KOREAN BROADCASTING SYSTEM ● 2022 연차보고서

2022
연차보고서

KBS 한국방송
(우 07235) 서울특별시 영등포구 여의공원로 13 TEL (02) 781-1000 www.kbs.co.kr

KBS 한국방송

KBS 한국방송

2022 연차보고서

01 목차

프롤로그
03 사장 발간사
05 방송지표 및 중장기 목표
06 채널 현황
07 계열사 현황

KBS 콘텐츠
09 국제 & 국내상 수상작
11 뉴스 & 스포츠
13 TV 교양 & 다큐멘터리
15 TV 예능
17 TV 드라마
19 라디오
21 전국 네트워크
23 방송기술
25 디지털 서비스

수신료의 가치
27 KBS WORLD TV & Radio
29 국제협력
31 수신료
33 경영
35 시청자 서비스
37 사회공헌활동

일반 현황
39 이사회
40 집행기관
41 재무제표
43 인력 및 조직도
45 KBS 역사



2022년 KBS는 공영방송의 책무를 충실히 수행했습니다.

KBS 사장 김의철입니다. KBS는 대선과 엔데믹, 각종 재해·재난, 우크라이나 전쟁, 글로벌 경제 위기 등으로 급변하는 2022년에도 수신료의 소중한 가치 실현을 위해 묵직하고 성실하게 공영방송의 책무를 수행했습니다.

주요 선거가 많았던 2022년 KBS는 선거보도준칙을 정비하고, 특별취재팀 등을 운영했으며 뉴스 가치 판단 숙의제를 도입했습니다. 개표 예측조사에서는 실제와 다름없는 정확성과 높은 신뢰도로 경쟁사들을 압도했습니다. '코로나19 통합뉴스룸' 특보 체제는 2년 7개월 동안 총 4,179회 특보를 진행했으며, 태풍 '힌남노'를 비롯한 각종 재난 생방송으로 국민의 생명과 재산 보호를 위한 최선의 노력을 다했음은 물론입니다.

5년 만에 부활한 대하드라마 〈태종 이방원〉은 퓨전 사극의 범람 속에 정통 역사 드라마로서 사극 명가 KBS의 이름을 다시 한번 빛냈습니다. 주말 드라마 〈신사와 아가씨〉는 넷플릭스 비영어권 드라마 4위, 전체 드라마 6위를 기록하며 KBS 콘텐츠의 압도적 경쟁력을 입증했고, 미니시리즈 〈꽃 피면 달 생각하고〉, 〈붉은 단심〉, 〈커튼콜〉, 〈법대로 사랑하라〉, 일일극 〈사랑의 꽈배기〉, 〈황금가면〉 등도 작품성과 시청률 모두를 만족시켰습니다.

2022년의 교양 프로그램들은 보다 세련된 모습으로 변모되었습니다. 경제와 국제시사를 다루는 지식 정보 라이브 큐레이션 〈해 볼만한 아침 M&W〉, 고품격 내츄럴 다큐 〈자연의 철학자들〉 등을 선보였으며, 〈키스 더 유니버스2〉, 〈예썰의 전당〉, 〈한식 연대기〉는 공영방송이 제작하는 고품격 프로그램의 방향성을 제대로 보여주었다는 평가를 받았습니다.

시청자들의 초미의 관심이 쏠렸던 〈전국노래자랑〉은 34년 만에 새 MC로 발탁된 김신영이 故 송해 선생님의 뒤를 이어 시청자들의 열광적인 지지를 받으며 성공적으로 안착했으며, KBS 대표 예능 〈1박 2일〉, 〈불후의 명곡〉, 〈사장님 귀는 당나귀 귀〉 등은 올해도 강력한 웃음으로 시청자들의 주말을 책임졌습니다. 10대들을 위한 경제 교육으로 화제성을 보인 〈자본주의 학교〉를 비롯해 방송대상 어린이 부문 수상의 〈국민동요 프로젝트 아기상어〉 등은 KBS 예능의 다양성을 보여주었고, 〈리무진 서비스〉, 〈돌박이일〉 등의 디지털 콘텐츠의 활약도 주목을 끌었습니다.

KBS 라디오는 재난특보방송 총 4,268분 제작, AI 활용 재난정보 자동송출 시스템 업그레이드 등으로 안전 공백 최소화에 힘썼습니다. 클래식FM이 발굴한 피아니스트 임윤찬 관련 음반발매, 특집방송, 유튜브 등으로 'K-클래식' 저변 확대에 기여했고, 2FM은 주 청취층 청취율 2위의 높은 경쟁력을 입증했습니다. 1라디오 유튜브 채널은 국내 라디오 채널 중 최단기간 100만 구독자를 달성했으며, 쿨FM도 국내 라디오 채널 구독자 수 1위를 달성했습니다.

KBS 지역방송도 지역 기반의 고품격 지역 콘텐츠 제공으로 지역 사회와 공동체 문화를 위한 미디어 서비스를 수행했습니다. 풀뿌리 언론사들과의 지역 밀착형 보도 기능을 강화하고, 총국별 품질 높은 콘텐츠 제작으로 지역방송의 높은 수준을 과시했습니다. 폐지 수집 노인들의 노동 실태를 GPS로 추적한 대구방송총국의 〈GPS와 리어카 : 폐지수집노동 실태보고서〉는 소외계층의 현실과 문제점에 접근하는 취재 방식의 우수성과 차별성으로 호평을 받아 한국방송대상 대상을 수상하기도 했습니다.

KBS가 한국언론진흥재단 언론수용자 조사에서 신뢰도와 영향력 모두 압도적 1위를 유지한 것은 모두 이러한 노력의 결과입니다. 시사저널과 시사인의 언론 신뢰도 조사에서도 1위를 차지한 것은 물론이고, 〈연모〉는 대한민국 드라마 최초로 국제에미상 텔레노벨라 부문에서 수상하며 K-드라마의 새로운 역사를 열었으며, 〈환경스페셜 – 옷을 위한 지구는 없다〉가 방송통신위원회 방송대상 대상을 수상하는 등 올해도 화려한 수상 실적을 거두었습니다.

내부적으로는 관리회계 도입과 데이터 기반 의사결정 체계를 준비하며, 선진 경영 기법을 실행하기 위한 다양한 검토와 치열한 고민을 계속했습니다. 이러한 노력들은 2023년 가시적 성과를 보일 수 있는 밑거름이 될 것입니다.

한편, KBS를 둘러싼 다양한 법안들이 국회에 발의된 2022년이었습니다. 이에 대한 국민적 공감대와 국회의 활발한 논의를 통해, 지상파 방송만이 존재하던 시절의 낡은 법과 제도적 환경을 벗어나 급변하는 미디어 환경에 성공적으로 적응할 수 있는 생태적 여건이 마련될 것으로 기대합니다.

충실하게 준비하고 다양한 가능성을 추구했던 2022년 KBS의 결실을 기반으로, 공영방송 50년을 맞는 2023년에는 명실상부 세계 공영미디어를 선도하는 모범을 제시하는 KBS로 거듭나겠습니다.

KBS 한국방송 사장 김의철

2022년 KBS 방송지표

신뢰로 여는 통합의 창 KBS
2022 KBS 방송지표

2022년 KBS는 2~3월 2022 베이징 동계올림픽과 패럴림픽을 비롯해 3월 대선 개표방송 및 6월 지방선거 개표방송 등 국내외 중요 행사가 열리는 해를 맞아 '신뢰로 여는 통합의 창 KBS'를 방송지표로 정하고, 공영방송의 공적 책무를 충실히 수행했습니다.
2월에는 생명 윤리와 동물 복지에 관한 인식을 개선하고, 출연 동물의 안전을 보장하기 위해 방송제작가이드라인 내 '동물 출연' 조항을 신설해 공표했습니다. 또한 보도 분야 프로그램 제작 업무와 방송사고 처리 절차를 체계화한 '신뢰 저널리즘을 위한 취재제작실무' 책자를 발간했습니다.
6월에는 국민적 관심이 집중된 누리호 발사 중계방송을 통해 KBS만의 제작 경험과 노하우를 다시 한번 입증했습니다.
9월에는 태풍 '힌남노'로 인한 국민의 생명과 재산의 피해를 최소화하기 위한 연속 재난 생방송을 실시해 재난방송 주관방송사로서의 역할을 성실히 수행했습니다.
11월에는 드라마 〈연모〉가 한국 드라마 최초로 국제 에미상을 수상하는 쾌거를 이루었으며, 카타르 월드컵 중계방송을 통해 수신료의 가치를 구현하기 위해 노력했습니다.

중장기 목표

공영방송 50년 국민의 KBS로 거듭나겠습니다

공영방송 50년의 역사 속에서 KBS는 이 시대가 요구하는 공영방송의 역할, 시청자에게 필요한 공적 가치를 구현하는 국민의 방송으로 거듭나겠습니다.
시청자주권 시대를 열고, 공정하고 신뢰받는 저널리즘을 확립하여, 국민생명과 안전을 지키고, 공영방송만의 차별화된 콘텐츠를 정립하며, 지역 분권과 사회 공동체 다양성의 가치를 확신하는 공영방송의 책무를 수행하겠습니다.

5대 세부목표



채널 현황

TV

- KBS 1 — 보도·시사정보·스포츠·교양·다큐멘터리 중심의 국가기간 채널
- KBS 2 — 건강한 가정 문화·연예·오락 채널

Radio

- KBS 1Radio — 뉴스와 시사정보 채널
- KBS Happy FM — 대중 음악 전문 채널
- KBS 3Radio — 장애인과 소외계층을 위한 사회복지 채널
- KBS Classic FM — 국내 유일 클래식·국악 전문 채널
- KBS Cool FM — 음악 예능 채널
- KBS 한민족방송 — 남북 화합과 교류의 채널

지상파 DMB

- KBS★ — KBS 1TV에 기반한 한국인의 DMB 중심 채널
- KBS♥ — KBS 2TV에 기반한 가족문화 DMB 채널
- KBS♫ — 음악 전문 DMB 채널
- KBS☘ — 양방향 데이터 채널

케이블 방송
KBS N 운영

- KBS drama — 드라마 전문 채널
- KBS joy — 엔터테인먼트 채널
- KBSN SPORTS — 대한민국 대표 스포츠 채널
- KBS story — 삶을 리드하는 여성 전문 채널
- KBS kids — 어린이 에듀테인먼트 채널
- KBS LIFE — 인물·역사·다큐멘터리·교양 정보 채널

국제방송

- KBS WORLD — 전 세계를 대상으로 방송하는 한류 채널
- KBS WORLD RADIO — 전 세계에 한국을 전파하는 다국어 공공외교 채널
- KBS KOREA — 전 세계 재외 동포를 대상으로 방송하는 한민족 중심 채널

디지털 플랫폼

- myK — KBS의 다양한 프로그램을 실시간, VOD, 핫클립으로 제공하는 온라인 동영상 서비스
- KBS 라디오 생방송, 다시듣기/보기, 팟캐스트 등을 제공하는 모바일 서비스
- KBS NEWS — 다양한 소식을 24시간 빠르게 전하는 인터넷 전용 뉴스 채널

계열사 현황

KBS 미디어



설립일자 1991년 9월 1일
대 표 김영삼
대표전화 02-6939-8100
주 소 서울시 마포구 매봉산로 45 KBS미디어센터 5층
주요사업 국내외 방송권·전송권 판매
뉴미디어 플랫폼 개발 및 광고마케팅 사업
콘텐츠 제작 및 투자사업
공연·전시 등 문화사업, 교육사업

KBS 비즈니스



설립일자 1989년 4월 1일
대 표 차청문
대표전화 02-2600-8600
주 소 서울시 강서구 공항대로 376 KBS 스포츠월드
주요사업 방송시설관리, 스포츠사업, 방송기술사업
공연/문화사업, 방송차량서비스, 교육사업
정보통신·전기·소방·기계설비 및
시설물유지관리 공사 등

KBS 아트비전



설립일자 1991년 10월 1일
대 표 김영도
대표전화 02-6099-7799
주 소 서울시 영등포구 여의대방로 359 KBS별관 7층
주요사업 방송미술(디자인, 장식, 의상, CG, 세트, 분장/미용),
문화사업, 전시사업, 임대사업, 테마파크사업)

KBS 시큐리티



설립일자 2011년 3월 1일
대 표 이봉섭
대표전화 02-6099-7110
주 소 서울시 영등포구 여의공원로 13 KBS본관 1층
주요사업 KBS시설경비, 행사장 질서유지, 원격교육사업,
인력파견업, 건물관리업(주차, 위생, 시설),
기타 경비업법상 경비관련업

KBS N



설립일자 2001년 3월 8일
대 표 국은주
대표전화 02-787-3333
주 소 서울시 마포구 매봉산로 45 KBS미디어센터 3층
주요사업 KBS Drama, KBS N Sports, KBS Joy, KBS W, KBS Kids,
KBS N Life 채널 공급, 광고 사업, 이벤트/공연/문화/캐릭터 사업,
프로그램 공동제작, KBS WORLD 송출 대행

KBS 미디어텍



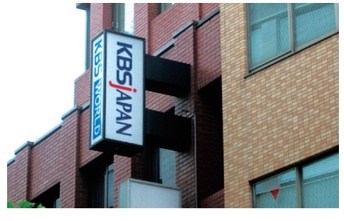
설립일자 2009년 9월 1일
대 표 김건우
대표전화 02-6099-7312
주 소 서울시 영등포구 국회대로62길 4 KBS연구동 3동 303호
주요사업 특수영상제작, 사운드디자인, 외주제작

KBS AMERICA



설립일자 2004년 7월 15일
대 표 곽우신
대표전화 213-739-1111
주 소 625 S. Kingsley Dr. Los Angeles, CA 90005, USA
주요사업 미주지역 KBS 콘텐츠와 채널 공급사업

KBS JAPAN



설립일자 2005년 10월 19일
대 표 김정균
대표전화 03-3568-7792
주 소 2F, 5F Akasaka Shuzan Bldg. 5-5-13,Akasaka, Minato-ku, Tokyo, Japan
주요사업 일본지역 KBS 콘텐츠와 채널 공급사업

몬스터유니온



설립일자 2016년 6월 9일
대 표 황의경
대표전화 02-303-7600
주 소 서울특별시 마포구 매봉산로 45 KBS미디어센터 20층
주요사업 방송프로그램 제작

국제상 수상작

그린이미지 국제환경영화제
- **단일 부문 그린이미지상**
〈환경스페셜 – 설악 풀꽃 인생〉

애콜레이드 글로벌필름컴피티션
- **TV 프로그램 시리즈 부문 최우수 특별상**
〈대박 부동산〉
〈경찰 수업〉
- **어린이 가족 프로그램 부문 최우수상**
〈TV유치원 – 세상의 모든 똥〉
- **LGBTQ+ 부문 우수상**
〈다큐 인사이트 – 빛은 무지개〉

스톡홀름 필름 & TV 페스티벌
- **장편 영화 부문 대상**
〈드라마스페셜 2021 – 사이렌〉

텔리상
- **TV·호러물 부문 금상**
〈드라마스페셜 2021 – 사이렌〉
- **TV·다양성 포용 부문 은상**
〈다큐 인사이트 – 빛은 무지개〉
- **TV·문화 부문 은상**
〈우전들 기잽이의 용기있는 도전〉
- **실감형 가상현실 부문 은상**
KBS 대기획 〈키스 더 유니버스〉
- **TV·다양성 포용 부문 동상**
〈다큐 인사이트 – 아임 뚜렛〉



역사필름 페스티벌
- **TV 다큐멘터리 부문 관객심사단 특별상**
〈다큐 인사이트 – 영상 아카이브 '오월의 기록'〉

서울 드라마 어워즈
- **국제경쟁 부문 작가상**
〈연모〉
- **한류 드라마 부문 OST상**
〈신사와 아가씨〉

힌츠페터 국제보도상
- **장편 다큐멘터리 부문 대상**
우크라이나 침공 100일 특집 〈포화 속으로〉

ABU상
- **라디오 다큐멘터리 부문 대상**
〈세월호 아카이브로 다시 듣는 '그 날'〉
- **TV 뉴스 보도 부문 대상**
〈시사기획 창 – 암수범죄, 아동학대를 부검하다〉
- **TV 어린이 프로그램 부문 대상**
〈TV유치원 – 악어 이야기〉
- **TV 스포츠 프로그램 부문 장려상**
2022 동계 패럴림픽 특집 〈슈퍼 히어로〉

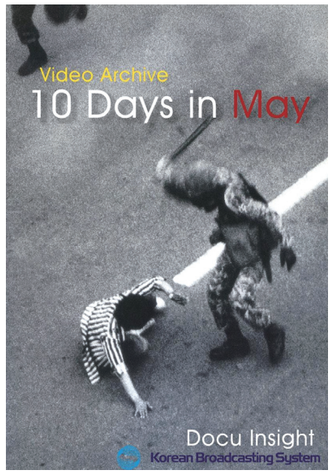
차이나 드래곤 어워즈
- **과학 장편 다큐멘터리 부문 동상**
대전충국 개국 78주년 특집 〈별 내린 숲〉
- **과학 장편 다큐멘터리 부문 장려상**
KBS 대기획 〈키스 더 유니버스〉
- **과학 애니메이션 부문 장려상**
〈인앱〉
〈TV유치원 – 세상의 모든 똥〉
- **공상과학영화 부문 장려상**
〈드라마 스페셜 2021 – 희수〉

URTI 국제다큐멘터리 대상
- **단일 부문 동상**
〈다큐 인사이트 – 성여〉

스포츠 영화 TV 페스티벌
- **패럴림픽 부문 장려상**
2022 동계 패럴림픽 특집 〈슈퍼 히어로〉

국제에미상
- **텔레노벨라 부문**
〈연모〉

방콕 국제다큐멘터리상
- **여성감독 부문 대상**
〈환경스페셜 – 옷을 위한 지구는 없다〉
- **소수자 다큐멘터리 부문 대상**
대전·청주 공동기획 〈대청호〉



국내상 수상작

제34회 한국PD대상
- **TV 드라마 부문 작품상**
월화 드라마 〈오월의 청춘〉
- **TV 시사 다큐 부문 작품상**
〈다큐 인사이트 – 아임 뚜렛〉
- **TV 부문 실험 정신상**
KBS 대기획 〈키스 더 유니버스〉
- **TV 지역 정규 부문 작품상**
〈아마도 마지막 존재〉
- **라디오 음악 오락 부문 작품상**
〈박명수의 라디오쇼〉 성대모사 달인을 찾아라
- **라디오 특집 부문 작품상**
세월호 7주기 특별기획 〈세월호 아카이브로 다시 듣는 '그 날'〉

