

3월 개편, 파격 편성으로 승부수

다채로운 '가족' 프로로 시청 판도 확 바꾼다



설 연휴에 파일럿으로 방송돼 큰 인기와 화제를 모았던 프로그램들이 3월 21일(토)부터 정규 편성된다. SBS는 건강하고 유쾌한 가족 프로그램들을 프라임타임에 배치하는 봄 개편을 확정지었다. 우선 주말 프라임타임 편성의 패러다임이 바뀐다. 토, 일요일 오후 8시 45분에 방송되던 주말극장 대신, 토요일엔 <아빠를 부탁해>, 일요일엔 <웃음을 찾는 사람들>이 안방극장을 찾아간다. 수요일 저녁 8시 55분에는 <영재발굴단>이, 금요일 밤 11시 15분에는 <불타는 청춘>이 방송된다.

이번 개편은 다양한 콘텐츠로 시청자들의 채널 선택의 폭을 넓혀주는 한편, 과거 <정글의 법칙> 이동 편성을 통해 <궁금한 이야기 Y>, <웃음을 찾는 사람들>로 이어지는 '금요일 블록'이라는 편성 패러다임을 개척한 SBS가 대한민국 국민들의 TV시청 패턴을 다시 한 번 바꿔놓을 것으로 기대된다.

서먹한 부녀관계 '벅'허물기 <아빠를 부탁해> 토 저녁 8시 45분

이번 설 특집 프로그램 중 방송사 통틀어 시청률 1위(1부 14.6%, 2부 13.7%/닐슨코리아)를 차지했던 <아빠를 부탁해>가 3월 21일부터 토요일 밤을 책임지게 된다.

<아빠를 부탁해>는 20대 딸과 50대 아빠의 관계회복 프로젝트로서, 한국의 모든 딸들과 아빠들, 그리고 이들을 응원하는 가족 구성원 모두가 애뜻하고 따뜻한 웃음으로 지켜보는 토요일 밤의 대한민국 대표 프로그램으로 자리매김할 것이다.

'공감유머'로 화려한 부활! <웃음을 찾는 사람들> 일 저녁 8시 45분

금요일 밤을 점점 뜨겁게 달구고 있는 <웃음을 찾는 사람들>(이하 <웃찾사>)이 체력 강화를 끝마치고 일요일 밤으로 옮겨 더 많은 시청자들과 만나게 된다.

최근 들어 10~20대 뿐만 아니라 30~40대의 공감을 이끌어내면서 시청층을 큰 폭으로 넓혀가고 있는 <웃찾사>는 '공감 유머 코드'라는 새로운 콘셉트로 진정한 공개 코미디의 진수를 선보인다. 이번 이동 편성을 통해 <웃찾사>는 주말 가족 예능의 화려한 부활을 이끌어 과거 전성기 때의 명성을 다시 찾아 줄 것으로 기대한다.

4050 청춘들의 유쾌한 만남 <불타는 청춘> 금 밤 11시 20분

중년 연예인들이 펼치는 <짜>, <패밀리가 떴다>!

아직도 마음은 청춘인 싱글 중년들이 떠나는 과감하고 유쾌한 'MT형 버라이어티' <불타는 청춘>은 금요일 밤 11시 20분에 정규 편성된다.

중년들만의 통쾌한 입담, 솔직한 감정, 때로는 삶의 아픈 경험까지도 스스럼없이 나누는 1박2일 간의 우정 만들기 <불타는 청춘>은 금요일 밤 폭넓은 시청자들의 사랑을 받을 것으로 기대된다.

전국 영재 찾아내기 프로젝트 <영재발굴단> 수 저녁 8시 55분

설 특집 파일럿을 통해 폭넓은 관심을 받았던 <영재발굴단>이 수요일 저녁 8시 55분 정규 편성된다.

'영재'는 타고 나는 것일까, 아니면 만들어지는 것일까? 그리고 어떻게 만들어지는 것일까?

