

KBS 조직개편 3월 1일 시행 콘텐츠 중심의 공영미디어로!



디지털 시대에 최적화된 콘텐츠 중심의 공영미디어로 나아가기 위한 조직개편안이 지난 2월 13일 이사회를 통과했다. 3월 1일자로 시행하는 이번 조직 개편안은 콘텐츠 경쟁력 강화와 디지털 혁신, 시청자 권익 향상 및 지역 활성화에 중점을 뒀다. 앞서 양승동 사장은 지난해 12월 제24대 사장 취임식에서 “KBS가 지상파 중심의 공영방송을 넘어 공영미디어로 진화해야 한다”며 콘텐츠 중심의 대대적인 조직 개혁 의지를 밝힌 바 있다.

‘제작2본부’ 신설...콘텐츠 경쟁력 견인 역할

모든 조직이 그러하듯 빠르게 변화하는 시류를 따라잡지 못하면 도태하게 마련이다. 이에 KBS는 급변하는 미디어 생태계 속에서 콘텐츠 경쟁력을 끌어올리기 위해 ‘제작2본부’를 신설한다. ‘제작2본부’는 예능 및 드라마 기획·제작 기능과 마케팅·콘텐츠사업 조직을 유기적으로 통합해 기존보다 제작 조직의 자율성을 확대하고 의사 결정 단계를 줄였다. 유연성과 효율성을 높인 이번 조직 개편을 통해 최고의 경쟁력을 갖춘 드라마와 예능 콘텐츠가 나올 수 있도록 KBS의 역량을 집중한다는 의미다.

디지털 혁신으로 신뢰도·영향력 높인다

공영미디어로의 진화를 위해 대대적인 디지털 혁신도 추진된다. 전략기획실 내에는 PSM(Public Service Media) 전략부를 신설해 KBS 콘텐츠가 온라인과 모바일 등 다양한 플랫폼을 통해 국민에게 전달될 수 있도록 디지털 혁신 전략을 수립하고 실행한다. 또 편성본부 내의 디지털미디어국도 확대 재편돼 기존 지상파 편성을 넘어선 다양한 KBS 디지털 서비스를 기획·제작할 예정이다. 보도본부 내에선 KBS 뉴스의 신뢰도와 경쟁력을 높이기 위해 디지털 뉴스의 기획·취재 기능이 강화된다.

국민에게 더 가까이...시청자 권익 강화 및 지역 활성화

이번 조직 개편에서는 시청자 권익 강화와 지역 활성화도 강조됐다. 국민에게 가까이 다가간다는 KBS의 의지가 구체화된 것으로 시청자국을 사장 직속의 시청자센터로 강화하는 동시에 시청자 권익 보호시스템을 체계적으로 구축한다. 아울러 시청자 참여와 미디어 교육도 확대한다. 이와 함께 기존 부장급 지역정책실을 국장급으로 상향 조정하는 것은 물론 부사장 직속으로 확대해 지역국 활성화를 견인한다.

2019 조/직/개/편/

KBS는 이번 조직개편으로 현행 6본부 1실 1사업부 2센터 63국 202부에서 6본부 1실 3센터 61국 199부 체제로 바뀐다. 조직 구조 일원화, 사업과 업무 기능 통합 조정, 그리고 인력 및 예산의 탄력적 운용으로 급변하는 미디어 환경에 대응하는 기반을 마련한다.



본부/센터별 조직개편 주요 내용

직속 부서

- 인적자원실 기능 강화 - 근로시간 관리, 인재개발 등 인사기능 통합 운영
- 사장 직속 시청자센터 신설 - 시청자 참여 및 미디어 교육 확대
- 부사장 직속 지역정책실 신설 - 지역정책실 기능 확대 (부장급 → 국장급) - 지역정책 강화 및 지역국 활성화 도모

전략기획실

- PSM 전략부 신설 - 공영미디어 매체 전략 수립
- 대외협력국 업무 이관, 정책 설계 및 대외업무 일원화
- 공영미디어연구소·미디어기술연구소 배치

편성본부

- 편성전략국 재편 - 브랜드기획부 신설, 콘텐츠 및 브랜드 통합 전략 수립 기능 강화
- 디지털미디어국 흡수 - 유기적 디지털 전략 수립, 전방위 플랫폼 대응 강화
- 국제방송국 신설 - 해외 TV, 라디오 기능 통합으로 시너지 창출
- 제작 투자 기능 폐지

보도본부

- 취재기능 강화 - 취재주간 분리(정치국제/경제/사회)
- 재난방송센터 신설 - 재난방송 관련 컨트롤타워로서 공영방송 책무 수행
- 디지털뉴스주간 기능 강화
- 시사제작국 신설 - 프로덕션2 시사데스크를 통합해 미디어비평 및 시사제작 기능 강화

제작1본부

- 프로덕션 담당 체제에서 CP(Chief Production)체제로 재편 - 프로덕션 간 칸막이 해소, 예산 및 인력의 탄력적 운용
- 시사교양국 신설 - 2국 내 각 5CP 체제로 통합 운용, 제작 효율화
- 협력제작국 신설 - 독립제작사 상생 등 협력 제작 업무 수행
- 라디오편성기획국 신설 - 채널별 센터 직속 국·부제 운영

