



**KBS**



2019 사업연도  
**경영평가보고서**



# 2019 사업연도 경영평가보고서

# CONTENTS

社告

## 2019 사업연도 KBS 경영평가 결과

제1편

### 경영평가 개요

- 1. 경영평가 주체 및 목적 4
- 2. 경영평가단 구성 및 운영 4
- 3. 평가항목 5
- 4. 평가방법 7
- 5. 평가일정 및 과정 7

제2편

### 경영개황

- 1. 2019년 경영목표 10
- 2. 기 구 11
- 3. 인원현황 12
- 4. 방송현황 13
- 5. 방송시설 19
- 6. 재무현황 20

제3편

### 평가사항

#### 제1장 경영목표 설정의 타당성

- 1. 2019 경영목표 설정의 타당성 24
  - 1) 경영목표 설정의 합리성과 타당성 24
  - 2) 경영목표 핵심사업 수행 평가 29
- 2. 편성 기본 방향 37
  - 1) 국가기간방송의 역할에 맞는 편성정책 실적 37
  - 2) 국가기간방송의 역할에 맞는 편성정책 성과 38
  - 3) 신뢰도 향상을 위한 편성정책 실적 53

4) 신뢰도 향상을 위한 편성정책 성과	53
5) 영향력 제고를 위한 편성정책 실적	56
6) 영향력 제고를 위한 편성정책 성과	56
7) 글로벌 미디어 도약을 위한 편성정책 실적	57
8) 글로벌 미디어 도약을 위한 편성정책 성과	58
<b>3. 채널별 편성 전략</b>	61
1) 채널별 실적	61
<b>4. 평가와 제언</b>	76
1) 평가	76
2) 제언	77
<b>제2장 예산집행의 효율성</b>	
<b>1. 예산편성의 목적 적합성과 적정성</b>	78
1) 예산편성의 경영목표 적합성	78
2) 예산편성기준의 적정성 및 준수 정도	79
<b>2. 예산집행의 적정성</b>	92
1) 비용예산 및 자본예산 집행실적	92
<b>3. 예산관리와 시스템의 효율성</b>	96
1) 예산 절감 노력 정도	96
2) 중간 평가에 따른 합리적 예산재배치	97
<b>4. 성과관리제도 및 운영의 실효성</b>	99
1) 성과관리제도의 합리성과 운영	99
2) 사업별·부서별·개인별 평가결과의 활용 상황과 적정성	105
<b>5. 평가 및 제언</b>	106
1) 예산집행의 효율성 평가	106
2) KBS의 성과관리제도 평가	107
3) 제언	108

# CONTENTS

## 제3장 인사·조직 등 경영관리제도

<b>1. 조직관리의 특성과 성과</b>	111
1) 조직편제와 인력운영의 적절성과 효율성	111
<b>2. 인적자원관리의 특성과 성과</b>	113
1) 지난 3년간 직종별 인력현황과 적절성	113
2) 지난 3년간 직급별 인력현황과 적절성	114
<b>3. KBS의 인사제도 운영현황과 성과</b>	115
1) 채용절차 및 평가절차 제도의 공정성 현황	115
2) 인력수급계획과 인력감축노력	116
3) 직원의 인적 다양성(성, 연령, 경력 등) 증대를 위한 계획과 실행	117
4) 집행기관 및 보직자의 개방직 적용여부와 실행 정도	118
5) 최근 3년간 임금인상율 및 총비용대비 인건비성 경비 비율의 적정성	119
6) 여성인력 고용현황	121
7) 장애인 고용의무 달성 여부	123
8) KBS의 인적자원개발 현황과 성과	124
<b>4. 노사관계의 합법성과 합리성</b>	126
1) 성평등 확보노력과 성과	126
2) 비정규직의 정규직화 노력 및 차별에 대한 개선	127
3) 일·가정 양립을 위한 제도개선 노력	128
4) 노동조합 조직 및 단체협약 이행실적	129
<b>5. 종합평가 및 제언</b>	130
1) 종합평가 및 제언을 위한 전제	130
2) 인사/조직 종합평가	131
3) 제언	137



## 제4장 경영실적

<b>1. 경영실적 및 재무상태</b>	142
1) 경영실적 및 재무상태 안정성	142
<b>2. 수익창출 활동의 목적 적합성 및 효과성</b>	147
1) 수익창출 활동별 매출 구성	147
2) 국가기간방송의 정체성에 부합하는 수신료 관리	151
<b>3. 비용 및 원가관리</b>	151
1) 비용 및 원가관리의 효율성 평가	151
<b>4. 자산관리</b>	161
1) 자산관리 효율성 평가	161
<b>5. 계열사 관리</b>	165
1) 계열사 관리 및 성과의 적절성과 경영 효율성	165
<b>6. 재정 건전화 방안</b>	167
1) 재정 건전화 정책 평가	167
2) 재정 건전화 방안의 적절성	171
<b>7. 편성의 다양성</b>	173
1) 성과지표(추진실적)	173
2) 성과실적	174
<b>8. 보도·시사의 신뢰성·공정성</b>	193
1) 국제사회에 한국의 가치와 문화 대변	193
2) 재난재해 주관방송의 역할 이행	202
3) 보도·시사 프로그램의 편성 비중	219
4) 보도·시사의 공정성·신뢰성 평가	219
5) 보도·시사 프로그램 품질 평가 및 품질 향상 노력	236
<b>9. 방송 윤리 강화</b>	249
1) 자체 사전 심의 제도, 자율 심의 현황	249
2) 운영 성과 및 평가	252
3) 자체 심의 보완 및 외부 심의결과 반영을 위한 제도적 장치 운영	254
4) 자체 심의 기준과 심의의 질을 개선하기 위한 노력과 성과	258

# CONTENTS

<b>10. 심의 지적사항 및 개선 실적</b>	261
1) 방송통신심의위원회 법정 및 행정제재 현황	261
2) 방송심의 제규정 준수여부에 대한 평가	261
<b>11. 프로그램 품질 평가(방송)</b>	262
1) 성과지표	262
2) 성과실적	263
<b>12. 비드라마/드라마 프로그램의 경쟁력 평가</b>	277
1) KBS의 비드라마/드라마 프로그램의 시청률, 여론영향력 지수	277
2) 성과실적	279
<b>13. 지역방송 활성화</b>	287
1) 국가기간방송의 위상에 부합하는 지역성 구현	287
<b>14. 라디오 채널 및 프로그램 평가</b>	308
1) 라디오 프로그램의 청취율과 영향력 평가	308
<b>15. 디지털미디어 콘텐츠 및 프로그램 평가</b>	315
1) 내부 및 외부 플랫폼을 통한 디지털 콘텐츠 이용	315
2) 성과실적	316
<b>16. KBS의 글로벌 경쟁력 향상에 대한 성과</b>	322
1) KBS의 해외 포맷 판매 현황, KBS 월드 활성화 및 방송 권역 확대 현황, KBS의 다국어 홈페이지 활성화 현황 등	322
2) 성과실적	323
<b>17. 평가 및 제언</b>	328
1) 재무 경영실적 평가 및 제언	328
2) 방송 경영실적 평가 및 제언	330
3) 보도 경영실적 평가 및 제언	335



## 제5장 연구개발 사업

<b>1. 미디어기술연구소 기술 연구/개발 현황</b>	<b>341</b>
1) 기술 연구 조직 현황	341
2) 미디어기술연구소 인력 현황	341
3) 기술연구개발비 증감율	342
4) 미디어기술연구소 5년간 사업 실적	342
5) 수행 연구 프로젝트 현황	345
<b>2. 미디어기술연구소 연구 실적</b>	<b>347</b>
1) 차세대 기술 활용 연구 성과	347
2) 공적가치 구현 연구 성과	350
3) 미디어기술연구소 국책과제 연구개발 성과	352
<b>3. 평가와 제언</b>	<b>355</b>
1) 평가	355
2) 제언	357

## 제6장 시설투자

<b>1. 지상파 방송 경쟁력 강화 및 안정성 개선</b>	<b>358</b>
1) 지상파방송 경쟁력 강화	358
2) 지상파방송 안정성 개선	365
3) 방송기술 미래 선도	369
4) UHD 시설 구축 및 서비스 확대	374
<b>2. 정보화 시스템 투자</b>	<b>381</b>
1) 정보화 계획 및 현황	381
2) 정보보안 추진	386
3) 정보인프라 관리 및 개선	387
<b>3. 디지털 워크플로우 투자</b>	<b>388</b>
1) 디지털 워크플로우 구현	388
2) 고품질 콘텐츠 제작 체계 혁신	393

# CONTENTS

<b>4. 콘텐츠 제작기술 역량 강화</b>	397
1) 프로그램 품질 고도화	397
2) 뉴스 제작기술 역량 강화	407
<b>5. 평가와 제언</b>	411
1) 평가	411
2) 제언	412
<b>제7장 기타 KBS 발전과 경영개선 사항</b>	
<b>1. 공영방송의 윤리</b>	414
1) 국가기간방송의 윤리 확립과 제고	414
2) 직원 청렴도 제고 노력 정도	416
<b>2. 사회적 책임 이행</b>	417
1) 청년 고용 실적	417
2) 이해관계자에 대한 책임 이행	419
3) 개인정보 보호	423
4) 외주제작 및 협력업체에 대한 공정한 처우	424
5) 사회공헌 확대	425
<b>3. 투명성</b>	428
1) 정보공개	428
2) 시청자 관련 제도 및 운영실적 평가	429
3) 시청자 권익강화 보장	435
4) 시청자 참여와 소통 확대	439
<b>4. 스마트 플랫폼</b>	441
1) 인터넷, 모바일 플랫폼 경쟁력 확대	441



## 제4편

2) 뉴미디어 콘텐츠 제작 및 유통 서비스 확대	448
<b>5. 평가와 제언</b>	<b>453</b>
1) 평가	453
2) 제언	456
<b>경영평가 총평</b>	
1. 경영 평가 개요	460
2. 인사 및 조직 운영	461
3. 예산 편성 및 집행	462
4. 경영실적 및 재무상태	463
5. 방송편성과 제작	463
6. 방송보도와 저널리즘	464
7. 기술 및 뉴미디어	466



## 2019사업연도 KBS 경영평가 결과

KBS이사회는 방송법 제49조 제1항 제6호에 따라 경영평가단을 구성해 지난 2019년 한 해 동안의 KBS 경영 전반에 대한 평가를 실시했습니다. 이사회는 다음과 같은 경영평가단의 보고서를 접수하고 심의·의결하여 그 결과를 시청자 여러분에게 보고합니다.

### ◎ 2019년도에는

- 총수입 1조 4,566억 원을 달성했고
- 총비용 1조 4,550억 원을 집행해
- 사업손실 759억 원과 당기순이익 16억 원이 발생했습니다.

### ◎ 2019년 말 KBS의 재산 현황은

- 자산 1조 2,890억 원
- 부채 6,000억 원
- 자본 6,890억 원으로
- 2018년 말에 비해 자산은 570억 원,  
부채는 428억 원,  
자본은 142억 원이 증가했습니다.
- 2019년 KBS는 ‘콘텐츠 중심 조직구현’이라는 조직운영의 방향에 알맞은 조직편제를 구성했고, 변동형 직급체계를 도입하여 인력 운영의 유연성을 확보하고 인건비 절감 효과를 거두었습니다. 성평등 문화 확산과 비정규직의 정규직화 및 차별방지를 위해 노력했습니다. 반면, 현재와 같은 비상경영체제하에서 경직성 인건비를 변동비화 하려는 다각적인 노력이 부족하여 관련 제도 개선이 필요합니다. 또한 보직자의 개방

직 채용을 확대하여 민간의 활력을 더욱 불어넣어야 하며 여성 관리자 인원이 부족한 것에 대한 대책과 직무수행능력을 높이기 위한 역량중심의 인적자원개발이 요구되는 상황입니다.

- 수신료수입 정체와 방송광고수입의 급격한 감소, 방송환경 변화에 따른 방송제작비 증가는 KBS의 지속가능성에 의문을 낳고 있습니다. 유휴자산 매각 등 사업외수익 활동으로 사업손실을 메꿔서 숫자상의 당기순이익을 거뒀습니다. 이로써 재무상태의 균형을 유지하고 있으나 이는 근본적인 해결책이 될 수 없습니다. 따라서 KBS는 정부에 미납자본금 추가출자 납입을 적극적으로 요청하고 TV수신료 현실화를 지속적으로 추진해야 합니다. 이와 함께 KBS의 자구노력 및 공적책무 수행 제고 등 근본적인 대책을 마련해야 합니다.
- 예산 긴축, 재정안정화 대책, 토털리뷰 시행 등을 통해 중장기적인 관점에서 비용 구조를 근본적으로 개선하려고 노력한 점은 긍정적입니다. 그러나 방송광고시장 등 KBS의 경영환경 변화에 따른 수입예산 미달 가능성에 대한 사전 대처는 부족했습니다. KBS는 예산편성 단계부터 사업이익 중심의 균형예산을 편성하고 관리하여 지속 가능한 성장 토대를 마련해야 합니다.
- 편성과 제작 부문에서는 방송환경 변화에 대응하기 위한 공영방송에 걸맞는 경영목표를 적절하게 설정했습니다. 특히 경쟁 사업자의 약진 및 시청자의 소비행태 변화를 면밀히 분석해 경영목표 설정에 반영했으며, 편성전략의 변화 노력도 긍정적이었습니다. 보도와 교양 프로그램의 편성 증대, 장애인 방송에 대한 의무편성 비율 확대, 다문화 가정 프로그램의 주 시청시간 대 편성은 높이 평가할 만합니다.
- 하지만 향후 TV뿐만 아니라 온라인 플랫폼에서의 영향력을 확대하고 제작비와 경쟁

력을 고려한 새로운 프로그램에 대한 도전이 지속적으로 이뤄져야 합니다. 2TV의 주 시청시간대 오락 프로그램 편성 증가, 드라마의 온라인 화제성 부족, 모바일을 통한 오리지널 콘텐츠의 경쟁력 저하 등에 대한 해결책을 고민해야 합니다.

- 보도 부문에서 <뉴스9>과 <뉴스7>의 차별화, 데이터 저널리즘 실천, 여성 메인앵커 발탁 등은 KBS뉴스의 심층성과 다양성을 높이고 사회적 기여도를 향상시킨 성과였습니다. 특히, <뉴스7>의 지역화를 전국적으로 확대하고, 지역 프로그램 편성 비율을 증대함으로써 시청자들에게 지역의 관점을 전달하고 지역 간 이해도를 높였습니다.
- 하지만 2019년 4월 강원도 산불 당시 신속한 대응이 이뤄지지 않았다는 점은 지적받아야 합니다. 재난 보도 시스템을 제대로 운영하기 위해서는 적절한 훈련과 교육이 필요하고, 재난 뉴스의 전문성을 높이는 데 주력해야 합니다. 다만 산불 이후 과감한 개선으로 태풍 등 재난방송에서 뛰어난 성과를 낸 점, 특히 제보 영상을 적극 활용하는 등 이용자와의 적극적 소통을 통한 재난정보 제공, 미세먼지 특보 실시 등 재난 보도의 새 지평을 연 점 등은 긍정적으로 평가합니다.
- 각종 지표에서 KBS뉴스의 신뢰도와 공정성은 나아지고 있습니다. 하지만 잘못된 관행을 없애고 저널리즘 윤리를 실천할 수 있는 시스템을 갖춰야 하며 사회적 약자에 대해 더 많은 관심을 갖고 의제를 발굴해 보도해야 합니다. 또한 국가 간 교류와 영향이 날로 증가하는 상황에서 공영방송으로서 한국의 시각으로 본 다양한 국제 뉴스와 프로그램을 제작해야 하며, 이를 위해 인적, 물적 역량을 추가로 확보할 필요가 있습니다.
- 미디어시장이 모바일 중심으로 재편되는 가운데, KBS는 OTT 플랫폼 종합전략을 수립하고 유튜브를 포함한 OTT 플랫폼에서 KBS 콘텐츠의 도달률을 향상시키기 위해

노력했습니다.

- 이에 반해 UHD 모바일, 5G 연계와 같은 지상파 방송 플랫폼을 활용한 신규 서비스는 여러 규제에 묶여 본격적으로 제공되지 않고 있습니다. 균형 있는 방송기술의 발전과 이를 이용해 시청자에게 보다 나은 방송 서비스를 제공하기 위해서 KBS는 지상파 플랫폼을 포괄하는 종합적인 비전과 전략을 수립하고 전사적으로 더욱 노력해야 합니다.
- 아울러 미디어 환경 변화에 대응하고 KBS의 미래를 담보하기 위해서 어려운 재정 여건에서도 모바일, 5G, AI 등 차세대 기술을 방송에 접목하기 위한 연구 및 개발에 대한 투자를 지속해서 확대해야 합니다.

KBS이사회는 이상의 내용을 담은 경영평가 보고서의 취지를 최대한 살려 국가기간방송인 KBS가 공영방송으로서 역할과 책임을 다하도록 하겠습니다.

## ◎ 2019 사업연도 KBS 경영평가단은

### 외부 전문가로

- 주정민 전남대학교 신문방송학과 교수
- 김경희 한림대학교 미디어스쿨 교수
- 이상우 연세대학교 정보대학원 교수
- 전상길 한양대학교 경영학부 교수
- 박선규 개방형융합미디어산업진흥협회 이사
- 정광화 강원대학교 경영회계학부 교수

### 내부 평가위원으로

김영헌 KBS 감사 등 모두 일곱 명으로 구성되었습니다.



Chapter **01**

**경영평가 개요**

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



# 제 1 편

## 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

- ◎ 공기업 경영 부문 : 김경희 (한림대학교 미디어스쿨 교수)  
이상우 (연세대학교 정보대학원 교수)  
전상길 (한양대학교 경영학부 교수)
- ◎ 기술·뉴미디어 부문 : 주정민 (전남대학교 신문방송학과 교수)  
박선규 (개방형융합미디어산업진흥협회 이사)
- ◎ 회계 부문 : 정광화 (강원대학교 경영회계학부 교수)

##### ■ 내부위원 1명

- ◎ 김영헌 (KBS 감사)

## 2) 평가기간

▣ 2020년 2월~2020년 5월

## 3. 평가항목

평가항목은 방송법 시행령 제33조 규정에 명시된 아래 7개 항목이며, 항목별 세부평가항목은 이사회에서 작성한 「한국방송공사 경영평가지침」을 기준삼아 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 연구 개발사업의 평가
- ⑥ 시설투자의 평가
- ⑦ 기타 KBS의 발전과 경영개선을 위하여 필요한 사항

### 2) 항목별 세부 평가항목

#### (1) 경영목표 설정의 타당성 평가

- 2019 경영목표 설정의 타당성
- 편성 기본 방향
- 채널별 편성 전략

#### (2) 예산집행의 효율성

- 예산편성의 목적 적합성과 적정성
- 예산집행의 적정성
- 예산관리와 시스템의 효율성

- 성과관리제도 및 운영의 실효성

### (3) 인사·조직 등 경영관리제도

- 조직관리의 특성과 성과
- 인적자원 관리의 특성과 성과
- KBS의 인사제도 운영현황과 성과
- 노사관계의 합법성과 합리성

### (4) 경영실적

- 경영실적 및 재무상태
- 수익창출 활동의 목적 적합성과 효과성
- 비용 및 원가관리
- 자산관리
- 계열사 관리
- 재정 건전화 방안
- 편성의 다양성
- 보도·시사의 신뢰성·공정성
- 방송 윤리 강화
- 심의 지적사항 및 개선 실적
- 프로그램 품질 평가(방송)
- 비드라마/드라마 프로그램의 경쟁력 평가
- 지역방송 활성화
- 라디오 채널 및 프로그램 평가
- 디지털미디어 콘텐츠 및 프로그램 평가
- KBS의 글로벌 경쟁력 향상에 대한 성과

#### (5) 연구개발 사업

- 미디어연구소 기술 연구/개발 현황
- 미디어기술연구소 연구 실적

#### (6) 시설투자

- 지상파 방송 경쟁력 강화 및 안정성 개선
- 정보화 시스템 투자
- 디지털 워크플로우 투자
- 콘텐츠 제작기술 역량 강화

#### (7) 기타 KBS 발전과 경영개선 사항

- 공영방송의 윤리
- 사회적 책임 이행
- 투명성
- 스마트 플랫폼

### 4. 평가방법

평가 기준은 이사회에서 작성한 「한국방송공사 경영평가지침」을 근간으로 하여 2019사업연도 계획에 대한 실적의 수준, 전년도에 대비한 실적의 성장 정도, 그리고 일반화된 경영원리 등을 적용하여 선정하였고, 부문별 중점사업에 대하여는 심층적으로 검토했다. 또한, KBS가 제출한 2019사업연도 추진 실적 자료와 부서장 면담 등을 위주로 하여 점검하였으며, 지역총국 및 지역국 방문과 방송 제작 현장 실사를 통하여 수집한 자료 등을 검토하여 평가했다.

### 5. 평가일정 및 과정

2020. 2. 5.     • 경영평가 위원 위촉식 및 경영 관련 논의  
                  - 경영평가단 본사 제작 시설 실사
- 2.14.~2.27.   • 경영평가단 부서장 면담

- 2.19.~2.20. • 경영평가단 지역방송국 실사
- 2.14.~3.30. • 자료 분석, 경영평가 보고서 초안 작성
- 4. 1.~4. 8. • 경영평가 보고서(초안)에 대한 부문별 평가위원 간 피드백
- 4. 1.~3주차 • 경영평가 보고서(초안) 각 부서 의견 수렴 및 피드백 반영 등
- 4.22. • 경영평가 보고서(수정안)에 대한 부문별 평가위원 간 피드백
  - 사장 면담
  - 경영평가단과 이사진 간담회
- 5.1.~4주차 • 경영평가보고서(안) 및 社告방송문(안) 완성
- 5.27. • 경영평가 결과 이사회 의결
- 5.31. • 경영평가 결과 자체방송 (5.31, 社告 : 1TV, 1R)
  - KBS홈페이지 게시

Chapter **02**

**경영개황**

1. 2019년 경영목표
2. 기구
3. 인원현황
4. 방송현황
5. 방송시설
6. 재무현황



# 제 2 편 경영개황

## 1. 2019년 경영목표: 대한민국 대표 **공영미디어** KBS

신뢰·참여·혁신

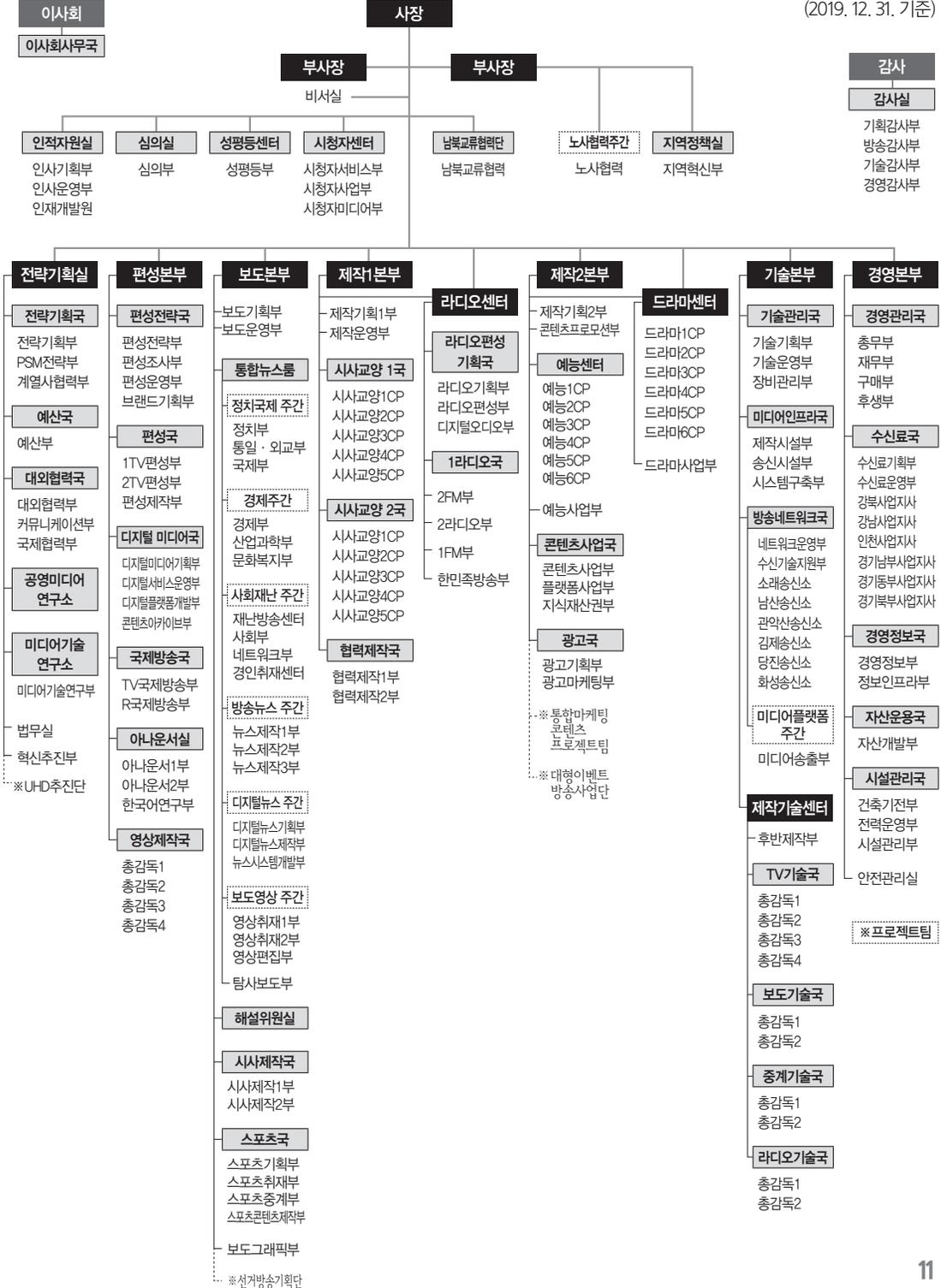
### ▣ 2019년 경영목표 핵심사업

2019-2021 중장기계획		2019년 경영목표 핵심사업(26개)	
5대 세부목표	12대 역점과제		
I. 독보적 신뢰	1. KBS 저널리즘 혁신	① '신뢰의 기준, KBS' 확립	
	2. 사회경제적 의제의 공론 확대	② 한반도 평화 대비 특집 프로그램 제작 ③ 3.1운동 및 임시정부 수립 100주년 특별기획 제작	
	3. 시청자 중심 구현	④ 시청자 참여 프로그램 확대 ⑤ 지역방송 활성화 시범사업 추진 및 확대	
II. 압도적 영향력	4. 최고의 콘텐츠 경쟁력	⑥ 킬러 예능/드라마 콘텐츠 제작 ⑦ 전략적 편성 강화 ⑧ 노후 프로그램의 리뉴얼	
		III. 콘텐츠 도달률 강화	⑨ OTT 플랫폼 종합전략 수립 및 시행 ⑩ 차세대 기술 활용 강화 ⑪ 디지털 스마트워크플로우 구축
			⑫ 온라인 디지털 캠퍼스 구축 ⑬ 시청자와 소통하는 다매체 콘텐츠 제작 강화 ⑭ 미래세대 참여형 콘텐츠 제작 및 디지털채널 개설
IV. 글로벌 미디어로 도약	5. 공영미디어로의 진화	⑮ 국제 공동제작 확대 ⑯ 한류 콘텐츠 사업 다각화 ⑰ 국제 방송 교류협력 강화	
	6. 디지털 콘텐츠 강화	⑱ KBS 해외채널 보급 확대 및 다국어 뉴스 강화 ⑲ 국제방송 제도 등 개선 추진	
	7. 미래세대 타깃팅 강화	⑳ 조직운영체계 개편 ㉑ 직급체계 개편 및 직무중심의 전문가 제도 강화	
V. 창의적 조직으로 변화	8. 세계적 콘텐츠 제작, 유통	㉒ 종합 공간계획 수립 ㉓ 방송시설 운용 효율화	
	9. 국제방송 강화	㉔ 공영방송 및 수신료제도의 개선 ㉕ 전 매체 광고 통합마케팅 추진 및 콘텐츠 수입 확대	
	10. 콘텐츠 중심 조직 구현	㉖ 안정적 재원 확보를 위한 관련 법령 개정 추진	
	11. 효율적인 운영체계 구현		
	12. 안정적 재원 확보		

## 2. 기구

### | 본 사 |

(2019. 12. 31. 기준)

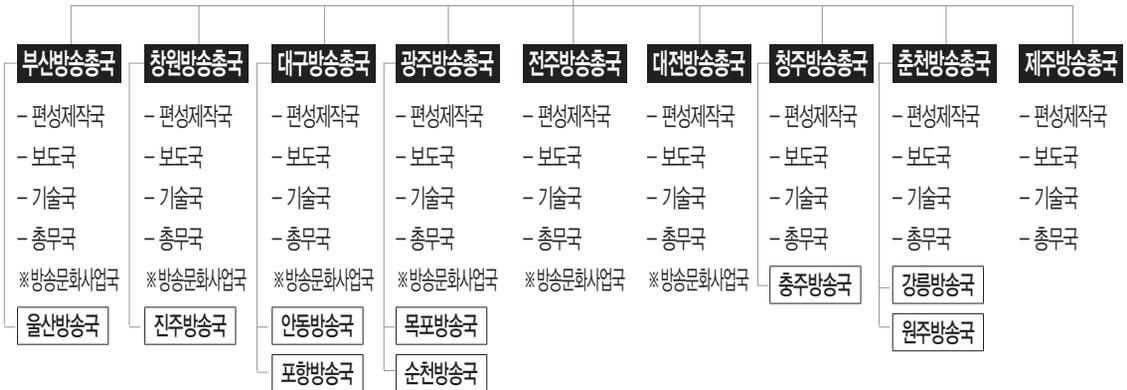


| 지역 |

(2019. 12. 31. 기준)

사장

부사장



3. 인원현황

(2019. 12. 31. 기준)

구분		정원	현원 (여성)		대비
집행기관	사장	1	1		
	감사	1	1		
	부 사장	2	1		△1
	본부장	8	7		△1
	집행기관 계	12	10		△2
직원	일반직	5,462	4,661	(1,076)	△801
	축탁직	32	16	(5)	△16
	방송음악직	54	39	(17)	△15
	직원 계	5,548	4,716	(1,098)	△832
<b>합계</b>		<b>5,560</b>	<b>4,726</b>	<b>(1,098)</b>	<b>△834</b>

## 4. 방송현황

### 1) TV 방송현황

공영방송 KBS는 2개의 TV 채널과 1개의 위성방송 채널을 운영하며 수준 높은 프로그램을 방송하고 있다.

#### ■ 제1TV (한국인의 중심 채널)

한국을 대표하는 기간 채널로서 보도, 시사정보, 교양, 다큐, 스포츠, 오락 프로그램을 방송한다. 공정, 정확, 신속한 뉴스와 보도 프로그램으로 국민의 알권리를 충족하고 건전한 여론형성에 힘쓴다. 아울러 최고 품질의 고품격 프로그램으로 방송문화를 선도하고 문화강국의 위상을 드높인다. 모든 시청자에게 고른 서비스를 제공하는 ‘보편성’을 편성철학으로 삼아 공영방송의 가치를 구현하는 차별화된 프로그램을 방송하고 국가적 어젠다 설정과 사회통합 기능 수행을 목표로 한다. 재난상황 시 신속·정확한 보도와 정보 전달을 통해 국민의 생명과 재산을 보호하고 안전한 대한민국을 만드는데 최선을 다한다.

#### ■ 제2TV (젊은 글로벌 채널)

세련된 감각의 젊고 생동감 있는 프로그램과 온 가족이 함께 즐길 수 있는 세대 공감형 프로그램을 제작, 편성하여 가족문화채널로서의 역할을 수행하고 있다. 유익하고 깊이 있는 정보 프로그램, 건강한 웃음이 있는 예능 프로그램, 완성도 높은 고품격 드라마를 통해 채널 경쟁력을 강화하고, 한류 및 문화 발전을 선도하는 채널의 위상을 확립한다.

#### ■ 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 프로그램)

■ KBS World 24 (재외동포 전문채널)

주요 뉴스와 최신 다큐멘터리는 물론 역사 드라마, 예능 프로그램을 편성해 재외동포에게 유익한 정보와 감동을 선사한다. 한국과 재외동포를 연결하는 한민족 네트워크의 구심점 역할을 수행한다.

- 편성시간 : 24시간

- 사용언어 : 한국어

- 채널편성 : 종합 편성 (KBS 1,2TV 프로그램)

## 2) 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 가치 있는 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. 90년대를 대표하는 가수들과 KBS 아나운서들이 진행자로서, 중장년층이 선호하는 친근한 가요와 팝을 청취자들에게 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 사회적 약자를 위한 여론 조성과의제 설정 등 공적 책무를 지속적으로 강화함으로써 사회 구성원간의 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.

### 3) 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 하고 있다. DMB 매체의 고유한 특성 더불어 멀티 플랫폼 시대를 선도하고 이동 멀티 미디어 시청의 저변을 확대하고 있다.

▣ **U**KBS★ (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.

▣ **U**KBS♥ (유 케이비에스 하트)

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

▣ **U**KBS♪ (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.

▣ **U**KBS\* (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.

#### 4) 매체별 방송시간

(2019. 1. 1. ~ 12. 31.)

구분		방송시간 (1일 평균)
TV	제1TV	23시간 20분
	제2TV	21시간
	KBS World	24시간
	KBS World 24	24시간
라디오	제1라디오	24시간
	제2라디오	22시간
	제3라디오(사랑의 소리방송)	21시간
	제1FM	24시간
	제2FM	24시간
	한민족방송	20시간(제1방송 기준)
	KBS World Radio	63시간 30분 (25개 주파수 합산)
DMB	U-KBS 스타★(V)	23시간 20분
	U-KBS 하트♥(V)	21시간 27분
	U-KBS 뮤직♫(A)	24시간
	U-KBS 클로버♣(D)	24시간

#### 5) 매체별 편성비율

(2019. 1. 1. ~ 12. 31.)

##### ■ 지상파

구분		보도(%)	교양(%)	오락(%)	계(주간)
TV	제1TV	30.7	58.1	11.2	9,805분
	제2TV	9.5	43.6	46.9	8,820분
Radio	제1라디오	43	52.6	4.4	10,080분
	제2라디오	0.7	63.2	36.1	9,240분
	제3라디오	8.4	68.2	23.4	8,820분

▣ 국제방송(TV)

구분	보도(%)	교양(%)	오락(%)	계(주간)
KBS World	1.4	2.5	96.1	10,080분
KBS World 24	32	32	36	10,080분

▣ FM음악방송

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

▣ 국책방송

구분	보도(%)	교양(%)	오락(%)	계(주간)
한민족방송	11.4	58.7	29.9	8,400분
KBS World Radio	18.2	40.3	41.5	26,670분

\* 한민족방송은 제1방송 기준

▣ DMB

구분	보도(%)	교양(%)	오락(%)	계(주간)
U-KBS 스타★(V)	30.7	58.1	11.2	9,805분
U-KBS 하트♥(V)	7.5	46.3	46.2	9,030분
U-KBS 뮤직♫(A)				10,080분
U-KBS 클로버♣(D)				10,080분

▣ TV 외주편성 비율

구분	1TV	2TV	평균
외주비율	25.9%	46.7%	36.3%
주시청시간대 외주비율	19.5%	52.8%	36.2%
국내제작 방송프로그램비율	96.5%	98.7%	97.6%

## 5. 방송시설

### 1) 방송국(2019. 12. 31. 기준)

- ▣ 본사 : 1개소(경인센터 별도)
- ▣ 지역 : 18개소(지역총국 9, 지역국 9)

### 2) 주요시설

- ▣ 본사

구분	개요
TV	TV부조 14(스튜디오 22) <sup>1)</sup> , 뉴스부조 4(스튜디오 4) <sup>2)</sup> , 중계부조 2(스튜디오 1), 제작편집실 21(NPS마스터링 6), 주조정실 5, 색보정실 5, SMR 10, 홀 1, 기타 11 <sup>3)</sup>
라디오	스튜디오 29(녹음 28, 뉴스 1), R센터 10, 주조정실 1, 아트홀 1, 기타 3 <sup>4)</sup>
DMB	주조정실 1, 편집실 3

- ▣ 전국

구분	방송국	기간국	간이시설	계
방송국	19	-	-	19
송출	TV/FM/DMB	-	34	345
	중단파	-	26	26
합계	19	60	311	390

### 3) 매체 및 채널 현황

- ▣ TV 2개 채널 : 1TV, 2TV
- ▣ 위성 1개 채널 : KBS World TV
- ▣ 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)]

1) TS-1, 2, 3, 4, 5, 7, 11, 12, 13, 14, 15, A, C, D (스튜디오only 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)

## 6. 재무현황

## 1) 요약비교재무상태표

■ 제47기 : 2019년 12월 31일 현재

■ 제46기 : 2018년 12월 31일 현재

(단위 : 백만 원)

과 목	2019년	2018년	전년 대비		구성비율(%)	
			증감액	증감률(%)	2019년	2018년
I. 유동자산	311,915	270,422	41,493	15.3%	24.2%	21.9%
1. 당좌자산	304,965	264,601	40,364	15.3%	23.7%	21.4%
2. 재고자산	6,950	5,821	1,129	19.4%	0.5%	0.5%
II. 비유동자산	977,114	961,581	15,533	1.6%	75.8%	78.1%
1. 투자자산	346,242	337,655	8,587	2.5%	26.9%	27.4%
2. 유형자산	550,641	563,113	△12,472	-2.2%	42.7%	45.7%
3. 무형자산	1,263	1,166	97	8.3%	0.1%	0.1%
4. 기타비유동자산	78,968	59,647	19,321	32.4%	6.1%	4.9%
<b>자산합계</b>	<b>1,289,029</b>	<b>1,232,003</b>	<b>57,026</b>	<b>4.6%</b>		
I. 유동부채	212,298	143,312	68,986	48.1%	35.4%	25.7%
II. 비유동부채	387,750	413,925	△26,175	-6.3%	64.6%	74.3%
<b>부채합계</b>	<b>600,048</b>	<b>557,237</b>	<b>42,811</b>	<b>7.7%</b>		
I. 자본금	206,192	206,192	-	-	29.9%	30.6%
II. 자본조정	△1,300	△1,300	-	-	-0.2%	-0.2%
III. 기타포괄손익누계액	2,454	△10,140	12,594	-124.2%	0.4%	-1.5%
IV. 이익잉여금	481,635	480,014	1,621	0.3%	69.9%	71.1%
<b>자본합계</b>	<b>688,981</b>	<b>674,766</b>	<b>14,215</b>	<b>2.1%</b>		
<b>부채와자본총계</b>	<b>1,289,029</b>	<b>1,232,003</b>	<b>57,026</b>	<b>4.6%</b>		

## 2) 요약비교손익계산서

▣ 제47기 : 2019년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지

▣ 제46기 : 2018년 1월 1일부터 2018년 12월 31일까지

(단위 : 백만 원)

과 목	2019년 (제47기)	2018년 (제46기)	전년 대비	
			증감액	증감률(%)
I. 매출액	1,362,163	1,435,150	△72,987	-5.1%
II. 매출원가	1,231,995	1,270,275	△38,280	-3.0%
III. 사업총이익	130,168	164,875	△34,707	-21.1%
IV. 판매비와 관리비	206,046	223,341	△17,295	-7.7%
V. 사업이익	△75,878	△58,466	△17,412	29.8%
VI. 사업외수입	94,434	40,593	53,841	132.6%
VII. 사업외비용	16,084	14,238	1,846	13.0%
VIII. 법인세전순이익	2,472	△32,111	34,583	-107.7%
IX. 법인세비용	850	24	826	3441.7%
X. 당기순이익	1,622	△32,135	33,757	-105.1%



Chapter

# 03

## 평가 사항

제1장 경영목표 설정의 타당성

제2장 예산집행의 효율성

제3장 인사·조직 등 경영관리제도

제4장 경영실적

제5장 연구개발 사업

제6장 시설투자

제7장 기타 KBS 발전과 경영개선 사항



# 제 3 편 평가 사항

## 제1장 | 경영목표 설정의 타당성

### 1. 2019 경영목표 설정의 타당성

#### 1) 경영목표 설정의 합리성과 타당성

##### (1) 수익관리 측면에서의 경영목표 설정의 타당성

##### ① 2019~2021년 중장기계획 '재무계획' 중장기 운영방향

- '2019~2021년 중장기계획 부문별 중장기 운영방향의 3.재무계획'에 따라 2018년 예산을 기준으로 2021년 추정손익계산서 전망을 작성하고 이를 근거로 재무운영방향을 설정함.
- 중장기 재무운영방향은 '콘텐츠경쟁력 강화 투자 확대로 수입증가 선순환 구조 구축', '사업 타당성 검토 강화로 비효율적 사업의 폐지·축소', '비핵심 자산 적시 매각 및 자본예산 효율적 투자로 재무건전성 유지'로 설정하였음.
- 2019년의 예산 운용실적에 비추어보면, 중장기 수익관리목표를 지나치게 높게 설정하여 실제 예산집행 시 어려움을 가중한 요인이 되었으므로 향후 현실적인 중장기 수익관리목표를 설정할 필요가 있음. 예를 들어, 광고시장의 변화로 인해 KBS의 광고수입은 지속적으로 감소하고 있음에도 불구하고 2019년의 광고수입예산을 3,750억 원으로 설정하였음(실적은 2,548억 원으로 달성률은 68%임). 이는 2018년의 실적 3,328억 원은 물론 2017년의 3,666억 원보다 높이 설정한 것임.

##### ② '재무계획' 중장기 운영방향의 적용

- 중장기 손익전망을 바탕으로, 중장기계획 역점과제로 '안정적 재원확보'를 설정하여, 수신료 현실화 추진, 통합마케팅을 통한 광고수입 확대 등을 적극 추진해 오고 있음.

- 매년 예산 편성 시 중장기 손익전망, 전년도 이행 실적을 바탕으로, 관련 시장의 동향을 분석하고 과거 연도별 달성 추세 등을 반영해 예산 목표를 편성하고 있음. 또한, 이렇게 편성된 예산은 연중 경영수지 점검회의, 재정안정화 전략회의를 통해 각 부서별 수입목표 및 비용집행 관리를 철저히 점검하고 있음.
- KBS는 수입 목표 및 비용 집행 관리를 위해 정기적으로 경영수지점검회의 (3.29, 5.31, 7.26) 및 재정안정화전략회의(4.25, 7.12, 9.19)를 개최하고 있으며, 이를 통해 회사 재정상황을 전사적으로 공유하고 수입·비용 예산 목표에 대해 철저히 점검하고 있음.
- 특히 수입 감소 및 비용 증가에 따른 재정 악화에 신속하게 대응하기 위해 2014년부터 재무위험관리시스템을 도입하여 운영 중이며, 광고수입 미달률과 같은 손익 지표를 사전 진단함으로써 연간수지전망 결과에 따라 재무위험 단계별로 대책을 수립하여 재무위험에 적극적으로 대응하고 있음.
- 또한, 수입 목표 및 비용 집행 결과는 최종적으로 각 부서의 성과평가에 반영토록 하여 목표 달성을 지속적으로 유도하고 있으며, 효율적 예산 운영이 가능하도록 하고 있음.

### ③ 전년도 이행 실적 반영

- KBS는 미래방송센터 등 대규모 투자계획 수립, 지상파 재허가 중기 전망 등 시의적절하게 중장기 손익전망을 실시하고 이를 주요 경영의사 결정시 참고하고 있음.
- 즉, 2019년 3개년 중기계획 수립 이후에도 변화된 광고, 콘텐츠 및 투자환경에 따라 발생하는 실적을 고려해서 중기 재정전망을 수정해 나가고 있음.
- 또한, 직전년도 실적을 포함한 과거 실적 자료를 바탕으로 차년도 예산편성에 반영하고 있음. 비용 및 자본예산 편성 시에도 주요 사업에 대한 예산 집행실적 분석, 사업타당성 평가 및 주요 사업평가 결과 등을 반영해서 예산을 수립하고 있음.
- 2019-2021년 중장기 계획상의 중기수지 전망 실시
- 기타 중요 투자 결정, 재허가 자료 제출 시 기존 방송환경 및 회사 재정상황 변화를 반영해서 중기수지전망을 업데이트 하고 있음.
- 2019년 중기수지전망의 경우, 미래방송센터의 건설을 위한 자금의 추정 및 UHD 지상파 재허가 자료 제출을 위해 작성되었으며 가구수 증가율의 추정(수신료수입) 및 지상파광고

시장 규모(광고수입), 공표된 추정 물가 상승률, 연간 자산매각 계획 등 추정지표를 반영하여 산출하고 있음. 실제 예산편성에 있어서는 추정지표가 아닌 경영목표, 중장기 사업계획, 신규 사업계획을 반영하여 편성하고 있어 상기 중기수지 전망자료와 차이가 발생함. 이에 편성된 예산을 기준으로 향후 재정전망을 수정 작성하고 있음.

- 또한, 광고시장 규모 등 추정 수치의 경우 실제 경제 상황, 미디어 환경 변화의 영향을 받아 실제 예산 편성 시점에서는 추정 금액과 차이가 발생하고 있어 실제 편성된 예산대비 이행실적들을 검토하여 차기 예산편성에 반영하고 있음.

#### ④ 중장기 계획과 예산편성의 연계성

##### ■ 경영목표 사업의 예산편성 개요

- 2019~2021년 중장기 목표는 '대한민국 대표「공영미디어」KBS - 신뢰, 창의, 혁신'이며 이를 달성하기 위해 5대 세부목표와 12대 역점과제를 설정하였음.
- 역점과제별 사업개수는 총 50개이며, 2019년 경영목표 핵심사업으로는 26개가 지정되어 이들 사업에 대해 비용예산 776.3억 원, 자본예산 151억 원이 배부되었음.
- 중장기 계획-5대 세부목표-12대 역점과제 하에 핵심사업을 개발하고 이러한 사업들에 연도별로 별도예산을 배정하고 추진하는 것은 경영목표와 예산편성의 연계성을 제고하는 바람직한 행태임.
- 다만, 2019년 전체 비용예산에서 경영목표 사업 예산이 차지하는 비중은 4.97%(776.3억 원/1조 5,597억 원)에 불과하여, 중장기 목표 달성을 위한 예산이 충분한지에 대해 재고할 필요가 있음.

##### ■ 2019년 경영목표 사업 예산편성 현황

- 2017, 2018년 대비 2019년의 경영목표 사업 예산은 현저히 줄었으나, 이는 광고수입 급감 등 악화된 경영환경의 원인뿐만 아니라 상당 부분 연도별 특수성에도 기인함.
- 2018년 비용예산은 3대 스포츠 빅이벤트 예산 815억 원과 지방선거 19억 원이, 2017년 자본 예산에는 UHD 방송환경 조성 302억 원과 미래방송센터 건립 415 억 원이 포함되어 있음.
- 2019년 경영목표 사업 중 킬러 예능/드라마 콘텐츠제작은 드라마 권리확보 및 경쟁력 강화

예산 583억이 포함된 630.2억이 편성되어 있고, 2018년은 경영목표 사업 중 킬러콘텐츠 제작으로 경쟁력 제고 471억 원, 2017년은 경영목표 사업 중 신규프로그램 개발 강화 및 리뉴얼, 1,2TV 경쟁력 강화 467억 원이 포함된 금액임.

〈표 1-1〉 경영목표 사업의 예산편성 추이

(단위 : 억 원)

	2019년	2018년	2017년
내용	26개 경영목표 사업	13개 핵심사업	28개 핵심사업
비용예산	776.3	1,373	787
자본예산	151	235	928

## (2) 방송 콘텐츠 측면에서의 경영목표 설정의 타당성

- 방송 콘텐츠 관련 2019년 경영목표 핵심 사업으로 〈전략적 편성강화〉, 〈노후 프로그램 리뉴얼〉, 〈시청자 참여 프로그램 확대〉, 〈킬러 콘텐츠 제작〉, 〈OTT 플랫폼 종합전략 수립 및 시행〉, 〈미래세대 참여형 콘텐츠 제작 및 디지털 채널 개설〉, 〈국제방송 강화〉 등을 설정함.
- 미디어 빅뱅 시대 국가기간방송으로서 방송법 등이 부여한 공적 책무를 충실히 수행하고 수신료의 가치 실현을 위해 2019년 다양한 사업들을 통해 경영 목표를 달성하고자 노력했음.
- 그중 편성의 핵심과제는 전략적 투자와 수시조정을 통한 KBS 1, 2TV 채널의 콘텐츠 경쟁력 확보와 압도적 영향력 달성이라 할 수 있음. 최근의 추세가 모바일과 OTT로 이동하고 있지만, 현재 KBS의 영향력과 수익의 근간은 지상파 1, 2TV에 있는 것이 사실임.
- ‘최고의 콘텐츠 경쟁력’은 미디어 빅뱅으로 인한 치열한 경쟁과 시청자들의 파편화가 심화되고 있는 지금 수신료를 받는 공영방송으로서 반드시 갖춰야 할 최우선적 과제임. 비록 수신료가 1981년 이후 40년 가까이 인상되고 있지 않지만, 수신료를 지불하는 시청자들의 수신료 지불 의사(willing to pay)에 부합하는 압도적 영향력과 신뢰도는 그 선결 조건임. 압도적 영향력과 신뢰도의 출발점은 최고의 콘텐츠 경쟁력에 있음은 누구도 부인하기 힘들.

- 수신료의 효율적 집행과 최고의 콘텐츠 경쟁력을 갖기 위해 프로그램의 선택과 집중을 통한 '전략적 편성'안을 만들고 이를 집행하는 업무를 우선적으로 수행하였음.

### (3) 기술·뉴미디어 측면에서의 경영목표 설정의 타당성

#### ① 기술·뉴미디어 환경 변화

##### ■ 지상파방송/공공미디어에 대한 비우호적 환경 지속

- 수신료 현실화가 지연되고, 지상파 다채널 정책이 유보되고 있는 등 공영방송과 지상파방송의 어려움이 지속되고 있음.
- 중간광고 도입 지연 등 유료방송대비 지상파방송의 비대칭 규제가 지속되고 있고, 글로벌 OTT<sup>5)</sup> 사업자들이 막대한 망 비용 절감을 통해 수익을 창출하는 등 국내 지상파방송사 및 미디어 산업에 대한 역차별이 확대되고 있음.

##### ■ 미디어 소비행태 변화 심화

- 모바일 온라인 플랫폼을 통한 미디어 소비가 가속화되고 있고, 클립 및 숏폼(short-form) 형태의 콘텐츠 소비도 증가하고 있어 지상파방송의 콘텐츠 소비가 감소하고 있음.
- 유튜브 등 롱테일 미디어 소비 플랫폼의 강력한 부상과 기존 비전문(non-professional) 콘텐츠의 전문(professional) 콘텐츠로의 전환이 확산되고 있음.

##### ■ KBS의 기술 경쟁력 확보 필요

- 공영미디어 역할 확대 요구에 대응하기 위한 차세대 미디어 기술 도입 및 활용을 통해 콘텐츠 가치 및 경쟁력 제고가 필요함.
- 기존 인프라와 프로세스의 효율화를 통해 저비용 고효율 구조를 강화할 필요가 있음.

#### ② 중장기 계획과 연계한 경영목표 설정

##### ■ 2019~2021 기술·뉴미디어 부문 중장기 정책방향

- 2019~2021 중장기 정책방향에서 기술·뉴미디어 부문 주요 과제로 '콘텐츠 도달률 강화'를 설정함.

5) OTT(Over The Top) : 인터넷을 통해 방송 프로그램 등 각종 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스

- 미디어 생태계의 중심이 지상파(TV, R)에서 인터넷, 모바일로 이동함에 따라 KBS는 매체 영향력을 확대하기 위해 지상파 플랫폼 이외에도 인터넷, 모바일 플랫폼 전략을 강화하여 디지털·모바일 위주의 젊은 시청자에게 도달하는 것을 최우선 과제로 삼음.

■ 2019년도 기술·뉴미디어 부문 경영목표 핵심사업

- 중장기 계획 달성을 위한 2019년도 기술·뉴미디어 부문 경영목표 핵심사업 4가지를 설정함.
- 첫째는 OTT 플랫폼 종합전략 수립 및 시행, 둘째는 차세대 기술 활용 강화, 셋째는 디지털 스마트 워크플로우 구축, 넷째는 방송시설 운용 효율화임.

## 2) 경영목표 핵심사업 수행 평가

### (1) 종합 평가

■ 대상사업 및 추진실적

- 대상사업 : 26개 핵심사업, 57개 성과지표
- 추진실적 : 57개 성과지표 中 달성 34개(60%), 부분달성 13개(23%), 미달 10개(17%)

5대 목표	성과지표	달성	부분달성	미달
I. 독보적 신뢰	15개	7개	5개	3개
II. 압도적 영향력	11개	8개	1개	2개
III. 콘텐츠 도달률 강화	12개	7개	1개	4개
IV. 글로벌 미디어로 도약	9개	5개	3개	1개
V. 창의적 조직으로 변화	10개	7개	3개	0개
<b>계</b>	<b>57개</b>	<b>34개(60%)</b>	<b>13개(23%)</b>	<b>10개(17%)</b>

■ 추진 결과

- 성과지표의 구체성 강화 필요
  - 목표 달성여부와 가시적 효과를 판단할 수 있는 보다 구체적인 성과지표 수립 필요
- 사업별 성공, 실패 요인 분석해 차년도 계획에 반영

- 성과지표 달성 시 효과 및 손익 분석을 통해 사업 지속여부 결정
- 성과지표 미달 시 문제점 및 원인 분석 강화, 향후 목표 설정 시 반영
- **지속 사업에 대한 발전적 목표관리 필요**
- 지속 사업의 경우, 최근 수년간 평균치, 성장률 등을 반영해 발전적 목표 설정 필요
- **향후 추진계획**
- **추진실적 점검 결과 보고 → 주요정책 결정 시 활용**
- **대내외 자료요구 준비 대응**

## (2) 주요 추진 실적

### ① KBS 저널리즘 혁신

#### ■ 신뢰도 상승과 도달률 확대

- '2019년 경영목표 및 핵심 성과지표'에 따라 KBS 방송뉴스의 성격과 형식, 내용 등을 바꿔 신뢰도 상승에 중점을 둬.
- 국가·사회 통합 기여 및 사회경제적 의제의 공론 확대에 기여함.
- 한국언론진흥재단 '2019 언론수용자 의식조사'에서 신뢰도·영향력 1위로 신뢰도·영향력 동시 1위는 2010년 이후 9년만임.
  - 신뢰도 1위 KBS(26.1%) - JTBC(17.9%) - MBC(10.9%) - 네이버(10.6%)
  - 영향력 1위 KBS(29.0%) - 네이버(16.5%) - JTBC(14.6%) - MBC(11.4%)
- PSI(공영성지수) 5년 연속 1위(2015~2019)
  - 2019년 유일하게 PSI 70점대 기록함.
  - (상반기/하반기) : KBS(71.1/71.6) / MBC(66.8/71.6) / SBS(66.9/67.4)

#### ■ 심층성·다양성 동시 강화, '솔루션 저널리즘' 추구

- <뉴스7>을 기존 발생 스트레이트 기사 위주의 뉴스에서 저녁 종합뉴스로, <뉴스9>은 심층성을 대폭 강화하는 방향으로 형식과 내용 수정함.
- 블록화를 통한 심층 뉴스 확대로 '솔루션 저널리즘' 추구
  - 팩트체크 및 심층성 강화를 위한 장르별 킬러 콘텐츠
  - '탐사K'(탐사보도) / '현장K'(현장추적) / '못참겠다'(시청자제보 반영) / '끈질긴K'(추적보도)

#### ■ ‘디지털 전용기사’ 생산량 증가 및 포털, 소셜 플랫폼 조회 수/구독자 증가

- 보도본부 전체 디지털 전용기사 생산량 : 2018년 4,090건(11.2건/1일) → 2019년 3~12월 5,068건(16.6건/1일)으로 ‘1.49배’ 증가
- 전년(2018년) 대비 네이버 구독자 수 258% 증가  
전년(2018년) 대비 다음 조회 수 62.4% 증가
- 유튜브 : 전년(2018년) 대비 79% 증가  
페이스북 : 전년(2018년) 대비 23% 증가

#### ■ 재난 전담부서 ‘재난방송센터’ 신설

- 2019년 3월, 기존 과학재난부의 재난 보도·기획·조정 기능을 보도본부 내 재난 대비 전담부서인 ‘재난방송센터’를 신설해 통합 이관함.
- 전사적으로 재난방송에 대응할 수 있는 ‘ALL KBS’ 기본 체계 마련함.
- 2019년 총 7,389분의 재난방송을 실시, 양적·질적으로 타 방송사를 압도
  - 타 지상파 방송사 대비 최소 3배 이상의 방송시간 편성
  - KBS(193회) / MBC(48회) / SBS(53회) / JTBC(27회)

## ② 사회경제적 의제의 공론 확대

#### ■ 한반도 평화 대비 특집 프로그램 제작

- TV에서는 KBS스페셜 〈한반도 평화로 가는 길-하노이 이후, 북미 화해의 조건〉을 비롯한 3편과, 라디오에서는 〈통일사용설명서〉를 주 1회, 연간 30편을 방송함으로써 한반도 평화에 대한 바람을 담아냄.

#### ■ 3.1운동 및 임시정부 수립 100주년 특별기획 제작

- 〈도올아인 오방간다〉 12편과 〈대한민국은 민주공화국이다〉 2부작, 〈밀정〉 2부작 등 10여편이 넘는 프로그램을 통해 현재의 대한민국을 있게 한 3.1 운동 및 임시정부 수립의 의미를 되새겼고, 특히 〈밀정〉은 일제 강점기 밀정 800여 명을 폭로, 수작이라는 평가로 올해의 기자상 등 다수 수상함.
- 3.1운동 100주년 때는 서울 광화문 역사박물관 특설 스튜디오에서, 임시정부 100주년 당일(4월 11일)에는 임시정부 출발점인 중국 상하이 용안백화점 옥상에 특설 스튜디오를 마

련, 생방송으로 특집 <뉴스9>를 진행함.

■ 역사적인 남북미 정상회담 뉴스특보 및 특집 <뉴스9> 편성

- 2019년 6월 30일 판문점에서 문재인 대통령과 북한 김정은 국무위원장, 미국 도널드 트럼프 대통령 간의 역사적인 회동을 당일 오전 10시 50분부터 오후 8시 05분까지 555분 동안 특보방송, 타사 대비 2배가량 높은 시청률 기록함.

③ 시청자 중심 구현

■ 시청자 참여 프로그램 확대

- <다큐 인사이트-와일드 맵> 4부작, <더 라이브>, <개는 훌륭하다>, <꿀잼 퀴즈방> 등 시청자 참여형 프로그램을 신설했고, <아침마당>, <열린음악회> 등 기존 프로그램의 시청자 참여 기회를 확대했음. 또한 연간 4회에 걸쳐 <토론쇼 시민의회> 등 특집 토론 프로그램을 다수 편성함으로써 시청자 참여 기회를 대폭 증가시켰음.

■ 지역방송 활성화 시범사업 추진 및 확대

- 지역방송 유튜브 구독자 5만 명, 인스타그램 팔로워 5만 명을 달성했고, 시사뉴스쇼 <제주 투데이>는 지역 시청자 선호도 1위를 달성했음.

④ 최고의 콘텐츠 경쟁력

■ 킬러 예능/드라마 콘텐츠 제작

- 신설된 <사장님 귀는 당나귀 귀>는 평균 시청자수 127만 명, 2049 시청자 수 45만 명을 기록함으로써 소기의 성과를 보였지만, 특집극 <생일편지>는 저조한 시청률을 기록했다.

■ 전략적 편성강화

- 1·2TV 드라마 편성시간을 축소하고 예능 프로그램을 재배치하였으며, <날아라 숲돌이 이강인> 등 정규편성을 고려한 큐레이션 프로그램을 연 2편 이상 제작하고, <덕화TV> 등 크로스미디어 콘텐츠도 2편 이상 제작함으로써 편성에 있어 선택과 집중을 시도하였음.

■ 노후 프로그램 리뉴얼

- <추적60분>, <KBS스페셜> 등 노후 프로그램을 폐지하고 <아침마당>, <개그 콘서트> 등 10년 이상 방송된 장수 프로그램의 포맷을 새롭게 리뉴얼함으로써 방송에 활력을 불어 넣었음.

## ⑤ 공영미디어로의 진화

### ■ OTT 플랫폼 종합전략 수립 및 시행

- 중장기 계획인 ‘도달률 강화’를 위한 세부 경영목표로 ‘OTT 플랫폼 종합전략 수립 및 시행’을 설정함.
- KBS가 직간접적으로 운영에 참여하고 있는 다양한 OTT 플랫폼(myK, WAVVE, SMR)의 경쟁력 개선방안과 유튜브 등 외부플랫폼 활용방안을 모색한 ‘OTT 플랫폼 종합전략’을 수립·시행하여 일관된 정책 적용을 가능케 함.
- 특히 유튜브에 대한 전사적 대응전략 ‘KBS 유튜브 전략 2019’를 수립하고 유튜브 정책조정협의회를 운용하여 디지털 플랫폼 도달률과 수익성 제고에 역점을 두었고, 궁극적으로는 방송을 넘어 다양한 플랫폼에서 KBS의 영향력을 제고하는 공영미디어로의 진화에 기여함.

### ■ 차세대 기술 활용 강화

- 최근 산업혁신을 주도하고 있는 All-IP 기술과 5G, 인공지능(AI), 클라우드컴퓨팅 등의 기술혁신을 KBS 제작·송출 시스템에 접목·활용을 추진함.
- 기존 HD-SDI(High Definition Serial Digital Interface) 제작·송출 인프라 대비 비용절감과 운용효율이 제고되는 All-IP 제작·송출 시스템 도입기반 마련을 위해 광대역 IP 네트워크와 TV스튜디오 제작서버 등 IP기반 방송시스템 도입방안을 수립함. 5개사 컨소시엄을 통해 PoC(Proof of Concept) 수행으로 기술성숙도 확인과 시행착오 최소화를 추진함.
- 5G 기술의 방송미디어 접목을 위해 KBS-SK텔레콤(SKT)간 양해각서(MOU)를 바탕으로 통신망을 이용한 실시간 중계방송 제작사례 공유와 SKT의 영상 촬영·전송 솔루션인 ‘T Live Cast’의 기술테스트 등 협력을 추진함.
- AI 기술을 미디어 제작·송출·전송 분야에 활용하기 위해 Microsoft와 Google, 네오사피언스, 머니브레인 등 국내외 미디어 AI 기술 선도기업들과 적극적 협력을 모색함.
- 대규모 리소스 투입이 어려운 재난방송의 고품질화를 위한 AI 기술을 시범 적용하기 위한 추진계획을 수립함.
- 방송미디어에 대한 클라우드컴퓨팅 도입을 위해서 Microsoft와 Google 등 글로벌 선도기업들과 상세기술 검토 및 협업기반 구축을 추진함.

■ 디지털 스마트 워크플로우 구축

- 인프라 전환을 넘어선 프로세스 혁신의 성공적인 추진을 위해 기술본부는 KBS 유관부서들을 포괄하는 ‘디지털 워크플로우 T/F’를 구성하고 ‘Full-File 제작시설 구축 → Network CG → 광고 워크플로우 개선’과 같은 중장기 로드맵을 바탕으로 인프라 전환은 물론 사용자 디지털 워크플로우 적용을 모두 개선하는 실질적이고 안정적인 프로세스 혁신을 추진함.
- 지역국 활성화 및 지역뉴스 강화를 위해서 부산총국을 시작으로 지역총국 전 부문의 풀파일 전환을 연차별로 추진해 제작 프로세스 개선과 고품질 지역방송 제작환경을 구축하고자함.
- 미디어 소비행태 변화에 따른 OTT, SNS, 스트리밍 콘텐츠 등에 대응이 가능한 디지털 라이브 전문 스튜디오 ‘라운’을 개소하고, <저널리즘>, <똑똑팩톡>, <속고살지마> 등 모바일/인터넷/OTT/SNS 유통을 위한 콘텐츠 제작 및 송출시설을 구축하고 운영함.

⑥ 디지털 콘텐츠 강화

■ 온라인 디지털 캠퍼스 구축

- 채널 개설, 온라인 오픈 아카이브 사업 확대 등을 목표로 했으나 한국콘텐츠진흥원의 내부 사정으로 사업예산을 확보하지 못해 중단된 상태임.

■ 시청자와 소통하는 다매체 콘텐츠 제작 강화

- <생로병사의 비밀>이 유튜브 누적 조회수 320만회를 기록했으며, SNS를 통하여 <살롱드 피아노>, <월간 오페라> 등을 라이브 방송함으로써 전년 대비 SNS 실시간 접속자 수에 있어 20% 증가를 기록했음.

⑦ 미래세대 타겟팅 강화

■ 미래세대 참여형 콘텐츠 제작 및 디지털 채널 개설

- 쌍방향 퀴즈쇼 <도전 골든벨 Live>와 청소년 디지털채널 개설 등을 추진하였으나 예산 확보의 어려움으로 인해 사업이 보류 내지 중지된 상태임.

⑧ 세계적 콘텐츠 제작, 유통

■ 국제 공동제작 확대

- ABU국제 CARE에 자체제작 1편과 공동제작으로 콘텐츠 10여 편 등 국제무대를 상대로 활발한 콘텐츠 교류를 시도함.

■ 한류 콘텐츠 사업 다각화

- KBS 해외채널 세종학당을 보급하여 SNS 구독자 1천 7백만 명을 달성함.

■ 국제 방송 교류협력 강화

- 베트남 VTV 등 4개국 방송사와 국제네트워크 강화를 위한 협정을 체결함.

⑨ 국제방송 강화

■ KBS 해외채널 보급 확대 및 다국어 뉴스 강화

- KBS월드가 인도 PB위성 플랫폼에 진출했으며, KBS월드24가 미국 위성 DirecTV와 러시아/CIS지역 위성을 통해 송출을 시작했고, KBS의 다국어홈페이지는 누적 페이지뷰 167만을 기록하여 전년 대비 22% 증가를 달성함.

■ 국제방송 제도 등 개선 추진

- 국제방송 체계 재정립을 위한 방송법 개정 추진을 시도하여 관련 의견을 제출했고, 해외 채널 지역의 송출료 국고지원 90%를 확보함.

⑩ 콘텐츠 중심조직 구현

■ 조직운영체계 개편

- 장애인 채용 방식 변경을 통한 채용 확대 노력과 「성평등기본규정」제정 및 시행으로 성폭력 관련 징계시효를 확대(2→5년)하고 예방교육을 강화함.

■ 직급체계 개편

- 변동형 직급체계 도입
  - 상위직급을 책임직급으로 명확화함.
  - 팀장 이상 보직자들에게 보직기간에 한정하여 ‘책임직급’을 부여하여 책임과 역할에 맞는 급여 지급함.
  - 책임직급→실무직급 이동시 방송 전문성 통한 효율성, 생산성 강화함.
- 최상위 2개 직급 폐지함.

- 관리직급과 1직급(개정 후 G0직급)은 일몰제를 적용해 현재 대상 직원 퇴직 후 직급 폐지함.
- 상위직급 축소, 상대적으로 높은 상위직급 보수수준 억제함.

⑪ 효율적인 운영체계 구현

■ 방송시설 운용 효율화

- 대부분의 인구 밀집 지역에서 FM 대체수신이 가능하고, 수신기 보유율이 낮아 매체 이용률이 매우 저조한 AM방송의 효율화 필요성이 크게 증가하고 있어 방송시설 운용 효율화를 추진함.
- AM송중계소 폐소를 통해 자산 운용을 효율화하였고, 기술개정을 통한 송신기 소비전력 저감으로 운용비용 효율화를 달성함.

■ DMB 개선방안 수립 및 시행

- ‘효율적 운영체계 구현’에 부합할 수 있도록 이용률이 하락하고 있는 DMB 매체에 대한 운영개선 방안을 수립, 시행함.
- 전략기획국-1312(2019.6.28.) ‘DMB 매체운영 개선방안’을 수립하고 시행함.

⑫ 안정적 자원 확보

■ 전 매체 광고 통합마케팅 추진 및 콘텐츠 수입 확대

○ 통합마케팅 조직 정비 및 역량 제고

- 조직 개편을 통한 사내 마케팅 기능 통합
  - 공익 캠페인팀 광고국 편입, 정부 및 공공기관 대상 영업력 강화
  - 마케팅 상품 간의 통합 및 제안서 작성 전담하는 상품개발팀 신설
- 제안 영업 능력 제고
  - 광고경력직 4명 채용, 자체 상품기획 및 제안서 작성역량 제고
  - 한국방송광고진흥공사(kobaco)와의 상품 협의 및 공동 영업 활성화

○ KBS 통합마케팅상품 ‘PLUS’ 출시 : 총 36.4억 원 판매(2019년 기준)

- 가상, 간접, 협찬, 디지털, 마케팅라이선스 등 KBS 보유 마케팅 상품 통합하여 광고주에

제시

- SMR, 유튜브 광고 직거래(KBS→광고주)절차 마련, 디지털 광고 재원 확보
- KBS-KBS N 솔루션 통합 상품 출시 : 총 31.6억 원 판매(2019년 기준)
  - 양사 공동 상품 개발, 공동 영업 추진
  - 그룹 영업역량 집중, 신규 광고주 개발 및 광고시장 내 KBS 그룹 점유율 확대 추진
- ▣ 안정적 재원 확보를 위한 관련 법령 개정 추진
- 2019년 재송신 수입 1,195억 원 확보
  - IPTV
    - KT, SKB : 2019~2021년(3년간) 재송신 합의 완료
    - LGU+ : 2019년(1년) 재송신 합의 완료
  - MSO 및 위성방송
    - CMB 재송신 과거분 계약 체결(2019.1)
    - 2020년 내 MSO 5사(LG헬로비전, 딜라이브, 티브로드, 현대HCN, CMB) 및 스카이라이프 갱신 계약 체결 목표
  - 개별 SO
    - 충북, 푸른, 금강, 광주, 울산방송 : 2016~2022년(7년간) 재송신 계약 체결 완료
    - 제주, 남인천, 서경, 아름 : 2019년말 계약 만료 이후 2020년 내 갱신 계약 체결 목표

## 2. 편성 기본 방향

### 1) 국가기간방송의 역할에 맞는 편성정책 실적

- ▣ 3.1운동과 임시정부 수립 100주년 특집 프로그램 제작
  - 다양한 주제와 형식의 3.1운동 관련 정규 및 특집 프로그램을 편성
  - 주제 측면에서는 3.1운동과 대한민국임시정부 수립을 ‘민주’와 ‘공화’의 측면에서 새롭게 조명하는 프로그램을 제작함.
  - 형식적 측면에서는 여러 장르가 결합된 새로운 형태의 프로그램을 기획함.

■ 한반도 평화정착의 길을 모색

- 특집 프로그램뿐 아니라 대담과 토론, 시사 관련 정규 프로그램을 통해서도 한반도 평화와 안정을 이루기 위한 해법을 찾아보는 공론의 장 역할을 수행함.
- 우리 사회가 북한을 제대로 알기 위한 노력의 일환으로 현재의 북한 상황과 남북관계에 대해 파악할 수 있는 프로그램을 편성하였음.

■ 소통과 공론의 장을 마련해 사회통합에 기여

- 각종 논의에서 소외될 수 있는 장애인, 다문화 가정 등 사회적 약자를 위한 프로그램도 다양하게 편성함.

■ 경제 재도약의 해법을 탐색

- 4차 산업혁명 시대를 맞아 한국 경제의 신 성장 동력을 발굴·육성하고, 양질의 일자리를 창출하며 동반 성장의 지혜를 모으는 다양한 프로그램을 제작함.

■ 공정하고 정확한 보도와 탐사 프로그램으로 신뢰도와 영향력을 향상

- 신뢰도와 영향력을 높이기 위해 <뉴스9> 등 방송뉴스의 혁신을 시도함.
- 탐사와 시사 다큐 프로그램의 변화를 모색하기 위해 프로그램 폐지와 신설을 진행함.

■ 문화적 상상력을 제고하는 핵심 콘텐츠를 통해 경쟁력을 강화하고 한류 문화 확산에 앞장섬.

- 주말 편성의 핵심인 일요일 예능 프로그램 라인업을 재건하고자 노력하였음.

■ 디지털 미디어 시대를 선도하는 창조적 공영 미디어로 진화

- SNS를 통해 프로그램 제작 과정을 선공개하거나, 방송 송출시간에 시청자와의 양방향 소통이 이뤄지는 새로운 형식의 방송을 만들고자 노력하였음.
- 다양한 인터넷 플랫폼을 통해 실시간 방송과 다시보기 서비스를 제공해 시청자가 시간과 장소의 제약에서 벗어나 KBS 콘텐츠에 접근할 수 있게 함.

## 2) 국가간방송의 역할에 맞는 편성정책 성과

### ① 3.1운동과 임시정부 수립 100주년의 의미와 가치를 밝히는 다양한 특집 프로그램 제작

■ 2019년 편성된 관련 프로그램과 성과 <표 1-2> 참고

- <밀정> 2부작은 독립운동기의 숨겨진 과거를 제대로 파헤쳐 많은 호평을 받았고, 방송통신 심의위원회 ‘이달의 좋은 프로그램상’ ‘제 13회 임종국상 언론부문’ ‘제 3회 만해언론상 대상’

한국기자협회/방송기자연합회 ‘이달의 기자상’ 한국방송기자클럽 3분기 ‘기획보도상’ 등을 수상함.

- 〈아리랑 로드〉, 〈그날이 오면〉, 〈명예의 그늘〉, 〈미스터리 추적, 안중근의 총〉은 방송통신심의위원회 ‘이달의 좋은 프로그램상’을 수상함.
- 〈도올 아인 오방간다〉는 도올 김용옥과 배우 유아인을 통해 우리나라 근현대사 100년을 재조명하고 미래의 해법을 모색함.
- 〈신한 청년단의 젊은 그들〉은 여운형이 조직했던 신한청년당의 업적과 3·1운동이 일어나기까지의 이야기를 담아내 3.1운동을 새로운 관점에서 조명함.
- 〈3.1운동 100주년 특집 그날과 오늘 100년의 함성〉은 생방송으로 3.1운동 100주년 기념식 현장을 중계하고, 양우조 선생 등 숨은 독립 영웅들의 업적을 소개함.
- 다큐세상 〈열혈의학도의 선택, 독립선언문 배포작전〉은 열혈정년의학도들의 투쟁을 최초 발굴해 3.1운동을 새롭게 조명함.
- 〈걸어서 임시정부 속으로〉은 독립운동가들의 주요 활동지였던 상하이, 항저우, 난징 등 중국의 도시를 찾아가 임시정부와 독립운동의 모습을 새로운 방식으로 조명함.
- 〈시민의 탄생〉 3부작은 4·19혁명부터 촛불혁명까지 헌법의 기원과 민주공화국을 지켜내기 위한 시민들의 노력을 소개해 민주공화국의 의미를 되짚어 봄.
- 〈대한민국은 민주공화국이다〉 2부작은 1948년 제정된 헌법이 계승되는 과정과 대한민국이 민주공화국임을 규정한 헌법 제1조가 탄생하게 된 배경을 조명함.
- 〈충천, 하늘 높이 오르다〉는 임시정부 수립 100주년 및 공군 창군 70주년을 계기로 독립운동가이자 공군참모총장을 역임한 최용덕 장군의 일대기를 조명했음.
- 3.1운동 전야 특별 음악회 〈100년의 봄〉은 조수미, 양희은, 송소희 등 세대를 아우르는 가수들이 출연한 특별 음악회를 제작, 3.1운동의 의미를 되새김.
- 〈내가 사랑한 아리랑〉은 아리랑을 새롭게, 다 함께 불러보는 대형 공연을 통해 민족의 역사와 혼을 되짚고, 3.1운동과 임시정부 수립 100주년을 기념함.
- 다큐공감 〈소녀가 소녀에게〉는 10대 소녀들의 조직적인 독립운동을 추적 발굴함으로써 3.1운동 100주년에 새롭게 복원하는 3.1운동을 다뤄 깊은 공감대를 구축함.
- 다큐세상 〈항일 비밀투쟁, 최후의 1인까지〉는 항일결사 조선민족대동단의 실체를 발굴 추

적해, 그동안 자세히 알려지지 않은 내용을 프로그램화함.

〈표 1-2〉〈3.1운동과 임시정부 수립 100주년의 의미와 가치를 밝히는 다양한 특집 프로그램 제작〉 관련 프로그램 편성 성과

〈3.1운동과 임시정부 수립 100주년의 의미와 가치를 밝히는 다양한 특집 프로그램 제작〉		프로그램명	수상실적
목표	성과		
3.1운동 및 임시정부 수립 100주년을 맞아 국가기간방송으로서 그 의미를 공론화	3.1운동의 정신과 우리 근현대사의 명맥을 되짚는 다채로운 프로그램으로 시청자에게 우리 역사의 자긍심을 높였음	〈아리랑 로드〉 3부작	방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상
		〈도올아인 오방간다〉 12편	
		〈나의 독립영웅〉 미니 역사다큐 시리즈 100편	여성가족부 제2회 양성평등미디어상 (방송부문우수상)
		신한청년단의 젊은 그들	
		〈그날이 오면〉 2부작	방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상
		3.1운동 100주년 특집 〈그날과 오늘 100년의 함성〉	
		다큐 세상 〈열혈 의학도의 선택, 독립 선언문 배포 작전〉	
		〈걸어서 임시정부 속으로〉	
		3.1운동 100주년 특집 〈명예의 그늘〉	방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상
		〈시민의 탄생〉 3부작	
		〈대한민국은 민주공화국이다〉 2부작	
		〈독립투사 연미당 조국으로 가는 길〉	
		대한민국 임시정부 수립 100주년 특집 〈봄을 부르다〉	
		대한민국 임시정부 수립 100주년 특집 〈여인 독립투사 되다〉	
		대한민국 100주년 특별기획 〈밀정〉 2부작	방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상 제13회 임종국상 언론부문 제3회 만해연론상 대상 한국기자협회/방송기자연합회 이달의 기자상 한국방송기자클럽 3분기 기획보도상
		〈미스터리 추적, 안중근의 총〉	방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상
		〈충천, 하늘 높이 오르다〉	
		특집 다큐 〈단체 신채호〉	
		3.1운동 전야 특별 음악회 〈100년의 봄〉	
		〈내가 사랑한 아리랑〉	
〈윤동주의 별 헤는 밤〉	정보통신정책연구원 우수프로그램상		
다큐공감 〈소녀가 소녀에게〉			
다큐세상 〈항일 비밀투쟁, 최후의 1인까지〉			

■ 여러 장르가 결합된 새로운 형태의 프로그램을 선보임

- <도올아인 오방간다>: 강연, 토크, 공연을 결합함.
- <운동주의 별 헤는 밤>: 공연과 다큐멘터리, 드라마를 접목, 정보통신정책연구원 ‘우수프로그램상’ 수상했음.
- <나의 독립 영웅>: 최초의 5분 분량 미니 역사다큐 시리즈, 6개월 간 주 4회 방송, 여성가족부 ‘제21회 양성평등미디어상(방송부문우수상)’을 수상했음.

② 한반도 평화정착의 길을 모색

■ 2019년 편성된 관련 프로그램과 성과 <표 1-3> 참고

<표 1-3> <한반도 평화정착의 길을 모색> 관련 프로그램 편성 성과

<한반도 평화정착의 길을 모색>		프로그램명	수상실적
목표	성과		
국가기간방송으로서 한반도 평화정착과 비핵화, 교착 국면의 북미, 남북관계 개선의 방안을 모색하기 위한 역할을 수행	한반도 평화정착과 공동 번영의 길을 모색하고, 소통과 공론의 장을 마련해 사회통합에 기여했음	[특집] 하노이 북미정상회담 생중계(2019.02.27.)	
		[특집] <특집 대담 - 한반도 대전환, 평화의 길>	
		[특집] <기획 토론 -평화의 봄은 오는가>	
		[특집] <특별 대담-다시 도는 비핵화 시계, 한반도의 평화의 길>	
		[특집] <남북의 창>	
		[정규] <일요일단 라이브>, <심야토론>, <시사기획 창>	
		[정규] <KBS스페셜> -2019 설, 평양 이야기 -한반도 평화로 가는 길:하노이 이후 북미 화해의 조건 -6.25 전사 유해발굴, 집으로 가는 먼 길 -다시 경계에서 -어느 편이나 묻는 당신에게	<어느 편이나 묻는 당신에게> : 통일 언론상 대상

■ 2월 27일 하노이 북미정상회담 생중계는 KBS의 보도 제작역량을 보여줌

- 대규모 취재진을 파견해 <뉴스9> 메인 앵커가 하노이 현지에서 북미 정상의 움직임과 회담 소식을 생생하게 전달함.
- 북미정상회담 관련 특집 프로그램을 편성해 북미 관계의 현 국면을 심도있게 진단하고 비핵화 진전 방안 등을 짚어봄.
- <특집 대담-한반도 대전환, 평화의 길> 프로그램을 통해 성과 없이 끝난 하노이 북미정상회담의 의미와 영향, 전망 등을 분석함.
- <기획 토론-평화의 봄은 오는가>를 통해서 한반도 정세를 둘러싼 관련국의 움직임을 집중 분석하고 한반도 비핵화와 북미 관계 개선 해법 등을 모색함.

■ 한반도 평화 관련 아이টে을 모두 28차례 방송

- 정규 프로그램 <일요진단 라이브>, <심야토론>, <KBS스페셜>, <시사기획 창>등을 편성했음.

■ 한반도 평화 관련 의제 제시와 공론화를 위해 노력함

- 특히 <KBS스페셜>은 2019년 한 해 동안 <2019 설, 평양 이야기>, <한반도 평화로 가는 길 - 하노이 이후 북미 화해의 조건>, <6.25 전사 유해발굴, 집으로 가는 먼 길>, <다시 경계에서>, <어느 편이냐 묻는 당신에게> 등을 편성함.
- <어느 편이냐 묻는 당신에게>는 국내 언론사상 최초로 재일조선인 학교 내부를 취재해 조선인 학생들이 겪는 내적 정체성과 국적 불일치 사이의 갈등을 정확하게 그려내, 통일언론상 대상을 수상함.
- <다시 경계에서>는 남측과 북측 검증단이 서로의 GP를 철수하고 현장을 검증하는 장면을 통해 남북 화해의 미래를 보여주며 깊은 울림을 줬다는 평가를 받음.

■ 우리 사회가 북한을 제대로 알기 위한 노력 지속

- KBS의 대표적 남북관계 프로그램인 <남북의 창>을 통해 시시각각 변하는 북한의 상황을 가감 없이 전하며 국민들이 북한에 대한 이해를 높이고 민족 동질성을 잊지 않게 함.
- 2019년 <남북의 창> 30주년을 맞아 특집 프로그램을 준비해 격동의 남북관계 30년사를 살펴보고, 통일에 관심이 없다는 젊은 세대들에게 변화하는 남북관계는 어떤 의미인지 등을 짚어보는 등 남북관계 소통창구의 역할을 수행하는 모습을 보임.

③ 소통과 공론의 장을 마련해 사회통합에 기여

■ 2019년 편성된 관련 프로그램과 성과는 다음 <표 1-4>와 같음

<표 1-4> <소통과 공론의 장을 마련해 사회통합에 기여> 관련 프로그램 편성 성과

<소통과 공론의 장을 마련해 사회통합에 기여>		프로그램명
목표	성과	
이념, 세대, 계층 간 갈등과 경제 양극화 문제 등 우리 사회의 미래를 위협하는 다양한 갈등의 해법을 모색하는 모습을 보임	양성평등, 저출산 고령화, 환경보호 등 한국 사회가 당면한 과제를 해결하기 위한 공론의 장 역할을 했음	<시민의회>
		<新만민공동회>
		<생방송 심야토론>, <일요진단>
		<시사기획 창>, <시사 직격>
		<거리의 만찬>
		<긴급진단 미세먼지가 삼킨 대한민국>, <긴급대담 위기의 한일관계 해법을 말하다>
		[정규] <사랑의 가족>, <이웃집 찰스>, <인간극장>, <동행>, <공감>
		[특집] <장애인의 날 특집 드라마 - 오늘도 안녕>, <전국 휠체어 농구대회>, <제27회 서울 국제 휠체어 마라톤 대회>, <제39회 전국 장애인 체육대회>
<열린 채널>		

■ 한국 사회가 당면한 과제 해결을 위한 노력

- 양성평등, 저출산 고령화, 환경보호 등 한국 사회가 당면한 과제를 해결하기 위한 공론의 장 역할을 함.
- <시사직격>은 정치개혁 등 사회현안을 취재하고 해결책을 모색함.
- <시민의회>는 매회 200여 명의 시민이 참여하는 숙의 민주주의형 프로그램을 표방하며, 사회 정치, 사회 갈등을 시민들의 참여를 통해 ‘국회의원 정수 증가’, ‘예술, 체육계 병역특례’ 등을 다뤘으며, <新만민공동회>는 ‘미세먼지 해결 방안’에 대한 차별화된 시민소통과 숙의의 장을 마련했음.
- 정책 책임자 등의 의견을 직접 청취하는 <생방송 심야토론>, <일요진단>, 시사탐사 프로그램 <시사기획 창>, <시사 직격>, 여성 진행자들이 직접 현장을 찾아가는 <거리의 만찬>

그리고 <긴급진단 미세먼지가 삼킨 대한민국>, <긴급대담 위기의 한일관계 해법을 말하다> 등의 정규 및 특집 프로그램을 통해 우리 사회의 주요 현안에 대해 진단하고, 해결 방안을 모색함.

■ 장애인, 다문화 가정 등 사회적 약자를 위한 프로그램 편성

- <사랑의 가족>, <이웃집 찰스>, <인간극장>, <동행>, <공감> 등의 정규 프로그램을 편성함.
- <장애인의 날 특집 드라마-오늘도 안녕>, <전국 휠체어 농구대회>, <제27회 서울 국제 휠체어 마라톤 대회>, <제39회 전국 장애인 체육대회> 등의 특집 프로그램도 편성하여 사회통합에 기여함.
- 시청자들이 직접 제작한 프로그램을 방영하는 <열린채널>도 편성해 시청자들의 의견을 공론화하는 장을 마련함.

④ 경제 재도약의 해법을 탐색

■ 2019년 편성된 관련 프로그램과 성과는 다음 <표 1-5>와 같음

<표 1-5> <경제 재도약의 해법을 탐색> 관련 프로그램 편성 성과

<경제 재도약의 해법을 탐색>		프로그램명
목표	성과	
일본의 백색국가 제외, 미중 무역 갈등 심화 등 국제 정세의 혼란기에 한국 경제가 재도약할 수 있는 해법을 모색하고자 함	4차 산업혁명 시대를 맞아 한국 경제의 신 성장 동력을 발굴·육성하고, 양질의 일자리를 창출하며 동반 성장의 지혜를 모으는 다양한 프로그램을 제작했음	<경제 타임>
		<긴급대담 한일 경제 전쟁 점화 출구 없나>, <특집 다큐 사회적 경제 내일을 연다>
		<KBS 청년일자리프로젝트 -사장님이美쳤어요> (2019.9.18.~2019.11.06.)
		<일자리 천국 굿잡> 2부작
		<슬기로운 어른이 생활> 8부작
		<기술강국 프로젝트 중견만리> 6부작
		다큐세상 <스마트 농업, 미래를 열다> 2부작
		다큐세상 <도시의 진화, 스마트 시티> 2부작
		다큐세상 <경제 희망, 스타트업 키우기>
		다큐세상 <스마트 공장> 2부작

▣ 국내 경제 성장과 일자리 창출을 위한 프로그램 제작

- 4차 산업혁명 시대를 맞아 한국 경제의 신 성장 동력을 발굴·육성하고, 양질의 일자리를 창출하며 동반 성장의 지혜를 모으는 다양한 프로그램을 제작함.
- 2TV 평일(월~목) 6시부터 방송되는 정규뉴스 프로그램 <경제 타임> 외에도 <긴급대담 한일 경제 전쟁 접화 출구 없나>, <특집 다큐 사회적 경제 내일을 연다> 등 경제 관련 특집 프로그램들을 편성함.
- 청년층의 최대 관심사인 취업 등 관련하여 <KBS 청년일자리프로젝트 사장님이美쳤어요>는 방송 당시 실시간 검색 1, 2위를 차지할 정도로 호응을 얻으면서 중소기업에 대한 관심을 고취시킴.
- <일자리 천국 굿잡> 2부작에서는 취업난 시대에 새롭고 다양한 일자리 정보를 제공함.
- <슬기로운 어른이 생활> 8부작은 사회 초년생들에게 실전 경제 지식을 친절하고 재미있게 설명하여 2030 젊은 시청 층의 공감과 관심을 받았음.
- <기술강국 프로젝트 중견만리> 6부작은 한일 무역갈등으로 주목받은 국내 우수 부품소재 기업을 소개해, 제조업과 중소·중견기업의 미래를 모색함.
- 다큐세상 <스마트 농업, 미래를 열다> 2부작은 네덜란드, 일본 등 스마트 농업의 사례를 통해 우리 농업이 나아갈 길을 모색함.
- 다큐세상 <도시의 진화, 스마트 시티> 2부작은 편리하고 쾌적한 삶을 추구하는 스마트 시티 구축의 미래를 살펴봄.
- 다큐세상 <경제 희망, 스타트업 키우기>는 미국, 중국 등 유니콘기업을 키워내는 기술개발 투자와 벤처기업의 스케일업 과정을 조명함.
- 다큐세상 <스마트 공장> 2부작은 세계 곳곳에서 일고 있는 스마트 공장 혁명 현장을 취재해 4차산업 혁명의 미래를 조명함.

⑤ 공정하고 정확한 보도와 탐사 프로그램으로 신뢰도와 영향력을 향상

▣ 2019년 편성된 관련 프로그램과 성과는 다음 <표 1-6>과 같음

<표 1-6> <공정하고 정확한 보도와 탐사 프로그램으로 신뢰도와 영향력을 향상> 관련 프로그램 편성 성과

<공정하고 정확한 보도와 탐사 프로그램으로 신뢰도와 영향력을 향상>		프로그램명	프로그램별 성과
목표	성과		
공영방송으로서 가짜뉴스와 편향된 콘텐츠가 횡행하는 시대에 공정하고 믿을 수 있는 콘텐츠를 찾으려는 시청자들의 니즈에 부합하는 뉴스를 만들고자 함	신뢰도와 영향력을 높이기 위해 보도, 시사프로그램의 혁신을 시도했음	<뉴스7>, <뉴스9>  <시사 직격>, <다큐 인사이트>	한국언론진흥재단 '2019 언론수용자 의식조사' 방송사 신뢰도 1위 한국언론진흥재단 '2019 언론수용자 의식조사' 방송사 신뢰도 1위

▣ 신뢰도와 영향력을 높이기 위해 <뉴스9> 등 방송뉴스의 혁신을 시도함.

- 종합뉴스는 <뉴스7>로, 이슈 심층 뉴스는 <뉴스9>로 하는 '7-9 체제'로 개편하면서 <뉴스9>는 주요 현안과 이슈별로 뉴스를 집중 보도하는 '블록 뉴스'를 강화함.
- 탐사 보도를 강화하기 위해 <뉴스9>의 '끈질긴 K', '현장 K', '국회 감시 K' 등 고발 전문 코너를 통해 사회 부조리를 적극 보도함.
- 특히, '국회감시 K'는 '세금과 보고서'를 주제로 20대 국회에서 만들어진 연구 용역 보고서의 문제점을 추적해 4차례 심층 보도함으로써 호평을 받았음.

▣ 탐사와 시사 다큐 프로그램의 변화를 모색

- KBS를 대표해 온 프로그램인 <KBS스페셜>과 <추적60분>을 폐지함.
- 시사탐사 프로그램인 <시사 직격>과 고품격 시리즈 다큐멘터리 프로그램인 <다큐 인사이트>를 신설함.
- 변화하는 매체 환경에서 시청자의 눈높이에 부응할 수 있는 새로운 프로그램을 선보이는 시도들이라고 평가됨.

▣ 신뢰도와 영향력을 높이기 위한 편성 정책은 일부 성과를 나타냄.

- 한국언론진흥재단 '2019 언론수용자 의식조사'에서 신뢰도 1위를 달성함.

- 2019 언론수용자 의식조사(한국언론진흥재단) 신뢰도 부문 결과
  - KBS(26.1%) - JTBC(17.9%) - MBC(10.9%) - 네이버(10.6%) 순
- 그러나 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사>에서는 5위, 미디어 오늘 <방송사 신뢰도 조사>에서는 4위에 그쳐 조사기관별로 KBS의 신뢰도에는 차이가 있음.
- 다양한 시청자들에게 신뢰할 수 있는 언론사로 자리 잡기 위해서는 지속적인 노력이 필요함.

<표 1-7> 방송사 신뢰도 조사 기관별 비교

외부 조사기관	1위	2위	3위	4위	5위
한국언론진흥재단 2019년 언론수용자 의식조사(단위: %)	KBS 26.1	JTBC 17.9	MBC 10.9	네이버 10.6	YTN 8.6
미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사> (단위: 점)	JTBC 3.227	경향 3.068	YTN 3.066	MBC 3.003	KBS 2.975
미디어 오늘 <방송사 신뢰도 조사>(단위: %)	JTBC 21	MBC 19	TV조선 15	KBS, SBS 8	MBN, 채널A 6
시사IN <대한민국 신뢰도 조사>(단위: %)	JTBC 15.2	유튜브 12.4	KBS 9.6	네이버 7.8	조선 5.4
시사IN 가장 신뢰하는 방송 매체 조사(단위: %)	JTBC 27.4	KBS 14.0	TV조선 8.6	SBS 7.4	MBC 6.8
시사저널 <누가 한국을 움직이는가> 조사(단위: %)	JTBC 39.2	KBS 15.3	한겨레 12.5	경향 9.2	MBC 8.0

⑥ 문화적 상상력을 제고하는 핵심 콘텐츠를 통해 경쟁력을 강화하고 한류 문화 확산에 앞장섬

▣ 2019년 편성된 관련 프로그램과 성과는 다음 <표 1-8>과 같음

〈표 1-8〉 〈문화적 상상력을 제고하는 핵심 콘텐츠를 통해 경쟁력을 강화하고 한류 문화 확산에 앞장섬〉  
 관련 프로그램 편성 성과

〈문화적 상상력을 제고하는 핵심 콘텐츠를 통해 경쟁력을 강화하고 한류 문화 확산에 앞장섬〉		프로그램명	프로그램별 성과
목표	성과		
시청자에게 새로운 형식의 프로그램들을 선보이며 질적으로 콘텐츠 경쟁력을 확보	주말 편성의 핵심인 일요일 예능 프로그램 라인업을 재건했음. K-POP과 한류의 세계화를 위해 지속적으로 노력했음.	〈사장님 귀는 당나귀 귀〉	동시간대 시청률 1위 달성
		〈으라차차 만수로〉	
		〈신상출시 펀스토랑〉	4회 방송 후 3일간 네이버 실검 1위, 12월 2주차 코코파이 화제성 지수 4위, 3주차 화제성 지수 7위
		〈대화의 희열2〉, 〈씨름의 희열〉	〈대화의 희열〉 최종회 동시간대 1위 〈씨름의 희열〉 잊혀져간 전통스포츠를 소재로 20-49중심의 열광적인 팬덤을 구축
		〈스탠드업〉	
		〈개는 훌륭하다〉	첫 방송 이후 17회 만에 2049 시청률 4%, 19회 시청률 9%
		〈1박2일 시즌4〉	재정비 후 복귀와 동시에 일요일 예능 1위 달성
		〈뮤직뱅크 인 홍콩〉	관객 9,700여 명 동원
		〈2019 창원 K-POP 월드 페스티벌〉	
		〈2019 창원 K-POP 월드 페스티벌Global Audition〉 〈K-POP의 날개를 달다〉(다큐)	
		〈We K-POP〉	
		〈퀴즈 온 코리아〉	
		〈ABU TV 송 페스티벌〉	
		〈불후의 명곡 - 400회 특집〉	유료관객 7,300여 명 동원

■ 새로운 형식의 프로그램과 질 높은 콘텐츠 제작에 노력

- 〈사장님 귀는 당나귀 귀〉 : 만연한 갑을문화 속에서 ‘보스들의 자아성찰’이라는 신선한 화두를 던짐.

- <으라차차 만수로> : 스타가 영국 축구 13부 리그 구단주라는 꿈을 이루는 과정을 보여줌.
- <신상출시 편스토랑> : 스타의 레시피가 전국의 편의점에서 출시되는 신개념 결합 예능 제작.
- 이 외에도 <대화의 희열2>, <씨름의 희열>로 이어지는 ‘희열’ 시리즈, 토크 코미디의 금기를 깬 <스탠드업!>, 반려견 예능의 새 지평을 연 <개는 훌륭하다> 등 실험정신을 바탕으로 많은 프로그램을 제작.

- 주말 편성의 핵심인 일요일 예능 라인업을 재건하고자 함.

#### ■ K-POP과 한류의 세계화를 위한 노력

##### ○ ‘뮤직뱅크 월드투어’ 프로젝트

- 열 네 번째 월드투어인 <뮤직뱅크 인 홍콩>이 2019년 1월 19일 아시아 월드 엑스포 아레나에서 열림.
- KBS WORLD를 통해 전 세계 117개국으로 방송됨.

##### ○ <2019 창원 K-POP 월드 페스티벌>은 9회 차를 맞이함

- 80여 개국 재외공관 주관으로 글로벌 오디션을 거쳐 참가한 한류 팬들의 본선 무대와 K-POP 아티스트들의 화려한 축하 공연이 진행됨.
- 본선의 경우 SNS LIVE 방송을 통해서도 시청이 가능했음.
- 글로벌 예선 현장과 한류 열풍을 다룬 다큐멘터리 <2019 창원 K-PoP 월드 페스티벌 Global Audition>, <K-POP의 날개를 달다(다큐)>를 제작, 방송함.

##### ○ 한류 확산에 기여

- 인기 K-POP 스타와 함께하는 심층 버라이어티쇼 <We K-POP> 및 전 세계 한류 팬들이 도전하는 한국문화 퀴즈 경연대회 <퀴즈 온 코리아>를 통해 한류를 확산시키고자 함.

##### ○ ABU TV 송 페스티벌 참여

- 2012년부터 매년 이어지고 있는 <ABU TV 송 페스티벌>에도 한국의 대표 방송사로서 지속적인 참여를 하고 있음.

##### ○ 불후의 명곡 해외 공연 진행

- 정규 예능 프로그램 <불후의 명곡>은 방송 400회를 맞아 일본 도쿄 인근 지바시에서 해외공연을 진행함.
- 399회 ‘전설 김연자’, 400회 ‘일본인이 사랑한 한국가요’로 구성된 이 공연은 재외 동포는

물론 일본인 관객까지 총 7천 3백여 명의 유료관객이 관람했음.

- 현재 일본에서 인기를 끌고 있는 한국 아이돌 가수 외에도 실력과 국내 음악인들이 대거 참여하여, 한류의 외연을 확대하고자 함.

⑦ 디지털 미디어 시대를 선도하는 창조적 공영미디어로 진화

■ 2019년 편성된 관련 프로그램과 성과는 다음 <표 1-9>와 같음

<표 1-9> <디지털 미디어 시대를 선도하는 창조적 공영미디어로 진화> 관련 프로그램 편성 성과

<디지털 미디어 시대를 선도하는 창조적 공영미디어로 진화>		프로그램명	프로그램별 성과
목표	성과		
TV를 넘어 다양한 디지털 미디어를 통해 더 많은 국민과 KBS 콘텐츠를 함께 만들어 갈 수 있도록 공영 미디어로서 공공성을 구현하겠음	TV와 디지털을 연결하는 융합형 콘텐츠 개발 등 디지털 종합 전략을 마련해 디지털 모바일 시대의 혁신을 주도했음	<다큐 인사이트-와일드 맵 4부작>	
		<더 라이브>	'더 라이브' 자체 유튜브 채널 구독자 15만 명 돌파(2019년 12월 기준) 제작1본부 개별프로그램 중 1위
		<꿀잼 퀴즈방>	
		[유튜브] <KBS월드TV>, <KBS 엔터테인먼트>, <드라마KBS>, <KBS 뉴스> 채널 운영	- KBS월드TV: 구독자 1,180만 명, 누적 80억 8,173만 뷰 (2020년 1월 24일 기준) - KBS 엔터테인먼트: 구독자 323만 명 - 드라마KBS: 구독자 220만 명 - KBS 뉴스: 구독자 55만 명
		[유튜브] <걸어서 세계 속으로>	수익 약 28,300,000원 (2019년 기준)
		[유튜브] <생로병사의 비밀>	수익 약 11,000,000원(2019.12.31.기준) 구독자수 약 2.6만 명 조회수 320만회 기록
		[유튜브] <깡깡 TV>	2019년 4월 4일 신설이후 구독자 25만 명, 누적 2억 3천만 뷰
		[유튜브] <크큭 TV>	2018년 9월 13일 신설이후 구독자 24만 명, 누적 2억 7천만 뷰
		[유튜브] <KBS키즈>	수익 약 37,000,000원 (2019. 12. 31.기준) 구독자수 8만 명 조회수 2400만회 기록 기타 콘텐츠수익 약 3억 원 달성
		[지상파+유튜브] <덕화 TV>, <덕화 TV 2: 덕화 다방>	- 지상파: 덕화TV 1회 시청률 5.3%(닐슨 전국권 기준), 동시간대 예능 프로그램 1위 달성 - 유튜브: 1월 초 [덕화TV] 공식 채널 오픈 이후, 2020년 3월 기준, 구독자수 5만 3천명, 누적 조회수 8만 4천 회

#### ■ 디지털 영향력을 강화하고 콘텐츠 도달률 극대화

- 〈다큐 인사이드-와일드 맵 4부작〉 : 야생현장에 라이브캠을 설치해 유튜브, 페이스북으로 생방송하며 네티즌과 실시간으로 소통함. 이를 통해 기존 자연다큐멘터리의 한계이던 양방향성을 구현했음.
- 〈더 라이브〉 : 매일 밤 시청자에게 그날의 시사 이슈를 전달하면서, 지상파 생방송 중 유튜브 라이브 채널에서 채팅과 댓글을 통해 시청자와 양방향으로 소통함.
- 지상파 프로그램 본연의 역할을 다하면서도 다양한 디지털 옵션을 통해 지상파 TV의 한계와 제약을 뛰어넘을 수 있는 가능성을 제시함.

#### ■ 유튜브를 통해 KBS 콘텐츠 노출

- KBS에서 운영 중인 유튜브 채널의 구독자 수가 타사의 채널에 비해 매우 높음.
- KBS월드TV : 구독자 1,180만 명, 누적 80억 8,173만 뷰 (2020년 1월 24일 기준)
- KBS 엔터테인먼트 : 구독자 323만 명
- 드라마KBS : 구독자 220만 명
- KBS 뉴스 : 구독자 55만 명

#### ■ 유튜브에 장르별 채널 외에도 다양한 채널을 개설하여 디지털 플랫폼에 특화된 콘텐츠를 별도로 제공

- 〈걸어서 세계 속으로〉, 〈생로병사의 비밀〉, 〈저널리즘 토크쇼 J〉 등 인기프로그램 채널을 개설하여 KBS 콘텐츠의 도달률을 높임.
- KBS가 보유한 방대한 아카이브를 재가공하여 〈깔깔TV〉, 〈크큭 TV〉, 〈옛날 TV〉, 〈어게인 가요톱텐〉을 통해 KBS 콘텐츠의 도달률과 수입을 크게 높임.
- KBS가 운영 중인 다양한 유튜브 채널들의 도달률 및 수입이 급등했음.
- 조회수 : 7.7억 뷰 (18년 0.8억 뷰)
- 구독자 : 203.1만 명 (18년 22.1만 명)
- 수입 : 19.4억 원 (18년 0.51억 원)

#### ■ 유튜브 광고를 통해 새로운 수익을 창출

- 〈KBS키즈〉 : 유튜브 광고수익 약 3.7천만 원과 기타 콘텐츠수익 약 3억 원 달성 (2019. 12. 31. 기준)
- 〈생로병사의 비밀〉 : 유튜브 광고수익 약 1.1천만 원

- 아직 미미한 수준이나, 롱테일 특성을 가진 인터넷 플랫폼의 특성을 고려하면 현재 감소 추세의 지상파 광고수익의 일정 부분을 만회할 수 있는 대체원이 될 것으로 예상함.
- KBS 전체 채널과 장르뿐만 아니라 개별 프로그램 단위에서도 가시적인 성취를 얻을 수 있도록 디지털 플랫폼 유통을 고도화해야할 것임.

#### ■ 디지털 플랫폼에 특화된 콘텐츠 제공

- 〈덕화 TV〉, 〈덕화 TV 2: 덕화 다방〉 : 중장년층을 대표하는 배우 이덕화의 1인 크리에이터 도전기를 그려낸 프로그램, 지상파를 통해 방송된 프로그램과 별도의 유튜브 채널을 통해 배포된 디지털 전용 콘텐츠로 호평을 받음.
- 〈꿀잼 퀴즈방〉 : 퀴즈 게임 앱 제작사와 적극적으로 협업하여 기획한 신개념 하이브리드 퀴즈쇼로, 다수의 TV 시청자가 앱을 이용하여 직접 퀴즈쇼에 실시간으로 참여함.
- 유튜브와 같은 인터넷 플랫폼 전용 콘텐츠를 제작함으로써 지상파+디지털 융합형 프로그램의 제작이 가능함을 증명함.
- 이러한 실험적 프로그램을 통해 지상파 TV와 양방향 소통을 가능하게 하는 디지털 콘텐츠의 결합을 지속적으로 시도할 필요가 있음.

#### ■ KBS 디지털 전용 스튜디오 '라운' 완공

- 2019년 10월, 라이브 중계 등 다양한 디지털 콘텐츠를 제작할 수 있는 KBS 디지털 전용 스튜디오 '라운'을 완공함.
- 2019년 시범 운용과 안정화 과정을 통해 2020년부터 본격적으로 가동 예정
- 유튜브 등을 통해 유통되는 숏폼 콘텐츠뿐만 아니라, 팟캐스트 등 다양한 오디오형 디지털 콘텐츠의 제작이 가능해짐.

#### ■ '이산가족 Korean Diaspora' 프로젝트를 실시

- 공식 유튜브 채널을 통해 프로젝트 결과물을 공개함. (2019년 6월 23일)
- 유네스코 세계기록유산인 KBS 이산가족찾기 방송(453시간)을 재가공하고, 이산가족 스토리/한국전쟁자료/사진/음원 등을 총망라한 아카이빙 서비스를 구축했음.
- 〈Korean Diaspora〉 유튜브 채널에서 제공한 이산가족 자료의 이용편의성을 제고해 방송통신심의위원회 2019년 9월 〈이달의 좋은 프로그램상〉을 수상(뉴미디어부문)

### 3) 신뢰도 향상을 위한 편성정책 실적

#### ■ KBS TV-1TV

- 주시청시간대 뉴스 확대와 심층 뉴스 강화로 시청자들이 사회를 가장 빠르고 정확하게 볼 수 있는 중심채널로서의 신뢰도와 영향력을 높이고자 했음.
- 재난재해 주관 방송사로서 재난 발생 시 지체 없는 특보체제 전환으로 국민의 생명과 안전을 위한 방송을 제공하고자 했음.
  - 평상시에도 재난재해 대비가 취약한 영역에 대한 탐사보도 등을 통해 재난재해와 관련된 사회 구조적 문제 해결에 기여하고 안전한 대한민국을 만드는데 앞장서고자 했음.

#### ■ KBS 라디오 - 1라디오

- 뉴스 시사 프로그램의 새로운 기준을 제시할만한 독보적인 시사 프로그램들을 제작 방송함으로써 1라디오의 채널 신뢰도와 경쟁력을 획기적으로 높였음.
- 한국 사회 다양한 이슈들을 다양한 관점과 깊이 있는 통찰을 통해 분석 방송함으로써 우리 사회가 나아갈 바람직한 방향을 제시하는 데 기여하고자 했음.

### 4) 신뢰도 향상을 위한 편성정책 성과

#### ① KBS TV -1TV

##### ■ <뉴스7>, <뉴스9> 등 주요 뉴스 혁신

- 뉴스방송의 혁신을 위해 종합뉴스는 <뉴스7>, 이슈 심층 뉴스는 <뉴스9>로 하는 '7-9 체제'로 개편했음.
- <뉴스9>는 주요 현안과 이슈별로 뉴스를 집중 보도하는 '블록 뉴스'를 강화했음.
- <뉴스9>에서는 '끈질긴 K', '현장 K', '국회 감시 K' 등 고발 전문 코너를 통해 사회 부조리를 적극적으로 보도함.
- '국회감시 K'는 '세금과 보고서'를 주제로, 20대 국회에서 만들어진 연구 용역 보고서의 문제점을 추적해 4차례 심층 보도함으로써 호평을 받았음.
- 거대 권력을 감시하고 부조리를 파헤치는 탐사 보도를 강화함으로써 이슈 주도력을 갖기 위해 노력했음.
- <뉴스9> 등 정규 뉴스 시간에 중계차, MNG, 화상 연결 등을 통해 취재 현장의 실시간 뉴

스 보도를 활성화함.

■ 국가 기간 방송사로서 국민안전을 위한 방송

- 고성 산불 사태 이후 KBS 재난방송을 업그레이드하며 재난방송 역량을 강화함.
- 2019년 총 7,389분의 재난방송을 실시해 타 지상파 대비 최소 3배 이상의 방송시간을 편성함.
  - KBS(193회) / MBC(48회) / SBS(53회) / JTBC(27회)
- ‘태풍 링링’, ‘태풍 타파’ 등 재난관련 뉴스특보에서 시청률 1위를 달성했음.
- 재난방송 수어방송 지원, 영어 자막을 방송했음.
- 12월, 지상파방송 최초로 미세먼지 특보를 실시했음.

② KBS 라디오-1라디오

■ 뉴스 시사 프로그램 신뢰도 경쟁력 강화

- 출퇴근 시간대 거점 프로그램을 강화해 경쟁력 향상을 꾀했음.
- 신속하고 정확한 재난재해방송을 위해 1라디오 주중, 주말 시간대 생방송체제를 유지해 국민의 생명과 재산을 지키는데 힘을 기울였음.
- 오전 10시대 <정용실의 뉴스브런치>를 신설, 여성의 시각에서 바라보는 신개념 시사 프로그램을 제작, 방송해 편성 차원에서 1라디오의 다양성을 강화하고 젠더 감수성을 높이는 효과도 거두었음.
- 국가적 관심사안 발생 시 기존 편성의 틀을 과감히 벗어난 연속방송을 기획해 1라디오의 이슈 대응력을 높였음.
- 전 국민의 관심사였던 조국 전 법무부장관 인사청문회의 경우, 중계영상과 자체 해설을 동시 제공해 어디서도 접할 수 없는 수준 높은 해설이 있는 청문회 특집을 방송함으로써 청취자의 기대에 부응했음.
- 2019 FIFA U-20 남자 월드컵 결승전은 모바일 플랫폼 My-K를 활용한 영상서비스를 제공하고 해설진으로 <날아라 숫돌이> 진행자 최승돈, 이병진을 기용해 과거 1라디오 축구 중계와는 차원이 다른 중계방송을 선보였음.

■ KBS 1TV와 1라디오의 신뢰도와 영향력 상승 노력, 여론과 의제 선도 노력

- 전반적으로 공정하고 정확한 뉴스 성역 없는 보도를 통해 신뢰도와 영향력을 높이고 심층

탐사 프로그램을 강화해 여론과 의제를 선도하고자 노력함.

○ 신뢰도 향상을 위한 편성정책에 따른 성과는 다음 <표 1-10>과 같음

- 2019년 12월 한국언론진흥재단 ‘2019 언론수용자 의식조사’에서 신뢰도 1위를 달성했음.
- 2019 언론수용자 의식조사(한국언론진흥재단) 신뢰도 부문 결과
  - KBS(26.1%) - JTBC(17.9%) - MBC(10.9%) - 네이버(10.6%) 순

<표 1-10> 신뢰도 향상을 위한 편성정책에 따른 성과

구분	채널	편성방향	성과
KBS TV	1TV	<뉴스7>, <뉴스9>등 주요뉴스 혁신	한국언론진흥재단 '2019 언론수용자 의식조사' 방송사 신뢰도 1위 달성
		국가 기간 방송사로서 국민안전을 위한 방송	
KBS 라디오	1라디오	뉴스 시사 프로그램의 신뢰도 경쟁력 강화	

- 그러나 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사>에서는 5위, 미디어 오늘 <방송사 신뢰도 조사>에서는 4위에 그쳐 조사기관별로 KBS의 신뢰도에는 차이가 있었음.
- 다양한 시청자들에게 신뢰할 수 있는 언론사로 자리잡기 위해서는 지속적인 노력이 필요함.

<표 1-11> 방송사 신뢰도 조사 기관별 비교

외부 조사기관	1위	2위	3위	4위	5위
한국언론진흥재단 2019년 언론수용자 의식조사(단위: %)	KBS 26.1	JTBC 17.9	MBC 10.9	네이버 10.6	YTN 8.6
미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사>(단위: 점)	JTBC 3,227	경향 3,068	YTN 3,066	MBC 3,003	KBS 2,975
미디어 오늘 <방송사 신뢰도 조사>(단위: %)	JTBC 21	MBC 19	TV조선 15	KBS SBS 8	MBN, 채널A 6
시사IN <대한민국 신뢰도 조사>(단위: %)	JTBC 15.2	유튜브 12.4	KBS 9.6	네이버 7.8	조선 5.4
시사IN 가장 신뢰하는 방송 매체 조사(단위: %)	JTBC 27.4	KBS 14.0	TV조선 8.6	SBS 7.4	MBC 6.8
시사저널 <누가 한국을 움직이는가> 조사(단위: %)	JTBC 39.2	KBS 15.3	한겨레 12.5	경향 9.2	MBC 8.0

## 5) 영향력 제고를 위한 편성정책 실적

### ■ KBS TV - 2TV

- 2049세대에 소구할 수 있는 창의적인 장르 실험을 지속적으로 시도
- 다양한 세대가 공감하고 트렌드를 선도하는 핵심 콘텐츠 제작·편성
- 시청자들의 라이프스타일과 시청 패턴의 변화에 부응하는 콘텐츠 개발
- 신규 시청자 유입을 유도할 수 있는 새로운 편성 시간대를 개발

## 6) 영향력 제고를 위한 편성정책 성과

### ■ KBS TV-2TV

- 총 12차례의 수시조정을 통해 모두 28개의 프로그램을 신설함.
  - <1박2일 시즌4>, <사장님 귀는 당나귀 귀>, <신상출시 편스토랑>은 2TV의 화제성 및 광고수익 증대에 기여함.
  - 드라마 장르는 <동백꽃 필 무렵>, <닥터 프리즈너> 등 선택과 집중을 통한 ‘텐트폴’ 드라마 전략이 성공해 화제성을 높이고 KBS 수익증대에 기여함.
  - 여름 휴서기에 전략적으로 우수 콘텐츠를 재방송하는 편성전략과 전략적 재방을 통해 제작비를 절감함.
  - 절약한 제작비는 ‘텐트폴’ 드라마와 예능 킬러 콘텐츠, 대형 다큐멘터리 등에 투입해 채널 경쟁력과 화제성을 높이는 성과를 이룸.
  - KBS의 우수한 콘텐츠를 단순 재방송하는 것이 아니라 더 흥미 있고 재미있게 재제작한 큐레이션 프로그램 확대를 통해 제작비 절감은 물론 화제성도 높임.
- 예능, 드라마 핵심 콘텐츠와 선택과 집중을 통한 전략적 편성으로 전반적인 콘텐츠 경쟁력과 채널 영향력이 회복되고 있음.
  - 영향력 제고를 위한 편성정책에 따른 성과는 다음 <표 1-12>와 같음.
  - 한국언론진흥재단의 ‘2019 언론수용자의식조사’ 결과, KBS는 2010년 이후 9년 만에 매체 영향력 부문에서 1위를 달성함.
  - 전체 시간대 전국 시청자 수 KBS1 (1위), KBS2 (3위)를 달성함.
  - 주시청 시간대 전국 시청자 수 KBS2 (1위), KBS1 (2위)를 달성함.

〈표 1-12〉 영향력 제고를 위한 편성정책에 따른 성과

구분	채널	편성방향	프로그램	성과
KBS TV	2TV	트렌드를 선도하는 참신한 예능·드라마 핵심 콘텐츠 개발	〈은밀하고 위대한 동물의 사생활〉 〈뮤직서플소 THE HIT〉 〈사장님 귀는 당나귀 귀〉 〈대화의 희열 2〉 〈오라차차 만수로〉 〈신상출시 편스토랑〉 〈씨름의 희열〉 〈개는 훌륭하다〉 〈1박2일 시즌4〉 〈불후의 명곡 - 400회 특집〉 : 399회 전설 김연자 등을 정규편성	- 한국언론진흥재단 ‘2019 언론수용자 의식조사’ 방송사 영향력 1위 달성  - 전체 시간대 전국 시청자 수 KBS1 (1위), KBS2 (3위) 달성  - 주시청 시간대 전국 시청자 수 KBS2 (1위), KBS1 (2위) 달성  - 한국언론진흥재단 ‘2019 언론수용자 의식조사’ 방송사 영향력 1위 달성
		미디어 환경 변화를 반영한 전략적 편성으로 채널 경쟁력 강화	28개의 프로그램 신설 〈1박2일 시즌4〉 〈사장님 귀는 당나귀 귀〉 〈편스토랑〉 〈동백꽃 필 무렵〉 〈닥터 프리즈너〉 등	- 전체 시간대 전국 시청자 수 KBS1 (1위), KBS2 (3위) 달성  - 주시청 시간대 전국 시청자 수 KBS2 (1위), KBS1 (2위) 달성

## 7) 글로벌 미디어 도약을 위한 편성정책 실적

### ■ KBS TV- 2TV

- 글로벌 콘텐츠 시장을 겨냥한 드라마 프로그램 등 한국의 문화와 K-드라마, K-POP 가치를 담은 한류 콘텐츠를 지속적으로 개발함.
- 한류문화 전진 기지로서 KBS의 위상을 확고히 하고자 했음.

