# SBS 사보

사훈
건강한 콘텐츠로
더 나은 세상을 만든다

**제1172호 |** 2021년 8월 5일(목)

@sbsnow

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


## 해냈다! 2020 도쿄올림픽 시청률 1위

## 빅 이벤트 중계는 역시 SBS!

SBS가 2020 도쿄올림픽 중계에서 압도적인 우위를 보이며 평창올림픽에서의 영광을 재현하고 있다. SBS는 도쿄올림픽 개회식이 열린 7월 23일(금)부터 8월 3일(화) 현재까지 12일 동안, 프라임타임 2049시청률에서 9번 1위를 차지하며 승기를 이어가고 있다.

개회식부터 시청자들의 선택은 SBS였다. SBS는 일본 도쿄 신주쿠 국립경기장을 100% 재현한 버추얼 스튜디오에서 최기환, 주시은, 주영민 세 사람이 전문적이면서도 유려한 중계를 펼쳤다. 각국의 역사와 문화를 치우침 없이 소개했고, 206개국 선수단의 한 줄 출사표와 CG를 이용한 선수 소개와 종목 소개는 색다른 재미를 주었다. 아시아 국가 선수단 입장 시 독도에서부터 줌아웃 되는 위치 설명은 정보와 재미에 감동까지 더하며 뜨거운 호평을 받았다. SBS는 개회식 2049시청률 2.5%를 기록하며 MBC(2.3%), KBS(1.6%)를 따돌리며 올림픽 첫날부터 1위를 거머쥐었다.

7월 24일(토)부터 시작된 본격적인 경기 중계에서도 SBS는 전 종목 골고루 선전하며 빅 이벤트 중계는 SBS임을 다시 한번 확인시켜 주었다. 올림픽 양궁 5관왕에 빛나는 박성현, 박경모 부부 해설위원의 찰떡 케미, 펜싱 인간판독기 원우영 해설위원의 공감 해설을 비롯해서 야구 이순철·이승엽, 탁구 현정화 등은 관록의 해설을 보여주었다. 또, 첫 데뷔인데도 차분한 해설을 보여준 수영 정유인, 태권도 차동민, 배드민턴 이용대, 역도 윤진희 위원 등도 제 몫을 톡톡히 해냈다. 코로나19 밀접 접촉자로 분류돼 자가격리된 이원희 위원을 대신해 긴급 투입된 유도 장성호 위원은 유도대표팀 전력분석관다운 깊이 있는 해설로 힘을 보탰다. 해설위원들이 도쿄올림픽 개막까지 2~3회 이상의 리허설을 거치며 대비한 게 실전에서 빛을 발했다.

손근영 스포츠국장은 "4~5개월간 고생한 CG TF팀을 비롯해서 도와주신 여러분께 감사드린다. 일단 폐회식이 끝날 때까지 사고 없이 중계를 끝내는 게 목표다. 기본을 잘 지키면서 사고 없이 중계를 마무리할 수 있도록 최선을 다하겠다"고 말했다.

**2020 도쿄올림픽 프라임타임 중계 2049시청률(7/23~8/3 현재, 닐슨코리아 수도권)**

| 채널 | 7/23(금) | 7/24(토) | 7/25(일) | 7/26(월) | 7/27(화) | 7/28(수) | 7/29(목) | 7/30(금) | 7/31(토) | 8/1(일) | 8/2(월) | 8/3(화) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| SBS | 2.5 | 2.3 | 3.8 | 3.0 | 3.8 | 4.4 | 3.4 | 2.8 | 2.8 | 2.6 | 3.0 | 2.1 |
| MBC | 2.3 | 1.9 | 4.6 | 1.8 | 2.3 | 3.7 | 2.3 | 2.0 | 3.3 | 2.1 | 1.5 | 1.7 |
| KBS2 | 1.6(KBS1) | 1.3 | 2.2 | 1.7 | 1.6 | 2.0 | 1.6 | 1.2 | 2.0 | 3.1 | 2.7 | 2.1 |

*프라임타임: 18:00~중계 종료 시
*7/23(금): 개회식(19:59~23:49)