제49회 한국방송대상
- **대상**
〈KBS 뉴스7, 9 대구 – GPS와 리어카 폐지수집노동 실태보고서〉
- **지역 뉴스보도 부문 작품상**
〈KBS 뉴스7, 9 대전 – 대전역 빠진 트램 연속 기획보도〉
- **다큐멘터리 TV 부문 작품상**
KBS 대기획 〈키스 더 유니버스〉
- **지역 다큐멘터리 TV 부문 작품상**
5.18 특집 다큐 〈3공수, 42년 만의 증언록〉
- **연예 오락 TV 부문 작품상**
설 대기획 트로트 뮤지컬 〈여러분 고맙습니다 송해〉
- **지역 오락 TV 부문 작품상**
한·아세안 온택트 뮤직페스티벌 〈ROUND in Korea〉
- **어린이 부문 작품상**
〈국민동요 프로젝트 아기상어〉 9회
- **다큐멘터리 라디오 부문 작품상**
〈다큐멘터리 역사를 찾아서〉 1,000회 특집

제58회 백상예술대상
- **교양 작품상 부문**
〈다큐 인사이트 – 다큐멘터리 국가대표〉

방송통신위원회 방송대상
- **대상**
〈환경스페셜 – 옷을 위한 지구는 없다〉
- **창의혁신 부문 우수상**
KBS 대기획 〈키스 더 유니버스〉

2022년 방송문화진흥회 지역프로그램대상 대상
- **TV 부문 대상**
KBS 대구 〈GPS와 리어카: 폐지수집노동 실태보고서〉

제14회 한국기독언론대상
- **선교 부문 최우수상**
〈인간극장 – 남태평양 피지에 우리집이 있습니다〉
- **사회정의 부문 우수상**
〈KBS 뉴스9 – 범죄자 엘을 잡아 주세요〉



이달의 좋은 프로그램상 (방송통신심의위원회 선정)

1월
- 〈UHD 역사스페셜 – 박물관은 살아있다〉 2부

2월
- KBS 뉴스7 광주전남 〈코로나19 장애인 대책 있나?〉

3월
- KBS 뉴스7, 9 대구 〈GPS와 리어카 폐지수집 노동보고서 연속보도〉
- 〈시사 직격 – 최악의 동해안 산불, 열흘간의 사투〉

4월
- UHD 환경스페셜 〈최초 공개 사향노루, 돌아온 전설〉

5월
- 5.18 특집 다큐 〈3공수, 42년 만의 증언록〉
- 특집 어린이날 100년 〈한국인이 사랑하는 우리 동요〉

6월
- 라디오 다큐 〈울산공업센터 60년 – 고향〉 4부작

7월
- 〈주문을 잊은 음식점2〉

8월
- 〈시사기획 창 – 너를 사랑해… 악마의 그루밍〉

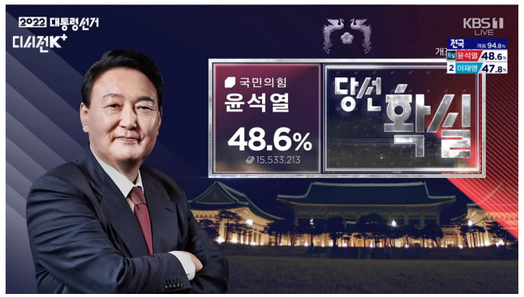
9월
- 〈시사기획 창 – 햇빛·바람에 멍들다〉
- KBS 청주 특별기획 〈직지, 시절인연〉
- 〈달그릇〉 시청자와 함께 제작한 '나는 대한민국 국민입니다' 시리즈 5부작

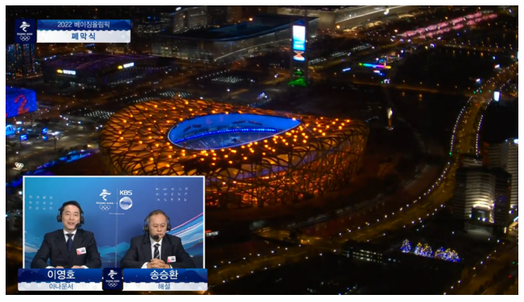
10월
- 〈시사기획 창 – 디지털 인류, 영생을 선택하다〉

12월
- 특집 다큐멘터리 〈해무 – 북위 38도 36분 51초〉 2부작
- UHD 〈환경스페셜2 – 유네스코 세계자연유산 '갯벌'〉 3부작

뉴스 & 스포츠

KBS는 공정한 보도와 깊이 있는 뉴스 콘텐츠로 우리 사회에 신뢰의 기준을 제시하면서 2022년 주요 미디어 신뢰도 조사에서 1위 자리를 지켰습니다. 뉴스 경쟁력 제고를 위해 전문가 협업 취재를 확대했고, 디지털 콘텐츠 경쟁력을 강화했으며, 신뢰 저널리즘을 더욱 공고히 하기 위한 전담 조직도 출범시켰습니다. 24시간 상시 재난 대응 태세를 확립해 공적 책무를 이행했으며, 품격 높은 해설 등으로 베이징 동계올림픽 방송에서 시청률 1위를 차지했습니다. 다만 카타르 월드컵 방송에서는 부진한 부분을 노출하기도 했습니다.





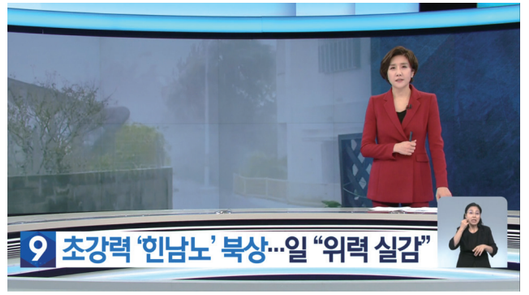


공정한 선거 보도… 정확한 개표방송

전국 선거가 두 차례 열린 2022년, KBS는 선거 보도와 개표방송의 공정성을 확보하기 위해 최선의 노력을 다했습니다. 우선 법령과 미디어 환경 변화 등에 맞춰 선거보도준칙과 선거방송준칙 내용을 재정비하고, 후보 공약 검증 등을 위한 대통령선거 특별취재팀과 정책취재전담팀을 운영했습니다. 선거보도 책임성 강화를 위해 뉴스가치 판단 숙의제를 도입했고, 여론조사 자문단과 대선보도자문단을 구성해 객관성을 담보하고 공정성을 실현했습니다. 유권자들에게 올바른 선거 정보와 후보 선택 기준을 제공하기 위해 2020년 4월 총선 당시 처음 선보인 〈정치합시다〉의 시즌2를 대선을 앞두고 편성해 숙의 민주주의를 위한 공론장 역할을 다하며 선형 선거방송 흐름을 이어갔습니다. 해를 거듭할수록 정확도가 높아지고 있는 개표방송 예측조사는 실제 개표 결과와 다름없는 정확성을 보이며 KBS 대선 개표방송의 위력을 봄냈고, 시청률도 타사를 두 배가량 앞섰습니다. 지방선거 개표방송 때는 다원 연결 등을 통해 KBS 전국 네트워크의 위상을 과시했고, 여성 패널을 적극 발굴해 기용함으로써 개표방송 성 불균형을 해소했습니다.

고품격 뉴스 콘텐츠… 신뢰도 1위 유지

전문가 협업 취재는 시행 3년 차를 맞아 그 대상과 범위를 넓혔습니다. 영국 보건안전청과의 협업 취재를 통해 산업재해 실태를 지적하고 대안을 제시하며 협업 취재의 외연 확장 가능성을 확인했습니다. 또한 대선 후보 공약 검증, 새 정부 장관 후보자 검증 등 굵직한 주요 현안에 대해서도 협업 취재로 뉴스에 깊이를 더했습니다. 보도본부는 이와 함께 거시 어젠다 기획 보도를 강화해 〈GPS와 리어카〉 등 고품격 뉴스 콘텐츠를 제작했으며, 러시아의 우크라이나 침공 등으로 유럽발 뉴스 수요가 많아지고 전 세계적인 불확실성이 커짐에 따라 독일 베를린 지국에 취재기자 1명을 단기 특파원으로 추가 배치하는 등 발생 이슈에 신속하게 대응했습니다. 신뢰 저널리즘 강화를 위한 전담 조직도 신설했습니다. 해설위원실에서 개편된 뉴스전문위원실이 2022년 3월 저널리즘책무실로 재탄생했는데, 기존 뉴스 해설 기능에 뉴스를 사실적으로 검증해 방송사고를 예방하는 체크&체크 역할을 강화하고, 뉴스 소비자 반응을 정밀 분석하는 이용자관여팀을 통합했습니다. 국장급 고참 기자들로 구성된 체크&체크팀은 〈뉴스9〉 등 주요 뉴스 기사가 방송제작가이드라인 등 규범을 준수했는지 사전에 검증하고, 기사의 사실관계에 오류가 없는지 등을 점검했습니다. 단순 오류 지적뿐만 아니라 반론 반영을 요청하고 기사 완성도 개선 의견 등을 적극 제시함으로써 다수의 방송사고를 방지하고 뉴스 콘텐츠 완성도를 높이는데 기여했습니다. 또, 취재 제작진들에 대한 교육과 간담회를 지속적으로 실시하고, 방송사고 방지를 위한 실무 지침서를 제작해 신뢰 저널리즘을 강화하는 체계를 마련했습니다. 뉴스 이용자 권익 향상과 이슈 대응을 위한 분석 보고서를 정기적으로 발간해 뉴스 제작에 이용자를 주요 축으로 참여시켰으며, 뉴스 등장인물에 대한 2차 가해와 기자에 대한 인신공격 등의 피해를 막기 위해 온라인 유통 기사 5천여 건에 대한 악성 댓글 차단 조치를 시행했습니다. 이와 함께 디지털 영역에서는 현장 이슈에 대한 라이브 대응을 강화하고 자체 제작 콘텐츠를 적극적으로 늘리면서 구독자와 접속자를 끌어들이는 등 뚜렷한 성장세를 보였습니다. 이 같은 노력에 힘입어 KBS 뉴스는 신뢰도 1위 자리를 지켰습니다. 특히 국내 주요 미디어 신뢰도 조사 가운데 규모가 가장 큰 한국언론진흥재단 언론수용자 조사 결과, KBS는 전년도에 이어 신뢰도와 영향력에서 모두 압도적인 1위 자리를 유지했습니다. 시사저널과 시사인의 미디어 신뢰도 조사에서도 1위를 차지했고, KBS 공영미디어연구소가 매년 분기 말 실시하는 미디어 신뢰도 조사에서는 2020년 1분기부터 2022년 3분기까지 11분기 연속 1위(언론매체 신뢰도 부문)를 기록했습니다. 다만 4분기에는 외생 변수 등의 영향으로 순위가 한 단계 내려갔습니다.



24시간 상시 재난 대응 태세 확립

재난방송 주관방송사의 상시 재난 대응 조직인 재난미디어센터는 시기별 재난 발생 가능성을 사전에 예측해 재난방송 계획을 본사와 지역이 공유하는 통합 체계를 마련했으며, 긴급 재난 발생 시 본사가 우선 대응한 뒤 매뉴얼에 맞춰 취재 제작을 확대하는 구조로 재난방송의 형식과 내용을 개선했습니다. 이와 함께 재난 CCTV 1만 4천여 개와 재난 안전지도 등 재난 콘텐츠를 차별화할 수 있는 리소스를 늘렸으며, 재난정보를 보다 효율적으로 전달할 수 있도록 스튜디오 장비를 보강했습니다. 또 재난방송 교육과 모의훈련을 수시로 실시해 재난방송 유관부서가 실제 상황에 차질 없이 임할 수 있도록 대비했고 갈수록 국지화되고 있는 재난을 예방하고 피해를 최소화하기 위해 지역별 맞춤형 재난방송을 강화하는 등 재난 미디어 역량 강화를 통해 전국을 아우르는 24시간 재난 대비 태세를 확립했습니다. 한편, 코로나19를 계기로 그 중요성이 커진 사회적 재난에 대한 재난방송도 3년째 적극적으로 이어갔습니다. 2020년 3월 4일부터 1TV 모든 뉴스를 상시 특보 체제로 전환해 운영해온 '코로나19 통합뉴스룸'은 2022년 10월 3일 정부의 방역지침 완화 때까지 계속됐고, 2년 7개월 동안 총 4,179회 뉴스특보를 진행했습니다. 또, 국내 거주 외국인들의 안전을 위해 코로나19와 태풍 등 주요 재난정보의 경우 TV 화면 하단에 영어 스크롤 자막을 표출했습니다.

대형 스포츠 이벤트 방송으로 저력 확인

베이징 동계올림픽 중계방송은 대회 기간 평균 시청률 1위를 기록하며 KBS 위상을 재확인했습니다. 특히 개막식 해설을 맡은 송승환 감독은 평창 동계올림픽 개·폐막식을 직접 연출했던 경험을 바탕으로 고품격 방송을 시청자들에게 선사하며 호평을 받았습니다. 종목별 중계의 경우 인기 스포츠에만 치중하지 않고, 루지와 크로스컨트리 스키 등 비인기 종목 선수들의 도전을 조명했습니다. 피겨 스케이팅과 쇼트트랙 등 일부 종목에는 국제신호 제작사로 참여해 KBS 위상을 높였습니다. 베이징 동계 패럴림픽은 장애인 선수 출신 해설자를 투입해 전문성을 확보하고 총 1,055분을 편성해 소수자와 약자 보호의 공적 책무를 수행했습니다. 다만, 카타르 월드컵 중계방송의 경우 준비 부족과 전략 실패로 시청률에서 고전하며 아쉬움을 남겼습니다.

KBS뉴스 연간 온라인 조회 수 31억 회 기록

KBS가 자체 개발해 운용하고 있는 뉴스 이용자 데이터 분석 도구 '뉴스타워'를 통해 집계한 결과, 2022년 한 해 동안 KBS뉴스가 KBS 홈페이지와 네이버, 다음, 유튜브에서 총 31억 회 조회되는 성과를 거둔 것으로 나타났습니다. 일 평균 조회 수는 850만 회였습니다.

TV 교양 & 다큐멘터리

2022년 KBS의 교양 다큐멘터리는 급변하는 디지털 환경에 발맞춰 새로운 형식의 프로그램을 제작함으로써 높아지는 사회적 갈등 상황 속에서 공존의 가치를 실현하는 품격 높은 콘텐츠를 생산했습니다.



갈등의 시대 공존의 가치 추구

소외받는 사회 계층의 다양한 모습을 새로운 형식으로 담아냄으로써 갈등의 시대에 공존과 휴머니즘이라는 화두를 효과적으로 제기했습니다. 경증 치매인들이 종업원들로 등장해 '깜빡깜빡' 주문을 받는 〈주문을 잊은 음식점2〉 6부작을 방송했고, 34년간 〈전국노래자랑〉을 진행한 국민 MC 송해를 추모한 다큐멘터리 〈내 인생 딩동댕〉을 제작 방송했습니다. 우크라이나 전쟁이 발발한 후 발 빠르게 현지 르포 취재를 통해 〈우크라이나 침공 100일 특집〉 2부작을 방송함으로써 전쟁 피해 당사자들의 목소리를 생생하게 전달했고, 2022 KBS 신년 특집 다큐 〈거대한 균열〉 2부작을 통해서는 코로나 시대에 늘어난 전 세계 빈부 격차를 집중 조명해 경제 소외계층에 대한 보다 구조적인 해결책을 촉구했습니다. 간판 시사 프로그램 〈시사 직격〉은 대한민국 청춘들의 안타까운 참사 사고를 다룬 〈이태원 참사 – 당신들의 잘못이 아닙니다〉와 제빙공장 청년 노동자의 사고사를 다룬 〈제빙왕과 어느 청년 노동자의 죽음〉 등을 통해 청년 세대가 처한 사회적 문제를 고발하고 이들을 위로했습니다.

새롭고 세련된 형식의 지식 교양 프로그램 제작

지식 교양 프로그램을 보다 새롭고 세련된 형식으로 리뉴얼했습니다. 고품격 지식 정보 라이브 큐레이션 프로그램을 표방하며 새로운 아침 방송 프로그램 장르를 선보인 〈해 볼만한 아침〉을 신규 제작해 성공적으로 안착시켰고, 도시를 벗어난 자연의 삶을 통찰의 언어를 통해 조명한 내츄럴 다큐 시리즈 〈자연의 철학자들〉을 새롭게 선보여 호평받았습니다. SF 어드벤처 다큐를 표방하며 큰 성공을 거둔 블록버스터 다큐멘터리 〈키스 더 유니버스〉가 시즌2로 돌아와 시청자들의 관심을 끌었고, 시대와 사회상을 담으며 예술 작품을 보다 쉽고 재밌게 해설하는 〈예썰의 전당〉은 지식 버라이어티 방송의 새로운 전통을 세웠습니다. 추석 특집 4부작으로 방송된 〈한식 연대기〉는 정치, 경제, 문화의 시선으로 한식을 조명해 음식 문화 비평 프로그램의 수준을 한 단계 높였다는 평가를 받았습니다.



창의적 공영 콘텐츠의 제작

'전 국민 민원 해결'이라는 기상천외한 발상을 실제 프로그램 제작으로 연결시킨 〈일꾼의 탄생〉은 창의적 공영 콘텐츠 제작이 가능하고, KBS의 새로운 강점이 될 수 있다는 사실을 새롭게 보여주었습니다. 방대한 KBS 아카이브를 무기로 큰 성공을 거둔 아카이브 다큐 〈모던 코리아〉 시리즈도 2022년 〈싸우면서 건설한다〉, 〈멋진 신세계〉, 〈불패〉 등을 방송하며 명성을 이어갔습니다. 100인의 리더가 텍스트를 통해 오늘의 지구 상황을 읽는다는 〈100인의 리딩쇼 – 지구를 읽다〉는 텍스트를 방송으로 새롭게 재창조하는 신선한 시도를 선보였습니다. 어린이날 100주년을 맞아 방송된 특집 〈다 어린이 – 우리 모두 다 어린이었다〉에서는 동요와 결합된 '쇼큐멘터리'라는 포맷을 선보여 호평받았고, 새롭게 시작한 반려동물 프로그램 〈동물극장 – 단짝〉은 '드라마보다 진한 감동 다큐'라는 호평을 받았습니다.

콘텐츠 플랫폼 다변화

디지털 콘텐츠 제작·유통 기능 강화에도 박차를 가했습니다. 제작1본부 디지털 운영팀에서 〈KBS다큐〉, 〈KBS교양〉, 〈KBS지식〉 등 총 6개 유튜브 채널을 운용해 구독자 수 350여만 명을 달성하고, 약 26억 원을 상회하는 운용 수익을 얻는 성과를 기록했습니다. 이는 전년 대비 구독자 수 38%, 수익 8.3%가 증가한 수치입니다. 이와 함께 〈더 라이브〉, 〈KBS키즈〉 등 개별 프로그램 단위로도 독자적인 OTT 채널을 개설하고 콘텐츠 도달률 확대를 위해 노력했습니다.