### ■ KBS TV- KBS WORLD TV

- 드라마와 K-POP, 주말 버라이어티 등 경쟁력이 인정된 한류 콘텐츠를 중심으로 전 세계 시청자에게 제공하는 프로그램의 라인업을 보다 더 확대, 보강함.
- 편성을 획기적으로 다양화하고, KBS의 주요 뉴스와 토론 프로그램은 물론 시사 다큐 프로그램을 주요 시간대에 집중 편성함.
- 해외 동포 재외 국민에게 변화하는 시대 흐름을 적극 전달하고자 했음.
- 대하사극 앙코르 방송 등을 통해 한민족 통일과 통합의 의미를 되새기고자 했음.
- 국가별 시청자 기호와 시청 형태에 맞춰 세밀하게 설계된 자막 서비스를 제공하고 예측 가

능한 편성함.

- 시청자들에게 접근이 편리한 방송 이용을 보장함으로써 수익성을 강화하고자 했음.
- SNS 등 온라인 모바일 플랫폼 서비스를 지속적으로 개선 강화하여, 한류 콘텐츠에 대한 접근성을 다각화하였음.

■ KBS 라디오- KBS월드라디오

- 한국의 정치 경제 사회 문화에 대한 정확한 보도와 프로그램으로 한국에 대한 세계인의 올바른 인식과 우호적인 여론 형성을 위해 노력하고자 했음.
- 한글날 특집 프로그램 연례화를 통해 한국어 세계화를 위해 노력하고 세계인과 소통하는 교량 역할을 수행하고자 했음.
- 한국의 문화와 정서, 인류의 보편적 가치를 담은 정규 특집을 편성하고, 현지 한류 팬 중심 편성을 강화하여 수용자층에 어필할 수 있는 다양한 콘텐츠 개발을 시도하고자 했음.

## 8) 글로벌 미디어 도약을 위한 편성정책 성과

### ① KBS TV-2TV

■ 한류 콘텐츠 개발로 전 세계 한류문화 확산에 이바지

- 한류 콘텐츠의 지속적인 확산 및 사업 다각화를 위해 <뮤직뱅크 인 홍콩>과 <불후의 명곡 400회 특집>을 제작
  - <뮤직뱅크 인 홍콩>을 2019년 1월 19일 홍콩 아시아 월드엑스포 아레나에서 개최, 공연 실황은 2TV를 통해 방송했음.
  - <불후의 명곡> 400회 특집은 불후의 명곡 최초 해외공연으로 일본 도쿄 인근(지바시)에서 개최하여, '전설 김연자'(339회), '일본인이 사랑한 한국가요'(400회)를 제작, 방송했고, 총 7천 3백여 명이 관람한 대규모 공연을 성황리에 마칩.

### ② KBS WORLD TV

■ 한류 중심채널로 경쟁력이 한층 강화됨

- <2019 퀴즈 온 코리아> 제작
  - 전 세계 한류 팬들의 퀴즈 서바이벌인 <퀴즈 온 코리아>를 외교부와 공동 제작했음.

- 한글날 특집으로 지상파를 포함하여 KBS WORLD TV를 통해 전 세계로 방송했음.
- **〈2019 배틀트립 인 대구〉 이벤트 실시**
  - 해외 6개국 12명의 SNS 인플루언서들의 대구 관광기 동영상을 KBS WORLD SNS에 올린 뒤 한류 팬들의 투표로 우승팀을 가리는 이벤트를 실시했음.
- **KBS WORLD TV 오리지널 〈We K-POP〉 제작**
  - NCT드림, 여자친구, TXT, 워너 등 K-POP 스타 16개 팀이 총 23회에 걸쳐 출연하여 K-POP 팬들의 요구를 충족시켰음.
  - SNS상에서 큰 반향을 불러일으켰을 뿐 아니라 KBS WORLD 채널의 위상을 한 단계 향상시켰음.
- **지속적으로 KBS World 24의 글로벌 방송권역을 확대하고 있음**
  - 2019년 상반기 미국 위성 플랫폼 DirecTV를 통해 미국 전역을 대상으로 방송을 시작했음.
  - 러시아/CIS 지역으로는 위성방송(Yamal 401)과 OTT(Megogo 플랫폼)를 통해 채널 서비스를 제공했음.
  - 기존 'KBS24뉴스'(보도본부 인터넷 뉴스 채널)를 그대로 해외에 전달하는 데서 벗어나 독자적인 송출 구조 구축과 맞춤형 편성을 통해 주 시청층인 재외동포에게 더욱 소구력 높은 콘텐츠를 제공했음.
- **다국어 디지털 뉴스를 강화함**
  - 급변하는 한반도 정세에 관한 정보 수요 증가에 부응하여 다국어 디지털 뉴스 서비스 제작을 점진적으로 확대했음.
  - 2019년에는 R국제방송 11개 전 언어의 디지털 뉴스 속보 체제를 구축했음.
  - 2019년 다국어 홈페이지(world.kbs.co.kr) 누적 페이지 뷰 수는 전년도 대비 22% 증가하는 성과를 거두었음.
- **다양한 플랫폼을 통해 만나는 KBS World의 맞춤형 콘텐츠**
  - KBS WORLD SNS 구독자 1,890만 명 돌파
  - KBS WORLD · WORLD 24 세종학당 보급
  - 33개국 70개 세종학당에서 KBS의 한류 콘텐츠를 한국어와 한국문화 교육에 적극적으로 활용할 수 있도록 하여 글로벌 미디어로서 역할을 수행했음.

③ KBS 라디오 - KBS월드라디오

■ 한국에 대한 세계인의 이해도 및 관심도 제고

○ <2019 창원 K-POP 월드 페스티벌> 제작

- 전 세계 84개국 110여 개 지역 예선을 통과한 13팀을 초청하여 K-POP 경연과 아이돌 스타들의 축하 공연을 합동으로 개최했음.
- 본선 공연은 물론, 글로벌 예선 현장과 한류 열풍을 다룬 다큐멘터리를 제작하여 KBS WORLD 채널 및 SNS를 통해 전 세계로 송출했음.

■ 다국어 디지털 뉴스 강화

- 급변하는 한반도 정세에 관한 정보 수요 증가에 부응하여 다국어 디지털 뉴스 서비스 제작을 점진적으로 확대했음.
- 2019년에는 R국제방송 11개 전 언어의 디지털 뉴스 속보 체제를 구축했음.
- 2019년 다국어 홈페이지(world.kbs.co.kr) 누적 페이지 뷰 수는 전년도 대비 22% 증가하는 성과를 거두었음.

■ 한류 확산 핵심 채널로서의 위상 강화

○ 135개의 정규 프로그램 및 다양한 대형 특집 프로그램 기획

- 한국의 시각과 가치를 전파하고 한류 확산을 위해 보도, 교양, 오락을 아우르는 135개의 다양한 정규 프로그램을 제작했음
- <3.1운동 100주년 기념 특집 : 딜쿠샤와 호박 목걸이>, <대한민국 임시정부 수립 100주년 기획 : 윤씨네 100년 이야기>, <월드라디오 66주년 기념 특집 : 춘향전, 세계인의 고전이 되다>, <제 4회 한국어 말하기 동영상 공모전: #Korea> 등 대형 특집 프로그램을 기획했음.

■ 세계인의 이해와 관심 제고 노력

- 한류 콘텐츠 확산과 한국 문화에 대한 세계인의 이해와 관심을 제고를 위한 노력을 계속하고 있음.
- 글로벌 미디어 도약을 위한 편성정책에 따른 성과는 다음 <표 1-13>과 같음.

〈표 1-13〉 글로벌 미디어 도약을 위한 편성정책에 따른 성과

구분	채널	편성방향	프로그램	성과
KBS TV	2TV	한류 콘텐츠 개발로 전 세계 한류문화 확산에 이바지	〈뮤직뱅크 인 홍콩〉, 〈불후의 명곡 400회 특집〉 등	-〈뮤직뱅크 인 홍콩〉: 2012년에 이은 2번째 공연으로 9천 700명의 관객을 동원 -〈불후의 명곡 400회 특집〉: 일본에서 개최한 공연에 총 7천 3백여 명의 유료관객 동원
	KBS WORLD TV	경쟁력이 한층 강화된 한류 중심채널, KBS World	〈2019 창원 K-POP 월드 페스티벌〉, 〈2019 퀴즈 온 코리아〉, 〈2019 배틀트립 인 대구〉, 〈We K-POP〉	
		다양한 플랫폼을 통해 만나는 KBS World의 맞춤형 콘텐츠	KBS WORLD SNS	구독자 1,890만 명 돌파
KBS 라디오	KBS월드라디오	한국에 대한 세계인의 이해도 및 관심도 제고	〈월드라디오 66주년 기념 특집 : 춘향전, 세계인의 고전이 되다〉	제 5차 2019 KBS 우수프로그램 라디오부문 최우수상 수상
		한류 확산 핵심 채널로서의 위상 강화	〈3.1운동 100주년 기념 특집 : 딜쿠샤와 호박 목걸이〉, 〈대한민국 임시정부 수립 100주년 기획 : 윤씨네 100년 이야기〉, 〈제 4회 한국어 말하기 동영상 공모전: #Korea〉	

### 3. 채널별 편성 전략

#### 1) 채널별 실적

▣ 채널별 대표 프로그램

○ TV 채널별 대표 프로그램 편성은 다음 〈표 1-14〉와 같음

〈표 1-14〉 대표 프로그램 편성(TV 부문)

구분	채널	분야	프로그램
KBS TV	1TV	보도부문	〈밀정 2부작〉
			〈3.1운동 100주년 디지털 특집 뉴스 서비스〉
		화제집중형 프로그램	3.1운동 및 임시정부 수립 100주년을 맞이하여 다양한 특집 기획을 200편 이상 집중 제작하여 연중 편성
			〈그날이 오면〉, 〈아리랑 로드〉, 〈시민의 탄생〉, 〈한반도 피스메이커〉 등의 대형 다큐멘터리
			〈도올아인 오방간다〉
			〈나의 독립 영웅〉
		한반도의 평화정착과 대한민국의 민주주의 발전에 기여하는 프로그램	〈KBS 스페셜〉: 〈2019 설, 평양 이야기〉, 〈한반도 평화로 가는 길 - 하노이 이후 북미 화해의 조건〉, 〈6.25 전사자 유해발굴, 집으로 가는 먼 길〉, 〈다시 경계에서〉, 〈어느 편이나 묻는 당신에게〉
		공정사회·안심사회를 위한 공론의 장 마련	〈시민의회〉: 〈세비 증액 없는 국회의원 수 증가〉, 〈예술/체육계 병역특례제도 필요한가?〉
		시사/교양 프로그램	〈KBS 스페셜〉을 〈다큐 인사이트〉로 개편
			〈추적 60분〉 증영, 〈시사직격〉 신설
	〈오늘밤 김제동〉을 〈더 라이브〉로 신규편성		
	〈거리의 만찬〉		
	경영목표와 방송기본계획을 충실하게 달성하기 위하여 제작한 프로그램	〈기억, 마주 서다〉 10부작	
	2TV	미니시리즈	〈왜그래 풍상씨〉
			〈닥터 프리즈너〉
			〈동백꽃 필 무렵〉
			〈조선로코 녹두전〉
		주말드라마	〈하나뿐인 내편〉
		예능프로그램	〈사장님 귀는 당나귀 귀〉
			〈아이를 위한 나라는 있다〉
〈씨름의 희열〉			
토크쇼		〈대화의 희열 2〉	
		〈신상출시 편스토랑〉	

## ○ KBS TV - 1TV

## - 보도부문

- 〈밀정 2부작〉 KBS 탐사보도부가 8개월 동안 5만 장이 넘는 방대한 기밀문서를 분석하여 제작함. 그동안 알려지지 않았던 독립운동의 암적 존재인 밀정을 심도 있게 파헤치고 현재까지 해결되지 않고 있는 친일 청산을 재조명하여 상당한 반향을 이끌어내는 등 사회적 어젠다 설정 기능을 훌륭하게 수행했다고 평가됨.
- 〈3.1운동 100주년 디지털 특집 뉴스 서비스〉 3.1운동 및 임시정부수립 100주년을 맞이하여 특화된 프로그램으로, 혁신적인 데이터 저널리즘의 가능성을 타진했고 〈3.1운동 계보도 임정사진〉을 최초로 발굴했음.

## - 화제집중형 프로그램

- 3.1운동 및 임시정부 수립 100주년을 맞이하여 다양한 특집 기획을 200편 이상 집중 제작하여 연중 편성했음.
- 〈그날이 오면〉, 〈아리랑 로드〉, 〈시민의 탄생〉, 〈한반도 피스메이커〉 등의 대형 다큐멘터리는 KBS 힘과 저력을 보여준 기획으로 호평받음.
- 〈도올아인 오방간다〉 도올 김용옥 선생의 강연과 퓨전 국악 공연, 젊은 시청자에게 압도적 지지를 받는 유아인의 진행이 돋보인 하이브리드 프로그램으로 신선한 시도였음.
- 〈나의 독립 영웅〉 숏폼 형식의 콘텐츠로 기획하여 연중 방송, 오랜 시간 동안 잊고 있었던 독립운동가의 삶이 재조명 받을 수 있는 기회를 제공했음.

## - 한반도의 평화정착과 대한민국의 민주주의 발전에 기여하는 프로그램 기획

- KBS의 간판 다큐멘터리 프로그램인 〈KBS 스페셜〉 : 〈2019 설, 평양 이야기〉, 〈한반도 평화로 가는 길 - 하노이 이후 북미 화해의 조건〉, 〈6.25 전사자 유해발굴, 집으로 가는 먼 길〉, 〈다시 경계에서〉, 〈어느 편이냐 묻는 당신에게〉 등을 연중기획으로 방송함.
- 기존의 친편일률적인 북한 관련 프로그램과 달리 신선한 내용으로 사회 분위기를 환기했음.

## - 공정사회 · 안심사회를 위한 공론의 장 마련

- 〈시민의회〉를 기획, 방송했음 〈세비 증액 없는 국회의원 수 증가〉, 〈예술/체육계 병역특

례제도 필요한가?) 등 사회를 뜨겁게 달군 이슈를 가지고 전문가와 시민이 열띤 토론과 토의를 바탕으로 정책화하는 과정을 안방에서 지켜볼 수 있는 차별적인 시도를 했음.

- 시사/교양 프로그램

- <KBS 스페셜>을 <다큐 인사이트>로 개편했음.
- <추적 60분> 중영, 현안에 대한 속도와 깊이를 더하여 살아있는 시사/탐사 프로그램이 될 수 있는 <시사직격>을 신설했음.
- <오늘밤 김제동>을 쉽고 재밌는 시사 정보를 시청자들과 실시간 소통하는 라이브 시사 프로그램 <더 라이브>로 신규 편성했음.
- 파일럿 프로그램으로 호평받았던 <거리의 만찬>은 거리 현장에서 사회적 약자들과 소통하는 시사토크쇼로 정규 편성했음.

- 경영목표와 방송기본계획을 충실하게 달성하기 위하여 제작한 프로그램

- <기억, 마주 서다> 10부작 ‘역사의 기록’이 아닌 ‘개인의 기억’으로만 존재하며 봉인되고 잊혔던 대구/경북 지역 근·현대사의 이면을 마지막 증언자의 목소리로 발굴하여 프로그램화했음.
- 이는 그동안 국가가 외면하고 방치했던 한국 근·현대사에 대한 총체적인 반성이자 새로운 성찰로 평가받음.

○ KBS TV -2TV

- 미니시리즈

- <왜그래 풍상씨> 동생 바보로 살아온 중년 남자 풍상 씨와 등골 브레이커 동생들의 아드레날린 솟구치는 일상과 사건 사고를 통해 가족의 의미를 생각해 볼 드라마.
- <닥터 프리즈너> 대형병원에서 축출된 에이스 의사가 교도소 의료과장이 된 이후 벌어지는 사건을 그린 신개념 메디컬 서스펜스로 탁월한 연출력과 압도적인 규모로 KBS 드라마의 인기를 견인했음.
- <동백꽃 필 무렵>은 기존 로맨스와 달리 미혼모 등 현실적인 인물의 사랑 이야기에 실제 사건을 연상케 하는 미스터리로 긴장감을 곁들임.
- <조선로코 녹두전>은 국내 최대 OTT인 WAVE와, <동백꽃 필 무렵>은 넷플릭스와 전략적 협업을 통해 제작비와 경쟁력을 모두 확보하는 새로운 모델을 만들었음.

- 주말드라마

- 〈하나뿐인 내편〉 기존 연속극에서 찾아보기 어려웠던 ‘전과자의 가족’을 소재로 하여 주말극의 지평을 넓히는 성과를 보였음.

- 예능프로그램

- 〈사장님 귀는 당나귀 귀〉는 사회생활의 갑과 을의 관계를 날카로우면서도 유머러스하게 그려냈음.
- 〈아이를 위한 나라는 있다〉는 저출산 고령화 시대에 출산과 육아의 어려움을 카메라에 담아냈음.
- 비인기 종목으로 전락한 전통 스포츠 씨름 선수들의 도전기를 담은 〈씨름의 희열〉은 진흙 속의 진주를 찾아내듯 모래판 젊은이의 땀과 열정을 재미있는 이야기와 시원하며 화려한 경기로 풀어냈음.
- 이러한 예능 프로그램은 말초적 재미와 웃음만을 좇는 타사의 예능 프로그램들과 차별화된 부분으로 보임.

- 토크쇼

- 〈대화의 희열 2〉 2018년 첫 번째 시즌 이후, 지속적인 시즌 재개 요청에 힘입어 출연진 라인업과 연출력을 업그레이드해 재개했고, 타사의 유사 프로그램 론칭이 이뤄질 만큼 신 개념 토크 인터뷰 쇼의 이정표를 세웠음.
- 〈신상출시 편스토랑〉 기존 먹방 위주의 음식 관련 예능 프로그램과 다르게 요리의 즐거움과 치열한 상품화의 과정을 그려내어, 방송 직후 국내 유수의 편의점에서 즉시 판매되는 독특한 이색 마케팅으로 방송사와 요식유통이 모두 윈-윈하는 사례를 남겼음.

○ 라디오 채널별 대표 프로그램 편성은 다음 <표 1-15>와 같음

〈표 1-15〉 대표 프로그램 편성(라디오 부문)

구분	채널	구분	프로그램
KBS 라디오	1라디오	한반도 평화를 촉진하고, 그에 대비하는 다양한 계기성 특집	〈통일사용설명서〉, 〈당신이 대한민국입니다〉
		보도부문	〈제2차 북미정상회담 특별기획 - 하노이 정상회담〉, 〈남북미정상회담의 역사적 순간〉
		시사/교양 프로그램	〈김경래의 최강시사〉, 〈KBS 열린토론〉
		종합채널 기능	〈정관용의 지금 이 사람〉, 〈시대음감〉, 〈성공예감 김방희입니다〉, 〈김용민 라이브〉, 〈스포츠 스포츠〉
	2라디오	중장년 청취층 대상 대중음악 프로그램	〈양파의 음악정원〉, 〈매일 그대와, 조규찬입니다〉, 〈오늘 같은 오후엔 이세준입니다〉, 〈김원준의 라디오 스타〉
	3라디오	사회적 약자를 대상으로 하는 프로그램	〈2019 대한민국 1교시-해피투게더 공감〉
	1FM	입문자를 위한 클래식 프로그램	〈김미숙의 가정음악〉, 〈생생 클래식〉
		애호가를 위한 전문 클래식 프로그램	〈명연주 명음반〉, 〈FM실황음악〉
		한국의 클래식 음악가 중점 프로그램	〈KBS음악실〉
		월드뮤직 프로그램	〈세상의 모든 음악〉
	2FM	대중 음악 프로그램	〈박은영의 FM대행진〉, 〈박명수의 라디오쇼〉, 〈정은지의 가요광장〉, 〈문희준의 뮤직쇼〉, 〈윤정수 남창희의 미스터라디오〉
	한민족 방송부	재외동포의 민족 정체성 확립 프로그램	〈새 고려 창간 70주년 특집 내 핏속에는 우리말이 흐르고 있다〉, 〈두 아나스타샤의 이야기〉
		민족의 정체성과 올바른 역사관 정립을 위한 프로그램	〈283154 동아시아 시민혁명의 시작〉, 〈대한민국 임시정부 발자취를 따라가다〉, 〈다큐드라마 6부작 그녀의 투쟁〉
		기타 공동제작	〈2019 당신이 대한민국입니다〉, 〈통일사용설명서〉, 〈시대음감〉
	KBS월드 라디오	한국에 대한 세계인의 이해도 및 관심도 제고 프로그램	〈월드라디오 신년특집 : 한국인, 평화를 말하다〉, 〈3.1운동 100주년 기념 특집 : 달쿠샤와 호박 목걸이〉, 〈대한민국 임시정부 수립 100주년 기획 : 윤씨네 100년 이야기〉
		한류 확산 프로그램	〈월드라디오 66주년 기념 특집 : 춘향전, 세계인의 고전이 되다〉, 〈제 4회 한국어 말하기 동영상 공모전: #Korea〉, 〈한국영화 100주년 기념 특집 : 다케다 히로미츠의 K-무비 다이어리〉

## ○ KBS라디오 - 1라디오

- 한반도 평화정착 계기성 특집을 제작, 방송함

- 한반도 평화정착에 가장 큰 가치를 두고 한반도 평화를 촉진하고 그에 대비하는 다양한 계기성 특집을 제작, 방송했음.
- <통일사용설명서>를 매주 일요일 정규편성, 방송함으로써 남과 북의 심리적, 문화적 거리를 좁히는 등 서로를 깊이 이해하고 한반도 평화를 앞당기는 데 기여하고자 했음.
- 연중 캠페인 <당신이 대한민국입니다>를 365일 제작, 방송함으로써 오늘을 살아가는 한국인들의 다양한 삶의 모습과 다양한 의견을 청취자들과 공감할 수 있도록 했음.

- 보도부문

- <제2차 북미정상회담 특별기획-하노이 정상회담>, <남북미정상회담의 역사적 순간> 등 북미, 남북미 정상회담 등 한반도 관련 중대한 이슈가 발생할 때 발 빠른 특별 중계방송을 제작했음.

- 시사/교양 프로그램

- <KBS 열린토론> 미투 운동과 갑질 문제 및 노동문제 등 사회 갈등 현안을 정규 프로그램을 통해 시의성 있게 다룸으로써 다양한 층위에서 존재하는 불평등과 불균형을 해소하는 주요한 역할을 수행했음.

- 종합채널 기능

- <정관용의 지금 이 사람>, <시대음감>, <성공예감 김방희입니다>, <김용민 라이브>, <스포츠 스포츠> 농·어업과 생활경제, 인물 인터뷰, 국제뉴스, 건강을 비롯해 빅데이터와 IT 정보, 지역 소식, 스포츠 등 다양한 청취자의 요구를 반영한 프로그램들을 편성함으로써 종합채널의 기능을 수행했음.

## ○ KBS라디오 - 2라디오

- 중장년 청취층을 대상으로 하는 대중음악

- <양파의 음악정원>, <매일 그대와, 조규찬입니다>, <오늘 같은 오후엔 이세준입니다>, <김원준의 라디오 스타> 등 양파, 조규찬, 이세준, 김원준과 같은 40-50대 청취층에서 인지도가 높은 뮤지션들을 진행자로 유지했음.

○ KBS라디오 - 3라디오

- 사회적 약자를 대상으로 하는 프로그램

- <2019 대한민국 1교시-해피투게더 공감>을 제작, 방송해 전국의 초등학생들이 1년 중 한 시간 동안 장애와 장애인에 대해 다 함께 고민해보는 시간을 제공함으로써 장애 인식개선에 힘썼음.

○ KBS라디오 - 1FM

- 입문자를 위한 프로그램 : <김미숙의 가정음악>, <생생 클래식>

- 애호가를 위한 전문 프로그램 : <명연주 명음반>, <FM실황음악>

- 한국의 클래식 음악가 중점 프로그램 : <KBS음악실>

- 월드뮤직 프로그램 : <세상의 모든 음악>

- 클래식 애호가들의 수준을 고려한 다양한 편성을 했음 그 외 성악 전문 프로그램, 국악 프로그램, 재즈 프로그램 등을 편성했음.

○ KBS라디오 - 2FM

- 대중 음악 프로그램

- <박은영의 FM대행진>, <이현우의 음악앨범>, <사랑하기 좋은날 이금희입니다> 등 청취자로부터 꾸준히 사랑받는 프로그램을 제작했음.

- <박명수의 라디오쇼>, <정은지의 가요광장>, <문희준의 뮤직쇼>, <윤정수 남창희의 미스터라디오>로 이어지는 낮 시간대 DJ 라인업을 구축해 밝고 명랑한 분위기의 낮 프로그램들을 배치했음.

○ KBS라디오 - 한민족방송

- 재외동포의 민족 정체성 확립을 위한 구심점의 역할을 한 프로그램

- <새 고려 창간 70주년 특집 내 핏속에는 우리말이 흐르고 있다>, <두 아나스타샤의 이야기>

- 민족의 정체성과 올바른 역사관 정립을 위한 역할수행을 한 프로그램

- <283154 동아시아 시민혁명의 시작>, <대한민국 임시정부 발자취를 따라가다>, <다큐드라마 6부작 그녀의 투쟁>

- 기타 공동제작을 통한 역량 강화로 질 높은 콘텐츠 생산

- <2019 당신이 대한민국입니다> 2019년 3.1운동 및 임시정부 100주년을 맞아 오늘의 대

한민국을 가꾸어 온 평범한 사람들의 목소리(농민, 택시 운전자, 소상공인 등)를 비롯하여 역사의 현장에 있었던 사람들(독립유공자, 참전군인, 민주화 인사 등)의 메시지까지 담아 전하며 이들의 희생과 헌신을 응원했음.

- <통일사용설명서> 북한의 사회와 문화적 현주소를 생생한 취재와 함께 전달함으로써 남·북간의 공감대를 높이기 위해 노력했음.
- <시대음감> 한 주간 화제가 된 이야기나 시사 등을 음악과 함께 풀어냈음.

#### ○ KBS라디오 - KBS월드 라디오

- 한국에 대한 세계인의 이해도 및 관심도 제고 프로그램

- <월드라디오 66주년 기념 특집 : 춘향전, 세계인의 고전이 되다> 해외 번역문학 중 가장 많은 나라에서 번역되어 최초의 한류 콘텐츠라 불리는 '춘향전'을 한국의 소리를 통해 조명, 청취자들의 호평을 얻었음.

- 한류 확산 프로그램

- <3.1운동 100주년 기념 특집 : 덜쿠샤와 호박 목걸이>, <대한민국 임시정부 수립 100주년 기획 : 윤씨네 100년 이야기>, <제 4회 한국어 말하기 동영상 공모전: #Korea> 등 대형 특집 프로그램을 기획했음.

#### ■ 채널별 수상실적 및 성과

##### ○ KBSTV - 1TV

- <밀정> 2부작은 독립운동기의 숨겨진 과거를 제대로 파헤쳐 일 청산을 재조명하여 상당한 반향을 이끌어내는 등 사회적 어젠다 설정 기능을 훌륭하게 수행했음.
- 2019년이 3.1운동 및 임시정부수립 100주년을 맞이하는 만큼 이에 특화된 <3.1운동 100주년 디지털 특집 뉴스 서비스>를 통해 혁신적인 데이터 저널리즘의 가능성을 타진했음.

〈표 1-16〉 2019년 보도부문 수상 실적

아이템	수상 실적
시사기획 창<조선학교·재일동포 민족교육 70년>	제46회 한국방송대상 시사보도부문 작품상
3.1운동 100주년 디지털 특집 뉴스 서비스	한국기자협회 / 방송기자연합회 이달의 기자상 데이터저널리즘코리아 '혁신상', '데이터저널리스트 상' 등
북한 목선 삼척항 정박 단독 연속보도	한국기자협회 / 방송기자연합회 이달의 기자상
3.1운동 계보도 임정사진 최초 발굴	방송기자연합회 이달의 방송기자상
밀정 2부작	제 13회 임종국상 언론부문 제 3회 만해인문상 대상 한국기자협회 / 방송기자연합회 이달의 기자상 한국방송기자클럽 3분기 기획보도상 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상 최우수상
인사청문회 20년 회의록 최초 분석	조사연구학회 조사보도상 방송부문

- 〈그날이 오면〉, 〈아리랑 로드〉 등의 대형 다큐멘터리는 KBS 힘과 저력을 다시 한번 보여준 기획으로 호평받았음.
- 〈기억, 마주 서다〉 10부작은 그동안 국가가 외면하고 방치했던 한국 근·현대사에 대한 총체적인 반성이자 새로운 성찰로 평가받음.

〈표 1-17〉 2019년 제작부문 수상 실적

프로그램명	수상실적
KBS 스페셜 <플라스틱 지구>	2019 한국방송통신위원회 방송대상 대상 제46회 방송대상 TV다큐멘터리부문 작품상 방송통신심의위원회 올해의 좋은 프로그램상 제13회 KBKSD언론상 대상 TV방송부문 AIBD월드TV상 과학/환경부문 최고다큐멘터리
KBS 스페셜 <주문을 잊은 음식점>	2019 한국방송통신위원회 방송대상 우수상 제46회 방송대상 사회공익부문 작품상 2019 휴스턴 국제영화제 금상

제주어 미니시리즈 <어명의 바당>	2019 한국방송통신위원회 방송대상 우수상
특별기획 <기억, 마주 서다>	제46회 한국방송대상 대상 제21회 국제엠네스티 언론상 제17회 언론인권상 이달의 좋은 프로그램상 최우수상
<회사 가기 싫어 2019>	제46회 한국방송대상 생활정보부문 작품상
3.1운동 100주년 특집 3부작 <아리랑 로드>	방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램 상
3.1운동 100주년 특집 2부작 <그날이 오면>	방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램 상
3.1운동 및 대한민국임시정부수립 100주년 특별기획<나의 독립영웅> 여성독립운동가 33인	제21회 양성평등미디어상 방송부문 우수상
생로병사의 비밀 700회 <암과의 전쟁> 2부작	방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램 상
저널리즘 토크쇼 J	제55회 백상예술대상 TV부문-교양작품상
거리의 만찬 <아이들이 묻습니다>	제21회 양성평등미디어상 방송부문 최우수상
거리의 만찬 <오버 더 레인보우>	방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램 상
KBS스페셜 <대흥사-인드라망의 숲에서>	제27회 불교언론문화상 방송부문 최우수상
부처님 오신 날 기획 다큐세상 <마음의 꽃, 연등>	제27회 불교언론문화상 방송부문 우수상
윤동주 콘서트 <별 헤는 밤>	정보통신정책연구원 우수프로그램상
KBS 스페셜 <길 위의 뉴욕>	제23회 아시아안TV어워즈 다큐멘터리 최우수상
KBS 스페셜 <안동호 최제비 갈매기의 비밀>	2019 휴스턴 국제영화제 심사위원 특별상 제29회 새와 야생동물페스티벌 최우수작품상
KBS 스페셜 <마이크로 사파리집>	2019 휴스턴 국제영화제 동상
KBS 스페셜 <2018 여성 거리에서 외치다>	제23회 YWCA 좋은 TV프로그램상 성평등부문
KBS 스페셜 <어느 편이나 묻는 당신에게>	제25회 통일언론상 대상
다큐 인사이트 <부드러운 혁명>	한국불교언론인협회 2019 만해 언론상 언론인상 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상
특별기획 <매혹의 실�크로드>	한국불교언론인협회 2019 만해 언론상 언론인상
KBS 스페셜 <서울나무, 파리나무>	제11회 한국기독언론대상 생명사랑부문 우수상
KBS 스페셜 <3.6%의 의미-사표 쓰지 않는 여자들>	한국방송프로듀서연합회 이달의 PD상
다큐 인사이트 <와일드맵>	한국방송프로듀서연합회 이달의 PD상
다큐 인사이트 <세상 끝의 집 - 카르투시오 봉쇄수도원>	한국방송프로듀서연합회 이달의 PD상
<영상앨범 산>	2019 한국방송통신위원회 방송대상 우수외주제작상

○ KBSTV - 2TV

- 2TV는 수상실적 없이 프로그램 시청률을 성과로 반영
- 미니시리즈는 2TV의 경쟁력을 책임지는 핵심 콘텐츠임.
- 2019년 1월부터 방송한 가족극 <왜그래 풍상씨> (평균 시청률 12.2%, 최고시청률 21.8%) 가 전 세대의 고른 지지를 받으며 선전했고, 메디컬 서스펜스 드라마 <닥터 프리즈너>(평균 시청률 14.2%, 최고시청률 16.1%)는 높은 완성도와 독특한 분위기로 2049 핵심 시청층에게 사랑받았음.
- 2019년 하반기에는 로맨스와 스릴러가 복합된 <동백꽃 필 무렵> (평균 시청률 14.6%, 최고 시청률 22.9%)이 전 세대에 걸친 높은 화제성과 지지로 2019년 최고의 '국민 드라마'로 평가됨.
- 그 밖에도 정치 코미디 <국민 여러분>, 판타지 로맨스 <단, 하나의 사랑>, 법조 스릴러 <저스티스>, 로맨스 사극 <녹두전>, 서스펜스 스릴러 <99억의 여자> 등 다양한 소재와 장르를 고루 선보이며 미니시리즈 전체 평균 시청률 8.1%를 기록했음.

<표 1-18> 2019년 주요 미니시리즈 드라마 성과

프로그램명	시청률
왜그래 풍상씨	평균 12.2% / 최고 21.8%
닥터 프리즈너	평균 14.2% / 최고 16.1%
동백꽃 필 무렵	평균 14.6% / 최고 22.9%

<표 1-19> 2019년 주요 주말드라마 성과

프로그램명	시청률
하나뿐인 내편	평균 30.8% / 최고 44.7%
세상에서 제일 예쁜 내 딸	평균 26.1% / 최고 31.6%

## ○ KBS라디오 - 1라디오

- 〈세월호 5주기 특집 - 다섯 번째 봄, 첫 번째 수학여행〉 : ABU 국제상

## ○ KBS라디오 - 2라디오

- 수상실적 없음, 라디오 채널과 프로그램 홍보실적임.

- 2라디오 채널 이미지 제고 및 경쟁력 강화를 위해 대중교통을 이용한 홍보물을 제작함.

## ○ KBS라디오 - 1FM

- 〈월간 오페라 5월-사랑의 묘약〉편

· 한국PD연합회 제231회 이달의 PD상 수상

- 〈당신 곁에 40년... KBS 클래식FM〉 지난 40년간 클래식 음악 보급에 힘써온 클래식FM의 발자취를 돌아보고 청취자에게는 지난 시간의 추억과 향수를 제공했음.

· 방송통신위원회 2019년 4월 이달의 좋은 프로그램상

- 〈세상의 모든 음악〉 10집 음반이 상반기에 발매되어 월드뮤직 장르 스테디셀러로 자리 잡았으며 클래식FM 개국 40주년 기념 음반 [마흔, 클래식에 빠지다]가 6,000세트 이상 판매됨.

- 1FM이 클래식 유망주들을 발굴해 직접 기획, 녹음, 편집해서 제작한 음반 [2019 한국의 젊은 음악가들] 3종을 발매, 한국 클래식 발전에 기여했음.

- 특집 〈2019 여름음악학교 - 시냇물 아닌 바다, 바흐〉 클래식 음악에 대한 문턱을 낮추고 클래식 애호 인구 확대를 도모했음.

## ○ KBS라디오 - 한민족방송

- 〈2018 남북정상회담 기념 어린이날 선물 고향의 봄〉

· 2019 뉴욕 라디오 페스티벌 정보다큐부문 은상

- 〈새고려신문 창간 70주년 기념 내 핏속엔 우리말이 흐르고 있다〉

· 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상

· PD연합회 '이달의 PD상(7월)' 수상

## ○ KBS라디오 - KBS월드 라디오

- 〈KBS 월드라디오 신년특집 : 한국인, 평화를 말하다〉를 제작

· '종전'과 '평화'를 바라보는 일반국민들의 다양한 생각과 오피니언 리더들의 제언들을 통해 한반도 평화로 가는 시대에 공유해야 할 비전에 대한화두를 던져 봄.

- 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(1월) 수상.
- <한글날 특집 : 제4회 한국어 말하기 동영상 공모전: #Korea>
  - 한글날 특집 공모전을 홈페이지와 SNS, 모바일을 활용한 적극적 쌍방향 소통으로 세계인의 많은 관심 아래 성공적으로 개최했음.
  - 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(10월) 수상

■ 채널별 시청률/청취율 평가

○ TV 채널별 시청률 평가

- 2019년 수도권 2049세대의 평균 시청률은 KBS2 공동 2위(0.9%), KBS1 4위(0.6%)의 순위를 보임.
- 2019년 수도권 3059세대의 평균 시청률은 KBS2 2위(1.4%), KBS1 4위(1.2%)의 순위를 보임.
- 모든 지상파 TV 채널의 시청률은 매년 하락하는 반면 케이블 TV 채널들의 시청률은 매년 유지·상승세를 보임.
- 특히 2049세대에서는 이러한 경향이 강해, 앞으로 KBS가 순위에서 더욱 밀릴 가능성이 있어 채널 경쟁력 강화 노력이 필요함.

<표 1-20> 최근 5년간 TV 채널별 시청률

(기준 : 수도권 2049세대, (06시~25시 평균))(단위:%)

	K1	K2	M	S	J	A	MBN	조선	tvN	전체 TV
2015년	0.8	1.5	1.7	1.7	0.4	0.2	0.2	0.2	0.5	11.9
2016년	0.8	1.6	1.6	1.6	0.5	0.2	0.3	0.2	0.6	11.6
2017년	0.7	1.4	1.2	1.6	0.8	0.2	0.3	0.1	0.7	12.2
2018년	0.7	1.1	1.1	1.4	0.7	0.2	0.3	0.2	0.8	12.1
2019년	0.6	0.9	0.9	1.1	0.5	0.2	0.2	0.2	0.7	10.8

(기준 : 수도권 3059세대, (06시~25시 평균))(단위:%)

	K1	K2	M	S	J	A	MBN	조선	tvN	전체 TV
2015년	1.4	2.1	2.4	2.3	0.5	0.4	0.5	0.3	0.6	16.7
2016년	1.4	2.1	2.2	2.3	0.7	0.4	0.5	0.3	0.7	16.5
2017년	1.4	1.9	1.7	2.2	1.1	0.4	0.6	0.3	0.8	17.3
2018년	1.3	1.6	1.5	2.1	1.0	0.4	0.5	0.4	1.0	17.2
2019년	1.2	1.4	1.3	1.7	0.8	0.4	0.5	0.4	0.9	16.1

○ 주요 라디오 채널별 청취율 평가

- 2019년 4R 기준 라디오 청취율은 SBS FM 1위(24.6%), TBS 교통방송 2위(17%), CBS FM 3위(12/9%), MBC AM 4위(12.1%) KBS 2FM 5위(11.7%)의 순위를 보임.
- KBS 라디오는 2018년에 비해 전채널의 연간 평균 점유청취율이 상승하는 성과를 보임. 1라디오는 3.9%에서 4.6%로 증가했고, 2라디오는 2.1%에서 2.3%, 1FM은 2.7%에서 3.1%, 2FM은 10.1%에서 11.1%로 각각 상승했음.
- 그러나 KBS TV 채널에 이어 라디오 채널 또한 타 지상파 라디오와 비교해 채널 경쟁력 강화 노력이 필요함.

<표 1-21> 라디오 주요채널(경쟁사 포함) 3년간 청취율 변화(2017~2019년)

	2017 IR	2017 2R	2017 3R	2017 4R	2018 IR	2018 2R	2018 3R	2018 4R	2019 IR	2019 2R	2019 3R	2019 4R
KBS 1R	3.8	4.3	4.7	4.0	3.9	3.8	3.8	3.9	4.5	4.1	4.9	4.7
KBS 2R	2.4	2.5	2.1	2.2	2.1	2.3	2.0	1.9	2.6	2.2	2.4	1.9
KBS 1FM	2.7	2.7	2.5	3.4	2.7	2.4	2.6	3.1	3.4	2.6	3.4	2.9
KBS 2FM	12.8	11.8	11.8	10.9	9.1	9.7	10.0	11.8	11.6	10.6	10.6	11.7
MBC AM	19.2	18.5	18.0	13.5	14.9	13.8	14.7	14.6	13.6	14.1	13.9	12.1
MBC FM4U	12.1	12.7	11.6	10.8	9.9	9.5	10.3	10.7	9.8	9.8	9.3	9.8
SBS AM	4.0	4.2	4.4	5.4	5.7	5.8	6.5	5.8	4.6	4.4	4.6	4.2
SBS 파워FM	21.6	21.3	22.6	23.1	24.3	23.7	22.4	22.9	23.2	24.5	24.8	24.6
CBS AM	3.5	3.2	3.4	4.3	3.7	3.2	3.2	3.1	2.9	3.2	3.3	3.2
CBS 음악FM	14.6	15.4	16.0	14.6	16.0	15.3	13.8	13.8	13.4	13.3	12.2	12.9
TBS	7.8	9.1	9.8	13.6	14.8	15.1	15.7	14.6	13.1	15.8	15.4	17.0

## 4. 평가와 제언

### 1) 평가

#### (1) 2019 경영 목표 설정의 타당성

- 대외적 환경 변화에 대해 적절히 분석하고 파악했다고 판단
  - 오랫동안 지상파 방송사를 중심으로 선형적 시청에 익숙했던 동영상 시장에 큰 변화의 흐름이 계속되고 있는 상황임.
  - OTT 및 글로벌 플랫폼의 부상, 종편/CJ의 약진, 미디어 소비행태의 변화 등 주요한 변화를 분석해 2019 경영 목표 설정에 적절히 반영함.
- 대내적 상황에 대한 다각적인 분석이 필요
  - 새로운 분석법을 활용해 KBS 프로그램을 분석하고 경쟁사 프로그램과도 비교한 것은 적절했으나, 내부 인력과 조직구조 및 운영 관점에서도 분석이 필요함.

#### (2) 편성 기본 방향

- 미디어 소비행태 변화에 대응하기 위한 편성 전략이 긍정적이라고 판단됨
  - 디지털에서도 강력한 영향력과 화제성을 지닌 ‘펍수’, ‘워크맨’ 같은 창의적인 디지털 콘텐츠 기획과 제작이 필요.
  - 앞으로도 TV 뿐 아니라 온라인 플랫폼 등에서 영향력을 확대하기 위해 이와 같은 노력을 계속해야 함.
- 제작비와 경쟁력을 확보하는 새로운 전략을 시도한 사례가 의의가 있음
  - 〈조선로코 녹두전〉 WAVVE와 협업, 〈동백꽃 필 무렵〉 넷플릭스와 협업 등을 통해 제작비와 경쟁력을 모두 확보하는 새로운 모델을 만들었음.

#### (3) 채널별 편성 전략

- 1TV 뉴스의 신뢰도 강화는 지속적으로 추진되어야 함
  - 2019년에 가시적인 신뢰도 개선이 있었으나 조사기관별로 부분적인 달성에 그쳤음.
  - 특히 1TV 메인뉴스인 〈KBS 뉴스9〉의 신뢰도와 심층성 강화를 위해 확실한 성과를 달성하

고 이를 유지하기까지 시간이 필요함.

- 통합뉴스룸의 전면적인 프로세스 개선과 출입처 의존 탈피 등 현재 진행 중인 기존 제작 관행의 혁신을 위해 계속 노력해야 함.

## 2) 제언

### (1) 2019 경영 목표 설정의 타당성

■ 경영 목표 달성 여부를 판단하는 성과지표의 개선 필요

- 다양한 플랫폼을 통해 동영상을 시청하는 현재의 미디어 환경에서 시청자수, 시청률 지표만으로 콘텐츠 경쟁력을 판단하는 것은 한계가 있음.
- 2019 경영목표 성과지표에서 웹 콘텐츠나 SNS 관련 목표에서만 온라인 플랫폼과 관련한 지표로 성과를 측정하는데 그침.
- TV, 온라인 플랫폼 등에서 콘텐츠 경쟁력을 판단할 수 있는 여러 지표들을 설정해 다각적으로 경쟁력을 파악해야 함.

### (2) 편성 기본 방향

■ 크로스미디어 편성전략 강화

- 지상파와 디지털을 연계하여 시너지 효과를 낼 수 있는 크로스 미디어 편성 전략을 강화해 기존 관행과 다른 편성 전략이 필요함.

■ 과감한 프로그램 폐지와 리뉴얼은 계속되어야 함

- 노후 프로그램 폐지와 리뉴얼이 '전략적 선택과 집중' 원칙과 함께 연계해 지속된다면 제작비 등 자원의 효율적 활용과 더불어 프로그램 및 채널 경쟁력 확보가 가능함.

### (3) 채널별 편성 전략

■ 채널별 주요 시청자/청취자의 구체적인 파악 필요

- 주요 시청자/청취자의 생활 방식과 연령별, 성별 관심사를 면밀하게 분석해, 이들의 요구에 맞는 프로그램을 적시에 편성해야 함.
- 이를 통해 채널별 주요 시청자/청취자 요구에 따라 선택적 집중 투자가 가능할 것임.

## 제2장 | 예산집행의 효율성

### 1. 예산편성의 목적 적합성과 적정성

#### 1) 예산편성의 경영목표 적합성

##### (1) 예산편성기준과 경영목표의 적합성

###### ① 2019년도 예산편성 방향

(2019년도 예산편성 요구기준, 2018.10. 전략기획실)

###### ■ 기본방향

- 차별화된 공영방송, 경쟁력 높은 콘텐츠 제작을 위한 투자 확대
- 적극적 수입목표 설정 · 비용 효율화를 통한 균형예산 편성
- 제작현장 구성원의 상생 추구
- 미래방송환경(미래방송센터, UHD, 디지털서비스 등) 기반 강화

###### ■ 세부편성방향

- 콘텐츠 투자 확대
- 균형예산 편성
- 제작현장 구성원 상생
- 미래방송환경 기반 강화

###### ② 경영목표

###### ■ 경영목표

- 2019~2021년 중장기 경영목표
  - 대한민국 대표 공영미디어 KBS-신뢰, 창의, 혁신
- 5대 세부목표 및 12대 역점과제
  - 2019년 경영목표 핵심사업 26개

### ③ 2019년 예산편성 기준과 경영목표의 적합성

- 2019년 예산편성 기준을 중장기 계획 및 경영목표에 맞춰 ‘신뢰도 및 경쟁력 강화를 위한 전략적 재원 배분’을 예산편성 방향으로 설정하고, 4가지 세부 편성 방향을 설정하여 경영 목표사업에 최우선으로 예산을 편성하였음.
- 킬러콘텐츠 경쟁력 강화, 임시정부 수립 100주년 기념 방송, 제작비 현실화 등 콘텐츠 투자 확대를 반영하였음. 또한, 콘텐츠 투자 확대가 경쟁력 강화를 이뤄 수입이 증가하는 선순환 구조가 될 수 있도록 유휴자산을 적극 매각하는 것을 통해 투자재원 확보방안을 반영하였으며, 제작비 현실화, 독립제작사 제작지원 확대 등 제작 구성원 상생과 미래 방송환경 기반 강화를 위한 투자예산을 편성하였음.
- 다만 중장기 경영목표 및 2019년 경영목표 핵심사업을 기반으로 예산이 편성되기보다는 통상적인 예산편성에 일부 예산을 경영목표 핵심사업에 배정한 것으로 보임(전체 1조 5,597억 원의 비용예산 대비 경영목표 사업예산은 4.97%(정규/특집 제작비 예산 활용사업 제외)에 불과). 2019년 예산편성기준과 경영목표의 적합성은 다소 아쉬움이 있음.

## 2) 예산편성기준의 적정성 및 준수 정도

### (1) 예산편성기준의 적정성과 준수 여부

#### ① 2019년 예산편성 기준의 적정성

- ‘2019년 예산편성 요구기준’에 따르면, ‘적극적 수입목표 설정 · 비용 효율화를 통한 균형예산 편성’이라는 기본방향 하에 수입예산을 각 수입별 달성 가능한 최대 수준의 목표로 설정하였음. 광고수입 등이 급감하는 경영환경에서 이러한 공격적인 수입예산 설정으로 인해 일 년 내내 예산삭감이 최우선 과제로 대두되었음.
- 균형예산 편성에 따라 수입예산에 상응하는 비용예산을 편성하였으나, 수입예산이 현저히 미달하는 비상상황에 대한 대비가 부족하여 예산삭감 그 자체에 집중할 수밖에 없는 부작용이 발생함.
- 이러한 내용을 근거로 판단했을 때, 2019년 예산편성기준은 적정하다고 평가하기 어려우며, 예산편성에 있어서 근본적인 개선책이 요구됨. 다만, 재정안정화 대책, 토털리뷰 등을

통해 중장기적인 관점에서 KBS의 비용구조를 근본적으로 개선하려고 노력한 점은 긍정적으로 평가할 수 있음.

② 2019년 예산편성 기준 준수 여부

- 예산 편성 시 국내외 경제여건을 감안하여 KBS의 경영환경을 전망 후 예산편성 방향을 설정하였으며, 이에 따른 부문별 예산을 편성하였고 본부·센터별 총액을 배분하여 자율편성토록 하되 경영목표와 핵심사업에 예산이 우선 편성되도록 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.

③ 예산편성 방향에 따른 준수 여부

▣ 콘텐츠 투자 확대

- 차별화된 공영방송, 경쟁력 높은 콘텐츠 제작을 위한 투자 확대를 기본방향으로 대한민국 임시정부수립 100주년 기념 방송 30억 원, 드라마 권리확보 407억 원, 비드라마 경쟁력 강화 90억 원, 기타 경쟁력 강화 대비 96억 원 등 콘텐츠 투자를 확대함.
- 2019년도 제작비 예산의 편성에 있어서 KBS는 경쟁력 강화를 통한 수입증대의 선순환 구조를 목표로 경쟁력 강화 및 신뢰도 회복을 위한 예산을 배정, 편성하였음.

〈표 2-1〉 콘텐츠 강화 예산편성 현황 (450억 원 ↑)

구분	2019년(A)	2018년(B)	증감(A-B)
1. TV(정규/특집)	1,986	1,797	189
2. Radio(정규/특집)	188	179	9
3. 드라마 권리확보	407	305	102
4. 프로그램 경쟁력 강화	275	150	125
5. 미술비	504	479	25
6. 제안공모/파일럿	6	6	0
계	3,366	2,916	450

〈표 2-2〉 지역방송 활성화

구분	2019년(A)	2018년(B)	증감(A-B)
1. 정규	160	143	17
2. 특집	10	14	-4
3. 프로그램 경쟁력 강화	31	8	23
계	201	165	36

- 지역국 제작비 (36억 원 ↑)
- 또한, 2019년 정규 제작비 집행에 있어서 2018년 대비 3대 대형스포츠 이벤트가 없음에도 220억 원을 추가 사용하였으며, 2차례 진행하였던 예산긴축에 있어서도 콘텐츠 경쟁력에 영향이 있는 제작비 긴축을 최소화하였음.

〈표 2-3〉 2019년 본사 TV 정규 프로그램 제작비 집행현황

(단위 : 억 원)

구분	2019년	2018년	증감	세부내역
본사 TV정규	2,535	2,315	220	
○ 교양, 다큐	444	388	56	- 드라마 +106억, 교양 +56억, 외주 +31억, 보도 +18억, 예능 +13억, 스포츠 +2억, 콘텐츠구매 -6억
○ 예능	540	527	13	- 2019년도 드라마 투자 확대에 의해 제작비 집행 증가 · 〈조선로코-녹두전〉, WAVE 콘텐츠 판매
○ 드라마	1,067	961	106	수입에 대한 수입금 마련 추가배정(약 50억)
○ 외주제작	341	310	31	· 주당 근로시간 단축에 따른 드라마 기본제작비 인상 (약 52억)
○ 보도, 스포츠	116	96	20	- 2018년도 1월 파업 불방(약 21억) 및 스포츠
○ 기타(영화)	27	33	-6	이벤트로 인한 불방(약 88억) 발생

〈표 2-4〉 2019년 비용 긴축 현황

(단위: 억 원)

구분	1차긴축 [19.04.30.]	2차긴축 [19.07.19.]	비고
○ 일반사업 긴축	295	70	
○ 직접제작비 긴축	11	42	
- 본사 TV	-	42	
- 본사 R	3	-	
- 지역제작비	8	-	
<b>합계</b>	<b>306</b>	<b>112</b>	

#### ■ 균형예산 편성

- 공격적인 수입목표를 설정하고 비용 효율화를 통해 균형예산을 편성함.
- 유희자산 매각을 통해 투자재원을 마련하고 선택과 집중을 위해 변동성 경비 10% 추가 긴축 및 보직자 업무추진비 20% 긴축 기조를 반영하여 추정 당기순익 3억 원의 균형예산을 편성함.

#### ■ 제작현장 구성원 상생

- 독립제작사 상생 및 사내 비정규직 처우를 개선하기 위하여 독립제작사 상생에 29억 원, 최저임금 인상대비에 55억 원을 편성함.

#### ■ 미래방송환경 기반 강화

- UHD 인프라 구축(133억 원)과 디지털 서비스 확대를 위하여 디지털, 모바일 사업에 202억 원을 편성함.

## (2) 예산구조의 건전성

### ① 수입예산

- 수신료수입은 소폭 증가 추세, 광고수입은 감소 추세임. 수입예산의 통제 불가능성으로 인해 예산구조가 변동하는 것은 일반적이나, 광고수입의 급감은 향후 예산 운용에 장애가 될 것임.

〈표 2-5〉 수입예산구조

(단위: 억 원)

구분	2019년			2018년			2017년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
I. 수입	15,600	14,566	93.4%	15,714	14,758	93.9%	15,188	14,938	98.4%
1. 수신료수입 (비중)	6,656 (43%)	6,705 (46%)	100.7%	6,542 (42%)	6,595 (45%)	100.8%	6,410 (42%)	6,462 (43%)	100.8%
2. 광고수입 (비중)	3,750 (24%)	2,548 (17%)	67.9%	4,060 (26%)	3,328 (23%)	82.0%	4,135 (27%)	3,666 (25%)	88.7%
3. 기타수입 (비중)	5,194 (33%)	5,313 (36%)	102.3%	5,112 (33%)	4,835 (33%)	94.6%	4,643 (31%)	4,810 (32%)	103.6%

## ② 비용예산

- 비용예산구조의 건전성에 의문을 제기할만한 항목은 없음. 다만 방송제작원가 증가, 최저 임금 인상 및 주52시간제에 따른 인건비 증가 등에 따라 적정 비용예산구조에 변동이 있을 것으로 예상됨.

〈표 2-6〉 비용예산구조

(단위: 억 원)

구분	2019년			2018년			2017년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
II. 비용	15,597	14,541	93.2%	15,680	15,079	96.2%	15,098	14,283	94.6%
1. 사업경비 (비중)	8,313 (53%)	7,506 (52%)	90.3%	8,459 (54%)	7,973 (53%)	94.3%	7,797 (52%)	7,106 (50%)	91.1%
2. 판매수수료 및 법정지원금(비중)	1,272 (8%)	1,056 (7%)	83.0%	1,312 (8%)	1,193 (8%)	90.9%	1,313 (9%)	1,238 (9%)	94.3%
3. 인건비(비중)	5,354 (34%)	5,286 (36%)	98.7%	5,258 (34%)	5,235 (35%)	99.6%	5,228 (35%)	5,206 (36%)	99.6%
4. 감가상각비 (비중)	517 (3%)	532 (4%)	102.9%	503 (3%)	536 (4%)	106.6%	588 (4%)	574 (4%)	97.6%
5. 사업외비용 (비중)	136 (1%)	161 (1%)	118.4%	148 (1%)	142 (1%)	95.9%	167 (1%)	159 (1%)	95.2%
6. 예비비 (비중)	5 (-%)	0 (-%)	0.0%	5 (-%)	0 (-%)	0.0%	5 (-%)	0 (-%)	0.0%

### (3) 최근 3년간 예산 편성 현황 및 연도별 손익예산 규모

#### ① 수입예산

- 전체 수입예산 규모는 큰 변동 없이 소폭 증가로 편성하였으나 세부항목에서는 많은 차이가 있음.
- 특히 미디어 환경변화에 따른 광고수입의 지속적 감소로 인해 광고수입 예산편성 규모가 작아지고 있음. 광고수입 예산에 대한 특단의 대책이 강구되어야 하는 것은 물론, 현실성 있는 예산편성의 중요성 또한 높음.

#### ② 비용예산

- 예산편성 시 먼저 수입예산 규모를 확정하고, 수입예산 규모에 따라 비용예산 규모를 조정하는 균형예산을 편성하고 있음.
- 지상파 광고시장 축소 등 변화된 광고수입 규모에 따라 비용예산을 축소하기 위해 인건비 예산동결, 선택과 집중을 통한 긴축예산 편성 등 적극적인 자구노력을 선반영하여 예산을 편성하였음.
- 수입예산 규모에 따른 비용예산 편성으로 균형예산을 달성하여 당기손익은 3억 원임. 그러나 영업손익(사업손익) 규모는 2016년 이후 243~494억 원의 적자가 편성되어 있음. 이는 예산편성 단계부터 영업외수익(사업외수익)으로 균형예산을 맞추고 있다는 의미이며, 불용 자산 매각 등 영업외수익 항목이 소진되면 거액의 당기순손실 발생을 피할 수 없다는 것을 의미함.

#### ③ 자본예산

- “예산집행의 적정성” 중 ‘자본예산 및 집행내역 검토’ 참고

〈표 2-7〉 최근 3년간 예산 편성 현황

(단위 : 억 원)

구 분	2019년 예산	2018년 예산	2017년 예산	2018년 실적	2017년 실적
I. 수입	15,600	15,714	15,188	14,758	14,938
1. 수신료수입(비중)	6,656 (42.7%)	6,542 (41.6%)	6,410 (42.2%)	6,595 (44.7%)	6,462 (43.3%)
2. 광고수입( " )	3,750 (24.0%)	4,060 (25.9%)	4,135 (27.2%)	3,328 (22.6%)	3,666 (24.5%)
3. 기타수입( " )	5,194 (33.3%)	5,112 (32.5%)	4,643 (30.6%)	4,835 (32.8%)	4,810 (32.2%)
II. 비용	15,597	15,680	15,098	15,079	14,283
1. 사업경비	8,313	8,459	7,797	7,973	7,106
- 방송제작비(비중)	6,661 (42.7%)	6,868 (43.8%)	6,224 (41.2%)	6,478 (43.0%)	5,648 (39.3%)
- 시설운영비	1,182	1,149	1,135	1,082	1,047
- 시청자사업비	150	146	146	142	139
- 일반관리비	203	186	182	174	172
- 수신료징수비	99	92	92	82	84
- 광고운영비	18	18	18	15	16
2. 판매수수료 및 법정지원금	1,272	1,312	1,313	1,193	1,238
3. 인건비(비중)	5,354 (34.3%)	5,258 (33.5%)	5,228 (34.6%)	5,235 (34.7%)	5,206 (36.2%)
- 임금·복리비	4,847	4,765	4,757	4,735	4,658
- 퇴직급여충당부채	507	493	471	500	548
4. 감가상각비	517	503	588	536	574
5. 사업외비용	136	143	167	142	159
6. 예비비	5	5	5		
III. 세전손익	3	34	90	-321	655
IV. 법인세비용		13	62		91
V. 당기순손익	3	21	28	-321	564
※ 영업손익	-494	-380	-243	-585	202

<표 2-8> 연도별 손익예산 규모(전년대비)

(단위 : 억 원)

구분	2016년		2017년		2018년		2019년	
	예산	전년대비	예산	전년대비	예산	전년대비	예산	전년대비
수입	16,089	-165	15,188	-901	15,714	+526	15,600	-114
비용	16,083	-116	15,160	-923	15,693	+533	15,597	-96
당기손익	6	-49	28	22	21	-7	3	-18
사업손익	-376	-8	-243	133	-380	-137	-494	-114

<표 2-9> 연도별 손익예산 규모(편성 및 집행실적)

(단위 : 억 원)

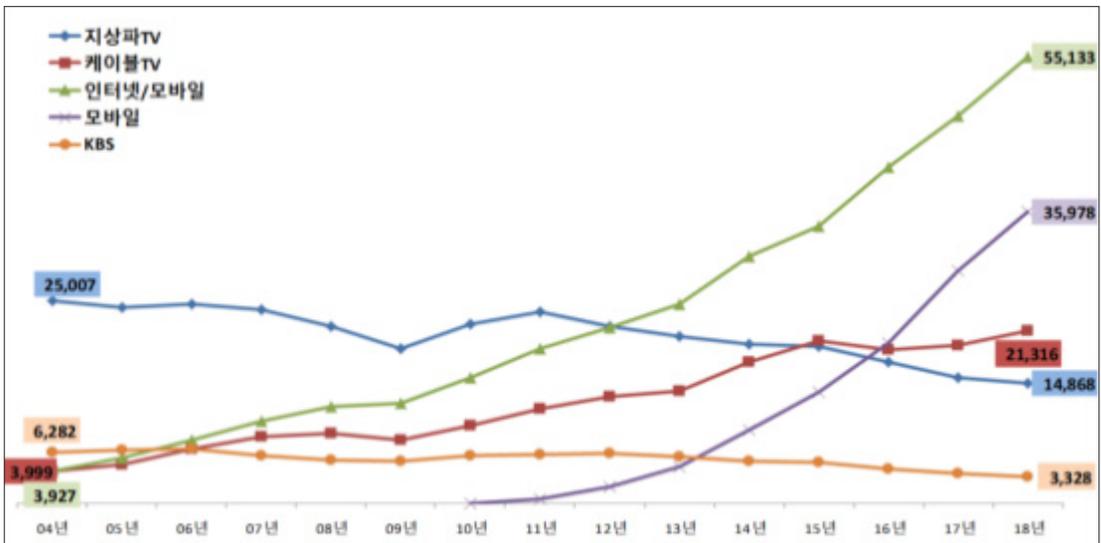
구분	2019년			2018년			2017년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
I. 수입	15,600	14,566	93.4%	15,714	14,758	93.9%	15,188	14,938	98.4%
1. 수신료수입	6,656	6,705	100.7%	6,542	6,595	100.8%	6,410	6,462	100.8%
2. 광고수입	3,750	2,548	67.9%	4,060	3,328	82.0%	4,135	3,666	88.7%
3. 기타수입	5,194	5,313	102.3%	5,112	4,835	94.6%	4,643	4,810	103.6%
II. 비용	15,597	14,541	93.0%	15,680	15,079	96.2%	15,098	14,283	94.6%
1. 사업경비	8,313	7,506	90.3%	8,459	7,973	94.3%	7,797	7,106	91.1%
- 방송제작비	6,661	5,958	89.4%	6,868	6,478	94.3%	6,224	5,648	90.7%
- 시설운영비	1,182	1,129	95.5%	1,149	1,082	94.2%	1,135	1,047	92.2%
- 시청자사업비	150	150	100.0%	146	142	97.3%	146	139	95.2%
- 일반관리비	203	183	90.1%	186	174	93.5%	182	172	94.5%
- 수신료징수비	99	70	70.7%	92	82	89.1%	92	84	91.3%
- 광고운영비	18	16	88.9%	18	15	83.3%	18	16	88.9%
2. 판매수수료 및 법정지원금	1,272	1,056	83.0%	1,312	1,193	90.9%	1,313	1,238	94.3%
3. 인건비	5,354	5,286	98.7%	5,258	5,235	99.6%	5,228	5,206	99.6%
- 임금·복지비	4,847	4,793	98.9%	4,765	4,735	99.4%	4,757	4,658	97.9%
- 퇴직급여충당부채	507	493	97.2%	493	500	101.4%	471	548	116.3%
4. 감가상각비	517	532	102.9%	503	536	106.6%	588	574	97.6%
5. 사업외비용	136	161	118.4%	148	142	95.9%	167	159	95.2%
6. 예비비	5	0	0.0%	5	0	0.0%	5	0	0.0%
III. 세전손익	3	25		34	-321		90	655	
IV. 법인세비용		9		13			62	91	
V. 당기순손익	3	16		21	-321		28	564	
※ 영업손익	-494	-759		-380	-585		-243	202	

(4) 전체 광고시장 추이 분석

① 과거 15년간(2004~2018년) 전체 광고시장 분석

- 인터넷/모바일 1,303.9% 성장(3,927억 원→55,133억 원)
- 케이블 433.0% 성장(3,999억 원→21,316억 원)
- 지상파 40.5% 역성장(25,007억 원→14,868억 원)
- KBS 47.0% 역성장(6,282억 원 → 3,328억 원)
- 지상파의 광고시장은 지속적으로 축소되고 있으며, 동 산업 내에서 KBS의 광고매출이 차지하는 비중 또한 감소 추세임.
- 지상파 광고시장 내 시장점유율 확대방안도 중요하지만, 현재 시장 추세를 고려했을 때 지상파 광고매출 신장에는 한계가 있음. 수익원 다변화 및 발굴에 더욱 집중하여야 함.

<표 2-10> 전체 광고시장 추이(2004년~2018년) 분석표 요약



〈표 2-11〉 최근 5년 간 지상파 광고시장과 KBS 광고수입 실적 추이

(단위: 억 원)

구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
지상파 시장	19,071	16,182	14,067	12,958	10,985
KBS수입	5,025	4,207	3,666	3,328	2,548
점유율	26.3%	26.0%	26.1%	25.7%	23.2%

## (5) 전년 대비 예산 편성 규모

## ① 수입예산

## ■ 직전년도 대비 114억 원 감액 편성

- 지상파 광고시장 축소로 광고수입 감소세 지속
- 대형스포츠이벤트 종료로 중계권재판매, 국제신호제작수입 감소
- 각 수입별(수신료수입, 광고수입, 콘텐츠판매 등) 달성가능한 최대 수준의 목표 설정
- 콘텐츠 경쟁력 강화 투자에 따른 콘텐츠판매수입 목표 확대
- 유희자산 적극 매각을 통한 자산처분이익 목표 확대

## ② 비용예산

## ■ 직전년도 대비 83억 원 감액 편성(균형예산 편성)

- 대형스포츠이벤트 종료로 중계권료 등 대폭 감소
- 콘텐츠경쟁력 강화(역사드라마 편성 등) 프로그램제작비 증액 반영
- 최저임금 인상(2019년 8,350원, 10.9% ↑) 등 경직성 경비 지속 증가
- 근로시간 단축 등 변화된 경영환경 반영
- 변동성 경비 10% 추가 긴축 및 보직자 업무추진비 긴축 등 자구노력 반영

〈표 2-12〉 2018년 예산 대비 2019년 편성 규모

(단위 : 억 원, %)

구분	2019년 예산	2018년 예산	증감	비율(%)	2018년 실적
I. 수입	15,600	15,714	-114	-0.7%	14,758
1. 수신료수입(비중)	6,656 (42.7%)	6,542 (41.6%)	114	1.7%	6,595 (44.7%)
2. 광고수입( )	3,750 (24.0%)	4,060 (25.9%)	-310	-7.6%	3,328 (22.6%)
3. 기타수입( )	5,194 (33.3%)	5,112 (32.5%)	82	1.6%	4,835 (32.8%)
II. 비용	15,597	15,680	-83	-0.5%	15,079
1. 사업경비	8,313	8,459	-146	-1.7%	7,973
- 방송제작비(비중)	6,661 (42.7%)	6,868 (43.8%)	-207	-3.0%	6,478 (42.9%)
- 시설운영비	1,182	1,149	33	2.9%	1,082
- 시청자사업비	150	146	4	2.7%	142
- 일반관리비	203	186	17	9.1%	174
- 수신료징수비	99	92	7	7.6%	82
- 광고운영비	18	18	0	0.0%	15
2. 판매수수료 및 법정지원금	1,272	1,312	-40	-3.0%	1,193
3. 인건비(비중)	5,354 (34.3%)	5,258 (33.5%)	96	1.8%	5,235 (34.7%)
- 임금·복리비	4,847	4,765	82	1.7%	4,735
- 퇴직급여충당부채	507	493	14	2.8%	500
4. 감가상각비	517	503	14	2.8%	536
5. 사업외비용	136	143	-7	-4.9%	142
6. 예비비	5	5	0		0
III. 세전손익	3	34	-31	-91.2%	-321
IV. 법인세비용		13	-13	-100.0%	
V. 당기순손익	3	21	-18	-85.7%	-321
※ 영업손익	-494	-380	-114	30.0%	-585

③ 낙관적 광고수입 편성 사유(예산국)

- 예산편성의 기본방향은 중장기 계획과 맞물려 신뢰도와 경쟁력 강화를 위한 전략적 예산 배분이었음. 이에 신뢰도와 경쟁력이 강화될 수 있도록 콘텐츠에 대한 투자를 확대하였음.
- 이와 같이 콘텐츠 투자 금액 확대를 통해 광고 및 콘텐츠판매수입 증대의 선순환구조를 이룰 것으로 목표하여 지상파 광고수입 중 KBS 목표 점유율을 상향하였고 중간광고의 도입, 통합마케팅의 추진을 통하여 수입이 상승할 것으로 예상하였음.
- 하지만 다매체·다채널의 광고시장 경쟁이 심화되고 중간광고 도입 지연 등 지상파 광고 시장에 대한 비대칭규제도 계속 유지되는 등으로 인해 당초 계획했던 광고수입 증대효과가 발생하지 않았음.

(6) 예산편성에 대한 의사결정과 실행의 신속성

① 2019년 예산편성 의사결정 및 절차

■ 수입예산 편성(2018.7.5.)

- 부서별 제출대상 수입 내역 통보 및 시장 전망에 따른 목표액 시스템 입력 요청

■ 비용예산 규모 설정(2018.7.19.)

- 신규, 변동사업 입력 및 사업계획서 제출 요청 (신규, 증감, 폐지 검토)

■ 예산 편성 방향 경영회의 의결(2018.10.12.)

- 종합예산 편성을 위한 예산편성방향, 예산규모, 본부/센터/지역총국별 배분안 결정
- 사업경비 배분규모는 8,313억 원(전년대비 -146억 원)이며, 이는 비용예산(15,597억 원)에서 경직성 경비(7,284억 원/ 판매수수료, 법정지원금, 인건비, 감가상각비, 사업외비용 등) 제외한 금액

■ 본부/센터별 예산 세부 내역 작성(2018.10.18.)

- 각 본부, 센터별 비용 총액한도 결정(본부/센터별 총액 규모 통지)
- 예산 총액배분 부서 자율편성 방식 (Top-Down 방식)
- 할당된 재원규모 내에서 편성기준에 따라 본부/센터/지역총국장의 책임하에 경영목표와 부서의 사업 우선순위에 따라 자율적으로 예산 편성

- ▣ 본부/센터별 총액 범위 내 예산 편성(2018.10.18.~11.2.)
  - 수입/비용 규모에 따른 총액 범위 내 조정 (예산부와 협의/조정)
- ▣ 종합예산(안) 수립 및 경영회의 심의(2018.11.22)
  - 종합예산(안) 경영회의에서 심의·결정
- ▣ 종합예산(안) 이사회 심의·의결(2018.12.28.)
  - 종합예산(안)에 대한 이사회 분과별 소위 및 전체회의 심의 실시

## ② 실행의 신속성

- 중장기 계획 및 경영목표의 내용이 정해지면 예산의 연내 확정을 목표로 예산편성 기본방향을 시행하여 예산규모를 산정하고 있음.
- 7월 초 수입예산의 규모를 파악하여 9월 비용예산 배분안이 확정되도록 편성절차를 진행하고 있으며 최종적인 검토가 이뤄지는 이사회 소위의 과정을 통하여 검토된 예산사업 전반에 대한 내용을 확인, 수정 받고 있음.
- 수정사항이 발생할 경우, 이사회의 의결이 연말까지 이뤄질 수 있도록 신속하게 검토하여 반영하고 있음.

## ③ 예산 자율 편성시스템

- KBS의 예산제도는 총액배분/자율편성 시스템으로, 예산편성 요구기준과 함께 본부/센터별 지출한도를 사전 제시하고, 예산편성 기간 중에 예산 관련 주요 정보를 예산국과 개별 부서가 공유하고 자원배분 계획을 공동으로 결정하고 있음.
- 2019년 예산은 선택과 집중 등 자구노력을 선반영한 결과 본부/센터별 규모를 지정하여 각 본부/센터로 시달하였고 해당 규모 내에서 각 본부/센터는 경영목표와 사업 우선순위를 감안하여 예산을 편성하였음.
- 이러한 총액배분/자율편성 시스템은 예산의 세부내역 편성에 있어서 각 부서의 전문성을 적극 활용할 뿐만 아니라 재정 투명성을 제고하는 동시에 부서의 책임과 권한을 강화하는 바람직한 제도임.

(7) 손실 감축 또는 해결방안 수립 및 타당성

- 12대 역점과제 중 하나로 ‘안정적 재원 확보’를 설정하고, 2019년 경영목표 핵심사업으로
  - ①공영방송 및 수신료제도의 개선 ②전 매체 광고 통합마케팅 추진 및 콘텐츠 수입 확대
  - ③안정적 재원 확보를 위한 관련 법령 개정 추진에 역점을 두고 있음.
- 2019년 1차 및 2차 재정안정화 대책 시행을 통해 418억 원의 비용인축 실시. 정규/특집 제작비는 인축대상 지정 지양
- 비상 토털리뷰 T/F를 구성·운영하여 전사적 예산사업 재검토를 통해 2019년 및 중장기 수지개선 추진(경직성 비용구조와 사업구조 개선). 2020년에도 상시 토털리뷰를 추진할 계획임.

2. 예산집행의 적정성

1) 비용예산 및 자본예산 집행실적

(1) 방송제작비 예산 및 집행내역 및 성과

<표 2-13> 방송제작비 예산 및 집행실적

(단위 : 백만 원)

구분	2019			2018			2017		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
1. TV제작 (KBS World 포함)	371,465	364,278	98.1%	354,822	343,679	96.9%	351,659	340,481	96.8%
2. R제작	30,231	28,914	95.6%	28,856	27,287	94.6%	28,814	26,498	92.0%
3. 보도제작 (R뉴스 포함)	37,532	36,835	98.1%	36,891	34,383	93.2%	36,625	32,793	89.5%
4. 스포츠제작	24,941	24,778	99.3%	103,522	101,219	97.8%	27,559	22,488	81.6%
5. DMB제작 (T,R-DMB)	45	41	91.1%	52	46	88.5%	52	49	94.2%
6. 멀티미디어제작 (홈페이지, 데이터방송)	6,243	5,785	92.7%	8,292	8,190	98.8%	8,209	7,462	90.9%
7. 연구개발(제작)	8,780	7,498	85.4%	9,059	8,187	90.4%	8,224	6,229	75.7%
8. 방송제작 공통	130,969	127,689	97.5%	130,699	124,763	95.5%	134,109	128,801	96.0%
9. 수시배정	55,874		0.0%	14,614		0.0%	27,181		
<b>합계</b>	<b>666,080</b>	<b>595,818</b>	<b>89.5%</b>	<b>686,807</b>	<b>647,754</b>	<b>94.3%</b>	<b>622,432</b>	<b>564,801</b>	<b>90.7%</b>

※ 채널별 구분은 예산, 결산시스템 상 산출할 수 없음.

## (2) 자본예산 및 집행내역 검토

## ① 자본예산 집행실적

〈표 2-14〉 자본예산 집행실적

(단위 : 백만 원, %)

구 분	2019년			2018년			2017년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
방송시설 구축/고도화	50,377	26,385	52.4	51,354	28,911	56.3	64,604	31,795	49.2
지역제작시설 확충	1,000	-	-	723	-	-	1,187	-	-
연구개발·정보화 뉴미디어	11,299	4,568	40.4	13,550	6,899	50.9	13,082	5,707	43.6
방송제작장비 보강	11,722	7,330	62.5	6,181	5,525	89.4	8,653	4,943	57.1
일반시설 보강	38,832	7,411	19.1	52,631	18,017	34.2	54,323	9,129	16.8
투자외 기타	2,391	-2,075	-86.8	7,677	-6,653	-86.7	6,616	-2,677	-40.5
<b>합계</b>	<b>115,621</b>	<b>43,619</b>	<b>37.7</b>	<b>132,116</b>	<b>52,699</b>	<b>39.9</b>	<b>148,465</b>	<b>48,897</b>	<b>32.9</b>

## ② 자본예산 집행률 저조사유 및 향후 대책

■ 저조한 자본예산 집행률 - 매년 경영평가에서 반복적으로 지적되는 사항

- 2016년 재무위험 상황 발생에 따라 자본예산 사업이 취소·축소되었고, UHD 방송 및 모바일서비스 등 정책결정 및 계약 체결이 지연되어 122억 원의 이월예산이 발생
- 2017년은 사잇길 매입 지연으로 인한 미래방송센터 건립 일정 변경으로 인한 308억 원, 정부의 UHD 방송허가 지연에 따른 UHD 방송시설 구축사업 등으로 328억 원의 이월예산이 발생
- 2018년은 미래방송센터 계획 변경으로 331억 원이 집행되지 않았고, UHD 편성비율 조정 등 정책 변경에 의한 사업 취소 미집행 발생. 정책결정지연 1건, 사업검토·계약지연 4건, 환경변화에 따른 사업추진 5건 등 총 10건의 투자예산 70억 원이 이월됨.
- 2019년에도 미래방송센터 건립 계획 변경으로 281억 원이 집행되지 않았고, UHD시설 구축계획 변경 등 정책 변경에 따른 사업 취소·축소 미집행 발생. 미집행 예산 중, 사업검토·계약지연 17건, 신규정책에 따른 긴급 사업추진 4건 등 총 21건의 투자예산 43억 원을

2020회계연도로 이월함.

▣ 자본예산 집행률 개선 대책

- 최근 몇 년간 미래방송센터, UHD 시설구축 등 대형 정책사업에 대한 미집행 금액이 발생하여, 2020년도 예산편성부터는 관행적 정책사업 편성을 최소화하였으며, 사업추진 시 과도한 차액이 발생할 수 있는 인프라 사업의 경우 기존 도입가를 고려하여 감액 편성하였음. 그리고 학자금/전세자금 대여 등 상환액이 초과하여 발생하는 [투자외 기타] 부문도 차액 발생이 최소화될 수 있도록 편성을 최소화하였음.
- 자본예산 집행률 제고를 위해 예산부에서 집행률 수시 점검을 통한 사업별 진척률을 관리하고, 이월예산 최소화를 위해 사업부서 사업진행을 독려할 계획임. 또한 타당성 검토 단계별 소요시일을 단축하고, 탄력적인 자본예산 운영으로 긴급 사업에 대한 예산 지원 등 필요한 자본예산 투자가 적기에 이뤄질 수 있도록 노력을 기울일 계획임.
- 2020년도 자본예산 집행률 목표치 : 65% 이상

③ 향후 주요 투자계획

〈표 2-15〉 직접제작비 예산실적 및 핵심콘텐츠 제작·유통 강화 예산 실적

(단위 : 억 원)

구분	2019년	2018년	증감	
직접제작비	3,646	3,355	291	
본사TV/R	3,414	3,144	270	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 본사 TV +259억 원</li> <li>- 18년 스포츠 행사, 파업 불방에 따른 전년대비 집행 증가 및 근로시간 단축에 따른 제작비 증가</li> <li>• 본사 R +11억 원</li> <li>- R제작비 현실화 및 방송원고료 소급분 발생에 따른 제작비 증가</li> </ul>
지역TV/R	232	211	21	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 TV/R +21억 원</li> <li>- 방송 활성화 시범서비스 실시, 지역 제작비 현실화 등 지역 경쟁력 강화에 따른 제작비 증가</li> </ul>

(단위 : 억 원)

구분	2019년		2020
	예산편성	예산집행	예산편성
드라마 권리확보 예산	407	405	239
프로그램 경쟁력 강화예산	275	62	132

<표 2-16> 미래 경쟁력 강화를 위한 핵심 인프라 투자

(단위 : 억 원)

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	합계
미래방송센터	0	5	283	858	856	497	2,499
UHD 인프라	17	10	0	42	183	160	412
계	17	15	283	900	1,039	657	2,911

- 미래방송센터 건립 및 UHD인프라 투자는 KBS 여건 및 정책결정에 의해 전면 재검토 중에 있음.

<표 2-17> 모바일·디지털 분야 투자

(단위 : 억 원)

구분	2019년		2020년
	예산편성	예산집행	예산편성
비용예산	202	118	151
자본예산	28	6	49

④ 평가

- 정부 허가, 정책 결정사항, 계약체결 지연 등은 한시적으로는 불가피한 사유일 수도 있으나, 과거 수년간 매년 반복되어 나타난다는 점에서 자본예산 편성 관리 강화가 요구됨.
- 과거 경영평가에서도 지적되었듯이, 자본예산의 투입의 우선순위를 결정하고 여러 가지 불확실성을 감안한 탄력적 예산을 시나리오별로 구성하여 적극적이고 유연한 예산 집행을 시도하는 것이 급변하는 환경에 조속히 적응하는 합리적인 방법이라 판단됨.

### 3. 예산관리와 시스템의 효율성

#### 1) 예산 절감 노력 정도

##### (1) 정기적인 예산 수지동향 점검

- 매월 예산책임자는 당월 및 누계 예산집행실적 전산입력
- 예산총괄책임자(전략기획실장) 취합·분석 후 경영진 보고

##### (2) 재무위험 상시 모니터링

- KBS는 재정악화에 신속하게 대처하기 위해 2014년도부터 재무위험관리시스템을 도입해 운영 중. 재무위험상황에 따라 시나리오별 대책 설정·실시
- 격월로 경영수지 점검회의 개최(임원진과 전 부서 예산책임자 참석). 2019.5월 회의에서 토털리뷰 T/F 구성 결정함.
- 재정안정화 전략회의 개최하여 1차 및 2차 재정안정화 대책 실시함.
- 경직성 비용구조와 사업구조 개선을 위한 토털리뷰를 통해 비상경영계획을 수립·시행하였으며, 2020년 예산 편성 시에도 긴축효과를 선반영하였음. 지속적으로 사업구조 개선 및 비용 효율화를 위해 2020년에도 상시 토털리뷰를 추진할 계획임.

##### (3) 예산절감 효과

- 1차·2차 재정안정화 대책 시행을 통해 418억 원의 비용예산 긴축(사업성예산 31.3억 원, 유형별 긴축 119.7억 원 포함). 단, 정규/특집 제작비는 긴축 대상에서 제외하여 향후 성장 동력에 투자. 총 비용은 1,047억 원 절감 운영함으로써 수지개선을 위해 노력함.
- 사업경비 예산 8,313억 원 중 7,506억 원 집행(-807억 원, △9.7%).
- 1차·2차 재정안정화 대책과 토털리뷰 시행을 통해 2020년 예산 편성 시 399억 원(사업 경비 204억 원, 인건비 121억 원, 일괄긴축 74억 원) 긴축 선 반영

〈표 2-18〉 주요 자구노력 선반영 내역

(단위: 억 원)

구분	일괄건축 반영	토털리뷰 반영	총 건축금액
사업경비	74	204	278
인건비		121	121
계	74	325	399

## 2) 중간 평가에 따른 합리적 예산재배치

### (1) 사업 타당성 등 사건 검토 기능 강화

- 전 사업예산의 사전 검토기능을 체계화(검토단계: ①사업별 총괄부서 → ②전략기획실 예산부)하여 사업성 예산을 회수하고 사업추진 시 타당성 검토 후 배정함. 이로 인해 106억 원(345건)의 사업성 예산을 회수하여 47억 원(사업성 유보 건축 31억 원 포함)을 절감함.
- 사업성 예산의 회수뿐 아니라, 조직개편, 부서업무 조정, 환경변화 등에 따른 예산편성 및 조정 필요 상황에도 예산을 재배치함으로써 탄력적 예산 운용을 실시하였음.

〈표 2-19〉 수시배정 예산 배정 내역

(단위 : 백만 원)

구분	당초 예산	배정액	배정후 잔액	배정 내역	
방송제작비	109,814	53,940	55,874	협찬 및 수입 확정시 배정	51,699
				드라마 권리 확보 등 프로그램 경쟁력 강화	9,972
				연봉직 및 파견직 채용 및 단가 인상	6,703
				UHD 및 디지털 서비스 강화	1,242
				지역 프로그램 경쟁력 강화	1,319
				기타 추가배정 및 반납 등	1,644
				후생비 예산 전용	2,525
				연봉직 사원 등 일반직 전환에 따른 비용 반납	-7,308
				사업성예산 긴축 및 절감 운영	-2,035
				부서활동비 등 부서경비 긴축	-9,162
				계열사 위탁비(미디어텍 직접공용 등)	-2,659
시설운영비	7,050	299	6,751	위탁관리비 추가배정	1,281
				긴급수선사업 추가배정	350
				전력료 및 세금 추가배정	690
				후생비(복지카드)	1,009
				기타 추가배정	153
				기타 조직개편 등으로 인한 반납	-379
				부서예산긴축	-928
				사업성예산 회수 및 재배정	-1,877
시청자사업비	5,166	4,995	171	지역(총)국 부대사업 수입금마련	2,224
				시청자사업부 스파트 송출 관리	1,585
				본사 시청자사업 수입금마련	888
				KBS한국어진흥원 수입금마련	577
				시청자사업 확대 및 부서신설	163
				기타 추가배정 및 반납	106
				연봉직 사원 일반직 전환	-308
				사업성 예산 회수 및 부서예산긴축	-240
판매관리비	3,219	-677	3,896	연봉직 및 파견직 추가채용 등	1,211
				신규 부서 및 사업추진 추가배정	360
				특별인센티브 추가배정	320
				자산개발 관련 지급수수료	186
				통합마케팅 추진 및 판촉 강화	161
				소송증가에 따른 소송비용 배정	109
				세무조사 대응에 따른 비용 배정	99
				기타 추가배정 및 반납	110
				연봉직 사원 및 자원관리원 일반직 전환	-2,417
				사업성 예산 및 재배정	-405
				부서예산긴축	-411
합계	125,249	58,557	66,692		

## 4. 성과관리제도 및 운영의 실효성

### 1) 성과관리제도의 합리성과 운영

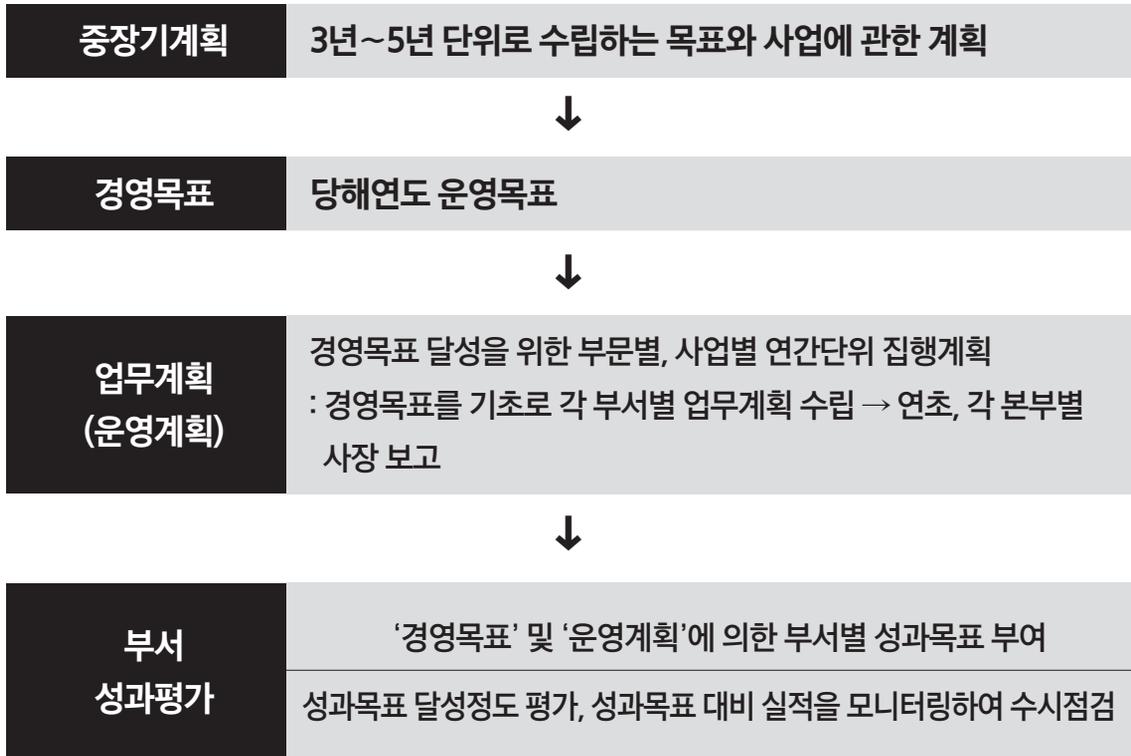
#### (1) KBS의 성과관리 체계의 적정성

##### ① KBS의 전사적 성과평가 체계

###### ▣ KBS의 성과평가체도의 프레임워크(Framework)

- <표 2-20> KBS의 성과평가 체계에서 보듯이 KBS의 성과평가 체계의 큰 프레임워크는 '경영계획에 관한 운영규정에 따라 중장기 계획을 바탕으로 당해 연도 경영목표를 설정하고 이를 기초로 각 부서별 핵심사업에 관한 업무계획 수립과 이에 대한 실적 점검 및 평가로 구성되어 있음.

<표 2-20> KBS의 성과평가 체계



\* 출처: KBS 내부자료(2019)

■ 사업별/부서별 실적 관리

○ 사업별 평가

- 경영목표 및 운영계획 관련 사업 중 정량적 사업(목표, 실적 등의 계량화가 가능한 사업)은 별도의 사업지표로 선정하여 가점부여 형태로 연1회 실적 평가
- 설계된 산식에 기초하여, 목표 달성도 정도에 따른 점수 자동 산출(전략기획국에서 운영 관리)

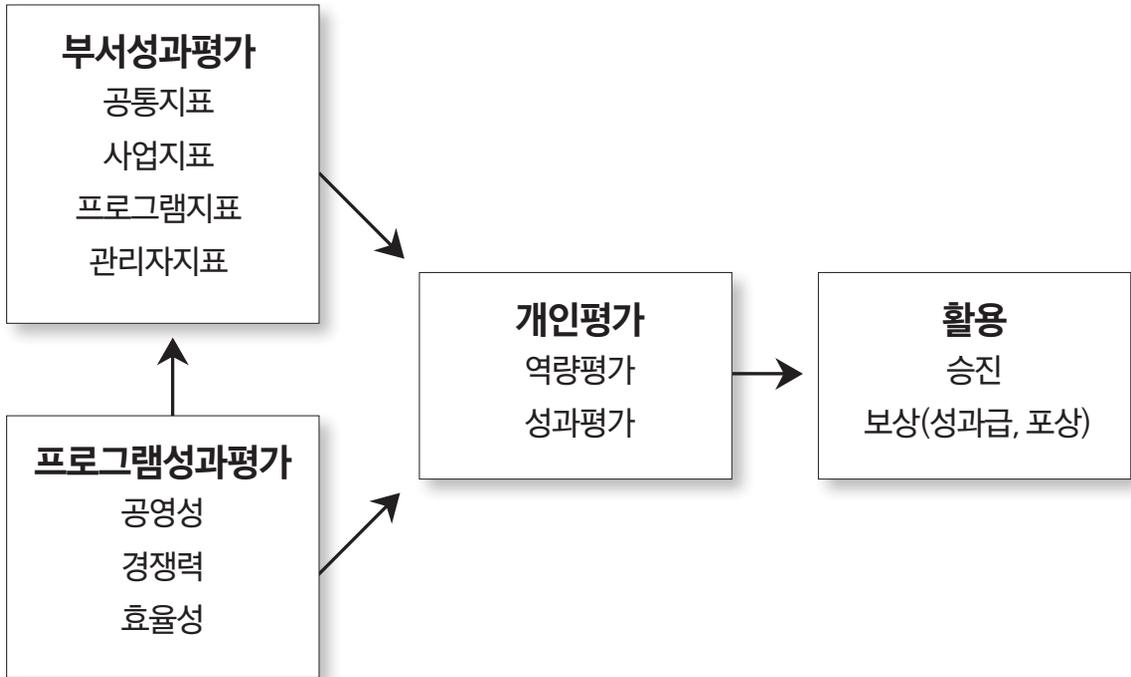
○ 부서별 실적에 대한 관리자(주간, 국장, 본부장, 부사장) 정성 평가

- 전략기획국에서 각 부서별로 경영목표 및 운영계획 관련 실적을 <코비스 평가시스템>에 입력토록 조치(6월, 12월 문서시행) → 각 부서 실적 입력 (7월, 1월) → 관리자(국장, 본부장 등)가 입력된 실적 성과를 확인하고, 이에 근거하여 연 2회 부서별 평가.

② 프로그램성과평가, 부서성과평가, 개인평가의 관련체계

- <표 2-21>에서 보듯이 프로그램성과평가 결과는 제작부서의 부서성과평가 ‘프로그램 지표’에 반영되며, 경영목표 핵심사업 등의 평가 결과와 합산하여 부서성과평가 결과가 산출됨 (프로그램성과평가 결과는 제작부서 직원 개인의 성과평가에도 반영).
- 이 부서성과평가 결과는 부서장의 개인평가에 반영되며, 개인평가 결과는 책임자 성과급제에 따른 부서장의 성과급 결정에 반영됨. 다음 그림과 같이 KBS 내 전체 성과평가는 유기적으로 연결되어 있는 구조임.

〈표 2-21〉 프로그램성과평가, 부서성과평가, 개인평가의 관련체계



\* 출처: KBS 내부자료(2019)

### ③ 부서별 평가 체계의 현황

#### ▣ 부서별 평가지표

– 부서별 평가지표는 다음의 〈표 2-22〉와 같음.

〈표 2-22〉 평가지표별 배점과 평가항목

지표	배점	대상부서	평가항목
공통지표	30점	전 부서	인력, 예산
프로그램지표	40점	제작그룹	뉴스기여도, 프로그램 평가
사업지표		기술, 시청자그룹	사업지표
관리자지표	25점	전 부서	업무실적, 운영효율성
경영기여도지표	5점	10%내 국 및 부서	종합기여도

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

▣ 부서성과평가 적용 비율

- 책임직급 그룹 중, 부서장 그룹은 근무평정점수의 60%를 부서성과평가로 적용(전략기획국)

〈표 2-23〉 평가 반영 비율

(단위:%)

그룹구분		평가부분	역량평가	성과평가			
			개인역량 평가	PES	프로그램 성과평가	부서 성과평가	수신료업무실적평가
책임직급 그룹	부서장 그룹		40	-	-	60	-
	팀장급 그룹	프로그램 제작자	40	-	60	-	-
		기타	40	60	-	-	-
실무직급 그룹	프로그램 제작자		60	-	40	-	-
	수신료직종		40	-	-	-	60
	기타		60	40	-	-	-

\* 출처: KBS 내부자료(2020.1.1. 시행)

▣ 평가그룹 및 지표별 배점

<표 2-24> 평가 그룹 및 지표

평가 그룹	소그룹	지표 배점					부서수	평가 대상 부서
		공통	프로	사업	관리자	경영 기여도		
직속 전략 그룹 (23)	직속	30	-	40	25	5	11	인사기획,인사운영,인재개발,심외,성평등,시청자서비스,시청자사업,시청자미디어,남북교류협력,노사협력,지역혁신
	전략기획	30	-	40	25	5	12	전략기획,PSM전략,계열사협력,예산,대외협력,커뮤니케이션,국제협력,공영미디어연구소,미디어기술 연구소,법무실,혁신추진,UHD추진단
편성 그룹 (20)	편성본부	30	-	40	25	5	20	편성전략,편성조사,편성운영,브랜드기획,1TV편성,2TV편성,편성제작,디지털미디어기획,디지털서비스운영,디지털플랫폼개발,콘텐츠아카이브,TV국제방송,R국제방송,아나운서1~2,한국어연구,영상 제작1~4
보도 그룹 (30)	보도1	30	40	-	25	5	27	정치,통일외교,국제,경제,산업과학,문화복지,사회,네트워크,경인취재센터,뉴스제작1~3,디지털뉴스 기획,디지털뉴스제작,뉴스시스템개발,영상취재1~2,영상편집,탐사보도,재난방송센터,해설위원실, 시사제작1~2,보도그래픽,스포츠취재,보도기획,보도운영
	보도2	30	40	-	25	5	1	스포츠콘텐츠제작
	보도3	30	-	40	25	5	2	스포츠기획, 스포츠중계
제작1 그룹 (23)	제작1	30	40	-	25	5	15	시시교양1국1~5,사시교양2국1~5,협력제작1~2, 3.1운동및임정100주년방송, 제작기획1,제작운영
	라디오1	30	40	-	25	5	7	라디오기획,라디오편성,라디오국,2FM,2라디오,1FM,한민족방송
	라디오2	30	-	40	25	5	1	디지털라디오
제작2 그룹 (21)	제작2	30	40	-	25	5	8	제작기획2,예능1~6,예능사업
	드라마	30	40	-	25	5	7	드라마1~6,드라마사업
	사업	30	-	40	25	5	6	콘텐츠프로모션,콘텐츠사업,플랫폼사업,지식재산권,광고기획,광고마케팅
기술 그룹 (26)	기술1	30	-	40	25	5	15	기술기획,기술운영,장비관리,제작시설,송신시설,시스템구축,네트워크운영,수신기술지원,소레(송),남산(송),관악산(송),김제(송),당진(송),화성(송),미디어송출
	기술2	30	-	40	25	5	11	후반제작,TV기술1~4,보도기술1~2,중계기술1~2,라디오기술1~2
경영 그룹 (19)	경영	30	-	40	25	5	19	총무,재무,구매,후생,수신료기획,수신료운영,강북사업지사,강남사업지사,인천사업지사,경기남부사업지사,경기동부사업지사,경기북부사업지사,경영정보,정보인프라,자산개발,건축기전,전력운영,시설관리,안전관리실
지역편제그룹(9)		30	40	-	25	5	9	지역총국 편성제작국
지역보도그룹(9)		30	40	-	25	5	9	지역총국 보도국
지역기술그룹(9)		30	-	40	25	5	9	지역총국 기술국
지역총무그룹(9)		30	-	40	25	5	9	지역총국 총무국
지역방송 문화사업그룹(6)		30	-	40	25	5	6	지역총국 방송문화사업국
지역국그룹(9)		30	20	20	25	5	9	지역국
합계							213	

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

- ▣ 평가결과와 보상의 연계에 따라 KBS경쟁력 제고(2020년 기준): 책임자 성과급제 신설
  - 평가결과 적용에 대한 관련규정에 따라 다음의 <표 2-25>의 기준 적용<sup>6)</sup>

<표 2-25> KBS의 근평 및 보수체계 적용기준

구분	근평	성과급
부서장	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부서평가 60%</li> <li>• 개인역량평가 40%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부서평가 60%</li> <li>• 개인역량평가 20%</li> <li>• 상향평가 20%</li> </ul>
직원	±1.5점	-

\* 출처: KBS 내부자료(2020.1.1. 시행)

- KBS는 평가대상기간 중 동일 부서에서 M1직급 또는 M2직급으로 6개월 이상 근무한 부서장을 대상으로 전년도 평가결과에 따라 개인별 S~D등급으로 구분하여 성과급에 차등을 두는 ‘책임자 성과급제’를 신설하였음.
- 이는 회사에 대한 기여도만큼 보상함으로써 동기부여를 강화하고자 [책임자 성과급 = 책임 직급수당(2개월분) × 개인별 지급률(최대 +60%~최소-60%)] 만들어진 혁신성과임.
- 평가 반영 비율은 <표 2-26>과 같으며 각 그룹별로 상위 직위자가 하위직위자의 직무역량을 평가하는 개인역량평가, 부서장의 관리역량 및 리더십을 소속 직원이 평가하는 상향평가, 각 부서별 목표 달성도를 평가하는 부서성과평가를 반영함.

<표 2-26> 평가 반영 비율

평가대상집단	역량평가		성과평가
	개인역량 평가	상향평가	부서 성과평가
책임직급 (M2직급 이상)	20%	20%	60%

\* 출처: KBS 내부자료(2020.1.1. 시행)

6) 2020.1.1. 변동형 직급체계 시행에 따라 현재는 능력급제 부서장이 존재하지 않고 호봉제 부서장으로 전부 바뀌었음. 따라서 호봉제부서장은 기준급(능력급제 폐지) 적용을 받지 않고 신설된 책임자 성과급제 적용을 받음.

■ 능력급제 변경 시행(2020년 기준)

- G0, G1직급 직원 중 능력급제 적용대상자<sup>7)</sup>의 전년도 평가결과에 따라 개인별 S~D등급으로 구분하여 성과급을 차등 조정함으로써 역량 및 성과에 따른 보상을 시행하여 KBS 경쟁력을 제고할 예정임.
- 능력급제 성과급 = 기준급(300%) × 성과급지급률(최대 120%~최소 80%)

④ 개인평가

■ 평가 체계 및 평가대상 기간

- 개인평가체계는 <표 2-27>에서 보는 바와 같이 개인역량평가와 개인성과평가(PES)로 이원화되어 있음.
- 평가대상기간은 개인역량평가의 경우 상하반기로 나누어 연 2회 실시하며, 개인성과평가는 상(하)반기 중 해당부서에서 2개월을 초과하여 근무한 기간에 실시

<표 2-27> 개인평가 체계

<b>개인역량평가</b>	<b>부서장(팀장)이 직원의 직무별 역량을 평가</b>
<b>개인성과평가(PES)</b>	<b>부서장(팀장)이 직원의 업무실적을 평가</b>

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

2) 사업별·부서별·개인별 평가결과의 활용 상황과 적정성

(1) 인사상 반영

- 프로그램성과평가 결과는 제작부서의 부서성과평가 ‘프로그램지표’에 반영되며, 경영목표 핵심사업 등의 평가 결과와 합산하여 부서성과평가 결과가 산출됨. 프로그램성과평가 결과는 제작부서 직원 개인의 성과평가에도 반영됨.

7) 향후 일몰제 적용하여 능력급제 폐지 예정

- 부서성과평가 결과는 부서장의 개인평가에 반영되며, 개인평가 결과는 책임자 성과급제에 따른 부서장의 성과급 결정에 반영됨. 위 그림과 같이 KBS 내 전체 성과평가는 유기적으로 연결되어 있는 구조임.

## (2) 프로그램편성상 반영

- 편성전략국(편성조사부)에서는 프로그램성과평가결과를 능력급제, 호봉제 그룹의 평가에 반영하나, 그 결과를 공식적, 직접적으로 개별 인센티브나 연수에 반영하지는 않음.

## (3) 예산상 반영

- 2020년 예산 편성 시 신규/폐지사업 부서 입력분에 대한 검토과정에서 예산부내 비목담당자는 전년도 사업성과를 반영하여 예산 규모가 설정될 수 있도록 노력함.
- 2020년 예산 편성 시에 2019년도 부서별 예산사업에 대한 성과보고서를 작성하여 2020년도 예산편성에 있어서 사업계획에 대한 평가자료로 쓰였으며, 해당 내역 이사회소위 과정에서 참고자료로 제출됨.

# 5. 평가 및 제언

## 1) 예산집행의 효율성 평가

- 예산편성의 절차는 먼저 수입예산 규모를 정하고, 수입예산 규모에 따라 비용예산 규모를 조정하여 예산을 편성하고 있음. 2019년 예산편성방향에 균형예산을 편성하는 것으로 되어 있고, 지상파광고시장 축소 등 변화된 광고수입 규모에 따라 비용예산을 축소하기 위해 인건비 예산동결, 선택과 집중을 통한 긴축예산 편성 등 적극적인 자구노력을 선반영하여 예산을 편성하였음.
- 수입예산을 세분화하지 않고 규모로만 파악하여 이에 상응하는 비용예산을 편성함으로써 급변하는 환경에 적절하게 대처하기 어려우며 예산조정에 따른 원가(cost)가 크게 발생하였음.

- 종합적으로 평가했을 때, 공격적인 수입예산 편성으로 불확실한 경영환경에 따른 수입감소에 효과적으로 대응하는 데 어려움을 겪었음. 즉, 수입예산 대비 실적이 저조한 상황에 대한 대안 부재로 인해 예산긴축과 비용구조개선 추진에 집중하였으며, 이는 공영방송 본연의 역할 수행을 저해하는 요인이 되었음.
- 다만, 재무위험관리시스템을 통해 재무위험을 일찍 진단하고, 주기적인 경영수지 점검회의, 재정안정화 전략회의를 개최하여 신속하게 대처한 사실에 대해서는 높게 평가함. 사후적 대책이라는 점에서 다소 아쉬운 점이 있으나 1차·2차 재정안정화 대책 실시와 토털리뷰 T/F 구성·운영을 통해 적절하게 대처하였다고 판단됨.
- 앞으로는 사후적 대책이 아닌 사전적·예방적 대책으로의 전환이 필요함. 현장의 목소리를 적극 반영하여 보수적으로 예산을 편성하고 집행할 필요가 있음. 불확실한 경영환경에 맞추어 시나리오별로 수입·비용예산을 탄력적으로 편성하고, 유연하게 예산을 집행하여야 함.

## 2) KBS의 성과관리제도 평가

### (1) 중장기계획-경영목표-운영계획-부서목표-개인목표의 일관성 유지

- 당사는 중장기계획에서 개인성과목표에 이르기까지 전체목표와 세부 목표간에 일관성을 유지하고 있음. 따라서 중장기계획이 연도별 경영목표로, 또 연도별 경영목표가 당해의 운영계획으로, 또 당해의 운영계획이 당해 부서나 팀의 목표로 체계적으로 연결되어 있음. 이는 부서 및 팀목표의 달성은 당해 경영목표달성의 초석이 되고 나아가 중장기계획을 달성하는 기초수단이 될 수 있도록 구조화되어 있음을 의미함.

### (2) 내부프로세스 관점과 학습 및 성장관점의 성과지표 도입이 필요

- 어떤 조직의 평가가 실효성을 갖추려면 조직의 전략과 그 전략에 대한 조직의 평가 체계가 유기적으로 연결되어야 함. 이때 조직의 평가는 재무적 관점/고객 관점/내부 프로세스 관점/학습과 성장 관점의 네 관점의 조화와 균형이 있을 때 그 조직은 지속 가능한 전략수행이 가능함.
- KBS의 경우는 성과목표가 주로 재무적 성과(사업평가)와 고객 관점의 성과(아래 주식의

프로그램평가항목 참조<sup>8)</sup>)에 치우치고 있음. 내부프로세스를 지속적으로 개선하는데 필요한 평가요소 그리고 직원들의 학습과 성장에 필요한 평가요소를 발굴하는 노력이 필요함.

### 3) 제언

#### (1) 불확실한 경영환경에 대처가능한 탄력적인 예산 편성

- 현재 균형예산을 편성하고 있기 때문에, 수입예산을 낙관적으로 편성했을 때 예상치 못한 상황이 발생하면 대처가 쉽지 않음. 이는 전체 조직구성원들이 '긴축재정'의 함정에 매몰되어 예산절감이 현장의 최우선과제가 되는 등 공영방송의 책무에 소홀하게 됨.
- 수입예산을 지나치게 낙관적으로 편성한 후 사후적으로 예산회수 및 삭감에 집중하는 것은 불필요한 행정력의 낭비임. 당초 편성한 예산이 큰 변동 없이 집행되어야 사업의 안정적인 운영이 가능하며, 재정안정화 대책이나 토털리뷰와 같은 비정상적인 예산삭감은 최소화하는 것이 바람직함.
- 수입예산을 세분화하여 불확실한 경영환경에 따라 수입예산 규모를 시나리오별로 편성하고(예: 낙관, 보통, 비관), 비용/자본예산을 상황에 따라 유연하게 집행하는 것이 바람직함. 현재 KBS는 본부/센터/지역총국별로 자율예산을 편성하고 각각의 본부/센터/지역총국들은 사업 우선순위를 고려하여 예산을 집행하고 있으므로, 재정안정화 대책과 같은 중앙집중식 예산관리가 아니라도 직면하는 경영환경에 맞추어 유연하게 사업을 수행할 수 있을 것으로 판단됨.
- 수입예산 실적이 비용예산을 초과하여 여유자금이 발생하면 미래방송센터 건립이나 UHD 인프라 구축과 같은 대규모 자본예산의 재원으로도 활용할 수 있음.

#### (2) 예산의 성격별 관리

- 전체 예산을 조직 유지에 필요한 최소한의 기본예산(방송제작비 등 사업경비, 경직성 경비)과 추가예산으로 분류하고 추가예산을 경영목표 핵심사업에 집중 편성할 필요가 있음.

8) 본사 프로그램의 평가구성은 공영성, 경쟁력, 효율성, 편성기여도 평가임. 공영성 평가는 PSI지수(Public Service Index, 공영성 지수)로 평가하고 경쟁력 평가는 시청점유율·광고실적·청취점유율·청취점유율상승률·광고판매율로 평가하고 효율성 평가는 CPM(Cost per Min. 분당제작비)으로 평가하며 편성기여도 평가는 정량적 데이터로 평가할 수 없는 프로그램 가치나 채널 내 편성가치 구현 등을 평가함.

이러한 구분·관리 없이는 경영목표 핵심사업에 유의미한 예산이 배정되지 않아 핵심사업의 규모와 성취에 한계가 있을 수밖에 없음.

- 또한, 수입재원에 따른 비용/자본예산을 편성하는 방안을 고려할 필요가 있음. 안정적인 현금유입이 가능한 수신료 수입으로는 공영방송의 기본적·핵심적인 기능(예: 재난보도, 선거보도 등)과 조직 유지에 필수적인 경직성 경비 등에 우선 충당하고, 광고 수입 등과 같이 변동성이 심한 수입은 비경직성 경비 등의 재원으로 사용하는 방식을 의미함.

### (3) 균형예산 편성의 개념 재정립

- 현재 손익예산 편성 시 당기순손익을 기준으로 균형예산을 편성하고 있으며, 영업손익은 매년 수백억 원의 적자예산이 편성되고 있음(2019년 기준 494억 원 적자편성).
- 이는 비핵심자산 매각 등 비영업활동으로 균형예산을 편성해오고 있다는 의미임. 비핵심자산 매각이 지연되거나 비핵심자산을 전부 매각한 이후에는 거액의 적자예산 편성이 불가피하다는 것을 의미함.
- 비영업활동은 비정상적이고 영업활동은 정상적인 항목임. 따라서 기존의 당기순손익 중심에서 영업손익 중심의 균형예산을 편성·관리하여 항구적이고 영속적인 발전을 도모할 필요가 있음. 특정 연도의 적자예산 편성은 허용할 수 있지만, 중장기 계획 전체 기간에서의 적자예산 편성은 향후 KBS의 운영에 상당한 부담이 되므로 지양해야 함.

### (4) 부서별 예산 관리

- 광고시장의 재편으로 인한 광고수입 급감, 수신료 발굴의 한계 및 인상의 어려움 등으로 인해 조직 운영·관리에 대한 심도 있는 고민 필요함.
- 이러한 일환으로, 부서별 예산 편성 시 인건비를 포함하여 관리할 것을 제안함. 조직 운영에 따른 실제 집행규모를 파악하여 인력 및 자금을 운용할 필요가 있음.

### (5) 내부프로세스 관점과 학습 및 성장관점의 성과지표 발굴 및 도입필요

- KBS를 둘러싼 위협적이면서도 불확실한 환경(strategic uncertainty)과 자원에 대한 높은 압박도(resource intensity)를 감안하면 경영목표를 달성하기 위한 부문별/사업별 운영

계획 및 사업전략이 체계적으로 지원되어야 함.

- 또 부서 혹은 팀별로 재무적 관점/고객 관점/내부프로세스 관점/학습 및 성장관점 등의 네 관점에서 성과지표가 운영되어야 하나 KBS의 경우 내부프로세스 관점과 학습 및 성장 관점의 보강이 필요함.
- 향후 부서평가와 개인평가에서 내부업무프로세스를 개선하여 비용을 절감하였거나 수익을 창출한 직원들의 성과를 반영한 성과지표를 개발할 필요가 있음. 더불어 직원들의 학습과 성장을 유발하거나 촉구하는 행위나 결과를 만들도록 유도하는 성과지표를 전체 성과 지표 내부에 포괄할 때 경영목표 달성을 위한 전략실행에 실효성이 있을 것임.

## 제3장 | 인사·조직 등 경영관리제도

### 1. 조직관리의 특성과 성과

#### 1) 조직편제와 인력운영의 적절성과 효율성

##### (1) 조직편제의 적절성과 효율성

- 조직편제는 KBS의 경영목표-경영계획-사업전략계획을 뒷받침하는 수단이 되는 체계임. 특히 KBS는 중장기계획(2019~2021) 및 2019 경영목표를 뒷받침하기 위한 조직운영의 방향을 '콘텐츠 중심 조직구현'으로 설정하여 2019.3.1. 일자로 전사 조직개편을 단행하여 현재의 조직편제를 구성하였음. 이를 위하여
  - 첫째, 제작본부를 제작1본부(시사교양 및 라디오 기능)와 제작2본부(예능, 드라마 및 콘텐츠사업, 광고 등)로 기능을 분할하였음.
  - 둘째, 편성본부에서는 제작투자 기능을 폐지하고 콘텐츠 및 브랜드 통합 전략 수립기능 강화를 위하여 편성전략국 재편을 시도하였으며 해외 TV와 R기능을 통합하여 국제방송국을 신설하였음.
  - 셋째, 보도본부에서는 그간 통합되어 있던 취재주간을 분리(정치국제/경제/사회재난)하고 디지털뉴스주간기능을 강화하였으며 시사제작국 신설로 탐사보도 역량을 강화하고자 하였음.
- 또 공영미디어 전략강화를 위하여 전략기획실내 PSM전략부, 공영미디어 연구소 신설, 보도본부 내 재난방송센터 신설하였음. 또 시청자권익보호를 위하여 사장 직속 시청자센터를 신설하였음.
- 특히 주목할 점은 통합마케팅 연계 콘텐츠제작을 위하여 제작2본부장 직속 '통합마케팅 콘텐츠 프로젝트팀'을 신설하였음. 그밖에 2020년 4월 총선대비 선거방송기획단을 신설(2019.8.1.)하였으며 국내외 대형이벤트 방송사업 수주를 위해서 대형 이벤트방송사업단을 신설하였음.(2019.10.1.)

(2) 인력운영의 적절성과 효율성

① 직급체계 개편에 따른 정원조정

- KBS는 2017년 감사원 감사 및 2018년 방통위 시정명령에 따라 2019년 직급체계변경 및 직급별 정원조정을 단행하여 책임직급(M직급)과 실무직급(G직급)의 변동형 직급체계를 구축하였음.
- 이 과정에서 기존의 관리직급과 1직급을 폐지하고(일몰제 적용), 2직급갑에서 5직급까지의 통합정원을 분리하여 체계적인 직급별 정원관리를 도모하였음(2020.1.1. 시행)

② 2019 직급체계 개편에 따른 규정정원 변동 현황

- 아래 <표 3-1>은 2019년도 직급체계 개편에 따른 규정정원 변동 현황임.

<표 3-1> 2019 직급체계 개편에 따른 규정정원 변동 현황

현행   정원표			개정   정원표			
구분	직급 및 직위	정원	구분	직급 및 직위	정원	
집행기관	사 장	1	집행기관	사 장	1	
	부 사 장	2		부 사 장	2	
	본 부 장	8		본 부 장	8	
	감 사	1		감 사	1	
	집행기관계	12		집행기관계	12	
일반직	관리직급	95	일반직	책임직급	M1직급	763
	1직급	306			M2직급	
	2직급갑	4,196			M3직급	
	2직급을			실무직급	G0직급	323
	3직급				G1직급	1,734
	4직급				G2직급	
	5직급	865		G3직급	1,992	
	6직급			G4직급		
	7직급	5,462		G5직급	650	
일반직계	G6직급					
축 탁 직	32	일반직계	5,462			
방송음악직	54	축 탁 직	32			
<b>합계</b>	<b>5,560</b>	방송음악직	54			
		<b>합계</b>	<b>5,560</b>			

\* 출처: KBS 내부자료(2020.1.1. 시행)

## 2. 인적자원관리의 특성과 성과

### 1) 지난 3년간 직종별 인력현황과 적절성

- <표 3-2>에서 보듯이 지난 3년간의 직종별 비율을 보면 일반행정 직종을 제외하고 소폭의 감소 혹은 현상유지를 보이고 있음. 오히려 전체인원은 4,591명(2017년), 4,527명(2018년), 4,716명(2019년)으로 2019년 현재 평균 1.39%의 증가를 보이고 있음.
- 지난 3년간의 인력 증감은 각 직종별로 서로 다르나 전체로는 1.39%의 증가를 보이고 있어 면밀한 업무 분석을 통해 인력의 적정성을 검토하고 효율화를 모색해야 할 것으로 판단됨.

<표 3-2> 직종(직류)별 비율<sup>9)</sup>

(2019.12.31. 기준, 명)

구분		2017년		2018년		2019년	
방송 직군	프로듀서	893	19.5%	877	19.4%	888	18.8%
	기자	656	14.3%	654	14.4%	679	14.4%
	아나운서	184	4.0%	179	4.0%	176	3.7%
	촬영기자	218	4.7%	216	4.8%	219	4.6%
	영상제작	238	5.2%	232	5.1%	234	5.0%
	디자인	54	1.2%	53	1.2%	61	1.3%
	음향디자인					29	0.6%
	TV MD					8	0.2%
	방송음악직					39	0.8%
기술 직군	방송기술	1,304	28.4%	1,300	28.7%	1,287	27.2%
	전기	61	1.3%	60	1.3%	57	1.2%
	항공	5	0.1%	5	0.1%	5	0.1%
	수신기술	3	0.1%	3	0.1%	3	0.1%
	건축	18	0.4%	16	0.4%	17	0.4%
	설비	27	0.6%	22	0.5%	27	0.6%
경영 직군	기획행정	452	9.8%	456	10.1%	458	9.7%
	일반행정	304	6.6%	284	6.3%	329	7.0%
	콘텐츠	30	0.7%	28	0.6%	29	0.6%
	수신료					36	0.8%
	IT	112	2.4%	110	2.4%	115	2.4%
청경직군	청원경찰	32	0.7%	32	0.7%	20	0.4%
<b>계</b>		<b>4,591</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,527</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,716</b>	<b>100.0%</b>

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

9) 인원에는 집행기관 제외(2019년말 집행기관 10명)

## 2) 지난 3년간 직급별 인력현황과 적절성

- <표 3-3>에서 보듯이 지난 3년간의 직급별 비율을 보면 4직급을 제외하고 전반적으로 소폭의 감소를 보이고 있음. 4직급은 2017년 대비 오히려 125명(2.2% 증가)이나 증가하였으나, 이는 정년퇴직 등으로 인해 발생한 상위직급 결원에 대한 신규 채용이 대졸 수준 신규 채용 직급인 4직급 채용 중심으로 이루어져 발생한 것으로 판단됨.
- 문제는 소폭의 인원감소는 보이지만 아직도 절대인원이 많으면서 동시에 고임금을 받고 있는 1직급(228명, 4.8%), 2직급갑(1,799명, 38.2%), 2직급을(579명, 12.3%)이 조직전체 인건비의 상당부분을 차지하고 있음.

