



2020 사업연도

경영평가보고서

社 告
제1편

2020 사업연도 KBS 경영평가 결과
경영평가 개요

1. 경영평가 주체 및 목적	3
2. 경영평가단 구성 및 운영	3
3. 평가항목	4
4. 평가방법	6
5. 평가일정 및 과정	7

제2편

경영개황

1. 2020년 경영목표	11
2. 기구	13
3. 인원현황	14
4. 방송현황	15
5. 방송시설	20
6. 재무현황	22

제3편

평가사항

제1장 경영목표 설정의 타당성

1. 2020 경영목표 설정의 타당성	27
1) 경영목표 설정의 타당성과 중점과제 수행 평가	27

2) 경영계획 운영규정의 합리적 반영	28
3) 중장기 목표 설정 대비 전년도 이행 실적 반영	29
2. 편성 기본 방향	31
1) 국가기간방송의 역할에 맞는 편성정책 실적과 성과	31
2) 신뢰도 및 영향력 향상을 위한 편성정책 실적 및 성과	36
3. 채널별 편성전략	42
1) 채널별 편성전략 및 실적	42
2) 채널별 성과	45
3) 장르별 편성비율	48
4. 평가와 제언	49
1) 평가	49
2) 제언	52

제2장 예산집행의 효율성

1. 예산편성의 목적 적합성과 적정성	55
1) 예산편성의 경영목표 정합성	55
2) 예산편성기준의 적정성과 준수 여부	58
2. 예산집행의 적정성	64
1) 비용예산 및 자본예산 집행실적	64
2) 방송제작비 사용 대비 성과	66
3. 예산관리와 시스템의 효율성	68
1) 예산 절감 노력 정도	68
2) 중간평가에 따른 합리적 예산 재배치	69
4. 성과관리제도 및 운영의 실효성	70

1) 개인별·부서별 평가	70
2) 개인별, 프로그램별, 사업별 평가 결과의 활용 상황과 적절성	76
3) 특별인센티브 제도 운영	78
5. 평가와 제언	79
1) 예산집행의 효율성 평가	79
2) KBS의 성과관리제도 평가와 제언	79
 제3장 인사·조직 등 경영관리제도	
1. 조직관리의 특성과 성과	82
1) 조직편제의 적절성과 효율성, 중복 여부	82
2) 조직운영 관련 문제해결 노력	84
2. 조직관리에 대한 평가	84
1) 조직관리 체계의 구축 및 운영 노력과 성과	84
3. 인적자원관리의 특성과 성과	85
1) 인력운용 현황과 평가	85
2) 인사제도에 대한 평가	91
3) 인력수급계획	97
4) 인적자원개발	99
5) 노사관계	102
4. 평가 및 제언	109
1) KBS 인사조직 분야 평가 준거와 총평	109
2) 인사/조직 분야 평가	112
3) 제언	118

제4장 경영실적

1. 경영실적 및 재무상태	120
1) 경영실적 및 재무상태 안정성	120
2. 수익창출 활동의 목적 적합성 및 효과성	124
1) 수익창출 활동별 매출 구성	124
2) 국가기간방송의 정체성에 부합하는 수신료 관리	127
3. 비용 및 원가관리	128
1) 비용 및 원가관리의 효율성 평가	128
4. 자산관리	138
1) 자산관리 효율성 평가	138
5. 계열사 관리	143
1) 계열사 관리 및 성과의 적절성과 경영 효율성	143
6. 재정 건전화 방안	146
1) 재정 건전화 정책 평가	146
2) 재정 건전화 방안의 적절성	151
7. 편성의 다양성	154
1) 편성의 다양성 성과지표	154
2) 편성 다양성 추진 실적 및 성과	155
8. 보도·시사의 신뢰성·공정성	166
1) 국제사회에 한국의 가치와 문화 대변	166
2) 재난재해 주관방송의 역할 이행	174
3) 보도·시사 프로그램의 신뢰도·공정성 평가	189
4) 보도·시사 프로그램의 품질 평가 및 품질 향상 노력	203

9. 방송 윤리 강화	214
1) 자체 사전심의제도, 자율심의 현황 및 성과	214
10. 심의 지적사항 및 개선 실적	216
1) 방송통신심의위원회 법정제재 현황	216
2) 방송심의 제규정 준수여부에 대한 평가	216
11. 프로그램 품질 평가(방송)	217
1) 성과지표	217
2) 실적 및 성과	218
12. 비드라마/드라마 프로그램의 경쟁력 평가	229
1) 비드라마/드라마 프로그램 경쟁력 성과 지표	229
2) 비드라마 프로그램 경쟁력 평가	230
3) 드라마 프로그램 경쟁력 평가	239
13. 지역방송 활성화	249
1) 국가기간방송의 위상에 부합하는 지역성 구현	249
14. 라디오 채널 및 프로그램 평가	255
1) 라디오 프로그램 청취율과 영향력 평가	255
2) 라디오 청취율 상위 50위 프로그램	258
3) 라디오 수상 실적	260
15. 디지털 미디어 콘텐츠	261
1) 디지털 오리지널 콘텐츠 제작 현황 및 성과	261
16. KBS의 글로벌 경쟁력 향상에 대한 성과	266
1) KBS의 글로벌 경쟁력 향상을 위한 노력과 실적	266
17. 평가 및 제언	271

1) 재무 경영실적 평가 및 제언	271
2) 방송 경영실적 평가 및 제언	273
3) 보도 경영실적 평가 및 제언	283

제5장 연구개발 사업

1. 차세대 방송 기술연구·개발	286
1) 기술연구 현황	286
2) 기술연구개발 실적	291
2. 공적가치 구현 연구개발	294
1) 연구과제별 성과	294
2) 정부기관 기술연구 활동	296
3) 국책 및 용역과제 연구성과	298
3. 평가 및 제언	300
1) 평가	300
2) 발전 제언	301

제6장 시설투자

1. 지상파 방송 경쟁력과 안정성 강화	303
1) 지상파 방송 경쟁력 강화	303
2) 지상파 방송 시설 안정화 강화	315
3) UHD(ATSC 3.0) 차세대 미래기술 개발	318
2. 정보화 시스템 투자	324
1) 정보 시스템 운영 현황	324
2) 정보화 부문 세부투자 내역	325

3. 스마트 워크플로우 방송시설 개선	327
1) 제작, 편집 스마트 워크플로우 추진	327
2) 본사 제작/뉴스 워크플로우 개선	332
4. 제작기술 시스템 역량 개선	335
1) 비대면 프로그램 제작품질 개선	335
2) TV 제작기술 시스템 및 운용개선	339
3) 라디오 기술 제작 시스템 운용 개선	343
5. 콘텐츠 제작 기술품질 역량 강화	344
1) 제작 프로그램 품질 혁신	344
2) 제작 프로그램 제작 실적	352
6. 평가 및 제언	358
1) 평가 분석	358
2) 발전 제언	361

제7장 기타 KBS의 발전과 경영개선 사항

1. 공영방송의 윤리	363
1) 국가기간방송의 윤리 확립과 제고	363
2) 직원 청렴도 제고 노력 정도	366
2. 사회적 책임 이행	366
1) 청년 고용 실적	366
2) 이해관계자에 대한 책임 이행	367
3) 개인정보 보호	369
4) 사회공헌 확대	370
3. 투명성	374

1) 정보공개제도 운영	374
2) 시청자 관련 제도 및 운영실적 평가	376
3) 시청자 권익 강화 보장	381
4) 시청자 참여와 소통 확대	385
4. 뉴미디어 관련 스마트 플랫폼 구축	387
1) KBS 스마트 플랫폼 활성화	387
5. 지역국 기능조정	393
1) 지역국 변경허가를 통한 지역국 기능조정	393
6. 평가와 제언	394
1) 평가	394
2) 제언	399

제4편

경영평가 총평

1. 경영평가 개요	405
2. 경영목표 설정과 성과관리	405
3. 인사 및 조직 운영	406
4. 예산편성 및 집행	408
5. 경영실적 및 재무상태	409
6. 방송편성과 제작	410
7. 방송보도와 저널리즘	412
8. 기술 및 뉴미디어	414
9. 기타 KBS의 발전과 경영개선 사항	415



社 告

2020 사업연도 KBS 경영평가 결과

KBS 이사회는 방송법 제49조 제1항 제6호에 따라 경영평가단을 구성해 지난 2020년 한 해 동안의 KBS 경영 전반에 대한 평가를 실시했습니다. 이사회는 다음과 같은 경영평가단의 보고서를 접수하고 심의·의결하여 그 결과를 시청자 여러분에게 보고합니다.

● 2020년도에는

- 총수입 1조 4,342억 원을 달성했고
- 총비용 1조 4,015억 원을 집행해
- 사업손실 140억 원과 당기순이익 327억 원이 발생했습니다.

● 2020년 말 KBS의 재산 현황은

- 자산 1조 2,727억 원
- 부채 5,511억 원
- 자본 7,216억 원으로
- 2019년 말에 비해 자산은 163억 원,
부채는 489억 원 감소했고,
자본은 326억 원이 증가했습니다.

- KBS는 독보적 신뢰, 압도적 영향력, 콘텐츠 경쟁력, 글로벌 미디어, 창의적 조직이라는 중장기 목표 아래 대한민국 대표 공영미디어로서 위상을 높이고자 노력했습니다. 또한, 체계적인 성과관리, 전사적인 조직개편과 직급체계 개편, 직무재설계, 인센티브 강화, 고용평등 개선 등의 혁신을 시도했습니다.

- KBS는 여전히 미디어 이용행태의 급변과 지상파 경쟁력 추락이라는 냉엄한 현실 속에 있습니다. 급변하는 미디어 생태계를 선도하기 위해 콘텐츠의 질적 향상은 물론, 전략과 조직 그리고 인사의 혁신이 필요합니다. 미래 기술과 이에 필요한 인재를 적극적으로 확보해야 합니다. 기존 인력의 직무 전문성을 함께 개발하여 고령화에 대비해야 합니다. 미래 비전에 적합한 직무 재설계와 역량에 따른 인력운영, 그리고 엄격한 성과 중심의 평가관리가 뒤따라야 합니다. 나아가 한국 대표 공영미디어로서 세계적인 위상과 지역성을 동시에 고려해 조직과 인력을 운영해야 합니다.
- 방송사업비 축소, 유형자산 처분이익으로 당기순이익이 발생했습니다. 그러나 3년 연속 방송 본연의 사업에서는 손실을 보고 있습니다. 방송환경 변화에 따라 근본적인 경영 혁신이 필요합니다.
- 자금 부족으로 투자와 방송제작비를 축소하는 악순환이 이어지고 있습니다. 다양한 자금조달 방안을 보다 적극적으로 고민해야 합니다. 재정확충을 위한 수신료 인상을 위해서는, 국민적 신뢰가 먼저입니다. 이를 위해 수신료를 합리적으로 산정하고, 사용 내역을 투명하게 공개할 수 있는 구체적인 방안을 마련해야 합니다. 방송법 제44조에서 명시하고 있는 공적책임을 위해 수신료가 올바르게 사용됨을 투명하게 알릴 수 있는 회계적 연구가 필요합니다.
- KBS 1TV는 코로나19 및 재난·안전 관련 다양한 프로그램을 편성해 재난재해 주관방송사로서의 공적 책무를 충실히 수행했습니다. 장애인 방송에 대한 의무편성비율 증대와 청소년 대상 프로그램 확대 그리고, 다문화 가정 프로그램의 편성을 늘리는 등 사회적 약자를 위한 프로그램을 제작하기 위해 노력한 점을 높이 평가합니다.
- 2TV 경쟁력을 높이기 위한 특단의 대책을 마련해야 합니다. 젊은 시청층에 대한 호소력을 높이기 위해 새롭고 실험적인 프로그램을 적극 개발해 혁신 선도자로서의 정체성을 강화해야 합니다. 디지털 플랫폼에서 KBS 영향력을 확대하기 위한 크로스미디어 전략은 의미 있는 성과를 거두었습니다. KBS의 프로그램을 방송 및 디지털 플랫폼에서 효과적으로 활용할 수 있도록 체계적으로 지식재산권을 운용해야 합니다.

- 보도 부문에서는 <방송제작 가이드라인>을 정비하면서 공정성의 내용을 보다 구체화하는 등 저널리즘의 원칙을 재정립했습니다. 의제 중심의 보도를 활성화하고, 각계 전문가와 협업해 KBS 뉴스의 심층성과 전문성을 높여 사회적 의제를 부각시키는 성과를 거두었습니다. 더불어 전국 9개 지역총국의 <뉴스 7>을 매일 방송으로 확대 편성하여 지역뉴스의 심층성을 강화하였습니다.
- 각종 외부 평가에서 KBS 뉴스의 신뢰도와 공정성이 개선된 것으로 나타난 점은 긍정적으로 평가되지만, 일부 뉴스의 불공정성 논란도 있었습니다. 기자의 전문성을 확립하고 저널리즘의 정도를 지키면서 뉴스의 품질을 높여야 하며, 청년과 사회적 약자를 위한 뉴스 의제를 균형감 있게 보도해야 합니다. 또한 우리의 시각으로 취재한 깊이 있는 국제 뉴스와 프로그램을 제작할 수 있는 인력과 예산이 필요합니다.
- <코로나19 통합뉴스룸> 체제 아래 감염병을 포함한 재난재해 사전예방을 위해 다양한 속보와 기획 보도를 방송했고, 재난방송 시스템과 매뉴얼을 보강하고 대외 협력체제를 구축하는 등 재난 뉴스 전문성을 위해 노력했습니다. 다만, 코로나19 상황에서도 강화된 재난방송 교육훈련을 이어나갈 필요가 있습니다.
- 미디어 환경 및 수용자의 변화에 따라 지역성 개념도 함께 변해야 합니다. KBS는 지역 시청자의 생각과 의견을 담아내는 실질적인 지역성을 담아낼 책임이 있습니다. 지역방송의 효율화를 통해 지역의 다양성을 제대로 반영할 수 있는 새로운 지역방송 모델의 정립과 실행이 시급합니다.
- 코로나19라는 사회적 위기 속에 클라우드와 AI를 활용한 비대면 제작 방식을 모색했습니다. 특히 유튜브 등 외부 플랫폼에서 시청자와의 접점을 늘리는 시도가 돋보였습니다. 하지만 디지털 플랫폼 전략에 대한 큰 방향과 세부 내용을 시청자에게도 적극적으로 알릴 필요가 있고, 방송제작과 더불어 디지털제작이 이뤄질 수 있도록 전사적으로 조직을 개편해야 합니다.

- KBS는 UHD 방송 활성화를 위해 다채널 방송과 모바일 서비스를 준비하고 있으며 무한 경쟁의 미디어 환경에서 기술 경쟁력 확보를 위해 노력했습니다. 또한 5G, 인공지능, 클라우드 컴퓨팅 등 차세대 기술의 연구 결과를 제작과 송출 시스템에 접목하는 성과를 달성했습니다.

- 스마트 미디어 시청환경에서 지상파 방송은 고화질, 고품질, 무료 플랫폼이라는 큰 장점이 있음에도 불구하고, 콘텐츠 경쟁력과 시청자의 수신 접근성을 개선하려는 노력이 부족했습니다. 미래 방송기술은 플랫폼의 연결과 확장 기술을 활용해 시청자에게 다양하게 다가가야 합니다. 따라서 디지털 미디어 기술을 콘텐츠 기획에 적용해 새로운 플랫폼 서비스모델을 구현하도록 전사적인 노력과 함께 제도를 마련해야 합니다.

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

■ 2020 사업연도 KBS 경영평가단은

- 외부 전문가로

김도연 국민대학교 언론정보학부 교수

성상현 동국대학교 경영학과 교수

문상현 광운대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수

윤명진 동아방송예술대학교 방송기술계열 교수

홍경수 아주대학교 문화콘텐츠학과 교수

엄은숙 정동회계법인 감사2본부 본부장

- 내부 평가위원으로

김영현 KBS 감사 등 모두 일곱 명으로 구성되었습니다.

2020

사업연도 경영평가보고서
Korean Broadcasting System

C·h·a·p·t·e·r

01

경영평가 개요

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





제1편 | 경영평가 개요

1. 경영평가 주체 및 목적

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

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

2. 경영평가단 구성 및 운영

1) 경영평가단

경영평가단은 이사회가 위촉한 전문가로 구성되었으며, 명단은 아래와 같다.

□ 외부전문가 6명

- 공기업 경영 부문 : 성상현 (동국대학교 경영학과 교수)
김도연 (국민대학교 언론정보학부 교수)
문상현 (광운대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수)
- 방송기술 부문 : 윤명진 (동아방송예술대학교 방송기술계열 교수)
홍경수 (아주대학교 문화콘텐츠학과 교수)
- 회계 부문 : 엄은숙 (정동회계법인 감사2본부 본부장)

□ 내부위원 1명

- 김영현 (KBS 감사)

2) 평가기간

□ 2021년 1월 ~ 2021년 5월

3. 평가항목

평가항목은 방송법 시행령 제33조 규정에 명시된 아래 7개 항목이며, 항목별 세부평가항목은 이 사회에서 작성한 『한국방송공사 경영평가지침』을 기준 삼아 경영평가단에서 협의하고 확정했다.

1) 법정 7개 항목

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

2) 항목별 세부 평가항목

(1) 경영목표 설정의 타당성

- 2020 경영목표 설정의 타당성
- 편성 기본 방향
- 채널별 편성전략

(2) 예산집행의 효율성

- 예산편성의 목적 집합성과 적정성
- 예산집행의 적정성

- 예산관리와 시스템의 효율성
- 성과관리제도 및 운영의 실효성

(3) 인사조직 등 경영관리제도

- 조직관리의 특성과 성과
- 조직관리에 대한 평가
- 인적자원관리의 특성과 성과

(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
- 디지털 미디어 콘텐츠 및 프로그램 평가
- KBS의 글로벌 경쟁력 향상에 대한 성과

(5) 연구개발 사업

- 차세대 방송 기술연구·개발미디어연구소 기술 연구/개발 현황
- 공적가치 구현 연구개발미디어기술연구소 연구 실적

(6) 시설투자

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

(7) 기타 KBS 발전과 경영개선 사항

- 공영방송의 윤리
- 사회적 책임 이행
- 투명성
- 뉴미디어 관련 스마트 플랫폼
- 지역국 기능조정

4. 평가방법

평가기준은 이사회에서 작성한 『한국방송공사 경영평가지침』을 근간으로 하여 2020 사업연도 계획에 대한 실적의 수준, 전년도에 대비한 실적의 성장 정도, 그리고 일반화된 경영원리 등을 적용하여 선정하였고, 부문별 중점사업에 대하여는 심층적으로 검토했다. 또한, KBS가 제출한 2020 사업연도 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

- | | |
|---------------|---|
| □ 2021.01.13. | ■ 경영평가 위원 위촉식 및 경평 관련 논의
- 경영평가단 본사 제작 시설 실사 |
| 02.08.~02.23. | ■ 경영평가단 부서장 면담 |
| 02.28.~02.29. | ■ 경영평가단 지역방송국 실사 |
| 02.08.~03.19. | ■ 자료 분석, 경영평가 보고서 초안 작성 |
| 03.22.~03.26. | ■ 경영평가 보고서(초안)에 대한 부문별 평가위원 간 피드백 |
| 04.01.~3주차 | ■ 경영평가 보고서(초안) 각 부서 의견 수렴 및 피드백 반영 등 |
| 04.21. | ■ 경영평가 보고서(수정안)에 대한 부문별 평가위원 간 피드백
■ 사장 면담
■ 경영평가단과 이사진 간담회 |
| 05.01.~4주차 | ■ 경영평가보고서(안) 및 社告방송문(안) 완성 |
| 05.26. | ■ 경영평가 결과 이사회 의결 |
| 05.30. | ■ 경영평가 결과 자체방송 (05.30., 社告: 1TV, 1R)
■ KBS 홈페이지 게시 |

KBS  한국방송

2020

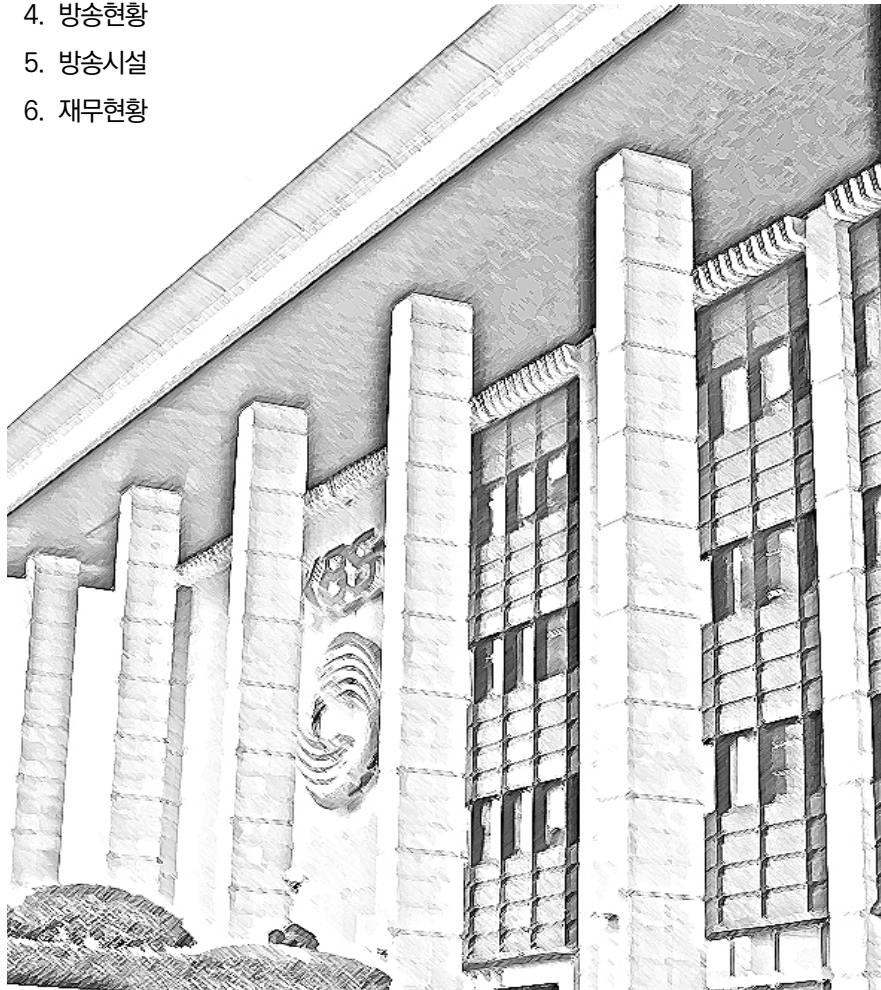
사업연도 경영평가보고서
Korean Broadcasting System

C.h.a.p.t.e.r

02

경영개황

1. 2020년 경영목표
2. 기구
3. 인원현황
4. 방송현황
5. 방송시설
6. 재무현황





제2편 | 경영개황

제2편

경영개황

1. 2020년 경영목표 : 대한민국 대표 **공영미디어** KBS

공정·창의·혁신

□ 2020년 경영목표 핵심사업

2019 - 2021 중장기계획		2020년 경영목표 핵심사업
5대 세부목표	12대 역점과제	
I. 독보적 신뢰	1. KBS 저널리즘 혁신	① 신뢰의 기준, KBS 확립
	2. 사회경제적 의제의 공론 확대	② 지역방송 활성화를 통한 지역뉴스 강화
		3. 시청자 중심 구현
II. 압도적 영향력	4. 최고의 콘텐츠 경쟁력	④ 남북한 방송·문화교류 주도
		5. 시청자 참여 확대
	6. 대 시청자 투명성 강화	
III. 콘텐츠 도달률 강화	5. 공영미디어로의 진화	⑦ 킬러 콘텐츠 제작
		⑧ 전략적 편성을 통한 경쟁력 제고
		⑨ 디지털 융합 네트워크 기반의 보편적 서비스 제공
	6. 디지털 콘텐츠 강화	⑩ 차세대 기술 활용 확대
	7. 미래세대 타겟팅 강화	⑪ 방송인프라 구축
IV. 글로벌 미디어로 도약	8. 세계적 콘텐츠 제작, 유통	⑫ 디지털 콘텐츠 강화
		⑬ 미래세대 참여형 콘텐츠 제작
	9. 국제방송 강화	⑭ 미래세대 대상 디지털채널 개설 및 강화
		⑮ 한류 콘텐츠 사업 다각화
		⑯ 글로벌 OTT 도약 및 콘텐츠 유통 협력
		⑰ 한·아세안 협력 및 공동제작 체제 구축
		⑱ KBS 해외채널 서비스 경쟁력 강화

2019 - 2021 중장기계획		2020년 경영목표 핵심사업
5대 세부목표	12대 역점과제	
V. 창의적 조직으로 변화	10. 콘텐츠 중심 조직 구현	㉑ 직무중심 현장조직으로 개편
	11. 효율적인 운영체계 구현	㉒ 매체운영 개선방안 수립 및 시행
		㉓ KBS 계열사 효율화 전략 추진
		㉔ 방송시설 운용 효율화
		㉕ 토털리뷰 통한 사업구조 효율화
	12. 안정적 자원 확보	㉖ 공영방송, 수신료제도 개선 및 현실화 추진
		㉗ 전 매체 광고 통합마케팅 추진 및 콘텐츠 수입확대
		㉘ 공사 자산의 효율적 활용 및 관련법령 개정 추진

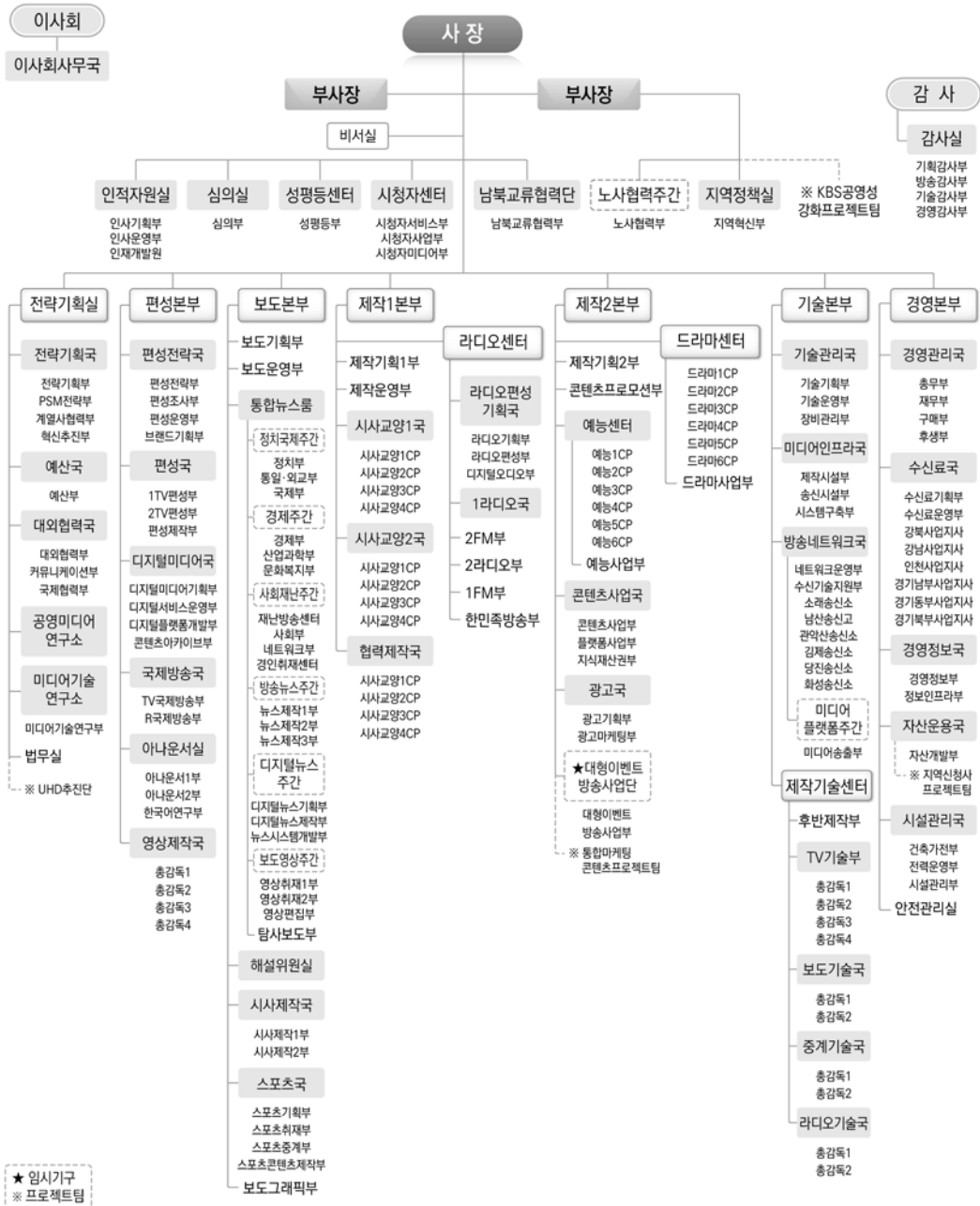
2. 기구

| 본 사 |

(2020. 12. 31. 기준)

제2편

정규직
약 1,000명



| 지 역 |

(2020. 12. 31. 기준)



3. 인원현황

(2020. 12. 31. 기준)

구분		정원	현 원(여성)		대비
집행기관	사 장	1	1		
	감 사	1	1		
	부 사 장	2	1		△1
	본 부 장	8	6		△2
	집행기관 계	12	9		△3
직원	일 반 직	5,462	4,489	(1,085)	△973
	촉 탁 직	32	14	(4)	△18
	방송음악직	54	38	(16)	△16
	직원 계	5,548	4,541	(1,105)	△1,007
	합 계	5,560	4,550	(1,105)	△1,010

4. 방송현황

가. TV 방송현황

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

□ 제1TV (한국인의 중심 채널)

한국을 대표하는 기간 채널로서 보도, 시사 정보, 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 기능수행을 목표로 한다. 코로나19 등 국가 재난 상황 발생 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 가족문화 채널로서의 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 지상과 콘텐츠와 SNS를 양대 축으로 시너지 효과를 극대화해 한류의 중심 채널로서 자리매김한다.

- 편성시간: 24시간

- 사용언어: 한국어

※ 영어, 중국어, 베트남어, 말레이시아어 등 외국어 자막 방송

- 채널편성: 종합 편성 (KBS 1, 2TV 및 자회사 프로그램)

□ KBS WORLD24 (한민족 네트워크 채널)

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 및 아카이브 영상 콘텐츠 활용)

나. 라디오 방송현황

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

□ KBS1Radio (뉴스 시사/교양 채널)

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

□ KBS2Radio (중장년 대상, 음악 채널)

중장년 청취자들이 선호하는 대중음악 전문 채널을 지향한다. 90년대를 대표하는 가수들과 KBS 아나운서들이 진행자로서, 중장년층이 선호하는 친근한 가요와 팝을 청취자들에게 전한다.

□ KBS3Radio (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 조성과 의제 설정 등 공적 책무를 지속적으로 강화함으로써 사회 구성원 간의 이해와 사회통합을 추구한다.

□ **KBS1FM** (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.

□ **KBS2FM** (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)

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

다. DMB 방송현황

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

□ **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 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.

라. 매체별 방송시간

(2020.01.01.~12.31.)

구분		방송시간(1일 평균)
T V	제 1 T V	23시간 24분
	제 2 T V	21시간 9분
	KBS WORLD	24시간
	KBS WORLD 24	24시간
라 디 오	제 1 라디오	24시간
	제 2 라디오	22시간
	제 3 라디오(사랑의 소리방송)	21시간
	제 1 F M	24시간
	제 2 F M	24시간
	한민족방송	20시간(제1방송 기준)
	KBS WORLD Radio	60시간(26개 주파수 합산)
D M B	U - KBS 스타 ★ (M)	23시간 24분
	U - KBS 하트 ♥ (M)	22시간 53분
	U - KBS 뮤직 ♪ (A)	24시간
	U - KBS 클로버 ♣ (D)	24시간

마. 매체별 편성비율

(2020.01.01.~12.31.)

□ 지상파

구분		보도(%)	교양(%)	오락(%)	계(주간)
TV	제1TV	36.2	55.8	8.0	9,831분
	제2TV	9.0	44.6	46.4	8,882분
라디오	제1라디오	46.3	49.4	4.3	10,080분
	제2라디오	0.5	64.5	35	9,240분
	제3라디오	8.7	68.1	23.2	8,820분

□ 국제방송(TV)

구분	보도(%)	교양(%)	오락(%)	계(주간)
KBS WORLD	1.3	4.4	94.3	10,080분
KBS WORLD 24	30	36	34	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	17.2	50.5	32.2	25,375분

* 한민족방송은 제1방송 기준

□ DMB

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

제2편

정예기획

□ TV 외주편성비율

구분	1TV	2TV	평균
외주비율	22.8%	44.8%	33.8%
주시청시간대 외주비율	17.6%	49.6%	33.6%
국내제작 방송 프로그램비율	97.2%	98.3%	97.8%

5. 방송시설

가. 방송국 (2020.12.31. 기준)

□ 본사: 1개소(경인센터 별도)

□ 지역: 18개소(지역총국 9, 지역국 9)

나. 주요시설

□ 본사

구분	개요
TV	TV부조 14(스튜디오 22) ¹⁾ , 뉴스부조 4(스튜디오 4) ²⁾ , 중계부조 2(스튜디오 1), 제작편집실 21(NPS마스터링 6), 주조정실 5, 색보정실 3, SMR 9, 홀 1, 기타 15 ³⁾
라디오	녹음스튜디오 26, 뉴스스튜디오 1, R센터(생방송스튜디오) 9, 주조정실 1, KBS아트홀 1, 기타 6 ⁴⁾
DMB	주조정실 1, 편집실 3

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, 별관 색보정실 2실(미디어텍 임차, 미디어텍 자체구축 2실은 제외), 믹스다운실 1, 중계믹스다운실 1

4) 기타: 라디오 CDR, 라디오 IOR, DRS(본사 오디오파일시스템), 믹스다운룸, RS-25(미디어텍 임차), 교통정보센터 부스

□ 전국

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

제2편

정경개발
안

다. 매체 및 채널 현황

- TV 2개 채널 : 1TV, 2TV
- 위성 2개 채널 : KBS WORLD, KBS WORLD24
- 라디오 7개 채널 : 1R(1표준 FM), 2R(2표준 FM), 3R(3표준 FM), 1FM, 2FM, 한민족방송, 국제방송
- DMB 4개 채널 : U - KBS [스타(V)·하트(V)/뮤직(A)/클로버(D)]

6. 재무현황

가. 요약비교재무상태표

□ 제48기 : 2020년 12월 31일 현재

□ 제47기 : 2019년 12월 31일 현재

(단위 : 백만 원)

과목	2020년	2019년	전년 대비		구성비율(%)	
			증감액	증감률(%)	2020년	2019년
I. 유동자산	318,671	311,915	6,756	2.2%	25.0%	24.2%
1. 당좌자산	313,230	304,965	8,265	2.7%	24.6%	23.7%
2. 재고자산	5,441	6,950	- 1,509	- 21.7%	0.4%	0.5%
II. 비유동자산	954,028	977,114	- 23,086	- 2.4%	75.0%	75.8%
1. 투자자산	337,661	346,242	- 8,581	- 2.5%	26.6%	26.9%
2. 유형자산	533,225	550,641	- 17,416	- 3.2%	41.9%	42.7%
3. 무형자산	1,433	1,263	170	13.5%	0.1%	0.1%
4. 기타비유동자산	81,709	78,968	2,741	3.5%	6.4%	6.1%
자산합계	1,272,699	1,289,029	- 16,330	- 1.3%		
I. 유동부채	173,612	212,298	- 38,686	- 18.2%	31.5%	35.4%
II. 비유동부채	377,532	387,750	- 10,218	- 2.6%	68.5%	64.6%
부채합계	551,144	600,048	- 48,904	- 8.2%		
I. 자 본 금	206,192	206,192	-	-	28.6%	29.9%
II. 자본조정	△ 1,300	△ 1,300	-	-	- 0.2%	- 0.2%
III. 기타포괄손익누계액	2,469	2,454	15	0.6%	0.3%	0.4%
IV. 이익잉여금	514,194	481,635	32,559	6.8%	71.3%	69.9%
자본합계	721,555	688,981	32,574	4.7%		
부채와자본총계	1,272,699	1,289,029	- 16,330	- 1.3%		

나. 요약비교손익계산서

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

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

(단위 : 백만 원)

과목	2020년 (제48기)	2019년 (제47기)	전년 대비	
			증감액	증감률(%)
I. 매 출 액	1,362,210	1,362,163	47	0.0%
II. 매출원가	1,172,198	1,231,995	- 59,797	- 4.9%
III. 사업총이익	190,012	130,168	59,844	46.0%
IV. 판매비와 관리비	203,977	206,046	- 2,069	- 1.0%
V. 사업이익	△ 13,965	△75,878	61,913	- 81.6%
VI. 사업외수입	71,952	94,434	- 22,482	- 23.8%
VII. 사업외비용	17,226	16,084	1,142	7.1%
VIII. 법인세전순이익	40,761	2,472	38,289	1548.9%
IX. 법인세비용	8,071	850	7,221	849.5%
X. 당기순이익	32,690	1,622	31,068	1915.4%

KBS  한국방송

2020

사업연도 경영평가보고서
Korean Broadcasting System

C·h·a·p·t·e·r

03

평가사항

제1장. 경영목표 설정의 타당성
제2장. 예산집행의 효율성
제3장. 인사·조직 등 경영관리제도
제4장. 경영실적

제5장. 연구개발 사업
제6장. 시설투자
제7장. 기타 KBS 발전과 경영개선 사항





제3편 | 평가사항

제3편

평가사항
제1장 경영목표 설정의 타당성

제1장 | 경영목표 설정의 타당성

1. 2020 경영목표 설정의 타당성

1) 경영목표 설정의 타당성과 중점과제 수행 평가

(1) 경영목표 설정의 합리성과 타당성 및 중점과제 수행 평가

① 중장기계획 설정 배경

- KBS는 ‘대한민국 대표 공영미디어’라는 비전을 달성하고자 경영계획에 의거 일관성 있는 체계로 운영되고 있으며, 동시에 미디어산업의 빠른 변화라는 환경 특성을 반영하여 유연성을 갖추기 위한 중장기계획을 수립하여 운영함.
- KBS는 외부환경과 내부상황을 반영, 추진전략을 도출하여 5대 세부 목표로 설정하고 이를 달성하기 위한 12대 역점과제를 선정하여 중장기계획을 마련함.

[표 1-1] KBS 중장기 추진전략 도출

외부환경	KBS상황		추진전략(5대 목표)
• 콘텐츠시장 경쟁 격화 및 지상파 경쟁력 저하 • 미디어이용행태 변화 심화 • 가치척도 필요성 증가 • 참여형 사회 문화의 확대	콘텐츠	공정성과 신뢰도 면에서 국민적 기대수준 못 미침	독보적 신뢰
		지상파 프로그램의 차별성 실증	압도적 영향력
		한류 확산의 정체	글로벌 미디어로 도약
	플랫폼	시청자 편의제공 면에서 스마트 플랫폼 개선 필요	콘텐츠 도달률 강화
	경영	• 수신료 수입 정체	창의적 조직으로 변화
		• 지상파 광고시장 축소 • 경쟁력 강화 위해 리소스 선택과 집중 필요	

2) 경영계획 운영규정의 합리적 반영

- KBS 경영계획은 [중장기계획] → [경영목표] → [운영계획]으로 이어지는 체계를 통해 설정되며 중장기계획은 개별 부서의 목표가 되고 개별 부서는 구체적 사업을 통해 중장기계획을 달성하는 체계적인 구조를 가짐.
 - 중장기계획: 3~5년 기간을 정해 수립하는 KBS 목표, 사업에 관한 계획
 - 경영목표: KBS가 역점을 두고 추진하는 당해연도 운영목표
 - (기본)운영계획: 당해연도 경영목표의 달성을 위한 연간단위의 부문별 사업별 집행계획
- 변화 속도가 빠른 미디어산업의 특성상 중장기계획은 당해연도 경영목표 설정 시 방송환경과 KBS 내부 경영여건에 따라 적절한 수준에서 변화되어 적용 가능한 유연성을 갖춤.
 - 중장기계획, 방송환경의 변화여건, 자금수지, 인력운영 등 내부 경영여건 및 실적의 내용은 매해 경영목표 수립시 설정 기준으로 반영되고 있음.

[그림 1-1] KBS 운영 프로세스



출처) 공영미디어 KBS를 위한 혁신, KBS 내부자료, 64쪽

- 2020년 경영목표 설정
 - 콘텐츠시장의 무한경쟁과 지상파 방송의 영향력 약화 속에서, KBS는 공영방송이자 공공서비스미디어로서 본연의 소임을 다하는 한편, 경쟁력 있는 콘텐츠를 생산하고 미디어의 디지털화에 효과적으로 대응하여 시청자와 사용자에게 소구할 수 있도록 경영목표와 역점사업을 설정하였음.

[표 1-2] 경영목표 사업의 예산편성 추이

(단위 : 억 원)

	2020년	2019년	2018년
내용	26개 경영목표 사업	26개 경영목표 사업	13개 핵심사업
비용예산	690.6	776.3	1,373
자본예산	173.7	151	235

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

3) 중장기 목표 설정 대비 전년도 이행 실적 반영

- KBS의 2019~2021 중장기계획은 신뢰, 창의, 혁신의 기초 아래 신뢰도 높은 정보를 제공하고 새롭고 참신한 콘텐츠로 시청자와 만남으로써 시간, 장소, 세대를 넘어 시청자에게 ‘가장 영향력 있는 공영미디어’라는 위상을 확립하고자 함.
- 이를 위해 중장기계획은 5대 세부목표와 12대 역점과제로 구체화되며 다시 핵심사업과 성과지표로 세분화되어 구성되어 업무수행을 위한 이정표가 되고 있음.

[그림 1-2] 2019~2021 중장기계획 주요 내용



[각 과제별 세부 사업]

○ 2019~2021 중장기계획 추진과정

- 이사회가 의결한 3개년 KBS 중장기계획은 연간단위의 경영목표, 기본 운영계획 및 예산편성의 기준이 되며, 중장기계획의 이행 및 실적은 매년 '경영목표 핵심사업 추진 실적 및 평가'로 관리되고 있음.

○ 2019~2021 중장기계획 합리성과 타당성

- 방송통신 융합과 스마트폰, 유료방송, OTT 등의 다양한 대체 플랫폼으로 인한 구조적 위기를 극복하고, 지상파 방송을 넘어서는 신뢰도와 영향력 확대를 위해 '공공서비스 미디어'라는 미래상을 설정한 것은 시대적 요구에 맞는 합리성과 타당성을 지님. KBS는 '5대 목표 12대 역점과제' 중심의 중장기계획 실행을 통해 지상파라는 한계를 넘어 다양한 프로그램을 다양한 플랫폼으로 제공하며 공공서비스 확산을 통해 공영방송의 가치를 실현해 나갈 계획임.
- 2019년도, 2020년도 핵심사업과 성과지표는 각 목표와 지표의 달성 여부를 판단할 수 있도록 연계성을 갖추고 있음.
- KBS는 성과관리체계는 성과관리가 필수적으로 갖춰야 할 전략적 일관성(strategic alignment) 조건을 충족하고 있음.
 - 최상위 비전과 중장기 전략 계획 및 목표, 사업과 성과지표 간의 하향 세분화(top-down)가 이뤄져 상위목표와 하위목표 간의 관계가 정렬되어 있음.
- 조직 내부적으로는 각 부서와 구성원들이 KBS의 경영목표를 보다 분명하게 이해하고 부서별 역할과 책임(R&R, Role and Responsibilities)을 상위목표에 비춰 파악할 수 있도록 해주며 부서와 구성원 간 협동과 분업을 보다 효과적으로 수행 가능하게 함.
- 조직 외부적으로는 이 같은 정렬된 체계는 여러 이해관계자가 KBS의 경영목표에 비춰 성과를 체계적으로 이해하기 쉽게 함.
- 또한, 각 성과지표를 책임지는 조직을 명확히 설정하여 운영함으로써 성과관리의 핵심인 책무성(accountability)을 구현할 수 있는 체계를 갖추.
 - 경영목표 핵심사업을 본부·센터별로 연속성 있게 설정해 해당 중장기계획 기간 내에 완수하는 것을 목표로 함.

○ 2020년 경영목표 핵심사업 성과지표를 전년도(2019년도 57개) 대비 29개를 추가하여 86개로 상향 설정하여 수행하였으며 달성 및 부분달성 지표의 개수가 향상됨.

- 대상사업: 26개 핵심사업, 86개 성과지표
- 추진 실적: 달성 50개(58%), 부분달성 18개(21%), 미달 18개(21%)

- 다만, 2020년 초 발생한 코로나19 대유행으로 인한 집합금지 및 사회적 거리두기 조치와 활동 제한으로 인해 핵심사업 달성에 차질이 있었음을 고려할 필요가 있음.
- 각종 국제대회 및 행사 취소(2020 도쿄올림픽, 2020포물러 E대회, 뮤직뱅크 월드 투어), 글로벌 대형 기획 다큐멘터리 제작 연기 등 7개 직접 관련 미달 지표는 평가 중간관리 과정에서 제외하거나 대체하는 것이 타당함.

[표 1-3] 2020년 경영목표 핵심사업 추진 실적

5대 목표	성과지표	달성	부분달성	미달
I. 독보적 신뢰	29개	13개	9개	7개
II. 압도적 영향력	15개	6개	3개	6개
III. 콘텐츠 도달률 강화	19개	15개	3개	1개
IV. 글로벌 미디어로 도약	9개	6개	2개	1개
V. 창의적 조직으로 변화	14개	10개	1개	3개
계	86개	50개(58%)	18개(21%)	18개(21%)

[표 1-4] 2019년 경영목표 핵심사업 추진 실적

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
계	57개	34개(60%)	13개(23%)	10개(17%)

2. 편성 기본 방향

1) 국가기간방송의 역할에 맞는 편성정책 실적과 성과

(1) 국가기간방송 KBS의 편성 기본 방향

- KBS는 2020년 방송지표를 ‘2020 새로운 시작, 공정·창의·혁신 KBS’로 정하고 다음 9개의 주요 방송 기본 방향을 통해 국가기간방송 KBS의 편성정책을 실행함.
- ‘대한민국 신뢰의 기준’이 되겠습니다.

- ‘안전한 대한민국’에 앞장서겠습니다.
- 유권자에게 유익한 정보를 제공하는 정확하고 공정한 ‘선거 방송’을 하겠습니다.
- ‘글로벌 창(窓)’의 역할을 강화하겠습니다.
- 압도적 ‘대형 기획’으로 수신료의 가치를 높이겠습니다.
- 한국 사회의 문제를 직시하는 ‘공론의 장’을 마련하겠습니다.
- 자치 분권 시대에 걸맞은 ‘지역 방송’을 구현하겠습니다.
- 과거를 통해 미래를 보는 ‘창’이 되겠습니다.
- TV를 넘어 ‘디지털’에서 KBS의 영향력을 확대·강화하겠습니다.

(2) 국가기간방송의 역할에 맞는 편성정책 성과

① ‘대한민국 신뢰의 기준’ KBS

- 1, 2 TV 뉴스 편성 차별화를 통해 뉴스경쟁력 강화를 추진함.
 - 뉴스 공정성, 정확성을 최우선 가치로 설정함.
- 1TV는 ‘압도적 영향력을 지속하는 종합뉴스 브랜드’로서의 지위 유지를 목표로 설정함.
 - 뉴스 9를 통해 <21대 총선 공약 분석 및 후보자 검증 등 탐사보도>, <코로나19 이후 삶의 변화를 조망하는 심층기획>, <기후위기의 심각성을 일깨우는 의제 설정 기획보도>, <산업재해 대한 경각심과 사회적 책임을 일깨우는 연중기획> 등을 방송함.
 - <뉴스 9> 시청률 11.6%, 시청자수 208만 명(03.04.~10.31.)으로 타사 뉴스 대비 우월한 성과를 거둠.
 - 종합 심층뉴스 <KBS 뉴스라인>을 신설함.
- 2TV는 ‘2TV형 뉴스 혁신 및 신설 추구’를 목표로 설정함.
 - 2TV 경제전문 뉴스쇼 <통합뉴스룸 ET>을 신설하여 2TV형 뉴스 포맷 혁신과 전문화를 추진함.
- KBS 공영미디어연구소 <미디어 신뢰도 조사>를 포함한 외부기관 신뢰도 조사에서 1위를 차지하거나 순위가 상승, 신뢰도를 제고하여 편성전략의 성과가 입증됨.

② ‘안전한 대한민국’ - ‘국민안전 중심채널 KBS’

- 1TV를 재난극복 및 국민안전 중심채널로 리브랜딩함.
- 방송사 최초로 <코로나19 통합뉴스룸>으로 브랜드화하고, 총 2,744편 117,090분 뉴스 편성으로 재난방송 주관방송사의 역할을 충실히 수행함.

- 〈특별기획 코로나19 이후, 대한민국 길을 묻다〉, 〈다큐 인사이트-바이러스 전쟁〉, 〈긴급 점검 - 코로나19 백신 개발 완료되나〉 등 코로나19 극복을 위한 정보 제공 및 공론의 장을 마련함.
- 〈특별생방송 안전한 대한민국 - 일하다 죽지 않게〉를 릴레이 편성하여, 사회적 약자를 위한 편성을 확대함.
- 하반기 KBS 아젠다를 ‘안전 대한민국’으로 설정하여, 〈지구를 지키는 20가지 제안〉, 〈특선 다큐 기후변화의 최전선 시베리아를 가다〉, 〈특별생방송 더 나은 삶 안전한 대한민국〉 등 환경 관련 프로그램 18편 총 815분 편성함.
- 코로나19로 개학이 연기된 어린이·청소년을 대상으로 2주간 평일 낮 시간대에 〈청소년 특별기획 편성〉을 실시함.
- 〈KBS 착한 소비 프로젝트 우리 함께〉를 기획하여, 코로나19로 인해 어려움에 처한 중소기업들을 위한 생산자-소비자 연결 캠페인을 방송사 최초로 실시함.

③ 유익한 정보를 제공하는 정확하고 공정한 ‘선거 방송’

- 선거기획단의 시리즈 기획 〈정치합시다〉(평균 시청률 3.44%)와 특별기획 〈내 삶을 바꾸는 정치〉 등을 편성하여 시청자의 알 권리를 충족시킴.
- KBS 개표방송 〈내 삶을 바꾸는 선택, 2020 총선〉은 개표방송 시청지표 1위를 달성함.
 - 지상파 3사 가운데 실제 의석수에 가장 근접한 예측 결과를 제시함으로써 KBS의 선거분석과 예측시스템의 우수성을 입증함.
 - 평균 시청자수 242만 명(1위), 가구 시청률 9.8%(1위), 메인뉴스 시청률 14.3%(1위)를 기록함.
 - 유튜브 〈KBS 개표방송〉도 조회수 196만 회를 기록해 영상시청수 1위를 차지함.

④ ‘글로벌 창(窓)’ KBS

- 세계의 흐름을 한눈에 읽는 다양한 국제뉴스 및 시사 프로그램을 편성함.
- 〈특파원 보고 세계는 지금〉, 〈지구촌 뉴스〉 등의 정규 프로그램 편성을 통해 ‘글로벌 창(窓)’의 역할을 충실히 수행함.
- 〈긴급진단〉, 〈뉴스특보〉, 〈특집 다큐〉 등 시의성 있는 특집을 다수 편성하여 시청자의 인식 지평을 확대함.
- 2020년 한반도를 둘러싼 남·북·미, 한일 관계의 변화와 미국 대통령선거, 미·중 경제전쟁 등 시시각각 변하는 글로벌 의제를 전달하고 공론화함.

⑤ 수신료의 가치를 높이는 ‘대형 기획’

- 공영방송만이 제작할 수 있는 대형 기획 프로그램을 편성함으로써 시청자 기대에 부응함.
- 3년간 남극, 북극, 아시아, 아프리카 등 전 세계 15개국을 촬영한 초대형 다큐멘터리 공사창립특집 KBS 대기획 5부작 <23.5>를 편성함.
 - 연인원 600만여 명의 시청자 확보함.
 - 한국전파진흥협회(RAPA) 차세대 방송용 UHD 콘텐츠 제작지원작으로 선정됨(4억 1,500만 원 지원).
- 한가위 특별기획 <대한민국 어게인, 나훈아>는 세계 각국에서 신청받은 언택트 관객 및 시청자들의 폭발적인 반응 속에 최고 시청률 30%에 육박하였으며, 긴급 편성된 특별편 역시 18.5%의 시청률을 기록함.
 - 2020년 비드라마 장르 전국 시청자수와 수도권 가구 시청률 순위 1위를 차지하는 성과를 거둬.
 - 방송통신심의위원회 <이달의 좋은 프로그램상>, 한국PD연합회 <이달의 PD상>, 한국 방송촬영인협회 <그리메상> 등을 수상하여 품질면에서도 큰 호평을 받음.

⑥ 한국 사회의 문제를 직시하는 ‘공론의 장’ 마련

- 소수와 약자의 의견 존중, 미래지향적 갈등 해결, 분극화되지 않은 여론 형성을 위해 노력함.
- <한국경제 생존의 조건> 3부작은 방송통신심의위원회 <이달의 좋은 프로그램상> 수상함.
- 청년문제를 성찰하는 <온드림 스쿨>, <사장님이美쳤어요> 등을 편성함.
- <다큐 인사이드>, <시사 직격>, <시사기획 창>, <생방송 심야토론> 등 KBS의 대표 시사 교양 정규 프로그램을 통해 사회 현안에 관한 공론장을 제공함.
- 포스트 코로나19 기획 주간을 설정하여 <특별기획 코로나19 이후 대한민국 길을 묻다>, <시사기획 창-포스트 코로나19 달라진 미래>, <다큐 인사이드-바이러스 전쟁> 등 12편을 편성함.

⑦ 자치 분권 시대에 걸맞은 ‘지역 방송’ 구현

- 전국 9개 지역총국 <뉴스 7>을 데일리 방송으로 확대 편성하여 지역방송 활성화를 적극 추진함.
 - 기존 뉴스 포맷에서 벗어나 심층성과 지역성을 강화하며 자치분권 시대에 걸맞은 지역방송의 새로운 모델 제시함.

- 〈뉴스 7〉 지역화 1년 동안 지역국 관할 시군 뉴스 시간 전년 대비 증가(평균 2.3배, 최대 8배)
- 〈뉴스 7〉 데일리 편성 이후 대부분 지역총국의 〈뉴스 7〉 시청률이 수도권 〈뉴스 7〉 시청률보다 높게 나타나는 성과를 거둠.
- 지역총국 자체 재난특보를 강화함.
 - 〈뉴스 7〉 확대편성과 함께 지역총국 중심의 자체 재난방송 분량과 역량이 큰 폭으로 증가함.
 - 총국별 자체 재난특보 편성도 증가해 전년(60회) 대비 9.5배 이상 증가한 572회의 특보를 편성함.

⑧ 과거를 통해 미래를 보는 ‘창’ KBS

- 6·25 전쟁 70주년, 4·19혁명 60주년, 5·18 민주화운동 40주년, 6·15 남북공동선언 20주년, 봉오동·청산리 전투 100주년 등의 역사적 의미를 고찰하는 정규 및 특집 프로그램들을 다수 편성함.
 - 〈다큐 인사이트〉: 〈비무장 지대 2부작〉, 〈1950 미중전쟁, 오판과 충돌 그리고 대치 3부작〉 특집 제작함.
 - 〈다큐인사이트〉의 아카이브 다큐멘터리 〈모던코리아〉는 2020년 방송대상 다큐멘터리 부문을 수상함.
 - 특집 다큐 〈4월의 함성, 역사를 바꾸다〉 편성
 - 기록 다큐 〈광주 비디오〉와 특집 다큐 〈임을 위한 노래〉 편성
 - 특집 다큐 〈개성공단〉 편성
 - 특별 공연 〈평화음악회, 길을 걷다〉 편성
 - 특집 콘서트 〈당신이 대한민국입니다〉 편성
 - 특집 다큐 〈민족 영웅 홍범도 장군〉과 〈그때 우리는 하나였다〉 편성

⑨ TV를 넘어 ‘디지털’에서 KBS의 영향력 확대·강화

- 콘텐츠 도달률 확대를 위해 디지털 퍼스트 전략을 적극 추진함.
- 크로스미디어 콘텐츠인 〈랜선장터〉, 〈박원숙의 같이 삼시다 시즌2〉, 〈퀴즈 위의 아이돌〉, 〈위 캔 게임〉, 〈옛날티비 그뻐 그랬지〉, 〈Again 가요톱10〉, 〈2020 레이크뮤직페스티벌〉 등을 기획 제작함.
- 지상파 디지털 크로스오버 콘텐츠와 디지털 퍼스트 콘텐츠를 제작하는 ‘스튜디오K’에

서 2049세대를 주요 타겟으로 약 2,700여 편의 예능 스핀오프 디지털 콘텐츠와 <구라철>, <도니스쿨>, <영지전능쇼> 등 10개 프로그램 106편의 오리지널 콘텐츠를 제작함.

- 스튜디오K가 관리하는 예능 디지털 채널 6개(KBS엔터, KBS KPOP, 골든 케이팝 등)는 약 260만 명의 신규 구독자와 40.7억 조회수를 기록하며 전년 대비 약 2배 성장하는 가시적 성과를 거둠.

- 액티브 시니어 유튜브 채널 <같이 삽시다>를 기획·운영함.
 - 2TV와 유튜브 채널의 동시 기획/제작/유통으로 도달률 및 화제성 제고함.
 - 2TV 시청률 최고 6.2%, 평균 3.5%를 기록함.
 - 유튜브 채널 개설 6개월 만에 구독자 30만 명을 넘어섬.
- 미래시청층에 특화된 유튜브 채널로 2030여성 대상 <KBS 허스토리>와 2030남성 대상 <KBS e스포츠>를 구축함.

2) 신뢰도 및 영향력 향상을 위한 편성정책 실적 및 성과

(1) 1, 2TV 뉴스편성 차별화를 통해 플래그십 뉴스의 영향력 강화를 추진함

- 1TV <KBS 뉴스 9> 강화
 - <KBS 뉴스 9> 전국 시청자수 284만 명 (전년 대비 34만 명 증가), 수도권 가구 시청률 11.8%(전년 0.8% 증가)로 가시적 성과를 거둠.
 - 경쟁 방송사 시청률: MBC 6.0%, SBS 5.7%, TV조선 4.6%, JTBC 2.9%
- 1TV <KBS 뉴스라인> 부활
 - 6.29.(월)부터 방송한 <뉴스라인> 시청지표 역시 꾸준히 상승하여 전국 시청자수가 증가함 (6월 49만 명 → 10월 66만 명).
- 2TV 경제전문 뉴스쇼 <통합뉴스룸 ET>를 신설하고 주요 내용을 재방송(월~목 심야 30분)하여 뉴스 도달률을 제고함.
- 편성 차별화로 영향력을 강화한 결과, 뉴스 신뢰도 조사지표가 상승함.
 - <시사저널> 뉴스 신뢰도 조사 2위(22.4%) : 1위(JTBC)와 격차 2019년 23.9% → 4.9%로 대폭 감소함.
 - KBS 공영미디어연구소가 외부 전문기관에 조사의뢰한 '가장 신뢰하는 방송사 뉴스'에서 2020년 1분기 이후 계속 1위를 유지함.

(2) 전략적 수시조정으로 채널 경쟁력 강화를 추진함

- 2020년 총 11회 수시조정을 시행해 라이프 스타일 및 미디어 환경변화에 적절히 대응함.
 - 52시간 근무제 정착으로 빨라진 퇴근시간과 재택근무 확대 등을 반영해 편성 조정함.
 - 2TV 평일 미니시리즈 시작 시간대(22:00→21:30)와 예능 프로그램 시작 시간대(23:00→22:40)를 변경함.
 - 2TV 주말 저녁 예능-드라마 블록 편성을 시행함.
- 조정 전후 3주 비교 결과, 평일 주시청 시간대 시청자 수가 1TV 4만 명, 2TV 12만 명 증가하였고, 주말 주시청 시간대 2TV 시청자수는 21만 명 증가함.

(3) 파일럿/신규 프로그램에 대한 투자 강화

- 2019년 대비 3편이 증가된 7편의 파일럿 프로그램을 새롭게 편성함. 1TV 9개, 2TV 22개 신설 프로그램을 편성하였음(2019년 대비 1TV 1편, 2TV 2편 증가).
 - 〈트롯전국체전〉은 전국 시청자수 10위(278만 명), 수도권 가구 시청률 8위(12.4%)를 기록함.
 - 〈이슈 픽 쌤과 함께〉는 고품격 강연 프로그램으로 전국 시청자수 107만 명을 기록함.
 - 〈땅만 빌리지〉는 출연자가 강원도 양양에 나만의 집을 짓고 함께 마을을 만들어가는 스타들의 마을 운영기로 전국 평균 시청자수 69만 명을 기록함.
 - 박찬호, 이영표가 전국을 돌아다니며 펼치는 생활체육 도전기 〈축구야구말구〉는 전국 평균 시청자수 68만 명을 기록함.
 - 대한민국 국민의 질문 100개를 통해 미래 단초를 찾아내 내일의 삶을 준비하는 토크멘터리 〈명견만리 Q100〉을 신설함(전국 평균 시청자수 77만 명).
 - 〈한국인의 노래〉는 한국인의 삶 속에 자리한 꿈과 사연을 노래에 담아 배달하는 공익적 예능 프로그램으로 수도권 기준 평균 시청자수 66만 명을 기록함.
 - 〈옛날티비 그땐 그랬지〉는 온·오프라인 화제성이 높았던 추석 교양 파일럿으로 전국 평균 시청자수 59위(133만 명)를 차지하는 성과를 거둠.
 - 〈랜선장터〉는 e커머스를 결합한 하이브리드 예능으로 파일럿에서 정규 편성되었고 정규화 후 전국 시청자수 65만 명을 기록함.

- 〈재난탈출 생존왕〉은 국내 유일의 재난 안전 프로그램으로 전국 평균 시청자수 57만 명을 기록함.
- 기획안 평가를 위해 시청지표, 창의성, 제작비 효율성, 사업성, 출연진, 제작진, 공영성, 크로스미디어 확장성 등 총 8개 요소의 다면평가를 기반으로 하는 평가 틀을 개발함.

(4) 사내외 공모를 통한 실험적 프로그램 편성 및 제작

- 크로스미디어·UHD·5G 기반 실감형 콘텐츠 등 실험적 기획과 KBS 아카이브와 지역 네트워크를 활용한 프로그램 등을 공모해 발굴함.
- 사내 공모: '2020 하반기 TV 프로그램 제안공모'
 - 정규 프로그램 113건 응모 4편 선정: 〈인터뷰 다큐멘터리 방송국 사람들〉, 〈이거 알아?〉, 〈가장 찬란한 순간 레전드〉, 〈방남매는 농사가 짓고 싶었을 뿐이고〉
 - 네트워크 프로그램 18건 응모 및 우수작 선정: 〈키스넘버나인〉
- 외부기관 방송제작지원 공모
 - 한국방송통신전파진흥원(KCA): 포맷형 방송콘텐츠 솟폼 부문 〈어린이뉴스 뚜뚜〉 선정 (1.47억 원)
 - 한국전파진흥협회(RAPA): 차세대 방송콘텐츠 드라마 장르 부문 〈드라마 스페셜 2020〉 (4억 원), 〈구미호 카페〉 (3억 원)
 - 한국콘텐츠진흥원(KOCCA): 5세대 기반 실감형 방송영상 콘텐츠 부문 〈키스 더 유니버스〉 (3.8억 원)

(5) 사회 핵심의제에 대한 대국민 캠페인 및 스팟 제작, 공영이미지 제고

- 〈착한 소비 캠페인〉 총 9편을 제작함.
- 〈지구를 지키는 20가지 제안〉 캠페인 20편과 스팟 20편을 제작함.

(6) 교양 및 예능 큐레이션팀 운영

- 가성비 높은 정규, 특집 콘텐츠를 제작하여 수익성 제고에 기여함.
- 〈팔도밥상〉, 〈트레킹노트 세상을 걷다〉, 〈공감 스페셜〉, 〈꿀잼 영화가 좋다〉 〈20세기 히트송〉, 〈주간 연예수첩〉 〈농친 예능 따라잡기〉 등의 정규 프로그램을 제작함.

- 평일 저녁 7시대 편당 약 326만 원의 제작비로 <인간극장 플러스> 7편을 제작함 (최고 10% 시청률).
- 설 및 추석 특집 프로그램을 다수 제작하여 KBS 수익성을 제고함.
 - 설 특집 <코미디의 전당>, <레전드 7080>, 추석특집 <TV 라떼는> 제작

(7) 크로스미디어 콘텐츠 성공 모델 구축

- <박원숙의 같이 삼시다> 시즌 2 론칭
 - 50대 이상 액티브 시니어를 대상으로 지상파와 유튜브 동시 기획, 제작, 유통 실시함.
 - 지상파 편성에서 평균 시청률 3.4%, 평균 시청자수 64.1만 명을 기록함. 유튜브(10월 기준) 구독자 20.8만 명, 누적 조회 수 0.74억 회, 월 수익 0.77억 원, 협찬 등 부가수익 5.1억 원 등의 성과를 거둠.
- <옛날티비 그뻔 그랬지>
 - 70~80년대 KBS 영상콘텐츠 아카이브를 활용한 유튜브 채널 '옛날티비'의 인기 재생 목록 <그뻔 그랬지>를 지상파용으로 큐레이션해 편성함.
 - 1TV 추석 파일럿 방송인 <아날로그 연애사>가 시청률 8.6%, 시청자수 133.2만 명을 기록함.
 - 유튜브 구독자 20.9만 명, 누적 조회수 3.3억 회, 월평균 수익 1.58억 원 기록함.
- <스튜디오 K>
 - 2049세대 대상의 <구라철>, <도니스쿨>, <영지전능쇼>, <왔다헬>, <먹스킹> 등 숏폼 콘텐츠를 2TV에 편성함.
 - 예능센터 디지털콘텐츠제작팀이 운영하며 유튜브 구독자수 260만 명, 누적 조회수 40.7억 회, 수익 63.5억 원으로 성장함 (2019년 구독자 153만, 누적 조회수 14.2억 회, 수익 30.2억 원).

(8) 미래세대를 위한 기획 강화

- 코로나19 시대에 적합한 신유형 <도전 골든벨 LIVE>를 기획함.
 - 예선 통과 16명의 학생이 온라인 실시간 접속을 통해 경쟁하는 방식으로 비대면 상황에 적합하도록 프로그램 기획함.
- 코로나19 KBS 청소년 특별기획을 편성함.

- 개학이 연기된 ‘집콕’ 어린이·청소년을 대상으로 3.23.(월)~4.3.(금) 2주간 평일 낮 시간대에 청소년 특별기획을 집중 편성함.
- 1TV: 〈스펀지〉, 〈위기탈출 넘버원〉, 〈서가식당〉 등을 엄선했어 양코르 편성
- 2TV: 특선다큐 〈스파이 야생 대탐험〉, 〈블루 플래닛〉, 〈공룡의 왕국〉, 〈르네상스의 거장들〉, 〈더플래닛스〉, 〈날아라 숫돌이 뉴비기닝〉 등 총 1,875분 편성
- 언택트 청소년 강연 〈온드림 스쿨〉을 1TV 주요 시간대(오전 10시 10분)에 정규 편성하여, 뉴노멀 시대를 살아갈 미래세대에게 필요한 화두를 제시함.
- 레트로와 언택트를 결합한 〈전교톱텐〉을 2TV에 편성해 청소년 프로그램 포맷을 다양화함.

(9) 2020년 KBS 신뢰도·영향력 조사 결과

- 2020년 KBS는 국가기간방송이자 공적책무를 수행하는 공영방송에 부합하는 편성정책을 실시하였고 이를 통해 신뢰도를 제고하고 영향력을 강화하는 성과를 거두었다고 평가됨. 공영미디어연구소가 외부 전문기관에 의뢰한 조사와 주요 외부기관의 신뢰도 및 영향력 조사 결과는 이러한 평가를 뒷받침하고 있음.
- 한국언론진흥재단 〈2020 언론수용자 의식조사〉
 - KBS는 신뢰도(23.9%)와 영향력(26.1%) 두 부문에서 2019년에 이어 2년 연속 1위를 차지함.

[표 1-5] 한국언론진흥재단 2020년 언론수용자 의식조사 결과

	1위	2위	3위	4위	5위	6위	7위
신뢰도	KBS 23.9%	MBC 12.3%	네이버 11.5%	JTBC 11.2%	YTN 9.1%	SBS 5.0%	TV조선 3.4%
영향력	KBS 26.1%	네이버 12.8%	MBC 10.3%	JTBC 9.0%	YTN 6.8%	SBS 4.2%	TV조선 2.1%

- KBS 공영미디어연구소 〈2020년 미디어 신뢰도〉: 외부 전문기관 조사
 - 가장 신뢰하는 방송사·방송사 뉴스·매체 부문 1위를 차지함(1순위 기준).

[표 1-6] 2020년 〈미디어 신뢰도 조사〉- 가장 신뢰하는 방송사

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020.4분기	KBS 22.2	MBC 16.8	JTBC 14.1	TV조선 9.2	YTN 9.0
2020.3분기	KBS 21.2	MBC 16.7	JTBC 16.4	TV조선 10.4	YTN 8.7
2020.2분기	KBS 20.8	MBC 18.1	JTBC 15.8	TV조선 11.0	YTN 8.5
2020.1분기	KBS 21.9	JTBC 19.8	MBC 15.8	YTN 9.6	TV조선 9.4

[표 1-7] 2020년 <미디어 신뢰도 조사> - 가장 신뢰하는 방송사 뉴스

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020.4분기	KBS 21.7	MBC 16.5	JTBC 13.1	YTN 12.9	TV조선 9.5
2020.3분기	KBS 20.2	MBC 16.0	JTBC 15.2	YTN 12.5	TV조선 11.0
2020.2분기	KBS 22.5	MBC 15.7	JTBC 15.6	YTN 11.3	TV조선 11.0
2020.1분기	KBS 20.8	JTBC 20.0	MBC 15.9	YTN 12.5	TV조선 9.3

[표 1-8] 2020년 <미디어 신뢰도 조사> - 가장 신뢰하는 매체

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020.4분기	KBS 20.0	MBC 13.1	TV조선 6.6	JTBC 6.3	SBS, YTN 4.8
2020.3분기	KBS 17.7	MBC 10.6	JTBC 7.9	TV조선 6.7	YTN, 유튜브 5.5
2020.2분기	KBS 20.3	MBC 11.4	JTBC 8.5	TV조선 6.4	네이버 6.0
2020.1분기	KBS 20.0	MBC 13.0	JTBC 11.4	TV조선 6.6	SBS 5.3

○ 2020년 방송사 신뢰도 기타 조사

- 기타 조사기관의 신뢰도 조사결과를 보면 대체로 전년 대비 순위가 상승하여 KBS의 신뢰도에 대한 평가가 호전되었다고 판단됨.

[표 1-9] 2020년 방송사 신뢰도 기타 조사 결과

조사구분	1위	2위	3위	4위	5위
정보통신정책연구원 ¹⁾ 시청자평가지수 (KI)조사(점)	KBS1 7.45	MBC 7.32	JTBC 7.31	SBS 7.30	TV조선 7.28
미디어미래연구소 ²⁾ 미디어 어워드 조사(점)	JTBC 3,3501	KBS 3,2640	YTN 3,2233	한겨레 3,1295	연합TV 3,1111
시사IN - 가장 신뢰하는 방송매체 조사(%)	KBS 18.3	MBC 15.6	JTBC 13.2	TV조선 10.1	YTN 7.4
시사저널 ³⁾ - 가장 신뢰하는 언론매체(%)	JTBC 27.3	KBS 22.4	MBC 17.0	한겨레 12.5	네이버 11.6

1) <https://www.kpf.or.kr/synap/skin/doc.html?fn=1608251891085.pdf&rs=/synap/result/media/#>2) http://www.mfi.re.kr/pages/pdf/2020_media_awards.pdf3) <http://www.sisajournal.com/news/articleView.html?idxno=203737>

○ 미디어미래연구소 <미디어 어워드> 조사

- 매년 10~12월 전국 미디어학자 400여 명 대상 온라인 설문조사
- 방송사·신문사 영향력 조사에서 1위를 차지함.

[표 1-10] 미디어미래연구소 <미디어 어워드>조사 - 영향력

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020	KBS 373	네이버 341	JTBC 중앙 289	조선 TV조선 282	CJ ENM 217
2019	JTBC 중앙 606	조선 TV조선 381	KBS 373	CJ E&M 269	네이버 242
2018	JTBC 중앙 739	KBS 413	네이버 316	조선 TV조선 290	CJ E&M 215
2017	JTBC 중앙 974	조선 TV조선 369	KBS 348	네이버 317	CJ E&M 223
2016	JTBC 중앙 822	조선 TV조선 464	KBS 355	CJ E&M 190	네이버 177

3. 채널별 편성전략

1) 채널별 편성전략 및 실적

(1) KBS 1TV 편성전략 및 대표 프로그램

① 편성전략의 목표

- 국가기간방송의 역할을 공고히 함.
- 테마 편성과 의제를 선도하며 채널 경쟁력과 공영성을 제고함.

② ‘한국인의 중심채널’에서 ‘재난극복/국민안전 중심채널’로 리브랜딩 추진

- <코로나19 통합뉴스룸>을 전면 편성해 24시간 재난보도 체제를 구축하고 재난주관방송사로서의 책무를 성실히 수행함.
- <착한 소비 프로젝트 우리 함께>, <6시내고향-상생장터>, 캠페인 스포츠 <우리 함께>, <힘내라 대한민국> 등을 편성해 경제적 어려움을 극복하기 위한 상생과 연대의 가치를 확산시킴.
- 코로나19 관련 특집 및 정규 프로그램을 적극 편성함.
 - 코로나19 및 각종 재난 관련 보도·교양 프로그램 645편 27,560분 편성
 - 긴급 대담 <긴급진단 - 신종 코로나19 확산, 방역 대비상>, <긴급진단 - 코로나19 대유행 선언, 방역 대책은?>, <온택트 시민토크 코로나19 시대를 말하다> 등 15편, <특

별생방송 코로나19 함께 이겨냅시다》15편, 〈코로나19 200일의 기록, 바이러스와 국가 2부작〉, 〈2020 포스트 코로나19 대한민국 미래전망〉 등 특집 다큐 및 정규 프로그램 기획 등 총 92편을 편성함.

- ‘더 나은 삶 안전한 대한민국’ 기획 편성
 - 〈특별생방송 더 나은 삶 안전한 대한민국〉, 〈지구를 지키는 20가지 제안〉, 〈기후변화의 최전선〉, 〈KBS 뉴스 9 일하다 죽지 않게〉 등을 편성하여 환경, 노동 분야의 안전 의제를 공론화함.

③ 테마 편성, 대응 편성 등 전략 편성을 통해 1TV 경쟁력 제고

- 2020 신년특집 기획편성 29편, 총선 관련 정치개혁 기획편성 20편, KBS 창립일 주간 기획편성 7편, 기생충 아카데미상 수상기념 편성 6편, 코로나19 재택 청소년을 위한 2주간의 특별기획편성 11편, 포스트 코로나19 기획편성 13편, 코로나19 3차 대유행에 대응한 집콕 특집영화 11편 등을 편성해 시청자의 다양한 시청권을 보장함.

④ 21대 4·15 총선 방송의 성공적 수행

- 2020년 정치 빅이벤트인 총선 개표방송 주요 시청지표 1위를 달성함.
- 평균 시청자수 242만 명, 3059 시청자수 108만 명, 가구 시청률 9.8%, 메인뉴스 시청률 14.3%로 모두 1위 달성함 (당일 17시~25시 기준).
- 방송 연설, 광고의 전략적 판매를 통해 약 26억 6천만 원의 수익을 올림.

⑤ 역사의식 고취와 한반도 평화체제 구축을 위한 특집 편성

- 4·19혁명, 5·18 민주화운동을 기념하는 프로그램을 편성해 현대사의 아픔과 민주화운동의 성취를 조명함.
 - 4·19혁명 60주년 특집 〈4·19세대의 증언 - 4월의 함성 역사를 바꾸다〉, 〈역사저널 그날 - 피의 일주일 4·19부터 하야까지〉, 5·18민주화운동 40주년 특집 〈광주비디오〉, 〈임을 위한 노래〉, 〈5·18 기획 열린 음악회〉 등
- 6·25전쟁 70주년과 6·15 남북선언 20주년 기념 프로그램을 제작하여 남북 화합과 한반도 평화의 길을 모색함.
 - 6·25전쟁 70주년 기념 〈다큐 인사이트 - 생명의 선 DMZ 2부작〉, 〈역사저널 그날 - 6·25 기획 4부작〉, 6·15선언 20주년 기념 〈6·15 남북공동선언 20주년 특집 개성공단〉, 〈6·15 남북공동선언 20주년 기념 평화음악회 - 길을 걷다〉

(2) KBS 2TV 편성전략 및 대표 프로그램

① 편성전략의 목표

- 시청자들에게 위로와 희망을 주는 건강한 오락 프로그램과 새로운 스토리텔링을 선보이는 프로그램을 편성하여 채널 경쟁력과 공영성을 강화함.

② 지속적인 채널 리노베이션 및 주말 콘텐츠 경쟁력 제고

- 평일 아침 대형 프로그램 <굿모닝 대한민국 라이브>를 신설함.
- 주말 주시청시간대 블록 편성으로 시청호응도 1위를 기록하며 채널 경쟁력을 강화함.
 - 토요일: <불후의 명곡> - <주말 드라마> - <살림남> - <트롯전국체전>
 - 일요일: <사장님 귀는 당나귀 귀> - <1박2일> - <주말 드라마> - <슈퍼맨이 돌아왔다>
- 경쟁력 취약시간대에 새로운 포맷과 출연자, 제작 형식과 콘텐츠 소비방식을 다양화한 킬러 신규 콘텐츠를 개발·편성함으로써 신규 시청자 확보와 프로그램 혁신을 추진함.

③ 예능/드라마 제작 및 투자방식 혁신 시도

- 국내외 OTT, 디지털 플랫폼, 투자사 등 외부 투자유치 및 공동제작 등으로 제작비 투자 리스크를 관리하고 제작비 효율성을 제고함.
 - 예능: <зом비탐정>, <랜선장터>, <땅만 빌리지>, <위 캔 게임> 등
 - 드라마: <도도솔솔라라솔>, <바람피면 죽는다>, <암행어사> 등

④ 대형이벤트 프로그램과 특별 편성을 통해 채널 공영성 강화

- <대한민국 어게인 나훈아>는 젊은 층까지 끌어들이면서 전국 시청자수 678만 명, 수도권 가구 시청률 27.2%로 2020년 비드라마 장르 전체 순위에서 모두 1위를 기록하는 성공을 거둬.
- KBS 시청자 주간(2020. 08.31. ~ 09.06.)에 <코리아 온 스테이지>, <시청자VJ가 함께 만드는 다큐멘터리 3일>, <KBS 시청자 주간 유희열의 스케치북 - The OST>, <시청자 주간 특집 2TV 생생정보>, <시청자 주간 특집 1박 2일>, <언론 자유 특선 영화 3부작 (더포스트, 모비딕, 굿나잇 앤 굿럭)> 등을 특별 편성, 시청자에게 감사를 전하고, 뉴노멀 시대에 공영방송의 가치를 재확인시키기 위해 노력함.

⑤ 크로스미디어 콘텐츠의 적극적 편성

- 인터넷, 모바일 시청자까지 흡수할 수 있는 멀티플랫폼형 프로그램을 집중 편성하여 제작 효율성을 높이고 뉴미디어 플랫폼으로의 확장을 추진함.
- 〈스튜디오 K〉, 〈박원숙의 같이 삼시다〉, 〈좀비탐정〉, 〈땅만 빌리지〉, 〈20세기 히트-트송〉

⑥ UHD 프로그램 제작 전환 및 개발

- 〈다큐 인사이드〉와 〈생로병사의 비밀〉 등 정규 프로그램의 UHD 제작 전환을 시행하여 기술혁신을 주도하는 공영방송의 책무를 이행함.
- 국내 최초 지역(전주) 정규 UHD프로그램인 〈송큐멘터리 백투더뮤직〉을 2TV 편성부와 공동제작 및 전국 편성함으로써 지역총국의 제작역량을 강화하는 데 기여함.
- 문화예술 프로그램 〈KBS 중계석〉을 UHD 제작 전환함.
- 8K 뮤지컬 드라마 〈구미호 레시피〉, 환경 다큐멘터리 〈먼지 사회〉 제작.

2) 채널별 성과

(1) 전국 시청자수 순위

- 전체 및 주시청 시간대 전국 시청자수에서 1TV 1위, 2TV 2위의 성과를 거둠.
- 방송사 중 전체 및 주시청 시간대 모두에서 2TV 시청자수 감소폭이 가장 큼.

[표 1-11] 전체 시간대 전국 시청자수

(월~일, 06:00~25:00), (단위 : 만 명)

	KBS1	KBS2	MBC	SBS	JTBC	TV조선	MBN	채널A	tvN
2019년	101	73	50	63	31	30	29	22	31
2020년	105	69	51	62	31	50	31	23	31
증감	4	-4	1	-1	-	20	2	1	-

[표 1-12] 주시청 시간대 전국 시청자수

(평일 19:00~24:00/주말 18:00~24:00), (단위 : 만 명)

	KBS1	KBS2	MBC	SBS	JTBC	TV조선	MBN	채널A	tvN
2019년	151	167	92	123	64	45	45	28	60
2020년	158	165	98	122	63	91	45	32	64
증감	7	-2	6	-1	-1	46	-	4	4

(2) 가구 시청률 순위

- 전체 시간대 가구 시청률 순위에서 1TV 1위, 2TV 3위의 성과를 거둠.
- 전년 대비 2TV 전체 시간대 가구 시청률은 0.2% 하락함.
- 주시청 시간대 가구 시청률 순위에서는 전년도에 이어 2TV가 시청률 하락(-0.3%)에도 불구하고 1위를 유지함(1TV와 공동 1위).
- 전년 대비 2TV의 가구 시청률 하락세가 다소 두드러짐.

[표 1-13] 전체 시간대 가구 시청률 순위

(월~일, 06:00~25:00), (단위 : %)

	KBS1	KBS2	MBC	SBS	JTBC	TV조선	MBN	채널A	tvN
2019년	4.5	3.2	2.6	3.4	1.6	1.6	1.5	1.1	1.4
2020년	4.7	3.0	2.5	3.2	1.5	2.5	1.5	1.1	1.4
증감	0.2	-0.2	-0.1	-0.2	-0.1	0.9	-	-	-

[표 1-14] 주시청 시간대 가구 시청률 순위

(평일 19:00~24:00/주말 18:00~24:00), (단위 : %)

	KBS1	KBS2	MBC	SBS	JTBC	TV조선	MBN	채널A	tvN
2019년	6.7	7.1	4.5	6.4	3.1	2.3	2.1	1.4	2.5
2020년	6.8	6.8	4.6	6	2.9	4.2	2.1	1.6	2.7
증감	0.1	-0.3	0.1	-0.4	-0.2	1.9	-	0.2	0.2

(3) 프로그램 품질평가지수

- 프로그램 품질 평가지수에서는 지상파 방송 4개 채널 중 3년 연속 1TV 1위, 2TV 2위를 기록함.

[표 1-15] 프로그램 품질평가지수(PSI: Public Service Index⁴⁾)

구분		KBS1	KBS2	MBC	SBS
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

4) 전국 20대 이상 성인 남녀(KBS 국민패널) 13,000명(반기 기준)/인터넷 조사/연간 2회(반기별) 편성조사부, 공영미디어연구소 실시

구분		KBS1	KBS2	MBC	SBS
2019년	상반기	75.0점	71.1점	69.0점	69.4점
	하반기	75.5점	71.4점	69.8점	68.6점
2020년	상반기	76.8점	71.1점	68.8점	68.2점
	하반기	77.0점	71.8점	69.7점	68.9점

(4) 최근 5년간 전국 및 수도권 2049 시청률/시청자수 추이

- 최근 5년간 1TV, 2TV 모두 2049 시청률 및 시청자수에서 하락세를 보임.
- 특히 드라마·오락 프로그램 편성 비중이 높은 2TV의 경우 전국 및 수도권/전체 및 주시청 시간대 2049 시청률 및 시청자수 등 지표 대부분에서 하락폭이 경쟁사들에 비해 두드러짐.

[표 1-16] 최근 5년간 수도권 2049 시청률

(월~일, 06:00~25:00), (단위 : %)

	K1	K2	M	S	J	A	MBN	조선	tvN	전체TV
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
2020년	0.6	0.8	0.9	1.1	0.5	0.2	0.2	0.4	0.7	11.6

[표 1-17] 최근 5년간 전국 2049 시청자수

(월~일, 06:00~25:00), (단위 : 만 명)

	K1	K2	M	S	J	A	MBN	조선	tvN	전체TV
2016년	19	37	33	33	12	6	7	4	15	277
2017년	16	31	24	32	18	6	8	4	15	277
2018년	15	26	21	28	16	5	6	4	17	271
2019년	15	21	18	22	12	5	6	5	16	250
2020년	16	19	18	21	11	5	5	9	15	254

[표 1-18] 최근 5년간 주시청 시간대 수도권 2049 시청률

(평일 19:00~24:00/주말 18:00~24:00)

(단위 : %)

	K1	K2	M	S	J	A	MBN	조선	tvN	전체TV
2016년	1.6	3.3	3.1	3.3	0.9	0.3	0.4	0.2	1.1	19.8
2017년	1.4	3.0	2.2	3.4	1.7	0.3	0.4	0.2	1.2	20.6
2018년	1.3	2.4	1.9	2.9	1.6	0.3	0.4	0.3	1.6	20.4
2019년	1.1	1.9	1.7	2.3	1.2	0.3	0.4	0.4	1.5	18.5
2020년	1.2	1.8	1.9	2.4	1.1	0.3	0.3	0.7	1.6	19.7

3) 장르별 편성비율

- 1TV 2TV 모두 보도, 교양, 오락 장르별 편성비율이 전년과 큰 차이를 보이지 않음.
- 1TV의 경우 코로나19로 인해 <코로나19 통합뉴스룸>, <KBS뉴스라인> 등이 신설되어 전
년 대비 보도시간이 증가하였고 오락 프로그램 편성 시간이 대폭 감소했음.
- 2TV의 경우는 전년도 대비 장르별 편성비율이 거의 변화가 없이 유지되었음.

[표 1-19] 각 장르별 채널 편성비율

2020.12.31.현재 (단위 : 분, %)

연도	구분	1 TV				2 TV			
		보도	교양	오락	계 (적용방송 시간)	보도	교양	오락	계 (적용방송 시간)
2019	시간	141,815	295,600	53,405	490,820	43,870	202,975	215,640	462,485
	비율	28.9	60.2	10.9	100	9.5	43.9	46.6	100
2020	시간	167,735	284,585	39,525	491,845	41,465	206,675	214,675	462,815
	비율	34.1	57.9	8.0	100	8.96	44.66	46.38	100

4. 평가와 제언

1) 평가

(1) 2020 경영목표 설정의 타당성

- 성과관리의 합리성 제고를 위해 전년도 추진 실적 작성 시점과 경영목표 수립 시점 간의 시차는 절차상 과제로 남아 있음.
 - KBS 경영평가지침은 “조직의 합리적 성과관리를 위하여 개인별·부서별·사업별 성과평가가 적정하게 이루어지고 있고 성과평가 결과가 다음 단계인 인사와 예산배분 및 사업계획 수립에 제대로 활용되고 있는지를 평가해야 한다.”(지침 및 경영평가 설명자료 16쪽)라고 규정함.
 - 2019~2021 중장기계획의 1차연도 사업계획인 2019년 경영목표 핵심사업 추진 실적을 바탕으로 2차연도 사업계획인 2020년 경영목표 핵심사업을 연속성 있게 수립하는 것이 합리적이지만, 두 자료의 작성 시점간 시차가 존재하여 전년도 평가결과가 차년도 계획 수립시 적정 시점에 환류(피드백)되기 어려운 절차적 문제가 발생.
 - 회계와 성과 결산은 익년초에 이뤄지나, 차년도 경영계획은 대개 전년도 하반기에 수립하기 때문에 불가피하게 시차 발생
 - 이러한 시차는 어느 조직에서나 발생하는 문제지만 시간차로 인한 미스매칭을 최대한 줄이기 위한 노력이 요구됨.
 - 당해연도 성과에 대한 예측(가결산)을 바탕으로 차년도 사업과 성과지표를 수립하고 최종결산(평가) 후 경정
 - 수행기간 중간에 과정 관리 차원에서 점검과 조정 및 성과지표 수정 등 유연성 있는 성과관리가 요구됨.
 - 특히 예상이 어려운 경영환경 변화(코로나19 대유행, 도쿄올림픽 연기, 대규모 재난, 국제정세 변화 등의 발생 빈도 증가) 및 디지털 기술혁신 등 급격한 변화에 대처할 수 있는 기민성(agility)이 요구됨.
 - 2020년도 성과지표 가운데 미달성 또는 부분달성 항목의 상당수는 코로나19 대유행과 관련성이 높으며, 이 경우 신속한 대응을 위한 대체지표 마련이 요구됨.

- 경영목표 설정의 시차뿐 아니라 평가결과가 맞물려 연속적으로 반영되는 장기적 관점의 실행을 위해서는 각 연도 사업에 대한 분석과 차년도 환류(피드백)를 위한 장치의 활성화가 필요 (장기적 관점에서의 모니터링과 중간점검 필요)
 - 2019~2021 중장기계획에서 2019년과 2020년의 변화 내용을 바탕으로 최종 연도 성과관리 실시
 - 전년도 평가를 반영한 핵심사업과 성과지표는 무엇인지, 성과지표의 변화 추이는 어떤지, 피드백을 바탕으로 수립한 2021년도 핵심사업과 성과지표는 무엇인지 등에 대해 연차별 연계성을 갖고 분석과 계획수립이 이뤄져야 함.
 - 나아가 중장기계획 3년차를 맞아 5대 목표 12대 과제의 달성 정도에 대한 총괄 중간점검이 필요하며 이를 바탕으로 차기 중장기계획이 마련되어야 할 것임.
- 코로나19 이후 촉발된 무인화, 원격화, 가상화 등 사회기술적 변화에 대응하여 공영방송 본연의 역할을 선도하기 위해서는 경영환경 변화에 대비한 준비와 개인 및 조직 역량 개발이 중요한 경영목표로 설정되어야 함.
 - 최근 코로나19 대유행이 촉발한 디지털 혁신은 메타버스(metaverse)⁵⁾가 인터넷 웹 이후의 지배적 플랫폼이 될 것으로 예상할 정도로 경영환경과 미디어 소비 행태의 격변을 예고함.
 - 특히 MZ 세대의 미디어 활용 행태는 이들의 새로운 니즈를 반영하는 내용과 전달체계의 혁신을 요구함.
- 이를 실행하기 위해 KBS가 가진 기존 강점의 활용과 새로운 변화의 탐색이라는 이중의 목표를 동시에 달성해야 할 것임.
 - 대한민국 대표 공영방송으로서의 신뢰성과 콘텐츠 및 인적역량을 보유하고 있으나 새로운 환경변화는 기존 강점이 오히려 발목을 잡을 수 있음을 심각하게 고려하여 변화를 모색해야 할 것임.
 - 변화를 기민하게 수용하고 적응을 위한 학습이 이뤄지는 개방적이고 유연한 조직을 만들기 위한 조직문화 진단과 조직개발이 요구됨.

5) 메타버스는 가상·초월(meta)과 세계·우주(universe)의 합성어로 정치·경제·사회·문화의 전반적 측면에서 현실과 비현실이 모두 공존할 수 있는 가상세계라는 의미로 폭넓게 사용됨. 현실과 가상공간이 완전히 결합한 초연결·초실감 디지털 세계로 시간과 공간의 제약 없이 극도의 몰입감과 현장감을 제공하며 인간의 일상을 무한의 가상공간으로 확장함. 코로나19 팬데믹이 만든 비대면·비접촉 트렌드는 인류를 빠르게 메타버스 사회로 이동할 전망이다. (출처: 위키피디아 및 정보통신정책연구원(2020), 「코로나19 이후 글로벌 트렌드, 완전한 디지털 사회」)

- 새로운 환경에 필요한 기술적 역량을 보유하고 개발할 수 있는 인력의 확보와 개발(교육훈련)이 중요한 성과지표로 관리되어야 함.
- **지속가능한 경쟁력 확보 방안 미흡**
 - KBS의 중장기계획은 변화하는 디지털 환경 속에서, 추락하고 있는 지상파 방송의 생존을 위한 파괴적 혁신(disruptive innovation)을 담고 있지 않음.
 - 신뢰도 강화, 콘텐츠 강화, 플랫폼 개선, 안정적 재원 확보라는 키워드 속에 2020년 26개의 핵심사업과 86개의 성과지표로 경영목표의 추진결과를 평가하고 있으나, 수신료 인상의 난관, 광고수익의 급감, 정부 추가 출자의 지연 등으로 인한 재원 확보의 어려움으로 장기적인 투자 위축, 단기적인 제작비 삭감으로 이어지고 있음.
 - 미디어 이용행태의 급변으로 인한 지상파 경쟁력 저하라는 냉엄한 현실 속에서 지속가능한 경쟁우위를 확보하기 위해서는 전략과 구조, 제도, 인적자원, 시스템 전반에 걸친 총체적 혁신이 요청됨.

(2) 편성 기본 방향

① 재난재해 주관방송사의 역할 강화로 공영방송의 책무성을 성실히 수행.

- 코로나19 확산에 대응하기 위해 1TV를 국민안전 중심채널로 리브랜딩 한 것은 매우 시의적절한 편성전략임.
- 다양한 코로나19 및 재난/안전 관련 프로그램 편성을 통해 팬데믹 상황에 대처하는 데 필요한 유용한 정보를 제공하고 국민 통합에 기여함.

② 뉴스경쟁력 강화 전략이 KBS 신뢰도의 전반적인 상승으로 이어짐.

- 코로나19로 인해 뉴스에 대한 사회적 수요가 증대하는 상황에서 뉴스 공정성과 정확성을 최우선 가치로 설정한 KBS 뉴스의 경쟁력이 빛을 발함.
- 1TV 뉴스의 경쟁력은 KBS와 KBS 뉴스에 대한 신뢰도 제고로 이어졌으며, 이는 KBS 자체 조사와 주요 외부기관의 신뢰도 평가 결과에서 객관적으로 입증됨.

③ 크로스미디어 전략을 적극 추진하여 온라인에서 KBS 영향력을 강화하기 위해 노력함.

- 크로스미디어 프로그램을 적극 편성하여 TV 시청률과 유튜브 구독자수/조회수 모두에서 의미 있는 성과를 거둠.

- 전년 대비 온라인에서 KBS의 존재감을 부각시키는데 일정 정도의 성과를 거둠.

(3) 채널별 편성전략

① 신규 및 파일럿 프로그램의 지속적 개발과 편성

- 전년 대비해 증가한 신규 및 파일럿 프로그램을 개발하고 편성함.
- 광고 수익 감소로 인한 재정 압박과 팬데믹 상황이라는 이중의 어려움에도 불구하고 전년보다 더 많은 신규 및 파일럿 프로그램을 편성한 것은 높게 평가할 만함.
- 다만 신규 (특히 2TV 오락) 프로그램이 시청률 및 화제성에서 눈에 띄는 성과를 내지 못한 것은 여러모로 아쉬움.

② 채널별 성과에 대한 평가

- 2020년 전국 시청자수, 가구 시청률, 프로그램 품질 평가 등에서 1TV와 2TV 모두 뛰어난 성과를 거둠.
- 2049 시청자수와 시청률에서는 1TV와 2TV 모두 약세를 면치 못하고 있음.

2) 제언

(1) 경영목표 설정의 합리성과 타당성

□ 경영목표 핵심사업별 성과지표에 대한 달성 여부 기준 정교화

- 성과지표의 달성여부에 대한 판단을 '달성, 부분달성, 미달'로 구분하여 측정하고 있음. 코로나19로 인한 불가피한 미달 건도 '미달'로 구분하는 것은 적절하지 않음. 이에 대한 구분이 필요해 보임.
- 달성기준을 수치화하여 목표대비 % 점수 등의 방법으로 계량화하는 방안도 고려해볼 만함.
- 계량적 측정이 불가능한 경우에는 사전에 비계량적 요인을 % 또는 점수 등으로 설정하여 측정하는 방법도 있음.

(2) 편성 기본방향

① 미래시청자 확대를 위한 편성전략의 필요성

- 고연령 시청자 중심의 타깃 시청층을 확대하기 위해 젊은 시청자들의 취향, 생활 및 미디어 이용 양식을 면밀히 분석하고 이를 반영한 편성전략 수립이 긴요함.
- 특히 2TV 경쟁력 확보를 위해 젊은 시청층을 대상으로 하는 새롭고 혁신적인 포맷과 스토리텔링의 프로그램을 적극 개발해야 함.
- 젊은 시청자들이 선호하는 주말 오락 프로그램과 드라마(미니시리즈) 경쟁력을 높이기 위한 전략이 필요함.

② 공영방송에 어울리는 대형 기획 프로그램의 적극적 발굴과 편성이 필요함.

- 명백히 짧은 1TV 대하사극 드라마를 제작해 공영방송의 책무를 다하고 KBS 드라마의 우수성을 보여줄 필요가 있음.
- 심층적이고 전문적인 대형 다큐멘터리 제작을 통해 공영방송 KBS를 통해서만 충족될 수 있는 시청자의 고품질 교양 프로그램 시청 욕구를 충족시켜야 함.

③ 디지털 플랫폼에서의 영향력을 확대하기 위해 지속적인 노력이 필요함.

- 코로나19로 인한 비대면 중심의 삶이 지속되는 상황에서 디지털 플랫폼의 중요성이 더욱 커지고 있음.
- 2020년 의미 있는 성과를 거둔 크로스미디어 및 멀티플랫폼 전략을 더욱 적극적으로 추진하여 후발주자의 한계를 극복하고 디지털 플랫폼에서 KBS의 존재감을 더욱 강화해야 함.
- 디지털 플랫폼을 TV 프로그램의 2차 유통채널이 아닌 독립적인 혹은 경우에 따라서는 1차 유통채널로 사고하는 진정한 의미의 ‘디지털 퍼스트’ 전략이 필요함.

(3) 채널별 편성전략

① 국민안전 중심채널로서 1TV의 역할을 더욱 힘 있게 추진해야 함.

- 코로나19 종식 이후까지 재난재해 주관방송사로서 KBS의 역할에 대한 사회적 기대를 충족시키도록 성실히 노력해야 함.

② 1TV 뉴스 프로그램의 신뢰도를 제고하기 위한 지속적인 노력이 필요함.

- 〈뉴스 9〉 브랜드 가치를 더욱 굳건히 하기 위해 뉴스 공정성과 정확성을 넘어 심층성과 전문성을 강화하는 전략이 필요함.
- 〈뉴스 7〉의 지역화를 계속 추진해야 하며 이를 위해 적극적으로 지역 뉴스를 발굴하고 감시기능을 강화해야 함.

③ 2TV 채널 경쟁력을 강화하기 위한 새로운 편성전략의 필요성

- 변화하는 방송 생태계와 2TV 역량에 대한 엄밀한 분석을 통해 2TV 정체성에 대한 성찰과 재구성이 필요함.
- 혁신적이고 실험적인 포맷과 스토리텔링의 오락 프로그램을 적극적으로 개발하여 혁신 선도자로서의 정체성을 강화할 필요가 있음.

제2장 | 예산집행의 효율성

제3편

평가내용
제2장 예산집행의 효율성

1. 예산편성의 목적 적합성과 적정성

1) 예산편성의 경영목표 정합성

(1) 예산편성기준과 경영목표의 적합성

① 예산편성 방향

- 예산편성 방향 설정과 경영목표사업 예산의 반영
 - KBS는 2020년 경영목표로 ‘대한민국 대표 공영미디어 KBS’를 설정하고 2019년~2021년 중장기 계획(5대 세부목표, 12대 역점과제)을 실현하기 위해 2020년 예산편성 방향을 ‘공영미디어의 신뢰도와 경쟁력 강화를 위한 효율적 자원 배분’으로 정하고 이에 따라 세부예산을 편성하였음.
- 예산편성 방향
 - ‘공영미디어의 신뢰도와 경쟁력 강화를 위한 효율적 자원배분’
- 기본방향
 - 시청자 중심의 공영미디어 구현
 - 킬러 콘텐츠 제작을 위한 투자 집중
 - 안정적 자원 확보방안 마련
 - 사업구조 효율화 및 비용인축 지속 추진
- 세부편성 방향
 - 시청자 중심의 공영미디어 구현
 - 제21대 총선 선거방송 제작
 - 재난방송시스템 강화
 - 지역방송 및 지역문화사업 활성화
 - 킬러 콘텐츠 제작을 위한 투자 집중
 - 도쿄올림픽 중계방송 제작
 - 특별기획 드라마 및 대기획 제작

- 2049 타게팅 예능 콘텐츠 제작
- 안정적 재원 확보방안 마련
 - 통합마케팅 본격 추진
 - 콘텐츠 판매수입 증대
 - 유희자산 적극 매각 및 활용을 통한 수입 확대
- 사업구조 효율화 및 비용인축 지속 추진
 - 토탈리뷰를 통한 사업구조 효율화
 - 선택과 집중을 통한 인축예산 편성

② 사업 예산 현황

- 예산편성 세부방향에 따라 경영목표사업에 다음과 같이 예산을 설정함.

[표 2-1] 경영목표 사업 예산 현황

(단위 : 억 원)

2019 ~ 2021 중장기계획		2020년 경영목표 핵심사업(26개)	비용	자본
5대 세부목표	12대 역점과제			
I. 독보적 신뢰	1. KBS 저널리즘 혁신	① 신뢰의 기준, KBS 확립	57.5	30
		② 지역방송 활성화를 통한 지역뉴스 강화	44.1	
	2. 사회경제적 의제의 공론 확대	③ 사회 주요현안에 대한 공론 강화		
		④ 남북한 방송·문화교류 주도		
	3. 시청자 중심 구현	⑤ 시청자 참여 확대	0.6	3.4
		⑥ 대 시청자 투명성 강화	비예산	
II. 압도적 영향력	4. 최고의 콘텐츠 경쟁력	⑦ 킬러 콘텐츠 제작	501	
		⑧ 전략적 편성을 통한 경쟁력 제고	5.4	
III. 콘텐츠 도달률 강화	5. 공영미디어로의 진화	⑨ 디지털 융합 네트워크 기반의 보편적 서비스 제공	2.2	3
		⑩ 차세대 기술 활용 확대	34.3	8.2
		⑪ 방송인프라 구축	0.2	107.1
	6. 디지털 콘텐츠 강화	⑫ 디지털 콘텐츠 강화	12.5	
		⑬ 미래세대 참여형 콘텐츠 제작		
		⑭ 미래세대 대상 디지털채널 개설 및 강화	5.7	
IV. 글로벌 미디어로 도약	8. 세계적 콘텐츠 제작, 유통	⑮ 한류 콘텐츠 사업 다각화	1.8	

2019 ~ 2021 중장기계획		2020년 경영목표 핵심사업(26개)	비용	자본
5대 세부목표	12대 역점과제			
V. 창의적 조직으로 변화		⑩ 글로벌 OTT 도약 및 콘텐츠 유통 협력	비예산	
		⑪ 한·아세안 협력 및 공동제작 체제 구축	비예산	
	9. 국제방송 강화	⑫ KBS 해외채널 서비스 경쟁력 강화	10.6	
	10. 콘텐츠 중심 조직 구현	⑬ 직무중심 현장조직으로 개편	비예산	
	11. 효율적인 운영체계 구현	⑭ 매체운영 개선방안 수립 및 시행	비예산	
		⑮ KBS 계열사 효율화 전략 추진	비예산	
		⑯ 방송시설 운용 효율화	비예산	22
		⑰ 토털리뷰 통한 사업구조 효율화	비예산	
	12. 안정적 자원 확보	⑱ 공영방송, 수신료제도 개선 및 현실화 추진	4.6	
		⑲ 전 매체 광고 통합마케팅 추진 및 콘텐츠수입 확대	8.9	
		⑳ 공사 자산의 효율적 활용 및 관련 법령 개정 추진	1.2	
소계			690.6	173.7

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

③ 예산편성 기준과 경영목표의 적합성

- ‘공영미디어의 신뢰도와 경쟁력 강화를 위한 효율적 자원 배분’을 예산편성 방향으로 설정하고, 시청자 중심의 공영미디어 구현, 킬러 콘텐츠 제작을 위한 투자 집중, 안정적 자원 확보방안 마련, 사업구조 효율화 및 비용인축 지속 추진이라는 기본 편성 방향에 따라 예산을 편성함.
- 2020년 경영목표 핵심사업(26개)에 비용예산 691억 원, 자본예산 174억 원을 편성함.
- 경영목표사업 비용예산은 전체 사업경비 8,394억 원 대비 8.23%(정규/특집 제작비 예산 활용사업 감안시 34.3%), 경영목표사업 자본예산은 자본예산 편성액 648억 원 대비 26.9%임.
- 예산편성기준과 경영목표의 적합성 향상을 위해 전체 예산을 경영목표의 핵심사업과 연계하여 구분하고, 집행률을 평가하는 방안도 고려해볼 만함.

2) 예산편성기준의 적정성과 준수 여부

(1) 예산편성기준의 적정성과 준수 여부

① 예산편성기준의 적정성

- KBS는 2020년 부서 운영목표 및 사업계획을 KBS 경영목표와 연계해서 수립하고 경영 목표 핵심사업에 예산이 우선 배분될 수 있도록 노력함.
- 2020년 예산 편성시 미·중 무역분쟁 장기화에 따른 세계경제 불확실성 고조로 국내경기 위축 장기화가 전망됨에 따라 지상파 광고시장의 축소로 인한 지속적인 광고수입의 감소가 예상되었음.
- 또한, 2020년 예정된 도쿄올림픽(290억 원)과 국회의원 총선 제작비(36억 원) 및 공시지가의 상승으로 인한 세금 증가 등 경직성 경비가 증가할 것으로 예상되었음.
- 수입 결손 상황에서도 필수적인 경영목표 사업 이행이 가능하도록 관행적, 전시성 사업 및 불요불급한 사업은 지양하고, 재정안정화 대책 및 토털리뷰 건축 등 자구노력을 선 반영하여 예산을 편성한 것은 적절하다고 판단됨.

② 2020년 예산편성 기준 준수 여부

- 예산편성 시 국내외 경제여건을 감안하여 KBS의 경영환경을 전망 후 예산편성 방향을 설정하였으며, 이에 따른 부문별 예산을 편성하였고 본부·센터별 총액을 배분하여 자을 편성토록 하되 경영목표와 핵심사업에 예산이 우선 편성되도록 하였으며 추후 부서 성과평가 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.

(2) 예산구조의 건전성

- 수입예산은 1조 5,558억 원, 비용예산은 1조 5,555억 원으로 3억 원의 균형예산을 편성하였음. 도쿄올림픽, 국회의원 총선 등 대형이벤트와 공시지가 상승, 법정부담금 인상 등 경직성 경비가 증가하는 추세에도 달성가능한 최대 수준의 목표 설정을 통해 적극적 수입창출을 유도함으로써 공적책무 수행에 차질이 없도록 예산을 편성하였음.

① 수입예산

- 수신료수입은 소폭 증가 추세, 광고수입은 지속적으로 감소 추세임. 가구수가 정체 중인 상황에서도 다양한 노력 등을 통해 수신료수입은 증가하고 있으나, 지상파 광고수입의 감소로 인해 광고수입은 큰 폭으로 감소하고 있음. 광고수입 감소에 대응하여 콘텐츠 경쟁력 회복 및 통합마케팅 활성화 등 다양한 수입원 확대를 위해 적극적으로 노력한 결과, 콘텐츠판매수입 등 기타수입을 지속적으로 확대해오고 있음.

[표 2-2] 수입예산구조

(단위 : 억 원)

구분	2018년			2019년			2020년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
I. 수입	15,714	14,758	93.9%	15,600	14,566	93.4%	15,558	14,342	92.2%
1. 수신료수입 (비중)	6,542 (42%)	6,595 (45%)	100.8%	6,656 (43%)	6,705 (46%)	100.7%	6,803 (44%)	6,790 (47%)	99.8%
2. 광고수입 (비중)	4,060 (26%)	3,328 (23%)	82.0%	3,750 (24%)	2,548 (17%)	67.9%	2,854 (18%)	2,319 (16%)	81.3%
3. 기타수입 (비중)	5,112 (33%)	4,835 (33%)	94.6%	5,194 (33%)	5,313 (36%)	102.3%	5,901 (38%)	5,233 (37%)	88.7%

② 비용예산

- 방송제작비가 전체 비용의 50% 이상을 차지하는 등 가장 큰 비중을 차지하고 있음. 방송제작원가 증가, 최저임금 인상 등 경직성 경비가 증가하고 있어 비용 긴축 및 비상경영계획 이행안 등 자구노력을 선반영하여 예산을 편성하였음.

[표 2-3] 비용예산구조

(단위 : 억 원)

구분	2018년			2019년			2020년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
II. 비용	15,680	15,079	96.2%	15,597	14,541	93.2%	15,555	14,015	90.1%
1. 사업경비 (비중)	8,459 (54%)	7,973 (53%)	94.3%	8,313 (53%)	7,506 (52%)	90.3%	8,394 (54%)	7,021 (50%)	83.6%
2. 판매수수료 및 법정지원금(비중)	1,312 (8%)	1,193 (8%)	90.9%	1,272 (8%)	1,056 (7%)	83.0%	1,180 (8%)	1,073 (8%)	90.9%
3. 인건비 (비중)	5,258 (34%)	5,235 (35%)	99.6%	5,354 (34%)	5,286 (36%)	98.7%	5,354 (34%)	5,157 (37%)	96.3%

구분	2018년			2019년			2020년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
4. 감가상각비 (비중)	503 (3%)	536 (4%)	106.6%	517 (3%)	532 (4%)	102.9%	500 (3%)	511 (3%)	102.2%
5. 사업외비용 (비중)	148 (1%)	142 (1%)	95.9%	136 (1%)	161 (1%)	118.4%	127 (1%)	172 (1%)	135.4%
6. 예비비 (비중)	5 (-%)	0 (-%)	0.0%	5 (-%)	0 (-%)	0.0%	0 (-%)	0 (-%)	0 (-%)
7. 법인세비용	13 (-%)				9 (-%)			81 (1%)	

(3) 최근 3년간 예산 편성 현황 및 연도별 손익예산 규모

① 최근 3년간 예산편성 현황 및 전년 대비 편성 규모

[표 2-4] 최근 3년간 예산편성 현황

(단위 : 억 원)

구분	2017년 예산	2018년 예산	2019년 예산	2020년 예산	증감
I. 수입	15,188	15,714	15,600	15,558	-42
1. 수신료수입(비중)	6,410 (42.2%)	6,542 (41.6%)	6,656 (42.7%)	6,803 (43.7%)	147
2. 광고수입(〃)	4,135 (27.2%)	4,060 (25.9%)	3,750 (24.0%)	2,854 (18.3%)	-896
3. 기타수입(〃)	4,643 (30.6%)	5,112 (32.5%)	5,194 (33.3%)	5,901 (37.9%)	707
II. 비용	15,098	15,680	15,597	15,555	-42
1. 사업경비	7,797	8,459	8,313	8,394	81
- 방송제작비(비중)	6,224 (41.1%)	6,868 (43.8%)	6,661 (42.7%)	6,708 (43.1%)	47
- 시설운영비	1,135	1,149	1,182	1,206	24
- 시청자사업비	146	146	150	175	25
- 일반관리비	182	186	203	197	-6
- 수신료징수비	92	92	99	75	-24
- 광고운영비	18	18	18	33	15

구분	2017년 예산	2018년 예산	2019년 예산	2020년 예산	증감
2. 판매수수료 및 법정지원금	1,313	1,312	1,272	1,180	-92
3. 인건비(비중)	5,228 (34.5%)	5,258 (33.5%)	5,354 (34.3%)	5,354 (34.4%)	0
- 임금·복리비	4,757	4,765	4,847	4,832	-15
- 퇴직급여충당부채	471	493	507	522	15
4. 감가상각비	588	503	517	500	-17
5. 사업외비용	167	143	136	127	-9
6. 예비비	5	5	5	-	-5
Ⅲ. 세전손익	90	34	3	3	0
Ⅳ. 법인세비용	62	13		-	
Ⅴ. 당기순손익	28	21	3	3	0
※ 영업손익	-243	-380	-494	-769	-275

제3편

평가사항
제2장 예산집행의 효율성

② 최근 3년간 손익예산 규모

- 수입예산 규모에 따른 비용예산 편성으로 균형예산을 달성하여 당기손익은 3억 원임.
- 그러나 영업손익(사업손익) 규모는 지속적으로 적자가 편성되고 있으며, 그 규모는 매년 증가 추세임.
- 이는 예산편성 단계부터 영업외수익(사업외수익)으로 균형예산을 맞추고 있다는 의미이며, 불용자산 매각 등 영업외수익 항목이 소진되면 거액의 당기순손실 발생을 피할 수 없다는 것을 의미함.