<영재발굴단>은 이 해답을 찾기 위해 대한민국 곳곳에 숨어있는 영재들을 찾아 그들의 일상을 관찰하는 리얼리티 프로그램으로서, 특별한 아이들의 특별한 재능을 보여주는 것에 만족하지 않고 그들의 성격과 능력, 환경에 맞는 '행복한' 교육법을 함께 고민하며, 그 소중한 가능성을 어떻게 발전시켜 나갈 것인지를 진지하게 보여 줄 것이다.

20년 역사 <한밤의 TV연예> 수 밤 11시 10분으로 이동

<영재발굴단>의 정규편성과 함께 <한밤의 TV연예>는 수요일 밤 11시 10분으로 자리를 옮겨, 대중문화의 맥을 짚는 선구안과 막강한 취재력을 바탕으로 시청자들에게 꼭 필요한 연예뉴스를 엄선하여 발 빠르게 전하는 명품 연예 정보 프로로 거듭날 것이다.

〈풍문으로 들었소〉 TV 통틀어 콘텐츠파워지수 1위



〈풍문으로 들었소〉가 콘텐츠파워지수(CPI) 1위를 차지했다.

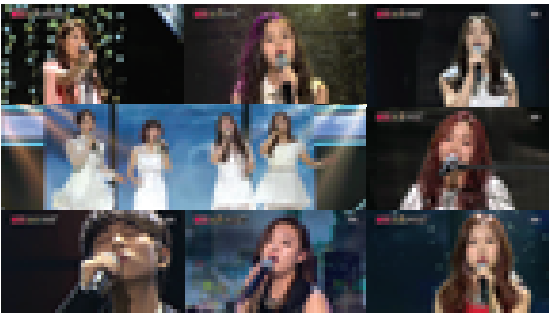
콘텐츠파워지수는 CJ E&M과 닐슨코리아가 공동 개발한 소비자 행동 기반 콘텐츠 파워 측정 모델로, 뉴스 구독과 직접 검색, 소셜 버즈 등을 통합한 것이다.

〈풍문으로 들었소〉는 지난달 넷째 주 기준으로 검색자 수와 버즈량에서 1위, 뉴스 구독에서 3위를 차지하며 전체 TV 프로그램을 통틀어 콘텐츠파워지수 1위를 차지했다.

대한민국 초일류 상류층 유준상, 유호정 부부의 허당 갑질로 유쾌한 웃음을 선사하는 〈풍문으로 들었소〉는 10일(화) 방송된 6회 시청률이 전국 기준 9%, 수도권 기준 10.4%를 기록하면서 상승세를 보이고 있다.

예측불허의 생방송 경연 돌입

〈K팝스타 4〉 역대 최강 TOP 8



〈K팝스타 4〉 생방송 무대에 진출할 TOP 8이 가려졌다.

케이티 김, 그레이스 신, 정승환, 에스더 김, 이진아, 스파클링 걸스, 박윤하, 릴리 M이 그 주인공으로, 이들은 3월 15일(일)부터 인천 남동체육관에서 진행되는 〈K팝스타 4〉 생방송 무대에서 한 치의 양보 없는 경연을 벌이게 된다.

좌측 상단부터 그레이스 신, 릴리 M, 박윤하, 스파클링 걸스, 이진아, 정승환, 에스더 김, 케이티 김

이번 시즌에도 참가자들의 뛰어난 실력과 심사위원들의 날카로운 심사평은 시청자들의 기대를 저버리지 않으며 매회 많은 화제를 뿌리고 있다.

TOP 8을 결정지은 3월 8일(일), 네이버에서 실시간으로 진행된 '불판 TALK' 〈K팝스타 4〉에는 1만 9천 9백건의 네티즌의 talk 메시지가 몰렸으며, 3월 1일(일) 방송된 케이티 김의 '네가 있어야 할 곳'은 3월 11일(수) 현재 네이버TV캐스트 350만 뷰를 돌파하는 기록을 세우기도 했다.

타 오디션 프로그램에서는 보기 힘든 따뜻한 위로와 감동이 있는 〈K팝스타 4〉는 매주 일요일 오후 4시 50분에 방송된다.