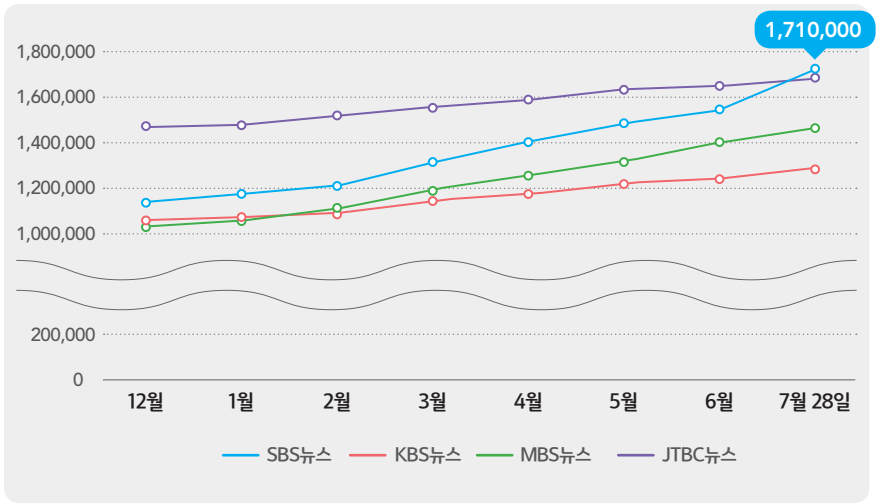
# SBS 뉴스, 지상파·종편 전체 유튜브 구독자 1위!

## '유용성' 앞세운 전략 통했다… SBS 뉴스, 언론사 유튜브 구독자 증가 1위

SBS 뉴스 유튜브 채널이 7월 28일(수) 구독자 170만 명을 돌파하면서 보도채널 YTN을 제외한 지상파·종편 전체에서 구독자 1위에 올라섰다. 지난해 말까지만 해도 1위 JTBC 뉴스 147만, 2위 SBS 뉴스 115만으로 32만 명의 격차가 있었다. 올 들어 SBS 뉴스 채널은 언론사 가운데 최다 구독자 증가세를 기록하면서 급격히 격차를 좁혔고, 올림픽과 BTS 단독 인터뷰 등 이벤트가 더해져 169만 명의 JTBC를 추월했다. 8월 2일 현재 SBS 뉴스는 173만 명으로 격차를 점점 더 벌리고 있다. 언론사 전체로는 24시간 유튜브 라이브 방송을 하는 보도 채널 YTN의 248만 명에 이어 2위다. SBS 뉴미디어국의 저널리즘 콘텐츠 비디오머그(유튜브 구독자 102만), 스포츠머그(12만)을 합칠 경우엔 287만 명으로 압도적인 1위를 차지한다.

SBS 뉴스 유튜브 채널이 구독자 증가 수 1등을 차지한 배경에는 구독자 확대 전략이 주효했던 것으로 보인다. 2049시청률 1위를 유지하고 있는 핵심 콘텐츠인 〈8 뉴스〉의 단독 기사 취재 대상과 내용을 시간상 제약이 없는 디지털 콘텐츠로 신속히 제작해서 영향력을 확장했고, 〈주영진의 뉴스브리핑〉, 〈오뉴스〉, 〈모닝와이드〉, 〈뉴스토리〉의 주요 콘텐츠 유통의 초점도 구독자 유발 가능성에 맞췄다. 특히, 기존 뉴스를 그대로 유튜브로 전달하는 것은 구독 유발이 크지 않다는 점을 감안해 디지털 오리지널 콘텐츠를 적극적으로 공급했다. 유튜브의 콘텐츠는 넘쳐나지만 깊이 있는 저널리즘 콘텐츠는 부족하다는 점에 착안하여 보도본부 논설위원실과 협업해 인물 탐구 콘텐츠 〈그 사람〉(진행: 윤춘호·양만희 논설위원)과 이슈의 중심을 다루는 〈이슈블라〉(진행: 정하석 논설위원)를 공급했다. 이들 콘텐츠는 매회 수백~수천 명의 구독자를 유발하면서 3월부터 SBS 뉴스 구독자가 큰 폭으로 늘어나는 데 기여했다. 〈뉴스토리〉 방송 내용을 문답식 스토리텔링으로 풀어보는 〈후스토리〉(진행: 박병일 선임기자)와 TV 뉴스에선 시간 제약으로 깊이 있게 다루지 못한 경제와 자산 문제를 다루는 〈월스트리트〉(진행: 정호선·손승욱 부장) 등도 호평을 받고 있다.

