

제315회 서울시의회 정례회  
문화체육관광위원회

시민의 눈으로 한걸음 더

---

**TBS** 주요 업무보고

---

2022. 11.

서울특별시 미디어재단 **TBS**

# I . 연 혁

---

1990. 06. 11.

tbs FM 개국  
(FM95.1MHz)

1997. 05. 17.

방송국 청사 이전  
(종로구 도렴동 → 중구 예장동)

2005. 03. 03.

tbs TV 개국

2008. 12. 01.

tbs eFM 개국  
(FM101.3MHz, 영어방송)

2013. 10. 14.

tbs eFM 중국어 개시

2016. 07. 02.

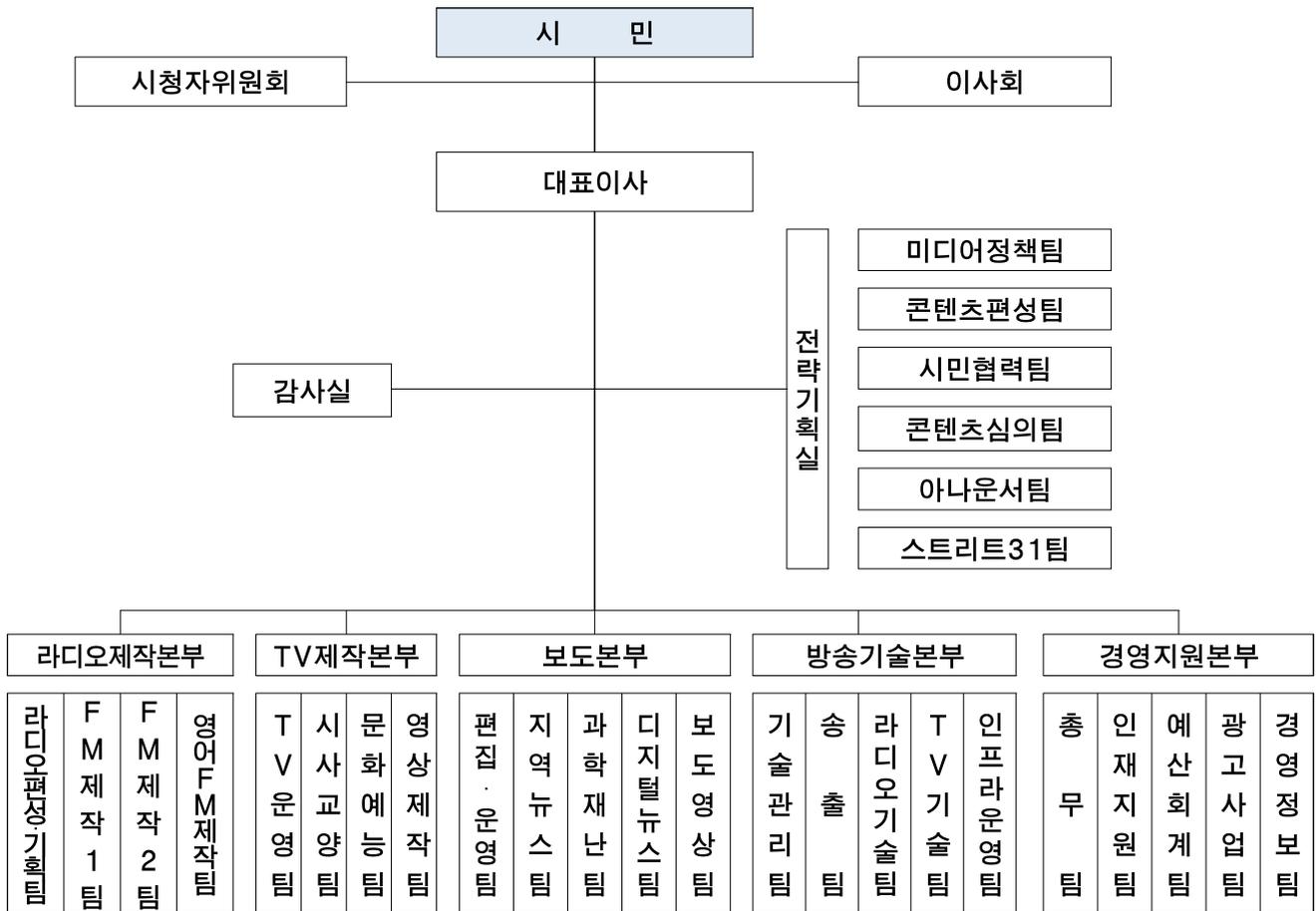
방송국 청사 이전  
(중구 예장동 → 마포구 상암동)

2020. 02. 17.

서울특별시 미디어재단 TBS 출범  
(市 사업소 → 지방출연기관)

## II . 일반현황

**조 직** : 2실 5본부 29팀



## 인 력

정원 398명 / 현원 353명 ('22. 9. 30. 기준)

구분	계	대표이사	가급	나급	다급	라급	마급	관리운영직
정원	398	1	28	52	53	76	179	9
현원	353	1	22	48	53	50	173	6
과부족	△45	0	△6	△4	0	△26	△6	△3

※ 서울시 파견공무원(2명), 기간제 직원(22명) 제외

# 예산

## □ 세 입 : 46,500백만원

(단위 : 천원)

구분	세부내역	2022년	2021년	증감액	증감율(%)
합계		46,500,000	51,517,981	△5,017,981	△9.7
자체재원	광고·협찬 수입	9,800,000	10,500,000	△700,000	△6.7
	기타영업외수익	200,000	-	200,000	-
	순세계잉여금	4,500,000	3,500,000	1,000,000	28.6
의존재원	서울시 출연금	32,000,000	37,517,981	△5,517,981	△14.7

## □ 세 출 : 46,500백만원

(단위 : 천원)

연번	세부사업명	2022년	2021년	증감액	증감률(%)
합계		46,500,000	51,517,981	△5,017,981	△9.7
1	미디어 정책 기획 및 대외협력	88,736	82,660	6,076	7.4
2	콘텐츠 편성 및 평가	666,304	1,558,500	△892,196	△57.2
3	디지털 콘텐츠 제작 및 운영	640,193	409,250	230,943	56.4
4	매체 홍보 및 시민협력 추진	229,512	228,120	1,392	0.6
5	방송자료 관리	235,358	240,660	△5,302	△2.2
6	FM 방송제작·운영	3,300,000	3,946,364	△646,364	△16.4
7	eFM 방송제작·운영	1,516,923	2,309,380	△792,457	△34.3
8	TV 방송제작·운영	3,187,798	3,705,946	△518,148	△14.0
9	보도방송 제작	788,000	1,208,338	△420,338	△34.8
10	재난정보 운영관리	12,000	27,145	△15,145	△55.8
11	송신소 유지관리	489,000	495,000	△6,000	△1.2
12	방송장비 유지관리	1,268,547	1,654,162	△385,615	△23.3
13	정보화시스템 통합 유지보수	1,562,603	1,430,083	132,520	9.3
14	청사유지관리	2,556,211	2,492,602	63,609	2.6
15	광고 유치 추진	444,705	578,455	△133,750	△23.1
16	인건비	23,360,897	23,821,128	△460,231	△1.9
17	경비	6,153,213	7,230,188	△1,076,975	△14.9
18	예비비	-	100,000	△100,000	△100.0

## 이사회 현황

□ 임원 명단 : 이사 11명 (이사장 및 대표이사 포함), 감사 1명

직책	성명	입기	주요 학력 및 경력	비고
이사장 (비상근)	유선영 (56/여)	 '21.1.6 ~ '24.1.5	○ 고려대학교대학원 신문방송학 석/박사 ○ (현) 성공회대학교 동아시아연구소/신문방송학과 교수 ○ (전) 한국언론정보학회 회장 ○ (전) 한국여성민우회 이사	
대표이사 (상근)	이강택 (62/남)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	○ 서울대학교 정치학과 ○ (현) 서울시 미디어재단 티비에스 대표 ○ (전) KBS PD ○ (전) 전국언론노동조합 위원장	
이사 (비상근)	방현주 (74/여)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	○ 베이징대 저널리즘&커뮤니케이션 석사 ○ (현) 차하열 공공외교학회(中) 국제문화평화위원 ○ (전) MBC 아나운서	
	오필훈 (55/남)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	○ 한국외국어대학교 포르투갈어과 ○ (전) KBS 교양국장 ○ (전) KBS PD	당연직
	김희경 (69/여)	 '21.11.30 ~ '24.11.29	○ 성균관대학교 신문방송학과 언론학 박사 ○ (현) 성균관대 사회과학대학 연구교수 ○ (전) 한국방송학회 지역방송특별위원회 위원장 ○ (전) KBS 시청자 비평 전문위원	당연직
	차윤주 (82/여)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	○ 연세대학교 경제학과 ○ (전) tbs 프리랜서 기자 ○ (전) 뉴스1 기자 ○ (전) 전자신문 기자	
	최성은 (71/남)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	○ 전북대학교 언론학 박사 ○ (현) 전주시민미디어센터 소장 ○ (현) 전북대학교 신문방송학과 겸임교수	
	최원석 (68/남)	 '22.1.1. ~	○ (현) 서울특별시 홍보기획관 ○ (전) 서울시 대변인 언론담당관 ○ (전) 서울시 기획조정실 국제교류담당관	당연직
	곽종빈 (75/남)	 '21.7.19. ~	○ (현) 서울특별시 재정기획관 ○ (전) 서울시 자치행정과장 ○ (전) 서울시 조직담당관	당연직
	양승창 (75/남)	 '21.2.1 ~ '24.1.31	○ 서강대학교 독어독문학과 ○ (현) 서울시 미디어재단 티비에스 라디오제작본부 PD ○ (전) 서울시 교통방송 편성제작국 PD	노동이사
이강훈 (83/남)	 '21.2.1 ~ '24.1.31	○ 연세대학교 언론홍보대학원 석사 ○ (현) 서울시 미디어재단 티비에스 보도본부 취재기자 ○ (전) 동아일보 교육섹션 취재기자	노동이사	
감사	박성구 (68/남)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	○ 서울대학교 공법학과 ○ (현) 법무법인 태청 변호사 ○ (전) SBS 예능국, 스포츠국 PD	

# Ⅲ . 매체

1



## 허가사항(방송통신위원회)

- ◆ 교통 및 기상 방송을 중심으로 한 방송사항 전반  
(상업 광고방송 제외)
- ※ 방송 재허가 : 4년  
- '20. 12. 18. ~ '24. 12. 31.