역시 UHD! 히말라야를 안방에 옮기다

〈SBS 스페셜〉 UHD특집 3부작 '인생횡단'

대한민국 최초 익스트림 탐험 다큐 〈SBS스페셜〉 '인생횡단' (연출 박준우) 1부 '테르톤, 보물을 찾는 자'가 3월 8일(일) 방송되었다. '인생횡단'은 천 년 전 티베트 불교에서 예언한 지상낙원 '베울'을 찾아서, 산악인 박정현을 비롯한 4인의 스포츠인들이 히말라야 서쪽 끝부터 동쪽 끝까지 6,600km를 횡단하는 과정을 담은 다큐멘터리이다. 이들은 무려 180일 동안 오로지 카약, 패러글라이딩, 산악스키, 산악자전거만으로 이동했다. 탐험대는 지상의 낙원 '베울'을 찾아 떠났지만, 방송으로 공개된 히말라야의 비경은 어느 한 곳 낙원이 아닌 곳이 없었다.



10년 전 히말라야 출라체에서 손가락 8개를 잃어버린 박정현 대장은 3월 5일(목) 열린 기자시사회에서 "사실 그 힘든 히말라야를 방송촬영과 함께 간다는 건, 탐험가 예겐 도살장에 끌려가는 느낌과 같다. 그래도 히말라야는 경치가 나 혼자 보기에 너무 아깝다. 이 지구상에서 가장 매력적이고 아름다운 곳이 히말라야라고 생각한다"라고 말한 바 있다.

박정현 대장이 그토록 나누고 싶어 했던 히말라야의 비경은 초고화질 UHD를 통해 안방에 고스란히 전달됐다. 집에 UHD TV가 없더라도, 4K UHD로 찍은 화면은 화질이 다르다는 게 박준우 PD의 귀띐이다. 눈과 마음이 시원하게 힐링이 되는 〈SBS 스페셜〉 UHD특집 3부작 '인생횡단' 2부와 3부는 3월 15일과 22일(일) 밤 11시 15분에 방송된다.

“재미에 푹 빠지고 영상에 놀란다”

〈냄새를 보는 소녀〉 대본 리딩 현장 공개



새 수목드라마 〈냄새를 보는 소녀〉(극본 이희명, 연출 백수찬)가 박유천, 신세경, 남궁민, 윤진서, 김소현, 김병옥, 이원종, 조희봉, 개그맨 정찬우 등이 참석한 가운데 일산제작센터에서 첫 대본 리딩 회의를 열었다.

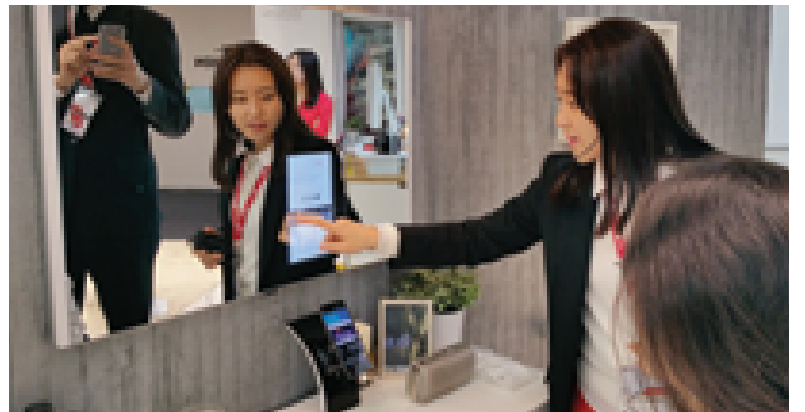
〈하이드 지킬, 나〉 후속으로 4월 1일(수)부터 방송되는 〈냄새를 보는 소녀〉는 동명의 인기 웹툰을 원작으로 한 작품으로, 3년 전 일어난 살인사건으로 여동생을 잃은 무감각한 남자 무각(박유천 분)과 초감각을 소유한 여자 초림(신세경 분)의 이야기를 그린 미스터리 서스펜스 로맨틱 코미디드라마이다.