**월별 구독자 수 비교**




## 기록 세운 '올림픽 하이라이트' 와 'BTS 〈8 뉴스〉 출연'

2020 도쿄올림픽 개막과 방탄소년단(BTS)의 〈SBS 8뉴스〉 출연이라는 이벤트에 맞춰 공급한 디지털콘텐츠들도 지상파·종편 전체 유튜브 구독자 1위 달성의 효자 역할을 했다.

뉴미디어국은 도쿄올림픽이 방송 3사가 유튜브에서 전면전을 벌이는 첫 번째 올림픽이 될 것이라는 점에 주목해 만반의 준비를 했다. SBS 뉴스 채널은 유튜브에서 〈가장 빠른 하이라이트〉를 제공하는 계정으로 이용자들에게 인식되도록 전략을 실행한 것이 성공을 거뒀고 〈올림픽 현장스케치〉, 〈풀 영상 하이라이트〉 등에서 구독자와 조회 수가 급증했다. 스포츠취재부와 협업해 운영하는 〈도쿄 V로그 Live〉도 생생한 도쿄 취재 소식, 해설위원과 담당 기자들의 전날 경기 분석 등을 전하며 좋은 반응을 얻고 있다. 〈비디오머그〉는 조성원 선임기자가 제한된 여건에서도 〈비머 인 도쿄〉를 통해 경기 중계 외 소식을 전하고 있고, 〈스포츠머그〉는 스포츠 취재의 전문성을 활용한 분석 콘텐츠들을 내놓으면서 구독자를 늘려가고 있다.

또한 도쿄올림픽 기간 중이던 7월 24일(토), BTS가 〈SBS 8뉴스〉에 출연한 것은 구독자 증가 속도를 높이는 데 중요한 역할을 했다.

당일 〈SBS 8뉴스〉는 올림픽 중계로 9시 20분 넘어 방송됐는데도 유튜브 라이브 동시 접속자가 18만 4천 명을 넘었고, 다시보기는 82만 명을 넘는 기록을 세웠다. BTS 〈8 뉴스〉 출연 영상, 인터뷰 풀 영상, BTS 출연 예고 영상, 비하인드 영상을 이용자의 콘텐츠 활용 패턴에 맞춰 적시에 공급하고, 16개국 언어로 자막을 제공하면서 높은 조회 수는 물론 당일 〈8 뉴스〉 프로그램과 BTS 콘텐츠들로만 4만 명 가까운 구독자를 증가시켰다.

---

# 더 나은 일상을 꿈꾸는 당신을 위한 〈티파니와 아침을〉

모비딕 스튜디오에서 2021 하반기 대세 프로그램으로 자리 잡을 새로운 프로그램을 론칭한다.

8월 6일(금) 저녁 6시 첫 공개를 앞두고 있는 〈티파니와 아침을〉(연출: 옥성아)은 글로벌 셀럽 소녀시대 티파니 영이 단독 MC로 나서 더 나은 일상을 꿈꾸는 당신을 위한 '스페셜 루틴' 콘텐츠를 선보인다.

〈티파니와 아침을〉은 '멋지게 사는 사람들에겐 그들만의 스페셜 루틴이 있다'는 전제에서 출발한다. 디지털 플랫폼에서 폭넓은 지지층을 가진 워너비 멘토들을 출연시켜 그들의 성공에 바탕이 된 특별한 습관을 배워보고, 시청자들과 함께 SNS 챌린지, 해쉬태그 이벤트도 진행하는 등 새로운 트렌드를 선도해 나간다.

첫 번째 에피소드의 주인공은 전 세계 조회 수 40억 뷰의 주인공, 웹툰 〈여신 강림〉 야옹이 작가다. 최근 '싱글맘'임을 당당하게 고백하여 많은 사람들의 관심을 받고 있는 그녀가 전하는 특별한 메시지는 무엇일까?

두 번째 게스트, 통역사 안현모의 스페셜 루틴은 무엇이고, 그녀가 알려주는 꼬리에 꼬리를 무는 특별한 영어 학습법에는 어떤 것들이 있을까?

이처럼 1834 남녀들의 워너비 게스트를 섭외하여 '더 나은 일상'을 꿈꾸는 모든 사람들에게 긍정의 에너지를 선보인다.

모비딕 스튜디오는 코로나 시대 지친 이들과 '함께 나누는 스페셜 루틴'이라는 신개념 콘텐츠를 도입해 디지털 대세의 기반을 공고히 할 계획이다.