[표 2-5] 연도별 손익예산 규모(전년 대비)

(단위 : 억 원)

구분	2018년		2019년		2020년	
	예산	전년 대비	예산	전년 대비	예산	전년 대비
수 입	15,714	+526	15,600	-114	15,558	-42
비 용	15,693	+533	15,597	-96	15,555	-42
당기손익	21	-7	3	-18	3	-
사업손익	-380	-137	-494	-114	-769	-275

(4) 전체 광고시장 추이 분석

- 전체 광고시장은 성장하고 있으나 미디어 환경변화로 방송광고시장은 계속 축소되고 있음. 특히 인터넷·모바일 광고 급성장, 종편 및 유료방송과의 경쟁 심화로 지상파 광고시장 규모는 더욱 위축되어 2020년은 1조 원에 못 미치는 9,985억 원을 기록함.(출처: 코바코, SBS M&C자료)
- 특히, 코로나19의 여파로 2020년 상반기 지상파 광고시장은 2019년 대비 약 23% 감소하는 등 충격이 컸음. 다행히 하반기에는 광고경기가 살아나 회복세로 전환되고 주요 지상파 킬러 콘텐츠가 살아나면서 실적이 반등하였고, 2020년 연간 기준으로 2019년 대비 약 9.1% 하락함.

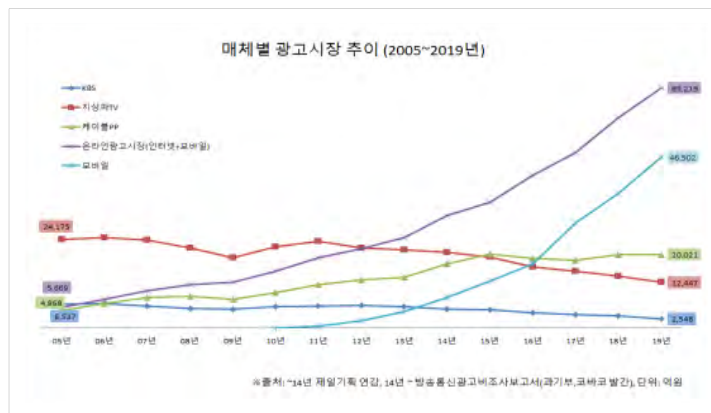
[표 2-6] 최근 5년간 지상파 광고시장과 KBS 광고수입 실적 추이

(단위 : 억 원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
지상파 시장	16,182	14,067	12,958	10,985	9,985
KBS수입	4,207	3,666	3,328	2,548	2,319
점유율	26.0%	26.1%	25.7%	23.2%	23.2%

- 지상파 3사의 방송광고 매출은 지속적으로 하락하고 있음.
- 광고시장 추이를 보면, 지상파 광고시장은 현격히 줄어드는 반면 모바일 중심의 디지털 광고시장은 최근 10년간 큰 폭의 상승을 보이고 있음.
- 케이블PP의 경우 종편 광고 매출이 출범 이후 계속 증가 추세에 있으며 JTBC의 매출규모 상승폭이 두드러짐. 최근에는 트롯 콘텐츠를 앞세운 TV조선의 매출이 큰 폭으로 상승함..

[그림 2-1] 매체별 광고 시장 추이



(5) 예산편성에 대한 의사결정과 실행의 신속성

① 예산편성의 절차적 측면

- 예산편성의 절차는 먼저 수입예산 규모를 확정하고, 수입예산 규모에 따라 비용예산 규모를 조정하고 있음. KBS의 재원상황 등을 고려해 예산편성 방향을 설정한 후 경영회의 의결을 거쳐 확정 후 부서에 시행하여 세부예산을 편성함. 이후 세부 종합예산안을 경영회의 의결 및 이사회에 상정, 심의 후 최종 의결을 받고 있음.
- 수입 및 비용의 규모에 대한 부분은 재정안정화 전략회의, 사장보고, 경영회의 심의, 이사회 소위 과정을 거치며 각 부서와 공유를 통한 협의를 진행하고 있으며 이사회 의결을 통해 최종 확정됨.

② 예산편성에 대한 의사결정 및 반영

- 기계적이고 관행적인 예산편성을 지양하고, 예산안 상정 시점에서 반영되지 못한 예산 요구사항이 있거나, 이사회 소위 과정에서 현업부서의 신규 요청이 있는 경우, 해당 사업에 대한 필요성을 검토, 협의를 거쳐 예산을 최종 확정하고 있음.

(6) 손실 감축 또는 해결방안 수립 및 타당성

① 편성단계에서의 효율적 자원배분

- 지상파 광고시장의 지속적인 축소 및 KBS 점유율 하락세로 수입결손이 예상됨에 따라 대형이벤트(도쿄올림픽, 총선) 예산 및 경직성 경비 반영을 위하여 달성가능한 최대 수준의 수입예산을 편성하고 비용 긴축 및 비상경영계획 이행안 등 자구노력을 선반영하여 예산을 편성하였음.

② 재무위험관리시스템의 운영 및 경영수지 관리

- 매월 관리되는 경영수지 실적은 사전 진단지표로써 재무위험관리시스템의 기준이 되며, 재무위험상황에 따라 시나리오별 대책을 설정·실시하여 재무위험에 대응하고 있음. 재무위험 상황 단계별 필요에 따라 재정안정화 전략회의를 개최하고 있으며, 비용 긴축 대책 등이 논의, 결정됨.
- 2020년의 경우, 연초부터 이어져 온 ‘코로나19’ 등의 여파로 국내외 경기침체와 함께

KBS도 대규모 수입결손이 발생하는 등 재무위험관리시스템에 의한 일괄긴축, 섭외성 경비 긴축, 비상긴축 조치 등 총 3차례의 긴축을 통해 303억 원의 수지를 개선하였음.

[표 2-7] 2020년 경영수지 관리 현황

(단위 : 억 원)

구분	금액	내용
제1차 재정안정화 대책	189.7	○재무위험관리시스템에 의한 일괄긴축 실시 - ‘코로나19’로 인한 광고 등 대규모 수입결손 전망 - 재무위험 <심각> 단계 전망에 따른 재정안정화 대책
섭외성 경비 긴축	23.7	○‘코로나19’ 장기화에 따른 재정안정화 대책 실시 - 섭외성경비 긴축 실시(부서활동경비, 기획진행비)
비상긴축 조치	89.6	○재무위기 대응을 위해 단기적 재무위험 대응조치 실시 - 혁신추진부 사업검토를 통한 비상시책 연내 시행 • 코로나19로 인한 국외출장 미 실시 예산 등 일괄긴축 실시 • 실/국/부서별 사업검토 예산긴축 조치 반영
소계	303.0	

2. 예산집행의 적정성

1) 비용예산 및 자본예산 집행실적

(1) 방송제작비 예산 및 집행내역 및 성과

- 방송제작비 예산의 편성
 - 방송제작비의 편성은 대형이벤트(도쿄올림픽 290억 원) 및 총선 선거방송(36억 원) 등의 예산을 반영한 상황에서 전년 6,661억 원 대비 47억 원을 증액 편성하였음.
 - 제작환경의 경쟁이 치열해지고 있고, 최저임금 인상 등 경직성 비용이 크게 증가함에 따라 긴축기조를 유지하고 자구노력을 선반영하는 등 핵심사업에 예산이 편성될 수 있도록 선택과 집중을 하였음.
- 방송제작비 경쟁력 강화에 선택과 집중
 - 프로그램 경쟁력 강화 예산편성
디지털 및 콘텐츠 경쟁력 강화(102억 원) 등 본사 프로그램 경쟁력 강화 132억 원과 지역 프로그램 경쟁력 강화(130억 원)등 프로그램 경쟁력 강화 예산에 262억 원을 편성함.

- 방송제작비 예산의 집행
 - 2020년 방송제작비 집행률은 ‘코로나19’ 여파로 TV, R 특집프로그램 제작 축소 및 결방 확대, 드라마 제작 연기, 도쿄올림픽과 스포츠 경기 순연 등으로 예산대비 집행률이 평년보다 크게 하락하였음.
 - 최근 5개년도 평균 집행률인 92.2% 대비 9.5%p 하락한 82.7%의 집행률을 보여주고 있음.
 - 상반기 광고수입 하락 등 KBS 재정 상황 악화로 불가피하게 긴축을 시행하였으나 프로그램 경쟁력과 직접 연계되는 정규제작비 긴축은 최소화하고 절감 예산을 활용하여 신규 콘텐츠 제작 투자는 지속하였음.
- 최근 지상파광고 시장이 침체되어 가는 반면에, 주 52시간 시행, OTT 및 케이블 경쟁 심화로 제작단가는 큰 폭으로 증가함에 따라 주중 미니시리즈의 경쟁력이 하락하고 손익이 악화하고 있음. 이에 따라, 연간 52주의 일률적인 미니시리즈 편성보다는 편수를 조정하고 OTT 투자를 유치하여 선택과 집중을 하는 방식으로 변경하였음. 광고경쟁력이 낮은 후서기 등에 미니시리즈 편성을 최소화함.
- 2020년에 코로나19 등으로 인해 정상적인 제작이 여의치 않은 상황에서 과거 경쟁력이 입증된 프로그램을 재가공해서 큰 효과를 봄. 이는 단순히 예산 절감 차원이 아니라, KBS의 경쟁력 있는 리소스의 활용도를 제고하기 위한 것으로 실제로 <인간극장> 프로그램이 <인간극장 플러스> 큐레이션을 제작해 높은 시청률(10.9%)을 기록한 바 있음.
- <대한민국 어게인 나훈아> 16억 원 추가배정 등 대형이벤트 프로그램과 디지털 콘텐츠 제작 확대에 따른 추가예산을 투입하여 디지털 및 KBS 콘텐츠경쟁력 확보를 위해 노력하였음.

[표 2-8] 방송제작비 예산 및 집행실적

(단위 : 백만 원, %)

구분	2020			2019			2018		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
1. TV제작 (KBS WORLD 포함)	350,428	336,173	95.9	371,465	364,278	98.1	354,822	343,679	96.9
2. R제작	28,243	26,612	94.2	30,231	28,914	95.6	28,856	27,287	94.6
3. 보도제작 (R뉴스 포함)	47,067	45,426	96.5	37,532	36,835	98.1	36,891	34,383	93.2
4. 스포츠제작	28,295	20,966	74.1	24,941	24,778	99.3	103,522	101,219	97.8
5. DMB제작 (T,R-DMB)	45	42	93.3	45	41	91.1	52	46	88.5

구분	2020			2019			2018		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
6. 멀티미디어제작 (홈페이지, 데이터방송)	4,321	3,932	91.0	6,243	5,785	92.7	8,292	8,190	98.8
7. 연구개발(제작)	7,676	7,195	93.7	8,780	7,498	85.4	9,059	8,187	90.4
8. 방송제작 공통	119,118	114,283	95.9	130,969	127,689	97.5	130,699	124,763	95.5
9. 수시배정	85,645		0.0	55,874		0.0	14,614		0.0
합계	670,838	554,629	82.7	666,080	595,818	89.5	686,807	647,754	94.3

2) 방송제작비 사용 대비 성과

(1) 자본예산 및 집행내역 검토

① 자본예산 집행실적

- 자본예산 편성액이 과거 3개년 계속적으로 감소했음에도 불구하고, 2020년 집행률은 44.8%로 매우 낮은 수준임.
- 매년 반복되는 낮은 집행률은 자본예산 편성시 반드시 집행해야 할 예산이 아닌 예비비 성 자금에 대한 배정으로 보여짐.
- ‘투자자 및 기타’는 임직원대여금의 순상환증가로 (-) 발생함. 2020년 임직원대여금 66억 원 증가, 117억 원 감소로 51억 원 순상환하였으며, 2019년 임직원대여금 75억 원 증가, 100억 원 감소로 26억 원 순상환함. 매년 대여액보다 상환액이 초과하므로 이를 반영하여 예산을 책정하는 것이 타당함.

[표 2-9] 자본예산 집행실적

(단위 : 백만 원, %)

구분	2020년			2019년			2018년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
방송시설 구축/고도화	32,323	14,745	45.6	50,377	26,385	52.4	51,354	28,911	56.3
지역제작시설 확충	-	-	-	1,000	-	-	723	-	-
연구개발,정보화 뉴미디어	12,108	6,009	49.6	11,299	4,568	40.4	13,550	6,899	50.9
방송제작장비 보강	10,865	8,367	77.0	11,722	7,330	62.5	6,181	5,525	89.4

구분	2020년			2019년			2018년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
일반시설 보강	13,250	8,371	63.2	38,832	7,411	19.1	52,631	18,017	34.2
투자과 기타 *	600	-6,537	-1,089.5	2,391	-2,075	-86.8	7,677	-6,653	-86.7
합계	69,146	30,955	44.8	115,621	43,619	37.7	132,116	52,699	39.9

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

② 자본예산 집행률 저조사유 및 향후 대책

○ 자본예산 집행률 저조 사유

- 2016년 재무위험 상황 발생에 따라 자본예산 사업이 취소·축소되었고, UHD 방송 및 모바일 서비스 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 편성비용 조정 등 정책 변경에 의한 사업 취소 미집행 발생. 정책결정지연 1건, 사업검토·계약 지연 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.
- 당년에는 사업검토·계약지연 12건, 신규정책에 따른 긴급 사업추진 2건 등 총 14건의 투자예산 103억 원을 2021회계연도로 이월 예정임.

○ 자본예산 집행률 개선 대책

- 최근 몇 년간 미래방송센터, UHD 시설구축 등 대형 정책사업에 대한 미집행 금액이 발생하여, 2020년도 예산편성부터는 관행적 정책사업 편성을 최소화하였으며, 사업 추진 시 과도한 차액이 발생할 수 있는 인프라 사업의 경우 기존 도입가를 고려하여 감액 편성하였음.
- 자본예산 집행률 제고를 위해 예산부에서 집행률 수시 점검을 통한 사업별 진척률을 관리하고, 이월예산 최소화를 위해 사업부서 사업진행을 독려할 계획임. 또한, 타당

성 검토단계별 소요 시일을 단축하고, 탄력적인 자본예산 운영으로 긴급 사업에 대한 예산 지원 등 필요한 자본예산 투자가 적기에 이뤄질 수 있도록 노력을 기울일 계획임.

3. 예산관리와 시스템의 효율성

1) 예산 절감 노력 정도

(1) 예산관리 실적

① 예산 운영기준의 시행

- KBS는 예산총괄책임자(전략기획실장)가 연초에 연간 예산운영의 기본방향 및 주요 기준을 문서 시행하여 예산책임자 및 담당자가 이를 준수해 예산 관리하도록 하고 있음.

② 효과적인 예산 배정 및 관리

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

③ 주기적인 경영수지 점검 및 재정안정화 대책 논의

- KBS는 예산 운영기준을 명시된 경영수지 점검 회의를 개최하여 전사의 수지 상황을 공유하고 수입목표 달성과 비용의 효율적·효과적 집행을 독려하는 한편, 주요 사업에 대한 추진 상황을 점검하는 등 공적책무를 완수하기 위한 사업들이 원활히 진행될 수 있도록 하였음.
- 매월 관리되는 경영수지 실적은 사전진단지표로써 재무위험 관리시스템의 기준이 되며, 재무위험상황에 따라 시나리오별 대책을 설정·실시하여 재무위험에 대응하고 있음. 재

무위험 상황 단계별 필요에 따라 재정안정화 전략회의로 개최되며, 비용 긴축 대책 등이 논의, 결정됨.

- 2020년에는 ‘코로나19’로 인한 수입 결손을 해소하기 위해 총 3차례 긴축을 실시함으로써 경영수지 개선을 위해 노력함.

2) 중간평가에 따른 합리적 예산 재배치

- 전 사업예산의 사전 검토기능을 체계화(검토단계: ① 사업별 총괄부서 → ② 전략기획실 예산부)하여 사업성 예산을 회수하고 사업추진 시 타당성 검토 후 배정함. 이로 인해 106억 원(345건)의 사업성 예산을 회수하여 47억 원(사업성 유보 긴축 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 2-10] 수시배정 예산 배정 내역

(단위 : 백만 원)

구분	당초 예산	배정액	배정후 잔액	배정 내역	
방송제작비	110,743	25,098	85,645	- 협찬 및 수입 확정시 배정	57,937
				- 사업성예산 회수 및 재배정	-1,797
				- 비상긴축조치 시행에 따른 긴축	-7,729
				- 재정안정화 대책 시행에 따른 긴축	-2,443
				- 섭외성경비 긴축	-941
				- 하계올림픽 방송권료 및 제작비 반납	-28,091
				- 코로나19로 인한 수목미니 연기 (제작비 회수)	-2,400
				- 지역 프로그램 경쟁력 강화	4,256
				- 대형이벤트 등 추가제작비	2,996
				- 드라마 권리확보 추가배정	2,580
				- 용원수수료 배정	1,925
				- 보도 경쟁력 강화	1,247
				- 독립제작사 상생	452
				- UHD 제작 전환사업 추가배정	338
				- 기타 추가배정 및 반납	-3,232
시설운영비	4,194	-118	4,312	- 사업성예산 회수 및 재배정	-928
				- 재정안정화 대책 시행에 따른 긴축	-304
				- 섭외성경비 긴축	-112
				- 비상긴축조치 시행에 따른 긴축	-99
				- 용원수수료 추가배정	612

구분	당초 예산	배정액	배정후 잔액	배정 내역
				- 긴급수선사업 추가배정 306 - 기타 추가배정 및 반납 407
시청자사업비	8,083	2,134	5,949	- 사업성예산 회수 및 재배정 -254 - 재정안정화 대책 시행에 따른 긴축 -95 - 섭외성경비 긴축 -67 - 비상긴축조치 시행에 따른 긴축 -66 - 협찬 및 수입 확정 배정(수입금) 2,406 - 용원수수료 배정 105 - 시청자문화사업 추가배정 79 - 기타 추가배정 및 반납 26
판매관리비	3,284	-220	3,504	- 사업성 예산 회수 및 재배정 -721 - 재정안정화 대책 시행에 따른 긴축 -359 - 섭외성경비 긴축 -466 - 비상긴축조치 시행에 따른 긴축 -187 - 용원수수료 추가배정 및 회수 -150 - 수입금마련 추가배정 628 - 코로나19 방역 지원 294 - 공영성장화프로젝트팀 신설 189 - 퇴임포상금 지급 133 - 통근버스운영 부족분 지급 118 - 종합부동산세 환급 추진 97 - 기타 추가배정 및 반납 204
합 계	126,304	26,894	99,410	

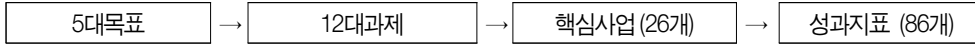
4. 성과관리제도 및 운영의 실효성

1) 개인별·부서별 평가

(1) 성과평가

- ‘부서별, 개인별, 사업별’로 이뤄지고 있으며 중장기 경영계획에 따른 「경영목표(5대 목표)」를 달성하기 위한 「과제」, 각 과제별 「핵심사업」, 그리고 핵심사업별 「성과지표」로 정렬되며 성과지표가 부서별, 개인별 평가에 반영되는 구조화된 체계로 운영됨.

- 2020년은 아래와 같이 구성됨.



(2) 개인별 평가

① 개인평가 지표별 배점 및 평가 항목

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

[표 2-11] 개인 근무성적 평가항목 구성 비율

(단위 : %)

평가부문 그룹구분			역량평가	성과평가			
			개인역량 평가	PES	프로그램 성과평가	부서 성과평가	수신료 업무실적평가
책임직급 그룹	부서장 그룹		40	-	-	60	-
	팀장급 그룹	프로그램 제작자	40	-	60	-	-
		기타	40	60	-	-	-
		기타	40	60	-	-	-
실무직급 그룹	프로그램 제작자		60	-	40	-	-
	수신료직종		40	-	-	-	60
	기 타		60	40	-	-	-

- 역량평가와 성과평가 평가요소별로 등급을 절대평가 방식으로 부여

[표 2-12] 평가등급별 평가기준

등급	평가기준 예시
S(10)	설정 목표 및 분장업무를 120% 이상 달성(매우 뛰어남)
A(9)	설정 목표 및 분장업무를 100% 이상 달성(뛰어남)
B(8)	설정 목표 및 분장업무를 80% 이상 달성(보통, 표준적임)
C(7)	설정 목표 및 분장업무를 60% 이상 달성(부족함)

등급	평가기준 예시
D(6)	설정 목표 및 분장업무를 60% 미만 달성(매우 부족함)

② 개인성과평가 평가그룹 지표별 배점

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

[표 2-13] 개인성과평가 평가그룹 지표별 배점

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

주) PES I : 기획·사업부서 등 체계적 업무계획 수립이 가능한 직무

PES II : 방송현업 등 직무특성 상 업무계획 수립이 어려운 직무

③ 개인평가 절차의 공정성과 합리성

- KBS의 개인평가는 절차적 공정성과 합리성을 확보하기 위해 아래와 같은 절차를 운영하고 있음.
 - 피평가자는 반기별로 성과목표(업무계획)를 세우고 평가자의 사전 승인을 받아야 하며, 해당 업무 종료 시점에 자기신고서를 작성하고 이를 토대로 평가를 받게 됨.
 - 인사운영부에서는 평가 결과가 공정성과 객관성이 결여되었다고 판단되는 경우, 재평가를 요청하여 평가 결과를 보완함.
 - 평가가 종료된 이후에는 평가 결과를 피평가자에게 피드백하며, 피평가자는 평가 결과에 대한 이의를 제기할 수 있음.
 - 평가자는 이의제기 내용이 타당하다고 판단할 때는 이를 반영해야 하며, 피평가자는 해당 의견이 수용되지 않을 때 소속 본부장을 경유해 인사담당 부서장에게 조정을 요청할 수 있음. (인사규정시행세칙 제64조의 4)
 - 평가조정위원회는 각 본부별 선임국장 등으로 구성되는 등 중앙인사위원회에 준해서 운영하고 있음.
 - 위원회는 사전조사 등을 거쳐 개최되며 과반수 출석과 과반수 찬성으로 의결함.

- 기각, 재평가 통보, 직권조정 등의 결정을 할 수 있음.
- 평가 결과 확정 이후, 인사운영부에서는 직원이 자기개발 목적으로 근무성적평가 결과 공개를 요청할 경우 일정 수준을 본인에게 공개하며 평가 절차의 합리성을 높이기 위해 노력함.

(2) 부서 성과평가제도 운영과 활용

- 부서성과평가 지표의 구성은 투입자원의 효율성을 평가하는 <공통지표>, 부서별 주요 업무에 대한 정량적인 평가인 <프로그램/사업지표>, 추진업무 실적 전반에 대한 관리자평가인 <관리자지표>, 최고경영자의 평가인 <경영기여도지표>의 4개로 구성됨.
- 공통지표는 전사에 공통으로 적용되는 경영관리 필수 항목에 대한 평가로 ‘예산 배정액 대비 절감률’ 및 ‘인력운영의 효율성’ 항목을 평가함.
- 사업지표는 KBS 경영목표와 혁신 관련 사업지표를 위주로 본부별로 자율선정하도록 하되, 조직의 목표달성을 유도할 수 있는 사업지표 설정을 위해 전략기획국이 지표의 타당성 및 목표값의 적정성 등을 검토한 후 피평가부서와 의견 조율 과정을 거쳐 사업지표를 채택하고 있음.
- 사업지표로 채택되는 경우 목표값 달성 정도에 따라 최대 2점까지 가점 부여함. (제작부서는 프로그램 지표를 기본으로 사업지표 선정 및 달성 시 가점을 최대 1점까지 부여)
- 프로그램 지표는 프로그램 및 보도 제작 부서의 평가에 적용함.
- <제작그룹>의 프로그램지표 평가는 KBS의 프로그램 평가 담당 부서에서 산출한 프로그램성과평가 결과를 적용함.
- <보도그룹>에 대해서는 보도본부 소속 국장, 주간이 종합기여, 자기혁신 등의 평가요소에 대한 정성적인 평가인 ‘뉴스기여도 평가’, 부서별 주요 프로그램 평균점유율을 평가하는 ‘프로그램 점유율 평가’로 평가하고 있음.
- 관리자지표 평가는 부사장·본부장·국장급이 부서 업무실적 전반에 대하여 정성적으로 평가하는 지표임.
- 경영기여도지표 평가는 사장이 회사의 주요 정책의 수행 정도나 회사발전에 대한 전반적인 기여도 등을 고려하여 평가함.

[표 2-14] 2020년 부서 성과평가 지표별 배점 및 평가항목

지표	배점	대상부서	평가항목
공통지표	35점	전부서	인력, 예산
프로그램지표	40점	제작그룹	뉴스기여도, 프로그램평가
사업지표		기술, 시청자그룹	사업지표
관리자지표	20점	전 부서	업무실적, 운영 효율성
경영기여도 지표	5점	10%내 국 및 부서	종합기여도

[표 2-15] 2020년 부서성과평가 평가그룹 지표별 배점

평가 그룹	소그룹	지표 배점					부서수
		공통	프로	사업	관리자	경영 기여도	
직속전략그룹 (23)	직속	35	-	40	20	5	11
	전략기획	35	-	40	20	5	12
편성그룹 (20)	편성본부	35	-	40	20	5	20
보도그룹 (30)	보도1	35	40	-	20	5	28
	보도2	35	40	-	20	5	1
	보도3	35	-	40	20	5	2
제작1그룹 (23)	제작1	35	40	-	20	5	15
	라디오1	35	40	-	20	5	7
	라디오2	35	-	40	20	5	1
제작2그룹 (21)	제작2	35	40	-	20	5	9
	드라마	35	40	-	20	5	7
	사업	35	-	40	20	5	6
기술그룹 (26)	기술1	35	-	40	20	5	15
	기술2	35	-	40	20	5	11
경영그룹 (19)	경영	35	-	40	20	5	19
지역편제그룹(9)		35	40	-	20	5	9
지역보도그룹(9)		35	40	-	20	5	9
지역기술그룹(9)		35	-	40	20	5	9
지역총무그룹(9)		35	-	40	20	5	9

평가 그룹	소그룹	지표 배점					부서수
		공통	프로	사업	관리자	경영 기여도	
지역방송문화사업그룹(6)		35	-	40	20	5	6
지역국그룹(9)		35	20	20	20	5	9
합계							<u>215</u>

- 지역방송국의 부서성과평가는 지역총국 직무별 그룹 5개와 지역국을 각각 하나의 평가 그룹으로 함. 프로그램 제작 관련도 등 직무별 그룹의 고유 특성에 따라 프로그램지표와 사업지표로 구분하여 평가함.
- 지역(총)국은 동일지표로 구성된 자체 성과지표 평가를 실시하는데 특히 콘텐츠 제작 성과는 본사 편성조사부에서 실시하는 프로그램 성과평가 결과를 프로그램지표에 직접 반영하고 있음.

[표 2-16] 2020년 지역국 평가그룹별 지표 배점

평가그룹	부서	지표 배점				
		공통지표	프로그램지표	사업지표	관리자지표	경영기여도
지역편제	9개	35	40	-	20	5
지역보도	〃	35	40	-		
지역기술	〃	35	-	40		
지역시청자서비스	〃	35	-	40		
지역방송문화사업	6개	35	-	40		
지 역 국	9개	35	20	20		

※ 평가그룹별 프로그램 지표 반영

- 지역편제: TV, R 프로그램 평가 점수를 80:20 비율로 합산
- 지역보도: 프로그램 평가 점수를 직접 반영
- 지역국: 보도부문, 라디오부문 프로그램 평가점수를 50:50 비율로 합산
- 부서성과평가 결과는 공통지표, 사업지표, 프로그램/사업지표, 경영기여도 지표 등 총 4개 지표에 대한 평가결과의 부서별 종합점수로 산출하여 활용함.
 - 산출점수는 해당 부서장의 개인평가 및 성과급에 반영함.
 - 평가그룹별 최우수부서 포상 등을 통해 성과와 연계한 보상이 이루어질 수 있도록 하고 있음.

[표 2-17] 부서성과평가 결과 반영

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

- 부서장의 근평과 성과급은 부서와 부서원의 평가를 반영하여 리더의 책임과 역할을 강조하고 있음.
- 근평의 경우 부서평가와 개인역량평가를 6:4의 비중으로 반영함으로써 부서의 성과에 대한 책임을 상대적으로 크게 반영함.
- 성과급에는 상향평가 20%를 반영함으로써 부하직원의 평가가 영향을 미치도록 설계하여 부서장의 리더십에 대한 책임을 반영함.
- 직원(부서원)의 경우 부서 근평의 ±1.5점을 연동하는 방식을 취하여 부서 성과에 대한 개인의 책임을 연계하는 제도를 도입하고 있으나 실제 적용은 하지 않고 있는 상태임.

2) 개인별, 프로그램별, 사업별 평가 결과의 활용 상황과 적절성

(1) 프로그램별, 사업별 평가와 결과의 활용

- 본사 TV 프로그램의 성과평가
 - 코코파이 중심으로 평가항목을 개선하여 2019년 상반기부터 지속적으로 적용, 1TV와 2TV로 구분하여 평가
 - 1TV 평가항목: 프로그램 품질평가 지수(40%), 가구 시청점유율(20%), 3059 시청점유율(20%), 시청자수 1인당 제작비(20%)
 - 2TV 평가항목: 프로그램 품질평가 지수(10%), 2049 시청점유율(35%), 광고실적(35%), 시청자수 1인당 제작비(20%)
- 본사 라디오 프로그램의 성과평가
 - 공익채널(1R, 1FM) 평가항목: 점유청취율(30%), 점유청취율상승률(30%), 분당제작비(30%), 편성기여도(10%)
 - 광고채널(2R, 2FM) 평가항목: 점유청취율(15%), 점유청취율상승률(15%), 광고판매율(30%), 분당제작비(30%), 편성기여도(10%)

- 지역
 - 해당국 관리자가 직접 평가하는 자체평가, 이외 본사 관련부서 및 타 지역의 비교평가단이 평가하는 비교평가를 병행. 균형 있는 평가 실시
 - 지역에서 제작하여 본사에 참여한 프로그램에 대해서는 (완성 참여의 경우) 본사 프로그램과 동일한 기준을 적용하여 평가
 - 부분 참여의 경우 참여하는 프로그램을 제작하는 본사 부서에서 평가
- 데이터로 평가할 수 없는 다양한 질적 성과는 정성평가를 통해 결과를 종합적으로 반영하여 데이터에 의한 정량평가를 보완함으로써 성과평가의 완성도를 높이고자 노력함.
- 공영방송의 영향력 및 콘텐츠 경쟁력 제고를 위해 공정하고 체계적인 프로그램 성과평가를 받기 대상 연 2회 실시하고 프로그램 성과평가의 결과는 부서 성과평가에 반영되며 제작자 개인의 성과평가 자료로도 활용함.

(2) 개인평가 결과의 활용 상황과 적절성

- 개인평가 결과는 상하반기 평가, 분기별 평가 또는 수시 평가된 역량평가 점수와 성과평가점수의 평균 점수를 산출하여 인사고과에 활용
- 인사고과에 반영하는 평가점수는 직급별로 당해직급 승진소요년수에 해당하는 최근의 평가점수를 산술평균하여 반영
- 인사고과 기준일 현재 당해직급에서 받은 평가연수가 미달하면 해당 평가점수로 산술 평균하고, 평가점수가 없는 경우에는 해당 직급 대상자 전원의 평가 결과의 평균점수로 적용

(3) 역량 및 성과에 따른 보수체계 운영 (책임자 성과급제, 능력급제)

- 2020. 1. 1.자 책임자 성과급제 신설 및 원만한 정착 도모
 - 부서장 대상으로 역량 및 성과에 대한 평가에 따라 성과급에 차등을 두는 제도인 책임자 성과급제를 신설하고, 적극적인 제도 안내를 통해 이해도를 제고함.
 - 회사에 대한 기여도만큼 보상하는 성과급제 시행으로 보수의 내적 공정성을 확립하고, 부서장의 동기부여 강화를 통해 KBS 경쟁력을 제고함.
- 능력급제 개선사항을 반영한 합리적 제도 운영
 - 2020. 1. 1.자 직급체계 개편의 일환으로 능력급제 적용 기준을 현실화하여 보수체계 합리성을 강화함.

- 신규 기준급 전환 및 기준급 정기조정 폐지, 성과급에 반영되는 평가기준 변경, 평가등급별 인원배분을 균형화 등 제도 변경사항을 실질적으로 적용하고 원활하게 운영함.

[표 2-18] 능력급제 대상자 현황(최근 5년)

2016년말	2017년말	2018년말	2019년말	2020년말	※ 2021년 1월 현재
333명	552명	652명	645명	248명	233명

3) 특별인센티브 제도 운영

(1) 탁월하게 기여한 성과에 대한 보상을 통해 동기부여 강화

- 직원의 사기진작 및 창의성 제고를 위하여 탁월한 업무성으로 KBS 수익에 직접 또는 간접적으로 기여하였거나 경쟁력 제고에 크게 기여한 직원에게 특별인센티브 포상을 실시하여 동기부여를 강화.

(2) 2020년 특별인센티브 개선으로 진취적이고 적극적 업무 분위기 조성

- 포상 상한금액을 대폭 상향하여 성과 보상을 확대함. (1억 원 → 4억 원)
- 방송 시청환경 변화를 반영한 시청률 기준 조정 및 시청자수 기준 추가, 2TV 일일드라마 부문 신설 등 프로그램 부문 포상을 강화함.
- 국외 위탁연수 부상을 통해 우수 제작인력에 대한 성과 보상을 강화하여 우수인력 유출 방지를 위해 노력함.
- KBS 수입 증대를 위해 광고 마케팅 인센티브 제도를 신설하고, 디지털 콘텐츠 경쟁력 제고를 위한 부문을 확대하는 등 다각도 개선으로 성과의 보상 기회를 폭넓게 부여함.

[표 2-19] 2019년 예산, 포상금 6억원

(단위 : 만 원)

연도	예산	건수	인원	포상금
2016년	35,000	10건	45명	26,000
2017년	41,900	19건	81명	41,900
2018년	35,000	10건	40명	26,610
2019년	60,000	20건	119명	60,000
2020년	38,998	20건	93명	38,998

5. 평가와 제언

1) 예산집행의 효율성 평가

□ 자본예산 집행률 제고

- 자본예산 집행률은 매년 매우 낮은 수준을 유지하고 있음.
- 방송시설 디지털화, 연구개발 및 정보화 등은 미래 경쟁력 강화를 위해 선제적인 투자가 동반되어야 함에도 수입 축소시 가장 먼저 줄이는 예산으로 보여짐.
- 경영목표 달성을 위한 자본예산 설정과 이의 집행률 제고를 권고함.

[표 2-20] 자본예산 집행률

구분	2018년	2019년	2020년
1. 방송시설의 디지털화	56%	52%	46%
2. 지역 제작시설 확충	0%	0%	해당없음 ¹⁾
3. 연구개발 및 정보화	51%	40%	50%
4. 방송제작장비 보강	89%	63%	77%
5. 일반시설보강	34%	19%	63%
평균	46%	35%	59%

2) KBS의 성과관리제도 평가와 제언

(1) KBS의 성과관리제도에 대한 평가

- 조직의 성과는 조직의 최상위 목표와 하위목표 간에 상호관계가 정렬(alignment)되어 있고 구성원들이 역량을 갖춰야 하며 조직목표에 대한 동기부여 정도가 높을 때 달성 가능함.
- 조직의 비전, 목표, 전략, 그리고 전략 실행을 위한 사업과 성과지표가 정렬되고, 각 부서와 개인에게 체계적으로 할당되어야 하며, 이를 통해 개인과 단위 조직이 전체 목표에 기여할 수 있는 적합한 기회를 가져야 함.
 - 조직 구조와 제도 및 문화는 KBS의 목표를 달성하는데 적합한 형태를 갖추고 운영됨으로써 구성원들의 역량을 향상시키고 동기부여할 수 있음.

1) 2020년 배정예산이 없음

□ KBS 중장기계획 5대 목표 중 하나인 ‘창의적 조직으로 변화’는 다른 목표인 ‘독보적 신뢰, 압도적 영향력, 콘텐츠 도달률 강화, 글로벌 미디어’라는 목표달성을 위한 기반 목표에 해당하며 각 단계의 목표가 유기적으로 연계됨.

- KBS는 창의적 조직으로 변화하기 위해 ‘콘텐츠 중심 조직구현, 효율적 운영체계 구현, 안정적 재원 확보’를 핵심과제로 설정하고 2020년에 8개 핵심사업(2019년은 7개 핵심사업)을 추진하였음.
 - 콘텐츠 중심 조직구현은 조직구조와 제도 개편을 통해 ‘구성원 역량 개발 및 동기부여’를 가능하게 하는 사업으로 구성됨.
 - 효율적 운영체계 구현은 ‘프로세스’에 해당하는 사업과 관련되며, 안정적 재원확보는 조직의 ‘재무적’ 목표 달성과 관련된 사업임.
 - 이와 같은 목표와 과제 및 사업의 구성체계는 KBS의 중장기계획 상의 최종 목표(미션)을 달성하는데 유기적 관련성을 가진 것으로 평가되며, 2019년도 대상 2020년 경영평가에서 언급된 ‘내부 프로세스를 지속적으로 개선하는데 필요한 평가요소 그리고 직원들의 학습과 성장에 필요한 평가요소를 발굴하는 노력이 필요’하다는 점을 반영하고 있는 것으로 볼 수 있음.
- KBS는 부서 목표의 달성이 당해연도 경영목표로 연계되고 다시 중장기계획의 달성으로 연결되는 구조화된 성과관리 체계를 갖추.
 - 2020년 경영평가에서 ‘중장기계획에서 개인성과목표에 이르기까지 전체목표와 세부 목표 간에 일관성을 유지하고 있으며 중장기계획이 연도별 경영목표로, 또 연도별 경영목표가 당해의 운영계획으로, 또 당해의 운영계획이 당해 부서나 팀의 목표로 체계적으로 연결된 것’으로 평가됨.
 - 이러한 체계화된 연결 관계는 KBS의 성과관리체계의 강점으로 2020년도에도 일관되게 운영되고 있음.
- KBS 중장기계획 실행 3년 차 진입에 따라 2019년부터 이뤄져 온 전체적인 진행 경과와 성과에 대한 통합적 리뷰가 필요하며 이를 통해 향후의 중장기계획 수립과 실행이 요구됨.
 - 2019-2021년 중장기계획 대상 기간 첫해인 2019년도 대상 성과관리 평가(2020년 실시)에서 ‘KBS는 목표설정의 일관성이 우수하나 내부 프로세스와 구성원의 학습과 성장 관점의 성과지표 도입과 관리의 필요성’을 제기함.

(2) KBS의 성과관리제도에 대한 제언

- KBS의 **현행 성과관리제도**는 목표 수준별 구조화, 상위목표와의 연계성, 성과목표의 분담과 역할·책임 명확화 등 체계화 정도가 우수하나, 평가 커뮤니케이션과 피드백을 강화할 필요
 - 성과관리와 평가가 주기적으로 이뤄지는 사후적 평가에서 벗어나 업무수행을 돕는 데 목적을 둔 실시간 피드백과 코칭을 중시하는 변화의 흐름을 참조하여 KBS에 맞는 성과관리와 평가 방식에 대한 연구가 필요함.
 - 주기적 성과평가의 부작용인 내부경쟁 심화, 조직정치, 성과보상을 위한 도구적 사용, 평가의 오류 빈발 등으로 이를 폐지하는 경향
 - IT를 접목한 실시간 피드백 코칭 방식으로 전환하여 상사와 동료의 업무수행을 도와 주고 조언하는 코칭 역할을 강화함.
- 성과관리와 평가에서 **정보제공과 역량개발 목적에 초점을 두고 개선 방안을 마련할 필요가 있음.**
 - 개인별 점수를 등급으로 환산하여 서열화하는 방식을 폐지하고 실제 점수 그대로를 피드백함으로써 정보제공과 개발적 기능을 강화
 - 성과관리와 평가는 사후적인 결과를 측정하여 승진 등 인사이동과 보상에 사용하는 목적도 있지만, 근본적으로는 개인의 역량개발과 조직성과 향상에 있음.
 - 자신의 업무수행 내용과 결과를 보다 구체적으로 파악하고 개선할 수 있는 정보 제공 기능을 강화
 - 부족한 점을 보완하고 새로 요구되는 능력을 개발할 수 있는 개발적 관점에서 성과평가를 활용할 필요
 - 이를 위해서는 새로운 내용의 평가자 훈련을 제공하고 코칭 리더십을 개발할 필요가 있음.

제3장 | 인사 · 조직 등 경영관리제도

1. 조직관리의 특성과 성과

1) 조직편제의 적절성과 효율성, 중복 여부

□ KBS 조직운영 방향을 콘텐츠 중심 조직으로 구현하기 위해 조직개편을 실시하고 개편 조직의 안정적 정착을 위해 노력함.

- 중장기계획(2019 ~ 2021) 및 2020년 경영목표 상 조직운영 방향은 ‘콘텐츠 중심 조직의 구현’으로 급변하는 미디어 환경에 대응하고 디지털시대에 최적화된 콘텐츠 중심의 공영미디어로 나아가기 위해 2019. 03. 전사 조직개편을 단행함.
- 2020년도에는 2019. 03.에 실시한 전사 조직개편의 안정적 정착에 우선순위를 두고 부분적 개선을 실시하여 운영하였음.

[표 3-1] 2019. 3. 조직개편 방향과 주요 내용

- 조직개편 기본 방향

- 제작, 마케팅, 콘텐츠사업 조직 통합: 콘텐츠 경쟁력 강화
- 디지털 전략 수립 및 디지털 제작 기능 전방위 확대: 디지털 강화
- 시청자 권익 및 역할 강화: 시청자 참여 및 미디어교육 확대
- 권한과 책임 일원화: 제작 중심 구조 설계
- 의사결정 단계 축소 및 인력/예산의 탄력적 운용: 제작 효율화
- 사업 및 업무기능 통합 조정: 핵심가치 선택과 집중

- 조직개편 주요 내용

- 2TV 경쟁력을 강화하기 위해 ‘제작2본부’를 신설하여 제작기능인 드라마/예능센터뿐만 아니라 홍보, 콘텐츠 사업 및 광고 기능을 통합하여 시장경쟁형 조직으로 설계하고 디지털광고, 공익캠페인 기능을 통합하여 시너지를 창출함.
- 사장 직속 ‘시청자센터’를 신설하여 시청자 권익 및 역할 강화
- 편성본부 내 디지털미디어국을 두어 유기적 디지털 전략 수립을 총괄하고 전방위 플랫폼 대응을 통해 PSM (Public Service Media)기능을 강화함.
- 제작투자 기능을 폐지하고 권한과 책임을 일원화하여 제작 중심 구조로 설계하고 의사결정 단계를 축소함.
- 취재분야에 따라 취재주간을 분리(정치국제/경제/사회)하고, 뉴스 심층화를 통한 뉴스 신뢰도를 회복하고, 경쟁력 상상을 위해 노력함.

- 재난방송센터를 신설하여 재난방송 관련 컨트롤타워 기능을 강화하여 공영방송 책무를 수행함.
- 디지털뉴스주간의 디지털뉴스 기획취재제작유통 기능 강화
- 시사제작국을 신설하여 미디어비평 및 시사제작기능을 강화함.
- 제작본부의 프로덕션담당 체제를 CP 체제로 재편하여 프로덕션 간 칸막이를 해소하였으며, 예산 및 인력의 탄력적 운용이 가능함.
- 라디오편성기획국을 신설하여 라디오 기획·편성 및 디지털 기능 강화
- 드라마/예능 센터를 신설하여 제작 자율성 및 책임을 강화함.

□ 2020년 조직관리는 전년도 조직개편을 정착하여 조직개편 목적을 달성하는데 중점을 두되, 혁신 추진 기능 강화, 뉴스경쟁력 및 프로그램 경쟁력 강화, 대형이벤트방송사업 강화, 수신료 개선 관련 프로젝트 등을 위한 개편이 이뤄짐.

- 전략기획국의 혁신 추진 기능 강화를 위해 혁신추진부를 전략기획국 산하로 이동하고 팀장 정수를 증원 운영함.
- 뉴스경쟁력 강화를 위한 통합뉴스룸 조직 변경
 - 통합뉴스룸 직속 뉴스이용자 소통 강화를 위한 팀을 신설하고, 팩트체크팀 통합운영에 따른 팀장 정수를 조정하여 뉴스경쟁력을 강화함.
 - 정치국제주간, 경제주간, 사회재난주간, 디지털뉴스주간 직속 ‘심층 보도 및 방송’ 분장 업무를 신설하여 각 주간의 심층 보도 기능을 강화함.
- 프로그램 경쟁력 강화를 위한 제작1본부 조직 변경
 - 협력제작국을 부 조직에서 CP(Chief Producer) 조직으로 변경하고, ‘시사교양 프로그램 기획, 제작’ 업무 등 분장업무를 추가하여 유연한 조직구조로 변경하고 외주와 제작의 시너지를 추진함.
- 원활한 업무 추진을 위한 조직 신설
 - 국내외 대형이벤트 방송사업 수주 및 관리 등을 위해 임시기구 ‘대형이벤트방송사업단’을 신설함(기존 프로젝트팀 폐지)
 - 수신료 제도개선 등을 위한 프로젝트팀 ‘KBS공영성강화프로젝트팀’을 신설하여 지속 가능한 공영방송 모델 구축을 위해 노력함.
- 2019년 비상경영계획 이행조치 일환으로 조직 효율화를 위해 콘텐츠사업국 직속팀 폐지 및 업무 이관 등을 실시

- 2020년 정기순환전보를 시행하여 조직 분위기 쇄신 및 직원 업무능률 향상을 도모함.
 - 본사 내, 본사-지역 간 인력 재배치를 통한 조직 활성화
 - 동일부서 장기근무자 순환으로 조직 분위기 쇄신 및 직원 역량 강화
 - 업무능률 향상과 능력개발을 위한 직종별 순환보직 실시
 - 다양한 직무경험 기회를 균등하게 부여하여 자질·적성분야 개발
 - 장기적으로는 직무적성과 자질을 감안, 직무 전문가로 성장
 - 적재적소 원칙에 따라 전문성과 형평성을 동시에 추구
 - 인력 교류를 통한 인력부족 문제 해소 등 근무여건 개선

2) 조직운영 관련 문제해결 노력

□ 불합리한 인사제도 개선을 통한 경영혁신안 구현

- 선택적 안식년 제도 마련으로 시니어 인력의 전문성 활용 강화
 - 가용 인력 범위를 확대하고 시니어 직원의 근로의욕을 고취할 수 있도록 안식년 근무 제도 도입을 노사 합의함.
 - 선택적 안식년 제도는 시니어 인력의 전문성 활용 등 역량개발과 활용이라는 본래의 취지가 실현될 수 있도록 운영에 대한 모니터링과 지원이 요구됨.
- 정년퇴직일 기준 변경 및 그린라이프 폐지를 통한 인사제도 합리성 제고
 - 분기별 퇴직을 월별 퇴직으로 변경하고, 유명무실해진 그린라이프를 폐지함.

2. 조직관리에 대한 평가

1) 조직관리 체계의 구축 및 운영 노력과 성과

- 중장기계획(2019-2021) 및 2020년 경영목표 상 급변하는 미디어 환경에 대응하고 디지털 시대에 최적화된 콘텐츠 중심의 공영미디어를 실현을 목적으로 ‘콘텐츠 중심 조직 구현’을 위해 2019. 03.에 조직 개편을 단행하였으며 이의 안정적 정착에 우선 순위를 두고 2020년에는 부분적으로 개선하여 운영 중임.
 - KBS는 조직관리의 유연성 확보를 위해 ‘국’ 단위 부서는 이사회에서 의결하고, ‘부’ 단위 부서는 경영회의(집행기관 의결)에서 처리하도록 하여, 보다 빠른 의사결정이 이루어질

수 있게 운영 중임.

- 직제규정 상 임시기구 및 프로젝트팀을 운영할 수 있는 근거 규정을 마련하여 변화하는 미디어 환경에 대응하고 있음.
- KBS의 업무분장은 직제규정 및 시행세칙을 통해 사규로 관리되고 있으며, 각 부서가 업무분장의 개정을 요구해오면 소관부서의 실무검토 후, 각 집행기관이 참석하는 경영회의 및 이사회 의결을 통해 업무분장을 조정하고 있음.

□ 2020년 조직관리 성과

- 전략기획국의 혁신 추진 기능 강화
- 뉴스경쟁력 강화를 위한 통합뉴스룸 조직 변경
- 프로그램 경쟁력 강화를 위한 제작1본부 조직 변경
- 원활한 업무 추진을 위해 '대형이벤트방송사업단'과 'KBS공영성강화프로젝트팀'을 신설 운영
- 콘텐츠사업국 직속팀 폐지 및 업무 이관 등 2019년 비상경영계획 이행조치 일환으로 조직 효율화 진행 및 경영관리시스템(관리회계) 강화를 위한 팀장 증원 실시

3. 인적자원관리의 특성과 성과

1) 인력운용 현황과 평가

(1) 직종(직류)/직급별 인력 현황

[표 3-2] 직종(직류)/직급별 인력 현황

(2020.12.31. 기준, 명)

구분		집행기관	책임직급			실무직급								촉탁직	방송 음악직	계
			M1	M2	M3	G0	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7			
집행기관		9													9	
방 송 직 군	프로듀서		22	56	93	60	253	88	122	133	3	1	4	1	836	
	기자		16	37	76	35	162	99	125	126	1				677	
	아나운서		1	3	16	9	45	24	33	21	9	2			163	
	촬영기자		1	4	19	5	50	26	33	64	8	4	2		216	

구분		집행 기관	책임직급			실무직급								촉탁직	방송 음악직	계
			M1	M2	M3	G0	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7			
	영상제작		2	5	17	6	76	25	31	44		4	2			212
	디자인			1	3	2	12	5	8	11	8	3	7			60
	음향디자인												29			29
	TV MD												8			8
	방송음악직														38	38
기술 직 군	방송기술		11	40	116	48	518	103	176	181	14	2	14			1,223
	전기		1	1	2		5	4	2	24	17	2	1			59
	항공				1		1			1	1	1				5
	수신기술										1					1
	건축			1	2	1	4		4	2	2					16
	설비								2	9	6	1	8			26
경영 직 군	기획행정		9	47	81	39	89	19	65	78	2			11		440
	일반행정									22	124	77	113			336
	콘텐츠			2	4	1	10	1	2	3	3		1	1		28
	수신료										4	4	26			34
	IT		1	3	16	3	21	7	25	35	1		2	1		115
청경 직군	청원경찰										14	5				19
계		9	64	200	446	209	1,246	401	628	754	218	106	217	14	38	4,550

(2) 연공 및 연령별 인력현황

[표 3-3] 직종(직류) 별 연령분포 및 근속년수 현황

(2020.12.31. 기준, 명, 년, 집행기관 제외)

구분		20대	30대	40대	50대	계	근속기간
방송직군	프로듀서	41	194	241	360	836	18.6
	기자	28	183	257	209	677	16.1
	아나운서	8	50	58	47	163	18.5
	촬영기자	10	65	67	74	216	16.3
	영상제작	11	52	60	89	212	17.4
	디자인		17	20	23	60	18.7
	음향디자인		2	20	7	29	1.0
	TV MD		2	6		8	8.9
	방송음악직		2	11	25	38	1.3

구분		20대	30대	40대	50대	계	근속기간
기술 직군	방송기술	49	252	320	602	1,223	20.0
	전기	4	11	10	34	59	18.4
	항공		1	2	2	5	13.4
	수신기술				1	1	34.0
	건축		6	3	7	16	16.5
	설비		2	11	13	26	16.7
경영 직군	기획행정	17	108	111	204	440	18.7
	일반행정	16	38	84	198	336	24.4
	콘텐츠	2	3	7	16	28	22.4
	수신료			14	20	34	19.0
	IT	4	47	35	29	115	14.1
청경 직군	청원경찰			1	18	19	31.8
계		190	1,035	1,338	1,978	4,541	

제3편

평가내역
제3장 인사·조직 등 경영관리제도

(3) 전체인원 중 직종(직류)/직급별 비율과 변동 추세

[표 3-4] 직종(직류)별 비율

(단위 : 명, 집행기관 제외)

구분		2018년		2019년		2020년	
		인원	비율	인원	비율	인원	비율
방송 직군	프로듀서	877	19.4%	888	18.8%	836	18.4%
	기자	654	14.4%	679	14.4%	677	14.9%
	아나운서	179	4.0%	176	3.7%	163	3.6%
	촬영기자	216	4.8%	219	4.6%	216	4.8%
	영상제작	232	5.1%	234	5.0%	212	4.7%
	디자인	53	1.2%	61	1.3%	60	1.3%
	음향디자인			29	0.6%	29	0.6%
	TV MD			8	0.2%	8	0.2%
	방송음악직			39	0.8%	38	0.8%
기술 직군	방송기술	1,300	28.7%	1,287	27.2%	1,223	26.9%
	전기	60	1.3%	57	1.2%	59	1.3%

구분		2018년		2019년		2020년	
		인원	비율	인원	비율	인원	비율
	항공	5	0.1%	5	0.1%	5	0.1%
	수신기술	3	0.1%	3	0.1%	1	0.0%
	건축	16	0.4%	17	0.4%	16	0.4%
	설비	22	0.5%	27	0.6%	26	0.6%
경영 직군	기획행정	456	10.1%	458	9.7%	440	9.7%
	일반행정	284	6.3%	329	7.0%	336	7.4%
	콘텐츠	28	0.6%	29	0.6%	28	0.6%
	수신료			36	0.8%	34	0.7%
	IT	110	2.4%	115	2.4%	115	2.5%
청경 직군	청원경찰	32	0.7%	20	0.4%	19	0.4%
계		4,527	100.0%	4,716	100.0%	4,522	100.0%

[표 3-5] 직급체계 개편 전 직급별 비율

(단위 : 명, 집행기관 제외)

구분		2018년		2019년	
		인원	비율	인원	비율
일 반 직	관리직급	71	1.6%	59	1.3%
	1직급	267	5.9%	228	4.8%
	2직급갑	1,822	40.2%	1,799	38.2%
	2직급을	580	12.8%	579	12.3%
	3직급	594	13.1%	594	12.6%
	4직급	743	16.4%	843	17.8%
	5직급	213	4.7%	218	4.6%
	6직급	200	4.4%	151	3.2%
	7직급	18	0.4%	190	4.0%
촉탁직		19	0.4%	16	0.3%
방송음악직				39	0.8%
계		4,527	100.0%	4,716	100.0%

[표 3-6] 직급체계 개편(2020년) 직급별 비율

(단위 : 명, 집행기관 제외)

구분	직급		인원	비율
일반직	책임직급	M1직급	64	1.4%
		M2직급	200	4.4%
		M3직급	446	9.8%
	실무직급	G0직급	209	4.6%
		G1직급	1,246	27.4%
		G2직급	401	8.8%
		G3직급	628	13.8%
		G4직급	754	16.6%
		G5직급	218	4.8%
		G6직급	106	2.3%
		G7직급	217	4.8%
	촉탁직		14	0.3%
	방송음악직		38	0.8%
	합계		4,541	100.0%

제3편

평가사항
제3장 인사·조직 등 경영관리제도

(4) 비정규직 인력현황

- 2020년 비정규직 현황
 - 비정규직은 기간제근로자, 법령상 사용기간 제한의 예외 인력으로 구성됨.
 - 법령상 사용기간 제한의 예외 인력은 퇴직자재고용, 육아휴직대체인력, 전문직으로 구성
- 비정규직 휴가 등 처우 현황
 - 직원과 동일하게 휴일, 휴가, 대휴, 휴직, 건강검진 등을 부여

(5) 최근3년간 임금인상률 및 총비용 대비 인건비성 경비 비율

- 최근 3년간 평균 0.6%의 낮은 임금인상률을 유지

[표 3-7] 최근 3년간 임금인상률

구분	2018년	2019년	2020년	평균
실질인상률	0.7%	1.0%	동결	0.6%

- 임금인상을 위한 노사 간 교섭 등 상호 합의가 필요한 곳에서 KBS는 지속적으로 KBS의 재정과 지상파 방송산업의 위기를 함께 극복할 것을 노동조합에 설득하여, 최근 3년간 낮은 수준의 임금인상률을 유지함.

○ 연도별 인건비의 비중 추이

[표 3-8] 연도별 인건비 비중

(단위 : 억 원)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년
인건비	5,206	5,235	5,286	5,157
총비용	14,374	15,079	14,550	14,015
비중	36.2%	34.7%	36.3%	36.8%

- 타사 대비 3배 이상의 채널 운영과 난시청 해소 등 공적책무수행, 전국 지역네트워크 운영 등으로 타 지상파 방송사와 비교하여 기본 운영 인력이 필요한 업무가 상대적으로 많음.

○ 적절한 인건비 유지를 위한 주요 추진사항

- KBS 재정상황을 감안한 합리적 임금교섭 및 협약 체결
- KBS 임금구조 개선을 위한 노사 협의

○ KBS 재정상황을 감안한 합리적 임금교섭 및 협약 체결

- 2020년 임금동결 (2020.09.08. 2020년 임금교섭 합의서 체결)
 - 2020년 임금교섭은 수년간 지속되어 온 지상파 광고시장의 구조적 축소 등 대내·외 방송환경 변화, 그리고 코로나19에 따른 국가위기 극복을 위한 노사 간 공감대 형성을 위해 조합과 적극적으로 협상함. 노사 간 본회의 1회, 실무회의 및 축조회의 9회 등 적극적인 임금교섭의 결과, 2020년 임직원의 임금을 동결하기로 함.
 - 임금 동결은 세계적 금융위기 당시인 2008년 동결 이후 12년만의 임금 동결
 - 이외에도 KBS는 기존의 분기별 정년퇴직 및 임금피크제 진입을 변경, 월별 퇴직 제도를 도입하여 연평균 15억 원 수준의 인건비 절감효과를 가져왔고, 그린라이프 연수 폐지 등 제도개선을 통해 정년연장기간 중의 근무 확대의 기틀을 마련함.
- <미래발전노사공동위원회> 구성(2020.07.31.) 및 협의
 - 노사 공동의 노력으로 KBS의 경쟁력을 제고하여 공영방송의 역할과 사회적 책무를 다하기 위하여 <미래발전노사공동위원회>를 구성하면서 연차제도 개선 등 인건비 절감을 위한 노사간 협의를 시작함.

2) 인사제도에 대한 평가

(1) KBS 인사 관련 제도 평가 (공정성과 투명성)

- 관계 법령과 인사규정 등 제반 규정을 준수하여 인사제도를 운영하고 있음.
 - 채용
 - 지원자의 직무 역량과 무관한 출신 학교, 출신 지역 등 정보를 수집하지 않는 블라인드 채용 실시
 - 면접시 사생활 침해나 차별적 요소가 될 수 있는 질문을 하지 않도록 사전 교육 실시
 - 공정한 채용 진행을 위한 관련 법령 개정사항 및 정부 지침, 사회적 요구 반영
 - 평가
 - 직원과 부서장의 상호 발전을 가능케 하는 상향평가 실시 및 피평가자와의 확인면담, 재평가 등의 피드백 운영 강화
 - 국장임명동의제
 - 보도, 시사제작, 시사교양 분야 국장임명동의제 실시

(2) 집행기관 및 주요 보직의 개방직 적용 여부와 실행 정도

- 「개방형 직위 공모」는 전문성이 특히 요구되거나 효율적인 정책 수립 및 실행이 필요한 직위에 대하여 외부 공개모집 선발 제도임.
- 사장은 필요하다고 판단되는 직위에 대하여 개방형 직위 공모에 의해 적격자 채용 가능
- 개방형 운영 직위의 정수는 부장급 이상 직위 정수(265명)의 4% 이내: 약 11명

[표 3-9] 역대 개방형 직위자 내역 (2016.09.05. ~ 2018.09.04.)

성명	성별	직위	계약기간
OOO	남	디지털서비스국장	2016.09.05. ~ 2018.09.04.
OOO	남	인재개발부장	2016.09.19. ~ 2018.05.31.
OOO	남	그룹마케팅총괄국장	2016.11.01. ~ 2018.10.31.
OOO	여	성평등센터장	2018.10.01. ~ 2020.09.30.

주) 2020.12.31. 기준 개방형직위자 없음

(3) 집행기관 및 보직자의 성, 연령, 경력 및 배경의 다양성

○ 보직자의 성별에 따른 다양성

[표 3-10] 보직자 성별 비율

성별	남	%	여	%	계(명)
집행기관	9	100			9
센터장급	3	75.0	1	25.0	4
국장급	55	91.7	5	8.3	60
부장급	182	91.0	18	9.0	200
팀장급	384	81.0	90	19.0	474
계	633	84.7	114	15.3	747

○ 보직자의 연령대에 따른 다양성

[표 3-11] 보직자 연령별 비율

연령대	30대	%	40대	%	50대	%	60대	%	계(명)
집행기관					6	66.7	3	33.3	9
센터장급					4	100			4
국장급					60	100			60
부장급			35	17.5	165	82.5			200
팀장급	13	2.7	267	56.3	194	40.9			474
계	13	1.7	302	40.4	429	57.4	3	0.4	747

○ 지역별 분포의 다양성

[표 3-12] 지역별 보직자 분포

(단위 : 명)

지역	집행기관	센터장급	국장급	부장급	팀장급	계
서울			14	49	119	182
경기			3	11	19	33
인천			1	5	9	15
부산			3	9	29	41
경남	1		7	12	31	51

지역	집행기관	센터장급	국장급	부장급	팀장급	계
대구			4	7	21	32
경북	1	1	3	21	38	64
광주				1	15	16
전남	2	2	7	19	55	85
전북			8	21	44	73
대전			2	3	9	14
충남	2		6	15	28	51
충북	1		1	11	15	28
강원	2	1	1	9	27	40
제주				7	14	21
해외					1	1
총합계	9	4	60	200	474	747

○ 직종별 보직별 다양성

[표 3-13] 직종별 보직자 분포

(단위 : 명)

직종	집행기관	센터장급	국장급	부장급	팀장급	계
IT			1	3	17	21
기자			16	37	78	131
디자인				1	3	4
방송경영			9	49	94	152
방송기술		1	11	41	124	177
아나운서			1	3	17	21
영상제작			2	5	18	25
전문기술				1	5	6
촬영기자			1	4	20	25
프로듀서		3	19	56	98	176
집행기관	9					9
총합계	9	4	60	200	474	747

○ 여성 직종(직류)/직급별 현황

[표 3-14] 여성 직종(직류)/직급별 현황

(2020.12.31. 기준, 명, %)

구분		책임직급			실무직급								촉탁직	방송 음악직	계	여성 비율
		M1	M2	M3	G0	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7				
방송 직군	프로듀서	2	12	32	11	36	39	64	84	3					283	24.3%
	기자	2	1	18	6	23	34	57	64	1					206	30.4%
	아나운서		1	8	5	19	15	21	12	8	2				91	55.8%
	촬영기자							1	3		2				6	2.8%
	영상제작			1		1	1	3	1						7	3.3%
	디자인		1			3	1	1	1	3	3	6			19	31.7%
	음향디자인											9			9	31.0%
	TV MD											3			3	37.5%
	방송음악직													16	16	42.1%
기술 직군	방송기술	1	1	7	2	8	6	45	43			1			114	9.3%
	전기														0	0.0%
	항공														0	0.0%
	수신기술														0	0.0%
	건축														0	0.0%
	설비														0	0.0%
경영 직군	기획행정		2	11		2	8	27	33				2		85	19.3%
	일반행정								1	92	69	72			234	69.6%
	콘텐츠			2		3		1	3	3			1		13	46.4%
	수신료											5			5	14.7%
	IT	1		1		1		3	6			1	1		14	12.2%
청경 직군	청원경찰														0	0.0%
계		6	18	80	24	96	104	223	251	110	76	97	4	16	1,105	24.3%

- 교대근무와 육체적 노동 강도가 높은 방송기술, 영상제작, 촬영기자 및 기능분야에 여성 지원자가 상대적으로 적고 여성비율이 낮으나 프로듀서, 기자, 아나운서를 비롯한 여러 직종에서 지속적으로 여성인력이 증가하고 있는 추이를 보임.

○ 장애인 직원 직종(직류)/직급별 현황

[표 3-15] 장애인 직원 직종(직류)/직급별 현황

(2020년 장애인고용계획 및 실시상황보고 기준, 명)

구분	책임직급			실무직급								연봉직	특정 업무직	계
	M1	M2	M3	G0	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7			
프로듀서		1	1		4	1	2							9
기자			1	1	2	1	3	1						9
아나운서							1							1
촬영기자					1	1	1							3
영상제작					1	1		1						3
디자인							1							1
음향디자인											2			2
방송기술		2	1	2	10	4	2							21
전기							1	1						2
기획행정		1	2		2		1	1						7
콘텐츠				1										1
일반행정								1	5	1	5			12
수신료											1			1
IT					1									1
기타												8	3	11
계		4	5	4	21	8	12	5	5	1	8	8	3	84

○ 장애인 고용의무 달성 여부

[표 3-16] 장애인 고용 현황

(단위 : 명)

구분		2020년
고용률	법정의무 고용률	3.1%
	KBS 고용률	2.08%
장애인	법정의무 고용인원	148
	KBS 고용인원	100
	고용미달인원	△48

○ 장애인 고용의무 이행계획 수립 및 실적평가

- KBS의 재정상황 및 건축 인력운영 기초, 인건비 비중 인하와 관련된 사회적 요구가 증대됨에 따라 신규 채용을 실시하는 것이 쉽지 않으나, 2019년 하반기 이후 한국장애인고용공단과 협의를 통해 장애인 적합 직무를 선정하였고 장애인 대상 제한 경쟁 채용계획을 수립 및 실시하여 2020년에 3개의 직무에 9명의 장애인을 채용함.
- 공개 채용시 장애인 포털 등을 통한 홍보를 강화하고, 장애인 적합 직무 추가 발굴을 통한 장애인 대상 공개채용을 실시하는 등 장애인 고용이 지속적으로 유지될 수 있는 다양한 방안을 모색함.

○ 장애인 보직자 비율: 1.6%

[표 3-17] 장애인 보직자 현황

(단위 : 명)

장애여부	유	무	계
집행기관		9	9
센터장급		4	4
국장급		60	60
부장급	4(2%)	196	200
팀장급	8(1.7%)	466	474
계	12(1.6%)	735	747

(4) 집행기관 및 보직자에 여성비율 확대 계획 수립 여부와 타당성

- 책임직급 이상(팀장급 이상)에 대해 여성 직위자 임용 목표를 제시하여 실시

[표 3-18] 책임직급 이상(팀장급 이상) 여성 직위자 비율

구분	2019년 12월	2020년	2021년
팀장급 이상(책임직급)	11.1%	14%	17%

- 2020년 12월 말 현재, 책임직급 이상 여성 임용 수치는 전체 747명 대비 여성 114명, 약 15.3%로, 2019년 연말 대비 상향되었으며 2020년 임용목표인 14%를 상회함.
- 이는 책임직급 보임이 가능한 G2직급 이상 직원의 여성비율인 12.7%(G2직급 이상 2,615명 중 여성 332명)를 상회하는 수치로 지속적인 여성 직위자 임용을 위한 노력의 결실로 평가됨.

- 총여성인력 비율, 관리자급 여성 비율은 「적극적 고용개선 조치(AA)」에서 관리하는 최저 수준의 지표이며, 남녀 성비가 균형을 이룰 때까지 지속적 개선이 요구됨.
 - 특히 리더십 포지션과 핵심부서 및 직무에서 여성인력 비율에 대한 적극적 관리가 지속 필요
- 전통적인 남성 편중 직무에도 여성인력이 보다 많이 진출할 수 있도록 지원 인력 풀(pool)과 전공자가 확대가 요구되는 바, 이를 위해 공영방송으로서 선도적 역할이 요구됨.
 - 해외의 경우 STEM(Science, Technology, Engineering, Mathematics) 분야에서 여성 전공자 확대를 위한 사회적 노력과 프로그램이 진행 중이며 국내에서도 여성과학 기술인 양성을 위한 조직을 운영 중

3) 인력수급계획

(1) 인력수급 계획 평가

○ 채용 제도 평가

- 블라인드 채용을 통한 채용 공정성 강화
 - 지원자의 출신학교, 출신지역, 학교성적 등 직무수행과 무관한 정보 미수집
 - 지원자의 가족관계 등 개인정보에 대한 질문을 하지 않도록 사전교육 실시
- 대내외 환경변화에 대응해 직무역량이 검증된 경력직원 채용 확대
 - 직종별 채용에서 직무단위 채용으로 확대 실시
 - 지역방송 활성화를 위한 지역 〈뉴스 7〉 관련 경력직 채용
(취재기자 14명, 촬영기자 9명)
 - 이용자 데이터 분석 및 데이터 저널리즘 강화 위한 전문인력 채용
(데이터분석 2명, IT 5명)
 - 예능, 드라마 등 핵심콘텐츠 제작인력 유출에 대응하여 인력 충원
(예능PD 4명, 드라마PD 3명)
 - 광고 영업 환경변화에 대응하여 통합마케팅 인력 충원
(광고마케팅 4명)

○ 전체 직원 대비 연도별 신규 직원 채용 계획 및 적절성

- KBS는 2019년 비상경영계획에 따라 향후 5년간 예산 대비 인건비 비중 34% 수준 내외

- 유지를 목표로 하는 인력수급계획을 수립(연간 약 85명 채용 수준)하였고, 2020년 비상긴축 조치 이후 신규 채용 대신 기존 KBS 인적자원의 재분배를 통해 인력운영 효율화를 도모함.
- KBS 인력운영 정책에 따라 단기적으로는 유출 대비 신규 유입 인력이 적지만, 장기적으로 적정수준의 채용규모를 유지하여 우수 인력을 안정적으로 확보하고, 인력운영의 예측가능성을 제고할 계획

[표 3-19] 최근 3년간 전체 직원 대비 채용 현황

(일반직 및 촉탁직 기준, 명)

구분	2018년	2019년	2020년
전체 직원(A)	4,527	4,716	4,541
신규 채용(B)	119	223	48
B/A	2.63%	4.73%	1.06%

주) 집행기관 제외, 연봉계약직 등 비일반직 사원의 일반직 재입사 등 제외

(2) 직원의 인적 다양성 증대를 위한 계획과 실행

- KBS는 대한민국 대표 공영방송으로서 각계각층의 목소리를 담아낼 수 있도록 차별 없는 채용을 통해 구성원의 지역, 연령, 성별 등 다양성을 확보하기 위해 노력하고 있음.
 - 직원의 인적 다양성을 확보하기 위해 입사 지원시 연령제한을 두지 않아 다양한 연령대의 응시자가 신입 및 경력직원 공개채용에 합격하고 있으며, 2020년 신규 입사자 기준만 25세부터 39세까지 다양한 연령대의 지원자가 합격하였음.
 - 출신지역으로 인한 지원자들의 차별을 방지하기 위해 입사지원시 출생지 관련 정보를 요구하지 않고 있으며 면접과정 중 지원자가 해당 정보를 제공하거나 평가위원이 관련 정보를 요구하지 않도록 하고 있음.
 - 아울러, KBS 성평등규정을 준수하여 채용 과정에서 성별에 따른 차별이 발생하지 않도록 하고 있으며, 면접 전형시 높은 성평등 인식수준을 함양하고, 차별적 요소를 포함한 질문 및 평가를 하지 않도록 사전 안내를 실시하여, 합격자가 특정 성별에 치중되지 않도록 하고 있음.
- 사회 소외계층의 고용 확대를 위한 채용 제도 운영
 - KBS는 사내 인적 다양성을 개선하고 사회적 책무를 이행하기 위하여 장애인, 취업지원대상자 및 다문화가정 자녀가 공개채용에 지원할 경우 전형 단계별 우대 점수를 부여하고 있음.
 - 특히, 장애인 고용의 경우 2013년 이후 지속적으로 장애인 지원자 우대 가점을 확대 부여하고 있으며, 실효성을 높이기 위해 장애인 제한 경쟁 채용을 실시하는 등 채용 시스템 개선을 통해 다양한 방식으로 장애인 고용을 확대하기 위하여 노력하고 있음.

(3) 중장기 인력수급 계획

- KBS는 급변하는 미디어 시장 및 노동관계 법령 개정 등 대외적 환경에 대응하고, KBS 재정 상황, 신규 사업 및 핵심 인력 유출 등 대내적인 요소를 복합적으로 고려하여 채용 인력을 운영 중임.
 - 인력운영의 탄력성을 높이기 위해 각 직종별로 세부적으로 인력운영 계획을 세우기보다는 KBS 전체 인력 규모 중심의 종합적인 중장기 인력운영 계획을 수립하여 운영하고 있음.
- 2020년 7월부터 전체 직무의 재설계를 진행하고 있으며, 직무 재설계 후 결과를 반영해 인력운영 계획과 신규 채용 계획을 보완할 예정임.
 - 관행적인 인력운영에서 벗어나, 선택과 집중을 통해 필요한 분야에 인력을 보강하고, 기존 인력의 직무 조정으로 효율성을 제고해 탄력적으로 운영할 계획
- 공영적 재원확보를 위한 수신료현실화 추진과 함께 경영환경의 어려움을 극복하기 위한 자구노력 차원에서 인력 긴축 운영 기조를 견지
 - 인건비 비중을 30% 이하로 낮추기 위해 향후 5년 동안 다음과 같이 인력을 운영할 계획임.

[표 3-20] KBS 연도별 인력운영 계획

(단위 : 명, 집행기관 포함)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	합계
연초인원	4,726	4,550	4,275	3,992	3,726	3,698	
정년퇴직	-221	-215	-223	-206	-128	-136	-1,129
기타퇴직 (명퇴포함)	-40	-130	-130	-130	-30	-30	-490
신규채용	85	70	70	70	130	130	555
증감 계	-176	-275	-283	-266	-28	-36	-1,064
연말인원	4,550	4,275	3,992	3,726	3,698	3,662	

4) 인적자원개발

(1) 직종별 임직원 교육훈련

- 분야별 최고의 전문가를 양성하고, 직무 수행 역량을 향상시키기 위해 각종 직무 교육과 학습 활동을 다양한 방식으로 실시해 오고 있음.

- 2020년에는 코로나19로 인해 계획했던 다수의 집합 교육을 취소해야 했으나 온라인 라이브 교육, 이러닝 동영상 제작 등 비대면 교육으로 전환하여 실시
- 실습이 필수적인 과정은 인원을 최소화하고 회차를 늘려 실시하는 등 새로운 환경에 대응한 최적의 교육 방안을 적용하여 직원들이 지속적으로 역량을 개발할 수 있도록 지원
- 언론보도 분쟁예방 교육, 재난상황 드론운영 교육 및 MNG(Mobile News Gathering) 라이브 교육, 저널리즘의 미래 컨퍼런스 참관, 지역 촬영기자 디지털 역량 교육 등 다양한 저널리즘 및 재난방송 교육을 실시하여 보도 역량 및 재난방송 주관사로서의 책무를 수행하는데 필요한 역량을 강화하였음.
- 전사적인 NLE(Nonlinear Editing) 전환정책에 맞추어 제작진들의 업무 차질을 최소화할 수 있도록 필요한 스킬과 역량을 갖추 수 있는 NLE 실습 교육을 적시에 제공하였음.
 - 차세대 NLE 실습교육은 코로나19 상황에서 최대한 안전을 확보하면서 소수 정예로 실시(23회)하고, 실제 사용자인 예능 및 교양 PD는 물론 조연출, FD 등의 외부 협업 인력들에게도 교육을 제공하였음.
 - 본사 제작진들이 수업에 원활하게 참여할 수 있도록 오전·오후반, 전일(全日)반, 고급과정 등 다양한 과정을 개설했으며, 2020년 풀 파일 시스템으로 전환한 지역(부산총국)에는 방문 교육을 실시함.
- 외부 전문기관과 교육 과정을 공동 개발하여 비용을 절감하면서 KBS에 특화된 우수한 전문 교육을 실시하였음. (언론중재위원회, 차세대융합콘텐츠산업협회(NCIA), 국립안동대학교, 패스트캠퍼스 등)
- 디지털 역량 교육은 전면 온라인화하여 학습 과정에서부터 디지털을 경험하도록 하였음.
 - 디지털 트랜스포메이션을 견인할 데이터 사이언스 전문가 양성 과정을 온라인 집중코스(13주)로 실시하고, 최신 디지털 트렌드를 유튜브 생중계 특강으로 제공하는 등 디지털 역량을 강화하는 동시에 시공간의 제약을 넘어 온라인에서 상호 작용하며 학습하는 경험을 제공함.
- 직원들의 자발적 참여를 통한 동기부여와 사내 지식공유를 지원하는 자율참여학습을 활성화하여 자율연구회, 현장직무 교육 위러닝, 독서클럽 위북에 총 432명이 참여함.

(2) 직급별 임직원 교육훈련

- 공영방송인으로서의 기초소양을 함양하고 직급별로 요구되는 업무역량을 개발하는 직급별 기본 교육을 승진예정자 필수 교육으로 실시함.

- 직원자들을 대상으로 조직의 리더로서 요구되는 리더십역량 및 미디어산업 지형변화 속에서 공영방송의 가치를 공고히 하는 전문 역량과 인사이트를 제공하는 관리자 연수를 실시함.
- 조직 구성원으로서 필수적인 윤리적 소양을 함양하는 청렴 교육, 장애인 인식 개선 교육, 직장내 괴롭힘 예방 교육, 성폭력 등 4대 폭력 예방 교육 등을 전사적으로 실시함.

(3) 교육훈련과 연수의 성과 및 성과평가

- 코로나19의 세계적인 유행으로 2020년도 직원 교육 역시 잦은 교육 계획의 수정과 대면 교육 제한으로 어려움이 많았으나 다양한 비대면 교육을 적극 도입하여 직원의 안전을 최우선으로 하면서 필수기본 교육은 물론 주요한 직원 교육을 꾸준히 수행함.
- 온라인 교육을 활성화하여 교육 차질을 최소화했을 뿐 아니라 시간과 장소의 제약을 넘어 보다 많은 현장의 직원들, 지역국 직원들이 교육에 참여했으며, 온라인 강좌를 신규 제작하여 사내 지식 자산을 확보하고 상시학습 기반을 조성하는 등 교육 기회를 확장하였음.

(4) 연수 제도 및 교육 체계

- 직원들이 각 직위 및 직급에 맞는 소양과 역량을 갖추 수 있도록 신입 국장, 부장, 팀장에 대한 관리자 교육과 승진 후 2~5년차에 실시하는 기본 교육 참여를 의무화하여 실시하고 있음.
- 언제 어디에서나 필요로 하는 교육을 접할 수 있도록 직원들의 상시학습을 지원하기 위해 기존 이러닝 강좌를 업그레이드 하고, 업무 지식과 노하우를 공유하는 이러닝 강좌를 신규 제작하였음.
 - 향후, 학습 플랫폼을 학습자 중심으로 업그레이드하여 직원들이 자기주도적으로 상시 및 적시 학습을 할 수 있는 학습 환경을 지속적으로 개선해 나갈 예정임.
- 위탁연수 제도개선을 위한 규정개정을 완료하여 위탁 연수의 기회 확대와 비용 절감의 기반을 마련했고 해외연수 종료자의 성과를 온라인 세미나를 통해 공유한 ‘온라인 성과공유회’를 신설하여 연수성과관리를 강화함.
 - 향후, 창의적 도전을 촉진하고 보다 많은 직원들이 참여할 수 있으며 성과 공유와 관리가 강화된 위탁연수 과정을 개발하고 지속적으로 제도를 개선할 예정임.

5) 노사관계

(1) KBS는 성평등을 실현하기 위해 불공정 관행 해소, 인식 개선, 성평등 문화 정착, 프로세스 구축, 모니터링 및 교육훈련 실시 등을 수행함.

○ 조직 내 불공정 관행 해소

- 「성평등 기본규정」 제7장 보칙 시행(2020.07.22.): 성희롱·성폭력에 대한 조직 내 경각심 고취 및 성인지 감수성 제고, 공영방송으로서의 성평등 문화 선도
 - 성폭력 관련 징계시효 2년→5년 확대
 - 2차 피해 및 비밀누설 등 징계사유 추가
 - 가해자 보직 제한 및 피해자와 10년간 분리 등

○ 예방 교육을 통한 성평등 의식, 성인지 감수성 제고

- 관리자대상 성평등 의식 제고 강화 교육
 - 관리자 대상 성평등 교육 실시 - 성평등 실태조사 결과 및 개선(안) 중심
 - 성평등센터 직원 대상 판례 분석 등 성평등의식제고 교육
 - 관리자(부장, 팀장급)대상 성폭력 예방 교육
 - 해외 특파원 성평등의식 제고 교육
 - 보도본부 데스크 대상 <젠더 저널리즘> 교육(※ ‘조두순 출소’를 앞둔 시점에서 시청률 경쟁에 매몰된 자극적 보도를 지양하고, 공영방송 KBS만의 보도철학을 재점검하여 이를 보도에 반영함.)
- 성희롱·성폭력 예방을 위한 교육 실시
 - 전 임직원 대상 4대 폭력 예방 교육, 연봉직 및 경력직 신입사원 대상 성폭력 예방 교육, 비정규직대상 성희롱·성폭력 예방 교육 등 전 구성원 대상 교육 실시

○ 홍보를 통한 성평등 문화 정착

- 젠더 이슈공유를 통한 성인지 감수성 제고
 - 고고차 상담실: 국가 인권위의 실제 성희롱 판단기준 및 사내 사례를 공유
 - 젠더이슈 토크아보기: 양성평등을 위해 힘쓰는 기업들의 모범사례 등을 소개 (※평균 조회 수 840여 회, 최고 1,690여 회)

○ 상담, 사건지원 프로세스 안정화

- 상담 전(全)과정 비밀유지 조치 강화
 - 상담 및 사건 관여자 등 전원에 ‘비밀유지서약서’ 징구
- 성평등센터 접근성 제고
 - 비정규직 등을 위한 고충상담창구 홍보 (교육 자료 배포 및 사내 스티커 부착 등)
 - 지역 노조 및 부서협의를 통한 지역사업장 모니터링 체계 구축
- ‘성평등위원회’ 운영을 통해 객관성과 전문성을 확보하고 상담과 신고 및 처리를 활발히 수행함.
 - 사건처리 및 성평등 정책 결정시, 성평등위원회를 통하여 전문성 및 객관성 확보, 제도 개선에 기여

○ 프로그램 및 사내 제도 전반에 걸친 모니터링

- 사내 제도 개선을 위한 모니터링
 - 〈2019 KBS 성평등 실태조사〉 공유와 〈2019 KBS 성평등 연례보고서〉 발간을 통해 구성원 성평등 의식 확인 및 주요 문제점 관련 개선(안)도출, 정책 반영 추진
 - 어린이집 입소 순위에서 한부모 가족의 자녀, 장애인의 자녀를 우선순위에 추가하고, 인사평가시스템에 ‘성차별 금지’ 문구를 반영
 - 여성관리직 임용 목표계획 모니터링: 팀장급 이상 여성 비율 15.3%로 임용목표 14% 초과 달성
- 프로그램 개선 및 권고
 - 〈성평등한 제작현장을 위한 가이드라인〉 홍보 및 배포: 사내 구성원 성인지 감수성 향상 도모
 - 민감한 사안에 대해 성평등 관점에서 의견 제시 실시

(2) 일·가정 양립 실천을 위한 제도 개선

- 육아휴직 대체인력 채용제, 자동육아휴직제 등을 지속적으로 운영하여 직원의 육아휴직 신청 부담을 줄이고, 육아휴직자 업무공백을 최소화하는 한편 사내 여성인력의 고충 청취 및 문제해결을 위하여 노력하는 등 일과 가정 양립 및 양성평등을 실천하는 기업 문화 구축을 위해 다양한 제도를 시행
 - 특히, 남녀고용평등법 개정 및 단체협약 체결에 따라, 2020년도부터는 가족돌봄휴가

(연 10일, 코로나19 관련 돌봄시 연 20일), 가족돌봄 등을 위한 근로시간 단축, 만 5세 이하 자녀를 둔 직원에 대한 유급 육아시간(1일 1시간), 본인 및 배우자 태아검진 외출 등 가족친화를 위한 인사제도를 다수 신설

- 활용도가 높은 자녀돌봄휴가, 난임치료휴가 등을 확대 시행하여 직원의 출산·육아·가족돌봄에 대한 부담을 경감함.
 - 최근 3년 간 직원 육아휴직 활용 인원 증가(2018년: 68명, 2019년: 81명, 2020년: 91명)
- 이와 같은 일·가정양립제도의 적극적 운영 및 지속적 개선 노력을 인정받아 2020년 12월 여성가족부로부터 ‘가족친화 우수기관’ 재인증을 획득함.
- 또한, 2020년 3월부터 코로나19 대응 관련 전사적 재택근무를 실시하고 자율출퇴근제 확대 실시 및 적극 권장하여 직원 건강을 보호하고, 육아 등 가족돌봄 편의를 제고함.
 - 특히, 임신부·초등학생이하 자녀를 둔 직원은 우선적 재택근무대상으로 지정하고, 자율출퇴근제의 경우 적용대상을 기존 팀장급 이하 직원에서 부장급 이하 직원으로 한시적 확대하는 등 가정친화적 근무환경 조성을 위해 노력함.

(3) 주52시간 초과근무 현황 및 제도개선

- 주 52시간 근무제에 대응하여 유연근로시간제 도입을 지속적으로 추진함.
 - 보도, 제작 등 필요 직무(2020년 연간 총 730명)를 대상으로 4주 단위 선택적근로시간제 실시
 - <근로시간 단축 노사 실무위원회>를 개최하여 선택적 근로시간제, 재량근로시간제, 사업장밖 간주근로제 등 유연근로시간제 세부조건 및 운영기준에 대해 노사 간 협상을 지속함.

[첨부]

가족친화 및 일·생활균형을 위하여 운영 중인 제도

구분	사업(제도)명	상세내용
자녀출산 및 양육지원	1. 육아휴직제도	• 만 8세이하 또는 초등학교 2학년 이하의 자녀를 양육하기 위한 휴직으로 2년 이내 사용 가능
	2. 육아기 근로시간 단축	• 육아휴직 신청 가능 직원은 육아휴직 대신 근로시간 단축 신청 가능
	3. 임신기간 근로시간 단축	• 임신 12주 이내 또는 36주 이후 여직원은 일 근로시간을 8시간에서 6시간으로 단축 신청 가능
	4. 출산전후휴가	• 출산전후휴가 100일 부여
	5. 배우자출산휴가	• 배우자 출산시 10일 사용(휴일 제외)
	6. 육아휴직 대체인력채용	• 6개월 이상의 육아휴직자 발생시 대체인력 운영(2015.6.1.도입)
	7. 자동육아휴직제	• 여직원 출산전후휴가 사용 후 부서장 승인 없이 육아휴직 부여 (2015.6.1.도입)
	8. 임신부 정기검진 근태 지원	• 임신중인 여성근로자의 정기건강진단시 휴가, 외출 허용
	9. 임신 배우자 검진 외출	• 임신중인 배우자가 있을 경우, 배우자 정기건강진단시 1일 4시간, 월 1회 외출 허용(2019.11.11.도입)
	10. 자녀돌봄휴가	• 어린이집 ~ 고등학교 이하 자녀를 둔 직원이 공식적으로 주최하는 행사 등에 참석할 경우 자녀당 연 1일 사용(2017.11.23.도입)
	11. 난임치료휴가	• 난임치료시술시 사용(2018.5.29.도입)
	12. 유급 육아시간	• 만 5세 이하 자녀를 둔 경우 1일 1시간 유급 육아시간 신청 가능 (2020.1.1.도입)
	13. 명예고용평등감독관	• 고용노동부 주관, 직장내 남녀고용평등 자율 점검 및 성희롱 상담 등(2015.6.4)
가족친화 관련	14. 자율출근제	• 육아, 학업, 원거리 출퇴근 등 개인 희망에 따라 근무시간 탄력 적용(2015.1.1.도입)
	15. 여성상담관계	• 일·가정 양립 및 양성평등 관련 여직원 고충 상담(2015.6.1.도입)
	16. 가족돌봄휴직 · 가족돌봄휴가	• 가정내 고충사항에 적절히 대처할 기회 부여 • 휴직기간 중 연 10일은 1일단위 휴가로 사용 가능 (2020.1.1. 도입)
	17. 가족돌봄 등을 위한 근로시간 단축	• 가족 돌봄, 본인 건강, 은퇴 준비, 본인 학업을 사유로 근로시간 단축 가능(2020.1.1.도입)

제3편

평가사항
제3장 인사·조직 등 경영관리제도

(4) 자회사 임직원(비정규직 포함)과의 임금과 복지 및 처우의 차이와 적절성

- KBS와 자회사의 임금수준 등 차이는 방송 산업에서의 위치, 역할과 함께 각 회사가 속한 업계의 시장 상황에서 우수 인력을 확보할 수 있는 처우조건 및 회사의 매출액, 이익 등 여러 요소를 고려해 결정하는 과정에서 발생함.
 - KBS와 자회사의 임금과 복지 및 처우는 장기적으로 회사의 경쟁력을 유지할 수 있는 수준에서 노사합의를 통해 자체적으로 결정되고 있음.
 - 계열사의 비정규직은 정규직과 업무의 내용과 범위, 권한과 책임 등에 차이가 있어 임금수준이 상이함.
- KBS는 비정규직의 차별적 처우 해소를 위해 노력하고 있어 비즈니스, 아트비전, 미디어텍, 시큐리티와 같은 위탁계열사의 위탁비에 최대한 반영하고 있음.
 - 비즈니스는 노사합의를 통해 KBS 청사 환경관리를 맡고 있는 기능지원직(환경직)의 처우개선을 위해 기존 1년 단위 계약기간을 2021년부터 3년 단위로 확대하였으며, 건강 등의 문제가 없으면 만 68세까지 근로계약 갱신을 보장함.
 - 기능지원직의 업무 외 상병 병가를 신설, 정규직과 동일하게 적용하여 코로나19로 인해 경영상 어려움이 큰 상황 속에서도 비정규직의 처우개선을 위해 노력해온 것으로 평가됨.

방송위의 DTV/라디오 방송사업자에 대한 재허가 조건

- 방송사별 비정규직(계약직, 파견직, 프리랜서 등) 인력 현황 및 근로실태 파악을 위한 자료를 매년 4월 말까지 방송통신위원회에 제출할 것
 - 비정규직 처우 개선방안을 마련하여 재허가 이후 6개월 이내에 방송통신위원회에 제출하고 그 이행실적을 매년 4월 말까지 방송통신위원회에 제출할 것

(출처: 2020년도 지상파 방송사업자 재허가 심사결과)

(5) 외주제작 및 협력업체에 대한 공정한 처우

- 방송 프로그램 제작시 표준계약서 사용 및 문체부 표준계약서 개정시 KBS 표준계약서에 반영
 - KBS 표준계약서를 사용하여 외주제작사와 모든 계약을 체결하고 있음. (2020년 모든 계약)
 - 문체부 표준계약서 개정시 KBS 표준계약서에 반영하고 있음.

- 〈KBS 신문고 불공정행위 신고센터〉 운영으로 독립제작사 제작진 보호
 - 외주제작사 내에서 불공정행위 및 임금 미지불 등의 피해가 있을 수 있어, 〈KBS 신문고 불공정행위 신고센터〉 사이트를 운영 중임.
 - 이 사이트는 비밀이 보장되는 익명으로 제보할 수 있어, 신고자의 신원을 보호받고 있음.
 - 신고대상은 KBS와 관계가 있는 독립제작사 업무 (KBS와 제작사간의 불공정행위, 제작사 내부의 임금체불, 부당노동행위, 인권침해 등) 전반이며 KBS와 계약을 한 제작사와 제작진 모두를 포함하고 있음.

(6) 노사관계 합법성과 합리성

- 2020년 코로나19로 인해 내외 환경이 엄중한 상황 속에서도 각 노동조합과 지속적인 대화와 협상을 통해 개혁과제를 수행하고 건전한 노사관계를 만들기 위해 노력함.
- 2020년 임금협약 및 부속합의서를 예년보다 빠른 9월초 체결함으로써 코로나19로 인해 불확실성이 커진 KBS 재정상황을 조속히 안정화시키는데 기여함.
 - 이 과정에서 2019년 임단협 부속합의와 각종 개혁과제 논의를 위해 상반기 운영 중 이던 〈인사후생 TF〉와 통합하여 실무회의 5회, 압축회의 3회 실시
 - 그 결과 시간외실비를 현실화하였으며, 감사원·KBS 감사실 지적사항 및 각종 경영 개혁과제들을 해결함.
- 「근로자참여 및 협력증진에 관한 법률」에 의거하여 3년 3개월만에 노사협의회를 2020년 2분기에 정상화 하였고, 이어 3분기 정기 및 임시 노사협의회를 개최함.
 - 그동안 근로자위원 정족수 미달로 파행되던 노사협의회는 근로자 과반수 노동조합의 탄생으로 근로자위원을 새로 위촉하면서 정상화되었음.
 - 노사협의회 운영규정 개정과 고충처리위원 선임 문제를 해결하였으며, 10가지 안전에 대해 노사 합의 하였고 직원들의 고충을 해소하고 사기 진작과 복지 향상에 기여할 수 있었음.
- KBS 혁신을 위한 ‘미래발전노사공동위원회’ 운영
 - 방송법 개정과 수신료현실화를 논의하기 위한 외부분과와 연차수당과 평가제도 개선 등을 위한 내부분과로 운영 중
- 단체협약에서 규정하고 있는 공정방송위원회를 총 6회 개최하여 KBS 프로그램 및 보도, 제작 프로세스 전반의 공정성이 강화될 수 있도록 노력함.

- 2019년 임단협 부속합의 후속조치와 각종 경영개혁 과제의 논의를 위하여 <인사후생 TF>를 상반기 중 출범·운영하였으며, 노사 간 의견 접근 후 2020년 임금협약과 통합하여 논의를 지속함.
- 2020년 임금협약을 예년보다 빠른 9월초 체결하여 코로나19로 인해 불확실성이 커진 KBS 재정상황을 조속히 안정화시킴.
 - 각종 개혁과제 논의를 위해 상반기 운영 중이던 <인사후생 TF>와 7월부터 통합하여 교섭을 진행한 결과 임금 동결과 시간외실비 현실화 실시
 - 감사원과 KBS 감사실 지적사항을 해결하였으며, 월별퇴직 도입과 그린라이프 폐지 등 KBS 개혁과제에 대한 합의를 이끔.
- 근참법에 의거하여 3년 3개월 만에 2분기 정기 노사협의회를 정상적으로 개최하였고, 이어 3분기 정기 및 임시 노사협의회를 실시함.
 - 그동안 근로자위원 정족수 미달로 파행되던 노사협의회는 근로자 과반수 노동조합의 탄생으로 근로자위원을 새로 위촉하면서 정상적으로 열림.
 - 2분기 노사협의회를 통해 감사실 지적사항으로 그동안 해결과제였던 노사협의회 운영 규정을 10년 만에 개정하였고, 고충처리위원 선임 문제를 해결하여 근로자 고충처리 절차를 정상화하였음.
 - 3분기 및 임시 협의회에서는 10가지 안전에 대해 노사 합의를 하였음.
 - 이는 2017년 3월 제99차 노사협의회 합의 이후 3년 7개월 만의 노사협의회 합의로써 해당 문제에 직면한 직원들의 고충을 해소하고 사기 진작과 복지 향상에 기여함.
- 미래발전노사공동위원회 운영(2020.07. ~)
 - 수신료 현실화, 방송법 개정 등을 논의하기 위한 외부분과와 선택적 안식년제, 성과급제 확대, 평가제도 개선, 연차제도 개선 등을 위한 내부분과로 나누어 운영함.
- 총 6회의 공정방송위원회를 개최하여 KBS 프로그램 및 보도, 제작 프로세스 전반의 공정성 강화 도모
 - 정치·사회적으로 큰 이슈가 되었던 사안들을 다루면서 공정성 확보에 노력함.

4. 평가 및 제언

1) KBS 인사조직 분야 평가 준거와 총평

□ 조직 성과는 최상위 목표와 하위 목표 간에 상호관계가 정렬(alignment)된 전략적 일관성이 갖춰져 있고 구성원들이 소기의 역량을 구비하고 조직목표에 대한 동기부여 정도가 높을 때 달성 가능함.

- 조직의 비전, 목표, 전략, 그리고 전략 실행을 위한 사업과 성과지표가 상호간에 정렬이 이뤄지고, 각 부서와 개인에게 체계적으로 할당되어야 하며, 이를 통해 개인과 단위 조직이 전체 목표에 기여할 수 있는 적합한 기회를 가질 때 효과적인 조직 경영이 이뤄짐.
- 조직 구조와 제도 및 문화는 조직의 전략적 목표를 달성하는데 적합한 형태를 갖추고 관리될 때 구성원들의 역량을 향상시키고 동기부여할 수 있음.
- KBS의 인적자원관리는 기능적 운영효율성 확보뿐 아니라 조직의 비전과 전략적 목표를 기준으로 - 계획 - 실행 - 평가되어야 함.

□ KBS 중장기계획 5대 목표 중 하나인 ‘창의적 조직으로 변화’는 다른 목표인 ‘독보적 신뢰, 압도적 영향력, 콘텐츠 도달률 강화, 글로벌 미디어’라는 목표 달성을 위한 기반 목표에 해당하며 각 단계의 목표가 유기적으로 연계됨.

- KBS는 창의적 조직으로 변화하기 위해 ‘콘텐츠 중심 조직구현, 효율적 운영체계 구현, 안정적 재원 확보’를 핵심과제로 설정하고 2020년에 8개 핵심사업(2019년은 7개 핵심사업)을 추진하였음.
 - 콘텐츠 중심 조직구현은 조직구조와 인사제도 개편을 통해 ‘구성원 역량 개발 및 동기 부여’를 가능하게 하는 사업으로 구성됨.
 - 효율적 운영체계 구현은 ‘프로세스’에 해당하는 사업과 관련되며, 안정적 재원확보는 조직의 ‘재무적’ 목표 달성과 관련된 사업임.
 - 이와 같은 목표와 과제 및 사업의 구성체계는 KBS의 중장기계획 상의 최종 목표(미션)를 달성하는데 유기적 관련성을 갖고 있는 것으로 평가되며, 2019년도 대상 2020년 경영평가에서 언급된 ‘내부 프로세스를 지속적으로 개선하는데 필요한 평가요소 그리고 직원들의 학습과 성장에 필요한 평가요소를 발굴하는 노력이 필요’하다는 점을 반영하고 있는 것으로 볼 수 있음.
- KBS는 부서 목표의 달성이 당해연도 경영목표로 연계되고 다시 중장기계획의 달성으로

연결되는 구조화된 성과관리 체계를 갖춘.

- 2020년 경영평가에서 ‘중장기계획에서 개인성과목표에 이르기까지 전체목표와 세부목표간에 일관성을 유지하고 있으며 중장기계획이 연도별 경영목표로, 또 연도별 경영목표가 당해의 운영계획으로, 또 당해의 운영계획이 부서나 팀의 목표로 체계적으로 연결된 것으로 평가
- 나아가 이러한 평가체계를 인트라넷 시스템을 통해 관리함으로써 효율성과 더불어 구성원들의 성과목표에 대한 인식을 제고하고 있음.
- 이러한 체계화된 연결관계와 시스템적 운영은 KBS의 성과관리체계의 강점으로 2020년도에도 일관되게 운영되고 있음.

〈참조: 2019년 경영평가 준거〉

- 낮은 시청률과 낮은 광고시장점유율, 공정정보에 대한 요구 증가, 낮은 콘텐츠 경쟁력, 디지털 플랫폼 기반의 다양한 방송서비스에 대한 요구 증가 등과 같은 높은 전략적 불확실성(High Strategic Uncertainty)에 직면해 있고 동시에 대내적으로도 1981년 이후 동결되어 있는 수신료에 따른 불안정한 재정 등으로 높은 자원압박(resource intensity)에 직면해 있음.
- 따라서 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 성과 중심의 인사/조직제도여야 함(Competency & Performance-Based HRM).

자료) 2019년 경영평가 보고서

- KBS 중장기계획 실행 3년차 진입에 따라 2019년부터 이뤄져온 전체적인 진행 경과와 성과에 대한 통합적 리뷰가 필요하며 이를 통해 향후의 중장기계획 수립과 실행이 요구됨.
- 2019~2021년 중장기계획 대상 기간 첫해인 2019년도 대상 성과관리 평가(2020년 실시)에서 ‘KBS는 목표설정의 일관성이 우수하나 내부 프로세스와 구성원의 학습과 성장관점의 성과지표 도입과 관리의 필요성’을 제기함.

□ KBS의 현행 성과관리제도는 목표 수준별 구조화, 상위목표와의 연계성, 성과목표의 분담과 역할·책임 명확화 등 체계화 정도가 우수하나, 평가 커뮤니케이션과 피드백을 강화할 필요

- 성과관리와 평가가 주기적으로 이뤄지는 사후적 평가에서 벗어나 업무수행을 돕는데 목적을 둔 실시간 피드백과 코칭을 중시하는 변화의 흐름을 참조하여 KBS에 맞는 선진적인

성과관리와 평가 방식에 대한 연구가 필요함.

- 주기적 성과평가의 부작용인 내부경쟁 심화, 조직정치, 성과보상을 위한 도구적 사용, 평가의 오류 빈발 등으로 이를 폐지하는 경향
- IT를 접목한 실시간 피드백 코칭 방식으로 전환하여 상사와 동료의 업무수행을 도와주고 조언하는 코칭 역할을 강화하는 경향

□ 성과관리와 평가에서 정보제공과 역량개발 목적에 초점을 두고 개선 방안을 마련할 필요가 있음.

- 예를 들어 개인별 점수를 등급으로 환산하여 서열화하는 방식을 폐지하고 실제 점수 그대로를 피드백함으로써 정보제공과 개발적 기능을 강화하는 방안을 고려해 볼 수 있음.
- 성과관리와 평가는 사후적인 결과를 측정하여 승진 등 인사이동과 보상에 사용하는 목적도 있지만 근본적으로는 개인의 역량개발과 조직성과 향상에 있음.
- 자신의 업무수행 내용과 결과를 보다 구체적으로 파악하고 개선할 수 있는 정보 제공 기능을 강화
- 부족한 점을 보완하고 새로 요구되는 능력을 개발할 수 있는 개발적 관점에서 성과평가를 활용할 필요
- 이를 위해서는 새로운 내용의 평가자 훈련을 제공하고 코칭 리더십을 개발할 필요가 있음.

□ 전략적 인적자원관리 관점에서 KBS는 다각적이고 점진적인 개선 노력을 취하고 있으나 보다 근본적인 혁신이 지속적으로 요구됨.

- KBS를 ‘둘러싼 대내외적인 전략적 불확실성과 자원압박을 흡수할 수 있을 정도로 경영전략을 뒷받침하는지, 유연하고 탄력적인지, 역량과 성과 중심의 인사관리인지(2020년 평가보고서)’에 대한 평가 준거는 지속적으로 유효하며 자체 평가와 개선 방안 모색이 지속돼야 함.
- 전사적인 조직개편과 실행, 직급체계 개편, 직무재설계 등 혁신 노력이 이뤄지고 있어 개선이 기대되나, 활발한 소통과 공감대 형성을 통해 구성원들의 전사적인 협조와 동참을 최대한 이끌어 낼 필요가 있음.
- 인력구성의 고령화, 고직급화는 직무능력 향상 및 합리적 임금체계와 병행되지 않을 경우 구성원의 동기부여와 조직활력을 떨어뜨리고 저효율화를 초래하며 변화 트렌드를 반영하지 못하여 조직 실패로 귀결될 수 있으므로 근본적인 제도 개선과 지속적 혁신이 요청됨.

- 연공서열형 인력운영과 승진승급 관행 및 보수체계는 직무능력 개발과 직무역량에 따른 역할 수행 기회의 부여가 이뤄질 수 있는 체계로 지속적 변화가 요구됨.
- 퇴직자 재고용의 경우 퇴직자에 대한 복지 차원의 접근으로는 한계가 있으며 직무역량과 보수수준 등 합리적 기준을 바탕으로 수행되는 것이 바람직할 것이며, 청년층 신규 인력에 보다 많은 기회를 부여하는 데 역점을 두고 진행되어야 할 것임.
- 전체적인 인력규모의 축소와 인건비 절감과 같은 인력운영의 효율성 지표가 개선되고 있으며 디지털 혁신에 필요한 교육훈련을 다양하게 제공하고 있음. 인력운영의 효율성 제고와 기존 인력의 역량개발뿐 아니라 미래 변화에 요구되는 역량을 보유한 참신성 있는 외부인재 영입을 위한 활동이 병행되어야 할 것임.

2) 인사/조직 분야 평가

(1) KBS의 조직관리 및 인력운영

- KBS는 2019년도에 콘텐츠 중심 조직을 구현하기 위한 목적으로 조직개편을 실시하고 2020년도에는 개편 조직의 안정적 정착을 위해 노력함.
 - 중장기계획(2019~2021) 및 2020년 경영목표 상 조직운영 방향은 ‘콘텐츠 중심 조직의 구현’으로 급변하는 미디어 환경에 대응하고 디지털시대에 최적화된 콘텐츠 중심의 공영미디어로 나아가기 위해 2019.03. 전사 조직개편을 단행함.
 - 2020년도에는 2019.03.에 실시한 전사 조직개편의 안정적 정착에 우선순위를 두고 부분적 개선을 실시하여 운영하였음.
- 2020년 조직관리는 전년도 조직개편을 정착하여 조직개편 목적을 달성하는데 중점을 두되, 혁신 추진 기능 강화, 뉴스경쟁력 및 프로그램 경쟁력 강화, 대형이벤트방송사업 강화, 수신료 개선 관련 프로젝트 등을 위한 개편이 이뤄짐.
 - 이를 위해 전략기획국의 혁신 추진 기능을 강화하기 위해 혁신추진부를 전략기획국 산하로 이동하고 팀장 정수를 증원하여 전략기획국의 혁신 추진 기능을 강화함.
 - 뉴스경쟁력 강화를 위한 통합뉴스룸으로 조직을 변경함.
 - 통합뉴스룸 직속 뉴스이용자 소통 강화를 위한 팀을 신설하고, 팩트체크팀 통합운영에 따른 팀장 정수를 조정하여 뉴스경쟁력을 강화함.

- 정치국제주간, 경제주간, 사회재난주간, 디지털뉴스주간 직속 ‘심층 보도 및 방송’ 분장업무를 신설하여 각 주간의 심층 보도 기능을 강화함.

○ 프로그램 경쟁력 강화를 위한 제작1본부 조직을 변경함.

- 협력제작국을 부 조직에서 CP(Chief Producer) 조직으로 변경하고, 시사교양 프로그램 기획과 제작 등의 분장업무를 추가하는 등 보다 유연한 조직구조로 변경하고 외주와 제작 간의 시너지를 추진함.

○ 원활한 업무 추진을 위한 조직 신설

- 국내외 대형이벤트 방송사업 수주 및 관리 등을 위해 임시기구 ‘대형이벤트방송사업단’을 신설함(기존 프로젝트팀 폐지)
- 수신료 제도개선 등을 위한 프로젝트팀 ‘KBS공영성강화프로젝트팀’을 신설하여 지속가능한 공영방송 모델 구축을 위해 노력함.

□ 콘텐츠 전략의 미래 방향에 대한 연구와 이를 바탕으로 한 조직구조 개편과 구축, 요구역량 획득과 개발 및 배치 등 전략-조직-인사 차원의 대전환 필요

- ‘콘텐츠 중심 조직’이 콘텐츠 자체의 수준 향상에 기여하는데 머물지 않고 콘텐츠를 중심으로 사용자 간, 콘텐츠 간, 기능 간이라는 3가지 차원에서의 연결관계를 고려¹⁾하여 디지털 변혁기에 적응하고 선도할 수 있는 ‘그랜드 전략’ 마련이 요청됨(2022년 이후 장기 조직전략을 2021년에 수립하고 실행할 필요성)
- KBS 구성원이 디지털 변혁기의 의미와 변화를 이해하고 준비할 수 있는 학습 기회를 제공함으로써 미래지향적인 역량개발이 요청됨.
- 콘텐츠 중심 조직에서 디지털 변혁기 콘텐츠의 미래를 선도하는 조직으로 2차 대전환을 위한 변화관리가 요구됨.
 - 변화전략 수립(연구 및 기획), KBS 구성원 간 변화의 공감대 형성, 변화주도 및 실행, 평가와 수정, 보상과 강화 등 일련의 조직변화와 개발 수행
- ‘디지털 워크플로우’ 정착을 위한 시스템 구축에 있어 방송 영역과 경영 영역에 걸친 전사적 통합 디지털화 기획을 통해 자원관리의 시너지를 극대화할 필요가 있음.

1) 바라트 아난드, 2016, 콘텐츠의 미래, 리더스북

- 나아가 광고국과 콘텐츠 사업국 등의 손익센터(Profit Center) 역할 수행을 강화할 수 있는 조직편제와 인력운영에 대한 전향적 검토가 필요함.

(2) 인력구조와 인건비 운영

- KBS의 인력구조는 고직급 고연령 구조를 갖고 있으며 최근 3년간 직종별 인력 분포는 큰 변화가 없는 것으로 평가됨.
 - 특히 실무직급의 상위 직급인 G1급이 전체 인력의 1/4 이상을 점유하고 하위 직급의 젊은 인력이 상대적으로 적은 분포를 보여 자연퇴직과 신규채용을 조정하는 등 지속적인 개선이 요구됨.
 - 비정규직은 기간제근로자, 법령상 사용기간 제한의 예외 인력으로 최소한으로 구성되어 있는 것으로 보임.
- 최근 3년간 평균 0.6%의 낮은 임금인상률을 유지하여 인건비성 경비를 합리적으로 제한하기 위해 노력함.

(3) 인사제도

- 관계법령과 인사규정 등 제반 규정을 준수하여 인사제도를 운영하고 있는 것으로 평가됨.
 - 블라인드 채용 및 면접위원 교육을 통한 차별 금지 등 공정한 채용을 위한 조치를 취함.
 - 인사평가에 있어 직원과 부서장의 상호 발전을 가능케 하는 상향평가가 실시 및 피평가자와의 확인면담, 재평가 등의 피드백을 실시함.
 - 보도, 시사제작, 시사교양 분야 국장임명동의제를 실시하고 있으며, 개방직의 경우 제도는 있으나 2020년 말 현재 개방형직위자는 없는 상태임.

(4) 인력구성 다양성

- 집행기관 및 보직자의 성, 연령, 경력, 지역 다양성에서 경력과 배경은 고르게 분포하고 있으나 성별 다양성과 연령 다양성은 개선이 요구됨.
 - 보직자의 여성비율이 15.3% 수준으로 상위 보직으로 갈수록 비중이 낮아지고 있으며 (센터장급의 경우 4명 중 1명이 여성) 직종별로는 프로듀서, 기자, 아나운서 등의 직종에서 지속적으로 여성인력이 증가하고 있음.

- 책임직급 이상(팀장급 이상)에 대해 여성 직위자 임용 목표를 제시하여 개선이 이뤄지고 있음.
- 보직자의 연령대별 구성에서 연령과 상위보직 간의 상관관계가 높은 연공서열형의 모습을 보여줌.
- 장애인 의무고용 비율에 미달하는 수준의 고용을 하고 있는 점도 개선이 필요한 사항임.
- 인력 다양성을 확보하기 위해 입사시 연령제한을 두지 않고 성평등한 채용을 위해 노력하고 있으며 장애인, 취업지원대상자 및 다문화가정 자녀에 대한 우대점수 부여를 실시 중임.
- 인력구성의 다양성 확보와 더불어 다양한 인력이 조직에 적응하고 역량을 발휘할 수 있도록 포용적인 조직분위기 형성과 리더십 개발 등 다양성 관리를 위한 교육이 병행될 필요가 있음.

