www.kbs.co.kr

2021 사업연도

경영평가보고서

2022. 5

KBS 한국방송

CONTENTS

社 告 **2021 사업연도 KBS 경영평가 결과**

제1편 **경영평가 개요**

1. 경영평가 주체 및 목적 ····· 3
2. 경영평가단 구성 및 운영 ····· 3
3. 평가항목 ····· 4
4. 평가방법 ····· 6
5. 평가일정 및 과정 ····· 6

제2편 **경영개황**

1. 2021년 경영목표 ····· 11
2. 기구 ····· 12
3. 인원현황 ····· 13
4. 방송현황 ····· 14
5. 방송시설 ····· 20
6. 재무현황 ····· 21

제3편 **평가사항**

제1장 경영목표 설정의 타당성

1. 경영 목표 설정의 타당성, 중점과제 수행 평가 ····· 25
2. 편성 기본 방향 ····· 32
3. 평가와 제언 ····· 51

제2장 예산집행의 효율성

1. 예산편성의 적합성과 운영의 효율성 ····· 58
2. 평가와 제언 ····· 69

제3장 인사·조직 등 경영관리제도

1. 미디어 환경변화에 대응한 조직·인적자원 관리 ····· 71
2. 성과관리제도 및 운영의 효율성 ····· 95
3. IT부문 투자 ····· 101
4. 평가와 제언 ····· 106

제4장 경영실적

1. 재무상태의 안정성과 회계관리의 적절성 ····· 121
2. 수입재원 구조 ····· 150
3. TV·라디오 콘텐츠 평가 ····· 154
4. 디지털 콘텐츠 평가 ····· 205
5. 보도·시사의 신뢰성·공정성 ····· 218
6. 재난재해 주관방송의 역할 이행 ····· 235
7. 지역방송 활성화 ····· 249
8. 편성의 다양성 ····· 258
9. 글로벌 경쟁력 ····· 273

CONTENTS

10. 제작 윤리 강화 ····· 283
11. 평가와 제언 ····· 289

제5장 연구개발 사업

1. 미디어 기술 연구 ····· 305
2. 방송문화 연구 ····· 329
3. 평가 및 제언 ····· 332

제6장 시설투자

1. 〈KBS 경영목표 및 중장기 중점과제〉관련 투자 현황 ····· 337
2. 방송품질 향상 및 디지털 인프라 고도화 ····· 360
3. 제작기술 시스템 역량 개선 ····· 394
4. 콘텐츠제작 기술품질 역량 강화 ····· 410
5. 평가 및 제언 ····· 433

제7장 기타 : KBS의 발전과 경영 개선사항

1. 공영방송의 윤리 ····· 439
2. 사회적 책임 이행 ····· 444
3. 시청자 설명 책임 ····· 454
4. 평가 및 제언 ····· 463

제8장 총평

1. 경영목표 설정의 타당성과 성과 ····· 467
2. 예산편성 및 집행 ····· 468
3. 인사 및 조직 운영 ····· 469
4. 수입재원과 재무상태의 안정성 ····· 472
5. 방송 콘텐츠 평가 ····· 473
6. 디지털 콘텐츠 평가 ····· 475
7. 공정성과 신뢰성·편성의 다양성 ····· 476
8. 재난방송·지역방송·국제경쟁력 ····· 478
9. 연구 개발 ····· 480
10. 시설투자 ····· 482
11. 공영방송의 윤리와 책무 ····· 484

社 告

2021 사업연도 KBS 경영평가 결과

KBS 이사회는 방송법 제49조 제1항 제6호에 따라 경영평가단을 구성해 지난 2021년 한 해 동안의 KBS 경영 성과를 평가했습니다. 이사회는 경영평가단의 평가 결과를 시청자 여러분에게 알려드립니다.

2021년도에는

- 총수입 1조 5천 82억 원을 달성했고
- 총비용 1조 4천 689억 원을 집행했습니다.
- 업손실이 71억 원이고 당기순이익 393억 원이 발생했습니다.

2021년 말 KBS의 재무 현황은

- 자산이 1조 3천 541억 원으로,
- 이 가운데 부채가 5천 773억 원
- 자본이 7천 768억 원입니다.
- 2020년 말에 비해
  자산은 814억 원 증가했으며,
  부채는 262억 원, 자본은 552억 원 늘었습니다.

- KBS는 2021년 경영목표로 '공적책무 강화와 수신료 현실화'를 제시했습니다. 경영평가단은 공영방송의 경영목표를 수신료와 연계해 설정하는 것은 다소 선언적으로 보이므로 목표를 보다 구체적으로 표현하는 것이 바람직하다고 지적했습니다. 이와 함께 현재 수신료가 KBS 재원의 절반에 미치지 못하고, 다른 재원증가가 어려운 현실을 감안해 수신료의 법적 부과 방식 변경 등 새로운 돌파구 마련을 강조했습니다.

- 코로나 사태가 지속되는 환경에서도 광고 수입과 콘텐츠 사업 수입이 전년보다 10% 이상 늘어나, 수입 증대를 위한 노력을 했다고 판단됩니다. 하지만 지상파 광고수입의 하락에 대비해 수신료 현실화뿐만 아니라 KBS가 보유한 콘텐츠를 활용한 수입을 늘리는 등 수입을 다각화하는 노력이 요청됩니다.

- KBS는 2021년 10대 방송 기본방향에 따라 프로그램을 적절히 편성하고 신규 제작을 안정적으로 이뤄냈습니다. 각종 프로그램을 통해 국내외 이슈와 지역의 가치, 사회적 약자 등에 관해 공영방송이 제공해야 할 정보를 골고루 전달했다고 평가됩니다. 특히 언론 비평과 환경·과학 이슈 등 다른 방송사들이잘 다루지 않는 영역을 지속적으로 다루는 노력도 보여주었습니다.

- KBS의 TV 시청률은 다른 지상파에 비해 전반적으로 높게 나타났습니다. 〈KBS 뉴스 9〉은 경쟁 뉴스 프로그램들에 비해 시청률이 높습니다. 전문가 협업 시스템을 통해 심층 분석을 늘리고, 시청자 반응을 실시간으로 분석하는 등 업무를 개선한 결과로 보입니다. 또한, KBS 1TV는 주요 기관들이 시행한 공정성과 신뢰도 평가에서도 대부분 1위를 유지했습니다. KBS 라디오의 점유청취율 역시 2013년 이후 최고 수준을 기록했습니다. 하지만 방송의 중립성에 대해 일부 시비가 있었습니다.

- KBS는 시청률에 비해 여론영향력은 약한 것으로 분석됐습니다. KBS가 정보 전달에는 능하지만, 여론을 형성하거나 화제가 될 만한 프로그램을 제공하는 데는 충분한 역할을 하지 못했습니다. 또한, KBS 2TV의 공정성과 신뢰도는 최근 하락세를 보이고 있습니다. KBS 2TV의 채널 정체성에 대한 깊이 있는 고민이 필요합니다.

- 디지털 서비스를 개선하기 위해 KBS는 2021년 편성본부에 멀티플랫폼전략국을 신설했으며, 유튜브의 조회 수, 구독자 수 등에서 크게 증가했습니다. 그러나 KBS 유튜브 채널은 다른 방송사 채널에 비해 경쟁력을 갖지 못하고 있습니다. 다양한 부서에서 생산되는 디지털 콘텐츠를 통합해 유통시키는 전략이 필요합니다.

- KBS 주시청자층이 편중돼 있는 점이 문제로 제기되고 있습니다. KBS 1TV의 주시청자층에서 60대 이상이 3분의 2를 차지하고, KBS 2TV에서는 절반 가까이를 차지합니다. 다양한 연령대의 시청자층을 골고루 확보하는 것이 KBS의 미래를 준비하는 데 필수적입니다. 이를 위해 참신한 소재 발굴과 창의적인 포맷의 실험이 필요합니다.

- 지역간 불균형을 완화하기 위해 KBS 지역국의 프로그램 제작을 활성화할 필요가 있습니다. 지역국에 대한 예산지원 등 적극적인 정책변화가 필요합니다. 지역에서 공공저널리즘 성격의 프로그램과 산학 연계 프로그램을 개발할 것도 권고합니다.

- 방송 심의와 관련해 방송통신심의위원회로부터 받은 주의가 1건으로 방송 윤리 준수에서 좋은 평가를 받았습니다. 다만 일부 라디오 프로그램의 경우 진행자의 중립성과 출연자 선정 등에 대한 우려가 제기됐습니다.

- 방송 기술면에서는 자체적으로 개발한 시청자 참여 어플리케이션 '티벗'을 이용해 다양한 양방향 방송을 구현하고, 재난경보망을 UHD 방송망까지 확장하는 사업을 수행했으며, AI 자동 재난방송 시스템을 강화하는 등 선도적인 방송 기술 개발로 KBS의 공적 가치를 높였습니다.

- UHD 다채널·모바일 혁신 시범서비스를 실시하고, 양방향 부가서비스를 확대하는 성과를 이루었지만 세계 최초로 UHD 방송에 성공한 과거 성과에 비해 UHD 전환 사업이 지연되고 있는 점은 아쉽습니다. UHD 전환을 신속히 추진하고, 송신·중계 시설의 효율적인 운영방안을 마련할 것을 권고합니다.

- KBS 이사회는 경영평가의 취지를 최대한 살려 KBS가 공영방송으로서 역할과 책임을 다하도록 노력하겠습니다.(끝)

2021 사업연도 KBS 경영평가단

심재철 전 고려대학교 미디어학부 교수

이종혁 경희대학교 미디어학과 교수

정화섭 방송통신심의위원회 통신자문특별위원

김경수 전 KBS 뉴미디어센터장

문창석 전 KBS 시청자본부장

노승룡 회계법인 정연 이사

박찬욱 KBS 감사

C·h·a·p·t·e·r

01

경영평가 개요

1. 경영평가 주체 및 목적
2. 경영평가단 구성 및 운영
3. 평가항목
4. 평가방법
5. 평가일정 및 과정



KBS 한국방송

제1편 | 경영평가 개요

1. 경영평가 주체 및 목적

이사회는 KBS의 독립성과 공공성을 보장하기 위한 최고 의결기관으로 이사는 각 분야의 대표성을 고려하여 방송통신위원회에서 추천하고 대통령이 임명한다.

이사회는 방송법 49조 제1항 제6호, 방송법시행령 제33조 및 KBS 정관 제13조 규정에 의거 매년 경영평가단을 구성·운영하며 KBS의 경영성과에 대하여 평가를 실시한다. 그 목적은 KBS의 설립 목적인 「공정하고 건전한 문화의 정착」과 「국내외 방송의 효율적 실시」 그리고 KBS의 경영개선을 도모하기 위함이다.

2. 경영평가단 구성 및 운영

1) 경영평가단

경영평가단은 이사회가 위촉한 전문가로 구성되었으며, 명단은 아래와 같다.

□ **외부전문가 6명**

- 방송 부문 : 심재철 (전 고려대학교 미디어학부 교수)
  이종혁 (경희대학교 미디어학과 교수)
- 기술 부문 : 정화섭 (방송통신심의위원회 통신자문특별위원)
  김경수 (전 KBS 뉴미디어센터장)
- 경영 부문 : 문창석 (전 KBS 시청자본부장)
  노승룡 (회계법인 정연 이사)

□ **내부위원 1명**

- 박찬욱 (KBS 감사)

2) 평가기간

□ 2022년 1월 ~ 2022년 5월

3. 평가항목

평가항목은 방송법 시행령 제33조 규정에 명시된 아래 7개 항목이며, 항목별 세부평가항목은 이사회에서 작성한 「한국방송공사 경영평가 지침」을 기준 삼아 경영평가단에서 협의하고 확정했다.

1) 법정 7개 항목

① 경영목표 설정의 타당성 평가
② 예산집행의 효율성 평가
③ 인사·조직 등 경영관리 제도의 평가
④ 재무상태 등 경영실적의 평가
⑤ 연구개발사업의 평가
⑥ 시설투자의 평가
⑦ 기타 KBS의 발전과 경영개선을 위하여 필요한 사항

2) 항목별 세부 평가항목

(1) 경영목표 설정의 타당성

◦ 경영 목표 설정의 타당성
◦ 중점과제 수행 평가
◦ 편성 기본 방향

(2) 예산집행의 효율성

◦ 예산편성의 적합성과 운영의 효율성

(3) 인사·조직 등 경영관리제도

◦ 미디어환경변화에 대응한 조직/인적자원 관리
◦ 성과관리제도 및 운영의 효율성
◦ IT부문 투자

(4) 경영실적

◦ 재무상태의 안정성과 회계관리의 적절성
◦ 수입재원 구조
◦ TV/라디오 콘텐츠 평가
◦ 디지털 콘텐츠 평가
◦ 보도·시사의 신뢰성·공정성
◦ 재난재해 주관방송의 역할 이행
◦ 지역방송 활성화
◦ 편성의 다양성
◦ 글로벌 경쟁력
◦ 제작 윤리 강화

(5) 연구개발 사업

◦ 미디어 관련 연구 개발

(6) 시설투자

◦ 방송품질 향상 및 뉴미디어 기술 투자

(7) 기타 KBS 발전과 경영개선 사항

◦ 공영방송의 윤리
◦ 사회적 책임 이행
◦ 시청자 설명책임

4. 평가방법

평가기준은 이사회에서 작성한 한국방송공사 경영평가지침을 근간으로 하여 2021 사업연도 계획에 대한 실적의 수준, 전년도에 대비한 실적의 성장 정도, 그리고 일반화된 경영원리등을 적용하여 선정하였고, 부문별 중점사업에 대하여는 심층적으로 검토했다. 또한, KBS가 제출한 2021 사업연도 추진 실적 자료와 부서장 면담 등을 위주로 하여 점검하였으며, 지역방송국 방문과 방송 제작 현장 실사를 통하여 수집한 자료 등을 검토하여 평가했다.

5. 평가일정 및 과정

□ 2022.01.26.	■ 경영평가 위원 위촉식 및 경평 관련 논의 - 경영평가단 본사 제작 시설 실사
02.07.	■ 경영평가단 지역방송국 실사
02.17.~02.22.	■ 경영평가단 부서장 면담
02.14.~03.31.	■ 경영평가보고서(이하 '보고서') 초안 작성·제출 - 총평 및 부문별 평가 포함
04.01.~04.06	■ 보고서(초안)에 대한 부문별 평가위원 간 피드백 반영 - 경영평가보고서 1차 검토회의
04.07.~04.15.	■ 보고서(초안)에 대한 각 부서 의견수렴, 평가단에 피드백
04.18.~04.20.	■ 경영평가보고서 수정안 작성 및 제출 - 각 부서 의견에 따른 보고서 내용 수정·반영 등
04.25.	■ 보고서(수정안)에 대한 부문별 평가위원 간 피드백 - 경영평가보고서 2차 검토 회의
04.25.	■ 경영평가단과 임원진 간담회
04.25.~04.26.	■ 경영평가 심층 토론 워크숍
04.27.	■ 경영평가단과 이사진 간담회 - 보고서(안)에 대한 이사진 의견 청취
05.04.	■ 경영평가보고서 최종(안) 이사회 제출 ■ 社告방송문(안) 논의

05.11. ■ 社告방송문(안) 확정

05.25. ■ 경영평가 결과 이사회 심의·의결

05.29. ■ 경영평가 결과 자체방송 (社告 : 1TV, 1R)

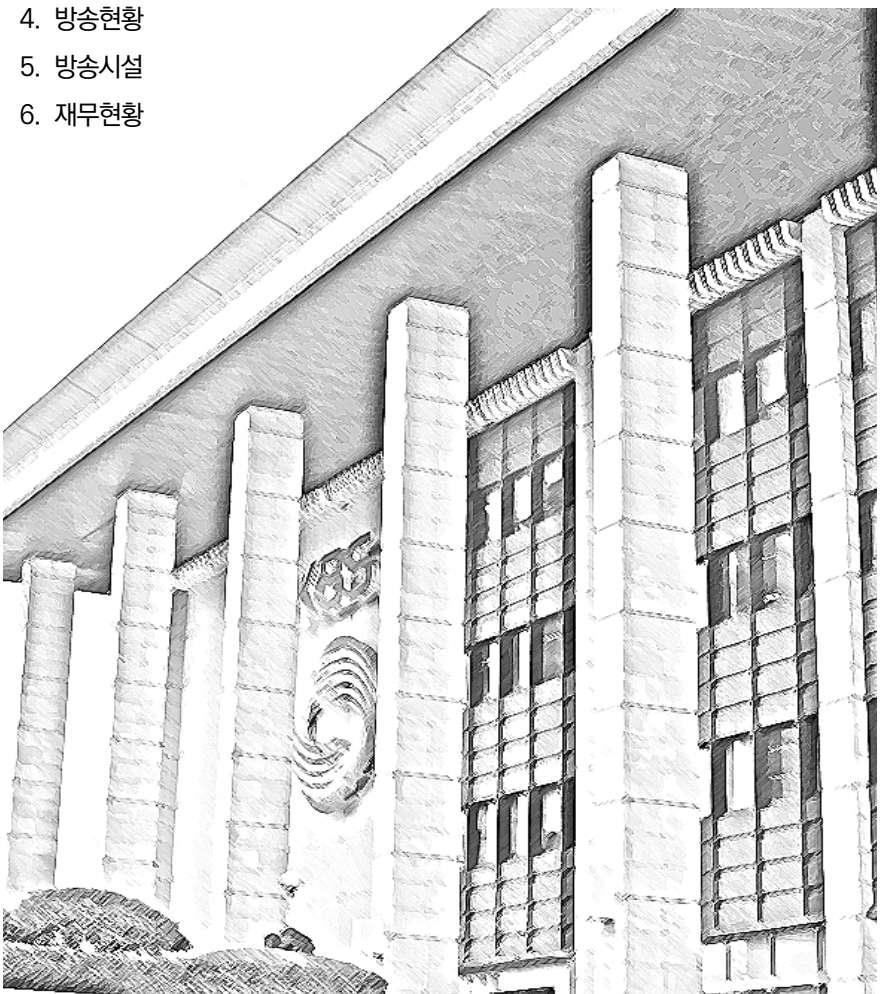
05.31. ■ KBS홈페이지 게시

KBS 한국방송

C·h·a·p·t·e·r

02
경영개황

1. 2021년 경영목표
2. 기구
3. 인원현황
4. 방송현황
5. 방송시설
6. 재무현황



KBS 한국방송

2021 사업연도 경영평가 보고서

제2편 | 경영개황

1. 2021년 경영목표 : 2021 KBS경영목표 공적책무 강화와 수신료 현실화

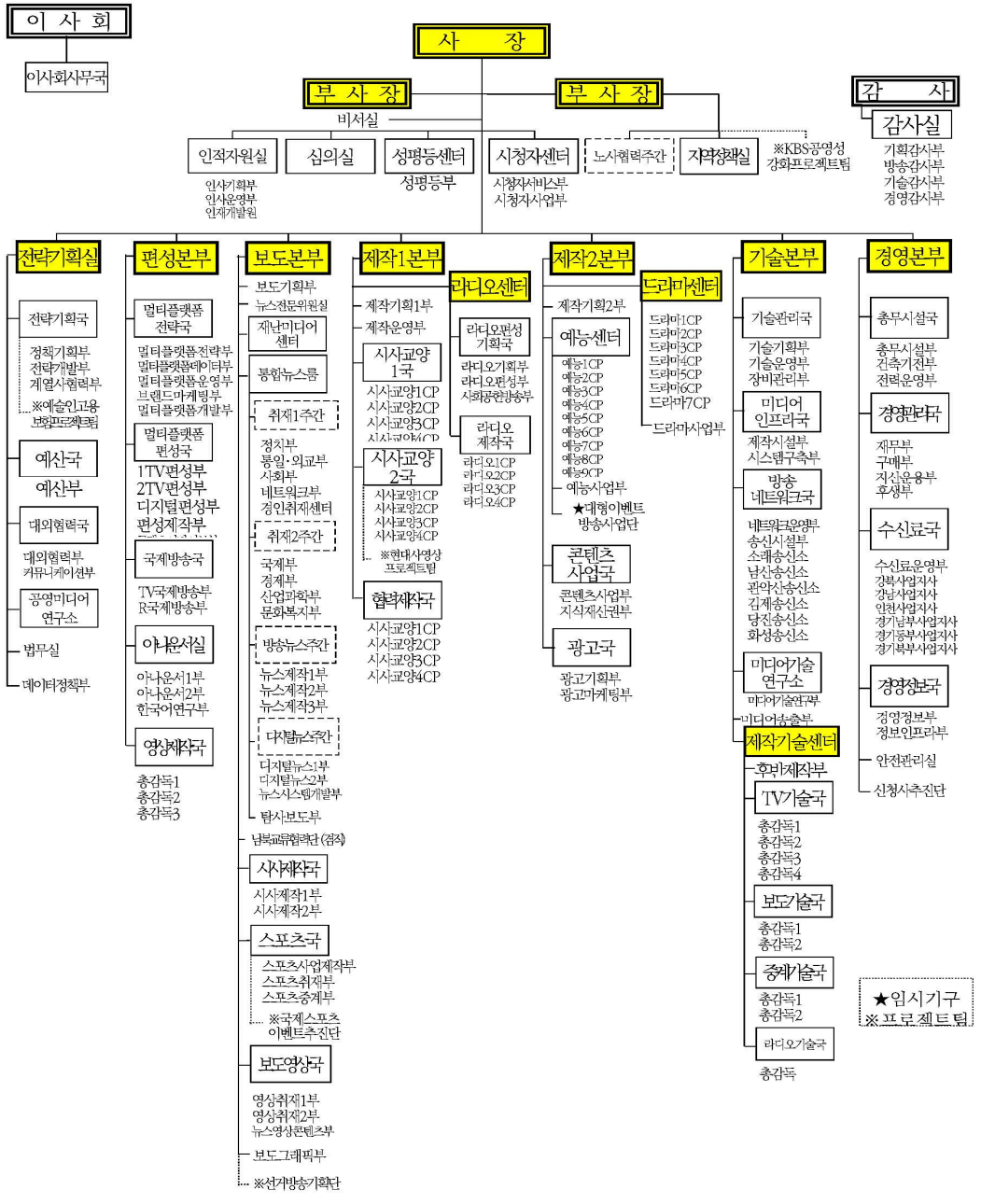
□ 2021년 경영목표 핵심사업

2019-2021 중장기계획		2021년 경영목표 핵심사업
5대 세부목표	12대 역점과제	
Ⅰ. 독보적 신뢰	1. KBS 저널리즘 혁신	① '신뢰의 기준, KBS' 확립 ② 스마트 재난미디어 KBS ③ 기후재난 대응 프로젝트 ④ 뉴노멀 시대 주요 의제 설정 ⑤ 남북한 방송문화 교류 주도 ⑥ 시청자 설명책임 강화 ⑦ 시청자 참여 확대 ⑧ 지역방송 역량 강화
	2. 사회경제적 의제의 공론 확대	
	3. 시청자 중심 구현	
Ⅱ. 압도적 영향력	4. 최고의 콘텐츠 경쟁력	⑨ 대형 기획 프로젝트 제작 ⑩ 편성 패러다임 대전환
Ⅲ. 콘텐츠 도달률 강화	5. 공영미디어로의 진화	⑪ OTT플랫폼 유통 확대 ⑫ 현장맞춤형 차세대 기술 활용 강화 ⑬ UHD 콘텐츠 제작기반 확대 ⑭ 디지털 콘텐츠 확대 ⑮ 미래세대 참여 강화
	6. 디지털 콘텐츠 강화	
	7. 미래세대 타깃팅 강화	
Ⅳ. 글로벌 미디어로 도약	8. 세계적 콘텐츠 제작, 유통	⑯ 한류 콘텐츠 사업 다각화 ⑰ KBS국제방송 채널 경쟁력 강화
	9. 국제방송 강화	
Ⅴ. 창의적 조직으로 변화	10. 콘텐츠 중심 조직 구현	⑱ KBS그룹 차원의 운영체계 강화 ⑲ 조직운영체계 개선 ⑳ 수신료 현실화 추진 ㉑ 다각적 재원 확대
	11. 효율적인 운영체계 구현	
	12. 안정적 재원 확보	

2. 기구

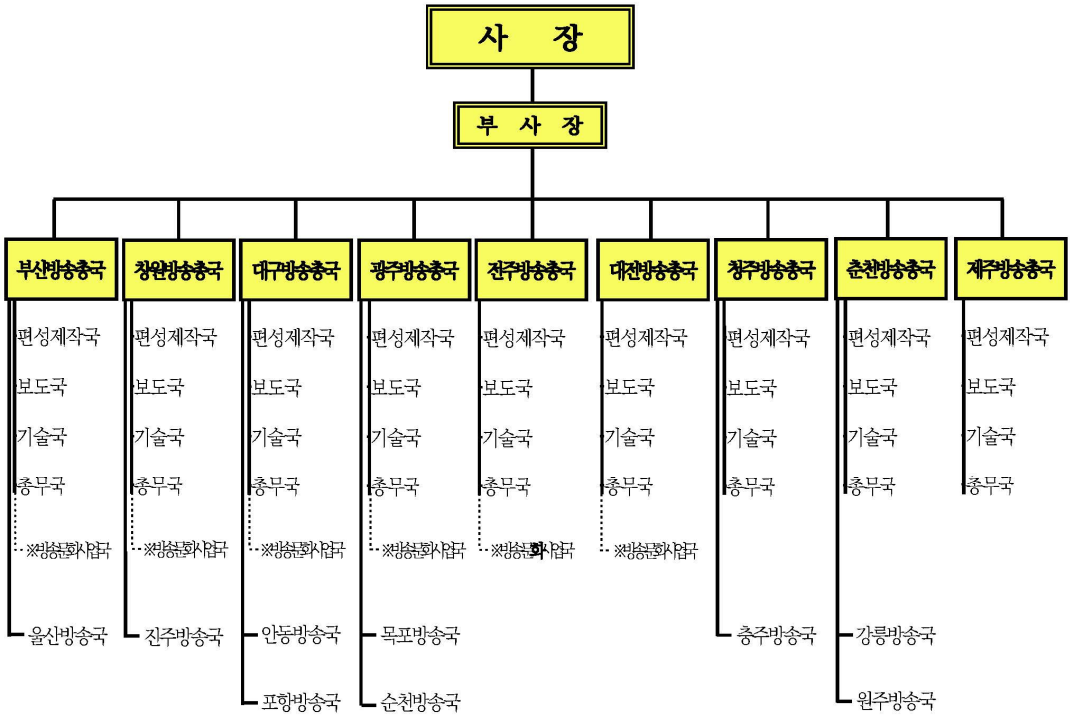
| 본 사 |

(2021.12.31.기준)



| 지 역 |

(2021. 12. 31. 기준)



3. 인원현황

(2021. 12. 31. 기준)

구 분		정 원	현 원 (여성)		대 비
집행기관	사 장	1	1		
	감 사	1	1		
	부 사 장	2	1		△1
	본 부 장	8	5		△3
	집행기관 계	12	8		△4
직원	일 반 직	5,363	4,239	(1,049)	△1124
	촉 탁 직	32	11	(3)	△21
	방송음악직	54	38	(16)	△16
	수 습 직	0	83	(37)	83
	직원 계	5,449	4,371	(1,105)	△1078
합 계		5,461	4,379	(1,105)	△1082

4. 방송현황

가. TV 방송현황

공영방송 KBS는 2개의 TV 채널과 2개의 위성방송 채널을 운영하며 수준 높은 프로그램을 방송하고 있다.

□ 제1TV (한국인의 중심 채널)

코로나19 장기화에 따른 세계적인 혼란으로 공영방송 존재가 그 어느 때보다 중요한 2021년, KBS 1TV는 시대를 반영하는 프로그램을 편성해 시청자 신뢰를 회복하고 위상을 재정립한다. 물리적 거리두기가 개인·세대 간 단절로 이어진 대한민국의 재건을 키워드로 기획·전략 편성을 최우선으로 실현한다. 이를 통해 사회적 갈등을 극복하고 대한민국이 나아갈 방향과 방법을 제시한다. 특히 '더 나은 삶, 안전한 대한민국' 어젠다는 2021년에도 이어간다. 생활안전, 산업재해, 지구환경보존의 주제별 제작방식 및 홍보 전략 종합계획을 수립해 재난주관방송사의 책무를 완수한다. 디지털 생활 라이프가 가속화될 '뉴노멀 시대'에 부응할 새로운 포맷 프로그램을 적극 편성해 트렌드에 대응하는 혁신적인 채널로 거듭난다. 특히 코로나 시대 비대면 방송 포맷을 개발해 물리적 제한을 뛰어넘는 방송 환경을 마련한다.

□ 제2TV (행복충전 가족채널)

가족친화 채널 KBS 2TV는 온 가족이 즐길 수 있는 핵심 콘텐트를 개발하고 전략적으로 배치해 채널 경쟁력을 제고한다. 플랫폼 다변화로 급변하는 방송환경에 맞춰, 모바일 등 다양한 플랫폼으로 변환할 수 있는 대표 콘텐트를 개발·편성한다. 국민적 통합을 이룰 수 있는 대형 이벤트 프로그램을 편성해 채널의 혁신과 창의를 도모한다. 특히 코로나 19로 위축된 시대에 펼쳐지는 도쿄 하계 올림픽의 사전 기획물과 중계방송으로 국가적 활력을 고취하며 대한민국 대표 방송 채널의 역량을 높인다.

□ KBS WORLD (한류채널)

1TV, 2TV의 드라마와 예능 등 KBS의 우수한 프로그램을 편성해 방송한다. 경쟁력 있는 지상파 콘텐츠와 SNS를 양대 축으로 시너지 효과를 극대화해 한류의 중심 채널로서 자리매김한다.

- 편성시간 : 24시간

- 사용언어 : 한국어 ※ 영어, 중국어, 베트남어, 말레이시아어 등 외국어 자막 방송
- 채널편성 : 종합 편성 (KBS 1, 2TV 및 자회사 프로그램)

□ KBS KOREA (한민족 네트워크 채널)

한국의 중심 채널 1TV를 Live 수중계를 통해 전세계 한민족의 중심채널로서

한국의 현재를 생생하게 전한다. 주요 뉴스와 최신 다큐멘터리는 물론 역사 드라마, 예능 프로그램을 통해 재외동포에게 유익한 정보와 감동을 선사하여 한국과 재외동포를 24시간 연결하는 전세계 한민족 네트워크의 역할을 수행한다.

- 편성시간 : 24시간
- 사용언어 : 한국어
- 채널편성 : 종합 편성

나. 라디오 방송현황

KBS는 7개 라디오 채널을 통해 공정성과 전문성을 확보하는 가운데 품격 높은 교양 프로그램과 대중성을 살린 즐겁고 유익한 프로그램을 방송하고 있다.

□ KBS 1Radio (뉴스 시사 / 교양 채널)

'한국인의 중심채널 1라디오'는 뉴스 시사, 교양 채널의 주요 책무인 가치있는 정보와 신뢰성 있는 뉴스, 전문가에 의해 정선된 교양 콘텐츠를 빠르고 정확하게 전달한다. 재난재해 대응 시스템을 강화해 국민의 생명과 재산을 보호하는 국가기간방송으로서의 역할을 충실히 한다. 또한 디지털 모바일 환경 변화에 발맞춰 새로운 형식의 뉴스 시사 콘텐츠 제작에 힘쓰고 있다.

□ KBS 2Radio (중장년 대상, 음악 채널)

중장년 청취자들이 선호하는 대중음악 전문 채널을 지향한다. 40~60대 청취자가 좋아하는 방송인들과 KBS 아나운서들이 진행자로서, 중장년층에게 친근한 가요와 팝을 전한다.

□ KBS 3Radio (장애인 / 사회적 약자 / 다문화 가정 대상 채널)

장애인의 권익 향상과 소외계층을 위한 국내 유일의 지상파 복지·정보 채널로서, 장애인과 노인, 다문화 가정 청취자를 위한 다양한 프로그램을 통해 유익한 정보를 제공한다. 또한 사회

적 약자를 위한 여론 조성과 의제 설정 등 공적 책무를 지속적으로 강화함으로써 사회 구성원 간의 이해와 사회통합을 추구한다.

□ KBS 1FM (클래식 전문 채널)

국내 유일의 클래식 전문 채널인 1FM은 클래식 애호층 확산에 더욱 주력해 누구나 쉽게 클래식 음악에 다가갈 수 있는 프로그램을 지속적으로 개발하고 있다. 다양한 무료 음악회를 개최해 청취자와 소통을 늘리고 지역 및 계층 간 문화격차 해소에 기여하며, 유망 음악인을 발굴하고 음반을 제작하는 등 클래식 음악 중심 채널로서의 역할을 수행한다.

□ KBS 2FM (음악 / 예능 채널)

최고의 콘텐츠를 제작하는 KBS 라디오의 대표 음악예능 채널로 청취자에게 더욱 가까이 다가가기 위해 디지털 영역으로 그 영향력을 확대하고 있다. 건전한 대중문화의 보급 확대 및 국민정서 함양을 위해 다양한 대중음악과 건전한 오락 프로그램을 제공하고 있다.

□ KBS 한민족방송 (북한 전문 / 한민족 중심 채널)

북한 주민과 북방동포를 포함한 750만 재외동포를 대상으로 한민족의 민족적 자긍심을 고취하는 콘텐츠를 제공하고 있다. 남북한 정세와 북방 및 재외동포와 관련된 균형 잡힌 정보를 전달함으로써 남북관계 발전 및 해외를 아우르는 평화통일 전도사의 역할을 수행하고 있다.

□ KBS WORLD Radio (국제방송)

전세계에 한국을 전파하는 다국어 공공외교 채널로서 한국의 정치, 경제, 사회, 문화 등 다양한 스펙트럼의 프로그램을 지역별·언어별로 특화된 매체를 통해 신속, 정확하게 제공하고 있다. 또한 인터넷과 모바일 플랫폼에 최적화된 콘텐츠로 해외 청취층 저변을 확대하고 있다.

다. DMB 방송현황

세계 최초의 지상파 이동방송 〈U KBS〉는 모바일 미디어 이용자를 위한 무료 보편적 서비스를 제공하는 방송매체로 1TV와 2TV의 고품질 콘텐츠를 언제 어디서든 쉽고 자유롭게 접근할 수 있도록 하며 이동 멀티미디어 시청의 저변을 확대하고 있다.

□ ①KBS★ (유 케이비에스 스타)

KBS 1TV에 기반을 둔 한국인의 이동방송 중심 채널로서 KBS 1TV 프로그램의 공영성을 이동방송 시장에까지 확대하여 KBS DMB 서비스의 공익적 가치를 제고하고 있다.

□ ①KBS♥ (유 케이비에스 하트)

KBS 2TV에 기반을 둔 가족 문화 채널로서 KBS의 우수 콘텐츠를 재가공하여 KBS DMB 서비스의 경쟁력을 높이고 이를 통해 이동방송 시장의 형성 및 발전에 앞장서고 있다.

□ ①KBS♫ (유 케이비에스 뮤직)

음악 전문 채널로서 디지털 방송에 특화된 내용의 신규 프로그램 제작과 기존 지상파 아날로그 음악 라디오의 재전송을 교차 편성하여 향후 FM라디오의 디지털 전환 및 디지털 서비스 확대에 대비하고 있다.

□ ①KBS✤ (유 케이비에스 클로버)

언제 어디서나 접근할 수 있는 이동형 개인 매체인 DMB의 특성을 살릴 수 있는 데이터 채널로서 실시간 교통·여행 정보를 제공하는 TPEG 서비스를 실시하여 운전자와 여행자에게 편익을 제공하고 있다.

라. 매체별 방송시간

(2021. 1. 1. ~ 12. 31.)

구 분		방송시간 (1일 평균)
TV	제 1 T V	23시간 17분
	제 2 T V	21시간 9분
	KBS World	24시간
	KBS World 24	24시간
라디오	제 1 라디오	24시간
	제 2 라디오	22시간
	제 3 라디오(사랑의 소리방송)	21시간
	제 1 F M	24시간
	제 2 F M	24시간
	한민족방송	20시간(제1방송 기준)
	KBS World Radio	60시간 (26개 주파수 합산)
DMB	U-KBS 스타★(V)	23시간 24분
	U-KBS 하트♥(V)	22시간 53분
	U-KBS 뮤직♬(A)	24시간
	U-KBS 클로버♣(D)	24시간

마. 매체별 편성비율

□ 지상파

(2021. 1. 1. ~ 12. 31.)

구 분		보도(%)	교양(%)	오락(%)	계(주간)
TV	제1TV	33.0	57.9	9.0	9,806분
	제2TV	7.1	43.5	49.4	8,908분
Radio	제1라디오	42.4	53.2	4.4	10,080분
	제2라디오	0.3	66.9	32.9	9,240분
	제3라디오	8.4	68.5	23.2	8,820분

□ 국제방송(TV)

구 분	보도(%)	교양(%)	오락(%)	계(주간)
KBS World	1.3	4.4	94.3	10,080분
KBS KOREA	1TV 동일	1TV 동일	1TV 동일	1TV 동일

□ FM음악방송

구 분	국악(%)	서양(%)	가요(%)	팝(%)	계(주간)
제1FM (고전음악)	8.3	91.7	-	-	10,080분
제2FM (대중음악)	-	-	75	25	10,080분

□ 국책방송

구 분	보도(%)	교양(%)	오락(%)	계(주간)
한민족방송	11.4	58.7	29.9	8,400분
KBS World Radio	17.2	50.5	32.2	25,375분

* 한민족방송은 제1방송 기준

□ DMB

구 분	보도(%)	교양(%)	오락(%)	계(주간)
U-KBS 스타★(V)	36.2	55.8	8.0	9,831분
U-KBS 하트♥(V)	6.7	48.1	45.2	9,637분
U-KBS 뮤직♫(A)				10,080분
U-KBS 클로버♣(D)				10,080분

□ TV 외주편성 비율

구 분	1TV	2TV	평 균
외주비율	21.9%	41.7%	31.8%
주시청시간대 외주비율	21.2%	48.9%	35.1%
국내제작 방송프로그램비율	97.0%	98.7%	97.9%

- '방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 11조 4항(방통위)'에 따른 편성비율 산정 시 제외 시간 및 '방송법 72조에 따른 순수외주 기준을 적용한 자료임.
- 방송통신위원회는 매 월 제출하는 월간방송실적과 별도로 순수외주실적 검증자료를 요청하고 있고, 검증과정 이후 불인정 여부에 따라 최종 외부제작 프로그램 편성비율을 확정하고 있음. 2022.5월 기준으로 2021년도에 기제출했던 외주실적에 대한 검증자료 요청 및 통계 확정이 완료되지 않음에 따라, 2022.5월 현재 편성통계시스템을 기반으로 자료를 작성하였으며, 해당 자료는 위와 같은 근거로 사후 변동될 수 있음.

5. 방송시설

가. 방송국 (2021. 12. 31. 기준)

□ **본사** : 1개소(경인센터 별도)

□ **지역** : 18개소(지역총국 9, 지역국 9)

나. 주요시설

□ 본사

구 분	개 요
TV	TV부조 14(스튜디오 22)[1], 뉴스부조 4(스튜디오 4)[2], 중계부조 2(스튜디오 1), 제작편집실 21, NPS마스터링 6, 주조정실 5, 색보정실 4, SMR 10, 홀 1, 기타 11[3]
라디오	녹음스튜디오 26, 뉴스스튜디오 1, R센터(생방스튜디오) 9, 주조정실 1, KBS아트홀 1, 기타 3[4]
DMB	주조정실 1, 편집실 3

□ 전국

구 분		방송국	기간국	간이시설	계
방송국		19	-	-	19
송출	TV/FM/DMB	-	34	309	343
	중·단파	-	26	-	26
합계		19	60	309	388

다. 매체 및 채널 현황

□ **TV 2개 채널** : 1TV, 2TV

□ **위성 2개 채널** : KBS WORLD, KBS KOREA

1) TS-1, 2, 3, 4, 5, 7, 11, 12, 13, 14, 15, A, C, D (스튜디오 단독 TS-6, B, 21, 22, 23, 24, 26, 27)
2) 경인센터(TS-25) 포함
3) 기타 : 신관 CDR, IOR, 보도MCR, 본관 CAR, NPS 3(예능/교양, 드라마, 장기기획 / 서버 시설), MNC, 디지털뉴스룸(KDNS), 비디오아카이브(KDAS), 위성지구국
4) 기타 : 라디오 CDR, 라디오 IOR, DRS(본사 오디오파일시스템)

□ **RADIO 7개 채널** : 1R(1표준 FM), 2R(2표준 FM), 3R(3표준 FM), 1FM, 2FM, 한민족방송, 국제방송

□ **DMB 4개 채널** : U-KBS [스타(V)·하트(V) / 뮤직(A) / 클로버(D)]

6. 재무현황

가. 요약비교재무상태표

□ **제49기** : 2021년 12월 31일 현재

□ **제48기** : 2020년 12월 31일 현재

(단위 : 백만 원)

과 목	2021년	2020년	전년 대비		구성비율(%)	
			증감액	증감률(%)	2021년	2020년
Ⅰ. 유동자산	409,870	318,671	91,199	28.6%	30.3%	25.0%
1. 당좌자산	404,359	313,230	91,129	29.1%	29.9%	24.6%
2. 재고자산	5,511	5,441	70	1.3%	0.4%	0.4%
Ⅱ. 비유동자산	944,249	954,028	-9,779	-1.0%	69.7%	75.0%
1. 투자자산	352,614	337,661	14,953	4.4%	26.0%	26.6%
2. 유형자산	524,502	533,225	-8,723	-1.6%	38.7%	41.9%
3. 무형자산	1,361	1,433	-72	-5.0%	0.1%	0.1%
4. 기타비유동자산	65,772	81,709	-15,937	-19.5%	4.9%	6.4%
자산합계	1,354,119	1,272,699	81,420	6.4%		
Ⅰ. 유동부채	178,762	173,612	5,150	3.0%	31.0%	31.5%
Ⅱ. 비유동부채	398,570	377,532	21,038	5.6%	69.0%	68.5%
부채합계	577,332	551,144	26,188	4.8%		
Ⅰ. 자 본 금	206,192	206,192	-	-	26.5%	28.6%
Ⅱ. 자본조정	△ 1,300	△ 1,300	-	-	-0.2%	-0.2%
Ⅲ. 기타포괄손익누계액	18,369	2,469	15,900	644.0%	2.4%	0.3%
Ⅳ. 이익잉여금	553,526	514,194	39,332	7.6%	71.3%	71.3%
자본합계	776,787	721,555	55,232	7.7%		
부채와자본총계	1,354,119	1,272,699	81,420	6.4%		

나. 요약비교손익계산서

□ **제49기** : 2021년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지

□ **제48기** : 2020년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지

(단위 : 백만 원)

과 목	2021년 (제49기)	2020년 (제48기)	전년 대비	
			증감액	증감률(%)
Ⅰ. 매 출 액	1,458,043	1,362,210	95,833	7.0%
Ⅱ. 매출원가	1,245,344	1,172,198	73,146	6.2%
Ⅲ. 사업총이익	212,699	190,012	22,687	11.9%
Ⅳ. 판매비와 관리비	219,849	203,977	15,872	7.8%
Ⅴ. 사업이익	△ 7,150	△ 13,965	6,815	-48.8%
Ⅵ. 사업외수입	50,213	71,952	-21,739	-30.2%
Ⅶ. 사업외비용	26,932	17,226	9,706	56.3%
Ⅷ. 법인세전순이익	16,131	40,761	-24,630	-60.4%
Ⅸ. 법인세비용	△ 23,202	8,071	-31,273	-387.5%
Ⅹ. 당기순이익	39,333	32,690	6,643	20.3%

C·h·a·p·t·e·r

03
평가사항

제1장 경영목표 설정의 타당성
제2장 예산집행의 효율성
제3장 인사·조직 등 경영관리제도
제4장 경영실적
제5장 연구개발 사업
제6장 시설투자
제7장 기타 : KBS의 발전과 경영 개선사항
제8장 총평



KBS 한국방송

2021 사업연도 경영평가 보고서

제3편 | 평가사항

제1장 | 경영목표 설정의 타당성

1. 경영 목표 설정의 타당성, 중점과제 수행 평가

□ 중장기 계획의 합리성과 타당성

○ 〈2019-2021 중장기계획〉 설정 배경

- 무한경쟁 미디어 과잉의 시대, KBS는 대한민국 대표 공영방송이자 국가기간 방송으로서 다채로운 프로그램과 서비스를 통해, 사회 양극화 현상·환경문제·국제정세 변화 등 정확하고 공정한 정보 제공을 통해 건강한 여론의 장을 형성하고 사회적 이정표로서 독보적인 지위를 확보할 책무가 있다.
- 공영방송 KBS의 최우선 전략은 신뢰를 통해 국민들과 밀접한 관계를 맺는 것으로, 시청자에게 도달하지 못하는 콘텐츠로는 신뢰도와 영향력 확대를 기대하기 어려우므로, 독창적인 콘텐츠를 제작하고 언제, 어디서나, 누구에게나 쉽게 도달할 수 있는 맞춤형 콘텐츠와 플랫폼을 제공함으로써 압도적 영향력을 회복해야 한다.
- 시청자의 미디어 이용형태 변화에 조응하고, 양질의 공적 콘텐츠를 공급하는 공공서비스미디어(PSM)로서의 공영방송 미래상을 확장한다. 또한 콘텐츠 중심의 창의적 집단으로 거듭나기 위해, 내부자원 활용도를 높이고 수입원의 다각화를 통해 항구적·안정적 재원구조를 확보해야 한다.

[표 1-1] 2019-2021 중장기계획 수립을 위한 환경분석

외부환경	KBS상황		추진전략
• 콘텐츠시장 경쟁 격화 및 지상파 경쟁력 저하 • 미디어이용행태변화심화 • 가치척도 필요성 증가 • 참여형 사회 문화의 확대	콘텐츠	공정성과 신뢰도 면에서 국민적 기대수준 못미침	독보적 신뢰
		지상파 프로그램의 차별성 실종	압도적 영향력
		한류 확산의 정체	글로벌 미디어로 도약
	플랫폼	시청자 편의제공 면에서 스마트 플랫폼 개선필요	콘텐츠 도달률 강화
	경영	• 수신료 수입정체 • 지상파 광고시장 축소 • 경쟁력 강화 위해 리소스 선택과 집중필요	창의적 조직으로 변화

○ **〈2019-2021 중장기계획〉 주요 내용**

- 신뢰, 창의, 혁신의 기조 아래 신뢰도 높은 정보와 새롭고 참신한 콘텐츠를 제공해, 시간, 장소, 세대를 넘어 시청자에게 '가장 영향력 있는 공영미디어'로 위상 확립
- 공영방송의 진화 모델인 「공공서비스미디어」를 KBS의 장기 미래상으로 설정, 방송이라는 지엽적 한계를 벗어나 다양한 플랫폼과 형식을 통해 공영방송 책무 수행
- 이러한 중장기 목표를 실현하고 디지털시대 시청자에게 공영방송이 필요한 이유를 입증하기 위해 5가지 세부목표 설정

[그림 1-1] 2019-2021 중장기계획



○ 〈2019-2021 중장기계획〉 추진과정

- 이사회에 보고 완료한 3개년 KBS 중장기계획은 연간단위의 경영목표, 기본운영계획 및 예산편성의 기준이 되며, 중장기계획의 이행 및 실적은 매년 '경영목표 핵심사업 추진 실적 및 평가'로 관리되고 있음. 중장기계획의 3년 차인 2021년 경영목표 추진실적은 2021년 부서성과평가를 통해 이루어지며, 2022.3월 추진실적이 최종 정리됨.

○ 〈2019-2021 중장기계획〉의 합리성과 타당성

- 방송통신 융합과 스마트폰, 유료방송, OTT 등의 다양한 대체 플랫폼으로 인한 구조적 위기를 극복하고, 지상파방송을 넘어서는 신뢰도와 영향력 확대를 위해 '공공서비스 미디어'라는 미래상을 설정한 것은 시대적 요구에 맞는 합리성과 타당성을 지님. KBS는 '5대 목표 12대 역점과제' 중심의 중장기계획 실행을 통해 지상파라는 한계를 넘어 다양한 프로그램을 다양한 플랫폼으로 제공하며 공공서비스 확산을 통해 공영방송의 가치를 실현해 나감.

□ 경영계획 운영규정의 합리적 반영

○ KBS 경영계획

- 중장기계획 : 3~5년 기간을 정해 수립하는 공사의 목표와 사업에 관한 계획
- 경영목표 : 공사가 역점을 두고 추진코자 하는 당해연도 운영목표
- 운영계획 : 당해연도 경영목표의 달성을 위한 연간단위의 부문별 사업별 집행계획

○ 〈2019-2021 중장기계획〉의 실행

- 중장기계획 5대 세부목표는 12대 역점과제를 통해 실현되고 각각의 과제는 매년 설정하는 경영목표 핵심사업을 통해 구체화 됨. 경영목표 핵심사업은 각 운영부서의 업무계획으로 설정되어 추진됨. [중장기계획]→[경영목표]→[운영계획]으로 이어지는 경영계획 체계를 통해 중장기계획은 개별부서의 목표가 되고, 개별부서는 구체적인 사업수행을 통해 중장기계획을 실현시키는 구조임. 다만 변화의 속도가 빠른 미디어산업의 특성상 중장기계획은 당해연도 경영목표 설정 시 방송환경과 공사 내부 경영여건에 따라 적절한 수준에서 변화된 아이템으로 적용될 수 있음. 따라서 "경영계획에 관한 운영규정"제14조(경영목표 설정기준)에 명시된 ①중장기계획 ②방송환경의 변화여건 ③자금수지, 인력운영 등 내부 경영여건 및 실적의 내용은 매해 경영목표 수립시 설정 기준으로 반영되고 있음.

○ 2021년 경영목표 설정

- 2021년은 〈2019-2021 중장기계획〉을 마무리하는 마지막 해로 '공적책무 강화와 수신료 현실화'를 경영 목표로 설정하고, 신뢰도·영향력·도달률 제고를 위해 노력함.
- 신뢰, 창의, 혁신의 기조 아래 공정한 정보를 제공하고 참신한 콘텐츠로 시청자와 만남으로써, 시청자에게 '가장 영향력 있는 공영미디어'로 위상을 확립해 다양한 공적책무

를 수행하고, 국민들에게 수신료 현실화 필요성에 대해 설득하기 위함.

□ 중장기 목표 설정 대비 이행 실적

○ **〈2019-2021 중장기계획〉은 「대한민국 대표 공영미디어 KBS – 신뢰(공정), 창의, 혁신」을 목표로 디지털 시대에 시청자에게 여전히 '공영방송이 필요한 이유'를 입증하기 위해 5대 세부목표를 설정하고 (독보적 신뢰, 압도적 영향력, 콘텐츠 도달률 강화, 글로벌 미디어로 도약, 창의적 조직으로 변화) 이를 위한 12대 역점과제 수립하고, 2019년 26개, 2020년 26개, 2021년 21개 핵심 사업으로 실행함.**

○ **KBS는 코로나19의 영향 및 지상파 광고시장의 급격한 위축으로 방송과 경영에 많은 어려움이 있었지만, 대한민국 대표 공영미디어의 철학과 비전을 확고히 하며, 재난방송 고도화, 지역방송 활성화, 국민감동 명품 콘텐츠 제작, 통합 OTT 플랫폼 웨이브(wavve) 런칭 및 다양한 유튜브 채널 흥행, 콘텐츠 경쟁력 강화를 위한 대대적 조직 개편 및 효율적 직급체계 개편, 시청자주간 제정 선포 및 대시청자 투명성 제고 등의 노력을 통해 공적 책무를 충실히 이행함.**

○ **이러한 노력은 시청자들에게 전달되어**

- 2020년 2분기 〈KBS미디어 신뢰도 조사〉에서 '가장 선호하는 방송사', '가장 신뢰하는 방송사', '가장 신뢰하는 방송사 뉴스', '가장 신뢰하는 언론 매체' 등 4개 부문 전체에서 조사 도입(2018.12.) 이후 처음으로 모두 1위를 차지함. 또한, 2020년 4분기부터 2021년 4분기까지 5개 분기 연속 전부문 1위를 기록했다. 특히 가장 신뢰하는 언론매체(방송, 신문, 인터넷 포함) 항목은 KBS가 2019년 1분기 조사를 실시한 이후 가장 높은 수치인 21.6%를 기록해 언론 매체 신뢰도 분야에서 입지를 확고히 함.
- 아울러, 한국언론진흥재단의 〈언론수용자 조사〉에서도 2019년, 2020년 연속해서 가장 신뢰하는 언론사 및 가장 영향력 있는 언론사 1위로 KBS가 꼽혔다. 2020년 한국언론진흥재단의 〈코로나19 이후 국민의 일상 변화 조사〉에서도 KBS는 가장 많이 이용하는 언론사 1위를 기록했으며, 2021년 시사저널의 〈누가 한국을 움직이는가〉 조사에서 신뢰도 1위, 영향력 2위를 기록하는 실적을 달성했음.
- 또한, 라디오 점유청취율도 꾸준히 상향세를 보이며 2021년 4차 조사에서 총합 26.0%로 역대 최고의 청취율을 기록함.

○ **독보적 신뢰**

- 코로나19가 확산하는 혼란 상황에서 KBS는 의제와 맥락이 담긴 심층 분석형 뉴스를 통해 신뢰의 기준을 제시하며 전사적으로 대응한 재난방송과 차별화된 선거방송 등으로 공적 책무를 충실히 이행했음.
- 대한민국 대표 뉴스 〈뉴스9〉을 다양한 방식으로 혁신하고, 전문가 협업 취재 시스템을 도입해 깊이 있는 거시 의제를 사회에 제시했다. KBS 지역총국이 자체 제작하는 〈뉴스7〉을 주4회로 확대 편성하여 지방분권시대 지역 뉴스 경쟁력을 대폭 향상시켰음.
- 2020년 3월 〈코로나19 통합뉴스룸〉 체제를 도입하여 상시 특보 체제를 통해 시청자들에게 올바른 정보를 신속하게 제공하며 선제적·예방적 재난방송으로의 지향점을 설정하였음.

○ **압도적 영향력**

- 공영방송 KBS의 교양 다큐멘터리는 코로나19로 인한 팬데믹 상황에서 전 세계적인 정치·경제·사회 전반의 위기를 극복하고 뉴노멀을 준비하는 프로그램 제작에 집중했으며, 대한민국의 주요 의제로 부상한 '안전·공정·환경·여성·인권·남북한' 관련한 우리 사회의 다양한 이슈를 들여다보고 관련 의견을 반영하는 프로그램을 제작했음. 고품격 킬러 콘텐츠의 선도적 생산기지로서 공사창립 특집 KBS 대기획 〈23.5〉를 방송해 글로벌 수준의 제작 역량을 입증했고, 3·1운동과 대한민국 임시정부 수립 100주년 특별기획을 통해 대한민국 독립의 의미를 되새기는 특집프로그램도 제작함.
- KBS드라마 또한 주말, 일일, 단막극, 특집극에 이르기까지 공영방송만이 구현할 수 있는 다양한 라인업(〈동백꽃 필 무렵〉, 〈하나뿐인 내 편〉, 〈세상에서 제일 예쁜 내 딸〉, 〈한번 다녀왔습니다〉)을 기반으로 공영성과 대중성이라는 목표를 달성했음.
- 무엇보다도 코로나19로 지친 국민들을 위로하고 희망을 전하고자 준비한 2020 한가위 대기획 〈대한민국 어게인 나훈아〉는 공영방송의 가치를 확인해 주었으며, 이는 2021 한가위 대기획 〈피어나라 대한민국, 심수봉〉으로 이어져 사랑을 받음.

○ **콘텐츠 도달률 강화**

- KBS는 2019년 고화질 UHD, 모바일 DMB 및 라디오 방송의 안정적 서비스를 위한 시설 투자를 지속하였으며, TV를 넘어 유튜브, 홈페이지, my K등 다양한 플랫폼을 통해 시청자들과의 접점을 강화함. KBS의 방대한 아카이브를 적극적으로 발굴한 뒤, 채널별 이용자 맞춤형 큐레이션을 통해 소구력과 도달률을 크게 높였으며, 장르별로 세분화된

유튜브 채널을 개설하여 (크큭티비, 깔깔티비, Again가요톱10, 뭉클TV 등) 다양성·공익성·사업성을 갖춘 채널을 흥행시켰음. 또한, 유튜브와 지상파TV 플랫폼을 결합한 크로스오버 디지털 콘텐츠를 적극 개발해 신규 디지털 사업모델을 정착시키고, 장애인 VOD 자막 사업과 아카이브 공개 프로젝트를 실시해 KBS 디지털 플랫폼의 공적 가치를 강화함.

○ **글로벌 미디어로 도약**

- 코로나19 팬데믹 상황에 기인한 국제 행사 불가로 일부 사업이 추진되지 못했으나, 꾸준한 KBS 콘텐츠 판매와 KBS World 채널 진입으로 대한민국 콘텐츠의 글로벌 진출 노력은 계속 진행되고 있음. KBS World TV & Radio는 전 세계인을 대상으로 한국의 문화와 KBS 콘텐츠를 폭넓게 알리는 역할을 충실히 수행했음. KBS World TV는 소셜미디어 구독자 2,700만명을 돌파하며, 전 세계 시청자들과 활발하게 소통하면서 한류 확산의 최전선에서 지속적인 성장을 이룸.
- 2021년 7월에는 KBS WORLD24 채널을 KBS KOREA 채널로 개편하고, 보도·시사프로그램을 확대하여 해양에서 운행 중인 선박에서도 무료 시청할 수 있도록 하는 등 공공서비스를 강화함.

○ **창의적 조직으로 변화**

- KBS는 급변하는 미디어 환경에 대응하고 디지털 시대에 최적화된 콘텐츠 중심 공영미디어로 나아가기 위해 조직개편을 단행하고 콘텐츠·시청자·디지털 혁신 조직을 지향하였음. 2TV 경쟁력을 강화하기 위해 예능, 드라마, 광고, 콘텐츠 사업을 총괄하는 제작2본부를 신설하고 시청자센터를 사장직속 부서로 배치해 시청자 권익 보호 시스템을 체계화함.
- 또한, 공영방송의 핵심 역량을 강화하고 조직을 효율화하기 위한 2차 조직개편을 통해,'미래의 공영방송, 새로운 KBS시대'를 위해 TV와 디지털을 아우르는 멀티 플랫포밍 편성조직으로 디지털 혁신을 가속화하고, 디지털콘텐츠 제작기능을 제작본부로 이관해 멀티 플랫폼, 크로스 오버 제작기능을 강화함. 콤팩트하고 효율적 조직으로 변화하기 위해 본사 기준 12%의 보직자 감축을 단행하고, 유사·중복 업무를 통폐합하여 인력 운영을 효율화함. 또한 지속 가능한 공영미디어 모델을 준비하고자 〈KBS공영성강화 프로젝트팀〉을 출범시켜 공적 재원과 미디어 혁신 논의에 적극 대응하고 사회 각계의 여론을 폭넓게 청취하여 공적책무 확대 계획을 수립함.

2. 편성 기본 방향

□ TV, 라디오 편성전략

○ **국가기간 방송의 관점에서의 편성 정책 설정과 성과**

- KBS는 2021년 방송지표를 '수신료의 가치를 더욱 높이며, 국민의 방송으로 거듭나겠습니다'로 정하고, 10개의 주요 방송 기본 방향을 통해 편성정책을 실행함. 각 항목별 평가는 아래와 같음.

〈2021년 방송지표 및 방송기본 방향〉

수신료의 가치를 더욱 높이며

국민의 방송으로 거듭나겠습니다.

① 공정한 방송으로 신뢰의 기준이 되겠습니다.

② 안전한 대한민국, KBS가 함께 하겠습니다.

③ 우리사회 핵심과제에 대한 의제 설정으로 미래를 준비하겠습니다.

④ 세계적 수준의 대형기획으로 대한민국 공영미디어의 품격을 높이겠습니다.

⑤ 코로나19로 지친 국민에게 감동과 희망을 전하겠습니다.

⑥ 지상파를 넘어 디지털을 아우르는'멀티 플랫포밍'편성으로 새로운 미디어 시대를 선도하겠습니다.

⑦ 차별화된 '대형 스포츠 이벤트 방송'으로 국민통합의 계기를 만들겠습니다.

⑧ 지역 균형발전과 동반성장의 기틀을 마련하겠습니다.

⑨ 새로운 기술을 적극 도입해 시청자 만족도를 높이고 제작 프로세스를 혁신하겠습니다.

⑩ 전세계에 한국의 가치를 알리는 한류 콘텐트의 중심이 되겠습니다.

① '공정한 방송과 신뢰의 기준' 관련 평가

- 허위 정보가 확산하는 미디어 환경 속에서 정확하고 공정한 저널리즘을 구현하고자 노력
  - 2021년 시사저널 조사 '언론매체 신뢰도' 1위, 시사IN 조사 '가장 신뢰하는 언론 매체' 1위, KBS공영미디어연구소 조사 '가장 신뢰하는 방송사 뉴스', '가장 신뢰하는 방송사', '가장 신뢰하는 매체' 각 1위
  - KBS2에 대한 공정성과 신뢰성 수치는 다소 하락 추세.
  - 〈KBS 뉴스9〉: 전문가 협업 취재, 뉴스 이용자 분석팀 신설, 소통팩트 체크 강화, 다면적 심층 보도 확대 ('탐사K' 아이템 167개 방송, 전년 대비 60% 증가)
  - 〈질문하는 기자들 Q〉(4.18.): 지상파 유일의 미디어 비평 프로그램. 기사에 대한 비평을 넘어 저널리즘의 규범과 원칙을 상기하는 역할.
- 갈등 해소와 사회 통합을 도모하는 보도 기획물 방송
  - 〈일요진단 라이브-갈등의 시대, 통합의 정치 리더십은?〉 (1.3.)
  - 〈생방송 심야토론-갈등의 한국 정치, 협치의 길은?〉 (1.16.)
- 4월 재보궐 선거에서 검증과 공정한 보도 구현 노력
  - 〈내 삶을 바꾸는 선택 2021 4.7 재보궐선거〉 (4.7.): KBS 메인 스튜디오, 서울시청 오픈스튜디오, 부산 야외 스튜디오, KBS 부산총국 스튜디오 4원 연결해 입체적인 개표 방송 진행
  - 〈4.7 재보궐선거 특집 KBS 뉴스9〉 (4.7.)
  - 〈특집 대담-4.7 재보선, 민심은 어디에 있었나?〉 (4.8.)
  - 〈정치합시다2〉 (12.24.): 2022년 대통령선거와 지방선거를 앞두고 고품질 여론조사에 기반하여 선거 구도를 분석 예측하는 정치 교양 토크쇼

② '안전한 대한민국' 관련 평가

- 전사적 재난 방송 대응 시스템 강화
  - 보도 채널 〈KBS 뉴스D〉 출범: Disaster·Digital·Depth를 모토로 24시간 재난 및 속보 대응 체제 마련. 9월 태풍 '오마이스' 특보, 6월 광주 건물 붕괴 사고 속보 등 단독 진행. 실시간 댓글 소통을 통한 쌍방향 방송 모델 제시
  - 스마트 재난미디어 구축: 정부 기관 13곳, 90여 개 재난 데이터 수집 분석, '재난재해 행동요령' 등 예방적 콘텐츠 디지털 플랫폼 유통 확대.
  - 지역별 맞춤형 재난방송: 국지적 재난에 대응하는 지역국 자체 특보 제작 및 거점 연

결 확대

- 코로나19의 확산으로 복지 사각지대에 놓인 취약계층의 사회안전망을 집중 점검하고 개선안 제안. 특히 아동 학대 및 폭력 문제 집중 조명
  - 〈KBS 특별생방송 더 나은 삶 안전한 대한민국〉 (3.17), 〈더 나은 삶 안전한 대한민국 특집 사사건건〉 (3.18)
  - 〈특별생방송 더 나은 삶 안전한 대한민국, 아동학대 편-꽃으로도 때리지 마세요〉 (4.28.): 아동학대 관련법의 실효성과 아동보호 실태를 살펴보고, 사례자들의 증언을 통해 아동학대의 심각성 전달
  - 〈더 나은 삶, 어린이가 안전한 대한민국-어린이는 사랑입니다〉 (5.5): 최수종 하희라 부부의 사회로 도움이 필요한 어린이의 사연을 소개하고 기부 문화 확산을 꾀하는 음악회 개최
  - 〈더 나은 삶 안전한 대한민국 코로나19 이후 대한민국의 길을 묻다〉 (5.8)
  - 〈故 김용균 3주기 특집 다큐-다시는 일하다 죽지 않게〉 (12.12.): 산재 피해가족 네트워크를 결성해 싸우고 있는 유가족들의 아픔과 세상을 바꾸기 위한 노력을 1년 동안 기록한 다큐멘터리
  - 〈슈퍼히어로〉 (2.11.~12.30.): 재난 대처 방법과 예방 대책을 안내하는 프로그램
  - 〈표리부동〉 (7.7~10.6): 범죄 전문가와 함께 강력 범죄 사건을 심층 분석해 범죄에 대한 경각심을 고취하고 제도 개선까지 제시하는 프로그램

③ '사회 핵심과제에 대한 의제 설정' 관련 평가

- 코로나19 확산에 따른 방역과 대응 의제 주도
  - 〈코로나19 통합뉴스룸〉: 2020년 3월 24시간 통합뉴스룸 체제 구축 이후 코로나19 발생, 방역, 백신 접종 현황 등을 신속하게 보도, KBS 뉴스 홈페이지에 '백신 현황판' 등 특집 페이지 운영.
  - 〈특별생방송 생로병사의 비밀-코로나 델타변이 확산〉(8.18.): 코로나19 델타변이의 전 세계적 대확산의 원인과 대책 모색
  - 〈코로나19 이후, 대한민국 길을 묻다 4부작〉(5.8.~5.29.): 코로나19 이후의 세계를 전망하고 대한민국이 나아가야 할 방향을 심층 모색한 강연 프로그램
  - 〈다큐 인사이트-팬데믹 머니 2부작〉(5.27.~6.3.): 이달의 좋은 프로그램상, 제256회 이달의 PD상 수상

- 〈KBS 기술강국 프로젝트 중견만리 시즌3〉(10.3.~11.28.): 코로나19 어려움 속에서 고군분투하는 중견기업들의 경쟁력을 확인하고 대한민국 경제의 새로운 가능성 모색
- 〈특별생방송 더 나은 삶, 우리 함께〉(10.15.): 코로나19 위기를 극복하고 일상으로 복귀하기 위한 제도와 정책을 소개하고, 실질적 지원 방안을 모색
- 〈더 나은 삶, 우리 함께 당신을 응원합니다〉(10.~11.): 코로나19 시대에 많은 이들에게 감동을 준 우리 주변의 숨은 영웅을 찾아 응원하는 캠페인
- 〈특집 더 나은 삶, 우리 함께 당신을 응원합니다〉(11.27.): 코로나19 시대에 이웃을 위해 온정을 나누는 시민들의 선행을 소개
- 〈열린음악회-당신을 응원합니다〉(11.28.): 코로나19 관련 봉사자와 의료인들을 응원하는 음악회

- 기후 변화와 환경 위기 관련 프로그램 집중 편성
  - 〈KBS 뉴스〉 기후위기 대응팀 연속 보도: '1.5도의 경고, 바다 온난화 실태'(8편), '나는 재난 생존자입니다'(5편), '탄소중립 시나리오 부실 검증'(5편)
  - 〈특집 다큐 그레타 툰베리의 세상을 바꾼 1년 3부작〉(5.22.~30.): 환경운동가 그레타 툰베리가 무동력선을 타고 대서양을 횡단하며 지구 곳곳의 기후 위기 상황을 보여주는 내용.
  - 〈다큐온 지구온도 1도 낮추기 도전〉 (5.28): 대한민국 두 가정에서 탄소배출을 줄이기 위해 노력하는 과정을 영상으로 기록
  - 〈특별기획 4부작 다큐 인사이트-붉은 지구〉(9.2.~23.): 지구 온난화의 타격을 받고 있는 바다 속 생태계가 보내는 경고를 담은 다큐멘터리. 이달의 좋은 프로그램상 최우수상, 제259회 이달의 PD상 수상.
  - 〈더 나은 삶 안전한 대한민국-기후변화 편〉(3.17.): 지구적 차원의 기후 위기를 점검하고, 다양한 정보와 대안을 제시.
  - 〈UHD 기후변화 특집 자연의 경고 100인의 리딩쇼: 온난화의 시계〉(7.8.~15.): 지속가능한 친환경 저탄소 체제로의 전환과 실천 및 기후 변화의 문제를 사유하고 공감하는 환경기획 다큐멘터리
  - 〈기초과학 특집 다큐-사이언스워크〉(7.4.): 이산화탄소를 배출하지 않는 그린수소의 생산 방법과 한국 과학계의 노력을 담은 다큐멘터리
  - 〈오늘부터 무해하게〉(10.14.~12.16.): 환경 문제에 진심인 연예인 출연자들이 나무만 그루를 걸고 일주일 동안 탄소 없는 생활에 도전. 친환경 생활에 대한 관심과 자

발적 참여를 유도하는 예능 프로그램.

- 〈불편해도 괜찮아〉: 사회적 영향력이 큰 셀러브리티들의 일상 속 환경 보호와 탄소 배출 절감 습관을 소개하는 캠페인 프로그램
- 〈자연의 철학자들〉: 자연으로 돌아가 생활하는 우리 이웃의 일상과 깨달음을 공유하며, 대자연의 의미와 힐링을 선사하는 다큐멘터리 시리즈

- 남북 관계와 한반도 평화 의제에 대한 관심 유도
  - 바이든 미국 대통령 취임 관련 특집 편성: 〈뉴스특보 바이든 제 46대 미국 대통령 취임식〉(1.21.), 〈다큐 인사이트-바이든 시대의 개막, 어제와 다른 세계〉(1.21.), 〈일요진단 라이브-바이든 시대, 동북아 질서 재편되나?〉(1.17.), 〈생방송 심야토론-바이든 시대 개막, 한반도 안보는?〉(1.23.)
  - 〈우리, 대화할까요?〉(9.12.): 다양한 스펙트럼을 가진 일반인들이 모여 통일에 대한 이야기를 나누고 인식의 변화를 소개하는 다큐멘터리
  - 〈2021 평화음악회-마음 잇다〉(6.13.): 6.15 남북공동선언 21주년을 맞아 평화와 화합의 의미를 전하는 음악회 생중계
- 장애인, 노동자, 다문화 등 사회적 약자 관련 의제 제시
  - 〈특집 다큐 산악인 김홍빈, 히말라야에 잠들다〉(2021.8.29.): 장애인 세계 최초로 히말라야 8,000m 14좌 완등에 나섰던 산악인 김홍빈의 마지막 도전을 담은 다큐멘터리
  - 장애인의 날 특집 프로그램 편성: 〈특집 드라마-나의 너에게〉(4.19.), 〈제41회 장애인의 날 기념식〉(4.20.), 〈2021 홀트 전국휠체어농구대회 결승전〉(4.20.), 〈특집 다큐-파라아이스하키, 선택〉(4.25.)
  - 〈다큐 인사이트-뚜렛 증후군〉(1.28.): 뚜렛 증후군을 가진 청년들의 일상과 시선을 따라가며 우리 사회가 이들과 함께 할 준비가 되어 있는지 돌아보는 다큐멘터리
  - 〈다큐 인사이트-농인 셋 청인 하나 우당탕탕 좌충우돌 10년 분투기〉(2.4.): 농인(청각장애인)이자 댄서인 여성 3명과 그들의 안내인이자 친구인 청인(비청각장애인)의 우정과 도전을 담은 뮤직 다큐멘터리
  - 〈특집 다큐-김진숙의 마지막 버스〉(4.30.): 1986년 부당 해고된 후 노동 운동에 평생을 바쳐 온 김진숙 씨가 정년을 맞아 시작한 복직 투쟁 1년을 기록. 제254회 이달의 PD상 수상.
  - 〈특집 이웃집 찰스-청소년 찰스들의 희망학교〉(8.17.~24.): 충북 제천에 설립된 다문화 가정 청소년들을 위한 다솜학교에서 꿈과 희망을 키우고 있는 청소년 찰스들의 이야기

④ '세계적 수준의 고품격 대형 기획' 관련 평가

- AR 기술과 UHD 활용, 대하드라마 제작, 심층 역사 다큐멘터리 부활 등 KBS의 제작 역량을 동원해 품격있는 프로그램 편성
  - 〈KBS 대기획 키스 더 유니버스〉(10.21.~11.4.): AR 기술을 활용해 우주 공간을 무대에 구현하고 관객들이 콘서트를 즐기듯 체험하는 다큐 쇼. UHD 초고화질 영상과 5세대 신기술 융합을 새로운 포맷으로 선보임.
  - 〈대하드라마 태종 이방원〉(12.11.~): 조선이라는 새 질서를 앞장서 만들어간 이방원의 모습을 새롭게 조명하는 드라마(32부작)
  - 〈UHD 역사스페셜〉 신설(10.19.): 2012년 종영 후 9년만에 새롭게 제작되는 고품격 역사 다큐멘터리

⑤ '코로나19로 지친 국민에게 감동과 희망' 관련 평가

- 국민 힐링용 대형 쇼 기획 제작
  - 〈2021 한가위 대기획 피어나라 대한민국 심수봉〉(9.19.): 추석 연휴에 마련한 대형 쇼 프로그램으로 코로나19로 지쳐있는 시청자들에게 사랑, 희망, 꿈을 담은 위로의 메시지를 전달
  - 〈2021 KBS 송년특집 We're HERO〉(12.26.): 트로트 스타 임영웅의 다양한 음악과 함께 '우리 모두가 영웅'이라는 희망의 메시지 전달
- 주요 프로그램 기념 특집들을 시청자와 함께 하는 방식으로 대거 편성
  - TV 60주년 기념 특집: 〈특집다큐 TV 60년, 시청자와 함께〉(3.3.), 〈무엇이든 물어보세요-시청자와 함께〉(3.3.), 〈시청자와 함께 하는 열린음악회〉(3.7.)
  - 〈아침마당〉, 〈6시 내고향〉 30주년 특집: 〈시청자와 함께 30년 아침마당〉(5.17.~21.), 〈시청자와 함께 30년 6시 내고향〉(5.17.~21.)
  - 시청자 주간 특집(8.25.~9.5.): 음식 방송의 역사와 인물을 돌아본 〈시청자주간 기획 한국인의 밥상〉, 미래 세대 시청자위원들의 KBS 평가를 담아낸 〈1020세대, KBS를 말하다〉, OTT 시대 공영방송의 나아갈 길을 탐구한 〈시청자주간 기획 다큐 온 2부작 TV는 이제 안녕?〉

⑥ '지상파-디지털 연계 멀티 플랫포밍 편성' 관련 평가

- TV 편성 이후에 디지털 모바일 이용자까지 도달할 수 있는 멀티플랫폼 프로그램을 개발하고 운영

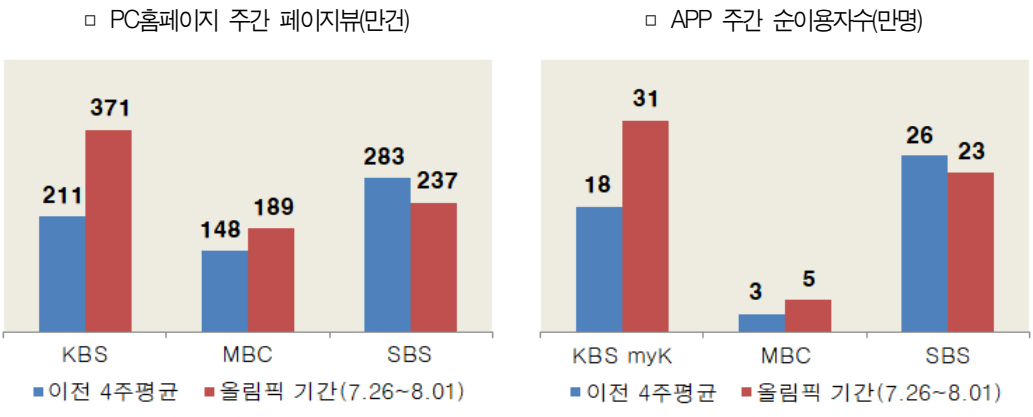
- TV-유튜브 동시 편성, OTT 멀티 편성 등 제작과 편성의 유형 확대
  - 〈스튜디오K〉: 디지털 우선 편성 후, TV 편성. 디지털 오리지널 프로그램을 제작하는 예능센터 〈스튜디오K〉의 콘텐츠들(구라철, 찐친골프 등)을 2TV 심야 시간에 편성.
  - 특집 〈스포츠 문제아들〉: 디지털 우선 편성, TV 필러 활용. 유튜브 라이브, KBS 홈페이지, MyK로 생방송한 것을 유튜브 VOD, 1TV로 재편성.
  - 〈방과 후 초능력〉: 숏폼 콘텐츠 TV 편성. 초등학생 시청자에 맞게 10분 분량 26부작으로 제작. 10월 7일부터 1TV 및 유튜브 등 디지털 플랫폼에 동시 편성
  - 〈한국인의 밥집〉: 2021년 11월 26일 유튜브로 선공개하고, 1TV용으로 재편집하여 2022년 설연휴 방송
  - 〈환경스페셜〉: 유튜브 전용콘텐츠 제작. 3월4일부터 매주 2TV에서 방송 중
  - 〈류수영의 동물티비〉: 유튜브 전용콘텐츠 제작. 5월1일부터 지상파 편성.
  - 〈컴백홈〉: 2TV 우선, 타사 플랫폼(네이버 TV) 추가 편성.
  - 〈근대사 100년, 그들의 증언〉: 원소스 멀티 편성. 2020년 5월부터 유튜브 채널과 지역 라디오로 공개하던 것을 6월 16일부터 10편 엄선하여 1TV로 편성.
  - 〈여의도동 녹음실〉 + 〈싱스트릿〉 + 특집 〈싱스트릿 커넥티드〉: 라디오, TV, 디지털 플랫폼으로 원소스 순차 편성. KBS 2FM에서 방송된 〈여의도동 녹음실〉을 바탕으로 애청자의 삶과 노래를 영상으로 담아낸 강원권 TV 프로그램 〈싱스트릿〉을 전국권으로 확대 편성.
  - 〈드라마스페셜〉: WAVVE 선공개, 극장 개봉, 2TV 편성. TV시네마 각 90분 4편, 단막드라마 각 70분 6편 등 10편을 2TV로 편성, TV시네마는 WAVVE와 SKB의 투자를 받아 105분 영화버전으로 편집되어 WAVVE 선공개 및 극장 배급 진행

⑦ '대형 스포츠 이벤트 방송으로 국민통합' 관련 평가
- 능력과 인기를 갖춘 해설진 구성으로 국민적 관심 유도
  - 올림픽 메달리스트 위주의 해설진과 참신한 캐스터들로 출연진을 구성해 기본에 충실하면서도 긍정적이고 공정한 해설 보여줌
  - 특히, 평창 동계올림픽 개·폐막식 감독인 송승환씨를 캐스팅해 좋은 평가를 받았음.
  - 올림픽 기간(2021.7.24.~8.7.) 채널별 평균 시청률(전국): KBS1 5.2%, KBS2 3.8%, MBC 3.5%, SBS 4.0%
- 비인기 종목 포함해 올림픽 전반에 대한 다양하고 정확한 중계와 해설 제공

• 인기 종목의 중계 방송은 물론 비인기 종목과 글로벌 관심 종목까지 골고루 전달: 1TV는 비인기 종목과 글로벌 관심 이벤트 위주로, 2TV는 주요 구기 및 메달 종목 위주로 편성.

- UHD 기술과 성평등 정신을 보여준 올림픽 중계
  • 도쿄 올림픽의 주요 생방송을 UHD로 제공.
  • 배구, 양궁, 펜싱, 핸드볼 등 주요 종목의 해설자를 여성으로 기용하고, 성평등 개념을 반영한 중계방송 언어를 사용.
- 올림픽 중계방송 관련 디지털 플랫폼 서비스 이용률 향상
  • 네이버, 웨이브 등 포털과 OTT에 방송권을 재판매해 중계방송에 대한 디지털 플랫폼 접근 환경 개선
  • myK, KBS홈페이지, 유튜브 KBS채널 등 자사 디지털 플랫폼을 통해 6개 멀티채널 중계방송과 다양한 클립서비스 제공

[그림 1-2] 2021 올림픽기간 디지털 플랫폼 서비스 이용현황



- 도쿄 패럴림픽 방송 편성 강화
  • 도쿄 패럴림픽 총 방송 시간은 2,045분(1TV 1,780분 + 2TV 265분). 지난 2016년 리우 패럴림픽에 비해 1195분 증가

⑧ '지역 균형발전과 동반성장에 기여' 관련 평가

- 지역총국 자체 보도 및 재난방송 강화
  - 2020년 2월 시작한 〈KBS 뉴스7〉의 지역총국 자체제작 시스템 유지해 지역성 강화.
  - 시행 1주년을 맞아 〈특집 KBS 뉴스7〉(2.3.), 〈특집 다큐-지방분권 대전환, 지역뉴스의 도전〉(2.3.) 등 집중 편성
  - 심층성이 강화된 지역총국 보도는 2021년 이달의 기자상 5회 수상, 이달의 방송기자상 14회 수상.
  - 재난재해 특보의 지역국 자체 편성을 실시(코로나19 지역뉴스 특보 364회, 3966분). 지역 특성과 환경에 맞는 재난재해 정보 제공.
- 고품격 네트워크 프로그램 제작과 전국 편성 확대
  - 지역총국의 특색 있는 프로그램 호평 받음: 대전총국은 〈골령골 묻혀버린 진실〉, 〈별내린 숲〉, 〈나는 실종자입니다〉, 〈대청호〉, 〈불의 군주〉로 방송통신심의위원회 이달의 프로그램상을 5회 연속 수상. 전주총국은 국악 콘텐츠를 활용한 〈조선팝 드랍더비트〉와 국악 뮤지컬 드라마 〈구미호 레시피〉를 제작. 춘천총국의 〈연순, 기숙 – 71년 전 그 소녀를 만나다〉, 제주총국의 〈암살 1948〉, 창원총국의 〈소멸의 땅〉, 광주총국의 〈나는 계엄군이었다〉, 부산총국의 〈김진숙의 마지막 버스〉, 청주총국의 〈비밀의 정원〉 등 완성도 높은 프로그램 선보임.
  - 1TV 평일 저녁 7시 40분을 지역 자체 제작 프로그램 시간대로 유지하는 한편 평일 낮 시간대에 전국 편성: 지역총국 자체 제작 프로그램인 〈백투더뮤직 -전주총국〉, 〈과학으로 보는 세상 SEE -대전총국〉, 〈빅브라더 -부산총국〉, 〈이리오너라 조선클럽 -광주총국〉, 〈이스트 라이프 -춘천총국〉, 〈비밀 없는 비닐회담 – 창원총국〉, 〈보물섬 -제주총국〉 등 편성. 공동 기획/제작 네트워크 프로그램인 〈문화 스케치〉, 〈세상 다반사〉를 전국 편성해 KBS 채널의 지역성 강화

⑨ '새로운 기술 도입과 제작 프로세스 혁신' 관련 평가

- 첨단기술을 활용한 프로그램 기획을 통해 새로운 시청각 체험 제공
  - 〈키스 더 유니버스〉 3부작: 우주 공간을 AR기술과 공연 예술을 활용해 무대에 구현하고, 시청자들로 하여금 콘서트를 즐기듯 우주의 비밀을 체험하도록 함.
  - 〈다큐인사이트 – 한반도 자연유산〉 2부작: 한반도 천연기념물과 명승지를 360도 VR, 8K 3면 카메라 촬영 등을 통해 실감형 초고화질 콘텐츠로 제공.

• UHD 〈환경스페셜〉 기후변화 특집 지구의 경고 8부작: 게임엔진을 활용한 버추얼 제작을 통해 시청자들이 기후 위기에 대해 심도깊은 고민을 나눌 수 있도록 구성

- UHD IBB 서비스로 〈2020 도쿄 올림픽〉 방송: 동시에 여러 종목이 펼쳐지는 올림픽 방송을 UHD 채널의 IBB(Integrated Broadcast Broadband) 서비스로 총 6개 채널을 동시 제공.
- AI와 클라우드를 활용한 방송 프로세스 구축 노력: AI와 클라우드를 활용한 미디어 인프라 및 재난방송 시스템 구현을 위한 업무 협약을 카카오 엔터프라이즈와 체결
- AI 기반 영상·음성 처리기술 역량을 활용해 '버티고' 시스템 개발: 사내 〈뮤직뱅크〉, 〈편스토랑〉 등 다양한 방송 제작에 적용해 제작비 절감

⑩ '전세계 한류 콘텐트의 중심' 관련 평가

- 한류 콘텐츠 활성화와 글로벌 창(窓) 역할 수행
  • K-pop 대표 프로그램인 〈뮤직뱅크〉, 한국 전통 소재 드라마 〈연모〉, 〈달이 뜨는 강〉 등의 한류 콘텐츠 관련 프로그램 제작.
  • BTS의 그래미상 노미네이션을 기념하는 스페셜 토크쇼 〈Let's BTS〉, 국악과 K-pop의 컬래버레이션을 시도한 〈조선팝 어게인〉과 〈조선팝 드랍더비트〉, 온택트와 비대면을 혼합해 한류 콘텐츠 활성화에 노력한 〈창원 K-POP 월드 페스티벌〉과 〈퀴즈 온 코리아〉, 한국과 아세안 아티스트의 합동 콘서트 〈한-아세안 뮤직 페스티벌〉 등 다양한 형식과 내용의 한류 콘텐츠 제작
  • 〈UHD 특별기획 - 한국의 인류유산〉: 종묘 제례악, 판소리 등 유네스코가 선정한 20종의 인류문화유산을 미니 다큐멘터리 형식으로 제작
- 개편과 디지털 전략 강화로 지속적인 성장세를 보여준 KBS월드
  • 해외 채널 KBS월드는 기존 재외동포 대상 채널이었던 〈KBS World24〉를 〈KBS Korea〉로 변경.
  • 한민족 정서를 담은 프로그램을 전면 확대
  • KBS월드의 유튜브 및 관련 소셜미디어 가입자가 2,700만명을 돌파할 정도로 지속적 성장 유지

□ TV, 라디오 채널별 편성 전략

○ TV 편성 전략

① 1TV

- 채널 편성전략의 목표
  - 공영방송으로서 코로나19 장기화와 개인·세대 간 단절을 극복하는 데 기여할 필요 있음
  - 이에 따라 '더 나은 삶, 안전한 대한민국' 어젠다를 이어가는 프로그램 편성 노력
  - 특히 재난주관방송사로서, 생활 안전, 산업재해 방지, 지구 환경 보존 등 주제별 프로그램 편성
  - 또한, 디지털 생활 라이프가 가속화될 '뉴노멀 시대'에 부응할 새로운 포맷 프로그램을 적극 편성
  - 선거 시즌을 맞아 공정하고 신뢰 받는 보도와 시사 프로그램 편성
- '안전한 대한민국' 핵심 의제 선도
  - 기후 위기의 심각성을 알리고 모두가 실천할 수 있는 구체적인 방안 모색: 특별생방송 〈더 나은 삶, 안전한 대한민국〉, 특선다큐 〈그레타 툰베리: 미래의 목소리〉, 〈지구를 지키는 20가지 제안〉
  - 코로나19로 더욱 소외되고 있는 저소득층 어린이들에 대한 관심 유도와 개선책 제시: 특별생방송 〈어린이가 안전한 대한민국 – 우리가 바라는 어린이날〉, 기부음악회 〈어린이가 안전한 대한민국 – 어린이는 사랑입니다〉, 〈무엇이든 물어보세요〉
  - 연중 캠페인 〈더 나은 삶, 우리 함께 당신을 응원합니다〉를 통해 코로나 시대에 선행으로 감동을 준 숨은 영웅을 찾아 응원
  - 〈특별생방송 더 나은 삶, 우리 함께 – 위드 코로나 어떻게 바뀌나〉(10.5): 위드 코로나 시대에 대비하는 정부의 준비 상황과 발생가능한 문제점 등 다양한 정보 제공
- 코로나19 전면 편성으로 재난방송주관방송사 역할 수행
  - 〈코로나19 통합뉴스룸〉 브랜드 강화: 뉴스특보, 특집뉴스, 통합뉴스룸 총 2,977편 122,525분 편성
  - 감염예방수칙, 예방접종, 경제 살리기 등 스폿 및 스크롤 적극 운행: 코로나 관련 스폿 4,163편 2,638분 10초, 재난스크롤 10,742개 367,758분 17초.
  - 특집/정규 프로그램 총 163편 5,410분 편성: 특집 〈2021신년특별기획 코로노믹스 3

부작〉, 〈특별생방송 더 나은 삶, 우리 함께 – 단계적 일상회복 성공의 조건은?〉 등. 정규 〈생방송 심야토론 – 포스트코로나, 한국경제의 길은?〉, 〈시사직격 – 코로나19의 다른 이름 의료공백〉, 〈생로병사의 비밀 – 긴급점검 코로나19 델타변이 비상〉, 〈특파원 보고 세계는 지금 - 위드 코로나 기획〉 등

- 4·7 재보궐선거 방송 〈내 삶을 바꾸는 선택 2021재·보궐선거〉 성공적 수행
  - 개표방송 시청률 및 메인뉴스 시청률 1위

[표 1-2] 4.7 재보궐선거 개표방송 및 메인뉴스 시청률 순위

보궐선거 개표방송		
순위	채널	시청률
1	KBS1(1부)	7.1%
2	TV조선	5.7%
3	KBS1(2부)	5.2%
4	SBS	3.9%
5	MBC	2.0%

메인뉴스		
순위	채널	시청률
1	KBS1	9.4%
2	TV조선	5.7%
3	MBC	4.6%
4	SBS	4.5%
5	JTBC	0.9%

  - 방송 연설 및 광고 전략 판매로 수익극대화: 약 3.1억 원
  - '개표 방송의 게임 체인저' 슬로건에 맞는 멀티플랫폼편성 전략 구사: KBS 단독 사전 모바일 개표방송을 실시하고, 〈KBS뉴스×정치합시다〉를 유튜브 채널-네이버TV- 카카오TV 등으로 방송
  - 시청자 참여 플랫폼 〈티벗〉으로 4·7 재보궐 선거 때 시청자가 투표 인증샷을 통해 개표 방송에 참여하도록 기여

② 2TV

- 2021년 채널 편성의 목표
  - 시청자들에게 웃음과 감동, 위로와 희망을 전하는 건강한 오락 프로그램 제공
  - 다양한 세대가 공감하고 트렌드를 선도하는 신규 콘텐츠 개발
  - 2TV의 공영성을 강화하고 채널 경쟁력 제고
- 시청자에게 웃음과 감동을 전하는 프로그램 편성
  - 재미와 공영성의 두 축을 중심으로 외연 확대와 내실 강화를 위한 편성정책을 수립
  - 안전과 생명, 시청자 참여, 환경 문제 등 시대가 요구하는 문제의식을 담은 정규 및

특집 프로그램 연중 편성.

- '더 나은 삶 어린이가 안전한 대한민국'이라는 어젠다를 설정하고, 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉와 〈편스토랑〉을 통해 취약계층의 안전망을 돌아보고 기부를 통한 선한 영향력 발휘
- 방송의 날을 맞아 공영방송의 의미를 새기며, 주요 프로그램에서'시청자주간기획'을 실행
- 환경문제 해결과 지속가능한 미래에 대한 관심을 유도하는 교양 프로그램 〈UHD 기후변화 특집 – 지구의 경고 10부작〉과 예능 〈오늘부터 무해하게〉 편성

- 시청 경쟁력을 갖춘 주말 황금라인업 구축
  - 가족애를 주제로 하는 주말드라마가 채널 경쟁력 견인: 〈오! 삼광빌라〉 〈신사와 아가씨〉, 〈오케이 광자매〉는 프로그램 전체시청률 1,2,3위 기록
  - 토요일 라인업(18시~): 〈불후의 명곡〉 〈주말드라마〉 〈살림하는 남자들〉
  - 일요일 라인업(17시~): 〈사장님 귀는 당나귀 귀〉 〈1박 2일〉 〈주말드라마〉 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉
  - 토요일 밤 시간대에 〈트롯전국체전〉 〈우리가 사랑한 그 노래 새가수〉 〈개승자〉 등 다양한 세대가 함께 공감할 오디션·서바이벌 프로그램 편성. 2049세대를 겨냥한 신규 콘텐츠 〈컴백홈〉과 고품격 트롯쇼 〈트롯매직유랑단〉 등으로 채널 혁신 추진.
- 대형이벤트 프로그램 편성으로 전국민의 힐링과 공감 유도
  - 〈2021 한가위 대기획 피어나라 대한민국 심수봉〉(9.19): 수도권 가구 시청률 12.1%,
  - 〈설 대기획 조선팝 어게인〉(2.11): 수도권 가구 시청률 7.4%
  - 〈송년특집 We're HERO 임영웅〉(12.30): 수도권 가구 시청률 15.8%
- 트렌드를 선도하는 새로운 포맷과 장르의 신규 콘텐츠 발굴
  - 라이브 커머스 예능 〈랜선장터〉, 범죄사건 재해석 스토리텔링 프로그램 〈표리부동〉, 탄소제로 생활에 도전하는 공익형 환경 예능 〈오늘부터 무해하게〉, 신개념 가족의 탄생 〈갓파더〉, 한식의 한류화를 모색하는 〈백종원 클라쓰〉 등
  - 시청자들의 새로운 라이프 스타일과 관심의 변화에 탄력적으로 대응
- 크로스미디어 및 멀티플랫폼 콘텐츠의 다양성 제고
  - 디지털과 지상파 플랫폼의 상호 시너지를 창출할 멀티플랫폼형 콘텐츠의 영역 확장
  - 〈스튜디오 K〉 〈박원숙의 같이 삽시다〉 〈류수영의 동물티비〉

- 장르 균형적 편성 강화
  - 오락 프로그램에 편중된 편성을 지양하고 공영성 있는 교양 프로그램 편성 확대
  - 기존 교양 프로그램 〈노래가 좋아〉 〈TV는 사랑을 싣고〉 〈박원숙의 같이 삽시다〉 〈연중 라이브〉 〈다큐 3일〉 등 확고한 영역 구축
  - KBS 〈환경스페셜〉을 8년 만에 〈UHD 환경스페셜〉로 부활시키고, 기후 위기의 문제를 진단한 〈기후변화 특집 지구의 경고〉와 BBC의 고품격 특선 다큐멘터리 등을 통해 교양 프로그램 강화
  - 스포츠 장르에 대한 시청자 욕구에 부응하기 위해 〈도쿄 하계올림픽〉, 〈2021 프로야구〉, 〈2020-2021 프로배구 V-리그〉 등을 적극 편성
  - 국내외 경제 현안과 IT 트렌드를 심도 있게 다루는 버라이어티 보도 프로그램 〈통합뉴스룸 ET〉을 안정적으로 편성

○ 라디오 편성 전략

① 1라디오

- 편성 전략: 국내 대표 뉴스시사 채널로서 공정성을 강화해 청취자의 신뢰를 높이고 올바른 여론 형성과 사회 통합에 선도적인 역할 수행. 기후 변화 위기에 대응한 프로젝트 기획과 맞춤형 콘텐츠 제작을 통해 포스트 코로나 시대 사회·경제적 의제의 공론을 주도하고 채널의 영향력을 확대. 재난주관방송사로서 국가적 위기나 재난 상황 발생 시 신속하고 정확한 정보를 제공해 국민의 건강을 지키고 사회안전망 구축에 기여
- 대표 뉴스 시사 채널의 역할 강화와 신뢰도 제고
  - 주요 거점 시사 프로그램의 정치, 경제, 사회, 문화, 국제 현안에 대한 의제 설정 기능 강화
  - 2021년 재·보궐 선거와 2022년 대통령선거와 전국동시지방선거를 앞두고 공정하고 신뢰할 수 있는 정보를 제공
- 포스트 코로나 시대의 재난방송 역할 강화
  - 코로나19 이후 부각된 감염병 이슈와 기후 변화 위기에 대한 심층 정보와 의견 제공
  - 재난 상황 발생시 신속하고 정확한 방송을 통해 재난방송 주관채널 역할 수행
- 플랫폼 다변화와 청취 외연 확대
  - 기획 단계에서부터 멀티 플랫포밍 전략에 부합하는 1라디오 핵심 콘텐츠 제작
  - 지상파 외에 유튜브 등 플랫폼 다변화를 통해 청취층의 외연 확대
  - 멀티플랫폼에서 여론 수렴과 사회 통합에 기여

② 2라디오

- 편성 전략: 40대 이상 중장년층이 좋아하는 친숙한 대중음악 중심의 음악채널을 지향하며,'음악이 좋은 방송'이란 슬로건으로 가요, 팝, 재즈 등 다양한 장르의 음악을 들려주고, 청취자들의 살아가는 이야기를 통해 상호 공감의 기회 확대
- 중장년층을 위한 음악 채널 정체성 강화: 〈주현미의 러브레터〉, 〈김혜영과 함께〉 등 2020년 8월 31일 수시조정으로 론칭한 프로그램을 통해 중장년층을 위한 음악 채널의 정체성을 강화
- 출근길 4050 청취자 확보: 〈김태훈의 프리웨이〉가 친숙한 팝과 시사정보로 출근길 4050 청취층을 확보
- 스튜디오 라이브 공연 확대: 코로나19 상황에서 '랜선 콘서트' 트렌드를 반영해 〈임백천의 백 뮤직〉, 〈김혜영과 함께〉 등에서 가창력이 뛰어난 가수들을 초청해 고품질 어쿠스틱 스튜디오 라이브 콘텐츠 제공

③ 1FM

- 편성 전략: 국내 유일의 클래식 전문 채널인 1FM은 클래식 인구의 확대를 위해 입문자부터 애호가까지 즐길 수 있는 다양한 클래식 프로그램을 지속적으로 개발하고, 청취자 대상의 고품격 온라인·오프라인 음악회를 개최해 채널 전문성을 공고히 하며 공적 서비스를 강화함. 국내 주요 공연 뿐 아니라 전 세계 다양한 클래식 공연을 소개하고, 유망 음악인 발굴, 음악자료 확충 등을 통해 클래식 음악 중심 채널의 역할을 수행함
- 국내 유일의 클래식 전문 채널 역할 수행
  - 시간대별로 차별화된 정규 프로그램을 편성하고, 대중에게 친숙한 진행자를 영입해 클래식 FM의 청취층 확대.
  - 창의적이고 다양한 특집 프로그램을 제작해 활기있는 채널 이미지 구축
  - 국악 프로그램을 편성해 우리나라 민족문화의 창달에 기여.
- 스튜디오 라이브 연주로 청취자 서비스 강화: 클래식 음악 이해를 돕는 스튜디오 렉쳐 콘서트 〈살롱 드 피아노〉 시리즈, 정상급 연주자들의 연주를 감상할 수 있는 〈생생클래식 '작은 음악회'〉, 〈노래의 날개 위에-30주년 특집 방송〉 등의 편성으로 청취자에 대한 공적 서비스 강화
- 클래식 인구 확대를 위한 다양한 음악 프로그램 제작
  - 청소년 청취자를 위한 〈클래식FM 여름음악학교〉 제작

- 〈2021 교향악 축제〉를 비롯한 수준 높은 음악회 생중계
- 〈빈필 신년음악회〉, 〈쇤부른궁 여름 음악회〉, 〈부조니 국제 피아노 콩쿠르〉 등 음악 선진국들의 연주회 실황과 콩쿠르 실황 중계

④ 2FM

- 편성 전략: 창의적 구성과 핵심 콘텐츠 개발을 통해 채널 경쟁력을 높이고 수입 증대에 이바지함. 대중음악 발전을 위해 노력하고 활기 넘치는 콘텐츠로 신선한 재미를 선사하며, 청취자에게 친근하게 다가서는 공적서비스를 구현하고 디지털 이용자의 요구에 부응함
- 예능음악 분야 핵심 프로그램 개발과 채널 경쟁력 제고
  - 예능음악 채널로서 창의적 구성과 핵심 프로그램 개발을 통해 채널 경쟁력 강화
  - 장수 프로그램을 지속적으로 제작하고 새로운 포맷의 창의적 실험 병행
- 대중음악 채널로 다양한 연령대 청취자에게 즐거움 제공
  - K-Pop을 세계에 알리는 한류 전파의 핵심 역할을 수행하고, 국내외 청취자에게 적극적으로 소구
  - 다양한 연령대의 청취자들에게 활기 넘치는 콘텐츠를 제공해 신선한 재미와 즐거움 선사
- 크로스오버 콘텐츠로 디지털 이용자 확보: 지상파 이외에 모바일, 인터넷, 유튜브 등을 바탕으로 크로스오버 콘텐츠를 제작해 디지털 이용자의 요구에 부응

⑤ 3라디오

- 편성 전략: 장애인과 소외계층을 위한 국내 유일의 사회통합 공익 채널의 역할을 충실히 수행. 장애인과 노년층, 다문화 청취자를 위한 맞춤형 정보 제공을 확대하고, 사회적 약자를 위한 의제를 설정해 여론을 조성함으로써 공적 책무를 강화하고 지속적이고 안정적인 사회통합에 기여함
- 장애인과 소외계층을 위한 채널로서의 정체성 강화: 450만 장애인과 100만 다문화 가정 그리고 노인층 대상 프로그램을 기획·제작해 소외 계층을 위한 국내 유일의 지상파 사회통합 공익 채널로서의 정체성 강화
- 사회적 약자에 대한 인식 개선 및 의제 설정: 장애인과 노인, 다문화 가정 등 사회적 약자의 권익 보호와 복지 향상을 추구하고, 사회 구성원 간 차별과 편견을 해소하려는 노력과 인식 개선으로 더불어 살아가는 관용과 공존의 가치를 높임

- 장애인과 소외계층 대상 맞춤형 기획으로 공영성 제고: 〈대한민국 1교시〉, 〈장애인 취업박람회〉, 〈제16회 도쿄 패럴림픽〉, 〈효(孝) 콘서트〉 등 사회적 약자를 위한 시의성 있는 콘텐츠 기획
- 시각장애인을 위한 낭독 프로그램 확대 및 고도화: 시각장애인을 위한 낭독 프로그램을 확대하고 고품격 오디오북을 제작해 장애인 청취자들의 매체 접근성을 높이고 삶의 질 향상에 기여

⑥ 한민족방송

- 편성 전략: 남북교류협력과 평화통일에 대비해 북한 주민 및 북방 동포 대상으로 한민족의 동질성을 지속적으로 강조하고, 한반도를 둘러싼 국내외 정보를 객관적이고 정확하게 분석 전달하는 정보 창구의 역할 수행. 한민족의 자긍심을 바탕으로 평화 정착의 공감대 형성을 위해 정치, 경제, 사회, 문화, 의료, 복지, 이산가족 등을 주제로 다양한 프로그램을 제작해 이질감을 극복하고 공감대를 넓혀 KBS가 국민의 방송으로 거듭나도록 기여함
- 북한 관련 전문 채널의 역할 강화
  - 정보 획득이 쉽지 않은 북한 주민들을 대상으로 북한 소식, 인기 가요를 비롯해 대한민국의 역동적인 모습, 북한 주민들이 알아야 할 국제 정세 등을 정확히 제공.
  - 정규 프로그램 〈통일전망대〉, 〈오늘과 내일〉, 〈통일 열차〉, 〈대한민국 인기가요〉와 특집 〈2021 한반도의 새로운 정세를 진단한다〉, 〈직업이 통해야 남북경제가 통한다〉 등 제작
  - 전 세계 한민족 동질성 강조 및 자긍심 고취
  - 남북한, 해외 동포가 공감할 수 있는 소재를 프로그램으로 기획해, 한민족 동질성 강화에 기여하고 분단과 이산의 공백을 메울 수 있는 역할을 수행
  - 〈공사창립 특별기획 '세계 일주를 떠난 한국의 마스크'〉, 〈8.14 위안부 피해자 기림의 날 특집 기획〉, 〈한글날 특별기획 '한국인의 DNA, 한글'〉, 〈K-Pop 문화 그 너머〉, 〈한민족 체험 수기〉 등 제작
- 평화통일 대비 남북한 이해도 증진: 통일을 대비해 남북간 이해를 높이기 위해 특집 〈문화공감 특집, 남북한의 문화공감〉, 〈도쿄 올림픽 특집방송〉, 〈남북한 UN 동시가입 30주년 특별 대담〉 등 제작

○ 국제방송 편성 전략

① KBS WORLD TV

- KBS WORLD TV 채널의 전세계 안정적 보급: 2005년 출범 당시 진출국가 11개국, 가시청가구 450만에 불과했던 KBS WORLD TV 채널은 2021년 말 현재 114개국, 가시청인구 1억4천50만에 달하는 거대 한류 플랫폼으로 성장. 부탄(KBS WORLD)과 네팔(KBS KOREA) 등 신규 국가 진출
- 전세계 한국인의 중심 채널 KBS KOREA 출범: 기존 KBS WORLD 24 채널을 〈KBS KOREA〉로 개편(2021년 7월 1일). 해외유권자에 필요한 선거 정보를 국내와 동일하게 실시간으로 제공. 전 세계 대양의 국적 선박에서 24시간 〈KBS KOREA〉 채널 시청 가능.
- KBS WORLD TV 글로벌 디지털 진출 확대: 다양한 KBS WORLD TV 유튜브 채널 총 구독자가 약 1986만명에 달함. 실시간 스트리밍 방식으로 유럽지역 OTT에 KBS WORLD 채널 공급 확대. SNS(트위터, 페이스북, 인스타그램 등) 구독자 1,000만명 돌파.
- 글로벌 한류팬을 대상으로한 오리지널 콘텐츠로 채널경쟁력 강화: 글로벌 오디션 〈K-Pop 월드 페스티벌 in 창원〉 10주년 성공 개최. 지식 서바이벌 퀴즈쇼 〈퀴즈 온 코리아〉 10주년 성공적 개최. 한글 교육 프로그램 〈안녕 코리안〉 추가협찬 제작 및 연내 방영.

② KBS WORLD 라디오

- 코로나19, 한반도 문제 등 국제적 현안 관련 한국적 시각 전파를 위한 다국어 보도 프로그램 제작, 편성: 〈뉴스 투데이〉(월-금 10분, 우리말 및 10개 외국어), 〈주간 핫이슈〉(토 10분, 10개 외국어), 〈Korea 24〉(월-금 50분, 영어), 〈시사 포커스〉(금 30분, 중국어)
- 한류 확산, 한글 세계화를 위한 정규/특집 프로그램 편성: 전래동화 외국어 구연 프로젝트 〈글로벌 오디오북 – 옛날 옛적에〉, 전통 음악 감상 프로그램 〈얼쑤! 우리가락〉, 신한류 확산 특집 3부작 〈Beyond K-POP: 새로운 음악을 기다리던 당신에게〉
- 지역별·언어별 특화 프로그램 편성 강화를 통한 국제 친선교류 기여: 독일어 방송 40주년 기념 특집 〈조선을 사랑한 독일인 안드레 에카르트〉, 중국어방송 60주년 특집 〈한국생활백서 - 직장생활편〉, 러시아어 방송 60주년 기념 특집 〈좋아요 '러시아', 구독해요 '한국'〉, 인니어 방송〈K-POP Cover Festival〉
- 언어별 특화 유튜브 채널 서비스 확대: 기존 〈KBS WORLD Indonesian〉, 〈KBS WORLD Arabic〉 콘텐츠 서비스 확대 및 〈KBS WORLD Spanish〉(21.9.1), 〈KBS

WORLD Vietnamese〉 신규 개설

- 디지털 플랫폼 연계 프로그램 제작 강화: 〈K-Pop 스타 인터뷰(인니/서/아)〉, 〈K-Pop Interactive〉(서), 〈EZ Korean〉(베) 등 언어·지역별 디지털 플랫폼 맞춤형 동영상 콘텐츠 전환 및 유튜브 서비스, 특집 3부작 〈Beyond K-POP: 새로운 음악을 기다리던 당신에게〉 관련 유튜브 프리미어 콘서트 개최, K-POP 댄스 및 가요 콘테스트 〈K-POP Cover Festival〉 유튜브 기반 개최, 208개국 K-Pop팬이 투표로 참여한 〈2021 세계인이 사랑한 K-POP〉 관련 특집 등 제작

□ 디지털미디어 전략

○ TV, 라디오, 디지털 매체 간 연계로 멀티플랫폼 전략 지원

- TV, 라디오 지상파 편성과 연계한 디지털 프로모션 실시
  - TV 핵심 프로그램과 특집 프로그램 집중 프로모션: 대하사극, 주말드라마, 대기획 다큐 등 주요 프로그램 본방 전 홈페이지, myK, 콩을 활용해 프로모션 실시
  - 재난·재해 발생 시 디지털 매체 즉각 대응: 코로나, 태풍, 수해, 산불 등 특보 방송 시 디지털 실시간 중계 실시
- 2020 도쿄올림픽/패럴림픽 디지털 6개 전용 채널 편성 및 운영
  - KBS 1,2TV와 KBS N채널에서 중계하지 않는 종목을 디지털 전용 채널로 중계: 비인기종목, 이색종목, 신설종목을 포함하여 올림픽 디지털 자체 편성 실시
  - 온에어 서비스 이용자 평시 대비 2배 증가(15만 ~ 30만)

○ 2021년 신규 핵심 현안 및 성과

- 지상파 편성에서 멀티플랫폼 유통의 관점으로 편성 개념 확대
  - 다양한 디지털 플랫폼(OTT, 유튜브 등)을 포괄하는 전방위 콘텐츠 기획-생산-유통 전략을 추진해, 콘텐츠 도달률, 이용자 관여도, 화제성, 수익성 제고 노력
  - 편성전략국을 멀티플랫폼전략국으로 전환(21년 3월 29일 직제규정 시행세칙 개정)
  - 멀티플랫폼 편성제작회의 지침 개정: TV 채널 편성 대상 프로그램을 넘어서 디지털 콘텐츠까지 확대 회의
  - 디지털 오리지널 제작: 2021년 하반기 디지털 오리지널 콘텐츠 제작 예산 10억 추가 배정. 디지털 부문 기획안 공모를 통해 5개 콘텐츠를 선정
- 멀티플랫폼에서의 입체적인 성과 측정 지표 확대: 〈종영보고서〉 주요 개선사항으로 다

음 사항 포함

- 멀티플랫폼 다이어그램: 프로그램의 TV, 2049, TV-VOD, 웨이브VOD, SMR 등에 대한 분야별 순위 척도를 도식화하여 종합 경쟁력을 보여주는 지표
- 프로그램 연령: 프로그램 시청자 연령을 기반으로 프로그램의 평균 연령을 나타내는 지표로 KBS콘텐츠가 젊어지고 있는지에 대한 정보를 나타내는 지표
- 프로그램 품질평가: 프로그램 품질평가(PSI) 지수 정보를 종영보고서에 포함하여 프로그램의 공영성 평가 결과에 대한 정보 제공

- 프로그램별 상이한 목표 설정 및 평가 방식 도입: 신규 프로그램 편성 시 동일시간 전 편성 프로그램의 시청자 수 및 제작비와 비교하여 목표를 설정하고 평가
  - 최소 시청자 수: 동시간대 유사프로그램 및 전작을 고려하여 편성슬롯별 최소 시청자 수 달성기준을 산출하는 방식
  - 목표 시청자 수: 동시간대 유사프로그램 및 전작의 제작비 수준을 고려하여 제작비에 상응하는 목표 시청자 수 달성기준을 산출하는 방식

3. 평가와 제언

가. 경영 목표 설정의 타당성, 중점과제 수행 평가

□ 평가

○ **KBS의 당해년도 전략인 경영목표 수립 과정은 형식적인 측면에서 잘 이루어졌음**

- 2021년 KBS 경영목표는 KBS가 추구하는 목표에 기반해 내·외부 환경을 분석하고 내부 역량을 반영한 3년 단위의 중장기 계획(2019-2021년)을 바탕으로, 당해년도(2021년) 추진해야 할 경영목표, 기본운영계획, 방송기본 계획을 순차적으로 수립해 반영했음
- 2021년 KBS 경영목표는 해당 실무 부서에서 2020년 한해동안 업무를 수행하고, 성과를 평가해서 2021년 경영 목표에 반영하는 경영 관리 과정 PDS(Plan-Do-See) 상 매끄럽게 진행되었다고 보여짐
- 다만, 전년도 경영 평가 시 지적된 성과와 회계 결산은 2021년 초에 이루어지나, 경영계획은 전년도(2020년 하반기)에 수립되는 불가피한 시차 발생의 문제는 어쩔 수 없다고 보여지며, 시차의 간극을 최대한 좁히는 노력이 필요함.

○ **2021년도 경영 목표를 '공적책무 강화와 수신료 현실화'라고 정한 것은 수신료 현실화를 위한 KBS의 기본적인 공적책무 점검·강화에 방점을 둔 것으로 추정되지만, 공영방송으로서 당연히 해야할 책무를 수신료 현실화와 연계해 경영목표를 설정하는 것은 다소 선언적으로 보이므로, 목표를 구체적으로 표현하는 것이 바람직함.**

- '수신료 현실화' 목표가 KBS의 중요한 재원의 현실화라는 당면 과제라는 점은 인정 되지만, KBS만의 자구노력으로 실현되기 어려운 현실적인 면이 있음.
- 2021년 경영목표 핵심사업은 21개로 선정되었고 중장기계획(2019년-2021년)과 어느 정도 연계성을 갖고 있지만, 2021년 경영목표와는 상대적으로 다소 관련성이 낮으므로, 경영목표와의 부합을 위해 관련법상 공영방송으로서의 공적책임이 부각됐으면 완성도가 더 높았을 것으로 보임.
- 2021년 KBS 경영목표는 수립 과정상 형식적 무리가 없다는 점을 적시했으나, 내용상 경영목표에 맞춘 조직의 설계 및 제반 리소스(인원, 예산, 시설, 장비 등)를 배정하기 보다는, 기존 조직이 보유한 자원의 틀에 경영목표를 부과했음. 또한, 경영목표가 제대로 이행되는지를 점검하는 별도 노력이 필요한 것으로 보임.

○ **기업이 경쟁에서 이기기 위한 조건 중의 하나가 바로 명확한 경영 전략을 수립하는 것이며, 전략 수립 시 기업이 보유한 자원(자금, 인력 등)은 한정적이기 때문에 선택과 집중이 필요함.**

- 경영목표를 설정하고 그 결과가 경영진의 경영계획 이행여부에 대한 판단 자료로 활용된다는 점을 고려시, 경영목표 실행에 대한 평가와 피드백 과정이 중요함. 따라서, 경영목표의 달성여부 판단은 목표를 작성·실행하는 부서가 아닌 집행기관에서 확인하고, 경영평가의 실행력을 높이기 위해 그 결과가 각종 평가도구 등에 실질적으로 도입·활용될 수 있도록 설계하는 방안의 적극적인 검토를 권고함.
- KBS가 공영방송으로서 해야 할 일이 많지만, 주요 핵심사업 위주로 우선순위를 정하고 목표를 단순화해서 조직원들에게 목표를 분명히 하고 그 달성이 쉽도록 해야 함. 그런 점에서 경영목표와 21개 핵심사업의 연계성을 높이고 단순화할 필요가 있음.
- 중장기 경영계획(2019-2021년)의 5대 세부목표, 12대 역점과제와 2021년 경영목표인 '공적 책무 강화와 수신료 현실화', 2021년 경영목표 핵심사업은 21개 항목으로 구성

○ **수입목표의 과다 책정으로 목표 달성이 현실적으로 어려우며, 조직원이 목표달성을 위해 도전적으로 최선을 다하기 어려운 상황임**

- KBS 수입의 큰 비중을 차지하는 광고 부문의 최근 5년간 수입 예산 대비 실적을 살펴본 결과, 매년 목표에 미달하는 실적이 광고 환경 변화에 기인한 지상파 광고수입 축소 때문이라고만 해석하기에는 무리가 있음
- 오히려 균형 예산 수립을 강조해 무리한 광고 수입예산 목표를 정한 것이 아닌지 의문스러움
- 결국 무리한 목표의 설정은 현실적인 측면을 도외시해서 조직원들의 목표달성에 동기부여가 되지 못함
- 2021년 광고 수입 292억 초과 달성은 코로나19 여파로 인한 기업 오프라인 광고비의 일시 유입과 지상파 중간광고 도입, 도쿄 올림픽 실시 등에 따른 지상파 광고시장 반등이 주요 원인으로 분석됨.
- 급변하는 환경에서 광고 시장의 변동성과 불확실성이 커져 정확한 시장 규모를 예측하는 것이 어렵지만, 가능한 범위에서 현실적인 시장 규모를 파악하고 수입 목표를 수립하는 노력이 필요함.

[표 1-3] 최근 5년간 광고 수입 현황〉

(단위 : 억)

년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
광고수입 예산목표	4,135	4,060	3,750	2,845	2,413
결산공고 수입	3,666	3,328	2,548	2,319	2,705
차이	△469 (-11.3%)	△732 (-18%)	△1,202 (-32%)	△526 (-18.5%)	+292 (+12.1%)

※ KBS 제출 자료 참고

□ 제언

○ **명확한 경영전략의 수립과 성공을 위해서는 KBS가 보유한 한정된 자원(resource)인 자금, 인력, 시설, 장비 등에 대한 선택과 집중 투자가 요구됨**

- KBS가 공영방송으로서 해야 할 일은 많지만, 2021년 경영목표인 '공적책무 강화와 수신료 현실화'를 실현시키기 위해 주요 핵심사업에 대해 핵심 목표를 3-4개로 단순화 시키고, 나머지 사업에 대해서는 우선순위를 정해 가중치를 부여 하는 등 조직원들에게

목표를 분명하게 부여해 목표달성이 쉽도록(easy attainable) 해야 함

- 현재 KBS의 조직 형태는 사업부제 조직과 기능식 조직이 혼합된 Matrix 형태로, 이는 오랫동안 유지된 기본틀이기도 함.
- 다만, KBS가 추구하는 중장기계획과 경영목표의 연장선상에서 조직을 관리하기 위해서는, 중장기계획과 경영목표를 조직'설계'에 반영하는 것 뿐 아니라, 이후 상황변화에 맞춰 조직을 유연하게 하는 것에 더 관심을 가질 필요가 있음.
- 결과적으로, 중장기계획과 경영목표 달성을 위한 조직으로 항상 유연하게 대응한다면, 한정된 자원(resource)의 재분배로도 성과가 창출 될 수 있을 것임.

○ **2021년 KBS 경영 목표인 '공적 책무 강화와 수신료 현실화'를 실현하기 위해서는, KBS 역할 재정립 등 내부 노력 외에 방송법 개정 등의 외부 규제 환경의 개선도 필요함**

- 방송법의 한국방송 관련 규정 중 공사의 공적책임(제44조)은 내용이 추상적이며 구체성이 결여되어 공사의 책임 한계가 모호하고, 공사의 업무(제54조)는 타 방송 사업자와의 차별성, 구체적 업무 수행이 불분명한 문제가 드러나고 있음
- 공영방송으로서 공적 서비스를 수행하기 위한 공사의 역할과 책임을 명확히 하고, 공영성 기능 강화와 함께 재원 확보 문제도 제도적으로 뒷받침 할 수 있도록 방송법의 제·개정이 필요함

○ **미디어 시청 행태 변화에 따라 지상파 환경이 지각 변동 되고 있으며, 뉴미디어 시대에 공영방송 KBS의 역할이 재정립 되어야 하며, 그에 걸맞는 평가, 기준, 지표 등도 새롭게 설정할 필요가 있음**

- KBS 평가 기준의 재설정
- 평가 기준에 따른 다양한 평가 지표의 개발
- 평가 결과의 대국민 공개와 시청자 접근 강화

○ **KBS 연간 수입은 경영목표 사업의 달성을 위해 매우 중요한 리소스 자원이므로, 예측율을 높이고 오차를 최소화 하도록 다양한 기법의 과학적인 접근이 필요함**

나. 편성 기본 방향

□ 평가

○ **TV, 라디오 편성전략**

- 2021년 KBS가 설정한 10대 방송 기본 방향에 따른 평가는 아래와 같음.
  - '공정한 방송과 신뢰의 기준' 관련 평가: 여러 조사에서 KBS의 공정성과 신뢰성은 1위. 다만, KBS2에 대한 공정성과 신뢰성 수치는 다소 하락 추세.
  - '안전한 대한민국' 관련 평가: 전사적 재난방송 대응 시스템 강화, 취약계층의 사회안전망 점검과 개선안 제안
  - '사회 핵심과제에 대한 의제 설정' 관련 평가: 코로나19 확산에 따른 방역과 대응 의제 주도, 기후 변화와 환경 위기 관련 프로그램 집중 편성, 남북 관계와 한반도 평화 의제에 대한 관심 유도, 장애인, 노동자, 다문화 등 사회적 약자 관련 의제 제시
  - '세계적 수준의 고품격 대형 기획' 관련 평가: AR 기술과 UHD 활용, 대하드라마 제작, 심층 역사 다큐멘터리 부활
  - '코로나19로 지친 국민에게 감동과 희망' 관련 평가: 추석과 송년 특집 대형 쇼 프로그램 편성해 높은 시청률 기록, 주요 프로그램 기념 특집들을 시청자와 함께 하는 방식으로 대거 편성
  - '지상파-디지털 연계 멀티 플랫포밍 편성' 관련 평가: TV-유튜브 동시 편성, OTT 멀티 편성 등 제작과 편성의 유형 확대
  - '대형 스포츠 이벤트 방송으로 국민통합' 관련 평가: 능력과 인기를 갖춘 해설진 구성으로 국민적 관심 유도, 비인기 종목 포함해 올림픽 전반에 대한 다양하고 정확한 중계와 해설 제공, 도쿄 패럴림픽 방송 편성 강화, 올림픽 중계방송 관련 디지털 플랫폼 서비스 이용률 향상
  - '지역 균형발전과 동반성장에 기여' 관련 평가: 지역총국 자체 보도 및 재난방송 강화, 고품격 네트워크 프로그램 제작과 전국 편성 확대
  - '새로운 기술 도입과 제작 프로세스 혁신' 관련 평가: 첨단기술을 활용한 프로그램 기획을 통해 새로운 시청각 체험 제공, AI와 클라우드를 활용한 방송 프로세스 구축 노력
  - '전세계 한류 콘텐트의 중심' 관련 평가: 오락, 드라마, 특집 프로그램에서 한류 콘텐츠 활성화, KBS월드 개편과 디지털 전략 강화

○ **TV, 라디오 채널별 편성 전략**

- TV 편성 전략
  - 1TV: '안전한 대한민국' 핵심 의제 선도, 코로나19 전면 편성으로 재난방송주관방송사 역할 수행, 4·7 재보궐선거 방송 성공적 수행(개표방송 시청률 및 메인뉴스 시청률 1위)
  - 2TV: 웃음과 감동을 전하는 프로그램 편성(안전과 생명, 시청자 참여, 환경 문제 등 포함), 시청 경쟁력을 갖춘 주말 황금라인업 구축(주말 드라마 시청률 1, 2, 3위 기록), 대형이벤트 프로그램 편성으로 전국민의 힐링 유도, 새로운 포맷과 장르의 신규 콘텐츠 발굴(라이브 커머스 예능, 공익형 환경 예능, 다양한 멀티플랫폼 콘텐츠 등), 오락에 편중된 편성을 지양하고 교양 프로그램 편성 확대
- 라디오 편성 전략
  - 1라디오: 대표 뉴스 시사 채널의 역할 강화와 신뢰도 제고, 포스트 코로나 시대의 재난방송 역할 강화, 플랫폼 다변화와 청취 외연 확대
  - 2라디오: 중장년층을 위한 음악 채널 정체성 강화, 출근길 4050 청취자 확보, 스튜디오 라이브 공연 확대
  - 1FM: 국내 유일의 클래식 전문 채널 역할 수행, 스튜디오 라이브 연주로 청취자 서비스 강화, 클래식 인구 확대를 위한 다양한 음악 프로그램 제작
  - 2FM: 예능음악 분야 핵심 프로그램 개발과 채널 경쟁력 제고, 대중음악 채널로 다양한 연령대 청취자에게 즐거움 제공, 크로스오버 콘텐츠로 디지털 이용자 확보
  - 3라디오: 장애인과 소외계층을 위한 채널로서의 정체성 강화, 사회적 약자에 대한 인식 개선 및 의제 설정
  - 한민족방송: 북한 전문 채널의 역할 강화, 전세계 한민족 동질성 강조 및 자긍심 고취

○ **디지털미디어 전략**

- TV, 라디오, 디지털 매체 간 연계로 멀티플랫폼 전략 지원: TV 핵심 프로그램과 특집 프로그램 집중 프로모션, 재난·재해 발생 시 디지털 매체 즉각 대응, 2020 도쿄올림픽/패럴림픽 디지털 6개 전용채널 편성 및 운영
- 2021년 신규 핵심 현안 및 성과: 지상파 편성에서 멀티플랫폼 유통의 관점으로 편성 개념 확대, 멀티플랫폼에서의 입체적인 성과 측정 지표 확대, 프로그램별 상이한 목표 설정 및 평가 방식 도입

□ 제언

○ KBS의 공정성과 신뢰성은 여러 조사에서 다른 방송국보다 우수하게 평가됨. 특히, 〈KBS 뉴스9〉은 다른 방송국 메인 뉴스 프로그램보다 월등하게 앞선 평가를 받았음. 다만, KBS2에 대한 공정성과 신뢰성 수치는 중하위권에 속하며, 연도별로 다소 하락 추세를 보임. KBS2의 채널 정체성(오락 드라마 중심)을 유지하면서, 신뢰성을 끌어올릴 전략 필요

○ 디지털 미디어 전략으로 TV 핵심 프로그램 프로모션과 재난에 대한 즉각 대응이 대표적으로 언급됨. 미디어 환경이 디지털과 멀티플랫폼으로 급변하는 상황에서 많은 미디어가 '디지털 퍼스트'를 외칠 정도로, 디지털 서비스에 대한 투자가 많아지고 있음. KBS에서도 지상파 중심에서 멀티플랫폼 유통의 관점으로 편성 개념을 확대하고, 디지털 오리지널 제작에 예산을 추가하고 있음. 그러나 이 수준을 넘는 디지털 서비스 확장 전략이 필요해 보임. 다양한 디지털 프로그램에서 시·청취자를 우선 끌어들이고 TV로 유입시키는 편성 전략도 고려해 볼 만함.

○ 프로그램 평가에 멀티플랫폼을 중심으로 다양한 지표를 적용하는 점은 다매체 이용이 일반화된 시청자를 위해 적절한 변화라고 판단됨. 구체적으로, 멀티플랫폼 다이어그램(프로그램의 TV, 2049, TV-VOD, 웨이브VOD, SMR 등에 대한 분야별 순위 척도를 종합)의 적용 결과가 매우 기대됨. 이를 통해 KBS 프로그램의 단점인 '시청률에 비해 화제성 약화'와 '고령층 시청자에 비해 젊은 연령대 시청자 부족'을 극복하는 편성과 제작 전략이 도출되기를 기대함.

○ 프로그램별 상이한 목표 설정 방식에 따르면, 신규 프로그램 편성시 동일시간 전 편성 프로그램의 시청자 수와 제작비를 비교 평가하게 돼 있음. 이 방식은 비용 대비 성과 설정에 합리적 방법이라고 판단됨. 그러나 때로는 KBS가 공영방송으로서 대규모 투자가 필요한 공익 프로그램을 제공해야 하며, 심지어 전국민적 관심을 끄는 TV 블록버스터를 만들어낼 필요도 있음. 이런 경우에는 합리적 평가를 뛰어넘는 과감한 판단이 요구됨. 도입된 편성 지침이 이런 판단을 원천봉쇄하지 않도록 운영돼야 함.

제2장 | 예산집행의 효율성

1. 예산편성의 적합성과 운영의 효율성

□ 예산편성기준과 경영목표의 적합성

○ **예산편성방향 설정과 경영목표사업 예산의 반영**

- 공사는 2021년 경영목표로'공적책무 강화와 수신료 현실화'로 설정하고, 〈2019~2021 중장기 계획〉 (5대 세부목표, 12대 역점과제)을 실현하기 위해 2021년 예산편성 방향을'공적재원 확보 및 사업구조 효율화로 재정건전성 기반 마련'으로 정하고 이에 따라 세부예산을 편성하였음.

○ **예산편성방향**

- '공적재원 확보 및 사업구조 효율화로 재정건전성 기반 마련'

○ **기본방향**

- 공적 책무 수행 강화
- 미래방송환경 변화 대비 콘텐츠 경쟁력 제고
- 수신료 현실화 등 적극적 재원 확보 방안 마련
- 경영혁신을 통한 재정 건전성 기반 마련 조성

○ **세부편성방향**

- 공적 책무 수행 강화
  - 지역 방송 강화
  - 재난미디어 체계 구축
  - 시청자참여 및 시청자서비스 확대
- 미래방송환경 변화 적극 대응
  - 편성 패러다임 대전환
  - 대형 기획 프로젝트 제작
  - 미래세대 참여 강화
- 적극적 재원 확보
  - 공영방송 제도개선 및 수신료현실화 추진

- KBS 전 매체 통합마케팅 솔루션 고도화
- OTT 콘텐츠 유통 협력 극대화

- 재정 건전성 기반 마련 조성
  - 경영혁신을 통한 재무구조 개선
  - 재정위기 극복을 위한 리스크 관리

○ **경영목표 사업 예산 현황**

- 예산편성 세부방향에 따라 경영목표사업에 다음과 같이 예산을 편성함.

[표 2-1] 2021년 경영목표 핵심사업별 예산현황 (단위: 억원)

2019-2021 중장기계획		2021년 경영목표 핵심사업(21개)	비용	자본
5대 세부목표	12대 역점과제			
Ⅰ. 독보적 신뢰	1. KBS 저널리즘 혁신	① 신뢰의 기준, KBS 확립	60.1	
		② 스마트 재난미디어 KBS	2.7	19.7
	2. 사회경제적 의제의 공론 확대	③ 기후재난 대응 프로젝트	정규특집	10
		④ 뉴노멀 시대 주요 의제 설정	4.2	
		⑤ 남북한 방송문화 교류 주도	정규특집	
	3. 시청자 중심 구현	⑥ 시청자 설명책임 강화	4.8	
		⑦ 시청자 참여 확대	정규특집	
		⑧ 지역방송 역량강화	10.7	87
Ⅱ. 압도적 영향력	4. 최고의 콘텐츠 경쟁력	⑨ 대형기획 프로젝트 제작	341.6	
		⑩ 편성 패러다임 대전환	11.3	
Ⅲ. 콘텐츠 도달률 강화	5. 공영미디어로의 진화	⑪ OTT플랫폼 유통 확대	130	
		⑫ 현장맞춤형 차세대 기술 활용 강화	8.4	9.9
		⑬ UHD 콘텐츠 제작기반 확대		0.2
	6. 디지털 콘텐츠 강화	⑭ 디지털 콘텐츠 확대	17.3	
	7. 미래세대 타깃팅 강화	⑮ 미래세대 참여 강화	0.2	
Ⅳ. 글로벌 미디어로 도약	8. 세계적 콘텐츠 제작, 유통	⑯ 한류 콘텐츠 사업 다각화		
	9. 국제방송 강화	⑰ KBS국제방송 채널 경쟁력 강화	4	
Ⅴ. 창의적 조직으로 변화	10. 콘텐츠 중심 조직 구현	⑱ KBS그룹 차원의 운영체계 강화	비예산	
	11. 효율적인 운영체계 구현	⑲ 조직운영체계 개선	비예산	
	12. 안정적 재원 확보	⑳ 수신료 현실화 추진	2.2	
		㉑ 다각적 재원 확대	8.1	0.6
소계			605.6	127.4

※ 편성 당시 정해지지 않은 세부프로그램 제작은 정규/특집 예산에서 집행

□ 예산편성기준의 적정성과 준수 여부

○ 예산편성기준의 적정성

- 공사는 2021년 공사 경영목표와 연계해서 부서 운영목표 및 사업계획을 수립하고, 경영목표 핵심사업에 예산이 우선 배분될 수 있도록 노력함. 또한, 예산편성 세부지침을 공유하여 필수적인 사업경비만 편성하였음.
- 2021년 예산을 편성할 당시 코로나19 재확산으로 인한 세계경제의 회복세 둔화 우려와 8월 이후 국내의 코로나19 2차 대유행으로 인한 내수경기 침체 등으로 인해 국내경기 침체 장기화가 예상되었으며, 이에 광고시장의 위축이 전망되어 광고수입의 급격한 감소가 예상되는 상황이었음.
- 또한, 2021년으로 개최가 순연된 도쿄올림픽 방송권료 및 제작비(289억)가 비용예산으로 편성되는 상황이었으며, 전국 공시지가의 상승으로 인한 자산보유세 증가 등 경직성 경비 증가가 예상되었음.
- 이와 같이 코로나19의 유행으로 인한 수입의 결손 증가와 경직성 비용의 증가라는 이중고 속에서, 경영목표 이행을 위한 예산을 우선 확보·반영해야하는 어려운 재정 상황에 놓임. 이에'공적재원 확보 및 사업구조 효율화로 재정건전성 기반 마련'이라는 예산편성 방향에 따라, 공사는 일괄긴축 및 비상경영조치 등 자구노력을 예산편성에 선반영하였음.
  - 비용긴축 선반영 내역

[표 2-2] 비목별 긴축금액 현황

비 목	일괄긴축 반영	토털리뷰 반영	총 긴축금액
사업경비	190억	113억	303억
인건비		192억	192억
계	190억	305억	495억

○ 2021년 예산편성 기준 준수 여부

- 예산 편성 시 국내외 경제여건을 감안하여 KBS의 경영환경을 전망한 후 예산편성 방향을 설정하였으며, 이에 따른 부문별 예산을 편성하였고 본부·센터별 총액을 배분하여 자율편성토록 하되 경영목표와 핵심사업에 예산이 우선 될 수 있도록 하였으며, 추후 부서성과평가 자료로 사용될 수 있도록 하였음.