긴장감 넘치는 사건들과 군데군데 코믹한 대사들로 인해 대본 리딩은 시간 가는 줄 모르고 진행이 됐으며, 백수찬 감독은 "시청자들도 시간가는 줄 모를 정도로 드라마의 재미에 푹 빠질 것"이라고 자신했다. 백 감독은 또, "〈별에서 온 그대〉로 촬영상을 받은 이길복 감독이 함께해 영상미도 기대해 달라"고 말했다.

MWC 참관기

스마트폰 넘어 웨어러블, 사물인터넷(IoT)으로

스마트미디어사업팀 김도식 팀장



LG전자의 사물인터넷(IoT) 스마트미러. 거울이 사용자의 피부 상태를 측정해 적절한 화장법을 추천해준다.

이달 초 스페인에서 열린 MWC(Mobile World Congress)가 주목을 받은 것은 사실 몇 년 안 된다. 첨단 전자제품 하면 으레 CES(미국), IFA(독일)였다. 그러나 2007년 아이폰 등장 이후 세상의 판이 바뀌었다. 모바일의 영토가 급속히 확장됐고 MWC 지위도 덩달아 상승했다.

올해 MWC에는 1,749개 기업이 참가했다. 전 세계 전자업체들은 애플만 빼고 다 모였다고 보면 된다(애플은 독자노선을 걷고 있다). 관람권 가격이 최저 105만원이지만 전시장은 발 디딜 틈이 없었다. '모바일'이 세상의 키워드가 됐음을 보여주는 현상이다.

올해 MWC를 요약하면, △삼성의 기사회생 △5G 시대 예고 △웨어러블과 사물인터넷(IoT)으로 방향 전환 정도가 될 것 같다. 갤럭시 S6는 훌륭했지만, 새로운 혁신을 보여주진 못했다. 오히려 스마트폰의 한계를 느끼게 했다. 이 때문인지 대부분의 기업들이 웨어러블과 사물인터넷(IoT)에서 돌파구를 찾고자 하는 흐름이 보였다. 중국에선 이번에도 엄청난 수의 기업들이 참가했다. 아주 작은 기업들조차(삼성과 애플을 모방한) 스마트폰과 스마트워치를 들고 나왔다.

방송 입장에서는 '고프로(GoPro) 따라 하기' 현상이 눈에 띄었다. 카메라는 4K로 진화했고 소니, 쉐넬 같은 대기업은 물론 많은 중소기업들도 고프로와 유사한 제품들을 선보였다.

방송 콘텐츠를 모바일 세상에서 확산시킬 새로운 기술이나 앱은 아쉽게도 안 보였다. 방송이 상대적으로 홀대 받는 듯해 섭섭했지만, 한편으로 묘한 안도감도 들었다. 아무도 하지 않고 있다면 우리에게 기회가 있는 것이니까.

〈런닝맨〉 브랜드 운동화, 모자 등 개발 착수

그룹 미래전략 사업 〈런닝맨〉 Biz TF 킷오프 미팅



중국 등 동남아에서 큰 인기를 끌고 있는 〈런닝맨〉을 브랜드로 만들어 새로운 수익 모델로 개발하는 〈런닝맨〉 Biz TF가 3월 4일(수) 킷오프 미팅을 개최하였다. 〈런닝맨〉 Biz TF는 〈런닝맨〉 브랜드의 운동화, 모자, 티셔츠 등을 제조, 판매하는 사업을 추진하며, 올 추석 전 제품 출시를 목표로 우선 〈런닝맨〉 로고와 제품 디자인에 대한 공모부터 시작한다. 상품 제조는 작년에 송승헌 운동화를 론칭한 바 있는 미국의 플랫폼 제작업체 'Rooy'가 맡는다. 〈런닝맨〉 Biz는 기존 광고 수익과 콘텐츠 판매 외에, 브랜드 사업으로 새로운 수익 모델을 창출하는 SBS미디어그룹의 미래전략 사업으로 평가 받고 있다.