TV 예능

KBS 예능은 코로나19를 넘어 엔데믹에 대한 희망을 시청자와 함께 했습니다.
닫혀있던 공개 방청 프로그램의 문을 열고 관객들과 시청자들이 함께 호흡하기 시작했으며,
새로운 포맷과 주제의 프로그램들로 한 해의 편성표를 빼곡히 채웠습니다.
또한 참신한 시도로 젊은 시청층을 끌어들이고, 채널의 이미지를 한층 더 세련되고 다양하게 만들었습니다.



다매체 다변화 시대 속 새로운 예능 시도

대규모 제작비를 투입한 각종 예능 프로그램과 다양한 뉴미디어의 출현에 맞서 KBS 예능 프로그램은 열악한 제작환경에도 불구하고 소재와 포맷을 다양화하는 시도를 멈추지 않았습니다. 예능 최초로 10대들의 경제 관념 교육에 대한 공영적인 접근을 보여주며 6% 넘는 시청률을 기록하고 화제성 측면에서도 성과를 거둔 〈자본주의 학교〉, 49회 한국방송대상 TV 작품상 어린이 부문 수상과 함께 5명의 청각장애 어린이들의 청력을 되찾아 준 〈국민동요 프로젝트 아기싱어〉, 아버지를 통해 가족의 모습을 돌아본 〈갓파더〉, 10대 팬덤보다도 뜨거운 실버 팬덤의 흥을 보여준 〈주접이 풍년〉, 건강한 다이어트의 새로운 길을 제시한 〈빼고파〉, K-POP의 또다른 주인공인 프로듀서들의 배틀과 새 음원 발매로 화제성을 높인 〈리슨 업〉, 오은영 박사가 시청자를 직접 찾아가 위로와 공감을 나눈 〈오케이? 오케이!〉, 매회 참신한 시도를 멈추지 않는 찐예능 〈홍김동전〉, 독하진 않지만 갈수록 빠져드는 따뜻한 연애 버라이어티 〈이별도 리콜이 되나요〉 등 가성비 뛰어난 프로그램들은 KBS 예능의 다양한 가능성을 보여주었습니다.

새로운 도전 이어가는 장수 프로그램

오랜 세월 동안 시청자들의 뜨거운 사랑을 받아온 장수 프로그램들도 변화의 움직임을 선보였습니다. 〈전국노래자랑〉의 새 MC로 선택된 김신영은 방송 시작 전부터 프로그램에 새바람과 화제성을 불러일으켰으며, 방송 11주년을 맞은 토요 예능의 선두 〈불후의 명곡〉은 기존의 포맷을 유지하면서도 여름 락 페스티벌 특집, 국군의 날 특집, 그리고 대형 무대에서 펼쳐진 왕중왕전 등 눈과 귀를 만족시킬 특집 무대들을 펼쳐내며 시청자들을 사로잡았습니다. 또한 단순한 요리 대결을 넘어 새로운 재미와 맛을 선보인 〈편스토랑〉, 시청자들의 눈길을 사로잡는 새로운 출연자들의 등장으로 가족의 중요성을 일깨우고 출산을 장려하는 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉, 그리고 수많은 프로그램들 속에서 여전히 일요일 예능 동시간대 1위를 수성하며 KBS 예능의 저력을 보여주고 있는 〈사장님 귀는 당나귀 귀〉, 〈1박 2일〉 등은 코로나19와 불황으로 인해 열악한 제작 여건에도 제 자리에서 묵묵히 제 몫을 하며 선전했습니다.

고품격 공연의 명가 KBS, 국민들에게 희망의 멜로디 선사

2022년에도 KBS 예능은 품격있는 공연들로 음악 프로그램의 저력을 보여주었습니다. 송해 선생을 기리는 〈여러분 고맙습니다 송해〉는 공영방송이 어떻게 고인을 추모하고 기려야 하는지 그 품격을 보여준 뜻깊은 무대였고, 〈조선팝 어게인 – 송가인〉은 국악과 전통가요의 새로운 접점을 보여주었으며, 〈코리아 온 스테이지 – 600년의 길이 열리다〉, 〈2022 코리안 페스티벌 – 120년의 꿈〉, 〈2022 평화 콘서트 – 우리, 이곳에서〉 등 대형이벤트 프로그램은 대한민국의 과거와 미래를 보여주는 서사가 있는 음악 무대를 국민 여러분께 선보였습니다.

방대한 아카이브 자료 바탕으로 디지털 시청층 사로잡아

예능센터의 디지털 스튜디오 'Studio K'는 'Digital No.1 KBS by Studio K'라는 모토 아래 다양하고 창의적인 콘텐츠로 디지털 분야에서의 성장을 주도했습니다. 회당 평균 조회 수 100만 뷰에 빛나는 고품격 라이브 〈리무진 서비스〉, 지자체 협찬으로 수익성을 높이고 채널 구독자 증가에 앞장선 아이돌판 1박 2일 〈돌박이일〉, 수익성과 화제성을 함께 잡은 〈아이돌 출발 드림팀〉, 〈매점 터는 아이돌〉 등 새로운 오리지널 콘텐츠로 많은 사랑을 받았습니다. K-POP 한류의 중심 〈뮤직뱅크〉는 직캠, 앵콜캠과 함께 '얼빡직캠'을 신규 도입해 4,500만 조회 수를 넘겼습니다. 또한 'Studio K'의 주요 채널인 KBS Enter는 총 88억 뷰, KBS KPOP은 총 47억 뷰의 높은 조회 수와 구독자 150만 명 증가 등의 성과를 내며 놀라운 성장률을 보여주고 있습니다.(2022년 12월말 기준)







TV 드라마

2022년 KBS 드라마는 주말극과 일일연속극의 압도적인 강세를 바탕으로 소재와 장르의 과감한 확장을 통해 중장년층뿐 아니라 10대와 20대 젊은 시청층의 지지를 받는 다양한 스토리를 선보였습니다.



고품격 사극과 휴머니즘 기반 현대물 돋보인 미니시리즈

금주령이라는 독특한 소재를 경쾌하고 현대적인 감각으로 풀어낸 〈꽃피면 달 생각하고〉, 생존을 위해 정적이 될 수밖에 없었던 남녀의 로맨스를 절절하게 풀어낸 〈붉은 단심〉 등이 시청자들의 많은 지지와 사랑을 받았습니다.

〈커튼콜〉은 시한부 할머니의 소원을 이루어지게 해야 한다는 전대미문의 특명을 받은 한 남자의 지상 최대 사기극과 그에 얽힌 사람들의 이야기를 밀도 있게 다루며 시청자들의 사랑과 평단의 극찬을 받았습니다. 검사 출신 한량 건물주와 4차원 변호사 세입자가 등장하는 〈법대로 사랑하라〉는 '집'이라는 키워드 안에서 펼쳐지는 남녀 간의 감정을 섬세하게 그려내어 호평을 받았습니다.

이밖에도 소재와 장르의 확장을 통해 드라마의 지평을 넓혔습니다. 전직 프로파일러이자 현직 박수무당이 주인공으로 등장하는 〈미남당〉은 미스터리 코믹 수사극을 선보이며 화제를 불러일으켰습니다. 〈너에게 가는 속도 493㎞〉는 배드민턴 선수들의 치열한 승부와 그 속에서 피어나는 사랑을 통해 성장하는 스토리를 감각적인 터치로 그려내며 특히 젊은 시청층에게 많은 사랑을 받았습니다. 〈진검승부〉는 부와 권력이 중심이 된 악의 세력을 처단하는 쾌도난마 검사를 통해 시청자들에게 카타르시스를 선사했고 〈당신이 소원을 말하면〉은 삶의 끝에 내몰린 위태로운 청년이 호스피스 병원에서 환자들의 마지막 소원을 들어주는 잔잔한 스토리로 시청자들에게 감동과 힐링을 선사했습니다.

KBS 드라마의 요람 단막극, 'TV 시네마'로 진화

1984년 〈드라마게임〉 이래 40여 년간 꾸준히 이어져 온 전통을 토대로 2022년에도 총 10편의 단막극이 〈드라마스페셜〉로 방송되었습니다. 특정 장르나 형식에 얽매이지 않고 다양한 색깔의 이야기를 선보이며 신인 연출자와 신인 작가 배출의 산실 역할을 다했습니다. 그중에서도 〈귀못〉, 〈유포자들〉 등 2편은 'TV 시네마'라는 타이틀의 장편 영화로 제작되어 극장과 OTT 플랫폼 wavve에서 차례로 공개되었고 시청자들의 호평을 받았습니다.





돌아온 정통 대하사극과 압도적 경쟁력 유지한 주말연속극

5년 만에 부활한 대하드라마 〈태종 이방원〉은 리얼리티를 살린 정통 사극으로 여말선초(麗末鮮初) 시기 누구보다 조선의 건국에 앞장섰던 리더 이방원의 모습을 새롭게 조명했다는 호평을 받았습니다. 역사의 과장과 왜곡이 심한 퓨전 사극의 범람 속에 리얼리티와 품격을 갖춘 정통 역사 드라마로서 사극 명가 KBS의 이름에 걸맞은 작품이라는 평가를 받았습니다.

KBS 주말연속극은 변치 않는 가족의 소중함을 전하며, 압도적인 경쟁력을 유지했습니다. 〈신사와 아가씨〉는 재벌 집에 입주 교사로 들어간 여주인공의 계층을 초월한 사랑과 여주인공 가족이 서민 갑부로 성장해가는 과정을 선보이며 흥행몰이를 계속해, 넷플릭스에서 역주행 신화를 이어가며 비영어권 드라마 4위, 전체 드라마 6위를 기록하는 등 국제적인 경쟁력까지 입증했습니다. 〈현재는 아름다워〉는 연애도 결혼도 기피하는 시대, 나이 꽉 찬 이가(家)네 삼 형제가 집안 어른들이 내건 아파트를 차지하기 위해 짝을 찾아가는 과정을 그린 혼인성사 프로젝트로 비혼주의가 만연한 시대를 살아가는 시청자들의 높은 공감을 얻어내며 호평을 받았습니다. 〈삼남매가 용감하게〉는 가족을 위해 양보만 해야 했던 대한민국 장녀, 연예계 톱스타지만 가족을 부양해야 했던 대한민국 장남, 두 사람이 만나 행복을 찾아 나서는 한국형 가족과 사랑 이야기를 담아냈습니다.

새로운 가족의 의미 조명한 일일연속극

1TV 일일극 〈국가대표 와이프〉는 강남의 아파트를 목표로 고군분투하는 똘똘한 며느리의 이야기로 시청자들의 공감을 얻었고, 〈으라차차 내 인생〉은 조카의 엄마가 되기로 선택한 싱글맘의 고군분투기를 담은 드라마로 최악의 상황에서도 희망을 잃지 않는 태도로 살아가는 주인공을 통해 깊은 위로와 공감을 주는 드라마였습니다. 이어진 〈내 눈에 콩깍지〉는 무슨 일이 있어도 할 말은 하는 당찬 싱글맘을 중심으로 바람 잘 날 없는 사연 많은 가족들의 이야기를 펼쳐내며 시청자들의 사랑을 받았습니다.

2TV 일일극 〈사랑의 꽈배기〉는 거짓말 때문에 사랑과 인생이 총체적으로 꼬여버린 막장 가족들의 코믹 멜로 휴먼 가족극으로 높은 광고 판매 실적을 보였고, 〈황금가면〉은 세 여자의 광기 어린 싸움 속에서 삶의 해답을 찾아가는 이야기로 전작보다 높은 평균 시청률을 기록했습니다. 〈태풍의 신부〉는 처절한 복수를 위해 원수의 며느리가 된 여자의 이야기로, 시청자들의 많은 사랑을 받으며 평일 편성의 텐트폴 역할을 했습니다.



라디오

KBS 라디오는 시대의 요구에 부응하는 시사·교양 프로그램을 제작해 공영성 강화를 위해 힘쓰는 한편, 다양한 장르의 음악·오락 프로그램을 제작해 국민 행복에 이바지했습니다. 또 사회적 약자와 북방·재외 동포를 위한 방송 서비스 등 공영방송으로서의 사회적 책무를 완수하기 위해 노력했으며, 코로나19 특보 수중계, 재난재해 방송 긴급 편성 등 재난방송 주관방송사로서의 거점 역할을 충실히 이행했습니다.
모바일 라디오 앱 '콩', 유튜브, 틱톡 등 디지털 플랫폼을 통한 수익 창출을 위해 정규방송 콘텐츠 외에도 디지털 오리지널 콘텐츠와 숏폼 영상 제작을 확대하며 오디오를 넘어선 라디오의 내일을 준비하고 있습니다. 이같은 노력을 통해 KBS 라디오는 청취율과 수익 창출 양면에서 타사 대비 뚜렷한 상승세를 기록하고 있으며, 2021년도 방통위 방송평가에서 1라디오(AM 라디오 부문), 2FM(FM 라디오 부문)이 1위를 차지했습니다.

재난방송 책임지는 라디오편성부

KBS 라디오편성부는 1라디오, 2FM 등 국내 최다 6개 라디오 채널의 편성과 운행을 담당하고 있습니다. 코로나19 확산, 집중호우로 인한 침수사태, 대형 산불, 태풍 힌남노 피해, 이태원 참사 등 재난재해가 빈발했던 2022년, 재난특보방송을 총 4,268분 실시하고 재난 사전예방 캠페인을 4,933분 제작·편성해 재난방송 주관방송사 KBS에 걸맞은 방송 편성을 위해 힘썼습니다. 또한 AI를 활용한 재난정보 자동송출 시스템을 업그레이드해 심야와 새벽 시간에도 안전의 공백을 최소화하기 위해 노력했습니다.

한국인의 중심 채널 1라디오

두 번의 선거와 올림픽, 월드컵 등 스포츠 이벤트 그리고 산불, 태풍, 이태원 참사 등 사건 사고가 유난히 많았던 2022년 한 해, 1라디오는 우리 사회 전방위를 아우르는 다양한 소식과 목소리들을 전파에 담았습니다. '제20대 대통령선거', '제8회 전국동시지방선거' 등 주요 현안에 대해 〈KBS 열린 토론 – 4당 정책 토론 시리즈 '정책의 시간'〉, 〈윤석열 대통령 취임 기획 – 새 정부에 바란다〉 등 이슈의 중심을 관통하는 기획과 화제의 인터뷰로 발 빠르게 대응하는 한편, KBS 라디오 2022 베이징 동계올림픽 특집방송 〈뜨거운 겨울, 여기는 베이징입니다〉, 카타르 월드컵 특집방송 〈함께 꾸는 꿈! 라디오 코멘터리 박스〉 등 다채로운 특집으로 지구촌 축제를 함께 즐겼습니다. 이뿐 아니라, 기후 위기를 경고하는 다큐멘터리 〈기후상담소〉와 어린이날 100주년 특집 〈우리를 키운 노래 100곡〉, 〈한국인이 사랑하는 우리 동요〉 등을 기획·제작해 환경과 미래세대라는 굵직한 화두를 던지며 우리 사회 공론의 장으로서 역할을 다하고자 노력했습니다.
또한 1라디오 제작 유튜브 오리지널 시리즈 〈최경영의 이슈 오도독〉, 〈거침없는 녀석들〉 시즌2와 지상파 프로그램 〈홍사훈의 경제쇼〉, 〈최영일의 시사본부〉 등 다양한 프로그램의 디지털 콘텐츠 조회 수가 의미 있는 증가세(50만 뷰 이상 동영상 전년 대비 3배 이상 증가)를 보이며, 명실상부한 '한국인의 중심 라디오 채널'로 자리잡았습니다.

중장년층 위한 대중음악 전문 채널 2라디오 (해피FM)

2라디오는 2020년 개편 이후 '중장년층을 위한 대중음악 전문채널'로서의 입지를 다지고, 2022년에는 〈스윗 드라이브, 인호진입니다〉를 새로 런칭해 좋은 반응을 이끌어내는 등 꾸준한 채널 청취율 상승세를 보이고 있습니다.
2라디오는 40~60대를 주 청취층으로 한 대중음악을 중심으로 각 시간대 특성을 반영해 시사와 정보, 라이브 구성을 적절히 가미한 시간대별 편성전략을 펼치고 있습니다. 또한 〈트랄라〉, 〈백뮤직 스테이지〉와 〈김태훈의 프리웨이〉 숏폼 영상 등 디지털 콘텐츠를 꾸준히 제작해 지상파뿐 아니라 디지털 매체를 통한 신규 청취층 유입과 채널 외연 확대를 이어나가고 있습니다.

장애인과 사회 소외계층 위한 채널 3라디오 (사랑의 소리 방송)

3라디오는 국내 유일의 지상파 라디오 사회 통합 공익채널로서 장애인과 노인, 다문화 가정 등 사회 소외계층을 대상으로 한 프로그램 제작을 통해 공적 책무를 성실히 수행했습니다. 2022년에는 장애인의 날 특별기획 〈새로운 도전으로 장애를 넘다〉, 〈우리가 만드는 우리의 이야기〉 시리즈 제작을 지원하고 편성해 장애인 당사자가 직접 제작에 참여하는 '열린 채널'을 구현했습니다.

국내 유일의 클래식 음악 전문 채널 1FM (클래식FM)

1FM은 '클래식을 더 가까이'라는 방송지표 아래 클래식 음악 애호층 확산을 위해 노력하고 있습니다. 라이브 연주와 해설이 함께 하는 스튜디오 렉쳐 콘서트 〈살롱 시리즈〉, 정상급 연주자들의 스튜디오 라이브 연주를 감상할 수 있는 〈KBS 음악실 초대석〉, 〈생생 클래식 작은 음악회〉 등 수준 높은 라이브 공연을 꾸준히 편성·제작함으로써 수신료의 가치를 증명하고 있으며, 방송 40주년을 맞은 〈당신의 밤과 음악〉은 애청자들을 직접 초대해 '40주년 기념 음반 공개 청음회'를 개최하는 등 청취자 서비스를 강화했습니다.
또한 KBS 클래식FM이 발굴한 신성 피아니스트 임윤찬이 반 클라이번 콩쿠르 우승을 차지하며 얻은 전 세계적 관심에 부응하기 위해 〈2020 한국의 젊은 음악가들〉 음반발매 특집방송 임윤찬 편을 영어 자막이 가미된 유튜브 동영상으로 발 빠르게 제작해 폭발적인 조회수를 기록하는 등 이른바 'K 클래식'의 저변 확대에도 기여했습니다. 또한 직접 기획·발매한 〈세상의 모든 음악〉 방송 20주년 기념 음반과 〈당신의 밤과 음악〉 방송 40주년 기념 음반 세트가 각각 월드뮤직, 클래식 음반 판매 1위에 랭크되는 등 대체 불가한 클래식 음악 전문 채널의 위상을 변함없이 지켜나가고 있습니다.