## 콘텐츠 / 주 청취층

- ◆ 콘텐츠
  - 시사·뉴스
  - 교통·기상 생활·자치정보
- ◆ 주 청취층  
- 서울·수도권 시민 및 운전자

## 주요 프로그램

- ◆ 김어준의 뉴스공장 김어준
- ◆ 모빌리티 토크쇼 황원찬
- ◆ 9595쇼 박성호, 강지연
- ◆ 허리케인 라디오 최일구
- ◆ 신장식의 신장개업 신장식
- ◆ TBS아고라 김준일

## 수 상

- ◆ 제263회 이달의 PD상('22.1.)
  - 라디오 시사·교양 부문: 〈코로나를 살다〉
  - 라디오 음악·오락 부문: 〈어느 눈부신 날의 외출〉
- ◆ 제262회 '이달의 PD상'('21.12.)
  - 라디오 시사·교양·음악 정규부문:〈최일구의 허리케인 라디오 - '손님온다 어서옵쇼!〉
- ◆ 한국PD연합회 「한국PD대상」  
'라디오작가상'('21.4.)
  - 〈김어준의뉴스공장〉

## 〈 주요 프로그램 개요 〉

프로그램명	내 용	방송시간	진 행
김어준의 뉴스공장	날카로운 분석과 차별화된 인터뷰가 있는 시사 프로그램	【 월~금 】 07:05~09:00	김어준 (방송인) 
모빌리티 토크쇼	자동차, 미래형 모빌리티 등 '움직이는 모든 것'의 이슈를 다루는 프로그램	【 월~금 】 11:00~12:00	황원찬 (아나운서) 
9595쇼	시사 풍자가 가미된 라디오 예능 프로그램	【 월~일 】 12:10~14:00	박성호(개그맨) 강지연(아나운서) 
최일구의 허리케인 라디오	꼭 알아야 할 정보와 교양이 어우러진 정보·문화 프로그램	【 월~일 】 14:05~16:00	최일구 (방송인) 
신장식의 신장개업	퇴근길에 듣는 따뜻한 시사 프로그램	【 월~금 】 18:05~20:00	신장식 (변호사) 
TBS 아고라	올바른 언론으로서의 방향을 제시하는 옴부즈만 프로그램	【 일 】 07:00~08:00	김준일 (언론인) 

**허가사항(방송통신위원회)**

- ◆ 영어를 주된 언어로 하는  
다국어방송 전반 및 광고방송
- ※ 방송 재허가 : 4년
- '20. 12. 18. ~ '24. 12. 31.

**콘텐츠 / 주 청취층**

- ◆ 콘텐츠
    - 외국인을 위한 종합 정보
- 금융 · 의료

국내외  
정치 · 외교
- 관광 · 문화

다문화 등
- ◆ 주 청취층
    - 서울 및 수도권 거주 · 방문 외국인

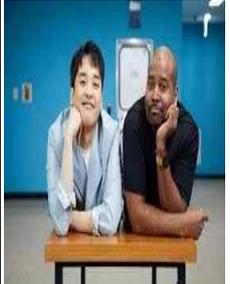
**주요 프로그램**

- ◆ This Morning Henry Shinn
- ◆ Life: Abroad 나승연
- ◆ Uncoded Aancod
- ◆ Diverse Voices 이자스민
- ◆ 한국어 천재 Punita
- ◆ 樂動首爾(악동서울) 쿤
- ◆ 天涯万里情(천애만리정) 무전

**수 상**

- ◆ 대만CLJAOM  
(해외화문(華文)매체보도대상)  
'화인(華人)커뮤니티프로그램상'  
( '21.10.)
- TBS eFM  
〈新冠肺炎疫情影响追踪  
(COVID-19 Live Updates)〉
- ◆ 제197회 '이달의 PD상'( '16.9.)
- TBS eFM 청사이전 기념  
특집다큐멘터리 〈Radio Dayz〉

## 〈 주요 프로그램 개요 〉

프로그램명	내 용	방송시간	진 행	
This Morning	출근길 신속한 뉴스와 깊이 있는 분석의 시사 프로그램	【 월~금 】 07:00~09:00	Henry Shinn	
Life: Abroad	국내에 거주하는 외국인들에게 한국에 대한 유용한 정보를 제공하는 프로그램	【 월~금 】 09:00~10:00	나승연	
Diverse Voices	이주노동자, 다문화가정 등 한국사회의 일원으로 살아가는 외국인의 목소리를 전달하는 프로그램	【 월~토 】 16:00~17:00	이자스민	
Men on Air	오후의 피곤함을 없애주는 라디오 예능 프로그램	【 월~토 】 17:00~19:00	Greg Priester 한희준	
天涯万里情 (천애만리정)	정보, 교양, 음악이 어우러진 매거진 형식의 중국어 프로그램	【 월~금 】 22:00~24:00	무전	
Weekly Review	TBS eFM 프로그램에 대한 시청자 미디어 비평 프로그램	【 토 】 09:00~10:00	Robert Ouweland	



## 〈 주요 프로그램 개요 〉

프로그램명	내 용	방송시간	진 행
신박한 벙커 : 기후위기 작전 상황실	위기의 지구! 기후위기의 문제를 다각도로 다루는 환경·과학 전문 프로그램	【 금 】 09:00~10:00	송경아 타일러라쉬 
우리동네라이브	시민의 삶에 중요한 지방자치 정보와 지역 현안을 심도있게 취재하고 대안을 논의하는 지역 밀착 프로그램	【 목 】 10:00~10:30	변상욱 
시민영상 특이점	사회적 이슈, 마을 이야기 등 시민이 직접 제작한 콘텐츠 방송	【 수 】 22:00~23:00	나선희 김보빈 
역사스테이 흔적	서울 및 수도권의 다양한 문화유산의 역사, 스토리를 소개하고 이를 고품질로 기록하는 프로그램	【 목 】 09:00~09:30	심용환 
원더 버스킹	기성 뮤지션, 거리에술가, 그리고 시민이 함께 참여하는 버스킹 형태의 문화공연 프로그램	편성 시간 미정	정인 외 3명 
캠핑포레스트	다채로운 경험과 도전을 통해 혼자서도 당차게 즐길 수 있는 MZ세대의 새로운 캠핑 문화 콘텐츠	【 목 】 09:00~09:30	조현아 
정준희의 해시태그 LIVE	저널리즘 비평 중심의 미디어 리터러시 프로그램	유튜브 라이브 【 금 】 09:00~10:30	정준희 
씨네브런치	영화 속 음식이 주는 의미, 시대상을 알아보는 인문 교육 콘텐츠	유튜브 【 수 】 12:00~12:30	백재욱 외 

## 〈 TV 방송 플랫폼 현황 〉

구 분	내 용								
방송 매체	<p>◆ IPTV</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 10px 0;"> <tr> <td style="text-align: center;">채널명</td> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">채널번호</td> <td style="text-align: center;">214번</td> <td style="text-align: center;">167번</td> <td style="text-align: center;">245번</td> </tr> </table> <p>◆ 케이블TV</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전국 90개 유료방송사업자(SO) 中 86개 방송사에 송출 중</li> <li>※ 미송출 4개 중소 SO를 제외한 86개 SO 가입가구는 전체 케이블TV 가입자의 약 97%에 해당('22.10.기준)</li> </ul>	채널명				채널번호	214번	167번	245번
채널명									
채널번호	214번	167번	245번						
인터넷 매체	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 유튜브, TBS 앱, 카카오TV, 네이버TV : 실시간 방송 및 VOD</li> <li>◆ 팟빵(팟캐스트) : AOD</li> <li>◆ Wavve : 실시간 방송(교통FM)</li> <li>◆ ODK : VOD</li> <li>◆ 삼성TV플러스 : 스트리밍 TV</li> </ul>								

# IV. 비전 및 정책방향

**비전**

**시민을 위한 공공미디어플랫폼 TBS**

**미션  
(목표)**



**추진전략**

혁신적이고 차별화된 콘텐츠 전략	선도적인 디지털 전략 수립과 조직 정비	협업과 공유를 통한 자원 다각화	실질적 시민 참여 방안 구체화	조직의 혁신과 수평적 문화 확산
----------------------------	--------------------------------	----------------------------	---------------------------	----------------------------

**추진체계**



## V. 주요업무

- ① 지역 공영방송으로서 역할 수행
- ② 수도권 재난 주관방송사로서 역할 강화
- ③ 취재·보도역량 강화를 통한 솔루션 저널리즘 정립
- ④ 킬러콘텐츠 개발 및 채널 브랜딩 확대
- ⑤ 시민참여 프로그램 제작 지원 확대
- ⑥ 상업광고 허용을 위한 전방위적 노력
- ⑦ 안정적 수익구조 구축을 위한 사업다각화 및 재원다각화