〈그것이 알고 싶다〉 이달의 PD상

갑질 사건을 구조적 문제로 부각



〈그것이 알고 싶다〉 '백화점 모녀와 땅콩회항(연출 최민철)' 편이 3월 9일(월) 한국PD연합회(회장 박건식)가 주는 '이달의 PD상'을 수상했다. 〈그것이 알고 싶다〉 '백화점 모녀와 땅콩회항' 편은 대한민국을 떠들썩하게 만든 대표적인 갑질 사건을

조명해 우리 사회의 뼈뼌어진 특권의식을 고발한 프로그램으로, 구체적인 정황을 밝혀내는 등 취재력이 돋보였으며 사건이 안고 있는 구조적인 문제를 부각시키는데 성공했다는 평가를 받았다.

〈별그대〉 〈SBS전망대〉, PD가 뽑은 최고 프로그램

'제27회 한국PD대상' 작품상 수상



〈별에서 온 그대〉와 러브FM 〈한수진의 SBS전망대〉가 한국PD연합회가 주최하는 '제27회 한국PD대상' 작품상 수상작으로 선정됐다.

〈별에서 온 그대〉는 작년 서울드라마어워즈, 백상예술대상, 상하이 TV페스티벌, 도쿄드라마어워즈 등을 휩쓸었고, 〈한수진의 SBS전망대〉 역시 한국방송대상, 양성평등상에 이어 150여명의 현직 PD가 뽑은 '한국PD대상'까지 받게 돼 최고의 작품성과 창의성을 인정받았다. 시상식은 12일(목) 오후 3시 최기환 아나운서와 텔런트 서지혜의 진행으로 서울 상암동 SBS프리즘타워 3층 상암오디토리움에서 개최된다. 방송은 13일(금) 오후 3시부터 90분간 SBS에서 방송된다.

중국판 〈 짹 〉, 〈 손잡자 애정촌 〉 호평 속 순항 중

2014년 2월 아쉬움 속에 종영된 〈 짹 〉이 중국에서 부활했다. SBS는 작년 12월, 절강위성TV에 〈 짹 〉의 포맷을 판매하고 남규홍 PD와 작가 등이 제작관련 컨설팅을 진행해왔다.



그 결과물인 〈 손잡자 애정촌 〉이 1월 27일(화) 밤 10시에 처음 방송돼 5회까지 이어져 온 지금, 중국 현지 반응은 매우 우호적이다.

언론들은 다큐멘터리와 예능이 어우러진 새로운 데이팅 프로그램 포맷이라고 평가했고, 네티즌들은 "신선하다, 출연자들의 감정을 적나라하게 관찰하는 것이 재미있다, 방송분량이 너무 짧다, 다음 회가 기대된다"는 등의 호평을 쏟아냈다.

3회 시청률은 0.73%로 당일 예능 프로그램 시청률 3위를 차지하기도 했다. 4회까지 누적 동영상 조회수는 2,371,675건을 기록했고 웨이보 팔로워 수는 17만을 넘어섰다.

광고주들 역시 매우 호의적이어서 4월 21일로 완결되는 시즌 1에 이어서 시즌 2 제작에 대한 기대가 높아지고 있다.

현장스케치 | 재미와 화제성 양 손에 쥐다, 〈궁금한 이야기 Y〉



〈궁금한 이야기 Y〉 2월 13일(금) 방송에서 'S건설 윤부장'을 사칭하며 영세 상인을 등치는 사건의 용의자를 공개수배한 지 12일 만에 피의자가 검거됐다. 2009년 10월 9일 첫 방송을 한 〈궁금한 이야기 Y〉(연출 박진홍, 이동협, 도준우)는 작년 한 해에만 '광고주가 뽑은 좋은 프로그램상', '한국기독언론대상' 최우수상, '양성평등상' 최우수상 등을 휩쓸었다.

공개 수배 프로그램도 아닌데, 왜가지를 이뤘다.

