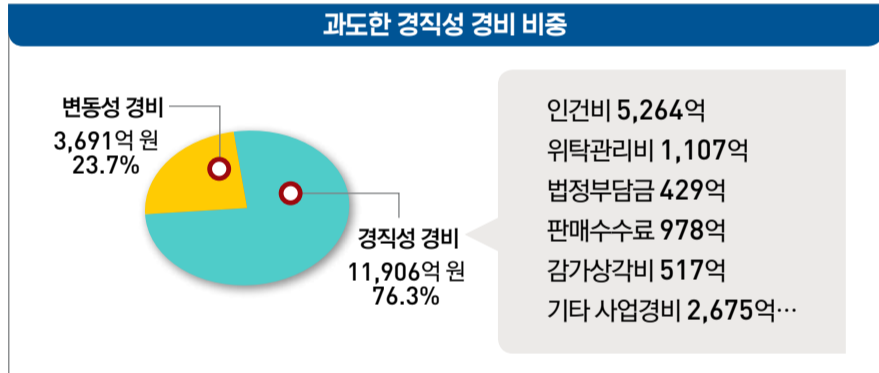


## 비상경영계획 시행 63개 과제 · 연간 600억 원 절감 “혁신 없이는 생존 불가능”



지난 6월 13일 활동을 시작한 토털리뷰TF팀의 점검에 따라 비상경영계획이 지난 18일 시행됐다. 비상경영계획은 1)최근 광고수입의 급격한 감소와 2)경직성 경비 부담, 3)핵심 프로그램 투자의 어려움, 4)이에 따른 대규모 사업손실 위기를 타개하기 위해 수립됐다. 양승동 사장은 지난 22일 조회에서 “혁신하지 않으면 생존할 수 없다는 사실을 받아들여야 한다”며 “KBS 구성원들의 강한 의지와 열망으로 위기를 넘어설 수 있다고 확신한다”고 강조했다.



비상경영계획은 토털리뷰TF 실무위원회와 본회의 검토를 거쳐 63개 과제에 연간 600억 원 절감을 목표로 하고 있다. 해당 부서는 31일까지 정책기조에 맞춘 이행계획을 제출해야 한다.

### 토털리뷰 기초 “아끼고 아껴서, 제대로 쓰자”

토털리뷰TF팀은 무차별적인 삭감을 원천 배제하고 낭비되는 재원을 찾는 데 주력했다. 핵심 역량마저 훼손하는 건 자해 행위로 보고 핵심에 더 투자할 재원을 찾는 데 주력했다. 대신 핵심 역량과 거리가 있는 분야에는 과감히 메스를 댔다. 오래 이어온 업무라도 필요성을 원점에서 재검토했고, 불요불급한 업무는 중단 또는 축소로 방향을 잡았다.

### 토털리뷰TF '비상경영계획' 개요

구분	과제	연간 기대효과 (금액단위 : 억원)					
		2019	2020	2021	2022	2023	
비핵심, 비효율 사업 조정	업무 프로세스 개선	10건	-	23.2	30.7	34.7	43.5
	비효율 사업 폐지, 축소	19건	2.6	44.2	69.1	92.1	112.5
	부서 업무 조정	4건	2.5	11.5	12.7	12.7	12.7
	직원 외 인력 축소	2건	-	54.7	53.0	55.2	55.2
	소 계	35건	5.1	133.6	165.5	194.7	223.9
프로그램 효율성 강화	16건	36.4	227.3	227.3	227.3	227.3	
인사·복지 제도 개선	7건	0.2	218.6	218.6	218.6	218.6	
신 재원 창출 및 제도 개선	5건	-	18.5	37.0	37.0	37.0	
합 계	63건	41.7	598.0	648.4	677.6	706.8	

※ 핵심 역량 재투자는 미반영

### 비상경영① 불필요 업무 중단 : 전표 처리 개선 등

대표적인 비효율 업무들을 개선한다. 그 동안 관행적으로 해왔던 법인 카드 종이 전표 처리 업무를 폐지하고, 앞으로 스마트폰을 활용한 영수증 처리 시스템을 구축하여 대체할 계획이다. 또한, 종이 사보와 연감 제작도 중단하고, 각 부서마다 구독해 온 신문과 잡지도 중단할 예정이다. 이를 통해 불필요한 행정 소요도 그만큼 줄어들 전망이다.

### 비상경영② 업무 관행 개선 : TVR, 경인취재센터 등

효과와 손익을 면밀히 검토하지 않고 관행적으로 계속해 온 여러 업무도 개선에 나선다. 전국 287군데인 TVR 관리 업무를 자회사로 이관해 효율을 높일 방침이다. 또한 여론 대응 차원에서 설치한 뒤 기형적으로 운영해 온 경인취재센터도 2020년 말 사업 재해가 시점에 맞춰 폐지나 대폭 변경을 검토한다. 특파원 제도, 중계차 등 대형 장비, DMB 사업 등 각 본부나 직종별로 민감할 수 있는 현안도 예외 없이 개선한다. 다른 고려 없이 재정위기 타개와 미래 경쟁력에 도움이 되는지만 따져 추진할 예정이다.

### 비상경영③ 프로그램 효율 강화 : One Brand, 선택과 집중

프로그램 편성 및 제작 부문도 대대적인 체질 개선에 나선다. 앞으로 제작하는 콘텐츠는 ‘선택과 집중’이라는 대원칙 하에 TV 프로그램을 현재의 90% 수준으로 줄이고 재방송을 늘린다. 경쟁력이 떨어지고 유사한 성격의 프로그램은 과감히 통합하고, 장르별로 KBS를 대표하는 One Brand를 양성해 나갈 방침이다. 뉴스, 다큐, 드라마, 예능 등 프로그램 부문별로 당연시된 제작 및 편성 관행도 시청자의 관점에서 재정립할 예정이며 디지털 미디어 분야는 제작 시스템을 더 유연하게 바꿔 나갈 예정이다.

### 비상경영④ 인사·복지 개선 : 채용 적정화, 연차축진 확대 등

KBS 직원들의 고등분담도 피할 수 없다. 급여와 복리후생비, 법정부담금 등 전체의 43%인 인건비성 비용의 비중을 줄이지 않고서는 살아남을 수 없다. 채용규모를 적정화해 중장기적인 인력수급계획을 확고히 할 예정이다. 검증된 우수 인력을 경력직으로 채용해 인재 유입의 효율을 극대화 하고, 휴식권을 보장하기 위해 연차휴가 사용촉진제도도 확대한다. 연차수당은 후불제로 바꿔 박탈감을 줄여나갈 예정이다. 또한 체육대회, 포상 상금 등도 개선하기로 했다. 인사·복지 제도의 상당수는 노동조합과의 협의 또는 협의를 필요한 만큼 적극적으로 의견을 수렴해 합리적인 안을 신속히 확정할 계획이다.