제작2본부

- 드라마/예능 센터 신설 - 드라마/예능 제작 자율성 및 책임 강화
- 홍보, 콘텐츠 사업 및 광고 기능 통합
- 통합마케팅 강화 - 디지털 광고, 공익캠페인 기능 통합으로 시너지 창출

기술본부

- 기술 관련 기획 기능 통합 - 기술관리국 신설, 관련 정책 일관성 및 효율성 제고
- 업무 프로세스 중심 통합 조정 - 기획, 제작기술, 시설시스템, 송신망
- 미디어플랫폼주간 신설

경영본부

- 자산운용국 신설 - 종합공간계획 수립 및 신사옥 개발 등 업무 통합 추진 - 미래방송센터건설단 폐지 및 관련 기능 통합
- 재원관리국 → 수신료국 (명칭 변경)
- 경영정보국 재편 - 정보인프라부 신설, 기획·관리·사업 등 파편화된 업무 통합

신임 인사 I·N·T·E·R·V·I·E·W

조직개편에 따라 3월 1일자로 신설·개편되는 조직으로 부임예정인 신임 인사에게 앞으로 나아갈 방향과 포부를 들어보았다.

임병걸 전략기획실장

올해 KBS 경영목표는 '대한민국 대표 공영미디어'



올해 KBS가 설정한 경영목표는 '대한민국 대표 공영미디어 KBS'입니다. 어떻게 보면 새로운 것 없는 지극히 당연한 목표이지만 지난 세월 KBS는 국가 기간방송, 공론장의 중심이 되는 대표 공영방송으로서의 역할을 다하지 못했습니다. 이번 조직개편은 지상파를 넘어 디지털 모바일까지 도달률을 높이고 공적책무를 다하는 공영미디어(PSM)로 변화해야 하는 시대적 요청에 부응하기 위한 것입니다. 아울러 뉴스 및 시사 프로그램의 신뢰도 회복과

다소 침체된 예능 및 드라마 콘텐츠의 경쟁력을 끌어올리기 위한 최적의 조직을 고민한 끝에 완성한 결과물입니다. 그러나 조직개편은 KBS가 공영미디어로 거듭나는 충분조건은 아닙니다. 구성원 모두 이 개편의 철학과 목표를 깊이 공감하고 적극적으로 참여할 때 비로소 목표는 현실이 됩니다. 전략기획실은 개편 이후 현장에서 제기될 다양한 의견에 귀를 기울이고 적극적인 소통과 조율을 통해 하루빨리 조직을 안정시키고 새로운 KBS를 만드는 데 최선의 노력을 기울이겠습니다. "새로운 것을 시도할 때의 위험은 아무 것도 하지 않았을 때의 위험에 비하면 지극히 적은 것이다." 미국 대통령 케네디의 말입니다. 가보지 않은 길이지만 KBS 구성원 모두 어깨를 견고 함께 간다면 반드시 새로운 길은 열리리라 믿습니다.

김영한 지역정책실장

목적지는 '지역 활성화'



이번 조직개편은 지역방송이 당면한 엄중한 위기를 반영하고 지역 활성화에 중점을 두어 이루어졌습니다. 이제 신발 끈을 고쳐 매었을 뿐 갈 길은 여전히 멀기에 무거운 책임감을 느낍니다. 지역 활성화의 핵심은 지역방송 인력 현실화와 예산에 있다는 점을 잘 알고 있습니다. 지역방송(총)국에서 일을 할 수 있도록 해달라는 요구는 정당합니다. 반면에 제한된 리소스를 효율적으로 집행해야 하는 경영진의 고민도 존중되어야 합니다. 솔로몬의 지혜를

찾겠습니다. 이에 '지역 자체적으로 지역의 문제를 해결'하는 시스템을 구축할 계획입니다. 이를 위해서는 지역에서 신망 받는 분들이 직접 정책을 수립하도록 인적 구성을 개편하겠습니다. 현재 진행 중인 지역 활성화 시범사업에 대한 평가와 확대 여부도 지역과 긴밀히 협의하여 추진하도록 하겠습니다. 지역 활성화라는 명확한 목적지가 정해졌습니다. 그곳을 찾아가는 다양한 갈래의 길이 있을 것입니다. 이번 조직개편을 통해 기능이 확대된 지역정책실에서는 지역정책 강화·활성화를 도모하기 위해 지역의 목소리를 경청하고 토론과 소통을 통해 올바른 길을 찾는 노력을 기울여 나갈 것입니다. KBS가 지역 활성화에 앞장설 수 있도록 사원 여러분의 많은 관심과 응원 부탁드립니다.

조직개편 KBS의 미래를 이야기하다

이도경 시청자센터장

'시민의 플랫폼'으로 가는 길에 앞장서겠습니다.