# 1 지역 공영방송으로서 역할 수행

프로그램 공정성 및 공익성 강화를 통한 지역 공영방송으로서의 공적 역할 수행과 대시민 신뢰도 제고

## □ 추진방향

- 지역 공영방송사로서의 정체성 확립 및 공익적 역할 강화
- 프로그램 공정성 확보를 위한 노력 강화

## □ 세부 추진내용

### ○ 매체별 공적 기능 명확화

매체	주요 공적 기능
FM	· 다양한 지역 여론 형성 · 지역정보(교통/기상/시사 등) 전달 · 시민참여 미디어 기능
eFM	· 외국인 대상 국내정보전달 · 이주민 소수자, 다문화가정 등 약자를 위한 서비스 · 사회 통합 및 국제도시 위상 강화
TV	· 사회적 약자의 목소리에 귀 기울이고, 지역 현안 이슈 심층취재 전달 · 다양한 시민들의 참여와 소통 확대를 위한 콘텐츠 제작 · 기후환경·문화·역사·인문학 관련 교양 콘텐츠 제작

### ○ 지역 및 모빌리티 관련 콘텐츠 특화

#### － 모빌리티 관련 신규 콘텐츠 제작

- ▶ 전기차, 수소차, UAM(도심항공교통) 등 내연기관을 벗어난 모빌리티 콘텐츠
- ▶ 자율주행 등 미래 모빌리티 인프라, 다양한 자동차 브랜드의 미래 비전 등 혁신 기술 관련 콘텐츠
- ▶ 자동차 지식 및 산업, 안전, 법규, 정책 등 교통 전반 콘텐츠
- ▶ 지자체, 자동차 업계 등과 협업하여 신규 콘텐츠 제작지원 유치

#### － 교통량이 많은 평일 출퇴근 시간 및 주말 교통정보 강화 ('22.1.1.~)

- ▶ 교통 리포터 집중 배치 및 프로그램 내 교통정보 제공시간 확대

#### － 오전 7시 정각에 교통정보 프로그램 <출근길엔 TBS> 편성 ('22.1.10.~)

#### － 지역 관련 콘텐츠를 생산, 유통함으로써 지역 공동의 가치 형성 및 공유



모빌리티 관련 콘텐츠 <티포트>



교통정보 제공 <출근길엔 TBS>

— 서울 및 수도권의 다양한 문화유산 및 역사를 기록하는 프로그램 <역사스케이 흔적> 제작

- ▶ 서울 및 수도권의 다양한 문화유산 및 역사를 품은 공간을 찾아 그 속의 이야기를 기억·기록해나가는 여정을 그린 역사 공간 다큐멘터리 <역사스케이 '흔적'> 제작
- ▶ 역사 기록 및 콘텐츠 아카이브를 위해 촬영부터 유튜브 송출까지 4K (고화질)로 제작
- ▶ 타 방송사(국회TV) 프로그램 판매 및 OTT(왓차, 티빙), 네이버시리즈, IPTV 등 뉴미디어 플랫폼 확장을 통한 시민홍보 강화



서울 및 수도권의 문화유산, 역사공간 기록 콘텐츠 <역사스케이 흔적>

○ **공정성 제고**를 위한 시스템 강화

- 심의규정 이해 및 준수를 위한 제작진 교육 및 소통
  - ▶ 주요 심의 기준에 대한 제작진 교육 및 간담회 실시(정기 및 수시)
  - ▶ 심의 지적사안에 대한 사례 DB 구축(BIS 내 심의제재 현황 DB 구축 및 업데이트)
- 주요 시사 프로그램 대상 내부 심의 체계 유지
  - ▶ 모니터링 보고서 작성 및 심의결과 소통체계 강화
  - ▶ 방송심의회 개최를 통한 방송사고 심의 및 의결
- 공정성 제고를 위한 「TBS 콘텐츠 제작 가이드라인」 교육 및 보완
  - ▶ 제작진에 대한 「TBS 콘텐츠 제작 가이드라인」 및 저널리즘 교육 지속
  - ▶ 학계 등 전문가 집단 및 실무 프로그램 제작진의 의견을 반영해 제작 가이드라인 보완 추진

작 성 자	전략기획실장 : 이승훈 ☎ 311-5110	콘텐츠심의팀장 : 이상연 ☎ 311-5160
	라디오제작본부장 : 송원섭 ☎ 311-5300	라디오편성기획팀장 : 노경래 ☎ 311-5310
	TV제작본부장 : 김경현 ☎ 311-5400	TV운영팀장 : 이동진 ☎ 311-5410

## 2 수도권 재난 주관방송사로서 역할 강화

풍수해 등 자연재해 발생 시 선제적이고 즉각적인 대응을 통해 수도권 재난·재해 주관방송사로서의 책무를 이행하고 시민 불편 최소화

### □ 추진방향

- 서울 및 수도권 재난·재해 발생 시 단계별 재난방송 실시 기준에 따라 매체별 재난상황 즉시 방송, 취재현장 대응 체계화
- 수도권 거주 외국인을 위한 재난 예방 및 피해 최소화 기여
- 코로나19 등 감염병과 관련한 신속·정확한 정보제공

### □ 세부 추진내용

- 자연 재난재해 발생 시 **신속한 재난방송 및 취재보도**
  - 각 재해의 단계별로 신속한 재난방송 실시
  - 기후변화로 인한 국지성 호우 등 지역별 재해에도 적극적으로 대응
  - 보도본부 취재기자 현장 연결 및 청취자 제보를 활용, 재난방송의 현장성 강화
  - 방송통신위원회 요청 재난정보를 실시간 방송, 정보의 속보성 제고

#### **【8.8~8.11 수도권 집중 호우에 따른 긴급 재난방송 실시(총 2,106분 방송)】**

- 강남 침수 피해 집중 보도, 동부간선도로 등 통제구간·우회도로 안내, 산사태 주의 당부 등 재해로 인한 피해 예방 및 최소화에 주력
- 기상청, 서울경찰청, TBS 정보센터 등 주요 교통포스트 연장 운영
- 청취자 제보 문자 소개, 집중호우 시 주의사항 등 행동요령 안내(수시)

구 분	방송일시	비고
TBS 긴급 재난방송	8.8.(월) 22시 ~ 8.10.(수) 1시	정규방송 취소 재난 속보 방송
준 교통특별방송	8.8.(월) 16시 ~ 22시 8.10.(수) 5시 ~ 21시 8.11.(목) 5시 ~ 21시	교통·기상정보 제공 확대

**【9.4~9.6 제 11호 태풍‘힌남노’ 특보에 따른 긴급재난방송 실시(총 1,182분 방송)】**

- 재난 상황에 따른 전문가 및 청취자 출연, 방송
- 보도본부 취재기자 현장 연결 및 청취자 제보를 활용, 재난방송의 현장성 강화

구 분	방송 일시	비 고
힌남노 태풍대비 준재난방송	9.4(일) 18시~24시 9.5(월) 5시~18시	· 태풍 관련 속보 및 기상특보 안내 - 제주도, 경남, 서울, 경기 수도권 전역 기상특보안내 · 태풍 관련 청취자 제보문자 안내 - 제주도 거주 청취자 문자 및 전화연결
힌남노 태풍대비 특집방송 및 교통특집방송	9.5(월) 18시 ~9.6(화) 11시	· 태풍 관련 속보 및 기상특보 안내 - 기상청 국가태풍센터장 전화연결 - 기상전문가 전화연결 · [중앙재난안전대책본부]태풍 대비 국민행동요령안내 · 태풍영향권별 청취자 제보문자 및 전화연결 · 태풍‘힌남노’에 따른 각 지역별 도로통제구간 및 사고구간, 교통정보 종합 안내 · 도로통제 및 사고 관련 청취자 제보문자 안내

○ 서울 및 수도권 자연재해 대응 재난방송 실시

- 서울·수도권 대설 상황발생에 따른 신속한 재난방송 실시 : '22.1.19. / 2.1.
- 미세먼지 저감조치 발령내용 보도 : '22.1.8.~9. / 2.11.~12./3.9.
  - ▶ 각종 기상 재해 발생 시 자막, 우상단 버그 및 스포트 방송을 통해 발령 사실과 행동요령 등 고지(TV)
  - ▶ 정보센터 및 기상청 리포터를 통한 신속한 상황 전달(FM)
  - ▶ 교통상황·교통통제 및 소통 대책 전달, 피해 복구 및 이재민 지원 대책 안내
  - ※ 생활정보수집 : 총39,415건 수집/ 일평균 144건 수집하여 140건 방송정보 제공, SNS 일평균 35건 제공('22.9.30.기준)
  - ▶ 시내 CCTV 및 서울시설공단, 서울교통공사 등 관련 기관 정보 실시간 모니터링
  - ▶ 현장취재 기자 연결하여 재난상황 보도, 서울시 재난상황실 통해 호우 피해 상황, 서울시 안전 대책 등 집중 보도

○ 코로나19 등 감염병 확산에 따른 재난방송 실시

- 코로나19 정책 및 재난·재해 단계에 따른 스포트 및 캠페인 수시 송출
  - ※ 코로나19 정부 지침 변경 시 즉각 반영
- 코로나 신규 확진, 방역대책, 백신 관련 정보 등 중요사항 보도