불금을 즐기느라 TV를 볼 것 같지 않은데, 주변의 많은 사람들이 이 프로그램을 보고 있다는 사실에 매번 놀라고 있다. 이번 'S건설 윤부장' 사건도 그렇다. 평택의 한 떡집에 피의자가 나타났는데 마침 이 떡집 사장이 〈Y〉를 빼집없이 챙겨보는 시청자였다. 그의 수법을 TV를 통해 이미 알고 있었던 사장의 신고 덕분에 피의자를 검거할 수 있었다.

팀은 어떻게 돌아가고 있는가?

총 8개의 팀이 밤낮없이 일하고 있다. 각 팀은 PD, 작가, 조연출로 이뤄지며 스크립터들이 내부에서 백업을 한다. 매주 3개의 꼭지가 방송되니까 평균 2.5주에 한 편을 제작하는 빠빠한 일정이다. 팀장과 메인 작가는 해당 팀과 논의하여 아이템을 결정하며 취재 전반에 걸친 회의와 취재 후 구성회의, 편집 등의 후반 작업 과정에서도 지속적으로 협업한다. 덕분에 개인적으로도 입사 이후 가장 많은 시간의 수당을 받는 긍정적인 부작용(?)이 생기고 있다.

아이템 선정은 어떻게 이뤄지는지?

대부분의 아이템은 PD, 작가들이 뉴스, 인터넷 게시물 등의 일차 source를 뒤져서 찾아낸다. 제보는 아이템으로 발전되는 경우는 드물지만, 큰 반향을 불러 일으켰던 아이템들은 단독 제보에 의한 것이 많기에 소중히 챙긴다. (〈Y〉 제보전화 02-2113-5555!)

〈궁금한 이야기 Y〉만의 장점은 무엇인가?

화면에 큼지막하게 배치되는 CG자막(이미 많은 프로그램에서 벤치마킹하고 있다)으로 대표되는 세련된 비주얼이 〈Y〉의 가장 큰 특징이자 장점이라고 할 수 있다. 똑같은 사건이나 소재라도 조금 더 시청자들이 궁금해할 만한 질문을 던지며 이야기를 전개해 나가는 차별화된 스토리텔링 방식 역시 장점일 것이다. 다시 말해 '세련된 스타일을 통해 전달되는 이야기의 힘'이 〈Y〉의 장점이다.

앞으로도 이 인기를 이어가기 위해서는 어떤 것이 필요할까?

소문난 맛집에 손님이 많은 이유는 다른 게 아니라 그 집 음식이 맛있기 때문이다. 시청자들의 needs를 정확히 파악하는 아이템의 지속적인 발굴, 그리고 그 아이템을 완성도 있게 만들어 내는 것. 진부한 말이지만 이게 전부 아닐까 싶다.

그것이 궁금하다

뉴스와 결합한 새로운 기부 모델 '눈사람 프로젝트'



SBS뉴스에서는 도움이 손길이 필요한 뉴스의 주인공에게 시청자들의 기부금을 전달하는 '눈사람 프로젝트'를 진행하고 있다. 보도국 뉴미디어부 권영인 기자에게 '눈사람 프로젝트'에 대해 알아보았다.

눈사람 프로젝트는 어떻게 시작됐는지?

지난해 말 홀딩스 이슬기 차장이 뉴스와 크라우드 펀딩을 결합한 모델을 제안했다. 실제로 구현할 수 있는 방법이 뭐가 좋을지 고민하다가 눈사람을 기획하게 됐다. 추운 겨울이면 도움이 필요한 이웃들의 사연을 뉴스로 전하는 경우가 많은데 이런 기사에 직접 기부를 할 수 있는 시스템을 결합하면 의미 있는 새로운 뉴스 모델이 되겠다는 생각이 들었다. 처음에는 파일럿 개념으로 진행해보고 그 결과를 바탕으로 정식 모델을 만들 계획이었다. 그런데, 마케팅이나 홈페이지 등이 제대로 구축되지 않은 상황에서 진행했던 파일럿 프로젝트에 예상보다 많은 사람들이 참여해 주었다.