7월 조회사

# 복합적 위기, 초심으로 극복 확산

- 비상경영계획은 최소한의 혁신안...일괄 삭감 지양  
- 특정 프로그램 때문에 사장 국회 출석은 부적절

## 급변하는 환경에 혁신 없이는 생존 불가능

KBS 구성원 여러분, 사장입니다. 요즘 회사가 좀 시끄럽죠? 먼저 지난주 목요일에 시행된 비상경영계획을 두고 우려의 목소리가 나오고 있는 것 알고 있습니다. 당연히 걱정이 되실 겁니다. 하지만 급변하는 환경 변화 속에서 혁신하지 않으면 생존할 수 없다는 엄연한 사실을 이제 우리 모두가 받아들여야만 합니다. 아시다시피 지상파 광고가 수년째 지속적이고 가파른 하락세를 멈추지 않고 있습니다. 그 여파로 KBS 올해 영업손익이 마이너스 천억 원에 달할 수 있다는 충격적인 전망까지 나왔습니다. 물론 광고국을 중심으로 열심히 뛰어서 지난 5월부터 조금씩 회복세입니다만 구조적 한계가 있는 게 사실입니다. 그런데 당분간 수신료 현실화도 어렵습니다.

## 토털리뷰...일괄 삭감 지양

그렇다면 전체 예산과 사업을 전면적으로 재검토해 봐야겠죠? 토털리뷰TF팀을 꾸려 지난 한 달 동안 정밀하게 분석해 봤습니다. 그 결과 KBS의 미래 생존을 위해서는 경직성 비용구조의 근본적 개선이 무엇보다 절실한 상황임을 확인했습니다. 토털리뷰를 통해, 연간 600억 원 정도의 비용 감축 방안을 도출해 냈습니다. 물론 과거처럼 단순 일괄 삭감하는 방식은 지양했습니다.

## 본방송 축소, 핵심 콘텐츠에 집중

먼저 편성과 제작의 경우, 현재 1TV와 2TV에서 매주 83개의 프로그램이 방송되고 있는데요. 핵심 콘텐츠에 더 집중하기 위해 본방 숫자를 줄이고 큐레이션 프로그램이나 재방을 늘리는 방식입니다. KBS의 존재 이유는 좋은 콘텐츠를 만드는 것이겠죠. 미디어 환경이 아무리 달라져도 그 본질은 바뀌지 않습니다. 따라서 본방을 줄여 확보된 예산은 핵심 콘텐츠 제작비로 흘려갈 것입니다. 그리고 물론 최종적인 프로그램 조정 및 편성은 편성본부에서 정확한 조사 결과와 데이터 등을 기반으로 시행할 것입니다.

## 인력 효율화와 업무 개선...고통 분담 수반

다음으로 인사와 조직의 경우, 인력 효율화로 인건비 비율을 낮추고, 업무 프로세스 개선을 통해 일부 조직을 정비하는 방식입니다. 재무와 사업 부문의 경우, 중복되고 불요불급한 업무 조정을 통해 비용구조를 효율화하는 방식입니다. 또한 '시대에 안 맞는 이런 일을 왜 하지?' 이렇게 의문이 제기됐던 관행적인 업무들은 최대한 줄이고 폐지하는 방식입니다. 이를테면, 법인카드 쓸 때마다 종이전표 처리를 해 왔죠? 비용과 행정력을 낭비해온 일인데요. 없애야 한다는 제안도 이번 토털리뷰안에 들어 있습니다. 대신 본인이 각자 컴퓨터와 스마트폰 상에서 영수증을 처리할 수 있도록 하는 새로운 시스템 구축을 전제로 하는 안입니다. 그런데 이렇게 하려면 아무래도 법인카드 사용자에게 노동이 추가돼야 합니다. 따라서 일종의 고통분담이 필요하겠지요?

## 지역방송 활성화...역량 강화와 효율화 방향

이번 토털리뷰안에 지역 방송국 광역화 방안도 들어 있어 논란이 있는 것으로 압니다. 지역방송 활성화를 위해선 지역방송국 역량을 강화해야 합니다. 예산과 인력의 충분한 투입이 어려운 상황에서 총국과 지역국 간 취재 제작, 그리고 운영 시스템의 효율화를 이뤄내야만 KBS의 로컬방송이 정상화될 수 있습니다. 물론 이 안은 신중하게 다뤄야 해서 현재 지역정책실에서 각 지역의 의견을 수렴하며 여러 가지로 시뮬레이션 작업을 하고 있습니다.

## 토털리뷰안...위기 돌파 위한 최소한의 혁신

이번 토털리뷰TF팀에는 10여 명의 직원이 참여했는데, 직종과 부서의 벽을 넘어 매우 혁신적인 안을 만들어 냈습니다. 처음 보고 받고 사실 좀 놀랐습니다. 이 토털리뷰안은 회사 전반의 체질 개선과 내부 혁신의 필요성을 역설하고 있습니다. 또한 이 안은 KBS가 이대로 가다가는 외부로부터 구조조정 당할 수 있다는 경고를 담고 있습니다. 다시 말해 지금 바로 우리 스스로 살 길을 찾아야 한다는 메시지를 담고 있습니다. 이 토털리뷰안을 갖고 경영진이 몇 차례 토의를 했고 노동조합에도 설명을 했습니다. 그리고 지난 목요일 밤 최종 결재했습니다. 앞으로 해당 부서에서 구체적인 실행 계획을 세워야 하고 그 과정에서 예상치 못했던 변수들이 나오면 일부 조정 될 수도 있을 것입니다. 하지만 이 안은 KBS가 당면한 구조적인 재정위기를 돌파하기 위해 반드시 실행해야만 하는 최소한의 혁신안이라 할 수 있습니다. 지금의 심각한 위기를 돌파하려면 정치논리나 내부 갈등을 넘어서야 합니다. 노와 사, 그리고 구성원 모두 함께 힘을 모아야만 합니다. 경영진은 이미 긴장감을 갖고 올 하반기를 시작했습니다. 비장한 각오로 임원들부터 솔선해서 필요한 고통분담 하겠습니다.

## <시사기획 창>...일체의 외압 없어

이어서 최근의 또 다른 논란에 대해 몇 마디 드리겠습니다. 지난 달 <시사기획 창-태양광사업>편 방송 후 큰 논란이 있었죠. 재방을 내지 않았는데, 그 과정에서 청와대의 비공식적 외압이 작용한 거 아니냐는 거였습니다. 제작진과 책임자 간 갈등이 심각했고 일부 구성원들도 여기에 가세하는 형국이었습니다. 급기야 지난주에 국회에서 사장 출석까지 요구했습니다. 이미 회사 입장문에서 밝힌 것처럼 공식 브리핑이나 출입 기자를 통한 사전 고지를 제외하고 어떤 비공식적 연락도 외압도 없었습니다. 과거의 경험과 눈으로 보면 외압을 의심할 수 있을지 모르겠습니다. 하지만 이제 시대가 변했습니다. 지금은 청와대와 KBS의 관계도 과거와 달라졌습니다. 국회 과방위로부터 2차례에 걸쳐 출석 요청을 받고 고심했습니다. 특정 프로그램 문제로 KBS 사장이 출석한 전례가 없었기 때문입니다.