- 예산편성 세부지침에 따라 예산(안)을 수립하고 편성예산에 대한 담당자 검토를 진행하였으며, 예산편성 요구기준 절차에 따른 예산편성안은 이사회 소위와 전체회의 심의를 통해 최종 확정하였음.

□ 예산구조의 건전성

수입예산은 1조 4,972억 원, 비용예산은 1조 4,970억 원으로 2억 원의 균형예산을 편성하였음. 순연 개최된 도쿄올림픽 등 대형이벤트와 공시지가 상승, 법정부담금 인상 등 경직성 경비가 증가하는 추세에도 달성 가능한 최대 수준의 목표 설정을 통해 적극적 수입창출을 유도함으로써 공적책무 수행에 차질이 없도록 예산을 편성하였음.

○ **수입예산**

- 수신료수입 예산은 소폭 증가 추세를 이어오고 있으나, 광고수입예산 및 유형자산처분이익 예산은 전년 대비 큰 폭으로 감축 조정함.
  - 가구수 증가폭이 정체 중인 상황에서도 자원발굴 노력 등을 통해 수신료수입은 증가추세를 보이고 있으며, 이를 반영하여 수신료수입 목표를 상향함.
  - 반면, 코로나19로 인한 경제의 불확실성 증가 및 지속적인 지상파광고시장 위축을 반영하여 광고수입목표를 전년 대비 축소함. 또한, 주요 유휴 부동산 매각이 마무리되면서, 유형자산처분이익 목표 역시 전년 대비 축소하였음.
- 광고수입 및 유형자산처분이익 목표 조정에 대응하여 콘텐츠경쟁력 회복 및 통합마케팅 활성화 등 다양한 수입원 확대를 적극적으로 독려하여 콘텐츠판매수입 목표 등을 전년 대비 상향 조정, 적극적 수입 창출 유도 및 경영목표 사업 추진, 공적책무 수행 등에 차질이 없도록 재원 확보방안을 마련하여 예산의 건전성을 유지할 수 있게 함.

[표 2-3] 연도별 수입예산 및 실적 현황 (단위 : 억원)

구분	2019년			2020년			2021년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
Ⅰ. 수입	15,600	14,566	93.4%	15,558	14,342	92.2%	14,972	15,082	100.7%
1. 수신료수입 (비중)	6,656 (43%)	6,705 (46%)	100.7%	6,803 (44%)	6,790 (47%)	99.8%	6,900 (46%)	6,863 (46%)	99.5%
2. 광고수입 (비중)	3,750 (24%)	2,548 (17%)	67.9%	2,854 (18%)	2,319 (16%)	81.3%	2,413 (16%)	2,705 (18%)	112.1%

구분	2019년			2020년			2021년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
3 기타수입 (비중)	5,194 (33%)	5,313 (36%)	102.3%	5,901 (38%)	5,233 (37%)	88.7%	5,659 (38%)	5,514 (36%)	97.4%

○ **비용예산**

- 방송제작비가 전체 비용의 40% 이상을 차지하는 등 가장 큰 비중을 차지하고 있음. 다만 방송제작원가 증가, 최저임금 인상 등 경직성경비가 증가하고 있어 비용 긴축 및 비상경영조치 등 자구노력을 선반영하여 예산을 편성하였음.

[표 2-4] 연도별 비용예산 및 실적현황 (단위 : 억원)

구분	2019년			2020년			2021년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
II.비용	15,597	14,541	93.2%	15,555	13,934	89.6%	14,970	14,921	99.7%
1. 사업경비 (비중)	8,313 (53%)	7,505 (52%)	90.3%	8,394 (54%)	7,021 (50%)	83.6%	8,071 (54%)	7,745 (52%)	96.0%
- 방송제작비	6,661 (43%)	5,958 (41%)	89.4%	6,708 (43%)	5,546 (40%)	82.7%	6,392 (43%)	6,160 (42%)	96.4%
2. 판매수수료 및 법정지원금 (비중)	1,272 (8%)	1,056 (7%)	83.0%	1,180 (8%)	1,073 (8%)	90.9%	1,109 (8%)	1,149 (8%)	103.6%
3. 인건비 (비중)	5,354 (34%)	5,286 (36%)	98.7%	5,354 (34%)	5,157 (37%)	96.3%	5,162 (34%)	5,238 (35%)	101.5%
4. 감가상각비 (비중)	517 (3%)	533 (4%)	102.9%	500 (3%)	511 (4%)	102.2%	500 (3%)	519 (3%)	103.8%
5.사업외비용 (비중)	136 (1%)	161 (1%)	118.4%	127 (1%)	172 (1%)	135.4%	128 (1%)	270 (2%)	210.9%
6.예비비 (비중)	5 (-%)	0 (-%)	0.0%	0 (-%)	0 (-%)	0 (-%)	0 (-%)	0 (-%)	0 (-%)

※ 법인세 비용 제외

□ 최근 3년간 예산편성 현황 및 손익예산 규모

○ 최근 3년간 예산편성 현황 및 전년대비 편성 규모

[표 2-5] 최근3년간 예산편성 현황

(단위 : 억원)

구 분	2019년 예산	2020년 예산	2021년 예산	증감
Ⅰ. 수 입	15,600	15,558	14,972	-586
1. 수신료수입(비중)	6,656 (42.7%)	6,803 (43.7%)	6,900 (46.1%)	97
2. 광고수입(〃)	3,750 (24.0%)	2,854 (18.3%)	2,413 (16.1%)	-441
3. 기타수입(〃)	5,194 (33.3%)	5,901 (37.9%)	5,659 (37.8%)	-242
Ⅱ. 비 용	15,597	15,555	14,970	-585
1. 사업경비	8,313	8,394	8,071	-323
- 방송제작비(비중)	6,661 (42.7%)	6,708 (43.1%)	6,392 (42.7%)	-316
- 시설운영비	1,182	1,206	1,212	6
- 시청자사업비	150	175	131	-44
- 일반관리비	203	197	215	18
- 수신료징수비	99	75	81	6
- 광고운영비	18	33	40	7
2. 판매수수료 및 법정지원금	1,272	1,180	1,109	-71
3. 인건비(비중)	5,354 (34.3%)	5,354 (34.4%)	5,162 (34.4%)	-192
- 임금·복리비	4,847	4,832	4,690	-142
- 퇴직급여충당부채	507	522	472	-50
4. 감가상각비	517	500	500	0
5. 사업외비용	136	127	128	1
6. 예비비	5	0	0	0
Ⅲ. 세전손익	3	3	2	-1
Ⅳ. 법인세비용	-	-	-	-
Ⅴ. 당기순손익	3	3	2	-1
※ 영업손익	-494	-769	-494	275

○ 최근 3년간 손익예산 규모

[표 2-6] 최근3년간 손익예산 현황 (단위 : 억 원)

구 분	2019년		2020년		2021년	
	예산	전년대비	예산	전년대비	예산	전년대비
수 입	15,600	-114	15,558	-42	14,972	-586
비 용	15,597	-96	15,555	-42	14,970	-585
당기손익	3	-18	3	0	2	-1
사업손익	-494	-114	-769	-275	-494	275

□ **전체 광고시장 추이 분석**

○ **전체 광고시장은 코로나19로 인해 2020년 소폭 축소(-2.1%)되었다가, 2021년에 다시 성장세(16.7%)로 돌아섰음. 방송광고시장 역시 전체 광고시장 성장폭 수준으로 확대(16.6%) 되었음. (출처/2021 방송통신광고비 조사보고서)**

○ **특히, 지상파 광고시장은 코로나19 여파로 마이너스 성장했던 2020년 기저효과 및 지상파 중간광고 도입, 인기 콘텐츠 증가, 도쿄올림픽 실시로 시장 내 지상파 선호가 증가해 전년 대비 약 20% 상승하였음. (출처/코바코, SBS M&C자료)**

□ **예산편성에 대한 의사결정과 실행의 신속성**

○ **예산편성의 절차적 측면**

- KBS 예산 편성은 수입 및 비용의 부서요청(안)을 제출받아 예산편성방향을 작성하여 사장보고 후, 경영회의 의결 및 이사회 보고를 통해 예산규모를 산정한 후 종합예산(안)을 작성하여 예산편성방향과 같은 절차를 거쳐 이사회에 상정, 심의 후 최종 의결을 받고 있음.
- 수입 및 비용의 규모에 대한 부분은 재정안정화 전략회의, 사장보고, 경영회의 심의, 이사회 소위과정을 거치며 각 부서와 공유를 통한 협의를 진행하고 있으며 이사회 의결을 통해 최종 확정됨.

○ **예산편성에 대한 의사결정 및 반영**

- 예산편성에 있어서 경영회의 심의 및 의결 단계에서 포함하지 못한 사안에 대해 사업여부 및 규모가 확정되어 추가 편성이 필요하거나, 이사회 소위 과정에서 현업부서의 신

규 요청이 있는 경우, 해당사업에 대한 필요성을 검토, 협의하여 2021년 예산편성에 반영하여 수정의결 하였음.

- 종합예산(안) 상정 후 분과소위 및 종합심의 예산 반영사례
  - 지역국 제작비 증액 (지역 프로그램 경쟁력 강화 필요성 반영)
  - 특별인센티브 예산 반영 (인센티브제도 개선을 통한 경쟁력 강화 유인 제공)
  - 디지털미디어아카데미 예산 (임직원의 디지털경험 확대를 통한 경쟁력 제고)
  - 제주총국 UHD 시설 구축 (정부 정책 반영 및 미래 UHD 시설 투자)
  - 재난방송고도화 (헬기 짐벌카메라 교체, 재난방송 인프라 및 제작여건 개선)
- 기계적이고 관행적으로 예산을 편성하는 것이 아닌, 편성 단계에서 추정 가능한 사업규모, 사업단계, 추진여부 등을 반영하여 예산을 편성하고 있으며, 불확정적인 상황이 확정되거나 신규 필요성이 있는 예산의 경우 편성 과정에서 이를 반영하고 있음.

[표 2-7] 예산편성 절차

사전 준비단계	○ 수입예산 목표 부서 입력	
	○ 신규·폐지·기존증·감 부서입력 및 사업계획서(신규·사업성예산) 제출	
	○ 신규 및 사업성예산 타당성 검토(사업총괄부서·예산국) ○ 현업 부서와 협의 및 조정	
	○ 예산편성 규모 산정	
	○ 예산편성방향 사장 보고	
	○ 예산편성방향 임원회의 보고	
	○ 예산편성방향 경영회의 제출 및 의결	
	○ 이사회 간담회(예산제도/시스템 보고)	
	○ 예산편성방향 이사회 보고	
편성단계	○ 비용배분(안) 및 예산편성 요구기준 시행	
	○ 부서별 예산요구내역 취합, 조정	
	○ 긴급 임시이사회	
	○ 종합예산(안) 작성 및 세부자료 준비	
	○ 종합예산(안) 사장 보고	
	○ 이사회 분과별 예산(안) 심의(1차)	
	○ 종합예산(안) 경영회의 의결	
	○ 이사회 심의용 부서별 예산내역 작성 및 책자 인쇄	
이사회 심의/ 확정	○ 종합예산(안) 이사회 상정	
	○ 이사회 분과별 예산(안) 심의(2차)	
	이사회 총괄심의	○ 임시이사회
		○ 간담회
		○ 임시이사회
	○ 종합예산(안) 이사회 의결	

□ 손실 감축 또는 해결방안 수립

○ **편성단계에서의 효율적 재원배분**

- 지상파 광고시장의 지속적인 축소 및 공사 점유율 하락세 지속으로 인한 수입결손이 예상되는 여건 속에서, 경영목표사업, 대형이벤트(도쿄올림픽) 및 경직성 경비 등 필수적으로 편성이 필요한 예산 반영을 위하여 달성가능한 최대 수준의 수입예산을 편성하고, 비용 긴축 및 비상경영조치를 선반영하는 등 자구노력을 비용예산 편성에 반영하였음.

○ **재무위험관리시스템의 운영 및 경영수지 관리**

- 매월 관리되는 경영수지 실적은 사전진단지표로써 재무위험 관리 시스템의 기준이 되며, 재무위험상황에 따라 시나리오별 대책을 설정·실시하여 재무위험에 대응하고 있음. 재무위험 상황 단계별 필요에 따라 재정안정화 전략회의를 개최하며, 비용 긴축 대책 등이 논의, 결정됨.
- 2021년의 경우, 콘텐츠경쟁력 강화 및 OTT 유통망 확대를 통한 콘텐츠판매수입 증가, 지상파광고시장 회복으로 인한 광고수입 증가 등 수입여건이 개선되어 당기순이익을 기록함. 따라서, 안정적 재원구조 하에서 콘텐츠 투자 확대를 통한 콘텐츠경쟁력 개선을 이뤄내고 향후 수입여건의 개선으로 이어지는 선순환 구조를 마련할 수 있도록 예산을 운용하였음.

□ 방송제작비 예산 및 집행내역 및 성과

○ **최근 3년간 방송제작비 예산 및 집행현황**

(단위 : 백만 원)

구 분	2019년			2020년			2021년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
방송제작비	666,080	595,818	89.5%	670,838	554,629	82.7%	639,164	616,034	96.4%

- 방송제작비 예산 편성
  - 방송제작비는 미니시리즈 제작 축소와 일괄 긴축을 적용하고, 전년 총선실시에 따른 선거예산 및 기타 수시배정 예산 감액으로 전년 6,708억원 대비 316억원 감소한 6,392억원 편성하였음.

• 비상경영조치와 긴축기조를 반영하여 예산을 대폭 축소 편성하였으나, 프로그램 경쟁력 확보를 위해 미니시리즈 외 프로그램 직접 제작비 감액은 최소화하고 공적책무 수행을 위한 지역프로그램 경쟁력 강화 예산, 재난 대응형 〈24시 뉴스〉 스트리밍 서비스 및 대하드라마 제작예산 등은 증액하여 예산편성의 선택과 집중을 하였음.

- 방송제작비 예산 집행

• 2021년 방송제작비 집행은 드라마 제작비 증가, 대형 특집프로그램 제작 확대, 도쿄올림픽 개최에 따른 중계방송 등으로 예산대비 집행률(96.4%)이 대폭 상승하였음. (최근 5개년 평균집행률 89.5% 대비 6.9%p 상승)

• 드라마 제작비는 콘텐츠 수입 확대 및 권리확보를 위한 2TV 미니시리즈 지급제작비 인상과 공적 가치 실현을 위한 1TV 정통 대하사극 〈태종 이방원〉 제작, 채널 경쟁력 확보를 위한 방영권 구매 드라마 편성으로 대폭 증가함. (전년대비 253억원 증가)

• 특집프로그램 제작비는 일부 코로나19로 인해 취소 및 축소된 절감 예산을 활용하여 〈피어나라 대한민국 심수봉〉, 〈We`re HERO 임영웅〉, 〈키스 더 유니버스〉, 〈지구의 경고〉 등 대형 특집프로그램 제작 투자 확대로 제작비가 증가함. (전년대비 46억원 증가)

• 스포츠 제작비는 도쿄올림픽 개최에 따른 방송권료 지급, 카타르 월드컵 예선 등 특별유치경기 개최, 정기리그 재개로 대폭 증가함. (전년대비 303억원 증가)

□ 자본예산 및 집행내역 검토

○ 최근 3년간 자본예산 집행현황

(단위 : 억원, %)

구 분	2019년	2020년	2021년
편성액	1,156	691	744
집행액	436	310	429
집행률	37.7%	44.9%	57.7%

○ 2021년의 자본예산 집행실적

- 2021년 자본예산은 방송시설 구축/고도화, 연구개발, 정보화, 뉴미디어 사업에 총 예산 대비 65.3%를 배정하였으며, 제주 UHD 송신인프라 전환, 디지털서비스, Workflow 개선, 재난방송, 디지털서비스 등의 사업을 대상으로 편성하였고, 집행률은 57.7%로 전년

대비 13%p 증가하였음. 일반시설 보강의 미래방송센터 건립관련 사업취소분과 투자와 기타(학자금, 전세자금)를 제외한 사업성격의 자본예산 집행률은 69.6%임.

- 미집행 예산 중 31건의 투자예산 122억원을 2022회계연도로 이월예정임.

□ 연중 예산관리 노력 지속

○ 예산운영기준의 시행

- 공사는 예산총괄책임자(전략기획실 예산국)가 연초 연간 예산운영의 기본방향 및 예산 관련 주요 기준을 수립, 문서 시행하여 예산책임자(부서장) 및 담당자가 이를 준수해 예산 관리하도록 하고 있음.

○ 효과적인 예산 배정 및 관리

- 예산책임자(부서장)는 이사회에서 의결된 예산 및 각 부서별 사업계획에 따라 연초에 월별 예산집행계획을 수립하며, 매월 종료 후 당월 및 누계 예산의 집행실적을 사유와 함께 전산시스템에 입력함.
- 예산총괄책임자는 예산 대비 집행실적 결과를 경영진에게 보고함으로써, 예산 계획과 집행을 점검하고 개선방안을 강구하는 등 경영환경 및 재무 위험에 빠르게 대처할 수 있도록 하고 있음.
- 또한, 예산 운용과 더불어 사업 활성화 및 탄력적 예산 운영을 위해 수시배정, 예산전용, 수입금마련 추가배정 제도 등을 운영하였으며, 사업예산의 사전 검토기능을 체계화하여 사업성 예산을 회수한 후 사업 추진 시 타당성 검토 후 재배정하는 등 예산이 효율적으로 집행될 수 있도록 노력하였음.

○ 정기적인 경영수지 점검 및 재정안정화 대책 논의

- 공사는 예산운영기준에 명시된 경영수지 점검회의를 개최하여 전사의 수지 상황을 공유하고 수입목표 달성과 비용의 효율적・효과적 집행을 독려하는 한편, 주요사업에 대한 추진 상황을 점검하는 등 공적책무를 완수하기 위한 사업들이 원활히 진행될 수 있도록 하였음.
- 매월 관리되는 경영수지 실적은 사전진단지표로써 재무위험 관리 시스템의 기준이 되며, 재무위험상황에 따라 시나리오별 대책을 설정·실시하여 재무위험에 대응하고 있음. 재무위험 상황 단계별 필요에 따라 재정안정화 전략회의로 개최되며, 비용 긴축 대책 등이 논의, 결정됨.

2. 평가와 제언

□ 평가

○ **2021년 KBS 수신료 실적은 목표 6,900억 대비 6,863억으로 99.5% 달성**

- 수신료 수입 증대를 위해 상반기 조기 발굴을 위해 발굴 실적에 비례한 인센티브제, 코로나19 대비 비대면 발굴 활동, 수시 성과 보상으로 발굴 확대 등의 노력을 했다고 보여짐
- 수신료는 KBS 재원의 50% 정도를 차지하는 큰 비중을 차지하고 있지만, 더 이상 재원의 증가를 가져오기는 현실적으로 어렵기 때문에, 미디어 시청행태 변화를 고려한 수신료 제도 자체에 대한 법적 부과 방식 변경 등 새로운 돌파구를 마련해야 할 것임

○ **2021년 KBS 광고실적은 2,705억으로 2020년도 2,319억에 비해 386억 증가**

- 코로나19 여파에 의한 기저효과, 지상파 중간광고 도입(21.7월), 인기 콘텐츠 증가, 도쿄올림픽 실시 등으로 지상파 광고시장은 전년 대비 약 20% 성장함.
- KBS는 광고 수입 확대를 위해, KBS 전매체와 솔루션을 아우른 통합 마케팅 체제 고도화, 도쿄올림픽 집중 마케팅, 광고국 내부 성과관리 체계 강화 등 최선의 노력을 다했음.
- 그럼에도 불구하고 지상파 3사 전년대비 증가율 20.7% 보다 KBS 광고 증가율은 16.6%로 아쉬운 상황임.

○ **2021년 콘텐츠 사업 수입은 3,777억원으로 2020년 3,326억 대비 451억(13.6%) 증가한 실적을 기록했음**

- 이는 넷플릭스, WAVVE등 OTT 콘텐츠 유통 확대, 온라인과 유튜브 모바일 분야 유통수익 제고, 해외 포맷 사업 확대 등의 영향임

○ **전체적으로 KBS 수입재원 구조는 수신료, 광고수입, 콘텐츠 사업 수입이 주축이라 할 수 있으며, 미디어 시청 행태 변화로 수신료 수입의 정체, 광고 수입의 지속적 감소가 예상 되는 상황에서 KBS가 보유한 다양한 콘텐츠를 활용한 콘텐츠 사업 수입 확대를 위해 전사적 역량이 집중되어야 할 것으로 보임**

□ **제언**

○ **2021년 자본예산의 집행률은 광고수입 및 콘텐츠 판매수입의 증가로 재정여건 개선에 따라 전기 대비 44.9%에서 57.7%로 상승하였으나 여전히 예산대비 집행률이 낮은 수준임. 이는 자본예산 수립 시 재원조달 등 실행가능성에 대한 충분한 검토를 하였는지 의문을 갖게 함. 자본예산 수립은 한정된 재원의 선택과 집중을 고려한 실행가능한 예산범위 내에서 수립하고, 편성된 예산은 특별한 사유가 없는 한 집행될 수 있도록 집행관리가 요구됨. 유휴 부동산 처분자금은 방송시설 투자 등 자본예산 집행에 우선적으로 재투자하는 것을 고려해 볼 수 있을 것임.**

○ **미디어 시청 행태의 변화는 KBS 수입구조에도 큰 변화를 가져오고 있으며, KBS는 수입 확대를 위한 전사적 역량을 집중하고, 다각적인 노력을 다해야 할 것임**

- KBS가 공영방송의 실현을 위한 재정의 건전화는 수신료 수입의 확대가 필요하며 2021년 KBS 경영목표인 '공적 책무 확대와 수신료 현실화'달성을 위해서는 수신료 현실화가 절대적이며, 근본적인 대책이 될 것임

○ **다만, 수신료 현실화가 KBS 노력 이외에도 시청자, 국회, 정부, 시민단체 등 KBS 이해자 집단의 이해 관계로 달성이 쉽지 않은 현실적 측면을 고려하여, 미디어 시청 행태 변화에 대응한 현행 수신료 부과 형태의 개선 방안도 별도로 검토해서 추진해야 할 것임.**

- 수신 방식 다변화에 따른 스마트 기기를 이용한 TV 시청에 대한 수상기 개념 명확화
- 수신료 제도를 운영 중인 대다수 국가처럼 수신료를 TV가 아닌 개인과 세대에 부과
- TV 소지자가 수상기를 신고하기로 돼 있는 현 제도는 막대한 사회적 비용이 지불됨
- 사회적 약자(기초 생활 수급자, 국가 유공자, 시청각 장애인 등)에게 감면 중인 수신료에 대한 국가 차원의 지원 요청 등

○ **수신료 현실화가 최선임은 두말할 것도 없으며, KBS가 공영방송의 역할을 다하기 위해서는 재정적 어려움을 일정 부분 극복할 수 있도록 법적 제도적 제한 장치의 완화와 폐지에 노력을 다해야 할 것임**

- 공사가 소유한 부동산을 이용한 수익 사업을 통해 KBS의 일반 경비로 충당하도록 방송법 및 시행령의 개정 요청

제3장 | 인사·조직 등 경영관리제도

1. 미디어 환경변화에 대응한 조직·인적자원 관리

□ 공사 조직운영 방향 및 조직관리 체계

○ **공사 중장기계획(2019-2021) 및 2021년 경영목표 상 조직운영의 방향**

- '콘텐츠 중심 조직 구현'
  - 공사는 급변하는 미디어 환경에 대응하고 디지털 시대에 최적화된 콘텐츠 중심의 공영미디어로 나아가기 위해 TV중심의 선형조직에서 TV와 디지털을 아우르는 비선형 조직으로 전환을 시동하여 2021년 4월 조직개편을 시행하였음.

○ **공사는 직제규정에서 조직관리에 관한 사항을 정하고 있으며, 규정 시행에 관하여 필요한 사항은 직제규정시행세칙으로 정하고 있음.**

- 공사는 조직관리의 유연성 확보를 위해 '국'단위 부서는 이사회에서 의결하고, '부'단위 부서는 경영회의(집행기관 의결)에서 처리하도록 하여, 보다 빠른 의사결정이 이루어질 수 있게 운영 중임.
- 또한, 직제규정 상 임시기구 및 프로젝트팀을 운영할 수 있는 근거 규정을 마련하여 변화하는 미디어 환경에 대응하고 있음.

○ **공사의 업무분장은 직제규정 및 시행세칙을 통해 사규로 관리되고 있으며, 각 부서가 업무분장의 개정을 요구해오면 소관부서의 실무검토 후, 각 집행기관이 참석하는 경영회의 및 이사회 의결을 통해 업무분장을 조정하고 있음.**

○ **공사의 정원은 직제규정〈별표1〉에 따라 집행기관, 일반직, 촉탁직, 방송음악직의 정원을 정하고 있으며, 각부서의 정원은 사장이 정하는 부서별 정원표에 의함.**

□ 2021년 4월 본사 조직개편

○ **조직개편 기본 방향**

- 멀티 플랫포밍(multi-platforming) 편성 조직 구축 : 디지털 혁신 가속화
- 디지털 직무 보도본부 全 부서에 명기 : 〈24시 뉴스〉 스트리밍 채널 안착
- 재난방송 거점 조직 확대 및 인력 보강 : 최고 수준의 재난미디어 구축

- 국·부 단위 10% 이상 감축 : 내부 슬림화 및 외부 파트너십 강화

○ **조직개편 주요 내용**

- PSM전략부와 UHD추진단을 통합하여 매체전략 기능을 집중화함.
- 전략기획실 산하 미디어기술연구소를 기술본부로 이관하여 현업과 연계해 시너지를 창출하는 실질적 R&D 조직으로 전환함.
- 멀티플랫폼전략국, 멀티플랫폼편성국을 신설하여 멀티플랫포밍(multi- platforming) 편성조직을 구축함으로써, TV와 디지털을 아우르는 편성조직으로 전환함.
- 부단위 조직이었던 재난방송센터를 국단위 조직인 재난미디어센터로 확대하고 기후위기 전담 취재팀 등을 신설하여 최고 수준의 재난미디어를 구축함.
- 디지털 직무를 보도본부 전 부서에 명기하여 24시 뉴스 스트리밍 채널을 안착하고자 함.
- 라디오센터의 제작부서를 국·부 조직에서 CP조직으로 전환하여 조직의 유연성을 높임.
- 업무 체계 일원화, 책임성 강화 등을 통하여 국·부단위 10% 이상 감축하여 내부 슬림화 및 외부 파트너십을 강화함.
  - 시청자센터의 운영 효율화, 브랜드 기획 및 콘텐츠 프로모션 업무 통합, 영상제작국 조직 효율화, 콘텐츠·플랫폼 사업 업무체계 일원화, 대형이벤트방송사업단장 직위조정(국장급→부장급), 미디어플랫폼 주간을 삭제하고 기술본부로 이관, 총무·시설업무 통합, 자산 및 재무 업무 체계 일원화 등

□ **기타 2021년 조직관리 성과**

○ **프로젝트팀 신설·폐지 등을 통한 조직 효율성 강화**

- 2022년 대선 및 지방선거 선거방송을 위한 '선거방송기획단'신설(21.4.23.)
- 도쿄올림픽 등 국제스포츠이벤트 업무 추진을 위한 '국제스포츠이벤트추진단' 신설(21.4.23.)
- 업무종료에 따른 '통합마케팅콘텐츠프로젝트팀'폐지 (21.5.18.)
- 정규조직 신설에 따른 '지역신청사프로젝트팀' 폐지 (21.6.18.)
- 사장 후보자 국회 인사청문회 준비를 위한 '인사청문회준비단'신설 (21.11.1.)
- 예술인 고용보험의 안정적 시스템 마련과 문화예술용역 관련 표준계약서 정비 및 사용 정착을 위한 '예술인고용보험프로젝트팀'신설 (21.12.2.)

○ **신청사 관련 현안 업무의 원활한 추진을 위한 부서 신설** (21.6.18.)

- '신청사추진단' 신설

○ **라디오뉴스 제작관리 강화 등을 위한 보도본부 통합뉴스룸 조직변경** (21.6.18)

- 라디오뉴스 제작관리 강화를 위해 방송뉴스주간 직속 팀장을 1명 증원함.
- 지역 발생 재난에 대한 재난방송 업무 강화를 위해 취재1주간 네트워크부 팀장을 1명 증원함.

○ **디지털 24시간 뉴스 본격 방송 등에 따른 원활한 업무 추진을 위한 보도본부 통합뉴스룸 분장 업무 조정** (21.7.30.)

- 디지털뉴스주간 직속은 디지털뉴스 총괄 및 발전 전략 수립 전담하고, 기존 디지털 뉴스 심층 보도 및 방송 업무는 삭제
- 디지털뉴스 1부는 '24시 뉴스' 등 디지털 라이브 뉴스 스트리밍 관련 업무와 '크랩', '속고살지마' 등과 같은 디지털 전용 프로그램 기획,제작 업무만을 전담
- 디지털뉴스 2부는 디지털 뉴스 제작, 디지털용 콘텐츠 유통, 내·외부 플랫폼 기획, 운영, 관리 업무 전담

□ 공사 정원 관리 성과

○ **G0직급 퇴직에 따른 G0직급 규정정원 감축** (21.4.5.)

- G0직급 정원 : 323명 → 224명 (-99명)
  - G0직급 퇴직에 따라 G0직급 정원 일몰제 적용
    ※ 21.1.1.기준 G0직급 인원 및 M직급자 중 M직급 변동 전 G0직급 인원224명
- G0직급 정원 99명 감축에 따른 일반직 정원 및 정원 합계 99명 감축
  - 일반직 정원 : 5,462명 → 5,363명 (-99명)
  - 정원 합계 : 5,560명 → 5,461명 (-99명)

□ 중장기 인력수급 계획

○ **공사는 급변하는 미디어 시장 및 노동관계 법령 개정 등 대외적 환경에 대응하고, 공사 재정 상황, 신규 사업 및 핵심 인력 유출 등 대내적인 요소를 복합적으로 고려하여 채용 인력을 운영 중임. 이에 인력운영의 탄력성을 높이기 위해 각 직종별로 세부적으로 인력운영 계획을 세우기보다는, 공사 전체 인력 규모 중심의 종합적인 중장기 인력운영**

계획을 수립하여 운영하고 있음.

○ 공사는 공적 재원확보를 위한 수신료현실화 추진과 함께 경영환경의 어려움을 극복하기 위한 자구노력 차원에서, 인력 긴축 운영 기조를 바탕으로 인건비 비중을 30% 이하로 낮추기 위해 향후 5년 동안 다음과 같은 인력 운영 계획을 세운 바 있음.

[표 3-1] 공사 연도별 인력운영 계획 (단위: 명)

구분	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년	합계
연초인원	4,550	4,407	4,164	3,941	3,793	3,712	
정년퇴직	-213	-223	-203	-128	-136	-138	-1,041
기타퇴직 (명퇴포함)	-30	-105	-105	-105	-30	-30	-405
신규채용	100	85	85	85	85	85	525
증감 계	-143	-243	-223	-148	-81	-83	-921
연말인원	4,407	4,164	3,941	3,793	3,712	3,629	

□ **인력배치의 적절성과 효율성**

○ **직무 재배치의 기준**

- 적재적소 배치 원칙에 따라 전문성과 형평성을 동시에 추구
- 다양한 직무경험 기회를 균등하게 제공
- 장기적으로는 직무적성과 자질을 감안, 직무 전문가로 성장 기회 부여

⇨ 직무 재배치로 조직분위기 쇄신 및 직원 업무능률 향상에 기여하였고, 인력 교류를 통하여 인력부족 문제 해소 등 근무여건 개선함.

○ **정기 인사 실시**

- 본사 내, 본사-지역 간 인력 재배치를 통한 조직 활성화
- 동일부서 장기근무자 순환으로 조직분위기 쇄신 및 직원 역량 강화
- 업무능률 향상과 능력개발을 위한 직종별 순환보직 실시

※ 2021년 정기순환전보 실시 (시행일 : 2021.2.1.일자)

○ **수시 인사 실시**

- 정기 인사 외에도 업무상 필요에 따라 수시 인사를 시행하여 적재적소에 시의성 있는

인력 배치로 조직 경쟁력을 제고함.

○ **인력 배치 시행결과**

- 2021년 총 3,155명 발령 : 정기 67명 / 수시 3,088명 (직제개편 954명, 승격 351명, 전보 998명, 파견 83명 등)

□ 인력운용

○ **인력규모, 인건비 및 비정규직 등**

[표 3-2] 직종(직류)/직급별 인력 현황

(2021.12.31. 기준, 명)

구분		집행기관	책임직급			실무직급								촉탁직	방송음악직	수습직	계
			M1	M2	M3	G0	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7				
집행기관		8															8
방송직군	프로듀서		16	45	75	51	278	84	122	113	2	1	4	1		22	814
	기자		17	36	65	28	179	109	123	103						13	673
	아나운서		2	3	13	9	46	27	30	17	7	2				3	159
	촬영기자		1	4	18	2	53	23	36	58	4	3	2			5	209
	영상제작		1	4	17	7	74	23	34	37		4	2			4	207
	디자인			2	3		10	4	9	9	9	2	7				55
	음향디자인												29				29
	TV MD												8				8
	방송음악직												38				38
기술직군	방송기술		11	37	93	34	501	96	195	146	11	1	13			24	1,162
	전기			1	1		7	3	5	22	13	2	1				55
	항공				1		1			1	1	1					5
	수신기술										1						1
	건축			1	2	1	3		5	1	2						15
	설비								3	8	5		8				24
경영직군	기획행정		9	42	74	27	98	20	67	68	1			8		9	423
	일반행정								1	24	116	59	111				311
	콘텐츠			2	4	1	8	2	2	3	3		1	1			27
	수신료										2	3	22				27
	IT		1	4	14	2	22	8	26	29	1		2	1		3	113
청경직군	청원경찰										13	3					16
계		8	58	181	380	162	1,280	399	658	639	191	81	248	11	38	83	4,379

[표 3-3] 직종(직류)/연령대별 인력현황

(2021.12.31. 기준, 명)

구분		20대	30대	40대	50대	계
방송직군	프로듀서	45	187	211	371	814
	기자	29	171	249	224	673
	아나운서	8	42	56	53	159
	촬영기자	14	62	60	73	209
	영상제작	13	49	60	85	207
	디자인		15	17	23	55
	음향디자인		1	19	9	29
	TV MD		2	6		8
	방송음악직		2	9	27	38
기술직군	방송기술	52	249	257	604	1,162
	전기		13	10	32	55
	항공		1	2	2	5
	수신기술				1	1
	건축		4	5	6	15
	설비		1	11	12	24
경영직군	기획행정	17	102	109	195	423
	일반행정	11	37	85	178	311
	콘텐츠	1	4	6	16	27
	수신료			9	18	27
	IT	4	46	27	36	113
청경직군	청원경찰			2	14	16
계		194	988	1,210	1,979	4,371

※ 집행기관 제외

- 전체인원 중 직종(직류)/직급별 비율과 변동 추세

[표 3-4] 직종(직류)별 비율

구 분		2020년		2021년	
		인원(명)	비율	인원(명)	비율
방송 직군	프로듀서	836	18.4%	814	18.6%
	기자	677	14.9%	673	15.4%
	아나운서	163	3.6%	159	3.6%
	촬영기자	216	4.8%	209	4.8%
	영상제작	212	4.7%	207	4.7%
	디자인	60	1.3%	55	1.3%
	음향디자인	29	0.6%	29	0.7%
	TV MD	8	0.2%	8	0.2%
	방송음악직	38	0.8%	38	0.9%
기술 직군	방송기술	1,223	26.9%	1,162	26.6%
	전기	59	1.3%	55	1.3%
	항공	5	0.1%	5	0.1%
	수신기술	1	0.0%	1	0.0%
	건축	16	0.4%	15	0.3%
	설비	26	0.6%	24	0.5%
경영 직군	기획행정	440	9.7%	423	9.7%
	일반행정	336	7.4%	311	7.1%
	콘텐츠	28	0.6%	27	0.6%
	수신료	34	0.7%	27	0.6%
	IT	115	2.5%	113	2.6%
청경 직군	청원경찰	19	0.4%	16	0.4%
계		4,541	100.0%	4,371	100.0%

※ 집행기관 제외

[표 3-5] 직급별 비율

구분	직급		2020년		2021년	
			인원(명)	비율	인원(명)	비율
일반직	책임직급	M1직급	64	1.4%	58	1.3%
		M2직급	200	4.4%	181	4.1%
		M3직급	446	9.8%	380	8.7%
	실무직급	G0직급	209	4.6%	162	3.7%
		G1직급	1,246	27.4%	1,280	29.3%
		G2직급	401	8.8%	399	9.1%
		G3직급	628	13.8%	658	15.1%
		G4직급	754	16.6%	639	14.6%
		G5직급	218	4.8%	191	4.4%
		G6직급	106	2.3%	81	1.9%
		G7직급	217	4.8%	210	4.8%
촉탁직			14	0.3%	11	0.3%
방송음악직			38	0.8%	38	0.9%
수습직					83	1.9
합계			4,541	100.0%	4,371	100.0%

※ 집행기관 제외

[표 3-6] 비정규직 인력 현황

(2021.12.31. 기준)

구분	본사(명)	지역국(명)	합계(명)
무기 연봉계약	14	1	15
한시 연봉계약	168	83	251
특정업무직(SA)	83	66	149
특정업무직(SB)	25	12	37
특정업무직(SC)	7	39	46
파견근로	369	139	508
계	666	340	1,006

□ 최근 3년간 임금인상률 및 총비용 대비 인건비성 경비비율

○ 최근 3년간 평균 1.1%의 낮은 임금인상률 유지

- 최근 3년간 임금인상률

구분	2019년	2020년	2021년	평균
실질인상률	1.0%	동결	2.4%	1.1%

- 임금인상을 위한 노사 간 교섭 등 상호 합의가 필요한 곳에서 공사는 지속적으로 공사의 재정과 지상파 방송 산업의 위기를 함께 극복할 것을 노동조합에 설득하여, 최근 3년간 평균 1.1%의 매우 낮은 수준의 임금인상률을 유지하고 있음.
- 3년 평균 1.1%의 임금인상률은 동일 기간 공무원 및 공공기관 평균 임금인상률인 1.8%와의 비교 시 현저하게 낮은 수준임. 2021년 임금인상률인 2.4%는 2021년 산업 전체의 임금인상률인 협약임금인상률(잠정) 3.9%나 2021년 물가상승률(잠정) 2.5%에 미달하는 임금인상으로, 〈코로나19〉 극복을 위한 범세계적 경기부양으로 촉발된 물가 상승에 대해 직원들의 임금수준을 보전하는 성격이었음.

○ 연도별 인건비의 비중 추이

[표 3-7] 최근 3년간 인건비 현황

구분	2019년	2020년	2021년
인건비	5,286억	5,157억	5,238억
총비용	1조 4,550억	1조 4,015억	1조 4,689억
비중	36.3%	36.8%	35.7%

- 공사의 총비용 대비 인건비 비중은 2019년과 2020년에는 36.0%를 초과하였으나, 이는 인건비 수준의 변화가 아닌 총비용의 감소에 따른 것으로, 2021년 총비용이 직전년도에 비해 소폭 증가함에 따라 인건비 비중은 35.7%로 감소하였음.
- 2021년 인건비는 5,238억으로 2020년 5,157억에 비해 81억 증가하였으나 이는 2020년 〈코로나19〉 로 촉발된 국가위기 극복을 위한 노사 간 공감대 형성으로 임금을 동결한 것에 따른 것으로, 2019년 5,286억에 비하여는 48억 감소한 것임.
- 공사 인건비 비중이 30% 중반대인 것은 타사 대비 3배 이상의 채널을 제작할 인력에 더하여, 재난방송, 디지털 서비스, 난시청 해소 등 수행해야 할 공적책무가 있어 필요인

력의 규모가 더 크고, 지역국 인력을 제외하고 본사만의 인건비 비중을 산정하는 타 지상파 방송사와 달리 공사는 전국 방송프로그램 제작 및 네트워크 운영인력 전원을 포함하여 인건비를 산정하고 있기 때문임.

□ 인사제도

○ **공사 인사 관련 제도 평가(공정성과 투명성)**

- 채용
  - 신입직원 정기 공개채용 시 지원자의 출신 학교, 학교 성적, 출신지(지역할당제 적용 대상 제외), 가족사항 등 직무 수행 능력과 무관한 정보를 수집하지 않는 블라인드 채용 강화
  - 보다 공정하고 투명한 채용을 위해 관계 법령, 정부 지침 준수, 사회적 요구 반영 및 합격자 대상 의견 수렴
  - 전형 단계별 공정성 및 투명성을 제고하기 위한 평가 기준 수립 및 평가위원 사전 교육 실시
- 평가
  - 직원과 부서장의 상호 발전을 가능케 하는 상향평가 실시 및 피평가자와의 확인면담, 재평가 등의 피드백 운영 강화

○ **집행기관 및 주요 보직의 개방직 적용 여부와 실행 정도**

- "개방형 직위 공모"는 전문성이 특히 요구되거나 효율적인 정책 수립 및 실행이 필요한 직위에 대하여 외부 공개모집 선발 제도임.
  ※ 관련사규: 개방형직위 운영규정
- 사장은 필요하다고 판단되는 직위에 대하여 개방형 직위 공모에 의해 적격자 채용 가능
- 개방형 운영 직위의 정수는 부장급 이상 직위 정수(241명)의 4% 이내 : 약 10명

[표 3-8] 역대 개방형 직위자 내역 (2016년 이후)

성명	성별	생년	직위	계약기간
박OO	남	1962	디지털서비스국장	16.09.05. ~ 18.09.04.
강OO	남	1970	인재개발부장	16.09.19. ~ 18.05.31.
지OO	남	1963	그룹마케팅총괄국장	16.11.01. ~ 18.10.31.
이OO	여	1970	성평등센터장	18.10.01. ~ 20.09.30.
서OO	여	1962	성평등센터장	21.07.01. ~ 23.06.30.

○ 집행기관 및 보직자의 성, 연령, 경력 및 배경의 다양성

[표 3-9] 성별에 따른 다양성

성별	남	여	합계(명)
집행기관	8		8
센터장급	4		4
국장급	50	4	54
부장급	167	14	181
팀장급	364	82	446
총합계	593	100	693

[표 3-10] 연령대에 따른 다양성 (만 나이 기준)

연령대	30대	40대	50대	합계(명)
집행기관			8	8
센터장급			4	4
국장급		3	51	54
부장급		37	144	181
팀장급	19	285	142	446
총합계	19	325	349	693

[표 3-11] 직종별에 따른 다양성

직종	집행기관	센터장급	국장급	부장급	팀장급	합계(명)
IT			1	4	16	21
기자			17	36	73	126
디자인				2	3	5
방송경영			9	44	92	145
방송기술		2	9	38	116	165
아나운서			2	3	15	20
영상제작			1	4	17	22
전문기술				1	5	6
촬영기자			1	4	19	24
프로듀서		2	14	45	90	151
집행기관	8					8
총합계	8	4	54	181	446	693

○ **비정규직 운용의 적정성 등**

- 직종별, 성별 비정규직 숫자와 비율 및 적정성

[표 3-12] 비정규직 계약형태별 인력현황

(2021.12.31. 기준)

직종	계약 형태	인원(명)					비고
		남		여		계	
연봉계약직	무기계약	6	40%	9	60%	15	
	한시계약	139	55.4%	112	44.6%	251	
	소계	145	54.5%	121	45.5%	266	
특정업무직	무기(SA, SB)	116	62.4%	70	37.6%	186	
	한시(SC)	16	34.8%	30	65.2%	46	
	소계	132	56.9%	100	43.1%	232	
파견직	본사	182	49.3%	187	50.7%	369	
	지역	103	74.1%	36	25.9%	139	
	소계	285	56.1%	223	43.9%	508	
합계		562	55.9%	444	44.1%	1,006	

□ **여성 및 장애인 고용**

○ **인원현황, 장애인 고용의무와 이행계획, 부서장 비율 등**

- 장애인 고용의무 달성 여부, 이행계획 수립 및 실적평가

[표 3-13] 장애인 고용인원 현황

구 분		2020	2021
고용률	법정의무 고용률	3.1%	
	공사 고용률	2.08%	2.23%
장애인	법정의무 고용인원	148	147
	공사 고용인원	100	106
	고용미달인원	△48	△41

- 공사는 우리 사회의 장애인 고용을 확대하고 사회적 약자와 더불어 살아가는 분위기를 조성하며 장애인 고용을 더 확대하기 위해 다양한 방안을 검토 중임.
- 다만, 미디어 산업 특성상 장애인 적합 직무가 많지 않아 공개채용 시 장애인 지원자의 지원율이 저조하나, 지속적인 채용이 이루어 질 수 있도록 장애인 제한경쟁채용제도를 운영하고 있으며, 공개채용 시 적용되는 우대 제도를 개선하였음.
- 아울러, 공사는 현재 근무 중인 장애인의 근무환경 및 처우 개선 등을 통해 비장애인과 장애인이 함께 근무할 수 있는 환경을 조성하기 위하여 노력할 예정이며, 연봉계약직 장애인을 대상으로 정규직 전환 심사를 실시하여 장애인 고용이 장기적으로 이어질 수 있도록 함.

○ **여성 및 장애인 보직자 비율**

- 여성 보직자 비율 : 14.4%

[표 3-14] 팀장급 이상 보직자 성별 인원 현황

성별	남	여	합계(명)
집행기관	8		8
센터장급	4		4
국장급	50	4	54
부장급	167	14	181
팀장급	364	82	446
총합계	593	100	693

- 장애인 보직자 비율 : 1.2%

[표 3-15] 팀장급 이상 보직자 장애인 인원 현황

장애여부	O	X	합계(명)
집행기관		8	8
센터장급		4	4
국장급	2	52	54
부장급	1	180	181
팀장급	5	441	446
총합계	8	685	693

○ **집행기관 및 보직자에 여성비율 확대 계획 수립 여부와 타당성**

- 2020.1.1.부터 책임직급과 실무직급으로 직원의 직급을 나눈 직급체계 개편과, 인적자원실-1192 (2020.02.23.) 여성 직위자 임용목표에 관한 계획 시행 문서를 통해, 책임직급 이상(팀장급 이상)에 대해 여성 직위자 임용 목표를 제시하였음.

구분	2019년 말	2020년 말	2021년 말
팀장급 이상(책임직급) 임용 목표	11.1%	14%	17%

- 2021년 12월 말 현재, 책임직급 이상 여성 임용 수치는 전체 보직자 693명에서 여성 100명으로 약 14.4%를 달성하여 목표치에는 다소 못 미치나, 2020년 말 이후 10% 중반대 비율을 꾸준히 유지하고 있는 등 여성 직위자 임용 목표 달성을 위해 지속적인 인력 배치를 하고 있음.

□ 인력수급 계획

○ **채용 제도 평가**

- 우수 인력 확보를 위해 관행적 채용 방식에서 탈피하여 지원자의 역량 검증을 위한 다차원 평가도구 개발 및 도입
  - 서류전형 블라인드 강화 및 심층 에세이 평가 진행
  - 창의력과 사고력 검증을 위한 필기시험 실시(복합적 사고력 중심의 상식시험 및 新유형 논술 시험 출제)
  - 면접 전 사전 과제 도입, 실무능력평가 전형단계 분리(인성/역량) 운영 등

○ **전체 직원 대비 연도별 신규 직원 채용 계획 및 적절성**

- 공사는 인건비 비중 인하와 관련된 사회적 요구에 부응하고, 동시에 역량 있는 인재를 확보하여 변화하는 미디어 환경에 유연하게 대처할 수 있도록 적정규모의 신규 소요인력을 산정하여 채용함
- 2021년 총 100명 이하 규모의 인력충원을 목표로 하여, 프로듀서, 기자, 방송기술, 방송경영 등 주요직종은 물론, 기상재난전문기자, 전문 언어PD(불어), 방송기술연구원 등 다양한 분야에서 필요로 하는 신입 및 경력직원을 적정규모 충원함(총 83명)
- 단기적으로는 퇴직인원 대비 충원규모가 적을 수 있으나, 적정규모 신규 인력의 지속적인 충원을 통해 지원자들의 예측가능성을 제고하여 우수인재를 확보하고, 인력운영의

안정성을 확보할 수 있을 것으로 기대

[표 3-16] 최근 3년간 전체 직원 대비 채용 현황

(일반직 및 촉탁직 기준, 명)

구분	2019년	2020년	2021년
전체 직원(A)	4,716	4,541	4,371
신규 채용(B)	223	48	83
B/A	4.73%	1.06%	1.90%

※ 집행기관 제외, 연봉계약직 등 비일반직 사원의 일반직 재입사 등 제외

□ 직원의 인적 다양성 증대를 위한 계획과 실행

○ 공사는 차별 없는 사회를 위해 다양한 시각에서 사회 각계각층의 목소리를 담아낼 수 있도록 구성원들의 인적 다양성을 확보하고자 노력중임.

- 전형 단계별로 성차별 발생을 방지하기 위해 면접관을 대상으로 차별적 요소를 포함한 질문 및 평가를 하지 않도록 사전 안내를 실시하며, 면접관 구성을 다양화하기 위해 노력 중임

  ※ 2021년 신입 및 경력 공채의 경우 총 83명의 최종 임용자 중 여성 비율이 44.6%에 달함

- 블라인드 채용을 실시하여 입사지원 시 직무 역량과 무관한 정보를 배제하여 지원자의 출신학교나 출신지역(지역할당제 적용 대상 제외) 관련 정보를 요구하고 있지 않으며, 지원자들 역시 해당 정보를 노출하지 못하도록 함

  ※ 2021년 신입 및 경력 공채의 경우 30개 학교(총 83명) 출신으로 구성

- 다양한 연령대의 지원자에게 입사 기회를 제공하고, 연령에 따른 차별이 발생하지 않도록 지원 시 제한을 두지 않음.

  ※ 2021년 신입 및 경력 공채의 경우 만 23세부터 35세까지 다양한 연령대의 지원자가 신규 임용

□ 직종별 임직원 교육 훈련

○ 급변하는 환경속에서 새로운 가치를 창조해내는 KBS인을 양성하고 직무 수행 역량을 향상시키기 위해 각종 교육 과정 및 학습 활동을 다양한 방식으로 실시해 오고 있음.

○ **새로운 미디어 환경에서 공영방송의 역할을 재확인하고 취재 및 제작 현장에서의 공정성 확보를 지원하는 저널리즘 교육을 강화하였음. 재난주관방송사 직원이라면 언제든지 기본기를 갖출 수 있도록 상시학습과정 〈재난방송론〉을 마련했고, 현장의 학습 니즈를 적극 반영하고 실제 적용 가능한 현장 중심의 저널리즘 교육을 강화하였음.**

- 〈재난방송론〉, 〈언론분쟁 예방교육〉 등 상시 학습용 이러닝 자체 제작
- 〈수사보도 관행 개선〉, 〈국내외 탐사보도 동향〉 등 저널리즘스터디 7회 실시
- 〈이탈리아상 마스터클래스〉, 〈2021 저널리즘의 미래 컨퍼런스〉 등 국내외 우수 사례 소개 과정 실시
- 사내 저널리즘 통합 교육 코스 〈공영방송의 과제와 미래〉를 보도본부 및 공영미디어연구소와 공동 개발하여, 직급기본연수(G2,G4), 팀장관리자연수, 신입연수 등에서 사내 연수 실시

○ **전사적인 디지털 마인드 함양과 디지털 전문가 및 전략가를 양성하기 위한 디지털 역량 교육도 지속적으로 실시하였음.**

- KBS형 디지털 리더 양성 과정을 디지털 전략 수립과 수행을 담당할 현보직자(국장,부장,팀장) 대상으로 실시
- 디지털 실무 역량 강화를 위해 개인별 수준과 상황에 맞게 학습할 수 있는 온라인 구독 학습 〈디지털 올인원〉을 도입
- 실감 콘텐츠 제작, 클라우드 컴퓨팅, 인공지능, 데이터 관리 등 디지털 신규 역량 교육을 실시하였고, 한국소프트웨어산업협회 등 전문 기관 협약을 통해 절감된 비용으로 관련 전문 과정을 도입
- 전사원의 디지털 마인드 함양을 위해 직급기본연수 및 관리자연수에 디지털 특강을 개설하고 온라인 인사이트 특강을 수시로 실시함. 또한 KBS형 디지털 리터러시 교육 콘텐츠 〈디지털 지식〉, 〈디지털 사용 설명서〉 를 제작

○ **전사적인 NLE 전환 정책에 맞추어 본사 및 인재개발원에서뿐만 아니라 대구 및 창원 총국 현장에서 〈차세대 NLE 지역 총국 방문 교육〉을 실시하여, 지역의 디지털 제작 인력이 업무 차질 없이 교육을 들을 수 있도록 조치함. 특히, 철저한 방역으로 실습 중심의 대면 교육을 안전하게 실시하였음.**

○ 현장에서 요구하는 심도 있는 전문 지식과 인사이트를 제공하는 〈마스터클래스〉를 개설하는 등 온라인과 오프라인을 고루 활용하여 콘텐츠 관련 전문 교육을 실시하였음.
- 〈콘텐츠 기획의 인문학〉 〈특수촬영기법〉 이러닝 제작
- 〈마스터 클래스〉 : 새로운 미디어 질서, 캐릭터, 한류, 스토리텔링 등 실시
- 〈오리지널 IP창출과 라이선싱 실무〉 〈글로벌 방송포맷 개발과 콘텐츠 비즈니스 전략〉 등 콘텐츠 비즈니스 전문 교육 과정 실시

○ 직원들의 자발적 참여를 통한 동기 부여와 사내 지식 공유를 지원하는 자율 참여 학습을 활성화하여 자율연구회, 현장직무교육 위러닝, 독서 클럽 위북에 총 349명이 참여하였음.

□ 직급별 임직원 교육 훈련

○ 공영방송인으로서의 정체성과 핵심 역량을 내재화하는 직급기본교육을 승진예정자 필수 교육으로 실시하고 있으며, 2021년도에는 전 직급의 커리큘럼을 온라인화했고, 온라인 평가를 도입하고 성공적으로 정착시켜 코로나 상황속에서도 안정적인 교육을 실시하였음.

○ 직위자들을 대상으로 리더십 역량 및 미디어산업 지형 변화 속에서 공영방송의 가치를 공고히하는 전문 역량을 제공하는 관리자연수를 실시하고 있으며, 2021년도에는 온라인 관리자 교육 과정을 개발하여 참여도를 높이고 차상위 리더십을 선제적으로 교육하는 컨셉 전환을 시도하였음.

○ 관리자들의 일상적인 경영지식 함양을 지원하는 〈온라인리더십스쿨〉의 지식 구독서비스를 연중 운영하였고, 기존의 국장급, 부장급에 이어 2021년도에는 팀장급까지 확대하였음.

○ 공영방송인의 정체성 함양과 조기 적응을 지원하는 신입사원 교육을 위한 자체 커리큘럼을 개발하였으며, 연수 직전(12월) 코로나가 심화되면서 전체 과정을 신속히 온라인 전환하여 차질 없이 교육을 실시하였음.

○ 조직의 구성원으로서 필수적인 윤리적 소양을 함양하는 청렴교육, 장애인 인식개선교육, 직장내 괴롭힘 예방교육, 성폭력 등 4대폭력예방교육 등을 전사적으로 실시하였음.

□ **교육 훈련과 연수의 성과**

○ **2021년도에 계속된 코로나19의 세계적인 유행 상황에서 다양한 비대면 교육을 적극 활용하고 일부 대면 교육을 철저한 방역 하에 안전하게 실시하는 등 직원의 역량 개발을 차질 없이 꾸준히 이어 왔음.**

○ **뉴노멀시대에서 더욱 중요해진 리더 양성 및 전사적 디지털 역량 확보를 위해 KBS형 교육 커리큘럼을 개발하고 비대면 환경에 최적화된 교육을 실시하였음.**

○ **온라인 학습 환경을 개선하여 직원들의 온라인 교육 경험을 확장하고 학습 시간과 공간의 자율성을 높여 분산 근무 시대에도 지속적인 역량 강화가 가능하도록 하였음.**

- 자체 이러닝 제작 활성화 및 사내 연수의 동영상 강의 제작 확대
- 인재개발원 홈페이지를 개편하여 학습자 사용성 개선
- 실시간 온라인 교육, 온라인 구독학습 등 온라인 학습 다각화

□ **주요 교육실적**

○ **리더십교육**

- 국/부장급 온라인 연수(11월) : 1회, 68명
- 팀장급 온라인 연수(6,8,10월) : 3회, 119명
- 온라인 리더십 스쿨 (임원,국장급,부장급,팀장급) : 4회, 230명
- 고위자양성 국내위탁연수 : 3명

○ **직급별 온라인 기본교육**

- G2 기본연수(4,5,7,10월) : 4회, 90명
- G3 기본연수(3,6,8월) : 3회, 86명
- G4 기본연수(3,4,11월) : 3회, 85명
- G5·6·7 기본연수(4월) : 1회, 32명

○ **신입(경력)사원 교육**

- 신입사원 교육(12월) : 1회, 77명
- 경력직원 업무시스템 활용교육(10월) : 1회, 6명

○ **직무 교육**

- 디지털역량 교육 : 〈의사결정권자를 위한 DX전략과정〉 등 18개 과정 536명

- 방송 직무 교육 : 〈저널리즘 스터디〉 등 25개 과정 621명
- 기술 직무 교육 : 〈차세대 네트워크 과정〉 등 31개 과정 165명
- 경영 직무 교육 : 〈한류 마스터 클래스 시리즈〉 등 8개 과정 356명
- 현장 직무 교육 : 〈수신료 한전 정보시스템 이해〉 등 25개 과정 207명
- 자율 참여 교육 : 〈자율연구회〉, 〈독서클럽 위북〉 등 2개 과정 34팀 145명
- 이러닝 : 직무 및 어학 등 2개 분야 7,513명

○ **온라인 학습 콘텐츠 신규 제작**

- 방송직무 이러닝 : 〈재난방송론 (6강)〉, 〈언론분쟁 예방교육 (5강)〉 〈콘텐츠 기획의 인문학 (14강)〉, 〈특수촬영기법 분석 (10강)〉
- 디지털 리터러시 이러닝 : 〈디지털 지식〉 〈디지털 사용설명서〉
- 사내 연수 주요 과목 동영상 강의 다수 제작

□ 노사관계 합법성과 합리성

○ **개요**

- 노사협력은 코로나19의 장기화로 인해 대내외 활동이 제한된 상황 속에서도 각 노동조합과 꾸준히 소통하여 건전한 노사관계를 형성하고 개혁 과제를 수행해 지속적인 발전의 기반을 마련하고자 최선을 다하였음.
- 미래발전노사공동위원회를 운영하면서 외부분과 회의 총 8회, 내부분과 회의 총 11회 실시하였음. 이를 통해 선택적 안식년제 도입, 연차휴가 보상수당 지급기준 개정, 근로시간 단축 및 유연근로제 도입, 사내 비정규직 처우 개선 및 사내 약자 보호 방안 마련 등에 합의하여 근로조건과 공사 인력운용 등을 개선하였음.
- 임금협약과 관련해서는 공사의 성실한 임금교섭(본회의 1회, 실무회의 6회)에도 불구하고 노사 합의에 이르지 못해 중노위 조정절차(조정회의 3회)를 진행하였음. 노조 측의 중노위 조정안 수용 거부와 임금교섭 결렬에 기한 총파업 투표 실시라는 어려운 상황에서도 공사의 경영부담을 최소화하는 합의안을 파업 돌입 전에 이끌어 내었음.
- 노사협의회를 매분기 개최하여 당해 협의회가 정착될 수 있도록 하였음. 노사협의회의 정기적 운영을 통해 개혁 과제 등에 관한 노사 공감대를 형성하고 노사 소통의 장을 마련하였음.
- 공사는 교섭대표노조와 단체협약 개정 및 체결을 위해 조합활동, 공정방송, 인사·성평

등, 임금·복지·산업안전 분과 등 4개 분과로 나누어 실무소회의를 총 14회, 총괄소회의를 5회 개최하였음. 미합의 안건들은 2022년 현재까지 추가적인 회의를 진행하면서 이견을 조율하고 있음. 적시에 단체협약을 개정 및 체결하여 무단협 상태가 발생하지 않도록 만전을 기하겠음.

- 공정방송위원회를 개최하여 KBS 프로그램 및 보도, 제작 프로세스 전반의 공정성이 강화될 수 있도록 최선을 다하였음. 공정방송위원회에서 제기된 문제들에 대해 노사 양자가 의견을 충분히 교환하고 이해의 폭을 넓혀 갈등이 해소될 수 있도록 노력하였음.

○ **미래발전노사공동위원회**

- 2020년 7월에 출범한 미래발전노사공동위원회는 수신료 현실화, 방송법제 개정 등을 논의하는 외부분과와 선택적 안식년제, 성과급제 확대, 평가제도 개선, 연차제도 개선 등을 다루는 내부분과로 나누어 운영하였음. 이후 관련 회의를 각각 8회, 11회 실시하여 해당 과제에 대한 노사 간 이견을 좁혔고, 선택적 안식년제 도입, 연차휴가 보상수당 지급기준 개정, 근로시간 단축 및 유연근로제 도입, 사내 비정규직 처우 개선 및 사내 약자 보호 방안 마련 등에 합의하여 공사 인력운용과 근로조건 등을 개선함.
- 추진 실적
  - 2020. 7. 미래발전노사공동위원회 운영 합의
  - 2020. 9. ~ 11. 외부분과 3회, 내부분과 7회 논의
  - 2020. 12. 선택적 안식년제 합의, 운영기간 연장 (2021. 2.까지)
  - 2021. 2. 운영기간 재연장(2021. 6.까지)
  - 2021. 2. ~ 10. 외부분과 1회, 내부분과 4회 논의
  - 2021. 7. 운영기간 추가 재연장(2021. 10.까지)
  - 2021. 12. 연차휴가 보상수당 지급기준 개정, 근로시간 단축 및 유연근로제 도입 합의, 사내 비정규직 처우 개선과 사내 약자 보호 방안 마련 등 6개 안건에 대해 합의

○ **2021년도 임금협약 체결**

- 공사는 노동조합과 임금교섭(본회의 1회, 실무회의 6회)을 충실히 진행했으나, 합의에 이르지 못해 중노위 조정절차(조정회의 3회)를 진행하였음. 노조 측은 중노위의 조정안 수용을 거부하고 임금교섭 결렬을 이유로 총파업 투표를 실시하였음. 임금협약의 연내 타결을 위해 노력한 결과 공사의 경영부담을 최소화하는 합의안을 파업 돌입 전에 이

끌어 냈음.

- 추진 실적
  - 2021. 6. 2021년도 임금협약 본회의 1차 상견례
  - 2021. 6. ~ 8. 실무회의 6회 실시
  - 2021. 9. ~ 10. 중노위 조정회의 (총 3차)
  - 2021. 10. 중노위 조정 불성립
  - 2021. 11. ~ 12. 임금협상 결렬에 따른 총파업 투표
  - 2021. 12. 2021년도 임금협약 체결

○ 노사협의회 정기적 운영

- 2020년도에 3년 3개월 만에 개최된 노사협의회를 매분기 실시하여 당해 협의체가 정착될 수 있도록 노력하였음. 노사협의회를 정기적으로 운영하여 근로조건 및 근무환경 개선, 직원복지 향상, 공사 내 현안 등에 관해 공감대를 형성하고 노사 합의를 이끌어 내었음. 이를 통해 노사 소통의 장을 마련하고 직원들의 고충을 해결하여 사기 진작에 기여할 수 있었음.
- 추진 실적
  - 2021. 2. 제115차 정기 노사협의회(2020년도 4분기 노사협의회 순연개최)
    (2개 안건에 대한 노사합의 : △고충전담처리창구 제도 개선안 마련 및 시행, △비연고지 전출자 전세지원금 한도 상향 등)
  - 2021. 3. 제116차 1분기 정기 노사협의회
    (1개 안건에 대한 노사합의 : △MNG 제작 진행비 항목 신설)
  - 2021. 6. 제117차 2분기 정기 노사협의회
    (5개 안건에 대한 노사합의 : △지역국 출퇴근 취재, 촬영기자 출장비 지급 연장 △심의지적평정위원회 지침 개정 등)
  - 2021. 9. 제118차 3분기 정기 노사협의회
    (4개 안건에 대한 노사합의 : △지역방송국 임시주거 형태의 직원 사택 운영 개시, 뉴스PD 근무여건 개선 방안 마련 등)
  - 2021. 12. 제119차 4분기 정기 노사협의회
    (1개의 보고 안건, 협의 안건 없음)

○ **2021년도 단체협약**

- 공사는 교섭대표노조와 단체협약 개정 및 체결을 위한 논의를 지난 2021년 10월부터 진행하였음. 이 기간 동안 조합활동, 공정방송, 인사·성평등, 임금·복지·산업안전 분과 등 4개 분과로 나누어 실무소회의를 총 14회, 총괄소회의를 5회 개최하였으며, 합의하지 못한 안건들에 대하여는 2022년 현재까지 추가적인 회의를 진행하며 이견을 조율하고 있음. 단체협약의 적시 개정 및 체결을 통해 무단협 상태 방지에 만전을 기하겠음.
- 추진 실적 (진행 중)
  - 2021. 10. 공사-교섭대표노조 간 단체교섭(안) 교환
  - 2021 10. ~ 11. 분과별 실무회의 진행(총 14회)
  - 2021. 11. ~ 2022. 2. 총괄소회의 진행 중(현재까지 5회)

○ **공정방송위원회**

- 공정방송위원회를 총 3회 개최하여 KBS 프로그램 및 보도, 제작 프로세스 전반의 공정성이 강화될 수 있도록 최선을 다하였음. 라디오뉴스 진행자의 자의적인 기사 편집 논란, 시사 프로그램의 편성 변경 논란 등 공정방송위원회에서 제기된 문제들에 대해 노사 양자가 의견을 충분히 교환하고 이해의 폭을 넓혀 갈등이 해소될 수 있도록 노력하였음.
- 추진 실적
  - 제295차(3. 4.) 라디오뉴스 진행자의 자의적인 기사 편집 논란 진행상황 공유 및 사측 대응방침과 유사 논란 방지책 확인
  - 제296차(6. 3.) 단체협약에 규정된 저널리즘 교육 실시 현황과 향후 정착 방안, 재난방송 준비 상황 논의

  제297차(11. 4.) 〈시사기획 창〉의 편성 변경 논란 관련 건 등

○ **향후 계획**

- 2021년도 단체협약 및 2022년도 임금협약 체결
  - 2019년 체결한 단체협약의 유효기간(2년)이 2021년 11월 11일 만료되었으나, 노조법 제33조 제3항에 의거하여 2022년 2월 11일까지 연장되었는바 해당 기일까지 단체협약을 체결해야 하는 상황임. 지난 번 전면 개정된 단체협약의 미비점을 추가 보완하여 기한 내에 체결할 수 있도록 노력하겠음.
  - 발전적인 노사관계를 위하여 2022년 내 임금협약을 체결할 예정임. 올해 예정된 3

대 스포츠 행사의 일정 등을 감안하여 사업연도를 넘기지 않고 경영부담을 최소화하는 범위에서 무분규로 체결하도록 노력하겠음.

- 노사협의체 안정적 운영
  - 2021년에 정상궤도로 진입한 노사협의회를 매분기별 개최하고, 공정방송위원회를 매월 실시하여 노사협의체가 연속성을 가지고 운영될 수 있도록 하겠음. 이를 통해 직원의 복지향상에 기여하고, 방송의 공정성 유지에 만전을 기하겠음.
- 노사 소통 강화를 통해 조직 문화 개선에 기여
  - (가칭)'조직문화 혁신을 위한 노사공동위원회','호프 미팅(Hope meeting, 노사협의회 종료 후의 비격식 간담회)', 비조합원들도 참여 가능한 소통 방안 추진 등 다양한 노사 소통 방안을 모색하여 노사 간 스킨십을 강화하고 조직문화 혁신의 기틀을 마련하겠음.

□ 기타 근로조건 관련 사항 등

○ 정규직과 비정규직 사이 동일노동 동일임금 원칙 적용 여부, 임금과 복지제도, 각종 편의 제공의 차별 여부와 정도 및 개선 노력

- 고용형태가 다른 인력이 유사한 내용의 직무를 수행하는 혼재 직무가 발생하지 않도록 주의하고 있으며, 임금과 복지, 또는 각종 편의 제공 등 처우가 다른 부분을 개선하기 위해 노력함

○ 비정규직 중 최저임금 적용대상자의 직종 및 숫자와 처우 개선 노력

[표 3-17] 파견직 최저임금 적용 대상자 현황

(2021.12.31. 기준)

구분	직무	인원	비고
파견근로	영상제작보조	121	
	사무보조	8	
	방송제작보조	10	
	TVR정비보조	10	
	인제스트	11	
	자료대출	1	
	KDNS입출력	13	
	안내	20	
합계		194	

- 최저임금 적용 대상자 수가 전년 연말 대비 12명 축소되었으며 임금형태도 일정 시간 외가 포함된 포괄임금 방식에서 시간외가 별도로 지급되는 일반임금 방식으로 점진적 개선 진행 중

  ※ 포괄임금 적용 비율 : 2020년 72% → 2021년 61%로 축소

○ **최근 3년 직원 육아휴직 인원**

- 2019년 : 81명
- 2020년 : 91명
- 2021년 : 96명

  ※ 휴직 시작일 기준으로 해당 연도 인원으로 반영

  (예 : 휴직기간이 2019.3.1.-2020.2.28인 경우 2019년도 인원으로 반영)

○ **유연근로시간제 도입 및 주52시간 초과근무 관리**

- 유연근로시간제 도입과 관련하여 노사합의를 완료(2021.12.8)하였으며 2022년 1분기 내 도입을 목표로 하고 있음. 또한, 주52시간 근무제에 대응하여 보도, 제작 등 필요 직무(2021년 연간 총 656명)를 대상으로 4주단위 선택적 근로시간제를 실시하였으며, 코로나19 및 재난방송 보도, 중계 등으로 인한 초과근무에 대해서는 특별연장근로 승인을 신청하여 주52시간제의 취지를 훼손하지 않으면서 방송현장의 원활한 업무 추진이 가능하게 하였음.

○ **전사적 재택근무 및 자율출근제 실시**

- 코로나19 대응 관련 전사적 재택근무를 실시하고 자율출퇴근제를 적극 권장하여 직원 건강보호 및 육아 등 가족돌봄 편의를 제고함.
- 백신 추가 접종(부스터샷)에 대해서도 백신 휴가를 부여하여 접종을 장려하고 근로자의 건강을 보호하고자 노력하였음.

2. 성과관리제도 및 운영의 효율성

□ 부서 성과평가제도 운영과 활용

○ **부서성과평가 지표의 구성은 투입자원의 효율성을 평가하는 〈공통지표〉, 부서별 주요 업무에 대한 정량적인 평가인 〈프로그램/사업지표〉, 추진업무 실적 전반에 대한 관리자평가인 〈관리자지표〉, 최고경영자(사장)의 평가인 〈경영기여도지표〉의 4개로 구성됨.**

- 공통지표는 전사에 공통적으로 적용되는 경영관리 필수 항목에 대한 평가로 '예산 배정액 대비 절감률' 항목을 평가함.
- 사업지표는 공사 경영목표와 핵심전략 관련 사업지표를 위주로 본부별로 자율 선정하도록 하되, 조직의 목표달성을 유도할 수 있는 사업지표 설정을 위해 전략기획부가 지표의 타당성 및 목표값의 적정성 등을 검토한 후 사업지표를 채택하고 있음.
  - 사업지표로 채택되는 경우 목표값 달성 정도에 따라 최대 2점까지 가점 부여함. (제작부서는 프로그램 지표를 기본으로 사업지표 선정 및 달성 시 가점을 최대 2점까지 부여)
- 프로그램 지표는 프로그램 및 보도 제작부서 평가에 적용함.
  - 〈제작그룹〉의 프로그램지표 평가는 KBS의 프로그램 평가 담당 부서에서 산출한 프로그램성과 평가 결과를 적용함.
  - 〈보도그룹〉에 대해서는 보도본부 소속 국장, 주간이 종합기여, 자기혁신 등의 평가요소에 대한 정성적인 평가인 '뉴스기여도 평가', 부서별 주요 프로그램 평균점유율을 평가하는 '프로그램 점유율 평가'로 평가하고 있음.
- 관리자지표 평가는 부사장·본부장·국장급이 부서 업무 실적과 부서 운영 효율성에 대하여 정성적으로 평가하는 지표임.
- 경영기여도지표 평가는 사장이 회사의 주요 정책의 수행 정도나 회사발전에 대한 전반적인 기여도 등을 고려하여 평가함.

[표 3-18] 2021년 부서 성과평가 지표별 배점 및 평가항목

구 분 \ 구 성	공통지표	프로그램/ 사업지표	관리자지표	경영기여도 지표
배점	25점	40점	30점	5점
평가내용	예산 집행	프로그램/ 사업목표 달성도	업무 실적 운영효율성	종합기여도

[표 3-19] 2021년 부서 성과평가 평가그룹 지표별 배점

평가 그룹	소그룹	지표 배점					부서수
		공통	프로	사업	관리자	경영 기여도	
직속 전략 (17)	직속	25	-	40	30	5	9
	전략기획	25	-	40	30	5	8
편성(18)	편성본부	25	-	40	30	5	18
보도(30)	보도1	25	40	-	30	5	25
	보도2	25	40	-	30	5	2
	보도3	25	-	40	30	5	3
제작1(21)	제작1	25	40	-	30	5	14
	라디오1	25	40	-	30	5	7
제작2(24)	제작2	25	40	-	30	5	12
	드라마	25	40	-	30	5	8
	사업	25	-	40	30	5	4
기술(25)	기술1	25	-	40	30	5	15
	기술2	25	-	40	30	5	10
경영(18)	경영	25	-	40	30	5	18
지역편제그룹(9)		25	40	-	30	5	9
지역보도그룹(9)		25	40	-	30	5	9
지역기술그룹(9)		25	-	40	30	5	9
지역총무그룹(9)		25	-	40	30	5	9
지역방송문화사업그룹(6)		25	-	40	30	5	6
지역국그룹(9)		25	20	20	30	5	9
합계							204

○ 지역방송국의 부서성과평가는 지역총국 직무별 그룹 5개와 지역국을 각각 하나의 평가그룹으로 함. 프로그램 제작 관련도 등 직무별 그룹의 고유 특성에 따라 프로그램지표와 사업지표로 구분하여 평가함.

○ 지역(총)국은 동일지표로 구성된 자체성과지표 평가를 실시하는데 특히 콘텐츠 제작 성과는 본사 멀티플랫폼데이터부에서 실시하는 프로그램 성과평가 결과를 프로그램지표에 직접 반영하고 있음.

[표 3-20] 지역(총)국 지표별 비중

구분		동일지표명	비중(%)	비고
프로그램 지표	보도국	전국 뉴스참여 실적	30	
		프로그램평가	70	
	편성제작국	프로그램평가	100	TV 80%, R 20%
	지역국	프로그램평가	100	R 100%
사업 지표	기술국	방송 송신(송출) 장애시간 평가순위	40	
		방송 송신(송출) 품질개선 평가순위	30	
		TV프로그램 제작기술 품질 평가순위	30	
	방송문화사업국	사업수입 달성률 순위	100	
	총무국	수신료 실적 평가순위	100	
	지역국	방송 송신(송출) 장애시간 평가순위	50	
		수신료 실적 평가순위	50	

○ **부서성과평가 결과는 공통지표, 사업지표, 프로그램/사업지표, 경영기여도 지표 등 총 4개 지표에 대한 평가결과의 부서별 종합점수(100점)로 산출하여 활용함.**

- 산출점수는 해당 부서장의 개인평가 및 책임자성과급에 반영함

구분	근평	책임자성과급
부서장	• 부서평가60% • 개인역량평가40%	• 부서평가 60% • 개인역량평가 20% • 상향평가 20%
직원	±1.5점	

○ **부서장의 근평과 성과급은 부서와 부서원의 평가를 반영하여 리더의 책임과 역할을 강조하고 있음.**

- 근평의 경우 부서평가와 개인역량평가를 6:4의 비중으로 반영함으로써 부서의 성과에 대한 책임을 상대적으로 크게 반영함.
- 책임자성과급에는 상향평가 20%를 반영함으로써 부하직원의 평가가 영향을 미치도록 설계하여 부서장의 리더십에 대한 책임을 반영함.

□ 개인 평가 지표별 배점 및 평가 항목

○ **개인 근무성적평가는 역량평가와 성과평가로 구분**

- 역량평가는 개인의 직무별 역량을 평가
- 성과평가는 직무에 따라 직원 개인의 업무실적을 평가하는 개인성과평가(PES), 부서의 업무계획에 대한 수행실적을 평가하는 부서성과평가, 프로그램의 내용 및 제작효율성을 평가하는 프로그램성과평가, 수상기 발굴등록 및 민원처리실적을 평가하는 수신료 업무실적평가로 구분
- 평가그룹에 따라 아래와 같은 비율로 평가 결과 적용

[표 3-21] 평가의 구성비율

그룹구분 \ 평가부문			역량평가	성과평가			
			개인역량평가	개인성과평가(PES)	프로그램 성과평가	부서 성과평가	수신료업무 실적평가
책임직급 그룹	부서장 그룹		40	-	-	60	-
	팀장급 그룹	프로그램 제작자	40	-	60	-	-
		기타	40	60	-	-	-
실무직급 그룹	프로그램 제작자		60	-	40	-	-
	수신료직종		40	-	-	-	60
	기 타		60	40	-	-	-

○ **역량평가 및 PES의 평가요소별로 등급을 절대평가 방식으로 부여**

- 평가등급 : S(10), A(9), B(8), C(7), D(6)

[표 3-22] 평가등급별 기준 예시

등급	평가기준 예시
S	설정 목표 및 분장업무를 120% 이상 달성(매우 뛰어남)
A	설정 목표 및 분장업무를 100% 이상 달성(뛰어남)
B	설정 목표 및 분장업무를 80% 이상 달성(보통, 표준적임)
C	설정 목표 및 분장업무를 60% 이상 달성(부족함)
D	설정 목표 및 분장업무를 60% 미만 달성(매우 부족함)

□ 개인성과평가(PES) 평가그룹 지표별 배점

○ 개인성과평가는 성과의 양적, 질적, 기여도 부분을 평가하며 평가그룹별로 아래와 같은 비율을 적용하여 평가 결과 도출

[표 3-23] 평가요소 및 평가그룹별 평가비율

성과평가 종류	평가요소	평가그룹				평가지표
		M3	G0-G1	G2-G4	G5-G7	
PES Ⅰ PES Ⅱ	양적부분	30%	30%	40%	50%	성과의 절대량, 투입된 노력정도, 적시성 등 평가
	질적부분	40%	40%	40%	40%	업무개선, 질적 완성도, 난이도 등 평가
	기여도	30%	30%	20%	10%	부서(공사)목표 기여도, 창출된 효과 등 평가

□ 개인평가 절차의 공정성과 합리성

○ 공사의 개인평가는 절차적 공정성과 합리성을 확보하기 위해 아래와 같은 절차를 운영하고 있음

- 피평가자는 반기별로 성과목표(업무계획)를 세우고 평가자의 사전 승인을 받아야 하며, 해당 업무 종료시점에 자기신고서를 작성하고 이를 토대로 평가를 받게 됨
- 인사운영부에서는 평가 결과가 공정성과 객관성이 결여되었다고 판단되는 경우, 재평가를 요청하여 평가 결과를 보완함
- 평가가 종료된 이후에는 평가 결과를 피평가자에게 피드백하며, 피평가자는 평가 결과에 대한 이의를 제기할 수 있고 평가자는 이의제기 내용이 타당하다고 판단할 때는 이를 반영하여야 함. 피평가자는 해당 의견이 수용되지 않을 때 소속 본부장을 경유해 인사담당 부서장에게 조정을 요청할 수 있음. (인사규정시행세칙 제 64조의 4)
- 평가조정위원회는 각 본부별 선임국장 등으로 구성되는 등 중앙인사위원회에 준해서 운영하고 있음. 위원회는 사전조사 등을 거쳐 개최되며 과반수 출석과 과반수 찬성으로 의결함. 기각, 재평가 통보, 직권 조정 등의 결정을 할 수 있음.
- 평가 결과 확정 이후, 인사운영부에서는 직원이 자기개발 목적으로 근무성적평가 결과 공개를 요청할 경우 일정 수준을 본인에게 공개하며 평가 절차의 합리성을 높이기 위해 노력함.

□ 개인평가 결과의 활용 상황과 적절성

- 개인평가 결과는 상하반기 평가된 역량평가 점수와 성과평가점수의 평균 점수를 산출하여 인사고과에 활용
- 인사고과에 반영하는 평가점수는 직급별로 당해직급 승진소요년수에 해당하는 최근의 평가점수를 산술평균하여 반영
- 인사고과 기준일 현재 당해직급에서 받은 평가년수가 미달하는 경우에는 해당 평가년수로 산술 평균하고 평가년수가 없는 경우에는 해당 직급 대상자 전원의 평가 결과의 평균점수로 적용

□ 특별인센티브 제도 운영

○ 탁월하게 기여한 성과에 대한 보상을 통해 동기부여 강화

- 직원의 근무의욕 고취 및 창의성 제고를 위하여 탁월한 업무성과로 공사 수익에 직접 또는 간접적으로 기여하였거나 경쟁력 제고에 크게 기여한 직원에게 특별인센티브 포상을 실시하여 동기부여를 강화하고 있음

○ 2021년 특별인센티브 개선으로 진취적이고 적극적인 업무 분위기 조성

- 방송 시청환경 변화를 반영한 시청률 및 시청자수 기준 조정, 손익분기점 조건 복원 등을 통한 합리적 포상기준을 시행함.
- 국외 위탁연수 부상 확대를 통해 우수 인력에 대한 성과 보상을 강화하여 우수인력 유출 방지를 위해 노력함.
- 광고수입 증대를 위해 2020년에 신설된 광고마케팅 특별인센티브를 광고수입실적과 수입목표를 고려하여 지급함. (포상금 4천만원, 대상인원 7명)

[표 3-24] 연도별 포상현황(최근 5년)

연도	예산	건수	인원	포상금
2017년	4억 1,900만원	19건	81명	4억 1,900만원
2018년	3억 5,000만원	10건	40명	2억 6,610만원
2019년	6억원	20건	119명	6억원
2020년	3억 8,998만원	20건	93명	3억 8,998만원
2021년	8억 1,500만원	11건	57명	5억 7,400만원

※ 광고마케팅 특별인센티브는 제외함.

3. IT부문 투자

□ 정보시스템 운영현황

○ KBS는 업무 효율화 및 커뮤니케이션 활성화를 위해 코비스·ERP·편성제작·광고정보 등 주요 정보시스템을 운영하며 제도 변화와 업무 개선을 위해 노력하고 있음. 또한, 선거방송·인력채용·수익관리·성과관리 등 다양한 업무지원 정보시스템 43개를 자체 인력으로 운영 및 유지보수하고 있음.

○ 주요 정보시스템 현황

[그림 3-1] ERP시스템 : 전사적 자원관리 시스템

ERP

▫ 경영효율화와 자원활용 최적화를 위한 경영정보 통합 플랫폼

재무회계(FI)	관리회계(CO)	고정자산(AA)
구매재고(MM)	시설장비(PM)	제작비/인사관리

- 7개 부문 2,800여개 기능으로 구성
- 연평균 220만건 생성, 연평균 130만 건 결재처리

[그림 3-2] 코비스 : 그룹웨어

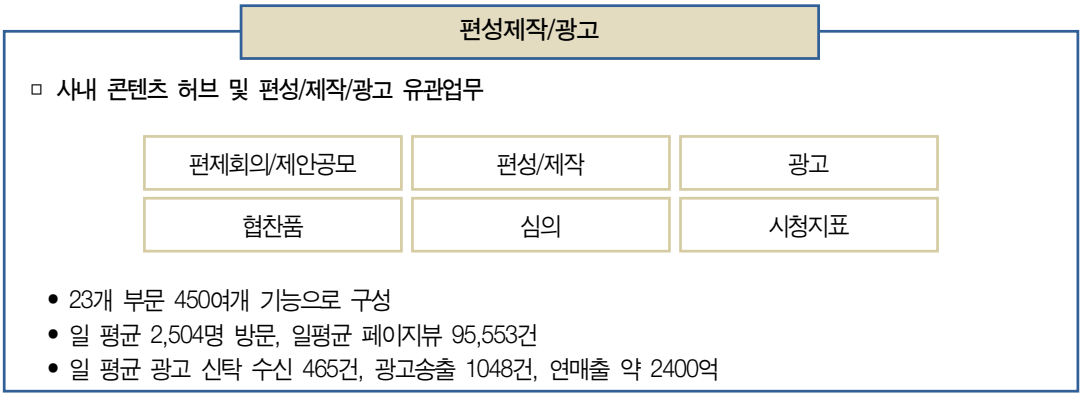
그룹웨어(코비스)

▫ 사내 커뮤니티 허브 및 협업작업 지원

문서기안/결재	게시판	전자우편
커뮤니티	직원정보	사규/법규

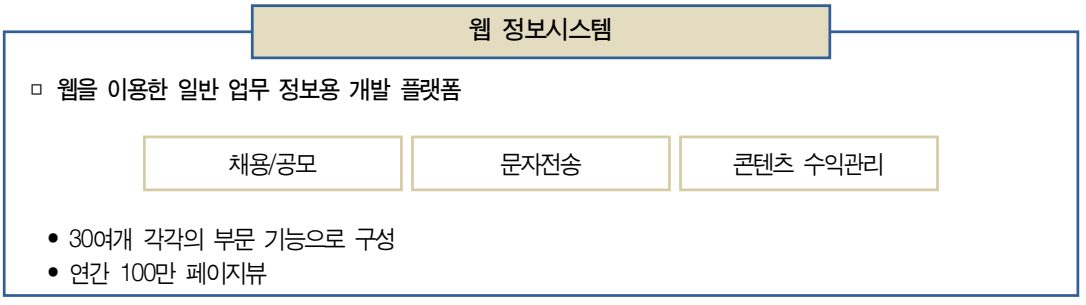
- 19개 부문 400여개 기능으로 구성
- 연간 8만 5천여 건 문서 생산

[그림 3-3] 편성제작/광고정보시스템 (TV/R 프로그램 및 광고편성, 제작정보 관리)



[그림 3-4] K-web (단위업무 지원을 위한 정보시스템 플랫폼)

• 다국어통합뉴스제작, 채용접수/평가, 콘텐츠 수익관리, 해외청취자관리, 외부용역/임차검수, 공사주간업무, 성과관리 등



□ 2021년 정보화 투자집행실적

[표 3-25] 2021년 정보화 투자집행 사업명 및 금액현황 (단위 : 천원)

구분	사업명	금액	합계
자본예산	감사정보시스템구축	95,148	1,779,777
	2021 디지털 편성제작 기능개선	150,726	
	광고정보시스템 개선(중간광고 등)	168,917	
	정보 인프라 보강	46,540	
	정보보안 강화	50,400	
	직원 업무용 컴퓨터	1,082,912	
	OA 장비 보강	104,206	

구분	사업명	금액	합계
비용예산	차세대 광고정보시스템(이월)	29,000	5,352,122
	유.무선네트워크 구축 사업	51,928	
	정보시스템 개발	42,000	
	정보시스템유지보수	824,837	
	전화회선운영(개인휴대전화요금)	2,539,079	
	보안시스템 운용	233,758	
	OA기기 유지보수	503,608	
합 계			7,131,899

※ 자본예산 2022년도 이월 집행액 포함 : 150,000천원(디지털편성제작)

□ 2021년 정보화 사업실적

○ 매년 자본예산 투자사업에 대해 사업타당성 평가를 통해 전략적인 투자를 실시하고 있으며, 제도변화와 업무효율화를 위한 다양한 정보화 사업을 성공적으로 수행하고 있음.

○ 방송법 시행령 개정으로 광고정보시스템 내 중간광고 운행 적용, 광고 실적통계 리포트 고도화 등 중간광고 판매를 위한 광고시스템 개선사업을 완료함.

○ 멀티플랫폼 편성전략 지원을 위한 편성제작회의 개선, 프로그램 평가 재구축 등 디지털 편성제작 기능개선 사업 완료

- 재난방송 통계 추가, 인터넷익스플로러 의존성 개선 등 관련 기능 개발 완료

○ 예술인 고용보험법 적용과 관련된 계약 의무화 및 계약서 보존 의무 준수를 위해 전자계약관리시스템을 도입 완료함. 또한, 일반 법인사업자에 포함된 예술인에 대한 고용보험 적용을 위한 개발도 완료함.

○ 2022년 6월로 예정된 인터넷익스플로러 종료에 대응하기 위해 ESS와 주요 업무시스템이 다양한 웹브라우저에서 동작할 수 있도록 개선 중임.

○ 직원들의 업무 편의성을 위해 코비스에 사규 조항 검색 및 본사 부서별 업무분장 검색을 추가하였고, 퇴직금 중간정산 신청 동의를 모바일로 할 수 있도록 개선함.

○ 개인정보보호와 사용자 편의성 개선을 위한 방문객예약시스템을 재개발하여 시범운영 중임.

○ 노후화된 감사종합정보시스템 및 사이버감사실의 안정성 및 보안성, 편의성을 개선하고 누적된 요구사항을 수용하기 위해 감사정보시스템 재구축을 완료함.

○ 복잡하고 노후화된 기존 학습관리시스템의 안정성 및 운영비용 문제해결을 위해 ERP 기반 통합연수시스템을 구축 완료함.

○ 2021.4.7. 재보궐 선거 개표방송 시스템을 구축 완료하고, 이를 활용하여 선거방송을 진행함.

○ 코로나19의 지속적 확산에 따라 상담사들이 감염병 예방을 위해 재택근무가 가능하도록 클라우드 콜센터를 도입하고 이를 시청자 상담 시스템과 연동함.

○ 기존 SMS대비 발송비용이 저렴한 카카오알림톡을 적용한 문자전송시스템 개선을 완료하고 운영 중이며, 연내 적용 가능한 시스템에 순차적 적용 예정임.

○ 협찬품관리 시스템의 개인정보보호법 준수를 위해 미성년자 개인정보수집 동의 등 협찬품관리 시스템의 기능 개선을 완료함.

○ 2020년 지상파방송 재허가 조건인 매년 비정규직 실태 조사 및 보고를 원활히 수행할 수 있도록 비정규직 현황 관리 시스템 개발을 완료함.

○ 1114차 경영회의 의결로 2021.4.5. 시행된 직제개편의 ERP, 코비스, 편성제작정보 등 기간 시스템 반영에 필요한 수정 작업을 수행함.

○ 사용률이 떨어지는 사내 인터페이스 서버를 폐기하여 유지보수 비용을 절감

○ 정기공채와 수시공채를 위한 채용시스템을 안정적으로 운영하였으며, 방송모니터, 전속 성우, 미니시리즈/단막극 극본 등 공모시스템을 개발하여 운영하고 있음.

□ **정보인프라 추진실적**

○ 「유무선 네트워크 재구축 기본계획」 수립 및 유무선 네트워크 보강 사업 추진

- 네트워크 장비 기술지원 종료에 따른 본사 및 지역국 전환계획 수립 (5개년)
- 무선 네트워크 인증서버 통합 및 교체
  - 무선네트워크 인증솔루션 2식
  - 인증프로파일 개발/테스트 장비 1대
- 본사 노후 백본 네트워크 장비 및 부품 교체 실시 (2022년 4월 완료예정)

- 인터넷 라우터 신규 도입 및 교체 : 2대
- 광 포트 및 UTP 포트 모듈 : 14대

○ **KBS 기존 웹메일 서비스의 계약 만료로 인한 신규 위탁계약 완료**
- 계약 내용 : 8,000 계정, 15GB/계정

○ **교체 시기가 도래한 PC 교체 (일반/소형 노트북, 데스크탑 PC set)**
- 교체대상 직원 : 1,108명

○ **안정적인 정보인프라 운영을 통해 정보시스템 서비스 연속성에 기여**
- 시스템 및 IDC 관리 : 서버, 저장장치, OS, DBMS, 관제시스템 등
- 유무선 네트워크 관리 : 본사, 지역국, 송중계소, 사업소 등
- 사내 음성망(ITP, KBS전화앱) 운용 : 본사, 지역국, 해외지국, 사업소 등
- 소프트웨어 기반의 화상회의 운영
- 소프트웨어 라이선스 관리 : MS, 한컴, 오토캐드 등 전반적인 계약관리

○ **IT기반 유지보수 계약(3년) 및 OA장비 유지보수 위탁운영 용역계약을 완료함.**

□ **정보보안 추진실적**

○ **정보보호 컴플라이언스 준수, 보안성 강화를 위한 점검 및 개선활동 실시**
- 정보보안 관련 지침 개정, 가이드라인 및 매뉴얼 제·개정
- 정보통신 보안 감사 및 정보보호 교육 실시

○ **보안시스템 구축 및 관제를 위한 사업 실시**
- VPN용 OTP와 NAC용 OTP를 통합 OTP 시스템으로 신규 구축
- 보안동향에 기민하게 대응하여 사고징후 발견 및 침해사고를 예방하기 위한 일일보고 시스템 개발
- 노후 웹방화벽 교체 완료

○ **사이버위협 대응을 위한 대외기관 공조체계 강화**

○ **직원 보안의식 고취를 위한 해킹 모의훈련을 실시함.**

○ **공사 대내외용 업무시스템의 서비스 연속성 및 개인정보, 영업비밀 등의 보호를 위한 취약점 진단을 실시함.**

○ **현재 파일럿 운영중인 클라우드 편집 시스템 환경 분석 등 클라우드 서비스 확대에 따른 정보보안을 강화함.**

○ **신규/변경 정보시스템의 보안취약점 보완을 통한 정보보호를 위하여 진단도구 및 체크리스트를 이용한 점검으로 보안성 평가를 실시함.**

○ **보안시스템 운영 및 유지보수 실시로 안정적 보안시스템 운영**

- 주요 보안장비 대상 위탁관제를 통한 24시간 365일 사이버 보안관제 수행
- 네트워크 방화벽, 웹방화벽, IPS, VPN, NAC 등 시스템 운용 및 유지보수 실시
- PC백신 연간 사용권 계약 완료 및 운용 실시

4. 평가와 제언

가. 조직·인적자원·성과 관리

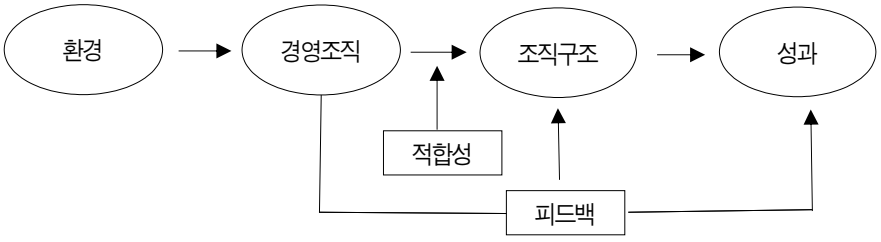
□ 평가 준거

○ **조직 편제의 적절성과 운영**

- 조직 편제의 적정성을 파악하기 위해서는 조직이 추구하는 전략이 성과를 낼 수 있도록 설계되어야함
  - 경영전략과 조직구조의 관계[1]는 긴밀한 관계이며, 조직구조는 선택된 전략의 실행을 위한 기구로서 조직의 목적을 달성하기 위한 시스템임
  - 챈들러(A.Chandler, 1962)는 미국기업을 대상으로 한 연구에서 조직구조 결정요인이 전략임을 밝히고, “구조는 전략을 뒤따른다(structure follows strategy)”라는 명제 도출
  - 전략과 조직은 적절한 상호 보완적 관계
- 전략적 상황이론(strategic contingency theory)
  - 경영조직의 유효성을 경영전략과의 관계에서 상대적으로 포착

1) 출처: 경영전략과 조직 구조의 관계, 조직구조와 경영 전략, 정동섭 外, 피앤씨미디어

[그림 3-5] 경영전략과 조직구조의 관계



- 조직구조란 전략의 변화에 따라 가면서 전략의 주도 하에 조직이 결정 된다는 전략 결정론(strategy imperative) 관점이 있음
- 전략과 조직과의 관계는, 초기에는 전략에 의해 조직 구조가 영향을 받지만, 기업의 안정화 단계에서는 상호 작용하면서 성과에 영향을 미침
  - KBS의 목표 달성을 위해서는 중장기 계획 – 경영목표 – 기본운영계획 – 방송기본 계획으로 순차적인 목표 달성에 적합한 조직 구조의 설계가 필요함
  - 또한, 설계된 조직구조를 바탕으로 전략목표가 달성되어 피드백 되는 선순환 구조의 마련이 중요

○ **인적 자원 관리**

- 인적자원 계획[2]은 종업원의 입사에서 퇴직까지의 인력의 흐름에 관한 전반적 계획이므로, 체계적이고 투명한 관리 운영이 필요함
  - 인력 수급 계획에 있어 인원수라는 양적측면뿐만 아니라 조직이 필요한 특성과 능력을 갖춘 사람을 적시에 공급해야 하는 질적 측면이 중요
  - 인적 자원의 4단계
    - ㉠ 조직이 처한 환경 분석과 전략적 계획 수립(전략적 계획은 기업의 장기적 목표 설정, 정책과 자원 배분 등 조직 전체의 방향 좌우함)
    - ㉡ 인적자원의 수요 예측
    - ㉢ 인적자원의 공급 예측
    - ㉣ 인적 자원의 수급 불균형 조정(인력 부족 시 내·외부에서 확보, 인력 초과시 인력 재배치 및 감소 계획 강구)
- KBS의 중장기 계획, 경영 목표의 효과적 달성을 위한 중장기 인력 수요 예측 및 단계별 인력의 채용, 육성, 퇴직을 고려한 인력 관리의 필요성 대두됨

2) 출처:인적자원관리, 권혁기/한나영, 청람

□ 평가

○ 조직 편제의 적절성과 운영의 효율성

- KBS 조직 구조 형태
  - KBS 조직 구조 형태는 사업부제 성격을 띄며, 제반 리소스를 공유하는 기능식 조직과 혼재된 매트릭스 조직(Matrix Organization)이라고 보여짐
  - 2021년 개편된 조직을 보면, 7개 본부 중심의 본부장 책임 조직으로 구성되었으며, 이는 사업 주체인 3본부 2센터(보도본부, 제작1본부, 제작2본부, 라디오센터, 드라마센터)와 리소스 조직이라 할 수 있는 4본부(전략기획실, 편성본부, 기술본부, 경영본부)로 이루어졌음
  - 이러한 조직형태는 리소스를 절감한다는 장점이 있지만, 본부별 성과측정이 어려워서 책임소재가 모호한 문제점도 있음. 불분명한 책임소재는 자칫 해당본부의 리소스(인력, 예산, 시설, 장비 등)에 대해 다다익선이라는 잘못된 인식을 갖게 할 수 있어, 본부별 리소스 배정기준 마련, 원가 적용 등 합리적 방안이 마련돼야 할 것임.
- 조직개편
  - KBS는 그간 최고 경영자가 바뀔 때마다 조직 개편을 실시해 왔으며, 2004년 도입 되어 2009년까지 운영된 팀제를 제외하고는 현 조직 형태의 기본틀은 변화 없이 유지한 채 부분적으로 일부 업무의 기능을 조정하는 조직개편을 해왔음
  - 조직 개편이 중장기 계획과 경영목표의 달성을 위한 직무의 유기적 결합과 성과창출이라는 목적을 달성했는지를 점검할 필요가 있음
- 경영전략(경영목표)과 조직구조
  - 중장기계획(2019-2021)과 당해연도의 경영목표 달성을 위해서는 조직과의 일체성이 중요한데, 현 KBS 조직의 목표달성 과정은 역으로 기존 조직의 틀에 목표를 배정하는 형태로 운영되고 있음. 기존 조직과 자원을 그대로 유지하기 보다는 중장기계획에 따라 큰 틀에서 조직을 설계하고, 당해연도 경영목표에 따라 유연하게 조직을 운영할 필요가 있음.

○ 인사제도

- 2021년 KBS의 인적자원 관리 활동
  - 인적자원관리(Human Resources Management)는 기업의 경영목표 달성에 필요한 전략적인 가치를 지닌 인적 자원의 확보, 개발, 유지 및 동기 부여에 관한 일련의 활동을 의미함

- 한편, 인사제도는 인적자원 관리의 근간이 되는 행위에 관한 규칙을 정한 것으로 공정하고, 투명하게 운영되어야함
- 직원 채용 시 지원자의 출신 학교, 학교 성적, 출신지, 가족 사항 등 직무수행과 무관한 정보를 배제시키는 블라인드 채용 방식을 채택해 운영하였음
- 전형 단계별 공정성을 제고하기 위해 평가 기준을 수립하고, 평가 위원을 대상으로 사전 교육을 실시하였음
- 주요 보직자인 성평등센터장을 외부 전문가에게 문호를 개방한 개방직위로 모집했음
- 평가 부문에서는 직원과 부서장의 상호 발전을 위한 상향 평가를 실시하고, 피평가자와 확인면담, 재평가 등의 피드백 운영을 강화했음
- 부서장 구성의 다양성을 보면 팀장급 이상 693명 중 남성 593명(86%), 여성 100명(14%)이며, 연령대별로는 30대 19명(3%), 40대 325명(47%), 50대 349명(50%)로 구성되었음
- 비정규직은 연봉계약직 266명, 특정 업무직 232명, 파견직 508명으로 총 1,006명의 인원을 운영했으며, 성별로는 남성 562명(56%), 여성 444명(44%)으로 구성되었음

○ **인적자원관리**

- 인력 수급 계획
  - 미디어 환경에 유연하게 대처할 수 있도록, 적정 규모의 신규 소요 인력을 산정하여 채용함

    2021년 채용 인원은 83명이며, 피디, 기자, 방송기술, 방송경영 등 주요 직종의 신규 채용과 경력직으로 기상재난 전문기자, 전문언어 PD, 방송기술연구원 등 다양한 분야의 적정 인력을 충원함
  - 퇴직 인원 대비 충원 규모는 적지만 매년 지속 충원으로 인력의 안정화를 도모할 것으로 기대

[표 3-26] 최근 3년간 신규채용 인원 현황 (단위: 명)

구분	2019년	2020년	2021년
전체 직원(A)	4,716	4,541	4,371
신규 채용(B)	223	48	83
채용률(B/A)	4.73%	1.06%	1.90%

* KBS 제출 자료 참고

㉠ 채용 시 우수 인력 확보를 위한 다차원 평가 도구 개발 및 도입
㉡ 서류 전형 블라인드 강화 및 심층 에세이 평가 진행
㉢ 창의력과 사고력 검증을 위한 필기시험
㉣ 면접 전 사전 과제 도입, 인성과 역량을 구분한 실무 능력 전형 도입
㉤ 연령에 따른 차별, 제한 철폐로 2021년 신입 및 경력 사원의 공채 연령이 23세부터 35세까지 다양한 분포 보임

- 인력 운용
  • KBS의 인력규모[3]는 2021.12.31. 기준 4,379명으로, 2011년 4,830명에 비해 451명 줄어든 상태이며, 매년 줄어드는 추세를 보임
  ㉠ 이는 수신료 인상을 위해 방만 경영이라는 외부 지적에 대응하고 비용을 절감하기 위해 퇴직 인원의 범위 내에서 필요한 최소 인력의 채용의 결과로 보여짐
  ㉡ 연령대별 인력구성(2021.12.31.)을 보면 20-30대가 1,182명(27%) 40-50대가 3,189명(73%) 차지하고 있으며, 이는 구조 조정 등 강제적 인력 퇴출이 어려운 공영 방송의 구조적 특성에 기인한 것으로 보임
  ㉢ 직종별 인력 구성을 보면 PD, 기자 등 방송직군이 2,192명(50%), 기술직군(29%), 경영직군(20.6%), 청경직군(0.4%)로 방송 제작 관련 현업 직군이 50% , 기타 유지, 보수 인력이 50%로 창의적 콘텐츠 생산하는 방송의 특성을 보면 유지 관리 인력이 차지하는 비중이 크다고 볼 수 있음
  ㉣ 인건비는 2021년 5,238억으로 총비용 1조 4,698억 중 35.7%를 차지하고 있고, 최근 3년을 보면 인건비 비중이 감소 추세를 보이고 있으며, 이는 퇴직 인력 대비 최소 인력 충원으로 전체 인력 규모가 줄어든 탓에 기인함

[표 3-27] 최근 3년간 KBS 인건비 비중

구분	2019년	2020년	2021년
총비용	14,550억	14,015억	14,689억
인건비	5,286억	5,157억	5,238억
인건비 비중(%)	36.3%	36.8%	35.7%

* KBS 제출 자료 참고

3) 출처: KBS 인력규모, KBS 통계편람

- 비정규직 운용
  - ㉠ 비정규직은 1,006명으로 정규직 4,371명의 23% 규모로 큰 비중을 차지하고 있음
  - ㉡ 2021년 특정 업무직 사원의 처우 개선을 위해 한시적 사원 28명을 무기직으로 전환, 연봉 계약직 2명 채용 등 비정규직 인력 운영의 개선책을 강구했음
  - ㉢ 비정규직 인력운영 개선을 위해 방송 프로그램 제작 스태프, 표준 업무 위탁계약서 개정, 비정규직 현안 공유 전사적 설명회 개최, 비정규직 사용 가이드 라인 시행, 포괄 임금 형태의 파견료 지급 방법 개선 등 파견근로자의 처우 개선 노력을 실시했음
- 일, 가정 양립을 위한 다양한 노력과 성과

  코로나19 상황 하에서 전사적 재택 근무와 자율 출퇴근제를 적극 권장해서 직원들의 건강을 보호하는 등 일과 가정의 양립을 위한 근무 환경을 개선해 직원들로부터 긍정적 반응을 받았음
- 여성 및 장애인 고용
  - ㉠ KBS의 장애인 고용은 2021년 106명으로, 법정 의무 고용 인원 대비 41명이 미달되며, 법정 의무고용률 3.1% 대비 낮은 2.23%를 고용해 운영 중임
  - ㉡ 이는 미디어 산업의 특성 상 장애인에 적합한 직무가 많지 않고, 장애인 지원자의 지원률이 저조한 탓이라고 보여짐

[표 3-28] 2021년 장애인 고용현황

구분		2021년
고용률	법정 의무 고용률	3.1%
	공사 고용률	2.23%
장애인	법정 의무 고용인원	147명
	공사 고용 인원	106명
	고용 미달 인원	△41명

* KBS 제출 자료 참고

- 여성 및 장애인의 부서장 비율
  - ㉠ 팀장급 이상 보직자 693명 중 여성 보직자 비율은 100명(14.4%) 차지
  - ㉡ 팀장급 이상 보직자 693명 중 장애인 보직자의 비율은 8명(1.2%) 차지

㉢ 팀장급 이상 여성 보직자는 2020년 말 이후 꾸준히 증가하고 있으며, '여성직위자' 임용목표를 공문으로 시행하여 여성 직위자의 임용 목표를 제시하는 등 여성 보직자의 임용 의지를 보였으나, 목표(17%) 대비 여성 보직자 비율(14.4%)이 미달돼 여성직위자 임용목표 달성을 위한 인력배치가 되었다고 평가하기 어려워 보임. 한편, '여성 직위자 임용목표에 관한 계획'이 적재적소에 적합한 인력을 배정하는 인력운영 기조와 배치될 소지가 있다는 점도 유의해야 할 것임.

[표 3-29] 여성직위 임용 목표

구분	2019년	2020년	2021년
팀장급이상(책임직급) 임용목표	11.1%	14%	17%

* KBS 제출 자료 참고

- 인적자원 개발
  - KBS는 자체적인 임직원 교육 계획을 수립해서 진행해왔으며, 급변하는 방송환경 속에 직무 수행 역량 향상을 위한 각종 교육 과정과 학습 활동을 다양한 방식으로 실시했음
  - 공영방송의 역할을 확인하고 취재 및 제작 현장에서의 공영성 확보를 지원하는 저널리즘 교육, 재난 주관 방송사의 역할을 위한 〈재난방송론〉 등 현장의 학습 니즈를 반영한 현장 중심 교육을 실시했음
  - 전사적인 디지털 마인드 함양과 디지털 전문가 양성을 위한 디지털 역량 교육, 온라인과 오프라인을 활용한 콘텐츠 관련 전문교육을 실시했으며, 직원들의 자발적 참여에 의한 자율 연구회, 현장 직무 교육 위러닝, 독서클럽 위북에 다수의 직원이 참여한 것으로 나타남
- 성과 관리
  - 개인 근무성적 평가는 역량 평가와 성과 평가로 구분 운영
    역량 평가는 개인의 직무별 역량 평가, 성과 평가는 개인의 업무 실적을 평가하는 개인 성과 평과, 프로그램 성과 평가, 부서 성과 평가, 수신료 업무실적 평가로 구성
  - 개인 성과평가의 공정성과 합리성을 높이기 위해 피평가자의 반기별 업무계획을 평가자가 사전 승인과 업무 종료 시 자기 신고서를 작성하고 이를 토대로 평가
    ㉠ 피평가자에게 피드백 및 이의제기 시스템 운영

㉡ 인사고과에 반영해 승진 시 활용

- 부서 성과 평가 제도의 구성은 투입 자원의 효율성을 평가하는 '공통지표', 부서 주요 업무에 대한 정량 평가 '프로그램/사업지표', 추진 업무 관리자 평가 '관리자 지표', 사장의 평가 '경영기여도 지표' 등 4개로 이루어졌음
  부서장의 근평과 성과급은 부서와 부서장의 평가를 반영하여 리더의 책임과 역할을 강조했음

[표 3-30] 2021년 부서 성과 지표별 배점 및 평가 항목

구분	공통 지표	프로그램/사업지표	관리지표	경영기여도 지표
배점	25점	40점	30점	5점
평가항목	예산집행	프로그램 사업목표 달성도	업무실현 운영 효율성	종합기여도

- KBS의 평가시스템은 오랜 기간 운영해왔으며, 평가 관리에 관여된 조직의 이해자 집단인 평가자, 피평가자, 노동조합의 의견 제시 및 수렴 과정을 통해 정착된 매우 우수한 평가 시스템으로 보여짐
  ㉠ 평가의 구성을 역량평가와 성과 평가로 구분하고, 성과 평가는 개인성과 평가, 프로그램 평가, 부서 성과 평가, 수신료 업무실적 평가로 다양한 업무가 혼재한 KBS의 직무를 유사 직무군 별로 평가 항목을 적용해 평가의 실효성을 높였다고 보여짐
  ㉡ 또한, 평가대상자를 그룹별로 부서장 그룹, 팀장 그룹, 실무자 그룹, 프로그램 제작자, 수신료 직종, 기타로 분류해 직관적 평가 체계를 갖췄다고 볼 수 있음
- 특별 인센티브제 운영으로 탁월한 업무 성과로 공사 수익에 직 간접 기여했거나, 경쟁력 제고에 기여한 직원에게 특별 인센티브 포상을 실시해 동기부여를 강화함. 최근 5년간의 포상 현황을 보면 포상금이 증가하는 추세이며, 2021년은 11건, 57명 대상으로 5억 7,400만원의 포상금이 지급되었음.
- 사업별 성과평가 제도의 하나인 특별 인센티브 제도는 탁월한 업무 성과로 공사 수익에 직 간접적으로 기여했거나 경쟁력 제고에 기여한 직원에게 특별 포상으로 동기를 부여함
  ㉠ 특별 인센티브 포상은 개인평가와 부서평가로는 동기 부여가 미흡한 부분을 보완하는 제도로 매우 적절하다고 보여짐

㉡ 특별 인센티브 평가는 기존의 평가와는 차별화된 운영이 필요함. 부서의 신청을 받는 기존방식 외에 해당부문의 공적을 발굴하는 등 직원들의 업무 관련 동기를 부여하고, 조직을 활성화하는데 기여하도록 운영되어야 할 것임.

[표 3-31] 평가의 구성 비율

구분			역량평가	성과평가			
			개인 역량평가	개인성과 평가(PES)	프로그램 성과평가	부서 성과평가	수신료 실적평가
책임 그룹	부서장 그룹		40	-	-	60	-
	팀장급 그룹	프로그램 제작자	40	-	60	-	-
		기획	40	60	-	-	-
실무직급 그룹	프로그램 제작자		60	-	40	-	-
	수신료 직종		40	-	-	-	60
	기타		60	40	-	-	-

- 노사관계의 합법성과 합리성
  - KBS 노동조합은 직장 내 3개의 노동조합으로 전국언론노동조합 산하 KBS 본부노조, KBS 노동조합, KBS 공영노조로 구성되어 있으며, 교섭대표 노동조합으로 전국언론노동조합 KBS 본부가 있음
  - 2021년 주요 업무 실적으로는 단체 협약 개정 및 체결 논의를 4개 분과별(조합 활동, 공정방송, 인사/성평등, 임금/복지/산업안전)로 나누어 실무 소위 14회, 총괄 소위 5회 등 노사간 회의와 이견 조율 과정을 진행중임
    ㉠ 임금 협약 체결, 2020년까지 3년 3개월 동안 파행 운영된 노사협의회를 정기적으로 운영해 근로조건 개선, 직원 복지 향상 등 공사 내 현안에 관해 논의했음
    ㉡ 2020년 7월 출범한 '미래발전 노사 공동 위원회'는 KBS 주요 과제인 수신료 현실화, 방송법 개정, 선택적 안식년제, 성과급제 확대, 평가제도 개선, 연차제도 개선 등에 관한 노사간 논의를 통해 공사 인력 운영과 근로조건 개선에 기여했음
  - KBS 발전을 위한 한 축으로서 노사간 협력과 건전한 긴장 관계는 현재 당면한 KBS의 현안 해결과 미래지향적 발전 방안 마련에 크게 기여할 것임
    ㉠ '미래 발전 노사 공동위원회'는 선택적 안식년제 도입, 연차휴가 보상 수당 지급

기준 개정, 근로시간 단축 및 유연 근로제 도입, 사내 약자 보호 방안 마련 등 인력 운용과 근로 조건 등을 개선하는데 크게 기여했다고 보여짐

㉡ 노사간 소통 강화를 위한 노사 간 호프 미팅, 비격식 간담회 등의 활동은 바람직한 노사관계 형성과 KBS 조직 문화 개선에 기여할 것으로 기대됨

□ 제언

○ **조직화(Organizing)는 조직의 목표를 최상의 방법으로 실현할 수 있도록 인적 자원과 물적 자원을 결합하는 과정이며, KBS 조직화의 과정도 목표 달성을 위한 최선의 방안이 강구되어야함**

- 중장기 계획(19-21년), 2021년 경영목표, 방송기본계획, 기본운영계획에서 정한 목표의 효과적 달성을 위해서는 목표 달성을 위한 조직의 설계가 우선되어야 하며, 조직이 성과를 내도록 인적·물적 리소스를 배분하는 순차적인 과정이 필요함
- 미디어 환경의 급격한 변화는 미디어 시청 행태가 다양해지며 지상파의 역할이 축소되는 결과를 초래했으며, 이러한 상황의 변화는 공영방송 KBS에 위기 상황이기도 하지만 기회의 장이기도 함
- 이러한 위기를 극복하고 기회를 살리기 위해서는 전직원이 참여해 KBS의 비전과 목표를 설정하고, 공유해서 모든 리소스를 목표 달성에 집중시키는 성과를 창출하는 파괴적 혁신이 절실한 상황임

○ **급변하는 방송 환경에 우선적 대응이 필요한 뉴미디어 및 유튜브 관련 업무를 추진할 수 있도록 조직과 인력의 배치가 필요함**

- 산재된 뉴미디어 분야의 업무를 총괄해서 집중적으로 추진할 전담 조직 신설 또는 기존 부서에 총괄 역할 부여 등에 대한 검토 필요

○ **인적자원 계획은 종업원의 입사에서 퇴직까지의 인력의 흐름에 관한 전반적인 계획으로 조직의 장기적인 인적 자원 구성과 인력의 질을 계획하는 활동이며, 잘못 수립 시 인력 과잉이나 인력 부족으로 심각한 문제가 발생**

- 조직체의 목표 달성을 위한 자원은 3가지가 있으며, 재무적 자원, 물적 자원, 인적 자원임
- 재무적 자원과 물적 자원은 사용할수록 가치가 줄어들지만 인적 자원은 생산성 향상에 미치는 영향이 큰 점을 인식해야함
- 더욱이 지식 정보 시대에 인적 자원의 중요성이 더욱 커지고 있으며, 인적자원 개발 프

로그램을 적극 추진하고 있는 것이 세계적인 추세임

- KBS의 최근 신규 인력의 채용의 경우 감사원, 시민 단체 등 외부의 지적을 지나치게 의식해 퇴직 인력의 범위 내 채용하는 소극적 방식에서 탈피해야 함.
- 아무리 훌륭한 사업계획이나 전략적 목표를 설정한다 해도 이를 수행할 핵심 인력을 충당하지 못하면 무용지물이 될 것임
- 중장기계획, 경영 목표를 효과적으로 실천하기 위해서는 zero-base 상태에서 인력의 수요를 예측하고 채용 – 육성 – 퇴직을 고려한 단계적 인력 관리가 필요함
- 아울러, 창의력이 요구되는 방송 콘텐츠 산업의 특성을 고려한 고령화 인력의 활용 방안, 미디어 산업의 변화에 대응한 인력의 육성, 전환 배치 등도 중요함

○ **보상 관리는 경제적 보상과 비경제적 보상을 포함하고 있으며, KBS의 보상관리 대상인 임금은 36%를 차지하고 있으며, 지상파 동종업계에 비해 낮은 것으로 파악되고 있음. 이는 구성원의 사기 저하와 생산성 향상에도 영향을 미치게 됨**

- KBS 임금이 지상파 동종업계에 비해 낮은 이유는 최근의 어려운 경영 상황의 영향이 가장 크겠지만, 수신료 인상을 위한 이해자 집단의 설득, 감사원, 시민단체 등의 지적에 크게 영향을 받은 탓으로 보임
- 방송 콘텐츠를 제작하는 방송의 특성상 인력의 역할이 매우 크므로 인건비 절감, 복리후생비의 축소라는 소극적 대응 보다는 양질의 콘텐츠의 제작판매 → 수익창출 → 직원 배분이라는 선순환 구조를 마련하는 과감한 임금 정책으로 구성원의 사기를 높일 필요가 있음
- 또한, KBS 경영의 투명성을 공개하고, 임금에 대한 이해자 집단의 이해 노력도 요청됨
- 최근 마이크로소프트사에서 조사(2022.3)한 '2022년 워크트렌드 인덱스'는 직원들이 개인의 삶을 중시(47%)하고, 하이브리드 근무(재택근무와 사무실근무 혼합)를 선호하는 특성을 주목하면, KBS도 금전적 측면 외에 하이브리드 근무, 유연근무 등에 대한 관심과 지원이 적극 요청됨

○ **인적 자원 개발 과정에서 교육과 연수제도는 환경의 변화에 효과적으로 대처하기 위해 매우 중요함**

- 교육 훈련에 대한 지출은 비용인지 투자인지 논란이 있었지만, 자본적 투자로 보는 경향이며 현재는 인력 교육을 적극적이고 장기적인 자본투자로 인식하고 있음
- KBS가 2021년도에도 계속되는 코로나19 상황에서 다양한 비대면 교육을 확대실시한

것은 새로운 환경에서 비대면 교육의 성과와 가능성을 탐색해 볼 수 있는 좋은 기회였음

- 연수 교육의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않지만, 자칫 연수 교육이 형식적이고 관행적으로 흐를 우려가 있음
- 직원들의 연수와 교육에 대한 중요성과 관심을 유도하기 위해 교육 훈련별 다양한 가점제, 직원들의 니즈에 맞는 교육 과정의 개폐, 직원과의 소통을 통한 다양한 연수 과정의 개발 등의 노력이 요구됨

○ **성과급제는 노동성과를 측정하여 측정된 성과에 따라 임금을 산정 지급하는 제도로, 임금은 성과에 비례하게 됨**

- 성과급제의 장점으로 종업원들에게 합리성과 공감을 주어 생산성 제고, 원가절감, 소득증대의 효과가 있으며 단점으로는 표준 단가와 작업량 측정이 어렵고, 종업원이 임금을 올리기 위해 무리한 노동, 작업량에 치중해 품질이 저하되는 단점이 있음
- KBS 부서별 평가 결과는 부서장 그룹만 적용되고 팀장과 실무 그룹으로 확대되지 못하고 있는 상황임
- 부서 성과평가 결과의 개인평가 적용에 대한 직원들의 공감대 형성이 미흡한 상황이므로, 부서 성과평가 결과의 개인평가 적용이 필요할 경우 부서성과평가에 대한 지속적인 보완과 노사 간의 합의가 선행되어야 할 것으로 보여짐
- 사업별 성과평가로서 특별 인센티브제 운영은 기존의 역량평가와 성과 평가의 문제점을 보완하고, 사업 추진에 대한 동기를 부여하는데 상당 부분 기여했으며, 해당부문의 공적을 발굴하는 등 조직을 활성화하는데 기여하도록 차별화된 운영이 필요함.

○ **노사 관계란 노동을 공급하는 자와 노동을 공급받는 자의 관계로 이루어지며, 근로자-사용자 관계, 노동조합-사용자 관계로 구분되는 이원적 관계를 포괄하는 관점에서 인식됨**

- 노사 관계의 특징은 본질적으로 협력관계인 동시에 대립적인 관례라는 양면성이 있으며, 또한 노동력의 대가를 받는 경제적 관계이며, 집단 생활을 하는 사회적 관계라고 볼 수 있음
- KBS에는 3개의 노동조합이 있으며, 복수 노조의 형태로 운영되고 있음. 대부분의 공기업의 노사관계가 그러하듯 KBS도 사측의 임기가 제한되어 임기 중 다양한 개혁 과제 수행이 쉽지 않은 상황이지만, 노사간 건전한 긴장 관계는 노사 문제 해결의 새로운 돌파구가 될 수 있을 것임

- KBS 노사는 일상적 노사 협의회 운영, 임금 협약 체결, 단체 협약 체결 외에 2020년 7월 노사가 공동으로 출범한 '미래발전 노사공동위원회'에서 KBS 현안인 선택적 안식년제 도입, 연차 휴가 보상 수당 지급 개정, 근로시간 단축, 유연 근로제 도입, 사회적 약자 보호방안 마련 등 인력 운영과 근로조건 개선 방안을 마련한 점이 높이 평가 받을 만한 실적임

○ **공영방송 KBS는 사회적 약자인 비정규직, 여성, 장애인에 대한 배려와 다양한 지원책을 마련하는 등 사회적 책임을 다해야할 것임**

- 비정규직 업무 개선을 위해 단계적 정규직 전환, 복지 혜택을 부여하고 비정규직 사용 가이드라인 시행, 파견 근로자 처우 개선 등을 노력하고 있지만 보다 근본적으로 차별적 처우 문제가 발생하지 않도록 하고, 비정규직 운영도 최소화해야 할 것임.
- KBS는 여성 인력의 공정한 대우를 위해 '여성 직위자 임용 목표에 관한 계획'을 시행하여 여성 인력의 보직자에 대한 목표(17%)를 정해 운영중임. 제도적 뒷받침을 위해 여성 직위자 임용목표 달성 및 여성 직위자 확대를 위한 전사적인 관심과 노력이 요청돼야 할 것임. 또한, '여성 직위자 임용목표에 관한 계획'에 대해서도 그간 운영과정에 대한 평가와 직원들의 다양한 의견수렴 등을 통해 재정비가 필요해 보임.
- 장애인 고용과 관련해 KBS는 법정 의무 비율을 준수해 운영하고자 하지만, 미디어 산업의 특성상 해당 직무가 많지 않고 지원자도 적음. 그러나 국민의 수신료로 운영되는 KBS가 공영방송이기 때문에 장애인에 대한 소극적 대응 보다는 법정의무비율을 뛰어넘는 장애인 적합 직무의 발굴과 기존 근무하는 장애인에 대한 근무 환경 개선과 처우 개선 등을 위해 노력을 다해야함

나. IT부문 투자

□ 평가

○ **정보시스템 개발 및 운영**

- KBS의 경우 코비스, ERP, 편성제작, 광고정보 등 기도입된 시스템의 운영유지 업무 외에 다양한 업무지원 정보시스템(선거방송, 인력채용, 수익관리, 성과관리 등) 43개를 자체 인력으로 유지 보수하고 있음
- 특히 사용부서의 니즈를 반영한 2021.4.9. 재보궐 선거 개표 방송 시스템 구축해 선거

방송에 활용, 코로나19 확산으로 상담사들의 재택근무 지원을 위해 클라우드 콜센터 도입, 방송모니터, 전속성우, 미니시리즈/단막극 극본 공모 시스템 개발 등을 완료

- 2021년 정보화 투자 예산 집행 실적을 보면, 71억 3,100만원의 집행 실적 중 직원 업무용 컴퓨터(1,082백만: 15%), 개인 휴대전화요금(2,539백만: 36%) OA 기기 및 정보시스템 유지보수(1,328백만: 19%), 정보시스템 개발, 정보 인프라 보강 등(2,182백만 : 30%)의 집행 실적을 보임
- 직원 컴퓨터 구입과 개인 휴대전화 요금, OA 기기 및 정보시스템 유지 보수 등 고정성 경비의 실적 4,949백만(70%)이며, 실제 정보시스템 개발, 정보인프라 보강 등의 경비는 2,182백만(30%)에 불과하므로 일단 예산의 규모적인 측면에서 개발 관련 예산을 확대해야 할 것임

○ **정보 인프라 개선**

- 유무선 네트워크 재구축 기본계획에 따른 유무선 네트워크 보강 사업을 추진함
  - 웹메일 서비스 기간 만료에 따른 신규 위탁 계약, PC 교체, IT 기반 유지보수 계약 및 OA 장비 유지 보수 계약을 실시함
  - 안정적 정보 인프라 운영으로 정보시스템의 지속적 서비스를 추진함

○ **정보보안 추진**

- KBS 정보보안 추진 실적을 보면 일상적 활동으로 보안 시스템 운영 및 유지 보수로 안정적 보안 시스템 운영했음
  - OTP 시스템 구축과 노후 웹 방화벽 교체 등 보안 시스템을 구축하고, 관제를 위한 사업을 실시했음
  - 사이버 위협에 대비한 대외기관과의 공존, 직원보안 의식 고취 등의 활동을 강화했음
  - 기타 점차 증가가 예상되는 클라우드 서비스 확대에 따른 정보 보안을 강화했음

□ **제언**

○ **KBS 정보시스템의 유지가 중요하지만 방송의 특성상 다양한 콘텐츠를 생산하는 현업의 니즈를 반영한 다양한 정보시스템의 개발업무의 비중을 확대해야 할 것임**

○ **경영관리 업무 프로세스를 관리하는 ERP 외에도 방송제작 관련 업무 프로세스를 관리하기 위해 디지털편성제작정보시스템, 광고정보시스템, 콘텐츠 수익관리시스템 등을 운영하고 있는데, KBS가 창의적 콘텐츠 기업으로서 경쟁력을 제고하기 위해서는, 콘텐**

츠 제작현업의 니즈에 부합하는 맞춤형 정보시스템 개발에 대한 지속적이고 파격적인 투자가 필요함.

○ **정보보안은 정보의 수집 가공, 저장, 유출 등 방지를 위한 관리적, 기술적 방법을 의미함**

- 국가 기간 방송으로서 재난방송 주관 방송사로서의 역할을 수행하는 KBS야말로 정보의 생산은 물론 유출에 관해 외부로부터 바이러스, 해킹 등 공격을 방어하고 시스템으로 유지 관리하는 등의 만전을 다해야 할 것임

제4장 | 경영실적

1. 재무상태의 안정성과 회계관리의 적절성

가. 경영실적 및 재무상태 안정성

□ 재무 상태

[표 4-1] 연도별 요약 재무상태표

(단위 : 억원)

계정과목	2021	2020	2019	전기대비증감	증감률
유동자산	4,099	3,187	3,119	912	28.6%
비유동자산	9,442	9,540	9,771	(98)	-1.0%
투자자산	3,526	3,377	3,462	150	4.4%
유형자산	5,245	5,332	5,506	(87)	-1.6%
무형자산	14	14	13	(1)	-5.0%
기타비유동자산	658	817	790	(159)	-19.5%
[자산총계]	13,541	12,727	12,890	814	6.4%
유동부채	1,788	1,736	2,123	51	3.0%
비유동부채	3,986	3,775	3,877	210	5.6%
[부채총계]	5,773	5,511	6,000	262	4.8%
자본금	2,062	2,062	2,062	0	0.0%
자본조정	(13)	(13)	(13)	0	0.0%
기타포괄손익	184	25	25	159	643.7%
이익잉여금	5,535	5,142	4,816	393	7.6%
[자본총계]	7,768	7,216	6,890	552	7.7%
[부채와 자본 총계]	13,541	12,727	12,890	814	6.4%

- 유동자산은 2020년 대비 912억(28.6%) 증가하고 부채와 자본은 각각 262억(4.8%) 및 552억(7.7%) 증가함.
- 유동자산은 매출증가(7%)와 매출채권 회수증가로 현금유입액이 증가함에 따라 현금 및 현금성자산과 단기투자자산이 증가함.

- 부채의 증가(262억)는 퇴직급여충당부채 증가(210억)로 인함.
- 자본의 증가는 경정청구 법인세 환급액으로 당기순이익(206억) 발생하여 552억 증가함.
- 당기순이익 발생으로 부채비율은 낮아지고 유동비율은 상승하여 재무구조의 건전성이 개선됨.

□ 과거 5개년 주요 경영성과 추이

○ 안정성 비율

[표 4-2] 안정성 비율 관련 지표 (단위 : %)

구 분	측정 목적	표준 비율	방송업평균[4] (20년기준)	2021년	2020년	2019년	2018년	2017년
유동비율	재무구조 안정성 지급능력	200이상	220.7	229.3	183.6	146.9	188.7	185.0
차입 의존도	재무구조 안정성 기업의 대외차입 의존도	30이하	11.5	0.0	0.0	4.6	0.0	0.0
부채비율	재무구조 안정성 타인자본에 대한 안정성	100이하	47.5	74.3	76.4	87.1	82.6	84.6

* 유동비율 : (유동자산/유동부채) × 100
* 차입의존도 : (차입금/총자본) × 100
* 부채비율 : (부채총계/자기자본) × 100

- 유동비율
  - 유동비율은 단기 채무에 충당할 수 있는 유동자산의 보유정도를 나타내는 것으로 단기지급능력을 평가하는 대표적인 지표이며, 이 비율이 높을수록 안정성이 양호하다고 할 수 있음.
- 차입의존도
  - 차입의존도는 장·단기 차입금액을 총자본으로 나눈 비율로 기업의 차입금 의존도를 가늠케 하는 대표적 척도임. 이 비율이 낮을수록 이자 등 금융비용 부담이 적어 기업경영의 수익성·안정성이 높아짐.