재미있는 대중음악 채널 2FM (쿨FM)

2022년 KBS 2FM(쿨FM)은 〈이기광의 가요광장〉, 〈헤이즈의 볼륨을 높여요〉를 신규 론칭하는 등 채널 경쟁력 강화에 힘썼으며, 청취율과 광고 판매 양면에서 주목할 만한 상승세를 보여주고 있습니다. 쿨FM은 〈조우종의 FM대행진〉, 〈이현우의 음악앨범〉, 〈사랑하기 좋은 날 이금희입니다〉 등 유익한 정보와 좋은 음악으로 오랜 기간 청취자들의 꾸준한 사랑을 받고 있는 인기 프로그램 외에도 멀티 플랫폼향(向) 음악 프로그램 〈스테이션 제트〉를 기획·제작하는 등 음악 프로그램 매체의 다변화로 미래의 라디오 청취 세대 선점을 위해 노력하고 있습니다. 그 결과 2022년 청취율 조사 13~59세 주 청취층 채널 청취율 부문에서 2위를 기록하는 등 의미 있는 성과를 거뒀습니다.

한민족의 중심 채널 한민족방송

한민족방송은 윤석열 정부 출범, 시진핑 중국 국가주석 연임 등 국내외 정세변화 분석과 코로나19 팬데믹 상황의 변화를 〈오늘과 내일〉, 〈통일전망대〉, 〈통일열차〉 등 정규 시사 프로그램과 특집 〈제20대 대한민국 대통령 취임 특별기획〉 등을 통해 수시로 반영했습니다. 한민족방송의 인기 프로그램 〈보고 싶은 얼굴 그리운 목소리〉는 프로그램 50주년을 기념하는 특집방송을 통해 동포사회의 50년 변화상을 함께 되짚어보았습니다. 그리고 한민족 이민사 120주년을 맞아 특별기획 〈한민족 이민의 역사 120년, 재외동포청에 바란다〉를 제작했으며, 포스트 코로나 시대를 맞아 〈제24회 한민족 체험수기 시상식〉을 카자흐스탄 알마티 현지에서 성대하게 열어 동포들의 향수를 달랬습니다. 이뿐 아니라, 통일부와 협력해 통일부 보유 남북이산가족 육성 방송 〈이산가족을 찾습니다〉를 정기 편성하는 등 750만 재외동포를 연결하는 한민족 네트워크의 구심점 역할을 충실히 수행했습니다.

미디어 확장 위한 씽크탱크, 디지털 오디오

KBS 라디오는 MZ세대 등 다양한 세대 공략을 위해 창의적이고 경쟁력 있는 콘텐츠의 발굴과 육성으로 지상파의 영역을 넘어 디지털 콘텐츠 기획·제작에도 매진했습니다. 2FM 〈스테이션 제트〉, 1R 〈함께 꾸는 꿈! 라디오 코멘터리 박스〉, 〈기후상담소〉 등 지상파 라디오와 디지털 플랫폼의 유기적 제작·유통을 지속적으로 확대했고, 지상파 스핀오프 콘텐츠를 꾸준히 생산해 1라디오 유튜브 채널은 국내 라디오 유튜브 채널 중 최단기간 100만 구독자 달성(2022년 10월)이라는 쾌거를 이루어냈고 쿨FM은 국내 라디오 유튜브 채널 중 부동의 구독자 수 1위 자리를 지키고 있습니다. KBS 라디오는 올해 7월 콘텐츠 시장의 트렌드를 반영해 '숏폼' 콘텐츠 제작을 본격화했으며, 인기 모바일 플랫폼인 '틱톡'에 KBS KONG·1라디오·쿨FM 신규 채널을 개설해 도달률 확충 및 미래세대 공략을 강화하고 있습니다. 또한 유튜브 구독자 수, 조회 수 증가세에 힘입어 2022년 KBS 라디오의 디지털 콘텐츠 수익은 전년 대비 133% 급성장해 디지털 오디오 콘텐츠 분야에서 탁월한 성과를 달성했습니다.









전국 네트워크

KBS 지역총국은 지역 기반 다양한 고품격 콘텐츠 제공으로 지역 사회와 공동체 문화를 위한 미디어 서비스를 수행했습니다. 전국 풀뿌리 언론사들과의 협력 확대로 지역 밀착형 보도 기능을 강화하고, 데이터 저널리즘을 기반으로 지역 보도의 혁신을 지속해 나아가고 있습니다.

부산방송총국

지역의 가치 재발견과 고품격 지역문화 플랫폼 제공을 목표로 지역 발전 특집 토론회 〈2022 부산, 미래를 묻는다〉를 개최하고, 청년들과 함께 지역소멸 타개 방안을 모색하는 개국특집 〈청춘도시〉 2부작 다큐멘터리를 제작, 한국PD연합회 이달의 PD상 수상 및 유튜브 조회 수 40만 회를 달성했습니다. 특집 〈이미지 인 부산〉, 〈피란 수도, 어디까지 가봤니?〉를 통해 지역의 유무형 역사 자산을 유려한 영상으로 기록했습니다. 핵연료 폐기장 건설을 다룬 보도특집 〈아포리아〉, 항만보안 기관의 비리 취재 등 대형 어젠다를 발굴하고, 한국과학기술정보연구원 개방형 데이터 융합연구단의 도심 침수 분야 예측 시스템을 독자적으로 확보해 재난방송 시 실감도를 높인 AR형 침수 예측 자료로 활용하는 등 재난보도의 혁신을 주도했습니다. 30만 건의 사례 데이터 분석을 통한 〈필수노동 실태〉 기획 보도는 지역 내 큰 반향을 불러와 데이터 저널리즘을 통한 지역 뉴스 제작방식의 전환을 가져왔습니다.



창원방송총국

'개국 80주년, 지역 대표 공영방송의 가치 증명'이라는 슬로건 아래 시민들의 이야기를 담은 특집 다큐 〈대화로 쓴 시민실록〉은 한국PD연합회 이달의 PD상 등을 수상했습니다. 사라져가는 섬의 문화와 자연을 다루는 3년 연속기획 〈섬〉 3부작 중 2부 〈섬, 오래된 밥상〉을 제작하고, 〈62주년 3.15 생중계〉, 〈제21회 밀양아리랑 가요제〉 등을 통해 공영방송의 가치를 증명하고자 노력했습니다. 지역 방송사 최초로 ABU TV 뉴스 리포트 부문 대상을 수상한 〈암수범죄, 아동학대 사회를 부검하다〉 외에도, 제166회 이달의 방송기자상을 받은 심층보도 〈수도권 전기 식민지 '지방'〉과 다큐멘터리 〈지역소멸 보고서, 어촌이 사라진다〉로 지역 현안을 지속 추적하고 있습니다. 경남 광역의회와 18개 지방의회의 문제점을 다룬 〈부끄러움을 모르는 지방의회〉를 하반기 집중 보도해 권력형 비리를 감시했고, 재난 통신원 발굴을 통해 지역방송 서비스를 강화한 〈뉴스7 경남 – 신문브리핑 풀뿌리 언론K〉가 8월 경남 민언련 좋은 뉴스에 선정되는 등 호평을 받았습니다.



대구방송총국

대구방송총국은 폐지 수집 노인들의 노동 실태를 GPS로 추적한 특별기획 〈GPS와 리어카 : 폐지수집노동 실태보고서〉가 '제49회 한국방송대상' 대상과 '2022년 방송문화진흥회 지역프로그램대상' 대상 등 10개 이상의 수상 실적을 거두며 많은 반향을 일으켰습니다. 코로나19로부터의 단계적 일상 회복에 맞춰 지역 밀착형 정규 프로그램을 강화하기 위해 대구·경북만의 독특한 특징을 다루는 미니 다큐 〈지역의 사생활〉을 론칭하고, 영남권역 3개 총국 공동제작인 〈세상다반사〉를 방송해 지역 시청자들과 소통했습니다. 특집토론 〈지역 위기 탈출〉, 〈지역 위기 극복 집중기획〉 2부작으로 팬데믹 이후 지역 위기의 대안을 제시하는 탐색의 장을 마련했고, 경북의 마지막 생존 위안부의 이야기를 다룬 〈박필근 프로젝트〉, 감춰진 대가야의 역사를 다룬 〈대가야, 잊힌 역사의 문을 열다〉 특집 제작을 통해 지역 의제를 선도하는 공영방송의 역할을 충실히 했습니다.



광주방송총국

개국 80주년을 맞아 어르신들의 삶과 지혜를 담아온 장수 프로그램이자, 해외에서 인기 높은 〈남도 지오그래피 15년〉을 3부작으로 제작해 한국PD연합회 이달의 PD상을 수상했고, 5.18 당시 계엄군들의 최초 집단 증언으로 광주역 발포 등의 진실을 규명한 특집 다큐 〈3공수, 42년 만의 증언록〉은 한국방송대상, 이달의 좋은 프로그램상 등을 수상했습니다. 국내 최초 양궁 버라이어티 프로그램 〈언니랑 쏠래?〉를 전국 방송했고, 지역 스트리트 댄스 대회를 발굴한 〈배틀 라인업 2022〉를 제작했습니다. 재생에너지 생산기지로 전락한 농어촌 실태를 다룬 보도특집 〈햇빛·바람에 멍들다〉는 이달의 방송기자상 등을 수상했고 대학생이 만드는 'Z뉴스'를 〈뉴스7 광주·전남〉 정규 코너로 편성해 지상파 뉴스 플랫폼을 MZ세대 시청자에게 개방했습니다. 5년째 운영 중인 보도국 기획탐사팀은 장애인들의 코로나19 격리 시 돌봄 문제를 심층 취재해 장애인 감염병 매뉴얼 개선을 이끌어냈습니다.



전주방송총국

〈사운드시티 프로젝트 전주〉를 목표로 국악, 조선팝, 가요 등을 아우르는 음악 프로그램 제작에 노력했습니다. 전주총국 기획으로 8개 총국이 공동제작한 〈올웨이즈 7000〉, 국악 대중화에 이바지한 〈국악한마당〉, 가수들의 인생 이야기 〈Song큐멘터리 백투더뮤직〉, 갑오년 농민혁명의 기억을 소환하는 동학 로드 다큐 〈갑오년의 노래〉 2부작, 전주의 문화 관광 가치를 다룬 음악 기행 다큐 〈사도락(史圖樂) 전주유람〉 2부작, 백제 무왕의 일대기를 다룬 미스터리 역사 다큐멘터리 〈102개의 벼, 왕의 귀환〉을 방송하여 전국 시청자들의 호평을 받았습니다. 〈뉴스7 전북〉의 지역 뉴스 차별화 및 다양화·심층화에 노력했으며, 〈생방송 심층 토론〉을 통해 지역 현안에 대한 여론 수렴과 해법 모색 등에 매진했습니다. 적극적인 디지털 플랫폼 활용으로 지역 뉴스 도달률 확대에 주력하면서 KBS 전주의 오리지널 콘텐츠를 제작해 유튜브 채널 구독자가 30만 명을 돌파했습니다.



대전방송총국

대전방송총국은 지역 기반 고품격 다큐멘터리 및 특집 프로그램을 제작해 콘텐츠 경쟁력을 강화했습니다. 갯벌의 생태적 가치를 조명한 UHD 다큐 〈노인과 갯벌〉은 뛰어난 영상미로 한국방송촬영인협회 그리메상 최우수 작품상을 받았고, 대전·청주총국 공동기획 〈대청호〉는 방콕 국제 다큐멘터리 어워즈 수상, 자연 다큐 〈별 내린 숲〉은 차이나 드래곤 어워즈 동상을 수상하며 지역 콘텐츠의 우수성을 국내외 널리 알렸습니다. 또한 대한민국 최초의 달 탐사선 '다누리'를 소개한 UHD 다큐 〈고요의 바다, MOON을 열다〉를 제작해 호평을 받았습니다. 지역 밀착형 의제 선정 및 심층적인 뉴스 보도로 한국방송협회 한국방송대상 작품상, 방송기자연합회 이달의 방송기자상 등을 수상했으며, 충남 청양 산불, 부여·청양 집중호우, 코로나19 7차 대유행 등 재난 상황에 안정적이고 신속한 특보체제 운영으로 재난방송 주관방송사의 역할을 충실히 수행했습니다.



청주방송총국

청주방송총국은 시사 프로그램을 통해 친일파 후손의 부동산 추적, 지역 민주화 유공자 발굴 등 특종 아이템 발굴과 쓰레기 매립 문제 등 지역 밀착형 취재로 지역 언론의 존재 이유를 공고히 했습니다. 지역 대표 문화 자산인 직지에 대해 새로운 가치를 발견한 〈직지, 시절인연〉은 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상을 수상했고, 지방선거를 청주 삼겹살과 접목한 참신한 시도로 지방자치 의미를 잘 살린 〈불의 맛 삼겹〉과 70년대 국내 경제성장을 견인했던 여공의 삶은 다룬 〈양백의 소녀들〉은 한국PD연합회 이달의 PD상을 수상하는 등 지역민의 문화적 자긍심 제고에 기여했습니다. 코로나19와 집중호우, 태풍 등 각종 재난 상황에 대비해 재난방송시스템을 정착시키고, 〈뉴스9 충북〉과 〈뉴스7 충북〉을 통해 지역의 주요 이슈를 심도 있게 취재·보도했습니다.



춘천방송총국

춘천방송총국은 지역방송의 존재 이유와 가치를 증명하는 프로그램들로 주목받았습니다. 강원도 사투리와 탄광 문화 등 사라져가는 것들에 주목한 〈아마도 마지막 존재〉는 2022 방송문화진흥회 지역프로그램대상 동상, 2022 방송통신심의위원회 하반기 바른언어특별상을 수상했습니다. 한국과 아세안 10개국의 아티스트들이 참여한 〈한·아세안 라운드 뮤직 페스티벌〉은 로컬 콘텐츠를 글로벌 무대에 접목함으로써 한국방송대상 지역오락 TV 부문을 수상, 글로컬리제이션(세계화와 현지화를 동시에 추구하는 경영전략)이라는 새로운 영역을 구축했습니다. 특집 다큐멘터리 〈해무 海霧〉 2부작은 납북귀환 어부 인권침해 사건을 다루며 간첩이라는 그늘 속에 평생 숨어지내던 피해자들이 용기를 내어 세상 밖으로 나올 수 있는 통로를 마련했습니다.



제주방송총국

제주 4·3 74주기를 맞아 UHD 특집 다큐 〈다랑쉬 비망록〉과 휴먼 다큐 〈숙자〉, 〈제주 4·3 영어 스피치 대회〉, 〈제주 4·3 미국에 가다〉 등을 방송해 제주민의 아픈 상처를 위로하고 남겨진 과제를 조명했습니다. 제주 신화를 다룬 제주어 드라마 〈차사 강림〉 2부작으로 제주어 보존을 위해 노력했습니다. 2019년 처음 방송해 제주 중·고교 음악 수업 시청각 자료로 활용되는 〈오페라 갈라랜드〉는 2022년 오페라 음악쇼 '웰컴 투 오페라 크루즈'를 선보였고, 〈오페라 순이 삼촌〉 프로그램과 함께 제주의 고유 공연 브랜드로 성장하고 있습니다. 〈7시 뉴스 제주〉는 '풀뿌리K' 코너를 신설해 제주지역 6개 읍·면·동 통신원들이 지역 소식을 직접 전했으며, '주목K'코너를 통해 택배비 문제 등 민생 아이템 6가지를 심층 보도했습니다. 재난 CCTV를 100여 개로 늘리는 한편, 태풍 '힌남노' 북상 당시 지역 거점 특보로는 최초로 50분간 생방송을 진행하는 등 재난방송에 기여했습니다.



방송기술

2022년 KBS는 지상파 UHD 방송의 접근성 개선을 위해 기술개발과 대외협력을 추진하고, 본사 및 지역국 시설 투자를 지속했습니다. 또한 대통령 선거방송 등 국내외 대형 이벤트 중계를 성공적으로 수행했으며, 재난 재해 방송 강화 등을 통해 대한민국 대표 공영방송사로서 공적 책무를 성실히 이행했습니다.

UHD 시설 투자 및 서비스 활성화

시청자들에게 양질의 UHD 프로그램을 제공하기 위해 시설 투자를 지속했습니다. UHD 스튜디오 2개소를 신규 구축했으며, UHD 종합편집실 구축 및 시설보강을 추진했습니다. 2022년 1월 제주총국 UHD 개국을 시작으로 전주총국과 청주총국에 UHD 송출 시설을 구축해 UHD 방송권역을 확대했습니다. 지상파 UHD 스마트폰 직접 수신 시연 및 세미나를 개최했으며, 주행 중인 차량에서의 UHD 모바일 채널 이동수신 및 위치기반 서비스 검증을 수행했습니다. 또한 수신 환경 개선을 위해 방송망(ATSC3.0)과 통신망(5G)의 융합 전송기술을 개발했습니다.

국내외 대형 이벤트 방송 성공적 제작

〈제20대 대통령선거〉, 〈제8회 전국동시지방선거〉, 〈2022 베이징 동계올림픽〉, 〈2022 카타르월드컵〉, 〈누리호 2차 발사〉 등 대형 행사 현장을 생생하게 중계했습니다. 〈제20대 대통령선거〉 및 〈제8회 전국동시지방선거〉의 개표방송 제작을 위해 AR 기술 및 파사드 쇼와 같은 타사와 차별화된 다양한 영상을 시청자들에게 제공해 개표방송 1위 달성에 기여했습니다. 국제스포츠 경기 중계 시 OFF-TUBE(해설 부스) 및 AMR(Audio Mixing Room)를 본사에 구축·운영했으며, UHD 부가서비스 IBB(TIVIVA mini)를 통해 정규방송 외 미편성 경기 및 선수 단독영상을 제공하는 등 다양한 시도를 했습니다. 또한 특수 카메라를 활용해 성공적인 누리호 발사 모습을 시청자들에게 생생하게 전달했습니다.



