내일을 봅니다

SBS사보
www.sbs.co.kr

제1016호 | 2014년 11월 19일(수) | 발행 SBS 편집 PR팀 발행처 서울특별시 양천구 목동서로 161 전화 02)2113-3286, 3304 팩스 02)2113-3299 | @SBSNOW

콘텐츠 경쟁력 조기에 회복하자!

‘SBS 창사 24주년 기념식’ 개최

11월 14일 SBS 창사기념일을 앞두고, 11월 13일(목)에 ‘SBS 창사 24주년 기념식’이 목동 SBS방송센터 13층 SBS홀에서 개최되었다. 기념사에서 이웅모 사장은 지상파의 위기 속에서 콘텐츠 경쟁력을 조기에 회복할 것과 편성구조와 제작구조, 인력과 인건비구조 등 4대 구조개혁을 지속적으로 추진할 것을 당부하였다.
유공상은 정책팀 안재형 차장대우, 박진선 사원, 편성팀 김상우 차장대우, 예능1CP소속 조효진 차장대우, 아나운서팀 유영미 차장, 인프라관리팀 조영훈 차장대우가 수상하였고, 우수부서 표창은 편성본부 문화사업팀, 보도본부 국제부가 받았다.

SBS 창사 24주년 기념사 이웅모 사장

오늘은 우리 SBS가 창사한 지 24주년이 되는 뜻 깊은 날입니다. 1990년 첫 발을 내디딘 이래 많은 어려움과 난관을 극복하고 이제는 대한민국을 대표하는 방송사, 미디어 시장을 선도하는 기업이 되었습니다. 여러분들의 땀과 희생이 없었다면 결코 이루지 못했을 성과입니다. 지난 24년간 SBS의 발전을 위해 열과 성을 다해주신 임직원 여러분께 다시 한 번 감사드립니다.

SBS 가족 여러분!

우리를 둘러싼 방송환경이 너무나 급박하게 변하고 있습니다. 소비자의 미디어 이용 행태가 변하고 종편/케이블 등 경쟁 채널이 성장하면서 지상파의 시청률과 광고가 잠식 당하고 있습니다.

반면, 지상파에 대한 차별 규제 등으로 새로운 수익원 발굴은 지체되고 있으며, 제작비와 인건비는 계속 증가하고 있습니다. 그래서 현 상황을 ‘지상파의 위기’라고 합니다. 그러나 지상파의 위기는 오늘만의 일이 아니라, 지난 10여 년 전부터 꾸준히 제기되어 왔던 이슈입니다. 위기를 말하면서도 변화는 두려워했습니다.

SBS 가족 여러분!

이제 바꿉시다. 초경쟁사회에서 살아남는 방법은 혁신밖에 없습니다. 당장은 힘들고 불편하겠지만, 다시 뜁시다. 우리 SBS는 반드시 재도약할 수 있습니다. 최근 회사는 콘텐츠 경쟁력의 조기 회복과 신규 수익원 발굴, 그리고 비용 관리 강화를 위해 대규모 조직 개편과 인사를 단행했습니다. 그동안의 어수선한 분위기를 정리하고, 전열 재정비에 힘써 주시기 바랍니다.

SBS 가족 여러분!

창사기념일을 맞아 우리의 당면 과제를 다시 한 번 공유해봅시다. 가장 시급하고 중요한 과제는 콘텐츠 경쟁력을 조기에 회복하는 것입니다. 상황이 변한 만큼, 과거의 공급자 마인드에서 벗어나 시장의 생생한 숨결과 고객의 니즈를 정확히 파악해 누구나 공감할 수 있는 프로그램을 만들어야 합니다. 콘텐츠 경쟁력 회복을 위해 최우선적으로 노력합시다.

둘째, 콘텐츠 경쟁력 확보와 함께 우리의 체질도 이번 기회에 확실하게 바꿔야 합니다. 편성구조와 제작구조, 인력과 인건비구조 등 4대 구조개혁을 지속적으로 추진합시다. 먼저 편성 패러다임을 바꿉시다. 이제 실시간 중심/시청률 중심의 편성에서 벗어나 ‘라이프타임 콘텐츠 파워’와 수익성을 함께 고려하는 편성이 되어야 합니다. 콘텐츠 제작방식도 혁신해야 합니다. 기획단계부터 다양한 분야가 협업해 마케팅, 유통, 수지 등을 종합적으로 관리하는 ‘프로젝트’ 방식이 도입되어야 합니다. 인력과 인건비 구조도 효율화하고, 유통사업 고도화, 부가사업 발굴 등을 통해 광고 이외의 수익도 많이 늘려야 합니다. 기존 구조를 개혁하는 것이 결코 쉽지 않을 것입니다. 그러나 우리 모두가 지혜를 모으고 힘을 합친다면 현재의 어려움을 돌파하고, SBS의 지속 성장 기반을 조기에 마련할 수 있습니다.

셋째, ‘내실경영’에 전력을 다합시다. 앞으로 SBS는 화려한 구호나 말보다 회사 경영에 실질적인 도움이 되거나 가시적인 성과가 나는 곳에 자원을 집중할 것입니다. 또한 사업계획과 수지목표에 대한 점검도 강화하고 직접수지와 함께 간접수지도 적극 관리할 것입니다. 현장에서도 철저한 원가 마인드를 바탕으로 ‘선택과 집중’의 원칙에 따라 자원을 배분해주기 바랍니다.

넷째, 지상파플랫폼의 경쟁력도 높여야 합니다. 고화질 방송과 직접수신이 가능한 UHD방송에 총력을 다해야 합니다. 주파수 확보와 함께 방송 준비도 잘해주시기 바랍니다. 지상파에 대한 차별 규제를 해소하는 데에도 많은 역량을 집중해야 합니다. 중간광고제 도입, 외주제도 개선 등 지상파에 대한 우호적인 정책환경을 조성하여 미디어 생태계의 변화를 우리가 주도해야 합니다.

끝으로, 혁신적인 조직문화도 정착되어야 합니다. 제도나 조직이 아무리 바뀌어도 구성원의 생각이나 일하는 방식이 변하지 않으면 혁신은 결코 성공할 수 없습니다. 우리 모두 각자의 직무를 재점검하고, 일하는 방식을 혁신하여 변화를 만들어 냅시다.

SBS 가족 여러분!

내년은 광복 70주년, 창사 25주년이 되는 해입니다. SBS의 희망찬 내일을 향해 힘차게 함께 전진합시다.

감사합니다.

창사특집 UHD 다큐 〈아름다울 美〉 3부작

창사특집 UHD 다큐 〈아름다울 美〉 3부작의 첫 작품이 11월 16일(일) 베일을 벗었다.

시대와 지역에 따라 다양한 감각과 형태로 표현되던 아름다움. 하지만 자본주의와 시각적 자극의 확산은 인간의 욕망과 맞물려 아름다움에 우열의 잣대를 들이댄다. 지금 세계는 절대적 미에 대한 환상, S라인으로 대표되는 표준화된 미적 기준 때문에 몸살을 앓고 있다.

창사특집 UHD 다큐 〈아름다울 美〉는 과학과 인문학을 아우르며 원래 관용과 치유의 다른 표현이었던 아름다움이 어떻게 권력과 차별의 아이콘이 되었는지 살펴보고, 이를 통해 이 시대 우리 생활방식이 미적인 가치에 얼마나 큰 영향을 받는지, 미의 추종자에서 벗어나 자신만의 미감을 창조하는 것이 왜 중요한지 모색해 본다.