# 뜨거운 호응으로 <당신이 혹하는 사이 2> 돌입

파일럿과 시즌 1을 거치며 팬덤을 만들어온 <당신이 혹하는 사이>(연출: 김규형, 장경주/이하 <당혹사>)가 호응에 힘입어 시즌 2, 10부작으로 돌아온다. 말 한 마디로 세상을 쥐락펴락하는 한 사람의 실체, 사건은 종결됐지만 가족들은 끝을 내지 못한 비극적인 이야기 등 더욱 솔깃한 이야기가 시즌 2에 펼쳐진다.

기획자이자 호스트인 윤종신의 집에 다시 한번 송은이, 봉태규, 변영주, 원더걸스 유빈이 모였다. 여기에 뉴 페이스로 각종 음모론을 섭렵한 주우재가 합류한다. 주우재는 첫 녹화부터 음모론에 휩쓸리는 듯하면서도 날카롭게 분석하는 음모론 마니아다운 면모를 과시했다. 또한 매회 팩트 체크는 물론 대화 주제를 확장해 줄 각 분야의 전문가들이 함께한다. 미국 사건 전문인 대한미국인 타일러 라쉬, 국내 사건 전문인 권일용 프로파일러, 역사적 통찰력이 빛나는 심용환 작가 등이 출격 준비를 마쳤다.

<당신이 혹하는 사이>는 "음모론의 실체와 배후, 확산 메커니즘을 추적하며 확대·재생산을 경계했다"는 평을 받으며 파일럿으로는 드물게 이달의 PD상을 수상했다. 또한 시즌 1은 사건을 단순 소비하는 데서 그치지 않고, 의혹을 제기하고 다시 조명했다는 점에서 호평받으며 상반기 지상파·종편을 망라한 교양 프로그램 2049시청률 TOP 10에 이름을 올렸다. 시즌 2 역시 순간 혹하며 넘어가는 뉴스들에 대한 경계를 늦추지 않고, 혹하고 지나간 사건들에 대해서도 끊임없이 의혹을 제기할 예정이다.

첫 방송에서는 세계를 쥐락펴락하는 일론 머스크의 실체와 그를 둘러싼 음모론에 대해 다룬다. 성공한 테슬라의 CEO, 세계적 갑부, 상상을 현실로 옮긴 몽상가… 이런 최고의 타이틀에 만족하지 못한 채 각종 파격과 기행을 일삼는 그는 누구일까? 비트코인 주가를 주무르고, 도지코인이라는 황당한 가상화폐를 폭주시키며, 화성 이주 계획을 진지하게 실행하고 있는 일론 머스크. "비트코인을 창시한 수수께끼의 인물 '사토시 나카모토'가 일론 머스크이다", "화성에서의 인류 지배를 위해 가상화폐 실험을 하고 있다"는 음모론은 과연 사실일까? <당혹사 2>는 8월 12일(목) 밤 10시 30분에 첫 방송된다.

인터뷰 이 사람 INTERVIEW

## 단단한 내공이 느껴지는 <그 사람>

### - 보도본부 논설위원실 윤춘호 부국장, 양만희 부장

양만희 윤춘호

**논설위원실 윤춘호, 양만희 기자가 SBS 뉴스 홈페이지와 유튜브에 연재하는 디지털 오리지널 콘텐츠 <그 사람>이 호평을 받고 있다. 두 사람은 함께 인터뷰이를 선정하고, 각자 자료조사를 마치고 이를 공유한 다음, 3~6시간 동안 공동으로 인터뷰를 진행한다. 이 내용을 윤춘호 기자는 글로 정리하고, 양만희 기자는 1시간 내외의 영상으로 편집해 올리면서 바람직한 협업 모델을 보여주고 있다.**

**기획은 어떻게 하게 됐나?**

**윤:** 작년 4월 총선 직후 모든 언론이 여권의 유력 대권후보인 이낙연에 주목할 때 이해찬 대표에 대해 글을 썼다. 두 사람이 공동선대위원장이었는데 이해찬에 주목하는 언론은 없었다. 저 사람의 심정은 어떨까 하는 생각에서 썼는데 반응이 괜찮았다. 그때부터 연재가 시작돼 때론 인터뷰로, 때론 인터뷰 없이 자료만으로 삼십여 명에 대해 글을 썼다.