4) 출처 : 한국은행 경제통계시스템

- 부채비율
  - 부채비율은 부채 대 자본의 비율로 타인자본에 대한 의존도를 나타내는 지표로서, 이 비율이 낮을수록 재무구조가 건전하다고 판단할 수 있음.
  - 동종업계 평균보다 상대적으로 높은 수준이지만, 최근 5년간 표준비율 이하를 유지하고 있음.

○ **성장성 비율**

- 매출액증가율이나 총자산증가율은 기업의 경영규모와 기업활동 성과가 얼마나 증가하였는가를 나타내어 향후 경쟁력이나 미래의 수익창출 능력을 판단하는 지표임.

[표 4-3] 성장성 비율 관련 지표 (단위 : %)

구 분	방송업 평균 (2020년 기준)	2021년도	2020년도	2019년도	2018년도	2017년도
매출액증가율	-7.9	7.0	0.0	-5.1	0.2	-3.6
총자산증가율	-4.7	6.4	-1.3	4.6	-6.7	4.9

* 매출액 증가율 : (당기말 매출액/전년도 매출액) × 100 - 100
* 총자산 증가율 : (당기말 총자산/전년도말 총자산) × 100 - 100

- 광고수익 및 콘텐츠판매수익 증가에 힘입여 7%의 매출성장률을 달성하였으며, 퇴직급여충당부채 증가와 당기순이익 실현으로 총자산도 6.4% 증가율을 보임.

○ **수익성 비율**

- 수익성 비율은 일정기간 동안 기업의 경영성과를 나타내는 지표로서 자산운용의 효율성, 이익창출 능력 등의 평가에 활용됨.

[표 4-4] 수익성 비율 관련 지표 (단위 : %)

구 분	방송업 평균 (2020년 기준)	2021 년도	2020 년도	2019 년도	2018 년도	2017 년도
매출액순이익률	-4.7	2.7	2.4	0.1	-2.2	3.9
매출액사업이익률	2.1	-0.5	-1.0	-5.6	-4.1	1.4
자기자본순이익률	-3.8	5.1	4.5	0.2	-4.8	7.9
총자산순이익률	-2.6	2.9	2.6	0.1	-2.6	4.3

* 매출액 순이익률 : (당기순이익/매출액) × 100
* 매출액 사업이익률 : (사업이익/매출액) × 100
* 자기자본 순이익률 : (당기순이익/자기자본) × 100
* 총자산 순이익률 : (당기순이익/총자산) × 100

- 2021년 매출증가 및 법인세 경정청구 환급으로 매출액순이익률이 증가함
- 2018년 이후 2021년까지 부의 사업이익률 추세가 이어지고 있음.

□ 손익계산서

[표 4-5] 연도별 요약 손익계산서 (단위 : 억원)

계정과목	2021	2020	2019	전기대비 증감	증감률
매출액	14,580	13,622	13,622	958	7.0%
(1)수신료수익	6,863	6,790	6,705	72	1.1%
(2)방송광고수익	2,705	2,319	2,548	386	16.7%
(3)기타수입	5,012	4,513	4,368	500	11.1%
매출원가	12,453	11,722	12,320	731	6.2%
(1) 방송사업비	12,190	11,472	12,047	718	6.3%
(2) 시청자사업비	263	250	273	13	5.2%
사업총이익	2,127	1,900	1,302	227	11.9%
판매비와관리비	2,198	2,040	2,060	159	7.8%
사업이익	(71)	(140)	(759)	68	-48.8%
사업외손익	233	547	783	(314)	-57.5%
법인세차감전손익	161	408	25	(246)	-60.4%
법인세비용	(232)	81	9	(313)	-387.5%
당기순이익	393	327	16	66	20.3%

- 매출액은 전반적으로 전기 대비 7%(958억) 증가함.
- 수신료 수익은 전기 대비 1.1%(72억) 증가로, 증가율이 정체를 보임.
- 방송광고수익은 하반기 중간광고 도입과 도쿄올림픽 중계방송 영향으로 전기 대비 16.7%(386억) 증가함
- 콘텐츠 판매수익은 넷플릭스, WAVVE 등 OTT 콘텐츠 유통 확대로 기타수익이 전기대비 11.1%(500억) 증가함.
- 방송사업비는 총수입 실적이 목표 초과달성으로 재정여건 개선되어 콘텐츠 경쟁력 강화를 위해 방송제작비 지출 규모를 확대하여 전기대비 6.3%(602억) 증가함
- 판매비와관리비는 인건비가 감소하였으나 광고수수료 16.8%(61억) 증가 및 기타경비 지출 증가로 전체적으로 7.8%(159억) 증가함.
- 사업외손익은 투자자산과 지분법이익이 증가(141억)하였으나 유형자산처분이익 감소(450억)로 57.5%(315억) 감소함
- 고유목적준비금 손금산입 관련 경정청구 환급액(168억원)으로 법인세수익 발생함.
- 광고수익 및 콘텐츠판매수익 증가 등 매출액이 증가하였으나 방송제작비와 광고수수료 등 사업비지출도 증가하여 사업손실 발생함.

나. 비용 및 원가관리의 적절성

□ 예산 집행률

[표 4-6] 최근 3년간 비용 집행 추이(방송제작비 비중 포함) (단위 : 억 원)

구 분	2019년			2020년			2021년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
○ 비 용	15,597	14,550	93.3%	15,555	14,015	90.1%	14,970	14,689	98.1%
1. 사업경비	8,313	7,505	90.3%	8,394	7,021	83.6%	8,071	7,745	96.0%
- 방송제작비 (비중)	6,661 (42.7%)	5,958 (40.9%)	89.4%	6,708 (43.1%)	5,546 (39.6%)	82.7%	6,392 (42.7%)	6,160 (41.9%)	96.4%
- 시설운영비	1,182	1,129	95.5%	1,206	1,123	93.1%	1,212	1,189	98.1%
- 시청자사업비	150	150	100.0%	175	114	65.1%	131	117	89.3%
- 일반관리비	203	183	90.1%	197	155	78.7%	215	189	87.9%
- 수신료징수비	99	70	70.7%	75	62	82.7%	81	68	84.0%

구 분	2019년			2020년			2021년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
- 광고운영비	18	15	83.3%	33	21	63.6%	40	22	55.0%
2. 판매수수료 및 법정지원금	1,272	1,056	83.0%	1,180	1,073	90.9%	1,109	1,149	103.6%
3. 인건비	5,354	5,286	98.7%	5,354	5,157	96.3%	5,162	5,238	101.5%
- 임금·복리비	4,847	4,793	98.9%	4,832	4,695	97.2%	4,690	4,613	98.4%
- 퇴직급여충당부채	507	493	97.2%	522	462	88.5%	472	625	132.4%
4. 감가상각비	517	533	103.1%	500	511	102.2%	500	519	103.8%
5. 사업외비용	136	161	118.4%	127	172	135.4%	128	270	210.9%
6. 예비비	5	0							
7. 법인세비용		9			81			-232	

- 사업경비는 매출수익 초과달성에 따른 자금여건 개선되어 방송제작비 지출확대로 전기 대비10.3%(724억) 증가함
- 방송제작비는 콘텐츠 경쟁력 강화를 위한 제작비 지출 증가로 전기 대비 1.1%(614억) 증가함
- 인건비는 인원 감소로 임금·복리비가 감소하였으나 퇴직급여충당부채 당기 설정액 증가로 전기대비 1.6%(81억) 증가함
- 광고수익 및 수신료 증가로 판매수수료와 법정지원금도 7.6%(76억) 증가함
- 사업외비용은 지분법손실 47억 증가와 미래방송센터 설계용역 계약용역 손실처리액 56억 발생으로 증가함

□ 부문별 집행내역

○ 방송제작비

[표 4-7] 방송제작비 세부내역

(단위 : 백만 원)

구 분	2019년			2020년			2021년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
1. TV제작 (KBS World 포함)	371,465	364,278	98.1%	350,428	336,173	95.9%	378,558	370,185	97.8%
2. R제작	30,231	28,914	95.6%	28,243	26,612	94.2%	28,142	27,138	96.4%
3. 디지털제작							442	439	99.3%
4. 보도제작 (R뉴스 포함)	37,532	36,835	98.1%	47,067	45,426	96.5%	45,292	42,591	94.0%
5. 스포츠제작	24,941	24,778	99.3%	28,295	20,966	74.1%	52,951	51,249	96.8%
6. DMB제작 (T,R-DMB)	45	41	91.1%	45	42	93.3%	37	37	100.0%
7. 멀티미디어제작 (홈페이지,데이터방송)	6,243	5,785	92.7%	4,321	3,932	91.0%	4,402	4,275	97.1%
8. 연구개발(제작)	8,780	7,498	85.4%	7,676	7,195	93.7%	7,476	6,827	91.3%
9. 방송제작 공통	130,969	127,689	97.5%	119,118	114,283	95.9%	120,263	113,293	94.2%
10. 수시배정	55,874		0.0%	85,645		0.0%	1,601		0.0%
합계	666,080	595,818	89.5%	670,838	554,629	82.7%	639,164	616,034	96.4%

- 방송제작비는 TV제작비와 스포츠제작비가 각각 10.1% (340억)과 144 % (303억) 증가함.
- TV제작비 증가는 콘텐츠 강화를 위한 드라마 등 제작비 지출액 증가로 인함.
- 스포츠제작비는 2021년 도쿄올림픽 중계방송 제작비 지출액 증가로 인함.

[표 4-8] 방송제작비 지출추이와 비중 (단위 : 억원, %)

구 분		2021년	2020년	2019년	2018년	2017년
방송제작비	금액(A)	6,160	5,546	5,958	6,478	5,648
	증감액	614	-412	-520	+830	-474
	전년대비 증감률	+11.1	-6.9	-8.0	+14.7	-7.7
총비용	금액(B)	14,689	14,015	14,550	15,079	14,374
	방송제작비 비중(A/B)	41.9	39.6	40.9	43.0	39.3

- 방송제작비는 광고수익 및 컨텐츠 판매수익 증가로 재정여건이 개선되어 집행액이 증가함.
- 총비용에서 방송제작비가 차지하는 비율은 40% 정도로 비슷한 추이를 보이고 있음.

○ **수입 대비 방송제작비**

[표 4-9] 수입 대비 방송제작비 비율 추이 (단위 : 억 원)

구분	2019년		2020년		2021년	
	예산	실적	예산	실적	예산	실적
방송제작비(A)	6,661	5,958	6,708	5,546	6,392	6,160
총수입(B)	15,600	14,566	15,558	14,342	14,972	15,082
비율(A/B)	42.7%	40.9%	43.1%	38.7%	42.7%	40.8%
사업수입(C)	14,963	13,622	14,659	13,622	14,348	14,580
비율(A/C)	44.5%	43.7%	45.8%	40.7%	44.5%	42.2%

- 공사는 프로그램 경쟁력과 직접적으로 연관되어 있는 방송제작비를 우선적으로 편성 및 집행할 수 있도록 최선을 다하고 있음. 2021년 현재 총수입 대비 방송제작비 비율은 실적 기준 40.8%로 적년 대비 2.1% 증가함.
- 그러나, 수신료수입 및 광고수입에서 판매수수료(위탁징수비, 광고수수료) 및 법정지원금 등으로 수입의 일정비율을 공제하여 비용으로 집행하고 있으며, 그 외에 인건비, 감가상각비, 조세공과 등으로 발생하는 경직성비용이 상당부분을 차지하고 있어, 방송제작비 비중을 추가로 확대하는 데에는 어려움이 있음.
- 2021년의 경우 총수입 실적이 목표를 초과달성하였으며, 재정여건 개선을 바탕으로 콘

텐츠 경쟁력 강화를 위해 방송제작비 지출 규모를 확대하여 방송제작비 지출 비중이 증가하였으며, 향후 공사의 콘텐츠판매수입 및 광고수입이 확대될 수 있는 토대를 마련하고자 하였음.

○ **사업경비**

[표 4-10] 기타 사업경비 주요 내역

(단위 : 억 원)

구분	2021년			주요사업 설명
	연간예산 (A)	누계집행 (B)	집행률 (B/A)	
방송제작비	6,392	6,160	96.4%	편성, 보도, 스포츠, TV/R 제작, 지역방송 제작운영 등
시설운영비	1,212	1,189	98.1%	연주소, 송·중계소 등 시설 운영 및 유지 관리
시청자사업비	131	117	89.3%	국악관현악단, 시청자서비스, 문화사업 등
판매관리비	1,445	1,428	98.8%	기획, 인사, 총무 등 일반관리비용 EBS지원금 등 수신료 징수 관련 비용 광고수수료, 방송통신발전기금 등 광고 운영비
사업비용 계	9,180	8,894	96.9%	
인건비	5,162	5,238	101.5%	
감가상각비	500	519	103.8%	
사업외비용	128	270	210.9%	
법인세	-	-232		공사 고유목적사업준비금 관련 법인세 환급 등
비용 총계	14,970	14,689	98.1%	

- 인건비 집행액이 예산 초과한 것은 퇴직급여충당부채 설정액 증가로 인함

[표 4-11] 시설운영비 주요내역

(단위 : 억원, %)

구 분	2021년(A)	2020년(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)
위탁관리비	554	540	14	2.6
세금과공과	282	253	29	11.5
수선유지비	53	33	20	60.6
기타	300	297	3	1.0
계	1,189	1,123	66	5.9

[표 4-12] 시청자 사업비 2020년 주요내역 (단위 : 억원, %)

구 분	2021년(A)	2020년(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)
국악단운영	51	51	-	-
일반부대사업	66	63	3	4.8
계	117	114	3	2.6

[표 4-13] 판매관리비 주요내역 (단위 : 억원)

구 분		2021년 (A)	2020년 (B)	증감 (C=A-B)	비 고
수신료 징수비	위탁징수비	463	458	5	수신료수입×6.15% ('21년까지)
	EBS지원금	192	190	2	(수신료수입-위탁징수비)×3%
	기 타	68	62	6	
	소 계	723	710	13	
광고 운영비	광고수수료	426	365	61	방송광고수입×16%
	방송발전기금	68	59	9	방송광고수입×2.553%
	기 타	22	21	1	
	소 계	516	445	71	
일반관리비		189	155	34	
합계		1,428	1,310	118	

□ 프로그램평가결과와 광고수입의 관계

○ 멀티플랫폼전략국에서는 개인 인사고과(프로평가 반영 40%)와 부서평가(프로평가 반영 40%) 중 프로그램 성과평가를 매년 상·하반기 실시하고 있음,

○ 프로그램 성과평가의 구성

[표 4-14] 본사 TV 프로그램

채널	평가 항목	평가 비중	평가 형태	평가 주관
1TV	PSI	40%	정량평가	평가담당부서
	가구 시청점유율	20%		
	3059 시청점유율	20%		
	CPV	20%		

채널	평가 항목	평가 비중	평가 형태	평가 주관
2TV	PSI	10%		
	2049 시청점유율	35%		
	광고실적	35%		
	CPV	20%		

* CPV(Cost Per Viewer. 시청자수 1인당 제작비)
* 광고실적은 광고판매율(재원대비)과 초수율(시간대비)로 구성

[표 4-15] 본사 R 프로그램

채널	평가 항목	평가 비중	평가 형태	평가주관/평가자
공익채널 (1R,1FM)	점유청취율	30%	정량평가	평가담당부서
	점유청취율상승률	30%		
	CPM	30%		
	편성기여도	10%	정성평가	1라디오국장, 1FM부장
광고채널 (2R,2FM)	점유청취율	15%	정량평가	평가담당부서
	점유청취율상승률	15%		
	광고판매율	30%		
	CPM	30%		
	편성기여도	10%	정성평가	2라디오부장, 2FM부장

* CPM(Cost Per Min. 분당 제작비)

- 프로그램 성과평가에는 2TV의 경우 광고실적(판매율, 초수율)이 35% 반영되고, 2R, 2FM의 경우에는 광고판매율(30%)의 비율로 반영됨.
- 프로그램 성과평가는 인사고과 자료로 해당 항목에 대한 상대평가 및 평균 조정(80점)과 편차 조정 등으로 재조정되어 최종 점수를 피평가자에게만 열람 확인용으로만 공개됨.

□ 인건비

[표 4-16] 인건비 주요내역

구 분	2021년 결산(A)	전년 대비			예산 대비		
		2020년 결산(B)	증감 (C=A-B)	증감률 (C/B)	2021년 예산(D)	차이 (E=A-D)	집행률 (A/D)
임금, 복리비	4,613억	4,695억	-82억	-2%	4,690억	-77억	98%
퇴직급여	625억	462억	163억	35%	472억	153억	135%
계	5,238억	5,157억	81억	2%	5,162억	76억	102%

○ **적정 인건비 유지를 위한 주요 추진사항**

- 연차휴가 보상수당 제도 개선
  - 연차휴가 보상수당의 〈보수규정〉 상 산식을 변경하여 단가를 약 19% 삭감하기로 노사 간 합의함. 기존 "기본급×1.8/184×8" 이었던 산식을 "기본급×1.8/226×8"로 변경하기로 하였으며, 이는 연간 약 43억의 인건비를 2021년 회계연도 포함 향후 지속적으로 절감한 것임(직원에게 실지급되는 연차휴가 보상수당은 2023년 1월 1일부터 삭감하여 지급함).
  - 이에 따라, 인건비 절감을 위해 연차수당 산식을 /226시간으로 변경하도록 통보한 감사원의 2020년 정기감사 지적사항과 공사의 연차수당이 과다하다는 언론 기사 등 외부의 지적을 해소하였음. 또한, 연차수당 단가를 하향 조정하여 직원들이 연차휴가 사용에 대해 갖는 금전적 부담감을 완화하였으므로, 향후 연차휴가의 사용이나 사용 촉진이 원활해진 측면이 있음.
  - 연차수당 산식은 1980년 4월 16일 보수규정 상 연차수당 산식의 개정 이후 수 차례 하향 조정 시도 끝에 2021년 12월, 41년만에 개정된 것으로, 노사 공동의 노력으로 KBS의 경쟁력을 제고하여 공영방송의 역할과 사회적 책무를 다하기 위해 〈미래발전 노사공동위원회〉 등 노사협의체를 운영한 결과임.

□ 감가상각비

[표 4-17] 최근 3년간 감가상각비 현황

(단위 : 억원, %)

구 분	2019년	2020년	2021년
편성액	517	500	500
집행액	533	511	519
집행률	103.1%	102.2%	103.8%

- 직전 몇 년간 미래방송센터, UHD 시설구축 등 대형 정책사업에 대한 미집행 금액이 발생하여 2020년도 예산편성부터 관행적 정책사업 편성을 최소화하였고, 이러한 기조를 2021년까지 유지하여, 2021년 자본예산은 744억으로 전년 691억원 대비 53억 증가하여 약 7.7% 증가에 그침. 이에 감가상각비 예산을 전년과 동일한 500억을 편성하였음.
- 투자와 기타를 제외한 자본투자 사업 집행률이 62%까지 증가하면서 예년보다 자본예산 집행률이 크게 상승함에 따라, 총 519억 집행으로 예산대비 19억 초과 집행하였음.

□ 사업외비용

[표 4-18] 2021년 사업외비용 현황

(단위 : 억원)

구분	2021년			내 용
	연간예산 (A)	누계집행 (B)	집행률 (B/A)	
기부금	112	110.8	98.9%	교향악단 기부금 108억 불우이웃돕기 및 매칭그랜트 후원 등 2.8억
유형자산처분손실	5	4.5	90.0%	유형자산 매각시 부수되는 비용 인식 (유형자사과 관련된 비용으로 자산취득 당시 고려된 비용 예시)철거비용 등)
재고자산처분손실	1	1.1	110.0%	
지분법손실	5	92.2		웨이브 손실 등이 포함된 e-KBS 손실 90.7억, 몬스터유니온 1.5억 등 계열사 지분법 손실
잡손실	5	60.5		미래방송센터 설계용역 계약용역 손실처리 56억 등
차입이자 등		0.2		외환차손 및 단기차입금 이자비용 등
소 계	128	269.3	210.4%	

- 2021년 사업외비용 예산은 KBS교향악단 기부금 108억 원을 포함한 128억 원이 편성되었으며, 이는 그동안의 사업외비용 집행추이를 고려하여 편성된 금액임.
- 2021년 사업외비용 집행액은 269.3억 원으로 210.4%의 집행률을 기록하면서 예산 대비 초과 집행하였음. 사전 계획 수립 및 관리가 가능한 기부금, 유형자산처분손실 등은 편성 예산 범위 내에서 집행되었으나, 예산편성단계에서 예측하기 어려운 지분법손실 및 미래방송센터 사업 중단으로 인한 잡손실 인식으로 예상보다 집행액이 크게 발생함.
- 2018년 이후 사업 추진이 보류되었던 미래방송센터 신축과 관련, 2021년 중으로 최종 사업 중단 결정이 내려지면서 설계용역비 등 기투자금액을 일시에 손실 처리하였음.

다. 자산관리 운용 효율성

□ 조달계약 체결 내용

○ **2021년도 전체 구매계약 471건 중 수의계약 체결 건수는 115건으로 24.4%의 비중을 차지하고 있으며, 이는 전년도 22.7%보다 1.7%P 증가한 것임. 주요 요인은 코로나19로 인해 도쿄올림픽의 개최 결정이 시간적 여유없이 촉박하게 이뤄짐에 따라, 각종 방송장비 및 방음부스의 긴급 임차로 입찰에 부칠 여유가 없는 상황이 발생하였기 때문임.**

* 2021년도 수의계약 비중은 2019년도 25.7%보다 1.3%P 낮은 수치임.

[표 4-19] 2021년 조달계약 체결 내용 (단위 : 백만원, VAT포함)

구 분		건수			예산액	계약액	계약차이
		수의	입찰	소계			
내자	공사	11	77	88	12,896	10,343	2,553
	물품	42	177	219	19,938	17,118	2,820
	용역	26	48	74	40,149	35,605	4,544
내자합계		79	302	381	72,983	63,066	9,917
외자	방송장비	31	54	85	12,987	10,857	2,130
	부품	5	0	5	1,022	1,005	17
외자합계		36	54	90	14,009	11,862	2,147
총합계		115	356	471	86,992	74,928	12,064

[표 4-20] 2020년 조달계약 체결 내용

(단위 : 백만원, VAT포함)

구 분		건수			예산액	계약액	계약차이
		수의	입찰	소계			
내자	공사	12	61	73	10,167	8,172	1,995
	물품	42	195	237	14,833	13,055	1,778
	용역	23	55	78	29,085	26,088	2,997
내자합계		77	311	388	54,085	47,315	6,770
외자	방송장비	30	55	85	10,811	8,529	2,282
	부품	2	5	7	1,093	1,009	84
외자합계		32	60	92	11,904	9,538	2,366
총합계		109	371	480	65,989	56,853	9,136

[표 4-21] 2019년 조달계약 체결 내용

(단위 : 백만원, VAT포함)

구 분		건수			예산액	계약액	계약차이
		수의	입찰	소계			
내자	공사	12	64	76	12,258	9,849	2,409
	물품	41	122	163	14,881	12,859	2,022
	용역	18	53	71	40,828	36,214	4,614
내자합계		71	239	310	67,967	58,922	9,045
외자	방송장비	32	55	87	12,492	10,500	1,992
	부품	2	10	12	2,234	2,084	150
외자합계		34	65	99	14,726	12,584	2,142
총합계		105	304	409	82,693	71,506	11,187

[표 4-22] 최근 3개년 수의계약 비율(건수 기준)

해당연도	2021년	2020년	2019년	비고
수의계약 비율	24.4%	22.7%	25.7%	2021년 수의계약 비율은 전년대비 1.7%P 증가했으나, 2019년 25.7% 보다는 1.3%P 낮은 수치임.

□ **자산현황 및 평가와 관리의 적절성**

○ **자산 취득에서 처분에 이르기까지 자산관리의 효율성 및 적절성**

- 공사는 자산 취득 시 「위임규정」에 따라 내부결재, 일상감사 등 내부통제 과정을 거쳐 취득하고 있음.
- 방송장비 또는 기타 물품 등의 구매계약 절차는 공사「회계규정」 및「계약업무지침」을 따르고 필요시「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률」을 준용하여 공정하고 투명하게 이루어지고 있으며, 이와 같이 구매·취득된 공사의 자산은 준공내역서, 구매내역서 등의 취득 관련 자료를 바탕으로 ERP 시스템에 전산 등재하고 있음.
- 자본예산 집행 후 정산과정을 거쳐 자산 가액이 확정되면 과목별로 자산번호 부여와 더불어 모델 및 규격, 일련번호, 제조사, 설치장소, 자산 가액, 관리부서 등이 ERP에 추가정보로 입력되며 방송장비의 경우에는 장비번호를 별도로 부여하여 장비에 대한 이력관리를 실시하고 있음.
- 별도의 자산관리 담당자가 지정·운영되고 있어 자산에 대한 재물조사, 관리전환, 불용 등 자산관리에 대한 제반 업무를 수행하고 있음.
- 공사는 정기 및 수시 재물조사를 통해 자산 운용상황을 점검하여 관리전환 등 필요한 조치를 취하고 있으며, 필요한 경우 언제 어디서든 정확한 자산관리가 이루어질 수 있도록 모바일 KBS 앱을 활용한 자산검색시스템을 운영하고 있음.
- 자산 처분 역시 공사「위임규정」에 따라 내부결재, 일상감사 등 내부통제 과정을 거쳐 처분하고 있음.
- 노후 또는 수리한계, 용도소멸, 내용연수 경과 등의 사유로 각 부서에서 불용 요청한 자산은 우리 공사 전 부서를 대상으로 소요조회를 실시한 후 더 이상 용도가 없는 자산에 한하여 불용심의위원회(공사「자산관리지침」에 따라 위원장(관재업무 부서장) 1인과 위원(관련 부서장 및 특정업무 담당) 5인 이상으로 구성)에서 심도 있는 심의를 거쳐 최종 불용결정을 하고 있는데, 불용심의를 강화하여 불용 요청 자산에 대하여 필요 부서가 있는 경우 해당부서로 자산을 이관하고, 매각자산이라도 기존 자산의 활용도를 높일 수 있는 경우 자산을 해체하여 부품을 적극적으로 활용하고 있음.
- 불용심의위원회의 불용결정은 물품의 특성에 따라 '매각', '해체활용', '폐기' 등으로 나누고, 매각자산은 공사「계약업무지침」에 따라 매각, 그 외 자산은 심의 결과에 따라 처리하고 있음.

- 한편, 토지, 건물 등 기본자산의 경우, 공사 「이사회 운영규정」과 「경영회의 규정」에 따라 취득과 처분 시 경영회의(5억원 이하) 의결과 필요시(5억원 초과) 이사회 의결을 통하여 취득·처분에 대한 의사결정이 이루어지고 있음. 또한,「방송법」제60조에 따라 공사가 부동산을 취득·처분하거나 취득 당시의 목적을 변경할 경우 지체 없이 방송통신위원회에 보고하고 있음.
- 취득의 경우 의사결정된 내용을 토대로 소유주와 협의 매입을 추진하고, 처분의 경우 원칙적으로 공개 경쟁입찰을 통해 매각을 진행함. 다만, 국가, 지자체 등에서 시행하는 공익사업에 편입되는 기본자산과 일정금액 이하(1억원 이하)의 기본자산에 대해서는 효율적 의사결정을 위해 공사「경영회의 규정」에 따라 경영회의, 이사회 의결을 생략하고 내부의사결정 절차에 따라 추진함으로써 신속하고 효율적인 자산관리가 이루어지도록 하고 있음.

[표 4-23] 자산 현황

(단위: 원)

과 목	장부가액
토 지	155,851,880,452
건 물	274,439,380,407
구 축 물	16,432,108,081
기계 장치	63,644,341,251
차량운반구	528,999,420
공구와기구	3,171,492,974
비 품	1,597,960,198
항 공 기	1,000
건설중인자산	8,835,782,428
합 계	524,501,946,211

[표 4-24] 최근 3년간 취득, 처분한 기본자산 현황

(단위: 백만원)

구 분		2019년	2020년	2021년
취득실적	취득가액	12	728	-
처분실적	처분가액	65,227	49,881	3,716
	처분이익	63,215	48,244	3,567

□ **지적재산권 현황 (2021년말 기준)**

○ **특허 : 국내 특허 70건, 해외 특허 19건 총 89건의 등록특허 보유**

○ **상표 : 국내 상표 204건, 해외 상표 125건 총 329건의 등록상표 보유**

○ **평가와 관리의 적절성**

- 특허는 매년 관련부서(미디어기술연구소 등 3개 부서)와 심사절차를 통해, 현재 사용중이거나 장래 사용가치가 있는 특허는 연차료를 납부하여 특허권을 유지하고 있음. 2021년 총 74건의 특허권 연차료를 납부함
- 상표는 갱신기간(10년 단위)이 도래하는 건에 대하여, 관련부서와 협의를 통해 현재 부대사업 사용여부 및 공사브랜드 보호의 필요성을 참조하여 2021년 총 28건의 상표권을 갱신 등록함.

라. 계열사 관리 및 성과의 적절성과 경영 효율성

□ **계열사 현황 및 성과**

○ **계열사 현황**

- KBS는 9개의 주요 계열사를 운영하고 있으며 콘텐츠 계열사와 위탁 계열사로 구분할 수 있음. 콘텐츠 계열사에는 KBS미디어, KBS N, KBS America, KBS Japan, 몬스터유니온 등 5개사가 속하며 콘텐츠의 제작과 유통을 담당함. 위탁 계열사 KBS비즈니스, KBS아트비전, KBS미디어텍, KBS시큐리티 등 4개사는 시설관리 또는 전문분야 인적용역을 제공함.

[표 4-25] 주요 계열사 현황

(2021.12.31. 기준)

계열사명		대표자	설립일	자본금	공사 지분	인원 (임직원)	2021년 실적(억원)	
							매출액	당기손익
자회사	KBS비즈니스	차청문	1989.4.1	9억	100%	322	566.0	27.2
	KBS미디어	문보현	1991.9.1	37억	86.2%	289	2,629.9	51.5
	KBS아트비전	윤창범	1991.10.1	5.2억	100%	166	768.4	5.4
	KBS시큐리티	오상섭	2011.3.1	15억	100%	220	477.0	9.0
	e - KBS	유해남	2000.12.27	291.6억	100%	2	30.7	△87.8

계열사명		대표자	설립일	자본금	공사 지분	인원 (임직원)	2021년 실적(억원)	
							매출액	당기손익
손회사	KBS N	박중민	2001.3.8	164억	e-KBS 74.6%	180	1,526.4	30.0
	KBS미디어텍	김건우	2009.9.1	8억	e-KBS 100%	54	43.3	1.0
	KBS AMERICA	곽우신	2004.7.15	270만$	미디어 100%	22	73.1	△3.1
	KBS JAPAN	김정균	2005.10.19	215백만 ¥	미디어 100%	18	175.4	1.9
	몬스터유니온	황의경	2016.6.9	10억	25%	18	435.0	△6.2
	KGCS	정연수	2008.4.7	100억	40%	1	0	5.4

※ 2021.12.31 하나은행 매매기준율 1$ = 1,190.50원, 100¥ = 1,034.00원

- 계열사 업무영역 및 수지현황

[KBS 비즈니스]

- 주요사업 : 시설관리사업(건물·시설물 관리, 방송시설관리), 스포츠교육사업(스포츠월드, 스포츠아카데미), 기술사업 (수신기술, 전기·정보통신 공사), 문화사업(지역홀 대관사업 및 기획사업), 방송차량운전업

[표 4-26] KBS비즈니스 최근 3년간 수지현황

(단위 : 백만원)

구분	2019년	2020년	2021년
매출액	60,861	54,442	56,596
영업이익	420	△1,603	1,173
당기순이익	692	△1,138	2,719

[KBS 미디어]

• 주요사업 : KBS 콘텐츠 국내외 유통 및 판권관리, 국내외 영상 및 음반, 음향관련 저작물의 제작 구입 판매, 인터넷 기반 미디어산업, 전자상거래, 교육사업, 문화사업 기획 및 기타 부대사업

[표 4-27] KBS미디어 최근 3년간 수지현황 (단위 : 백만원)

구분	2019년	2020년	2021년
매출액	236,036	228,600	262,987
영업이익	2,005	1,479	5,515
당기순이익	1,166	951	5,146

[KBS 아트비전]

• 주요사업 : 디자인, 의상, 소품 등 TV프로그램 무대미술 제작, 오픈세트장 등 미술부대사업, 전시·이벤트 등 문화사업

[표 4-28] KBS 아트비전 최근 3년간 수지현황 (단위 : 백만원)

구분	2019년	2020년	2021년
매출액	75,755	61,533	76,839
영업이익	90	213	1,058
당기순이익	674	391	539

[KBS 시큐리티]

• 주요사업 : 공사 주요시설 및 외부시설 경비, 신변 보호·행사 등 질서 유지·경비원 교육 사업 등

[표 4-29] KBS 시큐리티 최근 3년간 수지현황 (단위 : 백만원)

구분	2019년	2020년	2021년
매출액	31,814	32,139	47,703
영업이익	87	242	1,050
당기순이익	175	357	898

[e-KBS]

• 주요사업 : 뉴미디어 및 정보통신, 방송제작 관련 사업에의 투자 및 출자

[표 4-30] e-KBS 최근 3년간 수지현황 (단위 : 백만원)

구분	2019년	2020년	2021년
영업수익	1,253	4,802	3,066
영업이익	△3,904	△2,652	△10,021
당기순이익	△3,345	△2,542	△8,778

[KBS N]

• 주요사업 : 채널사업 (Drama, Joy, Prime, Sports, Kids, W), 각종 공연·이벤트사업 및 기타 부대사업

[표 4-31] KBS N 최근 3년간 수지현황 (단위 : 백만원)

구분	2019년	2020년	2021년
매출액	153,423	136,432	152,637
영업이익	2,495	1,350	4,353
당기순이익	684	5,708	2,998

[KBS 미디어텍]

• 주요사업 : KBS방송제작 지원(CG, Sound Design 등) 및 직무능력을 활용한 외주수주사업

[표 4-32] KBS미디어텍 최근 3년간 수지현황 (단위 : 백만원)

구분	2019년	2020년	2021년
매출액	13,561	4,114	4,332
영업이익	221	4	59
당기순이익	301	190	105

[KBS AMERICA]

• 주요사업 : KBS WORLD 미주지역 채널사업(위성, 케이블, IPTV), LA지역 지상파 채널사업(KXLA)

[표 4-33] KBS AMERICA 최근 3년간 수지현황 (단위 : 만USD)

구분	2019년	2020년	2021년
매출액	722.7	628.1	614.3
영업이익	△44.4	△28.0	△65.9
당기순이익	△29.1	△10.8	△25.9

[KBS JAPAN]

• 업무영역 : KBS WORLD 일본지역 채널사업 및 기타 부대사업

[표 4-34] KBS JAPAN 최근 3년간 수지현황 (단위 : 백만JPY)

구분	2019년	2020년	2021년
매출액	1,595.3	1,619.0	1,696.7
영업이익	△51.9	11.0	31.2
당기순이익	△37.3	6.5	18.7

[몬스터유니온]

• 주요사업 : 방송프로그램 제작 및 배급, 수입 사업

[표 4-35] 몬스터유니온 최근 3년간 수지현황 (단위 : 백만원)

구분	2019년	2020년	2021년
매출액	26,035	37,173	43,495
영업이익	402	△1,153	△374
당기순이익	1,043	△831	△620

[KGCS 문화산업전문회사]

• **주요사업 : 글로벌 경쟁력을 지닌 킬러 콘텐츠 생산 및 투자**

[표 4-36] KGCS 문화산업전문회사 최근 3년간 수지현황 (단위 : 백만원)

구분	2019년	2020년	2021년
매출액	-	-	-
영업이익	△13	△11	△12
당기순이익	890	238	543

○ **계열사 경영실적**

- 코로나19 장기화로 인한 경영상 어려움에도 불구하고 각 계열사는 매출다각화, 자구노력을 통해 전반적으로 전년대비 경영실적을 개선함.
- 콘텐츠계열사의 경우, KBS미디어는 해외사업 및 플랫폼 미디어사업 확대, KBSN은 자체 콘텐츠 제작을 통한 광고수익 증대 영향으로 전년대비 매출과 영업이익이 증가했고, 몬스터유니온은 드라마 제작 편수 증가로 매출이 증가해 전년대비 영업 손실을 축소함. KBS AMERICA는 위성, 케이블 전통매체를 통한 광고수요 감소 영향으로 매출이 감소하고 영업 손실이 증가했으며, KBS JAPAN은 스카파 110도 위성 가입 세대의 꾸준한 증가에 힘입어 매출, 영업이익이 증가함.
- 위탁계열사의 경우, 코로나19 영향으로 외부사업 확대가 어려운 상황에서도 KBS비즈니스는 기술공사 사업 등을 포함해 전반적인 매출 증가로 전년 영업손실에서 영업이익으로 흑자 전환했고, KBS아트비전은 넷플릭스 드라마 미술사업 수주 등 외부사업을 확대해 전년대비 영업이익이 증가함. KBS미디어텍은 초과 위탁 사업 매출 증가로 매출, 영업이익 모두 증가했으며, KBS시큐리티는 한국석유공사 대규모 외부경비용역 사업 수주에 성공해 전년대비 매출, 영업이익 모두 크게 증가함.

□ **계열사 경영 효율화 및 콘텐츠 경쟁력 강화를 위한 노력과 성과**

○ **KBS는 계열사들이 책임경영을 할 수 있도록 매년 계열사와 주요 경영지표 및 핵심 사업과제 항목에 대한 목표를 설정해 경영계약을 체결하고, 실적에 대해 경영평가를 실시해 임직원들의 성과급에 반영하는 경영계약, 경영평가 제도를 운영하고 있음.**

- 2021년 계열사 경영계약은 상반기에 조기 체결해 계열사와 경영목표를 일찍 공유하고

계열사 임직원들이 경영목표 달성에 집중할 수 있도록 했음.

- 코로나19로 악화된 경영실적을 개선하기 위한 자구노력의 일환으로 경영계약에 혁신 개선 과제를 부여함. 직원 퇴직 시기를 분기별에서 월별로 변경하고, 자녀 학자금 지급 기준을 변경하고 연차후불제를 도입하는 등 계열사 임금 및 복리후생 제도를 합리적으로 개선할 수 있도록 함.
- 〈2020년 콘텐츠 계열사 경영진단〉 실행계획을 이행하여, KBS미디어는 콘텐츠 제작 투자를 위한 부서(혁신성장부 기획투자팀)를 신설하고, 우수 작가와 계약을 체결하고, 해외 포맷 사업을 개척함. KBS N은 자체 제작 콘텐츠 개발 및 유통에 집중해 광고 매출과 콘텐츠 판매 수익을 개선하였으며, 몬스터유니온은 기획·제작 역량 강화를 위해 조직을 개편, 드라마 기획 PD 인력을 보강하고 콘텐츠총괄이사직(KBS 드라마센터 CP 겸직)을 신설해 드라마센터와의 교류를 강화하였음.
- 장기적인 KBS드라마 경쟁력 강화를 위해「KBS드라마 경쟁력 강화 TF」를 통해 KBS드라마 발전 전략을 수립하였고, 드라마센터와 몬스터유니온의 역할 정립, 몬스터유니온 증자를 통한 드라마 투자 계획 등 KBS드라마 경쟁력 강화 방안을 준비하였음.
- 〈2019년 비상경영계획〉, 〈2020년 위탁계열사 경영진단〉과 관련해, KBS비즈니스는 시설위탁 근무 형태를 3조 2교대로 개선하고 방송차량서비스 부문별 적정인력을 재산정하여 향후 점진적 인력 감축을 통해 위탁비 절감을 추진하고 있음. KBS시큐리티는 2020년 창원총국 외부도급 전환을 시작으로 점진적 지역국 외부도급 전환을 계획 중으로 보다 효율적인 인력운영을 통해 위탁비를 절감하고자 함.

마. 재정 건전화 정책 및 방안의 적절성

□ 현금 흐름 분석

[표 4-37] 최근 3년간 현금 흐름

(단위 : 억원)

구분	2021년	2020년	2019년
Ⅰ. 사업활동으로 인한 현금흐름	1,585	727	(1,675)
당기순이익(손실)	393	327	16
퇴직급여	647	462	492
감가상각비	519	511	533
매출채권감소(증가)	579	369	(1,178)

구분	2021년	2020년	2019년
퇴직금지급	(445)	(603)	(788)
기타	(109)	(338)	(751)
Ⅱ. 투자활동으로 인한 현금흐름	(1,202)	334	640
기계장치 취득	(305)	(86)	(318)
기타유형자산 취득	(206)	(316)	(131)
부동산 처분	37	548	450
기타유형자산 처분	4	3	7
단기투자자산 감소(증가)	(900)	0	600
기타	(1,632)	185	31
Ⅲ. 재무활동으로 인한 현금흐름	0	(588)	586
차입금 증가	0		586
차입금 상환	0	(586)	0
배당금 지급	0	(1)	0
Ⅳ. 현금의 증가(감소) (Ⅰ+Ⅱ+Ⅲ)	383	474	(449)

- 광고수입 등 매출증가와 매출채권회수액 증가로 인한 사업활동 현금흐름이 크게 개선되었음
- 최근 3개 사업연도의 퇴직금 지급액은 정년퇴직자의 증가로 400억원 이상으로 상당한 자금 부담이 되고 있음. 당기말 현재 퇴직금추계액이 4,036억원 중 1.1%만 외부적립하고 있어 안정적인 재원마련이 요구됨
- 사업활동의 현금유입에 따라 300억원은 유형자산 투자하고 잉여 현금 900억원은 단기투자자산에 투자함.
- 2021년은 사업활동에서 현금창출하여 투자활동에 사용하는 선순환의 현금흐름을 보여주고 있음.

□ 자본예산 사업타당성 종합평가지표

○ **자본예산은 사업타당성 평가기준에 근거한 편성절차에 따라 편성됨.**

- 사업요구부서 : 사업타당성 평가기준을 감안하여 사업계획서 ERP입력
- 1차 검토 : 사업총괄부서에서 사업타당성 평가기준에 따라 총괄사업 취합, 검토, 조정

- 2차 검토 : 전략기획실(예산부, 매체전략부), 지역정책실에서 사업총괄부서 평가결과 세부분석 및 최종 사업예산 배정

[표 4-38] 사업타당성평가기준 1

사업유형	계량적 평가[5]	비계량적 평가		
	경제성분석	시장성분석	기술적분석	전략적분석
	NPV / TCO			
수익사업	20% (NPV)	80%	-	-
	20% (TCO)	-	80%	-
일반사업	20% (최하점고정반영)	-	80%	
정책필수	-	-	-	100%

[표 4-39] 사업타당성평가기준 2

평가항목	평가지표	평가점수				
		최상	상	중	하	최하
경제성분석	1-1. NPV 산출 : 투자를 통한 수익성 분석	200	180	160	140	120
	1-2. TCO 산출 : 기존 대비 비용절감 효과 분석					
시장성분석	2-1. 매체 점유율 확대에 기여하는 정도 수익창출 기여도 (광고/콘텐츠판매/수신료 등) 신규시장/ 인접산업 개척 가능성 (성장 가능성)	500	450	400	350	300
	2-2. 사업추진의 시급성, 시기적 적정성	100	90	80	70	60
	2-3. 사업범위, 사업규모의 적정성	100	90	80	70	60
	2-4. 중장기 경영전략, 경영혁신 연계성	100	90	80	70	60
기술적분석	3-1. 방송사고 방지를 위한 안정화 기여도 노후개선, 주기성교체, 안전관리, 근무환경개선 여부 (사업분류 선택 후 평가, 기타사업은 중 이하로 조정예정)	300	270	240	210	180
	3-2. 디지털 워크플로우 개선을 통한 생산성, 품질향상 여부 신기술도입, 기술 표준화, 자체개발 등 발전성 평가 (사업분류 선택 후 평가, 기타사업은 중 이하로 조정예정)	200	180	160	140	120
	3-3. 사업추진의 시급성, 시기적 적정성	100	90	80	70	60
	3-4. 사업범위, 사업규모의 적정성	100	90	80	70	60
	3-5. 중장기 경영전략, 경영혁신 연계성	100	90	80	70	60

5) 계량적 평가 : 투자 효과에 대한 계량적 수치(값) 산출이 가능한 사업을 대상으로, 제출된 분석 근거자료(비용, 수익 등)의 타당성을 평가하여 우선 가점 부여.

평가항목	평가지표	평가점수				
		최상	상	중	하	최하
전략적분석	4-1. 공사 중장기 경영전략, 경영혁신 직접과제 방송정책 (UHD, 주파수 등) 연동성 여부 외부지원금(국고, 손실보상 등) 사업 기타 정책적 필수사업	700	630	560	490	420
	4-2. 사업의 타당성 및 사업규모의 적정성	300	270	240	210	180

□ 자본예산 집행

[표 4-40] 2021년 자본예산 집행현황

(단위 : 백만 원)

구 분	예산액	집행액	집행율	집행내용	
				사업내용	금액
1. 방송시설 구축 고도화	34,791	25,892	74.4%	제작송출시설 보강	16,885
				차세대 방송시설 구축	5,914
				송신시설 보강 및 송중계기 교체	2,510
				난시청해소 및 송중계소 자동화	583
3. 연구개발 및 정보화	13,858	8,415	49.3%	연구개발	660
				OA보강/종합정보/정보화	6,130
				뉴미디어 시스템	1,625
4. 방송제작장비 보강	10,564	5,203	60.7%	제작기능 강화	1,665
				취재기능 강화	140
				중계기능 강화	371
				영상품질 향상	1,488
				음향품질 향상	1,027
				측정장비 보강	154
				기타장비 보강	176
				제작지원 일반장비	182
5. 일반시설 보강	14,586	6,247	42.8%	건물 및 부대설비	11,371
				공기구/복지후생/차량보강	514
				신사옥 건물 및 부대설비	-5,638

구 분	예산액	집행액	집행율	집행내용	
				사업내용	금액
6. 투자와 기타*	600	-2,858	-476.3%	보증금	120
				장기대여금	-2,978
합계	74,399	42,899	57.7%		

※ 직원 전세금, 자녀학자금 등 상환액이 대여액을 초과할 경우 (-) 표시

[표 4-41] 중장기투자사업 예상(연차투자계획) 및 재원조달 계획 (단위 : 억 원)

구 분	2022년 예산(안)	향후 소요재원				누계
		2023년	2024년	2025년	2026년	
◇ 방송시설 구축/고도화	569	461	229	162	198	1,619
◇ 지역국 청사 신(증)축	10	0	0	0	0	10
◇ 연구개발,정보화, 뉴미디어	118	161	130	282	116	807
◇ 방송제작장비 보강	94	93	93	103	103	486
◇ 일반시설 보강	155	75	74	73	73	450
◇ 투자와 기타	1	1	1	1	1	5
계	947	791	527	621	491	3,377

□ 중장기 투자 계획 및 재원조달

○ 사업손익 개선 노력 강화

- 선택과 집중을 반영한 효율적 재원배분 노력
  - 대형 유휴 부동산의 매각이 완료됨에 따라, 향후 유형자산 매각이익이 크게 감소할 것으로 전망되고 있음. 이에 공적책무 수행을 위한 소요재원으로서 수입목표를 달성 가능한 최대 수준으로 편성하고 콘텐츠 경쟁력 제고 등 핵심사업에 대한 투자를 하고자 노력함.

- 재무위험관리시스템 운영 및 수지개선 노력
  - 경영환경의 불확실성 증가로 재무 상황에 대한 상시 모니터링을 실시하여 시나리오별 긴축 등 자구노력 대책으로 경영수지 악화에 효과적으로 대처하며 경영수지 개선을 해나갈 계획임.
  - 안정적 재원구조 확립을 통해 콘텐츠 경쟁력 강화 및 공적책무 수행을 위한 재원 및 인프라 투자비용으로 투입할 계획임.

□ 차입금 현황

[표 4-42] 최근 연도별 차입금 현황 (단위 : 억원)

구 분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
평균차입금	-	-	139	353	1
연말차입금	-	-	586	0	0
평균차입금리	-	-	1.97%	1.60%	1.22%

○ 여유자금을 활용한 이자수입 확보

- 일일 자금시재 최소 규모 유지
- 2021년의 경우 MMT 운용 등을 통하여 총 10.2억원 이자수입 확보

[표 4-43] 잉여자금 운용 현황 (단위 : 백만원)

연도	상품유형	이자율 (평균)	예치금액		이자수익 (연간)	금융기관
			평균	연말		
2017	MMT	1.18%	69,058	117,016	814	신한은행
2018	MMT	1.44%	92,179	44,115	1,324	신한은행
	정기예금	1.94%	7,205	30,000	140	수협은행
	금전신탁	2.73%	3,863	30,000	105	신한은행 신한금융투자
2019	MMT	1.65%	15,850	0	261	신한은행
	정기예금	2.13%	10,383	0	221	수협은행
	금전신탁	2.82%	11,356	0	320	신한은행 신한금융투자
2020	MMT	0.36%	7,816	45,347	28	신한은행
2021	MMT	0.55%	65,321	84,759	362	신한은행
	정기예금	1.30%	21,671	70,000	282	수협은행 신한은행
	금전신탁	1.31%	28,658	20,000	374	신한은행

2. 수입재원 구조

□ 매출 수입의 주요 구성과 추이

[표 4-44] 주요 수입액 구성비의 연도별 추이 (단위 : 억원, %)

과목 \ 연도	2021년		2020년		2019년		2018년	
	금액	구성비	금액	구성비	금액	구성비	금액	구성비
1. 매출액	14,580	96.6	13,622	95.0	13,621	93.5	14,352	97.2
수신료수입	6,863	45.5	6,790	47.3	6,705	46.0	6,595	44.7
방송광고수입	2,705	17.9	2,319	16.2	2,548	17.5	3,328	22.5
전파료수입	3	-	28	0.2	0.3	-	14	0.1
국고금수입	134	0.9	132	0.9	146	1.0	131	0.9
기타방송사업수입	4,765	31.6	4,253	29.7	4,057	27.9	4,131	28.0
시청자사업수입	110	0.7	100	0.7	165	1.1	153	1.0
2. 사업외수입	502	3.4	720	5.0	945	6.5	406	2.8
합계	15,082	100.0	14,342	100.0	14,566	100.0	14,758	100.0

□ 수신료

[표 4-45] 2021년 수신료 수입실적 (단위 : 억원)

2021년 실적				2020년 실적 대비		
목표 (A)	실적 (B)	증감 (B-A)	증감률 (B/A)	실적 (C)	증감 (B-C)	증감률 (B/C)
6,900	6,863	△37	99.5%	6,790	73	101.1%

○ **수신료 수입 증대를 위한 주요사업 추진실적**

- 상반기 집중 발굴 실시
  - 추진목적 : 상반기 조기 자원발굴을 통한 연간 수입목표 달성기반 조성
  - 추진기간 : 2020.12.1 ~ 2021.4.30. (5개월)
  - 실시대상 : 공사 전국 사업지사 및 한전 검침원
  - 추진방법 : 상반기 발굴실적에 비례한 인센티브 지급, 민원 포상 신설

- 코로나-19 극복을 위한 비대면 발굴활동 확대
  - 추진목적 : 코로나-19로 인한 현장 발굴활동이 위축됨에 따라 이를 극복하고 수신료 수입기반을 강화하기 위한 새로운 발굴기법 도입
  - 실시내용 : 공공정보와 인터넷 공개정보(숙박시설 등에 대한 각종 인허가 정보, 조달정보, 영업 홍보자료 등)를 활용한 핀셋 발굴 실시, 보건복지부에서 제공하는 면제자 변동정보의 적극 활용, 관리사무소 협력을 통한 공동주택(아파트) 수상기 등록관리 강화
- 실적 증대를 위한 개인별 성과보상 강화
  - 추진목적 : 수시 성과보상을 통한 자원 발굴 확대
  - 실시내용 : 하반기 개인별 실적평가를 3회(6~7월, 8~9월, 10~11월)로 세분화 실시 및 포상
- 수신료 종사자의 직무역량 강화
  - 사업지사 지도점검을 통한 1:1 방식의 현장교육 실시
    호남권(11.4~5), 영남권(11.11~12), 강원권(11.17), 충청권(11.18), 총 30명 참석
  - 민원업무 담당자를 대상으로 한 감정노동자 힐링 프로그램 실시
    외부 전문기관에서 1:1 심리상담 진행, 5.11 ~ 6.18, 총 23명 참석
- 수신료 정보 3.0 시스템 업무기능 개선
  - 행복e음 수신료 면제신청 민원 일괄 처리 시스템 개발
    사업지사의 업무 부담 경감을 위한 시스템 일괄 처리 (연간 68,858건)
  - 한전 차세대 시스템 구축에 따른 대전, 전주, 광주, 대구 등 12개 사업지사 발굴·민원 처리 결과 실시간 반영
  - 수신료 등록, 수입 등 데이터 조회 기능 (48종), 사용자 업무처리 화면 기능 (21종) 개선·개발
    사업지사의 데이터 처리 절차 간소화 및 업무처리 환경 효율성 제고
- 수신료 콜센터 기능 강화를 통한 시청자 민원 서비스 개선
  - 콜센터는 1차 민원, 사업지사는 2차 민원 중심으로 역할 재설정을 통해 전반적인 민원 대응 프로세스 개선 및 서비스 품질 제고 : 기존 사업지사로 접수되던 1차 민원을 콜센터로 이관 등
  - 민원 서비스 개선을 위한 자체 매뉴얼 업데이트 및 배포

○ **향후 업무추진 계획**

- 수신료 수입목표 달성을 위한 발굴역량 집중
  - 연말 연초 전국 사업지사 역량을 총동원한 집중 발굴 실시
  - 현장 업무인력 보강 및 수신료 전문가 육성
- 코로나-19 상황에 대응한 비대면 기획 발굴 확대
  - 사회보장정보원의 수신료 면제자 정보 활용 확대
  - 인터넷 지도와 공공데이터를 활용한 기획 발굴 확대
  - 수신료정보시스템을 통한 수상기 발굴대상 정보 추출, 활용 강화
- 전사적인 한전 협력활동 강화
  - 한전 검침원을 활용한 발굴실적 증대방안 추진
  - 지역(총)국 등을 중심으로 한전과의 업무협력 확대

□ 콘텐츠사업 수입

○ **프로그램 판매 등 기타 매출 수입과 증대를 위한 노력**

- 2021년 콘텐츠사업수입 3,777억원 달성
  - 2020년도 3,326억원 대비 451억원(13.6%) 증가

[표 4-46] 최근 3년 콘텐츠사업수입 실적 (단위 : 억원)

사업연도	2021	2020	2019
콘텐츠사업수입	3,776.7	3,325.7	3,148.0

- 전략적 콘텐츠 유통 추진
  - wavve, Netflix, 쿠팡플레이 등 OTT를 통한 콘텐츠 유통 확대
  - 온라인, 모바일 분야 유통수익 제고 (유튜브 등 클립 vod 유통 확대)
  - 해외 포맷(리메이크) 사업 적극 확대

□ 광고수입

[표 4-47] 방송 광고시장 매체별 현황 (단위 : 억원)

구분	2021년	2020년	2019년	2018년	2017년
KBS	2,705	2,319	2,548	3,328	3,666
MBC	3,972	3,368	3,491	4,055	4,481
SBS	3,536	2,768	3,136	3,590	3,729
지상파 3사 계	10,213	8,455	9,175	10,973	11,876
케이블PP	22,133	18,917	20,021	19,901	18,537

※ 지상파 / 2017~2020년 방송사업자재산상황공표집(방통위 발간),
2021년 코바코, SBS M&C
케이블PP / 2021 방송통신광고비 조사보고서(과기부,코바코발간)

- 방송광고시장 반등
  - 2021년 지상파 3사 광고는 전년 대비 21% 수준 상승하며 약 10년 만에 반등함. 이는 2020년 코로나19 여파로 인한 기저효과와 더불어 지상파 중간광고 도입(2021년 7월), 도쿄올림픽 실시, 인기 콘텐츠 증가에 따른 영향으로 분석됨.
  - PP의 경우 지상파보다는 다소 낮은 약 17% 성장세를 보였음. 성장을 거듭해온 종편 외에도 CJ와 지상파3사 MPP 모두 성장세를 보였는데, 특히 콘텐츠 강세를 보였던 TV조선, SBS의 PP사, CJ의 성장세가 높았음.
- KBS 광고수입
  - KBS는 주말 드라마·예능, 심수봉·임영웅쇼 등 대형 특집, 도쿄올림픽, 통합마케팅 활성화로 광고수입 확대에 노력하여, 전년 대비 약 17%의 매출 성장을 달성하였음. 다만, 경쟁사 드라마의 연이은 성공에 따른 광고비 쏠림 영향 등으로 지상파 시장 내 점유율은 소폭 감소하였음.
  - 광고수입 : 총 2,705억 (상반기 1,291억, 하반기 1,414억)
  - 지상파광고 점유율 : 22.5% (상반기 23.0%, 하반기 22.1%)

○ 광고수입 확대를 위한 노력

- 통합마케팅솔루션 고도화
  - 콘텐츠솔루션 전담팀 안착을 통해 제작진과의 원활한 협의 프로세스를 구축하여, 전 매체와 솔루션을 아우른 KBS식 통합마케팅 체계를 고도화하였음. 그 결과 간접·가상 광고는 전년 대비 21% 상승, 디지털 광고는 4억 상승함. 또한 라디오 제작진과의 협

의 체제를 구축하고 협찬·광고 통합상품을 마련하여 라디오 통합제안 시스템을 강화하였음. 그 결과 라디오 광고는 전년 대비 14% 상승을 달성했음.

① 2021년 간접/가상광고 실적 : 191억 (2020년 : 158억)

② 2021년 디지털광고 실적 : 14억 (2020년 : 10억)

③ 2021년 라디오광고 실적 : 110억 (2020년 : 97억)

- 마케팅 사원별 전담 관리 및 체계적 마케팅 실시
  - 마케팅 사원별 전담 마케팅 관리에 따른 밀착 마케팅 활동 및 각 광고주별 맞춤형 통합마케팅 제안을 강화하였음. 코바코와 협력하여, KBS 미집행 및 저조 광고주를 발굴하여 신규 광고주 유치에도 노력을 기울임.
  - 체계적인 개인별 실적 점검을 통해 광고 마케팅 역량을 향상시키고, 소규모 간담회 및 마케팅 행사를 실시하여 코로나19로 인한 대규모 행사 미실시에 따른 어려움을 극복하였음.
- 광고주·광고회사 대상 온라인 프로모션 강화
  - KBS 광고 공식 카카오톡 채널 'KBS AD' 활성화를 통해 코로나 영향에 대응함. 2021 연간설명회, 도쿄올림픽 설명회 등 대규모 온라인 설명회를 실시하였고, 신규 프로그램 소개 및 판매안, 프로그램 홍보 콘텐츠 등을 수시로 제작 배포하여 비대면 시대에도 시의성 있는 마케팅 정보 전달이 가능케 하였음.
- 2020 도쿄올림픽 판매 노력
  - 코바코, 스포츠국과의 유기적인 업무협의를 통해 올림픽 프리미엄 상품을 기획 및 선판매하고, 도쿄올림픽 광고 온라인설명회를 실시하여 판매 독려함.
  - 복잡한 경기 대진에 따른 급박한 편성 변경 속에서, 2TV 편성-스포츠국-코바코와의 협업을 통해 무사고로 차질 없이 성공적으로 광고방송 실시하였음.

3. TV·라디오 콘텐츠 평가

□ 프로그램 품질평가

○ 국제적, 국가적, 사회적 의제를 반영한 프로그램 제작

- KBS가 공영방송으로서 다뤄야 할 중요 의제는 매우 다양. 이번 평가에서는 국가 정체성 확립, 국제 정보 전달과 소통, 지역과 세대 통합, 사회적 약자 대변, 과학기술 등 미

래 의제 제시, 언론비평과 시청자 참여 등을 기준으로 프로그램 콘텐츠 평가. 또한, 2021년의 주요 의제였던 선거, 코로나19, 도쿄올림픽에 대한 KBS의 대응도 평가

① 대한민국의 역사와 전통을 바탕으로 국가 정체성 확립에 기여

- 역사와 문화유산에 관한 다큐멘터리 신설 또는 부활
  - 〈UHD 역사스페셜〉 : 2012년 종영 이후 9년만에 〈UHD역사스페셜〉 정규 제작. 첨단 영상기술과 참신한 히스토리텔링(History-Storytelling)을 결합시켜 역사콘텐츠의 심층화, 다양화 시도
  - 〈공사창립기획 UHD 한국의 인류유산〉 : 유네스코 세계무형문화유산에 등록된 무형유산을 미니 다큐멘터리 형식으로 소개
- 정통 사극과 역사 드라마 제작
  - 대하드라마 〈태종 이방원〉으로 정통 `사극 5년만에 부활
  - 5.18민주화운동을 추념한 드라마 〈오월의 청춘〉 제작
- 전통 예술을 소재로 콘서트, 뮤지컬, 경연대회 등 다양한 프로그램 제작
  - 〈조선팝 드랍 더 비트〉 : 신세대 소리꾼(예인)과 대중가수의 합동 콘서트
  - 〈조선팝 어게인〉 : 우리 가락의 뮤지션을 해외 10개국 국악 팬에 소개
  - 〈이리 오너라 조선클럽〉 : 퀴즈를 통해 판소리 정보 전달
  - 〈국악 뮤지컬 드라마-구미호 레시피〉 : 초대형 8K 뮤지컬 드라마
  - 〈2021 서편제 보성 소리축제 명창대전〉 :경연대회를 국악 콘서트로 구성
  - 〈경회루 판타지 화룡지몽 2021〉 : IT 기술을 접목한 음악 창작극 방영
  - 〈전국 어린이 판소리 왕중왕 대회〉 : 판소리대회 수상자들의 경연 프로그램
  - 대한민국의 역사와 전통을 바탕으로 외국에서 인정받는 대표 프로그램 육성 필요. 현재 국제 사회가 대한민국의 경제적 문화적 성장에 주목하고 역사 속에서 원인을 찾으려는 노력을 보이고 있음. 대한민국의 모든 것을 알려주는 대표 프로그램 필요.

② 국제 이슈에 대한 현장 보도와 국제 소통의 장 마련

- 국제 주요 뉴스 또는 지구촌 정보를 실시간으로 신속하게 전달
  - 〈지구촌뉴스〉: 매일 오전 10시 40분 전 세계 주요 뉴스를 신속하고 전달
  - 〈생방송 글로벌24〉: 속보, 특파원 현장 취재, 심층 이슈 분석 등으로 종합 구성
  - 〈KBS 월드뉴스〉: 해외의 주요 방송을 통역하며 다양한 장면 전달

• 〈특파원 보고, 세계는 지금〉: 미얀마 쿠데타, 아프가니스탄 내전 등 현장 전달

- 음식과 음악 등으로 세계인과 소통
  • 〈백종원 클라쓰〉: 외국인 대상으로 한식의 세계화에 기여하는 예능 프로그램
  • 〈한아세안 뮤직 패스티벌〉: 10개국 뮤지션 공연. 세계 젊은이들의 문화 교류 촉진
- 전쟁, 재해, 기아 등으로 고통받는 지역에 대한 현장 취재와 심층 분석이 더 필요. 이를 통해 강대국 언론을 중심으로 형성되는 국제 여론을 수정하고 비판하는 역할 필요.

③ 지역의 가치를 발굴하고 사회적 관심 유도
- 지역의 자연, 역사, 문화, 경제에 대한 정보 발굴과 전파
  • 〈제주 가옥신화 드라마-가옥신〉 : 가옥신의 탄생 설화와 의미를 제주어로 연기하고 소개하는 드라마
  • 〈근대사 100년, 그들의 증언〉 : 일제 징병 피해자부터 호남 지역 사진가까지 증언을 통한 역사 전달
  • 〈빅브라더〉 : 부산의 도심 조성부터 야구와 음악까지 지역의 역사 관련 영상을 발굴 소개
  • 〈아마도 마지막 존재〉: 탄광, 연어 등 영동 지역의 사라져 가는 자연과 문화에 대한 기록
  • 〈방방곡곡 지역홍보 배틀-홍보원〉 : 지역 경제 활성화를 위한 홍보 서바이벌 프로그램
- 현장 방문과 소통을 통한 지역의 숨은 이야기와 문화 발굴
  • 〈김영철의 동네 한 바퀴〉: 전국 방방곡곡 여행하며 동네의 숨은 사연 발굴하고 시민들과 이야기. 2021년 광고주가 뽑은 좋은 프로그램상(시사교양 부문) 수상.
  • 〈한국인의 밥상〉: 신자산어보, 낙월도, 경전선 기행 등 다양한 기획으로 지역 음식과 문화 소개. 시청자 출연 공모로 참여 유도. 2021년 한국PD 대상 공로상(진행자 최불암), 2021년 콘텐츠대상 방송영상산업발전유공 대통령 표창(작가 전선애)
  • 〈랜선장터2〉: 라이브 커머스 방식으로 지역 농산물과 특산물 판매하는 예능 프로그램. 시청자에게는 우리 농산물을 쉽게 구입할 기회 제공.
- KBS 지역 방송국의 적극적 참여 및 다른 지역 방송국과의 협업을 통해 더 다양한 지역 발굴 필요. 지역 방송국 제작 프로그램의 수도권 방영 비율도 확대 필요.

④ 세대 간 통합과 소통 유도
- 다른 세대가 함께 하며 재미와 감동 공유

• 〈갓파더〉: 근현대사를 짊어지고 온 '국민 아버지' 스타와 여전히 인생의 답을 찾고 있는 '국민 아들' 스타를 통해 부자(父子) 관계를 재조명하는 예능 프로그램. 다양한 세대의 연예인들이 요리와 취미활동을 함께 하며 세대 간 소통을 보여줌.

- 소외된 세대에 대한 관심과 이해 유도
  • 〈수미산장〉: 삶에 지친 사람들 간 마음 속 이야기를 재미있게 나누는 예능 프로그램. 특히 이혼 등 아픔을 겪은 연예인들의 진솔한 이야기로 화제. 주 시청층인 5060세대 공략.
- 다양한 세대가 함께 출연하는 더 많은 프로그램 필요. KBS의 주 시청층인 5060세대 이외의 출연진 발굴해 다양한 세대의 시청 유도 필요. KBS의 시청자 가운데 60대 이상의 비율은 KBS1 66.52%와 KBS2 47.73%(전시간대 전국 시청자 수 기준)로. MBC(33.50%)와 SBS(33.83%)보다 매우 많은 편. 젊은 세대 시청자 확보 노력이 매우 필요.

⑤ 사회적 약자의 문제와 사회 지배층의 비리에 대한 고발과 개선 유도
- 청년, 노동자, 여성, 장애인 등 사회적 약자가 겪는 사회적 문제 고발과 개선 방향 제시. 정치인, 재벌, 고위 공무원, 검찰 등 사회 지배층 관련 의혹에 대한 심층보도로 여론 환기.
  • 〈시사직격〉: 청년 고독사, 직장 갑질, 반복되는 중대재해 등 취약계층과 약자들의 문제 고발. 라임옵티머스 사기, 이재용 재판, 대장동 사업의 화천대유 등 사회 지배층이 연루된 의혹과 비리 심층 보도.
  • 방송국여자들 3부작 〈다큐멘터리 윤여정〉, 〈다큐멘터리 국가대표〉, 〈다큐멘터리 뉴스룸〉: 미디어에 보여지는 전문직 여성상을 분석하고, 증언을 통해 여성에 대한 편견과 사회의 변화상 조명. 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(2021년 8월), 민주언론시민연합 올해의 좋은 보도상(2021년 12월), 양성평등미디어상 최우수상(2021년 12월) 수상.
  • 〈사랑의 가족〉: 지상파 유일의 장애인 전문 프로그램. 장애인의 사연 발굴, 극복 경험 공유, 정보 전달.
- 성소수자, 어린이, 노동자 관련 KBS 콘텐츠에 대해 시청자위원회에서 긍정적 평가(6월 시청자위원회)
  • 〈다큐 인사이트-빛은 무지개〉: 성소수자 관련 내용으로 방영 전 동성애 혐오성 청원이 상당수 제기됨. 이에 대해 적절히 해명하고, 의미있는 내용으로 프로그램 방영.

• 어린이날 '더 나은 삶 어린이가 안전한 대한민국' 주제로 특별 편성: 다른 방송국에서 예능, 영화, 프로야구 등으로 채우는 데에 비해, 어린이에게 도움되는 유익한 내용 제공.
• KBS 뉴스9 〈임금체불보고서〉 기획보도와 시사기획창의 관련 내용 추가 보도: 노동자들의 어려운 현실과 제도적 문제를 지속적으로 제기한 노력이 돋보임

- 노인, 빈곤층, 다문화 등 더 다양한 사회적 약자 집단에 대한 관심 필요. 동시에 사회적 약자에 대한 혐오와 차별이 나타나는 사회 구조적 문제를 심층적으로 다루는 프로그램도 필요.
- 방법론 차원에서, 사회적 약자의 직접적 목소리가 더 많이 전달돼야 할 필요 있음. 2019년 정보통신정책연구원(KISDI)의 '미디어 다양성 조사'에 따르면, 조사 대상이었던 KBS의 874명 취재원 가운데 장애인은 1명에 불과. 전문가 취재원 가운데 여성은 14.8% 수준.

⑥ 환경, 과학, 동물 등 미래 의제 선도

- 기후 위기 등 환경 문제에 대한 정보 제공과 생활방식 전환을 유도하는 에피소드 소개
  • 〈UHD 환경스페셜〉: 기후 변화, 에너지 대란 등 환경 위기를 다루는 '국내 최초 자연환경 전문 프로그램'.
  • 다큐인사이트 〈붉은지구〉 4부작: 전지구적 기후 이슈를 조명하고, 생활 방식의 대전환 필요성 제시. 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(2021년 9월), 미디어공공성 포럼 언론상 특별상
  • 〈오늘부터 무해하게〉: 출연진이 캠핑을 하며 친환경적인 생활을 보여주는 리얼리티 프로그램.
- 우주, 물리, 뇌 작용 등 과학에 대한 소개와 연구 필요성 제시
  • 다큐멘터리 〈키스 더 유니버스〉 3부작: 지구의 탄생부터 새로운 행성을 개척하는 인류의 도전까지 우주 개발 시대에 필요한 내용을 흥미롭게 소개. 14억 원의 제작비와 2년의 제작 기간 투자. 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(2021년 10월)
  • 과학다큐멘터리 〈원소 기호 H〉: 수소 에너지에 대한 각국의 경쟁과 연구의 현장을 기록
  • 〈사이언스 워크〉 2부작: 양자역학과 뇌과학에 대한 소개를 통해 우주와 인간의 본질에 질문을 던지는 다큐멘터리

- 동물과 자연에 대한 정보 제공과 이야기 공유
  - 〈어린이 동물티비〉: 어린이 눈높이에 맞춰 동물과 자연 및 환경에 대한 다양한 정보와 관점 제공
  - 〈류수영의 동물티비〉: 반려동물 관련 따뜻한 이야기와 불편한 문제까지 다루는 동물 프로그램.
- 인공지능, 데이터, 건강, 청년 등 미래 의제의 영역을 확대해 더 많은 프로그램 제작 필요. 과학 프로그램에 더욱 흥미로운 이야기와 관심 끄는 출연진을 동원해 시청자 확대 필요.
- 〈UHD 환경스페셜〉 등 KBS가 환경 관련 프로그램에서 타방송국을 앞서가는 상황. 그러나, 환경 이외의 과학, 자연, 건강 등 미래 의제에 대한 전달이 여전히 당위 차원에서 일회성 편성으로 머물거나, 핵심 콘텐츠로 인정받지 못하는 한계가 있어 보임. 미래 의제 발굴과 편성에 대한 전략적 체계적 지속적 노력 필요.

⑦ 언론 비평과 시청자 참여를 통해 미디어 리터러시 향상에 기여
- 지상파에서 유일한 언론 비평 프로그램을 유지하며, KBS를 포함한 국내 언론사의 문제를 적절하게 비판.
  - 〈질문하는 기자들Q〉: 출입기자단 카르텔, 사이비 언론사 병폐, 익명취재원 관행, 여론조사 보도의 신뢰성, 유튜브 저널리즘의 폐해 등 언론의 구조적 문제를 지적. 자문교수단 운영을 통한 체계적 제작 시스템 구축.
  - TV 60년 특별생방송 〈공영방송의 길〉: 특파원 취재와 전문가 분석을 통해 문화, 안전, 화합 지대로서의 공영방송의 의미를 되새김.
- 디지털 다중 미디어 환경에서 이용자가 갖춰야 할 미디어 리터러시를 소개하고 관심 유도.
  - 〈호모 미디어쿠스〉 : 가짜뉴스와 익명 댓글의 폐해부터 딥페이크까지. 기술혁신으로 인해 빠르게 변하고 있는 디지털 미디어 지형과 수용자로서 갖춰야 할 자질까지 소개하는 프로그램
- 시청자 참여를 통해 KBS 프로그램의 문제와 개선 방향 모색
  - 〈1020세대 KBS를 말하다〉 : 만16세~25세의 남녀로 구성된 '제1기 KBS 1020 시청자위원'이 KBS 프로그램의 문제를 지적하는 본격 참여형 옴부즈맨 프로그램.
  - 〈2021 시청자포럼-시청자가 묻는다〉: 시청자 대표의 질문에 KBS 경영진이 답하는 방식으로 KBS의 발전 방향을 모색하는 프로그램

- 언론비평 프로그램은 매체 간 상호 비판이 필요해 언론사에서 꺼리고 있음. 그러나 현재 여론은 언론을 불신하며 언론 개혁을 요구하는 상황. KBS 공영방송이 더 심도 깊은 언론비평 프로그램을 통해 언론 개혁에 앞장설 필요 있음.

⑧ 2021년 선거 의제의 건전한 공론화를 위한 노력

- 특집 및 긴급진단 프로그램: 4.7 재보선 다음 날 긴급 좌담을 비롯해 〈더불어 민주당 대표 경선 토론〉, 〈국민의힘 당 대표 경선 토론〉, 〈더불어민주당 대선후보 경선 토론 2회〉, 〈국민의힘 대선 후보 경선 토론 2회〉 등 후보들의 자질과 역량을 검증하는 특집 프로그램 적극 편성.
- 〈정치합시다2〉: KBS 선거방송기획단이 마련한 정치 의제 프로그램. 유권자들에게 올바른 정보를 제공하고, 공론장 참여와 숙의 유도. 이를 통해 투표 참여 독려.
- 〈시사직격〉: 5편에 걸쳐 대선 유력 후보들의 경선 과정과 의혹을 검증해 유권자 판단에 도움을 줌.
- 〈더라이브〉: 각 당의 '릴레이 대선 예비후보 쇼케이스', '대선후보 압박면접' 시리즈, 여야 당대표가 출연하는 '전지적 대표 시점' 등 다양한 기획. 정치권 발언을 여야 대표 출연자들이 감정하는 '정치쇼 진품명품', 상대방의 전략을 분석하는 '남의 당 판세 분석' 등 유쾌한 정치 토론장 제공.
- 선거에서 근거가 부족한 각종 의혹의 무분별한 폭로로 유권자의 혼란이 가중되는 상황. 언론은 시청률과 클릭수를 높이려 체계적 검증 없이 일단 받아쓰기에 치중하는 경향. 공영방송 KBS는 이와 같은 취재 보도 관행을 개혁하고, 선거 공론장 유지와 유권자의 올바른 선택에 앞장서야 할 필요 있음.
- 선거 보도가 거대 양당 후보에 집중되다 보니, 유권자가 소수정당이나 무소속 등 군소 후보에 대해 충분히 알 기회를 얻을 수 없음. KBS가 군소 후보에 대한 관심을 더 가지고 다양한 관점에서 보도할 필요가 있음.

⑨ 2021년 코로나19에 대한 재난주관방송사로서의 적극 대응

- 코로나19 통합뉴스룸 상시 특보 체제 지속 운영: 1TV 모든 뉴스를 코로나19 통합뉴스룸 체제로 전환.
- 코로나 과학팀과 백신 현황판을 운영하며 정확한 감염병 정보 제공
- 코로나19와 백신 관련 최신 해외 연구 동향을 전문가 협업으로 파악
- KBS 뉴스 홈페이지에 〈백신 현황판〉 등 코로나19 특집 페이지 마련

- 다양한 프로그램에서 코로나19 정보와 스토리 제공
  - 〈6시 내고향〉: 기획 '작은 경제가 세상을 바꾼다'를 통해 소상공인, 자영업자, 청년들의 고충 조명
  - 다큐인사이트 2부작 〈팬데믹 머니〉: 양적완화의 부작용 등 '포스트 코로나 시대'의 양상 예측. 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(2021년 6월)
  - 〈특파원 보고 세계는 지금〉: 전세계 코로나19 상황 신속 전달. '위드코로나 기획' 코너를 통해 영국, 덴마크, 일본 상황 진단하고, 한국에 대한 시사점 제공
- 코로나19 관련 과학적 근거에 기반한 신중한 보도 원칙 유지 노력
  - 2021년 3월 백신 접종 후 사망자가 발생하자 언론이 인과관계 확인 없이 경쟁적으로 보도. KBS는 9시 뉴스(2021.3.3.)를 통해 "의학적으로 밝혀진 부분과 그렇지 않은 것을 명확하게 구분하고, 과학적 근거를 바탕으로 신중하게 보도하겠다"고 보도원칙 발표. 또한, KBS는 팩트체크K를 통해 백신 관련 가짜 정보 등을 바로잡기도 했음.
  - 코로나19 위기 속에서도 비과학적 주장과 혐오 유발 발언이 난무했음. 심지어 언론이 이에 대한 검증 없이 받아써 혼란을 가중시키는 경우도 있었음. KBS가 코로나19에 대한 신중하고 정확한 보도를 지향하고, 팩트체크에도 적극적이었다는 점은 긍정적으로 평가됨. 더 나아가 KBS가 언론 전반에 나타난 근거 없는 주장과 혐오성 발언을 언론 비평을 통해 재확인해주는 역할도 할 필요 있음.

⑩ 2021년 전세계 관심사였던 도쿄올림픽의 생생한 중계
- 충분한 중계 방송: KBS1과 KBS2를 통해 올림픽 방송을 총 25,945분(1TV 11,895분 + 2TV 14,050분) 편성
- 올림픽 방송 시청률 1위: 개폐막식 송승환·야구 박찬호·체조 여홍철 등 소구력 높은 해설위원 선발
- 단독 중계: 높이뛰기 우상혁·탁구 신유빈 경기 1TV 단독 중계로 화제성 높임
- 패럴림픽 중계 노력: 역대 최대 수준 중계방송 편성(총 2,045분). 개막식 시청률 1위
- 언론의 올림픽 보도의 대부분은 '메달 스코어' 상황, '금메달' 선수, 인기 종목에 집중. 패럴림픽에 대한 보도도 손에 꼽을 정도로 적은 편. 이런 상황에서 KBS는 럭비, 여자 복싱, 근대 5종 등 비인기 종목과 성소수자 등 소외계층 선수들에 대해 보도. 패럼림픽에 대한 보도량에서도 MBC와 SBS에 앞섰음. 앞으로도 KBS가 공영방송으로서 비인기 종목, 장애인 경기, 패자와 약자에 대한 이야기를 적극적으로 발굴해 더 많은 보도에

앞장서길 기대함.

○ **신설 및 특집, 기획 프로그램 개발 및 편성 내용**

- 2021년 신규 프로그램은 1TV는 12개 신규 프로그램, 2TV는 14개 신규 프로그램 신설.
- 파일럿 프로그램으로는 12편 편성(2020년 대비 4편이 증가).
- 다양한 주제, 고화질 기술, 공익성 제고 등에서 새로운 프로그램 편성의 의미있음. 다만, 신설 프로그램 가운데 정규 인기 프로그램에 버금가는 충분한 시청률을 확보한 경우가 적은 편. 보다 참신한 관점과 실험적 시도로 시청자의 관심을 끄는 신규 프로그램 필요.

① 지역, 동물, 건강, 자연, 교육, 스포츠, 역사 등 다양한 분야에서 프로그램 신설 및 기획

- 파일럿/정규 〈일꾼의 탄생〉: 출연자들이 전국을 돌아다니며 일꾼으로 변신해 지역 민원 해결
- 파일럿/정규 〈류수영의 동물티비〉: 반려동물과 함께 살아가는 우리 사회의 모습 반영
- 파일럿/정규 〈신장개업 운동맛집〉: 코로나19 시대의 실내 운동법을 전문가와 함께 학습
- 신규 〈자연의 철학자들〉: 일반인 출연자들이 자연에서 찾은 삶의 철학과 통찰을 전달
- 신규 〈방과 후 초능력〉: 온라인 수업에 익숙한 초등학생들을 대상으로 역사, 환경, 문해력 교육
- 신규 〈어린이 동물티비〉: 어린이 눈 높이에 맞춘 동물 이야기 제공
- 신규 〈스포츠 문제아들〉: 도쿄 올림픽을 맞아 홈페이지, My K, 유튜브 등 디지털 라이브 스트리밍으로 선보인 오리지널 스포츠 프로그램
- 신규 〈공사창립기획 UHD 한국의 인류유산〉: 유네스코 세계무형문화유산에 등록된 무형유산 소개

② 고화질 고품격 콘텐츠로 KBS 대표 프로그램 부활

- KBS의 대표 다큐 프로그램인 〈역사스페셜〉과 〈환경스페셜〉을 UHD 고화질을 기반으로 부활
- 멀티 플랫폼 이용자 수요에 맞춘 디지털 콘텐츠 부가 제작
  - 〈UHD 역사스페셜〉 : 2012년 종영 이후 9년만에 〈UHD역사스페셜〉 정규 제작. 첨단 영상기술과 참신한 히스토리텔링(History-Storytelling) 결합.
  - 〈UHD 환경스페셜〉 : '국내 최초 자연환경 전문 프로그램'이라는 브랜드 가치와 역사

성을 공고히 하며, 다양한 환경 이슈들을 심도 깊게 분석

③ 토크, 음악, 음식, 지역, 환경 등 재미와 공익을 추구하는 예능 콘텐츠 개발

- 〈수미 산장〉 : 숲속 산장에서 김수미와 산장지기들이 복잡한 마음과 고민을 치유해주는 힐링 예능
- 〈트롯매직유랑단〉 : 의뢰인의 고민에 맞춰 즉석 트로트 무대를 펼치며 감상평 토크
- 〈컴백홈〉 : 스타의 첫 보금자리를 찾아 그곳에 살고 있는 청춘들을 응원하는 리얼리티 프로그램
- 〈대화의 희열3〉 : 양희은, 박세리, 성동일 등 관록 있는 게스트와 추억과 꿈을 나누는 토크 프로그램
- 〈랜선장터2〉 : 지역 특산물 판매를 통해 지역민을 돕는 라이브 커머스 프로그램
- 〈우리가 사랑한 그 노래 새 가수〉: 1970~90년대 명곡을 2021년 되살릴 새 가수 찾기 프로젝트
- 〈갓 파더〉: 세대가 다른 스타들이 부자(父子) 관계로 생활을 공유하는 新가족 관계 프로그램
- 〈오늘부터 무해하게〉: 환경 문제에 진심인 출연자들이 탄소 없는 생활에 도전하는 예능 프로그램
- 〈개승자-개그로 승부하는 자들〉: 개그콘서트 종방 이후 지상파에서 사라진 코미디 장르의 부활
- 〈We`re HERO, 임영웅〉: 트로트 가수 임영웅의 첫 TV 단독 대형 음악 쇼
- 〈백종원 클라쓰〉: 외국인을 대상으로 한식 요리 수업 진행. 한식의 세계화에 기여하는 예능 프로그램

④ 로맨스, 스릴러, 퓨전사극, 청소년드라마 등 다양한 장르의 미니시리즈 기획

- 월화미니시리즈: 〈암행어사-조선비밀수사단〉, 〈달이 뜨는 강〉, 〈오월의 청춘〉, 〈멀리서 보면 푸른 봄〉, 〈경찰수업〉, 〈연모〉, 〈꽃피면 달 생각하고〉
- 수목미니시리즈: 〈안녕? 나야〉, 〈대박부동산〉, 〈달리와 감자탕〉, 〈학교2021〉

⑤ 공영방송에 특화된 공익성 높은 드라마 제작

- 정통 사극 형식의 대하드라마 〈태종 이방원〉 5년만에 부활
- 5.18 민주화운동을 추념한 드라마 〈오월의 청춘〉을 제작
- 특성화고 학생들의 고민을 담백하게 담아낸 학원물 시리즈 〈학교2021〉

• 방송3사 유일의 단막극 〈드라마스페셜〉 리부트

○ **프로그램 품질 평가 관련 지표**

① 정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI) 조사 결과

- 조사 개요
  - 대상: 지상파(KBS1, KBS2, MBC, SBS)와 종편(TV조선, JTBC, 채널A, MBN)
  - 전국 13~69세 남녀 12,000명(분기 기준) / 온라인 패널 조사 / 연간 4회 실시(분기별) 실시
  - 연간 4차례 분기당 5회(회당 2,400명 대상) 조사로 총 48,000명 조사
  - 방송프로그램 만족도지수(SI)와 질적 우수성지수(QI)의 산술평균값 (11점 척도)
- 조사 결과
  - KBS1은 2017, 2018년 2위에서 2019, 2020년, 2021년 1위 기록.
  - KBS2는 2017년 4위, 2018년 6위, 2019년 6위, 2020년 7위, 2021년 8위 기록.
  - KBS2는 시청자평가지수에서 매년 조금씩 하락한 추세. KBS2의 장르별 특성, 내용적 흥미성, 주제의 공익성 등 다양한 측면에서 시청자 만족도를 분석해, 개선 방향을 모색할 필요 있음.

[표 4-48] 최근 5년간 시청자평가지수(KI)

구분	KBS1	KBS2	MBC	SBS	TV조선	JTBC	채널A	MBN
2021	7.44	7.20	7.25	7.37	7.23	7.25	7.36	7.24
2020	7.45	7.20	7.32	7.30	7.28	7.31	7.17	7.21
2019	7.33	7.14	7.18	7.22	7.06	7.33	7.02	7.16
2018	7.29	7.06	7.13	7.16	7.00	7.41	7.08	7.02
2017	7.34	7.12	7.10	7.25	7.00	7.72	7.09	7.00

② 프로그램 품질평가지수(PSI: Public Service Index) 조사 결과

- 조사 개요
  - 전국 20대 이상 성인 남녀(KBS 국민패널) 13,000명(반기 기준) / 인터넷 조사 / 연간 2회(반기별) 실시
  - 2021년 상반기 조사: 2021.5.11.(화)~5.17(월) 12,861명 응답
    KBS1(76.7점) → KBS2(72.1점) → SBS(70.1점) → MBC(68.7점) 순

• 2021년 하반기 조사: 2021.12.1.(수)~12.7(화) 11,456명 응답
KBS1(76.3점) → KBS2(71.5점) → SBS(70.2점) → MBC(69.2점) 순

- 조사 결과

• KBS1과 KBS2는 2021년 MBC와 SBS보다 좋은 평가를 받음.

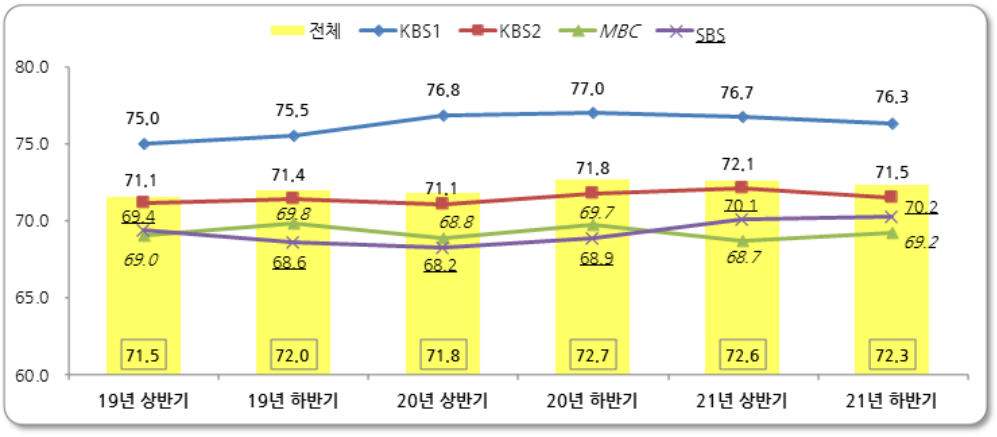
• 추세를 보면, KBS1은 2019년에 비해 2020년 좋아졌다가, 2021년 다소 하락한 상황

[표 4-49] 프로그램 품질평가지수(PSI: Public Service Index)

구분		KBS1	KBS2	MBC	SBS
2017년	1분기	75.7점	72.3점	68.8점	68.8점
	2분기	77.2점	71.3점	69.1점	69.4점
	3분기	77.6점	70.6점	66.9점	68.1점
	4분기	75.8점	70.0점	67.1점	68.0점
2018년	1분기	76.4점	70.2점	69.0점	69.1점
	2분기	76.7점	70.7점	67.8점	68.9점
	하반기	76.4점	71.0점	67.9점	67.8점
2019년	상반기	75.0점	71.1점	69.0점	69.4점
	하반기	75.5점	71.4점	69.8점	68.6점
2020년	상반기	76.8점	71.1점	68.8점	68.2점
	하반기	77.0점	71.8점	69.7점	68.9점
2021년	상반기	76.7점	72.1점	68.7점	70.1점
	하반기	76.3점	71.5점	69.2점	70.2점

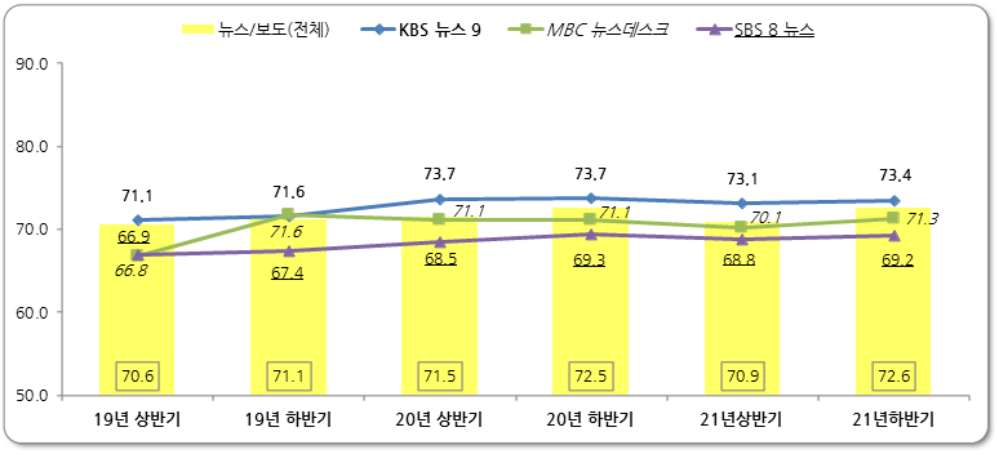
• 추세를 보면, KBS2는 최근 3년간 조금씩 좋아지다 2021년 하반기 다소 주춤한 상황

[그림 4-1] 채널별 프로그램 품질평가지수(PSI: Public Service Index) 추이



- 메인뉴스 〈KBS 뉴스9〉 조사 결과: 2021년 1위
  - 상반기: 〈KBS 뉴스9〉(73.1점) → 〈MBC 뉴스데스크〉(70.1점) → 〈SBS 8뉴스〉(68.8점) 순
  - 하반기: 〈KBS 뉴스9〉(73.4점) → 〈MBC 뉴스데스크〉(71.3점) → 〈SBS 8뉴스〉(69.2점) 순
  - 〈KBS 뉴스9〉는 2019년에 비해 2020년 상당히 좋아졌다, 2021년 다소 하락한 상황

[그림 4-2] 뉴스별 프로그램 품질평가지수(PSI: Public Service Index) 추이



- 품질 상위권 프로그램(2021년 상반기)
  - KBS1 〈생로병사의 비밀〉, 〈걸어서 세계속으로〉가 83.0점으로 최고 품질 프로그램으로 평가
  - 10대 프로그램에는 KBS1 7개, KBS2 1개, MBC 1개, SBS 1개 포함
  - 상위 30위 프로그램에는 KBS1 20개, KBS2 5개, SBS 3개, MBC 2개 포함.
  - 상위 30위권에 KBS1 프로그램이 66.7% 차지
  - 상위 30위권에 KBS2는 〈영상앨범 산〉, 〈UHD 환경스페셜〉, 〈다큐멘터리 3일〉, 〈지구촌 뉴스〉, 〈세상의 모든 다큐〉 포함
  - 상위 30위권에 포함된 타사 프로그램: MBC 〈선을 넘는 녀석들 마스터X〉, 〈탐사기획 스트레이트〉, SBS 〈꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기2〉, 〈맨인 블랙박스〉, 〈그것이 알고 싶다〉
  - 시사 1,2위: 〈특파원 보고 세계는 지금(KBS1, 82.2점)〉, 〈시사기획 창(KBS1, 79.3점)〉
  - 다큐 1,2위: 〈생로병사의 비밀(KBS1, 83.0점)〉, 〈걸어서 세계속으로(KBS1, 83.0점)〉
  - 교양 1,2위: 〈역사저널 그날(KBS1, 82.4점)〉, 〈우리말 겨루기(KBS1, 82.3점)〉
  - 음악/쇼 1,2위: 〈국악 한마당(KBS1, 76.7점)〉, 〈열린음악회(KBS1, 74.1점)〉
  - 예능 1,2위: 〈꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기2(SBS, 81.7점)〉, 〈선을 넘는 녀석들 마스터X(MBC, 81.2점)〉
  - 드라마 1,2위: 〈금토드라마 모범택시(SBS, 76.3점)〉, 〈월화드라마 오월의 청춘(KBS2, 71.3점)〉
- 품질 상위권 프로그램(2021년 하반기)
  - KBS1 〈생로병사의 비밀〉이 83.6점으로 최고 품질 프로그램으로 평가
  - 10대 프로그램에 KBS1 8개, KBS2 2개 포함
  - 상위 30위 프로그램에 KBS1 21개, KBS2 3개, MBC 4개, SBS 2개 포함
  - 상위 30위권에 KBS1이 70.0% 차지
  - 상위 30위권에 KBS2는 〈UHD 환경스페셜〉, 〈영상앨범 산〉, 〈다큐멘터리 3일〉 포함
  - 상위 30위권에 포함된 타사 프로그램 : MBC 〈창사특집 다큐(이용마의 마지막 리포트〉, 〈탐사기획 스트레이트〉, 〈창사특별기획 ONE DAY WITH ADELE〉, 〈특별기획 2021 어린이에게 새 생명을〉, SBS 〈꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기〉, 〈맨인 블랙박스〉
  - 시사 1,2위: 〈특파원 보고 세계는 지금(KBS1, 81.5점)〉, 〈맨인 블랙박스(SBS, 79.5점)〉
  - 다큐 1,2위: 〈생로병사의 비밀(KBS1, 83.6점)〉, 〈걸어서 세계속으로(KBS1, 82.9점)〉

- 교양 1,2위: 〈우리말 겨루기(KBS1, 83.0점)〉, 〈역사저널 그날(KBS1, 82.0점)〉
- 음악/쇼 1,2위: 〈창사특별기획 ONE DAY WITH ADELE(MBC, 78.4점)〉, 〈국악 한마당(KBS1, 77.7점)〉
- 예능 1,2위: 〈선을 넘는 녀석들 마스터X(MBC, 77.0점)〉, 〈옥탑방의 문제아들(KBS2, 74.1점)〉
- 드라마 1,2위: 〈금토드라마 옷소매 붉은 끝동(MBC, 76.5점)〉, 〈KBS 드라마 스페셜 2021(KBS2, 74.7점)〉

○ **외부평가 및 수상실적**

- 양적으로 다양한 수상작 배출
- 질적으로 방송통신위원회 방송대상, 한국방송협회 한국방송대상, 한국기자협회 올해의 한국기자상, 한국방송기자클럽 BJC올해의 방송기자상 등 언론 관련 핵심 상 수상

▣ 방송통신위원회 방송대상 특별상

부문	부서	제목
공로상	재난미디어센터	전사적 재난방송 체계 본격 구축 공로

▣ 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상

부문	부서	제목
지상파 TV	시사제작2부	〈창〉, 〈뉴스9〉 '존엄한 노후, 가능한가
지상파 TV	광주총국	〈창〉 농산물 가격의 비밀...누가 돈을 버나?
지상파 TV	시사제작2부	〈창〉 내 인생은 당신의 포르노가 아니다
뉴미디어	대전총국	〈KBS 대전 유튜브〉 달그릇 '나는 실종자입니다' 2부작

▣ 한국방송협회 한국방송대상

부문	부서	제목
지역시사보도	광주총국	〈창〉 농산물 가격의 비밀, 누가 돈을 버나?
사회공익	시사제작2부	〈창〉 분단을 건너는 아이들

▣ 한국기자협회 이달의 기자상

부문	부서	제목
기획보도(방송)	광주총국	〈창〉 농산물 가격의 비밀…누가 돈을 버나?
기획보도(방송)	탐사보도부	〈창〉 낙인, 죄수의 딸
지역기획보도(방송)	대전총국	대전역 빠진 '트램'
지역기획보도(방송)	춘천총국	태백경찰서 신입 여경 집단 성희롱 사건
지역기획보도(방송)	광주총국	무늬만 에너지밸리...생산지 세탁 의혹
경제보도	시사제작2부	〈창〉 진격의 거인, 어디까지 카카오?
지역경제보도	제주총국	LPG 담합의혹 연속보도'가스와 언론'
지역기획보도(방송)	춘천총국	기상장비(AWS) 난립과 부실관리 실태
기획보도(방송)	탐사보도부	〈창〉 Mr. 병원왕을 찾아라

▣ 한국기자협회 올해의 한국기자상

부문	부서	제목
지역기획보도	광주총국	농민없는 농업법인
기획보도	시사제작2부 등	〈창〉, 〈뉴스9〉 존엄한 노후, 가능한가 연속 보도

▣ 방송기자연합회 이달의 방송기자상

부문	부서	제목
뉴미디어	탐사보도부	최초 공개 홍수 위험지도
기획보도	탐사보도부	〈창〉'화학물질, 비밀은 위험하다'
뉴스	사회부	원전 수소폭발 방지 장치에'결함 의혹'
경제보도	정치부	LH 특별공급 투기 의혹 연속보도
영상취재	강릉방송국	3월 폭설에 고속도로 고립 7시간
지역뉴스	대전총국	세종시 국가 산단 투기 의혹 단독 연속보도
기획보도	기획취재팀	〈창〉 신도시의 타짜들
뉴미디어	탐사보도부 등	세계 책의 날 기획-공공도서관 가보셨습니까
영상취재	대구총국	문화공감-경북 무형문화재 청화백자사기장 편
지역뉴스	전주총국	LH 반칙거래 10년의 고리 추적 연속보도
지역뉴스	제주총국	제주도 전기차 난맥상 연속보도

부문	부서	제목
지역기획보도	청주총국	끝나지 않은 60명 집단 암 사망의 비극
기획보도	시사제작2부	〈창〉 불평등 사회가 586에게
지역뉴스	창원총국	양산시장 부동산 및 측근 일감 몰아주기 의혹
지역뉴스	제주총국	제주 중학생 피살 사건 연속보도
뉴스	사회부	맥도날드 폐기 식자재 재사용
지역뉴스	대구총국	예천중 양궁부 학교 폭력사건 단독 연속보도
영상취재	대구총국	문화공감 -'유네스코 세계유산 안동 봉정사'
지역뉴스	제주총국	탐사K/LPG 담합의혹 연속보도'가스와 언론'
지역기획보도	대구총국	주민숙원사업 연속보도
기획보도	탐사보도부	〈창〉 'Mr. 병원왕을 찾아라'
지역뉴스	창원총국	구멍 난 산학협력
기획보도	탐사보도부	탐사 K/'국제행사의 비밀'
경제보도	산업과학부	감춰진 산재 화장실 직업병 연속보도
지역뉴스	춘천총국	교육 예산 낭비실태 연속보도
지역기획보도	광주총국	〈창〉 '급구 이주노동자 불법을 삽니다'

▣ 방송기자연합회 한국방송기자대상

부문	부서	제목
기획보도	시사제작2부	〈창〉 코로나19 요양병원, 감시받지 못한 약물
경제보도	시사제작2부	〈창〉 회장님의 상속법
영상취재	영상취재2부	〈창〉 코로나19 최전선의 기록
지역기획보도	광주총국	〈창〉 농산물 가격의 비밀, 도매시장의 수상한 거래

▣ 한국방송기자클럽 BJC보도상

부문	부서	제목
전문보도	탐사보도부	최초 공개, 우리 동네 홍수위험지도 연속보도
기획보도	탐사보도부	〈창〉 낙인, 죄수의 딸
전문보도	탐사보도부 등	세계 책의 날 기획-공공도서관 가보셨습니까

▣ 한국방송기자클럽 BJC올해의 방송기자상

부문	부서	제목
기획보도	탐사보도부	〈창〉 낙인, 죄수의 딸
전문보도	탐사보도부	최초 공개, 우리 동네 홍수위험지도 연속보도
영상보도	뉴스영상콘텐츠부	유네스코 한국의 문화유산 '시간의 기록'
지역보도	제주총국	제주 중학생 피살 사건 연속보도

▣ 한국영상기자협회 이달의 영상기자상

부문	부서	제목
영상기획	춘천총국	은빛 설원에 만개한 얼음꽃…소양강 상고대
문화보도	영상취재1부	우리 시대의 소설
지역기획보도	광주총국	무늬만 에너지벨리 생산지 세탁 의혹 연속 보도
영상기획	대전총국	달그릇 '나는 실종자입니다' 2부작
지역뉴스	부산총국	항운노조 의혹 시리즈 5편

▣ 한국영상기자협회 한국영상기자상

부문	부서	제목
인권보도	영상취재1부	이산 70년 기획, 나의 살던 고향은

▣ 아시아태평양방송연맹(ABU) 아시아태평양방송연맹상

부문	부서	제목
TV 뉴스보도	시사제작2부	〈창〉 코로나 19 요양병원, 감시받지 못한 약물

▣ 이달의 좋은 보도상

부문	부서	제목
방송	탐사보도부 등	탐사K 홍수위험지도 관련 연속보도
시사프로그램	광주총국	〈창〉 농산물 가격의 비밀, 누가 돈을 버나?
보도(프로그램)	시사제작2부	〈창〉'화학물질:비밀은 위험하다'
보도(프로그램)	사회부	간도참변 한국인 경찰 48명 공적서 최초 발굴
보도(프로그램)	탐사보도부	〈창〉 그림자 과로사 경비원 74명의 죽음

▣ 국제앰네스티 한국지부 국제엠네스티 언론상

부서	제목
사회부 등	일하다 죽지 않게
시사제작2부 등	〈창〉 코로나19 요양병원, 감시받지 못한 약물

▣ 사단법인 언론인권센터 언론인권상 본상

부서	제목
탐사보도부	〈창〉 낙인, 죄수의 딸

▣ 미디어공공성포럼 언론상

부문	부서	제목
경제	탐사보도부	〈창〉 론스타 17년 원죄와 면죄부
지역	창원총국	〈창〉 소멸의땅, 지방은 어떻게 사라지나

▣ 한국여기자협회 올해의 여기자상

부문	부서	제목
취재	탐사보도부	〈창〉, 〈뉴스9〉 론스타 5조원 ISD의 실체연속 보도

▣ 한국여성기자협회 올해의 여기자상

부문	부서	제목
기획	시사제작 2부 등	〈창〉, 〈뉴스9〉 존엄한 노후, 가능한가 연속 보도

▣ 법조언론인클럽 법조언론인상

부문	부서	제목
기획	사회부	〈KBS디지털뉴스〉 '법원의 시간' 연재 보도

▣ 한국기독언론인연합회 한국기독언론대상 최우수상

부문	부서	제목
생명사랑	시사제작2부	〈창〉 남겨진 사람들, 자살 생존자

▣ 한국양성평등교육진흥원 양성평등미디어상

부문	부서	제목
방송	사회부	사유리 비혼 출산 연속보도
방송	시사제작1부	〈질문하는 기자들Q〉 언론이 청년을 소비하는 방법

▣ 한국체육기자연맹 체육기자상

부문	부서	제목
보도	스포츠취재부	맷값 폭행 아이스하키 협회장 당선 파문 연속보도

▣ 한국조사연구학회 한국조사보도상

부문	부서	제목
방송	창원총국	KBS창원 보도특집 다큐멘터리 〈소멸의 땅〉

▣ 한국언론진흥재단 한국데이터저널리즘 어워드

부문	부서	제목
데이터 시각화	창원총국	KBS창원 보도특집 다큐멘터리 〈소멸의 땅〉

▣ 조선일보 최은희 여기자상 운영위원회 최은희 여기자상

부문	부서	제목
개인상	뉴스제작1부	뉴스9 첫 女 메인앵커로 여성 역할과 영역 확장(이소정 기자)

▣ 한국과학기자협회 대한민국 과학기자상

부문	부서	제목
기자상	재난미디어센터	〈개인상〉전문 보도로 과학계-대중 가교 역할(신방실 기자)

▣ 대한체육기자연맹 올해의 영 리포터상

부문	부서	제목
개인상	스포츠취재부	맷값 폭행 아이스하키협회장 당선 파문 연속보도(신수빈 기자)

▣ 대한간호협회 언론상

부문	부서	제목
개인상	문화복지부	한국 간호의 발전과 제도 개선에 기여(김상협 기자)

▣ 대한변호사협회 우수언론인상

부문	부서	제목
개인상	사회부	법조계 발전과 법률문화 창달에 기여(백인성 기자)

▣ 한국영상기자협회 한국영상기자상

부문	부서	제목
공로상	보도영상국	〈개인상〉 영상보도 가이드라인 제작 등(윤성구 기자)

□ 프로그램 경쟁력 평가

○ 교양/오락/드라마 프로그램 시청경쟁력: KBS 내부 비교

- KBS1 프로그램 시청률 비교
  - 시청률 10위권 내 드라마 4개, 교양 3개, 뉴스 1개, 특집 2개 포함.
  - 드라마 3편(〈누가 뭐래도〉, 〈속아도 꿈결〉, 〈국가대표 와이프〉)이 10% 이상의 시청율로 1~3위 기록. 새로 시작한 대하드라마 〈태종이방원〉은 7위에 위치.
  - KBS 9시 뉴스가 9.9% 시청률로 교양이나 오락 프로그램을 제치고 4위 기록
  - 교양 프로그램 〈인간극장〉과 〈아침마당〉이 5~6위 기록. 〈김영철의 동네 한바퀴〉도 10위에 위치.
  - 특집 프로그램 〈2020 도쿄 올림픽 개막식〉과 〈추석특집: 지리산 와운마을의 가을〉이 공동 8위 기록.
- KBS2 프로그램 시청률 비교
- 시청률 10위권 내 드라마 7개, 오락 1개, 특집쇼 2개 포함.
- 드라마의 시청률이 압도적 우위: 드라마가 1~4위 기록. 〈오 삼광빌라〉, 〈신사와 아가씨〉, 〈오케이 광자매〉는 시청률 20% 이상 기록. 그밖에 〈비밀의 남자〉, 〈빨강 구두〉, 〈미스 몬테크리스토〉, 〈사랑의 꽈배기〉가 각각 4, 6, 8, 10위 기록.
- 특집쇼 〈송년 특집 We're Hero 임영웅〉과 〈한가위 대기획 피어나라 대한민국 심수봉〉가 5위와 9위 기록

• 오락은 10위 안에 〈트롯전국체전〉(7위) 프로그램만 포함

[표 4-50] KBS 1TV 프로그램의 시청률 TOP 50

순위	프로그램	시청률	순위	프로그램	시청률
1	누가뭐래도	19.4	26	518특집다큐	5.8
2	속아도꿈결	14.5	27	다문화가족노래자랑	5.8
3	국가대표와이프	12.3	28	이웃집찰스	5.8
4	KBS9시뉴스	9.9	29	삼일절기념식	5.6
5	인간극장	8.5	30	문재인대통령신년기자회견2021	5.6
6	아침마당	8	31	특파원보고세계는지금	5.5
7	대하드라마(태종이방원)	7.8	32	감성로드다큐	5.5
8	2020도쿄올림픽개막식	7.6	33	2020도쿄올림픽폐막식	5.5
9	추석특집지리산와운마을의가을	7.6	34	설특집공감플러스울릉도에산다	5.4
10	김영철의동네한바퀴	7.3	35	남북의창	5.4
11	한국인의밥상	7.1	36	TV쇼진품명품	5.4
12	KBS뉴스7	7	37	더불어민주당대선후보토론	5.3
13	우리말겨루기	7	38	2020도쿄올림픽여자배구	5.1
14	2020도쿄올림픽결산특집다시 우리의이야기	6.8	39	2021서울시장보궐선거후보자 방송연설	5.1
15	도쿄올림픽가이드북	6.7	40	생로병사의비밀	5.1
16	가요무대	6.6	41	국민의힘대선후보토론	4.9
17	6시내고향	6.5	42	추석특집옛날티비그땐그랬지	4.9
18	2021글로벌라이브	6.4	43	재난탈출생존왕	4.9
19	걸어서세계속으로	6.4	44	설기획팔도밥상	4.9
20	시니어토크쇼황금연못	6.2	45	정치합시다2	4.8
21	내삶을바꾸는선택2021재보궐선거 개표방송	6.2	46	공사창립기획TV60년 시청자와함께	4.8
22	긴급진단유은혜정은경에게묻는다코로나19해법은	6.1	47	2021KBS영상실록국제편	4.7
23	내추럴휴먼다큐	6.1	48	2020도쿄올림픽개막식하이라이트	4.6
24	전국민민원해결프로젝트일꾼의탄생	6	49	2020도쿄올림픽	4.6
25	설특집옛날티비그땐그랬지	6	50	이슈PICK쌤과함께	4.6

[표 4-51] KBS 2TV 프로그램의 시청률 TOP 50

순위	프로그램	시청률	순위	프로그램	시청률
1	주말드라마(오삼광빌라)	28.5	26	2021설특선영화(광대들풍문조작단)	5.9
2	주말드라마(신사와아가씨)	27.8	27	2021연예대상	5.8
3	주말드라마(오케이광자매)	25.9	28	박원숙의같이삽시다	5.8
4	일일드라마(비밀의남자)	17.1	29	2021설대기획조선팝어게인	5.5
5	2021송년특집WEREHERO임영웅	15.8	30	노래가좋아	5.3
6	일일드라마(빨강구두)	13.9	31	수목드라마(달리와감자탕)	5.2
7	트롯전국체전	13.7	32	트롯전국외전TOP8스토리	5.2
8	일일드라마(미스몬테크리스토)	13.4	33	여기는도쿄여자배구	5
9	2021한가위대기획피어나라대한민국심수봉	12.1	34	귀신들린집매매전문대박부동산	4.6
10	저녁일일드라마(사랑의꽈배기)	11	35	청룡영화상	4.5
11	1박2일	9.5	36	2TV생생정보	4.4
12	월화드라마(암행어사조선비밀수사단)	8.5	37	월화드라마(오월의청춘)	4.3
13	추석특선영화(도굴)	8.3	38	2021설특선영화(오문희)	4.2
14	KBS스포츠축구	7.7	39	설특집트롯전국체전	4.2
15	월화드라마(연모)	7.5	40	티비는사랑을싣고	4
16	월화드라마(달이뜨는강)	6.9	41	연중라이브	4
17	살림하는남자들	6.8	42	2021설특선영화(공조)	4
18	트롯전국대잔치	6.7	43	KBS스포츠여자배구	4
19	월화드라마(꽃피면달생각하고)	6.6	44	우리가사랑한그노래새가수	3.9
20	사장님귀는당나귀귀	6.5	45	개승자개그로승부하는자들	3.9
21	불후의명곡	6.5	46	여기는도쿄	3.9
22	월화드라마(경찰수업)	6.5	47	백종원클라쓰	3.8
23	슈퍼맨이돌아왔다	6.4	48	개는훌륭하다	3.7
24	2021KBSDRAMAAWARDS연기대상	6.3	49	신상출시편스토랑	3.7
25	여기는도쿄축구	6.1	50	추석특선영화(인피니트)	3.5

○ **교양/오락/드라마 프로그램 시청경쟁력: 타방송국 포함 비교**

- 시청자 수를 기준으로 측정(코코파이 지수 활용)
  - 2021 코코파이(KOCO PIE) TV 연간 100: KBS1, KBS2, MBC, SBS, EBS, JTBC, MBN, TV조선, 채널A, tvN 등 10개 채널의 본방송, 재방송과 55개 유통채널의 평균 시청자 수와 방송 후 7일간의 VOD 평균 시청자 수를 합쳐 순위 기록(기간: 21.01.04.~22.01.02.)
- 모든 프로그램 종합 비교
  - 시청자 수 100위권 내 KBS1 14개 프로그램, KBS2 28개 프로그램 포함. 10개 채널 가운데 KBS 프로그램이 42% 차지.
  - 시청자 수 10위권 내 KBS1 1개 프로그램, KBS2 5개 프로그램 포함. 10개 채널 가운데 KBS 프로그램이 60% 차지.
  - KBS2 프로그램 시청자가 KBS1 프로그램 시청자보다 많은 것으로 집계
  - KBS2 드라마는 가장 시청자 수 많은 프로그램: 〈오! 삼광빌라〉와 〈신사와 아가씨〉가 전체에서 1위와 2위 기록
  - KBS2 〈2021 송년 특집 We're Hero 임영웅〉과 TV조선 〈내일은 미스 트롯2〉가 시청자 수 10위권에서 유일한 비드라마 프로그램.
- 뉴스 프로그램 종합 비교
  - 시청자 수 15위권 내 KBS1 5개 프로그램 포함. 10개 채널 가운데 KBS 프로그램이 33% 차지.
  - 시청자 수 5위권 내 KBS1 3개 프로그램 포함: 〈KBS 뉴스9〉, 〈KBS 뉴스7(T)〉, 〈KBS 뉴스광장2부(T)〉
  - 〈KBS 뉴스9〉은 유일하게 시청자 200만명 이상 기록.
  - 시청자 수 15위권 내 KBS2 프로그램은 없음
- 드라마 프로그램 종합 비교
  - 시청자 수 50위권 내 KBS1 4개 프로그램, KBS2 13개 프로그램 포함. 10개 채널 가운데 KBS 프로그램이 34% 차지.
  - 시청자 수 10위권 내 KBS1 1개 프로그램, KBS2 5개 프로그램 포함: KBS2의 〈오 삼광빌라〉, 〈신사와 아가씨〉, 〈오케이 광자매〉가 1~3위 기록. KBS1에서는 〈누가 뭐래도〉가 6위 기록.
  - KBS1 대하드라마 〈태종 이방원〉은 시청자 수 24위.

- 비드라마(교양+오락) 프로그램 종합 비교
  - 시청자 수 50위권 내 KBS1 10개 프로그램, KBS2 10개 프로그램 포함. 10개 채널 가운데 KBS 프로그램이 40% 차지.
  - 시청자 수 10위권 내 KBS2 4개 프로그램 포함. KBS1 프로그램은 없음.
  - 전체 1위는 TV조선 〈내일은 미스트롯2〉
  - KBS2 〈2021 송년특집 We're Hero 임영웅〉과 〈트롯 전국체전〉은 2위와 3위 기록
  - KBS1 〈인간극장〉은 트롯 소재로 한 오락 프로그램 사이에서 선전하며 15위 기록

[표 4-52] 시청자 수 기준으로 한 TOP 100 프로그램(2021 코코파이 조사)

연간 순위	프로그램	채널	시청자 수 (만 명)
1	오 삼광빌라	KBS2	773
2	신사와 아가씨	KBS2	757
3	내일은 미스 트롯2	TV조선	751
4	WAR IN LIFE 펜트 하우스	SBS	710
5	오케이 광자매	KBS2	681
6	WAR IN LIFE 펜트 하우스2	SBS	629
7	누가 뭐래도	KBS1	545
8	비밀의 남자	KBS2	487
9	2021 송년 특집 WE'RE HERO 임영웅	KBS2	480
10	WAR IN LIFE 펜트 하우스3	SBS	475
11	철인왕후 조선 중전 영혼 가출 스캔들	tvN	432
12	원 더 우먼	SBS	428
13	트롯 전국 체전	KBS2	420
14	미스 몬테크리스토	KBS2	413
15	복수 대행 써비스 모범 택시	SBS	412
16	슬기로운 의사생활2	tvN	398
17	빨강 구두	KBS2	386
18	속아도 꿈결	KBS1	382
19	내일은 미스 트롯2 갈라 쇼	TV조선	379
20	내일은 미스 트롯2 토크 콘서트	TV조선	372

연간 순위	프로그램	채널	시청자 수 (만 명)
21	미운 우리 새끼 다시쓰는 육아일기	SBS	369
22	내일은 국민 가수	TV조선	364
23	1박 2일	KBS2	342
24	국가대표 와이프	KBS1	341
25	빈센조	tvN	337
26	트로트의 민족	MBC	336
27	갯마을 차차차	tvN	328
28	옷 소매 붉은 끝동	MBC	316
29	오케이 광자매 스페셜	KBS2	311
30	사랑의 꽈배기	KBS2	306
31	사랑의 콜센타	TV조선	300
32	암행어사 조선 비밀 수사단	KBS2	297
33	태종 이방원	KBS1	290
34	검은 태양 THE VEIL	MBC	289
35	WAR IN LIFE 펜트 하우스 히든 룸 숨겨진 이야기	SBS	287
36	SBS 도쿄 올림픽 여자 배구	SBS	284
37	놀면 뭐하니	MBC	282
38	홍천기	SBS	278
39	트롯 전국 대잔치	KBS2	275
40	윤스테이 사장님 마음 담아	tvN	270
41	결혼 작사 이혼 작곡2	TV조선	267
42	나 혼자 산다	MBC	266
43	추석 특선 영화(미나리)	SBS	266
44	TOP 6의 선물	TV조선	264
45	2021 한가위 대기획 피어나라 대한민국 심수봉	KBS2	264
46	연모	KBS2	256
47	달이 뜨는 강	KBS2	251
48	슈퍼맨이 돌아왔다	KBS2	249
49	전국 노래 자랑	KBS1	245

연간 순위	프로그램	채널	시청자 수 (만 명)
50	싱 어게인 무명 가수전	JTBC	244
51	마인	tvN	243
52	KBS 뉴스9	KBS1	238
53	지리산	tvN	238
54	살림하는 남자들	KBS2	235
55	뽕숭아 학당 인생 학교	TV조선	229
56	2021 연예 대상	KBS2	229
57	인간 극장	KBS1	227
58	그 해 우리는	SBS	222
59	꽃 피면 달 생각하고	KBS2	221
60	찬란한 내 인생	MBC	221
61	트롯 전국 외전 TOP8 스토리	KBS2	213
62	2021 KBS DRAMA AWARDS 연기 대상	KBS2	212
63	어쩌다벤져스 뭉쳐야 찬다2	JTBC	212
64	TVN 2022 카타르 월드컵 최종 예선	tvN	211
65	WAR IN LIFE 펜트 하우스2 히든 룸 끝나지 않은 이야기	SBS	206
66	추석 특선 영화(담보)	MBC	205
67	김영철의 동네 한 바퀴	KBS1	202
68	추석 특선 영화(도굴)	KBS2	202
69	특집 다큐(그 섬에 살고 싶다)	KBS1	201
70	경찰 수업	KBS2	200
71	지리산 와운마을의 가을	KBS1	199
72	사장님 귀는 당나귀 귀	KBS2	199
73	결혼 작사 이혼 작곡	TV조선	198
74	골 때리는 그녀들	SBS	196
75	2021 MBC 방송 연예 대상	MBC	195
76	싱 어게인 무명 가수전2	JTBC	195
77	TV 동물 농장	SBS	194
78	가요 무대	KBS1	194

연간 순위	프로그램	채널	시청자 수 (만 명)
79	MBC 스포츠 축구	MBC	194
80	세상 어디에도 없는 아내의 맛	TV조선	193
81	조선 구마사 괴력 난신의 시대	SBS	193
82	귀신 들린 집 매매 전문 대박 부동산	KBS2	193
83	슬기로운 산촌생활	tvN	192
84	내일은 미스 트롯2-7공주 스페셜	TV조선	192
85	트롯 전국 체전 GALA 스페셜	KBS2	192
86	라켓 소년단	SBS	191
87	악마 판사	tvN	191
88	내 딸 하자	TV조선	190
89	2021 SBS 연예 대상	SBS	190
90	다큐 클래식(6년 간의 기록 명관씨의 와일드 김포 앤 비밀의 정원)	KBS1	189
91	두 번째 남편	MBC	188
92	불가살	tvN	188
93	특파원 보고 세계는 지금	KBS1	185
94	밥이 되어라	MBC	185
95	다큐 인 사이트(다큐멘터리 윤여정)	KBS1	184
96	트로트의 민족 갈라 쇼	MBC	184
97	궁금한 이야기Y	SBS	182
98	지금 헤어지는 중입니다	SBS	181
99	전지적 참견 시점	MBC	180
100	사랑의 콜센타 특별판 스페셜 듀엣	TV조선	178

[표 4-53] 뉴스 프로그램 시청자 수(2021 코코파이 조사)

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수 (만 명)	가구시청률 (%)
1	KBS뉴스9	KBS1	238	9.9
2	KBS뉴스7(T)	KBS1	143	7.0

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수 (만 명)	가구시청률 (%)
3	KBS뉴스광장2부(T)	KBS1	136	5.4
4	TV조선뉴스9	TV조선	115	5.8
5	MBC뉴스데스크	MBC	107	5.2
6	SBS8뉴스(T)	SBS	100	5.6
7	KBS뉴스12	KBS1	79	3.8
8	TV조선뉴스7	TV조선	78	3.8
9	KBS뉴스광장1부	KBS1	73	2.9
10	MBN종합뉴스	MBN	60	2.8
11	TV조선뉴스현장	TV조선	53	2.9
12	뉴스A	채널A	51	2.8
13	뉴스TOP10	채널A	50	2.8
14	JTBC뉴스룸	JTBC	48	2.4
15	MBN뉴스와이드	MBN	47	2.6

[표 4-54] 드라마 프로그램 시청자 수(2021 코코파이 조사)

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수 (만명)	가구시청률 (%)
1	주말드라마(오삼광빌라)	KBS2	701	31.1
2	주말드라마(신사와아가씨)	KBS2	668	30.0
3	주말드라마(오케이광자매)	KBS2	616	28.1
4	월화드라마(WARNLIFE펜트하우스)	SBS	556	23.4
5	금토드라마(WARNLIFE펜트하우스2)	SBS	533	21.4
6	일일드라마(누가뭐래도)	KBS1	492	23.4
7	일일드라마(비밀의남자)	KBS2	460	21.3
8	금요드라마(WARNLIFE펜트하우스3)	SBS	404	16.3
9	토일드라마(철인왕후조선중전영혼가출스캔들)	tvN	367	13.5
10	일일드라마(미스몬테크리스토)	KBS2	362	17.2

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수 (만명)	가구시청률 (%)
11	일일드라마(속아도꿈결)	KBS1	350	17.1
12	일일드라마(빨강구두)	KBS2	350	17.0
13	슬기로운의사생활2	tvN	314	11.6
14	금토드라마(원더우먼)	SBS	313	12.9
15	저녁일일극(국가대표와이프)	KBS1	310	15.2
16	금토드라마(복수대행써비스모범택시)	SBS	288	11.7
17	저녁일일드라마(사랑의꽈배기)	KBS2	280	13.7
18	토일드라마(빈센조)	tvN	271	10.3
19	토일드라마(갯마을차차차)	tvN	246	9.4
20	금토드라마(옷소매붉은끝동)	MBC	235	10.0
21	월화드라마(암행어사조선비밀수사단)	KBS2	222	9.7
22	월화드라마(홍천기)	SBS	206	8.7
23	특별기획지리산	tvN	205	8.3
24	대하드라마(태종이방원)	KBS1	190	8.9
25	마인	tvN	188	8.1
26	금토드라마(검은태양THEVEIL)	MBC	187	8.0
27	주말미니시리즈(결혼작사이혼작곡2)	TV조선	181	9.1
28	월화드라마(연모)	KBS2	173	7.9
29	일일드라마(찬란한내인생)	MBC	172	8.1
30	월화드라마(달이뜨는강)	KBS2	169	7.7
31	월화드라마(꽃피면달생각하고)	KBS2	158	7.1
32	월화드라마(조선구마사괴력난신의시대)	SBS	156	6.2
33	주말미니시리즈(결혼작사이혼작곡)	TV조선	150	7.6
34	월화드라마(경찰수업)	KBS2	148	6.2
35	악마판사	tvN	147	6.1
36	금토드라마(지금헤어지는중입니다)	SBS	142	6.2
37	일일드라마(밥이되어라)	MBC	137	6.7
38	불가살	tvN	137	5.2

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수 (만명)	가구시청률 (%)
39	수목드라마(마우스)	tvN	136	5.4
40	월화드라마(루카더비기닝)	tvN	132	5.7
41	종편특별기획드라마(보쌈운명을훔치다)	MBN	131	6.4
42	일일드라마(두번째남편)	MBC	131	6.5
43	월화드라마(낮과밤)	tvN	122	5.1
44	월화드라마(라켓소년단)	SBS	122	4.6
45	수목드라마(귀신들린집매매전문대박부동산)	KBS2	121	4.9
46	수목드라마(여신강림)	tvN	119	3.8
47	특별기획(시지프스)	JTBC	116	4.9
48	금토드라마(날아라개천용)	SBS	114	4.6
49	금토드라마(괴물)	JTBC	113	4.7
50	수목드라마(로스쿨)	JTBC	112	5.2

[표 4-55] 비드라마(교양+오락) 프로그램 시청자 수(2021 코코파이 조사)

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수 (만명)	가구시청률 (%)
1	내일은미스트롯2	TV조선	597	26.3
2	2021송년특집WEREHERO임영웅	KBS2	392	15.8
3	트롯전국체전	KBS2	321	13.7
4	내일은미스트롯2갈라쇼	TV조선	304	13.5
5	미운우리새끼다시쓰는육아일기	SBS	291	13.5
6	내일은미스트롯2토크콘서트	TV조선	291	13.8
7	내일은국민가수	TV조선	288	13.1
8	트로트의민족	MBC	270	12.6
9	1박2일	KBS2	269	9.5
10	2021한가위대기획피어나라대한민국심수봉	KBS2	264	12.1
11	사랑의콜센타	TV조선	237	10.9

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수 (만명)	가구시청률 (%)
12	놀면뭐하니	MBC	224	8.9
13	윤스테이사장님마음담아〈본〉	tvN	224	10.0
14	싱어게인무명가수전	JTBC	207	9.7
15	인간극장	KBS1	198	8.5
16	TOP6의선물	TV조선	195	9.3
17	트롯전국대잔치	KBS2	191	6.7
18	나혼자산다	MBC	189	8.5
19	뽕숭아학당	TV조선	183	8.5
20	어쩌다벤져스뭉쳐야찬다2	JTBC	177	7.1
21	TV동물농장	SBS	174	9.1
22	추석특집지리산와운마을의가을	KBS1	167	7.6
23	살림하는남자들	KBS2	165	6.8
24	트로트의민족카운트다운	MBC	165	7.9
25	내일은미스트롯2운수대통트롯대잔치	TV조선	164	7.4
26	김영철의동네한바퀴	KBS1	160	7.3
27	2021MBC방송연예대상	MBC	160	6.9
28	가요무대	KBS1	159	6.6
29	싱어게인무명가수전2	JTBC	159	7.8
30	6시내고향	KBS1	158	6.5
31	골때리는그녀들	SBS	156	7.4
32	세상어디에도없는아내의맛	TV조선	156	7.8
33	2021MBC연기대상	MBC	154	5.8
34	슈퍼맨이돌아왔다	KBS2	154	6.4
35	2021KBSDRAMAAWARDS연기대상	KBS2	154	6.3
36	궁금한이야기Y	SBS	153	7.6
37	아침마당	KBS1	152	8.0
38	내딸하자	TV조선	151	6.8
39	순간포착	SBS	151	6.5

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수 (만명)	가구시청률 (%)
40	2021연예대상	KBS2	150	5.8
41	뭉쳐야쓴다전설들의농구대잔치	JTBC	148	6.1
42	사장님귀는당나귀귀	KBS2	147	6.5
43	슬기로운산촌생활〈본〉	tvN	146	6.1
44	뭉쳐야찬다전설들의조기축구	JTBC	146	6.7
45	2020도쿄올림픽결산특집다시우리의이야기	KBS1	144	6.8
46	미스터리음악쇼복면가왕	MBC	143	6.6
47	우리말겨루기	KBS1	142	7.0
48	2021SBS연예대상	SBS	141	6.1
49	시니어토크쇼황금연못	KBS1	141	6.2
50	설특집옛날티비그땐그랬지	KBS1	140	6.0

○ **교양/오락/드라마 프로그램 여론 영향력**

- 미디어와 시청자 반응 조사(2021년 방송콘텐츠 인터넷반응 측정조사 연간 보고서)
  - RACOI(방송통신위원회 방송콘텐츠 가치정보 분석시스템): 프로그램에 관한 기사 건수와 인터넷 게시글 수 집계
  - 조사기간: 2021년 1월 1주 ~ 12월 5주 (2021-01-04 ~ 2022-01-02)
  - 조사 대상: 29개 채널(지상파 5 + 종편PP 4 + 일반PP 20)에서 방송되는 드라마 및 예능

[표 4-56] 여론영향력 조사 대상 채널

채널	세부채널
지상파	KBS1, KBS2, MBC, SBS, EBS
케이블	tvN, MBC every1, Mnet, KBS joy, SBS플러스, Olive, 코미디TV, OCN, XtvN, E채널, Onstyle, NQQ, FashionN, SBSfunE, 스카이TV, JTBC2, KBSN, Kstar, MBC MUSIC, KBS드라마
종합편성	JTBC, 채널A, MBN, TV조선

[표 4-57] 여론영향력 조사 지표

유형	정의	지표	수집사이트
미디어 버즈	방송 프로그램에 대한 언론사 방송사 반응	뉴스(수)	네이버 뉴스, 다음 뉴스, 네이트 뉴스
		동영상(수)	네이버TV, 카카오TV
시청자 버즈	방송 프로그램에 대한 시청자 반응	게시글(수)	네이버 블로그, 네이버카페, 다음카페, 오늘의유머, 인스티즈, 웃긴대학, 뽐뿌, MBL Park,DC Inside
		댓글(수)	수집된 뉴스/게시글/동영상의 댓글
		동영상(조회수)	네이버TV, 유튜브, 카카오TV

- 드라마 부문 미디어 버즈 조사 결과
  - 프로그램 관련 뉴스 건수 기준 50위권에 KBS 10개 프로그램 포함
  - 10위권에 KBS 3개 프로그램 포함: 〈오케이 광자매〉, 〈달이 뜨는 강〉, 〈신사와 아가씨〉
  - SBS 〈펜트하우스2〉와 〈펜트하우스3〉이 전체 1, 2위 기록
- 드라마 부문 시청자 버즈 조사 결과
  - 프로그램 관련 시청자 게시글 기준 50위권에 KBS 8개 프로그램 포함
  - 10위권에 KBS 프로그램 없음: 〈연모〉 13위, 〈오케이 광자매〉 19위
  - SBS 〈펜트하우스2〉와 〈펜트하우스3〉이 전체 1, 2위 기록. tvN 〈슬기로운 의사생활2〉와 〈빈센조〉가 3, 4위 기록.
- 비드라마(교양+오락) 부문 미디어 버즈 조사 결과
  - 프로그램 관련 뉴스 건수 기준 50위권에 KBS 13개 프로그램 포함
  - 10위권에 KBS 프로그램 1개 포함: 〈신상출시 편스토랑〉 9위 기록
  - MBC 프로그램이 1~4위 차지: 〈나 혼자 산다〉, 〈라디오 스타〉, 〈놀면 뭐하니?〉, 〈전지적 참견 시점〉
  - 오락 프로그램 사이에서 KBS 〈아침마당〉 18위 기록.
- 비드라마(교양+오락) 부문 시청자 버즈 조사 결과
  - 프로그램 관련 시청자 게시글 기준 50위권에 KBS 6개 프로그램 포함
  - 10위권에 KBS 프로그램 없음: 〈1박 2일〉 18위, 〈신상출시 편스토랑〉 19위 기록.
  - TV조선 〈미스 트롯2〉가 전체 1위. Mnet 〈스트릿 우먼 파이터〉와 〈쇼미더머니10〉가 2, 3위 기록. MBC 〈나 혼자 산다〉와 〈놀면 뭐하니?〉가 4, 5위 기록.