○ 재난재해 예방을 위한 전문 프로그램 운영

- 서울시 안전 대책 소개, 상습 침수 피해 지역 문제점 및 개선 방향 제시(전문가 인터뷰)
- 기후위기 및 기후재난에 대한 전문 콘텐츠 제작 및 운영
  - ▶ 기후 위기 및 재난 전문 프로그램(신박한 벙커 : 기후위기 작전 상황실) 및 유튜브채널(싸바나)를 통한 심도 있는 기후재난 정보 제공
  - ▶ 해외 재난으로만 여겨지던 산불, 한파, 대홍수 등에 대한 경각심 강조
  - ▶ 기후 위기의 심각성, 안전 문제를 알리고 시민 행동 변화를 촉구



〈신박한 벙커 : 기후위기 작전 상황실〉 〈환경·재난 전문 유튜브 채널 '싸바나'〉

- 보도본부 내 과학재난팀 운영 → 감염병 대응·재난·재해 보도 전문성 강화
  - ▶ 코로나19 신규 확진자 및 치료 관련 정보 대시민 제공
  - ▶ 마스크 착용의무, 백신 관련한 심층·기획 리포트 제작으로 정부 방역대책, 일상생활 등 사회 방향성 제시

주요 보도 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 9월 3일부터 입국 전 코로나19 검사 폐자·4분기 중 개량백신 도입(22.08.31.)</li> <li>- 미국 FDA, 오미크론 겨냥한 화이자 모더나 새 백신 긴급승인(22.09.01.)</li> <li>- 국민 97%가 코로나19 항체 보유·5명 중 1명 '숨은 감염자'(22.09.23.)</li> <li>- '실외 마스크 착용 의무' 26일 완전 해제...실내는 유지(22.09.25.)</li> <li>- 10월 1일부터 '입국후 PCR' 해제·4일부터 요양병원 접촉면회(22.09.30.)</li> </ul>
-------------	--

작 성 자	라디오제작본부장 : 송원섭 ☎ 311-5300 TV제작본부장 : 김경현 ☎ 311-5400 보도본부장 : 임현철 ☎ 311-5600	라디오편성기획팀장 : 노경래 ☎ 311-5310 TV운영팀장 : 이동진 ☎ 311-5410 편집운영팀장 : 양아람 ☎ 311-5610
-------	---	--

### 3 취재·보도역량 강화를 통한 솔루션 저널리즘 정립

수도권 지역 이슈, 사회 현안에 대한 지속적인 취재를 통해 ‘심층성·지역성’을 결합한 TBS뉴스의 솔루션 저널리즘<sup>1)</sup> 정립

#### □ 추진방향

- 단발성 취재에 그치지 않고 서울 등 수도권 지역 현안에 대한 여러 이해관계자들의 심층 인터뷰, 전문가 진단, 대책 등을 지속적으로 보도하고 행정기관 정책에도 반영될 수 있도록 해법에 대한 다각적인 취재·보도
- 지역, 교통, 보건, 재난 등 기자별 취재분야 지정으로 지속적인 기획취재 여건 마련 및 전문성 확대

#### □ 세부 추진내용

- 수도권 지역 현안 이슈 밀착 취재 프로그램 제작·방영 : '22. 6월~  
- 수도권 지역 현안의 문제점과 실태, 해결방안을 찾아보는 지역 이슈 밀착 취재 프로그램 <우리동네 라이브> 제작

	방송	기획 의도
 <p>매출 타격 우려 소상공인·자영업자 위한 대안은?</p>	<p>매주 목요일 10시 TBS TV 및 온라인 동시 방송</p>	<p>수도권 지역 이슈 심층 취재 및 해결방안 제시</p>

- 시민 삶의 현장 심층 취재·보도 및 민생 관련 다양한 정보제공



< 우리동네 라이브 >

1) 솔루션(solution, 해법) 저널리즘은 문제점뿐 아니라 해결 방법까지 함께 제시하는 보도 방식

○ **민선8기 25개 자치구 기초자치단체장 인터뷰 보도 : '22. 8월~**

- 민선 8기를 맞아 25개 기초자치단체장 인터뷰를 통해 각 자치구의 환경, 복지, 민생 사업 등에 대한 정책소개 및 쟁점 논의
- 자치구 구청장이 출연하는 지방자치 관련 대담 방송

프로그램	코너	방송일	출연	내용
우리동네 라이브 (매주 목 10:00 ~10:30)	동터뷰 (서울시 자치구 구청장 인터뷰)	8.4.(목)	서강석 송파구청장	- 풍납동 개발 제한 문제 해결 방안 - 사회적 약자 지원 확대 방안
		8.11.(목)	김태우 강서구청장	- 화곡상권 활성화 방안 - 김포공항 고도 제한 완화 방안
		8.18.(목)	이필형 동대문구청장	- 청량리 복합개발 청사진 제시 - 바이오 의료 연구단지 활성화 계획
		8.25.(목)	오승록 노원구청장	- 노원구 인구감소 대안 - 바이오의료단지 조성 진행 상황
		9.1.(목)	문헌일 구로구청장	- 4차산업단지 메카 활성화 - 구로차량기지 이전 계획
		9.8(목)	박희영 용산구청장	- 철도 지하화 추진 계획 - 코로나19피해 상권 지원 대책
		9.15(목)	이성현 서대문구청장	- 연세로 '차 없는 거리' 해제 및 활성화 방안 - 경의선 지하화 추진 계획
		9.22(목)	김미경 은평구청장	- 수색 역세권 개발 계획 - 은평 광역자원순환센터 공사 진행 상황
		9.29(목)	정원오 성동구청장	- 성동구 스마트 횡단보도 사업 - 비즈니스 타운 조성 계획



서강석 송파구청장

김태우 강서구청장

이필형 동대문구청장



오승록 노원구청장

문헌일 구로구청장

박희영 용산구청장



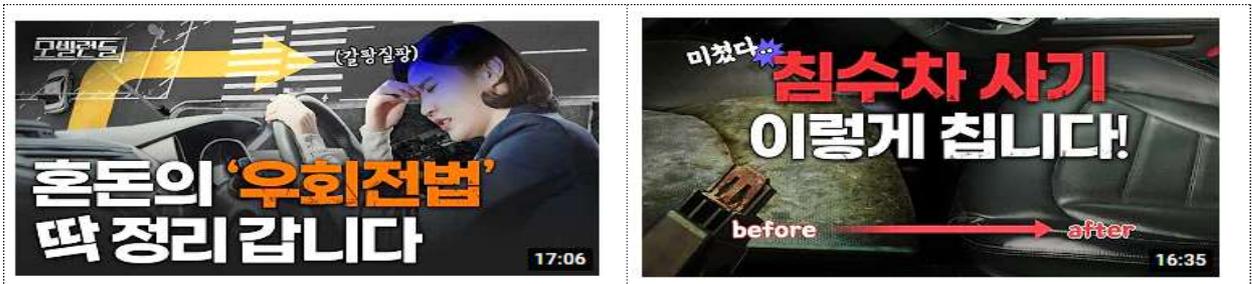
이성현 서대문구청장

김미경 은평구청장

정원오 성동구청장

○ 위클리 **모빌리티 토크 프로그램** 제작·방영 : '22. 7월~

- 미래 모빌리티 정책.환경.기술변화에 대한 전문보도, 토크 프로그램 제작
- 기존 교통수단 → 미래 모빌리티 전환과정에서 택시 서비스업 종사자 등 소외되는 계층은 없는지, 교통약자에 대한 대책은 제대로 마련됐는지 집중 취재.보도
- 시민들의 교통생활 편의와 직결되는 이슈 현장 취재, 시민 인터뷰 등을 통해 대도시권 교통정책에 대한 공론의 장 마련



< 모 빌 린 들 >

○ **글로벌/다문화 시대 국제 이슈에 대한 올바른 정보제공 기획 프로그램** 제작·방영 : '22. 7월~

- 기후위기, 다문화, 국제 분쟁, 빈부 격차 등 세계 시민의 함께 고민해야 할 문제에 대해 국제분야 심층 진단 기획 프로그램 제작 (월드 뉴스공장)



< 월드 뉴스공장 >

○ **차별화된 과학·재난 관련 콘텐츠 제작**

- 지구가열, 감염병의 일상화, 잦은 자연재해 등에 대한 심각성 제고, 정책적 문제점 진단, 체계적 대응을 다루는 과학재난 관련 콘텐츠 제작
- 도시 밀집에 따른 환경,교통,대기오염원 문제 등을 현장 취재와 전문가 대담 등을 통해 집중 진단 → 시민들의 공론의 장 마련
- 다양하고 차별화된 콘텐츠 제작을 통해 접근하기 어려운 과학재난 분야에 대해 시·청취자에게 알기 쉽게 전달하여 접근성 강화

## 4 킬러콘텐츠 개발 및 채널 브랜딩 확대

유튜브 채널 전략 및 운영의 혁신적 개선과 함께 디지털 킬러콘텐츠 제작을 통해 TBS 디지털 콘텐츠의 위상 및 수익성 제고

### □ 추진방향

- ‘공익성’과 ‘전문성’을 갖춘 신규 유튜브 채널 브랜딩
- 시민들에게 소구력 있는 콘텐츠 기획, 새로운 라디오 청취층 발굴
- 해외 방송사와의 콘텐츠 교류 확대로 외연 확장
- 영상 콘텐츠 질적 향상, OTT 진입을 위한 대외협력 및 교류 확대

### □ 세부 추진내용

- **교통정책 · 모빌리티 전문 유튜브 채널 <타방> 활성화**
  - 국토교통부, 서울교통공사, 쌍용차 등과의 협업 통한 이슈선점, 시의성 있는 콘텐츠 기획과 프로모션 진행으로 채널 브랜딩 강화
  - 2022년 6월 채널 오픈, 구독자 4.14천명 돌파(9.30.기준)



