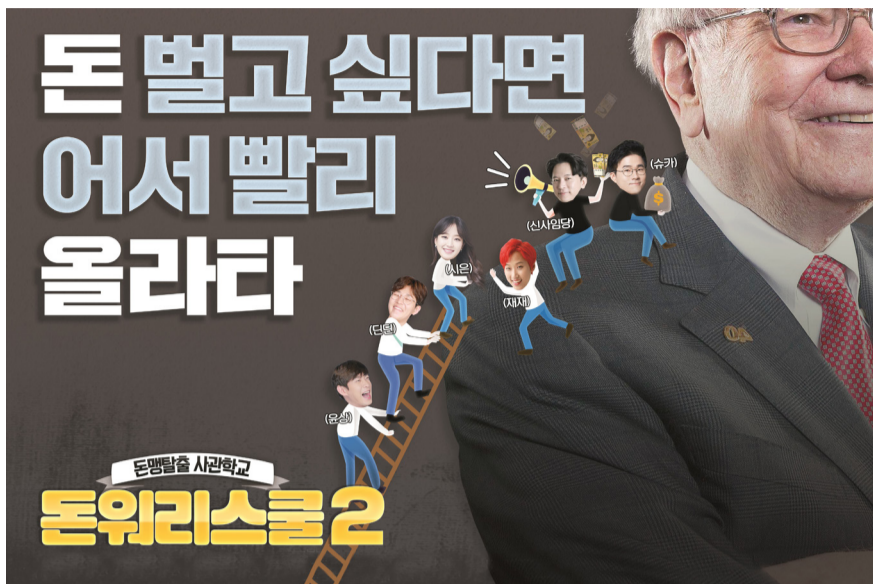
에서도 고비는 넘겼다고 했다. 그러다 뉴스 시작 2시간 전, 데스크에서 긴급 전화가 왔다. 당장 청도로 이동해 생방송을 물리라는 것이다. 청도 대남병원에서 코로나19 첫 사망자가 나왔다. 해가 지고 어둠이 깔린 대남병원은 낮보다 더 스산했다. 안에서 무슨 일이 있었던 것인지, 격리된 의료진과

대구에서 30km 떨어진, 인구 4만 4천 명의 작은 도시 청도. 이곳에서 확진자 2명이 처음 나왔다. 수십명 발생한 대구에 비하면 적은 수였지만 사람이 쉽게 드나들 수 없는 정신과 폐쇄병동에서 환자가 나왔다는 점이 미스터리였다. 대남병원 앞에 도착한 건 낮 2시쯤. 대남인데도 병원 앞은 적막했고, 생각보다 더 스산했다. 도로엔 각 언론사 취재진만 있을 뿐, 경호 인력도, 출입을 통제하는 공무원도 없었다. 외부로부터 폐쇄된 대남병원은 큰 건물 1개 동에 정신병동, 일반병동, 요양원, 보건소 등이 함께 있는 구조였다. 안에는 환자와 의료진 600여 명이 격리돼 있었다.

환자들은 어떤 상태인지 밖에 있는 우리는 알 길이 없었고, 불안함 속에서 뉴스 속보를 전했다. 이들을 청도에서 보내면서 청도가 신천지 성지이고, 이만희 신천지 총회장과 교인들이 이곳을 주기적으로 찾았다는 점, 총회장의 형 장례식이 대남병원에서 치러졌다는 점 등이 드러났다. 총회장의 생각, 교인들이 미용 봉사를 온 노인 회관, 총회장 형의 묘를 이리저리 뛰어다니며 청도가 뚫린 이유를 밝히기 위해 애썼다. 나도 감염될지 모른다는 불안감보다 감염 경로를 알아내고 대남병원 정신병동 안에서 어떤 일이 있었던 것인지 확인하고 싶은 마음이 컸다. 그 뒤로 대남병원 정신병동 환자들 많이 숨졌다. 사망한 60대 남성 성의 체중이 40kg에 불과했고, 정신병동 병실이 6인실, 7인실로 매우 열악했다는 점 등이 알려졌다. 과도한 장기 입원과 건강 관리 소홀, 운동 시설 부족 등 정신병동의 실태가 적나라하게 드러났다. 감염병이 돌면 가장 고통받는 건 안전 약자이다. 청도라는 작은 마을의 한 병원에서 이렇게 많은 사망자와 확진자가 나온 것은 첫 감염 경로를 떠나서 열악한 환경이 만들어 낸 일이 아닐까 생각한다. 다행히 국가인권위원회에서 코로나19 확산이 둔화되면 정신병원과 장애인 거주 시설에 대한 실태 조사를 할 예정이라고 한다. 현재의 부족함을 인지하고 해결해 더 나은 미래로 나아가는 사회가 되길 바란다.