이번 조직개편에서 사장직속 시청자센터가 신설돼 그 임무를 책임지게 되었습니다. 시청자센터의 주된 사업은 시청자 권익과 참여의 강화와 미디어 리터러시 교육, 그리고 시청자 문화사업을 통한 정보·문화 격차 해소입니다. 시청자는 단순히 미디어 수용자를 넘어 적극적인 이용자로, 미디어 콘텐츠의 비평뿐 아니라 유통과 제작의 주체가 되어 가고 있습니다. 이러한 적극적 미디어 이용자

와 결합하지 않으면 공영방송 KBS의 존립은 언제든 위협받기 쉬운 상황입니다. 따라서 'KBS를 시민의 품으로'는 걸치레 구호가 아니라 대표 공영방송으로서 KBS의 생존과 직결된 문제라 생각합니다. 이미 지난해 시청자위원회의 위상이 강화되었고 온라인 시청자권익센터가 만들어져 시청자 청원제도가 도입되었으며, 경영진의 업무추진비 등 다양한 정보공개가 이루어지고 있습니다. 앞으로 이를 더욱 강화해 시청자와 시민이 KBS의 주인임을 체감할 수 있도록 하겠습니다. 신설된 시청자미디어부는 KBS가 만드는 콘텐츠가 시청자의 이익에 합치되고 있는지 활발히 비평하고 제작에 반영될 수 있도록 할 계획입니다. 또한 시민의 콘텐츠가 KBS 플랫폼에 들어올 수 있도록 아카이브를 개방하는 것은 물론 시민의 미디어 능력을 배양하고 지자체와 마을 미디어와의 교류를 넓혀 나가겠습니다. 아울러 시청자사업을 통해 문화적 격차 해소, 특히 소외된 계층과 지역의 시청자에게 문화적 체험의 기회를 늘려가도록 하겠습니다.

김형준 디지털미디어국장

2019년 공영미디어(PSM) 원년의 해로



2019년은 공영미디어(PSM) 원년의 해입니다. 지상파를 넘어 모든 디지털 매체를 통해 KBS 콘텐츠와 서비스를 보다 많은 사람들이 한층 더 편리하게 이용할 수 있도록 초석을 다져야 할 때입니다. 이에 디지털미디어국에서는 인프라 고도화·플랫폼 혁신·콘텐츠 혁신, 3가지 목표과제를 설정했습니다. 인프라 고도화 부문에서는 KBS가 생산하는 콘텐츠를 자체 홈페이지와 앱은 물론 포털과 유튜브 등, 다양한 파트너들에게 공급하는 근간인 디지털 인프라를 보다 편리하고 효율적으로 운영할 수 있도록 업그레이드하겠습니다. 클라우드 전환 2단계를 면밀하게 추진하고, 특히 AI 등과 같은 제작 및 유통 프로세스에서 혁신을 가져올 새로운 기술을 도입할 계획입니다. 플랫폼 혁신 부문에서는 자체 플랫폼의 편의성을 넷플릭스, 유튜브에 뒤지지 않는 수준으로 끌어올릴 계획입니다. 또한 '데이터 기반 운영체제' 도입으로 효율성을 극대화하겠습니다. 콘텐츠 혁신 부문에서는 단순히 플랫폼만 달리하는 차원에서 벗어나 창의적인 구성과 공적 가치를 제공하는 콘텐츠 서비스를 기획·개발하겠습니다. 이 3가지 혁신을 통해 이용자들이 KBS의 가치를 느끼고 새로운 경험을 얻을 수 있도록 최선을 노력을 다하여 공영미디어 KBS의 신뢰도·영향력을 높이는데 앞장서겠습니다.

2019 광고주 초청 설명회 **눈**을 땔 수 없네!

올 한해 시청자들을 사로잡을 KBS 프로그램은?!



이번 행사는 KBS가 2019년 방송계획, 라디오 비전 및 드라마·예능 프로그램 라인업 등 종합 정보를 광고주에게 제공하기 위한 행사로, 올해 최대 규모로 열렸다. 특히 올해는 KBS 그룹차원에서 광고주와 함께 발전할 수 있는 방안을 모색하기 위해 KBS와 KBS N이 공동으로 주관했다.

2019년 한 해 KBS 라인업은? 어떤 프로그램이 시청자들을 울고 웃게 할까?

이 같은 궁금증을 풀어줄 광고주 대상 'KBS 프로그램 설명회'가 지난 2월 14일 열렸다.

이날 설명회에는 대형 및 중소형 광고주, 한국광고주협회, 한국방송광고진흥공사(이하 코바코) 등 관계자 250여 명이 참석하여 자리를 가득 채운 가운데 약 1시간 동안 진행됐다.

독보적인 신뢰도, 영향력, 도달력을 갖추는 KBS!

양승동 사장은 이 자리에서 “조직개편을 통해 콘텐츠 중심의 조직으로 변화하는 만큼, 최고의 경쟁력을 갖춘 드라마와 예능 콘텐츠가 나올 수 있도록 KBS의 역량이 집중될 것”이라며, “목표는 KBS가 독보적인 신뢰도, 영향력, 도달력을 갖는 것”이라고 설명했다. 이와 함께 “결정적인 역할이 광고주 여러분이다. KBS라는 큰 배의 연료 역할을 해주실 것으로 믿는다.”며 행사의 의미를 강조했다.

2019 방송 광고계의 화두...지상파 중간광고 도입

올해 방송 업계의 화두는 이르면 오는 4월부터 시행될 것으로 보이는 지상파 중간광고 전면 도입이다. '지상파 중간광고 허용'은 지난 1970년대부터 지속적으로 논의가 진행됐지만 여러 차례 무산된 바 있다. 하지만 지난해 12월, 방송통신위원회가 이를 골자로 한 '방송법 시행령 일부개정안'을 입법 예고하면서 논의가 다시 진행되고 있다. 이날 설명회에 참여한 김기만 코바코 사장은 “올해 지상파 중간광고 도입은 방송 시장의 비대칭 규제를 해소하고 지상파 광고 매출의 급감을 막는 계기가 될 것으로 본다”고 밝혔다. 더불어 “2019년 올해 연속으로 선을 보일 KBS의 킬러 콘텐츠와 보조를 맞춰 코바코의 영업력과 공영방송 KBS의 매체력이 다시 한 번 상승하는 한 해가 될 수 있기를 바란다”고 전했다.