TBS 유튜브 채널 <타방>

- **과학환경 전문 유튜브 채널 <싸바나> 활성화**
  - 신개념 환경·과학 예능 콘텐츠 제작 및 프로모션을 통해 실천적 대안과 정보를 담은 인포테인먼트 채널 브랜딩 강화
  - 2022년 7월 채널 오픈, 구독자 7.07천명 돌파(9.30.기준)



TBS 유튜브 채널 <싸바나>

- <정준희의 해시태그>를 ‘인문·교양’ 지식채널로서 브랜딩 확장
  - ‘인문·교양’ 지식 콘텐츠 개발로 ‘정치시사’ 외 장르 확장 및 신규 구독자 유입
  - 2022년 1월 채널 오픈, 구독자 10만 돌파(9.30.기준)

유튜브 콘텐츠	내용	최초공개
정준희의 언박싱	인문지식 교육 콘텐츠	7.25.(월)~
씨네브런치	영화·음식과 함께하는 인문교육 콘텐츠	7.27.(수)~



정준희의 언박싱, 씨네브런치 - TBS 유튜브 <정준희의 해시태그> 채널

- **미래 모빌리티 전문 프로그램** 기획·편성
  - <모빌리티 토크쇼 황원찬입니다> 프로그램 편성
  - 자동차 정비, 교통사고 법률, 모빌리티 이슈, 정책 현안(서울시 현안 인터뷰) 등에 관한 토론 및 시민참여 확대
- **국내 최초 기후 위기·안전 전문 프로그램** 제작
  - 전 세계 곳곳에서 벌어지는 폭염, 한파, 대홍수 등 국내·외 기후 및 안전 관련 이슈를 생생하게 전달하고 기후 위기 극복 방안을 모색하는 국내 최초 기후 위기, 안전 전문 프로그램 <신박한 벙커 : 기후위기 작전 상황실> 제작
  - 시민들에게 기후 위기의 중요성 및 안전에 관한 내용을 지속적으로 알리고 행동 변화를 촉구하는 역할을 하고 있음

※ 수상실적

- 2022 제268회 한국PD연합회 ‘이달의PD상’ 수상



< 신박한 벙커 : 기후위기 작전 상황실 >

○ 오후 라디오 예능 프로그램의 신규 킬러콘텐츠로 육성

프로그램	방송시간	진행자
 <p>9595쇼</p>	월~일 12~14시	박성호(개그맨) 강지연(아나운서)
 <p>네시 상륙작전 최장군입니다</p>	월~일 16~18시	최지은(아나운서)

○ 라디오 프로그램을 다양한 유튜브 콘텐츠로 재가공

- 라디오 프로그램 중 하이라이트 일부를 Shorts 등 다양한 형태의 영상 콘텐츠로 제공, 신규 청취층의 유입을 유도하고 인지도 제고 노력

○ eFM 외연 확장을 위한 콘텐츠 교류 확대

- 해외방송사 콘텐츠 교류 협약 M.O.U 체결
  - ▶ 말레이시아 CITYPlus FM (21.11.),
  - ▶ 타이완 국립교육방송 NER (22.02.)
  - ▶ 캐나다 Fairchild Radio (22.03.)
  - ▶ 호주 2CR (22.06.)

○ 시민참여형 문화·공연 콘텐츠 기획·제작

- 유명 뮤지션과 시민이 함께하는 버스킹 프로그램 <원더 버스킹> 기획·제작
  - ▶ 가수 정인, 창민(2AM), 수란, 지소울, 아일 및 일반시민의 합동 공연
- 시민참여형, 시민 재능 발굴형 음악 공연 콘텐츠로 전문화 → OTT 진입 도모
- 음악을 통한 지역 홍보 제고 및 협찬을 통한 예산 절감 도모

녹화 일정	장소	협찬처
10.4.(화)	서울 마포구 문화비축기지	한국환경산업협회
10.7.(금)	충남 공주시 제민천	공주시청 한국영상대학교
10.31.(월)	경기 성남 분당구 판교	한국장애인고용공단



시민참여 문화·공연 콘텐츠 <원더 버스킹>

○ TBS 캐릭터 <티봉이>를 활용한 콘텐츠 마케팅 및 사업 모델 확장



- TBS 캐릭터 <티봉이>를 통한 TBS 인지도 향상 및 긍정적인 브랜드 이미지 제고

- 캐릭터 활용한 이모티콘·굿즈 이벤트 진행을 통해 콘텐츠 홍보·시청층 저변확대
- 캐릭터 인스타툰 마케팅을 통해 시민과의 소통력 강화
- TBS 캐릭터를 활용한 다양한 사업 영역 확장 추진



<이벤트 프로모션>



<인스타툰>

○ 디지털 콘텐츠 수입 다변화

- 유튜브 오리지널 콘텐츠 개발 : 짹짹이쇼(시사예능), 변상욱쇼(근현대사)
- 유튜브 협찬 PPL 광고 활성화 : 중소기업/여성기업과 연계
- 유튜브 오리지널 콘텐츠의 팟캐스트 입점
- 페이스북/인스타그램/카카오톡 등 SNS를 통한 콘텐츠 마케팅 강화

작 성 자	전략기획실장 : 이승훈 ☎ 311-5110	스트리트31팀장 : 이상현 ☎ 311-5133
	라디오제작본부장 : 송원섭 ☎ 311-5300	라디오편성기획팀장 : 노경래 ☎ 311-5310
	TV제작본부장 : 김경현 ☎ 311-5400	TV운영팀장 : 이동진 ☎ 311-5410

## 5 시민참여 프로그램 제작 지원 확대

유관기관과 협력 네트워크를 강화하고 시민서포터즈 운영 등을 통해 시민참여를 활성화하여 '시민의 방송' 역할 강화

### □ 추진방향

- 시민의 방송 참여 확대 및 지역 네트워크 협력 강화
- 시민의 방송으로서 TBS 역할 및 브랜드 이미지 강화

### □ 세부 추진내용

#### ○ 시민참여형 프로그램 제작 지원

－ 〈우리동네 라디오〉 프로그램 시민참여 강화

- ▶ 시청자미디어센터, 서울·경기 지역미디어센터, 마을미디어지원센터, 마을미디어 네트워크 등 〈우리동네 라디오〉 운영협의회의 정책 및 제도에 대한 자문 협조
- ▶ 경기도민의 미디어참여 활성화를 위한 업무협약 : 경기시청자미디어센터('22.3월)
- ▶ 시민제작자 모집 : '22.6월~(상시)

#### ○ 시민들과 함께 만들고 소통하는 TV프로그램 제작

프로그램	제작 개요
시민영상 특이점 시즌 4	· 진행자 : 나선홍, 김보빈 (TBS 아나운서) · 방송시간 : 수 22:00~23:00 · 주요내용 : 우리동네 이야기 등 시민이 직접 제작한 콘텐츠 방송

－ 〈시민영상 특이점〉 시민제작자 참여 확대 및 네트워크 강화

- ▶ 2022년 55개 팀으로 확대 ('21년 25개 팀)
- ▶ 프로그램 운영위원회 개최(매월 온·오프라인)
- ▶ 시청자미디어재단, 마을미디어지원센터, SBA, 마을미디어 등과 연계하여 프로그램 제작

－ 2022년 시청자참여프로그램 제작지원 사업 선정 ('22년 3월)

: 시청자미디어재단 45,600,000원 지원

- ▶ 「서울의 밤」, 「우리가 버린 장난감은 어디로 갈까?」 등 다양한 이야기를 주제로 시민들이 영상 제작
- ▶ 회당 23분 시민영상 방영, 5월부터 현재까지 총 19회 방송



시민이 직접 제작한 영상 콘텐츠 <시민영상 특이점>

## ○ 유관기관 협력 네트워크 강화

- 한국공동체라디오방송협회 업무협력을 통한 지역밀착형 협력 강화('22.3월~)
  - ▶ 업무협약 체결: 공익적 콘텐츠 상호 교류 및 시민 참여방송 활성화, 재난재해 콘텐츠 공유 협력 등('22.3.29.)
  - ▶ 옥천FM - eFM <Diverse Voices> 다문화 콘텐츠 교류('22.8월~9월)
  - ▶ 기후정의 미디어액션 <우리동네 안테나> TBS FM 및 유튜브 송출('22.9월~)
    - : 남해FM, 옥천FM, 성남FM, 서대문FM 등 10개 공동체라디오 참여
- 5.18기념재단, 5.18.기념식 수증계 및 TV 캠페인 영상 송출('22.5월~6월)
- 서울연희문학촌, '문학에 물들다' 공동 기획 및 제작 추진('22.11월 예정)
  - ▶ TBS-서울연희문학촌 업무협약 체결('22.10월 예정)

## ○ 시민서포터즈 '티끌러' 운영

- 시민참여형 TBS 기후위기 실천캠페인 : '22.5월~8월
- 프로그램-시민 간 소통 강화를 위한 <신박한 벙커> 방송 녹화 현장 참관 및 간담회 : '22.8월
- 시민서포터즈와 함께하는 TBS 콘텐츠 온라인 홍보(상시)
- 향후 방향 논의 및 활동 결과 공유를 위한 2기 온라인 간담회 개최 : '22.9월



<기후위기 실천캠페인>



<방송 참관 및 간담회>



<온라인 상시 홍보(공식 카페)>

작성 자	전략기획실장 : 이승훈 ☎ 311-5110	시민협력팀장 : 조성현 ☎ 311-5150
	TV제작본부장 : 김경현 ☎ 311-5400	TV운영팀장 : 이동진 ☎ 311-5410