**양:** 올 초 논설위원실로 오면서 <그 사람>에 합류하게 됐다. 이왕 하는 인터뷰, 영상으로도 찍자는 논의가 있던 때였다. 워낙 윤 선배의 글을 좋아했는데, 영상으로 나오면 어떨까 궁금하기도 했다. 그렇게 시작해서 2주에 한 번씩 지금까지 15편의 영상이 올라갔다.

**몇 편 읽어봤는데, 윤 기자의 글 솜씨가 뛰어나다.**

**윤:** "방송기자가 글을 잘 쓰네?"라는 말을 해주시기도 하는데, 방송기자가 신문기자보다 글을 못 쓴다고 생각해본 적이 없다. 글 쓰는 기회가 적을 뿐 글 잘 쓰는 동료들이 많다. 저는 재주가 별로 없는데 그나마 조금이라도 있다면 읽고 쓰는 거다. 기자 다음의 인생은 작가로 살려고 한다. '작가'라는 아이덴티티는 지금도 갖고 있다.

**양:** 윤 선배는 등단만 안 했을 뿐 책을 이미 두 권 낸 작가다. '봉인된 역사'는 선배 고향인 전북지역 한 농촌 마을의 일제강점기 역사를 다룬 책이고, '다산, 자네에게 믿는 일이란 무엇인가'는 다산 정약용과 이승훈 등 초기 천주교 신자들의 믿음과 배교에 대한 책이다. 기본적으로 글발이 좋은 분이고, 기자협회보에 인터뷰했듯이, '문학청년'이다.

**사전 조사에 시간이 많이 들 것 같다.**

**윤:** 수첩에 메모하면서 준비하는데 15장 정도 쓴다. 인터넷에서 볼 수 있는 자료는 다 보려고 한다. 사실 2주에 하나는 부담감이 컸는데 양 부장과 같이하면서 부담을 덜었다.

**양:** 자료와 질문거리 등 A4로 30~40쪽 준비한다. 인터뷰 대상자가 유명인이라면 알려진 게 많아서 굳이 같은 말을 들을 필요는 없다. 같은 내용이라도 다른 포인트에서 질문해야 하는 어려움이 있다. 사람에 대한 평가는 글을 통해 직접적으로 묘사할 수 있다. 동영상은 편집자가 개입할 수 있는 게 순서나 자막 정도다. 시청자가 보고 들으며 판단해야 하므로 인터뷰 영상 안에 모든 것이 담겨야 한다. 그래서 자료 조사를 더욱 열심히 한다.

**인터뷰에 몇 명이 나가나?**

**양:** 저희 둘과 카메라 기자 둘, 오디오맨 둘 모두 여섯 명이 나간다. 처음엔 카메라 두 대 놓고 간단히 한다는 생각이었는데 A&T 영상취재팀에서 적극 지원해주었다. 조춘동 부장, 김남성 기자가 부탁하지도 않았는데 스마트폰까지 6~7대의 카메라를 가져온다. 요즘은 자비로 슬라이더라고, 카메라 움직이는 것까지 구입했다. 인터뷰는 화면이 단조로울 수밖에 없는데 두 프로 덕분에 다양한 화면을 만들고 있다.

**인터뷰 후의 작업도 만만치 않을 것 같다.**

**윤:** 인터뷰까지가 30%이고 나머지 70%는 그 이후에 이루어진다. 요즘은 좀 빨라지긴 했지만 순수하게 글 쓰는 시간만 20시간 가까이 들어간다. 한 주는 사전 조사와 인터뷰로 보내고, 그다음 주는 논설위원으로서 뉴스에 출연하는 일을 병행하면서 인터뷰를 정리한다.

**양:** 스크립터가 정리해주면 주제별로 묶어서 다시 다 들어본다. 스크립트에 담기지 않은 상황이 있을 수 있고, 나가면 곤란한 게 있다. 표정도 본다. 타임 코드를 적고 인서트 자료화면을 넣어 동영상 원고를 완성한 후 뉴미디어뉴스부에 넘긴다. 뉴미디어뉴스부 정명원 부장, 이강 차장, 정연 차장, 편집자 장현기 씨가 SBS의 오리지널 디지털 콘텐츠가 강해져야 한다는 생각으로 적극 도와주고 있어 힘이 난다.