방송망 안정성 강화 및 시설 운용 효율성 개선

본사 및 지역의 노후 DTV(14개소 26식 : 창원, 광주, 전주 등), FM(10개소 11식 : 대전, 부산, 청주 등), DMB(1개소 1식 : 춘천) 송·중계기를 교체했고, 지역 3개 권역(강릉, 제주, 대구)의 1R AM 주요 중파 송신시설 유지보수를 통해 TV 및 라디오, DMB의 지상파 직접 수신 환경을 개선·보완했습니다. 또한 정부 6GHz 주파수 대역의 재배치 계획에 따라 고정 M/W(20개소 124장치)를 교체했고, 울릉공항 건설에 따른 송신시설 폐소 및 통합구축(가두봉 TVR 폐소, 울릉-가두봉 TVR 통합)을 진행해 국가 정책에 발맞춰 안정적 송신 시설 전환 및 방송망 효율화에 힘썼습니다.



미래 방송 서비스를 위한 기술 R&D

인공지능(AI) 기반 멀티뷰 제작 솔루션 '버티고(VERTIGO)'를 개발해 〈뮤직뱅크〉, 〈편스토랑〉 등 다양한 프로그램 제작에 활용하고 있으며, AI 기반 컬러 복원 기술을 개발해 광복절 특집 〈컬러로 보는 우리의 얼굴〉에 적용해 업무 편의성 및 제작 효율성을 높였습니다. 방송·통신 융합 광대역 전송기술을 개발하고 수도권 및 제주 지역에서의 기술 시연을 실시해 난시청 해소 기반을 마련했으며, 시청자 참여 서비스 '티벗(TVUT)'을 〈아침마당〉, 〈무엇이든 물어보세요〉에 적용해 시청자의 방송 참여 확대에 기여하고 있습니다. 또한 혼합현실(eXtended Reality), 클라우드 및 IP 기반 제작기술, 미디어 데이터 분석 시스템 연구개발도 지속하고 있습니다.

프로그램 제작 경쟁력 강화

다수의 카메라를 사용하는 프로그램의 제작 시간 단축 및 파일 관리 효율화를 위해 최대 16채널의 카메라 출력을 일괄 녹화/전송 가능한 시스템을 구성하고 제작 워크플로우를 개선했습니다. 또한 AI 기술을 적용한 사물 인식 자동추적 카메라 시스템을 자체 개발해 누리호 발사에 활용했을 뿐만 아니라 클라우드를 활용한 프로그램 전송 등 새롭고 다양한 기술을 프로그램에 적용해 방송 제작 효율을 높였습니다.
UHD 콘텐츠 편성 비율 준수를 위해 UHD 제작시설을 구축하고 운용했습니다. 기존 HD 스튜디오 2개소와 종합편집실 1개소를 UHD로 전환 구축했으며, 편집시스템을 보강해 UHD 제작 워크플로우를 개선하고 안정적인 방송 제작 기반을 마련했습니다.

지역방송국 경쟁력 강화

지역방송 제작 경쟁력과 활성화를 위해 시설 투자를 지속했습니다. 지난해에 이어서 부산방송총국, 창원방송총국, 광주방송총국, 청주방송총국의 뉴스 스튜디오 비디오월 교체사업을 추진했으며 대전총국의 경우 뉴스홀 및 다목적홀 조명시스템을 LED로 전환했습니다. 뉴스 세트 개선을 통해 〈뉴스7〉 품질향상 및 포맷 다양화로 로컬 뉴스 경쟁력 향상에 기여했습니다. 또한, 전주총국과 청주총국의 UHD 송출 인프라 및 송신시설을 구축해 UHD 방송권역을 확대했으며, 제작 인프라를 파일 기반 시스템으로 전환해 워크플로우를 개선하고 고품질 콘텐츠 제작 기반을 마련했습니다.

재난방송 주관방송사 역할 수행

재난방송 모의훈련 정례화를 통해 구성원의 재난방송 대응 역량을 강화하고 재난방송 주관방송사로서의 역할을 성실히 수행하기 위해 노력했습니다. 충북 괴산 지진 발생 시 7분 내 재난방송을 개시해 재난방송 주관방송사로서의 역할을 충실히 수행했으며, 태풍 '힌남노' 관련 33시간 연속 생방송, '경남 울진·밀양 산불' 등 국가 중대 재난 관련 특보를 신속·정확하게 제작해 시청자에게 전달했습니다. 또한 신규 M/W 도입으로 수도권에 한정되었던 헬기 생방송 권역을 충청권으로 확대했으며 헬기의 노후 방송시스템 교체를 성공적으로 마무리했습니다. 이를 통해 UHD 항공 영상과 지도데이터를 합성한 AR 영상을 제작해 재난 지역의 상세한 위치 정보가 시청자들에게 제공될 수 있도록 했습니다.



디지털 서비스

KBS는 2022년에도 디지털 서비스 각 분야에서 많은 성과를 이루어냈습니다. 유튜브는 채널 고도화뿐만 아니라 지상파 프로그램과 연계한 다양한 서비스로 사용자를 확대했고, 자체 디지털 플랫폼은 선거와 올림픽, 월드컵 등 국민적 이벤트에서 독보적인 서비스로 대표 공영미디어임을 입증했습니다. 또한, 개방형 아카이브 서비스 〈바다〉를 통해 KBS가 보유한 아카이브를 무료 공개했으며, 클라우드와 AI 기술을 제작 및 유통에 적용하여 미래 준비도 착실히 수행하고 있습니다.

유튜브 채널 운영 고도화와 매체 연계 다각화

멀티플랫폼편성국(이하 멀플편성국)의 유튜브 채널 〈깔깔티비〉와 〈크큭티비〉는 연간 10억 원 이상의 매출을 내는 수익형 채널로 2021년에는 엔데믹으로 전년 대비 약간의 수익 감소를 보였으나, 2022년에는 라이브 스트리밍, 쇼츠 제작 등, 채널 운영 고도화로 재도약에 성공해 전년 대비 각각 5%, 17%의 수입증가를 기록했습니다. 멀플편성국 최다 구독자를 보유한 유튜브 채널 〈뭉클티비〉는 2022년에 160만 구독자를 돌파했고, 지상파에서 방송된 〈영앤 리치〉 프로그램 등에 디지털 플랫폼 역할을 제공해 원소스 멀티유즈의 시너지 효과를 거두었습니다.

〈걸어서 세계 속으로〉, 〈생로병사의 비밀〉 두 채널은 지상파 프로그램 연계형 버티컬 채널의 특징을 살려 지상파 방송과 연계한 라이브 방송, 이벤트 진행, 디지털 확장형 콘텐츠 제작 등 지상파와 디지털 플랫폼의 멀티플랫폼 전략을 구사했습니다. 이를 통해 채널의 경쟁력 강화를 이루었고 나아가 KBS의 여행, 건강 주제 디지털 플랫폼으로서도 자리매김했습니다.

2021년에 론칭한 유튜브 채널 〈한국 맛집 K〉는 2022년 연초에 디지털 오리지널 콘텐츠 〈한국인의 오래된 밥집〉 15편을 제작, 업로드 했고 그중 3편을 설 연휴 기간 1TV로 방송, 최고 시청률 7.9%를 기록했으며 채널에 소개된 맛집 위치를 KBS 자체 개발한 맵(K Map)과 연동하는 특화된 디지털 서비스 모델을 실험적으로 적용해 이용자 편의성을 증대했습니다. 그 결과 2022년 채널 수입도 전년 대비 9배 이상 성장했습니다. 〈옛날 라디오〉 유튜브 채널 또한 콘텐츠를 라디오 '콩' 앱의 명품관 AOD 서비스와 연계하는 등 유튜브 채널과 KBS 자체 플랫폼 연계를 다각화하기 위한 시도를 계속하고 있습니다.



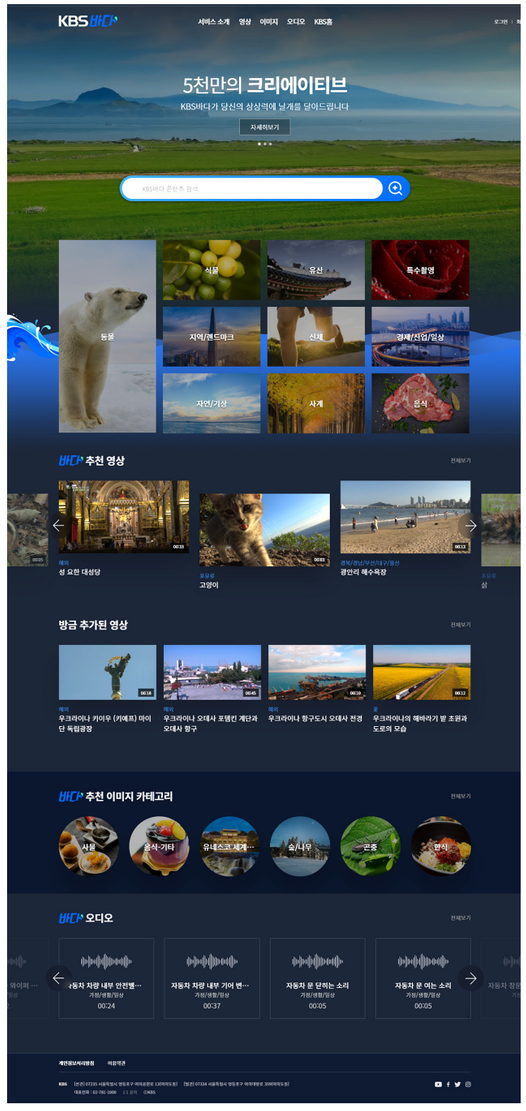
공익채널 〈디아스포라〉는 이산가족콘텐츠 전문 채널에서 탈북민, 남북관계 등으로 외연을 확대하며 구독자 수 11만을 돌파해 유튜브로부터 실버버튼을 받았고, 〈허스토리〉는 채널의 기존 포지셔닝을 유지하면서 '2030 여성의 롤모델' 등으로 큐레이션을 확대해 남성 구독자가 대거 유입되는 등 긍정적 성과를 거두며 구독자 10만 달성을 눈앞에 두고 있습니다.(9.8만 구독자 / 2022.12월 말 현재)

디지털 멀티플랫폼과 결합된 방송 프로그램 제작 모델 확립

지상파와 디지털 플랫폼을 연계한 멀티플랫폼 콘텐츠를 통해 시너지를 창출해 양쪽 플랫폼 모두에서 주목할 만한 성과를 올렸습니다. 유튜브 채널 〈동물티비 애니멀포유〉의 이용 패턴 데이터를 참고해 만든 프로그램 〈동물극장 단짝〉은 성공적인 파일럿 제작 이후 토요일 저녁 정규방송으로 편성되어 최고 시청률 8.8%라는 우수한 성적을 거두었습니다. 이와 같은 모델로 초등학생 대상 생태교육 프로그램인 〈어린이 동물티비〉도 어린이 시청자들에게 자연과 환경에 대한 교육 정보를 제공했습니다. 연계된 동물 유튜브 채널 〈동물티비 애니멀포유〉는 구독자 100만 명을 돌파했고 전년 대비 수익이 10% 상승하는 등 두드러진 성과를 거두었습니다. KBS 아카이브에서 발굴한 영상만으로 꾸려진 유튜브 채널 〈옛날티비〉는 구독자 수 40만 명(2022.8.23.)을 돌파했으며, 이 유튜브 채널의 재생목록에서 출발해 지상파의 명절 특집 프로그램으로 자리매김한 〈옛날티비 그땐 그랬지〉는 설과 추석에 방송되어 각각 7.5%, 5.3%라는 시청률을 기록했습니다.

KBS 디지털 플랫폼 이용 편의성 및 공영미디어 역할 강화

2022년은 대통령선거와 베이징 올림픽, 카타르 월드컵 등 국민적 관심도가 높은 이벤트가 많은 한 해였습니다. 이에 KBS는 시청자의 알 권리와 무료 보편적 시청권을 보장하기 위해 다양한 디지털 서비스를 선보였습니다. 우선 개표방송 등 선거 관련 정보를 지상파와 함께 디지털로 공정하고 투명하게 동시 전달했습니다. 그리고 올림픽과 월드컵의 다양한 경기를 빠짐없이 중계하고자 온라인 전용 채널 5개를 별도로 운영해 비인기 종목, 장애인 경기, 경기장 멀티캠 영상, 경기장 ASMR 영상 등을 무료로 중계했습니다. 그뿐만 아니라 월드컵 경기에 다양한 볼거리를 제공하고자 지상파 최초로 '경기력 분석 AI 서비스'를 도입해 승부 예측을 해보는 재미도 더 했습니다. 또한 인터넷 라디오의 원조 'KBS 라디오 콩 애플리케이션'을 새롭게 개편했고 KBS가 보유한 다양한 VOD를 빠르게 찾고 편하게 볼 수 있도록 'VOD 서비스'도 대대적으로 개편했습니다. 그리고 장애인 등 시청 약자를 위해 지속적으로 VOD 자막을 제작해 오고 있으며 명품 라디오 콘텐츠를 발굴해 무료로 공개하는 '옛날 라디오 서비스'와 우리말을 바로 알고 쓰자는 취지의 온라인 퀴즈 형식 이벤트도 지속적으로 실시해 공영미디어로서의 역할을 다하고자 최선을 다했습니다.



공익 콘텐츠 개방형 아카이브 서비스 개시

KBS는 2022년 3월 3일 공사창립 49주년을 맞아 국내 지상파 최초로 KBS 콘텐츠를 모든 국민이 자유롭게 활용할 수 있도록 〈KBS바다〉(bada.kbs.co.kr)에 무료로 공개했습니다. 영상, 오디오, 이미지 등 11,875건의 콘텐츠가 공개된 '공익 콘텐츠 개방형 아카이브' 〈KBS바다〉를 통해 수신료의 가치가 담긴 기록 자산을 국민과 공유함으로써 사회적 공공재로서 공적 책무를 적극적으로 수행하고자 합니다. 〈KBS바다〉 서비스로 KBS 콘텐츠 저작권을 공익적 목적으로 환원해 시청자의 요구와 시대적 흐름에 부응할 계획입니다. 공개한 모든 콘텐츠가 교육·연구·창작 분야에 활용되어 보다 자유로운 창작환경 활성화에도 도움이 되기를 기대하고 있습니다.

클라우드/AI를 활용한 멀티플랫폼 제작·유통 인프라의 지속적 혁신

KBS는 콘텐츠 유통 서비스 경쟁력 제고를 위해 디지털 콘텐츠 관리 시스템인 〈미디어팩토리〉 고도화 작업을 추진해 wavve, 네이버, 카카오 등 외부 플랫폼으로 유통하는 VOD 콘텐츠의 화질과 음질을 대폭 개선했습니다. 더불어 기존에 외부 위탁으로 운영 중이던 라디오 팟캐스트 서비스를 내재화해 자체 서비스로 개편 완료했습니다. 또한 AI를 활용한 제작 워크플로우 개선의 일환으로 사내 제작 시스템(NPS)에 AI 음성인식 기술을 이용한 'AI 프리뷰' 서비스를 시스템 연계 방식으로 오픈해 제작진이 촬영 영상의 프리뷰 노트를 자동 생성하고 손쉽게 방송 제작에 활용할 수 있도록 적용했습니다. 또 1라디오에서 재난방송 용도로 운영 중이던 AI 보이스 또한 기술 개선을 통해 기존보다 자연스럽고 구어체에 가까운 형태로 고도화해 지난 2022년 11월에 방송에 적용 완료했습니다. 위와 같이 꾸준한 인프라 투자와 개선을 근간으로 제20대 대선, 제8회 지방선거, 베이징 동계올림픽, 카타르 월드컵 등 대형 이벤트가 집중되었던 2022년에 공영방송으로서 시청자들에게 고품질 미디어 서비스를 안정적으로 제공할 수 있었습니다. KBS는 방송 제작환경을 빠르게 변화시키고 있는 클라우드와 AI 기술이 지상파와 디지털 영역에서 적재적소에 잘 활용될 수 있도록 최선의 준비와 노력을 다하고 있습니다.



KBS WORLD TV & Radio

2022년 KBS WORLD TV는 오리지널 콘텐츠 제작을 확대하고, 다양한 포맷을 개발하는 등 채널 경쟁력을 강화해 한류 확산에 기여했습니다.
KBS WORLD Radio는 대한민국을 대표하는 공공외교 채널로서 11개 방송언어로 시사 보도, 사회 문화, 한류를 망라한 다양한 주제와 포맷의 프로그램을 제작하고, 디지털 플랫폼 서비스 확대 등 송출 플랫폼 다변화를 통해 국제 주요 현안에 대한 한국적 시각 전파, 한국 문화 가치 확산과 한국어 세계화 등의 공적 책무를 충실히 수행했습니다.

한류 확산을 위한 KBS WORLD 콘텐츠 다각화와 수익 증대

2022년 KBS WORLD TV는 다양한 오리지널 콘텐츠 제작과 포맷 개발을 통해 채널 경쟁력을 강화하고 글로벌 한류 확산에 기여했습니다. 나훈아, 브레이브걸스 등 호화 출연진으로 기획된 K-POP 오리지널 〈버추얼 가요톱텐〉은 시청자들로부터 큰 호응을 얻어 정규 프로그램 편성을 위한 발판을 마련했습니다. K-Tour 프로그램 〈촌스럽게〉와 K-Culture 프로그램 〈K-Road〉를 제작해 신한류 오리지널 콘텐츠 개발을 위해 노력한 결과 〈촌스럽게〉는 2TV 지상파에도 편성되어 국내외 시청자 모두에게 경쟁력을 인정받았습니다. K-POP 콘텐츠 부문에서는 올해 11회를 맞이한 KBS WORLD TV의 대표 콘텐츠 〈창원 K-POP 월드 페스티벌〉에 이어 〈스테이지 W in 목포〉를 새롭게 선보이며 로컬 특화 공연의 스펙트럼을 넓혔습니다. 2012년부터 한국 문화 확산에 이바지해온 글로벌 한류 퀴즈쇼 〈퀴즈 온 코리아〉는 코로나 상황을 극복하고 전 세계 23개국에서 한류 팬들이 참가해 한국 문화를 중심으로 화합하고 소통하는 장을 제공했습니다. 또한 동물 관찰 예능 〈우리집 상전〉, 푸드트럭 컨셉의 버라이어티 〈달리는 풀코스〉, 해외 스타들과 K-POP 스타들의 국내 명소 동반 여행기 〈트립 메이트〉 등 신규 예능 프로그램을 제작해 해외 시청자들의 호응을 얻고, KBS WORLD 콘텐츠의 다각화를 모색했습니다. 그 결과 어려운 시장 상황에도 불구하고 콘텐츠 관련 협찬 수입이 총 15.2억 원으로 확대되어 전년 대비 65% 수준까지 폭발적으로 성장, 공사 수익 증대에 기여했습니다.