## 특정 프로그램 문제로 KBS 사장 국회 출석은 부적절

처음엔, 출석해서 의혹을 해명하는 게 낫지 않을까 생각했습니다. 안팎의 많은 사람들에게 의견을 물었는데요. 처음엔 엇갈렸습니다. 하지만 날이 갈수록 반대 의견으로 쏠렸습니다. 그래서 어렵지만 결정했습니다. "특정 프로그램 문제로 KBS 사장이 국회에 출석할 수 없다." 출석해서 최대한 해명하는 것이 정치적으로 편할 수는 있겠지만 '원칙'을 지키기로 했습니다. 앞으로 여파가 있을 수 있겠지만 사장이 감당할 몫이라고 생각했습니다. 뉴스와 프로그램은 정치 공방의 대상이 되서는 안 됩니다. 문제가 있을 경우 법과 규정에 따라 편성위원회, 노사 공방위, 언론중재위원회 등에서 다루어져야 합니다. 재방송 불방을 둘러싸고 외압 논란이 벌어져 복잡했습니다만, 사실 이번 <시사기획 창> 문제의 본질은 제작 자율성과 데스크 문제입니다. 이번 프로그램, 제작 자율성을 보장받고 제작됐습니다. 하지만 취재윤리, 제작가이드라인, 심의 규정에 문제가 없었는지, 그리고 데스크 과정에서 허술함이 없었는지 반드시 돌아봐야 하겠습니다.

## 방송 사고 재발 방지 특단 대책 마련해야

KBS 구성원 여러분! 신뢰는 한번 무너지면 회복이 쉽지 않습니다. 지난 1년 절감하지 않았습니까? 과거 오랜 기간의 공백으로 우리가 충분히 실력을 축적하지 못한 결과, 몇몇 시행착오와 실수가 있었습니다. 물론 구성원 개개인의 전문성과 KBS의 전반적인 실력이 점점 향상되어가고 있음을 보고 있습니다. 하지만 전문성이 더 깊어지고, 그리고 최대한 진실에 접근하려는 노력이 더 치열해져야, KBS의 신뢰도가 상승한다고 봅니다. 그리고 이제 비슷한 실수를 반복하지 말아야 합니다. 시청자의 신뢰를 갉아먹는 일입니다. 상반기에 비슷한 유형의 방송 사고들이 계속 있었습니다. 특히 보도본부는 절대 재발되서는 안 될 방송 사고를 유형별로 체크해, 이를 사전에 방지할 수 있는 특단의 대책을 마련해 주기 바랍니다.

## 신뢰와 재정의 위기 중첩...극복 확산

KBS는 지금 위기 속에 있는 게 사실입니다. 그것도 신뢰의 위기와 재정적 위기가 중첩돼 있습니다. KBS호가 폭풍우와 파도 속에서 심하게 흔들리고 있다고 느낄지도 모르겠습니다. KBS의 미래에 대해 심한 불안감을 갖고 있는 구성원들도 있을 겁니다. 하지만 사장으로서 저는 우리가 지금의 복합적 위기를 넘어서 수 있다고 확신합니다. KBS를 '정상화'시키려는 구성원 여러분들의 의지와 열망이 여전히 강하다고 믿기 때문입니다. 여러분은 국민 눈높이에 맞는 완전히 새로운 KBS를 만들겠다고 눈물로 시민들에게 약속했었습니다. 그 초심을 잃지 않는다면 우리는 해낼 수 있을 것입니다. 끝으로 지난 주말 태풍 재난방송하느라, 수고들 많았습니다. 총 14차례에 걸쳐 특보를 했고, 제주와 부산, 전주총국도 자체적으로 한 두 차례 특보 방송을 했다군요. 본사와 지역총국의 현장기자 및 앵커들을 포함, 중계차와 MNG, 스튜디오, 그리고 재난방송센터에서 총 100여 명의 제작진이 참여했습니다. 재난방송 시청률이 높게 나왔더군요. 시청자가 KBS에 무엇을 바라는지 잘 보여주는 지표라고 생각합니다. 이처럼 KBS가 공영방송으로서 국민의 신뢰를 회복할 수 있도록 우리 모두 만반의 준비를 합시다. 감사합니다.

한국방송사 사장 양승동



아직도  
가구시청률 보나요?

# 이젠 KOCO PIE 하세요



## 가구시청률에 대한 고민

- Q 수도권 기준 가구시청률만으로는 뭔가 부족해요. 시청자들은 전국에 있고, 1인 가구도 많은데 가구시청률에는 반영되지 않아요.
- Q 본방송 시청률만으로 프로그램의 경쟁력을 판단할 수 있나요? 이제 재방송, 케이블 채널, VOD 등 시청 방법이 다양해졌어요.
- Q 시청자들은 좋아하는 프로그램의 썰방을 보고, 관련 뉴스도 찾아서 읽고, SNS에 의견을 남기기도 해요. 이런 것도 프로그램의 영향력 아닌가요?

KBS는 지난해 1월, 새로운 시청자 지표 '코코파이'(Korea Content Program Index for Evaluation, KOCO PIE)를 개발해 발표했다. 코코파이는 기존 가구시청률의 한계를 보완하는 지수로 지상파 방송사 중에서 시청 지표 모델을 자체 개발한 것은 KBS가 처음이다. KBS는 자사 프로그램에 유리한 지수가 아닌 '대한민국 대표 콘텐츠 이용지수'를 목표로 조사 전문기관 닐슨컴퍼니코리아, 굿데이코퍼레이션과 함께 코코파이를 개발했다.

## 코코파이-TV는 '통합시청자수'



코코파이-TV는 본방송, 재방송, 유통(케이블) 채널, TV-VOD의 시청자수를 1:1:1:1로 합산한 것이다. 콘텐츠의 소비 행위가 가구 단위가던 과거와 달리, 지금은 개인 단위의 시청이 많아졌기 때문에 기본 단위를 '가구'에서 '개인'으로 전환했다.

## 코코파이-nonTV는 '화제성'

코코파이-nonTV는 시청자들의 '이용' 행위를 반영한 화제성 지수로, 동영상(VOD), 뉴스 구독, SNS, 커뮤니티의 네 가지 영역에서의 시청자 반응을 취합한 지표이다. 젊은 연령층의 시청자들이 디지털 영역에서 활발히 활동하므로, 시청자 연령이 높은 프로그램들은 코코파이-nonTV 순위가 낮은 경향을 보이기도 한다.