**두 사람이 같이 일한 경험이 있나? 서로 안 맞으면 곤란할 것 같다.**

**윤:** 법조팀, 정치부, 국제부 등에서 만났고 제가 사회부장할 때 양 기자가 사건데스크여서 밀접하게 한 1년 함께 일했다. 양 기자는 제가 좋아하고 존중하는 후배이자 동료다. 그런 사람과 협업의 모델을 만들어간다는 게 의미가 있다.

**양:** 사이가 안 좋았다면 안 한다고 했을 것이다(웃음). 인터뷰이를 선정할 때 한 사람이라도 'No'라고 하면 서로 다신 이야기를 꺼내지 않는다. 인터뷰가 끝났을 때도 글 따로, 영상 따로 메시지가 가는 건 곤란한데 생각의 차이가 거의 없다.

**인터뷰 후에 당사자 반응은 어떤가?**

**윤:** 인터뷰는 '거리 두기'와 '비판하기'라고 생각한다. 선의와 존중으로 대하되, 일방적으로 쫓아가선 안 된다는 생각이 강박적으로 있다. 삼십 명 넘게 인터뷰했는데 끝나고 고맙다고 밥 먹은 게 서너 명이 안 된다. 뭔가 섭섭한 게 있는 거다(웃음).

**앞으로 계획은?**

**양:** 기자들이 이것저것 해보고 제일 마지막에 하는 게 인터뷰라고 한다. 좋은 답을 끄집어낼 수 있는 좋은 인터뷰어가 되는 것이 마지막 단계인데 우리는 지금 그 경험을 쌓고 있다. 사람 이야기는 저널리즘의 대상이다. 거의 모든 신문사에서 논설위원들이 한 면씩 인터뷰를 한다. 그들은 현안 중심이지만 우리 것은 인물탐구의 성격이 강하다. 방송에는 없고 신문에도 많지 않다. 시청자가 봤을 때 "이 사람 이런 사람이구나" 하는 신박한 느낌을 주는 영상과 글이 됐으면 좋겠다. 단기간적인 것들에 집중하지 않고 그 사람에 대한 이해를 높이는 그런 내용을 꾸준히 다룰 것이다.

인터뷰 이 사람
INTERVIEW

# '아미'들이 인정하는 SBS 문화예술전문기자

## - 보도본부 정책문화부 김수현 부장

**방탄소년단, BTS가 7월 24일(토) <SBS 8뉴스>에 전격 출연해 김용태 앵커와 대담을 나눴다. 빌보드 메인 싱글차트에서 8주 연속 1위 대기록을 세운 뒤 가진 언론과의 첫 단독 인터뷰다. 일명 '724프로젝트'를 무사히 끝내고 뒤늦게 몸살을 앓고 있는 보도국 김수현 문화예술전문기자를 만나봤다.**