KBS WORLD TV 글로벌 영향력 확대

KBS WORLD TV는 심화되는 플랫폼 경쟁 속에서도 전략적인 협상과 마케팅을 통해 신규 국가 및 플랫폼 진출에 성공해 기존 115개국에서 142개국으로 진출국을 확대했습니다. 나이지리아 Moreplex TV와 아프리카 지역 최초 유료 신규계약을 체결, 사하라 이남 아프리카 48개국에 서비스를 제공함으로써 한류의 저변을 넓혔으며, 스리랑카 Freesat과의 신규계약을 통해 남아시아 지역 한류 확산을 위한 기반을 강화하는 등 글로벌 영향력 확대에 힘썼습니다. 명실공히 한류의 성지 역할을 담당하는 KBS WORLD TV 유튜브 채널은 다양한 하이라이트와 쇼츠 영상 등을 통해 전 세계 한류 팬들과 활발히 소통한 결과 구독자 수가 전년 대비 100만 명 이상 늘어나 1,860만 명에 달하며 지속적인 성장을 이어나갔습니다.







KBS KOREA 신규 진출을 통한 공적 책무 강화

전 세계 한국인의 중심 채널 KBS KOREA는 2022년 사하라 이남 아프리카 48개국을 비롯해 라오스, 필리핀, 스리랑카 등 51개국에 신규 진출해 서비스 국가를 총 64개국으로 대폭 늘렸습니다. 재외동포 집중 거주 지역인 미국, 일본 등뿐만 아니라 아프리카와 남아시아까지 서비스를 확대하고 KBS 1TV의 뉴스, 시사 정보 등을 실시간으로 제공해 우리 동포의 알 권리 충족과 공적 책무 강화에 기여했습니다.

한류 확산과 한국어 세계화 전초기지, KBS WORLD Radio

KBS WORLD Radio는 우리말과 10개 외국어로 사회, 문화, 경제, 외교 등 다양한 주제와 보도, 교양, 오락 등 다양한 포맷의 정규·특집 프로그램을 제작해 전 세계에 한국, 한국인에 대한 포괄적 정보를 제공하고, 한국 문화의 가치를 알리며, 한류 확산 및 한국어 전파를 통해 국제 친선 및 문화 교류에 기여했습니다.
〈라디오 책방〉, 〈한반도 리포트〉, 〈오늘, 서울〉 등의 정규 프로그램을 신규 편성해 한국 사회의 주요 이슈에 대한 세계인의 이해를 높이고 한국 문화의 매력을 널리 알렸습니다. 또한, 지역·언어 특화 특별 기획물 편성을 확대해 한·아랍 소사이어티가 협찬한 국내 최초 아랍인 대상 K-POP 콘테스트 〈YALLA K-POP!〉, 스페인어방송 60주년 특집 〈K-POP 뮤직쇼〉, 제34회 인도네시아어방송 〈K-POP Cover Festival〉, 일본어 방송개시 67주년 〈제42회 가요경연대회〉 등을 제작해 해당 언어 문화권 청취자들의 큰 호응을 받았습니다. 한편 해외



MZ세대 수용자 소구를 위해 온라인·소셜 플랫폼을 프로그램 제작에 적극 연계, 콘텐츠를 통한 소통을 크게 강화했습니다. 전 세계 K-POP 팬 대상 온라인 설문 결과를 바탕으로 제작한 특집 〈2022 세계인이 사랑한 K-POP〉은 193개국 276,362명의 참여를 이끌어냈고, 〈제7회 한국어 말하기 대회 : 한국어로 사랑과 평화를 말해요(feat. 월인천강지곡)〉는 메타버스 퀴즈쇼로 구성, 51개국 457명의 대회 참가자 외에도 전 세계 수많은 소셜 유저들의 큰 호응을 받는 등 디지털 한류 세대를 적극적으로 소구하는 프로그램 제작을 통한 전방위적 한류 확산과 한글 세계화에 앞장섰습니다.

디지털 플랫폼 서비스 강화를 통한 채널 영향력 확대

KBS WORLD Radio는 송출 플랫폼의 디지털 전환을 가속화해 콘텐츠 접근성과 도달률을 획기적으로 제고했습니다. 10개 외국어 디지털 뉴스 서비스를 내실화하고 대선, 코로나-19, 베이징 동계올림픽, 이태원 참사 등 국내외적 주요 이슈 관련 특보 페이지를 운영하는 등 다국어 홈페이지(world.kbs.co.kr)의 서비스를 강화했습니다. 또한 11개 언어 혼합 24시간 편성 스트리밍 채널 KBS WORLD Multilingual을 my K 및 KONG에 런칭하고, 네이버 오디오 클립 서비스 콘텐츠를 확대하는 등 디지털 스트리밍 서비스를 대폭 확충했습니다. 더불어 유튜브 오리지널 콘텐츠 제작을 확대, 〈월드 클래스 케이돌〉, 〈스타 인터뷰〉, 〈K-KINO〉, 〈EZ 한국어〉, 〈K-Lesson〉 등의 언어·지역에 특화된 영상 콘텐츠를 다양한 언어로 연중 제작했습니다. 이러한 노력에 힘입어 12월 말 현재 〈KBS WORLD Indonesian〉, 〈KBS WORLD Arabic〉 유튜브 채널 구독자 수는 전년 동기 대비 각각 6.50%, 12.95% 증가했고, 2021년 9월과 12월 각각 서비스 개시한 〈KBS WORLD Spanish〉 채널과 〈KBS WORLD Vietnamese〉 채널은 각각 296%와 161.20%의 주목할 만한 성장률을 기록하며 KBS WORLD Radio의 디지털 파워를 선도하고 대한민국 국제방송의 영향력 강화에 기여했습니다.

국제협력

김의철 KBS 사장은 코로나19로 인해 2년 만에 처음으로 대면 행사로 열린 PBI(세계공영방송총회) 도쿄 총회에 참석해 세계 공영방송사 사장들과 공영방송의 미래 발전 방향에 대해 논의했습니다. 세계 최대방송기구인 ABU(아시아태평양방송연맹)의 총회에서 만장일치로 부회장에 당선되어, 앞으로 국제기구 내에서 회원사들의 화합과 발전을 도모하고 세계방송 미디어를 대표하는 KBS의 리더 역할을 충실히 수행해나갈 예정입니다.



▲ PBI 도쿄 총회



▲ 세계 8대 공영방송사 대표들의 모임 GTF (Global Task Force for public media) 회원사

ABU·PBI 등 국제기구 통한 KBS의 글로벌 위상 강화

김의철 사장은 코로나 팬데믹 이후 2년 만에 인도 뉴델리에서 11월 개최된 제59차 ABU 총회에서 회원사들의 만장일치로 부회장에 당선되면서 65개국 250여 회원사들로부터 리더십을 인정받았습니다. 김의철 사장은 앞으로 회원사들과 함께 코로나 사태로 인해 변화된 방송 환경에 적응하고 공동으로 대응해 나가기 위해 주도적인 역할을 해나갈 예정입니다.

역시 2년 만에 대면으로 개최된 11월 PBI 도쿄 총회에서도 김의철 사장은 '한국의 OTT 시장 현황'에 대해 발표하고, 참석한 대표 세계 공영방송사 수장들과 개별 미팅을 통해 공영방송의 미래 발전 방향에 대해 논의했습니다. PBI 도쿄 총회를 계기로 개최된 BBC 등 세계 8대 공영방송사 대표들의 모임인 GTF(Global Task Force for public media)를 통해서는 공영방송 및 미디어 전문가에 대한 위협에 대해 공동 입장을 발표하고, 공영방송 100주년이 되는 2022년을 맞이해 GTF를 통해 이런 위협에 공동 대응하기로 했습니다.

에미상 등 국제상 대거 수상 독보적인 성과

KBS의 인기 드라마 〈연모〉가 대한민국 드라마 최초로 국제 에미상에서 대상을 수상하는 등 올해 13개 행사에서 29건이 수상하는 성과를 거두었습니다. 특히 드라마 스페셜 〈사이렌〉이 스톡홀름 필름&TV 페스티벌에서 대상을, 텔리상 TV호러물에서 금상을 차지하는 등 KBS 드라마의 저력을 널리 알리는 계기가 되었습니다. 더불어 라디오 프로그램 〈세월호 아카이브로 다시 듣는 '그 날'〉이 ABU상과 국제다큐멘터리협회(IDA)에서 수상하는 등 라디오 부분에서도 좋은 성과가 있었습니다. 그밖에 KBS의 다양한 프로그램이 20여 개 세계 유수 국제상에 본선 진출하거나 공식 초청되는 등 주목할 만한 성과를 이루었습니다.



한·일 양국 간 방송 분야 협력 지속

1968년 한·일 방송 전문위원회를 시작으로 지난 50여 년간 이어지면서 양국 간 방송 미디어 분야의 역사를 이어온 'KBS-NHK 미디어협력회의'가 온라인으로 개최되어 보도, 방송 제작, 국제방송, 시청자 서비스, 방송기술 등 여러 분야에 걸쳐 양사 담당자 간 현안을 공유하고 협의를 진행했습니다.

또한 한·일 민간교류의 최대 연례행사인 '2022 서울 한·일 축제 한마당' 행사를 지원하는 등 민간교류 증진에도 깊은 관심을 가지고 협력했습니다.

코로나 이전까지 활발한 교류를 이어온 중국 광전총국 및 CMG와의 방송 협력 활동은 계속되는 코로나와 양국 간의 경직된 분위기로 인해 잠시 중단되었으나 향후 국제정세의 변화에 따라 방송 분야 협력이 재개될 예정입니다.



수신료

KBS는 국민과 함께 사회적 위기를 극복하며 더 신뢰받는 공영미디어로서 수신료의 가치를 실현하고자 노력하고 있습니다. 재원을 효율적으로 활용해 공적 책무를 충실히 수행하고, 상업미디어와 차별화된 역할을 구현함으로써 대한민국 미디어의 중심을 지켜갈 것입니다.

KBS는 국가기간방송이자 국민의 수신료로 운영되는 공영방송입니다.

방송법은 KBS를 국가기간방송으로 규정하고 있습니다. 공정하고 건전한 방송문화를 정착시키고 국내외 방송을 보다 효율적으로 운용하기 위해서입니다. 또한 방송법은 KBS에 공정성, 공익성 실현 등의 사회적 책임을 부여하면서, 그에 필요한 재원을 수신료로 마련하도록 규정했습니다. 여기에는 KBS가 자본과 권력으로부터 영향을 받지 않고, 수신료라는 공적 재원으로 국민을 위해 봉사하라는 의미가 담겨 있습니다. 아울러 이러한 공익적 책무와 서비스를 제공하는 과정에서 국민의 수신료를 효율적으로 사용해야 한다는 전제가 포함되어 있습니다.

국민 모두가 공평하게 납부하는 매월 2,500원의 수신료는 공영방송 KBS의 다양한 역할과 기능을 뒷받침합니다. 국가기간방송이자 재난방송 주관방송사인 KBS는 본사를 비롯한 각 지역 19개의 방송국을 거점으로 전국 단위 국가기간 방송시설을 운영하는 동시에, 5개 해외지국(11개 지역)과 국제 위성으로 우리나라와 세계를 연결하고 있습니다. 또한 TV와 라디오 등을 통한 방송 프로그램 제공뿐만 아니라, 새로운 미디어 기술개발, 한국어 연구진흥, 교향악단·국악관현악단 운영, 교육방송(EBS) 지원 등 대한민국 미디어 생태계와 문화 다양성을 보전하기 위한 역할도 수행하고 있습니다.



▲ 시청자감사음악회



▲ 지상파 UHD 직접 수신 시연

세계적 재난 상황과 미디어 환경변화 속에서 수신료의 가치는 더욱 소중합니다.

2022년은 코로나19 팬데믹으로 인한 국가적 재난 위기에 더해 러시아-우크라이나 전쟁 등으로 경제적·사회적으로 더욱 큰 어려움을 겪었습니다. 세계적 감염병의 유행과 전쟁의 지속은 경제성장을 둔화시키고, 급격한 인플레이션과 금리 인상을 초래했습니다. 이로 인한 경제적 어려움은 국민의 삶을 더욱 힘들게 하고 있습니다.

한편 미디어의 지형도 급속히 변화하고 있습니다. 지상파 중심의 미디어 환경이 유튜브와 넷플릭스로 대표되는 VOD나 OTT 등의 상업 미디어 중심으로 재편되고, 광고 등의 미디어 시장 또한 상업적 지배력이 절대 우위를 점하고 있습니다. 이처럼 상업화, 파편화되는 미디어 환경의 변화가 사회 공동체의 통합이나 문화의 유지·발전에 심각한 문제를 낳을 수 있다는 우려가 제기되는 상황입니다.

KBS는 각종 재난의 위협과 무분별한 정보의 범람 속에서 신뢰할 수 있는 뉴스와 정보를 제공하기 위해 노력하였으며, 국민의 마음을 하나로 묶을 수 있는 공익 콘텐츠 제작에 최선을 다했습니다. 신속하고 다각적인 정보를 담은 뉴스와 시사 보도, 웃음과 위안을 제공하는 드라마와 예능, 사회통합의 방향을 모색하는 교양·다큐 프로그램 등을 통해 정보와 콘텐츠의 제공을 넘어 공동체의 발전과 화합에 기여하고자 노력했습니다. 국가적 위기가 심화될 수록 상업미디어와 차별화된 공영방송 KBS의 역할과 수신료의 가치가 보다 분명해짐을 확인하는 한 해였습니다.

수신료는 대한민국 미디어 생태계와 공영미디어의 미래를 지키는 재원입니다.

KBS는 지속 가능한 공영미디어로의 발전을 모색하기 위한 사회적 논의의 결과물로 수신료조정안(월 2,500원 → 3,800원)을 국회에 제출(2022.1.6.)했습니다.

수신료조정안에는 재난 위기 시대에 국민의 생명과 안전을 지키는 역할, 무분별한 정보의 범람 속에서 사실과 진실에 근거한 저널리즘의 확립, 세대와 계층을 아우르는 감동의 콘텐츠 제공, 지방분권 시대 지역방송 서비스 강화, 사회통합과 소수자·약자 보호, 시청자의 주권과 관여 확대 등 공영방송의 책무와 역할을 정립하기 위한 방안들을 담았습니다.

수신료는 대한민국 미디어 생태계와 공영미디어의 미래를 지키는 재원입니다. KBS는 국민의 지원과 기대에 부응하기 위해 보다 개방적이고 창의적이며, 효율적인 조직으로 거듭나는 데 최선을 다하겠습니다.

〈수신료 관련 통계 자료 (2022년 말 기준)〉

1. 수신료 수입 현황

1) 수신료 수입액 : 6,934억 원
2) 수신료 순수입 : 6,272억 원,
위탁징수 수수료 468억 원,
EBS 지원금 194억 원

2. TV 수상기 등록 현황

1) 총 등록대수 : 26,444,373대
2) 가정용 : 22,992,773대, 일반용 3,451,600대

3. 수신료 면제 현황

1) 총 면제대수 : 2,966,899대
2) 국민기초생활수급자 871,135대,
시청각장애인 256,203대,
난시청 261,791대,
전기 월 50kWh 미만 세대 1,494,873대,
국가유공자 59,831대,
기타 23,066대



▲ 공동주택 공시청 서비스



▲ 소출력 중계기를 통한 난시청 해소

경영

2022년 KBS는 공영미디어로서 본연의 임무인 공적 책무를 충실히 수행하면서 지속가능한 KBS의 미래를 위해 기존과 다른 새로운 운영의 틀을 만들기 위한 기반작업에 힘썼습니다. 국회에서 시작된 KBS를 둘러싼 법과 제도의 변화 움직임에 능동적으로 대응하면서 선진적 미디어법/제도 도입을 위해 노력했습니다. 또한 비정규직 인력 운영 개선, 특별인센티브 제도 개선, 신입직원 공개채용을 통한 청년고용 창출 등 한층 강화된 공적책무 수행으로 공영미디어로서의 역할을 공고히 했습니다.

공영미디어 정체성 확립과 선진적 미디어법/제도 도입을 위한 노력

10월에는 방송법개정안이 12월에는 한국방송공사법안이 국회에서 발의되었습니다. 국회로부터 시작된 방송법 개정 논의가 KBS의 공영미디어로서의 정체성과 선진 공영미디어 제도를 오롯이 담아낼 수 있도록 적극적으로 대응했습니다. TV와 라디오만이 전부이던 시절에 머물러 있던 법에서 나아가 현재 KBS가 제공하고 있는 다양한 공공서비스를 명확히 체계화·세분화하고 이에 대한 이행 의무, 설명책임 및 재원 조달까지 규정할 수 있도록 노력했습니다. 동시에 해외 방송사례를 연구하고, 학계와 연계해 KBS가 공영방송 50년을 앞두고, 아시아를 넘어 세계 유수 공영미디어로 확고히 할 수 있는 디딤돌을 만들고자 했습니다. 개정되는 방송법이 방송을 넘어 시대의 흐름을 반영하는, 동시대의 시청자와 이용자를 위한 현대적 의미의 공영미디어를 규정하는 출발선이 되기 바랍니다.



▲ 신입사원 입사식

데이터 기반 조직 구축

대내외적으로 크게 늘고 있는 데이터의 활용도를 높이고 KBS에 데이터 기반 의사결정 문화가 정착하도록 하기 위해 '데이터정책부'를 신설했습니다.

데이터 컨트롤 타워 역할을 하는 '데이터정책부'는 1차적으로 공사의 데이터 자산을 종합적으로 관리하고 다양한 업무에서 활용할 수 있도록 가용할 수 있는 데이터들을 표준화하고, 데이터 활용의 기준을 설정했습니다. 관리회계시스템 최적화 컨설팅을 완료했고 2023년 데이터 포털 오픈을 목표로 합니다. 양질의 데이터를 유지 관리하고 이에 대한 구성원의 활용도를 높여 구성원 대다수가 데이터 중심으로 사고하고 결정하고 제작하는 문화가 조직 전반에 자리 잡힐 것으로 기대합니다.



▲ KBS차세대위원회

공적책무 수행과 변함없는 성원

태풍, 집중호우 및 코로나19 등 다양한 재난 상황에서 KBS는 재난방송 주관방송사로서의 본분에 충실했습니다. 태풍 '힌남노'로 인한 재난 상황에서는 국민의 생명과 재산피해 최소화를 위해 33시간 10분 연속재난방송을 진행했습니다. 국민들에게 정확하고 신속한 코로나 대응 정보를 제공한 〈코로나19 통합뉴스룸〉은 KBS 역사상 가장 길었던 2년 7개월간의 비상방송체제를 끝내고 그 역할을 마무리했습니다.