<표 3-3> 직급별 비율<sup>10)</sup>

(2019.12.31. 기준, 명)

구분		2017년		2018년		2019년	
일반직	관리직급	88	1.9%	71	1.6%	59	1.3%
	1직급	295	6.4%	267	5.9%	228	4.8%
	2직급갑	1,799	39.2%	1,822	40.2%	1,799	38.2%
	2직급을	577	12.6%	580	12.8%	579	12.3%
	3직급	612	13.3%	594	13.1%	594	12.6%
	4직급	718	15.6%	743	16.4%	843	17.8%
	5직급	206	4.5%	213	4.7%	218	4.6%
	6직급	252	5.5%	200	4.4%	151	3.2%
	7직급	26	0.6%	18	0.4%	190	4.0%
촉탁직		18	0.4%	19	0.4%	16	0.3%
방송음악직						39	0.8%
<b>계</b>		<b>4,591</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,527</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,716</b>	<b>100.0%</b>

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

10) 인원에는 집행기관 제외(2019년말 집행기관 10명)

### 3. KBS의 인사제도 운용현황과 성과

#### 1) 채용절차 및 평가절차 제도의 공정성 현황

##### (1) 채용절차 공정성 제고 장치

- KBS는 블라인드 채용을 실시하고 있으며, 필기/실기 시험 시 별개의 채점번호를 부여하는 등 공정성 확보에 노력을 기울이고 있음.
- 아울러 채용전형 순 단계에 걸쳐 합격자 결정 시 최종 결재 전 감사실 결재를 받은 뒤에서야 비로소 합격자를 발표하는 등 상시적인 모니터링 체계를 마련하였음. 또 채용비리 발생 시 피해자 구제방안을 마련해 반영하고 있음.

##### (2) 개인평가 절차의 공정성과 합리성

- KBS의 개인평가는 공정성과 투명성을 제고하기 위하여 아래와 같은 제도를 운영하고 있음.
  - 평가 전에 평가자-피평가자 확정 시, 각 부서담당자가 1차 확인 후 각 부서장에게 2차 확인받는 과정을 부서 차원에서 공개적으로 진행함.
  - 평가 진행 중에는 평가자와 피평가자 간 사전면담을 해야 하며, 피드백 과정을 거쳐 평가자와 피평가자가 모두 납득할 수 있는 결과를 확정하도록 하고 있음.
  - 평가가 종료된 이후, 인사운영부에서는 직원이 자기개발 목적으로 요청할 경우 근무성적평가 결과 일부를 본인에게 공개하며 평가의 공정성과 투명성을 높이기 위해 노력함.
  - 피평가자는 평가 결과에 대해 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.
  - 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.

## 2) 인력수급계획과 인력감축노력

### (1) 중장기 인력수급계획

- KBS는 2019년 9월 ‘비상 토털리뷰TF 비상경영계획 이행안 시행’ 문서를 통해 총비용 대비 인건비 수준을 34%로 유지하도록 함. 이에 따라 향후 2023년까지 신입사원 채용 규모를 연간 약 85명 수준으로 관리할 예정임.

### (2) 인력부문 구조조정계획 및 2019년 인력운영 실적

- KBS는 2013.12. 국회에 제출한 텔레비전방송수신료 조정(안)에 2013년부터 2018년까지의 인력감축 자구노력 계획을 마련하였고, 이에 따라 인적자원관리를 위한 적극적인 노력을 통해 당초 목표였던 현원 4,651명(2018년 연말인원 목표) 보다 115명을 초과 감축하여 2018.12.31. 기준 현원 4,536명을 유지하여 당초 계획한 인력 감축 계획을 달성하였음.
- 2019.12.31. 현재 현원은 4,726명으로, 2018년 연말 인원(4,536명)대비 190명 증가하였음. 이는 근로자 간의 차별 방지와 하위직 직원의 근로환경 개선을 위해 비일반직으로 KBS에 재직 중이던 223명을 일반직으로 전환함에 따라 수치적으로 증가된 인원으로 2018년 대비 실질적인 인원 증가가 발생한 것은 아님.
- KBS는 <표 3-4>에서 보듯이 2018년으로 종료된 텔레비전방송수신료 조정(안)에 따른 인력 감축 계획 기초 유지와 2019년 비상경영계획에 따른 인력 운용(안)을 바탕으로 인력감축을 위한 적극적인 노력을 지속하였으나, ①주 52시간 도입에 따른 근로환경 변화 대응, ②지역방송 활성화, ③광고마케팅·디지털PD 등 전문인력 양성 등의 사유로 2019년 퇴직인원(256명) 대비 87%에 이르는 신규인력(223명)을 충원하여, 실질적으로는 2018년 대비 33명을 감축하였음.

〈표 3-4〉 텔레비전방송수신료 조정(안)에 따른 인력 감축 계획 [2013.12] <sup>1)</sup>

(단위: 명)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	합계
연초 인원	4,812	4,751	4,684	4,626	4,688	4,750	
정년퇴직	-164	-184	-158			-161	-667
기타(명퇴)	-5	-5	-5	-5	-5	-5	-30
신규채용	108	122	105	67	67	67	536
<b>증감계</b>	<b>-61</b>	<b>-67</b>	<b>-58</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	<b>-99</b>	<b>-161</b>
연말인원	4,751	4,684	4,626	4,688	4,750	4,651	

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

### 3) 직원의 인적 다양성(성, 연령, 경력 등) 증대를 위한 계획과 실행

#### (1) 차별금지 방안 및 실적

##### ① 성별, 연령 등에 따른 차별 금지 방안

- KBS는 지원 자격에 연령, 학력, 성별 등 제한을 두고 있지 않음.
- 채용 진행 시 평가위원을 대상으로 연령이나 성별 등 사생활 침해나 차별적 요소가 될 수 있는 질문을 삼가도록 교육하고 있음.

##### ② 소수자 배려방안 및 실적

###### ■ 장애인, 취업지원 대상자

- 현재 공개채용 각 단계마다 해당자에 소정의 가점 부여
- 장애인 적합직무를 발굴하여 장애인 대상 제한경쟁채용을 진행하고 있으며, 정기 공채 시 장애인 채용 확대를 위한 T/O 할당제 검토 중

###### ■ 다문화가정 자녀

- 다문화가정 자녀에 대한 우대정책을 실시하여 각 전형 단계별 소정의 가점을 부여하고 있

1) 인원에는 집행기관 포함, 2016년부터 정년연장(58세→60세) 반영

으나, 다문화가정 자녀의 경우 지원자가 적고, 가점 적용 이후에도 합격권 내에 포함되지 않아 현재까지 채용한 사례 없음.

## (2) 경력직원 채용 확대

- 법조전문기자·디지털PD·통합광고마케팅 등 즉시 현업 투입이 필요한 제작부문 및 수익 창출부문 등 인력수요 반영. 특히 직종별 채용에서 직무단위 채용으로 전환 확대하였음.

## 4) 집행기관 및 보직자의 개방직 적용여부와 실행 정도

### (1) 집행기관의 개방직 현황

- 방송법, 정관 및 KBS 직제 규정에 따라 KBS 구성원은 크게 집행기관과 직원으로 분류가 되며, KBS에는 집행기관으로 사장 1인, 2인 이내의 부사장, 8인 이내의 본부장 및 감사 1인을 둠.
- KBS는 직제규정 상 부서장 및 특정업무담당에 대해 외부 개방형 직위를 운영할 수 있음. 그리고 방송법에 따르면 집행기관 중 부사장과 본부장은 사장이 임명한다고만 되어 있고, 그 결격사유에 대해서는 방송법 사유 외 규정된 바가 없기에 사실상 개방형직위 운영에 제한이 없음. 사장과 감사도 이사회 제청으로 각각 대통령과 방송통신위원회가 임명하는데, 이 과정에서 이사회가 공모를 통해 제청하고 있으므로 개방형 직위로 운영하고 있음.

### (2) KBS의 보직자의 개방직 현황

- <표 3-5>에서 보듯이 KBS를 비롯한 지상파 3사 중 KBS만 유일하게 현재 성평등센터장에 대해 개방직을 임용하여 운용하고 있음.

〈표 3-5〉 보직자의 개방직 현황

구분	보직자	비고
KBS	1명 (성평등 센터장)	과거부터 현재까지 개방형직위자 총4명 채용(디지털서비스국장, 그룹마케팅총괄국장, 인재개발부장, 성평등센터장)
MBC	없음	과거 개방형직위자 1명 위촉 일정기간 경과 후 정규직 채용
SBS	없음	개방형직위자 채용이력 없음

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

## 5) 최근 3년간 임금인상률 및 총비용대비 인건비성 경비 비율의 적정성

### (1) 최근 3년간 연도별 임금인상률

- KBS는 2019년 1.0% 그리고 지난 3년간 연평균 1.2%의 명목임금인상률을 보였는 바 한국 경제의 2019년 실질임금인상률 2.8% (<https://www.kornferry.com>)에 비해 현저히 낮은 인상률에 해당함.

〈표 3-6〉 최근 3년간 연도별 임금인상률

(단위 : %)

구분	2017년	2018년	2019년	평균
인상률	2.0	0.7	1.0	1.2

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

### (2) 연도별 인건비 비중 현황

#### ① 연도별 인건비 비중 추이

- 지난 3년간 연도별 인건비 비중과 2020년 인건비 비중까지 감안하더라도 34.5~36.5% 사이에 안정적인 비중을 보이고 있음.

〈표 3-7〉 연도별 인건비 비중 추이<sup>12)</sup>

(단위 억 원)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년(예산)
총비용	14,374	15,079	14,550	15,555
인건비	5,206	5,235	5,286	5,354
인건비 비중	36.2%	34.7%	36.3%	34.4%

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

## ② 방송3사 인건비 비중 비교

- KBS는 〈표 3-8〉에서 보듯이 MBC나 SBS에 비하여 상대적으로 매우 높은 인건비 비중을 보이고 있음.
- 자료 및 인터뷰결과 타방송사 대비 인건비 비중이 높은 이유는 합당한 이유가 있었음.
  - KBS는 전국 조직인 반면, 상대사들은 본사 기준이므로 단순 비교에 무리가 있고, 특히 운용하는 채널수도 타사에 비해 KBS가 월등히 많음.
  - KBS는 현재 타사 대비 3배 이상의 채널운영, 난시청 해소 등 공적책무수행, 전국의 지역 네트워크를 운영하는 등 타 방송사와 비교해 수익은 없으나 기본 운영 인력이 필요한 업무가 많아 인건비 비중이 높을 수밖에 없는 구조임.
  - 상기와 같은 구조적 요인과 지상파 방송광고 시장의 축소, 수신료 수입의 정체 등 수입 구조의 한계로 인하여 고정비 성격의 인건비 비중이 상대적으로 높아질 수밖에 없는 현실임.

〈표 3-8〉 방송 3사 인건비 비중 비교<sup>13)</sup>

(단위 억 원)

구분	KBS	MBC	SBS
총비용 (A)	14,550	8,527	8,718
인건비 (B)	5,286	1,852	1,314
인건비 비중 (C = B/A)	36.3%	21.7%	15.1%

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

12) 2018년에 비해 2019년 인건비 비중이 일시적으로 증가한 사유는 2019.3.1.자로 시행된 '비일반직 직원의 일반직 특별채용'에 따른 것임.

13) SBS 인건비는 분사회사 인건비를 제외한 인건비 비중임. 또 MBC, SBS는 2018년도 기준 추정.

## 6) 여성인력 고용현황

### (1) 여성인력 고용현황

#### ① 최근 5년간 여성고용 비중 추이

- <표 3-9>에서 보듯이 지난 5년간 KBS의 여성인력추이에는 큰 변화없이 20% 선을 유지하다가 2019년에 들어서 집행기관 및 직원(4,726명) 대비 여성직원(1,098) 비율이 23.2%로 여성인력 채용노력을 보이고 있음. 특히 이러한 사실은 <표 3-10>에서 보듯이 2019년에 들어서 채용인원 192명 가운데 89명을 채용하여 46.2%를 여성인력으로 채용한데 기인하고 있음.

<표 3-9> 최근 5년간 여성고용 비중 추이

(단위:명)

구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
집행기관 및 직원	4,540	4,614	4,602	4,536	4,726
여성 고용인원	918	946	944	950	1,098
여성비율	20.2%	20.5%	20.5%	20.9%	23.2%

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

<표 3-10> 최근 5년간 정기공채 여성 채용 비중 추이<sup>14)</sup>

(단위:명)

구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
채용인원	64	101	-	108	192
여성 채용인원	31	34	-	33	89
여성비율	48.4%	33.7%	-	30.6%	46.2%

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

14) 2017년에는 경력직 채용만 진행

② 최근 5년간 간부 및 임원급 여성비중 변화 추이

– 한편 <표 3-11>에서 보듯이 집행기관의 임원 가운데 여성인력은 전무함. 그러나 팀장급 이상의 보임 가능한 직위자급에는 2015년 이후 점진적인 개선 노력을 하여 2019년에 이르러서는 전체 737명의 직위자 중 여성인력이 81명으로 11%로써 2015년 대비 두 배나 증가하는 성과를 보이고 있음.

<표 3-11> 최근 5년 여성 임원 및 직위자 인원 및 비율 (단위:명)

구분	구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
집행기관 (임원)	전체	10	10	11	9	10
	여성인원	-	-	-	-	-
	여성비율	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
직위자 (센터장급·국장급· 부장급·팀장급)	전체	719	732	719	755	737
	여성인원	44	48	53	82	81
	여성비율	6.1%	6.6%	7.4%	10.9%	11.0%

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

– 또 <표 3-12>에서 보듯이 2019년도에는 여성 직위자를 2015년도(6.1%) 대비 두 배(11%) 가까이 뽑았지만 팀장급 이상에 보임 가능한(2직급을 이상) 대상인원 대비 직위자 비율은 특정 성별에 편향되지 않고 균형 잡힌 비율(남성 27.9%: 여성 26.0%)을 유지하고 있음.

<표 3-12> 대상 인원 대비 직위자 비율

구분	남성(명)			여성(명)		
	대상	직위자수	비율(%)	대상	직위자수	비율(%)
2직급(을) 이상	2,353	656	27.9%	312	81	26.0%

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

### ③ 집행기관 및 보직자에 대한 여성비율 확대계획

– 여성 직위자 임용목표

- <표 3-13>에서 보듯이 당사는 2019년 12월 현재 팀장급 이상 직위자에 11.1%의 여성비율을 보이고 있지만 2021년에는 17%의 비율로 큰 폭으로 높이고자 하는 계획을 설정하였음.<sup>15)</sup>

<표 3-13> 팀장급 이상 직위자의 여성인력 비율(2019.12 현재)

구분	2019년 12월	2020년	2021년
팀장급 이상 직위자	11.1%	14%	17%

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

## 7) 장애인 고용의무 달성 여부

### (1) 장애인 고용의무의 의미

- 민간부문이든 공공부문이든 우리 사회 약자에 대한 사회적 책임을 다하는 기관이 존경받는 시대가 되었음. 그런 의미에서 KBS는 우리 사회의 약자 가운데 장애인 채용을 적극적으로 실천함으로써 이들 또한 우리 사회의 건전한 노동력을 제공할 수 있는 주체로 대접해 주어야 하는 사회적 책무를 이행해야 함.

### (2) 최근 5년간 장애인 고용현황

- KBS는 2019년 기존 장애인 가점부여 방식에 추가해 한국장애인고용공단과 연계한 장애인 제한경쟁 채용을 실시하는 등 장애인 고용증대를 위해 ERP지원업무, 영상편집업무, 사서업무 등의 직무를 대상으로 노력하였음.
- <표 3-14>에서 보듯이 KBS의 경우 매년 장애인 법정 의무고용인원을 고용하지 못하였고 특히 2019년에는 법정고용인원 154명 중 87명밖에 고용하지 못하여 KBS 고용률은 1.7%

15) 이와 같은 산출근거로서 양성평등의 실질적 구현을 위한 의지를 가지고 보직 가능 여성 인력풀 증가에 더해서 여성인재를 적극 등용해 매년 약 3%p 이상 여성 보직자 비율 확대를 추진하고자 함.

에 그치고 있음.

- 2019년 말부터 한국장애인고용공단과의 협조를 통해 일부 직무에 대한 장애인 제한 경쟁 채용 제도를 도입하는 등 장애인 채용을 위한 실질적인 노력을 추진하고 있으나, 향후 장애인고용에 보다 적극적인 관심이 필요함.

〈표 3-14〉 최근 5년간 장애인 고용 현황

(연도말 기준, %, 명)

구 분		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
고용률	법정의무고용률	2.7%		2.9%		3.1%
	KBS고용률	2.1%	2.2%	2.4%	2.2%	1.7%
장애인	법정의무고용인원	134	133	132	132	154
	KBS고용인원	102	108	108	102	87
	고용미달인원	△32	△25	△24	△30	△67

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

## 8) KBS의 인적자원개발 현황과 성과

### (1) 직종별/직급별 임직원 교육훈련 및 연수프로그램의 현황

- KBS는 직급에 따른 ‘기본교육’, 보직 간부를 대상으로 하는 ‘관리자교육’, 각 직종에 대한 전문교육인 ‘직무교육’을 실시하고 있음. 특히 2직급을~7직급은 기본교육 미이수 시 종합 인사사고과에서 기본교육이 0점 처리되며, 3직급~7직급은 기본교육 평가를 통해 상위 10%는 1점, 상위 20%는 0.5점, 상위 30%는 0.2점의 가점을 부여하고 있음.
- 각 직급별로 스스로의 노력을 통해 최대 10점의 학점을 이수토록 하는 학점이수제를 실시하고 있으며 2직급을~7직급은 상위직급 승급 시 필수 이수학점을 충족하지 못했을 경우 미이수 1학점 당 종합인사고과 0.3점을 차감하고 있음.
- 전사적인 공감대 형성이 필요한 사안 및 중요성을 폭넓게 환기시킬 필요가 있는 주제들을 기본교육과 관리자교육 필수과목으로 편성하고 있으며 2019년 18회의 ‘재난방송교육’과 13

회의 '성평등교육'을 실시하였음.

- 전문성이 높은 주제들은 직무교육 및 디지털미디어아카데미과정 등을 통해서 교육하고 있으며 2019년 재난방송을 위한 MNG 사용법 교육, NLE 기종변화에 대응하기 위한 차세대 NLE 편집교육 등 방송직무(저널리즘, 프로덕션스쿨) 연수 23개 과정, 기술직무(테크놀로지스쿨) 연수 7개 과정, 경영직무(마케팅스쿨) 연수 8개 과정, 해외단기직무 연수 2개 과정, 디지털미디어아카데미 9개 과정 등 각 과정별로 시의성 있고 세분화된 전문교육을 실시하였음.
- 이외에도 각 부서가 교육주체가 되는 현장직무교육을 16개 실국에서 실시하여 내부전문가를 양성하고 있으며, 연구주제 및 팀원을 자유롭게 구성하고 스스로 연구하는 자율연구회 11개 팀을 선정 및 지원하였음. 이는 교육 효과뿐만 아니라 스스로 공부하고 문제를 개선하는 자율적 창의적 조직을 지향하는 조직문화 정착에 기여함.
- 정리하면 <표 3-15>에서 보듯이 KBS는 2019년에는 연인원 17,204명을 대상으로 119개의 교육과정을 운영하였으며 당초예산 1,613,519천 원 가운데 1,016,834천 원을 집행하여 집행률 63%를 보이고 있음.

<표 3-15> 주요 교육실적

교육 인원	교육 과정	집행 비용 / 당초 예산
17,204명	119개	1,016,834천 원 / 1,613,519천 원 (집행률 63%)

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

(2) 교육훈련과 관련 인사제도와의 연계성

- KBS는 인사평가(종합인사고과)에 직급별 기본교육 이수여부 및 이수성적, 학점이수제 이수학점을 반영하고 있음. 또한 기본교육, 직무교육 등 교육 이수 후 만족도 평가 및 개선의견을 통해 연수 성과 정도를 측정하고 있으며 연수커리큘럼 및 강사 평가 등을 교육 개선에 적극 반영함.
- 2직급을~7직급은 기본교육 미이수 시 종합인사고과에서 기본교육이 0점 처리되며, 3직

급~7직급은 기본교육 평가를 통해 상위 10%는 1점, 상위 20%는 0.5점, 상위 30%는 0.2점의 가점을 부여하고 있음.

- 각 직급별로 스스로의 노력을 통해 최대 10점의 학점을 이수토록 하는 학점이수제를 실시하고 있으며 2직급을~7직급은 상위직급 승급시 필수 이수학점을 충족하지 못했을 경우 미이수 1학점 당 종합인사과과 0.3점을 차감하고 있음. 또한, 각 부서 또는 개인이 연구주제를 자유롭게 구성할 수 있는 현장직무교육 및 자율연구회는 연구성과가 우수한 팀에게 인사가점을 부여하고, 연구 및 직무교육에 참가한 직원들에게는 학점을 부여하는 등의 방법으로 학습 동기를 부여함.
- 위탁연수는 과정이수 후 인재육성전략위원회의 보고서 심의를 통해 성과관리를 하고 있으며 향후 사내 해외연수가 재개될 경우, 연수 성과 관리를 더욱 확실하게 하기 위해 동영상 보고서, 임원회의 보고, 현업적용보고서, 연수 사전발령 등 연수 진행과정 뿐만 아니라 연수 후 현업과의 연계성을 주안점을 두고 관리할 계획임.

## 4. 노사관계의 합법성과 합리성

### 1) 성평등 확보노력과 성과

#### (1) 성평등 확보노력의 의미

- KBS 수익창출의 중요한 원천은 수준 높은 콘텐츠제작이며, 이를 위해 남녀 누구나 자신의 상상력과 감성을 최대한 발휘할 수 있는 근무여건이 필요함. 성평등 문화 확립은 이와 같은 근무여건 조성의 필수적인 전제조건임.
- 한국은 유엔개발계획(UNDP)이 전세계 189개국 대상으로 조사한 '2018년 성불평등지수(GII:Gender Inequality Index)'에서 10위<sup>16)</sup>를 기록하였고 아시아에서는 가장 순위가 높을 정도로 이 분야에서도 선진국에 진입하였음.

16) 2018년 한국의 GII(생식건강, 여성권한, 노동참여 지표로 측정)는 0.063으로 점수가 '0'이면 완전평등, '1'이면 완전 불평등을 의미함. GII점수가 낮고 순위가 높을수록 성평등하다는 뜻임. 스위스가 0.039로 1위, 덴마크(0.040), 네덜란드와 스웨덴(0.044), 벨기에와 노르웨이(0.048) 등이 뒤를 이었고 아시아국가중에는 싱가포르(12위, 0.067), 일본(22위, 0.103) 순으로 조사됨. GII의 한계는 경제활동 영역지표에서 남녀임금격차/노동시장 직종격리 및 남녀가 시간사용/재산접근/가정폭력 등이 제외되어 있다는 한계가 있음.

## 2) 비정규직의 정규직화 노력 및 차별에 대한 개선

### (1) 비정규직의 정규직화 현황

- KBS는 2019년 34명의 비정규직(한시연봉직)을 정규직으로 전환하였으며, 비정규직 중 매년 정규직 전환 심사를 통해 정규직으로 전환하고 있음. 이와 별도로 총 223명에 이르는 비일반직에 대한 일반직화를 단행하였으며 일반직화 규모는 2018년도 KBS 상시인원(4,605명) 대비 약 5%에 이르는 규모임(무기연봉직 125명, 관현악단 36명, 음향디자인 30명, 자원관리원 32명).

### (2) 정규직/비정규직 임금 및 후생복지 차별여부 및 개선노력

- KBS는 대상자들과의 지속적인 대화와 노사합의를 통해 비일반직의 기존 임금 및 후생복지 제도 수준을 보장함과 아울러, 일반직화를 통해 차별을 개선하고, 대상자들이 높은 귀속의식을 가지고 업무에 전념할 수 있도록 하고 있음.
- <표 3-16>은 KBS가 비정규직에 지원하는 정규직 대비 복리후생제도의 현황임. 비정규직에 지원하지 않고 있는 복리후생제도는 비정규직의 근무형태나 기간이 복리후생제도의 취지와 맞지 않아 지원하지 않고 있는 측면도 있음(예 : 대학교학자금은 자녀대학 학자금을 대여 후 일정 기간이 지나 상환하는 방식인데, 비정규직의 근무기간이 학자금 대여 후 상환까지 충분치 않아 학자금 상환에 따르는 채무상환담보에 부적합).

〈표 3-16〉 KBS 지원 정규직 대비 복리후생제도

연번	복리후생제도	비정규직 지원 <sup>17)</sup>	비고
1	종합검진	동일	
2	PET-CT 검진	지원안됨	만 40세 이상 직원 5년 간격 최대 3회
3	복지카드	동일	연간 250만 원
4	단체상해보험 및 가족 입원 진료비	동일	
5	긴급의료서비스	동일	
6	산업재해보상	동일	
7	장애자녀지원	동일	연간 600만 원 한도
8	건강보험	동일	
9	국민연금	동일	
10	산재보험	동일	
11	고용보험	동일	
12	보육시설 운영	동일	자녀 어린이집 입소가능
13	체육관운영	동일	
14	전세자금지원	지원안됨	
15	대학교학자금	지원안됨	
16	고등학교 학자금	동일	
17	순직유가족 학자금지원	지원안됨	

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

### 3) 일·가정 양립을 위한 제도개선노력

#### (1) 일·가정양립을 위한 제도적용 및 승인 현황

- KBS는 2019년에 육아휴직대체인력채용제와 자동육아휴직제 등을 지속적으로 운영하여 직원의 육아휴직 신청 부담을 줄였음.
- 또 육아휴직자 업무공백을 최소화하는 한편 사내 여성인력의 고충 청취 및 문제해결을 위하여 노력하는 등 일과 가정 양립 및 양성평등을 실천하는 기업문화 구축을 위해 〈표 3-17〉에서와 같은 다양한 제도도입을 하였음.

17) 비정규직은 KBS 한시연봉직을 대상으로 함.

〈표 3-17〉 KBS의 일 가정 양립을 위한 제도

	연간 사용인원(명)	연간 사용일수(일)	비고
출산전후휴가 (유산 포함)	24	2,152	
배우자출산휴가	73	424	휴일 제외
여성보건휴가	816	5,797	
육아기 근로시간 단축	4	891	
임신 근로자 단축	13	562	
난임치료휴가	12	17	휴일 제외
자녀돌봄휴가	834	857	휴일 제외
육아휴직	81	295 (평균사용일수)	휴직시작일 기준 2019년 실적
가족돌봄휴직	10	83 (평균사용일수)	

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

#### 4) 노동조합 조직 및 단체협약 이행실적

##### (1) 노동조합 조직현황 (2019. 12. 31. 기준)

- 〈표 3-18〉에서 보는 바와 같이 KBS의 노조는 3개의 복수노조이며 2019년에 교섭창구 단 일화 절차를 진행하여 전국언론노조 KBS본부가 교섭대표노동조합으로 확정되었음.

〈표 3-18〉 KBS 노동조합 조직현황

구분	전국언론노조 KBS 본부	KBS 노동조합	KBS공영노조
설립일	'09. 12. 18.	'88. 5. 20.	'11. 5. 20.
상급단체	전국언론노동조합	없음	전국미디어 노동조합연맹
위원장	성명	이경호	정상문
	소속	경인취재센터	광주방송총국
	임기	'18. 1. 1. ~ '19. 12. 31.	'19. 1. 1. ~ '20. 12. 31.
단체협약	'19. 11. 11. ~ '21. 11. 10.		
전임자	4명	1명	-
근로시간 면제자	11명	3명	1명

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

## (2) 31년만의 단체협약 전면 개정

- 1988년 KBS에 노동조합이 창립되고 첫 단협이 체결된 이후 2019년에 이르러 31년만에 단체협약이 전면 개정되었음. 2019년 새 단체협약은 직전 단협의 조항의 2/3인 76개 조항이 개정되고 15개 조항이 신설되었음. 전체적으로 조합원의 권리를 확대하고 공정방송을 강화하며 노동기본권을 지키는 데 초점을 두고 있음.
- 가족수당 인상, 안식년제 도입, 총국장 중간평가 그리고 국장 임명동의 제도 신설하였음. 특별히 <성평등과 일·가정 양립 지원> 장(章)을 신설해 올바른 성평등 문화가 자리잡고 부모의 권리가 최대한 보장되도록 노력하였음. 구체적으로 태아검진 외출, 난임치료휴가, 육아시간 신설, 청원휴가 확대 등이 그것임.

## 5. 평가 및 제언

### 1) 종합평가 및 제언을 위한 전제

#### (1) 종합평가를 위한 틀(Framework)과 방향

- KBS는 <표 3-19>에서 보는 바와 같이 과거 그 어느 때보다도 KBS를 둘러싼 위협적 외부환경 즉 낮은 시청률과 낮은 광고시장점유율, 공정보도에 대한 요구 증가, 낮은 콘텐츠 경쟁력, 디지털 플랫폼 기반의 다양한 방송서비스에 대한 요구 증가 등과 같은 높은 전략적 불확실성(High Strategic Uncertainty)에 직면해 있음.
- 동시에 대내적으로도 1981년 이후 동결되어 있는 수신료에 따른 불안정한 재정 등으로 높은 자원압박(resource intensity)에 직면해 있음.
- KBS의 대내외적 환경을 종합해 보면 KBS는 2019년 현재 <표 3-19>의 CELL C에 위치해 있다고 판단되며 2020년 이후의 KBS경영의 과제는 CELL E로 안착하는 것임.

#### (2) 종합평가를 위한 기본전제

- KBS가 CELL E로 안착하기 위한 강력한 수단으로서는 이번 장에서 검토한 인사/조직분야에 대한 관리수준(management level)이 KBS를 둘러싼 대내외적인 전략적 불확실성과

- 자원압박을 흡수할 수 있을 정도로
- √경영전략을 뒷받침하는 인사/조직제도여야 하고(Strategic-focused)
- √유연하고 탄력적인 인사/조직제도여야 하고(Flexible-oriented)
- √역량과 성과중심의 인사/조직제도여야 함(Competency & Performance-Based HRM).

〈표 3-19〉 KBS의 종합평가를 위한 틀

외부환경의 전략적 불확실성	High	A	B	C
	Medium	D	E	F
	Low	G	H	I
		Low	Medium	High
		내부자원의 압력		

\* 출처:Lawrence, P. R. and Dyer, D.(1983). Renewing American Industry: Organizing for Efficiency and Innovation, New York: The Free Press 수정인용

- 정리하면 KBS의 2019년도 인사/조직제도에 대한 평가는 경영전략을 뒷받침하는지 여부/얼마나 유연하고 탄력적으로 운영하는지 여부/역량과 성과중심으로 운영되는지 여부의 관점에서 평가하고 제안하였음.

## 2) 인사/조직 종합평가

### (1) 2019년 KBS의 조직편제 및 인력운영

- 2019년도 KBS는 ‘콘텐츠중심 조직구현’이라는 조직운영의 방향에 부합하는 조직적 대응을 보이고 있음. 대표적인 예로 제작1본부와 제작2본부를 기능적으로 분리하여 제작1본부

에서 ‘규모의 경제’로 비용을 줄이고, 제작2본부에서 통합마케팅콘텐츠프로젝트팀을 통하여 ‘이익의 시너지’를 확보한 점이 실효성 있는 조직변화임.

- 또 KBS에 요구되는 사회적 책무를 완수하기 위한 노력이 조직체계와 운영에서 두드러지게 반영됨. 단적으로 전략기획실내 PSM전략부, 공영미디어연구소 신설, 보도본부내 재난방송센터 신설, 그리고 사장 직속의 시청자센터를 신설한 것이 그 예임.
- 한편, 변동형 직급체계를 도입하여 인력운영의 유연성을 확보하고 인건비의 절감효과를 거둔 것은 현 경영진의 인력운영에 있어서 높이 평가받아야 하는 중요한 성과임.

## (2) 직종/직급별 인력현황

- 지난 3년 동안에 인력감소를 위해 지속적인 노력을 한 것은 인정되지만 현재와 같은 비상경영체제 하에서 상대적으로 고임금을 받으며 인력과잉 현상이 나타나는 상위직급에 대해 제도 개선을 검토할 필요성이 있음. 다음의 <표 3-20>에서 보듯이 특히 2직급급 이상의 상위직급에 대한 지혜로운 인력운영이 필요함.

<표 3-20> 직종/직급별 현황

(2019.12.31. 기준, 명)

구분	집행기관	관리직급	1직급	2직급갑	2직급을	3직급	4직급	5직급	6직급	7직급	촉탁직	계	
집행기관	10											10	
방송 직군	프로듀서		21	66	394	127	119	152	3	1	4	1	888
	기자		9	40	237	130	130	132	1				679
	아나운서			9	60	32	39	25	8	3			176
	촬영기자			6	66	33	30	61	13	7	3		219
	영상제작			9	105	33	27	53	1	4	2		234
	디자인		1	2	14	6	7	13	4	7	7		61
	음향디자인										29		29
	TV MD										8		8
	방송음악직										39		39
기술 직군	방송기술		13	51	675	135	149	230	15	5	14		1,287
	전기			1	8	5	3	21	16	1	2		57
	항공				2			1	1	1			5
	수신기술								2		1		3
	건축			1	7		5	2	2				17
	설비						1	8	7	3	8		27
경영 직군	기획행정		13	39	180	62	60	88	3			13	458
	일반행정							22	120	106	81		329
	콘텐츠			1	13	4	2	3	3		2	1	29
	수신료								3	6	27		36
	IT		2	3	38	12	22	32	3		2	1	115
청경 직군								13	7			20	
계	10	59	228	1,799	579	594	843	218	151	229	16	4,726	

\* 출처: KBS 내부자료(2019)

**(3) 채용 및 평가절차**

- KBS는 직원들에 대한 ‘공정성’ 판단이 반영되는 채용과정의 공정성, 개인평가(역량 및 성과평가)에 있어서는 가급적 공정하고 투명한 평가를 위한 제도운영을 적절히 하고 있다고 판단됨.

**(4) 인력수급계획과 인력감축노력**

- KBS는 2019년 9월 ‘비상 토털리뷰TF 비상경영계획 이행안 시행’ 문서를 통해 총비용 대비 인건비 수준을 34%로 유지하고 2023년까지 신입사원 채용규모를 연간 85명 수준으로 상한선을 둔 것은 적절한 시도임.
- 또 그간의 인력 감축을 위한 적극적인 노력에도 불구하고, ①주 52시간 도입에 따른 근로환경 변화 대응, ②지역방송 활성화, ③광고마케팅·디지털PD 등 전문인력 양성 등의 사유로 2019년 퇴직인원(256명) 대비 87%에 이르는 신규인력(223명)을 충원하여, 실질적으로는 2018년 대비 33명을 감축하는 성과를 보임.

**(5) 직원의 인적 다양성 개선노력**

- 2019년도 KBS의 인적 다양성 개선 노력에 있어서 가장 큰 취약점은 장애인 취업지원대상자와 다문화가정 자녀들에 대한 취업실적과 배려방안이 부족함.

**(6) 보직자의 개방직 적용여부와 실행 정도**

- KBS만 유일하게 현재 성평등센터장에 대해 개방직을 허용하고 있는 실정이지만 개방직 채용을 보다 적극적으로 수용하여 민간의 활력을 불어넣을 필요가 있음.

**(7) 임금인상률 및 총비용 대비 인건비 관리**

- 2019년도 총비용 대비 인건비 비중은 36.3%로써 타방송사(MBC 21.7%, SBS 15.1%) 대비 현저히 높았지만 지난 3년간 총인원이 증가하였음에도 불구하고(2017년 4,591명, 2018년 4,527명, 2019년 4,716명) 인건비 비중을 그나마 5,286억 원(36.3%)으로 묶어 둘 수 있었던 것은 2직급 이상의 고임금 퇴직자의 수<sup>18)</sup>가 저임금을 받는 5직급부터 7직급까지 젊은 직

18) <표 3-3>에 따르면 2017년부터 2019년까지 2직급 이상의 고임금퇴직자는 94명이고 5직급에서 7직급까지 저임금의 젊은 직원들은 75명이 증가하여 고임금퇴직자가 저임금 신참자 보다 많음.

원채용보다 많았기 때문임. 이는 경영진의 비상계획 노력의 일환으로 받아들여짐. 한편 현재와 같은 비상경영체제를 감안하면 더 근본적으로는 고임금의 원인을 제공하는 호봉제 임금체계에 대한 재검토가 필요함. 즉 과연 현재와 같은 저성장과 위기 시에 1년마다 임금상승이 발생하는 현행과 같은 호봉제를 계속 유지할 것인가에 대한 반성이 필요함.

#### (8) 여성인력 고용

- 2019년 집행기관 및 직원(4,726명) 대비 여성직원(1,098) 비율이 23.2%로써 그간 KBS의 여성인력 채용노력이 보이지만 여성 집행기관의 경우 5년 동안 1명도 없다는 점은 반드시 시정되어야 함. 그러나 팀장급 이상 여성 직위자 비율은 2019년 12월 말 현재 11%로써 2015년도(6.1%) 대비 두 배 가까이 선발하여 간부급 여성인력 채용에 적극적인 노력을 하였음이 인정됨. 또 대상인원 대비 직위자 비율은 특정 성별에 편향되지 않고 균형 잡힌 비율(남성 27.9%: 여성 26.0%)을 유지 한 점도 평가받을 만한 경영 노력임.

#### (9) 장애인 고용의무 달성 여부 및 실적

- 2019년도 법정고용인원 154명 중 87명(1.7%)을 채용하는데 그쳐 법정 의무고용률(3.1%)에 현저히 못미치는 1.7%의 매우 저조한 실적을 보였음. 향후 장애인고용에 경영진의 보다 적극적인 관심이 필요함.

#### (10) KBS의 인적자원개발 현황과 성과

- 경영여건이 어려운 상황에서 인적자원개발이 위축된 측면이 있으나 최대한 예산을 효율적으로 사용하여 인적자원개발을 위한 지속적인 노력이 필요함. KBS는 2019년도 교육훈련 실적은 적지 않으나 체계적인 역량중심의 인적자원개발이 정착되지 않고 있음. 특히 책임직급 이상 임직원들의 리더십역량 교육이 필요함에도 불구하고, 역량기반의 교육훈련 실적이 거의 안보임. 또 교육방식에 있어서도 대체로 집체교육식/주입식 교육훈련에 치우쳐 있고 문제해결형/지식창조형 교육방식은 간과되고 있음. 이러한 교육방식으로는 KBS의 대내외 환경극복에 별로 도움이 되지 못함.
- 향후 방송법 개정, 수신료 분리 등 KBS가 직면하는 장기적 현안들과 관련 상황을 제시하

고, 이에 대해 임직원들이 연구 검토하여 구체적이고 체계적인 해결방안을 제시하도록 하고 우수 해법은 적극 적용 및 보상하는 방법으로 자율적인 교육을 추진할 필요가 있음.

#### (11) 성평등 확보노력과 성과

- 2019년도 KBS는 294,439천원(배정액 369,129천원, 집행률 79.8%)의 많지 않은 예산으로 성평등 기본규정을 제정 및 시행하였음. 특히 KBS성희롱 예방·대응 매뉴얼 등 자체 매뉴얼을 전 직원 공유하고 성평등 문화확산을 위한 조직문화 실태조사, 성인지 교육, 성희롱·성폭력 관련 인사제도 개선 등 적지 않은 성평등 확보노력을 하였음. 그러나 젠더 감수성 제고를 위한 체계적인 성인지 교육은 물론 일·가정 양립과 관련한 관련 법규를 실천하는 노력이 필요함.

#### (12) 비정규직의 정규직화 노력 및 차별에 대한 개선

- KBS는 2019년 34명을 정규직화, 223명을 일반직화 한 것은 인건비의 부담을 안으면서도 이들에게 고용안정의 기회를 제공한 점으로 높이 평가받을 만함.
- 향후 이들의 다양한 경험과 아이디어를 조직의 위기를 타개하는 수단으로 쓰기 위해서는 ‘경영관리의 질(Quality of Management)’이 더욱 높아야 함. 또 정규직 및 비정규직간에 큰 차이 없는 후생복지 지원을 한 점도 ‘사람중심의 경영’의 기본을 보여 준 것임.

#### (13) 일/가정 양립을 위한 제도개선노력

- KBS는 2019년도에 남녀고용평등법 개정 및 단체협약 체결에 따라 가족돌봄 휴가(연 10일), 가족돌봄 등을 위한 근로시간 단축, 유급 육아시간(1일 1시간), 본인 및 배우자 태아검진 외출 등 가족친화를 위한 인사제도를 다수 신설하였음. 또 활용도가 높은 자녀돌봄휴가, 난임치료휴가 등을 확대 시행하여 직원의 출산·육아·가족돌봄에 대한 부담을 경감하고자 노력한 점은 수범사항임.

#### (14) 노동조합 조직 및 단체협약 이행실적

- 2019년에는 31년 만에 단체협약을 전면 개정하여 조합원의 권리확보에 노사가 노력하였음이 인정됨. 특히 <성평등과 일·가정 양립 지원>의 제도화를 통해 조합원의 권리를 보호하

고 확대하고자 하는 노력이 적극적으로 반영되었음.

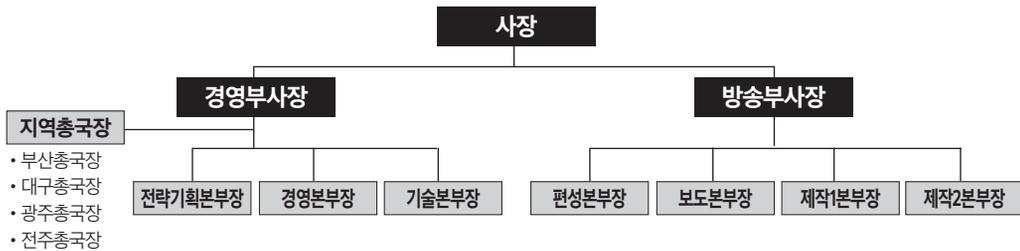
- 또 국장임명동의 제도나 지역방송국의 활성화를 위한 총국장에 대한 중간평가를 신설한 점도 KBS의 혁신을 위해서는 필요한 조치임. 이러한 조치는 이제는 ‘업무의 전문성’과 ‘민주적 리더십’을 발휘하지 않으면 중책을 맡을 수 없다는 노조의 신호임이며 이러한 노조의 혁신노력을 대승적으로 받아들인 경영진의 포용력도 평가받아야 함.

### 3) 제언

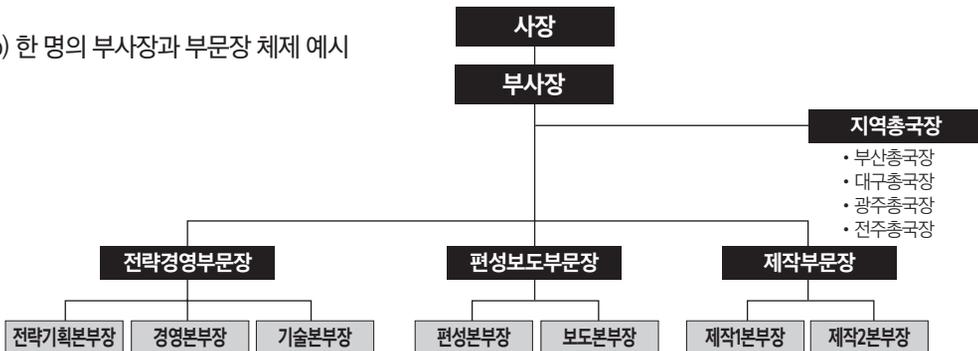
- 조직편제와 관련하여 현재의 단일 부사장 체제하에서는 부사장 산하의 관리범위(span of control)가 너무 넓어 업무의 과부하와 의사결정의 비효율이 발생할 개연성이 매우 높다. 이 문제를 해결하기 위하여 <표 3-21>에서 보듯이 첫째 두 명의 부사장(예를 들어 경영부사장/방송부사장)을 두어 각 부사장의 역할과 기능을 나눔으로써 업무과부하를 줄이는 방법이 있음. 둘째, 현재와 같은 단일 부사장체제라면 본부나 실을 통할하는 부문장 제도(예를 들어 전략경영부문장/편성·보도부문장/제작부문장)를 도입하여 부사장의 업무조정부담을 줄여주는 방법이 있음.

<표3-21> 부사장 분리 혹은 부문장 편제

#### a) 이원화된 부사장 체제 예시



#### b) 한 명의 부사장과 부문장 체제 예시



- 한편, 전략기획실의 기능과 관련하여 사업계획 수립과 실적관리, 평가 등 경영기획과 신규 사업 검토, 비전, 중장기전략 수립 같은 전략기획의 체계적인 역할구분이 이루어질 필요가 있음. 이를 기반으로 경영본부와의 조정 또한 보다 유기적으로 연계될 필요가 있음. 이를 위한 전제로서 전략기획실의 명칭을 전략기획본부로 격상할 필요가 있음. 또 방송/라디오/영상관련 콘텐츠들의 마케팅시너지를 창출해 낼 상설 ‘통합마케팅콘텐츠 프로젝트팀’과 같은 상설프로젝트팀을 활성화할 필요가 있음. 또 전략기획실 산하 미디어기술연구소와 공영 미디어연구소 기능을 강화하여 미래환경을 보다 빨리 예측하고 기회포착을 함으로써 선제적 대응과 새로운 방송환경을 창출하는 ‘Game Changer’ 역할을 해야 할 것임. 한 걸음 더 나아가 중장기적으로는 전략기획실 산하 미디어기술연구소에 특화되어 있는 기술연구개발 분야와 공영미디어연구소의 국내외 방송/편성/경영의 정책연구개발분야를 통합한 대규모 자체연구원 발족에 대한 검토가 필요함.
- 인력운영과 관련하여 G3의 젊은 직원들도 책임직급(M3)을 맡을 수 있도록 승격기준을 과격적으로 완화할 필요가 있으며 이와 같은 변동직급체계를 수용하는 조직문화를 구축할 필요가 있음. 한편 지금의 위기상황 하에서는 2직급급 이상의 직원들에 대해서 일정한 기준을 정하여 명예퇴직을 유도함으로써 조직전체를 가볍게 할 필요가 있음. 또 유능한 시니어인력의 활용전략을 개발하기 위하여 TF 구성을 제안하며 TF를 통하여 시니어인력들을 위하여 직종별 다양한 권장직무개발을 할 필요가 있음. 더불어 우수한 성과를 보이는 시니어 인력에 대해서 임금피크제 적용 임금감소율 조정도 필요함(현재 KBS는 임금피크제 1년차는 피크임금의 70%, 2년차는 피크임금의 49%(안식년)를 지급함으로써 임금총액의 59.5% 수준으로 하향조정하고 있음).
- 채용 및 평가의 공정성과 관련하여 ‘평가하는 사람도 동시에 평가받는다’는 평가문화가 뿌리내려야 하고 이를 위해서는 정확하고 객관적인 평가를 위한 평가자 훈련을 강화할 필요가 있음. 특히 채용 시 역량중심의 채용 나아가서 보다 객관적인 채용을 위하여 인공지능기반의 채용시스템 도입도 고려해 볼 필요가 있음.
- 인력수급 및 감축과 관련하여 KBS는 앞으로 직무·경력 중심의 채용을 통한 채용 효율성 제고, 특별명예퇴직 제도 검토 및 안식년, 명예퇴직제도의 활성화 등을 통해 효과적인 인력 감축을 위한 보다 적극적이고 다각적인 노력을 펼쳐야 KBS의 재무적 안정성을 확보할 수

있음. 더불어 인력감축은 하되 우수인력의 불만사항을 평소에 청취하는 등 핵심인력 유출 방지를 위한 노력도 병행해야함.

- 또 인력의 다양성을 위해서는 장애인 및 다문화가정 자녀 채용에 대한 전향적 인식이 필요함. 이들을 채용하는 것은 사회적 책임의 일환일 뿐만 아니라 이들의 관점에서 본 새로운 아이디어를 토대로 한 새로운 콘텐츠 가치와 수익창출의 의미도 상존함. 향후 이들에 대한 채용 및 경영참여 공간을 보다 적극적으로 확보해 주는 것이 요청됨. 특별히 장애인을 체계적으로 채용하기 위한 ‘모집-선발-유지-육성’에 이르는 전과정을 하나의 ‘장애인관리매뉴얼’로 체계적으로 관리할 필요가 있음. 또한 KBS는 법정의무고용률 3.1%를 달성하기 위해 장애인 포털([www.worktogether.or.kr](http://www.worktogether.or.kr))의 채용코너에 보다 적극적인 홍보노력을 할 필요가 있음. 더불어 장애인 적합직무를 지속적으로 발굴하고 이들의 고용이 장기적으로 유지될 수 있도록 유연근무(시차출퇴근, 재택근무, 근무시간선택제 등)를 실시하는 제도적 장치를 마련해야 함.
- 한편 현재의 심각한 적자구조를 타개하기 위해서는 총비용 대비 인건비 비중을 지금 보다 더 줄이는 노력을 가속화 할 필요가 있음. 구체적으로 노사가 함께 협력하여 수익창출을 위한 새로운 콘텐츠 및 신규 방송서비스개발을 하고 동시에 ‘점진적’ 인력구조조정 및 감축운영과 함께 불요불급한 비용요인을 줄여 나간다면 현 경영진체제에서 적자폭을 대폭 줄일 수 있음. 한편, 고임금을 받는 능력급제 간부일수록 기본급(고정급) 성격의 비중을 줄이고 성과급 중심의 변동비 비율을 높여서 고정비 성격의 임금을 변동비화 함으로써 전체적인 인건비 비중을 낮출 필요가 있음. 동시에 이러한 노력과는 별도로 임금상승의 원인이 되고 있는 호봉제에 대한 재검토와 지상파 3사와의 경쟁에서 우위를 점하기 위해서는 직무의 가치를 감안한 임금제도로서 직무급 도입에 대한 검토도 필요함. 또한 한시적 조치로 직무의 성격에 따라 신입사원 보다는 바로 성과창출이 가능한 경력직 중심의 채용을 권장함.
- 여성인력의 대폭적인 증가에 따른 여성 집행기관의 부재를 더 이상 방치할 수 없는 상황임. 따라서 여성 집행기관 목표할당제 도입을 권고함. 또 여성직위자 비율도 현재처럼 남녀 성별 비율이 비슷한 수준으로 유지되거나 혹 어느 해에 균형이 일부 깨어지더라도 시간누적으로 몇 년 안에 균형을 맞추어 가는 여성직위자 비율의 동태적 균형(dynamic balance) 유지를 권유함.

- KBS는 급변하는 환경변화에 능동적으로 대처하기 위하여 향후 임직원대상 역량기반의 인적자원개발(Competency-Based HRD)을 조속히 도입해야 함. 이를 위하여 임직원의 대표직무별 직무역량을 체계적으로 발굴하고 해당직무역량을 강화하는 역량기반의 교육프로그램 연계가 필요함. 동시에 요즘 같은 변혁기에는 무엇보다도 팀장급 이상 임직원들에 대한 체계적이고 과학적인 리더십역량 강화 프로그램을 도입함으로써 의사결정에 대한 실수를 줄여야 됨. 또 교육전달방식에 있어서도 문제해결 및 경험 중심의 PBL(Problem-Based Learning) 방식이 필요함. 한편 KBS의 혁신 및 창의문화 정착을 위하여 문제해결중심의 학습동아리로서 자율연구회를 보다 활성화시킬 필요가 있음. 또 증가한 일반직(비정규직) 인력을 아이디어 및 혁신의 원천으로 보고 현장의사결정에 참여시켜야 하며 이들의 창의적 아이디어를 수용 가능하도록 조직 및 팀의 문화를 개방할 필요가 있음. 이를 위해서는 팀장급 이상의 간부들 대상 ‘참여적 리더십(Participative Leadership)’, ‘셀프 리더십(Self-Leadership)’, ‘서번트 리더십(Servant Leadership)에 대한 교육훈련과 기존에 운영하고 있는 ‘자율연구회’의 활성화와 이들의 성과를 경영에 적극 반영하기를 권고함.
- KBS 인사관리 전분야(선발 및 채용, 육성, 평가 및 보상, 후생복지 등)에 걸쳐서 성평등 문화가 작동하는 모니터링 시스템 구축을 요청함. 나아가서 KBS 성(불)평등지수를 개발하고 분기별로 결과를 대내외적으로 공표하기를 권고함. 또 성평등을 넘어 ‘일·가정 친화경영’의 영역으로 확대하여 남성과 여성 모두 직장과 가정생활이 조화를 이루어내는 한 차원 높은 경영노력을 해 주길 권유하며 이것이 젠더감수성을 강화하는 실천적 수단임을 인식하길 권고함.
- 일·가정 양립과 관련하여 출산 전후 여성의 Life Cycle(출산-육아-복직)에 따라서 일·가정 양립에 관한 제도들이 어떻게 통합적으로 연결되고 배치되는지 그 개념이 당사 홈페이지나 핸드북 또는 매뉴얼에 담겨 있어야 할 것임. 또 여성신입직원들이나 기존 여직원들에게도 일·가정 양립과 관련한 각종 제도적 혜택에 대한 자세한 안내를 구체적으로 그리고 지속적으로 할 필요가 있음.
- KBS의 경우 노사는 공동의 파트너로서 공동운명체임을 분명히 자각할 필요가 있음. 서로 먼저 믿어야 하고 또 믿고 신뢰할 만한 의사결정과 행동을 해야 함. 상대방에 대한 극한적인 표현이나 일방적 의사결정은 상대방을 공동운명체로서의 파트너가 아니라 대립적, 투쟁

적 대상으로 보는 것임. 또 지금과 같은 위기 시에는 대립적 노사관계를 극복하고 상호신뢰를 기반으로 갈등적 이슈들을 창조적인 해결책으로 승화시키는 협력적 노사관계 문화를 정착시켜야 함(正-反-합의 원리). 경영의 중요한 문제를 양자 간의 협의와 토론을 통하여 문제를 해결하는 성공경험을 보다 축적하길 권고함.

## 제4장 | 경영실적

### 1. 경영실적 및 재무상태

#### 1) 경영실적 및 재무상태 안정성

##### (1) 연도별 요약 손익계산서(최근 3개년)

- 2019년 총수입은 전년 대비 192억 원 감소하였음. 그 원인은 수신료수입이 110억 원, 자산처분이익이 554억 원이 증가하였으나, 디지털 및 모바일 광고시장의 확대와 가용광고비 축소로 고효율 매체(CJ)를 집중 선택하는 광고주의 증가로 인한 지상파 광고시장의 축소로 광고수입이 780억 원(23.4%) 감소하였기 때문임.
- 반면 전국 수신료정보시스템을 활용한 기획발굴 및 성과연동 인센티브 강화 등으로 수신료수입은 징수대수를 38만대 증가시켜 110억 원이 증가하였으며, 콘텐츠 판매수입도 198억 원이 증가하여 기타수입 감소를 최소화함.
- 2019년 총비용은 전년 대비 529억 원이 감소하였음. 그 원인은 재정상황 악화에 대비 선제적으로 두 차례 418억 원의 비용긴축 실시와 전년도에 발생한 대형스포츠 제작비 미발생 등으로 총비용이 감소했기 때문임.
- 사업손익으로 볼 때 2019년에 759억 원의 사업손실을 기록하게 되었음. 그 원인은 지상파 광고시장의 축소로 인한 광고수입의 감소와 수신료수입의 성장세가 둔화됨에 따라 매출액이 큰 폭으로 감소했기 때문임. 그러나 지상파 광고시장 위축 등의 어려운 경영여건 하에서도 적극적인 유희자산 매각, 자구노력 등을 통해 당기순이익 16억 원 흑자를 실현하였음.
- 2018년 321억 원의 적자를 2019년에 흑자전환하는 데는 성공하였으나, 2018년부터 시작된 사업손실의 폭이 더욱 확대된 것은 매우 부정적인 신호임(585억 원 → 759억 원). 이는 주수입원인 수신료수입 둔화와 광고수입의 감소, 방송제작비의 증가와 같은 요인에 기인하며 KBS가 비용절감이라는 자구노력을 통한 경영 안정화는 한계에 봉착했다는 것을 보여주는 것임.

- 현재와 같은 규모를 유지하면서 공영방송으로서의 위상을 지키기 위해서는 수신료 인상을 통한 수입원의 확보와 정부의 미납자본금(938억 원) 납입을 통한 자본투자로 경쟁력을 확보하는 등 지속가능한 성장을 위한 근본적인 대책이 절실히 요구됨.

〈표 4-1〉 최근 3개년 요약손익계산서

(단위: 억 원, %)

구분	2017년	2018년	2019년	증감액	증감률
1.매출액	14,326	14,352	13,621	-731	-5.1
가.수신료수입	6,462	6,595	6,705	110	1.7
나.방송광고수입	3,666	3,328	2,548	-780	-23.4
다.기타수입	4,198	4,429	4,368	-61	-1.4
2.매출원가	11,793	12,703	12,320	-383	-3.0
가.방송사업비	11,603	12,488	12,047	-441	-3.5
나.시청자사업비	190	215	273	58	27.0
3.사업총이익(손실)	2,533	1,649	1,301	-348	-21.1
4.판매관리비	2,331	2,234	2,060	-174	-7.8
5.사업이익(손실)	202	(585)	(759)	-174	-29.7
6.사업외손익	453	264	784	520	197.0
7.법인세비용차감전손익	655	(321)	25	346	-
8.법인세비용	91	-	9	9	-
9.당기순이익(손실)	564	(321)	16	337	-

(2) 연도별 매출액 대비 손익 비율(최근 3개년)

- 수신료수입 비율과 기타수입 비율은 증가 추세이나 방송광고수입 비율은 급감하고 있음. 이는 수신료수입의 증대 효과보다는 방송광고수입 감소에 더 크게 기인함. 수신료수입의 변동성은 크지 않으나 방송광고수입의 변동성은 매우 높고, 향후 전망 또한 낙관적이지 않음.
- 반면 매출원가의 대부분은 차지하는 방송사업비 비율은 점차 증가하고 있음. 이는 방송환경의 변화에 따라 방송제작비가 빠른 속도로 증가하기 때문.

- 판매관리비 비율은 감소 추세에 있는데, 이는 두 차례의 재정안정화 대책과 토털리뷰 등 긴축재정의 결과임. 향후 긴축재정을 통한 비용절감의 효과는 제한적일 것으로 예상됨.

〈표 4-2〉 최근 3개년 매출액 대비 손익 비율

(단위: 억 원, %)

구분	2017년		2018년		2019년	
	금액	비율	금액	비율	금액	비율
1.매출액	14,326	100.0	14,352	100.0	13,621	100.00
가.수신료수입	6,462	45.1	6,595	46.0	6,705	49.2
나.방송광고수입	3,666	25.6	3,328	23.2	2,548	18.7
다.기타수입	4,198	29.3	4,429	30.8	4,368	32.1
2.매출원가	11,793	82.3	12,703	88.5	12,320	90.4
가.방송사업비	11,603	81.0	12,488	87.0	12,047	88.4
나.시청자사업비	190	1.3	215	1.5	273	2.0
3.사업총이익	2,533	17.7	1,649	11.5	1,301	9.6
4.판매관리비	2,331	16.3	2,234	15.6	2,060	15.1

### (3) 연도별 요약 재무상태표(최근 3개년)

- 2019년말 KBS의 자산은 전년 대비 570억 원이 증가하였음. 부채는 6,000억 원으로 전년 대비 428억 원이 증가하였음. 자산의 경우는 재송신료 입금 지연 등으로 매출채권의 증가가 주된 요인이고 부채의 경우는 단기차입금의 증가 때문으로 분석됨. 단기차입은 재송신료 입금 지연에 따라 운영경비 집행 등을 위해 일시적으로 발생한 것임.
- 자본은 6,890억 원으로 전년대비 142억 원이 증가하였음. 이는 당기순이익 16억 원과 e-KBS의 지분법자본변동(자본항목) 증가에 기인함. 웨이브(WAVVE) 출범에 따라 e-KBS의 2019년 기타포괄손익누계액이 전년 대비 약 188억 원 증가하였음.
- 이에 따라 2019년 말 여유자금은 현금및현금성자산 22억 원으로, 2018년 말 현금 및 현금성 자산 471억 원과 단기투자자산 600억 원의 합계 1,071억 원보다 1,049억 원 감소하게 되었음.

- 또한 KBS는 2019년 말 임직원의 퇴직급여충당부채가 3,951억 원에 달하지만 이에 대한 외부금융기관에 별도로 예치한 퇴직보험예치금은 65억 원에 불과하여 향후 대규모 퇴직 시 자금 부담이 가중될 우려가 있음.

〈표 4-3〉 최근 3개년 요약재무상태표

(단위 : 억 원, %)

구분	2017년말	2018년말	2019년말	증감액	증감율
현금및현금성자산	1,210	471	22	-449	-95.3
매출채권	1,678	1,447	2,625	1,178	81.4
기타당좌자산	640	728	402	-326	-44.8
재고자산	57	58	70	12	20.7
유동자산 합계	3,585	2,704	3,119	415	15.3
투자자산	3,464	3,376	3,463	87	2.6
유형자산	5,609	5,631	5,507	-124	-2.2
기타비유동자산	552	609	801	192	31.5
비유동자산 합계	9,625	9,616	9,771	155	1.6
자산총계	13,210	12,320	12,890	570	4.6
매입채무	388	303	329	26	8.6
미지급금	1,207	863	1,045	182	21.1
단기차입금	0	0	586	586	-
기타유동부채	343	267	163	-104	-39.0
유동부채 합계	1,938	1,433	2,123	690	48.2
퇴직급여충당부채	4,116	4,139	3,877	-262	-6.3
기타비유동부채	0	0	0	-	-
비유동부채 합계	4,116	4,139	3,877	-262	-6.3
부채총계	6,054	5,572	6,000	428	7.7
자본금	2,062	2,062	2,062	-	-
자본조정	-13	-13	-13	-	-
기타포괄손익누계	-60	-101	25	126	124.8
이익잉여금	5,167	4,800	4,816	16	0.3
자본총계	7,156	6,748	6,890	142	2.1
<b>부채와 자본 총계</b>	<b>13,210</b>	<b>12,320</b>	<b>12,890</b>	<b>570</b>	<b>4.6</b>

(4) 과거 5개년 주요 경영성과 추이

- 성장성 측면에서, 총자산 증가율과 자기자본 증가율이 개선되었으나 2018년 감소에 따른 기저효과에 일부 기인함. 또한, 영업성과의 개선(이익잉여금 증가)보다는 단기차입금 증가(586억 원)와 기타포괄손익누계 증가(126억 원)에 따른 것이라는 점에서 실질적인 개선으로 보기에는 한계가 있음. 특히 매출액 증가율이 -5.1%라는 것은 향후 성장동력에 심각한 의문이 제기되는 사안으로 이를 해결하기 위한 전사적인 노력이 요청됨.
- 수익성 측면에서는 수신료수입, 콘텐츠판매수입, 유형자산처분이익 등의 증가 및 비용인축 실시 등으로 흑자전환에 성공하여 주요 수익성 비율이 플러스로 전환된 것임.
- 당기순이익 측면에서는 흑자를 달성하여 수익성 비율의 개선을 이끌어 냈으나 KBS의 주된 사업활동에서 발생한 사업손실을 사업외수익으로 보전하여 당기순이익을 달성한 것임. 사업외수익은 발생여부가 불확실한 일시적 수익이므로 KBS의 장기적인 재무구조 안정화를 위해서는 주요 사업수입 확대를 통한 재무구조 개선이라는 근본적인 과제를 해결해야 함.
- 유동성 및 안정성 비율을 보면 차입금의 발생으로 각종 지표들이 전년 대비 소폭 악화되었으나 재송신료 협상 타결로 입금이 반영되면 개선될 예정이며 수신료라는 안정적인 수입과 광고채권 회수가 보장받고 있는 점 등을 고려할 때 지금 현재 유동성 문제는 크지 않은 것으로 판단됨.

〈표 4-4〉 과거 5개년 주요 경영성과(경영비율) 추이

(단위 : %)

구분	측정 목적	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
성장성	총자산 증가율	-1.4	-0.6	4.9	-6.7	4.6
	자기자본 증가율	0.4	3.7	6.5	-5.7	2.1
	매출액 증가율	3.3	-3.9	-3.6	0.2	-5.1
수익성	총자산 순이익률	0.6	2.0	4.3	-2.6	0.1
	자기자본 순이익률	1.2	3.7	7.9	-4.8	0.2
	매출액 순이익률	0.5	1.7	3.9	-2.2	0.1
유동성 및 안정성	유동비율	114.3	153.0	185.0	188.7	146.9
	부채비율	95.6	87.4	84.6	82.6	87.1
	차입금의존도	3.9	0.0	0.0	0.0	4.6

## 2. 수익창출 활동의 목적 적합성 및 효과성

### 1) 수익창출 활동별 매출 구성

#### (1) 매출 수입의 주요 구성과 추이

- KBS 매출 수입은 수신료수입, 광고수입, 기타수입으로 구분됨. 수신료수입은 안정적으로 조달되는 수입이며 매년 소폭 증가하고는 있으나 시장확장에 한계가 있으며, 광고수입은 광고시장 재편 등 어려움으로 지속적으로 급감하고 있음. 기타수입은 전파료, 국고금, 기타방송사업(콘텐츠판매, 협찬금, 캠페인 등), 시청자사업(교향국악단, 일반부대사업)으로 구성되어 있음.

〈표 4-5〉 매출 수입의 주요 구성과 추이

(단위 : 억 원, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	전년대비차이	비중 (2019년)
총매출액	15,462	14,866	14,326	14,352	13,621	-731	100.00
수신료수입	6,258	6,333	6,462	6,595	6,705	110	49.2
광고수입	5,025	4,207	3,666	3,328	2,548	-780	18.7
기타수입	4,179	4,326	4,198	4,429	4,368	-61	32.1

#### (2) 방송광고 실적 및 타사 비교 현황

- 3개 지상파 광고수입은 2015년 1조 9,071억 원에서 2019년 1조 985억 원으로 급속히 감소하고 있음. 이는 디지털·모바일 광고시장의 확대, 유료방송사업자의 광고시장 잠식 등으로 인한 결과임.
- 지상파 광고시장 자체가 축소될 뿐만 아니라 지상파 광고시장 내 KBS의 시장점유율도 지속적으로 낮아지는 이중고에 시달리고 있음. MBC는 2017년을 기점으로 시장점유율이 급락하였으나 이후 동일한 수준을 유지하고 있으며, SBS는 지속적으로 시장점유율을 늘려 오고 있음.

– 경기침체 우려에 따른 가용 방송광고비가 축소되는 현실에서, 광고주들은 여러 매체에 배분하기보다는 통합솔루션을 제공하는 하나의 매체로 광고비를 집중하는 경향을 보임. 자체영업을 수행하고 통합마케팅에 가장 앞서있는 CJ ENM의 광고수입은 증가 추세에 있으며, 자회사 형태의 미디어랩을 보유한 SBS, 종편은 상대적으로 준수한 광고수입을 보이나, 한국방송광고진흥공사(kobaco)가 방송광고 영업대행을 하고 있는 KBS와 MBC는 상대적으로 어려움을 겪고 있음. MBC의 경우 MBC 위주의 통합판매를 진척시키고 있어, 2019년 초부터 통합마케팅에 관심을 보인 KBS보다는 준수한 실적을 보이고 있음.

〈표 4-6〉 방송 광고시장 매체별 현황 및 광고 수입 실적, 타사 비교 현황

(단위: 억 원)

구분	2019년	2018년	2017년	2016년	2015년
KBS	2,548	3,328	3,666	4,207	5,025
MBC	3,491	4,055	4,481	5,961	7,064
SBS	3,136	3,590	3,729	3,729	4,366
지상파 3사 계	9,175	10,973	11,876	13,897	16,455
케이블 PP	16,646	17,130	18,537	18,951	20,049

※출처: 지상파 실적 중 2015-2018년은 방송사업자재산상황공표집, 2019년은 한국방송광고진흥공사, SBS M&C. 케이블PP 실적은 2019 방송통신광고비 조사보고서

– KBS의 광고수입 추세를 채널별로 살펴보면, 예상대로 2TV의 비중이 절대적임. 2012년 6,030억 원에 달하던 2TV 광고수입이 2019년에는 2,437억 원으로 60%가 급감하였음. 라디오와 DMB는 비중이 극히 미미하므로 2TV 광고수입에 집중하여야 함.

〈표 4-7〉 KBS 채널별 광고수입 현황

(단위 : 억 원)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	
K B S	2TV	6,030	5,613	5,061	4,842	4,017	3,497	3,213	2,437
	2R	94	53	42	46	57	56	35	25
	2FM	94	114	106	126	125	108	75	84
	DMB	18	14	14	11	8	5	4	3
	<b>계</b>	<b>6,236</b>	<b>5,793</b>	<b>5,223</b>	<b>5,025</b>	<b>4,207</b>	<b>3,666</b>	<b>3,328</b>	<b>2,548</b>
	점유율	28.6%	28.1%	27.7%	26.3%	26.0%	26.1%	25.7%	23.2%
지상파시장	21,830	20,632	18,889	19,071	16,182	14,067	12,958	10,985	

### (3) 프로그램 판매 등 기타 매출 수입과 증대를 위한 노력

#### ① 지상파 통합판매 진행 및 광고 경력직 채용

- KBS와 MBC는 kobaco가 방송광고 영업대행을 하고 있어, 자회사 형태의 미디어랩을 보유한 SBS, 종편이나 자체영업을 수행하는 CJ ENM에 비해 마케팅 상품 통합에 어려움이 있었음.
- SBS는 자사 랩사인 SBS M&C가 판매를 대행, 계열PP와의 크로스미디어를 포함하여, 전문 광고렙사로 발전, 통합판매 고도화가 상당부분 진척되고 있다고 평가받고 있으며, MBC는 일반광고를 공영랩 kobaco에 위탁할 수밖에 없는 한계가 있으나, MBC 위주의 통합판매를 진척시키고 있음.
- KBS는 2019년 초 통합마케팅 역량 강화 필요성을 인식하고 조직 및 인력 정비안을 마련 하였음. 조직 측면에서 공익캠페인과 디지털광고 기능을 광고국으로 편입하여 통합마케팅 업무 수행 전담팀(상품기획팀)을 구성하여 마케팅 상품의 통합 및 광고주 제안 역량을 강화하였음.
- 인력 측면에서는, 광고업무 경력 3년 이상자를 대상으로 공개채용 전형을 실시하여 4명을 채용(일반공채와 동일하게 일반직 4직급을 부여하고 경력 3년 인정), 신상품 기획 및 통합마케팅 제안서 작성 업무에 즉시 투입함.

② 방송광고 수수료율 개선

▣ 과거 수수료율 체계 문제점

- 케이블, 종편, IPTV, 신문, 잡지 등의 광고회사 대행수수료율은 일괄 15%를 적용하나, 2018년 kobaco TV 대행수수료는 3단계 구조, 평균 11.17%로써 수수료율 격차가 3.83%에 달함.
- 또한 광고신탁규모가 클수록 대행수수료가 적어지는 역슬라이딩 구조로 특히, 대형광고주를 대행하는 광고회사의 불만이 누적되어 지상파 매출을 지속적으로 감소시켜온 주요 요인 중 하나임. 광고대행사의 지상파 마케팅 활동 감소 및 위축의 구조적 원인

▣ 수수료 개정 내역(2020년 1월 1일 이후 적용)

- 광고대행사가 있는 TV·라디오 광고 거래에 한해 수탁수수료를 14% ⇨ 16%로 인상 (kobaco 2.5%)
- 광고회사 대행수수료를 현 TV(9.8%, 11.06%, 12.04%), 라디오(13.02%) ⇨ TV 13.5%, 라디오 13.6%로 인상

③ 콘텐츠사업 수입과 증대를 위한 노력

- 한류 거점 국가에 대한 콘텐츠사업을 강화. 미국 프리미엄 채널 진출 및 KBS월드24 진출에 따른 송출비용 국고지원 확보, 일본 KBS월드 채널 가시청세대 500만 달성함.
- 굿닥터(미국, 터키), 주문을 잊은 음식점(중국), 살림하는 남자(중국), 닝쿨째 굴러온 당신(멕시코) 등 포맷 수출 활성화로 콘텐츠 수출 방식 다변화
- 동백꽃 필 무렵(Netflix), 녹두전(WAVVE) 판매 등 글로벌 OTT시장 수출 강화함.
- 2018년 대비 198억 원 상승한 3,147.9억 원의 콘텐츠사업수입을 달성하였으며 이는 증가 추세에 있음.

〈표 4-8〉 최근 3개년 KBS콘텐츠 판매 수익 추이

(단위 : 억 원)

구분	2017년	2018년	2019년
국내	2,346	2,591	2,680
해외	354	359	468
총액	2,700	2,950	3,148

## 2) 국가기간방송의 정체성에 부합하는 수신료 관리

### (1) 수신료 수입 증대를 위한 노력과 성과

- 2019년 수신료 수입 환경은 세대 증가율의 둔화, 수상기가 없는 1인 가구 비율 증가, 스마트 기기의 TV 대체, 경제 둔화에 따른 일반용(영업장) 수상기 감소, 전국 수신료 종사 인력 감소 등 여러 가지 어려운 여건에 직면함.
- 성과와 연동한 인센티브 지급, 분기별 수신료 사업지사 평가 및 포상, 정보 분석을 통한 기획 발굴 실시, 수신료 종사자 교육, 한전 협력강화 등 다양한 노력을 기울여 2018년 말 대비 수상기 등록대수는 약 33만대, 수신료 수입은 약 110억 원이 증가함.

〈표 4-9〉 최근 3개년 수신료 수입실적

(단위: 억 원)

구분	2017년	2018년	2019년
수신료 수입	6,462	6,595	6,705

〈표 4-10〉 2019년 수신료 수입실적

(단위: 억 원, 대)

2019년 실적					2018년 실적 대비			
목표 (A)	실적 (B)	증감 (B-A)	증감률 (B/A)	등록대수	실적 (C)	증감 (B-C)	증감률 (B/C)	등록대수
6,656	6,705	49	100.7%	25,436,301	6,595	110	101.7%	25,110,022

## 3. 비용 및 원가관리

### 1) 비용 및 원가관리의 효율성 평가

#### (1) 과거 3년간 비용집행 추이

- 최근 3개년 비용 실적액은 2018년에 증가했다가 2019년에 다시 감소하는 추세를 보이나, 이는 2017년에 파업으로 인한 제작비 감소와 2018년에 평창올림픽 등 대형스포츠 관련비

용(중계권료, 제작비 등)이 발생하였기 때문임.

- 긴축재정으로 인한 엄격한 예산집행과 비용긴축으로 인해, 비용은 수입실적 내에서 철저히 관리되므로 비용 집행률 추이를 통한 비용 예산관리의 효율성 평가는 어려움.

〈표 4-11〉 최근 3개년 비용 실적 추이

(단위: 억 원)

구분	2019년			2018년			2017년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
비용	15,597	14,550	93.2%	15,680	15,079	96.2%	15,098	14,374	95.2%

※2019년 법인세비용 9억 원 포함

(2) 비용 부문별 전년대비 실적

- 2019년 비용은 1조 4,550억 원으로 전년 대비 529억 원 감소하였음.
- 사업경비는 전년도에 발생한 대형스포츠 제작비 미발생 등으로 604억 원 감소
- 인건비는 비일반직 사원의 일반직 전환으로 51억 원 증가
- 사업외비용 등은 지분법손실 및 법인세 납부액 증가 등으로 28억 원 증가

〈표 4-12〉 비용 부문별 전년대비 실적

(단위: 억 원)

구분	2019년 결산(A)	2018년 결산(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)	비고
총 비용	14,550	15,079	-529	-3.5	
I. 사업경비	8,562	9,166	-604	-6.6	
1. 방송제작비	5,958	6,478	-520	-8.0	
2. 시설운영비	1,129	1,082	47	4.3	
3. 시청자사업비	150	142	8	5.6	
4. 판매관리비	1,325	1,464	-139	-9.5	
II. 인건비	5,286	5,235	51	1.0	
III. 감가상각비	532	536	-4	-0.7	
IV. 사업외비용 등	170	142	28	19.7	

※2019년 법인세비용 9억 원 포함

### (3) 방송제작비 지출 추이와 비중

- 최근 3개년 방송제작비 지출을 살펴보면 R제작비용은 소폭 증가하였으나 TV제작비용은 2019년에 상당히 증가하였음(+206억 원). 이는 2017년 파업에 따른 기저효과와 2019년 킬러콘텐츠 경쟁력 강화, 임시정부 수립 100주년 기념 방송, 제작비 현실화 등 콘텐츠 투자 확대에 따른 결과임.
- 2018년 대비 2019년의 방송제작비가 감소한 이유는 2018년에 발생한 대형스포츠이벤트 제작비가 2019년에는 발생하지 않은데 기인함. 그 외 유의미한 변동은 없음.

〈표 4-13〉 방송제작비 지출 추이와 비중

(단위 : 백만원)

구분	2019년	2018년	2017년
1. TV제작(KBS World 포함)	364,278	343,679	340,481
2. R제작	28,914	27,287	26,498
3. 보도제작 (R뉴스 포함)	36,835	34,383	32,793
4. 스포츠제작	24,778	101,219	22,488
5. DMB제작 (T,R-DMB)	41	46	49
6. 멀티미디어제작 (홈페이지, 데이터방송)	5,785	8,190	7,462
7. 연구개발(제작)	7,498	8,187	6,229
8. 방송제작 공통	127,689	124,763	128,801
<b>합계</b>	<b>595,818</b>	<b>647,754</b>	<b>564,801</b>

### (4) 방송제작비 세부 내역 및 시설운영비, 시청자 사업비 주요 내역

- 본사 TV제작과 관련하여, 정규제작비는 월화/수목/주말드라마 강화, 2018년 대형스포츠 관련 불방에 따른 증가 효과 등이며, 특집제작비는 3.1운동 100주년 특집 제작에 기인함. 장애인방송 등 제작비는 용역업체 변경에 따른 제작단가 절감 등의 효과임.
- 지역국 제작비 증가 요인으로는 지역국 자체뉴스 실시, 2018년 대형스포츠 관련 불방에 따른 증가 효과 등임.

- 스포츠 관련 비용은 동계올림픽 195억 원, 월드컵 381억 원, 아시안게임 195억 원 등이 감소하였음.
- 기타 방송제작비 변동 요인으로는 전속단체 일반직 전환, 미디어텍 직접고용으로 사업경비 감소 등이 있음.

〈표 4-14〉 방송제작비 세부내역

(단위: 억 원, %)

구 분	2019년(A)	2018년(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)
1. 본사 TV제작	3,232	2,973	259	8.7
○정규제작비	2,535	2,315	220	9.5
○특집제작비	216	174	42	24.1
○미술비	463	462	1	0.2
○장애인방송 등	18	22	-4	-18.1
2. 본사 R제작	183	171	12	7.0
3. 지역국 제작비	476	440	36	8.2
4. 스포츠	242	1,005	-763	-75.9
5. 기타	1,825	1,889	-64	-3.4
<b>방송제작비 계</b>	<b>5,958</b>	<b>6,478</b>	<b>-520</b>	<b>-8.0</b>

- 시설운영비 중 위탁관리비는 KBS비즈니스, KBS시큐리티 인건비 상승으로 인한 것이며, 세금과공과는 공시지가 상승으로 인한 재산세 증가, 전기수도료는 송신소 전력사용량 증가 등으로 인한 것임.

〈표 4-15〉 시설운영비 주요 내역

(단위: 억 원, %)

구분	2019년(A)	2018년(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)
위탁관리비	547	543	4	0.7
세금과공과	233	199	34	17.1
전기수도료	94	87	7	8.0
기타	255	253	2	0.8
<b>계</b>	<b>1,129</b>	<b>1,082</b>	<b>47</b>	<b>4.3</b>

- 시청자 사업비 중 국악단운영비용은 국악 기획연주회로 인해 소폭 증가하였으며, 일반부 대사업비는 해외동포상 격년 시행 등으로 인한 것임.

〈표 4-16〉 시청자 사업비 주요 내역

(단위: 억 원, %)

구분	2019년(A)	2017년(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)
국악단운영	58	55	3	5.5
일반부대사업	92	87	5	5.7
<b>계</b>	<b>150</b>	<b>142</b>	<b>8</b>	<b>5.6</b>

#### (5) 프로그램 평가결과와 광고비 수입 대비 방송제작비 지출의 적절성

- KBS의 TV 채널 및 콘텐츠 정책 수립, TV프로그램 개편 및 수시 조정 등 편성과 프로그램 평가에 관해서는 편성본부에서 그 역할을 담당하고 있음.
- 프로그램 평가는 시청자수, 가구 시청률, 제작비, 광고수익, 공적역할 등에 대한 평가가 이루어지고 있으며, 이런 평가 결과들을 반영해 프로그램 존속, 폐지 및 다른 프로그램으로의 대체 등 편성 조정이 이루어지고 있음.
- 하지만, KBS의 공적역할 수행 및 프로그램 편성의 독립성 차원에서 개별 프로그램의 편성에 관여하는 것은 바람직하지 않아 프로그램 평가 결과와 광고수입 성과에 따른 직접적

인 제작비 지출 통제는 이루어지지 않고 있음.

- 다만, 예산편성 시 KBS의 재정여건 및 대내외 방송환경 변화 등을 고려하여 프로그램 총 제작비 규모를 결정하고 있으며, 총 제작비 규모 내에서 프로그램의 손익, 공영성, 시청률 등 다양한 사항을 종합 검토하여 편성 결정 및 개별 프로그램 기본제작비 규모 등이 정해 지는데, 연중 긴축 또는 경쟁력 강화 등 정책적 판단을 기준으로 총 제작비 규모를 변동시키고 있음.

(6) 판매관리비, 인건비 주요내역

- 판매관리비는 수신료 징수와 관련된 비용과 광고수입과 관련된 비용으로 구성되어 있음. 수신료 수입 소폭 증가에 따라 위탁징수비와 EBS지원금도 소폭 증가했으며, 방송광고수입 급감에 따라 광고수수료와 방송발전기금 또한 큰 폭으로 하락하였음.

〈표 4-17〉 판매관리비 주요 내역

(단위: 억 원, %)

구 분		2019년 (A)	2018년 (B)	증감 (C=A-B)	비 고
수신료 징수비	위탁징수비	453	447	6	수신료수입×6.15%×1.1
	EBS지원금	188	185	3	(수신료수입-위탁징수비)×3%
	기타	70	82	-12	자원관리원 감소
	소 계	711	714	-3	
광고 운영비	광고수수료	357	465	-108	방송광고수입×14%
	방송발전기금	58	95	-37	방송광고수입×2.621%
	기타	16	16	-	
	소 계	431	576	-145	
일반관리비		183	174	9	
합 계		1,325	1,464	-139	

- 2019년의 인건비는 5,286억 원으로 2018년 대비 51억 원이 증가하였으나 예산 대비로는 68억 원이 감소하였음. 주된 사유로는 2019년도에 시행된 ‘비일반직의 일반직 전환’으로 인해 기존 연봉계약직, 자원관리원, 관현악단원 등 223명의 비일반직 직원을 일반직으로 전환함에 따라 경비가 줄고 인건비가 증가하게 되었음. 이에 반해 KBS의 ‘연차축진제도 시행’으로 인해 인건비가 감소하여 총 인건비는 전년 대비 소폭(51억 원) 증가하게 되었음.
- KBS의 재정상황을 고려하여 2019년 임금을 동결(2020년 총액 1.0% 인상 합의).

〈표 4-18〉 인건비 주요 내역

(단위 : 억 원, %)

구분	2019년 결산액 (A)	전년 대비			예산 대비		
		2018년 결산(B)	증감 (C=A-B)	증감률 (C/B)	2019년 예산(D)	차이 (E=A-D)	집행률 (A/D)
임금, 복리비	4,794	4,735	59	1.2	4,847	-53	98.9
퇴직급여	492	500	-8	-1.6	507	-15	97.0
<b>계</b>	<b>5,286</b>	<b>5,235</b>	<b>51</b>	<b>1.0</b>	<b>5,354</b>	<b>-68</b>	<b>98.7</b>

(7) 전체 직원과 인건비 대비 상위 직급자 숫자와 인건비 비율 및 감축 계획과 실적

- 2019년도 연간 급여대상 기준 KBS 직원 중 상위직급(1직급, 관리직급) 직원의 비율은 약 7%이며, 인건비 지급액은 총 지급액 대비 약 8%임.
- 2019년도 KBS는 「직급체계 개편」을 통해 과거의 고정형 직급체계를 변동형 직급체제로 개선하였음(2020.1.1. 시행). 새로 도입한 변동형 직급체제는 직급을 업무와 역할에 따라 책임직급(M1~M3직급, 직위자)과 실무직급(G1~G7직급, 평직원)으로 이원화하고 업무와 역할에 적정한 ‘직급수당’을 새롭게 설계하였으며, 업무량이 많고 책임이 큰 직위자로 근무할 때는 책임(M)직급의 보수를 지급 받다가 직위를 놓고 평직원이 될 경우는 다른 직원들과 동일한 금액의 실무(G)직급 직급수당을 지급 받는 것으로 개선함.
- 새로운 직급체계 도입으로 과거 상위직급(1직급, 관리직급)으로의 승진은 더 이상 운용하지 않음. 1직급 이상으로의 승진을 더 이상 운용하지 않게 됨에 따라, KBS의 상위직급자

숫자 및 인건비 비율은 자연적으로 감소, 폐지될 것으로 전망됨.

- 새로운 직급체계 도입으로 과거 1직급 이상 대상자의 급여제도로 활용되었던 능력급제도 향후 폐지될 예정임. 변동형 직급체계 도입 및 능력급제 폐지로 직위와 성과에 따라 적절한 보수를 지급하는 효율적인 보수체계를 구축하였음.

#### (8) 인건비 및 복지비 실태와 적정성 (과다 인건비 및 복지비가 있는 경우 감축 계획과 타당성)

- 총비용 대비 인건비 비중을 감소시키기 위한 노력의 일환으로 퇴직금 누진제 폐지(2009년), 특별성과급제 폐지(2010년), 연차휴가 의무사용(6일/2019년) 등 지속적인 제도 개선을 통해 1997년 41.5%에 이르렀던 총비용 대비 인건비 비중을 2019년 36.3%로 줄여왔음.
- 2019년 KBS는 2017년도 감사원 감사(한국방송공사 기관운영감사, 2017.10.) 지적사항을 이행하여 '자가차량이용 보조금'을 폐지하였음(2020.1.1. 시행). 자가차량이용 보조금은 국·부장급 직원에게 대해 관내 출장비 대신 매일 정액제 경비를 지급하는 제도였으나, 해당 제도가 실질적으로 관내 출장 실적에 비해 과다하게 지급되는 불합리성이 있어 폐지하고, 직원에게 대해서도 일반직원과 동일하게 관내 출장 실적에 따른 출장비와 교통보조비(인건비)를 지급하도록 제도를 개선하여 비용 절감에 기여함. 또한 선지급하던 연차수당을 후지급으로 변경하여 자금흐름을 개선함.
- 다만, 상기 개선사항 중 연차휴가 보상수당의 후지급 변경 외 사항은 자체적으로 진행되 기보다는 외부의 지적(감사원)에 의해 이루어졌다는 점에서 다소 아쉬움이 있으며, 노동조합과 협의 등을 통해 과다 인건비·복지비에 대한 개선을 지속적으로 추진할 필요가 있음.

〈표 4-19〉 최근 3개년 인건비 비중 추이

(단위 : 억 원)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년(예산)
총비용	14,374	15,079	14,550	15,555
인건비	5,206	5,235	5,286	5,354
인건비 비중	36.2%	34.7%	36.3%	34.4%

(9) 감가상각비 현황

- 감가상각비는 2018년 대비 4억 원이 감소하였으며, 그 이유는 미래방송센터, UHD 투자와 같은 대규모 자본예산 집행이 지연되었기 때문임.

〈표 4-20〉 감가상각비 현황

(단위: 억 원, %)

구분	2019년 결산액 (A)	전년 대비			예산 대비		
		2018년 결산(B)	증감 (C=A-B)	증감률 (C/B)	2019년 예산(D)	차이 (E=A-D)	집행률 (A/D)
감가상각비	532	536	-4	-0.7	517	15	102.9

(10) 사업외비용 등 주요 내역

- 2019년 사업외비용은 자회사 실적악화로 인한 지분법손실 증가액과 흑자전환으로 인한 법인세비용 증가 등으로 인해 170억 원이 발생하였음.

〈표 4-21〉 사업외비용 등 주요 내역

(단위: 억 원)

구분	2019년(A)	2018년(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)
지분법손실	38	26	12	46.2
기부금	112	112	-	-
이자비용	3	-	3	-
기타사업외비용	8	4	4	100.0
법인세비용	9	0.2	9	-
계	170	142.2	28	-

(11) 조달계약 체결 내용

- 전체 구매계약 409건 중 수의계약 체결 비중은 105건 25.7%로 전년도 29.7%보다 4%P 감소하였음. 주요 요인은 긴급발주를 지양하고 경쟁입찰을 더욱 확대하여 입찰비율이 증가하였기 때문임.

〈표 4-22〉 2019년 및 2018년 조달계약 체결 내용 (단위 : 백만 원, VAT 포함)

[2019년]

구분		건수			예산액	계약액	계약 차이
		수익	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	방송 장비	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

[2018년]

구분		건수			예산액	계약액	계약 차이
		수익	입찰	소계			
내자	공사	13	68	81	9,359	7,414	1,945
	물품	55	148	203	19,826	16,537	3,289
	용역	19	51	70	22,025	18,806	3,219
내자합계		87	267	354	51,210	42,757	8,453
외자	방송 장비	49	65	114	13,146	11,285	1,861
	부품	8	9	17	1,749	1,560	189
외자합계		57	74	131	14,895	12,845	2,050
총합계		144	341	485	66,105	55,602	10,503

〈표 4-23〉 최근 3개년 수익계약 비율(건수 기준)

해당연도	2019년	2018년	2017년	비고
수익계약 비율	25.7%	29.7%	35.8%	- 2016년 대비 13.0.%P 증가 - 2017년 대비 6.1%P 감소

## 4. 자산관리

### 1) 자산관리 효율성 평가

(1) 자산(지적재산권 포함) 현황 및 평가와 관리의 적절성

#### ① 기본자산 및 일반자산

▣ 토지, 건물 등 기본자산 현황

〈표 4-24〉 2019년말 토지, 건물 등 기본자산 현황

(단위: 백만 원)

	구분	토지	건물
본사	본·신관	632,037	55,000
	별관	470,436	6,776
	연구동	129,441	1,998
	수원센터	248,545	51,078
	그 외 송신소 등	64,443	15,052
부산	부산총국	83,244	7,358
	그 외 송신소 등	11,008	1,287
울산	울산총국	27,098	3,242
	그 외 송신소 등	866	555
창원	창원총국	16,303	13,558
	그 외 송신소 등	4,552	628
진주	진주총국	7,304	714
	그 외 송신소 등	5,718	593
대구	대구총국	41,304	10,124
	그 외 송신소 등	3,219	496
안동	안동방송국	9,728	1,459
	그 외 송신소 등	3,084	459
포항	포항방송국	8,089	1,911
	그 외 송신소 등	10,426	1,309
광주	광주총국	29,902	10,659
	그 외 송신소 등	57,112	753

	구분	토지	건물
목포	목포방송국	3,920	1,072
	그 외 송신소 등	826	556
순천	순천방송국	5,058	954
	그 외 송신소 등	3,841	1,034
전주	전주총국	53,157	22,097
	그 외 송신소 등	1,435	644
대전	대전총국	47,545	8,543
	그 외 송신소 등	33,311	1,318
청주	청주총국	14,517	9,467
	그 외 송신소 등	1,792	252
충주	충주방송국	4,344	610
	그 외 송신소 등	415	467
춘천	춘천총국	37,360	23,955
	그 외 송신소 등	829	719
강릉	강릉방송국	2,036	596
	그 외 송신소 등	24,147	858
원주	원주방송국	6,469	1,208
	그 외 송신소 등	3,599	807
제주	제주총국	18,868	26,668
	그 외 송신소 등	19,287	1,207
합계		2,146,615	288,041

※ 토지는 공시지가, 건물은 장부가 기준

#### ▣ 기본자산 취득 및 처분 절차

- 토지, 건물 등 기본자산의 취득·처분은 경영회의 의결(5억 원 이하)과 이사회 의결(5억 원 초과)을 통해 이루어짐(경영회의 규정 및 이사회 규정). 토지, 건물 등 기본자산 취득·처분·목적 변경은 방송통신위원회 보고사항임(방송법 제60조).
- 취득은 협의 매입, 처분은 원칙적으로 공개 경쟁입찰임. 단, 공익사업 편입 기본자산과 1

억 원 이하 기본자산은 내부의사결정 절차에 따라 추진(경영회의 및 이사회 의결 생략).

#### ■ 자산의 등재 후 관리

- 자본예산 집행 후 정산과정을 거쳐 자산가액이 확정되면 과목별로 자산번호 부여와 더불어 모델 및 규격, 일련번호, 제조사, 설치장소, 자산가액, 관리부서 등이 ERP에 추가정보로 입력되며, 방송장비의 경우에는 장비번호를 별도로 부여하여 장비에 대한 이력관리를 실시하고 있음.
- KBS는 별도의 자산관리 담당자가 지정·운영되고 있어 자산에 대한 재물조사, 관리전환, 불용 등 자산관리에 대한 제반 업무를 수행하고 있음.

#### ■ 자산의 효율적 관리 및 향후 계획

- 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.
- 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.

## ② 특허상표 현황

#### ■ 2019년말 현황

- 특허 : 국내 특허 81건, 해외 특허 18건 총 99건의 등록특허 보유
- 상표 : 국내 상표 254건, 해외 상표 100건 총 324건의 등록상표 보유

#### ■ 평가와 관리의 적절성

- 특허는 매년 관련부서(미디어기술연구소 등 3개 부서)와 심사절차를 통해, 현재 사용 중이거나 장래 사용가치가 있는 특허는 연차료를 납부하여 특허권을 유지하고 있음. 2019년 연차료 대상 특허 총 77건 중 73건에 대하여 특허권 연차료를 납부함.
- 상표는 갱신기간(10년 단위)이 도래하는 건에 대하여, 관련 부서와 협의를 통해 현재 부대사업 사용여부 및 KBS브랜드 보호의 필요성을 참조하여 상표권 갱신을 진행 중. 2019년 갱신 대상 상표 총 11건 중 4건에 대하여 상표권 갱신 등록함.

(2) 최근 3년간 취득, 처분한 기본자산 현황

- 2019년에 장기미매각 자산으로 남아있던 기능조정 지역국 중 하나인 공주국 부지 및 건물을 비롯 구미(중), 장흥(중) 등 기타 부지 매각을 통해 총 632억 원의 부동산 매각 처분익(유형자산처분이익)을 달성함.

〈표 4-25〉 최근 3년간 취득, 처분한 기본자산 현황

(단위: 백만 원)

구 분		2017년	2018년	2019년
취득실적	취득가액	-	-	12
	처분가액	31,172	8,262	65,227
처분실적	장부가액	1,876	133	2,163
	처분이익	29,296	8,129	63,215

(3) 향후 처분 또는 수익용으로 활용 가능한 자산 현황 및 수익 증대 계획

- KBS에서는 자산관리의 효율화를 위해 청사 이전에 따른 구청사 부지, 중과 효율화 차원으로 폐소된 중계소, 그리고 기능조정 지역국 일부 등을 지속적으로 매각하였음. 현재 보유중인 불용부동산 또한 향후 매각을 통해 부동산보유세 및 유지·보수비용 절감 등 자산관리의 효율성을 높이고 KBS 재무상태 개선에 기여할 계획임.

〈표 4-26〉 향후 처분가능한 기본재산 현황

(단위: 억 원)

대상	(예상)매각가	장부가	(예상)처분손익	장기 미매각 자산
사북(중)	12	0.2	11.8	○
여주(중)	24	10.1	13.9	임대중('17~'20.6)
무주(중)	15.4	5.4	10	○
비아(중)	256	7.3	248.7	
흥성(중)	100	3.62	96.38	
합천(송)	47.93	0.21	47.72	
금산(중)	20.89	0.19	20.7	

삼척(중)	16.14	0.34	15.8	
영동(중)	10.73	1.19	9.54	
영주(중)	9.42	3.78	5.64	
양양(중)	7.71	1.44	6.27	
제천(중)	5.94	0.05	5.89	
보은(중)	3.46	0.07	3.39	
고흥(중)	18	0.44	17.56	
<b>합계</b>	<b>547.62</b>	<b>34.33</b>	<b>513.29</b>	

(예상) 매각가: 유찰건은 최근 입찰가, 입찰예정건은 감정가 및 공시지가×150%

## 5. 계열사 관리

### 1) 계열사 관리 및 성과의 적절성과 경영 효율성

#### (1) 계열사 현황 및 경영실적

〈표 4-27〉 주요 계열사 현황 및 경영실적

(단위: 억 원)

	계열사명	대표자	설립일	자본금	KBS 지분	인원 (임직원)	2019년 실적(억 원)	
							매출액	당기손익
자 회 사	KBS비즈니스	김진석	1989.4.1	9	100%	334	608.6	8.9
	KBS미디어	우종택	1991.9.1	37	85.3%	261	2,360.4	11.7
	KBS아트비전	박상재	1991.10.1	5.2	100%	177	757.6	6.7
	KBS시큐리티	배정철	2011.3.1	15	100%	229	318.1	1.8
	e - KBS	김영삼	2000.12.27	291.6	100%	2	12.5	△33.4
손 회 사	KBS N	박정미	2001.3.8	164	e-KBS 71.7%	172	153.4	6.8
	KBS미디어텍	신기호	2009.9.1	8	e-KBS 100%	61	135.6	1.8
	KBS아메리카	이명신	2004.7.15	270만\$	미디어 100%	21	83.7	△3.9
	KBS JAPAN	윤석구	2005.10.19	215백만₩	미디어 100%	17	169.5	△4.0
	몬스터유니온	정해룡	2016.6.9	10	25%	18	260.3	10.4
	KGCS	정연수	2008.4.7	100	40%	1	0	8.9

※ 2019.12.31 2회차 신한은행 매매기준율 1\$ = 1,158.00원, 100₩ = 1,063.75원

### ■ 경영계약과 경영평가

- 경영계약은 계열사의 지난 실적과 경영환경, 중점목표사업 등을 종합적으로 고려하여 실적 목표치를 정해 체결. 이를 근거로 계열사 경영평가를 실시하고 그 결과에 따라 성과급을 지급함.

### ■ 2019년 계열사 경영계약

- 임원 성과급 지급 시 대상 임원(감사 포함)의 최소 재직기간을 60일로 설정해 성과급 지급 기준을 강화하였음.
- 2019 토틸리뷰 비상경영계획(안)을 반영하여 콘텐츠계열사에는 콘텐츠사업부 기준 저작권료 목표를 90점으로 부여하여 초과 달성을 독려하고, 영업이익 목표는 경영상황을 고려, 비용절감 및 수익개선을 유도하기 위한 최대 목표를 부여하였음. 위탁계열사에는 비즈니스, 시큐리티 위탁시설 효율화 추진 목표를 경영개선과제에 포함
- 2017 감사원 감사 지적사항을 반영함. 몬스터유니온 경영계약 체결을 통해 감사원 감사 지적사항(몬스터유니온 이사에 대한 성과급 기준 합리적으로 마련) 이행을 완료하였고, 계열사의 복리후생에 대한 감축 및 폐지를 경영개선과제에 포함하였음(※ 지적건수 : 미디어(9), 비즈니스(10), 아트비전(13), 시큐리티(7), 몬스터유니온(1)).
- 미디어텍은 본사 직접고용으로 대부분의 직원이 본사에 이관되어, 사업범위가 대폭 축소되고 후속조치가 논의 중인 점을 감안, 핵심 지표 위주로 경영평가 항목을 조정함.

## (2) 계열사의 경영 효율화를 위한 노력과 성과

- 최저임금 상승 등에 따른 위탁 운영 효율화를 위해 시큐리티 창원총국 외부도급(감시단속적 사업장) 전환을 추진하고, 2019.12.30.일자 계약 완료함. 또한 비즈니스 교대근무형태 변경(탄력근로제 도입)을 추진함.
- 주52시간제 시행과 관련하여, 계열사들의 후속조치 공조. 아트비전은 유연근로제 시범운영을 2019. 8월부터 실시하였고, 시큐리티는 본사 근무지 3곳을 축소하고 스케줄관리시스템을 도입하였으며, 방송차량서비스는 2019.1.9.일자로 감시단속근로자 승인을 완료함.
- 계열사 성장기반을 조성을 위해 KBS N은 초이락콘텐츠팩토리와 제휴하여 키즈채널 합작 신설법인 설립을 추진함(2020년 1월 신설법인 설립 완료).

- 해외계열사는 KBS 해외수익 극대화 및 계열사간(미디어-America/Japan) 사업 협력 강화를 위해, 유관부서와 계열사 공동 협의를 통해 미디어 인력 파견 등 시너지 확대방안을 강구함.
- 몬스터유니온 경영합리화 단행 후 후속조치 점검을 통해 경영수지를 대폭 개선하여 설립 후 3년 연속 적자에서 2019년 영업이익 4억 흑자(가결산)로 전환함. 또한 씨제스엔터 전환 사채 인수를 통한 제휴 등 사업 구조를 다변화함.
- 계열사 책임경영 강화를 위해, 이사 임기 관련 정관을 3년에서 “3년 이내”로 변경함. 주기적으로 경영역량을 평가하고 그 결과에 따라 연임을 결정하도록 해 동기부여를 강화하고 임기 중 임원 교체 시 법적 분쟁 위험에 대비하기 위함.

## 6. 재정 건전화 방안

### 1) 재정 건전화 정책 평가

#### (1) 최근 3년간 현금흐름표 요약

- 2019년 KBS의 사업활동 현금흐름은 (-)1,675억 원으로서 고유사업에서 대규모의 현금유출이 발생함. 투자활동 현금흐름은 640억 원이며 이는 불용자산 매각 등에 기인함. 재무활동 현금흐름은 586억 원이며 이는 차입금 증가로 인한 것임.
- 사업활동에서 대량의 현금유출이 발생한 원인은 광고수입이 전년 대비 780억 원 감소하였을 뿐만 아니라 재송신료 입금 지연 등으로 인한 매출채권의 증가(1,178억 원)가 주된 요인임.
- 이상적인 현금흐름은 사업활동으로부터 대규모의 현금이 유입되어 미래성장동력 확보를 위해 투자활동 현금유출, 이익의 분배에 따른 재무활동 현금유출로 구성되어야 함. KBS의 경우 재무활동 현금흐름은 일반기업과는 차이가 있을 수 있으나, 현재와 같은 저조한 사업활동 현금유입과 투자활동 현금유출 실적은 지속가능성에 의문을 제기하고 있음.

〈표 4-28〉 최근 3개년 현금흐름표 요약

(단위: 억 원)

구분	2017년	2018년	2019년
1. 사업 활동에 따른 현금흐름	720	292	-1,675
당기순이익(손실)	564	-321	16
감가상각비 가산	574	536	533
퇴직급여 가산	574	500	492
유형자산처분손익 가감	-291	-83	-637
지분법손 가감	-59	-49	-13
기타 현금유입이 없는 수익 비용 등 가감	-642	-291	-2,066
2. 투자활동에 따른 현금흐름	-112	-985	640
유형자산의 구입	-465	-558	-449
토지 건물의 처분	315	85	457
기타 투자활동에 따른 현금 유입 유출	38	-512	632
3. 재무활동에 따른 현금흐름	-34	-46	586
차입금의 증가	-	-	586
차입금의 상환	-	-	-
배당금의 지급	-34	-46	-
4. 현금의 증가(감소)	574	-739	-449
기초의 현금	636	1,210	471
기말의 현금	1,210	471	22

## (2) 자본예산 사업 타당성 종합평가지표

## ① 계량적 평가

- 수익확대(Net Present Value, NPV), 비용절감(Total Cost of Ownership, TCO) 중 사업 성격에 따라 선택하여 평가, 일반사업 제외
- ☞ 산출 엑셀파일 및 근거자료 별도 제출 (예산부 객관성 검토·조정 후 최종점수 반영)

② 비계량적 평가

- 국고지원 등 관련 법령에 따라 반드시 추진해야 하는 정책 강제력이 있는 사업의 경우에는 필수사업으로 분류하여 별도 평가(전략적 분석 100%)

〈표 4-29〉 자본예산 사업타당성 종합평가지표

사업유형	계량적 평가	비계량적 평가		
	경제성분석	시장성분석	기술적분석	전략적분석
	NPV / TCO			
수익사업	10% (NPV)	30%	-	60%
	10% (TCO)	-	30%	60%
일반사업	최하점 고정반영	-	30%	60%
필수사업	-	-	-	100%

평가 항목	평가지표	평가점수				
		최상	상	중	하	최하
경제성 분석	1-1. NPV 산출: 투자를 통한 수익성 분석	100	90	80	70	60
	1-2. TCO 산출: 기존 대비 비용절감 효과 분석					
시장성 분석	2-1. 매체 점유율 확대에 기여하는 정도	100	90	80	70	60
	2-2. 투자를 통한 인접 산업 및 신규시장 개척 가능성	100	90	80	70	60
	2-3. 해당 투자 사업의 시장 경쟁력 평가	100	90	80	70	60
기술적 분석	3-1. 기존 기술체계, 시스템과 연계성 및 장기적 파급력	100	90	80	70	60
	3-2. 기술 표준화, 자체개발 등 발전성 평가	100	90	80	70	60
	3-3. 디지털워크플로우 개선을 통한 생산성, 품질향상 여부	100	90	80	70	60
전략적 분석	4-1. 중장기 경영 전략과의 연계성	100	90	80	70	60
	4-2. 대내외 경쟁력 강화를 위한 기여도	100	90	80	70	60
	4-3. 사업의 시급성	100	90	80	70	60
	4-4. 사업의 타당성 및 사업규모의 적정성	100	90	80	70	60
	4-5. 업무처리 프로세스 및 환경개선 효과 등	100	90	80	70	60
	4-6. 품질강화 및 방송사고 방지를 위한 안정화 기여도	100	90	80	70	60

(3) 연도별 차입금리 및 차입금 현황

- 과거 수년간 광고수입 감소로 인해 발생하는 사업활동 현금흐름 감소를, 비용절감 및 자본예산 축소와 같은 긴축재정과 불용자산 매각을 통해 보완하여 2016년부터 무차입경영을 달성함.
- 2016년 이후 무차입경영을 달성하다가 재송신료 입금 지연 등에 따른 일시적인 자금수요 충당을 위해 단기차입 발생함.

〈표 4-30〉 연도별 차입금리 및 차입금 현황

(단위: 억 원)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
금리 (전년대비)	CD금리+0.65% (0.05%p↓)	CD금리+0.51% (0.14%p↓)	CD금리+0.51%	CD금리+0.5%	CD금리+0.5%
평균금리	2.49%	2.00%	-	-	1.91%
연간이자	22	14	-	-	3
평균차입금	873	716	-	-	139
연말차입금	489	0	-	-	586

(4) 자본예산 집행 현황

“제2장 예산집행의 효율성. 2. 예산집행의 적정성. 1) 비용예산 및 자본예산 집행실적.

(2) 자본예산 및 집행내역 검토” 참고

## 2) 재정 건전화 방안의 적절성

### (1) 중장기 투자사업 예상 및 예산 확보 계획의 타당성

〈표 4-31〉 연차 투자사업계획

(단위: 억 원)

구분	2020년 예산	향후 소요재원				누계
		2021년	2022년	2023년	2024년	
◇ 방송시설 구축/고도화	306	352	341	421	432	1,852
◇ 지역제작시설 확충	-	9	45	120	80	254
◇ 연구개발,정보화,뉴미디어	115	133	134	138	119	639
◇ 방송제작장비 보강	91	108	108	108	108	523
◇ 일반시설 보강	130	353	929	930	566	2,908
◇ 투자와 기타	6	10	10	10	10	46
<b>계</b>	<b>648</b>	<b>965</b>	<b>1,567</b>	<b>1,727</b>	<b>1,315</b>	<b>6,222</b>

#### ○ 신규 수입 창출 및 업무구조 효율화 노력 강화

- 광고수입이 지속적으로 감소하는 상황 속에서 UHD 방송을 위한 인프라 투자가 증가하고 있고 미래방송센터 건립 재추진 등으로 인해 운영비용과 투자비용을 충당하기 위한 내부 잉여금을 마련하고자 노력할 계획임.
- 재무위험 관리시스템을 연중 운영하여 경영수지 관리를 철저히 실시하고 개선대책의 일환인 긴축을 통해 불요불급한 사업예산을 감축하고, 수입증대를 위한 경쟁력 강화 투자 예산에 대한 긴축을 지양하여 운영할 예정임.
- 또한, 상시 토털리뷰를 실시하여 경직성 비용이 과도한 비용구조를 개선하고 매출증대를 위한 미래지향적 비용구조로 개선시킬 계획임.

#### ○ 유흥자산 적극 매각을 통한 투자재원 확보

- 기획재정부 「2020 공공기관·준정부기관 예산편성지침」에 따라 비업무용 부동산의 적극적인 매각을 통해 재무구조와 현금 유동성을 개선하여 투자재원을 확보할 예정임.

○ 정부 미납자본금(938억 원) 추가 출자 지속 추진

- 방송법 제43조 제5항에서는 KBS의 자본금을 3천억 원으로 하고, 그 전액을 정부가 출자하기로 규정하고 있으나, 정부는 법정 자본금의 68.7%에 해당되는 2,062억 원만 출자하고, 잔여 자본금 938억 원은 미납하고 있는 상태임.
- 향후 5년간 UHD 방송을 위한 투자와 미래방송센터 건립 등으로 많은 재원이 소요될 계획이며, 100% 정부출자기관인 KBS의 대규모 자본투자인 만큼 정부 미납자본금의 조달이 필요함. 이에 KBS는 정부의 예산 배정을 위한 예비타당성 조사를 신청하는 등 중·장기적인 관점에서 정부의 미납자본금 출자를 재추진할 계획임.

(2) 잉여자금 운영 현황

- 일일 자금시재 최소 규모 유지하여 잉여자금을 활용한 이자수입 증대 목표
- 주거예 은행뿐만 아니라 외부 금융기관의 다양한 금융상품을 비교 분석하여 유동성, 안정성, 수익성 등을 순차적으로 고려하여 금융상품 선정
- MMT, 정기예금 및 특정금전신탁 등 적합투자상품 운용을 통하여 총 8억 원 이자수입 확보

〈표 4-32〉 잉여자금 운영 현황

(단위 : 백만 원)

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

※ 2015~2016년은 잉여자금 운용 실적 없음.

## 7. 편성의 다양성

### 1) 성과지표(추진실적)

#### ■ 편성의 다양성 확보와 민주적 공론장 제공 여부

- KBS가 다양한 장르의 방송 프로그램을 제공하는지 여부를 평가하고자 전체 시간대 장르별 편성비율, 주시청 시간대 장르별 편성비율, 세부 장르별 편성비율 등을 성과지표로서 설정함.
- KBS가 민주적 공론장을 제공하는지 여부를 평가하고자 인류 보편의 의제, 국제문제, 국가적 사회/경제적 의제 관련 보도 프로그램 편성 비율, 시청률을 성과지표로서 활용함.

#### ■ 장애인 방송 프로그램 편성 비율

- KBS가 다양한 장르의 방송 프로그램을 제공하는지 여부를 평가하고자 장애인 관련 방송 프로그램의 편성 비율을 성과지표로서 설정함.

#### ■ 어린이 및 청소년 프로그램 편성 비율

- KBS가 다양한 장르의 방송 프로그램을 제공하는지 여부를 평가하고자 어린이 및 청소년 관련 방송 프로그램의 편성 비율을 성과지표로서 설정함.

#### ■ 다문화 가정 및 사회적 소수자 관련 프로그램 편성 비율

- KBS가 다양한 장르의 방송 프로그램을 제공하는지 여부를 평가하고자 다문화 가정 및 사회적 소수자 관련 방송 프로그램의 편성 비율을 성과지표로서 설정함.

#### ■ 창의적·실험적 프로그램을 통한 방송 품질 향상과 문화 선도 여부

- KBS가 다양한 장르의 방송 프로그램을 제공하는지 여부를 평가하고자 창의적·실험적 프로그램 관련 방송 프로그램의 시청률 성과지표로서 설정함.

#### ■ 사회공헌 프로그램 편성 비율

- KBS가 다양한 장르의 방송 프로그램을 제공하는지 여부를 평가하고자 사회 공헌 방송 프로그램 편성 비율을 성과지표로서 설정함.

## 2) 성과실적

### ① 편성의 다양성 확보와 민주적 공론장 제공 여부

#### ▣ (편성의 다양성 확보 여부) 전체 시간대 장르별 편성비율

- 1TV와 2TV의 전체 시간대 오락의 편성비율은 2017년부터 3년간 유사한 수준을 유지하고 있으며, 보도의 편성비율이 3년간 지속적으로 증가한 것은 긍정적이나 교양의 편성비율이 꾸준히 하락하고 있음.

〈표 4-33〉 2019년 전체 시간대 장르별 편성비율

채널	년도	장르별 방송시간(분)/ 편성 비율(%)					
		보도		교양		오락	
		시간	비율	시간	비율	시간	비율
KBS1	2019	157,070	30.7	297,250	58.1	57,025	11.2
	2018	148,830	29.8	291,400	58.4	58,455	11.7
	2017	142,980	28.0	307,940	60.3	60,010	11.7
KBS2	2019	44,250	9.5	202,975	43.8	216,260	46.7
	2018	39,965	8.8	197,525	44.6	206,205	46.6
	2017	32,695	7.1	215,920	46.5	215,255	46.4

#### ▣ (편성의 다양성 확보 여부) 주 시청 시간대 장르별 편성비율

- 1TV의 장르별 주 시청 시간대 편성비율은 3년간 보도 프로그램의 편성비율 증가로 보도 및 교양 프로그램이 전체 편성비율의 85.2%를 차지해 오락에 편중된 편성을 보이지 않았음.
- 2TV의 장르별 주 시청 시간대 편성비율은 3년간 오락 프로그램의 편성비율 증가로 주 시청 시간대 오락 프로그램이 전체 프로그램 편성비율의 72.2%를 차지해 오락 프로그램의 편중이 다소 심화되는 양상을 보였음.

〈표 4-34〉 2019년 주시청 시간대 장르별(보도, 교양, 오락) 편성비율

채널	년도	주시청 방송시간(분) / 편성 비율(%)					
		보도		교양		오락	
		시간	비율	시간	비율	시간	비율
KBS1	2019	38,890	41.1	41,720	44.1	14,010	14.8
	2018	34,790	36.7	42,485	44.8	17,465	18.4
	2017	33,810	35.7	45,380	47.9	15,610	16.5
KBS2	2019	4,950	5.2	21,355	22.6	68,315	72.2
	2018	4,965	5.2	26,275	27.7	63,500	67.1
	2017	5,555	5.9	28,210	29.8	61,035	64.4

■ (편성의 다양성 확보 여부) 세부 장르별 편성비율

- (1TV) 2019년 1TV의 세부 장르별 편성비율은 교양 32%, 보도 29.3, 다큐 25.3%로 교양/다큐/보도가 전체 장르 중 86.6%를 차지했으며, 주 시청 시간대에는 보도 36.5%, 다큐 26.2%, 교양 20.2%로 보도/다큐/교양이 전체 장르 중 82.9%를 차지했음.
- 보도/교양의 전체 시간대/주 시청 시간대 편성비율이 증가한 것과 달리, 드라마의 3년간 전체 시간대/주 시청 시간대 편성비율은 꾸준히 감소했으며 보도/교양 프로그램의 편성에 집중된 결과가 반영된 것으로 보임.
- (2TV) 2019년 2TV의 세부 장르별 편성비율은 교양 30.4%, 예능 24%, 드라마 19.8%로 예능/드라마가 전체 장르 중 43.8%를 차지했으나 주 시청 시간대에는 예능/드라마가 전체 장르 중 69.7%를 차지했음.
- 2TV의 예능/드라마 편성비율은 전년 대비 감소했으나 주 시청 시간대 편성비율은 증가해 주 시청 시간대 편성이 예능/드라마에 편중된 경향을 보였음.

〈표 4-35〉 2019년 KBS 1TV의 세부 장르별 편성비율

(단위 : %)

KBS 1TV		보도	토론 좌담	스포츠	교양	다큐	예능	음악	드라마	만화	영화	외화 시리즈	기타	합계
2019	전체	29.3	1.0	2.7	32.0	25.3	2.4	3.2	1.6	0.9	1.0	0.0	0.7	100.0
	주시청	36.5	2.3	0.1	20.2	26.2	0.2	6.4	8.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
2018	전체	26.6	1.0	5.5	29.4	27.0	1.9	3.1	2.6	0.9	0.9	0.4	0.7	100.0
	주시청	32.7	1.9	3.5	20.0	26.2	0.0	6.4	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
2017	전체	25.7	1.1	2.8	28.4	30.6	1.7	3.2	3.3	0.9	1.0	0.5	0.7	100.0
	주시청	32.2	1.5	0.2	16.6	33.1	0.0	6.7	9.4	0.1	0.2	0.0	0.0	100.0

※ 기타 : Sign-On(방송시작 알림) 등

〈표 4-36〉 2019년 KBS 2TV의 세부 장르별 편성비율

(단위 : %)

KBS 2TV		보도	스포츠	교양	다큐	예능	음악	드라마	만화	영화	외화 시리즈	합계
2019	전체	8.2%	2.1%	30.4%	13.1%	24.0%	1.0%	19.8%	0.7%	0.7%	0.0%	100.0%
	주시청	5.2%	0.8%	21.0%	1.6%	35.7%	0.4%	34.0%	0.0%	1.3%	0.0%	100.0%
2018	전체	7.0%	6.6%	29.6%	12.9%	21.6%	2.1%	19.1%	0.7%	0.3%	0.0%	100.0%
	주시청	5.3%	7.4%	26.8%	1.1%	25.6%	0.1%	33.1%	0.0%	0.5%	0.0%	100.0%
2017	전체	6.0%	2.2%	30.3%	15.6%	20.5%	2.3%	21.4%	0.9%	0.5%	0.3%	100.0%
	주시청	5.8%	1.5%	28.4%	0.9%	26.8%	1.8%	34.4%	0.0%	0.5%	0.0%	100.0%

- (민주적 공론장 제공 여부) 인류 보편의 의제, 국제문제, 국가적 사회/경제 의제 관련 프로그램 편성비율
  - 1TV와 2TV 모두 전년 대비 2019년에 인류 보편의 의제 관련 프로그램의 편성비율이 각각 0.6%, 0.8%씩 감소했으나 사회/경제적 의제 관련 프로그램의 편성비율은 1.2%, 1.0%

씩 증가했음. 이는 2019-2021년 중장기계획의 12대 역점 과제 중 ‘사회경제적 의제의 공론 확대’가 반영된 결과로 보임.