## 우수한 성과를 보인 프로그램을 선정해 '코코파이 어워즈' 시상

편성조사부는 지난 4월, 월간 코코파이에서 우수한 성과를 보인 프로그램을 선정해 시상하는 코코파이 어워즈를 신설했다. 눈에 띄게 시청자수가 늘어났거나, 화제성지수가 높아진 KBS의 프로그램이 대상이다. 첫 수상작은 <저널리듬 토크쇼>. 전체 시청자 수 중 3059 연령대 비중이 55%를 차지해 1TV 프로그램 중 가장 '젊은 프로그램'으로 나타났다. 5월에는 <개그콘서트>. 코코파이-nonTV 주간 순위에서 전주 대비 40계단 상승했다. 6월 수상작은 <한국인의 밥상>. 통합 시청자수가 224만 명에 달하는 등 코코파이-TV, 다크 부문에서 1위를 차지하고 전체 프로그램에서 11위를 차지했다.

순위 변동(5월 13일 주간)			코코파이-TV (시청자 수)	
순위	가구시청률(%)	코코파이-TV(명)	슈퍼맨이 돌아왔다	닥터프리즈너
3	닥터프리즈너(16.1%)	슈퍼맨이 돌아왔다(424만)	본방 307만	327만
5	슈퍼맨이 돌아왔다(13.4%)	닥터프리즈너(366만)	재방 108만	33만
			유통 9만	5만
			합계 424만	366만

※ <닥터프리즈너>가 가구시청률은 높았지만 전체 시청자 수 합산 결과 <슈돌>이 많아 순위가 바뀐다. VOD는 적용 대상 아님.

## I·N·T·E·R·V·I·E·W

### 새로운 시청 지표를 받아들이도록 설득 필요



이정환 편성조사부장

그동안 제작진들 사이에 실시간, 비실시간 시청 행위를 아우르는 통합 시청자 지수가 개발되어야 한다는 공감대가 형성되어 있었다. 그러나 막상 코코파이가 개발되자, 익숙하고 편안한 데이터, 우리 프

로그램에 유리한 데이터를 버리고 코코파이를 사용하자고 설득하는 것이 쉽지 않았다. 코코파이를 개발하는데 1년여의 시간이 소요되었다면, 구성원들을 설득하고 타협하는 데는 그 이상의 시간이 걸릴 것 같다. 새로운 시청 지표를 구성원들이 거부감 없이 받아들일 수 있도록 앞으로도 노력이 많이 필요할 것 같다.

### 공영방송으로서 새로운 시청지표를 개발한 것이 의의

KBS가 변화된 콘텐츠 소비 환경에 맞는 새로운 지수를 자체 개발하여 제공한 것은 한국 방송계의 만행으로서 특별한 의미를 가진다. 자사 프로그램에 유리한 지수가 아닌, 객관성과 신뢰성을 가진 지수로 코코파이가 성장하기를 바란다.

### 데이터보다 중요한 것은 통찰력 있는 해석

코코파이를 유의미하게 이용하기 위해서는 지수를 추가적으로 분석하여 통찰력을 이끌어 내는 작업이 중요하다. 코코파이-nonTV의 각 항목별 세부 내역을 보면, 어느 플랫폼에서 상대적으로 화제성이 부족한지 한눈에 파악할 수 있다. 코코파이를 바탕으로 더 많은 함의를 뽑아내고 트렌드에 맞는 방향을 읽어낼 수 있도록, 숫자 그 너머를 볼 수 있는 전문 인력을 양성하는 것이 과제이다.

## 코코파이는 제작진에게 시청자들의 반응을 전달해주는 매개체

### 2TV 편성부 예경옥 부장

"각 프로그램별 가구시청률, 시청자수, 화제성 지수는 서로 다른 추이를 보여주는 경우가 많다. 화제성이나 다시보기 수요가 높은 프로그램은 어떤 것이고, 왜 그런 시청 행태를 보여주는지 코코파이는 디테일한 순위와 데이터를 제공해 주고 있어 많은 도움이 되고 있다. 특히 1030 시청자들의 시청 패턴을 알 수 있는 바로미터라고 할 수 있을 것이다."

### 예능센터 조현아 CP

"코코파이는 콘텐츠 시장에서 우리 프로그램의 위치에 대해 다각도로 분석할 수 있는 지표이다. 코코파이를 통해 디지털 플랫폼에서 KBS의 프로그램이 타사에 비해 화제성이 떨어지는 것을 체감할 수 있었다. 관련 부서에서는 코코파이 지수 데이터를 바탕으로 프로그램에 대한 냉철한 해석 등을 추가로 제공해 주셨으면 하는 바람도 있다."

### 시사제작부 김대영 팀장

"프로그램 제작자로서 시청자들의 반응을 체감하기 위해 유튜브 영상의 조회수, 관련기사의 댓글, 페이스북 공유 횟수 등을 직접 체크해왔다. 그러나 이렇게 파악한 데이터는 신뢰성이 부족해 아쉬움이 있었다. 코코파이를 통해 디지털 부분의 성과에 대해 공신력 있는 데이터를 제공받을 수 있어 유용하다."



# <뉴스9> 인사청문회 최초 검증! '듣지 않는' 청문회

공직자로서 자질이 있는지 후보자를 검증해 보자는 취지로 인사청문회 제도를 도입한지 20년째, '듣고 검증한다'는 청문회의 취지가 제대로 지켜지고 있는 걸까? KBS 데이터저널리즘팀이 인사청문회 회의록 20년 치를 최초 분석해 지난 7월 6일 <뉴스9>을 통해 방송했고 이는 시청자들에게 큰 반향을 불러왔다. 이 보도를 위한 분석 작업에만 석 달, 데이터저널리즘팀 김양순 기자로부터 후기를 들어봤다.

## #7월 6일 토요일 9시 뉴스 편집회의



인사청문회 최초 검증-듣지 않는 청문회. 리포트 3개. 길이는 8분 10초였다. 앵커멘트 포함하면 9분. 주말 뉴스에 이게 들어갈까? 폭염 경보도 내려졌는데... 9시에 소화가 될지 노심초사하던 오후였다.

“툭 갑니다”  
편집부의 결정에 지난 석 달이 스쳐갔다. 주책였다.

## #그동안 청문회에 대한 검증은 없었다

지난 3월 박영선 중소벤처기업부 장관 후보자의 청문회가 한창이었다. 그간 인사청문회 보도는 철저히 후보자에게만 집중돼 있었다. 후보자의 낙마사유, 정권별 낙마자, 청와대 인사검증 부실로 이어지는 프레임에 뭔가 나사가 빠져 있었다. 바로 국회 청문회에 자체에 대한 검증이었다. 인사청문회의 본질은 대통령의 권력을 견제하고 적재적소에 유능한 인사를 앉히기 위해 국회가 책임을 지고 검증을 한다는 것이다. 그런데 아무도 “20년 간 인사청문회는 과연 어땠을까?” 라는 질문을 던지지 않은 거다. “해보자”는 결론이 내려졌다.