이러한 KBS의 기본에 충실한 공적책무 수행 결과는 KBS가 분기별로 실시하는 〈미디어 신뢰도 조사〉의 '가장 신뢰하는' 언론매체·방송사·방송사 뉴스, '가장 선호하는' 방송사 등 4개 전 부문에서 2020년 4분기부터 2022년 3분기까지 8분기 연속 1위를 차지하는 결과로 나타났습니다. 시사저널 〈2022 누가 한국을 움직이는가〉의 언론매체 분야 설문조사에서도 영향력, 신뢰도 부문 종합 1위와 일반 국민 대상의 열독률 부문 1위를 기록했습니다.

KBS 그룹 가치 증대

KBS 그룹은 KBS미디어, KBSN, 몬스터유니온으로 대표되는 KBS 콘텐츠사업 계열사의 총매출액이 5천억을 돌파함에 따라 본사 매출과 합쳐 연 매출 약 2조 원의 미디어 그룹이 되었습니다. 특히 콘텐츠 자회사인 몬스터유니온에는 400억 규모의 유상증자와 현물출자를 완료했고, 대자본이 주도하는 글로벌 콘텐츠 소비시대에서의 경쟁력을 위해 핵심 기획 및 리소스 확보 계획과 이사회 중심의 책임경영 강화라는 자구책을 마련했습니다. 콘텐츠 생산과 유통에 전문화된 계열사와 함께 명실상부한 국가대표 콘텐츠 사업자로서 그룹 전체의 성장을 도모하겠습니다.

UHD 전국망 지속 구축

KBS는 정부의 지상파 UHD 정책을 기반으로 UHD 전국망 구축을 지속하고 있습니다. 다만 KBS 재정 상황에 맞게 속도를 조절한다는 계획을 세웠고 2027년까지는 전국 시군 권역으로 UHD 방송망을 확대할 계획입니다. 2022년 12월에는 전주와 청주에 UHD 방송국을 개국했습니다. 전주와 청주의 UHD 방송국 개국으로 급변하는 미디어 환경에서 무료 보편적 서비스를 수행함과 동시에 정부의 UHD 방송 활성화 정책이 실현되도록 지속적인 투자를 이어가겠습니다. 한편 UHD 부가서비스는 재난 전문 채널 중심의 다채널 전략이었으나 UHD 서비스의 낮은 도달률과 재난 전문 채널에 대한 국비 지원 전무로 인해 콘텐츠 차별성이 확보되지 않아 한계에 봉착했습니다. 이에 UHD 부가서비스는 9-2채널을 통해 9-1채널을 HD급으로 수중계 가능한 이동형 서비스로 제공하기 위한 최종 준비를 완료했고 2023년 1월부터 채널 신호를 제공하게 됩니다.

사내 소통 강화와 조직문화 개선

공사가 추진하는 사업에 대한 젊은 구성원의 관점을 확인하고 그들의 의견을 수렴하기 위해 〈KBS차세대위원회〉를 운영했습니다. 〈KBS차세대위원회〉는 MZ세대 관점에서 불합리한 관행 및 업무에 대한 개선 아이디어를 조명하고, 젊은 직원의 의견을 적극적으로 수렴하는 창구 역할을 담당했습니다. 또한 젊은 직원들의 입장에서는 네트워크 형성을 통해 타 직종에 대한 이해의 폭을 넓힐 수 있었고, 회사는 차세대 리더 육성의 기회로 활용함과 동시에 직종과 본부 간 사일로 현상을 극복하고 조직문화 개선에 기여할 수 있었습니다. 분기별로 도출된 개선 과제는 면밀한 검토와 실행부서 협의를 통해 현업에 적극적으로 반영하고자 노력하고 있습니다.

신입 및 경력직원 공개채용 실시

공영방송의 경쟁력을 강화하고, 유능한 방송 제작 인력을 확보하기 위해 '2022년 신입직원 및 경력직원 공개채용'을 실시해 115명의 신규 인력을 선발했습니다. 특히 필기평가에 직무적성평가를 도입해 기존의 상식 위주 암기능력 측정방식에서 탈피해 상황 판단, 추론능력, 문제해결 능력 등 종합적인 사고력을 평가하고 실무능력평가 시 사전과제 부여, 인성과 역량면접 분리 등으로 현업 적응력과 잠재력을 종합적으로 측정하는 등 우수 인재를 채용하기 위해 제도를 개선했습니다.

비정규직 인력 운영 개선 추진

비정규직 인력 운영 개선을 위해 비정규직 인력관리시스템 개발을 추진했습니다. 또한 비정규직 사용 가이드라인을 제정하고 주요 부서를 대상으로 교육을 실시했습니다. 아울러 비정규직 직무분석(보도본부, 지역총국 등)을 실시해 비정규직 인력의 효율적 운영을 위한 초석을 마련했습니다.

특별인센티브 제도 개선

성과 중심의 조직문화 확립을 위해 성과 보상체계를 강화했습니다. 기존에는 수시만 운영되었던 특별인센티브 제도를 정기 및 수시로 이원화하고 기준을 단순화하는 등 실질적으로 성과를 낸 직원들에게 보상을 하고 동기부여를 할 수 있도록 제도를 개선했습니다.

시청자 서비스

시청자센터는 "공영방송 50년, 국민의 KBS로 거듭나겠습니다"라는 2022년 KBS 경영목표 달성에 일조할 수 있도록 제31기 시청자위원들을 공정하고 투명하게 위촉했습니다. 또한 KBS 경영과 프로그램에 시청자 대표들의 참여를 보장하기 위해 3월에는 전국시청자위원회 '경영진과의 대화'를 9월에는 '시청자주간' 행사를 개최했습니다.

제31기 시청자위원회 구성 및 미디어 리터러시 교육

2022년 경영목표인 "공영방송 50년, 국민의 KBS로 거듭나겠습니다"에 대한 시청자 관점에서 제31기 시청자위원들을 공정하고 투명하게 위촉했습니다. 공개모집 공고부터, 시청자위원 추천단체별 지원현황, 선정 결과의 공시까지 일련의 위촉 과정을 KBS 홈페이지에 단계별로 공시해 시청자위원회 구성의 절차적 투명성과 공정성을 확보했습니다. 또한 약 90여 명의 사내 미디어 강사 인력은행을 활용해 총 3,300여 명의 초중고교 학생들에게 미디어 리터러시 및 진로 교육을 실시했습니다.

2022년 전국시청자위원회 "경영진과의 대화" 개최

2019년 제1회 전국시청자위원회 개최 이후, 경영진과 전국시청자위원들의 소통 기회를 다시 마련해 KBS 공영성 강화와 수신료 가치 실현, 국민통합을 위한 공영방송의 역할과 프로그램 기획 방향성에 대한 시청자 대표들의 다양한 목소리를 경청하고 시청자주권을 강화하기 위해 2022년 3월 31일 '경영진과의 대화'를 개최했습니다. 지역방송 활성화 및 국민 대통합 관련 공영방송의 역할 등을 주제로 경영진과 시청자 대표들이 자유롭게 의견을 나누었고 공영방송과 수신료 제도에 대한 문제의식을 공



▲ 제31기 시청자위원 위촉식 후 경영진과 기념 촬영



▲ 경영진과의 대화

유할 수 있는 계기가 되었습니다. 특히 공영방송의 설명 책임성을 다하기 위한 측면에서 국민 대통합 관련 공영방송의 역할에 대한 시청자 대표들의 다양한 의견을 참고해 공영방송 의사결정에 숙의민주주의를 적용할 수 있는 기회의 장이 되었습니다.

2022년 시청자주간 행사의 전사적 실시

9월 3일 방송의 날과 연계해 2022년 '시청자주간' 행사를 9개 총국과 함께 전사적 행사로 진행했습니다. 브랜드마케팅부를 통해 '공영미디어 KBS, 시청자와 함께'라는 행사 슬로건을 담은 현수막을 제작해 전 지역총국에 게시함으로써 행사의 가치를 전사적으로 공유할 수 있도록 했습니다. 2022년 9월 1일 KBS 본관 시청자광장에서 시청자주간 개막식을 개최해 제31기 시청자위원 15명에 대한 위촉장을 수여하고 우수 시청자 제작프로그램 및 보도프로그램 제보자를 시상했습니다. 같은 날 제3회 시청자포럼을 개최해 '아카이브 공개의 공공성과 한계에 대한 고찰'이란 주제로 KBS 현안에 대한 고민을 학계 전문가와 KBS 방송인들이 함께 고민할 수 있는 자리를 마련했습니다.

다양한 시청자 목소리를 청취할 수 있는 통합 서비스 시스템 운영

시청자센터에서는 시청자권익을 수호하기 위해 시청자들의 다양한 목소리를 청취할 수 있는 통합시스템을 운영하고 있습니다. 먼저 시청자 청원을 통해 접수된 총 2,527건의 청원 중 천명 이상의 동의를 얻은 청원 19건에 대해서는 KBS 시청자센터 홈페이지를 통해 관련 부서 책임자의 공식적인 답변을 게시했습니다. 국내 방송사 중 유일하게 연 365일, 전화와 ARS, 인터넷과 우편, FAX 등을 통해 의견을 받는 시청자상담실은 23만 8천 6백여 건의 시청자 의견을 접수하고 처리했습니다. 이 중 중요한 시청자 의견은 KBS 시청자상담실 홈페이지와 사내 인트라넷에 공유해 프로그램 제작 등에 참고할 수 있도록 하고 있습니다. 그 밖에 언론중재법에 따라 운영되는 고충처리인 제도를 통해 총 96건의 시청자 고충을 처리함으로써 시청자권익을 수호했고, 정보공개제도를 통해서는 연 43건의 정보공개 청구를 처리함으로써 시청자에 대한 설명책임 의무를 다하기 위해 노력했습니다.

KBS 제31기 시청자위원

– 총 15명 (위촉기간: 2022.09.01.–2024.08.31.)

위원장

- **최경진**(대구가톨릭대 미디어영상광고홍보학부 교수)

부위원장

- **김소형**(성균관대 학부대학 초빙교수)

위원

- **홍승빈**(학부모정보감시단 팀장)
- **박명희**((사)소비자와 함께 공동대표)
- **양이현경**(한국여성단체연합 공동대표)
- **한상규**(서울YMCA 시민사회운동본부 본부장)
- **김수현**(법무법인 온화 변호사)
- **김지미**(법무법인 정도 변호사)
- **최세경**(중소벤처기업연구원 연구본부장)
- **김은균**(극단 함께걷는사람들 대표)
- **윤성준**(노무법인 청록 노무사)
- **노승만**(한국광고주협회 상근부회장)
- **정정은**(문화연대 사무처장)
- **조남익**(서울대 전기·정보공학부 교수)
- **정진임**(투명사회를위한정보공개센터 소장)



사회공헌활동

공영방송 KBS는 국악부터 클래식까지 우리나라의 문화예술 발전과 저변 확대를 위해 노력하고 있습니다. 2022년에는 〈시청자 감사음악회〉를 개최해 많은 시청자들에게 문화공연을 제공하는 한편, 클래식과 국악계 신인 발굴을 위한 〈KBS한전음악콩쿠르〉와 〈KBS국악대경연〉을 주최하는 등 다양한 문화행사를 개최했습니다. 또한 대한민국 최고의 사회공헌 포상 행사인 '대한민국 나눔국민대상'을 통해서는 소외계층을 위해 나눔의 정신을 실현해 온 인사들을 초청해 축하하는 뜻깊은 자리를 마련했습니다.





국악부터 클래식까지…문화와 함께하는 공영방송 KBS

KBS는 KBS국악관현악단과 KBS관현악단을 운영하고 (재)KBS교향악단을 지원하며 문화예술 발전 및 저변 확대에 기여하고 있습니다. 2022년에는 KBS국악관현악단, KBS관현악단, KBS교향악단과 함께 〈2022 시청자 감사음악회〉를 새롭게 개최해 국악과 클래식 공연을 누구나 즐길 수 있도록 공연의 문턱을 낮추었습니다. 특히 코로나19 완화 이후에는 전체 대면 공연으로 전환했고 KBS관현악단 공연을 신설해 다양한 공연 레퍼토리를 시청자에게 제공했습니다. 또한 신인 발굴을 위한 제29회 〈KBS한전음악콩쿠르〉, 젊은 국악인의 등용문인 제32회 〈KBS국악대경연〉을 개최해 미래 한국 음악계를 이끌어 나갈 주역들을 발굴했습니다.

다양한 시청자 문화행사 개최

우리 사회를 구성하고 있는 다양한 이웃들과 마음을 나누는 〈2022 이웃사랑 나눔 콘서트〉를 KBS강태원복지재단과 공동으로 11월 12일 KBS홀에서 개최했는데, KBS관현악단과 재즈, 클래식, 국악 등 다양한 아티스트들이 나눔을 주제로 감동적인 무대를 펼쳤습니다. 이날 공연은 11월 19일 1TV를 통해 방송됐습니다. 한편 2021년에 이어 〈2022 사람사랑 생명사랑 밤길걷기〉 행사를 사회복지법인 '한국생명의전화'와 공동주최해 자살 예방 및 생명 존중 문화 확산에도 동참했습니다. 이 밖에도 다양한 시청자 문화행사를 통해 우리 사회의 여러 이웃들을 조명하고 희망을 전하고자 노력했습니다.

공영방송의 사회적 책임과 나눔 실현

11회째를 맞이한 대한민국 최고 사회공헌 포상 행사인 〈대한민국 나눔국민대상〉 시상식이 11월 9일 KBS 신관 공개홀에서 개최돼 총 134명의 수상자가 상을 받았습니다. 시상식은 11월 19일 KBS 1TV를 통해 방송됐습니다. 또한 KBS는 이웃돕기 성금 모금, 소년소녀가장 등 어려운 청소년을 후원하는 매칭 그랜트제 후원, 어려운 이웃을 돕는 '임직원 급여 끝전 모으기'와 KBS강태원복지재단을 통한 다양한 사회공헌사업 등 공영방송의 사회적 책임 이행을 위해 노력했습니다.

이사회

KBS는 독립성과 공공성을 보장하기 위해 최고 의결기관으로 이사회를 두고 있습니다.
이사회는 이사장을 포함한 이사 11인으로 구성되며 임기는 3년입니다.
이사는 각 분야의 대표성을 고려해 방송통신위원회에서 추천하고 대통령이 임명합니다.
이사회는 방송의 공적 책임에 관한 사항, 방송의 기본 운영 계획, 예산과 결산, 경영평가와 공표,
사장과 감사의 임명 제청, 부사장 임명 동의, 지역방송국의 설치와 폐지, 기본재산의 취득과 처분,
다른 기업체에 대한 출자, 정관의 변경 등 주요 정책을 심의·의결합니다.
제12기 이사회는 2021년 9월 1일 출범하여 활동 중입니다.

※ 2022년 12월 31일 기준



남영진 이사장
- 前 지역신문발전위원회 부위원장
- 前 한국방송광고공사 감사
- 前 건국대 언론홍보대학원 교수



이상요 이사
- 前 세명대학교 저널리즘스쿨대학원 교수
- 前 KBS 정책기획센터 기획팀장
- 前 방송통신심의위원회 위원



김찬태 이사
- 現 개인정보보호협회 부회장
- 前 KBS 보도본부 선거방송전문PD
- 前 KBS 보도본부 선거방송프로젝트팀장



권순범 이사
- 現 극동대학교 초빙교수
- 前 방송통신심의위원회 위원
- 前 KBS 정책기획본부장



이석래 이사
- 現 우림이앤엠 고문
- 前 KBS 미디어텍 대표이사
- 前 KBS 강릉방송국장



윤석년 이사
- 現 방송통신위원회 규제심사위원회 위원장
- 現 광주대학교 교수
- 前 언론중재위원회 중재위원



이은수 이사
- 前 KBS 심의실장
- 前 KBS 전략기획실 방송문화연구소장
- 前 KBS콘텐츠본부 교양국장



류일형 이사
- 前 연합뉴스 기자
- 前 전국언론노조연맹 부위원장
- 前 부산일보 기자



정재권 이사
- 現 서울평생교육진흥원 서울시민대학 학장
- 現 서울시청자미디어센터 발전위원
- 前 한겨레신문사 사회부장



김종민 이사
- 現 김종민 법률사무소 변호사
- 前 법무법인 동인 변호사
- 前 광주지검 순천지청 지청장



조숙현 이사
- 現 법무법인 원 변호사
- 現 서울특별시 제2인사위원회 위원
- 現 국가인권위원회 행정심판위원

집행기관

KBS는 집행기관으로 사장 1인, 2인 이내 부사장, 8인 이내의 본부장과 감사 1인을 두고 있습니다.
사장은 이사회의 제청으로 대통령이 임명하며, 부사장은 이사회의 동의를 얻어 사장이 임명합니다.
감사는 이사회의 제청으로 방송통신위원회에서 임명하며, 본부장은 사장이 임명합니다.
집행기관의 임기는 3년이며 연임할 수 있습니다.