(5) 인력수급

- 직무역량이 검증된 경력직원 채용을 확대하고 있으며 2020년 비상긴축조치 이후 신규 채용을 축소하고 기존 인적자원의 재분배를 통해 인력운영 효율화를 도모 중임.
- 급변하는 미디어 시장 및 노동관계 법령 개정 등 대외적 환경에 대응하고, KBS 재정상황, 신규 사업 및 핵심 인력 유출 등 대내적인 요소를 복합적으로 고려하여 채용 인력을 운영 중임.
 - 인력운영의 탄력성을 높이기 위해 각 직종별로 세부적으로 인력운영 계획을 세우기보다는 KBS 전체 인력 규모 중심의 종합적인 중장기 인력운영 계획을 수립하여 운영하고 있음.
- 2020년 7월부터 전체 직무의 재설계를 진행 중에 있으며, 직무재설계 후 결과를 반영해 인력운영 계획과 신규 채용 계획을 보완할 예정으로 있음.
 - 관행적인 인력운영에서 벗어나 선택과 집중을 통해 필요한 분야에 인력을 보강 기존 인력의 직무 조정을 통해 인력운영 효율성과 탄력성을 지속적으로 제고할 필요

(6) 인적자원개발

- 분야별 최고의 전문가를 양성하고, 직무 수행 역량을 향상시키기 위해 각종 직무 교육과 학습 활동을 다양한 방식으로 실시하고 있으나 2020년에는 코로나19로 인해 계획했던 다수의 집합 교육을 취소하고 비대면 교육으로 전환하여 실시
- 디지털 역량 교육은 전면 온라인화하여 학습 과정에서부터 디지털을 경험하고 데이터 사이언스 전문가 양성 과정을 온라인 집중코스(13주)로 실시하고, 최신 디지털 트렌드를 유튜브 생중계 특강으로 제공하는 등 디지털 역량을 강화하고자 노력함.
- KBS의 미래 발전 전략에 걸맞는 획기적인 인적자원개발 전략 마련과 실행이 요청됨.
 - 기술 및 사회 환경, 미디어 활용 행태의 급변에 신속하게 대응하기 위해 필요한 교육과정 발굴 및 운영
 - 기존 인력의 직무전환을 위한 교육훈련 투자 확대 및 장기 근속 구성원들이 보상 가치에 맞는 역할을 수행할 수 있도록 역량진단 및 개발과 직무전환 기회 부여 실시
- 차세대 미디어 생태계 기술변화에 대비한 인력 충원과 전문인력 양성을 위한 중장기 로드맵의 가시화가 요청됨.
 - 현재 퇴직자 재고용은 인력 충원을 일부 대체해 송신소 현업, TVR 정비 등 한정된 업무 등에 적용해, 축적된 기술력과 운용 경험을 활용하고 결원 문제를 해소하는 효과는 얻을 수 있으나, 미디어기술의 환경변화에 대응과 적응이 용이한 고속력 전문인의 양성과 시스템 운용개선을 위한 연구 제안 창출 등 기술발전 환경을 구현하는 계획과는 대치되는 운영으로 판단됨.
 - 방송기술직의 정기순환 전보는 본사와 지역간 기술지식과 경험을 공유하고 제작, 송출, 송신기술의 직무별 전문성을 향상하는 취지로 운영했으나 부서의 결원을 충원하는 전보로 시행된다는 인식이 많음.
 - 이같은 정기 순환전보의 역기능을 최소화하고 제도의 목적과 취지가 강조된 직무별 전문적인 경력개발경로(CDP)를 제시하는 등 방송기술직 순환전보의 순기능이 환류되는 효과를 갖는 제도의 시행을 권고함.

(7) 성평등 및 비정규직 관리와 노사관계

- KBS는 성평등을 실현하기 위해 불공정 관행 해소, 인식 개선, 성평등 문화 정착, 프로세스 구축, 모니터링 및 교육훈련을 실시하고 있음.
- 육아휴직 대체인력 채용제, 자동육아휴직제 등을 지속적으로 운영하여 직원의 육아휴직 신청 부담을 줄이고, 육아휴직자 업무공백을 최소화하는 한편 사내 여성인력의 고충 청취 및 문제해결을 위하여 노력하는 등 일·가정 양립 및 양성평등을 실천하는 기업문화 구축을 위해 다양한 제도를 시행하고 있으며 일·가정양립제도의 적극적 운영 및 지속적 개선 노력을 인정받아 2020년 12월 여성가족부로부터 '가족친화 우수기관' 재인증을 획득함.
- 2020년 3월부터 코로나19 대응 관련 전사적 재택근무를 실시하고 자율출퇴근제를 확대 실시 및 적극 권장하여 직원 건강을 보호하고 및 육아 등 가족돌봄 편의를 제고함.
- 주 52시간 근무제에 대응하기 위해 유연근로시간제 도입을 지속적으로 추진하고 있으며 보도, 제작 등 필요 직무(2020년 연간 총 730명)를 대상으로 4주단위 선택적근로시간제를 실시함.
 - 〈근로시간 단축 노사 실무위원회〉를 개최하여 선택적 근로시간제, 재량근로시간제, 사업장 밖 간주근로제 등 유연근로시간제 세부조건 및 운영기준에 대해 노사 간 협상을 지속함.
- KBS와 자회사의 임금수준 등 차이는 방송 산업에서의 위치, 역할과 함께 각 회사가 속한 업계의 시장 상황에서 우수 인력을 확보할 수 있는 처우조건 및 회사의 매출액, 이익 등 여러 가지 요소를 고려해 결정하는 과정에서 발생하고 있으나, 비정규직의 차별적 처우 해소를 위해 비즈니스, 아트비전, 미디어텍, 시큐리티와 같은 위탁계열사의 위탁비에 최대한 반영하여 차이 해소에 노력하고 있음.

- 2020년 코로나19로 인해 내외 환경이 엄중한 상황 속에서도 각 노동조합과 지속적인 대화와 협상을 통해 개혁과제를 수행하기 위해 노력함.
- 2020년 임금협약 및 부속합의서를 예년보다 빠른 9월초 체결함으로써 불확실성이 커진 KBS 재정상황을 조속히 안정화시킴.
- 3년 3개월만에 노사협의회를 정상적으로 개최하고 정기 및 임시 노사협의회를 실시함.
- 미래발전노사공동위원회를 운영하여 수신료현실화, 방송법 개정 등을 논의하기 위한 외부분과와 선택적 안식년제, 성과급제 확대, 평가제도 개선, 연차제도 개선 등을 위한 내부분과로 나누어 운영함.
- 공정방송위원회를 개최하여 KBS 프로그램 및 보도, 제작 프로세스 전반의 공정성이 강화될 수 있도록 노력함.
- 각 노조와의 대화와 협상을 보다 활발히 수행하여 보다 원만한 노사관계를 형성할 필요가 있음.

3) 제언

- KBS는 공영미디어 특별위원회와 연구조직을 운영하는 등 경영환경 변화에 대한 준비를 하고 있으나 효과적인 준비를 위한 지원과 새로운 변화 방안에 대한 내외부 공감대 형성, 신속한 조직변화와 인력개발 등이 이뤄져야 할 것임.
- 콘텐츠 중심 조직으로의 개편은 콘텐츠의 질적 향상과 더불어 디지털시대에 적합한 전달체계의 혁신을 동시에 요구함.
- <공영미디어 KBS 미래를 위한 혁신 보고서>는 ‘공공서비스미디어’를 장기 미래상으로 설정하고 방송이라는 한계를 벗어나 다양한 플랫폼과 형식을 통해 공영방송의 책무를 수행하는 미션의 실현이 필요하며 이를 위해서는 중장기계획 설정 주체의 명확화와 일관성 있는 실행 체계 마련이 긴요함을 제언함.
 - 일관성 있는 추진과 책무성 확보를 위해 중장기계획 수립 주체를 명확히 하는 것이 바람직한 것으로 보고하고 있으며, 중장기계획의 올바른 수립을 위해서는 연구 기능과 역량 강화가 필요함.
 - 경영목표, 방송기본계획, 기본운영계획의 개념과 용어를 단순화할 필요성을 제기하고 있는 바, KBS의 미래 변화에 대한 구성원의 공감대와 합의 형성을 위해서는 용어의 통일을 통해 공통의 이해기반을 갖출 필요

- KBS의 경영목표에 대한 내부 구성원들과의 사내 커뮤니케이션(목표, 성과, 평가, 피드백 관련 조직내 커뮤니케이션)은 어떻게 어느 정도 수행되었는지 분석하고 구성원들의 이해와 공감대 형성 및 의견 수렴을 위한 노력을 보다 강화할 필요가 있음.
 - 평가가 결과에 대한 사후 평가(사정형 평가)라기보다는 성과달성을 위한 관리도구이며 필요한 자원을 지원하는 정보공유 과정이라는 관점 하에 목표설정과 성과지표 할당 과정에서 참여가 활성화 될 필요
 - 구성원의 참여는 절차적 정당성과 과업에 대한 몰입 및 과업수행에 대한 내적 동기부여에 기여할 수 있음.
- 성과목표 수립시 다양한 구성원들의 의견을 수렴하는 다각적 의사소통 채널 활성화 필요
 - 신세대와 고령자, 여성, 외국인, 비정규 사원 등 구성원의 다양한 의견을 수렴하여 편성, 제작, 경영에 반영함으로써 인구 구성 다양화와 디지털 변혁 시대의 새로운 니즈를 충분히 반영할 필요
- 시민사회의 미래를 책임지는 ‘인식의 창’으로서 신뢰성 있고 충분한 역할은 KBS를 둘러싼 제반 논란이 미래지향적으로 해결될 수 있는 기초임.
 - 변혁기를 선도하는 변화에 실패할 경우 우리 사회의 건전한 발전도 담보할 수 없음.
 - 공영방송으로서 혁신을 등한시하여 시민사회로부터 외면 받을 경우 신뢰할 수 없는 개인방송과 이익을 우선시 하는 상업방송이 지배하는 사회로 전락할 것임.
 - 차 한 잔 값에도 못 미치는 수신료 인상을 둘러싼 논쟁이 발생한다는 것 자체가 기본적으로 KBS 자신에서 비롯된 문제이자 책임이라는 점을 구성원 모두가 인식하고 함께 변화를 모색해야 함.
 - 임직원 모두가 한 배를 타고 항해 중에 쓰나미가 온다면 물고기를 나누는 것이 문제가 아니라 쓰나미부터 공동 대처하는 것이 순서라는 공동의 인식을 형성하고 급격한 변화에 대비해야 함.
 - 지금은 쓰나미를 피하기 위해 단순히 배를 이동하거나 피하는 것이 아니라 배를 항공기로 변화시켜야 할 정도의 상황임.

제4장 | 경영실적

1. 경영실적 및 재무상태

1) 경영실적 및 재무상태 안정성

(1) 연도별 요약 손익계산서

- 매출액은 2019년도 대비 유사한 수준이나 2018년도 대비 5% 감소함.
- 매출원가는 코로나19 관련 제작 축소, 각종 행사취소 등으로 감소하여 사업총이익은 개선됨.
- 전년 대비 유사한 수준의 판관비 발생함.
- 3년 연속 사업손실을 기록하고 있음. 자산매각 등으로 인한 사업외수익의 발생으로 2019년, 2020년 당기순이익 실현
- 2020년에는 방송사업비 축소 및 사업외손익의 발생으로 당기순이익 발생하였으나, 방송 본 연의 사업을 통해서는 3년 연속 손실 지속으로 근본적인 체질 개선이 필요할 것으로 판단됨.

[표 4-1] 최근 3개년 요약 손익계산서

(단위 : 억 원, %)

계정 과목	2018년	2019년	2020년	증감	증감률
I. 매출액	14,352	13,621	13,622	1	0.0
① 수신료수입	6,595	6,705	6,790	85	1.3
② 방송광고수입	3,328	2,548	2,319	(229)	-9.0
③ 기타수입	4,429	4,368	4,513	145	3.3
II. 매출원가	12,703	12,320	11,722	(598)	-4.9
① 방송사업비	12,488	12,047	11,472	(575)	-4.8
② 시청자사업비	215	273	250	(23)	-8.4
III. 사업총이익	1,649	1,301	1,900	599	46.0
IV. 판매비와관리비	2,234	2,060	2,040	(20)	-1.0
V. 사업이익(손실)	(585)	(759)	(140)	619	-81.6
VI. 사업외손익	264	784	548	(236)	-30.1
VII. 법인세비용차감전순이익	(321)	25	408	383	1,532.0
VIII. 법인세비용	-	9	81	72	800.0
IX. 당기순이익(손실)	(321)	16	327	311	1,943.8

(2) 연도별 매출액 대비 손익 비율

- 매출원가율은 방송사업비의 감소로 전년 대비 90.4%에서 86.1%로 감소하였음. 코로나19로 인한 제작 축소, 도쿄올림픽 연기, 각종 행사 취소 및 세 차례에 걸친 비상긴축(303억 원) 실시로 감소됨.
- 매출액대비 판관비 비율은 매년 15% 수준으로 유지되고 있음.
- 매출액대비 사업손실율은 매출원가율의 하락 영향으로 축소되었음.
- 매출액대비 당기순익율도 매출원가율의 하락 영향으로 전년 대비 소폭 상승함.

[표 4-2] 최근 3개년 매출액 대비 손익비율

(단위 : 억 원, %)

계정 과목	2018년		2019년		2020년	
	금액	비율	금액	비율	금액	비율
I. 매출액	14,352	100.0	13,621	100.0	13,622	100.0
① 수신료수입	6,595	46.0	6,705	49.2	6,790	49.9
② 방송광고수입	3,328	23.2	2,548	18.7	2,319	17.0
③ 기타수입	4,429	30.9	4,368	32.1	4,513	33.1
II. 매출원가	12,703	88.5	12,320	90.4	11,722	86.1
① 방송사업비	12,488		12,047		11,472	
② 시청자사업비	215		273		250	
III. 사업총이익	1,649	11.5	1,301	9.6	1,900	13.9
IV. 판매비와관리비	2,234	15.6	2,060	15.1	2,040	15.0
V. 사업이익(손실)	(585)	-4.1	(759)	-5.6	(140)	-1.0
VI. 사업외손익	264	1.8	784	5.8	548	4.0
VII. 법인세비용차감전순손익	(321)	-2.2	25	0.2	408	3.0
VIII. 법인세비용	-	-	9	0.1	81	0.6
IX. 당기순이익(손실)	(321)	-2.2	16	0.1	327	2.4

(3) 연도별 요약 재무상태표

- 2020년말 현재 총자산은 1조 2,727억 원으로 전년 대비 1.3%에 해당하는 163억 원이 감소함.
- 유동자산은 3,187억 원으로, 전년도 3,119억 원 대비 68억 원(2.2%) 증가함.
 - 당기순이익 발생, 재송신료 협상타결로 인한 입금 및 연차수당 후지급 변경으로 현금성 자산 474억 원 증가

- 재송신대가 수입 정산 등으로 매출채권 369억 원 감소
- 비유동자산은 9,540억 원으로, 전년도 9,771억 원 대비 231억 원(2.4%) 감소.
 - 지분법 회계처리로 지분법적용투자주식 41억 원 감소
 - 퇴직자 증가에 따른 학자금 대여금 상환으로 장기대여금 48억 원 감소
 - 건물 및 기계장치 감가상각에 따른 유·무형자산 173억 원 감소
 - 기타비유동자산은 카타르 월드컵, 베이징 동계올림픽 중계권료 선급금 발생 등으로 증가
- 유동부채는 1,736억 원으로, 전년도 2,123억 원 대비 387억 원(18.2%) 감소.
 - 당기순이익 발생, 재송신료 협상타결로 인한 입금 등으로 자금흐름이 개선되어 단기차입금 586억 원 상환
 - 미지급금은 연차수당 후지급 변경 등에 따라 81억 원 증가
 - 미지급법인세는 당기순이익 발생으로 납부세액 증가
- 비유동부채는 3,775억 원으로, 전년도 3,877억 원 대비 102억 원(2.6%) 감소.
 - 퇴직금 지급으로 퇴직급여충당부채 감소

[표 4-3] 최근 3개년 요약재무상태표

(단위 : 억 원, %)

계정 과목	2018년	2019년	2020년	증감	증감률
I. 유동자산	2,704	3,119	3,187	68	2.2
현금및현금성자산	471	22	496	474	2,154.5
매출채권	1,447	2,625	2,256	-369	-14.1
기타당좌자산	728	402	380	-22	-5.5
재고자산	58	70	55	-15	-21.4
II. 비유동자산	9,616	9,771	9,540	-231	-2.4
투자자산	3,376	3,463	3,377	-86	-2.5
유형자산	5,631	5,507	5,332	-175	-3.2
기타비유동자산	609	801	831	30	3.7
[자 산 합 계]	12,320	12,890	12,727	-163	-1.3
I. 유동부채	1,433	2,123	1,736	-387	-18.2
매입채무	303	329	314	-15	-4.6
미지급금	863	1,045	1,126	81	7.8
단기차입금	-	586	-	-586	-100.0

계정 과목	2018년	2019년	2020년	증감	증감률
기타의 유동부채	267	163	296	133	81.6
II. 비유동부채	4,139	3,877	3,775	-102	-2.6
퇴직급여충당부채	4,139	3,877	3,775	-102	-2.6
[부 채 합 계]	5,572	6,000	5,511	-489	-8.2
I. 자 본 금	2,062	2,062	2,062	-	-
II. 자본조정	-13	-13	-13	-	-
III. 기타포괄손익누계액	-101	25	25	-	-
IV. 이익잉여금	4,800	4,816	5,142	326	6.8
[자 본 합 계]	6,748	6,890	7,216	326	4.7
[부채와 자본 합계]	12,320	12,890	12,727	-163	-1.3

제3편

평가사항
제4장 경영실적

(4) 과거 5개년 주요 경영성과 추이

[표 4-4] 과거 5개년 주요 경영성과(경영비율) 추이

(단위 : %)

구분	측정 목적	방송업 평균 ¹⁾ (19년기준)	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
성장성	총자산 증가율	1.7	-0.6	4.9	-6.7	4.6	-1.3
	자기자본 증가율	-2.3	3.7	6.5	-5.7	2.1	2.1
	매출액 증가율	-2.9	-3.9	-3.6	0.2	-5.1	0.0
수익성	총자산 순이익률	1.3	2.0	4.3	-2.6	0.1	2.6
	자기자본 순이익률	1.8	3.7	7.9	-4.8	0.2	4.5
	매출액 순이익률	2.2	1.7	3.9	-2.2	0.1	2.4
유동성 및 안정성	유동비율	189.1	153.0	185.0	188.7	146.9	183.6
	부채비율	44.3	87.4	84.6	82.6	87.1	76.4
	차입금의존도	11.6	0.0	0.0	0.0	4.6	0.0

- 성장성 비율

- 매출액 증가율이나 총자산 증가율은 기업의 경영규모와 기업활동 성과가 얼마나 증가하였는가를 나타내어 향후 경쟁력이나 미래의 수익창출 능력을 판단하는 지표임.

1) 출처: 한국은행 경제통계시스템

- 총자산 증가율은 방송업 평균 1.7%이나 KBS는 감가상각에 따른 유·무형자산 감소 등으로 마이너스 증가율을 기록함. KBS는 투자액이 감가상각비를 하회하고 있음. 매출액 증가율도 (-)임을 감안할때 전반적으로 향후 경쟁력이나 미래의 수익창출능력이 낙관적이지 못할것으로 판단됨.
- 수익성 비율
 - 비상긴축 실시, 인건비 절감, 자산매각 등의 자구노력과 코로나19 관련 제작 축소 등으로 인해 327억 원의 흑자가 발생하여 주요 수익성 비율이 개선됨. 그러나 수익성 비율 개선이 자산매각을 통한 처분이익에 기인하는 바, 지속가능한 사업이익을 통한 수익성 비율 개선이 필요함.
- 유동성 및 안전성 비율
 - 단기차입금 586억 원의 상환으로 유동비율 및 부채비율이 전년 대비 개선되었으나, 동종업계 평균(2019년 기준)에는 미치지 못함.
 - 차입의존도는 흑자 발생, 재송신료 협상 타결에 따른 입금 등으로 차입금을 상환하여 0임.

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, 2020년도에는 징수대수 32만 대 증가에 따라 85억 원 증가하였고, 광고수입의 급감으로 수신료수입의 비중도 증가하고 있음.
- 광고수입은 광고시장 재편 등 어려움으로 지속적으로 급감하고 있으며 그 비중 또한 감소하고 있음.
- 기타수입은 전파료, 국고금, 기타방송사업(콘텐츠판매, 협찬금, 캠페인 등), 시청자사업(교향국악단, 일반부대사업)으로 구성되어 있음. 수입 다각화를 통한 콘텐츠 판매수입 증대 등 다양한 수입원 확충 노력으로 전년 대비 증가하였으며 그 비중 또한 증가하고 있음.

[표 4-5] 매출 수입의 주요 구성과 추이

(단위 : 억 원, %)

구분	2016년		2017년		2018년		2019년		2020년	
	금액	구성비	금액	구성비	금액	구성비	금액	구성비	금액	구성비
총매출액	14,866	100.0%	14,326	100.0%	14,352	100.0%	13,621	100.0%	13,622	100.0%
수신료수입	6,333	42.6%	6,462	45.1%	6,595	46.0%	6,705	49.2%	6,790	49.8%
광고수입	4,207	28.3%	3,666	25.6%	3,328	23.2%	2,548	18.7%	2,319	17.0%
기타수입	4,326	29.1%	4,198	29.3%	4,429	30.9%	4,368	32.1%	4,513	33.1%

제3편

평가사항
제4장 경영실적

(2) 방송광고 실적 및 타사 비교 현황

- 케이블 PP의 광고수입은 크게 줄고 있지 않으나 지상파 3사 광고수입은 2016년 1조 3,897억 원에서 2020년 8,454억 원으로 급격히 감소하였음. 이는 인터넷·모바일 광고시장의 성장, 종편 및 유료방송의 시장 잠식에 따른 결과임.
- 케이블 PP의 경우 전년 대비 실적이 감소하였지만, TV조선 등 종편의 경우 트롯 콘텐츠를 앞세워 전년 대비 실적이 상승하였음.
- 2020년 상반기 KBS 광고수입은 코로나19 여파로 전년도 상반기 대비 약 21% 감소하였으나, 하반기 광고시장이 회복세로 전환되고, 주말 드라마·예능 선전 및 통합마케팅 강화 등 노력으로 광고실적을 개선하여 연간 기준 2019년 대비 약 9.0% 감소한 2,319억 원을 기록함.

[표 4-6] 방송 광고시장 매체별 현황 및 광고 수입 실적, 타사 비교 현황

(단위 : 억 원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
KBS	4,207	3,666	3,328	2,548	2,319
MBC	5,961	4,481	4,055	3,491	3,368
SBS	3,729	3,729	3,590	3,136	2,767
지상파 3사 계	13,897	11,876	10,973	9,175	8,454
케이블PP	18,951	18,537	19,901	20,021	19,272

※ 출처 : 지상파 실적 2016~2019년은 방송사업자재산상황공표집(방통위 발간),
2020년은 코바코, SBS M&C/케이블PP 실적, 2020 방송통신광고비 조사
보고서(과기부, 코바코 발간)

- KBS의 광고수입 추세를 채널별로 살펴보면, 2TV의 비중이 절대적임. 2013년 5,613억 원에 달하던 2TV 광고수입이 2020년에는 2,222억 원으로 60%가 급감하였음. 광고수입 비중이 큰 2TV 광고수입에 집중이 필요하며, 라디오는 광고수입 추가 하락을 방어하는 노력이 필요함.

[표 4-7] KBS 채널별 광고수입 현황

(단위 : 억 원)

구분		2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
K B S	2TV	5,613	5,061	4,842	4,017	3,497	3,213	2,437	2,222
	2R	53	42	46	57	56	35	25	18
	2FM	114	106	126	125	108	75	84	78
	DMB	14	14	11	8	5	4	3	-
	계	5,793	5,223	5,025	4,207	3,666	3,328	2,548	2,319
	점유율	28.1%	27.7%	26.3%	26.0%	26.1%	25.7%	23.2%	23.2%
지상파시장		20,632	18,889	19,071	16,182	14,067	12,958	10,985	9,985

(3) 프로그램 판매 등 기타 매출 수입과 증대를 위한 노력

□ 프로그램 판매 등 기타 매출

- 2020년 콘텐츠사업수입 3,326억 원 달성으로 2019년도 3,148억 원 대비 177.7억 원 (5.6%) 증가
- OTT를 통한 콘텐츠 독점 판매 및 동남아 등 신시장지역 적극 공략, 아카이브를 활용한 명품 구작 및 소재영상 발굴판매, 광고국과의 협업을 통한 라이선스 패키지 판매 등 콘텐츠 유통 다각화를 통한 적극적 시장 대응을 함.
- 재송신의 경우, 2020년 5월 IPTV 3사인 KT, SKB, LG유플러스와 2019년부터 2021년에 대한 재송신 계약을 체결했음. MSO의 경우 9월에 현대HCN과 계약 체결을 시작으로 12월에 CMB, SKB 케이블, 엘지헬로비전과 합의했으며, 개별 SO인 금강방송, 광주방송, 울산방송, 남인천방송과 계약을 체결했음. 이외에 위성방송을 비롯한 미계약 MSO, SO사와의 재송신 협상을 진행하고 있으며, 2021년 상반기 내 계약 체결 완료를 목표로 하고 있음.
- Netflix를 비롯한 국내외 OTT 시장의 급성장으로 TV VOD 시장이 위축되었고 드라마 및 예능 등 주요 프로그램의 시청률이 하락한 가운데에서도 IPTV 등 유료방송사업자와의 SVOD (무료VOD) CPS 단가를 인상했고, 구작 공급증대와 적극적인 VOD 프로모션을 실시함.

□ 디지털 콘텐츠의 유통

- 클립 VOD 사업은 콘텐츠 공급 및 광고영업 주체 확대, 광고 상품 다양화를 통한 수익 확대에 주력함. 유튜브의 경우 파트너 세일즈 계약을 체결하고 온에어 클립을 공급한 결과 2020년 수입은 전년 대비 약 250% 증가했고 지상파 최초 구작 드라마를 활용한 <유료 멤버십 서비스>를 도입하는 등 다양한 노력을 기울이고 있음.

[표 4-8] 최근 3개년 KBS콘텐츠 판매 수익 추이

(단위 : 억 원)

구분	2018년	2019년	2020년
국내	2,591	2,680	2,929
해외	359	468	397
총액	2,950	3,148	3,326

□ 광고수입 확대를 위한 노력

- 2019년부터 조직 및 인력을 정비하여 구축한 통합마케팅 체제를 바탕으로, 2020년에는 본격적으로 통합마케팅 상품(일반광고, 간접/가상광고, 디지털광고, 캠페인, 라이선스, 협찬, KBS N광고) 다양화 및 고객 맞춤형 제안 마케팅을 강화하였음. 그 결과 통합마케팅 수입실적은 전년 대비 약 2배 가까이 증가하였으며, 간접·가상광고 판매실적은 주요 예능 브랜드 콘텐츠 활성화 등에 힘입어 전년 대비 약 21% 상승함.
- 간접광고 또는 제작협찬과 해당 콘텐츠 라이선스를 연계한 광고상품을 출시하여 광고국이 직접 판매함. 라이선스 상품 형태를 재정비하고 단가 책정 및 활용 기준을 세분화하여 체계적인 상품구성을 하였고, 드라마 <쫄비탐정>, 예능 <개는 훌륭하다> 등과 연계한 라이선스상품을 판매하였음.
- 디지털광고상품에 대한 직접 영업 체계를 구축하고 일반광고와의 결합상품 등을 출시하였으며, 광고주·광고회사 대상 온라인 프로모션을 강화하였음.

2) 국가기간방송의 정체성에 부합하는 수신료 관리

(1) 수신료수입 증대를 위한 노력과 성과

- KBS 전국사업지사 및 한전 검침원을 대상으로 인센티브를 지급하는 등 연간 수입목표 달성기반을 조성함.

- 수신료종합정보시스템 및 공공기관 자료 분석 등을 통하여 수상기 등록권고 대상기관을 선정하여 전국사업지사에 제공함.
- 수신료 면제자격 변동 관련 시스템을 개발하여 면제자격의 변동으로 인한 부적격 면제자원 시스템 처리(연간 25,071건) 등 업무기능을 개선함. 한전 시스템 변경에 따른 창원, 진주, 제주지사 발굴·민원처리 결과 등을 실시간 반영함.
- 수상기 등록대수는 약 38만 대 증가함.
- 수상기가 없는 1인 가구 비율 증가, 스마트 기기의 TV 대체 등의 문화적인 변화를 감안할 때 수신료 향후 수신료수입의 증가는 한계에 다다를 것으로 예상됨.

[표 4-9] 최근 3개년 수신료수입 실적

(단위 : 억 원)

구분	2018년	2019년	2020년
수신료수입	6,595	6,705	6,803

[표 4-10] 2020년 수신료수입 실적

(단위 : 억 원, 대)

2020 실적					2019 실적 대비			
목표(A)	실적(B)	증감(B-A)	증감률(B/A)	등록대수	실적(C)	증감(B-C)	증감률(B/C)	등록대수
6,803	6,790	△13	99.8%	25,818,337	6,705	85	101.3%	25,436,301

3. 비용 및 원가관리

1) 비용 및 원가관리의 효율성 평가

(1) 과거 3년간 비용집행 추이

- 최근 3개년 비용 실적액은 매년 3%의 하락을 보임. 2017년도에는 파업으로 인한 제작비 감소로 14,374억 원 이었으나, 2018년에 평창올림픽 등 대형 스포츠 관련비용(중계권료, 제작비 등)으로 증가함.
- 2020년도에는 코로나19로 인한 제작 축소, 도쿄올림픽 연기, 각종 행사 취소 및 세 차례에 걸친 비상긴축(303억 원) 등으로 감소함.
- 코로나19로 인해 예년 대비 예산 집행률이 하락함.

[표 4-11] 최근 3개년 비용 실적 추이

(단위 : 억 원)

구분	2020			2019년			2018년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
비 용	15,555	14,015	90.1%	15,597	14,550	93.2%	15,680	15,079	96.2%

※ 법인세비용 포함

(2) 비용 부문별 전년 대비 실적

- 총비용 1조 4,015억 원, 전년 대비 535억 원 감소
- 사업경비는 코로나19 관련 제작 축소, 올림픽 연기, 각종 행사취소 등으로 469억 원 감소
- 인건비는 임금동결 및 직원수 감소, 임금피크제 적용 등으로 129억 원 감소
- 자본예산 절감 집행으로 감가상각 대상 자산 감소에 따른 감가상각비 감소
- 사업외비용 등은 흑자에 따른 법인세 납부액 증가 등으로 83억 원 증가

[표 4-12] 비용 부문별 전년 대비 실적

(단위 : 억 원)

구분	2020 결산(A)	2019년 결산(A)	증감 (C=A-B)	증감률 (C/B)
총 비 용	14,015	14,550	-535	-3.7
I. 사업경비	8,093	8,562	-469	-5.5
1. 방송제작비	5,546	5,958	-412	-6.9
2. 시설운영비	1,123	1,129	-6	-0.5
3. 시청자사업비	114	150	-36	-24.0
4. 판매관리비	1,310	1,325	-15	-1.1
II. 인건비	5,157	5,286	-129	-2.4
III. 감가상각비	512	532	-20	-3.8
IV. 사업외비용 등	253	170	83	48.8

(3) 방송제작비 지출 추이와 비중

- 2020년도 방송제작비는 5,546억 원으로 전년 대비 412억 원(6.9%) 감소함.
- 5개년 방송제작비 지출은 2018년도 대형 스포츠 이벤트로 인해 증가한 예외사항을 제외하고는 전반적으로 매년 하락하는 추세임.

- 2017년도는 파업, 2019년도는 2018년도에 대한 기저효과, 2020년도는 코로나19로 인한 제작 축소로 방송제작비 감소의 주된 요인인 것으로 판단됨.
- 총비용에서 차지하는 비중은 매년 약 40%로 유사한 수준임.

[표 4-13] 방송제작비 지출 추이와 비중

(단위 : 억 원, %)

구분		2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
방송제작비	금액(A)	6,122	5,648	6,478	5,958	5,546
	증감액	-306	-474	830	-520	-412
	전년 대비 증감률	-4.8	-7.7	14.7	-8	-6.9
총비용	금액(B)	15,087	14,374	15,079	14,550	14,015
	방송제작비 비중(A/B)	40.6	39.3	43.0	40.9	39.6

- TV제작, 스포츠 제작비는 2019년 대비 감소한 반면, 보도제작은 2020년도 23% 증가함.
- 멀티미디어제작비는 2019년에 이어 32%(19억 원) 대폭 감소함.
- 연구개발비 역시 2019년, 2020년 감소하고 있음.
- 방송제작 공통은 2020년도에 134억 원(10.5%) 하락함.

[표 4-14] 과거 3개년 방송제작비 지출 내역

(단위 : 백만 원)

구분	2018년		2019년		2020	
	금액	증감율	금액	증감율	금액	증감율
1. TV제작(KBS WORLD 포함)	343,679	0.9%	364,278	6.0%	336,173	-7.7%
2. R제작	27,287	3.0%	28,914	6.0%	26,612	-8.0%
3. 보도제작 (R뉴스 포함)	34,383	4.8%	36,835	7.1%	45,411	23.3%
4. 스포츠제작	101,219	350.1%	24,778	-75.5%	20,966	-15.4%
5. DMB제작 (T,R-DMB)	46	-6.1%	41	-10.9%	42	2.4%
6. 멀티미디어제작 (홈페이지,데이터방송)	8,190	9.8%	5,785	-29.4%	3,932	-32.0%
7. 연구개발(제작)	8,187	31.4%	7,498	-8.4%	7,195	-4.0%
8. 방송제작 공통	124,763	-3.1%	127,689	2.3%	114,282	-10.5%
합계	647,754	14.7%	595,818	-8.0%	554,613	-6.9%

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

□ 방송제작비 세부 내역

- 정규 제작비는 코로나19 관련 제작비 감소 및 월화드라마 편성 축소 효과로 전년 대비 150억 원 감소함.
- 특집 제작비는 코로나19 관련 제작비 감소 및 2019년도 기저효과로 50억 원 감소함. 2019년 3·1운동 및 대한민국 임시정부 수립 100주년 방송 특집 편성이 있었음.
- 스포츠 부문에서는 코로나19 여파로 축구대표팀 평가전, 세계선수권 대회 등이 실시되지 않음에 따라 34억 원 감소함.
- 기타 방송제작비는 자가차량 보조금 폐지, 파견용역 감소, 전속단체 일반직 전환, 미디어텍 직접고용으로 인한 사업경비 감소, 캠페인 업무 광고국 이관 등으로 전년 대비 161억 원 감소함.

[표 4-15] 방송제작비 세부 내역

(단위 : 억 원, %)

구분	2020년(A)	2019년(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)
1. 본사 TV제작	3,002	3,232	-230	-7.1
• 정규제작비	2,385	2,535	-150	-5.9
• 특집제작비	166	216	-50	-23.1
• 미술비	432	463	-31	-6.7
• 장애인방송 등	19	18	1	5.6
2. 본사 R제작	165	183	-18	-9.8
3. 지역국 제작비	507	476	31	6.5
4. 스포츠	208	242	-34	-14.0
5. 기타	1,664	1,825	-161	-8.8
방송제작비 계	5,546	5,958	-412	-6.9

□ 시설운영비 주요 내역

- 2020년도 시설운영비는 1,123억 원으로, 전년도 1,129억 원에 비해 6억 원(0.5%) 감소함.
- 위탁관리비는 청원경찰 본사 전직 등으로 7억 원 감소
- 세금과공과는 공시지가 상승에 따른 재산세·종합부동산세 증가 등으로 20억 원 증가함.
- 전기수도료는 중파송신소 전력사용량 감소에 따른 전기요금 감소 등으로 6억 원 감소함.

[표 4-16] 시설운영비 주요 내역

(단위 : 억 원, %)

구분	2020년(A)	2019년(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)
위탁관리비	540	547	-7	-1.3
세금과공과	253	233	20	8.6
전기수도료	88	94	-6	-6.3
기타	242	255	-13	5.1
계	1,123	1,129	-6	-0.5

□ 시청자사업비 주요 내역

- 시청자사업비는 114억 원으로 전년도 150억 원 대비 36억 원(24.0%) 감소함.
- 국악단운영비는 코로나19로 연주회 축소 및 관련 운영비용이 감소하여 전년 대비 7억 원 감소함.
- 일반부대사업비는 코로나19로 각종 부대사업, 지역행사 취소로 관련 운영비용이 감소하여 전년 대비 29억 원 감소함.

[표 4-17] 시청자 사업비 주요 내역

(단위 : 억 원, %)

구분	2020년(A)	2019년(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)
국악단운영	51	58	-7	-12.0
일반부대사업	63	92	-29	-31.5
계	114	150	-36	-24.0

(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 직접적인 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.

제3편

평가대상
제4장 경영실적

(6) 판매관리비, 인건비 주요 내역

□ 판매관리비 주요 내역

- 판매관리비는 1,310억 원으로 전년도 1,325억 원에 비해 15억 원(1.1%)이 감소함.
- 광고수수율 인상(14% → 16%)에 따라 광고운영비는 14억 원 증가하였으며, 수신료징수비는 수신료수입 증가로 위탁징수비가 증가하였으나, 자원관리원 일반직 전환에 따른 수수료 등이 감소하여 1억 원 감소하였음.
- 일반관리비는 교육훈련비, 소송비용, 후생비 감소 등으로 28억 원 감소

[표 4-18] 판매관리비 주요 내역

(단위 : 억 원, %)

구분		2020년 (A)	2019년 (B)	증감 (C=A-B)	비고
수신료 징수비	위탁징수비	458	453	5	수신료수입 × 6.15% (2021년까지)
	EBS지원금	190	188	2	(수신료수입-위탁징수비) × 3%
	기 타	62	70	-8	자원관리원 일반직 전환 등
	소 계	710	711	-1	
광고 운영비	광고수수료	365	357	8	방송광고수입 × 16%
	방송발전기금	59	58	1	방송광고수입 × 2.5681%
	기 타	21	16	5	캠페인 업무 광고국 이관
	소 계	445	431	14	
일반관리비		155	183	-28	교육훈련비 감소 등
합 계		1,310	1,325	-15	

□ 인건비 주요 내역

- 인건비는 5,157억 원으로 전년도 5,286억 원 대비 129억 원 감소하였으며, 예산 5,354억 원 대비로는 197억 원을 절감하여 집행함.
- 임금인상 효과(19년 임금교섭 1.0% 인상)로 80억 원이 증가하였으나 인원 감소 효과(평균인원 153명 감소)로 인해 182억 원 감소
- 2020년 임금교섭 결과 2021년도는 동결하기로 합의함.

[표 4-19] 인건비 주요 내역

(단위 : 억 원, %)

구분	2020년 결산액 (A)	전년 대비			예산 대비		
		2019년 결산(B)	증감 (C=A-B)	증감률 (C/B)	2020년 예산(D)	차이 (E=A-D)	집행률 (A/D)
임금, 복리비	4,695	4,794	-99	-2.1	4,832	-137	97.2
퇴직급여	462	492	-30	-6.1	522	-60	88.5
계	5,157	5,286	-129	-2.4	5,354	-197	96.3

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

- KBS는 2019년 비상경영계획에 따라 향후 5년간 예산 대비 인건비 비중 34% 수준 내외 유지를 목표로 하는 인력수급계획 수립(연간 약 85명 채용 수준)하였고, 2020년 비상긴축조치 이후 신규 채용 대신 기존 KBS 인적자원의 재분배를 통해 인력운영 효율화를 도모함.
- KBS 인력운영 정책에 따라 단기적으로는 유출 대비 신규 유입 인력이 적지만, 장기적으로 적정수준의 채용규모를 유지하여 우수인력을 안정적으로 확보하고, 인력운영의 예측가능성을 제고할 계획을 세우고 있음.

[표 4-20] 최근 3년간 전체 직원 대비 채용 현황

(일반직 및 촉탁직 기준, 명)

구분	2018	2019	2020
전체 직원(A)	4,527	4,716	4,541
신규 채용(B)	119	223	48
B/A	2.63%	4.73%	1.06%

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

- 인력운영의 탄력성을 높이기 위해 각 직종별로 세부적으로 인력운영 계획을 세우기보다는 KBS 전체 인력 규모 중심의 종합적인 중장기 인력운영 계획을 수립하여 운영하고 있음.
- 2020년 7월부터 전체 직무의 재설계를 진행하고 있으며, 직무재설계 후 결과를 반영해 인력운영 계획과 신규채용 계획을 보완할 예정임. 선택과 집중을 통해 필요한 분야에 인력을 보강하고, 기존 인력의 직무 조정으로 효율성을 제고해 탄력적으로 운영할 계획임.
- 자구노력 차원에서 인력 긴축 운영 기조를 바탕으로 인건비 비중을 30% 이하로 낮추기 위해 향후 5년 동안 다음과 같이 인력을 운영할 계획임.

[표 4-21] KBS 연도별 인력운영 계획

(단위 : 명, 집행기관 포함)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	합계
연초인원	4,726	4,550	4,275	3,992	3,726	3,698	
정년퇴직	-221	-215	-223	-206	-128	-136	-1,129
기타퇴직 (명퇴포함)	-40	-130	-130	-130	-30	-30	-490
신규채용	85	70	70	70	130	130	555
증감 계	-176	-275	-283	-266	-28	-36	-1,064
연말인원	4,550	4,275	3,992	3,726	3,698	3,662	

(8) 인건비 및 복지비 실태와 적정성

- 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 2020년 36.8%로 줄여왔음.
- 2019년 KBS는 2017년도 감사원 감사(한국방송공사 기관운영감사, 2017.10.) 지적사항을 이행하여 '자가차량이용 보조금'을 폐지하였음(2020.01.01. 시행). 자가차량이용 보조금은 국·부장급 직위자에 대해 관내 출장비 대신 매월 정액제 경비를 지급하는 제도였으나, 해당 제도가 실질적으로 관내 출장 실적에 비해 과다하게 지급되는 불합리성이 있어 폐지하고, 직위자에 대해서도 일반 직원과 동일하게 관내 출장 실적에 따른 출장비와 교통보조비(인건비)를 지급하도록 제도를 개선하여 비용 절감에 기여함. 또한 선지급하던 연차수당을 후지급으로 변경하여 자금흐름을 개선함.
- 노동조합과 협의 등을 통해 과다 인건비·복지비에 대한 개선을 지속적으로 추진할 필요가 있음.

(9) 감가상각비 현황

- 직전 몇 년간 미래방송센터, UHD 시설구축 등 대형 정책사업에 대한 미집행 금액이 발생하여 2020년도 예산편성부터 관행적 정책사업 편성을 최소화함에 따라 2020년 자본예산 투자액이 691억 원으로 전년 1,156억 원 대비 465억 원 감소하였음. 이에 감가상각비 예산을 전년 대비 17억 원이 감액된 500억 원을 편성하였음.
- KBS의 감가상각비는 매년 감소추세로 이는 유형자산 투자에 대한 투자 축소를 의미함.

[표 4-22] 감가상각비 현황

(단위 : 억 원, %)

구분	2020년 결산액 (A)	전년 대비			예산 대비		
		2019년 결산(B)	증감 (C=A-B)	증감률 (C/B)	2020년 예산(D)	차이 (E=A-D)	집행률 (A/D)
감가상각비	512	532	-20	-3.8	500	12	102.4

(10) 사업외비용 등 주요 내역

- 사업외비용 및 법인세비용은 253억 원으로 전년도 170억 원 대비 83억 원(48.8%) 증가함.
- 코로나19 여파로 KBS비즈니스, 몬스터유니온이 적자 전환됨에 따라 지분법손실 전년 대비 8억 원 증가
- 법인세비용은 당기순이익 증가에 따른 납부액 증가로 72억 원 증가
- 다만, KBS는 법인세법상 비영리법인으로 수익사업 부분만 과세대상에 해당하므로 매출액 중 수신료수입은 비수익사업으로 과세대상에서 제외됨. 이외의 매출은 수익사업으로 분류하여 관련비용을 공제 후 법인세를 납부함.

[표 4-23] 사업외비용 등 주요 내역

(단위 : 억 원)

구분	2020년(A)	2019년(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)
지분법손실	46	38	8	21.1
기부금	111	112	-1	-0.9
이자비용	6	3	3	100.0
기타 사업외비용	9	8	1	12.5

구분	2020년(A)	2019년(B)	증감(C=A-B)	증감률(C/B)
법인세비용	81	9	72	800.0
계	253	170	83	48.8

제3편

평가사항
제4장 경영실적

(11) 조달계약 체결 내용

- 전체 구매계약 480건 중 수의계약 체결 비중은 109건 22.7%로 전년도 25.7%보다 3.0%p 감소하였음. 주요 요인은 발주부서와 사전 협의를 통해 긴급발주를 지양하고 경쟁입찰 원칙을 강화하였기 때문임.

[표 4-24] 2020년 조달계약 체결 내용

(단위 : 백만 원, VAT 포함)

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

[표 4-25] 최근 3개년 수의계약 비율(건수 기준)

해당연도	2020년	2019년	2018년	비고
수의계약 비율	22.7%	25.7%	29.7%	- 2018년 대비 7.0%p 감소 - 2019년 대비 3.0%p 감소

4. 자산관리

1) 자산관리 효율성 평가

(1) 자산(지식 재산권 포함) 현황 및 평가와 관리의 적절성

① 자산 현황

□ 토지, 건물 등 유형자산 현황

- 2020년말 현재 토지, 건물의 장부금액은 4,365억 원 및 기타 자산 967억 원으로 총 5,332억 원임. 전년 대비 174억 원 감소함.
- 토지의 장부금액은 1,560억 원이나 공시지가는 2조 2,850억 원임.

[표 4-26] 2020년말 토지, 건물 등 기본자산 현황

(단위 : 백만 원)

구분		토지	건물
본사	본신관	698,335	55,943
	별관	510,220	6,808
	연구동	140,005	3,072
	수원센터	255,354	48,270
	그 외 송신소 등	69,941	13,413
부산	부산총국	90,022	7,897
	그 외 송신소 등	11,460	1,210
울산	울산총국	28,255	3,062
	그 외 송신소 등	915	531
창원	창원총국	15,638	13,160
	그 외 송신소 등	1,339	583
진주	진주총국	7,425	673
	그 외 송신소 등	6,258	556
대구	대구총국	45,674	9,817
	그 외 송신소 등	3,343	489

구분		토지	건물
안동	안동방송국	9,728	1,418
	그 외 송신소 등	3,378	425
포항	포항방송국	8,120	1,842
	그 외 송신소 등	10,882	1,241
광주	광주총국	35,074	10,413
	그 외 송신소 등	47,637	691
목포	목포방송국	3,967	999
	그 외 송신소 등	873	526
순천	순천방송국	5,304	903
	그 외 송신소 등	4,070	975
전주	전주총국	55,213	21,394
	그 외 송신소 등	390	553
대전	대전총국	48,954	8,227
	그 외 송신소 등	28,657	1,175
청주	청주총국	15,130	9,242
	그 외 송신소 등	1,919	235
충주	충주방송국	4,386	570
	그 외 송신소 등	435	436
춘천	춘천총국	38,635	23,153
	그 외 송신소 등	844	675
강릉	강릉방송국	19,349	508
	그 외 송신소 등	8,647	972
원주	원주방송국	6,724	1,144
	그 외 송신소 등	3,664	759
제주	제주총국	19,469	26,443
	그 외 송신소 등	19,369	191
합계		2,285,002	280,594

※ 토지는 공시지가, 건물은 장부가 기준

[표 4-27] 유형자산 내역

(단위 : 백만 원)

과목	2020년	2019년	증감액
토 지	155,960	156,702	-742
건 물	280,594	289,423	-8,829
구 축 물	18,510	20,364	-1,855
기계 장치	66,526	69,212	-2,686
기타	11,635	14,939	-3,305
합계	533,224	550,640	-17,416

□ 무형자산 현황

- 국내 특허 81건, 해외 특허 20건 총 101건의 등록 특허 보유
- 국내 상표 247건, 해외 상표 125건 총 372건의 등록상표 보유

[표 4-28] 무형자산 내역

(단위 : 백만 원)

과목	2020년	2019년	증감액
전기이용권	142	214	- 72
가스이용권	1	2	- 1
소프트웨어 등	1,203	923	280
기타(수도이용권등)	87	124	- 37
합계	1,433	1,263	170

② 평가와 관리의 적절성

□ 유형, 무형자산의 평가

- KBS는 일반회계기준을 적용하여 취득원가에 따라 평가하고 있음.
- 토지의 장부금액은 2020년말 현재 1,560억 원이나 공시지가는 2조2,850억 원으로 시가와의 차이가 상당함.
- 특허권 등 산업재산권의 장부금액은 등록에 소요된 금액만을 계상함에 따라 산업재산권의 실제 가치에 비해 상당히 과소하게 평가되고 있음.
- 이는 공정가치평가를 하지 않는 KBS의 회계정책상 불가피한 차이로 판단됨.

□ 관리의 적절성

○ 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 공개경쟁입찰임. 단, 공익사업 편입 기본자산과 1억 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.

○ 기본자산의 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) 최근 3년간 취득, 처분한 기본자산 현황

- 공개매각(공공목적 수의계약)을 통해 비아(중), 홍성(중), 합천(송), 금산(중), 무주(중), 김포(중) 등 기타 부지 매각을 통해 482억 원의 처분이익 발생함.

[표 4-29] 최근 3년간 취득, 처분한 기본자산 현황

(단위 : 백만 원)

구분		2018년	2019년	2020년
취득실적	취득가액	-	12	728
	처분가액	8,262	65,227	49,881
처분실적	처분이익	8,130	63,215	48,244
	처분손익			

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

○ 유휴 부동산 매각 계획

- KBS에서는 자산관리의 효율화와 수익 증대 차원에서 청사 이전에 따른 구청사 부지, 중과 효율화 차원으로 폐소된 송·중계소, 그리고 기능조정 지역국 일부 등을 지속적으로 매각하였음.
- 미매각 불용부동산에 대해서는 매각물건의 특성을 고려한 탄력적인 매각조건 수립 및 매수희망자 사전 물색과 홍보 등 적극적인 매각노력을 통해 매각이익을 극대화하기 위해 노력하고 있음.
- 부동산 보유세와 유지·보수비용 절감 등 자산 관리의 효율성 증대 노력중임.
- 매년 급등하는 부동산 보유세 절감을 위해 경정청구를 통해 10억 원의 중부세를 환급 받았으며, 공시지가 인하로 매년 발생하는 20억 원의 절세에 더하여 2020년 과세구분 변경등을 통해 추가로 매년 9천 8백만 원을 절감함.
- 방송법 제54조의 제한으로 인해 일반 임대차사업 등과 같이 KBS의 자산을 자유롭게 활용하여 적극적으로 수익활동을 할 수 없고, 단지 일반불용자산이나 폐소 송·중계소 등 필요없게 된 유휴 부동산을 매각하고 있을 뿐임. 자산을 활용한 수익증대는 KBS의 설립목적을 고려해 적정선에서 계획되고 추진되는 것이 바람직하다고 사료됨.

[표 4-30] 향후 처분가능한 기본재산 현황

(단위 : 억 원)

대상	(예상)매각가	(예상)처분손익
여주(송)	38.48	29.68
사북(중)	12	11.83
영동(중)	10.8	9.66
영주(중)	10.02	6.39
제천(중)	6.24	6.19

대상	(예상)매각가	(예상)처분손익
금산(중) 청사부지	13.7	13.67
삼척(중)	16.62	16.28
보은(중)	3.48	3.41
고흥(중)	18	17.65
양양(중)	8.61	7.27
합계	137.95	122.03

* (예상) 매각가 : 유찰 건은 최근 입찰가, 입찰예정 건은 감정가 및 공시

제3편

평가내용
제4장 경영실적

5. 계열사 관리

1) 계열사 관리 및 성과의 적절성과 경영 효율성

(1) 계열사 현황 및 성과

□ 계열사 현황

- KBS는 9개의 주요 계열사를 운영하고 있음. KBS미디어, KBS N, KBS AMERICA, KBS JAPAN, 몬스터유니온 등 5개사가 콘텐츠의 제작과 유통을 담당하는 콘텐츠 계열사이며, KBS비즈니스, KBS아트비전, KBS시큐리티, KBS미디어텍 등 4개사가 시설관리 또는 전문분야 인적용역을 제공하는 위탁 계열사임.

[표 4-31] 주요 계열사 업무영역

계열사명		업무영역
자 회 사	KBS비즈니스	시설관리사업(건물·시설물 관리, 방송시설관리), 스포츠교육사업(스포츠월드, 스포츠아카데미), 기술사업 (수신기술, 전기·정보통신 공사), 문화사업(지역홀 대관사업 및 기획사업), 방송차량운전업
	KBS미디어	KBS 콘텐츠 국내외 유통 및 판권관리, 국내외 영상 및 음반, 음향관련 저작물의 제작 구입 판매, 인터넷 기반 미디어산업, 전자상거래, 교육사업, 문화사업 기획 및 기타 부대사업
	KBS아트비전	디자인, 의상, 소품 등 TV프로그램 무대미술 제작, 오픈세트장 등 미술 부대사업, 전시·이벤트 등 문화사업

계열사명		업무영역
	KBS시큐리티	공사 주요시설 및 외부시설 경비, 신변 보호·행사 등 질서 유지·경비원 교육 사업 등
	e-KBS	뉴미디어 및 정보통신, 방송제작 관련 사업에의 투자 및 출자
손 회 사	KBS N	채널사업 (Drama, Joy, Prime, Sports, Kids, W), 각종 공연·이벤트사업 및 기타 부대사업
	KBS미디어텍	KBS방송제작 지원(CG, Sound Design 등) 및 직무능력을 활용한 외주수주사업
	KBS AMERICA	KBS WORLD 미주지역 채널사업(위성, 케이블, IPTV), LA지역 지상파 채널사업(KXLA)
	KBS JAPAN	KBS WORLD 일본지역 채널사업 및 기타 부대사업
	몬스터유니온	방송 프로그램 제작 및 배급, 수입 사업
	KGCS	글로벌 경쟁력을 지닌 킬러 콘텐츠 생산 및 투자

□ 계열사 경영실적

- 코로나19로 인한 광고, 콘텐츠 유통·제작, 스포츠·문화·공연 부문의 영업상 어려움으로 계열사 전반적으로 전년 대비 매출과 영업이익이 감소하였으나 자체적인 비용절감 노력을 통해 영업이익 감소폭, 적자폭을 최소화함.
- 설외성경비 예산 54.2억 원 중 13.4억 원을 건축(24.7%)해 비용을 절감하였으며 2019 년도에 실시한 본사 비상경영계획에 따라 비즈니스는 인력효율화를 통해 시설위탁 위탁비 효율화, 시큐리티는 창원총국 외부도급 전환을 성공적으로 추진하였음.
- KBS미디어와 KBS N은 콘텐츠 매출 감소, 광고수입 감소, 각종 문화사업의 취소 영향으로 영업이익이 감소하였으며 몬스터유니온은 콘텐츠 제작 지연에 따른 비용 증가로 영업손실로 전환함. KBS AMERICA는 광고수입 감소 영향으로 영업손실이 발생하였으나 자체 비용절감 노력으로 전년 대비 손실 폭을 축소함. KBS JAPAN은 위성, IPTV 가입자 증가에 따른 시청료 수입 증가와 비용절감 영향으로 영업이익으로 전환함.
- KBS비즈니스는 코로나19 영향으로 스포츠사업, 대관사업 매출이 급감하여 영업손실이 발생하였음. KBS아트비전은 외부사업 매출 감소로 전체 매출은 감소하였으나 세트사 입찰을 통한 비용절감, 탄력근로제도입에 따른 시간외실비 절감 등 비용절감으로 영업이익이 증가함. KBS미디어텍은 본사 직접고용에 따른 사업영역 축소 영향으로 영업손실 발생하였고 시큐리티는 KT종합관리, 온라인교육 등 외부사업 확대에 영업이익이 증가함.

(2) 계열사의 경영 효율화를 위한 노력과 성과

- 경영계약과 경영평가를 통해 계열사의 경영성과 향상과 책임경영체제 구축을 추구하고 있음. 계열사의 지난 실적과 경영환경, 중점목표사업 등을 종합적으로 고려하여 실적 목표치를 정해 경영계약을 체결함. 경영계약 후 그 결과에 따라 성과급 지급률이 달라지도록 하여 합리적인 경영성과 평가보상 하고 있음.
- 2020년 계열사 경영계약은 다음의 기본방향 하에 체결하였음.
 - 임원 성과급 10%를 삭감하고 계열사별 경비절감 목표를 경영개선과제에 반영했으며, 적자 예상 계열사는 영업이익 손익분기 달성을 목표로 부여함.
 - 미디어 소수주주 주식 매입 완료에 따라 KBS미디어, KBS N은 계열사의 본사에 대한 배당금 지급을 계량지표에 포함시켜, 본사에 대한 재정적 기여를 유도하고, 콘텐츠계열사(몬스터유니온 제외)의 경우 KBS 저작권료 수입 목표치를 최대한 반영함.
 - 한편 2019년에 이어 복리후생 과다 관련 2017 감사원 감사 지적사항을 반영, 이행을 독려하였음. (※ 지적건수(이행완료 제외): KBS미디어(8), KBS비즈니스(9), KBS아트비전(10), KBS시큐리티(6), 몬스터유니온(1))
- 계열사의 장기적인 발전 계획을 수립하기 위해 계열사 경영진단을 통해 콘텐츠계열사의 전략 실행 로드맵을 도출하였고 위탁·해외 계열사의 장기적인 효율화, 사업 활성화 방안을 마련하였음. 콘텐츠 계열사 경영진단은 외부 컨설팅업체와 공동 실시하여 KBS미디어, KBS N, 몬스터유니온에 대한 시장 현황분석 및 경영진단, 개선방안 수립, 전략과제 및 실행 로드맵(1~3단계)을 도출하였음.
- 위탁·해외 계열사 경영진단은 KBS 자체적으로 실시해 계열사 임원, 유관부서 인터뷰 및 시장분석을 기반으로 사업별 현황분석, 문제점을 파악하고 개선방안과 실행계획을 도출하였음.

[표 4-32] 주요 계열사 현황 및 경영실적

(단위 : 억 원)

계열사명		대표자	설립일	자본금	공사 지분	인원 (임직원)	2019년 실적			
							매출액	당기손익	매출액	당기손익
자 회 사	KBS비즈니스	김의철	1989.04.01.	9억	100%	316	544.4	△11.4	608.6	8.9
	KBS미디어	문보현	1991.09.01.	37억	86.2%	274	2,286.0	9.5	2,360.4	11.7
	KBS아트비전	김덕재	1991.10.01.	5.2억	100%	166	615.3	3.9	757.6	6.7
	KBS시큐리티	오상섭	2011.03.01.	15억	100%	229	321.4	3.6	318.1	1.8

계열사명	대표자	설립일	자본금	공사 지분	인원 (임직원)	2019년 실적			
						매출액	당기손익	매출액	당기손익
e-KBS	김영삼	2000.12.27.	291.6억	100%	2	48	△25	12,5	△33,4
KBS N	박중민	2001.03.08.	164억	e-KBS 74,6%	181	1,364,3	57,1	153,4	6,8
KBS미디어텍	오종연	2009.09.01.	8억	e-KBS 100%	53	41,1	1,9	135,6	1,8
KBS AMERICA	이명신	2004.07.15.	270만\$	미디어 100%	22	68,3	△1,4	83,7	△3,9
KBS JAPAN	윤석구	2005.10.19.	215백만¥	미디어 100%	19	171,0	6,9	169,5	△4,0
몬스터유니온	정해룡	2016.06.09.	10억	25%	19	371,7	△8,3	260,3	10,4
KGCS	정연수	2008.04.07.	100억	40%	1	0	2,4	0	8,9

※ 2020년도 결산 수치 반영

(2020.12.31 하나은행 매매기준율 1\$ = 1,088.00원, 100¥ = 1,056.11원)

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

6. 재정 건전화 방안

1) 재정 건전화 정책 평가

(1) 최근 3년간 현금흐름표 요약

□ 현금흐름 분석

- 2020년 KBS의 사업활동 현금흐름은 727억 원, 투자활동 334억 원, 재무활동 (-)587억 원으로 총 474억 원의 현금이 증가함.
- 2020년 사업활동 현금흐름의 호전은 2019년 재송신료 입금 지연 등으로 인한 매출채권이 당년도에 회수된 영향이며, 투자활동 현금흐름은 토지매각으로 인한 유입액 546억 원 등에 기인함. 재무활동 현금흐름은 587억 원은 차입금 상환으로 인함.
- 이상적인 현금흐름은 사업활동으로부터 대규모의 현금이 유입되어 미래성장동력 확보를 위해 투자활동 현금유출, 이익의 분배에 따른 재무활동 현금유출로 구성되어야 함.
- KBS의 경우 과거 사업활동으로부터 현금을 창출하여, 투자활동에 사용하였으나, 최근에는 유휴자산의 매각을 통한 현금확보를 하고 있는 상황임.

- 계속되는 투자축소는 사업활동의 현금흐름 창출능력을 저하시키는 심각한 요인이 될 수 있음.

[표 4-33] 최근 3개년 현금흐름표 요약

(단위 : 억 원)

구분	2018년	2019년	2020년
1. 사업 활동에 따른 현금흐름	292	-1,675	727
당기순이익(손실)	-321	16	327
감가상각비 가산	536	533	510
퇴직급여 가산	500	492	462
유형자산처분손익 가감	-83	-637	-481
지분법손 가감	-49	-13	2
기타 현금유입이 없는 수익 비용 등 가감	-291	-2,066	-93
2. 투자활동에 따른 현금흐름	-985	640	334
유형자산의 구입	-558	-449	-316
토지 건물의 처분	85	457	546
기타 투자활동에 따른 현금 유입 유출	-512	632	104
3. 재무활동에 따른 현금흐름	-46	586	-587
차입금의 증가	-	586	-
차입금의 상환	-	-	-586
배당금의 지급	-46	-	-1
4. 현금의 증가(감소)	-739	-449	474
기초의 현금	1,210	471	22
기말의 현금	471	22	496

□ 현금흐름 개선을 위한 제언

○ 퇴직금 지급을 위한 대안 마련

- 최근 5개년의 퇴직금 지급액은 매년 증가하고 있음. 향후 5년동안 1천여 명의 정년 퇴직이 예상되는바, 퇴직금 지급액의 부담은 더 커질 수 있음.
- 유휴 토지의 매각으로 자금 확보를 하였으나, 향후 토지매각으로 확보 가능한 자금은 약 138억 원에 불과하므로 유동자금 확보를 위한 대안 마련이 시급함.

제3편

평가항목
제4장 경영실적

[표 4-34] 최근 6개년 퇴직금 지급액 및 토지처분액

(단위 : 백만 원)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
퇴직금지급	-27,894	-31,765	-43,616	-50,912	-78,751	-60,298
토지처분액	10,521	8,601	30,110	8,212	44,542	54,592

[표 4-35] 향후 5년 예상 퇴직자수

(단위 : 명)

구분	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	합계
정년퇴직	215	223	206	128	136	908
기타퇴직(명퇴포함)	130	130	130	30	30	450
계	345	353	336	158	166	1,358

○ 매출채권 회수 관리

- 2019년 매출채권 회수 지연으로 인해 차입하는 상황이 발생함.
- 과거 2개년 매출채권 잔액은 최근 4개년 평균 대비 높은 수준임.
- 매출채권 적시 회수시 2019년 약 731억 원, 2020년 361억 원의 유동성 확보가 가능했을 것으로 추정됨.
- 매출채권의 회수관리는 유동성 확보를 위해 필수적임.

[표 4-36] 최근 6개년 매출액 대비 매출채권 비율

(단위 : 백만 원)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
매출액	1,546,206	1,486,557	1,432,598	1,435,150	1,362,164	1,362,210
매출채권	215,039	202,688	167,751	144,714	262,553	225,596
매출액대비 비율	14%	14%	12%	10%	19%	17%
평균비율 적용시 채권액	4개년 매출액 대비 채권잔액 평균 비율 12%				189,444	189,450
추가확보가능액					73,109	36,146

(2) 자본예산 사업 타당성 종합평가지표

□ 사업타당성 종합평가지표

- 투자 효과에 대한 계량적 수치(값) 산출이 가능한 사업을 대상으로 NPV(순현재가치, Net Present Value) / TCO(총소유비용, Total Cost of Ownership)에 따라 사업의 타당성을 평가하여 우선 가점 부여

- 사업유형에 따라 시장성 분석, 기술적 분석, 전략적 분석 등 비계량적 평가를 수행함.
- 국고지원 등 관련 법령에 따라 반드시 추진해야 하는 정책 강제력이 있는 사업의 경우에는 필수사업으로 분류하여 별도 평가(전략적 분석 100%)

□ 자본예산 배정 프로세스

- 자본예산은 사업타당성 평가기준에 근거한 편성절차에 따라 편성됨.
- 사업요구부서의 사업타당성 평가기준을 감안하여 사업계획서 ERP에 입력 하면, 사업총괄부서에서 사업타당성 평가기준에 따라 총괄사업 취합, 검토, 조정함.
- 전략기획실(예산부, PSM전략부, 미디어기술연구소), 지역정책실에서 사업총괄부서 평가결과 세부분석 및 최종 사업예산 배정함.

[표 4-37] 자본예산 사업타당성 종합평가지표

사업유형	계량적 평가	비계량적 평가		
	경제성분석	시장성분석	기술적분석	전략적분석
	NPV/TCO			
수익사업	20% (NPV)	80%	-	-
	20% (TCO)	-	80%	-
일반사업	20% (최하점 고정반영)	-	80%	
정책필수	-	-	-	100%

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

평가항목	평가지표	평가점수				
		최상	상	중	하	최하
	3-2. 디지털 워크플로우 개선을 통한 생산성, 품질향상 여부 신기술도입, 기술 표준화, 자체개발 등 발전성 평가 (사업분류 선택 후 평가, 기타사업은 중 이하로 조정예정)	200	180	160	140	120
	3-3. 사업추진의 시급성, 시기적 적정성	100	90	80	70	60
	3-4. 사업범위, 사업규모의 적정성	100	90	80	70	60
	3-5. 중장기 경영전략, 경영혁신 연계성	100	90	80	70	60
전략적분석	4-1. 공사 중장기 경영전략, 경영혁신 직접과제 방송정책 (UHD, 주파수 등) 연동성 여부 외부지원금(국고, 손실보상 등) 사업 기타 정책적 필수사업	700	630	560	490	420
	4-2. 사업의 타당성 및 사업규모의 적정성	300	270	240	210	180

(3) 연도별 차입 금리 및 차입금 현황

- 과거 수년간 광고수입 감소로 인해 발생하는 사업활동 현금흐름 감소를, 비용절감 및 자본예산 축소와 같은 긴축재정과 불용자산 매각을 통해 보완하여 2016년부터 무차입 경영을 달성함.
- 2016년 이후 무차입 경영을 달성하다가 재송신료 입금 지연 등에 따른 일시적인 자금수요 충당을 위해 2019년 일시 차입하였으나, 2020년 상환완료함.

[표 4-38] 연도별 차입금리 및 차입금 현황

(단위 : 억 원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
금리 (전년 대비)	CD금리+0.51% (0.14%p↓)	CD금리+0.51%	CD금리+0.5%	CD금리+0.5%	CD금리+0.49% (0.01%p↓)
평균금리	2.00%	-	-	1.91%	1.60%
연간이자	14	-	-	3	6
평균차입금	716	-	-	139	353
연말차입금	0	-	-	586	0

(4) 자본예산 집행 현황

[표 4-39] 자본예산 집행실적

(단위 : 백만 원, %)

구분	2020년			2019년			2018년		
	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률	예산	실적	집행률
방송시설 구축/고도화	32,323	14,745	45.6	50,377	26,385	52.4	51,354	28,911	56.3
지역제작시설 확충	-	-	-	1,000	-	-	723	-	-
연구개발,정보화 뉴미디어	12,108	6,009	49.6	11,299	4,568	40.4	13,550	6,899	50.9
방송제작장비 보강	10,865	8,367	77.0	11,722	7,330	62.5	6,181	5,525	89.4
일반시설 보강	13,250	8,371	63.2	38,832	7,411	19.1	52,631	18,017	34.2
투자외 기타	600	-6,537		2,391	-2,075	-86.8	7,677	-6,653	-86.7
합계	69,146	30,955	44.8	115,621	43,619	37.7	132,116	52,699	39.9

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

제3편

평가사항
제4장 경영실적

2) 재정 건전화 방안의 적절성

(1) 중장기 투자사업 예상 및 예산 확보 계획의 타당성

□ 중장기 투자계획

[표 4-40] 연차 투자사업계획

(단위 : 억 원)

구분	2021년 예산(안)	향후 소요재원				누계
		2022년	2023년	2024년	2025년	
• 방송시설 구축/고도화	270	392	509	219	151	1,541
• 지역국 청사 신(증)축	-					0
• 연구개발,정보화,뉴미디어	118	147	147	115	267	794
• 방송제작장비 보강	104	83	83	83	93	446
• 일반시설 보강	143	347	923	922	561	2,896
• 투자외 기타	6	-23	-23	-23	-23	-86
계	641	946	1,639	1,316	1,049	5,591

□ 중장기 자원조달 계획

- 대형 유희 부동산의 매각이 완료됨에 따라, 향후 유형자산 매각이익이 크게 감소할 것으로 전망되고 있음. 이에 공적채무 수행을 위한 소요재원으로서 수입목표를 달성가능한 최대 수준으로 편성하고 콘텐츠 경쟁력 제고 등 핵심사업에 대한 투자를 하고자 노력함.
- 경영환경의 불확실성 증가로 재무 상황에 대한 상시 모니터링을 실시하여 재무위험관리 시스템 운영하고, 시나리오별 긴축 등 자구노력을 통해 경영수지 개선을 계획하고 있음.
- 잉여자금은 콘텐츠 경쟁력 강화 및 신사옥 건립 등 향후 대규모 자금이 소요될 공적채무 수행을 위한 자원 및 인프라 투자비용에 활용할 계획임.
- 방송법 제43조 제5항에는 3천억 원을 출자하기로 되어있으나, 현재 31.3%에 해당하는 938억 원의 자본금이 미납상태임. 향후 5년간 신사옥 건립 및 UHD 방송 인프라 투자에 많은 재원이 소요될 것으로 예상되는 바 정부의 미납자본금 출자를 통해 대규모 투자에 대한 재원을 마련할 계획임.

□ 중장기 투자사업 예상 및 예산 확보 계획의 타당성

- KBS는 2020년 694억 원의 자본예산 집행 계획을 세웠으나 310억 원의 자본예산을 집행함(44.8%). 2017~2019년 역시 30%의 집행률을 보였음. 이는 실행 가능한 자본예산 설정이라기 보다는 관행적인 예산 편성으로 보여짐.
- 향후 5개년 소요재원은 총 5,591억 원으로 연평균 1,118억 원의 재원이 필요한바, 최근 5개년의 자금상황을 고려할 때 달성 불가능한 투자 계획임.
- KBS는 정부의 미납자본금 출자를 통해 대규모 투자에 대한 재원을 마련할 계획이나 2021년에도 실현가능성은 희박해 보임. 정부지분 자본금이 2,062억 원이나 이중 정부에서 현금출자 345억 원, 현물출자 411억 원으로 총 756억 원임, 나머지 1,306억 원은 KBS 내부유보이익을 자본전입한 것임.

[표 4-41] 정부출자금 내역

(단위 : 백만 원)

구분	금액
현금출자	34,541
현물출자	41,075
KBS 법정적립금, 이익잉여금자본전입	130,576
계	206,192

- KBS의 출자 요구에 대해 기획재정부의 예산 심의를 거쳐야 하며, 사전용역과 예비타당성 검토를 반드시 거치게 되어 있음.
- 최근 몇 년 동안 디지털 전환(2012년), UHD방송시설 구축(2016년), 미래방송센터 건립(2017년) 재원 마련 목적으로 정부의 미납자본금 추가 출자를 요청하였으나, 타 공기관 대비 수권자본금 대비 납입자본금 비율이 낮지 않은 점, KBS의 재정상황이 어렵지 않은 점, 자구노력 부족, 감사원 지적사항 등을 이유로 예비타당성 단계에서부터 조사 신청이 보류되면서 정부 예산에 반영되지 않았음.
- KBS는 방송법 제56조 및 시행령 제36조에 따라 재원을 마련해야 하는바, KBS의 내부 잉여자금, 정부출자금, 정부보조금, 차입금 등이 가능함.

(2) 잉여자금 운영 현황

- 일일 자금시재 최소 규모를 유지하여 여유자금을 활용한 이자수입 증대를 목표로 함.
- 2020년의 경우 MMT(단기특정금전신탁, Money Market Trust) 운용을 통하여 총 0.3억 원 이자수입 확보함.

[표 4-42] 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
2020	MMT	0.36%	7,816	45,347	28	신한은행

7. 편성의 다양성

1) 편성의 다양성 성과지표

(1) 편성의 다양성 확보와 민주적 공론장 제공 여부

- KBS가 다양한 장르의 방송 프로그램을 제공하는지 평가하고자 전체 시간대 장르별 편성 비율과 주시청 시간대 장르별 편성비율을 성과지표로 설정함.
- KBS가 민주적 공론장을 제공하는지 평가하고자 인류 보편의 의제, 국제문제, 국가적 사회/경제적 의제 관련 보도 프로그램 편성비율을 성과지표로 활용함.

(2) 장애인 방송 프로그램 편성

- KBS가 다양한 장르의 방송 프로그램을 제공하는지 평가하고자 장애인 관련 방송 프로그램의 편성비율을 성과지표로 설정함.

(3) 어린이·청소년 대상 프로그램 편성

- KBS가 다양한 장르의 방송 프로그램을 제공하는지 평가하고자 어린이 및 청소년 대상 방송 프로그램의 편성비율을 성과지표로 설정함.

(4) 다문화 가정 및 사회적 소수자 관련 프로그램 편성

- KBS가 다양한 장르의 방송 프로그램을 제공하는지 평가하고자 다문화 가정 및 사회적 소수자 관련 방송 프로그램의 편성비율을 성과지표로 설정함.

(5) 창의적·실험적 프로그램을 통한 방송 품질 향상과 문화 선도 여부

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

(6) 사회공헌 프로그램 편성

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

2) 편성 다양성 추진 실적 및 성과

(1) 편성의 다양성 확보와 민주적 공론장 제공

① 장르별 편성비율

□ 전체 시간대 장르별 편성비율

- 2020년 전체시간대 장르별 편성비율은 코로나19로 인해 전년 대비 약간의 변화가 있음. 1TV의 경우 보도비율이 전년 대비 5.2% 증가하고 오락은 2.9% 감소함. 이는 재난 재해 주관방송사로서의 위상에 걸맞는 긍정적인 변화임. 2TV의 경우 오락 편성비율이 전년 대비 거의 유사하고 교양 편성비율이 약간 증가함.
- 1TV 보도 및 교양 편성비율을 높게 유지하고 2TV 오락 편성비율을 40%대 중반에서 동일하게 유지하는 것은 장르별 균형 편성 필요성에 부합하는 것으로 평가됨.

[표 4-43] 각 장르별 편성비율 비교(2019/2020년)

2020.12.31. 기준 (단위 : 분, %)

연도	구분	1 TV				2 TV			
		보도	교양	오락	계(적용 방송시간)	보도	교양	오락	계(적용 방송시간)
2020	시간	167,735	284,585	39,525	491,845	41,465	206,675	214,675	462,815
	비율	34.1	57.9	8.0	100	8.96	44.66	46.38	100
2019	시간	141,815	295,600	53,405	490,820	43,870	202,975	215,640	462,485
	비율	28.9	60.2	10.9	100	9.5	43.9	46.6	100

※ 적용방송시간 : 전체방송시간에서 「방송 프로그램 등의 편성에 관한 고시 11조 4항(방통위)」에 따른 '편성비율 산정 시 제외시간'을 적용한 총 방송 시간

※ 편성비율 산정 시 제외시간 : 뉴스특보 중계방송, 국가적 주요 행사 중계, 시청자 참여 프로그램, 비인기 스포츠 경기중계 등

□ 주시청 시간대 장르별 편성비율

- 2020년 1TV의 주시청 시간대 편성에서도 보도 편성비율의 증가가 두드러짐. 이는 2019년 대비 2.9% 2018년 대비 7.3% 증가한 것으로 재난재해 주관방송사 역할에 충

실한 변화로 보여짐. 다만 교양 편성비율이 2018년부터 꾸준히 감소하는 것은 다소 우려스러운 결과임.

- 2TV의 경우 보도 편성시간 및 비율이 크게 감소했음. 보도에서 감소한 시간은 대부분 교양 편성에 할애되었고 오락 편성비율은 지속적으로 높아져 2020년에는 72.5%까지 증가함. 2TV의 특성과 채널별 차별화 전략을 고려해도 오락 프로그램의 편성비율은 다소 과도하게 느껴짐. 오락프로그램의 편성 증가가 시청자수나 시청률 제고에 어느 정도 기여하고 있는지 엄밀한 분석이 필요함.

[표 4-44] 2020년 주시청 시간대 장르별(보도, 교양, 오락) 편성비율

채널	년도	주시청 방송시간(분)/편성비율(%)					
		보도		교양		오락	
		시간	비율	시간	비율	시간	비율
KBS1	2020	41,720	44.0	39,365	41.5	13,715	14.5
	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
KBS2	2020	2,380	2.5	23,670	25.0	68,750	72.5
	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

※2020년 1,2TV 연간방송총시간 : 1TV(512,605분)/2TV(463,130분)

※2020년 1,2TV 주시청방송총시간 : 1TV(94,800분)/2TV(94,800분)

② 인류보편의 의제, 국제문제, 국가적 사회·경제 의제 관련 보도와 프로그램 편성

□ KBS 1TV의 인류 보편의 의제, 국제문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램 편성

- 코로나19라는 전 세계 감염병으로 인류 보편 의제와 국제 문제, 그리고 파생되는 사회 경제 문제의 폭발적 급증은 국가기간방송이자 재난재해 주관방송사인 KBS의 편성 다양성에도 심대한 영향을 미침.
- 2020년 KBS 1TV의 인류보편의 의제, 국제 문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램 편성 시간(62,745 → 80,720분) 및 비율(12.3 → 15.7%)은 전년 대비 큰 폭으로 증가함.
- 팬데믹 발생으로 특히 국제문제 관련 프로그램 편성 시간(6,360 → 14,735분)은 약 2.5배 증가함.
- 환경 및 기후 문제, 정치 개혁, 청년 및 노인 문제, 산업 재해 등 다양한 이슈들을 다룬 프로그램을 편성함으로써 민주적 공론장의 역할을 적극적으로 수행함.

□ KBS 1TV의 인류 보편의 의제, 국제문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램

- 인류 보편 의제(종합다큐, 철학, 환경, 코로나19 등)관련 프로그램
 - 〈다큐 인사이드〉, 〈다큐세상〉, 〈다큐온〉, 〈열린채널〉, 〈명견만리Q100〉, 〈감성애니 습지를 부탁해〉, 〈도올학당 수다승철〉, 〈미세먼지 심층 보고 파란 하늘의 꿈〉, 〈지구를 지키는 20가지 제안〉, 〈특별기획 그린 대전환의 시대〉, 〈특집 대답〉
- 국제문제(국제시사, 국제공동제작 등) 관련 프로그램
 - 〈세계는 지금 스페셜〉, 〈세계의 공영방송 가치+〉, 〈글로벌 다큐멘터리〉, 〈IHO총회 특집다큐 프로젝트명 동해〉, 〈KBS-ABU 공동제작 CARE9〉, 〈국제공동제작 아시안피치(THE ASIAN PITCH)〉, 〈바다 건너 사랑〉, 〈남북의 창〉, 〈특파원보고 세계는 지금〉, 〈코로나19 이후의 세계질서 G -ZERO의 시대〉
- 사회경제(사회, 정치, 경제 시사 이슈 등)의제 관련 프로그램
 - 〈더라이브〉, 〈생방송 심야토론〉, 〈이슈 픽 쌤과 함께〉, 〈중견만리〉, 〈시리즈 지식다큐멘터리 링크〉, 〈사장님이美쳤어요〉, 〈특별생방송 정치개혁 국민에게 길을 묻다〉, 〈포스트 코로나19 대한민국 미래 전망〉, 〈착한 소비 프로젝트 우리 함께〉, 〈글로벌 코리아, 세계를 선도하다〉, 〈온택트 시민토크 코로나19 시대를 말하다〉, 〈정치합시다〉, 〈사사건건〉, 〈시사기획 창〉, 〈일요진단 라이브〉, 〈저널리즘 토크쇼〉 외 코로나19 특집

[표 4-45] KBS 1TV의 인류 보편의 의제, 국제문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램 편성비율 (단위 : 분, %)

1TV		인류보편	국제문제	사회경제	합계	연간방송시간
2020	편성시간	16,460	14,735	49,525	80,720	512,605
	편성비율	3.2	2.9	9.7	15.7	100.0
2019	편성시간	15,480	6,360	40,905	62,745	511,435
	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

□ KBS 2TV의 인류 보편의 의제, 국제문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램 편성

- 2020년 KBS 2TV의 인류보편의 의제, 국제 문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램 편성 시간(25,490→33,000분) 및 비율(5.5→7.1%) 역시 전년 대비 증가함.
- 특히 인류 보편 의제 관련 프로그램 편성비율(1.1→2.4%)이 2배 이상 증가함.

□ KBS 2TV의 인류 보편의 의제, 국제문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램

- 인류 보편 의제(재난, 가짜뉴스, 환경, 코로나 등)관련 프로그램
 - 〈투페이스〉, 〈KBS 재난방송센터〉, 〈더 라이브〉, 〈코로나19 극복 집콕 특선 다큐 스티븐 스피버그의 질문〉, 〈특선 다큐 일곱 개의 대륙 하나의 지구〉
- 국제문제(국제 소식, 국제 다큐 등) 관련 프로그램
 - 〈지구촌 뉴스〉, 〈KBS 글로벌 24〉, 〈세상의 모든 다큐〉, 〈바다 건너 사랑〉
- 사회경제(사회, 정치, 경제 시사 이슈 등)의제 관련 프로그램
 - 〈KBS 경제타임〉, 〈슬기로운 어른이 생활〉, 〈통합뉴스룸 ET〉, 〈KBS 착한 소비 프로젝트 우리 함께〉, 〈특별기획 코로나19 이후, 대한민국 길을 묻다〉

[표 4-46] KBS 2TV의 인류 보편의 의제, 국제문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램 편성비율 (단위 : 분, %)

2TV		인류보편	국제문제	사회경제	합계	연간방송시간
2020	편성시간	10,895	11,505	10,600	33,000	463,130
	편성비율	2.4	2.5	2.3	7.1	100
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

(2) 장애인 방송 프로그램 편성

□ 폐쇄자막, 화면해설, 수화방송 편성비율

- 장애인방송 편성 및 제공 등 장애인방송 접근권 보장에 관한 고시에 따르면 지상파 방송사의 경우 폐쇄자막방송 100%, 화면해설방송 10% 이상(초방비율 6.5% 이상), 한국수어방송 5% 이상 편성해야 함.
- 2020년 폐쇄자막 100%, 화면해설방송 13.3%(초방비율 7.8%), 한국수어방송 13.5%를 편성해 의무비율을 초과 달성함.
- 전년 대비 폐쇄자막방송은 2년 연속 100%를 달성했고, 화면해설방송은 0.3% 수어방송은 편성비율이 4.6% 증가함. 코로나19 재난 상황을 고려하면 장애인 방송 편성비율의 증가는 재난재해 주관방송사로서의 역할에 부합하는 결과임.

[표 4-47] 장애인 방송 편성비율

(단위 : 분, %)

년도	구분	총시간	폐쇄자막		화면해설		수어방송	
			시간	비율	시간	비율	시간	비율
2020	1TV	512,605	495,580	100	56,755	11.7	115,215	23.1
	2TV	463,130	454,355	100	67,325	15.0	13,605	3.0
	전체	975,735	949,935	100	124,080	13.3	128,820	13.5
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	493,371	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

제3편

평가내용
제4장 경영실적

(3) 어린이·청소년 대상 프로그램 편성

□ 어린이 대상 프로그램 편성

- 2020년은 코로나19로 인해 어린이 관련 특집들이 제작되지 못해서 1TV, 2TV 모두 전년 대비 편성시간과 비율 모두 감소했음. 1TV의 감소폭이 상대적으로 더 큼.

- 1TV : 시간 18,045 → 13,560분/비율 5.80 → 4.35%
- 2TV : 시간 19,605 → 18,650분/비율 6.00 → 5.67%

[표 4-48] 3년간 어린이 대상 프로그램의 편성시간대별 편성비율

(단위 : 분, %)

구분	연도	채널	연간전체방송시간 (07:00 - 22:00)	어린이프로그램 방송시간 (07:00 - 22:00)	연간전체방송시간 대비 어린이프로그램 편성비율
어린이	2020	1TV	312,055	13,560	4.35%
	2019		311,200	18,045	5.80%
	2018		300,125	17,565	5.85%
	2020	2TV	329,085	18,650	5.67%
	2019		326,885	19,605	6.00%
	2018		312,745	14,365	4.59%

※ 방송법 제 31조 및 동법 제 17조 제 3항 제 1호와 관련, 방송평가위원회에서 매 년 실시하는 방송평가에 KBS가 어린이프로그램으로 제출했던 자료를 기반으로 추정함.(2020년도는 자료제출 전이며, 2019년에 인정받았던 프로그램을 기준으로 한 예상치임)

※ 해당 평가 요건 상 어린이 프로그램 평가의 평가기준이 되는 연간 전체 방송 시간은 07:00-22:00 사이의 시간이며, 방송통신위원회가 인정한 편성제외시간은 제외됨.

□ 어린이 대상 프로그램

○ 1TV 어린이 대상 프로그램

- 〈동물의 건축술 플러스〉, 〈동물의 왕국〉, 〈설 특집 얼씨구 스타 가족 동요제〉, 〈와일드 코리아 플러스〉, 〈전국 어린이 판소리대회 왕중왕전〉, 〈방학특선 매지컬 - 공주를 웃겨라〉 외 어린이 대상 애니메이션 및 영화

○ 2TV 어린이 대상 프로그램

- 〈TV유치원〉, 〈누가 누가 잘하나〉, 〈자동공부책상 위키2〉, 〈코딩TV 플러스〉 외 어린이 대상 애니메이션 및 영화

□ 청소년 대상 프로그램 편성

- 1TV와 2TV 모두 청소년 대상 프로그램의 편성 시간과 비율이 대폭 증가하였음. 특히 주시청 시간대 편성이 주목할 만큼 증가하였음. 2TV의 경우 2019년 주시청 시간대 편성이 전무해 경영평가에서 지적을 받았는데 개선 노력을 보인 결과라 판단됨. 미래 시청자에 대한 관심을 의미하는 결과라 바람직하고 적절한 변화라고 평가할 수 있음.

[표 4-49] 3년간 청소년 대상 프로그램의 편성시간대별 편성비율

구분	연도	채널	연간편성시간(편성비율)		연간 주시청 편성시간(편성비율)	
			시간(분)	비율(%)	시간(분)	비율(%)
청소년	2020	1TV	9,735	1.9	4,335	4.6
	2019		5,200	1.02	2,700	2.85
	2018		4,105	0.8	2,460	2.6
	2020	2TV	10,920	2.4	1,620	1.7
	2019		4,500	1.0	0	0
	2018		6,430	1.4	560	0.6

□ 청소년 대상 프로그램

○ 1TV 청소년 대상 프로그램

- 〈도전골든벨〉, 〈역사저널 그날〉, 〈KBS 네트워크 특선 호모 사이언스〉, 〈청소년 공감 콘서트 온드림스쿨〉, 〈기초과학이 세상을 바꾼다〉, 〈소녀들의 농구일기〉, 〈감성애니습지를 부탁해〉
- 〈KBS 청소년 특별기획〉, 〈KBS 걸작 다큐멘터리〉, 〈다큐온〉, 〈다큐 인사이드〉, 〈다큐

세상), 〈방학특선 매지컬-공주를 옷겨라〉, 〈생방송 심야토론〉, 〈서가식당〉, 〈이슈 픽 쌤과 함께〉, 〈열린 채널〉, 〈세계는 지금 스페셜〉, 〈특파원 보고 세계는 지금〉, 〈시사기획 창〉

* 관련 내용을 포함한 일부 회차만 인정

○ 2TV 청소년 대상 프로그램

- 〈뮤직뱅크〉, 〈퀴즈 위의 아이돌〉, 〈전교 톱10〉, 〈위 캔 게임〉, 〈북유럽〉, 〈청소년 공감 콘서트 온드림스쿨〉, 〈e스포츠 특집 더 드리머〉, 〈KBS 청소년 특별기획 특선 다큐〉

(4) 다문화 가정 및 사회적 소수자 관련 프로그램 편성

□ 다문화 가정 프로그램 편성

- 1TV의 다문화 가정 프로그램 연간 편성시간 및 비율은 3년 연속 증가함. 다만 주시청 시간대 편성은 전년 대비 약간 감소하였음(시간: 2,770→2,650분/비율: 2.93→2.8%).
- 2TV의 다문화 가정 프로그램 연간, 주시청시간 편성시간 및 비율은 모두 대폭 증가하였음. 특히 2018년, 2019년 전무했었던 주시청시간대 편성이 눈에 띄게 증가하였음. 이는 2TV 대표 예능인 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉에 다문화가정이 고정 편성되면서 나타난 결과로 보여짐.
 - 연간편성: 시간 1,345→13,540분/비율 0.29→2.9%
 - 주시청시간: 시간 0→5,530분/비율 0→5.8%
- 다문화가정의 비율이 늘어나고 있는 상황에서 공영방송인 KBS가 이들의 삶을 적극적으로 다루는 것은 매우 긍정적임. 다만 보다 다양한 장르의 프로그램을 편성하려는 시도는 필요해 보임.

[표 4-50] 다문화 프로그램 편성비율

(단위: 분, %)

연도	채널	프로그램명	연간편성		연간주시청시간 편성	
			총시간	비율	총시간	비율
2020	1TV	이웃집 찰스	6,650	1.3	2,500	2.6
		MAMF 이주민가요제	80	0.02	0	0
		2020 퀴즈 온 코리아	100	0.02	0	0
		※ 아래 항목 부터는 관련 항목을 포함한 일부 회차만 인정				
		인간극장	2,950	0.58	150	0.16

연도	채널	프로그램명	연간편성		연간주시청시간 편성	
			총시간	비율	총시간	비율
		계	9,780	1.9	2,650	2.8
		슈퍼맨이 돌아왔다	12,320	2.7	5,490	5.8
		※ 아래 항목 부터는 관련 항목을 포함한 일부 회차만 인정				
	2TV	거리의 만찬	110	0.02	0	0
		인간극장	1,110	0.24	40	0.04
		계	13,540	2.9	5,530	5.8
2019	1TV	이웃집찰스	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	열린채널	60	0.01	0	0
	1TV	인간극장	1,335	0.26	0	0
	1TV	동행	220	0.04	0	0
	1TV	계	9,270	1.81	2,770	2.93
	2TV	계	1,345	0.29	0	0
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	계	7,880	1.54	2,065	2.18
	2TV	계	300	0.06	0	0

□ 사회적 소수자 관련 프로그램 편성

- 1TV의 사회적 소수자 관련 프로그램 연간 편성 총시간 및 비율은 전년 대비 감소함(시간: 29,355 → 25,405분/비율: 5.74 → 5.0%). 주시청시간대 편성 역시 마찬가지로 감소함(시간: 4,295 → 3,880분/비율: 4.54 → 4.1%).
- 2TV의 사회적 소수자 관련 프로그램의 연간 편성 총시간 및 비율은 수치상으로는 대폭 증가하였으나 1TV 편성된 <인간극장>과 <사랑의 가족> 재방송으로 인한 증가라 큰 의미를 부여하기는 어려움. 특히 진행자 교체문제로 인한 인기 프로그램 <거리의 만찬>의 폐지는 여러모로 큰 아쉬움을 남김. 이로 인해 전년 대비 주시청 시간대 편성은 18% 수준으로 감소하였음.
- 사회적 소수자에 대한 감수성이 시민적 덕성(civic virtue)이자 중요한 사회이슈로 부상

하고 있음을 고려하면 공영방송 KBS가 사회적 소수자 관련 프로그램을 보다 적극적으로 편성할 필요가 있음. 특히 시사교양 외에 오락 프로그램 등 보다 다양한 장르에 사회적 소수자의 문제를 품격 있게 담아내려는 노력이 요청됨.

[표 4-51] 사회적 소수자 관련 프로그램 편성비율

(단위 : 분, %)

연도	채널	프로그램명	연간편성		연간주시청시간 편성	
			총시간	비율	총시간	비율
2020	1TV	사랑의 가족	3,280	0.64	0	0
		인간극장	13,775	2.69	550	0.58
		바다 건너 사랑	1,885	0.37	245	0.26
		동행	4,555	0.89	2,595	2.74
		2020 대한민국 나눔국민대상	70	0.01	0	0
		2020 특별 생방송 나눔은 행복입니다	205	0.04	0	0
		제 17회 전국장애인동계체육대회	80	0.02	0	0
		※ 아래 항목 부터는 관련 항목을 포함한 일부 회차만 인정				
		다큐온	50	0.01	0	0
		다큐 인사이트	465	0.09	155	0.16
		명견만리Q100	55	0.01	55	0.06
		생방송 심야토론	70	0.01	30	0.03
		시사직격	400	0.08	200	0.21
		열린채널	120	0.02	0	0
		장애인 날 특집 드라마	70	0.01	0	0
		아시안 피치	110	0.02	0	0
		세계의 공영방송 가치+	60	0.01	0	0
		특파원 보고 세계는 지금	100	0.02	50	0.05
		저널리즘 토크쇼 J	55	0.01	0	0
		계	25,405	5.0	3,880	4.1
	2TV	사랑의 가족 (재방)	2,720	0.59	0	0
		인간극장 (재방)	8,360	1.81	200	0.21
		※ 아래 항목 부터는 관련 항목을 포함한 일부 회차만 인정				

제3편

평가항목
제4장 경영실적

연도	채널	프로그램명	연간편성		연간주시청시간 편성	
			총시간	비율	총시간	비율
2019		거리의 만찬	170	0,04	0	0
		계	11,250	2,4	200	0,2
	1TV	인간극장스페셜	17,395	3,40	0	0
	1TV	열린채널	1,560	0,31	0	0
	1TV	동행	4,950	0,97	2,695	2,85
	1TV	사랑의 가족	3,650	0,71	0	0
	1TV	바다건너사랑	200	0,04	0	0
	1TV	거리의 만찬	1,600	0,31	1,600	4,54
	2TV	거리의 만찬	2,595	0,51	1,105	1,17
	1TV	계	29,355	5,74	4,295	4,54
2018	2TV	계	2,594	0,56	1,105	1,17
	1TV	인간극장스페셜	17,540	3,44	0	0
	1TV	열린채널	1,560	0,31	0	0
	1TV	동행	5,085	1,00	935	0,99
	1TV	사랑의 가족	2,650	0,52	0	0
	1TV	거리의 만찬	470	0,09	470	0,50
	1TV	시청자칼럼 우리 사는 세상	745	0,15	0	0
	1TV	나눔의 행복, 기부	420	0,08	0	0
	1TV	계	30,644	5,58	1,405	1,48
	2TV	계	0	0	0	0

(5) 창의적·실험적 프로그램을 통한 방송 품질 향상과 방송문화 선도

□ 창의적·실험적 프로그램 편성 주요 실적 및 성과

- 〈23.5〉: 공사창립특집 대기희 5부작으로 UHD 초고화질 영상으로 제작하여 전 세계 15개국의 자연환경을 뛰어난 영상미로 담아냄. 평균 시청률 5%대를 기록하였고 2020 대한민국 콘텐츠 대상 대통령표창, UHD 방송분야 과기정통부 장관상 수상함.
- 〈트롯 전국체전〉: 지역별 대항전 형식의 대국민 노래 오디션 프로그램. 비드라마 장르 전국 시청자수 10위와 수도권 가구 시청률 12.4% 기록함.

- 〈зомбитам정〉: 기존에 없던 좀비 캐릭터를 실험적 예능 드라마의 형식을 통해 새롭게 풀어냄. 드라마 장르 전국 시청자수 74위와 수도권 가구 시청률 2.7% 기록함.
- 〈스튜디오 K〉: KBS의 유튜브 오리지널 콘텐츠 〈구라첼〉, 〈도니스쿨〉, 〈인싸갑〉을 TV에 편성한 멀티플랫폼형 콘텐츠
- 〈옛날티비 그땐 그랬지〉: KBS의 유튜브 인기 콘텐츠인 〈옛날티비 그 땐 그랬지〉를 추석 특집 TV 프로그램으로 방송한 크로스미디어 편성. 비드라마 장르 전국 시청자수 59위와 수도권 가구 시청률 8.6% 기록함.
- 〈다큐 인사이드 모던코리아〉: 방대한 KBS의 영상 아카이브를 깊이 있는 시각으로 재가공한 다큐멘터리. 세계 유수의 영화제에 초청되는 성과를 거둠.
- 〈2020 한가위 대축제 대한민국 어게인-나훈아〉: 전 세계 1,000명의 언택트 관객을 연결하고 압도적인 스케일의 무대와 연출 등을 선보임. 2020년 비드라마장르 전국 시청자수와 수도권 가구 시청률 순위(27.2%)에서 모두 1위 기록함.
- 〈위 켄 게임〉/〈더 드리머〉: 대세 콘텐츠 ‘K-게임’을 방송의 영역으로 확장시키려는 실험적 시도의 프로그램임.
- 〈드라마집 오마주〉/〈TV 라떼는〉: 방대한 아카이브를 활용한 큐레이션 프로그램

□ 창의적·실험적 프로그램 편성 평가

- 2020년에도 다양한 장르의 신규 및 기획 프로그램을 통해 창의성과 실험성을 담아내려고 노력함.
- 멀티플랫폼 및 크로스미디어 콘텐츠 실험 시도는 방송환경 변화의 속도를 고려하면 다소 늦은 감은 있지만 바람직한 시도로 평가됨.
- 프로그램 기획 및 제작 과정에서 실험성과 대중성(시청률/온라인 화제성)을 어떻게 조화시킬 수 있을지에 대한 치열한 고민이 필요함.
- 〈23.5〉에서 보듯이 시사교양 프로그램에서 실험성과 높은 완성도를 추구하는 노력은 수신료의 가치와 공영방송 KBS의 존재의의를 입증하는 시도라고 평가됨.
- 예능 및 드라마 장르에서 보다 혁신적이고 미래시청층을 타깃으로 한 창의적인 포맷과 스토리텔링 실험이 시도될 필요가 있음. 프로그램 창의성과 실험성을 높이기 위해 KBS가 혁신 선도자의 역할을 수행하려는 의지와 노력이 요구됨. 이를 위해서는 조직 문화를 개선하고 혁신적 실험의 성과 노력에 적절한 보상을 해주는 제도 개선도 필요하다고 판단됨.

(6) 사회공헌 프로그램 편성

□ 사회공헌 프로그램 편성 실적 및 성과

- 코로나19라는 미증유의 재난을 겪고 있는 시청자들을 위해 다양한 사회공헌 프로그램을 제작해 수신료의 가치와 공영방송 KBS의 존재 의의를 입증함.
- 코로나19로 인해 큰 어려움을 겪고 있는 소상공인 등의 사회적 약자를 위한 다수의 프로그램을 기획·제작함.

□ 2020년 사회공헌 프로그램 주요 편성 실적

- 〈특별생방송 함께 삽시다- 함께 사는 상생 장터/착한 소비, 착한 경제〉
- 〈특집 KBS 착한 소비 프로젝트 우리 함께〉
- 〈특별 생방송 나눔은 행복입니다〉
- 〈특집 우리, 다시 - The Classic/Hope from Korea〉
- 〈특집 2020 대한민국 나눔국민대상 나눔, 당신이 주인공입니다!〉
- 〈특집 KBS특별생방송 수해 극복, 우리 함께〉
- 〈랜선 장터- 보는 날이 장날〉
- 〈바다 건너 사랑〉

8. 보도·시사의 신뢰성·공정성

1) 국제사회에 한국의 가치와 문화 대변

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

① 국제 뉴스 관련 기획 보도

- 2020년 전 세계의 코로나19 팬데믹 상황에서 국제 뉴스도 이와 관련된 소식에 집중하여 각국의 코로나19 확진 현황과 방역, 백신과 치료제 개발 등에 관한 뉴스를 100여 건 가까이 보도한 것으로 파악됨.
- 1TV 〈특파원 보고 세계는 지금〉에서는 코로나19와 관련해 장기 기획 아이টে을 다수 보도하였고 여타 분야에서도 장기 기획 아이টে을 9건 방송하였으며, 1TV 〈뉴스 9〉에

서는 일회성으로 기획한 12건의 리포트를 보도함. 또한 <뉴스 9>는 환경문제 같은 글로벌 이슈를 비롯하여 북핵 문제와 한일 관계, 한중 관계 등 다양한 국제 뉴스 보도한 것으로 파악됨. <시사기획 창>에서도 총 9편의 국제 뉴스 아이템 기획 방송함.

- 코로나19 팬데믹으로 국제 뉴스의 쏠림 현상이 발생한 것은 불가피했던 듯 보이나, 변화하는 국제 사회 속 한국의 이익과 입장을 제시하는 다양한 기획 보도가 더욱 확충될 필요

[표 4-52] 2020년 국제 뉴스 관련 장기 기획 보도

프로그램명	방송일시	제목
특파원 보고 세계는 지금	01.04.	성화 봉송로마다 '빠빠'...도쿄올림픽 안전한가?
	02.22.	몰의도시 베네치아 오버투어리즘 몸살
	06.27.	인종차별주의자들의 민낯...살해 협박에 올가미 협박까지
	07.11.	이스라엘 합병 임박, 서안지구 기로에 서다
	08.22.	中 대홍수 현장을 가다... '식량위기 오나?'
	09.17.	中, 소수민족 언어교육 탄압...조선족 한글 교육 어쩌나
	09.26.	중동에 부는 평화의 바람...아브라함 협정의 앞날은?
	10.10.	냉전의 장벽이 녹색 평화지대로...비결은?
	10.17.	아미존의 명과 암...회장은 돈벼락·해고자들은 날벼락

(코로나19 기획 제외)

[표 4-53] 2020년 국제 뉴스 관련 장기 기획 보도(코로나19 기획)

프로그램명	방송일시	제목
특파원 보고 세계는 지금 (코로나19 주요 기획)	02.29.	중동도 '코로나19' 비상...이란 차관·부통령까지
	03.07.	북중 접경 단둥 다시 확산...코로나19 北 '긴장'
	03.21.	중남미 잇단 빗장...관광객 고립·탈옥까지
	04.18.	코로나19 중동-라미단 앞두고 초비상
	05.02.	코로나19 태국-일상 바뀐 스님들
	05.02.	브라질-"의료진 50여 명 사망"...보호장구 3D 프린팅
	05.09.	코로나19 러시아-푸틴 원격 업무..."의료진 감염 심각"
	06.13.	코로나19 인도·중동-재확산 초비상
	06.27.	코로나19 태국-관광지 재개방했지만 발 동동
	07.11.	코로나19 유럽·비EU 입국 재개...관광 안전한가?
	07.18.	코로나19 브라질-빈곤층 급증...궤주립의 팬데믹 우려
	10.10.	코로나19 생이별, 고단한 교민
	11.21.	악화일로 美 코로나19...백신 나올때까지 '버티기' 뿐
	12.05.	베를린 중증환자 첫 빨간불...모든 시선은 백신에
	12.19.	가난한 나라들의 백신 전쟁

[표 4-54] 2020년 국제뉴스 관련 일회성 기획 보도

프로그램명	방송일시	제목
뉴스 9	01.03.	LA스모그 70년 시스템으로 극복
뉴스 9	02.28.	중, 한국인 강제 격리...혐오 행태 위험 수준
뉴스 9	03.18.	"매출 90% 급감"....벼랑 끝 내몰렸다
뉴스 9	04.20.	코로나19의 역설...지구가 맑아졌다
뉴스 9	05.06.	美 코로나19 국면 속 '북핵 이슈' 다시 부상?
뉴스 9	06.05.	한인 최대 피해 필라델피아 가보니...한인만 타깃 아냐
뉴스 9	07.02.	마스크 착용 실험해 봤더니...한 발 물러선 트럼프
뉴스 9	08.06.	"北 공격 때 한국 양해 불필요"...日히로시마 교훈 잊었나
뉴스 9	09.08.	日 강제징용 상징 '군함도'...9·10호 잇단 강타에 쑥대밭
뉴스 9	10.02.	독일 통일 30주년...평화지대 '그뤼네스 반트'
뉴스 9	11.02.	미국 대선 경합주 사전투표 분석해봤더니..
뉴스 9	12.03.	'비칼로레아' 취소했던 프랑스, '한국 수능' 주목

② 해외 특파원 배치 및 구성

- KBS의 해외 특파원(취재기자, 촬영기자 포함)은 2017년 25명, 2019년 21명, 2020년 12월 기준 20명으로 감소 추세를 보임. 2019년 영국 런던 지국과 중국 상하이 지국을 폐쇄했고, 일본 도쿄 지국 특파원 수를 4명에서 3명으로 감축함. 2020년에는 브라질 상파울루지국을 폐쇄했음.
- 한편, 해외 PD 특파원수는 2017년 이후 미주 2명, 유럽 1명, 아시아 2명 등 5명을 유지함.
- 이는 MBC(취재기자 4명)와 SBS(취재기자 7명)과 비교하면 많지만, 31개 지국에 84명의 특파원을 파견하고 수년째 이를 유지하고 있는 일본 공영방송 NHK와 비교하면 매우 적은 편임.
- 지상파 방송의 경영 상황이 악화되면서 특파원 수를 계속 줄이는 추세이기는 하지만 글로벌 시대 국제 뉴스의 중요성이 더욱 커지는 상황에서 특파원 수를 비용 절감만 고려한 채 줄여 나가다가 공영방송의 국제 보도 역량이 위축될 수 있다는 점이 우려됨.
- 디지털시대에 현지 파견 특파원 없이도 다양한 정보를 얻을 수 있지만, 외국의 관점에서 수집된 정보를 인터넷을 통해 전달받는 것만으로는 한국의 관점과 입장에서 판단하기 어려운 부분이 존재함. 현지 상황을 입체적으로 파악하기 위해 현지에 거주하며 취재하는 기자가 필요하다는 점 등을 고려할 때 KBS가 최근 특파원 수를 계속 줄이는 것은 바람직하지 않음.

[표 4-55] KBS 해외 특파원 현황 (기자)

연도	인원(명)	세부인원(명)	비고
2017년	25	미주7	7월 케냐 폐쇄 12월 인도 폐쇄
		아시아11	
		유럽5	
		중동1	
		기타1(단기특파원 : 인도)	
2018년	25	미주7	12월 하노이 개국
		아시아12	
		유럽5	
		중동1	
2019년	21	미주7	2월 런던 폐쇄 7월 상하이 폐쇄 7월 도쿄 1명 감축 12월 하노이 폐쇄
		아시아9	
		유럽4	
		중동1	
2020년 (12월 기준)	20	미주6	8월 상파울루 폐쇄
		아시아9	
		유럽4	
		중동1	

※ 촬영기자 포함, PD특파원 제외

제3편

평가기간
제4장 경영실적

[표 4-56] KBS 해외 PD 특파원 현황

연도	인원(명)	세부인원(명)
2017년	5	미주2
		아시아2
		유럽1
2018년	5	미주2
		아시아2
		유럽1
2019년	5	미주2
		아시아2
		유럽1
2020년	5	미주2
		아시아2
		유럽1

[표 4-57] 타 지상파 방송사 2020년 해외 특파원 현황

구분	인원(명)	인원(명)
MBC	4	미국 2
		아시아 2
SBS	6	미국 3
		아시아 3

※ SBS는 파리지국 부활 고려 중/촬영기자 제외/PD특파원 없음

[표 4-58] NHK 특파원 현황 (※ 2020년 12월 현재)

구분	지역		인원
NHK	유럽	파리 런던 브뤼셀 베를린 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	

③ 보도본부 국제부 소속 기자 수

- KBS 보도본부 통합뉴스룸 국제부 소속 기자 수는 2017년 이후 4년간 16명에서 13명으로 감소하였음.
- 뉴스 아이템 중 글로벌 이슈의 비중이 점점 늘어나고 그 중요성도 증대하는 상황에서 국제부 소속 기자 수의 감소는 트렌드를 역행하는 모습임.
- 이는 특파원 감축과 맞물려 한국인의 관점에서 국제 뉴스를 제작·전달해야 하는 공영방송의 역할 수행에 장애 요인이 될 가능성이 높음. 국제부 기자 수의 감소를 극복하고 KBS가 감당할 국제 뉴스를 질적, 양적으로 원활히 제공할 수 있는 보도본부 내의 전략적 인력운용 체제가 요망됨. 향후 특파원과 함께 국제부 기자의 인력 보강도 필요하다고 판단됨.

[표 4-59] KBS 보도본부 국제부 소속 기자 정원

연도	인원(명)	세부인원
2017년	16	부장 1, 데일리뉴스 9, 프로그램 6
2018년	16	부장 1, 데일리뉴스 10, 프로그램 5
2019년	14	부장 1, 데일리뉴스 10, 프로그램 3
2020년	13	부장 1, 데일리뉴스 9, 프로그램 3

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

① 영어뉴스 프로그램 방송

- 국제부에서 국제 종합뉴스 보도 프로그램 <월드 뉴스투데이(KBS WORLD NEWS TODAY)>를 영어로 제작, 'KBS WORLD'와 'KBS WORLD24' 채널로 케이블과 위성을 통해 전 세계 114개국에 제공하여 해외 외국인들과 국내 거주 외국인들에게 대한민국의 정치, 경제, 사회, 문화 전반에 대한 다양한 뉴스를 전달함.
- 2020년에는 주중 오후 20분씩 모두 262일을 방송함. 특히 2020년 7월~12월에는 한국의 코로나19 대처 관련 뉴스를 특집으로 편성

② 라디오 및 디지털 국제방송 외국어 보도 및 시사 콘텐츠 제작 현황

- 라디오를 통해 11개 언어로 국제 방송 중이며, 1일 10분씩 뉴스 및 시사 프로그램 편성 중.
- 방송 뉴스 중심에서 디지털 뉴스 중심으로 개편하여 다국어 디지털 보도 및 시사 정보

콘텐츠 제작 확대하여 우리말과 10개 외국어 뉴스 제공 중. 이를 통해 시간 편성 방송 뉴스의 한계 극복하고 뉴미디어 시대 급증하는 한국 관련 정보 수요에 대응하는 디지털 속보 체제 강화

- 코로나19, 한국전쟁 70년 등 국제적 관심 이슈를 겨냥한 기획 콘텐츠도 제공함.
- 2020년도 다국어 홈페이지(world.kbs.co.kr) 누적 페이지뷰(PV)도 30,225,933회로 2019년(16,703,411 PV) 대비 80.9% 증가한 것으로 나타남.
- 외국어 보도 및 시사 프로그램의 제작과 제공은 공영방송의 주요 책무이며, 주요 언어는 20% 내외의 편성비율을 보여줌. 변화하는 미디어 환경에서 디지털 서비스 위주로 제공될 것이 예상되며 이에 대비할 필요 있음.

[표 5-60] 2018~2020년 주요 외국어 방송 보도 및 시사 프로그램 비율

언어	연도	전체 방송시간(분)	보도 및 시사 프로그램 시간 (분)	해당 언어 내 보도 및 시사 프로그램 비율
영어	2018	197,100	30,060	15.3%
	2019	197,100	37,670	19.1%
	2020	143,580	37,460	26.1%
중국어	2018	21,900	5,025	22.9%
	2019	21,900	5,165	23.6%
	2020	21,960	3,345	15.2%
일어	2018	21,900	5,070	23.2%
	2019	21,900	4,970	22.7%
	2020	21,960	3,345	15.2%

[표 5-61] 2018~2020년 주요 외국어 방송 뉴미디어 서비스 현황

언어	연도	홈페이지		유튜브		페이스북(중국어 : 웨이보)	
		PV	증감률	구독자수	증감률	좋아요	증감률
영어	2018	2,802,196	51.00%	54,530	102.00%	21,887	14.30%
	2019	3,789,410	35.20%	93,294	71.00%	24,074	9.00%
	2020	7,746,381	104.42%	147,624	58.23%	25,736	6.90%
중국어	2018	1,294,730	0.10%	54,530	102.00%	1,002	24.40%
	2019	2,356,953	82.00%	93,294	71.00%	1,523	51.90%
	2020	2,744,116	16.42%	147,624	58.23%	1,750	14.90%
일어	2018	1,370,355	14.20%	54,530	102.00%	1,064	16.20%

언어	연도	홈페이지		유튜브		페이스북(중국어 : 웨이보)	
		PV	증감률	구독자수	증감률	좋아요	증감률
	2019	2,359,442	72.10%	93,294	71.00%	1,198	12.50%
	2020	5,125,229	117.22%	147,624	58.23%	1,334	11.35%
	2020	5,125,229	117.22%	147,624	58.23%	1,334	11.35%
베어	2018	962,887	-12.40%	54,530	102.00%	10,510	2.20%
	2019	1,271,107	32.01%	93,294	71.00%	10,701	1.81%
	2020	3,417,233	168.83%	147,624	58.23%	10,787	0.80%
인니어	2018	664,566	-1.22%	-	-	17,125	27.02%
	2019	905,927	36.31%	5,829	-	17,494	2.15%
	2020	979,835	8.15%	725,413	12344.90%	18,259	4.37%
아랍어	2018	472,708	23.48%	54,748	16.32%	97,094	5.13%
	2019	565,403	19.60%	116,679	113.12%	102,388	5.45%
	2020	807,829	42.87%	157,447	35.94%	107,678	5.16%

[표 5-62] 2018~2020년 주요 외국어방송 팟캐스트 청취시간 현황

언어	연도	팟캐스트 (뉴스)	
		청취시간	증감률
영어	2018	355,560	* 2017.9~ APPLE 통계 실적 입수
	2019	499,020	40.30%
	2020	474,960	-4.82%
중국어	2018	195,000	* 2017.9~ APPLE 통계 실적 입수
	2019	214,980	10.20%
	2020	200,220	-6.86%
일본어	2018	180,720	* 2017.9~ APPLE 통계 실적 입수
	2019	246,180	36.20%
	2020	249,660	1.41%

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

- 코로나19 전 세계 확산 상황과 피해 규모 등을 디지털 자체 뉴스로 실시간 제작해 관심을 높임.
- 화제성 국제 뉴스를 동영상 소개 코너인 <크랩>과 <케이야>에서 연간 200여 건을 제작해 유튜브 등으로 적극 유통

- <팩트체크K>를 운영하여 코로나19 관련 가짜뉴스를 막기 위해 팩트체크 아이템으로 적극 대응

2) 재난재해 주관방송의 역할 이행

- KBS는 2019년 상반기 고성산불 보도에서 재난방송 주관방송사로서의 역할에 큰 실망을 주었고, 이를 계기로 전사적인 재난보도 시스템 개선을 진행하였음.
- 2020년에는 코로나19 장기화로 3월 4일부터 <코로나19 통합뉴스룸> 상시 특보 체제가 이루어졌고, 6월 29일 1TV <뉴스라인>을 부활하여 심야 시간 재난 방송 신속 대체 체제도 갖추어졌음.
- 재난방송 주관사로서 2020년에 변경·개선된 재난재해 방송 시스템이 가동되고 보도 및 방송내용에 반영된 사항에 대한 평가 결과는 다음과 같음.