아름다워져야 한다는 강박에 그 어느 때보다 시달리는 한국사회.

2014년 창사특집 대기획 〈아름다울 美〉에서는 UHD 4K 고화질 영상과 함께 아름다움의 진정한 가치에 대한 탐구에 도전한다. 2부와 3부는 11월 23일과 30일 밤 11시 15분에 방송된다.

INDEX ▸▸▸ 01 창사 24주년 기념식 02 미래한국리포트 03 수목드라마 〈피노키오〉 04~05 프로그램 소식 06 사내 · 그룹 소식 07 희망TV SBS 08 사우 기고

한국사회 재설계 방향은?

SBS 제12차 미래한국리포트 11월 12일 개최

SBS가 주최하는 제12차 미래한국리포트가 11월 12일 '한국사회 재설계 – 공공성 그리고 착한 성장사회'라는 주제로 서울 신라호텔 다이너스티 홀에서 개최됐다.

이날 행사에는 박근혜 대통령이 축하 영상을 보내왔고 정홍원 국무총리가 참석해 축사를 했다. 또 최양희 미래부장관, 정종섭 안행부장관, 최성준 방송통신위원장 등 정부관계자와 김무성 새누리당 대표와 문희상 새정치민주연합 비대위원장 등 여야 정치인 등 모두 6백여 명이 참석했다.

올해 미래한국리포트에서는 세월호 사고를 계기로 한국사회가 과거의 사고에서 교훈을 얻지 못한 원인을 규명하고, 앞으로 한국사회의 시스템이 어떤 방향으로 나아가야 할지에 대해 분석했다.

이를 위해서 SBS는 서울대 사회발전연구소와 공동으로 대형 재난을 겪은 다른 나라들을 비교 분석했다. 한국과 2005년 허리케인 카트리나를 겪은 미국, 2010년 후쿠시마 원전사고가 난 일본, 1953년 대홍수 피해를 입은 네덜란드, 그리고 원전 폐기를 선언한 독일 등 5개국을 연구해, 이들 나라가 사회적 위험에 어떻게 대처하거나 혹은 예방하고 있는지, 그리고 그런 대응이 국가의 앞날에 어떤 결과를 가져왔는지를 살펴봤다.

대한민국 공공성 OECD 33개국 중 '꼴찌'

연구결과 사회의 공익성과 시민 참여 등을 나타내는 공공성 수준은 재난 · 안전과 밀접한 관련이 있는 것으로 조사됐다. 분석대상 5개국 공공성 순위는 OECD 33개국 중 네덜란드가 11위, 독일이 12위, 미국이 24위, 일본이 31위. 한국은 가장 낮은 33위를 기록했다.

특히 일본과 한국은 공공성의 4개 영역에서 최하위권을 기록했다. 한국의 경우 공익성 33위, 공정성 33위, 시민성 31위, 공개성 29위였고, 일본은 공익성 29위, 공정성 27위, 시민성 30위, 그리고 공개성 27위였다.

실제로 공공성 수준이 낮은 한국의 산재사망률은 터키와 멕시코에 이어 OECD 국가 중 3위이다. 또 위험관리역량과 재난이 발생한 이후 원래 삶의 터전으로 돌아오는 회복역량도 현저히 낮다. 결국 한국은 공공성이 가장 낮은 나라여서 가장 높은 위험에 노출되어 있고, 원래의 삶을 회복할 수 있는 기회도 가장 낮은 것으로 나타났다.

따라서 한국의 안전 수준이 낮고 재난이 반복되는 원인은 재난이 시스템의 문제라고 보지 않고 재난이 누구 때문에 발생했는지 희생양을 찾는 내재화로 진행됐기 때문이라고 연구팀은 분석했다. 하지만 희생양을 찾고 나서 시스템은 개선되지 않기 때문에 대형재해가 반복되는 악순환의 고리가 생겼다는 것이다.

신뢰 부패 개선하면 일자리 8만개 증가

반면 한국이 신뢰와 부패수준을 공공성 순위가 비슷한 일본 수준으로 개선시킨다면 한국경제는 연평균 최대 1.3%p 추가적으로 성장할 수 있는 것으로 나타났다.

서울대 경제학과 김병연 교수는 제12차 미래한국리포트 발표에서 성장률이 1.3%p 높아지면 지난해 한국의 경제성장률은 3%에서 4.3%로 상승하며 이럴 경우 일자리가 추가적으로 8만개 가량 늘어난다고 밝혔다.

최근 연구에 따르면 경제성장에 영향을 미치는 근본 요인으로서 신뢰, 부패, 사회적 합의의 중요성이 부각되고 있지만 한국의 신뢰 수준은 다른 국가에 비해 낮은 편이다. 세계가치관조사에서 한국의 신뢰수준은 2010년 26.5%로 나타났다.

반면 일본(35.9%)과 미국(34.8%)은 한국보다 높다. 따라서 2010년 한국의 신뢰수준이 일본이나 미국의 신뢰수준으로 상승한다면 한국의 경제성장률은 0.8%p 가량 추가 성장할 수 있다고 김 교수는 밝혔다. 또 한국이 투명성을 공공성 수준이 우리와 비슷한 일본의 74점으로 높인다면 경제성장률은 0.5%p 상승할 수 있어 결과적으로 경제 성장률이 1.3%p 올라갈 수 있다는 것이다.

신뢰와 부패 문제 해결을 위해서는 경제제도의 질과 제도의 일관성을 개선해야 한다고 김 교수는 주장했다. 실제로 헤리티지재단의 2013년 경제자유도지수를 살펴보면 한국의 기업자유도는 9위이나 노동자유도는 세계 140위로 매우 취약하며, 부패로부터의 자유도는 세계 41위에 머무르고 있다. 이 때문에 한국은 제도의 분산 정도가 매우 심하고 일관성도 낮다.

SBS 제언, 공공성 중심으로 국가 개조

SBS는 제언을 통해 먼저 관피아 문제 해결을 위한 사회적 대화를 제안했다. 공직자는 공복이니까 모든 개인이익을 희생하고 무조건 국민에게 봉사하라고 할 것인지, 재직기간에 수고하면 퇴임 후 자리를 보전해주는 지금과 같은 관피아 방식을 부분적으로 용인할 것인지, 아니면 합당한 보상 체계를 갖추고 비리를 엄벌할 것인지, 그 방식에 대해서 사회적 논의를 시작해야 한다고 밝혔다.

특히 과잉 규제는 관피아 문제 해결 차원에서 논의할 것을 제시했다. 정작 꼭 필요한 규제와 불필요한 규제를 뒤섞어 버리게 되므로, 규제의 총량을 줄이는 것을 선(善)으로, 규제를 강화하는 것을 악(惡)으로 여기는 착시현상을 낳기 때문이다. 안전을 둘러싼 고무줄 같은 규제는 부패와 떼어 놓고 생각할 수 없다.

두 번째는 국회에서 표류 하고 있는 이른바 '김영란법'의 조속한 처리를 촉구했다. '김영란법'은 투명성을 높이고 부정부패를 차단하기 위해 만든 부정청탁 금지 및 공직자의 이해충돌 방지법이다. 이미 서울과 전남, 충남, 성남시 같은 지방정부에서 '지방판 김영란법'을 도입해 시행하고 있기 때문에 더 이상 늦출 이유가 없다.