- 난관 1. 회의록을 발언자, 발언 내용 등으로 분류해 DB로 만들었지만 개별 질문들에 대한 판단을 내려야했다. 이 방면 국내 최고인 인하대학교 정치외교학과 최준영 교수의 자문을 구해 도덕성·전문성·정파·사상·지역구민원·후계당부의 카테고리로 나눴다. 누가 보아도 ‘이 질문은 도덕성 검증이다’라고 할 정도가 되어야 했다. 그러기 위해선 청문회 당시 여/야/지역구 같은 기본정보는 물론 당시 이슈에 대한 이해도 필요했다. 배경 지식을 갖추고 다시 분석에 들어가서 코드(카테고리)로 구분하는 작업자)간 일치도를 맞춰보는 데만 한 달이 넘게 걸렸다.
- 난관 2. 회의록이 너무 많았다. 350개를 제대로 다 보려면 10명이 석 달 동안 8시간 풀타임으로 코딩을 해야 했다. 회의록 한 개에 질문이 1,800개가 넘는 것들도 있었다. 하루 종일 회의록 1개 코딩도 쉽지 않았다. 토론 끝에 각 정부 1기 내각만 우선 분석하기로 했다.

## #다시 7월 6일 밤 9시...그리고 7일도

그간 디지털뉴스의 아이টে은 방송에 왕왕 나갔지만, 디지털의 반응을 보고 방송에 낸 것들이 대다수였다. 데이터저널리즘팀의 뉴스를 디지털보다 방송으로 먼저 낸 것도 처음이고, 9시에서 블록화해서 이를 연속 보도된 것도 처음이다. 말로만 통합이 아니라 유기적으로 통합뉴스룸이 작동한 첫 사례인 셈이다.

## #보도 이상의 의미

20년 간 이뤄진 인사청문회 회의록 전체를 데이터베이스로 만들었다(인터랙티브 페이지는 7월 31일 KBS 홈페이지를 통해 오픈 예정). 국회 홈페이지 검색과 비교해 번거로움이 사라진 것은 물론 후보자 이름만 치면 검색이 가능하다. 회의록을 통으로 놓고 ‘박영선’이라고 쳤을 때 청문위원으로서의 발언과 후보자로서의 발언을 한눈에 비교해볼 수 있다. 각 청문위원들의 여·야, 지역구 정보도 매칭시켜 이해도 높였다. 키워드 검색도 가능하다. ‘병역’이라고 치면 병역이라는 단어를 써서 질문한 회의록들이 뜬다.



## #그래서 뭐? 덤으로 검색 서비스도

연차가 되고 나니 보도에서 중요한 건 던지는 게 아니라 애프터 서비스더라. 내년은 21대 총선이 있는 해다. 그래서 만들고 있다. 지역구를 검색하면(권역별로) 국회의원들이 뜨고, 이들이 어느 청문회에 들어가서 어떤 발언을 하고, 어떤 검증을 했는지 확인할 수 있는 인터랙티브 서비스다. 인사청문회는 국정감사보다 더 큰 무게감을 지닌다. 한 달 1,800만 원의 세비를 받는 내 지역구 의원들이 국가 운영에 얼마나 신경을 썼는지 들여다보시길.

KBS 데이터저널리즘팀(정한진 팀장, 김양순, 석혜원, 김재현, 김명윤, 윤지희, 임유나, 공민진 + 전현우, 김범주)

# KBS 예능의 무한변신! 신나는 디지털 콘텐츠로 시청자 사로잡는다



KBS 예능이 디지털 세상까지 접수한다! KBS 예능센터는 KBS의 인기 예능 프로그램들을 디지털 콘텐츠로 재탄생시킬 ‘디지털콘텐츠사업팀’을 신설하기로 하고 이와 관련한 타운홀 미팅을 지난 7월 8일 본관 대회의실에서 40여 명의 예능PD가 참석한 가운데 열었다. 이 자리에서는 젊은 시청자를 겨냥한 맞춤형 디지털 콘텐츠를 다양한 플랫폼에 올려 홍보와 수익을 극대화하기 위한 다양한 방안이 논의됐다.

## KBS의 미래를 위한 새로운 도약 ‘디지털콘텐츠사업팀’

예능센터에 신설 예정인 ‘디지털콘텐츠사업팀’은 제작진과 함께 호흡하면서 빠르고 효율적으로 디지털 콘텐츠를 제작하고 다양한 유통 체계도 만들자는 목표를 갖고 있다. 지상파로 방송되는 예능 프로그램을 젊은 시청자 맞춤형 콘텐츠로 제작해 모바일 플랫폼에서도 KBS 예능의 가치를 높일 계획이다.

## 더 새롭고 창의적으로! KBS표 예능 콘텐츠로 재탄생

디지털콘텐츠사업팀은 젊은층이 선호하는 채널로 한 발 더 다가서기 위한 프로젝트를 추진할 예정이다. 아이돌과 코미디, 먹방과 여행 등 4~5개의 온라인 채널 개설과 KBS 예능 프로그램의 스피노프(Spin Off, 파생 작품) 콘텐츠 제작, 통합광고 솔루션 지원 등을 맡는다. 디지털 콘텐츠 사업을 통해 시청층과 구독층을 늘려 나감은 물론 그 시청층이 다시 지상파TV로 유입되는 선순환 구조의 기틀을 마련하고 이 과정에서 수입도 올려 회사 재정에도 도움을 줄 것으로 기대된다.

## 이훈희 본부장, “더 과감하고 공격적인 콘텐츠 생산”

타운홀 미팅에 참석한 예능 PD들의 질의응답 시간도 이어졌다. 앞으로 신규 사업팀과의 협업은 어떻게 이루어질지, 새로운 콘텐츠로 창출되는 기대 효과는 무엇인지에 대해서도 질문과 답변이 오갔다. 이훈희 제작2본부장은 “담대함을 우리가 잃어버린 것은 아닌가 생각이 든다”며, “KBS 예능 집단의 용기가 더 과감해지고, 더 공격적이기를 바란다”고 당부했다. 이재우 예능센터장은 “냉정하게 지금의, 자신의 프로그램을 돌아보길 바란다. 2049 타겟으로 평가하고 보상하겠다”면서 “후배들이 성공의 경험을 공유하지 못해 아쉽지만, 성공의 수익은 제작비에도 보태고 인센티브로도 돌아갈 것”이라고 약속했다.





## 지상파 유일의 독립영화 소개 프로그램 〈독립영화관〉 400회

독립영화를 소개하는 지상파 유일의 프로그램 〈독립영화관〉이 400회를 맞았다. 〈독립영화관〉은 매주 두세 편의 독립영화를 소개하고 있다. 전문상영관의 부족 등으로 독립영화는 관객을 만날 기회가 적은 현실에서, KBS 〈독립영화관〉은 한국 영화의 다양성 확보 등을 통해 영화 산업 발전에 기여하고 있다는 평가를 받고 있다.