감염 경로에 집중했다. 확진자 2명은 지난 한 달간 외출이나 면회 기록이 없는 장기 입원 환자였는데, 어떻게 감염이 됐는지 의문이었다. 청도에 도착한 뒤론 아무도 마스크를 입에서 떼지 않았다. 취재진이 감염이 되면 취재 동선이 모두 감염 동선이 되고, 취재원이 모두 바이러스에 노출되기 때문에 무엇보다 우리의 안전이 중요했다. 대남병원 시설물을 만지지 않는 것은 물론, 인근 주민의 대면 접촉도 최소화했다. 그러다 보니 취재에 한계가 있었다. 오후 4시쯤, <8 뉴스> 시간이 다가오면서 우리 팀은 차로 30분 거리에 있는 대구의료원으로 향했다. 그 때까지만 해도 청도 환자는 2명뿐이고, 이송된 병원

All about Money <돈 워리 스쿨>, 시즌 2로 컴백



<돈 워리 스쿨>(연출: 하현중, 작가: 이상미)이 시즌 2로 다시 찾아왔다.

3월 8일(일) 첫 방송을 시작한 <돈 워리 스쿨 2>는 터줏대감 단딘, 김윤상 아나운서와 함께 경제 유튜브계의 양대 산맥인 슈카와 신사임당이 동시에 출격한다. 여기에 최근 2030 사이에서 핫하게 주목받고 있는 재재와 주시은 아나운서도 합류해 새로운 활기를 불어넣는다.

지난 시즌에는 2030 세대의 돈에 대한 애환과 고민을 다뤘다면, 50분으로 확대 편성된 시즌 2에서는 직장인이나 사회 초년생이 돈을 벌릴 수 있는 현실적인 투자 방법에 대해 깊이 있게 파고들 예정이다. 매주 다양한 유튜브와 전문가들이 출연해 2030 세대의 다양한 관심사를 돈으로 연결 짓는 노하우를 전달한다.

<돈 워리 스쿨 2>의 1교시는 시즌 1의 주역이었던 김윤상 아나운서와 단딘에 이어 전직 경제 방송 PD였지만 이젠 성공한 사업가가 된 셸럽 유튜브 신사임당과 SBS 스포츠뉴스의 대표 '연반인' 재재가 합류해 하이텐션 입담과 보다 풍성한 토크를 선보인다. 유명 경제 유튜브 슈카가 이끄는 2교시에는 신입생 주시은 아나운서가 합류해 환상의 케미를 선보인다.

TV와 모바일을 아우르는 크로스 미디어 프로그램 <돈 워리 스쿨 2>는 매주 일요일 밤 12시 5분 TV판으로 방송된 뒤 모바일판으로 재구성되어 SBS 뉴스 홈페이지와 <스포츠뉴스> 모바일 플랫폼(유튜브, 페이스북, 인스타그램, 각종 포털 등)을 통해 업로드될 예정이다.

부서탐방



“One팀! 원(元)팀!”

- 함께 일하고 최고의 목표를 이룬다

- 콘텐츠전략본부 마케팅솔루션팀

'마케팅 솔루션'이란 말이 낯설다. 어떤 팀인가?

광고업계에서 주로 사용하는 말인데 간단히 말하면 '광고주의 다양한 니즈를 통합해서 One Stop으로 해결한다'는 의미이다. 그동안 본부별로 분산돼 있던 예능/교양 협찬 업무와 TV/R 캠페인 업무를 한 팀으로 통합하고, SBS M&C와 협업하여 SBS 마케팅 수입을 극대화하는 것을 목표로 하고 있다.

작년 12월에 팀이 신설된 후 3개월이 지났다. 달라진 점은?

같은 고민을 하는 사람들이 많아지면서 분절되어 있던 생각들이 모이기 시작했고 광고주 중심으로 생각할 수 있는 토대가 마련되었다. 일을 하다보면 각자 담당하는 팀이나 프로그램 외에는 집중하기 쉽지 않은데 커뮤니케이션도 활발해지고 동료들의 도움을 받기도 수월해졌다. 특히 SBS M&C 콘텐츠솔루션 1, 2팀도 같은 공간에서 근무하게 되어 정말 큰 팀이 된 느낌이다.

이런 변화에 따른 불편함이나 부작용은 없는지?

처음에는 걱정이 많았으나 지금은 공간이 조금 좁은 것 빼고는 없다. 단순히 같은 공간에만 있는 것이 아니라 마케팅 매출 확대라는 공동의 목표를 위해 한 걸음씩 나아가는 중이다. 하지만 새로운 마케팅 기준을 세팅하고, 통일된 업무 프로세스를 구축하고, 다양한 아이디어들이 실제 성과로 이어져야 한다는 숙제는 여전히 남아있다.