[표 4-58] 드라마 프로그램 미디어 버즈

(2021년 RACOI 방송콘텐츠 인터넷반응 측정조사)

순위	프로그램	채널	뉴스수	동영상수
1	펜트하우스2	SBS	17873	866
2	펜트하우스3	SBS	15073	781
3	빈센조	tvN	15071	1608
4	오케이 광자매	KBS	14771	1675
5	슬기로운 의사생활2	tvN	13386	800
6	달이 뜨는 강	KBS	12927	594
7	옷소매 붉은 끝동	MBC	10497	849
8	신사와 아가씨	KBS	10282	985
9	홍천기	SBS	9733	641
10	마우스	tvN	9605	1176
11	빨강 구두	KBS	9423	1855
12	괴물	JTBC	8854	608
13	모범택시	SBS	8762	691
14	알고있지만,	JTBC	8567	605
15	어느 날 우리 집 현관으로 멸망이 들어왔다	tvN	8448	1120
16	마인	tvN	8439	1063
17	지금, 헤어지는 중입니다	SBS	8408	573
18	지리산	tvN	8123	838
19	결혼작사 이혼작곡	TV조선	8064	375
20	연모	KBS	8057	594
21	너는 나의 봄	tvN	7811	773
22	원 더 우먼	SBS	7782	599
23	경찰수업	KBS	7760	504
24	라켓소년단	SBS	7568	640
25	여신강림	tvN	7501	784
26	시지프스 : the myth	JTBC	7409	607
27	갯마을 차차차	tvN	7189	1042

순위	프로그램	채널	뉴스수	동영상수
28	악마판사	tvN	7083	905
29	결혼작사 이혼작곡	TV조선	7050	343
30	미스 몬테크리스토	KBS	6887	2232
31	오! 주인님	MBC	6873	565
32	조선구마사	SBS	6817	177
33	간 떨어지는 동거	tvN	6681	980
34	검은 태양	MBC	6576	387
35	로스쿨	JTBC	6573	686
36	오월의 청춘	KBS	6504	386
37	루카 : 더 비기닝	tvN	6499	733
38	나빌레라	tvN	6325	708
39	대박부동산	KBS	6314	474
40	설강화 : snowdrop	JTBC	6226	261
41	철인왕후	tvN	6187	745
42	안녕? 나야!	KBS	6132	406
43	너를 닮은 사람	JTBC	6102	587
44	인간실격	JTBC	5893	573
45	보쌈-운명을 훔치다	MBN	5746	871
46	선배, 그 립스틱 바르지 마요	JTBC	5732	619
47	언더커버	JTBC	5662	551
48	구경이	JTBC	5507	361
49	보이스 4	tvN	5502	762
50	멜랑꼴리아	tvN	5343	699

[표 4-59] 드라마 프로그램 시청자 버즈

(2021년 RACOI 방송콘텐츠 인터넷반응 측정조사)

순위	프로그램	채널	게시글수	댓글수
1	펜트하우스2	SBS	72840	671403
2	펜트하우스3	SBS	46704	421474
3	슬기로운 의사생활2	tvN	42075	286258

순위	프로그램	채널	게시글수	댓글수
4	빈센조	tvN	40218	349170
5	옷소매 붉은 끝동	MBC	38386	260555
6	갯마을 차차차	tvN	34459	240504
7	펜트하우스	SBS	31046	150341
8	철인왕후	tvN	27384	174534
9	경이로운 소문	OCN	22544	106751
10	지리산	tvN	21829	103855
11	설강화 : snowdrop	JTBC	19699	187680
12	여신강림	tvN	18585	243590
13	연모	KBS	18293	89197
14	지금, 헤어지는 중입니다	SBS	16009	66290
15	홍천기	SBS	15517	78781
16	런 온	JTBC	14949	83110
17	마우스	tvN	14597	101606
18	조선구마사	SBS	13460	272929
19	오케이 광자매	KBS	13274	50103
20	검은 태양	MBC	13196	54526
21	신사와 아가씨	KBS	12605	91313
22	원 더 우먼	SBS	11290	57044
23	해피니스	tvN	10979	50185
24	유미의 세포들	tvN	10928	86458
25	모범택시	SBS	10458	75820
26	시지프스 : the myth	JTBC	9561	50015
27	괴물	JTBC	9256	51743
28	그 해 우리는	SBS	8911	53043
29	달이 뜨는 강	KBS	8623	111260
30	너는 나의 봄	tvN	8556	35264
31	태종 이방원	KBS	8488	28640
32	결혼작사 이혼작곡	TV조선	8280	30742

순위	프로그램	채널	게시글수	댓글수
33	어느 날 우리 집 현관으로 멸망이 들어왔다	tvN	7708	108951
34	간 떨어지는 동거	tvN	7702	60472
35	악마판사	tvN	7519	45579
36	오월의 청춘	KBS	7394	39727
37	라켓소년단	SBS	7360	44420
38	오! 삼광빌라!	KBS	7276	25834
39	불가살	tvN	7052	20886
40	나빌레라	tvN	6912	36493
41	마인	tvN	6872	37248
42	인간실격	JTBC	6496	31693
43	알고있지만,	JTBC	6289	89750
44	로스쿨	JTBC	6258	45049
45	너를 닮은 사람	JTBC	6222	22088
46	선배, 그 립스틱 바르지 마요	JTBC	5940	41593
47	멜랑꼴리아	tvN	5739	19635
48	경찰수업	KBS	5548	20542
49	보이스 4	tvN	5462	25623
50	하이클래스	tvN	5392	12618

[표 4-60] 비드라마 프로그램 미디어 버즈

(2021년 RACOI 방송콘텐츠 인터넷반응 측정조사)

순위	프로그램	채널	뉴스수	동영상수
1	나혼자산다	MBC	34980	2532
2	라디오스타	MBC	33714	2535
3	놀면 뭐하니?	MBC	32443	2075
4	전지적 참견 시점	MBC	24594	2144
5	유 퀴즈 온 더 블럭	tvN	23590	4706
6	미운 우리 새끼	SBS	22398	2163
7	런닝맨	SBS	22115	2044
8	동상이몽2 _ 너는 내 운명	SBS	21987	1877

순위	프로그램	채널	뉴스수	동영상수
9	신상출시 편스토랑	KBS	21447	2055
10	아는 형님	JTBC	19740	4052
11	슈퍼맨이 돌아왔다	KBS	19283	2276
12	1박 2일	KBS	19239	1580
13	복면가왕	MBC	16527	1893
14	신청곡을 불러드립니다 -사랑의 콜센타	TV조선	16451	2667
15	비디오스타	MBC	16137	1808
16	집사부일체	SBS	15327	1669
17	뽕숭아학당	TV조선	15216	1798
18	아침마당	KBS	14625	2142
19	미스트롯2	TV조선	14456	2311
20	골 때리는 그녀들	SBS	14227	1064
21	불후의 명곡	KBS	13127	2691
22	대한외국인	MBC	12953	2096
23	살림하는 남자들	KBS	12702	1683
24	다시 뜨거워지고 싶은 애로부부	채널A/SKY	12490	1327
25	무엇이든 물어보살	KBS	12258	1232
26	백종원의 골목식당	SBS	12167	1833
27	스트릿 우먼 파이터	Mnet	11943	1323
28	사장님 귀는 당나귀 귀	KBS	11870	1395
29	놀라운 토요일	tvN	11623	5783
30	옥탑방의 문제아들	KBS	10443	1807
31	안싸우면 다행이야	MBC	10242	1943
32	맛남의 광장	SBS	9598	1345
33	구해줘 홈즈	MBC	8943	1739
34	아내의 맛	TV조선	8918	528
35	강철부대	채널A/SKY	8819	1005
36	연애의 참견	KBS	8804	1043
37	아무튼 출근!	MBC	8520	1443

순위	프로그램	채널	뉴스수	동영상수
38	1호가 될 순 없어	JTBC	8216	1842
39	유희열의 스케치북	KBS	8017	3668
40	해방타운	JTBC	7918	1590
41	식객 허영만의 백반기행	TV조선	7706	986
42	노는언니	E채널	7543	606
43	내가 키운다	JTBC	7263	1170
44	뭉쳐야 쏜다	JTBC	7146	1272
45	수미산장	KBS	7117	227
46	썰바이벌	KBS	7043	683
47	어서와 한국은 처음이지?	MBC	6891	2183
48	나만 믿고 따라와 도시어부3	채널A	6652	1266
49	킹덤: 레전더리 워	Mnet	6320	817
50	신박한 정리	tvN	6267	1005

[표 4-61] 비드라마 프로그램 시청자 버즈

(2021년 RACOI 방송콘텐츠 인터넷반응 측정조사)

순위	프로그램	채널	게시글수	댓글수
1	미스트롯2	TV조선	78509	603946
2	스트릿 우먼 파이터	Mnet	66526	796324
3	쇼미더머니10	Mnet	60023	389288
4	나혼자산다	MBC	57747	430502
5	놀면 뭐하니?	MBC	51946	530093
6	런닝맨	SBS	50289	439845
7	유 퀴즈 온 더 블럭	tvN	49433	501041
8	복면가왕	MBC	43577	174187
9	싱어게인	JTBC	40455	237999
10	아는 형님	JTBC	38450	357925
11	놀라운 토요일	tvN	36613	317120
12	골 때리는 그녀들	SBS	30417	246140
13	강철부대	채널A/SKY	30155	296740

순위	프로그램	채널	게시글수	댓글수
14	전지적 참견 시점	MBC	27487	170168
15	신청곡을 불러드립니다 -사랑의 콜센타	TV조선	26946	2546547
16	백종원의 골목식당	SBS	26157	145674
17	걸스플래닛999 : 소녀대전	Mnet	25472	582488
18	1박 2일	KBS	22027	195479
19	신상출시 편스토랑	KBS	20744	81020
20	라디오스타	MBC	20728	170237
21	미운 우리 새끼	SBS	18882	121571
22	고등래퍼4	Mnet	17115	207260
23	생활의 달인	SBS	16974	63514
24	유희열의 스케치북	KBS	16306	166994
25	맛있는 녀석들	iHQ	14753	79614
26	대탈출4	tvN	14373	78302
27	집사부일체	SBS	14274	168501
28	슈퍼맨이 돌아왔다	KBS	13985	179434
29	내일은 국민가수	TV조선	13541	163559
30	스트릿댄스 걸스 파이터	Mnet	13273	164168
31	식객 허영만의 백반기행	TV조선	12734	53650
32	불후의 명곡	KBS	12277	115311
33	윤스테이	tvN	11738	78337
34	구해줘 홈즈	MBC	11716	53044
35	팬텀싱어 올스타전	JTBC	11585	144644
36	동상이몽2 _ 너는 내 운명	SBS	11471	54059
37	알토란	MBN	11286	34704
38	뽕숭아학당	TV조선	10802	1409590
39	주간아이돌	MBC	10521	137955
40	방과후 설렘	MBC	9932	47707
41	뭉쳐야 쏜다	JTBC	9772	62229
42	슈퍼밴드2	JTBC	9649	105861

순위	프로그램	채널	게시글수	댓글수
43	맛남의 광장	SBS	8906	37111
44	트롯전국체전	KBS	8899	77143
45	뭉쳐야 찬다2	JTBC	8882	54158
46	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	SBS	8817	42585
47	요즘 육아 금쪽같은 내 새끼	채널A	8605	44064
48	심야괴담회	MBC	8494	71365
49	내딸하자	TV조선	8465	197000
50	돌싱글즈2	MBN	7933	68301

□ 라디오 채널 및 프로그램 평가

○ **국가적, 사회적, 국제적 의제를 반영한 프로그램 제작**

- 코로나19 관련 사회적 문제와 대응을 연속 진단
  - 〈팬데믹과 대한민국〉 4부작 (5월)
  - 〈코로나와 양극화〉 3부작 (9월)
- 국제 정치와 경제 상황에 대한 심층 정보와 관점 제공
  - 〈KBS열린토론〉 美 바이든 행정부 출범과 한반도 전략 연속기획(1월~3월)
  - 〈KBS열린토론〉 중국 공산당 창당 100년, 대한민국의 도전과 기회는 무엇인가? (7월)
  - 〈홍사훈의 경제쇼〉 美中 신냉전 개막, 한국 경제의 운명 시리즈(1월~3월)
- 선거 관련 의제 제시와 토론 유도
  - 대선 D-365 기획 〈대통령의 자격은 무엇인가?〉 (3월)
  - 대선 D-100 특집 〈20대 대통령 선거를 논하다〉 (11월)
  - 2021 재보궐선거 특집 개표방송 (4월)
- 기후 재난 등 환경 관련 프로젝트 추진
  - 〈지구를 위한 새로고침, 습관을 바꾸는 라디오〉 연중 캠페인 제작
  - 환경의 날 특별기획 〈대한민국 환경 1교시〉 (6월)
- 도쿄 올림픽 현장 중계 및 특집 방송
  - 〈다시, 우리! 여기는 도쿄 올림픽 현장입니다〉 (7월~8월)
  - 개막식·폐막식 특집 1라디오 한민족 동시 생방송 (7.23.(금), 8.8.(일))

• 국내 라디오 방송사로는 유일하게 현지 취재 및 생방송

- 코로나19로 위축된 청취자를 위로하는 특집 프로그램 제작
  • 〈김혜영과 함께 특집-심수봉 스페셜〉
  • 〈임백천의 백뮤직 특집-백뮤직이 안아드립니다, 백허그 시리즈 1,2,3〉
  • 〈김태훈의 프리웨이 특집; 프리웨이 1년, 고맙습니다〉,
  • 〈12월엔 캐롤이 위로가 되었으면 해〉

○ **신설 및 특집, 기획 프로그램 개발**

- 사회적 관심 이슈를 반영한 시의적절한 특집, 기획 프로그램 제작
  • 민식이법 1년, 어린이 교통사고 예방 캠페인 (3월)
  • KBS라디오 세월호 7주기 특별기획 〈세월호 아카이브로 다시 듣는 '그 날'〉 (4월)
  • 〈KBS 열린토론〉 '대선 연속 기획 – 더 리더' (7월~12월)
  • 누리호 발사 특집 〈누리호, K-우주시대를 열다〉 (10월)
  • 〈최영일의 시사본부〉 크리스마스 기획 '당신들의 크리스마스 – 나는 미등록 이주 아동입니다'(12월)
  • 〈주진우 라이브〉 송년특집 '코로나와의 공존과 일상회복 기원 토크콘서트 -Live, Live, Love' (12월)
- 클래식 음악 분석과 소개 및 실황 중계로 고품격 음악 프로그램 제작
  • KBS클래식FM 개국 42주년 특집방송 〈위대한 예술가의 추억〉: 피아졸라 탄생 100주년, 생상스 서거 100주기, 베르디 서거 120주기, 단테 서거 700주기 등 기념해야 할 예술가들의 작품 세계를 조망
  • KBS클래식FM 2021 여름음악학교 〈응접실의 모차르트〉: 모차르트 시대 악보와 음악회 팜플렛, 연주회 스케치 등을 통해 당시 연주회 재현.
  • 생생클래식 〈작은 음악회〉: 청취자들에게 친숙한 연주자들의 연주를 라이브로 감상
  • 노래의 날개 위에 30주년 특집방송 〈그대 목소리에 내 마음 열리고〉: 최고 성악가들이 선사하는 수준 높은 라이브 무대와 30주년 기념 음반 첫 공개
  • 〈2021 우리가 사랑한 클래식〉: 클래식 음악 선호도를 조사하고 해당 음악의 의미 분석
  • 국내외 정상급 연주 실황 중계방송: 〈2021 교향악 축제〉, 〈클래식 레볼루션 2021〉, 〈KBS교향악단 정기연주회〉 등 50여 회 중계방송. 〈빈필 신년음악회〉, 〈쇤부른궁 여름밤 음악회〉, 〈부조니 국제 피아노 콩쿠르〉 최종결선 공연실황 등 소개.

- 인기 DJ 영입, MZ세대용 음악, 시청자 참여 확대 등으로 신설-특집 프로그램 관심 유도
  - 〈비투비의 키스더 라디오〉, 〈신예은의 볼륨을 높여요〉 신설: 경쟁력 있는 DJ 영입으로 청취자 관심 증대
  - 메타버스 기반 멀티 플랫폼 프로그램 〈스테이션 제트〉 신설: MZ세대 소구
  - 다양한 특집 프로프램: 〈윤정수 남창희의 미스터 라디오〉 특집 '우리는 DJ다', 〈강한나의 볼륨을 높여요〉 특집 '볼륨송 프로젝트', 〈DAY6의 키스 더 라디오〉 특집 '청취자와 함께 하는 랜선파티', 〈사랑하기 좋은 날 이금희입니다〉 특집'12월엔, 캐롤이 위로가 되었으면 해', 〈조우종의 FM대행진〉 특집 '사람사랑 생명사랑 밤길걷기'
- 해외 한민족 대상으로 보도, 시사/교양, 오락/드라마 등 다양한 특집 제작(한민족방송)
  - 북한주민과 해외 한민족 대상의 국내 유일 지상파 라디오 전문 채널로 31개 정규 프로그램과 33개 특집 제작.
  - 〈제23회 한민족 체험수기〉: 디지털 콘텐츠 부문 신설 및 중앙아시아 고려인을 배려한 특별상 마련
  - 〈통일전망대〉, 〈오늘과 내일〉, 〈통일열차〉: 국내외 주요 이슈들을 심층 분석
  - 〈보고 싶은 얼굴 그리운 목소리〉, 〈한민족 하나로〉: 전 세계 750만 한민족 동포들의 교류의 장 제공
  - 신설 프로그램 〈말 트고 마음 트고〉: 민족 동질성 회복을 위한 언어적 기준 모색

○ **청취율 평가**

- KBS 라디오 점유청취율 총합 26.0%로, 2013년 2차(27.0%) 이후 최대치 기록. 한국리서치의 MRS 청취율 조사가 본격 시행된 2010년 이후 최초로 MBC 청취율의 총합(25.9%)을 추월. 청취율 1위인 SBS(총합 26.6%)와의 격차도 줄임.
  - 1라디오: 점유청취율 3.9%(2018년)→4.6%(2019년)→5.7%(2020년)→5.3%(2021년)으로 지속적 상승세 보이다 2021년 다소 주춤. 경제 프로그램들은 좋은 성과를 나타냄.
  - 2라디오: 2021년 연평균 점유청취율 2.45%로, 2020년 8월 채널의 대대적인 개편 이후 소폭의 상승세 나타냄. 〈주현미의 러브레터〉 등 50대 이상 중장년층에 소구하며 청취율 상승 흐름 보임.
  - 1FM: 2021년 청취율 조사에서 2.7~2.8% 사이의 안정된 모습 보임.
  - 2FM: 2021년 4차 점유청취율 조사에서 2013년 이후 역대 최고치 기록. MBC FM, MBC 표준FM, CBS FM, TBS 등 경쟁 채널들과 격차를 벌리며 2위 자리 확고히 함.

〈조우종의 FM대행진〉과 〈사랑하기 좋은날 이금희입니다〉가 상위권에서 상승세 지속.

- 청취율 상위권 프로그램
  - 100위권 내 KBS 25~31개 프로그램 포함: 31개(1차 조사)→28개(2차 조사)→25개(3차 조사)→27개(4차 조사)
  - 30위권 내 KBS 3~7개 프로그램 포함: 3개(1차 조사)→4개(2차 조사)→7개(3차 조사)→6개(4차 조사)
  - KBS내 최고 청취율 프로그램: 〈조우종의 FM대행진〉은 16위→8위→6위→7위로 상승세 보임. 〈사랑하기 좋은 날 이금희입니다〉도 25위→15위→6위→8위로 상위권에 안정적으로 진입.

[표 4-62] 청취율 상위 100위 R 프로그램

2021년 1차 조사결과 (KBS라디오 31개 프로그램)

순위	채널	프로그램	점유청취율
16	2FM	조우종의 FM대행진	3.8
25	〃	사랑하기 좋은날 이금희입니다	3.2
30	〃	박명수의 라디오쇼	2.9
32	〃	윤정수, 남창희의 미스터 라디오	2.8
〃	1R	주진우 라이브	2.8
34	2FM	이현우의 음악앨범	2.6
35	〃	황정민의 뮤직쇼	2.5
38	〃	정은지의 가요광장	2.2
44	1R	김경래의 최강시사	1.9
50	〃	최경영의 경제쇼	1.3
57	〃	성공예감 김방희입니다	1.1
61	2FM	강한나의 볼륨을 높여요	1.0
〃	2R	김혜영과 함께	1.0
〃	1FM	김미숙의 가정음악	1.0
67	1R	뉴스와 화제	0.8
〃	〃	정오종합뉴스	0.8
〃	〃	오태훈의 시사본부	0.8
〃	1FM	세상의 모든음악	0.8

순위	채널	프로그램	점유청취율
76	1R	정용실의 뉴스브런치	0.7
〃	2R	주현미의 러브레터	0.7
〃	〃	임백천의 백뮤직	0.7
84	2FM	Day6의 키스 더 라디오	0.6
〃	2R	이각경의 해피타임	0.6
〃	1FM	출발 FM과 함께	0.6
〃	〃	명연주 명음반	0.6
98	1R	빅데이터로 보는 세상	0.5
〃	〃	와이파이 한국인	0.5
〃	〃	라디오 전국일주	0.5
〃	〃	KBS 열린토론	0.5
〃	2R	박명수의 라디오쇼	0.5
〃	1FM	KBS 음악실	0.5

[표 4-63] 청취율 상위 100위 R 프로그램

2021년 2차 조사결과 (KBS라디오 28개 프로그램)

순위	채널	프로그램	점유청취율
8	2FM	조우종의 FM대행진	5.2
13	〃	박명수의 라디오쇼	4.2
15	〃	사랑하기 좋은날 이금희입니다	4.0
19	〃	이현우의 음악앨범	3.4
34	〃	정은지의 가요광장	2.5
〃	〃	윤정수, 남창희의 미스터 라디오	2.5
〃	1R	주진우 라이브	2.5
38	2FM	황정민의 뮤직쇼	2.0
41	1R	최경영의 최강시사	1.9
55	〃	성공예감 김방희입니다	1.0
〃	1FM	김미숙의 가정음악	1.0
62	2FM	강한나의 볼륨을 높여요	0.9
〃	1R	홍사훈의 경제쇼	0.9

순위	채널	프로그램	점유청취율
66	1FM	생생클래식	0.8
69	2R	박명수의 라디오쇼	0.7
〃	〃	임백천의 백뮤직	0.7
〃	〃	이각경의 해피타임 4시	0.7
81	2FM	Day6의 키스 더 라디오	0.6
〃	2R	주현미의 러브레터	0.6
〃	〃	김혜영과 함께	0.6
〃	1FM	출발FM과 함께	0.6
〃	〃	KBS 음악실	0.6
〃	〃	명연주 명음반	0.6
〃	〃	세상의 모든음악	0.6
93	1R	뉴스와 화제	0.5
〃	〃	정용실의 뉴스브런치	0.5
〃	2R	김태훈의 프리웨이	0.5
〃	〃	두근두근 음악엔	0.5

[표 4-64] 청취율 상위 100위 R 프로그램

2021년 3차 조사결과 (KBS라디오 25개 프로그램)

순위	채널	프로그램	점유청취율
6	2FM	조우종의 FM대행진	5.1
〃	〃	사랑하기 좋은날 이금희입니다	5.1
17	〃	박명수의 라디오쇼	3.6
25	〃	윤정수, 남창희의 미스터 라디오	2.9
26	〃	이현우의 음악앨범	2.8
29	1R	주진우 라이브	2.7
30	2FM	황정민의 뮤직쇼	2.4
36	〃	정은지의 가요광장	2.2
40	1R	최경영의 최강시사	2.1
55	〃	성공예감 김방희입니다	1.1
〃	2R	박명수의 라디오쇼	1.1

순위	채널	프로그램	점유청취율
61	1FM	김미숙의 가정음악	1.0
63	〃	출발FM과 함께	0.9
69	1R	뉴스와 화제	0.8
〃	〃	홍사훈의 경제쇼	0.8
〃	2R	주현미의 러브레터	0.8
〃	〃	임백천의 백뮤직	0.8
〃	〃	김혜영과 함께	0.8
〃	〃	이각경의 해피타임 4시	0.8
77	1R	라디오 전국일주	0.7
〃	1FM	생생클래식	0.7
〃	〃	세상의 모든음악	0.7
89	1R	정용실의 뉴스브런치	0.6
〃	2R	김태훈의 프리웨이	0.6
〃	1FM	명연주 명음반	0.6

[표 4-65] 청취율 상위 100위 R 프로그램

2021년 4차 조사결과 (KBS라디오 27개 프로그램)

순위	채널	프로그램	점유청취율
7	2FM	조우종의 FM대행진	5.8
8	〃	사랑하기 좋은날 이금희입니다	5.5
13	〃	이현우의 음악앨범	4.2
14	〃	박명수의 라디오쇼	3.9
25	〃	윤정수, 남창희의 미스터 라디오	3.0
28	〃	정은지의 가요광장	2.9
31	1R	주진우 라이브	2.7
41	2FM	황정민의 뮤직쇼	2.1
44	1R	성공예감 김방희입니다	1.9
46	〃	최경영의 최강시사	1.8
54	〃	홍사훈의 경제쇼	1.1
58	1FM	세상의 모든음악	1.0

순위	채널	프로그램	점유청취율
61	2FM	강한나의 볼륨을 높여요	0.9
〃	2R	박명수의 라디오쇼	0.9
〃	〃	임백천의 백뮤직	0.9
67	1FM	김미숙의 가정음악	0.8
71	1R	최영일의 시사본부	0.7
〃	〃	KBS 열린토론	0.7
〃	2R	김혜영과 함께	0.7
〃	〃	이각경의 해피타임 4시	0.7
〃	1FM	출발FM과 함께	0.7
〃	〃	명연주 명음반	0.7
82	2FM	조정현의 굿모닝팝스	0.6
〃	1R	뉴스와 화제	0.6
〃	2R	주현미의 러브레터	0.6
98	1R	정오종합뉴스	0.5
〃	〃	저녁종합뉴스	0.5

○ **영향력 평가**

- 1라디오
  - 〈최경영의 최강시사〉, 〈주진우 라이브〉 등 출퇴근 시간대 거점 시사 프로그램 경쟁력 유지 및 〈최영일/정관용의 시사본부〉 신설로 낮 시간대 화제성 강화
  - 〈성공예감 김방희입니다〉 편성 확대 및 〈홍사훈의 경제쇼〉 신설 등 경제 프로그램 차별화로 채널 점유청취율 견인
  - 코로나19 뉴스 특보 수시 편성, 백신 접종 관련 정확한 정보 제공 등 코로나19 확산 방지에 기여
  - 제20대 대선을 앞두고 새로운 리더십과 정책 중심 토론으로 정치 불신 해소
  - 시의적절한 기획 특집 대내외 수상으로 채널 위상 제고
- 2라디오
  - 중장년층 청취자 타깃으로 소폭의 청취율 상승
  - 2021년 청취율 상위 100위 안에 〈임백천의 백뮤직(69위)〉, 〈주현미의 러브레터(69

위)〉, 〈김혜영과 함께(69위)〉, 〈이각경의 해피타임 4시(69위)〉, 〈김태훈의 프리웨이(87위)〉 등 5개 프로그램 진입.

- 1FM
  - 다양한 특집 방송과 기념음반 제작 등으로 클래식 채널의 전문성을 공고히 함. 특집 방송 〈위대한 예술가의 추억〉과 〈노래의 날개 위에〉 30주년 특집방송 '그대 목소리에 내 마음 열리고'는 2021년 KBS 우수프로그램상 최우수상(2회, 4회) 수상.
  - 유튜브 공식 채널 'KBS Classic FM'에 특집 방송과 라이브 연주 콘텐츠를 업로드해 코로나19 상황에서 청취자들에게 고품격 음악 감상 기회 제공. 유튜브 채널 개설(2020. 7) 이후 500여개 동영상 업로드. 총 조회수 1,520,244회(2021. 12. 31. 기준)
- 2FM
  - 채널 점유율 2위 도약: 2021년도 2차 조사에서 채널점유율 2위 기록 후 3, 4차 조사에서 2위 유지.
  - 〈조우종의 FM대행진〉, 〈사랑하기 좋은 날 이금희입니다〉: 청취율 상위권에서 지속적 상승세 유지
  - 〈박명수의 라디오쇼〉, 〈사랑하기 좋은 날 이금희입니다〉: 동시간대 전체 청취율 1위 기록

□ 라디오 프로그램 수상 실적

○ 1R 수상실적

- 세월호 7주기 특별기획 〈세월호 아카이브로 다시 듣는 ' 그 날'〉
  - 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상 최우수상 수상 (4월)
  - 제254회 이달의 PD상 수상
- 연중기획 〈기억을 기록하다〉
  - 제48회 한국방송대상 작품상 (사회공익 R부문)
- 〈두 엄마 이야기 – '소선이 미숙에게, 미숙이 소선에게'〉
  - 제48회 한국방송대상 작품상 (다큐멘터리 R부문, 2020년 12월 방송)
- 6.25전쟁 70년 특별기획 〈나는 여자의용군입니다〉
  - 2021년 방송통신위원회 방송대상 우수상 (2020년 6월 방송)
- KBS 공사창립 특별기획 〈위기의 시대 공영미디어의 가치를 찾다〉 3부작
  - 제1차 KBS 우수프로그램상 우수상 수상

- 환경의 날 특집 〈대한민국 환경 1교시〉
  • 제2차 KBS 우수프로그램상 우수상 수상
- KBS 라디오 2020 도쿄올림픽 특집 방송 〈다시, 우리! 여기는 도쿄 올림픽 현장입니다!〉
  • 제3차 KBS 우수프로그램상 최우수상 수상

○ **1FM 수상실적**

- 클래식FM 개국 42주년 특집 〈위대한 예술가의 추억〉
  • 제2차 KBS우수프로그램상 최우수상
- 〈노래의 날개 위에〉 30주년 특집'그대 목소리에 내 마음 열리고'
  • 제4차 KBS우수프로그램상 최우수상

○ **2FM 수상실적**

- 〈박원의 키스 더 라디오- 인간 VS 인공지능, 선곡배틀〉
  • 프리 이탈리아 웹-팩츄얼 부문 스페셜 멘션상
- 〈DAY6의 키스 더 라디오 특집 – 청취자와 함께 하는 랜선파티〉
  • 제1차 KBS우수프로그램 최우수상
- 〈윤정수 남창희의 미스터 라디오 특집 – 우리는 DJ다〉
  • 제1차 KBS우수프로그램 우수상
- 〈조우종의 FM 대행진〉
  • 한국PD연합회 251회 이달의 PD상
- 〈스테이션 제트〉
  • 한국PD연합회 260회 이달의 PD상
- 〈스테이션 제트 특별기획- 제트픽 15〉
  • 제4차 KBS우수프로그램 우수상

○ **3R 수상실적**

- 장애인의 날 특별기획 〈2021 대한민국 1교시 – 우리의 노래〉
  • 장애인의 날 기념 사회부총리 겸 교육부 장관 표창
- 〈내일은 푸른하늘 방구석 음악여행 My Story〉
  • 제3차 KBS우수프로그램상 우수상

○ **한민족방송 수상실적**

- 〈다큐멘터리 역사를 찾아서 1000회 특집〉

• 방송통신심의위 이달의 좋은 프로그램상(7월)

- 〈다큐멘터리'다시 날자-북한이탈주민 심리치유 프로젝트'〉
  • 제33회 URTI라디오 그랑프리 은상
- KBS라디오 2020 도쿄올림픽 특집방송 〈다시, 우리! 여기는 도쿄, 올림픽 현장입니다!〉
  • 제3차 KBS우수프로그램상 최우수상

4. 디지털 콘텐츠 평가

가. 디지털 콘텐츠의 제작 및 유통 실적

□ **KBS 전체 유튜브 125개 채널(KBS World 채널 미포함) 운영하며, 조회수, 구독자, 수익 모두 증가**

○ 조회수: 2019년 160.0억회, 2020년 260억회, 2021년 360억회로 증가. 2020년, 2021년 매년 100억회씩 늘었음.

○ 구독자: 2019년 2,043만명, 2020년 3,164만명, 2021년 4,200만명으로 증가. 2020년 1,121만명이 늘었고, 2021년 1,036만명이 늘었음.

○ 수익: 2019년 91.3억원, 2020년 197.1억원, 2021년 244.9억원으로 증가. 2020년 116% 늘었고, 2021년 24% 늘었음

□ **사회적 현안과 중요 뉴스를 신속하게 전달: 디지털뉴스 〈디라이브〉 사례**

○ 구성: 인터뷰룸(주요 뉴스 메이커 인터뷰), 발제압박(9시 뉴스 아이템 소개), 8분 MZ(시사 정보를 쉽게 풀어 MZ 세대에 전달), 맨땅에 경제(쉽고 재미있게 풀어쓴 경제 뉴스)

○ 성과: 누리호 특집(2021.10.21.13:00~19:00) 최대 동접자 52,672명

○ TV와 차별화한 실시간 쌍방향 방송으로 디지털 라이브 뉴스 모델 제시

○ 각 부서와 지역총국 참여를 유도해 전사적 디지털 전환 방향성 제시

○ 주요 내용을 텍스트·숏폼 영상으로 재제작해 소셜미디어 등에 2차 유통

○ 디지털 스트리밍 중 지상파 TV뉴스와의 연결 등 본격 크로스미디어 실험

□ 뉴스, 정보, 지식에 대한 해설과 스토리 제공

○ 시사 유튜브 〈더 라이브〉: 그날의 생생한 시사 이슈를 쉽고 재밌게 풀어내는 생방송 시사 토크쇼. 전년 대비 5.1만명 증가한 30.7만명의 구독자 수 기록. 채널 누적 조회 수는 약 9001.4만 회로 전년 대비 44% 증가.

○ 〈박종훈의 경제 한방〉: 경제활동 인구를 대상으로 하는 경제 채널. 세금, 재테크, 거시경제 등 유용한 정보 제공

○ 〈속고 살지 마〉: 법률, 부동산, 절세 등의 생활에 필요한 정보 제공. 뉴스에서 간단하게 다뤄지는 정책과 법률을 이용자 맞춤형으로 재구성.

○ 〈댓글 읽어주는 기자들〉: 기자들이 KBS 기사에 달린 댓글을 분석하고 시청자와 함께 소통.

○ 〈KBS다큐〉, 〈KBS교양〉, 〈KBS지식〉 등 6개 교양 유튜브 채널: 구독자 수 246만명으로 전년 대비 96.9% 증가. 운용 수익 25억 8백만원으로, 전년 대비 94.5% 증가.

□ 아카이브 특화 유튜브 채널 강화

○ 〈깔깔티비〉, 〈크큭티비〉, 〈뭉클티비〉, 〈스타TV 인물사전〉, 〈TV 실험실〉, 〈어게인 가요톱10〉, 〈옛날티비〉 등 운영. 과거 방송된 콘텐츠를 요즘 감성에 맞게 재구성.

○ 〈크큭티비〉: 신규 수급이 부족한 코미디 장르에 아카이브를 바탕으로 흥미로운 콘텐츠 제공

○ 〈스타티비〉: 방송연예 관련 이슈와 트렌드에 대응하고 신규 TV 프로그램 이슈 메이킹 역할도 담당

□ 반려동물 인구, 액티브 시니어 등 이용자 타깃형 유튜브 채널 기획

○ 〈KBS 동물TV 애니멀포유〉: 〈류수영의 동물TV〉, 〈어린이 동물TV〉 연계. 반려동물 인구 타깃. 어린이 동물 TV 지상파 연계 크로스오버 전략 구사 및 해외 잠재 시청자 유입을 위한 시도

○ 〈KBS 같이삽시다〉 : 〈박원숙의 같이 삽시다〉 연계. 액티브 시니어 타깃. TV본방과 연계한 미방분 콘텐츠 적극 활용한 크로스미디어의 대표, 유튜브 이용이 급증하는 액티브

시니어의 세대 취향에 맞춘 전략적 콘텐츠 기획과 운영

□ 여성과 해외 이산가족 등 사회적 관심이 필요한 집단에 대한 관심 지속

○ 〈허스토리〉, 〈K-디아스포라〉 채널 운영

□ 젊은 세대와 미래시청층을 대상으로 한 채널 운영

○ 〈크랩〉: MZ세대에게 뉴스와 시사 콘텐츠를 쉽고 재미있게 전달. 5분 안팎의 짧은 미들텀 콘텐츠로 구성. 조회수 1.6억회와 구독자 25.5만명으로 2020년 대비 각각 124%와 127% 증가.

○ 〈eSports〉: 코로나로 스포츠 라이브 수급이 어려운 상황에서 스포츠 예능 콘텐츠(우리동네 예체능, 출발드림팀 등) 재구성

□ 신규 콘텐츠 및 스핀오프 제작

○ 〈한국인의 술상〉: KBS 프로그램 〈한국인의 밥상〉의 IP를 활용, OTT 숏폼 콘텐츠를 기획 제작. 배우 최불암과 래퍼 최자가 전국을 함께 돌아다니며 한국 술의 역사와 진솔한 인생 이야기를 나누는 로드 다큐멘터리. WAVVE, NAVER TV, KAKAO TV 등 총 17개 OTT에 동시 공개 후, 설특집 기획으로 1TV 지상파로 방송.

○ 〈머니올라〉: 경제 전문 오리지널 콘텐츠 유튜브 채널. 구독자 39.3만 명.

○ 〈옛날 라디오〉: 디지털 오디오 전문 유튜브 채널.

○ 〈한국 맛집K〉: 한국의 고품격 유튜브 맛집을 지향하는 채널

○ 예능에서도 오리지널 콘텐츠 및 스핀오프 다량 제작

- 예능센터 내 디지털 콘텐츠 제작팀 '스튜디오K' 중심으로 유튜브 콘텐츠 기획-제작-운영
- 〈구라철〉, 〈아이돌 인간극장〉, 〈조세호의 와인바〉 등 7개 오리지널 제작
- 〈무대 직캠〉, 〈1위 앵콜캠〉 등 디지털 특화된 예능 스핀오프 총 2,164편 제작

나. 주요 디지털 서비스 개선현황

□ KBS 자체 플랫폼(홈페이지·myK·Kong) 공적 서비스 확대 및 기능 개선

○ 2020 도쿄올림픽/패럴림픽 특집사이트 제공

○ 청각장애인과 노약자의 디지털 시청권 확대를 위해 VOD 자막 추가 제작(총10,534시간)

○ 한국어 보급과 확산에 기여하고자 '우리말공인인증고사' 서비스 실시(누적 사용자 146만명)

□ 홈페이지 신규 서비스 3종 오픈해 다양한 서비스를 체계적으로 제공

○ 신규 서비스 3종

- 명품관: 대기획 및 다큐를 무료 고화질로 즐기는 동영상 서비스
- 뮤직관: KBS 음악콘텐츠를 세대별, 장르별로 듣고 볼 수 있는 서비스
- 스타연예: 신속하고 즐거운 연예 및 스타소식을 클립, 영상과 함께 제공

○ 월 평균 19만명씩 총 192만명이 사용했고, 총 419만 페이지뷰 신규 달성

□ 뉴스 홈페이지 다양한 특집 운영

○ 코로나19 특집 페이지 운영

- 코로나19 관련기사 모음(팩트체크, 백신접종, 글로벌뉴스, 방역과 삶 등)
- 코로나19 접종 현황판 개발 및 운영(전국/시도별 국내 및 세계 현황)
- '위드 코로나' 페이지 개발(치료 및 확진자 현황판)

○ 2022 대통령선거 D-100 특집 페이지 운영: 여론조사 인터랙티브 페이지 등 포함

○ 도쿄 올림픽 및 패럴림픽 특집 페이지, 누리호 발사 특집 페이지, 2021 재보궐 선거 특집 페이지 등 운영

□ KBS 뉴스 유튜브 업로드 시스템 고도화 및 품질 개선

○ 뉴스CMS 섬네일 생성 기능 추가: 하루 평균 100개 이상의 섬네일 제작 가능

○ 자막 자동 생성 기능 추가: 청각 장애인 사용성 개선

○ 전송 방식 변경을 통한 업로드 속도 개선: FTP → API 방식

□ KBS 디지털 플랫폼 이용 편의성 향상

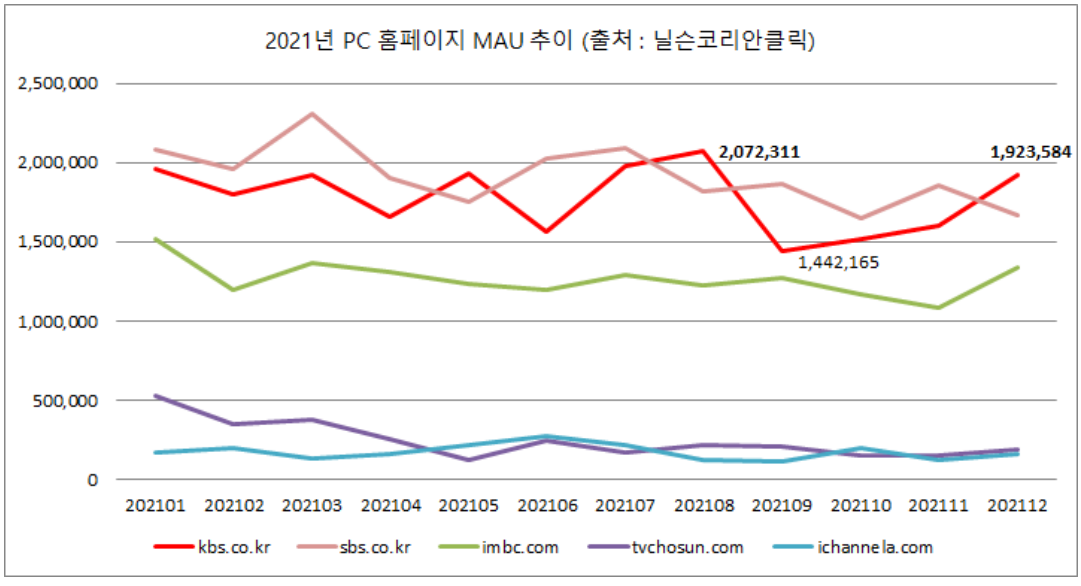
○ KBS VOD를 채팅 방식으로 쉽게 검색할 수 있도록 지상파 최초로 AI 기반 챗봇 서비스 실시(PC 홈페이지 우선 적용). 다시보기-다시듣기 검색, 편성표 보기, 시청자 문의 답변, 추천 기능 등 제공.

○ TV 화면으로 myK 콘텐츠 시청이 가능한 'myK 미러링' 기능 실시

○ Kong앱 안정화 조치로 라디오 온에어 품질 향상: 2020년 4월 ~ 2021년 5월 사이 발생한 모든 장애 유형 분석해 장비 교체 등 안정화 조치 시행

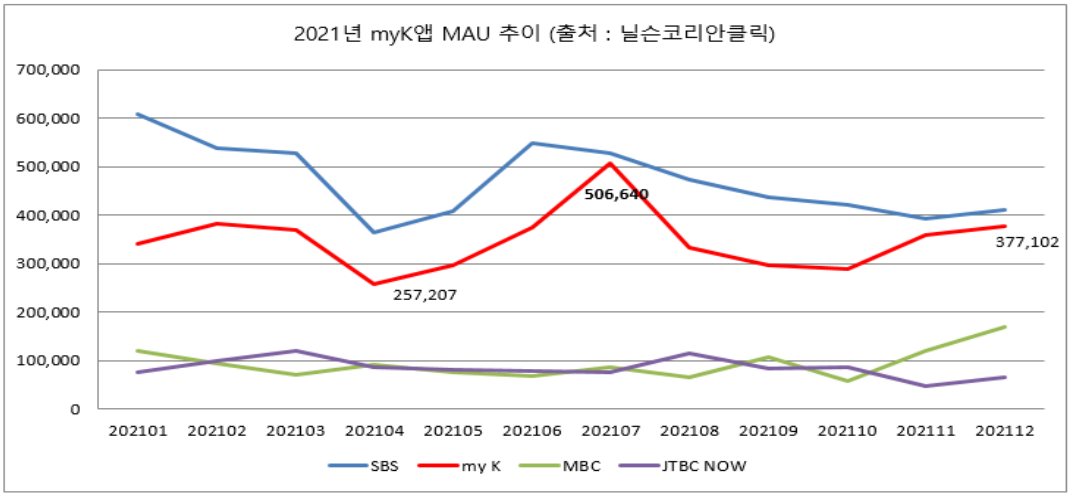
□ 자체 플랫폼의 MAU(Monthly Active Users) 추이

[그림 4-3] PC 홈페이지 MAU 추이



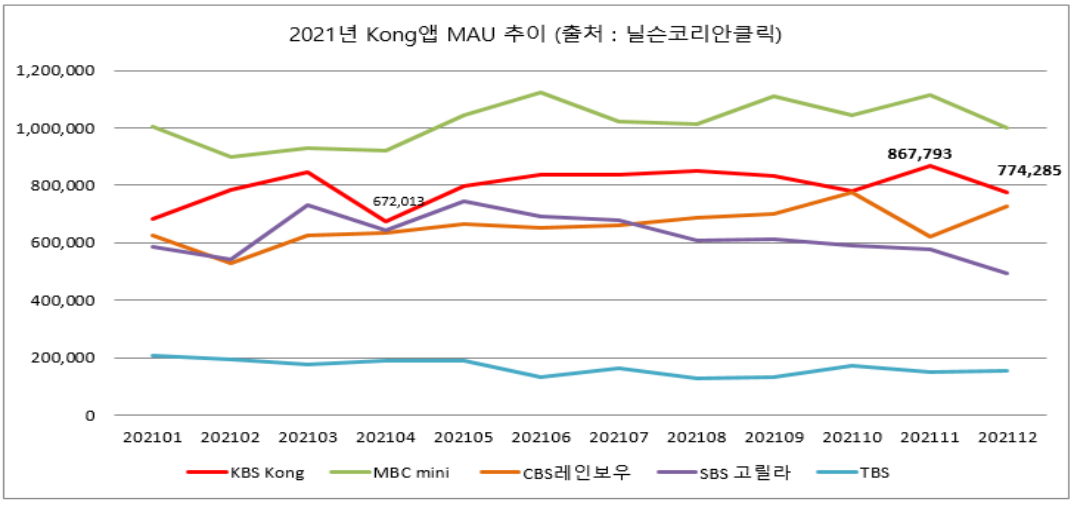
- 2021년 KBS PC 홈페이지 MAU는 최대 207만, 최소 144만으로 월평균 178만명이 이용. 동일기간 SBS의 월평균 MAU는 191만, MBC의 월평균 MAU는 126만. KBS는 2위를 기록하며, SBS와 1위를 놓고 경쟁 중.
- 상기 데이터(닐슨 코리안클릭 제공)는 현재 PC 홈페이지 자료만 제공 중. 모바일 사용자가 PC 사용자와 동일하거나 더 많은 추세를 감안하면, KBS 홈페이지의 합산 MAU는 월평균 356만명 이상으로 추정.

[그림 4-4] myK MAU 추이 (안드로이드 버전)



- 2021년 KBS myK 안드로이드 버전 MAU는 최대 50.6만, 최소 25.7만으로 월평균 34.8만명이 이용. 동일기간 SBS의 월평균 MAU는 47.0만, MBC의 월평균 MAU는 9.3만. KBS는 2위를 기록하며, SBS와의 격차를 좁혀가고 있음
- 상기 데이터(닐슨 코리안클릭 제공)는 안드로이드 버전 자료만 제공. 통상적으로 iOS 사용자가 안드로이드 사용자의 절반이라고 할 때, KBS myK의 합산 MAU는 월평균 52만명 이상으로 추정

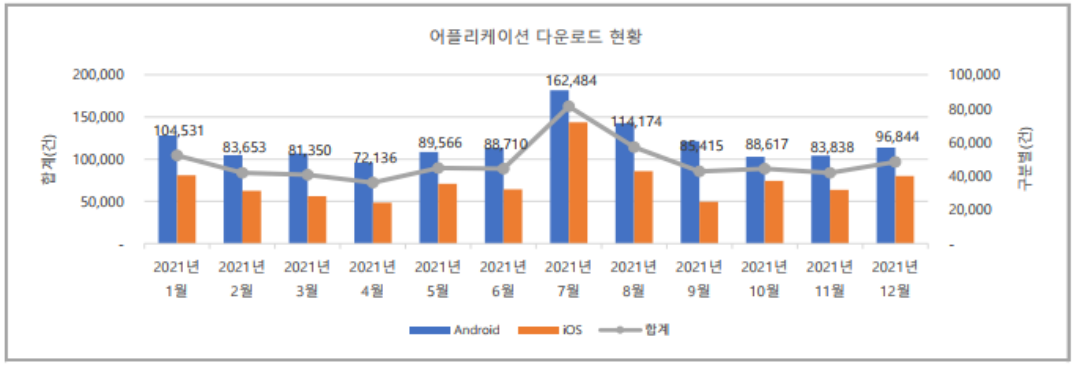
[그림 4-5] Kong MAU 추이 (안드로이드 버전)



- 2021년 KBS Kong 안드로이드 버전 MAU는 최대 86.7만, 최소 67.2만으로 월평균 79.6만명이 이용. 동일기간 SBS의 월평균 MAU는 62.5만, MBC의 월평균 MAU는 101만. KBS는 2위 기록.
- 상기 데이터(닐슨 코리안클릭 제공)는 현재 안드로이드 버전 자료만 제공. 통상적으로 iOS 사용자가 안드로이드 사용자의 절반이라고 할 때, KBS Kong의 합산 MAU는 월평균 119만명 이상으로 추정.

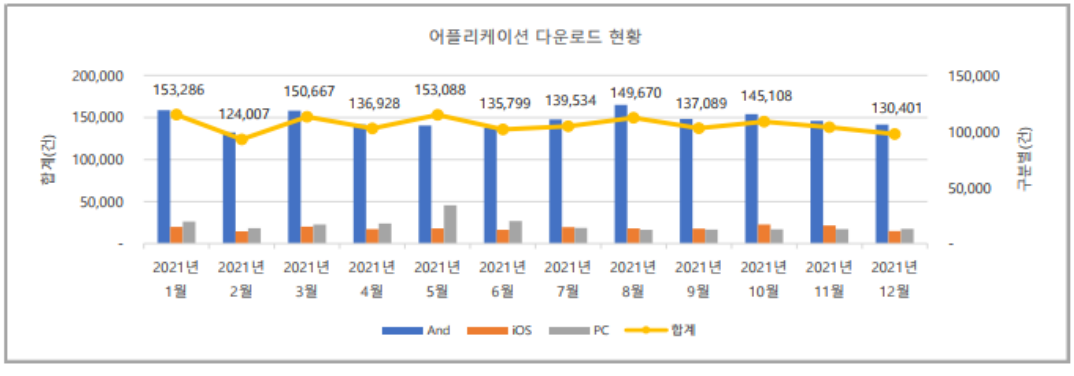
□ 자체 앱의 순설치자 수 추이

[그림 4-6] myK 설치자 수 추이



- 2011년 출시 이후 2021년 12월까지 누적 myK 앱 설치자 수는 1,409만명. 월별 신규 설치자 수는 최대 16.2만명, 최소 7.2만명, 월평균 9.5만명. 신규 설치자 수는 7월에 가장 많았으며, 도쿄 올림픽 디지털 차별화 서비스로 인한 효과로 추정.

[그림 4-7] Kong 설치자 수 추이



• 2014년 출시 이후 2021년 12월까지 누적 콩 앱 설치자 수는 860만명. 월별 신규 설치자 수는 최대 15.3만명, 최소 12.4만명, 월평균 14.0만명.

□ KBS 디지털 채널(유튜브 등) 조회수 추이

○ 방송사 운영 유튜브 채널의 조회수와 구독자 비교

- 대상: KBS, MBC, SBS, 조선, JTBC, MBN, 채널A, tvN(CJ계열 포함), 연합뉴스, YTN, TBS 등 방송사가 운영하는 유튜브 채널
- 2021년 10월, 11월, 12월 조사에서 KBS 채널은 조회 수 기준 100위 안에 각각 22개, 20개, 21개 포함.
- KBS WORLD TV가 8~10위로 가장 조회 수 많은 프로그램
- KBS Kpop, KBS Entertain, KBS Drama 등 오락과 드라마 채널의 조회 수가 상대적으로 높게 나타남
- KBS News 채널은 30~34위, KBS 교양 채널은 59~83위, KBS 다큐 채널은 73~82위 기록.

[표 4-66] 2021년 10월 방송사 운영 유튜브 채널 조회 수 상위권 100

(KBS : 22개)

순위	채널	월조회수 (만회)	구독자 (만명)
8	KBS WORLD TV	14200	1710
14	KBS Kpop	10100	649
17	KBS Entertain	9581	456
30	KBS Drama	5024	353
31	KBS News	4869	138
48	KBS N	2889	77
51	KBS Entertain: 깔깔티비	2682	60
62	KBS Drama Classic	2327	149
63	KBS동물티비 : 애니멀포유 animal4u	2291	60
69	KBS 골든케이팝	2024	53
73	딩가딩가 스튜디오 DGDG Studio	1830	10
75	KBS 한국방송	1799	156
77	KBS 다큐	1755	104

순위	채널	월조회수 (만회)	구독자 (만명)
81	KBS COMEDY: 크큭티비	1519	49
82	Kemi TV	1495	41
83	KBS 교양	1487	77
84	KBS 같이삽시다	1482	65
85	KBS 1라디오	1418	58
87	KBS HUMAN: 뭉클티비	1360	143
88	KBS StarTV: 인물사전	1334	39
91	esports KBS	1220	11
100	Again 가요톱10 : KBS KPOP Classic	1057	35

[표 4-67] 2021년 11월 방송사 운영 유튜브 채널 조회 수 상위권 100

(KBS : 20개)

순위	채널	월조회수 (만회)	구독자 (만명)
8	KBS WORLD TV	13900	1720
18	KBS Kpop	9327	654
23	KBS Entertain	7786	459
33	KBS Drama	5615	356
34	KBS News	5444	141
53	KBS N	3255	78
55	KBS동물티비 : 애니멀포유 animal4u	3112	64
59	KBS 교양	2987	80
62	KBS Entertain: 깔깔티비	2730	61
65	KBS Drama Classic	2541	151
68	KBS 골든케이팝	2394	56
72	KBS COMEDY: 크큭티비	2060	51
74	KBS 한국방송	2014	157
81	esports KBS	1774	12
82	KBS 다큐	1758	107
87	Kemi TV	1614	42
88	KBS 같이삽시다	1585	67

순위	채널	월조회수 (만회)	구독자 (만명)
93	KBS StarTV: 인물사전	1387	41
95	KBS HUMAN: 뭉클티비	1337	145
97	KBS 1라디오	1265	60

[표 4-68] 2021년 12월 방송사 운영 유튜브 채널 조회 수 상위권 100

(KBS : 21개)

순위	채널	월조회수 (만회)	구독자 (만명)
10	KBS WORLD TV	15000	1730
17	KBS Kpop	11000	664
21	KBS Entertain	9255	461
30	KBS News	6349	144
38	KBS Drama	4721	358
49	KBS N	3428	80
58	KBS동물티비 : 애니멀포유 animal4u	2630	67
64	KBS Drama Classic	2312	153
68	KBS COMEDY: 크큭티비	2206	52
69	KBS Entertain: 깔깔티비	2205	62
72	KBS 교양	2150	82
73	KBS 다큐	2143	110
74	KBS 골든케이팝	2117	58
76	KBS 같이삽시다	2030	72
77	esports KBS	2023	13
78	KBS 1라디오	2016	64
81	KBS HUMAN: 뭉클티비	1907	143
82	KBS 한국방송	1899	159
96	KBS StarTV: 인물사전	1264	43
97	세계는지금	1230	28
98	Kemi TV	1229	42

○ KBS 주요 유튜브 채널 성과(멀티플랫폼편성국 채널 22개 대상, 2021년 수익 순)

- 조회 수 상위권: 〈깔깔티비〉가 누적 조회 수 9.2억회로 1위
- 조회 수 3억 이상 채널 6개: 〈깔깔티비〉, 〈뭉클티비〉, 〈크큭티비〉, 〈동물티비〉, 〈같이 삽시다〉, 〈가요톱10〉

[표 4-69] 유튜브 채널 실적

채널명(개설연월)	조회수 (억 회)			구독자 (만 명)		
	최초 ~2021	최초 ~2020	최초 ~2019	최초 ~2021	최초 ~2020	최초 ~2019
깔깔티비(19/4)	9.2	5.6	1.4	62.4	46.2	18.4
뭉클티비(15/10)	7.6	5.2	3.1	143.4	118.9	90.8
크큭티비(18/9)	6.8	4.7	2	52.4	38.8	18.6
동물티비(20/5)	4.6	1.4		66.9	27.1	
같이삽시다(20/6)	3.7	1.2		71.7	31.1	
가요톱10(18/10)	3	1.6	0.5	37.7	24.5	11.8
e-Sports(19/7)	2.2	0.4	0.1	12.6	5.4	2.4
역사그날(18/12)	2	1.1	0.2	55.3	35.9	9.8
스타티비(20/6)	1.9	0.3		42.8	11.7	
걸어서 세계(15/3)	1.8	0.8	0.2	54.5	29.7	6.1
생로병사(19/4)	1.2	0.4	0	38.5	17	2.6
옛날티비(14/3)	1.2	0.7	0.2	34.2	21.6	5.7
세계는지금(19/10)	1	0.2	0	28.2	8.5	1.2
머니올라(20/6)	0.6	0.1		39.3	11	
실험실(21/4)	0.4			11.8		
K-DIASPORA(19/6)	0.4	0.2	0	9.7	4.6	1.3
환경스페셜(21/2)	0.3			8.3		
중국 어제와 오늘(19/12)	0.3	0.1		8.3	5	
허 스토리(19/3)	0.2	0	0	7.5	1.6	0.4
기막힌 티비(21/4)	0.1			1.4		
한국 맛집K(21/10)	0			1.1		
옛날 라디오(21/9)	-			0.2		

- 상위권 채널은 2020년 대비 조회수 1.3억~3.7억회 증가(1년간 순증): 〈깔깔티비〉 3.6억회 증가, 〈뭉클티비〉 2.4억회 증가, 〈크큭티비〉 2.1억회 증가, 〈동물티비〉 3.2억회 증가, 〈같이삽시다〉 2.5억회 증가, 〈가요톱10〉 1.4억회 증가.

○ 2021년 WAVVE VOD 기준 상위권 100

- KBS 프로그램 15개 포함. KBS1 1개, KBS2 14개.
- 30위권 내 4개 프로그램 포함: 〈신사와 아가씨〉 12위, 〈연모〉 15위, 〈경찰수업〉 26위, 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉 29위 기록

[표 4-70] 2021년 WAVVE VOD 상위권 100 KBS 프로그램

연간순위	채널	프로그램명
12	KBS 2TV	신사와 아가씨
15	KBS 2TV	연모
26	KBS 2TV	경찰수업
29	KBS 2TV	슈퍼맨이 돌아왔다
32	KBS 2TV	오케이 광자매
34	KBS 2TV	일일드라마 빨강 구두
36	KBS 1TV	대하드라마 태종 이방원
38	KBS 2TV	1박2일 시즌4
52	KBS 2TV	사장님 귀는 당나귀 귀
54	KBS 2TV	달리와 감자탕
59	KBS 2TV	일일드라마 미스 몬테크리스토
60	KBS 2TV	대박부동산
62	KBS 2TV	2021 KBS 연기대상
63	KBS 2TV	표리부동
65	KBS 2TV	꽃 피면 달 생각하고
71	KBS 2TV	개승자
80	KBS 2TV	살림하는 남자들
83	KBS 2TV	개는 훌륭하다
84	KBS 2TV	사랑의 꽈배기
85	KBS 2TV	학교 2021

연간순위	채널	프로그램명
87	KBS 2TV	신상 출시 편스토랑
89	KBS 2TV	옥탑방의 문제아들
93	KBS 2TV	오월의 청춘
97	KBS 2TV	달이 뜨는 강
99	KBS 2TV	2021 KBS 연예대상

- KBS1에서는 대하드라마 〈태종 이방원〉이 유일하게 36위로 포함됨.

다. 라디오 디지털 콘텐츠 평가

□ 라디오센터 멀티플랫포밍 제작 기반 확대

○ 지상파 라디오 프로그램을 유튜브 콘텐츠로 가공

○ 유튜브용 스핀오프 프로그램 개발

- 1라디오 〈최경영의 이슈 오도독(시사)〉, 〈조손의 느바(스포츠)〉, 2FM 〈여의도동 녹음실〉, 2라디오 〈트랄라: 트로트 라이브 라디오(음악)〉, 한민족방송 〈통일앞수다〉 등 지상파 라디오의 스핀오프 콘텐츠를 다양하게 제작

○ 라디오센터 독자적인 오리지널 콘텐츠 생산

- 〈거침없는 녀석들(1R)〉, 〈팬.아.수(팬이 아니어도 수어영상 저장; 수어예능 라디오)〉시즌1,2 제작하며 디지털 오리지널 콘텐츠 제작 시스템을 마련

□ 성과

○ 신규 콘텐츠 3만건 이상 업로드. 전체 누적 조회수는 10억회 상회. 누적 구독자수는 전년 대비 32% 증가.

○ 1라디오는 국내 라디오 유튜브 최단 기간 50만 구독자 수 달성

- 〈최경영의 최강시사〉, 〈홍사훈의 경제쇼〉, 〈주진우 라이브〉 등 콘텐츠 50만 이상 조회수 기록, 전년 동기 대비 4배 이상 증가

○ 1FM 유튜브 채널은 〈살롱 드 피아노〉와 특집 프로그램 라이브 콘텐츠로 구독자 및 조회 수 증가

○ 2FM 유튜브 채널은 120만 구독자 수 달성

- 〈박명수의 라디오쇼〉, 〈정은지의 가요광장〉, 〈신예은의 볼륨을 높여요〉, 〈비투비의 키스더 라디오〉 등 라이브 스트리밍으로 구독자 수 전년 대비 크게 증가

○ 한민족방송은 유튜브 채널 〈보고 싶은 얼굴 그리운 목소리〉, 〈경제로 통일로〉, 〈통일전망대〉 제작

5. 보도·시사의 신뢰성·공정성

가. 보도·시사 프로그램 품질 평가 및 품질 향상 노력

□ 뉴스의 시청률, 시청자 수 및 품질평가지수(PSI)

○ 뉴스의 시청률

- 2017년~2021년 시청률에서 〈KBS 뉴스9〉는 지상파와 종편채널 메인 뉴스 프로그램 가운데 1위 기록
- 〈KBS1 뉴스9〉의 시청률은 매년 10% 이상을 기록해 타방송사 메인 뉴스에 비해 압도적 우위를 보임: 타방송사 메인 뉴스 최고 시청률은 6%대.
- 〈KBS1 뉴스9〉의 시청률은 지난 5년간 다소 하락 추세: 2021년엔 전년도 대비 1.7% 포인트 하락

[표 4-71] 지상파와 종합편성 채널 메인 뉴스 연평균 시청률

닐슨코리아 수도권, 평일 기준 (단위 : %)

연도별	KBS1	MBC	SBS	채널A	Jtbc	MBN	TV조선
2017년	14.4	5.2	6.3	1.5	6.0	2.7	1.3
2018년	12.0	4.0	6.6	1.8	5.6	3.0	2.0
2019년	11.1	4.2	5.9	2.5	5.2	2.8	3.4
2020년	12.4	6.0	6.3	3.1	3.0	2.8	4.9
2021년	10.7	5.3	5.8	3.3	2.5	2.9	5.8

○ **뉴스의 시청자 수**

- 2017년~2021년 시청자 수에서 〈KBS1 뉴스9〉는 지상파와 종편채널 메인 뉴스 프로그램 가운데 1위 기록
- 〈KBS1 뉴스9〉의 시청자 수는 매년 평균 250만명 이상을 기록해 타방송사 메인 뉴스에 비해 압도적 우위를 보임: 타방송사 메인 뉴스의 최고 시청자 수는 130만명 수준.
- 〈KBS1 뉴스9〉의 시청자 수는 지난 5년간 다소 하락 추세: 2021년에는 전년도 대비 15.10% 감소.

[표 4-72] 지상파와 종합편성 채널 메인 뉴스 연평균 시청자 수

닐슨코리아 전국, 평일 기준 (단위 : 만 명)

구분	KBS1	MBC	SBS	채널A	Jtbc	MBN	TV조선
2017년	330	88	100	30	130	58	24
2018년	283	80	116	36	120	62	36
2019년	264	85	99	48	98	59	60
2020년	298	120	114	57	64	62	98
2021년	253	107	107	58	50	61	115

○ **뉴스의 품질평가지수(PSI)**

- 2017년~2021년 프로그램 품질평가지수(PSI) 조사에서 〈KBS1 뉴스9〉는 지상파 메인 뉴스 프로그램 가운데 1위 기록
  - 〈KBS1 뉴스9〉의 평가지수는 지난 5년간 71.1~73.7점을 기록해 타방송사 메인 뉴스에 비해 압도적 우위를 보임: 타방송사 메인 뉴스의 최고 평가지수는 71.6점(MBC 뉴스데스크 2019년 하반기).
  - 〈KBS1 뉴스9〉의 평가지수는 2019년 주춤했다 2020년과 2021년 다시 상승.

[표 4-73] 지상파 메인 뉴스 프로그램의 품질평가지수(PSI) 조사 결과

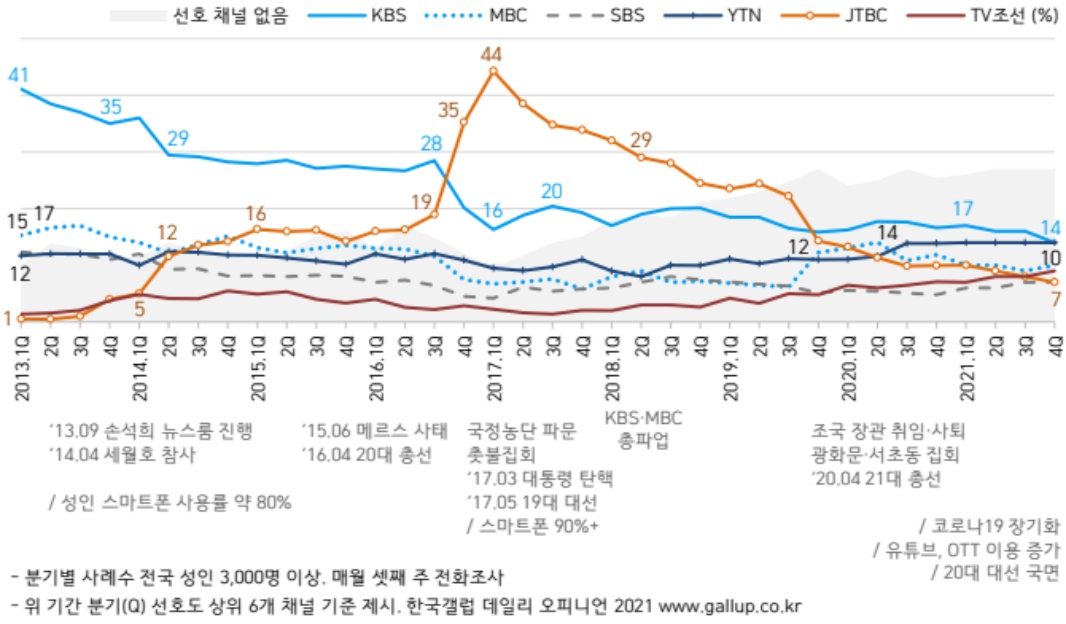
구분		KBS 뉴스9	MBC 뉴스데스크	SBS 8시뉴스
2017년	1분기	71.7점	68.7점	69.9점
	2분기	73.3점	67.8점	66.8점
	3분기	73.4점	67.0점	68.5점
	4분기	71.7점	67.3점	68.6점

구분		KBS 뉴스9	MBC 뉴스데스크	SBS 8시뉴스
2018년	1분기	73.0점	67.9점	68.7점
	2분기	73.4점	68.0점	69.2점
	하반기	73.6점	69.0점	69.3점
2019년	상반기	71.1점	66.8점	66.9점
	하반기	71.6점	71.6점	67.4점
2020년	상반기	73.7점	71.1점	68.5점
	하반기	73.7점	71.1점	69.3점
2021년	상반기	73.1점	70.1점	68.8점
	하반기	73.4점	71.3점	69.2점

○ **한국갤럽의 〈한국인이 즐겨보는 뉴스 채널〉 조사**

- 한국갤럽의 〈한국인이 즐겨보는 뉴스 채널 2013-2021〉 조사에서 KBS는 2021년 1위 기록.
  - 조사기간: 2021년 10월 19~21일, 11월 16~18일, 12월 14~16일
  - 표본추출: 휴대전화 RDD 표본 프레임에서 무작위 추출(집전화 RDD 15% 포함)
  - 응답방식: 전화조사원 인터뷰
  - 조사대상: 전국 만 18세 이상 3,000명
  - 표본오차: ±1.8%포인트(95% 신뢰수준)
  - 응답률: 14%(총 통화 21,829명 중 3,000명 응답 완료)
- KBS 뉴스는 한국인이 즐겨보는 뉴스 채널에서 2013년~2016년 3분기까지 1위 차지. 2016년 4분기 ~ 2019년 3분기 JTBC 뉴스에 밀려 2위로 하락. 이후 현재까지 KBS 뉴스는 1위 유지.
- KBS 뉴스에 대한 선호도(즐겨보는 뉴스 채널로 선택)는 2013년 41%까지 높았지만, 이후 지속적으로 하락해 2021년도 14%까지 하락함. 2021년 4분기 KBS 뉴스는 선호도 14%로 YTN과 공동 1위 기록함. 하지만 2013년의 2위였던 MBC와 26% 차이에서 2021년도 3위였던 MBC와 4%로 감소. 4위인 TV조선과도 5%이내의 차이만을 보이고 있음.

[그림 4-8] 한국인이 즐겨 보는 뉴스 채널



- 분기별 사례수 전국 성인 3,000명 이상. 매월 셋째 주 전화조사
- 위 기간 분기(Q) 선호도 상위 6개 채널 기준 제시. 한국갤럽 데일리 오피니언 2021 www.gallup.co.kr

□ 시사 프로그램의 시청률, 시청자 수 및 품질평가지수(PSI)

○ 시사 프로그램의 시청률

- 2017년~2021년 시청률에서 KBS 〈시사기획 창〉과 〈시사직격〉은 지상파와 종편채널 대표 시사 프로그램 6개 가운데 2~4위권 기록.
- 시사 프로그램 가운데 시청률 1위는 SBS 〈그것이 알고 싶다〉
- MBC 〈PD수첩〉은 KBS 프로그램과 2위 시청률 경쟁 대상
- 종합편성 채널의 Jtbc 〈이규연의 스포트라이트〉와 TV조선 〈탐사보도 세븐〉은 시청률 하위권 형성
- KBS 〈시사기획 창〉과 〈시사직격〉의 시청률은 지난 5년간 다소 하락 추세: 2021년 〈시사기획 창〉은 전년도 대비 0.3% 포인트 회복. 2021년 〈시사직격〉은 전년도 대비 0.4% 포인트 하락.

[표 4-74] 지상파와 종편 채널 대표 시사 프로그램의 연평균 시청률

닐슨코리아 수도권, (단위 : %)

구분	KBS1	KBS1	MBC	SBS	Jtbc	TV조선
	시사기획창	시사직격	PD수첩	그것이 알고싶다	이규연의 스포트라이트	탐사보도 세븐
2017년	5.1	-	4.3	9.7	3.8	1.8
2018년	5.1	-	4.1	7.2	3.9	1.8
2019년	4.0	4.4	4.1	6.8	3.4	2.3
2020년	3.1	4.2	3.5	5.5	2.1	2.2
2021년	3.4	3.8	2.8	5.2	1.7	1.8

○ **시사 프로그램의 시청자 수**

- 2017년~2021년 시청자 수에서 KBS 〈시사기획 창〉과 〈시사직격〉은 지상파와 종편채널 대표 시사 프로그램 6개 가운데 2~3위권 기록.
- 시사 프로그램 가운데 시청자 수 1위는 SBS 〈그것이 알고 싶다〉: 2021년 연간 평균 시청자 수가 유일하게 100만명 상회.
- 종합편성 채널의 Jtbc 〈이규연의 스포트라이트〉와 TV조선 〈탐사보도 세븐〉은 시청자 수에서 하위권 형성
- KBS 〈시사기획 창〉과 〈시사직격〉의 시청자 수는 지난 5년간 하락 추세: 2021년 〈시사기획 창〉은 전년도 대비 13.24% 회복. 2021년 〈시사직격〉은 전년도 대비 9.68% 하락.

[표 4-75] 지상파와 종편 채널 대표 시사 프로그램의 연평균 시청자 수

닐슨코리아 전국, (단위 : 만 명)

구분	KBS1	KBS1	MBC	SBS	Jtbc	TV조선
	시사기획창	시사직격	PD수첩	그것이 알고싶다	이규연의 스포트라이트	탐사보도 세븐
2017년	104	-	81	202	79	36
2018년	103	-	77	149	77	35
2019년	85	93	75	148	68	43
2020년	68	93	66	125	44	47
2021년	77	84	56	118	38	36

○ **시사 프로그램의 품질평가지수(PSI)**

- 2021년 프로그램 품질평가지수(PSI) 조사에서 〈시사기획창〉과 〈시사직격〉은 지상파 대표 시사 프로그램 가운데 1~2위 기록.
- 〈시사기획창〉과 〈시사직격〉은 2020년 MBC 〈PD수첩〉과 SBS 〈그것이 알고 싶다〉에 다소 뒤지는 평가지수를 보였지만, 2021년에 역전.
- 〈시사기획창〉과 〈시사직격〉의 평가지수는 2019년 ~ 2021년 꾸준히 상승하는 경향.

[표 4-76] 지상파와 종편 채널 대표 시사 프로그램의 품질평가지수(PSI) 조사

구분		KBS1	KBS1	KBS1	MBC	SBS
		추적 60분	시사기획창	시사직격	PD수첩	그것이 알고 싶다
2017년	1분기	77.0점	75.2점	-	73.9점	82.2점
	2분기	-	79.1점	-	74.7점	-
	3분기	76.3점	78.3점	-	-	79.4점
	4분기	-	-	-	-	79.9점
2018년	1분기	-	-	-	77.9점	78.7점
	2분기	77.7점	78.9점	-	77.4점	80.0점
	하반기	78.7점	78.4점	-	75.4점	77.7점
2019년	상반기	77.4점	77.2점	-	75.4점	77.8점
	하반기	-	76.9점	75.8점	76.9점	78.3점
2020년	상반기	-	77.3점	76.3점	76.7점	77.5점
	하반기	-	77.7점	76.6점	76.4점	77.8점
2021년	상반기	-	79.3점	78.0점	75.5점	77.9점
	하반기	-	79.4점	79.1점	77.5점	77.0점

□ 뉴스와 시사 프로그램의 주요 수상 실적

○ **한국방송대상 (총 3건)**

- 시사기획 창 〈농산물 가격의 비밀... 누가 돈을 버나?〉
- 시사기획 창 〈남겨진 사람들〉(3부작)
- 즐거운 챔피언

○ **이달의 좋은 프로그램상 (총 5건)**

- 1월: 시사기획 창 〈농산물 가격의 비밀... 누가 돈을 버나?〉
- 8월: 시사직격 〈라임·옵티머스 사기 - 검찰 그리고 금감원〉
- 9월: 시사직격 〈긴급르포 - 빼앗긴 미얀마의 봄〉
- 10월: 시사직격 〈죽어야 보이는 사람들 -2021 청년 고독사 보고서〉
- 11월: 시사기획 창 〈내 인생은 당신의 포르노가 아니다〉

○ **양성평등미디어상 (총 2건)**

- KBS 뉴스 9 〈자발적 비혼모 사유리, 비혼출산 연속보도〉
- 질문하는 기자들 Q 〈언론이 청년을 소비하는 방법〉

○ **국제앰네스티언론상 (총 2건)**

- KBS뉴스9 〈일하다 죽지 않게 연속보도〉
- 시사기획 창 〈코로나19 요양병원 존엄한 노후〉

○ **이달의 방송기자상 (총 25건)**

나. 외부 조사 기관의 공정성·신뢰도 평가

□ 공정성 평가

○ **정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI) 평가**

- 조사 개요
  - 연간 4차례 분기당 5회(회당 2,400명 대상), 총 48,000명 조사
  - 전국 13~69세 남녀 대상으로 11점 척도로 온라인 패널조사.
  - 대상: 지상파(KBS1, KBS2, MBC, SBS)와 종편(TV조선, JTBC, 채널A, MBN)
  - 시청자평가지수(KI) 채널성과 평가에서 공정성 조사
- 2021년 공정성 조사에서 KBS1과 KBS2는 각각 1위와 5위 기록
- KBS1은 2017년 ~ 2021년 공정성 조사에서 3위→2위→공동1위→1위→1위로 상승.
- KBS2는 2017년 ~ 2021년 공정성 조사에서 4위→4위→5위→5위→5위로 다소 하락세.

[표 4-77] 시청자평가지수(KI) 채널성과 평가 공정성 조사 결과(5점 척도)

구분	KBS1	KBS2	MBC	SBS	TV조선	JTBC	채널A	MBN
2021	3.55	3.41	3.42	3.46	3.22	3.44	3.39	3.33
2020	3.58	3.40	3.47	3.43	3.20	3.46	3.28	3.30
2019	3.48	3.32	3.36	3.38	3.15	3.48	3.22	3.25
2018	3.51	3.38	3.36	3.44	3.20	3.60	3.23	3.29
2017	3.22	3.15	2.91	3.25	2.99	3.77	3.10	3.15

* 2019년 평가결과 갱신됨

○ KBS 공영미디어연구소 미디어 신뢰도 조사(외부 전문기관 의뢰)

- 조사 개요
  - KBS의 신뢰도 평가를 외부 전문 조사기관에 의뢰하여 분기별로 조사
  - 전국 만 19세 이상 성인 남녀 1,000명을 대상으로 유무선 RDD 전화면접 조사
  - 대상: KBS를 포함한 지상파, 종편, 케이블, 인터넷 언론, 신문, 포털사이트 등
- KBS 뉴스의 공정성 점수는 2021년 연 평균 4.96으로, 0~10점 척도를 감안하면 중간값(5) 수준.
- KBS 뉴스의 공정성 점수는 2021년 4차례 조사에서 조금씩 상승. 그러나 2020년(연평균 5.14)에 비해 다시 낮은 수준.
- 모든 평가 항목과 비교하면, KBS 뉴스의 공정성은 8개 항목 가운데 뉴스 견해 일치도를 제외하면 가장 낮게 평가됨: 2021년 KBS 뉴스가 좋은 평가를 받은 항목은 순서대로 이해도(5.78) 〉 중요 사안 보도(5.25) 〉 정확성(5.21) 〉 객관성(5.16) 〉 기자 신뢰도(5.00) 〉 심층성(4.99) 〉 공정성(4.96) 〉 뉴스 견해 일치도(4.64).

[표 4-78] KBS 뉴스에 대한 속성별 평가(0~10점, 중간값 5)

KBS공영미디어연구소 미디어 신뢰도 조사

구분	이해도	중요사안 보도	정확성	객관성	심층성	기자 신뢰도	공정성	뉴스견해 일치도
2021.4분기	5.91	5.44	5.30	5.25	5.08	5.14	5.06	4.73
2021.3분기	5.77	5.25	5.24	5.17	5.03	4.96	4.97	4.64
2021.2분기	5.75	5.22	5.21	5.16	5.01	5.05	4.96	4.68

구분	이해도	중요사안 보도	정확성	객관성	심층성	기자 신뢰도	공정성	뉴스견해 일치도
2021.1분기	5.70	5.10	5.09	5.04	4.85	4.86	4.83	4.49
2020.4분기	5.98	5.44	5.27	5.17	5.13	5.11	5.09	4.73
2020.3분기	6.09	5.34	5.32	5.24	5.12	5.06	5.13	4.71
2020.2분기	6.13	5.48	5.46	5.34	5.28	5.24	5.18	4.81
2020.1분기	5.84	5.38	5.38	5.24	5.12	5.18	5.17	4.77

□ 신뢰도 평가

○ **정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI) 평가**

- 시청자평가지수(KI) 채널성과 평가에서 신뢰성 조사
- 2021년 신뢰성 조사에서 KBS1과 KBS2는 각각 1위와 6위 기록
- KBS1은 2017~2021년 신뢰성 조사에서 3위→2위→1위→1위→1위로 상승 및 유지
- KBS2는 2017년~2021년 신뢰성 조사에서 4위→4위→5위→5위→6위로 다소 하락세.

[표 4-79] 시청자평가지수(KI) 채널성과 평가 신뢰성

정보통신정책연구원 (5점 척도)

구분	KBS1	KBS2	MBC	SBS	TV 조선	JTBC	채널A	MBN
2021	3.76	3.53	3.55	3.60	3.34	3.56	3.55	3.43
2020	3.78	3.52	3.61	3.57	3.31	3.58	3.40	3.40
2019	3.67	3.44	3.49	3.53	3.28	3.62	3.33	3.37
2018	3.68	3.48	3.48	3.56	3.33	3.73	3.35	3.39
2017	3.33	3.24	3.00	3.34	3.10	3.88	3.19	3.22

※ 2019년 평가결과 갱신됨

○ **한국언론진흥재단 언론수용자 조사**

- 조사 개요
  - 매년 6월 만 19세 이상 남녀 5,000명 대상 컴퓨터 이용 대면 면접 조사
  - 대상: 신문, 방송, 포털 등
  - 가장 신뢰하는 매체를 선택하게 함

- 2021년 KBS는 가장 신뢰하는 매체를 묻는 질문에서 23.0%의 응답을 얻어 신뢰도 1위 기록. 이 조사에서 20% 이상의 응답을 얻은 매체는 KBS가 유일. 2위를 기록한 네이버는 12.6% 기록.
- 이 조사에서 KBS의 신뢰도는 2008년, 2010년, 2019년~2021년 지속적으로 1위를 기록. 신뢰도 측면에서 KBS는 다른 매체를 압도.
- 그러나 신뢰도 수치는 2019년~2021년 다소 하향세. 네이버 등 포털의 영향력이 커졌다는 미디어 환경의 변화는 있겠지만, 2010년 KBS의 신뢰도 44.2%에 비하면 현재 KBS의 신뢰도는 낮아진 상황.

[표 4-80] 매체 신뢰도 조사 결과

(단위: %)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2021	KBS 23.0	네이버 12.6	MBC 12.4	YTN 11.4	JTBC 9.1
2020	KBS 23.9	MBC 12.3	네이버 11.5	JTBC 11.2	YTN 9.1
2019	KBS 26.1	JTBC 17.9	MBC 10.9	네이버 10.6	YTN 8.6
2010	KBS 44.2	MBC 29.0	조선 6.3	SBS 5.1	YTN 4.3
2008	KBS 30.1	MBC 21.3	네이버 13.7	조선 5.2	다음 3.3

※ 한국언론진흥재단 언론수용자 조사 (2019년, 9년만의 조사 재개)

○ **시사IN 〈대한민국 신뢰도 조사〉**

- 조사 개요
  - 매년 9월 만19세 이상 성인 남녀 1000여 명 대상 전화면접 조사
  - 대상: 신문, 방송, 포털, SNS 등
  - 가장 신뢰하는 매체를 선택하게 함
- 2021년 KBS는 가장 신뢰하는 매체를 묻는 질문에서 1순위 응답 집계로 15.5%를 얻어 신뢰도 1위 기록. 이 조사에서 10% 이상의 응답을 얻은 매체는 KBS가 유일. 2위를 기록한 JTBC는 8.4% 기록.
- 이 신뢰도 조사에서 KBS는 2017년 ~ 2021년 2위→2위→3위→3위→1위로 변화. 방송국 가운데에는 JTBC가 주요 경쟁사. 2019년과 2020년 유튜브와 네이버가 최상위권에 포함된 것은 이례적. 향후 KBS가 신뢰도 1위를 유지하는지가 관건.

- 신뢰도 수치에서도 2018년~2020년 한 자리 숫자로 하향세를 보였다가, 2021년 15.5%로 도약.

[표 4-81] 가장 신뢰하는 언론매체 조사 결과(시사IN)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2021	KBS 15.5	JTBC 8.4	MBC 7.4	TV조선 6.9	YTN 6.3
2020	유튜브 13.0	네이버 11.4	KBS 8.5	JTBC 5.7	MBC 5.0
2019	JTBC 15.2	유튜브 12.4	KBS 9.6	네이버 7.8	조선 5.4
2018	JTBC 23.5	KBS 9.6	네이버 6.8	구글 4.2	조선 4.2
2017	JTBC 30.8	KBS 12.2	네이버 8.4	조선 5.1	MBC 4.7

○ **시사저널 〈누가 한국을 움직이는가〉 조사**

- 조사 개요
  - 1989년부터 매년 행정관료, 교수, 언론인, 법조인, 정치인 등 10개 전문직업군 1,000명 대상 리스트 이용 전화면접조사 시행
  - 대상: 신문, 방송, 포털, SNS
  - 가장 신뢰하는 매체를 복수로 응답하게 함
- 2021년 KBS는 신뢰하는 매체로 19.1%의 응답을 얻어 신뢰도 1위 기록. JTBC(17.5%)와 MBC(15.6%)가 2위와 3위 기록.
- 이 신뢰도 조사에서 KBS는 2017년 ~ 2021년 2위→2위→2위→2위→1위로, JTBC에 밀려 지속적으로 2위를 기록하다 2021년 1위로 도약. JTBC가 손석희 앵커의 사퇴 이후 영향력이 줄어든 것 때문으로 보임. JTBC가 과거 신뢰도를 높게 유지한 원인을 분석하고 벤치마킹할 필요 있음.
- 이 조사에서 2017년 ~ 2021년 상위권에 위치한 주요 매체는 JTBC, KBS, MBC, 한겨레, 경향, 네이버, 조선 등

[표 4-82] 매체 신뢰도 조사 결과(시사저널)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2021	KBS 19.1	JTBC 17.5	MBC 15.6	한겨레 11.5	네이버 11.1
2020	JTBC 27.3	KBS 22.4	MBC 17.0	한겨레 12.5	네이버 11.6
2019	JTBC 39.2	KBS 15.3	한겨레 12.5	경향 9.2	MBC 8.0
2018	JTBC 43.9	KBS 14.0	한겨레 13.1	경향 10.1	네이버 7.4
2017	JTBC 55.8	KBS 18.0	한겨레 13.2	네이버 10.5	조선 9.0

○ **KBS 공영미디어연구소 미디어 신뢰도 조사(외부 전문기관 의뢰)**

- 조사 개요
  - 외부 전문기관에 의뢰하여 전국 만19세 이상 성인 남녀 1,000명을 대상으로 유무선 RDD 전화면접 조사 실시.
  - 대상: 지상파, 종편, 케이블, 인터넷 언론, 신문, 포털사이트 등 매체
  - 가장 신뢰하는 방송사 뉴스를 질문
- 2021년 KBS는 가장 신뢰하는 방송사 뉴스 조사(1순위 응답 집계)에서 4개 분기 모두에서 1위 기록. 응답 수치도 18.9%~24.6%로 타방송사 뉴스의 최고 응답치(16.4%)를 능가.
- KBS 뉴스는 2020년 신뢰도 수치 평균 21.3%에서 2021년 평균 21.8%로 다소 상승. 안정적으로 높은 신뢰도 유지.
- 이 조사에서 2017년 ~ 2021년 상위권에 위치한 주요 매체는 KBS, YTN, MBC, JTBC, TV조선 등

[표 4-83] 가장 신뢰하는 방송사 뉴스(1순위 응답기준, 단위: %)

KBS 공영미디어연구소 미디어 신뢰도 조사

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2021.4분기	KBS 22.8	YTN 15.2	MBC 12.6	TV조선 12.5	JTBC 10.9
2021.3분기	KBS 24.6	JTBC 13.5	TV조선 13.4	MBC 13.3	YTN 11.2
2021.2분기	KBS 20.9	YTN 14.8	JTBC 13.2	MBC 13.2	TV조선 11.5
2021.1분기	KBS 18.9	MBC 16.4	JTBC 15.0	YTN 13.6	TV조선 13.4

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020.4분기	KBS 21.7	MBC 16.5	JTBC 13.1	YTN 12.9	TV조선 9.5
2020.3분기	KBS 20.2	MBC 16.0	JTBC 15.2	YTN 12.5	TV조선 11.0
2020.2분기	KBS 22.5	MBC 15.7	JTBC 15.6	YTN 11.3	TV조선 11.0
2020.1분기	KBS 20.8	JTBC 20.0	MBC 15.9	YTN 12.5	TV조선 9.3

다. 보도·시사 프로그램의 공정성·독립성 개선 노력

□ **전문가 협업 중심의 취재방식 개선을 통한 독립성-심층성 향상**

- ○ 정보 공급자 관점의 출입처 뉴스에서 탈피
- ○ 사안별 전문가와의 협업을 통해 이슈, 의제 중심의 취재 시스템 확립
- ○ 출입처를 넘어서 법안과 정책을 중점 취재해 권력을 감시하는 역할 강화
- ○ 이슈의 해법까지 모색하는 '솔루션 저널리즘' 구현 노력
- ○ 공영방송 뉴스 차별화 및 신뢰도, 경쟁력, 투명성 제고

[표 4-84] 2021년 전문가 협업 취재 실적

부 서	협업 취재 주요 내용	집행월
사회부	간도참변에 가담한 한국인 경찰은 누구인가	1월
정치부	2021년 신년 여론조사	1월
산업과학부	택배요금 인상 관련 여론조사	1월
산업과학부	코로나19 국제 연구동향 자료조사 및 자문	1월
시사제작국	미디어 비평 프로그램 개선 세미나	1월
시사제작국	일터의 습격 취재	2월
사회부	임금체불 심층 취재	2월
재난방송센터	전문가 기고	2월
산업과학부	코로나19 국민인식조사	3월
산업과학부	건강하게 일하기 직업과 병	3월

부 서	협업 취재 주요 내용	집행월
국제부	램지어 사태 - 역사부정	3월
탐사보도부	부동산 투기 의혹	3월
탐사보도부	국회의원 학위 논문 연구 윤리 위반 검증	4월
문화복지부	코로나19 방역 국민 여론조사	4월
문화복지부	우리 시대의 소설	5월
시사제작국	불평등 사회가 586에게	6월
탐사보도부	포털검색 제휴 언론사 취재	6월
문화복지부	코로나 19 국제 연구동향 자료조사	7월
사회부	검찰취재관련 외부 전문가	7월
시사제작국	이십대 생존 비망록	7월
뉴스영상콘텐츠부	유네스코 한국의 문화유산	8월
뉴스영상콘텐츠부	유네스코 한국의 문화유산	10월
정치부	8.15 특집 여론조사	10월
정치부	추석특집 여론조사	10월
통일외교부	통일외교안보 전문가 초청 세미나	10월
정치부	대선특집 여론조사 실시	10월

□ **제보 시스템 업그레이드: 정보원에 대한 다각적인 검증으로 정확성 향상**

○ 스팸 제보 필터링 등 머신러닝 기반의 제보 처리 알고리즘 개발

○ 제보자 만족도 설문조사 정기 실시 → 제보 처리 개선 과제 도출

○ 사회부 등 다양한 부서에 흥터져 있는 제보 기능을 2022년 이용자관여팀으로 통합 추진

□ **뉴스전문위원실 '체크&체크' 역할 도입: 오보 사전 방지를 통해 신뢰성 향상**

○ 해설위원실을 2021년 4월 보도본부장 직속 뉴스전문위원실로 개편

○ 시니어 기자 적합 업무로 사고 방지를 위한 사전 팩트 체크 역할 부여

○ 뉴스 원고, 영상, 그래픽 등에서 오류를 제작 전 검증

○ 신뢰 저널리즘을 위한 취재 제작 실무 지침서 마련. 2022년부터 교육 및 현장 적용. 보

도 분야 제작 사고 감소 효과

[표 4-85] 보도 분야 제작 사고 현황

(심의지적평정위원회·방송언어심의위원회 통계 합산)

연도	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	합계
2020	4	1	4	5	1	5	6	1	1	0	31
2021	1	1	2	4	0	1	0	0	1	2	12

□ 설명책임성 및 투명성 강화

○ 취재 과정과 기사의 뒷이야기 등을 다양한 포맷으로 시청자들에게 설명

○ 〈뉴스9〉 등에서 기자, 전문가 출연 확대. 〈취재후〉 등에서 디지털 설명 기사 강화

○ 오독, 자막 오기 등 제작 오류에 대해 방송 중이더라도 최대한 신속하게 정정하거나 사과하도록 관행 정착

○ 다시보기 영상 수정 및 재녹화 사유를 홈페이지에 설명

□ 저널리즘 규범에 대한 교육

○ 방송제작 가이드라인 전면 개정(2020.9.3.시행) 후 지속적 교육

○ 디지털 미디어 시대 저널리즘 원칙 정립을 위한 교육 및 간담회 개최

○ 내러티브 활용 좋은 기사 쓰기 등 총 10회 진행(온/오프라인)

○ 공영미디어 발전 방향을 논의하기 위해 BBC 기자 초청 간담회 진행

□ 공정한 선거 보도 방안 마련과 실행

○ 20대 대통령 선거와 8회 전국동시지방선거 선거방송기획단 출범(기자·PD 등 직원 17명)

○ 대선 개표방송 기획 및 정치 토크쇼 프로그램 및 토론 방송 제작

- 고품격 정치 의제 프로그램 〈정치합시다2〉: 숙의 민주주의를 위한 공론장을 제공하고 유권자들에게 올바른 정보 제공

○ **공정성 관련 규정 정비**

- 2021.10.13. KBS 선거방송준칙 개정(보도본부 선거방송기획단)
- 2021.11.8. KBS 선거보도준칙 개정(통합뉴스룸 정치부)

○ **공정성 실현 전략 수립**

- 2021.11. 대선 특별취재팀 구성(통합뉴스룸 국장 직속 기자 5명으로 구성)
- 외부 전문가들로 구성된 여론조사자문단 출범

○ **일부 프로그램 진행자의 중립성과 출연자 선정에 대한 우려가 제기됨.**

- 〈주진우 라이브〉는 선거방송심의위원회로부터 의견제시 2건(출연자 발언 관련) 지적받음(2021.9.24./21.12.17.). 〈최경영의 최강시사〉는 2021년 출연자 분포에서 더불어민주당 인사(46%)가 국민의힘 인사(40%)보다 많게 나타남. 이러한 차이는 전수 조사이기에 실제적인 차이이며 통계적으로도 유의미한 차이로 여겨짐.

라. 자체심의제도의 적절성 및 운영 상황

○ **심의실은 방송법상 심의 법규와 규정에 따라 프로그램 사전심의를 담당**

○ **보도에 관한 방송프로그램은 방송법상 사전심의의 대상이 아님. 시사 프로그램 〈남북의 창〉, 〈시사기획 창〉, 〈질문하는 기자들 Q〉는 사전심의하고, 보도 프로그램 〈KBS 뉴스7〉, 〈KBS 뉴스9〉, 〈사사건건〉은 사후심의하여 제작에 반영하게 함.**

○ **뉴스 사후심의는 25년 이상의 뉴스 보도 경험이 축적된 보도심의위원 6명이 공정성과 신뢰성을 중심으로 검토하고, 심의 의견을 사내 편성제작시스템에 제공하여 제작진이 향후 뉴스제작에 참고하게 함.**

○ **뉴스 전문 모니터 요원 2명이 독립적인 모니터링 정보와 타사(MBC와 SBS) 뉴스와 비교 분석한 자료를 제공함으로써 KBS 뉴스의 완성도를 높이는 데 기여.**

마. 보도·시사 프로그램의 법적제재 결과

○ **2021년 보도·시사 프로그램에 대한 법적제재는 1건도 없었음**

바. 보도·시사 프로그램의 편성 비중

○ 2021년 방통위 장르(오락/교양/보도)의 법적 편성 비율을 준수하면서 다양하고 균형 있는 편성을 하고자 노력

□ KBS 1TV 편성

○ 1TV의 적용방송시간 기준 편성비율은 보도 장르 32.4%, 교양 장르 60.2%, 오락 장르 7.4%로서 2020년(보도 33.3%, 교양58.5%, 오락8.1%)과 비슷한 수준을 유지함

○ 코로나19 팬데믹 상황과 2020도쿄올림픽 편성으로 장르 쏠림현상이 나타날 수 있었지만, 균형적 편성을 유지하고자 노력한 것으로 평가됨.

○ 교양 프로그램이 강한 KBS의 장점을 살려 기술, 역사, 사회를 두루 조명하는 프로그램(〈KBS 다큐클래식〉, 〈KBS 기술강국 프로젝트 중견만리 시즌3〉, 〈UHD 역사스페셜〉, 〈일꾼의 탄생〉, 〈자연의 철학자들〉 등)을 적극 편성.

○ 드라마 분야에서도 전세대가 함께 볼 수 있는 공익성 높은 프로그램(〈국가대표 와이프〉, 〈태종 이방원〉 등)을 편성.

□ KBS 2TV 편성

○ 2TV의 적용방송시간 기준 편성비율은 보도 장르 7.3%, 교양 장르 44.8%, 오락 장르 47.9%로 2020년(보도 8.96%, 교양 44.66%, 오락 46.38%)과 거의 동일.

○ 1TV와 다른 2TV의 채널 특성을 반영해, 교양과 오락 장르의 비율이 한쪽으로 치우치지 않도록 유지.

○ 새로운 가족 형태와 삶의 방식을 조명하는 프로그램(〈박원숙의 같이 삽시다〉, 〈갓파더〉, 〈오늘부터 무해하게〉 등)을 새롭게 편성

○ 전세대를 아우를 수 있는 프로그램(〈우리가 사랑한 그 노래 새 가수〉, 〈개그로 승부하는 자〉 등)도 꾸준히 제작 편성

[표 4-86] TV 장르별 편성 비율 비교 (2021.12.31. 기준, 단위: 분, %)

구분 / 연도		1 TV				2 TV			
		보도	교양	오락	계 (적용방송 시간)	보도	교양	오락	계 (적용방송 시간)
2021	시간	157,975	293,110	36,005	487,090	32,970	201,385	215,575	449,930
	비율	32.4	60.2	7.4	100	7.3	44.8	47.9	100
2020	시간	162,062	284,585	39,525	486,172	41,465	206,675	214,675	462,815
	비율	33.3	58.5	8.1	100	8.96	44.66	46.38	100

- 적용방송시간 : 전체방송시간에서 「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 11조 4항(방통위)」 에 따른 '편성비율 산정 시 제외시간'을 적용한 총 방송 시간
- 편성비율 산정 시 제외시간 : 뉴스 특보 중계방송, 국가적 주요 행사 중계, 시청자 참여 프로그램, 비인기 스포츠 경기중계 등
- 2020년 6월 방송통신위원회의 지적사항에 따라 편성비율 산정 시 제외시간을 특정 장르에 선별적으로 적용하여 통계를 산출하던 것을 모든 장르에 동일하게 적용. 이에 2019년 장르별 편성비율이 미세하게 조정되었음
- 2020년 재난방송시간이 편성비율 산정 시 제외시간에 포함됨에 따라(2021. 5.18.), 1TV 보도장르 및 전체 적용방송시간이 수정되었음.

6. 재난재해 주관방송의 역할 이행

□ 재난재해방송의 정확성·신속성·신뢰성 확보

○ 재난재해 방송시스템 내용과 평가

- KBS는 재난방송 주관 방송사로서 2020년에 이어 2021년에도 코로나19 바이러스 대확산과 관련해 정확하며 신속하고 신뢰받을 수 있는 방송을 했음. 코로나 19 대유행 종식을 위한 백신접종과 단계적 일상회복, 그리고 델타 및 오미크론 변이 바이러스 확산으로 인한 거리두기 재강화 등 과정에서 KBS는 정확하고 신속하게 정부 방역지침과 행동요령을 시청자에게 전달하고 방송의 신뢰성을 높인다는 목표를 설정했음.

  이와 더불어 각종 자연 사회 재난재해가 발생하는 상황에서 특집 뉴스 및 뉴스특보(73

회 1,410분), 코로나19 통합 뉴스룸(468회 12,945분)을 편성함. 사전예방프로그램(6,387편 6,159분), 재난자막(10,742회 367,758분)을 송출했음.

- KBS는 2021년에 코로나 19 확산방지 및 대형 재난재해 방지와 수습을 위한 재난정보 프로그램 방송에 최선을 다했다고 평가함. 광주 철거 건물붕괴 및 버스 매몰 사건과 강원도 양양·정선 산불, 태풍 오마이스와 찬투, 전북 군산시 해역 지진 발생 등 자연 사회재난재해를 다루면서 피해복구와 재발방지, 피해 예방을 위한 보도 교양 콘텐츠(238편 8,605분)와 KBS 재난방송센터(100회 1,000분) 프로그램을 방송해 국민들이 안전의식을 높이고 사전에 대비할 수 있도록 했음.
- KBS는 2020년에 이어 2021년도에도 〈더 나은 삶 안전한 대한민국〉 캠페인을 지속해 산업재해를 넘어 사회 안전 전반에 대한 의제를 제공했음. 음주운전과 아동학대 등 안전불감증 및 사회안전 시스템 개선에 힘썼고, 고령화 사회의 고독사와 같은 무거운 어젠다도 사회에 제시해 소외계층에 대한 관심을 끌었음. 또한 〈불편해도 괜찮아〉, 〈지구를 지키는 20가지 제안〉 캠페인 스폿을 송출해 시청자들에게 대형 자연재해를 초래하는 기후변화 대처의 시급성과 환경보호의 중요성을 알리는 역할을 수행했음.
  이러한 자연재해를 다룰 때 방송 보도가 일반인의 정보탐색에 어떠한 영향을 미치는지를 파악해서 시청자가 스스로 자연재해에 대한 정보탐색을 적극적으로 할 수 있도록 도울 수 있도록 할 필요가 있음. 과학저널리즘, 위험 커뮤니케이션의 연구 결과를 자연재해 보도에 적용할 방법을 탐색할 필요가 있음. 예를 들면 산불 등과 같이 자연재해가 발생하는 지역의 시청자와 먼 거리에 있는 시청자의 정보탐색 및 정보처리가 다를 수 있음. KBS 본사나 지역의 재난 현장이나 보도방식이 똑같이 획일적인 경우가 엿보이는데 이를 시청자의 필요에 맞추어 지역에 따라 다르게 보도할 수 있는 방법을 강구할 필요가 있음.
- 코로나 19와 더불어 재난 사전예방 프로그램(스폿)(6,287회 5,159분)을 시의성 있게 송출하여 국민들의 재난별 상황별 대처능력을 제고한 것으로 평가됨.

[표 4-87] 재난 유형별 재난방송 실시 내역

보도 시기	재난 유형		재난방송 유형	건수
2021.05~09.	집중호우·폭우·장마		뉴스특보, 일반뉴스, 디지털뉴스	41건
2021.06~07.	폭염		뉴스특보, 일반뉴스, 디지털뉴스	21건
2021.08~09.	태풍	루핏	뉴스특보, 일반뉴스, 디지털뉴스	19건

보도 시기	재난 유형		재난방송 유형	건수
		오마이스		
		찬투		
2021.08.	지진	전북군산 4.0	뉴스특보, 일반뉴스, 디지털뉴스	12건
2021.12.		제주 4.9		
2021.08.	겨울 재난	한파	뉴스특보, 일반뉴스, 디지털뉴스	11건
2021.04~05./11~12.		대설		7건
2021.05~12.	미세먼지		뉴스특보, 일반뉴스, 디지털뉴스	6건
2021.01~12.	코로나19		뉴스특보	460건
2021.01~12.	기타		사회재난 뉴스특보	3건

○ **2021년 KBS의 재난방송에서는 재난미디어센터의 활동이 두드러짐. 재난미디어센터와 재난재해 방송시스템 내용과 평가는 다음과 같음.**

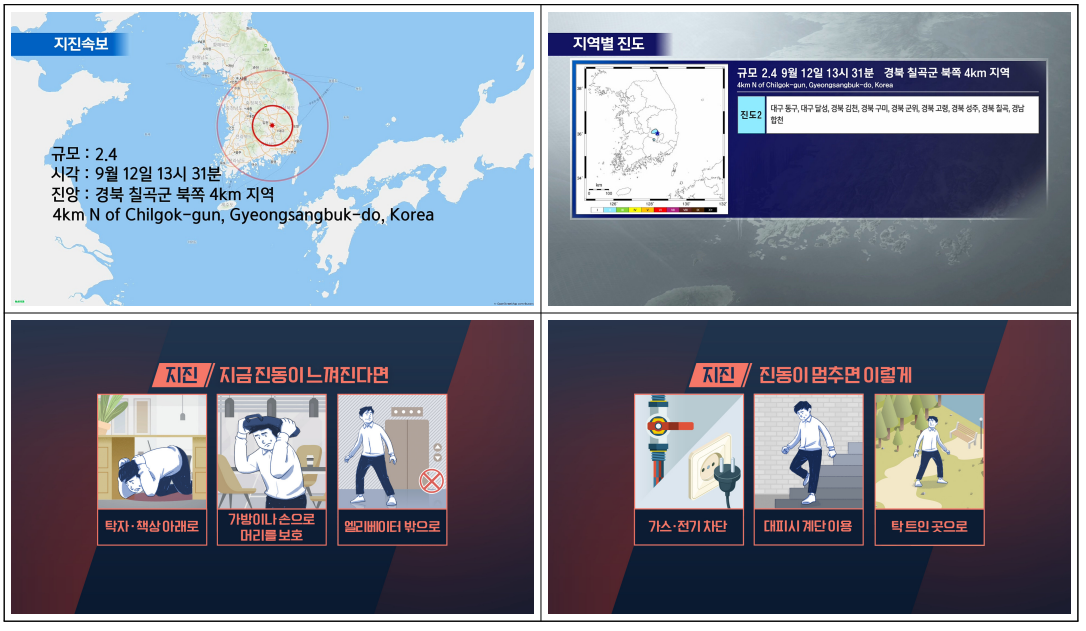
- KBS는 2021년 재난주관방송사에서 재난주관미디어, 나아가 종합재난정보플랫폼으로 역할을 확대하고자'스마트 재난미디어 KBS'를 경영목표로 삼고, 특히'돌발 재난 시 즉시 대응'체계를 완성하기 위한 이행 조치의 하나로 통합뉴스룸 산하 부장급 2개팀 체제의 재난방송센터를 2021년 4월 직제개편을 통해 보도본부장 직속 국장급 3개팀 재난미디어센터로 격상시켰음. 또한 기상전문기자 1명을 신규채용하고, 기술·IT인력도 충원했음.
- 2019년 고성 산불과 2020년 부산 집중호우 때의 대응 방법을 재검토하여 시청자의 신뢰도 향상을 위한 근본적인 시스템 개선을 지속했음. 방통위의'재난방송 운영지원(5개년)사업'2년차 사업연도인 2021년엔 국비 24억여 원과 공사 매칭 펀드 10억 원을 투입해 재난재해 행동요령 콘텐츠, 지리정보(GIS)융합 재난 그래픽 표출 시스템 등을 업그레이드했고 장애인을 위한 수어방송도 시작.
- 인공지능(AI) 기술을 적용한 지진 정보 콘텐츠 자동제작 시스템과 CCTV 웹콘솔의 성공적 운영, 소방청 및 산림청 등 외부 재난관리 주관기관과의 연계 강화 등으로 정확성과 신속성 향상에 큰 진전을 거둠.
- 돌발 재난에 대비해 24시간/365일 비상 대응 체계를 단계적으로 구축. 2021년엔 상황실장 및 상황근무자의 대응 체계를 마련했으며 전사적 재난대응을 위한 비상방송지침

개정, 보도본부 비상방송 세부시행계획 제정, 재난방송 매뉴얼 책자 (제8차 개정판) 발간 등을 함.

○ **인공지능(AI) 적용 지진 정보 자동제작 시스템 활용**

- 방통위 가이드라인에 KBS는 규모 5.0 이상 지진 발생시 10분 이내에 뉴스특보를 개시하도록 되어 있음. 이 의무를 이행하기 위해 자동 콘텐츠(텍스트+오디오+그래픽) 생성 시스템 구축을 완료. 정확·신속한 재난방송에 획기적인 성과를 냄.

[그림 4-9] 자동 생성 콘텐츠 (총5종) 화면 표출 형태



- 기상청의 지진정보가 수신되는 즉시 기사 텍스트와 지도 그래픽, 인공지능(AI)이 읽어주는 오디오가 자동 생성되어 지진 특보 콘텐츠를 생성, 이 콘텐트가 원터치로 바로 방송으로 표출되는 시스템 구축. 2021년 12월 14일 마라도 해역 규모 4.9의 실제 지진 시, 발생 2분여 만에 자동 표출 시스템을 작동시켜 1TV 〈뉴스5〉 진행 도중 7분 여간 방송 진행하는 성과를 거둠.

○ **KBS 재난감시 CCTV 통합 관리'웹콘솔'구축 및 활용**

- KBS 보유 재난감시 CCTV와 외부기관 연계 CCTV 등 전국의 만여 개 CCTV 영상을 웹사이트 한 곳에 집결시켜 관리와 영상 확인, 검색, 저장, 방송 송출까지 할 수 있는

자체 개발 소프트웨어'웹콘솔'을 구축, 재난현장의 실시간 모습을 전달함.

[표 4-88] 웹콘솔 수용 CCTV 현황 (2022년 1월 현재 10,619개)

순번	이름	운영기관	개소	설치 장소
1	파노라마 카메라	KBS	8	독도, 연평도, 격렬비열도, 롯데타워1·2, 서울광장, 여의도, 한강(용산) 등
2	재난감시 CCTV	KBS	36	해안가, 4대강유역, 상습침수구역 등
3	외부 기관 연계 CCTV	행정안전부	2,256	하천 유역, 상습침수구역 등
		국토교통부	4,821	고속도로(도로공사) 3,027, 국도(국토부) 1,155, 민자고속도로 639
		경찰청	2,177	서울시 331, 서울 외 2,846
		환경부	164	국립공원관리공단 16, 홍수통제소 100, 수자원공사 48
		지자체	1,155	서울시 109, 강원도 382, 경기도 258, 경남 244, 서울시설공단 162
		해양조사원	2	이어도
합계			10,619	

- 매일 CCTV 영상 가운데 일부를 선별, KBS뉴스 홈페이지 재난포털(인터넷·모바일)에 게시하여 전국 곳곳의 실시간 모습을 인터넷 이용자에게 공급
- 2021.6.9. 광주 학동 철거 공사 건물 붕괴 사고와 2021.12.14. 마라도 해역 규모 4.9의 지진 발생 시 웹콘솔로 부근의 CCTV 영상을 찾아 즉시 연결, 실시간으로 현장 모습을 방송.

[그림 4-10] 웹콘솔 활용 화면



○ 재난재해 방송 관련 교육훈련 현황과 성과

[표 4-89] 재난방송 교육 현황

순번	교육 대상	프로그램	강사	교육 실시	교육 내용	시간 (분)
1	창원총국 기술국, 보도국	지역총국 재난방송 워크숍	재난미디어센터 김성민	2021.11.16.	- 재난방송 CCTV 활용 - 재난방송 터치스크린 활용	120
2	1TV 편성부	KBS재난방송	1TV편성부 예경옥 부장	2021.11.05.	- 지진 재난방송 - 재난방송 단계별 역할, - 관련 법령, 지침 등 - 재난방송 시스템	120
3	1TV 편성부	KBS재난방송	1TV편성부 박준성	2021.10.22.	- 전염병재난방송 코로나19, 독감, ASF, 조류독감 - 단계별 방역수칙 방송	120
4	1TV 편성부	태풍 재난방송	1TV편성부 김나미 팀장	2021.09.10.	- 태풍 재난방송 시 본사 및 지역 단계별 절차	120
5	보도본부 뉴스제작2부 야근자	2021년 재난방송 워크숍	재난미디어센터 김민철 팀장	2021.06.23. 2021.06.28. 2021.07.01.	- 재난방송 운영체계 - 재난CCTV, 지진AI 등 재난 시스템 활용법	180
6	보도본부 재난미디어 센터	초빙 교육 새로운 방재 체계	이호준 박사 장석환 교수	2021.06.23.	- 기후변화와 새 방재시스템 - 홍수 대응 방재 체계	240
7	지역총국 재난방송 담당기자	2021년 재난방송 워크숍	재난미디어센터 김민철, 김성한	2021.06.11.	- 재난방송 운영체계 - 재난방송 시스템 활용법	240
8	지역총국 기술감독	2021년 재난방송워크숍	재난미디어센터 김민철 팀장	2021.06.11.	- 재난방송 리소스 및 시스템 활용법	40
9	사회부 기자	재난방송 교육	재난미디어센터 김민철 팀장	2021.06.01. 2021.06.08. 2021.06.15. 2021.06.22.	- 재난방송 운영체계 - 제보TV 등 리소스 활용법	240
10	뉴스영상 콘텐츠부	2021년 재난방송 워크숍	재난미디어센터 김민철 팀장	2021.06.10. 2021.06.14.	- 재난방송 운영체계 - 제보TV 등 리소스 활용법	120

순번	교육 대상	프로그램	강사	교육 실시	교육 내용	시간 (분)
11	보도기술국 NS 부조 근무자	2021년 재난방송 워크숍	재난미디어센터 김민철 팀장	2021.06.01. 2021.06.03. 2021.06.04.	- 재난방송 운영체계 - 재난CCTV, 지진AI 등 재난시스템 활용법	160
12	상황실장, 상황근무자 (3~4명)	2021년 재난방송워크숍	재난미디어센터 김민철 팀장	2021.06.01.~ 2021.07.01. (매일18~19시)	- 재난방송 운영체계 - 재난방송 리소스 및 시스템 활용법	1,380
13	보도본부 국주간단	2021년 재난방송워크숍	재난미디어센터 김민철 팀장	2021.06.21.	- 재난방송 운영체계 - 새로운 재난시스템 소개	60
14	보도본부 뉴스제작 1·2·3부 데스크 뉴스PD	2021년 재난방송 워크숍	재난미디어센터 김민철 팀장	05.26.(3부) 06.03.(2부) 06.21.(1부)	- 재난방송 운영체계 - 재난방송 리소스 및 시스템 활용법	180
15	보도본부 디지털뉴스 1부	2021년 재난방송 워크숍	재난미디어센터 김민철, 김성한, 김용준	2021.05.12.	- 재난방송 운영체계 - 재난방송 리소스 및 시스템 활용법 - 효과적인 디지털 재난방송	180
16	G4(일반직 4직급) 기본교육	KBS 재난방송	재난미디어센터 이기문	2021.03.18.	- 재난방송관련 법령 - KBS재난방송시스템 - 재난방송 매뉴얼·준칙	온라인
17	전 직원 (온라인 교육)	재난방송 관련 법령	재난미디어센터 이기문	2021.05.25.	- 재난의 정의와 유형 - 재난 관련 법령의 변화 - 재난방송 주관방송사인 KBS의 책무	23
18	전 직원 (온라인 교육)	KBS의 재난방송 체제	재난미디어센터 이기문	2021.05.25.	- KBS 비상방송 지침 - KBS 재난보도 준칙 - KBS 재난방송매뉴얼	20
19	전 직원 (온라인 교육)	재난 취재·보도 시 유의 사항1	재난미디어센터 이기문	2021.05.25.	- 재난 보도의 목적 - 정확한 재난 보도 - 신속한 재난 보도	21
20	전 직원 (온라인 교육)	재난 취재·보도 시 유의 사항2	재난미디어센터 이기문	2021.05.25.	- 피해 최소화를 위한 보도 - 선정적인 보도의 지양 - 피해자 취재시 주의사항	17
21	전 직원 (온라인 교육)	재난촬영 장비 및 재난 영상취재 준칙	보도영상국 윤대민	2021.05.25.	- 재난 유형별 촬영 장비 및 주의 사항 - 재난보도 영상취재 준칙	16

순번	교육 대상	프로그램	강사	교육 실시	교육 내용	시간 (분)
22	전 직원 (온라인 교육)	재난취재 워크플로우 변화	보도영상국 윤대민	2021.05.25.	- 재난 취재 시 MNG 활용 - 재난취재 워크플로우 변화	11
23	1TV 편성부	KBS 재난방송	1TV편성부 김나미 팀장	2021.04.30.	- 전염병 재난방송, 코로나19, 독감, ASF - 단계적 방역수칙 방송	120
24	G4 기본교육 2회차	KBS 재난방송	재난미디어센터 이기문	2021.04.22.	- KBS와 재난방송 - 재난보도 준칙, 매뉴얼 - 재난방송 시스템 - 지진 재난방송	60
25	G3 기본교육 1회차	KBS 재난방송	재난미디어센터 이기문	2021.03.25.	- KBS와 재난방송 - 재난보도 준칙, 매뉴얼 - 재난방송 시스템 - 지진 재난방송	60
26	G4 기본교육 1회차	KBS 재난방송	재난미디어센터 이기문	2021.03.18.	- KBS와 재난방송 - 재난보도 준칙, 매뉴얼 - 재난방송 시스템 - 지진 재난방송	60
27	1TV편성부	KBS 재난방송	1TV편성부 예경옥 부장	2021.02.15.	- 계절 재난(산불, 폭염, 태풍, 폭설 등) - 재난방송 대응 요령	120

○ **다양한 시청환경에 대응하고 재난재해 뉴스와 안전에 관련된 정보를 상시 전달할 수 있도록 UHD 혁신 서비스 재난 채널을 신설해 11월부터 시범방송을 시작함.**

□ 사전예방 중심의 재난재해 방송

○ **KBS 재난포털 서비스 본격 운용**

- 재난관리 주관기관들로부터 수집한 각종 재난 유형별 최신 상황 및 행동요령 등의 정보를 인터넷·모바일을 통해 대국민 서비스.
- 2020년 말 오픈, 2021년 본격 운용하며, CCTV영상, 행동요령 그래픽, 제보TV, 유튜브 영상 등 콘텐츠 게시로 월 10,000회 안팎 조회 수 기록.

○ **비상방송지침 개정, 보도본부 세부시행계획 제정, 매뉴얼 발간**

- 기존'재난방송 매뉴얼'에 부족했던 사규상 근거를 명확히 하기 위해 KBS 비상방송지침 제24, 25조에 명시한 본부·센터·지역총국별 '세부시행계획의 마련'조항을 근거 하여, 각 본부(센터)와 지역총국이 KBS 비상방송지침에 근거한 자체'세부시행계획'을 작성토록 하고, 재난방송매뉴얼엔'지침'과'세부시행계획'을 수록함.

[표 4-90] 지침, 세부시행계획의 개정 시기 및 주요 내용

명칭 및 시기	주요 수록 내용
재난방송매뉴얼 디지털본 - 1월 개정 - 코비스 게재	- 정부 요청 재난방송 기준에 기상청 재난방송 요청(자율) 추가 - 민방위경보방송을 위한 기존 KBS시스템 외 재난자동자막시스템을 통해서도 민방위경보방송 가능토록 개선 - 재난방송 단계별 기준에 한파, 폭염 수록 등
KBS 비상방송 지침 - 7월 개정	- 1·2단계 동원 위한'동원운영계획'및'동원소집계획'수립(제7조) - 지역 재난방송, 총국장과 보도본부장이 직접 협의 명시(제12조) - 공사 재난방송단을 필수·확대조직으로 구분. 구성원 개편(제13조) - 각 본부(센터), 지역총국의 재난방송 단계별 지휘체계와 업무분담, 동원소집계획 등을 담은 비상방송 세부시행계획 수립, 사장보고 정례화 등 전사적 재난방송체계 기반 확립(제24,25조)
보도본부 비상방송 세부시행계획 - 9월 제정	- 평일 야간과 휴일 발생 재난과 비상사태에 대비, 필요 인력과 지정 절차, 상황실장 및 상황근무자의 업무 명시(제3조~제9조) - 신속한 소통을 위해 보도본부장(단장)과 주요 부서장으로 구성된 공사 재난방송단 구성, 지휘소로 소집, 근무토록 함(제15조) - 재난방송 단계별 실시 절차와 부서별 세부 업무(제12조~제14조) - 1,2단계 동원 운영계획과 소집계획 명시(제16조~제19조) - 돌발성 재난 표준 처리절차(SOP)(제31조~제36조)
재난방송매뉴얼 (제8차 개정판) - 11월 책자발간	- 개정 KBS 비상방송지침과 새로 제정한 보도본부 비상방송 세부 시행계획, 별첨 자료 등을 묶어 제8차 개정판 '재난방송매뉴얼' 책자 발간 - 총 1,500부 발간해 개인별 지급, 기타 부서별 지급

[표 4-91] 2021년 재난방송 모의훈련 현황

순번	실시일	모의 훈련 내용	훈련 참가
1	2021년 12월 30일	야간 불시 지진 재난방송 3단계	사장 등 경영진과 보도본부 등 주요 부서장
2	11월 26일	야간 불시 지진 재난방송 3단계	전사

순번	실시일	모의 훈련 내용	훈련 참가
3	9월 1~2일	지진 재난방송 3단계	기술본부 보도기술국 보도본부 재난미디어센터
4	8월 30~31일	지진 재난방송 3단계	기술본부 보도기술국 보도본부 재난미디어센터
5	7월 2일	집중호우 재난방송 3단계	보도본부 재난미디어센터 편성본부 영상제작국
6	6월 10일	집중호우 재난방송 3단계	보도본부 재난미디어센터, 편성본부 영상제작국
7	6월 7일	집중호우 재난방송 3단계	보도본부 재난미디어센터, 편성본부 영상제작국
8	4월 30일	대형산불 (산림청 국가위기경보 '심각' 단계)	보도본부, 보도기술국, 아나운서실, 1TV편성부 등
9	3월 30일	대형산불 (산림청 국가위기경보 '심각' 단계)	보도본부, 보도기술국, 아나운서실, 1TV편성 등
10	2월 25일	대형산불 (산림청 국가위기경보 '심각' 단계)	보도본부, 보도기술국, 아나운서실, 1TV편성 등

- 2020사업연도 경영평가보고서의 지적대로 재난방송은 적시에 실수 없이 정확·신속하게 시행하기 쉽지 않고, 재난의 양태는 다양화하고 있으며, 재난방송 시스템은 지속 업그레이드되고 있어, 구성원의 재난방송 개념과 체계에 대한 이해와 리소스 활용·숙달을 위한 교육훈련이 무엇보다 중요함. 2021년 한 해 동안 누차 진행된 교육훈련에도 숙달 부족. 성과는 미흡함.

○ **재난재해 예방을 위한 방송 횟수와 시간의 적절성**

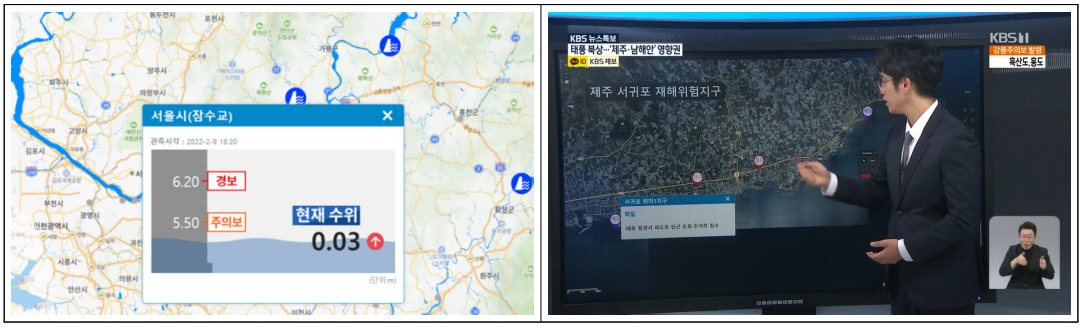
- 재난보도준칙상'예방정보 제공'과'행동요령'전달 노력 의무를 이행하기 위해 재난시 TV 뉴스특보를 통한 예방·예측, 행동요령 콘텐츠를 제공함은 물론, 평시에도 재난안전 정보를 꾸준히 제공하며, TV외에 인터넷·모바일 등 디지털 채널을 활용, 전방위로 예방 정보 전달에 주력함. 방송횟수와 시간은 충분한 것으로 평가하며, 내용의 적절성 면에서도 성과를 냄.

○ **지리정보(GIS) 융합 재난 그래픽 표출 시스템 구축 등 재난재해 정보 표출 시스템 개선**

- 지도를 기반으로 각종 재난 정보를 집결시킨'KBS 재난안전지도'를 터치스크린이나 PC에 표출, 재난방송 출연자가 이를 설명하여 예측 정보를 제공하는 시스템 구축.

- 재해위험지구 및 댐, 홍수, 산불정보 등 그래픽을 입체감 있게 구현해 '우리 동네 상세 재난 예측'정보를 전달할 수 있으며, 본사뿐만 아니라 지역총국 재난방송에서도 범용으로 활용 가능하도록 제작

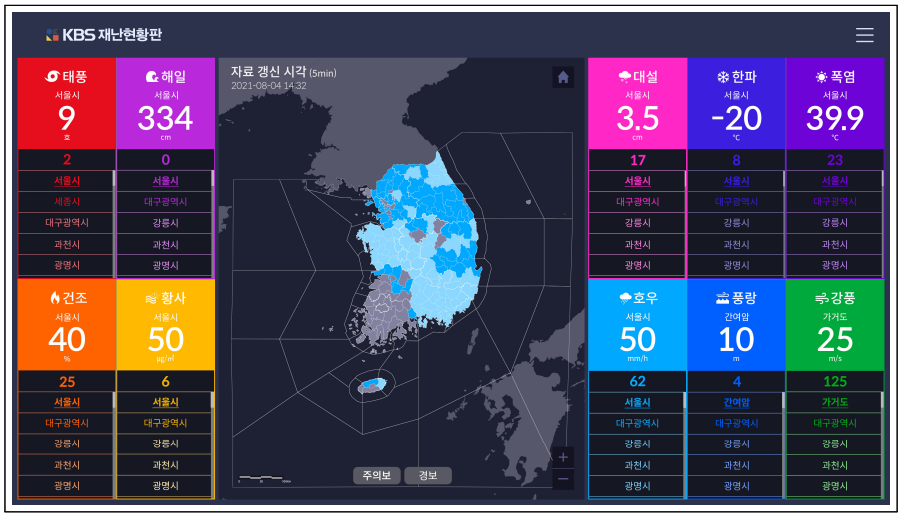
[그림 4-11] 'KBS 재난안전지도'화면표출 예시 및 실제 방송 장면



- 재난 현황판(대시보드) 활용도 개선

  기상특보, 지진, 태풍, 산불, 미세먼지 등 재난별 최신 정보를 자동으로 갱신하면서 상시 표출하는'재난현황판'을 보도본부내 상황실장석 등 곳곳에 설치해 재난 재해를 사전에 예측할 수 있는 정보를 실시간으로 모니터링할 수 있도록 함.

[그림 4-12] 재난현황판 화면표출 예시



- 차세대 기상·재난 그래픽 시스템 도입
  - 노후 그래픽 장비를 대신해 차세대 기상·재난 그래픽 시스템(MAX Weather) 도입하여 기상·환경 분야 13개 영역 데이터 수집, 63종 템플릿 연계 개발.
  - 날씨나 재난 출연시 다채로운 그래픽으로 주목도 높은 방송 구현

[그림 4-13] MAX Weather 그래픽 화면표출 예시 및 방송 장면



○ **재난재해 행동요령 콘텐츠 제작 및 방송**

- 감염병 및 각종 자연·사회재난 발생 시 행동요령을 알리는 동영상 콘텐츠(SPOT 포함 종합구성물) 78회분 제작하여 SPOT은 1TV에 방송. 동영상 콘텐츠는 인터넷·모바일 '재난포털', OTT 채널 'KBS NEWS D', 유튜브 채널 '세이프K'등을 통해 공유함. 정부 및 타 방송사와도 공유.
- 라디오용 오디오 SPOT 64편 별도 제작, 공유

[표 4-92] SPOT 부분 TV 방송 개수 및 시간 목록

SPOT 유형	개수	길이(초)
가스안전	31	3,721
강풍	14	1,289
건축물붕괴	44	3,721
교통안전	184	11,319
낙뢰	2	206
대설/폭설	84	6,562
돼지열병	77	6,229
물놀이안전	4	352
미세먼지	67	5,382
산불	113	9,523
산사태	26	2,210
산행안전	27	2,305
식중독	16	1,183
안전관련	300	13,729
음주운전	44	2,332
조류독감	154	13,862
지진	59	6,274
집중호우/침수	250	16,662
코로나19	4,163	158,290
태풍	32	2,185
폭염	147	9,613
한파	169	13,823
화재	82	7,293
환경보호/기후변화	181	10,380
황사	17	1,132
총합계	6,287	309,577 (약86시간)

- 재난미디어센터 유튜브채널'세이프 K' 라이브 방송
  곳곳의 재난감시 CCTV 영상들을 실시간 보여주는 유튜브 라이브 방'롤링캠'으로 현장성 및 쌍방향 재난정보 소통 강화.'세이프K'구독자수 2만5천명 달성 (2021.1.6. 수도권 대설 4시간 라이브 스트리밍으로 조회수 30만 명 기록)

○ **주간 〈재난방송센터〉 프로그램을 통해 사전예방 메시지 지속 전파**

- 매주 방송되는 〈재난방송센터(KBS 2TV 日 07:15~)〉의 재난안전 인사이드'코너를 통해 총 52 회의 재난 예방 아이템 방송.

○ **재난관리 유관기관, 전문가와의 협력체계 지속 강화**

- 환경부, 재난안전본부, 기상청, 산림청, 소방청 등과의 업무 협력을 통해 재난방송 리소스 확충 및 전문성 향상
- 행정안전부 재난상황실, 홍수통제소 상황실, 소방청 대변인, 산림청 상황 실과 핫라인 구축으로 신속성 향상
- 산림청의 산불 상황도 및 산사태 관련 KLAIS 시스템 적용한 산사태 위험지도 KBS 단독 제공으로 재난방송의 예측 정보 획기적 강화
- 재난 분야별 전문가 14명에서 22명으로 확대

○ **사전예방 중심 재난재해 방송을 위한'기후위기대응팀' 신설 운영**

- 2021년 4월 직제개편 시 기존 재난미디어센터 내 취재팀을 기후위기대응팀으로 개편하고, 기후위기와 탄소중립 정책, 재난 이슈 공론화에 주력
- 재난미디어센터의 의제 주도로, 사회부·산업과학부·네트워크부·국제부 등과의 협업으로 기획 보도했으며, 이슈에 따라 방송뿐만 디지털 공간에서의 연속 기획 보도로 플랫폼을 다양화

[표 4-93] 기후위기대응 주요 보도 내용

보도 시기	보도 주제	편수
2021.04~06.	'기후 악당' 한국과 탄소 전쟁	19건
2021.04~12.	1.5도의 경고	29건
2021.06~11.	뜨거워진 바다, 생태계는?	10건
2021.06~07.	[연속기획] 재난, 준비해야 막는다	17건
2021.06~07.	나는 재난 생존자입니다	5건
2021.08.	탄소중립 시나리오 부실 검증	8건
2021.09~12.	기타 환경기획	8건
2021.04~12.	디지털·환경·탄소중립·기후위기·재난 기획	21건

7. 지역방송 활성화

가. 국가기간방송의 위상에 부합하는 지역성 구현

□ 인력, 예산의 적절성

○ 국가기간방송의 위상에 부합하는 21세기 방송 콘텐츠를 제공하고 보도의 지역성을 구현하기 위해서는 제작 인력을 보강해야 함. 하지만 예산 문제로 답보상태에 있음. 시민저널리즘 혹은 공공 저널리즘을 구현하기 위해 각 지역의 신문방송학과나 미디어 커뮤니케이션학과와 공동으로 방송 콘텐츠 제작을 하는 것도 대안이 될 수 있음.