### 9년 간 634편 소개...봉준호·박찬욱 감독도 독립영화로 성장

〈독립영화관〉은 2001년 1월 6일 〈단편영화전〉으로 시작해 2006년 11월 17일 방송 이후 한차례 폐지의 아픔을 겪었지만, 2011년 1월 7일 다시 정규 편성됐다. 공영방송으로서 한국 영화의 발전을 지원하기 위함이었다. 정규 편성 이후 지난 9년간 〈독립영화관〉이 소개한 영화는 634편에 이른다. 지난 6월 28일 방송된 400회 특집 〈독립영화관〉에서는 ‘독립영화, 한국 영화의 힘’이라는 주제로 한국 독립영화의 역사를 돌아보고, 현재를 통해 미래를 조망하는 특별한 시간을 가졌다. 봉준호 감독과 박찬욱, 임순례 감독 등 독립영화를 통해 성장한 거장들이 소개됐고, 독립영화가 배출한 스타 배우 이민지와 백재호 감독, 그리고 영화 전문잡지 씨네21의 주성철 편집장이 출연했다.

### KBS, 독립영화계 지원 사업을 통해 미디어생태계 상생 약속

양승동 사장은 취임하면서 KBS가 공영방송으로서 건강한 미디어 생태계를 만들어 나가는데 기여하고자 독립제작사 등과의 상생을 약속한 바 있다. 이에 따라 KBS는 그동안 불모지와 다름없었던 독립영화계와 관련해 다양한 지원 사업을 추진해왔다. 지난해 시작된 ‘독립영화 제작 지원’ 사업을 통해 지금까지 총 6편의 독립영화 제작을 지원하고 지난해 부산 국제영화제에 ‘KBS 독립영화상’을 제정해 상금을 수여했다. 지난 6월 21일에는 영화진흥위원회와 한국 독립 다큐 영화 제작 지원을 위한 업무협약을 체결해 독립 다큐멘터리 부문 영화의 제작비와 개봉 비용 등을 지원하기로 했다.

▶ 매주 금요일 밤 12시 45분, 1TV

### 진행 백승주 아나운서 I·N·T·E·R·V·I·E·W

#### 한국 영화 100주년...한국 영화 황금기에는 항상 독립영화 있어

올해가 한국영화 100주년인데, 한국영화의 황금기에는 항상 독립영화가 있었다. 〈독립영화관〉 400회를 맞이해 독립영화의 역사를 돌아보고 현재의 독립영화를 더 알릴 수 있는 계기가 되기를 바란다. 한국의 격변기에 소위 시대의 문제작들이라고 여겨졌던 작품들이 독립영화를 통해 만들어졌다. 관념이나 예술에만 그치는 것이 아니라 삶의 현장에 밀착해 민중과 함께하는 것이 독립영화의 역할이기도 하다.

#### 늦은 시간 편성 아쉬워...소개할 영화 여전히 많아

〈독립영화관〉은 지상파방송에서 유일하게 독립영화를 소개하는 프로그램이다. 하지만 편성 시간대가 심야라 다가갈 수 있는 시청자에 한계가 있다는 점이 많이 아쉽다. 방송이기 때문에 소개할 수 없는 작품들이 있다는 것 또한 아쉽다. 소재와 장르에 상관없이 더 많은 영화들을 시청자에게 소개할 수 있는 기회가 되고 영화의 다양성을 알릴 수 있는 창구가 되었으면 좋겠다.

#### KBS 〈독립영화관〉이 동반자가 되기를

독립영화 발전을 위해서는 관련 기관 지원이 필요하다. 현재 우리나라 독립영화 전용관이 10개도 되지 않는다. 지역별로 독립영화를 볼 수 있는 곳도 너무 한정되어 있다. 영화를 제작하는 것에 그치지 않고 홍보 활동도 적극적으로 필요하다. 제작부터 개봉까지 혼자 할 수 있는 일은 없다. 서로를 끌어주고 밀어주는 독립영화인들에게 KBS 〈독립영화관〉이 동반자가 되어 작은 역할이라도 함께할 수 있기에 의미가 크다고 생각한다.



### 〈대관람차〉의 백재호 감독 I·N·T·E·R·V·I·E·W



#### 본인의 작품 중 〈독립영화관〉을 통해 방송된 작품은?

〈대관람차〉라는 영화이다. 방송이 결정되었을 때, ‘독립영화에 익숙하지 않은 시청자들이 텔레비전에서 우리 영화를 본다면 어떻게 받아들일까’ 궁금했다. 극장이 아닌 집안 거실의 텔레비전에서, 그것도 지상파 방송에서 제 영화를 보았을 때 감독으로서 묘한 설렘이 있었다.

#### KBS 〈독립영화관〉이 가지는 의미는?

독립영화는 영화뿐 만 아니라 그 영화를 상영하는 극장의 존재조차 잘 알려지지 않아 관객을 만나기가 매우 어려운 것이 현실이다. 단편영화들은 개봉이 거의 불가능하기 때문에 더욱 관객을 만나기 어렵다. KBS의 〈독립영화관〉은 독립영화에 대한 정보가 없거나, 선입견 때문에 독립영화를 찾지 않는 관객(시청자)들이 쉽게 독립영화를 접할 수 있게 해주고 있다.

#### 〈독립영화관〉의 발전에 도움말을 준다면?

영화라는 것이 점점 엔터테인먼트로만 소비되는 경향이

있는데, 그 외에도 좀 더 다양한 가치가 있다는 것을 보여 주셨으면 한다. 또 독립영화가 그저 예산이 적은 영화가 아닌 다양하고, 다른 이야기, 여러 시도를 통해 관객들에게 다가가려고 하는 예술임을 널리 알려주기를 바란다. 시험 문제 풀듯이 감독의 의도를 찾는 것이 아니라, 관객들 스스로가 각자의 영화를 완성하는 것을 도왔으면 한다. 독립영화, 단편영화들은 영화의 내용뿐 아니라 그 영화가 담고 있는 것들에 대해 이야기할 수 있는 부분이 많은데, 방송 후, 그것에 대해 이야기를 나누는 시간이 있어도 좋을 것 같다.





# 어서와~ 지금부터 채널고정! 시원하게 즐기자! KBS COOOOOL FM

COOOOOL FM(89.1MHz)이 무더위에 지친 청취자들에게 시원하게 찾아간다!  
여름밤 다국적 팬들로 북적이는 KBS 본관 라디오 오픈 스튜디오 앞에서 특별 버스킹 공연을 여는가 하면 DJ들의 흥겨운 여름나기 댄스를 담은 디지털 영상 콘텐츠도 선보였다.