마지막으로 시민 참여 역량을 키울 것을 제안했다. 공공성을 담보할 주체는 국가만이 아니고 시민도 중요한 주체다. 공적인 사안에 대한 시민들의 관심과 참여가 무엇보다 중요하기 때문이다.

올해 행사에는 정호선 SBS 미래부 기자가 '위험 사회, 대한민국'을 주제로 한국 사회를 설명하고, 이재열 서울대 사회학과 교수가 '재난은 왜 반복되는가?', 장덕진 서울대 사회발전연구소장이 '지속가능사회의 조건', 김병연 서울대 경제학과 교수가 '사회적 위기를 성장의 기회로'라는 내용으로 각각 발표했다. 이어 김무성 새누리당 대표와 문희상 새정치민주연합 비대위원장이 강평했다.

SBS 미래한국리포트는 2012년부터 성장과 고용, 복지가 선순환 하는 착한 성장사회'를 미래한국의 지향점으로 정하고, 착한 성장사회 구현을 위한 국가적 아젠다를 연구, 확산시키고 있다.

새 수목드라마 〈피노키오〉 11월 12일(수) 첫 방송!

스타 배우와 제작진의 이색청춘멜로 화제

〈너의 목소리가 들려〉의 제작진과 주연 배우의 재회, 안방극장의 대세로 각광받는 스타들의 만남으로 제작 단계에서부터 큰 관심을 모았던 SBS의 새 수목드라마 〈피노키오〉(극본 박혜련, 연출 조수원)가 11월 12일(수) 첫 방송되었다. 거짓 이름으로 사는 남자와 거짓말을 못하는 여자의 청춘성장멜로드라마 〈피노키오〉는 기자의 꿈을 안고 방송사에 입문한 각양각색의 청춘들이 혹독한 수습 기간을 거치며 진정한 기자가 되어가는 과정을 흥미진진하면서도 감동적으로 그려나갈 예정이다. 〈너의 목소리가 들려〉, 〈닥터 이방인〉의 주인공 이종석이 자신의 과거와 본명을 숨기고 택시운전을 하다가 기자가 되는 최달포 역으로 다시 한 번 여심을 사로잡을 것으로 기대되며, 〈상속자들〉로 한류스타로서의 인기를 굳건히 다진 박신혜가 '피노키오 증후군'을 앓고 있는 최인하 역을 맡아 핫한 케미를 선사하고 있다. 그 외에 모든 것을 다 가진 재벌 2세 서범조 역의 김영광, 아이돌 그룹 사생팬 출신 기자 윤유래 역의 이유비 등 젊은 스타들과 이필모, 강신일, 변희봉, 진경, 신정근 등 탄탄한 연기력을 갖춘 중견 배우들이 노련한 연기로 드라마를 빛냈다.

첫 회부터 공장 화재를 진압하던 소방관들이 순직하고 진화 작업을 지휘했던 아버지가 실종되면서, 하명이 과거를 버리고 최달포로 살게 되는 어린 시절이 속도감 있게 전개되며 눈길을 끈 〈피노키오〉는 1회 시청률 7.8%(닐슨코리아, 전국 기준)에서 2회 9.8%로 수직 상승했다.

방송에 앞서 11월 6일(목) 개최된 〈피노키오〉 제작발표회는 연출을 맡은 조수원 감독과 이종석, 박신혜, 김영광, 이유비, 이필모가 참석한 가운데, 뜨거운 취재 열기 속에 진행되어 하반기 기대작임을 입증하였다. 조수원 감독은 "박혜련 작가의 좋은 대본을 군더더기 없이 연출하기 위해 노력하고 있다. 기자들이 갖가지 고충과 딜레마를 겪으며 성장하는 모습을 예쁘게 그려가는 청춘 멜로드라마가 될 것이다. 캐스팅 0순위인 좋은 배우들과 함께 하여 더욱 기쁘다."며 연출에 임하는 각오를 밝혔다.

하반기 수목드라마의 인기 판도를 바꿀 것으로 기대되는 유쾌하고 따뜻한 이야기 〈피노키오〉는 매주 수 · 목요일 밤 10시에 방송된다.

배우들의 각오 한 마디

이종석

"조수원 감독님이 이끄시는 현장이 그리웠다. 다시 함께하게 되어 행복하고 감사하다."

박신혜

"촬영 현장에서 항상 '말'의 무게감을 느끼고 있는데, 연기를 통해서 잘 표현하겠다."

김영광

"외모와 능력 모두 출중한 역에 뽑아주셔서 감사하고(웃음), 최선을 다하겠다."

이유비

"SBS 드라마는 이번이 처음이라 영광이다. 열심히 할 테니 많이 지켜봐 달라."

이필모

"사회부 기자의 고충을 잘 알게 되었고, 진정성 있는 연기로 다가가겠다."

11월의 유쾌한 만남, SBS '공감예능'

오디션의 최강자 〈K팝스타〉 돌아오다! 11월 23일 첫 방송!

자타공인 명실상부 대한민국 최고 · 최강의 오디션 프로그램 〈K팝스타〉가 11월 23일 일요일, 더 강력하고 화려하게 돌아온다.

지난해 타 오디션 프로그램들의 잇따른 부진과 폐지에도 불구하고 국내 최고의 오디션 프로그램으로서의 자리를 확고히 한 바 있는 〈K팝스타〉가 올해 시즌4를 시작한다.

양현석, 박진영, 유희열 등 3인의 심사위원과 함께 본선 첫 라운드 녹화를 마치고 출격 준비를 마친 제작진은 현장의 치열해진 분위기를 전하면서 "기존 한국 가요계에서 볼 수 없었던 유형의 실력자가 많아서 프로그램이 마무리될 무렵에는 〈K팝스타4〉가 한국 가요계에 새로운 흐름을 만들어 냈다는 평가를 받을 수 있을 것"이라며 올해도 성공을 자신하고 있다.

〈K팝스타4〉 제작발표회

지난 11월 17일(월) 〈K팝스타4〉 제작발표회가 목동41타워 '더 브릴리에'에서 개최되었다. 시즌3에 이어 심사위원으로 출연하는 양현석, 박진영, 유희열과 연출을 맡은 제작본부 예능1CP소속 박성훈 차장대우가 참석한 이번 발표회에서는 지난 시즌과 차별화된 〈K팝스타4〉의 특징을 소개하고 시청자의 기대를 당부하였다.

첫 방송을 앞두고…

박성훈 PD 이 자리에 서게 된 것이 어느덧 4년이 되었다. 그동안 〈K팝스타4〉에 보내주신 시청자들의 호평 덕분에 이렇게 다시 인사드리게 되었다고 생각한다. 감사드린다.

양현석 벌써 시즌4를 맞았다는 것이 믿어지지 않는다. 시즌3에서 유희열씨가 합류하면서 세 사람이 조화를 이루기 위한 시동을 걸었다면, 시즌4에서는 저희들의 케미가 질주를 하게 될 것이다. 또한 시즌4 참가자들이 대박이라고 감히 말씀드린다.

박진영 〈K팝스타〉에서 안티 캐릭터를 맡고 있다.(웃음) 올해도 방송임을 생각하지 않고, 재능 있는 친구들을 돕겠다는 생각으로 솔직하게 심사하겠다.

유희열 지난해에 이어서 영광스럽게도 시즌4에 합류하게 되었다. 시

즌3를 통해 개인적으로 얻은 것이 많아서, 올해도 출연하고 싶었다. 〈K팝스타4〉가 저희 심사위원에게 오디션이라면, 참가자들에게는 인생이 걸려 있다. 최선을 다해서 참가자들과 함께 걸어가도록 노력하겠다.