〈표 4-37〉 KBS 1TV의 인류 보편의 의제, 국제문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램 편성 비율

1TV		인류보편	국제문제	사회경제	합계	연간 방송시간
2019	편성시간	15,480	6,360	40,905	62,745	510,933
	편성비율	3.0%	1.2%	8.0%	12.3%	100.0%
2018	편성시간	18,150	6,950	34,725	59,825	510,470
	편성비율	3.6%	1.4%	6.8%	11.7%	100.0%
2017	편성시간	23,180	5,705	35,305	64,190	510,933
	편성비율	4.5%	1.1%	6.9%	12.6%	100.0%

〈표 4-38〉 KBS 2TV의 인류 보편의 의제, 국제문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램 편성 비율

2TV		인류	국제	사회경제	합계	연간 방송시간
2019	편성시간	5,335	9,810	10,345	25,490	465,860
	편성비율	1.1%	2.1%	2.2%	5.5%	100.0%
2018	편성시간	8,785	9,450	5,810	24,045	464,900
	편성비율	1.9%	2.0%	1.2%	5.2%	100.0%
2017	편성시간	10,565	10,005	4,090	24,660	463,870
	편성비율	2.3%	2.2%	0.9%	5.3%	100.0%

- (민주적 공론장 제공 여부) 인류 보편의 의제, 국제문제, 국가적 사회/경제 의제 관련 프로그램 시청률
- 2017년부터 3년간 1TV와 2TV에서 방영된 인류 보편의 의제 관련 프로그램은 6편, 국제문제 관련 프로그램은 4편, 국가적 사회/경제 의제 관련 프로그램은 11편임.
  - 인류보편의 의제, 국제문제, 국가적 사회/경제 의제 관련 프로그램의 3개년간 시청률 지

표는 전체적으로 하락하고 있으나 유일하게 1TV의 <사사건건>과 <생방송 심야토론>의 시청률 지표가 2018년 대비 2019년에 증가했음; 미디어 시청 형태의 변화로 말미암아 전체적으로 시청률이 지속적으로 하락하고 있는 것으로 보임.

〈표 4-39〉 KBS 2TV의 인류 보편의 의제, 국제문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램 시청률

채널	분류	프로그램명	방영기간 (최근 3년)	전국		수도권	
				시청자수 (만 명)	시청 점유율(%)	가구 시청률(%)	2049 시청률(%)
1TV	인류보편	KBS 스페셜	2017.1.12. ~ 2019.9.26.	109	8.4	5.4	1.0
			2017년	115	8.7	5.9	1.0
			2018년	110	8.6	5.5	1.0
			2019년	95	7.4	4.4	0.9
1TV	인류보편	다큐 인사이드	2019.10.3. ~ 2019.12.26.	92	7.2	4.2	0.8
1TV	국제문제	글로벌 다큐멘터리	2017.1.7. ~ 2019.12.29	71	5.4	3.6	0.8
			2017년	89	3.1	4.4	0.9
			2018년	75	3.4	3.8	0.8
			2019년	41	2.7	2.1	0.5
1TV	인류보편	명견만리	2017.1.13. ~ 2018.11.9.	96	7.2	4.7	0.8
			2017년	93	7.0	4.6	0.8
			2018년	98	7.4	4.8	0.8
1TV	인류보편	미래기획 2030	2017.1.22. ~ 2018.5.20.	41	3.7	2.1	0.4
			2017년	42	4.0	2.1	0.5
			2018년	39	3.0	1.9	0.4
1TV	국제문제	특파원 보고 세계는 지금	2017.1.4. ~ 2019.12.28.	116	7.8	5.6	1.3
			2017년	115	7.6	6.0	1.4
			2018년	120	8.1	5.9	1.3
			2019년	112	7.6	5.1	1.1
1TV	인류보편	바다 건너 사랑	2019.12.3. ~ 2019.12.24.	28	3.6	1.2	0.2

채널	분류	프로그램명	방영기간 (최근 3년)	전국		수도권		
				시청자수 (만 명)	시청 점유율(%)	가구 시청률(%)	2049 시청률(%)	
1TV	국가적 사회경제	시사직격	2019.10.4. ~ 2019.12.20.	93	7.3	4.4	0.8	
1TV	국가적 사회경제	추적60분	(2TV)	2017.1.4. ~ 2018.9.5.	57	6.0	3.0	1.0
				2017년	57	5.8	3.0	0.9
				2018년	57	6.3	2.9	1.0
			(1TV)	2018.9.14. ~ 2019.8.30.	86	7.5	4.6	0.9
				2018년	85	7.5	4.6	1.0
				2019년	87	7.5	4.5	0.9
1TV	국가적 사회경제	시사기획창	2017.1.10. ~ 2019.12.28.	97	7.4	4.7	0.9	
			2017년	104	7.7	5.1	1.0	
			2018년	105	8.2	5.2	1.0	
			2019년	86	6.6	4.0	0.7	
1TV	국가적 사회경제	사사건건	2018.6.18. ~ 2019.12.31.	34	6.6	1.9	0.2	
			2018년	30	5.7	1.8	0.2	
			2019년	36	7.0	2.0	0.2	
1TV	국가적 사회경제	생방송심야토론	2018.6.16. ~ 2019.12.28.	57	4.5	2.9	0.4	
			2018년	52	4.0	2.7	0.4	
			2019년	59	4.8	3.0	0.5	
1TV	국가적 사회경제	일요진단 라이브	2019.6.2. ~ 2019.12.29.	66	9.5	3.0	0.2	
1TV	국가적 사회경제	더 라이브	2019.9.23. ~ 2019.12.30.	73	7.2	3.4	0.7	
1TV	국가적 사회경제	나눔경영쇼 사장님이 미쳤어요	2017.1.8. ~ 2019.11.6.	61	5.9	3.9	0.6	
			2017년	93	9.5	4.8	0.8	
			2018년	48	5.8	2.5	0.3	
			2019년	44	3.6	4.6	0.6	

채널	분류	프로그램명	방영기간 (최근 3년)	전국		수도권		
				시청자수 (만 명)	시청 점유율(%)	가구 시청률(%)	2049 시청률(%)	
2TV	인류보편	세상의 모든 다큐	2017.1.4. ~ 2019.12.28.	16	2.9	0.9	0.3	
			2017년	18	3.7	1.0	0.3	
			2018년	16	3.0	0.9	0.3	
			2019년	15	2.1	0.8	0.3	
2TV	국제문제	KBS 글로벌24	2017.1.2. ~ 2019.12.30.	60	4.5	2.8	0.8	
			2017년	64	4.9	3.2	1.0	
			2018년	60	4.5	2.9	0.8	
			2019년	55	4.1	2.4	0.6	
2TV	국제문제	지구촌 뉴스	2017.1.2. ~ 2019.12.31.	28	5.4	1.5	0.3	
			2017년	35	6.6	1.9	0.4	
			2018년	28	5.4	1.4	0.3	
			2019년	23	4.6	1.2	0.2	
2TV	국가적 사회경제	KBS 경제타임	2017.4.3. ~ 2019.12.31	25	3.4	1.4	0.3	
			2017년	29	4.1	1.6	0.4	
			2018년	25	3.3	1.4	0.3	
			2019년	24	3.2	1.2	0.3	
2TV	국가적 사회경제	거리의 만찬	(1TV)	2018.7.13. ~ 2019.9.14.	80	6.0	3.8	0.7
				2018년	82	6.3	4.0	0.8
				2019년	80	5.9	3.7	0.6
			(2TV)	2019.9.22. ~ 2019.12.22.	49	4.7	2.1	0.7
2TV	국가적 사회경제	일자리 천국 낚잡	2019.10.29.~2019.11.5.	38	3.0	1.5	0.4	
1TV	국가적 사회경제	미래를 위한 선택, 축산혁명	2018.7.25.~2018.8.1	24	3.1	2.1	0.3	

## ② 장애인 방송 프로그램 편성 비율

### ■ 장애인 방송 비율

- 지상파 방송사는 폐쇄자막방송 100%, 화면해설방송 10% 이상, 한국수어방송 5% 이상의 무편성 해야 함.
- KBS는 장애인의 보편적 시청권 보장을 위해 2019년 폐쇄자막방송 100%, 화면해설방송 13%(초방비율 6.1%), 한국수어방송 8.9%를 편성해 의무비율을 달성해 공영방송의 역할을 완수했음.
- (폐쇄자막) 통신사의 화재사고로 폐쇄자막방송의 의무편성비율 100%를 달성하지 못한 2018년에 비해 2019년에는 폐쇄자막방송을 100% 의무편성함.
- (화면해설) 2017년부터 화면해설방송을 10% 이상 의무편성했으며 2018년 대비 2019년에 화면해설방송 편성비율이 12.3%에서 13.0%로 0.7%가 증가했으나, 2017년 13.8%에 비해서는 0.8%가 낮았음.
- (수어방송) 2017년에는 수어방송의 편성비율이 목표치인 5%를 간신히 넘기는 수준이었으나 2019년에는 8.9%를 달성해 긍정적인 변화를 보였음.

〈표 4-40〉 장애인 방송 편성 비율

년도	구분	총시간	폐쇄자막		화면해설		수어방송	
			시간	비율	시간	비율	시간	비율
2019	1TV	511,435	494,330	100%	55,860	10.9%	70,180	14.2%
	2TV	465,860	462,505	100%	68,155	14.6%	15,010	3.2%
	전체	977,295	956,835	100%	124,015	13.0%	85,190	8.9%
2018	1TV	510,470	493,317	99.9%	54,035	10.6%	46,670	9.5%
	2TV	464,900	464,440	99.9%	64,775	13.9%	14,385	3.1%
	전체	975,370	957,757	99.9%	118,810	12.3%	61,055	6.3%
2017	1TV	510,930	496,565	100%	61,585	12.1%	40,390	8.1%
	2TV	463,870	463,865	100%	72,695	15.7%	12,715	2.7%
	전체	974,800	960,430	100%	134,280	13.8%	53,105	5.5%

③ 어린이 및 청소년 프로그램 편성 비율

▣ 국내 신규 애니메이션 편성 현황

- 지상파 방송사는 전체 방송시간 중 국내 제작 신규 애니메이션을 1% 이상 의무편성 해야 하며 2019년에 1TV와 2TV 모두 목표치인 1%를 달성했음.
- 국내 신규 애니메이션 편성의 경우 2018년과 2019년 모두 1%를 유지하며 기준을 준수했으나 목표치인 1%만 달성하고 그 이상을 초과하지 못했음.

〈표 4-41〉 2년간 국내 신규 애니메이션 편성 현황

2018년 1TV 프로그램	길이(분)	2018년 2TV 프로그램	길이(분)	2019년 1TV 프로그램	길이(분)	2019년 2TV 프로그램	길이(분)
공룡 메카드	1,380	특선 보토스 패밀리	30	꼬마어사 쿵도령 2	690	또봇 V	360
독립영화관 반도에 살어리랏다	85	특선 코딩배틀 네오봇 마스터	60	꼬마탐정 토비와 테리	300	또봇 V - 갤럭시웨폰 4호의 비밀	255
드래곤 에그	870	꼬마탐정 토비와 테리	295	독립영화관 인디애니파노라마	62	반지의 비밀일기 2	345
반지의 비밀일기	60	느릿느릿 나무늘보 놀	90	드래곤 에그	480	특선 변신자동차 또봇 - 내 친구 또봇	120
뱅크스쿨	300	또봇 V	345	몽룡 죽겠지?	195	보토스 패밀리	135
안녕! 괴발개발 2	390	롤러코스터보이 노리 2	45	버추얼 가디언즈	135	썬! 내 친구는 빅파이브	345
특선 쥐라기 캡스	50	특선 또봇 V	60	브레드 이발소	360	스페이스 박스	450
좀비덤	150	특선 변신자동차 또봇	120	숲속친구 스토니즈	105	콩순이의 울동교실	15
쥐라기 캡스	315	보토스 패밀리	105	시노스톤	780	타오르지마 버스터 2	210
특선 꼬마어사 쿵도령	70	생일왕국의 프린세스 프링 2	165	영동발랄 콩순이와 친구들 5	105	특선 별의 정원	80
헬로카봇 5	150	스톤에이지 - 전설의 펫을 찾아서	195	쥐라기 캡스	75	특선 변신자동차 또봇 - 출동! 또봇	60
헬로카봇 6	390	스페이스 박스	150	쥐라기 캡스 - 쥬라킹	315	파파독 2	390
		특선 히어로스쿨 제트	30	출동! 애니멀 레스큐	615	핑크퐁 원더스타	360

2018년 1TV 프로그램	길이 (분)	2018년 2TV 프로그램	길이(분)	2019년 1TV 프로그램	길이(분)	2019년 2TV 프로그램	길이 (분)
		영똥발랄 콩순이와 친구들 4	150	콩순이의 울동교실	45		
		특선 변신자동차 또봇	60	특선 신비아파트 - 금빛도깨비와 비밀의 동굴	65		
		특선 코딩배틀네오봇마스터	60				
		젤리고	60				
		특선 치랑치랑 시크릿 쥬쥬	60				
		특선 코딩배틀 네오봇마스터	60				
		타오르지마 버스터 2	90				
		터닝 메카드 R	135				
		토이캡	195				
		특선 스페이스박스	60				
		파파독 2	390				
<b>합계</b>	<b>4,210</b>	<b>합계</b>	<b>3,010</b>	<b>합계</b>	<b>4,327</b>	<b>합계</b>	<b>3,125</b>
시간대 가중치 합계	4,923	시간대 가중치 합계	4,515	시간대 가중치 합계	5,082	시간대 가중치 합계	4,688
전체 방송시간 대비 비율	1.0%	전체 방송시간 대비 비율	1.0%	전체 방송시간 대비 비율	1.0%	전체 방송시간 대비 비율	1.0%

※ 평일 7시~9시, 17시~20시 / 주말 및 공휴일 7시30분~11시, 14시~20시 편성 시, 150% 가중치 적용

▣ 어린이 대상 프로그램의 편성시간대별 편성비율

- (KBS1) 2019년 어린이 프로그램의 편성은 0.04%로 연간 주 시청 시간대 편성은 0%임.
- (KBS2) 2019년 어린이 프로그램의 편성은 3.4%로 연간 주 시청 시간대 편성은 0%임.

〈표 4-42〉 3년간 어린이 대상 프로그램의 편성시간대별 편성비율

구분	연도	채널	연간 편성시간(편성비율)			연간 주시청 편성시간(편성비율)		
			평일	주말	계	평일	주말	계
어린이	2019	1TV	75분 (0.02%)	125분 (0.08%)	200분 (0.04%)	0분 (0%)	0분 (0%)	0분 (0%)
	2018		15분 (0.004%)	110분 (0.08%)	125분 (0.03%)	0분 (0%)	0분 (0%)	0분 (0%)
	2017		80분 (0.02%)	0분 (0%)	80분 (0.02%)	0분 (0%)	0분 (0%)	0분 (0%)
	2019	2TV	15,700분 (3.4%)	0분 (0%)	15,700분 (3.4%)	0분 (0%)	0분 (0%)	0분 (0%)
	2018		15,310분 (3.3%)	0분 (0%)	15,310분 (3.3%)	0분 (0%)	0분 (0%)	0분 (0%)
	2017		13,640분 (2.9%)	0분 (0%)	13,640분 (2.9%)	0분 (0%)	0분 (0%)	0분 (0%)

\* 어린이 프로그램: 13세 미만 대상 / 청소년 프로그램: 13세 이상 19세 미만 대상  
 \* 1, 2TV 만화 제외 (별도 자료 작성)  
 \* 공휴일은 별도 계산하지 않고 평일 (월-금) / 주말 (토-일)로 구분  
 \* 본/재방/큐레이션 구분 없이 합산 / 편성비율 = 연간 해당 프로그램 (본+재방) 방송시간 계 / 연간 채널 총 방송시간  
 \* 2017년 이후 지속적 수시조정 시행 (2019년 12회)으로 기준 주가 불분명하여 연간 편성시간 및 비율 계산  
 \* 비교) 총방송시간 (단위: 분)

연도	1TV 총방송시간	2TV 총방송시간
2017	510,930	463,870
2018	510,470	464,840
2019	511,435	465,850

▣ 청소년 대상 프로그램의 편성시간대별 편성비율

- 1TV의 청소년 대상 프로그램의 편성비율은 3년간 비슷한 수준이나 2TV의 편성비율은 감소하고 있음. 특히 2TV의 청소년 대상 프로그램의 연간 주 시청 시간대 편성비율이 0%로 전락해서 청소년 대상 프로그램의 주 시청 시간대 편성이 요구됨.

〈표 4-43〉 3년간 청소년 대상 프로그램의 편성시간대별 편성비율

구분	연도	채널	연간 편성시간(편성비율)			연간 주시청 편성시간(편성비율)		
			평일	주말	계	평일	주말	계
청소년	2019	1TV	300분 (0.08%)	4,900분 (3.35%)	5,200분 (1.02%)	0분 (0%)	2,700분 (9.99%)	2,700분 (2.85%)
	2018		375분 (0.1%)	3,730분 (2.56%)	4,105분 (0.8%)	0분 (0%)	2,460분 (9.09%)	2,460분 (2.6%)
	2017		830분 (0.23%)	2,900분 (1.99%)	3,730분 (0.73%)	0분 (0%)	1,810분 (6.68%)	1,810분 (1.91%)
	2019	2TV	4,500 (1%)	0분 (0%)	4,500 (1%)	0분 (0%)	0분 (0%)	0분 (0%)
	2018		5,810 (1.3%)	620 (0.1%)	6,430 (1.4%)	560 (0.6%)	0분 (0%)	560 (0.6%)
	2017		6,480 (1.4%)	980 (0.2%)	7,460 (1.6%)	1,185 (1.3%)	0분 (0%)	1,185 (1.3%)

\* 어린이 프로그램: 13세 미만 대상 / 청소년 프로그램: 13세 이상 19세 미만 대상  
 \* 1, 2TV 만화 제외 (별도 자료 작성)  
 \* 공휴일은 별도 계산하지 않고 평일 (월-금) / 주말 (토-일)로 구분  
 \* 본/재방/큐레이션 구분 없이 합산 / 편성비율 = 연간 해당 프로그램 (본+재방) 방송시간 계 / 연간 채널 총 방송시간  
 \* 2017년 이후 지속적 수시조정 시행 (2019년 12회)으로 기준 주가 불분명하여 연간 편성시간 및 비율 계산  
 \* 비교) 총방송시간 (단위: 분)

연도	1TV 총방송시간	2TV 총방송시간
2017	510,930	463,870
2018	510,470	464,840
2019	511,435	465,850

▣ 청년 대상 프로그램의 편성비율

- (KBS1) 2019년 1TV 청년 대상 프로그램의 편성비율은 0.11%로 2018년 0.08%에서 약 0.03%가 증가했으나, 2017년 0.37%에 비하면 매우 낮은 수준으로 청년 대상 프로그램의 편성에 대한 제고가 필요함.

- (KBS2) 2019년 2TV의 청년 대상 프로그램의 편성비율은 0.15%로 낮은 수준이기 하나 2017년, 2018년에 2TV에서 청년 대상 프로그램의 편성 실적이 없던 것을 고려하면 의미가 있음.

<표 4-44> 3년간 청년 대상 프로그램의 편성비율

채널	프로그램명	방송일자 및 내용	시작시간	길이(분)	총 방송시간		편성비율
1 T V	장사의신 골목의 혁신가들	2017.5.26.-2017.9.8.	금 19:35	50	2017	750	-
		창의적 아이디어로 혁신을 이뤄내며 골목상권을 살리고 있는 '장사의 신'들을 찾는다.					
	아이디어 대한민국 나는 농부다 3	2017.9.10.-2017.10.15.	일 13:20	50	2017	710	
		우리나라의 미래 산업을 이끌어 갈 창농 아이디어 발굴 프로젝트					
	도전! K-스타트업 2017	2016.06.26.-2017.12.02.	토 22:10	60	2017	420	
		창업인들의 꿈을 실현시키는 무대! 대한민국 창업 DNA의 발굴을 위한 프로젝트					
KBS청년일자리프로젝트 사장님이美쳤어요	2018.10.7.-2019.11.06.	수 19:40	50 - 55	2019	600		
	중소기업에 대한 청년 구직자들의 인식개선과 기업이 나아가야 할 방향을 제시			2018	390		
청년 계	-				2019	600	0.11%
					2018	390	0.08%
					2017	1,880	0.37%
2 T V	슬기로운 어른이 생활	2019.11.19.-2020.1.14.	화 23:10	70	2019	700	0.15%
2030 세대를 위한 실전 경제 지식을 쉽고 재미있게 설명하는 경제생활 예능							

\* 청소년 대상 프로그램: 13세 이상 19세 미만 대상 / 청년 대상 프로그램: 19세 이상 40세 미만 대상  
 \* 시작 시간 및 방송 길이 기본편성표 기준  
 \* 편성비율 = 연간 해당 프로그램 (본+재방) 방송시간 계 / 연간 채널 총 방송시간  
 \* 비고) 총방송시간 (단위: 분)

연도	1TV 총방송시간	2TV 총방송시간
2017	510,930	463,870
2018	510,470	464,840
2019	511,435	465,850

#### ④ 다문화 가정 및 사회적 소수자 관련 프로그램 편성 여부

##### ■ 다문화 가정 프로그램 편성비율 평가

- 1TV의 다문화 가정 프로그램의 연간 주 시청 시간대 편성비율이 꾸준히 증가하는 것은 긍정적임. 2TV의 연간 주 시청 시간대 다문화 가정 프로그램의 편성비율은 0%이나, 주말 저녁시간대에 다문화 가정을 소재로 한 <슈퍼맨이 돌아왔다>를 편성하고 있음. 향후에는 <슈퍼맨이 돌아왔다> 외에도 새로운 다문화 가정 프로그램들이 주 시청시간대에 편성될 수 있도록 그 성과를 이어갈 필요가 있음.

〈표 4-45〉 다문화 가정 프로그램 편성비율

연도	채널	프로그램명	연간편성		연간주시청시간편성	
			총시간	비율	총시간	비율
2019	1TV	이웃집 찰스	7,550	1.48	2,500	2.64
	2TV		1,345	0.29	0	0
	1TV	거리의 만찬	105	0.02	50	0.05
	1TV	열린 채널	60	0.01	0	0
	1TV	인간극장	1,335	0.26	0	0
	1TV	동행	220	0.04	220	0.23
	1TV	<b>계</b>	<b>9,270</b>	<b>1.81</b>	<b>2,770</b>	<b>2.93</b>
	2TV	<b>계</b>	<b>1,345</b>	<b>0.29</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

연도	채널	프로그램명	연간편성		연간주시청시간편성	
			총시간	비율	총시간	비율
2018	1TV	이웃집찰스	6,410	1.26	1,955	2.06
	2TV		300	0.06	0	0
	1TV	인간극장	1,360	0.27	0	0
	1TV	동행	110	0.02	110	0.12
	1TV	<b>계</b>	<b>7,880</b>	<b>1.54</b>	<b>2,065</b>	<b>2.18</b>
	2TV	<b>계</b>	<b>300</b>	<b>0.06</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
2017	1TV	이웃집 찰스	5,830	1.14	1,800	1.90
	2TV		1,740	0.38	0	0
	1TV	인간극장	1030	0.20	0	0
	1TV	다큐공감	50	0.01	50	0.05
	1TV	<b>계</b>	<b>6,910</b>	<b>1.35</b>	<b>1,850</b>	<b>1.96</b>
	2TV	<b>계</b>	<b>1,740</b>	<b>0.38</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

■ 사회적 소수자 관련 프로그램 편성 비율 평가

- 1TV의 사회적 소수자 관련 프로그램의 연간 주 시청 시간대 편성비율은 2018년 대비 2019년에 약 3%가량 증가했으며, 2017년과 2018년에 관련 실적이 전무했던 2TV의 주 시청 시간대에 사회적 소수자 관련 프로그램이 편성된 점을 통해 사회적 소수자 관련 프로그램 편성에 노력을 기울인 점이 돋보임.

〈표 4-46〉 사회적 소수자 관련 프로그램 편성비율

연도	채널	프로그램명	방영기간 (최근 3년)	연간편성		연간주시청시간편성	
				총시간(분)	비율(%)	총시간(분)	비율(%)
2019	1TV	인간극장인간극장 스페셜	2017.1.1.-현	17,395	3.40	0	0
	1TV	열린채널	2017.1.1.-현	1,560	0.31	0	0
	1TV	동행	2017.1.1.-현	4,950	0.97	2,695	2.85
	1TV	사랑의 가족	2017.1.1.-현	3,650	0.71	0	0
	1TV	바다 건너 사랑	2019.12.3.-현	200	0.04	0	0
	1TV	거리의 만찬	2018.7.13.-2019.9.14.	1,600	0.31	1,600	4.54
	2TV	거리의 만찬	2019.4.15.-2019.12.27.	2,595	0.51	1,105	1.17
	1TV	<b>계</b>		<b>29,355</b>	<b>5.74</b>	<b>4,295</b>	<b>4.54</b>
	2TV	<b>계</b>		<b>2,594</b>	<b>0.56</b>	<b>1,105</b>	<b>1.17</b>
2018	1TV	인간극장인간극장 스페셜	2017.1.1.-현	17,540	3.44	0	0
	1TV	열린채널	2017.1.1.-현	1,560	0.31	0	0
	1TV	동행	2017.1.1.-현	5,085	1.00	935	0.99
	1TV	사랑의 가족	2017.1.1.-현	2,650	0.52	0	0
	1TV	거리의 만찬	2018.7.13.-2019.9.14.	470	0.09	470	0.50
	1TV	시청자 칼럼 우리사는 세상	1999.12.27.-2018.07.05.	745	0.15	0	0
	1TV	나눔의 행복, 기부	2015.10.03.-2018.05.26.	420	0.08	0	0
	1TV	<b>계</b>		<b>30,644</b>	<b>5.58</b>	<b>1,406,105</b>	<b>1.48</b>
2017	1TV	인간극장인간극장 스페셜	2017.1.1.-현	17,390	3.40	0	0
	1TV	열린채널	2017.1.1.-현	1,555	0.30	0	0
	1TV	동행	2017.1.1.-현	5,295	1.04	905	0.95
	1TV	사랑의 가족	2017.1.1.-현	2,260	0.44	0	0
	1TV	시청자 칼럼 우리사는 세상	1999.12.27.-2018.07.05.	1,315	0.26	0	0
	1TV	나눔의 행복, 기부	2015.10.03.-2018.05.26.	980	0.19	0	0
	1TV	나눔 세상을 바꾸다	2017.05.25.-2017.05.29.	200	0.04	0	0
	1TV	<b>계</b>		<b>59,439</b>	<b>5.67</b>	<b>905</b>	<b>0.95</b>

⑤ 창의적·실험적 프로그램을 통한 방송 품질 향상과 문화 선도 여부

■ 창의적·실험적 프로그램 개발 및 제작에 대한 정량적 평가

- 창의적·실험적 프로그램의 제작 편수는 2017년 총 5편(2TV 5편), 2018년 총 13편(1TV 6편, 2TV 7편)에서 2019년 총 14편(1TV 6편, 2TV 8편)으로 증가해 창의적·실험적 프로그램 제작에 꾸준히 노력을 기울이고 있음.
- 드라마/비드라마 부문에서 시청률 상위 100위에 속한 프로그램은 2017년 <김생민의 영수증> (비드라마 부문 91위)와 2019년 <신상출시 편스토랑> (비드라마 부문 93위), <나의 독립 영웅>(비드라마 부문 69위)로 총 3편이었음.
- 꾸준히 창의적·실험적 프로그램 개발 및 제작에 힘을 기울이고 있으나, 관련 프로그램의 시청률 성과는 저조해 실험성과 대중성의 조화가 필요함.

■ 창의적·실험적 프로그램 개발 및 제작에 대한 정성적 평가

○ 장르 융복합 콘텐츠 제작

- 중견 배우의 '1인 크리에이터 도전기'를 교양과 오락의 융합으로 그린 <덕화 TV>와 다큐멘터리와 드라마를 결합한 <회사 가기 싫어 2019>는 여러 장르의 결합으로 새로움을 선사했음.

○ 새로운 예능 킬러 콘텐츠 개발

- <신상출시 편스토랑>은 스타들의 레시피로 편의점 메뉴가 출시되는 프로그램으로 방송과 요식업을 결합한 독특한 프로그램임.

〈표 4-47〉 창의적·실험적 프로그램 제작 현황 및 성과

채널	프로그램명	특성	방영기간	전국		수도권	
				시청자수 (만 명)	시청 점유율 (%)	가구 시청률 (%)	2049 시청률 (%)
1TV	뮤지컬 드라마 조선미인별전	뮤지컬 드라마	2018.1.6. ~ 2018.1.7.	59	3.5	2.8	0.4
1TV	저널리즘 토크쇼 J	유튜브 생중계 라이브 실시	2018.6.17. ~ 2019.12.22.	65	4.9	3.3	0.9
1TV	KBS 스페셜 주문을 잊은 음식점	경증 치매환자들의 자발성과 독립성 대한 다큐멘터리	2018.8.9. ~ 2018.8.16.	108	8.6	5.7	1.1
1TV	서울올림픽 30주년 특집 다큐 88/18	내레이션 없는 아카이브 다큐멘터리	2018.9.16.	89	10.3	4.0	0.8
1TV	토론쇼 시민의회	시민 직접 참여 숙의민주주의 프로그램	2018.9.16. ~ 2019.6.17.	51	3.5	2.5	0.4
1TV	제주어 드라마 어명의 바당	제주어로 드라마 제작	2018.12.1. ~ 2018.12.15.	26	3.3	1.5	0.2
1TV	나의 독립 영웅	셀럽들이 참여하는 5분 미니 역사다큐	2019.1.1. ~ 2019.6.21.	107	10.2	5.7	0.9
1TV	도올 아인 오방간다	강연, 토크, 공연 결합 하이브리드 프로그램	2019.1.5. ~ 2019.3.23.	66	4.1	3.2	0.9
1TV	신만민공동회	시민 직접 참여 숙의민주주의 프로그램	2019.6.9.	32	3.7	1.8	0.1
1TV	더 라이브	실시간 유튜브 방송으로, 시청자 댓글 생방송에 반영	2019.9.23. ~ 2019.12.30.	73	7.2	3.4	0.7
1TV	다큐 인사이트 모던 코리아	내레이션 없는 아카이브 다큐멘터리	2019.10.31. ~ 2019.11.14.	82	6.5	4.3	0.8
1TV	다큐 인사이트 세상 끝의 집 카르투시오 봉쇄수도원	내레이션, 인터뷰 없는 다큐멘터리	2019.12.19. ~ 2019.12.26.	89	6.9	4.4	0.7
2TV	VR 신년기획 지붕없는 박물관	360도 실감 영상 통한 역사와 문화 유산 가상 여행	2017.1.1. ~ 2017.1.8.	32	9.2	1.4	0.1

채널	프로그램명	특성	방영기간	전국		수도권	
				시청자수 (만 명)	시청 점유율 (%)	가구 시청률 (%)	2049 시청률 (%)
2TV	웹드라마 그녀를 찾아줘	웹드라마	2017.2.28. ~2017.3.1.	37	8.4	1.9	1.1
2TV	김생민의 영수증	팟캐스트를 TV 프로그램으로 개발	2017.08.19. ~2017.10.21.	65	4.6	3.0	1.8
			2017.11.26. ~2018.4.1.	115	12.9	5.5	2.7
2TV	2017 드라마 스페셜	지상파 유일 단막극	2017.9.3. ~2017.11.5.	79	6.9	3.3	1.8
2TV	셀럽피디	셀럽이 직접 PD로 제작에 참여	2018.5.4. ~2018.5.23.	51	4.3	2.6	0.7
2TV	음악 드라마 to. Jenny	음악 드라마	2018.7.10. ~2018.7.17.	40	4.4	1.8	1.1
2TV	도시전설	VR 미스터리 추리 예능	2018.9.9. ~2018.9.16.	20	2.2	1.0	0.4
2TV	회사 가기 싫어	다큐멘터리와 드라마의 결합	2018.9.12. ~2018.10.24.	24	2.6	1.4	0.6
			2019.4.9. ~2019.7.2.	39	4.6	2.1	0.6
2TV	UHD KBS 드라마 스페셜 2018	지상파 유일 단막극	2018.9.14. ~2018.11.16.	46	3.6	2.1	0.7
2TV	꿀잼퀴즈방	지상파와 디지털 협업 제작	2018.9.21. ~2019.5.10.	39	2.8	1.8	0.6
2TV	월화드라마 땀뽀겔즈	다큐멘터리, 영화 거쳐 드라마 개발	2018.12.3. ~2018.12.25.	48	3.7	2.2	0.8
2TV	덕화TV	모바일과 지상파 동시 제작	2019.2.26. ~2019.4.2.	64	4.6	3.0	0.7
			2019.7.23. ~2019.9.10.	65	4.8	3.3	0.8

채널	프로그램명	특성	방영기간	전국		수도권	
				시청자수 (만 명)	시청 점유율 (%)	가구 시청률 (%)	2019 시청률 (%)
2TV	KBS 폭(POOQ) 오리지널 드라마 넘버 식스	OTT 오리지널 드라마	2019.4.27. ~ 2019.4.28.	12	4.1	0.8	0.3
2TV	3.1 운동 100주년 기획 운동주 콘서트 별 헤는 밤	공연, 다큐멘터리, 드라마 결합한 하이브리드 프로그램	2019.8.15.	50	4.5	2.2	0.4
2TV	KBS 드라마 스페셜 2019	지상파 유일 단막극	2019.9.27. ~ 2019.11.29.	29	3.2	1.5	0.5
2TV	산상출시 편스토랑	스타의 레시피 편의점 출시	2019.10.25. ~ 2019.12.20.	83	6.7	4.2	1.3
2TV	스탠드업!	1인 토크 코미디	2019.11.16. ~ 2019.11.23.	50	4.6	2.3	1.1
2TV	씨름의 희열	민속씨름을 소재로 예능 제작	2019.11.30. ~ 2019.12.28.	56	4.9	2.2	1.4

## 8. 보도·시사의 신뢰성·공정성

### 1) 국제 사회에 한국의 가치와 문화 대변

#### (1) 국제사회의 현안 관련 한국의 정당한 이익과 여론을 대변하는 보도 및 시사 프로그램 제작과 편성

##### ① 해외 특파원 배치 및 구성

- 해외 기자 특파원의 구성과 배치를 살펴보면, 2017년에는 26명, 2019년에는 23명으로 3년간 3명이 축소됐음. 구체적으로는 케냐와 인도에 파견된 단기 특파원이 철수했고, 2019년 런던과 도쿄 특파원을 각각 1명씩 줄이고 베트남에 단기 특파원 1명을 추가했음. 해외 PD 특파원수는 2017년부터 2019년까지 미주 2명, 유럽 1명, 아시아 2명 등 5명으로 동일하게 유지되고 있음.
- 이는 MBC(4명)와 SBS(7명)보다는 많은 특파원을 파견했다고 볼 수 있음. 그러나 31개 지

국에 84명을 파견하고 있는 일본 공영방송 NHK와 비교하면 매우 적은 특파원수임.

- 지상파 방송의 경영악화로 특파원 수를 줄이는 추세이기는 하나, 글로벌 시대에 국제뉴스가 중요하다는 점을 고려할 때, 특파원수를 효율성의 관점에서만 결정해서는 공영방송의 역할을 제대로 수행할 수 없을 것으로 판단됨.
- 인터넷의 발달로 현지에 파견된 특파원이 없어도 다양한 정보를 얻을 수 있는 세상이긴 하지만, 한국 기자의 관점이 아닌 외국인의 관점에서 수집된 정보를 인터넷을 통해서 보는 것만으로는 한국의 관점에서 판단하기 어려운 부분이 발생할 수 있다는 점, 현지의 맥락을 충분히 파악하기 위해서는 현지에 거주하며 취재하는 기자가 필요하다는 점 등 다각적인 측면의 고려를 통해 특파원수를 조절할 필요성이 있음.

〈표 4-48〉 KBS 해외 특파원 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

※ 촬영기자 포함, PD특파원 제외

〈표 4-49〉 KBS 해외 PD특파원 현황

연도	인원(명)	세부인원(명)
2017년	5	미주:2
		유럽:1
		아시아:2
2018년	5	미주:2
		유럽:1
		아시아:2
2019년	5	미주:2
		유럽:1
		아시아:2

〈표 4-50〉 타 방송사 2019년 해외 특파원 현황(MBC, SBS)

구분	지역	인원(명)
MBC	미국	2
	아시아	2
SBS	미국	3
	아시아	3
	중동(카이로)	1

※ 촬영기자 제외, PD특파원 없음

〈표 4-51〉 해외 공영방송 특파원 현황

구분	지역		인원(명)
NHK	유럽	파리 런던 브뤼셀 빈 모스크바	31개 지국 총 84명
	중동 아프리카	카이로 이스탄불 예루살렘 테헤란 두바이 요하네스버그	
	아시아 극동	베이징 상하이 광저우 홍콩 타이베이 서울 방콕 마닐라 하노이 싱가포르 자카르타 뉴델리 이슬라마바드 블라디보스토크	
	오세아니아	시드니	
	북미	뉴욕 워싱턴 로스앤젤레스	
	남미	상파울루	

※ 2019년 7월 현재

## ② 보도본부 국제부 소속 기자수

- KBS 보도본부 국제부 소속 기자 수는 2017년과 2018년 16명에서 2019년에는 14명으로 2명 감소했음.
- 국제적 사안이 점점 많아지고 중요해지는 상황에서 국제부 소속 기자와 특파원 수의 축소 모두 한국인의 관점에서 국제 사안을 분석해서 전달하는 공영방송의 역할을 제대로 수행하는데 장애 요인으로 작용할 수 있음. 따라서 국제보도 인력을 보강할 필요가 있어 보임.

〈표 4-52〉 KBS 보도본부 국제부 소속 기자수

연도	인원(명)	세부인원(명)
2017년	16명	부장 1, 데일리뉴스 9, 프로그램 6
2018년	16명	부장 1, 데일리뉴스 10, 프로그램 5
2019년	14명	부장 1, 데일리뉴스 10, 프로그램 3

## ③ 국제 뉴스 관련 기획 보도

- 국제뉴스 관련 장기 기획보도로는 〈특파원 보고 세계는 지금〉 프로그램에서 행한 15건의 방송분으로 확인됨. 그 밖에 〈KBS 뉴스9〉에서 일회성으로 기획한 13건의 리포트를 보도한 것으로 파악됨.
- 다양한 국제 사안이 발생한 2019년의 상황을 고려할 때, 국제 분야에서의 일회성 기획보도와 장기 기획보도의 뉴스양이 다소 적은 것으로 판단됨.
- 국제사회 현안과 관련하여 한국의 정당한 이익과 여론을 대변하기 위해서는 보도본부에서 장기적 관점에서 기획하는 의미 있는 국제 보도가 더 많이 나와야 할 것으로 보임.

〈표 4-53〉 국제 뉴스 관련 장기 기획 보도

프로그램명	방송일시	제목
특파원보고 세계는 지금	1. 1.	아르헨티나 한국땅 41년...매각? 개발?
	2. 1.	브라질 댐 붕괴 현장을 가다...“모든 게 진흙 속으로 사라졌다”
	3. 5.	아나키스트 유자명, 남·북·중 모두의 영웅이 되다!
	4.11.	망명정부 27년, 못 이룬 서울 진격
	5.25.	제2의 세일 혁명...전 세계 석유화학기업 미국으로 몰려든다
	6. 3.	북·중·러 삼각지 훈춘, 대북제재 활로 찾는다
	6.20.	위안부 할머니의 30년 일본 친구들...‘평화운동’을 말하다
	7. 11.	美 캘리포니아 7.1 강진 강타...‘빅원’ 오나 공포
	8.13.	‘두리안 먹는 하마’ 중국...동남아 과일 농업 흔들
	9. 4.	아마존 산불 현장을 가다
	10.5.	전자담배 “폐질환”...지금 미국에서는?
	10.15.	日 원전 오염수 비밀...‘해양 방류’ 밀어붙이나
	11. 7.	장벽 붕괴 30년...“누구도 예상 못했다”
	11.23.	“제2의 홍콩 될라”...일국양제 거부하는 타이완인들
12.10.	태국 ‘떠 있는 사원’...해변 침식에 맞서 싸운다	

〈표 4-54〉 국제 뉴스 관련 일회성 기획 보도

프로그램명	방송일시	제목
뉴스9	1. 8.	김정은 4차 방중...‘국가 대 국가의 정상적 왕래’로 변화
뉴스9	2.27.	트럼프 “잠재력 굉장한 ‘내 친구’ 김정은...베트남처럼 빨리 번영하길”
뉴스9	3.22.	中 화학공장 폭발 현장을 가다..희생자 50명 육박
뉴스9	4. 16.	노르드담 1시간 만에 침탑 붕괴..“파리가 무너졌다”
뉴스9	5. 30	헝가리 부다페스트 다뉴브강 유람선 침몰
뉴스9	6.28.	G20서 트럼프-시진핑 설전...내일 담판 안갯속
뉴스9	7. 3.	日, 한국 수출 추가 규제 검토...“어리석은 보복 철회”

뉴스9	7.3	日, 한국 수출 추가 규제 검토... “어리석은 보복 철회”
뉴스9	8.3	‘일본 정부 압박’에 사흘 만에 빼앗긴 ‘소녀상’의 자리
뉴스9	8.12	홍콩 시위대 공항 점거..항공기 운항 전면 중단
뉴스9	9.15	폭격 맞은 사우디 석유시설 가동 중단...국제 유가 출렁 우려
뉴스9	10.11	초강력 태풍 도요로...日 “최악 피해 우려”
뉴스9	11.1	美 하원, ‘탄핵조사 결의안’ 가결..트럼프, “마녀 사냥”
뉴스9	12.28	북 성탄선물 위협 속...주한 미군 실수로 비상 사이렌

## (2) 영어, 중국어, 일어 등 외국어 보도 및 시사 프로그램의 비율과 적절성

### ① 다국어 디지털 뉴스 주요 언어방송의 구성 비율

#### ▣ 다국어 디지털 뉴스 제작

- 다국어 디지털 뉴스는 2019년에 3개 언어(프랑스어, 아랍어, 베트남어)를 확대해, 총 11개 언어로 제작되고 있고 콘텐츠의 주요 내용은 국내외 주요 뉴스 속보로 구성됨.
- 3개 언어가 보강됨에 따라 11개 언어 중 영/중/일 콘텐츠 제작 비율은 22.6%로, 2018년 세 언어 콘텐츠 제작 비율(25.3%)보다 3% 줄어들었음. 프랑스어를 사용하는 인구가 많은 점과 베트남, 이란과의 교류가 활발해진 시점에 프랑스어와 베트남, 이란어를 보강한 것을 잘 한 일이라고 평가됨.
- 또 2019년에 디지털 뉴스 확대 조치를 통해 전 언어 속보 시스템을 구축한 것도 국제사회 현안에 대해 한국의 이익과 여론을 대변하는데 도움이 될 것으로 판단됨.
- 한편, 해당 언어 내 보도 및 시사 프로그램 비율은 2017년부터 2019년까지 영어의 경우 각각 10.6%, 15.3%, 19.1%로 꾸준히 증가되는 추세이고, 중국은 각각 22.6%, 22.9%, 23.6%로 소폭 늘었고, 일본은 22.6%, 23.2%, 22.7%로 22-23% 수준을 유지하고 있음. 국제사회의 현안에 대해 한국의 정당한 이익과 여론을 대변하는데 보도와 시사프로그램이 가진 중요성을 고려할 때 현 상태를 유지하거나 소폭 확대할 필요가 있어 보임.

〈표 4-55〉 2017-2019년 외국어 보도 및 시사프로그램 비율

언어	연도	전체 방송시간(분)	보도 및 시사 프로그램 시간(분)	해당 언어 내 보도 및 시사 프로그램 비율
영어	2017	101,160	10,770	10.6%
	2018	197,100	30,060	15.3%
	2019	197,100	37,670	19.1%
중국어	2017	21,900	4,955	22.6%
	2018	21,900	5,025	22.9%
	2019	21,900	5,165	23.6%
일어	2017	21,900	4,945	22.6%
	2018	21,900	5,070	23.2%
	2019	21,900	4,970	22.7%

### (3) 국제사회의 현안에 대해 홈페이지와 앱, 유튜브, 뉴스레터 등 뉴미디어를 활용한 국가기간방송의 역할 수행

- 2017년부터 2019년까지 홈페이지의 페이지뷰 수(PV)를 살펴보면 영어 홈페이지의 경우 2018년에는 전년대비 51.0% 증가했고, 2019년에는 전년대비 35.2% 늘어났음. 중국어 홈페이지 PV는 2018년에는 전년대비 0.1%, 2019년에는 전년대비 82.0% 증가했음. 일어 홈페이지 PV는 2018년에는 전년대비 14.2%, 2019년 72.1% 늘어났음. 2019년 들어 중국어와 일어 홈페이지의 페이지뷰가 특히 크게 증가했음.
- 유튜브 구독자 수를 살펴보면 전년대비 구독자 증가율은 2018년 102.0%, 2019년 71.0%였음. 페이스북 좋아요 수도 영어, 중국어, 일어 서비스가 2019년에 각각 전년대비 9%, 24.4%, 16.2% 늘어났음. 영어, 중국어, 일어 팟캐스트의 2019년 전년대비 청취시간 증가율은 40.3%, 36.2%였음.
- 다국어 홈페이지와 유튜브, 페이스북, 팟캐스트 구독자 수가 2019년에 크게 증가했다는 것은 긍정적인 성과로 평가할 수 있음.

<표 4-56> 2017-2019년 영어·중국어·일어 뉴미디어 서비스 현황

언어	연도	홈페이지		유튜브		페이스북 (중국어 : 웨이보)	
		PV	증감률	구독자수	증감률	좋아요	증감률
영어	2017	1,855,383		26,982		19,134	
	2018	2,802,196	51.0%	54,530	102.0%	21,887	14.3%
	2019	3,789,410	35.2%	93,294	71.0%	24,074	9%
중국어	2017	1,292,279		26,982		805	
	2018	1,294,730	0.1%	54,530	102.0%	1,002	24.4%
	2019	2,356,953	82.0%	93,294	71.0%	1,523	51.9%
일어	2017	1,199,930		26,982		915	
	2018	1,370,355	14.2%	54,530	102.0%	1,064	16.2%
	2019	2,359,442	72.1%	93,294	71.0%	1,198	12.5%

\* 홈페이지 : 영어 : world.kbs.co.kr  
 중국어 : world.kbs.co.kr/chinese  
 일본어 : world.kbs.co.kr/japanese

\* 유튜브 : 영어, 중국어, 일본어 공히 kbs world radio 단일 유튜브 채널로 서비스

<표 4-57> 2018-2019년 영어·중국어·일본어 팟캐스트 청취시간 현황

언어	연도	팟캐스트(뉴스)	
		청취시간	증감률
영어	2018	355,560분	
	2019	499,020분	40.3%
중국어	2018	195,000분	
	2019	214,980분	10.2%
일어	2018	180,720분	
	2019	246,180분	36.2%

## 2) 재난재해 주관방송의 역할 이행

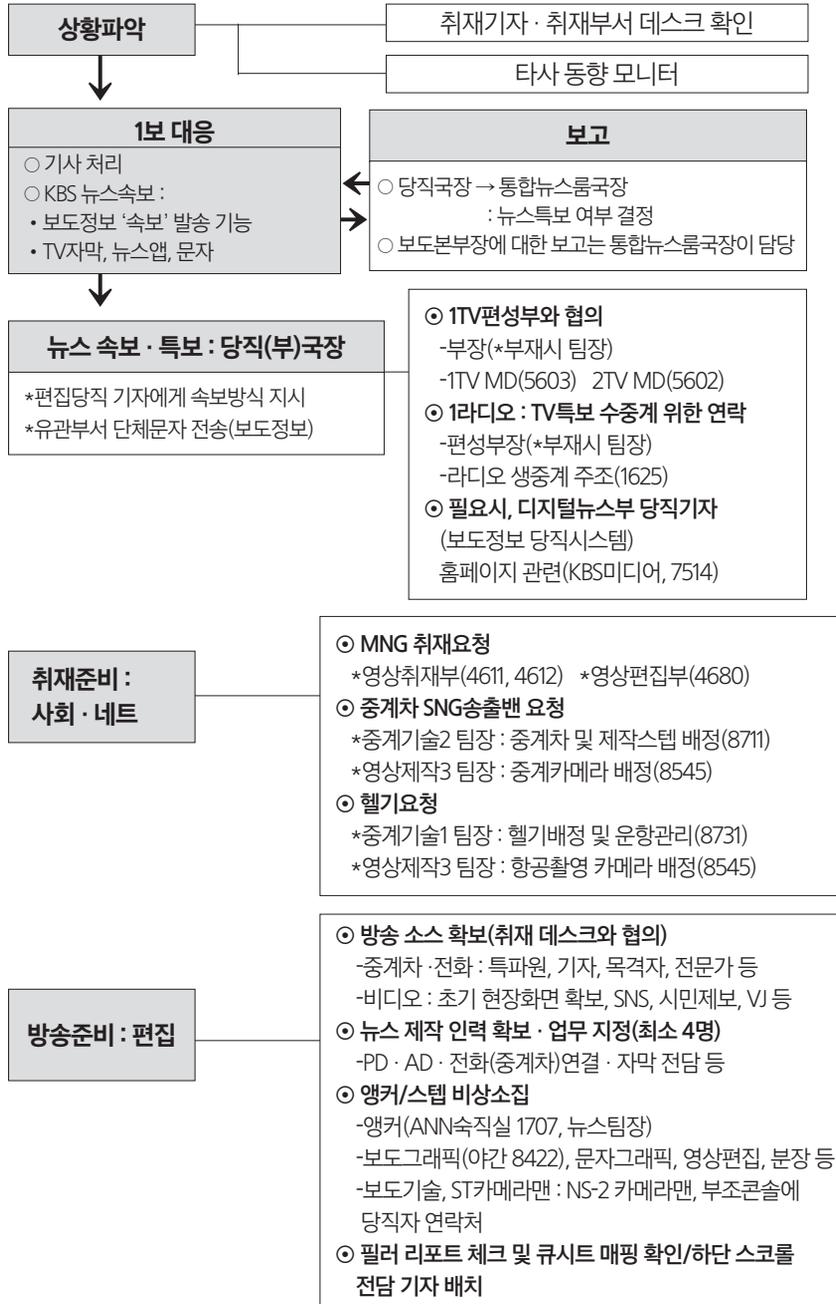
- 2019년 재난보도와 관련해서 KBS는 상반기 강원도 고성 산불 보도를 계기로 많은 비판을 받았음. 재난주관 방송임에도 불구하고 신속한 대응을 못했을 뿐 아니라, 고성이 아닌 다른 곳에서 보도하면서 고성에 기자가 있는 것처럼 한 보도 등 사회적 비판이 많았음. 이러한 사회적 평가를 통해 볼 때 2019년 KBS의 재난보도는 많은 반성이 필요하다고 판단됨.
- 이를 계기로 인사를 단행하고 재난보도 상시시스템을 크게 보완하여 재난 주관방송으로서의 면모를 갖춰나간 것은 다행임. 사회적으로도 헝가리 유람선 침몰사건 보도에서 KBS가 달라진 보도태도를 보여주었다는 평가를 받는 등 하반기에는 좀 더 긴장된 상태에서 재난 주관방송으로서의 면모를 보여주었음.
- 다음은 강원도 고성산불이후 보완된 재난보도시스템 현황과 그에 대한 평가임.

### (1) 상시 대비

#### ① 재난재해 방송시스템 내용과 평가

- 불시에 발생하는 지진과 지진해일을 제외하고 예측이 가능한 자연재해에 대해서는 발생 전에 재난방송센터의 리포트나 날씨 출연 등을 통해 경고하는 시스템을 갖추. 재난방송센터가 상황의 전개에 따라 정해진 재난방송 단계별로 재난방송 실시. 기상청과 홍수통제소 등이 관련 '경보'를 내리면, '재난방송온라인시스템'을 거쳐 정부(행정안전부 상황실)가 재난방송을 요청하고, 이 내용이 즉시 화면 화단의 자동 자막으로 방송됨. 기상청이 지진과 지진해일 관련 정보를 발표하면 이를 재난 자동 자막 시스템이 수신해 즉시 자막으로 송출함.
- 자연재난 발생시 TV 첫 보도가 나가기까지 작업순서도에 따르면 상황 파악 후 보고, 1보 대응, 취재준비, 방송준비 등에 이르기까지 체계적인 시스템을 갖춘 것으로 파악됨.
- 그러나 시스템이 갖춰져 있다 하더라도 시스템대로 작동하지 않으면 재난 주관방송으로서의 역할을 제대로 수행할 수 없음. 시스템이 작동하기 위해서는 본사, 지역총국, 지역국 소속원들에 대한 교육이 상시적으로 이루어져야 하고 지역국-지역총국-본사와의 소통이 원활하게 이루어져야함. 이를 고려한 대비가 평소에 이루어져야함.

<그림 4-1> 자연재난 발생시 TV 첫보도가 나가기까지 작업순서도



\*<월~금/일요일> 당직국장 : 제작2부장, 당직부국장 : 국제야근자  
 \*<토요일> 당직국장 : 야간당직국장, 당직부국장 : 국제야근자  
 \*<일~금> 편집 : 뉴스제작2부 야근자 \*<토요일> 편집 : 편집당직자

〈그림 4-2〉 비상방송시 TV 방송 실시 계통

▣ 평일 주간



▣ 야간 또는 휴일의 경우



② 전담부서(재난방송센터) 현황과 평가

- 2019년 3월, 보도본부 통합뉴스룸국장 산하 재난 전담부서로 신설
- 직종 통합 협업 조직 인원은 2019년 기준 기자 10명, 프로듀서 1명, 방송기술 2명, IT 3명, 디자인 2명, 행정지원 2명 등 총 20명으로 구성되어 있음.
- 이는 센터장을 포함해 기자와 기상캐스터 등 8명으로 구성되어 있는 NHK 재해기상센터와 비해보면, 많은 인원으로 보일 수 있으나, NHK는 보도국 취재주간 산하의 기획 프로젝트 조직으로 취재와 분리되어 있기 때문에 단순 비교할 수 없는 상황임. NHK는 상설 전담 조직인 재해기상센터는 기획 프로젝트 조직으로 재난방송 관련 대외 협력과 내부 업무 조율 기능만 가지고 있고, 취재·제작 기능이 없음. 이는 NHK의 'ALL NHK' 재난방송 전략에 따른 것으로 재난방송 관련 기능이 모든 조직에 파급돼 별도의 취재·제작 조직이 필요하지 않으며, 이를 조율하는 시니어 기자 위주의 프로젝트 조직(재해기상센터)만 남긴 것으로 알려짐.
- 반면 KBS 재난방송센터는 평상시에는 평시 재난 대비 취재와 KBS 재난 역량 강화 역할을 하고 있고, 재난 시에는 재난미디어 제작 현업에 참가하고 있음.
- 사회재난이 더 많이 늘어나고 있는 최근 현황을 고려할 때, 재난방송센터를 신설, 역할을

강화된 것은 재난 주관방송의 역할을 수행하기 위해 잘 한 일이라고 판단됨. 재난상황 이외에 평상시 재난대비 취재와 보도를 통해 국민들의 재난대비역량을 키워나갈 수 있는 역할을 충실히 해준다면 의미 있는 조직으로 성장할 수 있을 것으로 생각됨.

〈표 4-58〉 재난방송센터 인력구조

직종	인원(명)	담당업무
기자	10명 (보직자 포함)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○재난 취재, 제작</li> <li>○재난방송 기획                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 재난방송 매뉴얼, 재난보도준칙 관리</li> <li>- 재난방송 모의훈련, 교육 훈련</li> <li>- 재난 관련 사내 업무 조정</li> </ul> </li> </ul>
프로듀서	1명	○재난방송 SPOT 제작
방송기술	2명	○재난 시스템 기획, 개발
IT	3명	○재난 시스템 개발, 운영
디자인	2명	○기상 및 재난 그래픽 제작
행정지원	2명	○부서 행정 지원, 재난 사업 관리

③ 재난재해 방송 매뉴얼, 방송 가이드라인의 적절성과 실행

■ 재난재해 방송 매뉴얼, 방송가이드라인의 적절성

- KBS에는 비상방송지침에 재난방송 매뉴얼과 방송가이드라인이 포함되어 있음.
- 비상방송지침은 총 4장으로 구성되며, 제2장에 재난방송의 방향과 절차, 재난방송의 채널 운용, 지역 재난방송, KBS 재난 방송단의 조직과 임무, 재난방송의 단계구분, 주요 부서별 세부 실무지침, 재난방송의 개선, 훈련 및 교육, 재난방송 보도 준칙이 포함되어 있음.
- 대체로 체계적이고 잘 구성되어 있다고 판단됨. 그러나 재난의 형태가 다양화되어 있으므로, 재난 유형별 가이드라인이 보완될 필요가 있어 보임. 예를 들어 감염병 보도 역시 사회 재난으로 규정하여 비상방송지침에 따라 이루어질 수는 있으나, 감염병 상황이 다른 사회 재난과 다른 특수성을 갖고 있어 특수성을 고려한 지침이 보완될 필요가 있음.
- 재난방송보도준칙이 2장 제17조에 포함되어 있는데, 이 부분은 기자들의 취재, 보도와 관

련하여 매우 중요한 사안이므로, 이것을 별도로 구성하여 기자들의 교육과 실무에 적용하는 것도 검토해볼 필요가 있음. 특히 재난방송보도준칙은 재난의 유형별로 취재상황과 리포트 구성에서 고려해야할 구체적인 내용이 좀 더 보완되어야 할 것으로 판단됨.

〈표 4-59〉 KBS 비상방송지침의 구성

제1장 총칙	제1조 목적
	제2조 (용어의 정의)
	제3조 (비상방송의 구분)
	제4조 (비상방송단의 조직과 운용)
	제5조 (비상방송의 편성)
	제6조 (비상방송의 실시)
	제7조 (인력과 장비동원)
제2장 재난방송	제8조 (재난방송의 방향)
	제9조 (재난방송의 결정과 실시)
	제10조 (재난방송의 절차)
	제11조 (재난방송의 채널 운용)
	제12조 (지역 재난방송)
	제13조 (공사 재난방송단의 조직과 임무)
	제14조 (재난방송의 단계 구분)
	제15조 (주요 부서별 세부 실무 지침)
	제16조 (재난방송의 개선, 훈련 및 교육)
	제17조 (재난방송 보도 준칙)
제3장 비상사태 방송	제18조 (비상사태방송의 구분)
	제19조 (경보의 종류)
	제20조 (경보방송)
	제21조 (후속 비상사태방송)
	제22조 (전시방송)
	제23조 (출연자 대책)
제4장 보칙	제24조 (세부시행계획의 마련)
	제25조 (지역방송총국의 조치)

#### ■ 재난재해 방송 관련 교육 훈련 현황과 평가

- 비상방송지침이 존재하는 것만으로 재난방송을 제대로 하기는 힘들. 재난방송지침이나 재난보도준칙 등은 본사, 지역총국, 지역국 소속원 모두가 숙지할 수 있도록 평소에 꾸준한 교육이 이루어져야 하며, 소속원들이 재난상황에 지체 없이 적용할 수 있을 만큼 보도준칙 등을 체화시킬 수 있어야 함.
- 2019년 본사에서 실시한 재난방송 관련 교육은 편성본부 주최 교육의 경우 총 5회 실시되었으며, 한 회당 8명~9명 정도가 참석하여 총 42명이 참석했음. 보도본부 주최 교육에서는 19회 실시되었으며 각 회당 13~50명이 참석했고, 참석인원 확인이 안 되는 4회를 평균 참석인원(21명)으로 적용하면 총 408명 정도 참석한 것으로 유추해 볼 수 있음. 편성본부와 보도본부 주최 교육을 모두 합쳐도 450명 정도에 그침. 전체 본사 인원에 비해 매우 적은 인원이 교육에 참석했음을 알 수 있음. 또 이런 수치는 개최된 교육에 동일인이 참석 안 했다는 가정으로 계산한 것으로, 이러한 가정아래 1회 교육으로 비상방송지침을 체화시켰을 거라고 판단하기 어려움.
- 지역국과 지역총국의 교육현황을 보면, 총 18회 개최했음. 이 같은 수치는 전체 지역총국, 지역국 수와 소속원을 고려한다면 교육이 매우 적게 이루어졌음을 알 수 있음.
- 2020년에는 비상지침과 관련한 교육을 상설 운영하고 기자, PD 등 재난보도와 관련 있는 직군의 경우 본사, 지역총국, 지역국 소속 전원이 교육에 참여할 수 있는 방안을 마련해야 할 것으로 보임. 또 자연 또는 사회재난 상황 종료 후 전반적인 대응 및 관련 보도와 관련하여 종합적인 검토를 실시하고 잘한 점과 보완할 점 등에 대한 의견을 모아 전사적 차원에서 공유하고 숙지하는 것이 필요할 것임.

<표 4-60> 2019년 재난재해 방송 관련 본사 교육 현황 (편성본부)

순번	일시	참석자 직종 및 인원(명)	세부 내용(주제 및 강사)
1	4.19.	PD 3명 기자 1명 기타 5명 총 9명	1TV편성 이영진 - 재난발생 비상방송 - 강원 산불 비상방송 리뷰 - 재난방송 시스템
2	6.21.	PD 3명 기자 1명 기타 4명 총 8명	1TV편성 홍진표 - 개정된 비상방송 지침 세부 교육 - 비상방송 업무분장 등
3	7.19.	PD 3명 기자 1명 기타 4명 총 8명	1TV편성 김나미 - 태풍 재난방송 시 본사 및 지역 단계별 절차
4	8.23.	PD 3명 기자 1명 기타 4명 총 8명	1TV편성 박준성 - 재난방송 단계별 역할, 관련법령, 지침 등 - 재난방송 시스템
5	11.29.	PD 3명 기자 1명 기타 5명 총 9명	1TV편성 홍진표 - 민방위경보처리 절차 숙지 - 경보시스템 이해

<표 4-61> 2019년 재난재해 방송 관련 본사 교육 현황 (보도본부)

순번	일시	참석자 직종 및 인원(명)	세부 내용(주제 및 강사)
1	1.15.	신입사원	재난방송센터 김성한 - KBS와 재난방송/재난방송 매뉴얼 - 재난보도준칙/재난방송시스템
2	1.18.	기자	이승선 교수, 양재규 변호사 - 영상보도 가이드라인/ 취재원의 인권 보호
3	4.11.	3직급 사원(24명)	재난방송센터 김성한 - KBS와 재난방송 등(1.15특강과 동일주제)

4	5.9.	3직급 사원(18명)	재난방송센터 김성한 - KBS와 재난방송 등(1.15특강과 동일주제)
5	5.23.	관리자 팀장급(19명)	재난방송센터 이기문 - 재난방송 법규 - KBS와 재난방송/재난방송 매뉴얼 - 재난보도준칙/재난방송시스템
6	5.28.	신입 및 경력직원(43명)	재난방송센터 김성한 - KBS와 재난방송 등(1.15특강과 동일주제)
7	6.7.	기자	영상편집부 최진영 - MNG 개요/MNG 사용법 - 현장에서 MNG 운용법
8	6.11.	전 직원	보도기술국 최규형 - 카카오페이스톡 시스템 사용방법
9	6.12.	관리자 부장급(13명)	재난방송센터 이기문 - 재난방송 법규 등(5.23특강과 동일주제)
10	6.19.	라디오기술국 직원	이상운 교수 - 재난상황에서 KBS의 역할을 묻다
11	6.20.	4직급 사원(25명)	재난방송센터 김성한 - KBS와 재난방송 등(1.15특강과 동일주제)
12	6.25.	관리자 팀장급(18명)	재난방송센터 이기문 - 재난방송 법규 등(5.23특강과 동일주제)
13	7.22.~8.13.	통합뉴스룸 기자(41명)	재난방송센터 김성한, 이상준 - 재난방송 개선 현황/재난방송 현장 참여 - 재난방송 시스템
14	7.23.	관리자 국장급(13명)	재난방송센터 이기문 - 재난방송 법규 등(5.23특강과 동일주제)
15	8.2.	경력직원(14명)	재난방송센터 김성한 - KBS와 재난방송 등(1.15특강과 동일주제)
16	8.29.	4직급 사원(29명)	재난방송센터 이기문 - 재난방송 법규 등(5.23특강과 동일주제)
17	9.17.	3직급 사원(50명)	재난방송센터 이기문 - 재난방송 법규 등(5.23특강과 동일주제)
18	9.26.	4직급 사원(34명)	재난방송센터 이기문 - 재난방송 법규 등(5.23특강과 동일주제)
19	10.22.	관리자 팀장급(25명)	재난방송센터 이기문 - 재난방송 법규 등(5.23특강과 동일주제)

〈표 4-62〉 2019년 재난재해 방송 관련 지역국 및 지역총국 교육 현황

순번	일정	지역	참석자 직종 및 인원(명)	세부 내용(주제 및 강사)
1	2.15.	대구	대구 보도국 기자	대구 보도국장 김영재 - 지진속보방송 교육
2	3.	부산	부산 보도국 기자	KBS부산 재난방송 - 재난방송 매뉴얼/재난방송 모의훈련
3	4.	부산	부산 보도국 기자	KBS부산 재난방송 - 재난방송 매뉴얼/재난방송 모의훈련
4	4.	부산	부산 취재/촬영기자 및 주조근무자	모바일 현장 연결 - 스카이프 연결 생방송 - 카카오페이스톡 연결
5	4.8.	대구	대구 취재/촬영기자	대구 보도국장 김영재 - 재난방송교육
6	4.19.	목포	목포 기자 및 뉴스진행	목포 방송부장 최정민 - 재난보도준칙/재난방송 시스템
7	5.17.	목포	목포 기자 및 뉴스진행	목포 방송부장 최정민 - 재난보도준칙/재난방송 시스템
8	6.5.	광주	광주, 목포, 순천 관계부서	광주 보도국 정길훈 - 재난방송 매뉴얼/재난방송 모의훈련
9	6.14.	대구	대구 취재/촬영기자	대구 보도국장 김영재 - 재난방송 시스템 및 매뉴얼, 활용방안
10	6.21.	광주	광주, 목포, 순천 관계부서	광주 기술국 구제인 - 리모트 미팅 재난방송 참여 교육 - 리모트 미팅 시연/뉴스속보자막 작성법
11	6.26.	청주	청주 취재/촬영기자	청주 취재부장 천춘환 - KBS와 재난방송/청주총국 재난보도준칙/재난 사안별 취재요령
12	6.28.	청주	청주 취재/촬영기자, 아나운서	청주 편집부장 지용수 - KBS청주 재난방송 체계/인력 배치 방법
13	6.28.	제주	제주 신입기자	제주 편집부장 유용두 - 재난방송 실무/재난발생시 대응요령 - 재난기사작성
14	7.1.	광주	광주 보도국, 기술국	광주 기술국 안규남 - 재난방송용 CCTV모니터링 시스템 교육
15	7.3.-9. (10회)	대전, 광주 등 10개 지역국	지역(총)국 관계자	보도기술국 김승호, Live U사 - 신규 MNG 도입교육/본사 지역국 연결

16	7.12.	청주	청주 취재/촬영기자	청주 편집부장 지용수 - 재난 상황별 대처법/재난방송 체계
17	7.12.	제주	제주 보도국	제주 편집부장 유용두 - KBS제주 재난방송 매뉴얼 - 재난 발생 시 대응요령
18	10.29.~11.8. (11회)	9개총국+울산, 강릉	지역(총)국 관계자	재난방송센터 유해남 등 6명 - 재난방송 개선 내역/재난방송 평가 - CCTV 활용법

#### ④ 2019년 재난방송 성과

##### ■ 2019년 태풍 재난방송 시청률

- 2019년 주요 태풍의 재난방송 시청률을 비교해보면, 태풍 재난방송 3단계(상륙 등 최근 접) 시행일 기준으로 봤을 때(닐슨코리아, 전국), KBS1의 시청률은 태풍 링링과 태풍 타파, 태풍 미탁 모두 5.6~5.8%로, 2.0%~4.4%로 나타난 다른 지상파 방송사와 1.4%~2.1%로 나타난 종합편성채널 시청률보다 높았음.
- 2019년 태풍 재난방송 편성시간은 직접 상륙한 태풍을 기준으로 할 때, 태풍마다 차이를 보였지만, 475분~1140분으로 나타났음. 이는 2018년 직접 상륙한 솔릭과 콩레이 당시 각각 1370분, 1010분을 편성한 것과 비슷한 수준임.
- 시청률 측면에서 살펴봤을 때 KBS가 재난 주관방송으로서의 역할을 잘 수행했다고 판단할 수 있음. 또 이것은 시청자들이 태풍과 같은 자연재해 때 다른 방송사보다 KBS에 의존하여 상황을 판단한다는 것으로 그만큼 KBS의 역할이 중요하다는 것을 확인시켜주는 것임.
- 이와 함께 2018년 10월 태풍 콩레이 시청자 제보영상 건수가 400건에 그친 것에 반해, 2019년 10월 태풍 미탁 당시 시청자 제보영상 건수가 11,300건 접수됐고 그 중 통합제보시스템에 670건을 입력(시청자제보대응팀 + 사회부 제보 인력)하여 활용한 점은 시청자와 함께하는 재난방송으로 진전이 있었다고 평가할 수 있음. 구체적으로는 뉴스특보에 제보 영상을 활용해 기자가 21회 출연했고, 기자 출연과 리포트 제작에 제보 영상 94건이 활용됐으며, 뉴스 홈페이지 재난정보 섹션에 제보 영상 180여 건이 서비스됐음. 또 디지털 전용 [제보 영상] 우리동네 태풍 상황 콘텐츠 17건이 제작되었음. 앞으로도 시청자 참여방식을 적절하게 활용하여 시청자가 함께 하는 방송으로서의 면모를 갖출 필요가 있어 보임. 단, 시청자 제보영상의 팩트체크를 철저히 수행할 수 있는 시스템을 갖출 필요가 있어 보임.

〈표 4-63〉 2019년 주요 태풍 재난방송 시청률

(닐슨코리아(06:00~25:00),전국)

재난	날짜	KBS1	KBS2	MBC	SBS	JTBC	TV조선
태풍 링링	9월 6일 (금)	5.8%	1.8%	2.2%	2.8%	1.9%	1.9%
태풍 타파	9월 22일 (일)	5.6%	6.6%	3.2%	4.4%	1.4%	1.4%
태풍 미탁	10월 2일 수)	5.7%	3.3%	2.0%	2.8%	1.7%	2.1%

〈표 4-64〉 2019년 태풍 재난방송 편성시간

태풍 이름	국내 영향	영향 시기	시설물 피해 (건수)	인명 피해(명)	KBS 특보 시간
5호 다나스	직접(미상륙)	7.19.~7.20.	37	0	475분
8호 프란시스코	직접(상륙)	8.6.	5	0	185분
9호 레끼마	간접	8.10.~8.11.	0	0	-
10호 크로사	간접	8.15.~8.16.	6	2	10분
13호 링링	직접(북한상륙)	9.6.~9.7.	9,416	3	1,395분
17호 타파	직접(미상륙)	9.21.~9.23.	1,733	0	1,140분
18호 미탁	직접(상륙)	10.1.~10.3.	5,535	15	1,040분

〈표 4-65〉 2018년 태풍 재난방송 편성시간

태풍 이름	국내 영향	영향 시기	재산 피해 (백만 원)	인명 피해(명)	KBS 특보 시간
7호 뿌라빠룬	직접(미상륙)	7.2.~7.4.	6,416 (장마 포함)	1	90분
18호 룸비아	간접	8.15.~8.17.	0	0	-
19호 솔릭	직접(상륙)	8.22.~8.24.	9,251	0	1,370분
24호 짜미	간접	9.29.~9.30.	0	0	-
25호 콩레이	직접(상륙)	10.5.~10.7.	54,949	2	1,010분

(2) 재난재해 방송의 정확성·신속성·신뢰성 확보

① 재난재해의 피해복구와 재발방지 관련 방송횟수와 방송시간, 내용과 적절성

- 2019년 KBS 재난 보도 뉴스특보 방송횟수 및 방송시간을 살펴보면, 강원도 고성산불 때 13회 1060분, 헝가리 유람선침몰 때 18회 1020분을 방송한 것을 비롯해, 사안별로 10분~1,395분까지 뉴스 특보를 방송했음.
- 지역총국에서는 부산총국에서 69분, 창원총국 100분, 대구총국 19분, 광주총국 116분, 대전총국 55분, 춘천총국 87분 제주총국 66분을 방송했음.
- 재난의 심각성에 따라 특보 방송횟수나 방송시간은 적절히 조정하여 방송했다고 판단됨. 그러나 재난보도 내용과 대응의 적절성을 평가하기 위해서는 좀 더 체계적인 기록과 추적 연구가 필요해 보임. 예를 들어 재난보도는 첫 보도가 중요한데, KBS 첫 보도 시점과 타 방송사의 첫 보도시점 등을 기록하고 첫 보도의 정확성을 평가하는 추적 연구를 통해 좀 더 나은 재난보도를 하기 위한 대비가 필요하다고 판단됨.
- 지역 재난이 많아지고 있음을 고려할 때 지역총국의 재난보도 대응이 더욱 중요해지고 있음. 따라서 지역총국의 재난보도가 얼마나 정확하고 신속하게 이루어졌는지에 대해서도 면밀한 추적연구가 필요함. 연구결과를 통해 부족한 부분을 보완해나가는 것이 미래에 닥칠 재난상황에서 KBS가 재난 주관방송으로서의 역량을 제대로 수행할 수 있을 것임.

<표 4-66> 2019년 KBS 재난 보도 방송횟수 및 방송시간

재난재해	날짜	뉴스특보		재난재해	날짜	뉴스특보	
		횟수	방송시간			횟수	방송시간
강원도 고성 산불	4.4.~4.5.	13	1,060분	태풍 프란시스코	8.6.~7.	4	185분
헝가리 유람선침몰	5.30.~6.11.	18	1,020분	폭염	8.10.	1	10분
태풍 다나스	7.19.~7.20.	14	475분	태풍 링링	9.5.~9.7.	16	1,395분
상주 지진	7.21.	1	10분	수도권 집중호우	9.10.	2	25분
중부지방 집중호우	7.25.~26.	5	55분	아프리카 돼지열병	9.17.~24.	7	210분
수도권 국지성 호우	7.31.	1	10분	태풍 타파	9.21.~9.22.	17	1,140분
전국 폭염	8.4.~5.	3	30분	태풍 미탁	10.1.~3.	15	1,040분
				미세먼지	12.10.	1	60분

〈표 4-67〉 2019년 지역총국 지역 재난뉴스 특보내역

지역	특보명	일시	시간	분량
부산	해운대 산불	4월 5일	07시 40분~	10분
			09시 40분~	10분
	태풍 '다나스'	7월 19일	10시 10분~	12분
	태풍 '타파'	9월 22일	09시 31분~	11분
	태풍 '미탁'	10월 2일	15시 40분~	15분
21시 38분~			11분	
<b>소계</b>				<b>69분</b>
창원	태풍 '타파'	9월 21일	17시 15분~	15분
			18시 50분~	10분
		9월 22일	08시 45분~	15분
			11시 50분~	10분
	16시 15분~		15분	
	태풍 '미탁'	10월 2일	18시 35분~	10분
			10시 15분~	15분
			22시 31분~	10분
<b>소계</b>				<b>100분</b>
대구	태풍 '미탁'	10월 2일	20시 25분~	10분
			22시 50분~	9분
<b>소계</b>				<b>19분</b>
광주	집중호우	6월 29일	17시 45분~	13분
	클럽붕괴사고	7월 27일	05시 25분~	5분
	태풍 '링링'	9월 7일	01시 50분~	10분
			04시 15분~	10분
	태풍 '타파'	9월 22일	09시 30분~	12분
			12시 15분~	12분
	태풍 '미탁'	10월 2일	10시 17분~	10분
			13시 23분~	11분
			19시 32분~	11분
21시 31분~			11분	
		10월 3일	00시 35분~	11분
<b>소계</b>				<b>116분</b>

지역	특보명	일시	시간	분량
전주	없음			
<b>소계</b>				<b>0분</b>
대전	태풍 '링링'	9월 7일	10시 45분~	15분
		9월 7일	11시 50분~	15분
	태풍 '미탁'	10월 2일	21시 30분~	15분
		10월 3일	00시 30분~	10분
<b>소계</b>			<b>55분</b>	
청주	태풍 '링링'	9월 7일	11시 05분~	20분
			14시 30분~	20분
	태풍 '미탁'	10월 2일	18시 37분~	15분
			20시 30분~	15분
		22시 10분~	15분	
<b>소계</b>				<b>85분</b>
춘천	집중호우	7월 25일	23시 34분~	14분
	호우경보	7월 26일	14시 27분~	14분
	태풍 '링링'	9월 7일	13시 50분~	10분
			17시 50분~	9분
	태풍 '미탁'	10월 2일	17시 50분~	10분
			21시 30분~	10분
		10월 3일	09시 50분~	10분
		14시~	10분	
<b>소계</b>				<b>87분</b>
제주	태풍 '다나스'	7월 19일	15시 7분~	18분
	태풍 '링링'	9월 6일	15시 32분~	18분
	태풍 '미탁'	10월 2일	11시 30분	15분
			18시 30분	15분
<b>소계</b>				<b>66분</b>
<b>총</b>		<b>23건</b>		<b>597분</b>

〈표 4-68〉 2019년 주요 재난재해 보도 지상파 및 종편 시청률(해당 날짜 뉴스 및 특보)

재난재해	날짜	KBS	MBC	SBS	채널A	JTBC	MBN	TV 조선
강원도 고성 산불	4/4~4/5	4.2%	2.2%	2.4%	1.7%	2.1%	2.0%	1.9%
헝가리 유람선 침몰	5/29~6/5	4.9%	2.2%	2.5%	1.8%	4.3%	2.0%	1.7%
태풍 링링	9/6~9/7	6.2%	3.3%	4.6%	2.2%	3.0%	2.1%	3.1%
태풍 타파	9/21~9/22	4.6%	2.4%	3.6%	1.7%	2.2%	2.1%	2.3%
아프리카 돼지 열병	9/17~9/24	4.9%	1.8%	2.4%	2.9%	2.7%	2.2%	2.6%

- 재난방송 시청률은 강원도 고성산불, 헝가리 유람선 침몰, 태풍 링링, 태풍 타파 아프리카 돼지열병 모두 다른 지상파 및 종합편성채널의 시청률보다 2.0%~3.2%이상 높은 것으로 나타남.
- 이는 KBS가 재난 주관방송으로서 보도를 잘 하고 있다는 것을 보여주는 것이기도 하지만, 시청자들이 재난이 발생했을 때 KBS를 신뢰하고 의지하고 있음을 확인시켜주는 것이므로, KBS가 재난보도에 더 큰 책임을 갖고 미래의 재난을 준비해야함을 보여주는 것임.

### (3) 사전 예방 중심의 재난재해 방송

#### ① 재난재해 사전예방을 위한 방송횟수와 방송시간, 내용의 적절성

- 재난재해의 사전 예방을 위한 방송편성을 살펴보면, KBS 1TV에서 171회에 5,010분, 2TV에서 306회에 3,280분을 방송했음.
- 특히 재난방송센터를 신설, 매주 고정편성해서 방송했다는 것에서 사전예방을 위한 KBS의 노력을 확인할 수 있음.
- 프로그램별로 보면, 〈오늘밤 김제동〉 6회, 〈추적60분〉 6회, 〈KBS스페셜〉 3회, 〈더 라이브〉 2회, 〈시사직격〉 1회 등 총 18회 방송했음.
- 이러한 방송횟수와 방송시간이 적절한지 판단하기는 어려우나, 갈수록 예상하지 못한 사회 재난이 많아지는 현실을 고려할 때, 사전 예방방송 편성에 좀 더 노력해야할 것으로 판단됨.
- 또 1회성 보도가 많은데, 깊이 있는 보도를 위해 연속보도, 장기 기획보도가 필요해 보임.

〈표 4-69〉 KBS1·2TV(전국) 재난재해 사전예방을 위한

채널	프로그램명	방송편성시간(분)	방송횟수	방송시간(총량)
1TV	무엇이든 물어보세요	60	8	480
	저널리즘 토크쇼J	55	1	55
	오늘밤 김제동	40	8	320
	추적 60분	55	10	550
	호모사이언스	20	7	140
	생로병사의 비밀	55	3	165
	시사기획창	55	9	495
	전국이장회의	50	2	100
	생활의발견	50	2	100
	KBS스페셜	55	9	495
	사사건건	60	6	360
	신만민공동회	120	1	120
	일요진단라이브	60	2	120
	지식채집프로젝트베짱이스페셜	30	1	30
	특파원보고 세계는 지금	50	7	350
	재난방송센터	10	88	880
	더라이브	40	3	120
	세계는지금스페셜	15	2	30
	시사직격	50	2	100
<b>합계</b>			<b>171</b>	<b>5,010</b>
2TV	재난방송센터	10	302	3020
	생존자들	65	4	260
	<b>합계</b>		<b>306</b>	<b>3,280</b>

〈표 4-70〉 KBS1-2TV(전국) 정규 시사 프로그램의 재난재해 기획 보도

프로그램명	방송일시	방송길이	제목
오늘밤 김제동	2019-02-12	40	되돌아온 쓰레기 평택항에 쌓이다
	2019-03-15	40	한국 뒤흔 최악의 미세먼지
	2019-03-07	40	인공강우 미세먼지 씻어낼까
	2019-04-04	40	그들이 사는 세상
	2019-06-03	40	형가리 유람선 침몰사고 옛새째
	2019-08-08	40	후쿠시마 오염수 111만 톤 방류, 아베의 노림수는?
추적60분	2019-03-15	55	쓰레기에 갇힌 한반도
	2019-03-19	55	끝나지 않은 라돈의 공포 아파트를 덮치다
	2019-05-03	55	집이 무너지고 있다 도심 속 지하의 비밀
	2019-05-24	55	비허가 대동맥스텐트시술, 환자는 마루타였다
	2019-06-21	55	긴급르포 다뉴브강 대참사 23일의 기록
	2019-06-28	55	미세먼지, 멈추지 않는 굴뚝의 공포
시사기획 창	2019-04-02	55	나는 왜 감염됐을까
	2019-04-16	55	미세먼지 3가지 의문점
	2019-09-21	55	침묵의 공포, 미세플라스틱
	2019-11-23	55	세습137 추적보고서
KBS스페셜	2019-05-09	55	한일 수산물 분쟁, 후쿠시마를 가다
	2019-05-15	55	플라스틱의 역습
	2019-05-16	55	굿바이 플라스틱
더라이브	2019-09-25	40	한반도 돼지 정말 전멸하나
	2019-10-10	40	태풍 미타가 지나간 강원 삼척시, 현재 상황은?
시사직격	2019-12-13	50	무엇이 이들을 죽게 하나

### 3) 보도·시사 프로그램의 편성 비중

- KBS1·2TV(전국) 보도·시사 프로그램 주간 편성비율을 살펴보면, 1TV의 경우 평일에는 33.4%, 주말에는 23.9%로 나타남. 이는 2018년 평일 편성비율인 33.0% 보다 조금 늘었고, 주말은 4.6% 증가했음. 주말 편성 시간을 늘린 것은 긍정적으로 평가됨.
- 2TV는 평일에는 12.9%, 주말에는 1.0%로 나타남. 이는 2018년 평일 편성비율인 12.2%보다 0.7% 늘었고, 주말에는 0.4% 줄어들었음. 평일 편성 시간을 늘린 것은 긍정적으로 평가됨.

〈표 4-7〉 KBS1·2TV(전국) 보도 프로그램 주간 및 연간 방송시간(2018-2019)

(단위: 분)

장르		보도 연간 방송시간 (연간 편성비율)					
		평일		주말		전체	
		2019	2018	2019	2018	2019	2018
1TV	보도 방송시간	122,865	121,280	34,205	27,550	157,070	148,830
	전체 방송시간	368,370	367,845	143,065	142,625	511,435	510,470
	보도 방송비율	33.4%	33.0%	23.9%	19.3%	30.7%	29.2%
2TV	보도 방송시간	42,970	37,155	1,280	1,810	44,250	38,965
	전체 방송시간	333,275	331,660	132,575	133,180	465,850	464,840
	보도 방송비율	12.9%	11.2%	1.0%	1.4%	9.5%	8.4%
전체	보도 방송시간	165,835	158,435	35,485	29,360	201,320	187,795
	전체 방송시간	701,645	699,505	275,640	275,805	977,285	975,310
	보도 방송비율	23.6%	22.6%	12.9%	10.6%	20.6%	19.3%

### 4) 보도·시사의 공정성·신뢰성 평가

- 공영방송에서 방송의 독립성은 매우 중요한 평가지표이지만, 2019년의 KBS의 독립성을 평가할 수 있는 조사결과는 찾을 수가 없었음. 따라서 여기서는 공정성과 신뢰성을 중심으로 보도·시사 프로그램의 현황을 파악하고 평가해보고자 함.

## (1) 보도·시사의 신뢰성 평가

- KBS 내부에서 조사한 공영미디어 연구소의 미디어 신뢰도와 보도시사프로그램의 외부기관 신뢰도를 알 수 있는 평가로, 한국언론진흥재단, 정보통신정책연구원, 시사IN, 시사저널, 미디어미래연구소에서 실시한 조사를 살펴보았음.
- 종합하면, 각 조사의 조사대상, 시기, 질문유형에 따라 약간의 차이가 나타났지만, 대체로 KBS는 다른 지상파 TV나 주요 언론사보다 신뢰를 받고 있지만, JTBC의 신뢰도에 이르지 못하는 수준에 머물러 있는 것으로 파악됨. JTBC의 신뢰도와 그 격차가 줄고 있긴 하지만, 이는 JTBC의 신뢰도가 하락해서 나타난 것일 뿐 KBS의 신뢰도가 높아져서 나타난 결과는 아닌 것으로 해석됨.
- 5년간 KBS 신뢰도 추이를 보면, 2015년, 2016년 신뢰도 보다 2019년은 낮은 상태임. 다만, 일부 조사 결과를 통해 볼 때 2017년 최하점을 찍고 2018년부터 신뢰도를 회복해나가는 것으로 보이지만, 그 경향성은 미약한 것으로 판단됨.
- 한국 언론에 대한 신뢰도가 전반적으로 하락하고 있는 추세이고 유튜브 시사 채널이 부각되고 있는 움직임을 고려할 때 KBS의 신뢰도 회복에는 다각적인 노력이 필요해보임.

## ① KBS 공영미디어 연구소 미디어 신뢰도 조사

- 먼저 KBS 내부에서 조사한 공영미디어 연구소의 미디어 신뢰도 조사결과를 살펴봄. 이 조사는 전국 만 19세 이상 성인남녀 1,000명을 대상으로 유무선 RDD 전화면접조사로 진행되었음. 연 4회 매분기 실시되고 전 언론매체와 방송사를 대상으로 조사가 실시됐음.
- 이 조사에 따르면 가장 신뢰하는 방송사 뉴스는 1순위 응답기준으로 볼 때, 2018년 4분기부터 2019년 1, 2, 3, 4분기 모두 JTBC였음. KBS는 이 기간 조사 모두에서 2위로 나타났음. 오차범위 안에서 약간의 변동이 있었지만 KBS를 가장 신뢰하는 방송사 뉴스로 뽑은 비율은 15.0%~19.8%였음. JTBC와의 격차는 계속 줄어서 2019년 4분기 4%포인트 차이로 나타났음. 그러나 이러한 차이는 JTBC 뉴스 신뢰도가 하락해서 나타난 것이지, KBS 뉴스에 대한 신뢰도가 높아져서 나타난 결과는 아님.

〈표 4-72〉 가장 신뢰하는 방송사 뉴스 (1순위 응답기준, 2018년 1분기부터)

(단위: %)	1위	2위	3위	4위	5위
2019-4분기	JTBC 22.0	KBS 18.0	MBC 14.8	YTN 13.8	TV조선 9.8
2019-3분기	JTBC 27.8	KBS 15.0	YTN 13.5	TV조선 11.9	MBC 7.6
2019-2분기	JTBC 33.4	KBS 17.6	YTN 13.2	TV조선 9.0	SBS 8.5
2019-1분기	JTBC 34.6	KBS 16.7	YTN 12.9	TV조선 8.7	SBS 7.5
2018-4분기	JTBC 37.7	KBS 19.8	YTN 11.9	SBS 6.8	MBC 6.4

## ② 외부조사 기관의 신뢰성 평가

- 보도시사프로그램의 외부기관 신뢰도를 알 수 있는 평가로, 한국언론진흥재단, 정보통신정책연구원, 시사IN, 시사저널, 미디어미래연구소에서 실시한 조사를 살펴보았음.

### ■ 한국언론진흥재단의 〈언론수용자의식조사〉

- 한국언론진흥재단의 〈언론수용자의식조사〉는 연1회 6~7월에 전국 만 19세 이상 성인남녀 5,000명을 대상으로 태블릿PC를 이용한 대면면접조사를 실시함. 조사대상은 모든 언론매체임.
- 이 조사에 따르면 2019년 가장 신뢰하는 매체로 KBS를 뽑은 비율은 26.1%로, 2위인 JTBC(17.9%)보다 8.2%포인트 높았음. 신뢰도 조사를 9년 만에 재개했기 때문에 최근 몇 년간의 변화는 살펴볼 수 없었고 2010년과 2008년 각각 44.2%, 2008년 30.1%로 KBS가 1위였던 것은 확인할 수 있었음. 그러나 미디어 환경변화가 컸다는 점을 고려할 때 이 수치를 2019년과 단순 비교할 수는 없을 것으로 판단됨.

〈표 4-73〉 한국언론진흥재단 〈언론수용자 의식조사〉의 신뢰도 조사결과

(9년 만에 조사 재개)

(단위: %)	1위	2위	3위	4위	5위
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

▣ 정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI)내 신뢰성

- 정보통신정책연구원 시청자인식조사는 2/4분기, 4/4분기, 연2회 24,000명을 대상으로 조사를 실시함. 조사대상은 지상파 방송사업자 4개 채널(KBS1, KBS2, MBC, SBS)과 종합편성 방송채널사용사업자 4개 채널(TV조선, JTBC, 채널A, MBN)임. 패널 구성은 전국 13세~69세로 주민등록 인구 기준 성, 연령, 지역별 표본 추출함.
- 시청자평가지수에서 측정한 신뢰성은 5점 척도로 평가되는데, 2019년 KBS1은 3.67로 1위, KBS2는 3.44로 5위로 나타났음. 점수로는 2018년(3.68)과 비교했을 때 거의 유사했으나 JTBC의 신뢰성 평점이 하락함으로써 KBS1이 2019년에 1위를 한 것으로 보임.
- KBS1이 보도시사 프로그램이 많은 점을 고려하여, KBS1의 신뢰성 점수 추이를 살펴보면, 2015년 3.56(2위), 2016년 3.80(1위), 2017년 3.33(3위), 2018년 3.68(2위), 2019년 3.67(1위)로 3.33~3.8사이를 오갔으며, 2017년 최저점을 찍고 2018년부터 회복되고 있는 것으로 나타남.

〈표 4-74〉 정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI)내 신뢰성 (5점 척도)

(단위: 점)	1위	2위	3위	4위	5위
2019	KBS1 3.67	JTBC 3.62	SBS 3.53	MBC 3.49	KBS2 3.44
2018	JTBC 3.73	KBS1 3.68	SBS 3.56	KBS2 3.48	MBC 3.48
2017	JTBC 3.88	SBS 3.34	KBS1 3.33	KBS2 3.24	MBN 3.22
2016	KBS1 3.80	JTBC 3.76	SBS 3.45	KBS2 3.28	MBN 3.23
2015	JTBC 3.60	KBS1 3.56	SBS 3.42	KBS2 3.39	채널A 3.36

▣ 시사IN <대한민국 신뢰도 조사> 내 가장 신뢰하는 언론매체

- 시사IN의 <대한민국 신뢰도 조사>는 전국 만19세 이상 성인남녀 1,000명을 대상으로 전화면접조사로 실시됐음. 연 1회 9월에 조사가 실시되고 모든 언론매체를 대상으로 실시함.
- 2019년 가장 신뢰하는 언론매체 조사결과에 따르면 JTBC가 15.2%로 1위, 유튜브 12.4% 2위, KBS 9.6%로 3위로 나타났음. 조사에 일부 오류가 있었다하더라도 KBS가 유튜브 시사채널보다 낮은 순위로 나타났다는 점은 새로운 변화가 일어나고 있다는 것을 보여주기

때문에, 주목할 필요성이 있음.

- 이 조사에서 KBS의 신뢰도 변화추이를 보면, 2015년 21.5%(1위), 2016년 15.5%(1위), 2017년 12.2%(2위), 2018년 9.6%(2위), 2019년 9.6%(3위)로 나타났음. 2016년부터 신뢰도가 하락하고 있으며 2018년과 2019년은 비슷한 수준에 머물렀음을 알 수 있음.
- 시사IN <대한민국 신뢰도 조사>에서 실시한 가장 신뢰하는 방송매체에서는 2019년 JTBC 1위(27.4%), KBS 2위(14.0%)로 나타났음. 5년간의 KBS를 가장 신뢰한다는 응답률 추이를 보면, 2015년 31.7%(1위), 2016 29.7%(1위), 2017년 21.0%(2위), 2018년 18.5%(2위), 2019년 14.0%(2위)로 나타났음. 2015년 이후 계속 낮아지는 추세로 2017년부터 2019년은 오차범위 내에서 하락하는 것으로 나타났지만, 2017년과 2019년을 비교하면 7% 포인트 하락한 것으로 오차범위 ±3.1을 벗어난 하락세를 확인할 수 있음.

<표 4-75> 시사IN <대한민국 신뢰도 조사> 내 가장 신뢰하는 언론매체

(단위: %)	1위	2위	3위	4위	5위
2019	JTBC 15.2	유튜브 12.4	<b>KBS 9.6</b>	네이버 7.8	조선 5.4
2018	JTBC 23.5	<b>KBS 9.6</b>	네이버 6.8	구글 4.2	조선 4.2
2017	JTBC 30.8	<b>KBS 12.2</b>	네이버 8.4	조선 5.1	MBC 4.7
2016	<b>KBS 15.5</b>	네이버 11.7	JTBC 11.6	한겨레 5.4	조선 4.8
2015	<b>KBS 21.5</b>	JTBC 11.3	네이버 8.6	조선 7.3	한겨레 7.0

<표 4-76> 시사IN <대한민국 신뢰도 조사> 내 가장 신뢰하는 방송매체

(단위: %)	1위	2위	3위	4위	5위
2019	JTBC 27.4	<b>KBS 14.0</b>	TV조선 8.6	SBS 7.4	MBC 6.8
2018	JTBC 37.4	<b>KBS 18.5</b>	SBS 7.4	MBC 6.7	YTN 5.6
2017	JTBC 43.4	<b>KBS 21.0</b>	MBC 7.8	SBS, YTN 4.8	TV조선 1.8
2016	<b>KBS 29.7</b>	JTBC 26.3	MBC 10.3	YTN 7.3	SBS 5.3
2015	<b>KBS 31.7</b>	JTBC 21.6	MBC 12.3	SBS 8.1	YTN 7.7

▣ 시사저널 <누가 한국을 움직이는가> 조사 내 신뢰도

- 시사저널의 <누가 한국을 움직이는가>는 매년 8월 언론인, 법조인, 정치인, 종교인 등 10개 전문직업군 1000여 명을 대상으로 실시하는 전화면접조사임.
- 이 조사에 따르면 2019년 가장 신뢰하는 미디어는 JTBC가 39.2%로 1위, KBS는 15.3%로 2위였음.
- KBS를 가장 신뢰한다는 응답비율의 5년간 추이를 살펴보면, 2015년 26.7%(1위), 2016년 26.6%(2위), 2017년 18.0%(2위), 2018년 14.0%(2위), 2019년 15.3%(2위)로 나타났음. 2015년과 2016년에 비해 2017년-2019년의 신뢰도가 하락한 것을 확인할 수 있고, 2017년에서 2019년 사이는 오차범위 내에서 비슷한 상태라는 것을 확인할 수 있음.

〈표 4-77〉 시사저널 <누가 한국을 움직이는가> 조사 내 방송사·신문사·포털·SNS 신뢰도 조사

(단위: %)	1위	2위	3위	4위	5위
2019	JTBC 39.2	<b>KBS 15.3</b>	한겨레 12.5	경향 9.2	MBC 8.0
2018	JTBC 43.9	<b>KBS 14.0</b>	한겨레 13.1	경향 10.1	네이버 7.4
2017	JTBC 55.8	<b>KBS 18.0</b>	한겨레 13.2	네이버 10.5	조선 9.0
2016	JTBC 34.4	<b>KBS 26.6</b>	한겨레 24.0	경향 18.8	조선 14.1
2015	<b>KBS 26.7</b>	한겨레 24.8	JTBC 23.6	경향 16.1	조선 12.3

▣ 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사>내 신뢰도 (5점 척도)

- 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사>는 종합뉴스를 제공하고 있는 5개 방송, 4개 종합편성채널 방송, 발행부수 기준 상위 5개 종합일간지, 방문자 수 기준 상위 1개 종합인터넷신문 등 총 15개 미디어를 대상으로 실시하는 조사임. 이 조사는 연 1회 12월에 언론학자 400명을 대상으로 온라인 설문조사로 진행됨.
- 이 조사는 5점 척도로 평가되는데, 2019년 결과에 따르면, 1위는 JTBC로 3.227, KBS는 2.975로 5위로 나타났음.
- 5년간 KBS의 신뢰도 추이를 살펴보면, 2015년 3.224(5위), 2016년 3.101(5위), 2017년에는 5위권 안에 못 들었고, 2018년 3.278(2위), 2019년 2.975(5위)로 나타났음. 모든 언론

의 신뢰도 점수가 계속 하락하는 추세라는 것을 감안하고 순위만으로 보면, 2015년~2016년 5위, 2017년 5위 밖, 2018년 2위, 2019년 5위로, 전문가 집단 대상의 이 조사에서는 2017년을 거치면서 2018년 신뢰도를 회복했다가 2019년에 다시 2016년 수준으로 떨어진 것으로 나타남.

〈표 4-78〉 미디어미래연구소 〈미디어 어워드 조사〉내 신뢰도 (5점 척도)

(단위: 점)	1위	2위	3위	4위	5위
2019	JTBC 3.227	경향 3.068	YTN 3.066	MBC 3.003	<b>KBS 2.975</b>
2018	JTBC 3.584	<b>KBS 3.278</b>	한겨레 3.277	경향 3.231	YTN 3.214
2017	JTBC 3.754	한겨레 3.279	경향 3.247	YTN 3.214	SBS 3.131
2016	JTBC 3.958	한겨레 3.489	경향 3.380	YTN 3.108	<b>KBS 3.101</b>
2015	JTBC 3.539	한겨레 3.410	경향 3.338	YTN 3.298	<b>KBS 3.224</b>

## (2) 보도·시사의 공정성 평가

- 보도 시사 프로그램의 공정성 평가는 내부 조사 결과가 없기 때문에, 외부 조사 결과를 토대로 평가 진행함. 외부 조사결과도 정보통신정책연구원의 시청자평가지수와 미디어미래연구소 〈미디어 어워드 조사〉만이 존재함.
- 이들 조사결과를 종합해보면, 2016년, 2017년보다 2018년, 2019년에 KBS 공정성에 대한 외부 평가가 좋아져 일정정도 성과를 냈다고 할 수 있음. 그러나 5점 척도에서 공정성 점수가 보통인 3점에 근접하거나 그보다 낮은 수치라는 점에서 공정성 확보를 위한 노력은 앞으로도 계속되어야 할 것으로 판단됨.

### ① 내부기관의 공정성 평가

- KBS 내부에서는 보도시사의 공정성을 평가하는 조사를 실시하고 있지 않음. MBC의 경우 품질평가에 공정성 항목을 넣어 보도 시사 프로그램의 공정성을 매년 2회 실시하고 있음. KBS의 품질평가지수(PSI)는 3개 항목을 토대로 산출한 것으로 프로그램을 평가할 다양한 지표를 파악할 수 없음. 공영미디어연구소라는 자체 연구소를 가지고 있는 KBS에서

보도 시사 프로그램의 공정성 등 자세한 품질평가를 진행하지 않는다는 것은 이해가 어려운 부분임. 향후 이에 대한 자체 조사를 꾸준히 실시함으로써 보도 시사 프로그램의 공정성에 대한 시청자들의 의견을 수렴할 필요가 있다고 판단됨.

## ② 외부기관의 공정성 평가

### ▣ 정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI)

- 정보통신정책연구원 시청자인식조사는 2/4분기, 4/4분기, 연2회 전국 13세 ~ 69세 총 24,000명을 대상으로 조사를 실시함.
- 시청자평가지수에서 측정한 공정성은 5점 척도로 평가되는데, 2019년 KBS1은 JTBC와 공동 1위로 3.48점을 받았음. KBS2는 3.32로 5위로 나타났음.
- KBS1이 보도시사 프로그램이 많은 점을 고려하여, KBS1의 공정성 점수 추이를 살펴보면, 2015년 3.34(2위), 2016년 3.23(3위), 2017년 3.22(3위), 2018년 3.51(2위), 2019년 3.48(공동 1위)로 2015년, 2016년보다 2018년, 2019년에 공정성 정도가 더 좋아진 것으로 평가됨.

〈표 4-79〉 정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI)내 공정성 (5점 척도)

(단위: 점)	1위	2위	3위	4위	5위
2019	KBS1 3.48	JTBC 3.48	SBS 3.38	MBC 3.36	KBS2 3.32
2018	JTBC 3.60	KBS1 3.51	SBS 3.44	KBS2 3.38	MBC 3.36
2017	JTBC 3.77	SBS 3.25	KBS1 3.22	KBS2 3.15	MBN 3.15
2016	JTBC 3.66	SBS 3.24	KBS1 3.23	KBS2 3.17	MBN 3.14
2015	JTBC 3.46	KBS1 3.34	SBS 3.29	KBS2 3.26	MBN 3.24

### ▣ 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사> 내 공정성 (5점 척도)

- 연1회 12월에 언론학자 400명 대상 온라인 설문조사로 진행된 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사>에는 언론매체 공정성을 5점 척도로 측정함.
- 이 조사의 2019년 결과에 따르면, 1위는 JTBC와 YTN이 공동 1위로 2,983이었고, KBS는

2.756으로 5위로 나타났음.

- 5년간 KBS의 공정성 추이를 살펴보면, 2015년 5위(2.880), 2016년과 2017년에는 5위 밖이었으며, 2018년 4위(3.027), 2019년 5위(2.756)로 나타났음. 2016년, 2017년보다 2018년과 2019년 공정성 평가가 더 좋아졌지만, 점수가 보통인 3점에 근접하거나 그보다 낮은 수치라는 점에서 공정성 확보를 위한 노력이 더 필요해보임.

〈표 4-80〉 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사> 내 방송사·신문사 공정성

(단위: 점)	1위	2위	3위	4위	5위
2019	JTBC, YTN 2.938	연합TV 2.783	SBS 2.779	MBC 2.758	<b>KBS 2.756</b>
2018	JTBC 3.224	SBS 3.088	YTN 3.061	<b>KBS 3.027</b>	연합TV 2.943
2017	JTBC 3.381	YTN 3.062	SBS 3.007	경향 2.885	연합TV 2.872
2016	JTBC 3.632	경향 2.959	YTN 2.926	한겨레 2.914	SBS 2.898
2015	YTN 3.283	JTBC 3.282	SBS 3.045	경향 2.896	<b>KBS 2.880</b>

(3) 방송통신심의위원회 공정성 심의 결과 사항

- 2019년 방송통신심의위원회 공정성 규정 위반 심의의결 건수를 보면, KBS는 법정제재 1건, 행정지도 2건을 받았음. 이는 2018년 행정지도 4건을 받은 것과 비교해 공정성 규정 위반 건수는 줄었지만, 법정제재의 수위가 높아 가볍게 볼 사안이 아님.
- 구체적으로 법정제재를 받은 1건은 <강원 산불 속초 시내 위협> 제하의 뉴스특보에서 기자가 현장에 없으면서 마치 산불 현장에 있는 것처럼 보도하여 '방송은 진실을 왜곡하지 아니 하여야 한다'는 공정성 1항 위반으로 해당 프로그램 관계자에 대한 징계를 받았음. 앞으로는 이런 일이 없도록 각별한 주의가 필요함.

〈표 4-81〉 2018-2019 방송통신심의위원회 공정성 위반 심의의결 건수 (행정·법정제재/0)는 포함된 지역방송사 건수

구분	공정성	
	행정지도	법정제재
2019	2(1)	1
2018	4(0)	0

〈표 4-82〉 2019년 방송통신심의위원회 공정성 관련 심의의결 사항(심의제재일기준)

프로그램명	방송 일시	심의지적 내용	방송심의에 관한 규정 위반 조항	심의 결과
KBS뉴스9 대전	2018.9.1	집단 따돌림 관련 보도. 가해자 학생이나 학부모들에 발언 기회가 제대로 주어지지 않은 점, 학교폭력대책위원회의 결정 등 후속 보도로도 전혀 언급하지 않았다는 점	제 9조 (공정성) 제2항, 제14조	권고
KBS 뉴스특보	2019.4.4	〈강원 산불 속초 시내 위협〉 뉴스특보에서, 기사가 현지에 없으면서 “고성에서 KBS 뉴스 000입니다.”라고 언급하는 내용	제9조 (공정성) 제1항	해당프로그램관계자에 대한 징계
KBS뉴스9	2019.5.17	'대림동 여경사건' 경찰 측 반박 영상 보도. 여성 경찰관이 일반 시민에게 도움을 요청하고 수갑을 채우라고 말하는 장면은 보여주지 않고, 취객을 즉각 제압하고 미란다원칙을 고지한 것만 보여줌.	제 9조 (공정성)	의견제시

(4) 보도·시사 프로그램의 공정성·정확성·심층성·다양성 개선노력

① 뉴스의 공정성 · 정확성 · 심층성 · 다양성 개선노력

■ 공정성 개선 노력

- 출입처 광역화로 인력을 재배치하여 출입처 의존도를 낮춘 일, 주제별·분야별 전문가그룹, 단체, 연구소 등과의 협업 취재시스템을 갖춘 일, 의제 발굴-강화-유지-피드백 의제 설정 프로세스를 확립한 일은 공정성 개선을 위한 긍정적 변화로 평가됨. 2019년 11월 이후 진행한 일이어서 2019년 말까지 성과가 나타나지는 않았지만, 향후 좋은 성과를 기대해 볼 수 있을 것으로 평가됨.
- KBS 〈방송제작가이드라인〉 개편과 취재·제작 체크리스트 신설, 그리고 보도본부 구성원 대상 저널리즘 교육을 연중 수시로 실시함으로써 취재윤리를 내재화하려는 노력은 긍정적으로 평가됨. 그러나 윤리의식을 내재화하고 잘못된 관행을 타파하려면 교육 횟수와 참석인원을 늘리고, 모든 기자들의 적극적인 참여를 유도할 필요가 있음.

#### ■ 심층성 개선 노력

- <뉴스9>과 <뉴스7>으로 차별화하여, <뉴스7>은 기존 ‘발생’ 기사 위주의 뉴스에서 저녁 종합뉴스로 확대 편성, 단독 기사 등을 전진 배치하고, <뉴스9>은 그날의 핵심 이슈를 블록화하면서 깊이를 추구한 점은 심층성을 개선한 노력으로 평가됨. 특히 취재기자 출연과 주요 뉴스메이커와의 대담도 깊이 있는 현상 이해에 도움을 준 것으로 보임. <뉴스7>의 2019년 연평균 시청률이 7.0%로, 타 방송사 메인 뉴스 시청률(MBC 4.1%, SBS 5.7%)을 웃돌았던 점으로 보아, 일정정도 성과를 거둔 것으로 판단됨.
- <뉴스9>에서 ‘뉴스쭈민’, ‘끈질긴K’, ‘현장K’, ‘국회감시K’ 등 탐사보도 코너를 신설한 것은 심층성을 강화하는데 기여했음. 특히 이들 코너들은 기존 리포트와 달리 긴 시간을 할애해 취재 제작 과정을 가감 없이 보여줌으로써 현상을 깊이 있게 보여주었다는 점에서 의미 있는 시도로 평가됨.
- 데이터 저널리즘을 강화한 3.1운동 100주년 특집사이트 ‘3.1운동 100년, 대한민국의 뿌리가 되다’는 3.1운동의 전반적인 사건과 인물을 인터랙티브(상호작용적) 지도와 관계망을 통해 보여줌으로써 오프라인 뉴스와 온라인 형태를 결합한 뉴스보도로 심층성을 높이는데 기여한 것으로 판단됨. 특히 방송기자연합회 2019 한국방송기자대상, 한국방송기자클럽 2019년도 BJC보도상 올해의 방송기자상, 제8회 한국온라인저널리즘어워드, 한국 데이터저널리즘 어워드 ‘올해의 주목할 만한 데이터저널리스트상’ 및 ‘데이터혁신상’, 한국조사연구학회 한국조사보도상 등 다수의 상을 수상한 것으로 보아 긍정적인 성과를 거두었다고 평가됨.

#### ■ 정확성 개선 노력

- <뉴스9>에 ‘팩트체크팀’ 신설하여, 우리 사회 여러 영역에서 확산되고 있는 ‘가짜 뉴스’를 바로잡는데 기여했음.
- 그러나 이 팩트체크팀은 <뉴스9>의 콘텐츠를 생산하는 조직일 뿐 KBS 보도 전체의 정확성을 체크하는 팀이 아니기 때문에, KBS 보도의 정확성을 높이려는 시도라고 평가하기는 어려움.
- KBS 보도의 정확성을 체크하고 수정할 수 있는 전사적 차원의 팩트체크 시스템이 마련될 필요가 있음.

▣ 다양성 개선 노력

- KBS는 <뉴스9> 메인 앵커에 이소정 기자를 발탁함으로써, 국내 지상파 방송 사상 처음으로 평일 메인 뉴스 메인 앵커를 여성이 맡게 되는 성과를 내었음. 중년의 남성 기자가 주요 뉴스를 전하고, 젊은 여성 아나운서가 연성 뉴스를 담당하는 틀에 박힌 낡은 공식을 과감히 깨고 여성 기자를 메인 앵커로 기용한 것은 다양성을 향상시키는 매우 훌륭한 시도로 평가할 수 있음.
- KBS 보도본부의 여성기자 비율은 2017년 20.5%, 2018년 23.4%, 2019년 24.7%로 꾸준히 증가되는 추세라는 점은 긍정적인 현상이라고 판단됨. 그러나 아직 여성기자가 전체 기자의 30%에 이르지 못한 상황이므로 앞으로도 여성기자의 비율을 늘려나갈 필요가 있음.
- 부장급 이상 여성간부의 비율도 2017년 2.94%, 2018년 13.16%, 2019년 10.26%로 크게 늘어났다는 점은 긍정적으로 평가됨. 그러나 여전히 여성간부의 비율이 20% 수준에 이르지 못하는 상황이므로 꾸준한 개선이 필요해보임.
- 사회적 약자보도는 사회부에서 53건, 정치·산업과학·경제부에서 31건을 보도했음. 이것이 얼마나 많은가를 평가할 객관적 기준은 없지만, 1년 동안 총 84건의 보도양은 충분한 보도였다고 보기는 어려움. KBS는 공영방송인 만큼 사회적 약자에 대해 더 많은 관심을 갖고 보도할 필요가 있다고 판단됨.

<표 4-83> 보도본부 전체 기자 수 및 여성기자 비율(2017년~2019년)

구분	2017	2018	2019
전체 기자수(명)	482	448	513
여성 기자수(명)	99	105	127
비율(%)	20.5	23.4	24.7

<표 4-84> 보도본부 전체 부장급 이상 여성부장급 이상 간부 비율(2017년~2019년)

구분	2017	2018	2019
부장급 이상 전체 인원(명)	34	38	39
부장급이상 여성(명)	1	5	4
비율(%)	2.94	13.16	10.26

〈표 4-85〉 〈뉴스9〉 〈뉴스7〉 프로그램의 사회적 약자를 위한 기획 보도(사회부)(53건)

방송일시	제목	방송일시	제목
1.9.	수요시위① 올해가 마지막 되길...27주년 맞은 수요시위	1.9.	수요시위② 수요일마다, 할머니 결연 이들이 있었다
1.25.	스쿨미투① 파면에서 불기소로...용화여고에선 무슨 일이?	1.25.	스쿨미투② 스쿨미투 고발 학교 69곳...달라진 게 없어요
1.26.	장기농성 노동자 일터로...콜택은 여전히 투쟁 중	2.4.	노동자 상대 손배소 급증...보복성 소송 제한해야
2.7.	아들 죽음으로 바뀐 내 인생...김미숙 씨의 60일		
2.21.	장애인학대①뭇생긴 애 때려!..장애인 시켜 장애인 폭행	2.21.	장애인학대② 스트레스 풀려고 촬영..학대영상 돌려봐
2.22.	장애인학대①폭행 두려워 정신병원...상습학대 시설	2.22.	장애인학대②장애인 응급 환자 50분 방치..CCTV 삭제 정황
3.25.	천안함 막내 잃은 어머니의 9주기	4.12.	날짜로 가르는 정규직 전환...실직 내몰린 스크린도어 노동자
4.14.	인천공항서 100일째 노숙...난민이 되고 싶은 가족	4.21.	[세월호①] 뼈가 삭는 병에 트라우마까지...민간잠수사 보상법 국회서 낮잠
5.1.	매달 50시간은 공짜 노동...농장 이주노동자들의 눈물	5.5.	곰팡이 방, 쪽방촌...여기가 어린 나의 집입니다
5.23.	스토킹① 카톡 차단해도 송금메시지로 다시 갈게...끝나지 않는 스톱킹	5.23.	스토킹② 열 명 중 한 명 나도 스톱킹 당했다...국민 95% 처벌 강화해야
6.3.	"비행 전날엔 눈물부터 나오"...'직장 괴롭힘' 승무원도 심각	6.4.	'때리고 욕하고'...도 넘은 세브란스 교수의 '갑질'
6.4.	"행주 입에 물고 그릇 닦기"...'괴롭힘' 호텔도 심각	7.9.	스님이라고요?...저는 노예였습니다.
7.2.	군① 대소변 강요에 급소 폭행까지 월급 갈취 정황도	7.2.	군② 동기생 대소변 가혹행위...부대는 뭐했나?
7.16.	2분 통화에 욕설만 25번...사장님 갑질은 사각지대?	7.24.	키오스크 늘면 뭐해요? 우리에겐 그냥 유리창인걸...
8.5.	산불① 강원 산불 뒤 낙달..피해주민들은?	8.5.	산불② 컨테이너에서 열대야 나는 강원 산불 이재민
8.17.	3.5m 방으로 엉금엉금 학교 계단 밑에 그들이 산다	8.20.	[단독] "애들 집에 좀 데려다줘"...부하직원 괴롭힌 농식품부 간부
8.20.	[취재후] 3번 좌절된 포스코 인턴 사원의 직장 괴롭힘 신고	8.21.	[취재후] 정부도 해매는 '직장내 괴롭힘'..."우리 소관 아닌데?"
9.10.	성경 공부에 억지 3천배까지...'종교 갑질' 당하는 사회복지사	9.12.	더 외롭고 서글퍼 오늘도 혼자인 노인들
10.19.	장기실종① 44년 전 실종됐던 딸, DNA로 엄마 찾았다	10.19.	장기실종② 28년 지났지만...우리 아이를 찾아주세요
10.20.	장기실종③ 실종 그 후 자책·가난·가정해체·고립...치유, 관심 필요	10.27.	시각장애인 안내견도 식당 출입하게 해주세요

방송일시	제목	방송일시	제목
10.30.	성착취① 미성년음란물 범죄자 13만 철창행... 판결문 전수 분석	10.30.	성착취② 미국 6개, 우리나라는 단 2개... 모호한 조항에 양형도 들쭉날쭉
11.11.	돈 떼먹고 잠적에 수수료 천차만별...택배 대리점 구조 개선해야	11.24.	수업 차질에 잠도 못자요... 전광훈 목사 확성기 집회에 우는 맹학교
12.4.	삼성보험① 자살 아니냐 보험금 안주고... 지금 권고도 나몰라라?	12.4.	삼성보험② 금감원 결정도 나몰라라?...소송 하셔라에 우는 암 환자들
12.7.	기계에 깔려 숨진 외국인 노동자... 김용균 사고 1년 지났는데 똑같다	12.9.	가습기살균제 천식 환자 보상은 0명... 정부가 안 알렸다
12.18.	경찰 수사 뒤 후원금 급감... 위기의 베이비박스	12.21.	노조 와해 사과한 삼성...고공농성 200일 앞둔 해고 노동자 김용희 씨
12.22.	70년 을지로 공구거리 실핏줄 협업 생태계 깨지나	12.25.	[무연고자①] 홀로 죽어가는 사회...무연고자의 마지막 길
12.25.	[무연고자②] 가족관계 단절...시신 위임서 794건 전수 분석	12.28.	김포골드라인 노동자, 기준치 48배 라돈에 노출

〈표 4-86〉 <뉴스9><뉴스>프로그램의 사회적 약자를 위한 기획 보도(정치·산업과학·경제부)(31건)

방송일시	소관부서	제목
11.19.	정치부	[민식이법/여심야심] 우리 아이 학교 앞, 3천만 원 짜리 단속카메라 있었다면...
11.19.	정치부	[민식이법] “오늘은 민식이 생일”...선예·하하 “기도하는 마음으로 참여”
11.27.	정치부	[민식이법/여심야심] 3년 넘게 못 보낸 천사...‘해린이법’ 통과되려면?
11.30.	정치부	[민식이법/여심야심] ‘어린이법’ 계속 밀렸다...“아만의 정치, 선의 있는 줄”
11.28.	정치부	형제복지원 피해자, 나경원에 무릎 꿇고 “도와주세요 대표님”
1.15.	산업과학부	[태움] “머리는 장식이나”...‘태움’ 공분 중에도 괴롭혔다
6.24.	산업과학부	[태움] ‘하얗게 탈 때까지’...중합병원 ‘태움’에 ‘공짜 노동’까지
7.7.	산업과학부	[태움/취재후] “환자를 살리려면 내가 죽어야”...위기의 간호사들
5.7.	산업과학부	[직장 괴롭힘①] “일 못하면 화장실도 맘대로 가지마” 직장 괴롭힘에 피눈물
5.8.	산업과학부	[직장 괴롭힘②] “매일 지옥으로 출근”...직장갑질119가 마지막 비상구?
5.9.	산업과학부	[직장 괴롭힘③] ‘너는 맞아야 정신 차린다’...직장 괴롭힘 방지법이 해법될까
12.2.	산업과학부	[故김용균씨 1주기] “하루 평균 5.6명”...숫자로만 남은 노동자의 죽음
12.3.	산업과학부	[故김용균씨 1주기] 누구나 김용균, ‘위험의 외주화’ 현장은 그대로

방송일시	소관부서	제목
12.5.	산업과학부	[故김용균씨 1주기/취재후] '누구나 김용균'... 뼈 부러지고, 머리가 찢어져도 "그 정도로 안 죽어"
12.23.	산업과학부	[눈물젖은 콜센터]① "자식한테도 무시당할걸"...전화기 뒤의 위태로운 하루
12.24.	산업과학부	[눈물젖은 콜센터]② "화장실도 못 가"...반복되는 '콜센터 괴롭힘' 왜?
12.27.	산업과학부	[눈물젖은 콜센터]③ '마구잡이 서랍 검사'에 고객 상담 엿듣기...인권사각지대 '콜센터'
12.28.	산업과학부	[눈물젖은 콜센터]④ "나는 감정 앵무새인가요?"...콜센터 매뉴얼 잔혹사
1.9.	사회부	수요시위① 올해가 마지막 되길...27주년 맞은 수요시위
1.15.	경제부	"미래도 두렵다"...'깡' 세대, 에코세대의 고통
2.13.	경제부	실업률 9년 만에 최고, 청년 일자리는?
2.19.	경제부	'비용 떠넘기기' 갑질에 영세점주들 고통 가중
2.21.	경제부	나빠지는 소득 분배... '소득주도성장' 성과 언제쯤?
3.13.	경제부	취업자 26만 명 증가했지만...3,40대 일자리는 ↓
3.19.	경제부	삼성화재 임직원의 '갑질'...비리 제보했더니 일감 보복?
3.22.	경제부	금액 깎고 날짜 조작한 한진중공업...진화하는 대기업 갑질
4.19.	경제부	후임자 못 구했는데...권리금 포기한 채 쫓겨나는 임차인
11.19.	경제부	한계 부딪친 고용...재정 확대, 나라 빛 우려 딜레마
12.3.	경제부	'불혹'이 아니라 '곤혹'...40대의 한숨
12.24.	경제부	일본 불매로 나타난 소비자의 힘
12.31.	경제부	돌아본 2019년 서민의 삶

## ② 시사프로그램의 공정성 · 정확성 · 심층성 · 다양성 개선노력

- 시사프로그램의 공정성과 정확성 · 심층성을 높이려는 노력은 프로그램 제작과정에서 제작진들이 끊임없이 노력해왔지만, 2019년에 특별한 변화는 없었음.
- <추적60분>을 폐지하고 <시사직격>을 신설해 심층성을 추구하겠다는 새로운 시도를 하고 있지만, 아직 그 성과를 논하기에는 이른 시기임.
- 시사 프로그램의 공정성과 정확성이 매우 중요한 원칙이므로, 시스템적으로 팩트체크가 가능한 프로세스를 만드는 것이 필요해 보임.