어떻게 참여할 수 있나?

SBS 뉴스 홈페이지에 그동안 진행했던 눈사람 프로젝트 기사들을 따로 모아 두었다. 인터넷으로 눈사람 프로젝트에 있는 기사를 읽고, 기사에 있는 기부 시스템을 통해 원하는 액수만큼 기부하면 된다. 눈사람 프로젝트는 파일럿이기 때문에 이번 달까지만 진행하고 새롭게 정비해서 시청자들을 찾아갈 예정이다.

모인 돈은 어떤 경로로 도움이 필요한 사람들에게 전달되는가?

우리는 법적으로 모금활동을 할 수 없다. 그래서 밀알복지재단과 제휴해 모금을 하고 있다. 밀알복지재단이 제공한 기부 모듈을 눈사람 인터넷 기사에 탑재하고, 그 기사를 통해 들어온 기부금은 밀알재단 측에 쌓인다. 이 기부금을 바탕으로 구체적인 지원 방법을 밀알복지재단과 협의해서 결정하고 있다. 목표액을 달성한 프로젝트의 경우 SBS 임직원들이 모아둔 사회공헌기금에서 목표액과 같은 액수의 매칭 펀드를 만들어 지원금에 보태고 있다.

그동안의 성과는?

그동안 눈사람은 모두 9개 프로젝트에 34건의 기사가 만들어졌다. 모두 1,195명이 기부했고, 2천8백만 원이 모였다. 특히, 추위에 힘겨워하시는 김순이 할머니의 사연에는 950만원의 성금이 모여 단일 아이템 중 최고 액수를 기록했다.

프로젝트에 참여한 기자들과 시청자들의 반응이 궁금하다.

기부에 참여한 사람들의 경우에는 일단 새로운 기부 뉴스 모델에 대해서 긍정적인 평가를 해주었다. 또, 목표액을 달성한 경우 성금 전달과 지원 계획 등에 대해 알려 주어, 참여자들의 만족도도 높았다. 기존 모금단체의 기부는 대부분 기부금이 어떻게 쓰였는지 확인할 수 없는 경우가 많았기 때문이다.

기자들의 반응도 프로젝트 진행하면서 점점 좋아졌다. 사실 처음에는 얼마나 기부금이 모일까 걱정이 많았는데, 자신이 전한 뉴스에 기부금이 쌓이는 것을 보면서 기자들의 만족도가 점점 커졌다. 시청자들이 뉴스에 기부하는 것을 경험하고 난 뒤 눈사람 프로젝트에 맞는 기사를 스스로 기획한 기자들도 있었다.

앞으로 기부 프로젝트는 어떻게 확대할 것인지?

기부 뉴스에서 출발한 이 모델을 크라우드 펀딩 플랫폼으로 확대했으면 한다. 이번 프로젝트를 통해서 현재 모금활동을 하고 있는 일반 사회복지단체보다 지상파 방송사에 대한 신뢰도가 더 높다는 것을 확인했기 때문이다. 그리고 민간 크라우드 펀딩 회사들이 10%가 넘는 수수료를 받아가며 크라우드 펀딩을 하고 있는데도 이벤트에 따라 1억 원이 넘는 돈이 모이기도 한다. 꽤 많은 수수료를 받고 있는 사회모금단체나 민간 크라우드 펀딩 회사보다 SBS에 대한 일반인들의 신뢰도가 더 높다면 SBS의 크라우드 펀딩 플랫폼도 성공할 가능성이 높다. SBS의 크라우드 펀딩 플랫폼이 성공하면 SBS에 대한 신뢰도와 이미지를 더 높이는데 기여할 수 있을 뿐만 아니라 다양한 비즈니스 모델을 구현할 수 있을 것이다.