〈K팝스타4〉만의 특징은?

박성훈 PD 바로 세 심사위원들이 〈K팝스타〉의 경쟁력이다. 작년에 유희열씨가 합류한 뒤 1년이 지난 만큼 경쟁력이 쌓인 듯하다. 세 분 모두 전문가로서 개개인의 친근감도 높아졌으며 시너지가 더욱 커지고 있다. 작년보다 풍부한 내용을 전해드릴 수 있을 것이다.

양현석 박성훈PD 말대로 이전에는 예상치 못했을 저희 세 명의 조합이라고 생각한다. 특히 우리 중심의 핵은 박진영이다. 여전히 자기 이미지를 생각하지 않고 일관성 있게 솔직한 심사를 하고 있어 재미있다. 그리고, 유희열씨가 들어오면서 기존의 선한 이미지였던 제 위치가 흔들리고 있는데,(웃음) 올해는 유희열씨와도 때때로 언쟁을 벌이며 진행하고 있어 흥미롭게 보실 수 있을 것이다.

박진영 시즌을 거듭할수록 〈K팝스타〉가 성장스토리라는 것을 다시 느낀다. 양현석씨의 말이 많이 늘었다.(웃음) 저희 세 사람 모두 심사를 하는 동안 점점 편해져서 방송임을 잊는 경우가 많다. 〈K팝스타4〉의 가장 큰 특징이라면, 이전 시즌에 비해 노래와 춤에 재능이 있는 보컬리스트나 퍼포머보다 아티스트 성향의 우수한 참가자들이 많다는 점을 꼽고 싶다.

유희열 아까 양현석씨가 저 때문에 이미지가 흔들렸다고 했는데, 올해 살도 많이 빼시고 피부도 좋아졌다. 저와 비교되는 본인의 얼굴이 싫었나보다.(웃음) 사실 저는 작년에 처음 출연해서 적응하느라 정신없었는데, 올해는 좀 더 적극적으로 참여하는 모습을 보여드릴 것이다. 특히 '괴물'같은 실력을 가진 다양한 참가자들이 많아서 저희끼리 심사 중 의견대립을 보이기도 하는데, 저 역시 앞으로 펼쳐질 라운드가 기대된다.

〈룸메이트〉 화요일 밤 지상파 예능의 강자로!

쉐어하우스를 소재로 한 리얼 예능 프로그램으로 각광받아 온 〈룸메이트〉는 11월 25일부터 화요일 밤 11시를 새롭게 책임진다. 시즌 2를 맞이한 〈룸메이트〉는 배종옥, 박준형, 써니, 오타니 료헤이, 카라의 영지, 갓세븐의 잭슨 등을 새 식구로 들이며 더욱 더 유쾌하고 발랄해지면서 시청자들의 관심과 사랑이 높아지고 있다.

〈즐거운家〉 수요일 밤 리얼 전원생활로 공감 선사!

〈달콤한 나의 도시〉의 종영과 함께 11월 19일부터 수요일 밤 11시 15분에 방송되고 있는 〈에코빌리지 즐거운家〉는 김병만, 이재룡, 장동민, 송창의, 정겨운, 걸스데이 민아가 펼치는 '리얼한 전원생활 예능'으로서 유쾌한 웃음과 함께 친환경적 공동체의 삶을 담아내면서 따뜻한 공감을 선사하고 있다.

새 월화드라마 〈펀치〉 첫 대본 리딩

SBS의 하반기 기대작인 새 월화드라마 〈펀치〉가 지난달 31일 SBS 일산제작센터에서 첫 대본리딩을 가졌다. 〈펀치〉는 〈추적자 THE CHASER〉, 〈황금의 제국〉을 집필한 박경수 작가와 〈패션왕〉, 〈두 여자의 방〉 등을 연출한 드라마본부 드라마1EP소속 이명우 차장대우가 호흡을 맞추게 된 작품으로, 대검찰청 검사들의 인생을 건 뜨거운 승부를 감동적으로 그려낼 예정이다. 김래원, 김아중, 조재현, 최명길 등 화려한 캐스팅으로 주목받고 있는 〈펀치〉의 대본 리딩 현장은 배우들의 뛰어난 면면답게 각자의 캐릭터를 밀도 있게 표현하며 현장을 뜨겁게 달구었다. 또한 이한위, 온주완, 서지혜, 박혁권, 장현성, 이기영, 송옥숙, 이영은 등 조연 배우들도 열정적인 리딩을 선보여 드라마의 완성도를 높여줄 든든한 지원군임을 자처했다.

대본연습에 참여한 박경수 작가는 "출연을 결정해 주신 배우 분들 모두에게 감사드린다. 작은 역할이라도 한 분 한 분 살아있는 분들이라고 생각하고 최선을 다해서 쓰겠다."고 밝혀 환호를 받았으며, 이명우 PD는 "여기 계신 분들을 모시기까지 정말 많은 노력과 정성이 있었다. 극중 캐릭터를 진정성 있게 옮겨주실 수 있는 분들과 함께 작업하게 돼 영광"이라고 전하며 캐스팅에 만족감을 표했다.

2014년 연말을 강타할 기대작으로 손꼽히는 SBS 새 월화드라마 〈펀치〉는 〈비밀의 문〉 후속으로 12월 중순 첫 방송된다.

주말극장 〈모던파머〉 기자간담회

SBS 주말극장 〈모던파머〉가 11월 13일(목) SBS일산제작센터에서 기자간담회를 개최하였다. 4인조 록밴드의 좌충우돌 귀농 이야기를 유쾌하게 그려내, 파격적이고 독특한 재미를 선사하며 각광받고 있는 〈모던파머〉는 포털사이트 DAUM의 평점부문에서 9.0을 기록, 동시간대 드라마로 각각 8.5점과 6.2점을 기록한 KBS2 〈가족끼리 왜 이래〉, MBC 〈장미빛 연인들〉을 누르는 기염을 토하기도 했다. 이번 간담회에는 주연배우 이홍기, 이하늬, 박민우, 이시언, 곽동연, 서동원, 박영수가 참석하여 드라마의 내용만큼 화기애애하고 즐거운 촬영장 분위기를 전하고, 연기에 임하는 소감을 밝혔다.

〈오! 마이 베이비〉, 여성가족부와 공동주최 '토크콘서트' 개최

토요일 동시간대 시청률 1위를 지키고 있는 SBS의 리얼육아예능 〈오! 마이 베이비〉가 여성가족부와 공동주최로 11월 13일(목) 삼성동 대웅제약 베어홀에서 '오마이베이비 토크콘서트'를 개최하였다. 일과 가사를 병행하는 양립 가정의 육아와 가사분담, 여성의 경력 단절로 인한 사회적 비용 손실 등에 대한 대책을 마련하기 위해 개최된 '오마이베이비 토크콘서트'는 제작본부 아나운서팀 박찬민 차장대우의 사회로 〈오! 마이 베이비〉에 출연 중인 뮤지컬 배우 김소현, 방송인 리키김과 서울대 아동가족학과 진미정 교수, 전 평창올림픽 유치위원회 대변인 나승연, 육아아빠로 유명한 정신과 전문의 정우열, 생활놀이 멘토 김주연, 대중문화평론가 정덕현이 자신들의 경험을 바탕으로 토론을 벌이고 김희정 여성가족부 장관이 참석하여 질의응답을 하는 등 유익한 내용으로 공감을 높였다.