▣ 다양성을 위한 개선 노력

- <시사기획창> 8회, <오늘밤 김제동> 10회, <더 라이브> 5회, <거리의 만찬> 10회, <추적 60분> 13회 등 총 46회의 사회적 약자와 관련된 프로그램을 제작함으로써 다양성을 추구했음. 46회가 많은 분량인지 아닌지를 판단할 근거는 없지만, 공영방송 KBS는 앞으로 지속적으로 사회적 약자에 관심을 갖고 프로그램을 제작해야할 것으로 보임.
- 2019년의 다양성 성과로는 <거리의 만찬> 프로그램을 들 수 있을 것으로 판단됨. 이 프로그램은 소수자, 소외지들과의 진솔한 토크와 세련된 영상미를 구현해 수신료의 가치를 구현했다는 대내외적인 평가를 받았음. <노동의 조건 2부작>(1월, 도시가스 검침원), <메이드 인 을지로>(2월, 도시재개발로 사라져가는 장인), <오버 더 레인보우>(5월, 성소수자), <열여덟 어른>(11월 보호종료 아동) 등 자살유가족, 언론 피해자, 의료계 태움, 고속도로 톨게이트 노동자 등 사회적 소수자를 출연시켜 주체적인 사회적 약자의 모습을 보여줌으로써 잘못된 고정관념을 타파하는데 기여했다고 판단됨.
- 특히 <거리의 만찬>은 시사프로그램 중 유일하게 3명의 여성 MC가 진행을 맡아 젠더 이슈를 부각함으로써 젠더다양화에 기여했다고 평가됨. 특히 <아이 캔 스피크>(4월, 스쿨미투), <어린이날 아이들이 묻습니다>(5월 초등학교 성적 역할 편견문제) 등의 프로그램을 통해 성적 고정관념에 문제를 제기하고 성평등 사회를 만들어 가는데 일조했다고 판단됨. 양성평등미디어상 최우수상(여성가족부 장관상)을 수상함으로써 사회적인 인정을 받았으나, 개편을 맞아 MC 교체로 사회적 논란이 된 점은 아쉬운 부분임.

<표 4-87> 정규 시사 프로그램의 사회적 약자를 위한 기획 보도

프로그램명	방송일시	방송시간	제목
시사기획창	1.29.(화)	55분	스포츠 성폭력-침묵의 카르텔
	3.5.(화)	55분	조선학교-재일동포 민족교육 70년
	7.9.(화)	55분	나는 폭로한다, 교회 성폭력
	8.27.(화)	55분	나는 똥똥합니다
	9.28.(토)	55분	현장르포 신도시의 외침
	10.19.(토)	55분	지역주택조합, 무너진 서민의 꿈
	11.02.(토)	55분	오지 않는 청년의 시간
	12.21.(토)	55분	학벌, 돈으로 삽니다

프로그램명	방송일시	방송시간	제목
오늘밤 김제동	1.8.(화)	15분	최후의 절규, 굴뚝 위 단식현장
	1.16.(화) 1.17.(수)	50분	용산참사 10년 기획
	1.31.(목)	20분	을지로, 누구를 위한 개발인가
	2.13.(수)	20분	20대 여성은 왜 페미니즘을 이야기하나?
	4.10.(수)	20분	우리가 알아야 할 낙태
	4.23.(화)	40분	10대 성매매, 누구를 처벌해야 하나
	5.1.(수)	20분	노동절 특집
	7.4.(목)	30분	톨게이트 고공시위, 왜?
더라이브	7.10.(수)	50분	여성 상대 범죄 기획
	10.22.(화)	20분	이방인이 본 '82년생 김지영'
	10.23.(수)	20분	세계 최대 아동 음란물 사이트
	10.29.(화)	20분	날로 잔혹해지는 청소년 범죄
	11.6.(수)	20분	전자발찌로 여성 상대 범죄 막을 수 있나
거리의 만찬	11.20.(수)	20분	불법 촬영 동영상 범죄
	1.18.(금)	60분	죽거나 다치지 않을 권리 - 김용균법
	1.25.(금)	60분	3만6천7백걸음 - 도시가스 점검원
	2.22.(금)	60분	메이드 인 을지로 - 철거예정 공구상
	3.8.(금)	60분	언론에 당해봤어? - 언론 피해자들
	4.12.(금)	60분	아이 캔 스피크 - 스쿨미투 피해자들
	4.19/26(금)	120분	제주 4.3을 묻는 너에게 - 4.3 피해자들
	5.10.(금)	60분	오버더레인보우 - 성소수자의 가족들
	8.9.(금)	60분	고속도로 로맨스 - 톨게이트 노동자들
	11.17.(일)	55분	열여덟 어른 - 보호종료 아동들
12.8.(일)	55분	이웃집 자스민 - 다문화 가정	

프로그램명	방송일시	방송시간	제목
추적60분	1.4.(금)	50분	위험을 떠맡은 사람들, 24살 하청 노동자의 죽음
	1.25.(금)	50분	스포츠 미투, 우리들의 일그러진 금메달
	2.8.(금)	50분	불법 대출 청년 '실신세대'를 노린다
	2.15.(금)	50분	제자인가 노예인가. 예술계 교수의 민낯
	2.22.(금)	50분	소리없는 아우성, 청소년 자해
	3.29.(금)	50분	훈육인가 폭행인가 장애인 시설 인권 실태
	4.26.(금)	50분	양승태와 과거사 국가가 두 번 죽인 사람들
	6.7.(금)	50분	전세사기, 청년 주거난민을 노린다
	5.31.(금)	50분	부산저축은행 사태는 끝나지 않았다
	7.5.(금)	50분	아역 연예기획사의 실체
	7.12.(금)	50분	2019 쪽방촌 리포트 - 빈곤 비즈니스
	7.26.(금)	50분	갭투자의 역습, 누가 투기를 부추기는가
	8.23.(금)	50분	누구를 위한 보험인가 암 보험의 배신

## 5) 보도·시사 프로그램 품질 평가 및 품질 향상 노력

### (1) 뉴스의 시청률, PSI(품질평가지수), 코코파이(KOCO PIE, 콘텐츠이용통합)지수

#### ① 뉴스의 시청률

- 2019년 KBS의 메인 뉴스 시청률은 11.1%로 지상파 3사와 종편채널 메인뉴스 시청률보다 5.1%~8.3% 포인트 높은 것으로 나타나 성과가 나쁘지는 않은 편임.
- 그러나 최근 5년간의 시청률 변화를 보면, 매년 조금씩 하락하는 추세임. 이것은 방송 뉴스 시청자가 전반적으로 줄어드는 추세와 맞물려있는 문제이긴 하지만, 앞으로 KBS 뉴스 시청률을 상승 또는 유지하기 위해서는 젊은 시청자 확보방안 수립 등 다각적인 노력이 필요할 것으로 보임.

〈표 4-88〉 2015년-2019년 지상파 3사, 종편 채널  
메인뉴스 시청률(닐슨코리아 수도권, 평일기준)

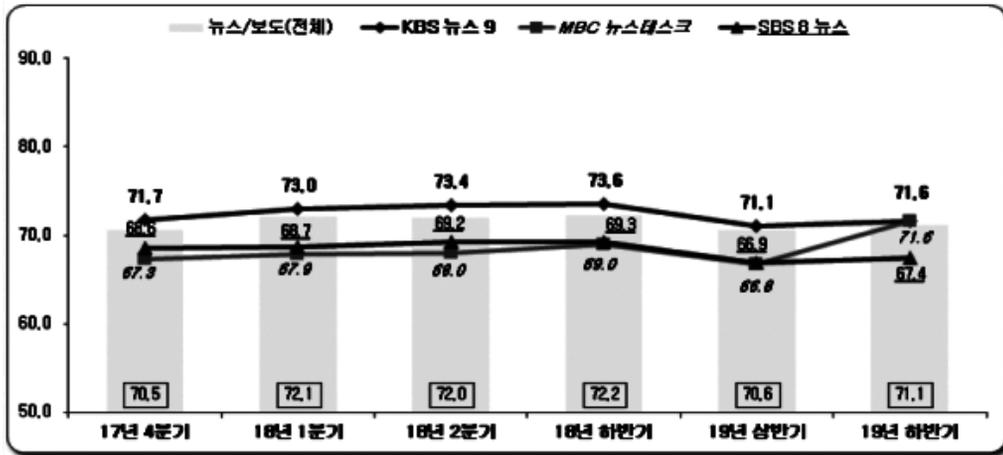
(단위:%)

	KBS1	MBC	SBS	채널A	JTBC	MBN	TV조선
2015년	16.5	6.9	7.8	1.6	1.7	1.8	1.4
2016년	16.6	6.2	7.4	1.9	3.5	2.1	1.3
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

## ② 뉴스의 품질평가

- KBS에서 실시한 품질평가 조사를 토대로 KBS 뉴스의 품질을 살펴보고자 함. KBS 품질평가조사는 지상파 4개 채널 373개 프로그램을 대상으로 12,968명의 국민 패널을 활용한 인터넷 조사로써, 연 2회 실시함. PSI지수는 PSI1(잘 만들었다)과 PSI2(뭔가 얻는 게 있었다), PSI3(시간 가는 줄 몰랐다)를 합산해 3으로 나눠 구한 수치임.
- 2019년 하반기 조사결과, 〈KBS 뉴스9〉의 품질평가 지수는 71.6점으로 〈MBC 뉴스데스크〉와 공동1위였음.
- 이는 〈KBS 뉴스9〉은 상반기 품질평가 지수보다 약간(0.5점) 높아졌지만, 2018년 하반기보다 2점 정도 하락한 것임. 이에 반해 〈MBC 뉴스데스크〉는 2019년 상반기 대비 하반기에 4.7점이 상승한 것으로 나타나, 〈KBS 뉴스9〉의 품질 향상에 더 많은 노력을 기울여야 할 것으로 판단됨.
- 이와 함께, KBS뉴스의 품질을 좀 더 세밀하게 들여다볼 수 있도록 품질평가조사는 더 다양한 측정항목을 통해 깊이 있게 조사할 필요가 있어 보임.

〈표 4-89〉 2017년 4분기~2019년 하반기 지상파 3사 메인뉴스 품질평가 지수 추이



〈표 4-90〉 지상파 3사 메인뉴스 품질평가지수(PSI) 세부 내역(2018~2019)

기간		KBS 뉴스9				MBC 뉴스데스크				SBS 8 뉴스			
		PSI	PSI1	PSI2	PSI3	PSI	PSI1	PSI2	PSI3	PSI	PSI1	PSI2	PSI3
2018	1분기	73	74.2	74.8	69.8	67.9	68.8	70.1	64.8	68.7	69.7	71.1	65.4
2018	2분기	73.4	74.5	75.4	70.3	68	68.8	70.5	64.6	69.2	70	71.9	65.8
2018	하반기	73.6	74.7	75.7	70.4	69	69.6	71.4	66.1	69.3	70.2	71.9	65.6
2019	상반기	71.1	72.3	73.3	67.8	66.8	67.6	69.1	63.7	66.9	68	69.3	63.4
2019	하반기	71.6	72.9	73.6	68.3	71.6	72.5	73.7	68.7	67.4	68.4	69.8	64

※ PSI=(PSI1: 잘 만들었다 + PSI2: 뭔가 얻는 게 있었다 + PSI3: 시간 가는 줄 몰랐다)/3

### ③ 코코파이(KOCO PIE, 콘텐츠이용통합)지수

- 2019년 지상파 3사와 종편채널 메인뉴스의 코코파이TV 개인시청자 수를 살펴보면, 〈KBS 뉴스9〉는 262만 명으로, 타 지상파 방송과 종합편성채널 메인뉴스보다 166만~262만 명이 많은 것으로 나타나 〈KBS 뉴스9〉의 영향력이 높다는 것을 확인할 수 있음.
- 그러나 2018년과 비교하면, 21만 명이 줄어든 것임. 정치적 성향이 두드러진 종합편성채널의 코코파이TV 개인 시청자수가 급증한 것을 보면, 시청자들이 본인의 성향에 맞는 뉴

스를 선호하기 때문에 KBS 뉴스가 공정한 뉴스를 했다고 평가해볼 수도 있겠지만, 코코파이TV 개인시청자 수가 줄어든 이유에 대한 다각적인 분석을 통해 KBS 뉴스의 품질을 개선하고 좀 더 많은 시청자들이 KBS 뉴스를 볼 수 있도록 노력할 필요가 있음.

〈표 4-91〉 주요 방송사 메인뉴스 코코파이TV 개인시청자 수

(전국, 평일 기준 / 단위: 만명)

	KBS1	MBC	SBS	채널A	JTBC	MBN	TV조선
2018년	283	75	107	39	114	68	41
2019년	262	80	91	51	96	64	67
증감률	7.4%↓	6.7%↑	14.6↓	30.7↑	15.8↓	5.9↓	63.4↑

## (2) 시사 프로그램의 시청률 및 시청자수, PSI지수, 코코파이 지수

### ① 시사 프로그램의 시청률

#### ▣ 주요 시사 프로그램 전년 대비 시청률

- 주요 시사 프로그램 시청률을 보면, 2019년에 신설된 <시사직격>은 4.4%로 폐지된 <추적 60분>의 2018년 4.6%, 2019년 4.5% 보다는 조금 낮은 시청률을 보임. <심야토론>과 <저녁리듬 토크쇼>, <사사건건>의 2019년 시청률은 전년 대비 각각 2.7%, 0.3%, 0.2% 포인트 상승해서 일정정도 성과를 거둠. 다만 시사기획 창은 2019년 시청률은 1.1% 포인트 하락했음.
- 지상파 및 종합편성채널의 대표 시사 프로그램의 2019년 시청률을 비교해보면, <시사직격>은 2위로, 1위인 SBS의 <그것이 알고 싶다>의 시청률보다 2.8% 낮은 시청률을 나타냈고, 3위인 MBC의 <PD수첩>보다 1% 높은 시청률을 보였음. PD저녁리듬을 구현하고 있는 프로그램의 시청자가 꾸준히 존재한다는 점을 고려할 때, <그것이 알고 싶다>의 시청층을 확보하여 <시사직격>의 시청률을 상승시키기 위한 노력이 필요해보임.
- 종합하면 2019년 주요 시사프로그램의 시청률은 2018년과 비교해서 조금 상승된 시청률을 나타내는 성과를 거두었음. <시사직격>은 신설 프로그램임에도 <추적60분>과 비슷한

시청률을 확보했으나, 아직 경쟁 프로그램인 <그것이 알고 싶다>에 미치는 시청률 확보를 위해서는 다각적인 노력이 필요해보임.

〈표 4-92〉 주요 시사 프로그램의 2018년-2019년 시청률 (닐슨코리아 수도권 가구 기준)

(단위:%)

	추적 60분	시사직격	심야토론	저널리즘 토크쇼J	시사기획 창	사사건건
2018년	3.2 (KBS2 2.9% → KBS1 4.6%)	-	2.7	3.1	5.1	1.8 (6.18.~ 사사건건)
2019년	4.5	4.4	3.0	3.4	4.0	2.0

〈표 4-93〉 2018년~2019년 지상파 및 종편

대표 시사 프로그램 시청률 (닐슨코리아 수도권 가구 기준)

(단위:%)

	KBS1	KBS1	MBC	SBS	JTBC	TV조선
	추적 60분	시사직격	PD수첩	그것이 알고 싶다	이규연의 스포트라이트	탐사보도 세븐
2018년	3.2 (KBS2 2.9% → KBS1 4.6%)	-	4.1	7.2	3.9	1.8
2019년	4.5	4.4	4.1	6.8	3.4	2.3

② 시사 프로그램의 품질평가지수

- 주요 시사 프로그램 품질평가지수를 살펴보면, <저널리즘 토크쇼J>는 81.6점으로 지난해 대비 2.8점 상승했고 <사사건건>과 <시사기획 창>은 각각 0.4점, 1.6점 하락했음.
- 2019년에 신설된 <시사직격>은 75.8점으로 폐지된 <추적60분>의 77.4점 보다 낮은 품질 평가 점수를 받았음. 타사 경쟁 프로그램의 품질평가와 비교해보면, 1위인 SBS의 <그것이 알고 싶다>의 품질평가 점수 78.3보다 2.5점, 2위인 MBC의 <PD수첩>보다 1.1점 낮은 점

수로, 시청률과 달리 품질평가에서는 3위에 머물렀음. 신설 프로그램인 만큼 좀 더 시간을 두고 평가하며 프로그램 품질을 올릴 수 있는 전략을 수립해 나가야 할 것으로 보임.

- 종합하면 2019년 주요 시사프로그램의 품질평가는 <저널리즘 토크쇼J>를 제외하고는 2018년과 비교해서 조금 하락되었음. 이는 시청률 성과보다 못한 결과로, 프로그램 품질을 높이기 위해 깊이 있는 원인 분석을 통해 전략을 마련해 나가야할 것으로 보임. 단, 신설 프로그램의 경우는 좀 더 시간을 두고 평가하는 여유도 필요할 것으로 판단됨.

<표 4-94> 2015년~2019년 주요 시사 프로그램 PSI 품질평가지수(연평균점수)

	KBS2	KBS1	KBS1	KBS1	KBS1
	추적 60분	시사직격	저널리즘 토크쇼J	시사기획 창	사사건건
2015년	76.1	/	/	79.5	/
2016년	75.6	/	/	77.8	/
2017년	76.7	/	/	77.5	/
2018년	78.2	/	78.8	78.7	75.4
2019년	77.4	75.8	81.6	77.1	75.0

<표 4-95> 지상파 3사 시사 프로그램 PSI 품질평가지수 세부 내역(2015~2019)

기간		KBS 추적60+시사직격				MBC PD수첩				SBS 그것이 알고 싶다			
		PSI	PSI1	PSI2	PSI3	PSI	PSI1	PSI2	PSI3	PSI	PSI1	PSI2	PSI3
2018	1분기	없음				77.9	78.3	79.1	76.2	78.7	79.0	79.2	77.9
2018	2분기	77.7	78.4	78.2	76.6	77.4	77.9	78.9	75.5	80.0	80.4	80.4	79.1
2018	하반기	78.7	79.0	79.3	77.7	75.4	76.1	76.7	73.4	77.7	78.5	77.6	77.1
2019	상반기(추적 60분)	77.4	77.8	77.7	76.6	75.4	76.2	76.9	73.0	77.8	79.2	75.7	78.4
2019	하반기(시사 직격)	75.8	76.1	77.6	73.6	76.9	77.5	77.6	75.6	78.3	79.5	76.9	78.4

\* PSI=(PSI1: 잘 만들었다 + PSI2: 뭔가 얻는 게 있었다 + PSI3: 시간 가는 줄 몰랐다)/3

\* “없음”은 조사당시 방송되지 않은 경우임

③ 시사 프로그램의 코코파이(KOCO PIE, 콘텐츠이용통합)지수

- 지상파 3사와 종합편성 채널의 대표적인 시사 프로그램의 코코파이TV 개인 시청자 수를 살펴보면, SBS의 <그것이 알고 싶다>가 148만 명으로 압도적인 1위로 나타남. KBS의 <시사직격>은 93만 명으로 2위이기는 하나, 1위보다 55만 명이나 적은 수치임. 그럼에도 불구하고 코코파이TV 개인시청자 수를 보면, 시사 프로그램에 대한 시청자의 수요가 확실하게 존재함을 확인할 수 있음. 이는 <시사직격>이 프로그램 품질을 높인다면, 더 많은 시청자를 확보할 수 있음을 시사하는 것임. 특히 코코파이 non TV 순위를 보면, 시사직격은 233위로, SBS의 <그것이 알고 싶다>와 MBC의 <PD수첩>은 물론 JTBC의 <이규연의 스포트라이트>보다 뒤처지는 것으로 나타남. 이런 결과를 통해 볼 때, 젊은 시청자 확보를 위한 모바일 서비스 전략 등 다각적인 노력이 필요해보임.

〈표 4-96〉 2018년~2019년 지상파 3사, 종편채널 대표 시사 프로그램 코코파이 TV 개인 시청자 수  
(전국, 평일 기준 / 단위 : 만 명)

	KBS1	KBS1	MBC	SBS	JTBC	TV조선
	추적 60분	시사직격	PD수첩	그것이 알고 싶다	이규연의 스포트라이트	탐사보도 세븐
2018년	(KBS2 57 → KBS1 85)	-	77	149	77	35
2019년	87	93	75	148	68	43

〈표 4-97〉 2018년~2019년 지상파 3사, 종편채널 대표 시사 프로그램

코코파이 non TV 순위 (점수는 주 평균 기준)

2018년		2019년	
85위 (6,821점)	그것이 알고 싶다 (SBS)	12위 (13,082점)	그것이 알고 싶다 (SBS)
122위 (4,086점)	PD수첩 (MBC)	39위 (6,463점)	PD수첩 (MBC)
194위 (1,542점)	이규연의 스포츠라이트 (JTBC)	185위 (1,019점)	이규연의 스포츠라이트 (JTBC)
205위 (1,282점)	추적 60분 (KBS1)	233위 (2,822점)	시사직격 (KBS1)
366위 (130점)	탐사보도 세븐(TV조선)	235위 (1,037점)	추적 60분 (KBS1)
-	-	431위 (126점)	탐사보도 세븐 (TV조선)

(3) 국내외 수상실적 (KBS 자체 수상 실적 제외)

■ 2019년 외부 수상 실적 (KBS내 수상 실적 제외)

- 2019년 외부 수상실적을 살펴보면, 보도본부 33건, 제작본부 9건으로 총 42건의 수상 실적을 확인할 수 있음. 이는 2018년 28건, 2017년 20건에 비해 크게 늘어난 수치임. KBS의 보도시사프로그램이 사회적으로 기여한 바가 컸다는 것을 보여주는 것이며, KBS 보도시사프로그램에 대한 외부 평가가 좋아졌음을 의미하는 것으로 큰 성과로 평가할 수 있음.

〈표 4-98〉 2017-2019 외부 수상 실적 (KBS내 수상 실적 제외)

(단위: 건)	보도본부	제작본부	합계
2019	33	9	42
2018	24	4	28
2017	18	2	20

▣ 보도 부문 수상실적

- 구체적으로는 보도부문의 수상실적을 살펴보면, 2019년 이달의 기자상을 7건 수상했고, 이달의 방송기자상을 17건 수상했음. 이 중 10건은 지역총국이 수상한 것으로 본사와 지역 총국 모두 사회적 영향력이 높은 의미 있는 보도물을 많이 제작했음을 확인할 수 있음.

<표 4-99> 2019년 이달의 기자상 수상실적(7건)

프로그램명	성명	수상내용	주관기관	수상월
3.1운동 100주년 특집 '3.1운동 만세지도'	데이터저널리즘팀	전문보도	한국기자협회	2
北 목선 삼척항 정박	한승연, 윤봄이 (통일외교부) 김중용, 정면구, 김남범 (KBS 강릉)	취재보도1	한국기자협회	6
<시사기획 창> 밀정 2부작	이재석, 이세중 (탐사보도부) 권순두, 이정태 (영상취재2부)	기획보도(방송)	한국기자협회	8
<시사기획 창> 죽음 부른 통증 주사	우한울, 이승철 (탐사보도부) 안용습(영상취재2부)	기획보도(방송)	한국기자협회	10
장기요양기관 폐업의 비밀	곽선정, 김강용 신한비, 정현덕 (KBS 광주)	*기획보도(지역)	한국기자협회	10
<시사기획 창> 미쉐린 별과 돈 그리고 브로커	홍찬의(시사제작2부) 조용호(영상취재1부) 김민준(영상취재2부)	기획보도(방송)	한국기자협회	11
슈퍼타워 2부작	이이슬, 장성길, 류석민 (KBS 부산)	*기획보도(지역)	한국기자협회	11

\*지역KBS 수상실적임

〈표 4-100〉 2019년 이달의 방송기자상 수상실적(17건)

프로그램명	성명	수상내용	주관기관	수상월
〈연속기획〉 다문화교실, 가보셨습니까?	변진석, 유성주 석혜원, 변기성 (디지털뉴스제작부)	뉴미디어	방송기자연합회	1
1945 이키섬, 부서진 기억이 데려가는 곳	함영구(KBS 청주)	*기획보도(지역)	방송기자연합회	1
여론 무시 의정부 규정 위반 단독 연속보도	김영준, 김수용, 박찬규 (KBS 춘천)	지역뉴스	방송기자연합회	2
3.1운동 100주년 특집 '3.1운동 만세지도'	데이터저널리즘팀	뉴미디어	방송기자연합회	3
'포항 지열발전소' 관련 단독 연속보도	서재희, 변진석, 박대기 정연우, 손서영, 홍성희 (산업과학부)	기획보도	방송기자연합회	4
잊혀지는 문화유산	고진현(KBS 제주)	*영상취재	방송기자연합회	4
3.1운동 계보도 및 임정 사진 최초 발굴 연속보도	이재석, 이세중 (탐사보도부) 권순두, 이정태 (영상취재2부)	기획보도	방송기자연합회	5
'공공임대 아파트는 건설사 먹잇감' 연속보도	이재민, 박순고 전민재, 신상응 (KBS 대구)	*지역뉴스	방송기자연합회	6
'北' 목선 삼척항 정박' 단독 연속보도	한승연, 윤봄이 (통일외교부) 김중용, 정면구, 김남범 (KBS 강릉)	뉴스	방송기자연합회	7
가족잔치 공모전부터 가짜 보증서까지... 명장의 민낯	김호, 지종익, 김강용 김순오, 정은용 (KBS 광주)	*지역뉴스	방송기자연합회	7
〈시사기획 창〉 '밀정 2부작'	이재석, 이세중 (탐사보도부) 권순두, 이정태 (영상취재2부)	기획보도	방송기자연합회	9

프로그램명	성명	수상내용	주관기관	수상월
15℃의 비밀, 목조건축	김진희, 신재복 (KBS 전주)	*기획보도(지역)	방송기자연합회	9
〈시사기획 창〉 ‘죽음 부른 통증주사’	우한울, 이승철 (탐사보도부) 안용습(영상취재2부)	기획보도	방송기자연합회	11
장기 요양기관 폐업의 비밀	곽선정, 김강용 신한비, 정현덕 (KBS 광주)	*기획보도(지역)	방송기자연합회	11
〈시사기획 창〉 ‘미쉐린 별과 돈 그리고 브로커’	홍찬의(시사제작2부) 조용호, 김민준 (영상취재2부)	기획보도	방송기자연합회	12
연속기획 死.삶 ‘살아 남은자의 기억’	강재운(KBS 제주)	영상취재	방송기자연합회	12
기다리다 죽는 사람들	강인희, 문준영, 조세준 (KBS 제주)	*지역뉴스	방송기자연합회	12
특별기획 2부작 다큐멘터리 ‘슈퍼타워’	이이슬, 장성길, 류석민 (KBS 부산)	*기획보도(지역)	방송기자연합회	12

\*지역KBS 수상실적임

#### ▣ 시사 프로그램 수상 실적

- 시사프로그램 수상실적을 살펴보면, 총 7건의 수상이 있었다. 구체적으로는 〈거리의 만찬〉이 이달의 PD상을 2건 수상했고, 〈거리의 만찬〉과 〈시사기획 창〉이 각각 이달의 좋은 프로그램상을 수상했음. 그 밖에 시민단체 및 공공기관에서 받은 상이 5건 있었는데, 〈거리의 만찬〉이 3건, 〈추적60분〉이 2건을 받았음.
- 가장 외부상을 많이 수상한 〈거리의 만찬〉이 MC 교체 건으로 사회적 논란이 되었고, 〈추적60분〉은 폐지되었다는 점은 아쉬운 부분임.

〈표 4-101〉 이달의 PD상(2건)

프로그램명	성명	내용	주관기관	수상일
거리의 만찬	조현웅	성소수자 가족	한국피디연합회	2019.5
거리의 만찬	이승문	틀게이트 노동자	한국피디연합회	2019.8

〈표 4-102〉 이달의 좋은 프로그램상(2건)

프로그램명	성명	내용	주관기관	수상일
거리의 만찬	조현웅	성소수자 가족	방송통신심의위원회	2019.5
시사기획 창	이재석	밀정 2부작	방송통신심의위원회	2019.10

〈표 4-103〉 2019년 시민단체 및 공공기관 보도상 수상실적(5건)

프로그램명	성명	수상내용	주관기관	수상일
거리의 만찬	남진현	이달의 좋은 방송상	민주언론시민연합	2019.3
거리의 만찬	남진현	올해의 좋은 방송상	민주언론시민연합	2019.12
거리의 만찬	이이백	양성평등미디어상 최우수상	여성가족부	2019.11
추적60분	최지원 이성범	2019년 7월 '이달의 좋은 보도상' 시사 프로그램 부문 〈2019 쪽방촌 리포트, 빈곤 비즈니스〉	민주언론시민연합	2019.8.
추적60분	최지원 배선정	2019년 2월 '이달의 좋은 보도상' 시사 프로그램 〈소리 없는 아우성, 청소년 자해〉	민주언론시민연합	2019.3.

## (4) 국가적, 사회적 의제 관련 보도 시사 프로그램 편성의 적절성과 품질 향상 노력 및 성과

– 국가적 사회적 의제 관련 보도 시사 프로그램으로는 〈시사기획 창〉에서 11회, 〈거리의 만찬〉에

서 2회, <KBS스페셜>에서 1회 방송한 것으로 확인됨. 탈원전, 비핵화, 밀정, 성소수자, 정치성향으로 나뉜 시민 등 중요한 국가적, 사회적 의제를 다룬 것으로 평가됨.

- 그러나 <시사기획 창>의 ‘밀정’을 제외하고는 1회의 프로그램으로 다루었는데, 중요한 국가적 사회적 의제인 만큼 장기취재를 통한 연속 기획 프로그램으로 제작하려는 노력이 필요해보임.

<표 4-104> 국가적·사회적 의제 관련 시사프로그램 기획 보도

프로그램명	방송일시	제목	시청률(%)	코코파이TV 평균 시청자수(만명)
시사기획창	1.8.	[신년기획] 한반도 평화, 비핵화의 재구성	3.5	79
	1.15.	[신년기획] 미중 신냉전 시대 오나?	3.5	70
	1.22.	[신년특집] 100세 시대, 나는 늙지 않는다	4.0	81
	2.19.	갈탄 혁신, 막힌 성장	3.9	69
	2.26.	한반도 평화, 그 두 번째 봄	3.8	68
	3.5.	조선학교-재일동포 민족교육 70년	4	81
	3.12.	탈원전의 역설	3.6	75
	3/19	4차 산업혁명, 바꾸거나 바뀌거나	3	87
	4.9.	포항지진- 세 번의 기회 놓쳤다	3.2	111
	4.16.	미세먼지, 3가지 의문점	3.5	115
	4.23.	화웨이, 우리는 안전한가?	3.1	106
	6.11.	트럼프의 선택은?	4.2	156
	7.2.	다시 평화를 말하다	3.4	122
	8.7.	소재 전쟁, 일본의 습격	2.7	81
	8.13.	밀정 1부 - 배신의 기록	6.9	159
	8.20.	밀정 2부 - 임시정부를 파괴하라	5.3	147
9.3.	조국으로 조국을 보다 / 아베와 지소미아	5.6	192	
거리의만찬	5.3.	아이들이 묻습니다	2.5	61
	5.10.	오버더레인보우	2.8	72
KBS스페셜	5.3.	어느 편이냐 묻는 당신에게	2.5	62

## 9. 방송 윤리 강화

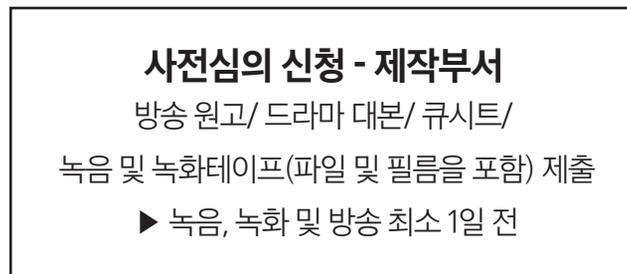
### 1) 자체 사전 심의 제도, 자율 심의 현황

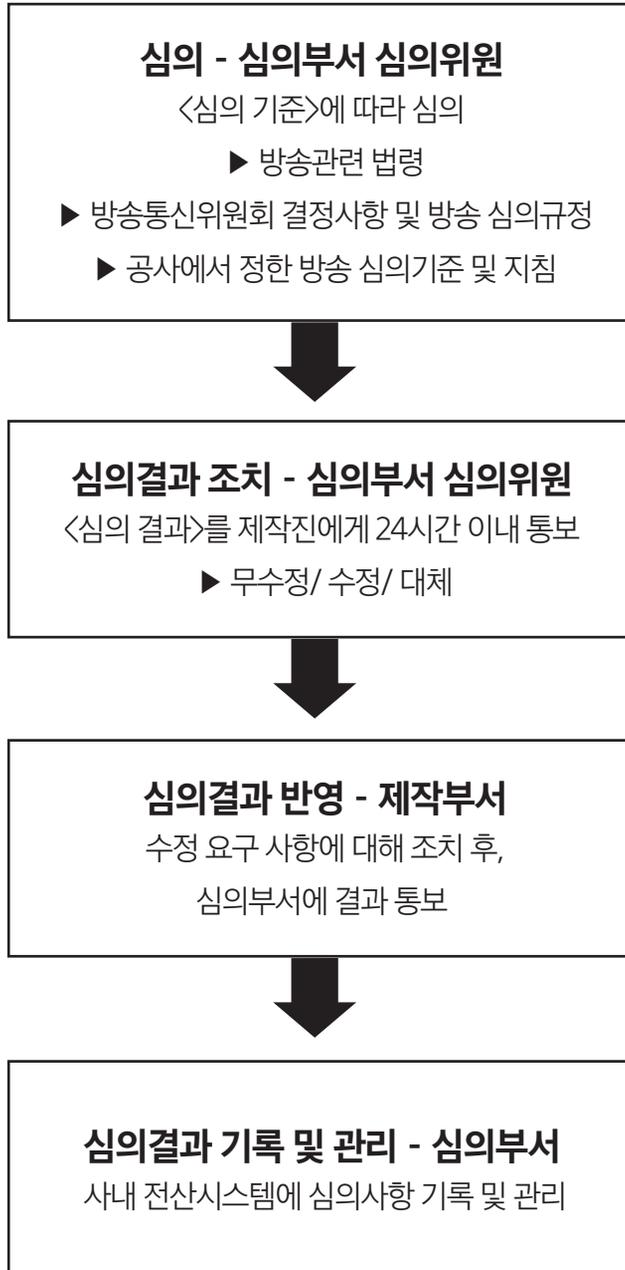
- 「방송법」과 「방송심의에 관한 규정」에 따라 심의실이 생방송을 제외한 1TV, 2TV, 1R, 2R, 1FM, 2FM, 한민족방송 등 KBS 모든 채널 프로그램을 24시간 사전 심의함.
- 뉴스 등 생방송 프로그램은 제작진 책임 하에 위임심의를 원칙으로 하되, <뉴스7>, <뉴스9>, <생방송 심야토론>, <뮤직뱅크>는 사후심의를 진행함. 뉴스 사후심의는 25년 차 이상의 베테랑 기자 출신 심의위원 7명이 실시하며, 심의 결과는 편성제작시스템에 공개하여 구성원이 공유하고 의견을 개진할 수 있게 함.
- 이외에 별도로 심의지적평정위원회, 방송언어심의위원회, 뮤직비디오심의위원회, 가요심의위원회, 방송출연규제심사위원회를 운영하고 있음.
- <KBS 우수프로그램상>을 시상하는데 2019년에는 총 6회 시상했음.
- <KBS 우수프로그램상>을 시상하는 것은 제작진의 사기 증진과 우수한 프로그램 제작을 늘려나가는 데 도움이 될 것으로 보임. 뉴스 사후심의 결과를 편성제작시스템에 공개하여 구성원이 공유하고 의견을 개진할 수 있게 하는 것은 좋은 시스템이라고 판단됨. 다만, 구성원들이 심의결과를 얼마나 많이 공유하고 취재제작과정에 적용할 수 있도록 독려할 수 있는 방안이 필요해 보임.
- 심의를 실시하는 것도 중요하지만, 심의 규정과 보도준칙에 대한 기자교육이 더 중요하다고 판단됨. 기자교육의 정례화가 필요해보임.

〈표 4-105〉 2019 KBS 자율 규제시스템 구성

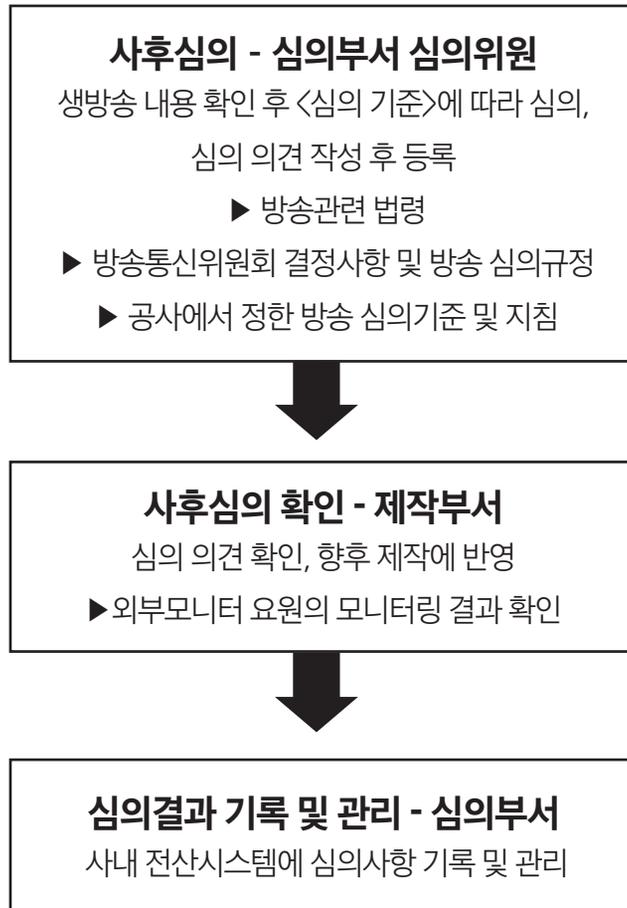
분야	업무	주기	특이사항
심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ TV, 라디오 프로그램 심의</li> <li>○ 방송 프로그램 평가 및 의견 제시</li> <li>○ 방송 사전 수정 및 대체 통보, 확인</li> <li>○ 규정 위반 시, 심의 지적</li> </ul>	매일	심의위원: 30명 내외 (연수 및 안식년 제외)
모니터	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ TV, 라디오 프로그램 모니터 및 보고</li> <li>○ 방송 프로그램 분석 및 의견 제시</li> <li>○ 방송사고 보고</li> </ul>	매일	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 총 134명</li> <li>○ TV: 42명, R: 38명</li> <li>○ 지역국: 54명</li> </ul>
포상 포상	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 〈KBS 우수프로그램상〉 시상</li> <li>- TV/R/보도/지역/제작부문/특별상</li> <li>- KBS 직원 및 계열사, 외주사 대상</li> </ul>	격월 (연간 6회)	1차: 25편/ 54명 2차: 28편/ 69명 3차: 27편/ 63명 4차: 27편/ 59명 5차: 26편/ 61명 6차: 27편/ 61명
○ 방송통신위원회, 방송통신심의위원회 등 외부기관 방송상 추천			
운영 요원	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 심의시스템 운영 및 관리</li> <li>○ 심의보고, 모니터 관리</li> <li>○ 심의 및 포상 관련 위원회 운영</li> <li>○ 심의 관련 외부기관 협력 업무</li> <li>○ 심의실 행정 등</li> </ul>	월~금	10명 내외 (연수 및 휴직자 제외)

〈그림 4-3〉 KBS 자체 사전심의제도 운영 절차





〈그림 4-4〉 KBS 자체 사후 심의제도 운영 절차



## 2) 운영 성과 및 평가

### (1) 자체 사전심의 운영 성과 및 평가

#### ① 운영 성과

- 2019년 자체 사전심의 운영 결과 총 59,948건을 심의함. 이는 2018년도 60,560건보다 다소 감소되었지만 2017년부터 꾸준히 57,000건 이상으로 큰 증감없이 처리하고 있음.

- 이중 TV 프로그램은 총 8,855건, 라디오는 38,252건, 가요는 12,293건, 뮤직비디오는 12,293건을 처리함.

〈표 4-106〉 KBS 프로그램 자체 사전심의 성과(총 처리 건수)

유형		2017	2018	2019
프로그램심의	TV (교양/다큐/예능/ 영화/드라마 포함)	7,977	8,608	8,855
	라디오(DMB 포함)	37,139	38,785	38,252
가요 심의		11,858	12,603	12,293
뮤직비디오 심의		547	564	548
<b>계</b>		<b>57,521</b>	<b>60,560</b>	<b>59,948</b>

(2) 자체 사후심의 운영 성과 및 평가

① 운영 성과

- 2019년도에 <뉴스7>과 <뉴스9> 전체에 대한 자체 사후 심의를 실시함. 총 처리 건수는 2018년도와 동일하게 <뉴스7>은 260건, <뉴스9>은 365건으로 전수 처리되었음.

〈표 4-107〉 2018-2019년 KBS 뉴스 자체 사후심의 성과(총 처리 건수)

구분		2018년	2019년
심의 대상 프로그램	뉴스7	260건	260건
	뉴스9	365건	365건
심의위원 구성		보도 분야 25년 이상 경력의 심의위원	
심의 주기		19시 뉴스 : 월~금 21시 뉴스 : 매일	
심의 절차		생방송 확인 후 심의의견 등록	
사후 조치		- 사후 심의로 의견 제시 및 향후 제작 반영 - 규정위반 건은 <심의지적평정위원회>를 통해 의결	

② 운영 평가

- <뉴스7>과 <뉴스9>를 사후에라도 심의하는 자율적인 노력은 높이 평가됨. 이는 공영방송 뉴스의 질적 완성도를 제고하여 보도의 신뢰성을 높이고, 객관적이고 다양한 정보를 시청자들에게 제공할 수 있는 근간이 될 수 있다고 볼 수 있음.
- 그러나 사후심의 지적사항이 다시 반복되지 않기 위한 시스템이 갖춰질 필요가 있음. 예를 들어, 사후심의 지적사항을 통해 파악된 취재관행이나 보도 관행을 보기 좋게 정리해서 기자들에게 배포하거나 알리는 등의 구체적인 개선 방안이 필요해 보임.

3) 자체 심의 보완 및 외부 심의결과 반영을 위한 제도적 장치 운영

(1) 자체 심의 보완 및 외부 심의결과 반영 위한 제도적 장치 운영 현황과 평가

① 심의지적평정위원회의 운영 현황

- KBS의 심의 기준 위반 사항과 방송 차질이 발생한 경우에 대해 ‘심의지적평정위원회’를 개최하여 인사위 회부, 경고, 주의, 재발방지 촉구 등의 제재를 의결함.
- 방송통신위원회 및 방송통신심의위원회 등 외부기관의 제재 및 결과 조치 사항에 대해서는 심의실에서 일괄 접수 후 ‘심의지적평정위원회’에 반영하여 안건으로 처리하고 자체 제재를 이행하고 있으며, 해당 부서에 통보하고 이를 제작에 반영할 것을 요청함.
- 제작 반영 결과 조치 확인 후, 외부기관에 재보고함.

<표 4-108> 심의지적평정위원회 운영 현황

<b>심의지적 평정위원회 (월 2회)</b>	방송통신위원회와 방송통신심의위원회의 결정사항과 방송심의규정, 공사 심의기준, 방송제작가이드라인, 지역국사고관리지침 위반사안과 방송차질이 발생한 경우에 대한 제재를 심의 의결
	심의실장(위원장), 방송 관련 부장, 심의부장, R심의팀장, 심의위원 등 15명 이하로 구성
	인사위원회 회부(징계) / 경고 / 주의 / 재발방지 촉구 * 경고 3회는 인사위 회부
	해당 부서장은 지적사항과 방송사고 원인을 규명, 재발방지책 수립

② 심의지적평정위원회의 운영 평가

- 자체 심의와 방송통신위원회 및 방송통신심의위원회 심의 결과를 논의하고 별도의 제재와 처리를 이행한다는 것은 문제가 된 방송 제작의 원인을 명확하게 규명하고, 이후 유사한 문제의 재발을 방지할 수 있는데 효과적임.
- 2019년 자체 프로그램 심의지적 결과는 108건(TV 58건, 라디오 50건)으로 2018년 77건(TV 41건, 라디오 36건) 보다 늘어났는데, 어떤 문제점이 있었는지 구체적인 분석을 실시할 필요가 있음. 즉, 이 부분에 대한 원인 분석 후 대안 마련이 이루어져야 향후 제작에 반영이 되어 좋은 프로그램을 만들 수 있을 것으로 보임.
- 제재 대상 부서에서는 7일 이내에 지적사항 또는 방송사고의 원인을 규명하고 재발방지책을 마련하여 심의실로 회신하고 있음.
- 제재 결과는 인사 비밀유지 사항으로 전 직원이 공유하기 어려운 점이 있으나 제작부서의 팀장 이상 보직자에게 사내전자시스템 메일을 통해 공유하고 제작진에게 전달하도록 하고 있음.
- 특히 중요한 사안의 경우에는 심의실에서 자체적으로 내용을 정리하여 사내전자시스템 게시판에 수시로 게시하여 전 직원과 공유하고 각 제작부서 기획팀을 통해 전체 제작진에게 전달하여 재발 방지를 촉구하고 있음.

〈표 4-109〉 KBS 자체 프로그램 심의 지적 처리 결과

유형		2018년			2019년		
		지적건수	조치사항		지적건수	조치사항	
프로그램 심의	TV (교양, 다큐, 예능 및 영화, 드라마 포함)	41	인사위원회	4	58	인사위원회	6
			경고	21		경고	29
			주의	13		주의	17
			재발방지 촉구	3		재발방지 촉구	6
	라디오 (DMB 포함)	36	인사위원회	1	50	인사위원회	11
			경고	20		경고	20
			주의	12		주의	13
			재발방지 촉구	3		재발방지 촉구	6

③ 방송언어심의위원회와 방송출연규제심사위원회 운영 현황

- 공영방송의 공적 책임과 윤리 강화를 위해 별도의 ‘방송언어심의위원회’를 둬, 월 1회, 7인의 심의위원으로 구성된 위원회 회의를 통해 부적절한 방송언어 사용과 자막 오기 등으로 방송의 품위와 KBS의 신뢰도를 실추시킨 사안에 대한 제재를 심의 의결함.
- 또 사회적 물의를 일으킨 연예인 및 일반인의 방송 출연 규제 및 규제 사유 소멸 시 규제 해제 등을 처리하기 위해 ‘방송출연규제심사위원회’를 두고 있음. 사안 발생 후 회의를 개최하여 처리함. 특히 2019년에는 사회적으로 큰 이슈였던 성 감수성 문제, 젠더 의식 등에서 물의를 일으킨 연예인 등을 출연정지 시키는 등 자체적으로 출연진의 윤리 강화를 위해 노력함.

〈표 4-110〉 자체 심의 보안을 위한 제도적 장치 운영 현황

<b>방송언어 심의위원회 (월 1회)</b>	부적절한 방송언어 사용과 자막오기 등으로 방송의 품위와 KBS의 신뢰도를 실추시킨 사안에 대한 제재를 심의 의결
	심의실장(위원장), 한국어연구부장, 예능센터 부장, 라디오센터 부장, 심의위원 3인으로 구성
	경고/ 주의/ 재발방지 촉구/ 심의정보 게재 * 제재사항은 심의지적평정위원회와 동일한 효력
	프로그램 PD 및 KBS 직원(아나운서 등)에게 부과
<b>방송출연규제 심사위원회 (사안 발생 시)</b>	사회적 물의를 일으킨 연예인 및 일반인의 방송출연 규제, 관련 영상물 또는 음반 등의 사용금지 심사, 규제사유 소멸 시 규제 해제
	심의실장(위원장), 제작1본부, 예능센터, 드라마센터 부장 각 1인, 라디오센터 부장 2인, 편성전략부장, 커뮤니케이션부장, 심의위원 4인으로 구성
	법정실형 선고 등 사안의 경중에 따라, 출연섭외 자제 권고/ 한시적 출연 규제/ 방송출연 정지 등 결정 규제를 받는 자와 관련된 영상물 또는 음반 등은 원칙적 사용금지
	무혐의 등 해제사유가 발생 했을 때, 제작부서나 출연규제를 받은 당사자의 해제 신청이 있을 경우 출연규제 해제 여부 심사 및 결정

④ 방송언어심의위원회와 방송출연규제심사위원회 운영 평가

- 2019년 ‘방송언어심의위원회’에서 언어심을 통해 지적한 건수는 총 20건이며 전년도 19건에 비해 1건 늘어났음. 이와 같은 자율적인 언어심을 통해 공영방송으로서 올바른 방송언어 문화를 조성했다는 점은 긍정적으로 평가할 수 있음. 앞으로도 우리말 보호에 힘을 써서 보다 품격 있는 프로그램이 제작 가능하도록 지속적으로 노력해야함.
- ‘방송출연규제심사위원회’에서는 2019년 13건을 처리했으며 이 중 출연자 규제 조치는 11건, 해제 조치는 2건이 해당됨. 전년도 처리건수 16건(규제 11건, 해제 5건)과 대비하여 다소 감소함. 무엇보다 2019년도에는 KBS의 대표 예능프로그램인 <1박2일> 출연진들이 사회적으로 물의를 일으켜 하차 및 프로그램 제작 중단이라는 위기상황을 겪은 만큼 주요 방송프로그램 출연진의 윤리성을 강화하고 이를 체계적으로 관리하여 재발을 방지할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음.

<표 4-111> 방송언어심의위원회와 방송출연규제심사위원회 처리 결과

유형		2018년			2019년		
		지적건수	조치사항		지적건수	조치사항	
기타 심의	방송언어 심의위원회	19	경고	3	20	경고	5
			주의	6		주의	4
			재발방지 촉구	7		재발방지 촉구	8
			심의정보 게재	3		심의정보 게재	3
방송출연규제심사위원회	16	규제	11	13	규제	11	
		해제	5		해제	2	

#### 4) 자체 심의 기준과 심의의 질을 개선하기 위한 노력과 성과

##### (1) 자체 심의 기준 개선을 위한 노력과 성과

###### ① 심의기준 개선을 위한 노력

- KBS는 자체 ‘방송프로그램 심의규정’ 을 마련하여 자율규제시스템을 보다 체계적이고 실질적으로 운영하고자 했음. 자체 심의규정은 총 9조로 구성됨. 제1조 목적, 제2조 관장부서 및 심의위원, 제3조 심의대상, 제4조 심의기준, 제5조 심의요령, 제6조 심의결과 조치, 제7조 위임심의 결과 기록 통보, 제7조의2 심의지적사항 기록관리, 제7조3 외부기관 지적사항처리, 제7조의4 심의지적평정위원회 등, 제8조 벌칙, 제9조 심의물 보존기간으로 구성됨.
- 방송환경과 사회문화적 환경의 변화에 맞춰 자체 심의기준을 개선하고자 하는 노력과 이를 구성원에게 꾸준히 교육하여 자율적으로 올바른 방송윤리문화를 형성하기 위해 전사적인 노력이 필요함.

〈표 4-112〉 KBS 방송프로그램 심의규정

<b>제1조 목적</b>	한국방송공사의 방송 프로그램을 심의함에 필요한 사항을 규정함.
<b>제2조 관장부서 및 심의위원</b>	방송프로그램 심의업무는 심의담당부서에서 관장하고 심의위원을 둔다.
<b>제3조 심의대상</b>	공사의 방송망을 통하여 방송되는 모든 방송프로그램은 규정에 의한 심의를 받아야 한다.
<b>제4조 심의기준</b>	1. 방송관련 법령 2. 방송통신위원회 결정사항 및 방송 심의규정 등 3. 공사에서 정한 방송 심의기준 및 지침
<b>제5조 심의요령</b>	모든 방송프로그램은 심의담당부서에서 사전에 심의함을 원칙으로 한다. 다만, 다음 방송프로그램의 심의는 해당 부서장에게 위임할 수 있다. 1. 생방송 프로그램 및 이에 준하는 프로그램 2. 지역방송국에서 제작, 송출하는 프로그램 3. 특수방송(3라디오, 한민족, 국제방송 등) 프로그램
<b>제6조 심의결과 조치</b>	심의부서는 심의 의뢰 받았을 때에는 24시간 이내에 다음에 따라 심의 결정 후, 결과를 관계부서에 지체 없이 회송하여야 한다. 1. 무수정 / 2. 수정 / 3. 대체 심의결과를 통보 받은 제작부서장은 수정요구 사항에 대해 지체 없이 조치하고 그 결과를 심의담당부서장에게 통보하여야 한다.

<b>제7조 위임심의 결과 기록 통보</b>	방송프로그램을 위임심의하는 부서장(지역방송국장 포함)은 자체기록을 유지하고 심의 담당부서장의 요구가 있을 때에는 이를 지체없이 통보하여야 한다.
<b>제7조2 심의지적사항 기록관리</b>	심의담당부서장은 심의지적사항을 사내전산망에 기록하고 관리하여야 한다. 심의지적사항은 내용의 경중에 따라 경고, 주의, 재발방지촉구로 구분하고 당해 연도 기간 중 주의 3회를 받은 경우에는 경고 1회로, 재발방지 촉구 3회는 주의 1회로 간주한다.
<b>제7조3 외부기관 지적사항처리</b>	동일한 사안에 대해 공사 심의지적사항과 외부기관의 지적사항이 중복될 경우, 지적사항의 정도는 외부기관의 지적사항에 따른다. 위의 경우, 공사 심의지적사항에 대한 기록은 삭제하고 외부기관 지적사항만을 기록하고 관리한다.
<b>제7조의4 심의지적평정위원회 등</b>	① 심의지적 업무를 원활히 수행하기 위하여 심의담당부서에 심의지적평정위원회 등을 둔다. ② 심의지적평정위원회 등 운영에 관한 사항은 별도로 정한다.
<b>제8조 벌칙</b>	심의담당부서장은 다음에 해당하는 담당자 및 관련자의 징계를 인사위원회에 요구할 수 있다. 1. 특별한 사유 없이 사전심의를 받지 아니하거나 심의물 제출시한을 준수하지 아니하였을 경우 2. 사전심의 결과 중요 지적사항을 수정하지 않고 제작, 방송한 경우 3. 해당 부서에서 심의한 프로그램의 사후심의에서 중요사항이 지적된 경우 4. 당해 연도 기간 내에 심의담당부서의 경고 누계가 3회 이상인 경우 5. 방송통신위원회로부터 “해당 방송프로그램의 정정·수정 또는 중지, 방송편성 책임자·해당 방송프로그램의 관계자에 대한 징계, 주의 또는 경고” 명령을 받았을 경우
<b>제9조 심의물 보존기간</b>	방송심의물의 보존기간은 다음과 같다. 1. 심의관계문서 : 3년 2. 원고 및 대본 : 1년 3. 필름 : 6개월 4. 녹음물, 녹화테이프 : 1개월

(2) 자체 심의 질 개선을 위한 노력과 성과

① 심의 질 개선을 위한 노력

- 보도시사 프로그램에 대해 사후에 다수 심의위원이 집중 심의하는 ‘다중심의제도’를 운영한 것과 그 결과를 제작진에게 제공하는 절차는 공영방송의 중요 영역인 보도시사의 공정성을 위한 장치로 평가됨.
- 지난해 <저널리즘 토크쇼>에 대한 진영 간 상이한 평가, 제작진과 심의위원 간 심의내용에 대한 이견이 있어 해당 문제에 대한 논의를 위해 ‘다중심의제도’를 활용함. 논의 결과를 제작진에게 제공하여 보다 공정성하고 신뢰도가 높은 프로그램 제작에 참고할 수 있도록

하는 노력은 긍정적으로 평가할 수 있음. 앞으로도 공정성 등과 같이 다양한 의견과 이해 관계가 상충되는 문제에 대해서는 제작진의 의견이나 견해만이 아니라 다양한 조직 내 전문적 소견과 논의가 반영되어 합리적인 의사결정이 이루어질 수 있도록 해야 함.

〈표 4-113〉 2019년 심의 개선을 위한 노력과 성과

개선사항	시작일	성과
사전심의 완료 문자통보시스템 개선	2019.8.5.	사전심의 과정에서 심의지적사항(의견)이 있을 경우, 기존에는 제작자에게만 통보되던 것을 해당 부서장에게도 문자통보를 하도록 조치하여, 심의 지적사항이 반영되지 않고 방송되는 일이 없도록 함.
다중심의제도 활성화	필요사항 발생시	보도·시사의 공정성을 위한 장치로 다수의 심의위원이 집중 심의하는 '다중심의제도'를 운영, 그 결과를 제작진에게 제공하여 참고하게 함.

② 심의 관련 직무 교육 실시

- 2019년 심의 관련 직무교육은 1건에 불과함. 해당 직무교육은 방송통신심의위원회 전문위원을 초빙하여 주요 과태료 부과항목인 광고효과, 간접광고, 협찬고지 등에 대한 특강임. PD, 기자 및 직원 총 37명이 참여하는데 그침.
- 심의 관련 직무 교육은 정기적으로 실시하고 참여를 의무화하여 제작진 전부가 교육을 받을 수 있는 방안이 마련되어야 함.
- 방송 윤리 강화를 위해서는 지속적인 직무 교육을 통해 자율성을 확보하고 전문가적 소양으로 내재화하는 것이 중요함. 이를 위해 장기적인 관점에서 전 직원을 대상으로 하는 체계적인 교육 프로그램 구성 및 일정을 마련하는 것이 시급함.

〈표 4-114〉 2019년 심의 관련 직무교육 현황

교육명	대상 직군	참여인원수
<방송심의 포럼> - 일시 : 2019. 10. 30. - 주제 : 협찬고지, 간접광고, 선거방송 - 강사 : 송명훈(방송통신심의위원회 전문위원)	PD, 기자 및 관심 있는 직원	37명

## 10. 심의 지적사항 및 개선 실적

### 1) 방송통신심의위원회 법정 및 행정제재 현황

- 지난 5년(2015년~2019년) 간의 방송통신심의위원회의 법정 및 행정 제재 건수 추이를 살펴보면, KBS는 2015년 53건(법정 제재 10건, 행정 제재 43건)에서 2016년 42건(법정 제재 6건, 행정 제재 36건), 2018년 35건(법정 제재 6건, 행정 제재 29건) 그리고 2019년 32건(법정 제재 7건, 행정 제재 25건)으로 제재 받은 건수가 꾸준히 감소하고 있음. (참고로 2017년에는 방송통신심의위원회 심의위원회 구성의 문제로 심의가 이루어지지 못했기 때문에 해당 년도의 건수를 추이 분석에 포함하기에는 무리가 있음).

### 2) 방송심의 제규정 준수여부에 대한 평가

- 2015년 이후 방송통신심의위원회의 법정 및 행정 제재 건수 추이를 분석한 결과, 제재 건수를 꾸준히 줄이면서 방송의 기본적인 공적책임을 수행하기 위해 노력한 것으로 평가할 수 있음. 이는 방송의 윤리성과 신뢰성 확보에 긍정적인 영향을 끼쳤을 것이라고 봄.
- 또 지상파 3사와 비교했을 때, 2015년 MBC 39건, SBS 42건에 비해 KBS는 53건으로 타 방송사보다 더 많은 위반 사항이 발생했으나, 2019년 KBS는 32건으로, MBC(29건), SBS(35건)와 유사해 과거보다 나아지고 있는 것으로 판단됨. 그러나 타 방송사보다 상대적으로 많은 TV채널을 운영한다는 점을 감안하더라도 KBS는 공영방송으로 다른 지상파 방송보다는 모범을 보여야 하는 방송이라는 점에서 아직 많은 노력이 필요해 보임. 방송심의 제규정을 준수하는 품위있는 방송을 만들기 위해 다각적인 방안을 강구해야할 것으로 보임.
- 무엇보다 전 구성원들의 심의직무교육을 통해 방송의 윤리와 공적 의무 사항에 대한 전문성을 높여, 프로그램 제작진이 방송심의 제규정 준수에 대해 좀 더 높은 책임감과 의지를 갖도록 해야 함.

〈표 4-115〉 방송통신심의위원회 지상파3사 법정·행정 제재 건수 연도별 추이

연도	방송사	법정제재					행정제재			합계
		관계자징계 및 경고	관계자 징계	경고	주의	소계	권고	의견제시	소계	
2019	KBS	0	1	1	5	7	21	4	25	32
	MBC본사	0	0	0	4	4	19	6	25	29
	SBS	0	1	3	5	9	20	6	26	35
2018	KBS	0	0	2	4	6	20	9	29	35
	MBC본사	0	1	2	5	8	27	13	40	48
	SBS	0	1	3	3	7	14	5	19	26
2017	KBS	0	0	0	<b>1</b>	1	10	<b>3</b>	13	14
	MBC본사	0	0	0	2	2	7	<b>1</b>	8	10
	SBS	0	0	1	<b>2</b>	3	9	4	13	16
2016	KBS	0	0	1	5	<b>6</b>	29	<b>7</b>	36	42
	MBC본사	0	0	2	4	6	18	<b>6</b>	24	30
	SBS	0	0	1	<b>3</b>	4	28	10	38	42
2015	KBS	0	0	3	7	<b>10</b>	36	7	<b>43</b>	<b>53</b>
	MBC본사	0	1	4	6	11	22	6	28	39
	SBS	0	0	5	9	14	21	7	28	42

## 11. 프로그램 품질평가 (방송)

### 1) 성과지표

#### ▣ 신설 포맷 프로그램 제공 여부

- 신설 및 특집 기획 프로그램 개발 및 편성에 대해 평가하고자 시간대, 장르별로 구분된 신설 및 특집, 기획 프로그램의 편성 현황을 성과지표로서 설정함.
- 파일럿 프로그램 개발 및 편성에 대해 평가하고자 제작된 파일럿 프로그램 편수, 정규화

여부, 시청률 등을 성과지표로서 설정함.

■ 자체제작 콘텐츠의 글로벌화 여부

- 글로벌화를 위해 자체적으로 제작한 프로그램에 대한 평가를 하고자 국제공동제작 현황 및 KBS WORLD 자체제작 프로그램 현황을 성과지표로서 설정함.
- 글로벌화를 위해 자체적으로 제작한 프로그램에 대한 평가를 하고자 글로벌화를 위해 국제적, 국가적, 사회적 의제를 반영한 프로그램의 제작 현황을 성과지표로 설정함.

■ 프로그램 품질 평가 관련 지표

- 프로그램 품질에 대한 평가를 하고자 KBS의 프로그램품질평가 지수인 PSI(Public Service Index, 공영성지수) 지수를 성과지표로서 삼음.
- 프로그램 품질에 대한 객관적인 평가를 하고자 외부지표로 정보통신정책연구원이 개발한 KI(KCC Index) 평점을 성과지표로서 설정함.

■ 수용자의 다양성을 고려한 프로그램 제작 여부

- 수용자의 다양성을 고려한 프로그램 제작 여부를 평가하고자 성적, 연령적, 계층적, 지역적, 인종적 다양성을 고려한 프로그램의 제작 현황을 성과지표로서 설정함.

■ 한국어 발전에 기여 여부

- 한국어 발전에 대한 기여를 평가하고자 한국어의 순화 및 발전에 기여하는 방송 프로그램 제작 현황을 성과지표로서 설정함.

## 2) 성과실적

### ① 신설 포맷 프로그램 제공 여부

■ 신설 및 특집 기획 프로그램의 개발 및 편성

○ 시간대, 장르별 신설 및 특집 기획 프로그램 현황

- 2019년 신설 및 특집, 기획 프로그램은 주 시청 시간대 17편(2018년 16편, 2017년 10편), 비핵심시간대 10편(2018년 12편, 2017년 12편)으로 총 27편이었음.
- (주 시청 시간대) 2019년 주 시청 시간대에 편성된 신설 및 특집 기획 프로그램 중 오락 프로그램이 12편(약 71%)으로 가장 많았으며 주 시청 시간대 오락 프로그램의 비중은 2018년 38%에서 2019년 71%로 증가했음. 2019년 주 시청 시간대에 편성된 신설 및 특집,

기획 프로그램의 장르는 오락으로 편향된 경향이 있어 주 시청 시간대에 편성되는 신설 및 특집, 기획 프로그램의 장르의 다양성이 요구됨.

〈표 4-116〉 시간대, 장르별 신설 및 특집, 기획 프로그램의 편성 현황 및 성과 (주시청시간대)

연도	장르	프로그램	채널	방송시기	편성시간		전국		수도권	
							시청자수 (만 명)	시청 점유율 (%)	가구 시청률 (%)	2019 시청률 (%)
17년	오락	감성애니하루2	1TV	2017.2.14.~2017.3.03.	화~금	22:55~23:00	43	4.5	2.4	0.8
	오락	감성툰고맙습니다2	1TV	2017.4.4.~2017.10.5.	화~금	22:55~23:00	52	5.2	2.8	0.7
	교양	장사의신	1TV	2017.5.26.~2017.9.8.	금	19:35~20:25	99	9.1	5.6	0.9
	교양	행복한지도(시즌2)	1TV	2017.5.20.~2017.8.19.	토	18:30~19:00	80	7.6	4.6	1
	교양	천상의컬렉션(시즌1)	1TV	2017.3.26.~2017.9.2.	토	19:10~20:05	85	6	4	0.7
	교양	박원숙의같이삽시다	1TV	2017.12.9.~2018.8.11	토	20:00~21:00	94	6.4	5.1	1.3
	교양	최태성이윤석의 역사기행그곳	1TV	2017.3.25.~2017.6.17.	토	20:00~21:00	70	4.9	3.6	0.6
	교양	강력반X파일	1TV	2017.6.24.~2017.9.16.	토	22:20~23:10	99	7.1	4.9	1.4
	교양	속보이는TV인사이드	2TV	2017.4.13.~2018.11.1.	목	20:55~22:00	80	5.9	4.2	0.9
	교양	김생민의영수증	2TV	2017.08.19.~2017.10.21.	토	22:45~23:00	65	4.6	3	0.8

18년	보도	오늘밤김제동	1TV	2018.9.10.~2019.8.19	월~목	22:55~23:35	68	6.7	3.4	1.2
	교양	전국이장회의	1TV	2018.12.5.~2019.6.12.	수	19:40~20:30	58	4.7	5.4	0.6
	교양	TV는사랑을신고	1TV	2018.9.28.~2019.12.27.	금	19:40~20:30	85	7	8.1	0.9
	교양	명견만리(시즌3)	1TV	2018.2.23.~2018.11.9.	금	22:00~22:50	98	7.4	4.8	0.9
	교양	행복한지도(시즌3)	1TV	2018.6.2.~2018.8.25.	토	18:30~19:00	60	6	3.7	1.2
	교양	김영철의동네한바퀴	1TV	2018.11.24.~2019.12.28.	토	19:10~20:05	154	12.2	6.9	1
	교양	천상의컬렉션(시즌2)	1TV	2018.3.3.~2019.11.17.	토	20:00~21:00	69	5.1	3.4	0.7
	교양	거리의만찬	1TV	2018.11.16.~2019.9.14.	토	22:00~22:50	80	5.9	3.8	1
	보도	엄경철의심야토론	1TV	2018.6.16.~2018.12.22.	토	22:30~23:40	52	4	2.7	1.8
	보도	저널리즘토크쇼	1TV	2018.6.17.~2019.12.22.	일	21:40~22:35	65	4.9	3.3	1
	오락	옥탑방의문제아들	2TV	2018.11.7.~2019.12.23.	월	20:55~22:10	74	6.6	3.6	0.9
	오락	꿀잼퀴즈방	2TV	2018.9.21.~2019.5.10.	금	20:30~20:55	39	2.8	1.8	1.3
	오락	은밀하고위대한 동물의 사생활	2TV	2018.11.23.~2019.1.25.	금	22:00~23:15	45	3.3	2.1	1
	19년	오락	삼청동외할머니	2TV	2018.11.24.~2019.2.16.	토	22:45~24:00	35	2.6	1.6
오락		1%의우정	2TV	2018.3.3.~2018.6.9.	토	22:45~24:15	67	5.9	3	0.4
오락		대화의희열1	2TV	2018.9.8.~2018.11.10.	토	22:50~24:10	58	5.1	3	0.8
보도		더라이브	1TV	2019.9.23.~2019.12.30.	월~목	22:55~23:35	73	7.2	3.4	0.5
교양		다큐인사이트	1TV	2019.10.3.~2019.12.26.	목	22:10~23:05	92	7.2	4.2	0.4
보도		시사직격	1TV	2019.10.4.~2019.12.20.	금	22:00~22:50	93	7.3	4.4	0.9
교양		도올아인오방간다	1TV	2019.1.5.~2019.3.23.	토	20:00~21:00	66	4.1	3.2	0.8
교양		개는훌륭하다	2TV	2019.11.4.~2019.12.30.	월	22:10~23:40	59	5.8	2.9	0.5
오락		덕화TV	2TV	2019.2.26.~2019.4.2.	화	20:55~22:00	64	4.6	3	1.3
오락		덕화TV2:덕화다방	2TV	2019.7.23.~2019.9.10.	화	20:55~22:00	65	4.8	3.3	1.3
오락		정해인의걸어보고서	2TV	2019.11.26.~2019.12.24.	화	22:00~23:20	45	3.7	2.3	1.1
오락		편스토랑	2TV	2019.10.25.~2019.12.20.	금	21:45~23:15	83	6.7	4.2	0.8
오락		으라차차 만수르	2TV	2019.6.21.~2019.10.18.	금	21:50~23:00	49	3.9	2.3	0.8
오락		무엇이든 물어보살	2TV	2019.5.3.~2019.6.14.	금	21:50~23:10	56	4.5	2.7	0.7
오락		더히트	2TV	2019.2.8.~2019.4.26.	금	22:00~23:20	56	4.3	2.4	1.1
오락		씨름의희열	2TV	2019.11.30.~2020.2.22.	토	22:35~23:55	56	4.9	2.4	0.5
오락		대화의희열2	2TV	2019.3.2.~2019.6.29.	토	22:45~24:05	88	7.5	4.6	1.5
오락		아이를위한나라는있다	2TV	2019.7.6.~2019.11.9.	토	22:45~24:05	46	4.3	2.1	1.5
오락	사장님귀는당나귀귀	2TV	2019.4.28.~2019.12.29.	일	17:00~18:20	119	11.1	5.5	1.7	
오락	1박2일시즌4	2TV	2019.12.8.~2020.12.29.	일	18:30~19:55	331	23.6	12.3	0.7	

〈표 4-117〉 시간대, 장르별 신설 및 특집, 기획 프로그램의 편성 현황 및 성과 (비핵심시간대)

연도	장르	프로그램	채널	방송시기	편성시간		전국		수도권	
							시청자수 (만 명)	시청 점유율 (%)	가구 시청률 (%)	2019 시청률 (%)
17년	교양	UHD한식의마음	1TV	2017.12.13.~2018.4.16.	월~금	11:50~12:00	56	10.2	3	0.3
	교양	동물의세계	1TV	2017.1.27.~2017.1.30.	금~월	17:10~18:00	120	10.4	6	0.8
	교양	월요기획	1TV	2017.6.5.~2018.4.30.	월	23:30~24:20	53	6.3	2.8	0.3
	교양	세계건강기행	1TV	2017.11.14.~2018.3.15.	목	23:30~23:50	57	5.6	3	0.7
	교양	UHD문화기행 낭만오디세이	1TV	2017.6.11.~2017.9.3.	일	10:10~11:00	53	5.9	3	0.4
	교양	나는농부다3	1TV	2017.9.10.~2017.10.15.	일	13:20~14:10	95	10.8	4.1	0.6
	교양	우리들의공교시2	1TV	2017.5.21.~2018.1.28.	일	15:10~15:40	71	7.7	3.2	0.6
	교양	특쓰는인터뷰소다	1TV	2017.4.28.~2017.9.10.	일	24:05~24:25	23	3	1.1	5.3
	교양	김생민의영수증2	2TV	2017.11.26.~2018.4.1.	일	10:45~12:05	115	12.9	5.5	2.7
	교양	서가식당	1TV	2017.6.3.~2017.8.19.	토	23:20~24:20	31	2.8	1.5	0.2
	교양	읽어주면좋고아니면 냄비받침	2TV	2017.6.6.~2017.9.5.	화	23:10~24:35	53	6.1	2.6	0.4
	오락	하숙집딸들	2TV	2017.2.14.~2017.5.9.	화	23:10~24:35	60	6.6	2.7	0.7

18년	보도	사사건건	1TV	2018.6.18.~2019.12.31.	월~금	16:00~17:00	34	6.6	1.9	0.2
	교양	야생여정	1TV	2018.6.17.~2019.4.27	토	11:30~12:00	80	8.9	4.1	0.6
	교양	그녀들의여유만만	2TV	2018.7.16.~2019.8.23.	월~금	09:40~10:40	33	5.9	1.6	0.3
	교양	코딩TV	2TV	2018.3.2.~2019.3.8.	금	15:30~16:00	4	0.9	0.2	0.1
	오락	볼빨간당신	2TV	2019.9.11.~2019.1.29.	화	23:05~24:40	40	4.3	2.1	0.5
	오락	엄마아빠는외계인	2TV	2018.7.31.~2018.9.4.	화	23:10~24:35	47	5.3	2.5	0.4
	오락	하룻밤만재워줘	2TV	2018.2.27.~2018.6.12.	화	23:10~24:40	72	8.9	3.8	0.7
	오락	회사가기 싫어1	2TV	2018.9.12.~2018.10.24.	수	23:10~24:10	24	2.6	1.4	1.2
	오락	거기가어딘데	2TV	2018.6.1.~2018.8.31.	금	23:00~24:20	61	5.9	3.2	0.5
	오락	건반위의하이에나	2TV	2018.3.2.~2018.4.20.	금	23:00~24:30	23	2.2	1.1	0.6
	오락	댄싱하이	2TV	2018.9.7.~2018.10.26.	금	23:10~24:40	34	3.5	1.6	0.2
	오락	잠시만빌리지	2TV	2018.11.30.~2019.1.18.	금	23:15~24:25	24	2.1	1.4	0.3
19년	교양	나의독립영웅	1TV	2019.1.1.~2019.6.21.	월~금	17:55~18:00	107	10.2	5.7	0.9
	교양	바다건너사랑	1TV	2019.12.3.~2019.12.24.	화	23:40~24:30	28	3.6	1.2	0.5
	오락	한국영화100년 더클래식	1TV	2019.10.11.~2019.12.27.	금	24:15~26:15	17	4.3	0.9	0.8
	교양	행복한지도(시즌4)	1TV	2019.5.4.~2019.7.27.	토	11:30~12:00	93	12.3	4.3	0.4
	교양	무한리필샐러드	2TV	2019.8.26.~2019.12.31.	월~금	9:40~10:40	29	5.4	1.4	1.1
	교양	코딩TV플러스	2TV	2019.3.15.~2019.12.27.	금	15:30~16:00	3	0.7	0.2	0
	교양	지식채집프로젝트 베짱이	2TV	2019.7.16.~2019.10.15.	화	23:10~24:05	31	3.4	1.4	0.3
	오락	회사가기 싫어2019	2TV	2019.4.9.~2019.7.2.	화	23:10~24:15	39	4.6	2.1	1.3
	교양	슬기로운어른이생활	2TV	2019.11.19.~2019.12.24.	화	23:10~24:20	29	3.3	1.4	1
오락	쌈바이벌1+1	2TV	2019.6.26.~2019.11.20.	화	23:10~24:30	27	3.1	1.1	1.5	

▣ 파일럿 프로그램의 개발 및 편성

- 2019년에는 총 8편의 파일럿 프로그램이 개발됐으며 개발된 파일럿 프로그램의 수(2018년-8편)는 작년과 유사함.
- 2019년에는 총 8편의 파일럿 프로그램 중 3편이 정규 편성돼 파일럿 프로그램의 정규 편성 수가 증가했음.
- 드라마/비드라마 부문에서 시청률 상위 100위에 속한 프로그램은 2017년 <하룻밤만 재워줘> (비드라마 부문 21위)와 2019년 <사장님 귀는 당나귀 귀> (비드라마 부문 56위)임.
- <사장님 귀는 당나귀 귀>는 정규 편성 후 11월 말 기준 동시간 대 시청률 1위 (9.8%)를 달성하는 성과를 보였음.

〈표 4-118〉 파일럿 프로그램 편성 현황 및 성과

연도	프로그램	채널	방송시기	편성시간	전국		수도권		비고 (정규 여부)
					시청자수 (만명)	시청 점유율 (%)	가구 시청률 (%)	2049 시청률 (%)	
17년	설특집걸그룹대접가문의영광	2TV	17.1.27	금 18:00~19:40	105	9.3	4.1	1.5	
	설특집엄마의소개팅	2TV	17.1.29	일 23:40~24:10	163	12.1	6.4	2.9	
	설특집신드롬맨	2TV	17.1.30	월 17:50~19:30	80	5.5	3.6	1.3	
	책번개	1TV	17.2.12~2.26	일 23:10~24:00	23	2.0	1.1	0.3	
	독한일꾼들	2TV	17.3.30~4.6	목 20:55~22:00	51	3.8	2.6	1.0	
	트루밥쇼	1TV	17.3.24~4.7	금 19:35~20:25	71	5.7	4.0	0.6	
	IT쇼먼진신세계	1TV	17.5.21~5.28	일 10:05~10:55	52	6.0	3.1	0.6	
	줄을서시오	2TV	17.10.6	금 18:30~20:00	147	11.7	7.1	2.4	
	내여자의핸드폰	2TV	17.7.28~7.29	금, 토 3:00~24:30	58	5.0	2.7	1.2	
	박원숙의같이 삽시다	1TV	17.10.7~10.8	토, 일 21:20~22:20	149	9.5	7.9	1.2	0
	리얼맛집검증쇼100인의선택	2TV	17.10.3	화 18:30~19:50	107	9.4	4.5	2.6	
	추석특집혼자왔어요	2TV	17.10.3~10.4	화, 수 23:10~24:40	45	5.5	1.8	1.3	
	가족의발견	2TV	17.10.4	수 18:00~19:50	85	8.5	4.8	1.2	
	1%의우정	2TV	17.10.5	목 17:50~20:00	144	13.1	5.6	2.3	0
	생존의법칙	2TV	17.10.3	화 20:30~22:00	76	6.0	2.9	1.2	
	발레교습소백조클럽	2TV	17.10.6	금 20:00~22:25	111	7.6	4.5	2.3	0
	건반위의하이에나	2TV	17.10.7~10.8	토, 일 22:40~24:10	80	6.3	3.5	2.0	0
하룻밤만재워줘	2TV	17.10.9	월 17:15~19:55	172	15.5	8.8	3.8	0	
18년	셀럽피디	2TV	18.5.4~18.5.23	금 22:00~23:00	51	4.3	2.6	0.7	
	도시전설	2TV	18.9.9~18.9.16	일 23:30~24:30	20	2.2	1.0	0.4	
	모두하우스	2TV	18.11.8~11.22	목 20:55~22:00	29	2.1	1.6	0.5	
	오늘의셜록	2TV	18.12.6~12.13	목 20:55~22:00	51	3.6	2.4	0.9	
	쌈의전쟁	2TV	18.9.24	월 23:10~24:30	34	3.6	1.3	0.6	
	보이스어벤저스	2TV	18.9.26	수 17:20~18:30	59	6.5	2.7	1.3	
	어머니와고등어	2TV	18.9.24	월 17:10~19:50	82	8.3	4.1	1.0	
	옥탑방의문제아들	2TV	18.9.25~9.26	화, 수 18:30~19:50	83	7.0	3.7	1.8	0

연도	프로그램	채널	방송시기	편성시간	전국		수도권		비고 (정규 여부)
					시청자수 (만명)	시청 점유율 (%)	가구 시청률 (%)	2049 시청률 (%)	
19년	사장님귀는당나귀귀	2TV	19.2.5~2.6	화, 수 18:20~19:55	128	9.7	5.5	1.9	0
	6자회담	2TV	19.2.5~2.26	화 23:10~24:40	45	4.8	2.2	1.0	
	입맞춤	2TV	19.3.5~3.26.	화 23:10~24:40	32	3.9	1.5	0.7	
	부르면복이와요달리는노래방	2TV	19.9.12~9.13	토, 일 18:30~19:50	124	11.7	5.5	1.4	
	일자리천국굿잡	2TV	19.10.29~11.5	화 20:55~22:00	38	3.0	1.5	0.4	
	고립낙원	2TV	19.11.5~ 11.12	화 11:10~12:10					0
	UHD하룻밤 여행, 소리랑	1TV	19.11.19~11.30	월~목 11:35~11:40					
	리얼재난 대탈출 생존자들	2TV	19.12.10~12.17	화 20:55~22:00					0

② 자체제작 콘텐츠의 글로벌화 여부

■ 글로벌화를 위해 자체제작 프로그램 제작

○ 국제공동제작 현황

- 2017년과 2018년에 비해 2019년에는 양적으로 국제공동제작을 확대해 KBS의 글로벌 경쟁력을 향상시키고자 노력했음.

〈표 4-119〉 국제공동제작 현황

연도	프로젝트/프로그램	주관	내용	비고
2019년	2019 ABU TV 송 페스티벌 도쿄	ABU 회원사 및 총회 주관사인 NHK 제작	아시아 태평양 방송연맹 회원사가 참가하는 국제 뮤직 페스티벌	2019.12.29. 방송
	New Generation	CARE9(Change Asia Rescue the Earth) KBS가 주도하고 ABU 회원사와 제작하는 국제공동제작 다큐멘터리	CARE 9 프로젝트에는 홍콩, 중국, 일본, 이탈리아 등 ABU소속 13개국 회원사들이 <건담인생, KBS>, <내집은 어디에, 홍콩RTHK>, <젊음의 댄스배틀, 일본 NHK>, <히키코모, 이탈리아RAI> 등 '새로운 세대'라는 주제를 각국에 맞게 재해석해 프로그램을 제작, 교환해 방송하였음 (총 12개국 13개 사 참가)	2019.11.24. KBS 편 2020.01.26. RTHK 편 2020.01.27. NHK, RAI 2편 연속방송 총 4편 방송
	아르브뤼 프로젝트	KBS, NHK 다큐멘터리팀과 공동기획 합의	정규 미술교육을 받아보지 못한 발달장애인들의 뛰어난 예술세계와 작품 탄생과정을 생생하게 소개. 인간성과 예술성의 본질을 탐구하는 고품격 다큐멘터리 프로젝트	<b>코로나19 바이러스로 확산으로 인해 2020년 2월말 잠정 중단됨</b>
	끝나지 않은 전쟁	KBS, WETA(미국 워싱턴 DC의 공영방송사), BBC(영국), ZED(프랑스 다큐멘터리 전문 배급사)	1945년 해방 이후 2019년까지 남북, 북미 간 갈등의 기원, 과정, 현재 상황을 국제적인 시각으로 다룬 다큐멘터리	제작 이전에 호주, 벨기에, 캐나다, 스페인 등 10여 개국에 선 판매됨 2019.06.25. (1편) 2019.06.26. (2편)
	아마존의 맛	KBS, 브라질 Cultura TV Brazil 공동제작	아마존 '에나웨네족'마을을 찾아 250년 전과 크게 다르지 않은 그들의 수렵 활동과 음식문화를 보여줬음	2019.08.22. 방송
	인사이트 이란	KBS, 이란 국영방송 IRIB	이란의 숨겨진 내부모습을 심층 취재해 방송했음	2019.07.30 2019.07.31. 총 2편 방송
	다큐 인사이트 - 생명의 선	KBS, 홍콩의 Phoenix TV Satellite Co. LTD와 국제공동제작 계약 진행 중	2018년 '남북한 군사 분야 합의서'에 따라 접근이 가능해진 DMZ의 안을 남측과 북측 양쪽에서 입체적으로 기록하는 다큐멘터리	2020년 6월 방송 예정
	충천 The First Step to the Sky	KBS-타이완 PTS 공동제작	타이완 일대에서 활동한 독립 운동가이자, 초기 한국 공군 설립에 지대한 공헌을 했던 최용덕 장군의 일대기 KBS 제작, PTS 아카이브 등 제작 지원 공동제작	2019.10.01. 방송

연도	프로젝트/프로그램	주관	내용	비고
2018년	2018 ABU TV 송 페스티벌 아시가바트	ABU 회원사 및 총회 주관사인 투르크메니스탄 TVTM 제작 KBS 제작 자문	아시아 태평양 방송연맹 회원사가 참가하는 국제 뮤직 페스티벌	2018.10.21. 방송
	<The Asian Pitch>	아시아 독립다큐제작사 다큐멘터리 제작 커미셔닝 및 TAP 참가사 EP 제작 한국 KBS 타이완 PTS 일본 NHK	중국 <Singing in the Wilderness> (EP: PTS) 중국 <Paradise Garden> (EP: KBS) 말레이시아 <The Last Ring Lady> (EP: NHK) 3편 커미셔닝 계약	방송 예정
	Green Warriors	CARE8(Change Asia Rescue the Earth) KBS가 주도하고 ABU 회원사와 제작하는 국제공동제작 다큐멘터리	KBS편 <농사는 처음이라> ABU 회원사 13개국 14개사 참가	2018.11.18. 1편 방송
	하키드림, 기적의 1승을 향해	핀란드 EGATE & VISKI 제작사	2018 평창동계올림픽특집 국제공동제작 프로젝트	2018.02.08. 방송
	실크로드의 후예, 코리안드림을 꿈꾸다	KBS-우즈베키스탄민영방송연합 NAEMM	KBS-NAEMM(우즈베키스탄 민영방송연합) 공동제작 <실크로드의 후예 코리안드림을 꿈꾸다>	2018.03.20. 방송
2017년	2017 ABU TV 송 페스티벌 청두	ABU 회원사 및 총회 주관사인 쓰촨방송사 제작	아시아 태평양 방송연맹 회원사가 참가하는 국제 뮤직 페스티벌	2017.11.25. 방송
	Women beyond the Barriers	CARE7(Change Asia Rescue the Earth) KBS가 주도하고 ABU 회원사와 제작하는 국제공동제작 다큐멘터리	<그녀들의 파이널 라운드, 한국 KBS> <최초의 여성들, 인도네시아 TVRI, 파키스탄 PTV> <엄마의 이름으로, 말레이시아 RTM> 총 10개 회원사 참가	2018.04.22. 1편 2018.05.16. 2편 2018.05.17. 2편 방송함
	<The Asian Pitch>	아시아 독립다큐제작사 다큐멘터리 제작 커미셔닝 및 TAP 참가사 EP 제작 한국 KBS 타이완 PTS 일본 NHK	<파키스탄 The Fall of, 파키스탄> Bhutto (EP: NHK) <The Boss 타이완> (EP: KBS) <The Delhi Buyers Club, 인도> (EP: PTS) 커미셔닝 계약	2019.02.16. 방송 2019.02.10. 방송 파키스탄 편은 투자 취소됨 (2018.7.)
	<ABU 로보콘>	ABU 회원사 및 NHK 제작, KBS 참가	한양대학교 로봇팀 참가	2017.12.27. 방송

○ KBS WORLD의 자체제작 프로그램 현황

- 2017년과 2018년 대비 2019년에 자체 제작된 KBS WORLD의 프로그램 편수는 39편과 41편에서 31편으로 줄었지만 연간 분량은 13,690분과 10,480분에서 17,335분으로 증가했음.
- 이는 기존 프로그램 <K-Rush>의 러닝타임이 30분이었던 것에 비해 신규 편성된 <We K-POP>의 러닝타임이 70분으로 증가했기 때문으로 보이며, 신규 프로그램의 러닝타임을 기존 프로그램의 2배 이상 증가시킨 것은 K-POP팬들의 프로그램에 대한 접근성을 강화하기 위한 노력으로 보임.

<표 4-120> KBS WORLD의 자체제작 프로그램 현황

연도	프로그램명	주당분량(분)	연간분량(분)	제작편수
2019	We K-POP	70	15,895	23
	창원 K-POP 페스티벌 글로벌 오디션	20	240	5
	창원 K-POP 페스티벌 다큐	60	240	1
	창원 K-POP 페스티벌 본공연	120	360	1
	퀴즈 온 코리아	100	600	1
	<b>계</b>	<b>370</b>	<b>17,335</b>	<b>31</b>
2018	Krush 시즌3	30	7,410	33
	창원 K-POP페스티벌 글로벌 오디션	20	1,220	5
	창원 K-POP 페스티벌 다큐	70	350	1
	창원KPOP페스티벌 본공연	100	700	1
	퀴즈 온 코리아	100	800	1
	<b>계</b>	<b>320</b>	<b>10,480</b>	<b>41</b>
2017	Krush 시즌1	30	3,950	20
	Krush 시즌2	30	4,470	10
	창원 K-POP 페스티벌 다큐	60	660	1
	창원 K-POP 페스티벌 글로벌 오디션	10	2,130	6
	창원 K-POP 페스티벌 본공연	120	480	1
	퀴즈 온 코리아	80	2,000	1
<b>계</b>	<b>330</b>	<b>13,690</b>	<b>39</b>	

③ 프로그램 품질 평가 관련 지표

▣ PSI(Public Service Index, 공영성지수) 평가

○ PSI 지수

- (2019년) 하반기에 PSI 지수 1위는 KBS1, 2위는 KBS2가 달성함. 상반기 대비 KBS1은 PSI 지수가 0.5점, KBS2는 0.3점이 증가했음.
- PSI 지수는 2017년부터 KBS1이 계속해서 1위를 차지했음.

〈표 4-121〉 지상파 방송 3사 PSI 지수

구분	분기	KBS1	KBS2	MBC	SBS
2019	상반기	75.0	71.1	69.0	69.4
	하반기	75.5	71.4	69.8	68.6
2018	1	76.4	70.2	69.0	69.1
	2	76.7	70.7	67.8	68.9
	하반기	76.4	71.0	67.9	67.8
2017	1	75.7	72.3	68.8	69.7
	2	77.2	71.3	69.1	69.4
	3	77.6	70.6	66.9	68.1
	4	75.8	70.0	67.1	68.0

▣ KI(KCC Index) 평점

- 정보통신정책연구원이 매년 실시하는 시청자평가지수(KI)는 개별프로그램을 대상으로 11점 척도(0~10점)로 구성된 만족도 평가지수(SI: Satisfaction Index)와 품질 평가지수(QI: Quality Index)의 결과 값을 합산해 평균값을 산출하는 지수임.
- 2019년 시청자평가지수에서 KBS1은 7.33점으로 전년(2018년-7.29점) 대비 0.4점 상승했으며, KBS2는 7.14점으로 전년(2018년-7.06점) 대비 점수가 0.8점 상승했음.
- 1TV, 2TV 모두 2019년 시청자평가지수가 전년 대비 상승한 것은 긍정적임.

〈표 4-122〉 지상파 3사 및 종합편성채널 KI 지수

(단위:%)	1위		3위	4위	5위
2019	KBS1 7.33	JTBC 7.33	SBS 7.22	MBC 7.18	MBN 7.16
2018	JTBC 7.41	KBS1 7.29	SBS 7.16	MBC 7.13	채널 A 7.08
2017	JTBC 7.72	KBS1 7.34	SBS 7.25	KBS2 7.12	MBC 7.10

#### ④ 수용자의 다양성을 고려한 프로그램 제작 여부

##### ▣ 성적, 연령적, 계층적, 지역적, 인종적 다양성을 고려한 프로그램 제작

- 시니어 층 대상 〈가요무대〉, 〈생로병사의 비밀〉, 〈시니어 토크쇼 황금연못〉, 사회초년생의 공감을 자아낸 〈슬기로운 어른이 생활〉, 〈회사 가기 싫어〉, 청소년 대상 프로그램인 〈도전 골든벨〉, 〈2019 청소년 공감 콘서트 온드림스쿨〉 및 어린이 대상 프로그램인 〈TV 유치원〉, 동요프로그램인 〈누가누가 잘하나〉, 〈KBS 창작 동요대회〉, 〈국악 동요 부르기 한마당〉, 〈2019 전국 초등 축구 리그〉 및 국내 애니메이션을 편성해 다양한 연령층을 고려한 프로그램을 편성하고자 노력했음.
- 지속적으로 증가하는 다문화 가정 및 주한 외국인에 대한 이해를 넓히고자 〈이웃집 찰스〉, 〈삼청동 외할머니〉를 편성하는 것뿐만 아니라 외국인들이 참여하는 〈추석 특집 외국인 골든벨〉, 〈2019 창원 K-POP 월드 페스티벌〉 프로그램을 제작해 다양한 문화에 대한 이해를 넓히는데 일조했음.
- 소외계층을 위한 프로그램으로 〈사랑의 가족〉, 〈인간극장〉, 〈동행〉, 〈거리의 만찬〉을 편성했으며, 특히 〈거리의 만찬〉은 진행자들이 현장에서 직접 보육원 졸업생, 성소수자 부모 등의 이야기를 들어 소외된 이웃에 대해 함께 고민하는 공론의 장을 만들었음.

#### ⑤ 한국어 발전에 기여 여부

##### ▣ 한국어의 순화 및 발전에 기여하는 방송 프로그램 제작 현황

- 한국어 순화 및 발전에 기여하고자 한글의 말과 글을 맞추는 퀴즈쇼 〈우리말겨루기〉를 편성하고 있으며 2018년 대비 2019년에 방영길이가 50분 증가했음.

- 어린이 대상 프로그램인 <TV 유치원>에서는 유명 유튜브 크리에이터가 한글에 대해 알려주는 ‘한글놀이’ 코너를 통해 어린이에게 한글에 대해 쉽게 알려주고자 한 점이 돋보였으며 청소년 대상 프로그램인 <도전 골든벨>에서는 한글 관련 특집 프로그램을 3년 동안 꾸준히 제작해 청소년의 우리말 관심을 증대시키고자 노력해왔음.
- 한글날 특집 프로그램 2편이 편성됐던 2018년에 비해 2019년에는 관련 프로그램을 편성하지 않아 아쉬움이 있음.

<표 4-123> 한국어 순화 및 발전에 기여하는 방송 프로그램 현황

프로그램명	방송일자	내용	길이	시청률(수도권)
우리말겨루기	매주 월요일 19:40~	세계적으로 그 과학성을 인정받은 한글! 아름다운 한글의 말과 글을 맞추는 유쾌하고 재미있는 퀴즈 쇼	2500	2017년 7.2
			2450	2018년 7.7
			2450	2019년 8.2
TV 유치원	19.06.01.~현재 (주 4일)	한글놀이 코너 : 유명 유튜브 크리에이터 헤이 지니가 한글에 대해 알려주는 코너 (매일 3분 / 2020.02.29. 현재까지 약 430분 방송)	430	-
도전 골든벨	17.10.08.	571돌 한글날을 맞아 한글 사랑이 남다른 청소년 100명이 골든벨에 도전한다.	60	7.0
	18.09.23.	추석특집 만학도 100인의 도전, 뒤늦게 한글 공부하는 재미에 푹 빠진 만학도 100인과 함께 한다.	60	5.5
	18.10.07.	572돌을 맞은 한글날을 기념해 전국 17개 국어문화원의 치열한 예선을 거쳐 올라온 학생 100명과 함께한 도전 골든벨	60	6.4
	19.10.06.	전국 17개 국어문화원의 치열한 예선을 거쳐서 올라온 우리말과 글을 사랑하는 100명의 도전자와 함께한 도전 골든벨	60	6.7
이상한 한글 나라의 엘리트	18.10.09.	법률, 행정, 금융 등 공공분야에서 쓰이는 어려운 공공언어의 현실을 짚어봄	50	3.1
한글날 특집 <우린 한국어로 놀아요>	18.10.09.	세계 각국의 사람들이 참여한 한국어 말하기대회 최종 결선을 통해 세계 속의 한국어의 현주소를 알림	50	0.8
<b>총계</b>		<b>4개 프로그램 155회 (코너 제외)</b>		<b>8,170분</b>

## 12. 비드라마/드라마 프로그램의 경쟁력 평가

### 1) KBS의 비드라마/드라마 프로그램의 시청률, 여론영향력 지수

■ 비드라마 프로그램의 경쟁력 제고

○ 시청률

- 2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
- 2017년, 2018년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
- 2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수
- 2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
- 2017년, 2018년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
- 2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수

〈표 4-124〉 비드라마 프로그램의 경쟁력 성과지표

목표	성과지표	세부 성과지표
KBS 비드라마 프로그램의 경쟁력 제고	시청률	2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
		2017년, 2018년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
		2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수
		2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
		2017년, 2018년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
		2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수

■ 드라마 프로그램의 경쟁력 제고

○ 시청률

- 2019년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
- 2017년, 2018년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
- 2019년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수
- 2019년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
- 2017년, 2018년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
- 2019년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수

○ 온라인 화제성 지수 (코코파이 지수)

- 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
- 2017년, 2018년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
- 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수
- 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
- 2017년, 2018년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
- 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수

<표 4-125> 드라마 프로그램의 경쟁력 성과지표

목표	성과지표	세부 성과지표
KBS 드라마 프로그램의 경쟁력 제고	시청률	2019년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
		2017년, 2018년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
		2019년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수
		2019년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
		2017년, 2018년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
		2019년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수
	온라인 화제성 지수 (코코파이)	2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
		2017년, 2018년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
		2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수
		2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
		2017년, 2018년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
		2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수

## 2) 성과실적

### ① 비드라마 프로그램의 경쟁력 평가

#### ■ 시청률

#### ○ 2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수

- 비드라마 본방 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송프로그램은 총 22편임.
- KBS2의 '1박2일 시즌3'의 시청률은 14%, '1박2일 시즌4'의 시청률은 12.3%, '슈퍼맨이 돌아왔다'의 시청률은 12.3%

아왔다'의 시청률 또한 12.3%로 KBS의 프로그램들 중 가장 높았음.

- 비드라마 장르의 시청률 상위 50위 프로그램에 속한 22편의 KBS 비드라마 프로그램 중에서 KBS2의 프로그램은 5편, KBS1의 프로그램은 17편임.

○ 2017년, 2018년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교

- 2017년과 2018년 KBS 비드라마 프로그램은 시청률 상위 50위 중에 23편이었음.

- 2017년부터 2019년까지 시청률 상위 50위 중 약 50%에 해당하는 23편이 모두 KBS의 방송 프로그램이었다는 것은 KBS의 비드라마 프로그램이 꾸준히 시청자로부터 좋은 평가를 받고 있다는 것을 의미함.

○ 2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수

- 2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위 중 SBS의 방송프로그램이 14편, MBC의 방송프로그램이 6편, tvN의 방송프로그램이 5편, TV조선의 방송프로그램이 2편, MBN의 방송프로그램이 1편이었음.

- KBS1의 방송프로그램이 17편, KBS2의 방송프로그램이 5편으로 KBS의 방송 프로그램은 총 22편이었고, 타 방송사 대비 가장 많은 수의 방송 프로그램이 시청률 상위 50위에 위치함.

- 타 방송사의 방송 프로그램 대비 KBS의 방송 프로그램이 경쟁력 있다고 긍정적으로 평가할 수 있음.

〈표 4-126〉 비드라마 프로그램의 경쟁력 성과지표 (시청률-50위)

목표	성과지표	세부 성과지표	성과실적
KBS 비드라마 프로그램의 경쟁력 제고	시청률	2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수	총 22편
		2017년, 2018년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교	-(2017년) 총 23편 -(2018년) 총 23편
		2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수	-(SBS) 총 14편 -(MBC) 총 6편 -(tvN) 총 5편 -(TV조선) 총 2편 -(MBN) 총 1편

- 2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
  - 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램은 총 12편임.
  - 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 총 12편의 KBS 교양/오락 프로그램 중에서 KBS2의 프로그램은 4편, KBS1의 프로그램은 8편임.
  
- 2017년, 2018년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
  - 2017년 KBS 비드라마 프로그램은 시청률 상위 20위 중에 7편, 2018년은 8편이었음.
  - 2019년 시청률 상위 20위 중에 KBS 비드라마 프로그램이 12편이므로, 2017년부터 시청률 상위 20위에 속하는 KBS 비드라마 프로그램의 편수가 점진적으로 증가하고 있음.
  
- 2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수
  - 2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위 중 SBS의 방송프로그램이 5편, MBC의 방송 프로그램이 1편, tvN의 방송프로그램이 1편, TV조선의 방송프로그램이 1편이었음.
  - KBS1의 방송 프로그램이 8편, KBS2의 방송프로그램이 4편으로 KBS의 방송 프로그램은 총 12편이었고, 타 방송사 대비 가장 많은 수의 방송 프로그램이 시청률 상위 20위에 위치함.

- 타 방송사의 방송 프로그램 대비 KBS의 방송 프로그램이 경쟁력 있다고 긍정적으로 평가할 수 있음.

〈표 4-127〉 비드라마 프로그램의 경쟁력 성과지표 (시청률-20위)

목표	성과지표	세부 성과지표	성과실적
KBS 비드라마 프로그램의 경쟁력 제고	시청률	2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수	총 12편
		2017년, 2018년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교	-(2017년) 총 7편 -(2018년) 총 8편
		2019년 비드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수	-(SBS) 총 5편 -(MBC) 총 1편 -(tvN) 총 1편 -(TV조선) 총 1편

## ② 드라마 프로그램의 경쟁력 평가

### ■ 시청률

#### ○ 2019년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수

- 드라마 본방 시청률 상위 50위에 속한 KBS 드라마는 총 18편임.
- KBS2의 ‘하나뿐인 내 편(905만 명; 36.6%)’, ‘세상에서 제일 예쁜 내 딸(621만 명; 26%)’은 각각 1위, 2위를 차지함.
- 드라마 장르의 시청률 상위 50위 프로그램에 속한 18편의 KBS 드라마 중에서 KBS2의 프로그램은 15편, KBS1의 프로그램은 3편임.

#### ○ 2017년, 2018년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교

- 2017년 KBS 드라마는 상위 50위 중에 16편으로, ‘월계수 양복점 신사들(32.1%)’, ‘황금빛 내 인생(31.7%)’, ‘아버지가 이상해(27.4%)’가 1위~3위를 차지함.

- 2018년 KBS 드라마 프로그램은 상위 50위 중에 14편으로, ‘황금빛 내인생(39.6%)’, ‘같이 살래요(27.5%)’, ‘하나뿐인 내 편(26.5%)’이 1위~3위를 차지함.
- 2017년(16편), 2018년(14편) 대비 2019년(18편)에 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 프로그램 개수가 증가하였으므로, KBS 드라마는 전년 대비 더 큰 성과를 이뤘다고 평가할 수 있음.

○ 2019년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수

- 2019년 드라마 장르의 시청률 상위 50위 중 SBS의 방송 프로그램이 12편, MBC가 11편, tvN이 7편, JTBC가 2편이었음.
- KBS1의 방송프로그램이 3편, KBS2의 방송프로그램이 15편으로 KBS의 방송 프로그램은 총 18편이었고, 타 방송사 대비 가장 많은 수의 방송 프로그램이 시청률 상위 50위에 위치함.
- 타 방송사 대비 KBS의 드라마가 더 많은 시청자수를 보유하고 있으며, KBS 드라마의 경쟁력을 긍정적으로 평가할 수 있음.

〈표 4-128〉 드라마 프로그램의 경쟁력 성과지표 (시청률-50위)

목표	성과지표	세부 성과지표	성과실적
KBS 드라마 프로그램의 경쟁력 제고	시청률	2019년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수	총 18편
		2017년, 2018년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교	-(2017년) 총 16편 -(2018년) 총 14
		2019년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수	-(SBS) 총 12편 -(MBC) 총 11편 -(tvN) 총 7편 -(JTBC) 총 2편

○ 2019년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수

- 드라마 본방 시청률 상위 20위에 속한 KBS의 드라마는 총 12편임.

- 드라마 장르의 시청률 상위 20위 프로그램에 속한 총 12편의 KBS 드라마 중에서 KBS2의 프로그램은 9편, KBS1의 프로그램은 3편임.
- 2017년, 2018년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
  - 2017년, 2018년 KBS 드라마 프로그램은 시청률 상위 20위 중에 10편이었음.
  - 2019년 시청률 상위 20위 중에 KBS 드라마 프로그램이 상위 12편으로, 2017년과 2018년 대비 2편 증가하였음.
- 2019년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수
  - 2019년 드라마 장르의 시청률 상위 20위 중 SBS, MBC의 방송 프로그램이 각각 3편, JTBC와 tvN의 방송 프로그램이 각각 1편이었음.
  - KBS1의 방송프로그램이 3편, KBS2의 방송프로그램이 9편으로 KBS의 방송 프로그램은 총 12편이었고, 타 방송사 대비 가장 많은 수의 방송 프로그램이 시청률 상위 20위에 위치함.
  - 타 방송사 대비 KBS의 드라마가 더 높은 시청률을 기록하여 시청률 상위에 분포했으며, KBS 드라마의 경쟁력을 긍정적으로 평가할 수 있음.

〈표 4-129〉 드라마 프로그램의 경쟁력 성과지표 (시청률-20위)

목표	성과지표	세부 성과지표	성과실적
KBS 드라마 프로그램의 경쟁력 제고	시청률	2019년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수	총 12편
		2017년, 2018년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교	-(2017년) 총 10편 -(2018년) 총 10편
		2019년 드라마 장르의 시청률 상위 20위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수	-(SBS) 총 3편 -(MBC) 총 3편 -(JTBC) 총 1편 -(tvN) 총 1편

■ 온라인 화제성 지수(코코파이 지수)

○ 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수

- 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS의 방송 프로그램은 총 7편임.
- 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 총 7편의 드라마는 모두 KBS2의 프로그램임.
- ‘동백꽃 필 무렵(코코파이 지수 61,975점)’이 9위, ‘조선로코-녹두전(40,326점)’이 13위, ‘하나뿐인 내 편(31,836점)’이 19위, ‘단, 하나의 사랑(15,657점)’이 28위, ‘왜그래 풍상씨(13,332점)’가 34위, ‘닥터 프리즈너(13,085점)’가 37위, ‘99억의 여자(9,842점)’가 46위였음.

○ 2018년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교

- 2018년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS의 방송 프로그램은 4편이었음.
- 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS의 방송 프로그램은 7편으로, 전년 대비 증가하여 성과가 있었다고 긍정적인 평가를 할 수 있음.

○ 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수

- 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위 중 tvN의 방송 프로그램이 16편, JTBC가 11편, SBS가 8편, MBC가 5편, OCN이 3편이었음.
- 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위 중 KBS의 방송 프로그램은 7편으로, MBC, OCN 보다 많지만 이외 방송사보다 적은 편이었음; 특히 상위 50위에 위치한 tvN의 드라마 편수는 KBS의 드라마 편수보다 2배 많았음.
- KBS 드라마의 온라인 화제성은 2018년 대비 2019년에 향상되었으나, 타 방송사보다 KBS 드라마의 화제성을 제고할 수 있는 방안을 지속적으로 고안할 필요가 있음.

〈표 4-130〉 드라마 프로그램의 경쟁력 성과지표 (온라인 화제성 지수-50위)

목표	성과지표	세부 성과지표	성과실적
KBS 드라마 프로그램의 경쟁력 제고	여론 영향력 지수	2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수	총 7편
		2018년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교	-(2018년) 총 4편
		2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수	-(tvN) 총 16편 -(JTBC) 총 11편 -(SBS) 총 8편 -(MBC) 총 5편 -(OCN) 총 3편

- 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
  - 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 KBS의 방송 프로그램은 총 3편임.
  - 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 총 3편의 드라마는 모두 KBS2의 프로그램이며, ‘동백꽃 필 무렵(코코파이 지수 61,975점)’이 9위, ‘조선로코-녹두전(40,326 점)’이 13위, ‘하나뿐인 내 편(31,836점)’이 19위였음.
  
- 2018년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교
  - 2018년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 방송 프로그램은 1편이었음.
  - 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 프로그램은 3편으로, 2018년 대비 2편 증가함; 전년 대비 KBS 드라마의 여론 영향력이 증가했다고 평가할 수 있으나 상위에 위치한 KBS 드라마의 편수가 적은 편이므로, KBS는 드라마 프로그램의 온라인 화제성을 향상시킬 필요가 있음.
  
- 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 타 방송사 방송 프로그램 개수
  - 2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위 중 tvN의 방송 프로그램이 8편,

JTBC가 4편, SBS가 3편, MBC가 2편이었음.

- 2019 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위 중 KBS의 방송 프로그램은 3편으로 tvN, JTBC 등 종편 채널보다 적었으며 SBS, MBC 등 지상파 채널과 유사한 수준이었음; KBS는 자사 드라마 프로그램의 온라인 화제성을 타 지상파 채널보다 제고할만한 노력이 필요함.

<표 4-131> 드라마 프로그램의 경쟁력 성과지표 (온라인 화제성 지수-20위)

목표	성과지표	세부 성과지표	성과실적
KBS 드라마 프로그램의 경쟁력 제고	여론 영향력 지수	2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수	총 3편
		2018년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수와 2019년의 개수 비교	-(2018년) 총 1편
		2019년 드라마 장르의 온라인 화제성 지수 상위 20위에 속한 타 방송사의 방송 프로그램 개수	-(tvN) 총 8편 -(JTBC) 총 4편 -(SBS) 총 3편 -(MBC) 총 2편

### 13. 지역방송활성화

#### 1) 국가기간방송의 위상에 부합하는 지역성 구현

##### (1) 지역총국 인력 및 예산

- 2019년 지역총국별 인력을 살펴보면, 총국 단위에서는 3명이 준 부산총국을 제외하고는 2명에서 8명이 증가했음. 그러나 지역국은 안동국에서 1명, 목포국에서 3명, 충주국에서 2명, 강릉국과 원주국에서 각각 2명이 줄었음.
- 총국별 기자수를 보면, 강원도 전역을 취재영역으로 하고 있는 춘천총국(17명)과 강릉국

(8명), 원주국(4명) 기자수가 29명으로, 창원총국(17명)과 진주국(4명)을 제외하고도 부산총국(21명)과 울산국(8명)을 합한 기자 수 29명과 동일하다는 것은 취재영역의 크기를 고려할 때, 상대적으로 많이 취약한 상태라는 것을 알 수 있음. 2019년 고성 산불에 제대로 대응하지 못한 부분도 이러한 인력부족의 문제에서 비롯되었을 수 있음. 취재 커버리지와 지역 재난의 빈도 등을 고려하여 기자 수의 보강이 필요해보임.

- 또 2019년 지역총국별 예산집행총액을 살펴보면, 총국 단위에서는 대구총국이 전년대비 0.3%, 청주총국이 전년대비 5.1% 줄었고, 나머지 총국들은 전년대비 0.1%~4.9% 증가했음. 그러나 지역국은 전년 대비 울산국과 순천국이 각각 0.6%씩 증가한 것 이외에는 1.5%~7.4% 정도 축소되었음.
- 종합해보면, 2019년 지역총국의 인력과 예산은 전년보다 조금 늘었지만, 지역국의 인력과 예산은 전년보다 축소했음. 경영의 효율화와 총국 중심으로 제작을 늘려나가려는 전략에서 비롯된 것으로 이해됨. 그러나 불필요한 인력과 예산의 축소는 경영의 효율성 면에서 반드시 실천해야하는 사안이겠지만, 지역 재난이 늘고 있다는 점을 고려하여, 꼭 필요한 인력은 보강하고 예산도 투입하는, 현명한 경영효율화가 필요할 것으로 판단됨.

〈표 4-132〉 2019년 지역총국별 인력 및 전년대비 증감

(단위: 명)

구분	PD	기자	아나운서	촬영기자	영상제작	디자이너	방송기술	전문기술	IT	방송경영	수신료	전체	전년대비 증감수
부산총국	16	21	6	8	10	1	43			21	3	129	-3
울산국	5	8	1	4	3		22			15		58	2
창원총국	16	17	7	6	7	1	37		1	15	1	108	8
진주국	1	4	1	3	1		19	1		5	1	36	2
대구총국	12	18	8	6	9	1	38			17	2	111	2
안동국	1	3		3			20			5		32	-1
포항국	1	3	1	2			20	1		6		34	-
광주총국	16	21	9	8	9		42			20	2	127	6
목포국	1	5	2	2			18	1		5		34	-3
순천국	2	6		3			19			8		38	1
전주총국	14	21	6	8	8		45			22	3	127	4
대전총국	17	23	6	10	9		45		2	27	2	141	2
청주총국	14	16	5	7	7		35			12		96	8
충주국		2	1	2		1	17			6	1	30	-2
춘천총국	15	17	7	7	9		39			14		108	8
강릉국	5	8	2	4	1		30			10		60	-2
원주국	4	4	3	2	1		18			9		41	-2
제주총국	14	14	7	6	7	1	39			13	1	102	6
<b>전체</b>	<b>154</b>	<b>211</b>	<b>72</b>	<b>91</b>	<b>81</b>	<b>5</b>	<b>546</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>230</b>	<b>16</b>	<b>1,412</b>	<b>36</b>

〈표 4-133〉 2019년 지역총국별 예산집행총액 및 전년대비 증감률

예산집행 총액(단위: 천 원)

구분	예산집행 총액	전년대비 증감률
부산총국	24,147,527	1.7%
울산국	10,380,717	0.6%
창원총국	18,836,451	4.9%
진주국	5,617,747	-1.5%
대구총국	21,184,646	-0.3%
안동국	5,702,599	-4.2%
포항국	6,056,823	-6.3%
광주총국	24,080,160	3.2%
목포국	5,806,374	-4.5%
순천국	6,490,424	0.6%
전주총국	22,486,254	0.1%
대전총국	26,153,088	1.8%
청주총국	16,006,954	-5.1%
충주국	4,852,945	-6.7%
춘천총국	19,769,011	0.1%
강릉국	10,478,283	-0.9%
원주국	6,726,263	-7.4%
제주총국	18,507,591	4.8%

## (2) 지역 자체 제작 및 네트워크 제작 프로그램 편성 현황

- 2019년 총국별 지역 프로그램 편성 비율을 살펴보면, 대구총국과 대전총국이 14.6%로 가장 높았고, 제주총국이 12.8%로 가장 낮았음. 지역 총국은 평균 13.8%의 지역 프로그램을 편성한 것으로 나타났음.
- 이는 2018년 지역 프로그램 평균 편성률 12.7%보다 1.1%포인트 상승한 비율임. 전년 대비

증가율이 가장 높은 곳은 청주총국이었고, 제주총국과 부산총국을 제외하고는 모두 지역 프로그램 평균 편성률이 증가했음. 이와 같이 지역 총국의 자체 제작 프로그램 편성비율의 확대는 지역 중심적인 프로그램을 좀 더 많이 방송한 것으로 긍정적인 변화로 평가할 수 있음.

- 2019년 지역 특화 프로그램을 살펴보면, 대전 총국을 제외하고 7개의 총국에서 1편, 부산총국에서 2편 총 9편의 특집 프로그램이 제작되었음. 또 부산총국을 제외하고 8개 총국에서 정규 편성 프로그램 1개를 매주 1편 이상 제작했음.
- 종합하면, 2019년에는 총국별 지역 프로그램 편성 비율이 1.1%정도 상승했고 총국별로 지역 특화 프로그램을 정규 또는 특집으로 편성하여, 2018년보다 지역민들을 위한 지역 프로그램을 많이 제작한 것으로 평가할 수 있음.