**출연 예고가 당일 오전 10시에 있었을 정도로 철통 보안이었다. 프로젝트는 어떻게 진행됐나?**

휴가지에서 돌아오던 7월 21일 수요일 늦은 오후, 김해공항에서 BTS 소속사인 하이브 홍보팀장의 전화를 받았다. <SBS 8뉴스>와 빠른 시일 내에 인터뷰하고 싶다는 거였다. BTS가 지난해 KBS뉴스에 출연한 뒤, 하이브 홍보팀장에게 다음번엔 꼭 SBS와 인터뷰하자고 이야기해 왔지만, 2018년에도 SBS 뉴스에 출연한 적이 있어서 또 하기는 어려울 거라고 여겼던 것도 사실이다. 그런데 다시 SBS 뉴스에 출연하고 싶다는 거다! BTS가 '배턴터치'하며 빌보드 싱글차트 연속 8주 1위 기록을 세우고 대통령 특사 임명 소식도 있었던 시점이라 한국 언론을 통해 하고 싶은 얘기가 있었을 것이다. 무조건 하겠다고 응답하고 회사에 연락했다. 올림픽 개막식과 경기 중계 등으로 날짜를 잡는 게 까다로웠다. 김포공항에 내려서도 이리저리 연락하느라 한 시간 넘게 공항을 떠나지 못했다. 논의를 마치고 하이브 측에 몇 가지 안을 제시하고 나서야 귀가했다. 시간이 촉박하니 잠이 오지 않았다. 밤늦게까지 반드시 챙겨야 할 '체크리스트'를 작성했다. 다음날인 목요일 낮, 하이브에서 토요일로 하자고 연락이 왔다. 전날 만든 체크리스트를 갖고 보도본부장실에서 관련부서 회의를 하고 본격적인 준비에 들어갔다. <8 뉴스>뿐 아니라 뉴미디어 콘텐츠에 활용할 다양한 영상을 만드는 데 중점을 두고 하이브 측과 협의했다. 당초 하이브에서는 스튜디오에서 20분간 인터뷰 녹화만 하겠다고 했으나, 40분 인터뷰 녹화에 더해, 대기실에서 스튜디오로 이동하며 사인하는 모습까지 커버하겠다고 밀어붙였다. 다채로운 화면과 분위기 조성을 위해 1층 미디어 폴 환영 영상은 뉴미디어국이 맡았고, 동선상의 사인보드 제작은 콘텐츠프로모션팀의 도움을 받았다. 아미만큼 BTS를 잘 아는 사람들은 없기에 인터뷰 구성에서 사내 아미들의 도움을 많이 받았다. 또 2018년에 BTS 인터뷰를 담당했던 작가가 휴가를 반납하고 합류했고, 영상취재와 편집자도 BTS를 잘 아는 사람을 배정해 달라고 요청했다. 지난번 인터뷰 때 의자가 불편해 보였다는 아미의 제보를 받았기에 의자까지 신경 썼다. 편집부에서 세트팀에 요청해 용케 보라색 의자를 구해왔다. 인터뷰 당일 김용태 앵커도 센스 있게 보라색 넥타이를 했다. 1시간 남짓한 녹화 영상을 2시간 내에 16분으로 압축 편집해 무사히 송출할 수 있었던 건 미리 머리를 맞대고 치밀하게 준비한 덕분이다. 개인적으로는 SDF 기획부서에서, 또 브랜드전략팀장으로 일할 때 여러 프로젝트를 진행했던 경험이 도움이 됐다. 시청자 반응이 좋아 안도했고 하이브도 '더할 나위 없었다'며 감사의 뜻을 전해왔다. 기사는 제 이름으로 나갔지만, 작가와 앵커, 취재부서와 편집부, 영상취재와 영상편집, 뉴미디어국, CG팀, 세트팀, 콘텐츠프로모션팀, 경비팀 등등, 함께 완성한 프로젝트였다. 모두에게 감사드린다.

**방송기자로서는 유일무이하게 BTS에 대해 깊이 있는 글을 써왔다. 그래서 하이브에서 단독을 주지 않았을까?**

처음엔 딸이 BTS를 좋아해서 관심을 가졌는데, 어느새 BTS 기사를 맡아놓고 쓰게 되었다. 방송뉴스는 시간의 한계가 있지만, 단순 기록 중계에 그치지 않으려고 노력한다. 2018년 편집부에 있을 때 BTS 영상 콘텐츠에 클래식 음악이 많이 들어간 걸 발견하고, '클래식 in BTS월드'라는 취재파일을 썼다. 문화담당기자로 복귀한 후 더 나아가 'BTS 월드의 클래식과 인문학 코드' 기사를 <8 뉴스>에 보도했다. KBS 클래식FM에서 이를 주제로 방송하고 싶다는 연락을 받아, SBS 보도 내용이라는 걸 밝히는 조건으로 수락한 적도 있다. 팟캐스트에서도 BTS를 꾸준히 다뤘고, 인터뷰 1주일 전쯤 '퍼미션 투 댄스'의 여러 메시지에 주목해 빌보드 1위 배턴터치 가능성을 예견하는 기사를 <8 뉴스>에 보도했다. 저는 아미는 아니지만 아미들은 이런 점을 알아주는 것 같다. 이런 기사들이 타사와 다르지 않았을까 한다.

**한 달여 전 SBS 최초의 문화예술전문기자가 되었다.**

이번이 문화부에 4번째로 온 거고 합해서 12년 남짓 문화 담당으로 일했다. 문화부 기자들만 느끼는 일종의 '비애'가 있다(웃음). 맨 끝에 들어가고, 맨 먼저 빠지는 게 문화 기사다. 문화가 다양해지고 특히 밀레니얼 세대의 문화에 대한 관심은 높아졌는데, 거꾸로 뉴스에서 비중은 줄고 조직도 쪼그라들었다. 담당기자가 6~7명 됐던 시절도 있었는데 지금은 딱 두 명이다.