2019년 상반기 주요 프로그램 소개

분야	프로그램명	주요 출연진	방송일	비고
2TV 드라마	세상에서 제일 예쁜 내 딸	김해숙, 최명길, 김소연, 유선	3월 23일	주말 / 50부작
	닥터 프리즈너	남궁민, 권나라	3월 20일	수·목 / 16부작
	국민 여러분	최시원, 이유영, 김민정	4월 1일	월·화 / 18부작
	단 하나의 사랑	엘, 신혜선, 이동건	5월 중	수·목 / 16부작
	퍼퓸	에릭, 고준희	6월 중	월·화 / 16부작
2TV 예능	더 히트	송은이, 김신영	2월 8일	금 / 오후 10시
	덕화TV	이덕화	2월 26일	화 / 오후 8시 55분
	대화의 희열 시즌 2	유희열	3월 2일	토 / 오후 10시 45분
	사장님 귀는 당나귀 귀	김수미, 김숙, 양세형	3월 편성 예정	
2FM	김원준의 라디오스타	김원준	1월 1일	매일 / 오후 6시
KBS joy	코인법률방 시즌 2	송은이, 문세윤	1월 30일	수 / 오후 9시
	무엇이든 물어보살	서장훈, 이수근	2월 5일	월 / 오후 9시 30분
	쇼핑의 참견	이상민, 광희, 민경훈, 지숙	3월 방영 예정	

KBS의 캐치프레이즈 '이제는 2TV다'

황용호 방송본부장

올해는 KBS의 캐치프레이즈를 '이제는 2TV'라고 정했다. 작년 한해 1TV는 한국인의 중심채널로 매우 강력히 자리 잡았다. 올해는 2TV의 경쟁력 강화를 위해 새롭게 조직을 개편하고 예산을 집중 투자해서 '새로운 2TV의 영광의 시대'를 재현해 볼 예정이다.

더 젊은 느낌, 진화하는 KBS 드라마

문보현 드라마센터장

올해는 연속극의 강세를 지속적으로 유지하면서 일일극, 주말극, 미니시리즈에서도 경쟁력을 강화하는 노력을 하고 있다. 연속극의 경우 타사에 비해 압도적인 우위를 유지하고 있으나 이에 안주하지 않고 계속 진화 발전에 힘쓰겠다. 사회적인 이슈를 반영하는 등 동시대를 살고 있는 시청자들과 현실적인 문제를 교감하면서 공감과 재미를 추구하는 작품들을 준비할 예정이다.

설 연휴 파일럿 프로그램 <사장님 귀는 당나귀 귀> 정규 편성

하원 예능총괄담당

파일럿 <사장님 귀는 당나귀 귀>가 최고 시청률 12.3%를 기록하며 정규 프로그램으로 편성되었다. 어떤 조직에서나 있는 남녀노소, 상·하관계, 갑·을관계에서 착안한 프로그램으로 20~30대의 여성시청자들이 많이 봐주셨다는 것에 대해서 고무적으로 생각하고 있다. 앞으로도 시청자들에게 긍정적인 영향을 주는 예능프로그램으로 사회에 기여해 보고자 한다.

다양한 특집 프로그램! KBS와 함께

공사창립 46주년

공사창립 46주년을 맞이하여 공영성과 재미, 두 마리의 토끼를 잡을 특집 프로그램이 시청자와 만난다. 시민 200명이 참여해 직접 민주주의를 경험하게 될 대한민국 초유의 정치적 실험 <토론쇼 시민의회>. 사회 이슈가 되고 있는 '국회의원 수 증가'를 주제로 열린 논쟁을 벌인다. 또 KBS 대표예능 <불후의 명곡>에서는 '대한민국 100년, 거레와 함께한 노래'를 재해석해 기대를 모은다.

<토론쇼 시민의회>

국회의원 수 증가에 대해 국민들은 어떻게 생각할까?

공사창립 특집 <토론쇼 시민의회>에서는 선거제 개편을 둘러싼 우리 사회의 갈등을 조망할 예정이다. 여야 모두 선거제 개편의 필요성에는 동의하고 있지만, 국회의원 수 증가를 놓고 야 3당과 거대 양당의 의견이 갈리고 있어 국민들의 여론이 중요한 상황. <토론쇼 시민의회>에서는 어떤 선거제도가 민의를 가장 잘 반영할 수 있는 방법인지 시민의원 200명의 토론을 통해 공론을 도출하고자 한다. <토론쇼 시민의회>는 지난해 첫 방송 당시, 전문가의 의견만을 들어보는 기존 토론 프로그램과 달리 일반 시민들이 직접 의견을 제시하고 사회 문제 해결을 위한 합리적 방법을 도출하는 과정이 신선하다는 평을 받았다.