〈표 4-134〉 2019년 총국별 지역프로그램 편성 비율 현황

구분	지역(총국) 자체제작 내역						2019 편성 비율	2018 편성 비율	전년대비 편성비율 증감율
	정규		특집		합계				
	편수	시간(분)	편수	시간(분)	편수	시간(분)			
부산총국	1,860	36,845	20	840	1,880	37,685	13.6	13.9	-2.2
울산국	1,521	28,415	4	250	1,525	28,665	13.2	12.4	6.5
창원총국	1,870	35,993	52	1,605	1,922	37,598	13.9	12.9	7.8
진주국	508	5,100	0	0	508	5,100	13.8	12.8	7.8
대구총국	1,727	35,819	14	730	1,741	36,549	14.6	12.9	13.2
안동국	529	6,275	1	50	530	6,325	14.5	12.8	13.3
포항국	548	6,283	0	0	548	6,283	14.5	12.8	13.3
광주총국	1,874	34,038	88	3,606	1,962	37,644	14.0	12.9	8.5
목포국	512	6,075	0	0	512	6,075	13.9	12.8	8.6
순천국	502	6,064	0	0	502	6,064	13.9	12.8	8.6
전주총국	1,650	33,291	26	760	1,676	34,051	13.7	13.0	5.4

구분	지역(총)국 자체제작 내역						2019 편성 비율	2018 편성 비율	전년대비 편성비율 증감율
	정규		특집		합계				
	편수	시간(분)	편수	시간(분)	편수	시간(분)			
대전총국	1,735	36,412	76	2,250	1,811	38,662	14.6	13.0	12.3
청주총국	1,877	31,305	26	1,027	1,903	32,332	13.7	10.9	25.7
충주국	486	6,085	0	0	486	6,085	13.6	10.8	25.9
춘천총국	1,908	32,308	95	2,856	2,003	35,164	13.4	12.3	8.9
강릉국	765	10,072	4	336	769	10,408	13.3	12.3	8.1
원주국	500	5,976	0	0	500	5,976	13.3	12.3	8.1
제주총국	1,477	33,105	32	1,450	1,509	34,555	12.8	12.9	-0.8
<b>계 (*총국평균)</b>	<b>21,849</b>	<b>389,461</b>	<b>438</b>	<b>15,760</b>	<b>22,287</b>	<b>405,221</b>	<b>*13.8</b>	<b>*12.7</b>	<b>*8.8</b>

※ 자체제작 편수 및 시간은 전국 편성을 제외한 순수 로컬방송에 한함

※ 편성 비율은 기본편성 기준으로 KBS 로컬편성 비율 고지방식에 따름 (자체편성+전국 편성, 총국 수중계 포함)

2019년은 2019.11.04. 수시조정 기준, 2018년은 2018.10.29. 수시조정 기준

<표 4-135> 2019년 총국별 지역프로그램 특화 프로그램(정규 9개, 특집 9회)

지역	프로그램명	방송일	정규 /특집	비고
부산 총국	레디액션	2019.8.1	특집	부산에서 영화 제작의 꿈을 키우는 아시아 16개국 청년들의 이야기.
	1979 부마	2019.10.16	특집	부마민주항쟁의 흔적을 향쟁이 시작된 부산대 출신 배우 유재명과 함께 되돌아봄.
창원 총국	별의별 중계	매주 수	정규	지역민들의 소중한 일상을 찾아가서 특별한 이벤트로 만들어주는 생활밀착형 중계 예능.
	10월의 바람, 1979	2019.10.27	특집	KBS창원·부산총국 공동으로 마련한 부마민주항쟁 40주년 기념음악회.

대구 총국	콘서트문화창고	매주 수	정규	콘서트 뮤지션 라이브와 관객과의 솔직담백한 이야기
	기억, 마주서다 10부작	2019.1~3	특집	역사의 이면에서 평가받지 못했던 민중의 피와 땀이 서린 항쟁사. 우리 근·현대사의 이면을 마지막 증언자의 목소리로 발굴
광주 총국	남도 지오그래피	매주 월~목	정규	남도의 어른신들 인생사를 그리는 다큐 프로그램.
	웰컴투광주 평화의 물결 속으로	2019.7.2	특집	세계수영대회 개막을 열흘 앞두고 대회 흥행과 성공을 기원하기 위한 특집생방송.
전주 총국	국악한마당	매주 토	정규	국악의 여러 장르를 입체적으로 조명하는 프로그램. 본사와 전주총국이 겨우 제작.
	새만금표류기 3부작	2019.2	특집	새만금을 청년 시선에서 접근하는 야생버라이어티
대전 총국	거북이 뉴스	매주 수	정규	400만 대전충남의 거북이들이 직접 발로 뛰어 만드는 인생(人生) 뉴스
	호모사이언스	매주 화	정규	일상 속 녹아있는 과학의 원리를 밝혀보고, 미래의 삶을 이끌어 나갈 신기술을 소개하는 프로그램.
청주 총국	행복충청전	매주 화	정규	충북의 먹거리, 여행, 문화, 인물, 행사 등 재미있고 알찬 정보 모음.
	독립투사연미당 조국으로 가는 길	2019.4.13	특집	연미당 가족의 독립운동사 재조명 역사다큐멘터리
춘천 총국	울댓뮤직	매주 목	정규	울댓뮤직에서만 보고 들을 수 있는 뮤지션들의 라이브와 이야기
	우리 조선 아낙네들 나라읍시 어이살며	2019.8.25	특집	여성의병 30명의 이름과 행적을 발굴함으로써, 그동안 남성중심의 독립운동사에서 소외됐던 여성 독립운동의 가치를 재조명
제주 총국	보물섬	매주 화	정규	제주의 자연, 음식, 사람들의 이야기
	어머의 바당 3부작	2019.7	특집	제주 해녀들의 일상과 역사, 문화를 담고 드라마 속 전 대사를 제주어로 방송하는 프로그램

## (2) 지역 제작 전국 편성 정규 방송 프로그램 및 특집 프로그램 방송현황

### ▣ 전국 송출 지역 제작 프로그램 편성 현황

- 2019년에는 지역 제작 전국 송출 프로그램 중 정규 프로그램이 증가했음. 구체적으로 2019년에는 479편을 제작해 411편을 제작한 2018년보다 68편이 늘어났고, 방송시간도 3,830분 늘어났음.
- 그러나 지역 제작 전국 송출 특집 프로그램은 2018년 128편에서 2019년 93편으로 줄었고

방송시간도 1,485분이 줄어들었음. 매주 제작해야 하는 정규 프로그램이 늘어났기 때문에 지역 총국에서 상대적으로 좋은 특집 프로그램을 제작할 여력이 없었고 그에 따라 전국 송출 특집 프로그램도 줄어든 것으로 보임.

- 결과적으로는 지역제작 전국 송출 프로그램은 정규와 특집을 포함하여 2018년보다 2,345분 더 방송했음. 이는 지역의 관점을 반영한 프로그램을 전국의 시청자들이 함께 보고 공유했음을 의미함.
- 종합하면, 2019년 전국으로 송출하는 지역 제작 프로그램의 정규 편성이 늘었다는 점과 그에 따라 지역 제작 프로그램의 전국 송출 방송시간이 2018년보다 2,345분 증가했다는 점에서 지역의 관점을 전달하고 지역 간 이해도를 높이는데 기여했다고 평가할 수 있음.

〈표 4-136〉 지역 제작 전국 송출 정규/특집 프로그램 편성시간 및 편수 현황(2017-2019년)

	정규 프로그램		특집 프로그램	
	편수	방송시간(분)	편수	방송시간(분)
2017년	459	20,360	95	5,115
2018년	411	18,825	128	6,230
2019년	479	22,655	93	4,745

▣ 전국 송출 지역 제작 프로그램 총국별 현황

- 지역 제작 전국 편성 프로그램의 총국별 현황을 살펴보면, 전국으로 방송된 〈문화산책〉에 각 총국이 참여해 프로그램을 제작했음. 가장 많이 제작한 총국은 광주총국으로 129편 6,550분이었고, 두 번째가 대전 총국으로 95편, 3,370분이었음. 총국별로는 129편, 6,550분에서 7편, 350편까지 차이가 크게 났음. 전체적으로 479편, 22,655분 방송한 것으로 총국별로 평균 53편, 2,517분을 방송한 셈임.
- 총국별 지역 제작 전국 편성 특집 방송을 보면, 가장 많은 편수를 제작한 것은 대구총국으로 31편, 1,220분이었고, 두 번째는 춘천총국으로 14편, 895분이었음. 전체적으로는 31편, 1,220분에서 3편, 155분으로 큰 차이가 났음.

- 종합해보면, 총국별로 지역 제작 전국 편성 방송 프로그램에서 차이가 큰 것으로 나타나는데 프로그램의 질과 시청자의 수요를 반영한 편성이었겠지만, 왜 그런 차이가 났는지 총국의 인력과 예산, 구성원의 역량과 특성 등 그 원인에 대해 세밀한 분석이 필요해보임. 또 지역 균형이란 측면도 지역 방송 정규 편성을 결정할 때 고려할 필요가 있겠음. 이와 함께 지역총국 구성원들의 사기 진작을 위해 좋은 성과를 내는 총국과 구성원에 대한 포상을 하는 등의 방안도 고려할 필요가 있어 보임.

〈표 4-137〉 2019년 총국별 지역 제작 전국편성 정규 방송 프로그램 수 방송길이

제작부서	프로그램명	편수	방송길이 (분)	전년 대비 증감률 (방송길이기준)
부산총국	문화산책, 뮤직토크쇼가요1번지	7	350	-85.1%
창원총국	문화산책, 별의별중계, 고고씽 등	44	2,200	-2.2%
대구총국	문화산책, 콘서트문화창고 등	46	2,300	+576.5%
광주총국	문화산책, 남도지오그래피 등	129	6,550	+67.9%
전주총국	문화산책, 국악한마당 등	38	1,975	-33.2%
대전총국	문화산책, 거북이뉴스 등	95	3,370	+33.2%
청주총국	문화산책, 행복총청전 등	19	900	+38.5%
춘천총국	문화산책, 올댓뮤직 등	48	2,360	+24.2%
제주총국	문화산책, 보물섬 등	53	2,650	+34.2%
<b>합계</b>		<b>479</b>	<b>22,655</b>	<b>18.3% ↑</b>

〈표 4-138〉 2019년 총국별 지역 제작 전국편성 특집 방송 프로그램 수 방송길이

제작총국	프로그램명	편수	방송 길이 (분)	전년 대비 증감률 (방송길이기준)
부산총국	BIFF2019개막식, 1979부마 등	5	260	-67.5%
창원총국	밀양아리랑가요제, 따오기 우포를 날다 등	5	300	-6.3%
대구총국	기억 마주서다, 55년의 길 세사람의 섬 등	31	1,220	+187.1%
광주총국	화순칸데라 1946, 봄을 부르다, 당신의 민주주의 등	10	515	+3%
전주총국	새만금표류기, KBS국악신예대상 등	6	345	-55.7%
대전총국	명예의 그늘, 단재 신채호 등	7	350	-12.5%
청주총국	류자명 영원한 조선인, 사할린 광복은 오지 않았다 등	3	155	-48.3%
춘천총국	DMZ문다, 시티서퍼, 평창대관령음악제 등	14	895	-36.7%
제주총국	오페라 갈라랜드, 어머님의 바당 등	12	705	-48.2%
합계		93	4,745	24.9% ↓

#### ▣ 총국 간 공동제작 프로그램 현황

- 총국 간 공동제작 프로그램 현황을 보면, 부산총국, 창원총국, 울산국이 〈전국을 달린다〉, 〈생생투데이 사람과 세상〉 프로그램을 각각 2,300분, 4,600분 공동 제작했음. 또 광주총국, 전주총국, 제주총국이 〈생생3도〉 프로그램을 1,290분 공동 제작했음.
- 이처럼 총국 간 공동제작 시간은 2019년에 총합 8,190분으로, 전년대비 13.75% 증가한 것임. 총국 간 공동제작은 전국 지역의 다각적인 관점을 반영하여 프로그램을 제작한다는 점에서 좋은 시도이고, 앞으로도 더 늘려 나가야할 방향이라고 판단됨.

〈표 4-139〉 2019년 총국 간 공동제작 프로그램 현황

프로그램	참여총국	1회분량(분)	방송시간	방송시간 총합	전년대비 증감률
전국을 달린다	부산, 창원, (울산)	10	2,300	8,190분	13.75% ↑
생생투데이 사람과세상	부산, 창원, (울산)	20	4,600		
생생3도	광주, 전주, 제주	30	1,290		

※ 전국을 달린다/생생투데이 사람과세상 2018.02.15. 시작 (2018년 199회, 2019년 230회 방송)

※ 생생3도 2018.02.23 시작 (2018년 41회, 2019년 43회 방송)

▣ <뉴스9>에서 보도한 전국 방송 지역뉴스 보도 현황

- KBS <뉴스9>에서 전국에 방송된 지역 뉴스 보도 현황을 살펴보면, 광주 지역 보도가 16.1%, 이어 창원이 14.8%, 부산이 14.0%였음.
- 구체적으로 지역별 보도 건수를 살펴보면, 경상도지역(부산, 대구, 창원) 241건, 전라도지역(광주, 전주) 126건, 충청도지역(대전, 청주) 97건, 강원도지역(춘천) 80건, 제주도지역 63건으로, 지역 간 보도량의 차이가 다소 있었음. 시기별로 특정 지역에서 대형 사건이 발생하는 등 사건의 발생 여부와 뉴스가치의 경중에 따른 선택이었겠지만, 시청률이 높은 공영방송인 KBS의 전국적인 영향력을 고려할 때, 특정 지역의 뉴스가 배제되는 일이 없도록 각별히 신경을 써야 할 것으로 보임.
- <뉴스9>를 통한 전국 보도는 지역 총국 편성 뉴스와는 다른 큰 영향력을 발휘함. 특정 지역에 편견이나 잘못된 고정관념을 갖게 할 수도 있음. 따라서 지역별 뉴스 선정 기준에 대한 전체적인 검토가 필요하다고 판단됨. 또 총국별 인력과 예산, 조직 구성의 측면에서 지역 간 뉴스 생산의 불균형을 초래하는 부분이 없는지 점검해 보아야 할 것임.

<표4-140> 2019년 KBS <뉴스9>에서 전국 방송된 지역 뉴스 보도 현황 (단위:건수)

총국 (을지국)	1분기	2분기	3분기	4분기	합	비율 (전지역대비 해당지역 보도량 비율, %)
부산(울산)	9	24	27	25	85	14
대구(포항, 안동)	17	7	17	25	66	10.8
창원(진주)	7	37	27	19	90	14.8
광주(목포, 순천)	19	23	35	21	98	16.1
전주	5	5	6	12	28	4.6
대전	14	15	21	11	61	10
청주(충주)	2	5	18	11	36	5.9
춘천(강릉, 원주)	17	32	15	16	80	13.1
제주	1	19	21	22	63	10.3
<b>합</b>	<b>91</b>	<b>167</b>	<b>187</b>	<b>162</b>	<b>607</b>	<b>100</b>

비고: 대전총국, 전주총국, 제주총국은 을지국 없음

(3) 본사와 지역총국 간 소통 및 지역방송과 지역 기여를 위한 개선 노력

- 2019년에 본사와 지역총국 간 소통 및 지역 총국의 지역 기여를 위한 개선노력으로 크게 5가지의 시도와 실천을 찾아볼 수 있었음. 일부는 2019년에 시작됐고 일부는 2018년부터 계속된 사업임.
- 지역방송활성화 위원회 개최, 지역 활성화 시범서비스 공모 및 실행, <뉴스7> 지역화 전국 확대, 지역디지털 미디어 서비스 강화, 지역방송활성화를 위한 KBS전국시청자위원회 연대회의와 미디어 교육임.
- 이와 같은 시도와 실천은 KBS가 지역 방송 활성화와 지역민의 문화생활 및 지역발전에 기여한 것으로 평가됨.

<표 4-141> 2018년-2019년 지역방송활성화를 위한 개선 노력

개선사항	일시	내용
지역방송활성화위원회 개최	2018.06.27	지역방송활성화위원회 구성 및 1차회의
	2018.08.20	지역방송활성화 위원회 2차 회의
	2019.04.05	지역방송활성화 위원회 3차 회의
	2019.09.20	지역방송활성화 위원회 4차 회의
	2019.12.20	지역방송 활성화 위원회 5차 회의
지역총국 시범서비스 실시	2018.06.29	지역방송활성화 시범서비스 공모
	2018.08.03	워킹그룹 제안공모 심사
	2018.08.10	실무위원 제안공모 심사
	2018.08.28	지역방송활성화 시범서비스 선정 -제주총국: <7 오늘 제주> -광주총국: <뉴미디어추진단> -부산총국: <휴미디어(Humedia)>
	2019.04.05	부산총국 <휴미디어> 중단 결정
<뉴스7> 지역화 전국 확대	2018.12.20	<7 오늘 제주> 위클리(주1회) 시행
	2019.04.01	<7 오늘 제주> 데일리(주4회) 시행
	2019.11.07	<뉴스7> 지역화 위클리 전국 시행
	2020.02.03	<뉴스7> 지역화 데일리 전국 시행

지역 디지털미디어서비스 강화	2018.12.20	광주 <뉴미디어추진단> 구성 및 운영
	2019.09.20	광주 시범서비스 전국 확대 결정
KBS전국시청자위원회 연대회의와 미디어교육	2019.4.18	2019년 KBS전국시청자위원회 연대회의
	2019.11-12	인천·경기지역서 미디어교육 12회 개최

① 본사와 지역 총국과의 소통 강화

▣ 지역방송활성화위원회 구성 및 운영

- 지역방송활성화 위원회는 2018년 6월 시작해 2019년 들어 3번의 회의를 개최했음. 부사장을 위원장으로 하여 9개 지역총국장과 본사 주요 국장, 통합뉴스룸 주간 등이 위원으로 참여하고, 지역정책실장이 간사 역할을 수행함. 또 부서별 실무 전문가 중심으로 구성된 시범사업실무 TF(사내)팀이 운영됨.
- 2019년 위원회의 구체적인 성과는 <뉴스7> 지역화 위클리 전국 확대 추진을 들 수 있음.
- 지역방송활성화위원회는 지역총국간의 직접적인 소통을 통해 지역 총국의 의견을 수렴하고 총국 간 협력을 통해 지역방송을 활성화할 수 있다는 점에서 매우 긍정적인 시도라고 평가됨. 그러나 1년 3회 개최는 다소 적은 감이 있음. 더 자주 만나는 회의를 정례화 하여, 본사와 총국, 총국 간 소통을 강화할 필요가 있음.

<표 4-142> 2019년 지역방송활성화위원회 개최일과 안건, 성과(3회)

개최 일시	안건	성과 및 특이사항
2019.04.05.(금) 15:00~17:00	지역방송 활성화 시범서비스 중간평가 및 차후 계획 수립	지역방송 활성화 시범서비스 경과 보고 ○ KBS제주 <7시 오늘 제주> 위클리 추진경과 보고 - 2019.4.1. 데일리 방송(매주 월~목) 시작 - 새로운 지역방송 실험, 지역사회 주목도 높음 ○ KBS광주 <뉴미디어추진단> 추진 경과 보고 - 모바일 전용 콘텐츠 제작, 지상파 콘텐츠 모바일용 재제작 - 유튜브, 페이스북 구독자수 증가, 수익사업 시도
2019.09.20.(금) 15:00~18:00	지역방송 활성화 시범사업(제주형) 최종평가 보고 및 시범사업 확대 여부 결정	<7시 로컬뉴스> 위클리 방송 전 총국 확대 시행 - 2019.11.7.(목) 시행 <7시 로컬뉴스> 데일리 방송 전환시점 논의 - 가능한 총선 전 데일리 방송 실시 결정

개최 일시	안건	성과 및 특이사항
2019.12.20.(금) 15:00~18:30	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ &lt;7시 뉴스&gt; 지역화 데일리 전환 시점, 방식 논의</li> <li>☞ 지역(총)국 보도인력 총원계획 설명</li> <li>☞ 지역총국 디지털 미디어서비스 추진 방안 결정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ &lt;7시 뉴스&gt; 지역화 데일리 전환 시기, 방식 결정</li> <li>- 전 총국 데일리(월~목) 동시 전환 결정('20.2.3)</li> <li>○ 지역(총)국 보도인력 총원 결정</li> <li>- 취재, 촬영기자 총국별 필요인력 결정 경력 채용 1월 공고, 3월초 배치 추진</li> <li>- 총국별 CG 4명, 영상편집 3명, 뉴스PD 2명이 적정 인력. 특정업무직으로 채용해 결원 1월말까지 배치 추진</li> <li>○ 지역총국 디지털 미디어 서비스 추진 방안 결정</li> <li>- 지역(총)국 조직개편(=방통위 변경허가 승인) 시점과 연계 추진 결정</li> </ul>

■ 보도본부장 주재 지역총국 보도국장 회의

- 보도본부장 주재로 총국 보도국장 회의는 2019년에 4회 열렸고 9개 총국이 모두 참석하였음.
- 1회 회의는 지역 보도국 인력 현안을, 2회는 지역 재난방송 강화 방안을, 3회는 <뉴스7> 지역총국 위클리 방송 개편 준비 상황 점검을, 4회는 <뉴스7> 데일리 전환 상황 점검 등을 논의했음.
- 총국 보도국과 본사 보도본부의 긴밀한 소통과 신뢰 및 협력관계를 구축할 수 있는 시스템인 만큼 분기별 1회는 너무 적은 것으로 판단됨. 바쁜 보도국 상황을 고려할 때 오프라인 미팅이 어렵다면 실시간 화상회의로라도 좀 더 자주 소통을 강화할 수 있도록 정례화하여 개최할 필요가 있어 보임.

<표 4-143> 2019년 보도본부장 주재 총국 보도국장 회의 개최일과 안건, 성과

개최일시	참석 총국 수	안건
1.11.(금)	9개	○ 지역 보도국 인력 현안 등
4.25.(목)	9개	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지역 자체 총국 단위 재난 방송 강화 방안 마련 (KBS 재난방송 매뉴얼 참고)</li> <li>○ 제주총국 자체 뉴스 프로그램 &lt;7시 오늘 제주&gt; 현황 및 성과 공유</li> <li>○ 기타 지역뉴스 발전 방안</li> </ul>
10.24.(목)	9개	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지역국별 뉴스7 개편 준비 상황 점검</li> <li>○ 보도본부 실무 지원 TF 활동 보고</li> <li>○ 데일리 전환 시기 논의</li> </ul>
12.16.(월)	9개	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 현황 보고 및 평가</li> <li>○ 데일리 전환 준비 사항 및 검토 사항</li> <li>○ 보도본부장 당부 사항 등</li> </ul>

## ② 지역(총)국 대상 사업 공모 실시

- 지역(총)국 대상 공모 사업은 2018년 12월에 시작되어 실행은 2019년에 이루어졌음.
- 2019년에 나타난 지역(총)국 대상 사업 공모의 첫 번째 성과는 제주총국이 제안한 <뉴스 7>의 지역 위클리 제작으로, 지역총국에서 기존에 5분 방송분량을 40분으로 확대하여 1주에 1번 <뉴스7> 전체를 지역총국에서 제작하도록 한 제안이었음. 지역 뉴스의 보도양이 많아짐에 따라 지역성을 높였고, 다양한 지역 뉴스를 보도함으로써 다양성의 가치를 향상시킨 것으로 평가할 수 있음.
- 두 번째 성과는 광주총국의 제안으로 지역밀착형 디지털 서비스 제공임. 20~40대 구독자를 늘림으로써 시청자들과의 소통을 강화하는 성과를 거둔 것으로 판단됨.
- 세 번째 성과는 부산총국의 제안으로 실시한 <휴미디어>사업으로 인문학과 미디어교육을 결합한 어린이대상 강좌 운영이었는데, 어린이 모집의 어려움과 총국 내 강좌용 공간부족으로 4월에 사업을 중단했음.
- 지역(총)국에서 자발적인 공모를 통해 지역방송 활성화를 꾀했다는 점에서 지역(총)국 대상 공모 사업은 의미 있는 시도라고 판단됨.

〈표 4-144〉 2019년 지역(총)국 대상 사업 공모 실시 성과

사업명	기간	주요내용	성과
제주총국 <7오늘 제주>	2018.12.20. ~2019.11.07	-<뉴스7> 지역뉴스 5분에서40분으로 확대 -지역총국 제작·편성 자율권 확대	·지역성, 심층성, 다양성 강화 ·본사<뉴스7> 시청률과 큰 차이 없으며, 이슈에 따라 시청률 증가
광주총국 <뉴미디어추진단>	2018.12.20. ~현재	-지역밀착형 디지털 서비스 제공 -2040 시청자와 소통 강화	·유튜브 구독자 14만 달성 ·협찬·광고수익 2억 3800만 원 (2018.12.20.~2019.12.31)
부산총국 <휴미디어> (Humedia)	2018.12.20. ~2019.04.05	-어린이 대상 인문학 강좌, 미디어교육 결합	·대상 어린이 모집 애로, 총국 내 강좌용 공간부족 등을 이유로 부산총국 자체적으로 사업중단 요구

## ③ 지역뉴스 강화를 위한 개선 노력

- 지역뉴스 강화를 위해 2019년 KBS는 <뉴스7> 전체를 주 1회 각 지역총국에서 제작, 방송하는 시도를 했고 성공적으로 안착된 것으로 평가됨.
- 첫 시작은 2018년12월 제주총국에서 목요일 주 1회 <7시 오늘 제주>를 제작, 방송한 것임. 2019년 4월 1일 제주총국은 <7시 오늘 제주>를 주 1회에서 주4회(월~목)로 확대했음.
- 2019년 11월 7일부터 제주 이외의 8개 총국에서도 <뉴스7>을 주 1회 자체 제작하여 방송하기 시작함.
- 지역총국에서 주 1회 자체 제작 전 <뉴스7>(1월~10월)의 시청률 평균과 제작 후 <뉴스7>(11월7일~12월)의 시청률 평균을 비교해보면, 2018년 자체 제작을 시작한 제주를 제외한 8개 총국에서 시청률은 2개 총국 상승, 1개 총국 동일, 6개 총국 하락으로 나타남. 그러나 3.1%와 3.5% 하락한 두 곳을 제외하고는 하락폭이 0.8-1.2%에 머물러 실시 전과 후가 비슷하다고 볼 수 있음.
- <7시뉴스>의 지역총국 주1회 제작은 지역밀착형 뉴스의 제작을 늘리고 지역의 관점에서 지역민들에게 뉴스를 전달했다는 점에서 긍정적으로 평가할 수 있음. 시청률이 다소 하락하기는 했지만, 11월에 실시하여 성과를 논하기에는 이르고, 시청률 조사 샘플이 너무 작은 지역이 있어 단정적인 성과 지표로 삼기에는 무리가 있다고 판단됨.

〈표 4-145〉 지역 &lt;뉴스7&gt; 실시 및 확대 현황

시행일	시행 총국	시행내용
2018.12.20	제주총국	<7시 오늘 제주> 주1회(목, 19:00-19:40)편성
2019.4.1	제주총국	<7시 오늘 제주> 주4회(월~목, 19:00-19:40)편성
2019.11.7	부산총국	<KBS7시 오늘 부산울산> 주1회(목, 19:00-19:40)편성
	창원총국	<KBS 7시 오늘 경남> 주1회(목, 19:00-19:40)편성
	대구총국	<KBS 뉴스7 대구경북> 주1회(목, 19:00-19:40)편성
	광주총국	<KBS 뉴스7 광주전남> 주1회(목, 19:00-19:40)편성
	전주총국	<KBS 뉴스7 전북> 주1회(목, 19:00-19:40)편성
	대전총국	<KBS 뉴스7 대전세종충남> 주1회(목, 19:00-19:40)편성
	청주총국	<KBS 뉴스7 충북> 주1회(목, 19:00-19:40)편성
	춘천총국	<KBS 7시 오늘 강원> 주1회(목, 19:00-19:40)편성
2020.2.3	전 지역총국	<뉴스7> 주4회(월~목, 19:00-19:40)편성 예정

〈표 4-146〉 〈뉴스 7〉 지역화 추진 전후 총국별 시청률 비교 (2019년 매주 목요일 기준, %)

	수도권	부산	광주	대전	대구	춘천	창원	전주	청주	제주
평균 (1~10월)	7.1	6.7	7.9	8.3	6.7	13.3	7.2	9.3	8.0	7.7
11월 7일	7.5	7.5	5.3	7.5	5.7	12.4	9.2	4.0	6.6	4.4
11월 14일	7.2	6.0	7.6	9.9	6.6	11.6	8.3	4.9	7.7	5.5
11월 21일	7.2	5.8	7.0	7.3	6.7	12.1	8.7	8.2	8.6	5.6
11월 28일	7.6	5.5	9.2	9.5	6.4	10.0	6.9	5.3	7.4	8.6
12월 5일	7.5	5.1	5.7	8.7	7.1	11.5	7.3	9.3	4.4	8.8
12월 12일	7.4	4.9	7.4	6.7	5.1	6.2	10.8	6.2	5.7	8.7
12월 19일	7.6	6.4	6.2	9.7	8.4	12.7	6.7	5.3	5.4	9.3
12월 26일	7.2	6.1	7.0	8.9	7.5	5.2	9.1	3.3	11.5	7.9
평균 (11~12월)	7.4	5.9	6.9	8.5	6.7	10.2	8.4	5.8	7.2	7.4

\* 샘플수

- 수도권 1,420가구 (4,120명), 전국 4,020가구 (11,140명)

- 부산 302가구(839명), 광주 185가구(518명), 대전 190가구(530명), 대구 248가구 (713명)

- 춘천 52가구(129명), 창원 121가구(339명), 전주 79가구(224명), 청주 107가구(280명), 제주 101가구(263명)

## ④ 지역총국 뉴미디어 서비스 개선 노력

- 광주총국에서 〈뉴미디어 추진단〉을 만들어, 지역방송 모바일 플랫폼을 확장시켰음. 서비스 내용은 모바일용 자체 콘텐츠와 지상파 프로그램의 재제작 콘텐츠임.
- 이에 따라 광주KBS 유튜브 구독자수는 1분기에 10,003명으로 전 분기대비 114% 증가했고, 2분기에는 1분기 대비 255%, 3분기에는 2분기 대비 119%, 4분기에는 3분기 대비 43%(111,687명) 증가하는 성과를 거두었음. 광주KBS 페이스북 역시 전 분기대비 1분기에 6%, 2,3분기에는 각각 1%씩 팔로워수가 증가했음.
- 또 지역 내 주요 기업·기관과 수익사업을 발굴해 모바일 콘텐츠 생산을 안정화시키는 성과를 거둬.
- 광주총국의 뉴미디어 서비스 개선은 모바일 구독자의 확보는 물론 모바일을 많이 이용하

는 20~30대 시청자들에게 KBS의 콘텐츠를 전달하고, 장기적으로 TV의 시청률을 높이는 데 도움이 될 것으로 판단됨.

〈표 4-147〉 2019년 광주총국 뉴미디어 추진단 성과-모바일 구독자수

연도	유튜브		페이스북	
	구독자수(명)	증감률	팔로워수(명)	증감률
1분기	10,003	+114%	6,017	+6%
2분기	35,549	+255%	6,095	+1%
3분기	78,047	+119%	6,153	+1%
4분기	111,687	+43%	6,159	-

〈표 4-148〉 2019년 12월 기준 총국별 모바일 구독자 현황

총국	유튜브		페이스북	
	채널명	구독자수(명)	페이지명	팔로워수(명)
부산총국	KBS부산	13,900	KBS뉴스부산	10,360
	KBS뉴스부산	1,880		
	KBS부산라디오	216		
창원총국	KBS창원	154,000	KBS창원	2,046
	KBS뉴스경남	16,000	KBS뉴스경남	5,133
대구총국	KBSD대구	499	KBS뉴스 대구경북	1,720
광주총국	KBS광주	130,000	KBS뉴스광주	6,160
	플레이버튼	3,000		6,160
전주총국	KBS전주	23,700	KBS전주	1,084
	KBS뉴스전북	2,270	KBS뉴스전북	6,130
대전총국	KBSD대전	2,830	KBSD대전	98
	KBS뉴스대전	15,200	KBS뉴스 대전충남	11,690
	KBS대전라디오	254		11,690

충주총국	KBS충주	8,700	KBS충주	1,300
	KBS뉴스충북	942	KBS뉴스충북	3,976
춘천총국	KBS춘천	842	KBS춘천	86
			KBS뉴스춘천	3,595
제주총국	KBS제주	5,850	KBS제주	1,882
	KBS뉴스제주	416	KBS뉴스제주	13,235

### ⑤ KBS전국시청자위원회 연대회의와 지역 미디어 교육 실시

#### ■ 전국시청자위원회 연대회의 개최

- 2019년4월18일 제1회 전국시청자위원회 연대회의를 대전총국에서 개최했음. 전국 18개 지역에서 33명의 위원들이 참석해서 KBS의 공영방송의 역할과 지역성 강화 방안을 논의했음.
- 전국시청자위원회는 각 지역에서 당면한 공통의 문제를 공유하고 지역 간 소통을 강화하며 지역국 시청자 위원회의 새로운 역할을 모색하는 등 지역방송을 활성화하는데 기여할 수 있는 좋은 시도라고 판단됨.

〈표 4-149〉 2019년 전국시청자위원회 연대회의 개최

개최일	개최지역	참석지역수(개)	참석위원수(명)	KBS임직원수(명)	성과 또는 특이사항
2019.4.18	대전총국	18	33	12	-지역성 강화 방안 -공영방송의 역할

#### ■ 지역민을 위한 미디어교육 실시와 지역 음악회 개최

- 2019년에 지역 중학교를 찾아가 미디어교육을 실시하는 새로운 사업을 시도했음. 2019년에는 인천과 경기지역 중학교에서 총12회 1,719명을 대상으로 미디어교육을 실시했음.
- 다양한 매체의 등장으로 시청자의 역할이 중요해진 이 시기에, KBS가 지역민을 위한 미디어교육을 실시한 것은 공영방송으로서의 시대적 역할이라고 판단됨. 특히 미디어교육의

전문성을 가진 KBS 구성원을 미디어강사로 활용함으로써 지역민들이 방송 현장과 공영방송을 이해하는데 기여할 것으로 기대됨. 다만, 지역미디어 교육 전문 강사들이 교육에 임하기 전에 미디어교육 강사로서의 기본지식과 학습자에 대해 충분한 이해를 가질 수 있도록 사전 교육을 반드시 이수하는 시스템이 갖춰져야 할 것으로 보임.

- 또 비수도권이 아닌 경기 인천 같은 수도권지역에서 실시한 것은 아쉬움으로 남음. 소외 지역 지역민들을 위한 미디어교육에 더 힘을 쏟아야할 것으로 보임
- 2019년 찾아가는 음악회는 지역에서 19회 개최됐음. KBS관련악단이 2회, KBS국악관현악단이 17회의 공연을 지역에서 가졌음. 지역민들이 고급문화를 직접 접할 수 있는 좋은 기회를 제공했다는 점에서 공영방송의 역할을 충실히 수행했다고 볼 수 있음.

〈표 4-150〉 2019년 지역에서 실시한 미디어교육

순서	장소	일시	참여 인원(명)	교육내용	강연자
1	인천 갈산중	2019.11.1.	33	사람이 개를 물었다, 뉴스의 시작	심인보
2	인천 부평여중	2019.11.1.	28	방송기자와 앵커의 눈으로 바라본 세상	박영환
3	인천 동인천중	2019.11.13	23	허위정보에 속지 않는 방법 5가지	김학재
4	인천 계산중	2019.11.15	218	정보의 홍수시대, 뉴스 바로보기	정필모
5	인천 작전중	2019.11.22	199	방송기자와 앵커의 눈으로 바라본 세상	박영환
6	경기 신흥중	2019.11.25	39	사람이 개를 물었다, 뉴스의 시작	심인보
7	인천 초은중	2019.11.25	392	디지털 네이티브세대를 위한 미디어활용법	최용수
8	경기 신갈중	2019.11.26	103	디지털 네이티브 세대를 위한 미디어 활용법	최용수
9	경기 백석중	2019.12.4	74	청소년기 페이크 뉴스에 대처하는 자세	강대택
10	인천 산곡남중	2019.12.5	30	미디어 바로 알기-뒷담화와 허위정보	이제석
11	인천 산곡여중	2019.12.6	315	내가 세상에서 하고 싶은 이야기	김은주
12	인천 검단중	2019.12.10	265	TV와 Youtube, 바로 읽고 바로 쓰기	추재만
총			1,719		

〈표 4-151〉 2019년 지역에서 개최된 음악회 현황 (찾아가는 음악회 등 20회)

순서	지역/공연장	공연일시	공연단체	주제(제목)
1	김해/문화의 전당	3.6. 19:00	KBS국악관현악단	창원총국 개국 77주년 기념
2	포천 5군단	4.30. 14:30	KBS국악관현악단	찾아가는 음악회 (군부대)
3	강릉/아트센터	6.1. 19:30	KBS국악관현악단	강릉국 단오음악회
4	청주/예술의 전당	6.15. 19:30	KBS국악관현악단	청주총국 개국 74주년 기념
5	양평 20사단	8.21. 19:00	KBS국악관현악단	찾아가는 음악회 (군부대)
6	서산 동암초등	8.29. 11:00	KBS국악관현악단	찾아가는 음악회 (초등학교)
7	서산 서남초등	8.29. 14:00	KBS국악관현악단	찾아가는 음악회 (초등학교)
8	원주/치악예술관	8.31. 17:00	KBS국악관현악단	원주국 시민의 날 기념
9	순천국 공개홀	9.17. 15:00	KBS국악관현악단	찾아가는 음악회
10	목포국 공개홀	9.18. 15:00	KBS국악관현악단	찾아가는 음악회
11	진주/진주문화원	10.23. 15:00	KBS국악관현악단	찾아가는 음악회
12	태백/문화예술회관	11.9. 17:00	KBS국악관현악단	세대공감 콘서트
13	양양 8군단	11.12. 18:00 11.13. 14:30	KBS국악관현악단	찾아가는 음악회 (군부대)
14	진주/NH본사 강당	11.14. 18:00	KBS관현악단	찾아가는 음악회
15	광주 31사단	11.21. 15:30	KBS국악관현악단	찾아가는 음악회 (군부대)
16	포항국 공개홀	11.22. 14:00	KBS관현악단	찾아가는 음악회
17	충주/문화예술회관	12.10. 19:00	KBS국악관현악단	충주국 개국기념 송년음악회
18	인천 17사단	12.12. 19:00	KBS국악관현악단	찾아가는 음악회 (군부대)
19	고양시 30사단	12.13. 13:30	KBS국악관현악단	찾아가는 음악회 (군부대)

## 14. 라디오 채널 및 프로그램 평가

### 1) 라디오 프로그램의 청취율과 영향력 평가

#### ▣ 라디오 프로그램의 청취율 평가

- KBS 제1FM은 2018년도 점유청취율 2.7%에서 2019년 3.1%로, KBS 제2FM은 2018년도 점유청취율 10.2%에서 2019년 11.1%로, KBS 제1라디오는 2018년도 점유청취율 3.9%에서 2019년 4.6%로, KBS 제2라디오는 2018년도 점유청취율 2.1%에서 2019년 2.3%로 모두 증가하였고 총 점유청취율 평균도 2018년 18.9%에서 2019년에 21.1%로 증가함. 경쟁 지상파 라디오 점유청취율이 감소 추세를 이어가는 상황 속에서 KBS의 점유청취율이 증가한 것은 고무적인 성과로 평가됨.
- 그러나 타 지상파 라디오 점유청취율보다 낮은 수치임. 2019년도 MBC와 SBS의 라디오의 점유청취율 평균은 각각 24.1%, 28.8%로 21.1%인 KBS의 총 점유청취율 평균보다 4%~8.7% 포인트 높음. 시청자들에게 공적 사안의 방송을 많이 전달하는 KBS 공영방송의 특성상 단순 비교하기는 힘들겠지만, 좀 더 많은 청취자들에게 좋은 방송을 전달하려는 노력은 계속 되어야할 것으로 보임.

〈표 4-152〉 라디오 점유청취율(한국리서치조사)

방송사	채널	점유청취율(%)			
		2018년		2019년	
KBS	KBS 제1FM	2.7	18.9	3.1	21.1
	KBS 제2FM	10.2		11.1	
	KBS 제1라디오	3.9		4.6	
	KBS 제2라디오	2.1		2.3	
MBC	MBC 표준FM	14.5	24.6	13.4	24.1
	MBC FM4U	10.1		9.7	
SBS	SBS 파워FM	23.3	29.3	24.3	28.8
	SBS 러브FM	6.0	29.3	4.5	28.8

CBS	CBS 음악FM	14.7	18.0	13	16.2
	CBS 표준FM	3.3		3.2	16.2
tbs	tbs 교통방송	15.1	15.1	15.3	15.3

■ 사회적 영향력 평가

- 2018년 뉴스시사전문채널로의 방향성을 세우고 채널 리뉴얼 작업을 시작한 제1라디오가 2019년 한 해 동안 뉴스시사채널로서의 전문성을 높인 것은 긍정적으로 평가됨.
- 재난재해 상황 발생 시 주중, 주말 시간대 생방송체제를 유지했고, 북미 정상회담 개최, 남북 정상회담 1주년, 세월호 5주기, 조국 법무부 장관 인사청문회 등과 같이 국가적·사회적 관심 사안 발생 시 기존 편성의 틀을 벗어난 연속방송을 기획했음. 이는 사회적 이슈 대응력을 높이고 영향력을 확대하는데 기여했다고 볼 수 있음.

〈표 4-153〉 국제적·사회적 이슈 제작·방송을 통해 KBS 라디오의 영향력을 높인 프로그램

라디오 채널	방송일시	프로그램 명/제목
제1라디오	2019. 2. 27 (수) 2019. 2. 28 (목)	제2차 북미정상회담 특별기획
제1라디오	2019. 4. 16(화)	세월호 5주기 특집 - 다섯 번째 봄, 첫 번째 수학여행
제1라디오	2019. 4. 26(금)	4.27 남북정상회담1주년 특집 - 한반도의 미래와 우리의 과제
제1라디오	2019. 6. 30(일)	남북미 정상회담의 역사적 순간 - 특집 주말 생방송 정보쇼
제1라디오	2019. 9. 6(금)	조국 법무부장관 후보자 인사청문회 특집중계방송

■ 디지털 플랫폼 영향력 평가

- KBS 제1라디오는 2019년 1분기 구독자수 800명에서 4분기 95,800으로 큰 폭 상승했음. COOL FM은 1분기 구독자수 544,400명에서 4분기 967,900명으로, KONG은 1분기 구독자수 379,000명에서 4분기 496,000명으로 증가했음.
- 〈김용민 라이브〉, 〈김경래의 최강시사〉, 〈와이파이 삼국지〉, 〈성공예감 김방희입니다〉, 〈KBS 열린토론〉 등 주요 프로그램을 팟빵, 팟티 등에 탑재해 열독률을 높인 것은 KBS의

사회적 영향력 확대에 기여할 수 있는 노력으로 평가됨.

- 특히 유튜브 콘텐츠인 <덧글 읽어주는 기자들>은 유튜브에서의 성공을 발판으로 제1라디오 주말 시간대에 재방 편성했음. 이는 유튜브 이용자를 제1라디오로 끌어들이는 시도로 KBS 라디오의 디지털 플랫폼 영향력 확대에 기여한 전략으로 평가할 수 있음.

〈표 4-154〉 KBS 라디오 디지털 콘텐츠 성과 - 유튜브 구독자수(명)

	제1라디오		COOL FM		KONG	
	구독자수	증감률	구독자수	증감률	구독자수	증감률
1분기	800	△14% (+100)	544,000	△9.4% (+47,000)	379,000	△19.9% (+63,000)
2분기	18,800	△2250% (+18,000)	607,000	△11.5% (+63,000)	436,000	△15% (+57,000)
3분기	63,800	△239% (+45,000)	645,000	△6.2% (+38,000)	472,000	△8.2% (+36,000)
4분기	95,800	△50% (+32,000)	679,000	△5.2% (+34,000)	496,000	△5% (+24,000)

## (2) 라디오 청취율 상위 50위 프로그램

- 한국리서치에서 실시한 2019년 최종 4라운드 점유청취율 조사는 2019년 10월 11일부터 24일까지 서울과 수도권 지역 하루 평균 5분 이상 라디오를 청취한 13~69세의 남녀 3천명 대상의 조사임. 이 청취율 조사는 총 21개 채널 414개 프로그램을 대상으로 하고 있음.
- 이 중 KBS 라디오 프로그램은 상위 50개 프로그램 안에 9개가 진입해 있음. 해당되는 프로그램은 8위에 <박은영의 FM대행진>, 24위에 <이현우 음악앨범>, <박명수 라디오쇼>, 27위에 <사랑하기 좋은 날 이금희입니다>, 28위에 <김용민 라이브>, 39위에 <김경래의 최강시사>, <윤정수, 남창희 미스터 라디오>, 43위에 <문희준의 뮤직쇼> 그리고 50위에 <정은지의 가요광장>임.
- 그러나 타 지상파 라디오 프로그램 순위를 살펴보면 SBS는 10위권 내에 2위의 <두시 탈

출 킬투쇼》를 비롯하여 총 4개의 프로그램이, MBC는 50위 내에 총 16개의 프로그램이 포함됨. 제 1라디오를 뉴스 시사 전문채널로 운영하는데 공영방송으로서의 프로그램 구성이 이루어진 KBS와 타 지상파 라디오 프로그램을 단순 비교할 수는 없지만, KBS라디오의 사회적 영향력 확보를 위해서는 점유율 향상과 경쟁력 제고를 위한 장기적이며 전략적인 방안이 모색되어야 할 것으로 판단됨.

〈표 4-155〉 2019년 4라운드 라디오 점유청취율 상위 50위 프로그램

순위	프로그램	채널	점유율(%)	순위	프로그램	채널	점유율(%)
1	김어준의 뉴스공장	tbs교통방송	14.5	24	배철수의 음악캠프	MBC FM4U	2.4
2	두시탈출킬투쇼	SBS파워FM	9.2	27	사랑하기좋은날 이금희입니다	KBS쿨FM	2.3
3	tbs 아침종합뉴스	tbs교통방송	8.5	28	김용민 라이브	KBS1라디오	2.2
4	김영철의 파워FM	SBS파워FM	7.7	"	정오의희망곡 김신영입니다	MBC FM4U	2.2
5	붐붐파워	SBS파워FM	6.9	30	2시의 취재현장	MBC표준FM	1.9
6	박소현의 러브게임	SBS파워FM	5.0	"	김규리의 풍당풍당	tbs교통방송	1.9
7	박승화의 가요속으로	CBS음악FM	4.2	32	손에잡히는경제 이진우입니다	MBC표준FM	1.8
8	박은영의 FM대행진	KBS쿨FM	4.0	"	정오뉴스	MBC표준FM	1.8
"	김용신의 그대와여는아침	CBS음악FM	4.0	"	이승원의세계는 그리고 우리는	MBC표준FM	1.8
10	여성시대 양희은,서경석입니다.	MBC표준FM	3.9	"	이숙영의 러브FM	SBS러브FM	1.8

순위	프로그램	채널	점유율	순위	프로그램	채널	점유율
"	한동준의 FM POPS	CBS음악FM	3.9	"	박선영의 씨네타운	SBS파워FM	1.8
12	강석우의 아름다운 당신에게	CBS음악FM	3.5	37	최일구의 허리케인라디오	tbs교통방송	1.6
13	배미향의 저녁스케치	CBS음악FM	3.4	"	김현주의 행복한동행	CBS음악FM	1.6
14	이수영의12시에 만납시다	CBS음악FM	3.3	39	김경래의 최강시사	KBS1라디오	1.5
15	굿모닝FM 장성규입니다	MBC FM4U	3.2	39	윤정수,남창희 미스터라디오	KBS쿨FM	1.5
16	김종배의 시선집중	MBC표준FM	3.1	"	조정식의 편편투데이	SBS파워FM	1.5
17	강석,김혜영의 싱글빙글쇼	MBC표준FM	3.0	"	김지윤의 이브닝쇼	tbs교통방송	1.5
"	최화정의 파워타임	SBS파워FM	3.0	43	뉴스와 경제	MBC표준FM	1.4
19	아름다운이아침 김창완입니다	SBS파워FM	2.9	"	두시의데이트 뮤지,안영미입니다	MBC FM4U	1.4
20	정선희,문천식 지금은라디오시대	MBC표준FM	2.8	43	문희준의 뮤직쇼	KBS쿨FM	1.4
21	박준형,정경미 2시 만세	MBC표준FM	2.6	46	모두의퀴즈생활 서유리입니다	MBC표준FM	1.3
22	김현정의 뉴스쇼	CBS표준FM	2.5	"	오후의 발견 이지혜입니다	MBC FM4U	1.3
"	신지혜의 영화음악	CBS음악FM	2.5	"	배칠수,박희진 9595쇼	tbs교통방송	1.3
24	이현우음악앨범	KBS쿨FM	2.4	"	이은미와 함께라면	tbs교통방송	1.3
24	박명수라디오쇼	KBS쿨FM	2.4	50	정은지의 가요광장	KBS쿨FM	1.2

(3) 라디오 수상실적(KBS 자체 수상 실적 제외)

① 국내 수상실적

- 2019년 KBS 라디오 프로그램이 외부에서 수상한 실적은 총 6건임. 이는 2018년도와 동일함. 외부 수상은 KBS가 좋은 프로그램을 제작하고 있음을 확인하고 KBS의 사회적 영향력을 높이는 일이므로, 의미 있는 성과라고 보임.
- 특히 국내에서는 방송통신심의위원회에서 시상하는 <이달의 좋은 프로그램 상>을 클래식 FM 개국 40주년 특집 <당신 곁에 40년, KBS 클래식FM> (1FM), 새고려신문 창간70주년 기념 특집 다큐멘터리 <내 핏속엔 우리말이 흐르고 있다> (한민족방송) 총 2건이 수상함. 또 한국PD연합회에서 시상하는 <이달의 PD상>은 <KBS음악실 월간 오페라 - 사랑의 묘약> (1FM), 새고려신문 창간70주년기념 특집 다큐멘터리 <내 핏속엔 우리말이 흐르고 있다> (한민족방송) 총 2건이 수상하는 결과를 얻음.

<표 4-156> 2017-2019년 라디오 부문 외부 수상 실적 (KBS내 수상 실적 제외)

(단위: 건)	2017	2018	2019
수상실적	3	6	6

<표 4-157> 이달의 좋은 프로그램상

프로그램명	성명	수상내용	주관기관	수상일
클래식FM 개국 40주년 특집 <당신곁에 40년, KBS 클래식FM> (1FM)	안종호 이진희	이달의 좋은 프로그램상 (4월)	방송통신 심의위원회	2019.6
새고려신문 창간70주년기념 특집 다큐멘터리 <내 핏속엔 우리말이 흐르고 있다> (한민족방송)	황형선	이달의 좋은 프로그램상 (7월)	방송통신 심의위원회	2019.7

〈표 4-158〉 이달의 PD상

프로그램명	성명	수상내용	주관기관	수상일
〈KBS음악실 월간 오페라·사랑의 묘약〉 (1FM)	이동우	제231회 이달의 PD상	한국PD연합회	2019.6
새고려신문 창간70주년기념 특집 다큐멘터리 〈내 핏속엔 우리말이 흐르고 있다〉 (한민족방송)	황형선	제233회 이달의 PD상	한국PD연합회	2019.7

## ② 국제 수상실적

- 2019년 KBS 라디오는 두 건의 국제상을 수상함. 2019뉴욕라디오페스티벌 정보다큐멘터리 부문에서 한민족방송의 〈2018 남북정상회담 기념 - 어린이 날 선물 고향의 봄〉이 은상을 받았고, 아·태방송연맹(Asia-Pacific Broadcasting Union)이 주최한 ABU상 다큐멘터리부문에서 제1라디오의 〈세월호 5주기 특집-다섯 번째 봄, 첫 번째 수학여행〉이 장려상을 수상했음.
- 이는 KBS 라디오 프로그램의 가치와 사회적 의미를 국제적으로 인정받았다는 점에서 큰 성과라고 판단됨.

〈표 4-159〉 기타 외부 수상

프로그램명	성명	수상내용	주관기관	수상일
세월호 5주기 특집 - 다섯 번째 봄, 첫 번째 수학여행 (1라디오)	김우광 권소희	ABU 국제상 (Special Commentary부문)	Asia-Pacific Broadcasting Union	2019.11
2018 남북정상회담 기념 〈어린이 날 선물 고향의 봄〉 (한민족방송)	홍순영	2019뉴욕라디오페스티벌 정보다큐부문 은상	뉴욕라디오 페스티벌	2019.6

## 15. 디지털미디어 콘텐츠 및 프로그램 평가

### 1) 내부 및 외부 플랫폼을 통한 디지털 콘텐츠 이용

#### ■ 디지털 콘텐츠 유통 및 판매

##### ○ KBS 주요 프로그램의 IPTV 3사 PPM 시청건수 및 WAVVE 이용건수

- KBS의 디지털 콘텐츠 유통 및 판매에 대한 성과를 평가하고자 KBS 주요 드라마, 예능 프로그램의 IPTV 3사 PPM 시청건수와 WAVVE 이용건수를 성과지표로 설정함.

##### ○ KBS의 SMR을 통한 클립영상 제작수

- KBS의 디지털 콘텐츠 유통 및 판매에 대한 성과를 평가하고자 KBS의 SMR을 통한 클립 영상 제작수를 성과지표로 설정함.

#### ■ 디지털 콘텐츠 경쟁력 향상

##### ○ KBS의 내부 플랫폼(홈페이지 및 my K)을 통한 디지털 콘텐츠 활용 및 성과

- 보편적 서비스 강화를 위한 내부플랫폼 활용 성과
- 내부플랫폼인 KBS의 통합마케팅상품 “PLUS”을 통한 수익 창출 예시

##### ○ KBS의 외부플랫폼(유튜브, SMR)을 통한 디지털 콘텐츠 활용 및 성과

- KBS의 외부플랫폼을 통한 수익성 강화
- 기존 KBS 채널이 유튜브 채널로서 개설되어 이용자에 대한 도달률 증가
- 유튜브 채널을 활용한 지역방송 활성화

#### ■ 디지털 오리지널 콘텐츠 제작 및 유통

##### ○ 모바일 전용 오리지널 콘텐츠 제공 현황

- 스포츠 관련 콘텐츠의 양적/질적 향상 및 성과
- 젊은 층을 대상으로 제작한 콘텐츠의 성과

○ 지역 뉴스의 디지털 서비스 제공 현황

- 포털 뉴스 섹션에 KBS 저녁뉴스 제공 현황 및 성과

2) 성과실적

① 디지털 콘텐츠 유통 및 판매

▣ WAVVE 출범 효과

- WAVVE는 지상파방송 연합플랫폼 폭(POOQ)과 SKT 옥수수의 제휴로 2019년 9월 18일 출범했으며, 넷플릭스 등 해외 대형 OTT 서비스의 국내 시장 장악에 대비하기 위함.
- WAVVE가 출범하기 전에 비해 유료 서비스 이용자 약 2.4배 증가함. 이와 같은 괄목할만한 이용자 수의 증가는 WAVVE의 출범으로 인한 효과로 판단할 수 있음.
- 2019년 WAVVE를 통한 KBS그룹 매출액은 약 100억 원 정도임. 매출액이 2017년~2018년에 약 70억 원이었으나 2019년 30억 원 정도 증가한 것 또한 WAVVE의 출범 효과로 판단할 수 있음.

〈표 4-160〉 WAVVE를 통한 KBS그룹 매출액

구분	2017년	2018년	2019년
WAVVE를 통한 KBS그룹 매출액(억 원)	68.7	65.6	102.3

▣ KBS 주요 프로그램의 IPTV 3사 PPM 시청건수 및 WAVVE 이용건수

- KBS 주요 프로그램의 IPTV PPM 시청건수와 WAVVE 이용건수에서 예능 프로그램은 WAVVE 이용건수가 IPTV PPM 시청건수보다 대체적으로 높았음.
- IPTV PPM 시청건수와 WAVVE 이용건수가 압도적으로 높은 드라마 ‘동백꽃 필 무렵’을 제외한 다른 프로그램은 대체로 IPTV PPM 시청건수가 약 20만~40만 건 정도, WAVVE 이용건수가 약 40만~70만 건 정도임.
- 드라마 ‘동백꽃 필 무렵’의 경우 IPTV PPM 시청건수가 약 170만 건, WAVVE 이용건수가 약 330만 건으로 디지털 콘텐츠 채널을 통해서도 큰 인기를 얻었음.

〈표 4-161〉 KBS 주요 프로그램 IPTV 3사 PPM 시청건수 및 WAVE 이용건수

프로그램	장르	IPTV PPM 시청건수	WAVE 이용건수
동백꽃 필 무렵	드라마	1,731,863	3,305,795
조선로코 녹두전	드라마	495,999	720,637
사랑은 뷰티풀 인생은 원더풀	드라마	375,905	316,160
우아한 모녀	드라마	212,506	126,466
슈퍼맨이 돌아왔다	예능	463,941	775,163
살림하는 남자들 시즌2	예능	302,572	366,326
1박 2일 시즌4	예능	210,644	467,730
사장님 귀는 당나귀 귀	예능	171,911	408,463

\* 총합을 주간 유통횟수로 나눔(예능은 주1회, 평일드라마는 주2회, 일일드라마는 주5회 유통이므로 동등비교를 위함)

\*\* 2019년 11월(서비스기준) 합계

#### ■ KBS의 SMR을 통한 클립영상 제작 수

- KBS의 2017년 클립영상 제작 수는 3만여 건, 2018년은 4만 1천여 건, 2019년은 4만 4천여 건으로 점차 KBS의 SMR을 통한 클립영상 제작수가 증가하고 있음. KBS가 자사 방송 프로그램을 제공하는 채널로서 SMR을 활발히 활용하고 있음을 의미함.

## ② 디지털 콘텐츠 경쟁력 향상

#### ■ KBS의 내부 플랫폼 (홈페이지 및 myK)을 통한 디지털 콘텐츠 활용 및 성과

##### ○ 보편적 서비스 강화를 위한 내부플랫폼 활용 성과

- KBS는 홈페이지, myK 등의 내부플랫폼 운영방향을 <보편적 서비스 강화>로 정립함.
- 디지털 시청자의 무료, 보편적 시청권 보장을 위한 화질 및 편의성 향상에 주력함.
- 내부플랫폼의 경쟁력을 확보하기 위해 기획성 있는 큐레이션 및 이용자 통계 분석을 강화하였고, 특히 이용자 통계시스템은 2020년 1/4분기에 완료될 것으로 전망됨.
- 내부 플랫폼의 라이브 화질을 SD급에서 HD급으로 개선함.
- 광고 수입이 2019년초 월 평균 4천 5백만 원에서 2019년 중반 이후 월 평균 1억 2천만 원

으로 증가하는 성과를 보임.

○ 내부플랫폼인 KBS의 통합마케팅상품 “PLUS”을 통한 수익 창출 예시

- KBS의 ‘PLUS’는 협찬, 디지털, 마케팅 라이선스 등 KBS가 보유한 마케팅 상품을 통합한 통합마케팅상품으로서 SMR, 유튜브와의 광고 직거래 절차를 마련해 추가적인 디지털 광고 재원으로 활용됨.
- 총 판매액은 36.4억 원임.

■ KBS의 외부플랫폼 (유튜브, SMR)을 통한 디지털 콘텐츠 활용 및 성과

○ KBS의 외부플랫폼을 통한 수익성 강화

- KBS가 개설한 유튜브 채널들의 구독자수는 2018년 960만 명에서 2019년 1,564만 명으로 급등했고, KBS그룹 기준 총수익은 2018년 29.5억 원에서 2019년 85억 원으로 증가함.
- KBS가 개설한 유튜브 채널들의 도달률 및 수익성이 전년 대비 급등하였으므로, 모바일 이용이 활발한 현재, 외부플랫폼을 통한 자사의 디지털 콘텐츠의 경쟁력을 강화하였다고 판단됨.

○ 기존 KBS 채널이 유튜브 채널로서 개설되어 이용자에 대한 도달률 증가

- KBS월드 TV 채널의 구독자수는 1,180만 명이고, 2020년 1월 말 기준 채널의 누적 조회수는 80억 8,173만 회임.
- KBS엔터테인먼트 채널의 구독자수는 323만 명임.
- 드라마 KBS 채널의 구독자수는 220만 명임.
- KBS 뉴스의 구독자수는 55만 명임.
- KBS 스포츠는 지상파 3사 가운데 처음으로 스포츠 단일 채널로서 개설되었고, 2019년 한 해 동안 신규 구독자만 5만 1천 명을 달성함.
- KBS 코미디 전문 채널 ‘크큭TV’는 구독자수 21만 명을 보유함.
- 이외 〈걸어서 세계 속으로〉, 〈생로병사의 비밀〉, 〈저널리즘 토크쇼 J〉 등 KBS의 인기 프로그램은 자체적인 유튜브 채널을 개설하여 유튜브 플랫폼에 최적화된 콘텐츠를 제공하고 있음.

## ○ 유튜브 채널을 활용한 지역방송 활성화 성과

- 광주방송총국의 <뉴미디어추진단>에서 유튜브 채널 <KBS광주>와 <플레이버튼>을 개설 및 운영하여, 다양한 방식으로 지역시청자와 소통을 시도함.
- <KBS광주>는 광주총국의 보도·편성프로그램을 짧은 분량으로 재편집해 유튜브에 제공하고, 전국노래자랑 등 중장년층이 선호하는 프로그램을 디지털 콘텐츠로 제작해 서비스함.
- 유튜브 채널 <KBS광주>의 구독자수는 10.4만 명이고, 광고수익은 1억 1천만 원, 이외에 총국의 협찬수익 약 1억을 디지털 제작에 배정하여 활용함.
- <플레이버튼>은 20대부터 30대와의 소통을 위한 맞춤형 디지털 콘텐츠를 제공하는 채널로서, 다양한 소비층을 KBS 채널에 유입하기 위한 것에 목적을 둬. 해당 채널의 구독자수는 2만 9천 명, 수익은 1천 2백만 원임.

〈표 4-162〉 KBS 채널의 유튜브 구독자수

채널명	성과지표	성과실적
KBS월드TV	구독자수	1,180만 명
KBS엔터테인먼트	구독자수	323만 명
드라마KBS	구독자수	220만 명
KBS뉴스	구독자수	55만 명
KBS스포츠	구독자수	5만 1천 명 (2019년도 신규구독자)
KBS광주	구독자수	10만 4천 명
플레이버튼	구독자수	2만 9천 명
KBS COMEDY:크큭TV	구독자수	21만 명

## ○ 기존 프로그램을 유튜브 채널로 제공하여 시청자에 대한 도달률 향상

- <저널리즘 토크쇼 J>의 유튜브 채널은 2019년 12월 28일 기준 유튜브 구독자 26만 6천여 명, 누적 조회 수 3천 756만여 회를 기록하여, 2018년 동일 기간 대비 구독자는 5배, 누적 조회 수는 7배 증가함.
- <4시 뉴스 집중>을 개편한 시사프로그램 <사사건건>은 방송과 유튜브를 통해 동시에 제

공되며, 개편 전보다 연평균 시청률(1.8%→2.0%), 연평균 시청점유율(6.8%→7.7%)이 증가함. 타 방송사의 동시간대 프로그램대비 높은 시청률과 높은 시청점유율을 기록했음. 특히 해당 프로그램의 유튜브 구독자수는 약 7만 명 이상임.

- 시사토크쇼 <더 라이브>는 방송, 유튜브, myK, 웨이브 등을 통해 실시간으로 방송되며, 유튜브 구독자수 16만 명, 코코파이 부문 KBSITV 1위를 달성함.
- 유튜브 채널 <덕화TV>는 2019년 KBS2에서 방영된 방송 프로그램을 유튜브 채널로서 개설한 것으로, 자유롭게 광고 및 협찬을 유치하여 7천만 원의 추가수익 달성.

○ 유튜브 전용 프로그램을 제작 및 유튜브 채널을 통한 콘텐츠 제공 성과

- 유튜브 채널 <역사저널 그날>은 KBS의 기존 역사 프로그램을 유튜브 채널로 통합해 제공하는 것으로 채널 구독자수 10만 명을 달성했고 역사 디지털 콘텐츠 분야의 독보적 위상을 기대함.
- 유튜브 채널 <KBS Kids TV유치원>은 미래세대인 어린이를 대상으로 한 건전한 콘텐츠를 유튜브를 통해 제공하면서 공영방송의 역할을 수행하는 것에 목적을 둬, 유튜브 상의 실시간 댓글과 커뮤니티 기능을 통해 이용자와 적극적 소통 및 이용자의 의견 반영. 구독자수 8만 명, 누적 조회수 3천만 뷰, 광고수익 30,000달러 달성.

<표 4-163> KBS 프로그램의 유튜브 채널 구독자수

채널명	성과지표	성과실적
역사저널 그날	구독자수	10만 명
저널리즘 토크쇼 J	구독자수	26만 6천여 명 (2019년 12월 28일 기준)
사사건건	구독자수	7만 명
더 라이브	구독자수	16만 명
KBS Kids 유치원	구독자수	8만 명

### ③ 디지털 오리지널 콘텐츠 제작 및 유통

#### ■ 모바일 전용 오리지널 콘텐츠 제공 현황

##### ○ 스포츠 관련 콘텐츠의 양적/질적 향상 및 성과

- ‘이광용의 옐로우카드3’은 사내 스포츠 관련 전문가를 활용해 2016년 프로그램이 폐지된 후 시즌3으로 재편성되었음.
- ‘올ㅋ’은 디지털 플랫폼에 최적화된 자체제작 콘텐츠로서, 비인기 종목 국가대표 선수들을 조명하는 것에 목적을 둬, 최근 MBC에서 비슷한 콘셉트의 프로그램을 기획함.
- “전국체전”을 디지털 콘텐츠로 제작하여 유튜브 20만 뷰 이상 달성함.

##### ○ 젊은 층을 대상으로 제작한 콘텐츠의 성과

- 유튜브 채널 ‘KBS 생로병사의 비밀’에서 제공된 <맘스홈트>, 유튜브 채널 ‘KBS엔터테인먼트’에서 제공된 <모모문고>, 유튜브 채널 ‘KBS월드’에서 제공된 <어 송 포유> 등은 젊은 소비층을 대상으로 하는 모바일 전용 콘텐츠가 제공되고 있음.
- 이 콘텐츠의 성과를 측정할 수 있는 객관적인 지표를 확인하기 어려우므로 성과에 대한 평가가 어려움.

#### ■ 지역 뉴스의 디지털 서비스 제공 현황

##### ○ 지역뉴스를 포털 뉴스 섹션 공급에 따른 KBS뉴스 도달률 제고

- KBS는 2020년 3월부터 지역뉴스를 포털 뉴스 섹션에 공급하고 있으므로 성과를 측정할 수 있는 지표는 존재하지 않음.
- 향후 KBS의 포털을 통한 지역뉴스 공급이 KBS뉴스 도달률을 제고하여 디지털 오리지널 콘텐츠 제작 및 유통에 기여했는지 살펴볼 필요가 있음.

## 16. KBS의 글로벌 경쟁력 향상에 대한 성과

### 1) KBS의 해외 포맷 판매 현황, KBS 월드 활성화 및 방송 권역 확대 현황, KBS의 다국어 홈페이지 활성화 현황 등

#### ■ 국제방송 부문 강화

##### ○ KBS 월드/월드 24의 방송 권역 확대 성과

- KBS의 국제방송 강화 여부에 대한 평가를 위해 KBS 월드/월드 24의 방송 권역 확대 성과를 살펴봄.

##### ○ KBS 월드/월드 24를 통한 한국 문화 보급 성과

- KBS의 국제방송 강화 여부에 대한 평가를 위해 KBS 월드/월드 24의 방송 권역 확대 성과를 살펴봄.

#### ■ 한류 콘텐츠 보급을 위한 사업 다각화

##### ○ 해외 포맷 판매 현황

- KBS가 한류 콘텐츠 보급을 위해 사업 다각화를 추진한 것에 대한 성과를 측정하기 위해 해외 포맷 판매 현황을 성과지표로서 설정함.

##### ○ KBS 월드의 유튜브 채널 구독자수 및 누적 조회수 추이

- KBS의 한류 콘텐츠 보급 성과를 평가하기 위해 KBS 월드의 유튜브 채널 구독자수 및 누적 조회수 추이를 살펴봄.

##### ○ KBS 월드의 SNS 구독자수

- KBS의 한류 콘텐츠 보급 성과를 평가하기 위해 KBS 월드의 SNS 구독자수 추이를 살펴봄.

##### ○ 한류 확산/PSM 구현에 대한 기여도

- KBS의 한류 콘텐츠 사업 다각화라는 목표 달성 여부를 평가하고자 한류 확산/PSM 구현에 대한 기여도를 성과지표로서 설정함.

#### ■ KBS 해외 채널 보급 확대

##### ○ 해외 사업 성과

- KBS의 글로벌 미디어로서의 성과를 평가하고자 해외 사업의 성과를 성과지표로서 설정함.

■ 다국어 뉴스 강화

○ KBS 다국어 홈페이지 활성화 현황

- KBS의 국제방송 강화 목표 달성 여부를 평가하기 위한 성과지표로서 KBS 다국어 홈페이지 활성화 현황을 설정함.

## 2) 성과실적

### ① 국제방송 부문 강화

■ KBS 월드 24의 방송권역 확대

- 재외동포채널인 KBS 월드 24는 지속적으로 플랫폼을 다양화하고 글로벌 방송 권역을 확대함.
- 2019년 미국 위성 플랫폼 DirecTV를 통해 미국 전역을 대상으로 방송 개시함. 러시아/CIS 지역의 경우, 위성방송(Yamal401)을 서비스하였으며, OTT(Megogo 플랫폼)를 통해 채널 개시함.
- 기존 인터넷 뉴스채널인 <KBS24뉴스>를 그대로 송출하는 것에서 벗어나, 독자적인 송출 구조를 구축해 맞춤형 편성을 실시함
- 재외동포에게 KBS의 프로그램을 위성, 지상파, OTT 등 다양한 네트워크를 통해 제공하여 시청자의 편의성과 효용이 증대했을 것으로 판단할 수 있음

■ KBS 월드/월드 24를 통한 한국 문화 보급

- KBS 월드와 KBS 월드 24를 시청할 수 있는 OTT 단말기를 제작해 세종학당에 무료로 보급함.
- 33개국의 70개 세종학당에서 KBS의 한류 콘텐츠를 한국어와 한국 문화교육에 적극적으로 활용하여, 해외 현지인에게 한국 문화를 전파하는 역할을 수행하였음.

### ② 한류 콘텐츠 보급을 위한 사업 다각화

■ 해외 포맷 판매 현황

- KBS가 해외에 포맷을 판매한 방송 프로그램의 편수는 2017년 23편, 2018년 19편, 2019년 20편이며, 2019년 총 계약금액이 약 270만 달러로 가장 높은 성과를 보임.
- 2019년 KBS는 그동안 드라마, 예능 장르에 집중되어 있던 포맷 수출을 교양 장르로 확대하여 공영 프로그램으로서의 가치를 입증하였음.

〈표 4-164〉 KBS의 해외 포맷 판매 현황

구분	2017	2018	2019
건수	23	19	20
계약금액(USD)	2,355,250	1,630,250	2,665,943

■ KBS 월드의 유튜브 채널 구독자수/누적 조회수 증가 및 해외 이용자 비중

○ KBS 월드 유튜브 채널 구독자수 및 누적 조회수 증가

- 2019년 KBS 월드의 유튜브 채널 구독자수는 약 1천 2백만 명, 누적 조회수는 약 84억 회였으며, 2019년 5월 구독자수 1천만 명 돌파를 기념으로 유튜브 본사로부터 다이아몬드 크리에이터 어워즈(Diamond Creator Awards)를 수상함.
- KBS 월드의 유튜브 구독자 수 및 누적 조회수는 지난 5년간 꾸준히 증가하는 추세이며, KBS 월드 유튜브 채널을 통한 연간 광고수입은 2018년 대비 8.6% 증가함.

○ KBS 월드 유튜브 채널 구독자수의 해외 이용자 비중

- 전체 이용자 계정의 96%가 해외에서 KBS 월드에 접속했고, 72%가 18~34세의 젊은 이용자였음.
- KBS 월드 이용자의 96%가 해외 이용자라는 점, KBS 월드의 유튜브 채널 구독자수와 연간 조회수가 지속적으로 증가하고, 2018년 대비 채널 수익 또한 증가했다는 점에서 KBS 월드의 유튜브 채널은 글로벌 플랫폼으로서 성과를 보이고 있음을 확인할 수 있음.

<표 4-165> KBS 월드의 유튜브 채널 구독자수 및 누적 조회수 추이

	구독자(명)	증감률	조회 수(회)	
			연간	누적
2015년	2,352,312	43.9%	577,519,968	1,026,779,744
2016년	3,339,251	42%	1,047,857,008	2,074,636,752
2017년	4,967,921	48.8%	1,620,303,735	3,694,940,487
2018년	8,557,505	72.3%	2,302,350,335	5,997,290,822
2019년	11,832,761	38.2%	2,340,108,711	8,337,399,533

▣ KBS 월드의 SNS 구독자수

- 2019년 KBS 월드의 페이스북, 트위터, 인스타그램 등 SNS 구독자 수는 1,890만 명으로, 2019년도 목표 1,700만 명을 초과 달성.
- 웨이보를 제외한 모든 KBS 월드 SNS의 구독자수는 2018년 대비 2019년에 증가함.

<표 4-166> KBS 월드의 SNS 채널 구독자수 (2018년, 2019년)

(단위:명)

	2018년 12월 기준	2019년 12월 기준
트위터	1,875,665	2,009,318
페이스북	3,308,783	3,509,533
유튜브	8,557,505	11,641,548
인스타그램	511,252	546,122
웨이보	40,138	39,342
기타(라인 등)	1,029,475	1,206,357
총합	15,322,818	18,952,220

■ 한류 확산/PSM 구현에 대한 기여도

○ 한류를 확산시키기 위한 목적으로 135개의 다양한 정규 프로그램 제작

- KBS는 한류 가치 확산을 목적으로 <뮤직뱅크> 등 예능 프로그램, 미니시리즈 등 드라마, <KBS 스페셜>을 비롯한 다큐멘터리 프로그램, <K팝 페스티벌>, <뮤직뱅크 월드 투어> 등 특집 프로그램을 제작하고 있음.
- 이러한 프로그램 제작 노력으로 해외에 한국 문화를 전파시킬 가능성이 있다고 판단할 수는 있으나 모든 프로그램의 도달률을 판단할만한 성과지표가 없으므로 KBS 프로그램이 한류 확산에 기여했는지 여부를 정량적으로 판단하긴 어려움.

○ PSM(공공서비스미디어)를 구현하기 위한 프로그램 제작 및 성과

- PSM을 구현하기 위한 목적으로, ‘이산가족 Korea Diaspora’ 프로젝트를 실시하고, 유네스코 세계기록유산인 KBS 이산가족찾기 방송(453시간)을 재가공함.
- 이산가족 스토리, 한국전쟁 자료, 사진, 음원 등을 모두 포함한 이카이빙 서비스를 구축함.
- 이산가족 특화 디지털 콘텐츠 제작의 업무를 수행하였고, 방송통신심의위원회로부터 2019년 9월 <이달의 좋은 프로그램상(뉴미디어부문)>을 수상함.
- KBS의 디지털 콘텐츠의 우수성을 인정받았으며, 재외동포와 이산가족을 소재로 공공서비스미디어로서의 가치를 실현했다고 평가할 수 있음.

③ KBS 해외 사업 확대

■ 해외 사업 성과

- KBS의 2019년 전세계 콘텐츠 수출액은 약 658억 원으로 전년대비 10억 원 증가함.
- KBS의 2019년 미주, 일본 중국을 제외한 전 세계 해외 채널사업 매출액은 78억 원이며, 전년대비 3억 원 증가함.
- KBS의 전 세계 콘텐츠 수출액과 미주, 일본, 중국을 제외한 타 국가에서의 해외 채널사업 매출액이 전년대비 증가했으므로 KBS의 해외 사업에 대해 긍정적으로 평가할 수 있음.
- KBS의 2019년 미주, 일본, 중국에 한정된 해외 채널사업 매출액은 91억 원이며, 전년대비 소폭 감소하여 전년대비 유지 수준으로 평가할 수 있음.

〈표 4-167〉 KBS의 해외 사업 매출 실적 (단위: 백만 원)

사업 구분	국가/지역	2019년	2018년	소관부서
콘텐츠 수출	글로벌	65,750	64,610	콘텐츠사업국
해외 채널사업	전세계 (미주, 일본, 중국 제외)	7,814	7,561	국제방송국
	미주, 일본, 중국	9,050	9,910	콘텐츠사업국

1. 해외 채널사업의 수익원은 1) 채널수신료(저작권료), 2) 글로벌광고/송출, 3) 유튜브 광고이며, 2019년 매출액은 1)~3)의 총합임
2. 채널수신료 수입 순위는 동남아(77.5%), 동북아(12.8%), 오세아니아(6.8%) 순임
3. 글로벌광고/송출은 사업실적 산출 불가
4. 유튜브 수입의 국가별 순위 상위 5개국은 미국(37%), 싱가포르(7%), 인도네시아(6%), 호주(6%), 일본(5.8%) 임

#### ④ 다국어 뉴스 강화

##### ■ KBS 다국어 홈페이지 활성화 성과

- KBS 다국어 홈페이지를 방송 뉴스 중심에서 디지털 뉴스 중심으로 개편하였고, 기존 8개 언어에서 11개 언어(아랍어, 불어, 베트남어 추가)로 디지털 뉴스 속보를 제공하고 있으며, 온라인/모바일 플랫폼을 통해 디지털 보도 속보성을 강화하여 보도 매체로서의 글로벌 경쟁력 강화함.
- KBS 다국어 홈페이지 누적 페이지뷰(PV)는 16,703,411건(약 1,670만 건)으로 2018년 대비 22% 증가함.
- 디지털 뉴스 속보를 제공하는 외국어 확대, 디지털 보도 속보성을 강화하여 홈페이지 PV 수가 증가했으므로, 보도 매체로서의 글로벌 경쟁력이 강화되었다는 것을 확인할 수 있음.
- 국제 정세에 따른 전략적 편성을 통해 콘텐츠 경쟁력을 강화함. 한일 관계가 악화된 시점부터 일본어방송 홈페이지와 국제 현안을 다루는 시사좌담 프로그램인 <금요좌담, 금주의 아시아>에서 관련 현안을 집중적으로 다루어 접속자수 급증.
- 2019년 8월 일본어 방송 홈페이지 페이지뷰(PV)는 329,013건으로 7월 대비 109% 증가했으므로, 이슈가 되고 있는 국제 현안을 집중적으로 다루면서 콘텐츠 경쟁력을 강화하였고 이용자의 니즈에 부응했다고 판단됨.

## 17. 평가 및 제언

### 1) 재무 경영실적 평가 및 제언

#### (1) 자금 측면

##### ① 집행 확정분야에 대한 계획 수립

- 현재 임직원의 퇴직에 대비한 자금확보 실적은 부족하여, 운영자금에서 퇴직금이 집행되고 있는 것으로 판단됨. 이는 조직운영에 필요한 자금운용에 애로사항으로 작용할 수 있음.
- KBS의 경우 중도퇴사의 비중이 적고 대부분 정년퇴직이 이루어지고 있으므로, 인력 퇴직 계획과 연계한 자금확보 방안이 수립·실행되어야 함.

##### ② 재무구조 보다는 핵심사업에 집중

- 현재 KBS의 재무건정성은 매우 우수함. 부채비율(부채/자본)은 2015년 이후 100%를 넘지 않고 있으며(2019년말 현재 87.1%) 단기차입금의 경우도 2019년도에 586억 원이 발생했을 뿐 2017~2018년에는 차입금 잔액이 없었음.
- 우수한 영업성과를 바탕으로 한 건전한 재무구조 유지는 매우 바람직한 결과이나, KBS의 현 재무구조는 사업손실에서 발생하는 적자를 사업외수익으로 보전한 결과임. 즉 여유자금을 확보하여 운영자금으로 소진한 것이며 이러한 대처에는 한계가 있음.
- 공영방송으로서 재무구조의 건전성 확보는 필요하나 그 자체가 최우선의 목적이 되어서는 안 되며, 단기적으로 재무건정성 확보에 경도된 정책보다는 KBS의 성장동력 확보를 위한 핵심역량 투자에 집중할 필요가 있음.
- KBS는 다수 금융기관과 안정적인 차입약정을 체결하고 있으므로, 재무건정성을 해치지 않는 선에서 차입을 통한 투자에 적합함.

〈표 4-168〉 KBS 차입금리(2020.2.11.자 기준)

금융기관	금리	비고
신한은행	1.91%	주거래은행
수출입은행	1.89%	수출촉진자금(콘텐츠수출)
산업은행	1.91%	산업은행 내규로 지원

\* 공공기타부문 대출금리 3.25%

### ③ 방송광고 수수료를 변경에 대한 검토 필요

- KBS는 경쟁매체 대비 낮은 대행수수료율이 광고매출 부진의 원인으로 파악하고 수탁수수료율을 인상하는 방안을 2020년부터 적용하고 있음.
- 이러한 제도 개선이 실제 광고판매 증대에 긍정적인 영향을 미쳤는지에 대해 중간평가를 실시해볼 필요가 있으므로, 2020년 1년 또는 제도의 효과가 충분히 발현되었다고 판단할 수 있는 적절한 시기를 선정하여 평가해볼 것을 권고함.

## (2) 인건비 측면

### ① 인건비 및 복지비 전면 재검토

- KBS는 「직급체계 개편」을 통해 과거의 고정형 직급 체계를 변동형 직급 체계로 개선하고, 정액 경비로 국장, 부장급에게 지급하던 자가차량이용 보조금을 폐지하고 교통보조비(인건비) 지급으로 개선하였음(2020.1.1.부터 시행). 그러나 이러한 개선은 조직 자발적으로 시행한 것이 아니고 외부의 강제에 의한 개선이라는 점에서 다소 아쉬움이 있음(2017년도 감사원 감사 지적사항 이행).
- 급여 인상이 쉽지 않은 공공기관의 특성이 있으나, 각종 수당 등으로 인건비 또는 복지비를 과다하게 운용할 경우 재무적인 부담과 형평성 문제를 야기할 수 있음.
- 따라서 KBS 내 모든 수당을 파악하고 노동조합과 합의하여 실질적이고 합리적인 수당체계를 구축할 필요가 있음. 이를 통해 예산절감을 추구할 수도 있으나, 그렇지 않더라도 동일 예산으로 조직구성원들의 사기진작 및 수용성 개선을 제고할 수 있음.

## (3) 방송제작비 측면

### ① 예산 및 비용 관리

- 2019년 방송제작비의 비중은 전체 비용예산의 42.7%(6,661억 원/15,597억 원), 비용집행의 40.9%(5,958억 원/14,550억 원)로서 가장 큰 항목임(인건비의 경우 각각 34.3%, 36.3%임).
- 그러나 개별 프로그램별 방송제작비 집행내역은 대외비로 취급되고 있어 개별 프로그램의 성과평가(시청자수, 가구 시청률, 제작비, 광고수익, 공적역할 등에 대한 평가로서 최

종 사장까지 보고함)와 사후조치(프로그램 존속, 폐지 및 다른 프로그램으로의 대체 등 편성 조정) 등이 적절하게 이루어지고 있는지 재무적 관점 등 경영의 관점에서 관리하는데 한계가 있음.

## ② 전사적 관점에서 방송제작비 관리의 필요성

- KBS의 공적역할 수행 및 프로그램 편성의 독립성 차원에서 개별 프로그램의 편성에 관여하는 것은 바람직하지 않아 프로그램 평가 결과와 광고 수입 성과에 따른 직접적인 제작비 지출 통제는 이루어지지 않고 있음.
- 효율적인 예산운영을 통한 지속가능한 경영을 위해 방송제작비의 체계적인 운영은 필수적이며, 이를 위해 개별 프로그램에 대한 적절한 성과평가(광고수입 연계 포함)와 성과평가 결과의 유관부서 공유는 핵심사항이라 할 수 있음. 이러한 이유로 KBS 경영평가에서도 '프로그램 평가결과와 광고비 수입 대비 방송제작비 지출의 적절성'을 세부평가항목으로 설정하고 있는 것임.
- 현재는 개별 프로그램에 대한 평가가 편성전략국 자체적으로 실시하고 그 결과를 유관부서 협조 없이 사장에게 보고하는 형식임(매년 변동되는 개인 근무평정과 기준급에 적용할 목적으로 인적자원실에는 공유함). 이러한 방식으로는 재무적자원 등 전사적인 관점에서 방송제작비를 관리할 수 없음. 따라서 유관부서(전략기획실 예산국, 제작2본부 광고국 등) 협조 하에 개별 프로그램 평가의 평가기준의 적절성 및 사후조치의 투명성 등을 재검토하여 전사적 관점에서 방송제작비를 관리할 필요가 있음.

## 2) 방송 경영실적 평가 및 제언

### (1) 평가

#### ■ 편성의 다양성

#### ○ 보도/교양 프로그램의 편성 증대를 통한 1TV의 장르 다양성 실현

- 1TV는 보도/교양 프로그램의 전체 시간대/주 시청 시간대 편성비율의 증대를 통해 오락에 편중되지 않은 편성 성과를 이뤄 장르의 다양성을 실현하고자 노력했음.

### ○ 장애인 방송에 대한 의무편성 비율 확대

- 2018년과 달리 2019년에는 폐쇄자막편성을 100% 달성했음.
- 또한 2018년 대비 2019년의 화면해설방송 및 수어방송의 편성비율 증대를 통해 장애인 방송에 대한 의무편성을 확대해 공영방송의 역할을 완수했음.

### ○ 다문화 가정 프로그램 주 시청 시간대 편성의 지속적인 노력 기대

- 1TV는 다문화 가정 프로그램의 주 시청 시간대 편성비율이 꾸준히 증가하고 있으며 2TV는 주 시청 시간대에 다문화 가정을 소재로 한 주말 간판 예능프로그램 <슈퍼맨이 돌아왔다>를 편성했음. 특히 <슈퍼맨이 돌아왔다>는 다문화 가정에 대한 시청자들의 자연스러운 공감을 자아낸 점에 의의가 있음. 다문화 가정 및 다문화 가정 관련 소재 프로그램의 주 시청 시간대 편성의 지속적인 노력이 기대됨.

### ○ 창의적 · 실험적 프로그램 개발을 통한 방송 품질 향상

- 2017년부터 꾸준히 창의적 · 실험적 프로그램 개발 및 제작에 힘 써왔음.
- 2019년에는 장르 융복합 콘텐츠 및 새로운 모델의 예능 프로그램을 통해 시청자에게 새로운 모습을 선사했음.

## ■ 프로그램 품질 평가

### ○ 글로벌 경쟁력 강화를 위한 프로그램 제작 증대

- 국제공동제작 증대
  - 2019년에는 총 8개의 국제공동제작을 기획 및 진행함으로써 글로벌 경쟁력을 강화하고자 노력했으며 KBS는 콘텐츠의 글로벌화를 위해 이와 같은 노력을 계속해야 함.
- KBS WORLD의 프로그램 자체제작
  - K-POP 아티스트 관련 심층 버라이어티쇼인 <We K-POP>의 신규 편성을 통해 K-POP팬들의 프로그램에 대한 접근성을 강화하기 위한 노력을 기울임.
  - K-POP의 국제적 위상이 높아지고 있으므로 K-POP과 글로벌 팬들을 이어줄 프로그램 제작에 지속적인 노력이 필요함.

■ 비드라마/드라마 프로그램의 경쟁력 평가

○ 타 방송사 대비 KBS 비드라마/드라마 프로그램의 높은 시청률

- 2019년도 KBS의 비드라마, 드라마 프로그램이 시청률 상위 50위에 각각 22편(46%), 18편(36%) 포함됨. 약 40~50%가 KBS의 비드라마, 드라마 프로그램이었음.
- 2019년도 KBS의 비드라마, 드라마 프로그램이 시청률 상위 20위에 각각 12편(60%) 포함됨. 60%가 KBS의 비드라마, 드라마 프로그램이었음.
- 타 방송사와 견주었을 때 KBS의 비드라마, 드라마 프로그램이 비교적 많은 시청자를 유인하였으므로 상당한 경쟁력을 가졌다고 평가할 수 있음.

■ 디지털미디어 콘텐츠 및 프로그램 평가

○ 자사/글로벌 OTT 서비스를 통한 디지털 콘텐츠 유통

- KBS의 자사 플랫폼인 myK를 통한 수익 창출 성과
  - KBS의 자사 플랫폼인 myK를 통해 광고 수익이 발생하였고, 월단위 증가율이 100% 이상이었음. 디지털 콘텐츠를 위한 광고 재원으로서 효율적으로 활용되고 있음.
- 글로벌 OTT 서비스인 유튜브를 활용한 디지털 콘텐츠 도달률 향상
  - KBS는 글로벌 OTT 서비스인 유튜브에서 기존 KBS 채널(드라마 KBS, KBS 월드 등)이나 기존 프로그램(저널리즘 토크쇼 등)을 유튜브 채널로 개설하거나 유튜브 전용 채널을 개설하여 각 채널별로 최소 2만 명에서 최대 1천 2백만 명의 구독자를 보유하는 등의 성과를 보임.
  - 글로벌 OTT 서비스를 활용하여 자사 채널과 프로그램에 대한 도달률 향상한 전략은 긍정적으로 평가될만함.
  - 지상파 채널의 광고 및 협찬에 대한 한계를 유튜브 채널을 통해 해결할 수 있으므로 KBS의 내부플랫폼과 유사하게 광고재원으로서 활발히 활용될 가능성도 있음.

■ KBS의 글로벌 경쟁력 향상

○ 글로벌 소셜네트워크 서비스 및 다국어 뉴스 강화

- KBS 월드의 소셜네트워크 서비스 팔로워수(구독자수)는 전년대비 꾸준히 증가하고 있음

- 며, 모든 서비스의 전체 구독자수는 약 1천 9백만 명을 달성함.
- KBS를 홍보하기 위한 또다른 수단으로서 SNS를 활용하고 있으며 해외 이용자의 한류 콘텐츠에 대한 접근을 방송뿐만 아니라 소셜 미디어를 통해서도 확장시켜 한류 콘텐츠의 도달률을 증가했다는 점에서 긍정적으로 평가할만함.
  - KBS는 속보성 다국어 뉴스를 강화하여 보도 매체로서의 글로벌 경쟁력을 강화하였고, KBS 다국어 홈페이지 누적 이용수가 전년대비 증가함.
  - 예능, 드라마 방송 프로그램뿐만 아니라 뉴스 전달 매체로서 KBS의 해외 경쟁력을 확인할 수 있었다는 점에서 KBS의 디지털 뉴스 속보를 제공하는 외국어 뉴스 확대, 국제 정세를 고려한 전략적 편성 등을 긍정적으로 평가할 수 있음.

## (2) 제언

### ■ 편성의 다양성

#### ○ 2TV의 오락 프로그램 편중 심화

- 2TV는 3년간 오락 프로그램의 주 시청 시간대 편성비율이 증가했음.
- 오락 프로그램이 주 시청 시간대 편성비율의 72.2%를 차지하는 장르의 편향성을 보임. 전체적으로 조화를 유지한 편성이 필요해 보임.

#### ○ 주 시청 시간대 편성의 다양성 제고 필요

- 장르의 다양성
  - 2TV의 주 시청 시간대 장르별 편성비율이 오락에 편향된 경향을 보여 오락 프로그램의 편중을 줄이려는 노력이 필요함.

### ■ 프로그램 품질 평가

#### ○ KBS2 채널의 시청자 만족도 향상 필요

- 방송통신위원회가 2020년 3월에 발표한 ‘2019년 시청자평가지수(KI) 조사결과’에 따르면, KBS2 채널은 7.14점으로 전년(7.06)보다 0.8점 상승했음.
- KBS2 채널의 점수가 향상하고는 있지만 시청자평가지수(KI)는 시청자가 직접 방송프로그램

램의 만족도를 평가하는 것이므로 KBS2는 시청자의 만족도 점수를 지속적으로 향상시키기 위해 더 많은 노력이 필요함.

#### ○ 신설 및 특집, 기획 프로그램 장르의 조화 필요

- 2019년 주 시청 시간대에 편성된 신설 및 특집, 기획 프로그램의 장르는 오락으로 편향된 경향이 있었으며 주 시청 시간대의 신설 및 특집, 기획 프로그램을 다양한 장르로 개발, 편성할 필요가 있음.

#### ■ 비드라마/드라마 프로그램의 경쟁력 평가

##### ○ 타 방송사 대비 KBS 드라마 프로그램의 낮은 온라인 화제성

- KBS의 드라마 프로그램이 온라인 화제성 지수(코코파이 지수) 상위 50위에 각각 4편(8%), 7편(14%)만 포함되었으므로, 시청률과 비교했을 때 매우 저조한 기록임.
- KBS의 드라마 프로그램이 온라인 화제성 지수 상위 20위에 3편(15%)만 포함됨. 시청률을 기준으로 평가했을 때 상위 20위 프로그램 중 KBS의 프로그램이 약 60%를 차지한 것과 비교하면 매우 적은 수치임.
- KBS의 드라마의 온라인 화제성은 타 방송사 대비 낮은 편이므로 온라인 화제성을 향상시킬 수 있는 대안을 고민할 필요가 있음.

#### ■ 디지털미디어 콘텐츠 및 프로그램 평가

##### ○ KBS와 타사의 합작품인 WAVVE의 경쟁력 강화 필요

- KBS와 타사의 합작으로 탄생한 WAVVE의 유료서비스 이용자수는 전신인 폭(POOQ)에 비해 약 2.4배 증가하였으나, 넷플릭스에 비해서는 이용자가 적은 편으로 추정됨
- 가입자 확대를 위하여 다양한 노력을 경주하고 있으나 OTT시장 내 경쟁이 과열됨에 따라 추가적인 홍보활동 등을 통하여 이용자수 확보에 더욱 노력할 필요성이 있음

##### ○ 모바일 오리지널 콘텐츠의 성과 측정 지표를 만들 필요가 있음

- 스포츠 관련 오리지널 콘텐츠, 젊은 층을 타겟팅한 오리지널 콘텐츠 등을 제작하였으나

이에 대한 성과를 판단하기 어려움.

- 모바일을 통한 미디어 이용이 활발하고, 특히 이러한 미디어 이용은 젊은 층을 통해 빠르게 확산되고 있으므로 젊은 층을 타깃으로 한 오리지널 콘텐츠는 KBS의 디지털 콘텐츠 경쟁력을 향상시킬 가능성이 높음.
- 또한 “전국체전” 등의 기존 프로그램을 디지털 콘텐츠로 제작하여 유튜브 20만 뷰를 달성했는데, 이 조회수가 높은 편은 아니지만 KBS의 스포츠 관련 디지털 콘텐츠의 성장 가능성을 암시하는 것일 수 있음.
- 즉, 모바일 오리지널 콘텐츠의 경쟁력을 판단할 만한 지표를 확보할 필요가 있으며, 이러한 지표를 기반으로 KBS 오리지널 콘텐츠의 경쟁력 향상 여부를 장기적으로 추적하면서 보완할 필요가 있음.

#### ■ KBS의 글로벌 경쟁력 향상

##### ○ KBS의 해외 채널사업은 전년대비 유지수준

- KBS는 전 세계 대상으로 콘텐츠 수출사업을 진행하고 있으나 글로벌 콘텐츠 수출의 경우 매출액은 전년대비 1.7% 증가했으므로 전년 대비 유지수준임.
- KBS의 해외 채널사업의 경우 미주, 일본, 중국을 제외한 전 세계 매출액은 전년대비 3.2% 증가해, 전년 대비 유지하고 있는 수준. 심지어 미주, 일본, 중국의 매출액은 전년대비 9.5% 감소했음.
- KBS 해외 채널사업의 가장 큰 시장인 미주, 일본, 중국에서의 매출액 감소율이 미주, 일본, 중국을 제외한 전 세계에서 매출액 증가율보다 높다는 점에서 향후 KBS의 해외 채널사업의 문제점을 진단하여 보완할 필요가 있음.

### 3) 보도 경영실적 평가와 제언

#### (1) 평가

##### ■ 보도·시사의 신뢰성·공정성 제언

- 2019년 특파원 수가 축소됐는데, 지상파 방송의 경영악화로 특파원 수를 줄이는 추세이

- 기는 하나, 글로벌 시대에 국제뉴스가 중요하다라는 점을 고려할 때, 특파원수를 효율성의 관점에서만 결정해서는 공영방송의 역할을 제대로 수행할 수 없을 것으로 판단됨.
- 2019년에 다국어 방송에서 디지털 뉴스 확대 조치를 통해 전 언어 속보 시스템을 구축한 것은 국제사회 현안에 대해 한국의 이익과 여론을 대변하는데 도움이 될 것으로 보임.
  - 2019년 재난보도와 관련해서 KBS는 상반기 강원도 고성 산불 당시 신속한 대응을 못했고 다른 곳에서 리포트하면서 고성에 기자가 있는 것처럼 보도해 사회적 비판을 받았음. 이런 사회적 평가를 겸허하게 받아들이고, KBS의 재난보도에 대한 전반적인 성찰이 필요함. 그나마 고성 산불 이후 인사를 단행하고 재난보도 상시시스템을 크게 보완하여, 헝가리 유람선 침몰사건 보도에서 KBS가 달라졌다는 사회적 평가를 받았던 점은 다행이라고 판단됨.
  - KBS 내·외부 조사결과를 토대로 보면, KBS 보도 시사프로그램은 다른 지상파 TV나 주요 언론사보다는 신뢰를 받고 있지만, JTBC의 신뢰도에 이르지 못하고 있음. 언론에 대한 신뢰도 하락과 유튜브 시사 채널 부각 등을 고려할 때 KBS의 신뢰도 회복에는 다각적인 노력이 필요해 보임.
  - 외부 조사결과를 통해 볼 때, 2016년, 2017년보다 2018년, 2019년에 KBS 보도 시사프로그램의 공정성에 대한 외부 평가가 좋아져 일정정도 성과를 냈다고 할 수 있음. 그러나 5점 척도에서 공정성 점수가 보통인 3점에 근접하거나 그보다 낮은 수치라는 점에서 공정성 확보를 위한 노력은 앞으로도 계속되어야 할 것으로 보임.
  - <뉴스9>과 <뉴스7>의 차별화, 탐사보도 코너와 팩트체크팀의 신설, 데이터 저널리즘의 실천(3.1운동 100주년 특집사이트) 등은 심층성을 강화하는데 기여했음. 특히 방송기자연합회 2019 한국방송기자대상 등 다수의 상을 수상한 것으로 보아 긍정적인 성과를 거두었다고 평가됨.
  - <뉴스9>의 여성 메인 앵커의 발탁과 <거리의 만찬>의 3명의 여성 MC 구성 및 젠더 이슈 집중 조명은 젠더 다양성을 향상시키는 매우 훌륭한 시도로 평가할 수 있음.
  - 2019년 KBS의 메인 뉴스 시청률은 11.1%로 지상파 3사와 종편채널 메인뉴스 시청률보다 5.1%~8.3% 포인트 높은 것으로 나타나 성과가 나쁘지는 않은 편임. 그러나 최근 5년간의 시청률 변화를 보면, 매년 조금씩 하락하는 추세임. 또 <KBS 뉴스9>의 품질평가 지수는 2018년보다 조금 하락하여 품질향상에 좀 더 많은 노력을 기울여야 할 것으로 보임.

- 지상파 및 종합편성채널의 대표 시사 프로그램의 2019년 시청률을 비교해보면, <시사직격>은 2위로, 1위인 SBS의 <그것이 알고 싶다>의 시청률보다 2.8% 낮고, 3위인 MBC의 <PD수첩>보다 1% 높은 시청률을 보였음. 또 2019년 주요 시사프로그램의 품질평가는 <저널리즘 토크쇼J>를 제외하고는 2018년과 비교해서 조금 하락되었음. 철저한 원인 분석을 통해 프로그램 품질을 높이기 위한 전략을 마련해야할 것으로 보임.
- 2019년 보도본부 33건, 제작본부 9건 등 총 42건의 외부 수상 실적을 냈음. 이는 2018년 28건, 2017년 20건에 비해 크게 늘어난 수치임. KBS의 보도시사프로그램이 사회적으로 기여한 바가 컸다는 것을 보여주는 의미있는 성과임.

#### ■ 방송윤리강화와 심의지적사항 개선실적

- <뉴스7>과 <뉴스9>를 사후에라도 심의하는 자율적인 노력과 ‘다중심의제도’의 운영은 높 이 평가됨.
- 2015년 이후 방송통신심의위원회의 법정 및 행정 제재 건수는 꾸준히 줄어들었음. 방송의 공적책임을 수행하기 위해 노력한 것으로 평가할 수 있음.

#### ■ 지역방송활성화

- 2019년 지역총국의 인력과 예산은 전년보다 조금 늘었지만, 지역국의 인력과 예산은 전 년보다 축소됐음. 경영의 효율화와 총국 중심으로 제작을 늘려나가려는 전략에서 비롯된 것으로 이해됨. 불필요한 인력과 예산의 축소는 경영의 효율성 면에서 반드시 실천해야하 는 사안이겠지만, 지역 재난이 늘고 있다는 점을 고려하여, 꼭 필요한 인력은 보강하고 예 산도 투입하는, 현명한 경영효율화가 필요할 것으로 판단됨.
- 2019년에는 총국별 지역 프로그램 편성 비율이 1.1%정도 상승했고 총국별로 지역 특화 프로그램을 정규 또는 특집으로 편성하여, 2018년보다 지역민들을 위한 지역 프로그램을 많이 제작한 것으로 평가할 수 있음. 또 전국 송출 지역 제작 프로그램의 정규 편성과 지역 제작 프로그램의 전국 송출 방송시간, 총국 간 공동제작 시간이 2018년보다 증가했다는 점에서 지역의 관점을 전달하고 지역 간 이해도를 높이는데 기여했다고 평가할 수 있음.
- 2019년 <뉴스9>의 지역별 보도 건수는 28건~98건으로 지역간 불균형이 매우 심했음. 지

역 뉴스 선정 기준에 대한 검토가 필요해보임.

- 지역방송활성화 위원회 개최, 지역활성화 시범서비스 공모 및 실행, <뉴스7> 지역화 전국 확대, 지역디지털 미디어 서비스 강화, KBS전국시청자위원회 연대회의와 지역민을 대상으로 한 미디어 교육 등은 KBS가 지역 방송 활성화와 지역민의 문화생활 및 지역발전에 기여한 것으로 평가됨.

#### ■ 라디오 채널 및 프로그램 평가

- 경쟁 지상파 라디오 점유청취율이 감소 추세를 이어가는 상황 속에서 KBS의 점유청취율이 증가한 것은 고무적인 성과로 평가됨. 그러나 타 지상파 라디오 점유청취율보다 낮은 수치임. 시청자들에게 공적 사안의 방송을 많이 전달하는 KBS 공영방송의 특성상 단순하게 비교하기는 힘들겠지만, 좀 더 많은 청취자들에게 좋은 방송을 전달하려는 노력은 계속 되어야할 것으로 보임. 또 상위 50개 프로그램 안에 SBS는 10위권 내에 4개의 프로그램이, MBC는 50위 내에 총 16개의 프로그램이 포함된 반면, KBS 라디오 프로그램은 9개가 진입하는 정도에 머물렀음. 라디오 프로그램 경쟁력 제고를 위한 노력이 필요해 보임.
- 제1라디오가 뉴스시사채널로서 채널 리뉴얼을 완성한 일, KBS 라디오 전 채널의 디지털 플랫폼 구독자수를 증가시킨 일은 KBS의 사회적 영향력을 확대해나가는 데 기여했다고 평가됨. 특히 국내 6건, 해외 2건의 수상 실적은 KBS 라디오 프로그램의 가치와 사회적 의미를 국내외적으로 인정받은, 의미 있는 성과임.

## (2) 제언

#### ■ 보도·시사의 신뢰성·공정성

- 글로벌 사회에서의 국제뉴스의 중요성, 외국인의 관점에서 제작된 인터넷 정보의 한계, 현지의 맥락을 충분히 고려한 취재의 필요성 등을 고려할 때 2018년부터 축소된 특파원수의 확대와 국제부 기자들의 보강이 필요해 보임.
- 고성 산불 이후 재난보도 상시시스템이 크게 보완되었으나, 시스템이 제대로 작동하려면 구성원 교육과 지역국-지역총국-본사와의 소통이 원활하게 이루어져야함. 이를 위해 2020년에는 비상지침에 대한 교육을 정례화해서 운영하고 본사 및 지역(총)국 소속 재난보

도 관련 직군의 전 구성원이 교육에 참여할 수 있는 방안을 마련, 실천하기를 제안함. 이와 함께 지역총국 및 지역국에 취재인력 보강이 필요함. 2019년에 기술적 토대와 시스템 보강에 힘썼다면, 2020년에는 취재인력 보강과 취재인력의 전문성을 높이는데 주력해야함.

- KBS의 신뢰도와 공정성은 좋아지고 있는 것으로 보이나, 아직 갈 길이 멀어 보임. KBS는 자체 연구소를 가지고 있는 만큼 공정성·심층성·다양성 등 자세한 품질평가 조사를 실시, 조사결과를 바탕으로 방향을 정립해나갈 필요가 있음. 공정성과 신뢰도 향상을 위해 2019년에 실시한 출입처 광역화·협업시스템 등의 시도들이 효과를 거두기 위해서는 기자들의 재교육을 체계화하고 정례화하여, 관행 타파와 저널리즘 윤리를 체화시켜 나가야함.
- KBS 보도의 정확성을 체크하는 전사적 차원의 팩트체크 시스템을 갖출 것을 제안함. 이는 팩트체크 뉴스를 생산하기 위함이 아니라 KBS 뉴스와 시사 프로그램의 정확성을 높이기 위한 방안임.
- 2019년 <뉴스9>에 여성 메인 앵커 발탁은 사회적으로 젠더 다양성에 크게 기여했음. 그러나 아직 여성기자 비율이 30%, 여성간부의 비율이 20% 수준에 이르지 못하는 상황이므로 젠더 다양성을 높이기 위한 개선노력이 꾸준히 이루어져야함. 이와 함께 <거리의 만찬>이 여성MC 교체 건으로 사회적 비판을 받은 만큼, 2020년에는 시사프로그램 여성 앵커를 늘려나가는 등 선도적인 모습으로 사회변화를 이끌어나가기를 제안함. 또 KBS는 공영방송인 만큼 사회적 약자에 대해 더 많은 관심을 갖고 의제를 발굴하여 보도량을 늘릴 필요가 있음.

#### ■ 방송윤리강화와 심의지적사항 개선실적

- 자체 사전심의 지적건수는 2018년보다 증가했는데 어떤 문제점이 있었는지 원인 분석 후 향후 제작에 잘못된 관행이 반복되지 않도록 대안을 마련해야함.
- 사전 심의와 사후 심의 후 실천한 조치에 대해 기록과 공유가 필요함. 이를 지적사항 대비 이행률로 정리하는 시스템을 마련하여 심의 이행률을 높이고자 하는 노력이 요구됨.
- 심의 관련 직무 교육은 정기적으로 실시하고 참여를 의무화하여 제작진 전부가 교육을 받을 수 있는 방안을 마련, 실천하기를 제안함.

■ 지역방송활성화

- 지역 방송 정규 편성을 결정할 때 지역균형을 고려할 필요가 있음. 이와 함께 지역총국 구성원들의 사기 진작을 위해 좋은 성과를 내는 총국과 구성원에 대해 포상하는 등의 방안을 제안함
- <뉴스9>에서 지역별 뉴스 선정 기준에 대한 전체적인 검토가 필요함. 수도권 중심적인 관점의 뉴스 선정기준이 작용되는 것은 아닌지, 특정 지역에 치중한 선택은 없는지 보도본부 내에서 문제의식을 갖고 논의할 필요가 있음. 이와 함께 총국별 인력과 예산, 조직 구성의 측면에서 지역 간 뉴스 생산의 불균형을 초래하는 부분이 없는지 점검하고, 보완할 것을 제안함.
- 미디어 교육에 출강하는 전문강사들이 교육에 임하기 전에 미디어교육 강사로서의 기본지식과 학습자에 대해 충분한 이해를 가질 수 있도록 사전 교육을 반드시 이수하는 시스템을 갖추는 것이 필요함. 또 경기·인천 등 수도권이 아닌 소외지역 지역민들을 위한 미디어교육에 더 힘을 쏟아야 할 것임.

■ 라디오 채널 및 프로그램 평가

- 뉴스 시사 전문채널 운영 등 공적 역할 수행에 주안점을 둔 KBS 라디오의 청취점유율을 타 지상파 라디오 채널과 단순 비교할 수는 없지만, 그 차이가 큰 점을 고려할 때 청취 점유율 향상과 프로그램 경쟁력 향상을 위한 장기적이며 전략적인 방안을 모색할 필요가 있음.

## 제5장 | 연구개발 사업

### 1. 미디어기술연구소 기술 연구/개발 현황

#### 1) 기술 연구 조직 현황

- 미디어기술연구소는 전략기획실소속 연구소 소속으로, 1개부 6개팀으로 구성
- 미디어기술연구소의 업무는 연구소 직속 3팀의 업무와 미디어기술연구부 업무로 구분
- 연구소 직속 3팀은 미디어기술 연구기획 및 AI/Data/VR 방송 적용 연구 등의 업무를 담당하고 있고, 미디어기술연구부의 3개 팀은 방송 및 디지털 미디어 기술 연구 개발 등의 업무를 수행하고 있음.

#### 2) 미디어기술연구소 인력 현황

- 미디어기술연구소는 2019년 기준 41명의 인력이 근무하고 있음. 2018년에 45명이었으나 4명이 감소하였음.
- 2015년 53명이었으나 2016년 40명으로 감축된 이유는 전사 조직개편으로 기술연구소 2개 팀(연구원 9명)이 디지털서비스국으로 이동하였기 때문임.
- 2017년 38명에서 2018년 45명으로 증가한 이유는 전사 조직개편으로 디지털서비스국 연구원 7명이 미디어기술연구소로 복귀하였기 때문임.
- 미디어기술연구소의 연구원은 20년에 2명, 21년에 3명이 퇴직예정으로 안정적 기술연구를 위해 인원보충이 필요함.

〈표 5-1〉 미디어기술연구소 연구원 현황 (단위 : 명)

2015	2016	2017	2018	2019
53	40	38	45	41

### 3) 기술연구개발비 증감율 (단위 : 원)

- 미디어기술연구소의 기술연구개발비는 2019년 기준 비용예산 667,393천 원, 자본예산 613,000천 원, 합계 1,280,393천 원임.

〈표 5-2〉 미디어기술연구소 기술연구비증감 추이(단위 : 천 원)

예산	2015	2016	2017	2018	2019
비용예산	2,095,341	1,018,222	382,305	655,784	667,393
자본예산	530,316	526,500	146,090	1,210,794	613,000
소계	2,625,657	1,544,722	528,395	1,866,578	1,280,393
정부출연금	307,367	560,545	1,298,000	1,177,700	1,119,400
합계	2,933,024	2,105,267	1,826,395	3,044,278	2,399,793
증감율	소계(비용+자본)	▼ 41.2%	▼ 65.8%	△ 253.3%	▼ 31.4%
	정부출연금	△ 82.4%	△ 131.6%	▼ 9.3%	▼ 5.0%
	합계	▼ 28.2%	▼ 13.2%	△ 66.7%	▼ 21.2%

### 4) 미디어기술연구소 5년간 사업 실적

#### (1) DMB, TPEG 사업

- 미디어기술연구소가 개발한 TPEG기술은 완성차업체에 공급하여 매년 기술료로 징수하는 비용은 KBS의 DMB 운영비용을 상회하고 있음.

#### (2) 기술 실시권

- 미디어기술연구소의 기술실시권은 2019년 기준으로 104,109천 원임. 세부내역은 아래 표와 같음

〈표 5-3〉 기술 실시권(단위 : 천 원)

연도	기술실시권료 세부내역	실시권료 (단위 : 천 원)
2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>- DTV 액사이터 x 2대</li> <li>- DTV 중계기 x 44대</li> <li>- 문자발생기 미르 시스템 x 29대</li> <li>- 콘텐츠품질검사 SW x 3대</li> <li>- 고화질DMB 서비스시스템 x 3대</li> <li>- 4K UHDTV 송수신 모니터링 소프트웨어 x 2대</li> </ul>	42,038
2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- DTV/DMB 통합측정 및 분석시스템 x 1대</li> <li>- DTV 액사이터 x 3대</li> <li>- 문자발생기 미르 시스템 x 53대</li> <li>- 문자발생기 미르 시스템 4K x 3대</li> <li>- 콘텐츠품질검사 SW x 1건</li> <li>- 4K UHDTV 송수신 모니터링 소프트웨어 x 6대</li> <li>- MMT/ROUTE 스트림 생성기 x 5대</li> <li>- DTV 캡션 서버 x 1대</li> <li>- 라우드니스 모니터 x 91대</li> <li>- 라우드니스 로거 x 29대</li> </ul>	72,049
2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>- DTV 액사이터 x 10대</li> <li>- UHD 폐쇄자막 송출 소프트웨어 x 2대</li> <li>- 지상파 UHD서비스 송출정보 시스템 x 1대</li> <li>- 양방향 데이터 본방송시스템 x 1대</li> <li>- 문자발생기 미르 시스템 x 23대</li> <li>- 문자발생기 미르 시스템 4K x 8대</li> <li>- MMT/ROUTE 스트림 생성기 x 19대</li> <li>- DTV/UHD 캡션 서버 x 2대</li> </ul>	49,676
2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- DTV 액사이터 x 4대</li> <li>- UHD 폐쇄자막 송출 소프트웨어 x 1대</li> <li>- 문자발생기 미르 시스템 x 102대</li> <li>- 문자발생기 미르 시스템 4K x 12대</li> <li>- MMT/ROUTE 스트림 생성기 x 12대</li> <li>- 디지털 사이니지용 CamoCamo x 7대</li> </ul>	88,250
2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- DTV 액사이터 x 5대</li> <li>- UHD 폐쇄자막 송출 소프트웨어 x 2대</li> <li>- 문자발생기 미르 시스템 x 88대</li> <li>- 문자발생기 미르 시스템 4K x 7대</li> <li>- MMT/ROUTE 스트림 생성기 x 2대</li> <li>- 스마트폰방송시스템(MOCA) x 1대</li> </ul>	79,824

## (3) 지식재산권(특허료, 단위 : 천 원)

- 미디어기술연구소의 지적재산권은 2019년 기준 18건으로 수입액은 364, 526천 원임.
- 미디어기술연구소에서 특허료를 받고 있는 특허는 고효율 부호화 기술(HEVC, High Efficiency Video Coding)을 구현한 특허들(18건)로, 2개의 국제 특허폴(MPEG-LA, HEVC\_Advance)을 통하여 징수하고 있음.
- 2014년부터 아래의 표와 같이 미디어기술연구소가 출원하여 등록한 국내, 국제 특허를 MPEG-LA에 등록하여 특허료를 징수하였음.

〈표 5-4〉 MPEG-LA 특허폴 등록 지식재산권 목록

연도 (건수)	특허구분	특허명 (출원번호)
2014년 (총 2건)	한국(모특허)	비디오 분할블록부호화 방법 (제1250608호)
	한국(모특허)	비디오 화면간/화면내 예측부호화 방법 (제0951301호)
2016년 12월 (총 6건)	한국(분할 4건)	비디오 분할블록부호화 방법(1,644,967/1,644,969/1,644,970/1,648,123)
	미국(모특허)	비디오 분할블록부호화 방법 (US 9,485,512)
	중국(모특허)	비디오 분할블록부호화 방법 (CN ZL201080014719.0)
2017년 9월 (총 2건)	일본(모특허)	비디오 분할블록부호화 방법 (JP 6,164,600)
	일본(분할특허)	비디오 분할블록부호화 방법 (JP 6,164,660)
2017년 12월 (총 4건)	미국(분할 4건)	비디오 분할블록부호화 방법 (US)
2019년 3월 (총 4건)	중국(분할 4건)	비디오 분할블록부호화 방법 (CN)

- 2018년부터 아래의 표와 같이 미디어기술연구소가 출원하여 등록한 국내, 국제 특허를 HEVC\_Advance에 등록하여 특허료를 징수하였음.

〈표 5-5〉 HEVC\_Advance 특허폴 등록 지식재산권 목록

연도 (건수)	특허구분	특허명 (출원번호)
2018년 (총 10건)	한국(모특허)	비디오 분할블록부호화 방법 (제1250608호)
	한국(모특허)	비디오 화면간예측부호화방법(제0951301호)
	한국(분할 4건)	비디오 분할블록부호화 방법(1,644,967/1,644,969/1,644,970/1,648,123)
	미국(모특허)	비디오 분할블록부호화 방법 (US 9,485,512)
	중국(모특허)	비디오 분할블록부호화 방법 (CN ZL201080014719.0)
	일본(모특허)	비디오 분할블록부호화 방법 (JP 6,164,600)
	일본(분할특허)	비디오 분할블록부호화 방법 (JP 6,164,660)
2019년 (총 8건)	미국/중국 (분할특허 각 4건)	비디오 분할블록부호화 방법 (US / CN)

〈표 5-6〉 지식재산권(특허료, 단위 : 천 원)

연도	2015	2016	2017	2018	2019
MPEG-LA	33,232	96,026	170,591	149,262	139,048
HEVC_ADVANCE	-	-	-	16,977	225,478
총합	33,232	96,026	170,591	166,239	364,526

## 5) 수행 연구 프로젝트 현황

### ■ 연구 프로젝트 수행 목표

- 미디어기술연구소의 2019년 연구 프로젝트 수행 목표는 크게 네 가지임.
- 첫째는 AI 활용 콘텐츠 가치 증대 및 핵심 기술역량 축적, 둘째는 차세대 재난방송서비스를 통한 PSM실현, 셋째는 모바일융합네트워크 기술로 도달률 향상과 부가수익 창출, 넷째는 차세대 제작기술 개발로 콘텐츠 경쟁력 강화(VR/AR, 차세대 미르, IP기반 제작 등)임.

▣ 세부 연구사업 수행 현황

－ AI&DATA 연구

- AI 기반 콘텐츠 분석/가공 시스템 개발 및 장애인방송 대책과제 수행, 미디어 데이터 분석 기술 연구개발, 시청자 참여 양방향 서비스(티벳) 개발 등을 수행함.

－ 스마트콘텐츠 제작 연구

- 서브클립 제작 효율성 증대, 차별화된 스포츠 해설 프로그램 개발, 차세대 AR/VR 콘텐츠 제작 기술 연구 등을 수행함.