이번 콘서트를 통해, 〈오! 마이 베이비〉는 예능 특유의 재미와 공익성을 겸비한 프로그램으로서의 위상을 확고히 하였다는 평가를 받았다.

SBS 교양 프로그램의 새로운 시도 〈일대일 무릎과 무릎 사이〉

지난 11월 12일(수) SBS의 새 교양 프로그램 〈일대일 무릎과 무릎 사이〉(이하 일대일)가 방송되었다. 〈인터뷰 게임〉, 〈SBS스페셜-출세만세〉, 〈짝〉을 통해 실험정신이 강하고 흥미로운 주제의 다큐멘터리로 각광을 받아온 제작본부 교양1CP소속 남규홍 차장이 새롭게 선보이는 프로그램 〈일대일〉은 역사를 뒤쫓지 않고 우리가 만든다면 어떨까라는 즐거운 상상에서 출발하여 관심을 모았다.

12일 밤 11시 15분에 방송된 〈일대일〉은 만화가 강풀과 농구선수 서장훈이 게스트로 출연하였는데, 각자의 분야에서 최고의 자리에 오른 이들을 군주로 선정하여 '일대일궁'이라는 곳을 배경으로 1박 2일간 정상회담을 하는 방식으로 진행하였다. MC없이 출연자끼리 허심탄회하게 대화를 나누는 독특한 구성으로 눈길을 끈 〈일대일〉은 우리 시대의 특별한 두 사람이 만들어가는 관계에 주목, 넘쳐나는 토크 프로그램들 사이에서 새로운 시도로 재미와 의미를 창출하여 호응을 얻었다.

'SBS 파워FM콘서트 DJ' 개최

파워FM이 개국 18주년을 기념하여 11월 9일(일) 'SBS 파워FM콘서트 DJ'를 개최하였다. 'SBS 파워FM콘서트 DJ'는 '어쿠스틱', '꼴라쥬'에 이은 파워FM 콘서트 제3탄으로, SBS라디오 청취자들을 초대해 감사의 마음을 전하고, 파워FM 가족으로서 추억을 만들고자 개최한 축하 파티이다. 한국 rock의 거장 김창완부터 인디음악의 서태지로 불리는 장기하, 최고의 악동들 DJ DOC의 '노래하는' 김창렬, 신세대 발라드스타 케이윌, 일렉트로닉 팝그룹 클래지콰이의 호란 등 파워FM의 DJ이자 다양한 장르에서 뛰어난 음악적 역량을 자랑하는 뮤지션들이 총출동한 'SBS 파워FM 콘서트 DJ'는 상암동 프리즘타워 공개홀에서 청취자들의 뜨거운 관심 속에 개최되었다. 이번 콘서트는 DJ들의 공연뿐만 아니라 청취자들을 위한 다양한 이벤트도 진행되었다. 파워FM 프로그램 애청자들의 감동적인 사연들을 소개하고, 케이윌이 결혼 5주년을 맞은 한 · 중 부부에게 축가를 불러주는 등 18년간 청취자와 함께한 파워FM의 관록이 빚어낸 뜻깊은 시간으로 꾸며져 큰 호응을 얻었다. 'SBS 파워FM 콘서트 DJ'는 11월 15일(토)~16일(일)에 특집 방송되었다.

사내 소식

SBS 임원인사 및 기구조직 개편

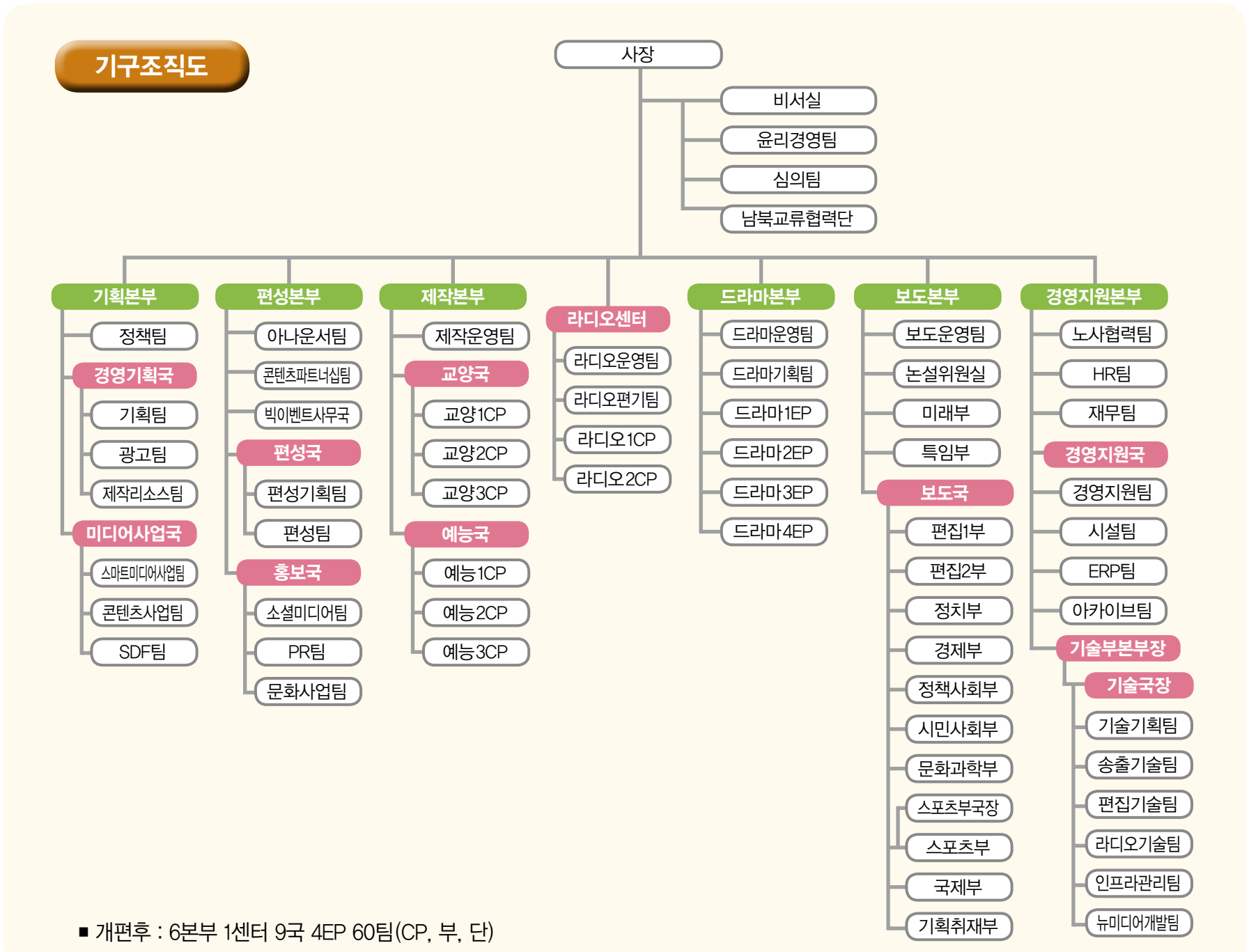
• 일부 조직 신설 및 유사업무 통합으로 효율 개선
• 기존 제작단위 체제 유지하여 조직의 안정성 확보

SBS는 11월 10일자로 임직원 인사 및 기구조직 개편을 단행하였다. 이번 기구조직 개편은 일부 조직을 신설하는 한편, 유사 업무를 통합하여 시너지를 도모하고 효율을 개선하기 위한 방편으로 이루어졌다. 또한 제작본부, 라디오센터, 드라마본부, 보도본부는 기존 제작 단위 체제를 유지하여 조직의 안정성 확보에 주안점을 두었다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

기획본부가 신설되어 비용과 매출을 관리하는 경영기획국, 미디어사업국 2국 체제를 도입하고 뉴미디어 전략 기능 및 콘텐츠 유통사업 기능을 강화했다. 신설된 경영기획국에는 기획팀, 광고팀(명칭변경), 제작리소스팀이, 미디어사업국에는 스마트미디어사업팀(명칭변경), 콘텐츠사업팀(신설), SDF팀(명칭변경)이 소속된다.