○ 창원, 대전, 청주총국의 유튜브 누적 구독수가 140만 명이며, 이로 인한 광고수익이 6억5700만원으로 콘텐츠 제작에 재투자가 가능함

[표 4-94] 2021년 주요 3개 총국 유튜브 채널 운영 실적

구분	누적 구독자수(명)	광고수익(원)
창원총국	53만	1억
대전총국	50만	3억 2100만
청주총국	37만	2억 3500만

○ KBS 본사에서 부산, 전주, 대전, 춘천 총국이 공동 참여한 음악공동제작 프로그램 〈윤상의 올웨이즈 7000〉(50분, 총 4편)에 총 1.6억 원을 예산 지원함. 이 프로그램의 성공으로 이러한 지역 공동 프로그램에 더 예산을 지원할 필요가 있음.

○ 지역 총국에 TV와 라디오 정규제작비 총 11.8억 원을 추가 예산 배정함. 하지만 9개 총국에 각 1.2억, 울산국과 강릉국에 0.5억 원 밖에 지급되지 않음. 지역 총국의 정규제작비를 늘려야 함. 전체 예산이 부족하다면 각 총국이 방송 콘텐츠의 품질 제고를 위해 자체적으로 제작비용을 마련할 수 있는 방안을 모색해야 함.

○ 타 제작비로 전용이 어려웠던 정규 제작비(보도) 예산이 남을 때 이를 유용하게 다른 제작비로 사용하게 할 필요가 있음. 지역국 7개소에서 제작 잔여 예산 3.7억원을 지역국의 다른 방송제작비로 사용할 수 있도록 조치해 제작 여건 안정화에 기여함.

□ 지역 특성에 맞는 공적 책무 이행

○ KBS 본사 유튜브 계정에 지역국 뉴스 전송 가능하도록 개선

○ 지역국 사건/사고 등 아이템 유통 확대를 위해 지역국 뉴스를 본사 유튜브 채널에도 전송할 수 있도록 개선

○ 지역뉴스 디지털 서비스 성과(전년 대비)로, 지역뉴스기사 조회수가 전년도에 7백 83만 건에서 1천 4백 37만 건으로 84% 증가

[표 4-95] 지역뉴스 디지털 서비스 실적

구분	2020년	2021년
지역뉴스 아이템 출고수	117,549건	130,148건
지역뉴스기사 포털 전송수	283,829건	563,466건
지역뉴스기사 조회수	7,825,091건	14,374,872건

○ 지역 자체 제작 및 네트워크 제작 프로그램 편성 현황

- 자체 제작 프로그램 총 편수 20,574 ; 길이 438,675분

[표 4-96] 지역 자체제작 프로그램 현황

제작부서	정규		특집		합계	
	편수	길이	편수	길이	편수	길이
부산총국	1,946	45,010	164	3,075	2,110	48,085
울산국	1,540	27,410	7	245	1,547	27,655
창원총국	1,887	41,651	106	1,964	1,993	43,615
진주국	211	1,055			211	1,055
대구총국	1639	42335	31	1228	1670	43,563
안동국	188	940	1	50	189	990
포항국	188	940			188	940
광주총국	1,984	44,082	66	2,393	2,050	46,475
목포국	198	996	13	130	211	1,126
순천국	177	885	9	130	186	1,015

제작부서	정규		특집		합계	
	편수	길이	편수	길이	편수	길이
전주총국	1,585	39,707	36	1280	1,621	40,987
대전총국	1,712	43,055	51	2,112	1,763	45,167
청주총국	1,937	40,190	98	1,580	2,035	41,770
충주국	189	756	-	-	189	756
춘천총국	2,005	39,249	115	3,527	2,120	42,776
강릉국	727	8,619	2	70	729	8,689
원주국	187	561	0	0	187	561
제주총국	1,674	40,980	81	2,470	1,755	43,450
합계	19,974	418,421	780	20,254	20,754	438,675

[표 4-97] 네트워크 제작 프로그램 현황

프로그램명	제작부서	편수	길이	비고
네트워크 공동기획 문화스케치	9개총국	72	3,600	전국편성
세상다반사	부산총국	15	750	자체편성
	창원총국	13	650	
	대구총국	15	735	
	3개 총국	42	2,100	전국편성
생생투데이 사람과 세상	부산총국	237	4,740	자체편성
	창원총국	97	1,940	
	울산국	236	4,720	
생생 3道	광주총국	50	1,500	자체편성
	전주총국	50	1,500	
	제주총국	50	1,500	
전국을 달린다	부산총국	237	2,370	자체편성
	창원총국	49	490	
	광주총국	229	2,450	
	전주총국	45	3,730	
	대전총국	130	4,280	

프로그램명	제작부서	편수	길이	비고
	청주총국	230	3,560	
	춘천총국	241	4,332	
	강릉국	11	165	
윤상's 올웨이즈 7000	부산총국	3	150	자체편성
	전주총국	4	200	
	대전총국	5	250	
	춘천총국	4	200	

[표 4-98] 지역 제작 전국 편성 프로그램 방송 현황 (정규 프로그램)

제작부서	프로그램명	편수	길이	비고
부산총국	KBS 네트워크 특선 빅부라더	18	630	
	KBS 네트워크 특선 세상다반사	42	2,100	3개 총국 네트워크 제작
	네트워크 공동기획 문화스케치	72	3,600	9개 총국 네트워크 제작
창원총국	KBS 네트워크 특선 세상다반사	42	2,100	3개 총국 네트워크 제작
	네트워크 공동기획 문화스케치	72	3,600	9개 총국 네트워크 제작
대구총국	KBS네트워크특선 호눌룰루 빨래방	1	35	
	KBS 네트워크 특선 세상다반사	42	2,100	3개 총국 네트워크 제작
	네트워크 공동기획 문화스케치	72	3,600	9개 총국 네트워크 제작
광주총국	KBS 네트워크 특선 남도지오그래피	22	1,100	
	KBS네트워크특선 이리오너라 조선클럽[광주총국]	25	1,250	
	이리 오너라 조선클럽	1	50	
	네트워크 공동기획 문화스케치	72	3,600	9개 총국 네트워크 제작
전주총국	KBS 네트워크 특선 백투더뮤직	82	4,100	
	국악한마당 전주	24	1,320	
	네트워크 공동기획 문화스케치	72	3,600	9개 총국 네트워크 제작
대전총국	KBS 네트워크 특선 거북이 늬우스	8	400	
	KBS네트워크특선 과학으로 보는 세상 SEE	27	1,350	
	네트워크 공동기획 문화스케치	72	3,600	9개 총국 네트워크 제작

제작부서	프로그램명	편수	길이	비고
청주총국	KBS 네트워크 특선 행복충청전	47	2,350	
	네트워크 공동기획 문화스케치	72	3,600	9개 총국 네트워크 제작
춘천총국	KBS네트워크특선 아마도 마지막 존재	12	600	
	KBS네트워크특선 이스트 라이프	12	600	
	네트워크 공동기획 문화스케치	72	3,600	9개 총국 네트워크 제작
제주총국	KBS 네트워크 특선 보물섬	21	1,050	
	네트워크 공동기획 문화스케치	72	3,600	9개 총국 네트워크 제작
합계	전체합계	1,074	53,535	
합계	문화스케치 (9개 총국)과 세상다반사 (3개 총국)은 동일 건수로(1개 총국 분량으로) 처리	414	20,535	

[표 4-99] 지역 제작 전국 편성 프로그램 방송 현황 (특집 프로그램)

제작부서	프로그램명	편수	길이
부산총국	김진숙의 마지막 버스	2	100
	제26회 부산국제영화제 개막식	1	50
	해양패권의 시대[부산총국]	1	50
	BIFF 25주년 특별기획 영화로운 도시	1	50
창원총국	섬의 날 특집 찾아가고 싶은 섬 음악회	1	60
광주총국	2021 서편제보성소리축제 명창대전	1	55
	5.18 41주기 특집다큐 나는 계엄군이었다	2	100
	시사기획 창(광주총국 제작)	1	55
	KBS 네트워크 특선 나랑 갈래[광주총국]	1	60
목포국	근대사 100년, 그들의 증언	10	50
전주총국	경회루 판타지, 화룡지몽 2021	1	50
	UHD 구미호 레시피	2	120
	전국 어린이 판소리 왕중왕대회	1	70
	UHD 조선팝, 드랍 더 비트	3	170
	다큐 인사이트 〈에미상 결선 진출작 할미넴〉	1	55
대전총국	KBS대전-청주UHD 추석특집다큐 대청호 1부	4	200

제작부서	프로그램명	편수	길이
	추석 특집 키스 넘버 나인	3	150
	UHD 특집다큐 불의 군주	1	50
	UHD 6.25 기획다큐 인사이트 - 세상에서 가장 긴 무덤	1	50
청주총국	KBS대전-청주 UHD 추석특집다큐 대청호 2부	4	200
	방방곡곡 지역 홍보 배틀 홍보원	2	100
춘천총국	한아세안뮤직페스티벌 라운드 2020	1	110
	UHD 연순, 기숙 71년 전 그 소녀를 만나다	1	55
	싱스트릿 커넥티드	5	150
제주총국	UHD 제주 가옥 신화 드라마 2부작 가옥신	2	100
	2020 인생콘서트 스페셜	1	60
	UHD 추석특집다큐 아흔 아홉, 행복한 정원사	1	50
	UHD 특집다큐 인생정원	1	50
	UHD 2021 세계유산축전 기획 콘서트 다큐 보물섬 로맨틱	1	60
총합계		57	2,480

□ **지역제작 전국편성 정규 방송프로그램 및 특집 프로그램 방송현황**

○ 지역특집 프로그램 편수 57, 길이 2,480분

○ 재난방송 주관사로서 지역민들의 알 권리 충족을 위해 지역 재난방송을 신속하게 해왔음

○ 코로나 19등 지역 자체특보를 397회 4,286분을 실시간으로 방송해 지역 재난방송을 신속하게 전달해 왔음.

○ UHD 프로그램 제작, 다양한 포맷 개발을 통한 고품격 프로그램 제작해 옴.

□ **지역 자체제작/네트워크 제작 편성실적**

○ 지역 간 문화 교류를 통한 제작역량 강화와 지역공동제작 활성화를 위해 지역 네트워크 프로그램을 강하하고 있으나 몇몇 소수 프로그램에 지나지 않음. 전사적으로 지역 네트워크를 동원해 지역자체 제작 역량을 늘릴 필요가 있음.

○ 지역 네트워크 프로그램의 새 지평을 열었던 9개 지역총국 공동기획/투자/제작 프로그램인 〈세상 다반사〉는 안정적으로 전국 고정 편성됨.

○ 음악 프로그램 공동제작의 경계를 허문 4개 총국(부산, 전주, 대전, 춘천) 공동제작 〈윤상's 올웨이즈 7000 4편〉, 지역 간 연계 다큐프로그램 대전-청주 공동제작 〈대청호 1, 2부〉를 신규 제작해 지역방송국이 제작 활성화에 이바지 하고 있음. 이런 창의적인 네트워크 프로그램이 더욱 필요해 보임.

□ 지역제작 전국편성 실적

○ 지역 제작 프로그램의 전국 고정 편성을 대폭 확대해 지역 문화 홍보에 기여하고 있음. 기존 전국 송출 중인 〈문화스케치 (9개 총국)〉, 〈세상다반사 (3개 총국)〉, 〈남도지오그래피(광주총국)〉, 〈국악한마당(전주총국)〉, 〈보물섬(제주총국)〉, 〈과학으로 보는 세상 SEE(대전총국)〉, 〈아마도 마지막 존재(춘천총국)〉, 〈이스트라이프(춘천총국)〉등을 신규 전국 편성했음. 총414편, 20,535분의 지역 우수 정규프로그램을 전국 정규 편성하여 언제 어디서나 원하는 콘텐츠를 시청하려는 형태로 급변하는 영상콘텐츠 소비 환경 흐름에 부합하기 위해 노력함.

○ 멀티플랫폼전략국은 2021년 지역제작 전국편성 프로그램 제안공모 시행. 총국에서 제작하나 전국 편성을 대상으로 하는 창의적인 기획안을 선발하는 제안공모를 시행, 8월 한 달 동안 응모를 진행하여 2건을 제작지원.

- 최우수작 〈아마도 마지막 존재〉 : 강원도의 인문, 지리를 소재로 과거(아카이브), 현재(체험VCR), 미래(프리젠터 토크) 등 종합구성, VR, 애니메이션 등 다양한 표현방법 적용 다양한 소재와 구성으로 숏폼 콘텐츠에 익숙한 젊은 세대를 겨냥한 춘천총국의 기획으로 10월 13일 13시부터 50분 1TV에 편성 전국시청자수 28.6만명, 수도권가구시청률 1.6%.
- 우수작 〈홍보원(방방곡곡 서바이벌 홍보하는 공무원)〉 : 코로나 팬데믹으로 오프라인 행사를 통한 지역 홍보가 막히자, 홍보 업무를 담당하는 공무원들이 카메라를 들고 현장으로 나서 특색 있는 지역 자랑을 해 보는 네트워크 프로그램. 청주총국 기획으로 12월 11일 10시30분부터 50분 방송

○ 2020년 제안공모 선정작 〈2021년 추석특집 - 키스 넘버 나인(대전총국)〉, 〈아마도 마지

막 존재(춘천총국)〉, 〈홍보원-방방곡곡 지역 홍보 서바이벌(청주총국)〉 등 지역 신규 제작물 총 15편 900분 특집 및 정규 프로그램으로 편성. 지역 총국이 제작한 고품격 콘텐츠의 우수성을 전국에 알리고 제작 역량을 강화

□ 지역특화 프로그램 편성실적

○ 전주총국 〈풀뿌리 K〉 추진으로 공적서비스가 확대됨. 7개 풀뿌리 미디어와 자연 재난, 사회 재난 시 영상을 제공하고 전화 연결해 호평을 받음.

○ 오원환 군산대 미디어문화학과 교수의 분석. 전주총국의 산학 협력 사례를 발전시켜 각 지방대학 신문방송학과나 미디어학과와 지역방송 자원을 공유함. 민주적 언론 거버넌스 사례로서 산학 협력의 사례로 꼽힘. 이러한 시도를 다른 총국에도 확대할 필요가 있음.

○ 전주총국은 전주 중심 방송에서 탈피해 중소 시군 시청자가 소외되지 않도록 노력함. 특별히 지방 행정 기사는 보도자료에 의한 받아쓰기 저널리즘이란 비판이 있었는데, 시민 저널리즘의 확대로 제보가 늘어나며 현장성을 살릴 수 있는 기사를 생성할 수 있음.

□ 뉴스의 지역성 강화

지역 뉴스 확대를 통한 공영방송 저널리즘 구현

○ 지역국 자체 뉴스 편집권 확대

- 지역 〈뉴스7〉 확대 편성 경과
  - 2018.12. 제주총국 〈7시 오늘 제주〉 주 1회 별도 편성
  - 2019.11. 전국 9개 총국 자체 제작 〈뉴스7〉 주 1회(매주 목요일) 편성으로 확대
  - 2020.2. 전국 9개 총국 주 4회(월~목) 하루 40분 자체 편성
  - 2021.3. 각 총국에 86인치 UHD 터치스크린·재난 취재용 대형 CP차량 등 장비 보급
- 지역 뉴스 편집권 확대의 성과
  - 지역 이슈의 전국 의제화를 통해 지역 균형발전과 지방분권에 기여
  - 인권·노동·일자리 등 지역 중심의 다양한 이슈 적극 발굴, KBS 공적 책무 확대
  - 지역 방송 혁신 모델 제시
  - 지역 저널리즘의 육성
- 2022년에는 각 총국에 전문가 협업 취재 확대 실시, 지역 탐사보도 기능 강화 추진

○ **지역 디지털 뉴스 콘텐츠 강화**

- KBS 홈페이지 내 지역 뉴스 페이지 운영
  - 9개 총국·9개 지역국 홈페이지 전면 개편
  - 지역국 배너 변경·프런트 페이지 메뉴 구축·세부 내용 조정 등
- 지역국 디지털 콘텐츠 강화
  - 지역국 유튜브 콘텐츠 제작 및 유통 적극 지원
  - 지역국 라디오 프로그램과 시사 프로그램 등도 온라인 콘텐츠로 제공
  - 지역국 뉴미디어 담당자 간담회 및 지역국 순회 설명회 개최로 본사-총국 협업 강화
- 효과 및 사업 성과
  - 전년도에 비해 지역뉴스 조회수가 3배 이상 증가함

[표 4-100] KBS 홈페이지 내 지역 뉴스 기여도

구분	2020년	2021년	증감
지역뉴스 조회수 (KBS뉴스 홈페이지 기준)	913,239회(월간)	2,851,873회(월간)	3.1배↑
지역뉴스 기여도 (KBS뉴스 PV 중 지역 비중)	4.3%	16.6%	3.9배↑

○ **뉴스 홈페이지 개선**

- 각 지역별 메인 페이지 UI/UX 개선, 각 지역 특성에 맞는 배너 제작 및 문구 추가 통한 UI/UX 개선
- 을지국 메인 페이지 개편(울산, 강릉 제외 을지국 7곳)
- 전체 기사 리스트 개선(지역국 통합 논의로 을지국 전체기사 리스트를 공란 노출했었는데 전체기사 리스트에 일별 을지국 전체기사 포함한 총국 기사를 노출할 수 있게 함).
- 헤드라인 개선(재난 등 속보 상황에서 을지국 헤드라인에 총국 기사가 자동 노출되던 것을 을지국 기사 편집 기능 추가로 을지국 기사가 노출될 수 있게 함)

○ **유튜브 전송 개선**

- 지역별 워터마크 추가. 본사 유튜브는 우상단에 KBS NEWS가 자동 삽입되는데 지역은 워터마크가 없거나 자체 제작 워터마크를 사용해 브랜드 이미지 구축이 어려웠음. 이를 유튜브 전송 시 자막과 함께 각 지역의 뉴스별로 우상단 워터마크가 포함되도록 개선

- 본사 유튜브 계정에 지역국 뉴스 전송 가능하도록 개선, 지역국 사건/사고 등 아이템 유통 확대를 위해 지역국 뉴스를 본사 유튜브 채널에도 전송할 수 있도록 개선
- 지역뉴스 포탈 전송수와 조회수가 2배로 늘어남.

[표 4-101] 지역뉴스 디지털 서비스 성과

구분	2020년	2021년
지역뉴스 아이템 출고수	117,549건	130,148건
지역뉴스기사 포털 전송수	283,829건	563,466건
지역뉴스기사 조회수	7,825,091건	14,374,872건

8. 편성의 다양성

□ 민주적 공론장 제공

○ **뉴미디어 시대에 필터 버블링과 엠코 챔버 현상으로 유권자가 양극화 현상을 보임. 언론의 가장 큰 기능은 주위환경에 대한 감시와 사회 제 세력의 연결, 그리고 문화의 전승임. 그런데 토론 프로그램에서 의견의 다양성을 이유로 서로 다른 의견을 수용하기 어렵게 하는 측면이 있음. 국민이 정치적 경제적 사회문화적으로 양극화되고 있는데, 선거 이후 다시 국민이 통합하며 함께 즐길 수 있는 콘텐츠를 제공해야 함.**

○ **토론프로그램의 사회자에 특정 정치 성향이 있는 인사가 있다는 주장도 제기되고 있으며 정치적 이슈에 대한 토론이 기울어진 운동장이라는 비판은 여전히 존재하고 있음. 중요한 사회적 이슈에 대해 다양한 의견이 나오고 그 안에서 해법을 찾는 수준 높은 공론장을 제공해야 함.**

□ 장애인 프로그램 편성여부

○ **다양한 장르의 장애인 프로그램 편성**

- 2021년 KBS 1TV는 장애인을 대상으로 한 다양한 장르의 프로그램을 편성하여, 장애인에 관한 사회적 편견과 인식을 개선하고, 장애인의 권익 향상에 기여함. 특히, 장애인을 주제로 한 두 편의 다큐멘터리가 권위 있는 국제상을 수상하는 쾌거를 거두었음.

[표 4-102] 2021 주요 장애인 프로그램 및 국제상 수상실적

프로그램명	편성일시	비고
사랑의 가족	토 낮 1시대(55분)	국내 지상파 유일, 정규 장애인 프로그램
장애인의 날 특집 드라마 나의 너에게	4.19(월) 14:30(75분)	청소년 장애 이해 교육을 위한 교육부 제작 드라마
특집 다큐 산악인 김홍빈의 산 너머 삶	8.29(일) 20:05(55분)	장애인 최초 히말라야 14좌 완등에 도전한 고 김홍빈 산악인
파라아이스하키 특집다큐 - 선택	4.25(일) 20:05(55분)	국가대표 장애인아이스하키 선수들의 고군분투기
2021 이웃사랑 나눔콘서트 - 꽃으로 그대 곁에	11.27(토) 14:40 (70분)	장애인 아티스트들의 클래식 공연으로 꾸며지는 무대
다큐 인사이트	'아임 뚜렛'	ABU 퍼스펙티브 대상
	'농인 셋 청인 하나'	온다스 상 국제경쟁TV부문 대상

○ **패럴림픽 역대 최다 편성 및 장애인 스포츠 대회 단독 중계**

- 2020 도쿄 패럴림픽을 역대 패럴림픽 사상 최다 편성하고, 주요 장애인 스포츠대회를 지상파 단독 중계하여, 장애인 체육 활성화에 기여하고 차별화된 공영방송의 역할을 수행함.

[표 4-103] 역대 패럴림픽 중계방송 시간

역대 패럴림	방송시간(분)
2012 런던 패럴림픽	710
2014 소치 패럴림픽	755
2016 리우 패럴림픽	710
2018 평창 패럴림픽	1,070
2021 도쿄 패럴림픽	1,780

[표 4-104] 2021년 단독 중계 장애인 스포츠 대회

프로그램명	일시
2021 KWBL 휠체어 농구리그 개막전	2021-04-20(화) 14:40 (80분)
2021 홀트 전국 휠체어농구대회 결승전	2021-10-01(금) 14:30 (90분)

○ **장애인 시청지원 프로그램 편성 현황**

- 장애인방송 의무비율 초과 달성. 장애인방송 편성 및 제공 등 장애인방송 접근권 보장에 관한 고시에 따르면 지상파 방송사의 경우 폐쇄자막방송 100%, 화면해설방송 10% 이상(초방비율 7% 이상), 한국수어방송 5% 이상 편성해야 함. KBS는 2021년 폐쇄자막 100%, 화면해설방송 12.7%(초방비율 8.1%), 한국수어방송 14.1%를 편성해 의무비율을 초과 달성했음. 장애인을 위한 방송서비스를 강화하고, 장애인의 방송 접근성을 지속적으로 제고함.

[표 4-105] 2021년 장애인방송 실적 (단위: 분)

구분	총시간	폐쇄자막		화면해설		화면해설초방		한국수어	
		시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율
1TV	509,915	494,145	100%	49,090	10.1%	38,455	7.5%	120,155	24.1%
2TV	463,240	456,850	100%	69,985	15.5%	37,280	8.1%	14,550	3.2%
전체	973,155	950,995	100%	119,075	12.7%	75,735	8.1%	134,705	14.1%

* 참조: 비율산식=시간/(총시간-예외인정시간)

□ 사회공헌 프로그램 편성여부

○ **코로나19로 인해 유례없는 어려움을 겪고 있는 취약계층을 위해 다양한 사회공헌 프로그램을 편성하여 수신료의 가치를 실현함. 나눔과 기부문화 확산을 통해, 코로나라는 미증유의 위기를 함께 극복할 수 있도록 독려함으로써, 공영방송의 공적 책임과 사회적 책무를 충실히 수행함**

- 연중 캠페인 〈 더 나은 삶, 우리 함께 당신을 응원합니다 〉 시리즈 : 코로나 시대, 우리 주변의 선한 이웃과 숨은 영웅들을 발굴하고 응원함.
- 〈특별생방송 더 나은 삶, 우리함께 〉 : 코로나 19로 인해 지친 국민들을 위로하고 응원하는 소통의 시간을 마련하고. '더 나은 삶, 우리 함께' 시리즈를 통한 기부금 모금 성과

안내 및 기부 참여 독려, 사회취약 계층의 상황을 점검하고 사회적 관심을 제고함.

- 〈열린 음악회-당신을 응원합니다〉 : 코로나로 힘들어하는 이웃에게 도움을 준 봉사자와 의료인들을 응원하며, '더 나은 삶, 우리 함께' 슬로건의 의미를 담은 음악회를 개최.

○ 기부와 나눔 문화 확산을 위한 모금 생방송 편성

- 특별생방송 〈나눔은 행복입니다〉 : 코로나19로 더욱 어려운 삶을 사는 우리 이웃들을 위한 성금모금 방송을 통해 나눔 문화의 확산에 기여.
- 〈희망2022 나눔캠페인 사랑의 온도탑 제막식〉 :사회복지공동모금회와 함께 연말연시 도움이 필요한 이웃들을 돕기 위한 나눔 캠페인의 시작을 알리고, 희망의 메시지를 확산시킴.

○ 사회공헌유공자 포상 프로그램 편성 : 사회 각 분야에서 다양한 형태로 사회발전에 공헌한 유공자를 발굴·포상하고 홍보함으로써 대한민국 사회공헌 문화 확산에 기여

- 〈2021 대한민국 나눔국민대상〉 : 보건복지부, 사회복지공동모금회와 공동으로 인적나눔, 생명나눔, 희망멘토링, 물적나눔을 실천하는 우리사회의 숨은 영웅을 발굴, 격려하여 나눔 문화 확산을 도모함
- 〈제26회 KBS119상 시상식〉 : 소방공무원 국가직 1년을 맞이해 살신성인의 자세로 국민의 안전을 지키는 119대원들의 노고를 격려하고 이들의 활약상을 소개함으로써 안전한 대한민국을 지향하는 데에 기여

○ 나눔경영쇼 〈KBS 청년일자리프로젝트 사장님이 미쳤어요〉 시즌4 -'코로나를 이긴다'

- 공유와 나눔의 기업경영으로 코로나 팬데믹 시대를 헤치고 나아가는 우수한 중소기업들을 발굴, 소개하여 국민들에게 희망을 전함.

○ 전국민 민원해결 프로젝트 〈일꾼의 탄생〉 파일럿 및 정규편성

- 국민일꾼을 자처하는 4명의 해결사가 전국 방방곡곡을 돌며, 시청자들의 민원해결창구가 되어, 지역민들을 위해 봉사하는 공영 버라이어티
- 위드 코로나 시대 어려움을 겪는 도서산간지역민들의 주거환경 개선, 한파와 동파 대비 등, 미처 손길이 가닿지 못한 구석구석의 민원을 적극 해결. 최고 시청률 9.4%를 기록하는 등 공영성과 오락성 두 마리 토끼를 잡으며, 성공적으로 안착한 프로그램임

○ 〈불편해도 괜찮아〉 20편 시리즈 편성

- 코로나 팬데믹 시대, 환경에 대한 경각심을 일깨운 캠페인 프로그램으로 '에코브리티'

와 함께, 전 국민이 환경오염으로 인한 기후재난에 경각심을 느끼고, 사회를 변화시키는 도전에 함께 할 것을 제안하여, 시청자의 공감을 불러일으켰음.

○ **〈랜선장터〉 : 코로나19로 어려워진 지역 경제에 실질적인 도움이 될 수 있게 농어민과 힘을 합쳐 특산물을 소개하고 판매하는 예능프로그램.**

○ **〈중견만리 시즌3〉 : 코로나19로 인한 세계 경제의 어려움 속에서도 미래의 신기술을 선점하고 기술 강국 대한민국을 위해 고군분투하는 인정받고 있는 한국의 경쟁력 있는 중견기업들의 세계 수준의 기술력을 확인하고 이를 통해 포스트 코로나 시대 대한민국 경제의 새로운 도약의 가능성을 모색.**

□ 창의적 실험적 프로그램 개발과 제작을 통한 방송 품질 향상과 방송문화 선도

○ **신규 프로그램의 적극적 편성**

- 2TV는 높은 경쟁력으로 선전하고 있는 장기 방송 프로그램들의 내실을 강화함과 동시에 창의적이고 실험적인 문법의 신규 프로그램을 연중 편성함으로써 2049 및 MZ세대 시청자들에게도 소구하고자 노력함.
- 21년 2월 첫 방송된 〈수미산장〉은 배우 김수미가 구축한 기존의 캐릭터에 산장이라는 공간을 더해 심신이 지친 출연자들이 친한 지인과 함께 휴식하는 기회를 제공하고 그 속에서 사연과 음식, 공감을 자연스럽게 녹여냄. 3월부터 편성된 〈컴백홈〉은 2039세대의 주요 관심사로 떠오른 인테리어 혹은 집 가꾸기의 테마에 유명인들이 무명시절 살았던 동네에 대한 이야기를 결합해 현재 그곳에 살고 있는 청춘들의 삶을 위로하고 응원의 메시지를 건네는 신선하고 의미 있는 기획을 선보임.
- 본격 프로파일링 프로그램을 표방한 〈표리부동〉은 단순한 범죄 스토리텔링 프로그램에서 나아가 국내 최고의 범죄심리전문가인 표창원과 이수정, 두 사람의 상반된 견해와 시각으로 악명을 떨쳤던 국내 주요 범죄들을 면밀하게 분석하고 범죄자들의 심리를 해부함으로써 사건을 바라보는 색다른 시각을 제공하고 우리 사회가 보다 안전한 곳이 되기 위해 어떤 노력을 해야 하는지를 보여주고자 하였음.
- 2TV 핵심 편성 장르 중 하나인 드라마 부문에서도 소재와 장르, 형식면에서 다각화한 차별화된 라인업을 선보였음. 〈달이 뜨는 강〉과 〈연모〉는 성공적인 퓨전사극 콘텐츠로 시청자들에게 즐거움을 선사하였고 〈오월의 청춘〉은 섬세한 연출로 시대의 아픔을 잘 그려냈다는 평을 받았음.

- 하반기 편성된 〈오늘부터 무해하게〉는 국내 최초 탄소제로섬을 지향하는 죽도의 한 무인도에서 공효진 등 연예인 3명이 탄소 배출 제로에 도전하며 그 도전의 결과로 나무를 심는 신선하고 시의적절한 기획으로 기업들의 참가를 이끌어냈고, SNS를 활용한 시청자들과의 쌍방향 소통 등 기존의 방송에서 보기 힘든 새로운 실험들을 담아내며 호평을 받음.
- 한편, 코미디 장르의 부활을 위한 오디션이라는 전례 없는 개그 오디션 프로그램 〈개승자〉 역시 노래와 춤 등에 국한되었던 오디션이라는 포맷을 개그로 확장시키며 시청자들에게 소구함.
- K-POP을 중심으로 한 한류는 2021년 전 세계적인 K-컬쳐의 붐으로 이어졌고, 2TV는 올해도 우수한 관련 콘텐츠를 발굴하고 편성함. 설 기획 〈조선팝 어게인〉, 〈코리아 온 스테이지 – 남원 광한루〉, 〈창원 KPOP 페스티벌〉과 관련 다큐멘터리, 〈렛츠 BTS〉 등 전통문화 및 KPOP 관련 기획들을 통해 팬데믹 상황으로 직접 K-컬쳐를 향유하기 어려워진 전세계 시청자들의 니즈를 충족시켜주고자 함. 또한, 〈백종원 클라쓰〉는 K-푸드를 세계인들이 배워본다는 취지를 담아 신규 편성되어 순항 중에 있음. 이처럼 2021년 한 해 동안 2TV는 실험적이고 혁신적인 문법의 신규 프로그램을 과감히 편성하여 다변화하는 시청자들의 욕구와 취향을 충족시키고 수준 높은 품질의 방송을 하고자 노력함.

□ 성별, 연령별, 계층별, 인종을 고려한 제작 현황

○ 프로그램 다양성을 위한 노력 – 성별

- KBS는 2019년 11월 1일 시행한 'KBS방송 편성규약' 제5조 4항에서 "지역 간, 세대 간, 계층 간, 성별 간의 갈등을 조장하는 프로그램을 편성·보도·제작해서는 안 된다. 특히 소외계층과 소수 의견을 귀담아 듣고 충분한 기회를 제공한다."라고 명시해 그 책임과 제작 방향을 분명히 하고 있음
- 이에 따라 세대, 성별, 인종을 아우르는 통합의 장을 제공할 수 있는 다양한 정규, 특집 프로그램을 편성. 최근 주요 이슈인 젠더에 대해서도 꾸준히 다루고자 노력하고 있음
  - 〈질문하는 기자들 Q – 언론이 청년을 소비하는 방법〉을 통해 '이대남/이대녀' 등 젠더 갈등을 다루며 왜곡된 언론 문제까지 심층적으로 짚어냄
  - 〈박원숙의 같이 삽시다 시즌3〉 : 인생의 후반전을 준비 중인 혼자 사는 중년 여자 스타들의 동거생활을 담은 프로그램으로, 어느덧 3번째 시즌에 돌입하고 디지털 플랫

폼 구독자도 75만을 넘어설 만큼 꾸준히 화제를 불러일으킴

- 〈광복절 특집다큐 '옥바라지 골목의 여인들'〉 : 독립투사라는 이름 뒤에 가려져 기록되지 못하고 역사의 뒤편으로 사라졌지만, 분명히 존재했고 기억해야 할 여인들의 독립운동 생활史를 다룸
- 시대의 흐름을 전하는 〈독립영화관〉에서는 '짧지만 재기발랄 여성감독전', '다큐여성감독전' 등의 기획을 통해 여성감독의 시선으로 세상을 바라보는 작품들을 소개함
- 여성 스포츠인 6인의 목소리를 통해 차별의 역사를 조명한 〈다큐인사이트 - 다큐멘터리 국가대표〉와 3천여 명에 이르는 한국전쟁 당시 여성 참전용사들을 다룬 특집다큐 〈연순, 기숙 - 71년 전 그 소녀를 만나다〉는 나란히 양성평등 미디어상 최우수상(여성가족부 장관상)을 수상

○ **프로그램 다양성을 위한 노력 - 연령별**

- 시니어층 대상 장수 프로그램은 물론 어린이, 청소년 및 청년 등 미래세대 시청층도 공감할 수 있는 다양한 프로그램을 제작하는데 주목하고 있음. 특히 코로나 확산과 사회적 거리두기로 실내 생활이 늘어난 어린이, 청소년층이 유익하게 시청할 수 있는 프로그램을 다수 기획, 편성하였음
  - 〈신장개업 운동맛집〉 코로나19 확산과 사회적 거리두기 장기화로 인해 실내 생활 시간이 길어진 어린이, 청소년 시청층을 타깃으로 함
  - 〈방과후 초능력〉 : 초등학교 저학년 타겟의 교육 콘텐츠로 포스트 코로나 시대. 온라인 원격 수업 영상 교육이 익숙한 초등 시청자를 위해 흥미롭게 학습할 수 있는 역사, 환경, 문해력 교육 콘텐츠를 제공, LG 유플러스, 쿠팡 플레이등 OTT와 밀크, 천재교육 등 교육플랫폼에 서비스 공급 계약을 통해 멀티플랫폼 성과도 넓혀나가고 있음.
  - 〈2021 국악동요부르기 한마당〉 : 국립국악원과 함께 창작국악동요를 소개하고 널리 보급할 수 있는 경연대회를 방송으로 제작하여, 어린이들에게 우리 음악의 멋과 소중함을 되새길 수 있는 소중한 기회를 마련함
  - 〈전국 어린이 판소리 왕중왕 대회〉 : 올해로 34회를 맞이하는 전국 최고의 어린이 판소리대회로, 차세대 판소리 명창을 향한 어린이들의 꿈과 희망을 응원
  - 〈KBS 창작동요대회〉 : 어린이의 감성을 일깨우고 우리 사회의 순수성 회복을 지향하는 창작동요의 산실로 끊임없이 기여해 온 전통과 권위의 〈KBS 창작동요대회〉 31번째 행사를 개최하고 방송.

• 〈시사직격 – 죽어야 보이는 사람들〉, 〈시사직격 – 상속의 두 얼굴 미성년 파산을 아십니까〉, 〈시사기획 창 – 이.생.망. 이십 대 생존 비망록〉, 〈시사기획 창 – 입양, 국가는 없었다〉 등 정규 프로그램내에서 한국 사회의 아동 청소년 문제들을 공론화함

○ 프로그램 다양성을 위한 노력 – 계층별

- KBS는 자본주의 사회에 만연한 이슈인 계층 간 불평등 극복과 화합을 위해서 노력하며, 사회적 약자의 의견을 반영하고자 최선의 노력을 다하고 있음
  - 정규 프로그램 〈동행〉, 〈인간극장〉 등을 통해 꾸준하게 우리 사회의 소외된 계층에 대한 관심과 공감의 시선을 전하고자 노력
  - 지난해 여름부터 이어진 〈KBS 뉴스9 – 일하다 죽지 않게〉 연속 기획을 통해 산업재해 문제를 지속적으로 보도하고 노동인권의 중요성을 상기해, 제23회 국제 앰네스티 언론상을 수상
  - 〈KBS 특별 다큐멘터리 – 다시는 일하다 죽지 않게〉 : 지난 2018년 태안화력발전소에서 일하다 세상을 떠난 청년 노동자 고 김용균씨의 3주기 특집 다큐멘터리로 중대재해처벌법 제정을 위한 산재 유가족들을 1년 간 밀착

○ 프로그램 다양성을 위한 노력 – 인종

- 점점 증가하고 있는 다문화 가정과 이에 수반한 외국인 혐오 등 한국 사회에서 발생하고 있는 인종 문제를 짚어보는 프로그램 제작 편성
  - 2015년부터 7년 넘게 이어오고 있는 정규 프로그램 〈이웃집 찰스〉 : 1세대 부모와 달리 한국에서 성장기를 보낸 다문화 2세들의 차별을 조명하는 등, 한국 사회에서 활동하는 외국인들의 최신 이슈를 전하고 교감을 시도하면서 확고한 자리매김, 영어번역/자막제작 등을 통해 국내 거주 외국인 및 전세계 시청층 대상으로 유튜브 콘텐츠 제작 및 유통. 2020년 10월 채널 개설 이후 동영상 누적조회수 43,461,293회, 최고 시청 동영상 조회수 657만을 기록하며 해외 시청자들에게도 큰 공감을 불러일으킴
  - 〈ABU TV 송 페스티벌 2021〉 : 아시아 · 태평양 ABU 회원국들이 참여하는 글로벌 언택트 공연으로 세계 각국의 문화를 가감 없이 나누고 이해하는 창구 역할 수행
  - 〈백종원 클라쓰〉 : 다국적'글로벌 한식 새내기'들에게 한식 요리 노하우를 전수하고 세계인을 위한 레시피를 연구하면서, '다국적 마인드'를 함양하는 계기를 마련
  - 〈시사기획 창 – 이주노동자, 불법을 삽니다〉 : 정책 사각지대에서 농어촌 이주노동자들이 처한 극한 노동 현실을 심도 있게 다룸

□ 장애인 및 소수자를 위한 프로그램 제작

○ **사회적 약자를 배려하는 프로그램 제작**

- 대한민국 대표 공영방송으로서 KBS는 장애인을 비롯한 한국 사회에서 소외 받는 계층에 대해 지속적인 관심을 기울이고 목소리를 대변하고자 노력
  - KBS 간판 예능 〈편스토랑〉에서는 발달장애 아들을 키우는 배우 오윤아 씨의 스토리를 지속적으로 다루며, 남들보다 조금 느린 아들이 직접 서빙하는 '달팽이 식당' 오픈 소식까지 전하면서, 장애인에 대한 인식을 제고하고 훈훈한 감동을 선사
  - 〈다큐 인사이트 - 농인 셋 청인 하나〉 : 농인(청각장애인)이자 댄서인 청년 여성 3인과 그들의 안내인이자 친구인 청인(비청각장애인)의 우정과 도전을 담은 뮤직 다큐멘터리로, 제28회 온다스 상 국제경쟁TV 부문 대상 수상
  - 〈다큐 인사이트 – 아임 뚜렛〉 : 흔히 틱 증상으로 알려진 '뚜렛 증후군'을 가진 스물 아홉 청년들이 절망하지 않고 그대로의 자신과 삶을 진솔하게 살아가는 이야기를 담은 다큐멘터리. 불안하지만 꿈을 포기하지 않는 청년들의 삶을 솔직담백하게 그려내 많은 시청자들의 응원을 받았음. ABU 한, 아세안 뮤직페스티벌 라운드 TV/ABU 올해의 시선 부문 수상, 한국PD연합회 251회 이 달의 PD상을 수상
  - 국내 정상급 장애 음악가들이 선사하는 클래식 갈라 콘서트 〈2021 이웃사랑 나눔콘서트 - 꽃으로 그대 곁에〉를 마련, 신체적 제약을 넘어선 감동의 무대를 통해 깊은 울림을 전달
  - 지난 도쿄 패럴림픽에서 지상파 미중계 종목까지 디지털 플랫폼으로 중계한 데 이어서, 올해는 KWBL 휠체어 농구리그 총 51경기를 아시아 최초로 중계하면서 사회적 책무를 이행

□ 다문화 가정 및 사회적 소수자 관련 프로그램 편성과 성과

○ **사회적 약자를 위한 프로그램 제작**

- 공영방송 KBS는 어린이, 노인, 외국인, 장애인 등 사회적 약자의 목소리를 대변하는 프로그램을 제작하여 우리 사회가 함께 풀어가야 할 과제를 공론화하고자 노력
  - 〈학교 2021〉 : 입시 경쟁이 아닌 다른 길을 선택한 특성화고 청소년의 이야기를 드라마로 제작, 모호한 경계에 놓인 열여덟 청춘들의 꿈과 우정, 설렘의 성장기를 전함
  - 〈사랑의 가족〉 : 우리 사회의 장애인 삶을 전달하는 것을 넘어 함께 고민하고 바꿔

나아가야 할 장애인 인권, 생활편의, 노동의 문제를 폭넓게 알려냄

- 〈열린채널〉 : 1,000회를 넘긴 공사 퍼블릭액세스 프로그램인 〈열린채널〉의 시청자 제작 영상의 시청자 영상물 주제를 다양하게 수용하여 발달장애 음악인, 지체장애 상인, 농인 연극단 등 다양한 우리 사회 속 장애인 구성원이 직접 보내온 목소리를 전달함
- 〈다큐 인사이트〉 : 뚜렛증후군을 겪으며 살아가는 청년 보디빌더와 상담사의 성장을 전하며 'ABU 올해의 시선 부문' 수상 등 국내외의 호평을 받은 '아임뚜렛', 농인 댄스팀의 10년의 이야기를 담아낸 '농인 셋 청인 하나-우당탕탕 좌충우돌 10년 분투기' 등 우리사회에서 살아가는 장애인의 목소리를 전과 다른 방식으로 담아냄
- 〈산악인 김홍빈의 산 너머 삶〉 : 장애인 최초 히말라야 14좌 등반에 성공한 고 김홍빈 대장의 등정에 동행 취재하여 마지막이 되어버린 그의 도전을 기록하고 의미를 기림
- 〈장애인의날 기념 열린음악회〉 : 제 41회 장애인의 날을 맞아 청각장애 발레리나, 절단장애 댄서와 함께 음악회를 구성, 음악과 춤을 통해 희망을 전달함
- 〈2021 이웃사랑 나눔 콘서트-꽃으로 그대 곁에〉 : 최고의 연주를 선보이는 장애 음악가들이 선사하는 대형 클래식 콘서트를 통해 장애 인식 개선을 촉구함
- 〈이웃집 찰스〉 : 한국사회에 거주를 넘어 정착을 위해 분투하는 주한 외국인의 일상을 담아 온 이웃집 찰스는 '다문화 2세 특집-우리 아이들'3부작과 '300회 특집-청소년 찰스들의 학교'편을 통해 이제는 사회적인 관심이 필요한 외국인 2세들의 성장기를 전함
- 〈다큐 온〉 : '크리스의 뉴노멀 기행-대한 외국인을 만나다'를 통해 코로나 19 사태를 한국사회에서 이겨 나가고 있는 주한 외국인들의 일상과 외국인이기 때문에 겪는 어려움을 전함

□ 창의적·실험적 프로그램 개발과 제작을 통한 방송 품질 향상과 방송문화 선도

○ 환경부터 지역문제, 역사, Kpop까지. 사회 관심사를 새롭고 흥미로운 방식으로 풀어낸 고품질 콘텐츠 제작

- 오락, 교양, 다큐 등 다양한 장르의 신규 프로그램 및 특집 프로그램에서 기존의 작법을 탈피한 독창적인 형식의 고품질 프로그램 제작
  - 〈오늘부터 무해하게〉 : 자연에서 흔적 없이 머물며 탄소ZERO(중립)생활에 도전하는 셀러브리티의 도전을 흥미로운 예능 콘셉트로 흥미롭게 풀어내, 친환경적인 라이프

스타일을 제안한 환경 예능 프로그램

- 〈다큐인사이트〉 : '인터렉티브 실감체험 한반도 자연유산' 2부작을 통해 설악산부터 지리산까지 백두대간의 식물생태와 낙동강 퇴적층의 동물생태를 초고화질(UHD) 기반에 실감형 파노라마 기법을 도입해 제작한 초대형 생태 다큐멘터리
- 〈키스 더 유니버스〉 : 직접 가볼 수 없는 우주 공간, 공룡의 움직임을 사실감을 극대화 한 CGI & VFX기술이 집약된 AR 테크놀로지로 대형 무대에 구현하여 마치 콘서트를 즐기듯 몰입하고 체험하는 실감형 다큐멘터리쇼
- 〈국악 뮤지컬 드라마-구미호 레시피〉 : 전주한옥마을에 천년 묵은 구미호가 살고 있다는 설정으로 가장 한국적인 장소에서 우리 소리로 창작된 초대형 8K 뮤지컬 드라마 프로그램
- 〈모던코리아 시즌2〉 : 오늘날과 맞닿아있는 정치와 경제, 젠더와 문화계에 거친 대한민국 현대사의 전환점이 된 주요한 사건을 당시의 영상과 그 시기를 살아온 이들의 인터뷰를 중심으로 내레이션이나 제작자의 해석 없이, 시청자의 능동적인 판단을 요구하는 독특한 구성으로 제작되어 백상예술대상 등 다수 수상 및 로테르담국제영화제 등 국내외 유수의 영화제에 초청 됨
- 〈일꾼의 탄생〉'전 국민의 민원이 해결되는 그날까지!'를 모토로 국민 일꾼을 자청한 연예인들이 전 국민의 민원해결을 위해 방방곡곡에서 육체적 노동과 정서적 감동을 선사하는 유쾌하고 국내 최초 노동 리얼 버라이어티
  〈신장개업 운동 맛집〉 : 코로나 19로 외출이 어려운 청소년을 위해 음식 배달처럼 운동 전문가가 운동법을 배달해준다는 콘셉트로, 회차를 거듭하며 전연령 증상별 맞춤형 운동법을 출장 전수하는 형식으로 확장하여 국민 생활 건강에 기여함
- 〈조선팝 드랍 더 비트〉 : 신세대 소리꾼(예인)과 대중가수의 합동 콘서트, 전통 가락으로 재해석한 최신 가요까지. K-pop에 이은 K-소리 열풍을 이어가기 위해 구성된 대형 UHD 조선팝(국악) 콘서트.
- 〈방방곡곡 지역홍보 배틀-홍보원〉 : 코로나 19로 경색된 지역경제 활성화를 위해 각 지자체 홍보담당 공무원들이 펼치는 홍보 서바이벌 프로그램

□ 어린이 및 청소년 프로그램 편성 여부

○ 과거 〈뽀뽀뽀〉와 같은 볼만하고 경쟁력 있는 어린이 및 청소년 프로그램이 적어보임. 아무래도 이러한 프로그램이 EBS로 이동하는 경향이 있기 때문으로 여겨짐. 아래는

KBS 2TV의 어린이 및 청소년 프로그램임

○ **〈신장개업 운동맛집〉**
- 코로나19 시대, 청소년의 건강을 고려하는 신규 프로그램 제작
- 실내생활로 정서적, 신체적 건강을 위협받는 청소년 및 가족 의뢰인들에게 맞춤형 운동을 처방하고 개선과정을 관찰

○ **〈방과후 초능력〉**
- 온라인 원격수업이 일상화된 시대, 어린이 시청자를 대상으로 환경, 문해력 교육 프로그램 〈방과후 초능력〉을 선보임
- 디지털 플랫폼에 적합한 10분 내외의 콘텐츠로 구성, 시청자 접근성 확대를 위해 디지털 플랫폼을 통한 서비스 진행

○ **동요 보급 확대를 위해 〈국악동요부르기한마당〉과 〈2021 KBS창작동요대회〉를 제작. 〈국악동요부르기한마당〉은 국악동요 보급에 대한 공로로 '문화체육관광부 표창'을 수상**

○ **〈TV유치원-온택트 동물원〉**
- XR기술을 활용, 생동감 넘치는 동물의 세계를 구현
- 콘텐츠 진흥원 제작 지원 선정작으로 총 10편 제작

□ **다문화 가정 및 사회적 소수자 관련 프로그램 편성 여부**

○ **〈이웃집 찰스〉 정규 제작**
- 외국인 220만 시대, 한국 사회에서 활동하는 외국인들의 다양한 삶을 들여다보는 리얼리티 프로그램
- 다문화2세 특집 〈우리 아이들〉 3부작 특집 제작
  - 〈우리 아이들 3부작〉은 유튜브 채널 〈K-DOC〉을 통해 영어로 서비스되어 누적 조회수 500만뷰, 댓글 만여 개가 달리는 등 국내외 시청자들에게 뜨거운 관심을 받음
- 다문화 전문기숙학교인 다솜고의 일상을 장기 취재해 〈300회 특집- '찰스 희망학교' 2부작〉 제작
- 평균 시청률 5.8%로 다문화 가정 증가, 난민 수용, 외국인 혐오 등 한국 사회에서 발생하고 있는 다양성 이슈를 선도

○ **다큐인사이트 청춘기획 2부작**

〈농인 셋, 청인 하나 - 우당탕탕 좌충우돌 10년 분투기〉

- 청각 장애를 가진 3인과 이들의 꿈을 도왔던 청인 1명의 10년간의 분투기를 기록, 장애인의 주체적 삶에 대한 이야기를 창의적인 제작기법을 통해 전달 (2021. 2. 4. 밤10시, KBS 1TV)
- 세계적인 권위의 스페인 온다스상 대상을 수상

□ 남북화해와 협력 프로그램 편성여부

○ **2021년 남북관계 경색 국면으로 남북한의 직접적인 교류와 협력은 사실상 차단됐음. 그럼에도 KBS는 1TV 〈남북의 창〉, 〈나의 살던 고향은〉 등 남북한 관련 프로그램을 통해 상호이해 증진을 위해 노력하고 있음**

○ **그럼에도 시청률이 낮아서인지 남북화해 프로그램이 잘 눈에 띄지 않음. 이북 5도청과도 〈남북의 창〉 등 프로그램을 제작하면서 상시 협력 체제를 갖추고 있고 해당 기관과의 정보를 충분히 공유하고 있지만 코로나 사태 등으로 2021년도 이북5도 실향민에 대한 KBS의 보도 역시 찾기 어려움. 시청자의 관심을 끌 수 있는 정보나 콘텐츠를 개발해서 남북한 상호 이해를 높이고 관계 개선의 물꼬를 틀 수 있는 획기적 프로그램을 고민해야 함**

□ 사회공헌 프로그램 편성 여부

○ **시민사회의 다양성을 제고하고 성숙한 시민사회 담론을 형성할 수 있는 프로그램을 편성하고 사회적 소수자 등 다양한 시민사회 구성원의 목소리를 대변**

○ **기후 위기와 탄소배출 등 새롭게 대두된 다양한 사회문제에 대한 전 사회적인 고민과 대응이 요구.**

- KBS는 이러한 사회 전반의 요구에 발 빠르게 대응 할 수 있는 프로그램을 편성하여, 건강한 사회 담론 형성에 기여함
- 〈UHD 환경스페셜〉 : 독도부터 브라질 습지대, 제주 민물고기부터 도심의 고양이 생태까지 코로나 19 이후 역설적으로 열린 환경과 미래가치시대를 맞아 의미 있는 환경 질문을 던지는 환경 시사 다큐멘터리
- 〈기후변화 특집-지구의 경고〉 : 탄소 배출로 인한 기후위기의 시대. 인류 대멸종을 피하기 위한 패러다임의 전환을 제시하는 8부작 강연과 다큐멘터리 시리즈.

- 〈불편해도 괜찮아〉 : 백신과 같은 돌파구도 없는 기후재난. 총 2개 시즌에 거쳐 사회적 영향력이 큰 명사들의 일상 속 환경보호와 탄소배출 절감 습관을 소개하는 캠페인 프로그램.
- 〈다큐 인사이트〉 : '붉은 지구'4부작을 통해 제주의 해양생태부터 전지구적인 기후위기의 대응까지를 소개하며 기후는 왜, 얼마나 변하고 있는지, 기후변화는 앞으로의 세상을 어떻게 바꾸게 될지에 대한 사회적 관심을 환기시킴.
- 〈아침마당(환경운동가 박경화), 〈세계는 지금(전 세계의 기후변화 대응)〉, 〈이슈픽 샘과 함께-대기과학자 조천호)〉, 〈시사기획 창 - 재난시대 풍요의 역습〉, 〈다큐 온〉의 '버려진 풍요, 쓰레기 여행', '습지가 사라진다', '탄소중립시대, 우리가 나무를 심는 이유' 등의 기후 위기, 탄소중립 관련 내용을 소개하는 한편 〈기후변화에 관한 사실들〉, 〈그레타 툰베리 미래의 목소리〉 등 특선다큐멘터리를 편성하여 시청자의 환경이슈에 대한 요구에 대응함.

○ 오랫동안 사회로부터 배제되어온 사회적 약자, 소수자에 대한 연대와 공감과 함께 상생과 비차별에 대한 사회적 요구가 지속.

○ 오늘날 발생하는 사회 문제의 연원과 맞닿아 있는 지난 한국 현대사의 사건과 현상을 잊지 않고 새롭게 의미를 도출하려는 사회 전반의 노력이 확대됨.

- 〈열린채널〉 시청자가 직접 제작한 영상으로 참여하는 퍼블릭 액세스 프로그램인 〈열린채널〉의 방영 시간을 30분에서 40분으로 확대 편성함. 더욱 폭넓은 포맷, 다양한 목소리가 담긴 시청자 영상을 더 깊이 있게 전달 할 수 있도록 함. 가끔씩 사회자가 한쪽 편을 드는 듯한 질문을 해서 편파성 논란이 일수도 있기에 보다 신중한 진행이 필요함.
- 〈질문하는 기자들 Q〉 : 언론 신뢰 추락의 시대, 단순한 기사 비평을 넘어 미디어의 본질에 대한 질문을 던지는 지상파 유일 미디어비평프로그램으로 관행적인 보도행태를 되짚고, 시청자의 미디어리터러시 능력 향상에 기여함. 하지만 시청률이 높기 어려운 미디어 비평 프로그램을 골든 타임대에 편성한 부분에 대해서는 재고할 필요가 있음.
- 〈모던코리아 시즌2〉 : '짐승' 편을 통해 1990년대 발생한 성범죄 사건을 계기로 전개된 성폭력 특별법 제정을 위한 여성들의 연대와 분투기를 통해 한국사회에서 여성 권리 투쟁의 역사를 짚어봄.
- 〈다큐 인사이트〉 : 성소수자 문제를 성소수자 합창단을 통해 짚어본 '빛은 무지개', 스포츠와 언론계의 여성에 대한 차별과 유리 천장의 문제를 짚은 '국가대표' 와 '다큐멘터

리 뉴스룸' 편은 양성평등 미디어상, YWCA 좋은 미디어콘텐츠상 등을 수상하며 호평을 받음

- 〈김진숙의 마지막 버스〉 : 1986년 부당하게 해고된 후 노동운동에 평생을 바쳐온 김진숙의 삶을 통해 대한민국 노동사를 조명하고, 김진숙이 해고당한 35년 전과 지금. 노동의 현실은 어떻게 달라졌는지 물음을 던짐
- 〈고 김용균 3주기 특집다큐-다시는 일 하다 죽지 않게〉 : 태안화력발전소에서 일하다 컨베이어벨트에 끼어 숨진 고 김용균의 3주기를 맞아 일하다 죽지 않는 사회를 만들기 위해 나선 가족들을 장기 촬영하여 노동안전 화두를 던진 다큐멘터리.
- 〈다큐 인사이트〉 : 해방 후 60만 명의 동포가 일본에서 돌아오지 못했고, 이들의 자녀인 재일동포는 군사정권 시절, 조국에 의해 간첩으로 몰렸다. '스파이' 편을 통해 여전히 일본과 한국에서 모두 차별적인 시선속에 살아가는 재일동포 문제와 여전히 정리되지 않은 과거사 정리의 필요성을 역설한 다큐멘터리.
- 〈국민특사 조진웅 홍범도 장군을 모셔오다〉
- 〈오월의 청춘〉 : 1980년 5월, 광주의 비극을 겪어야했던 평범한 청춘들의 이야기를 작품성 있는 드라마로 담아내, 2021 KBS 연기대상 5개 부문 수상 등 호평을 받았고, 당시의 피해자에게는 위로를 주고, 젊은 세대에게는 당시의 아픔을 공유 할 수 있는 계기를 마련함
- 〈나는 계엄군이었다〉 : 41년 만에 증언에 나선 계엄군 출신의 노인이 당시 총격사건의 현장과 관계자를 찾아가는 여정을 통해 우리 사회가 원하는 진정한 518관련 화해가 무엇인지 되짚어 봄

○ **코로나19 사태 이후 더욱 중요해진 대응단계별 정확한 정보전달을 통해 국민 공동 방역 대응을 도모.**

- 〈생로병사의 비밀〉 : 국내 백신접종 개시를 앞두고 '코로나 19 백신접종 어떻게 하나' 특집 생방송을 편성, 각종 가짜뉴스로 인해 증폭된 불안감을 해소하기 위해 노력. 이후 '코로나 19 델타변이의 확산' 특집을 통해 변이 바이러스 확산이라는 새로운 국면에 대응하기 위해 필요한 정보를 전달함
- 〈아침마당〉 '코로나 19 특강', 〈무엇이든 물어보세요〉 '코로나19 백신 접종' 편 등을 통해 백신접종의 필요성과 접종 이후 발생할 수 있는 이상 반응의 종류와 대응방법을 소개하여 접종에 대한 과도한 거부감을 상쇄하기 위해 노력.

□ 한국어의 순화와 발전에 기여하는 방송 언어 사용 및 개선

○ 한국어 순화 프로그램 기획 및 제작

- 1TV 〈안녕 우리말〉 : 문화체육관광부 공모사업으로 세대 간 소통의 방해가 되는 신조어에 대해 알아보고 개선책을 제시한 프로그램. 10월-12월 사이 12회 본방, 재방 등을 통해 좋은 반응을 얻음.
- 1TV 〈한글날 특집 : 2부작 노래가 된 시〉 : 아름다운 우리글과 시가 담긴 노래를 가수들이 직접 부르고 이야기함으로써 우리말의 아름다움을 알린 교양프로그램. 한글날인 10월 9일, 10일 연속 편성으로 의미를 살림.
- 1R 〈바른말 고운말〉 : 매일 3회 방송되는 우리말 순화 프로그램으로 출근길·퇴근길·점심시간에 편성.

○ KBS 한국어 포스터 제작, 틀리기 쉬운 표현, 바른 발음 등을 중심으로 매월 한국어 포스터를 제작해 공공기관, 유관 기관, 학교 등에 4,500여부 배포하고 SNS 홍보를 실시. 특히 제작진이 쉽게 볼 수 있도록 회사 내부와 전자게시판 등에 홍보함.

9. 글로벌 경쟁력

□ 국제사회에 한국의 가치문화 대변

○ 해외 언론에서의 KBS뉴스/시사프로그램 인용 실적
(국내외에서 뉴미디어를 포함해 한국의 대표언론기관으로 인식되는 정도)

- 해외 언론에서 KBS뉴스와 시사프로그램 인용 실적을 보여주는 통계 등 사실적 자료가 부족함. 언어적으로 제한이 있기에 확장성에는 한계가 있지만 해외에 거주하는 많은 한국인이 KBS뉴스와 시사프로그램을 보기에 이에 대한 통계가 필요함
- 대한민국 대표 지상파 뉴스로서 KBS 방송보도가 해외 교민에게 어떤 영향을 미치고, 글로벌 디아스포라 시대에 세계 한인 커뮤니티 형성과 국제사회에 대한 영향력이 얼마나 되는지 연구가 필요함
- 이와는 별도로 KBS는 일본 NHK와 중국 CCTV, 미국의 ABC방송 등과 화면교환·취재협력을 위한 MOU(양해각서)를 맺고 있음. 이에 따라 각 방송사는 KBS의 취재물과 시사프로그램을 받아서 자사 콘텐츠 제작에 활용하고 있음. KBS의 기사를 인용해 보도하

기도 함. 다만, 정확한 수치는 알 수 없음. 또, KBS는 ABU(아시아 태평양 방송연맹)같은 방송단체 등에도 뉴스 콘텐츠를 정기적으로 제공함. 아시아 국가들이 이를 활용해 콘텐츠 제작에 도움을 받을 것임. 그러나 정확히 어떤 플랫폼을 통해 활용되는지는 공식적 자료나 통계가 없음

- KBS에 따르면, 위에 언급한 방송사와 방송단체에서는 한국과 한반도 관련 뉴스를 다루면서 KBS 보도를 인용하는 경우가 늘어나고 있다 함. 실제로는 얼마나 늘어나는지 알 수 없음. KBS 보도의 국제적 영향력이 얼마나 되는지를 확인할 방법을 적극적으로 찾아봐야 함

○ **영어 뉴스 프로그램 방송**

- 국제사회에서 한국의 가치문화를 대변하기 위해 국제부에서 제작한 국제 종합뉴스 보도 프로그램을 〈월드 뉴스투데이(KBS WORLD NEWS TODAY〉로 방송함
- 한류 열풍으로 한국사회에 관심이 높아진 외국인들과 국내에 거주하는 외국인들에게 대한민국의 정치, 경제, 사회, 문화 전반에 대한 다양한 뉴스를 영어로 제공
- 2021년엔 매주 주중 오후에 20분씩 모두 242일을 방송해 총 방송 분량은 4,840분을 기록
- 코로나19에 대응하는 생생한 방역 현장, 방역 주역 인터뷰, 치료제, 백신 개발 뉴스, 코로나19로 달라진 일상 소식, 한국에 거주하는 외국인이 바라본 한국의 코로나 방역 등을 집중적으로 소개함
- KBS WORLD 채널로 케이블과 위성을 통해 전 세계 114개국에 한국의 뉴스를 알리는 역할을 해오고 있음. 그러나 이러한 프로그램이 어떻게 수용되는지에 대한 연구가 없음. 해외 한인 커뮤니케이션 학자들이 그러한 연구를 해왔거나 할 수 있으니 KBS WORLD 채널 담당 부서에서 조사해 그 결과를 채널 운영에 반영하고 축적하며, 공영미디어연구소 등과 공유하는 것도 검토할 필요가 있음

○ **해외지국 운영의 적절성 및 활용 효과**

- 해외 특파원(취재기자, 촬영기자 포함)의 구성과 배치를 살펴보면, 2017년 26명, 2019년 23명, 2020년 20명, 2021년 19명으로 감소 추세를 보이고 있음. 구체적으로는 미주지역 브라질 상파울루지국을 폐쇄했고, 아시아 지역에서 베트남 하노이지국을 없앴음. 태국 방콕 특파원도 2명에서 1명으로 줄였음
- 해외 PD 특파원 수는 2017년부터 2021년까지 미주 2명, 유럽 1명, 아시아 2명 등 5명

으로 동일하게 유지됨

- KBS 해외 특파원은 31개 지국에 83명을 파견하고 있는 일본 공영방송 NHK와 비교할 때 매우 적은 편임. NHK는 수년째 일정 숫자의 특파원을 유지하고 있음. 일본과 국가 GNP를 비교할 때 KBS 특파원을 25명 내외로 늘리는 것이 적절함
- 재무 상황이 갈수록 악화 되면서 특파원 수 계속 감소. 글로벌 시대를 맞아 국제뉴스의 중요성이 갈수록 커지는 상황에서 특파원 규모를 비용 절감 등 효율성의 관점에서만 결정하는 것은 적절하지 않음
- 디지털 시대를 맞아 현지에 파견된 특파원 없이도 다양한 정보를 얻을 수 있기는 하지만 그랬다가는 받아쓰기 저널리즘이 될 수 있음. 현지 상황을 정확하고 충실하게 파악하기 위해 현지에 거주하며 취재하는 기자가 필요하다는 점 등을 고려할 때 특파원 수를 늘리는 것이 바람직함. 다른 나라에서 활용되듯이 특파원 수를 줄이고 백팩(backpack)이나 낙하산 저널리즘(Parachute Journalism)이라 하여 분쟁지역에 적극적으로 전문 특파원을 파견하는 방안도 검토할 필요가 있음

[표 4-106] KBS 해외특파원 현황(기자)

연도	인원(명)	세부인원(명)
2017년	26	미주 7
		아시아 12
		유럽 5
		기타 2 (단기특파원: 케냐/인도)
2018년	24	미주 7
		아시아 12
		유럽 5
2019년	23	미주 7
		아시아 12
		유럽 4
2020년	20	미주 6
		아시아 10
		유럽 4

연도	인원(명)	세부인원(명)
2021년	19	미주 6
		아시아 9
		유럽 4

※ 촬영기자 포함, PD특파원 제외

[표 4-107] KBS해외 PD특파원 현황

연도	인원(명)	세부인원(명)
2018년	5	미주 2
		아시아 2
		유럽 1
2019년	5	미주 2
		아시아 2
		유럽 1
2020년	5	미주 2
		아시아 2
		유럽 1
2021년	5	미주 2
		아시아 2
		유럽 1

[표 4-108] 타 지상파 방송사 2021년 해외 특파원 현황

구분	인원(명)	인원(명)
MBC	4(3년)+2(1년)	미국 2+1
		아시아 2+1
SBS	6	미국 3
		아시아 3

※ SBS는 파리지국 부활 고려 중/촬영기자 제외·PD특파원 없음

[표 4-109] NHK 특파원 현황 (2021년 12월)

지역	도시	인원
유럽(6)	파리·런던·브뤼셀·베를린·빈·모스크바	31개 지국 총 83명
중동 아프리카(6)	카이로·이스탄불·예루살렘 테헤란·두바이·요하네스버그	
아시아 극동(14)	베이징·상하이·광저우·홍콩·타이페이 서울·방콕·마닐라·하노이·싱가포르 자카르타·뉴델리·이슬라마바드 블라디보스토크	
오세아니아(1)	시드니	
북미(3)	뉴욕·워싱턴·로스엔젤레스	
남미(1)	상파울루	

○ **KBS 보도본부 통합뉴스룸 국제부 소속 기자는 2017년과 2018년 16명에서 2019년에는 14명으로 2명 줄었고, 2020년에는 다시 13명으로, 2021년에는 다시 12명으로 1명씩 줄어듬**

- 국제 사안이 점점 많아지고 중요해지는 상황과는 반대로 국제부 소속 기자 역시 매년 줄어들고 있는 실정
- 한국인의 관점에서 국제 사안을 분석해서 전달하는 공영방송의 역할 수행을 위해 국제 보도 인력 보강이 필요함

[표 4-110] KBS 보도본부 국제부 소속 기자 정원

연도	인원(명)	세부인원
2018년	16	부장1 데일리뉴스10 프로그램5
2019년	14	부장1 데일리뉴스10 프로그램3
2020년	13	부장1 데일리뉴스9 프로그램3
2021년	12	부장1 데일리뉴스8 프로그램3

□ KBS의 글로벌 경쟁력 향상을 위한 계획 수립과 그 적절성 및 성과

○ **해외 프로그램/포맷의 판매, 자체제작 콘텐츠 수출, 한류 확산 기여도 평가, KBS월드 활성화 현황**

- 역대 최고의 국제상 수상 성과 달성 (21개 행사, 33건 수상), 2021년 기준 아시아, 미주, 유럽에서 개최된 21개 행사에서 33건의 국제상 수상. 이외에도 18건의 공식 상영 초청을 받았음.
- 장애, 환경, 성평등, 소외계층 등 폭넓은 주제를 다룬 공영성 높은 프로그램을 국제상에 출품, 수상하는 성과를 통해 국제방송계에서 공사의 인지도와 신뢰도를 높였음.

[표 4-111] 국제상 수상내역

국 제 상	수 상 내 역	수 상 작
아시안TV어워즈 25회	대상	시간여행자 루크
AGFC(애콜레이드)	최우수 스페셜멘션상	닥터프리즈너
AGFC(애콜레이드)	최우수상	닥터프리즈너
AGFC(애콜레이드)	최우수상	출사표
AGFC(애콜레이드)	최우수상	출사표
AGFC(애콜레이드)	최우수상	씨름의 희열
AGFC(애콜레이드)	우수상	씨름의 희열
WRPN 국제여성영화제	최우수특별상	다큐인사이트 '다큐멘터리 개그우먼'
텔리상	은상	대한민국 어게인 나훈아
국제생태TV페스티벌	대상	'23.5' 1부
이탈리아상	스페셜멘션상	인간 VS 인공지능, 선곡 배틀
그린 몬테네그로	특별상	'23.5' 1부
그린 몬테네그로	특별상	'23.5' 2부
괴될뢰 국제자연영상페스티벌	3등상	'23.5' 2부
괴될뢰 국제자연영상페스티벌	ASTODI 특별상	'23.5' 시리즈
심페스트	심사위원 특별상	즐거운 챔피언
더TV페스트	러너업(이등상)	출사표
더TV페스트	러너업(이등상)	〈임을 위한 노래〉
애니메이션 셀레브레이션	대상	린다의 신기한 여행
카탈리스트 콘텐츠 페스티벌	대상	린다의 신기한 여행
방콕국제다큐멘터리상	대상	포스트모던코리아
방콕국제다큐멘터리상	대상	오사카 하류인생
서울드라마어워즈	주제가상	오케이 광자매

국 제 상	수 상 내 역	수 상 작
온다스상	대상	농인 셋 청인 하나
스포츠영화TV페스티벌	오너러블멘션(장려)	즐거운 챔피언
ABU상	대상	ROUND 2020
ABU상	대상	코로나 19 요양병원, 감시받지 못한 약물
ABU상	대상	'아임 뚜렛'
ABU상	장려상	〈홍벽초와 임꺽정〉
T4P 미디어상	대상	'23.5' 2부
팔라디노 도로 스포츠 필름페스티벌	특별상	씨름의 희열
LA애니메이션 페스티벌	대상	린다의 신기한 여행
URTI 라디오상	은상	다시 날자

○ **대면 국제교류가 중단된 상황에서 화상회의를 통해 국제 네트워크를 유지함. 해외 방송사 CEO 및 국제기구 회의에 공사 사장이 직접 총 11회 참석, 기타 실무 화상회의를 61회 참여 및 주도, 코로나19로 국제관계가 위축된 가운데서도 온라인 회의를 통해 활발한 교류를 이어 감. 주요 참석 회의로 ABU(아시아태평양방송연맹)의 이사회, 회장단회의, 총회와 PBI(세계공영방송총회)의 운영위원회, 워크숍, 총회 등이 있음**

○ **ABU(아시아태평양방송연맹) 부회장사 (2019.11.~2021.12.)로서 코로나19로 제작이 어려운 해외 회원사들을 대상으로 자사 콘텐츠를 무료로 제공해 국제방송계에서 한류콘텐츠의 우수성을 홍보함. 〈TV 동화 행복한 세상〉 50편을 부탄 BBSC, 방글라데시 BTV, 모리셔스 MBC, 몽골 MNB에 제공함.**

□ KBS WORLD 콘텐츠/채널 경쟁력 강화를 통한 한류 확산

○ **자체 IP를 가진 오리지널 콘텐츠 제작 및 멀티플랫폼 편성**

- 글로벌 오디션 〈K-Pop 월드 페스티벌 in 창원〉 10주년 성공 개최. 창원시/외교부/해외문화홍보원으로부터 제작비 전액 유치(창원시 9억 / 해외홍보원 2억 / 외교부 글로벌 예선 비용 전액 지원)
  - 10.15(금) 창원 KBS홀 녹화 및 11.3(수) 22:40 2TV 방영
  - MC : 유인나(배우), 출연 : 몬스타엑스, 오마이걸, 더보이즈, 스트레이키즈 등

- 인기 아이돌 멤버의 한국여행 버라이어티 〈Come Together, 가치와〉
  • 관광공사 협찬(2억), 부여/부산 명소 체험 탐방
  • 출연 : 타곤, 온앤오프
- 지식 서바이벌 퀴즈쇼 〈퀴즈 온 코리아〉 10주년 성공 개최
  • 외교부 2.2억, 부여시 및 완주시 0.83억 협찬 유치
  • MC : 전현무, 광희, 출연 : 럭키, 알베르토 포함 외국인 15인
  • 9.12(일) KBS홀 녹화 및 10.9(토) 17:40 1TV 방영
- 라디오 국제방송특집 〈Beyond K-Pop〉을 TV 콘텐츠로 재제작 및 멀티편성
  • 〈Beyond K-Pop〉 3부작 ST 콘서트로 재제작 및 방송 완료
  • 출연 : 넬, 선우정아, 추다혜

○ **신규 해외지역 및 플랫폼 진출**
- KBS WORLD TV : 부탄 케이블 플랫폼 DrukMSO와 계약 (2021년 11월)
- KBS KOREA : 네팔 디지털 케이블 Clear TV와 계약 (2021년 12월)
- KBS WORLD TV 유럽지역 OTT 라이브 스트리밍 서비스 추진 : 영국

○ **KBS WORLD 콘텐츠 제작비 확보 및 공사 수익증대**
- 채널저작권료 외 협찬 등 부가수익 창출
  • 송출료 : 약 2.08억(신규 콘텐츠 송출대행으로 목표 초과 달성, 전년 대비 37.5%↑)
  • 협찬 : 약 11.53억(연간 목표 5억 대비 130% 초과 수입 달성)

○ **국제방송국 R 국제방송부, 외국어 보도 및 시사 콘텐츠 제작 현황**
- 외국어 보도 및 시사 프로그램 방송 편성 현황
  • 10개 외국어방송 1일 10분 뉴스 편성 : 10개 언어(영/중/일/독/불/서/러/베/인/아)
  • 주요 언어별 시사 프로그램 편성 : 〈Korea 24〉(영, 월-금 50분), 〈시사포커스〉(중, 금 30분)
  • 10개 외국어 방송 시사/보도 프로그램 편성 비율 : 17.5%(21년 12월 기준)
- 외국어 보도 및 시사 콘텐츠 디지털 서비스 현황
  • 10개 외국어 디지털 뉴스 제작 강화
    ① 홈페이지(world.kbs.co.kr) 및 모바일 앱(KBS WORLD)을 통한 외국어 속보 서비스 강화
    ② 코로나 19 특화 콘텐츠 서비스 확대 : 코로나 19 현황 전광판, 코로나 19 속보

모음, 해외입국자 가이드라인 등 10개 외국어로 서비스(질병관리청 협조)

③ 〈2020 도쿄올림픽〉 다국어 특별페이지 개설 및 운영 (21.7.26~8.6)

• 10개 외국어 동영상 뉴스 서비스 유튜브 채널 〈KBS WORLD News〉 개설 : 보도본부 제작 KBS NEWS 영상 클립을 활용, 10개 외국어로 더빙한 '다국어 동영상 뉴스' 서비스 개시 (21.4)

○ 외국어 프로그램 성과 및 적절성

- 외국어 시사 및 보도 프로그램 편성 비율 적정 수준 유지(17.5%) 및 디지털 플랫폼 맞춤형 콘텐츠 확대 제작을 통해 콘텐츠 도달률 극대화
- 오디오/비디오/텍스트/카드 뉴스 등 다양한 포맷의 콘텐츠 서비스로 뉴미디어 시대 수용자 적극 소구, 국제 현안에 대한 한국적 시각과 목소리 효율적 전파
- 전략 언어 영어 홈페이지 누적 PV 10,635,892뷰로 전년대비 12.8% 증가

○ 디지털 플랫폼 적극 활용을 통한 국제방송 역할 수행 극대화

- KBS WORLD 통합 홈페이지 서비스 개시(21.7)
  • 별도의 홈페이지로 분리, 서비스되던 KBS WORLD TV와 Radio 홈페이지 및 모바일 앱 통합, 해외 시청취자 대상 KBS의 모바일/온라인 서비스 통합
  • TV와 Radio의 프로그램 및 편성 정보, 콘텐츠 서비스, 수용자 쌍방향 이벤트 등 One-Stop 서비스를 통해 KBS WORLD 통합 모바일/온라인 서비스 구현 : 통합 KBS WORLD 홈페이지(world.kbs.co.kr) 누적 PV 31,487,455 뷰 (20년 동기 30,225,933 뷰 대비 4.17% 증가)
- 언어 특화 유튜브 채널 서비스 확대
  • 외국어 콘텐츠 도달률 확대를 위한 R국제방송 플랫폼 디지털 전환 사업 지속 추진 : 언어방송별 주력 한류 콘텐츠 동영상 제작 확대
  • 기존 〈KBS WORLD Indonesian〉, 〈KBS WORLD Arabic〉 채널 오리지널 콘텐츠 서비스 확대
    ① 〈K-Pop 스타 인터뷰〉, 〈K-Lesson〉(한글 교육), 〈월드 초대석〉 등 언어·지역 맞춤형 콘텐츠 제작
    ② 〈KBS WORLD Indonesian〉 : 21년 4월 구독자 100만 명 돌파, 12월 말 현재 구독자 145.6만 (전년 동기 대비 100.3% 증가)
    ③ 〈KBS WORLD Arabic〉 : 21년 12월 말 현재 구독자 23.5만 명 (전년동기 대비

50.3% 증가)

- 〈KBS WORLD Spanish〉, 〈KBS WORLD Vietnamese〉 신규 채널 개설
  ① 세계 한류 중심 지역인 중남미와 베트남을 겨냥, 지역·언어 특화 오리지널 콘텐츠 서비스 : 〈KBS WORLD Spanish〉 21년 9월 개시, 〈KBS WORLD Vietnamese〉 21년 12월 개시
  ② 〈스타 인터뷰〉, 〈K-Pop Interactive〉, 〈EZ Korean〉, 〈VLook〉(한국거주 베트남인 브이로그) 등 언어·지역 특화 동영상 한류 콘텐츠 제작 및 서비스

- 대외 뉴미디어 채널 콘텐츠 서비스 확대
  - AI 스피커 및 다양한 대외 팟캐스트 플랫폼 서비스 확대
  - AI 스피커(구글, 애플홈팟) : 6개 외국어 뉴스 서비스 (영/중/일/독/불/서)
  - iTunes 팟캐스트 : 10개 외국어 뉴스, 영어 시사 〈Korea 24〉
  - 네이버 오디오클립 : 6개 외국어 뉴스(영/중/일/독/불/서), 영어 시사 〈Korea 24〉, 〈드라마 한국어〉 (베/중) 등

○ **국제방송국 디지털콘텐츠팀 유튜브 등 디지털 플랫폼 수익 확대**

- 유튜브 및 SNS 관련 수익 증대 : 매출 16.8% 증가(37.4억 → 43.7억), 저작권료 15.9% 증가(29.6억 → 34.3억)
- 인도네시아 유튜브 채널 구독자 100만 달성, 전년 대비 매출 급성장 (0.7억 → 2.6억)

[표 4-112] KBS 국제방송국 디지털 플랫폼 수익

유튜브계정	매출(원)	국제방송국 수입(원)	비고
KBS WORLD TV	3,106,394,357	2,657,339,536	KBS WORLD TV
KSB WORLD Indonesian	261,058,328	156,634,992	TV+R 콘텐츠 통합운영
Kemi TV	920,982,517	552,589,511	
We K-Pop	15,013,822	13,212,163	K-POP전문 채널
페이스북	73,212,326	58,569,859	동영상 광고 수익
트위터	280,326	224,260	
합계	4,376,941,676	3,438,570,321	

○ **유튜브 전용 콘텐츠 확대를 통한 디지털미디어 강화, 유튜브 전용 라이브 쇼 제작**

- KBS WORLD Indonesian 채널 구독자 증가를 위한 〈100만 구독자 기원 Live Show〉 제작, 2021년 4월 구독자 100만 돌파
- KBS WORLD TV, KBS WORLD Indonesian 채널 〈2021 상반기 결산 K-Pop Talk Show〉 제작
- 2021년 KBS 가요 대축제 연계 KBS WORLD TV 채널 〈2021 KBS SONG FESTIVAL : THE BEGINNING〉 제작

○ **국가 이미지 제고를 위한 교양 프로그램 제작**

- K-POP 아이돌이 체험하는 템플스테이를 통해 전 세계 시청자들에 재미와 진정한 휴식을 선사하는 〈Two Boys' Perfect Holiday〉 제작
- K-POP 아이돌과 함께 배우는 〈K-Lesson〉 프로그램을 제작하여 KBS WORLD Indonesian 채널로 시작, 다국어 채널 콘텐츠로 확대

○ **K-POP 콘텐츠 서비스 강화를 통한 한류 확산**

- KBS WORLD TV 채널 KBS 아카이브 콘텐츠의 편집 재가공을 통한 〈유튜브 컴필레이션 콘서트〉 서비스, 구독자 1,700만 돌파
- KBS WORLD 오리지널 프로그램 〈스테이지W〉 제작, 직캠 약 100개 클립 서비스
- 해외 팬들의 니즈에 맞춘 K-POP 디지털 전용 프로그램 〈Dance Alright〉 제작, KBS WORLD TV, KBS WORLD Indonesian 동시 서비스

10. 제작 윤리 강화

□ **제작 가이드라인과 방송윤리강령 등 각종 기준의 적절성, 활용도 및 이행 강제력**

○ **자체 사전심의제도, 자율 심의 현황**

- KBS 심의실은 방송법과 방송심의에 관한 규정에 따라 1·2TV, 1·2·3R, 1·2FM, 한민족방송 8개 채널의 프로그램을 사전심의 및 모니터링하고 있으며 〈KBS 뉴스7〉, 〈KBS 뉴스9〉, 〈사사건건〉은 사후심의를 하여 제작에 반영하게 함
- 생방송 프로그램은 제작 부서장에게 위임심의 하도록 하고 심의실적을 심의실에 보고하고 있음

- 2021년 심의실의 운영목표를 '고품질·고품격 콘텐츠 생산에 기여하는 심의'로 정하고 방송심의규정에 기반한 면밀한 사전심의를 통해 규정 위반 및 방송사고를 최소화해 왔음
- 〈심의지적평정위원회〉, 〈방송언어심의위원회〉를 통해 방송사고 재발을 방지하고 〈뮤직비디오심의위원회〉, 〈가요심의위원회〉를 통하여 12,642여 곡의 가요와 598여 개의 뮤직비디오를 심의하여 유해한 가사, 행위 등을 여과하여 청소년의 건전한 가치관 형성에 기여함
- 〈방송출연규제심사위원회〉를 통해 위법행위 등으로 사회에 물의를 일으킨 연예인을 출연 정지시키는 등 KBS의 공영성 강화를 위해 노력함. 하지만 시사나 토론 프로그램에 있어서 중립성 논란이 일지 않도록 출연자 선정에 주의가 필요함
- KBS 공영미디어연구소는 자체 심의를 위해 『방송심의에 관한 규정』(방송통신심의위, 2008년 제정),『방송언어가이드라인』(방송통신심의위, 2015년 제정)을 기준으로 삼음. 또한 『방송기준』(KBS, 1973년 제정), 『방송윤리강령』(KBS, 2003년 제정),『방송제작가이드라인』(KBS, 1998년 제정), 『공정성가이드라인』(KBS, 2015년 제정),『자살보도 가이드라인』(KBS, 2010년), 『재난보도준칙』(KBS, 2015년)을 심의기준으로 활용해 제작 윤리를 내재화하고 있음
- 특히 1998년, 한국방송 사상 최초로 제정한 『방송제작가이드라인』의 경우 2020년 4차 개정을 통해 '성인지 감수성'강화, '소수자 차별'금지, '피의자 초상 공개'유의, '코로나19' 등 감염병에 대한 보도준칙 신설 등 방송환경 변화에 따른 내부 제작 및 심의 기준을 강화함
- 또한,『방송제작 가이드라인』은 제작자들이 항상 참고할 수 있도록 2020년부터 코비스 모바일 웹과 웹사이트를 통해 주제별 세부항목 검색기능을 제공하고 있으며, 부록으로 『방송심의에 관한 규정』과 『방송언어가이드라인』, 『성평등 방송프로그램 제작 안내서』 등도 열람이 가능함
- 이러한 가이드라인의 개발과 배포는 국내 방송의 윤리 수준을 제고하며 하나의 방송직업 윤리로 자리를 잡아가고 있음

○ **지적사항 대비 개선 이행률**

- 사전심의 시 지적사항이 있을 경우 제작진에게 통보하여 수정 후 방송하도록 함
- 2021년 지적사항 불이행 건 없음
- 사전심의 지적사항을 수정하지 않고 제작, 방송한 경우 〈방송프로그램 심의규정〉에 따

라 인사위원회에 담당자의 징계를 요구할 수 있음

○ **자체 심의와 외부 기관 평가(방통심의위원회 심의, 법원 재판 포함) 결과 반영을 위한 제도의 적절성 및 운영 상황**

- 심의 지적사항 및 심의 규정 위반 건은 매일 종합심의 보고를 통해 사내 편성제작시스템에 공유하고, 〈심의지적평정위원회〉에서 평정기준에 따라 제재를 의결해 왔음
- 〈심의지적평정위원회〉 제재 사안(주의, 경고, 인사위회부)의 경우, 해당 실국별로 부서장을 책임자로 지정하여 향후 유사사례가 반복되지 않도록 재발방지대책을 수립해 제출하게 함으로써 프로그램의 완성도를 제고함
- 방송통신위원회와 방송통신심의위원회의 제재결과에 대해서는 〈심의지적평정위원회〉에 반영하여 자체 제재를 의결함

○ **자체 심의 기준과 심의 수준을 개선하기 위한 노력과 성과**

- 최신 심의정보를 사내에 게시하고, 자료로 배포하여 규정 위반에 전사적으로 대비함
- 방송통신위원회와 방송통신심의위원회의 위반사례 및 제재 결과를 사내에 공유함으로써 외부 심의기관의 심의지적을 최소화함
- 심의지적평정위원회의 운영지침 개정(제재 대상 사례의 기준을 '당해연도'에서 '사고발생 1년 이내'로)을 통해 제재 실효성을 높임(9.8)
- 제20대 대통령선거 관련 출연자 통계자료를 작성하여 선거 공정성 확보에 기여함(8.1~)
- 심의 모니터 교육 강화로 방송사고 보고체계를 확립하고 외부지적에 대비함

□ 언론 중재 현황

○ **방송통신심의위원회 심의 지적사항 및 개선 실적**

- 2021년 법정 제재 건수는 1건으로, 전년의 5건 대비 4건이 줄어 80% 감소했음. KBS의 1년간 방송한 콘텐츠와 시간을 고려할 때 법정제재 건수가 1건이란 사실은 놀라운 수준임. 하지만 이는 오히려 취재 과정이나 콘텐츠 기획에서 심의에 대한 과도한 압박 때문에 창의성이 훼손되고 있는 것은 아닌지 되돌아볼 필요가 있음
- 최신 심의정보를 수시로 사내 게시판 게시 및 배포하여, 규정 위반에 전사적 대비
  - 〈잠깐 심의〉 행정구역 오기 주의 안내(5.13)
  - 중간광고 시행 관련 '2021년 새롭게 바뀐 방송광고 협찬 고지 모니터링 기준' 제작진

전파(7.6)

• 각종 고지 규정 준수 요망(8.23)

- 4.7재·보궐선거 및 제20대 대통령선거 관련 심의자료 배포, 공문 시행, 사내 게시로 선거방송 대비

• 대선 선거방송 심의자료 전파(7.13)

• '제20대 대통령선거 D-90일 방송출연제한' 전파(12.8)

• '2021년 재·보궐선거 선거방송 관련 유의사항' 공문 시행(2.9)

• 〈사내 게시〉

* 〈잠깐 심의〉 잠깐! 선거가 다가오고 있습니다!(3.22)

* 선거방송심의위원회 대통령선거 방송심의가 오늘부터 시작됩니다(9.1)

* 제20대 대통령선거 관련 방송통신심의위원회 안내문 공표(9.2)

- 선거기간 선거방송 심의 상담 전화 운영(1334)

- 방송법, 방송심의규정 관련 민원 수시 상담 활성화(심의위원, 심의요원)

○ **이상에서 4·7 재보궐 선거 및 대선기간 동안 방송통신심의위원회 산하 선거방송심의위원회에서 실시한 심의지적 사항에도 공정성에 대한 지적은 없었음. 하지만 노조 등 KBS내부 일부에서 KBS 방송 보도의 공정성에 문제를 제기한 경우가 있어, 이에 대한 KBS 선거보도의 공정성에 대한 체계적인 연구가 필요함.**

[표 4-113] 2021년 KBS 심의지적평정위원회 〈경고·주의〉 주요 사유

조치	건수	지적 내용
경고 (50건)	12	기기점검 소홀, 정비 불량, 기기 조작 실수로 인한 송출사고
	11	사전 점검 소홀
	8	편집 진행 및 운행상의 실수
	5	방송물의 누락, 뒤바뀜 또는 진행 순서의 오류
	2	내용과 다른 화면, 일치하지 않는 자막을 내보낸 경우
	2	녹음 녹화물 오송출
	1	광고방송에 차질을 빚은 경우
	1	업무 지정된 직원 이외의 자가 프로그램을 진행
	1	오보 혹은 사실 왜곡
	1	원고 낙장, 탈장, 오독(TV)

조치	건수	지적 내용
	1	제작시간 부족이나 초과로 운행에 차질을 빚은 경우 등
	5	프로그램의 월방·결방·재방 등
주의 (25건)	8	사전 점검 소홀
	2	광고방송에 차질을 빚은 경우
	2	기기조작 실수나 점검 미비, 정비 불량 등으로 방송의 질 저하
	2	단순 경미한 송출사고
	2	방송규제자 출연, 심의미필곡, 방송금지곡 등의 방송
	2	소개곡과 다른 곡 방송
	1	관련 규정에 위배 되었을 경우 - 뉴스에서 여론조사 필수 고지사항 누락 및 우열 표현
	1	내용과 의미가 다르거나 단위 프로그램 내 자막 오기
	5	앵커 멘트와 화면 불일치 등

□ 방통심의위 주의 결정

- 2021.12.16. 제2021-방송-22-0148호 방통위 제재일 2022.1.12.
- KBS-2TV '아이돌리부팅 프로젝트 더유닛'
- 2018.02.10.토, 21:50~23:05, 23:05~00:30
- 「방송심의에 관한 규정(규칙 제123호)」제14조(객관성)
- 남녀 아이돌 그룹 멤버를 선발하기 위한 오디션 프로그램에서, 참가자 총 126명 중 최종회에 진출한 36명의 아이돌(남성 18명, 여성 18명) 중 사전 온라인 투표와 실시간 문자 투표를 합산한 점수로 남녀 각각 9명으로 구성된 최종 멤버를 선발하면서, 파이널 무대 경연이 시작되기 전, 생방송 문자투표 방법을 안내하고 남녀 참가자 각 18명, 총 36명의 투표번호와 이름을 소개하고, 최종 멤버 선발 방법에 대해 진행자(산이)가 "더 유닛 최종 멤버는 지난 1주일 간 유닛 메이커들이 사전 온라인 투표 총 929,796표와 #9090 실시간 문자투표를 합산해서 결정을 하게 됩니다."라고 언급하고, '최종 유닛 선발 방법, 생방송 문자 투표 한 건당 9표로 집계, 사전 온라인 투표 + 실시간 문자 투표 합산'이라는 자막을 고지하는 장면(2018.2.10.(토), 27회), '최종 유닛 발표식'에서 진행자(비)가 "생방송으로 보내드리고 있는 더 유닛 파이널. 지금 제 앞에는 126명으로 시작해 지난 5번의 미션을 모두 멋지게 소화한 남녀 총 18명, 같이 36명의 아이돌들이 자리하고 있습니다. 이 중 남녀 각각 9명만이 대한민국을 넘어 글로벌 아이돌로 성장할

유닛G, 유닛B 멤버로 뽑히게 되는데요…최종 멤버는 사전 온라인 투표와 생방송 문자 투표를 합산해서 결정되게 되어 있는데요."라고 언급하며, '최종 유닛 선발 방법, 생방송 문자 투표 한 건당 9표로 집계, 사전 온라인 투표 + 실시간 문자 투표 합산'이라는 자막을 고지한 후, 최종 결과를 여성 멤버 8~3위, 남성 멤버 8~3위, 여성 멤버 1~2위, 남성 멤버 1~2위, 여성 멤버 9위, 남성 멤버 9위 순으로, 멤버별 순위와 득표 점수를 발표하면서, '8위 61,023표 지엔 라붐', '7위 66,054표 우희 달샤벳', '6위 68,193표 양지원', '5위 72,090표 이현주', '4위 78,519표 윤조', '3위 82,074표 엔씨아', '8위 77,337표 기중 IM', '7위 77,886표 대원', '6위 78,504표 대원', '5위 81,606표 마르코', '4위 82,170표 필독 빅스타', '3위 90,510표 고호정 핫샷', '1위 108,066표 의진 소나무', '2위 83,910표 예빈 다이아', '1위 165,309표 준 유키스', '2위 164,838표 의진 빅플로', '9위 60,954표 이수지', '9위 74,367표 찬 에이스'라고 고지하고 유닛G와 유닛B의 최종 멤버들이 1~9위까지 순위가 적힌 좌석에 앉아 있는 장면(2018.2.10.(토), 28회) 등을 방송한바,

- 감사원의 KBS 정기감사 결과(2021.9.)에 따르면 집계가 완료된 사전 온라인 점수를 입력하며 남성 참가자 15명과 여성 참가자 13명의 점수를 실제와 다르게 입력하여 참가자 3명(남성 2명, 여성 1명)을 실제 투표 결과와 다르게 선발하는 사실과 다른 내용을 방송함

□ 방송내용 관련 언론중재 현황 : 19건

구분	조정성립	신청취하	조정불성립	진행중	총계
건수	6	7	5	1	19

□ 방송내용 관련 소송 현황 : 8건

구분	승소	화해	취하	진행중	총계
건수	1	1	1	5	8

11. 평가와 제언

가. 재무상태·회계관리·수입재원 관련

□ 재무상태의 안정성과 회계관리의 적절성

○ 당기에 매출증가와 매출채권 회수증가로 현금흐름이 크게 개선되었으며, 당기순이익 발생으로 부채비율은 낮아지고 유동비율은 상승하여 재무구조의 건전성이 개선됨.

○ 안정적인 사업수행을 위해서는 사업활동에서의 현금창출이 필수적이므로 매출증가 및 비용절감 등 사업이익 실현 방안이 요구됨.

○ 정년퇴직자의 증가로 최근 3년간 400억원 이상의 퇴직금을 지급하고 있어 상당한 자금 부담이 되고 있음. 2021년말 현재 퇴직금추계액 4,036억원 중 1.1%만 외부적립하고 있어 안정적인 재원마련 대책이 요구됨

□ 수입재원 구조

○ 평가

- 2021년 KBS 수신료 실적은 목표 6,900억 대비 6,863억으로 99.5% 달성했음
  - 수신료 수입 증대를 위해 상반기 조기 발굴을 위해 발굴 실적에 비례한 인센티브제, 코로나19 대비 비대면 발굴 활동, 수시 성과 보상으로 발굴 확대 등의 노력을 했다고 보여짐
  - 수신료는 KBS 재원의 50% 정도를 차지하는 큰 비중을 차지하고 있지만, 더 이상 재원의 증가를 가져오기는 현실적으로 어렵기 때문에 미디어 시청 행태 변화를 고려한 수신료 제도 자체에 대한 법적 부과 방식 변경 등 새로운 돌파구를 마련해야 할 것임
- 2021년 KBS 광고 실적은 2,705억으로 2,020년도 2,319억에 비해 386억 증가했음
  - 이는 코로나19 여파, 중간광고 도입(2021.7), 인기 콘텐츠 증가 등의 영향임
  - 광고 수입 확대를 위해 제작진과 협의체인 KBS 통합 마케팅 체제 고도화, 마케팅 사안 별 전담으로 체계적 마케팅 활동, 2020 도쿄 올림픽 판매 노력 등 노력을 다했음
  - 그럼에도 불구하고 지상파 3사 전년대비 증가율 20.7% 보다 KBS 광고 증가율은 16.7%로 아쉬운 상황임
- 2021년 콘텐츠 사업 수입은 3,777억원으로 2020년 3,326억 대비 451억(13.6%) 증가

한 실적을 기록했음

• 이는 넷플릭스, WAVVE등 OTT 콘텐츠 유통 확대, 온라인과 유튜브 모바일 분야 유통 수익 제고, 해외 포맷 사업 확대 등의 영향임

- 전체적으로 KBS 수입재원 구조는 수신료, 광고수입, 콘텐츠 사업 수입이 주축이라 할 수 있으며, 미디어 시청 행태 변화로 수신료 수입의 정체, 광고 수입의 지속적 감소가 예상 되는 상황에서 KBS가 보유한 다양한 콘텐츠를 활용한 콘텐츠 사업 수입 확대를 위해 전사적 역량이 집중되어야 할 것으로 보임

○ **제언**

- 미디어 시청 행태의 변화는 KBS 수입구조에도 큰 변화를 가져오고 있으며, KBS는 수입 확대를 위한 전사적 역량을 집중하고, 다각적인 노력을 다해야 할 것임

• KBS가 공영방송의 실현을 위한 재정의 건전화를 위해서는 수신료 수입의 확대가 필요하며 2021년 KBS 경영목표인 '공적 책무 확대와 수신료 현실화' 달성을 위해서는 수신료 현실화가 절대적이며, 근본적인 대책이 될 것임

- 다만, 수신료 현실화가 KBS 노력 이외에도 시청자, 국회, 정부, 시민단체 등 KBS 이해자 집단의 이해 관계로 달성이 쉽지 않은 현실적 측면을 고려하여, 미디어 시청행태 변화에 대응해 현행 수신료 부과 형태의 개선 방안도 별도로 검토해서 추진해야 할 것임.

• 수신 방식 다변화에 따른 스마트 기기 이용한 TV 시청에 대한 수상기 개념 명확화

• 발전된 수신료 제도를 운영중인 해외 사례처럼 TV소지와 관계없이 세대당 부과

• TV 소지자가 수상기를 신고하기로 한 현 제도는 막대한 사회적 비용이 지불 됨

• 사회적 약자(기초 생활 수급자, 국가 유공자, 시청각 장애인 등)에게 감면 중인 수신료에 대한 국가 차원의 지원 요청 등

- 수신료 현실화가 최선임은 두말할 것도 없으며, KBS가 공영방송의 역할을 다하기 위해서는 재정적 어려움을 일정 부분 극복할 수 있도록 법적 제도적 제한 장치의 완화와 폐지에 노력을 다해야 할 것임

• 공사가 소유한 부동산을 이용한 수익 사업을 통해 KBS의 일반 경비로 충당하도록 방송법 및 시행령의 개정 요청

나. 콘텐츠 관련

□ TV·라디오 콘텐츠 평가

○ **프로그램 품질평가**

- 국제적, 국가적, 사회적 의제를 반영한 프로그램 제작
  - 대한민국의 역사와 전통을 바탕으로 제작된 프로그램을 통해 대내외에 국가 정체성을 알리고 확립하는 데에 기여. 다양한 프로그램이 편성됐지만, 장기적 투자를 통해 전세계에서 인정받는 대한민국 대표 프로그램 육성 필요. 전세계에서 대한민국 관련 정보를 한번에 해결할 수 있는 '대한민국 포털'과 같은 국가대표 프로그램 필요. KBS의 이와 같은 프로그램 제작과 방송은 미디어를 통한 효과적 공공외교(public diplomacy)로 자리 잡을 수 있음
  - 다양한 뉴스와 교양 프로그램을 통해 국제 이슈를 신속하게 보도하고 현장 중심의 심층분석 제공. 이를 통해 시청자가 지구촌 정보를 쉽게 접하고, 국제 공론장에 능동적 참여를 가능하게 함. 다만, 미얀마 쿠데타와 아프가니스탄 내전 등 국제 분쟁에 대한 현장 중심의 심층보도가 BBC나 AP 등 외국 언론에 비해 충분치 않았다고 판단됨. 분쟁 지역 취재에 제한이 따르지만, 외국 언론사, 분쟁지역 전문기자, 현지 언론 등과의 협업을 통해 시의적절한 현장 보도를 시도할 필요 있음. 이를 통해 우리 국민이 어려움 겪는 외국 난민의 고통에 공감하고 연대할 수 있도록 도울 수 있음
  - 전국 곳곳을 다루는 프로그램을 통해 지역의 가치를 발굴하고 사회적 관심 유도. 이를 통해 지역의 자연과 역사 및 문화를 전국에 알리고, 지역 경제 활성화에도 기여. 더욱 다양한 지역을 발굴하고, 지역 제작물의 수도권 방영 비율을 확대할 필요 있음
  - 세대간 통합과 소통을 위한 프로그램을 편성해 세대간 갈등과 소외를 치유하는 데에 기여. 현재 KBS의 시청자 가운데 60대 이상의 비율은 KBS1 66.52%와 KBS2 47.73%(전시간대 전국 시청자 수 기준)로, MBC(33.50%)와 SBS(33.83%)보다 매우 많은 편. 젊은 세대 시청자 확보 노력이 매우 필요한 시점. 5060세대 이외의 출연진을 발굴하고, 더욱 다양한 세대가 함께 출연하는 프로그램 기획 필요
  - 청년, 노동자, 여성, 장애인 등 사회적 약자를 다룬 프로그램을 통해 구조적 문제 고발과 개선 방향 제시. 정치인, 재벌, 고위 공무원, 검찰 등 사회 지배층 관련 의혹에 대한 심층보도로 사회적 여론 환기 기능 수행. 향후 노인, 빈곤층, 다문화 등 더 다양한 사회적 약자층에 대한 관심 필요. 또한, 사회적 약자를 취재원이나 해설로 섭외해,

약자의 목소리가 직접적으로 전달되는 제작 방식 필요

- 환경, 과학, 동물 등 미래 의제를 선도하는 프로그램을 통해 시청자의 관심 유도. 한편으로, 환경 이외의 과학, 자연, 건강 등 미래 의제 전달이 여전히 당위 차원에서 일회성 편성으로 머물거나, 핵심 콘텐츠로 인정받지 못하는 한계가 있어 보임. 미래 의제 발굴과 편성에 대한 전략적 체계적 지속적 노력 필요
- 언론비평 프로그램과 시청자 참여를 통해 미디어 리터러시 향상에 기여함. 현재 타방송국에 언론비평 프로그램이 없고, 국민의 언론 신뢰도는 추락한 상황에서 KBS 공영방송이 더 심도 깊은 언론비평 프로그램을 통해 미디어 구조 개혁에 앞장설 필요 있음
- 선거 의제의 건전한 공론화를 위해 뉴스와 시사 프로그램에서 다양한 노력 보임. 당시 선거에서 각종 의혹의 무분별한 폭로로 유권자의 혼란이 가중됐지만, 대다수 언론은 체계적 검증 없이 일단 받아쓰기에 치중했음. 공영방송 KBS는 이와 같은 취재 보도 관행을 지양하는 보도 원칙을 강화하고 한층 더 높은 수준의 선거 보도를 이끌어야 함
- 코로나19에 대해 재난방송주관사로서 상시 특보와 특집 페이지를 운영하고, 국민의 고통과 외국 상황에 대한 심층 소개 프로그램 마련. 특히, KBS가 코로나19에 대한 신중하고 정확한 보도를 지향하고, 팩트체크에도 적극적이었다는 점은 긍정적으로 평가됨. 더 나아가 KBS가 언론 전반에 나타난 근거 없는 주장과 혐오성 발언을 언론비평을 통해 재확인해주는 역할도 할 필요 있음.
- 전 세계 관심사였던 도쿄올림픽 중계에 충분한 시간을 편성했으며, 개폐막식 시청률 1위 성과도 나타냄. 특히, KBS는 비인기 종목, 성소수자 등 소외계층 선수, 패럼림픽에 대해 다른 방송사보다 많이 보도, 이와 같은 스포츠에 대한 보도 방향을 앞으로도 유지 확대해 나가기를 기대함

- 신설 및 특집, 기획 프로그램 개발 및 편성 내용
  - 파일럿 프로그램으로 2020년 대비 4편이 증가된 12편을 새롭게 편성
  - 신규 프로그램으로 1TV 12개, 2TV 14개 신설
  - 교양 프로그램에는 지역, 동물, 건강, 자연, 교육, 스포츠, 역사 등 다양한 분야에서 공익성 높은 내용 제작
  - 예능에서도 음악, 토크, 음식, 지역, 환경 등 재미와 공익을 추구하는 다양한 콘텐츠 편성
  - 드라마에서는 로맨스, 스릴러, 퓨전사극, 청소년드라마 등 다양한 장르의 미니시리즈

편성

- KBS 대표 다큐 프로그램 〈역사스페셜〉과 〈환경스페셜〉 UHD 고품격 콘텐츠로 부활
- 교양, 오락, 드라마 모든 분야에서 다양한 주제로 새로운 프로그램 기획. 대부분 공익성 높은 프로그램으로 공영방송의 의미를 살리고 있지만, 국민적 관심을 끌고 장기간 화제를 유발하는 데에는 부족했다고 판단됨.

- 프로그램 품질 평가 관련 지표
  - 시청자평가지수(KI)에서 KBS1은 2017년과 2018년 2위에서 2019년과 2020년 및 2021년 1위로 상승. KBS2는 2017년 4위, 2018년 6위, 2019년 6위, 2020년 7, 2021년 8위로 하락세
  - 프로그램 품질평가지수(PSI)에서는 KBS1, KBS2가 MBC와 SBS 누르고 1, 2위 기록.
  - KBS1은 선전하고 있는 데 비해 KBS2는 하락 추세로, 이를 회복할 노력이 절실함
  - 시청자평가지수(KI)와 프로그램 품질평가지수(PSI)에서 결과 차이 뚜렷. 외부와 내부 평가의 표집 방식과 질문 항목 등에 대한 면밀한 차이 분석이 필요함
- 라디오 채널 및 프로그램 평가
  - 코로나19, 선거, 도쿄올림픽, 국제 경제, 기후 변화와 재난 등 중요한 국내외 의제를 꾸준히 선도하고 심층 정보 제공
  - 누리호 발사, 민식이법 1년, 세월호 7주기 등 중요 이슈에 대한 특집 프로그램을 기획해 국민적 관심과 의견 형성에 기여
  - 인기 DJ 영입, MZ 세대용 음악, 시청자 참여 확대 등으로 신설-특집 프로그램에 대한 관심 유도

○ 프로그램 경쟁력 평가

- 교양/오락/드라마 프로그램 시청경쟁력
  - 시청자 수(코코파이 지수)를 기준으로 10개 채널(KBS1, KBS2, MBC, SBS, EBS, JTBC, MBN, TV조선, 채널A, tvN) 프로그램을 비교하면, 시청자 수 100위권 내 KBS1 14개 프로그램, KBS2 28개 프로그램 포함. 10개 채널 가운데 KBS 프로그램이 42% 차지
  - 시청자 수 10위권 내 KBS1 1개 프로그램, KBS2 5개 프로그램 포함. 10개 채널 가운데 KBS 프로그램이 60% 차지. KBS 프로그램의 시청경쟁력은 다른 채널을 압도할 수준. 특히 시청자 수 상위권에서 KBS 프로그램의 경쟁력은 강화된 것으로 나타남

- 뉴스 프로그램 시청자 수 5위권 내 KBS1 3개 프로그램(〈KBS 뉴스9〉, 〈KBS 뉴스7(T)〉, 〈KBS 뉴스광장2부(T)〉) 포함. 〈KBS 뉴스9〉은 뉴스 프로그램 가운데 유일하게 시청자 200만 명 이상 기록. KBS의 뉴스 프로그램 시청경쟁률은 다른 방송국을 압도하는 수준으로 판단됨
- 드라마 부문에서 시청자 수 10위권 내 KBS1 1개 프로그램, KBS2 5개 프로그램 포함. 특히 전체의 1~3위를 KBS2 드라마가 차지. KBS 드라마의 시청경쟁률도 다른 방송국 드라마보다 상당한 우위로 평가됨
- 비드라마(교양+오락) 부문에서 시청자 수 10위권 내 KBS2 4개 오락 프로그램 포함. 2개는 정규 프로그램, 2개는 일회성 특집 프로그램. KBS 오락 프로그램은 시청경쟁률을 갖췄다고 평가되지만, 특집 이외에 정규 프로그램의 시청경쟁률 강화가 필요해 보임. 한편, 교양 프로그램 가운데에는 KBS 〈인간극장〉이 가장 높은 순위(15위) 기록. 교양 프로그램 자체의 저조한 시청경쟁률 속에서 KBS는 선전하고 있다고 판단됨

- 교양/오락/드라마 프로그램 여론 영향력
  - RACOI(방송통신위원회 방송콘텐츠 가치정보 분석시스템)의 미디어 버즈(뉴스와 동영상)와 시청자 버즈(게시글 등)를 기준으로 29개 채널(지상파 5 + 종편PP 4 + 일반PP 20) 프로그램 비교
  - 드라마 부문에서 KBS는 미디어 버즈 10위권에 3개 프로그램 포함됐으며, 시청자 버즈 10위권에는 1개의 프로그램도 포함되지 않았음. SBS 〈펜트하우스〉가 미디어 버즈와 시청자 버즈 모두에서 압도적 1위 기록. KBS 드라마는 시청 경쟁률에 비해 여론 영향력에서 약한 것으로 나타남. KBS 드라마가 많은 시청을 넘어 뉴스와 시청자들 사이에 화젯거리로 남도록 기획-제작-편성의 노력이 필요함
  - 비드라마(교양+오락) 부문에서 KBS는 미디어 버즈 10위권에 1개 프로그램 포함됐으며, 시청자 버즈 10위권에는 1개의 프로그램도 포함되지 않았음. MBC 〈나 혼자 산다〉와 TV조선 〈미스 트롯2〉이 각각 1위 기록. KBS 교양과 오락 프로그램도 시청 경쟁률에 비해 여론영향력에서 약한 것으로 평가됨. KBS 프로그램이 뉴스와 시청자들 사이에 화젯거리로 유지되도록 기획-제작-편성의 노력이 필요함

- 라디오 채널 및 프로그램 평가
  - 라디오는 2013년 이후 청취율 최고치 기록하며, 2010년 이후 처음으로 청취율에서 MBC 추월. 향후 청취율 1위 SBS와 경쟁 구도 유지가 필요함
  - 〈조우종의 FM대행진〉이 KBS 라디오 프로그램에서 1위 기록. 그러나 다른 방송국 프

로그램이 포함된 전체에서 최고 성적은 6위에 머문 상황. 향후 지속적 성장을 견인할 기획과 아이디어 필요함

○ **제언**

- KBS는 세대간 통합을 주제로 의미있는 프로그램들을 선보였음. 그러나, 주시청층인 5060 세대를 주요 타깃으로 한 기획이라는 점에서 아쉬움이 남음. 현재 KBS의 시청자 가운데 60대 이상의 비율은 KBS1 66.52%에 달할 정도로, 다른 방송국에 비해 주요 시청층이 편중된 상황. 주시청자 층에서 세대간 통합이 일어날 수 있도록, 젊은 세대에 소구할 프로그램 편성과 제작이 절실함
- KBS는 환경, 개그, 언론비평 등 비인기 소외 프로그램을 이어가며, 우리 사회의 미디어 다양성 유지에 기여. 국내 유일의 환경 전문 정규 프로그램, 국내 유일의 개그 프로그램, 국내 유일의 언론 비평 프로그램이라는 소개가 KBS가 공영방송으로서의 책무에 충실하고 있음을 보여줌. 앞으로도 KBS가 공익성 높지만 시청률 부진으로 다른 방송국이 폐지하는 분야에 대해 지속적 관심을 가지고 투자를 지속해야 함. 더 나아가 이런 분야의 프로그램을 재미있게 제작해 국민적 관심을 전환시키는 성과도 낼 수 있기를 기대함
- KBS는 청년, 노동자, 여성, 장애인 등 사회적 약자와 소외된 집단을 조명하고 사회 통합을 유도하는 프로그램들을 통해 공영방송의 의미를 깨닫게 해주었음. 특히 성소수자 관련 프로그램은 방영 반대를 요구하는 혐오성 민원에 맞서 사회적 필요성을 설득하며 방영을 관철한 점에서 높게 평가할 만함. 향후 노인, 빈곤층, 다문화 등 더욱 다양한 사회적 약자에 대해 관심을 가지고, 이들이 직접 목소리를 낼 수 있는 공론장 조성에도 기여하길 기대함
- KBS는 뉴스, 교양, 오락, 드라마 모든 분야에서 다른 방송국보다 우수한 시청경쟁률을 보임. 특히, KBS 뉴스9과 드라마는 다른 방송국 프로그램에 비해 높은 1위를 유지. 교양 프로그램에서도 〈인간극장〉이 1위 기록. 오락 프로그램에서는 대형 특집 이외에 정규 프로그램의 시청경쟁률 향상이 요구됨. 또한, 트로트라는 트렌드에 편승하지 말고, KBS에서 새로운 트렌드를 선도해야 함
- KBS 교양, 오락, 드라마의 여론 영향력은 시청경쟁률에 비해 약한 것으로 평가됨. 이는 KBS 프로그램이 많은 시청자를 모으지만, 이후 화젯거리로 남아 꾸준히 기억되지는 않음을 의미. KBS 프로그램의 공익성이 뉴스나 SNS에서 언급될 만큼의 자극적 얘깃거리를 제공하지 않는다는 장점으로 해석될 수도 있음. 그러나 프로그램이 시청 후 기억되

고 평가되지 않는다는 점은 아쉬운 지점임. KBS의 공익적 의도가 시청자 사이에 오래 기억되고 선한 영향력을 발휘할 수 있도록 기획-편성-제작의 노력이 필요해 보임.

□ 디지털 콘텐츠 평가

○ **평가**

- 디지털 콘텐츠의 제작 및 유통실적
  - 유튜브 125개 채널 운영하며 조회수, 구독자, 수익 모두 증가
  - 유튜브 채널을 통해 사회적 현안을 신속하게 전달하고(〈디라이브〉), 해설과 스토리를 제공(〈더 라이브〉). 시청자가 TV의 뉴스 프로그램을 기다릴 필요 없이 유튜브 채널에서 정보 욕구 충족
  - 아카이브 특화 유튜브 채널 강화: 깔깔티비, 크큭티비, 뭉클티비, 스타TV인물사전 등으로 과거 프로그램을 재구성해 이용자 관심 끌고 있음.
  - 이용자 타깃형 유튜브채널 기획 및 운영 강화: 반려동물 인구를 위한 〈KBS 동물TV 애니멀포유〉, 액티브 시니어를 위한 〈KBS 같이 삽시다〉, 젊은 세대를 겨냥한 〈크랩〉과 〈eSports〉
  - 신규 콘텐츠/채널 개발 : 〈한국인의 술상〉, 경제전문 〈머니올라〉, 디지털 오디오 전문 〈옛날 라디오〉
  - 예능 스핀오프 제작: 디지털 콘텐츠 제작팀 '스튜디오K'에서 기획 제작

○ **주요 디지털 서비스 개선현황**

- 개선 내용
  - KBS 자체 플랫폼(홈페이지·myK·Kong) 공적 서비스 확대 및 기능 개선: 올림픽 특집 사이트 운영, VOD 자막 추가, 우리말공인인증고사 실시
  - 홈페이지 신규 서비스 3종 오픈: 명품관, 뮤직관, 스타연예
  - KBS 디지털 플랫폼 이용 편의성 향상: VOD 검색, myK 미러링, 콩앱 온에어 품질 향상
  - 뉴스 홈페이지 다양한 특집 운영: 코로나19, 선거, 올림픽 등
  - KBS 뉴스 유튜브 업로드 시스템 고도화: 섬네일 생성, 자막 자동 생성 등
- 성과
  - 홈페이지 MAU(Monthly Active Users)는 SBS와 1, 2위 다툼

- myK앱 MAU는 SBS에 이어 2위
- Kong앱 MAU는 MBC에 이어 2위
- 2011년 myK 출시 이후 총 1,409만명 설치
- 2014년 콩앱 출시 이후 총 860만명 설치
- 방송사 운영 유튜브 채널 비교(10월, 11월, 12월)에서 100위 안에 대체로 20개 안팎의 프로그램 포함
- KBS WORLD TV가 8~10위로 KBS 프로그램 가운데 가장 조회 수가 많음
- KBS Kpop, KBS Entertain, KBS Drama 등 오락 드라마가 비교적 높은 순위에 위치
- KBS News는 MBC, YTN, JTBC, SBS NEWS에 순위 뒤짐

- 라디오
  - 라디오에서는 1라디오가 국내 라디오 유튜브 최단기간 50만 구독자 수 달성하고, 2FM 유튜브 채널은 120만 구독자 수 달성
  - 1라디오 유튜브 채널 〈최경영의 최강시사〉, 〈홍사훈의 경제쇼〉, 〈주진우 라이브〉 등 콘텐츠 50만 이상 조회수 기록. 이 수치는 전년 동기대비 4배 이상 증가한 것.

○ **제언**

- KBS의 유튜브 채널은 125개(KBS World 채널은 미포함)로 매년 조회 수, 구독자 수, 수익이 크게 증가 했음. 유튜브 채널 운영은 멀티플랫폼 편성국을 포함해 통합뉴스룸, 시사교양, 드라마, 오락, 라디오 등 부서별로 흩어져 개별 관리되는 상황. 향후 더 늘어날 KBS 유튜브 채널의 통합 관리와 연계를 맡을 일종의 '콘트롤타워'가 필요해 보임.
- KBS의 디지털 서비스 이용률은 지상파 3사 가운데 대체로 2위. 디지털 서비스 플랫폼인 홈페이지와 myK앱의 MAU(Monthly Active Users)는 SBS에 이어 2위. Kong앱의 MAU는 MBC에 이어 2위 기록. 디지털 서비스 이용이 젊은 세대 중심으로 이뤄지다보니, 5060 세대를 주시청층으로 하는 KBS의 콘텐츠가 전국민에게 충분히 노출되지 않는 것으로 판단됨. KBS는 젊은 층을 위한 디지털 콘텐츠 강화 등 참신한 전략으로 디지털 시비스 이용률을 향상시켜야 함
- KBS 유튜브 채널 가운데 가장 조회 수가 많은 것은 KBS WORLD TV와 KBS Kpop. 외국 동포나 현지 한류 팬 등이 KBS 유튜브 프로그램을 적극적으로 이용하고 있는 것으로 판단됨. 이 수요를 감안해 KBS 국제방송국은 더 다양한 국가별 맞춤 콘텐츠와 더 흥미로운 한류 콘텐츠를 풍부하게 제공해 이용자 확대에 나서야 함

- KBS 뉴스 유튜브 채널의 이용률은 KBS 뉴스9의 시청률에 비해 매우 낮게 나타남. 특히, KBS News의 이용률은 MBC, YTN, JTBC, SBS NEWS에 모두 뒤지는 것으로 집계됨. KBS 뉴스9의 시청률이 다른 방송국 메인 뉴스 프로그램을 압도하는 1위인 점에 비하면 매우 부진한 결과. 이에 대한 원인 분석과 개선책 필요
- KBS 라디오는 1라디오가 국내 라디오 유튜브 가운데 최단기간에 50만 구독자 수를 달성할 정도로 빠르게 향상되는 추세. 〈최경영의 최강시사〉, 〈홍사훈의 경제쇼〉, 〈주진우 라이브〉 등 시사경제 프로그램의 조회 수가 늘어나며, 안정적인 모습 보임. 향후 유튜브 오리지널 콘텐츠나 라디오와 차별되는 참신한 콘텐츠 등을 지속적으로 개발해 구독자의 꾸준한 증가 유지해야 함

□ 보도·시사의 신뢰성·공정성

○ **평가**

- 보도·시사 프로그램 품질평가 및 품질 향상 노력
  - 〈KBS 뉴스9〉은 지상파와 종편의 메인 뉴스 프로그램 가운데 2017~2021년 시청률과 시청자 수에서 높은 1위 기록
  - 뉴스 프로그램 품질평가지수(PSI)에서도 KBS 뉴스9 〉 MBC 뉴스데스크 〉 SBS 8시뉴스 순
  - 한국갤럽의 '한국인이 즐겨보는 뉴스 채널' 설문조사에서는 KBS는 2021년 연평균 1위 기록. 이 조사에서는 JTBC가 2017~2019년 연속으로 1위 차지. KBS는 2013년부터 2021년까지 영향력 측면에서 경쟁 뉴스 채널과 별다른 차이가 없을 정도로 지속적이며 급격히 하락함
  - KBS 〈시사기획창〉과 〈시사직격〉은 지상파와 종편의 6개 시사 프로그램 가운데 2021년 시청률과 시청자 수에서 2위와 3위 기록. 이 조사에서 SBS 〈그것이 알고 싶다〉가 2017~2019년 연속으로 1위 차지함
  - 2021년 프로그램 품질평가지수(PSI)에서는 KBS 〈시사기획창〉과 〈시사직격〉이 SBS 〈그것이 알고 싶다〉보다 우위 유지
  - 한국방송대상(한국방송협회), 한국기자상(한국기자협회), 한국방송기자대상(한국방송기자연합회) 등 많은 수상

- 외부 조사 기관의 공정성·신뢰성 평가
  - 공정성과 관련된 정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI) 채널성과 평가에서 KBS1은 2021년 1위, KBS2는 5위 기록. KBS2의 공정성 향상 필요
  - KBS 공영미디어연구소의 미디어 신뢰도 조사에서 2021년 KBS 뉴스는 공정성 점수로 연평균 4.96 기록, 0~10점 척도를 감안하면 중간 값(5) 수준. KBS 뉴스의 공정성은 정확성, 객관성 등 8개 항목 가운데 두 번째로 낮은 점수로 평가됨
  - 신뢰성 평가에서 KBS는 다양한 국내 조사에서 2021년 1위. 최근 5년간 2위와 3위에서 모두 상승. 다만, KBS2를 별도로 조사한 정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI)에서는 KBS2의 신뢰성 점수가 8개 채널 가운데 5위. KBS2의 신뢰성 향상 필요
- 보도·시사 프로그램의 공정성·독립성 개선 노력
  - 전문가 협업 시스템으로 뉴스의 독립성과 심층성 향상
  - 제보 시스템 업그레이드를 통해 다양한 정보원 검증
  - 뉴스전문위원실 '체크&체크' 신설해 오보 방지 노력
  - 설명 책임성 및 투명성 강화: 기자 출연 증대와 취재과정 설명 노력 강화
  - 저널리즘 규범에 대한 교육 과정 시행
  - 선거보도 공정성 확보 방안 마련: 공정성 관련 규정 정비와 여론조사자문단 구성. 일부 라디오 프로그램 출연자 선정에 대한 문제 제기에 대처 필요

○ **제언**

- 〈KBS 뉴스9〉은 지상파와 종편의 메인 뉴스 프로그램 가운데 2017~2021년 지속적으로 시청률과 시청자 수에서 높은 1위 기록. 〈KBS 뉴스9〉은 국민이 가장 많이 시청하는 대한민국 간판 뉴스 프로그램으로 안착. 앞으로도 공영방송의 저널리즘 수행의 모델을 보여줄 필요 있음. 〈KBS 뉴스9〉에 대한 취재 관행, 보도 내용, 시청자 반응 등을 종합 분석해 장단점에 대한 논의를 지속할 필요가 있음
- KBS 대표 시사 프로그램인 〈시사기획창〉과 〈시사직격〉은 지상파와 종편의 6개 시사 프로그램 가운데 시청률과 시청자 수에서 SBS 〈그것이 알고 싶다〉에 뒤지는 2, 3위 기록. 그 이유로 SBS의 자극적 소재 선택과 선정적 구성을 들기도 함. 공영방송 KBS의 입장에서 관심 끄는 방식으로 시청률 올리는 방식은 부적절하지만, 유익하고 재미있는 내용으로 시청자의 관심과 신뢰를 향상시키는 전략은 필요
- KBS2는 정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI) 채널성과 평가에서 공정성과 신뢰성

각각 5위, 6위(2021년) 기록. KBS2는 KBS1과 달리 흥미있는 오락과 드라마로 시청률을 확보하기 때문에 공정성과 신뢰성 부분에서 좋은 평가를 얻지 못하는 한계 있음. 그러나 이 순위가 2017년~2021년 대체로 하락하고 있는 점은 경계해야 함. 채널 정체성을 유지하면서 공정성과 신뢰성을 향상시킬 방법에 대한 논의 필요.

- KBS의 신뢰성에 대해 영국 로이터저널리즘연구소의 〈디지털 뉴스리포트 2021〉 조사에서는 국내 조사만큼 우수하게 평가하지 않음. 이 조사에서 KBS의 신뢰성 순위는 15개 매체 가운데 4위에 그침(미디어오늘, 2021.6.23. '한국 뉴스 신뢰도, 드디어 '꼴찌' 벗어났다'). 조사기관에 따른 상이한 결과에 대한 비교 분석이 필요한 시점. KBS의 공정성과 신뢰성에 대해 더 다양한 외부 기관의 조사와 내용분석 등의 정밀한 방법론 적용이 필요해 보임

다. 재난방송 등

□ 재난재해 주관방송의 역할 이행

○ **평가**

- 24시간 상시 재난 뉴스특보 기동조직 필요
  - 한두 달 주기로 윤번제로 맡는 보도본부 야간·휴일근무제도와 정규·정시 뉴스 위주의 뉴스제작 관행에 익숙한 상황에서, 취약시간대 발생 재난이나 돌발 재난에 대한 초기 대응 및 재난방송에 관한 판단과 결정, 준비, 조치 등에서 구조적으로 한계가 있음
  - 지속적인 훈련과 교육에도 불구하고 숙달이 안 되는 구조적 문제를 해소하기 위해선 재난 뉴스특보를'전담'할 인력을 충분히 확보, 24시간 365일 교대근무를 편성하여 취약시간대 돌발 재난시에도 신속·정확하게 숙달된 대응을 할 수 있는'응급실' 체제를 구축해야 함
- 재난미디어센터 직제 개편 필요
  - 재난미디어센터 설립 당시 재난방송의 의사 결정을 신속히 해야 한다는 취지에서 부장 직제 없이 센터장 아래 3팀으로 조직을 구성했음
  - 그러나 일반뉴스 취재 및 데스크, 재난콘텐츠 기획 및 제작, 인프라 구축 및 운영, 재난방송 실시 및 매뉴얼 작성, 재난방송 교육 및 훈련, 다채널 운영, 국회 및 방통위 대외 업무 등을 총괄하기 어려운 상황으로, 2개의 부(기후위기취재부, 재난콘텐츠기

획부)와 산하 5~6개팀(기상팀, 재난안전팀, 재난콘텐츠팀, 재난전문채널팀/디지털팀, 인프라팀) 수준으로 직제 개편이 필요하며, 이에 따른 인력 충원도 필요함

- 재난방송주관사로서의 책무를 완벽히 수행하기 위해서는 평소의 철저한 준비와 점검, 재난 발생 시 정확하고 신속한 재난방송이 필수임. 이 때문에 다양하고 혼재된 현 업무와 역할을 세분화, 명확화, 체계화할 필요성 더욱 커짐

○ **제언**

- 2021년도 기후변화 전문기자 1명을 채용해 활용하고 있음. 이러한 전문기자 제도를 정착시키고 더욱 확장할 필요가 있음. 과학 저널리즘과 위해/위기 커뮤니케이션의 기본 원리를 교육해 국가 재난 재해 방송보도에 얼마나 잘 적용하고 있는지를 평가해야 함. 예를 들면 사고현장에서 가까운 주민과 재해에서 멀리 떨어진 시청자가 느끼는 재난재해의 감정과 정보처리 방식은 서로 다름. 그럼에도 전국이 다 똑같은 방식으로 보도한 적도 있음. 부산의 아침 사고가 서울에 그대로 방송된 경우도 있었음
- 나아가 각 지역의 수용자에게 맞는 방식의 재난재해 보도를 해야 함. 종합적으로 평가하면 KBS는 국가 재난 재해의 주관방송사로 주어진 역할을 비교적 잘 수행해 왔음. 그동안 KBS가 공들어 쌓아온 명성을 훼손되지 않도록 방송 관계자는 AI와 빅 데이터를 포함한 첨단 디지털 기술의 사용 방식을 숙지해 재난과 재해가 발생할 때 신속, 정확하게 대응할 수 있도록 해야 함. 과학적 사고와 팩트 체킹에 근거한 재난 재해 방송의 보도 준칙과 방송 수준을 지속적으로 향상시켜야 함. 국민의 생명과 재산을 보호하는데 한 치의 오차가 없어야 함

□ 지역방송 활성화

○ **제언**

- KBS 지역 총국이 지방에서 생존하기 위해 다양한 방식으로 뉴스와 프로그램을 제작하고 있음. 서울을 중심으로 방송 콘텐츠의 대다수가 생산되기에 인구의 수도권 집중과 전 국토의 균형적 발전이 잘 이루어지지 않음. 지역 간 격차가 발생하는 한 요인이 되고 있음. 한국사회의 이러한 구조적 모순을 깨기 위해서라도 KBS 지역 총국의 방송 콘텐츠 제작의 활성화를 적극적으로 모색해야 함. 서구에서 실행했던 시민 혹은 공공저널리즘을 지역 방송 시장에 적용해 야 함. 전국에 산재한 각 지역의 신문방송학과나 미디어 관련학과와 산학 연계 프로그램을 개발해 수도권 콘텐츠 의존을 줄여야 함. 수준높

은 지역 콘텐츠 개발에 박차를 가해야 함. 또한 이를 연계해서 전국에 방송하는 비율을 높여나가야 함. KBS 지역 총국의 콘텐츠 제작 예산의 부족함. 좋은 프로그램을 만들기가 상대적으로 어려움. 지역 총국은 이를 타개하기 위해 유튜브 활용을 포함해 재원마련에 나서고 있음. 이를 선순환 구조로 만들어 지역의 좋은 프로그램이 시청률을 높이고, 또 다시 높은 시청률이 지역 방송사의 존재 이유에 대한 설명력을 높이도록 해야 함. 지역 총국에서 자체적으로 더 좋은 프로그램을 만들 수 있는 방송 구조와 환경을 만들어야 함. 전주총국의 〈풀뿌리 K〉와 같은 시청자가 공감할 수 있는 지역콘텐츠 개발에 적극 나서야 함

□ 편성의 다양성

○ 제언

- KBS는 국민의 방송으로서 민주사회 유지에 중요한 의견과 아이디어의 다양성 가치를 제고해야 함. 프로그램이나 채널, 정보원의 다양성이 콘텐츠가 함유해야 하는 의견이나 아이디어의 다양성으로까지 이어지지 않을 수도 있음에 주목해야 함. 채널과 프로그램 그리고 정보원의 다양성을 늘려도 출연자나 제작자의 방송 전문성이 부족하다면 민주사회 유지에 필수적인 의견이나 아이디어의 다양성이 오히려 줄어드는 경우가 있음. 무모하게 국가기간 방송에서 새로운 시도를 하려다 개혁하다가 기존의 방송체제에 일부 공백이 생기는 공동화 현상이 나타날 수 있음. KBS에 다양한 모습의 노조가 나타난다든지 하는 사례가 다양성의 증진으로 볼 수도 있지만 정치적 입장 차이에 따른 내부 갈등의 모습으로 비추어질 수도 있음. 또한 다양성 제고를 위한 그동안의 KBS 내부 개혁이 기존 체계를 흔드는 모습으로 나타나기도 했음. 정보원의 다양성이 의견의 다양성으로 이어질 수 있도록 방송 프로그램의 사회자와 출연진의 전문성 수준을 반드시 고려해야 함. 다양성을 잘못 제고하다가는 오히려 편파성 논란으로 이어질 수 있기 때문. KBS가 방영하는 일부 라디오 프로그램에서 그러한 경향을 발견할 수 있음. 사회자나 출연진의 다양성이 민주사회 유지의 기본이 되는 의견이나 아이디어의 다양성으로 이어질 수 있도록 창의성, 전문성 등에서 프로그램의 수준을 높여야 함. 그동안 논란이 됐던 일부 프로그램에 대해서는 체계적인 분석을 통해 수용자에게 어떤 감정을 불러일으켰고 어떤 평가를 받았는지를 살펴봐야 함

□ 글로벌 경쟁력

○ 제언

- 전체적으로 한국말로 제작된 KBS의 보도, 교양, 드라마, 국제특집 프로그램을 해외에 내보내는 것이 얼마나 효과가 있을지 의문임. 그럼에도 해외주재 한국인의 수요가 있으며 한류의 세계화에 기여할 수 있도록 방송의 글로벌 경쟁력을 향상시켜야 함. 디지털 콘텐츠는 시간과 공간의 벽을 넘어서 해외에서 사용할 수 있기에 영어 자막 등을 이용해 지속적으로 해외로 내보내야 함. KBS 뉴스가 해외에서 얼마나 이용되고 어떠한 영향력을 행사하는지에 대한 연구를 찾기 어려움. 방송문화연구소는 KBS 콘텐츠가 그동안 해외에서 어떻게 사용되고 있는지에 대한 각종 연구결과를 확보하고 축적해야 함. 체계적으로 해외 이용에 대한 통계를 잡을 수 있는 방법을 강구해야 함. 이러한 국내외의 연구를 모아서 제2차 분석을 시도할 수 있음. KBS의 해외 특파원 숫자는 지속적으로 줄고 있음. KBS의 국제적 영향력이 줄어들고 국내 시청자를 세계정세와 외국 사정에 무지한 우물 안 개구리로 만들 수 있음. 뉴스가치가 높은 분쟁지역에 대해서는 해외 언론의 보도에만 의존하지 말고 현장에서 국내의 시각으로 보도할 필요가 있음. 그럼에도 해외 특파원 주재와 KBS 해외 지사를 늘릴 수 있는 재정적 여건이 되지 않음. 국내 기자를 해외의 현장에 적극적으로 파견할 수 있는 '백팩 저널리즘(backpack journalism)' 혹은'낙하산 저널리즘(parachute journalism)'을 적극적으로 활용해야 함. 이를 위해 세계정세에 밝은 국제부 전문기자를 양성해야 함. 이들을 주로 보도국에만 묶어두지 말고 활발하게 해외 취재를 할 수 있도록 해야 함. KBS 월드의 활성화로 한류가 확산된 때가 있었으나 지난 3년 간 코로나 팬데믹으로 주춤한 형세임. 다시 정상화될 때를 대비해 국제 보도의 수준을 높여야 함. K-POP의 유튜브 확산에 힘입어 KBS 콘텐츠가 한류 전파에 긍정적으로 기여해 왔음. KBS의 디지털 콘텐츠인 〈유튜브 컴필레이션 콘서트〉는 해외에서 구독자가 1700만을 돌파하는 위력을 보임

□ 제작윤리 강화

○ 제언

- KBS가 뉴스와 교양 다큐, 오락, 드라마 등에서 경쟁사들에 비해 높은 시청률을 올리면서도 방송통신 심의위원회로부터 1년 동안 단 1건의 주의 제제를 받았다는 사실은 그만큼 제작 가이드라인이 잘 지켜지고 있음을 보여줌. 이와는 대조적으로, 언론중재는

19건이나 발생했으며 그중에서 취하된 7건과 진행 중인 1건을 빼더라고 11건이나 조정이 성립 혹은 불성립됐다는 사실을 주목해야 함. 이에는 서로 다른 해석의 여지가 있음. 하나는 보도에 이의가 있는 관련자나 기관이 방송심의를 거치지 않고 언론중재를 곧바로 신청했을 것이라는 해석임. 또 다른 하나는 보도에 편성에 대한 압박으로 새로운 방송 콘텐츠 생성의 창의성 발휘를 억제하는 기제가 나타나는 것이 아닌지 의심해 볼만한 함. 종합적으로 평가 결과의 통계를 보면 KBS 제작 윤리 강화는 만족스럽다고 평가함. 그럼에도 KBS 내부 구성원이 자체적으로 모니터링해 KBS 노보에 제기한 수백건의 불공정 보도 주장 사례에 대해서는 그 신뢰성과 타당성을 살펴볼 필요가 있음. 이외에도 자체심의평정위원회 결과를 살펴보면, 경고 50건 중에서 사전점검 소홀이 11건, 편집 진행 및 운행상의 실수 8건, 오보 혹은 사실왜곡 1건 등이며 주의 25건 중에서 방송규제자 출연, 심의미필곡·방송금지곡 등의 방송이 2건, 방송 관련 규정 위반이 1건 있음

제5장 | 연구개발 사업

1. 미디어 기술 연구

가. 현황

□ 기술연구개발비

[표 5-1] 미디어기술연구소 연구개발비 증감추이 (단위:천원)

예산		2017	2018	2019	2020	2021
비용예산		385,813	655,784	667,393	1,027,273	1,138,977
자본예산		146,090	1,210,794	850,804	1,093,430	1,054,259
소계		531,903	1,866,578	1,518,197	2,120,703	2,193,236
정부출연금		1,298,000	1,177,700	1,110,309	812,686	340,286
합계		1,829,903	3,044,278	2,628,506	2,933,389	2,533,522
증감율	소계(비용+자본)		△250.9%	▼18.7%	△39.7%	△3.4%
	정부출연금		▼9.3%	▼5.7%	▼26.8%	▼58.1%
	합계		△66.4%	▼13.7%	△11.6%	▼13.6%

※ 2021년 KBS 예산 : 총 15,554 억원(비용예산 14,949억원,자본예산 605억원)

○ 참고

[방송법]

▫ 제44조(공사의 공적 책임) ③ 공사는 시청자의 공익에 기여할 수 있는 새로운 방송프로그램·방송서비스 및 방송기술을 연구하고 개발하여야 한다.