요즘 같은 시국에 먹고사는 일이 급한데 문화라니 무슨 사치스러운 얘기냐 하는 분도 있는데, 문화예술도 많은 사람들이 종사하는 산업이고 생계가 달린 직업이다. 또 몸에 필요한 밥뿐 아니라 영혼에 주는 밥도 필요하지 않을까? 특히 요즘 문화 뉴스를 보면서 위로를 얻는다는 얘기를 많이 듣는다. 뉴스의 다양성을 위해서라도 BTS뿐 아니라 문화 뉴스에 조금 더 관심을 가져주셨으면 좋겠다.

**뉴스에서 전하지 못한 얘기들을 취재파일로 꾸준히 쓰고 있다.**

맞다. 취재파일 뿐 아니라 팟캐스트 '커튼콜'도 매주 하는데, 농반진반 '한풀이 팟캐스트'라고 부른다(웃음). 매주 게스트 섭외하는 게 쉽지 않았는데, 요즘은 출연시켜 달라는 요청을 많이 받는다. 예술가를 포함해 문화계 인사들이 한 시간 넘게 자기 이야기를 할 수 있는 프로그램이 거의 없기 때문이다. 최근 100회를 넘겼고 고정 팬들도 생겨 보람을 느낀다.

사우기고

# 안전이 직장문화로 자리 잡는 그날까지

## - 총무팀 이재엽(SBS 안전관리자)

작년 한 해 동안 산업재해로 다친 사람은 92,383명, 목숨을 잃은 사람은 882명입니다. 아주 극소수 사고만 뉴스에 보도될 뿐, 우리나라에서는 크고 작은 산업재해가 매일 발생하고 있습니다. 저는 이러한 산업재해가 발생하지 않도록 「산업안전보건법」에 따른 안전관리자 업무를 담당하기 위해 올해 4월 경력직으로 입사했습니다.

입사 지원에 앞서 고민이 많았습니다. 안전관리자로서 방송국이란 업종은 생소했고 관련 정보를 찾거나 조언을 구할 수 있는 사람이 없었기 때문입니다. 하지만 생소한 업종인 만큼 이뤄낼 수 있는 영역이 넓으리라고 생각했습니다. 또 여러 자회사가 존재하는 SBS이기 때문에 더 많은 영향력을 발휘할 수 있겠다고 생각했습니다.

지금까지 SBS에 안전관리자가 없었던 것은 아니지만 「산업안전보건법」에 따른 업무가 체계적으로 작동하고 있지는 못했습니다. 그래서 입사 이후 차근차근 안전관리 체계를 만들고 있습니다. 안전·보건에 필요한 규정과 지침을 만들고 외부업체가 실시하는 공사에 대해 사고가 발생하지 않도록 지도·관리하는 업무를 수행하고 있으며, 점차 그 범위를 프로그램 제작 현장까지 넓혀갈 예정입니다.

산업재해에 대한 국민의 관심은 최근 몇 년간 꾸준히 높아졌습니다. 더는 출근하여 목숨을 잃는 사람이 없어야 한다는 국민적 공감대로 내년 1월에는 「중대재해처벌법」이 시행됩니다. 사람은 실수할 수밖에 없는 존재, 부주의할 수밖에 없는 존재이기 때문에 개인의 부주의를 막을 수 있도록 기업이 안전대책을 세우라는 법입니다. 당연히 방송국도 이 법을 피할 수 없게 되었는데요. 제가 바라는 점은, '정시성'이 가장 중요한 방송업계에서 어떻게 하면 산업재해, 안전사고에서 자유로울 수 있을지 함께 고민하는 분들이 많아졌으면 좋겠다는 것입니다. 하나의 프로그램이 많은 분의 고민과 노력으로 완성되는 것처럼, 안전도 혼자가 아닌 우리의 직장문화로 자리 잡았으면 하는 바람입니다.

저는 목동 본사 21층 총무팀에서 근무하고 있고, 작업이 이뤄지는 곳들을 돌아보고 있습니다. 혹시 제가 못 보는 어디라도 안전사고가 발생할 위험이 있다면 연락주세요. 실무에 계신 여러분들이 작업 현장에 대해 더 잘 아시겠지만, 저도 함께 고민하고 해결할 방법을 찾겠습니다.

코로나가 빨리 종결되어 많은 분을 만나 뵙길 소망합니다. 건강 모두 잘 챙기시고요. 저에 대한 소개를 마칩니다. 감사합니다!!