(1) 재난재해 방송 시스템 내용과 평가

① 시스템 업그레이드와 외부와의 협조체제 강화

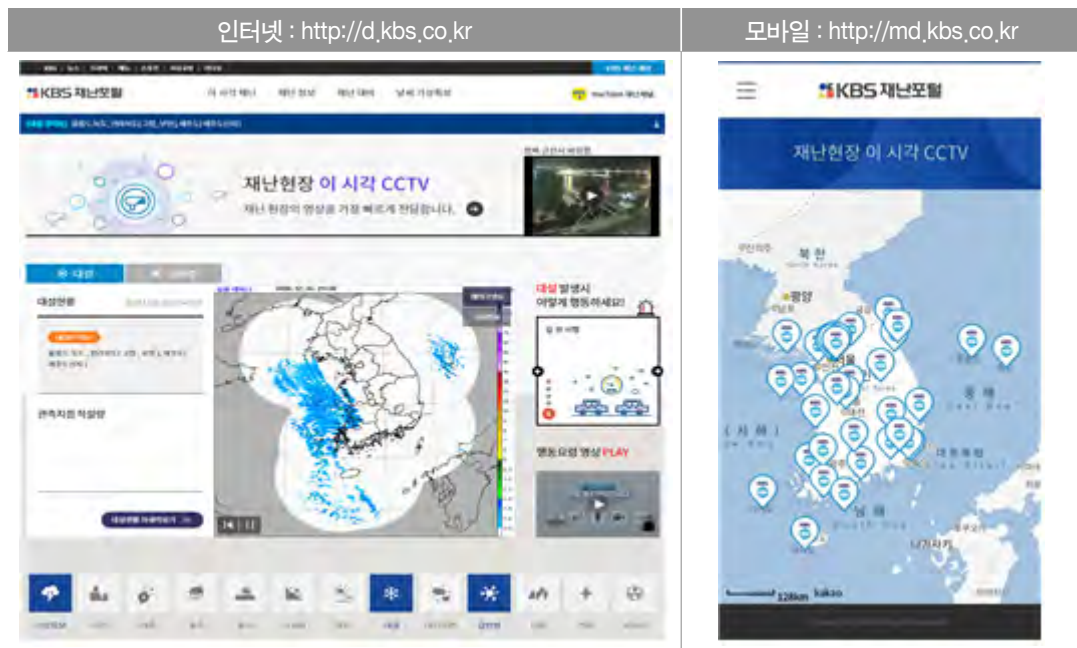
- 2020년 재난방송 강화를 위해 인력, 시스템, 콘텐츠 등을 확충하고 KBS 보유 CCTV를 개방하고 정부 및 공공기관 운영 CCTV와 연계하는 등의 협조체제 구축에 역점을 둠.
- 24시간 재난방송 운영을 위해 야간 수어 통역사 4명 확보하여(국고 지원) 24시간 재난방송 접근권을 제공, 재난방송 취약계층을 줄였고, 그래픽 디자이너도 4명 증원하여 재난방송 품질 향상 도모
- 재난방송 스포츠 40편을 제작해 타 방송사와 공유하고, 재난방송에 활용 가능한 지리정보(GIS) 솔루션 도입하며 인공지능(AI) 기술을 적용한 지진 재난방송 지원 시범시스템을 구축하는 등 재난 관련 콘텐츠와 시스템 지속 업그레이드함.
- 재난방송에 활용할 KBS 보유 재난 CCTV(35개소)를 정부·타 방송사와 공동활용시스템 구축하여 재난에 대비하는 외부기관과의 연계 강화

[표 4-63] KBS 재난대비 CCTV 현황

순번	이름	운영기관	개소	설치 장소
1	파노라마	KBS	8	독도·연평도·격렬비열도 등 본사 관리 파노 카메라
2	재난 CCTV	KBS	35	해안가, 4대강유역, 상습침수구역 등 풍수해 대응 목적
3	외부기관 연계 CCTV	행안부(지자체)	4,305	하천 유역, 상습침수구역 등 풍수해 대비
		도로공사	4,707	고속도로(도로공사), 국도(국토교통부), 민자고속도로
		경찰청	2,918	대도시 교통감시용
		서울시	109	서울 주요 지점
		수자원공사	48	주요 댐·보
		경기도교통공사	303	경기도, 과천시, 수원시
		국립해양조사원	2	이어도
합계			12,435	

- 2015년 구축한 KBS 재난포털 홈페이지를 CCTV와 영상정보 등을 강화해 개선하고, 재난정보 관련 제공을 유튜브 채널(세이프K, KBS24)로 확대하여 이용자 친화성 강화

[그림 4-1] KBS 재난포털



- 불시에 발생하는 지진·해일 대비 인공지능(AI)을 활용한 지진 재난방송 시스템 본격 가동하여, 기상청 지진 통보 수신 즉시 자동으로 방송 콘텐츠를 생성해 방송 준비가 가능하게 됨.
- 이밖에 KBS 재난방송센터 유튜브채널 <세이프K>를 개설하여, 재난 발생 후 중계식 보도보다 사전 예방 중심의 다플랫폼 전략으로 재난 예방과 대처에 적극적으로 임함.

② 재난재해 방송 매뉴얼, 방송 가이드라인의 적절성과 실행

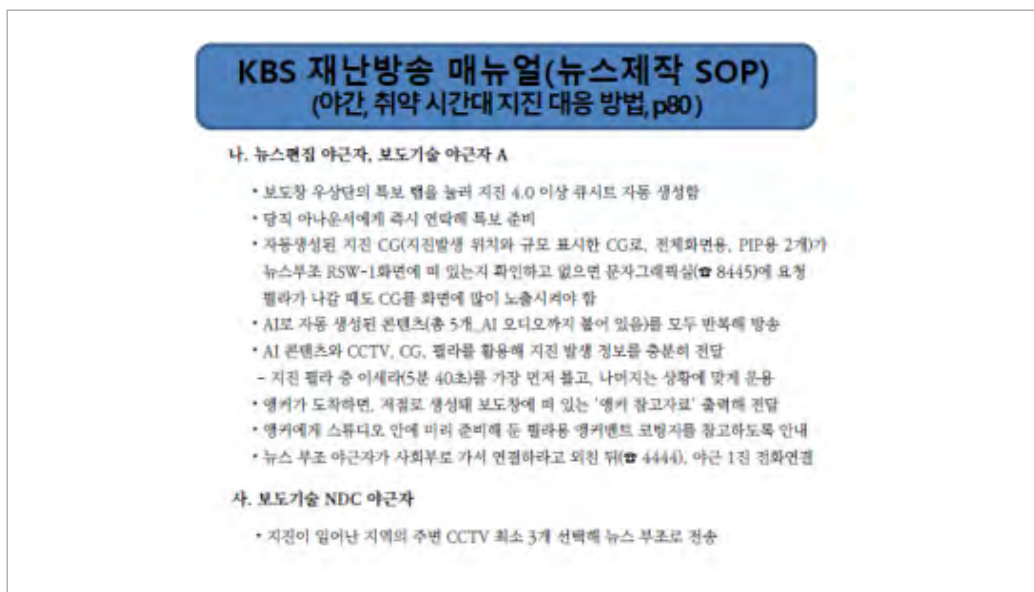
- KBS 재난방송 매뉴얼은 2003년 10월 제정 이후, 2019년 6월 제7차 개정판(현행 최신본)이 발간되었고, 2020년 7월과 2021년 1월 일부 변경 수요로 디지털본 선개정이 이루어짐.

[표 4-64] KBS 재난방송 매뉴얼 2021년 1월 디지털본 개정 내용

구분	요약	주요 개정 내역
방통위 재난방송 표준매뉴얼 변경 반영	정부 요청 재난방송 실시 기준 변경	• 정부 요청 재난방송 기준 변경(2020년 12월, 중앙재난방송협의회) 반영: 기상청 재난방송 요청(자율) 추가 • 민방위경보방송 통보가 재난자동자막시스템에 추가 - KBS는 기존 민방위 경보방송 시스템 계속 사용 - 재난자동자막시스템은 보조 수단으로 사용
	정부 요청 재난방송 실시 결과 입력 변경	• 정부 요청 재난방송 실시 결과 입력 기한 변경 - 의무 재난방송 12시간 이내, 자율 24시간 이내 - KBS는 자동자막시스템이 송출 즉시 자동 입력
	질병관리청 연락처 변경	• 재난 관련 전문가 연락처 감염병 부분에서 기존 질병관리본부로 질병관리청으로 변경하고, 연락처 수정
현행 업무 반영	한파 재난방송 단계별 기준 추가	• '한파' 재난이 재난방송 단계별 기준(3장 3)에 누락 • 폭염 기준에 맞춰 한파 재난의 단계별 기준 신설 • 2021년 1월 8일, 한파 재난방송 실시
	현행 지진 특보 업무 반영	• 2020년 재난방송 사업(지진 AI, 지진 CCTV) 반영 • 지진 AI 시스템 적용으로 변경된 업무 현황 반영
	재난방송 필라	• 2021년 1월 기준 재난방송 필라 현황 반영
	재난방송 스팟	• 2019 ~ 2020년 제작 재난재해 행동요령 스팟 목록 신규 삽입

구분	요약	주요 개정 내역
	수어통역사	• 야간 수어통역사 연락처 추가/수정
	시스템 변경 반영	• 2020년 재난방송 사업에 따른 시스템 변경사항 반영 - KBS 재난안전지도(GIS), 재난 CCTV 시스템 - KBS 재난포털 등

〈그림 4-2〉 KBS 재난방송 매뉴얼 2021년 1월 디지털 개정본 중 보도기술국 뉴스제작 감독의 역할 확대 및 명확화 내용 발췌



- KBS 방송제작 가이드라인에서도 ‘재난방송’ 부문을 두어, 재난방송의 목적과 적용범위, 일반준칙과 교육, 취재진 안전수칙 등의 5가지 세부 항목별로 재난방송에 대해 서술하였고, 특히 KBS 재난방송의 3대 원칙으로 피해 최소화와 혼란 방지, 복구 촉진을 천명했고, 세부 원칙으로 선정적 보도 지양, 비윤리적 취재 금지, 피해자 배려와 인권 보호 원칙을 제시하였음. 여기에 과거 자료화면 사용 시 주의 사항이 포함되는 등 보다 실천적인 내용도 담겨 있음.

- 다만, 최근 코로나19 재난방송 등의 상황을 고려하여 취재진 안전수칙과 관련하여 보다 명확하고 구체적인 행동지침을 제시할 필요가 있으며, 상시적이고 지속적인 교육을 통해 KBS 종사자들이 이를 내재화하여야 할 것임.

③ 재난재해 방송 관련 교육훈련 현황과 성과

- 재난재해 방송은 매뉴얼이나 가이드라인만으로 적시에 실수 없이 시행되기 쉽지 않음. 특히, 계속 다변화되고 있는 재난재해 상황에서는 더욱 상시적 교육훈련을 통한 내재화가 필요함. 그동안 KBS에서 재난방송 관련 사고가 빈발했기에 교육훈련 상시화의 필요성은 더욱 높음.
- 그런 점에서 2020년 재난재해 방송 관련 교육훈련 실적은 다소 부족한 결과이며 개선이 필요함.
- 2019년의 교육훈련 횟수(편성본부 5회, 보도본부 19회, 지역국 18회, 총 42회)와 비교할 때 2020년에는 18회의 재난재해 방송 관련 교육이 실시됨(온라인 3회 포함). 이는 전년 대비 39%의 실적으로 코로나19로 인해 집합 교육이 제한된 것으로 보임. 코로나19 장기화 상황에 맞추어 집합 교육의 한계를 극복하고 교육의 효율을 향상시키기 위해 온라인 교육을 늘리는 등 교육 부족을 보완할 방안을 강구할 필요. 온라인 교육의 경우, 재난재해 방송의 원칙과 준칙, 안전 수칙 위주로 시행하고, 방송 현장에서 필요한 실무 교육은 소규모 부서 단위로 지속적인 교육을 시행하여 변화하는 상황에 대응할 수 있도록 조직 차원의 교육훈련을 통한 체화 과정이 필요함.
- 다만, 탑다운(Top-Down)식의 교육과 병행하여 보도본부, 기술본부, 아나운서실, 편성본부 등이 참여하여 재난모의훈련을 5회 실시한 것은 부족한 교육훈련 실적을 일부나마 보완할 수 있는 훈련 사례로 보여짐.
- 특히, 2020년 4월과 5월의 대형 산불과 이천 공사장 화재, 그리고 8월부터 10월까지 석달 동안의 역대 최장 장마와 집중호우로 인한 재난 특보 상황이 있었으므로 실제로는 훈련이 아닌 실제 상황이 자주 발생하여 재난방송 교육훈련 효과를 거두었으리라 짐작됨.
- 그러나, 재난방송 시스템이 지속적으로 업그레이드되고 변경되고 있어 구성원의 숙지가 필요하고, 실제 재난상황에서의 작은 실수가 사회적으로는 재난의 대처와 피해 최소화 등 재난방송의 존재 목적에 큰 침해를 가져올 수 있다는 점을 감안하여 재난재해 방송 관련 교육·훈련 실적이 부진한 문제를 해결하기 위한 대책을 마련하여 시행할 필요가 있다고 평가됨.

[표 4-65] 2020년 재난재해 방송 관련 본사 교육 실적

순번	연도	교육 대상	프로그램	강사	교육일	교육 내용	시간(분)
1	2020	상반기 경력직 신입사원 1차	KBS 재난방송	재난방송센터 이기문	05.15.	- 재난방송 관련 법령 - KBS 재난방송 시스템 - 재난방송매뉴얼 · 준칙	90분
2	2020	G4 기본교육	KBS 재난방송	재난방송센터 이기문	05.28.	- 재난방송 관련 법령 - KBS 재난방송 시스템 - 재난방송매뉴얼 · 준칙	90분
3	2020	상반기 경력직 신입사원 2차	KBS 재난방송	재난방송센터 이기문	06.02.	- 재난방송 관련 법령 - KBS 재난방송 시스템 - 재난방송매뉴얼 · 준칙	90분
4	2020	G3 기본교육	KBS 재난방송	재난방송센터 이기문	06.17.	- 재난방송 관련 법령 - KBS 재난방송 시스템 - 재난방송매뉴얼 · 준칙	90분
5	2020	기본교육	KBS 재난방송	재난방송센터 이기문	온라인 교육	- 재난방송 관련 법령 - KBS 재난방송 시스템 - 재난방송매뉴얼 · 준칙	온라인교육
6	2020	관리자교육 (부장) 1차	KBS 재난방송	재난방송센터 이기문	07.29.	- 재난방송 관련 법령 - KBS 재난방송 시스템 - 재난방송 개선 방향	60분
7	2020	관리자교육 (부장) 2차	KBS 재난방송	재난방송센터 이기문	11.04.	- 재난방송 관련 법령 - KBS 재난방송 시스템 - 재난방송 개선 방향	60분
8	2020	기본교육	KBS 재난방송	재난방송센터 이기문	온라인 교육	- 재난방송 관련 법령 - KBS 재난방송 시스템 - 재난방송매뉴얼 · 준칙	온라인교육
9	2020	기본교육	KBS 재난방송	재난방송센터 이기문	온라인 교육	- 재난방송 관련 법령 - KBS 재난방송 시스템 - 재난방송매뉴얼 · 준칙	온라인교육
10	2020	지역 촬영기자 제작역량 강화	재난방송 MNG 교육	보도영상국 윤대민	07.03.	- 재난방송 촬영 시 유의사항 - MNG 사용법	60분
11	2020	지역 촬영기자 제작역량 강화	재난방송 MNG 교육	보도영상국 최진영	07.10.	- 재난방송 촬영 시 유의사항 - MNG 사용법	60분
12	2020	위러닝 (보도영상부)	국내외 재난상황 특수 드론 운영과 드론 MNG 라이브	박승근 대표 SM9 Skytech	09.21.	- 국내외 재난상황 시 드론 취재법(지진, 홍수, 화재 등)	120분

제3편

평가·인정
제4장 경영실적

순번	연도	교육 대상	프로그램	강사	교육일	교육 내용	시간(분)
13	2020	위러닝 (보도영상부)	국내외 재난상황 특수 드론 운영과 드론 MNG 라이브	보도영상국 유성주	09.28.	- 드론 영상취재 및 드론 운용과 비행법규 - 안전한 비행 노하우	120분
14	2020	위러닝 (보도영상부)	국내외 재난상황 특수 드론 운영과 드론 MNG 라이브	보도영상국 유성주	10.05.	- 열화상 드론 운용법 (2020년 도입) - 폭염 재난방송 시 중계차 라이브 노하우	120분
15	2020	위러닝 (보도영상부)	국내외 재난상황 특수 드론 운영과 드론 MNG 라이브	보도영상국 이정태	10.12.	- 재난현장, MNG 활용 드론영상 송출법 - 안전한 라이브 연결 노하우	120분
16	2020	위러닝 (보도영상부)	국내외 재난상황 특수 드론 운영과 드론 MNG 라이브	보도영상국 이정태	10.15.	- 2인 기체(M600) 운용법과 특수 고배율 카메라를 활 용한 영상취재법	120분
17	2020	기타교육	KBS 재난방송	재난방송센터 이상준	01.21.	보도기술 재난CCTV 활용법 교육 (재난센터 주관)	60분
18	2020	기타교육	KBS 재난방송	재난방송센터 김성한	11.06.	지역국 재난방송 집합 교육 (보도기술국 주관)	60분

[표 4-66] 2020년 재난 모의훈련 실적 및 평가

순번	일시	훈련 대상	훈련 목표/훈련 뒤 평가
1	2020. 01.31.	보도본부, 기술본부 (보도기술국), 아나운서실, 1TV 편성 등	- 지진 시 보도기술국(위성중계실)의 자체적인 CCTV 검색 및 표출 숙련도 향상 - 지진 발생 10분 이내에 진앙지 인근 CCTV가 NS-2 방송 리소스로 올라옴. - 향후 재난방송센터 근무자가 없는 야간 취약시간대에는 보도기술국 위성중계 실 근무자가 CCTV 검색 및 표출해 재난방송에 활용 ※ 1월 30일 ~ 31일 위성중계실 직원 모두 모의훈련에 참여
2	2020. 06.14.	보도본부, 기술본부	- 규모 5.0 이상의 지진 발생시 10분내 특보 시작해 30분간 진행

순번	일시	훈련 대상	훈련 목표/훈련 뒤 평가
		(보도기술국), 아나운서실, 1TV 편성 등	- 아나운서 당직실 비상벨 수리해야 - 재난 대응을 위한 당직 아나운서 '10분 내 스튜디오 착석' 가능한 환경 조성해야 - 긴급 SMS 전파체계 재점검('사장' 등 일부 정책담당자 빠져 있음) - 돌발재난 때 여러 명이 편성에 동시다발로 연락하지 말고, 명확히 정해야 - 평시(방송주간 ▶ 편성부장), 취약시간(당직국장 ▶ 편성부장) 딱 1회만 통보하는 구조로 바뀌어야 ※ 보도-편성본부장 협의는 선 특보 결정 조치 뒤에 이뤄지는 정보 공유 차원으로 인식해야 - 새벽 0시~3시, 뉴스PD가 없어 방송 진행에 적지 않은 어려움이 있을 것으로 판단함 - 당직 기자가 진행하기에는 업무가 숙달돼 있지 않고, 큐시트 작성부터 방송 리소스 준비~실제 방송까지 해야 할 일이 너무 많기 때문. - 문자그래픽실 당직은 1명인데, 스크롤 송출을 해야 하는데 인력이 부족한 만큼 국제 당직자가 스크롤만 맡긴 뒤 사회 2진 역할을 도와 속보대응을 함께 해야 함. - 반면 보도그래픽 당직 2명은 업무가 정해져 있지 않고, 초기 자동 발생 그래픽이 있어서 마땅히 할 역할이 없음. - 시간대별 편집책임부서 불명확 - 마감뉴스 전까지는 뉴스제작1부 기자 1명이 남아 있고, 이후부터는 뉴스제작 2부 (뉴스광장 야근자)가 스탠바이, 결국 애매한 시간에는 2명이 협업해야 하는 구조 - 사회 2진이 없을 때 재난이 터지면 국제 당직 또는 당직국장이 출연하는 사회 1진에게 관련 정보를 넣어줘야 함. - 당직국장은 방송과 뉴스앱을 통해 새로운 내용을 계속 속보 자막으로 넣어줘야 함.
3	2020. 07.17.	보도본부, 기술본부 (보도기술국), 아나운서실, 1TV 편성 등	- 규모 5.0 이상의 지진 발생시 10분내 특보 시작해 30분간 진행 - 시간대별 재난방송 진행을 담당할 팀 명확화 필요 - 앱 속보 오 발송 사고 - 아나운서 재난방송 진행 절차 교육 및 숙달 필요 - 주요 자막 표출 자체, 기타 리소스 투입 미흡 - 지휘부 및 부서별 자체 임무표 작성 및 도상 훈련 필요. - 문자그래픽과 디지털부 대기 인력 없어 재난 시 인력부족 우려
4	2020. 11.13.	보도본부, 기술본부 (보도기술국), 아나운서실, 1TV 편성 등	- 강풍을 타고 번지는 대형 산불이 강원도 발생, 30분 이상 특보 진행 - 가장 취약한 시간대에 야간 근무자들의 적극적인 훈련 참여로 30분 간 모의 훈련 특보를 진행함. - 실제 재난 돌발시 기간 인력들이 응소하기 전까지 '초기 특보'를 큰 문제 없이 운영했다는 점에서 고무적임. 여러 문제점이 노출 - 최소 인력이 짧은 시간에 특보를 준비·진행하는 과정에서 특정 인력에 일이 몰리기 쉬운 만큼 상황실장을 중심으로 사회/네트/국제 당직자들이 역할을 골고루 분담할 수 있도록, 돌발 재난시 당직자 비상 업무 분장을 더 면밀히 짜야 함.

순번	일시	훈련 대상	훈련 목표/훈련 뒤 평가
			- 당직자간 의사소통을 원활히 하고, 시간 낭비를 막기 위해 상황실장 이하 각 야근자가 '통합 당직석'에 함께 모여 상황 대응을 해야 할 필요성 절실함. - CCTV 새 운용 시스템을 도입하고 제보영상 타가 편집 업무 프로세스가 개선되면서, 특보용 리소스의 부조 집결 속도는 크게 개선됐음에도 이 리소스들을 적시에 화면에 표출하는 숙련도는 개선 필요. 취약 시간대 특보 진행 야근자들 대상 지속적 연습 필요
5	2020. 12.23.	보도본부, 기술본부 (보도기술국), 아나운서실, 1TV 편성 등	- 지진 AI 시스템, 지진 CCTV 시스템 등 새로운 지진 체계 가동 - 뉴스제작부와 뉴스부조 기술팀의 새로운 지진 시스템 적응 - 기상청 지진 통보 즉시 앵커 없는 상태로 뉴스특보 돌입 - 지진 AI 시스템 가동으로 앵커없이 즉시 뉴스특보 돌입 가능, 최장 30분간 앵커 없이 진행 - AI 오디오 진행 중에 그래픽/현장 순간녹화 CCTV 영상/현장 라이브 CCTV 등 전체 화면이나 PIP 화면을 수시 삽입해, 신속하고 다양한 재난정보 표출 - 뉴스PD와 기술감독, 음향, 영상 감독 등 부조내 최소 인력으로 안정적 진행 - AI 행동요령 CG를 더 진중한 것으로 교체 필요⇒재제작 - CCTV 자동 녹화 영상에 '녹화 영상' 자막 필요⇒프로그램 추가 개발(재난) - 지진 필라 첫 화면에 요약 CG 삽입 필요⇒CG제작후 재편집(보도그래픽부) - PIP 위치 좌하단 부적절 수정 필요⇒우사이드로 PIP 위치 조정(보도기술국) - AI 오디오 추가 필요: 현 AI는 이창진 아나운서 오디오를 인공지능 학습을 시켜 추출했으나, 재난 상황을 고려해 보다 높은 톤의 여성 오디오 추가 필요⇒추가 예산 투입해 제작 (3개월여 소요, 카카오톡 AI팀 제작)

4월과 5월은 대형 산불(강원도)과 이천 공시장 화재로 재난 특보를 실시해 훈련을 하지 않음.
역대 최장 장마(54일 간)와 집중호우로 8월, 9월, 10월은 재난 특보를 실시해 훈련을 하지 않음.

④ 재난재해 사전예방을 위한 방송 횟수와 방송시간, 내용의 적절성

- 2020년 KBS는 <코로나19 통합뉴스룸> 체제 아래 재난재해 사전예방을 위한 관련 아이টে를 집중 취재 보도하였고, 다양한 재난재해 관련 스포 방송을 상시적으로 실시하고 별도로 재난 관련 유튜브 영상도 제작하여 제공하는 등 재난재해에 대한 사회적 인식 제고와 사전예방을 위한 다양한 노력을 기울였다고 하겠음.
- 보도본부 주관 아래 감염병과 각종 자연·사회재난 관련 동영상 40편 제작해 공유하였고, 코로나19를 비롯하여 안전관련, 집중호우, 화재, 산불부터 풍수해, 대설, 낙뢰에 이르기까지 41종의 재난 관련 스포 방송을 7,466.2분 분량으로 7,525회 실시하여 사회적으로 재난에 대한 주의환기와 대처의 필요성을 강조하였음.
- 또한 정규 재난 전문 프로그램인 <재난방송센터>를 편성하여 150개의 재난 관련 아이টে를 제작하여 재방송을 포함하여 96회, 960분 방송함.

- 시청자들의 주목도가 가장 높은 <뉴스 9>에서 재난재해 사전예방을 위한 관련 아이টে을 집중 취재하여 보도하였음. <뉴스 9>를 통해 방송된 재난재해 사전예방 보도는 총 149건, 시간은 6시간 22분 8초임.
- 종합적으로 KBS의 재난재해 사전예방을 위한 방송은 뉴스, 전문 프로그램, 스포츠 방송, 인터넷 영상 등 다양한 경로를 통해 이루어지고 횟수, 시간 등 양적인 면에서도 그 중요성이 강조되고 있다고 판단됨.
- 재난재해 사전예방을 위한 방송에서 양적인 실적에도 불구하고, 재해재난 대처의 중요도와 재난 발생 빈도를 기준으로 한 심층적 사전 기획에 입각한 연속 프로그램이 필요하다고 생각되며 2020년에도 일부 연속보도가 있었지만 향후 기획 연속보도의 확대도 기대함.

제3편

평가항목
제4장 경영실적

[표 4-67] 재난재해 관련 스포츠 방송 실적(2020년)

구분	횟수	길이(분)
코로나19	4430	4188.0
안전관련	701	332.8
집중호우	572	568.0
화재	232	422.4
산불	226	357.5
폭염	147	145.5
안전 대한민국	121	115.4
안전운전	116	74.1
태풍	107	133.3
조류독감	63	95.7
식중독	62	98.1
미세먼지	60	91.5
산업재해	57	38.0
가스안전	56	98.8
산사태	52	73.7
한파	51	68.1
지진	47	81.0
침수(차량침수)	42	62.1
승강기 안전	38	43.7
교통안전	37	24.9
지하철 사고	28	42.0

구분	횟수	길이(분)
건축물 붕괴	27	42.8
강풍	27	41.4
돼지열병	23	31.4
건설안전	21	14.0
재난방송센터 개편	21	14.4
심폐소생술	20	38.7
냉매관리	19	12.7
졸음운전 예방	18	12.0
수소충전소	17	11.6
산행안전	16	24.0
국민안심병원	16	10.7
물놀이 안전	12	17.6
폭설/대설	11	12.7
에너지 절약	8	5.0
진드기 감염병	7	4.7
전염병	6	6.3
풍수해	3	2.1
수해	3	2.0
대설	3	4.1
낙뢰	2	3.4
합계	7,525	7,466.2

[표 4-68] 재난 전문 프로그램 <재난방송센터>의 방송내용과 방송시간

기간	방송 내용/아이템 개수	총 방송 시간 (본방+재방 포함)
1월	미세먼지 차단 숲 계속 늘린다 등 총 12개	10분*8회 = 80분
2월	고층아파트의 증가...대피통로 미리 확인하려면 등 총 12개	10분*8회 = 80분
3월	가짜 뉴스가 키우는 전염병 등 총 12개	10분*8회 = 80분
4월	봄바람 탄 산불, 확산 속도 78배 등 총 12개	10분*8회 = 80분
5월	'방역수칙' 지킨 결과는 엄청난 차이 등 총 15개	10분*8회 = 80분
6월	'마스크 벗었는데'...거리두기 지켜야 등 총 12개	10분*8회 = 80분
7월	폭염 길어진다는데...온열질환의 위험성 등 총 12개	10분*8회 = 80분
8월	땅울림, 나무 흔들림이 감지된다면 대피 등 15개	10분*8회 = 80분
9월	거리두기 해야, '혼산'도 준비 철저 등 12개	10분*8회 = 80분
10월	'재채기 눈치 보여요'...환절기 골치 '비염' 등 12개	10분*8회 = 80분

기간	방송 내용/아이템 개수	총 방송 시간 (본방+재방 포함)
11월	유독 건조한 가을, 곳곳에 불쏘시개 등 12개	10분*8회 = 80분
12월	'차박'하다 또 가스 중독...경보기는 필수 등 12개	10분*8회 = 80분
계	150개 아이템	960분 방송

제3편

평가·인정
제4장 경영실적

⑤ 재난재해의 피해복구와 재발방지 관련 방송 횟수와 방송시간, 내용과 적절성

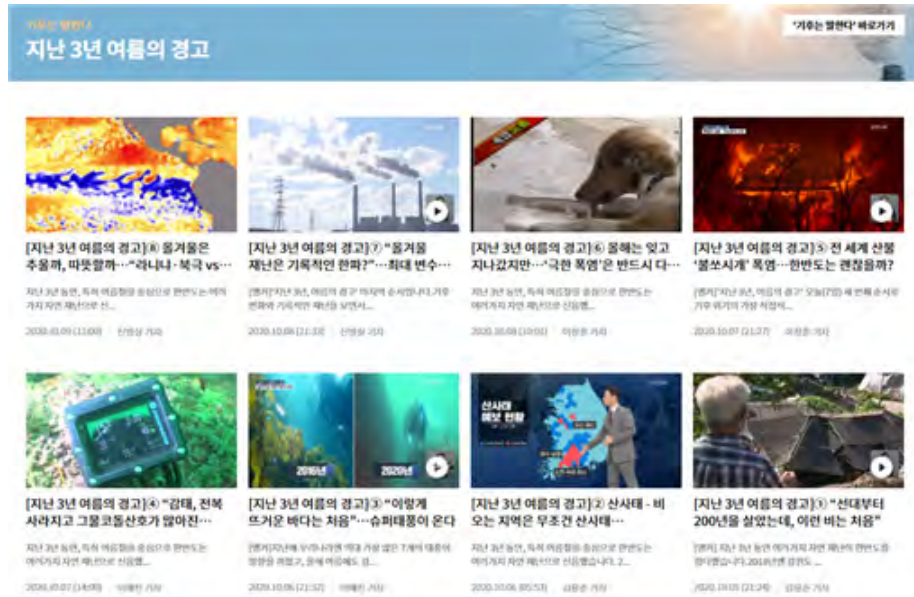
- 재난방송의 중요성은 사전 예방과 대처 못지않게 사후 피해복구와 재발방지에 도움이 되어야 한다는데 있음.
- 특히, 재난재해의 재발방지를 위한 방송과 보도에서는 단일 아이템이 아닌 비교적 오랜 시간의 취재를 거친 연속 보도가 필요하고, 전문가를 활용한 보도도 요망됨.
- 피해복구와 재발방지 관련 보도에서는 <뉴스 9>에서 연속보도를 통해 '지난 3년 여름의 경고'(2020년 10월 5일부터~일주일 연속 방송, 총 8편), '재난 그 후, 지금 그곳은'(2020년 11월 23일부터~일주일 연속 방송, 총 13편) 등이 방송된 점이 평가할만하며, 전문성 강화를 위해 재난방송 외부 전문위원 14명을 임명하여 활용한 점도 보도의 전문성과 신뢰성 제고에 도움이 되었다고 판단됨.

[표 4-69] 2020년 KBS 재난방송 전문위원

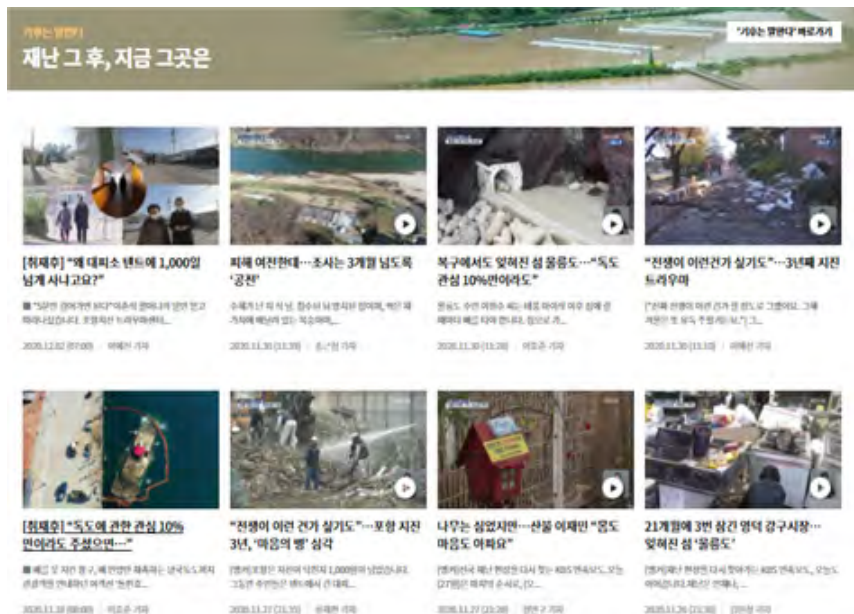
분야	이름	소속	약력
지진	홍태경	연세대 지구시스템과학과 교수	現 지질학회장
	이강근	서울대 지구환경과학부교수	前 포항지진조사단 단장
해일	이호준	KIT밸리 지진해일 전문위원	日 도호쿠대 공학박사
태풍 · 호우	우진규	기상청 통보관	예보분석관
	최인진	한국형 수치 예보모델 개발연구단	기상학 박사(여)
	반기성	케이웨더 예보센터장	前 공군기상전대장
	김승배	한국기상산업협회 기상본부장	前 기상청 대변인
방재	정창삼	인덕대 토목환경공학과 교수	
산불	윤호중	국립산림과학원 산림보전연구부장	2020 고성산불 특보 출연
화재	이영주	서울시립대 소방방재학과 교수	
	최현호	한국화재감식학회 기술위원장	(주)고려화공
미세 먼지	임영욱	연세대 환경공해연구소 부소장(교수)	미세먼지 분석 전문
	박록진	서울대 지구환경과학부 교수	現 서울시 미세먼지 연구소장
폭염	황승식	서울대 보건대학원 교수	역학, 예방의학

[그림 4-3] KBS <뉴스 9> 재난재해 아이템 연속보도 사례

지난 3년 여름의 경고(2020년 10월 5일부터~일주일 연속 방송, 총 8편)



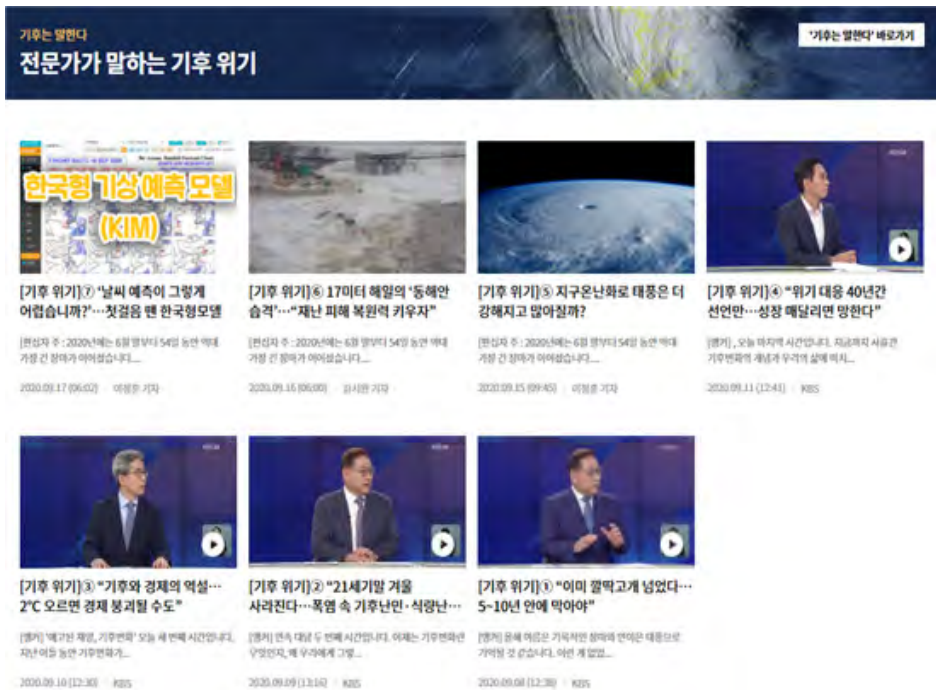
재난 그 후, 지금 그곳은(2020년 11월 23일부터~일주일 연속 방송, 총 13편)



재난 그 후, 지금 그곳은(2020년 11월 23일부터~일주일 연속 방송, 총 13편)



기후는 말한다: 전문가가 말하는 기후 위기(2020년 9월 8일~17일, 총 7편)



- 재난재해 보도에서 1)재난의 사전 경고, 2)발생시 신속하고 정확한 재난 특보, 3)발생 후 피해복구와 사후점검을 통한 재발방지 등 단계별 보도의 균형이 이루어지도록 앞으로도 전사적 역량을 투입할 필요가 있음.
- 재난재해의 사후 피해복구와 재발방지 관련 방송에서는 뉴스 뿐 아니라 시사 프로그램의 역할도 중요한데, 2020년 시사 프로그램에서의 관련 아이탬은 총 9편이고 이중 코로나19 관련이 8편으로 사실상 감염병을 제외한 재난재해 관련 아이탬이 1편에 그친 점은 향후 개선될 여지가 있다고 판단됨.

제3편

평가위원
제4장 경영실적

[표 4-70] 시사 프로그램에서의 재난재해 관련 방송 아이템

- 2/29 코로나19, 일상을 격리하다 (안세득 외 6명): 코로나19 팬데믹이라는 초유의 사태로 일상 무너지고 삶이 격리되는 현실 취재
- 4/11 코로나19, 최전선의 기록 (김명섭, 김도영): 대구경북 대유행 계기로 국내 최초로 경북대병원 코로나 19 중환자 음압병실 밀착 취재
- 5/9 포스트코로나19 방역은 안보다 (박성래): 전 세계가 주목한 K방역의 성공 원인과 강대국 미국의 방역 실패 이유 등 분석
- 5/30 포스트코로나19 달라지는 미래 (윤지연): 코로나19 변화를 사회조사로 분석하고 세계 석학들이 본 K방역의 성과와 전망 소개
- 8/22 54일 장마의 경고 (이석재 외 6명): 기상청 기후 관측 사상 가장 길었던 54일에 걸친 장마의 원인과 피해 등 취재
- 9/26 신종전염병과 경제 (김명섭): 코로나19로 얼어붙은 소비와 생산, 고용문제 등 어려운 경제적 현실 르포 ※방송발전기금 협찬 (재난방송)
- 11/7 코로나19 특집 2050 생존의 길 (송형국, 최창봉): 신종 바이러스의 출현은 환경문제와 직결됨을 일깨우고 지속가능한 성장 제안 ※방송발전기금 협찬 (재난방송)
- 11/21 코로나19 이후의 세계질서 'G제로의 시대'(박성래): 세계적으로 절대적 우위, 절대적 강자가 없는 코로나19 시대 국제정세 분석 ※방송발전기금 협찬 (재난방송)
- 12/26 코로나19 위기, 우리 함께 하고 있나요 (윤지연): 코로나19 변화에 대한 2차 사회조사와 위기 극복을 위한 협력과 연대 필요성 제언 ※방송발전기금 협찬 (재난방송)

- 2020년 KBS 재난방송에서 특이사항으로 언급할 부분은 2019년 이후 시작된 지역국을 통한 지역 재난방송의 강화한 점과 산업재해를 재난재해 아이템의 일부로 간주하여 <뉴스 9>를 통해 연속기획 캠페인을 편성한 점임.
- 지역 재난방송은 각 지역 코로나19 발생상황과 대응 현황, 폭염, 태풍, 집중호우 및 폭설 등의 자연재난과 각종 사건사고 사회재난에 대하여 661회 10,152분의 지역 재난방송을 신속하게 편성해 지역민의 정보 수요에 부응하고 지역방송의 활성화를 이끌었음.
- 유난히 빈발하는 산업재해에 주목하여 <뉴스 9>에서 '더 나은 삶 안전한 대한민국'과 '일하다 죽지않게' 연속기획을 보도하여 산업재해에 대한 사회적 경각심을 높인 점도 평가할 만함.

3) 보도·시사 프로그램의 신뢰도·공정성 평가

(1) 보도·시사 프로그램의 신뢰성

- 미디어의 신뢰도와 공정성 등에 대한 평가는 해당 미디어의 뉴스 보도와 시사 프로그램이 좌우하지만, 수용자 대상 조사에서는 뉴스 등 특정 프로그램보다 미디어 조직 전체를 대상으로 신뢰도와 공정성을 묻는 것이 일반적임.
- 이에 매년 진행되고 있는 KBS 공영미디어연구소의 미디어 신뢰도 조사와, 외부기관으로 한국언론진흥재단, 정보통신정책연구원, 시사IN, 시사저널, 미디어미래연구소의 조사 결과를 중심으로 KBS의 보도·시사 프로그램에 대한 객관적 평가를 살펴보았음.

① KBS 공영미디어연구소 미디어 신뢰도 조사 결과

- KBS 공영미디어연구소는 KBS의 신뢰도 평가를 위해 외부 전문조사기관에 의뢰하여 분기별로 지상파, 종편, 케이블, 인터넷 언론, 포털사이트, 신문 등 모든 매체에 대한 미디어 신뢰도를 조사하고 있음. 미디어 신뢰도 조사는 객관성 확보를 위해 외부 전문기관에 의뢰하여 전국 만 19세 이상 성인 남녀 1,000명을 대상으로 유무선 RDD 전화면접조사로 진행함. 이후 살펴볼 외부기관 조사와 비교할 때, KBS 공영미디어연구소는 조사규모와 함께 1년에 4차례 분기별로 조사를 실시하여 1년 동안의 변화를 파악할 수 있고, 조사 시점에 따른 오차를 줄일 수 있는 장점이 있음.
- 2020년 조사 결과에 따르면 1순위 응답 기준 가장 신뢰하는 방송사는 1분기부터 4분기까지 연속 KBS였음. 2019년의 조사에서는 1순위 응답 기준 JTBC가 4분기 연속 가장 신뢰받는 방송사로 꼽히고 KBS가 2위였던 것과 비교하면 긍정적 변화로 볼 수 있음. KBS를 가장 신뢰하는 방송사로 꼽은 응답자의 비율도 2019년 16.8%~19.3% 수준에서 2020년에는 20.8~22.2%로 높아진 것으로 나타남. 이런 결과는 평가 대상을 방송사에서 신문, 포털 등을 포함한 매체로 넓힌 문항에서도 유사하게 나타남.
- 이러한 조사 결과는 가장 신뢰하는 방송사 뉴스를 물은 결과에서도 거의 유사하게 나타남. 즉, KBS 뉴스는 2019년의 조사 결과에서는 JTBC 뉴스에 이어서 2위로 조사되었으나, 2020년에는 4분기 연속 가장 신뢰하는 방송사 뉴스 1위로 나타났으며 응답자 비율도 20.2%~22.5%로 거의 유일하게 20%를 상회하는 신뢰받는 방송사 뉴스였음.

- 요약하면 KBS 공영미디어연구소의 조사에서는 KBS 뉴스와 KBS 전반에 대한 신뢰도가 2019년에 비해 2020년에 상승하여 20% 이상 응답자가 가장 신뢰하는 방송사와 뉴스 1위로 꼽혔음. 타 방송사와의 신뢰도 비교에서도 1위를 기록한 것으로 나타나 KBS 신뢰도에 있어서 긍정적인 변화로 볼 수 있음.

[표 4-71] 가장 신뢰하는 방송사 (1순위 응답기준, 2019년 1분기부터)

(단위 : %)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020.4분기	KBS 22.2	MBC 16.8	JTBC 14.1	TV조선 9.2	YTN 9.0
2020.3분기	KBS 21.2	MBC 16.7	JTBC 16.4	TV조선 10.4	YTN 8.7
2020.2분기	KBS 20.8	MBC 18.1	JTBC 15.8	TV조선 11.0	YTN 8.5
2020.1분기	KBS 21.9	JTBC 19.8	MBC 15.8	YTN 9.6	TV조선 9.4
2019.4분기	JTBC 21.4	KBS 19.2	MBC 17.8	YTN 10.0	TV조선 9.5
2019.3분기	JTBC 27.5	KBS 16.8	TV조선 11.3	YTN 10.8	MBC 9.3
2019.2분기	JTBC 32.1	KBS 19.3	SBS 10.2	YTN 9.4	TV조선 8.9
2019.1분기	JTBC 33.4	KBS 18.1	YTN 10.7	TV조선 9.5	SBS 7.0

[표 4-72] 가장 신뢰하는 방송사 뉴스(1순위 응답기준, 2019년 1분기부터)

(단위 : %)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020.4분기	KBS 21.7	MBC 16.5	JTBC 13.1	YTN 12.9	TV조선 9.5
2020.3분기	KBS 20.2	MBC 16.0	JTBC 15.2	YTN 12.5	TV조선 11.0
2020.2분기	KBS 22.5	MBC 15.7	JTBC 15.6	YTN 11.3	TV조선 11.0
2020.1분기	KBS 20.8	JTBC 20.0	MBC 15.9	YTN 12.5	TV조선 9.3
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

- KBS 공영미디어연구소의 조사 결과 중 KBS 뉴스 속성별 평가는 KBS의 뉴스에 대한 시청자들의 여러 측면에서의 생각을 엿볼 수 있음. ‘뉴스의 이해도’, ‘중요사안 보도’, ‘정확성’, ‘객관성’, ‘심층성’, ‘공정성’, ‘뉴스견해 일치도’ 등 KBS 뉴스에 대한 여러 측면에서의 평가를 묻은 결과 2019년에 비해 모든 측면에서 만족도가 상승한 것으로 나타났음.

- 다만, 2019년과 2020년의 평가 결과 변화의 정도가 가장 낮은 항목(0.10)이 ‘뉴스견해 일치도’로, 이 항목의 평가는 2020년에도 여타 항목과 달리 5점 이하로 나타남. 이 결과는 다른 항목과 달리 KBS 뉴스 자체에 대한 평가라기보다 응답자 본인의 입장과의 일치 정도를 묻는 문항으로 뉴스 이용자의 ‘적대적 매체 인식’과도 관련 있으므로, 시기별 뉴스 내용이나 견해에 대한 응답자의 반응을 파악하는 참고 지표로 활용하면 될 것임.

[표 4-73] KBS 뉴스에 대한 속성별 평가 결과

구분	이해도	중요사 안보도	정확성	객관성	심층성	기자 신뢰도	공정성	뉴스견해 일치도
2020 평균	6.01	5.41	5.36	5.25	5.16	5.14	5.14	4.76
2020,4분기	5.98	5.44	5.27	5.17	5.13	5.11	5.09	4.73
2020,3분기	6.09	5.34	5.32	5.24	5.12	5.06	5.13	4.71
2020,2분기	6.13	5.48	5.46	5.34	5.28	5.24	5.18	4.81
2020,1분기	5.84	5.38	5.38	5.24	5.12	5.18	5.17	4.77
2019 평균	5.88	5.22	5.19	5.08	5.03	4.99	4.97	4.66
2019,4분기	5.82	5.22	5.13	5.07	4.94	4.97	4.86	4.61
2019,3분기	5.70		4.98	4.86	4.85	4.86	4.79	4.40
2019,2분기	5.88		5.26	5.18	5.12	5.14	5.09	4.83
2019,1분기	6.10		5.37	5.22	5.22	-	5.14	4.80
2019-2020 차이	0.13	0.19	0.17	0.17	0.13	0.15	0.17	0.10

② 외부 조사기관의 신뢰도 조사

- KBS 보도·시사 프로그램에 대한 외부기관의 평가를 파악하고자 한국언론진흥재단, 정보통신정책연구원, 시사IN, 시사저널, 미디어미래연구소의 조사 결과를 살펴보았음.
- 외부기관 조사의 결과를 비교하기 앞서 조사방법을 비교하면, 한국언론진흥재단의 조사는 5,000명의 조사 규모와 대면 면접조사방식을 사용하여 결과의 신뢰도가 높지만, 연 1회 조사로 조사시점에 따른 결과의 등락이 문제될 수 있음. 정보통신정책연구원은 온라인 패널을 이용하고 2,400명을 대상으로 하나 분기별 조사가 이루어짐. 시사IN, 시사저널, 미디어미래연구소도 연 1회 조사로 조사시점에 따른 문제를 가지며, 시사IN은 일반인 1,000명, 시사저널은 언론인, 법조인, 정치인, 종교인 등 10개 직업군을 대상으로 1,000명, 그리고 미디어미래연구소는 369명의 언론학자를 대상으로 조사한 결과이므로 해석에 유의할 필요 있음.

[표 4-74] 외부기관의 국내 주요 언론 신뢰도 조사 비교

조사기관	조사규모	조사주기	조사대상	조사범위	조사방식
KBS	1,000	매분기말	전국 만 19세 이상 성인남녀	전 언론매체, 방송사 조사	유무선 RDD 전화면접조사
정보통신정책연구원	2,400	분기별 5회 연 4회	전국 13~69세 남녀	지상파 4채널, 종편 4채널	온라인 패널 조사
언론진흥재단	5,000	연1회 06.09.~07.12.	전국 만 19세 이상 국민	전 언론매체	태블릿 PC 이용 대면 면접조사
시사IN	1,000	연1회 08.29.~31.	전국 만 19세 이상 성인남녀	전 언론매체	전화면접조사
시사저널	1,000	연1회 06.22.~07.15.	언론인, 법조인, 정치인, 종교인 등 10개 직업군	전 언론매체 (포털, SNS 포함)	리스트 전화면접조사
미디어미래연구소	369	연1회 10.27.~11.29.	미디어학자	방송사, 신문사	온라인 설문조사

□ 한국언론진흥재단의 〈언론수용자의식조사〉 결과

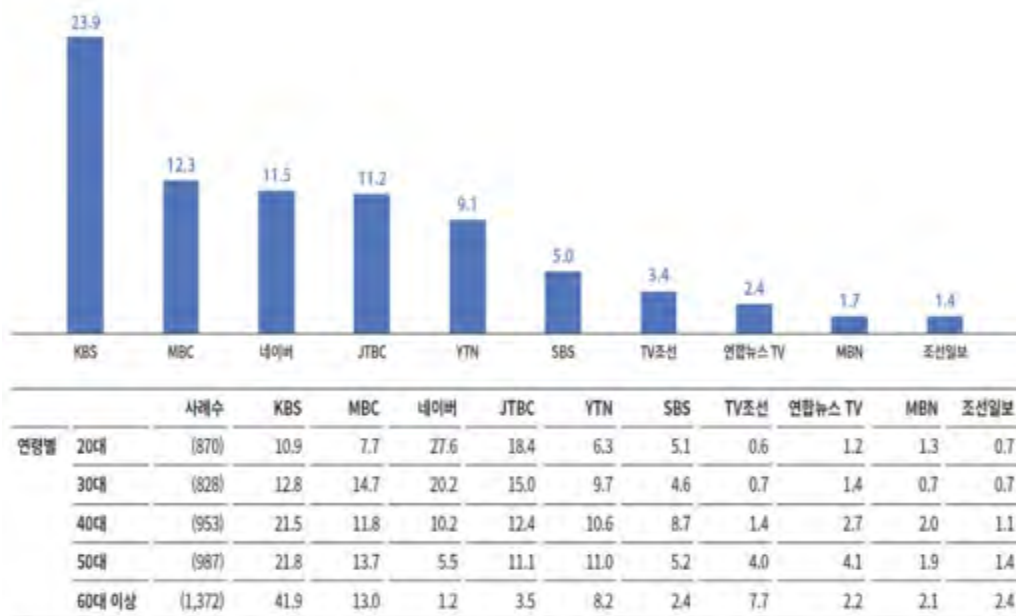
- 한국언론진흥재단의 〈언론수용자 의식조사〉는 매년 6~7월 만 19세 이상 남녀 5,000명 대상으로 태블릿PC를 이용하여 대면면접 조사로 진행됨. 조사대상은 신문, 방송을 비롯하여 네이버 등 포털까지를 포함함.
- 2020년 조사결과에 따르면 2020년 가장 신뢰하는 매체로 KBS를 꼽은 비율이 23.9%로 1위였으며, MBC(12.3%), 네이버(11.5%), JTBC(11.2%), YTN(9.1%)의 순서였음. 2019년에 이어 2년 연속 신뢰하는 매체 1위였으며, 특히 2위와의 격차가 10%p를 넘어서 큰 차이를 보였음.
- 〈언론수용자의식조사〉가 조사에서 각 언론사 중 가장 신뢰하는 매체를 직접 물었던 것이 2010년 이후 9년 만이었는데, 10년 전 응답에서 KBS를 가장 신뢰하는 매체로 꼽았던 비율(2010년 44.2%, 2008년 30.1%)에 비해서는 2020년의 23.9%는 매우 낮은 결과라는 점은 눈여겨볼 필요 있음. 다만, 당시는 국내 언론의 지향이나 국내 언론 전반에 대한 신뢰도가 현재와는 다르다는 점도 고려해야 할 것임.
- 〈그림 4-4〉에서 볼 수 있듯이 KBS에 대해 높은 신뢰도를 나타내는 집단은 40대 이상으로, 20대와 30대 집단에서는 네이버에 압도적인 신뢰도를 표하고 JTBC에도 비교적 높은 신뢰도를 나타냄을 유념할 필요 있음.

[표 4-75] 〈언론수용자 의식조사〉의 국내 언론 신뢰도 조사 결과

(단위 : %)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020	KBS 23.9	MBC 12.3	네이버 11.5	JTBC 11.2	YTN 9.1
2019	KBS 26.1	JTBC 17.9	MBC 10.9	네이버 10.6	YTN 8.6
2010	KBS 44.2	MBC 29.0	조선 6.3	SBS 5.1	YTN 4.3
2008	KBS 30.1	MBC 21.3	네이버 13.7	조선 5.2	다음 3.3

[그림 4-4] 〈언론수용자 의식조사〉의 언론사별 신뢰도의 연령별 결과



* 전체 응답자 중합 상위 10개 언론사/매체사에 대한 연령별 신뢰하는 비율임

□ 정보통신정책연구원의 〈시청자 인식조사〉 결과

- 정보통신정책연구원의 〈시청자 인식조사〉는 매 분기별로 분기당 5회(회당 2,400명 대상) 전국 13~69세 남녀를 대상으로 온라인 패널조사를 실시하여 지상파 방송사업자 4개 채널(KBS1, KBS2, MBC, SBS)과 종합편성 방송채널사용사업자 4개 채널(TV조선, JTBC, 채널A, MBN)에 대해 시청자평가지수(KI)를 측정하여 채널 성과를 평가함. 이 가운데 공정성과 신뢰성 평가 결과를 살펴보겠음.
- 2020년 시청자평가지수에서 측정한 신뢰성 평가 결과에서는 KBS1은 2019년 이후 신뢰성 1위를 유지한 반면, KBS2는 연속하여 5위에 머물렀음. 5점 척도로 측정한 KBS1

제3편

평가인원
제4장 경영실적

의 신뢰성 평가 점수가 지속적으로 상승하는 패턴을 보인 것도 긍정적이며, KBS2도 순위는 5위이지만 신뢰성 평가 점수는 대체로 상승 패턴으로 나타남.

- 종합하면, 정보통신정책연구원의 시청자평가지수 내의 신뢰성 평가에서는 KBS1은 2년 연속 1위를 기록하였고 5년 동안의 5점 척도로 측정한 신뢰성 평가 점수도 상승하는 모습이었음. KBS2는 비록 신뢰성 평가 점수가 상승하는 모습이지만 순위는 5위인 점을 채널 편성전략이나 뉴스 편성 등에서 유념할 필요 있음.

[표 4-76] 정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI)내 신뢰성 평가 (단위 : 5점 척도)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020	KBS1 3.78	MBC 3.61	JTBC 3.58	SBS 3.57	KBS2 3.52
2019	KBS1 3.67	JTBC 3.61	SBS 3.52	MBC 3.49	KBS2 3.43
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	JTBC 3.76	KBS1 3.38	SBS 3.35	KBS2 3.28	MBN 3.23

□ 시사HN <대한민국 신뢰도 조사>내 가장 신뢰하는 언론매체

- 시사HN의 <대한민국 신뢰도 조사>는 전국 19세 이상 성인남녀 1,000명을 대상으로 매년 9월에 전화면접조사를 시행하며, 미디어 및 언론의 신뢰도에 대해서도 인터넷을 포함한 가장 신뢰하는 언론매체와 가장 신뢰하는 방송매체를 별도로 조사하였음.
- 2020년 가장 신뢰하는 언론매체로는 유튜브(13.0%)가 1위, 네이버(11.4%)가 2위, 그리고 KBS(8.5%)가 3위로 나타났음. 2019년 조사에서 1위 JTBC(15.2%)에 이어 유튜브(12.4%)가 가장 신뢰하는 언론매체 2위로 꼽힌 바 있는데 1년 만에 마침내 1위로 오르고 인터넷 포털인 네이버가 2위를 기록한 것은 미디어 지형의 변화를 극적으로 보여준다고 할 수 있음. 전통적 언론(레저시 미디어)의 신뢰도의 동반 하락과 뉴미디어에 대한 미디어 이용자의 기대를 반영한 결과로 받아들일 필요가 있음. 이 조사에서 KBS는 가장 신뢰하는 언론매체로서의 순위도 내려가고 있지만, 응답률도 계속 낮아지고 있음에 유의할 필요 있음.
- 방송매체만을 대상으로 한정하여 가장 신뢰하는 방송매체를 묻는 2020년 조사에서는 KBS가 1위를 기록하였음. 2016년에 1위 이후 3년 내리 2위로 내려앉았다가 다시 1위로 오른 셈임. 다만, 이전까지에 비해 1위의 응답률이 상대적으로 낮은 점(2019년 1위 JTBC 27.4%, 2020년 1위 KBS 18.3%)은 주목할 필요 있음.

[표 4-77] 시사인 〈대한민국 신뢰도 조사〉 내 가장 신뢰하는 언론매체(방송사·신문사·포털·SNS 대상
(1순위)) (단위 : %)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020	유튜브 13.0	네이버 11.4	KBS 8.5	JTBC 5.7	MBC 5.0
2019	JTBC 15.2	유튜브 12.4	KBS 9.6	네이버 7.8	조선 5.4
2018	JTBC 23.5	KBS 9.6	네이버 6.8	구글 4.2	조선 4.2
2017	JTBC 30.8	KBS 12.2	네이버 8.4	조선 5.1	MBC 4.7
2016	KBS 15.5	네이버 11.7	JTBC 11.6	한겨레 5.4	조선 4.8

[표 4-78] 시사인 〈대한민국 신뢰도 조사〉 내 가장 신뢰하는 방송매체 (단위 : %)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020	KBS 18.3	MBC 15.6	JTBC 13.2	TV조선 10.1	YTN 7.4
2019	JTBC 27.4	KBS 14.0	TV조선 8.6	SBS 7.4	MBC 6.8
2018	JTBC 37.4	KBS 18.5	SBS 7.4	MBC 6.7	YTN 5.6
2017	JTBC 43.4	KBS 21.0	MBC 7.8	SBS, YTN 4.8	TV조선 1.8
2016	KBS 29.7	JTBC 26.3	MBC 10.3	YTN 7.3	SBS 5.3

□ 시사저널 〈누가 한국을 움직이는가〉 조사 결과

- 시사저널의 〈누가 한국을 움직이는가〉 조사는 행정관료, 교수, 언론인, 법조인, 정치인 등 10개 전문직업군에서 추출한 1,000명을 표본을 대상으로 6월~7월 기간 중 가장 신뢰하는 미디어를 묻는 전화면접조사임.
- 신문, 방송, 포털, SNS까지를 포함하고 복수응답이 가능한 이 조사의 결과에 따르면, 2020년 가장 신뢰하는 미디어는 JTBC가 27.3%였으며 KBS는 5년 연속 2위를 기록하였음. 다만, 한때 KBS 응답률이 계속 낮아지다가 2018년 바닥을 치고 상승 국면을 보였고 2020년에는 7.1%p로 상승률이 높아지고 1위와의 격차가 대폭 작아진 점은 긍정적인.

[표 4-79] 시사저널 〈누가 한국을 움직이는가〉 가장 신뢰하는 언론 조사 결과 (단위 : %)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020	JTBC 27.3	KBS 22.4	MBC 17.0	한겨레 12.5	네이버 11.6
2019	JTBC 39.2	KBS 15.3	한겨레 12.5	경향 9.2	MBC 8.0
2018	JTBC 43.9	KBS 14.0	한겨레 13.1	경향 10.1	네이버 7.4
2017	JTBC 55.8	KBS 18.0	한겨레 13.2	네이버 10.5	조선 9.0
2016	JTBC 34.4	KBS 26.6	한겨레 24.0	경향 18.8	조선 14.1

□ 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사> 결과

- 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사>는 종합뉴스를 제공하는 5개 방송, 4개 종합편성채널, 그리고 발행부수 기준 상위 5개 종합일간지와 방문자수 기준 상위 1개 종합인터넷 신문 등 총 15개 미디어를 대상으로 매년 10월~11월 기간 중 국내 미디어학자 400여 명에게 신뢰성을 묻는 온라인 조사 시행한 것임.
- 이 조사는 5개 세부항목에 걸쳐 5점 척도로 각 언론의 신뢰도를 측정하는데, 2020년 KBS는 신뢰성 2위 매체로 나타남. 이 조사에서는 2016년부터 5년 간 계속 JTBC가 1위를 기록하였고, KBS는 해마다 상이한 결과를 나타내고 있고 2019년 5위에서 2020년 2위로 상승한 셈임.

[표 4-80] 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사> 방송사·신문사 신뢰성 (점수는 5개 세부항목 5점 척도 평가)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020	JTBC 3,350	KBS 3,264	YTN 3,223	한겨레 3,130	연합TV 3,111
2019	JTBC 3,227	경향 3,068	YTN 3,066	MBC 3,003	KBS 2,975
2018	JTBC 3,584	KBS 3,278	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	KBS 3,101

□ 내외 기관 공정성과 신뢰도 종합

- 종합하면, 2020년에 시행된 KBS 공영미디어연구소의 외부 전문기관 조사를 비롯하여 외부기관의 언론 신뢰성, 공정성 관련 조사의 결과에서는 과반이 넘는 사례에서 KBS가 가장 신뢰성과 공정성이 높게 평가되는 언론으로 꼽혔음. 시사IN(가장 신뢰하는 언론 매체 3위), 시사저널(가장 신뢰하는 언론매체 2위), 미디어미래연구소(방송사·언론사 신뢰성 2위) 등에서 1위에 오르지 못하였음. 각기 다른 목적과 조사방법에 따른 결과이므로 단순 순위보다는 그 의미를 되새길 필요가 있음.
- 2019년 조사결과와 비교한 KBS와 KBS 보도·시사 프로그램에 대한 조사결과의 추이도 대개 평가 순위가 상승하거나 평가 점수가 상승하는 등 긍정적 변화의 추세를 보이는 경우가 많았다고 하겠음.

[표 4-81] 2020년 방송사 신뢰도 조사기관별 비교

조사구분	1위	2위	3위	4위	5위
언론진흥재단 ²⁾ 2020언론수용자 조사(%)	KBS 23.9	MBC 12.3	네이버 11.5	JTBC 11.2	YTN 9.1
정보통신정책연구원 ³⁾ 시청자평가지수 (K)조사(점)	KBS1 7.45	MBC 7.32	JTBC 7.31	SBS 7.30	TV조선 7.28
미디어미래연구소 ⁴⁾ 미디어 어워드 조사(점)	JTBC 3,3501	KBS 3,2640	YTN 3,2233	한겨레 3,1295	연합TV 3,1111
시사IN ⁵⁾ - 가장 신뢰하는 언론매체(1순위)(%)	유튜브 13.0	네이버 11.4	KBS 8.5	JTBC 5.7	MBC 5.0
시사IN - 가장 신뢰하는 방송매체 조사(%)	KBS 18.3	MBC 15.6	JTBC 13.2	TV조선 10.1	YTN 7.4
시사저널 ⁶⁾ - 가장 신뢰하는 언론매체(%)	JTBC 27.3	KBS 22.4	MBC 17.0	한겨레 12.5	네이버 11.6

제3편

평가내용
제4장 경영실적

(2) 보도·시사 프로그램의 공정성

- KBS 내부와 외부기관을 막론하고 신뢰도에 대한 평가에 비해 공정성에 대한 평가 자료는 제한됨. 그러나 공정성은 편파성에 대비되는 개념으로 언론의 신뢰도와 깊은 관련이 있으며 최근 국내 상황에서는 정의와도 연관될 수 있으므로 별도로 점검할 필요 있음.
- 신뢰성과 공정성 이외에 방송사와 프로그램 전반의 영향력이라는 개념도 언론을 평가함에 종종 사용되므로 이에 대해서도 함께 살펴보도록 함.

□ 정보통신정책연구원의 〈시청자 인식조사〉 결과

- 정보통신정책연구원 조사에서 시청자평가지수에서 공정성은 신뢰성과 같이 5점 척도로 측정되었는데, 2020년 KBS1은 3.58로 공정성 1위를 기록한 반면, KBS2는 3.40으로 공정성 5위를 기록함. KBS1이 뉴스와 시사 프로그램 위주의 편성을 하고 있음을 고려할 때 2019년에 이어 2020년에도 1위를 유지한 것은 고무적임. 다만, 드라마, 오락 편성이 많은 KBS2의 공정성 평가가 MBC, SBS 등의 여타 지상파 방송보다 낮은 5위로

2) <https://www.kpf.or.kr/synap/skin/doc.html?fn=1606950522093.hwp&rs=/synap/result/board/>

3) <https://www.kpf.or.kr/synap/skin/doc.html?fn=1608251891085.pdf&rs=/synap/result/media/#>

4) http://www.mfi.re.kr/pages/pdf/2020_media_awards.pdf

5) <https://www.sisain.co.kr/news/articleView.html?idxno=42978>

6) <http://www.sisajournal.com/news/articleView.html?idxno=203737>

나타남. 사실상 신뢰성과 공정성 조사의 결과는 같은 패턴을 보여서 KBS1과 KBS2의 공정성 평가도 1위와 5위로 엇갈린 셈임.

[표 4-82] 정보통신정책연구원 시청자평가지수(KI)내 공정성 평가

(단위 5점 척도)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020	KBS1 3.58	MBC 3.47	JTBC 3.46	SBS 3.43	KBS2 3.40
2019	KBS1 3.48	JTBC 3.46	SBS 3.37	MBC 3.35	KBS2 3.31
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

□ 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사> 결과

- 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사>에서 5개 세부항목에 걸쳐 5점 척도로 각 언론의 공정성을 측정한 결과에서는, 2020년 KBS는 공정성 3위 매체로 나타남. 이 조사에서는 2016년부터 5년간 계속 JTBC가 공정성 1위를 기록하였고, KBS는 해마다 상이한 결과를 나타내고 있는데, 2017년까지는 5위 내에 들지 못했고, 2018년 4위, 2019년 5위에서 2020년 3위로 다소 상승한 셈임.
- 같은 기관의 조사 결과에서 신뢰성 평가와 비교할 때 KBS는 신뢰성에 비해 공정성에 낮은 평가를 받는다는 의미임. 물론 이 조사는 언론학자를 대상으로 한 전문가 조사이므로 시청자 일반의 인식과 다소 차이가 있을 수 있지만, 전문학자들에게서 KBS의 공정성이 YTN, JTBC 등에 비해 낮은 평가를 받은 결과는 무겁게 받아들일 필요가 있음. 다만, 2020년 공정성 평가가 최근 5년 동안 가장 높은 수준을 보인 점은 긍정적인 점.

[표 4-83] 미디어미래연구소 <미디어 어워드 조사> 방송사·신문사 공정성

(점수는 5개 세부항목 5점 척도 평가)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
2020	YTN 3.069	JTBC 3.027	KBS 2.994	연합TV2.991	한국 2.789
2019	JTBC, YTN 2.938	연합TV 2.783	SBS 2.779	MBC 2.758	KBS 2.756
2018	JTBC 3.224	SBS 3.088	YTN 3.061	KBS 3.027	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	한겨레2.914	SBS 2.898

□ KBS 공정성 저해 사례

- 외부기관의 KBS 공정성 평가가 개선되는 모습에도 불구하고 2020년에도 KBS의 보도 공정성을 해칠 일부 사례가 있었음.
- 한동훈 전 검사장과 채널A 기자간 대화의 녹취록 관련 ‘검언유착 보도’ 논란과 KBS 1 라디오 뉴스에서의 아나운서에 의한 뉴스 왜곡·삭제 논란은 현재 검찰 고발 상태이며 KBS 공정성 평가에 부정적인 영향을 미칠 수 있음.

제3편

평가내용
제4장 경영실적

(3) 방송통신심의위원회 공정성 심의 결과

- 2020년 KBS의 방송통신심의위원회 공정성 규정 위반 심의의결 건수는 총 4건으로, 2019년에 비해 제재 건수로는 1건 증가하였음.
- 구체적인 위반 사례를 보면 3건이 선거방송 심의에 관한 특별규정 제5호 공정성 규정을 위반한 것으로 결코 가볍지 않은 사안이지만 이 가운데 2건은 지역국의 뉴스에서 발생하였고 1건은 여론조사 설문지 문항 관련 공정성 위반 사안이었음. 나머지 1건은 시사 프로그램에서 이해당사자 양측의 의견을 균형있게 반영하지 않은 사유로 제재를 받았음.
- 법적 제재의 수준은 ‘의견제시’로 가장 낮은 제재였으나, 향후 제재 사례가 최소화되도록 하기 위한 시스템과 교육훈련 등이 요망됨. 특히, 지역 뉴스 활성화 전략의 일환으로 지역 뉴스가 강화되는 추세이므로 지역총국에 대한 각별한 교육훈련 지원도 필요할 것임.

[표 4-84] 방송통신심의위원회 2018~2020년 KBS 공정성 위반 심의의결 건수 (⋈는 지역국 건수)

구분	공정성	
	행정지도	법정제재
2020	4(2)	0
2019	2(1)	1
2018	4(0)	0

[표 4-85] 방송통신심의위원회 2018~2020년 KBS 공정성 위반 심의 의결 결과

프로그램명	방송일자	위반내용	적용조항	심의결과
KBS 뉴스 9	2019.12.27.(금) 21:00~22:00	여론조사 질문지 오류	선거방송 심의에 관한 특별규정 제2조(법규정의 준수), 제5조(공정성)제1항	의견제시

프로그램명	방송일자	위반내용	적용조항	심의결과
KBS 뉴스 9 (KBS춘천)	2020.04.08.(수) 21:00 ~ 22:00	양당 비례대표 검증하는 보도를 공정하게 다루지 않음	선거방송 심의에 관한 특별규정 제5조(공정성)제2항	의견제시
KBS 뉴스 9 (KBS원주)	2020.04.08.(수) 21:00 ~ 22:00	양당 비례대표 검증하는 보도를 공정하게 다루지 않음	선거방송 심의에 관한 특별규정 제5조(공정성)제2항	의견제시
시사기획창	2019.06.18.(화) 22:00 ~ 22:55	태양광사업 보도 관련 당사자의 의견을 균형있게 반영하지 않음	방송심의규정 제9조(공정성)제2항	의견제시

(4) 보도·시사 프로그램 공정성·정확성·신뢰성 향상을 위한 노력

① 공정한 보도를 위한 뉴스 생산 과정에 대한 개선 노력

- 보도본부 차원에서 저널리즘 기본 원칙 재정립을 위해 2020년 9월 <방송제작 가이드라인>을 개정하면서 ‘KBS의 방송규범’ 가운데 ‘공정성’ 항목을 신설하고 ‘공정성’의 주요 원칙으로 (1)정확성 (2)균형성 (3)다양성 (4)중립성을 설정하고 자세한 기준을 제시한 점은 공정한 보도를 위한 노력의 일환으로 평가됨. 이에 대한 보도본부 기자들의 내재화와 뉴스 생산 과정에의 적용을 위한 노력이 수반되어야 할 것임.
- 특히, 법조 보도에서 발생하는 익명보도 문제, 사건사고 보도 영상에서의 화면 수위 등에 대한 문제의식에서 각종 보도 관행을 개선하기 위해 평기자들이 규범으로 삼을만한 취재보도 준칙을 제정하기 위해 2020년 9월 기자협회를 통해 8인의 보도준칙 편집위원회를 구성하여 가동한 점은 보도의 공정함 뿐 아니라 섬세함을 향상시키기 위한 노력으로 보이며, 2021년까지 결실을 보고 뉴스 생산 과정에 적극 반영될 필요 있음.
- 저널리즘 교육 통한 취재 규범을 내재화하고 뉴스 신뢰도 개선을 위해 이용자 관여팀 중심으로 정기적인 저널리즘 교육 프로그램을 기획한 점은 고무적이지만, 코로나19 상황 등으로 아직 구체적인 교육 프로그램이 가동되지는 못하고 있으므로 상황에 따라서는 비대면 방식 등 대안적 방식도 시도하는 등 기획된 교육 프로그램을 현실화시키기 위한 노력이 요망됨.
- 현재 KBS 보도의 공정성을 위한 <공정방송위원회>가 운영되고 있는 것은 매우 긍정적임. 다만, 노사 동수로 구성된 동 위원회의 의결방식이 정치적 합의일 가능성에 대한 경각심과 주의가 요망되며, 저널리즘 원칙에 의거할 필요가 있음.

② 전문가 연계 협업 취재 및 의제 중심 보도 활성화를 통한 보도 전문화 노력

- 보도의 완성도를 높이기 위해서는 기자의 전문성 증대와 함께, 각 방면의 전문가를 뉴스 생산과 자문에 적극 활용하는 시스템 구축이 필요함. 보도본부에서는 2020년에 출입처 의존적 취재 관행을 개선하고 설명과 맥락을 담은 심층 뉴스를 제작하기 위해 전문가 협업 취재 시스템을 도입하여 관련 예산을 제한적으로 확보하고 전문가 그룹과의 공동 취재와 기획을 통해 심층 아이টে을 보도하였음.
- 비록 충분하지는 않지만 이런 시도가 축적되고 확대되어 개별 이슈를 단건 위주 보도하기보다 의제 중심의 전문화되고 심층적인 보도가 늘어나야 할 것임.

[표 4-86] 2020년 보도본부 전문가 협업 취재 보도 사례

부서	의제 취재
사회부	'N번방' 성 착취 특별취재
	산업재해 심층 취재
	주거 빈곤 아동 특집
산업과학부	30대그룹 사외이사 출신, 대물림 분석 및 독립성 검증
문화복지부	포스트 코로나19
	KBS-그린피스 공동기획 '기후변화'
통일외교부	남북 공동 문화 유산 찾기 프로젝트
탐사보도부	론스타 17년, 원죄와 면죄부
	세계적인 화가의 작품을 둘러싼 위작 사건의 진실
	수돗물 관련 기획 취재
	산업재해 관련 기획 취재
시사제작2부	〈시사기획 창〉 테슬라, 베타버전의 질주
	〈시사기획 창〉 사모펀드 위기, 그들은 알았다

- 이와 별도로 〈탐사K〉 아이টে을 대폭 확대하고 이슈별 TF팀을 활성화하는 등 다양한 분야에서 의제 중심 취재 노력이 이루어진 것을 확인하였으며, 이러한 노력은 계속 이어져야 할 것임.

③ 이용자관여팀, 팩트체크팀 등 보도 정확성, 이용자 친화성 증대를 위한 노력

- 뉴스 생산 과정에 이용자 관련 데이터를 적극 활용하여 뉴스 이용자와 함께 만드는 뉴스 시스템을 가동하기 위해 2020년 6월 이용자관여팀을 신설하여 신규 인력을 배치하고

2021년 본격 가동될 것으로 예상됨. 뉴스 이용자의 뉴스 이용 현황을 종합적으로 모니터링할 수 있는 시스템인 <뉴스타워>의 고도화 작업을 진행하여 이에 입각한 기사 선호도 및 피드백 등을 2021년부터 전달하려 하는 것 등 뉴스의 이용자 친화성을 높이는 시도로 이어짐. KBS 뉴스에 대한 SNS 등에서 이용자 반응을 정밀하게 모니터링하고 KBS에 접수되는 제보에 대한 신속한 대응을 통해 추가 제보를 이끌어내는 <제보 선순환 체계>도 구축 진행 중. 2020년 추진된 새로운 시도들의 결실은 2021년 이후 기대할 수 있으리라 생각됨.

- 최근 특별히 강조되고 있는 뉴스의 팩트체크와 관련하여, KBS 내의 팩트체크 수요에 신속 대응하기 위해 기존 뉴스제작1부 산하 <팩트체크> 팀을 2020년 6월 디지털뉴스 제작부로 이관하고, KBS뉴스 홈페이지에 <코로나19 팩트체크> 코너를 신설해 꾸준히 관련 기사와 정보를 업데이트하는 등 조직적, 제도적, 실무적 노력 진행하였음.
- 다만, 이러한 뉴스의 정확성과 이용자 친화성 증진을 위한 노력이 관리자를 중심으로 제한적으로 진행되어 KBS 뉴스 전체의 변화 속도에 영향을 주는데 한계가 있음. 보다 체계적이고 보도본부 전체를 아우를 수 있는 방식으로 진행되는 것이 요망됨.

[표 4-87] KBS 보도본부 내 이용자관여팀 연혁, 주요 활동 및 계획

일자	내용	주요 활동
2020년 6월	조직 신설(팀장 1명) 경력직 수습 선발	- 조직 목표 및 「기본 운용 계획」 수립 - 「KBS 제보시스템 이용자 만족도 조사」 실시 - 재난 소셜/온라인 모니터링 업무 개발/수행
2020년 9월	데이터분석 전문기자 2명, 개발자 1명 정규 채용	- 「뉴스 제보시스템 종합 개선안」 보고 - 「KBS 뉴스타워」 관리 업무 이관
2020년 11월	기자 1명 총원	- 뉴스 이용자 지표 정립 및 수집 시스템 개발 - 저널리즘 교육 업무 이관
2021년 1월		- 「KBS뉴스 이용현황 보고 β」 생산 (일/월별) - 「이슈 리포트- 아동학대」 발행 - 2021 저널리즘 교육 계획(안) 수립
2021년 2월	기자 1명 총원	- 온라인 커뮤니티 평판 모니터링 개시 - 「이슈 리포트- 동물뉴스」 발행 - 2월 (온라인) 저널리즘 교육 실시
2021년 3월		- 3월 (온/오프라인) 저널리즘 교육 실시 - 「이슈 리포트-KBS 이용자」 발행 (예정)
2021년 4월		- 「KBS 뉴스타워 V 2.0 기획 및 개발 (예정) - 「뉴스 이용현황 보고」 확대 개편 (예정)

4) 보도·시사 프로그램의 품질 평가 및 품질 향상 노력

(1) 뉴스 시청률, PSI(품질평가지수)

① 메인뉴스 뉴스 시청률

- 뉴스의 시청률은 뉴스 프로그램 품질의 절대적 지수가 될 수는 없으나, 가장 대표적인 시청자 반응 지수로 결코 무시할 수 없음. 2020년 KBS 메인뉴스<뉴스 9>의 시청률은 12.4%로 2위 그룹에 비교할 때 2배 이상이고 격차도 6.1%p 이상 벌어진 것으로 나타나 여전히 상당한 우위를 나타냈다고 하겠음.
- 다만, 2016년 이후의 데이터를 보면 KBS는 시청률이 계속 하락하다가 2020년에 하락 추세를 반전시킨 것으로 나타났음. 하락 반전은 코로나19로 인한 뉴스 시청률 반등의 영향으로 추론됨. 이전부터 진행된 메인뉴스 시청률 하락 추세는 KBS만의 문제라기보다는 TV뉴스의 시청자가 전반적으로 감소하는 추세와 맞물려 있으므로 시청률 하락 추세의 반전을 넘어 메인뉴스 시청률의 상승세로 이끌기 위한 다각적인 노력, 특히 젊은 시청자들을 고려한 뉴스 아이템 개발 등이 필요할 것으로 보임.

[표 4-88] 2016년~2020년 지상파 3사, 종편채널 메인뉴스 연도별 가구 시청률

닐슨코리아 수도권, 평일 기준 (단위 : %)

	KBS1	MBC	SBS	채널A	JTBC	MBN	TV조선
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
2020년	12.4	6.0	6.3	3.1	3.0	2.8	4.9

② 뉴스의 품질평가 (PSI 지수)

- KBS는 지상파 4개 채널 300여 개 프로그램을 대상으로 12,000여 명의 국민패널을 활용한 인터넷조사를 연 2회 실시하여 품질평가지수(PSI)를 생산하고 있음. PSI지수는 PSI1(잘 만들었다)과 PSI2(뭔가 얻는 게 있었다), PSI3(시간 가는 줄 몰랐다)를 합산하여 3으로 나누어 구한 수치임.

- KBS <뉴스 9>를 비롯한 지상파 3사 메인뉴스의 PSI를 비교한 결과에 의하면, KBS <뉴스 9>는 2016년부터 2020년까지 모든 조사에서 가장 높은 점수를 얻음. 다만, 2019년과 비교할 때 2020년 두 차례의 조사에서 타사와 KBS PSI 점수의 차이는 점차 줄어들고 있으므로 지속적으로 좋은 품질 평가를 받기 위한 전략과 노력이 요구됨.

[표 4-89] 메인 뉴스 프로그램 품질평가지수(PSI) 조사 결과(최근 5년)

구분		KBS 뉴스 9	MBC 뉴스데스크	SBS 8시뉴스
2016년	상반기	72.6점	66.9점	66.8점
	하반기	69.3점	63.3점	65.8점
2017년	1분기	71.7점	68.7점	69.9점
	2분기	73.3점	67.8점	66.8점
	3분기	73.4점	67.0점	68.5점
	4분기	71.7점	67.3점	68.6점
2018년	1분기	73.0점	67.9점	68.7점
	2분기	73.4점	68.0점	69.2점
	하반기	73.6점	69.0점	69.3점
2019년	상반기	71.1점	66.8점	66.9점
	하반기	71.6점	71.6점	67.4점
2020년	상반기	73.7점	71.1점	68.5점
	하반기	73.7점	71.1점	69.3점

(2) 시사 프로그램의 시청률, PSI, 코코파이지수

① 시사 프로그램 시청률과 코코파이 순위

- KBS의 주요 시사 프로그램의 시청률을 타 방송사의 유사 프로그램과 비교하면, <추적 60분>에 이어서 2019년 신설된 <시사직격>의 경우 2019년 4.2%, 2020년 4.2% 등 이전 <추적 60분>과 유사한 수준의 시청률을 보이고 있음. 모든 채널에서 전반적으로 시사 프로그램의 시청률이 하향곡선을 그리고 있고 <시사직격>이 경쟁 프로그램에 비해 아직 연조가 짧은 점을 감안하면 부정적인 성과로 보긴 어려움.
- 코코파이 TV본방지수를 통해 본 시청자수에서도 시사 프로그램에 대한 시청자 반응은 비슷한 수준을 보여주고 있음. 그러나, 코코파이 nonTV 순위에서는 <시사직격>이 경

- 쟁 프로그램 대비 가장 낮은 순위를 보였음. 이는 <시사직격>이 2019년 신설 프로그램인 관계로 방송 이외의 매체를 통한 이용이 아직 부진한 것에 원인이 있는 듯 보임.
- 공영방송 KBS의 대표 시사 프로그램으로서 향후 <시사직격>이 시청자로부터 환영받기 위한 지속적인 노력이 요구되며, 특히 TV에서의 본방 시청 뿐 아니라 TV 이외의 매체에서 이용을 유도할 수 있는 다양한 노력이 이루어질 필요 있음.

[표 4-90] 지상파 및 종편 대표 시사 프로그램 연도별 가구 시청률 닐슨코리아 수도권, (단위 : %)

	KBS1	KBS1	MBC	SBS	JTBC	TV조선
	추적 60분	시사직격	PD수첩	그것이 알고 싶다	이규연의 스포트라이트	탐사보도 세븐
2016년	3.7	-	4.8	10.1	2.1	-
2017년	3.0	-	4.3	9.7	3.8	1.8
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
2020년	-	4.2	3.5	5.5	2.1	2.2

[표 4-91] 지상파 및 종편 대표 시사 프로 연도별 시청자수(코코파이 TV 본방지수)

닐슨코리아 전국, (단위 : 만 명)

	KBS1	KBS1	MBC	SBS	JTBC	TV조선
	추적 60분	시사직격	PD수첩	그것이 알고 싶다	이규연의 스포트라이트	탐사보도 세븐
2019년	87	93	75	148	68	43
2020년	-	93	66	125	42	46

[표 4-92] 지상파 및 종편 대표 시사 프로그램 연도별 코코파이 nonTV 순위 (점수는 주 평균 기준)

2019년		2020년	
73위 (13,082점)	그것이 알고 싶다(SBS)	77위 (9,986점)	그것이 알고 싶다(SBS)
151위 (6,463점)	PD수첩(MBC)	175위 (3,789점)	PD수첩(MBC)
253위 (2,822점)	시사직격(KBS1)	384위 (517점)	탐사보도 세븐(TV조선)

2019년		2020년	
380위 (1,037점)	추적 60분(KBS1)	392위 (479점)	이규연의 스포츠라이트(JTBC)
384위 (1,019점)	이규연의 스포츠라이트(JTBC)	472위 (187점)	시사직격(KBS1)
560위 (126점)	탐사보도 세븐 TV조선)		

② 시사 프로그램 품질 평가

- KBS <시사직격>은 타사 경쟁 프로그램 대비 프로그램 품질 평가에서도 비교우위를 확보하지 못한 것으로 나타남. 2019년까지의 <추적 60분>의 경우와 비교할 때 매우 부진하다고 할 수는 없지만 시청률과 코코파이 nonTV 순위에 더해서 PSI 비교에서도 비슷하거나 다소 열위의 조사결과가 나온 점은 제작진과 제작부서가 더욱 분발해야 할 자료로 파악할 필요가 있음.

[표 4-93] 대표 시사 프로그램 품질평가지수(PSI) 조사 결과(최근 5년)

구분		KBS1	KBS1	MBC	SBS
		추적 60분	시사직격	PD수첩	그것이 알고 싶다
2016년	상반기	76.3점	-	74.9점	80.6점
	하반기	74.8점	-	73.4점	81.7점
2017년	1분기	77.0점	-	73.9점	82.2점
	2분기	-	-	74.7점	-
	3분기	76.3점	-	-	79.4점
	4분기	-	-	-	79.9점
2018년	1분기	-	-	77.9점	78.7점
	2분기	77.7점	-	77.4점	80.0점
	하반기	78.7점	-	75.4점	77.7점
2019년	상반기	77.4점	-	75.4점	77.8점
	하반기	-	75.8점	76.9점	78.3점
2020년	상반기	-	76.3점	76.7점	77.5점
	하반기	-	76.6점	76.4점	77.8점

(3) 보도 및 시사 프로그램 수상실적 (KBS 자체 수상 제외)

- 상을 받기 위해 일하지는 않지만, 방송 프로그램에 대한 수상은 프로그램 품질의 우수성을 대내외에 인정받는 것으로 제작진과 방송사에 큰 격려가 될 수 있음.
- 2020년 KBS 보도본부와 제작본부에서의 뉴스와 시사 프로그램에 대한 수상 실적은 총 58건으로 2017년 20건, 2018년 28건, 2019년 42건에 비해 점차 늘어나는 추세이며, 특히 2020년에 크게 늘어났음. 이는 KBS 보도시사 프로그램에 대한 사회적 평판과 기여가 커졌음을 보여주는 매우 의미있는 성과라고 평가됨.
- 2020년 보도 및 시사 프로그램 수상 실적에서 두드러진 점은 지역총국 보도의 수상이 많아졌다는 것임. <한국기자협회> 이달의 기자상에서 3건, <방송기자연합회> 이달의 방송기자상에서 8건, 그리고 <방송통신심의위원회> 이달의 좋은 프로그램상에서 1건 등 10건이 넘는 수상이 지역총국의 뉴스 보도와 시사 다큐멘터리에서 이루어져 괄목할만한 성과를 내었다고 하겠음. 양질의 보도와 시사 프로그램을 만드는데 본사와 지역총국의 선의의 경쟁이 진행된다면 더욱 좋을 듯함.

[표 4-94] 2017-2020년 KBS 보도시사 프로그램 외부 수상 실적

연도	보도본부	제작본부	합계
2020	48	10	58
2019	33	9	42
2018	24	4	28
2017	18	2	20

[표 4-95] 2020 한국기자협회 이달의 기자상 수상 내역(10건)

아이템	부서	부문	수상월
<시사기획 창> '루보사태' 김영모가 돌아왔다	김효신(광주) 권순두(영상취재2부)	기획보도(방송)	3
조세정의 시리즈	김태형 유지향 김재현(디지털뉴스) 서영민 신지수(경제부)	경제보도	4
<국회감시 프로젝트K> '의원과 법'	정치부 기획팀	기획보도(방송)	4
<국회감시 프로젝트K> 21대총선 비례후보 검증편	노윤정 정성호 하누리(정치부) 오광택 박상욱(영상취재부)	취재보도 1부문	5

아이템	부서	부문	수상월
21대 총선 특집	탐사보도부 21대 총선평별팀	기획보도(방송)	5
‘농민 없는’ 농업법인… 특혜로 키운 불법온상	김호신 유승용 이승준 신한비(광주)	지역 기획보도(방송)	7
공직자 부동산 재산 검증	박현 정성호 하누리 김성수(탐사)	취재보도 1부문	9
돌고 도는 폐기물… 〈불법의 고리〉추적	오정현 김동균(전주)	지역 기획보도 (방송)	9
〈시사기획 창〉 존엄한 노후, 가능한가	홍혜림(시사제작2부) 왕인흡(영상취재2부) 우한솔(문화복지부) 전현우(사회부)	기획보도 (방송)	11
70년 비극의 씨앗… 그리고 2880	박상용 홍기석(춘천)	지역 기획보도 (방송)	12

[표 4-96] 2020 방송기자연합회 이달의 방송기자상 수상 내역(20건)

제목	부서	부문	수상월
조현병 불안사회 해법은	차주하 황종원(KBS진주)	지역뉴스	1
[국회감시 프로젝트 K '의원과 상' 연속 보도	이진성 노윤정 정성호 하누리(정치부) 정현석 김태석(영상취재부)	기획보도	2
국내 최초 고래 부검의 민낯	강인희 문준영 김형준(제주)	지역뉴스	2
〈시사기획 창〉 '루보사태' 김영모가 돌아왔다	김호신 권순두(탐사보도부)	기획보도	3
리임 사태 연루 전 靑 행정관 금품수수 의혹	정재우 김진호 우한솔 박진수 박세준(사회부)	뉴스	4
조세정의 2부작	유지향 서영민 김재현 신지수 (디지털뉴스)	경제보도	4
빅데이터로 본 소상공인 코로나19 타격 심층 분석	서영민 이현준 김민철(경제부) 김용모 최연승(영상취재부)	경제보도	5
〈시사기획 창〉 코로나19 최전선의 기록	최재혁 정형철(영상취재부)	영상취재	5
태안 조직적 대규모 밀입국 의혹 단독 연속 보도	박장훈 강욱현 이연경 성윤희 정재훈 유민철 한솔(대전)	지역뉴스	6
이상직 의원 이스타항공 편법 증여 실체 규명 연속 보도	정유진 박대기(산업과학부) 안용습(영상취재부)	뉴스	7
‘농민 없는 농업법인’ 기획보도	김호신 유승용 이승준 신한비(광주)	지역뉴스	7
공직자 부동산 재산 검증 연속보도	박현 정성호 하누리 김성수(정치부) 김정은 김재현(영상취재부)	기획보도	9
돌고 도는 폐기물, 불법 고리 추적	오정현 김동균(전주)	지역뉴스	9

제목	부서	부문	수상월
대학병원 의료사고 은폐 의혹...수술실 CCTV 재점화	이형관 이대완 박정빈(창원)	지역뉴스	9
〈시사기획 창〉 코로나19 요양병원, 감시받지 못한 약물	홍혜림(시사제작2부) 왕인흡(영상취재부)	기획보도	10
농산물 가격의 비밀, 도매시장의수상한거래	윤주성 김호신 이승준 신한비(광주)	지역 기획보도	10
공공성 사라진 분양전환 공공임대	곽선정 김선외(순천)	지역 기획보도	11
자발적 미혼모 사유리, 불붙은 비혼 출산 논의	조지현 신지수 박찬(사회부) 황증원 류재현(영상취재부)	뉴스	12
〈시사기획 창〉 회장님의 상속법	서재희 김태석(시사제작2부)	경제보도	12
70년 비극의 씨앗 그리고 2880	박상용 홍기석(춘천)	지역 기획보도	12

[표 4-97] 2020년 방송기자연합회 제11회 한국방송기자 대상수상 내역(3건)

제목	부서	부문	수상월
〈시사기획 창〉 밀정 2부작	이재석 이세중 권순두 이정태(탐사)	기획보도	1
100주년 특집 3.1운동 만세지도	데이터저널리즘팀	뉴미디어	1
〈특별기획 2부작 다큐멘터리〉 슈퍼타워	이이슬 장성길 류민석(부산)	지역기획보도	1

[표 4-98] 한국영상기자협회 제95회 이달의 영상기자상 수상 내역(2건)

제목	부서	부문	수상월
[탐사K] 우리가 외면해온 지적장애	고성호(제주)	지역기획보도	12
이산 70년 기획, 나의 살던 고향은	디지털영상팀	인권보도	12

[표 4-99] 2020년 한국방송기자클럽 BJC 보도상 수상 내역(2건)

제목	부서	부문	수상월
국회감시 프로젝트K	이진성 노윤정 정성호 허누리(정치부) 정현석 김태석 민창호(영상취재부)	기획보도	4
이상직 편법증여 연속 보도	정유진 박대기(산업과학부) 안용습(영상취재부)	뉴스	10

[표 4-100] 한국방송기자클럽 BJC 올해의 방송기자상 수상 내역(2건)

프로그램명	성명	수상내용	수상월
이산70년 기획 "나의 살던 고향은"	신봉승(디지털)	영상보도	12
론스타 5조원 ISD의 실체	송명희(탐사보도부)	전문보도	12

[표 4-101] 2020년 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상 수상 내역(3건)

프로그램명	성명	수상내용	수상월
특별 다큐멘터리 〈슈퍼타워〉	부산총국	지역방송	1
〈시사기획 창〉 나,태어나도 될까요?	유원중 김도영(시사제작2부)	최우수상	3
〈뉴스 9〉 존엄한 노후, 어떻게?	유원중 모은희 홍혜림 우한솔 전현우(시사제작2부)	지상파TV	10

[표 4-102] 2020년 한국여기자협회 올해의 여기자상 수상 내역(2건)

프로그램명	성명	수상내용	수상월
론스타 5조원 ISD 실체 연속 보도	송명희 석혜원(정치부)	취재	12
〈시사기획 창〉 코로나19 요양병원 감시받지 못한 악물	모은희 홍혜림 우한솔(시사제작2부)	기획	12

[표 4-103] 2020년 민주언론시민연합 이달의 좋은 보도상 수상 내역(8건)

프로그램명	성명	수상내용	수상월
론스타 5조원 ISD의 실체	탐사보도부	방송보도	1
〈국회감시 프로젝트K〉 21대 총선 후보자 검증편	정치부	기획보도	4
〈시사기획 창〉 살인노동 2부작	탐사보도부	시사	5
〈시사기획 창〉 론스타 17년 원죄와 면죄부	탐사보도부	방송보도	9
일하다 죽지 않게 연속 보도	사회부	방송	10
〈시사기획 창〉 코로나19 요양병원 감시받지 못한 악물	유원중 모은희 홍혜림(시사제작2부)	시사	10
〈시사기획 창〉 행복도시, 내집 마련의 비밀	탐사보도부	시사	11
자발적 비혼모 사유리, 불붙은 비혼 출산 논의	사회부	방송	12

[표 4-104] 2020년 한국방송협회 한국방송대상 수상 내역(1건)

프로그램명	성명	수상내용	수상월
〈시사기획 창〉 밀정 2부작	탐사보도부	작품상(시사보도)	9

[표 4-105] 2020년 아시아태평양방송연맹(ABU) 수상 내역(1건)

프로그램명	성명	수상내용
〈국회감시 프로젝트K〉 의원과 상 연속 보도	정치부	대상(TV뉴스보도)

[표 4-106] 2020 시민단체 및 공공기관 보도상 수상 내역(4건)

프로그램명	성명	수상내용	주관기관
일하다 죽지 않게 연속 보도	사회부	언론인권상	언론인권센터
〈시사기획 창〉 요양병원 그 후, 존엄한 노후	시사제작2부 (홍혜림)	한국기독언론대상 최우수상(생명사랑부문)	한국기독언론인 연합회
〈시사기획 창〉 요양병원 그 후, 존엄한 노후	시사제작2부 (홍혜림)	2020년 투명사회상	한국투명성기구
〈시사기획 창〉 N번방은 밥을 먹고 자랐다	시사제작2부 (모은희 윤나경)	양성평등미디어상 우수상	여성가족부

[표 4-107] 이달의 PD상(3건)

프로그램명	성명	내용	주관기관	수상일
시사 직격	정범수 이송은 정승안 이유심	대한민국 채용 카르텔 2부작	한국PD연합회	2020.06.
코로나19 200일의 기록 〈바이러스와 국가〉	조나은	바이러스와 국가	한국PD연합회	2020.09.
시사 직격	정범수 이유심	메이드 인 중앙지검 2부작	한국PD연합회	2020.11.

[표 4-108] 이달의 좋은 프로그램상(2건)

프로그램명	성명	내용	주관기관	수상일
KBS신년기획 〈2020 한국경제 생존의 조건〉 3부작	이성범 김가람 한석구	2020 한국경제 생존의 조건	방송통신 심의위원회	2020.05.
시사 직격	정범수 이송은 정승안 이유심	대한민국 채용 카르텔 2부작	방송통신 심의위원회	2020.05.

[표 4-109] 2020년 시민단체 및 공공기관 보도상 수상실적(5건)

프로그램명	성명	수상내용	주관기관	수상일
거리의 만찬	조현웅	제22회 국제앰네스티언론상 〈오버 더 레인보우〉	국제앰네스티 한국지부	2020.
시사 직격	정범수 이송은 이해돈 이유심 문주은 조애진 서지원	양성평등미디어상 최우수상(여성가족부장관상) 〈누가 웰컴 투 비디오를 만들었나〉 〈N번방의 비극 당신의 잘못이 아닙니다〉	여성가족부 산하 한국양성평등 교육진흥원	2020.12.
시사 직격	정범수 이해돈 조애진 서지원 이유심	이달의 좋은 보도상 〈N번방의 비극 당신의 잘못이 아닙니다〉	민주언론 시민연합	2020.05.
시사 직격	정범수 이해돈 박정환 김승현	이달의 좋은 보도상 〈D-16, 조두순 출소가 던진 숙제〉	민주언론 시민연합	2021.01.
코로나19 200일의 기록 〈바이러스와 국가〉	조나은	한국기독언론대상	한국기독언론인연합 회	2020.12.

(4) 시사 프로그램에서의 국가적, 사회적 의제 설명 노력과 성과

- 시사 프로그램인 〈시사기획 창〉을 통해 국가적, 사회적 의제를 연속적으로 던지고 이끌어 가려는 노력이 이어짐.
- 특히 ‘공정’, ‘통합’, ‘미래’라는 3대 핵심 키워드를 중심으로 불합리한 제도를 고발하고 거시적 의제를 설정하여 프로그램을 제작하려 한 것이 2019년의 단발적인 기획과 차별화 됨. 이러한 시사 프로그램을 통한 의제 선도와 사회적 공론장 역할 수행 노력은 앞으로도 이어질 필요

[표 4-110] 시사 프로그램에서의 국가적·사회적 의제 설정 노력 사례

키워드 '공정'		
방송일자	제목	담당기자
01.18.	길 잃은 일자리 실험	홍사훈
02.01.	루보 사태, 김영모가 돌아왔다	탐사보도부
02.15.	방위비분담금 동맹비용청구서	김연주
04.04.	의원님의 두 얼굴	탐사보도부
04.25.	유검무죄 17년의 소송	홍사훈
05.02.	살인노동	탐사보도부
06.27.	땅, 불로소득의 고리를 끊자	홍사훈
07.25.	삼성과 이재용 리스크	신강문
10.10.	행복도시 내집 마련의 비밀	탐사보도부
11.14.	혼돈의 주택시장	김명섭
11.28.	회장님의 상속법	서재희
12.19.	〈특집〉 농산물 가격의 비밀	광주방송총국

키워드 '통합'		
방송일자	제목	담당기자
01.11.	'교회 정치' 광장에 갇히다	김명섭
03.07.	국민연금 믿어도 될까	구경하, 윤나경
04.18.	〈총선특집〉 오남변 vs 노여청	안세득, 신강문, 김연주
05.16.	〈5·18 40주년 특집〉 인도에 반한 죄	광주방송총국
12.26.	〈송년기획〉 코로나19 위기, 우리 함께하고 있나요	윤지연

키워드 '미래'		
방송일자	제목	담당기자
02.28.	나, 태어나도 될까요	김도영
03.21.	제7광구 한일 마지막 승부	홍사훈
05.23.	다큐톡 : 기본소득	이석재, 김도영, 고아름
05.30.	포스트 코로나19 달라지는 미래	윤지연
06.13.	〈특집〉 인공지능과 인간의 월급	송형국
07.04.	소재독립, 끝까지 않은 전쟁	서재희
11.07.	〈코로나19 특집〉 2050 생존의 길	송형국, 최창봉
11.14.	요양병원 그 후, 존엄한 노후	홍혜림, 우한솔, 전현우
11.21.	〈특집〉 코로나19 이후의 세계질서 G제로의 시대	박성래

9. 방송 윤리 강화

1) 자체 사전심의제도, 자율심의 현황 및 성과

(1) 자체 사전심의제도, 자율심의 현황

- 방송법과 방송심의에 관한 규정에 따라 1·2TV, 1·2·3R, 1·2FM, 한민족방송 8개 채널의 프로그램을 사전심의 및 모니터링 하고 있으며 <KBS 뉴스 7>, <KBS 뉴스 9>, <사사건건>은 사후심의를 하여 제작에 반영하게 함.
- 생방송 프로그램은 제작 부서장에게 위임심의 하도록 하고 심의실적을 심의실에 보고하도록 함.
- 2020년 심의실의 운영목표를 ‘고품격 콘텐츠 생산에 기여하는 심의’로 정하고 방송심의 규정에 기반한 면밀한 사전심의를 통해 규정 위반 및 방송 사고를 최소화 하도록 노력함.

(2) 2020년 자체 사전심의 및 자율심의 운영 성과

- 2020년 자체사전심의를 통해 총 57,103건을 심의함. 이는 전년 대비 2,845건이 줄어든 것임.
- TV 프로그램은 총 8,259건, 라디오는 36,166건, 가요는 12,151건, 뮤직비디오는 527건을 처리함.

[표 4-111] KBS 프로그램 자체 사전심의 성과(총 처리건수)

(단위 : 건)

유형		2018	2019	2020
프로그램 심의	TV	8,608	8,855	8,259
	Radio	38,785	38,252	36,166
가요심의		12,603	12,293	12,151
뮤직비디오 심의		564	548	527
계		60,560	59,948	57,103

(3) 지적사항 대비 개선 이행률

- 사전심의 시 지적사항이 있을 경우 제작진에게 통보하여 수정 후 방송하도록 하고 있으며, 2020년에는 지적사항 불이행 건이 없었음.

- 사전심의 지적사항을 수정하지 않고 제작, 방송한 경우 <방송 프로그램 심의규정>에 따라 인사위원회에 담당자의 징계를 요구할 수 있음.
- 지적사항 이행을 위한 절차는 잘 구비되어 있으며, 효과적으로 기능하는 것으로 판단됨.

(4) 자체심의를 외부기관 평가(방통심의위원회 심의) 제재결과 반영을 위한 제도의 적절성 및 운영 상황 및 평가

○ <심의지적평정위원회> 운영현황

- 심의 지적사항 및 심의규정 위반 건은 매일 종합심의 보고를 통해 사내 편성제작시스템에 공유하고, <심의지적평정위원회>에서 평정기준에 따라 제재를 의결함.
- <심의지적평정위원회> 제재 사안(주의, 경고, 인사위원회부)의 경우, 해당 실국별로 부서장을 책임자로 지정하여 향후 유사사례가 반복되지 않도록 재발방지대책을 수립해 제출하게 함으로써 프로그램의 완성도를 제고함.
- 방송통신위원회와 방송통신심의위원회의 제재결과에 대해서는 <심의지적평정위원회>에 반영하여 자체 제재를 의결함.

○ <심의지적평정위원회> 운영 평가

- <심의지적평정위원회>의 운영은 심의 위반 사항에 대해 책임소재를 분명히 하고 합당한 제재를 통해 향후 재발을 방지하는 효과를 갖게 한다는 점에서 긍정적으로 판단됨.
- 2020년 자체 프로그램 심의 지적 처리 결과는 총 151건으로 2018년에 비해 거의 두 배, 그리고 2019년 대비해서도 43건이 증가했음. 2019년에도 전년 대비 31건이 증가했는데 이러한 증가세의 원인이 무엇인지, 그러한 현상이 프로그램 품질 제고에 미치는 부정적 영향은 없는지 세밀하게 분석하고 대책을 세울 필요가 있다고 판단됨.

[표 4-112] KBS 자체 프로그램 심의 지적 처리 결과

조치사항	2018년	2019년	2020년
인사위원회	5	17	9
경고	41	49	75
주의	25	30	52
재발방지촉구	6	12	15
계	77	108	151

(5) 자체심의 기준과 심의의 질을 개선하기 위한 노력과 성과

- 최신 심의정보를 사내에 게시하고, 자료로 배포하여 규정 위반에 전사적으로 대비하는 노력은 심의 위반 발생의 가능성을 사전에 방지하려는 선도적이고 적극적인 조치라고 판단됨.
- 외부 심의기관에 의해 지적된 위반 사항에 대한 정보 공유는 심의 위반 발생을 통해 야기되는 다양한 피해에 대한 구성원들의 경각심을 일깨운다는 점에서 평가할만한 노력임.
- 심의 전문가 초청 교육, 모니터 전문성 강화 교육 등 다양한 심의 관련 직무 교육을 실시한 것은 매우 긍정적인 점. 선거 등의 특수한 필요성 때문이 아닌 보다 체계적이고 정기적인 심의 관련 직무 교육을 전 구성원을 대상으로 실시하려는 노력이 요구됨.

10. 심의 지적사항 및 개선 실적

1) 방송통신심의위원회 법정제재 현황

□ 5년간 법정제재 건수 추이

- 2020년 법정제재 건수는 5건이었고 모두 가장 경미한 징계수준인 '주의'였음.
- 2019년의 7건(관계자 징계 1, 경고 1, 주의 5건) 대비 2건이 줄었고 징계수위 역시 완화됨.
- 2016년 6건(경고 1 주의 5건), 2017년 1건(주의), 2018년 6건(경고 2, 주의 4건)으로 증가 추세였다가 2020년에 다시 감소함.
- 2020년 3사 제재현황을 보면 MBC 본사(2건, 주의)보다는 많았으나, SBS (7건, 경고1, 주의 6)보다는 적었음.

2) 방송심의 제규정 준수여부에 대한 평가

- 방송통신심의위원회 구성 문제로 심의가 제대로 이루어지지 않았던 2017년을 제외하면 지난 5년간 법정제재 건수가 꾸준히 증가했는데, 2020년에 5건으로 줄어든 것은 심의 제규정을 준수하려는 노력의 결과로 평가됨.
- 심의 관련 직무 교육이 1건에 불과했던 2019년에 비해 직무 교육 횟수를 늘리고 게시판 등을 통한 심의 정보의 전사적 공유, 심의 관련 자료 배포, 심의 관련 민원 상담 활성화 등의 다양한 노력을 경주한 결과로 보임.

- 타 지상파 방송사보다 운영 채널이 많음에도 제재 건수가 감소하고 수위 역시 완화된 것은 긍정적으로 평가할 만함.
- 공영방송의 위상을 지키고 프로그램의 품격을 유지하기 위해서 전 구성원 대상의 체계적인 직무 교육과 자율심의제도의 효율적 운영을 통해 법정제재 발생 가능성을 최소화하는 지속적 노력이 필요하다고 판단됨.

11. 프로그램 품질 평가(방송)

1) 성과지표

(1) 신규 포맷 및 신설 프로그램 제공 여부

- 전년 대비 신설, 특집 기획, 파일럿 프로그램 편성 현황
- 프로그램 품질에 대한 정량 및 정성적 평가

(2) 자체 제작 콘텐츠의 글로벌화 여부

- 방송 프로그램 해외 공동제작 현황
- 방송 프로그램 해외 판매 현황

(3) 프로그램 품질 평가 관련 지표

- 프로그램품질평가지수(PSI : 공영성지수)
- 시청자평가지수(KI : KCC Index)
- 프로그램 외부 수상 실적

(4) 수용자 다양성(성, 연령, 계층, 지역, 인종, 장애인 및 소수자)을 고려한 프로그램 제작 여부

- 수용자 다양성을 고려한 프로그램 제작 및 편성 현황

(5) 한국어 순화와 발전에 기여하는 방송 언어 사용 및 개선

- 한국어 순화와 발전에 기여하는 활동 및 방송 프로그램 제작 현황

2) 실적 및 성과

(1) 신규 포맷 및 신설 프로그램 제공 여부

□ 신설 및 특집, 기획 프로그램 편성 현황 및 평가

- 2020년 신설 및 특집, 기획 프로그램은 1TV 11편, 2TV 23편으로 총 34편임. 이는 2018년 28편, 2019년 27편에 비해 각각 6편과 7편 증가한 것임. 코로나19 확산으로 프로그램 제작에 어려움이 많았음에도 전년 대비 많은 신설 및 특집, 기획 프로그램을 편성한 것은 높이 평가할 만함.
- 2020년 제작, 편성된 드라마 미니시리즈는 전년에 비해 줄어든 9편에 그침. 전국 시청자수와 수도권 가구 시청률에서 최상위를 기록한 일일드라마와 주말 드라마에 비해 미니시리즈는 시청률 상위 20위에 든 프로그램이 한 편도 없음. 광고수입과 젊은 시청층 확보에 영향이 큰 미니시리즈 드라마 부진에 대해 특단의 대책이 필요해 보임.

□ 2020년 신설 및 특집, 기획 프로그램 편성 주요 실적

○ 크로스미디어 콘텐츠 및 멀티플랫폼

- 〈TV유치원 어린이 뉴스 뚜뚜〉: 국내 유일의 어린이 대상 뉴스. 지상파TV 프로그램의 코너이면서 유튜브 〈KBS 키즈〉 채널과 네이버TV, My K 등 다양한 디지털플랫폼에 적합한 형태로 배포되는 멀티 플래포밍 콘텐츠
- 〈다큐 인사이트 야생탐사 프로젝트 와일드맵 2〉: 야생동물의 생태와 자연을 온라인 방송을 통해 생중계. 실시간 채팅과 댓글로 소통하는 과정을 현장감 넘치는 다큐멘터리 쇼 형식으로 풀어냄.