## 6

# 상업광고 허용을 위한 전방위적 노력

지속발전 가능한 자원 구조 확립 방안 추진 및 단기적 목표로서의 상업광고 허용을 통한 재정 안정화 도모

### □ 추진방향

- 상업광고 허가 승인을 통한 재정 건전성 확립
- 상업광고 허용을 위한 내·외부 타당성 확보

### □ 세부 추진내용

- 재단 창립 2주년 성과에 바탕한 **상업광고 허용 신청**
  - 1단계: 재단 출범 2년간의 성과 및 한계에 논거한 상업광고 허용 재요청
    - ※ 'TBS의 자원 안정화 방안' 모색을 위한 공동 토론회 개최('22.1.26.)
  - 2단계: 상업광고 허용 타당성 논거 마련 및 우호적 환경 조성
    - ▶ 미디어 환경 및 사회적 변화를 고려한 상업광고 허용 필요성 등 논거 마련
  - 3단계: 상업광고 허용 시기 합의 및 절차/방안 구체화
    - ▶ 상업광고 허용 가능 시기에 대한 방송통신위원회와의 협의 및 절차 구체화
- **상업광고 필요성에 대한 여론 형성 및 관련 법·제도 정비**
  - 상업광고 허용 필요성에 대한 우호적 환경 조성
    - ▶ 시민단체, 학계 등과의 네트워크 강화, 경쟁 사업자와의 우호적 관계 형성
    - ▶ 시민단체(언론개혁시민연대, 언론인권센터) 주최 토론회 개최
  - 법·제도적 정비
    - ▶ 광고판매대행사업자 지정 및 안정적 운용을 위한 법·제도 정비
- **상업광고 허용 이후의 구체적인 광고 전략 수립**
  - 외부 연구용역 등을 통한 기획 및 전략 수립 추진

## 7

# 안정적 수익구조 구축을 위한 사업다각화 및 재원다각화

다양한 비즈니스 모델 구축을 통한 재정 악화요인 극복 및 지역 공영방송으로서의 모범적 수익모델 정립

### 추진방향

- TBS의 다양한 방송 콘텐츠를 기반으로 광고·협찬 적극 유치
- 온라인·모바일 플랫폼을 통한 콘텐츠 재가공·판매 등 새로운 수익원 발굴
- 다양한 매체 결합상품 개발을 통한 광고·협찬 수익 확대

### 광고 및 협찬 유치실적(9월 현재)

2022년 목표액	계약실적 ('22.1.1.~9.30.)	목표 달성률
9,800백만원	5,659백만원	57.7%

### 세부 추진내용

- **TBS 플랫폼별 결합상품 개발**을 통한 광고·협찬 수익 확대
  - 출·퇴근 시간대 FM 결합상품 런칭 판매 (협찬상품)
  - 팟캐스트 및 팟캐스트 결합상품(라디오, TV) 판매 (광고상품)
- 제작지원, PPL, 프로그램 코너기획을 통한 **수익 채널 다양화**
  - 제작지원
    - ▶ TBS TV <원더 버스킹>, <역사스튜디오 흔적> 등 TV 콘텐츠를 활용한 정부, 공공기관, 지자체, 민간 제작지원 확대
  - PPL(간접광고) 유치 확대
    - ▶ TBS 유튜브 오리지널 콘텐츠 <짤짤이쇼>, <해시태그> 등을 활용한 중소기업 PPL(간접광고) 유치 확대 추진
  - 프로그램 코너 협찬
    - ▶ FM <허리케인 라디오> 등 오락 콘텐츠를 기반으로 한 타겟 기획으로 프로그램 코너 협찬 추진

- **온라인·모바일 광고수입 확대**를 위한 전략적 대응 추진
  - TBS 온라인 및 모바일 웹 페이지 보도기사 내 위젯 광고 진행('22.5.)
  - TBS 온라인 및 모바일 웹 페이지 배너 광고 추진
  - TBS 앱 어플리케이션 음성 및 배너광고 상품 다양화 진행('22.7.)
- **외부기관 공모사업 참여**로 공동 캠페인 추진 및 관련 수익 확보
  - 한국산업안전보건공단 주관 '안전문화 확산 공모사업' 선정('22.2.)
    - ▶ 건설 추락사고 예방 안전캠페인
- **수도권 공공기관을 연계·활용하는 공동 캠페인 유치**
  - 정부·지자체·공공기관의 공익광고 유치
  - 서울시·자치구·투자출연기관과의 행사중계, 공동캠페인, 제작지원을 통한 수입확대 (보도본부 협업 진행)
- **민간기업 대상 신규 협찬 및 광고 판매 확대**
  - 정부·지자체·공공기관 이외의 “민간” 신규 협찬 광고주 발굴 지속
- **공적 자원 확보 방안 마련**
  - 공적 자원 확보를 위한 국고(기금) 신청('22.3.28.)
    - ▶ 지역방송 해석에 관한 법률 및 채널 설립과정 및 실적에 바탕을 둔 공적 지원 필요성 재정리를 통한 공적 자원 마련
  - 유관기관 연계사업을 통한 방송 외 사업 수익 확보 추진
  - 방송발전기금 확보를 위한 외국어방송 3사 협력 강화
    - ▶ 외국어방송사협의회 사업 영역 확대
    - ▶ 외국어방송 3사 대표자회의('22.3.16.)
    - ▶ 2022 Oneness Festival을 위한 회의 진행('22.6.30.)
- **재원 수요 및 관리를 위한 전담기구 구성**
  - 재정투명성위원회 운영
    - ▶ TBS 재정의 독립적 평가와 운영을 제시할 수 있는 재정 수요조사 성격의 재정투명성위원회 설치 추진

# 참 고 자 료

① 2021 행정사무감사 처리결과 보고서

---

# 2021 행정사무감사 처리결과 보고서

(문화체육관광위원회)

서울특별시 미디어재단 티비에스

## □ 총괄

○ 수감결과 처리요구사항 등 ----- 총 20 건

○ 조치내역

구	분	계	완 료	추진 중	검토 중	미반영
계	계	20	17	3	0	0
	시정· 처리요구사항	12	10	2	0	0
	건의 사항	7	6	1	0	0
	기타(자료제출 등)	1	1	0	0	0