SBS 미디어넷

SBSMTV 한류 확산 공로로 '케이블TV 방송대상' 수상



SBS스포츠 조민호 아나운서

SBS MTV가 3월 13일(금), '케이블TV 방송대상' 문화교류 부문 작품상을 수상한다. SBS MTV는 <더쇼> 등이 중국과의 다양한 공동 프로젝트를 통해 한류 인기를 확산시켰다는 평가를 받았다. 시상식은 12일부터 14일까지 동대문디자인플라자에서 벌이는 '케이블TV 20년 행복나눔 방송 축제' 중에 개최된다.

그 외, SBS Plus <여자만화 구두>의 한승연(카라), 홍종현이 베스트 커플상을, <도도하라>의 신소율, 유라(걸스데이)가 각각 우수 연기자상과 인기상(연기)을 수상한다. <더쇼> 진행자 지연(티아라)과 SBS스포츠의 김세희 아나운서는 인기상을 받게 된다. 케이블TV 20주년을 기념하는 특별상 아나운서상 부문에는 SBS스포츠 조민호 아나운서가 수상한다.

“북한 공연 문화, SBS에 영향 받았다”

교양국 오기현 부장 <남북 문화 교류의 창 모란봉악단> 출간



제작본부 교양국 오기현 부장이 <남북 문화 교류의 창 모란봉악단>을 출간했다. 모란봉악단은 2012년 북한 김정은 제1위원장의 등장과 함께 나타난 여성 악단으로 북한에서 가장 인기 있는 '걸 그룹'이다. 11명의 연주자와 7명의 가수로 구성된 모란봉악단은 세련된 외모와 화려한 의상으로 데뷔 때부터 북한주민들의 뜨거운 관심을 모았다.

저자가 관심을 갖는 부분은 이들의 공연 형식이다. 1998년부터 SBS의 남북교류 업무를 진행해온 저자는 모란봉악단의 공연형식이 남한 방송사들의 영향, 특히 SBS의 방북공연의 영향을 강하게 받았다고 주장한다.

SBS는 1999년 <평화친선 음악회>, 2003년 <류경 정주영체육관 개관기념 통일음악회>, 2005년 <조용필 평양공연>을 개최했는데 매 공연 때마다 철저히 남한 식 공연을 선보여 북한관객들에게 매우 강렬한 인상을 남겼다. 2003년 공연과 2005년 공연은 북한당국을 어렵게 설득해 류경 정주영체육관에서 공연을 진행했는데, 이때 참석한 북한의 방송인과 예술가들이 북한에 남한 식 체육관공연을 도입했다는 것이 필자의 주장이다.

체육관공연은 입체적 무대연출로 공연효과를 높일 수 있으며 대규모 관객동원이 가능한 장점이 있어서 이제 북한의 주요한 공연은 대부분 체육관에서 진행된다. 모란봉악단의 공연에서는 SBS가 처음 선보였던 특수효과용 불꽃, 화약, 꽃가루대포도 사용한다. 원래 북한당국은 불꽃이나 화약은 위험하므로 실내공연에서 사용해서는 안 된다고 금지했었다. 그리고 2003년 SBS가 기증한 '지미 쥘 카메라'를 동원해 입체적인 중계를 하고 있다.

'퍼주기 식 공연'이라고 비판받기도 했지만 SBS를 비롯한 남한 방송사들의 방북공연은 북한사회를 변화시키는 매우 중요한 역할을 했다. 10년 이상 남북 방송교류의 현장에 직접 참여하고 체험한 PD의 분석이어서 생동감이 있고 설득력이 있다.

경조사

· 축하합니다

경영지원본부 뉴미디어개발팀 유성 차장대우 특녀(3월 5일)
편성본부 PR팀 이일환 차장대우 결혼(3월 21일)

· 애도합니다

제작본부 조효진 차장대우 부친상(2월 27일)
기획본부 제작리소스팀 임순원 부장 빙부상(2월 27일)
제작본부 최삼호 차장(노동조합 사무처장) 빙부상(3월 1일)
드라마본부 부성철 차장대우 조모상(3월 10일)

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(수예당 화과자, 세븐 스프링스 목동점 식사권 중 한 개의 상품)을 드립니다.