▶ 3월 3일 일요일 오후 8시 10분(1부) / 밤 10시 30분(2부), 1TV



<불후의 명곡>

가요계 전설들의 '불후의 명곡'을 실력파 보컬리스트들이 자신만의 느낌으로 재해석해 무대 위에서 경험을 펼쳐는 KBS 대표예능 <불후의 명곡>. 공사창립 46주년을 맞이하여 대한민국 100년의 역사를 함께 한 노래들로 꾸며진다. 특집 <불후의 명곡>에서는 TV에서 좀처럼 보기 힘든 판소리계의 전설 윤충일 명창과 국악인 김준수가 출연한다. 일제 강점기 우리 민족의 쓰라린 가슴을 파고들어 일제의 탄압 속에서도 널리 불렸던 '황성옛터'를 재해석해 당시 민족의 아픔을 노래와 퍼포먼스로 표현할 예정이다. 또한 민주화운동, 이산가족 상봉, 88 서울 올림픽, IMF, 한일 월드컵 등 지난 100년간 우리 민족의 삶에 큰 획을 그은 사건들을 당시 히트곡으로 되짚어보는 시간도 마련된다.

▶ 3월 2일 토요일 오후 6시 5분, 2TV



판소리계의 전설 윤충일 명창

3·1운동 100주년

1919년 3월 1일은 우리민족이 독립의 꿈을 이루고자 했던 '대한민국의 봄'이었다. KBS는 3·1운동 100주년이 되는 올해, 그 의미를 되새기고 분단된 한반도의 미래 100년을 기약할 '평화의 봄'이 되기를 염원하는 특집 프로그램을 마련했다.



3·1운동 100주년 특집 다큐멘터리

3·1운동의 정신을 다양한 포맷으로 전달할 특집 다큐멘터리 2편이 대기중이다. 3·1운동 100주년 특집 공모 당선작 <그날이 오면>에서는 3·1운동을 염원하는 우리 민족의 정신이 고스란히 담겨 있는 독립선언서가 인쇄되고 배포되어 200만 민중들이 참여하기까지의 과정이 다큐멘터리와 팩추얼드라마를 통해 생생하게 전달된다. <신한청년당의 젊은 그들>은 독립운동가 여운형이 조직한 '신한청년당'의 업적을 토대로 3·1운동이 일어나기까지의 숨 막히는 일정을 따라가 본다. 신한청년당 대표 김규식은 2019년 3월 파리강화회의에서 대한민국의 독립을 호소하고자 하였으나 회의장 앞에서 쫓겨나게 된다. 그러나 일본에 파견된 당원들은 결국 독립선언문을 작성하게 되고 이들의 노력은 3·1운동이라는 거대한 혁명과 대한민국 임시정부 수립이라는 커다란 결실을 맺게 된다.

▶ <그날이 오면> 3월 1일 금요일 밤 10시/3월 2일 토요일 밤 9시 40분, 1TV

▶ <신한청년당의 젊은 그들> 3월 1일 금요일 오후 7시 35분, 1TV



<100년의 봄>

3·1운동 100주년 하루 전 2월 28일, 온 국민이 함께 3·1운동 100주년의 봄날을 즐기는 대화합의 장 <100년의 봄>이 방송될 예정이다. 천안 독립기념관에서 관객 만여 명과 함께 생방송으로 진행되는 <100년의 봄>은 대형쇼답게 출연진도 화려하다. 대한민국 대표 뮤지컬 스타들로 구성된 뮤지컬 <영웅들>팀이 안중근 의사부터 유관순 열사까지 독립 운동가들을 무대에서 재탄생 시키며 양희은, 알리, 민우혁 등이 우리 민족과 함께한 세기의 노래를 열창한다. 또한 천재 랩퍼 지코와 힙합씬의 거성 다이나믹듀오가 콜라보로 2019년 청년들의 마음을 대변하는 무대를 연출할 계획이다. 이날 2부에서는 대형 불꽃쇼를 통해 대한민국의 미래 100년에 대한 희망을 쏟아 올릴 예정이다. 대화합의 장은 KBS World TV를 통해 전세계 120개국에 방송된다.

▶ 2월 28일 목요일 오후 6시 30분, 2TV

기고

KBS 인공지능(AI)의 미래

방송과 AI가 접목된 세상, 시청자 김○○씨의 아침, AI 스피커는 김○○씨의 생체리듬에 맞춰 알람을 울린다. 어젯밤은 김○○씨가 좋아하는 메이저리그 선수의 경기가 있던 날, 그가 TV를 틀자 TV 첫 화면은 그가 좋아하는 선수의 경기 하이라이트 화면이 준비되어 있다.

4차 산업혁명의 시대, 방송은 어떻게 진화할까?

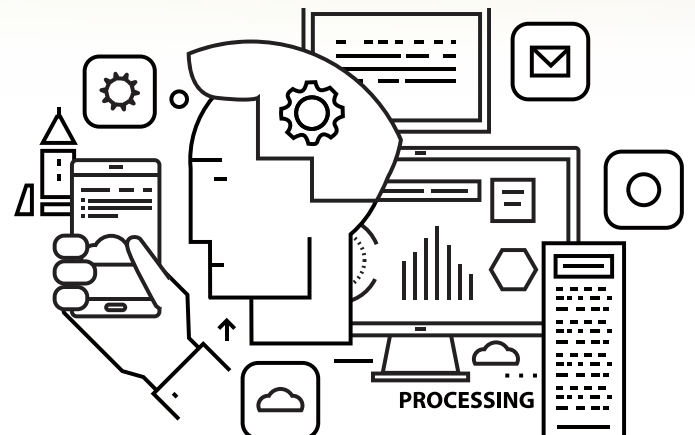
KBS는 넷플릭스, 유튜브, 국내 모바일 미디어 서비스 등 플랫폼, 콘텐츠 강자에 맞서 전략을 세워야 한다. 그런데 이러한 전략을 세울 때, 우리가 가장 먼저 생각해야 할 단어가 있다. 바로 '시청자'이다. BBC의 인공지능 전략은 시청자를 중심에 두고, 소수의 시청자가 소외되지 않도록 하는 공공성에 초점이 맞춰져 있다. 이는 Public Service Media로의 전환을 추진하는 우리에게 좋은 시사점이 될 것이다.