※ 2022년 12월 31일 기준



김의철 사장



박찬욱 감사



김덕재 부사장



최선욱 전략기획실장



강희중 편성본부장



손관수 보도본부장



신재국 제작1본부장



김병국 기술본부장



박 연 경영본부장

2022 재무제표

손익계산서

(단위 : 억 원)

계정과목	2022회계연도	2021회계연도	증감액	증감률
I. 매출액	**14,825**	**14,580**	**245**	**1.7%**
1. 사업수입	14,825	14,580	245	1.7%
1) 방송사업수입	14,692	14,470	222	1.5%
- 수신료수입	6,934	6,863	71	1.0%
- 광고방송수입	2,642	2,705	△ 63	-2.3%
- 전파료수입	50	3	47	1566.7%
- 국고금수입	132	134	△ 2	-1.5%
- 기타방송사업수입	4,934	4,765	169	3.5%
2) 시청자사업수입	133	110	23	20.9%
- 국악단수입	1	-	1	-
- 일반부대사업수입 등	132	110	22	20.0%
II. 매출 원가	**12,787**	**12,453**	**334**	**2.7%**
1.사업비	12,787	12,453	334	2.7%
1) 방송사업비	12,534	12,190	344	2.8%
- 방송제작비	10,426	10,030	396	3.9%
- 시설운영비	2,108	2,160	△ 52	-2.4%
2) 시청자사업비	253	263	△ 10	-3.8%
- 교향국악악단운영비	56	51	5	9.8%
- 일반부대사업비	197	212	△ 15	-7.1%
III. 사업총이익	**2,038**	**2,127**	**△ 89**	**-4.2%**
IV. 판매비와 관리비	**2,128**	**2,198**	**△ 70**	**-3.2%**
1. 일반관리비	720	764	△ 44	-5.8%
2. 수신료징수비	854	877	△ 23	-2.6%
- 교육방송지원금	194	192	2	1.0%
- 위탁징수비	468	463	5	1.1%
- 기타 경비	192	222	△ 30	-13.5%
3. 광고운영비	554	557	△ 3	-0.5%
- 광고수수료	417	426	△ 9	-2.1%
- 방송발전기금	76	68	8	11.8%
- 기타 경비	61	63	△ 2	-3.2%
V. 사업 이익	**△ 90**	**△ 71**	**△ 19**	**26.8%**
VI. 사업외 수입	**480**	**502**	**△ 22**	**-4.4%**
1. 일반사업외수입	351	369	△ 18	-4.9%
2. 지분법이익	129	133	△ 4	-3.0%
VII. 사업외 비용	**566**	**270**	**296**	**109.6%**
1. 일반사업외비용	404	178	226	127.0%
2. 지분법손실	162	92	70	76.1%
VIII. 법인세비용차감전순이익 (-순손실)	**△ 176**	**161**	**△ 337**	**-209.3%**
IX. 법인세비용	**△ 58**	**△ 232**	**174**	**-75.0%**
XI. 당기순이익(-순손실)	**△ 118**	**393**	**△ 511**	**-130.0%**

재무상태표

[자 산]

계정 과목	2022 회계연도	2021 회계연도	증감액(△)
I. 유동자산	**3,921**	**4,099**	**△ 178**
1. 당좌자산	3,830	4,044	△ 214
현금및 현금성자산	417	879	△ 462
단기투자자산	-	900	△ 900
매출채권	2,898	1,678	1,220
미수금	72	67	5
미수수익	2	6	△ 4
선급금	341	431	△ 90
선급비용	18	13	5
단기대여금	2	3	△ 1
유동이연법인세자산	50	37	13
기타의 당좌자산	30	30	-
2. 재고자산	91	55	36
제작품	52	18	34
영화	6	4	2
저장품	33	33	-
II. 비유동자산	**10,031**	**9,442**	**589**
1. 투자자산	3,953	3,526	427
장기투자증권	264	296	△ 32
지분법적용투자주식	3,190	2,749	441
장기대여금	339	321	18
기타투자자산	160	160	-
2.유형자산	5,483	5,245	238
토지	1,558	1,559	△ 1
건물	2,683	2,745	△ 62
구축물	147	164	△ 17
기계장치	959	636	323
차량운반구	4	5	△ 1
기타의 유형자산	54	48	6
건설중인자산	78	88	△ 10
3. 무형자산	15	14	1
개발비	13	12	1
기타의 무형자산	2	2	-
4. 기타 비유동자산	580	657	△ 77
보증금	149	143	6
비유동이연법인세자산	267	222	45
장기미수금	159	194	△ 35
장기선급비용	4	7	△ 3
장기선급금	1	91	△ 90
[자 산 총 계]	**13,952**	**13,541**	**411**

[부 채]

(단위 : 억 원)

계정 과목	2022 회계연도	2021 회계연도	증감액(△)
I. 유동부채	**1,946**	**1,788**	**158**
매입채무	502	325	177
미지급금	1,185	1,202	△ 17
선수금	28	103	△ 75
예수금	174	120	54
미지급법인세	14	-	14
선수수익	38	32	6
기타의 유동부채	5	6	△ 1
II. 비유동부채	**4,344**	**3,985**	**359**
퇴직급여충당금	4,131	4,036	95
국민연금전환금	△ 5	△ 6	1
퇴직보험예치금	△ 40	△ 45	5
기타의비유동부채	258	-	258
[부채총계]	**6,290**	**5,773**	**517**

[자 본]

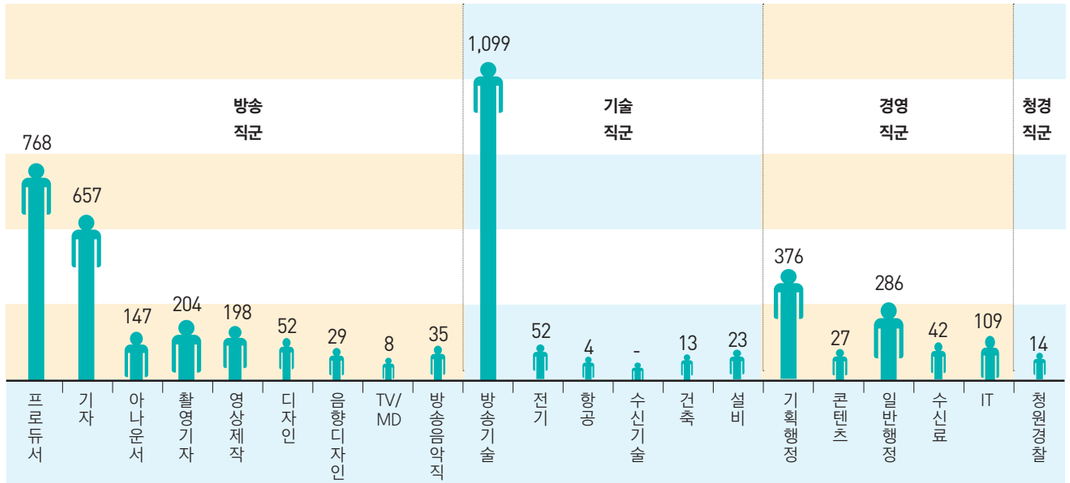
계정 과목	2022 회계연도	2021 회계연도	증감액(△)
Ⅰ. 자본금	**2,062**	**2,062**	**-**
1.정부지분자본금	2,062	2,062	-
Ⅱ. 자본잉여금	**△ 12**		**△ 12**
1. 기타자본잉여금	△ 12		△ 12
Ⅲ. 자본조정	**△ 13**	**△ 13**	**-**
1. 기타자본조정	△ 13	△ 13	-
Ⅳ. 기타포괄손익누계액	**240**	**184**	**56**
1. 지분법자본변동	408	324	84
2. 부의지분법자본변동	△ 4	△ 4	-
3. 매도가능증권평가손실	△ 164	△ 136	△ 28
Ⅳ.이익잉여금	**5,385**	**5,535**	**△ 150**
1. 이익준비금	1,031	1,031	-
2. 기업발전적립금	2,037	2,037	-
3. 기업합리화적립금	90	90	-
4. 사업확장적립금	2,018	1,657	361
5. 미처분이익잉여금	209	720	△ 511
(△미처리결손금)			
[자본총계]	**7,662**	**7,768**	**△106**
[부채와 자본총계]	**13,952**	**13,541**	**411**

인력현황

총계 4,143명

※ 2022년 12월 31일 기준

※집행기관 및 연말퇴직자 제외, 방송저널리스트 직류는 직종으로 분류





조직도

※ 2022년 12월 31일 기준

- 이사회
  - 이사회사무국
- 사장
  - 부사장
    - 비서실
    - 인적자원실
      - 인사기획부
      - 인사운영부
      - 인재개발원
    - 심의실
    - 성평등센터
      - 성평등부
    - 시청자센터
      - 시청자서비스부
      - 시청자사업부
    - 노사협력주간
    - 지역정책실
    - ※KBS공영성 강화프로젝트팀
    - ※공영방송50주년 사업추진단
- 감사
  - 감사실
    - 기획감사부
    - 방송감사부
    - 기술감사부
    - 경영감사부

전략기획실
- 전략기획국
  - 정책기획부
  - 전략개발부
  - 계열사협력부
  - ※예술인고용 보험프로젝트팀
- 예산국
  - 예산부
- 대외협력국
  - 대외협력부
  - 커뮤니케이션부
  - ※2023ABU 서울총회추진단
- 공영미디어 연구소
  - 법무실
  - 데이터정책부

편성본부
- 멀티플랫폼 전략국
  - 멀티플랫폼전략부
  - 멀티플랫폼데이터부
  - 멀티플랫폼운영부
  - 브랜드마케팅부
  - 멀티플랫폼개발부
- 멀티플랫폼 편성국
  - 1TV편성부
  - 2TV편성부
  - 디지털편성부
  - 편성제작부
  - 콘텐츠아카이브부
- 국제방송국
  - TV국제방송부
  - R국제방송부
- 아나운서실
  - 아나운서1부
  - 아나운서2부
  - 한국어연구부
- 영상제작국
  - 총감독1
  - 총감독2
  - 총감독3

보도본부
- 보도기획부
- 재난미디어 센터
- 통합뉴스룸
  - 저널리즘책무실
  - 탐사보도부
- 취재1주간
  - 정치부
  - 통일 · 외교부
  - 사회부
  - 네트워크부
  - 경인취재센터
- 취재2주간
  - 국제부
  - 경제부
  - 산업과학부
  - 문화복지부
- 방송뉴스주간
  - 뉴스제작1부
  - 뉴스제작2부
  - 뉴스제작3부
- 디지털뉴스주간
  - 디지털뉴스1부
  - 디지털뉴스2부
  - 뉴스시스템개발부
- 남북교류협력단 (겸직)
- 시사제작국
  - 시사제작1부
  - 시사제작2부
- 스포츠국
  - 스포츠사업제작부
  - 스포츠취재부
  - 스포츠중계부
  - ※국제스포츠 이벤트추진단
- 보도영상국
  - 영상취재1부
  - 영상취재2부
  - 뉴스영상콘텐츠부
  - 보도그래픽부

제작1본부
- 제작기획1부
- 제작운영부
- 시사교양1국
  - 시사교양1CP
  - 시사교양2CP
  - 시사교양3CP
  - 시사교양4CP
- 시사교양2국
  - 시사교양1CP
  - 시사교양2CP
  - 시사교양3CP
  - 시사교양4CP
  - ※현대사영상 프로젝트팀
- 협력제작국
  - 시사교양1CP
  - 시사교양2CP
  - 시사교양3CP
  - 시사교양4CP

라디오센터
- 라디오편성 기획국
  - 라디오기획부
  - 라디오편성부
  - 사회공헌방송부
- 라디오 제작국
  - 라디오1CP
  - 라디오2CP
  - 라디오3CP
  - 라디오4CP

제작2본부
- 제작기획2부
- 예능센터
  - 예능1CP
  - 예능2CP
  - 예능3CP
  - 예능4CP
  - 예능5CP
  - 예능6CP
  - 예능7CP
  - 예능8CP
  - 예능9CP
  - 예능사업부
  - ★대형이벤트 방송사업단
- 콘텐츠사업국
  - 콘텐츠사업부
  - 지식재산권부
- 광고국
  - 광고기획부
  - 광고마케팅부

드라마센터
- 드라마1CP
- 드라마2CP
- 드라마3CP
- 드라마4CP
- 드라마5CP
- 드라마6CP
- 드라마7CP
- 드라마사업부

기술본부
- 기술관리국
  - 기술기획부
  - 기술운영부
  - 장비관리부
- 미디어인프라국
  - 제작시설부
  - 시스템구축부
- 방송네트워크국
  - 네트워크운영부
  - 송신시설부
  - 소래송신소
  - 남산송신소
  - 관악산송신소
  - 김제송신소
  - 당진송신소
  - 화성송신소
- 미디어기술 연구소
  - 미디어기술연구부
  - 미디어송출부
- 제작기술센터
  - 후반제작부
- TV기술국
  - 총감독1
  - 총감독2
  - 총감독3
  - 총감독4
- 보도기술국
  - 총감독1
  - 총감독2
- 중계기술국
  - 총감독1
  - 총감독2
- 라디오기술국
  - 총감독

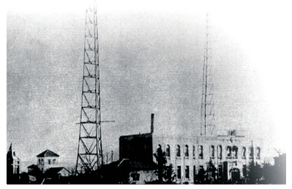
경영본부
- 총무시설국
  - 총무시설부
  - 건축기전부
  - 전력운영부
- 경영관리국
  - 재무부
  - 구매부
  - 자산운용부
  - 후생부
- 수신료국
  - 수신료운영부
  - 강북사업지사
  - 강남사업지사
  - 인천사업지사
  - 경기남부사업지사
  - 경기동부사업지사
  - 경기북부사업지사
- 경영정보국
  - 경영정보부
  - 정보인프라부
  - 안전관리실
  - 신청사추진단

★임시기구
※프로젝트팀

지역방송국의 하부조직
사장 → 부사장

- 부산방송총국
  - 편성제작국
  - 보도국
  - 기술국
  - 총무국
  - ※방송문화사업국
  - 울산방송국
- 대구방송총국
  - 편성제작국
  - 보도국
  - 기술국
  - 총무국
  - ※방송문화사업국
  - 안동방송국
  - 포항방송국
- 전주방송총국
  - 편성제작국
  - 보도국
  - 기술국
  - 총무국
  - ※방송문화사업국
- 청주방송총국
  - 편성제작국
  - 보도국
  - 기술국
  - 총무국
  - 충주방송국
- 제주방송총국
  - 편성제작국
  - 보도국
  - 기술국
  - 총무국
- 창원방송총국
  - 편성제작국
  - 보도국
  - 기술국
  - 총무국
  - ※방송문화사업국
  - 진주방송국
- 광주방송총국
  - 편성제작국
  - 보도국
  - 기술국
  - 총무국
  - ※방송문화사업국
  - ※뉴미디어추진단
  - 목포방송국
  - 순천방송국
- 대전방송총국
  - 편성제작국
  - 보도국
  - 기술국
  - 총무국
  - ※방송문화사업국
- 춘천방송총국
  - 편성제작국
  - 보도국
  - 기술국
  - 총무국
  - 강릉방송국
  - 원주방송국

KBS 역사



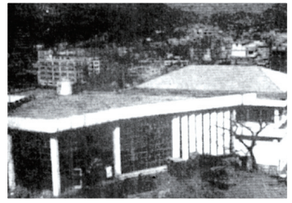
1920

1926 사단법인 경성방송국 설립
1927 라디오 방송 개시(JODK)



1940

1947 ITU에서 한국에 호출 부호 'HL' 할당
1948 국영 서울중앙방송국 발족



1960

1961 서울 TV방송국 개국(KBS TV)



1970

1973 한국방송공사(KBS) 창립
한국방송공사 초대 홍경모 사장 취임
1979 최세경 사장 취임, FM 방송 실시



1980

1980 2TV, 2라디오 방송 개시
이원홍 사장 취임, 컬러TV 방송 시작
1981 3TV 및 교육 FM 방송 개시
컬러TV 시청료 책정
(월 2,500원, 흑백TV 800원)
1983 특별 생방송 〈이산가족을 찾습니다〉
1985 박현태 사장 취임
음성다중방송 실시
1986 정구호 사장 취임
서울 아시안 게임 주관방송
1988 서울 올림픽 주관방송
서영훈 사장 취임



1990

1990 서기원 사장 취임
KBS 방송강령 제정
3TV 및 교육 FM 교육부 이관
1993 홍두표 사장 취임
1994 수신료 징수 제도 개선, 1TV 광고 폐지
1995 인터넷 방송 개시
1996 위성 시험 방송 개시
1997 제34차 ABU 서울총회 개최
1998 박권상 사장 취임

2000

2000 3라디오 사랑의소리 방송 개국
2001 지상파 디지털 TV 본방송
2002 한·일 월드컵 공식 방송, 부산 아시안 게임 주관방송
KBS KOREA, KBS SKY SPORTS, KBS SKY DRAMA 개국
2003 정연주 사장 취임, 국제위성방송 KBS WORLD 개국, 1라디오-뉴스·시사 전문 채널로 새 출범, KBS 윤리강령 제정
2004 5대 광역시 DTV 본방송 실시
팀제 시행, 9개 총국 9개 지역국으로 지역국 기능 조정
2005 APEC 2005 KOREA 주관방송 실시
지상파 DMB 개국·TV 낮 방송 실시
2006 MMS 시험 방송 실시
KBS JOY 개국·IPTV 시험 방송 실시
2007 지상파 DMB 전국방송 실시,
세계공영방송총회 개최
2008 이병순 사장 취임
2009 김인규 사장 취임
2010 경인방송센터 개국·서울 G20 정상회의 주관방송



2011~2012

2011 세계공영TV(INPUT) 서울총회
대구 세계육상선수권대회 주관방송
김인규 사장, ABU 제 13대 회장 취임
KBS TV 개국 50주년
2012 KBS Kids 개국
서울 핵안보정상회의 주관방송
길환영 사장 취임
디지털 방송 시대 개막

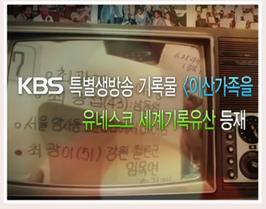
2013~2014

2013 KBS W 개국
방송개시 86주년, 공사창립 40주년
국제방송 개국 60주년
2014 조대현 사장 취임
〈색, 네 개의 욕망〉,
3대 국제상 '반프상' 대상 수상
교황 방한 124시간 전 세계 생중계
조대현 사장, ABU 제15대 회장 취임
세계 최초 UHD 라이브 중계방송 성공



2015

2015
- 고대영 사장 취임
- 〈시대의 작창 판소리〉 반프 최우수작품상, 방통위 대상 수상
- 〈특별생방송 이산가족을 찾습니다〉 유네스코 세계기록유산 등재
- 광복70년 국민 대합창 〈나는 대한민국〉 시행
- KBS 미션, 비전 선포



2016~2017

2016
- 조직개편 '1실 6본부 1사업부 2센터'
- KBS-KDB 한류콘텐츠 펀드 출범
- '몬스터유니온' 설립
- 미래방송센터 건립안 이사회 의결
- 고대영 사장, ABU 제15대 회장 취임
- 지상파 UHD 방송사업 허가 방통위 의결

2017
- KBS HD급 고화질 DMB 서비스 시작
- 세계 최초 지상파 UHD 방송 실시
- '이산가족을 찾습니다' 베를린 특별전 개최
- 재난방송 매뉴얼 개정
- KBS UHD 가이드라인 발간

2018

2018
- 양승동 사장 취임
- 남북정상회담 주관방송
- 진실과 미래위원회 출범
- 3.1운동 및 대한민국 임시정부 수립 100주년 방송단 출범
- 세계공영방송총회(PBI)개최
- 성평등센터 출범



2019~2020

2019
- 재난방송시스템 대대적 개편
- 「KBS 방송 편성규약」 개정
- 지역 자체 제작 시사·뉴스 프로그램 〈뉴스7〉 방송
- 〈플라스틱 지구〉 방송통신위원회 방송대상 '대상' 수상
- 〈저널리즘 토크쇼 J〉 백상예술대상 TV부문 '교양작품상' 수상
- 〈기억, 마주서다〉 한국방송대상 '대상' 수상

2020
- 지역종합뉴스 〈뉴스7〉 데일리 편성
- '시청자주간' 제정 선포



2021~2022

2021
- 김의철 사장 취임
- 재난전문채널 시범방송 실시
- 재난방송 매뉴얼 개정

2022
- 〈연모〉 한국 드라마 최초 국제 에미상 수상