### KBS 본관 앞마당...시원한 여름 바람은 덤이요!

7월 12일 금요일 오후 2시, <박원의 키스 더 라디오 - Kiss The Busking> 여름 특집 방송이 8시간이나 남았는데 관객들이 삼삼오오 모여든다. 시청자들에게 유네스코 세계기록유산에 빛나는 <KBS 특별생방송-이산가족을 찾습니다>의 감동이 담긴 무대로, 또는 <1박 2일>의 오프닝 무대로 기억되는 KBS 본관 앞 계단. 그 외 주요 시상식 프로그램의 레드카펫 행사로도 등장했던 이곳이 공개방송 객석으로 변신한 건 이번이 처음이다.



### KBS가 만드는 새로운 버스킹...관객과 호흡하는 무대로 변신

관객의 시선과 편의를 배려한 야외 객석은 감성으로 여름밤을 물들였고 윤석철, 권영찬, 하현진, 오주환, 스텔라장 등 실력 있는 뮤지션들의 연주와 노래는 뮤직 페스티벌을 방불케 했다. 이날 공연은 FM(89.1MHz) 외에도 KBS 공식 모바일 앱 'My K', 유튜브 'KBS 콩', SNS 'My love KBS' 등 다양한 채널을 통해 실시간 영상으로 방송, 고품질 서비스를 제공했다. 400여 명의 관객들이 자정이 넘은 시간까지 자리를 지키며 귀가하지 않는 진풍경을 남기기도 했는데, "진짜 아무도 안 가실 줄은 몰랐어요"라며 진행을 맡은 DJ 박원이 고마움을 표현하자 앙코르 공연과 '떼창'으로까지 이어졌다. 연출을 맡은 김홍범 PD는 "새로운 스타일의 공개방송이었는데 성공적으로 마칠 수 있도록 사내 각 부서에서 도움을 주셨고 청취자들도 한 마음으로 함께해주셨다"며 감사의 마음을 전했다.



### 디지털 영상 콘텐츠 <습격! COOL FM> 선보여

라디오도 보며 즐기는 시대! KBS COOL FM의 진행자들의 재치 있는 홍보 영상도 더위를 잊게 만든다. 새벽부터 심야까지 방송하는 라디오 프로그램은 대부분 생방송이기 마련. On-Air 도중 불시에 스튜디오를 습격!!! 오나나·백팩 키드·외제인·Rolex·망치 댄스를 추는 '인싸' 댄스 따라 하기, 성대모사 마스터, '들보잡' 악기 연주하기, 애교 3종 세트 완성 등 DJ들의 각종 미션 수행 모습은 쿨한 웃음을 선사한다. 박은영, 이현우, 박명수, 정은지, 이금희, 수현, 이혜성 등 '핵인싸' DJ들의 넘치는 끼와 웃음 만발한 모습은 유튜브와 KBS SNS에서 만나볼 수 있다.



## 고만고만? 알고보면 큰 차이 고고차 상담실 #7

“가족 같아서 그랬다는데...”

“나이 찾는데 왜 결혼을 안 하는 거야?”  
“주말에 집에서 혼자 뭐해?”

**Q** 저희 부서는 규모가 작고 이웃 부서와도 교류할 일이 많아 '가족적'이라는 말을 자주 사용해요. 동료로서의 관심과 격려는 좋지만 가끔 주고받는 대화가 선을 넘으면 불편해질 때가 있어요. 미혼인 제게 온갖 사적인 질문도 모자라 어느 날은 급기야 "동생 같아서 하는 말인데 그러다 더 늦으면 애 못 낳는다"는 말까지 하더군요. 해가 바뀔 때 마다 "왜 결혼 안 하나?"로 시작하는 이 레퍼토리, 제 부모님도 하지 않는 이런 얘기들, 이제 그만 듣고 싶어요. (가족들도 안 하는 걱정 어린 질문에 짜증 난 직원)

**A** 사적인 질문과 관심은 달라요. 의뢰인의 이야기를 들으며 세대 간 명절 갈등이 떠올랐습니다. 한때 인터넷상에는 어르신들의 덕담을 잔소리로 간주해 가격을 붙인 '잔소리 메뉴판'이 화제가 됐는데요, 잔소리를 하려면 그에 맞는 금액을 지불하고 하라는 풍자로 취업 관련 덕담은 15만 원, 결혼이나 출산 덕담은 30-50만 원에 달했습니다. 생각해주시 않아도 되니 차라리 이런 덕담, 안 듣고 싶다는 게 이 메뉴판 작성의 취지였겠죠. 직장에서 자주 쓰는 '가족 같은 분위기'란 말이 나쁘다는 것은 아닙니다. 친해지기 위해 일상적인 대화를 나누는 것도 그렇고요. 하지만 취미나 여가 생활

과 같은 범주를 넘어 '그러다 애 못 낳는다', '무슨 문제가 있냐?'와 같이 사생활을 집요하게 파헤치는 것은 동료로서의 관심과는 결이 다릅니다. 당사자가 불쾌해해도 관심이라는 말랑한 말로 그 불쾌감을 적당히 무마시키고 상황을 합리화하는 수단으로 삼는 것도 생각해 볼 문제입니다. 비단 대상이 여성이 아니라 남성이라도 불쾌감은 마찬가지로 집니다. 결혼이나 출산이 정상이라는 강박관념이 상대를 힘들게 할 수 있다는 것, 생각해 보았으면 합니다.

-성평등센터-

성평등센터에서는 성(性), 젠더, 성희롱·성폭력 이슈와 관련해 KBS 구성원들이 궁금해 하는 내용을 접수하여 사보 연재를 통해 답변해드립니다. 궁금한 사항이 있으면, 성평등센터로 문의해주세요.

성평등센터 전화 ☎ 02) 781-2777  
메일 sangdam@kbs.co.kr



### 제42대 KBS 기자협회장에 양성모 사우



제42대 KBS 기자협회장으로 양성모 사우가 취임했다. 34기로 입사한 신임 양성모 기자협회장은 ‘당신의 협회, 모두의 협회’라는 슬로건을 내걸고 “모두의 협회로서 우리가 공유하는 저널리즘의 가치관에 입각해 판단하겠다”며 “모두에게 칭찬받거나 만족시킬 수는 없더라도 모두에게 신뢰받기 위해 노력하는 42대 기자협회가 되겠다”라고 포부를 밝혔다. 취임식은 지난 7월 3일 신관 3층 보도본부에서 열렸으며, 임기는 오는 2020년 6월까지이다.

### KBS 일반직전환자협회 출범, 회장에 오진호 사우



‘KBS 일반직전환자협회’가 7월 1일 자로 정식 출범했다. 초대 협회장에는 단독 입후보한 드라마사업부 오진호 사우가 100% 찬성으로 취임했다. 오 회장은 “KBS가 하나의 아름다운 탑을 완성하는데 작지만 큰 힘을 보태는 공간이 되도록 최선을 다하겠다”며 “협회가 자신만의 이해관계만 주장하는 것이 아니라, 어떤 건강한 역할을 할 수 있는지를 보여주는 작은 모범이 될 것을 약속드리며 더 불어 한 걸음 한 걸음 가보겠다”라고 포부를 밝혔다.