[방송법 시행령]

▫ 제34조(방송기술의 개발) 공사는 법 제54조 제1항 제10호의 규정에 의한 방송에 관한 조사·연구 및 발전 업무를 촉진하기 위하여 매년 예산중 이사회가 정하는 일정비율 이상의 금액을 방송기술의 발전을 위한 연구개발 분야에 투자하여야 한다.

[한국방송공사 정관]

▫ 제30조의2(방송기술의 연구개발투자) 공사는 방송기술의 발전을 위한 연구개발을 촉진하기 위하여 매년 예산총액의 1% 이상을 예산에 계상하여야 한다.

□ 기술연구개발비 증감 현황

○ 2017년 조직개편(기술연구소의 기능 일부가 디지털서비스 국으로 이동)으로 연구인력 및 예산 축소

- 2016년 비용/자본 예산 총액 : 15.4억 원
- 2017년 비용/자본 예산 총액 : 5.3억 원 (전년 대비 65.6% 감소)

○ 2018년 조직개편으로 디지털서비스국으로 이동했던 기능이 다시 기술연구소로 이전되면서 인력과 예산 또한 복구되었음

- 2018년 비용/자본 예산 총액 : 15.2억 원

○ 기술개발의 주요 목표를 현업적용 및 제작관련 기술 개발 위주로 재편하면서 상대적으로 정부출연금(국책과제 예산)은 2017년 13억 원에서 2021년 3억 원 수준으로 축소됨

○ 결과적으로, 공사 편성예산과 정부출연금을 합한 기술연구소 연구개발 예산 총액은 2018년 30억 원에서 2021년 25억 원 수준으로 감소함

□ 기술연구개발 인력

[표 5-2.1] 미디어기술연구소 연도별 인원현황

연도	2017	2018	2019	2020	2021
인원	38	45	43	41	41
증감 (전년대비)	-2	+7	-2	-2	0
신입사원	0	0	0	0	1
증감률 (전년대비)	▼5.0%	△18.4%	▼4.4%	▼4.7%	0.0%

[표 5-2.2] 연령별 인원현황

연령대	20	30	40	50	비고
인원	0	9	12	19	평균 연령 47.25
비율(%)	0	22.5	30	47.5	

○ **미디어기술연구소 연구원 변동 요인**

- 2018년 : 전사 조직개편으로 연구원 7명 연구소 복귀
- 2019년 : 전입 3명, 전출 4명, 퇴직 1명
- 2020년 : 전입 2명, 전출 1명, 퇴직 3명
- 2021년 : 전입 1명, 퇴직 2명, 신입사원 1명
  (신입사원 2021년 12월 입사, 이전 마지막 신규충원 2016년 3월)
- 2022년 2월 현재 총 40명 (안식년 4명 포함, 전출 1명 발생)

□ **기술연구개발 조직**

○ **미디어기술연구소 : 1소1부4팀**



※ 2021년 4월, 1소1부6팀(직속3팀, 부서3팀)에서 축소됨

- 미디어기술연구소는 조직개편 때마다 조직 구성이 파편화되거나 그 규모가 계속해서 축소되고 있음
  - 2018년 조직개편으로 디지털서비스국으로 이동했던 기존 연구인력과 사업을 다시 인수하면서 1소(국)/2부/4팀으로 구성되었으나, 2019년 조직개편에서 1소/1부/6팀으로 부서 하나가 없어지고 팀이 2개 추가되었음
  - 이후 2021년 4월 조직개편 시에 다시 2개 팀을 줄여 현재는 1소(국)/1부/4팀이 되었음

〈해외 주요 공영방송사(일본 NHK, 영국 BBC)와 기술연구소 비교〉

구분	KBS	NHK*	BBC**
명칭	미디어기술연구소	放送技術研究所	Research & Development
설립	1981년 11월	1930년 6월	1930년 4월
조직	기술본부 (소장, 1개 연구부)	사장직속 (소장/부소장/주간, 6개 연구부, 3개 관리부)	Future Media 소속 (소장, 17개 연구팀, 7개 관리팀)
인력	41명 (박사 6명)	251명 (박사 83명)	190명
예산	22억원	969억원 (￥89억)	256억원 (£16m)
공간면적	1,629㎡	16,000㎡	Center/South Lab(London), North Lab(Salford)

* 출처: NHK Science & Technology Research Laboratories Annual Report 2020
** 출처: BBC Group Annual Report and Accounts 2019/20, 2020/21

나. 공적가치 구현 연구

□ 티벗 서비스 운영

○ **추진개요**

- 티벗 서비스 운용 및 시스템 유지 보수
- 시청자 참여 프로그램 티벗 적용 제작 현업지원

○ **추진실적**

- 정규 편성 프로그램 티벗 서비스 적용, 21년 1개 프로그램 증가
  - 〈아침마당〉, 〈무엇이든 물어보세요〉, 〈굿모닝 대한민국 라이브〉
- 특별 편성 프로그램 티벗 서비스 적용
  - 〈트롯 전국체전〉, 〈키스 넘버 나인〉, 〈특별생방송 더 나은 삶 우리 함께〉, 〈2021 재보궐선거 개표방송〉

○ **기대효과**

- 시청자 참여 프로그램 제작에 내재화된 기술과 서비스 활용을 통한 제작 예산 절감
- 2015년 서비스 시작 이후 2021년까지 23.3억 예산 절감(추정, 연평균 3.7억 원)
- 타 방송사와 차별화된 실시간 시청자 참여 서비스 활용으로 프로그램 경쟁력 강화

- 다양한 시청자 참여 확대로 공적 책무 강화에 기여
- 스마트 모바일 서비스 제공을 통한 지상파 스마트 플랫폼 경쟁력 강화 및 공사 이미지 제고

[그림 5-1] 시청자 참여 서비스 '티벗' 개요 및 활용 사례



□ TPEG 서비스 고도화 개발

○ 추진개요

- 기존 기상청이 제공하는 데이터 전송방식 종료에 따른 신규 공공데이터포털의 기상정보 오픈 API 인터페이스 개발
- 차세대 UHD TPEG 송수신 테스트 시스템 개발을 위한 DMB TPEG 교통 데이터 제공

○ 추진실적

- TPEG 데이터 수집/분배 시스템의 기상청 정보 연동 인터페이스 업데이트 개발
- 기존 DMB TPEG 시스템과 UHD 데이터방송 서버 간의 연동 인터페이스 개발

○ 기대효과

- 외부 콘텐츠 제공기관의 제공방식 변경에 대한 신속한 대응으로 서비스 안정성 확보
- 기존 DMB TPEG 데이터를 활용함으로써 UHD 데이터 송수신 테스트 효율화
- UHD 데이터방송의 새로운 부가사업 모델 발굴 기반 마련

□ 멀티미디어 기반 재난정보전달 서비스 연구

○ **추진개요**

- 재난속보 자막 방송 이외의 멀티미디어 정보 제공을 위한 국책 연구
- 기술 표준화 및 재난경보 부가데이터 서비스 연동 실증 시험 추진

○ **추진실적**

- 정부로부터 멀티미디어 형식의 표준화된 재난정보 수신방식 표준화 및 프로토타입 시스템(방송사 게이트웨이, 수신게이트웨이) 개발
- 재난 발령에서 UHD 재난경보 부가데이터 서비스를 포함한 방송 송신과 수신에 이르는 실증 시험 실시(2021년 10월, 제주도)
- 정량적 성과 : 국제학술대회 2편, 국내논문 2편, 특허 1건 출원, NAB 온라인 홍보 실시

○ **기대효과**

- 멀티미디어(지도, 심벌, 다국어, URL, 재난 메타데이터)를 포함하는 재난 메시지 정보 규격 표준화로 다양한 매체에 재난 정보 서비스 가능
- UHD 재난경보 부가데이터 서비스의 기능과 활용성 개선

□ 2021년 광역권 지상파 UHD재난경보망시스템 구축 용역사업

○ **추진개요**

- 지상파 UHD(ATSC 3.0)를 활용한 재난경보 서비스 도입 사업의 일환으로 광역권 대상 재난경보방송 시범서비스 서버 구축사업 추진
- 과기정통부 주관, KCA 시행으로 2019년 수도권, 2020년 대구/광주에 이어 올해 대전/울산 지역 대상 구축사업 진행

○ **추진실적**

- 대전, 울산 재난경보방송 시스템 구축 및 시범서비스 실시 (7월~9월)
- 과기정통부 재난경보발령 서버 시스템 연동 네트워크 및 방화벽 구축
- 9월, 사업 종료 보고 완료

○ **기대효과**

- 현행 대국민 재난경보(재난방송, 문자경보 등)의 한계 극복 및 사각지대 해소
- 지역 기반 지상파 UHD 재난경보방송 서비스 확대

□ 선거 인포그래픽 SDK 기능 확장 개발

○ **추진개요**

- 선거방송에서 복잡해지는 인포그래픽으로 인한 데이터 표출 무결성 검증 업무 증가와 주 52시간 근무로 인한 한계에 대응하여 인포그래픽 스냅샷 이미지와 선거 데이터의 일치 검증을 위한 메타데이터 생성 기능 필요
- 후보별로 분리된 경력 영상 이미지를 파일로 저장하고 NLE에 임의의 순서로 올릴 수 있는 편집정보 파일을 생성하는 경력방송 NLE 연동 모듈 개발 필요
- 스포츠 코더 개발 효율화를 위한 기능 필요

○ **추진실적**

- 선거 인포그래픽 검증용 이미지/메타데이터 생성 Common Interface SDK 모듈 개발
- 경력방송 NLE 연동 모듈 개발
- 스포츠 코더 SDK 업그레이드

○ **기대효과**

- 선거 인포그래픽의 효과적 검증으로 성공적 선거방송 수행
- 선거 경력방송 제작 프로세스 효율화
- 스포츠 코더 개발 및 운용 효율화

□ 선거 인포그래픽 검증 시스템 개발

○ **추진개요**

- 선거방송을 완벽히 수행하기 위해 선거 인포그래픽 개발 및 검증에 많은 인력과 시간을 투입하고 있음
- 선거 인포그래픽 검증 과정을 효율화하고 결과를 웹 서비스로 제공한다면 선거 인포그래픽을 짧은 시간 완성도 높게 개발할 수 있음

○ **추진실적**

- 선거 인포그래픽 메뉴 분석 및 검증 시스템 설계
- 선거 인포그래픽 검증 기능 개발
- 선거 인포그래픽 검증 결과 웹서비스 개발

○ **기대효과**

- 선거 인포그래픽 개발에 활용하여 짧은 시간에 완벽히 수행할 수 있도록 함

다. 차세대 미디어기술 연구개발 실용화

□ AI기반 콘텐츠 분석/가공기술 연구개발

○ **추진개요**

- AI 기반 얼굴인식 엔진 성능 개선
- AI 기반 비디오 컬러 복원 기반 기술 연구
- 시청각장애인 국책과제 수행
- AI 기반 자막 동기화 시스템 자체 개발

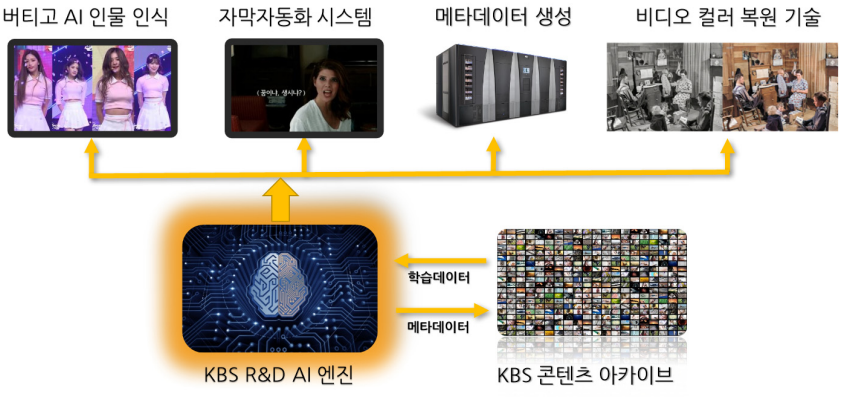
○ **추진실적**

- VERTIGO AI 얼굴인식 엔진 가속화 및 안정화
  : SW 기반 약 3.9배 향상, HW 기반 약 8.1배 향상
- 아카이브 자료 기반 컬러 복원 배경, 사물 데이터셋 구축
- 자막 동기화 알고리듬 및 API 개발
- 시청각 장애인용 감성 표현을 위한 감성 자막 122개 픽토그램 제작

○ **기대효과**

- AI기반 콘텐츠 복원 및 품질 개선 연구 기반 마련
- VERTIGO AI 엔진 속도 가속화 및 실시간 구현기능 추가로 경쟁력 강화
- 자막 동기화 기술개발로 OTT 서비스 강화

[그림 5-2] AI 기반 콘텐츠 분석/가공기술 연구개발 개념도



□ 버티고 4.0 개발 및 유지보수

○ **추진개요**

- VERTIGO 4.0 개발 및 시스템 구축
- 라이선스 판매 및 유지보수
- 사내 제작 활용(협업 적용)

○ **추진실적**

- VERTIGO 4.0(서버 버전) 개발 완료, 2022년 3월 중 상용화 예정
- 렌더링 모듈 병렬처리 렌더링 소요 시간 대폭 단축 : 평균 1/4로 단축
- 예능국 StudioK 〈뮤직뱅크〉 직캠 제작 적용
  - 비용절감 연간 1.5억 원, 유튜브 채널 수익 1.7배 상승
  - 유튜브 채널 국내 유일 8K 영상 유통 중(구독자 642만 명)
- 〈신상출시 편스토랑〉 멀티 앵글 제작 적용
  - 비용절감 연간 1억 원, 6K 카메라 2대로 10종의 무인자동 앵글 생산
- 특허 및 상표권 5건 확보

○ **기대효과**

- VERTIGO 성능 향상에 따른 제작시간 단축
- VERTIGO 제품군 다양화(서버 버전)에 따른 적용처 확대
- 직캠/관찰예능 제작 생산성 향상 및 제작인프라 혁신 기여
- 기술 대외경쟁력 확보로 상용화 확대 기대

[그림 5-3] 버티고 LIVE 버전 제작 시스템 개념도



□ 디지털 융합네트워크 방송망/통신망 융합 최적화 기술 개발 연구

○ **추진개요**

- 방송/통신 이종망의 장점을 연결하여 방송 난시청 문제의 근본적 해결
- 끊김없는(seamless) 미디어 수신환경 구축 필수

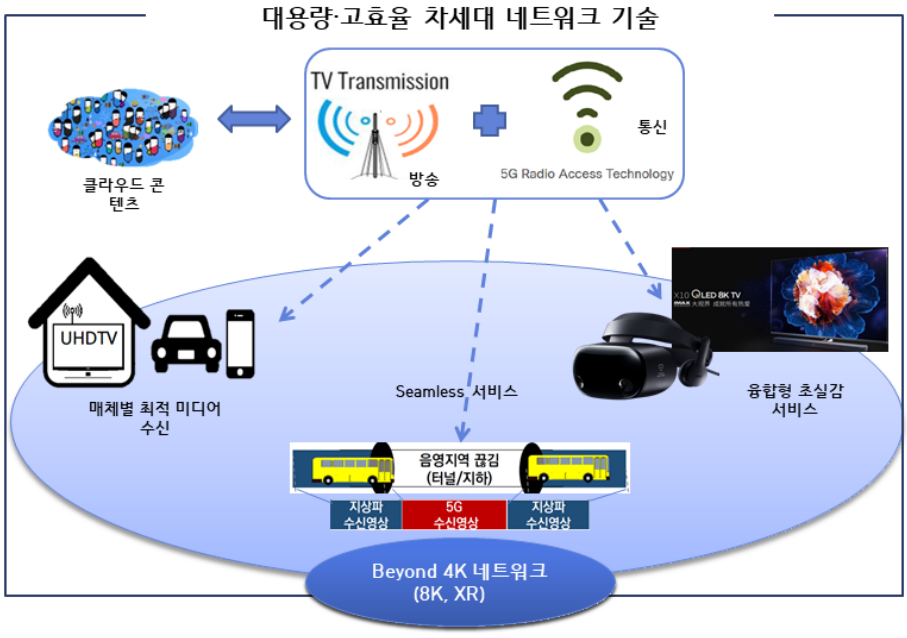
○ **추진실적**

- 디지털 융합네트워크 방송망/통신망 통합 인코더 및 포털 매니저 개발
- 제주 테크노파크 UHD 온에어 송수신 환경 실험 적용 및 검증
- 수도권 KBS UHD 본방송에 융합망 송수신 기술 시험 적용 및 검증
- 방송망/통신망 융합 최적화 기술개발 최종발표 및 사내 임원 대상 시연회
- TTA 표준화 및 미래방송미디어표준포럼/ABU 전문가 활동

○ **기대효과**

- KBS UHD 혁신서비스 안정적 전송 및 콘텐츠 도달률 확대 기여
- 방송망-통신망 보완적 활용으로 KBS 재난전문채널 수신확대 기여

[그림 5-4] 디지털 융합네트워크 통합 전송기술 개념도



□ 미디어 데이터 분석 연구

○ 추진개요

- 연구 결과로 개발된 두 개의 데이터 분석시스템 운영 및 사내적용 확대
  - MI (미디어 인텔리전스) 시스템
    : 매체별 유통데이터 활용, 프로그램별 통계 데이터 분석
  - CI (사용자기반 시청데이터 분석) 시스템
    : UHD/WAVVE 한정, WAVVE 이용자별 시청 데이터 분석
- 멀티플랫폼에서의 프로그램 이용행태 분석 및 의사결정 기반 자료 제공

○ 추진실적

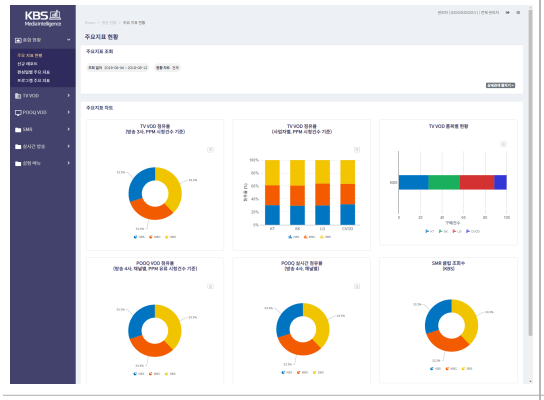
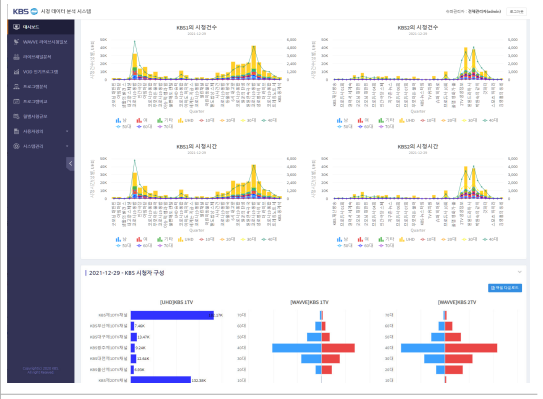
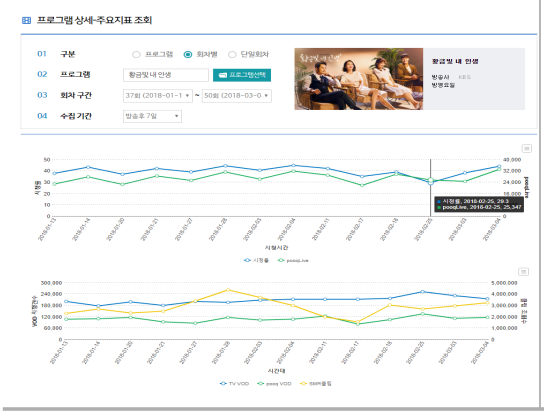
- 프로그램의 멀티플랫폼 도달성과 및 콘텐츠 경쟁력 측정 지표 제공
  - 실시간 WAVVE 시청일보 및 WAVVE 주간/월간 VOD TOP100
  - 멀티플랫폼 시청지표에서 활용 (매주 코비스 게시)

- 멀티플랫폼 통계 포털 데이터 제공 및 시스템 연동
  - TV VOD 통합PPM, WAVVE 실시간/VOD
- 미디어 데이터 분석시스템 사내 활용
- 팟캐스트 방송 청취 이력 데이터 측정 기술 국내 표준화

○ **기대효과**

- 데이터 기반 콘텐츠 의사결정에 기여
  - 콘텐츠 유통데이터 통합분석을 통한 유통전략 인사이트 도출
  - 프로그램 시청행태와 사용자 분석을 통한 편성/제작 인사이트 도출
- 미디어 데이터 분석시스템 운영 효율화 및 데이터 분석 기반 기술 확보

[그림 5-5] 미디어 데이터 분석시스템 주요 화면

미디어 인텔리전스 시스템(MI) http://mi.kbs.co.kr	사용자기반 시청데이터 분석시스템(CI) http://ci.kbs.co.kr
	
	

□ 지능적 미디어 속성 추출 및 공유 기술 개발

○ **추진개요**

- 타 방송사 및 연구기관과 협력하여 '지능적 미디어 속성 추출 및 공유 기술 개발' 국책과제 진행 (총 4년 중 1년차)
- 전체 목표 : 콘텐츠의 속성, 맥락, 흐름을 인공지능(AI)으로 분석하여 미디어 지식 자원을 자동 구축하고, 이를 서로 다른 서비스에 유기적으로 활용하도록 제공하는 지능적 미디어 속성 추출 및 공유 기술 개발
- KBS 역할 : 학습데이터 생성·제공 및 미디어 창작을 위한 내용 기반 검색 시범서비스 적용

○ **추진실적**

- 장면 단위 검색을 위한 사용자 요구사항 분석 및 서비스 시나리오 도출
- 학습용 방송콘텐츠 데이터 생성을 위한 환경구축 및 워크플로우 설계
- 시범서비스를 위한 데이터 규격 정의 및 제공

○ **기대효과**

- 콘텐츠 특성에 맞는 학습 데이터 구축 및 메타데이터 생성을 통한 미래 미디어 서비스 기술 경쟁력 확보
- 장면 단위 검색 시범서비스 적용을 통한 콘텐츠 제작 편의성 증대

□ UHD TPEG 송수신 테스트 시스템 개발

○ **추진개요**

- UHD TPEG 서비스를 위한 ATSC 3.0기반 송수신 테스트 시스템 구현 및 검증 실시

○ **추진실적**

- UHD TPEG 부가서비스 신규 도입을 위한 구조 설계 완료
- 검증용 개발품 개발 및 중간발표 완료
- 제주 테크노파크 검증 필드 테스트 완료
- 12월, 최종개발 완료 보고회

○ **기대효과**

- UHD TPEG 등 UHD 데이터 서비스 플랫폼 개발 및 사업 경쟁력 확보

□ 몰입형 혼합현실(XR) 운영 요소기술 및 콘텐츠 개발

○ **추진개요**

- 범용 게임엔진 기반 몰입형 혼합현실(AR/VR) 요소기술 개발
- 몰입형 혼합현실 실감 콘텐츠 제작기술 연구

○ **추진실적**

- 시스템 통합 구축
  - 몰입형 혼합현실 시스템 업그레이드 구축
  - 카메라추적센서, LED 색보정, 언리얼 모듈개발 등 XR 제작 플로우 구축
  - 렌더스트림 RX장치와 XR시스템 통합 완료
  - 렌더스트림 RX장치의 AR/VR 이벤트 제어를 위한 언리얼 모듈 개발
  - StreamDeck 과 XR 통합 완료
- 요소기술 개발
  - TCP/IP기반 원격 제어 모듈 개발 및 제작 적용
  - AR Box 개발 및 제작 적용
  - TimeLine Director 개발 및 제작 적용
  - 모션센서 기반 인터랙티브 사운드 체험 프로토타입 시스템 개발
- 제작 적용 및 기술/운영 지원
  - 몰입형 혼합현실 시스템, TV유치원 〈온택트 동물원〉 XR 시스템 구축 및 제작 적용
  - 몰입형 혼합현실 시스템, 다큐인사이트 '가상 인터뷰룸' 제작 지원
  - 몰입형 혼합현실 시스템, 누리호 발사 XR 타이틀 제작 적용
  - 몰입형 혼합현실 시스템, '히든어스' XR 파일럿 제작 적용

○ **기대효과**

- 새로운 제작 기법인 XR제작을 위한 요소기술 개발 및 제작을 통한 유관부서 간 협력 및 제작 경쟁력 강화
- 첨단 시스템 기반의 고비용 제작 시스템 노하우를 자체 구축 통한 제작비용 절감 기여

[그림 5-6] XR 제작 시스템 가상 캐릭터 통합 기술 연구



라. 연구개발 성과

□ 수익 증대

[표 5-3] 미디어기술연구소 주요 수익 현황

	2020년 수익	2021년 수익
지식재산권(특허료)	352,550천원	290,929천원
기술실시권	60,030천원	62,212천원

○ 지식재산권(특허료)

- 고효율 비디오 부호화[6] 특허(국내 5건, 일본 4건, 중국 4건, 미국 4건)에 대한 특허료
- 공사 소유 관련 특허를 특허풀 2곳(MPEG-LA, ACCESS-ADVANCE)에 가입하여 전 세계를 상대로 특허료를 징수하여 수익을 올리고 있음
- 2021년은 코로나19 영향으로 관련 제품 생산이 줄어 2020년 대비 감소

6) HEVC : High Efficiency Video Coding

[표 5-4] 2017-2021 연도별 지식재산권(특허료) 수입

연도	2017	2018	2019	2020	2021
MPEG-LA	170,591	149,262	139,048	189,672	146,670
ACCESS_ADVANCE	-	16,977	225,478	162,878	144,259
총합	170,591	166,239	364,526	352,550	290,929

○ **기술실시권**

- 기술실시권 계약업체 : ㈜컴픽스 포함 10개 업체 (2021년)
- 기술실시권 발생업체 : ㈜컴픽스, ㈜카이미디어 등 2개 업체 (2021년)

[표 5-5] 2017-2021 연도별 기술실시권료 수입

(단위 : 천원)

연도	기술실시권료 세부내역	실시권료
2017	- DTV 엑사이터 x 10대 - UHD 폐쇄자막 송출 소프트웨어 x 2대 - 지상파 UHD서비스 송출정보 시스템 x 1대 - 양방향 데이터 본방송시스템 x 1대 - 문자발생기 미르 시스템 x 23대 - 문자발생기 미르 시스템 4K x 8대 - MMT/ROUTE 스트림 생성기 x 19대 - DTV/UHD 캡션 서버 x 2대	49,676
2018	- DTV 엑사이터 x 4대 - UHD 폐쇄자막 송출 소프트웨어 x 1대 - 문자발생기 미르 시스템 x 102대 - 문자발생기 미르 시스템 4K x 12대 - MMT/ROUTE 스트림 생성기 x 12대 - 디지털 사이니지용 CamoCamo x 7대	88,250
2019	- DTV 엑사이터 x 5대 - UHD 폐쇄자막 송출 소프트웨어 x 2대 - 양방향 데이터 본방송시스템 x 4대 - 지상파 UHD서비스 송출정보 시스템 x 1대 - 문자발생기 미르 시스템 x 88대 - 문자발생기 미르 시스템 4K x 7대 - MMT/ROUTE 스트림 생성기 x 2대 - 스마트폰방송시스템(MOCA) x 1대 - 라우드니스 모니터 x 3대	79,824
2020	- 양방향 데이터 본방송시스템 x 4대 - 문자발생기 미르 시스템 x 51대	60,030

연도	기술실시권료 세부내역	실시권료
	- 문자발생기 미르 시스템 4K x 6대 - MMT/ROUTE 스트림 생성기 x 3대	
2021	- 문자발생기 미르 시스템 x 66대 - 문자발생기 미르 시스템 4K x 9대 - MMT/ROUTE 스트림 생성기 x 6대	62,212

- 2018년 이후 내부 현업 지원 연구개발이 증가하면서 연구소 개발 장비의 외부 판매에 대한 기술실시권 수입이 점차 감소하는 추세임.
- 2021년 실시권료 수입은 2020년 대비 소폭 증가함.

□ 연구개발 결과 현업적용

○ **콘텐츠/제작 18건, 송출/송신 4건, 기타 16건의 연구개발 결과를 현업에 적용함**

[표 5-6] 미디어기술연구소 연구개발결과 현업적용 성과

분류	내용
콘텐츠/제작	• 실시간 WAVVE 시청일보 제공 (사용자기반 시청데이터 분석시스템 활용) • WAVVE 주간/월간 VOD TOP100 제공 (사용자기반 시청데이터 분석시스템 활용) • AI 인물인식 엔진 개발 및 세로영상제작시스템(VERTIGO) 적용(샘플) • VERTIGO 클라이언트 Person Detection 기능 추가 • 〈굿모닝 대한민국 라이브〉, 〈아침마당〉 〈무엇이든 물어보세요〉 티빙 서비스 월~금 생방송 사용 (연중) • 〈트롯전국체전〉 3라운드, 4라운드, 준결승, 티빙 시청자 참여 투표 활용 (1~2월) • 〈무엇이든 물어보세요 창사특집〉 티빙 시청자 설문 및 통계 활용 (3월) • 〈2021 재보궐선거 개표방송〉 티빙을 이용한 투표 인증샷 송출 (4월) • 〈굿모닝 대한민국 라이브〉 티빙 시청자 퀴즈, 댓글 생방송 활용 (6~12월) • 〈키스넘버나인〉 티빙 실시간 시청자 퀴즈 활용 (9월) • 〈특별생방송 더 나은 삶 우리 함께〉 티빙 서비스 생방송 활용 (10월) • 뮤직뱅크 직캠 제작 VERTIGO 적용 (연중) • 신상출시 편스토랑 패널 리액션 제작 VERTIGO 적용 (4월 ~ 현재) • KBS World STAGE W 직캠제작 및 인터뷰 리소스 제작 VERTIGO 적용(11월 ~ 현재) • TV유치원 '온택트 동물원' XR 제작적용 9회, 시즌1 제작 • 다큐인사이트 '가상 인터뷰룸' 제작 적용 10회, 우주, 웹툰 • 누리호 발사 XR타이틀 제작 적용 • '히든어스'XR 파일럿 제작 적용

분류	내용
송출/송신	• DMB TPEG 기상청 웨비게이션 기상정보 수집 업그레이드 모듈 실험송출 적용 • 광역권(대전, 울산) UHD 재난경보방송 시스템 구축 및 시범서비스 적용 • 수도권 및 광역권(광주, 대구) UHD 재난경보방송 시스템 업그레이드 적용 • 재난경보 서비스 모델 검증용 방송 및 수신 게이트웨이 시제품 개발
기타	• LG유플러스 VERTIGO 라이선스 판매 • KBS - AstroDesign NDA 계약 체결 • 일본 AstroDesign VERTIGO 콘텐츠 제작 협력 • IITP 콘텐츠/미디어 분야 과제기획전담팀 활동 • 실감콘텐츠의 미래 강의 녹화 인재개발원(2021.2.9.) • XR '몰입형 혼합현실 시스템' 적용을 위한 코비스 업무공지(2021.2.5.) • 〈XR 방송제작이 Smooth like Butter !〉 코비스 알림(2021.6.23.) • 디스가이즈 기반 XR시스템 제작기술 후반제작부, 영상제작국 교육(2021.10.20) • 픽소토프 XR시스템 후반제작부 BMT 지원(2021.10.22.) • XR 시스템 TV 유치원 기획팀 시연(2021.2.16.) • XR 시스템 TV 기술국, 기술기획팀 시연(2021.2.16) • XR 시스템 후반제작부 시연(2021.2.16.) • XR시스템 방송미디어공학회 회장 시연(2021.2.16) • XR시스템 시사교양2 시연(2021.2.20) • XR시스템 장비관리부 시연(2021.3.26.) • 라온스튜디오 구축 BMT 참가

□ 연구개발 결과 예산절감 효과

○ 연구개발 결과로 약 16억 4천만 원의 예산절감에 기여

[표 5-7] 미디어기술연구소 연구개발 결과로 인한 예산절감효과

연구개발 항목	현업적용 내용	예산절감효과	비고
시청자 참여 서비스 '티벗'	- 정규 편성 프로그램 티벗 서비스 적용 〈아침마당〉, 〈무엇이든 물어보세요〉, 〈굿모닝 대한민국 라이브〉 등 - 특별 편성 프로그램 티벗 서비스 적용 〈트롯 전국체전〉, 〈키스 넘버 나인〉, 〈특별생방송 더 나은 삶 우리 함께〉, 〈2021 재보궐선거 개표방송〉 등	3.3억 원 (연평균)	2015~2021 총 절감액 23.3억 원

연구개발 항목	현업적용 내용	예산절감효과	비고
'버티고' 멀티뷰 제작 시스템	예능국 StudioK 〈뮤직뱅크〉 직캠 제작적용	1.5억 원	52주 기준 (매주 촬영)
	〈신상출시 편스토랑〉 멀티캠 앵글 제작적용	1억 원	28주 기준 (격주 촬영)
	파일럿 제작적용 (자본주의학교, STAGE W, 가요대축제)	1,500만 원	3회
	외부 직캠 제작대행 (LG유플러스 SM타운 콘서트)	500만 원	계약담당 예능국 StudioK
	솔루션 외부판매 (LG유플러스)	4,320만 원	10개월 기술료 (1월~10월)
문자발생기 '미르'	문자발생기 '미르'현업 적용 ※ 경쟁장비 대비 대당 단가 2천만원 절감 (2005년 이후 총 300여대 도입)	3.5억 원 (연평균)	2005~2021 총 절감액 60억 원
몰입형 혼합현실(XR) 시스템	TV유치원 〈온택트 동물원〉, 누리호 발사, 다큐인사이트 '가상 인터뷰룸', '히든어스' 등 ※ XR 시스템 인터뷰룸 대여비용 : 10,000(천원/회당) x 10회 = 100,000(천원) ※ 외주 XR 제작 시스템 제작비용 : 50,000(천원/회당) x 11회 = 550,000(천원)	6.5억 원	
합계		16억 4,320만 원	

□ 특허 출원 및 등록

○ 미국 1건, 일본 4건, 국내 12건 등 총 17건의 특허를 출원/등록함

[표 5-8] 미디어기술연구소 2021년 특허 출원/등록

번호	출원국	발명의 명칭	출원/등록일 /번호	비고
1	일본	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2021.03.04. 6846988	등록
2	국내	영상 부호화/복호화 방법 및 장치	2021.03.11. 2021-0032313	출원

번호	출원국	발명의 명칭	출원/등록일 /번호	비고
3	일본	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2021.03.11. 6851263	등록
4	일본	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2021.03.11. 6851264	등록
5	일본	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2021.03.11. 6851265	등록
6	국내	상표등록 "Wertigo" 35류	2021.05.13. 40-1727455	등록
7	국내	비디오 복호화에서의 분할 블록 복호화 방법	2021.05.24. 2021-0066016	출원
8	국내	비디오 복호화에서의 분할 블록 복호화 방법 및 이를 구현하는 기록매체	2021.05.24. 10-2258057	등록
9	국내	콘텐츠에 대한 자막 동기화를 수행하는 전자 장치	2021.06.14. 2021-0076765	출원
10	국내	영상 부호화/복호화 방법 및 장치	2021.07.08. 10-2277121	등록
11	국내	다국어 재난경보 장치 및 그 방법	2021.07.13. 10-2279055	등록
12	미국	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2021.07.27. 11076175	등록
13	국내	스트리밍을 위한 영상 데이터 패킹 방법 및 이를 이용한 전자 장치	2021.10.13. 10-2314713	등록
14	국내	전자 장치 및 콘텐츠 생성방법 (VERTIGO Live버전)	2021.10.29. 2021-0146650	출원
15	국내	비디오 코딩에서 분할 블록의 부호화 방법	2021.11.10. 2021-0153894	출원
16	국내	비디오 코딩에서 분할 블록의 부호화 방법	2021.11.10. 2021-0153895	출원
17	국내	사용자 환경에 따라 사용자에게 표시할 재난 정보를 분류할 수 있는 재난정보 수신장치	2021.12월 출원 예정	출원

[표 5-9] 미디어기술연구소 특허 제출 현황(2012~2021)

연도		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
국내 특허	출원	11	11	6	6	1	6	1	1	3	7
	등록	14	16	12	9	8	6	4	0	2	4
국내 상표	출원	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0
	등록	0	1	4	0	0	0	0	0	2	1
국외	출원	5	2	2	1	10	5	0	1	1	0
	등록	5	4	5	0	3	7	1	4	0	5
합계	출원	17	15	10	7	11	11	1	2	4	7
	등록	19	21	21	9	11	13	5	4	4	10

※ '국내 상표'는 실용신안, 상표, 디자인 등을 포함

마. 미디어기술 연구결과 공유 및 협력

□ 미디어기술 연구결과 공유 내역

○ 논문

[표 5-10] 미디어기술연구소 2021년 논문 실적

번호	제 목	학술지
1	멀티미디어 기반의 공공재난경보 데이터방송 서비스 실증	한국ITS학회 춘계학술대회, 2021.4
2	음성인식과 변경된 동적계획법을 이용한 VOD 콘텐트와 자막의 동기화	한국방송미디어공학회 하계학술대회, 2021.6
3	재난방송에서 정책과 기술의 간극	한국방송미디어공학회 하계학술대회, 2021.6
4	표준 재난경보 발령시스템과 UHD 재난경보 데이터 서비스 실증 시험	한국콘텐츠학회 논문지, 2021.12
5	모바일 단말의 재난정보 전달을 위한 방송 게이트웨이 시스템	한국ITS학회 추계학술대회, 2021.10
6	몰입형 혼합현실 시스템 개발	한국방송미디어공학회 추계학술대회, 2021.11
7	청각장애인을 위한 감성자막 편집기 구현	한국방송미디어공학회 추계학술대회, 2021.11
8	Mobile emergency warning service with interactive multimedia interfaces	한국방송미디어공학회, 3DSA 국제학술대회, 2021.11
9	User interface design of emergency warning service content through next-generation broadcasting network	한국콘텐츠학회, ICCC 국제학술대회, 2021.12

[표 5-11] 미디어기술연구소 논문 제출 현황(2012~2021)

연도	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
논문	27	25	35	23	12	8	12	10	8	9

※ 국내외 발표/게재 합계

□ 홍보 - 전시 및 발표

○ **전시**

- UHD 다채널서비스 전시(KBS본관) - KCA 재난경보방송 서비스

○ **발표**

- 방송기술교육원 미래방송기술 과정 '재난방송 법과 정책' 강의
- NAB Show Daily UHD 차세대 방송서비스 온라인 전시 - 재난방송 서비스
- 방송기술교육원 미래방송기술 과정 IP 기반 제작 워크플로우 강의

○ **홈페이지 공개**

- 미디어기술연구소 홈페이지 운영
  - 국문 : https://office.kbs.co.kr/tri
  - 영문 : https://office.kbs.co.kr/tri-eng
- 연구현황 및 연구자료 공개
  - 미디어기술연구소 수행 연구과제 소개
  - 미디어기술연구소 발표 연구논문 게시
  - 2021년 연구보고서 게시

○ **미디어기술연구소 창립 40주년 기념행사 및 세미나 실시**

- 온라인 행사 https://program.kbs.co.kr/special/culture/tri40th
- 기술연구소 홍보영상, 주요 연구분야 및 성과 소개
- 주요인사 : 과학기술정보통신부 장관, 방송통신위원장, 국회 과방위 의원, KBS이사회 등
- 기념세미나 : 4차산업혁명위원회 위원장, BBC R&D, 미디어기술연구소장

□ 연구보고서 발간

○ **2021년 연구보고서 발간 및 사내외 배포**

- 미디어기술연구소-1068 (2021.12.24.)「2021 연구보고서 발간」

- 미디어기술연구소-10 (2022.01.05.)「2021 연구보고서 사내 배포」
- 책자 120부 발행, 사내외 106부 배포, PDF 온라인 배포

○ **KBS기술연구소 창립 40주년 기념 기술연구40년사 발간**

- 미디어기술연구소-819 (2021.10.08.)
  「미디어기술연구소 40주년 기념행사 관련 기술연구40년사 발간」
- 책자 500권 발행, 사내외 400부 배포
- 창립 40주년 기념페이지에 PDF 온라인 배포

□ 방송기술선도 대외활동

[표 5-12] 미디어기술연구소 표준화 및 연구개발 관련 외부 활동 현황

참가기관	회 의 명	활동분야
한국 정보통신 기술협회 (TTA)	방송기술위원회 TC8	방송기술부분 표준화 위원회 활동
	방송공통기술 PG804	- 국내표준심의 및 제정 -'팟캐스트 방송 청취 이력 데이터 측정' 표준 제정
	모바일방송 PG801	모바일방송 및 교통정보 서비스 국내표준심의 및 제정
	공공안전통신 PG902	국내표준심의 및 제정
	지상파방송 PG802	지상파방송 표준
	PG802 산하 WG8028	지상파방송 코덱&시스템, 재난방송
	ICT 표준화전략맵 실감방송/미디어 분과	방송분야 표준화 전략맵 작성
미래방송 미디어표준 포럼	운영위원회	운영위원회 활동 (당연직)
	방송서비스 분과위원회	방송서비스 및 표준화 연구
	모바일서비스 분과위원회	모바일방송 서비스 및 표준화 개발
	미래미디어분과	방송통신융합, 실감미디어 표준 개발
한국 방송미디어 공학회	운영위원회	운영위원회 활동 (당연직)
	기획분과	분과활동
	홍보/정보화 분과	분과활동
	논문집 편집위원	한국방송미디어공학회 논문 편집

참가기관	회 의 명	활동분야
한국전파 진흥협회 (RAPA)	차세대방송 서비스모델 개발 실무 연구반	분과활동
	방통위 재난매체 RF 수신환경 개선사업 자문위원회	위원활동
과학기술 정보통신부 (MSIT)	MPEG뉴미디어포럼	운영위원회 활동, 표준화현황 전달/워크숍, 세미나 주최
	한국재난정보 미디어포럼	재난/경보방송 분야 민간 협의체
IITP	2021년도 신규과제 기획 전담반	방송통신산업분야 및 미디어지능화분야 R&D 과제 기획 및 RFP 작성
국립 전파연구원 (RRA)	SC29Kr	MPEG/JPEG 관련 국가표준 심의 및 국제표준화 대응/MPEG 표준화 국제회의 참가 관리
	ITU SG6 국내연구반	ITU-R SG6(지상파방송) 표준 문서 검토 및 국내 의견 제시
한국재난정보 미디어포럼	포럼운영위	포럼 운영회의
한국ITS학회	홍보위원회	분과활동
지상파DMB 6개 사업자	지상파 DMB 특별 위원회	DMB정책, 사업, 이슈 등 공동업무
ATSC	TG3/S34, Specialist Group on Applications and Presentation	ATSC 3.0 코덱 표준 기술 분석
ABU	UHDTV PG	UHDTV
	Next Generation Terrestrial Broadcasting PG	차세대지상파방송
	Big Data, Personalisation and Artificial Intelligence	빅데이터, 개인화 및 인공지능
ISO/IEC (국제표준화기구 및 국제전기기술위원회)	JTC1/SC29 (멀티미디어부호화)	전문위원회 활동

2. 방송문화 연구

가. 공적가치 구현 연구조사

□ KBS 국민패널 프로그램 만족도 조사

○ 2021 국악한마당 시청자 만족도 조사 (2021.12.28.~2022.1.3.)

- 조사대상 : 2021년 5분 이상 시청한 전국 만19세 이상 남녀 108명
- '방송프로그램 제작지원사업 시청자 만족도 조사' 설문 문항을 반영하여 〈KBS국민패널〉 이용한 인터넷 설문조사 (5점 척도)

[표 5-13] 국악한마당 시청자 만족도 조사

구분	전반적 만족도	내용구성	정보유용	재미·흥미	공공·공익
2021	3.83	3.80	4.03	3.69	4.25
2020	4.08	4.00	4.22	3.89	4.32
2019	3.95	3.81	4.10	3.75	4.29

○ 2021 KBS WORLD RADIO 해외청취자 만족도 조사(2021.8.25.~9.29.)

- 조사대상 : 1개월 이내 KBS 월드라디오 청취경험이 있는 10대 이상 남녀 해외청취자 1,570명 (11개 언어 76개국)
- 방송통신위원회 성과지표 자료 제출 및 편성전략 수립을 위한 조사로, KBS월드라디오 홈페이지 통한 자기 기입식 온라인 설문조사(100점 만점)
- 요소 만족도는 각 요소별 가중치 적용한 평균점수 합산하여 계산

[표 5-14] KBS WORLD RADIO 해외청취자 만족도 조사

구분	종합 만족도	차원별 만족도		요소만족도		
		요소 만족도	전반적 만족도	장르	프로그램	플랫폼
2021	87.1	86.0	89.8	85.4	87.1	85.2
2020	86.2	85.0	88.9	84.1	86.2	84.6
2019	85.5	84.3	88.4	83.2	85.6	84.5

□ KBS 방송문화 조사 연구 현황

[표 5-15] 2021년 국민패널 활용 여론조사 현황

구분	건수	주요 내역
방송제작용 조사	58	대중가요선호도 조사 53건, 연예대상, 시사제작2, 시사기획창, 방송의날 특집,
평가용 설문조사	19	방송프로그램 품질평가 16건, 해외시청취자 만족도 조사, 지역국 프로그램 시청자만족도, 지역방송 뉴스이용
보도용 설문조사	1	국민통일의식조사
자체 연구용 조사	6	디지털방송플랫폼 서비스 이용행태, 지상파UHD 방송서비스, KBS방송프로그램 시청자, 미디어(OTT) 이용행태, 미디어문화교육서비스 등
산학협력연구 조사	4	언론학회 산학협력 신진학자 연구지원 조사 - 한국인 가치관, 직장 인식, 유튜브 뉴스 이용, 코로나19 영향 인식
기타	2	미디어비평 프로그램 시민참여단, 시청자포럼 온라인 방청패널
합 계	90	

나. 학술정보지 발간 및 운영실적

□ 학술지 〈방송문화연구〉 연간 2회 발간 배포

- DBpia 논문 전문 사이트 통해 무료 공개로 학술 연구 활용 도모

[표 5-16] 방송문화연구 발간 내용

구분	논문 제목
33권1호 (6.30)	멀티플랫폼 환경에서 로컬리티 개념의 재탐색 - 계명대 김병선
	지역 기반 공동체 미디어와 연관성 위기 - 연세대 김용찬
	디지털 플랫폼 시대 지역방송의 로컬리즘 확장을 위한 질적 연구: 광주지역 지상파의 유튜브 채널 운영을 중심으로 - 호남대 한선
	로컬 크리에이터들과 지역방송의 하이퍼로컬(Hyperlocal) 협력방안을 위한 탐색 연구 - 한신대 최은경/한국방송통신대 설진아
	국민이 인식하는 언론인의 도덕성과 사회 기여, 매체 사용, 댓글 게재 등이 언론인 신뢰 평가에 미치는 영향 – 서강대 임종섭
	코로나19 정보 이용과 소비자 특성이 비대면 온라인 공연 인식에 미치는 영향 - 단국대 전종우

구분	논문 제목
33권2호 (12.31)	해석적 선거 여론조사 보도: 기사 작성과 취재 실천 방안 - 광운대 정일권/김상연
	우리는 선거에서 함께 최선의 판단을 내릴 수 있는가? 허위정보생태계 속 여론역량의 하락과 언론의 정보확산윤리 – 이화여대 최지향
	온라인 플랫폼에서 20대의 뉴스 이용과 참여: 플랫폼 어포던스 지각과 젠더의 영향 - 고려대 이하경

□ **월간 정보지 〈해외방송정보〉 발간 공유**

- 영국, 일본, 독일, 미국, 중국 통신원을 통해 'BBC 방송 공정성확보 10대 실행계획' 등 매월 7~8편의 기고를 연간 총 92건 온라인 발간 공유하고, 교보 e북 서비스 및 방송학회, 언론학회 홈페이지 공지로 활용도 제고. 조회수 건당 최대 915회 평균 259회 등 2021년 발간물 연간 총 24,191회 이용 (2021.1~2022.1.11 기준)

다. 대외 협력 및 지원 사업 실적

[표 5-17] 2021년 KBS-한국언론학회 연구지원 사업 설문조사 지원

일정	연구자	연구 주제 - 설문조사명 (1,000명)
5.18-23	중부대 김범수	포스트 코로나 시대를 기대하는 한국인들의 가치, 커뮤니케이션, 그리고 정치적 행위 연구 - 한국인의 가치관에 대한 인식 조사
6.18-25	서강대 설진선	조직 구성원들의 기업에 대한 연상이 조직구성원의 태도에 미치는 영향력 연구- 직장에 대한 인식 조사
7.16-23	동국대 김철용	정치 정보 획득 채널로서의 유튜브 이용과 그 효과에 관한 연구 - 유튜브 뉴스 이용에 대한 설문조사
9.7-13	건국대 남경덕	코로나19로 인한 부정적인 감정이 타인 또는 정부 비판에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 - 코로나19 영향에 대한 인식 조사

[표 5-18] 2021년 방송 언론 관련 학회, 단체 세미나 후원

일정	구분	세미나 주제
4.21	방송학회	미디어 격변의 시대, 공영미디어의 지속가능성 진단과 전망
5.13	정치커뮤니케이션학회	공영방송의 미래, 법 제도적으로 어떻게 보장할 것인가?
5.14	언론학회	공영방송의 신뢰도 개선과 공공성 가치의 실현
5.29	언론정보학회	포스트 코로나 시대의 공통성 회복을 위한 공영방송의 역할

일정	구분	세미나 주제
10.16	언론학회	공영미디어의 저널리즘은 무엇이 달라야 하는가
11.6	여성커뮤니케이션학회	젠더 관점에서 바라본 공영방송, 공영방송의 미래
11.13	방송학회	멀티 플랫폼 환경에서 공영미디어의 재난 관리 역할과 과제
11.26	언론법학회	방송의 이념과 공적 미디어의 역할
12.16	재난정보 미디어포럼	코로나 동행 시대, 언론의 재난 보도 성찰과 미래

3. 평가 및 제언

□ 평가

○ 미디어기술연구소는 공적가치 구현을 위한 6개의 과제와 차세대 미디어기술을 확보하기 위한 7개의 과제를 수행하여 공영방송사 연구소에 걸맞은 우수한 성과를 거둠. 연구결과를 방송 산업 현장에 적용하여 예산을 절감하고(절감효과 약 16.4억 원), 특허 및 기술실시권 등의 수익증대(2021년 특허료 및 기술실시권료 합계 약 3.5억 원)를 통해 공사 경영수지개선에도 기여함.

○ 시청자가 방송 프로그램에 실시간으로 직접 참여할 수 있는 시청자 참여 서비스 '티벗'을 프로그램 제작(3개의 정규 편성 프로그램 및 다수의 특별 편성 프로그램)에 확대 적용하여 제작 예산을 절감하고 프로그램 경쟁력 강화 및 공사 이미지를 제고함. 정부지원 예산을 통해 지상파 UHD망을 통한 재난경보망 서비스를 확대하였으며, 2021년에는 대전과 울산광역시를 대상으로 공사 1UHDTV망에 시스템을 구축하고 시범서비스를 실시함으로써 재난주관방송사로서의 공적가치 구현에 크게 기여함.

○ 차세대 기술을 활용한 현장맞춤형 연구개발에서도 높은 성과가 있었음. AI 기반 영상·음성 처리기술을 활용한 '버티고' 시스템을 개발하여 제작 생산성 향상 및 제작인프라 혁신을 도모하고, 사내 방송제작뿐만 아니라 외부 기술판매도 추진하여 수익을 창출하고 있음. 몰입형 혼합현실(XR) 시스템 또한 다수의 방송 프로그램 제작에 활용되어 제작 경쟁력 강화 및 고가의 외부 솔루션을 자체 기술로 대체하는 효과를 얻음. 이외에도 디지털 융합네트워크 방송망/통신망 융합 최적화 기술을 개발하고 필드테스트도 성공

하여 공사 콘텐츠 도달률 확대와 UHD 혁신서비스의 안정적 전송 기반을 확보하는 데에 기여함.

○ AI, 가상현실 등으로 대표되는 4차 산업혁명 시대에 적극적으로 대응하기 위해서는 미디어기술에 관한 연구가 증대되어야 하나 미디어기술연구소 예산은 매우 미흡하게 책정되고 있으며 감소 추세를 보이고 있음(2021년 기준 방송기술연구비는 약 22억 원으로 KBS 예산 15,554억 원 대비 0.14%). 이는 방송법 44조 3항, 방송법시행령 제54조 제1항, 한국방송공사 정관 제30조 2항에 규정된'시청자 공익 기여를 위한 예산총액 대비 1% 이상 방송기술 개발과 투자'에 부합하지 않음. 또한 콘텐츠 제작과 방송프로그램 지원 등을 위한 현업 관련 연구개발이 증가하면서 상대적으로 기반기술에 집중된 정부출연금을 활용한 연구개발이 위축되고 이에 따라 정부지원 예산 확보도 급격히 감소하고 있어 방송미디어 기술 연구를 크게 위축시킬 우려가 있음.

○ 혼합현실, 메타버스, 모빌리티, 글로벌화 등 미디어환경의 급속한 변화 속에서 공영방송 KBS가 국가 문화 선도자로서의 역할을 충실히 수행하기 위해서는 차세대 미디어기술의 선행 연구와 실용화에 대한 투자와 지원이 필수적임. 현재 미디어기술연구소의 고령화된 소규모 인력 규모와 축소 지향적 조직 구조(19년과 21년 조직개편에서 각각 1부, 2팀 축소)는 선제 기술연구의 부실을 초래하게 되어 미래를 선도할 기술경쟁력을 약화시킬 것으로 우려됨. 미디어기술연구소의 연구 인력 충원이 몇 년 동안 이루어지지 않았으며, 오히려 연구원들의 현업부서 차출로 전체적인 연구 인력은 감소하고 있음. 특히 2021년 말 신규 연구 인력 1명을 채용하기 전까지 6년간 인력채용이 없었던 것은 매우 부적절한 인사 정책으로 연구개발 인력의 급격한 고령화(평균연령 47.25세)를 초래하였음. KBS 미디어기술연구소는 세계적 공영방송사인 BBC나 NHK 기술연구소와 비교해서 연구개발 인력 규모는 BBC의 1/4, NHK의 1/5 수준에도 미치지 못하며, 인력 대비 예산 규모는 더욱 낮게 책정되어 있어 미래 미디어 변화를 대비하기에 턱없이 부족한 상황임.

○ 미디어기술연구소의 조직은 연구개발 과제와 규모에 비해 매우 열악한 수준임. 수행하는 과제는 많으나 하나의 팀에서 서로 주제가 다른 다수의 프로젝트를 수행하고 있어 효율적인 과제 추진이 어려우며, 팀장 또한 관련 연구개발 실무를 동시에 수행해야 하므로 팀 운영에 어려움이 가중되는 상황임.

○ 미디어기술연구소는 연구개발 결과를 방송제작에 적용하여 공사 예산절감에 기여하고

있으나, 전체 연구 분야에서 현업 적용 개발 비중이 확대되면서 상대적으로 특허출원 및 기술실시권 건수와 수입은 정체되거나 줄어들고 있음. 또한 논문 실적 건수는 최근 10년간 감소 추세에 있음.

○ 미디어기술연구소는 정부부처(방통위, 과기부, 행안부, 국토부 등)와 연구개발 과제와 관련한 교류를 하고 있으며, KCA, RAPA 등 산하기관과 연구개발 및 실증사업도 함께 하고 있음. 또한 TTA, 미래방송미디어표준포럼 등의 국내 표준화 단체에서'방송과 미디어'분야의 표준화를 선도하고 있으며 ISO/IEC 국제표준화기구와 미국의 ATSC, ABU에도 참여하고 있음. 이와 함께 한국방송미디어공학회 등 방송미디어 관련 학회를 통해 학계, 산업계, 정부/공공기관과 기술교류를 하는 등 활발한 대외 활동을 하고 있음. 한편 코로나 여파로 각종 전시 홍보 등 대외 홍보 활동이 축소되었으나 이는 일시적인 현상으로 판단됨.

○ 공영미디어연구소는 공적가치 구현 연구조사 활동으로 국민 패널을 활용한 프로그램의 만족도 조사와 90건의 여론 조사를 실시했음. 정기 학술지'방송문화연구'2회 및 월간 정보지'해외방송정보'를 발간해 방송학회, 언론학회 홈페이지 공유로 활용도를 제고했음. 또한 국내외 학회 및 단체와의 협력 및 지원 사업을 활발하게 전개하고 공영방송 종사자로서의 윤리 의식 확립 및 제고를 위해'방송 제작가이드라인'과'공영방송의 이해'발간 및 연수 과정에 반영했음.

□ 제언

○ 미디어기술연구소는 AI와 가상현실을 핵심으로 하는 4차 산업혁명, 모빌리티 서비스, 메타버스 등 신기술의 등장으로 빠르게 변화하고 있는 방송미디어 환경에서 공사 이익에 부합하는 신기술의 연구개발 업무를 확대하고 강화해야 함. 그러나 젊은 신규인력의 지속적인 채용과 투입이 없는 경우 신기술 대처와 실용화 개발 강화, 현업 지원 등을 위한 여력이 부족해져 결과적으로 향후 콘텐츠 제작과 프로그램 지원에도 어려움이 있을 것으로 우려됨. 따라서 공사 차원에서 연구인력 확대와 예산 지원 정책이 시급히 마련되어야 함.

○ 재난정보, IP 제작, AI 제작, AI 데이터, XR, 모바일 서비스, 시청자 데이터 등 미디어기술 관련 다양한 주제를 다루기 위해서는 통상적인 기업의 R&D 조직처럼 프로젝트 단위로 팀을 구성하는 것이 바람직하며, 효율적인 프로젝트 수행을 위해 책임과 권한을

수반하는 조직으로 확대 개편이 필요함. 특히 급격히 부상하는 기술인 AI, XR 등의 연구개발 역량 강화를 위해서는 전담부서를 만들어 집중 육성하는 것이 시급한 과제임. AI/XR 기술은 방송 현업에서 제작 비율이 점차 증가하고 있는데, 부소장급의 AI담당 'AI활용추진사무국'을 신설한 NHK 기술연구소를 벤치마킹해서 미디어기술연구소 내에 전담 조직의 신설 등 이 분야의 역량을 신속히 강화할 것을 권고함.

○ 과기정통부 및 방송통신위원회의 국책사업에는 방송사의 경쟁력을 강화할 수 있는 사업들이 포진해 있으므로, 국가 방송 산업 핵심기술 개발을 통한 방송장비 경쟁력 강화를 위해 적극적으로 국책사업에 참여하는 것이 바람직함. 이를 통해 수신료의 가치 제고와 공사 경영 및 국가발전에 기여할 수 있도록 연구개발 프로세스의 정비 및 과제의 선택과 집중이 필요함. 첨단 기술 조기 습득을 위한 선행기술 연구가 수반되지 않으면 가까운 장래에 현업 적용에 대한 기술개발도 부실해지기 마련임. 전체 연구과제 중에서 선행기술에 대한 과제 비율을 일정부분 유지하는 미래대비 과제배치 전략이 필요함.

○ 현재 미디어기술연구소의 지식재산권(특허) 수입은'고효율 비디오 부호화'에 관한 것으로 2019년부터 수입이 상당액 증가하였음. 특허료 수입의 확대를 위해 신규 기술개발과 그에 따른 특허 획득에 더욱 관심을 가져야 하며, 특허 출원 및 기술 실시를 촉진하기 위해서 국가에서 권장하고 있는'발명자보상제도'와 같은 체계화된 인센티브 제도의 도입을 권고함. 연구개발 결과가 상용화 가능한 수준의 완성도를 갖도록 노력하여야 하며 사업화 가능성이 큰 연구과제를 적극적으로 발굴하여 지식재산권 확보와 동시에 기술실시권 수입 확대를 지속적으로 추진하여야 함.

○ 제작 및 현업부서와 협업을 통해 연구개발 결과를 적용하여 콘텐츠 제작을 지원하고, 방송프로그램에 활용함으로써 새로운 제작기술 도입과 제작비 절감에 크게 기여함. 수요 부서인 현업부서와 연구개발 초기 단계부터 적극 협력하여 관련분야의 연구 아이템을 발굴해야 함. 이를 위해 현업과의 인력 교류도 활발히 추진해야 함. 연구원들의 현업 전출은 비교적 활발한 반면에 현업직원의 연구소 전입은 상대적으로 미흡하므로 이를 개선할 수 있는 조치를 권고함(예, 연구원 전직 제도 등).

○ 다양한 대외활동을 통해 정부 및 산업계의 정책과 의지를 파악하여 적시에 공사에 필요한 연구개발을 추진할 수 있으며, 역으로 공사의 의지를 정부 정책에 반영할 수도 있음. 따라서 정부 및 산업계와의 대외 협력과 교류를 지속적으로 추진하고 강화할 필요가 있음. 코로나 여파로 각종 전시 홍보 등 대외 홍보 활동이 축소되었으나 이는 일시적인

현상으로 불가피한 측면이 있음. KBS는‘대 시청자 서비스 확대’를 위해 방송기술 연구 분야에서 공적책무를 다양하게 수행하고 있는 만큼 이와 관련된 연구개발 성과에 대해 논문, 보도(기사), 전시 및 발표 등을 통해 적극적으로 홍보할 필요가 있음. 연구소 홈페이지에는 방송기술 연구 분야, 연구보고서, 각종 자료 등이 게시되어 있어 학생들은 물론 시민들도 많이 참고하고 정보를 얻는 유용한 창구로 활용되고 있음. 더욱 다양한 방송기술 정보와 실제 적용 사례 등의 추가로 방송기술 보급과 저변확대가 요구됨.

○ KBS는 공영미디어연구소라는 연구 조직을 통해 공사의 정책 및 경영 목표를 지원하는 관련 각종 연구 활동과 조사, 정기적 학술지 발간, 국내 방송관련 학회 및 단체와의 협력 및 지원 사업 추진, 공영방송 종사자의 윤리의식 제고 등 KBS의 공적 가치 구현을 위한 활발한 활동을 수행했음. 2021년 KBS 경영 목표인‘공적책무 강화’및‘수신료 현실화’와 연계하여 수신료 현실화 추진과 OTT 플랫폼 유통 등 방송 환경 변화 관련 조사와 세미나 등의 활동 확대가 필요함.

제6장 | 시설투자

1. 〈KBS 경영목표 및 중장기 중점과제〉관련 투자 현황

[표 6-1] 2021 KBS 경영목표 발췌

경영목표	(역점과제5) 공영미디어로의 진화

○ 현장맞춤형 차세대 기술 활용 강화
- 차세대 미디어기술 활용 제작/송출 플랫폼 및 프로세스 혁신
- AI기반 영상,음성 처리기술 개발 및 활용, 라디오 콘텐츠 제작/송출
- 디지털 융합 네트워크 방송망/통신망 융합 최적화 기술 개발

○ UHD 콘텐츠 제작기반 강화
- UHD 전송인프라 확대
- UHD 중계제작 인프라 강화
- UHD 재난방송 부가서비스 확대

[표 6-2] KBS 중장기 계획 발췌

중장기 계획 (2019~2021)

○ 2021년 UHD 인프라 전망

제작인프라	시설	시설 수
본사	주조정실	1
	스튜디오(부조)	17(12)
	편집실	12
	중계차	4
지역	주조정실	18 (전국 도/시권)

송신인프라

- 전국 도/시권 지상파 UHD 방송 개국으로 방송망 확장
  - 도권 : 불모산 등 기간국 12개소 (2020년)
  - 시권 : 학가산 등 기간국 10개소 (2021년)

○ 지상파 DMB
- 모바일 방송 서비스 융합 : UHD모바일, DMB 및 FM 하이브리드 방송
- 모바일 데이터 서비스 확대 : Advanced TPEG 서비스 제공
- 재난경보서비스 확대 및 체계화

가. UHD 정책 및 추진실적 개요

□ UHD 방송정책 및 방송시설 계획

○ 2027년까지 시·군지역까지 UHD 방송망 확대

- 2020년 12월 발표된 〈지상파 UHD방송 활성화를 위한 정부정책방안〉을 기반으로 기존에 구축된 수도권 및 5대 광역권 UHD방송망에 추가하여 2027년까지 시·군지역까지 UHD방송망 확대 계획
- 소요 예산 : 496억 2천8백만원
- KBS UHD 방송망 전국화 계획(안)

[표 6-3] KBS UHD 방송망 전국화 계획(안)

연도	대상 방송국	대상 방송보조국
2021	제주	견월악, 삼매봉
2022	전주, 청주	모악산, 노고단, 우암산, 흑성산(대전)
2023	춘천, 창원	화악산, 대룡산, 불모산, 원효봉(대전)
2024	강릉, 원주	봉황산, 함백산, 백운산
2025	순천, 목포	망운산, 대둔산
2026	진주, 충주	망진산, 감악산, 가엽산
2027	안동, 포항, 경인	학가산, 일월산, 조항산, 북감악

○ 정부정책 방안과 연계, 연도별 UHD 의무편성 비율

[표 6-4] 연도별 UHD 의무편성 비율 (방통위 정책 기준)

구분		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
정책방안	본사	20%		25%	35%	50%		'23년 결정
	지역	20%			30%	45%		

[표 6-5] 21 ~ 23년 KBS 편성계획

채널	2021	2022	2023
1TV	23.96%	24.21%	27.92%
1TV 광역	23.57%	23.23%	26.93%
2TV	21.16%	20.88%	25.35%

[표 6-6] 연도별 UHD 콘텐츠 제작 예상 투자 금액 (단위 : 억원)

연도	2021	2022	2023	2024	2025	2026
금액	1,180	1,305	1,157	1,472	1,796	2,346

○ **'23년 UHD프로그램 편성비율 증대 및 인증기준 강화에 따라 드라마 제작 분야에서 본방 UHD 제작이 가능하도록 '22년 제작인프라 투자를 계획, 진행**

- 드라마 NPS 및 드라마 제작편집실의 UHD 제작 기능 구축 투자
- 드라마 녹화용 TS-D 스튜디오 UHD 전환
- 스튜디오 녹화 예능 UHD 제작을 위한 TS-5 스튜디오 전환

○ **UHD 모바일, 다채널(재난전문채널 등) 정책 및 계획**

- 목적 : ATSC 3.0 기술 기반으로 MMS와 5G 융합을 통해 고도화된 다채널 및 이동형 서비스 제공
- 2021년 UHD 다채널/모바일 서비스 내역 요약
  - 도쿄올림픽 시범 서비스 실시(2021.7.23. ~ 9.5)
  - 주요 내용
    : 수도권 KBS1 UHDTV : 9-1(본방송)+9-2(HD급 올림픽 전용채널)+9-3(보이는 라디오, CCTV)
    : KBS2 UHDTV : 7-1(본방송) + 7-2(HD급 이동형수중계)
- UHD 혁신서비스 실시(2021.9.6. ~ 10.31)
  - 주요 내용
    : 수도권 KBS1 UHDTV : 9-1(본방송) + 9-2(HD급 다채널 전용채널 – 3시간 별도편성) + 9-3(보이는 라디오, CCTV)
- UHD 재난전문채널 시범서비스 실시(2021.11.1. ~ 21021.12.31)
  - 주요 내용 :
    : 수도권 KBS1 UHDTV : 9-1(본방송) + 9-2(HD급 재난전문채널) + 9-3(보이는 라디오, CCTV) 수도권 서비스
    : 재난전문채널 편성 내용 : 자체편성 4시간 30분(나머지 1TV 수중계)

[표 6-7] 재난전문채널 편성 내용

편성내용	시간
보도본부 D-Live	1시간30분(14:10-16:00)
편성본부 큐레이션	재난 1시간(18:00-19:00) 지역문화 2시간(19:00-21:00)

○ UHD 채널별 실적(수도권 및 광역권 의무편성비율 20%)

[표 6-8] UHD 채널별 실적

채널	편성시간	인정시간	전체방송시간	2021 연간비율
KBS 1TV	98,180	112,108	509,915	21.88%
KBS 2TV	82,295	112,543.5	463,240	24.29%
KBS 1TV 부산	98,440	107,621	509,915	20.97%
KBS 1TV 대구	98,250	107,515.5	509,915	20.95%
KBS 1TV 대전	100,085	109,536	509,915	21.22%
KBS 1TV 광주	97,311	106,264	509,915	20.70%
KBS 1TV 울산	98,595	107,761	509,915	21.00%

□ UHD 콘텐츠 제작 현황

○ **일일 프로그램 및 주간 정규프로그램**

- 〈굿모닝 대한민국 라이브〉, 〈다큐 인사이트〉, 〈생로병사의 비밀〉, 〈UHD 환경스페셜〉, 〈송큐멘터리 백투더뮤직〉
- 〈특파원 보고, 세계는 지금〉 11주간 UHD 편성

○ **UHD 제작전환지원사업을 통한 UHD 콘텐츠 확보**

- 〈UHD 역사스페셜〉, 〈데뷔의 순간〉, 〈당신이 못다한 이야기〉 UHD 특집 다큐멘터리 제작
- 드라마 미니시리즈 〈꽃 피면 달 생각하고〉 16편 UHD HDR 제작(지상파 최초 UHD HDR 드라마 방송)
- UHD 대하드라마 〈이방원(가제)〉 32편 제작 지원
- UHD 드라마스페셜 9편(6편은 TV 시네마) 제작

○ UHD 중계 편성

- 〈2020도쿄올림픽〉, 〈광주 양궁아시아컵〉, 〈민속씨름대회〉, 〈홀트 전국휠체어농구대회〉, 〈KBS바둑왕전〉 및 〈KBS중계석〉 12편 UHD 제작

○ UHD 리마스터링 제작

- 〈월화, 수목 미니시리즈 212편〉, 〈주말드라마 오케이 광자매 50편〉

○ UHD 지역총국 특집 다큐멘터리 제작 지원

- 〈조선 팝, 드랍더비트 3부작(전주총국, UHD HDR)〉, 〈현충일 특집, 연순, 기숙(춘천총국, UHD HDR)〉, 〈대청호 40년의 기록(대전/청주총국)〉, 〈세상에서 가장 긴 무덤(대전총국)〉, 〈지상의 별(대전총국)〉, 〈세계유산축전 콘서트 다큐 보물섬 로맨틱(제주총국)〉

□ UHD 콘텐츠 VOD 시장 개척을 통한 수익 발생

○ KBS 미디어와 〈IPTV VOD 공급 협력 사업〉을 통해 IPTV 3사에 UHD 드라마 구작 콘텐츠를 공급하여 약 7,300만원의 매출 발생(KBS미디어 자료)

□ 주요 UHD 콘텐츠 제작 편성실적

○ UHD 1TV

[표 6-9] UHD 1TV콘텐츠 제작 편성 실적

프로그램명	방송횟수	방송인정시간	비고
2020 도쿄올림픽	4	907.5	특집
2021 광주 양궁아시아컵	1	90	특집
2021 민속씨름대회	13	1,080	특집
2021 세계유산축전 기획 콘서트다큐 보물섬 로맨틱	1	90	특집(제주총국)
2021 홀트 전국휠체어농구대회	2	255	특집
KBS 대기획 키스 더 유니버스	6	387.5	특집
KBS대전-청주 UHD추석특집다큐 대청호	8	350	특집(대전청주총국)
UHD 기후변화 특집 지구의 경고	4	200	특집
UHD 역사스페셜	20	1,275	특집
UHD 추석특집다큐 아흔 아홉, 행복한 정원사	2	125	특집(제주총국)
故 김용균 3주기 특집다큐 다시는 일하다 죽지 않게	2	125	특집

프로그램명	방송횟수	방송인정시간	비고
구미호 레시피	2	180	특집(전주총국)
다큐 인사이트	90	4,975	정규
대하드라마 태종 이방원	11	750	특집
삼겹살 랩소디	2	100	특집
생로병사의 비밀	72	3,500	정규
시대를 바꾼 아티스트, 데뷔의 순간	2	165	특집
연순, 기숙 71년 전 그 소녀를 만나다	1	82.5	특집(춘천총국)
제주 가옥 신화 드라마 2부작 가옥신	2	150	특집(제주총국)
조선팝, 드랍 더 비트	3	255	특집(전주총국)
한국의 인류유산	40	250	특집
핸드메이드	5	350	특집

○ UHD 2TV

[표 6-10] UHD 2TV콘텐츠 제작 편성 실적

프로그램명	방송횟수	방송인정시간	비고
2020 도쿄올림픽 여기는 도쿄	26	7,640	특집
KBS 드라마 스페셜 2021	9	1,035	특집
UHD 환경스페셜	66	4,710	특집
수목드라마 달리와 감자탕	32	3,000	특집
수목드라마 대박부동산	28	2,310	특집
수목드라마 비람피면 죽는다	18	1,610	특집
수목드라마 안녕? 나야!	32	2,800	특집
수목드라마 학교 2021	20	1,875	특집
월화 드라마 연모	40	3,990	특집
월화 드라마 오월의 청춘	24	2,100	특집
월화드라마 경찰수업	32	3,000	특집
월화드라마 달이 뜨는 강	36	3,150	특집
월화드라마 멀리서 보면 푸른 봄	20	1800	특집
월화드라마 암행어사	28	2,450	특집
주말드라마 오케이 광자매	50	6,142.5	특집

□ UHD 주요 리마스터링 프로그램

○ 채널별 실적

[표 6-11] 채널별 UHD 리마스터링 프로그램

채널	주프로그램명	방송횟수	방송인정시간	비고
UHD 1TV	KBS 중계석	25	2,180	연간 12회 UHD 제작
	걸어서 세계속으로	20	895	
	굿모닝 대한민국 스페셜	83	4,980	
	다큐 인사이트	39	1,800	연간 24회 UHD 제작
	생로병사의 비밀	52	2,200	연간 12회 UHD 제작
	애니메이션	87	1,470	4월 이후 리마스터링 제작하지 않음
	리마스터링 합계(본재방 포함)	312	13,830	
UHD 2TV	수목드라마 달리와 감자탕	32	3,000	
	수목드라마 대박부동산	28	2,310	
	수목드라마 바람피면 죽는다	18	1,610	
	수목드라마 안녕? 나야!	32	2,800	
	수목드라마 학교 2021	20	1,875	
	월화 드라마 연모	40	3,990	
	월화 드라마 오월의 청춘	24	2,100	
	월화드라마 경찰수업	32	3,000	
	월화드라마 달이 뜨는 강	36	3,150	
	월화드라마 멀리서 보면 푸른 봄	20	1,800	
	월화드라마 암행어사	28	2,450	
	주말드라마 오케이 광자매	50	6,142.5	
	애니메이션	58	1,170	4월 이후 리마스터링 제작하지 않음
	리마스터링 합계(본재방 포함)	544	41,452.5	

○ 채널별 UHD 리마스터링 방송실적

[표 6-12] 채널별 UHD 리마스터링 방송실적

구분		시간(분)	비율(%)
UHD 1TV	신규	97,777.5	87.61%
	리마스터링	13,830	12.39%
	계	111,607.5	100%
UHD 2TV	신규	71,091	63.17%
	리마스터링	41,452.5	36.83%
	계	112,543.5	100%

○ 2022~2023년 편성계획

[표 6-13] 2022~2023년 편성계획

채널	2022(의무편성비율)	2023(의무편성비율)
UHD 1TV	22.40%(20%)	26.26%(25%)
UHD 1TV 광역	21.42%(20%)	25.28%(20%)
UHD 2TV	22.95%(20%)	26.55%(25%)

□ UHD 제작인프라 현황 [2021년 말 기준]

[표 6-14] 본사,지역 주요 제작시설 현황

제작인프라	시설	시설 수
본사	주조정실	1
	스튜디오(부조)	2
	편집실	13
	중계차	1
지역	주조정실	6

[표 6-15] 전국 UHD 송신망 구축 현황 및 계획

구축시기	당초계획[7]	추진내역[8]
2017	- 관악산, 남산, 광교산	- 관악산, 남산, 광교산
2017	- 광역시권(6개소) : 부산(황령), 울산(무룡), 대구(팔공), 광주(무등), 대전(계룡, 식장) - 강원권(2개소) : 괘방,태기(실험국,N+1)	- 광역시권(6개소) : 부산(황령), 울산(무룡), 대구(팔공), 광주(무등), 대전(계룡, 식장) - 강원권(2개소) : 괘방, 태기(실험국)
2018	- 모바일방송을 위한 수도권 수신환경 강화(수도권 1개소, TVR 4개소) : 용문산,TVR(계양,백련,불광,장위)	- TVR(계양, 백련, 불광, 장위)
2019년	- 채널재배치에 의한 UHD채널도출(정부)	- 수도권 수신환경 강화(1개소) : 용문산
2020	- 전국 시/군권 1차 (12개소) : 창원(불모), 진주(망진, 감악), 목포(대둔), 전주(모악), 청주(우암), 춘천(화악, 대룡), 강릉(봉황, 함백), 제주(견월악, 삼매봉)	-
2021	- 전국 시/군권 2차 (10개소) : 안동(학가, 일월), 포항(조항), 순천(망운),전주(노고), 대전(흑성, 원효봉), 충주(가엽), 원주(백운), 경인(북감악)	- 제주(견월악,삼매봉)
2022	-	- 전주(모악, 노고), 청주(우암), 창원(불모), 춘천(화악, 대룡)
2023~	-	- 강릉(봉황, 함백), 순천(망운), 원주(백운), 포항(조항), 안동(학가, 일월), 진주(망진, 감악), 충주(가엽), 목포(대둔)
2027	-	경인(북감악)

7) KBS 2단계 UHD방송정책 수립,시행(UHD추진단-875(2017.12.29.)
8) UHD 정책 및 방송시설 계획 변경 : 2027년까지 시·군지역까지 UHD 방송망 확대

□ 투자예산(2019~2021)

[표 6-16] 년도별 시설투자 현황 (단위 : 백만원)

연도	방송시설명	세부내용	금액	계
2019	제작시설	UHD 부조 시스템 보강	265	12,605
		비디오아카이브 서비스개선 및 인프라 보강	3,392	
		UHD 편집시설 구축	171	
		NPS 편집시설 증설	7,287	
	송신시설	수도권 수신환경 강화(용문산)	1,490	
2020	제작시설	UHD 부조시스템 보강	47	47
2021	제작시설	제주 UHD 주조 구축	651	1,474
		UHD 부조 시스템 보강	776	
	송신시설	제주권 UHD 방송망 확장	1,882	
합계				14,126

나. 2021년 UHD 투자 및 혁신서비스

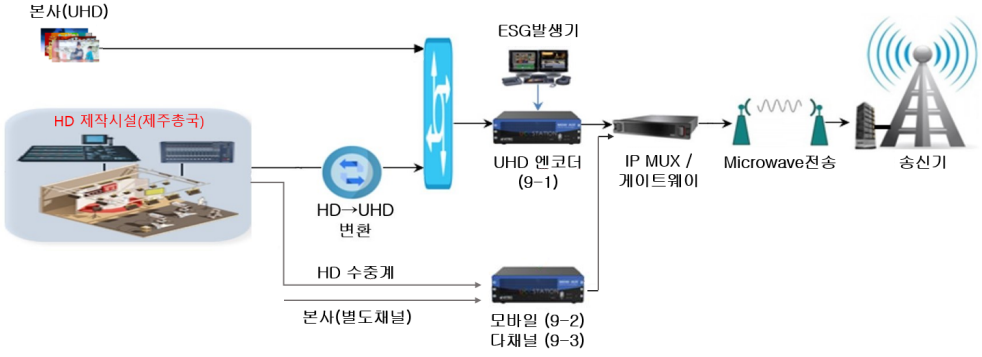
□ 제주권역 UHD 방송시설 구축

○ 추진내역

- UHD 송신시설 구축 (견월악, 삼매봉)
  - 지상파UHD방송 활성화를 위한 정책방안(`20.12)에 따른 UHD송신망을 구축하는 것으로서, 제주권 UHD 송신 커버리지 확대를 위하여 견월악송신소(2kW)와 삼매봉송신소(1kW)에 각 수냉식 송신기(UHD 1,2TV H/S시스템) 및 냉각계통 설비 설치함
  - 1UHD+2UHD 컴바인 및 기존 DTV 컴바인 등 송신안테나 및 급전계통 설비를 설치
- 제주 연주소 UHD 송출시설 구축
  - 본사 UHD 방송 송출 및 지역 로컬 UHD 방송 제작 송출을 위하여 베이스밴드 12G-SDI, HEVC[9] 엔코더 이후 IP 네트워크 시스템구성, 베이스밴드 신호 및 엔코더, IP MUX 등의 신호를 실시간 모니터링하여 방송 사고를 예방할 수 있는 통합 멀티뷰어를 구성하고 본사 지역간 신호 전송을 위한 MSPP[10] 통신회선을 다중화하고 분배기/절체기 등을 설치하고 운용자 교육 실시

9) HEVC(High Efficiency Video Coding) : UHD서비스를 위한 고효율 압축 코딩 방식
10) MSPP(Multi-service Provisioning Platform) : 전송망에 IP신호를 올려 장비 하나로 다양한 통신 서비스를 통합하여 제공하는 네트워크 장비

[그림 6-1] 지역총국 UHD 송출시스템 계통도



[그림 6-2] UHD 주조 구축 완료



- 제주총국 UHD 전송망 구축
  - 본사↔제주총국 간 UHD 1TV BB(제작 신호) 및 UHD 1,2TV STLTP(송출 신호) 총국↔삼매봉(중) 간 UHD 1,2TV STLTP 유선 통합 전송회선 구성 (통신사 : KT / 비용예산)
  - 제주권 2개 송·중계소 중 LOS[11] 확보가 불가한 삼매봉(중)은 유선망으로 구성
  - 제주↔견월은 기존 M/W 노후 모듈 교체, UHD 모듈 추가 및 개조 공사

○ **추진효과**

- UHD 지상파 방송의 안정적 정착을 위한 기반 조성 및 UHD 시대, 고품격 프로그램 제작·송출로 방송문화 선도
  - 제주지역 UHD 방송서비스를 통한 공적책무 이행 및 공사 이미지 제고

11) LOS (Line-of-site) : 전자파 직선상으로 도달이 가능한 눈으로 볼 수 있는 거리

- 제주지역 UHD 로컬 프로그램 제작, 송출기반 마련으로 지역 시청자에게 보편적 서비스 제공
- 유·무선 전송망 이중화 구성으로 UHD 전송망 운용 안정성 확보 및 추가 전송용량 확보로 다채널 모바일 혁신 서비스 실현을 위한 인프라 확보

□ 도쿄올림픽 UHD 혁신서비스 시범방송

○ 추진내역

- 방송통신위원회, 과학기술정보통신부, 지상파방송사 합동으로 UHD 혁신서비스 시범방송 계획에 따라 도쿄 올림픽 기간동안 UHD 이동형·다채널 혁신서비스 시범방송 실시
  - 대상 : 수도권 1UHDTV, 전국 2UHDTV
  - 기간 : 2021.7월 ~ 9월
  - 채널구성 : 다채널/모바일, IBB, 재난경보(데이터 서비스) 등

[그림 6-3] 수도/제주권 1UHDTV, 2UHDTV 채널 구성



- UHD 혁신서비스 기술부문 TF를 운영하여, 시범방송 세부계획, 홍보방안 등 종합계획을 수립하고 시행.
  - 시범방송 시스템 구성 및 송출 운영, 올림픽 특화 컨텐츠 수급 및 편성안 마련, 대외협력을 통한 이동형 수신기 수급 및 배포, 과학기술정보통신부 예산 지원으로 수신기 배포 및 만족도 조사 실시, UHD 온라인 양방향 서비스(IBB) 확대, 도쿄올림픽 기간 지상파 미편성 경기 생중계 등 자체편성 및 경기VOD, 경기일정, 메달순위 등 양방향 서비스를 제공하였으며, 평상시에는 재난별 행동요령 VOD, KBS 재난포털 연동, 실종아동 찾기 등 재난정보를 제공하는 등 UHD혁신서비스의 도입 가능성을 확인.

○ **추진효과**

- 국민적 관심이 높은 도쿄올림픽 기간 동안 UHD 이동형·다채널 서비스 제공으로 UHD 방송에 대한 대국민 홍보를 통한 시청자 선택권 확대에 기여
- 다채널 시범방송을 통한 UHD 수신환경개선과 이동형 서비스를 위한 모바일 수신기 개발 및 비즈니스 모델 발굴 등 차세대 방송서비스에 대한 연구개발, 실용화 가능성을 확인.
  ※ 참고 : UHD모바일방송 필드테스트 및 2018년 평창동계올림픽 개최기간동안 실시한 UHD 모바일 서비스에 대한 개요

[표 6-17] UHD 모바일방송 필드테스트 및 시범서비스/체험차량 운영

〈UHD 모바일방송 필드테스트 및 평창동계올림픽 시범서비스/체험차량 운영 개요〉[12]

● **테스트/시범서비스 결과**
: **이동 전 구간에 걸쳐 고정용과 모바일 수신기에서 양호한 수신 상태를 유지하였으며, UHD 모바일의 경우에는 일부 수신이 양호하지 않은 구간도 발생 (*강릉시내 도로여건상 최대 100km 정도)**

○ 일자 및 장소 : 2017년 9월(제주 테크노파크),
2017년 12월 ~ 2018년 2월(강릉)
○ 참여기관 : 정부(방송통신위원회, 과기정통부), ETRI 등 연구기관
방송3사(KBS UHD추진단), 가전사합동 필드테스트 실시
○ 시험조건

〈제주, 강릉 필드테스트〉
- 수신기 : 모니터 2대 (차량용 13인치 테블릿) + Proto type의 차량용 수신장치 및 UHD모니터 (LG, 삼성)
- 이동차량 : 2대
※ LG차량(태블릿 2대+차량용수신장치 2대 탑재), 방송사차량(고정용 모니터만 탑재)

〈평창 동계올림픽기간 시범서비스〉
- 체험차량 : 28인승 대형버스
※ 49인치 UHDTV 1대, 24인치 모니터 3대, 셋탑형 ATSC3.0 수신기 1대, HD-DMB 셋탑박스 1대, 동글형 ATSC 3.0 수신기와 태블릿 PC 각각 7대
- 전파송신 : 강릉 괘방산송신소 (ATSC3.0 UHD방송/ KBS, MBC, SBS 각 5kW)
- 체험버스 이동수신 구간
※ 필드테스트 경로 : 강릉 빙상경기장과 올림픽 기자단 숙소를 왕복하는 구간(강릉 경포호 외곽) 및 경포해변 도로
※ 평창동계올림픽기간중 체험버스 운행 경로
: 강릉 씨마크 호텔 ↔ 세인트존스 호텔 ↔ 아이스아레나 경기장 ↔ 미디어촌

12) ▶2018 평창동계올림픽 '모바일 UHD'로 평창올림픽 더 생생하게 즐긴다!, KBS NEWS, 2018.2.1.

□ UHD 9-2 재난전문채널 시범방송 기반 마련

○ **추진내역**

- 24시간 신속정확하게 재난정보를 전달할 수 있는 채널 신설을 통해 실시간으로 재난정보를 전달받을 수 있도록 재난방송 시스템 보강
  ※ 방송통신위원회'재난방송 강화 종합계획'(2021.08.31.)
- 기존 대체주조를 다채널 9-2 주조로 변경, 구성하여 신속하고 안정적인 채널 운영이 가능하도록 시스템 보강
  • 〈D-라이브〉, 9개 지역총국 뉴스, 재난안전 프로그램 등 재난전문 자체 편성 운영을 위해 APC 시스템, 송출서버, 입출력 회선 증설 등
- 2023년 전국을 대상으로 하는 본방송을 목표로 2022년에 광역시(부산/대구/광주/대전/울산) 시범방송을 위해 본사 UHD주조에 ATSC 3.0 주/예비 인코더를 설치하였고, 압축된 출력 신호는 현재 제주총국으로 분배 중임.

○ **추진효과**

- UHD 혁신서비스로 시작된 9-2 재난전문채널, 9-3 보이는 1라디오 다채널 시범방송을 통해, 2023년에 전국 단위 재난전문채널 본방송을 할 수 있는 토대를 마련함으로서, 재난방송 주관방송사로서의 역할을 확대

□ UHD TV-1 중계차 발주

○ **추진내역**

- 도쿄 올림픽, 베이징 동계올림픽 등 세계적인 스포츠 경기는 UHD를 넘어 8K로 제작하는 추세이고, 국내도 타사가 UHD 중계 제작을 선도하는 등 공영방송사로서의 적합한 중계차를 확보하지 않음으로 인하여 UHD 중계제작에 있어서 역할이 미흡한 실정임.
- UHD본방송이 실시된지 5년차가 되었음에도 운용중인 1대(*2011년에 도입된 HD중계차를 2017년도에 UHD로 개조한 UHDTV-5 중계차)로는 증가하는 편성비율과 스포츠, 예능, 국가 대형 행사 등 다양한 장르에 대응에는 기능적 한계가 있기에 신규 UHD중계

---

https://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3601063&ref=A
▶지상파 방송사, UHD 모바일 서비스 상용화 준비 완료, 방송과기술, 2018.2.5.
http://tech.kobeta.com/%EC%A7%80%EC%83%81%ED%8C%8C-%EB%B0%A9%EC%86%A1%EC%82%AC-uhd-%EB%AA%A8%EB%B0%94%EC%9D%BC-%EC%84%9C%EB%B9%84%EC%8A%A4-%EC%83%81%EC%9A%A9%ED%99%94-%EC%A4%80%EB%B9%84-%EC%99%84%EB%A3%8C/
▶지상파 UHD모바일방송 시범서비스 현황, 방송과미디어 제23권 2호, 2018.4.

차 도입을 추진 (미디어 환경 변화에 대응하는 IP-Based UHD 중계차 제작)

- TV-1호 중계차 교체계획에 관한 정책방향 결정으로 2022년도에 계약/발주하여 2023년 하반기 도입을 목표로 예산이 편성, 확정되었음 (총 소요예산 : 97억원, 사장 보고 완료 : 2021.10.20.)

[표 6-18] 국내 지상파 대형 UHD중계차 현황

방송사	도입년도	신규/개조	규모	비고
KBS	2017.12	중형개조	중형	3G Quad
MBC	2017.08	신규제작	확장트레일러(양면)	12G
SBS	2016.12	신규제작	확장트레일러(단면)	12G
KCA	2017.07	신규제작	대형	12G
NIPA	2017.08	대형개조(3D)	대형	3G Quad

○ **추진효과**

- 대형스포츠 이벤트 및 열린음악회 등 다양한 UHD 콘텐츠를 시청자에게 제공하여 UHD 콘텐츠 제작기반 확대가 기대됨.

다. 현장맞춤형 차세대 기술 활용 강화

□ AI 기반 〈지진 재난방송 자동송출 시스템〉 개발 및 도입

○ **추진내역**

- 지진 발생 시 재난특보 콘텐츠를 자동 생성해 즉시 송출하는 AI 기반의 시스템을 개발하고, 재난방송에 적용하기 위해 인공지능 기술의 핵심역량을 보유한 외부 기업체(카카오 엔터프라이즈) 및 현업부서(재난미디어센터)와 긴밀히 협력하였으며, 구축 완료한 시스템을 공사 재난방송 체계에 적용 완료함(2021년 9월)

[그림 6-5] 제주 지진속보 실제 송출 화면(2021.12월)



○ **추진효과**

- 재난방송에 AI기술의 접목으로 콘텐츠 생성 자동화를 통해 재난 초기부터 신속한 속보 체계를 통해 재난재해주관방송사의 공적책무 수행역량 강화
- 2021년 12월 발생한 제주 지진(진도 4.9) 재난속보 방송 시 실제로 송출하여 신속하고 정확한 재난방송 실시에 기여함

□ 클라우드/AI 기반 신규 서비스 도입 실적

○ **추진내역**

- 인력/시간이 많이 소요되는 작업에 클라우드/ AI 음성인식, 영상 프리뷰 서비스를 확대 적용
  - 보도정보, 뉴스타워, TV/라디오/디지털 콘텐츠 제작 부서에서 인터뷰 영상 프리뷰, 자막 초벌, 해외 자료 번역 등 연간 총 3,900시간 분량에 적용
- AI 음성합성 기술(기 제작된 성우 AI 보이스 활용)을 활용하여 제작 비용 절감과 긴급한 야간 재난방송에도 활용
  - AI 보이스를 활용한 라디오 드라마〈한민족방송 '라디오 극장'〉 제작 지원

- 2021.6월 방송작 〈천개의 파랑〉 중 3개 음성 배역에 AI 음성 모델 적용
- 심야시간대 1Radio 재난 방송 제작 지원 : 8~9월 30여 건(호우 및 태풍관련)
- KBS 월드TV, KBS 월드 인도네시아 채널 유튜브 콘텐츠 제작 활용

- 클라우드 컴퓨팅을 활용한 협력 제작 강화
  - 대상 프로그램 : 대기획 〈키스 더 유니버스〉, 〈근대 역사 100년, 그들의 증언〉
  - 클라우드 글로벌 네트워크를 이용하여 해외에서 제작용 파일 고속 전송
  - 코로나19 상황에 대응한 비대면 자료 영상 공유 및 제작 협력 등
- 방송과 디지털 크로스오버 제작 방식 적용
  - 지상파 프로그램과 디지털 콘텐츠 제작/유통을 동시에 추진
  - 제작 및 편집과정에 클라우드 및 AI 기술 적용
    : 〈류수영의 동물 티비〉 출연자 인터뷰 영상에 AI 음성인식을 적용하여 프리뷰 노트 생성, 클라우드 저장소를 이용한 자료 공유 및 비대면 아카이브 전송, 클라우드 편집 서버를 활용한 디지털 콘텐츠 제작 및 유통 등
- 디지털콘텐츠 생산/유통을 위한 미디어팩토리/LTF 시스템 개선
  - 클라우드 기반 VOD/AOD 생산 워크플로우 최적화 및 운영 비용 절감
  - OTT 서비스 등 외부 채널 유통 VOD 영상 품질 대폭 개선
  - 외주 제작사와 협력 제작 시, 비대면 아카이브 자료 인출 서비스 제공

○ **추진효과**

- 클라우드/AI 기술을 이용한 제작 프로세스 혁신

□ IP 시스템 연구 및 실용화 현황

○ **추진내역**

- 라디오 채널 라이브 스트리밍 최적화 오디오 인코더를 범용 H/W인 Raspberry Pi를 활용하여 개발 추진
  - 오디오 인코더 제품명 : PyRadio (개발 기간 : 2021.01~2021.04)
- 2021년 4월에 본사 2R, 3R, 한민족R 3개 채널에 PyRadio 운영, 2021년 6월에는 광주 1R, 2R, 1FM 3개 채널에도 활용, 2022년 상반기 중에 본사 나머지 8개 라디오 채널에도 확대 적용할 예정

○ **추진효과**

- 라디오 인코딩에 최적화된 H/W, S/W 구성과 자체 개발에 따른 노하우 축적 및 소스 확보 등 클라우드 환경에 유연하게 대응할 수 있는 개발 역량을 확보하고 도입비용 및 유지보수 비용을 절감

□ NPS 시스템 AI 프리뷰 노트 도입

○ **추진내역**

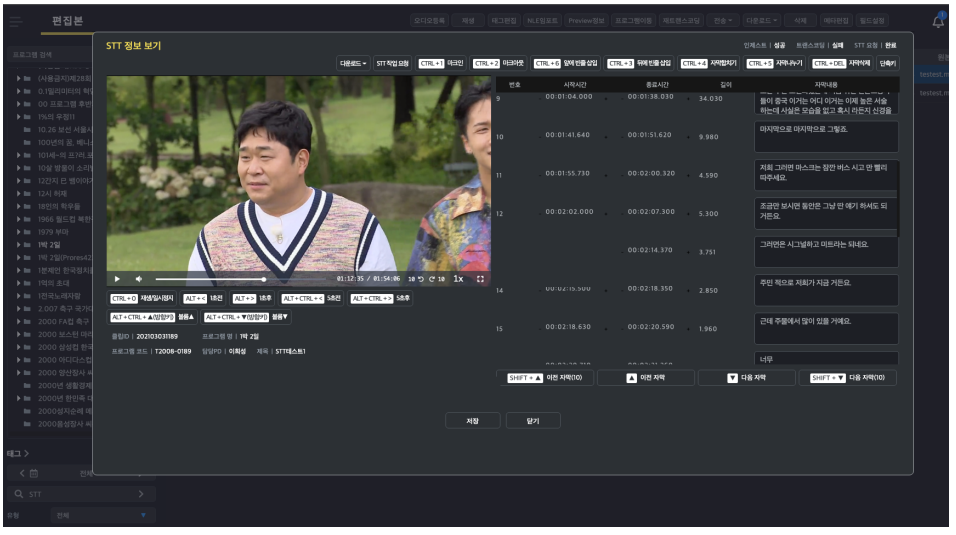
- 차세대 NPS 시스템의 프리뷰 노트에 AI(STT, Speech To Text) 기술을 적용하여 NPS 프리뷰 노트 기능을 개선

  ※ 본사NPS 고도화(2단계) 사업에 포함

○ **추진효과**

- 촬영본 프리뷰 노트 작성 인건비 절감 및 시간 단축으로 제작 프로세스 개선

[그림 6-6] NPS MAM의 AI(STT)적용 프리뷰 노트



□ 차세대 TVR 원격제어시스템 개발

○ **추진내역**

- 기존 3G방식 원격제어장비의 핵심부품 단종에 따른 대체를 위해 5G 무선통신 기반 차세대 원격제어시스템 개발

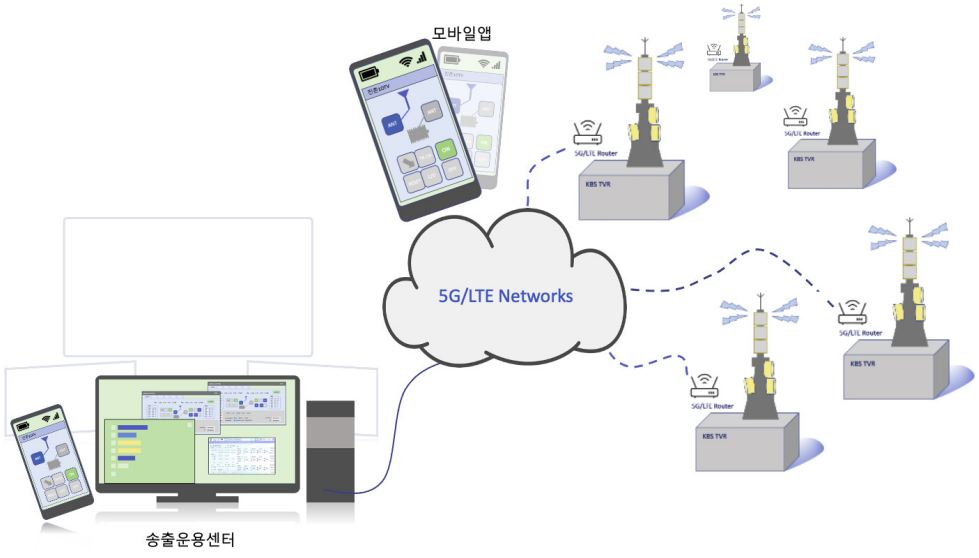
• 5G/LTE 무선통신 접속방식 활용 및 초소형 마이크로컴퓨터 기반 시스템 개발

- 5G TVR 원격제어 시범시스템 플랫폼, 송출센터 시범운영서버, 원격제어용 모바일웹앱(WepApp) 개발 추진(2022년 1분기 완료 예정)
- 2022년 수도권 TVR 시범적용 후 전국 단위 전환계획 수립 예정

○ **추진효과**

- 핵심부품 단종 등으로 유지관리가 어려워지는 기존 제어방식을 대체할 수 있는 지속가능한 원격제어시스템 개발하였고, 기존 3G방식 대비 부대설비 제어, 온습도/화재감지 등 통합 모니터링 또한 가능하게 되어 보다 효과적으로 시설 운영과 모니터링이 가능

[그림 6-7] 수도권 5G/LTE 기반 TVR 원격제어 시범운영 네트워크



□ UHD ESG/IBB 양방향 부가서비스 강화

○ **추진내역**

- 가전사(삼성전자) 협력을 통해, 2021년 출시 모델부터 UHD-IBB기능을 UHDTV에 기본 탑재토록 하여, 별도의 셋톱박스 설치 없이도 〈코로나19 거리두기 단계에 맞춘 행동요령 VoD〉, 〈발생현황 인포그래픽〉, 〈NEWS24, 보이는 1 Radio 스트리밍 서비스〉를 국내 지상파방송사 최초로 24시간 제공함으로써 시청자에게 폭넓은 양방향 재난 정보를 제공

- 재난방송센터 포털과 자동 연동 기능을 구현, 적용하여 다양한 재난 발생 시 자동으로 ESG(프로그램 편성표) 중 뉴스 항목에 맞춤 콘텐츠 제공
- [스포츠 IBB] 동일한 모델로 배구, 농구, 야구 및 도쿄올림픽 등 스포츠 양방향 부가서비스 제공

○ **추진효과**

- 지상파 직접수신 시청자에게도 재난방송이 수신 가능토록 하는 재난방송 강화

□ 5G-ATSC3.0 융합 기술개발 (국책과제 2/4차)

○ **추진내역**

- 5G와 방송망(ATSC 3.0) 연동 서비스를 제공하기 위한 물리계층 융합 송신기술 및 IP 계층 연동기술 개발
- UHD 방송 채널 내에서 별도의 UHD(ATSC 3.0) 수신칩 탑재 없이 5G 단말기를 대상으로 모바일 방송 서비스를 제공할 수 있어 직접수신 저변 확대
  - ATSC 3.0 표준 기반 MIMO(다중입출력안테나) 송신기 및 수신기 개발 완료
  - ATSC 3.0 4-Branch Diversity 수신기 수도권 필드테스트 완료
  - 경기 감악산 UHDTV실험국 정식 허가 획득(11.10.) 및 실험용 송신기를 설치하여 ATSC3.0 MIMO 기술 고출력 필드테스트를 통한 표준 기술 검증
- 국내 최초 5G-Broadcast 정식 허가를 토대로 상시 전파발사가 가능한 실험국 확보, 유럽 중심으로 이뤄지는 연구개발 경쟁에서 추격할 수 있는 기반 마련

○ **추진효과**

- 이동수신 원천기술 개발 검증을 통해 스마트기기 대상 직접수신 기반 강화에 기여
- 차세대 미디어 표준 기술 검증 및 서비스 확대 기반을 위한 연구개발 주도
- 국내외 기술 전문 매체에 실험 결과 홍보를 통한 공사 이미지 강화에 기여

□ 전사 IP기반 HD라우터 교체

○ **추진내역**

- 노후된 SDI 라우터와 광 라우터 교체를 통한 시스템 안정화 및 사내 제작 리소스에 대한 전사적 공유로 제작여건 효율화
- CDR의 House Sync 시스템 교체

- 전사 SDI 라우터 시스템 인프라 확장 교체
  - 384×416 → 450×450 IO 확장 구축으로 Live-Feed망 사이즈 확대(20%)
  - 전사 SDI라우터 시스템 Management network 시스템 구축
- 전사 IP 라우터 시스템 신규 구축
  - 비압축 IP표준(SMPTE ST2110-10/20/30) 기반의 시스템 구축
  - 제작포맷(HD/UHD/SDR/HDR)에 독립적인 유연한 시스템 구축
  - 전사 IP 라우터 시스템 Media 스위치 구축 (RED/BLUE)
  - IP 라우터 시스템 Multiviewer 시스템 구축. NQC 모니터링 시스템 확장
  - Live Feed 망등 실시간 제작신호 모니터링 시스템 확장

○ **추진효과**

- 노후 장비 교체로 송출 안정성 확보와 대규모 방송 프로그램 제작 대응
- 차세대 IP표준 인프라 구축을 통한 미래 미디어 제작 환경에 선도적 대응

□ 실시간 스트리밍 서비스 확대 및 IP 멀티주조 운용

○ **추진내역**

- 전사 분배망 및 MNC를 통해 KBS 콘텐츠를 지상파망 뿐만 아니라, IP 인터넷망을 통해서도 24시간 365일 상시 또는 정기 생중계 스트리밍 서비스 제공 및 확대
  - KBS미디어 독도 실시간 영상 보급사업, WAVVE 미드롤 광고용 2TV 송출 등
- 재난방송센터와 협력하여 재난재해방송 생중계 서비스 지원 확대
  - 재난특보 방송에 활용되는 국내 주요 파노라마 스트리밍 영상 송출 및 공급
- 대형이벤트 생중계 시, 고품질의 안정적인 스트리밍 서비스 제공
  - BTS 토크쇼, 한국형발사체 누리호 발사, 도쿄올림픽 미편성 경기 송출 등
- 자체 리소스를 활용, 비용 발생 없이 사내외 부정기 스트리밍 송출 수요 대응
  - 〈갓파더〉, 〈오늘부터 무해하게〉, 제작발표회, 중앙선거관리위원회 토론회 등

○ **추진효과**

- 지속적인 운영을 통해 일원화된 IP송출 워크플로우 정착
- 멀티주조를 통해 신속한 대응이 가능하고, 신뢰성 높은 송출 기반 마련
- “미디어 입고, 검수, 전송, 분배 및 송출 시스템 통합관리”에 근거하여, 공공 서비스 미디어(PSM) 도달률 확대

□ 2TV wavve 실시간 대체광고 연동시스템 고도화

○ **추진내역**

- 상반기 wavve 실시간 2TV 대체광고(SMR) SB구간 확대 적용
  - 대체광고 구간 : 전타/후타(신규추가), 곧이어/ID(신규추가), 예고/스팟, 전타/후타SB광고, 전CM, 후CM, 중CM
- 하반기 wavve 라이브 미드롤 광고 범위 확대 등 시스템 추가 개발
  - 본편을 제외한 모든 구간에 대체광고 구간 확대될 수 있도록 광고정보 연동 시스템 수정 개발
  - 생방송 프로그램에서 광고정보 수동 생성기능 보강

○ **추진효과**

- 대체광고 구간 확대로 WAVVE 라이브 미드롤 광고 수익 증가

라. 이동형 재난 매체 (DMB)

□ DMB 현황 [2021년 말 기준]

[표 6-19] DMB 시설 현황

구 분	시설 개소수	시설명
송중계소	34	관악, 남산, 용문, 북감악, 계양, 광교, 황령, 무룡, 불모, 감악, 장군대, 팔공, 조항, 학가, 일월, 무등, 대둔, 망운, 모악, 노고, 계룡, 식장, 원효, 흑성, 우암, 가엽, 대룡, 괘방, 함백, 초록, 백운, 태기, 견월, 삼매
간이중계소	38	용인, 이동, 양산, 기장, 정관, 연화, 문수, 미포, 삼천포, 함안, 구미, 앞산, 경주, 김천, 울릉, 독도, 현종, 영광, 양을, 구봉, 남산(순천), 적상, 옥마, 금적, 영동, 황간, 단양, 용두, 대암, 속초, 광해악, 금악
	72	

□ 투자 예산

[표 6-20] 연도별 DMB 투자 내역

(단위 : 천원)

연 도	세부내용	투자금액	비고(합계)
2015	옥마산 DMBR 예비기 보강 DMBR 신설(김천)	29,389 84,598	113,987
2016	불광TVR DMB중계기 교체 DMB 방송망 확장(미포,영광) HD DMB 송출시스템 구축	75,799 183,735 156,395	415,929
2017	HD DMB 송출시스템 구축(이월)	108,500	108,500
2018	HD DMB 측정기, 모니터링 장비구매 DMBR 모듈보강(안성,용인,이동) DMB ETI MUX시스템 교체사업 구미TVR DMB중계기용 필터 교체	70,300 15,900 91,818 32,670	210,688
2019	DMB ETI ENCODER 교체 DMB ETI MUX시스템 교체사업 DMB주조 NAS 스토리지 교체	28,420 19,000 54,000	101,420
2020	DMB TPEG 신규 부가서비스 개발 순천남산TVR DMBR 교체공사 DMB TPEG 송수신 모니터링시스템 개선	25,538 93,595 110,563	229,696
2021	노후 DMB송신기 교체(북감악, 견월)	658,970	658,970
합계			1,893,190

□ 2021년 투자 내역

○ **추진내역**

- 17년 이상 장기 사용중인 DMB 송신기 2개소(북감악, 견월악) 교체
- 기간급 DMB 송신시설 정기점검 실시 및 보완 실시로 방송 안정성 강화
  - 8개소 : 무등, 팔공, 불모, 용문, 식장, 우암, 괘방, 백운
- DMB주조를 멀티주조로 개선 : 24시간 스트리밍 상황 모니터링 강화

○ **추진효과**

- 노후 송신기 교체 및 정기점검 실시, 보완으로 방송 안정성 강화

2. 방송품질 향상 및 디지털 인프라 고도화

가. 방송 시설(제작/송출/송신) 개선 사업

□ 노후 개별장비 교체 실적

○ 추진내역

- 방송장비 수급계획에 의한 노후장비 교체 및 신기술적용 방송장비 보강사업으로서, AUDIO MIXER 등 590점을 구매함

[표 6-21] 사업별 세부내역

NO	사업명	집행실적	수량(점)
1	영상품질 향상	1,110,316	190
2	음향품질 향상	931,012	194
3	제작기능 강화	1,177,293	102
4	기타장비 보강	171,442	47
5	중계기능 강화	62,330	11
6	취재기능 강화	115,632	32
7	측정장비 보강	153,910	14
합계		3,721,935	590

○ 추진효과

- 노후장비를 적기에 교체함으로서 시스템의 운용 효율성 증대와 방송사고 예방에 기여하고, 신규 방송장비의 보강으로 제작역량 강화를 통한 타사 대비 프로그램 제작 경쟁력 확보

□ TS-5 노후 조명시설 교체

○ 추진내역

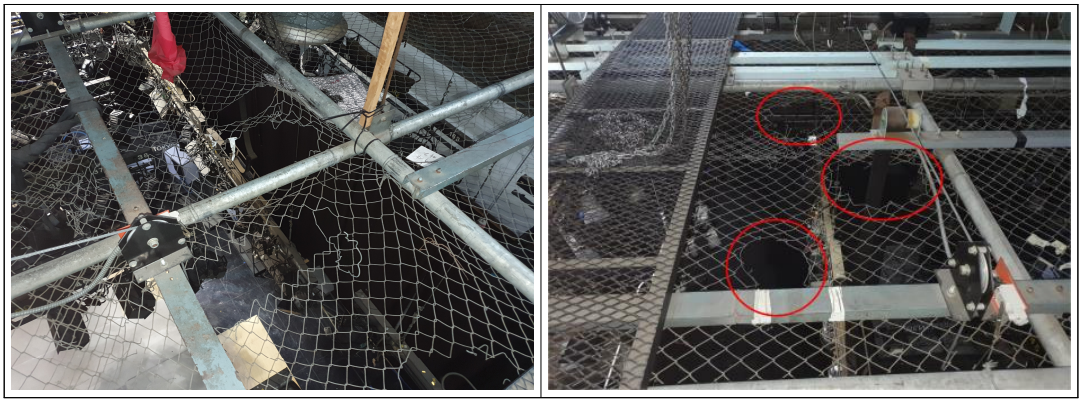
- 장기사용(1999년 설치)으로 손상 및 기능저하로 사고 위험성이 있는 조명설비를 교체
  - 헐거운 능형망 스튜디오 상부구조물 철거하고 튼튼한 엑스메탈(Expanded Metal) 그리드아이언을 설치(원형파이프 → H-Beam)

- 조명바틴 및 승강모터 교체, 호리존트 연장에 따른 바틴을 증설(12식)하고 조명바틴 배열을 방송셋트 설치 방향과 일치하도록 세로배열에서 가로배열로 조정함 (조명용 24식, 호리존트용 7식, Back 7식)
- 월포켓, 흑막, 교체, 호리존트 연장, 벽체 흡음재 마감 등

○ **추진효과**

- 장기사용으로 손상 및 기능저하로 추락사고 위험성이 내포된 조명설비를 교체하여 안전사고 및 방송사고 예방에 기여하였고, 조명 바틴 및 회로 배열 변경, 호리존트를 연장과 호리피트를 덕트화 처리하여 스튜디오 활용도를 개선함

[그림 6-8] 안전에 취약한 능형 철조망



[그림 6-9] 신규 상부구조물 및 그리드아이언



□ 중계부조 노후장비 교체

○ **추진내역**

- 스포츠 중계제작 안정성과 제작품질 향상을 위한 노후 장비를 교체하고, 운용 및 유지관리 편의를 위한 분배계통 및 패치 교체 및 재정렬
- 교체 및 설치 내역
  - 카메라 2식, 디지털 오디오 믹서 (40 Fader, AoIP[13]) 1식, Audio Plug-IN 1식, 비디오 믹서 (3ME / 32 Button) 1식, A/V Router (Video 72 x 72, Audio 72 x 72) 1식, FS(Frame Synchronizer, 2CH) 2식, 오디오/비디오 패치베이 26식, DIU (Digital Interface Unit) 6식

○ **추진효과**

- 대형 스포츠 이벤트를 고품질로 중계하여 시청자 서비스 강화
  - 비디오 믹서 교체로 역동성 있는 트렌지션 이펙트 등 스포츠 중계에 어울리는 영상 효과로 수준 높은 영상 제공
  - 오디오 믹서 교체 및 Audio Plug-IN(Waves社 SoundGrid) 설치로 캐스터, MC의 명료한 해설 음성과 생생한 효과음을 시청자에게 전달
  - 카메라 및 FS 교체로 선명한 색감의 중계 및 스튜디오 영상 제작
- 노후 장비 교체로 스포츠 중계 제작 시스템의 안정성 및 방송사고 예방

□ TS-15 세트바턴 교체

○ **추진내역**

- 스포츠 중계제작 안정성과 제작품질 향상을 위한 노후 장비 교체, 운용 및 유지관리 편의를 위한 분배계통, 패치 교체 및 재정렬 추진
- 교체 및 설치 내역
  - 디지털 오디오 믹서 (40 Fader, AoIP) 1식, 비디오 믹서 (3ME / 32 Button) 1식, A/V Router (Video 72 x 72, Audio 72 x 72) 1식, FS(Frame Synchronizer, 2CH) 2식, 오디오/비디오 패치베이 26식, DIU (Digital Interface Unit) 6식 교체 및 Audio Plug-IN 1식 설치

13) AoIP(Audio over IP) : 오디오 신호를 IP 네트워크에 전송하는 방식

○ **추진효과**

- 노후 장비 교체로 스포츠 중계 제작 시스템의 안정성 및 방송사고를 예방하고 대형 스포츠 이벤트를 고품질로 중계하여 시청자 서비스 강화

□ 대전총국 비디오 스위처 교체 및 Tally시스템 변경

○ **추진내역**

- 2007년 도입되어 장기사용, 제품 단종으로 인한 유지보수 한계 도달한 주조정실의 비디오 스위처(VMU)를 교체
  - 신규설치 비디오 스윗처 : SONY XVS-6000 (HD 4M/E, 4Keyer, 28Cross-point Panel)
  - Control Panel용 컨트롤 데스크 제작 및 비디오 패치 2식 교체
- Tally System 변경
  - 기존 제어방식인 BS-NET 시스템과 분리하여 VMU에서 GPIO를 이용해 Tally Control Unit으로 직결 구성

○ **추진효과**

- 노후 장비를 신규 대체하여 방송제작 안정성 향상 및 방송사고 예방

□ NS-2 월모니터 교체

○ **추진내역**

- 노후화로 시인성이 급감한 비디오 모니터 및 온에어 모니터, 멀티뷰 모니터 교체
  - 18.5인치 79대, 24인치 4대, 55인치 2대, 75인치 2대, 7인치 Dual 8대
- 신규 모니터의 규격에 맞는 Monitor Shelf 신규 제작 및 교체
  - 모니터 긴급 교체 시 방송제작에 영향을 최소화할 수 있도록 암(ARM) 형태의 Monitor Shelf로 교체

○ **추진효과**

- 노후로 빈번한 고장이 발생하는 모니터를 교체하여 안정적인 방송제작 환경 조성에 기여하고, 암(ARM) 형태의 Monitor Shelf를 채택함으로서 긴급 대처 및 유지보수 업무의 효율화를 가져옴

□ 지역총국 뉴스홀 조명시스템 교체

○ **추진내역**

- 노후화된 대구, 청주총국의 조명시스템(2002년 도입) 교체를 통한 뉴스 프로그램 품질 향상을 도모
  - 기존 할로겐 등기구를 LED 등기구로 교체하며 뉴스홀 제어 케이블 포설(LED 등기구 시스템)과 조명용 리모트 패널을 한전/UPS 절체가 가능토록 시공

○ **추진효과**

- 특성이 저하된 모니터 교체로 시인성이 향상되어 재난방송 및 뉴스특보 제작 중 신속한 판단에 기여

□ 지역(총)국 1TV(예) PSIP[14] 시스템 교체

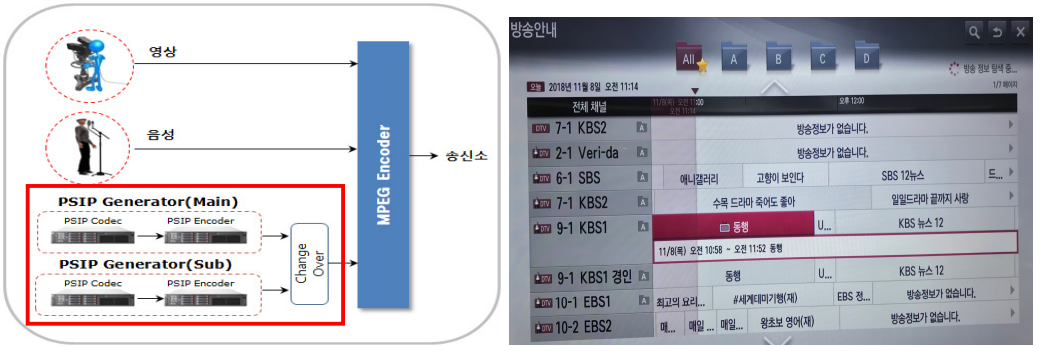
○ **추진내역**

- 11개 지역(총)국(9개총국+강릉,울산) TV 주조의 방송신호 송출 및 지상파 수신을 위한 1TV PSIP 시스템 교체.
  - 11개 지역(총)국 PSIP 시스템 설치 및 운용자 교육

○ **추진효과**

- 지역(총)국 PSIP 시스템의 적시 교체로 운용 안정화 및 방송사고를 예방하고, 시청자에게 원활한 방송서비스 제공을 통한 채널 신뢰도 향상

[그림 6-10] PSIP 시스템 및 편성정보



14) PSIP(Program & System Information Protocol) : DTV 프로그램 및 시스템에 관한 정보 입력장치

□ KBS홀 음향콘솔 교체

○ **추진내역**

- KBS 대표 공개홀의 방송 제작 품질향상으로 공사 이미지 제고를 위해 노후 오디오 콘솔 교체 및 시스템 환경 개선으로 효율적인 방송제작환경 개선 구축
  - 오디오콘솔 구매 계약이 체결, 2022년 4월에 시스템 구축이 완료될 예정

○ **추진효과**

- KBS 대표 공개홀의 방송 제작 품질 향상으로 공사 이미지 제고할 수 있으며, 디지털 오디오 콘솔 도입에 따른 MADI(신호규격) 등 디지털 신호의 활용을 통한 아웃보드 장비와 효율적 연계 구성으로 제작 워크플로우 개선도 기대됨

□ 지역 뉴스 제작용 비디오월 구축

○ **추진내역**

- 지역정책실에서 지역 총국 뉴스센터 리모델링의 일환으로 뉴스제작용 비디오월 교체사업 추진계획을 수립
- 노후된 지역 총국 4개소 (부산, 창원, 광주, 청주)의 기존 노후 DLP를 LED 비디오월로 교체
  - 가로 8m×세로 2m, 1.25mm Pitch, 해상도 6,240×1,620 이상
  - 화면비를 고려한 4K 비디오월 프로세서를 도입하였고, 비디오월 교체에 따른 뉴스 세트도 수정, 교체

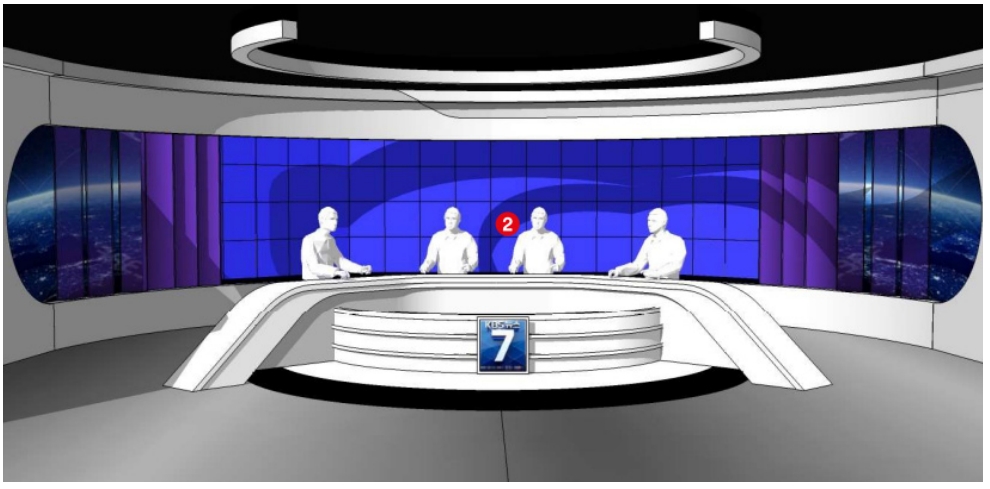
○ **추진효과**

- LED 비디오월 도입으로 다양한 뉴스 포맷 제작이 가능하여 뉴스 영상 품질 향상이 기대됨

[그림 6-11] 기존 세트와 비디오월 연장 : 기존 4.8m x 1.8m



[그림 6-12] 신규 LED 비디오월 예상 그림 : 8m x 2m LED 비디오월로 확장 교체



□ 1TV주조 백업 송출서버 교체

○ 추진내역

- TV주조 프로그램 송출의 안정성을 확보하기 위해 노후화(2013년 도입) 및 기술지원 종료(EOS)된 송출서버 및 인제스트서버 시스템 교체
  - 1TV 메인서버 미디어포트 1대, 1TV 백업서버 시스템 1식 및 1TV 인제스트서버 시스템 1식 교체

○ **추진효과**

- 노후화로 송출서버 유지보수 서비스 종료에 대응하고, 파일기반 제작·송출 확대에 따른 안정적 파일 송출을 위한 송출서버 시스템의 신뢰성 확보

□ MNC망 통합 관제시스템 개선

○ **추진내역**

- 노후화된 MNC 및 TV주조 관제시스템을 교체하고, 파일기반 방송장비 증가에 대응하기 위한 관제 시스템 개선 및 모니터링 라이센스를 추가 확보
  - 별도로 운영 중인 MNC와 TV주조 EMS의 통합은 기존 노후 EMS 서버 6대(MNC 4대, TV주조 2대)를 신규 EMS 서버 3대로 통합하여 장비 교체 비용을 절감토록 하였으며, 기존 EMS 솔루션 업그레이드 버전을 사용하여 기존 라이센스는 무상 승계함과 아울러, 177개 EMS 라이센스를 추가 구매하여 모니터링 범위를 방송망 내 파일 기반 시스템으로 확대시킴 (최종 라이센스 수량 : 1,025)
- 장기간 성능 및 장애 이력 추적이 가능하도록 데이터 저장기간을 6개월로 확대 (기존 5분데이터 저장기간 : 2주)

○ **추진효과**

- 최신 솔루션 및 하드웨어 도입을 통해 모니터링 성능 및 운영 편의성 향상으로 방송망 내 모든 파일 기반 시스템으로 모니터링 범위가 확대되었으며, 사용자별 개인화 환경 제공으로 서비스별 독립적인 모니터링이 가능

□ MNC망 백본단 및 인터넷단 개선사업

○ **추진내역**

- MNC망 핵심 장비인 백본 노후 장비 2식을 교체하고 다수의 방화벽을 사용한 복잡한 망 구조의 개선(3.20. 사이버테러 직후 급조)과 장비 성능 발전에 따른 미래 미디어환경 대비, 100G급 네트워크 인프라를 확보하였음.
  - 내부단 방화벽 수량 최적화 (12식 → 통합 2식으로 시스템 효율화), 사내망/인터넷 방화벽 노후 장비 교체, 지역(총)국 집선용 소형 스위치 2식 신규 도입

○ **추진효과**

- 기존 12대로 구성된 방화벽을 2대로 방화벽 시스템의 효율화에 따른 네트워크 감시 체계가 개선되었고 방화벽 10대 대개체 비용 약 20억원을 절감함.
- 영상 전송 트래픽과 일반 트래픽을 구분 처리토록 망 설계를 함으로서 영상 전송 트래픽의 전송 성능 및 안정성 향상으로 제작 시간 단축

□ CTS(콘텐츠변환 분배시스템) 개선사업

○ **추진내역**

- 콘텐츠변환 분배시스템(CTS)의 노후 장비를 교체하고, 소프트웨어 고도화를 통해 운영 안전성 개선 및 콘텐츠 유통 워크플로우 효율화 도모
- 스토리지, 서버 장비 신규 교체
  - 160TB 용량의 고가용성 NAS 스토리지 도입, 노후 서버 11식 → 신규 서버 9식 교체, 운영 단말 1식 구매
- 요청 작업관리와 콘텐츠 공유를 위한 MAM 개발
  - 전송/변환 작업 프로세스 최적화와 인터페이스를 개선하고 콘텐츠 등록, 사용자(그룹), 권한 관리 등 MAM 기능을 확대하고, 대시보드, 컴포넌트 추가, 실패 작업 재실행 등 운용 편의성 기능을 구현하고, UHD 워크플로우 통합 및 고속전송 기능을 고도화함.
  - 개별로 운영했던 UHD 변환·분배 서비스와 고속전송 서비스를 CTS에 통합하였고 고속전송 어플리케이션의 고도화로 Web 서버 연계 서비스 제공이 가능해짐

○ **추진효과**

- 신규 하드웨어 및 최신 소프트웨어 도입으로 워크플로우 처리 속도 향상, 시스템 간 콘텐츠 전송 시간의 단축과 저장할 수 있는 콘텐츠 양과 저장기간이 증가하였다. 사내외에서 다양한 전송 방식으로 콘텐츠를 안전하게 교환하고 변환 포맷을 세분화할 수 있으며 트랜스코더 활용과 고속전송 프로그램의 웹서비스화를 통해 단말의 제약 없이 파일 전송이 가능해짐

□ 노후 FM 송신시설 교체

○ **추진내역**

- 17년 이상 장기 사용으로 노후 FM송·중계기의 주요 부품 열화, 제작사로부터 부품 단종 및 기술지원이 종료되어 운용 안정성 저하 및 무선국 허가기준 대비 특성 유지 한계로 신규 장비로 교체
  - FM송신기(괘방 음악FM 등) 11개소 23식, FM중계기(무주 교육FMR 등) 4개소 4식

○ **추진효과**

- 노후장비 교체로 방송사고 예방 등 송출 안정성 강화로 송출신뢰도 향상

□ 당진(송) 주안테나 급전선 교체사업(국고지원 사업)

○ **추진내역**

- 당진 한민족방송 송출용 안테나의 노후 급전선 교체를 통한 시설 운용 안정화 도모
  - 48선식 급전선 1식 및 금구류 교체(18경간, 430m), 급전선 지지용 지주 철거 및 신설(콘크리트 → H형강), 전원선 및 신호선 철거 및 포설, 급전선 교체 전,후 임피던스 측정 및 조정, 동조사 내부 접지동판 및 외부동대 보수, 동조사 옥상 방수

○ **추진효과**

- 노후 급전선 교체를 통한 송신계통 안정성 확보와 방송사고 예방으로 송신운용 신뢰도 제고

□ 노후 송신시설 및 원격제어시스템 보강/개선

○ **추진내역**

- 전국 송신시설, 원격제어시스템의 노후장비의 대개체 및 보수
  - NEC UHD 송신기 Exciter 펌웨어 업그레이드 등 18건
  - 고지 송신철탑 유지보수, 중파 안테나 지선애자/급전계통 보수 등 10건
  - PLC 원격제어시스템 대개체(견월악, 삼매봉, 남산센터, 용문산), 프로토콜변환기 교체(10개소 23식)
  - 노후부품, 배터리(PLC, 낙뢰경보기, DC정류기 등), 모니터링 단말 등 94건
- UHD방송망 확장 관련 원격제어용 PLC 신설 : 제주센터, 견월악, 삼매봉

○ **추진효과**

- 노후 장비 대·개체로 송신시스템 안정성 및 송신품질을 확보하고 제주권역 UHD 방송망 원격제어 기능 구현

□ 지역국 송출운용센터 통합구축

○ **추진내역**

- 지역국 7개소의 송출운용센터 제어감시기능을 관할 지역총국 5개소로 통합하는 2년차 사업으로 추진
  - 대상시설: 청주(충주), 창원(진주), 대구(안동,포항), 춘천(원주), 광주(목포,순천)
- 추진내역
  - 원격시스템(MTE) 이설 및 제어권 승계 : 7개 지역국
  - 통합모니터링시스템 신설 제작 설치 : 5개 지역총국
  - 송출운용센터 통합공간 개수 : 3개 지역총국(춘천, 광주, 대구)
  - 원격제어 및 모니터링 회선망 구성, IP 재배치 : 주/예비 회선 구성
  - 지역국 송출센터 통합에 따른 기존 운영체계 변화 등을 반영하고자 2019년 9월 기존 지침을 폐지하고, 〈방송송신시설 운영지침〉 신규 제정 완료

[표 6-22] 전국 송출운용센터/ 정비업무 운영현황 자료 (2021년 기준)

시설명	송출센터 인력		정비 인력		관할시설 (송중계소/TVR)	TVR 개소수	정비출장 현황		비고
	정규직	퇴직 재고용	정규직	퇴직 재고용			인원	연간 출장횟수	
남산	12	-	6	-	남산			유인시설	
					용문산		2	92	
					북감악산		2	78	
					TVR	12	2	40	
화성	4	4	2	-	화성		-	유인시설	
					광교산		3	34	
					남양		3	50	
					TVR	3	2	15	
소래	4	4	2	-	소래			유인시설	

시설명	송출센터 인력		정비 인력		관할시설 (송중계소/TVR)	TVR 개소수	정비출장 현황		비고
	정규직	퇴직 재고용	정규직	퇴직 재고용			인원	연간 출장횟수	
					계양산		2	48	
					김포		2	48	
					TVR	4	2	48	
당진	4	4	2	-	당진		-	유인시설	
김제	8	4	3	-	김제		-	유인시설	
부산	5	-	3	1	황령산		2	142	
					김해(AM)		2	85	
					TVR	9	1	125	
울산	4	-	2	-	무룡산		4	156	
					울산(AM)		4	52	
					TVR	6	4	6	
창원 진주	5	-	3	2	불모산		4	188	
					가포(AM)		4	30	
					망진산		2	171	
					감악산		2	136	
			6	-	장군대산		2	17	
					진주(AM)		2	30	
					TVR(창원)	21	2	182	
					TVR(진주)	15	2	204	
대구 안동 포항	8	-	5	-	팔공산		3	165	
					학가산		2	114	
					일월산		2	99	
					조항산		3	240	
			5	-	경산(AM)		3	142	
					안동(AM)		2	48	
					영일(AM)		3	240	
			5	1	의성(중계)		2	45	
					TVR(대구)	20	2	231	

시설명	송출센터 인력		정비 인력		관할시설	TVR 개소수	정비출장 현황		비고
	정규직	퇴직 재고용	정규직	퇴직 재고용	(송중계소/TVR)		인원	연간 출장횟수	
					TVR(안동)	8	2	133	
					TVR(포항)	6	2	24	
					TVR(울릉)	2	2	56	
광주 목포 순천	8	-	5	-	무등산		2	148	
					양을산		2	56	
			6	-	대둔산		2	112	
					망운산		3	200	
					남산		2	55	
					비아(AM)		1	111	
					영암(AM)		2	65	
			5	1	순천(AM)		2	48	
					신월(AM)		2	25	
					TVR(광주)	18	2	152	
					TVR(목포)	16	2	125	
					TVR(순천)	19	2	201	
전주	4	-	4	3	모악산		2	134	
					노고단		2	140	
					대야(AM)		2	53	
					TVR	37	3	190	
대전	4	-	5	2	계룡산		2	115	
					흑성산		2	110	
					원효봉		2	137	
					식장산		2	125	
					대덕(AM)		2	47	
					TVR	21	2	135	
청주 충주	4	-	2	2	우암산		3	110	
					가엽산		2	156	
			2	2	청원(AM)		3	52	

시설명	송출센터 인력		정비 인력		관할시설 (송중계소/TVR)		TVR 개소수	정비출장 현황		비고
	정규직	퇴직 재고용	정규직	퇴직 재고용				인원	연간 출장횟수	
					TVR(청주)		18	2	130	
					TVR(충주)		13	2	156	
춘천 원주 강릉	8	-	4	2	화악산			2	117	
					대룡산			2	112	
					백운산			2	160	
					태기산			2	129	
			4	2	사농(AM)			2	67	
					원주(AM)				67	
					TVR(춘천)		15	2	149	
					TVR(원주)		12	2	150	
강릉	7	-	5	2	괘방산			2	104	
					봉황산			2	104	
					함백산			3	104	
					초록봉			3	24	
					경포(AM)			3	52	
					TVR		18	2	216	
제주	8	-	4	0	견월악			2	150	
					삼매봉			2	150	
					아라(AM)			2	50	
					제주(AM)			2	100	
					TVR		6	2	60	
계	97명	16명	90명	20명	시설수	송,중계소	64	181	8,667	
						TVR	299			

* 송출센터만 유인으로 운영

○ **추진효과**

- 기존 1:1 방식 공중전화망 → 1:N IP방식 VPN망으로 교체하여 운용 효율성 및 안정성 제고
- 〈방송송신시설 운영지침〉의 신규 제정 → 송출센터별 원격제어담당자 지정을 통한 전문성 강화 근거 마련
- 지역총국 단위로 시스템을 통합에 따른 시설/인력 집중화로 방송시설/장비에 대한 유지보수 효율성을 제고하였음.
- 이와 같이 원격제어, 통신기술의 획기적인 발전, 안정성 및 제반 인력운영의 현실적인 어려운 문제들을 해결하는 등 통합운용에 따른 제반 효율성을 감안, 전국 송출운용센터 시스템을 본사에 통합 운용으로 효율적이고 합리적인 방안 강구가 필요한 시기임.