SBS M&C도 광화문, 목동, 광고주/대행사 등 접촉면이 많아 물리적으로 힘든 점도 있지만, SBS 패밀리로서 더 큰 목표를 향해 같이 걸어가고 있다.

팀의 캐치 프레이즈가 있다고 들었다.

“One팀! 원(元)팀!”이다. 통합 마케팅을 목적으로 각 팀과 M&C 담당자들이 함께 일하고 최고의 목표를 이루자는 의미에서 생긴 구호이다.

코로나 이슈로 회사 매출에 대한 걱정이 많다.

우리 팀뿐만 아니라 광고팀이나 사업팀 등 매출 관련 부서는 피부로 더 체감하고 있다. 이런 국가적 재난 상황에서 기업이 벌이는 광고, 마케팅 활동은 소비자들에게 역효과나 부정적 이미지로 전달될 가능성이 있어 상황이 안정될 때까지 지켜보는 경향이 있다고 한다. 그러나 내부적으로는 '코로나 NEXT'를 고민하고 있다. 코로나 사태 이후 다양한 형태로 분출될 협찬/캠페인 니즈를 선점하기 위해 디지털 등 새로운 상품 개발과 우선접촉 대상 기관 등을 리스트 업 하고 있다.

2020년 목표는?

올해 경영목표 설명회에서도 언급되었듯이 통합 콘텐츠 마케팅을 본격적으로 개시하고자 한다. 데이터 기반, 디지털 중심의 마케팅을 강화하고 다양한 장르의 콘텐츠가 가지는



SBS M&C
이혜영 부장

추윤곤

SBS M&C
김현아 차장

유민종 차장대우

장점을 극대화해 더 많은 성공 사례를 만들고 싶다. 그리고 제작진이 프로그램을 만들 때 처음부터 같이 소통해서 새로운 시도를 할 수 있는 안정적인 재원을 마련해주고 싶다.

끝으로 한마디

신설 부서라 내외부적으로 준비할 것들이 많았다. 아직 만나지 못한 제작진이나 광고주도 많다. 팀이 탄생하고 갖추어지기까지 도와주신 분들께 감사드린다. 앞으로 가야할 길은 멀지만, 성원해주는 모든 분들께 성과로 보답해 드리고 싶다.

교양D스튜디오 '알고보면' 채널 오픈 - 생활 정보 한 자리에

교양D스튜디오에서 새로운 유튜브 채널을 오픈했다. <모닝 와이드>를 기반으로 한 '알고보면' 채널이 바로 그것이다.

'알고보면' 채널은 <모닝 와이드>의 다양한 코너 중 '정보'에 초점을 맞춰 아이템을 선별한 뒤, 유튜브 환경에 알맞게 재편집하는 정보 전문 채널이다. 소재는 <모닝 와이드>에서 가져오되, 편집은 짧고 간결하게 함으로써 <모닝 와이드>의 주 시청층인 4~50대 이상은 물론 젊은 층까지 공략할 예정이다. '알고보면' 채널은 지난 2월 28일(금) 오픈한 뒤 주 5~6회 업로드 중이며,



'단기간에 허리 돌려 줄이는 법', '월급 제대로 관리하는 법', '고기 맛있게 굽는 법', '드라이어로 5분 안에 머리 말리는 법' 등 알아두면 좋을 생활 상식 외에도 '마스크 재사용 가능 여부', '휴대전화 올바른 소독법' 등 요즘 사람들이 가장 궁금해 하는 유용한 정보를 짧고 재미있게 제공하고 있다.

'알고보면' 채널 제작진은 "유튜브 검색창에 '알고보면 채널'을 검색한 후 구독을 누르면 여러분이 궁금해 하는 유익한 정보를 매일 휴대전화로 받아 보실 수 있다"며 사원들의 구독을 부탁했다.

SBS 라디오, 글로벌 iAB 기준 따른 팟캐스트 청취자 통계 공개

SBS 라디오가 팟캐스트 청취자 통계를 업계 최초로 공개했다. 이번에 공개된 자료는 대부분의 글로벌 팟캐스트 업체들이 적용하고 있는 iAB 기준을 따른 것으로, 광고 영업에 필요한 가장 중요한 정보로 알려져 있다.

미국 팟캐스트 광고시장은 폭발적으로 성장하고 있으나, 국내 팟캐스트 시장은 눈에 띄는 성장세를 보이지 못하고 있다. 그 원인으로 광고 영업에 필요한 통계 시스템 미비가 꼽힌다.

SBS 라디오는 2019년부터 미국의 팟캐스트 업체인 ART19 으로부터 iAB 기준에 부합하는 자료를 제공받아왔다. iAB 기준은 중복 청취자와 비정상적인 IP 주소를 제거한 것으로 실제 청취 행태에 가장 근접하다.