### 이달의 PD상·이달의 기자상 수상 이어져

구분	부문	작품명	수상자
이달의 PD상	TV 시사·교양	〈거리의 만찬〉 ep.24 오버 더 레인보우	조현웅 PD, 정이랑 작가
	라디오	〈KBS 음악실〉 월간 오페라 ‘사랑의 묘약’	이동우 PD, 정주는 작가
방송기자연합회 제128회 이달의 방송기자상	지역뉴스	KBS 대구 연속보도 공공임대 아파트는 건설사 먹잇감	이재민, 박순고, 전민재, 신상용 기자
방송기자연합회 제129회 이달의 방송기자상	뉴스	〈뉴스9〉 단독 연속보도 북한 목선 삼척항 정박	김중용, 한승연, 정면구, 윤봄이, 김남범 기자
	지역뉴스	KBS 광주 가족잔치 공모전부터 가짜 보증서까지... 명장의 민낯	김호, 지종익, 김강용, 김선오, 정은용
한국기자협회 제346회 이달의 기자상	취재보도1 (정치·사회)	〈뉴스9〉 단독 연속보도 북한 목선 삼척항 정박	김중용, 한승연, 정면구, 윤봄이, 김남범 기자

### 2018 연차보고서 발간



2018년도 KBS의 사업 성과와 공적 책무 수행을 기록한 ‘2018 연차보고서’가 발간됐다. 지난 한 해 동안 공영방송에 대한 국민의 신뢰를 회복하고 가장 신뢰받는 공영미디어가 되기 위해 노력한 내용들이 일목요연하게 정리됐다. KBS 콘텐츠의 국제·국내 수상 성과와, 신뢰 회복을 위한 새로운 포맷의 미디어 프로그램 부활, 공영성과 대중성 두 가지 목표를 달성한 신규 프로그램, 디지털 서비스, 사회 공헌 사업 등이 담겼다. 운영실적을 투명하게 공개하기 위해 해마다 국문과 영문으로 발간된 연차보고서는 KBS 홈페이지를 통해서도 볼 수 있다.

▶ <http://open.kbs.co.kr>

### ‘아이디어 제안’ 집중 공모 186건 접수

혼자만 알기 아까웠던 아이디어, 시행만 되면 엄청난 효과가 있을 아이디어 등 KBS의 위기를 돌파할 수 있는 ‘아이디어 제안’ 집중 공모가 7월 1일부터 14일까지 2주간 진행됐다. 올해는 지난해의 10배가 넘는 186건이 접수됐다. 이번 아이디어 접수는 경영 혁신에 초점을 맞춰 진행되었으며 ‘경영효율화’ ‘비용 절감’ ‘공사 이미지 개선’ 등 다양한 직원들의 의견이 접수됐다. 심의를 거쳐 아이디어가 채택된 직원에게는 방송의 날(9월 3일) 행사 때 포상한다.

### 위로가 필요한 시대, “우리, 와락해요!”



KBS 해피 FM〈임백천의 골든 팝스〉의 인기 DJ 임백천이 지난 7월 2일 청취자들과 직접 만나 ‘위로와 용기, 사랑의 와락’이란 프리허그 행사를 진행했다. 이날 행사에는 부산, 울산, 전주 등 전국에서 초청받은 30여 명의 청취자들이 함께 했다. 청취자들은 “앞으로도 직접 소통할 수 있는 행사들이 자주 있으면 좋겠다”며 “용기와 위로를 많이 받고 간다”고 소감을 밝혔다. 〈임백천의 골든 팝스〉는 70-80년대 올드 팝을 만날 수 있는 해피 FM의 대표 프로그램이다.

### 〈그리스 보물전〉 신의 나라에서 온 인류의 보물



KBS가 주최하고 KBS 미디어가 주관하는 〈그리스 보물전〉이 6월 5일부터 9월 15일까지 예술의전당 한가람미술관에서 열린다. 이번 전시는 국가 간 문화교류의 일환으로 진행되는 것으로, 그리스 문화부가 엄선한 국보급 유물 360여 점이 선보인다. KBS 본사와 계열사 임직원들은 사원증을 제시하면 현장에서 본인 포함 동반 4인까지 30% 할인받을 수 있다.



커피는 덕화가 탈게요 손님은 분위기 타세요



매주 화요일 저녁 8시 55분, 2TV

**황혼 부부의 리얼 카페 창업 도전기!**

이덕화의 1인 크리에이터 도전기를 담았던 2TV <덕화TV>가 시즌2로 돌아왔다. 이번엔 다방 DJ 오빠로 돌아와 <덕화다방>을 오픈했다. 지난 7월 23일 첫 방송을 시작한 2TV 새 예능프로그램 <덕화TV 2-덕화다방>(이하 덕화다방)은 복잡한 도시와 떨어진 고즈넉한 시골에서 덕화와 보옥 부부가 카페 창업에 도전하는 것부터 시작한다. 경치 좋은 경기도 가평의 한 마을에 위치한 <덕화다방>은 옛 추억을 떠오르게 하는 음식과 음악을 제공하며 손님과 소통한다. '다방 초년생' 이덕화, 열정 바리스타 보옥, 직원으로 왔지만 어쩌다 사장 역할을 하게 된 허경환의 '게미'는 <덕화다방>의 가장 큰 관전 포인트다. 특히 매회 전영록, 김완선 등 특급 알바생들이 출연해 <덕화다방>만의 인생의 맛, 추억의 맛을 선사한다.

**이 집 음악 잘 하네! 음악·DJ·'라방'이 있는 음악다방!**

<덕화다방>의 시그니처 메뉴는 김보옥 스타일의 아메리카노와 영양 만점 쌍화차. 이덕화만의 옛날 추억의 '3박자 커피'도 <덕화다방>에서만 맛볼 수 있는 대표 메뉴다. 여기에 특급 알바생들의 건강 간식과 최신 트렌드 '흑당 버블티'류 메뉴까지 더해져 시청자들의 침심을 자극할 예정이다. <덕화다방>의 매력은 이덕화가 앞치마를 벗어 던지고 가족 재킷을 입으며 DJ로 변신하는 순간 극대화된다. LP와 턴테이블, 라방(라이브 방송)과 댓글이 있는 신개념 음악 다방은 손님들의 추억을 소환할 예정이다. 5060세대들에게는 향수를 자극하고 2030세대들에게는 뉴트로 감성과 인생 엑기스를 선물할 <덕화다방>이 싱그러운 풀내음과 커피향기로 시청자들의 안방극장을 가득 채워줄 것을 기대한다.