# 시정 · 처리 요구사항

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 삭감된 출연금과 자체재원으로 기존 세출예산 규모를 맞출 수 있는 상황이 아님. 상업광고 허용이라든지 이런 물적 기반의 토대가 마련되어야 함. 출연금 삭감은 예산을 통한 압박으로 심각성을 인지하고 대책마련 필요함. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 안정적 자원 확보 방안 추진 중           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지방정부 보조금(출연금) 이외의 국고 지원(eFM 지원, 제작비지원 등) 추진</li> <li>- 유튜브 수익 제고 및 프로그램 판매 등 수익원 다변화</li> </ul> </li> <li>○ 상업광고 허용 신청 및 관련 부처 협의 진행</li> <li>○ 상업광고 허용시 광고 수익 제고 방안에 관한 연구 용역 진행중</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 안정적 자원 구조 마련을 위한 방안 마련           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세미나, 연구용역 등을 통한 중장기 전략 수립</li> </ul> </li> <li>○ 상업광고 허용 추진 및 기타 공적 자금 유치 방안 추진           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상업광고 허용시 광고 수익 제고 방안 연구</li> <li>- 지역방송 지원금 유치 방안 추진</li> </ul> </li> </ul>
<p>○ 언론중재위에서 반론보도와 정정보도 결정을 내렸음에도 불구하고, 이의신청을 해서 서울시와 소송까지 하는 것은 문제가 있어보임. 앞으로 서울시와 소통을 강화하여 보도 전 팩트체크를 반드시 해야할 것. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시 뿐만 아니라 당사자의 요청이 있을 경우 사실관계를 파악하여 정정보도와 반론보도를 하고 있음.</li> <li>○ 언론중재위는 ADR기관으로 해당 결정에 따른 이의신청은 법률에서 보장하는 권리절차로 당해 사건은 법원 판결에 따름.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시와 협력 및 소통체계를 강화           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 업무 관련성이 높은 기관과 소송까지 가지 않도록 사전협의</li> <li>- 방송 전 실제적 사실관계와 객관성·정확성 재고 노력</li> </ul> </li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 공영방송으로서 정치적 중립을 지키고, 자체재원 확보를 통해 출연금 의존도를 지속적으로 낮춰나가야 할 것. (전략기획실, 경영지원본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 출연금 외 다양한 재원구조 마련 및 확보를 위해 노력중 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국고, 발전기금 등의 공적재원 확보 추진</li> <li>- 프로그램 수신료 및 판매 확대를 통한 콘텐츠 경쟁력 강화</li> <li>- 디지털 콘텐츠 등의 방송사업 외 수익 증대</li> </ul> </li> <li>○ 협찬, 광고 수익 이외에 제작지원, 간접광고, 코너기획을 통한 수익 채널 다양화</li> <li>○ 뉴미디어를 통한 수익 활동 강화 및 신규 재원 적극 창출 노력</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자체 수입 증대 노력 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수신료 수입 현실화(서울시의회 공조)</li> <li>- 유튜브, 프로그램 판매 수익 제고</li> </ul> </li> <li>○ 서울시·정부·지자체·공공기관 대상 “협찬” 신규 섭외 현장 영업 강화</li> <li>○ 공모사업 참여 지속 추진으로 관련 수익 확보</li> </ul>
<p>○ 시장과의 면담 등 적극적인 소통이 필요함. (경영지원본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시장-대표이사 간 면담 추진하여 ‘공영방송으로서의 TBS의 역할’, ‘경영개선을 위한 노력’ 등의 현안으로 논의함(‘21.11.24.)</li> <li>○ 재단 설립 후 현재까지 총 17회의 이사회를 개최하고 서울시 소관부서와 소통을 통해 재단의 주요 현안처리 및 의사결정과정에 대해 수시로 논의함.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 향후 방송통신위원회, 서울시의회, 서울시 소관부서 등 유관 기관과의 긴밀한 소통을 통해 공영방송으로서의 역할을 다할 것임.</li> </ul>
<p>○ TBS 장애인고용 관련 적극적인 대책을 마련해 줄 것. (경영지원본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2021년 장애인(운동선수) 채용 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국장애인고용공단 및 서울특별시장애인체육회 컨설팅을 통한 채용 가능 직무 발굴 완료 및 채용 추진</li> <li>- 추가채용 : 5명(중증5) / 고용산정인원 : 10명(중증)</li> <li>· 채용완료 : 4명(중증4) / 채용진행중 : 1명</li> <li>※ 의무 고용인원 15명 중 14명 채용완료 예정(‘22.1.)</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 장애인 적합 직무 추가 발굴 추진</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 킬러 콘텐츠의 청취율 및 시청률이 기존 프로그램과 차이가 크지 않은 바, 킬러 콘텐츠 기획 및 제작을 위한 개선방안을 마련할 것. (라디오제작본부, TV제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 청취율 조사결과를 바탕으로 프로그램 전면 재검토 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3월 또는 4월 봄개편 추진</li> </ul> </li> <li>○ 콘텐츠 경쟁력 제고를 위한 전담인력 배치 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 킬러 콘텐츠 및 신규 프로그램 개발을 위한 별도 기획팀 운영</li> </ul> </li> <li>○ TBS TV는 채널번호의 접근성이 떨어지는 등 시청률 상승에 한계를 가지고 있음에도 불구하고 TV 프로그램별 최고 시청률의 경우 50위 이내 프로그램은 '19년 2개에서 '20년 6개, '21년 9개로 증가하는 등 상승세를 유지하고 있음.</li> <li>○ 특히 '21년 TV 자체 프로그램 8개가 모두 최고 시청률 30위권 내외를 기록하는 등 킬러콘텐츠가 시청률을 이끌어가기보다는 다양한 프로그램들이 전반적으로 안정적인 시청률을 기록하고 있음.</li> <li>○ 한편 TV프로그램은 공신력있는 대외기관 수상을 통해 콘텐츠의 우수성을 인정받고 있음. '21년 &lt;힐링스테이지 그대에게&gt;, &lt;신박한 벙커&gt;, &lt;역사스테이 흔적&gt;은 한국PD연합회 '이달의 PD상'을 수상했고, &lt;신박한 벙커&gt;는 YWCA가 뽑은 좋은 미디어콘텐츠상 최우수상을 수상한 바 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 라디오 플랫폼에 국한되지 않은, 시민들에게 소구력 있는 콘텐츠 제작으로 경쟁력 강화</li> <li>○ 지속적인 기획팀 운영으로 조직 및 구성원 역량 강화</li> <li>○ TBS TV는 '22년 상반기에 기획제작 TF를 구성해 공익적이면서 파급력 강한 킬러콘텐츠를 개발하는데 역량을 집중할 예정임.</li> <li>○ 최근 시청패턴은 TV에서 유튜브, OTT 등으로 급격히 옮겨가고 있는 추세임. 따라서 TBS 영상콘텐츠도 TV플랫폼에서 유튜브, OTT 중심으로 접근성을 향상시킬 계획임.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 뉴스공장 외 다른 프로그램의 청취율 및 시청률 향상을 위한 개선 방안을 마련할 것. (라디오제작본부, TV제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 21년 4R 청취율 조사 결과, 작년 8월 론칭한 저녁시사프로그램 &lt;신장개업&gt;이 청취율 2.0%로 전체 프로그램 100위 중 43위를 기록, 주말엔 &lt;허리케인라디오&gt;가 2.5%로 25위를 기록함. (주중, 주말 포함 16개 프로그램이 TOP100 안에 랭크)</li> <li>○ 이후 청취율 조사결과를 바탕으로 봄 개편 시행 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 편성 조정 및 경쟁력 있는 진행자 발굴</li> </ul> </li> <li>○ 프로그램 코너 활용한 유튜브 콘텐츠 제작 활성화로 유튜브 채널 및 청취율 동반 상승효과 모색</li> <li>○ &lt;더룸&gt;의 경우 2022년 대선을 앞두고 프로그램의 개편을 진행하여 시사중계 형식의 새로운 시도를 통해 시청률이 향상됐고 &lt;해시태그&gt;, &lt;신박한 벙커&gt; 등의 프로그램들도 아이템과 내용의 내실화를 추진하여 시청률 향상을 도모하고 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 개편 시 냉철한 분석을 통한 프로그램 선택과 집중</li> <li>○ 시청자들에게 좀 더 소구할 수 있도록 꾸준히 노력할 것이며 이와 더불어 유튜브 조회수, 대외수상, 수익창출 등 다른 지표에서 성과를 낼 수 있도록 다양하게 노력할 것임.</li> </ul>
<p>○ TBS 모바일 어플리케이션 사용에 불편함이 없도록 시스템 구축 및 개선방안을 마련할 것. (방송기술본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민의 입장에서 TBS 모바일앱 사용시 불편한 점을 선제 파악하여 전면 UI의 시인성(음성광고 등)과 제보의 접근성을 용이하게 개선하였으며,</li> <li>○ 뉴스페이지의 특수문자 및 상세내용이 보이지 않는 등의 앱 내 오류 현상을 수정하였음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 모바일 채팅 기능을 고도화하여 활성화시키고,</li> <li>○ 이용자 접근성을 지속적으로 최적화할 계획임.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ TBS TV 시청률이 여전히 저조하며, 번호통합도 개선되지 않고 있음. 대책을 마련해 개선하기 바람. (전략기획실, TV제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 추진 중</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TBS-TV의 주요 시청권역인 서울·수도권IPTV 기준으로 공공 재원이 투입되는 PP(KTV, 국회방송, 한국직업방송, YTN사이언스 등) 중 22년 상반기 시청률이 가장 높으며, IPTV의 TBS가 포함된 장르별 채널군에서도 상위권의 채널 순위를 유지하고 있음.</li> <li>○ 재단화 이후 TBS-TV 가시청 가구수 또한 약 500만 가구가 증가된 점을 감안하면 향후 채널 인지도 및 영향력이 증대할 것으로 판단함.</li> <li>○ 또한 미디어 환경은 플랫폼이 다양화 되고 있으며, 매년 TV 시장의 시청률이 하락하고 있는 추세이며, 시청률 조사의 신뢰도에 대한 문제가 제기되고 있음.</li> <li>○ 이에 따라 경쟁력 있는 콘텐츠를 제작하여 TV매체에만 집중하기 보다는 여러 플랫폼에 연계 편성하는 전략을 추진하고 있음. 예산 등의 여건에 따라 불가피하게 재방송 비율이 높은 TBS의 현실과 변화된 미디어 환경에 맞춰 채널 시청률보다는 주력하는 개별 콘텐츠의 시청률 및 성과 제고를 중심으로 편성, 제작하고 있음. ※ 최근 TV시청률 조사의 신뢰도와 한계에 대한 문제점이 공론화되고 있으며, 이를 보완할 수 있는 조사 방법에 대한 논의가 이루어지고 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 향후 시의회 및 서울시와의 협조를 바탕으로, 플랫폼 사업자들을 대상으로 한 번호 통합 또는 선호 번호로의 변경 설득 추진</li> <li>○ 정기 및 수시 개편 시행으로 콘텐츠 지속적인 내실화 실시</li> <li>○ TBS TV는 '22년 상반기에 기획제작 TF를 구성해 시청자에게 소구력이 높은 시민참여형 공연 프로그램 &lt;원더버스킹&gt;을 제작하여 방송 예정임(10월 중 녹화)</li> <li>○ 최근 시청패턴은 TV에서 유튜브, OTT 등으로 급격히 옮겨가고 있는 추세임. 따라서 TBS 영상콘텐츠도 TV플랫폼에서 유튜브, OTT 중심으로 접근성을 향상시킬 계획임.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 국가인권위 조사결과 국내체류 외국인의 긴급재난문자나 뉴스 의존도가 65%가 되는데 해석이 좀 어려운 현실임. TBS의 역할이 필요함. (라디오제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국내 거주 외국인을 대상으로 재난정보 제공 확대 (eFM) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 〈COVID19 LIVE UPDATES〉 영어, 중국어로 방송</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TBS eFM에서 더욱 충실히 재난 상황과 대응 방법 등에 대해 전달하며 외국인들이 재난정보에 소외되지 않도록 노력함.</li> </ul>
<p>○ 직원들 간 편차가 심한 시간외 수당 개선 필요, 못 받거나 과도하게 받거나 하는 부분에 대하여 조사실시 후 조정요청함. (경영지원본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시간외근무 현황 조사 실시 〈 교대근무자 〉 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기 제출된 시간외근무수당 자료는 “시간외근무수당, 야간근로수당, 휴일근무수당”이 모두 합산된 금액이었으며, 방송국 특성상 다수의 24시간 교대근무 운영이 불가피함에 따라,</li> <li>- 휴일과 야간에도 근무를 하는 교대근무자(30여명)의 경우 타 직원 대비 법적 수당인 가산임금이 높을 수 밖에 없음.</li> </ul> </li> <li>〈 시간외수당 미지급자 〉 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관리자, 임신기/육아기 근로단축, 출산휴가 및 휴직, 탄력근무(아나운서, PD) 등에 따른 미발생 인원으로 조사 완료</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 방송시스템 고도화 및 근무제도 지속 개선 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 방송시스템 개선, 교대근무 제도 보완 등을 통하여 수당 등의 편차를 줄일 수 있는 방안을 지속적으로 모색하겠음.</li> </ul> </li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 예산편성과 집행에 있어 광고유치추진비와 미디어정책 대외협력비를 증액할 수 있도록 요청함. (전략기획실, 경영지원본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 미디어정책 대외협력비의 경우 22년 예산 증액 편성 완료 - '22년 예산액 : 89백만원('21년 83백만원 대비 6백만원 증가)</li> <li>○ 광고 유치 추진비의 경우 <u>수수료가 발생하지 않는 한국언론진흥재단의 광고계약건수가 증가함에 따라 지급수수료 수요 감소분 감액 편성된 부분이며, 그 외 경비의 경우 전년 동일하게 편성하였음</u></li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 앞으로도 합리적인 예산편성을 통해 미디어정책 대외협력과 광고유치추진 강화에 만전을 기하겠음.</li> </ul>