편성본부는 SDF사무국, 제작리소스팀, 스마트미디어기획팀을 기획본부로 이관시키고, 편성기획팀, 편성팀이 소속된 편성국으로 편성 본연의 전문성을 강화하는 한편, 외주제작 기능을 담당하는 콘텐츠파트너십팀을 신설하여 제작부문간 조정과 경쟁을 유도했다. 또 올림픽, 월드컵, 아시안게임 등 주요 빅 이벤트 경쟁력 강화를 위해 빅이벤트사무국을 신설했다. 신설된 홍보국에는 소셜미디어팀, PR팀, 문화사업팀이 소속되어 온/오프라인 홍보기능에 집중한다. 아나운서팀은 제작본부에서 편성본부장 직속으로 이관되었다.

경영지원본부는 국 단위 기구를 신설했다. 신설된 경영지원국은 경영지원팀, 시설팀, ERP팀, 아카이브팀이 소속되어 순수 지원기능 통합으로 효율화를 꾀하고, 기술국은 기술부본부장과 대내외 역할 분담 및 기술 간부인력을 육성하게 된다. 기술분야의 기존 팀 단위는 유지된다.



■ 개편후 : 6본부 1센터 9국 4EP 60팀(CP, 부, 단)

그룹 소식

'레전드' 이규혁, 스피드 스케이팅 해설자 변신

SBS-SBS스포츠, 이규혁 해설위원 영입

'스피드 스케이팅의 전설' 이규혁(36)이 중계석 마이크를 잡는다.

이규혁은 11월 14일(이하 한국시간) SBS스포츠에서 생중계 되는 2014 ISU 스피드 스케이팅 월드컵을 시작으로, SBS와 SBS스포츠의 해설위원으로 활약한다. 약 23년 간 국가대표 유니폼을 입고 빙상 대표팀 맏형 역할을 톡톡히 해왔던 이규혁은, 은퇴 후 중계석에서 후배들의 활약상을 전달하게 됐다.

제작진은 1994년 릴레함메르를 시작으로 총 6회 연속 올림픽 출전이라는 대기록을 세운 이규혁이, 풍부한 경험을 바탕으로 예리하면서도 애정 어린 해설을 해 줄 것으로 기대하고 있다. 이규혁은 은퇴 후에도 여러 예능 프로그램에 출연해 재치 있고 노련한 입담을 뽐내며 방송인으로서의 자질을 과시하기도 했다.

이규혁은 "처음 제안을 받았을 때 좋은 해설가로서 역할을 해낼 수 있을지 고민을 많이 했다. 하지만 여러모로 좋은 기회라고 생각했고, 스케이트를 통해 받은 사랑을 많은 이들에게 돌려줘야 한다고 생각했다. 기존에 해설을 했던 선배들에게 다양한 조언을 듣고 공부해서 알차고 전문적인 시각의 해설을 하겠다"고 소감을 밝혔다.

SBS 사회공헌활동 행복한 미래, 즐거운 나눔

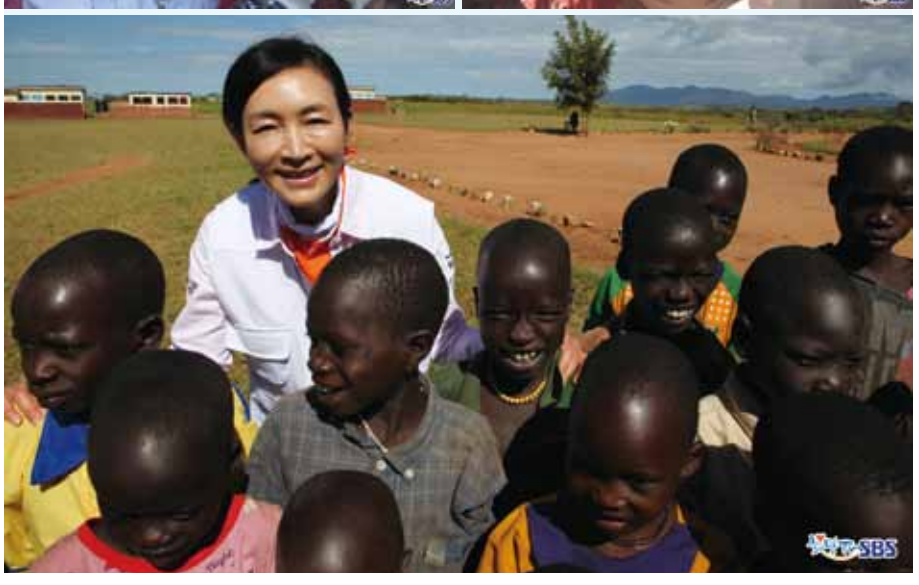
〈2014 희망TV SBS〉 가슴 따뜻해지는 감동과 나눔의 기쁨 알려

〈2014 희망TV SBS〉가 지난 5월에 이어 11월 14(금), 15(토) 양일간 방송됨으로써 2014년 희망 나눔 행진의 대미를 장식했다.

한 아이의 엄마로서 더욱 성숙한 공감과 경청의 모습을 보여준 송윤아와 최기환 아나운서의 안정된 진행으로 총 7부, 10시간 35분 동안 방송된 〈2014 희망TV SBS〉는 나눔의 의미와 작은 정성이 일으킬 수 있는 기적의 힘을 조명하여 SBS의 대표적인 사회공헌 프로그램으로서 그 역할을 톡톡히 해주었다.

지난 18년간 가난과 질병으로 고통 받고 있는 지구촌 곳곳의 아이들에게 꿈과 희망을 전해온 〈희망TV SBS〉에 올해도 최고의 스타들이 동참했다. 김혜자(동콩고), 고두심(인도네시아), 정애리(우간다), 정경화(르완다), 오윤아(마다가스카르), 서영희(남수단), 윤소이(방글라데시), 서유정(필리핀)은 오랜 내전과 기아, 노동으로 고통 받는 아프리카, 아시아 아이들을 만나 〈희망TV SBS〉를 통한 지속적인 후원을 약속했다. 또한 배우 유호정, 이태란, 여진구, 가수 타블로도 희귀난치병으로 힘겨운 하루하루를 살아가는 국내 환아들에게 웃음과 희망을 선물해주었다.