○ 새로운 포맷의 시도와 크로스오버형 프로그램

- 〈시리즈 지식 다큐멘터리 링크〉: 본격적인 브이로그 (Vlog: 비디오 + 블로그) 시대를 맞이하여 프리젠테가 최근 각광받는 브이로그 형식으로 사회의 이슈를 파헤치는 리얼리티 다큐멘터리

- <도올학당 수다승철> : 삶을 관통하는 철학적 주제를 한국 최고의 철학자와 가수가 열린 무대에서 유명인 게스트와 일반인 참석자와 유기적으로 소통하며 답을 찾아나가는 신개념 철학 강연 쇼
- <이슈 픽 씬과 함께> : 사회를 뜨겁게 달구는 이슈를 해당 분야 전문가와 일반인의 시각과 지식 수준을 대표하는 연예인 패널이 양방향으로 정보와 이해를 주고받으며 탐구하는 강연 프로그램
- **포맷의 다변화, 실험적이고 참신한 예능 포맷 기획**
 - <랜선장터-보는 날이 장날> : 코로나19 여파로 농산물 판매에 어려움을 겪는 농가와 전자상거래 또는 전자상거래의 방송 확장을 통해 소비자를 연결하는 새로운 포맷. 추석 특집 파일럿에서 정규 프로그램으로 편성함.
 - <트롯 전국체전> : 방송 첫 회부터 16.4%의 시청률을 기록, 코코파이 조사결과 2020년 전체 프로그램 비드라마 장르 시청자수에서 10위를 기록함.
 - <북유럽> : 유명인들의 책장에 잠자고 있는 책을 기부하여 새로운 공공 도서관을 짓는다는 신개념 책 버라이어티 쇼
- **다양한 세대가 공감할 수 있는 신규 예능 프로그램 제작**
 - 2020년 KBS 신규 예능 프로그램 (정규) : 총 18 편
 - <날아라 숫돌이 - 뉴비기닝>, <이십세기 히트 - 트송>, <스탠드업>, <스튜디오 K - 구라첼>, <한국인의 노래>, <땅만 빌리지>, <축구 야구 말구>, <트롯 전국체전>, <연중 라이브>, <전교톱 10>, <안디무지크>, <위 캔 게임>, <좀비탐정>, <퀴즈 위의 아이돌>, <랜선장터 - 보는 날이 장날>, <북유럽>, <악인전>, <투페이스> 등 새로운 킬러 콘텐츠를 제작함.
- **미니시리즈 드라마 제작**
 - 2020년(방송시작일 기준)은 예년보다 줄어든 9편의 미니시리즈를 제작함.
 - 2020년 드라마 장르의 시청률 상위 50위에 속한 KBS 미니시리즈는 <암행어사: 조선 비밀수사단> (시청자수 126만 명 ; 가구 시청률 5.1%), <포레스트> (115만 명 ; 5.1%)가 각각 33위, 39위. <99억의 여자>가 총 시청자수 180만 명, 가구 시청률 9.0%로 23위를 차지함.

[표 4-113] 신설 프로그램 편성 현황 및 성과

연도	프로그램	채널	방송시기	편성시간	전국		수도권	
					시청자수 (만 명)	시청 점유율 (%)	가구 시청률 (%)	2049 시청률 (%)
18년 (28편)	저널리즘토크쇼J	1TV	2018.06.17.~2019.12.22.	일 21:40 ~ 22:35	65	4.9	3.3	0.9
	사사건건	1TV	2018.06.18.~2019.12.31.	월~금 16:00 ~ 17:00	34	6.6	1.9	0.2
	엄경철의 심야토론	1TV	2018.06.16.~2018.12.22.	토 22:30 ~ 23:40	52	4.0	2.7	0.4
	아생여정	1TV	2018.06.17.~2019.04.27	토 11:30 ~ 12:00	80	8.9	4.1	0.6
	행복한 지도(시즌3)	1TV	2018.06.02.~2018.08.25.	토 18:30 ~ 19:00	60	6.0	3.7	0.5
	명견만리(시즌3)	1TV	2018.02.23.~2018.11.09.	금 22:00 ~ 22:50	98	7.4	4.8	0.8
	오늘밤 김제동	1TV	2018.09.10.~2019.08.19	월~목 22:55 ~ 23:35	68	6.7	3.4	0.8
	TV는 사랑을 싣고	1TV	2018.09.28.~2019.12.27.	금 19:40 ~ 20:30	85	7.0	8.1	1.2
	천상의 컬렉션(시즌2)	1TV	2018.03.03.~2019.11.17.	토 20:00 ~ 21:00	69	5.1	3.4	0.9
	전국이장회의	1TV	2018.12.05.~2019.06.12.	수 19:40 ~ 20:30	58	4.7	5.4	0.7
	거리의 만찬	1TV	2018.11.16.~2019.09.14.	토 22:00 ~ 22:50	80	5.9	3.8	0.6
	김영철의 동네한바퀴	1TV	2018.11.24.~2019.12.28.	토 19:10 ~ 20:05	154	12.2	6.9	1.1
	하룻밤만 재워줘	2TV	2018.02.27.~2018.06.12.	화 23:10 ~ 24:40	72	8.9	3.8	1.5
	건반위의 하이에나	2TV	2018.03.02.~2018.04.20.	금 23:00 ~ 24:30	23	2.2	1.1	0.5
	1%의 우정	2TV	2018.03.03.~2018.06.09.	토 22:45 ~ 24:15	67	5.9	3.0	1.5
	코딩TV	2TV	2018.03.02.~2019.03.08.	금 15:30 ~ 16:00	4	0.9	0.2	0.1
	거기가 어딘데	2TV	2018.06.01.~2018.08.31.	금 23:00 ~ 24:20	61	5.9	3.2	1.2
	엄마야빠는 외계인	2TV	2018.07.31.~2018.09.04.	화 23:10 ~ 24:35	47	5.3	2.5	1.0
	그녀들의 여유만만	2TV	2018.07.16.~2019.08.23.	월~금 09:40 ~ 10:40	33	5.9	1.6	0.3
	불빨간 당신	2TV	2019.09.11.~2019.01.29.	화 23:05 ~ 24:40	40	4.3	2.1	0.7
	회사 가기 싫어1	2TV	2018.09.12.~2018.10.24.	수 23:10 ~ 24:10	24	2.6	1.4	0.6
	댄싱하이	2TV	2018.09.07.~2018.10.26.	금 23:10 ~ 24:40	34	3.5	1.6	0.7
	대화의 희열1	2TV	2018.09.08.~2018.11.10.	토 22:50 ~ 24:10	58	5.1	3.0	1.2
	꿀잼 퀴즈방	2TV	2018.09.21.~2019.05.10.	금 20:30 ~ 20:55	39	2.8	1.8	0.6
	옥탑방의 문제아들	2TV	2018.11.07.~2019.12.23.	월 20:55 ~ 22:10	74	6.6	3.6	1.3
	은밀하고 위대한 동물의 사생활	2TV	2018.11.23.~2019.01.25.	금 22:00 ~ 23:15	45	3.3	2.1	0.7
	잠시만 빌리지	2TV	2018.11.30.~2019.01.18.	금 23:15 ~ 24:25	24	2.1	1.4	0.4
19년 (27편)	삼청동 외할머니	2TV	2018.11.24.~2019.02.16.	토 22:45 ~ 24:00	35	2.6	1.6	0.5
	나의 독립영웅	1TV	2019.01.01.~2019.06.21.	월~금 17:55 ~ 18:00	107	10.2	5.7	0.9
	도올아인 오방간다	1TV	2019.01.05.~2019.03.23.	토 20:00 ~ 21:00	66	4.1	3.2	0.9
	행복한 지도(시즌4)	1TV	2019.05.04.~2019.07.27.	토 11:30 ~ 12:00	93	12.3	4.3	0.4
	더라이브	1TV	2019.09.23.~2019.12.30.	월~목 22:55 ~ 23:35	73	7.2	3.4	0.7
	다큐인사이트	1TV	2019.10.03.~2019.12.26.	목 22:10 ~ 23:05	92	7.2	4.2	0.8
	시사직격	1TV	2019.10.04.~2019.12.20.	금 22:00 ~ 22:50	93	7.3	4.4	0.8
	한국영화100년더클래식	1TV	2019.10.11.~2019.12.27.	금 24:15 ~ 26:15	17	4.3	0.9	0.2
	바다 건너 사랑	1TV	2019.12.03.~2019.12.24.	화 23:40 ~ 24:30	28	3.6	1.2	0.2
	더히트	2TV	2019.02.08.~2019.04.26.	금 22:00 ~ 23:20	56	4.3	2.4	0.9
	덕화TV	2TV	2019.02.26.~2019.04.02.	화 20:55 ~ 22:00	64	4.6	3.0	0.7
	대화의 희열2	2TV	2019.03.02.~2019.06.29.	토 22:45 ~ 24:05	88	7.5	4.6	1.9
	코딩TV 플러스	2TV	2019.03.15.~2019.12.27.	금 15:30 ~ 16:00	3	0.7	0.2	0.0
	회사 가기 싫어 2019	2TV	2019.04.09.~2019.07.02.	화 23:10 ~ 24:15	39	4.6	2.1	0.6
	사장님 귀는 당나귀 귀	2TV	2019.04.28.~2019.12.29.	일 17:00 ~ 18:20	119	11.1	5.5	1.7
	무엇이든 물어보살	2TV	2019.05.03.~2019.06.14.	금 21:50 ~ 23:10	56	4.5	2.7	1.0
	으라차차 민수리	2TV	2019.06.21.~2019.10.18.	금 21:50 ~ 23:00	49	3.9	2.3	0.9

연도	프로그램	채널	방송시기	편성시간		전국		수도권	
						시청자수 (만 명)	시청 점유율 (%)	가구 시청률 (%)	2049 시청률 (%)
20년 (34편)	쌈마이벌1+1	2TV	2019.06.26.~2019.11.20.	화	23:10 ~ 24:30	27	3.1	1.1	0.3
	덕화TV2 : 덕화다방	2TV	2019.07.23.~2019.09.10.	화	20:55 ~ 22:00	65	4.8	3.3	0.8
	지식채집프로젝트 배짱이	2TV	2019.07.16.~2019.10.15.	화	23:10 ~ 24:05	31	3.4	1.4	0.5
	아이를 위한 나라는 있다	2TV	2019.07.06.~2019.11.09.	토	22:45 ~ 24:05	46	4.3	2.1	0.8
	무한리필 샐러드	2TV	2019.08.26.~2019.12.31.	월~금	9:40 ~ 10:40	29	5.4	1.4	0.3
	편스토랑	2TV	2019.10.25.~2019.12.20.	금	21:45 ~ 23:15	83	6.7	4.2	1.3
	개는 훌륭하다	2TV	2019.11.04.~2019.12.30.	월	22:10 ~ 23:40	59	5.8	2.9	1.1
	슬기로운 어른이 생활	2TV	2019.11.19.~2019.12.24.	화	23:10 ~ 24:20	29	3.3	1.4	0.5
	정해인의 길어보고서	2TV	2019.11.26.~2019.12.24.	화	22:00 ~ 23:20	45	3.7	2.3	1.0
	씨름의 희열	2TV	2019.11.30.~2020.02.22.	토	22:35 ~ 23:55	56	4.9	2.4	1.4
	1박2일 시즌4	2TV	2019.12.08.~2020.12.29.	일	18:30 ~ 19:55	331	23.6	12.3	5.3
	안디무지크	1TV	2020.05.24.~2020.09.07.	일	23:30 ~ 24:30	10	1.3	0.4	0.1
	KBS뉴스라인	1TV	2020.06.29.~2020.12.30.	월~금	23:30 ~ 24:10	44	4.7	2.1	0.4
	한국인의 노래	1TV	2020.06.26.~2020.08.21.	금	19:40 ~ 20:30	67	5.3	6.0	0.6
	이슈pick 쌤과 함께	1TV	2020.08.02.~2020.12.23.	수	19:40 ~ 20:30	54	5.2	3.0	0.5
	세계의 공영방송 가치+	1TV	2020.09.06.~2020.12.27.	일	22:35 ~ 23:35	18	1.9	0.8	0.2
	재난탈출 생존왕	1TV	2020.11.20.~2020.12.18.	금	19:40 ~ 20:30	57	4.6	4.8	0.8
	온드림스쿨	1TV	2020.10.25.~2020.12.27.	일	10:10 ~ 11:00	33	3.5	1.8	0.3
	중견만리	1TV	2020.10.25.~2020.11.29.	일	13:20 ~ 14:10	58	6.3	3.0	0.4
	명견만리 Q100	1TV	2020.11.08.~2020.12.27.	일	19:10 ~ 20:05	77	4.8	2.6	0.6
	시리즈지식다큐멘터리 링크	1TV	2020.11.08.~2020.12.13.	일	22:40 ~ 23:30	33	2.6	1.3	0.4
	사장님이 미쳤어요	1TV	2020.12.06.~2020.12.27.	일	14:00 ~ 14:50	63	5.7	3.4	0.5
	날아라 숲돌이 뉴비기닝	2TV	2020.01.07.~2020.07.13.	화	21:00~22:00	61	4.2	2.5	0.8
	고립낙원	2TV	2020.02.11.~2020.03.24.	화	22:00 ~ 23:00	48	3.4	2.4	0.5
	스탠드업!	2TV	2020.01.28.~2020.05.26.	화	22:50 ~ 24:00	31	3.2	1.6	0.6
	도올학당 수다승철	2TV	2020.03.11.~2020.06.03.	수	23:10 ~ 24:10	28	2.8	1.3	0.4
	꿀잼 영화가 좋다	2TV	2020.04.08.~2020.12.30.	수	17:30 ~ 17:45	25	3.6	1.1	0.3
	이십세기 핫-트송	2TV	2020.04.09.~2020.06.	목	21:00 ~ 22:00	31	2.1	1.4	0.5
	스튜디오K	2TV	2020.04.06.~2020.12.23.	토	23:30 ~ 23:50	41	3.6	1.8	0.6
	악인전	2TV	2020.04.25.~2020.07.25.	토	23:00 ~ 24:10	61	5.5	2.8	0.9
	굿모닝 대한민국 라이브	2TV	2020.07.07.~2020.12.31.	월~금	07:00 ~ 10:00	33	5.4	1.5	0.2
	퀴즈 위의 아이돌	2TV	2020.07.20.~2020.12.05.	월	20:40 ~ 21:30	31	11.6	1.3	0.5
	박원숙의 같이 삽시다	2TV	2020.07.01.~2020.12.23.	수	22:40 ~ 23:50	67	6.0	3.5	0.7
	해외걸작드라마	2TV	2020.07.01.~2020.08.05.	수	24:10 ~ 25:10	9	1.6	0.4	0.1
	투페이스	2TV	2020.09.17.~2020.11.12.	목	22:40 ~ 23:50	21	2.0	1.0	0.4
	드라맛집 오미주	2TV	2020.10.04.~2020.12.20.	일	7:50 ~ 8:40	52	8.6	2.1	0.4
	전교톱텐	2TV	2020.10.05.~2020.12.14.	월	20:40 ~ 21:30	67	4.6	3.0	1.1
	워캤게임	2TV	2020.10.09.~2020.12.25.	금	23:20 ~ 24:40	18	1.9	0.8	0.3
	랜선장터	2TV	2020.10.10.~2020.10.31.	토	22:40 ~ 23:50	66	5.2	2.6	0.9
	펫버터민	2TV	2020.10.15.~2020.12.17.	목	20:30 ~ 21:30	49	4.2	2.7	0.6
	축구야구말구	2TV	2020.11.09.~2020.12.28.	월	21:40 ~ 22:40	68	4.9	3.0	1.2
	땅만 빌리지	2TV	2020.11.03.~2020.12.15.	화	21:30 ~ 22:40	69	5.8	3.2	1.1
	농천예능 따라잡기	2TV	2020.12.03.~2020.12.31.	목	17:30 ~ 17:45	17	2.4	0.8	0.2
	북유럽	2TV	2020.12.12.~2020.12.26.	토	11:30 ~ 12:30	42	4.6	2.1	0.9
	트롯전국제전	2TV	2020.12.05.~2020.12.26.	토	22:40 ~ 24:40	274	20.4	12.2	2.9

제3편

평가사항
제4장 경영실적

□ 파일럿 프로그램의 개발 및 편성

- 2020년에는 총 7편의 파일럿 프로그램을 제작하였음. 이는 2018년 8편, 2019년 8편과 유사한 숫자임.
- 7편의 파일럿 프로그램 중 3편이 정규편성 되었으며, 이는 2018년 1편, 2019년 3편에 비해 양적으로, 비율상 증가한 것임.
- 파일럿 프로그램의 정규 편성비율이 높아진 것은 파일럿 프로그램의 품질과 대중적 소구력이 높아졌음을 의미함.

[표 4-114] 파일럿 프로그램 편성 현황 및 성과

연도	프로그램	채널	방송시기	편성시간	전국		수도권		비고 (정규 여부)
					시청자 수 (만명)	시청 점유율 (%)	가구 시청률 (%)	2049 시청률 (%)	
18년 (8편)	셀럽피디	2TV	2018.05.04.~ 05.23.	금 22:00 ~ 23:00	51	4.3	2.6	0.7	
	도시전설	2TV	2018.09.09.~ 09.16.	일 23:30 ~ 24:30	20	2.2	1.0	0.4	
	모두하우스	2TV	2018.11.08.~ 11.22.	목 20:55 ~ 22:00	29	2.1	1.6	0.5	
	오늘의 설록	2TV	2018.12.06.~ 12.13.	목 20:55 ~ 22:00	51	3.6	2.4	0.9	
	쌈의 전쟁	2TV	2018.09.24.	월 23:10 ~ 24:30	34	3.6	1.3	0.6	
	보이스 어벤저스	2TV	2018.09.26.	수 17:20 ~ 18:30	59	6.5	2.7	1.3	
	어머니와 고등어	2TV	2018.09.24.	월 17:10 ~ 19:50	82	8.3	4.1	1.0	
	옥탑방의 문제아들	2TV	2018.09.25.~ 09.26.	화, 수 18:30 ~ 19:50	83	7.0	3.7	1.8	O
19년 (8편)	사장님 귀는 당나귀 귀	2TV	2019.02.05.~ 02.06.	화, 수 18:20 ~ 19:55	128	9.7	5.5	1.9	O
	6자회담	2TV	2019.02.05.~ 02.26.	화 23:10 ~ 24:40	45	4.8	2.2	1.0	
	입맞춤	2TV	2019.03.05.~ 03.26.	화 23:10 ~ 24:40	32	3.9	1.5	0.7	
	일자리천국 굿잡	2TV	2019.10.29.~ 11.05.	화 20:55 ~ 22:00	38	3.0	1.5	0.4	
	부르면 복이 와요 달리는 노래방	2TV	2019.09.12.~ 09.13.	토, 일 18:30 ~ 19:50	124	11.7	5.5	1.4	
	고립낙원	2TV	2019.11.05.~ 11.12.	화 23:10 ~ 24:10	43	5.2	2.1	0.7	O
	UHD하룻밤여행, 소리랑	1TV	2019.11.19.~ 11.30.	월 ~ 목 11:35 ~ 11:40	51	5.2	2.1	0.3	
	리얼재난대탈출 생존자들	2TV	2019.12.10.~ 12.17.	화 20:55 ~ 22:00	35	2.6	1.4	0.5	O
20년 (7편)	음치는 없다 엑시트	2TV	2020.01.24.	금 17:50 ~ 20:20	101	8.7	4.3	1.3	
	나는 아픈 개와 산다	2TV	2020.06.18.~ 06.25.	목 20:50 ~ 22:00	62	4.4	3.4	1.1	
	투페이스	2TV	2020.09.17.~ 09.24.	목 22:50 ~ 24:00	23	2.1	1.4	0.6	O
	옛날TV 그뻐 그랬지	1TV	2020.09.30.	수 19:40 ~ 20:30	133	9.7	8.6	2.3	
	랜선장터	2TV	2020.10.01.	목 19:00 ~ 21:20	79	5.5	3.0	1.1	O
	TV라떼는	2TV	2020.09.30.~ 10.01.	수, 목 17:20 ~ 18:20	75	7.0	3.4	1.6	
	전교톱텐	1TV	2020.10.02.	금 18:50 ~ 20:00	90	6.3	3.2	1.6	O

(2) 자체 제작 콘텐츠의 글로벌화 여부

□ 방송 프로그램 해외 공동제작

- 코로나19로 인해 해외 공동제작이 여의치 않았을 것으로 판단됨.
- 2020년은 <아시아태평양방송연맹(ABU)>과 함께 진행한 <국제공동제작 프로젝트 CARE>의 10주년이었음. 10년 넘게 국제공동제작 프로그램을 운영하는 것이 쉽지 않았을 텐데 주관방송사로서 리더십을 발휘해 지속적 성과를 낸 것은 높게 평가받아야 함.
 - <KBS-ABU 국제공동제작 프로젝트 CARE 9 KBS - 건당인생>은 4차 산업혁명으로 촉발된 플랫폼 혁명으로 급변하는 우리의 일상을 플랫폼 위에서 살아가는 사람들의 이야기로 풀어내어 ABU 회원국들과 공유함.
 - <건당인생>은 2020년 4월 이달의 좋은 프로그램상과 제242회 이달의 PD상을 수상함.

□ 방송 프로그램 해외 판매

- 2020년에는 전년도 5,145만 달러 대비 458만 달러(8.9%) 증가한 5,603만 달러 해외 판매 달성함.
- 최근 3년간 해외 판매 매출이 꾸준히 증가하였고, 이는 해외시장에서 KBS 프로그램의 경쟁력을 보여주는 결과임.

[표 4-115] 최근 3년 KBS콘텐츠 해외판매 현황

(단위 : 달러)

사업연도	2020	2019	2018
해외판매 매출	56,029,988	51,447,664	49,675,836

※ KBS미디어 수출 계약액 기준

- OTT 등을 통해 콘텐츠 해외 유통에 적극적으로 나서고 있는 것은 수익 확대와 프로그램 해외 경쟁력 제고라는 측면에서 바람직한 전략임.
 - Netflix <도도솔솔라라솔>, iQIYI <암행어사> 글로벌 독점 판매
 - 신작 콘텐츠의 연간계약을 통해 동남아 공급 규모 확대
 - PCCW, iQIYI 등 동남아 대형 OTT에 구작 콘텐츠 라이브러리 구축
- 해외 포맷 사업을 적극 확대하고 있으며, 특히 드라마 <굿닥터>의 경우 미국 지상파 네트워크인 ABC를 통해 2020년에 시즌 4를 방송하는 주목할 만한 성과를 거둠.

[표 4-116] 해외 포맷 판매 현황 (2020년 현지방송작 기준)

프로그램명	지역	채널	시즌	방영시기
굿닥터	북미	ABC	4	2020~2021년
	터키	FOX	2	2020~2021년
불후의 명곡	북미	The CW	파일럿	2020년
살림하는 남자들	중국	iQIYI, 동방위성	2	2020년
주문을 잊은 음식점	중국	텐센트, 동방위성	2	2020년

(3) 프로그램 품질 평가 관련 지표

□ 공영성지수(PSI : Public Service Index) 평가

- 전국 20대 이상 성인 남녀(KBS 국민패널) 13,000명(반기 기준)을 대상으로 연간 2회(반기별) 실시하는 인터넷 조사임.
- 2020년 KBS 1TV의 PSI지수는 상반기 76.8점, 하반기 77.0점으로 지난 5년 중 가장 점수가 낮았던 2019년에 비해 반등한 것임. 이는 5년째 지상파 방송사 중에서 1위를 차지하는 뛰어난 성과임. 대중적 선호를 반영하는 시청률과 달리 프로그램 품질을 평가하는 PSI지수에서 KBS 1TV가 다시 높은 평가를 받았다는 사실은 매우 긍정적임.
- 2020년 KBS 2TV의 PSI 지수는 상반기 71.1점, 하반기 71.8점을 기록해 예년과 크게 차이 없는 시청자 평가를 받았음. 2TV의 PSI지수는 5년 동안 전체 2위를 유지 중이나 1TV에 비해 타 지상파 방송사들의 점수와 큰 차이가 없음. 교양과 보도 프로그램에 특화된 1TV와 달리 2TV는 타 지상파들과 편성에서 대동소이하고, KI, 시청률 등 다른 평가지표에서 상대적으로 열위여서 2TV의 편성전략을 재검토할 필요가 있음.
- 2020년 품질 우수 프로그램에서 상위 30위 프로그램 중 상반기는 1TV가 23개, 2TV가 4개를 차지했고(MBC 1개, SBS 2개), 하반기는 1TV가 24개, 2TV가 3개를 차지함(MBC 2개, SBS 1개)

[표 4-117] 지상파 방송 3사 PSI 지수

구분		KBS1	KBS2	MBC	SBS
2016	상반기	75.7점	70.0점	66.8점	66.6점
	하반기	73.7점	70.3점	67.1점	68.0점
2017	1분기	75.7점	72.3점	68.8점	68.8점

구분		KBS1	KBS2	MBC	SBS
	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
2018	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
2019	상반기	75.0점	71.1점	69.0점	69.4점
	하반기	75.5점	71.4점	69.8점	68.6점
2020	상반기	76.8점	71.1점	68.8점	68.2점
	하반기	77.0점	71.8점	69.7점	68.9점

제3편

평가내용
제4장 경영실적

□ 방송통신위원회 시청자평가지수(KI) 평가

○ 개요

- 정보통신연구원이 매년 전국 13~69세 남녀 총 48,000명 대상으로 11점 척도(0에서 10점)로 시행하는 온라인 패널조사임.
- 방송 프로그램 만족도지수(SI)와 질적 우수성지수(QI)의 산술평균값
- 지상파(KBS1, KBS2, MBC, SBS)와 종편(TV조선, JTBC, 채널A, MBN)이 대상

○ KI평가 결과

- 2020년 시청자평가지수에서 KBS 1TV는 7.45점으로 전년도에 이어서 2년 연속 1위를 차지함. 이는 7.33점으로 JTBC와 공동 1위를 했던 2019년에 비해 0.12점 상승한 단독 1위의 결과임. 또한 지난 5년간 최고 점수 기록임. 1TV가 시청자로부터 명실상부한 최고의 채널로 다시 인정받은 결과임.
- 2TV의 경우 전년 대비 평가 점수는 0.06점 상승했으나 3년 연속 지상파 중 최하위를 기록함. 특히 종편 4사를 포함한 순위에서는 2018년, 2019년 6위에서 올해는 한 단계 더 떨어진 7위를 기록하여 채널 경쟁력 약화 경향이 뚜렷해짐. 수신료 인상이 쉽지 않고 광고 수익은 감소하여 재정적 압박이 커지는 상황에서 2TV의 부진은 KBS의 경제적 어려움을 가중시키는 요인이 될 수 있어 대책이 시급해보임.

[표 4-118] 채널별 시청자평가지수(KI) 평가 결과

구분	KBS1	KBS2	MBC	SBS	TV조선	JTBC	채널A	MBN
2020	7.45	7.20	7.32	7.30	7.28	7.31	7.17	7.21
2019	7.33	7.14	7.18	7.22	7.06	7.33	7.02	7.16
2018	7.29	7.06	7.13	7.16	7.00	7.41	7.08	7.02
2017	7.34	7.12	7.10	7.25	7.00	7.72	7.09	7.00
2016	7.34	7.15	7.11	7.18	6.89	7.65	7.09	6.91

□ 프로그램 외부 수상 실적

- 2020년도에도 1TV와 2TV가 제작한 다수의 프로그램들이 권위 있는 외부기관의 상을 받음으로써 공영방송 프로그램의 질적 우수성을 입증하였음.

○ 시사·교양 프로그램 수상 실적: <시사직격>

- ‘대한민국 채용 카르텔’ 2부작
 - 이달의 좋은 프로그램상(방송통신심의위원회), 이달의 피디상(한국PD연합회), KBS 우수프로그램상 최우수상
- ‘메이드 인 중앙지검’ 2부작
 - 이달의 피디상(한국PD연합회), KBS 우수프로그램상 우수상
- ‘N번방의 비극, 당신의 잘못이 아닙니다’
 - 양성평등 미디어상 최우수상(여성가족부장관상), 이달의 좋은 보도상(민주언론시민연합)
- ‘D-16, 조두순 출소가 던진 숙제’
 - 이달의 좋은 보도상(민주언론 시민연합)
- 신년기획 <한국경제 생존의 조건> 3부작
 - 2020년 1월 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상
- <코로나19 200일의 기록-바이러스와 국가> 2부작
 - 2020년 8월 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상 최우수상
 - 2020년 한국기독교언론인 연합회 한국기독교언론상 대상
 - 2020년 8월 한국PD연합회 제 246회 이달의 PD상
- 전태일 50주기 특집 <다큐 인사이드> ‘너는 나다’
 - 2020년 11월 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상
 - 2020년 11월 한국PD연합회 제 249회 이달의 PD상

○ KBS 드라마 수상 실적

- 2020년 서울드라마어워즈
 - 수목드라마 〈동백꽃 필 무렵〉: 한류드라마 부문 최우수 작품상
- 2020년 부산국제영화제 아시아콘텐츠어워즈
 - 수목드라마 〈동백꽃 필 무렵〉: 미니시리즈 부문 베스트아시아드라마상
- 방송통신심의위원회 방송대상-프로그램분야 최우수상
 - 수목드라마 〈동백꽃 필 무렵〉
- 한국방송협회 제47회 한국방송대상 - 중단편 드라마TV 작품상
 - 수목드라마 〈동백꽃 필 무렵〉
- 2020년 백상예술대상 - TV부문 대상
 - 수목드라마 〈동백꽃 필 무렵〉
- 제22회 양성미디어상 - 여성가족부 장관상 최우수상
 - 드라마스페셜 〈사교댄스의 이해〉

(4) 수용자 다양성을 고려한 프로그램 제작 여부

□ 2019년 11월 1일 시행한 ‘KBS방송 편성규약’ 제5조 4항에서 “지역 간, 세대 간, 계층 간, 성별 간의 갈등을 조장하는 프로그램을 편성·보도·제작해서는 안 된다. 특히 소외계층과 소수 의견을 귀담아 듣고 충분한 기회를 제공한다.”라고 명시해 그 책임과 제작 방향을 분명히 하고 있음은 공영방송으로서 KBS의 책무를 다하고 시대적 감수성을 방송 전반에 반영하고자 하는 바람직한 태도라고 판단됨.

□ 성적, 연령적, 인종적 다양성을 고려한 프로그램 제작

- 공영방송의 책무를 다하기 위해 수용자의 성, 연령, 인종 다양성을 고려한 프로그램들을 제작·편성하고자 노력하였음.

○ 성 다양성

- 최근 국내외적으로 주요 이슈인 젠더에 관련해 뉴스 보도는 물론 정규 프로그램을 통해서도 꾸준히 다루고자 노력하고 있음.
- 〈시사직격-시민 트랜스젠더〉, 〈지식 다큐멘터리 링크- 21세기 소년 3부작〉, 〈시사직격-거리로 나선 엄마들〉, 〈시사기획 창-나, 태어나도 될까요?〉, 〈다큐 인사이트-개그우먼〉 제작

○ 연령 다양성

- 시니어층 대상 <가요무대>, <전국노래자랑>, <박원숙의 같이 삼시다>, <생로병사의 비밀>, <황금연못>, 어린이 대상 <TV 유치원>, <누가 누가 잘하나>, <자동공부책상 위키2>, <슈퍼맨이 돌아왔다>, 청소년·청년 대상 <온드림스쿨>, <사장님이 美쳤어요> 등의 정규 프로그램을 편성하여 연령별 다양한 프로그램을 제작하려 노력함.
- MZ세대를 타깃으로 한 참여형 프로그램 <전교톱 10>, <위 캔 게임>, <K-POP스타의 서울 대리여행 플레이 서울> 편성함.
- 아동·청소년 문제를 다룬 시사 프로그램 <시사직격-스틸라이프: 학대 그리고 살아남은 아이들>, <시사직격-헬퍼, 거리 청소년 잔혹사>, <시사기획 창-촉법소년>, <시사기획 창-나, 태어나도 뭘까요?>를 제작함.
- 시골 할머니들의 힙합 래퍼 도전기를 다룬 <다큐인사이트 - 할머니>으로 제48회 국제 에미상 다큐멘터리 부문 결선에 오름.

- 다문화·인종 다양성을 고려한 <동행>, <인간극장>, <시사직격-임계장, 나 그리고 당신의 내일>, <시사기획 창-살인 노동, 죽음의 숫자>, <이웃집 찰스> 편성함.

□ 장애인 및 소수자를 위한 프로그램 제작

- 2020년 폐쇄자막 100%, 화면해설방송 13.3%(초방비율 7.8%), 한국수어방송 13.5%를 편성해 장애인방송 편성 및 제공 등 장애인방송 접근권 보장에 관한 고시가 정한 의무비율을 초과 달성함.

[표 4-119] 2020년 장애인방송 실적

(단위 : 분)

구분	총시간	폐쇄자막		화면해설		화면해설초방		한국수어	
		시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율
1TV	512,605	495,580	100%	56,755	11.7%	39,635	8.1%	115,215	23.1%
2TV	463,130	454,355	100%	67,325	15.0%	33,275	7.4%	13,605	3.0%
전체	975,735	949,935	100%	124,080	13.3%	72,910	7.8%	128,820	13.5%

(5) 한국어 순화와 발전에 기여하는 방송 언어 사용 및 개선

□ ‘찾아가는 바른 우리말 선생님’ 사업 실시

- 2011년부터 실시한 사업으로 전국의 초, 중학교를 방문해 청소년 언어 순화 교육
- 2019년 대상 학교가 105개였으나 2020년에는 코로나19 상황에서도 수혜 학교 300개로 두 배 이상 증가했고 참여 학생은 다섯 배 이상 증가하는 성과를 거둠.

□ 방송 프로그램 제작

- KBS 한국어 포스터 콘텐츠를 활용해 1TV 〈안녕 우리말〉 12회분 기획, 제작함.
- 지상파 방송에서 사라져 가던 한글날 특집을 다시 부활해 1TV를 통해 〈한글날 특집 백일장 콘서트 노래를 짓다〉 기획, 제작한 것은 공영방송에 걸맞는 역할임.

12. 비드라마/드라마 프로그램의 경쟁력 평가

1) 비드라마/드라마 프로그램 경쟁력 성과 지표

(1) 전국 시청자수 순위

- 시청자수 상위 50위에 속한 방송 프로그램 개수
- 시청자수 상위 20위에 속한 방송 프로그램 개수

(2) 수도권 가구 시청률

- 수도권 가구 시청률 상위 50위에 속한 방송 프로그램 개수
- 수도권 가구 시청률 상위 20위에 속한 방송 프로그램 개수

(3) 코코파이 nonTV (온라인화제성) 지수

- 코코파이 nonTV (온라인화제성) 지수 상위 50위에 속한 방송 프로그램 개수
- 코코파이 nonTV (온라인화제성) 지수 상위 20위에 속한 방송 프로그램 개수

비드라마/드라마 프로그램 경쟁력 평가를 위해 활용한 근거자료는 다음과 같음.

- 〈2020년 비드라마 시청자수(코코파이 TV - 본방) 상위 100위〉
- 〈2020년 비드라마 코코파이 nonTV 상위 100위〉
- 〈2020년 드라마 시청자수(코코파이 TV - 본방) 상위 100위〉
- 〈2020년 드라마 코코파이 nonTV 상위 100위〉

2) 비드라마 프로그램 경쟁력 평가

(1) 비드라마 장르 프로그램 전국 시청자수 순위

- 2020년 비드라마 장르의 전국 시청자수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
 - 2020년 전국 시청자수 상위 50위에 속한 KBS 비드라마 장르 프로그램의 개수는 KBS 1TV가 13편, 2TV가 7편으로 총 20편임.
 - 2TV가 방송한 〈2020 한가위 대기희 대한민국 어제인 - 나훈아〉가 672만 명으로 1위를 차지함. 그 외 보도 및 오락 장르 대표 비드라마 프로그램인 〈KBS 뉴스 9〉 9위, 〈1박2일-시즌4〉 12위, 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉 13위로 상위 순위를 기록함. 트로트 열풍에 힘입어 새롭게 편성한 〈트롯 전국체전〉은 10위의 좋은 성과를 거둠.
 - 전국 시청자수 상위 50위에 속한 타 방송사 비드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 4편, SBS 7편이었고 종편 및 PP의 경우는 TV조선 9편, JTBC 5편, MBN 1편, tvN 4편임.
 - KBS 프로그램이 전체 50위 프로그램의 40%를 차지해 우수한 경쟁력을 보임. 특히 1TV의 선전이 돋보임.
 - 메인 뉴스인 〈KBS 뉴스 9〉는 상위 50위 안에 든 유일한 보도 프로그램으로 KBS 보도 프로그램의 대중적 신뢰도와 영향력을 입증함.
 - 1TV가 편성한 〈6·25전쟁 제 70주년 행사 '영웅에게'〉는 17위(수도권 가구 시청률 9.4%)로 주제의 특수성에도 불구하고 주목할 만한 성과를 거둠.
 - 타 방송사와의 비교에서도 상대적으로 우수한 결과를 보였음. 트로트 장르의 인기로 2020년 두드러진 성과를 거둔 TV조선은 장르의 획일성이라는 한계가 있어서 KBS 프로그램의 다양성에 더 높은 의미를 부여하는 게 적절함.

- 2020년 비드라마 장르의 전국 시청자수 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
 - 2020년 전국 시청자수 상위 20위에 속한 KBS 비드라마 장르 프로그램의 개수는 KBS 1TV 3편, 2TV 4편으로 총 7편임.
 - 전국 시청자수 상위 20위에 속한 타 방송사 비드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 2편, SBS 2편이었고 종편 및 PP의 경우는 TV조선 7편, tvN 1편, MBN 1편임.

(2) 수도권 가구 시청률

- 2020년 비드라마 장르의 수도권 가구 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
 - 2020년 수도권 가구 시청률 상위 50위에 속한 KBS 비드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 15편, 2TV 7편으로 총 22편임. 이는 2017년 23편, 2018년 23편, 2019년 22편 대비 비슷한 성적을 거둔 것임.
 - KBS 2TV가 방송한 <2020 한가위 대기희 대한민국 어게인 - 나훈아>가 27.2%로 1위를 차지함. 그 외 <트롯 전국체전> 12.4%(8위), <KBS 뉴스 9> 11.6%(11위), <슈퍼맨이 돌아왔다> 9.8%(15위), <1박2일> 9.2%(19위), <인간극장> 9.1%(20위)를 기록함.
 - 수도권 가구 시청률 상위 50위에 속한 타 방송사 비드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 5편, SBS 8편이었고 종편 및 PP의 경우는 TV조선 9편, tvN 2편, MBN 1편, JTBC 3편임.
 - 타 방송사들과 비교했을 때 상위 50위 프로그램 수에서 상대적으로 우수한 성적을 거둠. 특히 1TV 비드라마 장르 프로그램의 경쟁력이 지속적으로 유지되고 있음.
 - 2TV 프로그램의 경우 장수 프로그램들의 선전과는 달리 신규 편성 프로그램들(<사장님 귀는 당나귀 귀> 44위, <개는 훌륭하다> 85위, <신상출시 편스토랑> 89위)의 시청률은 상대적으로 부진해 아쉬움.
- 2020년 비드라마 장르의 수도권 가구 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
 - 2020년 수도권 가구 시청률 상위 20위에 속한 KBS 비드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 3편, 2TV 4편으로 총 7편임.
 - 2017년 7편, 2018년 8편과 비교하면 비슷한 성과이나 전년도인 2019년 12편에 비교하면 시청률 상위 프로그램의 수가 5편 감소함. 2019년의 경우 시청률 상위 20위 내에 1TV가 8편, 2TV가 4편 있었으나, 2020년엔 1TV 프로그램 개수가 50% 이상 감소함. 1TV 프로그램의 특성상 시청률이 품질과 경쟁력을 평가하는 최적의 지표는 아니나 시

청률 하락의 원인이 무엇인지 분석할 필요는 있어 보임.

- 수도권 가구 시청률 상위 20위에 속한 타 방송사 비드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 2편, SBS 2편이었고 중편 및 PP의 경우는 TV조선 7편, tvN 1편, MBN 1편임.
- 타 방송사와 비교할 때 트로트 관련 프로그램의 선전이 돋보이는 TV조선을 제외하고는 KBS 비드라마 장르 프로그램의 상대적 경쟁력은 유지됨.

[표 4-120] 2020년 비드라마 시청자수(코코파이 TV-본방) 상위 100위

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수(만명)	가구시청률(%)
1	2020 한가위 대기행 대한민국 어게인 나훈아	KBS2	672	27.2
2	내일은 미스트롯2	TV조선	549	24.4
3	내일은 미스터트롯(결과발표 포함)	TV조선	537	22.9
4	미스터트롯의 맛	TV조선	440	18.9
5	신청곡을 불러드립니다 사랑의 콜센타	TV조선	366	16.6
6	내일은 미스터트롯 대국민 감사 콘서트	TV조선	307	14.1
7	미운우리새끼 다시쓰는 육아일기	SBS	296	14.0
8	자급자족 어부 라이프 삼시세끼 어촌편5(본)	tvN	280	11.6
9	KBS 뉴스 9	KBS1	279	11.6
10	트롯 전국체전	KBS2	278	12.4
11	TOP6 미스터트롯 서울 앵콜 콘서트	TV조선	272	12.2
12	1박 2일	KBS2	253	9.2
13	슈퍼맨이 돌아왔다	KBS2	244	9.8
14	나 혼자 산다	MBC	233	10.1
15	미스터트롯 F4 뽕송아학당	TV조선	232	10.5
16	놀면 뭐하니	MBC	231	9.3
17	6·25전쟁행사 영웅에게	KBS1	217	9.4
18	당신이 바로 보이스트롯	MBN	211	9.7
19	트롯신이 떴다2 LASTCHANCE	SBS	207	10.1
20	인간 극장	KBS1	206	9.1
21	살림하는 남자들	KBS2	192	8.5
22	전국 노래자랑	KBS1	186	8.8

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수(만명)	가구시청률(%)
23	트로트의 민족	MBC	185	8.6
24	가요 무대	KBS1	181	7.4
25	미스터리 음악 쇼 복면가왕	MBC	181	8.4
26	순간 포착	SBS	181	7.9
27	아카데미 수상특집 영화 기생충 세계를 매혹하다	KBS1	174	8.5
28	리얼 막장모험활극 신서유기8<본>	tvN	174	5.7
29	코로나19특집 바이러스와의 전쟁	KBS1	173	6.3
30	뉴스룸 신년특집 대토론 한국언론 어디에 서있나	JTBC	171	8.6
31	트롯신이 떴다	SBS	170	8.6
32	정글의 법칙	SBS	168	7.2
33	불후의 명곡	KBS2	167	7.6
34	6시 내고향	KBS1	163	6.7
35	TV 동물농장	SBS	162	9.0
36	한국인의 밥상	KBS1	161	8.2
37	우리 말 겨루기	KBS1	161	7.9
38	세상 어디에도 없는 아내의맛	TV조선	160	7.4
39	리얼 막장모험활극 신서유기7 홈커밍<본>	tvN	160	5.4
40	리얼타임드라마 우리 이혼했어요	TV조선	157	8.3
41	런닝맨	SBS	154	5.7
42	김영철의 동네 한바퀴	KBS1	153	7.0
43	아는 형님	JTBC	151	5.6
44	시니어 토크쇼 황금연못	KBS1	150	6.7
45	싱어게인 무명가수전	JTBC	150	6.9
46	사장님 귀는 당나귀 귀	KBS2	150	6.9
47	히든싱어6	JTBC	146	5.9
48	아침 마당	KBS1	146	8.4
49	설민석의 불가벗은 세계사<본>	tvN	144	6.8
50	뭉쳐야 찬다 전설들의 조기축구	JTBC	141	6.2
51	2020 대한민국 가수 대축제	KBS1	141	5.7
52	궁금한 이야기 Y	SBS	140	7.9
53	설 특집 2020 송가인 콘서트 고맙습니다	MBC	140	5.8
54	구해줘 홈즈	MBC	139	6.8

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수(만명)	가구시청률(%)
55	특파원보고 세계는 지금	KBS1	139	6.1
56	뉴스룸 신년특집 대토론 한국정치 무엇을 바꿔야 하나	JTBC	139	6.9
57	노래가 좋아	KBS1	135	7.2
58	당신이 바로 보이스 퀸	MBN	134	5.9
59	추석특집 옛날타비 그댄 그랬지	KBS1	133	8.6
60	생활의 달인	SBS	132	6.4
61	남북의 창	KBS1	131	5.6
62	전지적 참견시점	MBC	131	5.5
63	2TV 생생정보	KBS2	128	4.7
64	동거동락 인생과외 집사부일체	SBS	128	5.6
65	5·18민주화운동 특별기획 임을 위한 노래	KBS1	126	5.5
66	그것이 알고 싶다	SBS	125	5.5
67	동상이몽2 너는 내운명	SBS	125	6.7
68	한국 전쟁 추모 음악회	TV조선	125	5.6
69	백종원의 골목식당	SBS	124	6.4
70	도전 골든벨	KBS1	124	4.8
71	MBC 뉴스데스크	MBC	122	6.0
72	설 특집 가족	KBS1	119	4.8
73	불타는 청춘	SBS	117	6.1
74	함께 삽시다	KBS1	116	5.0
75	광주 비디오	KBS1	114	4.9
76	2020 KBS 영상실록 국제편	KBS1	111	5.0
77	선을 넘는 녀석들 리턴즈	MBC	110	4.6
78	음치는 없다 엑시트	KBS2	110	4.5
79	긴급진단 코로나19 확산 전국 방역 초비상	KBS1	108	4.3
80	설 특집 얼싸구 스타가족 동요제	KBS1	108	4.5
81	6·15 공동선언 특집 개성공단	KBS1	106	5.6
82	걸어서 세계속으로	KBS1	104	6.3
83	바이러스와 국가	KBS1	104	4.3
84	특집대담 2020 총선 21대 국회 전망은	KBS1	104	4.2
85	신비한 TV서프라이즈	MBC	103	4.8
86	OPEN 맛남의광장	SBS	103	5.1

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수(만명)	가구시청률(%)
87	긴급 진단 코로나19 새국면 지역사회 감염비상	KBS1	102	4.6
88	신상 출시 편스토랑	KBS2	101	4.6
89	개는 훌륭하다	KBS2	100	4.8
90	2020 설 특집 고고씽	KBS1	100	3.7
91	같이 살래 바퀴 달린 집<본>	tvN	99	4.9
92	투유 프로젝트 슈가맨3	JTBC	99	3.9
93	LIVE 세계 IN 2020	KBS1	99	4.5
94	티비는 사랑을 싣고	KBS1	98	8.1
95	개그 콘서트	KBS2	98	3.4
96	동행	KBS1	98	4.2
97	TV조선 뉴스 9	TV조선	98	4.9
98	놀라운 토요일<본>	tvN	97	3.5
99	생로병사의 비밀	KBS1	97	5.0
100	집중진단 2020 미국의 선택과 한반도	KBS1	97	5.0

(3) 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수

- 2020년 비드라마 장르의 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
 - 2020년 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 50위에 속한 KBS 비드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 0편, 2TV 2편으로 총 2편임.
 - KBS 2TV 비드라마 프로그램 중 가장 높은 순위를 기록한 프로그램은 <2020 한가위 대기희 대한민국 어게인 - 나혼아>로 전체 7위를 차지했으며, 다른 한편은 <슈퍼맨이 돌아왔다>로 전체 19위였음.
 - 2020년 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 50위에 속한 타 방송사 비드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 7편(MBC 6, MBC every1 1), SBS 9편(SBS 8, SBS플러스 1)이었고 종편 및 PP의 경우는 TV조선 6편, 채널 A 1편, tvN 9편, Mnet 6편, MBN 1편, JTBC 8편, 코미디TV 1편임.
 - 전국 시청자수 및 수도권 가구 시청률 순위와 달리 온라인 화제성을 측정한 코코파이 nonTV 지수에서는 KBS 비드라마 장르 프로그램의 존재감이 두드러지지 않음. 전자의

두 평가 지수에 비해 시청자의 연령 요인이 크게 작용하는 코코파이 nonTV지수의 결과는 KBS 주시청자층이 고정형 TV로 본방을 주로 시청하는 중장년 이상에 편중되어 있음을 보여줌. 이는 온라인 활동이 활발한 젊은 시청자에 대한 KBS 비드라마 장르 프로그램의 소구력이 상대적으로 떨어짐을 의미함. 경쟁 방송사들의 성과와 비교하면 이러한 현상이 두드러짐. 이는 특히 2TV 프로그램의 온라인 화제성 평가 결과에서 분명하게 드러남.

○ 2020년 비드라마 장르의 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수

- 2020년 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 20위에 속한 KBS 비드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 0편, 2TV 2편임.
- 2020년 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 20위에 속한 타 방송사 비드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 3편, SBS 1편이었고 종편 및 PP의 경우는 TV조선 5편, 채널 A 1편, tvN 1편, Mnet 3편, JTBC 4편임.

[표 4-121] 2020년 비드라마 코코파이 nonTV 상위 100

순위	프로그램	채널	주평균점수
1	미스터트롯	TV조선	149,227
2	문명특급 - 숨들명 콘서트	SBS	76,624
3	쇼미더머니9	Mnet	51,263
4	미스터트롯의 맛	TV조선	48,220
5	신청곡을 불러드립니다 - 사랑의 콜센타	TV조선	46,689
6	미스트롯2	TV조선	43,535
7	2020 한가위 대기행 대한민국 어게인 나훈아	KBS2	40,305
8	2020 설특집 아이돌스타 선수권대회	MBC	39,105
9	하트시그널 시즌3	채널A	36,299
10	싱어게인	JTBC	32,466
11	뽕송아학당	TV조선	30,059
12	놀면 뭐하니?	MBC	29,139
13	I-LAND	Mnet	26,469
14	로드 투 킹덤	Mnet	26,121
15	나 혼자 산다	MBC	24,679
16	투유 프로젝트 - 슈가맨 3	JTBC	22,910

순위	프로그램	채널	주평균점수
17	아는 형님	JTBC	22,198
18	팬텀싱어3	JTBC	21,665
19	슈퍼맨이 돌아왔다	KBS2	21,078
20	삼시세끼 어촌편5	tvN	18,591
21	특집 슈가맨 양준일 91.19	JTBC	17,748
22	히든싱어6	JTBC	16,729
23	런닝맨	SBS	16,006
24	TV동물농장	SBS	15,401
25	GOOD GIRL : 누가 방송국을 털었나	Mnet	14,532
26	비긴어게인 코리아	JTBC	14,314
27	신서유기7	tvN	14,103
28	백종원의 골목식당	SBS	13,871
29	2020 아이돌 e스포츠 선수권대회	MBC	13,723
30	원하는대로	tvN	13,158
31	라디오스타	MBC	12,673
32	인더숲 BTS편	JTBC	12,422
33	유 퀴즈 온 더 블럭	tvN	12,396
34	복면가왕	MBC	11,689
35	아내의 맛	TV조선	11,598
36	보이스 코리아 2020	Mnet	11,543
37	NCT WORLD 2.0	Mnet	11,130
38	윤스테이	tvN	11,104
39	바퀴 달린 집	tvN	10,771
40	아무도 모르게 김호중의 파트너	SBS플러스	10,761
41	신서유기8	tvN	10,606
42	놀라운 토요일 도레미마켓	tvN	10,523
43	주간아이돌	MBC every1	10,171
44	대탈출3	tvN	10,135
45	그것이 알고 싶다	SBS	9,986
46	미운 우리 새끼	SBS	9,957
47	보이스트롯	MBN	9,901
48	동상이몽 시즌2-너는 내 운명	SBS	9,704
49	맛있는 녀석들	코미디TV	9,448

순위	프로그램	채널	주평균점수
50	진짜 농구 핸섬타이거즈	SBS	9,221
51	비긴어게인 Reunion	JTBC	8,820
52	ENHYPEN&Hi	Mnet	8,604
53	신상출시 편스토랑	KBS2	8,347
54	전지적 참견 시점	MBC	8,333
55	찾았다 스트레이 키즈 최신판	Mnet	8,250
56	서울춘남	tvN	8,114
57	불후의 명곡	KBS2	8,005
58	나혼자산다 여자들의 은밀한 파티	MBC	7,599
59	시음악프로젝트 다시 한번	Mnet	7,591
60	식스센스	tvN	7,566
61	맛남의 광장	SBS	7,044
62	마포 멋쟁이	tvN	6,829
63	집사부일체	SBS	6,781
64	우리 이혼했어요	TV조선	6,777
65	여름방학	tvN	6,757
66	코미디빅리그	tvN	6,623
67	아이즈원츄 - 환상캠퍼스	Mnet	6,488
68	보이스퀸	MBN	6,474
69	신박한 정리	tvN	6,380
70	자이언트 팅TV	EBS	6,374
71	온앤오프	tvN	6,291
72	무엇이든 물어보살	KBS joy	6,057
73	악인전	KBS2	6,042
74	1호가 될 순 없어	JTBC	6,030
75	아이즈원츄 - ON : TACT	Mnet	5,931
76	트롯 전국체전	KBS2	5,893
77	개그콘서트	KBS2	5,865
78	위플레이 시즌2	NQQ	5,813
79	트래블러 - 아르헨티나	JTBC	5,738
80	뭉쳐야 찬다	JTBC	5,627
81	2020 추석 아이돌 멍멍 선수권대회	MBC	5,404
82	유희열의 스케치북	KBS2	5,329

순위	프로그램	채널	주평균점수
83	탐사기획 스트레이트	MBC	5,308
84	해피투게더	KBS2	5,296
85	나홀로 이식당	tvN	5,219
86	1박 2일 시즌4	KBS2	5,111
87	밥블레스유 2	Olive	4,898
88	라끼남	Olive	4,891
89	리얼연애 부러우면 지는거다	MBC	4,865
90	MBC스페셜	MBC	4,863
91	음치는 없다 엑시트	KBS2	4,842
92	아무튼 출근!	MBC	4,497
93	생활의 달인	SBS	4,488
94	언제까지 어깨춤을 추게 할 거야	tvN	4,485
95	설민석의 불가촉대천황	tvN	4,388
96	개는 훌륭하다	KBS2	4,225
97	너의 목소리가 보여 7	Mnet	4,143
98	텔레비전에 그게 나왔으면	SBS	4,090
99	연애의 참견 시즌3	KBS joy	4,076
100	백파더 : 요리를 멈추지 마	MBC	4,017

3) 드라마 프로그램 경쟁력 평가

(1) 드라마 장르 프로그램 전국 시청자수 순위

- 2020년 드라마 장르의 전국 시청자수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
 - 2020년 전국 시청자수 상위 50위에 속한 KBS 드라마 장르 프로그램의 개수는 KBS 1TV가 3편, 2TV가 9편으로 총 12편임.
 - 2TV 주말 드라마 세편(〈한번 다녀왔습니다〉, 〈오 삼광빌라〉, 〈사랑은 뷰티풀 인생은 원더풀〉)이 1위부터 3위를, 1TV 일일연속극 〈꽃길만 걸어요〉와 일일드라마 〈기막힌 유산〉이 각각 4위와 5위를 차지함. 그 외에 1TV 일일드라마 〈누가 뭐래도〉가 9위, 2TV 일일드라마 〈우아한 모녀〉가 10위를 차지해 KBS 드라마가 2020년 전국 시청자수 상위 10위 안에 7편이 드는 뛰어난 성적을 거둬.

- 전국 시청자수 상위 50위에 속한 타 방송사 드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 5편, SBS 14편이었고 종편 및 PP의 경우는 TV조선 1편, tvN 15편, JTBC 3편임.
- 타 방송사들과 비교했을 때 tvN 15편, SBS 14편에 이어서 3위를 차지함.
- 2020년 드라마 장르의 전국 시청자수 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
 - 2020년 전국 시청자수 상위 20위에 속한 KBS 드라마 장르 프로그램의 개수는 KBS 1TV가 3편, 2TV가 6편임.
 - 전국 시청자수 상위 20위에 속한 타 방송사 드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 1편, SBS 5편이었고 종편 및 PP의 경우는 JTBC 2편, tvN 3편임.
 - 타 방송사들과의 비교를 전국 시청자수 상위 20위로 좁히면, KBS 드라마가 1위를 차지함. 특히 2TV는 20위 순위 내에 가장 많은 프로그램을 올림.

(2) 수도권 가구 시청률

- 2020년 드라마 장르의 수도권 가구 시청률 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
 - 2020년 수도권 가구 시청률 상위 50위에 속한 KBS 드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 3편, 2TV 9편으로 총 12편임. 이는 전국 시청자수 순위와 동일한 결과임.
 - 2017년 16편, 2018년 14편, 2019년 18편에 비교하면 2020년은 4년 간 가장 적은 수의 드라마 프로그램이 50위 내에 올라 전년 대비 다소 부진했다고 판단됨.
 - 2TV 주말 드라마 세편(〈한번 다녀왔습니다〉 27.8%, 〈오 삼광빌라〉 25.5%, 〈사랑은 뷰티풀 인생은 원더풀〉 24.4%)이 1위부터 3위를 차지함. 또한 일일드라마 〈기막힌 유산〉 19.6%, 일일연속극 〈꽃길만 걸어요〉 19.5%, 일일드라마 〈누가 뭐래도〉 16.9%로 1TV 드라마가 각각 5위, 6위, 9위를 차지함. 편수 감소에도 불구하고 주말 및 일일드라마의 높은 시청률은 KBS 드라마의 높은 경쟁력을 입증함.
 - 2017년부터 2020년까지 4년 연속 KBS 드라마가 시청률 1위부터 3위까지 차지하여 드라마 프로그램의 높은 대중성은 유지됨. 특히 주말 드라마와 일일드라마의 압도적 경쟁력은 타의 추종을 불허함. 하지만 KBS 2TV 월화/수목 미니시리즈의 시청률 부진은 계속되고 있어서 대책이 필요함.
 - 수도권 가구 시청률 상위 50위에 속한 타 방송사 드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 5편, SBS 14편이었고 종편 및 PP의 경우는 TV조선 1편, tvN 15편, JTBC 3편임.

- 타 방송사와 비교했을 때 전국 시청자수 순위와 마찬가지로 KBS는 tvN 15편, SBS 14편에 이어 3위를 차지함.
- 2020년 드라마 장르의 수도권 가구 시청률 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
 - 2020년 수도권 가구 시청률 상위 20위에 속한 KBS 드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 3편, 2TV 6편임.
 - 수도권 가구 시청률 상위 20위에 속한 타 방송사 드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 1편, SBS 5편이었고 중편 및 PP의 경우는 JTBC 2편, tvN 3편임.

[표 4-122] 2020년 드라마 시청자수(코코파이 TV-본방) 상위 100위

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수(만명)	가구 시청률(%)
1	주말드라마(한번 다녀왔습니다)	KBS2	671	27.8
2	주말드라마(오 삼광빌라)	KBS2	613	25.5
3	주말드라마(사랑은 뷰티풀 인생은 원더풀)	KBS2	597	24.4
4	일일연속극(꽃길만 걸어요)	KBS1	494	19.5
5	일일드라마(기막힌 유산)	KBS1	468	19.6
6	월화드라마(낭만닥터 김사부2)	SBS	421	19.0
7	토일드라마(사랑의 불사착<본>)	tvN	421	15.4
8	금토드라마(부부의 세계)	JTBC	408	20.6
9	일일드라마(누가 뭐래도)	KBS1	405	16.6
10	일일드라마(우아한 모녀)	KBS2	365	13.5
11	일일드라마(비밀의 남자)	KBS2	345	13.2
12	월화드라마(WARINLIFE 펜트하우스)	SBS	334	16.9
13	금토드라마(스토브 리그)	SBS	333	15.2
14	일일드라마(위험한 약속)	KBS2	312	12.3
15	금토드라마(이태원 클라쓰)	JTBC	310	12.7
16	슬기로운 의사생활<본>	tvN	292	12.5
17	토일드라마(철인왕후 조선중전 영혼가출 스캔들<본>)	tvN	254	10.5
18	금토드라마(하이에나)	SBS	229	11.0
19	주말특별기획(두 번은 없다)	MBC	213	9.5
20	금토드라마(더 킹 영원의군주)	SBS	197	8.4
21	월화드라마(굿 캐스팅)	SBS	188	9.4

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수(만명)	가구 시청률(%)
22	월화 드라마(아무도 모른다)	SBS	181	9.3
23	수목 미니시리즈(99억의 여자)	KBS2	180	9.0
24	토일 드라마(비밀의 숲2<본>)	tVN	178	8.3
25	월화 드라마(청춘기 록<본>)	tVN	175	9.1
26	금토 드라마(앨리스)	SBS	171	8.1
27	아침 연속극(맛 좀 보실래요)	SBS	168	7.5
28	토일 드라마(하이바이 마마<본>)	tVN	157	5.6
29	토일 드라마(사이코지만 괜찮아<본>)	tVN	155	6.9
30	금토 드라마(편의점 샅별이)	SBS	145	6.8
31	수목 드라마(구미호 댄<본>)	tVN	144	5.7
32	아침 연속극(엄마가 바람났다)	SBS	127	6.0
33	월화 드라마(암행어사 조선비밀 수사단)	KBS2	126	5.1
34	스타트업<본>	tVN	122	5.1
35	월화 드라마(모범 형사)	JTBC	121	6.5
36	일일 드라마(찬란한 내인생)	MBC	116	5.2
37	금토 드라마(날아라 개천용)	SBS	116	5.4
38	수목 미니시리즈(꼰대 인턴)	MBC	116	5.8
39	수목 드라마(포레스트)	KBS2	115	5.1
40	일일 드라마(나쁜 사랑)	MBC	111	5.1
41	수목 드라마(여신 강림<본>)	tVN	110	4.0
42	월화 드라마(브람스를 좋아하세요)	SBS	104	5.5
43	월화 드라마(방법<본>)	tVN	103	4.4
44	아침 연속극(불새2020)	SBS	103	4.8
45	월화 드라마(낮과 밤<본>)	tVN	98	4.7
46	월화 미니시리즈(365운명을 거스르는 1년)	MBC	98	4.8
47	특별 기획 드라마(바람과 구름과 비)	TV조선	97	4.5
48	월화 드라마(블랙독<본>)	tVN	97	4.6
49	수목 드라마(악의꽃<본>)	tVN	95	4.4
50	토일 드라마(화양연화 삶이 꽃이 되는 순간<본>)	tVN	93	4.9
51	산후조리원 걱정 출산 나와<본>	tVN	89	4.0
52	채널A 금토 드라마(거짓말의 거짓말)	채널A	88	4.5
53	TV CHOSUN 특별기획 드라마(간택 여인들의 전쟁)	TV조선	88	4.0

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수(만명)	가구 시청률(%)
54	금토 드라마(우아한 친구들)	JTBC	87	5.0
55	금토 드라마(초콜릿)	JTBC	86	4.5
56	월화 미니시리즈(저녁 같이 드실래요)	MBC	84	4.3
57	수목 드라마(바람피면 죽는다)	KBS2	81	4.3
58	아는 건 별로 없지만 가족입니다<본>	tvN	81	4.7
59	수목 미니시리즈(더 게임 TOWARDS ZERO)	MBC	77	3.7
60	월화 드라마(18어게인)	JTBC	75	2.6
61	월화 드라마(검사내전)	JTBC	75	3.6
62	수목 드라마(메모 리스트<본>)	tvN	74	3.0
63	KBS 드라마 스페셜 2020(모단걸)	KBS2	74	3.2
64	수목 미니시리즈(그 남자의 기억법)	MBC	72	3.6
65	수목 드라마(도도솔솔라라솔)	KBS2	68	3.0
66	수목 드라마(쌍갑포차)	JTBC	66	3.0
67	수목 미니시리즈(내가 가장 예뻤을때)	MBC	65	3.3
68	수목 드라마(싸이코패스 다이어리<본>)	tvN	63	2.7
69	수목 드라마(하라는 취업은 안하고 출사표)	KBS2	63	2.8
70	tvN 가정의 달 특집 외출<본>	tvN	63	3.4
71	금토 드라마(허쉬)	JTBC	63	3.2
72	수목 드라마(미쓰리는 알고있다)	MBC	62	3.0
73	월화 미니시리즈(카이로스)	MBC	62	3.3
74	예능 드라마(줍비 탐정)	KBS2	61	2.7
75	월화 드라마(그 놈이 그 놈이다)	KBS2	61	2.8
76	수목 드라마(런온)	JTBC	61	2.9
77	토일 드라마(복수해라)	TV조선	57	2.6
78	수목 미니시리즈(십시일반)	MBC	57	3.5
79	수목 드라마(영혼 수선공)	KBS2	55	2.6
80	수목 미니시리즈(나를 사랑한 스파이)	MBC	54	2.6
81	월화 드라마(본 어게인)	KBS2	54	2.3
82	수목 미니시리즈(하자있는 인간들)	MBC	52	2.7
83	미니 시리즈(나의 위험한 아내)	MBN	52	2.6
84	월화 드라마(계약우정)	KBS2	48	2.0
85	수목 드라마(우리 사랑 했을까)	JTBC	47	2.1

순위	프로그램	채널	전국	수도권
			시청자수(만명)	가구 시청률(%)
86	수목 드라마(오 마이 베이비<본>)	tVN	46	2.0
87	월화 드라마(날씨가 좋으면 찾아가겠어요)	JTBC	45	2.2
88	수목 드라마(머니 게임<본>)	tVN	44	1.8
89	KBS 드라마스페셜 2020 (그 곳에 두고 온 라일락)	KBS2	43	1.4
90	KBS 드라마스페셜 2020 (크레바스)	KBS2	42	2.1
91	KBS 드라마스페셜 2020 (일의 기쁨과 슬픔)	KBS2	40	1.6
92	KBS 드라마스페셜 2020 (나들이)	KBS2	40	2.2
93	KBS 드라마스페셜 2020 (원나잇)	KBS2	39	1.7
94	수목 드라마(어서와)	KBS2	38	1.6
95	금토 드라마(친구에서 연인이 되는 경우의 수)	JTBC	38	1.6
96	수목 드라마(사생활 사기캐들의 현실 생활)	JTBC	38	1.9
97	예능 드라마(어쩌다 가족)	TV조선	35	1.5
98	크로스 드라마(엑스 엑스)	MBC	35	1.7
99	월요 드라마(연애는 귀찮지만 외로운건 싫어)	MBC	32	1.6
100	KBS 드라마 스페셜2020 (나의 가해자에게)	KBS2	30	1.4

(3) 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수

- 2020년 드라마 장르의 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 50위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
 - 2020년 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 50위에 속한 KBS 드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 0편, 2TV 6편으로 총 6편임. 전국 시청자수 순위 12편, 수도권 가구 시청률 순위 12편에 비해 50% 감소한 수임. 특히 KBS 1TV 드라마 세 편은 전자 두 순위 모두에서 10위 내에 들었으나 온라인 화제성 순위에서는 50위 내에도 들지 못함.
 - 2019년 온라인 화제성 지수 상위 50위에 속한 KBS 드라마 수는 7편이어서 전년 대비 1편 감소함. 다만 2018년 4편에 비해서는 증가한 수치임.
 - KBS 2TV 드라마 프로그램 중 가장 높은 순위를 기록한 프로그램은 <한번 다녀왔습니다>로 17위(전국 시청자수/수도권 가구 시청률 1위)임. 그 외 <비밀의 남자> 35위(11위 / 13위), <사랑은 뷰티풀 인생은 원더풀> 36위(3위/3위), <도도솔솔라라솔> 41위(65위 / 69위), <오 삼광빌라> 48위(2위/2위), <우아한 모녀>가 49위(10위/12위)임.

- 2020년 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 50위에 속한 타 방송사 드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 5편, SBS 8편이었고 종편 및 PP의 경우는 JTBC 11편, TV조선 1편, tvN 18편, OCN 1편임.
- 타 방송사와 비교하면 KBS 2TV는 tvN, JTBC, SBS에 이어서 4위임. 특히 젊은 층에 성공적으로 소구하는 드라마를 제작하는 tvN과 JTBC와의 격차가 상당히 큼.
- 2020년 드라마 장르의 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 20위에 속한 KBS 방송 프로그램 개수
 - 2020년 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 20위에 속한 KBS 드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 0편, 2TV 1편으로 총 1편임.
 - 2019년 3편과 비교하면 전년 대비 2편 감소함.
 - 2019년에는 <동백꽃 필 무렵> 9위, <조선 로코-녹두전> 13위, <하나뿐인 내편> 19위로 상위 20위 드라마 프로그램이 3편이었으나 올해는 <한번 다녀왔습니다>만이 17위를 기록함.
 - 2020년 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 20위에 속한 타 방송사 드라마 장르 프로그램의 개수는 지상파의 경우 MBC 0편, SBS 5편이었고 종편 및 PP의 경우는 tvN 11편, OCN 1편, JTBC 2편임.
 - 타 방송사와 비교하면 tvN, SBS, JTBC에 이어서 4위를 기록함.
 - 온라인 화제성을 측정한 코코파이 nonTV 지수에서 KBS 드라마의 존재감은 매우 약함. 특히 전국 시청자수 순위 및 수도권 가구 시청률 순위와의 격차가 상당해 원인 분석과 대책마련이 시급함. 연령 요인이 큰 영향을 미치는 코코파이 nonTV지수의 결과는 KBS 드라마 주시청자가 고정형 TV로 본방을 시청하는 중장년층에 치우쳐있음을 보여줌. 이는 온라인 활동이 활발한 젊은 시청자에 대한 KBS 드라마 장르 프로그램의 소구력이 상대적으로 떨어짐을 의미함. 2049 시청층 타겟 드라마를 주로 제작하는 JTBC, tvN의 순위와 비교하면 이러한 분석의 설득력이 입증됨.
 - KBS 주말 및 일일 드라마의 높은 경쟁력에도 불구하고, 시청자들의 드라마 이용 양식이 고정형 TV 시청에서 모바일 기기로, 본방 시청에서 온디맨드 방식으로, 수동적 수용에서 다양하게 시청 콘텐츠를 활용하는 능동적 이용으로 변화하고 있다는 사실을 고려하면, KBS 드라마 제작 가치사슬의 전 단계에서 새로운 비전과 전략 수립이 필요하다고 판단됨.

[표 4-123] 2020년 드라마 코코파이 nonTV 상위 100

순위	프로그램	채널	주평균 점수
1	사랑의 불시착	tvN	137,804
2	부부의 세계	JTBC	118,568
3	펜트하우스	SBS	80,441
4	사이코지만 괜찮아	tvN	60,745
5	이태원 클라쓰	JTBC	57,862
6	스토브리그	SBS	51,739
7	낭만닥터 김사부 2	SBS	46,369
8	청춘기록	tvN	42,766
9	구미호던	tvN	42,458
10	슬기로운 의사생활	tvN	40,816
11	철인왕후	tvN	37,931
12	비밀의 숲2	tvN	36,599
13	스타트업	tvN	36,483
14	브람스를 좋아하세요?	SBS	35,784
15	여신강림	tvN	35,380
16	더 킹 : 영원의 군주	SBS	34,917
17	한 번 다녀왔습니다	KBS2	32,586
18	악의 꽃	tvN	29,670
19	하이바이 마마!	tvN	29,478
20	경이로운 소문	OCN	21,079
21	산후조리원	tvN	19,542
22	18 어게인	JTBC	16,705
23	편의점 샷별이	SBS	15,798
24	하이예나	SBS	15,412
25	블랙독	tvN	14,189
26	그 남자의 기억법	MBC	14,032
27	엑스엑스(XX)	MBC	13,854
28	(아는 건 별로 없지만) 가족입니다	tvN	13,591
29	화양연화 - 삶이 꽃이 되는 순간	tvN	12,398
30	날씨가 좋으면 찾아가겠어요	JTBC	11,720
31	라이브온	JTBC	10,285
32	트wen티 트wen티	JTBC	10,237

순위	프로그램	채널	주평균 점수
33	초콜릿	JTBC	9,526
34	앨리스	SBS	9,494
35	비밀의 남자	KBS2	9,344
36	사랑은 뷰티풀 인생은 원더풀	KBS2	9,099
37	끝대인턴	MBC	8,962
38	경우의 수	JTBC	8,331
39	런 온	JTBC	8,287
40	쌍갑포차	JTBC	8,202
41	도도솔솔라라솔	KBS2	7,623
42	우리 사랑했을까	JTBC	7,574
43	싸이코패스 다이어리	tvN	7,365
44	반의반	tvN	7,281
45	간택 - 여인들의 전쟁	TV조선	6,910
46	내가 가장 예뻤을 때	MBC	6,816
47	카이로스	MBC	6,706
48	오! 삼광빌라!	KBS2	6,635
49	우아한 모녀	KBS2	6,142
50	오 마이 베이비	tvN	6,047
51	맛 좀 보실래요	SBS	5,997
52	검사내전	JTBC	5,529
53	굿캐스팅	SBS	5,476
54	써치	OCN	5,294
55	머니게임	tvN	5,225
56	99억의 여자	KBS2	5,122
57	방법	tvN	5,086
58	365 : 운명을 거스르는 1년	MBC	4,986
59	허쉬	JTBC	4,953
60	저녁 같이 드실래요	MBC	4,920
61	낮과 밤	tvN	4,860
62	메모리스트	tvN	4,736
63	어서와	KBS2	4,689
64	우아한 친구들	JTBC	4,558
65	터치	채널A	4,548
66	사생활	JTBC	4,545

순위	프로그램	채널	주평균 점수
67	위험한 약속	KBS2	4,362
68	꽃길만 걸어요	KBS1	4,099
69	미씽: 그들이 있었다	OCN	4,076
70	거짓말의 거짓말	채널A	4,071
71	본 어게인	KBS2	3,856
72	그놈이 그놈이다	KBS2	3,746
73	기막힌 유산	KBS1	3,675
74	모범형사	JTBC	3,411
75	하자있는 인간들	MBC	3,348
76	출사표	KBS2	3,168
77	포레스트	KBS2	3,165
78	안녕 드라큘라	JTBC	3,057
79	아무도 모른다	SBS	3,000
80	선배 그 립스틱 바르지 마요	JTBC	2,997
81	본 대로 말하라	OCN	2,914
82	바람과 구름과 비	TV조선	2,815
83	암행어사: 조선비밀수사단	KBS2	2,646
84	트레인	OCN	2,616
85	나쁜사랑	MBC	2,597
86	루갈	OCN	2,547
87	번외수사	OCN	2,271
88	더 게임: 0시를 향하여	MBC	2,261
89	영혼수선공	KBS2	2,223
90	루왁인간	JTBC	2,217
91	날아라 개천용	SBS	2,193
92	나를 사랑한 스파이	MBC	1,979
93	외출	tvN	1,961
94	바람피면 죽는다	KBS2	1,946
95	엄마가 비람났다	SBS	1,758
96	좀비탐정	KBS2	1,611
97	불새 2020	SBS	1,509
98	야식남녀	JTBC	1,493
99	찬란한 내 인생	MBC	1,471
100	계약우정	KBS2	1,289

13. 지역방송 활성화

1) 국가기간방송의 위상에 부합하는 지역성 구현

(1) 지역 자체 제작 프로그램 편성 현황

- 2020년 지역방송국이 제작한 자체 제작 프로그램 편수는 19,278편으로 전년도 22,287편에 비해 3,009편 감소했으나, 프로그램 시간으로는 418,729분으로 전년도 405,221분에 비해 6,492분 늘었음.
- 2020년 총국별 지역 프로그램 자체 제작 현황을 살펴보면, 제작 편수에서는 청주총국이 2,034편으로 가장 많았고 제주총국이 1,537편으로 가장 적었음. 제작 시간에서는 광주총국이 45,325분으로 가장 많았고 제주총국이 37,024분으로 가장 적었음.
- 2019년과 대비할 때 모든 총국이 제작 편수와 시간 모두, 혹은 시간(편수는 감소 - 전주, 대전, 춘천총국)에서 증가를 보임.
- 자체 제작 프로그램을 가장 많이 제작한 총국은 청주총국으로 1,884편이었으며, 특집 프로그램 자체 제작은 부산총국이 193편으로 가장 많았음. 2019년에는 100편 이상의 특집 프로그램을 자체 제작한 총국이 한 곳도 없었으나, 2020년에는 전주총국과 제주총국을 제외한 모든 총국이 100편 이상의 특집 프로그램을 제작했음. 이는 코로나19로 인해 관련 프로그램의 특집 편성이 많았기 때문으로 판단됨.
- 2020년 실적 자료에 따르면 전년에 비해 지역 자체 제작 프로그램(편수 혹은 시간)이 증가하였고, 특히 특집 프로그램 수는 대폭 늘어난 것으로 판단됨. 자체 제작 실적은 지역방송의 활성화 여부를 판단하는 가장 중요한 기준이기 때문에 KBS 지역국의 2020년 성과는 매우 긍정적이라고 평가됨.

[표 4-124] 2020년 총국별 자체 제작 프로그램 현황

제작부서	정규		특집		합계		합계(2019년)	
	편수	길이(분)	편수	길이(분)	편수	길이(분)	편수	길이(분)
부산총국	1,775	39,820	193	4,361	1,968	44,181	1,880	37,685
울산국	1,472	26,462	21	530	1,493	26,992	1,525	28,665
창원총국	1,770	38,788	157	3,474	1,927	42,262	1,922	37,598
진주국	50	660			50	660	508	5,100

제작부서	정규		특집		합계		합계(2019년)	
	편수	길이(분)	편수	길이(분)	편수	길이(분)	편수	길이(분)
대구총국	1,627	37,587	126	3,695	1,753	41,282	1,741	36,549
안동국	142	1,635			142	1,635	530	6,325
포항국	63	801			63	801	548	6,283
광주총국	1,840	40,463	184	4,862	2,024	45,325	1,962	37,644
목포국	99	938	1	55	99	993	512	6,075
순천국	123	1,079	3	230	126	1,309	502	6,064
전주총국	1,572	38,011	97	2,528	1,669	40,539	1,676	34,051
대전총국	1,670	41,202	118	3,124	1,788	44,326	1,811	38,662
청주총국	1,884	38,766	150	2,782	2,034	41,548	1,903	32,332
충주국	57	775			57	775	486	6,085
춘천총국	1,839	36,232	145	3,728	1,984	39,960	2,003	35,164
강릉국	479	7,063	6	520	485	7,583	769	10,408
원주국	74	1,129	5	405	79	1,534	500	5,976
제주총국	1,449	34,099	88	2,925	1,537	37,024	1,509	34,555
합계	17,985	385,510	1,294	33,219	19,278	418,729	22,287	405,221

(2) 지역 제작 전국 편성 정규 및 특집 프로그램 방송 현황

- 지역 제작 전국 편성 프로그램의 총국별 현황을 살펴보면, 전국으로 방송된 〈문화스케치〉에 모든 총국이 참여해 각각 67편의 프로그램을 제작했음.
- 전국 편성 정규 프로그램을 가장 많이 제작한 총국은 광주총국으로 156편 7,750분이었으며, 부산총국이 77편 3,800분으로 가장 적었음.
- 전체적으로 1,432편, 69,060분의 프로그램을 제작했음. 2019년 479편 22,655분과 비교해보면 편수는 953편, 시간은 46,405분 증가한 것임.
- 2017년(459편 20,360분), 2018년(411편 18,825분), 2019년이 편수와 시간에서 비슷했던 것을 고려하면, 2020년의 정규 프로그램 편성 분량은 기록적인 증가임.
- 가장 많은 전국 편성 특집 프로그램을 제작한 곳은 춘천총국으로 5편 250분이었으며 다음이 제주총국으로 4편 235분이었음.
- 지역 제작 전국 편성 정규 프로그램의 대폭 증가는 지역방송 활성화를 위해 매우 긍정적인 현상임. 전년 대비 모든 총국의 제작 편수와 시간이 증가했다는 긍정적인 결과에도 불

구하고 총국 간 차이는 여전히 존재함. 이러한 차이가 어디에서 기인하는지(지역 수용자의 프로그램 수요, 시장 경쟁 상황, 총국의 제작 역량 및 자원 보유 정도 등)에 대한 세밀한 분석이 필요함. 이와 함께 지역총국 구성원들의 사기 진작을 위해 좋은 성과를 내는 총국과 구성원에 대한 포상을 하는 등의 방안도 고려할 필요가 있어 보임.

[표 4-125] 지역 제작 전국 편성 정규 프로그램 방송 현황

제작부서	프로그램명	편수	길이(분)	비고
부산총국	KBS 네트워크 특선 세상다반사	10	500	3개 총국 네트워크 제작
	네트워크 공동기획 문화스케치	67	3,300	9개 총국 네트워크 제작
	계	77	3,800	
창원총국	KBS 네트워크 특선 고고씹	20	1,000	
	KBS 네트워크 특선 세상다반사	10	500	3개 총국 네트워크 제작
	네트워크 공동기획 문화스케치	67	3,300	9개 총국 네트워크 제작
	계	97	4,800	
대구총국	KBS 네트워크 특선 세상다반사	10	500	3개 총국 네트워크 제작
	KBS 네트워크 특선 콘서트 문화창고	22	1,100	
	네트워크 공동기획 문화스케치	67	3,300	9개 총국 네트워크 제작
	계	99	4,900	
광주총국	KBS 네트워크 특선 남도지오그래피	43	2,150	
	KBS 네트워크 특선 전라도매력청	37	1,850	
	남도지오그래피	9	450	
	네트워크 공동기획 문화스케치	67	3,300	9개 총국 네트워크 제작
	계	156	7,750	
전주총국	KBS 네트워크 특선 백투더뮤직	35	1,745	
	국악 한마당 전주	41	2,150	
	네트워크 공동기획 문화스케치	67	3,300	9개 총국 네트워크 제작
	계	143	7,195	
대전총국	KBS 네트워크 특선 거북이 닉우스	42	2,085	
	KBS 네트워크 특선 호모 사이언스	25	500	
	KBS 네트워크 특선 호모 사이언스(HD)	10	200	
	네트워크 공동기획 문화스케치	67	3,300	9개 총국 네트워크 제작

제작부서	프로그램명	편수	길이(분)	비고
	계	144	6,085	
청주총국	KBS 네트워크 특선 행복충청전	50	2,500	
	네트워크 공동기획 문화스케치	67	3,300	9개 총국 네트워크 제작
	계	117	5,800	
춘천총국	KBS 네트워크 특선 올댓뮤직	39	1,910	
	네트워크 공동기획 문화스케치	67	3,300	9개 총국 네트워크 제작
	계	106	5,210	
제주총국	KBS 네트워크 특선 보물섬	48	2,400	
	네트워크 공동기획 문화스케치	67	3,300	9개 총국 네트워크 제작
	계	115	5,700	
합계		1,432	69,060	

[표 4-126] 지역 제작 전국 편성 특집 프로그램 방송 현황

제작부서	프로그램명	편수	길이(분)
부산총국	특별기획 바다로 간 대가야	1	50
	특집 다큐멘터리 슈퍼타워	2	100
창원총국	2020 MAMF 이주민 가요제	1	80
	특집 고고씽	1	60
	특집 다큐멘터리 따오기 우포를 날다	1	50
대구총국	순국선열의 날 기획 다시 그리는 독립운동사 잊혀진 영웅들	1	50
광주총국	구례 수해 30일의 기록	1	50
	코리아 온 스테이지 진도 윤림산방	1	50
	특집 다큐멘터리 다시한번 소녀시대	1	50
목포국	그 섬 비행기로 간다	1	50
전주총국	2020 전국어린이판소리왕중왕대회	1	70
대전총국	미세먼지 심층 보고 파란 하늘의 꿈	1	50
	청산리 전투 100주년 특별기획 그때 우리는 하나였다	1	50
춘천총국	2020 레이크뮤직페스티벌	2	100
	D선상의 아리아	2	100
	싱스트릿	1	50
제주총국	2020 인생콘서트	1	80
	특집 UHD 다큐멘터리 색, 다른 섬	1	55
	특집 다큐멘터리 오 마이 가든	2	100
총합계		23	1,245

(3) 2020년 중국 간 네트워크 제작 프로그램 현황

- 중국 간 네트워크 제작 현황을 보면, 9개 중국 모두 공동으로 참여한 <문화스케치> 67편이 제작되었음. 기존 <네트워크 특선 문화산책>이 9개 중국 단순 순번 제작이었던데 반해 신설된 <네트워크 공동기획 문화스케치>는 9개 지역중국 공동기획/투자/제작 프로그램으로서 보다 진화된 형태의 네트워크 제작 프로그램이라는 의미를 가짐.
- 그 외 부산, 창원, 대구 총국이 공동 제작한 신규 프로그램 <세상다반사>, 부산, 창원 총국과 울산국이 공동 제작한 <생생투데이 사람과 세상>, 광주, 전주, 제주 총국이 공동 제작한 <생생 3도>와 부산, 창원, 광주, 전주, 대전, 청주, 춘천 총국과 강릉국이 공동 제작한 <전국을 달린다>가 있음.
- 중국 간 네트워크 제작은 지난 3년 간 꾸준히 증가해 왔으며, 2020년에는 전년도에 비해 1편이 늘어 총 5편이 제작되었음. 중국 간 공동 제작은 수도권에 비해 한정된 자원을 가진 지역국들이 협업을 통해 시너지 효과를 내는 효과적인 방안이라 판단됨. 또한 전국 지역의 다양한 관심사와 시각을 반영하여 프로그램을 제작한다는 점에서 지속적으로 확대될 필요가 있음. 이를 위해 KBS 차원의 적극적인 정책 지원이 필요하다고 판단됨.

[표 4-127] 2020년 중국 간 네트워크 제작 프로그램 현황

프로그램명	제작부서	편수	길이(분)	비고
네트워크 공동기획 문화스케치	9개 총국	67	3,300	전국편성
세상다반사	부산총국	15	750	자체편성
	창원총국	15	750	
	대구총국	26	1,300	
	3개 총국	10	500	전국편성
생생투데이 사람과 세상	부산총국	219	4,365	자체편성
	울산국	220	4,385	
	창원총국	219	4,365	
생생 3도	광주총국	41	1,230	자체편성
	전주총국	41	1,230	
	제주총국	41	1,230	
전국을 달린다	부산총국	255	4,870	자체편성
	창원총국	219	2,190	
	광주총국	207	2,145	

프로그램명	제작부서	편수	길이(분)	비고
	전주총국	39	2,980	
	대전총국	128	4,615	
	청주총국	229	4,130	
	춘천총국	204	3,478	
	강릉국	14	210	

(4) 뉴스의 지역성 강화

○ 〈뉴스 7〉 지역화 전국 확대

- ‘지역방송 활성화 시범화 사업’으로 2018년 제주총국에서 시작했던 로컬 7시 뉴스를 2020년 2월부터 전 지역총국 주 4회로 전면 확대하였음.
- 〈뉴스 7〉은 방송 시간 40분 전체를 지역의 시각에서 자율적으로 편집권 행사함. 9개 지역권마다 각각 다른 뉴스 방송을 통해 지역성을 구현하고, 지역밀착형 이슈 발굴, 심층·탐사보도 확대, 다양한 지역정보 전달을 추구함.
- 〈뉴스 7〉 지역화 1년 동안 지역국 관할 시군 뉴스 시간이 전년 대비 평균 2.3배, 최대 8배까지 늘어남.
- 〈뉴스 7〉 데일리 편성 이후 대부분 지역총국의 〈뉴스 7〉 시청률이 수도권 〈뉴스 7〉 시청률보다 높게 나타나는 성과를 거둠. 지역성을 살리는 가장 적합한 장르가 뉴스라는 점을 고려하면 〈뉴스 7〉 지역화 확대는 매우 긍정적이자 성공적인 편성정책이었다고 평가됨. 특히 본사 차원에서 어려운 재정상황에도 불구하고 〈뉴스 7〉 지역화를 위해 44.1억 원(총국 당 4.9억 원)의 제작비를 지원하고 신규 인력을 168명 채용한 것은 매우 시의적절했다고 판단됨.

○ 지역총국 중심 재난방송 강화

- 〈뉴스 7〉의 확대 편성으로 지역 총국 중심의 자체 재난방송 역량이 강화되고 분량도 큰 폭으로 증가함.
- 코로나19, 태풍, 집중호우 등 지역별 자체 재난 특보를 강화하여, 2019년 대비 9.5배 증가함. (2019년 60회 → 2020년 572회)
- 본사 차원에서 지역총국 재난방송 역량강화를 위해 지역 총국 당 500만 원씩 총 5,100만 원의 재난지원금을 지급하였고, 향후 인프라 지원을 추진할 계획임.

- 지역총국 중심의 재난방송 강화는 재난재해 주관방송사라는 KBS의 사회적 책무를 지역 차원에서 보다 충실히 이행하려는 노력의 일환이라고 평가됨.

14. 라디오 채널 및 프로그램 평가

1) 라디오 프로그램 청취율과 영향력 평가

(1) 라디오 프로그램 청취율 성과와 평가

- 2020년도 라디오센터는 라디오 청취율조사 대상 4개 채널(1R, 1FM, 2R, 2FM) 점유청취율 합계가 22.2%(연평균)를 달성하여 2019년의 21.1% 대비 1.1%p 상승하였음. 이는 미약하나마 KBS 라디오의 프로그램과 채널 경쟁력이 강화되고 도달률이 확대된 결과로 볼 수 있음. 여러 채널에서 채널 청취율이 높은 기록을 나타내는 등 (1라디오 2020년 2차 청취율 6.3%로 10년 간 최고치, 2FM은 4차 조사에서 청취율 11.9%로 4년 간 최고치, 2라디오 4차 조사에서 청취율 2.8%로 급상승 등) 채널 전반에서 청취율의 상승이 이루어졌다고 하겠음.
- 그러나, 6개 채널을 운영하는 KBS 라디오의 청취율은 여전히 불과 2개 채널을 운영하는 MBC와 SBS에 크게 미치지 못하며, 훨씬 작은 규모의 CBS와 tbs에 비교해도 큰 차이가 나지 않는 수준이라 하겠음. 단순히 라디오의 청취율 비교로 성과를 평가하는 것은 불합리할 수 있지만, KBS 라디오가 KBS의 위상과도 부응할 수 있도록 좀 더 많은 청취자에게 공영방송의 품격에 맞는 양질의 방송을 제공하려는 노력이 이어져야 할 것임.
- 물론 KBS 라디오의 다양한 채널들이 각기 고유의 역할을 하며 공영방송 청취자의 수요를 충족하고 있다는 점은 분명히 인정할 만하며, 1라디오의 보도와 시사, 1FM의 클래식 음악 등은 높은 청취율을 나타내는 여타 방송과 분명한 차별성을 가지고 있음. 다만, 1라디오는 KBS 보도 신뢰도의 중요한 한 축을 담당하므로 품격과 공정성에 더욱 신경써야 하며, 1FM은 변화하는 미디어 환경과 청취자를 고려한 변화의 노력이 요구됨.

[표 4-128] 2019~2020년 라디오 점유청취율(한국리서치조사)

방송사	채널	점유청취율(%)			
		2019년		2020년	
KBS	KBS 1FM	3.1	21.1	3.1	22.2
	KBS 2FM	11.1		10.9	
	KBS 1라디오	4.6		5.6	
	KBS 2라디오	2.3		2.6	
MBC	MBC 표준FM	13.4	24.1	14.2	25.4
	MBC FM4U	9.7		11.2	
SBS	SBS 파워FM	24.3	28.8	3.9	27
	SBS 러브FM	4.5		23.1	
CBS	CBS 음악FM	13	16.2	3.6	15.4
	CBS 표준FM	3.2		11.8	
tbs	tbs 교통방송	15.3	15.3	15.8	15.8

(2) 사회적 영향력 평가

- KBS 라디오는 코로나19 대유행 상황에서 코로나19 특보 및 고성 산불, 태풍 바비, 마이삭, 하이선, 울산 대형 화재 등 재난방송을 신속 정확하게 편성하고 교통 및 날씨 정보, 라디오정보센터 뉴스 등 공익 정보 프로그램을 제작하는 등 본연의 역할에 충실함.
- 1라디오를 통해 코로나19 특보 총 297회 6,181분을 방송하고, 재난 특보 총 38회 1,948분을 방송하는 등 재난방송에 주도적 역할을 하였고, 사회적 거리두기 캠페인과 재난재해 예방 캠페인도 총 6,337분을 방송하였음. 다만 1라디오 시사 프로그램 일부 진행자를 둘러싼 공정성 논란은 KBS 라디오뿐 아니라 KBS 전체의 위상과도 관련 있음을 유의할 필요 있음.
- 광복절 경축식, 21대 국회 개원식, 대통령 유엔총회 연설 등 국가 기념식과 주요 인사의 연설을 수중계(13회)로 방송하여 국가적 의제를 효과적 전달하려 하였고, 21대 국회의원 선거 연설도 방송함.
- 3라디오는 사회통합 공익채널로서 장애인과 다문화 가정 등 사회소외계층을 대상으로 한 콘텐츠 제작과 방송을 통하여 공적책무를 성실히 수행하였음. <KBS 장애인식 개선 캠페인>, <대한민국 1교시 - 함께 그리는 그림>, <탈북민과 장애인이 함께하는 토크콘서트 토닥토닥>, <공감 코리아, 우리는 한국인> 등 장애인, 다문화 가정 등 사회적 소외계층을 아

우르는 통합적이고 공익적인 프로그램과 캠페인을 다수 기획하고 방송하여 공감을 이끌어냄. 이러한 공익적 기획과 프로그램, 캠페인은 KBS 라디오의 정체성과 존재감을 나타낸 사례임.

- KBS 클래식FM은 국내 유일의 클래식 전문채널로 베토벤 탄생 250주년을 기념하는 17시간 특집방송 <불멸의 베토벤>을 제작·방송하고 <살롱 드 베토벤> 등의 라이브 연주를 유튜브와 어플리케이션 쿱을 통해 생중계하였음. 또한 <2020 교향악축제>, <KBS 교향악단 정기연주회> 등 국내외 유명 연주자와 단체의 공연을 엄선해 총 25회 생방송으로 중계방송하는 등 코로나19로 인한 문화적 공백을 채우는 사회적 역할을 수행함.
- 2FM은 코로나19로 지친 청취자들을 위로하는 다양한 기획 및 특집 방송을 하였으며, 1년간 총 1,100개 이상의 동영상 클립(뮤지션 라이브, 방송 하이라이트, 비하인드 컷 등)을 제작하여 유튜브에 업로드하여 연간 총 1억 1천여 회 이상의 조회수 기록하였음. 온라인으로도 <강한나의 볼륨을 높여요> 드라이브인 콘서트, <박원의 키스더라디오> 온택트 콘서트 시리즈 등을 제작하였고, KBS 쿵FM 방송의 날 특집 <2020 한국인의 노래>를 제작함.

(3) 디지털 플랫폼 영향력 평가

- 라디오 콘텐츠의 디지털 플랫폼에서의 이용이 활성화되는 상황에서 KBS 라디오도 이와 관련된 노력과 성과가 이어지고 있음. 2020년 유튜브 채널 구독자수에서 1라디오는 35.7만, 2FM은 92.6만, 그리고 쿱(KONG)은 52.5만 구독자를 달성하여 3개 채널을 합산하면 180만 8천 명으로 2020년의 127만 2천 명 대비 53만 6천 명의 구독자 순증을 가져옴.
- 단순히 라디오 콘텐츠의 재활용을 넘어서 디지털 전용 콘텐츠 제작도 시도하고 있음. 예를 들어 1라디오의 <성공예감 김방희입니다>에 덧붙여 <성공예감 김방희입니다, 별책부록>을 지상파 스핀오프 콘텐츠로 제작하고, 디지털 전용 콘텐츠 <최경영의 이슈 오도독>을 신설하는 등 새로운 시도가 이어짐. <최경영의 이슈 오도독>은 최고 시청횟수 103만 회를 기록할 만큼 큰 호응을 얻음. 1FM의 유튜브 채널인 'KBS클래식FM'을 개설하여 <살롱 드 피아노> 유튜브 라이브 스트리밍 서비스를 주1회로 확대 제공하고 있음. KBS 한민족방송에서 스핀오프한 유튜브 오리지널 콘텐츠 <김정환 기자의 통일 앞수다>도 신설하였고, <강PD의 푼푼한 은퇴설계>, <요즘 소설이야기> 등의 팟캐스트 콘텐츠도 제작됨.
- KBS 라디오의 다양한 디지털 콘텐츠 제작과 디지털 플랫폼 이용 시도는 KBS 라디오의 영향력과 함께, 제한되지만 KBS 라디오의 수익 증대에도 도움이 되리라 기대됨.

[표 4-129] KBS 라디오 유튜브 채널 누적구독자수 증감 (2019~2020년도)

유튜브 채널	누적구독자수(단위 : 만명)		전년 대비 성장률(%)
	2019	2020	
1라디오	9.7	35.7	268.0%
2FM	68.0	92.6	36.2%
KONG	49.5	52.5	6.0%
합계	127.2	180.8	42.1%

2) 라디오 청취율 상위 50위 프로그램

- 한국리서치에서 실시한 2020년 최종 4라운드 라디오 점유청취율 조사에서 KBS 라디오는 상위 50위 프로그램에 10개가 포함되었음. 해당 프로그램은 9위의 2FM <조우종의 FM대행진>, 18위의 2FM <사랑하기 좋은날 이금희입니다>, 24위 2FM <이현우의 음악앨범>, 2FM <박명수의 라디오쇼>, 33위 2FM <윤정수, 남창희의 미스터라디오>, 36위 1라디오 <김정래의 최강시사>, <주진우 라이브>, 그리고 45위 2FM <정은지의 가요광장>, 48위 2FM <황정민의 뮤직쇼>, 50위 2FM <강한나의 불륨을 높여요> 등임.
- 50위권 프로그램의 수가 2019년 9개에서 1개 늘어난 점은 KBS 라디오 전체의 점유 청취율 상승과 함께 고무적인 일이지만, 여전히 KBS 전체의 위상에 비추어 만족스러운 성과로 보기는 어려움. 1라디오가 뉴스 시사 전문채널로 운영되고 1FM도 국내 유일 클래식 전문 채널을 유지하는 등의 KBS 라디오의 특수성을 고려하더라도 향후 영향력 확보와 경쟁력 제고를 위한 전략적인 노력이 모색되어야 할 것임.

[표 4-130] 2020년 라디오 점유청취율 상위 50개 프로그램

순위	프로그램	채널	점유율(%)	순위	프로그램	채널	점유율(%)
1	김어준의 뉴스공장	tbs교통방송	12.0	24	이수영의 12시에 만납시다	CBS 음악FM	2.8
2	두시탈출 컬투쇼	SBS FM	8.6	27	싱글빙글쇼 배기성, 허일후입니다	MBC AM	2.7
3	김영철의 파워FM	SBS FM	8.1	28	표창원의 뉴스 하이킥	MBC AM	2.6
4	tbs 아침종합뉴스	tbs교통방송	7.9	”	아름다운 이 아침 김창완입니다	SBS FM	2.6

순위	프로그램	채널	점유율(%)	순위	프로그램	채널	점유율(%)
5	봄봄파워	SBS FM	6.3	30	두시의 데이트 뮤지, 안녕미입니다	MBC FM	2.5
6	박소현의 러브게임	SBS FM	5.6	31	이진우의 손에 잡히는 경제	MBC AM	2.4
7	여성시대 양희은,서경석입니다	MBC AM	5.2	32	오후의 발견 이지혜입니다	MBC FM	2.3
8	정선희, 문천식의 지금은 라디오시대	MBC AM	4.4	33	윤정수, 남창희의 미스터 라디오	KBS 2FM	2.2
9	조우종의FM대행진	KBS 2FM	4.1	"	모두의 퀴즈생활 서유리입니다	MBC AM	2.2
"	박준형, 정경미의 2시 만세	MBC AM	4.1	"	최일구의 허리케인 라디오	tbs교통방송	2.2
11	김종배의 시선집중	MBC AM	3.9	36	김경래의 최강시사	KBS 1R	2.1
12	굿모닝FM 장성규입니다	MBC FM	3.6	"	주진우 라이브	KBS 1R	2.1
13	정오의 희망곡 김신영입니다	MBC FM	3.5	"	신지혜의 영화음악	CBS 음악FM	2.1
"	강석우의 아름다운 당신에게	CBS 음악FM	3.5	"	정오뉴스	MBC AM	2.1
"	박승화의 가요속으로	CBS 음악FM	3.5	"	이동형의 뉴스 정면승부	YTN라디오	2.1
"	배미향의 저녁 스케치	CBS 음악FM	3.5	41	김현주의 행복한 동행	CBS 음악FM	2.0
17	배철수의 음악캠프	MBC FM	3.2	42	이숙영의 러브FM	SBS AM	1.9
18	사랑하기 좋은날 이금희입니다	KBS 2FM	3.1	43	김지윤의 이브닝쇼	tbs교통방송	1.8
"	김용신의 그대와 여는 아침	CBS 음악FM	3.1	44	아침&뉴스 류수민입니다	MBC AM	1.7
20	최화정의 파워타임	SBS FM	3.0	45	정은지의 가요광장	KBS 2FM	1.6
"	김현정의 뉴스쇼	CBS 표준FM	3.0	"	김현철의 골든 디스크	MBC FM	1.6
22	오늘 아침 정지영입니다	MBC FM	2.9	47	배철수, 박희진의 9595쇼	tbs교통방송	1.5
"	한동준의 FM POPS	CBS 음악FM	2.9	48	황정민의 뮤직쇼	KBS 2FM	1.4
24	이현우의 음악앨범	KBS 2FM	2.8	"	씨네타운	SBS FM	1.4
"	박명수의 라디오쇼	KBS 2FM	2.8	50	강한나의 불륜을 높여요	KBS 2FM	1.2

제3편

평가내용
제4장 경영실적

3) 라디오 수상 실적

- 2020년 KBS 라디오 프로그램의 외부 수상 실적은 총 10건으로 2017년 이후 가장 많은 수상 실적을 보였음. KBS 라디오 프로그램의 외부 수상은 제작진에 대한 격려뿐 아니라 KBS 라디오가 공영방송으로 본래의 역할을 잘 수행함은 물론 사회적 영향력을 높일 수 있음을 인정해 주는 의미있는 성과임.
- 특히, KBS 1라디오 <정용실의 뉴스브런치>는 제47회 한국방송대상 시사보도 라디오 작품상과 양성평등미디어상 우수상을 함께 수상하여 프로그램의 공익적 가치와 높은 품질을 함께 인정받는 성과를 거두었고, <오테훈의 시사본부 - '목소리 없는 범죄 아동학대'>가 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(7월)을, <나는 여자의용군입니다>가 양성평등미디어상 최우수상을, 그리고 <와이파이 삼국지>는 제47회 한국방송대상 연예오락 부문 작품상을 받는 등 1라디오의 수상 성과가 두드러졌음.
- 1FM에서는 클래식FM 개국 41주년 특집 <불멸의 베토벤>이 제47회 한국방송대상 라디오 작품상을 수상하였고, 2FM도 <강한나의 불륨을 높여요 특집 공개방송 -레이크 뮤직 페스티벌>이 제248회 한국PD연합회 이달의 PD상을 수상함. 한민족방송도 <경제로 통일로>가 통일부장관 표창을 받는 등 수상이 이어졌음.

[표 4-131] 2017년~2020년 라디오 부문 외부 수상 실적 (KBS 내 수상 실적 제외) (단위 : 건)

	2017	2018	2019	2020
수상실적	3	6	6	10

[표 4-132] 2020년 라디오 부문 외부 수상 내역

프로그램명	제작자	수상내용	주관기관	수상일
<와이파이 삼국지>(1라디오)	김호상	제47회 한국방송대상 연예오락부문 작품상	한국방송협회	2020.09.
<오테훈의 시사본부 - '목소리 없는 범죄 아동학대'> (1라디오)	조혜은 권소희	이달의 좋은 프로그램상(7월)	방송통신심의위원회	2020.07.
<정용실의 뉴스브런치> (1라디오)	안정균 이은미	제47회 한국방송대상 시사보도 라디오 작품상	한국방송협회	2020.09.
<정용실의 뉴스브런치> (1라디오)	이은미 박대식	양성평등미디어상 우수상	한국양성평등교육진흥원	2020.11.
<강한나의 불륨을 높여요 - 특집 공개방송 '레이크 뮤직 페스티벌'> (2FM)	김홍범 강소연	제248회 한국PD연합회 이달의 PD상	한국PD연합회	2020.11.18.

프로그램명	제작자	수상내용	주관기관	수상일
	송지민	(라디오정규 부문)		
〈나는 여자의용군입니다〉 (1라디오)	박대식	양성평등미디어상 최우수상	한국양성평등 교육진흥원	2020.11.
클래식FM 개국 41주년 특집 〈불멸의 베토벤〉 (1FM)	1FM 제작진	제47회 한국방송대상 라디오작품상	한국방송협회	2020.09.
〈경제로 통일로〉 (한민족방송)	주미영	통일부장관 표창	통일부	2020.12.31.
특집 〈북한이탈주민 심리치유 프로젝트 - 다시 날자〉	황형선	이달의 좋은 프로그램상 수상(12월)	방송통신심의 위원회	2020.12.
특집 다큐멘터리 〈두 엄마 이야기 - ‘소선이’ 미숙에게, 미숙이 소선에게〉	김우광	이달의 좋은 프로그램상(12월)	방송통신심의 위원회	2020.12.

15. 디지털 미디어 콘텐츠

1) 디지털 오리지널 콘텐츠 제작 현황 및 성과

(1) 유튜브×지상파 크로스오버 콘텐츠 개발 및 육성

① 목적

- 다양한 플랫폼의 등장으로 인해 방송시청 역시 다양한 플랫폼을 활용하여 이뤄지는 이른바 미디어 레퍼토리의 분화가 이뤄지고 있음. 방송만을 시청하기보다는 방송과 유튜브, 방송과 페이스북과 카카오톡 등 SNS를 넘나드는 경향이 두드러지는 추세임. 이에 공영방송 역시 시청자의 트렌드 반영하는 디지털 정책을 수립하고 실천하는 노력이 필요함.

② 실적

□ 디지털 예능 콘텐츠 제작 및 유통의 활성화

- 예능센터 내 설치된 디지털콘텐츠제작팀 ‘스튜디오K’에서는 2049세대를 주요 타겟으로 약 2,700여 편의 예능 스핀오프 디지털 콘텐츠와 〈구라철〉, 〈도니스쿨〉, 〈영지전능쇼〉 등 10개 프로그램 106편의 오리지널 콘텐츠를 제작
- 스튜디오K가 관리하는 예능 디지털 채널 7개 (KBS엔터, KBS KPOP, 골든 케이팝 등)는 약 260만의 신규 구독자와 40.7억의 조회수를 기록하며 2019년 대비 2배 안팎의 성장 달성

□ **〈박원숙의 같이 삽시다〉 시즌2 제작**

- 50대 이상 액티브 시니어를 타겟으로 지상파, 유튜브 동시 기획, 제작, 유통
- 〈같이 삽시다〉 시즌2: 액티브 시니어 예능으로 수익성, 경쟁력, 공익성 확보(2TV 수도권 가구 시청률 평균 3.5%, KBSN 조이&드라마 채널 예능 프로그램 중 시청률 1위, 유튜브 구독자 31.1만 명, 연수익 4.2억 원)

□ **추석특집 1TV 〈옛날티비 그땐 그랬지〉 제작**

- 유튜브 채널 〈옛날티비〉의 인기 재생목록 〈그땐 그랬지〉 아카이브 재활용
- KBS만의 7080년대 아날로그 연애사 영상콘텐츠 재가공 실시(1TV 수도권 가구 시청률 8.6%, 유튜브 채널 노출 및 구독자 22만 명)

□ **〈어게인 가요톱텐, 2020 레이크뮤직페스티벌〉 유튜브 라이브 스트리밍**

- 춘천충국, 디지털미디어국, 라디오센터(2FM)의 공동 기획/제작(외부 협찬)
- 유튜브채널 〈Again 가요톱10〉 브랜드를 활용한 언택트 콘서트로, 1TV, 2FM, 유튜브채널 동시 유통 실시

□ **〈몽클티비 화성습지 프로젝트〉**

- 〈한지민의 습지를 부탁해〉 (1TV 최고 시청률 4.5%, 화성시 협찬 2.89억 원)

□ **신규 크로스오버 파일럿 〈류수영의 동물티비〉 기획 및 제작 착수**

- KBS 유튜브채널 〈동물티비〉(구독자 30만 명)와 연계 기획
- 반려동물 시청층을 타겟으로 한 힐링 콘텐츠
- 2021. 2. 2부작 파일럿 방송(2TV 최고시청률 4.7%), 2021. 5. 정규 12부작 방송 예정

□ **미래 시청층 대상 콘텐츠 개발 및 육성**

- 2030 여성특화 유튜브 채널 〈KBS 허스토리〉의 신규 기획 및 개국
- 여성 이슈(양성평등, 비혼, 성폭력 등)에 신속 기획 및 큐레이션, 여성사 관련 희귀 영상 자료 발굴

□ **2030 남성특화 유튜브채널 〈KBS e스포츠〉의 지속 육성**

- 〈KeSPA컵〉 의존도를 낮춘 다양한 디지털 콘텐츠 개발
- 〈2020 한국문화축제 In Sweden〉 제작

□ 코로나19시대, 신뢰도/객관성을 갖춘 디지털 경제 콘텐츠의 개발 및 육성

- 시청자 맞춤형 디지털 경제플랫폼 〈머니올라〉 론칭
- 국내외 주식, 원자재, 환율, 부동산, 연금 등 다양한 경제 현안들에 대한 시청자 수요 분출
- 경제 전문가들의 지식/인사이트 제공, 구독자 6월 4일 0.35만 명에서 12월31일 11만 명, 12월 CPM(천회 재생당 광고수익) 9,586원으로, KBS 전체 유튜브 채널 기준 2위

□ 기존 채널의 리빌딩 및 리뉴얼 연중 실시: 채널 정체성 및 타겟 명확화

- 〈my K〉→〈몽클티비〉(1월), 〈어송 포유〉→〈동물티비〉(4월)
- 〈열린 공작소K〉→〈같이 삼시다〉(6월), 〈덕화티비〉→〈스타티비〉(7월)
- 〈뉴본사〉→〈머니올라〉(7월), 〈거리의 만찬〉→〈히스토리〉(9월) 등

(2) 디지털 콘텐츠의 유통 및 판매

① 목적

- 공영방송의 디지털 콘텐츠는 제작하는 데서 그치는 것이 아니라, 적극적으로 유통되어야 의미가 생김. 따라서 콘텐츠의 적극적인 유통체계를 개발하고 육성하여야 함. 더불어 공영방송 KBS의 재정구조는 수신료와 광고뿐만 아니라 콘텐츠를 판매하여 이뤄지는 수익 등을 다변화되는 것이 바람직함.

② 실적

□ 웨이브(wave)의 지속적 성장

- 2019년 9월 출범한 웨이브가 치열한 경쟁상황 속에서도 지속적으로 성장 중에 있음. 2020년 12월 말 현재 유료가입자는 전년 대비 약 40% 증가했으며, 별도로 〈좀비탐정〉, 〈바람피면 죽는다〉 2개 작품에 대해 웨이브로부터 투자를 유치

[표 4-133] 웨이브를 통한 KBS그룹 매출액 및 웨이브 콘텐츠투자액

(단위 : 억 원)

구분	2018년	2019년	2020년
웨이브를 통한 KBS그룹 매출액(억 원)	65.6	102.3	178.7
웨이브의 KBS 콘텐츠 투자액	-	96	100.8

□ 코코와(KOCOWA) 성장세 유지

- 미주지역 OTT 서비스인 코코와는 ROKU, 한국TV 등과 신규 제휴, 남미시장에 본격 진출 등 유통망 확대하여 2019년말 총 유료가입자 수 대비 약 67% 성장

(3) KBS의 외부 플랫폼을 통한 디지털 콘텐츠 활용 및 성과

① 목적

- 공영방송의 콘텐츠를 방송사에 판권을 판매하는 방식과는 달리, 디지털 콘텐츠를 노출하고 시청자를 다양한 플랫폼을 통하여 만날 수 있는 노력을 시도하고 더불어 수익을 창출할 필요성이 제기됨. 이는 콘텐츠의 화제성과 홍보효과를 높여주고 수신료 인상이 교착상태에 있는 만큼 수익창출을 제작비에 투여할 수 있는 가능성을 높여주는 경영 활동으로 판단됨.