최근, 아마존, 구글, MS 등 글로벌 기업들은 자신들의 거대 자본, 인력을 쏟아 부으며 AI 신기술과 서비스를 내놓고 있다. 그러나 AI의 판단 결과는 이를 소유한 거대 자본과 권력에 왜곡되어 질 수 있다. BBC는 차세대 미디어 서비스에 필요한 AI를 공공영역에서 발전시키는 것과 이를 이용한 방송·미디어 서비스 경험을 완성시키는 것이 시청자들에게 할 수 있는 가장 큰 공헌이라고 말하고 있다. AI를 활용한 BBC 방송·미디어서비스의 지향점은 "Personalised BBC", "Data Informed BBC"이다. 이는 공공영역에 있는 AI가 각 계층의 시청자 특성을 파악하고 그들이 원하는 시청 방식으로 콘텐츠를 제공하여 시청자를 만족시키는 것이다.

KBS 미래기술연구소에서는 콘텐츠의 가치를 보다 높이기 위한 메타데이터 자동 생성 AI 개발을 진행하고 있다. 작업자가 직접 입력하는 메타데이터와는 달리, AI가 만들어준 메타데이터는 콘텐츠의 재생 시간에 매핑되어, 콘텐츠의 현황판과 같이 동작하게 된다. KBS 콘텐츠를 가장 객관적으로 설명해 줄 AI, 그리고 AI가 생성한 데이터를 기반으로 모든 계층의 시청자를 만족시킬 방송·미디어 서비스, 이것이 KBS 인공지능의 미래가 될 것이다.



정병희 박사
미디어기술연구소장(3월 1일자)



KBS 디지털 플랫폼 운영 실적

사용자들의 로그인, 시청 형태가 고스란히 데이터로 남는 디지털 플랫폼. 지난 한 해 KBS 디지털 플랫폼의 운영실적은 어땠을까? 디지털서비스국에서는 사용자 빅데이터 분석을 통해 2018년 KBS 디지털 플랫폼의 운영 실적을 발표했다.

순방문자 지상파방송사 1위! my K!

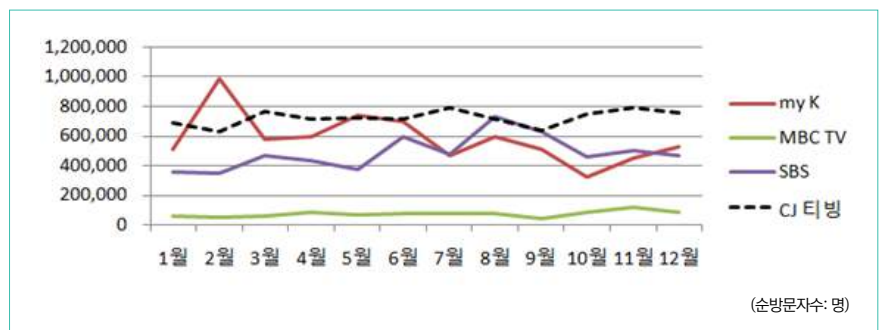
my K는 지상파방송사 중 1위를 유지하고 있으나, 자사방송콘텐츠 외에도 영화, 해외콘텐츠, Esport 콘텐츠를 서비스하는 CJ 티빙에는 뒤쳐지는 상황이다. 2019년, my K는 방문자를 늘리기 위해 여성 이용자를 타겟 공략하여 맞춤형 콘텐츠를 제공하고 이벤트를 개최하여 집중 프로모션 할 계획이다.

견고한 KBS 뉴스앱, JTBC와 격차 감소

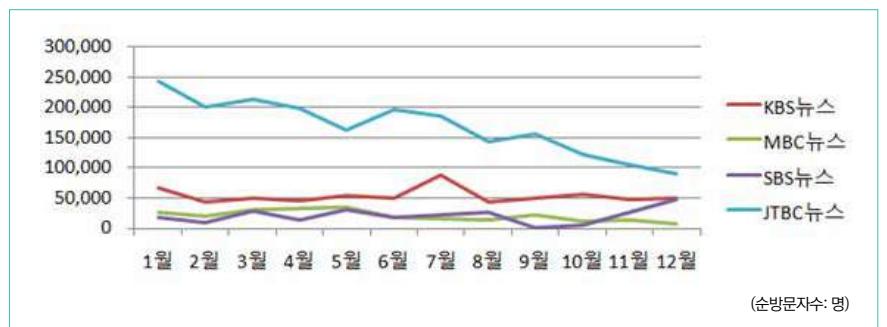
방송사 뉴스앱 중 가장 방문자수가 많은 곳은 JTBC였다. 그러나 방문자수가 2019년 초에 비해 급격히 줄어든 JTBC에 비해 KBS 뉴스앱의 방문자 수는 견고하여 격차가 줄어들고 있다. 빅데이터 분석결과 KBS 뉴스앱의 주사용자는 60대 남성이었다. 2019년, KBS 뉴스앱 이용자 증가를 위해서는 JTBC에 대한 선호도가 낮은 50대를 공략하되, 뉴스 주 시청자인 남성에 맞춘 기사를 큐레이션하여 서비스할 필요가 있다는 분석이 도출되었다.