〈2014 희망TV SBS〉는 마무리되었지만 국내외 아이들에게 꿈과 희망을 선물하는 〈희망TV SBS〉는 계속 진행형이다.



| 경조사 소식 |

❁ **애도합니다** 제작본부 예능3CP소속 서혜진 시모상(10월 29일)
편성본부 아나운서팀 김태욱 부장 누님상(11월 16일)

부서 탐방 | SBS A&T 보도CG실

우리나라의 CG기술은 작업 속도와 완성도에 있어서 세계적인 수준이다. 최근 영국 BBC에서 SBS A&T의 보도CG실을 찾아와 견학을 할 정도였으니. 그동안 우리 눈에는 뉴스 기사만 보였다. 그 뒤에서 묵묵히 일하는 보도 CG맨들을 찾아가 봤다.

보도 CG실의 하는 일은?

뉴스 및 보도제작에 필요한 디자인(CG)을 제작한다.

뉴스의 속성 상 긴박하게 이뤄지는 작업이 많을 것 같다. 작업 프로세스를 말해 달라.

취재기자가 기획/취재한 내용에서 필요한 CG를 의뢰하면서 시작된다. 의뢰된 내용을 파악하여 CG를 구상하고 관련자료를 찾는다. 그 후 CG를 제작하여 담당부서에 넘기면 영상편집 시 CG를 삽입하고 방송한다.

가장 긴박하게 돌아갔던 사례 몇 개만 들자면?

911테러나 천안함, 세월호 같은 대형 사고가 일어나면 하루 종일 뉴스속보로 특별편성이 이루어진다. 이런 상황에서는 메인 뉴스가 따로 없기 때문에 24시간 비상체제가 가동된다. 하루 만에 끝나는 경우는 다행이지만 세월호 사고처럼 며칠 동안 길어질 경우 매일 같은 옷을 입은 동료들을 쉽게 볼 수 있다.

최근 영국 BBC에서 SBS A&T 보도CG실을 방문했다는데.

BBC에서 향후 10년 뒤의 뉴스의 변화에 대해서 연구 중인데 세월호 사고 때 SBS에서 보여준 3D 시뮬레이션 CG가 돋보여 어떤 시스템에 의해 제작되는지 궁금하여 방문하였다. 대부분의 해외 방송 뉴스에서는 제작 시간이 부족하여 당일 일어난 상황을 3D 시뮬레이션 CG로 만드는 경우가 거의 없다. 그러나 한국의 방송사들은 그것을 가능하게 했고, 또한 고품질 3D CG로 리얼한 상황재연을 하는 것에 놀라워했다. 11월 11일에는 세월호 이준석 선장의 공판일에 맞춰 세월호 사건을 다루며 SBS에서 방송했던 3D 시뮬레이션 영상을 받아서 방송하였다. 우리 CG기술이 영국 공영방송 BBC가 본받아야 할 수준에 이른 것이 자랑스럽다.

팀은 어떻게 구성이 되어 있는지?

자회사 합병 이전에는 뉴스텍 보도CG팀으로, 약 21명이 근무했다. 합사 이후에 아트텍 비주얼디자인팀과 팀 통합이 되면서 CG팀 내 보도CG실로 운영되고 있다.

팀원들은 전공이 무엇이며 어떤 자격을 필요로 하는가?

대부분의 팀원이 미술을 전공한 디자이너 출신이고 그 외에도 여러 전공을 가진 사람들이 함께 근무하고 있다. 아무래도 시간이 부족한 뉴스 관련 업무다 보니 순발력과 손이 빠른 것이 요구된다. 그리고 장시간에 걸쳐야 익힐 수 있는 뉴스감각이 필요하다.

팀원들의 직업병이 있다면?

휴일 날 작은 사건, 사고라도 생기면 당장 회사로 달려와야 할 것 같아 편하게 쉬지 못한다. 직업병이다.

팀의 애로사항은 무엇인지?

보도CG실은 스튜디오동 5층에 사무실이 있다. 창문 없는 사무실에서 수년간 근무하다 보니 정서적으로 메마르고 답답한 것이 걱정이다.

사우 여러분의 사보 참여를 기다립니다. 여행 후기나 독후감, 전시나 공연 관람후기, 그밖에 사우 여러분의 일상생활에서 떠오른 단상들을 사보 담당자(PR팀 전은진 차장)에게 보내주세요. 채택되신 분들에게 소정의 상품(활어스시 뷔페 무스쿠스 2인 식사권, 오리지널 뉴욕 디톡주스 한 상자, 수예당 화과자, 가평 쁘띠 프랑스 입장권 4매, 천지양 젤리진 한 상자 중 한 개의 상품)을 드립니다.

사우 특별기고

〈누가 내 치즈를 옮겼을까?〉

치즈는 어디로 갔나?

젊은 세대가 텔레비전을 떠나는 현상은 전 세계적인 추세이다. 실시간 TV에 무관심하고 유료방송 가입을 해지하거나 저가상품으로 갈아타는 현상도 나타나고 있다. 심지어 TV 수상기마저 없는 Zero TV 가구도 많아지고 있다. 우리나라도 마찬가지이다. 우려되는 것은 주 소비계층인 20~40세대가 TV를 안 볼수록 광고주의 관심도 멀어지는 것이다. 매체 이용자 추적이 가능한 인터넷과 모바일 광고는 이미 방송광고 매출을 앞질렀다.

왜 광고주가 지상파를 버리고 인터넷과 모바일에 더 많이 투자하게 됐을까? TV 시청률이 떨어져서? 스마트폰이 확산돼서? 뭐든 명쾌한 진단이 나온다면 도망간 광고주를 다시 찾아올 방법이 있겠지만 무작정 찾아 나서기 전에 우선 등잔 밑을 잘 살펴봐야겠다. 그 동안 너무 가까이서 숨죽이고 있던 광고주를 무시한 것은 아닌지, 시청자가 좋아하는 프로그램을 만든다는 핑계로 우리만 좋아하는 프로그램을 만든 것은 아닌지, 우리가 만들면 다 통할 것이라고 자만한 것은 아닌지…

최근 TV시청행태는 실시간 시청에서 비실시간 시청으로, 선형적 시청에서 비선형적 시청으로 변화하고 있다. 다양한 플랫폼이 등장하여 비실시간 시청이 실시간 시청을 대체하고 있는 것이다. 미국시민 500명을 대상으로 한 최근(2014년 10월) 조사 결과에 따르면 대상자의 41%만이 실시간 TV 시청을 선호하고 43%는 비실시간 시청 방식을 선호하는 것으로 나타났다. 비실시간 시청 방식을 선호하는 사람의 18%는 몰아보기 방식으로 시청하는 것으로 나타났다(Creative Marketing Agency Hill Holliday, 2014. 10.). 그렇다면 동시간대 편성되는 여러 채널의 프로그램 중 실시간 시청을 해야만 하는 프로그램과 VOD 시청으로 미루는 프로그램의 차이는 무엇일까? 상식적으로 보더라도 프로그램 시청을 통해 획득하려는 충족의 기대치가 다르기 때문이다. 지금 시청하는 프로그램은 지금 당장 얻어야 할 충족을 기대하기 때문이며 같은 시간대 다른 채널의 프로그램은 나중에 VOD로 보면 된다는 선택의 결과가 실시간 시청을 감소시킨다. 그에 따른 벌칙은 VOD 시청으로 미뤄둔 프로그램에 대한 광고주의 싸늘한 시선이다.

이처럼 광고주의 "도 아니면 모"식의 광고 집행이 점점 심화될수록 약간 괜찮은 프로그램 여러 개보다는 단 몇 개라도 본방으로 안 보면 후회할 것 같은 진짜 괜찮은 프로그램을 만들어야 한다. 그래야 실시간 프로그램에 더 많은 광고주의 후원을 받을 수 있다. 누구는 이렇게 표현한다. "우리 회사는 안전빵으로 중박만 만들려 하는데 모험적으로 대박을 만들 분위기가 필요한 것 같다"고.