② 실적

□ KBS의 클립영상 유통 확대

- SMR을 통한 클립영상 제작 수는 2019년 4만 4천여 건에 비해 2020년 3만 7천여 건으로 소폭 감소
- 2020년부터 유튜브의 국내유통을 본격적으로 시작하여 국내에 29만 건 이상의 클립을 신규 공급하는 등 플랫폼 시장의 변화에 대응하여 디지털 콘텐츠 유통을 적극 확대함.
- 2019년 말 유튜브 파트너 세일즈 계약을 체결하고 이를 통해 KBS그룹 기준 수익이 2019년 85억 원에서 2020년 186억 원으로 약 2.2배 급증
- 지상파 최초로 사극 및 구작 드라마를 활용한 유튜브 <유료 멤버십 서비스>를 도입하여 수익모델 다각화

[표 4-134] 주요 채널의 이용자 도달률 증가

(기준: 2019년 연말, 2020년 연말)

채널명	누적 조회수(건)			구독자수(명)		
	2019	2020	증감율	2019	2020	증감율
KBS 엔터	814,208,945	2,423,051,237	+198%	3,276,941	4,100,359	+25%
KBS 드라마	786,292,169	1,366,985,114	+74%	2,244,157	3,225,752	+44%
KBS Kpop	612,607,471	1,554,433,498	+154%	4,153,583	5,685,677	+37%

채널명	누적 조회수(건)			구독자수(명)		
	2019	2020	증감율	2019	2020	증감율
KBS News	290,474,973	660,399,905	+127%	568,024	1,070,552	+88%
KBS 다큐	6,459,502	263,313,741	+3,976%	65,826	594,521	+803%
KBS깡깡티비	138,323,525	417,579,353	+202%	183,455	461,246	+151%
크큭티비	186,615,145	264,621,537	+42%	184,783	387,651	+110%
Again가요톱10	57,722,475	102,889,373	+78%	117,190	243,946	+108%

제3편

평가기량
제4장 경영실적

(4) 지역뉴스 디지털 서비스 개선 및 성과

① 목적

- 지역의 뉴스 콘텐츠의 혁신은 공영방송의 핵심 이념 중 하나인 지역성, 다양성의 담보와 밀접한 연관을 가짐. 디지털화가 본사 중심으로 이뤄지기 쉬운 상황에서 지역의 콘텐츠 디지털화 추진을 늦출 수 없음.

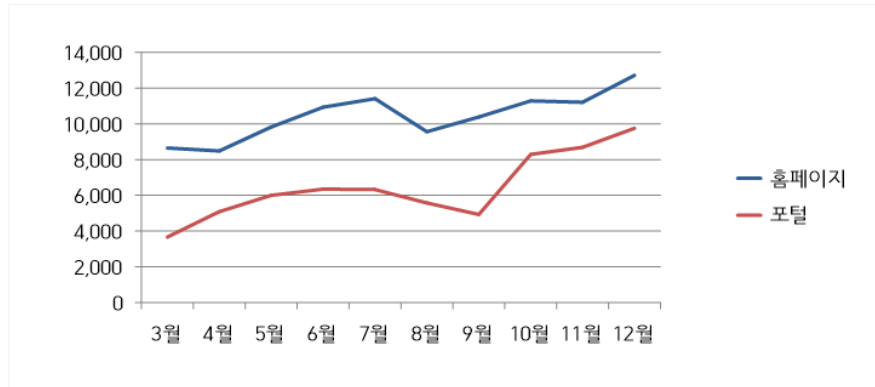
② 실적

- 미디어팩토리와 연계한 뉴스 CMS(콘텐츠관리시스템) 개선
- 웹서비스 소요 시간 1/5로 단축
- KBS 뉴스 홈페이지 및 포털 등에서 지역기사 도달률 확대
- 지역뉴스 홈페이지 조회 수 19.6배 증가 (2019년 3월 83,192건 대비)
- 1일 평균 315건의 기사 포털 전송(2020년 12월 기준)

[표 4-135] 지역뉴스의 기사전송 추이

(단위 : 건)

	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
홈페이지	8,647	8,483	9,823	10,931	11,408	9,559	10,383	11,285	11,208	12,714
포털	3,666	5,086	5,999	6,347	6,323	5,572	4,930	8,290	8,687	9,753



16. KBS의 글로벌 경쟁력 향상에 대한 성과

1) KBS의 글로벌 경쟁력 향상을 위한 노력과 실적

(1) 한류 확산을 위한 해외 채널 및 소셜 미디어 서비스 강화

① KBS WORLD 소셜 미디어 채널 서비스 강화

- KBS WORLD의 유튜브 채널 운영 최적화를 통해 구독자 수를 대폭 확대하여 전년 대비 KBS WORLD 구독자수 31.3% 증가하여 1,533만명 달성(2020.12.기준)
- 이는 국내 종합편성 지상파 방송사 중 1위, 전 세계 상위 1%에 해당됨.

[표 4-136] KBS WORLD의 유튜브 채널 구독자수 및 누적 조회수 추이

(단위 : 명, %, 회)

연도	구독자	증감률	조회 수	
			연간	누적
2016년	3,339,251	42.0%	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%	2,302,350,317	5,997,290,804
2019년	11,671,514	36.4%	2,340,104,900	8,337,395,704
2020년	15,330,240	31.3%	3,002,819,434	11,340,215,138

- KBS WORLD SNS도 채널 운영 최적화를 통한 구독자 수를 대폭 확대

[표 4-137] KBS WORLD의 SNS 구독자/팔로워/친구 추이

구분	2020년	2019년
페이스북	3,930,625 명	3,500,399 명
페이스북 창원페스티벌	111,780 명	114,876 명
트위터	2,079,506 명	2,007,285 명
라인	949,397 명	941,843 명
인스타그램	620,807 명	544,707 명
웨이보	38,783 명	39,367 명

- 해외 시청자 맞춤형 KBS WORLD 오리지널 콘텐츠 제공
 - 시청자 참여형 K-POP 프로그램 〈We K-POP Friends〉 유튜브 송출.
 - TV·R 국제방송 공동제작 한글 교육 버라이어티 〈안녕 Korean〉 유튜브 송출.
- TV·R 국제방송 공동 운영 유튜브 채널 KBS WORLD Indonesia 론칭.
 - 인도네시아어 자막 비디오 클립과 라디오 오리지널 콘텐츠 통합 서비스 제공

② KBS WORLD 해외 채널 서비스 경쟁력 강화

- 신규 국가, 플랫폼 진입을 통한 방송 커버리지 확대에 한류 확산에 노력함.
 - 2019년 시청가구: 113개국 1억 4천 20만 → 2020년: 114개국 1억 4천 21만

[표 4-138] KBS의 해외 사업 매출 실적

(단위 : 백만 원)

사업구분	국가/지역	2020년	2019년	소관부서
해외채널사업	전세계(미국, 일본, 중국 제외)	7,831	7,814	국제방송국

- 한류 취약 지역 플랫폼 신규 진입과 콘텐츠 공급 노력
 - 코소보 Telkos LLC(케이블 TV): 코소보 전역
 - 나이지리아 Super TV(IPTV): 나이지리아 전역
 - 미국 및 유럽 각국 NEW ID: 광고기반 무료 스트리밍 TV 서비스 진출
- 위성에서 인터넷으로 KBS WORLD 해외 전송방식 전환을 추진함.
 - KBS 해외 계열사(일본) 대상 인터넷 전송 파일럿 테스트 실시

(2) 고품격 콘텐츠 제작으로 채널 경쟁력 강화

① R국제방송 고품격 특별기획 프로그램 제작

- 제5회 한국어 말하기 동영상 공모전 <나의 집콕 생활 도전기>(10.09., 11개 언어)을 개최하여 전 세계 한류 팬 대상 유튜브 동영상 공모와 온라인 기반 예결선 등 지리적 제약 없는 경연으로 큰 호응 얻음(53개국 255명 참가).
- 인도네시아인 대상 유튜브 기반 한국 가요 및 K-POP 커버 댄스 경연대회인 <K-POP Cover Festival in Indonesia> (12.06., 인도네시아어)을 개최하여 990팀 참가하는 성과를 거둠.
- 온라인 설문조사 결과 전 세계 네티즌이 직접 뽑은 2020년 최고의 K-POP과 뮤지션을 소개하는 <세계인이 사랑한 K-POP> 방송(12.26.~27., 10개 외국어)하여 185개국 378,593명이 참가하는 호응 얻음.
- 방송의 날 특집으로 <안녕, 모니카>(09.03., 11개 언어)를 방송하여 결혼이주여성과 다문화 가정 자녀 등에 대한 차별 사례를 통해, 차별 관련 인식 개선의 필요성을 공론화함.
- 코로나19로 심신이 지친 세계인들에게 건강한 한국 사찰음식과 식생활이 주는 위로의 메시지 전달하는 KBS WORLD 라디오 특별기획 <수행자의 밥상: 한국 사찰음식이 전하는 위로>를 방송함(11.30., 11개 언어).

※ 한국불교문화사업단 협찬 제작

- 세계 여성의 날을 맞아 여성을 주제로 한 시대별 작품과 그에 따른 여성의 변화상 조명하는 <라디오 책방> 기획특집 꼭지 <문학속 여성 이야기 5편>을 방송함.(2020.03.03., 03.10., 03.17., 03.24., 03.31., 11개 언어)
- 6·25 전쟁 70주년 특집 <전쟁의 기억>(6·25, 11개 언어)을 방송하여 6·25 참전용사의 시각으로 본 전쟁의 아픔과 평화에 대한 절실함 조명함.
- 제40회 일본어방송 한국 가요 경연대회(12.01., 일본어)를 방송하여 일본 청취자들의 한국 음악과 한국어에 대한 관심과 이해 제고함.

② 수상 실적 (KBS 자체 수상 실적 제외)

- <라디오 책방> 기획 특집 <문학 속 여성 이야기 5편>
 - 방송 일자: 2020.03.03., 10., 17., 24., 31.
 - 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(3월)

(3) KBS의 글로벌 경쟁력 향상 추진

① 자체 제작 콘텐츠 수출 현황

- 2020년 KBS 콘텐츠 해외판매 5,603만 달러 달성, 2019년도 5,145만 달러 대비 해외판매 실적 458만 달러(8.9%) 증가함.

[표 4-139] 최근 3년 KBS 콘텐츠 해외판매 현황

(단위 : 달러)

사업연도	2020년	2019년	2018년
해외판매 매출	56,029,988	51,447,664	49,675,836

※ KBS미디어 수출 계약액 기준

② OTT 콘텐츠 유통 확대 및 해외시장 수출경쟁력 제고

- 글로벌 OTT에 KBS 콘텐츠의 유통을 확대하여 Netflix에 <도도솔솔라라솔>을, iQIYI에 <암행어사>를 글로벌 독점 판매하였음.
- 아세안지역 KBS 콘텐츠 공급도 확대하여 신작 콘텐츠를 연간계약하였고, PCCW, iQIYI 등 동남아 대형 OTT에도 이전에 제작한 KBS 콘텐츠의 라이브러리 구축함.

③ 해외 포맷 사업 적극 확대

- KBS 콘텐츠의 해외 포맷 판매를 진행하여 북미(<굿닥터>, <불후의 명곡>), 중국(<살림하는 남자들>, <주문을 잇은 음식점>), 터키(<굿닥터>) 등에 포맷 판매 실적 거둠.
- 다만, 광고매출이 급감하고 있는 지상파 방송의 부가수입 창구로 볼 수 있는 해외 포맷 판매가 편수와 계약액수 면에서 증가하는 추세로 보기는 어려움. 물론 콘텐츠의 경쟁력이 기초가 되어야겠지만, 해외 포맷 판매를 위한 전문인력의 양성과 확보를 포함한 전사적 관심과 지원이 필요한 듯함.

[표 4-140] 해외 포맷 판매 현황

(2020년 현지방송작 기준)

프로그램명	지역	채널	시즌	방영시기
굿닥터	북미	ABC	4	2020~2021년
	터키	FOX	2	2020~2021년
불후의 명곡	북미	The CW	파일럿	2020년

프로그램명	지역	채널	시즌	방영시기
살림하는 남자들	중국	iQIYI, 동방위성	2	2020년
주문을 잊은 음식점	중국	텐센트, 동방위성	2	2020년

[표 4-141] 최근 3년 해외 포맷 판매 현황

(단위 : 건, 달러)

구분	2020년	2019년	2018년
건수	17	20	19
계약금액(USD)	1,695,484	2,665,943	1,630,250

④ KBS의 다국어 홈페이지 활성화 현황

- 국제방송 디지털 플랫폼 강화를 여러 부문에서 추진함.
- R국제방송 다국어 홈페이지(world.kbs.co.kr) ‘코리아 포털’ 기능을 강화함.
- <다국어 코로나19 특보사이트>를 개설 운영하여(2020.02.~) 코로나19 속보, 심층 분석, 예방수칙 및 정부 지침 등 관련 정보를 제공함.
- 다국어 한반도 포털사이트 <한반도 A to Z>를 개설 운영하여(2020.06.~) 6·25 전쟁 70주년 특별기획으로 한반도 관련 정보를 총망라한 다국어 ‘한반도 포털’을 제공함.
- 강화된 KBS 국제방송 디지털 플랫폼을 통해 홈페이지 누적 페이지뷰, 뉴스서비스 누적 페이지뷰와 홈페이지 전체 사용자수 등에서 80.8%~261.5%의 괄목할만한 이용자 증가를 가져옴.

[표 4-142] 다국어 홈페이지 운영 실적

(단위 : 회)

구분	2019년	2020년	증감률
누적 페이지뷰(홈페이지전체)	16,703,411	30,225,933	▲ 80.9%
누적 페이지뷰(뉴스 서비스)	3,357,434	8,702,852	▲ 159.2%
사용자수(홈페이지전체)	2,626,861	6,870,515	▲ 261.5%

17. 평가 및 제언

1) 재무 경영실적 평가 및 제언

(1) 자금관리 측면

① 능동적인 자금계획 및 집행

- KBS는 부족한 자금 조달의 방안으로 수신료 인상이나 정부의 미납자본금 출자 외에는 특별한 대안이 없어 보임. 수신료 인상은 여론의 지지를 받지 못하는 상황이고, 정부의 미납자본금 출자 역시 쉽지 않아 보임.
- 줄어드는 광고수입의 대안인 콘텐츠 수입도 폭발적으로 늘지 않음에 따라 결국 투자를 줄이고, 살림살이를 줄이는 악순환이 계속되고 있음.
- 변화, 혁신을 위해서는 투자가 선행되어야 함. 수신료 인상, 정부 추가 출자라는 수동적인 틀에서 벗어나서 능동적인 자세로 자금 조달에 대한 계획을 수립하는 것이 필요함.
- 공영방송으로서 방송법 테두리 안에서 차입이나 사채발행, 자회사의 상장, 공동출자를 통한 투자재원 마련 등 다양한 자금 조달 방안에 대한 고민이 필요하다고 봄.

② 수신료 사용의 투명성 강화를 통한 신뢰 회복

- 구독경제가 대세가 되고 있고, 필요하다면 매월 1만~2만 원의 지불은 큰 부담도 거부감도 없는 시대에 살고 있음. 그러나 유독 수신료에 대한 여론의 반응은 매우 인색함. 공영방송으로 수신료를 징수하면서 광고 수익 또한 올리는 것에 대해 타 지상파 방송사와 비교할 때 공정하지 못하다는 여론임.
- 미디어 이용행태의 급변으로 인한 지상파 경쟁력 저하라는 냉엄한 현실 속에서 자금부족으로 인한 장기적인 투자 위축, 단기적인 제작비 삭감은 공영방송으로서의 지속가능성에 대한 심각한 위기감을 가져오고 있음. 공영방송으로서의 책무를 다하기 위해 수신료 인상은 필요하다고 판단됨.
- 수신료 인상에 대한 국민적 호응을 얻기 위해서는 수신료의 세부 내역을 대외적으로 투명하게 공개할 수 있는 구체적인 방안 마련이 시급함.

- 공정하고 투명한 수신료 산정을 위한 제도적 장치 마련과, 수신료가 방송법 제44조의 공사의 공적책임⁷⁾을 위해 쓰이고 있음을 투명하게 표시할 수 있는 방안에 대한 회계적 연구가 필요함.

③ 매출채권 회수관리

- 최근 들어 매출액 대비 매출채권잔액의 비율이 높아지고 있음.
- 매출채권 회수의 지연은 단기적인 자금상황 악화의 원인이 되므로 채권에 대한 적절한 회수관리 통제를 통하여 자금 유동성을 향상시킬 필요가 있음.

(2) 인건비 측면

① 퇴직금 지급을 위한 대안 마련

- 2015년 퇴직금 지급액은 279억 원이었으나, 2020년에는 600억 원이 지출됨.
- 근속기간에 대한 퇴직금을 매년 비용으로 반영하고 3,834억 원을 퇴직급여충당부채로 계상하고는 있으나 이에 대한 자금 확보라고 할 수 있는 퇴직보험예치금은 58억 원(1.5%)에 불과함.
- KBS는 향후 5년 동안 1,300여 명의 임직원 퇴사가 예상되는바 상당한 자금 소요가 예상되므로 이에 대한 대안 마련이 시급함.

② 퇴직연금제도로의 변화 제안

- KBS는 퇴직연금제도를 도입하고 있지 않으나, 이는 향후 임직원 퇴사시 KBS에 상당한 자금 부담 요인이 됨.
- 또한 퇴직보험을 납입하지 않으면 세무상 비용으로 인정받지 못해 법인세 부담이 커짐.
- 확정기여형 퇴직연금제도 채택시, 매년 퇴직연금을 불입하게 되므로, 연봉상승에 따른 KBS의 자금 부담도 줄고, 적시에 자금의 사외유출로 세무상 비용 인정 및 일시 퇴사로 인한 자금 압박을 피할수 있으므로, 확정기여형 퇴직연금제도에 대해서도 고려해볼 만함.

7) 제44조(공사의 공적 책임)

- ① 공사는 방송의 목적과 공적 책임, 방송의 공정성과 공익성을 실현하여야 한다.
- ② 공사는 국민이 지역과 주변 여건과 관계없이 양질의 방송서비스를 제공받을 수 있도록 노력하여야 한다.
- ③ 공사는 시청자의 공익에 기여할 수 있는 새로운 방송 프로그램·방송서비스 및 방송기술을 연구하고 개발하여야 한다.
- ④ 공사는 국내외를 대상으로 민족문화를 창달하고, 민족의 동질성을 확보할 수 있는 방송 프로그램을 개발하여 방송하여야 한다.

(3) 방송제작비 측면

□ 방송제작비 예산의 집행을 강화

- 수입에 맞춰 비용을 집행함에 따라 예산 실적률과 연동하여 비용예산도 실행되고 있음.
- 방송제작비의 경우 예산대비 실적 집행률이 수입 집행률에 미치지 못하고 있음. 방송제작비는 프로그램의 질과도 연동되므로 공영방송으로서의 책무 수행을 위해서는 방송제작비의 적절한 집행을 통한 방송의 질 유지에 집중해야 함.

[표 4-143] 예산대비 실적 집행률

구분	2018년	2019년	2020년
수입	93.90%	93.40%	92.00%
비용	96.20%	93.20%	90.10%
방송제작비	82.70%	82.70%	89.50%

2) 방송 경영실적 평가 및 제언

(1) 평가

① 편성의 다양성

□ 코로나19 상황에 따른 1TV 보도 프로그램 편성 증대

- 1TV 보도 편성비율은 전년 대비 5.2% 증가하고 오락은 각각 2.9% 감소함. 이는 재난재해 주관방송사로서의 위상에 걸맞은 긍정적인 변화임.

□ 인류 보편의 의제, 국제문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램의 적극적 편성

- 1TV, 2TV 모두 인류 보편의 의제, 국제문제 및 사회경제적 의제 관련 프로그램 편성 시간 및 비율이 전년 대비 증가함.
- 환경 및 기후 문제, 정치개혁, 청년 및 노인 문제, 산업재해 등 다양한 이슈들을 다룬 프로그램을 편성함으로써 민주적 공론장의 역할을 적극적으로 수행함.

□ 장애인 방송에 대한 의무편성비율 확대

- 2019년 대비 폐쇄자막방송은 2년 연속 100%를 달성했고, 화면해설방송은 0.3% 수어방송은 편성비율이 4.6% 증가함. 코로나19 재난 상황을 고려하면 장애인 방송 편성비율의 증가는 재난재해 주관방송사로서의 역할에 부합하는 결과임.

□ 청소년 대상 프로그램 편성 확대

- 1TV와 2TV 모두 청소년 대상 프로그램의 편성시간과 비율이 대폭 증가하였음.
- 특히 2TV의 경우 2019년 주시청 시간대 편성이 전무해 경영평가에서 지적을 받았는데 개선 노력을 보인 결과라 판단됨.

□ 다문화가정 프로그램 연간편성 증가

- 1TV의 다문화가정 프로그램 연간 편성시간 및 비율은 3년 연속 증가함. 다만 주시청 시간대 편성은 전년 대비 약간 감소하였음.
- 2TV의 다문화가정 프로그램 연간, 주시청 시간 편성 시간 및 비율은 모두 대폭 증가하였음. 특히 2018년, 2019년 전무했었던 주시청 시간대 편성이 눈에 띄게 증가하였음.

□ 사회적 소수자 관련 프로그램 편성 감소

- 1TV의 사회적 소수자 관련 프로그램 편성시간 및 비율은 전년 대비 감소함.
- 2TV의 사회적 소수자 관련 프로그램의 연간 편성 총시간 및 비율은 수치상으로는 대폭 증가하였으나 1TV 편성된 <인간극장>과 <사랑의 가족> 재방송으로 인한 증가라 큰 의미를 부여하기는 어려움.

□ 창의적·실험적 프로그램 편성 시도

- <23.5>에서 보듯이 시사교양 프로그램에서 실험성과 높은 완성도를 추구하는 노력은 수신료의 가치와 공영방송 KBS의 존재의의를 입증하는 시도라고 평가됨.
- 멀티플랫폼 및 크로스미디어 콘텐츠 실험 시도는 방송환경 변화의 속도를 고려하면 다소 늦은 감은 있지만 바람직한 시도로 평가됨.

② 방송 윤리 강화

□ 방송 윤리 강화를 위한 자체 심의제도의 적절한 운영

- 지적사항 이행을 위한 절차는 잘 구비되어 있으며, 효과적으로 기능하는 것으로 판단됨.
- 최신 심의정보를 사내에 게시하고, 자료로 배포하여 규정 위반에 전사적으로 대비하는 노력은 심의 위반 발생의 가능성을 사전에 방지하려는 선도적이고 적극적인 조치라고 판단됨.
- 심의 전문가 초청 교육, 모니터 전문성 강화 교육 등 다양한 심의 관련 직무 교육을 실시한 것은 매우 긍정적임.
- KBS 내부의 자체 사전심의제도와 심의지적평정위원회 운영을 통해 방송통신심의위원

회 사후 심의의 문제 발생 소지를 최소화함. 자체 심의 결과에 대해서도 재발방지 촉구, 주의, 경고, 인사위원회 회부 등 엄격히 처리 하는 등 방송윤리강화를 제도화하고 있음. 다만, 2018년, 2019년, 2020년 등 해가 갈수록 자체 심의지적 처리 건수가 늘어나는 것은 자체 심의제도화와 별도로 제작진 교육 강화 등 또 다른 노력이 필요하다고 판단됨.

③ 심의 지적사항 및 개선 실적

□ 방송심의 규정 준수를 위한 노력

- 지난 5년간 법정 제재 건수가 꾸준히 증가했는데, 2020년에 5건으로 줄어든 것은 심의 제규정을 준수하려는 노력의 결과로 평가됨.
- 타 지상파 방송사보다 운영 채널이 많음에도 제재 건수가 감소하고 수위 역시 완화된 것은 긍정적으로 평가할 만함.
- 자체 사전심의제도 가동의 결과 방송통신심의위원회의 법정 제재 건수는 미미하지만, 2020년에는 행정지도 4건이 발생하였고 이 중 2건은 지역국 뉴스보도에서 발생함. 지역뉴스 활성화의 부작용일 수 있으므로 향후 재발 방지를 위한 후속 노력이 필요함.

④ 프로그램 품질 평가

□ 신설, 특집, 기획 및 파일럿 프로그램 편성 확대

- 2020년 신설 및 특집, 기획 프로그램은 1TV 11편, 2TV 23편으로 총 34편임. 이는 2018년 28편, 2019년 27편에 비해 각각 6편과 7편 증가한 것임.
- 2020년에는 총 7편의 파일럿 프로그램을 제작하였음. 이는 2018년 8편, 2019년 8편과 유사한 숫자임.
- 7편의 파일럿 프로그램 중 3편이 정규편성 됐으며, 이는 2018년 1편 2019년 3편에 비해 양적으로, 비율상 증가한 것임.

□ 방송 프로그램 해외판매 증가

- 2020년에는 전년도 5,145만 달러 대비 458만 달러(8.9%) 증가한 5,603만 달러 해외판매를 달성함.

□ KBS 프로그램 품질에 대한 상이한 평가 결과

- KBS 공영미디어연구소 조사 <공영성지수평가>에서 1TV는 5년 연속 지상파 1위를, 2TV는 2위를 유지함.

- 정보통신연구원 조사 <KI평가>에서 1TV는 2년 연속 1위를 차지했으나, 2TV는 3년 연속 지상파 중 최하위를 기록함. 특히 종편 4사를 포함한 순위에서는 2018년, 2019년 6위에서 올해는 한 단계 더 떨어진 7위를 기록하여 채널 경쟁력 약화 경향이 뚜렷해짐.

⑤ 비드라마/드라마 프로그램의 경쟁력 평가

□ 전국 시청자수 및 가구 시청률에서 KBS 프로그램의 높은 성과

- 2020년 전국 시청자 수 상위 50위에 속한 KBS 비드라마 장르 프로그램의 개수는 KBS 1TV가 13편, 2TV가 7편으로 전체 50위 프로그램의 40%를 차지해 우수한 경쟁력을 보임.
- 수도권 가구 시청률 상위 50위에 속한 KBS 비드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 15편, 2TV 7편으로 총 22편임. 이는 2017년 23편, 2018년 23편, 2019년 22편 대비 비슷한 성적을 거둔 것임.
- 2020년 전국 시청자 수 상위 50위에 속한 KBS 드라마 장르 프로그램의 개수는 KBS 1TV가 3편, 2TV가 9편으로 총 12편임. 특히 상위 10위 안에 7편이 드는 뛰어난 성적을 거둠.
- 2020년 수도권 가구 시청률 상위 50위에 속한 KBS 드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 3편, 2TV 9편으로 총 12편임. 4년 연속 KBS 드라마가 시청률 1위부터 3위까지 차지하였으며, 주말 드라마와 일일드라마의 압도적 경쟁력은 타의 추종을 불허함.

⑥ 지역방송 활성화

□ 지역 자체 제작 프로그램 편성 증가

- 2020년 실적 자료에 따르면 전년에 비해 지역 자체 제작 프로그램(편수 혹은 시간)이 증가하였고, 특히 특집 프로그램 수는 대폭 늘어난 것으로 판단됨.
- 자체 제작 실적은 지역방송의 활성화 여부를 판단하는 가장 중요한 기준이기 때문에 KBS 지역국의 2020년 성과는 매우 긍정적이라고 평가됨.

□ 지역 제작 전국 편성 정규 및 특집 프로그램 방송 증가

- 전체적으로 1,432편, 69,060분의 프로그램을 제작했음. 2019년 479편 22,655분과 비교해보면 편수는 953편, 시간은 46,405분 증가한 것임.

□ <뉴스 7> 지역화를 통한 지역성 강화

- <뉴스 7> 지역화 1년 동안 지역국 관할 시군 뉴스 시간이 전년 대비 평균 2.3배, 최대 8배까지 늘어남.

- 〈뉴스 7〉 데일리 편성 이후 대부분 지역총국의 〈뉴스 7〉 시청률이 수도권 〈뉴스 7〉 시청률보다 높게 나타나는 성과를 거둬.
- 지역성을 살리는 가장 적합한 장르가 뉴스라는 점을 고려하면 〈뉴스 7〉 지역화 확대는 매우 긍정적이자 성공적인 편성정책이었다고 평가됨.

⑦ 라디오 채널 및 프로그램 평가

- 2020년 KBS 라디오의 점유청취율이 전년 대비 1.1%p 상승하여 22.2%를 기록했지만 경쟁사와 비교할 때 4개 채널이 2개 채널을 운영하는 MBC와 SBS에 미치지 못하며, 훨씬 작은 규모인 CBS와 tbs에 비교해도 큰 차이가 나지 않는 수준임. 단순히 라디오의 점유청취율 비교로 성과를 평가하는 것은 불합리할 수 있지만, KBS 라디오가 KBS의 위상과도 부응할 수 있도록 좀 더 많은 청취자에게 공영방송의 품격에 맞는 양질의 방송을 제공하려는 노력이 이어져야 할 것임.
- KBS 라디오의 여러 채널이 재난재해방송을 비롯하여 사회소외계층 대상 콘텐츠 제작, 코로나19 상황에서의 문화적 공백을 채우는 등 공익적 역할을 수행한 점은 KBS 라디오 본연의 존재감을 보였다고 하겠음. 또한 디지털 플랫폼을 적극 활용하여 구독자를 높이고 디지털 전용 콘텐츠도 제작하는 등 미디어 환경 변화에 부응하는 노력도 보여주었음.
- KBS 라디오 프로그램이 한국리서치 라디오 점유청취율 조사에서 상위 50위 프로그램에 10개가 포함되어 지난 해 대비 1개가 늘어난 것과, KBS 라디오의 외부 수상 실적이 지난 해보다 4건 상승한 10건으로 늘어난 것은 고무적인 성과임.
- KBS 라디오의 다양한 채널들이 각기 고유의 역할을 하며 공영방송 청취자의 수요를 충족하고 있다는 점은 분명히 인정할 만하며, 1라디오의 보도와 시사, 1FM의 클래식 음악 등은 높은 청취율을 나타내는 여타 방송과 분명한 차별성을 가지고 있음. 다만, 1라디오는 KBS 보도 신뢰도의 중요한 한 축을 담당하므로 품격과 공정성에 더욱 신경써야 하는데 일부 프로그램 진행자의 편향성 논란과 뉴스 아나운서의 뉴스 왜곡·삭제 논란은 KBS 공정성을 해칠 수 있으므로 유의할 필요 있으며, 1FM은 변화하는 미디어 환경과 청취자를 고려한 변화의 노력이 요구됨.

⑧ 디지털 미디어 콘텐츠 및 프로그램 평가

- 유튜브와 지상파 방송의 콜라보레이션은 새로운 미디어 믹스 전략으로 콘텐츠 유통의 새로운 경로를 실험적으로 안착시켰음.

- 지상파 연합 OTT인 웨이브의 KBS 매출이 성장하고 있으며, KOCOWA의 가입자 수도 증가함.
- 유튜브 단일 플랫폼을 기준으로 KBS그룹 기준 수익이 2019년 85억 원에서 2020년 186억 원으로 약 2.2배 증가함.
- KBS 뉴스홈페이지 및 포털 등에서 지역기사 도달률 확대 및 지역뉴스 홈페이지 조회 수 증가함.
- 유튜브와 지상파 방송의 콜라보레이션의 경우 시장에 잘 알려진 킬러 콘텐츠를 통해서 시도했다면, 파급효과는 수십 배나 커졌을 것으로 예상됨.
- 지상파 연합 OTT인 웨이브의 KBS 매출 성장과는 달리, 웨이브의 KBS 투자는 2019년과 큰 차이가 없음.
- KBS 뉴스 채널의 구독자는 전년 대비 88% 증가를 기록하며 급등세를 보이고 있지만, 무조건적인 구독자와 조회수 증가를 추진하기보다 지속적인 전략 수립과 실행, 리소스 투입을 통해 뉴스 부문에서 신뢰도를 기반으로한 경쟁력 확보가 필요함.

⑨ KBS의 글로벌 서비스와 사업 평가

- KBS KBS WORLD의 유튜브와 SNS 채널 운영을 최적화하여 구독자와 이용자를 지속적으로 증가시키는 성과를 거두었음. 또한 해외 시청취자를 위해 방송 커버리지도 지속적으로 확대하는 성과도 있었음.
- 해외 한국어 학습자와 K-POP 팬들을 위한 한국어말하기 동영상 공모전과 K-POP 커버댄스 경연대회 등을 개최하고, 다문화 인식 제고를 위한 〈안녕 모니카〉, 한국의 사찰 음식을 소개하는 〈수행자의 밥상〉 등 해외 한국문화 관심층을 겨냥한 다양한 오리지널 프로그램을 제공하였음.
- KBS 콘텐츠의 해외판매실적도 458억 달러를 달성하여 지속 성장 추세를 이어갔으며, 해외 OTT에 KBS 콘텐츠 공급을 확대하고 해외 포맷 사업도 이어가는 개가를 거둠.
- KBS 다국어 홈페이지를 활성화하고 〈다국어 코로나19 특보〉와 〈한반도 A to Z〉와 같은 관심 정보 제공하여 KBS 디지털 플랫폼의 이용자가 괄목할만한 증가세를 보임.
- 미디어 환경의 변화를 고려할 때, 향후에는 케이블이나 위성방송 플랫폼을 통한 KBS WORLD 채널의 전송을 추진하는 것에 대한 전사적인 전략적 고려가 필요할 수 있음.
- KBS 콘텐츠의 해외 판매 실적이 증가하고 있지만, 향후 KBS의 중요한 수익 창구로서의 역할은 아직 미약한 상황임.

(2) 제언

① 편성의 다양성

□ 주시청 시간대 편성 개선

- 1TV 교양 편성비율이 2018년부터 꾸준히 감소하고 있는데 개선 필요함.
- 2TV 오락 편성비율이 지속해서 높아져 2020년에는 72.5%까지 증가함. 2TV의 특성과 채널별 차별화 전략을 고려해도 오락 프로그램의 편성비율은 다소 과도하게 느껴져 개선이 필요함.

□ 사회적 소수자 관련 프로그램 편성 확대

- 사회적 소수자에 대한 감수성이 시민적 덕성(civic virtue)이자 중요한 사회 이슈로 부상하고 있음을 고려하면 공영방송 KBS가 사회적 소수자 관련 프로그램을 보다 적극적으로 편성할 필요가 있음.
- 특히 시사교양 외에 오락 프로그램 등 보다 다양한 장르에 사회적 소수자의 문제를 품격 있게 담아내려는 노력이 요청됨.

□ 미래 시청자를 타깃으로 한 창의적·실험적 오락 프로그램 편성 확대

- 예능 및 드라마 장르에서 보다 혁신적이고 젊은 시청자를 타깃으로 한 창의적인 포맷과 스토리텔링 실험이 시도될 필요가 있음.
- 사내외 프로그램 공모제를 더욱 활성화하고 선정작에 대해 다양한 인센티브를 제공하는 제도도 마련할 필요가 있음.
- 프로그램 창의성과 실험성을 높이기 위해 KBS가 혁신 선도자의 역할을 수행하려는 의지와 노력이 요구됨.
- 이를 위해서는 조직문화를 개선하고 혁신적 실험의 성과 노력에 적절한 보상을 해주는 제도 개선도 필요하다고 판단됨.

② 방송 윤리 강화

□ 자체 심의 지적 처리 건수 증가에 대한 분석 필요

- 2020년 자체 프로그램 심의 지적 처리 결과는 총 151건으로 2018년에 비해 거의 두 배, 그리고 2019년 대비해서도 43건이 증가했음. 이러한 증가세의 원인이 무엇인지, 그러한 현상이 프로그램 품질 제고에 미치는 부정적 영향은 없는지 세밀하게 분석하고 대책을 세울 필요가 있음.

- KBS 자체 사전심의 지적 처리 건수가 연속해서 늘어나는 현상을 되돌리기 위한 전사적 조치와 노력이 필요한 상황임.
- 이를 위해서는 심의원칙에 대한 교육 강화와 자체 사전심의 결과에 대한 공유일텐데, 이미 이를 시행하고 있는데도 변화가 없음을 무겁게 받아들여야 할 것임.

③ 심의 지적사항 및 개선 실적

□ 방송심의 규정 준수를 위한 지속적 노력

- 공영방송의 위상을 지키고 프로그램의 품격을 유지하기 위해서 전 구성원 대상의 체계적인 직무 교육과 자율심의제도의 효율적 운영을 통해 법정 제재 발생 가능성을 최소화하는 지속적 노력이 필요하다고 판단됨.
- 자체 사전심의에서 문제가 된 부서와 사례를 유형화하여 부서 맞춤형 교육과 찾아가는 교육 등 더 적극적인 대응을 제안함.

④ 프로그램 품질 평가

□ 미니시리즈 드라마 제작 확대와 경쟁력 제고 필요

- 2020년 제작, 편성된 드라마 미니시리즈는 전년에 비해 줄어 9편에 그침.
- 미니시리즈는 시청률 상위 20위에 든 프로그램이 한편도 없음. 광고 수입과 젊은 시청층 확보에 영향이 큰 미니시리즈 드라마 부진에 대해 특단의 대책이 필요해 보임.

□ 2TV 프로그램 품질 제고와 채널 경쟁력 제고를 위한 대책 필요

- 2TV의 KI지수는 전년 대비 평가점수가 0.06점 상승했음에도 3년 연속 지상파 중 최하위, 종편 4사 포함 순위에서는 7위를 기록하여 채널 경쟁력 약화 경향이 뚜렷해짐.
- 수신료 인상이 쉽지 않고 광고 수익은 감소하여 재정적 압박이 커지는 상황에서 2TV의 부진은 KBS의 경제적 어려움을 가중시키는 요인이 될 수 있어 대책이 시급해 보임.
- 2TV의 채널 정체성에 대한 성찰을 통해 채널 리브랜딩과 혁신을 위한 전략 마련이 시급하다고 판단됨.

⑤ 비드라마/드라마 프로그램의 경쟁력 평가

□ KBS 프로그램의 온라인 화제성을 제고하기 위한 전략 필요

- 2020년 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 50위에 속한 KBS 비드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 0편, 2TV 2편으로 총 2편임.

- 2020년 코코파이 nonTV(온라인화제성) 지수 상위 50위에 속한 KBS 드라마 장르 프로그램 개수는 1TV 0편, 2TV 6편으로 총 6편임. 전국 시청자수 순위 12편, 수도권 가구 시청률 순위 12편에 비해 50% 감소한 수입. 특히 KBS 1TV 드라마 세 편은 전자 두 순위 모두에서 10위 내에 들었으나 온라인 화제성 순위에서는 50위 내에도 들지 못함.
- 전국 시청자수 및 수도권 가구 시청률 순위와 달리 온라인화제성을 측정한 코코파이 nonTV 지수에서는 KBS 프로그램의 존재감이 두드러지지 않아 개선 대책이 필요함.
- 고연령층 중심의 현 시청자 구성을 개선하기 위해 젊은 시청자들을 유입시킬 수 있는 편성전략이 마련되어야 함. 젊은 시청자들이 선호하는 트렌디하고 혁신적인 오락 프로그램들을 적극적으로 개발하고, 디지털 플랫폼에서의 KBS의 영향력을 확대해야 함.
- 젊은 시청자들을 프로그램 기획부터 유통 단계까지 관여시킬 수 있는 이용자 참여 확대 전략이 필요함.

⑥ 지역방송 활성화

□ 총국 간 제작역량 격차를 해소하기 위한 대책 마련

- 전년 대비 모든 총국의 지역 제작 전국 편성 정규 프로그램의 편수와 시간이 증가했다는 긍정적인 결과에도 불구하고 총국 간 차이는 여전히 존재함. 이러한 차이가 어디에서 기인하는지(지역 수용자의 프로그램 수요, 시장 경쟁상황, 총국의 제작 역량 및 자원 보유 정도 등)에 대한 세밀한 분석이 필요함.
- 지역총국 구성원들의 사기 진작을 위해 좋은 성과를 내는 총국과 구성원에 대해 포상을 하는 등의 방안도 고려할 필요가 있어 보임.

⑦ 라디오 채널 및 프로그램 평가

- KBS 라디오의 공익적 역할에 대한 인정에도 불구하고 전반적인 KBS 라디오 채널의 경쟁력에 대한 성찰과 진단이 필요함.
- KBS 위상에 부응할 수 있는 KBS 라디오 채널 각각의 역할은 이어가되, 점유청취율의 향상을 이끌 프로그램 각각의 경쟁력 강화를 위한 전략적인 노력을 기울여야 할 것임. 특히, 라디오의 킬러 콘텐츠를 개발하고 디지털 플랫폼과의 유기적인 연결을 통해 라디오의 변화를 이끌어갈 필요가 있음.

⑧ 디지털 미디어 콘텐츠 및 프로그램 평가

- 방송사의 핵심 자산 중 하나가 콘텐츠 지식재산(IP)이므로, 콘텐츠를 가진 방송사로서는 자사가 갖고 있는 플랫폼과 외부 플랫폼에 콘텐츠를 어느 비율로 공개할 것인지 빅플랜을 세우고, 이를 바탕으로 채널 전략을 가져가는 것이 타당하다고 판단됨.
- 콘텐츠의 플랫폼 노출에 대한 정책 방향성이 있다면, 이를 시청자에게 공개하고 이를 바탕으로 세부전략을 수립한다고 알릴 필요가 있음. 공영방송사는 시청자에게 어떤 콘텐츠는 유튜브에 어떤 콘텐츠는 본사의 플랫폼에 차별적으로 노출되는 상황에 대해 적극적으로 알릴 필요가 있음.
- 유튜브에 콘텐츠를 노출하는 것으로 조회 수를 늘리고, 수익을 창출하는 것도 필요하지만, KBS 뉴스 채널과 같이 공영방송의 핵심적 기능을 수행하는 채널의 활성화가 더욱 중요하다고 보임. 유튜브 채널 전략에서도 공영성이라는 책임을 소홀히 하지 않기를 제안함.
- 방송제작과 디지털제작이라는 두 축이 방송사의 중요한 핵심축이라고 한다면, 방송제작과 더불어 디지털제작을 담보할 수 있는 조직의 개편이 요구됨. 현재 디지털미디어국을 디지털미디어센터로 확장하는 것이 필요함.

⑨ KBS의 글로벌 서비스와 사업 평가

- KBS 국제방송은 공영방송 내에서도 국가재원이 투입되는 목적사업의 성격이 강하므로 매 사업년도별 구체적인 목표 설정에 입각한 사업 진행이 필요할 것임.
- 미디어 환경의 변화를 고려할 때, 향후 KBS WORLD 채널의 해외 플랫폼을 통한 전송을 마냥 확장하는 것보다는 플랫폼 확장의 효과에 대한 면밀한 조사와 전략적 고려가 필요할 것임. 이미 많은 나라에서 미디어 이용패턴이 변화하는 추세임을 고려해야 함.
- KBS 콘텐츠의 해외 판매는 KBS의 중요한 수익 창구로서 활용되어야 하며, 이를 위해 글로벌 OTT에의 판매, 포맷 판매 등 다양한 수익원에 대한 전략적 계획 수립과 적극적인 대응이 필요함.

3) 보도 경영실적 평가 및 제언

(1) 평가

① 재난방송 강화 노력

- 2020년 KBS 보도는 <코로나19 통합뉴스룸> 체제로 이루어져 코로나19 방역을 중심으로 한 재난방송 체제였다고 하겠음.
- 모든 뉴스가 <코로나19 통합뉴스룸> 아래 상시 특보 체제가 이루어지고, 1TV의 <뉴스라인>을 부활하여 심야 시간 신속 보도 체제가 갖추어지는 등 보도가 강화된 모습을 시청자들에게 보여 주었음.
- 재난방송 강화를 위해 인력, 시스템, 콘텐츠 등을 확충하고 KBS 보유 CCTV를 개방하고 정부 및 공공기관 운영 CCTV와 연계하는 등의 협조체제 구축에 역점을 두었으며, 24시간 재난방송 운영을 위해 야간 수어 통역사, 그래픽 디자이너를 증원하는 등 재원을 투입한 점이 눈에 띈. 그간 보도본부에 기자 충원이 오랜 동안 미흡한 점을 고려할 때 이례적인 성의로 볼 수 있음.
- 재난방송 대비 시설과 인프라 강화 뿐 아니라 시행을 위한 방송 매뉴얼과 방송제작 가이드라인을 업데이트 하는 등의 후속 조치로 이어진 것으로 보임.
- 다만 재난방송 관련 교육훈련의 경우 전년 대비 낮은 실적을 보여 재난방송 시행에서의 사고와 실수 가능성을 남겼다고 하겠으며, 일부 정보의 업데이트 누락 사례도 보고됨. 이는 코로나19로 인해 집합 교육이 제한된 상황에 기인한 것으로 보이나, 코로나19 장기화 상황에 맞추어 집합 교육의 한계를 극복하고 교육의 효율을 향상시키기 위해 온라인 교육을 늘리는 등 교육 부족을 보완할 방안을 강구할 필요가 있음.

② 보도·시사의 신뢰성·공정성 강화

- 2020년 KBS 뉴스와 시사 프로그램에 대한 평가는 대체로 최근 들어 가장 개선된 결과를 나타냈음. 외부기관이 진행한 평가들에서 일부 기관을 제외하고는 KBS 뉴스에 대한 신뢰도가 1위를 기록한 결과가 대부분이었음. 다만, 행정관료·교수·언론인·법조인·정치인 등 전문직업군을 대상으로 한 <시사저널> 조사와, 언론학자를 대상으로 한 <미디어미래연구소> 조사에서는 JTBC가 신뢰도 1위이고 KBS가 2위로 나옴. 또한 뉴미디어까지 포함한 <시사인> 조사에서도 가장 신뢰하는 매체에 유튜브나 네이버에 이어 3위

로 나옴. 전반적인 KBS의 신뢰도가 점차 개선되었다는 점과 함께, 한국사회 지도층과 전공 학자들의 평판은 아직 개선의 여지가 있음을 겸허히 받아들이고 신뢰도 회복을 위한 다각적인 노력을 할 필요 있음.

- 신뢰도와 별도로 <미디어미래연구소>의 공정성 평가에서는 KBS가 YTN, JTBC 등에 비해 낮은 평가를 받은 결과는 무겁게 받아들일 필요가 있음. 다만, 2020년 공정성 평가가 최근 5년 동안 가장 높은 수준을 보인 점은 긍정적임.
- 보도·시사 프로그램의 신뢰성·공정성 향상을 위해서는 보도본부 차원의 부단한 저널리즘 원칙 정립과 전문화를 위한 움직임이 필요함. 전문가 연계 협업 취재와 의제 중심 보도 활성화를 통한 전문화 노력, 이용자관여팀 신설을 통해 뉴스의 이용자 친화성을 높이려는 노력 등은 당장 조직 전반에 큰 영향을 끼치거나 눈에 띄는 큰 성과가 나오지는 않았지만 앞으로도 이어질 필요가 있음.
- KBS 보도·시사 프로그램의 수상실적이 크게 늘어 58건에 이른 것은 평가할 만한 성과라고 하겠음. 특히, 이 가운데 지역총국 뉴스 보도와 시사 프로그램의 수상이 12건인 점은 지역뉴스 강화를 통해 지역성 실현을 추진한 그간의 노력의 결과이며, 향후에도 본사와 지역총국의 선의의 경쟁이 진행되면 더욱 좋을 듯함.
- <KBS 뉴스 9>은 시청률과 품질평가지수(PSI)에서도 타사 대비 1위를 기록하였지만, TV뉴스 시청률이 전반적으로 하락하는 추세에 대응하기 위한 젊은 시청자 유인을 위한 뉴스 아이템 개발 등 연구와 노력이 요구되는 상황임.
- 보도가 비교적 높은 평가와 성과를 거둔데 비해 시사 프로그램 <시사직격>은 아직 연조가 짧은 점을 감안할 때 부정적인 평가를 하기는 이르지만 분발이 요망됨. 특히, 본방 시청률 뿐 아니라 다양한 미디어로 소비할 수 있는 미디어 환경에서도 높은 평가를 받을 수 있도록 프로그램 품질을 높일 수 있는 전략을 마련해야 할 것임.
- KBS의 해외 파견 특파원이 2017년 이후 지속적으로 감소하고 파견 지역도 줄어드는 것과 국제부 소속 기자 정원이 계속 줄어드는 것은 회사 전체의 인사와 인력운영 정책의 일환으로 이해하지만 결과적으로는 KBS의 수준 높고 깊은 국제 정세 이해에 바탕한 국제 뉴스 제공에 부정적으로 작용할 수 있음. 해외 주요 공영방송과 비교해도 현격히 적은 수라는 점도 고려하여 향후 점차 늘려 나갈 필요가 있음.

(2) 제언

① 재난방송 강화 노력

- 코로나19 상황이 이어지면서 사회 전반에 여러 가지 피로 현상이 나타나고 있음. 〈코로나19 통합뉴스룸〉 체제가 보도본부 구성원에게 주던 긴장감과 뉴스 시청자들에게 주던 주목 효과도 점차 감소할 가능성 있음. 코로나19 상황을 감안하여야겠지만, 적절한 출구전략을 고려할 필요가 있음. 인력운영의 탄력성을 통해 운영의 묘를 살리고, 시청자들에게도 또다른 주목효과를 이끌기 위한 전략 마련을 제안함.
- 코로나19 상황으로 어려워진 집합 교육을 대신할 수 있는 재난방송 관련 교육훈련 방안을 마련하여 실시할 필요가 있음. 정보 전달 등은 온라인 교육을 늘리고, 반드시 필요한 집합 교육은 효율을 높이는 설계를 통해 불시에 닥칠 수 있는 재난 상황에서 방송의 사고와 실수 가능성을 최소화하도록 하는 교육 프로그램을 운영할 것을 제안함.

② 보도·시사의 신뢰성·공정성 강화

- 2020년 KBS 뉴스와 시사 프로그램에 대한 외부 평가가 개선된 것은 고무적이나 일반인에 비해 한국사회 지도층과 전공 학자들의 평가가 개선의 여지가 있는 점은 검히 받아들이 필요 있음.
- 공정성과 신뢰성을 지속적으로 개선하기 위해서는 보도본부 구성원들의 더 적극적인 참여 속에 저널리즘 원칙 정립과 전문화를 위한 움직임이 활성화되어야 할 것임. 보도본부 내의 전문가 연계 협업 취재 시스템과 의제 중심 보도 추구, 이용자관여팀 운영 등을 통해 뉴스의 이용자 친화성을 높이려는 노력 등 새로이 정착되기 시작한 움직임이 한시적 시도로 그치지 않고 지속적인 조직 문화로 정착될 수 있도록 전사적인 지원을 강화할 것을 제안함.
- KBS의 해외 파견 특파원과 국제부 기자 정원의 지속 감소는 결국 KBS의 수준 높고 깊이있는 국제 뉴스 취재 능력을 저해할 것으로 우려되므로 이전 수준으로의 회복을 위해 향후 특파원 및 국제부 기자 수를 점차 늘려 나갈 것을 적극 제안함.

• 제5장 | 연구개발 사업

1. 차세대 방송 기술연구·개발

1) 기술연구 현황

(1) 기술연구개발 업무 및 인력 현황

① 연구인력 및 연구개발비

□ 연구개발 투자

- 방송기술발전을 위한 연구개발 투자는 방송법 제44조와 KBS 정관 제30조에 명문화되어 있고, 미디어기술연구소는 미래 차세대 방송의 공적서비스를 실현하기 위한 핵심적인 선행 기술연구개발 업무를 1소 1부 6개 팀의 41명의 연구원으로 운영함.
- 기술연구개발을 위한 전문연구원의 인력변화는 큰 추이 없이 운영되었음. 미디어기술연구소의 인력은 2015년 대비, 5년간 미충원되었으며, 전략기획실 소속의 조직개편(2018년)으로 공통부서 근무중인 연구원 7명이 복귀하였으나, 결원에 대한 신규연구원 충원이 없었음.

□ 기술연구개발비 증감률

- 미디어기술연구소는 지속적인 연구원 감소(2019년 대비 2명 감소)에도 불구하고 2020년에는 차세대 기술 연구사업의 확대를 통해 편성예산 대비 집행예산을 늘리고, 연구실적을 증대하고 있음.
- 향후 순수 기술 연구 예산인 미디어기술연구소에 투자되는 편성예산을 증대함으로써 연구개발 투자가 안정적으로 지속 유지되어야 하며, 상응하는 연구개발 실적도 지속 증대되는 것이 바람직함.
- 전년 대비 연평균 11억 원의 정부출연금인 2020년 3억 원 감소한 원인과 문제점을 파악하고 정부 국책과제 실현과 성과를 위한 과제 발굴 등 프로세스 진단이 필요함.

[표 5-1] 기술연구 예산 증감률 현황

(단위 : 천 원)

예산	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
비용예산	1,018,222	382,305	655,784	667,393	1,027,273
자본예산	526,500	146,090	1,210,794	850,804	1,093,430
소계	1,544,722	528,395	1,866,578	1,518,197	2,120,703
정부출연금	560,545	1,298,000	1,177,700	1,110,309	812,686
합계	2,105,267	1,826,395	3,044,278	2,628,506	2,933,389
증감률	소계(비용+자본)	▼ 65.8%	△ 253.3%	▼ 18.7%	△ 39.7%
	정부출연금	△ 131.6%	▼ 9.3%	▼ 5.7%	▼ 26.8%
	합계	▼ 13.2%	△ 66.7%	▼ 13.7%	△ 11.6%

제3편

평가사항
제5장 연구개발 사업

② 업무 프로젝트 현황

- 미디어기술연구소는 연구기획, AI&DATA, 스마트 콘텐츠 제작, 모바일융합, 공공미디어, IP제작 플랫폼 개발 등을 위한 연구 프로젝트 업무를 수행함.
- 미디어기술연구소에서 기술 개발된 연구사업은 전사적인 기술정책의 의사결정과 현업 콘텐츠 제작에 활용되어 성과 창출의 노력을 기했음.
- 미디어기술연구소는 사내 유관부서와 협의회, 콘텐츠 제작 및 방송시설 시스템 개선을 위한 연구개발과 현업현장에 적용하는 연구 상용화 프로젝트사업을 적극 수행해 성과를 얻음.

[표 5-2] 수행연구 프로젝트 업무 현황

구분	팀명	연구 사업 현황	관련 현업 부서
연구소 직속	AI & DATA 연구	• AI 기반 영상·음성 처리기술 개발 및 활용 • 버티고 AI 엔진 성능 개선 • 미디어 데이터 분석 연구 • 티벳 서비스 운영 및 사용 부서 요청 기능 개선 • 시청각 장애인의 방송 시청을 지원하는 감성 표현 서비스 개발(국책과제) • 자막 저장장치 보수 및 개선 개발	선거방송기획단 시사교양1, 2, 4 협력제작국 예능2, 3, 4, 6 TV기술4 미디어플랫폼 미디어송출부 편성조사부 디지털플랫폼개발부 대구, 대전 방송총국 KBS미디어
	스마트 콘텐츠	• 멀티뷰 제작 솔루션(VERTIGO)4.0 개발 및 유지보수 • 몰입형 혼합현실 요소기술 및 콘텐츠 개발	예능2, 3, 4, 6 KBS미디어

구분	팀명	연구 사업 현황	관련 현업 부서
	제작 연구	스포츠 해설 프로그램 개발	후반제작부 스포츠중계부
	연구 기획	'AI 기술적용 TF' 등 방송기술 정책 연구	전략기획부 예산부 기술기획부 기술운영부
미디어 기술연구부	모바일 방송 서비스 연구	- DMB TPEG 서비스 운용 및 고도화 개발 - UHD TPEG 테스트 시스템 개발 - 차세대 TPEG 표준 연구 및 개발 - 정밀측위 송출 및 모니터링 시스템 개발 - 방송망정보시스템 개발 - 멀티미디어 재난경보 전달 플랫폼 연구(국책과제)	PSM전략부 UHD추진단 재난방송센터 미디어송출부 기술기획부 송신시설부 네트워크운영부 수신료운영부 수신기술지원부
	공공 미디어 서비스 연구	- 디지털 융합네트워크 융합최적화 기술 개발 - 광역권 UHD 재난경보망 시스템 구축 용역(국책과제)	UHD추진단 PSM전략부 기술기획부 송신시설부 네트워크운영부 미디어송출부 제작시설부 재난과학부 지역정책 재난방송센터
	IP제작 플랫폼 연구	4.15 국회의원 총선거 선거개표방송 2021 4. 7 재보궐 선거 인포그래픽 개발 - 선거 인포그래픽 검증 자동화 시스템 개발 - IP 문자발생기 개발 - NPS 문자발생기용 렌더링서버 현업적용 - SDB기반 UHD 인제스트/플레이어 개발 - NPS 및 선거방송 문자발생기 응용 - TVR 시설 원격관리 PoC 시스템 개발	선거기획단 보도기획부 보도그래픽부 경영정보부 제작시설부 시스템구축부 TV 기술 4 스튜디오/NPS 제작부서
	공동	미래모바일방송연구반 등 방송기술정책 연구	PSM전략부 UHD추진단 기술기획부 미디어송출부

(2) 기술실시권 및 지식재산권(특허료)

① 기술실시권

- 문자발생기 “미르” 시스템 등 총 14종의 연구 결과물에 대한 기술실시권을 계약하는 등 지식재산에 대한 권리확보에 노력함.
- DTV 엑사이터 등 미디어기술연구소에서 개발한 문자발생기 “미르” 시스템은 전년도 기준 수익에 미치지 않으나, 국내 누적 판매대수 791대(2019년 331대 보급)를 보급하는 등 대표적인 국산 방송장비 연구개발 성과를 보임.

[표 5-3] 자막발생기 “미르”시스템 최근 5년간 기술실시권 누적 현황

(단위 : 천 원)

연도	기술실시권료 세부내역	실시권료
2016	- DTV/DMB 통합측정 및 분석시스템 × 1대 - DTV 엑사이터 × 3대 - 문자발생기 “미르” 시스템 × 53대 - 문자발생기 “미르” 시스템 4K × 3대 - 콘텐츠품질검사 SW × 1건 - 4K UHD TV 송수신 모니터링 소프트웨어 × 6대 - MMT/ROUTE 스트림 생성기 × 5대 - DTV 캡션 서버 × 1대 - 라우드니스 모니터 × 91대 - 라우드니스 로거 × 29대	72,049
2017	- DTV 엑사이터 × 10대 - UHD 폐쇄자막 송출 소프트웨어 × 2대 - 지상파 UHD서비스 송출정보 시스템 × 1대 - 양방향 데이터 본방송시스템 × 1대 - 문자발생기 “미르” 시스템 × 23대 - 문자발생기 “미르” 시스템 4K × 8대 - MMT/ROUTE 스트림 생성기 × 19대 - DTV/UHD 캡션 서버 × 2대	49,676
2018	- DTV 엑사이터 × 4대 - UHD 폐쇄자막 송출 소프트웨어 × 1대 - 문자발생기 “미르” 시스템 × 102대 - 문자발생기 “미르” 시스템 4K × 12대 - MMT/ROUTE 스트림 생성기 × 12대 - 디지털 사이니지용 CamoCamo × 7대	88,250
2019	- DTV 엑사이터 × 5대	79,824

연도	기술실시권료 세부내역	실시권료
	- UHD 폐쇄자막 송출 소프트웨어×2대 - 양방향 데이터 본방송시스템×4대 - 지상파 UHD서비스 송출정보 시스템×1대 - 문자발생기 “미르” 시스템×88대 - 문자발생기 “미르” 시스템 4K×7대 - MMT/ROUTE 스트림 생성기×2대 - 스마트폰방송시스템(MOCA)×1대 - 라우드니스 모니터×3대	
2020	- 양방향 데이터 본방송시스템×4대 - 문자발생기 “미르” 시스템×51대 - 문자발생기 “미르” 시스템 4K×6대 - MMT/ROUTE 스트림 생성기×3대	60,030
합계 (5년 누적)		349,829

② 지식재산권

- 미디어기술연구소의 2020년 지식재산권 수입액은 352,550천 원이며, 고품질 동영상 부호화기술(HEVC) 특허(18건)와 MPEC-LA/ACCESS_Advance 등의 국제특허(2건)에 등록된 재산을 가짐.
- 버티고(VERTIGO)시스템은 국산방송장비 연구개발품으로 상용화되어, 기술 솔루션 및 하드웨어 장비에 대한 이용 권한을 국내 통신사업자에게 부여하고 수입성과(51,8천 원)를 낸 지식재산권임.
- 아울러 웹 기반의 버티고 시스템은 뮤직뱅크 등 방송 제작프로그램에 활용해 콘텐츠 제작의 비용절감 효과와 K-POP 유튜브 채널의 수익증대를 위한 업무를 수행함.
- 미디어기술연구소는 2014년부터 출원된 국내 DMB 및 TPEG의 기술 재산권은 물론, 국제 특허권을 MPEG-LA 등에 등록하여 특허료를 징수했고, 2020년 코로나19 영향과 제조산업체의 불황에도, 상대적으로 우수한 특허료 수익 실적을 보임.

[표 5-4] 지식재산권 국제 특허료 수입

(단위 : 천 원)

연도	2016	2017	2018	2019	2020
MPEG-LA	96,026	170,591	149,262	139,048	189,672
ACCESS_ADVANCE	-	-	16,977	225,478	162,878
총합	96,026	170,591	166,239	364,526	352,550

2) 기술연구개발 실적

(1) 차세대 기술활용 연구개발수행

① 미래기술 활용 연구과제

- 미디어기술연구소는 DMB-TPEG 연구사업 외, 차세대 미래기술 활용을 위한 연구개발 과제를 수행함.
- 세부 연구과제별로 AI 기반 멀티뷰 제작 솔루션(VERTIGO) 시스템(개발 8건, 필드 적용 5건), AI 엔진 등의 인공지능 응용 연구(3건, 전년 대비 1건 증가), 미디어 데이터 분석 기술연구(2건), NPS 및 선거방송 응용기술(3건), 몰입형 혼합현실 시스템(3건), UHD/5G /Wi-Fi 등 디지털융합 네트워크기술(5건), 정밀측위 연구기술(2건), 소프트웨어 정의 방송제작(SDB) 워크플로우 연구(2건) 개발을 수행함.

[표 5-5] 미디어기술연구소 차세대 미래기술활용 기술연구 과제

차세대 미래기술 활용 연구과제 개발

□ AI기반 멀티뷰 제작 솔루션(VERTIGO) 시스템 개발

- 멀티뷰 제작 솔루션(버티고 3.0) 상용화 및 판매
- 라이브 패널 리액션 제작 솔루션 프로토타입 개발
- 〈버티고〉 성능 업그레이드 3.0 개발
- 〈버티고〉 8K 고속 렌더링 기술 개발
- 〈버티고〉 멀티뷰 체험 및 전시 프로그램 개발
- 〈버티고〉 R 프로토타입 시스템 개발
- 〈버티고〉 R 프로토타입 시스템 데모 환경 구축
- 〈버티고〉 솔루션 LG유플러스 상용화
- 〈버티고〉 편집실 구축 및 제작 적용중
- 〈버티고〉 예능2 뮤직뱅크 적용중
- 〈버티고〉 뮤직뱅크 세로서브클립콘텐츠 유튜브 서비스 적용중
- 〈버티고〉 뮤직뱅크 8K콘텐츠 유튜브 서비스 적용중
- 〈버티고〉 사장님 귀는 당나귀 귀 파일럿 제작 적용

□ 인공지능 응용 연구

- 영상으로부터 인물 6,700명 인식 가능한 자체개발 AI 인물엔진 구축
- 버티고 직캠 제작 AI 엔진 성능 고도화(8K 영상분석 기능개발 등)
- 웹기반 레이블링 도구(WALTS) 및 AI 엔진 적용 페이지(PoC) 개발

□ 미디어 데이터 분석 연구

- 사용자기반 시청데이터 분석시스템 개선 개발
- 시청데이터 분석 자료 제공(제작진, 콘텐츠프로모션부, 편성조사부)

- NPS 및 선거방송을 위한 문자발생기 응용기술 개발
 - 선거방송용 고품질 3D 그래픽 데이터 연동기술 개발 및 적용
 - NPS 문자발생기용 렌더링 서버 개발
 - 문자발생기 “미르” 시스템 개발 톨 업그레이드
 - 제21대 국회의원 선거 인포그래픽 프로그램 개발 및 선거 방송 수행
 - 문자발생기 “미르” 시스템 30대 사내 보급 (HD 27, HD-NPS 2, 4K-NPS 1)
 - 몰입형 혼합현실 시스템 개발
 - 몰입형 혼합현실 시스템 개발환경 구축
 - 몰입형 혼합현실 시범 콘텐츠 개발
 - 몰입형 혼합현실 원격제어 프로그램 개발
- 디지털 융합네트워크(UHD/5G/Wi-Fi) 기술 연구
 - 디지털 융합네트워크 시범서비스 이중망 제어 기술 개발 완료
 - 디지털 융합네트워크 시범서비스 이중망 핸드오프 기술 개발 완료
 - 디지털 융합네트워크 시범서비스 이중망 융합 고화질 기술 개발 완료
 - 디지털 융합네트워크 시범서비스 테스트베드 SW 개발 완료
 - 테스트베드 구축 및 제주 TP 필드테스트(기술 검증) 실시 완료
- 정밀측위 연구
 - 정밀측위 알고리즘 검증 시스템 개발
 - 정밀측위 DMB 테스트 시스템 구축
- 소프트웨어 정의 방송(SDB)제작 워크플로우 연구
 - 소프트웨어 정의 방송제작 워크플로우 기술 개발
 - 소프트웨어 정의 방송제작 인제스트/플레이어 개발

② 특허 등록 및 출원, 논문 발표 성과

- 연구소의 기술특허 등록은 전년도 10건에 대비해 국내출원 3건, 해외출원 1건(일본), 국내등록 4건, 총 8건의 결과를 가짐.
- 미디어기술연구소는 국내외 학술대회 논문 8편 및 사내외 전시, 교육 등 총 23건의 기술연구과제 발표를 수행하고 기술정보 공유확산에 노력함.

[표 5-6] 특허 등록 및 출원 현황

번호	출원국	발명의 명칭	출원/등록일/번호	비고
1	국내	다국어 재난경보 장치 및 그 방법	2020.03.24, 2020-0035172	출원

번호	출원국	발명의 명칭	출원/등록일/번호	비고
2	일본	Video Encoding Method for Encoding Division Block, Video Decoding Method for Decoding Division Block, and Recording Medium for Implementing the Same	2020.04.22. 2020-076069	출원
3	국내	콘텐츠에 대한 자막 동기화를 수행하는 전자 장치 및 방법	2020.08.18. 2020-0103005	출원
4	국내	상표등록 "CropAI" 09류	40-1608880 (2020.05.25.)	등록
5	국내	상표등록 "CropAI" 35류	40-1608881 (2020.05.25.)	등록
6	국내	상표등록 "Dikey" 09류	40-1605292 (2020.05.13.)	등록
7	국내	상표등록 "Dikey" 35류	40-1608882 (2020.05.25.)	등록
8	국내	스트리밍을 위한 영상 데이터 패킹 방법 및 이를 이용한 전자 장치	2020.12.24. 2020-0183770	출원

[표 5-7] 기술연구 논문 및 대내외 발표 현황

순번	행사명	구분	발표 제목	발표자
1	2020년 추계 방송과 미디어 기술 워크숍	사외 발표	AI기반 관심인물 추적 방송영상 제작	이용건
2	임원 회의	사내 발표	CES 2020 동향	함상진
3	한국방송미디어공학회 하계 학술대회	논문 발표	청각장애인을 위한 감성자막 편집기 개발	김현순
4	한국방송미디어공학회 하계학술대회	논문 발표	동적계획법을 이용한 장애인방송 폐쇄자막 동기화	오주현
5	임원 회의	사내 발표	KBS AI 엔진 개발 현황	오주현
6	방송기술교육원 강의	사외 교육	방송/미디어 AI 기술 개발	오주현
7	KCA 해외 한인방송 대상 방송 신기술 강의	사외 교육	뉴미디어 기술에 대한 이해	오주현
8	KCA 해외 한인방송 대상 방송 신기술 강의	사외 교육	방송제작과 송출 프로세스	조인준
9	방송기술교육원 강의	사외 교육	후반 제작과 자막 그래픽	조인준
10	제작2본부	사내 발표	VERTIGO 시스템 소개	이윤재
11	제21회 전파방송기술대상 출품작 발표	사외 발표	AI 기반 8K 미디어 프로덕션 (VERTIGO)	이윤재
12	한국방송공학회 하계학술대회	논문 발표	UHD 지상파 방송 부가서비스 현황 및 전망	서영우
13	한국방송공학회 하계학술대회	논문 발표	지상파 방송을 활용한 다국어 재난경보 서비스	서영우
14	한국TS학회 추계학술대회	논문 발표	차세대 방송 시스템의 재난 및 공공 데이터 서비스	서영우
15	차세대 융합 서비스 실증 프로젝트 중간워크숍	사외 발표	지상파 UHD 부가서비스 제주 실증 추진	서영우

제3편

평가·연구개발 사업

순번	행사명	구분	발표 제목	발표자
16	한국재난정보미디어포럼 정책세미나	사외 발표	대국민 재난방송 정보수요 조사	곽천섭
17	차세대 재난방송서비스 글로벌 협업 연구반 워크숍	사외 발표	지상파 재난경보방송	서영우
18	전략기획실 국장	사내 발표	지상파 UHD 전송기술	이재권
19	2020 차세대미디어대전	사외 발표	시가 이끄는 방송미디어 제작의 변화	정병희
20	2020 확산기술워크숍	사외 발표	AI&빅데이터 기반 언택트 방송미디어 제작기술	정병희
21	IBC 2020 국제학술대회	논문 발표	Implementation of a celebrity face recognition AI for video metadata generation	이용건
22	한국콘텐츠학회 논문지 제20권 제5호	논문 발표	지상파 UHD 부가 데이터를 활용한 재난방송 서비 스 시뮬레이션	곽천섭
23	한국방송미디어공학회 추계학술대회	논문 발표	K-Pointer : 위치추적 자기장 센서 기반 인터랙티브 AR 시스템	양기선

2. 공적가치 구현 연구개발

1) 연구과제별 성과

(1) 공익서비스 실현 연구개발

① 지상파UHD 재난방송 성과

- 미디어기술연구소는 지상파 UHD 플랫폼과 멀티미디어방송 환경에서 국민을 대상으로 재
난경보방송을 효과적으로 전달하기 위해, 재난방송 부가정보의 인터넷 UI/UX 서비스 개
발, 표준 멀티미디어 재난경보방송 시제품을 개발하는 사업 등 연구과제(10건)를 수행함.

[표 5-8] 재난경보방송 연구과제 성과

재난방송 분야 연구과제 구현 성과
- 지상파 UHD 재난방송 연구 • UHD 재난경보방송 서비스 UI/UX 및 재난부가정보 인터넷 서비스 개발 • UHD 재난경보방송 자동발령을 위한 Wake-up 신호 생성기 개발

- 지상파 UHD 광역권(대구/광주) 재난경보망 시범서비스 실시
- 지상파 UHD 수도권 재난경보망 시스템 업그레이드 완료
- 과기정통부 신규 발령서버 연동 적용 (광역권 및 수도권)
- 재난경보방송 표준(민방위 및 보이스 텍스트) 완료(TTA)
- 신규 재난발령 서비스(민방위, 보이스 텍스트) 적용 완료
- 멀티미디어 재난경보 서비스 연구
 - 대국민 재난방송 정보 수요조사
 - 표준 멀티미디어방송 시나리오 시제작(1Set)
 - 대국민 경보 서비스를 위한 정부 방송경보 게이트웨이 시제품 개발

② RF/송출/송신기술 연구 성과

- UHD 미디어 시청 환경에 맞추기 위한 이동형 차량 방송의 TPEG 시스템의 서비스를 고도화하고 웹기반의 방송망정보시스템 개발, TVR 송신시설의 원격관리시스템 구축 연구를 수행함.

[표 5-9] 송출/송신연구 과제 성과

송출/송신연구 과제 성과

- TPEG 시스템 고도화 연구
 - DMB 대기오염정보와 차량운행제한 발령정보 신규 부가서비스 개발
 - DMB TPEG 송신 모니터링 시스템 개발
 - DMB TPEG 수신 모니터링 시스템 개발
 - DMB 대기오염서비스 시범적용
 - DMB TPEG 송신 모니터링 시스템 현업적용
 - DMB TPEG 수신 모니터링 시스템 현업적용
- Web기반 방송망정보시스템 연구
 - Web기반 방송망정보시스템 개발
- TVR 시설 원격관리를 위한 PoC 시스템 개발(미디어 창의 대전 전시)

③ 시청자참여 서비스(티벳) 연구 수행

- 티벳은 시청자 댓글, 투표 등 스마트폰으로 참여할 수 있는 양방향 서비스를 위해 연구 개발되었고, 프로그램 제작 콘텐츠에 활용되는 대표적인 현업적용 성과를 보임.
- 시청각장애 시청자를 대상으로 AI 엔진을 활용하여 감성표현 자막서비스를 연구 개발하여, 공적인 시청수혜 서비스를 실현하는 노력을 보임.

[표 5-10] 시청자 참여서비스(티벳) 프로그램 적용 현황

티벳 시청자 참여서비스 연구 적용 성과

- 시청자 참여 양방향 서비스(티벳) 연구
 - 〈아침마당〉 〈무엇이든 물어보세요〉 티벳 서비스 생방송(연중)
 - 〈설특집 2020 시청자 골든벨〉 티벳 시청자참여 퀴즈기능 개발적용
 - 〈편스토랑〉 티벳 서비스 상시투표 진행(연중)
 - 〈특별생방송 코로나19 함께 이겨냅시다〉 생방송 활용 (2~4월)
 - 〈KBS대구(로컬) 특별기획 21대 국회, 대구·경북의 미래를 말한다〉
 - 〈무엇이든 물어보세요〉 티벳 웹페이지 기능개선 및 방송적용 (8월)
 - 〈트롯전국체전〉 티벳 적용 및 2라운드 시청자 참여 투표 활용 (12월)
 - 2020 총선 개표방송 문자, 티벳 등을 이용한 투표 인증샷 송출 (4월)
- 시청각장애인을 위한 감성표현 자막 서비스 연구
 - 영상, 음성, 텍스트를 활용한 멀티모달 감정인식 AI 엔진 개발

2) 정부기관 기술연구 활동

(1) 기술표준 및 연구개발 발표 성과

① 기술연구 표준화 연구

- TTA PG 모바일방송/공공안전통신 등의 표준화 전략맵 분과와 ISO/IEC 멀티미디어분과 전문기술위원 등 11건의 연구기술 과제 활동을 수행함.

[표 5-11] 표준화 활동 성과

기술표준화 연구 활동

- 미래방송미디어표준포럼 디지털라디오 분과 전송 WG 표준화 활동
- 미래방송미디어표준포럼 방송서비스 분과위원회 위원 (5 ~ 12월)
- TTA PG801 모바일방송프로젝트 그룹 활동
- TTA PG802, WG8028 표준화 활동 (연중)
- TTA PG902 공공안전통신 프로젝트 그룹 활동
- TTA 표준화전략맵 실감방송미디어분과 위원 활동 (4월~9월)
- ISO/IEC JTC1/SC29(멀티미디어부호화) 전문위원회 활동 (연중)
- ITU-R SG6 국내연구반 위원 활동 (연중)
- MPEG 뉴미디어포럼 운영위원회 운영위원 활동 (연중)
- 한국재난정보미디어포럼 운영위원 활동
- 정부 정보발령 시스템과 방송시간의 서비스인터페이스 표준 제정(12.10)

② 연구개발 정보확산 홍보

- 코로나19로 많은 기술 전시 및 개발 워크숍이 취소되었으나, 차세대 미래방송 기술발전을 위한 연구원들의 성과로 한국방송대상과 전파방송기술대상을 수상해 KBS의 연구기술을 인정받았고 국내외 기술표준 및 기술연구 수행 등의 대외 업무를 수행함.

[표 5-12] 미디어기술연구소 대외활동 현황

참가기관	회의명	활동분야
한국 정보통신 기술 협회 (TTA)	방송기술위원회 TC8	방송기술부분 표준화 위원회 활동
	방송 공통기술 PG804	국내표준심의 및 제정
	모바일 방송 PG801	모바일 방송 및 교통정보 서비스 국내표준심의 및 제정
	공공안전통신 PG902	국내표준심의 및 제정
	지상파 방송 PG802	지상파 방송 표준
	PG802 산하 WG8028	지상파 방송 코덱&시스템, 재난방송
	ICT 표준화전략맵 실감방송/미디어 분과	방송분야 표준화 전략맵 작성
국립 전파연구원 (RRA)	SC29Kr	MPEG/JPEG 관련 국가표준 심의 및 국제표준화 대응/MPEG 표준화 국제회의 참가 관리
	ITU SG6 국내연구반	ITU-R SG6(지상파 방송) 표준 문서 검토 및 국내 의견 제시
과학기술 정보통신부 (MSIT)	MPEG뉴미디어포럼	표준화 현황 전달/워크숍, 세미나 주최
	한국재난정보 미디어포럼	재난/경보방송 분야 민간 협의체
ATSC	TG3/S34, Specialist Group on Applications and Presentation	ATSC 3.0 코덱 표준 기술 분석
ABU	UHDTV PG	UHDTV PG
	Next Generation Terrestrial Broadcasting PG	Next Generation Terrestrial Broadcasting PG
한국방송미디어 공학회	운영위원회	운영위원회 활동(당연직)
	대외협력분과	분과활동
	홍보/정보화 분과	분과활동
	논문집 편집위원	한국방송미디어공학회 논문 편집
한국ITS학회	홍보위원회	분과활동
한국전파진흥협회 (RAPA)	차세대 방송 서비스모델 개발 실무연구반	분과활동
	차세대재난방송 서비스검증 및 글로벌 협력연구반	분과활동

참가기관	회의명	활동분야
	차세대 방송장비분야 상설협의체	분과활동 (차세대 방송 서비스모델 실무연구반 병행)
	UHD 방송공동수신설비 연구반	UHD 공시청 신호처리 기술개정을 위한 유관기관 연구반
미래방송 미디어 표준포럼	운영위원회	운영위원회 활동 (당연직)
	방송서비스 분과위원회	방송 서비스 및 표준화 연구
K,M,S YTN-DMB 한국 DMB 유원미디어	지상파 DMB 특별위원회	DMB정책, 사업, 이슈 등 공동업무
정보통신기획평가 원(IITP)	ICT R&D 사업심의위원회	과학기술정보통신부 R&D 사업 총괄 심의
	ICT R&D 기술로드맵 2025 위원회	국내외 방송미디어 동향과 핵심기술 도출/ 분석을 통한 기술로드맵 작성
	2021년도 신규과제 기획 전담반	방송통신산업분야 R&D 과제 기획 및 RFP 작성
한국재난정보 미디어포럼	포럼 운영 위원회	포럼 운영회의

3) 국책 및 용역과제 연구성과

(1) 정부와 기업 협업 연구과제

- 국산방송장비를 제작하는 중소기업과 연계한 연구 용역사업(11건), 정부지원(6건), 자문(1건)의 연구개발 과제를 수행함.
- 미디어기술연구소는 UHD 수신 환경개선, 시청데이터 분석 개발, 선거방송 등 프로그램에 활용하는 노력, 연구개발 솔루션의 최적화와 상용화를 위해 관련 기업과 공동업무를 수행함.

[표 5-13] 국책과제 및 국내 중소기업 용역 연구사업 현황

	구분	연구 사업	관련 외부기관
1	용역	DMB TPEG 신규 부가서비스 개발	(주)오리소프트
2	용역	2020년 4·15 국회의원 선거 개표방송용 인포그래픽 프로그램개발	(주)컴픽스

	구분	연구 사업	관련 외부기관
3	용역	VERTIGO 기능개선 개발 용역	(주)케이비에스미디어
4	용역	Web기반 방송망정보시스템 용역개발	(주)아고스
5	용역	UHD 재난경보방송 UI/UX 시작품 제작 용역	(주)이퓨전아이
6	용역	감성자막 편집/재생기 개발 용역	(주)에어코드
7	용역	사용자기반 시청데이터 분석시스템 개선 개발	(주)위더스이십일
8	용역	멀티모달 감성자막 최적 표현 기술 용역 개발	(주)아크릴
9	용역	DMB TPEG 송수신 모니터링 시스템 개선	(주)오리소프트
10	용역	SDB 기반 UHD 인제스트/플레이어 제작 구매	(주)넷브로
11	용역	재난경보 방송사 게이트웨이 시제품 개발	(주)에어코드
12	국책	시청각 장애인의 방송 시청을 지원하는 감성표현 서비스 개발 2차	ETRI, (사)한국농아인협회
13	국책	고품질 방송을 위한 ATSC 3.0 기반 동일채널 중계기술 개발 2차	ETRI, 클레버로직
14	국책	재난피해 저감을 위한 지상파 UHD기반 재난방송 서비스 3차	MBC, SBS, (주)디지캡, (주)에어코드, (주)로와시스
15	국책	소프트웨어 정의 방송 제작 워크플로우 및 가상화된 비디오 스위처, 비디오 서버 기술 개발 2차	테크온미디어(주)
16	국책	멀티미디어 기반 재난정보전달 서비스모델 연구 3차	KT, 케이아이티밸리(주), (주)위니텍
17	국책	지상파 UHD 광역권 재난경보망 시스템 구축 용역	KCA
18	지문 위탁	AI 기술 적용 TF	연세대, 서강대, 광주과학기술원

(2) 국책과제 연구성과

- 방송시청권을 지원하는 시청각 장애인의 감성표현 자막서비스 연구, 지상파 UHD 광역권 재난경보 네트워크 시스템을 구축하는 연구과제 수행 등 국책과제(6건)를 수행함.

[표 5-14] 미디어기술연구소 국책과제 현황(2020년)

(단위 : 천 원)

연구과제명(축약)	연구기간	정부출연
• 시청각 장애인의 방송 시청을 지원하는 감성표현 서비스 개발 2차	2020.01.~2020.12.	200,000

연구과제명(축약)	연구기간	정부출연
• ATSC 3.0 기반 동일채널 중계기술 개발 2차	2020.01.~2020.12.	95,000
• 재난피해 저감을 위한 지상파 UHD기반 재난방송 서비스 3차	2020.01.~2020.12.	160,000
• 소프트웨어 정의 방송 제작 워크플로우 및 가상화된 비디오 스위처, 비디오 서버기술 개발 2차	2020.01.~2020.12.	210,700
• 멀티미디어기반 재난정보전달 서비스모델 연구 3차	2020.05.~2021.04.	73,350
• 지상파 UHD 광역권 재난경보망 시스템 구축	2020.06.~2020.12.	73,636
합계		812,686

3. 평가 및 제언

1) 평가

(1) 평가 분석

- 미디어기술연구소는 디지털 모바일 기술 개발과 표준화를 실현한 TPEG과 DMB 고화질 서비스 개선 사업은 대표적인 기술재산권 수익창출 과제의 성과를 가짐, 차세대 방송 기술연구 개발을 방송산업 현장에 반영해 특허수익 성과를 이뤘고 경영수지 개선에 기여함.
- 미래 핵심기술을 선제적으로 확보하기 위해, 방송기술 연구목표 과제인 AI 기반기술, 모바일 융합기술 고도화사업 등의 사업을 수행했음. AI기술을 활용하는 연구개발 사업은 상용화 판매수입, 비용절감, 서비스 수익증대 등의 경제적인 효과를 얻는 성과를 이뤘음. 관련부서의 개발요구 수요에 대비한 연구인력 보강, 개발 협업 프로세스 등 세부계획을 마련해 대응하는 것을 권고함.
- 연구소가 개발한 문자발생기 미르/버티고/티벳 시스템 등의 실시권(14종)과 HEVC 기술 특허 등의 지식재산권은 수익성과를 가져왔고 국내 중소기업 협업을 통한 국산 방송장비 산업 활성화에 기여했음. 그러나 참여형 티벳과 문자발생기의 경우, 방송산업현장에서 해당 영역의 경쟁력을 지속 유지하기 위한 시스템 버전 업을 지속적으로 추진해야 됨.
- 공적가치 실현과 서비스를 위한 UHD 재난경보방송 기술 표준화 등 연구 개발 성과물은 지상파 UHD 수도권 지역의 재난경보방송 시스템 업그레이드, 지역 광역권에 시범 적용하는 서비스를 실시해 재난주관 방송사의 역할 인식을 제고함. 특히 시청각 장애인을 위한 감

성표현 자막서비스 개발은 미래 차세대 기술로 주목받는 AI 기반의 엔진 활용기술을 연구한 가치로 중요하게 인식되고, KBS가 공익서비스를 효과적으로 실천하는 기술지원 의미를 가짐.

- KBS 미디어기술연구소는 국내 대표적인 방송기술 연구개발을 선도하는 연구소로 인정되나, 해외 공영방송사인 NHK, BBC의 기술연구소와 비교해 일정한 연구개발투자 예산편성과 전문 연구인력의 충원 등 경영평가단의 반복된 의견 제시에 비해 개선조치는 미진하다고 판단됨.

2) 발전 제언

□ 정책과제 발굴과 연구개발투자

- 전년도 편성예산 대비 연구개발비는 차세대 기술 연구사업의 확대를 통해 예산집행률은 상향되었음. 방송기술 연구수행과 KBS의 공적가치 실현을 위한 연구개발투자 편성예산은 지속적으로 증대되어야 하고, 상응하는 미래 방송미디어 플랫폼을 선도하는 기술과제가 실현되고 그 개발 수익성과가 가시적으로 확대되어야 함.
- 국책 연구과제는 연차별로 진행 추진되는 사업이나, 대부분의 연구과제는 사업 종료 시점으로 파악되고 전년도와 비교해 연구과제 건수가 감소되었음. 차세대 방송의 공적서비스를 적용하는 연구개발과제의 신규 기획/발굴/제안 등으로 정부지원 국책과제가 갖는 의미에 대응되는 기술연구의 프로세스 진단, 선택, 집중이 필요함.

□ 신규 전문기술 연구원 충원

- 미디어기술연구소는 정부지원 기술연구 과제의 성과물 창출 효과, 차세대 미디어 기술을 선도하는 UHD 등 원천기술 확보, 그리고 제작 현장의 기술적응으로 콘텐츠 품질 경쟁력을 위한 노력을 하고 있음. 그러나 연구소는 차세대 기술변화 환경에 능동적으로 대응하기 어려운 위축된 연구인력, 연구환경을 유지하고 있음. AI엔진 연구개발과 방송적용, IP 기반의 융합미디어 서비스 기술연구 개발 등 연구개발의 경쟁력을 보강할 연구원의 충원이 시급함.
- 미디어기술연구소의 재직인원(총 41명) 대비 박사 학위자가 6명에 불과해 AI, IP, RF기술 등 응용분야의 전문 박사급 연구원이 필요하다고 판단됨. 신규인력 충원에 30%이상의 박사급 학위 취득자를 반영해 연구조직과 기술개발 환경을 활성화하고, 연구원 채용을 포함한 기술특허 보상 등 직무개발 및 개선 제도 마련을 제언함.

□ 연구기술의 콘텐츠제작 반영

- 미디어기술연구소는 UHD, ATSC 1.0~3.0 등 국제기술기준 연구 외에, 티벳/미르/버티고/그래픽 시스템과 같은 방송 제작프로그램의 영상기술 연구 포맷을 개발하고 상용화를 실현해 정규/특집 및 선거방송 편성 프로그램에 적용했음. 또한 영상화면의 얼굴이나 모션을 캡처하는 렌더링 시스템 연구개발은 차세대 인터랙티브 콘텐츠 운용 엔진을 연구개발하는 것으로, 시청자가 선호하는 영상을 선택하고 시청하는 등 부가서비스를 제공하여 소비자의 이용 만족도를 향상시키는 연구개발이 지속해서 추진되어야 함.
- AI기반의 몰입형(Immersive) 요소기술을 활용하는 콘텐츠 개발은 스포츠 중계방송, 뮤직뱅크 등 예능프로그램에 적용되어 제작품질 개선 효과를 나타냄. 아울러 코로나19로 가시화된 비대면 콘텐츠의 제작과 미래 방송산업 동력을 가져올 XR시스템 연구개발 과제는 기존의 AR/VR 기술을 발전시킨 새로운 포맷의 콘텐츠 제작기술 연구로 기대되고 지원이 필요함.

• 제6장 | 시설투자

제3편

 평가내용
 제6장 시설투자

1. 지상파 방송 경쟁력과 안정성 강화

1) 지상파 방송 경쟁력 강화

(1) 지상파 송신 플랫폼 다각화 및 경쟁력 확보

- KBS는 미디어 제작, 송신 분야에 혁신 동력이 될 것으로 기대되는 5G와 AI(인공지능) 기술을 활용하고 핵심역량 기반의 사업자와 공동 기술 교류 및 제휴, 정부지원의 국책 사업을 추진해 재난재해방송 플랫폼의 수신도달 제약의 시공간을 해결하는 업무를 수행함.
- AI, 클라우드 등 차세대 핵심기술을 활용하고 적용해 재난방송 지원시스템을 구축하기 위한 일환으로, 카카오 엔터프라이즈 기업과 상호협약(MOU)을 체결해, 방송 취약시간대의 지진 등 재난방송을 강화하고 뉴스특보를 즉시 대응할 업무를 추진함.

① ATSC 3.0 + 5G 융합기술 서비스 개발

□ 목적과 배경

- 스마트기기에 대한 직접수신 도달률을 높이기 위해 통신 규격(3GPP) 내 채택된 대출력 방송 표준을 기반으로 600/700MHz 대역에서 단방향 송신이 가능한 기술을 구현하고, UHD 방송망(ATSC 3.0)과 시분할다중화(TDM) 연동까지 가능하도록 개발하는 것을 목표로 하는 국책과제임.
- KBS, ETRI, LG유플러스, 국내방송장비 제조사 등 산학연이 협력해 ATSC 3.0 MIMO 기술, ATSC 3.0과 5G-Broadcast 융합 전송방식 등 요소 기술 연구에서 기술개발, 필드 테스트 검증에 이르는 전 과정을 수행함.
- KBS는 과기정통부 주관, 한국전파진흥협회가 추진한 ATSC 3.0 UHD 기반의 차세대 방송 서비스 실증 프로젝트에 참여했음. 제주테크노파크(TP), 견월악 등 제주지역을 대상으로, UHDTV 다채널/모바일/재난부가서비스(IBB, ESG) 송수신 기술과 국내방송장비의 기술정합 시스템을 검증하고 상용 UHDTV 수신기에서도 정상적으로 서비스가 가능함을 확인함.

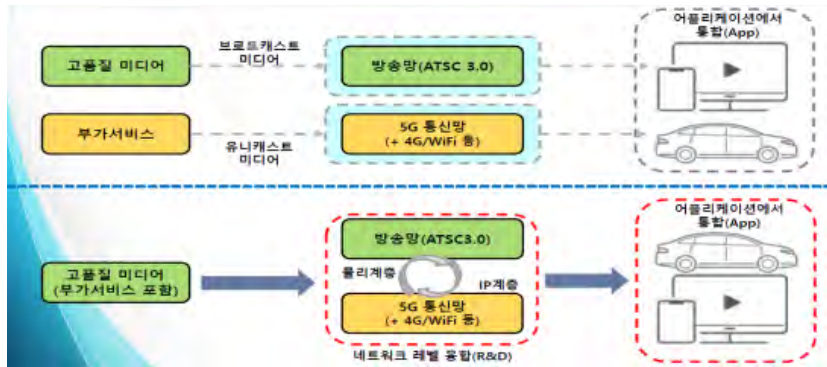
○ **국책 연구과제 필요성과 배경**

- 방통위(2020.12.)에서 발간한 ‘방송매체 이용행태 조사’ 보고서에 따르면, 시청자들은 50대 이하에서 스마트폰을 TV보다 더 중요한 일상생활 필수 매체로 인식하고 있고, 스마트폰을 통한 미디어 매체 이용 빈도가 90%를 초과하는 등 콘텐츠 도달률 확대를 위해서는 스마트폰에 대한 직접수신을 개선 노력이 필수적임.
- 스마트폰을 통해 직접수신이 가능하기 위해서는 기기 내에 수신칩셋이 탑재되어 있어야 하는데, 최근 5G수신칩셋에 직접적인 방송 신호 전달이 가능한 ‘5G-Broadcast 기술’이 채택되어 지상파 방송 콘텐츠의 스마트폰 도달률 향상의 기회가 될 것으로 기대됨.
- ATSC 3.0 표준 기반 지상파 2세대 방송 상용화는 세계 선두권이지만, 3GPP 5G-Broadcast 표준에 대한 기술 개발은 영국, 독일 등 선두권 유럽 국가와 대비해 크게 뒤쳐진 상태이므로 국가차원의 정책적 지원을 통해 기술 수준을 끌어올리고자 신규 국책과제가 시작됨.
- 5G-Broadcast 표준 기반 ‘방송 통신 연동기술 개발’로 지상파 방송사는 콘텐츠를 언제 어디서나 모든 스마트 단말기를 통해 제공할 수 있게 되고, 시청자는 통신비용 발생 없이 고품질 서비스를 누릴 수 있음은 물론, 통신사의 경우 멀티미디어 트래픽 분산 효과를 얻을 수 있을 것으로 기대됨.

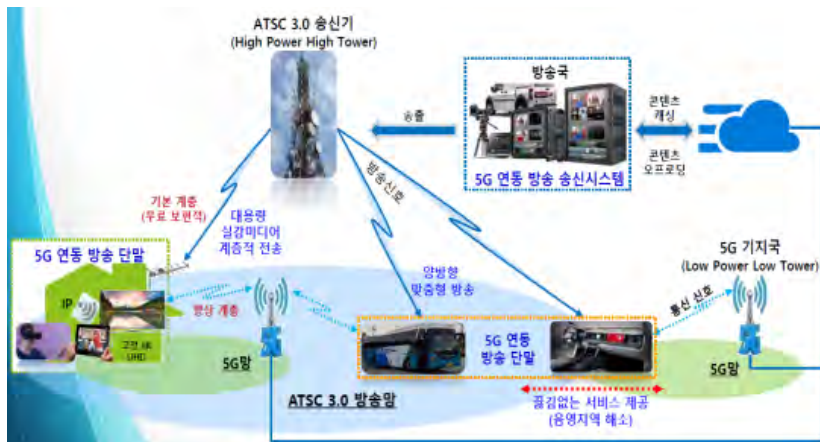
□ **과제 추진 실적**

- 5G와 방송망(ATSC 3.0) 연동을 위한 IP계층 연동기술 개발과 전송계층 동기화 기술을 구현하고, 실험국을 통한 온에어 송수신 정합을 실시함.
- KBS 경기감악산 MIMO-UHDTV 연동 사업을 위해 KBS 경기감악산 중계소에 실험국 필드테스트를 운용 추진함.
- 실험무선국 허가 신청→허가 취득→무선국 검사 등의 프로세스를 수행하고 5G 통신 표준 기술의 방송시스템 검증을 위한 이중편파 송신안테나를 신규 설치해 시험전파에 성공함.
- MIMO 기술은 ATSC 3.0 및 5G-Broadcast 기술에서 공통으로 채택하고 있는 기술로 현행 단일 안테나 시스템과 비교해 전송용량을 최대 2배 가량 높일 수 있는 방법으로, 현재까지 구현된 바 없는 MIMO 기술을 ATSC 3.0 송신기에 적용하고 이에 대응하는 수신기를 함께 개발함으로써 방송 주파수 대역에서의 MIMO 기술의 장단점과 향후 5G-Broadcast 송신기 개발에 필요한 요소기술을 확보하였다는데 의의가 큼.

[그림 6-1] 5G와 방송망(ATSC 3.0) 연동을 위한 물리계층 융합 송신기술 개발



[그림 6-2] UHD 지상파 방송, 5G/IP 연동기술과 융합한 방송 송신 시스템



② IP기반 SNS 제작, 송출 시스템 개선

- 변화하는 멀티플랫폼 방송환경에 대한 능동적인 대응을 취하고 확장성과 서비스 변경이 유연한 IP 표준 방식으로 전환해 제작과 송출 시스템을 개선함.
- 노후 장비 교체를 통한 시스템 안정성 강화, SDI 표준에서 신규 IP 기준방식 도입을 통한 케이블 연결의 최소화, 신호 포맷의 유연성, 기술기준 포맷 변화 등 변인의 적격한 기술요건을 확보함.
- SNS형 스트리밍 송출, 카카오톡 인터넷 플랫폼 제휴 등을 통해 KBS 유튜브, 페이스북 등 다양한 영상물을 IP 네트워크 기반으로 통합 전송하고 재난방송 등의 취약 시공간을 보장 개선하는 업무를 수행해 효율성을 높임.

③ SNS향 IP 스트리밍 기술활용 서비스 확대

- 미디어 플랫폼에 내부 자원(전사 라우터, NMC 방송전용망)을 연계하여, 사내 SNS 서비스를 체계적이고 효율적으로 통합 운영함.
- KBS 전 부서에서 스트리밍해 운영되는 유튜브, 페이스북 등 특집 생중계 및 웨이브 2TV 실 시간, 독도 라이브 등 24시간 생중계 스트리밍 서비스를 개선함.
- 추진 실적
 - 스트리밍 엔코더(Elemental) 6대를 통합 운용하고 재난방송센터와 협력하여 재난특보 플랫폼에 주요 파노라마 영상 스트리밍을 실시함.
 - 독도 라이브, 2TV 웨이브 실시간 방송, 미디어팩토리, 라온 스튜디오 등 24시간/365일 실시간 스트리밍 서비스를 운용함.
 - 제21대 총선(특집, 개표방송), BTS 〈KBS 뉴스 9〉 출연, KBS WORLD 유튜브 특집 등 대형이벤트 생중계로 효과를 얻음.
- 추진효과
 - 사내외 IP 스트리밍 업무 추진 체계를 간편화하여 연간 총 8개 기관/부서, 12건의 서비스를 신속하게 제공하고 UHD 재난방송 부가서비스를 확대하고 병행하여, 효율적으로 다양한 플랫폼에 재난정보 부가서비스를 제공함.

④ 카카오톡 인터넷 플랫폼 시범 시스템 구축

- 카카오톡 AI 핵심기술을 적용한 지진 등 재난방송 지원 시범 시스템 구축 및 도입을 위해 카카오톡 엔터프라이즈와 협업 MOU를 체결하고 KBS-카카오톡 공동개발을 통해 인터넷 플랫폼 시스템 구축을 추진함.
- 인공지능(AI) 기술을 활용하여 긴급상황 대비한 한정된 운용인력과 리소스의 제약을 보완하기 위한 재난방송 서비스를 다각화하는 플랫폼을 시범적으로 운용하는 환경을 마련함.
- 카카오톡이 보유한 인터넷 클라우드 오브젝트 스토리지에 대한 기술검증(POC)을 실시하고, 관련 시스템과 KBS 인프라와의 연동 유무 등 적격화 테스트를 함.
- 기대 효과
 - AI기술의 성공적인 도입과 콘텐츠 생성 자동화를 통해 재난의 초기 대응력을 강화함.
 - 이동 직접수신 원천기술 개발 검증을 통해 스마트기기 대상, 직접수신 기반 강화에 기여
 - 국내외 기술 전문 매체에 실험 결과 홍보를 통한 KBS 이미지를 강화함.

⑤ 지역국 송출운용센터 통합

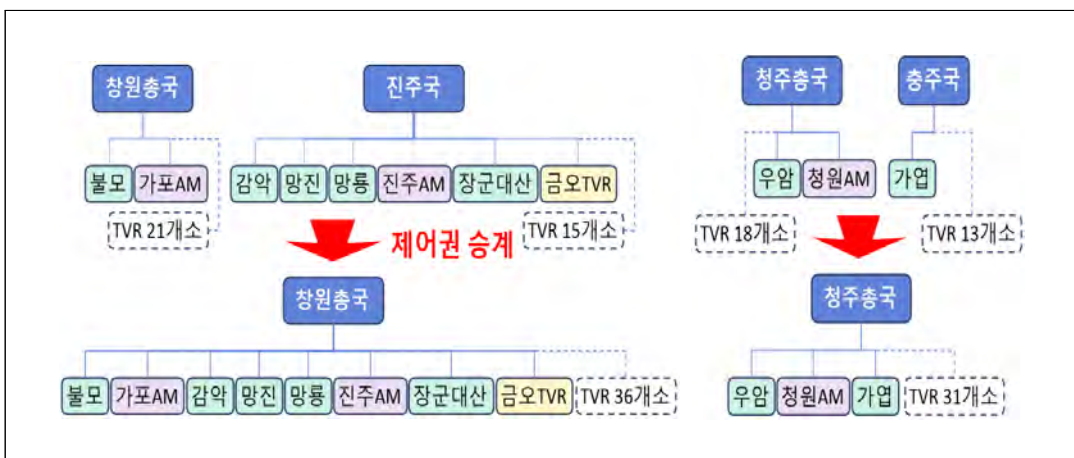
□ 추진목적

- 지역국 활성화를 목적으로 지역국 송출운용센터의 기능을 통합운용 조정해 송신 운용 경쟁력을 강화함.
- 7개 지역국 송출운용센터를 5개 지역총국 송출운용센터로 통합해 구축함. 1차 권역(창원총국/진주국, 청주총국/충주국)과 2차 권역(대구총국/안동국/포항국, 광주총국/목포국/순천국, 춘천총국/원주국)으로 나누어 원격제어운용센터를 통합 실시함.

□ 실적과 효과

- 원격제어시스템 이설과 모니터링 통합 시스템을 구축하기 위한 원격제어/모니터링 회선의 IP 전송회선 재배치 및 회선망을 신규 구성함.
- 1차 권역 송출운용센터 통합구축을 완료(2020년 8월)하고 2차 권역의 송출운용센터의 통합을 진행 중임(2021년 3월 완료).
- 송출운용센터의 시스템 통합으로 방송시설 운용 최적화 및 인력 재배치를 실시하고 노후장비 교체를 통해 안정적인 제어와 감시기반 환경을 개선함.
- 제어회선망을 공중전화망에서 가상사설망(VPN)으로 변경해 회선 비용절감(74,000천 원/년)과 제어/모니터링 환경의 확장성을 용이하게 했고 무인 원격인력 운용의 효율적인 기능을 가짐.

[그림 6-3] 지역국 송출운용센터 통합구축(1차 권역)



(2) KBS 재난방송 및 대응시설 관리계획 수립

① 재난방송 속보대응 체계 강화

□ 재난네트워크센터(NDC) 구축

○ 목적

- 국내외 MNG, 재난 CCTV, 외신, AI 자막 등 뉴스 및 재난 리소스의 통합 관리를 통한 운용 안정성을 확보함.
- 24시간 현업 밀착형으로 특보뉴스를 대응하는 체제를 구축하는 뉴스센터를 개선하고 재난주관방송 책무를 실현을 위해 노력함.

○ 추진 내용 및 효과

- 뉴스부조(NS-3) 철거하고 재난네트워크센터 시설 인프라 구축 및 환경개선 공사를 시행하고, 뉴스 진행 조정실과 밀접하게 위치해 재난 초동대처 및 긴밀한 소통을 유지해 재난방송의 품질을 향상함.
- IP망이 아닌 구 위성중계실의 라우터/안테나 등의 잉여장비 및 회선을 이설하여 재난네트워크센터의 시스템 구축에 필요한 경제효과를 가짐.
- 재난방송은 일상 뉴스와 밀접 접근하여 시청자의 재난정보 전달의 신속성을 위해 현업 밀착형의 정보전달 시스템을 구축하여 뉴스제작 내/외부 리소스 운용 및 제작 대응의 능력을 향상함.

[그림 6-4] 재난방송 영상소스의 통합모니터링



② 재난방송 뉴스 제작 개선 대응

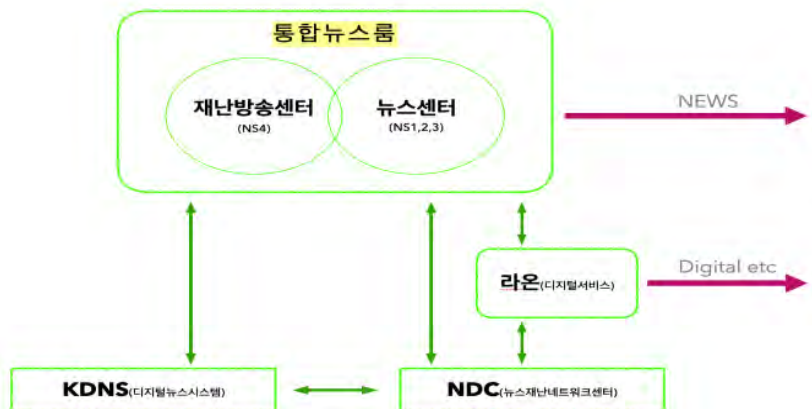
□ 재난방송 SOP 내실화

- KBS 재난방송 매뉴얼과 연계한 취약시간대 재난 상황 발생 시, 즉각적인 재난방송을 실시하는 뉴스센터 대응 모의훈련을 실시하고 결과 분석, 문제점의 환류 체계를 수립함.
- 자연재난과 사회재난 등 다양한 시나리오에 대한 훈련과 재난방송 시뮬레이션에 대응한 재난방송 제작 SOP의 내실화, 고도화를 위해 훈련결과와 데이터, 문제점 등을 적용한 SOP 업그레이드를 실시함.
- 재난네트워크센터의 영상소스 등을 확인하고 실질적인 시청자 정보 제공을 위한 프로세스를 검토하고, 시스템과 연계된 재난뉴스방송 제작 메커니즘을 진단하고 관련 정보를 공유해 재난주관방송사의 의무, 사명을 인식하는 대응체계를 가짐.

□ 스마트 재난방송 제작기법 개발과 대응계획

- 재난방송 주관방송사의 차별화되고 특화된 재난방송을 위해 터치스크린 및 재난 CCTV의 활용 확대를 실시함.
- 국민안전 중심채널의 입지와 재난방송 시청자에게 다양하고 특화된 부가정보를 제공하는 화면구성 분할 제작기법을 도입하는 시설투자를 함.
- NDC(뉴스 및 재난 네트워크센터) 기능개선 및 강화를 위해, 재난방송 스마트 미디어를 활용하는 솔루션을 준비하고 고도화 계획을 추진함.

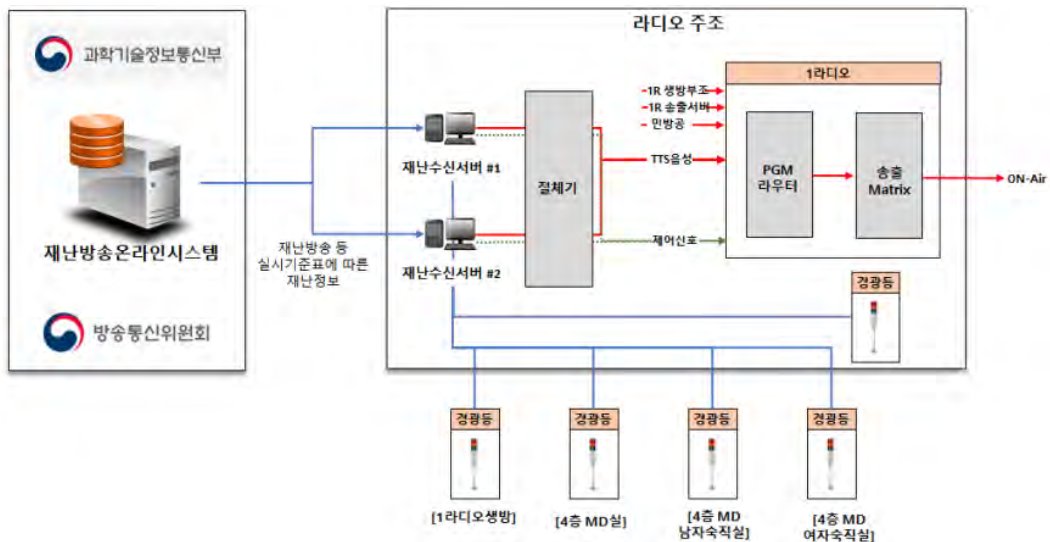
[그림 6-5] 재난방송 뉴스제작 네트워크 구성도



③ 본사 1라디오 재난방송 시스템 시범 운용

- 1라디오 재난방송 시스템 개선
 - 2019년 12월에 제1라디오 재난방송 시스템 구축사업이 완료되고 MD, 송 출주조 근무자 등을 대상으로 교육을 연간 9회 실시하고 TTS(TEXT TO SPEECH) 시스템을 활용한 재해재난 라디오 방송을 실시함.
 - 과학기술정보통신부와 방통위 재난방송 온라인 시스템과 연계되어 재난방송 실시 기준에 따른 재난정보는 라디오 주조에 시스템 구축된 재난 수신서버를 거쳐 실시간 음성으로 변환되어 실시간 방송됨.
- 재난방송 수신문자는 총 1,600여 건(2020년 기준, 정규 프로그램 생방송에서 멘트 처리)이나, 8월 집중호우기간에 발생한 심야 취약시간대에 18건의 재난 수신문자는 TTS 서비스 시스템을 통해 음성신호로 변환 송출되어 그 효과가 가시적임.

[그림 6-6] 본사 제1라디오 재난방송 시스템 구성도



[그림 6-7] 제1라디오 재난방송시스템 TTS 서비스 구성도



[본사 1라디오 재난방송시스템 TTS 서비스 구성도]

④ 방송재난 시설 관리계획 수립

□ 방송재난 시설 관리계획

- 재난 유형별(방송시스템 재난, 정전/지진/풍수해)로 현장조치 행동 매뉴얼등을 포함한 방송재난 관리계획을 수립하고, 주요 현업부서(본사, 지역(총)국, 직할소 등)에 교육훈련 및 점검대책 업무를 수행함.
- 방송시설 관리를 위한 사전예방 활동강화, 초동대비 능력향상, 대응 및 복구능력 강화 등 방송재난 발생 시에 관리능력을 향상시키기 위한 방송재난관리계획에 준한 내용을 전국 시설사업장에 공유하고 주요 방송시설에 대한 안전 점검을 실시함.
- 추진 실적
 - 재난재해 등 각종 위급 상황 시 안정적인 방송 수행을 위한 KBS 방송재난관리계획 수립, 모의훈련(온라인/오프라인) 및 안전점검 등 실시
 - 국가기간방송사로서의 충실한 역할 수행 기반 강화를 위해 주요 방송시설에 대한 안전점검을 방송통신위원회와 합동 실시함.
 - 정기적 점검을 통해 방송시설 재난을 사전예방하고 이행 계획 및 실적을 제출하고 보완할 개선점을 현장에 환류 적용 실시함.
 - 방송재난 예방을 위한 계획수립과 훈련실시를 통해 비상시 대응 능력을 향상하고, 향후 자연재난 외에 코로나19 상황과 같은 사회재난으로 인한 영향에 대비한 대면/비대면 모의훈련 실시를 병행 확대할 필요가 있음.

□ 방송시설 재난대비 송신 시스템 긴급조치

- 태풍 등 자연재해로 인한 장비 불량으로 인한 품질 저하를 조치하기 위한 송신 시스템 긴급복구를 시행함.
- 실적과 효과
 - 불모산 송신소 등 지역국의 송신계통 장비 12건을 긴급복구 지원했으며, 순천중계소의 예비안테나/지선을 포함한 17건의 안테나/철탑을 긴급 조치함.
 - 재난재해로 인한 전국 송신 시스템의 장애에 대한 긴급복구와 사고예방 지원을 통해 방송 장애시간을 최소화하여 방송 신뢰도 유지에 노력함.

(3) 방송 제작시설 개선과 관리기능 강화

① 제작시설 장비 교체 및 신규 보강

□ 방송장비 수급계획

- 개요
 - 본사 및 지역국에 노후장비 교체 및 신기술 적용 방송장비를 수급계획에 따라 보강함.
 - 제작, 취재, 중계 영역별 노후장비를 개선 보강하고 영상과 음향품질을 개선 보완하는 측정 장비를 포함하여 운용 효과를 향상함.
- 실적과 효과
 - 총 편성예산대비 78.2%의 집행으로 비용절감 효과를 보이며, 노후장비의 대개체 보강과 신기술 적용한 시설의 품질보강 업무를 수행함.
 - 제작과 취재 현장을 효과적인 품질 대응을 위한 MNG 등 시설장비 643점을 수급하고 관련 프로세스 업무를 추진함.
 - 본사와 지역, 해외지국에 총 55점의 MNG 시스템을 도입해 재난재해, 현장 취재 등 방송 콘텐츠 경쟁력을 강화함.
 - 노후장비의 적기 교체로 운용 효율성 증대 및 방송사고 예방 경쟁력을 가지고, 신규 방송장비 보강으로 제작역량 강화 및 경쟁력을 확보함.

[표 6-1] 장비수급 직무사업별 세부내역(2020년)

(단위 : 천 원)

NO	사업명	집행실적	수량(점)
1	제작기능 강화	783,612	138
2	취재기능 강화	304,988	45
3	중계기능 강화	82,974	6
4	영상품질 향상	1,209,565	273
5	음향품질 향상	614,177	117
6	측정장비 보강	180,695	23
7	기타장비 보강	250,198	41
합계		3,426,209	643

제3편

평가내용
제6장 시설투자

[표 6-2] MNG 시스템 도입 현황

구분	부서명	수량
본사	중계기술국	3
	보도기술국	10
본사 소계		13
지역(총)국	부산총국	2
	울산국	3
	창원총국	2
	진주국	1
	대구 총국	2
	안동국	1
	포항국	1
	광주총국	3
	목포국	1
	순천국	1
	전주총국	2
	대전총국	2
	청주총국	2
	충주국	1
	춘천총국	2
	강릉국	2
	원주국	1
	제주총국	2
지역(총)국 소계		31
해외지국	워싱턴	1
	뉴욕	1

구분	부서명	수량
	도쿄	1
	베이징	1
	파리	1
	LA	1
	모스크바	1
	베를린	1
	방콕	1
	두바이	1
	상파울루	1
	해외 소계	11
	총 계	55

② 방송장비 장애관리 시스템

□ 방송기술 장애 분석과 개선조치

○ 방송의 안정성 확보를 위한 방송사고 관리

- 연중 방송장애 세부내역 분석과 유사장애 사전예방을 위한 사례 공유하고 재발방지 대책을 수립하고 및 시행

○ 방송장애 관리시스템 운영

- 2020년도 연간 방송기술 장애의 월/매체/장애원인(시스템장애, 근무자)별 데이터를 분석하고 자료 작성함.
- 방송기술 장애에 대한 연간 유형과 조치 내용, 문제점 등 자료를 축적하고 사전예방 및 교육훈련에 데이터를 반영함.
- 개선안을 도출하고 관련 유관 업무부서에 분석자료 공유해 유사사례 발생을 방지하는 프로세스(E-SOP 업데이트 및 현행화)를 실시함.