모바일 플랫폼 순방문자수



뉴스앱 순방문자수



KBS VOD 소비 추이, 지난해 말 급상승

디지털 서비스국에서는 자체플랫폼의 콘텐츠별, 유통 채널별(PC, 모바일웹, 앱) 소비통계 분석 시스템을 구축하여 VOD 소비 추이도 공개했다. 이에 따르면 KBS VOD 소비는 2018년 말부터 급격히 상승한 것으로 나타나는데, 이는 드라마 <하나뿐인 내편>, <인간극장 신년특집>, <조들호 1>의 시청 증가 때문인 것으로 나타났다.

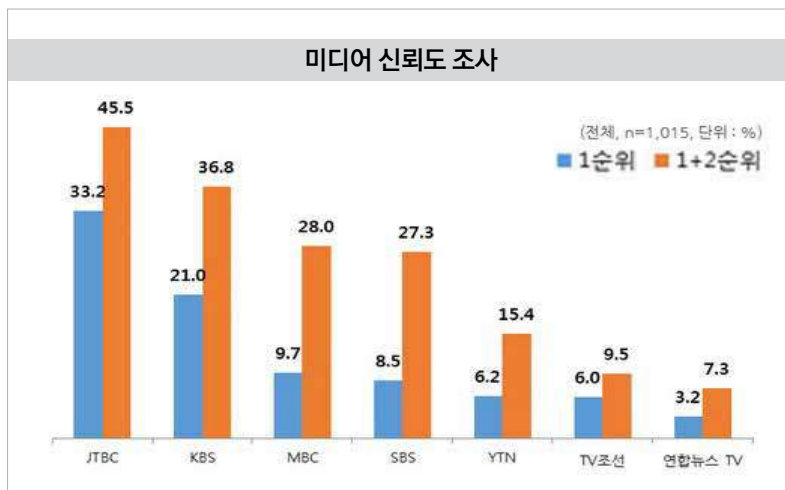
공영방송 지배구조 원칙은 ‘독립성·전문성’

KBS가 공영방송의 정치적 독립성을 보장받기 위해 필요한 건 무엇일까. 이 같은 고민을 논의하기 위한 ‘공영방송 지배구조 개혁, 쟁점과 과제’ 한국언론정보학회 긴급 현안 토론회가 지난 2월 12일 프레스센터에서 KBS 방송문화연구소 후원으로 개최됐다. 이 자리에서 김동준 공공미디어연구소 소장은 공영방송 지배구조에 있어 가장 중요한 원칙은 ‘독립성’이라고 강조했다. 또, 이사회구성 시 3분의1 이상은 국민들이 참여하는 방식, 사장 선임에 있어 시민들이 참여하는 방식 등을 제안했다. 발제자로 참가한 정미정 전북대 강사는 “공영방송의 이사진을 추천하는 권한을 국회에 주고 그 할당 비율을 여당과 야당이 나누어 갖는 것은 공영방송에 그만큼의 정치적 영향력을 행사하겠다는 의지의 발현”이라며, “여·야 그 어떠한 정치 정당의 개입을 배제한 방식을 찾아야 한다”고 말했다.



신뢰 회복 나선다... ‘미디어 신뢰도’ 첫 자체 조사 실시

KBS가 신뢰 회복을 위한 자체 ‘미디어 신뢰도 조사’를 정기적으로 실시한다. KBS 방송문화연구소는 KBS와 KBS 뉴스에 대한 첫 자체 미디어 신뢰도 조사를 실시하고 지난 1월 29일 그 결과를 KBS 홈페이지에 발표했다. 조사 결과 ‘가장 선호하는 방송사’는 조사 응답자의 21.0%를 차지한 KBS가 2위였으며, 1위는 JTBC로 33.2%였다. 또 ‘가장 신뢰하는 뉴스 채널’ 역시 KBS(19.8%)는 2위였으며, 1위는 JTBC(37.3%)였다. 이번 조사는 12월 19일부터 21일까지 3일 동안 외부기관을 통해 유무선 RDD 전화면접조사(응답률 9.4%)를 전국의 만 19세 이상 성인남녀를 대상으로 성, 연령, 권역별 비례할당방식으로 1,015명을 표집(표본오차 95% 신뢰 수준에 ±3.1%p)했다.



Broadcasting Engineer를 위한 「KBS 방송기술표준」 발간

매년 제작기술본부가 발간하는 「KBS 방송기술표준」이 개정됐다. 「KBS 방송기술표준」은 방송 엔지니어를 위한 가이드라인으로서 제작, 송신 및 디지털 제작 3개 부문으로 나뉘어 각 부문별 시설, 운용기준, 방송기술 규격 등을 기술하고 있다. 올해는 네트워크 부분이 신설됐고, 난시청 해소 및 수신환경 개선 내용도 추가됐다. 또, 디지털 제작 부문에선 UHD 제작·송출이 본격화함에 따라 UHD 동영상 제작·송출 표준 규격, IP 전송·관리 체계 표준 등의 내용이 추가됐다. KOBIS 자료실에서 확인 가능하다.