SBS 팟캐스트 프로그램을 대상으로 한 이번 자료에 따르면, 주간 누적 스트리밍 약 71만 회를 기록한 <두시 탈출 컬투쇼>와 컬투쇼의 번외편 격인 <컬투쇼 레전드 사연>이 각각 약 7만 회, 45만 회로 1, 2위를 차지했고, <김영철의 진짜 미국식 영어>가 3위에 올랐다. SBS 라디오가 기존 라디오 프로그램과는 별도로 제작하는 오리지널 팟캐스트 프로그램 <씨네타운 나인틴>(6만 회- 6위)과 <필름클럽>(1.6만 회)도 주간 스트리밍에서 상위권에 있다.

최근 미국 발 오디오 콘텐츠 열풍으로 오디오 콘텐츠에 대한 글로벌 관심이 뜨겁고, 국내에서도 네이버가 투자에 나선 등 팟캐스트 시장은 높은 성장 잠재력을 갖고 있다. 이번 SBS 라디오의 청취자 통계 공개는 오디오 콘텐츠 생

SBS 팟캐스트 통계데이터(2020. 2. 24 ~ 3. 1)

순위	프로그램 명	주간스트리밍
1	두시탈출 컬투쇼	711,336
2	컬투쇼 레전드 사연	446,216
3	김영철의 진짜 미국식 영어	256,538
4	배성재의 텐	168,178
5	이재익의 정치쇼	142,513

태계의 불투명성을 해소하고, 청취자 데이터를 기반으로 그동안 유튜브에 비해 빈약했던 수익화 모델을 다각화할 수 있는 계기를 마련한다는 점에서 의미가 있다.



<김수미의 밥은 먹고 다니냐?> 유튜브에서도 킬러 콘텐츠 입증

SBS Plus <김수미의 밥은 먹고 다니냐?>가 유튜브에서도 화제성을 입증하며 킬러 콘텐츠로 자리매김했다.

<김수미의 밥은 먹고 다니냐?>가 가구 시청률 1%를 돌파한 데 이어, 유튜브 채널 <김수미의 밥은 먹고 다니냐?>도 월간 조회 수 1,000만 뷰를 돌파하며 화제성을 입증했다. 지난해 10월 유튜브에 개설된 채널 <김수미의 밥은 먹고 다니냐?>는 현재 구독자가 7만 명을 넘어섰으며 빠르게 구독자 수가 늘고 있는 추세다.

특히, 간암 4기 선고를 받은 아내의 사연은 단일 클립 200만 뷰를 기록하는 등 화제를 모았다. 이슈가 되는 셀럽들의 사연은 물론이고 진정성 있는 일반인들의 이야기도 업로드

시 수십만 뷰는 기본이고, 100만 뷰 이상 콘텐츠도 다수 나오고 있다.

명실상부 최고의 킬러 콘텐츠로 자리 잡은 <김수미의 밥은 먹고 다니냐?>는 매주 월요일 오후 10시에 방송된다.



보도국 공항진, 총무팀 김광윤 안식년

보도국 공항진 기상전문 기자와 총무팀 김광윤 차장이 4월부터 안식년을 맞이한다.



공군 기상 장교 출신인 공항진 기자는 SBS 날씨 방송의 기틀을 다졌다. SBS 메인 기상캐스터로 활동하며 누구보다 친절하고 쉽게 날씨를 전달했으며, 최근에는 기상 기자들과 기상캐스터들을 포함한 날씨팀을 이끌었다. 한 후배는 공항진 부장 별명이 '공블리'라며 힘들고 어려운 상황에서도 항상 밝게 팀을 이끌었다고 전했다.

공 기자는 작년에도 태풍과 강원도 산불 상황을 실시간으로 보도하는 등 지난 30년 동안 밤낮 없이 SBS 기상재난 보도에 앞장섰다. "심 없이 달려온 30년 동안 늘 시청자 편에 서려고 노력했다"고 소회를 밝힌 공항진 기자는 "SBS가 계속 기상과학 분야 뉴스를 선도했으면 한다"는 바람을 같이 전해 왔다.



김광윤 차장은 1992년 7월 SBS에 입사하여 유무선 전화 및 전용 회선 등 방송의 근간이라 할 수 있는 통신 분야를 담당했다. 해마다 SBS의 성장만큼이나 통신 관련 업무량도 늘어났지만, 후배들은 김광윤 차장을 항상 부드러운 표정과 넉넉한 마음으로 나보다 사우들의 편의를 먼저 챙긴 선배로 기억한다. SBS 생활 후반부에는 일산제작센터 및 등촌동공개홀 시설관리 책임자로서 역할을 다했으며, 그가 있는 곳에는 항상 정이 넘치는 공간이 되었다. 산을 좋아하는 김광윤 사우의 앞날에 건강과 행복이 가득하길 빈다.