나. 방송 인프라 안정성 강화

□ 현업 및 지역 순회정비

○ **추진내역**

- 본사 및 지역(총)국의 카메라, 렌즈, VCR, 음향장비, Tripod, CG장비 등 방송 제작장비에 대한 입고정비와 순회정비를 실시하여 TV카메라 등 총 1,234점을 정비
  - 입고정비 : 부산총국 등 3개 지역총국 풀파일사업을 위한 VCR정비 등 총 537대
- 순회정비 : 창원총국 등 11개 지역(총)국의 카메라 등 697대의 장비

○ **추진효과**

- 방송장비 가용연수 연장을 통한 신규장비 구매비용 절감, 장비 안정성 강화에 따른 방송사고 예방 및 방송품질 향상에 기여

□ 주요 방송시설 안전점검

○ **추진내역**

- 방송재난/재해 등 위급 상황 시, 안정적인 방송제작 및 송출을 위해 재난관리계획 수립, 중요방송시설 안전점검 및 모의 훈련 실시
- 2022 KBS 방송재난관리계획 수립

• 재난 유형별(방송시스템 재난, 정전/지진/풍수해)시 현장조치 행동 메뉴얼 등 방송재난 발생 시 관리능력을 향상시키기 위한 내용을 책자로 제작하여 주요현업부서(본사, 지역(총)국, 직할소 등) 및 중요방송시설에 배포하여 근무현장에 비치

- 중요방송시설 안전점검 실시

• 해빙기(28개 시설), 하절기(26개 시설), 동절기(21개 시설) 年 3회, 방통위 합동 점검(코로나19 확산 등의 사유로 하절기 점검은 자체점검으로 실시)을 실시하여 방송시설재난의 사전 예방을 기하고 점검 후 지적사항에 대한 이행계획 및 조치사항을 제출.

- 방송재난 대비 모의 훈련 실시(年 2회, 상반기/하반기)

• 본사 주조정실의 기능 마비를 가정하여 본사 TS-5에서, 본사 시설의 기능불능 상황을 가정하여 강릉국에서 각 상.하반기에 실시

○ **추진효과**

- 국가기간방송사로서 강화방송시설재난 예방 및 신속한 조치를 위한 계획 수립과 모의훈련 실시를 통해 긴급상황 발생 시 대응 능력 향상

□ 전국 송신시설 및 부대설비 종합점검 및 개선

○ **추진내역**

- 기간급 송중계소 40개소, 중파송신소 26개소의 TV/FM 시설과 중파 안테나/철탑 시설에 대하여 주기적으로(3~4년 간격) 정기점검을 실시하고 미보정 시행

[표 6-23] 종합점검 주요 점검사항

TV/FM 송신시설	중파 안테나/철탑 시설
- 송신기 동작상태/전원·접지 계통 - 안테나 및 급전계통 정밀점검(Dehydrator 포함) - 철탑 항공등 및 피뢰침 등 부대설비	- 안테나 수직상태 및 애자계통(지선애자, 좌애자, 봉애자) - 지선계통 (각종 금구류 및 장력조정) - 전원, 철탑 계통

- TV/FM 송신시설 8개소(무등, 팔공, 불모, 용문, 식장, 우암, 괘방, 백운) 대상으로 안테나 특성개선 12건, 급전계통 개선 4건 완료
- 7개소(김해, 화성, 남양, 대야, 소래, 김포, 당진)의 중파 안테나/철탑시설과 3개소(소래, 화성, 김해)의 지선애자 및 급전계통 보수 완료

- 전국 20개 송신시설에 대한 낙뢰경보시스템 종합점검으로 안테나교체, 블랙박스 교체, 센서 교정 등

○ **추진효과**

- 주기적으로 종합점검을 통한 보완, 개선작업으로 송신시스템 운용의 안정성과 송신품질의 제고, 방송장애는 물론 안테나 전도사고 등 대형 안전사고를 미연에 방지함

□ **전국 송신시설 및 원격제어시스템 긴급 기술지원 및 장비지원**

○ **추진내역**

- 송신계통 긴급복구 및 지원
  - 순천 남산TVR 2RFM 송신기 동작 불안정. 남면TVR 철탑 흔들림 복구 등 21건 긴급복구 및 지원 완료
- 급전 및 안테나/철탑 계통 긴급복구 및 지원
  - 남산(송) 교육TV 급전계통 빗물누수 복구 등 15건 지원 완료
- 원격제어시스템 긴급 기술지원
  - 울산 무룡산 PLC프로그램 수정지원 등 40건
- 원격제어시스템 긴급 장비지원
  - 제주 견월악 ETOS(Ethernet TO Serial) 예비품 1식 지원 등 16건

○ **추진효과**

- 장비 고장, 주요부품 소손, 특성 열화, 프로그램 오류 등으로 송신시설 및 원격제어시스템운용과정에서 발생하는 장애에 대하여 본사에서 적기 기술지원 및 장비지원을 실시하여 신속한 복구로 방송시설운용의 안정화를 도모

□ **교육 프로그램 실시를 통한 송신시스템 정비 및 운용능력 강화**

○ **추진내역**

- 송신직무 및 비상대응 동영상 교육자료 18편 제작 및 배포
  - 무선국 관리, 원격시스템 관리 등 송신직무 강의 (5편), 송출센터 장애 발생 시 분야별 대처법 (6편), 매체별 무선국 수검 항목 측정법과 안테나 Return Loss 특성 측정

법 등 (7편), 네트워크운영부 전국 공유NAS 오픈 및 USB 지역배포

- 위러닝 프로그램을 통한 전국 원격제어담당자를 대상으로 원격제어시스템 구성, 주요 프로그램 이해와 실습 등 현장직무교육을 실시
  - 지역 원격제어업무 담당자 14명에 대한 원격제어시스템 교육 실시(7명×2회)

○ **추진효과**

- 코로나19 비대면 상황을 감안, 원격제어 현장직무교육을 통해 송신직무 담당자의 이론적 기반을 강화하고 원격제어 업무 전반에 대한 이해도를 높여 방송 사고/비상 상황에의 대처능력을 향상시키고, 본사-송출센터-송신시설 간 협업에 대한 업무능률을 향상시킴.

□ 난시청 해소 및 수신환경 개선

○ **추진내역**

- 지상파 방송의 난시청 해소와 UHDTV 직접수신 환경개선 사업을 지속적으로 추진하여 UHD활성화를 위한 기반 마련
  - 공동주택 46개 단지(약 26,906세대)에 UHD 방송 직접시청 환경 구축, 한국전파진흥협회와 공동으로 전국 소출력중계기 2개소 설치(697세대), TV시청 관련 민원 해결을 통한 시청자 만족도 향상 (13,406건), 사회배려계층에 대한 지상파 직접수신안테나 무료설치 (1,046여개), 5대 광역권, 강원권, 세종지역 등 전파측정 보강으로 UHD 수신환경 지표 개선

○ **추진효과**

- 민원에 대한 신속한 현장점검 및 조치로 시청자서비스 만족도를 향상시키고, UHD 방송시청 환경 조성으로 직접수신율 향상 교두보 마련

□ TV주조 SOP 및 현장교육을 통한 방송사고 예방

○ **추진내역**

- 방송송출의 핵심 시설인 주조 운용을 담당하는 시스템관리자와 현업근무자, 주조 감독자 및 전입직원을 대상으로 송출 시스템 및 SOP 교육을 실시하여 송출시스템의 안정적인 운영과 TV송출 워크플로우 적응력 배양시킴.
  - 교육시기 : 상반기 5회, 하반기 3회 아이템을 선정하여 세부사항 교육을 실시하였고, 비상조치 매뉴얼을 주기적으로 업데이트 시킴.

• 교육내용 : 베이스밴드, 헤드앤드, APC, 송출운행, CMS 시스템, MNC망 모니터링, MISC 등 교육으로 응급조치 능력을 향상

○ **추진효과**

- 주조 감독, 시스템 관리자 역량강화를 통해 운용능력 향상 및 방송사고 예방

□ 주조정실 송출용 테잎/파일 입고지연 및 방송사고 예방 관리

○ **추진내역**

- 월간 테이프/파일 주조 입고 지연 현황 및 방송사고 예방현황 공유를 통해 방송사고를 예방하여 송출 안정성을 확보
  • 사전에 철저한 QC업무를 통해 115건의 방송사고를 예방 (2021년 연간 총 14,483건 입고)하고, '편집오류', '매핑 정보오류' 등은 즉시 제작진에게 피드백을 통해 교정토록 조치
- TV 주조정실 테이프 입고지연 27건 및 2시간 내 파일입고 지연 32건 등을 적의 대처는 하였으나, 이는 사전 QC시간의 부족으로 중대한 방송사고 개연성이 있기에 제작업무 담당자들의 제도적인 프로세스 개선이 필요

○ **추진효과**

- 파일 송출 업무프로세스 점검 및 제작진에게 경각심 고취하여 방송사고 예방

□ 국가 주요행사 및 스포츠 행사 안정적 회선운영

○ **추진내역**

- 2021년 주요 행사의 방송 제작을 위한 중계회선 구성 및 운영
  • 4·7 재보선 관련, 수시 중계회선(4구간 17회선) 외 MNG, 총국 유선망 등 사내 인프라를 적극 활용
  • 도쿄올림픽 및 패럴림픽 관련 방송제작 전용회선(HD, UHD) 뿐만 아니라, 이더넷 회선을 별도 운영하여 UHD IBB 부가서비스 등 추가신호 제공 : 수신 14회선(HD 12, UHD 2), 리턴 4회선(HD 4)

○ **추진효과**

- 국민적 관심사가 높은 국가 주요행사 및 스포츠 행사의 중계회선을 효과적으로 구성하고 안정적으로 운영하여, 공사의 공적책무 수행에 기여

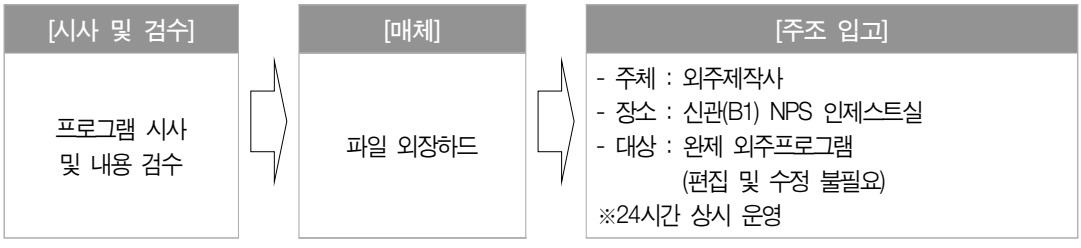
다. 디지털 인프라 고도화

□ 디지털 워크플로우 개선

○ **추진내역**

- 본사 TV제작용 NLE를 기존 FCP7에서 프리미어(차세대 NLE)로 전환완료하고 TV 제작진을 대상으로 교육을 실시
- 방송 제작을 NLE 중심의 풀파일 종합 편집실 전환 완료하여 본사 VCR 종합편집실 폐쇄
- 기존 종합편집실 외에 NPS 인제스트룸 활용하여 외주 프로그램의 TV주조 파일 입고 확대

[그림 6-13] 송출 주조에서 파일 & 테잎 절차



- 가이드라인 제공 및 프로그램별 파일 전환 워크플로우를 조정하여 본사 TV스튜디오 파일 전환 완료
- 디지털 워크플로우 관련 지침 개정 및 문서 시행
  - TV 정시운행에 관한 업무 지침 개정에 기여(21년 1월)
  - 방송광고 운행관리 지침 개정에 기여(21년 4월)
  - 지역총국 방송본 본사 TV주조 파일입고 가이드 시행(21년 7월)

○ **추진효과**

- VCR Tape 공급 중단 및 부품 단종(2023년)을 대비한 효율적인 워크플로우 구축을 통한 제작 생산성 개선
  - 파일↔테입으로의 변환 과정 생략으로 편집 시간 단축 등 워크플로우 개선과 콘텐츠 품질 향상

□ 종합편집실(PE-1) 시스템 개선

○ **추진내역**

- 하이브리드 종합편집실(기존 베이스밴드 장비 + NLE)을 고성능 NLE H/W를 구축하여 풀파일 종합편집실로 개선
- 예능/교양 NLE 통합을 위한 스토리지 연결 방식 변경
- 제작 워크플로우 간소화를 위한 색보정 기능 추가

○ **추진효과**

- 고성능 NLE 등 풀파일 제작 워크플로우에 최적화된 시스템을 구축하여 예능 및 생방송 인서트 등의 원활한 제작 도모
- 장르 통합형 종합편집실 구축으로 리소스 활용률 증대

[표 6-24] 본사 TV 종합편집실 현황

구분	종편실	제작 형태	Tapeless 전환	비고
본관 (9) NLE(7) HYBRID(2)	PE-1	NLE	2021년	UHD 제작 가능
	PE-2	NLE	2020년	UHD 제작 가능
	PE-3	NLE	2020년	UHD 제작 가능
	PE-4	NLE	2020년	UHD 제작 가능
	PE-5	HYBRID (FILE)	2020년	
	PE-8	HYBRID (FILE)	2020년	
	PE-21	NLE	2019년	UHD 제작 가능
	PE-22	NLE	2019년	UHD 제작 가능
	PE-23	NLE	2019년	UHD 제작 가능
신관 (6)	PE-11	NLE	2016년	UHD 제작 가능
	PE-12	NLE	2016년	UHD 제작 가능
	PE-13	NLE	2016년	UHD 제작 가능
	PE-14	NLE	2020년	UHD 제작 가능
	PE-15	NLE	2019년	
	DI-11	NLE	2018년	UHD 제작 가능
별관 (3) NLE(1) HYBRID(2)	PE-A	HYBRID (FILE)	-	2022년 NLE계획 중
	PE-B	NLE	2020년	UHD 제작 가능
	PE-C	HYBRID (FILE)	-	

□ (창원·대구·광주총국) 제작시스템 풀파일 전환

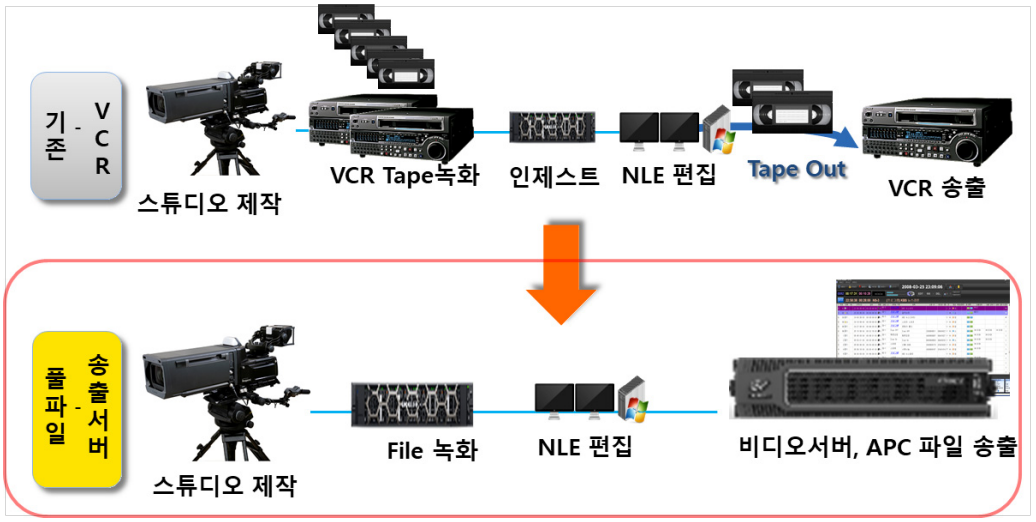
○ **추진내역**

- VCR 및 Tape 생산 중단, 주 52시간 근무에 따른 환경 변화 대응을 위해 제작서버 및 송출서버 도입으로 VCR 장비가 필요 없는 네트워크 기반 풀 파일 시스템 구축
  - 풀 파일 워크플로우 적용으로 기존 Tape ↔ 파일 변환 절차 불필요
  - 자료실 Tape 약 3천개를 파일로 변환하여 라이브러리에 저장
  - 오프라인 광 디스크 뉴스 영상 라이브러리 이관
  - 인제스트, 편집, 종편, 주/부조 네트워크로 연계 구축
- 제작 트렌드 변화를 수용한 풀 파일 시스템 구축
  - 편성제작용 NLE 소프트웨어를 프리미어로 전환, 후반 워크플로우 개선 및 SNS 대응 향상
  - 고품질 프로그램 제작을 위한 후반제작 인프라(SMR, NPS CG 등) 보강
- 보도정보 시스템 연계한 지역형 뉴스룸 도입
  - 전자 프롬프터 도입, 전자큐시트 기반 뉴스룸 운용으로 심층 뉴스 제작이 가능하고 지역 특보 상황 발생 시 방송 준비시간 단축
- 프로그램/광고 운행·송출 워크플로우 개선
  - 송출운행 시스템 기반 프로그램/광고/SPOT/ID의 자동 송출과 kobaco 연계 및 광고 소재별 송출로 입고/편성/송출 워크플로우 획기적 개선

○ **추진효과**

- 풀 파일 전환으로 인제스트, 편집, 종편, 주/부조를 네트워크로 연계하여 제작 병목 현상을 개선

[그림 6-14] 스튜디오 제작 워크플로우 개선



- 인제스트 채널 증설 및 풀 파일 워크플로우 전환으로 제작시간 단축 (프로그램별 기존 대비 인제스트 시간 약 10시간 단축)
- 기존 Tape, 광디스크 등 오프라인 영상 자료의 라이브러리 이관으로 자료 검색 및 활용 시간 단축 (MAM 사전 등록으로 기존 8단계에서 3단계로 개선)

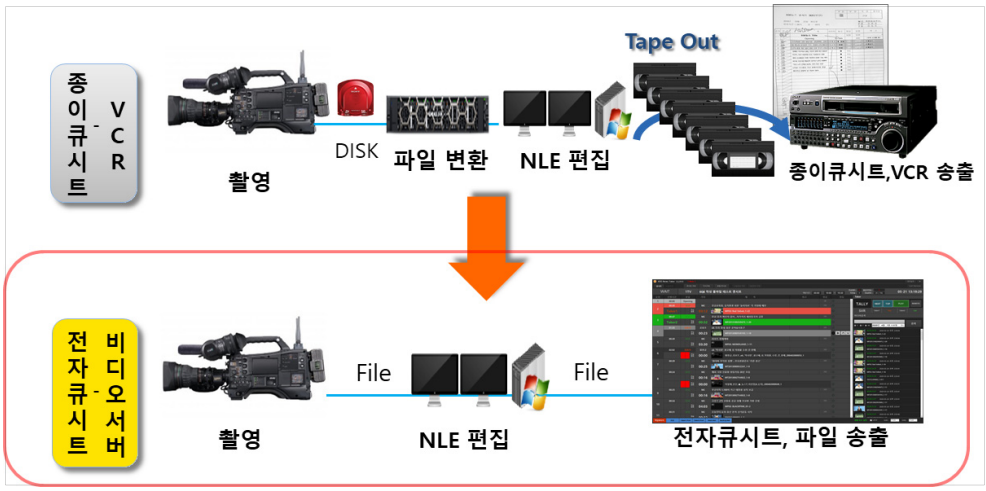
[표 6-25] MAM 등록절차 변경내역

①지역영상시스템 접속→②검색→③자료실이동→④매체 위치확인→ ⑤NLE실이동→ ⑥데크에 매체삽입→⑦데크에서 파일복사→⑧NLE 편집 ↓ ①MAM접속→②검색→③NLE 편집

- 부조 녹화 채널 증설 및 스토리지 구성으로 고품질 프로그램 제작 가능

- 뉴스 제작 풀 파일 전환으로 Tape 관리 및 큐시트 작성/배포 등 단순 반복을 탈피하고, 전자큐시트 기반 뉴스 제작으로 특보 및 심층 뉴스 대응이 가능하고 뉴스 아이템 재활용 편의성 향상

[그림 6-15] 뉴스룸 제작 워크플로우 개선



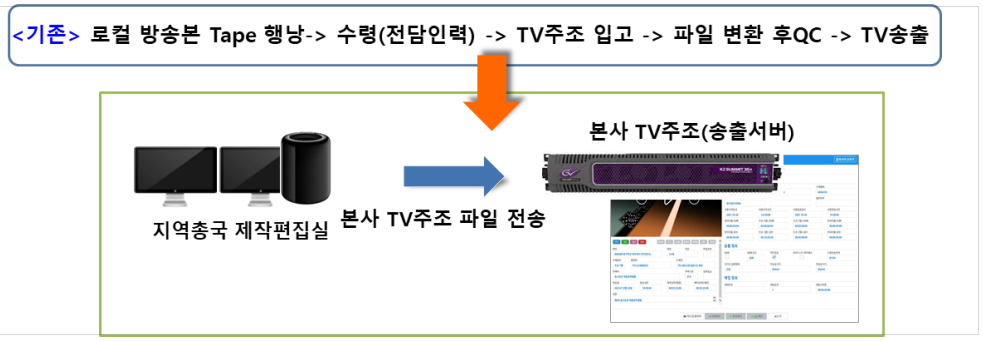
- 송출운행 기반 프로그램, 광고 파일 자동 송출 전환으로 송출 업무 경감
  - kobaco 광고 수신 후 주조 입고 절차 간소화 (개별 광고 입고/송출로 기존 5단계에서 2단계로 개선)

[표 6-26] 광고 다운로드 및 주조 입고 절차 간소화

①다운로드→②USB저장→③NLE편집→④Tape녹화→⑤주조Tape전달 ↓ ①다운로드→②주조파일입고

- 주조 입고된 송출 파일 자동 미디어관리솔루션(MAM) 등록 및 아카이빙으로 영상 관리 및 재활용 용이
- 송출 영상 본사 아카이브 전송 및 전국 송출 프로그램 본사 TV주조 파일 입고 전환 등 워크플로우 개선

[그림 6-16] 지역총국 제작 전국 송출 프로그램 본사 TV주조 파일 입고 전환



□ Full 파일기반 제작·송출 가이드(기준) 제시

○ 추진내역

- 파일입고 1TV 55%, 2TV 78% 등 Full 파일 제작/송출 확대에 따른 파일 입고 기준마련
  - HD/UHD 프로그램 주조입고 방법 및 소재확인, 편성변경 시 워크플로우
  - 프로그램ID 매핑 및 송출정보 입력 유의사항
- KOBIS에 '파일 기반 TV송출 가이드라인'을 배포하여 사용자에게 운용방법 및 주의점 안내
- 파일 입고지연 시 TV주조 File-Deck 병행 입고 및 비상송출 워크플로우 정립
  - 후반 NPS, MCR Transport, 주조전송 프로그램 장애
  - 송출운행시스템 및 TV-CMS 장애
  - MNC 방송망, 주조 네트워크 스위치 장애

○ 추진효과

- Full 파일송출 기준마련 및 비상송출 워크플로우 가이드를 제작하여 파일 워크플로우 조기정착 및 방송사고 예방

□ 색보정실 증설 사업

○ 추진내역

- 색보정 전문 규격(BT.2035)에 준하는 색보정실 1개소 증설(DI-4)
- 기존 DI-3의 활용도 개선을 위한 보강 및 이설
- 폐소 결정된 종편실(PE-6,7)의 장비 철거 및 색보정실 2개소 구축

[그림 6-17] 색보정실(DI-3)



○ **추진효과**

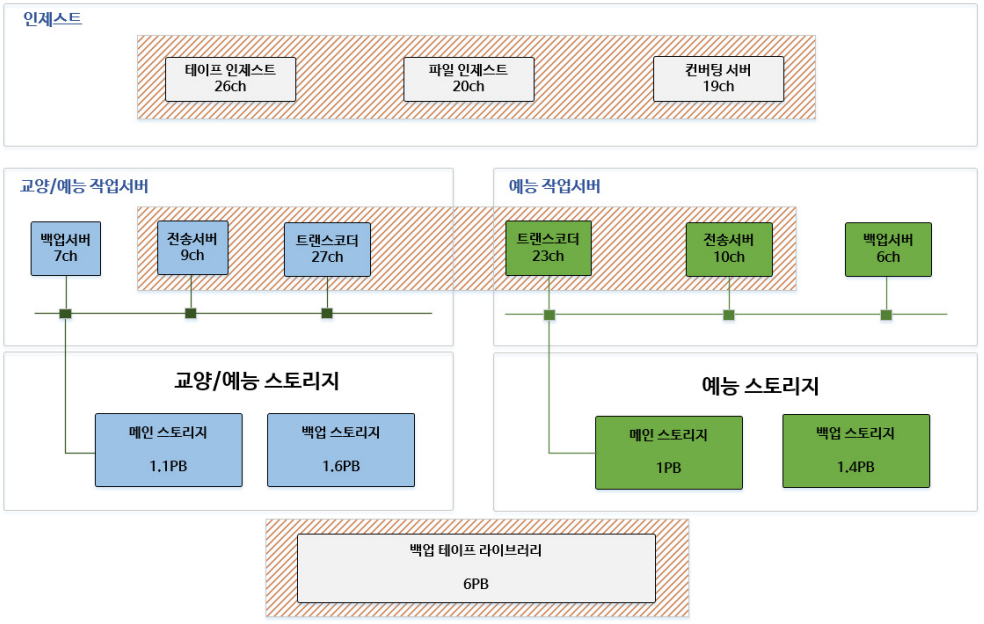
- 제작환경 변화에 따른 색보정 수요 증가에 대비한 색보정 시스템 증설함으로서 색보정 작업에 최적화된 모니터링 환경 조성으로 콘텐츠 품질 증대

□ 본사 NPS 고도화(2단계)

○ **추진내역**

- (예능/교양) 장르별로 분리되었던 NPS 인프라를 통합하고 차세대 NLE(프리미어)에 최적화된 MAM(영상관리)시스템을 재구축

[그림 6-18] NPS 주요 인프라 통합 구성도



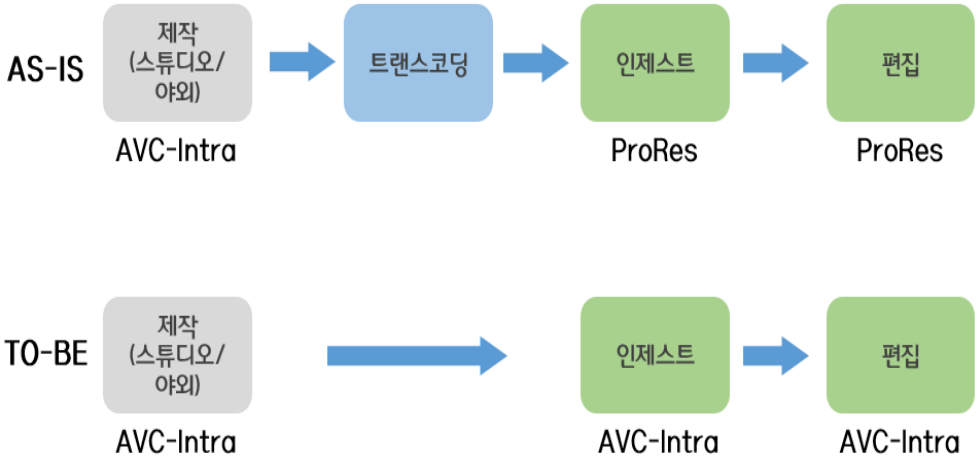
- 모바일/태블릿 접속 지원 및 저해상도 영상 화질 개선
- NPS 관련 업무(신규 아이디 발급, 파일 복구 등) 절차 간소화

- 차세대 NLE(프리미어) 전면 도입 (가편집실, 마스터편집실)
- 리소스 사용 통계 모니터링 시스템 구축

○ **추진효과**

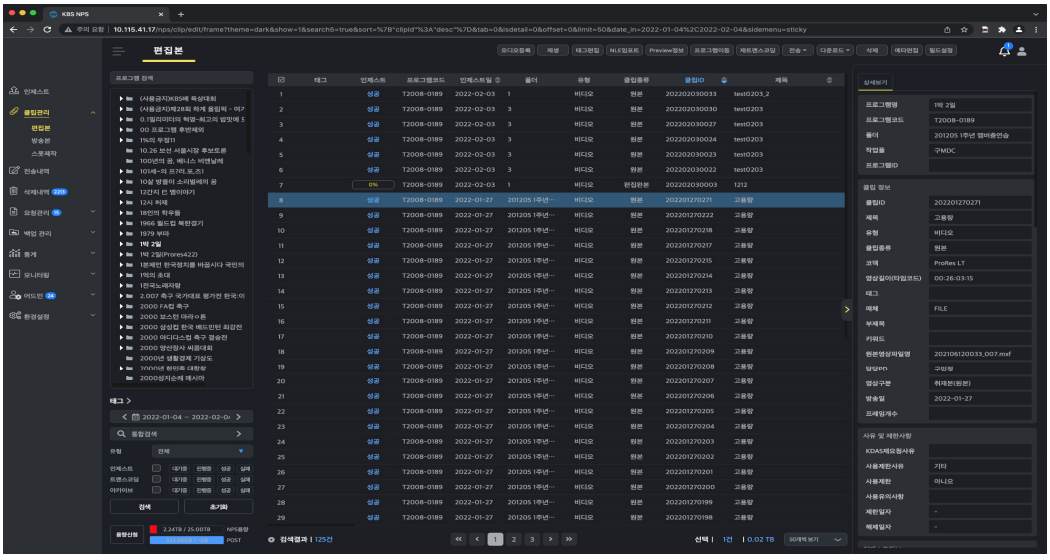
- 제작/편집 트렌드를 반영한 차세대 NPS구축으로 워크플로우 개선
  - NPS 동영상 코덱으로 사용 중인 ProRes.mov, XDCAM.mov 외 자주 사용되는 카메라 코덱(XDCAM.mxf, AVC-Intra.mxf)등을 추가, 촬영 코덱과 편집 코덱이 일치되게 함으로써 불필요한 컨버팅 단계 제거

[그림 6-19] 차세대 NPS 워크플로우 개선



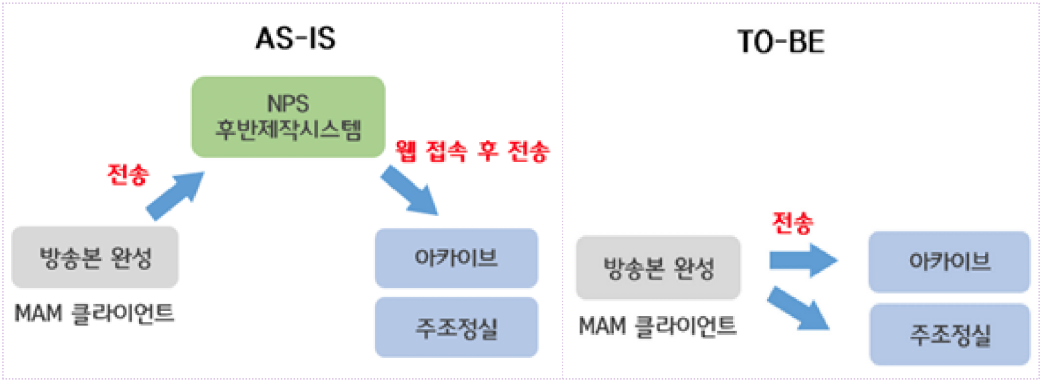
- 변화된 제작/편집 워크플로우를 반영한 MAM 클라이언트 S/W 전면 개편
  - 2012년 도입되어 약 8년이 넘게 사용되어 온 현 MAM 클라이언트 S/W를 현재의 제작/편집 환경을 반영하여 기능 보강 및 UX 개선
  - NLE 전환에 맞춰 Premiere Pro 지향적인 MAM 설계와 클라이언트 기능 구현

[그림 6-20] 차세대 NPS MAM(WEB)



- NPS ↔ TV 부조정실 간 연계 구축
  • 모든 TV 제작 부조에서 VCR이 아닌, 비디오 서버로 레코딩과 재생환경을 고려한 〈NPS ↔ 부조〉간 연계 방안 마련
- 예능/교양/후반 NPS통합하여 제작 워크플로우 단절 해소
  • MAM 클라이언트에 아카이브, 부조, 주조 전송 등 시스템간 연계 기능을 흡수, 통합하여 제작 편의 개선 및 워크플로우 간소화

[그림 6-21] NPS ↔ TV 부조정실 간 연계 구축



- 인프라(스토리지 등) 통합으로 구축 및 유지비용 절감
- 고성능 NLE 도입으로 제작 시간 단축 및 제작 안정성 향상
- 리소스 통계 모니터링 적용하여 NPS 활용률 개선

□ 광고워크플로우 개선 사업 2단계

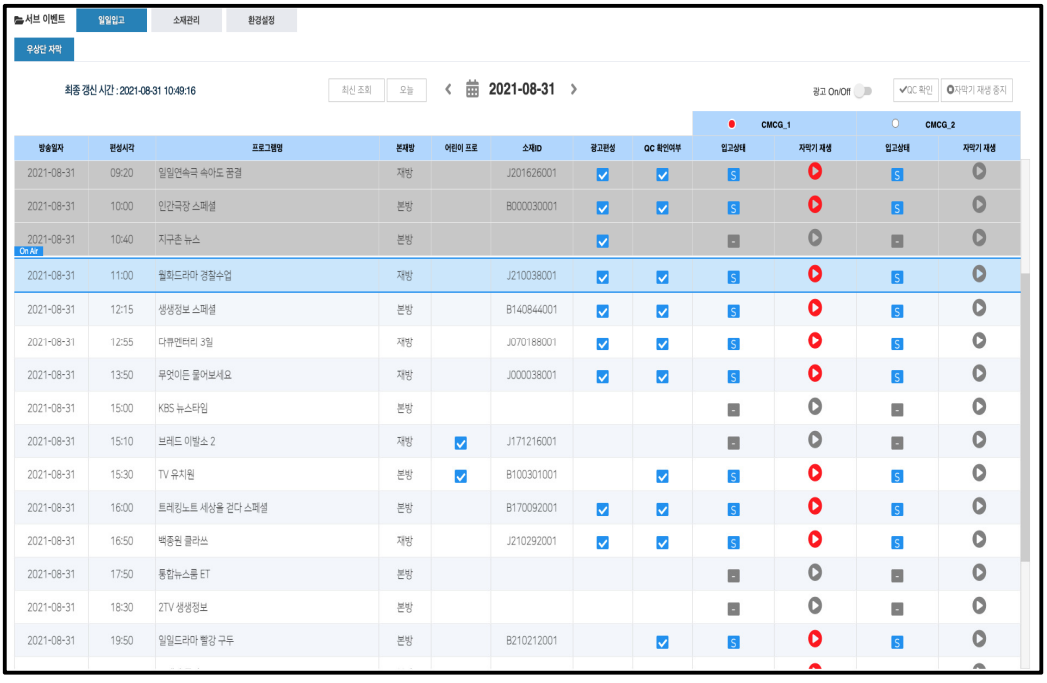
○ **추진내역**

- 개별광고의 서브이벤트 입고 소재 확인 프로세스 고도화
  • 서브이벤트 소재 관리 프로그램 개발 적용
- 노후화된 광고 웹서버 교체
- 개별광고 송출 워크플로우 최적화 보완

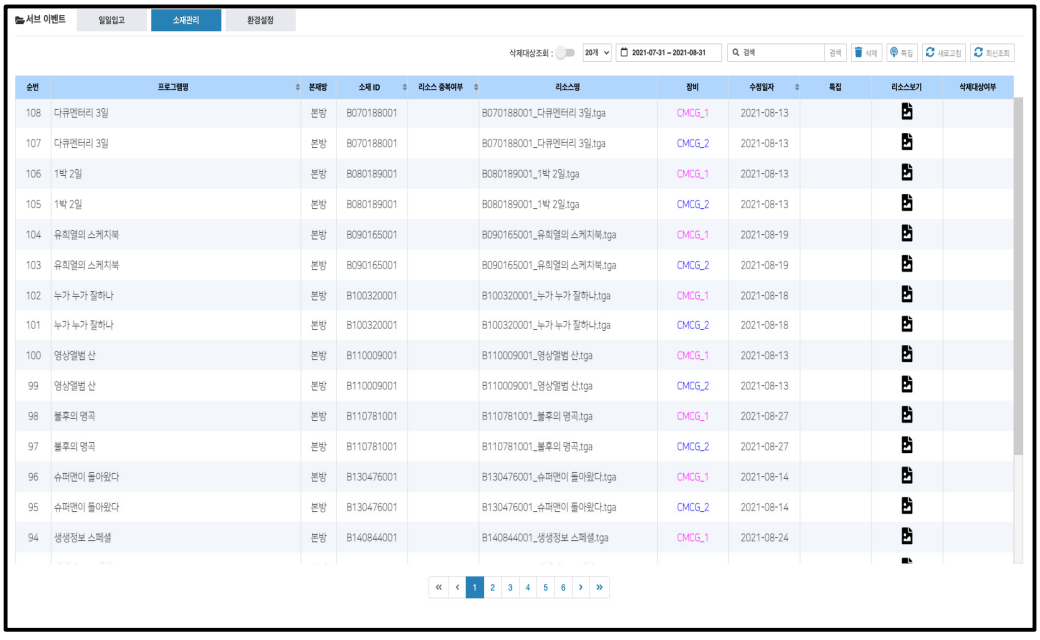
○ **추진효과**

- 안정적인 개별광고 송출을 위한 송출운행 시스템 고도화
- 서브이벤트의 소재 입고/관리 효율화에 따른 사용자 편의 증대 및 안정적인 송출

[그림 6-22] TV광고 CMS(서브이벤트 일일입고 화면)



[그림 6-23] 〈TV광고 CMS(서브이벤트 소재관리 화면)



□ 2TV 중간광고 개선 사업

○ 추진내역

- 지상파 중간광고 전면 허용에 따른 사내 중간광고 송출을 위한 송출운행시스템 고도화
- 프로그램 분리 입고, 중간광고 관련 메타 반영을 위한 TV주조 CMS(방송소재 관리) 고도화
- TV주조 APC UI 개선 등 2TV주조 근무자 요구사항 반영

○ 추진효과

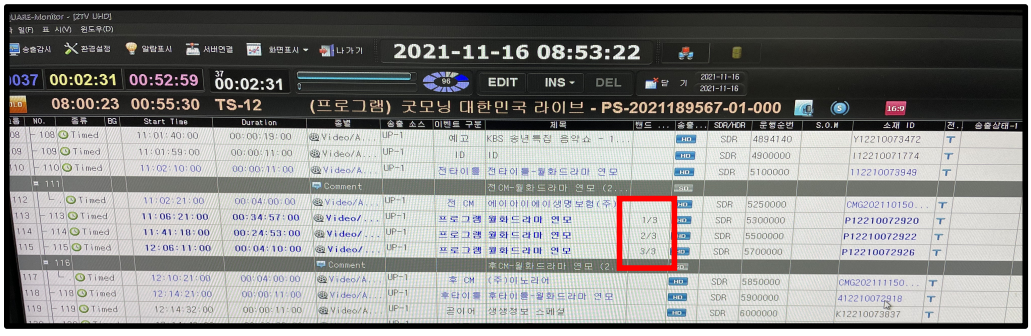
- 안정적인 중간광고 송출 및 공사 수익 증대
- 프로그램 분리 입고/관리 효율성 확대

[그림 6-24] 송출운행시스템(중간광고 적용을 위한 프로그램 분리 입고 프로세스 체계 도입)



실	안	운행시작	운행길이	제작길이	표준편성길이	+	구분	에디터	프로그램명	프로그램 순번/밴드수	합산 프로그램길이	총광고(20%)	서브이벤트	판매지역	협찬	생방	스튜디오	미리보기	인코딩	송출여부
SA	1	21:32:34	00:17	00:17			전타이틀	☐	전타이틀-수목드라마 달리와 감자탕		075:14		0	전국	☐			☐	☑	☑
SA	1	21:32:51	03:00	03:00			전CM	☐	전CM-수목드라마 달리와 감자탕 (180초)				4	전국	☐			☐	☐	☐
SA	1	21:35:51	18:21	18:21	66:00		프로그램	☐	수목드라마 달리와 감자탕	1/3		13.2%	1	전국	☐			☐	☑	☑
SA	1		00:05	00:05	66:00		S.E	☐	잠시후 계속				1		☐			☐	☐	☐
SA	1	21:54:12	01:00	01:00			중CM1	☐	중CM-수목드라마 달리와 감자탕 (60초)				12		☐			☐	☐	☐
SA	1	21:54:12	00:15	00:15			중CM1	☐	동화약품(주)				2	전국	☐			☐	☑	☑
SA	1		00:03	00:03			S.E	☐	광고우상단(중CM1) 시작				2		☐			☐	☐	☐
SA	1		00:03	00:03			S.E	☐	광고우상단(중CM1) 카운터 시작				2		☐			☐	☐	☐
SA	1	21:54:27	00:15	00:15			중CM1	☐	헨켈홈케어코리아 유한회사				0	전국	☐			☐	☑	☑
SA	1	21:54:42	00:15	00:15			중CM1	☐	엔에이치투자증권(주)				0	전국	☐			☐	☑	☑
SA	1	21:54:57	00:15	00:15			중CM1	☐	한국파파존스(주)				2	전국	☐			☐	☑	☑
SA	1		00:03	00:03			S.E	☐	광고우상단(중CM1) 끝				2		☐			☐	☐	☐
SA	1		00:03	00:03			S.E	☐	광고우상단(중CM1) 카운터 끝				2		☐			☐	☐	☐
SA		21:55:12	25:30	25:30	66:00		프로그램	☐	수목드라마 달리와 감자탕	2/3		13.2%	1	전국	☐			☐	☑	☑
SA	1		00:05	00:05	66:00		S.E	☐	잠시후 계속				1		☐			☐	☐	☐
SA	1	22:20:42	01:00	01:00			중CM2	☐	중CM-수목드라마 달리와 감자탕 (60초)				12		☐			☐	☐	☐
SA		22:21:42	21:56	21:56	66:00		프로그램	☐	수목드라마 달리와 감자탕	3/3		13.2%	0	전국	☐			☐	☑	☑
SA	1	22:43:38	04:00	04:00			후CM	☐	후CM-수목드라마 달리와 감자탕 (240초)				0	전국	☐			☐	☐	☐
SA	1	22:47:38	00:10	00:10			후타이틀	☐	후타이틀-수목드라마 달리와 감자탕				0	전국	☐			☐	☑	☑

[그림 6-25] 2TV APC UI 개선 (프로그램 순번 표시)



□ 비디오/오디오 아카이브 통합사업

○ 추진내역

- 비디오,오디오,영상/음반 아카이브 시스템들을 통합하여 검색 및 One-Stop 사용 체계 구축
  - Window/MacOs 동시지원 및 검색/다운로드 기능 개선
  - 오디오아카이브 노후(2005년 도입) 스토리지(저해상도,음원) 교체
- 21년 신규 콘텐츠 저장을 위한 아카이브 용량(6.8만시간) 증설

[그림 6-26] 비디오,오디오,영상/음반 아카이브 시스템/서비스 통합



○ **추진효과**

- 아카이브 시스템 통합으로 제작 편의성 증대 및 고품질 제작에 기여
  - NPS 제작단말(NLE)에서 오디오 아카이브 콘텐츠 직접 다운로드 가능
  - 과거 라디오 방송음원 실시간 미리듣기 및 다운로드 가능
  - 영상대출실 UHD 콘텐츠 입고 및 복사속도 개선
- 통합구축으로 구축비용(약 1.9억원) 및 시스템 유지보수 비용 절감
- 콘텐츠 관리 프로세스 개선으로 아카이브 관리 업무 효율화
  - 리핑→노멀라이징→업로드 등 3단계 음원 등록과정 1단계로 단순화
  - 음원 심의정보 연계를 통해 음원 심의정보 입력/관리업무 효율화
- 저장용량 증설로 사내/외 신규 콘텐츠 자산 유실 방지

[그림 6-27] 아카이브 통합 개념도



□ 2021년 아카이브 용량증설 및 노후장비 교체 사업

○ **추진내역**

- 비디오 아카이브 영상콘텐츠 저장용량을 2022년 신규 영상콘텐츠 저장 공간(6만 시간, 2.1PB) 증설
- 중간광고 프로그램 저장방식이 병합저장방식에서 개별저장방식으로 변경에 따른 기능 개선
- 노후된 서버 및 인코더(28식 → 21식) 교체

[그림 6-28] 비디오아카이브 저장장치 사진



[외부 사진]

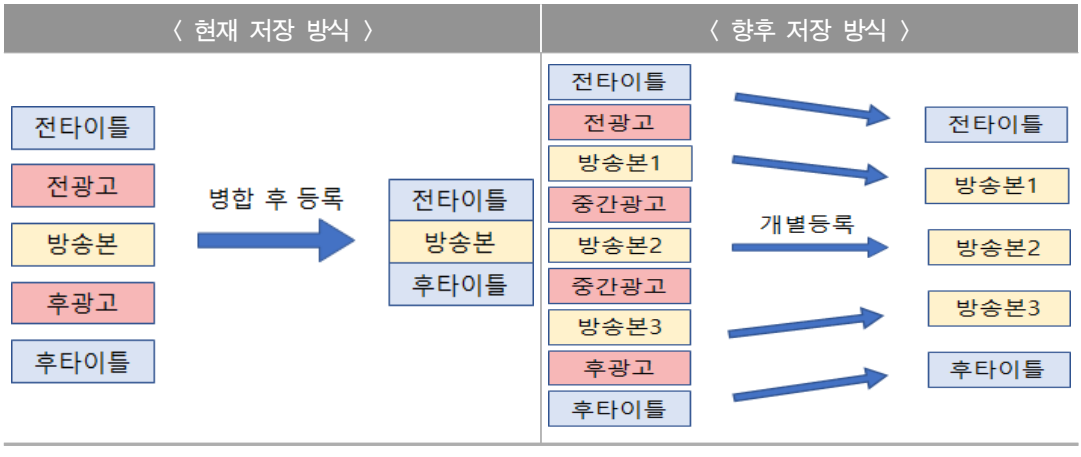


[내부 사진]

○ **추진효과**

- 저장용량 증설로 사내/외 신규 콘텐츠 자산 유실 방지
- 중간광고 관련 프로세스 변경으로 아카이브 시스템 개선
  - 병합 절차 삭제로 신속한 아카이브 저장 및 서비스 가능
  - 필요한 개별 영상만 다운로드하여 전송시간 단축
  - 방송이후 프로그램 내용 수정 시 해당 부분만 변경/등록 가능
- 노후서버 교체로 원활하고 안정적인 아카이브 영상 서비스 제공
- 노후서버 교체수량 7식 감소를 통한 H/W 교체 비용 절감 (1.5억 원)
  - 고효율 설계로 인코딩 서버 도입비용 절감(교체 전 14식 → 교체 후 7식)

[그림 6-29] 비디오 아카이브 향후 저장방식



3. 제작기술 시스템 역량 개선

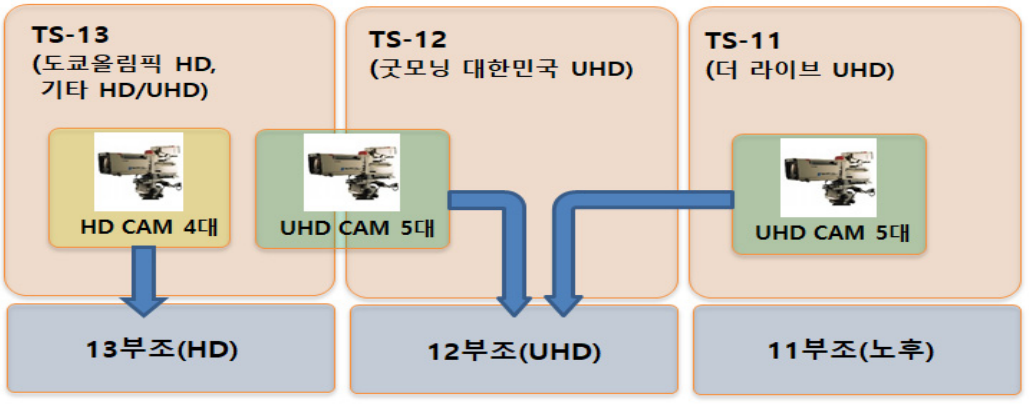
가. 콘텐츠 제작역량 강화

□ 신관 UHD 스튜디오 제작시스템 활용 극대화

○ 추진내역

- UHD 장비보강을 통한 제작시스템 완성도 제고
  - TS-11 UHD 카메라 5대 보강하여 카메라 이동 및 광케이블 탈착으로 인한 시스템 신뢰도 및 내구성 저하 방지
  - TS-12 부조 예비 Audio Mixer 교체, 조명 시스템 보강
- 스튜디오 제작 프로그램 조정을 통해 부조 및 스튜디오 활용도 증가
  - 시스템 보강 후 〈더 라이브(UHD)〉 TS-13에서 TS-11로 이동하여 고정제작
  - 2021 도쿄 올림픽 HD 중계 부조 활용(TS-13)

[그림 6-30] 사업완료 후 신관 스튜디오 제작 시스템 개요



○ 추진효과

- 신관 UHD 생방송의 안정적인 제작기반 확보 및 UHD 편성비율 대응
- 도쿄올림픽의 안정적인 HD 방송제작을 통해 대 시청자 서비스 제고

□ VFX 수퍼바이징을 통한 제작실적

○ **추진내역**

- 드라마 〈오월의청춘〉, 〈오케이광자매〉, 〈꽃피면달생각하고〉, 〈드라마스페셜〉, 〈태종이방원〉 등 제작을 지원
  - 제작 워크플로우 설계를 통하여 촬영부터 송출, OTT, 영화 제작 지원
  - 특수영상 씬 관련 기획회의 및 촬영 지원을 통한 VFX 제작 지원
  - 라이다 촬영을 통한 3D 배경 및 크로마 촬영 제작 지원
  - 본방 UHD 제작 방송 및 HDR 제작 지원
- 다큐멘터리 〈농인 셋 청인 하나 10년 분투기〉, 〈세상에서 가장긴무덤〉, 〈월가로간공산당〉, 〈데뷔의순간〉 4부작, 〈역사스페셜〉 16부작 등
  - VFX 기획을 통한 씬 구성 및 재연 촬영 지원
  - 3D 인물스캔, 모델링, 모션캡처 및 페이셜 작업을 통한 디지털캐릭터 제작
  - 프로그램에 맞는 언리얼 환경 레벨 제작을 통하여 3D 환경 제작

○ **추진효과**

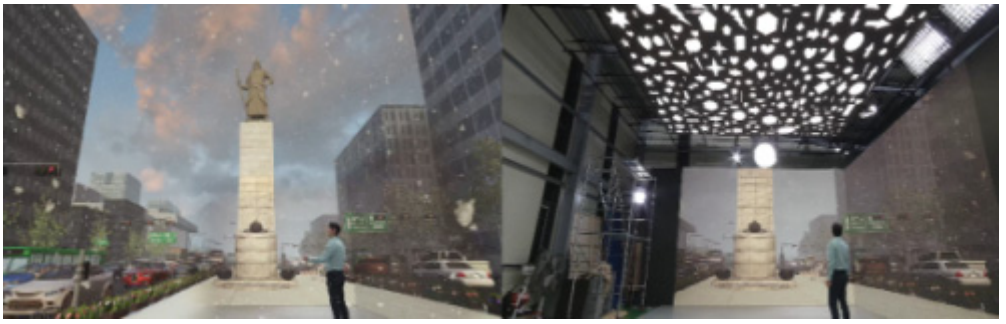
- 풀파일 제작환경이 자리매김함으로써 기존 테잎방식 제작환경의 비효율성을 개선하고 보다 높은 품질을 담보하기 위해 전반적인 워크플로우 수퍼바이징이 필요함

□ 게임엔진을 이용한 프로그램 제작역량 강화

○ **추진내역**

- 다큐멘터리 〈UHD기후변화특집 지구의경고〉, 〈월가로간공산당〉, 〈생로병사의비밀〉, 〈TV유치원〉, 〈데뷔의순간〉, 〈UHD 역사스페셜〉 등에서 게임엔진을 활용하여 실사세트 수준의 세트와 합성 장면 구현

[그림 6-31] UHD기후변화특집 지구의 경고 제작 장면



- 그래픽 처리기술의 발전에 따라 실시간 AR/VR제작이 가능하게 되었고, 게임엔진을 이용한 높은 품질의 그래픽을 생방송에 활용할 수준으로의 방송적용 사례가 증가함을 감안 효율적인 대응을 위하여 인력 및 리소스 (작업 장비, 장소) 보강 필요
  - 테크니컬 슈퍼바이저[15] 역할을 할 내부 전문가 양성 필요
  - 게임개발, 테크니컬 아티스트 분야에서 경험이 있는 경력직을 충원하여 기존 인력과 시너지를 발휘할 필요가 있음
  - XR 구현을 위한 시스템 및 LED, 소프트웨어 구매 필요

○ **추진효과**

- 코로나19 상황으로 해외 로케이션 촬영 등이 어려워진 상황을 대응할 수 있고, 실제로 촬영하기 어려운 환경을 구현하도록 게임엔진을 방송제작에 활용할 수 있는 방법 연구 지속
  - 한정된 시간에 고퀄리티 그래픽을 정규 프로그램에 적용해 나갈 수 있는 방법 연구
  - AR, XR[16]을 활용하여 드라마 다큐멘터리 제작 확대 방법 연구

나. 제작기술 시스템 및 운용개선

□ UHD 드라마 스튜디오 구축방안 계획 수립

○ **추진내역**

- 급변하는 드라마 제작트렌드에 대응하기 위하여 차세대 UHD 드라마 제작 스튜디오 구

15) 프로그램 기획단계에서 게임엔진 적용가능성 판단과 기술적용으로 인한 프로그램 제작비 절감효과와 제작기간 단축효과를 볼 수 있도록 기획·조정하는 역할

16) AR과 LED 조명이 함께 어우러져 가상과 현실이 밀접하게 연결될 수 있게 하는 기술

축시 효율적 방안을 수립하고, 제작 워크플로우 문제점의 신속한 보완 및 대응을 통한 시행착오 최소화를 위한 연구 TF를 구성 운영함.

• 각 직무별 전문가로 구성된 TF 운영

• 드라마 연출진과 추가 협의를 통한 최종 결과 도출

- 시네마 4K 스튜디오 시스템 및 워크플로우 정립

• TF 도출 결과로 주말 드라마 〈오케이광자매〉 시네룩 제작에 적용

• 차세대 UHD 드라마제작 스튜디오 구축 시 T/F 결과 도출 내용 적용

○ **추진효과**

- TF를 통해 합리적 UHD 드라마 스튜디오 구축방안 및 워크플로우 제시

□ SMR-13 DAW 시스템 교체

○ **추진내역**

- 장비 노후화(2008년 도입)로 연결 장애, 동작불능 등 리소스 활용에 차질이 있는 DAW(Digital Audio Workstation) 시스템, 비디오 파일 플레이어(V-Cube)의 교체, 오디오 멀티트랙 레코딩 장비(PYRAMIX) 업그레이드

○ **추진효과**

- 노후장비 교체로 음향 후반작업 업무개선 및 콘텐츠 경쟁력 강화 필요
- 사운드 마스터링 제작시스템의 안정성 및 음향 품질 향상

□ TS-15 천장 이펙트마이크 제어시스템 보강

○ **추진내역**

- 노후화(2005년 설치)된 기존 이펙트마이크 제어시스템 철거 및 신규 교체
- 관객석 상부 일부 이펙트마이크 제어시스템 신규 보강 : 4식

○ **추진효과**

- 〈뮤직뱅크〉, 〈불후의 명곡〉, 〈유희열의 스케치북〉 등 공연/음악 프로그램의 앰비언스 수용, 음향 밸런스등 개선으로 음향 품질 향상
- 최적화된 이펙트마이크 제어시스템 구축으로 객석 반응 등의 현장감 풍부한 콘텐츠 제작

□ TS-4 〈생방송 심야토론〉 비대면 화상연결 시스템 구축

○ **추진내역**

- 생방송 〈심야토론〉, 〈대통령 국민과의 대화〉, 〈사장님이 미쳤어요〉 등 비대면 제작 솔루션 구축 및 적용
- vMix시스템과 구루미(온택트 플랫폼) 솔루션을 활용한 화상연결시스템 구축

○ **추진효과**

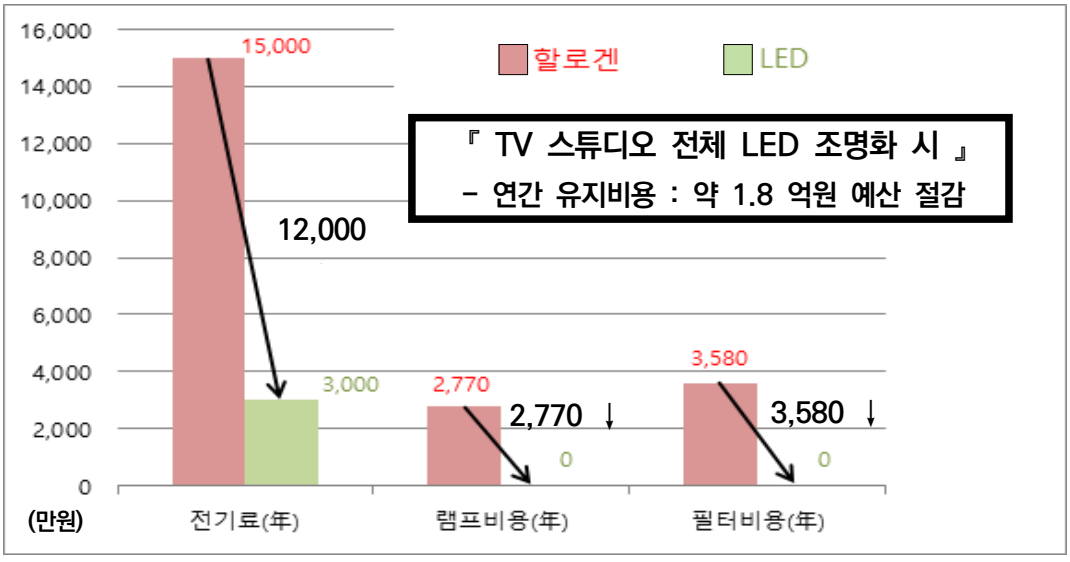
- 외주시스템 예산 과다 소요 및 제작 품질 미흡에 대처(기존 외주시스템 대비 회당 약 250만원 예산 절감)하고 향후 다양한 스튜디오 생방송 제작수요에 대응 가능한 자체 솔루션 확보
- 안정적인 시스템 구축으로 방송사고 방지 및 고품질 프로그램 제작 가능

□ 저전력 친환경 조명시스템 구축계획 수립

○ **추진내역**

- TV 기술국 스튜디오의 할로겐 등기구를 고효율 LED 조명으로 단계적 전환계획 수립
  - 2022년 : TS-15 LED 전환 계획
    : 2022년 자본예산 사업 추진 제외되어 2023년 추진 계속
  - 2023년 ~ 2024년 : TS-1~5, TS-11~14 LED 전환 계획
    : 딤머시스템 노후도, 등기구 교체시기 및 장르별 특성 반영하여 순차 추진
  - 2025년 : TS-A, C, D LED 전환 계획
    : 모든 TV 스튜디오 LED 조명화 완료

[그림 6-32] TV 스튜디오 전체 LED 조명화 시 예산절감



○ **추진효과**

- 제작의 용이성 및 고품질 영상 제작 및 저용량/고효율 조명기구 사용으로 인한 제작 비용 절감 예상
- 탄소중립비전, 그린뉴딜 정책에 선도적 대응, 공영방송으로서의 공적책무 확대

□ 풀파일(Full file) 디지털워크플로우 내실화 운영

○ **추진내역**

- 노후 종편실(PE-1) 파일기반 시스템 보강
  - 제작 신뢰도 및 효율 향상을 위한 고성능 NLE H/W 도입
  - 예능, 교양 NLE 통합을 위한 스토리지 연결 방식 변경으로 제작편집의 효율성 증대
  - 색보정 업무 수행 가능 장비 추가(다빈치리졸브, 콘트롤패널)

○ **추진효과**

- TV 종합편집 워크플로우 풀파일 최적화로 시스템 개선
- 장르 통합형 종편실 구축으로 리소스 활용률 증대
- 제작 워크플로우 효율화를 위한 색보정 업무 가능 시설 추가

□ 헬기 UHD 짐벌 카메라 시스템 신규도입 및 생방송 역량 강화

○ 추진 배경

- 현재 헬기에 장착된 짐벌 카메라 시스템은 2006년 도입되어 화질 저하 및 비행 시 진동으로 인한 영상 떨림증상이 심하며 기종 단종으로 수리, 개조 불가능함
- 헬기의 신속한 이동과 장거리 비행 기능을 활용하여 드론과는 차별화된 항공 영상 제공이 필요함
- 헬기 짐벌 카메라 교체 사업과 헬기 M/W 장비 교체 사업이 완료되면 고화질의 항공영상을 통한 뉴스 및 재난방송의 품질 개선과 헬기 생방송 권역을 수도권 이북 지역과 충청권까지 확대할 수 있어 KBS 공적책무 강화에 기여할 수 있음

[표 6-27] 헬기와 드론 비교검토(1)

구분	헬 기	드 론
운용 시간	2 시간 내외	20분 내외
기동 거리	반경 200km 내외	반경 1km 내외
촬영 고도	지면 ~ 3,000m	지면 ~ 150m
바람 제한	20 m/s 미만	5 m/s 미만
야간 비행	제한 없음(사전신고)	국토부 1~2주 전 사전 허가 필요

※ 드론은 150m 미만의 고도에서 제한된 지역과 바람의 범위 내에서 운용가능

[표 6-28] 헬기와 드론 비교검토(2)

비행금지/제한 구역	헬 기	드론
수도권	2 시간 전 비행 승인	국토부 및 군부대 사전 허가 필요 (1~2주 전 허가 요청)
경기/강원북부	긴급 시 당일	
비행장인근	비행 중 관제탑 승인	

※ 드론의 급속한 이용 증가로 비행안전 및 보안 강화를 위해 관계기관의 드론 규제가 심화되고 있어 비행제한 지역에 대한 긴급 재난방송 불가 (개성공단 폭파 사건, 경기 북부 집중 호우 시 등 드론 대응 불가)

[표 6-29] 헬기와 드론 비교검토(3)

지 역	헬 기	드론
해 상	전국 2시간 내 대응	이동제한으로 긴급대응 불가
산 불	통제 항공기 교신 후 촬영	산불진화로 드론비행 불가
지진/해일	전국 2시간 내 대응	지진 발생으로 이동 제한
초대형 태풍	피해 전 지역 대응	일부 보도지역 대응

※ 드론의 경우 이동 제한에 따른 신속 대응이 곤란하고 전국적인 피해 발생 시 전 지역에 대한 신속한 취재 곤란

- Shotover社 M1 기종 선정

[표 6-30] Shotover社 M1 기종 선정

	변경 전	변경 후
제작사	FLIR Systems	Shotover
제품명 (자이로 방식)	Ultra Media III HD (5축 자이로 시스템)	M1 **(6축 자이로 시스템)**
카메라 모델 (해상도)	HDC-1500 (Sony) (1920 x 1080i)	UHL-F4000 (Ikegami) (3840 x 2160p)

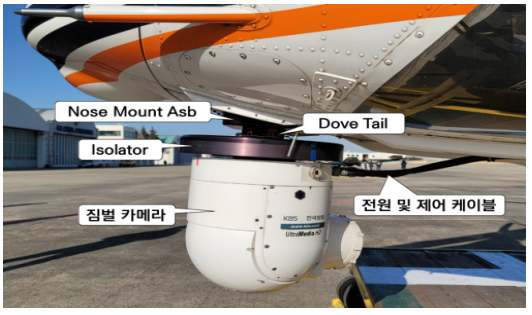
- 짐벌 및 BEAR 시스템
  - 6축 자이로 카메라 시스템을 기반으로 항공영상과 지도데이터 합성
  - 실시간 AR Mapping(BEAR) 기능을 이용한 신속 정확한 재난상황 정보제공

※ BEAR(Broadcast Electronic Augmented Reality)
: 6축 짐벌 카메라 시스템을 기반으로 항공영상과 지도데이터를 합성하여 실시간 AR을 구현하는 장비로 전 세계 유일한 모델이며 국내 최초로 KBS 도입

- 카메라 시스템
  - 4K 저조도 카메라, 46배 4K 줌렌즈 장착
  - 안개, 미세먼지 등 저시정 상태 및 야간 촬영시 선명한 UHD 영상 제공 가능

- 2022년 신규 M/W 도입 시 수도권과 충청지역 UHD 헬기생방송 가능

[그림 6-33] 헬기 UHD 짐벌 카메라 시스템



〈 現 FLIR Gimbal 카메라 〉



〈 M1 Gimbal 카메라 예시 〉



〈 뉴스영상 AR Mapping 〉



〈 Drawing Layer 기능 〉

□ 비대면(대규모) 제작 시스템 구축

○ 추진내역

- 코로나 시대 온텍트 (online + contact) 제작 방식의 증가로 비대면 방송참여 제작이 증가함에 따라 내부 리소스 사용기반 마련
- 도입 장비
  - vMix Pro 소프트웨어 및 워크스테이션, 인터페이스 카드 등 10 set
- 2021년 운용실적 : 총 81건
  - 〈피어나라 대한민국〉, 〈조선팝 어게인〉 등 화상연결 및 프로그램 제작 총 35건
  - 드라마 제작발표회, 〈아침마당 30주년〉 기자회견 등 총 스트리밍 총 46건

[그림 6-34] 비대면(대규모) 제작 시스템



〈 화상연결 제작 현장 〉



〈 멀티화면 제작 〉

○ **추진효과**

- 타 방송사와 차별화된 다중 화상연결로 다양한 포맷의 고품질 프로그램 제작가능
- IBB 멀티화면 제작에도 사용하여 제작 활용도 극대화
- 자체 리소스 운영으로 예산절감에 기여

※ 외부업체 이용시 100명 기준 임차비용은 회당 약 1,000만원, 제작발표회 등 라이브 스트리밍 회당 250만원

□ RC-카를 이용한 영상 촬영시스템 개선

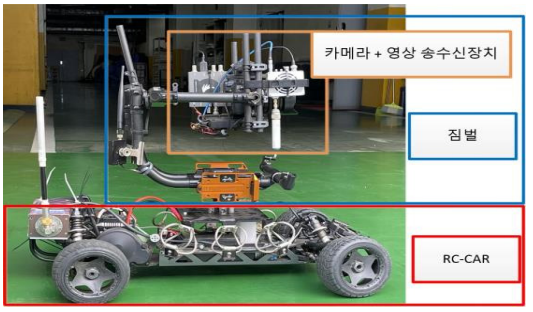
○ **추진내역**

- RC-카와 짐벌을 이용한 시스템으로 2021년 미디어창의기술전 대상 수상
- 4K 카메라, 짐벌, M/W 장착으로 타사와 차별화되는 고품질의 생방송 제작
- 교양, 예능, 뉴스, 스포츠 등 다양한 프로그램에 사용하여 역동적인 영상 제작 가능
- 고비용의 AR 특수장비를 대체하여 예산 절감(2021년 4.7 재보선 개표방송에 사용)
- 향후 활용방안
  - 2022년 대선 개표방송부터 투입 예정
  - 2022년 신규 M/W 도입시 UHD 생방송 제작도 가능

[그림 6-35] RC-카를 이용한 영상 촬영시스템



〈 4.7 재보선 개표방송(서울시청) 제작 〉



〈 RC-Car 구성 〉

○ **추진효과**

- 안정적인 촬영영상의 수신으로 생방송 가능(자체보유 M/W 사용)
- 출발시 충격없는 부드러운 출발이 가능
- 앞,뒤 바퀴 각각 조향으로 최소 반경 회전과 스네이크 주행 가능
- 기존보다 넓어진 차체로 짐벌을 장착한 상태로 균형잡기에 유리
- SONY P1 등 기존 방송용 카메라 사용으로 색감조정 및 영상 딜레이 최소화 등

□ **〈본사 R녹음부조 장비보강〉 사업**

○ **추진내역**

- 2개소(RS-1, RS-5) 노후 오디오 믹서(2003년 도입) 교체
- 조정실 스피커 등 주요 장비 교체
- RS-5 영상 콘텐츠 제작 시스템 개선
  - 스트리밍 단말 캡처장비 보강
  - 프로그램 영상 배경으로 활용 TV Monitor 구매, 이동식 스탠드 설치

[표 6-31] RS-1, RS-5 제작현황

시설명	크기(m^2)	주용도	주요 제작 프로그램
RS-1	90	한민족 방송 제작	〈통일백세〉, 〈통일전망대〉 등
RS-5	90	1R 등 라디오 본방송과 유튜브용 콘텐츠 병행제작	1R 〈주진우의 라이브/스페셜〉, 〈시대음감〉 등 유튜브 전용〈최경영의 이슈오도독〉, 〈야구잡썰〉 등

○ **추진효과**

- 노후 장비 교체를 통해 고품질 프로그램 제작 여건 마련
- 다양화되는 제작진의 프로그램 포맷에 즉각적인 대응 가능한 여건 마련

[그림 6-36] RS-1, RS-5 장비보강 전·후

구분	공사 前	공사 後
RS-1		
RS-5		

□ 제작스튜디오 2개소(RS-1, RS-7) 건축

○ **추진내역**

- 20여년간 사용으로 노후된 스튜디오(2003년)의 벽부와 마감재를 교체하고 공조시설 등에 대한 환경개선 및 콘텐츠 제작환경에 맞는 공간 재설계
- 드라마 제작 전문 스튜디오인 RS-7의 노후화된 녹음 공간의 재설계
  - 드라마 전문 스튜디오에 적합한 공조 설계, 음향 건축 설계
  - 폴리 공간 재조정, 소음 유발 공간 개선(공조 재배치, 바닥 개선)

※ RS-7은 전년도(2020년) 오디오 믹서 교체공사만 시행

○ **추진효과**

- 드라마 전문 스튜디오에 적합한 건축 설계로 고품질 라디오 드라마 제작 환경 조성
- 노후된 집기(랙, 데스크, 의자 등), 스튜디오 내장재 교체로 〈보이는 라디오 콘텐츠〉 품질 및 이미지 개선

[그림 6-37] RS-1, RS-7 건축공사 전·후

구분	공사 前	공사 後
RS-1		
RS-7		

□ **〈라디오 ON-AIR 수신시스템 신뢰성 제고 및 방송장애 최소화〉 사업**

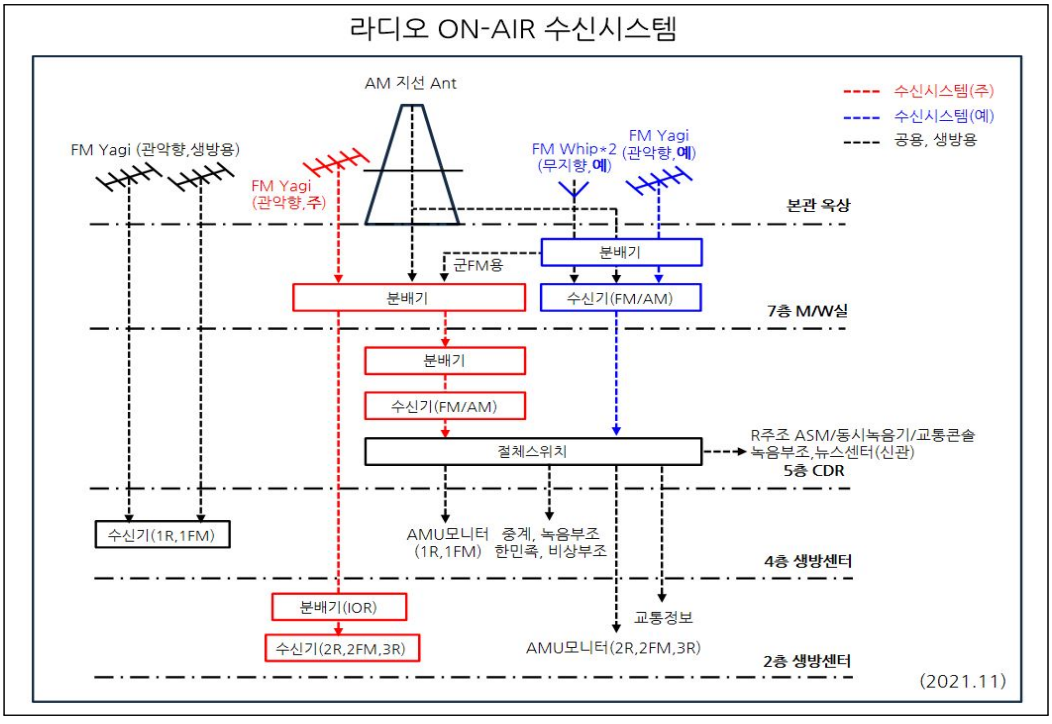
○ **추진내역**

- 노후된 수신안테나와 급전선 교체 및 신관과 본관으로 이원화된 주·예비 모니터링시스템을 본관으로 일원화
  - 본관 CDR 수신시스템 신규 구축, 급전선 포설 등 케이블링 공사
  - 신관 M/W실 예비 수신시스템 철거 및 본관 M/W실 수신시스템 예비 전환
- 본관 CDR 수신시스템 신규 설치 및 노후 수신기(2006년 이전 도입) 교체
- 음악방송 전문채널(1FM, 2FM, 2R) 생방스튜디오 온에어 수신기 교체

○ **추진효과**

- 라디오 ON-AIR 수신시스템의 교체로 안정적 모니터링, 방송장애 최소화 로 생방송 신뢰성 제고
- ON-AIR 수신시스템 주·예비 계통 일원화를 통한 모니터링 환경 개선

[그림 6-38] 라디오 ON-AIR 수신시스템



□ 뉴미디어 제작스튜디오(RS-5)의 제작환경 개선

○ **추진내역**

- RS-5 오디오 믹서 및 주요 장비 교체(자본예산 : 본사 R녹음부조 장비보강 시행)
- 영상 콘텐츠 제작관련 제작시설 보강
  - 스트리밍 단말용 캡쳐카드, 녹화용 단말 저장장치(디스크) 보강
  - LED조명 믹스패널, 링라이트 등 조명 보강, 스튜디오 배경 흡음 보강

□ 라디오 콘텐츠 다변화, 비대면 제작방식 활용 신규 서비스

○ 추진내역

- 1라디오 생방송 화상전화(vMix-Call) 활용
  - 1라디오 〈홍사훈의 경제쇼〉, 〈오태훈의 시사본부〉, 〈성공예감 김방희입니다〉 등 해외 현지 출연자 화상전화 활용
- 화상회의 프로그램(Zoom)을 사용한 청취자 참여 및 보이는 라디오 활용
  - 3.2.(화) 2FM 〈DAY6의 키스 더 라디오〉 100일 특집 - 청취자와 함께하는 랜선 파티
- 2FM 〈스테이션Z〉와 네이버 Z간 메타버스 시험 서비스 실시
  - KBS쿨FM에 출연한 출연자의 제페토 앱 아바타 라이브 등 실현

[그림 6-39] 비대면 제작방식에 대응한 신규 서비스

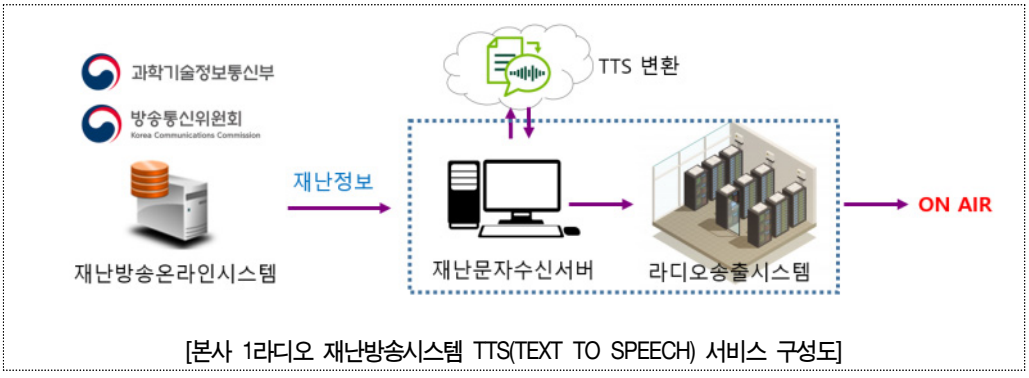
1R 화상전화 연결	2FM Zoom 활용
	
12월 20일 〈홍사훈의 경제쇼〉	3월 2일 2FM 〈Day6의 키스 더 라디오〉
2FM 메타버스 활용	
	
10월 4일 2FM 〈STATION Z〉	10월 11일 2FM 〈STATION Z〉

□ AI를 활용한 재난 TTS(Text-to-Speech) 서비스

○ 추진내역

- 방통위와 재난송출 규격을 정형화하여 2월 1일부터 라디오 재난방송시스템 공식운영
- 라디오 재난방송시스템 시스템에 수신되는 재난문자를 확인 후 관련내용 송출

[그림 6-40] AI를 활용한 재난 TTS(Text-to-Speech) 서비스



[본사 1라디오 재난방송시스템 TTS(TEXT TO SPEECH) 서비스 구성도]

○ 추진효과

- 2021년 1월~10월 총 수신문자 : 880여건(200여회 방송 중 공지)
- 2021년 8월~9월 심야취약 시간대 : 30여건 TTS 송출(호우 및 태풍관련)
  - 라디오 기술분야는 다양한 플랫폼으로 확대되는 라디오 제작환경을 반영하여, 뉴미디어 제작스튜디오(RS-5)의 제작환경 개선, AI를 활용한 재난 TTS(Text-to-Speech) 서비스, 수시로 발생하는 유튜브 제작·송출과 비대면 제작 등 제작진의 다양한 요구에도 적시에 대응하는 등 현장 맞춤형 차세대기술을 적극 활용하는 등 커다란 성과를 창출했음

4. 콘텐츠제작 기술품질 역량 강화

가. 제작 프로그램 품질 혁신

□ 2020 도쿄올림픽 & 패럴림픽 중계방송

○ 추진내역

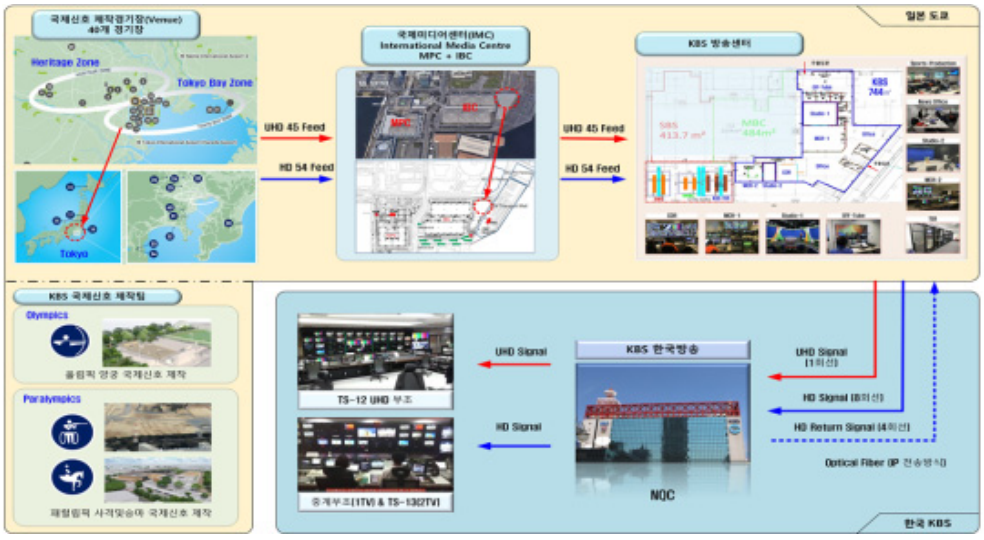
- HD·UHD 방송 제작시스템 구축 운용으로 33개 전 종목 중계방송 제작
  - 코로나로 1년 순연되어 2021년 개최되었으나 IOC에서'2020 도쿄올림픽'명칭사용
- 도쿄 방송센터 설계 및 구축
  - 내부품의(1월), 사전 설치 및 장비 발송(5월), 현지 방송센터 구축(6월)

[표 6-32] 도쿄올림픽 제작 방송센터

도쿄 방송센터	중계차고	부조
MCR 1 Off-Tube 2 스튜디오 1 현장 코멘터리	Off-Tube 3 TV-4 TV-5(UHD)	TS-13(1TV) 중계부조(2TV)
방송회선 : HD 8, UHD 1, Return 4		

  - 올림픽(7.23 ~ 8.8), 패럴림픽(8.24 ~ 9.5) 방송 제작
- 코로나로 도쿄 현지 제작시설 축소로 본사에 OFF-TUBE 3개소와 UHD 부조를 담당하는 TV-5 중계차를 설치, 운영하여 원활한 중계방송 제작
- 올림픽 양궁, 패럴림픽 사격 & 승마 국제신호 제작 참여
  - 제작기술인력 : 양궁 3명, 사격 & 승마 2명
- 사전 설명회 및 의견 수렴을 통해 제작중심의 고효율 방송센터 구축 운영
- 도쿄 미디어센터, 미디어송출부와 협업으로 IBB 서비스 제공
  - 주요선수 원샷, 중계석 카메라, 멀티화면 등

[그림 6-41] 도쿄올림픽 전체 구성도



□ 제73주년'국군의 날'기념식 중계방송

○ **추진내역**

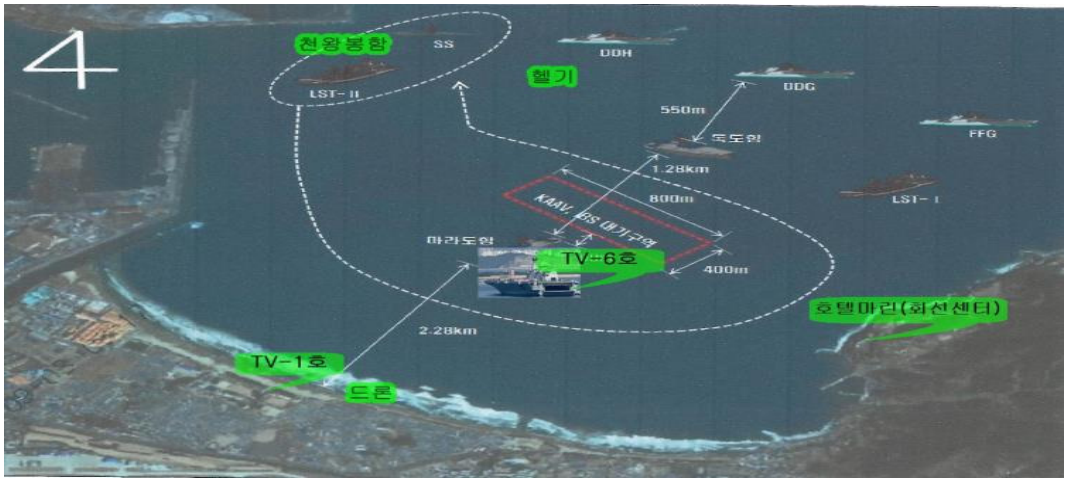
- 일시 및 장소 : 2021.10.1.(금), 포항 영일만 해상
- 내용
  - 포항 영일만 해상에서 진행한'국군의 날'기념 행사인 육해공 합동상륙작전(피스메이커)을 중계차, 헬기, 드론, M/W 등 특수장비와 기술인력 31명을 동원하여 입체적으로 제작, 12개 방송사에 실시간 송출
  - 창군 이래 해병대 주관 첫 국군의 날 행사이며, 기념식 최초로 해상에서 진행함
- 특이사항
  - TV-6 중계차를 수륙양용 공기부양정을 이용하여 메인 행사장인 마라도함에 탑재
  - 해상의 마라도함과 육지의 수신기지 구간의 모든 회선을 M/W로 구성하여 운용
  - 다년간의 마라톤, 해상 재난방송 등의 M/W 회선구축 경험을 바탕으로 주파수 혼신 및 해상 페이딩 등의 문제를 해결하여 안정된 무선회선을 구성

○ **추진효과**

- 다년간의 마라톤, 해상 재난방송 등의 M/W 회선구축 경험을 바탕으로 주파수 혼신 및 해상 페이딩 등의 문제를 해결하여 안정된 무선회선을 구성하여 최고 품질의 중계방송을 서비스.

- 생방송 제작이 가능한 헬기와 드론을 투입하여 역동적인 항공영상을 제공하여'웰메이드 밀리터리 영화'를 보는 것 같다는 시청자 평가를 받음

[그림 6-42] 국군의날 행사 기념식 행사장 및 중계장비 배치 내역



〈 국군의 날 기념식 행사장 배치 〉



〈 공기부양정에 TV-6 탑재 〉



〈 드론 생방송 영상 〉

□ **누리호 발사 중계방송**

○ **추진내역**

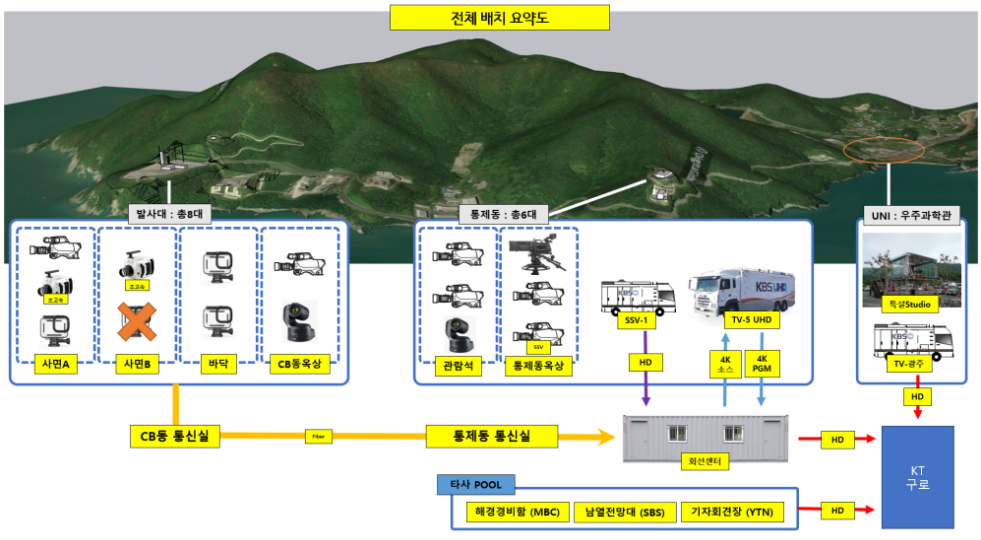
- 일시 및 장소 : 2021.10.21.(목), 고흥 나로우주센터
- 내용
  - 4개 방송사가 POOL 구성했으며 KBS는 발사대와 통제동을 담당하고 근접 발사장면을 제작하여 12개 방송사에 실시간 제공함

[표 6-33] 4개 방송사 카메라 대수, 위치

	KBS	MBC	SBS	YTN
카메라 수	16	1	3	2
위치	발사대 8대 통제동 8대	해경 함상	남열전망대	프레스센터

- 발사대와 통제동 구간(약 3Km)에 사전 포설된 광케이블 20회선을 이용하여 카메라 신호 전송함
- 동원 리소스 : TV-5 중계차, SSV-1, 리모트 컨트롤 카메라 8대, LSM 3대 등
  ※ 2022년 6월, 2차 누리호 발사 예정

[그림 6-43] 누리호 발사 중계망 계통



○ **추진효과**

- 누리호 발사시 발생하는 화염과 진동에 대비하여 발사대에 특수 함체 5개를 설치하여 카메라와 광전송장비를 보호하고 안정된 영상을 제작함
- 국가적인 이벤트임을 감안하여 UHD TV-5 중계차와 특수 카메라를 동원하여 모든 신호를 고화질의 UHD로 제작하였으나 최종 방송사 송출은 HD로 제공함

□ 한가위 특집 심수봉 언택트 음악회 제작(피어나라 대한민국)

○ 추진내역

- 일시 및 장소 : 2021.08.29(일), 일산 킨텍스
- 제작리소스 : TV-4호 중계차, VR밴, 화상연결 시스템, RF Cam, Wire Cam
- 내용
  - 8.26(목)~28(토) 중계차 설치 및 리허설, 8.29(일) 녹화, 9.19(일) 2TV 20:00 본방송
  - 중계차고 미디어랩실에서 관객 1,000명을 화상연결(ZOOM + vMix) 하고 200명으로 구성한 멀티화면을 킨텍스 TV-4로 전송하여 관객 리액션 화면으로 활용

[그림 6-44] 한가위 특집 심수봉 언택트 음악회 화상연결 멀티화면



□ 송년특집 임영웅 콘서트 제작(We're HERO)

○ 추진내역

- 일시 및 장소 : 2021.12.10.(금), 일산 킨텍스
- 제작리소스 : TV-4호 중계차, RF카메라, Sky-Cam(외부), 레이싱 드론(외부)
- 내용
  - 12.7(화)~9(목) 중계차 설치 및 리허설, 12.10(금) 녹화, 12.26(일) 2TV 21:15 본방송
  - TV-4호 카메라 14대 사용 제작(전 카메라 소스 멀티 녹화)
  - 전 카메라 신호를 멀티 녹화/편집에 사용함으로써 다양한 화면 구성으로 완성도 높임
  - TV-8호 중계차로 12.6(월) 18:00~ , 본관옥상 여의도 배경 사전녹화 제작
  - 11.22(월) 18:00 임영웅 헬기 탑승 사전녹화 (김포공항-송도 비행)

[그림 6-45] 송년특집 임영웅 콘서트 헬기탑승 제작



〈 본관 옥상 사전녹화 〉



〈 헬기 탑승 사전녹화 〉

□ **재난방송 대응훈련 강화**

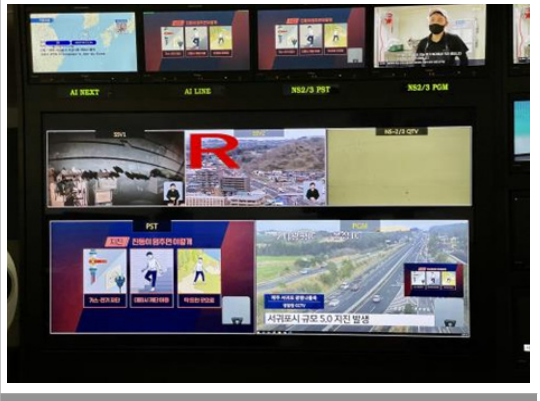
○ **추진내역**

- 보도기술국 자체 재난방송 대응훈련 계획 수립 및 격월 시행
  - 지진/산불 등 재난 시나리오별 비상방송 SOP 검증 및 취약부분 개선
  - 재난방송시 인원별 담당업무 명확화
  - 재난방송 관련 시스템(CCTV, MNG, 지진 AI, 부조 미러링 PC 등)의 동작상태 점검 및 개선사항 도출
- 재난미디어센터 주관 불시 재난방송 모의훈련에도 참여, 현업자 대응능력 강화

[그림 6-46] 재난방송 모의훈련



재난 제보영상 스튜디오 미러링 훈련



CCTV 활용한 재난소스 송출 훈련

○ **추진효과**

- 재난방송 모의훈련의 정례화로 현업자들의 재난 대응력 향상
- 지난 12월 제주 서남부에 규모 4.9 지진 발생 시, 신속하게 재난방송체제로 전환, 약 30분간 재난특보를 제작함으로써 상시 훈련의 효율성을 입증

□ 긴급재난 대응 워크플로우 개선

○ **추진내역**

- AI 지진 자막 연계 시스템 개선
  - AI 자막시스템과 연동되는'경보시스템(경광등)'을 추가 확장이 가능하도록 개선
- vMix, Skype, Zoom 등의 외부 방송참여 플랫폼의 워크북 제작으로 사용자 운용성 강화
- 취약시간대 긴급 재난대응 워크프로세스 확립
- NDC(네트워크 재난센터)에 재난 Technical Manager배치로 재난관련 업무 처리 강화

○ **추진효과**

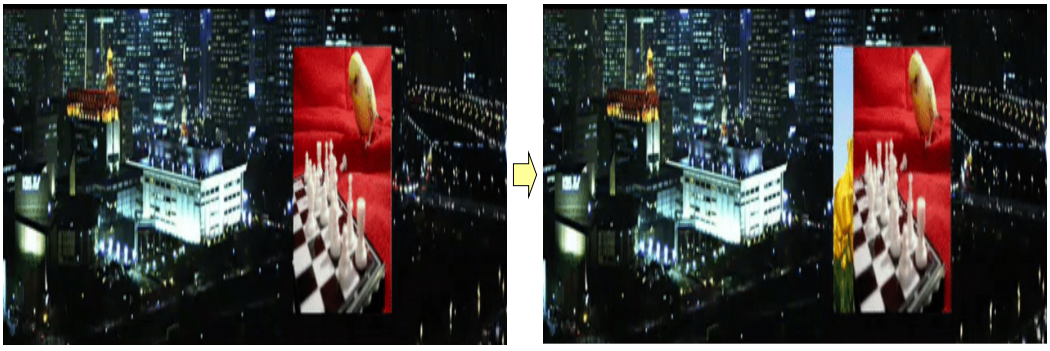
- 재난방송 제작 프로세스 개선으로 취약시간대 재난 발생 시, 신속한 방송 제작이 가능하도록 제반 인프라 강화

□ 뉴스 스튜디오 비디오월 이미지 프로세서 교체

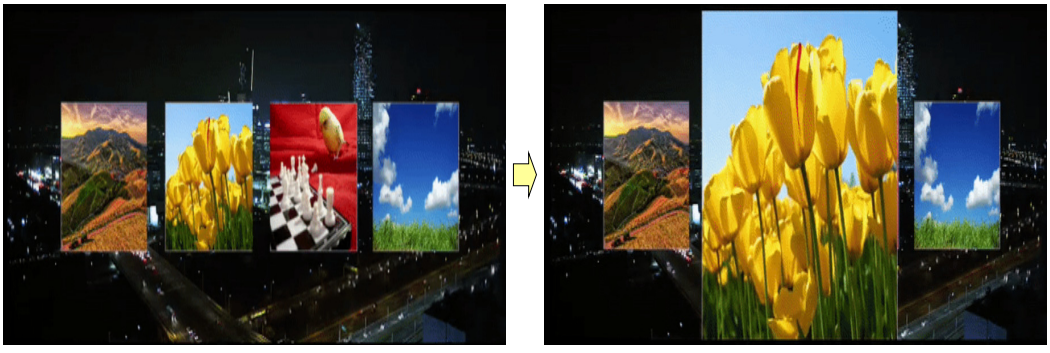
○ **추진내역**

- 노후로 빈번한 장애발생과 부품단종에 의한 유지보수의 어려움을 감안, 변화하는 뉴스 제작 환경 및 요구사항에 능동적 대응을 위해 NS-2/3 비디오월 프로세서 교체
  - 장비 도입 전 BMT를 통한 최적의 기종 선정 및 장비 구매
  - 비디오월 프로세서, 스케일러 및 부속 장비 교체
- 운용 안정성 강화를 위한 주·예비 시스템 보강
- 이미지 매니저 전문성 강화교육 실시
  - 장비 운용 교육 및 디자이너 심화 교육 이수로 제작 전반의 운용능력 심화
  - 교체사업과 더불어 자율연구회 병행, 신규효과 자체 제작 및 실제 뉴스 적용

[그림 6-47] 비디오월 이미지 프로세서 교체 효과



[SLIDE 효과 자체 제작]



[다이나믹 줌 효과 제작]



[자체제작 효과 생방송 실적용 (TEXT BOX효과 및 개선된 ZOOM효과)]

○ **추진효과**

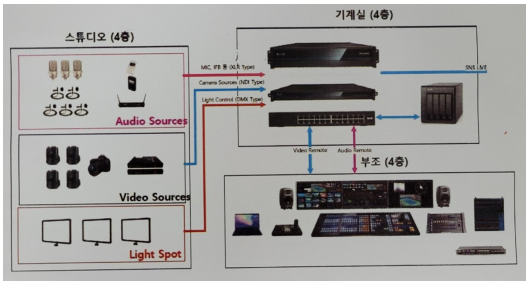
- 다양한 연출 효과 활용으로 뉴스 경쟁력 강화
  - 이미지 매니저의 전문성 강화로 제작진의 연출 요구에 능동적으로 대응
- 노후 시스템 교체로 시스템 안정성 향상 및 장애 대응 능력 강화

□ 디지털향 제작시스템(라온 스튜디오) 고도화

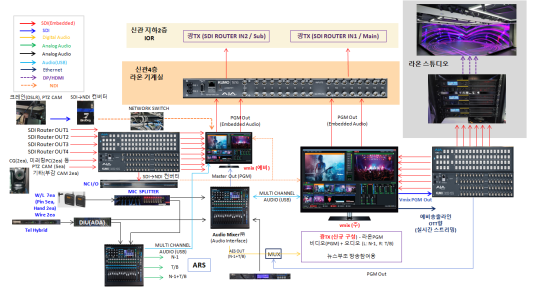
○ 추진내역

- 모바일/온라인 스트리밍 콘셉트로 구축된 라온스튜디오의 단순 네트워크 기반 시스템을 이중화 구성
  - PC기반으로 불안했던 시스템을 이중화함으로써 송출 안정성 강화
  - 시스템 고도화를 위한 설계, 시스템 구축, 운용을 보도기술국 자체 역량으로 진행함으로써 공사 비용효율화에 기여

[그림 6-48] 고도화 전,후 라온스튜디오 시스템 비교



[고도화 이전 라온스튜디오 시스템]



[고도화 후 라온스튜디오 시스템]

- PC기반 제작, 송출 시스템을 지상파 방송과 상호 연결 가능하도록 보강
  - 상황별 최적의 제작방식을 선택하도록 운용자 전문성 강화교육 실시
- 3면 LED Wall을 성공적으로 정착시켜 보도 프로그램 경쟁력 제고

[그림 6-49] 라온 스튜디오 시스템 고도화





[고도화 사업 이전 라온스튜디오 시스템]





[고도화 후 라온스튜디오 시스템]

○ **추진효과**

- 취약했던 PC기반 시스템을 보강, KBS News D-Live 채널을 성공적으로 런칭
  - 재난전문채널(UHD MMS 9-2ch) 시험방송에 매일 1.5시간씩 안정적으로 방송 송출 중으로서 향후 확대가 예상되는 재난전문채널 컨텐츠 제작에 능동적으로 대응 가능

□ **대형이벤트 대비 중계부조 제작시스템 보강**

○ **추진내역**

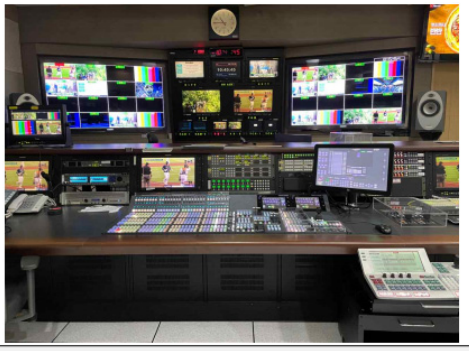
- 중계부조 방송장비의 노후화 및 판매업체 사업철수로 유지보수가 불가한 비디오 믹서, 오디오 믹서, A/V라우터 및 부속 장비 일체 교체

• GrassValley VMU 및 라우터, Calec AMU 교체

[그림 6-50] 중계부조 제작시스템 공사 전·후



공사 전



공사 후

- 제작 품질 개선을 위한 장비 보강 및 운용 편의를 위한 분배계통 및 각 패치단 교체
  • Sony 카메라, ForA FS 교체 및 AMU용 Wave Plug-In 설치
- 도쿄올림픽 대비, 코어 장비인 AMU, VMU, 라우터가 교체됨에 따라 사용자들의 원활한 적응을 위해 현업자 대상 운용교육 반복 실시

[그림 6-51] 현업 운용자에 대한 운용교육





장비 교육

○ **추진효과**

- 노후 중계부조 제작시스템을 교체함으로써, 도쿄올림픽 등 대형 스포츠 이벤트의 고품질 제작 기반 마련

• 역동적인 트렌지션, 고품질의 Audio Effect로 현장감 넘치는 스포츠 프로그램 제작

- 운용 한계에 다다른 노후장비를 적기에 교체함으로써, 제작시스템의 안정성 강화

□ 뉴스센터 노후 제작 장비 교체 및 보강

○ **추진내역**

- 사용연한에 이른 노후 제작 장비와 화재 위험성이 있는 조명설비 교체
- NS-1 노후 조명 교체
  - 조명 등기구 노후에 따른 화재 위험으로 긴급 교체 실시
- NS-1 스탠다드 카메라 줌렌즈 교체
  - 08년 도입된 노후 카메라 렌즈 교체, UHD전환 대비 호환 렌즈 도입
- NS-1 AMU OLED 액정 노후 교체
  - 노후되어 시인성이 현격하게 떨어진 믹서 조작부 OLED 표시창 교체
- 경인 취재센터 스튜디오 조명시설 긴급 보수
  - 장기 사용으로 노후된 조명 바튼 설비 긴급 보수
- 뉴스센터 억세스 플로어 교체
  - 노후화가 심각하게 진행된 뉴스센터 및 기계실 바닥의 억세스 플로어 교체

○ **추진효과**

- 사용연한에 이른 노후 제작장비 교체를 통해 뉴스 제작 안정성 강화
- 장비 노후로 인한 운용자 부담 경감 및 프로그램의 제작 품질 증진

□ 2021년 4월 재보궐 선거 개표방송 제작

○ **추진내역**

- 온에어그래픽(AR/VR 등)과 선거데이터가 실시간으로 표출되기 위해 선거/올림픽 등 제작 노하우가 있는 후반제작부 역량 강화
- 드론과 지미집을 이용한 국회 현장 야외 AR[17] 제작
- LED 비디오월을 이용한 대형 인포그래픽 스크린 구현
- 터치스크린을 이용한 인터랙티브 인포그래픽 구현
- 드론 AR과 온에어그래픽[18]을 이용한 카운트 다운 및 후속 메뉴 제작

17) AR(Augmented Reality, 증강현실) : 실제세트에서 가상의 사물이나 정보를 합성하여 마치 원래의 세트에 존재하는 사물처럼 보이도록 하는 기술

18) 생방송 중 방송화면 위에 실시간으로 3D(삼차원) 그래픽을 합성하여 정보를 표출하는 기술

○ **추진효과**

- 서울시청 등을 배경으로 AR그래픽 합성을 통한 다이내믹한 화면 연출 및 대형 비디오 월을 통한 효과적인 정보전달
- 그래픽제작, 프로그래밍 분야에 경험있는 인력을 보강하여 제작인력 시간외 근무 축소 및 선거제작 노하우 전달필요

□ HD 콘텐츠의 UHD 전환 제작(리마스터링[19]) 실적

○ **추진내역**

- 리마스터링 콘텐츠에 대한 UHD의무편성비율 인정이 한시적으로 시행중으로서 효율성 있는 콘텐츠 제작에 대응
  - 〈브레드이발소〉, 〈신비아파트〉, 〈핑크퐁과 호기〉, 〈린다의 신기한 여행〉, 〈빅파이브〉 등 애니메이션 160여회
  - 〈생로병사의 비밀〉, 〈걸어서 세계속으로〉, 〈KBS중계석〉 등 일반 프로그램 80여회를 리마스터링 제작하여 연간 UHD 편성 비율 제고에 기여

○ **추진효과**

- 효율적인 UHD콘텐츠 제작비율에 대응, 워크플로우 개선과 사내 제작을 통한 예산 절감에 기여
- UHD 마스터링 제작을 위한 후반제작 워크플로우 개발을 병행하여 안정적인 시스템 전환 대비 필요

□ 차세대 방송용 콘텐츠 제작

○ **추진내역 (국책과제 연구개발 성과 및 계획-한국전파진흥협회)**

- 코로나19로 인한 현지 촬영의 어려움을 XR제작을 통해 보다 쉽게 구현
- 기후변화 특집 〈지구의 경고〉 프로그램을 LED를 활용한 XR촬영방식으로 제작
- 제작방법
  - 언리얼 게임엔진으로 남극이나 사막 등의 지역을 사실성 높게 표현
  - XR 장비(픽소톱)를 활용하여 트레킹 장비와 LED 연동 작업을 통해 카메라 이동시 배경 또한 같이 연동하여 이동하도록 구성

19) 리마스터링 : 해상도 증가와 더불어 노이즈제거, 컬러그레이딩 등의 제반작업을 거쳐 기본 HD화질에서 개선 UHD 영상 제작

○ **활성화 방안**

- XR 제작에 있어서 드라마, 교양, 예능 등 다양한 활용 방법 연구 마인드 조성
- 실제 촬영이 어려운 지역을 XR 제작시스템 구축을 통해 제작비용 절감
- 인력 및 리소스 (작업 장비, 장소) 설비를 통해 다양한 제작 필요

□ 색보정, VR 제작 실적

[표 6-34] 색보정 실적

순번	프로그램	실적(회)
1	UHD 숨 터	192
2	Song큐멘터리 백투더뮤직	48
3	studio-K 뮤직뱅크 8K HDR 직캠	46
4	환경스페셜	23
5	역사스페셜	10
6	강릉 유튜브 영상 〈오!강릉〉	26
7	다큐멘터리 3일	49
8	오늘부터 무해하게	10
9	시사기획창	5
10	이웃집 찰스	3
11	걸어서 세계속으로	3
12	6시내고향	3
13	정치합시다 외 40개 프로그램	102

[표 6-35] VR(Virtual Reality, 가상현실그래픽) 제작 실적

순번	프로그램명	실적(회)
1	영화가 좋다(2TV)	53
2	TV비평 시청자 데스크	42
3	생로병사의 비밀	37
4	독립영화관	23
5	UHD 역사스페셜	7
6	로드투개콘	6

순번	프로그램명	실적(회)
7	세계의 공영방송 가치+	4
8	UHD 환경스페셜	3
9	유희열의 스케치북, 6시내고향 등 29개 프로그램	31

□ 제작 프로그램 제작실적

○ TV (교양, 예능, 드라마 등)

- TV스튜디오 및 KBS홀 (2021.01.01. ~ 12.31.)
  - 주간 약 40여 편 내외의 녹화 및 생방송 프로그램 제작
  - 데일리 생방송(6편)
    : 1TV 생방송 〈아침마당〉, 〈무엇이든 물어보세요〉, 〈6시내고향〉, 〈더라이브〉
    : 2TV 생방송 〈아침이 좋다〉, 〈생생 정보〉
  - 위클리 생방송(5편)
    : 1TV 생방송 〈심야 토론〉, 〈일요진단 라이브〉, 〈특파원 보고 세계는 지금〉
    : 2TV 생방송 〈뮤직 뱅크〉, 〈연중라이브〉
  - (KBS 홀) 프로그램 제작 건수 → 공연 사전준비 : 101건, 공연 : 127건
    : 〈열린음악회〉, 〈KBS 연기대상〉, 〈피어나라 대한민국 심수봉〉 등 사전 준비 및 제작
  - (아트홀) 프로그램 제작 건수 → 공연 사전준비 : 16건, 공연 : 160건
  - 〈KBS 국악대경연〉, 〈KBS 한전음악회〉, 〈트롯매직유랑단〉 등 사전 준비 및 제작

[표 6-36] TV스튜디오 및 KBS홀 프로그램 제작 실적

시설별	세부시설	프로그램 명	제작건수	제작시간(h)
본관	TS-1	〈TV쇼 진품명품〉, 〈시니어토크쇼 황금연못〉 〈남북의 창〉, 〈전국노래자랑〉 등	225건	1974
	TS-2	〈아침마당〉, 〈일요진단 라이브〉 〈특파원 보고 세계는 지금〉 등	322건	2377
	TS-3	〈역사저널 그날〉, 〈이웃집 찰스〉, 〈연중 라이브〉 등	212건	1787
	TS-4	〈생방송 심야토론〉, 〈신상 출시 편스토랑〉 〈질문하는 기자들 Q〉, 〈우리말 겨루기〉 등	218건	2128
	TS-5	〈2TV 생생 정보〉, 〈무엇이든 물어보세요〉	298건	2618

시설별	세부시설	프로그램 명	제작건수	제작시간(h)
신관	TS-11	〈TV비평 시청자 데스크〉, 〈사랑의 가족〉 등	126건	1109
	TS-12	〈굿모닝 대한민국〉, 〈더 라이브〉 등	365건	2848
	TS-13	〈더 라이브〉, 〈2020 도쿄올림픽〉 등	222건	1974
	TS-14	〈6시 내고향〉, 〈국회 대정부 질문〉 등	283건	2318
	TS-15	〈뮤직뱅크〉, 〈불후의 명곡〉, 〈유희열의 스케치북〉 등	302건	3551
별관	TS-A	〈주말 드라마〉, 〈2TV 일일 드라마〉 등	276건	3284
	TS-C	〈주말 드라마〉, 〈2TV 일일 드라마〉, 〈표리부동〉 등	197건	2178
	TS-D	〈가요무대〉, 〈누가누가 잘하나〉, 〈노래가 좋아〉, 〈사장님 귀는 당나귀귀〉 등	338건	3492
HALL	KBS HALL ART HALL	〈열린음악회〉, 〈국악관현악단 정기연주회〉 등	1129건	11757
본관/ 별관	조명 시뮬레이션실	〈뮤직뱅크〉, 〈불후의 명곡〉 〈유희열의 스케치북〉, 〈가요무대〉 등	558건	4719
합 계			3,384건	48,114

- SMR(사운드 마스터링 룸) (2021.01.01. ~ 12.31.)
  - 9개의 시설에서 교양·음악 프로그램, 드라마를 위주로 주당 50여 편의 프로그램의 사운드 마스터링 작업

[표 6-37] SMR(사운드 마스터링 룸) 프로그램 제작 실적

시설별	세부시설	프로그램 명	제작건수	제작시간(h)
신관	SMR-11	〈6시 내고향〉, 〈다큐멘터리 3일〉, 〈우리말 겨루기〉 등	467건	2397
	SMR-12	〈TV유치원〉, 〈사장님 귀는 당나귀 귀〉, 〈걸어서 세계 속으로〉 등	334건	2421
	SMR-13	〈숨 터〉, 〈생로 병사의 비밀〉, 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉 등	403건	2004
	SMR-14	〈1박 2일〉, 〈유희열의 스케치북〉, 〈불후의 명곡〉 등	409건	3398
	SMR-15	〈TV는 사랑을 싣고〉, 〈질문하는 기자들 Q〉, 〈역사저널 그 날〉 등	371건	1853
	믹스다운실	〈가요무대〉, 〈유희열의 스케치북〉, 〈국악한마당〉 등	269건	3191

시설별	세부시설	프로그램 명	제작건수	제작시간(h)
별관	SMR-A	〈주말 드라마〉, 〈2TV 일일 드라마〉,〈태종 이방원〉 등	245건	2008
	SMR-B	〈주말 드라마〉, 〈2TV 일일 드라마〉 등	274건	1085
	SMR-C	〈가요무대〉, 〈노래가 좋아〉 등	170건	1267
합 계			2,942건	19,624

- 제작편집실 (2021.01.01. ~ 12.31.)

[표 6-38] 제작편집실 실적

시설별	세부시설	프로그램 명	제작건수	제작시간(h)
본관	제작 편집실	〈TV는 사랑을 싣고〉, 〈신상 출시 편스토랑〉, 〈유희열의 스케치북〉 등	3467건	13004
신관	제작 편집실	〈굿모닝 대한민국 라이브〉, 〈이슈픽 쌤과함께〉, 〈숨 터〉, 〈무엇이든 물어보세요〉 등	872건	4612
	NPS 마스터링	〈뮤직뱅크〉, 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉, 〈불후의 명곡〉, 〈개그 써바이벌 개.승.자〉 등	1175건	8472
별관	제작 편집실	〈주말 드라마〉, 〈2TV 일일 드라마〉 등	195건	1491
합 계			5,709건	27,579

• 뉴스를 제외한 교양, 다큐, 예능, 드라마 등 전 장르의 프로그램 편집
: 종합편집실 19개소에서 주당 약 70편의 프로그램 제작 편집
: NPS 마스터링 6개소에서 주당 13여편의 프로그램 마스터링 작업

- 2021 주요 특집 프로그램

• 도쿄올림픽 중계 및 하이라이트 제작 실적
: 올림픽 투데이(2TV) 오전 7시, 60분간 14회
: 도쿄올림픽 하이라이트(1TV) 23시30분, 약 90분간 15회
: 도쿄올림픽 라이브(1TV) 일 평균 11시간, 전체 약 160시간

• 특집 프로그램 제작 실적

[표 6-39] 특집 프로그램 제작실적

채널	프로그램명	스튜디오	제작일 및 특이사항
1TV	6시 내고향 설 특집	TS-4	- 2.11(목), 12(금) 18:00~19:10(70분) - 권칠승 중소벤처기업부장관 출연
2TV	트롯 전국체전 결승전	TS-15	- 2.20(토) 1부 21:15~22:20 생방송 2부 22:20~23:45 생방송
2TV	방탄소년단 특집 〈렛츠 BTS〉	TS-2,15	- 3.8(월) TS-2 인서트물 촬영(BTS 출연) - 3.20(토) TS-15 녹화
1TV	TV 60년 특별생방송 〈공영방송의 길〉	TS-3	- 3.3(수) 19:25-20:25(60분) 생방송
1TV	서울시장 후보자 토론회(비초청, 초청)	TS-3	- 3.29(월) 14:30~16:30 생방송 - 3.30(화) 22:00~24:00 생방송
1TV	4.7 재보선 개표방송	TS-4	- 4.7(수) 19:00~21:00, 22:00~24:00 생방송
1TV	4.16 세월호 참사 7주기 기억식 중계	TS-14	- 4.16(금) 1TV 15:00~16:00
1TV	민주당 대표 경선 후보자 토론회	TS-2	- 4.27(화) 22:50~24:10 UHD 생방송
1TV	더 나은 삶, 안전한 대한민국	TS-4	- 4.28(수) 19:20~20:30 생방송 - 파리 지국 연결, 시민패널 16명 vMix 연결
1TV	더 나은 삶, 따뜻한 대한민국	TS-3	- 5.5(수) 17:50~19:00 생방송
1TV	어린이날 특집 〈특별생방송 - 더 나은 삶, 어린이가 안전한 대한민국〉	TS-3	- 5.5(수) 17:40~19:00(80분) 생방송
2TV	〈불후의 명곡 10주년 싸이 특집〉	TS-15	- 5.10(월) 2회분 녹화
1TV	30주년 특집 〈아침마당〉	KBS 홀,야외 (TS-2중계)	- 5.17~21(월~금) 08:25~09:40(75분) 생방송 - 5.21(금) 7개국 언택트 해외연결
1TV	국민의 힘 당대표 후보 토론회	TS-15	- 6.9(수) 22:50~24:10 생방송
1TV	2021 평화음악회	KBS홀 (TS-14중계)	- 6.13(일) 17:40~19:00 생방송
1TV	더불어민주당 대선후보 경선 토론회	TS-15	- 7.3(토) 22:30~24:30(120분) 생방송
1TV	코로나 긴급 진단	TS-2	- 7.7(수) 22:00~22:50 UHD 생방송
1TV	8.15 기념 음악회	KBS 홀 (TS-14중계)	- 8.15(일) 17:10~19:00(110분) 생방송
1TV	민주당 대선후보 경선 토론	TS-4	- 8.11(수) 19:00~20:30 생방송

채널	프로그램명	스튜디오	제작일 및 특이사항
1TV	광복절 특별 음악회 해양영토 더 큰 대한민국	KBS 홀 (TS-14중계)	- 8.15(일) 17:00~18:50(110분) 생방송
1TV	특별생방송 〈코로나19 델타변이 확산〉	TS-3	- 8.18(수) 22:00~23:00 생방송
1TV	특별생방송 〈더 나은 삶, 우리 함께〉	TS-3	- 10.15(금) 19:20~20:30 생방송
1TV	특별생방송 〈더 나은 삶, 안전한 대한민국〉	TS-4	- 10.29(금) 19:20~20:30 생방송 - 특파원 연결(뉴욕, 파리), TVUT 운용
1TV	특별생방송 〈위드 코로나, 성공의 조건〉	TS-4	- 10.29(금) 19:20~20:30 생방송 - 특파원 연결(뉴욕, 파리), TVUT 운용
1TV	국민의 대선 예비후보 토론회	TS-4	- 10.31(일) 19:30~21:00 생방송
1TV	2021 국민과의 대화 '더 나은 일상으로'	TS-15	- 11.21(일) 19:10~20:50(100분) 생방송 - 대통령, 경제부총리, 보건복지부 장관 출연 - 오프라인 국민패널 200명, 온라인 국민패널 100명
2TV	2021 〈연예 대상〉 생방송	TS-15	- 12.24(금) 21:15~24:35 생방송
2TV	2021 〈연기 대상〉 생방송	KBS 홀 (TS-13중계)	- 12.31(금) 20:30~25:00 생방송
2TV	새해 특별생방송 〈여러분이 국가대표입니다〉	TS-15	- 12.31(금) 23:00~25:00 생방송 - 독도수비대 현장 연결

○ **보도(뉴스 등)**

- 보도 스튜디오 (NS-1,2,3,4)
  - 1, 2TV(주중) 14개 뉴스 프로그램(570분/일 기준), 1, 2TV(주말) 뉴스(330분/휴일 2일 기준)를 제작하고 뉴스특보 및 특집 제작 총 44회, 18시간의 현업 업무를 수행함

[표 6-40]1/2 TV 뉴스 제작실적

구분	1TV	2TV
월~금	10개 프로그램, 490분 1TV 편성 24시간 기준 32.1% 제작	4개 프로그램, 90분 2TV 편성 21시간 기준 6.5% 제작
주말(토,일)	토 : 7개 프로, 210분 일 : 7개 프로, 120분	휴일 1개 프로(KBS 재난방송센터) 녹화물 10분

[표 6-41] 뉴스특보 및 특집

구분	횟수	시간(H)	비고
뉴스특보 및 특집	44	17	대설, 산불, 태풍 등 재난특보 누리호발사, 대통령연설 등

- 경인취재센터 (TS-25)
  - 1TV 주중(월~금), 4개 프로그램 35분(1일 기준)을 제작하며 〈뉴스광장〉, 〈930뉴스〉, 〈뉴스7〉, 〈뉴스9〉 뉴스시간대에 10~15분씩 로컬편성해 뉴스를 제작함. 〈인사이드 경인〉월 1회/50분 위클리 시사 프로그램을 제작해 경인 수도권 지역의 시사현안을 다루어 정보공유 및 지역발전을 도모함.
- 1라디오 뉴스 부조
  - 1R 정시뉴스제작은 주중(월~금) 일일 12개 프로그램 120분 제작, 주말(토~일) 양일 27개 프로그램 총 145분의 라디오 뉴스를 제작함.

○ **중계**

- 중계차는 뉴스밴 2대를 포함한 총 8대의 중계차를 운영하고 중계이벤트 및 방송 현장에서 중계방송을 생방, 녹화 등 다양한 장르의 프로그램을 수용해 업무를 수행함.
- 생방송, 녹화, 뉴스 취재영상물 송출, 음악 공연물 믹스다운 등 총 중계차 구분별 총 449회의 프로그램 제작을 수행함.
- 지상파 방송사 중 유일하게 자산으로 보유하며 그 경쟁력을 가진 KBS헬기는 연평균 총 63회 154시간의 운항시간으로 재난재해 뉴스, 다큐 등 프로그램 제작에 차별화, 특화된 헬기영상을 제작부서에 제공함.

[표 6-42] 중계제작 실적 현황

	생방	녹화	리허설	송출	합계
TV-1호	11	14	6	1	32
TV-2호	14	49	6	3	72
TV-4호	20	25	8	16	69
TV-5호	40	34	5	3	82
TV-6호	10	34	6	4	54

	생방	녹화	리허설	송출	합계
TV-8호	12	25	-	3	40
TV-9호	32	-	1	1	34
TV-10호	66	-	-	-	66
합계	205	181	32	31	449

[표 6-43] KBS 헬기 운항 현황(+ 분단위 표시)

구분	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	합계
운항 일수	12	11	24	12	59
운항 횟수	12	14	24	13	63
운항 시간	32+35	58+35	68+20	27+40	154+35
생방송 시간	0+00	0+00	0+00	4+10	4+10

○ **라디오**

- 라디오는 1R, 2R, 3R, 1FM, 2FM, 한민족방송, 라디오 국제방송 등 매체별 프로그램 녹음 제작과 생방송제작을 위해 스튜디오 생방송 송출주조 등 운용에 필요한 시설관리, 제작 업무를 수행함.
- 생방송 스튜디오는 매일 50여 개 프로그램, 약 80시간의 생방송을 진행했고, R국제방송은 11개 언어로 콘텐츠를 제작해 단파, 인터넷 회선을 통해 주당 120여 개의 프로그램을 전 세계로 송출함.

[표 6-44] 라디오 매체별 방송 제작현황

매체	방송시간/일	기본 생방송 편성 시간대	생방송(평일기준)/일		주요프로그램
			시간	프로그램수	
1라디오	24시간	04:40~24:00	19.5	13(31)	• 〈최경영의 최강시사〉 • 〈주진우 라이브〉 • 〈KBS열린토론〉 등
2라디오	22시간	06:57~24:00	17.5	9(15)	• 〈김태훈의 프리웨이〉 • 〈임백천의 백 뮤직〉 등
3라디오	21시간	09:00~16:00	7	6(3)	• 〈강원래의 노래선물〉

매체	방송시간/일	기본 생방송 편성 시간대	생방송(평일기준)/일		주요프로그램
			시간	프로그램수	
					• 〈출발 멋진 인생, 이지연입니다〉 등
1FM	24시간	07:00~20:00	13	8	• 〈김미숙의 가정음악〉 • 〈명연주 명음반〉 등
2FM	24시간	07:00~26:00	19	10(14)	• 〈박명수의 라디오쇼〉 • 〈사랑하기 좋은 날 이금희입니다〉 등
한민족방송	20시간	한민족뉴스(5분) 4회	1	4	• 뉴스 생방
R국제방송	언어별 상이	영어:17:10~19:10(KST) 한국어:뉴스(10분) 2회	2.5	3	• 〈박정현의 One Fine Day〉 ※ 언어별 편성 상이

※ 제작건수 () : 뉴스, 교통정보, 날씨 등 별도

- 7개 매체 약 50여개 프로그램(약 80시간) 생방송 제작
- R국제방송은 11개 언어로 제작하여 단파와 인터넷 등으로 주당 120여개 프로그램 송출

- R제작 스튜디오별 제작 현황
  - 일반 제작스튜디오 23개소 : 주당 약 800시간 380여건 제작

[표 6-45] 라디오 일반 제작부조/전문스튜디오 제작현황

주사용 매체	1R	2R	3R	1FM	2FM	한민족	R국제	계
개소수	2	2	3	3	2	4	7	23개소
점유율	9%	9%	13%	13%	9%	17%	30%	100%

- 전문 제작스튜디오 3개소
  : 라디오 드라마제작 2개소(RS-7, RS-15) : 〈KBS무대〉, 〈라디오극장〉, 〈역사를 찾아서〉 등 주당 7~8개 프로그램 제작(녹음 및 후반작업)
  : 전문음악스튜디오(STUDIO-16) : 라디오 〈노래의 날개위에〉 30주년 특집, 〈여의도동 녹음실〉, TV프로그램 〈2021 평화음악회 마음, 잇다〉, 〈대하드라마 태종 이방원〉 음악 등 주당 3~4개 프로그램 제작(녹음 및 후반작업)

5. 평가 및 제언

□ 평가

○ KBS는 경영목표와 중장기 계획(2019~2021년)에서 '공영미디어로 진화'를 목표로 핵심 사업으로 차세대 기술 활용 강화와 UHD 서비스 확대 계획을 수립하였음. 차세대 기술 활용 강화 부문에서는 AI, IP등 신기술 도입을 통한 지진 재난방송 자동송출 시스템, 티벳 서비스, 디지털 인프라 전환 등 다양하고 미래 지향적인 시도와 성과를 이루었음.