▶ 지식센터-자료실-방송기술-방송기술표준 폴더

연말연시 ‘이웃사랑’ 성금모금 및 전달



영하의 추위 속에서도 사랑의 온도는 뜨거웠다. KBS가 지난해 12월 1일부터 올해 1월 31일까지 모금한 연말연시 ‘이웃사랑’ 성금 모금 결과, 185억 5,920만 원의 성금이 모아졌다. 이번 모금은 온라인과 ARS, KBS 방문 접수를 통해 이루어졌으며 모아진 성금은 전액 사회복지공동모금회에 전달됐다. 양승동 사장은 지난 1월 28일 KBS 본관 임원회의실에서 임직원들이 별도로 모은 성금 2억 7천여만 원을 사회복지공동모금회에 전달한 바 있다.

스타트업 협업 공간 KBSLabs 새 단장



스타트업 기업과 협업하기 위한 KBSLabs가 업무환경 개선 작업을 모두 마치고 지난 2월 14일 사무실 이전과 함께 현판식을 가졌다. 지난해 7월 KBS와 한국콘텐츠진흥원은 유망 미디어 콘텐츠 스타트업 기업을 발굴 육성하는 데 힘을 모으자는 뜻에서 업무협약을 체결했다. 올해도 유망 스타트업 기업을 발굴 지원 육성하는 사업을 함께 진행할 계획이다. 현판식에는 임병걸 미래사업본부장, 한국콘텐츠진흥원 김정욱 기업인재양성본부장과 KBSLabs

에 입주해 KBS와의 협업 프로젝트를 진행 중인 스타트업 기업 3개 팀(베리잼컴퍼니, 베이글, 투딕) 대표들도 함께 했다.

- 방송기자연합회 123회 - 이달의 방송기자상 수상을 축하합니다!

뉴미디어 부문	
작품명	연속기획 〈다문화교실 가보셨습니까?〉
수상자	변진석, 유성주, 석혜원, 변기성 기자
지역 기획보도 부문	
작품명	청주충국 〈1945 이키섬 - 부서진 기억이 데려가는 곳〉
수상자	함영구 기자

국민심스틸러 덕화의 1인 크리에이터 도전기



유튜브 검색창에  “**덕화TV**” 를 검색하세요!

좌충우돌 1인 크리에이터 도전기!

올해 68세로 칠순을 바라보는 배우 이덕화가 낯선 ‘1인 방송’ 세계에 도전한다. 진정한 소통을 위해 고군분투하는 이덕화의 좌충우돌 도전기가 펼쳐지는 색다른 예능 <덕화TV>. 2월 26일 첫 방송을 앞둔 2TV 새 예능 <덕화TV>는 지난 1월 혼밥, 축구, ASMR 등의 다채로운 콘텐츠로 입소문을 타며 화제를 모았던 유튜브 채널 <덕화TV>의 TV 버전이다. 배우 이덕화만의 인생 경험과 경륜을 바탕으로 다양한 삶의 노하우를 방송 최초로 공개하며 시청자들에게 다가간다. 유쾌한 그의 일상을 시청하기만 해도 ‘덕(德)을 볼 수 있다’는 콘셉트로 신선한 재미와 뜨거운 감동을 선사할 예정이다. 특히 첫 방송에서는 방송 최초로 아내 김보옥과의 일상을 공개하며 3년간 병상을 지켰던 아내에게 속스럽고 멋쩍어 전하지 못했던 고마운 마음을 1인 방송 제작을 기회로 용기 내어 전한다. 아내 앞에서 영락없는 사랑꾼이 된 남편 이덕화의 색다른 매력이 눈길을 끈다. 매 회마다 예상치 못한 이덕화의 덕 팁(德-tip)이 펼쳐지며 어디에서도 볼 수 없었던 그의 반전 매력이 시청자들의 마음을 사로잡을 예정이다.

도전과 소통의 <덕화TV>

<덕화TV>에는 세대 간의 소통과 공감의 힘이 있다. 황혼기에 접어든 이덕화는 유튜브 공지를 통해 젊은이들의 거리인 홍대에서 ‘이덕화가 도전해 봤으면 하는 일들’을 댓글로 추천 받아 <덕화TV>에서 새로운 인생 도전을 시작한다. 생애 처음으로 혼자 코인 노래방에 가는 ‘혼코노’를 비롯해 VR 카페도 방문하며 홍대에서 유튜브 라이브 방송을 시도하면서 젊은이들의 ‘핵인싸’ 문화를 직접 체험해보고 그들의 삶을 가까이서 들여다 본다. <덕화TV>는 유튜브의 실시간 반응, 댓글 등을 지속적으로 방송 제작에 반영해 프로그램의 인터랙티브 요소를 강화할 예정이다. 올해로 데뷔 47주년을 맞은 이덕화는 “드라마와 쇼, 예능까지 많은 걸 해봤지만 1인 방송은 생소한 장르라 아직 낯설다”면서도 “처음엔 연기가 아닌 나의 사생활을 리얼하게 담는 게 어색했지만, 점차 젊은이들의 새로운 문화를 배워가며 익숙해질 것”이라고 각오를 밝혔다. 그 동안 배우로서 인방극장을 사로잡았던 이덕화의 1인 크리에이터 도전기를 담은 <덕화TV>는 오는 26일 화요일 밤 8시 55분, 2TV를 통해 시청자들 곁으로 찾아간다.

▶ 매주 화요일 밤 8시55분, 2TV