□ 방송장비 종합 순회정비

- 본사 및 지역(총)국의 카메라, 렌즈, VCR, 음향장비, 트라이포트, CG장비 등 방송제작장비에 대한 입고정비와 순회정비를 실시함.

○ 실적과 효과

- 부산총국 TV중계차의 제작장비 20점, 지역국에 재배정되는 장비 32점 등 총 678점의 장비에 대한 입고 정비를 실시함.

- 창원총국 등 11개 지역(총)국에 대한 전국 순회정비를 실시하여 카메라 등 118점 등 총 654점의 방송장비 및 시설에 대한 종합 순회정비를 수행함.
- 방송장비 가용연수 연장을 통한 신규장비 구매비용 절감, 장비 안정성 강화에 따른 방송사고 예방 및 방송품질 향상에 기여함.

2) 지상파 방송 시설 안정화 강화

(1) 송신 시스템 안정화 개선

① TV/FM/DMB 송신 시스템 종합 운용·관리

○ 추진 개요

- 전국 기간급 TV/FM/DMB 송·중계소에 대한 주기적(3~4년) 종합점검 및 개선으로 방송품질 및 시스템 안정성을 향상함.

○ 실적과 효과

- 기간급 송·중계소 8개소(대둔, 양을, 순천남산, 장군대산, 일월, 현종, 감악, 노고)를 종합 점검하고, 순천남산은 코로나19 확산으로 인해 차년도로 점검일정을 순연해 완료함.
- 송신 시스템(송신기 및 전원 계통 등)을 종합정비하고 안테나(총 123기) 점검, 급전계통을 집중 점검 및 정비를 실시하고 철탑, 항공등, 피뢰침 등 부속 장비를 관리 점검함.
- 전국 16개소의 DTV 중계기 긴급 유지보수용으로 송신기 엑사이터(24식)를 구매해 유사시 방송사고 조치에 대비하고, DTV 중계기 시스템의 위성 수신 시스템의 이중화를 통한 방송 시스템 안정성을 개선 보강함.
- 송신 시스템 종합점검 및 특성개선을 통해 양질의 방송품질 유지하고 기계 특성을 개선해 방송장애시에 노후 DTV중계기의 신속한 복구 및 조치를 도모함.

② 무인 원격제어 시스템 종합운영·관리

○ 추진 실적과 효과

- 원격제어 시스템 관련 지역 현장의 유선 기술지도, 장비 지원 등을 통해 방송장애를 예방함.
- 본사 남산송신센터 등 31식의 원격제어시스템 모니터링 단말장비, 황령산송신소 등

11개소의 원격제어시스템 DC 정류기를 교체함.

- 제주충국 삼매봉(중) 원격제어 IP코덱을 구축하는 등 전국 송출운용센터 및 송·중계소 원격제어시설의 기술 운용을 관리하고 지원함.
- 현장지원과 동시에 관련 기술 직무 교육을 병행하고 총 74건(순회지원 16건, 유선지원 21건, 장비지원 37건/송중계소 40건, 송출센터 12건, TVR 22건) 원격 무선운용 제어센터의 시스템을 유지하고 사고예방 조치함.
- 송신시설에서 상황발생 시 신속한 조치가 가능하도록 최적의 원격제어 시스템을 구현하여 방송장애 예방을 실현함.
- 송·중계기 등 각종 원격제어시스템 관련 장비의 교체/추가에 따른 시스템 변경 및 개선을 통해 안정적인 제어 및 감시 환경을 제공함.
- 직무 교육 및 기술지원을 통한 지역국 원격제어프로그램 운용능력을 강화하고 회선비용 절감과 효율적 운용을 위한 삼매봉중계소의 원격제어 회선을 IP코덱으로 구축함.

③ 지능형 영상품질 모니터링 시스템 개선

○ 추진 개요

- 본사 남산송신소 관할 69개의 TV/FM 방송 신호와 12개의 TV/라디오 중계회선 등 다수의 매체를 효율적으로 감시하기 위해 모니터링 시스템을 개선함.
- 기간급 송·중계소 3개소(남산송신소, 용문, 경기감악), 간이국 12개소를 통합하고 영상품질을 관리함.

○ 실적과 효과

- 영상품질 모니터링 시스템(ASI, IP Interface)을 구매해 신규 설치하고 시스템 접속 및 운영방법에 대해 남산·소래·화성 송중계소 등의 근무자 대상 현장 직무 교육을 실시함.
- 수도권(남산, 용문, 경기감악, 광교, 계양) UHD TV 및 HDTV 입력신호 장애가 발생하면 즉시 감지할 수 있는 모니터링 시스템의 구축과 운용을 통해 신속한 현장 대응이 가능하도록 개선 조치함.
- 향후 UHD TV 방송송신의 본격적인 품질관리 시스템 구축에 대비한 미래지향적인 모니터링 업무의 효율화를 기함.

④ 공동설비 등 난시청 수신환경 개선

□ 소출력 중계기 최적화

- 한국전파진흥협회와 공동사업으로 밀양시 등 5개소의 소출력 중계기를 신규 구축해 수신품질의 점검과 정비를 실시해 난시청을 해결하는 공적서비스에 노력함.
- 전국에 구축·운영 중인 소출력 중계기의 최적화(제주시 등 130개소)를 위한 시설 환경 개선을 실시해, 국지적 난시청을 해소하는 업무를 수행함.
- 중계기 품질 향상으로 난시청의 해소 및 안정적인 방송서비스를 제공하는 운용 효율성을 제고함.

□ 공동주택 UHD 수신환경 개선

○ 재난발생 공동TV 수신설비 지원

- 수도권 및 광역권 공동주택을 대상으로 UHD 수신환경 개선을 위한 지속적인 업무를 수행함. 강릉시 교동 등 공동주택(APT) 13개 단지(약 4,328세대)에 UHD 시청환경을 구축함.
- 수신환경 개선을 통한 UHD 방송 선택권 확장으로 시청자 서비스를 제공하고 재난서비스 등 UHD 부가서비스를 효율적으로 수신할 시청환경을 구축함.

○ 재난발생 TV 공동수신설비 및 중계기 긴급복구

- 태풍 제8호(바비), 제9호(마이삭), 제10호(하이선) 피해지역에 TV 수신서비스 긴급복구를 실시함.
- 총 57개소(14,692세대)의 재난발생 수신설비 피해를 복구하는 일환으로, 제주도 신도1리 등 31개소(11,086세대), 소출력 중계기를 지원 복구하고 전남 완도군 노화읍 방서리 등 26개소(3,606세대)에 마을 공시청시설을 복구 조치함.

○ 추진효과

- 피해지역 TV수신 장애에 대해 긴급복구 업무로 원활한 재난방송 시청과 공적 서비스를 제공해 공영방송 KBS의 공적책무 수행과 KBS 이미지를 제고함.

3) UHD(ATSC 3.0) 차세대 미래기술 개발

(1) 지상파UHD방송 MMS, 모바일 이동 시험방송 허가 취득

① 시범서비스 세부 실행계획 수립

- 공익적 목적을 위한 다채널서비스(MMS), UHD 주파수 내의 이동형 서비스 등을 위한 시범방송을 허가받고 UHD 정책방안을 반영해 UHD 혁신 서비스(다채널/모바일) 시범방송 계획을 수립함.
- 방송통신위원회는 UHD 콘텐츠 편성의무를 2020~2022년 20%, 2023년 25%, 2024년 35%, 2025년~2026년 50%의 최소 비율로 운영해 연차별로 점진적으로 확대 계획함. 현재 수도권과 광역시까지 구축된 지상파UHD 방송망은 2023년까지 시·군 지역으로 구축할 계획임.
- 지상파 UHD 서비스를 활성화하기 위해 UHD 전국망 구축과 함께 UHD 시청 접근성을 향상할 수 있도록 시청자가 공시청설비, 셋톱박스를 통해 편리하게 지상파 TV를 직접 수신할 수 있도록 기술개발 및 보급, 홍보 등을 확대하고 유료방송 재전송을 위한 방송사간 협의 지원 계획을 수립함.

○ 추진 실적

- 지상파 UHD 방송의 활성화, 미디어 국내 산업의 동력을 얻는 계기가 되고 ATSC 3.0 UHD 방송이 가진 MMS/모바일 이동서비스의 특징점으로 시청자에게 공익 시청 서비스를 제공하는 업무를 수행함.
- 방송통신위원회에 한시적 부가서비스(MMS) 시범운영 허가를 신청하고 기술적 안정성에 대한 철저한 검증 및 서비스 도입에 대한 선행 논의를 거쳐 차년도 주요 정책과제에 포함해 2021년 시험방송 추진계획을 수립함(2020년 12월).

[표 6-3] UHD 방송망시설 추진 실적 및 구축계획

추진 시기	추진계획(2017년, UHD추진단)				추진 실적		방통위 수정계획 (2020.12월)	
	권역		송신시설					
2016	서울		관악산 남산 광교산	3	관악산 남산 광교산	3	-	-
2017	광역 시권	부산 대구	황령산/팔공산 무등산/무룡산	6	황령/팔공산 무등/식장	6	-	-

추진 시기	추진계획(2017년, UHD추진단)				추진 실적		방송위 수정계획 (2020.12월)	
	권역		송신시설					
		광주 대전 울산	식장산, 계룡산		계룡/무룡산			
	강원	원주 강릉	태기산 괘방산	2	태기산 괘방산	2	-	-
2018	수도권 보강	경인 경인	용문산 계양산	2	- 계양산	1	-	-
		서울 서울 서울	백련TVR 불광TVR 장위TVR	(3)	백련TVR 불광TVR 장위TVR	(3)		
2019			-	용문산	1	-	-	
2020	전국 시군권 1차	창원 진주 목포 전주 청주 춘천 강릉 제주	불모산 망진산, 감악산 대둔산 모악산 우암산 화악산, 대룡산 봉황산, 함백산 견월악, 삼매봉	12	2023년 이후로 순연	-	-	-
2021	전국 시군권 2차	안동 포항 순천 전주 대전 충주 원주 경인	학가산, 일월산 조항산, 망운산 노고단, 가엽산 흑성산, 원효봉 백운산, 경기감악	10	2023년 이후로 순연	-	제주(견월악, 삼매봉)	2
2022	-	-	-	-	-	-	전주(모악산, 노고단) 청주(우암산), 창원(불모산) 춘천(화악산, 대룡산)	6
2023	-	-	-	-	전국 시군지역	-	강릉(봉황산, 함백산) 순천(망운산), 원주(백운산) 포항(조항산), 안동(학가산, 일월산), 진주(망진, 감악산), 충주(가엽산), 목포(대둔산)	11
2027	-	-	-	-	-	-	경인(경기감악)	1
합계	기간국			35		13		20
	간이국			3		3		-

제3편

평가사항
제6장 시설투자

② 전국 UHD-SFN 통합모니터링 시스템 구축(국책과제 2/2년차)

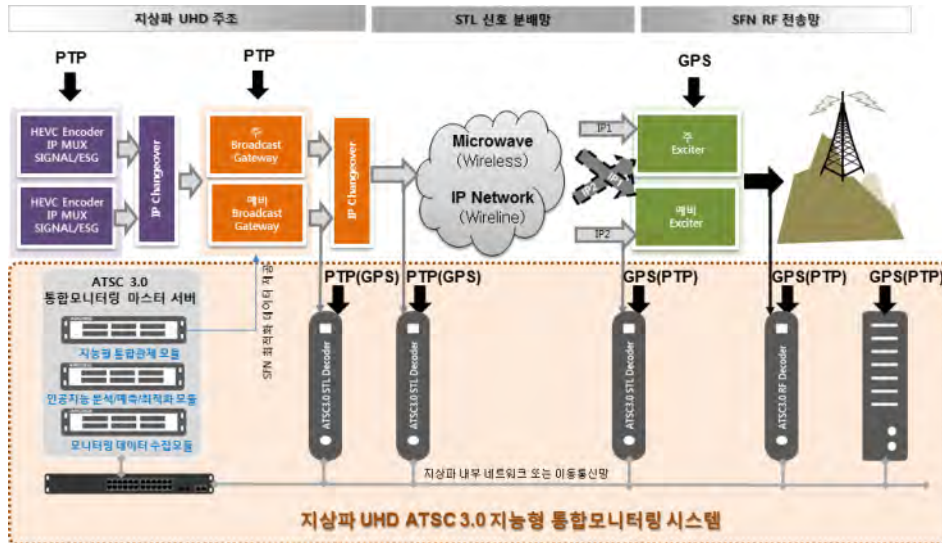
□ 추진 개요

- 전국 단위의 지상파 UHD 방송 서비스를 안정적으로 제공하기 위해 지상파 UHD 방송 분배망에서 SFN(Single Frequency Network) 기반의 방송 관리를 위한 지능형 원격 통합모니터링 장비를 개발함.
- 현재 국내외 UHD 모니터링 방송 장비는 영상 디코딩 중심의 장비이고, ATSC 3.0 SFN에 대한 기술적인 고려 없이 MMT/ROUTE 프로토콜 중심의 패킷 에러 검출 및 로딩 기능, 방송 디코딩, 재생 기능을 주로 지원함.
- 따라서, ATSC 3.0 SFN 방송망 구성에 필요한 조건인 '동일한 데이터 + 동일한 시각 + 동일한 주파수'에 대해 동시에 모니터링하는 조건을 만족하는 SFN 모니터링 장비 구현이 필요함.

□ 실적과 효과

- 총 12억 원의 정부출연금, 기업 분담금등으로 추진된 2년차(2019~2020) 국책과제 사업임. 특히 국내 UHD 방송장비 중소기업(에어코드/에이티비스)등이 함께 협력해 추진된 연구과제로서 ATSC 3.0 기반의 전송망 모니터링을 위한 기술규격 및 시스템/모듈을 구현함.
- 참여 주관기관인 KBS와 기업별 개발에 필요한 역할 분담을 통해 UHD 지상파 방송서비스 SFN 원격 통합 모니터링 시스템을 개발함.
- KBS는 ATSC 3.0 기반의 전송망 모니터링 시스템의 테스트와 시범서비스를 위해 본사 및 지역(대구, 광주) 모니터링 시스템을 설치하고 제어회선인 가상사설망(VPN)과 연동하여 시범 운영을 시작하였음.
- 장시간 모니터링 시스템 운영을 통해 모니터링 기준 항목을 도출하고, UHD 방송 신호 전송망(본사→송신소→중계소) 및 STL 패킷, RF신호를 통합 모니터링하는 표준 절차에 대한 국내 가이드라인 문서 작업이 진행 중이며, 전체 네트워크 상황을 한 눈에 파악하기 위한 상황판(Dashboard) 개선을 위해 하드웨어 플랫폼(H/W Platform) 보드를 고도화하고 단말 탑재 소프트웨어 안정성을 지속적으로 보완하고 있음.

[그림 6-8] 지상파 UHD 3.0 지능형 통합모니터링 시스템 구현



제3편

평가·시험
제6장 시설투자

③ 융합 송신기 실험무선국 운용

□ ATSC 3.0과 5G-통신 융합송신 기술 구현

- 통신 네트워크 5G와 ATSC 3.0 기술을 연동하는 서비스를 위해 이용 정보를 생성하고 송신 시스템으로 전달하는 수신기를 설계 완료함.
- KBS 경기감악산중계소에 MIMO-UHDTV 실험국을 운용하고 필드 테스트를 추진했으며, 실험무선국 필드 운용을 위한 무선국 신청/허가 취득/무선국 합격 등 프로세스를 진행함. 특히 통신사업자, 국산방송장비 개발 중소기업과 연계한 스마트기기 연동기술을 활용한 융합송신기 연구개발의 재난방송 대책과제를 완성함.
- 융합신호 송출이 가능한 융합 송신기 구조기능과 신호계측을 설계하고 관련 검증을 위한 FPGA HW 송신 플랫폼 구조기능을 설계함.
- 통신 5G 네트워크와 UHD 지상파 방송 기준인 ATSC 3.0 IP 계층이 연동되어 수신이 확인되는 플랫폼 구조를 설계하고 KBS 경기감악산중계소에서 송수신 필드 테스트를 수행함.

○ 추진 실적과 효과

- 5G 통신표준 검증을 위한 이중 편파 송신안테나 설비를 신규 설치하고 시험전파를 1개 채널/113Mbps 온에어 송수신에 성공함(2020.12.11.).

- MIMO 기술은 ATSC 3.0 및 5G-Broadcast 기술에서 공통으로 채택하고 있는 기술로 현행 단일 안테나 시스템과 비교해 전송용량을 최대 2배 가량 높임.
- ATSC 3.0 물리계층 표준 문서에는 정의되어 있으나 현재까지 구현된 바 없는 MIMO 기술을 ATSC 3.0 송신기에 적용하고 이에 대응되는 수신기를 함께 개발함.
- 방송 주파수 대역에서의 MIMO 기술의 장단점과 향후 5G-Broadcast 송신기 개발에 필요한 실측 데이터를 수집하는 성과를 얻었고 ATSC 3.0 표준 기반의 MIMO 기술을 구현해 지상파 방송 온에어 송수신 정합을 완성함.
- 지상파 UHF 주파수 대역에서의 이중편파 MIMO 채널 환경을 분석하는 실험과 함께 이중 편파 MIMO 전송 환경에서 지상파 UHD 대용량 전송 실험을 하는 등 유의미한 기술발전 업무를 수행함.

④ 차세대 방송서비스 실증 시연

□ UHD ATSC 3.0 수신환경 서비스 실증

- 방통위, 과학기술정보통신부의 지상파 UHD 방송 기술정책 연구반에서 추진되는 UHD 방송의 활성화를 위한 부가서비스를 활용하고 방송 시청 수신환경을 실증하고 국산방송 장비 산업의 활성화를 목적으로 차세대 방송서비스 실증 프로젝트가 추진됨.
- 차세대 방송서비스 국내 도입 검토 및 국산 방송장비 기술 검증과 지상파 UHD 방송 활성화를 위한 정책을 추진해 시청자에게 다양한 부가서비스 제공이 가능한 수신환경을 공유하는 기반을 마련함.

□ ATSC 3.0 실증 프로젝트

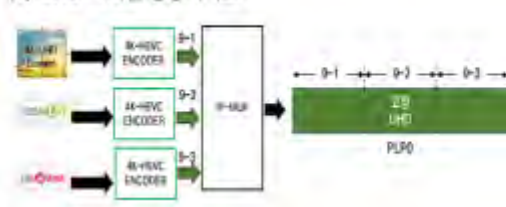
- 제주 실증 프로젝트를 통해 ATSC 3.0 데이터캐스팅(지상파 VOD, 온라인 교육 서비스 등) 및 모바일·다채널 방송, 재난방송 시스템, 모바일 핸드오프, 고정밀 위치정보 서비스 등을 실증하고 국내외 관계자 대상으로 서비스를 시연함.
- 참여기관인 정부기관 RAPA, ETRI, KBS 매칭을 통해 실증운영 및 서비스를 위한 실증용 콘텐츠 지원, 운영 기술인력, ETRI의 R&D 기술결과물 등을 적용함.
- 국산 방송장비 중소기업, 가전사와 연계해 송출, 단말 장비지원, 시스템 정합에 필요한 실증 프로젝트를 운영하고 데이터 캐스팅(지상파 VOD), 모바일·다채널(고정 UHD/이동 HD), 핸드오프, 공공 정보(재난/교통정보) 등 다양한 UHD 서비스 시연 업무를 수행함.

□ UHD(ATSC 3.0) 실증 프로젝트 시연(제주테크노파크)

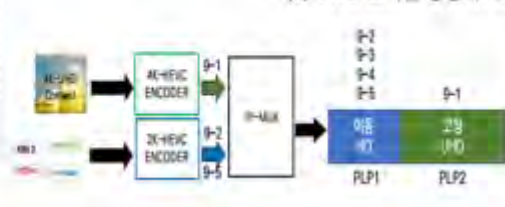
- 과학기술정보통신부, 한국전파진흥협회, KBS, MBC, SBS(JIBS), ETRI, 디지캡, 로와시스 국내 중소기업 등이 함께 차세대 방송기술 융합 서비스를 실증하는 프로젝트 결과발표 업무를 수행함.
- 실증 서비스 실적
 - 6MHz 하나의 주파수 대역 내에 이동방송을 통해 여러 개의 채널, KBS1(UHD 1), JIBS 제주(HD 1), KBS 제주(라디오 1), JIBS(라디오 2) 방송플랫폼을 동시에 송출하는 모바일 다채널 방송서비스를 시연함.
 - ATSC 3.0 방송망을 통해 차량에서 라이브 방송콘텐츠를 수신하고 VOD 콘텐츠를 수신장비 내에 다운로드 및 저장해 시청자가 원하는 콘텐츠를 선택해 시청하는 지상파 VOD 서비스를 실증함.
 - ATSC 3.0 기반으로 기존의 단문 서비스를 포함해 영상, 음향, 이미지 등 다양한 리치미디어 형태로 재난경보를 제공하는 방송서비스를 구현함.
 - ATSC 3.0 방송망을 통해 교육 방송콘텐츠를 송수신하고 웹 기반의 온라인 플랫폼을 통해 교사-학생 간 양방향 인터랙션의 융합 서비스(비대면 온라인 교육)를 시연함.
 - 데이터 채널로 제주지역 맛집 등 위치기반 정보 데이터를 보내면 수신기에서 데이터 캐스팅 EPG 스케줄이 표출되고 사용자 선택을 통해 정보 다운로드가 가능하며 차량용 내비게이션에서 연동되는 위치기반 데이터캐스팅 서비스를 함.
 - ATSC 3.0 모바일 프로파일을 적용한 풀HD 이동방송 수신서비스로 ATSC3.0 가상화 송출 시스템을 통해 차량에서 수신하는 모바일 방송서비스를 실증함.
 - ATSC 3.0으로 지상파 방송콘텐츠를 시청하다가 음영지역에서는 통신망과 연동해 동일한 콘텐츠를 끊임없이 시청하는 방송통신(BC/BB)융합 서비스를 실증 시연함.

[그림 6-9] 차세대 UHD ATSC 3.0 융합서비스 실증

(1) UHD 다채널 방송서비스



(2) UHD 모바일 방송서비스





2. 정보화 시스템 투자

1) 정보 시스템 운영 현황

(1) 정보 시스템 운영 현황

- KBS는 그룹웨어인 코비스, 회계처리를 위한 ERP 시스템, 방송제작을 지원하는 편성제작 및 광고정보의 주요 정보 시스템들과 더불어 선거방송, 인력채용, 수익관리, 성과관리 등 다양한 업무를 지원하기 위한 43개의 정보 시스템을 자체 인력으로 운영 및 유지보수를 하고 있음.

(2) 주요 정보 시스템 현황

- ERP 시스템 : 전사적 자원관리 시스템
 - 재무회계, 관리회계, 고정자산, 구매재고, 시설장비, 제작비/인사관리 등
- 코비스 : 그룹웨어
 - 전자문서 기안/결재, 게시판, 전자우편, 커뮤니티, 직원정보, 사규/법규
- 편성제작/광고정보 시스템 : TV/R 프로그램 및 광고편성, 제작정보 관리
 - 기획안/편제회의, 편성, 심의, 협찬품, 제안공모, 저작권, 통합 시청지표, 광고편성, 광고은행 등
- K-web : 단위업무 지원을 위한 정보 시스템 플랫폼
 - 다국어통합뉴스제작, 채용접수/평가, 콘텐츠 수익관리, 해외청취자관리, 외부용역/임차 접수, KBS 주간업무, 성과관리 등

2) 정보화 부문 세부투자 내역

(1) 정보화 사업 계획/추진 실적

- 매년 자본예산 투자사업에 대해 사업 타당성 평가를 통해 전략적인 투자를 실시하고 있으며, 제도 변화와 업무 효율화를 위한 다양한 정보화 사업을 성공적으로 수행하고 있음.
- 뮤직비디오 심의 시스템 개발, 시청지표 시스템 개발로 편성제작 시스템 기능을 개선함.
- 재택근무용 가상사설망(VPN) 확대, 화상회의 도입, AI기반 머신러닝 시스템 구축 등 모바일 접속환경 및 보안성을 강화함.
- 노후화된 감사정보 시스템을 재구축하여 안정성과 사용자 편의성을 강화함.
- 제21대 국회의원 선거 개표방송 시스템을 자체 구축하여 정확한 당선예측으로 KBS 선거방송 위상을 강화함.
- 연간 30만 장 이상의 법인카드 영수증 첨부 생략을 위한 간소화 시스템을 구축하여 업무 전반의 생산성을 향상시킴.
- 52시간 근무제 준수를 위한 ‘근로시간 관리 시스템’의 기구축 및 지속적 보완을 통하여 완성도를 향상했음.
- 차세대 광고정보 시스템을 구축 완료하여 향후 중간광고 등 새로운 광고제도에 대한 대응기반을 확보했음.
- 보도정보, 시청자상담, 서버가상화 등 시스템 노후 인프라를 교체하여 성능과 안정성을 확보함.
- OA 장비 등을 적기에 수시 교체하여 직원들의 업무 편의성을 향상함.
- 정보 시스템 유지보수 계약을 체결하여 24시간 업무 연속성을 확보하는 동시에 자체 개발을 활성화하여 비용을 절감하고 있음.

[표 6-4] 2020년 정보화 투자 집행실적

(단위 : 천 원)

구분	사업명	금액	합계
자본예산	감사정보 시스템 구축	387	1,162,222
	2020 디지털 편성제작 기능 개선	164,429	
	차세대 광고정보 시스템 구축	315,356	
	정보 인프라 보강	225,562	

구분	사업명	금액	합계
비용예산	정보보안 강화	320,300	5,247,805
	직원 업무용 컴퓨터	49,194	
	OA 장비 보강	86,994	
	정보 시스템 개발	31,000	
	정보 시스템 유지보수	815,049	
	전화회선 운영(개인휴대전화요금)	2,521,794	
	보안 시스템 운용	233,926	
	OA기기 유지보수	501,893	
	S/W운용	269,882	
	IT시스템 유지보수	874,261	
	합계		6,410,027

[표 6-5] 주요 자체개발 사업 목록

사업명	추진 기간
제21대 국회의원 선거 개표방송 시스템 구축 및 운영	2020.02. ~ 2020.04.
법인카드 영수증 첨부생략 등 간소화 시스템 구축	2020.03. ~ 2020.10.
[방송제작 가이드라인] 검색사이트 구축	2020.09. ~ 2020.12.
신입 및 경력직원 공개채용 시스템 구축 운영	연중
전자조달 UI/UX 디자인 개선	2020.09. ~ 2020.10.
통합연수 재구축	2020.01. ~ 2020.06.
코비스 휴가정보 표시 등 기능 개선	2020.05. ~ 2020.06.

(2) 정보보안 분야 추진 내역

- 사이버 공격으로부터 KBS 정보자산을 보호하기 위해 방화벽, 침입탐지시스템, 악성코드 대응을 위한 백신 등 각종 정보보호 시스템을 구축·운영하고 있으며, 24시간 365일 사이버 보안관제를 실시하고 있음.
- 지능화/고도화되어가는 해킹 위협에 대비하여 정보보호 시스템 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 등 관련 법령 변화에 따라 KBS 개인정보처리방침을 개정하고, 개인정보 관리실태 자체 점검 실시, 개인정보 손해배상책임보험 가입 등 개인

정보보호 업무에 주력하고 있음.

- 코로나19 확산으로 재택근무가 본격 시행됨에 따라 가상사설망(VPN) 긴급확충을 추진하였으며, 머신러닝 기술을 활용하여 보안위협을 탐지하는 차세대 보안 시스템을 도입하는 등 신기술 활용에도 적극 노력하고 있음.
- 또한, 지속 확충되는 정보보호 시스템 운영 및 관리를 위해 네트워크 보안 경력직원 1명을 신규 충원하여 자체 역량 강화에도 노력하고 있음.

(3) 인프라 관리 및 개선 실적

- 노후 인프라 교체를 통한 성능향상과 안정성을 강화하는 동시에 유지보수 비용도 절감함.
 - 보도정보 시스템 노후 서버 및 서버 OS 교체 완료
 - DMZ망용 가상화 인프라 교체 완료
 - 2011년 도입된 시청자상담 시스템 인프라 교체
 - IDC의 노후된 출입통제 시스템, CCTV 및 관제 장비 교체
- OA장비 구매 및 보급하여 직원 업무 편의성을 향상함.
 - 컴퓨터 총 55대 신규 배정
 - 인쇄용 프린터 47대, 복사기 23대, 복합기 42대 교체
- 코로나19 대응을 위해 화상회의 도입, 가상사설망(VPN) 확대 등을 통해 재택근무를 활성화함.
- 방송제작 지원을 위한 통신인프라 개선하여 모바일 기반의 제작환경 지원을 강화함.
 - 21대 총선 선거방송용 전화접속 시스템 채널 증설(90채널)

3. 스마트 워크플로우 방송시설 개선

1) 제작, 편집 스마트 워크플로우 추진

(1) 본사 제작, 편집 및 송출 디지털 워크플로우 개선

○ 추진개요 및 목적

- 2018년 7월 스마트 워크플로우(Work Flow) TF를 구성 운영하고 있으며 2020년에는

풀 파일 제작과 광고 제작/송출 워크플로우 개선 관련 단계별 구축 로드맵을 계획함.

- 프로그램 제작 효능을 개선하기 위해 스튜디오 VCR을 비디오 서버로 대체하는 등 본사 파일제작 워크플로우를 전면 시행함.
- 지역 맞춤형 디지털 뉴스룸 도입 등 뉴스, 제작, 광고의 워크플로우 개선을 위한 제작 송출 시스템을 파일로 전환함(부산총국).
- 개별광고 송출로 광고 판매/편성의 유연성을 개선하여 광고 수익과 광고 제작 효율성에 기여함.
- 타이틀 등 제작 워크플로우 개선과 함께 아카이브 시스템 통합으로 제작 편의성 증대 및 시스템 비용 절감함.

○ 개선 실적

- 본사 TV스튜디오 10개소에 콘텐츠 제작의 비디오 서버를 도입해 기존 VCR 47대를 비디오 서버 24식/92채널로 파일전환 완료함.
- NPS(Network Production System) 및 광고편집 시스템 연계를 위한 디지털 파일 네트 워크를 구성함.
- 본사의 TV종합편집실 PE-2,3,4(본관), PE-14(신관), PE-B(별관) 시스템을 풀 파일로 전환함. 기존 VCR, 비디오 믹서 대신 차세대 NLE(프리미어 프로)을 도입함.
- 광고 워크플로우를 개선하기 위한 사업으로 광고편집실, 송출은행 시스템/APC의 시스템을 개선하고 「전타이틀+제공사 자막」을 자동 생성하는 시스템으로 전환해 생방 부조정실에서도 광고 파일 송출이 가능하게 개선함.

[표 6-6] 본관 스튜디오 제작시설의 VCR 운용 및 비디오서버 전환 현황

구분	용도	CAM	VCR	신규 서버(식/채널)
TS-3	시사교양	6	5	2/8
TS-4	시사교양	8	4	3/12
TS-5	시사교양	5	5	2/8
TS-7	시사교양	4	4	1/4
TS-13	시사교양	4	5	2/8
TS-14	시사교양	4	5	2/8
TS-15	예능	9	7	2/16
TS-A	드라마	5	2	2/8

구분	용도	CAM	VCR	신규 서버(식/채널)
TS-C	드라마	4	2	2/8
TS-D	예능	8	6	3/12
믹스다운실	예능	-	2	3/-
합계		57	47	24/92

(2) 지역국(부산총국) 뉴스/제작 워크플로우 개선

① 부산총국 디지털 파일 네트워크 시스템 추진

- 부산총국에 제작서버/송출서버 도입으로 제작·송출 시스템을 네트워크 기반의 파일 시스템으로 전면 전환함. 아울러 보도정보 시스템, 전자 큐시트를 연계한 지역형 뉴스룸을 도입함.
- VCR 장비가 필요 없는 서버 기반의 풀 파일 시스템으로 전환하였고, NLE, 종편, TV 주/부조를 네트워크로 연결하여 제작 워크플로우를 개선함.
- 자료실 보관 중인 약 3천 개의 테잎을 파일로 변환하여 라이브러리 스토리지로 이관하였고, 제작 트렌드 변화를 수용한 풀 파일 시스템을 설계하여 인제스트 시간 단축 및 UHD 등 다양한 영상물의 변환 코덱에 대응하였음.
- 고품질 프로그램 제작을 위한 후반제작 인프라(SMR, NPS, CG 등)를 보강함.
- 전자 큐시트 기반 디지털 뉴스룸 도입으로 심층 뉴스 제작 기능을 강화하고 뉴스 제작 시간 단축으로 특보 뉴스 대처가 가능함.
- 검색엔진 기반의 영상 검색 기능과 전자 큐시트 기반의 뉴스 송출로 심층뉴스 제작 기능을 강화함.
- 송출은행 시스템을 파일 기반의 프로그램/광고/스팟/ID 자동 송출 시스템과 연계해 자동송출 환경을 마련해 워크플로우를 개선함.

□ 개선 효과

- 부산총국의 자료실에 보관중인 테잎을 파일로 전환, 아카이브 스토리지에 저장해 VCR 및 테잎 생산 중단에 따른 환경변화에 적극 대처함.
- 지역국 후반제작의 인프라를 보강해 사운드 마스터링을 개선했으며, 아울러 NPS CG를 적용해 자막 인서트 등 종합편집 제작시간을 단축함.
- 디지털 뉴스룸의 도입으로 심층 뉴스 및 특보 제작 기능이 강화됐고, 전자 큐시트 기반의 뉴스 제작으로 뉴스 준비 시간의 단축 효과와 송출 파일을 관리하는 환경이 마련됨.

[그림 6-10] 부산총국 VCR 콘텐츠의 파일변환 및 라이브러리 저장

기
준개
선

② 지역총국 디지털 파일 시스템 확대

- 지역총국의 VCR 운용을 풀 파일로 전환하고 확대하는 계획이 수립되어 추진중이며, VCR 테잎이 단종되는 2023년 이전에 지역국 디지털 파일 시스템이 전면 구축되어야 됨.

[표 6-7] 지역총국의 연차별 디지털 파일 전환 계획

총국	구분	형태	Tapeless 전환(VCR OFF)
부산총국	TV주/부조	비디오서버	2020년 (지역 풀 파일 <1단계 구축>)
	편제/보도 가편실	NLE	
	종편실	NLE	
	송출	APC 송출서버	
창원총국	TV주/부조	VCR	2021년 (지역 풀 파일 <2단계 구축>)
	편제/보도 가편실	NLE	
	종편실	NLE/Tape OUT	
	송출	VCR	
대구총국	TV주/부조	VCR	
	편제/보도 가편실	NLE	
	종편실	NLE/Tape OUT	
	송출	VCR	
광주총국	TV주/부조	VCR	
	편제/보도 가편실	NLE	
	종편실	NLE/Tape OUT	
	송출	VCR	
전주총국	TV주/부조	VCR	2022년 이후 (지역 풀 파일 <3단계 구축>)
	편제/보도 가편실	NLE	
	종편실	NLE/Tape OUT	
	송출	VCR	

총국	구분	형태	Tapeless 전환(VCR OFF)
대전총국	TV주/부조	VCR	
	편제/보도 가편실	NLE	
	종편실	NLE	
	송출	APC 송출서버	
청주총국	TV주/부조	VCR	
	편제/보도 가편실	NLE	
	종편실	NLE/Tape OUT	
	송출	VCR	
춘천총국	TV주/부조	VCR	
	편제/보도 가편실	NLE	
	종편실	NLE/Tape OUT	
	송출	APC 송출서버	
제주총국	TV주/부조	VCR	
	편제/보도 가편실	NLE	
	종편실	NLE/Tape OUT	
	송출	VCR	

2) 본사 제작/뉴스 워크플로우 개선

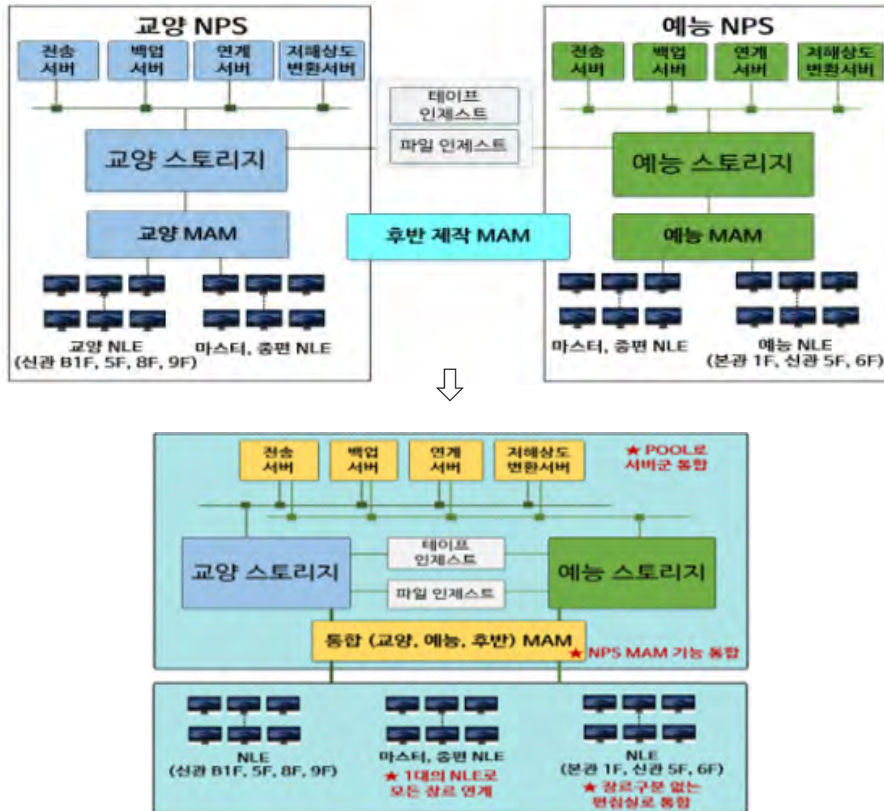
(1) 제작 워크플로우 개선

① NPS 고도화(2단계) 추진

- 2012년 NPS 1단계 구축 운용중인 MAM(Media Asset Management 미디어 데이터 자산관리) 시스템을 개선(ver 2.0 → ver 3.0)하고 차세대 NLE(프리미어)로 전면 전환함.
- 예능/교양/후반제작의 NPS 인프라(H/W 및 S/W)를 통합해 리소스 가동률을 증대하고 NPS 관련 업무(신규 아이디 발급, 파일 복구 등) 절차를 간소화하고 개선함.

- 예능과 교양 장르별로 종합편집실을 별도 운영하는 체계를 개선하여 장르 제약 없이 종합편집실 배정이 가능하도록 효율화하였으며, MAM 클라이언트와 후반제작 시스템을 통합 운영하는 등 전송 단계를 축소해 워크플로우 개선에 노력함.

[그림 6-11] NPS 인프라 통합으로 워크플로우 개선



② 비디오/오디오 아카이브 통합

- 개별 분리 운영된 비디오/오디오 아카이브 시스템으로 인한 불편 사항을 통합하여 비디오, 오디오, 영상/음반 아카이브 시스템 및 서비스를 통합함.
- 아카이브 사용자를 위한 운용 시스템의 기능과 노후 스토리지를 교체하고 신규 콘텐츠 저장을 위한 아카이브 용량을 증설함.
- 통합 아카이브 시스템의 사용으로 제작 편의성이 증대되는 기대 효과를 가지며, 비디오/오디오 아카이브 인프라 통합을 통해 개별 구축예산 비용을 절감하는 기대효과를 가짐.

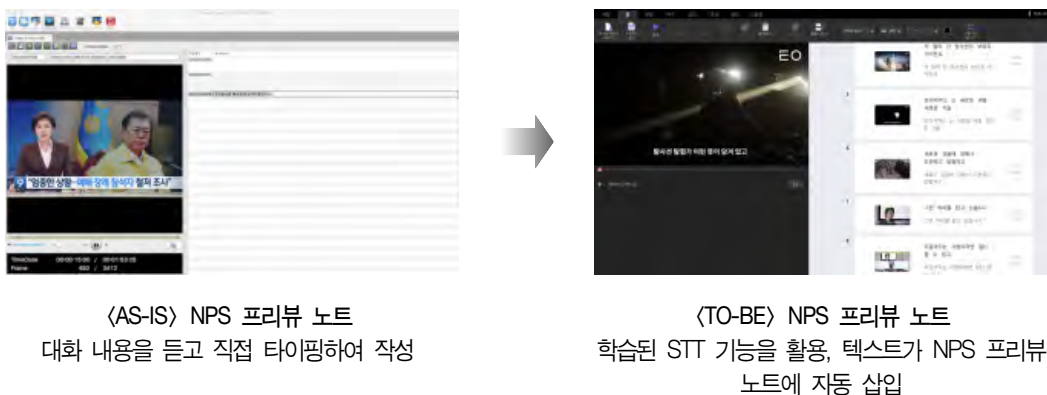
[그림 6-12] 비디오/오디오 통합 아카이브 구축



③ NPS 시스템 AI 프리뷰 노트 도입

- 프로그램 제작진의 프리뷰 노트 작성을 개선하기 위해 기존에 사용 중인 NPS 시스템에 AI 음성인식(STT, Speech To Text) 기능을 탑재한 프리뷰 노트 시스템을 본사 NPS 고도화 2단계 사업(2021년 완료)에 포함하여 적용하는 업무를 수행함.
- 촬영본의 편집에 필요한 프리뷰 노트 작성 등 제작 시간을 단축하여 제작 효율성을 개선하는 효과를 가짐.

[그림 6-13] NPS 프리뷰(AI 음성인식 자막생성) 노트



(2) 뉴스 워크플로우 개선

□ 클라우드 기반 뉴스 편집 시스템 시험 및 적용

○ 추진 개요

- 코로나19 등으로 인한 뉴스편집실 일시 폐쇄, 비상상황 등에 대응하기 위한 목적으로 클라우드 기반의 뉴스 편집을 용이하게 할 수 있는 시스템을 검증하고 적용함.
- 해외지국 및 지역국과 협업 뉴스 제작 워크플로우 개선의 일환으로 클라우드 기반 뉴스 편집 테스트를 시행하고 안전성 및 신뢰성을 검증함.

○ 추진 효과

- 비상 재난상황 및 현장의 긴급상황 발생에 대응하기 위한 원거리 협업 제작용으로 사용 가능해 그 효능이 높음.

[그림 6-14] 클라우드 기반의 뉴스 편집시스템



4. 제작기술 시스템 역량 개선

1) 비대면 프로그램 제작품질 개선

(1) 온택트 제작기술 시스템 도입

① 코로나19 시대 비대면 프로그램 중계기술 적용

- 국내 최초로 브이믹스(VMix) 스트리밍 송출 장비를 활용한 비대면 화상 연결, 화상 인터뷰, 제작발표회 등 프로그램 제작에 적용함.

- 신규도입한 브이믹스 장비, Trial Version PC 9대 등 시스템을 구성해 비대면 시청자가 프로그램에 참여하는 신기술을 적용해 제작품질 향상과 온택트 프로그램의 경쟁력을 구현하는 업무를 수행함.
 - 주요 제작 프로그램으로는 열린음악회, 온라인 도전골든벨, 온택트 시민토크, 코로나19 시대를 말하다, 명견만리 등을 비대면 제작방법으로 구현하고 지역총국의 특집프로그램(제주, 인생콘서트/대구, D루키 프로젝트)등을 제작 지원했음.
- 예산 절감과 제작기법 도입 의미
- 2020년 코로나19로 인한 비대면 온택트 제작지원으로 총 110건의 프로그램을 제작했으며, 외주제작 시 대비 약 5.2억 원의 예산 절감 효과를 얻음.
 - 비대면 코로나19 시대에 적절하게 대처한 제작 구성기법으로 시청자의 피드백과 소통에 중요한 역할을 수행했고 기존 〈열린음악회〉 등 무대공연 프로그램 제작 경쟁력을 유지하는 노력을 보였음.

[그림 6-15] 나훈아 특집공연



[그림 6-16] 인생콘서트 : 온택트 제작



[그림 6-17] 온택트 공연 제작 시스템 구성도(열린음악회 비대면 제작)



② 비대면 제작 시스템 확대 및 직무 교육

□ 비대면 뉴스제작 참여 대응

- 코로나19 확산과 긴급 재난 상황 발생 시, 모바일 기기를 통한 방송 참여 용이성 확보를 위한 방송 시스템 구축에 필요한 장비 정합과 검토 필요성이 대두됨.
- 비대면 방송참여 어플리케이션의 방송 적합성을 비교하고 방송 회선 및 영상선택의 적용 여부, 방송사고 안정성 등을 검토함.
- 토크쇼, 페이스 토크, 리모트 미팅, 브이믹스 등 다양한 시스템 구축에 필요한 사양검토를 거쳐 안정적인 브이믹스 시스템으로 선정함.

□ 브이믹스 시스템 구축 효과와 직무 교육

- 비대면 방송참여 시스템을 구축하고 운용 직무 교육을 실시하고 본사 및 지역국에 정보 공유 및 운용 매뉴얼을 배포하는 효과적인 업무를 수행함.
- 비대면 방송참여 시스템을 활용하는 가이드라인을 작성해 제작진과 공유하여 상황별 적합 비대면 방송참여 시스템을 선택하고 적용함.
- 장애 최소화를 위한 시스템 분석과 현업제작에 필요한 기술 변인들의 적합성, 운용 안정성 등을 고려한 필드테스트를 실시하고 프로그램에 적용해 비대면 방송참여 시스템의 활용성을 제고함.

[그림 6-18] “사사건건” 비대면 방송 비대면 참여 화면



③ 직무 교육 및 비대면 동영상 연수 교육 자료 제작

□ 코로나19 대체근무 대비, 제작역량 강화

- 코로나19 등으로 대체근무가 증가하고 디지털 능동적인 학습과 교육의 접근성을 향상하고 UHD, 파일기반 장비들에 대한 운용능력을 강화하기 위한 목적으로 주요 UHD 및 파일기반 시스템 동영상 교육자료를 제작 보급함.

- UHD 비디오 스위처, UHD 비디오 서버, 브이믹스, Pyramix, e-VCR, 프리미어 등 유튜브 영상의 부분공개 기능을 활용해 자료의 접근성과 보안을 확보함.
- 제작된 교육자료의 활용도 제고와 스마트폰 등으로 즉시 접속해 직무 교육을 진행함.
- 인재개발원 열린강좌에 동영상 교육자료 등재 및 연수학점을 부여함. 본사 및 지역국 등 비대면 시스템 사용 빈도 증가 추세를 감안해 지속적인 업그레이드 학습자료를 축적하는 업무를 수행함.
 - 총 6개 세부강좌 개설 및 1강좌당 0.1학점 부여
 - UHD SAM 서버 운용(2, 12, 15부조)
 - UHD 비디오 스위처 운용법 Part 1, 2(2, 12부조)
 - 비대면 브이믹스 운용법의 Part 1, 2, 3편

[그림 6-19] 비대면 온택트 시스템 동영상 교육자료 등재

열린강좌 학습내역 > 교육과정 > 열린강좌 학습내역

분류	과정제목	과점	파트수	등록일	수강신청
미분류	vMix 운영법 Part 3	0.1	3	2020.10.22	바로수강
미분류	vMix 운영법 Part 2	0.1	4	2020.10.22	바로수강
미분류	vMix 운영법 Part 1	0.1	4	2020.10.22	바로수강
미분류	UHD Video Mixer Unit 운용법 Part 2	0.1	4	2020.10.21	바로수강
미분류	UHD Video Mixer Unit 운용법 Part 1	0.1	4	2020.10.21	바로수강
미분류	SAM Server 운용	0.1	3	2020.10.21	바로수강

□ 보도기술 위러닝 직무 교육

- 뉴스 및 재난방송 등 제작 정보를 공유 목적으로, 본사 및 지역국 뉴스제작 근무자 대상, 본사 뉴스제작 시스템 현황 및 노하우를 공유하는 직무 교육을 실시함.
- 본사의 재난뉴스 특보제작의 시스템 및 워크플로우 등 이론 교육 및 뉴스제작 시설 견학 및 참관을 실시함.

○ 성과 및 기대 효과

- 지역국 뉴스제작 역량 제고 및 본사 뉴스참여에 필요한 상호의사 소통 능력을 개선하는 효과를 가짐.
- 뉴스제작 관련 다양한 부서, 직종간 인적 네트워크를 구축하고 업무를 개선함.

[그림 6-20] 뉴스제작 시스템 및 직무 교육(이론과 현장실습)



2) TV 제작기술 시스템 및 운용개선

(1) TV 기술 시설 개선

① 공개홀 청감 개선

□ TS-15 스피커 교체

- 공개홀의 오디오 음영 지역 개선과 관객의 공연 만족도 향상을 위해, 노후스피커 장비를 교체하여 고품질 콘텐츠 제작환경을 조성함.
- 실적
 - 공개홀의 SR(확성, Sound Reinforcement) 스피커 교체 및 시스템 재구성
 - 스피커 설치를 위한 상부 트러스 안전점검 및 보강공사 실시
 - 신규 스피커의 음향튜닝 프로세스를 실시해 공개홀 음향환경에 최적화하였고, 관련 소요 예산은 497,547천 원(배정예산 800,000천 원, 집행률 62.2%) 으로 예산 절감 시행함.
- 사업성과 및 기대
 - 노후되어 품질이 저하된 장비의 교체로 <불후의 명곡>, <유희열의 스케치북>, <뮤직뱅크>, <연말 특집 프로그램> 등 공개 프로그램 제작시 방청객의 음향 청취 환경과 음영 지역을 개선했음.
 - 금번 사업을 통해 음악 프로그램의 제작품질을 개선하고 공개홀 관객의 청감 만족도를 높여 대 시청자 서비스를 강화함.

② UHD 부조정실 시스템 보강

- 목적과 배경
 - 세계 최초로 구축한 UHD IP 부조정실의 안정적 운용을 도모하고 UHD 제작 프로그램 증가에 따른 관련 인프라 시스템을 보강 필요성 대두
 - 기존의 HD 시스템과의 정합 장애에 따른 관련 장비를 보강함.
- 약 2억 원의 사업예산으로 UHD 비디오 서버의 저장과 플레이백 채널 증설, 파일 전송 서버 증설(6개→8개) 및 보강, UHD 부조 IP MUX 시스템 장애 등 문제점을 해결하는 시스템을 적용 개선해 보강함.
- 기대성과는 <굿모닝 대한민국>, <아침마당>, <황금연못>, <진품명품> 등 주요 UHD 프로그램의 안정적인 제작기반이 확보되고, 파일 전송속도 증가로 부조정실의 시스템이 개선되고 UHD 제작 워크플로우가 개선됨.
- 아울러 파일녹화 서버의 채널수 증가로 인해 비상시 제작 안정성을 향상하고 프로그램 품질을 안정적으로 유지하는 역할을 수행함.

③ 라우드니스 바이패스 적용 품질 향상

- 추진배경
 - 방송법의 라우드니스 시행을 준수하기 위한 제어 시스템이 음악 프로그램의 음향 고유허성(심리적인 음압 청감)을 왜곡하여, 음향의 음질과 음색에 대한 제작진, 출연진의 불만과 민원이 발생됨.
 - 디지털 편성정보와 주조 송출 시스템의 연계 운용을 통한 라우드니스 바이패스(Bypass) 시스템의 구축 필요성이 대두
- 실적과 성과
 - 라우드니스 바이패스 시스템 적격화 개발 및 안정화 작업(2020. 1월~4월)
 - 라우드니스 바이패스 시스템 적용 프로그램 제작
 - 2TV <불후의 명곡>, <유희열의 스케치북> 적용을 시작으로 1TV <열린음악회>, <가요 무대>, <대한민국 어게인 나훈아쇼>, <트롯 전국체전>, <생방송 뮤직뱅크>, <노래가 좋아> 등의 음악 프로그램으로 확대 적용함.
 - 라우드니스 규제를 준수하면서 제작 의도에 충실한 고품질 음향을 제작함.

- 정규 지상파 음악 프로그램 편성 외, 다양하게 보급, 활용되고 있는 OTT 콘텐츠(음악, 드라마) 음향품질을 개선 제고함.

(2) 중계기술 시스템 및 운용개선

① 중계제작 시설개선

- 헬기의 연간 검사와 OB VAN 중계차의 시스템과 개별장비의 효능 최적화 유지를 위한 특수수선 사업을 실시함.
- 중계차량의 기동성과 기능 유지를 위한 월간 정비, 분기별 평가항목별 점검을 통한 재해난 중계방송 제작의 최상 시스템을 관리 개선 업무를 수행함.

[표 6-8] 중계기술 특수 수선사업 실적

(단위 : 천 원)

사업명	편성	집행	사업내용
헬기 연간검사	67,993	52,937	- 헬기 Swash Plate 및 Control System 검사 - Main 및 Tail Drive Shaft Grease Repacking - 수평, 수직 안전판 마운트 균열 및 부식검사 재도색 등
노후 방송장비 유지보수	25,837	24,580	- 중계차 방송장비 유지보수 - 카메라 광케이블 유지보수 - 중계차 공조시설 유지보수 등
TV-2호 메인장비차 보강사업	12,750	12,750	- TV-2호 장비차 후륜 서스펜션 무진동 개조 - 에어스프링 및 탱크 등 에어서스펜션 보수 - 녹 발생 제거 및 차량하부 추가 방청
방송시설 정기점검 및 정비	6,474	7,655	- TV-6호 중계차 드럼실 보수 - 중계차량 정기점검 - 점검 리스트 작성 및 외부정비업체 점검

② 지역 중계차 발전기 순회 정비

○ 순회정비 사업개요

- 제주총국 외 지역국 7개국의 보유 중계차 발전기 대상 순회정비를 실시하고 방송 전 원사고 예방 업무를 수행함.

○ 점검사항

- 윤활계통, 연료 계통의 누유 여부 및 소모품류 교체

- 흡/배기 계통의 에어필터 막힘 여부 점검 및 교체
- 냉각계통의 수온조절기 동작상태 및 팬벨트 장력상태 조정
- 전기계통의 각종 센서 및 릴레이 동작상태 확인

○ 점검 결과

[표 6-9] 지역국 중계 발전차 순회정비 현황

지역(총)국	점검일시	비고
전주총국	2020.09.22.	- 특이사항 없음
광주총국(1,2호차)	2020.09.23.	• 중형 중계차용 발전기 - 에어필터 막힘 여부 장치(인디케이터) 파손
청주총국	2020.10.12.	- 특이사항 없음
대전총국(1,2호차)	2020.10.13.	• 중형 중계차의 팬벨트 교체 • SNG 중계차용 발전기 팬벨트 교체
제주총국	2020.10.21.	• 발전기 팬벨트 장력 조정
춘천총국	2020.10.26.	- 특이사항 없음
강릉국	2020.10.27.	• 발전기 팬벨트 장력 조정
대구총국	2020.11.02.	• 무부하운전 시 주파수 61.5Hz 운전으로 조정
부산총국	2020.11.03.	• 발전기 팬벨트 장력 조정

③ 도쿄올림픽 & 패럴림픽 중계방송 계획수립

□ 올림픽 중계방송센터 현지 구축

○ HD·UHD 중계방송 제작시스템 구축 운용

- 최소 장비를 투입하여 33개 전 종목 UHD 제작규모를 정하고 도쿄올림픽 방송센터 설계 및 구축을 계획함.
- 현지 방송센터 구축(2021년 6월)을 목표로 장비 리스트 확인, 시스템 테스트, 장비 정합 실험 등 도출 문제점 확인 등 설계도면을 완료함.
- 올림픽(07.23. ~ 08.08.), 패럴림픽(08.24 ~ 09.05.) 2개 이벤트의 중계방송 제작 계획은 수립되었고 올림픽 양궁, 패럴림픽 사격 & 승마 경기종목의 국제신호 중계제작에 참여 예정.

□ UHD 방송센터용 장비구매

- UHD 신호 모니터링 및 본사 전송을 위해 방송센터의 시스템을 설계하고 관련 전송 규모와 기술기준에 적정한 장비 검색과 입찰한 신규 장비를 구매함.

- 중계방송 국제신호 전송을 위한 시스템으로 구성하고 12G-SDI 신호를 받아 광전 변환 후, 분배 및 다운 컨버팅, 라우팅, 스위칭, 모니터링하기 위한 중계전송 UHD 지원이 가능한 방송장비를 선정함.
- HD 방송센터용 장비구매는 HD 시스템 구축을 위한 고장 장비의 교체 및 신규장비로 최소 보강해 예산 1억2천만 원의 비용으로 멀티뷰어(규격: 입력 64/출력 8), MADI 라우터, 그리고 방송센터의 MCR, OFF TUBE에서 사용되는 6대의 DM-1000 오디오 믹서에 입출력 인터페이스로 사용하는 인터페이스 카드를 구매함.

3) 라디오 기술 제작 시스템 운용 개선

(1) 시설개선 사업

□ 드라마 제작스튜디오(RS-7) 오디오 믹서 교체

- 32평 규모의 RS-7 라디오 드라마 제작 스튜디오의 오디오 믹서, 조정실 스피커 등 주요 노후 장비를 교체하고 다채널 녹음과 후반 작업을 위한 DAW(디지털오디오 녹음/재생/편집기)를 도입해 개선업무를 수행함.
- 노후 장비 교체를 통해 고품질의 라디오 프로그램을 제작하는 시설 환경을 마련하고 멀티트랙 녹음과 편집으로 양질의 라디오 드라마 콘텐츠 제작이 기대됨.

(2) 운영 시스템 소프트웨어 개선

□ 라디오 스튜디오 배정 시스템 도입

- KBS 디지털오피스 웹기반의 <R스튜디오 배정 시스템>을 신규 구축해 스튜디오 리소스 자원의 활용을 효율화함.
- R스튜디오 DRS(라디오 풀 파일 제작송출 시스템)과 연계한 스튜디오 배정 관리를 위한 시스템을 신규 개발해 도입함.
 - 추진성과 및 효과
 - 직관적인 스튜디오 사용 여부 확인이 가능하고 리소스 활용 편의성을 도모함.
 - 라디오 운용 매체별, 스튜디오별 사용률 파악으로 장비와 시설에 대한 중장기계획을 추진하는 기초 자료로 활용되는 데이터로 기대됨.
 - 라디오 스튜디오 배정 시스템의 도입과 기존 운용 시스템의 변경에 따라, 사용자인 제작연출자와 시스템 운용 엔지니어 등 대상으로 현장 직무 교육을 실시하고 신규 시스템 도입의 적응을 위한 업무를 수행함.

[표 6-10] KBS디지털오피스에 구현된 'R스튜디오 배정' 화면

	2/8 (월)	2/9 (화)	2/10 (수)	2/11 (목)
RS-1	✓ 09:00~11:30 통일백세 ✓ 13:00~14:00 5분 여행기 구석구석코리아 ✓ 14:00~16:00 국악의 향기 ✓ 16:00~18:00 통일전망대	✓ 09:00~10:30 통일백세 ✓ 10:30~16:00 문화공감 ✓ 16:00~18:00 통일전망대	✓ 09:00~11:30 통일백세 ✓ 13:00~16:00 팝스프리덤 ✓ 16:00~18:00 통일전망대	✓ 09:00~10:30 통일백세 ✓ 10:30~12:00 문화공감 ✓ 13:00~16:00 팝스프리덤 ✓ 16:00~18:00 통일전망대
...				
RS-5 (뉴미디어창)	✓ 09:00~12:00 1R <최경영의 최강시사>... ✓ 13:30~14:30 정관용의 지금 이 사람 ✓ 15:00~16:00 기억을 기록하다 ✓ 16:00~17:00 조순의 느바 섹트집 (5명/카메라 4대... ✓ 17:00~18:30 최경영의 경제쇼	✓ 09:00~10:00 경제로 통일로 ✓ 10:00~11:00 성공예감 김방희입니다 ✓ 11:00~13:30 정용실의 뉴스브런치 ✓ 18:00~20:00 조순의 느바 (디지털)	✓ 09:00~10:00 1R <최경영의 최강시사>... ✓ 10:00~11:30 성공예감 김방희입니다 ✓ 11:30~13:00 정용실의 뉴스브런치 ✓ 13:00~14:30 <김정환 기자의 통일알수다... ✓ 16:00~18:30 KBS열린토론	✓ 12:30~15:00 시대음감
...				
RS-13 (국제 뉴미디어)	✓ 10:00~11:00 [인니어] 안녕하십니까 서울입니다 ✓ 11:00~12:00 경제인사이드(베트남어) ✓ 13:00~15:00 [인니어] 경제 인사이드, 열후 우리...	✓ 10:00~11:00 라디오객방(베트남어방송) ✓ 11:00~12:00 서울리포트 ✓ 12:00~12:30 코리아24 (영어)	✓ 10:00~11:00 [인니어] K-POP 한국어 ✓ 11:00~12:00 목요진단 한반도 ✓ 13:00~14:30 [인니어] K-Pop Interact...	✓ 10:00~11:00 Korean Pop Interacti... ✓ 11:00~13:00 김발중의 음악세상(우리말) ✓ 13:00~14:30 안녕하십니까 서울입니다, 목요진단 한... ✓ 14:30~15:00

5. 콘텐츠 제작 기술품질 역량 강화

1) 제작 프로그램 품질 혁신

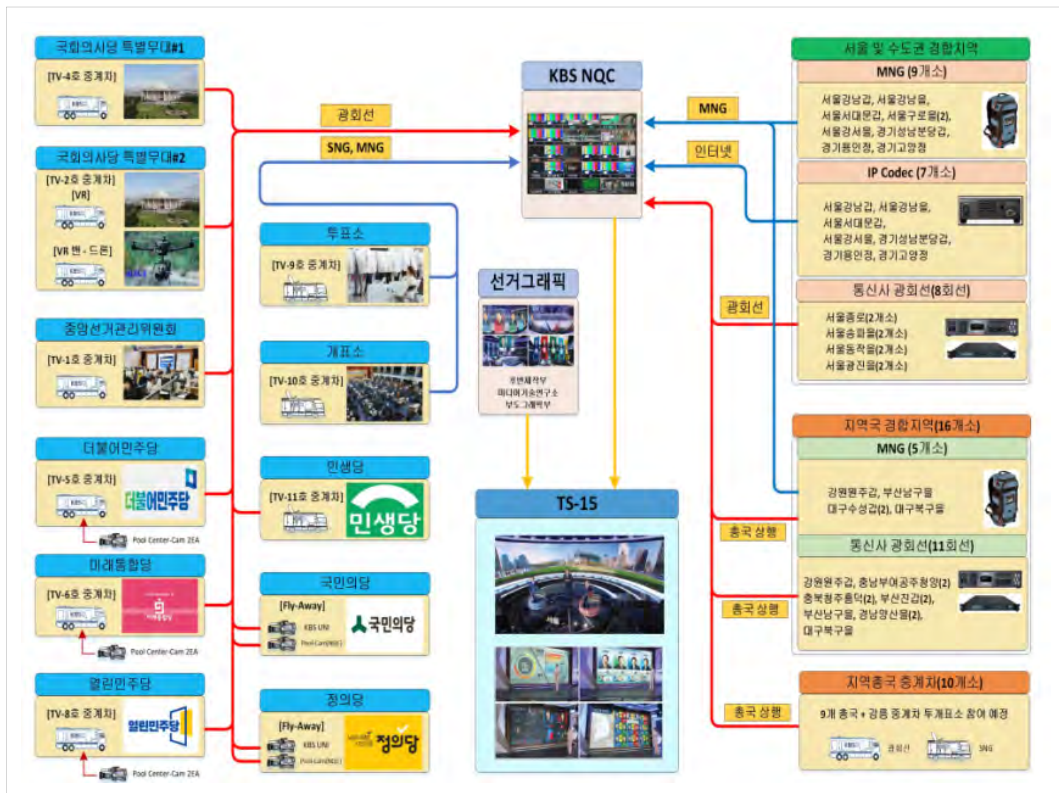
(1) 대형이벤트 중계방송 제작

① 제21대 국회의원 선거방송

- 국회 앞마당을 KBS 단독 무대로 활용하여 압도적인 시청률 1위 달성하고 국내 최장 체공 시간을 자랑하는 신규 도입 K-드론(Alta-X)과 AR(증강현실)을 활용하여 다양한 시각효과를 제공해 타사 대비 경쟁력 우위를 보임.

- TV-2호(국회 메인중계차), TV-4호(K-큐브) 등 중계차 총 12대, MNG 16대, IP Codec 7대, KT광단말 19개소 등 다수의 중계 리소스를 투입함.
- 각 정당 및 후보자 사무소를 포함한 50개소 이상의 방송회선을 구축하여 입체적인 개표방송을 제작함.

[그림 6-21] 선거방송제작 중계기술 회선 구성도



[그림 6-22] K-드론 +AR



[그림 6-23] K-드론 + K-큐브(TV-4)



○ 추진 실적과 성과

- 드론과 지미집을 이용한 국회 현장 야외 AR 제작해 반영하고 LED 비디오 월을 이용한 대형 인포그래픽 스크린을 구현함.
- 터치스크린을 이용한 인터랙티브 인포그래픽 구현과 드론 AR과 온에어 그래픽을 이용한 카운트 다운 및 후속 메뉴를 제작함.
- 국회의사당을 배경으로 AR 그래픽 합성으로 다이내믹한 화면을 연출하고 대형 비디오 모니터 월을 통한 효과적인 정보를 전달함.

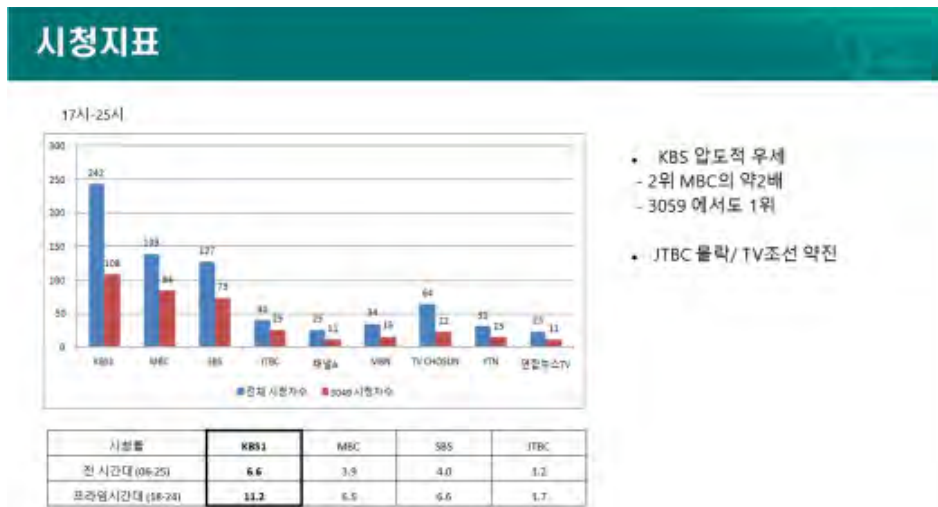
[그림 6-24] 국회현지 드론 AR



[그림 6-25] 비디오 월



[표 6-11] KBS 시청률(제21대 국회의원 선거방송)



② 집중호우 관련 뉴스특보 제작

- 2020년 역대 최장 54일(06.24.~08.16.) 집중호우 발생 관련 재난재해 특보 방송을 중앙 재난안전대책본부 등 9개소, 중계차, 특수장비(드론, IP코덱), 헬기 등 본사 9개 중계 리소스, 6개 지역국의 7대 중계차를 투입함.
- KBS 헬기를 활용한 항공취재는 08.03.(월) ~ 08.14.(금) 기간 중 8일 비행, 경기·충북·강원·호남 수해지역을 취재하고 뉴스에 반영함.
- 중계 특보에 사용된 전송은 SNG, MNG, M/W, 광회선, IP 인터넷망 등 다양하고 안정된 회선을 활용해 재난재해 방송 업무를 수행함.
- 또한, 중계차와 MNG를 상호보완적으로 활용하여 뉴스특보의 현장성과 심층성을 강화하고 중계인력과 회선이 필요한 본사 취재부서 및 지역국에 필요한 리소스를 적극 지원함.

[표 6-12] 재난재해 특보일자별 투입 중계차 및 회선 링크 현황

링크	SNG F1	SNG F2	MNG-1	MNG-2	M/W	보도MNG	IP 코덱					
리소스	8/2 (일)	8/3 (월)	8/4 (화)	8/5 (수)	8/6 (목)	8/7 (금)	8/8 (토)	8/9 (일)	8/10 (월)	8/11 (화)	8/12 (수)	
TV-8호				안성천		동작대교				세종시 중대본		
TV-9호		중대본		파주시 군남댐								
TV-10호		발당댐	발당댐	하남시 발당댐								
TV-11호		서울시 잠수교										
SNG벤		충주댐/SNG F2										
TV-대전		세종시 중대본	세종시 중대본									
Fly-away						한강 풍수통제소						

③ 코로나19 뉴스 현장특보

- 2020년 연중 수시로 코로나19 관련 중계 뉴스특보가 이뤄졌고, 국립 중앙의료원 외 다수 현장에 TV-9, 10호차, SNG 송출밴, TV-8호 중계차를 투입하여 생방송 뉴스특보를 제작함.
- 중앙의료원에는 중계 리소스를 상시 배치하고, 코로나19 확진 집단감염 현장에 수시로 뉴스 중계차를 활용해 특보 상황에 대처함.

[표 6-13] 코로나19 특보관련 중계 주요현장 현황

월별	제작일수	장소	비고
1월	9일	국립중앙의료원, 고양명지병원	
2월	19일	서울대 분당병원, 국립중앙의료원, 충북진천 공무원연수원, 서울시청	
3월	26일	구로 코리아빌딩, 서울시청, 분당티맥스 타워	
4월	8일	서울시청	
5월	4일	부천쿠팡물류센터, 분당티맥스타워	
12월	6일	국립중앙의료원	합계 72일

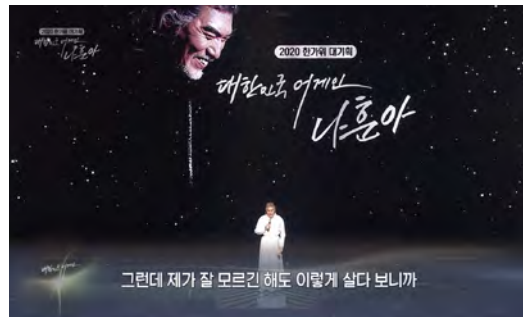
④ 한가위 특집 <대한민국 어게인 - 나훈아> 제작

- 추석특집 기획된 나훈아 공연은 비대면/온라인 시청자를 대상으로 생방송형식으로 KBS홀에서 공연 녹화하고 09.30.(수) 20:30~23:10, 2TV로 본방송 되었음.
- 주요 제작에 필요한 리소스는 TV-4호 중계차, Spider Cam(skywalk, 외주), AR 시스템 (외주)으로 제작되었고 사전 AR 테스트, 그래픽 점검 등이 시행됐음. 특히 온택트 LAN 선을 활용해 관중 동원 1,400명의 비대면 시청자를 대상으로 공연함.
- 나훈아 히트곡 28곡에 대한 AR 그래픽의 사용 체크, 사전 테스트를 진행하고, 중계가 메라 13대의 영상화면을 분석해 비대면 제작기법에 대한 새로운 토대를 마련함.

[그림 6-26]



[그림 6-27]



(2) 뉴스제작 보도기술 경쟁력 강화

□ 해외지국 MNG 도입 완료(전용회선 운용 효율화)

○ 추진목적 및 실적

- 9개 해외지국(워싱턴, 도쿄, 베이징, 뉴욕, 파리, LA, 모스크바, 베를린, 방콕)에 MNG 시스템을 도입하고 핵심 3개 해외지국(워싱턴, 도쿄, 베이징)을 제외한 6개 지국에서 사용된 전용회선을 해지해 1,913만 원/월, 2.3억 원/년의 회선비용(비용예산)을 절감함.
- 해외지국 뉴스취재 현장의 속보 등 경쟁력을 제고하고 미디어 이동환경 등에 최적화 조건을 제공하여 해외지국 활성화를 기함.
- 방송참여 포지션을 지국 스튜디오에 한정된 취재참여 공간을 확장해 현장감과 속보 경쟁력을 제고함.

[표 6-14] 해외지국 MNG 도입, 회선비용 절감

(단위 : 만 원)

구분	전용회선 비용(월)		MNG 비용(월)		합계
	핵심 3지국	6개 지국	핵심 3지국	6개 지국	
사업 전	1,540	2,780	0	0	4,320
사업 후	1,540	0	295	572	2,407

(3) HD/UHD 콘텐츠 후반제작 역량

① 후반제작 신기술 적용

□ 게임엔진 이용 프로그램 제작역량 강화

○ 추진 현황

- 그래픽 하드웨어의 성능이 비약적인 발전과 함께 실시간 AR/VR 제작이 가능한 게임 엔진이 진화함에 따라 실사에 근접하는 높은 품질의 그래픽을 생방송에 활용 가능한 수준으로 급격하게 발전하고 있으며 다양한 장르에서 활용이 증가하고 있음.

○ 추진 실적

- 언리얼 게임엔진의 방송 제작 활용을 위한 자체 연구 및 제작인력 교육을 계획하고 인 재개발원 위러닝 신청 후 언리얼 제작방법을 집중 연구함.

- 다큐멘터리 <다큐인사이트-미·중 전쟁> 3D 스캔을 이용한 캐릭터를 제작, 장진호 전투장면을 구현했고, <생로병사의 비밀>에선 이집트 신전 내부 구현 후 실시간 녹화했으며, <TV유치원> 등에서 게임엔진을 활용하여 달 표면 세트, 바닷가 해변 세트, 산타 마을과 통나무집 내부를 구현하는 등 드라마 실사세트 수준의 합성장면을 구현함.

○ 활성화 방안

- 게임엔진을 방송제작에 활용할 수 있는 방법 연구 지속할 요구가 많으나 한정된 시간에 고퀄리티 그래픽을 정규 프로그램에 적용 방법 연구 필요성이 대두됨.
- AR, XR로 적용 분야를 확대하는 방법 연구는 시스템으로 접근할 제도가 마련되어야 하고, 인력 및 리소스(작업 장비, 장소)의 보강이 필요함.
- 테크니컬 슈퍼바이저 역할을 할 내부 전문가의 양성이 필요하고 게임개발, 테크니컬 아티스트 분야에서 경험이 있는 경력직을 충원하여 기존 인력의 전문성 향상과 콘텐츠 영상제작 경쟁력을 높여야 함.

[그림 6-28] 생로병사의 비밀



[그림 6-29] 다큐 인사이트



② UHD 콘텐츠 후반제작

○ 추진 실적

- <백투더 뮤직>, <성여>, <발레>, <싱스트릿>, <그곳을 위한 노래를 부르다>, <남극기지 뺑깡연구 보고서>, <다큐 인사이트-금단>, <온드림 스쿨>, <와일드 맵>, <코리아온스 테이지>, <바이러스와 국가>, <다큐 인사이트-바이러스>, <다큐 인사이트-개그우먼>, <다큐 인사이트-시청률에 미친 피디>, <23.5> 등
- HD/UHD 동시방송 마스터링 워크플로우 도입 및 제작 완료 : <다큐멘터리 및 드라마 스페셜> 20편
- 시스템 보강 및 업그레이드를 통해 UHD 콘텐츠 제작 능력 강화

○ 개선 방향

- 고품질 UHD 제작 필요성에 대한 공감대 확보 필요
- 고성능, 고효율의 UHD 마스터링 제작 시스템 구축을 통해 쉽고 편리한 UHD 콘텐츠 제작기반을 확보함.
- 컬러리스트, 테크니컬 슈퍼바이저 등의 전문가를 양성하여 노하우 축적이 필요함.

□ HD 콘텐츠의 UHD 전환 제작(리마스터링) 실적

○ 작업 실적

- 〈생로병사의 비밀〉, 〈걸어서 세계속으로〉, 〈KBS중계석〉, 〈팡팡다이노〉, 〈반짝반짝 달님이〉, 〈마법소녀 디디 2〉, 〈출동 유후구조대 2〉, 〈췌! 내친구는 빅파이브 2〉, 〈몬스터탑〉, 〈명탐정 핑크퐁과 호기〉, 〈꼭잡아〉, 〈시간여행자 루크〉, 〈캐치! 티니핑〉, 〈콩순이의 울동교실 5〉, 〈또봇V 2〉, 〈린다의 신기한 여행〉, 〈신비아파트 고스트볼 더블X 여섯개의 예언〉 등 애니메이션 430여 회, 일반 프로그램 200여 회를 리마스터링 제작하여 UHD 편성비율 확보함.
- R&D를 통해 워크플로우를 개선하고 내부 작업을 통해 예산을 절감함.

○ 개선 방안

- 리마스터링과 함께 UHD 마스터링 제작을 위한 후반제작 워크플로우 개발을 병행하여 향후 완전한 UHD 콘텐츠 확보가 필요한 시점에 안정적인 시스템 전환 대비 필요
- 외주제작 비용 절감을 위해 드라마 리마스터링도 내부 제작을 비교 검토할 필요가 있음.
- 〈팡팡다이노〉, 〈반짝반짝 달님이〉, 〈마법소녀 디디 2〉, 〈출동 유후구조대 2〉 등 애니메이션 430여 회 〈생로병사의 비밀〉, 〈걸어서 세계속으로〉, 〈KBS중계석〉 등 일반 프로그램 200여 회를 리마스터링 제작하여 연간 UHD 편성비율 제고에 기여함.

[표 6-15] VR 및 AR 제작현황

순번	프로그램명	실적(회)
1	생로병사의 비밀	33
2	TV비평 시청자 데스크	43
3	영화가 좋다	53
4	KBS뉴스9	4
5	독립영화관	18

순번	프로그램명	실적(회)
6	세계의 공영방송-가치플러스	7
7	드라마집 오마주	6
8	스튜디오K - 도니스쿨	10
9	TV유치원	7
10	누가 누가 잘하나	4
11	레전드 7080	1
12	코미디전당	1
13	TV라떼는	1
14	유희열의 스케치북	1
15	뮤직뱅크(AR)	1
16	KBS 연기대상(AR)	1
17	제주총국 개국기념 콘서트, 인생콘서트(AR)	2
18	대구총국 2020 D루키 프로젝트(AR)	1
19	2020프로야구 포스트시즌(가상광고)	1

2) 제작 프로그램 제작 실적

(1) TV 기술

① 정규 프로그램 스튜디오 제작현황

- 데일리 생방송(UHD 굿모닝 대한민국 라이브, UHD 아침마당, UHD 더 라이브, 6시 내고향), 위클리 생방송(UHD 일요진단 라이브, 연중 라이브, 뮤직뱅크, 세계는 지금, 심야토론) 등 주별 생방송 총 34회의 생방송 프로그램과 녹화 프로그램 등 총 61회를 제작함.
- 2020년 ENG 및 특집, 파일럿 프로그램 관련 월별 제작 총 61건, 스튜디오별 프로그램 연간 제작 실적은 총 3,236건의 프로그램 제작을 함.
- 프로그램 후반 마스터링 업무를 위한 주요 시설 중, 사운드 마스터링 스튜디오(SMR)는 연간 2,698건의 프로그램의 사운드 후반제작 업무를 수행했고 제작 편집실 정규/비정규/특집 등 연간 7,752건의 프로그램을 편집함.

[표 6-16] 정규 프로그램 스튜디오 제작

생방	교양녹화	예능녹화	드라마녹화	계
34회	11회	9회	7회	61회

[표 6-17] ENG 및 특집, 파일럿 프로그램 월별 제작 실적

월	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합계
ENG	24	26	28	18	20	15	22	27	28	23	34	25	290건
특집 등	12	16	17	28	3	5	7	9	9	12	11	21	150건
계	36	42	45	46	23	20	29	36	37	35	45	46	440건

[표 6-18] 특집 프로그램 주요 제작 현황

채널	프로그램명	스튜디오	제작일 및 특이사항
1TV	국회의원선거 개표방송 제작	TS-15	- 04.15.(수) 16:00 ~ 익일 03:00 생방송 - 방송3사 개표방송 시청률(11.7%)1위
1TV	119 시상식	TS-1	- 05.27.(수) 14:30 ~ 15:40 생방송
2TV	굿모닝 대한민국 라이브	TS-12	- 07.06.(월)부터 07:00 ~ 10:00 생방송 - 국내 최초 3시간 UHD 아침 생방송
1TV	KBS 특집 수해극복, 우리함께	TS-4	- 08.11.(화) 17:30 ~ 19:00 / 08.14.(금) 16:00 ~ 19:00 생방송 - 지역총국 9개국, 본관 중계차 연결
1TV	8.15 광복절(당신이 대한민국입니다)	KBS 홀 (중계 2호)	- 08.13.(목) 녹화, 08.15.(토) 17:30 ~ 18:55
2TV	대한민국 어게인 '나훈아 특집'	KBS 홀 (중계 4호)	- 09.23.(수) 19:30 녹화, 09.30.(수) 20:30 ~ 23:10 방송 - 비대면 객석 500여명
1TV	2020 코리아 김치페스티벌	TS-D	- 11.20.(금) 6시내고향 김치페스티벌 특집 11.22.(일) KBS WORLD 유튜브 생방송 - 세계 6개국 행사장 비대면 생방 연결
1TV	특별생방송 <더 나은 삶 안전한 대한민국>	TS-4	- 12.04.(금) 17:00 ~ 18:30 - 16분할 화상연결
2TV	<가요대축제> 생방송	KBS 홀 (TS-15/중계)	- 12.18.(금) 20:30 ~ 23:00 생방송 - 언택트 공연 : 비대면 객석 200명
1TV	특별생방송 <나눔은 행복입니다>	TS-4	- 12.22.(화) 10:00 ~ 16:30 생방송 - 1, 2부 지역총국 연결
2TV	<연예 대상> 생방송	TS-15	- 12.24.(목) 20:30 ~ 23:40 생방송
2TV	<연기대상> 생방송	KBS 홀 (TS-13)	- 12.31.(목) 2TV 20:30 ~ 25:40 생방송 - 비대면 객석 100명

제3편

평가사항
제6장 시설투자

채널	프로그램명	스튜디오	제작일 및 특이사항
1TV	〈재야음악회 2021새날마중〉생방송	TS-D	- 1부 : 송년음악회(22:50 ~ 24:00) - 2부 : 신년음악회(24:00 ~ 00:50)

[표 6-19] 스튜디오별 프로그램 연간 제작 실적

시설별	세부시설	프로그램명	제작건수
본관	TS-1	〈TV쇼 진품명품〉, 〈시니어토크쇼 황금연못〉, 〈남북의 창〉, 〈시사직격〉 등	200건
	TS-2	〈아침마당〉, 〈일요일단 라이브〉, 〈특파원 보고 세계는 지금〉 등	299건
	TS-3	〈역사저널 그날〉, 〈아웃집 찰스〉, 〈연중 라이브〉 등	130건
	TS-4	〈생방송 심야토론〉, 〈신상 출시 편스토랑〉, 〈저널리즘 토크쇼 J〉, 〈우리말 겨루기〉 등	240건
	TS-5	〈생방송 아침이 좋다〉, 〈2TV 생생 정보〉, 〈무엇이든 물어보세요〉	467건
신관	TS-11	〈TV비평 시청자 데스크〉, 〈사랑의 가족〉	138건
	TS-12	〈굿모닝 대한민국〉, 〈각종 스포츠 중계〉 등	389건
	TS-13	〈더 라이브〉, 〈국회 교섭단체 대표 연설〉 등	64건
	TS-14	〈6시 내고향〉, 〈스튜디오 K〉 등	299건
	TS-15	〈뮤직뱅크〉, 〈불후의 명곡〉, 〈유히열의 스케치북〉, 〈트롯 전국체전〉 등	305건
별관	TS-A	〈2TV 주말 드라마〉, 〈1TV 일일 드라마〉 등	266건
	TS-C	〈주말 드라마〉, 〈2TV 일일 드라마〉, 〈투 페이스〉 등	194건
	TS-D	〈가요무대〉, 〈누가 누가 잘하나〉, 〈전교톱텐〉, 〈노래가 좋아〉, 〈사장님 귀는 당나귀 귀〉 등	245건
합계			3,236건

[표 6-20] SMR 시설별 프로그램 연간 제작현황

시설별	세부시설	프로그램명	제작건수
신관	SMR-11	〈6시 내고향〉, 〈다큐멘터리 3일〉, 〈우리말 겨루기〉 등	357건
	SMR-12	〈TV유치원〉, 〈국악 한마당〉, 〈걸어서 세계 속으로〉	343건
	SMR-13	〈숨 터〉, 〈생로병사의 비밀〉, 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉 등	383건
	SMR-14	〈1박 2일〉, 〈유히열의 스케치북〉, 〈불후의 명곡〉 등	418건
	SMR-15	〈TV는 사랑을 싣고〉, 〈저널리즘 토크쇼 J〉, 〈역사저널 그날〉 등	420건
	믹스다운실	〈2020 KBS 가요대축제〉, 〈유히열의 스케치북〉, 〈누가 누가 잘하나〉 등	240건
별관	SMR-A	〈주말 드라마〉, 〈2TV 일일 드라마〉 등	283건
	SMR-B	〈주말 드라마〉, 〈2TV 일일 드라마〉 등	203건
	SMR-C	〈가요무대〉, 〈노래가 좋아〉 등	51건
합계			2,698건

[표 6-21] 제작 편집실 시설별 프로그램 연간 제작현황

시설별	세부시설	프로그램명	제작건수
본관/신관/별관	제작 편집실	〈TV는 사랑을 싣고〉, 〈편스토랑〉, 〈유히열의 스케치북〉 등	6,437건
신관	NPS 마스터링	〈뮤직뱅크〉, 〈불후의 명곡〉, 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉 등	1,315건
합계			7,752건

(2) 보도기술(뉴스) 제작 실적

- 1, 2TV(주중) 15개 뉴스 프로그램(580분/일 기준), 1, 2TV(주말) 뉴스(410분/휴일 2일 기준)를 제작하고 뉴스특보 및 특집 제작 총 140회, 163시간의 현업 업무를 수행함.
- 경인취재센터는 1TV 주중(월~금), 4개 프로그램 40분(1일 기준)을 제작하며 〈뉴스광장〉, 〈930뉴스〉, 〈뉴스 7〉, 〈뉴스 9〉 뉴스시간대에 10분씩 로컬편성해 뉴스를 제작함.
- 또한 〈인사이드 경인〉월 1회/50분 위클리 시사 프로그램을 제작해 경인 수도권 지역의 시사현안을 다루어 정보공유 및 지역발전을 도모함.
- 1R 정시뉴스제작은 주중(월~금) 일일 12개 프로그램 120분 제작, 주말(토~일) 양일 27개 프로그램 총 145분의 라디오 뉴스를 제작함.

[표 6-22] 1/2 TV 뉴스 제작실적

구분	1TV	2TV
월~금	10개 프로그램, 490분 1TV 편성 24시간 기준 34% 제작	5개 프로그램, 90분 2TV 편성 21시간 기준 7.1% 제작
주말(토, 일)	토: 8개 프로, 250분 일: 7개 프로, 150분	휴일 1개 프로(KBS 재난방송센터) 녹화물 10분

[표 6-23] 뉴스특보 및 특집

구분	횟수	시간(H)	비고
호우 및 태풍 특보	139	157	중부지방 집중호우 태풍 '바비', '마이삭', '하이선' 등
미국 대선 특집뉴스	1	6	미 대선 개표 전후 연속 6시간

(3) 중계기술 제작 실적

- 중계차는 뉴스밴 2대를 포함한 총 8대의 중계차를 운영하고 중계이벤트 및 방송 현장에서 중계방송을 생방, 녹화 등 다양한 장르의 프로그램을 수용해 업무를 수행함.

- 생방송, 녹화, 뉴스 취재영상물 송출, 음악 공연물 믹스다운 등 총 중계차 구분별 총 932회의 프로그램 제작을 수행함.
- 지상파 방송사 중 유일하게 자산으로 보유하며 그 경쟁력을 가진 KBS 헬기는 연평균 총 57회 132시간의 운항시간으로 재난재해 뉴스, 다큐 등 프로그램 제작에 차별화, 특화된 헬기영상을 제작부서에 제공함.

[표 6-24] 중계제작 실적 현황

	생방	녹화	리허설	송출	믹스다운	합계
TV - 1호	25	23	7	-	-	55
TV - 2호	23	48	9	1	-	81
TV - 4호	26	33	5	-	-	64
TV - 5호	24	25	5	-	-	54
TV - 6호	17	22	-	1	4	44
TV - 8호	64	22	-	-	-	86
TV - 9호	311	-	2	1	-	314
TV - 10호	233	-	1	-	-	234
합계(구분별)	723	173	29	3	4	932

[표 6-25] KBS 헬기 운항 현황(+ 분단위 표시)

구분	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	합계
운항 일수	10	11	25	10	56
운항 회수	10	11	26	10	57
운항 시간	23 + 55	24 + 55	62 + 20	20 + 35	131시간45분
생방송 시간	2 + 50	0 + 00	5 + 25	0 + 00	8시간15분

(4) 라디오기술 프로그램 제작 실적

- 라디오는 제1/제2/제3라디오, 1, 2FM 라디오, 한민족방송, 라디오 국제방송 등 매체별 프로그램 녹음 제작과 생방송제작을 위해 스튜디오 생방송 송출주조 등 운용에 필요한 시설관리, 제작 업무를 수행함.
- 생방송 스튜디오는 매일 60여 개 프로그램, 약 80시간의 생방송을 진행했고, R국제방송은 11개 언어로 콘텐츠를 제작해 단파, 인터넷 회선을 통해 주당 120여 개의 프로그램을 전 세계로 송출함.

[표 6-26] 라디오 생방부조 제작현황

매체	방송시간/일	기본 생방송 편성 시간	생방송 (평일기준)/일		주요 프로그램
			시간	프로그램수	
1라디오	24시간	04:40 ~ 24:00	19.5	19(26)	• 김경래의 최강시사 • 주진우 라이브
2라디오	22시간	06:57 ~ 24:00	17.5	9(15)	• 김태훈의 프리웨이 • 김혜영과 함께
3라디오	21시간	09:00 ~ 16:00	7	6(3)	• 강원래의 노래선물 • 우리는 한가족
1FM	24시간	07:00 ~ 20:00	13	8	• 김미숙의 가정음악 • FM 실황음악
2FM	24시간	07:00 ~ 26:00	19	10(13)	• 박명수의 라디오쇼 • 키스 더 라디오
한민족 방송	20시간	한민족뉴스(5분) 4회	1	4	• 뉴스 생방
R국제 방송	60.5시간	영어 17:10 ~ 19:10(KST) 한국어: 뉴스(10분) 2회	2.5	3	• 박정현 One Fine Day ※ 언어별 편성 상이

제3편

평가기준
제6장 시설투자

[표 6-27] 라디오 일반 제작부조/전문스튜디오 제작현황

제작시설	사용시간(연)	사용건수(연)	주요 제작 프로그램
RS-1	1,660	1,040	통일백세, 팝스프리덤 등
RS-2	1,490	1,248	강원래의 노래선물, 출발 멋진 인생, 이지연입니다 등
RS-3	2,301	572	경제로 통일로, 세월따라 노래따라 등
RS-4	2,889	1,404	오태훈의 시사본부, 정관용의 지금 이사람 등
RS-5	1,999	728	최경영의 경제쇼, 주진우 라이브 스페셜 등
RS-6	1,252	624	통일열차, 한민족 하나로 등
RS-7	355	109	라디오극장, 역사를 찾아서 등 라디오 드라마 제작
RS-8	2,158	676	생생클래식, 당신의 밤과 음악 등
RS-9	1,410	676	새아침의 클래식, 세상의 모든 음악 등
RS-10	1,371	1,144	김태훈의 프리웨이, 주현미의 러브레터 등
RS-11	2,304	780	김혜영과 함께, 임백천 백뮤직 등
RS-12	2,855	1,404	이현우의 음악앨범, 조정현의 굿모닝팝스 등
RS-13	2,306	1,352	안녕하십니까 서울입니다 등
RS-14	1,810	884	황정민의 뮤직쇼, 박명수의 라디오쇼 등
RS-15	1,071	327	소설극장, 와이파이한국인 등 라디오 드라마 제작
STUDIO16	2,093	214	한국의 젊은 음악가들, D선상의 아리아 등

제작시설	사용시간(연)	사용건수(연)	주요 제작 프로그램
RS-17	992	572	출발 FM과 함께, FM 풍류마을 등
RS-20	949	624	함께하는 세상 만들기, 우리는 한국인 등
RS-401	787	208	오늘과 내일 등
RS-402	545	468	뉴스투데이(영어, 중국어) 등
RS-403	1,381	1,144	인형서울, 뉴스투데이(일어) 등
RS-404	1,056	1,300	뉴스투데이(노어, 스페인어) 등
RS-405	1,178	832	통일전망대, 뉴스투데이(중어) 등
RS-406	2,047	1,144	다큐멘터리정책, KPOP커넥션 등
RS-B101	588	468	건강365, 명사들의 책임기 등

6. 평가 및 제언

1) 평가 분석

(1) 차세대 지상파 미래방송 서비스 개선

- 차세대 지상파 UHD 방송서비스를 다각화하고 경쟁력을 강화하는 시도로, 방송통신위원회와 과학기술정보통신부를 대상으로 UHD MMS/모바일 방송서비스의 도입 당위성을 지속적으로 설명하고 실험방송을 실시하는 등 정부 기술정책을 견인했으며, 지상파 방송사에 대한 규제철폐와 정책 결정을 도출했음. 향후 UHD 모바일 이동방송 서비스의 구축과 운용으로 시청자의 지상파 수신이용의 접근성이 향상되고 지상파 UHD 방송의 경쟁력 기반이 확보된 성과임.
- UHD 지상파 방송의 ATSC 3.0 기술기준과 5G 통신을 연동하는 국책과제를 수행해, 시청자에게 부가서비스 제공이 가능한 UHD 방송망 시스템을 일신하는 노력을 했음.
- 차세대 미디어 기술 도입을 통한 제작환경 및 서비스 고도화를 위해 AI, 방송 네트워크 등 차세대 핵심기술 역량을 보유한 플랫폼 사업자, 정부, 공공기관, 가전기업과 협력 업무를 추진함.
- UHD 서비스 기술의 제주 실증사업 참여, UHD IBB 서비스의 UHD TV 적용모델 확대, AI 재난정보방송 시스템 구축 등을 추진하는 공동연구를 수행하여 시청자에게 공익서비스를 실현하는 KBS 방송기술의 경쟁력 강화를 위한 개선업무를 수행함.

(2) 재난주관방송사 기능과 역할

- 코로나19 등 재난정보를 제공하기 위해 UHD 부가서비스 송출기능에 AI 기술을 적용한 자동 재난정보방송 시스템을 개발해 신속하고 정확한 재난방송 기반을 마련하는 등, 신기술을 개발해 재난방송 주관방송사의 기능을 강화했음.
- 재난재해 등 각종 위급 상황 시 안정적인 방송 수행을 위한 전사적인 재난관리 계획을 수립하고 주기적인 모의훈련을 실시해 재난방송 주관사로의 역할을 충실히 이행하였음. 특히 코로나19 상황에서 비상 대응계획을 재수립하고 모의훈련을 실시하는 등 국가기간방송의 역할과 재난방송 송출근무자 인식 제고를 위해 노력했음.

(3) 자본투자사업 예산 집행

- 자본투자사업은 지상파 방송시설의 안정적인 운용과 차세대 미디어 환경에 대비한 경쟁력을 갖기 위한 미래투자 계획임. 그러나 2020년 투자사업 계획은 취소, 순연, 이월, 우선순위 변경 등으로 축소되어 약 52%의 미진한 예산 집행률을 나타냄.
- 일부분의 사업은 계약 차액의 발생 등 가시적인 예산 절감 효과는 있으나, 자본투자사업의 방향, 규모, 예산 배정 등 선정에 필요한 정성, 정량별 사업분석, 적정성, 타당성을 점검하고 효과적인 사업 계획과 집행을 위한 프로세스 리뷰가 필요함.

(4) 방송기술 전문인력 충원

- 모바일, 5G, AI, MR 등 미디어 제작환경은 변화되고, OTT 플랫폼의 서비스는 확대되는 환경에 대응하고 신규 직무의 수요를 충족시킬 전문인력이 부족한 실정임. IT 기반의 프로그램 콘텐츠 제작기술을 현업에 적용하고, 뉴미디어 서비스의 제공과 전문인 배양을 위한 인력충원이 필요함.
- 차세대 미디어 생태계 기술변화에 대비한 인력충원과 전문인력 양성을 위한 중장기 로드맵이 가시적이지 못함. 현재 퇴직자 재고용은 인력충원을 일부 대체해 송신소 현업, TVR 정비 등 한정된 업무 등에 적용해 축적된 기술력과 운용 경험을 활용하고 결원 문제를 해소하는 효과는 얻을 수 있으나, 미디어기술의 환경변화에 대응과 적응이 용이한 고속련 전문인의 양성과 시스템 운용개선을 위한 연구 제안 창출 등 기술발전 환경을 구현하는 계획과는 대치되는 운영으로 판단됨.

(5) 시설투자 개선

- 시설투자 부문에서는 지상파 방송과 공영미디어의 경쟁력 강화에 필요한 인프라와 운영을 효율화하고 차세대 미디어 기술을 도입해 활용하기 위한 워크플로우 전략을 수립 시행하고 노력함.
- 본사 TV스튜디오 및 NLE 종합편집실을 파일 시스템으로 전면 전환하고 차세대 콘텐츠 제작 효율성을 제고했음. 특히 부산총국의 제작시스템을 풀 파일로 전환 완료하고 3개 지역총국에 대한 풀 파일 전환사업을 개시하는 등 지역방송 활성화 기반을 마련하는 디지털 워크플로우 사업을 지속 추진할 것을 권고함.
- 부서별 개별 운영되던 NPS 시스템을 통합하고, 비디오-오디오 아카이브를 전사적으로 운영할 수 있는 시스템으로 통합해 자원 활용률을 높였고, AI기술을 적용한 프리뷰 노트 자동화 시스템을 추진하는 등 제작 워크플로우의 효율성을 기했음. 또한, 광고 워크플로우를 개선함으로써 유연한 광고 운영을 가능케 하여 광고 수익증대 기반을 마련하고 업무 효율을 향상함.
- 노후된 제작, 송출, 송신시설의 교체 및 보강을 통해 안정적인 프로그램 제작과 지상파 방송망을 유지해 지상파 서비스의 공익이용 기반을 조성하는 업무 수행을 했음. 특히 옥마산 2R FMR 신설로 충남 서부권역의 2R 난청을 해소, 소출력중계기와 공동주택 UHD 공시청설비 등의 시설 투자사업으로 프로그램의 품질 향상에 기여함.
- 지역국 기능조정의 일환으로 7개 지역의 송출센터를 5개 지역총국 송출운용센터로 통합하는 시스템 구축사업을 시행하고, TVR 관리와 방송 회선의 운영방식을 개선하는 등 운용 효율화를 추진해 경영예산 절감효과를 가짐.

(6) 콘텐츠 제작기술 품질 노력

- 코로나19로 인한 콘텐츠 제작은 시청자의 비대면 화상 참여형 프로그램의 수요 요구가 증가되었고 제작구성 방법의 변화가 일어났으며, 이 같은 변화에 대응한 중계제작기술은 안정적인 화상참여 등 영상의 송출을 위한 비대면 화상 시스템 기술을 적용해 품질 개선 업무를 수행함.
- 일반적인 화상참여 콘텐츠 제작과는 달리, 차별화된 HD급 영상 해상도의 기술기준, 영상/음성 송수신 QoS 모니터 기능, 리턴 비디오, 색 보정, 딜레이 조정 등을 부가 적용한 중계

시스템을 운영하고 기술 전문성의 위상을 가시화하고 코로나19 콘텐츠 제작환경의 유의미한 영향력을 끼쳤음.

- 국회의원 선거방송은 이전 개표방송과 달리, 차별화된 콘텐츠 규모와 영상미를 구현해 품질 경쟁력을 보였음. 국회 배경의 초대형 세트, 방송 최초로 드론 카메라의 위치 데이터와 AR 그래픽과의 연동기술 도입, K-월 모니터, 터치스크린 등 실시간 개표데이터를 연동한 3D/2D 그래픽 영상을 입체적으로 표출해 시청률 최고의 성과를 도출하고 콘텐츠 제작기술 경쟁력을 보여줬음.

제3편

평가사항
제6장 시설투자

2) 발전 제언

- 지상파UHD 방송의 MMS/모바일이동방송 서비스를 위한 실험방송을 실시해 지상파 방송 플랫폼 다각화를 검증한 것은 큰 성과임. 향후 MMS/UHD 모바일 이동방송의 정규 서비스가 현실화된다면, 다양한 콘텐츠 제공에 의한 시청권 확대 그리고 시청자 접근성 향상을 통한 지상파 UHD 방송의 경쟁력 기반을 갖추 수 있는 기회가 될 것임. 이를 위해 전사적인 투자 및 지원이 요구됨.
- 방송기술의 고속련 제작, 송출, 송신, 그리고 IT, IP 기반의 고속련 전문인 양성을 위한 인력운영 제도의 점검과 운용계획이 필요함. 미디어 생태계인 CPND(Contents Platform Network Device) 영역의 상호결합과 연계 등 융합 기술환경에 대응하는 신규 및 전문인력 충원계획이 필요함.
- 방송기술직의 정기순환 전보는 본사와 지역 간 기술지식과 경험을 공유하고 제작, 송출, 송신기술의 직무별 전문성을 향상하는 취지로 운영했으나 부서의 결원을 충원하는 전보 시행되는 인식이 많음. 이 같은 정기 순환전보의 역기능을 최소화하고 제도의 목적과 취지가 강조된 직무별 전문경로(CDP)를 제시하는 등의 방송기술직 순환전보의 순기능이 환류되는 효과를 보는 제도 시행을 권고함.
- 방송 제작과 지상파 송신망 시설은 예산 절감 등의 이유로 사용 연한을 과도하게 초과해 운용하는 사례가 많음. 방송시설의 고도화와 안정적인 시설유지를 위한 투자는 노후된 장비의 보수 및 교체를 우선적으로 시행 조치하고 간과해선 안 됨. 공익서비스 신뢰도에 영향력을 미치는 노후장비 시설에 대한 적시 교체, 개선사업 등의 지원이 필요함.
- 예상치 못한 재난상황(코로나19 등)으로 장비 수급과 시설투자를 위한 자료 조사, BMT(장비성능시험)가 지연되고 장비 수급 사업 진행이 전반적으로 지연되어 투자사업 집행률

이 미진함. 매년 반복되는 자본예산 집행률이 미진한 원인과 배경에 대한 평가단의 의견도 개선 이행되지 않음. 시청자 서비스를 제공하는 기본적인 레거시 방송시설 여건을 개선하고, UHD 미래 차세대 플랫폼 구축을 위한 적극적인 대응과 대처가 가능하도록 투자사업 시행 운영을 개선하는 지원이 필요함.

- 본사 및 지역국 제작시설의 풀 파일화 전 지역 확대, OTT 플랫폼 채널의 활성화, UHD 모바일 방송 등 다양한 차세대 기술의 도입과 적용을 위한 시스템 변화를 하고 있음. 이 같은 시설변화에 대응하는 직무 교육이 필수적이거나, 비용예산 부족 등의 이유로 관련 실적이 미진함. 부서별로 운영되는 직무 교육에서 벗어난 전사적인 직무 교육 시스템을 도입해, 최신 동향의 기술정보 공유를 취하고 직무발전과 안정적인 시설 운용을 위한 교육 계획을 권고함.
- 5G, 인공지능, 클라우드 컴퓨팅 등 차세대 기술 도입을 위한 다양한 시도가 이뤄졌으나 현업적용 실적이 다소 미흡함. 유관부서들과의 협업과 기술공유를 통해, 관련 적용기술의 타당성을 검증하고 제작과 송출 시스템에 접목할 수 있도록 체계적이고 적극적인 방안을 권고함.

• 제7장 | 기타 KBS의 발전과 경영개선 사항

1. 공영방송의 윤리

1) 국가기간방송의 윤리 확립과 제고

(1) 공영방송의 정체성, 기능, 책임성에 맞는 제반 규정과 제도 정비

- 윤리강령 (2003. 9월 제정)
 - KBS인은 윤리적 품격과 도덕적 소양을 갖추어야 함과 동시에 취재·보도·제작의 전 과정에서 여타 언론인보다 더욱 엄격한 직업윤리와 도덕적 청렴이 요구된다는 점을 선언하고 2003년 KBS 윤리강령을 제정하였음.
 - KBS 윤리위원회는 2004년~2014년 동안 총 18회에 걸쳐 윤리강령 위반사항에 대한 심의, 처리 등을 진행하였으며, 2015년 ‘부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률 (김영란법)’ 시행 이후에는 청탁방지 담당관도 지정하여 운영 중임.
- KBS 방송편성규약 (2001. 1월 제정)
 - KBS는 주권자인 국민에게 위임받은 방송의 사회적 책무를 다하고 건강한 여론 형성과 민주주의 발전에 중심 역할을 수행하며 방송의 자유와 독립을 보장함으로써 공적 책임을 다할 수 있도록 「방송법」 제4조 4항에 따라 2001년 KBS 방송편성규약을 제정하였음.
 - 2019년 11월 2차 개정에서는 국민의 권익을 위해 봉사할 의무가 있는 편성, 취재, 제작 종사자 모두가 내외부의 압력으로부터 자율성을 보장받고, 양심과 표현의 자유에 따라 방송의 편성, 취재, 제작 활동에 임할 수 있도록 규약의 제도적 실효성을 강화하였음.
- 방송강령 (1990. 1월 제정)
 - KBS인은 공영방송의 기능을 다해 국가발전과 국민생활 향상에 이바지하고, 자유언론의 실천자로서 국민의 알 권리를 충족시키고 진실과 정직, 균형을 바탕으로 한 공정방송을 성실히 수행하며, 전문방송인으로서의 직업윤리를 준수하고 책임 있는 방송을 함으로써 KBS에 부여된 시대적 사명을 다할 것을 선언하며 1990년 방송강령을 제정하였음.

○ 방송제작 가이드라인(1998. 제정)

- KBS는 엄격한 직업윤리와 높은 전문성을 바탕으로 공적 위상에 걸맞은 책무를 다하기 위해 1998년 한국방송 사상 최초로 'KBS 방송제작 가이드라인'을 제정하고, 제작 현장에서 준수해야 할 가치와 규범들을 발표하였음.
- 2020년 4차 개정에는 모바일 미디어 이용의 급증 현상과 코로나19 확산에 따른 언택트 환경에서 공영미디어에 부여된 새로운 책무들을 고려하여 반영하였음.
 - KBS는 '2020 KBS 방송제작 가이드라인'을 제작의 기준으로 삼아 준수하고 KBS 프로그램의 품질 향상과 신뢰 제고를 위해 노력 중임.

(2) 사규 등 정비를 통한 KBS 운영의 제도적 기반 확충에 기여

- 사규 개정 수요에 신속하게 대응하고, 각종 지침 제·개정(안)에 대한 사전 검토를 통해 KBS 운영의 제도적 기반을 확충함.
 - 추진업무 및 실적으로 주요 정책 추진을 위한 사규 개정 시행
 - 사규심의위원회 개최 21회, 사규 개정 시행 39건
 - 지침 제·개정(안) 검토 23건 수행
- 사규 등의 정비를 통해 주요 정책 및 부서별 업무가 원활히 추진될 수 있도록 기여함.

(3) 공영방송인의 윤리 관련 교육 실시 성과

- 청탁금지법과 부패방지법에 근거한 법정교육을 청렴교육으로 특화하여 온·오프라인에 다양한 교육 과정을 개설하여 실시함.
 - 전 직원 대상 이더닝, 직급별 승진자와 신입사원을 대상으로 한 기본 교육 내 청렴특강 등을 운영함.
 - 특히, 사장을 비롯한 모든 임원(집행기관, 본부장, 센터장)들이 청렴 교육을 이수함.
- 장애인 인식개선 교육, 직장내 괴롭힘 예방 교육 등 상호 존중과 배려를 바탕으로 한 조화로운 공동체 생활을 위한 인식개선 교육을 전임직원에게 이더닝으로 제공함.

- 청렴교육/기본연수(5월~11월): 9회, 179명
- 청렴교육/신입사원(3월~10월): 5회, 80명
- 청렴교육/전직원 이더닝(4월, 10월, 12월): 3회, 3,723명

- 청렴교육/임원 이라닝(12월): 대상자 13명 전원 이수
- 장애인인식개선교육(3월, 10월): 3,190명
- 직장내괴롭힘예방교육(10월): 2,707명

(4) 부패방지 교육 강화로 청렴문화 확산 등 공영방송인의 윤리수준 제고

- 청탁금지법 관련 기본연수 및 신입사원 특강과 온라인 교육 등 적극적 교육 실시, 사내 안내공지(문서, 상담) 등을 통해 청탁금지법 위반 사례 발생을 억지를 위해 노력

(5) 일반감사를 통해 부서별 업무 추진의 타당성, 효율성 등 종합 점검

- 감사실시 주기와 감사 사각지대, 사업 리스크 등을 감안하여 대상부서를 선정하고, 대상 부서의 핵심 업무 중심으로 업무 전반을 점검하여 지적사항 처분과 회수 실시
 - 코로나19로 인한 해외지국 일반감사는 순연됨.

(6) 계통감사를 통해 핵심 업무 영역에 대한 심층 분석 및 제도 개선

- 사업 리스크, 중요도가 높은 업무 분야를 선정하여, 해당 업무에 대한 입체적 분석과 점검을 통해 관련 업무의 개선을 도모함.
- <법인카드 이용실태>, <기본제작비 책정 및 운영실태>, <방송제작 장비 및 리소스 운영실태>, <지출 분야 내부통제 프로세스 점검> 등 계통감사를 실시하여 지적 처분과 회수 실시

(7) 복무감사를 통해 사규와 원칙에 따른 엄정한 근무기강 확립 도모

- 사이버감사실 제보 접수 등을 통해 비위행위 등에 대한 제보 기능을 활성화하고, 엄정한 감사를 실시하여 직원의 복무기강을 확립하고 민원·진정사항 및 사건 사고에 대해 신속 대처, 통보 11건)을 지적 처분하고 31,624천 원을 회수

(8) 일상감사를 통해 주요 사업의 리스크 사전 점검 및 예산낭비 예방

- 주요 사업 및 정책 추진의 적정성이나 타당성 등 시행착오와 예산 낭비를 예방하였고, 특히 신규 투자사업이나 프로그램 제작에 대한 사업 리스크 및 타당성 점검에 중점을 두고 실시하여 지적 및 개선의견을 제시하고 약 4.5억 원의 예산을 절감함.

2) 직원 청렴도 제고 노력 정도

- KBS 홈페이지상의 사이버감사실을 통해 총 320건의 민원 및 제보사항을 접수하여, 관련 부서의 업무에 반영 또는 참고토록 조치하고 민원인에 회신 처리함.
- 청탁금지법 관련 교육의 적극적 실시, 명절 전후 등 취약 시기에 사내 안내공지(문서, 상답) 시행 등을 통해 부패행위 또는 청탁금지법 위반 사례 발생을 억지하고자 노력한 결과, 2020년에는 부패행위와 직접 관련된 감사 건수가 전년도 5건 대비 1건으로 현저히 감소

2. 사회적 책임 이행

1) 청년 고용 실적

- KBS는 청년고용촉진특별법 적용대상에 해당되지 않아 별도의 청년 고용 비율 달성 계획을 수립하거나 이에 따른 실적을 제출하지는 않지만 우리 사회의 심각한 문제인 청년 취업난 해결이라는 공적 책무를 수행하기 위해 노력함.
- 재정수지 악화에 따른 인건비 비중 축소 및 건축 인력운영기조에 따라 2020년에 채용규모가 다소 축소되었으나, 2018년부터 2020년까지 연도별 각 119명, 223명, 48명의 신입 및 경력직원을 채용하였으며, 입사일 기준 청년(15세 이상 34세 이하)에 해당하는 직원은 각각 111명, 214명, 40명으로 각각 93.3%, 96.0%, 83.3%에 달함.