○ 차세대 지상파방송의 기본 매체인 UHD TV방송 시설분야에서는 지난 3년간 투자 금액이 당초 UHD방송 서비스 확대 계획과 비교시에 아주 미미한 편이라고 할 수 있음. UHD방송은 2015년 정부에서 발표한'지상파 UHD 방송 도입을 위한 정책 방안'을 토대로 2017년 5월에 세계 최초로 본방송을 개시하였으며, "KBS 2단계 UHD방송정책"[20] 발표를 통해 2021년말까지는 전국 시군지역까지 UHD방송을 확대하기로 하였음. 그러나 광고시장 침체에 따른 경영상황 악화를 사유로 UHD방송 시설투자를 사실상 방치하기도 하였으며, 2020년 12월에 정부에서 발표한 "지상파 UHD방송 활성화를 위한 정책방안"에 따라 2021년 제주지역에 UHD방송을 확대하였지만 결국 UHD 전국 방송망 구축 완료는 2027년으로 늦춰졌음.

○ UHD 전국 서비스 확대가 지연되고는 있지만, 지상파 UHD방송으로 지상파방송의 고정수신이라는 한계에서 벗어나 이동수신, 무료서비스, 양방향 서비스 등 시청자 친화적인 서비스를 제공하기 위한 시범 사업추진과, 지상파 UHD방송망으로 재난방송을 시청자에게 Anytime, Anywhere, Anydevice로 제공할 수 있는 공적역할 확대를 위한 노력을 기울였음. 특히 일본에서 열린 도쿄올림픽 기간동안 이동형·다채널·양방향·재난경보 등 시청자 친화적인 다양한 UHD 혁신서비스를 시범 서비스하여 차세대 UHD 방송서비스의 다각화와 경쟁력을 강화하고 시청자 선택권을 확대하고자 기반기술의 실용화 가능성을 확인하는 등의 성과를 이루었음.

○ 그러나 2017년에 세계 최초로 UHD방송 개시이후, 2018년 평창 동계올림픽 기간중에 정부와 연구기관, 가전사 등과 합동으로 실시했던 UHD 모바일/다채널 서비스가 여전

20) 2017년,수도권과 강원 평창권/광역권의 성공적인 UHD방송 개시를 하였고, 지상파방송플래폼의 근간으로서 UHD방송이 역할 수행에 차질이 없도록 UHD방송 전환로드맵과 정책의 일관적, 체계적인 추진을 위해 2단계 UHD방송정책을 수립 시행(2017.12.29. KBS UHD 추진단)

히 시범서비스에 머물고 있다는 점은 시청자 서비스 지연과 지상파 발전 저해 측면에서 반추할 필요가 있음. 이는 지상파방송에 대한 정부의 비대칭적 규제에 의한 요인도 있겠지만, 당초 방송사가 정부에 제시한 UHD 전환 일정에 대한 사업추진이 지연되는 등 UHD방송 서비스의 정착을 위한 지상파방송사들의 노력 부족도 주요 요인이라고 할 수 있음. 따라서 전지역 UHD방송망 구축을 조속히 구축하면서, UHD 모바일/다채널 정규 서비스가 이루어지도록 관련 기관(방송통신위원회 등)과 제도 개선 및 지원방안에 대한 적극적인 협의가 요구됨.

○ 이동형 재난 매체인 DMB는 정기 점검과 모니터링 체계 개선, 노후 송신기 일부 교체, AI 지진 자막시스템과 연동되는'경보시스템' 추가 확장 등 재난방송 안정성을 강화하였음. 이와 함께 DMB 부가 서비스인 TPEG(교통정보 제공)의 기상정보 제공 기능 연구, UHD 매체와의 데이터 연동 기술 개발 등 서비스 고도화 노력도 지속중임. 하지만 대중의 DMB 이용 저하와 관심 부족 그리고 UHD 모바일과의 서비스 중복으로 효용성이 저하되고 있어, DMB 매체 정책에 대한 심도 높은 고민이 필요함.

○ 풀파일(Full-File) 제작/송출 워크플로우(창원, 대구, 광주총국)를 추진하였고, 종합편집실(PE-1) 시스템 개선, 본사 NPS 고도화(2단계) 사업, 광고워크플로우 개선 사업 2단계, 비디오/오디오 아카이브 통합사업, AI 기반 〈지진 재난방송 자동송출 시스템〉 개발 및 도입, NPS 시스템 AI 프리뷰 노트 도입, 차세대 TVR 원격제어시스템 개발, UHD ESG/IBB 양방향 부가서비스 강화, 5G-ATSC3.0 융합 기술개발 (국책과제 2/4차), 전사 IP기반 HD라우터 교체, 실시간 스트리밍 서비스 확대 및 IP 멀티주조 운용, 2TV WAVVE 실시간 대체광고 연동시스템 고도화 사업 등 신기술(클라우드/AI기술, IP 시스템 등)기반 제작/송신 시스템을 적극 도입하여 KBS의 방송 경쟁력을 강화한 것으로 평가됨.

○ 한편 신기술을 적용한 다양한 성과에도 불구하고 최근 메타버스, AI, IP등 뉴미디어 기술발달에 따른 미디어 환경변화와 OTT 플랫폼 서비스 확대로 기술 경쟁이 심화되고 있는 상황에서 신규 직무의 수요를 충족시킬 전문 인력 충원과 기술역량 고도화 로드맵 마련은 시급한 과제로 분석됨.

○ 노후 시설 개선 사업 (TS-5 노후 조명시설 교체, 중계부조 노후장비 교체, TS-15 세트 바턴 교체, 대전총국 비디오 스위처 교체, NS-2 월모니터 교체, 지역총국 뉴스홀 조명 시스템 교체, KBS홀 음향콘솔 교체, 1TV주조 백업 송출서버 교체, MNC망 통합 관제

시스템 개선, 송신시설(FM, DMB) 교체, 송신시설 및 원격제어시스템 보강·개선, 지역국 송출운용센터 통합구축 등)의 경우, 가용연한과 장애 사례를 살펴봤을 때 적정하게 시행되었다고 보이며 노후시설 개선사업을 통해 방송제작의 안정성과 방송서비스 고도화에 긍정적 효과로 이루어질 것으로 예상됨.

○ 뉴스와 다수의 프로그램에서 화상전화 및 Zoom을 활용한 시청자 참여, AI를 활용한 재난 TTS(Text-to-Speech) 서비스 등 비대면 제작 기술의 활용 건수가 크게 높아졌음. 이는 코로나19 등 다양한 재난상황에서도 차세대 미디어 기술을 활용하여 방송 제작 품질을 강화한 모범적 사례로 평가됨.

○ 2020 도쿄올림픽 & 패럴림픽, 제73주년 국군의 날 기념식, 누리호 발사 등 대부분의 국가 주요행사를 차질없이 제작하여 국가기간방송사의 역할을 충실히 수행한 것으로 평가됨. 특히 해상에서 처음으로 치러진 국군의 날 기념식에서는 육상, 해상, 상공을 아우르는 입체적인 제작과 자체 개발한 원격 카메라를 활용한 초고화질의 다양한 영상 제공 등 방송기술의 선진화 성과를 이룬 것으로 판단됨.

○ 지역국 7개소의 송출운용센터 제어감시기능을 관할 지역총국 5개소로 통합하는 2년차 사업을 마무리 하였음. 1차 사업은 2020년 2월부터 7월로 청주총국에서 충주방송국 제어, 창원총국에서 진주방송국 제어, 2차사업은 2020년 8월부터 2021년 3월까지 대구총국에서 안동방송국과 포항방송국 제어, 춘천총국에서 원주방송국 제어, 광주총국에서 목포방송국과 순천방송국을 제어하는 사업으로서. 시스템을 통합하고 제어권 조정 등 총국 단위로 시설과 인력을 집중화하여 방송시설과 장비에 대한 유지보수와 운용의 효율성을 높이도록 하는 등 전국 송출시설에 대한 통합운용의 가능성을 확보했음.

○ 방송장비와 시스템의 체계적인 점검·정비, 다양한 업무 교육 과정을 통해 방송사고 예방 및 방송품질 향상에 노력하고 있는 것으로 평가됨.

□ 제언

○ 2017년, 우리나라는 세계 최초로 지상파 UHD방송을 개시하였으며, 이를 기반으로 2018년 평창동계올림픽기간에는 정부(방송통신위원회,과학기술정보통신부), ETRI 등 연구기관과 KBS UHD추진단 중심의 지상파방송사들은 UHD모바일 시범서비스까지 성공을 하였음. 평창 동계올림픽 기간중에 운행한 UHD모바일 체험버스에서 올림픽 경기

를 시청한 정부기관과 국내외 미디어 관계자들은 지상파 UHD 모바일 서비스실시 기반 기술력을 확인하고 실용화 추진 필요성에 적극적으로 동의하였으나, 아직까지도 지상파 UHD모바일 서비스를 위한 법적, 기술적, 서비스 시스템 환경은 2018년 수준에 머물러 있는 상황임. 이는 지상파방송에 대한 정부의 비대칭 규제 요인이 크다고 할 수 있겠지만, 당초 지상파방송사가 정부와 합의한 UHD 방송 전환 일정 준수 의지 부족과 '방송법에 규정된 방송서비스 개발 선도'라는 KBS의 책임 의식도 미흡하다고 할 수 있음. 늦었지만 다양한 콘텐츠 제공에 의한 시청권 복지 확대와 지상파플랫폼으로의 시청자 접근성 강화를 위해서는 UHD방송망의 확대와 고품격 콘텐츠 제작에 더 적극적인 추진이 필요하고, 이를 기반으로 UHD혁신서비스를 실시할 수 있도록 정부에 대하여 과감한 규제완화와 지상파 모바일 단말기 채택 등 제도 개선을 위한 방송사와 정부의 상호 노력이 요구됨.

○ DMB에 대한 매체 정책을 명확하게 할 필요가 있음. HD-DMB로의 화질개선과 모바일 수신기기 확대 정책을 통해 이동 공간에서의 이용성을 높이거나, 거의 동일 서비스가 가능한 UHD 모바일 서비스로의 이관 등의 정책 결정과 이에 따르는 과감한 투자가 이루어질 필요가 있음.

○ 방송기술직 인력의 지속적 감소와 서비스의 다양화에 따른 단기, 중장기 인력운영 대응 전략이 필요함. 현재 시행하고 있는 퇴직자 재고용 확대는 노령인구의 증가와 국민연금 지급시기 등 범 사회적인 상황을 일정정도 고려할 수 밖에 없을 것이나, 날로 고도화되어가고 있는 고품질 프로그램 제작과 다양한 서비스 욕구에의 대응이라는 차원에서는 적용범위에서 제한적일 수 밖에 없을 것임. 이 같은 상황을 감안, 방송프로그램의 제작, 송출, 송신, 뉴미디어 개발 및 서비스 분야에서의 전문 기술인력 양성과 신규인력의 지속적인 충원이 요구됨. 이를 위해서는 기술의 진보와 산업분야의 혁신적인 발전 기반의 제4차 산업혁명시대에서 요구되는 인공지능(AI, Artificial Intelligence), 빅데이터(Big Data), 클라우드(Cloud), 사물인터넷(IoT)에서 모바일(Mobile)까지를 포함하는 디지털 플래폼을 만들어갈 수 있도록 사내 IT분야와의 융합 등 소위 ABC(AI, Big Data, Cloud), ICBM(IoT Cloud, Big Data, Mobile)과 같은 전략적인 조직 설계가 요구됨.

일례로 뉴미디어 개발, 서비스의 경우에 다수의 본부 및 개별 부서단위로 산재되어 서비스 목적과 대상이 중복이 되고 있음. 과거에는 〈미래미디어센터〉, 〈뉴미디어테크놀로지본부〉와 같은 뉴미디어기술분야 전담 조직이 있었으나, 현재는 여러 부서로 분산 혹

은 부서 고유 업무와 병행하는 부가적 업무 형태로 변경되어 있는 등 업무 및 조직 파편화에 따른 뉴미디어 전략 추진과정에서 구심점이 없고 추진력이 미흡함에 대한 개선이 요구됨. 실시간 AR/VR제작, 다양한 그래픽 작업이 요구되는 선거방송, 게임 엔진을 이용한 프로그램 제작 확대 경향 등 방송기술과 디자인의 결합으로 시너지를 만들어가는 프로그램 제작환경 변화를 감안하여, 전문 그래픽 디자인 제작, 프로그래밍 분야 및 테크니컬 슈퍼바이저 등 내부 전문가의 양성과 장비와 공간 등 리소스 보강도 요구됨.

○ 본사 및 지역국 제작시설의 풀 파일화에 대한 전 지역 확대, OTT 플랫폼 채널의 활성화, UHD 모바일 방송 등 미디어 환경변화에 대응하기 위해 다양한 차세대 기술 도입과 적용을 위해서는 시스템에서 뿐만 아니라 조직의 마인드에서도 변화를 요구하고 있음. 미디어기술 변화 환경에서 KBS 경쟁력을 강화하기 위해서는 신기술의 변화 동인을 이해하고 습득하기 위한 다각적인 직무교육의 강화가 필요하나 교육계획과 예산도 미진한 상황으로 파악되고 있는 바, 급변하는 미디어기술 환경에 대응하고 방송콘텐츠의 품질과 가치를 높이기 위한 역량을 제고할 수 있도록 국내외 전시회 및 세미나의 활발한 참여 지원 등 맞춤형 교육의 활성화가 필요함.

○ 제작장비와 방송송신망 등 기존시설은 예산 절감 등의 이유로 사용 연한을 초과해 운용하는 사례가 있음. 제작과 송신 인프라의 안정성 유지는 공영방송 서비스 신뢰도에 큰 영향력을 미치는 사안으로서 노후장비 시설에 대한 교체와 미디어환경에 적합한 신기술 시스템으로의 원활한 개선을 위한 적기 투자가 필요함.

○ 지역국 7개소의 송출운용센터의 시스템을 통합하고 제어권 조정 등 총국 단위로 시설과 인력을 통합 운용하도록 함으로서 인력운영의 효율화 및 방송시설에 대한 유지보수와 운영에 있어서 기능성·효율성·안정성을 높이는 등 많은 효과를 가져왔음. 이는 디지털 원격제어기술, 통신기술 등 관련 기술과 시스템의 획기적인 발전에 따라 안정성 확보가 일반화된 사항이라고 할 수 있음. 단계적으로 추진된 지역국 송출센터 통합 운영 성과를 기반으로 부족한 기술인력 운용의 현실적인 어려움 등을 완화하고 방송품질의 표준 관리와 방송서비스의 일괄적 관리체제 강화 등 운용의 효율성을 감안하여 전국 송출운용센터를 본사로 통합하는 방안에 대한 종합대책 마련을 권고함.

아울러, 과거 아날로그 기술 시대에 국가정책으로 지상파방송사 송·중계시설이 통합되었다가 환원된 경우가 있었지만, 디지털 원격운용 기술이 일반화된 현 시점에서까지 지상파 방송사별로 별도 운용중인 송·중계 방송시설에 대한 관리방식에 대하여 종합적인

검토가 요구됨. 현재 대부분의 방송사가 거의 모든 송·중계소를 무인, 원격운용하고 있는 등의 현실적인 상황을 고려해야 할 뿐만 아니라, 수신서비스 업무까지 통합하는 등 효율적 운영시스템을 통해 시너지를 만들어 갈 수 있는 방안 마련이 필요함. 이제는 디지털 트랜스포메이션이라는 대 전환시대에 지상파방송 송신 플랫폼 운영의 혁신과 시설운영의 저비용·효율화 도모, 인력운용의 효율화, 체계적이고 효율적인 점검관리 및 송수신 기술전문 업무로의 특화 발전을 위해 KBS가 국가기간방송사로서 타 방송사 및 정부기관과 적극적인 협의를 통해 지상파방송사 송신시설 통합 운용 방안 마련을 권고함.

제7장 | 기타 : KBS의 발전과 경영 개선사항

1. 공영방송의 윤리

□ 국가기간방송 종사자로서의 윤리 확립과 제고

○ 공영방송의 정체성과 기능, 책임성에 맞는 제반 규정과 제도 정비

- 방송제작 가이드라인 (1998. 제정)
  - KBS는 엄격한 직업윤리와 높은 전문성을 바탕으로 공적 위상에 걸맞은 책무를 다하기 위해 1998년 한국방송 사상 최초로 'KBS 방송제작 가이드라인'을 제정하고 제작 현장에서 준수해야 할 가치와 규범을 발표함
  - 시대변화를 반영한 수차례의 개정에 이어 2020년 4차 개정에는 '성인지 감수성'강화, '소수자 차별'금지, '피의자 초상 공개'유의, '코로나19'등 감염병에 대한 보도준칙 신설 등 모바일 미디어 이용의 급증과 코로나19 확산에 따른 비대면 환경에서 공영미디어에 부여된 새로운 책무들을 고려하여 반영했음
  - KBS는'방송제작 가이드라인'을 제작 기준으로 삼아 시청자의 눈높이를 반영하여 개정 보완하며, KBS 프로그램의 품질 향상과 신뢰 제고를 통해 시청자에게 공적 책무를 다하기 위해 노력함
  - 또한, '방송제작 가이드라인'을 제작자들이 항상 참고할 수 있도록 2020년부터 모바일 앱과 웹사이트를 통해 주제별 세부 항목 검색기능을 제공하고 있으며, 부록으로 '방송심의에 관한 규정'과 '방송언어가이드라인', '성평등 방송프로그램 제작 안내서' 등도 함께 열람이 가능하도록 해왔음
- 〈공영방송의 이해〉 개정판 발간 및 연수 과정 반영 (2021.5)
  - 공영방송으로서 KBS의 역할과 사명도 시대변화를 반영하여 확대 개선되어야 할 것임. 이에 따라 2012년에 발간하여 공영방송에 대한 이해를 넓히며 대학강의에도 활용되었던 '공영방송의 이해'책자를 그간의 방송환경 변화와 시청자 관계 등을 반영하여 2021년말 개정판을 발간함
  - 공영방송 종사자들의 정체성과 사회적 역할, 직업윤리를 재인식할 수 있는 연수커리큘럼을 개발하여 신입사원, 일반직원, 관리자별 공영방송 관련 연수수준을 체계화하고, '공영방송의 이해'개정판을 KBS 인재개발원에서 연수 교재로 활용할 예정이며,

대학강좌 지원을 통해 국민들의 이해 확산에도 활용할 계획임

□ **공영방송인의 윤리 관련 교육 실적과 성과**

○ **청탁금지법과 부패방지법에 근거한 법정 교육을 〈청렴 교육〉으로 특화하여 전 임직원을 대상으로 다양한 교육 과정을 개설하여 매년 실시하고 있음. 2021년에도 전 직원 대상 이러닝, 직급별 승진자와 신입사원을 대상으로 한 기본교육 내 청렴 특강, 팀장관리자교육 내 청렴 특강 등을 운영하였음. 특히, 사장을 비롯한 모든 임원(집행기관, 본부장, 센터장)들에게는 별도의 청렴특강을 추석 명절 직전에 실시간 화상교육으로 실시하여 교육의 실효성을 높였으며 청탁금지법의 주요 내용 및 위반 사례를 담은 임원특강의 교육자료를 전사에 공지하는 등 공영방송인의 청렴도 제고를 위한 방안을 다각도로 수행함**

○ **장애인 인식개선교육, 직장내 괴롭힘 예방교육 등 상호 존중과 배려를 바탕으로 조화로운 공동체 생활을 위한 인식개선교육을 전 임직원에게 이러닝으로 제공함**

[표 7-1] 교육실적

과정명	교육일정	교육인원(명)	비 고
청렴 교육	연중	3,812	
임원특강	9.13	21	실시간 화상 교육
전직원 이러닝	11.1~12.31	3,427	이러닝
기본연수	연중	207	직급연수 중 실시
신입사원	12월	77	신입연수 중 실시
팀장관리자연수	연중	80	관리자연수 중 실시
장애인 인식교육	4.12~5.7	2,764	이러닝
직장내 괴롭힘 예방교육	6.21~7.16	2,626	이러닝

- 청렴교육 세부내용
  - 청탁금지법 관련 적극적인 교육 실시, 사내 안내공지(문서, 상담) 등을 통해 청탁금지법 위반 사례 발생을 억제함. 감사실은 인재개발원과 청탁금지법과 관련한 각종 특강 12회, 사이버교육 1회 실시
  - (특강 12회(385명 수강), 사이버교육 1회(3,427명 수강))

[표 7-2] 청탁금지법 주요 내용 및 위반 사례 교육자료

인재개발원 9.16

구분	일정	인원(명)	횟수	비고
청렴교육 이러닝	11.01.~12.31.	3,427	1	임직원 전체
청렴교육 임원특강	09.13	21	1	집행기관 등
청렴교육 관리자 특강	관리자 교육기간 중	80	2	M3(팀장)
청렴교육 기본연수 특강	직급별 기본교육 일정	207	8	승진예정자 (G2~G7직급)
청렴교육 신입사원 특강	신입사원 교육기간 중	77	1	신입·경력사원

□ 직원 청렴도 제고 노력 정도

○ 부패 관련 사건 발생 현황 및 처리 실적

[표 7-3] 징계 유형별 처분 건수

징계유형	총 징계처분 건수	청렴의무 위반 건수
해임	-	-
정직	6	-
감봉	8	-
견책	4	-
합계	18	-

□ 감사활동 활성화(감사 종류별 실적)

○ 일반감사를 통해 부서별 업무 추진의 타당성, 효율성 등 종합 점검

- 감사실시 주기와 감사 사각지대, 사업 리스크 등을 감안하여 대상 부서를 선정하고, 대상 부서의 핵심 업무 중심으로 업무 전반을 점검함.
- 12개부서/기관에 대해 감사를 실시하여 총 112건을 지적 처분하고 17,991천원을 회수하였음.
  - 중국지국(북경, 선양), KBS차이나, 유럽지국(파리, 베를린)
  - 코로나19로 인한 일부 해외지국 일반감사 순연

○ **계통감사를 통해 핵심 업무 영역에 대한 심층분석 및 제도 개선**

- 사업 리스크, 중요도가 높은 업무 분야를 선정하여, 해당 업무에 대한 입체적 분석과 점검을 통해 관련 업무의 개선을 도모함.
- 4건의 계통감사를 실시하여 총 44건을 지적 처분하고 491천원 회수함.

○ **복무 감사를 통해 사규와 원칙에 따른 엄정한 근무기강 확립 도모**

- 사이버감사실 제보 접수 등을 통해 비위행위 등에 대한 제보 기능을 활성화하고, 엄정한 감사를 실시하여 직원의 복무 기강 확립에 기여하며, 민원·진정사항 및 사건 사고에 대해 신속 대처함
- 12건의 복무 감사를 실시하여 총 27건을 지적 처분하고 2,564천원을 회수함

○ **일상감사를 통해 주요 사업의 리스크 사전 점검 및 예산 낭비 예방**

- 주요 사업 및 정책 추진의 적정성이나 타당성 등 시행착오와 예산 낭비를 예방하였고, 특히 신규 투자 사업이나 프로그램 제작에 대한 사업 리스크 및 타당성 점검에 중점을 두었음
- 1,639건의 일상감사를 수행하였으며, 총 268건의 지적 및 개선의견을 제시하고 920,510천원의 예산을 절감했음

□ **부패 관련 사건 발생 현황 및 처리 실적**

○ **KBS 홈페이지상의 사이버감사실을 통해 총 127건의 민원 및 제보사항을 접수하여, 관련 부서의 업무에 반영 또는 참고토록 조치하고 민원인에 회신 처리함**

○ **청탁금지법 관련 교육의 적극적 실시, 명절 전후 등 취약 시기에 사내 안내공지(문서, 상담) 시행 등을 통해 부패행위 또는 청탁금지법 위반사례 발생을 억지하고자 노력함**

- 청탁금지법 위반에 따른 감사 건수 : 2021년 1건. 2020년 1건

□ **성평등 제고 노력**

○ **피해자 구제 절차 개선**

- 2021년 개정된「양성평등기본법」,「성폭력 방지 및 피해자 보호 등에 관한 법률」내용을 2021년 개정·발간된'KBS 성희롱 예방·대응 매뉴얼'에 반영, 사건 조사 시 피해자의 의사를 확인하고, 구제 절차 추가

- 성희롱 사건 발생 시 피해자에게 여성가족부 통보 안내 및 의사 확인
- 성폭력 사건 발생 시 피해자에게 여성가족부 통보, 수사기관 신고 등 안내 및 의사 확인
- 사건 발생 통보 후 여성가족부로 재발 방지 대책 제출

○ **성희롱·성폭력, 2차 피해 예방교육 강화**

- 대상별, 상황별 특화 성평등 의식 제고 교육
  - 관리자(사장/임원) 성인지 감수성 제고 교육
  - 기자/PD 등 해외 특파원 성희롱·성폭력 예방 교육
  - 신임관리자(M1/M2/M3 직급) 대상 성평등 교육
  - 2021년 신입 및 경력직원 성희롱·성폭력 예방 교육
  - 임직원, 파견근로자 법정 필수 4대 폭력 예방 교육
- 사건 해당부서 및 부서장 교육 강화
  - 사건 발생 부서 및 부서장 특별 성인지 감수성 향상 교육
  - 가해자에 대한 성희롱·성폭력 재발 방지 교육
- 성평등센터 고충 상담원 역량 강화
  - 한국양성평등교육진흥원 고충 상담원 전문/심화 교육 과정 이수
  - 외부 강사 초빙 역량 강화 교육 (주제: 성희롱 구제조치의 실질적 효과 증대를 위한 법적 지원 모색)

○ **사건 조사 전문성, 객관성, 공정성 강화**

- 사건 조사 시 노무사·변호사 등 관련 경험이 풍부한 외부 전문가 참여
- 성평등위원회 운영
  - 외부위원이 포함된 위원회(위원장:외부) 운영을 통해 사건 처리와 성평등 정책 결정 시, 객관성·공정성을 담보하는 제도개선 노력 지속
- 외부기관과의 긴밀한 연계로 의료·법률 등 다양한 지원 제공
- 사건 종결 후 공판 모니터링 등 피해자 지원 지속

○ **성평등 문화 확산 노력**

- 'KBS 성희롱 예방·대응 매뉴얼'개정·발간
  - 주체(주변인/피해자/가해자/관리자)별 대응 요령 및 관련 정보
  - 개정된 관련 법 및 사건 처리 절차 추가

• 전체 부서, 신입 및 경력직원, 노동조합, KBS 도서관(전자도서관 포함) 배포, 게시판 파일 공유 등 공사 모든 구성원의 접근성 제고

- '2020년 KBS 성평등 연례보고서' 발간
  • KBS의 성평등 현황 및 프로그램 내·외부 모니터링 결과, 평가와 시사점을 정리·분석한'연례보고서'발간으로 구성원의 성평등 의식 및 제도개선에 필요한 발전방안 도출 및 정책 반영 노력 지속
- 성인지 감수성 향상을 위한 홍보 활동 전개
  • 젠더, 사회적 약자 관련 이슈 소개 '젠더 이슈 톺아보기', '성인지 감수성 시식(視識) 코너' 제작 및 사내 게시판 게시 (연 15회)

2. 사회적 책임 이행

□ 개인정보보호지침 및 개인정보처리방침 개정

○ 개인정보 보호법 개정 사항 반영 및 개인정보 보호 체계 개편 등을 위하여 개인정보보호지침 개정

○ KBS 홈페이지 신규서비스 관련 사항 등을 반영한 개인정보처리방침 개정

○ 개인정보 보호 관련 각종 매뉴얼 및 가이드라인 제·개정

□ 공사 내 개인정보파일 및 개인정보처리시스템의 법적 의무사항 준수 확인 및 개인정보보호 강화를 목표로 개인정보 관리실태 점검 실시

○ 개정 법령을 반영한 자체 점검 체크리스트 및 가이드라인 작성

○ 기술적·관리적 보호조치 현황 및 관리실태 등 종합 점검 후 미흡항목 도출, 개선 방안 수립

□ 개인정보 및 정보보호 의식 제고를 위한 교육 실시

○ 전직원 대상 정보보호 및 개인정보보호 교육 실시 : 이러닝 등

○ 공사의 개인정보 관련업무 수행 부서의 개인정보보호 담당자 대상으로 개인정보 처리

실무를 위한 맞춤 교육 실시

□ 공사 정보보호 점검 및 개선을 위하여 정보통신 보안감사 실시

○ 정보보호 및 개인정보보호 준수 여부 등 정보통신 부문 보안점검을 위하여 지역총국 5개소 대상 현장 방문점검과 본사 11개 부서, 지역총국 4개소, 1개 계열사 대상 관리현황 점검 실시

○ 운영체제 및 백신 업데이트 상태, 보안취약 소프트웨어, 정보보호 및 개인정보보호 교육 이수 결과 등 확인 및 계도

□ 기타 법 준수를 위한 개인정보보호 손해배상 책임보험 가입 및 고유식별정보 안정성 확보 조치 관리실태 조사 대응을 위한 자체 점검 등 실시

□ 비정규직 등에 대한 공정한 처우

○ 2021년 연봉계약직 사원의 임금 및 복리후생에 관한 합의로 동일한 복리후생을 적용

○ 방송제작비 지급규정을 개정해 출연비와 취재·스탭비 지급근거도 마련

□ 옴부즈맨 프로그램 및 시청자 참여 프로그램 편성 현황

○ 〈TV비평 시청자데스크〉 프로그램 편성 현황

- 목적
  - 옴부즈맨 프로그램으로 방송과 프로그램 전반에 대한 시청자의견 수렴, 시청자의 권익보호
  - 시청자평가원 제도를 통한 시청자의 방송참여 확대
- 프로그램 제작 참여 활성화를 위해 '시청자평가소위원회'운영
  - 정례회의 개최 : 12회(월 1회)
  - 〈TV비평 시청자데스크〉 제작진 참여
  - 구성 : 8명(시청자위원 4명, 시청자평가원 4명 : 1월~12월)
  - 기능 : 시청자 평가프로그램의 평가원 코너주제 선정 및 활동계획 협의
  - 시청자위원회의 시청자평가소위원회에서 선정한 시청자평가원들(4명)이 〈TV비평 시청자데스크〉에 주 1회 출연, 시청자 입장에서 평가를 함으로써 방송의 공공성을 높이

는 역할 수행

- 연예오락·드라마 프로그램의 선정성과 폭력성, 뉴스·시사교양 프로그램의 공정성·공익성, 편파성 등을 지적, 프로그램 제작의 방향성을 제시함으로써 시청자들에게 판단의 근거와 정보를 제공하여 시청자평가의 객관성을 확보하고 있음.
- 시청자평가원들의 평가의견에 대해 제작진의 프로그램 출연, 사전인터뷰 또는 서면 답변 등 적극적인 피드백을 통해 대시청자 설명 책임을 이행하고 있음.
- 시청자평가소위원회의 공정하고 균형 있는 평가원 선정과 〈TV비평 시청자데스크〉 비평 코너의 다양성과 객관성 확보로 KBS 옴부즈맨 프로그램의 공익성, 공정성, 공영성을 크게 향상시키고 있음.
- 〈TV비평 시청자데스크〉 프로그램 편성 현황
  - 방송시간 : 1TV 매주 일요일 09:10~10:10
  - 방송실적 : 52회(주 1회)
- 방송내용 : 평가원 의견 진술, KBS청원, KBS홈페이지, 시청자상담실 등을 통해 접수된 시청자 의견을 중심으로 옴부즈맨 프로그램 제작
  - 〈시청자의 눈〉 : 한 주간 방송된 프로그램에 대한 시청자의 다양한 의견을 전달하고, 시청자 청원 및 전화 상담을 통해 제기된 개별 프로그램에 대한 의견을 적극 반영하여 제작함.
  - 〈뉴스비평 줌인〉 : 매월 셋째 주 〈시청자의 눈〉을 〈뉴스비평 줌인〉 코너로 대체하여, 언론 3학회의 추천을 받은 비평위원들의 제언과 해당 아이템의 기자의 답변으로 구성된 코너 프로그램을 제작함.
  - 〈시청자 탐사대〉 : 시청자가 일일리포터가 되어 KBS프로그램 제작현장을 찾아가 방송제작에 관한 궁금증을 해소하고, 제작현장의 숨은 이야기를 청취해보는 시청자의 참여 코너
  - 〈클로즈업 TV〉 : 한 주간 화제의 프로그램이나 이슈가 되는 주제에 관해, 제작진 및 전문가 인터뷰를 통한 문제점의 심층 분석과 발전방안 모색(월 1회 시청자위원회에서 논의된 프로그램에 대한 의견과 제작진들의 답변을 프로그램에 반영)
  - 〈TV를 말한다〉 : 4인의 시청자평가원들이 KBS 방송 프로그램과 정책에 대해 집중평가하는 코너
- 시청자평가원 운영
  - 시청자위원회의 시청자평가소위원회에서 선정한 시청자평가원들(4명)이 시청자 평가

프로그램 〈TV비평 시청자데스크〉에 (주 1회) 출연하여 KBS가 방송한 프로그램에 대한 비평, 의견진술 등 시청자 관점의 평가를 함으로써 방송의 공공성을 높이는 지킴이의 역할을 충실히 하였음. 시청자평가원 운영을 통해 시청자평가소위원회를 매월 개최하고, 시청자평가원의 활동결과와 활동계획을 매월 시청자 미디어재단(방통위 산하)에 보고하였고 시청자평가원은 옴부즈맨 프로그램 〈TV비평 시청자데스크〉에 52회 출연하였음.

- 옴부즈맨 프로그램에 직접 출연하여, 프로그램 평가, 의견진술 등 시청자의 눈으로 방송 참여 확대
- 시청자평가소위원회 위원들과 시청자평가원들이 함께 다양한 아이템들을 불편부당하지 않도록 적시에 선정하여 시청자에게 유익한 정보를 전달하였음.

○ **시청자참여프로그램 〈열린 채널〉 편성 현황**

- 목적 : 공영방송으로서 시청자의 퍼블릭 액세스권(Public Access) 보장
- 편성 : 1TV 매주 수 14:30~15:00 (30분, 2021년 1월~3월)
  1TV 매주 수 14:30~15:10 (40분, 2021 3월부터 확대 편성)
  - 방송법 상 편성의무(월간 100분 이상) 충족
- 프로그램 제작 참여 활성화를 위한'시청자참여프로그램 소위원회'운영
  - 구성 : 시청자위원 5명
  - 역할 : 시청자 직접 제작 프로그램 심사 및 제작지원금 등급 결정(월 1회 개최)
  - 개최실적 : 연간 52회(주 1회*52주)
- 방송실적 : 총 52회
  - 총 120편 중 서울 43편, 지역 77편, 특집 7편(코로나 영상공모전 3편, 시청자주간 시상 3편, 1000회 특집 1편)
  - 총 120편 중 77편이 지역시청자 제작 프로그램임(비율: 68.1%)
- 방송 후, 〈열린 채널〉 홈페이지 및 유튜브에 영상물 게시

□ 성금모금

○ **사업목적 : 우리 사회 어려운 이웃을 위한 나눔 문화 확산 캠페인 전개**

○ **추진실적**

- 2021년 연말연시'어려운 이웃돕기'성금모금(공동모금회) : 204억 6,715만 원

• 모금 기간 : 2020.12.01. ~ 2021.01.31.
• 특별 모금 생방송 : 2020.12.22.(화) 10:00~12:00(1부), 14:30~16:10(2부)

- 2022년 연말연시'어려운 이웃돕기'성금모금(공동모금회) : 207억 8,489만 원
• 모금 기간 : 2021.12.01. ~ 2022.01.31.
• 특별 모금 생방송 : 2021.12.14. 10:00~12:00(1부), 14:30~16:00(2부)

○ **기대효과**

- KBS 방송을 통한 사회공헌활동으로 나눔 문화를 실천하고, 공영방송 이미지를 제고

□ 대한민국 나눔국민대상(2021년)

○ **사업목적 : 사회 각 분야에서 다양한 형태로 사회발전에 공헌한 유공자를 발굴·포상하여 나눔 문화 확산에 기여함.**

○ **추진실적**

- 정부 포상 및 민간단체상 등 포상 : 훈·포장 등 135개 시상
- 시상식 : 2021.11.10.(수), TS-15
※ 녹화방송 : 2021.11.20.(토) 15:10~16:10(60분)

○ **기대효과**

- 민·관이 공동으로 나눔에 관련한 상을 제정하여 시상함으로써 공영방송의 공적 책무를 수행하고 나눔 문화 확산을 선도함.

□ 디딤돌봉사단 운영

○ **사업목적 : 임직원들로 구성된 디딤돌봉사단의 지속적이고 전문적인 활동으로 나눔 문화 정착**

○ **추진실적(2021년)**

- 사내 자생봉사단 지원
• KBS가톨릭교우회 : 소외계층 무료 점심 봉사 및 후원금 지원(5개 기관 지원)
• KBS불자회 : 취약계층 노인 및 복지소외계층에 생필품 전달(2개 기관 지원)
• KBS샘터회 : 후원물품 및 난방비 등 후원성금 전달(3개 기관 및 개인)
• KBS기독신우회 : 노력봉사 및 후원금품 전달(5개 기관 지원)

• KBS사회봉사단 : 노력봉사 및 후원금품 전달(2개 기관 지원)

○ **기대효과**

- 수혜자 위주의 밀착된 봉사활동으로 지역사회 연대감 강화
- KBS만의 독창적인 봉사활동으로 봉사활동 역량 강화

□ 매칭그랜트제 운영

○ **사업목적**

- KBS 임직원과 KBS(회사)가 매칭그랜트 제도에 의해 저소득층 아동 및 청소년에게 매월 정기적으로 결연 후원금을 지원

※ 매칭그랜트 제도란 임직원이 비영리단체 및 기관에 내는 기부금만큼 기업에서도 동일금액을 1:1로 매칭(matching)해 기부하는 사회공헌활동

○ **후원대상 : 소년소녀가장 등 어려운 청소년**

○ **후원금 전달 : KBS강태원복지재단, 어린이재단**

○ **후원실적 : 293,630천원**

□ 임직원 급여 끝전 모으기

○ **사업목적**

- KBS 임직원을 대상으로 급여중 1,000원 미만 끝전을 모아 장애인시설이나 어려운 이웃돕기 기금으로 활용
- 모금액은 분기별로 취합하여 KBS 강태원 복지재단에 "목적성 기정기탁형태"로 전달하여 장애인 주거환경개선사업 비용 및 어려운 이웃돕기 기금으로 활용

○ **후원대상 : 소년소녀가장 등 어려운 청소년**

○ **후원금 전달 : KBS강태원복지재단**

○ **후원실적 : 1,253천원**

□ 2021 시청자 감사음악회 개최

○ **사업취지**

- 공영방송 공적책무의 일환으로 (재)KBS교향악단과 KBS국악관현악단이 공동으로 매월 시청자 대상 무료 음악공연 개최 및 수신료의 가치 홍보
- 2021 시청자 감사음악회 (KBS교향악단)
  - KBS홀에서 시청자에게 고품격 클래식 음악공연 개최 (총 8회)
  - 관련부서와 협조하여 홍보 스폿 송출과 시청자 방청신청 대면공연을 개최하도록 노력함
  - (재)KBS교향악단과 협력하여 매월 정기연주회 연계 공연 및 기획연주회로 시청자에게 친절하고 다양한 클래식 공연이 되도록 최선을 다함.
  - 특히 KBS 공식 유튜브 채널 〈KBS한국방송〉, 공식 모바일 앱 〈my K〉로 온라인 라이브 중계를 병행하여 시청자의 접근성 향상
- 2021 시청자 감사음악회 (KBS국악관현악단)
  - KBS아트홀에서 시청자에게 국악의 대중화에 기여하는 국악공연 개최 (총 10회)
  - 홍보스폿 송출과 시청자 방청신청으로 대면공연을 개최하도록 노력함
  - 특히 KBS 공식 유튜브채널 〈KBS한국방송〉, 공식 모바일 앱 〈my K〉로 온라인 라이브 중계하였고, 자체 유튜브 채널 〈KBS국악관현악단〉에 영상 클립을 업로드하여 더 많은 시청자들에게 감사음악회 공연의 감상 기회를 제공함.
- 2021 시청자 감사음악회를 〈시청자주간〉 특집방송으로 편성 도달률 제고
  - 〈친절한 국악, 함께 GO〉 : 2021.9.1.(수), 1TV 15:10~16:00 (50분) 편성
  - 〈친절한 클래식, 더 탱고〉 : 2021.9.2.(목), 1TV 15:00~16:00 (60분) 편성
- 〈2022 시청자 감사음악회〉를 지속적으로 개최하여 KBS 문화공연의 대표 브랜드가 되도록 홍보할 예정임.
- 2022년도는 KBS국악관현악단 10회, KBS교향악단 2회, KBS관현악단 4회 공연을 개최할 예정이며, 특히 KBS관현악단 공연을 추가하여 다양한 음악공연 서비스를 시청자에게 선사할 것으로 기대됨.

[표 7-4] 2021 시청자 감사음악회 현황

시청자 감사음악회 (교향악단) / KBS홀			시청자 감사음악회 (국악관현악단) / KBS아트홀		
일정	공연명	관객수	일정	공연명	관객수
2/27(토)	불과 얼음의 여행	무관중	2/24(수)	함께, GO	37명
3/13(토)	화이트데이 콘체르토	84명	3/31(수)	두근두근, 두드림	80명
4/24(토)	4월의 클래식 편지	210명	4/15(목)	라이징스타, 국악대경연 특별연주회	63명
5/6(목)	어린이 과학콘서트	취소	5/27(목)	혼자라도 괜찮아	64명
5/29(토)	마에스트라와 서정적 세계	165명	6/17(목)	국악 어벤져스	126명
6/26(토)	북유럽의 클래식 오로라	239명	7/28(수)	마음을 울리는 우리소리 락 페스티벌	무관중
7/15(목)	해설이 있는 청소년 클래식 콘서트	무관중	8/19(목)	놀이 속으로 들어간 국악	무관중
9/18(토)	요엘 레비의 귀환	무관중	9/29(수)	가야금과 떠나는 가을 여행	무관중
10/30(토)	베토벤 No.5 Vs. 프로코피예프 No.5	취소	10/13(수)	가을, 차(茶)와 음악과 시	무관중
11/20(토)	늦가을의 로맨티시즘 차이콥스키의 교향곡 제5번	401명	11/24(수)	이 시대의'짠'국악	42명

□ KBS 문화예술 인프라를 활용한 공익적 문화사업 실시

○ **제28회 KBS한전음악콩쿠르 개최**

- KBS와 한전의 문화예술 파트너십을 통해 클래식 신인을 발굴하여 국내 클래식 발전에 기여함.
  - 총 312명이 접수하였고, 1차 예선은 전년과 같이 동영상 심사로 대체하여 안전하게 경연이 되도록 진행
  - 피아노, 현악, 관악, 성악(남), 성악(여) 등 5개 부문에서 총 15명의 입상자를 선정하였음. 부분별 금상입사자와 KBS교향악단의 협연무대로 진행되는 대상선정연주회를 통해 최종 대상 수상자 배재성(피아노)을 선정함.
  - 특별연주회 개최 : 12.2.(목) 전남 나주 한전KDN 빛가람홀에서 KBS교향악단과 입상자와 협연으로 지역민에게 수준 높은 클래식 음악회를 제공
  - 대상선정연주회 방송 : 11.9.(화), 1TV 14:30~16:00 녹화 방송
  - 경과 : 공모접수(5.3~6.10), 1차 예선(6.21~6.25), 2차 예선(6.29~7.2), 본선(7.6~7.9), 대상선정연주회 및 시상식(10.22) 진행

○ **제31회 KBS국악대경연 개최**

- 국악의 활성화를 통한 저변확대 및 젊은 인재 발굴을 지원, 육성하는 국내 최고 권위의 국악 콩쿠르로 본 행사를 통하여 국악 진흥에 기여하고 있음.
  - 크라운해태와 공동주최하여 동영상 예선 심사를 전년에 이어 도입하였고 예선 및 본선 경연을 통해 5개 부문, 성악, 관악, 현악, 무용, 단체 부문의 경연을 진행하여 총 15명의 입상자를 선정하였고, 부문별 금상 입상자의 대상선정연주회를 통해 대상 선지우(관악), 특별상 서의철(성악)을 선정함.
  - 특히 올해는 단체 부문을 신설하는 등 국내 국악 콩쿠르의 변화를 주도하고 전통 국악의 진흥과 신예 발굴에 기여함.
  - 대상선정연주회 방송 : 12.31.(금), 1TV KBS중계석 01:00~02:30 녹화방송
  - 경과 : 공모접수(7.20~8.10), 예선경연(8.23~8.27), 본선경연(9.6~9.10), 대상선정연주회 및 시상식(11.11) 진행

○ **2021 사람사랑 생명사랑 캠페인**

- 자살예방의 날(9월 10일)을 맞아 사회복지법인 한국생명의전화와 함께 자살예방에 대한 인식을 제고하고 생명의 소중함을 알리기 위한 밤길걷기 행사를 공동 주최하고 KBS 국악관현악단 특별연주회를 개최하여 자살예방 조성에 기여
  - 2021 사람사랑 생명사랑 밤길걷기 : 9.4.(토) / 일산빛마루방송지원센터 (비대면)
  - KBS국악관현악단 송년음악회 : 12.9.(목) / KBS홀

○ **2021 이웃사랑 나눔콘서트**

- (사)나눔국민운동본부와 공동으로 〈2021 이웃사랑 나눔콘서트〉를 기획 및 개최
- 시각장애 및 발달장애 연주자들과 KBS교향악단의 협연으로 장애예술인 등 사회적 소외계층에 대한 인식개선에 기여함.
- (사)나눔국민운동본부와 공동으로 사회적 소외계층을 초청하여 수준 높은 클래식 공연을 제공하여 KBS 사회공헌 문화사업 활동을 전사적으로 홍보
  - 출연 : 서진(지휘자), KBS교향악단, 스페셜올림픽코리아(SOK) 오케스트라 등
  - 일시 및 장소 : 2021.11.13.(토) 17:00 / KBS홀
  - 방송 : 11.27.(토) 1TV 14:40~15:50 특집방송 / 3R 16:00~17:00 실황중계 방송

○ **시청자주간 기획공연 및 외부 초청공연 수행**

- 시청자주간 (9.1.~9.4.) 특별기획공연 〈독도 판타지〉 개최

• 일시 및 장소 : 9.2.(목) 17:30 / KBS별관 (무관중)

- 장애인 문화예술 축제 초청 공연
  • 일시 및 장소 : 9.8.(수) 18:30 / 파주 다빈치 스튜디오 (무관중)
- 순국선열 추모식 기념 공연
  • 일시 및 장소 : 11.17.(수) 13:30 / 서대문 독립공원 (관중 150명)

□ 방송프로그램 외주제작시 표준계약서 사용

○ 외주제작사와의 모든 계약시 KBS 표준계약서 사용 (2021년 모든 계약)

○ 문체부 표준계약서 개정시 KBS 표준계약서에 반영하고 있음

□ 〈KBS 신문고 불공정행위 신고센터〉 운영

○ 외주제작사 내에서 불공정행위 및 임금 미지불 등의 피해 사례가 발생을 대비하여 〈KBS 신문고 불공정행위 신고센터〉 사이트를 운영

○ 신고대상은 KBS와 관계가 있는 독립제작사 업무(KBS와 제작사간의 불공정행위, 제작사 내부의 임금체불, 부당노동행위, 인권침해 등) 전반이며 KBS와 계약을 한 제작사와 제작진 모두를 포함

○ 이 사이트는 익명으로 제보할 수 있어 신고자의 신원을 보호 가능

□ 독립제작사 상생협의체 간담회 실시

○ KBS와 독립제작사들과의 상생, 소통 강화 및 동반 성장을 위해 정기적 간담회를 실시

○ 협력제작국의 외주정책 및 제안공모 등을 공유하고, 외주제작사의 다양한 의견을 청취하여 제작환경이 개선되도록 지속적인 노력

3. 시청자 설명 책임

가. 정보공개 및 대외소통 확대

□ KBS 경영정보 및 자료 홈페이지 공개

○ 〈투명성 강화 매뉴얼〉에 따라 정보 공개: 시청자 설명책임을 강화하기 위해 2020년 3월 매뉴얼을 공표 시행했고, 공개해야 할 정보의 세부 내용과 정보 생산 부서, 업데이트 주기를 명시.

○ 홈페이지(http://about.kbs.co.kr) 〈About KBS〉에 공사 조직·인력, 재무현황, 평가·보고서 등의 각종 자료 공개. 매월 임원 업무추진비도 공개.

○ 2021년 KBS의 모바일 버전으로도 '재무 현황' 등을 제공. 이용자들이 자료 전문을 다운로드받아 볼 수 있도록 편의성과 접근성을 높임.

□ 정보공개제도 운영

○ 사업목적: KBS가 보유·관리하는 정보를 투명하게 공개함으로써 시청자의 접근권을 적극 보장하고, KBS 경영의 투명성 확보에 기여

○ 정보 관리체계의 효율성과 적절성: 청구인으로부터 정보공개 요청이 있을 경우 해당 실·국과의 효율적인 업무 협조를 통해 제도의 취지를 설명· 실행하고, 담당자 지정 등 향후 요청 등에 대비한 관리체계 적극 마련

○ 처리 실적 및 성과

- 정보공개 청구 처리 실적: 32건(공개 8건, 부분 공개 5건, 비공개 5건, 기타 14건)
- 비공개 5건은 개인의 정보보호, 법인 영업비밀 등 공공기관의 정보공개에 관한 법률 제9조 제1항 제1호와 제6호 등에 의한 것임.
- 기타 14건은 대부분 영상자료의 복사 요청, 정보 부존재, KBS와 전혀 관련이 없는 경우.
- 32건의 정보공개 요청 중 56%에 해당하는 18건을 10일 이내에 처리했으며, 나머지는 15일이내(10건), 20일(4건) 이내 답변.

○ 경영정보 및 자료 홈페이지 공개 여부 및 개선계획 수립과 이행: 본사 홈페이지에 연초 각종 경영정보 및 자료를 업데이트해 적극 공개함으로써 신뢰도와 투명성을 높임.

○ 정보공개 확대 계획: 프로그램 제작시 자료, 정보, 연구결과 등을 체계적으로 관리해, 정보공개요청에 대비할 계획

□ 정보공개요구 대응 및 대외기관과의 소통 확대

○ 수시 현안대응(국회・방송통신위원회 등의 자료 요구): 총 2,613건(국회 기준, 국정감사/인사청문회 자료 포함)

○ 2021년 국회 국정감사(개별감사: 10/12, 종합감사: 10/21): 총 1,261건(접수기간 09/01 ~ 10/31)

○ 제25대 사장 후보자(김의철) 인사청문회(11/22): 총 521건(접수기간 11/01~11/22)

○ 2020회계연도 결산심사: 처리자료 총 280건(접수기간 07/01~08/31). 결산심사는 진행되지 않았으나 국회 과방위가 작성한 결산검토보고서 내용 가운데 사실과 다른 부분에 대해 적극 설명.

□ 연차보고서와 연감 발간을 통해 경영 투명성과 책임성 홍보

○ KBS의 경영성과 및 프로그램 제작 현황 등에 대한 공개 원칙 하에 연차보고서와 연감을 제작해 국회 등 외부기관에 배포

○ 연차보고서: 2020년 공사의 공적책무 수행 및 업무 성과 기록

○ 연감: 2020년 공사의 각 분야별 업무 실적과 주요 사료 기록

나. 시청자 관련 제도 및 운영실적 평가

□ 시청자위원회 운영

○ 운영 목적: 방송법에 의거 시청자의 권익보호를 목적으로 설치된 기구로서 시청자위원회를 통해 시청자를 대표해 방송편성과 방송프로그램 내용, 심의규정에 관해 제시된 의견과 요구를 수렴·반영함으로써 시청자의 고충이나 불만을 신속하게 처리하고 방송의 공공성과 공익성을 확보

○ 운영 방식: 매월 세 번째 목요일 정례회의를 통해 방송 편성과 프로그램, 심의 및 기타

시청자 권익 보호와 침해구제 관련 회의. 위원들 의견 제시와 해당 부서 실국장 답변 형태로 진행.

○ 추진실적(2021년)

[표 7-5] 의견제시 및 시정요구

분야	편성	보도	교양	오락 (스포츠)	기타	심의	합계
건수	13	70	52	52	13	0	200
비율(%)	6.5	35	26	26	6.5	0	100

[표 7-6] 의견 반영 및 조치

구분	수용	의견참고	반론	합계
건수	190	8	2	200
비율(%)	95	4	1	100

[표 7-7] 지적사항 개선 내용

구분	의견제시(시정요구) 내용	제시월	조치 내용	조치월
1	〈뉴스9〉 방송화면과 수화자막방송 화면이 조화롭지 못해 개선 필요	20년 12월	수어통역사 자리에 조명을 추가 설치해 화면색상을 환하게 처리해 개선	1월
2	포스트 코로나시대 더 많은 정보와 다양한 관점 제공 필요	20년 11월	21년 1월 〈코로노믹스 3부작〉 방송으로 포스트 코로나시대 협력과 상생 가치를 세계 각국 사례 통해 제시	1월
3	〈뉴스9〉 로컬 시간에 새 포맷의 지역국간 협업 계획 요청	1월	〈뉴스9〉 로컬방송 개선 위해 9개 총국에 터치스크린 등 새 방송장비 배치하고 재난방송시 지역국 자체 특보 확대 계획	2월
4	〈뉴스9〉에서 코로나 백신 도입과 접종 관련 불확실성 해소에 노력해줄 것 요청	1월	문화복지부,코로나과학팀, 특파원, 전문가 자문팀이 리포트와 출연, 인터뷰 통해 관련 뉴스 집중 보도	2월
5	미세먼지 문제 해결 위해 지속적인 관심 촉구	20년 3월	KBS는 21년 3월 15일부터 21일까지 〈더 나은 삶, 안전한 대한민국〉 주제로 '기후위기'를 정하고 특별편성주간을 마련해 17일 〈특별생방송〉, 글로벌 다큐멘터리, 〈이슈 픽 쌤과 함께〉〈시사기획 창〉 등의 프로그램을 통해 기후재앙 속 대한민국의 현주소를 진단하고 해결책을 모색	3월

구분	의견제시(시정요구) 내용	제시월	조치 내용	조치월
6	뉴스와 방송에서 코로나 공포에서 벗어날 수 있는 많은 기획방송과 정보 제공 요청	20년 3월	코로나 19 백신 국내 접종에 발맞춰 KBS 뉴스 홈페이지와 뉴스 앱을 통해 '백신 현황판' 서비스를 제공	3월
7	더 많은 시청자들이 좋은 프로그램을 시청하도록 현재 1주일인 프로그램 다시보기 기간의 확대를 요청	20년 10월	21년 3월 공사창립 48주년을 맞아 KBS의 명품 프로그램을 다시 볼 수 있는 디지털플랫폼(KBS홈페이지PC/모바일 웹)을 오픈해 만 5천 개의 콘텐츠를 무료 제공	3월
8	이사회에 상정된 수신료 조정안에 대한 KBS의 입장과 계획을 밝혀주기 바람	2월	KBS 경영진이 3월 25일 30기 시청자위원회에게 수신료현실화 추진경과와 주요 내용 설명	4월
9	〈슈퍼맨이 돌아왔다〉에 비혼모로 출산한 사유리 씨가 출연하는 것에 대해 시청자들에게 기획 취지 등의 설명 필요	4월	제작진은 4월 15일 〈KBS 시청자청원 게시판〉에 우리나라 한부모 가구 비율이 7.3%로 급증할 정도로 가족의 형태가 다양해지는 상황을 고려해 사유리 씨 가족 출연을 결정했다는 내용을 게시	5월
10	중고등학교 현실과 청소년들의 문제, 고민, 삶의 고단함에 따뜻하게 다가가는 학교 관련 드라마 혹은 콘텐츠의 부활이 필요.	3월	청소년 드라마 〈학교 2021〉을 2021년 11월 2TV 방송을 목표로 캐스팅을 진행하고 있음. 〈학교 2021〉 18세 특성화 고교생들의 삶과 고민, 우정 등을 다룰 예정.	5월
11	차별 없는 사회를 위한 긴 호흡의 프로그램을 KBS 전체 차원에서 준비해 기획하기를 요구	3월	5월 13일 〈다큐 인사이트〉 '빛은 무지개'를 통해 성소수자의 목소리를 전달	6월
12	2월 방송된 〈2021 설 대기획 조선 팝 어게인〉의 무대 배경 중 옛 용궁의 이미지가 일본식 성과 유사하다는 지적 있음. 재발방지 방안을 마련 바람	3월	영상소스 제작한 외부제작업체의 서버영상을 전수조사해 논란의 우려가 있는 영상을 삭제했으며 공연 전 사전에 영상소스를 점검하는 과정을 추가	6월
13	KBS 월드뉴스 유튜브 채널의 뉴스클립 중 썸네일에 눈을 감고 있는 현직 대통령의 모습 등 부정적인 이미지를 부각하는 장면이 유독 많아 고의적인 편집이 의심된다는 청원에 대한 해명과 대책 마련 요구	7월	해당 문제는 '영상클립 자동생성 프로그램을 활용한 작업 과정에서 부주의로 발생했음. 이후 부적절한 이미지를 모두 조사해 수정했으며, 썸네일 최종 확인기능, 관리자 검수, 본사 검수 과정을 보완조치함	7월
14	8년 만에 방송 시작한 〈환경스페셜〉이 사회의 환경난제를 고발하고 대안을 함께 찾아보는데 노력하길 바람	3월	6월 17일 '지금부터 강이 들려줄 이야기'로 영주 댐의 문제점을 다뤘으며, 향후 영주 댐과 내성천의 변화 등 관련 후속 다큐의 제작에도 힘쓸 예정	7월

구분	의견제시(시정요구) 내용	제시월	조치 내용	조치월
15	7월 〈굿모닝 대한민국 라이브〉 '이인철 모의법정'에서 원치 않는 임신을 한 아내의 사연을 두고 '아이는 축복이니까 잘 키우는 게 현명하다'는 취지로 발언을 아나운서의 발언은 여성 선택권을 고려하지 않은 문제적인 발언이었음. 앞으로 제작과정에서 보다 바람직한 관점과 정보를 담기를 바람.	7월	2020도쿄 올림픽 중계방송 전에 스포츠국과 아나운서실은 인권 감수성과 관련해 여러 번 관계자들에게 주지를 시키고, 구성원들에게 체화할 것을 당부했음. 앞으로도 세미나 등 교육을 통해 개선해 나가겠음.	8월
16	수험생들이 코로나로 인한 불이익을 최소화할 수 있는 현실성 있는 방안과 곧 다가올 수능시험 관련해서도 준비가 제대로 진행되고 있는지에 대한 취재 요청	8월	전용 응시장 마련과 수능시험 대책 등에 대해선 8월 5일 보도한 바 있으며 앞으로 수능 및 주요 시험에서 추가 대책이 나올 때마다 충실하고 자세한 취재를 하겠음.	8월
17	장애인 올림픽인 패럴럼픽에 대한 관심과 애정을 당부하며, 국내 장애인 체육리그부터 관심 갖고 보도 바람	8월	KBS는 패럴림픽 개막식을 생중계했음. 또 국내 〈휠체어농구리그 개막전〉을 10월 1일 생방송으로 편성해 방송 예정	9월
18	어린이들이 시청할 수 있는 프로그램이 다양하고 더 많아지길 바람.	5월	어린이 청소년을 위한 운동처방 프로그램 〈신장개업 운동맛집〉이 5월 26일 첫 방송을 시작	9월
19	시사프로그램에서 저출산, 기후변화 등의 주요 의제를 조망해보는 프로그램을 더 많이 제작하기를 바람.	10월	〈시사기획 창〉에서 2022년 신년특집으로 기후재난 어젠다를 다룬 프로그램 2편을 방송할 예정	10월
20	어린이와 청소년 프로그램 확대와 다양한 편성 시간대를 고려하길 바람	10월	10월부터 초등학생 대상 신규 교육 프로그램 〈방과 후 초능력〉이 첫 방송을 시작함. 내년 어린이날 제정 100년을 맞아 〈국민동요 프로젝트 '아기상어'〉를 방송할 예정임. 이 프로는 평일 저녁 시간대 편성을 고려중	10월
21	코로나19 백신 수급 불안으로 인한 국민의 불안을 해소하고, 국민의 일상 회복 위한 적극적인 보도 요청	5월, 6월	코로나 보도 전담팀을 구성해 10월 한달간 '위드코로나'로의 의료체계 전환 위한 선제적 보도 및 일상 회복 위한 연속 기획 보도와 해외 사례 취재 보도	11월
22	시청자들이 과학을 어렵게 생각하지 않고 과학적 사고의 즐거움을 알아가는 프로그램을 제작할 필요 있음	19년 11월	과학 다큐, 강연, 쇼를 결합한 복합 콘텐츠 〈키스 더 유니버스〉가 2021년 10월 21일부터 3부작으로 방송됨	11월

구분	의견제시(시정요구) 내용	제시월	조치 내용	조치월
23	KBS뉴스 홈페이지의 코로나19 백신현황에서 '주요국 접종 현황' 뿐만 아니라 BBC처럼 전세계 지도를 통해 모든 국가의 현황을 보여주는 것이 필요	7월	뉴스홈페이지 코로나19 백신접종현황판의 세계현황에서 전 세계지도를 통해 모든 국가의 접종현황을 보여주는 것으로 변경.	12월
계	23건		23건	

□ 1020 시청자위원회 설치 및 운영

○ **운영 목적: KBS가 미래 세대와 소통을 강화하고 젊은 위원들로 프로그램 비평과 온·오프라인 홍보 등 체계적인 활동을 수행하게 함으로써 KBS를 젊고 활기찬 이미지로 개선**

○ **운영 방식**

- 구성: 총 29명(남 6명, 여 23명 /서울 20명, 경기 5명, 대구, 경북, 경남, 충남 각 1명/ 최저 연령 만 17세, 최고 연령 만 25세)
- 활동 기간: 6개월(2021년 5월~11월)
- 매월 1회 편성·제작 책임자와 대화 및 미디어교육 실시
- 시사교양, 보도, 예능, 드라마, 라디오 프로그램 모니터링 보고서 작성
- 〈TV비평 시청자데스크〉'클로즈업 TV'와 '시청자탐사대'출연
- 프로그램에 대한 비평과 제안을 제작 기획부서 및 시청자위원회에 전달
- KBS 인플루언서 활동: 활동 내용을'브이로그'와'카드뉴스'로 제작, 전파하고 각 위원의 SNS(유튜브, 인스타그램)를 통해 전국 확산
- KBS 1020 시청자위원회 홈페이지 운영:'K PD'활동 결과물인 프로그램 비평 보고서 및 동영상 게시
- 제작 현장 견학 및 프로그램 기획회의 참여, 의견 제시
- KBS 1020위원회 월별 개최: 5월~9월(월 1회, 총 5회 개최)

○ **효과**

- 젊은 이미지로서의 KBS 홍보대사 역할 수행
- 공영미디어 KBS에 대한 미래세대의 관심도 제고와 젊은 층의 우호세력 형성 및 확대
- 미래 세대에 소구하는 콘텐츠 제작 활성화에 기여

□ 시청자상담실 운영

○ 운영 목적: 시청자 고충 처리와 다양한 의견 수렴 및 방송 정보 제공

○ 운영 방식: 상담사가 시청자 의견과 요청을 접수부터 처리까지 처리.

○ 추진 실적: 상담 및 의견 수렴 286,616건

[표 7-8] 월별

1월	2월	3월	4월	5월	6월
29,168건	24,930건	25,783건	23,514건	22,081건	22,545건
7월	8월	9월	10월	11월	12월
22,102건	23,853건	20,984건	21,028건	25,383건	25,245건

[표 7-9] 분야별

방송	기술	경영	기타
213,077건	2,426건	35,087건	36,026건

[표 7-10] 방송 프로그램 의견 수렴 : 7,550건(일일보고서 수록)

편성	보도	스포츠	교양	연예·오락	드라마	라디오	기타
2,454건	707건	55건	1,626건	980건	644건	519건	565건

다. 시청자 권익 강화 보장

□ 시청자 청원 운영

○ 운영 목적: 시청자 의견수렴 창구 확대를 통한 시청자 권익 확대

○ 추진실적

- 시청자 청원 2,751건 접수(성사된 청원 37건 / 책임부서장 답변 완료)
  ※ 청원 성사 및 답변 기준 : 동의 수 1,000명 이상
- 2021년 시청자 청원 사이트 월평균 방문객은 54,525명(연 654,303명 방문)

○ 효과

- 시청자 청원 제도 운영 3년여 만에 전체 청원 건수가 1만3천여 건(월 평균 340건)에

달하는 등 청원 제도가 시청자 상담실과 함께 KBS 시청자 소통 창구로 안착.

- 2021년 성사 청원(동의수 1,000명) 37건의 경우, 해당 부서와의 협의를 거쳐 예외 없이 답변을 전부 게시. 세계 양궁 선수권대회 중계진 발언 논란, 교양·예능 프로그램 출연자 학폭 논란 등 사회적 반향이 큰 사안에 대해서도 신속하게 답변.

□ 고충처리인 제도 및 시청자권리보호소위원회 운영

○ **운영 목적: 시청자의 권익 보호와 방송으로 인한 피해구제 활동 및 방송내용에 대한 시청자의 이의제기 등에 대해 신속하게 대응.**

○ **운영 방식: 고충처리인 3명(15년 이상 재직 직원). 시청자권리보호소위원회는 시청자위원 5명과 고충처리인 3명으로 구성.**

○ 추진 실적

[표 7-11] 고충 민원 접수 및 처리 현황

구 분	건
편성 제안	2
보도 취재요청(스포츠 포함)	3
공정성, 사실성, 객관성	3
진행(아나운서 언어 등)	2
정정요청(보도, 프로그램)	4
권리침해(초상권, 명예정보 등)	34
시청자만족(프로그램, 공개방송, 홈페이지)	37
난시청, 난청	20
경영(직원, 시설)	16
수신료	1
계	122

[표 7-12] 시청자권리보호소위원회 운영 실적

월	안건내용
1월	KBS 1라디오 〈14시 뉴스〉(2020.12.19.) 기사 일부 생략 관련 (공정성 문제 지적)
2월	KBS 2TV 일일드라마 〈비밀의 남자〉 관련

월	안건내용
3월	2021 설 대기획 조선팝 어게인 무대 배경화면 이미지 관련
4월	본회의 상정안건 없음
5월	본회의 상정안건 없음
6월	본회의 상정안건 없음
7월	KBS월드 뉴스 유튜브 채널 영상화면 썸네일 편집논란 관련 2022 대통령 선거관련 공영방송으로서의 보도준비 KBS라디오 앱(kong)의 개선(지역메뉴 신설)
8월	본회의 상정안건 없음
9월	본회의 상정안건 없음
10월	〈2020 도쿄 패럴림픽 폐막식〉 녹화중계 편성 관련 설명 〈시청자주간 특집 시청자가 묻는다〉 방송 관련 개선책 2022 지방선거 관련 보도 및 편성관련 모니터링 설명
11월	본회의 상정안건 없음
12월	본회의 상정안건 없음

○ **효과**

- 2021년 시청자가 고충 처리 사이트를 통해 제기한 불만 사항과 방송통신위원회 등 외부기관에서 이첩된 민원 122건을 해결.
- 시청자의 불만사항에 대해 제작진 등 담당부서의 의견을 민원인에게 공식 문건으로 통지하고, 사안에 따라 홈페이지에 제작진의 입장을 게시.
- 고충이나 불만사항 중 주요사안은 시청자권리보호소위원회를 통해 시청자위원회 본회의에 안건 상정(2021년 9건)함으로써 관련 부서의 해결책을 공식 촉구.

□ 제2회 시청자주간 행사 개최

○ **행사 목적: 2020년 개정 방송법 시행 30주년을 기념해, 9월 3일 방송의 날과 연계하여 그 주를 최초의 시청자주간으로 선포. 2021년 2회 시청자주간 행사 개최.**

○ **추진실적**

- 제2회 시청자주간 개회식 개최(2021. 9. 1.): 행사를 통해 시청자와의 소통을 강화하고 시청자 만족도를 제고함으로써, 수신료 지불 가치에 대한 우호적 여론 조성에 일조.

KBS 본사를 포함한 9개 지역총국의 시청자들을 위해 동시에 전사적으로 진행.

- 시청자주간'경영진과 대화'실시(2021. 9. 1., KBS아트홀): 경영진, 시청자위원, 시청자 등이 참여해 KBS의 각종 현안에 대한 질의 및 답변.

○ **효과**

- 시청자 참여 프로그램 특집 편성과 인프라를 보완하여 시청자에 대한 설명의무를 이행.
- 경영진과 대화를 통해 KBS의 당면 과제에 대한 시청자들의 이해와 공감을 이끌어냈음.

4. 평가 및 제언

가. 공영방송의 윤리

□ **평가**

○ **KBS는 국기기간 방송 종사자로서 윤리 확립과 직원 청렴도 제고 활동**

- 감사실에서는 윤리 확립을 위한 비윤리적 행위에 대해서 감사 주체로서 일상 감사 활동(일반 감사, 계통 감사, 복무 감사, 일상 감사)으로 지적 및 예방 활동에 주력하고 있음
- 인재개발원에서도 공영방송인의 윤리 관련 청렴 교육을 특강 12회(385명 수강) , 사이버교육 1회(3,427명 수강) 실시했음
- 이밖에 장애인 인식 개선 교육, 직장내 괴롭힘 예방 교육 등 직원 간 상호 존중과 배려를 위한 인식 개선 교육을 전 임직원을 대상으로 실시했음
- 요약하면, KBS 공영방송 종사자로서 윤리 의식 확립을 위한 조치로는 주로 윤리 의식 교육과 위반 시 징계 처분 등의 활동을 실시하였음.

○ **성폭력 제고 노력**

- 성평등 센터에서 2021년 개정된 '양성평등 기본법', '성폭력 방지 및 피해자 보호 등에 관한 법률' 내용을 KBS 성희롱 예방, 대응 매뉴얼에 반영해 피해자 의사를 확인 하고 구제하는 절차를 추진했음
- 또한 대상별, 상항별로 특화된 성평등 의식제고 교육으로 2차 피해 예방 등 성인지 감수성 향상에 기여했음

□ **제언**

○ **KBS의 국가기간방송 종사자로서의 윤리의식 제고 활동으로는 윤리의식 교육과 위반 시 징계 등의 활동을 하고 있는데, 보다 적극적인 활동이 필요함.**

- 윤리 확립과 실천 방안으로 채용시 윤리 의심자 배제, 조직 목표의 합리화로 비윤리적 행위 방지, 최고 경영자의 비윤리적 행위자에 대한 처벌로 윤리적 행위 유도, 보다 강력한 수준의 윤리위원회 설치 운영으로 회사의 윤리 정책 유도 등 보다 적극적인 활동이 필요
- 최근 사회적 이슈가 되고 있는 gender 이슈에 관한 논쟁은 우리 사회가 한 단계 성숙한 사회로 전환되는 과정이라고 보여짐, 무엇보다도 성평등은 제도적인 틀도 중요하지만 서로가 상대를 인정하고, 배려하고, 존중하는 성숙된 조직 문화가 선행되어야한다고 판단됨

나. 사회적 책임 이행

□ **평가**

○ **KBS는 사회적 책임 관련 활동으로 비정규직, 외주제작업체, 협력업체에 대한 공정한 처우, 시청자 참여 기회 확대, KBS 문화 인프라를 활용한 공익적 문화 사업을 전개해왔음**

- 외주 제작 업체와 협력업체에 대한 공정한 처우를 위해 표준 계약서 작성 운영하고, 외주 제작사의 불공정 행위와 체불 방지를 위해 'KBS 신문고 불공정 행위 신고센터' 사이트 운영, 상생 간담회 실시 등을 해왔음
- 시청자 센터에서는 옴부즈맨과 시청자 참여 프로그램으로 시청자 참여 기회를 제공하고 있으며, 성금 모금, 나눔 대상 시상 등으로 나눔 문화 확산에 기여했음
- 그밖에 KBS 교향악단, 국악관현악단이 실시하는 시청자 감사음악회와 KBS 문화 예술 인프라를 활용한 공익적 문화 사업을 전개해 왔음

□ **제언**

○ **미국의 경제학자 하워드 보웬(Haward Bowen)은 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)을 기업이 사회적 목표와 가치에 부합하는 정책을 추구하고, 그에 따른 의사결정과 행동을 해야 하는 의무라고 했음**

- 기업은 이윤 추구 위주의 재무적 성과를 판단하는 전통 방식과 달리 장기적 관점에서 기업의 가치와 지속 성장에 영향을 주는 ESG(Environment, Social, Governance) 등 비 재무적 요소를 반영해 평가함

○ **KBS는 수신료를 기반으로 운영되는 공영 방송임을 고려할 때 내적으로는 KBS의 사회적 책임을 수행함과 동시에 외적으로 사회의 전반적인 분위기 조성에도 일조를 해야 할 책임이 있음**

- 내적인 KBS 사회적 책임을 다하기 위해서는 KBS의 약자 계층인 여성, 비정규직, 장애인 등에 대한 차별 금지 및 처우 개선과 출연진, 외주제작업체 등에 대한 불공정 행위가 없어야 할 것임
- 외적으로는 KBS 방송 프로그램을 통한 시청자 참여 프로그램 확대, 교향악단, 국악관현악단의 찾아가는 음악회, ESG의 중요성을 일깨워주는 프로그램, 캠페인 등을 실시해 사회적 분위기 조성에 앞장서야 할 것임

다. 시청자 설명책임

□ 평가

○ **정보공개 및 대외소통 확대**

- KBS 경영정보 및 자료 홈페이지 공개: 홈페이지(http://about.kbs.co.kr)〈About KBS〉에 공사 조직·인력, 재무현황, 평가·보고서 등의 각종 자료 공개. 매월 임원 업무추진비도 공개.
- 정보공개제도 운영: 2021년 32건 처리(공개 8건, 부분 공개 5건, 비공개 5건, 기타 14건). 개인의 정보보호 준수, 정보 부존재, KBS와 관련 없는 경우 등을 제외한 모든 건수에 대해 공개 처리.
- 정보공개요구 대응 및 대외기관과의 소통 확대: 국회와 방송통신위원회의 요구에 따라 2,613건 자료 제출 대응
- 연차보고서와 연감 발간을 통해 경영 투명성과 책임성 홍보: 연차보고서(KBS의 공적책무 수행 및 업무 성과 기록)과 연감(KBS 분야별 업무 실적과 주요 사료 기록) 배포

○ **시청자 관련 제도 및 운영실적 평가**

- 시청자위원회 운영: 매월 정례회의 개최. 2021년 위원들이 의견 제시한 200건에 대해

수용 190건, 의견참고 8건, 반론 2건으로 반영

- 1020시청자위원회 설치 및 운영: 10대·20대 29명의 위원들이 프로그램 비평과 온·오프라인 홍보 등 체계적인 활동 수행
- 시청자상담실 운영: 2021년 시청자 상담 및 의견 접수는 286,616건에 달하며, 이 가운데 방송 프로그램 관련해 의견을 수렴한 경우가 7,550건에 이름.

○ **시청자 권익 강화 보장**

- 시청자 청원 운영: 시청자 청원으로 2,751건 접수하고, 이 가운데 동의 수 1,000명을 넘긴 37건에 대해 책임부서장 답변 게시 완료.
- 고충처리인 제도 및 시청자권리보호소위원회 운영: 시청자가 제기한 불만 사항과 방송통신위원회 등 외부기관에서 이첩받은 민원 122건 해결
- 제2회 시청자주간 행사 개최: KBS 본사를 포함한 9개 지역총국에서 전사적으로 행사 개최. 시청자주간'경영진과 대화'실시.

□ 제언

○ **KBS의 2021년 정보공개 처리 건수는 32건에 불과. 국민에게 잘 알려진 공공기관인 점을 감안하면, 처리 건수가 적은 편으로 판단됨. KBS는 정보공개 제도를 적극적으로 홍보해 더 많은 시청자가 이용할 수 있도록 해야 함.**

○ **KBS 시청자위원회 위원들의 의견 제시 가운데 61%는 보도와 교양 분야에 집중됐음. 상대적으로 오락, 드라마, 편성 등에 대한 의견은 부족한 편. 시청자위원회에서 여러 장르를 골고루 논의하고 비판할 수 있도록, 시청자위원 선정에서 다양성 기준을 강조할 필요 있음.**

○ **KBS 1020시청자위원회의 출범은 5060세대 중심의 KBS 주시청자층을 확대하고, 공영방송으로서 세대간 통합을 선도할 수 있는 좋은 시도로 평가됨. KBS는 1020시청자위원들의 모니터링과 비평 결과를 진지하게 받아들이고 충분히 반영하도록 노력해야 함.**

제8장 | 총평

1. 경영목표 설정의 타당성과 성과

○ 2021년 KBS 경영목표는 KBS 내·외부 환경을 분석한 3년 단위 중장기 계획(2019-2021년)을 바탕으로 당해연도(2021년) 추진해야 할 경영 목표, 기본 운영 계획, 방송 기본 계획을 순차적으로 반영해 형식적인 측면에서 목표 수립과정이 매끄럽게 진행됐다고 보여짐

○ 다만, 전년도 경영평가에서 지적된 경영목표 수립(2020년 하반기)과 성과회계결산(2021년 초)의 시간차가 불가피한 상황에서 시차 간극으로 인한 미스매칭을 좁히고, 성과 및 결산을 목표에 추가 반영하는 노력이 필요함

○ 2021년도 경영목표인 '공적책무 강화와 수신료 현실화'는 KBS의 기본적인 책무에 방점을 둔 것으로 추정되지만, 수신료 현실화와 연계해 경영목표를 설정하는 것은 다소 선언적으로 보임. 경영목표 수립과정은 형식적으로 무리 없이 진행됐지만, 내용상 경영목표에 맞춘 조직의 설계 및 제반 리소스(인원, 예산, 시설, 장비 등)를 배정하기 보다는, 기존 조직이 보유한 자원의 틀에 경영목표를 부과했음. 또한, 경영목표가 제대로 이행되는지를 점검하는 별도 노력이 필요한 것으로 보임.

○ 경영목표의 명료화를 위해 하위 핵심사업도 3-4개로 줄이고, 나머지 사업들에 대해서는 우선순위와 가중치를 부여하는 등 조직원들에게 목표를 분명하게 인식시켜 목표 달성이 쉽도록(easy attainable) 해야 할 것임. 아울러, 경영목표를 설정하고 그 결과가 경영진의 경영계획 이행여부에 대한 판단자료로 활용된다는 점을 고려시, 목표의 달성여부 판단은 목표를 작성·실행하는 부서 보다는 집행기관에서 확인하고, 경영평가 결과의 실행력을 높이기 위해 그 결과를 각종 평가도구 등에 실질적으로 도입·활용될 수 있도록 설계하는 방안 등 적극적인 검토를 권고함.

○ 미디어 시청 행태 변화에 따른 뉴미디어 시대에 생존을 위해서는 공영방송 KBS의 경영평가 관련 제 기준의 변화가 요청되는 시점임. KBS의 역할을 재정립하고, 그에 걸맞는 경영평가 기준의 재설정, 평가기준에 따른 다양한 평가 지표의 개발, 평가 결과의 대국민 공개와 시청자 접근 강화 등의 노력을 다해야 할 것임

○ KBS가 공영방송으로서 공적 책무를 다하기 위해서는 공사의 역할과 책임을 명확히 해야 하며, 현행 방송법의 한국방송 관련 공적 책임(제 44조)의 내용이 추상적이며, 공사의 업무(제 54조)는 타 방송 사업자와의 차별성 및 구체적 업무 수행이 불분명하므로, 방송법 개정 등 외부 규제 환경의 개선도 필요함

○ 아울러 수신료 현실화뿐만 아니라 공영방송의 재원 확보를 제도적으로 뒷받침하도록 방송법의 개정이 필요함

○ 편성의 기본 방향과 관련해서는, KBS가 스스로 설정한 10대 방송 기본 방향에 따라 프로그램 편성과 신규 제작을 안정적으로 이뤄냈다고 판단됨. 특별히 사회적 핵심 의제 설정을 통한 방송의 신뢰성 향상의 측면에서 다른 방송국에 비해 우수한 성과를 거뒀다고 판단됨. 그러나, KBS 프로그램의 단점인 '시청률에 비해 화제성 약화'와 '고령층 시청자에 비해 젊은 연령대 시청자 부족'을 극복하는 편성과 제작 전략이 도출돼야 함.

2. 예산편성 및 집행

○ 2021년 코로나 여파가 지속되는 어려운 상황 속에서도 KBS 수신료는 목표액 6,900억 대비 6,863억으로 99.5% 달성 실적을 보였으며, 광고는 2,705억으로 2020년 2,319억 대비 386억(16.6%) 증가, 콘텐츠 사업 수입은 3,777억으로 2020년 3,326억 대비 451억(13.6%) 증가한 실적을 기록해 수입 증대를 위해 최선의 노력을 했다고 여겨짐

○ KBS가 공영방송의 실현을 위한 안정적 재원을 확보하기 위해서는 수신료 수입의 현실화가 절대적이며 근본적인 대책이 될 것이므로, 현재 추진 중인 수신료 현실화를 위한 KBS 내부적 자구 노력 외에 국회, 시민 단체 등 이해자 집단에 대한 설득, 이해 등 지속적 노력이 요구됨

○ 수신료 현실화가 쉽지 않은 현실적 측면이 있으므로 수신료 현실화 노력 외에도 미디어 시청 행태 변화에 대응해, 스마트 기기를 이용한 TV 시청에 대한 수상기 개념의 명확화, 수신료를 TV 소지와 관계없이 세대당 부과하는 방안, 사회적 약자에 대해 감면 중인 수신료의 국가 차원 지원 요청 등의 다각적인 수입 확대 방안을 마련해야 함

○ KBS 주 재원인 수신료 수입의 정체, 광고 수입의 지속적 감소가 예상되는 상황에서

KBS가 보유한 다양한 콘텐츠를 활용해 수입 창출이 지속 가능하도록 콘텐츠 사업 수입 확대를 위한 전사적 역량을 집중해야 함. 또한 공사가 소유한 부동산을 이용한 수익 사업 등을 통해 확보한 수익을 일반 경비로 충당하도록 방송법 및 시행령의 개정 요청 등의 노력을 다해야 할 것임

3. 인사 및 조직 운영

○ KBS는 그간 최고 경영자를 교체할 때 마다 조직 개편을 했으며, 2004-2009년 운영한 팀제를 제외하고는 현 조직 형태의 기본 틀이 유지된 채로 부분적으로 일부 기능을 개편해 왔음

○ 중장기 계획(2019-2021년)과 당해연도 경영 목표 달성을 위해서는 목표와 조직의 일체성이 중요한데, 현 KBS 조직의 목표달성 과정은 역으로 기존 조직의 틀에 목표를 배정하는 형태로 운영되고 있음

○ 조직화(Organizing)는 조직의 목표를 최상의 방법으로 실현할 수 있도록 인적 자원과 물적 자원을 결합하는 과정이며, 마찬가지로 KBS의 목표달성 과정도 중장기계획(2019-2021년), 2021년 경영목표, 기본운영계획, 방송기본계획에서 정한 목표를 바탕으로 조직의 설계가 우선되어야 하며, 조직이 성과를 내도록 인적, 물적 리소스를 배분하는 순차적인 과정을 통해 목표 달성 방안이 강구되어야 할 것임

○ KBS 인력 규모는 2021.12.31. 기준 4,379명으로 2011년 4,830명에 비해 451명 줄어든 상태이며 매년 줄어드는 추세임. 신규 인력의 매년 지속 충원(2019년: 223명, 2020년: 48명, 2021년: 83명)으로 적은 인원이지만 인력의 안정화를 도모할 것으로 기대함

○ 인적 자원 계획은 종업원의 입사에서 퇴직까지의 인력 흐름에 대한 전반적인 계획으로 인적 자원의 구성과 질을 계획하는 활동이라고 할 수 있으며, 계획이 잘못 수립될 경우, 인력 과잉이나 인력 부족으로 심각한 문제가 발생함

○ 조직체의 목표 달성을 위해서는 재무적 자원, 물적 자원, 인적 자원이 필요하며, 재무적 자원과 물적 자원은 가치가 줄어들지만 인적 자원은 생산성에 미치는 영향이 큼. KBS의 인력관리도 중장기 경영계획, 경영 목표를 효과적으로 실천하기 위해 zero-base에

서 인력의 수요를 예측하고 채용, 육성, 퇴직을 예측한 뒤 단계적으로 인력관리를 해야 함. 방송의 특성을 고려한 고령화 인력의 활용, 미디어 산업 변화에 대응한 인력의 육성 및 전환 배치 등도 중요함

○ KBS의 인건비는 2021년 5,238억으로 총비용 1조 4,698억 중 35.7% 비중을 차지함. 최근 3년간 인건비 비중은 감소 추세로 이는 퇴직 인력 대비 최소 인력 충원으로 전체 인력 규모가 줄어든 탓에 기인함

○ 보상관리는 구성원의 사기 저하와 생산성 향상에 미치는 영향이 크므로 방송의 특성상 인건비 절감, 복리 후생비 축소라는 소극적 대응 보다는 양질의 콘텐츠 제작 – 수익 창출 – 종업원 배분이라는 선순환 구조를 마련하는 과감한 임금 정책이 필요함. 금전적 측면 이외에도 하이브리드 근무(재택 근무와 사무실 혼합 근무), 유연 근무 등 근무 형태에 대한 전사적인 관심과 지원이 절실히 요청되고 있음

○ KBS는 인적 자원 개발을 위해 자체적으로 임직원 교육 계획을 수립해서 진행해 왔으며, 급변하는 방송 환경 속에 직무 수행 역량 향상을 위한 각종 교육 과정과 학습 활동을 다양한 방식으로 실시했음. 또한 전사적인 디지털 역량 강화 교육, 콘텐츠 전문 교육, 자율 연구회, 현장 직무 교육 위러닝, 독서 클럽 위북에 다수 직원이 참여한 것으로 나타남

○ 인적 자원 개발 과정에서 교육과 연수 제도는 환경의 변화에 대처하기 위해 매우 중요하므로 관행적이고 형식적인 타성을 벗어나, 직원들이 연수와 교육에 대한 중요성을 인식하고 관심을 갖도록 교육 훈련별 다양한 가점제, 직원 필요에 맞는 교육 과정의 개폐, 직원과의 소통을 통한 다양한 연수 과정의 개발 등의 노력이 필요함

○ KBS 평가 시스템은 오랜 기간 운영해 왔으며, 평가 관리에 관여된 조직의 이해자 집단인 평가자, 피평가자, 노동조합의 의견 제시 및 수렴 과정을 통해 정착된 매우 우수한 평가 시스템으로 여겨짐

○ KBS는 부서별 평가 결과를 부서장 그룹에만 적용하고 팀장과 실무 그룹까지 확대 적용하지 못하고 있는 상황인데, 필요하다면 부서 평가의 보완, 노사간 합의를 통한 전직원 확대 적용 등으로 부서 평가의 기능을 강화해야 할 것임

○ 사업별 성과 평가 결과로서 특별 인센티브제도의 운영은 기존의 역량 평가와 성과 평가의 문제점을 보완하고 사업 추진에 동기를 부여하는데 상당부분 기여했음. 다만, 인센

티브를 신청하지 않은 숨은 공적을 발굴해 시상함으로써 조직을 활성화하는데 기여하도록 차별화된 운영이 필요함.

○ KBS 발전의 한 축으로서 노사 협력과 건전한 긴장 관계는 현재 KBS가 당면한 현안 해결과 미래 지향적 발전 방안 마련에 크게 기여할 것으로 판단됨

○ 2020년 7월 노사가 공동으로 출범한 '미래발전노사공동위원회'에서 KBS 현안인 선택적 안식년제 도입, 연차 휴가 보상 수당 지급 개정, 근로 시간 단축, 유연 근로제 도입, 사회적 약자 보호 방안 마련 등 인력 운영과 근로 조건 개선 방안을 마련한 점은 높이 평가할 만한 실적임

○ 공영방송 KBS는 사회적 약자인 비정규직, 여성, 장애인에 대한 배려와 대책을 마련하는 등 노력을 다하고 있지만, 비정규직에 대해서는 '동일노동 동일임금'이라는 대원칙하에 차별적 처우가 없어야 하며, 여성의 공정한 처우를 위해서는 여성 직위자 임용목표 달성 및 여성 직위자 확대를 위한 전사적인 관심과 노력이 필요하며, '여성 직위자 임용목표에 관한 계획'도 그간 운영과정에 대한 평가와 직원들의 다양한 의견수렴 등을 통해 재정비가 필요함. 장애인에 대해서는 법정 의무 비율이라는 소극적 대응보다는 이를 뛰어넘는 장애인 적합 직무의 확대 발굴, 장애인 처우 개선 등의 혁신적 대책과 처방을 강구할 것을 추천함

○ KBS 정보 시스템은 코비스, ERP, 편성제작, 광고제작 등 기 도입된 시스템의 운영 유지 업무 외에 다양한 업무 지원 정보시스템 43개(선거방송, 인력채용, 수익관리, 성과관리 등)를 자체 인력으로 유지 보수하고 있음

○ KBS 정보 시스템의 유지(전체 예산의 70% 차지)가 중요하지만, KBS가 콘텐츠 기업으로서 경쟁력을 제고하기 위해서는 콘텐츠를 제작하는 현업의 니즈에 부합하는 정보시스템의 개발 업무 비중 확대와 예산의 추가 배정이 필요함

○ 경영관리 업무 프로세스를 관리하는 ERP 외에도 방송제작 관련 업무 프로세스를 관리하기 위해 디지털편성제작정보시스템, 광고정보시스템, 콘텐츠 수익관리시스템 등을 운영하고 있는데, KBS가 창의적 콘텐츠 기업으로서 경쟁력을 제고하기 위해서는, 콘텐츠 제작현업의 니즈에 부합하는 맞춤형 정보시스템 개발에 대한 지속적이고 파격적인 투자가 필요함.

4. 수입재원과 재무상태의 안정성

○ 당기에 매출증가와 매출채권 회수증가로 현금흐름이 크게 개선되었으며, 당기순이익 발생으로 부채비율은 낮아지고 유동비율은 상승하여 재무구조의 건전성이 개선됨. 안정적인 사업수행을 위해서는 사업활동에서의 현금창출이 필수적이므로 매출증가 및 비용절감 등 사업이익 실현 방안이 요구됨. 다만, 정년퇴직자의 증가로 최근 3년간 400억원 이상의 퇴직금을 지급하고 있어 상당한 자금 부담이 되고 있음. 2021년말 현재 퇴직금추계액 4,036억원 중 1.1%만 외부적립하고 있어 안정적인 재원마련 대책이 요구됨

○ 2021년 자본예산의 집행률은 광고수입 및 콘텐츠 판매수입의 증가로 재정여건 개선에 따라 전기 대비 44.9%에서 57.7%로 상승하였으나 여전히 예산대비 집행률이 낮은 수준임. 이는 자본예산 수립 시 재원조달 등 실행가능성에 대한 충분한 검토를 하였는지 의문을 갖게 함. 자본예산 수립은 한정된 재원의 선택과 집중을 고려한 실행가능한 예산범위 내에서 수립하고, 편성된 예산은 특별한 사유가 없는 한 집행될 수 있도록 집행관리가 요구됨. 유휴 부동산 처분자금은 방송시설 투자 등 자본예산 집행에 우선적으로 재투자하는 것을 고려해 볼 수 있을 것임.

○ 미래방송센터는 약2,800억 규모의 건립계획으로 2016년부터 추진되어 왔으나, 본사의 세종시 이전 검토, 고밀도 변화 등 대내외 환경변화와 재활용이 곤란한 설계용역의 특성 등을 이유로 경영회의 의결(2021.11.19.)과 이사회보고(2021.11.23.)를 거쳐 설계비 56.3억원을 비용으로 처리했음. 이사회운영규정 제9조(심의,의결사항), 제10조(사장에 대한 위임)를 보면 이사회 보고가 아닌 의결이 필요해 보임.

○ 수신료는 KBS 재원의 50% 정도를 차지하는 큰 비중을 차지하고 있지만, 더 이상 재원의 증가를 가져오기는 현실적으로 어렵기 때문에 미디어 시청 행태 변화를 고려한 수신료 제도 자체에 대한 법적 부과 방식 변경 등 새로운 돌파구를 마련해야 할 것임

○ 2021년 KBS 광고 실적은 2,705억으로 2,020년도 2,319억에 비해 386억 증가하는 등 노력을 다한 것으로 보임. 다만, 지상파 3사 전년대비 증가율 20.7% 보다 낮은 KBS 광고 증가율 16.6%는 아쉬운 상황임

○ 2021년 콘텐츠 사업 수입은 3,777억원으로 2020년 3,326억 대비 451억(13.6%) 증가한 실적을 기록했음. 미디어 시청 행태 변화로 수신료 수입의 정체, 광고 수입의 지속적

감소가 예상 되는 상황에서 KBS가 보유한 다양한 콘텐츠를 활용한 콘텐츠 사업 수입 확대를 위해 전사적 역량이 집중되어야 할 것으로 보임

5. 방송 콘텐츠 평가

○ 사회적으로 중요한 의제를 적절하게 반영해 시청자에게 소구하는 여론 환기 역할을 수행했다고 평가됨. 특히, 국제 이슈, 지역의 가치, 세대 갈등, 사회적 약자, 미래 의제(과학, 환경 등) 등 공영방송이 다뤄야 할 이슈를 골고루 다뤘다고 판단됨. 또한, 2021년 국민들의 주요 관심사였던 코로나19, 선거, 도쿄올림픽에 대해서도 특별 편성과 심층 보도로 많은 시청자를 확보했던 점도 평가받을 지점이라고 생각됨.

○ 다양한 소재가 방송으로 기획되는 점은 공영방송의 콘텐츠 다양성 관점에서 바람직해 보임. 구체적으로, 2021년 KBS는 지역, 동물, 건강, 자연, 교육, 스포츠, 역사(교양 프로그램), 음악, 토크, 음식, 지역, 환경(예능 프로그램), 대하드라마, 로맨스, 스릴러, 퓨전사극, 청소년드라마(드라마) 등 장르별로 매우 다양한 소재를 다뤘음. 특히 신설과 특집 프로그램 등을 통해서도 다양성을 확장하는 시도를 보여줬다고 판단됨. 일부 프로그램은 시청률 부진을 겪고 정규 프로그램으로 편성되지 못했지만, 새로운 소재에 대한 도전과 실험은 지속돼야 함

○ KBS 프로그램은 시청경쟁력에서 강한 편이지만, 여론 영향력에서 약한 모습을 드러냄. 보도, 교양, 드라마, 예능(특집 중심) 전반에서 다른 방송국을 능가하는 높은 시청률을 보였음. 그러나 프로그램에 대한 뉴스나 시청자 댓글 등은 다른 방송국 프로그램에 비해 열세를 면치 못함. 이는 KBS 프로그램이 많이 시청되지만, 오래 기억되지 않음을 보여줌. 많은 시청자들이 KBS 프로그램을 보지만, 시청 이후 다른 시청자들과 프로그램에 관해 이야기를 나누지는 않는다는 뜻임. 물론 KBS 프로그램이 다른 방송국 프로그램에 비해 자극적 내용과 선정적 화면이 적어서 화젯거리가 되지 않는다는 반론도 있음. 그러나 공영방송이 더 많은 인력과 비용을 투자해 제작한 프로그램이 시청으로 그친다는 점에서 개선의 필요성이 제기됨. 공익성 높은 KBS 프로그램이 시청자들의 생활과 공동체 삶 속에서 지속적인 영향을 미칠 수 있도록 노력이 필요함.

○ KBS 주시청층의 고령화는 향후 개선해야 할 숙제로 보임. 전 시간대(06시~25시) 시청

자 가운데 60대 이상의 비율을 살펴보면, KBS1이 66.52%를 기록해 8개 지상파와 종편 채널 가운데 가장 높음. KBS1의 60대 이상 시청자 비율은 지상파 MBC(33.50%)와 SBS(33.83%)에 비해 2배 가량 높으며, 심지어 TV조선(66.13%)보다 높게 나타남. KBS2도 60대 이상 시청자 비율이 47.73%로 MBC, SBS, JTBC에 비해 높게 나타남. KBS는 공영방송으로서 우리 사회의 핵심 과제인 세대 간 통합에 기여해야 함. 그러나 시청 세대의 편중을 개선하지 않고는 이와 같은 역할 수행이 어렵다고 판단됨. 구체적으로, 어린이나 2030세대를 겨냥한 참신한 프로그램의 기획이 요청됨. 다른 방송국에서 성공모델로 자리잡아 유행이 된 트로트 예능을 KBS가 따라갈 필요는 없다고 판단됨. 이런 측면에서 2021년 1020 시청자위원회를 구성한 점은 고무적. 젊은 세대와 지속적 소통을 통해 KBS 시청층의 다양화를 이뤄야 함

○ KBS에서 다른 방송국에 없는 프로그램을 '전문'적으로 또는 '유일'하게 유지하는 점은 공영방송의 책무 차원에서 바람직하다고 판단됨. 예를 들어, 〈사랑의 가족〉은 지상파 유일의 장애인 전문 프로그램이며, 〈환경스페셜〉은 국내 최초 자연환경 전문 프로그램. 또한, 〈질문하는 기자들Q〉는 지상파 유일의 언론비평 프로그램이며, 〈개승자-개그로 승부하는 자들〉도 지상파에서 사라진 코미디 장르의 부활. 시청률 지상주의가 강화되는 방송 환경에서 자극적 프로그램이 기획되고 대부분의 방송국에서 유행에 편승하는 상황에서 수익 창출이 어려운 공익 프로그램이 사라지고 있음. KBS는 다른 방송국이 편성하지 않는 유익한 프로그램을 유지하고 국민적 관심을 유도하는 역할을 해야 함

○ 혐오와 갈등이 사회 문제로 대두된 상황에서 공영방송 KBS의 역할이 중요해짐. 코로나19로 인한 세계적인 동양인 혐오, 우리 정치권에서 나타난 여성-세대-장애인 갈라치기, 가짜뉴스까지 동원된 이념 진영간 갈등이 대표적 사례. 이런 때일수록, KBS는 사회적 약자 보호와 포용적 문화 확산을 위한 방송을 기획하고 국민적 관심을 유도해야 함. 2021년 KBS는 청년, 노동자, 여성, 장애인 등에 대한 집중 보도와 심층 프로그램 편성을 수행했음. 특히, KBS가 성소수자(다큐인사이트-빛은 무지개)나 다양한 가정(비혼모 사유리 출연)에 대한 논란에 성숙한 결정을 내린 점은 특기할 만함. 그러나 노인, 빈곤층, 다문화 등 포용돼야 할 사회적 약자들은 더욱 다양하고, 제도적 개선이 충분치 않은 상황. KBS가 이들에 대한 차별적 시도를 끊임없이 지적하고, 사회적 약자의 목소리를 더 많이 담아내도록 노력해야 함

○ KBS 라디오는 코로나19, 선거, 도쿄올림픽, 누리호 발사 등 국내외 중요 의제에 대해

신속하고 풍부한 정보와 해설을 제공했음. 음악-토크 프로그램은 인기 DJ 영입, MZ세대용 음악 확대, 시청자 참여 유도 등으로 젊은 세대의 관심을 유도했음. 이와 같은 노력을 바탕으로 KBS 라디오는 2013년 이후 청취율 최고치 기록. 향후 청취율 1위 SBS와 경쟁하며 지속적 성장을 유지할 기획과 아이디어가 필요함

6. 디지털 콘텐츠 평가

○ KBS는 2021년 편성본부에 멀티플랫폼 전략국을 두고, 기존 편성국을 멀티플랫폼 편성국으로 개편하는 등 디지털 콘텐츠 서비스를 위한 조직 정비 완료. 이 조직에서 유튜브 채널 등 디지털 콘텐츠 서비스에 대한 전략과 운영을 관리하고 있음. 이와 함께 KBS의 유튜브 채널은 125개에 달할 정도로 많아졌으며, 매년 조회 수, 구독자 수, 수익이 크게 증가했음. KBS가 TV 시청자 이외에 디지털 이용자를 끌어 모으려는 전략은 안정적으로 보임. 다만, 유튜브 채널 운영이 멀티플랫폼 편성국 이외에 통합뉴스룸, 시사교양, 드라마, 오락, 라디오 등 부서별로 흩어져 개별 관리되는 상황. 멀티플랫폼 편성국의 '콘트롤타워' 역할이 더 필요해 보임. 지속적으로 늘어날 KBS 유튜브 채널에 대해 공영방송 KBS 브랜드를 유지하며 종합적으로 관리하고 분석하는 역할이 강화되어야 함

○ 디지털 서비스에서도 뉴스, 정보, 지식, 예능, 스포츠 등 다양한 장르의 프로그램들이 제공되고 있음. 주제 면에서도 경제, 환경, 여성, 음식, 동물 등 다양한 내용이 포함돼 있음. 대부분은 TV 프로그램의 재구성이나 스핀오프 또는 아카이브 프로그램의 재활용 등으로 유튜브 채널을 운영하고 있음. 향후 오리지널 디지털 콘텐츠 생산에 대한 투자가 필요해 보임. 이를 통해 KBS의 유튜브 채널 구독자가 KBS TV 시청자로 유입되는 효과도 기대해 볼 수 있음

○ KBS의 디지털 서비스 이용률은 MBC, SBS와 치열하게 경쟁하는 상황. KBS TV의 시청률이 다른 지상파 방송국보다 확실하게 높게 나타나는 점과 대조되는 결과. 첫 번째 원인은 유튜브 등 디지털 서비스 이용자들이 KBS 주시청자층이 아닌 젊은 세대라는 점을 들 수 있음. KBS의 60대 중심의 시청자들은 유튜브, 홈페이지, 앱보다 직접 TV를 시청하는 경우가 많을 것으로 판단됨. 이런 이유로 KBS의 콘텐츠가 전국민에게 충분히 노출되지 않는 상황. 두 번째 원인은 KBS 유튜브 채널들의 주제가 유튜브를 많이 이용하

는 젊은 세대들에게 어필하지 못함. TV 뉴스 포맷과 대동소이한 유튜브 뉴스, 인기 유튜버의 진행보다 느린 시사교양 채널, 젊은 세대가 공감하지 못하는 20~30년전 프로그램 등은 새로움에 민감한 유튜브 이용자들의 관심을 끌기 어려움. KBS 디지털 서비스는 TV보다 한걸음 더 빨리 젊은 세대에 어필할 참신한 주제와 포맷의 실험장이 돼야 함

○ 개별 유튜브 채널 가운데 KBS 채널의 조회 수 성적은 최상위권에 속하지 못함. 가장 조회수 많은 채널은 KBS WORLD TV와 KBS K-Pop 등으로 8~18위(2021년 10월, 11월, 12월). KBS 뉴스 유튜브 채널의 조회 수도 KBS 뉴스9의 시청률에 비해 매우 낮은 것으로 나타남. KBS News의 이용률은 MBC, YTN, JTBC, SBS NEWS에 모두 뒤지고 있음. 이런 결과를 감안하면, KBS 유튜브 전반에 대해 이용자의 관심을 끌 수 있는 새로운 전략이 필요해 보임. 실제 성공한 유튜버들을 대상으로 디지털 서비스 성공의 원인을 분석하고, 다양한 벤치마킹 실험을 전개해 볼 필요 있음. 한편으로, KBS WORLD TV와 KBS K-Pop의 선전은 KBS 디지털 서비스가 상당한 국제 경쟁력을 갖출 수 있음을 시사. TV와 달리 국가 간 장벽이 없는 디지털 서비스를 십분 활용해 전세계 디지털 이용자를 KBS 이용자로 끌어올 수 있음

○ KBS 라디오의 디지털 서비스로는, 1라디오 유튜브가 국내 라디오 가운데 최단 기간에 50만 구독자를 달성할 정도로 빠르게 향상되는 추세. 여기에는 〈최경영의 최강시사〉, 〈홍사훈의 경제쇼〉, 〈주진우 라이브〉 등 시사경제 프로그램의 성장세가 한 몫을 함. 유튜브의 특성상 다양한 출연진보다는 진행자의 능력이 이용자에게 어필하는 요인. 참신한 진행자와 유익한 내용으로 지속적으로 국민적 관심을 끌 필요가 있음. 또한 유튜브 오리지널 콘텐츠 등 라디오와 차별되는 참신한 콘텐츠를 통해 구독자 증가와 라디오로의 유입도 기대해 볼 만함.

7. 공정성과 신뢰성·편성의 다양성

○ KBS가 공영방송인 만큼 보도·시사 프로그램에 대한 국민적 관심과 신뢰가 높은 수준으로 요구됨. 이를 위해서 KBS는 안정적 시청률을 바탕으로 공정한 고품질 저널리즘을 구현해야 함. 우선, KBS의 대표 뉴스 프로그램인 〈KBS 뉴스9〉은 지상파와 종편의 메인 뉴스 프로그램을 압도할 정도의 시청률을 기록했음. 전문가 협업 취재 시스템을 바탕으

로 의제 보도와 심층 분석을 늘리는 통합뉴스룸 정책이 주효하고 있다고 판단됨. 특히, 통합뉴스룸 내 '이용자관여팀'을 운영하며, KBS 뉴스에 대한 시청자 반응을 실시간으로 분석하고 뉴스 제작에 반영한 점도 높은 시청률 유지에 기여했다고 판단됨. 향후 공영방송의 뉴스 보도 모델에 대한 내부 분석과 실험이 지속적으로 필요해 보임.

○ KBS 시사 프로그램(〈시사기획창〉, 〈시사직격〉)은 다른 방송국의 경쟁 프로그램 가운데 SBS 〈그것이 알고 싶다〉를 잇는 2, 3위 기록. SBS 프로그램은 자극적 사건을 흥미 위주로 전달해 시청률이 높다는 분석도 있음. 그러나 시사고발 프로그램에 대한 관심은 선정성 이외에 심층성 요인도 작용. KBS가 국민이 관심 가져야 할 핵심 사안을 잘 선택하고, 이에 대해 역사와 맥락을 충분히 전달하는 심층성을 강화한다면 시청률 향상을 기대할 수 있음. 또한, 풍부한 근거를 제공하는 데이터저널리즘, 현장을 공감하게 해주는 VR저널리즘, 원인뿐 아니라 대안을 제시하는 솔루션저널리즘 등 최신 저널리즘 취재보도 기법들을 적극적으로 활용해 심층보도의 새로운 모델을 제시해야 함.

○ KBS1은 여러 기관의 공정성과 신뢰도 조사에서 대체로 1위 유지. 우리 사회의 언론 매체들이 정치적 편향으로 국민적 신뢰를 받지 못하는 상황에서, KBS1에 대한 평가는 공영방송의 기대에 대체로 부합하는 편. 그러나 KBS 공영미디어연구소의 미디어 신뢰도 조사에서 2021년 KBS 뉴스는 공정성 점수로 0~10점 척도에서 4.96 기록. 더욱이 KBS 뉴스의 공정성은 정확성, 객관성 등 8개 항목 가운데 두 번째로 낮은 점수로 기록됨. 이는 KBS의 공정성이 다른 언론 매체와 비교해 우수한 편이지만, 국민이 기대하는 수준에 미치지 못하며 다른 저널리즘 규범과 비교해도 개선의 여지가 많음을 의미함

○ 한편, KBS2는 공정성과 신뢰도 조사에서 4~5위권에 머물러 다소 부진. 이 채널은 오락과 드라마에 집중하므로 저널리즘 규범인 공정성을 KBS1만큼 요구할 수는 없음. 그러나 KBS2의 순위가 2017년~2021년 대체로 하락하고 있는 점은 경계해야 함. 채널의 차별적 성격을 유지하면서, 공정성과 신뢰도를 시청자의 공영방송 기대 수준으로 끌어올리는 방법이 필요함. 재미와 감동, 오락과 유익을 함께 제공하는 KBS2 프로그램이 필요함

○ KBS의 공정성과 신뢰도에 대한 심층분석이 필요해 보임. 현재까지 대부분의 조사는 시청자 설문에 의존. KBS 뉴스와 시사 프로그램 내용에 대한 전문가 관찰과 빅데이터 분석을 통해서 보다 정확한 진단과 이에 따른 해법 도출 필요. 한편, 로이터저널리즘연구소의 〈디지털 뉴스리포트 2021〉 조사에 따르면, KBS의 신뢰성 순위는 15개 매체 가운

데 4위에 그침. KBS의 공정성과 신뢰성에 대해 더 다양한 외부 기관의 조사와 내용분석 등의 정밀한 방법론 적용이 필요해 보임

○ 편성의 다양성과 관련해, KBS는 국민의 방송으로서 민주사회 유지에 중요한 의견과 아이디어의 다양성 가치를 높여야 함. 프로그램이나 채널, 정보원의 다양성이 콘텐츠가 함유해야 하는 의견이나 아이디어 다양성으로 이어지지 않을 수도 있음에 주목해야 함. 채널과 프로그램 그리고 정보원의 다양성을 늘려도 방송의 전문성이 부족하다면 민주사회 유지에 필수적인 의견이나 아이디어의 다양성이 오히려 줄어드는 경우가 있음. 무모하게 국가기간 방송을 개혁하다가 기존의 방송체제가 무너지는 공동화 현상이 나타날 수 있음. KBS에 다양한 모습의 노조가 나타난다든지 하는 사례가 다양성의 증진으로 볼 수도 있지만, 정치적 입장에 따른 내부 갈등의 모습으로 비추어질 수도 있음. 또한, 다양성 제고를 위한 그동안의 KBS 내부 개혁이 기존 체계를 무너뜨리는 모습으로 나타나기도 했음. 정보원의 다양성이 의견의 다양성으로 이어질 수 있도록 방송 프로그램의 사회자와 출연진의 전문성 수준을 반드시 고려해야 함. 다양성을 잘못 제고하다가는 오히려 편파성 논란으로 이어질 수 있기 때문. KBS가 방영하는 몇몇 라디오 토론 프로그램에서 그러한 경향을 발견할 수 있음. 사회자나 출연진의 다양성이 민주사회 유지의 기본이 되는 의견이나 아이디어의 다양성으로 이어질 수 있도록 창의성, 전문성 등에서 프로그램의 수준을 높여야 함. 그동안 논란이 됐던 일부 프로그램에 대해서는 체계적인 분석을 통해 수용자에게 어떤 감정을 불러일으켰고 어떤 평가를 받았는지 살펴봐야 함

8. 재난방송·지역방송·국제경쟁력

○ 재난재해 주관방송의 역할

2021년도 기후변화 전문기자 1명을 채용해 활용하고 있음. 이러한 전문기자 제도를 정착시키고 더욱 확장할 필요가 있음. 과학 저널리즘과 위해/위기 커뮤니케이션의 기본원리를 교육해 국가 재난 재해 방송보도에 얼마나 잘 적용하고 있는지를 평가해야 함. 예를 들면 사고 현장에서 가까운 주민과 재해에서 멀리 떨어진 시청자가 느끼는 재난 재해의 감정과 정보처리 방식은 서로 다름. 그럼에도 전국이 다 똑같은 방식으로 보도하고 있음. 또한 재난 보도의 경

우 현장 상황을 있는 그대로 보여주는 화면 구성이 필수적임. 과거 9·11 테러 보도를 예로 들면, KBS가 미국의 ABC, 영국의 BBC, 일본의 NHK와 비교할 때 현장을 객관적으로 보여주는 롱 테이크 위주로 활용하기보다는 짧은 커트를 편집해 구성하는 특성을 보였음. 이런 방식은 자칫 몽타주한다는 비판이 제기될 수도 있음. 최근 재난 보도의 현장성을 살리려는 노력이 엿보이기는 하지만, 얼마나 개선되었는지 객관적 자료는 확보하지 못했음. 다만 재난방송주관사인 KBS가 선진적인 보도 기법을 앞장서 실천해 주기를 권고함. 나아가 각 지역의 수용자에게 맞는 방식의 재난 재해 보도를 해야 함. 종합적으로 KBS는 국가 재난 재해의 주관방송으로 주어진 역할을 비교적 잘 수행해 왔음. 그래도 재난 발생의 예상 대비 훈련에서 첨단 기술사용의 예상치 못한 실수가 나타남. 그렇다면 KBS가 공들어 쌓아온 명성을 훼손할 수 있음. 방송 관계자는 AI와 빅 데이터를 포함한 첨단 디지털 기술의 사용 방식을 숙지해 재난과 재해가 발생할 때 신속, 정확, 설명력 높게 대응할 수 있도록 해야 함. 과학적 사고와 팩트 체킹에 근거한 재난 재해 방송의 보도 준칙과 방송 수준을 지속적으로 향상시켜야 함. 국민의 생명과 재산을 보호하는데 한 치의 오차가 없어야 함

○ **지역방송 활성화**

KBS 지역 총국이 지방에서 생존하기 위해 다양한 방식으로 뉴스와 프로그램을 제작하고 있음. 여전히 대다수 방송 콘텐츠가 서울과 경기도를 포함한 수도권에서 생산되며 지방이나 지역 총국에서 발생하는 콘텐츠는 전체 방송에서 차지하는 비율로 살펴보면 미미함. 지금보다 20~30% 이상을 높여야 하지 않을까 판단됨. 한국사회의 수도권 편중 현상을 해소하기 위해서라도 KBS 지역 총국의 방송 콘텐츠 제작의 활성화를 적극적으로 모색해야 함. 서구에서 실행했던 시민 혹은 공공저널리즘을 지역방송 시장에 적용해야 함. 전국에 산재한 각 지역의 신문방송학과나 미디어 관련학과와 산학 연계 프로그램을 개발해 수도권 콘텐츠 의존을 줄여야 함. 수준높은 지역 콘텐츠 개발에 박차를 가해야 함. 또한 이를 연계해서 전국에 방송하는 비율을 높여나가야 함. KBS 지역 총국의 콘텐츠 제작 예산의 부족함. 지역 총국은 이를 타개하기 위해 유튜브 활용을 포함해 재원마련에 나서고 있음. 이를 선순환 구조로 만들어 지역의 좋은 프로그램이 시청률을 높이고, 또 다시 높은 시청률이 지역 방송사의 존재 이유에 대한 설명력을 높일 수 있도록 해야 함. 지역총국에서 자체적으로 더 좋은 프로그램을 만들 수 있는 방송 구조와 환경을 만들어야 함. 전주총국의 〈풀뿌리 K〉와 같은 시청자가 공감할 수 있는 지역 콘텐츠 개발에 적극 나서야 함

○ **글로벌 경쟁력**

종합적으로 판단하면, 이미 한국어로 제작된 KBS의 보도, 교양, 드라마, 국제특집 프로그램을 해외에 내보내는 것이 얼마나 효과가 있을지 의문임. 그럼에도 해외주재 한국인의 수요가 있으며 한류의 세계화에 기여할 수 있도록 방송의 글로벌 경쟁력을 향상시켜야 함. 디지털 콘텐츠는 시간과 공간의 벽을 넘어서 해외에서 사용할 수 있기에 영어 자막 등을 이용해 지속적으로 해외로 내보내야 함. KBS 뉴스가 해외에서 얼마나 이용되고 어떠한 영향력을 행사했는지에 대한 연구는 찾기 어려움. 방송문화연구소는 KBS 콘텐츠가 그동안 해외에서 어떻게 사용되고 있는지에 대한 각종 연구결과를 확보하고 축적해야 함. 체계적으로 해외 이용에 대한 통계를 확보할 수 있는 방법을 강구해야 함. 이러한 국내외의 연구를 모아서 제2차 분석을 시도할 수 있음. KBS의 해외 특파원 숫자는 지속적으로 줄고 있음. KBS의 국제적 영향력이 줄어들고, 국내 시청자에게 세계정세에 대한 정보 공급을 감소시킬 수 있음. 뉴스가치가 높은 분쟁지역에 대해서는 해외언론의 보도에만 의존하지 말고 현장에서 국내의 시각으로 보도할 필요가 있음. 그럼에도 해외 특파원 주재와 KBS 해외 지사를 늘릴 수 있는 재정적 여건이 되지 않음. 국내 기자를 해외의 현장에 적극적으로 파견할 수 있는 '백팩 저널리즘(backpack journalism' 혹은'낙하산 저널리즘(parachute journalism)'을 적극적으로 활용해야 함. 이를 위해서도 세계정세에 밝은 국제부 전문기자를 양성해야 함. 이들을 주로 보도국에만 묶어두지 말고 활발하게 해외 취재를 할 수 있도록 해야 함. KBS 월드의 활성화로 한류가 확산된 적 있었으나 지난 3년 간 코로나 팬데믹으로 주춤한 형세임. 다시 정상화될 때를 대비해 국제 보도의 수준을 높여야 함. K-Pop의 유튜브 확산에 힘입어 KBS 콘텐츠가 한류 전파에 긍정적으로 기여해 왔음. KBS의 디지털 콘텐츠인 〈유튜브 컴필레이션 콘서트〉는 해외에서 구독자가 1700만을 돌파하는 위력을 보임

9. 연구 개발

○ **미디어기술연구소는 시청자 참여 애플리케이션'티벗'을 개발하고 다수의 방송 프로그램에 적용하여 실시간으로 시청자가 방송 프로그램에 참여할 수 있는 양방향방송을 구현함. 또한 재난방송주관 방송사로서 재난경보망을 UHD 방송망으로 확장하는 사업을 수행하고 시범서비스를 실시하는 등 KBS의 공적가치를 제고함.**

○ AI 기반 영상·음성 처리기술을 활용한'버티고'시스템을 개발하여 사내 방송제작뿐만 아니라 외부 기술판매도 추진하여 수익을 창출하고 있음. 몰입형 혼합현실(XR) 시스템을 개발하여 제작 경쟁력 강화 및 고가의 외부 솔루션을 자체 기술로 대체하는 효과를 얻음. 이외에도 디지털 융합네트워크 방송망/통신망 융합 최적화 기술을 개발하고 필드테스트도 성공하여 공사 콘텐츠 도달률 확대와 UHD 혁신서비스의 안정적 전송 기반을 확보하는 등 차세대 기술을 활용한 연구에도 뛰어난 성과를 얻음.

○ 미디어기술연구소는 지식재산권(특허), 기술실시권, DMB TPEG 운영 등 연구개발 결과를 통해 상당액의 수입 실적을 거두고 있음. 또한 자체 기술개발로 장비도입을 대체하는 등 예산절감 효과도 거두고 있음. 완성도 높은 연구개발 결과의 도출로 수익 실현은 물론 방송기술 보급과 확산에도 크게 기여하고 있으며 이를 독려하기 위해서 적절한 보상제도의 도입이 필요함.

○ AI와 가상현실을 핵심으로 하는 4차 산업혁명 와중에 모빌리티 서비스, 메타버스 등 신기술의 등장으로 빠르게 변화하고 있는 방송미디어 환경에 신속하고 효율적인 대응이 필요함. 그러나 미디어기술연구소의 인력과 예산, 조직 모두 이러한 변화에 대처하기에는 미흡하며 심지어 축소되고 있는 추세로 판단됨. 이와 관련한 거듭된 경영평가 지적에도 불구하고 시정되지 않고 있는 것에 대해 강력한 개선 조치가 마련되어야 할 것임. 공영방송 KBS가 국가 문화 선도자로서의 역할을 충실히 수행하기 위해서는 차세대 미디어기술의 선행 연구 및 실용화에 대한 정책적 투자와 지원책이 수립되어야 함. 세계적 공영방송사인 BBC와 NHK의 기술연구 투자와 정책을 벤치마킹할 것을 권고함.

○ 새로운 방송프로그램 제작기술 도입과 활용을 위해 연구개발 초기 단계부터 수요 부서인 현업부서와 적극 협력하여 관련분야의 연구 아이템 발굴이 바람직함. 이를 위해 연구개발 프로세스를 정비하고 현업과의 인력 교류도 활발히 추진해야 함. 연구원들의 현업 전출은 비교적 활발한 반면에 현업직원의 연구소 전입은 상대적으로 미흡하므로 이를 개선할 수 있는 고민이 있어야 함.

○ 4차 산업혁명 시대를 맞아 자체 역량강화는 물론 외부와의 공조도 중요해 짐. 정부, 산업계 및 학계와의 다양한 대외 협력과 교류를 지속적으로 추진하고 강화할 필요가 있음. 또한'대 시청자 서비스 확대'를 위해 공적책무 수행의 일환으로 연구개발 성과에 대해 논문, 보도(기사), 전시 및 발표 등을 통해 적극적으로 홍보하는 것이 바람직함. 연구

소 홈페이지에는 방송기술 연구 분야, 연구보고서, 각종 자료 등이 게시되어 있어 학생들은 물론 시민들도 많이 참고하고 정보를 얻는 유용한 창구로 활용되고 있으므로 더욱 다양한 방송기술 정보와 실제 적용 사례 등의 추가로 방송기술 보급과 저변확대가 요구됨.

○ KBS는 공영미디어연구소를 통해 각종 조사, 정기적 학술지 발간, 국내 방송관련 학회 및 단체와의 협력 및 지원 사업 추진, 공영방송 종사자의 윤리의식 제고 등 KBS의 공적 가치 구현을 위한 활발한 활동을 수행했음. 2021년 KBS 경영 목표인'공적책무 강화'및 '수신료 현실화'와 연계하여 수신료 현실화 추진과 OTT 플랫폼 유통 등 방송 환경 변화 관련 조사와 세미나 등의 활동 확대가 필요함.

10. 시설투자

○ 차세대 기술을 활용하여 AI 자동 재난 방송시스템, 티벳 서비스, 풀파일 제작/송출 워크플로우(창원, 대구, 광주총국) 전환, NPS 시스템 AI 프리뷰 노트 도입, UHD ESG/IBB 양방향 부가서비스 강화 등 다양하고 미래 지향적인 시도와 성과를 이루었음.

○ UHD방송은 2017년 5월에 세계 최초로 수도권과 강원 평창/강릉지역에서 본방송을 개시, 평창 동계올림픽의 경기영상을 초고화질로 전 세계에 생생하게 전달하는 쾌거를 이루었으며, 다양한 디지털미디어의 경쟁시장 상황에서도 지상파방송플랫폼으로서의 위상을 굳건하게 정립하였었음. 그러나 지상파 방송의 고품질 서비스를 위한 혁신을 선점했음에도 불구하고, 광고시장 침체에 의한 경영상황 악화 등의 사유로 UHD방송 시설투자를 사실상 방치하기도 하였으며, 2020년 12월에 정부에서 발표한 "지상파 UHD방송 활성화를 위한 정책방안"에 따라 2021년 제주지역에 UHD방송을 확대하였지만 결국 UHD 전국 방송 계획은 2027년 완료 예정으로 지역적으로 장시간 고품질 UHD 시청 편차 발생 등 보편적 공영서비스 의지가 미흡한 상황이라고 할 수 있음.

○ UHD 이동형·다채널·양방향 등 혁신 시범서비스(모바일/다채널/재난데이터 등)를 실시하여 국가기간방송으로서의 역할을 제고하고 정부의 [재난전문채널] 서비스 정책 마련에 기여했음.

그러나, 2018년 평창동계올림픽 기간중에 정부와 연구기관 및 KBS UHD추진단을 중심으로 지상파방송사가 공동으로 UHD모바일 시범서비스를 실시하는 등 상용화 기반

을 마련하였으나, 아직까지도 지상파 UHD모바일 서비스를 위한 법적, 기술적, 서비스 시스템 환경은 2018년 수준에 머물러 있는 상황임. 이는 지상파방송에 대한 정부의 비대칭 규제 요인이 크다고 할 수 있겠지만, 당초 지상파방송사가 정부와 합의한 UHD 방송 전환 일정 준수 의지 부족과 '방송법에 규정된 방송서비스 개발 선도'라는 KBS의 책임 의식도 미흡하다고 할 수 있음. 늦었지만 다양한 콘텐츠 제공에 의한 시청권 복지 확대와 지상파플랫폼으로의 시청자 접근성 강화를 위해서는 전지역 UHD방송망의 확대와 고품격 콘텐츠 제작에 더 적극적인 추진이 필요하고, 이를 기반으로 UHD혁신서비스를 실시할 수 있도록 정부에 대하여 과감한 규제완화와 지상파 모바일 단말기 채택 등 제도 개선을 위한 방송사와 정부의 상호 노력이 요구됨.

○ 메타버스, AI, IP등 뉴미디어 기술발달에 대응하고 신규 직무의 수요를 충족시킬 전문 인력이 부족하나, 방송기술직 인력의 지속적 감소로 신규 분야에 투입할 여력이 부족한 상황임. 해소 방안의 일환으로 퇴직자 재고용 확대중이나, 급증하는 디지털 업무 증가와 다양한 기술이 요구되는 프로그램 및 소비자 니즈에 부합하는 제작 행태의 변화(프로그램당 아이템 세분화 등)에 대응하기에는 임시방편적 정책으로 판단됨. KBS가 지상파/온라인/모바일을 포괄한 종합 미디어로 발전하기 위해서는 단기, 중장기적으로 분야별 전문기술 인력의 지속적인 충원이 필수적임. 이와 함께 기존 직원의 기술 교육 강화 방안과 신기술 습득을 위한 국내외 교육 참가 등의 제도화가 필요함.

○ 뉴미디어 관련하여 여러 부서로 분산 혹은 부서 고유 업무와 병행하는 부가적 업무 형태로 변경되어 있는 등 업무 및 조직 파편화에 따른 뉴미디어 전략 추진 과정에서 구심점이 없는 조직운영에 대한 개선이 필요함. 아울러 실시간 AR/VR제작, 다양한 그래픽 작업, 게임 엔진을 이용한 프로그램 제작 확대 경향을 감안하여, 전문 그래픽 디자인 제작, 프로그래밍 분야 및 테크니컬 슈퍼바이저 등 내부 전문가의 양성과 장비와 공간 등 리소스의 보강도 요구됨,

특히, 기술의 진보와 산업분야의 혁신적인 발전 기반의 4차 산업혁명시대에서 요구되는 인공지능(AI, Artificial Intelligence), 빅데이터(Big Data), 클라우드(Cloud), 사물인터넷(IoT)에서 모바일(Mobile)까지를 포함하는 디지털 플래폼을 만들어갈 수 있도록 사내 IT분야의 융합 등 소위 ABC(AI, Big Data, Cloud), ICBM(IoT Cloud, Big Data, Mobile)과 같은 전략적인 조직 설계가 요구됨.

○ 지역국 7개소의 송출운용센터의 시스템을 통합하고 제어권 조정 등 총국 단위로 시설

과 인력을 통합 운용하도록 함으로서 인력운영의 효율화 및 방송시설에 대한 유지보수와 운영에 있어서 기능성·효율성·안정성을 높이는 등의 효과를 가져왔음. 이는 디지털 원격제어기술, 통신기술 등 관련 기술과 시스템의 획기적인 발전에 따라 안정성 확보가 일반화된 사항이라고 할 수 있음. 단계적으로 추진되어 확인되고 있는 지역국 송출센터 통합 운영 성과를 기반으로 부족한 기술인력 운용의 현실적인 어려움 등을 완화하고 방송품질의 표준 관리와 방송서비스의 일괄적 관리체제를 강화하기 위해서는 전국 송출 운용센터를 본사로 통합 운용하는 종합대책방안 마련을 권고함.

○ 아울러, 과거 아날로그 기술 시대에 국가정책으로 지상파방송사 송·중계시설 운용이 통합되었다가 환원된 경우가 있었지만, 디지털 원격운용 기술이 일반화된 현 시점에서까지 지상파 방송사별로 별도 운용중인 송·중계 방송시설 관리방식에 대하여 종합적인 검토가 요구됨. 현재 대부분의 방송사가 거의 모든 송·중계소를 무인, 원격운용하고 있는 등의 현실적인 상황을 고려해야 할 뿐만 아니라, 수신서비스 업무까지 통합하는 등 효율적 운영시스템으로 개선 방안 마련이 필요함. 이제는 디지털 트랜스포메이션이라는 대 전환시대에 효율적인 모바일 환경 마련 등 지상파방송 송신 플랫폼 운영의 혁신과 시설운영의 저비용·효율화 도모, 인력운용의 효율화, 체계적이고 효율적인 점검관리 및 송수신 기술전문 업무로의 특화 발전을 위해 KBS가 국가기간방송사로서 타 방송사 및 정부기관과 적극적인 협의를 통해 지상파방송사 송신시설 통합 운용 방안 마련을 권고함.

○ 디지털 워크플로우 제작 환경 증가, 신기술적용 방송장비 보강, 노후 장비 교체 등 시설투자 개선을 통해 제작/송신 서비스 안정성을 강화하였음. 그러나 제작 장비와 송신망 시설은 예산 절감 등의 이유로 사용 연한을 초과해 운용하는 사례로 인하여 방송사고를 일으키는 근본적인 원인이 되고 있기에 노후화된 장비의 보수·교체와 급변하는 미디어 환경에서 소비자가 만족할 수 있는 서비스를 제공할 수 있는 신기술 시스템 적용 등 적기 투자가 필요함.

11. 공영방송의 윤리와 책무

○ KBS가 뉴스와 교양 다큐, 오락, 드라마 등에서 높은 시청률을 올리면서도 방송통신 심

의위원회로 1년 동안 단 1건의 주의 제제를 받았다는 사실은 그만큼 제작 가이드라인이 잘 지켜지고 있음을 보여줌. 이와는 대조적으로 언론중재는 19건이나 발생했으며 그중에서 취하된 7건과 진행 중인 1건을 빼더라고 11건이나 조정이 성립 혹은 불성립 됐다는 사실을 주목해야 함. 이는 서로 다르게 해석할 여지가 있음. 하나는 방송 피해자가 방송통신심의위원회보다는 언론중재위원회를 통해 직접 문제 해결을 시도했다고 간주할 수 있음. 또 다른 하나는 심의 결과에 대한 심리적 압박감으로 국민의 알권리를 위한 언론보도의 자유를 중요하게 여기지 않거나 새로운 방송 콘텐츠 생성의 창의성 발휘를 억제하는 기제가 KBS 보도나 편성에서 나타날 수 있는게 아닌가 의심해 볼 수 있음. 그럼에도 평가 결과의 통계를 보면 KBS 제작 윤리 강화는 만족스럽다고 평가함. KBS 내부의 일부에서 모니터링해 KBS 노보에 게재한 수백 건의 불공정 보도 주장 사례에 대해서는 그 신뢰성과 타당성을 살펴볼 필요가 있음

○ KBS의 국가기간 방송 종사자로서의 윤리 의식 제고 활동으로 윤리 의식 교육과 위반 시 징계 등의 활동을 하고 있는데, 채용 시 윤리 의심자 배제, 조직 목표 합리화로 비윤리적 행위 방지, 최고 경영자의 비윤리적 행위자에 대한 처벌로 윤리 행위 유도, 처벌 수위를 강화하며 체계화하는 윤리 위원회 설치 등의 보다 적극적인 활동이 필요함

○ KBS는 사회적 책임 관련 활동으로 비정규직, 외주업체, 협력업체에 대한 공정한 처우, 시청자 참여 프로그램 제공, 교향악단 및 국악관현악단 등 KBS 문화인프라를 활용한 공익적 문화 사업 등을 전개하고 있음. KBS가 수신료를 기반으로 운영되는 공적 방송임을 고려해 사회적 책임을 다하기 위해서는 약자 계층인 여성, 비정규직, 장애인 등에 대한 차별 금지와 공정한 처우개선, 외적으로는 방송 프로그램을 통한 시청자 참여 확대, ESG(Environment, Social, Governance)의 중요성을 일깨워주는 프로그램, 캠페인 등을 실시해 사회적 책임을 다하는 분위기 조성에 앞장서야 함

2021 사업연도 경영평가보고서

발 행 일 2022년 6월
발 행 처 한국방송공사 이사회
주소 07235 서울특별시 영등포구 여의공원로 13
전화 (02)781-1018

〈비 매 품〉

KBS 한국방송

2021 사업연도

경영평가보고서