# 건의사항

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ TBS는 유지비용, 인건비 등 예산을 더 과감하게 공격적으로 해야됨. 민관이 함께 상업광고에 힘써야 하며, 시민소통도 마찬가지로 주체인 TBS가 제일 많은 노력을 해야 할 것임. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '22년 예산의 경우 사업비가 전반적으로 감액되었으나, 상업광고 허용과 관련된 예산은 전년 대비 증액하여 확보하였으며, 관련 사업을 강화해 나아갈 것임.</li> <li>- 미디어 정책 기획 및 대외협력 89백만원('21년 83백만원 대비 7.4% 증가)</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 추후 상업광고 허용과 관련하여 추가적으로 소요되는 예산에 대해서는 예산 변경을 통해 적극 지원 예정임.</li> </ul>
<p>○ 민형사 소송건에 대하여는 잘 대처하여 시민의 공영방송사의 가치와 명예를 지키기 바람. 다만, 소송에 있어 적절한 선택과 집중이 필요함. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 재단화 이후 급격히 민사소송과 형사사건이 증대하고 있으며, 법무법인과 유기적으로 협력하여 부당한 소송과 고소·고발에 적극 대응하고 법무역량 강화에 노력하겠음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소송 전후 화해·조정 및 권리침해 구제 방안 강화</li> </ul>
<p>○ 방송 공정성 제고를 위한 세미나 및 공정성 확보 연구용역 이후 후속 조치가 미흡. 공정성 제고를 위한 재단의 역할 및 방안에 대한 정리가 필요해 보임. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 세미나 등을 통한 의견수렴 및 TBS의 입장을 외부에 적극 홍보해 왔을 뿐 아니라, 내부적으로 해당 연구결과를 제작과정에 반영하도록 노력하고 있음.</li> <li>○ &lt;제작가이드라인&gt; 마련을 통하여 방송 내용에 대한 공정성 확보 등 공적 책임 수행에 노력함.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 학계, 시민단체 등과의 지속적 소통을 통한 공정성 제고를 위한 의견 수렴 및 경영상 반영 노력 지속 추진함.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 시청자 민원 처리가 빠르게 처리될 수 있도록 노력할 것. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 홈페이지 게시판 시청자 의견에 대한 각 부서 또는 프로그램 담당자에게 빠른 답변과 반영 요구함.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시청자 의견 반영과 민원처리에 있어 지체되는 사안이 없도록 노력하겠음.</li> </ul>
<p>○ TV방송 프로그램 중 유튜브나 다른 채널을 통해 수익을 내는 프로그램은 극히 일부에 불과함. 뉴미디어채널에 업로드 하기 위한 영상만 제작하는 것이 예산 절감 및 조회수 증가를 통한 수익창출에 도움이 될 것으로 보임. (전략기획실, TV제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TBS는 2021년 초 '유튜브 퍼스트 전략'을 수립하고, 전략기획실 내 디지털 콘텐츠 제작·전략 컨트롤타워 역할을 담당하는 '스트리트31'팀을 신설, 운영하고 있음.</li> <li>○ &lt;짤짤이쇼&gt; &lt;퀴즈탐험! 시사의 세계&gt; &lt;국회 앞 유정다방&gt; &lt;이차-저차,웃차&gt; &lt;아이돌 표류기&gt; 등 시사, 모빌리티, 케이팝 콘텐츠 등 다장르의 유튜브 오리지널 콘텐츠를 제작하여 구독자에게 선보이고 있음.</li> <li>○ '21년 TV 정규 프로그램 협찬수익이 대폭 확대되었음. '19년도까지는 전무했고, '20년 1,800여만 원이었으나 '21년에는 3억여 원을 기록하는 등 앞으로도 수익이 확대될 가능성이 큼. 이를 기반으로 판매, 유튜브 수익 창출의 선순환구조를 이뤄내고 있음.</li> <li>○ &lt;더룸&gt;, &lt;해시태그&gt; 등의 시사교양 프로그램도 유튜브용 콘텐츠를 만들어 높은 조회수로 수익창출에 기여하고 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TV본부 자체에서 화제성 있는 유튜브 전용 콘텐츠를 기획·제작할 예정임.</li> <li>○ 협찬 및 대외협업 등을 통해 다양한 수익사업을 진행할 예정임.</li> <li>○ 변화하는 미디어 환경 속에서 디지털 이용자들의 흥미와 관심을 끌 수 있는 킬러 콘텐츠 개발에 지속적으로 노력하겠음.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ MOU 통한 업무개선 및 성과반영하여 급변하는 방송 환경에 뒤처지지 않는 사업 개발을 할 수 있도록 노력해주시기 바람. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 재단 전환 후 2020년 7회, 2021년 11회의 MOU를 진행하며 라디오통합플랫폼 구축 협약(KBS,MBC,SBS 등), 한국언론정보학회 학술대회 업무협약 등을 통해 방송 역량 강화에 노력하였으며, 경기콘텐츠진흥원 등 협약을 통해 수도권 공영방송으로서 지역 사회 미디어 참여 활성화를 위해 꾸준히 노력하고 있음.</li> <li>○ 방송업계 내에서의 TBS 인지도 상승 도모 및 현안에 관한 공론의 장 마련을 위해 지속적으로 노력하고 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 학계 네트워크 강화 및 밀접한 협력 관계 형성</li> <li>○ 추후 다양한 분야의 기관, 단체와의 MOU를 통해 공영방송으로서 퀄리티 있는 방송을 시민들에게 제공하기 위해 노력할 것임.</li> </ul>
<p>○ TBS 전체 프로그램에 대한 청취율과 시청률을 높일 수 있도록 다양한 방면에서 노력해주길 요청함. (라디오제작본부, TV제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민들의 관심사를 반영한 시의성 있는 특집 제작 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 코로나19, 명절, 대선, 올림픽, 월드컵 특집 등</li> </ul> </li> <li>○ 유튜브 등 타 플랫폼으로의 콘텐츠 유통 활성화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 경쟁력 제고를 위한 전담인력 배치</li> </ul> </li> <li>○ TBS TV는 지역공영방송으로서 시청률 향상보다는 시민들을 위한 공익적 콘텐츠 제작을 최우선 과제로 두고 있음.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항

조치결과 및 향후추진계획

〈주요 프로그램〉

프로그램	내용
TBS 7	서울 및 수도권 중심의 이슈와 현장
TBS특보 코로나19	코로나19 등 재난정보를 전달
신박한 벙커	시민의 안전 이슈를 과학적 사고로 풀어봄
에코가 석자	기후 위기의 심각성 및 시민행동요령 알아봄
시민영상 특이점	시민제작자가 만든 영상을 소개함
역사스태이 흔적	서울 역사 공간을 스토리텔링하고 기록함
힐링스태이지 그대에게	비대면 문화공연으로 시민들을 위로함

- TV시청률은 채널번호의 열악한 한계에도 불구하고 타 공영유선방송 채널 대비 우위에 있음.

〈공영방송 TV채널 순위 비교〉

기준 : 수도권IPTV / 주중

	2020년	2021년 (~10/31)
TBS TV	56위	62위
A사	82위	78위
B사	106위	95위
C사	240위	252위

□ 향후계획

- 청취자들에게 사랑받는 재미있고 유용한 프로그램의 지속적인 기획 및 제작
- 프로그램별로 지속적으로 퀄리티를 높이고 상시 개편 시 출연진, 구성, 세트 등 전반적인 개선과 변화를 통해 시청률을 향상시키도록 노력하겠음.
- 정규 프로그램을 유튜브에서 확산시켜 화제성을 일으킬 수 있도록 노력하겠음.
- 공익적이면서 파급력 강한 콘텐츠를 제작하도록 하겠음.

# 기 타 사 항

자료제출 등 기타사항	조 치 결 과
○ 시간외근무를 하지 않은 45명 에 대한 자료 (경영지원본부)	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b> <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 자료제출 완료(2022. 1. 11.)<ul style="list-style-type: none"><li>- 보직자(25명) : 관리자(대표이사1, 실·본부장5, 팀장19)는 시간외근무수당 지급 미대상 인원</li><li>- 기타(20명) : 임신기/육아기 근로단축, 출산휴가 및 휴직, 탄력근무(아나운서, PD) 등에 따른 미발생 인원</li></ul></li></ul>