치즈를 다시 찾을 방법은 무엇인가?

물론 지금까지는 시청률과 광고매출의 상관관계는 높지 않다. 지상파 시청률은 지속적으로 하락해왔고 지상파 광고매출도 줄어들었지만 광고매출이 시청률에 연동하여 줄어든 것은 아니다. 광고주 또한 시청률만 보고 광고비를 집행했다고 보기 어렵다. 프로그램만 잘 만든다고 해서 광고매출이 당장 뛸 것 같지는 않기 때문이다. 따라서 최근의 광고매출 감소는 제작자만의 탓이 아니다.

이제라도 어떻게 하면 우리 채널의 광고매력도를 높일 수 있을지 고민해야 한다. 물론 지상파 방송광고 가치가 저평가된 것이 어제 오늘만의 일은 아니다. 프로그램 시청과 광고시청이 분리되어 있고 채널zapping의 혜택을 홈쇼핑 채널이 누리는 현재의 플랫폼 환경에서는 노력한 만큼의 광고수입은 기대하기 어렵다. 또한 온라인과 스마트 미디어의 매력에 빠진 광고주의 마음을 돌리기도 어렵다.

광고주를 찾으려면, 프로그램을 잘 만드는 노력과 함께 지상파 채널의 광고 편성방식을 바꾸는 노력이 필요하다. 우리나라 지상파 방송은 매우 엄격한 광고편성 규제를 받고 있다. 프로그램에 포함된 광고(흔히 간접광고와 상품제시광고)는 방송통신심의위원회 심의대상 단골 메뉴이고, 중간광고는 할 수도 없으며, 광고할 수 없는 상품도 너무 많을 뿐만 아니라 광고제한 품목이 연상된다는 이유로 특정기업의 이미지나 캠페인 광고도 못하게 한다.

이 중 지상파 중간광고 금지는 시급히 개선해야 할 낡은 제도이다. 지상파 방송에서 중간광고를 하지 않는 나라는 우리나라와 북한밖에 없다고 한다. 우리나라는 방송법으로 '중간광고'를 규정하여 프로그램 전후 광고와 구분하지만, 대부분의 해외국가에서는 프로그램 전후 광고와 중간광고를 구분하지 않는다. 프로그램 중간에 삽입된 광고는 잠깐 휴식이라는 뜻에서 AD break 또는 commercial break라고 표현한다. 방송사에 종사하는 사람들조차 중간광고를 하면 공익성에 저해되는 것 아니냐고 의아해 할 수 있지만, 흔히들 가장 공익적이라고 말하는 영국이나 프랑스 지상파 방송도 중간광고를 할 수 있다. 영국은 BBC를 제외한 3개 지상파 채널(ITV, Ch.4, Ch.5)에서 중간광고(AD break)를 허용하고 있다. 프랑스는 1986년부터 중간광고를 허용했다. 공영방송은 대형이벤트 중계의 경우에 중간광고를 할 수 있으며, 민영방송은 시간당 9분 내에서 중간광고를 자율적으로 배치할 수 있다.

중간광고를 편성할 수 있는 횟수는 영국과 프랑스 간에 약간의 차이가 있다. 영국은 1시간당 3회만 중간광고를 할 수 있고 프랑스는 동일한 프로그램에서 최초 중간광고 후 20분 후에나 다음 중간광고를 삽입할 수 있다. 이러한 규제틀이 유료방송채널(PP)에도 동일하게 적용되지만 유료방송채널에는 광고할 수 있는 시간을 더 주는 방식으로 비대칭 규제를 유지하고 있다.

이처럼 자율적 광고편성이 가능한 환경이라 영국과 프랑스의 지상파 광고 매출은 경기변동에 크게 영향을 받지 않고 꾸준히 증가하고 있다. 양 국가 모두 중간광고는 수준 높은 프로그램 제작을 위해 시청자가 지불하는 비용으로 생각하고 있으며 제작자 입장에서는 프로그램의 긴장감을 높이는 구성요소의 하나로 보고 있다.

물론 외국처럼 광고 제도만 바꾼다고 광고매출이 증가한다는 보장은 없다. 중간광고가 포함된 프로그램을 제작할 수 있는 환경이 조성된다면, 시청률 경쟁은 더 치열해질 것이다. 지금처럼 시간대별 프로그램 블록이 구분된 경우 시청계획에 따른 채널 이동이 자유롭지만 중간광고가 포함된 프로그램 블록은 변칙적으로 운영되어 특정 채널에 대한 충성도가 더 높아질 개연성이 있다. 또한 중간광고가 편집(skip)된 VOD 선호도가 높아져 실시간 시청률은 더 낮아질지 모른다. 어떤 환경이 도래하더라도 중박 프로그램은 대박프로그램에 밀릴 수밖에 없는 상황이 된 것이다. 사태가 호전되리라는 기대로 시간을 허비하거나 지금까지의 관행에 집착하면 할수록 상황은 더 악화되기만 할 뿐 우리에게 아무런 도움이 되지 않는다. 옛날의 영화를 다시 찾는 것이 요원할지도 모르지만 우선 벗어 놓았던 운동화는 다시 신어야 한다. 다시 미로 속으로 광고주를 찾아 떠나야 하기 때문이다.

– 기획본부 정책팀 박석철 전문위원(언론학박사)

사우 기고

1사1촌, 오서골 사과따기 봉사에 다녀와서

오서골 사과봉사는 이번이 두 번째다. 2009년 초등학교 3학년이던 큰아이의 손을 잡고 오서골에 다녀왔고, 이번에는 초등학교 1학년인 작은아이의 손을 잡고 오서골로 향하는 SBS 버스에 올랐다. 오서골은 산 좋고 물 좋은 경북 문경시 문경읍 마원1리에 위치한 마을로, 우리 회사와는 2006년부터 자매결연을 맺고 사과따기 일손돕기와 직거래 등을 통해 우정을 다져왔다.

나들이 차량이 많았던 탓에 무려 3시간 30분을 달려 문경새재 초입 오서골에 도착했다. 현장에 도착하니 자가 차량을 이용해 먼저 도착한 사우들과 오서골 식구들이 반갑게 우리를 맞아 주었다.

'사과가 붉은 빛을 띠는 이유?(정답: 자연의 섭리인 '번식'을 위해서)'에 대한 설명을 시작으로 붉은 빛이 도는 사과를 다음 해 수확을 위해 가지를 손상시키지 않고 따는 방법, '수확 시기가 이르므로 체험학습 왔다는 마음으로 너무 열심히(?) 일하지 말라'는 간절한 당부에 이르기까지 친절한 이장님의 훈화를 끝으로 두 시간 남짓 조금은 빛깔을 살펴가며, 조금은 덜 열심히 일했다. 이번 봉사에 참여한 사원 가족들은 모두 16가족 49명으로, 대학생부터 어린 꼬마까지 그 모습도 다양했다. 원 없이 사과를 시식하고 덤으로 감까지, 그리고 달고 맛나게 구워진, 끝까지 젓가락을 놓은 수 없었던 숯불 돼지고기와 시원하게 들이킨 막걸리 한 사발까지 후덕한 시골 인심 덕에 가족 여행을 방불케 한 '결연마을 일손 돕기'는 이렇게 끝이 났다.

– 심의팀 공정순