[표 7-1] 2018년 이후 채용 현황

(일반직 및 촉탁직 기준)

구분	2018년	2019년	2020년
인원(명)	119	223	48
청년(명)	111	214	40
비율(%)	93.3%	96.0%	83.3%

※ 연봉계약직 등 비일반직 사원의 일반직 재입사 등 제외

2) 이해관계자에 대한 책임 이행

(1) 고충처리인 운영

- 사업 목적
시청자의 권익 보호와 방송으로 인한 피해 구제 활동
- 추진 실적

[표 7-2] 접수 및 처리 현황

월 \ 구분	고충처리 홈페이지	우편, 전화, 팩스	외부기관 (방통위, 인권위 등)	계
1	6			6
2	2			2
3	1		4	5
4	3			3
5	1			1
6	5		5	10
7	5		5	10
8	3		10	13
9	4		9	13
10	5		11	16
11	3		9	12
12	2		3	5
계	40		56	96

[표 7-3] 부문별 처리 현황

구분	제작부문(건)			비 제작부문(건)			총계
	편성	보도	프로그램 (TV, RADIO)	경영 (수신료, 시설)	수신기술 (난시청, IT)	기타	
건수	3	14	35	8	12	24	96

[표 7-4] 민원 내용별 처리 현황

구 분	건수
편성 제안	3
보도 취재요청(스포츠 포함)	1
공정성, 사실성, 객관성	1
진행(아나운서 언어 등)	5
정정요청(보도, 프로그램)	8
권리침해(초상권, 명예정보 등)	16
시청자만족(프로그램, 공개방송, 홈페이지)	37
난시청, 난청	12
경영(직원, 시설)	13
수신료	0
계	96

[표 7-5] 시청자권리보호소위 개최 및 시청자위원회 본회의 상정안건

월	안건내용
1	- 2019 KBS 가요대축제 안전사고 및 객석 입장 관련 대책 미흡
2	본회의 상정안건 없음
3	본회의 상정안건 없음
4	본회의 상정안건 없음
5	본회의 상정안건 없음
6	- KBS 뉴스9 수어 방송 미실시 관련 사유
7	본회의 상정안건 없음
8	시청자권리소위 미개최
9	시청자권리소위 미개최
10	- 일일드라마(기막힌 유산)의 무리한 전개과정에 따른 시청자들의 지적에 대한 제작부서 지침 요구
11	- 방송편성 변경 경위 및 변경 기준에 대한 지침 일일 드라마 (비밀의 남자)가 프로야구 중계 관련 결방 - 방송 송출 중단 사고의 경위 및 향후 대책 1주년 특집 신상 출시 편스토랑 송출 중단
12	- 프로야구 중계와 관련, 프로그램 결방 시 시청자의 불편을 최소화할 수 있는 개선책

○ 사업 효과

- KBS는 ‘언론중재 및 피해 구제 등에 관한 법률’이 정하는 바에 따라 고충처리인(3명)을 두고 있으며 2020년 시청자권익센터 내 고충처리 사이트를 통해 제기한 불만과 고충을

포함해 방송통신위원회 등 외부기관에서 이첩 받은 민원 96건을 적극적이고 능동적으로 해결함으로써 시청자의 권익 보호와 시청자 중심주의 실행을 위해 노력함.

- 시청자의 고충과 불만사항에 대해서는 제작진 등 담당부서의 의견을 민원인에게 공식 문건으로 통지하고 사안에 따라 홈페이지에 제작진의 입장을 게시함.
- 고충이나 불만사항 중 주요 사안은 시청자권리보호 소위원회를 통해 시청자위원회 본회의에 제기함으로써 관련부서의 해결책을 공식 촉구함은 물론, 재발방지 역할을 적극 수행함.

3) 개인정보 보호

- KBS는 개인정보보호법 및 정보통신망법 등 관련법령을 준수하고 개인정보를 보호하기 위한 다양한 관리적, 기술적 보호조치를 수행하고 있음.
- KBS 개인정보 보호책임자로 경영정보국장을 지정하고 있으며, KBS 홈페이지 회원, 수신료, 협찬품, 국민패널 등 각 개인정보파일 관리부서의 장을 개인정보 보호담당자로 지정하여 관리토록 하고 있음.
- 개인정보와 관련한 관리적, 기술적 보호조치를 담은 자체 개인정보보호지침을 제정하여 운영하고 있으며, 개인정보 처리목적, 보유기간, 제3자 제공에 관한 사항 등을 담은 개인정보 처리방침을 수립하고 KBS 홈페이지에 공개하고 있음.
- 개인정보 보호를 위해 방화벽, 침입차단 시스템 등 다양한 정보보호 시스템을 운영하고 있으며, 개인정보처리 시스템에 대한 접근통제, 암호화 조치, 접속로그 기록 및 보관, 백신 소프트웨어 설치 등 기술적 보호조치도 철저히 수행하고 있음.
- 또한, 임직원을 대상으로 정기적인 개인정보 보호 교육을 실시하여 내부 구성원의 개인정보 보호 인식을 제고하고 있으며, 개인정보 관리실태 자체점검 등을 통하여 개인정보 보호와 관련한 미비점을 진단하여 보완하고 법제도 변경시 자체 개인정보 처리지침 및 방침에 수시로 반영하는 등 관리체계 개선에도 지속적으로 노력하고 있음.

[표 7-6] 임직원 대상 개인정보보호 교육 내역

구분	교육 기간	수료 인원	비고
상반기 교육	2020.05.18.(월) ~ 05.29.(금)	2,743명	
하반기 교육	2020.11.02.(월) ~ 11.13.(금)	432명	상반기 미이수자 대상

4) 사회공헌 확대

(1) 성금모금

- 사업 목적
 - 우리사회 어려운 이웃을 위한 나눔 문화 확산 캠페인 전개
- 추진 실적
 - 2020년 연말연시 ‘어려운 이웃돕기’ 성금모금(공동모금회): 156억 8,586만 원(모금 기간: 2019.12.01. ~ 2020.01.31.)
 - 코로나19, 함께 이겨냅시다(대한적십자사)
 - 모금 기간: 2020.02.27. ~ 04.06.
 - KBS는 ARS만 송출 ※ 대한적십자사 모금 총액: 76억 8,353만 원
 - 2020년 집중 호우 피해 성금(전국재해구호협회)
 - 모금 기간: 2020.08.07. ~ 08.31.
 - 특별 모금 생방송: 2020.08.14. 16:00 ~ 19:00
 - 전국재해구호협회 모금 총액: 286억 3,841만 원
 - 2021년 연말연시 ‘어려운 이웃돕기’ 성금모금(공동모금회): 204억 6,715만 원
 - 모금 기간: 2020.12.01. ~ 2021.01.31.
 - 특별 모금 생방송: 2020.12.17. 10:00 ~ 12:00(1부). 14:30 ~ 16:10
- 기대 효과
 - KBS 방송을 통한 사회공헌활동으로 나눔문화를 실천하고, 공영방송 이미지를 제고

(2) 대한민국 나눔국민대상

- 사업 목적
 - 사회 각 분야에서 다양한 형태로 사회발전에 공헌한 유공자를 발굴·포상하여 나눔 문화 확산에 기여
- 추진 실적
 - 정부 포상 및 민간단체상 등 포상: 훈·포장 등 133개 시상

- 기대 효과

- 민·관이 공동으로 나눔에 관련한 상을 제정하여 시상함으로써 공영방송의 공적 책무를 수행하고 나눔 문화 확산 선도

(3) 디딤돌봉사단 운영

- 사업 목적

- 임직원들로 구성된 디딤돌봉사단의 지속적이고 전문적인 활동으로 나눔 문화 정착

- 추진 실적

- 사내 자생봉사단 지원
 - KBS 가톨릭교우회: 소외계층 무료 점심 봉사 및 후원금 지원(4개 기관 지원)
 - KBS 불자회: 취약계층 노인 및 복지소외계층에 생필품 전달(4개 기관 지원)
 - KBS 샘터회: 후원물품 및 난방비 등 후원성금 전달(5개 기관 및 개인)
 - KBS 사회봉사단: 노력봉사 및 후원금품 전달(5개 기관 지원)

- 기대 효과

- 수혜자 위주의 밀착된 봉사활동으로 지역사회 연대감 강화
- KBS만의 독창적인 봉사활동으로 봉사활동 역량 강화

(4) 매칭그랜트제 운영

- 사업 목적

- KBS 임직원과 KBS(회사)가 매칭그랜트 제도에 의해 저소득층 아동 및 청소년에게 매월 정기적으로 결연 후원금을 지원
 - ※ 매칭그랜트 제도란: 임직원이 비영리단체 및 기관에 내는 기부금만큼 기업에서도 동일한 금액을 1:1로 매칭(matching)해 기부하는 사회공헌활동

- 후원 대상

- 소년소녀가장 등 어려운 청소년

- 후원금 전달

- KBS 강태원복지재단, 어린이재단

- 후원 실적
- 313,060천 원

(5) 임직원 급여 끝전 모으기

- 사업 목적
 - KBS 임직원을 대상으로 급여중 1,000원 미만 끝전을 모아 장애인시설이나 어려운 이웃돕기 기금으로 활용
 - 모금액은 분기별로 취합하여 KBS 강태원복지재단에 “목적성 기정기탁형태”로 전달하여 장애인 주거환경개선사업 비용 및 어려운 이웃돕기 기금으로 활용
- 후원 대상
 - 소년소녀가장 등 어려운 청소년
- 후원금 전달
 - KBS 강태원복지재단

(6) KBS 국악관현악단 운영 및 사회공헌 확대

- 사업 취지
 - KBS 국악관현악단 운영을 통해 우리 국악 발전 및 저변 확대에 기여하고 정기연주회, 찾아가는 음악회 등 시청자를 대상으로 한 다양한 연주회를 개최하여 공적책무 수행에 노력함.
 - 2020년의 경우 코로나19로 공연장에서 공연을 진행하기 힘든 여건을 극복하고자 온라인 콘텐츠 제작 및 방송 연계 확대를 통해 국악 콘텐츠를 다양화하고 시청자 접근성 강화에 노력함.
- 사업 실적
 - 지역국 찾아가는 음악회, 탈북민 대상 음악회 등 시청자서비스 확대 및 공적책무 수행
 - 원주 찾아가는 음악회, 순국선열의 날 추모음악회, 온앤오프 평화콘서트 동행
 - 방송 연계 공연, 온라인 콘텐츠 제작을 통한 시청자 접근 강화
 - KBS 국악관현악단과 함께하는 국악한마당 추석연주회, 송년음악회(12.26. 1TV), 찾

아가는 홈서트 11회, 힐링 국악 시리즈 20회 제작 및 KBS 국악관현악단 유튜브 채널 업로드 및 온라인 합주 형식의 언택트 콘텐츠 제작 및 KBS 국악관현악단 유튜브 채널 업로드 실시

- 온라인 합주 형식의 언택트 콘텐츠 제작 및 업로드

제3편

평가내용
제7장 기타 KBS 발전과 경영개선 사항

(7) 문화저변 확대를 위한 음악콩쿠르 개최

○ 사업 취지

- 국내 역량 있는 클래식, 국악 인재를 발굴하고 문화예술 진흥에 기여하고자 <KBS-한전 음악콩쿠르>와 <KBS 국악대경연>을 개최함.

○ KBS-한전 음악콩쿠르

- KBS와 한전이 공동주최하는 메세나 사업의 일환으로 국내 클래식계의 역량 있는 신인을 발굴하고 데뷔 무대를 제공하여 국내 클래식 발전에 기여
- 코로나19 상황에 선제적으로 대응하기 위해 1차예선에 동영상심사를 도입하여 대회 사상 최대 인원인 543명이 접수하였고 예/본선 경연을 통해 피아노, 현악, 관악, 성악(남), 성악(여) 등 5개 부문에서 총 15명의 입상자를 선정하였음. 부문별 금상입상자와 KBS 교향악단의 협연무대로 진행되는 대상선정 연주회를 통해 최종 대상 수상자를 선정함.

○ KBS 국악대경연

- 국악분야 우수한 젊은 인재를 발굴하여 지원, 육성하는 국내 최고 권위의 국악 콩쿠르 중 하나로 인정받고 있으며 본 행사를 통해 국악 진흥에 기여하고 있음.
- 코로나19 상황에 선제적으로 대응하기 위해 동영상 예선 심사를 도입하였고 예/본선 경연을 통해 성악, 작곡, 무용, 관악, 현악 등 5개의 부문에서 총 15명의 입상자를 선정하였음. 부문별 금상 입상자의 공개경연을 통해 최종 대상 수상자를 선정함.

(8) 시청자 대상 문화행사 개최

○ 사업 취지

- KBS의 음악인프라인 KBS 관현악단, KBS 국악관현악단 및 (재)KBS 교향악단을 통해 시청자를 대상으로 다양한 문화공연 및 사회공헌 행사를 개최하여 수신료 가치실현에 기여함.

○ 대구동산병원 의료진 위문 연주회

- 코로나19 극복의 관심을 이어가기 위해 방역 현장을 찾아 의료진을 위로하고 격려하는 행사를 기획, ‘코로나19 거점병원’으로 코로나19 퇴치를 위해 노력해온 ‘대구동산병원’ 의료진들의 노고를 위로하고 격려하기 위한 KBS 관현악단 연주회를 마련

○ 2020 사람사랑 생명사랑 캠페인

- 자살예방의 날(9월 10일)을 맞아 한국생명의전화와 함께 자살예방에 대한 인식을 제고하고 생명의 소중함을 알리기 위해 밤길걷기 행사를 공동주최 하고 KBS 국악관현악단 특별연주회를 개최하여 자살예방 문화 조성에 기여

○ 5·18 40주년 특별음악회

- 5·18 40주년이 되는 2020년 올해, KBS 교향악단의 연주를 통해 숭고한 희생의 의미를 기리는 특별음악회를 개최

○ 2020 코리아 김치페스티벌

- 유네스코 인류무형문화유산에 등재된 ‘김장문화’를 주제로 국내외에서 김장김치 버무림, 경연대회, 문화공연 등 김치와 관련된 다양한 행사를 진행하여 한국의 김치 문화를 해외에 홍보하고 김치 수출에 기여

3. 투명성

1) 정보공개제도 운영

(1) 정보공개제도

① 사업 목적

- KBS가 보유·관리하는 정보를 공개함으로써 시청자의 접근권을 적극 보장하고, KBS 경영의 투명성 확보에 기여

② 처리 실적 및 성과

- 56건의 정보공개요청 중 55%에 해당하는 31건을 10일 내에 처리하였으며 나머지는

15일(11건), 20일(14건)내 답변함으로써 시청자에 대한 정보공개제도의 신속성과 편리성을 제고함.

- 비공개 10건은 법인 영업비밀, 방송제작 가이드라인, 공공기관 정보공개에 관한 법률 제9조 1항 6호, 7호에 의한 것이며, 기타 21건은 정보 부존재(문서보존연한 종료)나, KBS와 전혀 관련이 없는 경우에 해당

③ 정보 관리 체계의 효율성과 적절성

- 청구인으로부터 정보공개 요청이 있을 경우 해당 국·부서와의 효율적인 업무 협조를 통해 제도의 취지를 설명·실행하고, 담당자 지정 등 향후 유사 요청 등에 대비한 관리 체계 마련

④ 경영정보 및 자료 홈페이지 공개 여부 및 개선계획 수립과 이행

- 본사 홈페이지에 각종 경영정보 및 자료를 공개함으로써 신뢰도와 투명성을 높이고자 하였으며, 매년 연초 자료를 정리, 업데이트해 홈페이지 정보를 관리함.

⑤ 정보공개 확대 계획

- 본사 프로그램 제작시 자료와 정보, 연구결과 등을 체계적으로 기록, 관리함으로써 정보 공개요청에 대비하고, 이를 통해 시청자들의 정보 접근이 용이하도록 시청자서비스 강화

(2) KBS 공영미디어 조사 연구

① 2020년 국민패널 활용 여론조사 현황

[표 7-7] 국민패널 활용 여론조사 현황

구분	건수	주요 내역
방송제작용 조사	66	대중가요선호도 조사 53건, 뉴스9, 명견만리, 시사기획창, 지역국 프로그램 제작 등
평가용 설문조사	29	방송 프로그램 품질 평가 16건, 시청취방법 조사 8건, 해외시청취자 만족도 조사, 지역뉴스 시청자 의견조사 등
보도용 설문조사	2	국민통일의식조사, 비례대표제 인식조사
자체 연구용 조사	5	코로나19 여론조사, 미디어 이용행태, 아나운서 인지도 조사 등
산학협력 연구조사	5	언론학회 산학협력 신진학자 연구지원 조사-코로나19 인식, 장애인방송, 뉴스 댓글 등

구분	건수	주요 내역
기타	3	재택근무 인식조사, 공적책무 의견조사 등
합 계	110	

2) 시청자 관련 제도 및 운영실적 평가

(1) 시청자위원회 추진 실적

① 시청자위원회 운영 현황

- 위촉위원: 15명
 - 11개 분야를 대표하고 남녀 성비 7:8로 성비 및 청장년층 균형을 맞춘 구성임.
- 정례회의: 매월 세 번째 목요일 회의
- 방송편성과 프로그램, 심의 및 기타 시청자 권익 보호와 침해구제 관련 위원들 의견 제시, 해당 부서 실·국장 답변 형태로 진행함.
- 정례회의 뒤 회의록과 운영실적을 작성해 KBS 홈페이지에 공지하고, 코비스 자료실에 등록하며, 방송통신위원회에 보고하고 있음.
- 소위원회 운영
 - 위원장을 제외한 모든 위원이 3개 소위원회 (시청자권리보호·시청자참여·시청자평가)에 소속돼 월 1회 관련 회의를 진행함.
 - 회의 결과는 정례회의(1부)에 보고하고, 주요 안건은 정례회의(2부)에 상정함.
- 시청자위원회 특별위원회 개최
 - 〈거리의 만찬〉 시즌 2의 진행자 교체와 관련해 KBS 시청자청원 홈페이지에 진행자 교체를 반대한다는 시청자청원이 올라온 후 시청자위원장이 임시회의 개최 소집을 공지해 특별위원회가 개최됨.
 - 일시 및 장소: 2020.02.06.(목)/본관 6층 대회의실
 - 참여인원: 총 13명 (시청자위원 7명, 제작1본부장, 시사교양2국장, 시사교양CP, 〈거리의 만찬〉 제작진 등 KBS 임직원 6명)
 - 주요 논의 내용: 새 진행자 자진 하차 통보 및 프로그램 정비 계획 보고

② 시청자위원회 지적사항 개선 내용

○ 프로그램별 의견 제시 및 시정요구 사항

- 프로그램별 의견 및 지적사항은 총 168건으로 보도 분야가 63건(38%)으로 가장 많았고 편성 분야가 8건으로 가장 적었음(5%).
- 2019년과 비교하면 전체 건수는 3건 감소했고, 교양 프로그램에서 지적사항이 크게 감소했음(62 → 51건).

[표 7-8] 2020년 프로그램별 의견 제시 및 시정요구 사항

	분야	편성	보도	교양	오락(스포츠)	기타	합계
2020	건수	8	63	51	35	11	168
	비율(%)	5	38	30	21	6	100
2019	건수	8	60	62	29	12	171
	비율(%)	5	35	36	17	7	100

○ 지적사항 개선 내용

- 지적사항에 대한 의견 반영 및 조치는 수용(90건/53.5%), 의견 참고(63건/37.5%), 반론(15건/9%)이었음.
- 세부적인 지적사항 개선 내용은 다음의 [표]와 같음.

[표 7-9] 2020년 시청자위원회 지적사항 및 조치 내용

구분	의견제시(시정요구) 내용	제시월	조치 내용	조치월
1	2주간 파일럿 프로그램으로 편성된 〈스탠드 UP!〉을 시즌제로 편성하는 방안 제시	19년 12월	〈스탠드UP!〉 시즌 1 에피소드 10개를 준비해 1.28(화)부터 밤 11시 KBS 2TV에 정규편성 했음.	1월
2	무(無)관중 경기로 진행되고 있는 〈씨름의 희열 - 태백에서 금강까지〉에 관중을 참여시키는 방안 제시	19년 12월	2020.1.11.(토) 선정한 시청자 대상으로 '직관 이벤트'를 개최해 유(有)관중 경기로 녹화	1월
3	지역총국이 제작하는 뉴스의 확대	18년 10월	9개 지역총국, 20년 2월 3일(월)부터 KBS 1TV 〈뉴스 7〉을 주 4회, 40분간 자체 편성 제작으로 방송	2월
4	〈저널리즘 J〉 패널 구성에 변화 필요	1월	〈저널리즘 J〉 20년 2월 9일(일)부터 진행자를 교체하고 패널 2명을 새로 기용해 '시즌 2' 방송 시작	2월

구분	의견제시(시정요구) 내용	제시월	조치 내용	조치월
5	〈거리의 만찬〉 논란 많은 새 진행자 교체 중단 요구	2월	새 진행자 자진사퇴 및 〈거리의 만찬〉 ‘시즌 2’ 방송 전면 재정비 착수	2월
6	코로나19 지역사회 확산 차단 및 시청자에게 정확한 정보 제공을 할 수 있는 상시 재난방송 실시	2월	- 3월 4일부터 하루 24시간 〈재난방송 코로나19 통합뉴스룸〉 방송 실시 - 〈특별생방송 코로나19 함께 이겨 냅시다〉 등 코로나19 관련 프로그램 특별편성 - 개학연기에 따라 3월 23일부터 어린이·청소년 프로그램 특별편성	3월
7	KBS 1TV 〈생방송 심야토론〉이 여야 유불리를 따지는 진영 프레임에서 벗어나 코로나19라는 위기 속에 당면한 문제점들을 짚어보고 총선이라는 정치적 공간에서 어떤 쟁점들이 논의되어야 하는지 짚어주기를 바람.	3월	〈심야토론〉은 4.4(토) [4.15총선거획/선거 쟁점은 무엇인가], 4.11(토) [4.15총선거획/누구를 뽑을 것인가]를 편성해 각 정당이 코로나19 경제위기를 극복하기 위해 어떤 대책과 전략을 갖고 있는지, 21대 국회를 바꿀 개혁적 비전은 무엇인지를 다룸.	4월
8	KBS가 뉴스와 방송에서 코로나19 공포에서 벗어날 수 있는 많은 기획방송을 해주기를 바람.	3월	〈시사기획 창〉은 4.11(토) 코로나19 확진 환자가 가장 많이 발생한 대구·경북 지역 병원과 생활치료센터 현장을 방송함. 이를 통해 ‘코로나19 공포’를 극복하고 일상을 회복하는 삶의 현장을 생생히 전달함.	4월
9	〈역사저널 그날〉이 3월 24일 ‘김일성’에 대해 다루었는데 6·25 전쟁 중 김일성의 책임 문제 등을 다루는 등, 한국현대사의 각종 민감한 문제들을 방송하기를 바람.	4월	〈역사저널 그날〉은 5월 5일 ‘한국전쟁 70주년 1부-6·25 개전 사나리오 김일성, 스탈린을 만나다’에서 김일성의 전쟁책임론을 다뤘음. 이어 5월 19일과 26일에도 ‘한국전쟁 70주년 2부와 3부에서 한국전쟁 문제를 다룸.	5월
10	코로나19 이면에 있는 여러 이슈에 대해 심층적인 진단과 정책적 대안을 마련하는 별도의 기획프로그램들이 마련되기를 기대해 봄.	3월	5월 11일부터 14일까지 특별기획 〈코로나19 이후, 대한민국 길을 묻다〉라는 시리즈 강연을 총 4편 연속 방송했음.	5월
11	KBS 前 부사장이 퇴임 직후 정치권으로 직행해 공영방송의 신뢰도 하락이 우려됨. 〈KBS 윤리강령〉 개정 등 재발방지책에 대한 책임 있는 설명을 바람.	4월, 5월	부사장이 주재하고, 감사실·전략기획부·법무실·공영미디어연구소 등이 참여하는 〈윤리강령 개정 TF팀〉을 구성해 2003년 제정된 〈KBS 윤리강령〉 개정작업을 진행할 예정임. 〈KBS 윤리위원회〉도 다시 활성화할 계획임.	6월
12	‘코로나19’로 온라인 교육에 대한 수요가 많이 늘 것으로 예상되는 만큼 KBS가 자녀교육 프로그램을 만들어 시청자들에게 다가가는 것이 어떨까 생각함.	4월	다양한 분야의 전문가나 시대의 이슈가 되는 사람을 ‘쌤’으로 불러내 사회의 흐름을 꿰뚫고 삶의 지혜를 얻는 강연 프로그램인 〈이슈 픽 쌤과 함께〉을 8월 2일에 첫 방송 목표로 준비 중임.	7월
13	KBS는 5월 국가인권위원회로부터 〈뉴스 9〉에 수어 통역을 제공하라는 권고를 받았으나	6월	〈뉴스9〉에서 방송의 날인 9월3일부터 지상파 메인뉴스 최초로 수어 통역 제공 결정	8월

구분	의견제시(시정요구) 내용	제시월	조치 내용	조치월
	기술적 문제 등을 이유로 실시하기 어렵다는 입장을 반복하고 있음. 이유를 설명하기 바람.			
14	7월 18일 <뉴스 9>의 이동재 전 채널 A 기자와 한동훈 검사장 간의 녹취록 보도는 정확하게 확인되지 않은 사실을 단정적으로 보도한 것으로 KBS의 취재과정과 게이트키퍼에 심각한 문제가 있었다는 점이 확인되었음. 보도 시스템 전체를 총체적으로 재점검하는 일이 꼭 필요할 것이라고 보임.	8월	보도본부는 방송의 날인 9월 3일에 <방송 제작가이드라인>을 개정해 발표하였음. KBS 법조팀은 '법조 보도 개선방안(가칭)'을 자체적으로 마련하는 작업을 진행 중임.	8월
15	KBS 재난포털 기능을 보완해 신속하게 새로운 정보를 제공하고 장기적으로 쌍방향 플랫폼으로 발전하도록 해야 함.	9월	KBS 재난포털은 올해 5월부터 개선작업을 시작해 9월 9일 1차 시범서비스를 열고 10월 말 2차 오픈 예정임.	9월
16	코로나19 이면에 있는 여러 이슈에 대해 심층적인 진단과 정책적 대안을 마련하는 별도의 기획프로그램들이 마련되기를 기대해 봄.	3월	9월 9일(수)와 9월 16일(수) 저녁 7시 40분부터 50분간 1TV로 <온택트 시민토크-코로나19 시대를 말하다>를 통해 코로나19로 발생한 문제와 이에 대한 대안을 논의하는 장을 마련함.	9월
17	KBS가 <집콕 프로젝트>로 1TV에서 오후 2시 30분에 편성해 3월 30일부터 방영한 <온드림 스쿨 스페셜>은 개학이 연기된 청소년에게 여러 강연자의 유익한 내용을 접하게 만든 유익한 시도였음. 향후 아동, 청소년에게 유익한 프로그램을 다수 편성하기를 바람.	4월	청소년 공감콘서트 <온드림스쿨>을 2020년 10월 25일부터 1TV 일요일 오전 10시 10분부터 50분간 편성했음.	10월
18	<개는 훌륭하다> 외에 반려견 관련 정책과 반려문화 정착까지 고민하는 의제의 확장이 필요함.	1월	10월 15일부터 매주 목요일 2TV 저녁 8시 30분에 <펫비타민>을 편성해 반려견 건강 정보를 전달하고 도움이 필요한 반려견을 구조하며 반려동물의 재능을 자랑하는 내용의 새 반려견 프로그램을 방송함.	10월
19	KBS가 택배노동자들의 열악한 노동현장 문제와 플랫폼 노동자들의 고용보험 미비 등 후속 기획보도를 진행하였으면 함.	4월	KBS <뉴스9>는 2020년 7월 9일(목)부터 매주 목요일마다 연속기획보도 <일하다 죽지 않게>를 16주째 보도하고 있음. 배달 노동자, 대리기사, 항공사 승무원 등 산업 현장에서 일하다 사망하는 사례와 구조적 원인 등을 집중적으로 보도하고 있음.	10월
20	노동자가 안전하게 출근하여 퇴근할 수 있도록 「안전한 일터, 건강한 대한민국」을 위해 KBS가 지금까지 공영방송으로서 그 역할을 다해주시기를 바람.	8월		
21	유튜브 채널에 '사건과 사람 티비' 외에 더 다양한 주제를 다루는 프로그램을 제작하기를 기대함.	5월	디지털미디어국에서 유튜브 채널에 유튜브 전문 경제 관련 심층대담 프로그램인 <머니올라>을 6월 4일 개설해 10월말까	10월

구분	의견제시(시정요구) 내용	제시월	조치 내용	조치월
			지 75편을 업로드했으며 현재 구독자 5만 명을 기록하고 있음.	
22	5월 29일 발생한 KBS 연구동 여자화장실 불법촬영사건과 관련 발생배경, 피해자 보호조치, 재발방지조치 등 관련 보도가 미약함.	6월	6월 3일 KBS “여자화장실 불법촬영 재발 방지, 피해 예방에 최선을 다할 것” 보도, 6월 30일 ‘KBS 여자화장실 불법촬영혐의 박 모씨 기소의견 송치’ 8월 4일 ‘KBS 여자화장실 불법촬영개그맨 박 모씨 첫 재판’ 8월 24일(안전K) ‘지켜 보고 있다…불법촬영 불안 확산’ 10월 16일 ‘불법촬영 개그맨 징역 2년 선고’ 10월 23일 ‘범죄 급증에도 비상벨 설치율 19%…안전 사각지대 공중화장실’ 등 불법 촬영 사건관련 경로를 지속적으로 보도하고 있으며 재발방지조치 관련 보도도 계속하고 있음.	10월
23	8월 22일 방송된 <시사기획 창> ‘54일 장마의 경고’는 예측불가능한 자연재해가 반복되는 원인을 기후변화 측면에서 다룬 시의적절한 프로그램이었으나 ‘현상’을 보여주는 데 그쳐서 아쉬웠음. 기후변화의 속도를 늦추려는 시민들의 노력과 목소리를 정확하게 전달할 수 있기를 바램.	9월	<시사기획 창>은 11월 7일 1TV 저녁 8시 05분에 ‘포스트코로나19 특집 2050 생존의 길’을 방송했음. 이 프로그램에서 신종 바이러스 전파와 기후 위기는 인류가 자초한 반생태적 재난으로 성장지상주의 패러다임을 생태주의적 세계관으로 대전환할 필요성을 강조했다. 또 기후위기 실태와 그 대안을 모색하는 사례를 현장취재하고 구체적인 정책 대안을 제시했음.	11월
24	9월 9일부터 12일까지 방송된 요양병원의 항정신제 약물 남용 보도가 일회성으로 끝나지 않고 향후 정책적 대안이 나올 때까지 지속해야 함. 또 해외선진사례를 통해 요양병원이 나갈 방향을 짚어주는 것도 꼭 필요함.	10월	10월 13일~14일 <뉴스9>로 ‘존엄한 노후, 가능한가’를 연속 보도했음. 10월 <일요진단 라이브>에서 ‘요양병원 항정신병제 남용…돌봄 피해 막을 방안은?’이란 주제로 보건복지부와 대한요양병원협회 관계자들이 모여 해법을 논의했음. 11월 14일 <시사기획 창> ‘코로나19 요양병원 그 후 존엄한 노후’를 통해 간호 간병 인력 확충 등 요양병원 문제의 해결방안을 다뤘음.	11월
25	방송법상 의무조항으로 제작해야 하는 시청자평가프로그램인 <TV비평 시청자데스크>는 음부즈맨 프로그램으로서 제대로 기능하지 못하고 있음. 또 시청자의 목소리를 충분히 듣고 자사 프로그램에 대한 비판적인 태도를 취하고 있지 못함. 시청자청원사이트를 비롯해 시청자가 남긴 많은 의견을 반영해 시청자의 요구에 좀 더 귀 기울이는 프로그램으로	19년 11월	<TV비평 시청자데스크>가 2020년 11월 8일부터 1TV 일요일 오전 9시 10분으로 편성이 변경됐음. 과거 매주 금요일 오후 1시부터 중요 시간대로 이동해 더 많은 시청자가 시청할 수 있도록 함. 또 제작진의 설명책임성을 강화하기 위해 <TV를 말한다> 코너에 기자, PD 등 제작책임자들이 직접 출연해 답변하게 됨. <뉴스 비평 줌	11월

구분	의견제시(시정요구) 내용	제시월	조치 내용	조치월
	변화해야 함.		인> 코너는 언론학계에서 추천받은 전문가들이 참여해 뉴스 보도의 핵심 사안이 제대로 다뤄졌는지 분석하고 뉴스제작과 정도 직접 듣도록 개편함.	
26	코로나19로 어려움을 겪는 시청자를 적극적으로 돕고 포스트 코로나19 시대를 어떻게 맞이할지에 대한 프로그램도 더 필요해 보임.	11월	12월 25일 1TV에서 방송한 뮤직다큐 〈싱 스트리트〉에서 코로나19 취약업종 종사자들을 초대해 사연을 듣고 신청곡을 공연하며 위로를 전함.	12월
계	26건		26건	

3) 시청자 권익 강화 보장

(1) 시청자권익센터 홈페이지 운영

- 시청자 관련 서비스를 통합적으로 이용할 수 있도록 홈페이지 운영함.
- 직관적인 메뉴 구성이어서 사용자 편의성이 높음.
- 국민의 방송으로 시청자 의견을 방송사 운영 및 제작에 적극적으로 반영하려는 의지를 실천한 것으로 평가됨.

[그림 7-1] 시청자권익센터 홈페이지



(2) 시청자청원제도 운영 및 추진 실적

- 전년 대비 청원 건수와 청원사이트 방문객 수가 큰 폭으로 증가했음. 청원 건수 8천3백여 건 가운데 77%인 6천4백여 건이 여러 논란으로 이슈가 됐던 ‘가수 김호중’씨의 방송 출연 반대 또는 방송 출연을 요청하는 청원으로 이른바 ‘팬덤현상’이 시청자청원에도 큰 영향을 미친 것으로 분석됨.
- 시청자청원 8,355건 접수(성사 220건/책임 부서장 답변 완료)
 - 2019년 청원 건수(1,257건)에 비해 약 7배 증가
 - 성사 및 답변 기준: 동의수 1,000명 이상
- 2020년 시청자청원 사이트 월평균 방문객은 114,177명(연 1,370,134명 방문)으로 2019년 월평균 방문객 35,007명 대비 226% 증가함.
- 청원 성사(동의수 1,000명)에 대해 조기답변 게시
 - 사회적 관심사 높은 사안의 경우 답변기한(청원 발의 후 최장 60일내, 성사기간 30일 포함) 이전에 신속히 해당 부서의 답변을 게시해 청원인의 궁금증을 해소하고 불필요한 논란이나 오해 확산을 방지함.
- 이슈 청원(동의수 100명)에 대해 해당 부서 사전 통보
 - 이슈 청원 발생 시 해당 부서장에게 사전 통보해 해당 부서에서 관련 청원에 대한 관심을 제고하고 조기답변 등 후속 조치 필요성을 판단하도록 함으로써 신속하고 효율적인 청원 대응이 가능토록 조치함.

(3) 고충처리제도 운영 및 추진 실적

- 시청자의 권익 보호와 방송으로 인한 피해 구제 활동
- 2020년 KBS 홈페이지의 고충처리 사이트와 우편, 팩스 등을 통해 제기된 불만과 고충을 적극적이고 능동적으로 해결하고 있음.
- 민원인에게 고충과 불만사항에 대한 제작진 등 담당부서의 의견을 적시에 전달함. 고충처리 사이트에도 접수 및 처리 현황을 공개하고 있음.
- 2020년 처리 실적은 96건으로 전년(55건) 대비 41건 증가함.

(4) 정보공개제도 운영 및 추진 실적

- KBS가 보유·관리하는 정보를 공개함으로써 시청자의 접근권을 적극 보장하고, KBS 경영의 투명성 확보에 기여함.
- 2020년 정보공개 청구 처리 실적은 56건으로 전년(58건) 대비 2건 감소함.

(5) 시청자상담실 운영 및 추진 실적

- 원스톱 서비스 지속 실시함.
- 2020년 상담 및 의견 수렴 건수는 총 344,350건으로 전년(373,842건) 대비 29,492건 감소함.

[표 7-10] 시청자상담실 분야별 추진 실적

방송	기술	경영	기타
261,495	2,484	37,287	43,084

[표 7-11] 시청자상담실 내용별 추진 실적

의견제시	단순문의	기타
68,863	275,487	0

[표 7-12] 시청자상담실 형태별 추진 실적

전화	ARS	인터넷	우편·팩스	방문	기타
183,335	147,144	13,760	94	17	0

- 방송 프로그램 의견수렴: 15,800건(일일보고서 수록)
 - 전년(13,240건) 대비 20% 증가함.

[표 7-13] 시청자상담실 방송 프로그램별 의견 수렴

편성	보도	스포츠	교양	연예·오락	드라마	라디오	기타
3,295	2,963	25	3,847	1,365	420	466	3,419

- 네티즌 서비스 확대: 22,115건
 - 전년(9,238건) 대비 140% 증가함.
 - KBS <시청자권익센터> 홈페이지 ‘시청자상담실’ [1:1 메일문의], [자유게시판] 운영, ‘시청자청원’ [청원] 운영함.
 - [1:1 메일문의] 10,086건, [자유게시판] 3,674건, [청원] 8,355건
- 상담사원 방송 교육으로 전문성을 강화함.
- <2019년 KBS 시청자상담 백서> 발간(2020. 02월)
 - <시청자상담실> 홈페이지에 PDF파일로 업로드, 시청자가 자유롭게 다운로드할 수 있도록 함.

(6) 시청자 만족도 조사

- <공영미디어연구소>가 수행하는 시청자 만족도 조사를 통해 시청자의 의견을 프로그램 제작에 반영하고 공영방송의 주인으로서 시청자의 권익을 강화하려 노력함.

① 2020 국악한마당 시청자 만족도 조사

- 조사기간: 2020.12.04. ~ 12.10.
- 조사대상: 2020년 5분 이상 시청한 전국 만19세 이상 남녀 106명
- 조사방법: <KBS국민패널> 이용한 인터넷 설문조사 (5점 척도)

[표 7-14] 2020 국악한마당 시청자 만족도 조사 결과

구분	전반적 만족도	내용구성	정보유용	재미·흥미	공공·공익
2020	4.08	4.00	4.22	3.89	4.32
2019	3.95	3.81	4.10	3.75	4.29

② 2020 KBS WORLD RADIO 해외청취자 만족도 조사

- 조사기간: 2020.7.27. ~ 08.31.
- 조사대상: 1개월 이내 KBS WORLD라디오 청취경험이 있는 남녀 해외청취자 2,042명
- 조사방법: 방송통신위원회 성과지표 자료용 조사로, KBS WORLD라디오 홈페이지를 통한 자기 기입식 온라인 설문조사(100점 만점)

[표 7-15] 2020 KBS WORLD RADIO 해외청취자 만족도 조사 결과

구분	종합 만족도	차원별 만족도		요소만족도		
		요소 만족도	전반적 만족도	장르	프로그램	플랫폼
2020	86.2	85.0	88.9	84.1	86.2	84.6
2019	85.5	84.3	88.4	83.2	85.6	84.5

③ 2020 KBS WORLD TV 시청자 만족도 조사

- 조사기간: 2020.05.15. ~ 05.31.
- 조사대상: KBS WORLD TV 해외 시청자 6,605명
- 조사방법: KBS WORLD TV 홈페이지 및 SNS 통한 구글 서베이 온라인 설문 조사

[표 7-16] 2020 KBS WORLD TV 시청자 만족도 조사 결과

구분	종합 만족도	차원별 만족도		요소만족도		
		요소 만족도	전반적 만족도	재미	다양성	VOD 이용편리
2020	83.8	82.8	86.2	87.4	81.5	78.7

4) 시청자 참여와 소통 확대

(1) 옴부즈맨 프로그램 및 시청자 참여 프로그램 편성 현황 및 추진 실적

① <TV비평 시청자데스크> 운영 현황 및 실적

- 방송시간: 1TV 매주 금요일 13:00 ~ 14:00(60분 편성) (2020. 01월 ~ 10월)
1TV 매주 일요일 09:10 ~ 10:10(60분 편성) (11월 편성시간 이동)
- 방송실적: 52회(주 1회)
- 방송내용: 평가원 의견 진술, KBS 청원, KBS 홈페이지·시청자상담실 등을 통해 접수된 시청자 의견을 중심으로 옴부즈맨 프로그램 제작함.
 - ‘시청자 탐사대’의 경우 53명 중 직장인 29명, 대학생 20명, 고등학생 2명, 초등학생 1명 등 다양한 계층이 참여하여 의견 다양성을 제고함.
 - ‘클로즈업 TV’는 시민 미디어·문화 관련 비영리단체 위주로 프로그램 비평·평가 의견을 개진함.
 - ‘TV를 말한다’는 4명의 시청자평가원이 KBS 방송 프로그램과 정책에 대해 집중 평가함.
 - ‘TV를 말한다’, ‘뉴스비평 줌인’에서 제작진이 직접 출연해 설명책임을 강화함.

② 시청자 참여프로그램 <열린 채널> 편성 현황 및 추진 실적

- 목적: 공영방송으로서 시청자의 퍼블릭 액세스권(Public Access) 보장
- 편성: 매주 금 14:00~14:30 (30분간, 1TV) (2020년 1월~6월)
 목 15:30~16:00 (30분간, 1TV) (2020년 7월 편성 이동)
- 방송법 편성시간 월간 100분 이상 충족함.
- 5인의 시청자위원으로 구성된 ‘시청자 참여프로그램 소위원회’를 매월 1회 운영함.
- 방송실적
 - 총 53회 (편성 요일 변경으로 1회 증가)
 - 총 94편 중 서울 21편, 지역 70편, 특집 3편 (5·18 영화제 작품 1편, 시청자주간 시상 2편). 전년(89편) 대비 5편 증가함.
 - 총 94편 중 70편이 지역시청자 제작 프로그램(74.4%)으로 전년(56편) 대비 14편 증가함. 전년보다 지역시청자의 의견 반영을 더욱 강화함.
- 방송 후 <열린 채널> 홈페이지 및 유튜브에 영상물을 게시하여 시청자 참여 프로그램의 도달률을 제고함.

(2) 시청자 참여 사업

① 전 국민 대상 프로그램·캠페인 제안 공모사업 실시

- 시청자 참여 ‘2020 국민제안 영상 대공모 및 시상’
- 공모 주제: ‘코로나19가 바꾼 일상’
- 장편(프로그램) 25편, 단편 50편 총 75편 응모함.
- 단편 우수작 50명, 프로그램 부문 최우수상 1명, 우수상 2명
- 당선작은 <열린 채널>을 통해 방송함.

② ‘시청자 포럼’ 개최

- 일시: 9월 1일(화)(KBS 아트홀)
- 주제: ‘변화된 미디어 생태계·공영미디어 KBS의 지속가능성과 공적책임’
- 참석: 임직원, 교수 및 미디어 전문가 등
- 방송: 9월 3일 방송의 날, SNS 중계, 보도, <TV비평-시청자데스크> 방송 등

③ 시청자 역량 강화를 위한 미디어 리터러시 교육 사업

- 교육부 지원 미디어 리터러시 교육 영상(미니 다큐 호모미디어쿠스 5부작) 제작함.
- 사내 미디어교육 강사 인력은행을 활용하여 미디어교육 실시함.
 - 경기, 인천 등 수도권 권역 시청자미디어센터와 협력 실시함.
 - 창원총국, 부산총국, 전주총국과 협력, 경남 지역과 전북 지역에서 미디어교육을 실시함.

4. 뉴미디어 관련 스마트 플랫폼 구축

1) KBS 스마트 플랫폼 활성화

(1) KBS 플랫폼 MAU(월순사용자) 평가

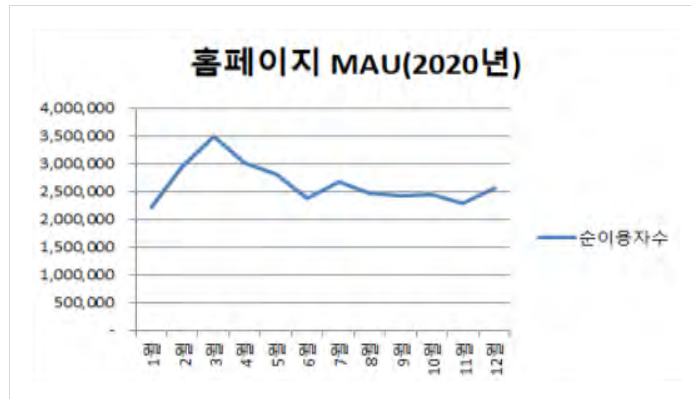
① 목적

- 세계에서 가장 높은 모바일 기기 보급률을 자랑하는 한국의 경우 시청자 대중의 모바일화가 급속도로 진행되고 있음. 이에 한국을 대표하는 공영방송인 KBS 역시 시청자의 미디어 수용양상에 어느 정도 대응할 수 있는 스마트 플랫폼 구축이 필수적임. KBS 홈페이지뿐만 아니라 다시보기 앱인 my K, 라디오 앱인 콩(KONG) 등 KBS 플랫폼의 적극적인 활성화를 통해서 시청자의 욕구에 부합하는 방송을 만들어야 함.

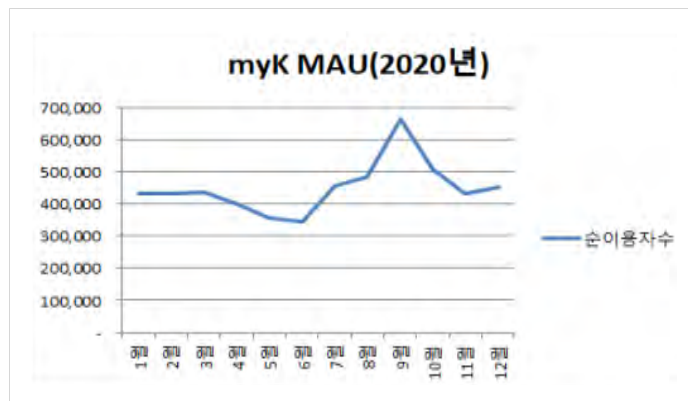
② 실적

- 2020년 KBS 홈페이지 MAU는 최대 302만, 최소 223만으로 월평균 265만 명이 접속
- myK는 최대 66만, 최소 34만으로 월 평균 45만 명이 이용
- 라디오 콩 서비스는 최대 88만 명, 최소 71만 명으로 월평균 82만 명이 이용

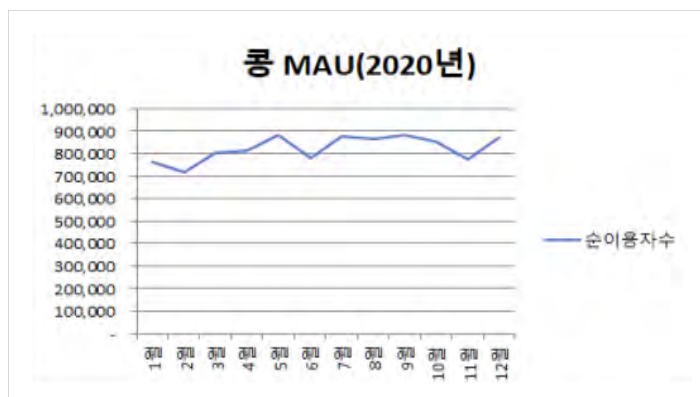
[그림 7-2] 2020년 홈페이지 MAU 현황



[그림 7-3] 2020년 myK MAU 현황



[그림 7-4] 2020년 KONG MAU 현황



(2) KBS 앱 순설치자 추이

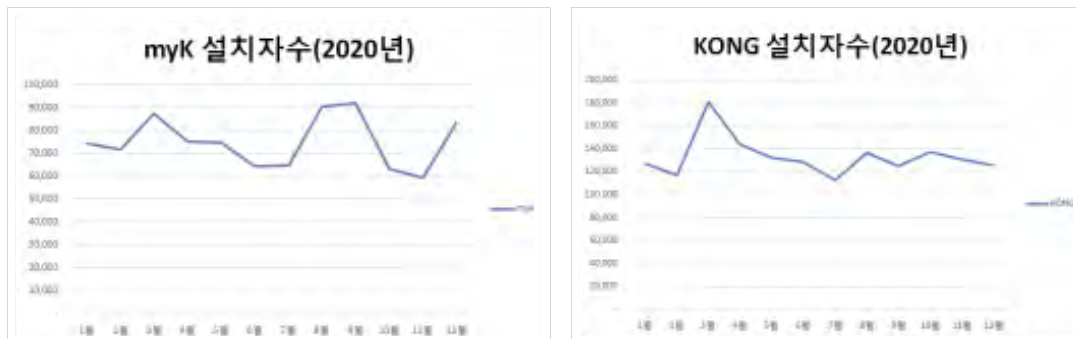
① 목적

- 신규 가입자의 유입을 통한 플랫폼의 활성화를 도모하여 지상파 방송과 온라인 플랫폼의 상호작용 효과를 높이는 것이 필요함. 스마트 플랫폼의 활성화는 가입자 수나 동영상 클릭 수만으로 담보되는 것이 아니라, 순수 이용자의 숫자와 새로 유입되는 신규 가입자의 증가추이가 더 의미 깊음. 따라서 KBS 앱의 순설치자의 증가를 통해 KBS 스마트 플랫폼의 활성화를 이끌어낼 필요가 있음.

② 실적

- 2020년 myK는 평균적으로 월 7.5만 명, 연간 90만 명이 설치, 누적 설치자는 1,300만 명
- 콩은 평균적으로 월 13만 명, 연간 160만 명이 설치하였고, 누적 설치자 수는 4,100만 명

[그림 7-5] 2020년 KBS 앱 순설치자 현황



(3) KBS 유튜브 채널의 조회 수 추이

① 목적

- KBS의 자체 플랫폼뿐만 아니라 외부의 플랫폼 중 무시할 수 없는 플랫폼인 유튜브에 적극적으로 진출하여 시청자를 만난다는 점에서 유튜브 채널의 활성화도 필요한 상황임. 유튜브 진출의 득실 계산 끝에 일부 콘텐츠의 대중과의 접합이라는 목표를 위해 유튜브 채널의 활성화를 기대함.

② 실적

- 유튜브 조회 수는 2019년 7.9억 회에서 2020년 23.9억 회로 203% 증가
- 구독자는 2019년 175만 명에서 2020년 443만 명으로 153% 증가
- 수익은 2019년 19.1억 원에서 2020년 60억 원으로 연간목표 34억 원 대비 76% 초과 달성
- 재생 1,000회당 광고수익인 CPM이 최상위로 성장

[표 7-17] 2020년 디지털 미디어국 유튜브 채널 성과

연도	수익	구독자수	조회수
2018년	0.45억 원	16만 명	0.6억 회
2019년	19.1억 원	175만 명	7.9억 회
2020년	60.0억 원	443만 명	23.9억 회

[표 7-18] 2020년 12월 KBS 유튜브 채널 CPM 순위

디미국 채널	채널명	구독자수[만 명]	월CPM 순위	월평균 CPM [원]
✓	걸어서 세계속으로	29	1	10,205
✓	머니올라	10	2	9,586
✓	생로병사의 비밀	17	3	9,265
✓	깁깁티비	46	4	8,337
✓	역사저널 그날	36	5	8,321
✓	같이잡시다	31	6	8,079
	KBS대전	23	7	7,960
	KBS 교양	52	8	7,655
	KBS 다큐	59	9	7,618
✓	크큭티비	38	10	7,570
✓	옛날티비	21	11	7,239
✓	동물티비	27	12	6,828
✓	몽클티비	118	13	6,801
	KBS광주	22	14	6,786
	KBS전주	8	15	6,750
	KBS 1라디오	35	16	6,720
✓	Again 가요톱10	24	17	6,359

디미국 채널	채널명	구독자수[만 명]	월CPM 순위	월평균 CPM [원]
	KBS 스포츠	11	18	5,938
✓	스타티비	11	19	5,927
	Drama Classic	129	20	5,478
	KBS 한국방송	131	21	5,312
✓	esports KBS	5	22	5,295
	레코드대장	16	23	5,231
	KBS Kpop	568	24	4,907
	KBS 골든케이팝	21	25	4,657
	KBS창원	41	26	4,452
	KBS Entertain	410	27	4,445
	KBS News	107	28	4,235
	KBS Drama	322	29	3,999
	크랩 KLAB	9	30	3,282

제3편

평가내용
제7장 기타 KBS 발전과 경영개선 사항

(4) 디지털 서비스의 클라우드 전환 실적

① 목적

- 디지털 워킹 플로우를 통해 새로운 방식의 제작방식을 확산하기 위한 기본 인프라인 디지털 서비스 클라우드 전환과 안정화를 통해 디지털화를 앞당기는 노력이 필요함.

② 실적

- 전체 디지털 서비스 클라우드 이관 및 기존 IDC 센터 폐쇄
- KBS 홈페이지, 뉴스, myK 등 40여 개 주요 서비스 전면 이관 완료
- 클라우드 특성을 고려한 서비스 아키텍처 개선 및 안정화 추진
- 클라우드 과금 구조에 맞는 인프라 최적화 및 운영비용 절감
- 인프라 관제 위탁 및 보안 관리대상 범위조정을 통해 운영비용 축소
- 클라우드 기반 디지털 서비스 개발/운영 아키텍처 표준화

(5) 클라우드/AI 기반 신규서비스 도입 실적

① 목적

- 디지털 워킹 플로우를 통해 새로운 방식의 제작방식을 확산하기 위한 기본 인프라인 디지털 서비스 클라우드 전환과 안정화를 넘어서서 방송과 디지털 크로스오버 제작방식의 적용, 클라우드 인프라 활용한 제작 프로세스 개선이 필요함.

② 실적

□ 클라우드/AI 기술을 이용한 제작 프로세스 혁신

- 지상파 프로그램과 디지털 콘텐츠 제작/유통을 동시에 추진
- 제작 및 편집 과정에 클라우드 및 AI 기술 적용(음성인식을 적용한 프리뷰생성, 비대면 아카이브 전송, 클라우드 편집 서버를 활용한 디지털콘텐츠 제작)

□ 클라우드 인프라 활용한 제작 프로세스 개선

- AI 프리뷰와 AI 보이스 활용, LTF(Long Tail Factory)로 유튜브 콘텐츠 제작, LTFBC(Long Tail Factory for Broadcasting)로 비대면 방송원본 전송 시스템 구축
- 뉴스 및 〈걸어서 세계속으로〉 재택근무시 클라우드 편집 활용
- 〈박원숙의 같이 삽시다〉 시즌 2 크로스오버 디지털 콘텐츠 제작: 총 193편
- 비대면 아카이브 영상대출 건수: 3,325 건
- AI 프리뷰 이용실적: 총 14,241건
- 클라우드 기반 비상용 뉴스제작 시스템 구축으로 예산 절감
- 1R 심야시간 긴급재난 방송 AI 보이스 개발완료
- 〈동물티비〉 파일럿 등에 클라우드 에디팅 시범적용

5. 지역국 기능조정

1) 지역국 변경허가를 통한 지역국 기능조정

(1) 지역국 기능조정

① 목적

- 공영방송의 핵심적 이념은 시청자의 권익 보호이고, 이를 실현하는 한 가지 방법이 지역민의 생각과 의견을 방송으로 담아내는 지역성 개념임. 지역성은 공영방송이 지켜내야 할 중요한 이념 중 하나임.
- 지역성의 개념 역시 미디어 환경 및 수용자의 이용행태 변화에 따라 변동이 불가피하며, 변화에 대응하기 위한 지역방송의 역할 정립도 필요함.
- 공영방송이 지역민의 생각과 의견을 방송으로 담아내는 지역성을 담보해야 할 책임이 있지만, 여기에서 중요한 것은 ‘실질적인’ 지역성을 제고하는 것임.
- 이와 더불어 날로 악화되어 가는 경영 수지로 인해 공영방송이 기존의 방식과 똑같은 방식으로 시설과 조직과 인력을 운영하는 것이 타당한가라는 의문이 제기되기도 함.
- 공영방송 본연의 실질적인 책임 완수와 효율적인 인력 및 예산 활용이라는 책임은 점점 무거워지고 있음.
- 두 가지의 과제를 동시에 해결하기 위한 솔로몬의 지혜가 필요한 시점으로, 지역방송의 효율화를 통해 지역민들의 생각과 의견을 ‘실질적으로’ 담보하는 새로운 지역방송의 모델 정립이 시급함.
- 본사와 지역국 간의 수평적, 유기적 연결을 통한 새로운 지역방송의 모델정립과 적절한 규모의 경제를 실현하면서도 지역성의 본질을 담보하는 모델의 수립이 요망됨.

② 실적

[표 7-19] 지역국 기능조정 주요 내용

추진전략	세부계획
총국 중심 리소스 통합	- 지역국 총무, TV제작, 송출업무 총국 통합 - 지역국 보도인력 총국으로 소속 변경 후 지역 내 적절 배치 - 지역총국장 인사권 강화 및 지역국장 역할 조정 ※ 지역국 중 강릉/울산 제외

[표 7-20] 지역국 TV 주조 기능조정 내용

지역총국	지역국	TV주조
창원총국	진주국	총국통합운영
대구총국	안동국	
	포항국	
광주총국	목포국	
	순천국	
청주총국	충주국	
춘천총국	원주국	

- 2020년 3월 20일, 지역방송국 변경허가서 방통위 제출
- 2020년 4월부터 2021년 1월까지 6차례에 걸쳐 보정자료 제출
- 방통위는 2021년 3월 11일까지 지역방송국 변경허가 처리기한 연장함.
- 지역사회의 지역방송국 기능조정에 대한 반발로 인해 방통위의 판단이 늦어지고 있는 상태임.

○ 기능조정 관련 실적

- 지역 시청자, 시민단체 등 지역사회와 지속적 교류 추진: 지역(총)국 대상 설명회 및 간담회 총 318회 실시 (2020년 4월 이후)
- 지역 시청자 의견 반영해 방통위 보정 자료 제출: 지역국 TV스튜디오 유지, 지역국 관할 시군뉴스 총국 <뉴스 7> 참여 정례화 및 편성 확대
- ⇒ 시·군지역 뉴스 평균 2.3배 증가 (평균 3.5분→8.1분, 2019년 대비): 라디오 시사기능 강화, 지역 문화행사 확대와 미디어 교육 실시

6. 평가와 제언

1) 평가

(1) 국가기간방송의 윤리 확립과 제고

- KBS는 윤리강령, 방송편성규약, 방송강령, 방송제작 가이드라인 등을 통해 국가기간 방송의 윤리 확립을 위한 기반을 선도적으로 갖춰 왔으며 모바일 미디어와 언택트 환경에

맞춰 새로운 책무를 반영함.

- KBS 방송제작 가이드라인의 2020년 4차 개정에는 모바일 미디어 이용의 급증 현상과 코로나19 확산에 따른 언택트 환경에서 공영미디어에 부여된 새로운 책무를 반영함.
- 유튜브, SNS 이용 관련 법적 분쟁 예방을 위한 법률상식을 보다 알기 쉽게 제공할 목적으로 ‘스마트한 유튜브, SNS 이용을 위한 LEGAL INSIGHT’ 게시 실시
- 공영방송인의 윤리 관련 교육을 위해 청탁금지법과 부패방지법에 근거한 법정교육을 청렴교육으로 특화하여 온·오프라인에 다양한 교육 과정을 개설하여 실시함.
 - 전 직원 대상 이러닝, 직급별 승진자와 신입사원을 대상으로 한 기본교육 내 청렴 특강 등을 운영하고 사장을 비롯한 모든 임원(집행기관, 본부장, 센터장)들이 청렴 교육을 이수함.
- 장애인인식개선교육, 직장내괴롭힘예방교육 등 상호 존중과 배려를 바탕으로 한 조화로운 공동체 생활을 위한 인식개선교육을 전 임직원에게 이러닝으로 제공함.
- KBS 홈페이지상의 사이버감사실을 통해 총 320건의 민원 및 제보사항을 접수하여, 관련 부서의 업무에 반영 또는 참고토록 조치하고 민원인에 회신 처리함.
- 2020년에는 부패행위와 직접 관련된 감사 건수가 전년도 5건 대비 1건으로 현저히 감소하는 성과를 거둠.

(2) 사회적 책임 이행

- KBS는 청년고용촉진특별법 적용대상에 해당되지 않아 별도의 청년 고용 비율 달성 계획을 수립하거나 이에 따른 실적을 제출하지는 않지만 신입 및 경력직원을 채용시 청년(15세 이상 34세 이하)에 해당하는 직원을 최근 3년간 90% 수준의 비율로 충원함.
- 방송 내용에 대한 시청자의 이의 제기에 대해 신속하고 공정한 조사를 거쳐 법적 절차를 거치지 않고 해결할 수 있는 독립적 사내 절차를 마련하고 실행하는 성과를 나타냄.
 - 시청자의 권익 보호와 방송으로 인한 피해 구제 활동을 목적으로 3인의 고충처리인 운영하여 2020년 시청자권익센터 내 고충처리 사이트를 통해 제기한 불만과 고충을 포함해 방송통신위원회 등 외부기관에서 이첩 받은 민원 96건을 해결함.
- 개인정보 보호책임자로 경영정보국장을 지정하고 있으며, KBS 홈페이지 회원, 수신료, 협찬품, 국민패널 등 각 개인정보파일 관리부서의 장을 개인정보 보호담당자로 지정하여 관리함.
- 어려운 이웃을 위한 나눔 문화 확산 캠페인 전개를 통해 성금 모금, 나눔 국민대상 시상, 디딤돌 봉사단 운영, 매칭그랜트제 운영, 임직원 급여 끝전 모으기 등을 수행하여 나눔문

화를 실천하고 공영방송 이미지를 제고

- KBS 국악관현악단, 음악콩쿠르, KBS 국악대경연 등을 통해 공적책무를 수행하고 인재를 발굴하는 등 문화예술 진흥에 기여함.
- 시청자 대상 문화행사를 다양하게 개최
 - KBS 관현악단, KBS 국악관현악단 및 (재)KBS 교향악단을 통해 시청자를 대상으로 다양한 문화공연 및 사회공헌 행사를 개최하여 수신료 가치실현에 기여함.

(3) 투명성

① 시청자위원회 운영

- 방송법에 의거 시청자의 권익보호를 목적으로 설치된 ‘시청자위원회’를 통해 시청자를 대표하여 방송편성과 방송 프로그램 내용, 심의규정에 관해 제시된 의견과 요구를 수렴·반영함으로써 시청자의 고충이나 불만을 신속하게 처리하고 방송의 공공성과 공익성을 확보하고자 활발히 활동함.
 - 윤리강령 개정 TF를 구성해 2003년 제정된 <KBS 윤리강령> 개정작업을 진행할 예정이며 <KBS 윤리위원회>도 다시 활성화시킬 계획임을 밝힘.
 - 보도시스템 전체를 총체적으로 재점검해야 한다는 시정요구에 보도본부는 9월 3일 방송의 날에 <방송제작 가이드라인 개정안>을 발표해 시행하는 등 대책을 마련

② 시청자상담실 운영

- 시청자 고충처리와 다양한 의견 수렴 및 방송정보 제공을 목적으로 ‘시청자상담실’ 운영
 - 시청자 의견을 접수자가 신속·정확하게 접수부터 처리까지 일관성을 유지하며 책임지는 원스톱 서비스를 실시하고 상담 및 의견 수렴 344,350건을 달성함.
 - 연초에 코로나19 대유행 발생에 따라 근무특성상 집단감염 우려가 높은 상담사들의 재택근무를 적극 실시함으로써 응대율을 유지하여, 대 시청자 서비스를 안정적으로 제공함.

③ 시청자청원제도 운영

- 시청자 의견수렴 창구 확대를 통한 시청자 권익 확대를 위해 ‘시청자청원제도’을 운영하여 시청자청원 8,355건 접수 및 성사 220건, 책임 부서장 답변 완료

- 시청자청원제도의 적극적 활용

- 전년 대비 시청자 청원 건수와 청원사이트 방문객 수가 큰 폭으로 증가했으며, 청원에 대한 대응은 적절한 절차를 통해 이뤄지는 것으로 평가됨.
- 2020년 시청자청원 사이트 월평균 방문객은 114,177명(연 1,370,134명 방문)으로 2019년 월평균 방문객 35,007명 대비 326% 증가

④ 시청자 권익 강화 보장

○ 시청자 관련 서비스 이용의 편의성 제고

- 시청자 관련 서비스를 통합적으로 이용할 수 있도록 홈페이지 운영함.

○ 시청자 불만에 대한 빠른 대응

- 홈페이지, 우편, 팩스 등을 통해 제기된 시청자 불만과 고충사항에 대한 제작진 등 담당부서의 의견을 민원인에게 적시에 전달함으로써 시청자의 만족도를 제고함.

○ 정보공개제도를 통한 경영 투명성 확보

- KBS가 보유·관리하는 정보를 공개함으로써 시청자의 접근권을 적극 보장하고, KBS 경영의 투명성 확보에 기여함.

○ 시청자 만족도 조사를 통해 적극적으로 시청자 의견 반영

- <공영미디어연구소>가 수행하는 시청자 만족도 조사를 통해 시청자의 의견을 프로그램 제작에 반영하고 공영방송의 주인으로서 시청자의 권익을 강화하려 적극 노력함.

⑤ 시청자 참여와 소통 확대

○ <TV비평 시청자데스크> 편성시간 변경을 통해 시청자와의 소통 강화

- 방송시간을 금요일 13:00에서 일요일 오전 09:10으로 이동해 시청이 용이하도록 함.

○ 시청자 참여프로그램 <열린채널>을 통해 지역시청자의 의견 반영을 강화

- 2020년 방송된 총 94편 중 70편이 지역시청자 제작 프로그램(74.4%)으로 전년(56편) 대비 14편 증가함.

○ 시청자주간 제정

- KBS 시청자위원회 출범 30주년을 맞아 “시청자주간”을 제정·선포함으로써 시청자와의 소통을 강화하고 공영방송 KBS에 대한 시청자의 이해를 높임.

(4) 스마트 플랫폼 구축

- 유튜브에 다소 늦게 진출했음에도 유튜브를 통한 시청자와 만남이 구독자 수와 조회 수를 통해서 성장한다는 것을 확인할 수 있고, 그 결과 창출된 수익도 급성장 중임.
- 클라우드와 AI를 활용하여 비대면 시대의 방송 제작의 방법을 모색하였고, 스마트 미디어 시대의 제작방식을 만들어가려는 노력이 돋보임.
- KBS 홈페이지, myK, 콩의 월간 순이용자는 공영방송의 대표주자로서 확장성 측면에서 아쉬운 숫자임.
- 방송제작에 활용할 수 있는 클라우드와 AI 기술은 시범 단계에 그치고 있어서 본격적인 활용까지는 시간이 소용될 것으로 예상됨.
- 방송제작과 디지털 제작 즉, 오프라인과 온라인의 콜라보를 통해서 시너지를 기대할 수 있으나, 아직도 디지털이 방송제작의 하위체계로 인식되고 있음.

(5) 지역국 변경허가를 통한 지역국 기능조정

- 지역국 변경허가를 통한 지역국 기능조정은 지역국 활성화라는 큰 목표에 도달하기 위한 하부 목표임. 하지만 지역민들과 시민사회에는 지역국 활성화라는 목표보다는 지역국 기능조정이라는 하부 목표가 더 크게 부각되고 있는 실정임.
- 지역국 방송 활성화를 위해 <뉴스 7> 40여 분의 방송을 지역총국에서 제작하도록 한 것은 지역성 담보를 위해 혁신적인 시도이며, 공영방송이 마땅히 해야 할 책무수행임. <뉴스 7> 지역화에 대한 지역시민사회, 학계 및 지역 총국 내부의 긍정적인 반응과 변화의 움직임으로 볼 때 전체적으로 바람직한 변화로 판단됨.
- 다만, 지역국 기능조정은 계획을 수립하고 시행하려 했으나, 방통위의 판단이 늦어지면서 일부 인력의 이동은 있었지만, 실질적인 변화로 이어지지 않는 상황이 계속되고 있음.
- 경영평가단이 실사한 청주총국과 충주국의 경우 충주국에는 기자와 프로듀서가 1명도 없고, 행정, 기술, 아나운서 등이 남아서 방송을 만들고 있어서 과도기적이며 불안정한 조직 구조와 체계로 보임. 보도인력의 소속을 청주총국으로 변경한 채 충주국 관할지역을 취재하고 있으나, 총국과의 물리적 거리로 인해 발생하는 지역의 고유한 정서를 담아내기 위한 해법이 무엇인지는 명료해 보이지 않음.
- 지난 2019년 4월 이후 지역국 시청자, 시민단체, 국회의원 등을 상대로 설명회 및 간담회

를 개최하여, KBS 지역방송 활성화 계획은 지역국 폐쇄안이 아니라 급변하는 방송 환경에 대응해 지역총국과 지역국의 역할을 재정립하는 정책이라고 설명했다. 그러나, 시청자들이 느끼기에는 KBS가 수립한 지역국 기능조정 정책을 실현하기까지 예상되는 정책 변수와 시민사회의 반응 등을 충분히 고려했는지에 대해서는 다소 아쉬움.

2) 제언

(1) 국가기간방송의 윤리 확립과 제고

- 국가기간방송의 윤리 확립과 실천을 위해 (가칭)‘윤리경영실’과 같은 독립된 별도 전담 조직 설치 및 운영 필요
 - 윤리성, 투명성, 사회적 책임 및 최근 급부상하고 있는 ESG 활동을 총괄 관리하는 역할을 수행

(2) 사회적 책임의 이행

- 공영방송으로서 KBS만이 독특하게 수행할 수 있는 사회적책임 활동 강화

(3) 투명성

- 미래 시청자 의견수렴을 위한 다각적 노력의 필요
 - 젊은 시청자들이 프로그램 제작과 경영에 자유롭게 의견을 제시하고 참여할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있음.
 - 소셜 미디어나 메신저 등 젊은 시청자들이 많이 사용하는 디지털 플랫폼을 적극 활용하여 참여와 소통을 강화해야 함.
- ‘시청자 참여’에 대한 새로운 접근 필요
 - 시청자 개념이 능동적 이용자로 확대되는 미디어 환경변화에 적극 대응할 필요가 있음.
 - 시청자 의견수렴이나 불만 처리에 집중된 대시청자 정책/제도를 ‘방송제작 전 가치사슬에서 이용자 관여/참여(User Engagement/Participation)의 확대’라는 관점에서 재구성할 필요가 있음.
 - 이를 위해 이용자 데이터의 수집과 활용을 보다 체계화할 필요가 있음.

(4) 스마트 플랫폼 구축

- 방송제작과 디지털제작이라는 두 축이 방송사의 이 중요한 핵심축이라고 한다면, 방송제작과 더불어 디지털제작을 담보할 수 있는 조직의 개편이 요구됨. 디지털화 화두가 꽤 오래전부터 강조되었는데, 여전히 KBS의 제작 체계는 방송제작 중심적인 측면이 강하게 판단됨. 전면적인 디지털화라는 정책 목표가 절실함.
- 비대면 아카이빙, 비대면 방송제작 등 디지털화와 AI화로 인해 절감된 인력을 감안할 때, 전체적인 조직개편과 직무재조정이 필요함. 거의 모든 부서가 인력이 부족하다고 하는데, 이와 같은 인력감축의 결과 생긴 여분의 인력 배치는 효율적으로 되고 있는지 궁금함.
- 스마트 플랫폼의 혁신과 개선이 주로 내부 직원들의 직무와 관련된 것에 초점이 맞춰짐. 시청자의 입장에서 본 스마트 플랫폼의 혁신과 개선에는 어떠한 지점이 있는지 확인할 필요가 있음.
- 시청자 입장에서는 KBS의 스마트 플랫폼 혁신이 어떻게 느껴지는지 방송 시청에 어떠한 변화가 느껴지는 지 명료하지 않음. 따라서 철저하게 시청자 입장에서 스마트 플랫폼에 대한 설계가 필요하며, 이를 적극적으로 반영해야 함.

(5) 지역국 변경허가를 통한 지역국 기능조정

- 지역총국의 <뉴스 7>을 지역 뉴스로 채우는 시도는 KBS가 지역방송의 실질적인 활성화에 대한 진정성을 가지고 있다는 것을 보여주는 매우 중요한 정책임. 지역의 제작 자율성을 높여주며 지역민과의 정보 밀착성을 높여주어 수신료의 가치에 부합하는 지역국의 자율성 제고와 지역국 기능조정을 함께 제안함. 기능조정의 궁극적 목표가 지역국의 실질적인 활성화라는 사실을 부각시킬 필요가 있음.
- 이러한 목표를 가지고 지역민들과 더 적극적인 소통을 통해서 지역민의 의견과 생각이 잘 반영되는 최적의 방송 모델을 검토하고 이를 바탕으로, 새로운 미디어 환경 속에서 지역방송을 활성화하며 지역국의 기능을 합리적으로 조정할 수 있는 방안을 모색하는 것이 필요함.
- 총국을 중심으로 기존의 을지국이 커버하는 것보다 더 작은 행정단위를 커버하는 기자와 프로듀서 등 방송제작 인력을 상주시키는 새로운 방식의 지역총국-지소 모델도 제안함.
- 더불어 지역 총국별로 특화된 방송콘텐츠 제작 역량을 강화하여 뉴스뿐만 아니라 다른 콘

텐츠의 지역 기반 중심 제작체계를 수립하는 것이 지역국의 새로운 기능을 부여하는 방식이라고 판단됨(가령, 전주총국 전통문화, 대전총국 과학콘텐츠).

- 지역국 기능조정과 관련해서는 지역국의 기존 시설과 조직을 어떻게 재조정할 것인지 현실적이고 설득력 있는 대안을 마련할 필요가 있음. 지역민들은 기능조정으로 인해 “우리 도시에 방송국이 없어진다”는 두려움을 갖고 있으며, 방송국이 없어지면 “우리 도시민의 생각과 의견이 반영되지 않는다”는 위험으로 연결시키고 있음. 따라서 현재의 방송체제가 아닌 새로운 체제로 변화되지만 “우리 도시민의 생각과 의견이 더 잘 반영된다”는 믿음을 갖게 할 방법을 모색해야 함.

KBS  한국방송

2020

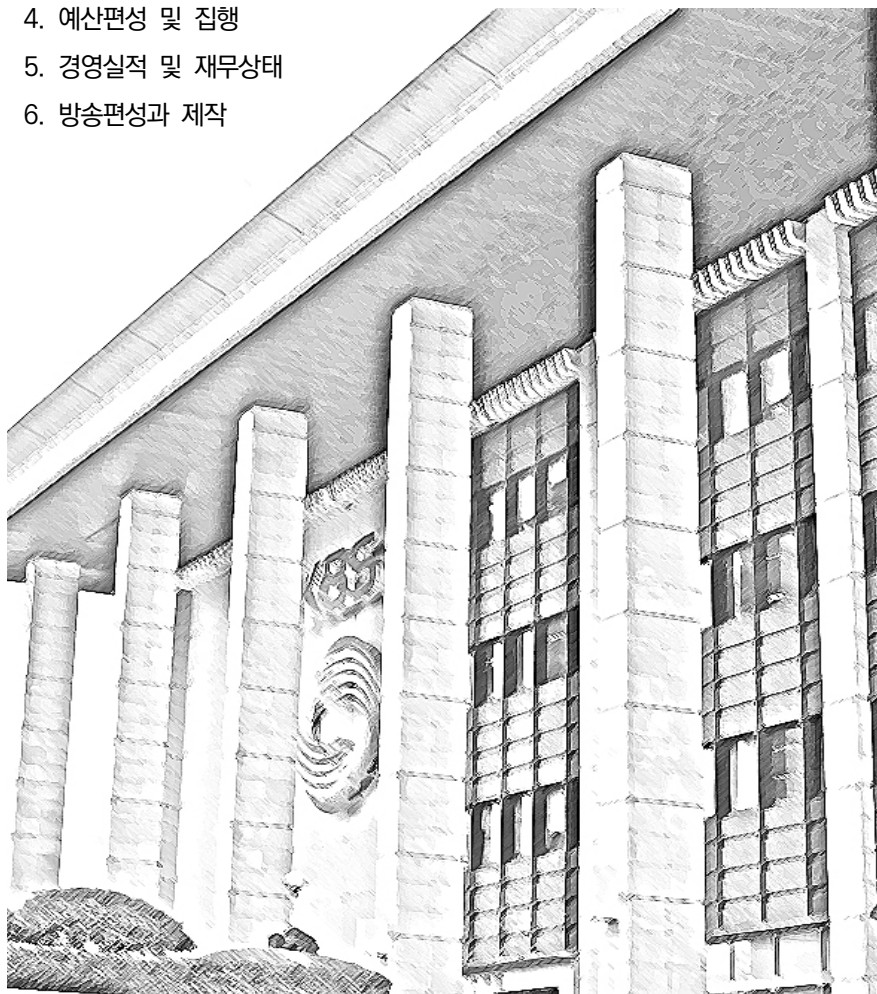
사업연도 경영평가보고서
Korean Broadcasting System

C·h·a·p·t·e·r

04

경영평가 총평

1. 경영평가 개요
2. 경영목표 설정과 성과관리
3. 인사 및 조직 운영
4. 예산편성 및 집행
5. 경영실적 및 재무상태
6. 방송편성과 제작
7. 방송보도와 저널리즘
8. 기술 및 뉴미디어
9. 기타 KBS의 발전과 경영개선 사항





제4편 | 경영평가 총평

제4편

경영평가 총평

1. 경영평가 개요

2. 경영목표 설정과 성과관리

- KBS의 경영목표와 핵심과제 및 사업의 구성체계는 KBS의 중장기계획 상의 목표를 달성 하는데 유기적 관련성을 갖고 구성되어 있으며, 전년도(2019년) 경영평가에서 언급된 ‘내부 프로세스 개선과 직원들의 학습과 성장에 필요한 평가요소’를 반영하여 설정된 것으로 보임.
- 2021년도에 중장기계획 3년차를 맞아 5대 목표 12대 과제의 달성 정도에 대한 총괄 중간 점검이 필요하며 이를 반영하여 차기 중장기계획을 수립함으로써 경영목표의 타당성 향상에 기여할 수 있을 것임.
- 경영목표의 효과적 달성을 위해 내부 구성원들과의 사내 커뮤니케이션은 어떻게 어느 정도 수행되었는지 분석하고 구성원들의 이해와 공감대 형성 및 의견 수렴을 위한 활동을 보다 강화할 필요가 있음.
- 코로나19 이후 촉발된 무인화, 원격화, 가상화 등 사회기술적 변화에 대응하여 공영방송 본연의 역할을 선도하기 위해 필요한 인력 확보와 개인 및 조직 역량 개발이 중요한 경영목표로 설정되어야 함. 나아가 변화를 기민하게 수용하고 적응을 위한 학습이 이뤄지는 개방적이고 유연한 조직을 만들기 위한 조직문화 진단과 조직개발이 요구됨.
- 콘텐츠 중심 조직으로의 개편은 콘텐츠의 질적 향상과 더불어 디지털시대에 적합한 전달 체계의 혁신을 동시에 요구함. 방송이라는 한계를 벗어나 다양한 플랫폼과 형식을 통해 공영미디어의 책무를 수행하는 미션의 실현을 위해서는 중장기계획 설정 주체의 명확화와 일관성 있는 실행 체계 마련이 긴요하며 이를 위한 연구 기능과 역량 강화가 필요함.
- KBS의 중장기계획은 변화하는 디지털 환경 속에서, 추락하고 있는 지상파 방송의 생존을 위한 파괴적 혁신(disruptive innovation)을 담아야 할 것임. 미디어 이용행태의 급변으로 인한 지상파 경쟁력 저하라는 냉엄한 현실 속에서 지속가능한 경쟁우위를 확보하기 위

- 해서는 전략과 구조, 제도, 인적자원, 시스템 전반에 걸친 총체적 혁신이 요청됨.
- KBS의 성과관리는 ‘부서별, 개인별, 사업별’로 이뤄지고 있으며 성과지표가 부서별, 개인별 평가에 반영되고 부서 목표의 달성이 당해연도 경영목표로 연계되며 다시 중장기계획의 달성으로 연결되는 구조화된 체계를 갖춰 운영됨.
 - 2020년 경영목표 핵심사업 성과지표를 전년도(2019년도 57개) 대비 29개를 추가하여 86개로 상향 설정하여 수행하였으며 달성 및 부분달성 지표의 개수가 향상되는 실적을 보임. 다만, 2020년 초 발생한 코로나19 대유행으로 인한 집합금지 및 사회적 거리두기 조치와 활동 제한으로 인해 일부 핵심사업 달성에 차질이 있었으며 불가피한 상황 발생시 목표 변경과 지표 대체 등 기민한 대응이 필요함. 나아가 성과관리의 합리성 제고를 위해 전년도 평가결과가 차년도 계획 수립시 적정 시점에 환류(피드백)될 수 있도록 절차상의 시간차를 고려한 유연한 관리가 요구됨.
 - 콘텐츠 중심의 창의적 조직 실현을 위해서는 성과관리와 평가가 주기적으로 이뤄지는 사후적 평가에서 벗어나 업무의 효과적 수행과 역량개발을 돕는데 목적을 둔 실시간 피드백과 코칭을 중심으로 이뤄지는 방식의 도입을 검토할 필요가 있음.

3. 인사 및 조직 운영

- ‘콘텐츠 중심의 조직’이 콘텐츠 자체의 수준 향상에만 머물지 않고 콘텐츠를 중심으로 디지털 변혁기에 대한 적응과 선도가 이뤄질 수 있는 ‘그랜드 전략’을 제시하고 이를 실현할 수 있는 조직구조 구축 및 인적역량 획득과 개발 및 배치 등 전략-조직-인사 차원의 대전환이 필요함. 나아가 KBS 구성원 간 변화에 대한 공감대 형성, 변화주도 및 실행, 인사체계 구축, 통합경영정보 시스템 등 일련의 조직변화와 개발이 긴요함.
- 전사적인 조직개편과 실행, 직급체계 개편, 직무재설계, 변동형 직급체계, 인센티브 강화 등 혁신 노력이 이뤄지고 있어 개선이 기대되나, 활발한 소통과 공감대 형성을 통해 구성원들의 전사적인 협조와 동참을 최대한 이끌어 낼 필요가 있음. ‘디지털 워크플로우’ 정착을 위한 시스템 구축에 있어 방송 영역과 경영 영역에 걸친 전사적 통합 디지털화 기획을 통해 자원관리의 시너지를 극대화할 필요가 있음. 나아가 사업 관련 역량 강화를 위한 조직편제와 인력운영이 필요함.
- 인력구성의 고령화, 고직급화는 직무능력 향상 및 합리적 임금체계와 병행되지 않을 경우

- 구성원의 동기부여와 조직활력을 떨어뜨리고 저효율화를 초래함. 연공서열형 인력운영과 승진승급 관행 및 보수체계는 직무능력 개발과 직무와 역량에 따른 역할 수행이 이뤄질 수 있는 체계로 변화가 요구됨.
- 퇴직자 재고용은 직무역량과 보수수준 등 합리적 기준을 바탕으로 수행되는 것이 바람직하며, 고직급, 고연령, 고임금 구조를 개선하여 청년층 신규인력에 보다 많은 기회를 부여할 수 있도록 제도 변화가 요청됨.
 - 전체적인 인력규모의 축소와 인건비 절감과 같은 인력운영의 효율성 지표가 개선되고 있으며 디지털 혁신에 필요한 교육훈련을 다양하게 제공하고 있음. 미래 변화에 요구되는 역량을 보유한 참신성 있는 외부인재 영입을 위한 활동을 통해 혁신 동력을 갖춰야 할 것임.
 - 인사제도는 관계법령과 인사규정 등 현행 규정을 준수하여 운영하고 있는 것으로 평가됨. 블라인드 채용 및 면접위원 교육을 통한 차별 금지, 인사평가에 있어 상향평가 실시 및 피평가자와의 확인면담, 재평가 등의 피드백을 실시하고 있음. 보도, 시사제작, 시사교양 분야 국장임명동의제를 실시하고 있으며, 개방직의 경우 2020년 말 현재 개방형직위자가 없어 개선이 요구됨.
 - 집행기관 및 보직자의 성, 연령, 경력, 지역 다양성에서 경력과 배경은 고르게 분포하고 있으나 성별 다양성과 연령 다양성에서 개선이 요구됨. 직종별로는 프로듀서, 기자, 아나운서 등의 직종에서 지속적으로 여성인력이 증가하고 있으나 상위 보직으로 갈수록 여성 비중이 낮아짐. 연령과 상위보직 간의 상관관계가 높은 연공서열형의 모습을 보여주고 있어 개선이 요구됨. 장애인 의무고용 비율 개선이 필요하며 다양한 인력이 조직에 적응하고 역량을 발휘할 수 있도록 포용적인 조직 분위기 형성과 리더십 개발 등 다양성 관리가 필요함.
 - KBS의 미래 발전 전략에 걸맞는 획기적인 인적자원개발 전략 마련과 실행이 요청되며, 기존 인력의 직무전환을 위한 교육훈련 투자 확대 및 장기 근속 구성원들이 보상 가치에 맞는 역할을 수행할 수 있도록 역량진단 및 개발과 직무전환 기회 부여가 필요함. 안식년 제도는 복지가 아닌 새로운 미래에 요구되는 역량습득 기회로 활용되는 것이 바람직함.
 - 재난방송 주관사로서 필요한 교육훈련 강화와 전문인력 확보가 필요함. 국내뿐 아니라 세계적 위상을 고려하여 해외 특파원과 국제부 기사를 운영할 필요가 있으며, 동시에 공영방송으로서 지역성과 지역방송 활성화라는 책무를 이행하기 위해 실효성 있는 지역국 조직과 인력운영 방안 마련이 요구됨. 나아가 비즈니스 역량을 갖춘 인재의 개발과 확보를 통해 사업역량 강화가 필요함.

- 차세대 미디어 생태계와 기술 변화에 대비한 인력 충원과 전문인력 양성을 위한 중장기 로드맵의 가시화가 요청됨. 직무별 전문성 개발이 가능한 경력개발경로(CDP)를 제시하고 직종별 순환전보의 순기능이 환류되는 효과를 갖는 제도 운영이 요구됨.
- KBS는 성평등을 실현하기 위해 불공정 관행 해소, 인식 개선, 프로세스 구축, 모니터링 및 교육훈련 등을 실시하고 있으며, 일생활균형을 위한 제도를 다양하게 도입하여 ‘가족 친화 우수기관’ 재인증을 획득함. 구성원의 성인지 감수성 제고와 각 직무 분야에서 여성 인력 비중의 확대가 지속적으로 요구됨.
- 주 52시간 근무제에 대응하기 위해 유연근로시간제 도입을 지속적으로 추진하고 있으며 보도, 제작 등 필요 직무를 대상으로 4주 단위 선택적 근로시간제를 실시함. 비정규직의 차별적 처우 해소를 위해 위탁계열사의 위탁비에 최대한 반영하는 등 차이 해소에 노력하고 있음.
- 각 노동조합과 지속적인 대화와 협상을 통해 개혁과제를 수행하기 위해 노력함. 2020년 임금협약 및 부속합의서를 예년보다 빨리 체결함으로써 불확실성이 커진 KBS 재정상황을 조속히 안정화시키는데 기여하였고 3년 3개월만에 노사협의회를 정상적으로 개최하고 정기 및 임시 노사협의회를 실시하는 등 노사관계를 개선함. 각 노조와의 대화와 협상을 보다 활발히 수행하여 보다 원만한 노사관계를 형성할 필요가 있음.

4. 예산편성 및 집행

- 연초부터 이어져온 ‘코로나19’ 등의 여파로 수입감소가 예상되는 상황에서 재무위험관리 시스템에 의한 일괄긴축, 섭외성경비 긴축, 비상긴축 조치 등 총 3차례의 긴축을 통해 303억 원의 수지를 개선한 것은 바람직함.
- 경영목표사업 비용예산은 전체 사업경비 8,394억 원 대비 8.23%(정규/특집 제작비 예산 활용사업 감안시 34.3%), 경영목표사업 자본예산은 자본예산 편성액 648억 원 대비 26.9%로 예산편성기준과 경영목표의 적합성 향상을 위해 전체 예산을 경영목표의 핵심 사업과 연계하여 구분하고, 집행률을 평가하는 방안도 고려해 볼만함.
- 수입예산 규모에 따른 비용예산 편성으로 균형예산을 달성하여 당기손익은 3억 원임. 그러나 영업손익(사업손익) 규모는 지속적으로 적자가 편성되고 있으며, 그 규모는 매년 증가추세임. 이는 예산편성 단계부터 영업외수익(사업외수익)으로 균형예산을 맞추고 있다는 의미이며, 불용자산 매각 등 영업외수익 항목이 소진되면 거액의 당기순손실 발생을 피할 수 없

- 다는 것을 의미함. 이는 공영방송으로서의 지속 가능성에 대한 위기감을 불러일으킴.
- 자본예산 편성액이 과거 3개년 계속적으로 감소했음에도 불구하고, 2020년 집행률은 44.8%로 매우 낮은 수준임. 매년 반복되는 낮은 집행률은 자본예산 편성시 반드시 집행해야 할 예산이 아닌 예비비성 자금에 대한 배정으로 보여짐. 방송시설 디지털화, 연구개발 및 정보화 등은 미래 경쟁력 강화를 위해 선제적인 투자가 동반되어야 함에도 수입 축소시 가장 먼저 집행을 보류하고 있음. 이러한 자본예산 편성의 위축은 미래의 경쟁력 약화를 가져옴.

5. 경영실적 및 재무상태

- 3년 연속 사업손실을 기록하고 있음. 2020년에는 방송사업비 축소 및 사업외손익의 발생으로 당기순이익이 발생하였으나, 방송 본연의 사업을 통해서는 3년 연속 손실 지속으로 근본적인 체질 개선이 필요함.
- 수신료수입은 85억 원 증가하였고, 광고수입은 광고시장 재편 등 어려움으로 지속적으로 급감하고 있으며 그 비중 또한 감소하고 있음. 기타수입은 수입 다각화를 통한 콘텐츠 판매수입 증대 등 다양한 수입원 확충 노력으로 전년 대비 증가하였으며 그 비중 또한 증가하고 있음.
- 2020년 KBS의 사업활동 현금흐름은 727억 원, 투자활동 334억 원, 재무활동 (-)587억 원으로 총 474억 원의 현금이 증가함. 2020년 사업활동 현금흐름의 호전은 2019년 재송신료 입금 지연 등으로 인한 매출채권이 당년도에 회수된 영향이며, 투자활동 현금흐름은 토지매각으로 인한 유입액 546억 원 등에 기인함. 재무활동 현금흐름 587억 원은 차입금 상환으로 인함.
- 이상적인 현금흐름은 사업활동으로부터 대규모의 현금이 유입되어 미래성장동력 확보를 위해 투자활동 현금유출, 이익의 분배에 따른 재무활동 현금유출로 구성되어야 함. KBS의 경우 과거 사업활동으로부터 현금 창출을 하여, 투자활동에 사용하였으나, 최근에는 휴유자산의 매각을 통한 현금확보를 하고 있는 상황임. 계속되는 투자축소는 사업활동의 현금흐름 창출능력을 저하시키는 심각한 요인이 될 수 있음.
- 최근 5개년의 퇴직금 지급액은 매년 증가하고 있음. 향후 5년동안 1천여 명의 정년퇴직이 예상되는바, 퇴직금 지급액의 부담은 더 커질 수 있음. 유휴 토지의 매각으로 자금 확보를

하였으나, 향후 토지 매각으로 확보 가능한 자금은 약 138억 원에 불과하므로 유동자금 확보를 위한 대안 마련이 시급함.

- 2019년 매출채권 회수 지연으로 인해 차입을 하는 상황이 발생함. 과거 2개년 매출채권 잔액은 최근 4개년 평균 대비 높은 수준임. 매출채권 적시 회수시 2019년 약 731억 원, 2020년 361억 원의 유동성 확보가 가능했을 것으로 추정됨. 매출채권의 회수관리는 유동성 확보를 위해 필수적임.
- KBS는 부족한 자금 조달의 방안으로 수신료 인상이나 정부의 미납자본금 출자 외에는 특별한 대안이 없어 보임. 수신료 인상은 여론의 지지를 받지 못하는 상황이고, 정부의 미납자본금 출자 역시 쉽지 않아 보임. 줄어드는 광고수입의 대안인 콘텐츠수입도 폭발적으로 늘지 않음에 따라 결국 투자를 줄이고, 살림살이를 줄이는 악순환이 계속되고 있음. 변화, 혁신을 위해서는 투자가 선행되어야 함. 수신료 인상, 정부 추가 출자라는 수동적인 틀에서 벗어나서 능동적인 자세로 자금조달에 대한 계획을 수립하는 것이 필요함. 공영방송으로서 방송법 테두리 안에서 차입이나 사채발행, 자회사 상장, 공동출자를 통한 투자재원 마련 등 다양한 자금조달 방안에 대한 고민이 필요하다고 봄.
- 수신료 인상에 대한 국민적 호응을 얻기 위해서는 합리적인 수신료 산정과 수신료의 세부 내역을 대외적으로 투명하게 공개할 수 있는 구체적인 방안 마련이 시급함. 공정하고 투명한 수신료 산정을 위한 제도적 장치 마련과 수신료가 방송법 제44조의 공사의 공적책임¹⁾을 위해 쓰이고 있음을 투명하게 알릴 수 있도록 회계적 연구가 필요함.

6. 방송편성과 제작

- 공영방송으로서 KBS가 지향해야 할 방송편성과 제작 방향을 고려함과 동시에 가능한 객관적 수치에 기반해서 경영평가를 실시하였음.
- 코로나19 확산을 맞아 재난재해 주관방송사로서의 역할을 충실히 수행했다고 판단됨. 1TV를 국민안전 중심채널로 리브랜딩하고, 다양한 코로나19 및 재난/안전 관련 프로그램 편성하여 유용한 정보를 제공하고 국민 통합에 기여한 것은 높이 평가할만함.

1) 제44조(공사의 공적 책임)

- ① 공사는 방송의 목적과 공적 책임, 방송의 공정성과 공익성을 실현하여야 한다.
- ② 공사는 국민이 지역과 주변 여건과 관계없이 양질의 방송서비스를 제공받을 수 있도록 노력하여야 한다.
- ③ 공사는 시청자의 공익에 기여할 수 있는 새로운 방송 프로그램·방송서비스 및 방송기술을 연구하고 개발하여야 한다.
- ④ 공사는 국내외를 대상으로 민족문화를 창달하고, 민족의 동질성을 확보할 수 있는 방송 프로그램을 개발하여 방송하여야 한다.

- 코로나19로 인해 뉴스에 대한 사회적 수요가 증대하는 상황에서 뉴스 공정성과 정확성을 최우선 가치로 설정한 KBS 뉴스의 경쟁력 강화전략이 KBS 신뢰도의 제고로 이어짐. 특히 1TV 뉴스 신뢰도에 대한 내 외부기관의 평가결과가 이를 객관적으로 입증함.
- 1TV 보도 프로그램 편성 증대, 장애인 방송에 대한 의무편성비율 확대, 청소년 대상 프로그램 편성 확대, 다문화 가정 프로그램 연간 편성 증가는 높이 평가할만함. 다만 사회적 소수자 관련 프로그램은 보다 적극적으로 편성할 필요가 있음.
- 디지털 플랫폼에서 KBS 영향력을 강화하기 위한 크로스미디어 및 멀티플랫폼 전략은 일정 정도 성과를 거둠. 디지털 플랫폼을 TV 프로그램의 2차 유통채널이 아닌 독립적인 혹은 경우에 따라서는 1차 유통채널로 사고하는 진정한 의미의 ‘디지털 퍼스트’ 전략이 필요함. 동시에 KBS 프로그램에 대한 온라인 화제성 제고, 젊은 이용계층에 대한 효율적 소구 전략 마련, 온라인 플랫폼에서의 공공서비스 미디어의 역할 정립 등에 대한 논의도 시급하다고 판단됨.
- 방송사의 핵심 자산 중 하나가 콘텐츠 지식재산권(IP)이므로, 콘텐츠를 가진 방송사로서는 자사가 갖고 있는 플랫폼과 외부 플랫폼에 콘텐츠를 어느 비율로 공개할 것인지 빅 플랜을 세우고, 이를 바탕으로 채널 전략을 가져가는 것이 타당하다고 판단됨. 콘텐츠의 플랫폼 노출에 대한 정책 방향이 정해진다면, 세부전략을 수립하고 시청자에게도 적극적으로 알릴 필요가 있음. 방송제작과 디지털제작이라는 두 축이 방송사의 중요한 핵심축이라고 한다면, 방송제작과 더불어 디지털제작을 담보할 수 있는 방향의 전사적인 조직 개편이 요구됨.
- 고연령 시청자 중심의 타깃 시청층을 확대하기 위해 젊은 시청자들의 취향, 생활 및 미디어 이용 양식을 면밀히 분석하고 이를 반영한 편성전략 수립이 긴요함. 고령 인구의 증가 추세를 고려하면 중장년 이상 시청층의 안정적 확보는 KBS의 비교우위 요소임. 다만 미래 시청자 확보 필요성과 미디어 생태계 변화의 특성을 고려하면 젊은 시청자의 외면을 받고 있는 현 상황을 개선해야 함. 연령, 지역, 성별, 계층, 의견 등의 차이에 상관없이 전 국민을 위한 방송 서비스를 제공해야 하는 공영방송의 책무성을 고려하면 시청층 확대는 매우 중요함.
- 2TV 경쟁력 제고를 위한 특단의 전략과 노력이 필요함. 변화하는 미디어 생태계와 2TV 역량에 대한 엄밀한 분석을 통해 2TV 정체성에 대한 근본적 성찰과 재구성이 필요함. 프로그램 경쟁력을 강화하고 젊은 시청층에 대한 소구력을 높이기 위해 새롭고 실험적인 포맷과 스토리텔링의 오락 및 교양 프로그램을 적극적으로 개발하여 혁신 선도자로서의

정체성을 강화할 필요가 있음. 이를 위해서 조직 문화를 개선하고 혁신적 실험의 성과 노력에 적절한 보상을 해주는 제도 개선도 필요하다고 판단됨.

- 방송편성에서 유통에 이르기까지 가치사슬 전 단계에서 이용자 데이터의 확보와 활용이 미디어 기업의 비교우위가 되고 있음. 시장 경쟁력 제고의 필요성 외에도 공영방송은 이용자의 인구학적 속성, 취향과 선호, 프로그램 이용 동기와 양식 등을 세밀하게 파악해 다양한 프로그램을 제공하고 방송서비스의 사각지대가 발생하지 않도록 노력할 책무가 있음. 단위 부서에서 필요에 따라 개별적으로 이용자 데이터를 수집하고 활용하는 수준을 넘어 전 조직 차원에서 데이터 수집과 활용 전략을 담당하는 통합데이터조직이 필요하다고 판단됨.

7. 방송보도와 저널리즘

- 공영방송 KBS가 질 높은 보도와 시사 프로그램을 제공하고 재난재해 주관방송으로서의 역할을 잘 이행하며 국가기간방송의 위상에 부합하는 지역성을 구현하고 있는지와, 이를 위한 조직적 노력을 기울이고 있는지에 중점을 두고 경영평가를 실시하였음.
- KBS 뉴스의 공정성과 신뢰도가 각종 조사에서 직전 해에 비해 개선된 것으로 나타난 점은 긍정적으로 평가됨. 2020년 조사 자료 중 전국민 대상 조사에서는 대부분 KBS와 KBS 뉴스를 가장 신뢰하는 언론으로 꼽은 것으로 나타남. 다만, 신문·방송 등의 레거시 미디어와 뉴미디어를 망라하여 조사한 일부 조사에서는 일부 뉴미디어가 KBS의 신뢰도보다 앞서는 것으로 나타나, KBS의 중장기 5대 목표인 ‘독보적 신뢰’에 도달하기 위해서는 지속적 노력이 요구됨.
- KBS의 신뢰도, 공정성 평가가 상승한 것은 지난 몇 년간 이어진 보도본부 차원의 뉴스 품질 향상을 위한 노력의 결과로 볼 수 있음. <방송제작 가이드라인> 개정, 법조 보도 등에서의 인권 보호를 위한 보도준칙 편집위원회 가동, 이용자관여팀의 구성, 전문가 연계 협업 취재 시스템 구축 등의 사례를 통해 저널리즘의 수준 향상을 위한 구조를 확립하려 한 성과의 일부임. 다만, 이런 노력들이 아직은 초기 움직임인 경우가 많으므로 보다 체계화되고 더 많은 보도국 기자들의 참여와 내재화가 필요할 것임.
- KBS 보도의 공정성 관련 사내외 논란이 최소화될 구조적 매커니즘을 구축할 필요있음. 사내의 <공정방송위원회>가 노사의 정치적 합의를 추구하기보다 저널리즘 원칙에 입각하

- 여 논란을 해결하는 전례를 쌓아갈 것을 요청함.
- 특히, 보도본부 내 이용자관여팀을 신설하여 KBS 뉴스 이용자들에 대한 종합적 모니터링 시스템인 ‘뉴스타워’를 통해 과학적인 뉴스 소비 행태 분석과 KBS 뉴스의 이용자 친화성을 높이려 하고, 팩트체크팀을 두어 뉴스 소비자와의 소통을 통한 팩트체크를 진행하는 등 여러 시도가 이루어졌는데, 계속 강화될 필요가 있음. 이에 덧붙여 변화하는 미디어 환경과 뉴스 소비를 이해하고 업데이트할 수 있는 체계적인 기자 재교육 프로그램을 정례화하고 강화하려는 노력이 이어져야 할 것임.
 - 2020년 KBS 보도와 시사 프로그램에 대한 외부 시상 사례가 최근 몇 년 사이 가장 두드러진 점, 그리고 그 중에서도 지역국 보도에 대한 시상 사례가 늘어난 점은 KBS의 대외적 평판 상승에 고무적인 일이라 하겠음. 지역총국을 통한 <뉴스 7> 지역화 확대도 계속 지속될 때 KBS에 부여된 지역성 책무 구현에 기여하는 결과로 이어질 것으로 기대됨. 다만, 지역성 구현이 반드시 지역총국별 뉴스 보도량의 증가로만 완수되는 것은 아니며 지역별 보도량 균형과 뉴스 품질 등에 대한 보도본부 차원의 토론과 합의에 기반한 노력이 필요함.
 - KBS의 해외 파견 특파원이 2017년 이후 지속적으로 감소하고 파견 지역도 줄어드는 것과 국제부 소속 기자 정원이 계속 줄어드는 것은 회사 전체의 인사와 인력운영 정책의 일환으로 이해하지만 결과적으로는 KBS의 수준 높고 깊은 국제 정세 이해에 바탕한 국제 뉴스 제공에 부정적으로 작용할 수 있음. 해외 주요 공영방송과 비교해도 현격히 적은 수라는 점도 고려하여 향후 점차 늘려 나갈 필요가 있음.
 - 코로나19 상황의 장기화로 <코로나19 통합뉴스룸> 체제로 운영되며 재난방송 주관방송사로 코로나19 감염병을 포함한 재난재해 사전예방을 다양한 속보와 기획 보도를 제공하였음. 재난방송을 위한 다양한 방송시스템과 매뉴얼 등도 강화하고 협조체제도 구축하는 등의 노력으로 이전에 발생하였던 재난보도의 신속 대응 미비 등 실책성 사례는 거의 없었음. 그러나, 불시에 발생할 수 있는 재난의 특성상 이에 대비한 상시적 교육훈련이 필수인데, 훈련 횟수와 참석인원 등의 실적이 다소 미흡하였음. 코로나19로 인한 대면 교육의 제한 등으로 이해되지만 재난방송 교육훈련은 더욱 강화될 필요가 있음.
 - KBS 라디오의 운영 채널을 고려할 때 경쟁사에 비해 점유청취율은 높다고 할 수 없음. 2019년에 비해 점유청취율이 다소 상승한 점은 고무적이지만 여전히 KBS 라디오의 경쟁력이 높은 평가를 받는다고 하기 어려움. 다양한 KBS 라디오 채널들이 다양한 공익적 역할을 수행하고 있는 점은 인정되지만, KBS의 위상에 걸맞는 존재감을 갖출 수 있도록 시대 변화에 부응하는 좋은 오디오 콘텐츠를 제공하기 위한 노력이 요구됨.

8. 기술 및 뉴미디어

- 시청환경은 N스크린, OTT 서비스로 인해 모바일 기기로 확대되고, 송신은 RF에서 스트리밍 전송기술로 변화되어 콘텐츠 소비경로가 달라졌음. KBS 지상파 방송은 이같은 미디어 디지털 트랜스포메이션(Media Digital Transformation)으로, 콘텐츠의 생산, 소비, 분배, 유통 등 미디어 가치사슬 생태계에서 수평적인 시장 경쟁 구도에 직면해 시청자의 수신 확보를 위한 다양한 플랫폼 개선 변화를 요구받으나 개선 성과는 미진함. 미래 방송기술은 전파의 송신기능과 제작지원의 역할에서 벗어난 플랫폼의 연결과 확장을 위한 기술을 활용해 콘텐츠 시청행태 변화에 대응하는 다양한 접근 시도가 필요함.
- 현재 유선방송, 인터넷방송, 위성방송 등 경쟁 미디어와 비교할 때 디지털 지상파 방송의 가장 큰 핸디캡은 플랫폼의 채널 수가 너무 적다는 것임. 지상파 방송 3사와 교육방송 4개 채널로 구성된 지상파 방송은 채널 규모가 너무 적어 고화질, 고품질, 무료 플랫폼이라는 큰 장점에도 불구하고 유료 시청자를 끌어들이지 못하고 있음. 특히, 무료 보편적 서비스를 통해 디지털 격차를 해소하고, 저소득층도 별도의 요금 없이 일정 이상의 채널을 서비스 받을 수 있도록 하는 것은 공영방송의 중요한 책무임.
- KBS 기술본부는 UHD 지상파 방송의 기술기준(ATSC 3.0)과 통신 5G 등 융복합 서비스를 실증하고 연동 서비스 구축을 위한 기술개발 노력을 했음, 지상파 UHDTV의 채널 확장 및 신규 플랫폼에 진입하는 시도와 재난 공익서비스 제공을 위해 정부의 규제를 완화하는 견인 성과를 이루었음. KBS는 UHD MMS, UHD 모바일 이동방송의 시험방송으로 고정형과 이동형 방송을 동시 수신할 수 있는 IP기반의 양방향 서비스를 구현할 수 있는 플랫폼 환경을 검증하게 되어 기대효과가 큼. UHD MMS 다채널 방송과 모바일 이동방송의 성공적인 시험방송을 위해, 차세대 융합방송의 선도적인 기술주도의 플랫폼 기반을 조성하는데 필요한 역량을 집중하고 전사적 지원을 권고함.
- 기술연구소의 연구개발 계획과 국책 연구과제는 차세대 기술표준화, RF 송출과 송신, 미디어 콘텐츠제작 지원기술 연구 등으로 구분되어 해당 과제를 실현하고 있음. 그러나 미래 미디어 방송 기술의 발전과 미디어 환경변화는 인공지능, IP 기반 서비스, 긴급재난경보 서비스 등 연구개발의 확대와 방송현업 적용 등의 경쟁력을 지속적으로 요구하고 있음. 특히 국내 방송산업 현장에 기술연구 성과물의 상용화를 실현하는 연구개발과 함께, 프로그램 제작현장에 적용하려는 애로기술의 호소 등 요청이 많음. 그러나 미디어기술연구소는 국내 방송산업의 활성화를 위한 정부기관의 과제요구, 방송현장의 애로기술 개발

- 적용 요구를 수용하기 어려운 연구환경으로 위축되어 있어, 연구투자 확대와 전문 연구원 충원 등 시급한 제도마련이 필요함.
- KBS는 온라인 기술환경의 최적화, 고도화를 위한 차세대 방송시스템을 적용하는 노력도 중요하지만, 재난재해 주관방송사의 공적이행과 국가 비상 상황에 대비한 레거시 시스템(legacy system)의 유지관리 또한 중요함. 차세대 미래방송의 기술개발 목표와 개발내용에 대한 방법제시는 명확하나, 지역국의 노후 시스템 설비에 대한 현행기술 분석 및 회피 전략 방안 제시가 미진함. 국가재난 방송을 대비한 네트워크망의 유지관리를 위한 세부분석과 최소화 유지 전략 등을 수립할 것을 제안함.
 - KBS의 UHD 시스템의 기술도입은 국내 방송산업 활성화를 가져올 선순환 효과를 가지고 있으나, 제작 스튜디오 및 중계차 등의 인프라 구축에 필요한 재정 여건은 여유롭지 않음. 그러나 UHD 콘텐츠제작을 위한 TV 스튜디오와 OB VAN 등 인프라 구축계획은 수립했으나 그 성과는 미진함. 도쿄올림픽을 시작으로 국내외 글로벌 이벤트 중계 등의 UHD 콘텐츠 제작에 필요한 UHDTV 중계차를 도입해 타 방송사 플랫폼과 차별화된 품질과 경쟁력을 확보할것을 제안함.
 - KBS는 방송법에 의해 수신료, 광고 외 부대사업을 통해 수입을 창출할 수 있으나, 업무영역이 방송사업에 국한되어 있어 민간기업과 달리 사업다각화를 통한 새로운 수입 창출이 어렵다는 한계를 갖고 있음. 따라서, 방송과 연계된 새로운 사업을 통해 뉴미디어 사업, 콘텐츠 제작·유통, 글로벌 방송 사업 등을 통해 사업수입을 다양화할 필요가 있음.

9. 기타 KBS의 발전과 경영개선 사항

- KBS는 윤리강령, 방송편성규약, 방송강령 방송제작 가이드라인 등을 통해 국가기간 방송의 윤리 확립을 위한 기반을 갖춰 왔으며, KBS 방송제작 가이드라인의 2020년 4차 개정에는 모바일 미디어 이용의 급증 현상과 코로나19 확산에 따른 언택트 환경에서 공영미디어에 부여된 새로운 책무를 반영함.
- 공영방송인의 윤리인식 제고를 위해 요구되는 교육을 청렴 교육으로 특화하고 온·오프라인에 다양한 교육 과정을 제공하여 상호 존중과 배려의 문화를 형성하고자 노력함.
- 각종 민원 및 제보사항을 원활히 조치하고 부패행위와 직접 관련된 감사 건수가 전년도 대비 현저히 감소하는 성과를 거둬.

- 나눔 문화 확산을 위한 활동을 활발히 수행하고 문화예술 진흥에 기여하는 등 다양한 사회공헌 활동을 수행하여 수신료 가치실현에 기여함.
- 공영방송의 윤리 확립과 실천을 보다 활발하게 수행하기 위해 (가칭)‘윤리경영실’과 같은 독립된 별도 전담 조직 설치를 검토할 필요가 있으며 윤리성, 투명성, 사회적 책임 및 최근 급부상하고 있는 ESG 활동과 KBS만이 독특하게 수행할 수 있는 사회적 책임 활동을 전문적으로 수행할 필요가 있음.
- 젊은 시청자들이 프로그램 제작과 경영에 자유롭게 의견을 제시하고 참여할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있음. 소셜 미디어나 메신저 등 젊은 시청자들이 많이 사용하는 디지털 플랫폼을 적극 활용하여 참여와 소통을 강화해야 함.
- ‘시청자 참여’에 대한 새로운 접근이 필요함. 시청자 개념이 능동적 이용자로 확대되는 미디어 환경 변화에 적극 대응할 필요가 있으며 시청자 의견 수렴이나 불만 처리에 집중된 대시청자 정책/제도를 ‘방송제작 전 가치사슬에서 이용자 관여/참여(User Engagement/Participation)의 확대’라는 관점에서 재구성해야 함. 이를 위해 이용자 데이터 수집과 활용을 보다 체계화할 필요가 있음.
- 클라우드와 AI를 활용하여 비대면 시대의 방송 제작 방법을 모색하였고, 유튜브 등 외부 플랫폼을 통해 시청자와의 접점을 늘리는 시도가 구독자수와 조회수, 수익을 통해서 확인되고 있으나, 더욱 혁신적인 디지털화가 요망되며 특히 시청자의 입장에서 KBS라는 플랫폼과 어떻게 만날 수 있을지 시청자의 입장에서 스마트 플랫폼에 대한 설계가 요망됨.
- 미디어 환경 및 수용자의 이용행태 변화에 따라 지역성 개념도 변동이 불가피하며, 공영방송이 지역민의 생각과 의견을 방송으로 담아내는 지역성을 담보해야 할 책임이 있지만, 여기에서 중요한 것은 ‘실질적인’ 지역성을 제고하는 것이며 지역방송의 효율화를 통해 지역민들의 생각과 의견을 ‘실질적으로’ 담보하는 새로운 지역방송의 모델 정립이 시급함.
- 지역국 기능조정 계획을 수립하고 시행하려 했으나, 방통위의 판단이 늦어지면서 일부 인력의 이동은 있었지만 실질적인 변화로 이어지지 않는 상황이 지속되고 있음. 지역민들과 더 적극적인 소통을 통해서 지역민의 의견과 생각이 잘 반영되는 최적의 방송 모델을 검토하고 이를 바탕으로 새로운 미디어 환경 속에서 지역방송을 활성화하며 지역국의 기능을 합리적으로 조정할 수 있는 방안을 모색하는 것이 필요함.

2020 사업연도 경영평가보고서

발 행 일 2021년 6월

발 행 처 한국방송공사 이사회

주 소 07235 서울특별시 영등포구 여의공원로 13

전화 (02)781-1018

〈비 매 품〉

2020 사업연도
경영평가보고서