－ 모바일융합 연구

- 디지털융합네트워크 및 UHD 방송인프라 구축 연구, TPEG 서비스 고도화 및 Advanced TPEG 연구, 멀티미디어 기반 모바일융합 재난 서비스 연구 등을 수행함.

－ 공공미디어서비스 연구

- 국가적 재난 상황 시 KBS 인프라인 지상파망을 이용해 신속 정확한 재난정보 제공연구를 수행함.

※ TV 이외에 옥외전광판 등의 공공미디어에도 재난경보 제공이 필요하고, 재난방송주관방송사로서 2019년 구축한 지상파 UHD 재난경보방송 시범서비스 시스템의 전국망 확장이 필요함.

- 기존 방송 자막에 감성적인 표현을 추가하여 시청각 장애인방송의 양적, 질적 수준을 높이기 위한 감성표현 자막 송출기술을 개발함.

－ IP제작 플랫폼 연구

- NPS 자막 제작 워크플로우 고도화를 위한 차세대 NPS 문자발생기 개발, 선거방송 인포그래픽 프로그램 개발 및 송신기 원격제어 시스템 개발, 소프트웨어 정의 방송제작(SDB-P) 워크플로우 기술 개발(국책과제)을 수행함.

## 2. 미디어기술연구소 연구 실적

### 1) 차세대 기술 활용 연구 성과

#### (1) 연구과제별 성과

- 미디어기술연구소는 차세대 기술 활용 연구개발로 19건의 과제를 수행함.
- 구체적으로 AI 기반 콘텐츠 분석/가공 시스템 개발 (2건), 미디어 데이터 분석 기술 연구 개발 (3건), 버티고(VERTIGO) 네트워크 렌더링 시스템 개발 (3건), 차세대 AR/VR 콘텐츠 제작 기술 연구 (4건), 차세대 CG 및 IP제작기술연구 (7건)를 수행함.

<표 5-7> 미디어기술연구소 차세대 기술 활용 연구개발 과제

차세대 기술 활용 연구 과제별 개발 성과	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ AI 기반 콘텐츠 분석/가공 시스템 개발 (2건)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인물 1,500명 인식 엔진, 사물/배경 인식 엔진 개발</li> <li>- 버티고(VERTIGO) AI 엔진(얼굴 검출 및 인식) 개발 및 적용</li> </ul> </li> <li>○ 미디어 데이터 분석 기술 연구개발 (3건)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 티벳 개선 및 프로그램 제작 지원                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 아침마당, 무엇이든 물어보세요 등 상시 적용</li> </ul> </li> <li>- 미디어 인텔리전스 시스템 유관부서 적용                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 플랫폼사업부, KBS미디어 등</li> </ul> </li> <li>- 사용자 기반 시청데이터 분석 시스템 유관부서 적용                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 플랫폼사업부, 편성조사부, 공영미디어연구소, 미디어송출부, UHD추진단 등</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ 버티고(VERTIGO) 네트워크 렌더링 시스템 개발 (3건)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세로영상 제작 시스템(버티고, VERTIGO)                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· &lt;뮤직뱅크&gt; 서브 콘텐츠 제작 지원 및 적용</li> <li>· 대전 천안홍터령축제 축하음악회 세로영상 서브클립 제작 지원</li> <li>· &lt;뮤직뱅크&gt; 6K 캡처시스템 구축 및 직캠영상 제작 지원</li> </ul> </li> <li>- 세로영상 제작 기술(버티고, VERTIGO) 특허 등록 결정                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· '전자 장치 및 콘텐츠 생성 방법'</li> </ul> </li> <li>- 세로형 영상제작 시스템(버티고, VERTIGO) 콘텐츠 제작 수익</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Studio-K(예능4)와 SKT간 세로영상 납품 수익화에 기여</li> <li>· 400,000천원(회당 20,000천원, 20회, 5개월)</li> <li>○ 차세대 AR/VR 콘텐츠 제작 기술 연구 (4건)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- KBS이산가족특별전 VR관 이산가족 VR체험 시스템 적용</li> <li>- 상하이 임정100주년 특집뉴스 VR라이브 스트리밍 적용</li> <li>- 2FM 보이는 라디오 LIVE 360 VR시범 서비스 적용</li> <li>- 유벤티스 초청 K리그 올스타 LIVE 360 VR 적용</li> </ul> </li> <li>○ 차세대 CG 및 IP제작기술연구 (7건)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- NPS 미르 렌더링 서버 개발</li> <li>- 선거방송 및 스포츠 중계를 위한 미르 및 SDK 개선</li> <li>- 고품질 실시간 3D 그래픽 SDK 프로토타입 개발</li> <li>- NPS 미르 신규 NPS 편집시스템에 14대 적용</li> <li>- 2019년 4.3 보궐선거 인포그래픽 프로그램 개발 및 선거방송 수행</li> <li>- IP 기반 UHD 제작 워크플로우 검증용 테스트베드 구축 및 신뢰성 실험</li> <li>- 소프트웨어 기반 인제스트 및 플레이어 개발</li> </ul> </li> </ul>

## (2) 특허 등록 및 출원

- 미디어기술연구소는 2019년 국내 출원 1건, 등록 3건, 해외 등록 5건의 성과를 올렸음.

〈표 5-8〉 미디어기술연구소 특허 등록 및 출원 현황

번호	출원국	발명의 명칭	출원/등록일/ 번호	비고
1	국내	전자 장치 및 콘텐츠 생성방법	2019.01.23. 2019-0008490	출원
2	중국	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2019.02.22. ZL201610346399.8	등록
3	중국	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2019.02.22. ZL201610346101.3	등록
4	중국	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2019.02.26. ZL201610346470.2	등록
5	중국	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2019.03.01. ZL201610345153.9	등록
6	중국	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2019.11.12. 출원번호 : 2016103451100	등록
7	미국	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2019.09.17. 15/855,019	출원
8	국내	비디오 복호화에서의 분할 블록 복호화 방법 및 이를 구현하는 기록매체	출원번호 : 2018-0051937 등록결정	등록
9	국내	전자 장치 및 콘텐츠 생성 방법	2019.10.23. 10-2037997	등록
10	국내	영상 송수신 장치 및 제어 방법	2019.07.03. 10-2012944-0000	등록

## (3) 논문 실적(18건)

- 미디어기술연구소는 2019년 18편의 연구 논문을 발표하였음. 국내 학술지나 국내 학술대회에서 발표한 건수는 11건이고, 국제 학술지나 국제 학술대회에서 발표한 건수는 7건임.

〈표 5-9〉 미디어기술연구소 논문발표 현황

번호	제목	학술지
1	Platform Strategy of Terrestrial TV Broadcasters	Managerial and Decision Economics
2	Pricing of Digital Video Supply Chain: Free versus Paid Service on Direct Distribution Channel	Sustainability, Special Issue on Digital Supply Chain
3	글로벌 서비스 사업자에 대한 망 이용요금 부과	정보통신정책학회 정기학술대회
4	게임모델을 통해 본 국내 플랫폼 시장의 경쟁	한국미디어경영학회 가을철 정기학술대회
5	소프트웨어 정의 방송 제작 워크플로우	한국방송미디어공학회 하계학술대회
6	멀티미디어 기술을 활용한 모바일 재난경보 시나리오	한국방송미디어공학회 하계학술대회
7	The Current Status of Terrestrial UHD TV Service of Korea	IEEE BMSB 2019, Keynote speech
8	방송에서 본 5G 서비스	미디어 핫이슈, 2019년 5월, KBS방송문화연구소
9	지상파 UHD TV를 통한 차세대 재난경보서비스	방송과 기술, 2019년 11월, 한국방송기술인연합회
10	방송 미디어와 융합 네트워크 전망	한국ITS학회 추계학술대회
11	NAB 2019 참관기 - 이야기는 어디서 시작되는가?	방송과 미디어(학회지), 제24권 2호, 한국방송미디어공학회
12	5G 서비스와 방송 미디어의 진화	방송과 미디어(학회지), 제24권 3호, 한국방송미디어공학회
13	5 things you need to know about 5G	KBS ABU International Radio Forum, 주제발표
14	Smart Telemetry Monitoring Technique for TV Transmitter Using RF Watermark Signal	ICCE 2019 국제학술대회
15	Introduction of terrestrial UHD broadcasting networks in Korea	ABU Digital Broadcasting Symposium 2019
16	UHD ATSC 3.0 송신기술	KOBA 2019 국제 방송기술 컨퍼런스
17	UHD 난시청 해결을 위한 UHD-TV 국산화 개발 및 필드테스트	한국방송미디어공학회 추계학술대회
18	Efficient ATSC 3.0 TxID Signal Detection for Single Frequency Networks	IEEE Transactions on Broadcasting

## 2) 공적가치 구현 연구 성과

### (1) 재난방송 분야 성과(2건)

- 미디어기술연구소는 2019년 재난방송분야에서 UHD 재난경보방송 기술개발, 재난정보 전달기술 연구를 수행함.

공적가치 구현 연구과제 별 주요 연구 성과
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ UHD 재난경보방송 기술개발                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수도권 시범서비스 실시</li> <li>- 지역별 재난정보이미지 자동생성시스템 개발</li> </ul> </li> <li>○ 재난정보 전달기술 연구                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 표준화된 재난정보 전달 플랫폼 및 워크플로우 개발</li> </ul> </li> </ul>

### (2) 송출/송신 분야 성과(2건)

- 미디어기술연구소는 2019년 방송 송출과 송신분야에서 DMB TPEG 서비스 품질 고도화, UHD SFN 방송망 구축의 연구를 수행함.

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ DMB TPEG 서비스 품질 고도화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 교통혼잡정보(CTT) 제주지역 서비스 시행</li> <li>- 제조사별 공지서비스 확대 시행</li> </ul> </li> <li>○ UHD SFN 방송망 구축                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광명/성남 UHD TVR 실험국 구축 및 실험방송 적용(연중)</li> <li>- 동일채널 중계 기술 연구 및 개발</li> <li>- UHD 공시청 신호처리기 시범단지 구축 및 실험방송</li> </ul> </li> </ul>
--

### (3) 표준화 활동 성과(8건)

- 미디어기술연구소는 2019년 기술표준화를 위해 TTA ICT 표준화전략맵 실감방송/미디어 분과위원 활동 등 8건의 활동을 수행함.

- TTA ICT 표준화전략맵 실감방송/미디어 분과위원 활동
- ISO/IEC JTC1/SC29(멀티미디어부호화) 전문위원회 활동
- MPEG 뉴미디어포럼 운영위원회 운영위원 활동
- ABU-PRODUCTION-UHDTV분과 Co-Manager 활동
- 사내 IP 전송/관리 체계 표준 소위원회 활동
- TTA TC8 및 PG801, PG802, WG8027, WG8028 표준화 활동(연중)
- 미래방송포럼 UHDTV 분과, UHDTV 분과 전송 WG, 미래미디어분과 표준화 활동(연중)
- 미래방송포럼 디지털라디오 분과 전송 WG 표준화 활동(연중)

### (4) 기타 활동 성과(5건)

- 미디어기술연구소는 2019년 기타활동으로 ABU 차세대방송 전송분과 Co-Project Manager 활동 등 5건을 수행함.

- ABU 차세대방송 전송분과 Co-Project Manager 활동
- RAPA 재난방송 수신환경 개선사업 자문위원, 차세대방송 서비스 개발사업 회의 참여 활동
- UHD TVR 정책방안 T/F 자문위원 활동
- UHDTV송신기 도입을 위한 BMT T/F 자문위원 활동
- 2020년도 과기정통부 신규 R&D 방송·콘텐츠분야 기획위원회활동(9~12월)

(5) 전시 홍보 성과(3건)

- 미디어기술연구소는 2019년 기술 등의 홍보를 위해 NAB 전시회 참가 등 3건의 활동을 함.

○ NAB 전시

- 기간 : 2019년 4월 8~11일
- 장소 : 미국, 라스베가스
- 전시물(2건) : MIDAS 방송망 설계 및 관리 시스템, 지상파 UHD 재난경보방송 서비스

○ KOBA 전시

- 기간 : 2019년 5월 22~25일
- 장소 : 서울 COEX
- 전시물(4건) : 방송망 설계 및 관리 시스템, 모바일 재난경보시스템, 세로영상제작시스템, VR체험 시스템

○ 3.1운동 및 임정100주년 방송단 주관 파주임진각 'KBS이산가족특별전'

- 기간 : 2019년 3~9월
- 장소 : 파주임진각
- 전시물(1건) : VR관 - 이산가족 VR 체험 시스템

3) 미디어기술연구소 국책과제 연구개발 성과

(1) 2019년 국책 연구과제(8건)

- 미디어기술연구소는 2019년 '시청각 장애인의 방송시청을 지원하는 감성표현 서비스 개발' 등 8건의 국책과제를 수행함.

〈표 5-10〉 미디어기술연구소 2019년 국책과제 현황

연구과제명 (축약)	연구기간	정부출연 (천원)	참여 인원
• UHD기반 재난방송 서비스 2차	2019.01~2019.12	180,000	11
• UHD 송수신 분석 및 망구축 기술개발 3차	2019.01~2019.12	180,000	17
• IP기반 UHD 방송제작 워크플로우 플랫폼 기술개발 3차	2019.01~2019.04	38,300	17
• ATSC 3.0 기반 동일채널 중계기술 개발	2019.04~2019.12	20,000	12
• 멀티미디어 기반 재난정보전달 서비스 모델 연구 2차	2019.05~2020.04	100,000	6
• 소프트웨어 정의 방송 제작 워크플로우 및 가상화된 비디오 스위처, 비디오 서버 기술 개발	2019.04~2019.12	170,000	7
• 시청각 장애인의 방송시청을 지원하는 감성표현 서비스 개발	2019.04~2019.12	200,000	7
• UHD 수도권 재난경보망 시스템 구축	2019.05~2019.07	133,100	3
• UHD 수도권 재난경보망 시스템 구축 2차	2019.11~2019.12	100,000	3
<b>합계</b>		<b>1,121,400</b>	

## (2) 2019년 국책 연구과제 성과

– 미디어기술연구소는 2019년 국책 연구과제 수행을 통해 다음의 표와 같은 성과를 달성함.

- UHD지상파 재난경보방송 시스템 시범서비스 적용 – UHD 주조정실(1, 2TV 설치)
- 광명/성남 UHDTVR 실험국 구축 및 실험방송 적용(연중)
- UHD 공시청 신호처리기 시범단지 구축 및 실험방송(연중)
- 재난정보 전달기술 연구(4건)
  - 멀티미디어 재난 정보 표준화 및 정보 전달 시나리오 기획 제작
  - 워크플로우 및 법제도 개선 방안 연구
  - UHD를 활용한 재난경보 적용 방안 연구
  - 지진 및 미세먼지 재난경보방송 UI/UX 개발

- 지상파 UHD 재난방송 송수신 시스템 테스트베드 고도화(4건)
  - UHD 재난경보방송 시범서비스(수도권) 용역수행
    - 수도권 1TV, 2TV UHD 재난경보방송 용역 수주 및 수행
    - 세계 최초 지상파 UHD 재난경보방송 송출 실시(2019.9.23.)
  - 수도권 1TV, 2TV에 UHD 재난경보방송 송출시스템을 구축하고 현재 시범서비스중임
  - UHD 재난경보방송 지역별 재난정보이미지 자동생성시스템 개발
  - 국내외 전시 2건 : 2019 NAB(국외), 2019 KOBA(국내)
- AI 기반 콘텐츠 분석/가공 시스템 개발(2건)
  - 감성자막 편집/재생기 프로토타입 개발
  - 감성자막 메타데이터 및 전송 시그널링 표준화 : TTA 표준안 제안 2건
- 디지털융합네트워크 및 UHD 기술 연구(2건)
  - 국책과제로 중계기 무상지원에 따른 공사예산 절감 : 4.8억 예산절감
    - 8천만 원/1식(KBS 구매 기준) x 6(1,2매체 3개소) = 4.8억
  - 국책과제로 공동주택 공시청 장비 보급 사업에 개발 결과물 적용을 통한 난시청 해소
    - 공시청 신호처리기 무상지원에 따른 공사예산 절감 : 1.4억 예산절감
    - 2천만 원/1식(업체판매가 구매 기준) x 7(수도권 공동주택) = 1.4억

(3) 2020년 국책과제 연구개발 계획(5건)

- 미디어기술연구소는 2020년에 ‘시청각 장애인의 방송시청을 지원하는 감성표현 서비스 개발’ 등 5건의 국책과제 연구개발을 계획하고 있음.

〈표 5-11〉 미디어기술연구소 2020년 국책과제 현황

연구과제명(축약)	연구기간	정부출연 (천원)	참여 인원
• 시청각 장애인의 방송시청을 지원하는 감성표현 서비스 개발 2차	2020.01~2020.12	200,000	7
• ATSC 3.0 기반 동일채널 중계기술 개발 2차	2020.01~2020.12	95,000	12
• UHD기반 재난방송 서비스 3차	2020.01~2020.12	160,000	11
• 소프트웨어 정의 방송 제작 워크플로우 및 가상화된 비디오 스위처, 비디오 서버 기술 개발 2차	2020.01~2020.12	210,700	7
• 멀티미디어 기반 재난정보전달 서비스 모델 연구 3차	추진예정		
<b>합계</b>		<b>665,700</b>	

### 3. 평가와 제언

#### 1) 평가

##### (1) 잘한 점

- 미디어기술연구소가 기술개발과 표준화를 주도한 DMB TPEG 서비스와 DMB 고화질 서비스 사업은 막대한 수입으로 KBS의 경영에 크게 기여하고 있음.
- 미디어기술연구소가 문자발생기 등 단독 또는 공동 개발한 기술을 적용한 결과물을 제품화하여 판매할 수 있는 기술 실시권을 17종(11개 업체) 계약하여, 미디어기술 국산화에 주도적인 역할을 하였고 연 1억 이상의 수익을 올리고 있음. 아울러 동영상 부호화 국제표준 기술인 HEVC 등 국내외 특허 18건을 통해 미디어기술 발전에 기여하고, 연 2억 이상의 특허료를 징수하고 있음.
- UHD 재난정보방송 표준화 기술 개발 및 시범서비스 실시 등 재난방송 고도화를 위한 방송기술 연구개발에 기여하였음.
- 미디어기술연구소는 4차 산업 혁명의 근간이 되는 AI 기반 기술, 미디어 데이터 분석 기술, AR/VR 콘텐츠 제작 기술 등 차세대 기술 확보와 적용으로 새로운 수익을 창출함으로

써, 새로운 미디어 환경에 대응하는 바람직한 모델을 제시하였음.

- 연구개발을 통해 이와 같이 공적 책무와 수익을 아우르는 서비스 모델을 지속 개발할 필요가 있음.

(2) 부족한 점

- 미디어기술연구소는 2016년 3월 신규 연구원 인력 충원 이후로 현재까지 5년간 신규 연구원 충원이 없고, 퇴직 연구원(그린라이프)은 총 3명이며, 2021년까지 추가적으로 5명이 예상되어 인력 충원 없이 8명의 결원이 예상되는 바, 정상적인 기술 연구개발 업무 추진이 어려울 정도로 인력 부족 현상이 심각함.
- 2015년 대비 연구개발비는 지속적인 경영평가단의 투자 확대 의견제시에도 불구하고 7억 정도 오히려 감소한 상태임. 방송법 제44조, 방송법 시행령 제34조에 의거 KBS는 매년 예산총액의 1%의 비용을 연구개발비로 사용하고, 방송기술 발전을 위한 연구개발을 적극 수행해야 하는 KBS의 책무를 지금이라도 이행해야함. 다음은 전 세계 공영방송사 중 연구소를 보유한 대표 공영방송사(KBS, NHK, BBC)의 인원, 예산 공간면적 등을 비교한 표임. 방송기술 발전을 위한 공적 책임을 모두 수행하고 있는 3개의 공영방송사 연구소 중 KBS 미디어기술연구소가 인력, 예산, 공간 면에서 모두 부족한 상황임.

〈표 5-12 공영방송국 기술연구소 비교표〉

	KBS	NHK	BBC
명칭	미디어기술연구소	放送技術研究所	Research & Development
설립	1981년 11월	1930년 6월	1930년 4월
조직	전략기획실 소속 (소장, 1개 연구부)	사장직속 (소장/부소장/주간, 6개 연구부, 3개 관리부)	Future Media 소속 (소장, 17개 연구팀, 7개 관리팀)
인력	43명 (박사 5명)	255명 (박사 88명)	226명
예산	26억여 원	880억 원 (¥84.1억)	800억 원(추정)
공간면적	1,629m <sup>2</sup>	16,000m <sup>2</sup>	Center/South Lab(London), North Lab(Salford)

- 미디어기술연구소는 과소 인력과 비용임에도 연구개발 항목이 과다하여, 연구 분야의 선택과 집중이 필요함.

## 2) 제언

- OTT 등 뉴미디어의 출현으로 점유율과 영향력에서 급격한 감소와 같은 지상파방송의 어려움을 타개하기 위한 방안으로 새로운 방송기술을 적극적으로 연구 개발할 필요가 있다고 사료됨. 특히, 영국 공영방송사 BBC의 경우 BBC R&D의 영역을 네트워크, AI, VR 등 미디어 기술에 대한 연구 개발 뿐 아니라, 산학 연계, 정보 정책과의 연계를 통한 국가의 기술 선도 역할로 까지 규정하고 있는 상황임. KBS도 공영방송사로서 방송법과 정관에 명기된 방송기술 발전에 대한 책무를 미디어기술연구소에서 적극적으로 수행할 수 있도록 지원해야 함.
- DMB의 TPEG이 대표적인 사례로서 운영비를 증가하는 수익을 내고 있는 점을 감안한다면 UHD방송 관련 기술개발을 적극적으로 추진할 필요가 있음. 특히, TPEG과 같은 UHD 방송망을 활용한 부가서비스를 발굴하여, 수익을 창출할 뿐 아니라, 시청자의 생활에서 요구되는 편의 기능을 제공함으로써 지상파망을 활용한 공적책무를 수행할 수 있음.
- 사내외 환경 등으로 방송기술 발전을 위한 자체 신규 투자가 수행되지 못하고 있는 가운데 미래성장동력 마저 고갈되는 상황에서, 미래수익의 발판이 되는 뛰어난 연구 결과물 양산의 근간인 논문, 특허, 발표 건수 확대가 필요함. 이를 위해 기존 연구원들의 연구 의욕 고취를 위한 제도 도입이 시급함. 예를 들면, 발명진흥법에서 규정하고 있는 직무발명 보상 제도 등을 도입하여 정당한 보상 확대를 통한 지적재산권 확보 및 로열티 수입을 확대할 수 있을 것으로 판단됨.
- 신규 투자가 어려운 환경에서도 미디어기술연구소는 AI 적용 기술을 개발하여 방송 제작 환경에 적용하고 있으며, 통신사 등 외주사와의 협업으로 개발 수익을 올리고 있지만, 연구원들의 전문성 부족으로 본격적인 사업화에 어려움이 있는 상황임. KBS는 미디어기술연구소 연구 결과물을 콘텐츠 테크니컬 비즈니스 형태로 사업화 할 수 있도록 전문가 또는 전문 조직을 구성하여 KBS의 수익 확대를 꾀할 수 있을 것임.

## 제6장 | 시설투자

### 1. 지상파방송 경쟁력 강화 및 안정성 개선

#### 1) 지상파방송 경쟁력 강화

##### (1) 국가재난대비 대응체계 구축

###### ▣ 국가적 재난재해 시 KBS 대응체계 개선

###### ○ 재난 시 전사적 인원 및 리소스 동원

- 비상방송지침 개정, 재난방송매뉴얼 개정을 통해 ‘재난예방→대응→복구’를 아우르는 KBS의 전사적 행동지침을 마련하였음(2019년 6월 완료).
- TV와 라디오, 지역총국별 세부 대응 매뉴얼을 KBS 인트라넷인 Kobis에 상시 게시해 KBS 전 직원이 언제 어디서나 쉽게 활용 가능토록 시스템화함.

###### ○ 24시간 재난 감시 대응 체계 구축

- 기존 KBS 사내 시스템을 전면 개편·보완해 재난을 상시 감시하고 대응할 수 있는 체계를 마련함.

###### ○ 스마트폰 활용 생방송 시스템 구축

- 기존 전문 방송장비 외에 스마트폰을 활용한 생방송 시스템 구축해 기동성을 강화하고, 시청자 제보영상을 재난특보에 적극 활용해 시청자참여 활성화는 물론 재난방송 주관방송사로서 KBS의 위상을 제고시킴.

###### ○ 전 임직원 대상 교육 및 불시 모의훈련 강화

- 신입직원과 실무자, 관리자, 경영진에 대해 맞춤형 재난방송교육을 실시하고 직원 승진 시 필수 이수과목으로 지정함.
- 재난방송센터 책임 하에 주말/연휴/야간 등 취약시간 대 포함 40종의 재난에 대해 불시 모의훈련을 실시 중임(본사는 월 1회, 지역은 분기 1회 이상).

### ○ 행안부-KBS 간 핫라인 구축

- 국가 재난재해 종합상황실을 운영 중인 행정안전부와 핫라인을 구축(2019년 6월)함으로써 신속한 재난 상황 파악 및 실시간으로 최적의 대처 방안을 보도하여 KBS 재난방송의 신뢰도를 격상시킴.

### ■ FM난청해소 방송망 확장

#### ○ 목적

- KBS FM매체의 경쟁력을 높이고 지역권내 KBS 위상을 강화하고자 함.

#### ○ 실적

- 생초2RFM(진주국 권역), 인제2RFM(춘천충국 권역) 2개소 TVR급 FM중계기 100W(생초, 인제) 매체 신설함.
- 신규 FM중계기, 안테나 및 급전선을 설치함.

#### ○ 향후 개선 방향

- FM방송망을 확장하는 경우 전국 FM 가용 주파수가 포화상태이므로 KBS의 라디오 매체 전략과 디지털 전환계획 등 다각적인 검토가 필요함.

## (2) 노후 방송시설 보강사업

### ① 제작/송출 시설

#### ■ 1R/1FM 방송시설 개선

#### ○ 목적

- 라디오 채널인 1R/1FM 생방 스튜디오 노후 시스템 교체 사업 시행을 통해 부조정실과 스튜디오 환경을 개선하고 다양한 프로그램 포맷을 수용하는 시스템을 구축하고 라디오 경쟁력을 강화함.

#### ○ 실적

- 노후 장비 교체를 통한 고품질 콘텐츠 제작환경 조성함. 운용 한계 장비의 적기 교체를 통한 방송사고 방지, 노후 아날로그 장비의 디지털 전환으로 고품질 콘텐츠 제작시스템을 구성함.
- 다양한 프로그램 포맷을 수용하는 시스템 구축으로 라디오 채널 점유율추이를 제고함.

- 방송융합 제작 환경 조성을 통한 서비스 플랫폼 다변화를 실시함. 1R 보이는 라디오 시스템을 구축하였고, 온라인/모바일 방송 환경에 적합한 제작 시스템을 구축하여 라디오 매체 경쟁력을 강화하고 라디오 서비스 플랫폼의 다변화를 꾀함.

#### ■ RS-5/RS-13 방송시설 개선

##### ○ 목적

- 노후 RS-5 스튜디오 환경 개선 사업을 통해 라디오 녹음 스튜디오 기능을 유지하면서 디지털 콘텐츠를 제작할 수 있는 스튜디오 구축.

##### ○ 실적

- 현 녹음 스튜디오의 기능을 유지하면서 스튜디오 공간을 활용하여 유튜브, 페이스북 등 SNS 플랫폼에서의 라이브 스트리밍 서비스를 할 수 있는 시스템을 도입함.
- 스튜디오 공간 활용을 극대화하여 소규모 음악 라이브 콘텐츠 등 다양한 콘텐츠를 제작하는 복합 공간의 기능을 수행함.
- 국제방송 제작을 담당하는 RS-13의 노후 시스템 교체 사업 시행을 통해 부조정실과 스튜디오 환경을 개선하여 글로벌 내방객, 출연진에게 채널 이미지를 높였음. 또한 보이는 라디오 등 동영상 콘텐츠 품질 향상을 통해 매체 경쟁력을 강화하였음.
- 유튜브, 페이스북 등 SNS 플랫폼 서비스 강화를 위한 스튜디오 및 부조정실 인테리어 공사를 시행함.

#### ■ TV송출 노후장비 보강(노후 방송시설 보강사업)

##### ○ 목적

- 2007년 이후에 구축된 1, 2TV주조 등 송출시설의 노후장비를 보강하여 운용 안정성 향상 및 방송사고 예방.

##### ○ 실적

- DMB ETI Encoder<sup>19)</sup> / MUX<sup>20)</sup> / NAS 스토리지 교체, 광라우터 노후 모듈 교체, CDR 노후 분배기 교체, 노후 DSK<sup>21)</sup> 및 Logo Generator를 구매함.

19) DMB ETI Encoder : DMB ETI(Ensemble Transport Interface) 전송 인코더

20) Multiplexer : 복수개의 입력을 특정 조건에 따라 하나만 사용하는 장비지만, 방송에서는 영상/음성신호를 합성하는 목적으로 사용

21) Downstream Keyer : TV영상에 자막 또는 그래픽을 합성·표출해 주는 장비

- 노후화된 DMB시스템의 주기적인 종합 점검 및 단계적 노후장비 교체.

#### ○ 향후 개선 방향

- SNG 지구국 개선 사업 추진 중 취소로 결정되었으나 2020년에 보강이 필요함.

### ② 송신시설

#### ■ 노후DTV 송신기 교체

##### ○ 목적

- 2003년도 광역권에 도입된 DTV송신기가 16년 이상 장기 사용으로 노후화되어, 주요 부품 열화로 운용 안정성 저하, 무선국 검사 기준 특성 저하 등으로 노후 DTV 송신기 교체가 필요함. 2018년도 광역권(팔공, 식장) 교체에 이은 2년차 사업임.

- 또한 제작사 기술지원, 부품공급 종료 등에 따라 신규 송신장비 교체가 불가피함.

##### ○ 실적

- 4개소(관악, 황령, 무릉, 계룡) 1, 2DTV 총 16식(주, 예비) 송신기를 교체함. 기존 송신기 철거, 전원선 교체, 열교환실 설치.

- 공 냉→수냉식 시스템 교체로 기존 대비 발열, 소음 등에서 운용환경이 개선되었고, 전력 효율 향상으로 운영경비가 절감됨. 또한, 콤팩트한 시스템으로 공간을 적게 점유함으로써 타사 장비를 위한 임대공간 확보 효과가 있음.

#### ■ 노후FM 송·중계기 교체

##### ○ 목적

- 16년 이상 장기 운용된 노후 FM송·중계기 교체로 운용 안정화 및 방송 사고를 예방.

- 제작사 기술지원, 부품공급 종료 등에 따른 신규 송신장비를 교체.

##### ○ 실적

- FM송신기 11개소 13매체 18식을 교체함. 가엽(교육), 노고(음악, 표준), 망운(표준), 모악(음악), 백운(교육), 식장(교육), 우암(2R), 태기(표준), 학가(음악), 함백(음악, 표준), 삼매(음악) 지역에서 교체함.

- FM중계기 6개소 6매체 6식을 교체함. 원효(교육), 속초(2R), 양양(2R), 금악(2R), 청주(교육), 금적(표준) 지역에서 교체함.

▣ 김제(송) 노후 단파안테나 및 노후 급전선 교체

○ 목적

- '78년 설치, 40년간 장기 사용한 급전선 교체로 운용 안정화 및 방송사고 예방.
- '01년 설치, 20년 경과한 노후 안테나 교체로 사고예방 및 대외방송 시설 안정화.

○ 실적

- 김제(송) 단파안테나 급전선을 교체(2년차)함. 급전선 전 구간 교체 및 노후 스테브 스위치 교체 등을 완료함.
- 김제(송) 노후 단파안테나 교체함. 노후 단파안테나 엘리먼트 및 스크린 교체 완료함.
- 국고지원 사업을 통해 KBS 자본예산 절감. 총 14.8억 원의 예산절감 효과가 있었음.
- 노후시설 교체를 통한 방송사고 예방과 대외방송 시설의 안정화에 기여함.

○ 향후 개선 방향

- 대출력 중단과 송신시설의 대개체 및 보강사업의 경우 공사이후 전파 커버리지 및 수신감도 확인 등을 위한 해외 현지 조사가 필요함.

③ 라디오 제작시설 개선

▣ 1R/1FM 생방센터 콘솔 교체 사업 추진

○ 목적

- 1R/1FM 생방센터 노후 장비 교체 및 1R 생방스튜디오 환경을 개선하고, 1R 유튜브 라이브 스트리밍 시스템 구축.

○ 실적

- 1R/1FM 생방센터 오디오 믹서(주/예비) 및 주요 장비를 교체함. 1R/1FM 메인/예비 믹서, 1FM 스튜디오 믹서를 교체함. AUDIO PATCH, 스피커 등 1R 생방센터 내 노후 장비를 교체함.
- 1R/1FM 생방센터 제작 환경을 개선함. 1R 스튜디오 벽체, 바닥, 조명을 '보이는 라디오'에 적합하도록 교체함. 1FM 스튜디오 간접 조명을 설치함.
- 1R 유튜브 라이브 시스템을 구축함. PTZ 카메라<sup>22)</sup>, 비디오 스위치, 스트리밍 장비 등을 설치함.

22) Pan-Tilt-Zoom 카메라. 방향과 확대/축소를 원격으로 제어할 수 있는 카메라

■ 본사 라디오 재난방송 송출 시스템 구축

○ 목적

- KBS라디오 재난방송을 효과적으로 시행.

○ 극복과정

- IR를 대상으로 의무재난재해 발령 시 자동 혹은 수동으로 음성을 송출할 수 있는 시스템을 개발함.

○ 실적

- TTS(Text To Speech, 문자 음성 변환 시스템) 기능을 포함한 재난정보 수신 서버 및 경보 시스템을 도입함.

④ 제작리소스 유지보수

■ KBS 항공헬기 연간 검사 실시

○ 목적

- 항공기 제작사 매뉴얼에 따른 비행 안전 주기(연간)에 따라 정비를 실시함.  
- Main Yoke에 기준치 범위 이내의 균열이 진행되어 보수가 필요함.

○ 극복과정

- 부품 적시 확보를 위해 Main Yoke 및 소모성 주요 부품 선구매하였고, 소모성 부품 교환 및 진동 교정, 시험 비행을 시행하였음.  
- 헬기 연간 검사를 시행하였음(11/4~11/21).

○ 실적

- 항공기의 유지 보수를 통해 효과적인 촬영 업무를 수행함.

<표 6-1> 항공기 운항 실적 (단위 : 시간)

구분	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	합계
운항일수	19	11	18	24	72
운항회수	20	12	18	26	76
운항시간	52.5	29.3	53.5	50	185.3
생방송 시간	21	20.25	9	1.5	51.75

### (3) 중파시설 운용 효율화 사업 추진

#### ▣ 중파송신 기술기준 개정

##### ○ 목적

- 반송파의 출력을 저감하여 가청 서비스 권역을 유지하며 전력소모를 절감하는 고효율 변조모드 기술을 도입하기 위하여 유관기관과 협의를 통해 무선국 기술기준 개정.

##### ○ 실적

- 2019.10.11. 유관기관 정책협의를 통한 고효율변조모드 기술기준 반영 관련고시 개정을 시행함.
  - 대출력 중파시설의 전력절감이 가능한 고효율변조모드 기술기준 개정
  - 서비스구역을 유지하며 소모 전력이 감소하여 KBS 예산절감 기여
  - 당진, 소래, 화성(송)에 적용되어 기존 전력요금 대비 30~40% 절감 기대

#### ▣ 중파시설 등 운용 효율화 추진

##### ○ 목적

- 기술 발전에 따라 매체경쟁력이 저하된 AM시설의 운용 효율화를 통해 KBS 재무건전성에 기여.

##### ○ 실적

- 지반붕괴로 임시 철거된 울릉 AM송신소 무선국을 폐소 완료(2019.02.26.)함.
- 지자체(합천군청) 개발사업 등에 따라 합천 AM송신소를 폐소하여 중파시설 운용을 효율화하고 유휴자산 매각기반을 마련함으로써 KBS 재정안정화에 기여(2019.08.19.)함.
- 채널 혼신유입 및 기기노후로 운용 불가능한 하점 DMBR을 폐소(2019.09.02.)함.

### (4) 방송재난 대비 위기 대응능력 향상

#### ▣ KBS 방송재난관리계획 수립 및 시행

##### ○ 목적

- 재난재해 등 각종 위급 상황 시 안정적인 방송 수행과 국가기간방송사로서의 역할 강화.

##### ○ 2020 KBS 방송재난관리계획 수립

- 사전예방활동 강화, 대비능력 향상, 대응/복구 능력 강화 등 방송재난 발생 시 관리능력을 향상시키기 위한 내용을 수록함.
- 재난 유형별(방송시스템 재난, 정전/지진/풍수해) 현장조치 행동 매뉴얼을 포함함.
- 책자 형태로 제작하여 주요현업부서(본사, 지역(총)국, 직할소 등) 및 중요방송시설에 배포하여 근무현장에 비치함.
- **방송재난 대비 모의 훈련 실시**
  - 상반기 훈련(2019.06.25.)은 본사 주조정실의 기능 마비를 가정하여 본사 비상승계 주조(중계부조)에서 훈련을 실시하였으며, 하반기 훈련(2019.11.19.)은 본사 시설의 기능불능 상황을 가정하여 대전총국에서 실시함.
- **향후 개선 방향**
  - 연 2회 본사에서만 실시하던 주조 비상승계 훈련을 1회는 지역총국에서 훈련을 진행하도록 훈련 방식을 변경한 것처럼 다양한 방송재난 상황을 가정하고 훈련에 적용할 필요가 있음.

## 2) 지상파방송 안정성 개선

### (1) 방안 및 추진 실적

#### ■ UHD 전송망 이중화(지상파 전송망 개선사업)

##### ○ 목적

- 지역국 연주소-송신소 간 UHD 전송망 이중화 구성으로 방송서비스 안정성 강화.

##### ○ 실적

- 강원권(강릉 쾌방산, 원주 태기산) 및 광역권(5개 총국) 송신소 UHD M/W 전송망 회선을 이중화함. 대상구간(8개 구간)은 강릉-쾌방, 대구-팔공, 울산-무룡, 부산-황령, 대전-계룡, 대전-식장, 광주-무등, 용문-태기임.
- 이중화 구간 1UHD/2UHD L3스위치 설정(VLAN으로 분리 등), UHD STLTP<sup>23)</sup> 멀티캐스트 IP 변경 및 송신기 이중화 IP설정 등을 시행함.

##### ○ 향후 개선 방향

23) Studio to Transmitter Link Tunneling Protocol : UHD전송을 위한 송출방식

- 차기 UHD 전송망 확장 시, 이중화 장비 일괄 설치를 통해 공사 시간 단축 및 단일 회선 운영으로 인한 전송망 운영 불안 요소 제거 예정임.

■ MNC 미디어, 보안 네트워크 설계 및 증장기 계획 수립

○ 목적

- MNC 주요 네트워크 장비 노후화(2007~2010년 도입)에 따른 대개체 사업과 연동하여 중장기 MNC망 개선 계획 수립.
- MNC 백본, 보안 네트워크 재설계를 통한 운영 효율 향상 및 유지보수 비용 절감.

※ MNC(Media Network Center)망 : 업무망(코비스)과 구별된 방송전용 전산망으로서, 방송/제작/콘텐츠 관련 사내외 IT시설을 연결하는 인터넷망을 의미함.

○ 실적

- MNC 네트워크 장비 노후도 전수조사 완료(3월). MNC 백본단 설계 및 기술검증(PoC) 추진(5월).
- 2020~2027년 8개년 MNC 네트워크 증장기 구축 계획 수립/보고 완료(6월). 2020년 자본예산 사업에 편성 반영(11월).

○ 향후 개선 방향

- 수립된 증장기 계획을 기본으로 사업 시행 시 기술 발전 및 환경변화에 맞도록 적용할 예정임.

■ 민방위 경보방송 TV자막시스템 이중화(행정안전부 주관)

○ 목적

- TV자막 시스템 이중화로 경보전파 안정적 송출.

○ 실적

- 민방위 경보통제소→국가정보자원관리원→KBS 간 서버 이중화 구현.
- TV주조에 수신서버 1대 추가 설치 및 서버 연계 프로그램 설치.

■ 전국 송신시스템 안정성 개선

○ 목적

- TVR 송신시스템 성능개선을 통한 송신계통 안정화.

○ 실적

- 노후 DTV중계기 성능개선 사업을 추진하여 총 3개소의 중계기 특성개선, TVR 긴급지원용 Exciter 개조 등 성능을 개선함.

- 노후 Dehydrator<sup>24)</sup> 교체사업을 추진하여 전국 11개소(13식)의 방송안테나 계통 안정성 강화 및 방송사고 예방에 기여함.

■대출력 송신기 운영 안정화 및 운영비용 최적화

○ 목적

- 한민족 방송 송신시스템 성능개선을 국제방송 청취층 확대 및 강화.

○ 실적

- 화성송신소 중파송신기 전원 불요고조파 차폐용 단파송신기 및 송신실 접지보강 사업을 완료하여 한민족방송 송신계통 개선 및 송출 안정화에 기여함.

■KBS 중요방송시설 내진성능 측정 및 보강

(방송의 안정성 확보를 위한 송·중계소 관리)

○ 목적

- KBS 건축물의 내진성능 확보로 지진 시에도 안정적인 방송 제작, 송출환경을 조성하여 재난 주관방송사로서의 위상 강화.

○ 실적

- 중요방송시설 내진성능 측정 및 내진성능 보강공사를 단계적으로 추진.

- 중요방송시설 내진성능 측정 용역은 목포국, 순천국, 충주국에서 시행했고, 건물 안전점검 및 내진성능 측정, 내진보강 설계를 하였음.

- KBS건축물 내진성능 보강공사를 실시함. 무룡산(송), 태기산(중)에 전단벽 설치 등 내진성능을 보강함.

24) Dehydrator : 기압조정기

### ▣ 방송전원용 비상전원설비(발전기, UPS) 교체

#### ○ 목적

- 한전 정전 시 전원공급 가능한 발전기 및 순간 정전 보상 장치인 UPS 교체로 재난·재해 시에도 안정적인 방송장비의 전원공급을 가능하게 함.

#### ○ 실적

- 삭도, 크레인(100톤)을 이용하여 노후화된 비상발전기 및 UPS(축전지 포함) 교체 완료함.
- 노후 발전기 교체공사를 실시함. 대전 계룡산(송), 광주 무등산(송), 창원 불모산(송)에서 교체공사를 실시하였고, 발전용량은 계룡 300kW, 무등 400kW, 불모 400kW임.
- UPS를 제작하여 교체 설치함. 설치대상은 대전충국, 남산(송)임. UPS용량은 대전 150kVA\*2, 남산 200kVA\*2임.

## (2) 방송사고 관리 강화

### ① 방송사고 관리·운영 현황

#### ▣ 방송사고 사례분석 및 대책수립

#### ○ 목적

- 연간 방송장애 내역 분석, 사례공유, 동일·유사 장애 예방분석 자료 등을 통해 필요시 재발방지 대책을 수립하고 시행.

#### ○ 실적

- 방송장애 관리시스템 운영함. 방송장애 발생 시 해당부서에서 장애내용을 등록함. 방송기술 장애에 대한 자료를 축적하여, 재발방지 대책 수립 등에 활용함.
- 2019년도 연간 방송기술 장애 분석자료를 작성함. 월별, 매체별, 장애 원인별(시스템장애, 인적장애) 분석을 통해 문제점을 발견하고, 개선 요구사항을 도출함. 분석 자료를 본사, 지역(충)국, 직할소 등 현업부서와 공유하고 유사사례 방지를 위해 활용함.
- 본사, 지역(충)국, 직할소 등 부서별 E-SOP(비상시 운용절차) 현행화를 실시함. 시스템 변경으로 인해 수정이 필요한 E-SOP를 업데이트함.

#### ○ 향후 개선 방향

- E-SOP의 상시 업데이트와 근무자들이 완벽히 숙지할 수 있도록 교육을 강화할 필요가 있음.

## ② 방송사고 예방 현황

### ■ 주조 입고지연 및 방송사고 예방 현황 매월 보고 관리(방송사고 관리현황)

#### ○ 목적

– 주조 입고지연 및 방송사고 예방현황을 매월 공유하여 제작진에게 경각심 고취.

#### ○ 실적

– 매월 입고지연과 방송사고 예방 현황을 보고하여 제작진에게 내용을 주지시킴.  
– 테이트기준, 입고지연 연간 45회 예방 및 방송사고 예방 연간 16회.

#### ○ 향후 개선 방향

– 주조 재입고가 필요한 편집 또는 단순 내용오류가 지속적으로 발생하고 있어, 방송사고 예방을 위해서는 입고시간 준수를 위한 노력이 필요함.

### ■ 정기 송출 시스템 점검 및 SOP 교육 실시(방송사고 예방)

#### ○ 목적

– 정기 송출 시스템 점검과 SOP 교육을 실시하여, 근무자의 시스템 이해도와 방송 장애 대처 능력 향상.

#### ○ 실적

– 분기별 주조 감독자 대상 시스템 및 SOP 교육을 실시함. 매월 1개 아이템을 선정하여 매주 세부사항을 교육함. 베이스밴드, 헤드앤드, APC, 송출운행, CMS 시스템 교육을 통해 기술 감독의 응급조치 능력을 향상시킴.  
– 매월 1회 송출시스템을 정기 점검하였고, 비상조치 매뉴얼을 주기적으로 업데이트함.

## 3) 방송기술 미래 선도

### (1) 차세대 기술 활용 성과

#### ■ 차세대 제작기술 활용 방안 연구

#### ○ 실적

– All-IP 기술 적용 연구 및 검토

- 기존 HD-SDI 전송/인터페이스 기술을 대체하는 All-IP 기술이 실제 제작에 적용될 수 있는지, 실시간 콘텐츠 전송에 적합한지와 OTT, 유튜브 등 멀티플랫폼 환경에 대응 가능한지 등을 다각도로 검증함.
- 클라우드컴퓨팅 기반의 AI 영상분석 및 스토리지 기술 적용
  - 기존 NLE 편집 제작방식에 클라우드 기술을 연계한 콘텐츠관리시스템(CMS : Content Management System)과 클라우드(오브젝트) 스토리지를 이용, 실제 NLE 편집제작 시 클라우드 기술 활용 가능여부에 대한 기술 연구와 검증을 실시함.
  - 검증과정에서 콘텐츠관리시스템 내 AI기술을 접목시켜 편집영상을 분석하여 STT(Speech to Text), OCR(Optical Character Reader) 등을 추출한 영상메타로 제작편집 활용 가능여부를 확인하였음.
  - 검증결과, 기술발전 등을 감안하여 향후 제작시스템에 적극적으로 클라우드와 AI 관련 기술을 도입할 예정임.
- KBS-SKT간 MOU를 바탕으로 “T Live Cast” 등 SKT의 이동통신기술을 이용한 콘텐츠 제작 적용 검토와 유관부서 기술검증을 실시할 예정임.
- **향후 개선 방향**
  - 향후 제작/송출 시스템을 All-IP 및 클라우드컴퓨팅, 인공지능, 5G 기술 기반으로 전환시키기 위해서는 국내외 미디어/방송 제작사들은 물론이고 다양한 산업군의 기업들 간에 상호 기술협력을 통해 시행착오 및 문제를 최소화되도록 노력할 필요가 있음.
  - 사내 제작/송출 현업 현장의 목소리를 청취하면서 관련자들에 대한 지속적인 기술 교육을 통해 효과적인 제작/송출 시스템 전환 계획을 수립할 필요가 있음.

#### ■ 어드레서블 TV광고 시스템 기술 연구 및 검토

##### ○ 목적

- 시청자들의 취향을 사전 분석하여 맞춤형 타겟/추천 광고를 송출하기 위한 어드레서블(Addressable) 광고 시스템과 기술 도입 검토.
- 미국 ATSC3.0<sup>25)</sup>의 동적 광고 삽입(Dynamic Ad Insertion)과 유럽 HbbTV(Hybrid Broadcasting Broadband TV)의 차세대 타겟/추천광고인 어드레서블(Addressable) TV광

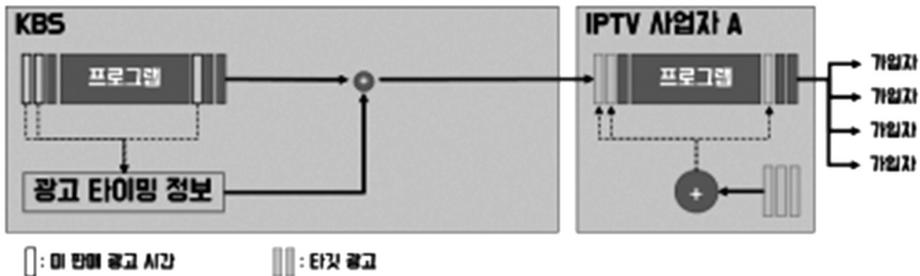
25) ATSC 3.0 : 미국/한국이 상용화한 차세대 지상파 디지털방송표준으로 UN산하 ITU(International Telecommunication Union)의 글로벌 표준

고 기술 도입방안 검토.

○ 어드레서블 TV광고 개요

- KBS는 ‘프로그램 + 광고 타이밍정보’를 플랫폼사업자로 전송함.
- 플랫폼사업자가 직접 타겟/추천 광고 삽입. 디바이스(셋탑박스) 단위로 구분하여 송출하므로 가입자(가구)별로 각기 다른 광고를 수신함.

<그림 6-1> 어드레서블 TV광고 개요



- 시청자 식별을 통한 맞춤형 광고 송출은 양방향 통신이 가능한 플랫폼에서 구현 가능하므로 IPTV플랫폼 사업자 등과 협력이 필요함.

○ 실적

- KBS 어드레서블 TV광고 도입을 위한 플랫폼사업자 협의와 기술을 연구함.
- '19.09 -'19.12 : SKT, KT 등 플랫폼사업자들과 관련 기술 검토 및 협의.

○ 향후 개선 방향

- 2020년 기술검증을 위한 PoC를 진행할 예정임.
- 재원 상황의 한계 속에 전문인력 부족과 교육원가(education cost) 증가 등을 타개하기 위한 실질방안이 필요함에 따라 선도기업들과의 제휴협력 추진이 필요함.
- 미래 방송기술인 어드레서블 TV광고가 현행 광고규제 범위 안에 포함되는지 여부가 불명확함. 따라서 이에 대한 확인이 필요함.
- 방송산업 발전을 위해 정부차원에서 새로운 유형의 광고 집행 시도를 장려해주는 방향으로 분위기가 조성되어야 활발한 적용이 가능함.

■ 방송기술 미래선도 T/F 구성·운영

○ 목적

- 현업과의 긴밀하고 유기적인 협력을 통한 차세대 미디어기술 도입을 위해 기술본부 T/F 운영.
- 국장급의 분과장을 중심으로 3개 분과(플랫폼분과, 제도개선분과, R&D분과)를 구성하여 운영함.

○ 실적

- 부문별 2회 이상 총 8회 이상의 분과회의 개최.
  - 플랫폼분과 : 제작플랫폼의 네트워크화, 5G, All-IP화, AI활용 연구 논의
  - 제도개선분과 : 인력운영방안 등 효율화 제반 논의(TVR 운영 효율화 등)
  - R&D분과 : ATSC3.0+5G 융합플랫폼, SFN(Single Frequency Network), Advanced-TPEG<sup>26)</sup> 연구
- 미래 대비 플랫폼, 인력운영과 제도개선, 핵심기술 연구와 협업 등 관련 정보공유의 장을 마련함.

(2) 국책과제 성과

■ 방송장비인증센터 운영

○ 목적

- 국내 방송장비 산업 활성화를 위한 방송장비 인증시험 시행 관련 “방송장비산업 인프라구축” 국책사업에 참여함.

○ 실적

- “방송장비산업 인프라구축” 국책사업에 참여하여, KBS사업비 4.3억 원(집행률: 94.3%)을 집행함. 그밖에 인증시험 및 기술지원 19건, 수수료 수입 12,263천원 달성.
- 인증 저변확대를 위해 KOBA 전시회 홍보부스를 운영하였고, 월간지 “방송과 기술”에 광

26) TPEG(Transport Protocol Experts Group) : DMB 망을 통해 교통정보, 여행정보 등의 데이터 정보를 DMB 수신장치가 장착된 단말에 전송할 수 있는 기술

고를 기재하였으며, HDR<sup>27)</sup> 마스터링 등 인증시험용 장비 2종 3식을 구매하였음.

- 북감악(중) 송신 필드테스트 시설을 활용하여 5kW H/S 송신기 BMT를 시행함. Syes(이탈리아, 굿디자인) 합격으로 방송장비 도입선 다변화에도 기여함.

#### ■ UHD 재난경보 실험방송 구축(재난방송 강화)

##### ○ 목적

- UHD방송망을 활용하여 재난방송 시행.

##### ○ 실적

- TTA 국내표준 ‘지상파 UHDTV 방송 송수신 정합(2019.06.30.)’ 개정을 통해 UHD 방송망을 통한 신속한 재난경보방송(TEXT, JPG) 송출서비스를 시작함.
- 재난방송센터와 합동으로 주요 파노라마 카메라 신호의 스트리밍을 다양하게 활용하여 재난방송의 접근성을 강화하였음. 이를 통해 UHD방송망을 활용한 재난방송을 제공하여 공적 책무를 강화함.

#### ■ UHD 표준 동영상 제작 지원

##### ○ 목적

- UHD 방송장비 개발 확산에 맞춰 4K 방송장비의 테스트 및 시연을 위한 표준 동영상 제작 지원.

##### ○ 실적

- 국내 방송장비 기업의 다양한 의견을 반영하여 테스트 및 홍보용 표준 동영상을 제작함. NAB, KOBA 등 국내외 전시회 참여 시 활용 가능하도록 홍보용 UHD HDR 영상 4종을 제작하였음.
- 방송장비 개발 및 성능 향상을 위해 10종의 UHD 표준 테스트 동영상을 제작하였음.
- 측정항목(영상 디테일 재현성, 색 재현성 등)에 따라 촬영을 기획하고, 8K RAW 영상의 촬영, 편집, 색보정(SDR, HDR) 등의 과정을 거쳐 4K 출력본을 제작함.

27) High Dynamic Range : 디지털 영상에서 밝은 곳은 더 밝게, 어두운 곳은 더 어둡게 만들어 사람이 실제 눈으로 보는 것에 가깝게 밝기의 범위(Dynamic Range)를 확장시키는 기술

## ○ 평가

- 8K 방송을 대비하여 제작 워크플로우를 테스트함. 촬영부터 색 보정까지 문제점 및 보완점, 개선 방법에 관한 지속적인 연구가 필요함.
- 8K 방송장비 수요에 선제적 대비하기 위해 디스플레이 업체와 협업을 통한 8K 콘텐츠 제작이 필요함.
- 8K 제작 워크플로우를 설계할 테크니컬 슈퍼바이저 및 색 보정 컬러리스트 등 전문가 인력 및 리소스(작업 장비, 장소 등)의 보강이 필요함.

## 4) UHD 시설 구축 및 서비스 확대

## (1) UHD 제작 시설 구축

## ■ 목적

- 2019년도 UHD 의무편성비율 충족을 위한 기반 제작시설을 확충하고, 생방송 UHD 제작의 안정성, 운용효율성, 제작신뢰도를 제고하는 등 UHD방송 제작 워크플로우 개선.
- 콘텐츠 경쟁력을 강화하고, 법정근로 주52시간 시행에 대비하여 제작 편집 인프라 확충.

## ■ 경과

- 2018년도 1UHD TV 편성비율은 8.5%로 의무 편성비율 10% 미준수함. 따라서 1TV, 2TV에 대한 2019년도 의무편성비율 15% 충족을 위한 기반이 필요하였음.
- 2019년도 신규 UHD 제작 전환 프로그램을 선정하고 그 결과 'TV 쇼 진품명품', '일요진단 라이브', '더 라이브', '시니어 토크쇼 황금연못' 등 2019년 6월 이후 단계적으로 UHD 전환함.
- 6월부터 스튜디오 UHD제작, 생방송 제작 등이 단계적으로 전환함. 제작 인프라 보강 후 프로그램 제작의 안정성 확보가 필요했음. 따라서 부조정실, 편집실, NPS 등 UHD 제작관련 시스템 보강에 약 75억 원을 투자함.

## ■ 추진 실적

## ○ UHD 제작시설 구축 세부 내역

- 본사 UHD 부조정실 시스템을 2차로 보강함. VMU, 네트워크 스위치 등 장비구매, VSM

- Setup 변경, 시스템 구축공사를 실시함. 소요 예산은 4억 1천 6백만 원.
- UHD 편집실 및 비디오 아카이브 개선 작업을 실시함. 비디오 아카이브 서비스 개선 및 용량 증설, 인프라 대·개체 사업(2단계) 등. 소요 예산은 15억 1천 8백만 원.
- 본관 NPS 시스템을 증설함. 주요 내용은 가편실 52실을 포함한 풀과일기반 편집시설 및 시스템 구축 등. 소요 예산은 54억 원.
- UHD 프로그램 전용 스토리지를 보강함. 주요 내용은 UHD 프로그램 전용 제작 공유 스토리지 증설 및 신규 도입 등. 소요 예산은 1.7억 원.

(2) UHD 제작 환경 개선을 위한 시스템 보강

■ 목적

- 신관과 본관의 UHD 부조정실을 독립적으로 운영할 수 있도록 VMU(비디오 스위치)를 보강하고 인접 시간대에 편성된 생방송 제작을 보다 안정적으로 할 수 있도록 개선하여 UHD 방송제작에 대한 신뢰도와 만족도 향상에 기여.
- UHD 편성비율이 점차 증가함에 따라 기존 HD 제작프로그램을 UHD로 전환할 수 있도록 기존 시스템을 확장하고 정부 정책인 의무편성 비율을 달성하는데 기여.
- UHD 편성 증가로 초기 설계보다 많아진 UHD 장비들의 안전한 관리를 위해 컨트롤용 네트워크 스위치를 보강하여 보다 효율적인 관리를 할 수 있도록 개선.

<표 6-2> 2019년 10월 개편 후 UHD편성내역

	ST	월	화	수	목	금	일	
TS 2	ST-2	(생) 아침마당 (07:00~10:30)					(생) 일요진단 (07:00~10:30)	
	ST-1	무한리필 샐러드 녹화 (10:30~00:00)	황금연못 녹화 (14:00~19:00)		진품명품 녹화 (14:00~19:00)	무한리필 샐러드 녹화 (13:00~22:00)		
TS 12	ST-12	(생) 무엇이든 물어보세요 (08:00~12:30)						
	ST-13	(생) 더 라이브 (21:00~25:00)						
	UHD중계	주로 낮 시간에 편성 (13:00~20:00)						

※ [ ] 은 신규 배정된 프로그램임.

■ 실적

- UHD 생방용 VMU(비디오 스위처) 4대 보강, VMU 입력용 IP-Gateway(Converter) 3대 보강, 부조정실용 컨트롤 네트워크 스위치 4대 보강, TS-2 부조정실용 FS리모트 1대 구매, VSM(Virtual Studio Management) 등의 설정을 변경함.

(3) UHD 송신 시설 구축

■ 목적

- KBS UHD방송의 플랫폼 경쟁력을 강화하고, 수도권 동부지역 UHD 전파 음영지역 해소 및 송신 커버리지 강화.

■ 경과

- 2019년 송신시설 구축 사업 추진 계획 수립(1월, 네트워크시설국)

※ 2017년 KBS 2단계 UHD정책방안인 '수도권 음영지역 해소 방안', 2016년 방송통신위원회 허가조건에 대한 음영지역 수신환경 보강 사업, 2018년 수도권 백련, 불광, 장위 UHD TVR 구축 후속 사업으로 진행함.

- 용문산 중계소 1, 2UHD TV 2kW Hot Stand-by(수냉식) 시설을 추진함. 혹한기 공사방지 및 공정 기간을 감안하여 구매를 추진했고, UHD SFN 정합 및 회선 사전 검증기간을 확보하였고, 시설별 안테나 배열 및 전력분배 틸트 등을 고려하였음.

■ 실적

- 수도권 UHD 방송망을 확장함. 용문산(중)에 UHDTV 안테나를 신규 설치함. 규격은 1UHD+2UHD 콤바인, 4D-16P(4:4:4:4)임.
- DTV 예비 안테나 이설, Air 급전선 및 콤바이너 신규 설치, 송신기(수냉식 2kW, H/S) 신규 설치, 입력신호용 네트워크 스위치 및 ATSC 3.0 IP, RF Decoder를 설치함.
- 지상파방송 플랫폼 경쟁력 강화함. 수도권 UHD 전파 음영지역 해소 및 송신 커버리지를 강화하고 타사 대비 UHD 송신시설 미구축으로 인한 전파수신환경 불균형을 개선함.

(4) UHD 모바일 서비스 추진 현황

■ 목적

- 최소한의 UHD 수신을 보장하기 위한 UHD모바일(2K 부가서비스) 제공.
- TV, 모바일기기, 차량용 수신기 등 다양한 수신기를 활용하는 국민의 미디어 시청 행태 변화를 반영한 공공미디어 서비스 수신 정책 실현.

#### ■ 경과

- 2018. 9. 수도권 UHD 모바일 실험방송을 실시함. KBS, MBC, SBS, 한국전자통신연구원(ETRI), LG전자, UHD코리아, (주)ARGUS 등이 수도권 UHD 모바일 실험방송 추진.

#### ■ 실적

- 2019년 방송통신위원회 간담회 3회 참가, 의경청취 1회 등을 통해 UHD 모바일서비스 허용을 공식 요청함.
- UHD 재허가 시, 2020년에 새로운 UHD정책방안을 수립하는 것으로 결정함.

#### ■ 향후 개선 사항

- 글로벌 OTT 사업자들이 인터넷, 모바일 미디어 시장의 점유율을 확대하는 상황임. 방송망과 통신망을 결합하여 이동 중에 서비스가 가능한 UHD 모바일 기술은 초기에 최소한의 인프라와 예산의 투자로 시행 가능하나 정부의 허가 지연으로 해당 모바일 기술을 사용하지 못할 뿐만 아니라 관련 주파수는 시험 방송용으로만 활용되고 있음.
- 최근 방송통신위원회와 과학기술정보통신부는 ATSC3.0 UHD활성화를 위해 ‘지상파 UHD활성화 추진반’과 ‘지상파 UHD 활성화 정책연구반’을 각각 구성하고, 지상파UHD 활성화를 위한 정부 차원의 노력을 시작하였으나, 지상파 UHD와 UHD모바일 방송에 대한 규제완화에는 여전히 소극적인 것으로 알려짐. 추진반과 연구반은 본연의 목적에 맞게 지상파 UHD와 UHD모바일 서비스 활성화에 필요한 전면적인 규제 완화와 진흥방안을 수립해야 할 것임.
- 또한, 2020년 과기정통부+ETRI+KBS+삼성, LG전자 등이 컨소시움을 구성하여 ATSC3.0(지상파 UHD규격)+5G(통신규격) 결합 연동 기술을 테스트 중임. 이 기술과 서비스는 이미 독일에서 1차로 실험을 완료한 것으로, 송출은 물론 별도의 칩 탑재없이 수신기

문제를 해결할 수 있는 장점이 있는 것으로 알려지고 있음. 이 방식은 전송대역을 분할하여 모바일 다채널을 쉽게 도입할 수 있는 장점 등 UHD주파수의 효율적인 활용 면에서도 적극 검토할 필요가 있음. 유튜브, 넷플릭스, 디즈니 등이 국내 방송시장 및 광고시장을 점령해 가는 환경에서 국내 문화 주권 수호를 위한 방안 차원에서라도 모바일 다채널 서비스는 적극 활성화시킬 필요가 있음. 이런 다채널 환경이 되면 기존 DMB 사업자 등도 수용하여 이 해관계를 조정할 수 있고, 자율주행 시대 대응, TPEG 고도화 등 다양한 부가서비스 도입도 가능하다고 판단됨.

(5) UHD 콘텐츠 제작

■ 목적

- UHD 콘텐츠 제작 강화로 1, 2UHD TV 의무편성비율을 달성하고, 기존 UHD 제작 인프라를 적극 활용한 제작 실적 제고.

■ UHD 콘텐츠 제작 현황

- 2018년 1UHD TV 편성비율은 8.5%로 의무 편성비율 10% 미준수로 인해 방송통신위원회로부터 시정명령을 받았지만, 2019년 다수의 HD 콘텐츠를 UHD 전환하고 방통위와 협상을 통해 인정기준을 조정하여 1, 2UHD TV 모두 의무편성비율 15%를 넘김.

〈표 6-3〉 2019년도 채널별 UHD 편성실적

1UHD TV	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2018년 편성비율 8.4% 대비 7.7%p 증가한 16.1% 기록</li> <li>• 2018년 주당 835분 대비 764분 증가한 1,599분 송출 (전년 대비 상승률 : 91.4%)</li> </ul>
2UHD TV	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2018년 편성비율 12.5% 대비 3.4%p 증가한 15.9% 기록</li> <li>• 2018년 주당 1,120분 대비 307분 증가한 1,427분 송출 (전년 대비 상승률 : 27.4%)</li> </ul>

- 방송통신위원회 UHD 프로그램 인정기준 개정(2019년 4분기 시행)에 따른 UHD 편성비율을 달성함.

- 1UHD TV 편성비율 14.2%(2019년 1~3분기)에서 22.4%(2019년 4분기)로 8.2%p 증가함.
- 2UHD TV 편성비율 11.7%(2019년 1~3분기)에서 28.4%(2019년 4분기)로 16.7%p 증가함.

#### ■ 기존 UHD 제작 인프라 적극 활용

- 〈시니어토크쇼 황금연못〉, 〈더 라이브〉 등 UHD 스튜디오 제작물을 적극적으로 제작해 기존 UHD 스튜디오를 활용하는 효과를 거둠.
- 〈제100회 전국체육대회〉, 〈제39회 전국장애인체육대회〉, 〈현대자동차 한국양궁대회〉 등 주요 스포츠 이벤트에서 UHD 중계차를 적극적으로 활용함.
- 〈한국영화 100년 더 클래식〉의 UHD 리마스터링을 통해 예술적 가치가 높은 한국 영화를 시청자에게 UHD로 볼 수 있는 기회를 제공함.

#### ■ 실적

- HD 콘텐츠의 UHD 전환을 통해 UHD 인정 방송 시간이 7,509분 늘어 편성비율이 1.5%(1TV 전체 16.3%) 증가함.

〈표 6-4〉 UHD 전환 프로그램 현황

채널명	프로그램	UHD 인정방송 시간	전환시점
1UHD TV	TV쇼 진품명품	2,304분	6월
	일요진단 라이브	1,740분	6월
	더 라이브	2,085분	9월
	시니어 토크쇼 황금연못	1,380분	10월

- 외주프로그램인 〈시니어 토크쇼 황금연못〉의 UHD 전환을 성공적으로 마무리해 그동안 비용 등의 문제로 UHD 전환에 소극적이었던 외주제작사의 UHD 전환을 유도하고 UHD 방송 분야에서 외주 상생의 계기를 만들.

▣ 향후 개선 사항

- UHD 전환에 따른 제작시간 증가로 인해 프로그램 제작자의 UHD 제작 기피 현상이 여전함. 이에 대한 개선이 필요함.
- 제작 소요 시간 단축을 위한 UHD 제작 워크플로우 개선 및 제작 장비 보강이 필요함.

(6) 기타 UHD정책 추진 실적

▣ 수도권 UHD방송 재허가 취득

- 방송통신위원회의 KBS 1, 2 UHD 재허가를 취득하여 2023년까지 4년간 방송이 가능해짐.
- 방송통신위원회가 실시한 수도권 UHD방송 재허가 심사에서 KBS 1UHD (682.57)가 방송 3사 가운데 최고점을 받아 재허가 4년을 획득함. KBS 2UHD(654.73)는 재허가 기준 점수 650 이상 획득함.
- <유네스코 세계유산 8부작> 등 명품 다큐멘터리를 포함해 <아침마당>, <더 라이브> 등 다양한 장르에서 UHD 프로그램으로 전환하였고, UHD 재난경보망 구축 등을 통해 재난주관방송사의 역할을 충실히 하여 높은 평가 점수를 받음.
- 재허가 심사 과정에서 2020년부터 적용하기로 한 UHD 의무편성비율 25%는 신규정책방안(2020년 7월 수립 예정)이 나올 때까지 20%로 낮춤.

▣ UHD 방송 활성화 정책 기반 마련

○ 방송통신위원회-방송사 UHD 추진점검 TF 운영

- 방송통신위원회와 지상파 3사가 공동으로 '지상파 UHD 추진점검 TF'(2019년 4월~8월)를 운영해 지상파방송사의 경영 상황을 고려한 UHD 정책을 재점검하고, UHD 인정기준 현실화 및 인정기준 조기 적용(4분기)을 통해 UHD 의무편성 비율(15%)을 달성함.

○ 경영 상황을 고려한 '새로운 지상파 UHD 정책 방안' 수립 추진

- 지상파 방송사의 경영 상황을 고려해 UHD 3단계(시군권) 도입 시점을 3년간 늦추고 의무 편성 비율의 재검토를 요구하는 내용을 골자로 하는 KBS 입장을 방통위에 전달하고, 방송통신위원회가 '지상파 UHD 정책 재검토에 따른 경과조치'를 의결함.
- 경과조치 주요 내용은 신규 정책방안 수립 전까지 의무 편성비율 20% 유지, 신규 정책방

안에 따라 3단계 방송도입 시점 결정, UHD활성화 협의체에서 2020년 7월까지 신규 정책 방안 마련 추진 등임.

## 2. 정보화 시스템 투자

### 1) 정보화 계획 및 현황

#### (1) 중장기 정보화 전략과 추진 계획

##### ① 개요

###### ■ 목적

- 외부 미디어 환경에 적극 대처하고 방송제작 환경에 맞는 정보화 추진 및 KBS 정보화 수준의 지속적 향상.

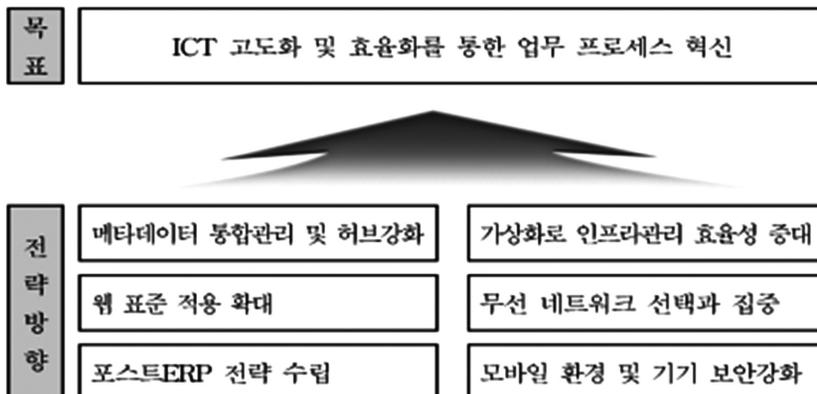
###### ■ “중장기 정보화 추진계획 2020-2022” 개요

- 주요 대상은 ERP, 편성제작, 정보보안, 통신 등의 부문별 사업계획 수립.
- 이를 위해 6대 전략 방향 및 14개 세부 추진 과제 도출할 계획임. 2019년 4월~6월(비에 산)까지 계획을 수립함.

##### ② 전략 및 추진계획

###### ■ 목표 및 6대 전략방향

- 중장기 정보화 추진계획의 목표 및 6대 전략은 다음과 같음.



▣ 세부 추진 과제

- 6대 전략에 따른 연도별 세부 추진 과제 및 시행계획은 다음과 같음.

〈표 6-5〉 연도별 정보화 세부 추진 과제 및 시행계획

부문	세부 추진사업	2020				2021				2022			
제작 정보 시스템	메타데이터	검토 단계											
		시범 구축											
		확대 구축											
	대외 Open API 서비스												
	콘텐츠 유통데이터 수집&분석 확대												
포스트 ERP	ERP 업그레이드 등 사례 조사												
	전략수립 기본계획 작성 보고												
표준 웹 시스템	ESS 재개발												
	통합민원시스템 개발												
	기타 웹 시스템 전환 개발												
인프라 관리	방송망 가상서버 인프라 교체												
	신규수요/기존인프라 가상화 전환												
통신/ 디바이스	사내 5G서비스 음영지역 해소												
	차세대 무선랜 시범 구축 및 효율화												
정보 보안	모바일 업무 환경 보안 강화												
	모바일 기기 통합인증 및 접근제어 구축												

(2) 정보시스템 운영 현황

▣ 개요

- 약 90여 개의 정보시스템을 자체인력으로 운영 및 유지보수를 실시하고 있음. 그룹웨어, ERP시스템, 편성/광고정보, 선거방송, 인력채용 등을 관리하는데 활용하고 있음.
- 정보보안, IT기반장비, 통신장비 등 정보인프라를 자체 운영하고 있음. 정보시스템 안정

성 강화 및 유기적인 시스템 관리체계를 유지하고 있음.

■ 주요 정보시스템

○ ERP시스템 : 전사적 자원관리 시스템

- 재무/관리회계, 고정자산, 구매재고, 시설장비, 제작비/인사관리 등을 관리함.

○ 코비스 : 그룹웨어

- 전자문서 기안/결재, 전자게시/우편, 커뮤니티, 직원정보, 사규/법규 등을 관리함.

○ 편성제작/광고정보시스템

- TV/R 프로그램 및 광고편성, 제작정보를 관리하고 있음. 아울러 기획안/편제회의, 편성, 심의, 협찬품, 제안공모, 저작권, 통합 시청지표, 광고편성, 광고운행 등을 관리하고 있음.

○ K-web : 단위업무 지원을 위한 정보시스템 플랫폼

- 다국어통합뉴스제작, 채용접수/평가, 콘텐츠 수익관리, 해외청취자관리, 외부용역/임차 검수, KBS 주간업무, 성과관리 등을 관리하고 있음.

(3) 정보화 부문 투자내역

■ 개요

○ 정보화부문 사업총괄부서의 사업타당성 평가를 통해 전략적 투자 실시

- 제도변화와 업무개선을 위한 다양한 정보화 사업을 추진하고, 안정적 정보시스템 운영과 지속적인 업무효율 개선을 추구하고 있음.

○ 경영여건을 감안하여 업무중요도, 장비노후화, 효율성 등을 종합적으로 고려

- 최소한의 투자로 최대의 효과를 목표로 투자하고 있으며, 적절한 유지보수 계약으로 정보 시스템의 24시간 업무연속성을 확보하고 있음.

■ 2019년 정보화 투자집행 실적

- 2019년 정보화를 위해 7,740,013천 원을 투자함. 상세 내용은 다음의 표와 같음.

〈표 6-6〉 2019년 정보화 투자집행 실적

(단위: 천원)

구분	사업명	금액	합계
자본예산	근로시간 관리시스템 구축	221,897	2,549,588
	차세대 광고정보시스템 구축	227,478	
	사무용 컴퓨터 및 OA장비 보강	1,491,731	
	정보시스템 인프라 보강	268,671	
	ERP 인프라 교체	339,811	
비용예산	정보시스템 개발	40,810	5,190,425
	시스템 및 OA기기 유지보수	1,945,279	
	시스템 및 회선/네트워크 운용	3,204,336	
합계			7,740,013

#### ▣ 주요 정보화 추진내역

##### ○ 근로시간 관리시스템 구축(2차)

- 52시간 근무제 준수를 위한 직원의 개별 근로시간의 효율적 관리를 추진함. 신규 유연근로제(선택근로) 도입과 이에 따른 근로시간 및 실비관리, 소정근로시간, 초과근로시간, 휴게시간 등을 효율적으로 관리함.
- 자체인력을 통한 운영방안을 마련하여 5년간 약 1.6억 원의 비용을 절감함.
- 추진기간은 2019년 2월~8월이고, 소요예산은 175,000천 원(VAT 별도)임.

##### ○ 차세대 광고시스템 구축

- 광고 워크플로우 개선을 통한 광고업무 전반의 효율성을 제고함.
- 광고 판촉전략 수립을 통한 KBS 수익개선 기대와 향후 중간광고 등 광고제도 변화에 유연하게 대응하고, 광고방송 사후 관리 및 시스템 안정성을 강화함.
- 추진기간은 2019년 8월~2020년 2월이고, 소요예산은 450,000천 원(VAT 별도)임.

##### ○ 협찬품 시스템 개선

- 방송 협찬품의 수령기간 단축을 추진함. 수령자가 배송정보를 모바일로 직접 입력하도록 시스템을 개선함.
- 자체인력의 개발역량을 최대한 활용하여 구축 및 운영비용을 절감함.
- 추진기간은 2019년 6월~11월이고, 자체개발을 통해 비예산으로 추진함. 주요 자체개발 사업은 다음과 같음.

〈표 6-7〉 주요 자체개발 사업 목록

자체개발 사업내역	추진 기간
4.3 보궐선거 투개표방송 시스템 개발	2019.2~2019.4
신입 및 경력직원 공개채용 시스템 구축운영	2019.2~2019.5
코비스 전자결재 시스템 기능 개선	2019.3~2019.6
제11회 KBS TV미니시리즈 극본공모 시스템 구축운영	2019.3~2019.7
방송통신 회선청약 시스템 개발	2019.5~2019.7
경력직원 수시 공개채용 시스템 구축운영	2019.5~2019.10
협찬품 관리시스템 기능 개선	2019.6~2019.11
제29회 KBS 국악대경연 공모시스템 구축운영	2019.6~2019.8
제32회 KBS TV단막극 극본공모 시스템 구축운영	2019.7~2019.11
ICT 자원신청 시스템 재구축	2019.7~2020.2
호스트 기반 침입 탐지 시스템 개발	2019.10~2020.2

#### ○ 정보인프라 보강 사업

- 서버 가상화 기술 적용을 통해 비용을 절감함. 기존 17대 물리서버 → 신규 3대로 교체함 (유지보수 비용 절감).
- 노후 코비스 결재 및 게시판 서버를 교체함. 2010년 도입된 노후서버 교체로 성능 및 서비스 만족도를 향상시킴.
- 이외에도 데이터베이스 기술지원 만료로 인한 업그레이드 추진, 개인정보 보호를 위한 데이터베이스 암호화 S/W 업그레이드 등을 실시함.

- 추진기간은 2019년 2월~11월이고, 소요예산은 355,000천 원(VAT 별도)임.

○ ERP 인프라 교체

- 고비용 노후 장비를 저비용 고성능 장비로 최적화함(기존 21대 → 신규 7대).

- 성능 향상을 위해 고성능 저장장치로 교체했고, 데이터베이스 접근제어 등 소프트웨어 라이선스를 보강했으며, ERP 시스템의 성능 향상 및 안정성을 확보함.

- 추진기간은 2019년 8월~12월이고, 소요예산은 339,000천 원(VAT 별도)임.

○ 직원 업무용 컴퓨터 구매

- 직원 업무용 노후 컴퓨터를 교체하고, 신입/경력 직원 업무용 컴퓨터를 지급함. 총 1,329대 구매 후 지급함.

- 일반 노트북 679대, 소형 노트북 517대, 데스크탑 133대를 보급함.

- 추진기간은 2019년 4월~12월이고, 소요예산은 1,363,950천 원(VAT 별도)임.

○ OA 장비 보강

- 노후 인쇄용 OA 장비를 교체함. 총 126대 구매 후 교체함(복합기 : 42대, 프린터 : 48대, 복사기 : 36대).

- 추진기간은 2019년 연중임. 소요예산은 127,781천 원(VAT 별도)임.

## 2) 정보보안 추진

### (1) 정보보안 추진전략 및 현황

#### ■ 추진전략

- 사이버 범죄예방에 적극적으로 대처하기 위해 지능화/고도화 되어가는 해킹 등 사이버 범죄예방에 주력함.

- KBS의 정보자산 보호를 위한 정보보안 시스템 확충 및 고도화를 실시함.

- 보안 전문인력 확보 및 정보보호 인식 제고를 위해 보안 인력 자체역량 강화, 임직원 교육 등을 실시함.

#### ■ 운영현황

- 정보보안 시스템을 구축하고 운영함. 24시간 365일 사이버 보안관제를 실시하였고, 방화

벽, 침입탐지/차단시스템, 악성코드 대응 백신 등을 시행함.

- 개인정보 운영을 강화함. KBS 개인정보처리방침 수시 개정 및 개인정보 손해배상보험에 가입함.

#### ■ 추진내역

##### ○ 대외서비스망(DMZ) 방화벽 도입

- 대외서비스의 안정성 강화 및 서비스 트래픽 과부하 해소를 위해 인터넷 도메인 네임 서비스, 미디어서비스 인코더 등에 방화벽을 도입하여 안정성을 높이고, DMZ 네트워크를 재구성하여 과부하를 해소함.
- 추진기간은 2019년 9월~2020년 1월이며, 소요예산은 80,000천 원임.

##### ○ 호스트 기반 침입 탐지 시스템 자체 구축

- 호스트 기반(서버 설치형) 침입탐지 솔루션을 활용한 중요 서버 관제를 위해 기존 노후화된 서버보안솔루션을 대체하여 주요 서비스 보안을 강화함.
- 오픈소스 공개 소프트웨어로 대체함으로써 유지보수 비용을 절감함.
- 추진기간은 2019년 10월~2020년 2월이고, 비예산으로 실시함.

##### ○ 개인정보 보호 강화 추진

- KBS 홈페이지(수신료포함) 개인정보처리방침을 개정함(2019.3월). 국내외 관련 법령 변화(정보통신망법, 개인정보보호법 개정 및 유럽 개인정보보호법 발효 등)에 적극적으로 대응함.
- 정보보안 및 개인정보 보호교육을 실시(2019년 상하반기 각1회)하였고, KBS월드라디오 개인정보처리방침 개정함(11개 언어 적용, 2019.11). 아울러 개인정보손해배상 책임보험에 가입함(2020.1월부터 적용).

### 3) 정보인프라 관리 및 개선

#### (1) 정보 인프라 관리 및 개선

##### ■ 관리방향

- 서버, 저장장치, DB, 네트워크 등의 정보인프라 운영 안정성을 추구.
- 비용절감 및 효율성 추구를 위해 오픈소스, 가상화 시스템 적극 활용.

■ 개선내역

- 하드웨어 기반 가상화 시스템 도입으로 비용절감 및 효율성 추구
  - 그룹웨어(코비스), 광고시스템을 가상화 서버로 구축 완료함. 기존 17대에서 3대로 줄여 도입비용 및 유지보수 비용을 절감함.
  - 노후 OS 및 DBMS 업그레이드로 보안 및 안정성을 강화함.
- 노후 ERP 장비교체 완료
  - 유닉스 서버 21대를 리눅스 서버 7대로 교체 완료함. 고비용 유닉스 서버를 저비용 리눅스 서버로 교체하여 운영비용을 절감함.
- 5G 중계기 설치공사를 통해 초고속 데이터통신 업무환경 구현

### 3. 디지털 워크플로우 투자

#### 1) 디지털 워크플로우 구현

##### (1) 방송시설 현황 및 투자

■ 방송시설 현황 및 투자실적

- 2019년 본사 TV프로그램 편집을 위한 시스템 구축 등 방송시설에 94.5억 원을 투자함.

〈표 6-8〉 방송시설 현황 및 투자실적

구분	개요	2019년 투자액 (억 원)
NPS(편집시스템)	본사 TV프로그램 편집을 위한 시스템 (교양/예능/드라마/다큐)	52
비디오아카이브	전사 비디오 콘텐츠(방송본, 촬영본)를 저장, 재활용하기 위한 시스템	3.1
지역총국 폴파일	부산총국 보도/편성/광고/송출 시스템 폴 파일 전환	20
지역총국 AFS	지역국 7개소 표준형 오디오 파일시스템 구축	5.9
광고편집시스템	본사 TV광고 수신 및 병합 등을 위한 시스템	13.5
<b>계</b>		<b>94.5</b>

## (2) 디지털 워크플로우 추진 현황

### ① 본사

#### ■ 본관 NPS 편집실 증설 및 워크플로우 개선

##### ○ 목적

- 'NPS 편집시스템 증설' 사업을 통해 부족한 편집시설의 양적 확대는 물론 Tapeless 기반의 워크플로우 적용으로 제작 리소스 간의 연속성 개선.

##### ○ 실적

- 가편집실 52실을 증설(HD 42, UHD 6, 중형 3, 시사 1 등)하고, 종합편집실 3실을 증설함.
- NPS 파일 인제스트 시설 10실을 증설하고, 편집용 스토리지(SAN)를 증설(메인, 백업 각 1.2PB, 1.6PB)하고, 기타 NPS 인프라를 확장함(스토리지 네트워크, 방송 네트워크 등).

#### ■ 자막 제작 워크플로우 개선

##### ○ 목적

- 풀 파일 제작/편집 확대에 걸림돌로 작용했던 자막 제작 환경을 파일로 전환하여, 풀 파일 워크플로우 확대에 기여.
- 차세대 NPS NLE와의 연계 및 호환성 확보를 위해 다양한 자막 프로그램들을 BMT(BenchMarking Test, 성능 비교 시험)로 검증하고, 최적의 네트워크 CG 장비를 선정 및 도입을 확대하고, 자막 파일 교환방식에 있어서도 공유 스토리지를 도입함으로써 워크플로우 단절 구간 해소.

##### ○ 실적

- NCG 사용 프로그램 현황은 다음의 표와 같음.

〈표 6-9〉 NCG 사용 프로그램 현황

기준	NCG 사용 프로그램	비고
2019년 7월 1주 (본관 NCG 설치 전)	KBS 중계석, 팔도밥상, 여유만만, 노래가 좋아, 회사가기 싫어, 진품명품, TV는 사랑을 싣고, TV유치원, 해피투게더, 숨터, 거리의 만찬, 걸어서 세계속으로, 이웃집찰스, 열린 음악회, 아이를 위한 나라, 당나귀 귀, 자동공부책상 위키	총 17개
2019년 11월 3주 (본관 NCG 8실 추가 증설 이후)	KBS 중계석, 팔도밥상, 샐러드, 진품명품, 살림남, 모던코리아, 황금연못, 한국영화 100년, TV는 사랑을 싣고, 해피투게더, TV유치원, 배틀 트립, 이웃집찰스, 숨터, 거리의 만찬, 편스토랑, 자동공부책상 위키, 걸어서 세계속으로, 열린 음악회, 1박2일, 슈퍼맨이 돌아왔다, 불후의 명곡, 사장님 귀는 당나귀 귀, 개그콘서트, 저널리즘	총 25개 7월 대비 (50%증가)

■ 광고 워크플로우 개선

○ 목적

- ‘광고 워크플로우 개선’ 사업을 통해 기존 병합광고 송출 프로세스에서 탈피하고, 개별 광고 송출 환경을 마련하여 광고 편성 유연성 확보.
- 제작진이 작업해야 했던 광고 제작사 자막 제작 업무를 자동화하여 제작진은 본연의 프로그램 제작 업무에 집중함으로써 고품질 콘텐츠 생산에 기여.

○ 실적

- 광고 워크플로우 개선과 효과는 다음의 표와 같음.

〈표 6-10〉 광고 워크 플로우 개선 현황과 효과

항목	사업 내용			개선 효과
	개선 전		개선 후	
1) 광고 송출 워크플로우	병합광고 송출		개별광고 송출	광고 편성 유연↑
2) 생방/뉴스 광고 송출방식	TAPE 방식		File 방식	VCR OFF 대응
3) 「전타이틀+제공사자막」작업	제작진		자동생성 송출	(제작진) 광고 관련 업무↓

## ■ 생방부조(TS-5) 광고송출 파일기반 시스템 구축

### ○ 목적

- 광고 워크플로우 개선 사업 추진에 따라 생방부조(TS-5)의 광고 송출 시스템을 'TAPE 기반'에서 'FILE 기반'으로 변경 구축하여 사내 디지털 스마트 워크플로우 확대 적용.
- 도입된 비디오서버(eVCR)를 활용하여 파일 제작워크플로우 및 제작용 비디오서버 모델 표준화를 진행함으로써, 2020년 TV 스튜디오 파일전환(VCR-OFF) 기반 마련.

### ○ 실적

- 양방향(Bi-Directional) 4CH 비디오서버 2식 등 생방부조 광고 송출시스템을 구축함.
- 생방부조 광고송출 워크플로우를 개선함. 기존 광고편집실에서 한국방송광고진흥공사의 광고를 수신하고 프로그램별 광고를 병합하여 TAPE OUT한 후 종합편집실에서 광고와 타이틀을 편집한 후 최종 TAPE를 생방부조로 전달하여 송출하였음. 신규 시스템 도입으로 종합편집실, 광고편집실에서 파일로 제작된 리소스를 NAS(Network Attached Storage)를 통해 전송하고 송출하는 구조의 파일기반 시스템으로 개선함.
- 광고 편성정보를 받아 광고의 순서, 길이 등을 수신된 광고소재와 비교하여 오류 등을 표시할 수 있으며, 광고 소재를 비디오서버로 전송할 수 있는 광고 수신 모듈을 개발함.

## ■ TV주조 송출소재 파일 전환

### ○ 목적

- 외주제작 프로그램을 테이프에서 파일로 전환하고, 주조 파일입고 현황 등 진행상황을 제작진에게 공유하고, 파일 삭제 프로세스를 추가하는 등 시스템을 개선하여 풀파일 송출 확대.

### ○ 실적

- 예능 프로그램 본/재방 파일 송출을 위한 송출은행 프로세스 가이드를 제시함.
- 드라마 파일 전환 확대를 위한 TV주조 시스템을 적극 지원함. 이를 통해 월화, 수목, 주말 드라마의 파일전환을 위한 TV CMS, 송출은행 시스템 안정화를 기함.
- 제작진에게 진행상황을 SMS로 통보할 수 있게 하고, 파일 삭제 프로세스를 개선하였으며, 협력제작국, TV기술국과 외주 프로그램 파일 전환 관련 논의 결과 유관부서에 요청하여 일부 프로그램을 파일로 전환함(후토스 등).

- 외주프로그램 통계 및 현황을 조사하고, 이를 통해 외주프로그램 입고 프로세스 관련 제반사항과 파일 구조입고 가이드라인을 제시함.

○ 향후 개선 방향

- 풀파일 제작이 확대되어 입고지연은 줄어들고 있는 추세이나 드라마, 예능 등의 프로그램에서 입고지연이 계속되고 있어 방송사고의 우려가 높아 개선이 필요함.

② 지역국

■ 부산 풀파일 시스템 구축

○ 목적

- KBS 디지털 워크플로우 고도화 정책에 맞추어 부산총국의 보도, 편성, 송출 인프라에 대한 풀파일 전환 추진.

○ 실적

- 뉴스제작 워크플로우를 개선함. 이를 통해 지역형 라이브 제작, 송출이 가능한 전자큐시트 기반의 디지털 뉴스룸을 도입함.

③ TV제작시설 워크플로우 개선

■ 신규 풀파일 편집실 개소에 따른 워크플로우 개선

- UHD 풀파일 제작 편집 시설을 구축함. 제작편집실(PE-21,22,23) 신설 및 HD 프로그램을 UHD로 전환하였고, 색보정 장비를 추가하였음(운용 소프트웨어 및 콘트롤 패널 등).
- 〈해피투게더〉, 〈살림남〉, 〈불후의 명곡〉 등 기존 테이프 기반 프로그램을 파일 기반 제작 방식으로 전환하였음. 아울러 예능, 교양 전체 제작편집 프로그램 89개(주당 평균) 중 50개를 파일로 제작하여, 파일 제작 비율 56%를 달성함.
- UHD 의무 편성 비율 준수에 기여하였고, 2023년 테이프 생산 중단 등 대내외 제작 환경 변화에 선제적으로 대응함.
- Tapeless 환경으로 영상 품질 제고, 워크플로우 표준화 및 효율성을 확보함.

#### ▣ UHD 모니터링 시스템 구축 및 고도화

- 통합 모니터링 시스템을 자체 개발하여 구축함. 장비 알람 파일 수집 및 실시간 분석 시스템을 구축함. 네트워크 스위치 대역폭 및 종단간 실시간 모니터링 시스템을 구축함. 장애 발생 시 시스템 관리자에게 메시지 통보 시스템을 구축함.
- 재활용 서버와 오픈소스 사용으로 구축비용을 '제로'로 절감함.
- IP 기반 방송 시스템의 신속한 장애 대처 등 안정적 관리가 가능해짐. 시스템 도입 이후 생방송 전에 다수의 장애 사례를 파악하고 조치함.
- 웹(Web) 통해 모니터링 서버에 접속하여 신속한 장비 점검이 가능해짐. 필요시 별도의 비용 없이 추가 장비 모니터링이 가능함.

#### ▣ 파일기반 제작 워크플로우 개선을 위한 방송제작 인프라 확보

- 파일기반 시스템 구축과 연계한 편집시설 증설 등 제작인프라를 확보함.
- 본관 1, 2층 NPS 편집시설 증설 건축음향공사는 1,222㎡에 편집실 등 방송제작공간 67실을 신설하였음. 준공금액은 1,598,816천 원이었고, 공사기간은 2019.3.27.~7.19이었음.
- 부산총국 제작시스템 풀파일 전환 건축음향공사는 801㎡에 편집실 등 방송제작공간 36실을 신설하였음. 준공금액은 749,077천원이었고, 공사기간은 2019.7.15.~10.14이었음.

## 2) 고품질 콘텐츠 제작 체계 혁신

### (1) 제작기술 전문성 강화

#### ① 자체 직무 교육

##### ▣ TV기술

- 제작 직무별 현장 직무 교육 및 사내 세미나 2회, 글로벌 IP Technical 전문가 양성 과정 외 2건을 실시함.

〈표 6-11〉 제작 직무별 교육현황

프로그램	내용	기간	시간	참석자 수
음반 마스터링의 이해와 실제	'음반 마스터링' 개념과 방법, 프로그램에 어떻게 적용하고 방송 품질을 높일 수 있을지 연구	5월~7월 (10회)	총 22시간	18명
사운드 후반입문과정	음향 POST Production 분야의 DAW기반 제작 역량 강화	10월~11월 (8회)	총 8시간	8명
UHD 조명 및 UHD 네트워크 구축	UHD 시스템 적합한 조명기법 논의 및 조명분야의 발전방안 고찰	4.8.~4.10, 4.15.~4.17.	총 15시간	9명

– 다양한 제작 경험을 공유하고 차세대 제작 기술 관련 연구를 진행했고, IP 제작 기술 관련 해외 연수를 통해 기술 동향 파악 및 현업 적용 관련 교육을 진행함.

#### ■ 후반제작

– 후반제작 기술을 교육하기 위해 다음의 표와 같이 게임엔진의 제작 능력 강화를 위한 위러닝<sup>28)</sup> 등 세 가지 교육 프로그램을 운영함.

〈표 6-12〉 후반제작 기술 교육현황

프로그램	내용	기간	시간	참석자 수
게임엔진의 제작 능력 강화를 위한 위러닝	실시간 3D 그래픽엔진 '언리얼'을 활용한 선거 그래픽 품질 향상	6.14.~8.20.	총 30시간	10명
선거방송 그래픽 제작 및 선거데이터 연동 방법 위러닝	선거방송 그래픽 제작 및 데이터 프로그래밍 과정	10.11.~11.27.	총 30시간	13명
UHD HDR 프로그램 제작 및 기술 확보, 색보정 전문가 과정 위러닝	색보정 전문가 과정(촬영부터 색보정까지 후반제작 전과정)	9.5.~11.28.	총 40.5시간	9명

28) 강사 및 교육 과정, 예산 등을 자체적으로 기획하고 운영하는 부서 직무 교육

- 위러닝 활성화를 위해 내·외부 강사에 대한 충분한 유인책이 필요하며, 신기술 개발과 습득을 위한 자체 교육 훈련 및 연구개발 예산 확보가 필요함.

▣ 라디오기술, 음향 전문성 강화를 위한 현장 직무 교육

○ 목적

- 신규 도입 시스템 및 방송 환경 변화에 대한 이해 증진, 업무 능력 향상
- KBS 내·외부 전문가를 초빙하여 제작 기술 노하우 및 최신 트렌드 정보 공유

○ 실적

- 총 8회 직무 교육을 실시하였고, 주요 내용은 다음의 표와 같음.

〈표 6-13〉 라디오 현장 직무 교육

구분	교육/강의 주제	강의/발표	참석자 수
시스템 구축, 운용 (3회)	· 1R/1FM 생방송 부조정실 믹서 교체 사업 완료 보고 · RS-5/RS-13 디지털 스튜디오 구축 사업 경과 보고 · KBS 라디오 모바일 서비스 현황	· 시스템팀(사업담당) · 시스템팀(사업담당) · 뉴미디어 기획 담당	25명
제작 기술 기법 (2회)	· 신규 도입 생방송 믹서(Calrec Artemis) 운용, 활용법 · 라디오 해외 공개 방송 제작 방법	· 2FM생방 감독 · R 중계팀장	30명
최신 트렌드 (2회)	· 클래식 음악으로 보는 글로벌 인문학 · 4차 산업혁명과 KBS의 미래	· 사외 음악평론가	29명
인재개발원 지원 (위러닝) (1회)	· 재난상황에서 KBS의 역할을 묻다	· 이상운 (남서울대학교 교수)	30명

- 콘텐츠 제작 역량을 강화하기 위해 주기적인 직무 교육 실시가 필요하며, 이를 통해 디지털 미디어 콘텐츠 제작 전문가 그룹을 육성해야 함.

② 지역국 제작기술 지원 및 교육 추진 계획 수립

▣ 제작 인력 및 기술 교류

- 2019 부산 원아시아 페스티벌 <파크 패밀리콘서트> 조명감독을 지원하였고, <열린음악회> 조명감독 등을 지원함.
- KBS아트홀 <전국노래자랑> 조명 운용에 협조하였고, 지역국 품질평가에 기술 지원함.
- 지역총국 <뉴스7> 확대 편성 및 제작진 후반작업 요구 증가에 맞춰 제작기술 교육 확대를 추진할 필요가 있음.

### ③ 사외 교육 및 연수

#### ▣ 차세대 영상 그래픽 연출 기획 심화 교육(SIGGRAPH 2019)

- 7/27~8/2 한국전파방송통신교육원(RAPA)에서 주관한 방송 현업인들을 위한 실무자 교육
- 세계 컴퓨터 그래픽스 컨퍼런스 및 전시회인 'SIGGRAPH 2019'에 참관.
- Dolby, Sony DMPC 등 할리우드 스튜디오를 방문하여 심화 교육 수행.
- 제작에 적극 활용할 수 있는 최신 특수영상 컴퓨터 그래픽 및 시각효과(VFX) 관련 트렌드 파악
- 할리우드의 우수한 제작 경험 공유

### ④ 제작기술 프로덕션 공유 수익 사업

#### ▣ TV-1호 중계차 임대

- WKBL 한국여자프로농구 방송 중계에 중계차를 임대함. 임차사는 (주)케이비에스엔(KBSN)임.
- 임대 장비는 TV-1호 대형 중계차 및 슈퍼슬로모션 장비임. 2019/10/30~2020/3/18 기간 중 총 41회 임대함.
- 임대 수입은 약 1억7천만 원(부가세별도)임.

#### ▣ TV-4호 중계차 임대

##### ○ 실적

- <UFC 파이트 나이트 부산>에 임대함. 임차사는 (주)스포티비임.
- 임대 장비는 TV-4호 중계차 및 중계 장비임. 임대 기간은 2019/12/15~2019/12/22임.
- 임대 수입은 약 2억 원(부가세별도)임.

▣ KBS홀, KBS아트홀

- 외부 대관을 통한 수익 사업을 시행함.

· KBS홀/KBS아트홀 운용 현황(단위 : 일)

구분	전체 운영 일수	운영 일수 구분		
		내부대관	외부대관	정기보수(안전점검)
KBS홀	268	127	111	30
KBS아트홀	215	103	112	.

· KBS홀/KBS아트홀 외부대관 수입 현황(단위 : 천 원)

	총 계	KBS홀	KBS아트홀
수입 현황	1,424,287	1,242,181	182,106

※ 내부대관 : KBS TV·라디오 프로그램제작

※ 외부대관 : 외부공연 수익사업

## 4. 콘텐츠 제작기술 역량 강화

### 1) 프로그램 품질 고도화

#### (1) 국가적 대형행사 중계방송 제작

##### ① 국내외 대형 이벤트 중계방송 제작

###### ▣ 제2차 북미정상회담(2019/2/27~2/28)

- 베트남 하노이 현지 야외 스튜디오를 설치하고 운영.
- 회담 기간 내 20시간 가량의 생방송 및 뉴스 제작에 참여. 현지 MNG<sup>29)</sup> 및 해외지국과 연결하여 방송.

29) Mobile News Gathering, 방송용 카메라 등으로 취재한 영상물을 LTE와 같은 무선 통신망으로 전송할 수 있는 장비. 기동성이 좋아 재난 재해와 긴급 보도 등 사건 현장에서 주로 활용

- 보도기술국, 중계기술국 협업 체계를 구축.

<그림 6-2> 대형 이벤트 중계방송



▣ 제100주년 3.1절 기념식 중계, 특집 프로그램 제작

- 3.1절 기념식에 본사(TV-2, 8호 중계차) 및 지역(TV-광주 중계차), KBS 항공1호기를 동원하여 3.1운동 재연 장면 중계.
- 3.1절 전야제(천안독립기념관)에 TV-4호 중계차 및 와이어캠(Wire Cam), RF Cam(무선 카메라) 등의 특수 장비를 동원하여 방송.
- 3.1절 특집 뉴스9(근대역사박물관) : TV-6호 중계차 및 VR밴(그래픽엔진을 탑재한 이동 차량)을 활용하여, 옛 조선총독부 건물을 증강현실 그래픽으로 재현.

<그림 6-3> 제 100주년 3.1절 기념식 제작



#### ■ 임시정부 수립 100주년 기념 음악회 및 상하이 특집 뉴스9

- 2019/4/2 <열린음악회> (녹화, 서대문형무소), 2019/4/11 <아리랑대축제> (녹화, KBS 홀), 2019/4/11 상하이 특집 <뉴스광장>, <뉴스9> 등.
- 상하이 특집 <뉴스광장>, <뉴스9>는 상하이 현지 오픈스튜디오를 설치하고 운영하였으며, VR360<sup>30)</sup> 카메라 설치하여 <뉴스9> 제작 시간 동안 인터넷 스트리밍 서비스 제공. 현지 인프라를 고려하여 MNG를 방송 송출 주회선으로 사용하였으며 이는 방송 최초 사례임.

#### ■ 제100회 전국체육대회 및 제39회 전국장애인체육대회 중계

- 제100회 전국체육대회(2019/10/4~10/10, 서울)에서 개·폐회식 및 주요 경기 UHD/HD 방송 실시.
  - KBS중계차 7대(본사, 지역), 항공헬기1대, 슬로우모션, 무선카메라 등 최첨단 장비 동원했으며, 중계제작 기술인력 43명(본사30, 지역13) 참여.
- 제39회 전국장애인체육대회(2019/10/15~10/19, 서울)에서는 개·폐회식 및 주요 경기를 UHD/HD로 방송했으며, 본사 중계차 3대, 제작기술 인력 15명 참여.

#### ■ 한·아세안/한·메콩 특별정상회의 주관방송 운영

- 2019/11/25~11/27에 개최된 2019 한·아세안특별정상회의 및 한·메콩정상회의에서 주관방송 역할 수행.
- 참가국은 브루나이, 캄보디아, 인도네시아, 라오스, 미얀마, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남.
- 중계차8대(본사3, 지역5), 항공헬기, 이동1호차, 방송센터 등 참여했으며, 제작·기술인력 60명(본사 37, 지역 23) 참여.

30) Virtual Reality 360, 가상 현실을 현실 세계와 똑같이 360도 전방위로 볼 수 있는 영상

〈표 6-14〉 한·아세안/한·메콩 특별정상회의 주관방송 수행 내역

중계차	행사	일시	장소	비고
TV-5호	정상회의	11.24. ~ 11.28.	벡스코 컨벤션홀	국제신호
TV-2호	아세안 판타지아 (전야 음악회)	11.24. 18:00	창원 경륜장	헬기
TV-6호 TV-강릉	환영만찬 & 문화 행사	11.25. 18:00	부산 힐튼호텔	
TV-광주	Culture Summit	11.25. 11:00	벡스코 제2전시장 3층	
TV-대전	MPC 브리핑	11.24. ~ 11.27.	벡스코 제1전시장 3홀	
TV-부산	한·메콩정상회의	11.27.	누리마루	
TV-전주	MPC KBS UNI 뉴스	11.24. ~ 11.27.	벡스코 제1전시장 3홀	
방송센터	MPC 국제신호 제작	11.24. ~ 11.27.	벡스코 제1전시장 3홀	국제신호

## ② 2020년 도쿄올림픽 방송 준비

### ▣ 도쿄올림픽 방송 방향 수립

#### ○ 목적

- 1, 2TV HD로 기본 제작, 일부 종목은 UHD로 제작. 이를 위해 도쿄 방송센터 UHD 최소 방향으로 구축.

#### ○ 경과

- 방송센터 구축 방안을 유관부서와 논의. 기술기획부, 장비관리부, 중계기술국, 스포츠국, 예산부, 2TV편성부와 협의.
- 부서협의를 통해 도쿄올림픽 방송센터 구축을 위한 신규 구매 장비 내역 확정. HD 및 12G-SDI 기반 UHD 방송 장비를 활용하기로 함.

### ▣ 방송센터 구축 준비

#### ○ 목적

- 도쿄 방송센터 공간의 도면 설계 및 부킹 등 준비.

○ 경과

- 2019/7/28~7/31에 WBM(World Broadcaster Meeting)에서 최종 국제신호 제작 계획 관련 주관방송사 OBS 프리젠테이션 참석, IBC(국제방송센터), 주경기장 등 주요 시설 답사.

○ 실적

- 방송센터 공간(800m<sup>2</sup>) 설계 및 도면을 제출하고 청약 완료, VandA(Video and Audio) 패키지 청약 완료.  
 - 코멘터리 장소 6곳, 골프 믹스드존, 통신회선 청약 등 완료. 도쿄방송센터 ↔ KBS 구간 통신사업자 선정 완료.

(2) 후반제작 워크플로우 개선 및 신기술 적용

① 방송 음향 후반제작 워크플로우 개선

▣ 방송표준음량(라우드니스) 우회 시스템 활용 방송/OTT 음질 향상

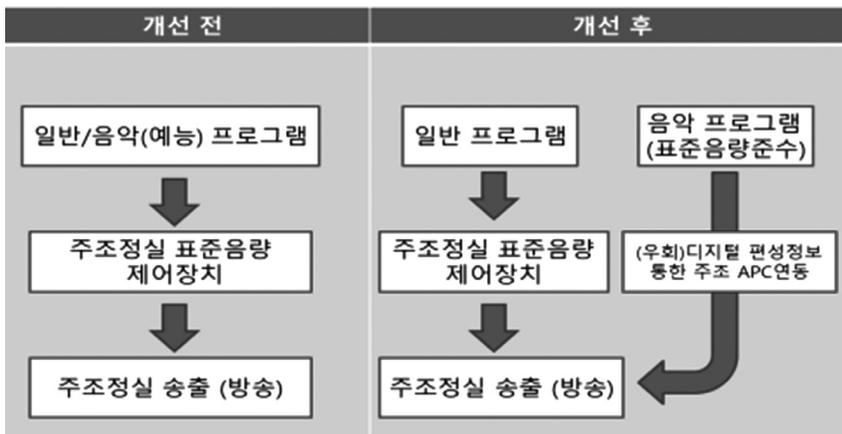
○ 목적

- 방송표준음량 우회 시스템을 기획하고, 제안.

○ 실적

- 사운드마스터링 등 표준음량 제작 과정을 준수한 프로그램은 자동 음량제어 장치의 영향 없이 송출 가능하도록 주조정실 APC 연동 우회 시스템을 마련함.  
 - 비표준 음량 제작물은 규정 준수를 위해 기존과 동일하게 음량 제어장치를 적용함.

<그림 6-4> 방송표준음량(라우드니스) 우회 시스템 구축 효과



- 음악(예능)프로그램 순차적 적용 확대해야 하며, 향후 비표준화된 콘텐츠OTT(myK, WAVE, Youtube등)의 음향 품질 개선 방안 마련도 필요함.

② 후반제작 가상그래픽 제작에 신기술 적용

▣ 게임엔진을 이용한 프로그램 제작 역량 강화

○ 목적

- 진화하는 그래픽엔진을 가상그래픽 콘텐츠 제작에 활용하여 실사에 가까운 고품질 그래픽 구현.

○ 실적

- 게임엔진을 제작에 활용하기 위한 자체 연구 및 제작 인력 교육 실시. 인재개발원 워러닝 교육으로 ‘언리얼’ 제작방법을 11회에 걸쳐 집중 연구함.
- 다큐멘터리 <걸레 성자 손정도> <다큐 인사이드> <KBS 스페셜> 등 게임엔진을 활용하여 드라마 실사 세트 수준의 합성 장면을 구현함.

<그림 6-5> <걸레성자 손정도> 제작 장면



- 게임엔진을 방송 제작에 활용할 수 있는 방법 관련 연구를 지속해야 함. 게임에 비해 제작 시간이 짧은 방송 환경에 적용할 수 있는 방법 연구가 필요함.
- 인력 및 리소스(작업 장비, 장소) 보강이 필요하며, 테크니컬 슈퍼바이저 역할을 할 내부 전문가 양성이 필요함.
- 게임 개발, 테크니컬 아티스트<sup>31)</sup> 분야에서 경험이 있는 경력직을 충원하여 기존 인력과의

31)TA(Technical Artist) : 컴퓨터 그래픽 제작에 있어 기술적인 부분(네트워크, 알고리즘, 코딩, 하드웨어)과 예술적인 부분을 망라하는 융합형 인재로서, 두 속성을 완벽하게 이해하여 방송 제작 업무의 흐름을 이어주는 역할 담당

협업을 통해 시너지 유발이 필요함. 또한 게임엔진과 스튜디오 카메라를 연동하기 위한 시스템 보강도 필요함.

### (3) 콘텐츠 제작 현황

#### ① TV 프로그램 제작

##### ■ HD 프로그램 제작

##### ○ 제작 실적

- 스튜디오 제작은 데일리 생방송 6편, 위클리 생방송 3편 포함 주간 70여 편 내외임.
- KBS홀, KBS아트홀 제작은 <열린음악회>, <KBS연기대상> 등 연간 160여 회임.

대상	연간 사용실적 (회)	연간 사용실적 (분)	비고
본관 TS-1	248	2301	여유만만, 진품명품 등
본관 TS-2	285	2159	아침마당, 일요진단 등
본관 TS-3	212	1926	연예가중계, 이웃집 찰스 등
본관 TS-4	253	2225	우리말 겨루기, 세계는 지금 등
본관 TS-5	496	3960	생생정보, 아침이 좋다
신관 TS-11	16	127	사랑의 가족, 바둑왕전 등
신관 TS-13	178	1560	더 라이브, 꿀잼 퀴즈방 등
신관 TS-14	242	1914	6시 내고향
신관 TS-15	209	1336	불후의 명곡, 뮤직뱅크 등
별관 TS-A	278	2279	비켜라 운명아, 여름아 부탁해 등
별관 TS-C	324	3961	우아한 모녀, 해피투게더 등
별관 TS-D	279	3234	가요무대, 노래가 좋아 등
LS-1(본관)	321	2882	뮤직뱅크, 유희열 스케치북 등
LS-A(별관)	72	650	가요무대, 국악한마당 등

## ○ 종합편집실 운영

- 뉴스를 제외한 교양, 다큐, 예능, 드라마 등 전 장르의 프로그램을 편집함. 하이브리드 편집실 20개소에서 주당 110편의 프로그램을 제작 편집함. NPS 마스터링 6개소에서 30여 편의 프로그램 마스터링 작업을 실시함.

대상	연간 사용실적 (회)	연간 사용실적 (분)	비고
본사 편집-1(본관)	551	1802	살림하는 남자들, 연예가 중계 등
본사 편집-2(본관)	445	1323	특집 다큐, 슈퍼맨이 돌아왔다 등
본사 편집-3(본관)	576	1638	추적 60분, 시청자 데스크 등
본사 편집-4(본관)	404	1346	거리의 만찬, 살림하는 남자들 등
본사 편집-7(본관)	491	1570	우리말 겨루기, 살림하는 남자들 등
본사 편집-9(본관)	2	18	캠페인 및 스포츠 등
본사 편집-5(본관)	734	1980	슈퍼맨이 돌아왔다, 도전, 골든벨 등
본사 편집-8(본관)	831	2595	오늘밤 김제동, 아침이 좋다 등
본사 편집-6(본관)	564	1535	다큐멘터리 3일, 독립영화관 등
본사 편집-11(신관)	275	2082	여유만만 등
본사 편집-12(신관)	247	1757	걸어서 세계속으로 등
본사 편집-13(신관)	278	1497	열린음악회, 무엇이든 등
본사 편집-A(별관)	337	2424	너의 노래를 들려줘 등
본사 편집-B(별관)	464	2465	여름아 부탁해 등
본사 편집-C(별관)	226	1997	저스티스 등
본사 편집-14(신관)	441	1128	제보자들, 다큐 공감 등
본사 편집-15(신관)	270	875	베짱이, 시노스톤 등
DI-11(신관)	285	2266	여유만만 등

○ SMR(사운드마스터링)

- 7개 시설에서 음악프로그램, 드라마 위주로 주당 50여 편의 프로그램 사운드 마스터링 작업을 실시함.

대상	연간 사용실적 (회)	연간 사용실적 (분)	비고
SMR-11	324	2574	살림하는남자들, 시사기획 창 등
SMR-12	319	1788	TV쇼 진품명품, 도전, 골든벨 등
SMR-13	373	1799	시청자데스크, TV 사랑을 신고 등
SMR-14	402	2636	유희열의 스케치북, 립영화관 등
SMR-15	471	2017	6시 내고향, 즐거운 챔피언 등
SMR-A	257	2211	태양의 계절, 여름야 부탁해 등
SMR-B	235	1869	가요무대, 태양의 계절 등
SMR-C	104	801	닥터 프리즈너, 가요무대 등
SMR-D	1	9	가요무대 등
믹스다운실(신관B1)	180	2116	불후의 명곡, 가요무대 등

② 라디오 프로그램 제작 실적

■ 매체별 생방송 제작 실적(단위:시간)

- 라디오 매체별 생방송 제작실적은 다음의 표와 같음.

<표 6-15> 라디오 매체별 생방송 제작실적

매체	생방송		주당 생방송	제작건수		주요프로그램
	평일	주말		평일	주말	
1라디오	19.5	19.5	136.5	20	15	· 김경래의 최강시사 · 김용민 라이브 · KBS 열린토론 등
2라디오	17.5		87.5	9		· 김선근의 럭키세븐 · 임백천의 골든 팝스 · 김원준의 라디오스타 등

3라디오	7		35	7		· 함께하는 세상만들기 · 오늘의 신문 · 강원래의 노래선물 등
1FM	13		65	8		· 김미숙의 가정음악 · KBS 음악실 · 세상의 모든 음악 등
2FM	19	13	121	10	8	· FM 대행진 · 정은지의 가요광장 · 강한나의 볼륨을 높여요 등
한민족방송						
국제방송	2		10	1		· 박정현의 One Fine Day

■ 녹음 제작 실적

– 라디오 매체별 녹음방송 제작실적은 다음의 표와 같음.

〈표 6-16〉 라디오 매체별 녹음방송 제작실적

리소스	제작시간	제작건수	리소스	제작시간	제작건수
RS-1	2,184	988	RS-14	2,340	1,300
RS-2	1,768	832	RS-15	1,768	364
RS-3	2,080	676	STUDIO16	2,491.1	250
RS-4	1,560	1,300	RS-17	1,404	624
RS-5	1,040	988	RS-20	1,690	884
RS-6	2,080	624	RS-B101	1,300	624
RS-7	2,080	520	RS-401	1,976	728
RS-8	1,248	572	RS-402	728	572
RS-9	1,716	572	RS-403	2,080	1,612
RS-10	2,964	1,456	RS-404	1,872	1,664
RS-11	2,652	1,352	RS-405	2,340	260
RS-12	3,744	1,872	RS-406	2,340	1,352
RS-13	2,340	1,404	Mixdown Room1	633	91
<b>총계</b>	<b>27,456</b>	<b>13,156</b>	<b>총계</b>	<b>22,962.1</b>	<b>10,325</b>

#### ■ 국제방송 송출 현황

- 11개 언어(우리말, 아랍어, 중국어, 영어, 프랑스어, 독일어, 러시아어, 인도네시아어, 일본어, 스페인어, 베트남어)로 방송을 실시함.
- 프로그램 수는 133개이고, 주당 송출 시간은 62.5 시간임.

### ③ 해외 현지 공연 및 이벤트 제작

#### ■ <뮤직뱅크인홍콩> 해외 공연

- 1/17~1/20 홍콩 아시아 월드엑스포 아레나에서 중계기술국 기술감독, 음향감독, 시스템감독, 조명감독 4명이 제작에 참여.
- 1/20일 19:00에 녹화하여 2/23일 10:45에 “뮤직뱅크 인 홍콩” 방송.
- 현지 중계차를 임차하고, 카메라 10대를 사용하여 PGM, ISO 등 총 12개 신호 녹화.
- KBS 월드를 통해 117개국으로 방송되는 문화 교류 콘서트 사업으로 한국을 대표하는 최고의 아티스트들인 트와이스, 에일리, FT아일랜드, 몬스타엑스 등이 출연해 화려한 무대를 선사하여 현지 팬들의 폭발적인 반응을 얻음.

#### ■ <불후의명곡> 400회 특집 일본 공연 제작

- 일본 치바시 마쿠하리메세 컨벤션에서 4월4일 1회(13:30), 2회(18:30) 총 2회분 녹화
- 중계기술국 기술감독, 음향감독, 조명감독, 시스템감독 5명의 스태프가 제작에 참여 하였으며, 현지 중계차를 임차하고, 카메라 8대를 사용하여 PGM 및 ISO 8개 신호를 파일로 녹화.
- 불후의명곡 400회를 맞아 일본 교포들의 한·일간 문화교류를 위해 일본 특집편으로 제작.
- 1회는 “아모르파티”의 김연자와 후배가수들이 출연했고, 2회는 일본인이 좋아하는 한국가요 특집으로 진행하여 한·일 관계 개선에 기여함.

## 2) 뉴스 제작기술 역량 강화

### (1) 뉴스 제작 경쟁력 강화

#### ■ 뉴스 및 특보, 특집뉴스 제작 실적

- 1, 2TV(주중) 뉴스는 하루 14개 프로그램 555분 제작.
- 1TV는 하루 9개 프로그램 410분 방송. 24시간 편성의 28.5% 담당.
- 2TV는 하루 5개 프로그램 145분 방송. 21시간 편성의 11.5% 담당.
- 1, 2TV 주말, 휴일 뉴스는 8개 프로그램 310분 제작.
- 뉴스 특보·속보 180건, 특집뉴스 38건 등 총 212시간 제작. 한미·북미 정상회담, 고성 산불 재난방송, 헝가리 유람선 침몰 등 제작.
- 시사프로그램 및 스포츠 사전 녹화 등 수시 진행.

■ 모바일 방송 참여 시스템 확대 구축

○ 목적

- 접근성이 좋은 카카오톡 기반의 모바일 방송 참여 시스템 구축.

○ 경과

- 수신서버 2식 설치로 동시 2개의 페이스북 연결이 가능한 시스템 구축.
- 현장 참여에 필요한 스튜디오 영상, 음성 신호 제공 가능.

○ 실적

- 2019년 5월, 칸 영화제 '기생충' 황금종려상 수상 관련 페이스북 연결하여 제작.
- 2019년 9월, 美 플로리다 태풍 상륙 관련 페이스북 연결하여 제작.

■ 모바일 인터컴 도입

- 현장 취재용 모바일 인터컴 시스템(V-link) 22포트 도입 및 제작.
- 뉴스 부조정실과 취재 현장 사이에 양방향 소통 가능하여 재난재해 속보, 대형 이벤트 등에 안정적 활용 가능.
- 스마트폰 App 기반 시스템으로 사용 편의성을 증대하였고, 사용자 중심의 UI를 구성하여 방송 활용함.

■ MNG(Mobile News Gathering) 도입 확대

○ 목적

- 대형 이벤트 빈발하는 상황에서 현장성 강화 요구에 대응하고, 해외 긴급 출장 시 활용 (MNG 입차 비용 절감 가능).

#### ○ 실적

- 본사에 5식을 추가 도입하였고, 해외지국에 9식을 도입함. 주요 3개 지국(워싱턴, 베이징, 도쿄)에서는 MNG와 전용회선을 병행하도록 하였고, 나머지 6개 해외지국은 전용회선 해지 후 MNG로 대체함.
- 지역(총)국에 18식을 도입 계획임. 2019년 9식을 도입하였고, 2020년 1분기 내 잔여 9식 도입 예정임. 지역(총)국의 MNG 영상을 본사에서 직접 수신 가능하도록 시스템 설계함.

#### ■ BGAN<sup>32)</sup> 성능 개선

##### ○ 목적

- 유무선 통신망 활용이 불가능한 재난 발생 시 2대의 장비를 채널 본딩<sup>33)</sup>하여 화질 및 안정성 개선.

##### ○ 실적

- 북미 하노이 정상회담(2019/2월) 긴급 출장 시 MNG(무선망 활용) 백업 장비로 활용.

#### ■ 재난방송 모의훈련 실시

##### ○ 목적

- 재난상황(태풍, 홍수, 미세먼지 경보 등)을 가정한 뉴스특보 및 돌발 상황에 대비해 KBS 재난방송의 대처 능력 점검.

##### ○ 실적

- 재난 관련 리소스 활용성을 검증함. 모바일 방송시스템(페이스톡, 스카이프 등)을 활용하여 방송 참여. MNG와 드론을 활용한 비디오, 오디오 전송 시험 실시. 또한 재난방송센터 비디오월 및 터치스크린 활용한 재난방송 리허설 실시.

32) Broadband Global Area Network : Inmarsat(위성) 시스템을 이용한 광대역 고속 회선 통신망으로 지상 통신망이 개설되지 않은 극지, 오지 등에서 통신이 가능함

33) BGAN 1대 단독 사용 시, 최대 전송속도는 650Kbps 정도이나 2대를 채널 본딩하여 동시 활용 시, 최대 1.3Mbps(HD급)의 전송속도 확보가 가능함 (실제 테스트에서 1Mbps 내외의 전송속도 확인)

## (2) 뉴스스튜디오 제작 시스템 고도화

### ▣ 뉴스 스튜디오 비디오월, AR<sup>34)</sup> /VR<sup>35)</sup> 활용 확대

- 2차 북미회담, 헝가리 유람선 침몰 등 뉴스특보 제작 시, 비디오월을 확대 활용하여 뉴스 전달력을 제고함.
- 다양한 영상소스(중계차, MNG 등)를 비디오월에 분할 화면 형태로 표출하여 독창적인 영상을 연출하고 현장감을 제고함.
- 터치스크린과 비디오월을 연계하여 보다 자연스러운 뉴스 진행이 가능하고, 다양한 정보를 제공함.
- 타이틀 및 스튜디오 폴샷에 증강현실 그래픽을 적극 활용하여 타사 대비 차별화된 영상을 구현함.

### ▣ 비디오월 활용성 극대화를 위한 이미지 매니저 도입

- 비디오월과 이미지 효과 관련한 포맷을 개발하고 현업에 적용함.
- 해외지국과 같은 외부 소스의 다윈 연결을 위해 비디오월 다분할 화면 구현 및 활용.
- NS-2 13×2 대화면 DLP를 입체적으로 활용할 수 있는 그래픽 표출 포맷을 개발하고 적용함.
- 비디오월의 이미지가 최상의 품질로 표현될 수 있도록, 인물 피부톤에 따른 이미지 색상 조정 등의 프로세스를 현업에 적용 가능하도록 연구함.
- 기존 업무의 직무 확장 및 고도화(직무 전문성 부여)에 기여함.
- 이미지 프로세서 교체 시점 도래에 따른 차세대 프로세서 도입 관련 자료 조사와 워크플로우 개선 가능성 등을 연구함.
- 기존 단순 오퍼레이팅에 국한되었던 비디오월 운용 업무를 비디오월 운용 전반을 기획, 디자인하는 업무로 확장하여 고도화, 전문화를 지향함.

34) Augmented Reality : 증강현실, 사용자가 눈으로 보는 현실 세계에 3차원의 가상 이미지를 겹쳐 보여주는 기술

35) Virtual Reality : 가상현실, 실제와 유사하지만 실체가 아닌 어떤 특정한 환경 혹은 기술

〈그림 6-6〉 뉴스스튜디오 제작 시스템 고도화



[터치스크린과 비디오월 연계]



[AR 그래픽 표출(상단 중앙)]



[NS-2 13×2 대화면 DLP를 입체적으로 활용한 외부소스(해외지국 등) 다원 연결 포맷 개발]

## 5. 평가와 제언

### 1) 평가

#### (1) 잘한점

- 40개의 국가적 재난 및 다양한 방송재난에 대비한 도상훈련을 주기적으로 실시하여 재난 방송주관사로의 역할을 충실히 이행하였음.
- 노후된 중파송신시설 교체 시 기술발전을 반영하지 않은 기술기준을 변경하고 예산을 절감하였음. 타방송시설의 교체 시에도 이와 같이 기술기준의 변경이 필요하다면 적극적으로 추진할 필요가 있음.
- 방송기술 미래선도 T/F를 구성하고 운영함으로써 현업과의 긴밀하고 유기적인 협력을 통해 차세대 미디어기술을 적극적으로 도입하려고 노력함.
- 최적화된 UHD방송망 구축을 위해 국책과제로 관련 기술을 개발하고 적용함으로써 난시청 지역을 최소화하고 UHD모바일과 같은 새로운 서비스에 대응할 수 있게 됨.

- 풀파일 방송시스템의 걸림돌인 광고 분리를 95%까지 끌어 올림으로써 시간과 예산을 절감하고 유연한 광고 삽입이 가능해져 KBS 수익 향상 기반을 마련함.
- 규제기관의 소극적인 대응으로 UHD모바일 도입이 난항을 겪고 있지만 이는 UHD의 성패를 가름할 정도로 중요한 서비스로 인식하고 대처하고 있다고 판단됨. 향후 서비스도입을 위해 전사적 역량을 기울일 필요가 있음.

## (2) 부족한 점

- 풀파일 기반의 방송제작/송출 시설이 본사, 부산에서 구축되어 완전한 디지털방송 서비스 기반을 갖추고 있으나, 이곳을 제외한 지역국은 아직 요원한 상태로 같은 수신료를 내는 지역국의 시청자들이 차별대우를 받는 점을 감안하여 조속한 시일 내에 나머지 지역국의 풀파일화를 서두를 필요가 있음.
- 풀파일화, OTT 활성화 등 디지털 서비스로 진화하는 과정에서 기존 인력의 100% 활용을 위해 교육이 필수이나 KBS재정여건상 적극적으로 이루어지지 않고 있다고 사료됨.
- 5G, 인공지능 기술의 현업 도입 실적이 부족함. 추후 이에 대한 대비책을 마련할 필요가 있음.
- 3개 분과로 이뤄진 방송기술 미래선도 T/F에서 논의된 항목들이 가성비, 편익분석 등을 거쳐 방송현업에 조속히 반영될 수 있도록 노력이 필요함.

## 2) 제언

- 지상파플랫폼은 과거 지상파가 거의 유일한 방송미디어였던 시절의 온갖 규제에 묶여 미디어 지형이 바뀐 현재 역차별 환경 속에서 고사하고 있음. 지상파플랫폼에 대한 규제를 완화하고 지상파 방송기술 발전의 수혜를 시청자에게 확대했던 미국, 유럽, 일본과 달리 국내 지상파플랫폼은 기술발전의 장점들이 규제로 묶여서 시청자에게 충분한 수혜를 제공할 수 없음. 타 미디어 플랫폼 대비 과도한 규제와 역차별의 불공정한 환경이 이제는 전면적으로 철폐되어야 함.
- 방송통신위원회는 UHD의 '2K'를 부가서비스가 아닌 부가채널로 보고 불허 태도를 고수 중임(부가서비스 : 수중계, 부가채널 : 별도 편성)을 고려해 이에 대한 대책 마련이 필요함.
  - UHD 모바일은 4K UHD에 대한 수신보조 관계이지만, 방송통신위원회는 이를 별도의 이동

방송으로 판단해 지상파 DMB와의 관계 정립 후에 이동방송 정책을 수립한다는 입장임.

- 기술혁신 초기 도입 단계에 불과한 UHD 모바일 서비스에 대해서 성숙된 산업 기준의 과도한 규제를 초기부터 도입하려는 방송통신위원회의 정책은 여전히 기술혁신과 기술 발전에 역행하는 규제중심의 관점에 매몰되어 있음을 보여줌. 따라서, UHD모바일과 같은 신규 기술혁신 서비스에 대해서는 진입규제를 최소화하고, 진입을 허용하고, 일정 수준의 시장/산업 영향력이 도출되었을 때 시장/산업에 대한 영향을 확인한 후, 규제정책이 수립되어야 함. 또한, UHD모바일 서비스는 기존 지상파 DMB 서비스도 수용 가능하므로 순차적 전환 등 다양한 정책방안도 고려될 수 있으므로 UHD모바일 서비스의 선도 입 후규제 추진이 합당함.
- 그동안 제작기술 인력은 퇴직자를 대체하는 신규 충원 대신 퇴직자 재고용, 연봉계약직 채용 등 효율적 인력 운용을 위해 노력해 왔음. 그러나 주52시간 근무제의 전면 시행과 프로그램 제작 현장에서 OTT 서비스가 확대되면서 새로운 직무로 인한 인력 충원 수요가 발생하고 있음. 고품질 프로그램 제작 경쟁력을 지속적으로 확보하면서 제작 현장의 IT 기반 워크플로우 및 새로운 기술 접목을 통한 뉴미디어 서비스 제공을 위해 퇴직자를 대체하는 신규 인력의 충원이 요구됨.
- 2011년 도입한 TV-대전중계차를 2017년 개조하여 현재 카메라 10대 규모의 UHD 중계차로 활용하고 있으나, 제작공간이 협소하고 장비의 추가 탑재가 불가능하여 대형 스포츠 프로그램 및 야외 행사 중계에 어려움이 많음. UHD 활성화 정책에 부응하고 국가 주요 행사 및 대형 야외 중계에 유연하게 대응하기 위해서는 UHD 중계차의 신규 도입이 필요함.
- UHD 모바일, 5G, 인공지능과 같은 최첨단 기술을 방송에 도입할 수 있는 시설투자가 필요하며, 이를 위해 외부기관과 협력하고 투자를 적극 유치하여 부가수익으로 연결할 수 있는 아이디어 발굴이 필요함.
- 2019년 동해안 산불, 태풍, 그리고 미증유의 코로나-19로 인한 국가 재난과 위기 상황에서 공영방송 KBS의 재난방송 역할이 더욱 중요해지고 있음. 재난방송센터의 확장과 보완이 필수적으로 이루어져야 함은 물론이고, AI 등을 이용하여 심야 및 휴일에 발생하는 각종 재난에도 상시 대비할 필요가 있음. 현재 EBS에서 시행하는 MMS방송을 KBS1 채널(9-2 사회안전 재난채널) 형태로 적극적으로 도입을 검토할 필요가 있음.

## 제7장 | 기타 KBS의 발전과 경영개선 사항

### 1. 공영방송의 윤리

#### 1) 국가기간방송의 윤리 확립과 제고

(1) 공영방송의 정체성과 기능, 책임성에 맞는 제반 규정(윤리강령 포함)과 제도 정비

##### ① KBS의 관련 규정

- KBS윤리강령, KBS방송강령, KBS윤리위원회규정, KBS재난보도준칙
- 윤리강령 세부시행기준, 청탁금지법 관련 업무처리지침
- 비상관리 핸드북, 청탁금지법 유의사항 안내(2019년)

##### ② 방송심의 추진내용

- [심의지적평정위원회]와 [방송언어심의위원회]를 통해 방송사고 예방과 재발 방지에 기여
- [뮤직비디오심의위원회]와 [가요심의위원회]를 통해 년 약 550여 편의 뮤직비디오, 약 12,000편의 가요심의 실시
- [방송출연규제심사위원회]를 통해 물의를 일으킨 연예인 등을 출연정지 시키는 등 윤리 강화를 위해 노력

##### ③ 방송심의 실적

- 「방송법과 방송심의에 관한 규정」에 근거, 생방송을 제외한 1TV, 2TV, 1R, 2R, 1FM, 2FM, 한민족방송 등 KBS 모든 채널 프로그램을 24시간 사전 심의함.
- 방송법에 따라 뉴스 등 생방송 프로그램은 제작진 책임 하에 위임심의가 원칙이나 뉴스의 중요성과 객관 공정성을 위해 <뉴스7>, <뉴스9>, <생방송 심야토론>, <뮤직뱅크>는 사후 심의를 진행, 제작진에게 제공.
- 보도시사의 공정성을 위한 장치로 제작부서가 아닌 심의실에서는 다수의 심의위원이 집중

심의하는 ‘다중심의’ 제도를 운영하여 그 결과를 제작진에게 제공하여 참고하게 함.

- 방심위 전문위원 특강 개최(2019.10.30.).

**(2) 공영방송인의 윤리 관련 교육 실적과 성과**

- 청탁금지법에 근거한 법정교육을 청렴교육으로 특화하여 다양한 과정을 개설하여 실시 함. 전 직원 대상 이러닝, 직급별 승진자 대상으로 한 기본교육내 청렴특강 등을 운영함.

〈표 7-1〉 청렴교육 실적

구분	일정	인원	횟수	비고
청렴교육 기본연수 특강	직급별 기본교육 일정	149명	7	승진예정자 (2급~6직급)
청렴교육 신입사원 특강	신입사원 교육기간 중	386명	8	신입·경력사원, 직무전환자
청렴교육 직무전환자 특강	08.19~08.21	11명	1	직무전환자
청렴교육 이러닝	10.01~10.11, 10.24~10.31	3,860명	2	임직원 전체

**(3) 감사활동 활성화(감사 종류별 실적)**

**① 일반감사**

- 종합감사 성격. 일반감사 실시주기(3년) 및 장기 미수감부서 등을 고려하여 실시. 업무전반을 감사 대상으로 하나 업무효율성 제고를 위해 핵심 업무 중심 점검  
 - 2019년 상반기에는 업무재정비를 이유로 일반감사를 실시하지 않고 하반기에 총 8건의 일반감사를 실시하여, 징계 2건, 시정 68건, 주의 53건, 개선 16건, 통보 40건 등 총 181건을 감사처분하고 약 1.8억 원을 회수함.

**② 복무감사**

- 공영방송인으로서 복무자세 확립을 위해 비위행위 등에 엄정한 감사 실시민원사항 및 사건사고에 대처, 조직 내 복무기강 확립에 기여

- 2019년 중 총 21건의 복무감사를 실시하여, 징계 14건, 시정 7건, 주의 14건, 개선 2건, 통보 20건 등 총 57건을 감사처분하고 약 6,600만 원을 회수함.

### ③ 일상감사

- 주요 사업에 대한 사전 점검을 통한 시행착오 예방 및 사업 위험 최소화 목적. 사업 타당성, 사업 효과 분석을 통해 예산낭비 소지 차단 및 효율성 점검.
- 2019년 중 총 1,995건의 일상감사를 실시하여, 422건을 지적하고 146건 약 8억 8,000만 원의 예산을 감액 조정하였음.

## 2) 직원 청렴도 제고 노력 정도

### (1) 부패 관련 사건 발생 현황 및 처리 실적

#### ① 청탁금지법 관련 실적 및 징계 유형별 처분 건수

- 청탁금지법 관련 징계 유형별 처분 건수는 해임 1건, 징계심의 중 3건, 수사·재판 중 2건 등 총 6건임.

#### (2) 부패방지 제도 개선 및 예방조치 실적

- 청탁금지법 관련 상담 안내(유선, 메시지) : 488건
- 외부강의등 신고서 접수 처리 : 1,099건
- 사내 공지·안내문 시행 : 3회
  - 청탁금지법상 <외부강의 등> 활동 관련 유의사항 공지 (2019.7.5.)
  - 청탁금지법상 <외부강의 등> 신고 유의사항 안내 (2019.2.7.)
  - 청탁금지법 유의사항 안내 (2019.12.17)
- 임원 대상 청탁금지법 유의사항 안내 설명회 (2019.12.16. - 청탁방지담당관(감사실장))

〈표 7-2〉 청탁금지법 관련 교육(인재개발원 진행)

(단위: 명)

교육 운영 현황				교육방법 별 이수현황	
연간 2시간 이상 교육		신규자, 승진자 대면교육		일반강사 집합교육	사이버교육
대상자	이수자수 (중복 제외)	대상자	이수자수	이수자수	이수자수
5,196	3,952	560	535	542	3,860

## 2. 사회적 책임 이행

### 1) 청년 고용 실적

(1) 청년고용촉진특별법에 따른 공공기관의 미취업 청년 고용 비율 달성 계획 수립 여부 및 실적

#### ① 청년고용촉진특별법

○ 동법의 적용대상은 「공공기관의 운영에 관한 법률」에 따른 공공기관과 「지방공기업법」에 따른 지방공기업 중 대통령령으로 정하는 공공기관과 지방공기업임. 따라서 KBS는 법 적용대상이 아님.

○ 고용방법: 매년 각 공공기관과 지방공기업의 정원의 100분의 3 이상씩 청년 미취업자를 고용

#### ② 미취업 청년 고용 비율 달성 계획 수립 여부 및 실적

■ 신입직원 채용 축소: 대내·외 환경 변화 대응을 위한 채용 규모 산정

- 정년퇴직 및 안식년 등 인력감소 및 주 52시간 등 근로환경 변화 고려
- 지역국 활성화 및 기 추진 사업에 대한 신규 인력 충원
- 2019년 비상경영계획에 따라 2020년 정기 신입 공채 미실시

■ KBS 재정구조 악화로 인한 인건비 감축 필요성에 따라 2019년 하반기 신입사원 정기공채를 경력직원 수시공채로 축소 시행하였으며, 즉시 현업 투입이 필요한 법정 필수인력 및 KBS 정책 수행인력, 수익 직 결 직무의 경쟁력 제고를 위한 통합마케팅 등 광고전문인력 충원으로 업계 환경 변화에 대응하였음.

■ 2019년 상반기 신입사원 공개채용 실시

○선발 인원 : 총 32명(2019. 1. 1. 임용자 제외)

- 프로듀서(시사교양) : 11명
- 아나운서 : 6명(전국권 3명, 지역권 3명)
- 영상제작 : 9명
- 방송기술 : 6명

○지역국 활성화를 위한 노력의 일환으로 신입사원 공개채용을 실시하여 총 29명(전국권 아나운서 3명 제외)의 지역권 인력을 임용·배치함.

■ 2019년 경력사원 공개채용 실시

○선발 인원 : 총 27명(2019. 1. 1. 임용자 제외)

- 취재기자 : 11명(지역권 10명, 법조전문 1명)
- 촬영기자 : 3명
- 프로듀서 : 2명(예능 디지털콘텐츠)
- 기획행정 : 4명(광고 2명, 회계 1명, 부동산 1명)
- 디자인 : 3명(보도그래픽)
- 전기 : 3명
- 건축 : 1명

○필수 업무 결원 및 KBS 정책 수행인력 위주 경력 채용 실시

■ 2019년 특별채용 실시

○분야 : 광고마케팅

○배정 : 광고업계 환경 변화에 따른 통합마케팅 등 전문인력 충원 필요성 확대

- 선발 인원 : 총 2명(2019. 5. 22. 입사)
- 향후에도 공개채용 절차 및 KBS 채용조건 등을 고려할 때, 지원자 Pool 확보가 용이하지 않은 특정 직무영역의 전문가 채용 필요 시 특별채용 우선 검토

## 2) 이해관계자에 대한 책임 이행

### (1) 방송 내용에 대한 시청자의 이의 제기에 대한 독립적 사내 절차 마련 여부 및 실적

■ 시청자청원 운영 <http://petitions.kbs.co.kr/main.html>

○사업목적 : 시청자 의견수렴 창구 확대를 통한 시청자 권익 확대

○추진실적

- 시청자청원 1,257건 접수(성사 39건 / 책임부서장 답변 완료)

※ 성사 및 답변 기준: 동의 수 1,000명 이상

- 2019년 시청자청원 사이트 월평균 방문객은 35,007명(연 420,085명 방문)으로 2018년 월평균 방문객 23,579명 대비 48.5% 증가

○기대효과

- KBS 보도 및 프로그램, 경영 전반에 대한 시청자 의견 개선 창구를 확대하고 접근성을 높여 시청자권익 확대 및 열린 KBS 구현, 투명성 강화

■ 고충처리인 운영 <http://office.kbs.co.kr/gochung/>

○사업목적 : 시청자의 권익 보호와 방송으로 인한 피해 구제 활동

○추진실적

〈표 7-3〉 접수 및 처리 현황

(단위:건)

구분 월	고충처리 홈페이지	우편, 전화, 팩스	외부기관 (방통위, 인권위 등)	계
1			7	7
2	1		4	5
3	4		6	10
4	1		1	2
5	5		2	7
6	3			3
7	6			6
8	3		1	4
9	3			3
10	1		2	3
11			3	3
12	2			2
계	29		26	55

〈표 7-4〉 부문별 처리 현황

구분	제작부문(건)			비 제작부문(건)			총계
	편성	보도	프로그램 (TV, RADIO)	경영 (수신료, 시설)	수신기술 (난시청, IT)	기타	
건수	4	13	18	4	2	14	55

〈표 7-5〉 민원 내용별 처리 현황

구분	건
편성 제안	4
보도 취재요청(스포츠 포함)	0
공정성, 사실성, 객관성	3
진행(아나운서 언어 등)	1
정정요청(보도, 프로그램)	7
권리침해(초상권, 명예정보 등)	12
시청자만족(프로그램, 공개방송, 홈페이지)	22
난시청, 난청	2
경영(직원, 시설)	1
수신료	3
<b>계</b>	<b>55</b>

〈표 7-6〉 시청자권리보호소위 개최 및 시청자위원회 본회의 상정안건

월	안건내용
1	상정안건 없음
2	'오늘밤 김제동' 진행자 자격 논란에 대한 제작진 설명 요구
3	상정안건 없음
4	상정안건 없음
5	고성 산불 방송 관련 부실의 이유와 재난 방송 대책 요구 정준영 사태 관련, 1박 2일 존폐 여부와 재발방지 대책 요구
6	상정안건 없음
7	KBS 시사기획 창 '태양광..복마전 사업' 재방송 대체 편성 사유
8	프로그램 개편 시, 시청자 요구 실천 계획 여부에 대한 설명 요구
9	상정안건 없음
10	상정안건 없음
11	논란에 휩싸인 KBS 보도 및 프로그램의 문제 진단 및 대책에 대한 경영진의 입장 요구
12	상정안건 없음

○사업 효과

- 고충처리인 제도는 2019년에 시청자권익센터 내 고충처리 사이트나 상담실을 통해 제기한 불만과 고충 55건을 적극적이고 능동적으로 해결함으로써 시청자의 권익을 보호함은 물론 시청자 중심주의를 실천 수행함.
- 시청자의 고충과 불만사항에 대해서는 제작진 등 담당부서의 의견을 민원인에게 공식 문건으로 통지하고 사안에 따라 홈페이지에 제작진의 입장을 게시함.
- 고충이나 불만사항 중 주요 사안은 시청자권리보호소위원회를 통해 시청자위원회 본회의에 제기함으로써 관련부서의 해결책을 공식 촉구함은 물론, 재발방지 역할을 적극 수행함.

○시청자위원회 운영

- 매월 세 번째 목요일 정례회의를 통해 방송 편성과 프로그램, 심의 및 기타 시청자 권익보호와 침해구제 관련 위원들 의견 제시, 해당 부서 실국장 답변 형태로 진행
- 정례회의 뒤 회의록과 운영실적 작성해 KBS 홈페이지 공지, 코비스 자료실 등록, 방송통신위원회에 보고

〈표 7-7〉 의견 반영 및 조치 현황(1월~12월)

구분	수용	의견참고	반론	합계
건수	8,097	4,063	911	12,971

- 3개 시청자 소위원회 운영(권리보호, 참여, 평가)

○시청자상담

- 2019년 1월부터 12월까지 상담전화와 인터넷, 방문, 서신(우편, 팩스), ARS 등을 통해 시청자들의 다양한 의견과 민원 373,842건을 접수하여 처리

○옴부즈맨·시청자 참여 프로그램 운영을 통한 시청자 권익 확대

- 〈TV비평 시청자데스크〉, 811회(1.4)~862회(12.27) 총 52회 방송 ‘제작현장 속으로’ 체험

참가자 52명 중 직장인 18명, 가정주부 6명, 대학생 25명, 초등학생 3명 등 다양한 계층 참여 확대

- ‘클로즈 업 TV’는 시민 미디어·문화관련 비영리 단체들 매주 참여, KBS 프로그램 비평·평가 의견 개진
- 〈열린채널〉 신청·선정 작품의 지역 제작자 참여 확대, 지역제작자 작품 58%(총 52회, 90편 방송 / 서울 33편, 지역 57편)
- 시청자 참여프로그램 편성확대를 위한 제주총국과 제주영상문화산업진흥원과의 협업프로그램 추진(원주국과 원주영상미디어센터 시범서비스 12월 실시, 2020년 상반기 시청자 참여형 프로그램 제작방송 예정)

#### ○시청자평가원운영

- 정기회의 : 매달 첫째 주 수요일 개최, 총 12회 개최
- ‘김영철의 동네 한 바퀴’ 등 52회(매주 금요일 13:30~14:30, 1TV)

### 3) 개인정보 보호

#### (1) 개인정보 보호 및 사이버 안전을 위한 정보보안 관리체계 구축 운영 등을 통한 노력과 성과

##### ■ 정보보안 추진전략 및 현황

- 24시간 365일 사이버 보안 관제를 실시하고 있으며, 방화벽, 침입탐지/차단시스템, 악성 코드 대응 백신 등 각종 정보보안시스템을 구축·운영하고 있음.
- 지능화/고도화 되어가는 해킹 등 사이버 범죄 예방과 KBS 정보자산 보호를 위하여 정보보안시스템 확충 및 고도화를 지속 추진하고 있으며, 보안전문 인력 채용 등 자체 역량 강화, 임직원 교육 등을 통한 보안 인식 제고 활동 등에도 적극 노력하고 있음.
- 정보통신망법, 개인정보보호법 개정 및 유럽 개인정보보호법 발효 등 국내외 관련 법령 변화에 따라 KBS 홈페이지 개인정보처리방침을 개정하고, 개인정보 손해배상책임보험 가입 등 개인정보보호 업무에 주력하였음.

▣ 정보보안 추진 세부 사업 실적

○ 대외서비스망(DMZ) 방화벽 도입완료

– 인터넷 방화벽의 부족한 성능을 보강하고 외부에 노출된 자산을 안전하게 보호하기 위하여 대외서비스망 전용 방화벽 도입 구축

· 대상 : 인터넷 도메인 네임서비스, 미디어서비스 인코더 등

– 대외서비스 안정성 제공, 서비스 트래픽 과부하 해소와 효율적 보안 및 네트워크 관리 가능

○ 호스트 기반 침입 탐지 시스템 추진

– 기존 노후화된 서버보안솔루션을 대체하여 주요 서비스 장비에 대한 보안을 강화함.

– 호스트 기반(서버 설치형) 침입탐지 솔루션을 통한 중요 서버 관제

– 오픈소스 공개 소프트웨어로 대체함으로써 유지보수비용 절감

○ 개인정보 보호 강화 추진

– KBS 홈페이지(수신료 포함) 개인정보처리방침 개정(2019.3)

– 정보보안 및 개인정보보호 교육 실시(상, 하반기 각 1회)

– KBS월드라디오 개인정보처리방침 개정(11개 언어 적용, 2019.11)

– 개인정보손해배상 책임보험 가입(2020.1~)

#### 4) 외주제작 및 협력업체에 대한 공정한 처우

(1) 이해관계인을 공정하게 대우하고 권익을 침해하지 않도록 계약을 통해 보장

① 외주제작 협력 및 상생 지침 (첨부) 개정

▣ KBS가 방송 프로그램을 외주로 제작함에 있어 외주제작사와 공정하고 효율적인 협력을 통해 프로그램의 완성도와 방송의 경쟁력을 제고하는 것을 목적으로 함.

② 주요 개정 내용

▣ <외주제작 협력 및 상생 지침>

○ <외주제작비 지급기준>을 <외주제작 프로그램 표준제작비 산정기준>으로 개정

– 방통위 <외주제작 거래 가이드라인> 반영

※ <외주제작 프로그램 표준제작비 산정기준> 개정은 별도 품의 시행

- 외주제작부서는 외주제작 계약 시 제작사에 위의 산정기준 제시
    - 단, 산정기준은 참고사항일 뿐임.
  - 촬영 시작 전 서면 계약 의무화
    - 단, 외주제작사의 사정, 긴급 편성 등으로 불가능한 경우 제작사가 날인한계약서에 별첨  
(※ 표준계약서 부속 붙임4 양식 활용)
  - 프로그램 제작 중지 또는 계약 해지 시 최소 30일전 제작사에 서면으로 통보
- <방송프로그램 제작 표준계약서(비드라마)>
- 계약서에 '촬영시작(예정)일' 명시
  - 프로그램의 유통 및 이용 수입 배분 시 관련 자료 의무적으로 제공
  - 계약 해제, 해지 시 7일 이상의 이행 최고 또는 이의 제기 기간 설정
    - ※ <방송프로그램 제작 표준계약서(비드라마)> 제26조 제1항 또는 제2항에 해당하는 사유로 해제 또는 해지하는 경우
  - 권리합의서 샘플 2-2(대부분의 권리가 KBS에 있는 경우) 정비
  - '계약 전 촬영 관련 합의서' 신설

## 5) 사회공헌 확대

### (1) KBS 인프라를 바탕으로 한 시청자 공헌 문화사업실시

#### ■ 시청자 대상 문화행사 개최

- 사업취지
  - 문화예술 진흥에 기여하고 수신료의 가치를 실현하기 위한 시청자 대상 공익사업으로 <제20회 KBS해외동포상>, <제26회 KBS-한전 음악콩쿠르>, <제29회 KBS국악대경연>, <제2회 KBS봄꽃음악회> 행사를 개최함.
- <제20회 KBS해외동포상>
  - 전 세계 각 분야에서 탁월한 공적으로 대한민국과 한민족의 위상을 높인 재외 한국인을 발굴·시상하여 해외동포를 격려함. 또한 특집 다큐멘터리 방송 제작을 통해 한민족의 우수성과 긍지를 세계에 알려 국가기간 방송사로서 '한민족네트워크'의 구심체 역할을 수행함.
  - 특히, 2019년엔 3.1운동 및 대한민국 임시정부 수립 100주년을 기념하여 독립운동에 기

여한 분과 그 후손으로 대한민국의 위상을 높이고 독립운동의 역사와 정신을 계승·발전시켜 민족의식 고취에 기여한 5명을 선발하여 대한민국 100년을 상징할 수 있는 해외동포를 발굴함.

– 시상식 : 2019.3.5.(화), 수상자 특집 다큐멘터리 방송 : 2019.3.9.(토)

○ <제26회 KBS-한전 음악콩쿠르>

– KBS와 한전이 공동주최하는 메세나 사업의 일환으로 국내 클래식계의 역량 있는 신인을 발굴하고 데뷔무대를 제공함.

– 특히, 입상자와 KBS교향악단의 특별연주회를 나주, 김천 지역에서 실시하여 입상자에게는 교향악단과의 협연을 통한 성장의 기회를, 지역 관객들에게는 클래식 공연 초청 기회를 제공하여 클래식 음악 저변 확대에 기여하였음

– 경과 : 1차 예선(6.24~6.28), 2차 예선(7.1~7.4), 본선(7.8~7.11), 입상자 해외연수(8.15~8.25), 대상선정연주회(11.1), 특별연주회(11.6~11.7)

○ <제29회 KBS국악대경연>

– 국악분야 우수한 젊은 인재를 발굴하여 지원, 육성하는 국악 최고의 경연대회로 국내 국악인들로부터 국내 최고 권위의 상으로 인정받고 있음.

– 대상선정연주회 개최 및 방송을 통해 경연 참가자와 역대수상자, 국악 그룹 그리고 관객과 시청자 등이 함께 어우러지는 국악 축제 마당을 열어 국악의 활성화와 저변확대에 기여함.

– 경과 : 예선(8.26~8.30), 본선(9.2~9.6), 대상선정연주회(10.11)

○ <제2회 KBS봄꽃음악회>

– 3.1운동 및 대한민국임시정부 수립 100주년을 맞이하여 여의도 봄꽃축제 기간 여의도로 유입되는 관광객을 대상으로 KBS홀에서 음악회를 개최하여 KBS에 대한 접근성과 공익성을 강화함.

– KBS가 기존에 보유하고 있는 음악인프라(관현악단, 국악관현악단)와 프로그램 인지도(콘서트7080 등)를 활용한 문화 콘텐츠 창출로 수신료의 가치 실현

– 경과 : KBS관현악단 공연(4.4.), KBS국악관현악단 공연(4.5.), 3.1운동 기념 사진전시회(4.3~4.6)

## (2) KBS 차원의 사회공헌사업 실적 및 확대 계획

### ■ 사회공헌사업(대한민국 나눔 국민 대상)

- 2019.4월~11월
- 사회 각 분야에서 다양한 형태로 사회발전에 공헌한 유공자 발굴·포상하고, 사회에 널리 홍보함으로써 대한민국 사회공헌문화 확산에 기여

### ■ 사회공헌활동

#### ○ 「재능나눔봉사단」구성, 운영

- 총 7회(참여봉사자 175여 명, 수혜자 : 2,600여 명)
- KBS 방송출연자 등을 대상으로 자원봉사단을 구성, 사회적으로 소외된 대규모 복지시설, 단체 등을 찾아가 공연·의료·이미용 봉사 등 지역민들에게 필요한 수혜자 중심의 맞춤형 봉사활동 실시하여 공영방송 이미지 제고함.

#### ○ 성금 모금

- 모금액 4,128,118천 원(기간 : 2019.1.1.~1.31)
- 어려운 이웃을 돕기 위한 성금 모금 캠페인 등을 전개하여 기부 활성화, 나눔 문화 선도에 기여함.

#### ○ 기타

- 소년소녀가장 등 어려운 청소년을 후원하는 「매칭그랜트」
- 어려운 이웃을 돕는 「임직원 급여 끝전 모으기」
- 사회복지시설, 취약계층 공동거주시설에 공기청정기 설치 및 관리해주는 공기청정기 나눔 행사(11/19)
- 이웃을 위한 희생과 봉사의 정신을 확산시키기 위해 의인과 함께하는 「웹 다큐드라마」제작방송 (10/21, 10/23, 10/25 총 3편)
- 각종 사회공헌 사업과 활동을 기획, 실시하여 사회공헌문화 확산과 함께 사회적 약자에 대한 배려를 실천하는 등 우리 사회가 보다 행복해질 수 있도록 공영방송의 공적책임을 충실히 수행함.

■ 시청자 찾아가는 음악회 개최

○ 사업취지

- 전속단체인 KBS관현악단, KBS국악관현악단은 학교, 군부대, 노년층, 지역 등 문화의 접근이 쉽지 않은 곳에 찾아가는 음악회를 실시하여 문화복지 실현에 기여하고 공영방송으로서의 공적책무를 수행함.

○ 사업실적

- 초·중·고등학교, 군부대, 지역 찾아가는 음악회를 연중 30여 회 개최

○ 사업효과

- 찾아가는 음악회를 통해 문화소외지역의 문화갈증을 해소하는 한편 KBS 전속 음악단체의 이미지를 제고하고 공적책무를 수행하였으며 내년도에는 지역국 활성화의 일환으로 지역국 찾아가는 음악회를 확대할 예정임.

### 3. 투명성

#### 1) 정보공개

##### (1) KBS 경영정보 및 자료 홈페이지 공개 여부 및 개선 계획 수립과 이행

- KBS 홈페이지(open.kbs.co.kr)를 통해 재무현황을 비롯한 경영정보와 기타 연차보고서, 경영평가 등을 공개하고 있음.
- 재무현황과 관련하여서는 개괄적인 재무정보와 투자/출자, 출연/증여, 임직원 연봉, 임원 업무추진비의 정보를 상세히 제공함.
- 이외의 경영 평가 및 관련 보고서 공개목록에는 연차보고서, 경영평가 외부감사, 평가 및 조사, 미디어 신뢰도 조사 등이 포함됨.
- 또한 상시 경영관련 보도자료 등을 온라인에 공개함.
- 이러한 경영정보 공개는 KBS의 경영 투명성 높이기 위한 기본적인 노력의 일환이라고 평가할 수 있음. 또한 경영평가 보고서 등을 시청자에게 제공함으로써 신뢰도를 높일 수 있음.

- 하지만 실제 공개된 자료에 시청자들이 얼마만큼 접근하고 있는지, 어떻게 이용하고 평가하고 있는지 등에 대해서는 조사 및 보고가 이루어지지 않고 있음. 또 정보공개 효과를 높이기 위해 이에 대한 적극적인 홍보가 이루어져야 할 것으로 판단됨.
- 기타 제작 프로그램 경영성과와 관련된 자료 및 연구 보고서 등을 보다 체계적이고 효율적으로 관리하여, 이를 공개하는 방향에 대해서도 논의가 필요함.

(2) 시청자에 대한 정보공개제도의 신속성과 편리성 및 정보공개청구 처리 실적

- 2019년도 정보공개 청구 처리 실적은 총 58건임. 이중 66%인 38건을 공개 또는 부분공개로 결정해 통지함.
- 비공개 10건은 법인 영업비밀, 방송제작 가이드라인, 공공기관 정보공개에 관한 법률 9조 1항 6호, 7호에 의한 것이며, 기타 10건은 정보 부존재(문서보존연한 종료)나, KBS와 전혀 관련이 없는 경우 등임.
- 정보공개 제도의 운영취지에 맞게 정보가 가능한 공개되도록 관련 부서의 적극적인 자세를 유도해야할 필요가 있음. 또한 정보공개 접수 시 온라인 접근성을 강화하고 적극적이고 빠른 처리를 통하여 시청자 권익보호에 앞장서야 함.

<표 7-8> 2019년 정보공개 청구 처리 실적

(단위:건)

공개	부분공개	비공개	기타	계
33	5	10	10	58

2) 시청자 관련 제도 및 운영실적 평가

(1) 시청자위원회 추진실적

- 시청자위원회 월별 운영 내역
  - 위촉인원 : 15명
  - 회의개최 : 월 1회(필요시 임시회의 개최)

- 회의참석 : 시청자위원, 사장, 부사장, 관련 본부장 및 실·국장
- 회의 결과처리
  - 월 1회 회의록 홈페이지 게시
  - 월 1회 운영실적 방송통신위원회 제출 및 홈페이지 게시
- 소위원회 운영
  - 시청자권리보호 소위원회 : 월 1회(시청자 고충처리 내용 및 결과 심의)
  - 시청자평가 소위원회 : 월 1회(시청자 평가원 운영 및 활동 심의)
  - 시청자참여프로그램 소위원회 : 월 1회(『열린 채널』공모작 심사 및 선정)

○ 시청자위원회 지적사항 개선 내용

- 프로그램별 의견 및 지적사항 현황 : 171건<편성 8 / 보도 60 / 교양 62 / 오락(스포츠) 29 / 심의 0 / 기타 12>
- 지적사항 개선 내용은 다음 표 <7-9>와 같음

<표 7-9> 시청자위원회 지적사항 및 조치 내용

	의견제시(시정요구) 내용	제시 월	조치 내용	조치 월
1	KBS 뉴스에서 명절 성차별적 요소에 대한 성찰과 대안 제시에 앞장서주기 바람	18년 10월	설날 <뉴스9>에서 명절 성차별적 요소를 짚어주고 대안 제시	2월
2	대림동 여경 사건 보도에서 자의적인 영상편집으로 시청자들의 많은 항의	6월	제작자와 관련부서장 엄중 경고	6월
3	<1박 2일> 사태 관련 출연자 검증 시스템 강화 및 재발 방지대책 요구	3,4월	<출연자 자문회의> 신설 등 방송 출연자 관리 강화 방안 마련 및 시행	7월
4	제작 현장과 프로그램에서 성인지 감수성 제고 방안 마련 요구	3,4월	<성평등 기본규정> 제정 및 시행	7월
5	장애인 등 사회적 소수자 삶과 직결되는 제도 개선 사항에 대해 지속적인 보도가 필요함	7월	점자 비규격화 문제 보도 등 장애인 차별 해소와 권리 향상 아이템 및 사회적 소수자 삶과 관련한 보도를 지속적으로 방송	11월
6	KBS 보도 및 프로그램 관련 논란에 대한 KBS의 진단과 신뢰 회복 대책 요구	11월	양승동 사장, 12월 2일(월) 기자간담회 개최해 사과 및 '신뢰회복조치' 발표	12월

7	시청자에게 다가가는 과학기술 프로그램의 필요성	11월	과학 특집 다큐멘터리 <KBS 특별기획, 물질은 인간에게 무엇인가> 2부작, 12월 8일(일)과 15일(일)에 방송	12월
8	보호 종료 아동에 대한 지속적인 관심과 프로그램 제작	11월	<거리의 만찬> '열여덟 어른'에 나왔던 보호종료 아동 출신 출연자 2명, <아침마당> 12월 30일(월) 출연해 보호종료아동 실태 및 고충 등을 밝힘	12월
<b>계</b>	<b>8건</b>		<b>8건</b>	

#### ○ 전국 시청자위원회 연대회의 개최

- 2019. 4. 18(목) KBS 대전총국에서 본사 시청자위원 10명과 지역국 시청자위원회 대표 23명 등 총 33명의 시청자위원들과 정필모 부사장 등 KBS 임직원 12명이 참석해 지역성 및 시청자 참여를 강화하는 방안 등에 대해 토론하고 <제 1회 KBS 전국시청자위원회 권고문>을 발표함.

#### ○ 시청자위원회-시민사회단체 연석회의 개최

- 2019. 10. 31(목) KBS 본관 대회의실에서 시민단체 및 언론단체 12개 대표 14명과 KBS 시청자위원 14명, 양승동 사장 등 KBS 임직원 10명이 참석해 '시민사회가 KBS를 말한다'는 주제로 논의함.

#### ○ 김경록 씨 인터뷰 보도 관련 시청자위원회 특별위원회 개최 및 권고문 발표

- 조국 전 법무부 장관과 관련한 김경록 씨 인터뷰 보도에 대해 2019년 10월 8일(화) 유튜브 방송 알릴레오가 'KBS 측이 검찰과 내통했고, 김경록 씨를 겁박했다'고 비판한 후 KBS 시청자 청원사이트에 총 6,591건의 시청자청원이 제기됐음.
- KBS 시청자위원회는 2019년 10월 30일(수), 11월 6일(수), 11월 13일(수) 등 3차례에 걸쳐 특별위원회를 개최해 관련 기사가 <KBS 방송제작가이드라인>에 저촉되는지 여부와 사회적 책임에 부족한 점이 무엇인지 조사.
- 시청자위원회는 권고문에서 "KBS 측이 검찰과 내통했고, 김경록 씨를 겁박했다는 알릴레오의 주장은 사실이 아닌 것으로 밝혀졌다"고 발표.

- 그러나 시청자위원회는 인터뷰 대상자의 발언 취지와는 관계없이 프로그램의 기획의도에 맞는 부분만을 발췌해 편집해서는 안 된다는 'KBS 방송제작 가이드 라인(2016)'을 위배했다고 지적.
- KBS 취재·보도 관행을 혁신하는 내용을 포함한 쇄신안을 2020년 1월까지 발표하도록 요구함.

○ 지역 시청자위원회 운영 개선 권고 시행

- 뉴스 광역화에 따른 지역(총)국의 역할 변화로 지역 시청자위원회 운영 조정의 필요성이 제기되고 지역 실정을 반영한 내실 있는 시청자위원회 운영을 위해 개선안을 마련해 시행함.
- 2019년 11월 5일(화)에 시행된 <지역 시청자위원회 운영 개선 권고>에는 총국 시청자위원회의 지역 대표성 강화, 지역 문화 사업 참여, 협력, 자문 등 지역국 시청자위원회의 새로운 역할 모색, 시청자위원 임기와 회의 운영 등에 대한 개선 방안이 포함됨.

(2) 시청자 청원제도 추진 실적

○ 시청자청원 1,257건 접수(성사 39건 / 책임부서장 답변 완료)

- 성사 및 답변 기준 : 동의수 1,000명 이상

○ 2019년 시청자청원 사이트 월평균 방문객은 35,007명(연 420,085명 방문)

- 2018년 월평균 방문객 23,579명 대비 48.5% 증가

(3) 고충처리인 제도 추진 실적

○ 접수 및 처리 현황은 다음 표 <7-10>과 같음

- 고충처리 홈페이지를 통해 접수된 민원이 29건, 외부기관을 통해 접수된 민원이 26건으로, 고충처리 홈페이지도 균형있게 활용되고 있음.

<표 7-10> 고충처리인 접수 및 처리 현황

(단위:건)

구분 월	고충처리 홈페이지	우편, 전화, 팩스	외부기관 (방통위, 인권위 등)	계
1	-	-	7	7
2	1	-	4	5
3	4	-	6	10
4	1	-	1	2
5	5	-	2	7
6	3	-	-	3
7	6	-	-	6
8	3	-	1	4
9	3	-	-	3
10	1	-	2	3
11	-	-	3	3
12	2	-	-	2
<b>계</b>	<b>29</b>	<b>-</b>	<b>26</b>	<b>55</b>

○ 부문별 처리 현황은 다음 표 <7-11>과 같음

- 비제작부문(20건)에 비해 제작부문(35건)에 대한 민원이 많았음.
- 제작부문에서도 프로그램(18건)과 보도(14건)에 대한 민원이 많았음.

<표 7-11> 부문별 고충처리인 처리현황

구분	제작부문(건)			비 제작부문(건)			총계
	편성	보도	프로그램 (TV, RADIO)	경영 (수신료, 시설)	수신기술 (난시청, IT)	기타	
건수	4	13	18	4	2	14	55

○ 민원 내용별 처리현황은 다음 표 <7-12>와 같음

- 전체 민원 55건 중 프로그램, 공개방송, 홈페이지 등에 대한 시청자 만족에 대한 민원이 22건이었음.
- 그 외 초상권, 명예정보 등 권리침해에 대한 민원이 12건이었음.

<표 7-12> 민원 내용별 처리 현황

구분	건
편성 제안	4
보도 취재요청(스포츠 포함)	0
공정성, 사실성, 객관성	3
진행(아나운서 언어 등)	1
정정요청(보도, 프로그램)	7
권리침해(초상권, 명예정보 등)	12
시청자만족(프로그램, 공개방송, 홈페이지)	22
난시청, 난청	2
경영(직원, 시설)	1
수신료	3
<b>계</b>	<b>55</b>

(4) 정보공개제도 추진 실적

○ 정보공개 청구 건과 처리결과는 다음 표 <7-13>과 같음

- 총 58건의 청구 건을 접수받아 66%인 38건을 공개 또는 부분공개 결정 통지함.
- 정보공개 제도의 운영 취지에 맞게 정보가 가능한 공개 되도록 관련 부서의 적극적인 자세를 유도했다고 판단됨.

<표 7-13> 정보공개 청구 및 처리결과

(단위:건)

공개	부분공개	비공개	기타	계
33	5	10	10	58

### 3) 시청자 권익강화 보장

#### (1) 시청자상담실 추진 실적

- One Stop Service 지속 실시
  - 접수자가 시청자의 의견을 신속·정확하게 접수부터 처리까지 일관성을 유지하며 책임짐.
- 상담 및 의견 수렴: 373,842건
- 방송 프로그램 의견 수렴 : 13,240건(일일보고서 수록)

<표 7-14> 시청자상담실 월별 추진실적

(단위:건)

1월	2월	3월	4월	5월	6월
34,254	27,472	32,932	31,470	33,221	26,745
7월	8월	9월	10월	11월	12월
31,636	30,930	28,181	34,732	29,737	32,532

<표 7-15> 시청자상담실 분야별 추진실적

(단위:건)

방송	기술	경영	기타
281,839	2,861	40,833	48,309

<표 7-16> 시청자상담실 내용별 추진실적

(단위:건)

의견제시	단순문의	기타
68,737	305,105	0

〈표 7-17〉 시청자상담실 형태별 추진실적

(단위:건)

전화	ARS	인터넷	우편·팩스	방문	기타
209,626	155,095	8,942	96	83	0

〈표 7-18〉 시청자상담실 방송프로그램별 의견 수렴

(단위:건)

편성	보도	스포츠	교양	연예·오락	드라마	라디오	기타
3,288	2,564	76	4,560	1,596	709	402	45

○ 네티즌 서비스 확대: 9,238건

- KBS 〈시청자권익센터〉 홈페이지 내 ‘시청자상담실’ [1:1 메일문의], [자유게시판], ‘시청자 청원’ [청원] 운영
  - [1:1 메일문의] 6,073건, [자유게시판] 1,890건, [청원] 1,275건

○ 타기관에 연계한 신속한 민원처리

- 방송통신위원회 등 이첩 민원 : 55건

○ 상담사원 방송교육으로 전문성 강화

- 내부 직원 등의 실무 강의를 통해 상담사원의 방송이해 강화를 도모
- 정례 업무협의체 회의를 통해 시청자서비스 향상 방안을 지속적으로 연구

○ 〈2018년 KBS 시청자상담 백서〉 발간(2019. 2월)

- 〈시청자상담실〉 홈페이지에 PDF파일로 업로드, 시청자가 자유롭게 다운로드 할 수 있도록 함.

(2) KBS 국민패널 프로그램 만족도 조사

- 2019년 하반기 프로그램 품질평가 조사 결과

○ 조사 개요

- 조사기간 : 2019.11.18(월) ~ 11.24(일)
- 평가대상 : 지상파 4개 채널 373개 프로그램
- 조사방법 : 국민패널을 활용한 인터넷 조사
- 조사인원 : 12,968명 (유효 사례수 : 189,940)

○ 조사 결과 : 메인뉴스 <KBS 뉴스9> 품질평가 지수 1위

- <KBS 뉴스9>(71.6점), <MBC 뉴스데스크>(71.6점) → <SBS 8뉴스>(67.4점) 순
- <KBS 뉴스9>은 지난 상반기 대비 0.5점 상승
- 지난 상반기 대비 <MBC 뉴스데스크> 4.7점 대폭 상승

■ 2019년 포함 5년간 PSI 프로그램 품질평가 결과

○ 최근 5년간 프로그램 품질평가 결과, KBS1 1위, KBS2 2위로 일관된 순위를 유지

<표 7-19> PSI 프로그램 품질평가 지수

구분		KBS1	KBS2	MBC	SBS
2015년	상반기	77.0점	70.7점	66.6점	68.8점
	하반기	75.9점	69.5점	66.6점	68.0점
2016년	상반기	75.7점	70.0점	66.8점	66.6점
	하반기	73.7점	70.3점	67.1점	68.0점
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

※ 전국 20대 이상 성인 남녀(KBS 국민패널) 13,000명(반기 기준) / 인터넷 조사 / 연간 총 2회 실시(반기별)

(3) 사회적 약자와 소외계층을 위한 공적책무 지속 수행

▣ 사회공헌 사업 및 활동 실적

○ 사회공헌 사업

– 대한민국 나눔 국민 대상 실시

- 사회발전에 공헌한 유공자 발굴 및 포상
- 시상식 방송 : 10.19.(토) 13:05~ (60분간), 1TV

– 사회공헌 웹 다큐드라마 제작방송

- 이웃을 위한 희생과 봉사 정신을 확산시키기 위해 의인과 함께하는 「웹 다큐드라마」제작 방송
- 총 3편(10/21, 10/23, 10/25 / myK, 유튜브 등) 제작 방송

○ 사회공헌활동

– 「재능나눔봉사단」구성 및 운영

- 총 7회(참여봉사자 175여 명, 수혜자 : 2,600여 명)
- KBS 방송출연자 등을 대상으로 자원봉사단을 구성해 소외된 복지시설, 단체 등을 찾아가 공연 · 의료 · 미용 등 봉사활동 실시

– 성금모금

- 어려운 이웃을 돕기 위한 성금 모금 캠페인 등을 전개함

〈표 7-20〉 성금모금 모금액

모금명	모금기간	모금액
2018 연말연시 어려운 이웃돕기	2018.12.01.~2019.01.31.	18,559,213천 원
2019 연말연시 어려운 이웃돕기	2019.12.01.~2020.01.31.	15,685,867천 원

– 「공기청정기」나눔 행사

- 사회복지시설, 취약계층 공동거주시설에 공기청정기 나눔 행사 실시
- 사업기간 : 2019.03.27.(목)~11.29.(금)

- 공기청정기 전달식 행사 : 2019.11.19. / 성모자애복지관(강남구 율현동)
- 「매칭그렌트제」나눔 행사
  - 사업목적 : KBS 임직원이 비영리단체나 기관에 정기적으로 내는 기부금만큼, KBS도 동일한 금액을 1:1로 매칭(matching)하여 후원하는 제도
  - 후원대상 : 소년소녀가장 등 어려운 청소년
  - 후원금 전달 : KBS강태원복지재단, 어린이재단
  - 후원실적 : 353,370천 원
- 임직원 급여 끝전 모으기
  - 사업목적 : KBS 임직원을 대상으로 후원금 모금
  - 후원대상 : 소년소녀가장 등 어려운 청소년
  - 후원금 전달 : KBS강태원복지재단
  - 후원실적 : 1,593천 원

#### 4) 시청자 참여와 소통 확대

##### (1) 옴부즈맨 프로그램 및 시청자 참여 프로그램 편성 현황 및 시청자 의견 반영 여부

###### ■ 옴부즈맨 프로그램 및 시청자 참여 프로그램 추진실적

###### ○ 시청자 평가프로그램 <TV비평 시청자데스크> 제작

- 방송시간 : 1TV 매주 금요일 13:00 ~ 14:00(60분 편성)
- 방송실적 : 52회(주 1회)
- 방송내용 : 평가원 의견 진술, KBS 청원, KBS홈페이지 · 시청자상담실 등을 통한 시청자 의견을 중심으로 옴부즈맨 프로그램 제작
  - KBS 프로그램의 각 코너 특성을 반영하여 KBS프로그램에 대한 다양한 계층의 시청자 의견을 수렴 및 방송하면서 시청자의 참여를 독려함.
  - KBS는 시청자상담실을 통해 전달된 시청자의 KBS 뉴스와 프로그램에 대한 의견을 적극 반영했고, 지역 시청자의 요구를 반영하기 위해 정기적으로 <지역 시청자위원회>를 취재 및 방송함.
  - 방송법 제89조에 근거하여 시청자평가원제도를 운영하고, 시청자평가소위원회를 시청자 위원회와 연계하여 시청자의 의견을 종합적으로 반영하며, 시청자의 방송참여를 확대함.

· 시청자평가원의 의견들이 제작진에게 전달되어 프로그램에 반영됨.

○ 시청자참여프로그램 <열린 채널> 운영

- 이 프로그램의 방송실적은 총 89편 중 56편이 지역시청자 제작 프로그램(지역시청자제작 프로그램 비율: 62.9%)으로 지역시청자의 의견을 적극 반영했음.
- 지역시청자, 고연령층 시청자의 참여를 독려하기 위해 전국 시청자미디어센터 등을 통해 참여를 독려하며, 방송 후 <열린 채널> 홈페이지에 영상물을 게시하여 시청자참여프로그램의 도달률을 제고함.

<표 7-21> 시청자위원회 회의 결과

(단위: 천 원)

월	응모 편수	방영 편수	제작비 지급 총액	시청자미디어재단지원금 (56%)	KBS 부담금 (44%)	방송채택료 지급날짜	비고
1	18	4	15,500	8,370	7,130	19.05.03.	
2	13	9	15,500	8,370	7,130	19.05.03.	
3	10	8	18,500	9,990	8,510	19.05.03(2편) 19.05.08(6편).	
4	8	7	15,000	8,100	6,900	19.06.05.	-
5	11	9	18,000	9,720	8,280	19.07.09.(2편) 19.07.10.(7편)	
6	23	7	15,000	8,100	6,900	19.08.09.	
7	18	9	15,500	8,370	7,130	19.09.06.	
8	28	7	18,500	9,990	8,510	19.10.07.	
9	18	7	15,000	8,100	6,900	19.11.15.(5편) 19.11.20(2편).	
10	14	5	15,000	8,100	6,900	19.12.11.	
11	16	9	18,000	9,728	8,282	20.1.3.(5편) 20.1.15(4편).	
12	28	8	11,000	5,881	5,118	20.1.3.(6편) 20.1.15(2편).	
<b>합계</b>	<b>205</b>	<b>89</b>	<b>190,500</b>	<b>102,811</b>	<b>87,688</b>		

## (2) 뉴미디어시대에 맞는 시청자 소통 확대 계획 및 이행

### ■ 뉴미디어시대에 맞는 시청자 소통 확대 계획 및 이행 추진실적

#### ○ 견학업무와 미디어교육 사업을 결합한 ‘미디어 체험교육’ 수행

- KBS 본사의 견학시설인 <KBS 온>의 3D 상영관에서 견학참여 학교를 대상으로 사전에 신청을 받아 기자·PD·아나운서·촬영감독·기술 등 내부 전문가들을 활용해 견학 중 관련직종별로 특화된 제작관련 강의를 결합한 ‘미디어 체험교육’ 수행함.
- 9월부터 3회의 시범사업 후 12월 까지 중·고등학생 19팀 406명이 참여함.

#### ○ 다양한 미디어교육 기관과 업무협약을 통한 미디어 교육사업 수행

- 시청자미디어재단 산하 인천시청자미디어센터와 함께 <KBS와 함께 미디어로 바로 보는 세상> 강의 프로그램 진행, 인천지역 중학생 13개교 1,740 여 명이 참여함.
- 전국미디어센터협의회 산하 원주영상미디어센터와 시청자 참여형 ‘시민 리포터 양성과정’ 개설, 수료 후 원주방송국 라디오 프로그램 참여 등 창의적 미디어활용교육 사업 수행함.

## 4. 스마트 플랫폼 구축

### 1) 인터넷, 모바일 플랫폼 경쟁력 확대

#### (1) OTT 플랫폼 종합전략 수립 및 시행

##### ■ 목적

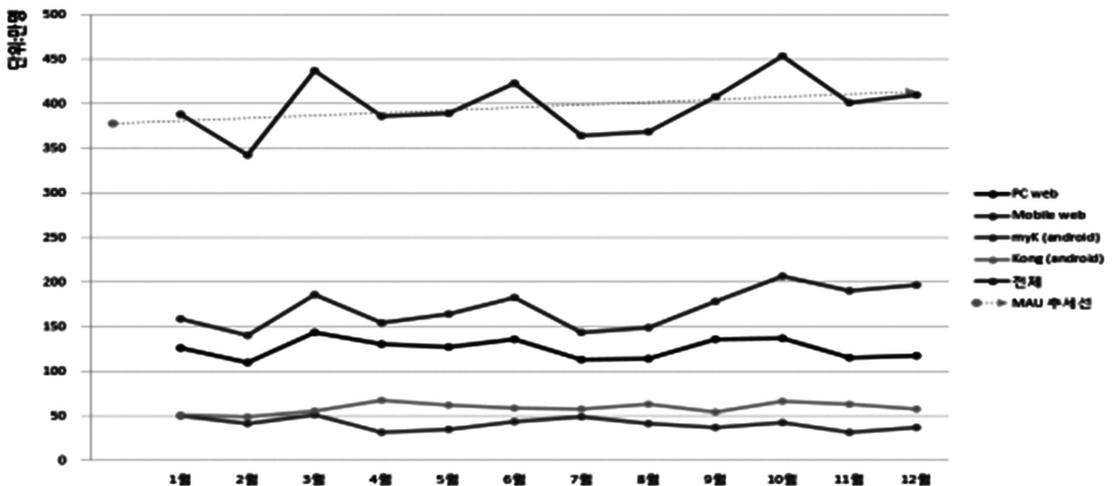
- 내/외부 플랫폼 간 자기시장잠식(카니발라이제이션)을 최소화하고, 디지털 부문 KBS의 대응력, 영향력, 수익성 제고.

##### ■ 실적

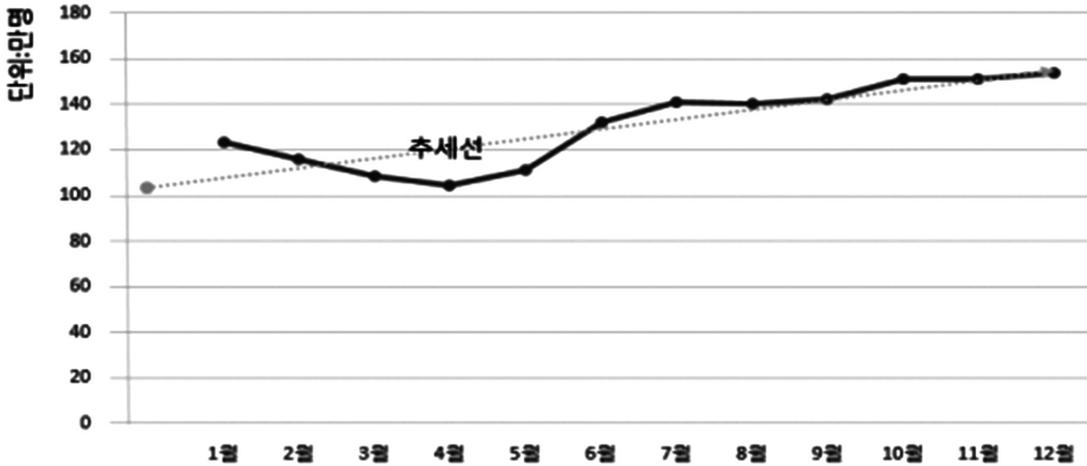
- 주관부서인 PSM전략부와 협업을 통해, 내부 플랫폼(웹/앱)의 운영 전략 도출하여 적용함.
- 무료·보편적 디지털 시청권 보장을 위한 화질 및 편의성 향상에 치중하고, 기획성 큐레이션 및 검색 최적화를 실시함.

- 이용자 행태에 기반한 홈페이지 및 myK 앱을 운영하고, 이용자 통계시스템 고도화에 착수함.
- 장르특성을 반영한 내부/외부 플랫폼 간 홀드백을 설정함.
- 수익성 및 도달률 강화를 위해 외부 플랫폼(유튜브)의 운영전략을 도출하여 적용함.
- 경쟁사 대비 차별화된 유튜브 채널 기획, 아카이브 기반 고효율 디지털 콘텐츠 확대, SMR 본방 클립의 유튜브 유통에 대비한 내부 운영 체제를 개선함.
- 내부 플랫폼의 라이브 화질을 개선해 SD급에서 HD급으로 상향시킴.
- 2019년 <KBS 디지털서비스 통계시스템> 구축을 위해 업무에 착수함. 2020년 1/4분기 내 완료 예정이고, 완성 시에 이용자 통계에 기반한 서비스 개선이 가능해짐.
- 디지털미디어국 유튜브 채널의 도달률 및 수익성이 급등함. 구독자 수는 2018년 16.2만 명에서 2019년 176.5만 명으로 증가함. 총수입은 2018년 5천 1백만 원에서 2019년 19억 1백만 원으로 증가함.
- 자체 플랫폼의 경쟁력이 지속적으로 개선됨. MAU, 광고수입, 클립/VOD 이용량, myK 앱 순설치자수가 상향 추세임.

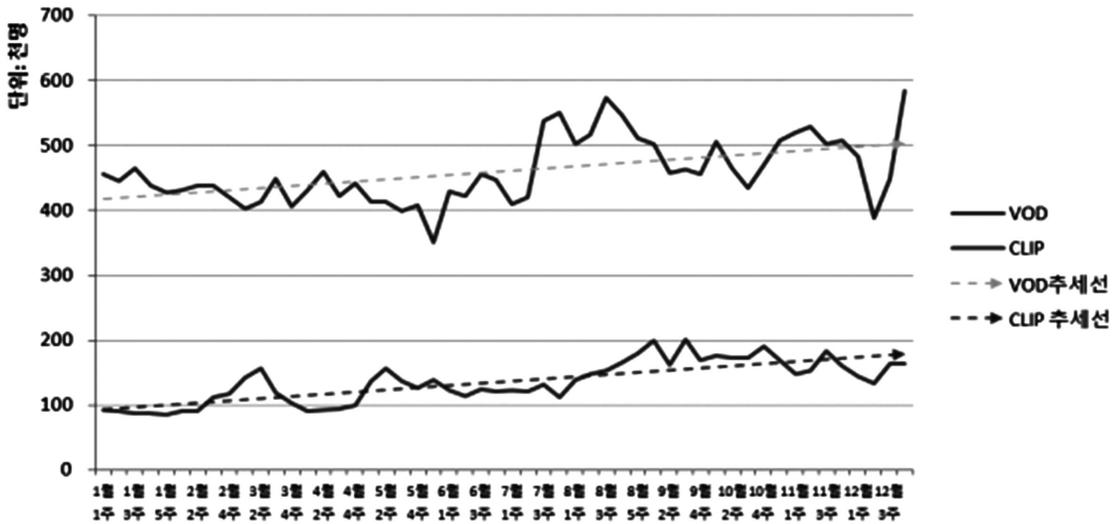
<그림 7-1> 자체 플랫폼 MAU(월간 순이용자)의 추이



<그림 7-2> myK 앱의 순설치자 수 추이



<그림 7-3> 2019년 클립/VOD 이용량 추이



(2) KBS 디지털 서비스 개선

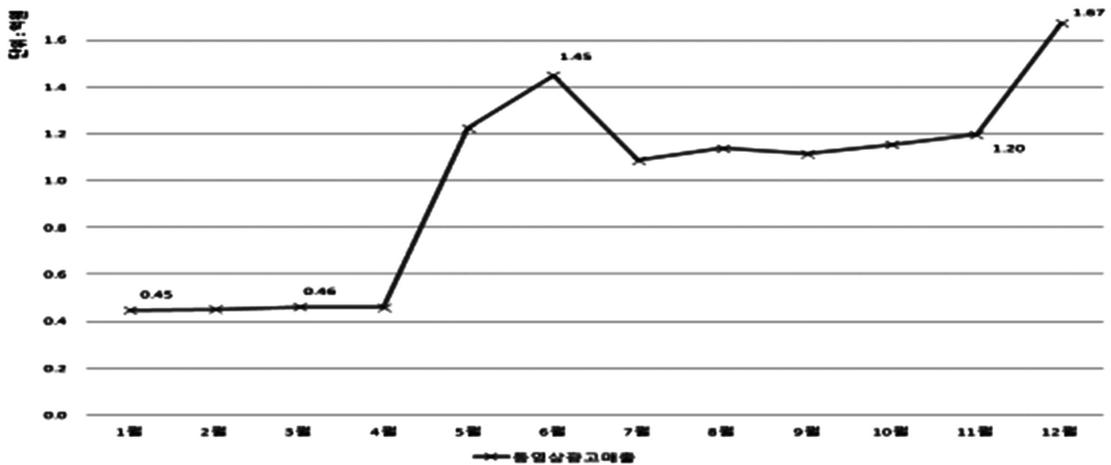
■ 목적

- 자체 플랫폼의 이용 편의성 개선, 디지털 서비스 운영의 효율성 개선, 이용자 행태 기반 서비스 평가 및 개선 추구.

▣ 실적

- 디지털 서비스 위탁업무의 지속적인 효율화를 실시함. 위탁 운영 업무 리소스 투입을 분석 및 개선하였고, 자체 클립 제작 및 운영 폐지, SMR 클립영상 통합 등을 실시함.
- 데이터 기반(Data-Driven) 서비스 평가를 통한 업무 효율화, 장애인 홈페이지 접근성 개선도 실시함.
- 구글 검색/노출 최적화 및 도달률 강화를 시도함. 이용자 검색 노출 제고, 신속한 큐레이션 및 구작 VOD 강화를 시행함.
- 온라인광고 대행사를 KBSN에서 SMR로 변경하여 수입증대 토대를 마련함.
- 2018년 대비 총 디지털서비스 위탁비용 3.3억 원을 절감함. 2018년 53.3억 원에서 2019년 50억 원으로 하락함.
- KBS PC & 모바일 홈페이지의 장애인 웹 접근성을 개선함. 드라마VOD 자막 제공, 플레이어 키보드 연동, 이미지 대체 텍스트 등을 제공함. 국가 공인 웹 접근성 품질인증기관으로부터 인증마크 획득함.
- 동영상, 오디오 등 디지털서비스에 대한 이용자 통계시스템 구축에 착수함. 이를 통해 데이터 기반 의사결정/서비스 개선의 기반을 마련함.
- 광고수입이 월평균 4천 5백만 원(5월 이전)에서 월평균 1억 2천만 원(5월 이후)으로 증가함.

<그림 7-4> 2019년 광고수익 추이



### (3) 디지털 서비스 인프라 클라우드 전환

#### ■ 목적

- 디지털 서비스/인프라의 클라우드 최적화를 추진하고, 디지털 제작/유통 워크플로우 개선.

#### ■ 실적

- 세부 운영요소별 클라우드 최적화, 본사 및 KBS미디어의 디지털 콘텐츠 생산/유통 시스템 통합 착수, 현업과 협업으로 제작 혁신형 서비스 개발 등을 추진함.
- 클라우드 운영 관련 제반 비용이 대폭 절감됨. 월 운영비 65.8%를 절감함. 2019년 1월 122,418달러에서 2019년 12월 41,829달러로 절감함.
  - 웹 매니저, 지역국 NVD 등 사용실적 저조 및 미사용 서비스 종료, 최적 운영대수 기준 약정구매(서버, DB 등) 할인을 통해 비용을 절감함.
  - 시스템 모니터링/장애대응 비용 3억 원을 절감함. 2018년 5.6억 원에서 2019년 2.6억 원으로 하락함.
- 미디어팩토리 분석/설계 완료 및 개발에 착수함. 이를 통해 본사/KBS미디어의 디지털 제작/유통 통합으로 신속성/편의성/효율성 확보하고자 함.
- 클라우드/AI기반 제작 혁신형 서비스의 개발 및 현업 시범 적용
  - 음성인식(STT) 서비스를 활용한 AI Preview 서비스를 개발함. 수작업으로 하던 촬영원 본 Preview 노트를 자동으로 작성하게 됨. 영상 Preview 및 가편집에 소요되는 시간과 비용의 최소화가 가능하게 됨. 제작본부 및 해외지국, 국제방송 등 현재 여러 현업부서에서 사용 중임. 보도본부 뉴스타워 “받아쓰기 봇”과 AI Preview간 연계 실시함. AI Preview 적용 프로그램은 1,500건/1,400시간의 Preview를 생성함.
- 음성합성(TTS) 서비스와 머신러닝을 이용한 AI Voice 서비스 개발
  - ‘디지털시청자칼럼’, ‘라디오재난방송’ 등에 AI 보이스를 적용하였고, AI 음성을 적용하여 취약시간대 등에서 제작 시간 및 비용 최소화가 가능하게 됨.
- LTF(Long Tail Factory) 서비스 개발
  - 아카이브와 연계하여 주요 OTT플랫폼에 구작 콘텐츠 편집/배포 자동화를 이룸. <깔깔티비>, <크큭티비> 등 KBS 주요 유튜브 채널 운영에 사용 중임.
- 초고용량 UHD 촬영 원본의 클라우드 아카이빙 서비스 개발

- 제작부서 개별 보관 중인 UHD 원본 영상의 효율적인 저장 및 활용이 가능함. 2020년부터 본격 적용할 예정임.

#### (4) 기타 스마트 플랫폼 기반 구축

##### ■ 라디오 디지털 스튜디오 구축

###### ○ 목적

- 라디오 디지털 스튜디오를 구축함으로써 멀티 플랫폼 환경에서 프로그램 경쟁력 강화.

###### ○ 실적

- 생방송을 녹화·편집하여 스트리밍 서비스하는 프로그램을 대상으로 고품질의 DSLR 카메라를 구성하여 적용함.
- VR 콘텐츠 제작에 필요한 소형의 VR(Virtual Reality) 제작용 카메라와 액션 캠을 구성함.
- 다양한 포맷의 외부 영상 소스 활용 및 편집이 용이한 vMix 소프트웨어 기반 장비를 도입함.

##### ■ 디지털 스튜디오 「라운」 방송시설 구축

###### ○ 목적

- 지상파 TV와 별개로 디지털 콘텐츠 프로그램을 제작하고 동시에 디지털 플랫폼에 송출할 수 있는 라온(Live On) 스튜디오 구축.

###### ○ 실적

- LIVE, EASY, ALL-IP 디지털 라이브 스튜디오 시스템을 구축하고, 디지털 라이브 콘텐츠 전용 멀티 스튜디오를 구축함.
- 온라인 플랫폼, KBS 내부 콘텐츠 등 다양한 소스를 수용할 수 있게 됨.

##### ■ 1R 보이는 라디오 시스템 및 1R 유튜브 스트리밍 시스템 구축

###### ○ 목적

- 1R 생방송스튜디오 환경을 개선하고 1R 보이는 라디오 시스템 및 1R 유튜브 스트리밍 시스템을 구축하여 다양한 프로그램 포맷을 수용하는 시스템 구축으로 라디오 경쟁력 강화.

## ○ 실적

- PTZ 카메라<sup>36)</sup>, 비디오 스위처 등을 설치하여 1R 보이는 라디오 시스템을 구축하였고, 1R 유튜브 스트리밍 서비스를 위해 스트리밍 장비를 보이는 라디오 시스템과 연계 구축.
- 1R/1FM 생방센터 제작 환경을 개선하고 스튜디오 벽체, 바닥, 조명을 보이는 라디오에 적합하도록 교체.
- 기존 2R/2FM 위주의 보이는 라디오 서비스와 더불어 1R에 보이는 라디오 서비스를 추가하여 라디오 매체 경쟁력 강화.
- 1R 유튜브 스트리밍을 통한 모바일 플랫폼 서비스 등 라디오 플랫폼 다변화에 기여.

## ■RS-5/RS-13 방송시설 구축

## ○ 목적

- 노후 RS-5 스튜디오 환경 개선 사업을 통해 라디오 녹음 스튜디오 기능을 유지하면서 디지털 콘텐츠를 제작할 수 있는 스튜디오 구축

## ○ 실적

- 현 녹음 스튜디오의 기능을 유지하면서 스튜디오 공간을 활용하여 유튜브, 페이스북 등 SNS 플랫폼에서의 라이브 스트리밍 서비스를 할 수 있는 시스템 도입.
- 스튜디오 공간 활용을 극대화하여 소규모 음악 라이브 콘텐츠 등 다양한 콘텐츠를 제작하는 복합 공간 기능 수행.
- 국제방송 제작을 담당하는 RS-13의 노후 시스템 교체 사업 시행을 통해 부조정실과 스튜디오 환경을 개선함. 이를 통해 글로벌 내방객, 출연진에게 채널 이미지를 높였으며, 보이는 라디오 등 동영상 콘텐츠의 품질 향상을 통해 매체 경쟁력을 강화하였음.
- 유튜브, 페이스북 등 SNS 플랫폼의 서비스를 강화하기 위한 스튜디오 및 부조정실 인테리어 공사를 시행함.
- KBS形 공공미디어서비스(Public Service Media)로의 전환의 기틀을 마련함.
- 스튜디오 환경개선을 통한 고품질 콘텐츠 제작환경 조성.
- 다양한 플랫폼, 다양한 콘텐츠 제작을 위한 디지털 스튜디오 구축으로 라디오 채널 확대

36) Pan-Tilt-Zoom 카메라. 방향과 확대/축소를 원격으로 제어할 수 있는 카메라

와 모바일 플랫폼 구축을 통한 라디오 매체의 경쟁력 강화 토대 마련.

## 2) 뉴미디어 콘텐츠 제작 및 유통 서비스 확대

### (1) 뉴미디어 콘텐츠 제작 및 유통 현황

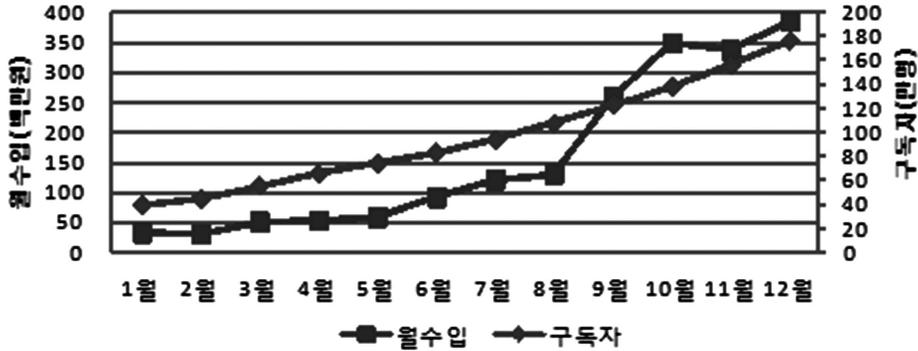
#### ■ 목적

- 유튜브를 통한 KBS 콘텐츠 도달률/수익성의 제고, 비교우위 및 차별성을 갖춘 디지털 콘텐츠 개발.

#### ■ 실적

- 아카이브 기반 고효율 유튜브 채널의 운영을 확대함. 크크티비/어게인 가요톱텐/옛날티비 큐레이션 및 프로모션을 강화함. 깔깔티비/몽클티비를 신규로 개발하고 런칭함.
- 역사/여행/건강/시사 등 지식정보형 유튜브 채널을 개발함. 역사저널/걸어서 세계 속으로/생로병사의 비밀/세계는 지금 등의 프로그램 등이 있음.
- 외부협찬 기반 크로스미디어 콘텐츠를 개발함.
  - 투자 효율성을 극대화하는 디지털 콘텐츠의 기획/투자/제작 역량을 축적함. 그리고 트랜스 미디어 유통을 통한 효율적인 디지털 콘텐츠 사업 모델을 개발함.
- <디지털 시청자칼럼 우리 사는 세상>을 기획하고 제작함. 공익적인 아이템 선정과 취재를 통해 총 64편을 제작함.
  - 지상파와 연계한 크로스 미디어 유통을 실시함. 2TV <생방송 아침이 좋다>에 코너로 편성함. 해당 프로그램 코너 중 최고 분당 시청률을 기록함.
- 디지털미디어국 유튜브 채널의 수입 및 도달률이 급증하고 있음. 구독자수가 2018년 16.2만 명에서 2019년 176.5만 명으로 증가함.
- KBS 디지털미디어국 유튜브 채널 수입이 2018년 5천 1백만 원에서 2019년에 19억 1백만 원으로 증가함.
- 연간 조회 수는 2018년 0.8억 뷰에서 2019년 7.3억 뷰로 확대됨.

<그림 7-5> KBS 디지털미디어국 유튜브 채널의 수입 및 도달률



- 크로스 미디어 콘텐츠 기획 및 제작을 성공적으로 실시함. 외부로부터 7.66억 원의 투자를 유치함.
  - 넘버식스(아이돌 웹드라마, 1월)는 POOQ 플랫폼 및 2TV에 편성함. myK어썸라이브(아이돌 음악토크쇼, 2월)를 myK 및 네이버에 유통함. W메이트(여행, 7월)를 KBS 유튜브 채널 및 KBS 월드채널에 편성함. 그리고 왕좌의 e게임(버라이어티, 8월)을 KBS 유튜브 채널 및 KBSN 스포츠에 편성함.

(2) 아카이브 공개 프로젝트

■ 목적

- KBS 아카이브의 효과적인 공개하고 공익적으로 활용함은 물론 KBS 미보유 영상 자료의 확보 및 공유.

■ 실적

- <이산가족 코리안 디아스포라> 프로젝트를 실시함.
  - 유네스코 세계기록유산 KBS 이산가족찾기 방송(453시간)을 재가공하고 공개함. 이산가족스토리, 한국전쟁자료, 사진, 음원을 총망라한 아카이빙 서비스를 제공함.
  - VIP, 송해, 강산에 등 이산가족 특화 디지털 콘텐츠를 제작함. 공식 유튜브 채널(2019.6.23.) 및 홈페이지(2019.9.13.)에 정식 오픈함.

- 시청자 소장 영상 공모사업을 실시함.
  - 시청자 소장 자료의 기증을 통해 KBS미보유 영상자료를 확보함. 과거 영상 발굴 및 시청자 개방으로 KBS아카이브의 공익성을 강화함.
  - 유튜브 채널 '옛날티비'를 통해 기증 자료를 공개하여 이용 편의성을 제공함.
- <KBS 아카이브 : 옛날티비>를 통해 아카이브를 개방함.
  - 유튜브를 통해 아카이브 개방 관련 효율성 및 이용편의성을 강화함. KBS 아카이브 전체를 대상으로 서비스를 확대할 예정임.
  - <사랑의 굴레>, <TV손자병법> 등 시청자 기증영상을 공개함. 공개 요구가 많은 70~80년대 KBS 대표 프로그램을 공개할 예정임. 대표적으로 <100분쇼>, <달동네>, <젊음의 대축제>, <TV문학관> 등 약 320개임.
- '코리안 디아스포라'가 <이달의 좋은 프로그램 상>을 수상함(뉴미디어부문).
- 시청자 보유 미공개 영상 114건 접수하고, 176개 프로그램을 등록하고 유튜브에 공개함. 사랑의 굴레(25편), TV손자병법(3편), 어린이인형극 옛날옛날에(1편) 등임.
- 공개 요구가 많은 70~80년대 KBS 대표 프로그램을 공개함. <100분쇼>, <달동네>, <젊음의 대축제>, <TV문학관> 등 약 320개임.
- <KBS 아카이브 : 옛날티비>의 구독자 및 조회 수가 급증함. 구독자수는 2018년 1,403명에서 2019년 60,757명으로 증가함. 조회 수는 2018년 87.4만 회에서 2019년 1,688만 회로 증가함.

### (3) 미래 시청층 대상 디지털 채널 운영 현황

#### ■ 목적

- 젊은 층에게 소구력/경쟁력을 갖춘 킬러 콘텐츠를 확보하고, e-스포츠관련 수익모델 및 핵심역량 개발.

#### ■ 실적

- 미래 시청층 대상 e-스포츠 콘텐츠 기획 및 협력을 실시함. e스포츠협회와 전략적 제휴를 통해 4년간 MOU(2019년~2022년)를 체결함. 이를 통해 안정적인 사업추진 기반을 마련함.
- 유튜브 채널 'e-sports KBS' 오픈(2019.7) 및 관련 콘텐츠를 확보함.
  - e-sports 콘텐츠인 <대통령배 e스포츠 대회>를 중계(2019.8)함. 아울러 <고교 e스포

- 츠첼린지 중계>(2019.9), <중국 IEF(International E-sports Festival)국제대회 중계>(2019.11) 등을 실시함.
- <2019 LOL KeSPA컵 중계>(2019.12)를 기획 및 제작함. 방송권의 국내외 재판매를 실시함.
  - LOL KeSPA컵 관련 총수입이 4.1억 원(방송권 재판매 3억 원, 협찬 8천만 원 등)에 달하였으나, 방송권료 및 외부제작비 등 KBS가 지출한 총비용에 미치지 못한 아쉬움도 있음.
  - 국내 인기 유튜브 채널 1위 및 게임 플랫폼 1위를 기록함.
  - KeSPA컵 기간(18년 12월 23일~19년 1월 5일)중 아프리카 TV를 압도함. 동시접속자수 11만 명을 돌파하였고(2019.12.31. SKT T1대 젤지), e-sports KBS 유튜브 채널 구독자는 3.4만까지(일평균 2천 명 증가) 급증함.
  - e-sports 부문 KBS 제작역량을 확보함. 케스파컵 준결승에서 결승까지 KBS 연출진/중계진이 직접 제작함.

#### (4) 기타 뉴미디어 콘텐츠 제작 확대

##### ■ 국제방송 라디오 유튜브 제작

- 부조정실 제작 장비와 컴퓨터 기반 소프트웨어를 활용하여 유튜브 기반 라이브 방송을 시행함.
- 국제방송 라디오(아랍, 인도네시아, 스페인)의 유튜브 스트리밍 및 녹화를 실시함.
- 7/30~7/31 국제방송 라디오 ‘한글날 특별기획’ 본선을 생방송했고, 7/17 한민족방송 라디오 유튜브 방송을 녹화 제작함.

##### ■ 라디오기술국 유튜브 스트리밍 서비스 개시

- 방송환경 변화에 맞는 뉴미디어 콘텐츠 제작으로 청취자들의 청취 행태 변화에 대응함. 라디오 프로그램에서 유튜브 스트리밍, 360°VR 스트리밍, 콘텐츠 제작 등을 실시함.
- OTT向 콘텐츠 제작 수요 증가에 비해 전담 인력 및 지원 체계 미비 문제는 개선되어야 할 사항임.

##### ■ OTT 전용 콘텐츠 제작 지원

- 전용 콘텐츠 <뚝뚝뚝> 제작을 지원함. 보도본부, ‘라운 스튜디오’의 구축 및 운영을 지원함.

#### ■ SNS향 실시간 스트리밍서비스 지원

- 각 부서별로 운용하던 스트리밍 서비스를 미디어송출부의 IP Stream Encoder, 전사 라우터, MNC 방송전용망과 연계하여 체계적이고 효율적인 시스템으로 통합하여 운영함.
- 독도 실시간 영상보급, 디지털라이브스튜디오(라온), 재난방송센터 기상특보 등 사내 스트리밍 서비스에 대응함. 정부 주관 선거방송토론회와 스트리밍 서비스를 위탁 대행함.

#### ■ UHD ESG 2단계 서비스 확대

- 통합 ESG<sup>37)</sup> 시스템의 2단계 서비스 시범운영으로 서비스의 타당성을 확인하고 정책을 정립함.
- 2019년 3월에 1차 개발하여 시범운영 중인 시스템의 효율성과 정확성 강화를 위해 추가 개발함.
- ESG 예고 Clip 서비스용 메타데이터 수집 및 등록 알고리즘 변경
  - TV 송출운영에서 사용하는 Soap Interface 연동을 통해 수집하도록 개선
  - 기존 비교로직에 '프로그램 코드' 확인 단계 추가
- 프로그램 정보 서비스 페이지 구성 변경
  - 프로그램 게시판의 취재정보 주소를 활용하여 html 페이지 자동 생성
- 프로그램 정보 서비스를 제공하는 외부망 CDN 서버를 구축한 후에 알람기능 추가.
- Python 웹 크롤링으로 단순반복 작업을 모두 자동화하여 업무효율성을 증대함.
- UHD 직접수신 시청자를 위한 전용 서비스 확대로 시청자 복지 향상에 기여함.

#### ■ MNC 고속분배망 적용 확대

- 대내/외 원활한 콘텐츠 공급을 위한 인프라 고도화를 위해 MNC고속분배망을 설치함.
- 기가급 광랜 회선을 활용하여 대내외 콘텐츠 전송/분배를 위하여 자체적으로 새롭게 구성한 인터넷망과 콘텐츠 송수신 인프라를 구축함. 이를 활용하여 WAVVE, Netflix 등에 콘텐츠를 배급함.
- MNC에서는 자회사로 비디오아카이브 저장본 및 송출본의 분배 기능을 수행함. 고속 광랜 네트워크 기술을 활용하여 대외 유통을 위한 방영 전 편집원본 분배라인을 추가로 적용함.
  - 편집본의 경우 프리미엄급 고화질, HDR, 다채널오디오 적용 등 방송본과 차별화된 서비스가 가능하므로, 향후 적극적인 수익화 방안 및 유통라인 정비가 필요함.

37) 지상파HD 방송에서 사용하는 EPG(Electronic Service Guide)의 기능을 확장하여 UHD방송에 적용하는 기술

## 5. 평가와 제언

### 1) 평가

#### (1) 사회적 책임의 이행 평가

##### ① 청년고용 실적

- 청년고용 실적과 관련하여 KBS 재정구조 악화로 인한 인건비 감축 필요성에 따라 2019년 하반기 신입사원 정기공채를 경력직원 수시공채로 축소 시행한 점은 공기관으로서 후속세대 양성의 사회적 책임을 소홀히 한 것임. 한편 정년퇴직 등 내부 인력수요 증가 및 주 52시간 근무제 시행 등 외부 근로환경 및 급변하는 미디어 환경에 대응하여 역량 있는 신입 및 경력직원 총 223명을 적시 충원한 것은 적절한 조치임.

##### ② 이해관계자에 대한 책임이행

- KBS의 시청자센터는 방송 내용에 대한 시청자의 이의 제기에 대하여 대체로 독립적이고 체계적인 사내절차를 관리하고 운영하고 있음. 특히 시청자위원회의 시청자평가소위원회에서 선정한 시청자평가원들(4명)의 역할이 매우 인상적임. 이들은 <TV비평 시청자데스크>에 (주 1회) 출연하여 KBS가 방송한 프로그램에 대한 비평, 의견진술 등 시청자 시각의 평가를 함으로써 방송의 공정성을 높이는 지킴이의 역할을 충실히 하고 있음. 시청자 평가소위원회를 매월 개최하고, 시청자평가원의 활동결과와 활동계획을 매월 방송통신위원회에 보고하는 체계마련을 하였다는 점도 공영방송사로서 매우 적절함.
- 민원 내용 가운데 시청자만족(프로그램, 공개방송, 홈페이지)과 권리침해(초상권, 명예정보 등)에 대해서 불만 빈도수가 상대적으로 높은 편임을 판단하여 어떤 식으로 사후관리를 할 것인지에 대한 체계적인 대책마련은 다소 미흡함.

#### (2) 개인정보 보호 평가

- KBS의 사이버 안전을 위한 정보보안 및 개인정보 보호를 위한 관리체계 구축이 고도화되어 있음. 다만 유무형의 정보보안 침해 사고 발생 시 대응절차 마련에 대한 준비는 더욱 개선이 필요할 것으로 판단됨.

### (3) 외주제작 및 협력업체에 대한 공정한 처우 평가

- 2019년도 KBS는 전년도에 비해 최저임금을 반영한 제작비 인상, 외주제작사 불공정행위 신고센터 운영, 협찬 제작 지원금 지급과 저작권 수익 배분 등에 있어서 진전을 보였음. 특히 외주제작부서가 개정된 <외주제작 프로그램 표준제작비 산정기준>을 외주제작업체와의 계약 시 제시한 점이나 합의된 사항을 촬영 시작 전 서면 계약 의무화 한 점이나 프로그램 제작 중지 또는 계약 해지 시 최소 30일전 제작사에 서면으로 통보하게 한 점 그리고 비드라마의 경우 계약 전 촬영 관련 확인서 신설 등은 약자의 위치에 있을 수 있는 외주협력업체의 이해관계자 권익을 보호한 사항으로 판단됨.

### (4) 사회공헌 확대 평가

- 프로그램의 시청율과 질적 수준을 놓고 타 민영방송국과 치열한 경쟁을 하면서 국가기간 방송사로서의 국가/사회적 책무를 동시에 수행하기는 쉽지 않음. 그럼에도 불구하고 2019년 KBS는 여러 대형 행사나 특집프로그램을 적절하게 기획하여 국민들에게 ‘알 권리’, ‘볼 권리’, ‘들을 권리’를 제공하였다고 판단함. 특히 KBS가 잘 할 수 있는 방송촬영 및 드라마 제작과 같은 핵심역량을 기반으로 한 문화행사(<제20회 KBS해외동포상>, <제26회 KBS-한전 음악콩쿠르>, <제29회 KBS국악대경연>, <제2회 KBS봄꽃음악회> 등) 및 사회적 책임활동(KBS 출연자들로 구성된 <재능나눔 봉사단>, 희생과 봉사의 의인과 함께하는 <웹 다큐 드라마>, <찾아가는 음악회> 등)들은 매우 높은 평가를 받을만한 수범사항임.

### (5) 시청자 관련 제도 및 운영실적 평가

#### ■ 시청자 의견 수렴을 위한 다각적인 노력

#### ○ 매월 시청자위원회 운영

- 1990년 시청자위원회 발족 후 처음으로 <제1회 KBS 전국 시청자위원회 연대회의>를 열어 본사 및 18개 지역총국 시청자위원들이 KBS에 대한 전국 시청자들의 의견과 요구를 폭넓게 전달한 것은 의미 있음.
- 4월 <제1회 KBS 전국 시청자위원회 연대회의>에 이어 10월에는 <시청자위원회-시민사회단체 연석회의>를 개최해 다각적으로 시청자 의견을 수렴하고자 노력한 점이 보임.

○ 고충처리인 제도를 통해 시청자의 고충과 불만사항을 제작진 등 담당부서에 전달

- 주요 사안은 시청자권리보호소위원회로 넘겨져 시청자위원회 본회의에 제기함으로써 관련 부서의 해결책을 공식 촉구함은 물론, 재발 방지 역할을 적극 수행함으로써 전사적인 노력을 보여줌.

(6) 시청자 권익 강화 보장 평가

■ 시청자권익 강화 보장을 위한 다각적인 노력

- 시청자 의견에 대한 <시청자상담 일일보고서>, <제작진의 답변>, 각종 방송정보 제공 등을 통해 공영방송의 사회적 기여와 책임을 확대하고자 노력했음.
- KBS 상담 시스템이 안정 CRM(Customer Relationship Management) 운영 등을 통해 KBS 시청자 상담시스템이 안정화됨.
- 정례적인 업무협의체 구성, 회의 등을 통한 교육 실시로 정보 공유 및 상담직원의 역량을 강화하고자 노력한 점이 보임.

■ 시청자상담 만족도 제고 및 시청자 의견 및 불만에 대한 신속한 처리

- 시청자상담실을 통해 다양한 시청자 의견을 수렴하고, 이를 처리하고 시청자에게 피드백 함으로써 시청자의 상담만족도를 재고하는 모습을 보였음.
- “강원산불 재난방송”, “대통령에게 묻는다” 등 대형이슈 발생 시 상담실 근무자를 탄력적으로 증원 배치하여 시청자 의견 및 불만을 신속히 처리하고자 노력하는 모습을 보임.

(7) 시청자 참여와 소통 확대

■ 시청자 참여프로그램에 대한 적극적 지원

- KBS는 <시청자의 눈>, <뉴스비평> 등의 프로그램을 제공하여 시청자의 눈높이에서 KBS 프로그램에 대한 공개적인 평가를 받고 있으며, 이러한 평가를 실제 프로그램에 적극적으로 반영하기도 함.
- 시청자위원회를 구성하여 KBS 프로그램의 선정성, 공정성, 폭력성 등을 적극적으로 평가 받고 있고, 특히 지역 시청자와 고연령층의 의견까지 수렴하기 위해 전국의 시청자미디어

센터를 적극적으로 활용하고 있다는 점에서 긍정적으로 평가할만함.

## (8) 스마트 플랫폼 구축 평가

### ① 잘한 점

- 미디어시장이 모바일 중심으로 재편되며 급성장 중인 반면 KBS의 OTT서비스는 성장한계에 봉착하고 있는 상황에서 스마트 플랫폼 유관부서에서 긴밀한 협의와 협력을 통해 OTT 플랫폼 종합전략을 수립하고 시행한 것은 시의적절한 조치라고 판단됨.
- OTT 플랫폼 종합전략 수립과 시행을 통해 홈페이지와 myK 등 자체 플랫폼은 보편적인 공공서비스 미디어를 구현하는데 활용하고, 폭, SMR, 유튜브 등을 주축으로 하는 외부플랫폼에 콘텐츠 유통을 확대하여 수익성을 제고하는 계기가 됨.

### ② 부족한 점

- myK, Kong의 경우 대표적인 내부플랫폼으로 수익성을 최우선하는 외부 플랫폼과 달리 공적 가치가 높은 콘텐츠 유통 채널 형태의 보편적인 공공서비스 미디어로 활용하고자 하는 취지는 공감함. 전체적으로 자체 플랫폼의 순이용자수와 VOD 및 클립의 이용자 수가 완만하게 증가 추세임. 하지만 앱 부문의 순이용자수는 정체 상태임. 공적 가치를 우선하는 플랫폼이라는 목표 달성을 위해서는 이용자들의 호응과 이를 바탕으로 한 일정 수준의 이용자 수 증가는 필요하므로 앱을 중심으로 이를 개선하기 위해 좀 더 노력해야 할 것임.

## 2) 제언

### (1) 사회적 책임의 이행

- 2019년 하반기 신입사원 공채를 미실시한 점에 대해서 재정적자가 초래하는 사회적 부작용이 적지 않음을 직시하고 차후 대졸 신입사원 공채를 반드시 실천하여 수년간 방송사 입직을 준비하여 왔던 청년들에게 일관된 희망을 주길 권고함.
- 시청자 평가요원에 대한 더 많은 지원과 관심을 요청함. 또 시청자만족(프로그램, 공개방송, 홈페이지)과 권리침해(초상권, 명예정보 등) 등과 같은 불만 빈도수가 상대적으로 높은 사항에 대한 사후관리 체계 마련을 조속히 시행하기를 권고함.

**(2) 개인정보 보호**

- 개인정보보호와 관련하여 지능형 침입이나 장애발생시 적시조치가 가능하도록 평소 정보 보안 침해사고 분석 및 복구체계 구축에 대한 지속적인 개선노력이 반드시 필요함. 향후 예상되는 사이버 테러에 대한 보안장비 점검 및 보안관제 태세를 철저히 유지해야 할 것임.

**(3) 외주제작 및 협력업체에 대한 공정한 처우**

- 외주업체에서 콘텐츠제작수준이 KBS가 제공하는 주요 드라마/특집기획 관련 콘텐츠의 수준을 결정한다는 점에서 이들의 권익이 지금 보다도 더 높은 수준에서 지켜져야 함. 단적인 예로 경쟁사 대비 표준제작비가 지나치게 적지 않도록 하여야 할 것이며, 만에 하나 특정이념이나 정치성향에 치우친 외주제작만 허용하는 일은 없도록 편성제작 심의기구의 공정성 담보노력이 반드시 수반되어야 함.

**(4) 사회공헌 확대**

- 각종 문화행사 및 사회적 책임활동을 수행함에 있어서 소요되는 적지 않은 예산절감을 위하여 자체 내부예산 뿐만 아니라 ‘협찬제작’의 예산비중을 더 높여서 전체비용을 절약하는 방안도 적극 검토바람.

**(5) 시청자 관련 제도 및 운영실적**

- 제작 및 보도부문에 대한 의견 수렴 및 개선이 지속적으로 필요
  - 시청자위원회 특별위원회를 통해 KBS 뉴스에 대한 시청자들의 불만 및 요구를 효과적으로 수렴해 KBS 뉴스에 대한 신뢰도를 회복하는 계기를 마련함.
  - 앞으로도 KBS 보도 및 프로그램에 대한 시청자 의견 개선 창구에 대한 접근성을 높여 적극적인 의견 수렴이 필요함.

**(6) 시청자권의 강화 보장**

- 시청자 의견 및 불만 처리 능력이 지속적으로 필요함
  - 앞으로도 적극적인 시청자 의견 수렴과 피드백 제공, 상황에 따른 유연한 근무자 배치 등

을 보여야 함 또한 지속적으로 이어나가야 함.

■ 사회적 소수자와 소외계층을 위한 노력

- 다양한 사회공헌사업 및 활동을 통해 사회공헌문화 확산과 사회적 약자에 대한 배려를 실천하고자 노력했음.
- 앞으로도 사회적 소수자와 소외계층을 위한 공적책임의 지속적인 수행이 필요함.

(7) 시청자 참여와 소통 확대

■ 뉴미디어 채널을 활용한 시청자와의 소통 필요

- 시청자참여프로그램인 <열린 채널>을 통한 공모가 감소하고 있으므로, 기존 채널을 통한 시청자의 의견 수렴 보다는 미디어 변화에 따라 소셜네트워크서비스 등 뉴미디어 채널을 활용한 시청자 의견 수렴을 적극적으로 도입할 필요가 있음.

(8) 스마트 플랫폼 구축

- 최근 산업을 주도하는 대표적인 기술혁신 중 하나인 클라우드 컴퓨팅 환경을 KBS의 방송 미디어 서비스 환경에 접목하고 활용하고자 하는 시도는 시의적절한 조치라고 판단됨. 일례로 디지털 미디어 서비스 제공 환경을 클라우드로 전환하고 제반 비용을 절감하는 성과도 있었음. 다만, 서비스나 적용 분야에 따라 기존 레거시 시스템보다 비용이 많이 발생하는 분야도 분명 존재하므로 현 단계에서 모든 방송 서비스에 클라우드를 접목하는 시도를 할 수 있는 상황은 아님. 따라서 분야별로 비용 편익적인 부분을 면밀히 분석하고, 합당하다고 판단될 경우 용도에 맞게 선택적 접근 방향으로 추진되어야 할 것임.

Chapter **04**

**경영평가 총평**

1. 경영 평가 개요
2. 인사 및 조직 운영
3. 예산 편성 및 집행
4. 경영실적 및 재무상태
5. 방송편성과 제작
6. 방송보도와 저널리즘
7. 기술 및 뉴미디어



# 제 4 편 경영평가 총평

## 1. 경영 평가 개요

- 2019년도 KBS 경영평가단은 KBS가 2019년 한 해 동안 설정한 경영목표를 달성하기 위해 어떠한 노력을 했는지, 그리고 설정한 목표를 어느 정도 달성했는지를 객관적으로 분석하고 평가하였음.
- 경영평가는 인사 및 조직운영, 예산편성 및 집행, 경영실적 및 재무상태, 방송보도와 저널리즘, 방송편성과 제작, 방송보도와 저널리즘, 기술 및 뉴미디어 측면을 살펴봄.
- 경영평가는 크게 세 가지 관점에서 진행함. 첫째는 적절한 경영목표를 설정하고, 이를 달성하기 위해 노력한 과정과 결과는 무엇인가?, 둘째는 조직의 효율적인 운영, 재원의 적절한 집행 등을 통해 프로그램 제작을 위해 노력한 과정과 결과는 무엇인가, 셋째는 미래 기술개발 등 향후 KBS의 미래를 위해 노력한 과정과 결과는 무엇인가? 를 주로 살펴봄.
- 경영평가는 2019년 한 해 동안 KBS가 추진한 실적에 대한 평가, 향후 KBS의 추진 계획에 대한 적절성 판단, 그리고 KBS의 발전을 위해 개선해야 할 사항 및 제언에 초점을 맞춰 진행했음.

## 2. 인사 및 조직 운영

- 2019년도 KBS는 대외적인 전략적 불확실성(strategic uncertainty)의 증대와 대내적인 자원압박(resource intensity)의 증대라는 어려운 경영여건 속에서도 인사/조직운영에 대한 관리를 고도화하는 지속적인 노력을 경주한 한 해였음.
- KBS는 ‘콘텐츠중심 조직구현’이라는 조직운영의 방향에 부합하는 조직편제를 구성하였고, 변동형 직급체계를 도입하여 인력운영의 유연성 확보와 인건비의 절감효과를 거두었음.
- 특히 2019년도 총비용 대비 인건비 비중은 타방송사 대비 상대적으로 높았지만 지난 3년간 총인원이 증가하였음에도 불구하고 인건비 비중을 그나마 5,286억 원(36.3%)으로 묶어둔 것은 경영진의 비상계획 노력의 성과라고 판단됨.
- 또 성평등 문화확산 노력뿐만 아니라 비정규직의 정규직화 노력 또 비정규직에 대한 차별 방지 노력이 매우 수범적이었음. 특별히 노사간에 일/가정 양립을 위한 실효성 있는 제도 개선을 이루었음.
- 한편 지난 3년간 인력감축을 위한 다각적인 노력을 하였지만 현재와 같은 비상경영체제 하에서 상대적으로 고임금을 받으면서 인력과잉 현상이 나타나는 상위직급에 대한 제도 개선을 마련해야 하는 과제가 있음.
- 또한 인적 다양성확보를 위해서 장애인 및 다문화가정 자녀들에 대한 적극적인 제도적 배려가 필요함. 동시에 현재는 성평등센터장에게 국한되어 있는 보직자의 개방직 채용을 보다 확대하여 민간의 활력을 불어넣을 필요가 있음. 아울러 증가하고 있는 여성인력을 감안하여 여성 집행기관의 수를 늘릴 필요가 있음.
- 또 직무수행능력의 고도화를 달성하기 위해서는 역량중심의 인적자원개발을 더 이상 늦출 수 없는 상황이며 특히 책임직급 이상의 간부직원들에 대한 문제해결 중심적, 경험중심적 리더십 훈련이 절대적으로 필요하다고 판단됨.

### 3. 예산 편성 및 집행

- 비영리공공기관인 KBS의 조직특성을 고려하여 수익성보다는 지출의 합목적성에 중점을 두고 경영평가를 실시하였음.
- 2016년 이후 예산편성 단계부터 영업이익(사업이익)이 적자편성이 되어 있음. 이는 영업외 수익(사업외수익)으로 균형예산을 맞추고 있다는 의미이며, 불용자산 매각 등이 지연되거나 영업외 수익 항목이 소진된 이후에는 예산규모의 급격한 축소 또는 거액의 적자예산 편성이 불가피할 것으로 예상됨. 따라서 당기순이익 중심이 아닌 영업이익 중심의 균형예산을 편성·관리하여 지속가능한 성장을 도모할 필요가 있음.
- 수입예산에 대하여 공영방송의 책무 수행에 필요한 자원 확보 계획이 적절하였는지 검토하였음. 이러한 관점에 따라 수입예산의 크기는 물론 안정적인 자원확보 가능성도 중요하게 고려하였음.
- KBS는 2019년 공격적인 수입예산을 설정하였으나 광고시장 등 KBS의 경영환경 변화에 따른 수입예산 미달 가능성에 대한 사전적 대처는 부족한 것으로 판단됨.
- 그러나, 예산긴축 등 사후적 대처와 재정안정화 대책, 토털리뷰 등을 통해 중장기적인 관점에서 KBS의 비용구조를 근본적으로 개선하려고 노력한 점은 긍정적으로 평가할 수 있음.
- KBS는 중장기 계획-5대 세부목표-12대 역점과제 하에 핵심사업을 개발하고 이러한 사업들에 연도별로 별도예산을 배정하고 추진하고 있음. 그러나 전체 비용예산에서 경영목표 사업예산이 차지하는 비중이 상대적으로 미미하여(4.97%, 776.3억 원/1조 5,597억 원) KBS의 중장기 목표 달성을 위한 예산 배정이 충분한지에 대해 심도 깊은 논의의 필요성이 있음.

## 4. 경영실적 및 재무상태

- 공영방송으로서 KBS가 사회의 기대수준 이상의 역할을 만족하면서 지속가능한 성장을 유지할 수 있는지에 중점을 두고 경영평가를 실시하였음.
- 2018년 585억 원의 사업손실이 2019년에는 759억 원으로 더욱 확대되었고, 수신료수입의 정체와 방송광고수입의 급격한 감소, 방송환경 변화에 따른 방송제작비의 증가는 KBS의 지속가능성에 의문을 제기하고 있음.
- 유희자산 매각과 같은 사업외수의 활동을 통해 사업손실을 보완하여 재무상태의 건전성을 유지하고 있으나 향후 이러한 항목이 소진되면 거액의 당기순손실 발생을 피할 수 없다는 점에서 근본적인 해결책이 될 수 없음.
- 정부의 미납자본금(938억 원) 추가출자 납입과 수신료 인상 등도 지속적으로 추진하여야 하나, 이와는 별개로 KBS 자체적으로 개발·추진할 수 있는 근본적인 대책 수립이 절실히 요구됨.

## 5. 방송편성과 제작

- 공영방송으로서 KBS가 지향해야 할 방송편성과 제작 방향을 고려함과 동시에 가능한 객관적 수치에 기반해서 경영평가를 실시하였음.
- 방송환경의 변화에 대응한 경영목표 설정은 적절했다고 판단함. 특히 OTT 및 글로벌 플랫폼, 종편과 CJ 등 경쟁 사업자의 약진 및 시청자들의 소비행태 변화를 제대로 분석하고, 경영목표 설정에 반영했다고 판단됨
- 방송프로그램의 소비 행태의 변화에 대응하기 위한 편성전략 변화 노력도 긍정적임. 향후 TV 뿐만 아니라 온라인 플랫폼 등에서의 영향력 확대를 위한 노력이 절실히 보임.
- 보도/교양 프로그램의 편성 증대, 장애인 방송에 대한 의무편성 비율 확대, 다문화 가정 프로그램의 주 시청시간 대 편성의 지속적 노력 등은 높이 평가할만함.
- 제작비와 경쟁력을 고려한 새로운 프로그램에 대한 도전이 지속적으로 필요해 보임. 노후

프로그램에 대한 과감한 폐지와 화제성을 지닌 새로운 디지털 콘텐츠의 기획과 제작이 필요해 보임.

- 경영 목표 달성 여부를 판단하는 다양한 지표의 개발이 필요함. 시청자 수나 시청률과 같은 단순 지표 이외에, 디지털 환경에서 콘텐츠의 경쟁력을 판단할 수 있는 다양한 지표들을 개발하여 다각적으로 프로그램별 경쟁력을 파악할 필요가 있음.
- KBS2TV의 경우 오락 프로그램 편중의 심화되었다는 점, 타 방송사 대비 KBS 드라마의 온라인 화제성이 낮았다는 점, 모바일을 통한 오리지널 콘텐츠의 경쟁력 향상을 고민해볼 필요가 있음.
- 시청자 의견 수렴과 시청자 권익 강화를 위한 노력들은 돋보였으나, 팟캐스트, 유튜브 등 개인 미디어의 활성화를 고려하여 기존 채널을 통한 시청자들의 의견 수렴보다는 SNS 등 새로운 방식을 활용하여 시청자 의견을 수렴하는 노력이 필요해 보임.

## 6. 방송보도와 저널리즘

- 재난재해 주관방송으로서 역할을 잘 이행하고 질 높은 보도 시사 프로그램을 제공하며 국가기간방송의 위상에 부합하는 지역성을 구현하고 있는지에 중점을 두고 평가했음.
- <뉴스9>과 <뉴스7>의 차별화, 데이터 저널리즘의 실천, <뉴스9>의 여성 메인 앵커의 발탁과 젠더 이슈 집중 조명, 제1라디오의 뉴스시사채널 전문화, 42건의 보도 시사부문 외부 수상실적 등은 심층성과 다양성을 높이고 사회적 기여도를 향상시킨 성과라고 평가할 수 있음. 그러나 KBS는 공영방송인 만큼 사회적 약자에 대해 더 많은 관심을 갖고 의제를 발굴하여 보도할 필요가 있음.
- 2017년부터 KBS가 보도본부의 여성기자와 여성간부의 비율을 꾸준히 증가시켜왔다는 점은 높이 평가됨. 그럼에도 불구하고 2019년 보도본부 내 여성간부의 비율 10.26%와 여성기자의 비율 24.7%는 여전히 낮은 수치라고 판단됨. 특히 KBS의 상징성과 영향력을 고려할 때, 단계적인 목표 설정 등 보도본부 내 여성 간부의 비율을 높이기 위한 체계적인 노력이 필요해보임.

- 각종 조사지표를 통해 볼 때, KBS의 신뢰도와 공정성은 좋아지고 있으나, 아직 많은 노력이 필요함. 보도의 공영성·심층성·다양성 등 세밀한 품질평가 조사를 실시하여 방향을 정립해나갈 필요가 있음. 공정성과 신뢰도 향상을 위해 2019년에 실시한 출입처 광역화·협업시스템 등의 시도들은 높게 평가되나, 이런 시도들이 효과를 거두기 위해서는 기자 재교육을 체계화하고 전 기자들이 교육을 받도록 정례화하여 잘못된 관행을 타파하고 저널리즘 윤리를 실천할 수 있도록 시스템을 갖춰 나가야함.
- 2019년 재난보도와 관련해서 KBS는 강원도 고성 산불 당시 신속한 대응을 못했음. 이후 재난보도 상시시스템을 크게 보완했으나, 시스템이 제대로 작동하기 위한 교육이 부족함. 본사 및 지역(총)국 소속 재난보도 관련 직군의 전 구성원이 교육에 참여하여 비상방송지침을 체화시킬 필요가 있음.
- 지역총국 및 지역국에 취재인력 보강이 필요함. 2019년에는 재난보도를 위한 기술적 토대와 시스템 보강에 힘썼다면, 2020년에는 취재인력 보강과 취재인력의 전문성을 높이는데 주력해야함.
- <뉴스7> 지역화 전국 확대, 총국별 지역 프로그램 편성 비율 상승, 지역 제작 프로그램의 전국 송출 방송, 총국 간 공동제작의 증가 등은 지역의 관점을 전달하고 지역 간 이해도를 높이는데 기여한 것으로 평가됨. 특히 <뉴스9>의 영향력을 고려할 때, 전국에 보도되는 지역뉴스의 지역별 보도량에 대한 검토가 필요함. 총국별 인력과 예산, 조직 구성의 측면에서 지역 간 뉴스 생산의 불균형을 초래하는 부분이 없는지 점검하고, 지역 뉴스 선정 기준에 대한 보도국 구성원들간의 토론을 통해 국가기간방송의 위상에 부합하는 지역성 구현에 대한 기자들의 인식을 환기할 필요가 있음.
- 2019년 경력기자 공채를 통해 좀 더 다양한 경력과 관점을 가진 기자들을 선발한 것은 공영방송의 다양성과 공정성을 높이려는 시도로 평가됨. 미디어환경변화를 고려할 때 신입기자 공채 역시 시험 위주의 선발제도와 병행할 수 있는 다양한 선발제도를 시도해볼 필요가 있음. 뉴스를 통해 공익적 성과를 거둔 인재를 선발하는 등 다양한 기자 선발제도를 검토하여 KBS가 미래지향적인 신입기자 공채제도를 선도해나갈 것을 제안함.
- 경쟁 지상파 라디오 점유청취율이 감소 추세를 이어가는 상황 속에서 KBS의 점유청취율이 증가한 것은 고무적인 성과로 평가되나, 타 지상파 라디오 점유청취율보다 낮은 수치임.

시청자들에게 공적 사안의 방송을 많이 전달하는 KBS 공영방송의 특성상 단순하게 비교하기는 힘들겠지만, 좀 더 많은 청취자들에게 좋은 방송을 전달하기 위해 더욱 노력해야 할 것으로 보임.

## 7. 기술 및 뉴미디어

- KBS는 2019년 기술·뉴미디어부문에서 OTT 플랫폼 종합전략 수립 및 시행, 차세대 기술 활용 강화, 디지털 스마트워크플로우 구축, 방송시설 운용 효율화 등을 핵심추진목표로 설정하고 업무를 수행하였음.
- 콘텐츠 도달률 강화를 위해 OTT 플랫폼 종합전략수립을 수립하여 유튜브 등 외부플랫폼을 적극 활용하여 도달률 증가를 도모하였지만, 공적가치 구현을 위한 내부플랫폼의 변화는 미미하여 도달률 증가에는 크게 기여하지 못하였음. 또한 글로벌 OTT서비스를 위한 전략도 미비함.
- 차세대 기술을 활용하기 위한 연구개발은 예산 및 인력부족에도 불구하고 단독 또는 공동 개발한 기술을 적용한 결과물을 제품화하여 판매할 수 있는 기술 실시권 17종 계약, TPEG 수십억 계약 등을 통해 수익 향상에 기여하고 있고, UHD 재난방송연구 등으로 공적 책무를 잘 수행하고 있어 가성비가 매우 높다고 판단됨. 다만, 2015년 대비 연구개발비 비용은 지속적인 경영평가단의 투자 확대 의견 제시에도 불구하고 7억 정도 오히려 감소한 상태이므로 방송법 제44조, 방송법 시행령 제34조에 의거 KBS는 매년 예산총액의 1%의 비용을 연구개발비로 책정할 필요가 있음.
- 본사는 풀파일화를 통해 디지털 스마트워크플로우가 이루어지고 있으나, 지역국은 부산만 이뤄지고 있어 지역 시청자들이 차별을 받지 않게 나머지 지역에서도 조속한 시일 내에 풀파일화를 서두를 필요가 있음.
- 지상파TV의 직접 수신율이 낮은 점을 고려하여 노후시설 교체는 투자대비 효과를 면밀하게 분석할 필요가 있음. 그럼에도 수신료의 근간이 되는 수신환경 개선은 지속적인 투자가 필요함.

- 미디어 환경이 바뀐 상황에서 지상파플랫폼에 대한 역차별 규제가 지상파 방송기술 발전을 가로막고 있음. 지상파플랫폼에 대한 적극적인 규제완화 노력과 함께 UHD 모바일, 5G, 인공지능과 같은 첨단 기술을 방송에 도입할 수 있도록 적극적인 투자가 필요함.

## **2019 사업연도 경영평가보고서**

발행일 2020년 5월

발행처 한국방송공사 이사회

주 소 07235 서울특별시 영등포구 여의공원로 13

전 화 (02)781-1018

<비매품>



대한민국 대표 **공영미디어** KBS  
공정·창의·혁신