

2024  
MBC  
연례보고서



## 이 보고서에 관하여

### 보고서의 목적

(주)문화방송 (이하 'MBC')은 대한민국 공영방송사로, 다양한 이해관계에게 콘텐츠 성과 및 ESG 경영 활동을 공개하고 소통하기 위해서 '2024 MBC 연례보고서'를 발간했습니다. 특히 이 보고서는 MBC에 대한 다양한 데이터를 담은 두번째 보고서입니다.

### 보고서의 작성기준 및 신뢰도

이 보고서의 작성을 위해 방송문화진흥회의 경영평가항목 및 방송통신위원회의 지상파 재허가 심사 항목, 지속가능경영 국제 보고 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021을 기준으로 요소를 발굴하였습니다. 해당 요소들을 근거로 본사와 동종 기업과 기관의 ESG 보고서와 유사한 수준으로 작성되었습니다. 이 보고서에 포함된 모든 내용은 방송문화진흥회 및 규제기관에 제출된 내용과 동일합니다.

### 보고 기간 및 범위

이 보고서는 2024년 1월부터 12월까지 MBC 상암 사업장 및 주요 관계사의 콘텐츠 및 ESG 경영 활동과 성과를 담았습니다. 주요 정량 성과는 연도별 추이 분석이 가능하도록 최근 3개년 데이터(2021년 1월 ~2024년 12월)를 공개했습니다.

### 보고서에 대한 문의

이 보고서는 MBC 기획본부 정책협력국 ESG·심의팀에서 작성했습니다.

#### (주)문화방송

주 소 (03925)서울특별시 마포구 성암로 267

홈페이지 www.mbc.co.kr

발 행 인 안영준

발 행 처 MBC ESG· 심의팀

## CONTENTS 목차

### 03 대표인사 인사말

### 04 좋은친구 MBC X 콘텐츠

- 05 보도
- 07 디지털뉴스
- 08 뉴스영상/스포츠
- 09 예능
- 12 드라마
- 14 시사교양
- 15 라디오
- 16 디지털콘텐츠
- 17 어린이/ 취약계층
- 18 콘텐츠 프로모션
- 19 IP전략사업
- 20 콘텐츠전략
- 22 언어운사/ 기획사업
- 23 글로벌사업/ 영상센터
- 24 제작기술
- 26 디자인

### 27 공영방송 MBC X ESG

- 28 환경경영
- 31 사회적 책임
- 38 투명경영

### 42 미디어그룹 MBC X 네트워크

- 43 부산MBC
- 44 대구MBC
- 46 광주MBC
- 47 대전MBC
- 48 전주MBC
- 49 MBC경남
- 51 춘천MBC
- 52 MBC충북
- 53 제주MBC
- 54 울산MBC
- 56 MBC강원영동
- 57 목포MBC
- 58 여수MBC
- 60 안동MBC
- 61 원주MBC
- 62 포항MBC
- 63 MBC C&I
- 64 MBC ART
- 65 iMBC
- 67 MBC PLUS
- 69 MBC PLAYBE
- 71 MBC AMERICA

### 71 부록

- 72 MBC 그룹구조
- 73 2024 경영목표/ 재무제표
- 74 손익계산서/ 주요수상
- 76 업무협약 및 협회 가입 현황
- 77 글로벌이니셔티브/ GRI Standards Index



## 대표이사 인사말



안녕하십니까?

(주)문화방송 대표이사 사장 안형준입니다.

2024년은 지상파 방송의 생존을 위협하는 미디어 환경 변화를 체감하는 동시에, **MBC**의 저력을 확인할 수 있는 한해였습니다. 유난히 뜨거웠던 여름, 본사의 파리올림픽 중계는 3주 동안 2049/가구시청률 모두 1위를 차지했습니다. 이는 2008년 베이징올림픽 이후 16년 만에 이뤄낸 값진 성과입니다.

4월에 방송된 본사의 <선택 2024>는 1) 개표 방송 전체, 2) 출구조사 발표 후 30분, 3) 메인뉴스 시청률 모두 지상파와 종합편성채널을 통틀어 압도적인 1위를 기록했습니다. 이는 콘텐츠 자체의 질적인 수준과 더불어, **MBC**뉴스에 대한 신뢰도가 동시에 반영된 결과라고 생각합니다. <**MBC**뉴스데스크>는 팩트에 기반한 균형 있는 기사와 굵직한 특종으로 사회적 논의를 주도하고, 약자 보호 및 공동체 위기에 대한 보도에 집중했습니다. <PD수첩>, <스트레이트>, <100분 토론>, <뉴스 하이킥>과 <시선 집중> 등 본사 주요 시사 프로그램의 확고한 여론 영향력도 확인했습니다.

지난해부터 경쟁력을 끌어올린 드라마 부문도 <밤에 피는 꽃>, <수사반장 1958>, <이토록 친밀한 배신자>, <지금 거신 전화는> 등 텐트폴 작품들이 큰 성공을 거두며, **MBC** 드라마의 건재함을 입증했습니다. 본사가 자랑하는 예능은 전 예능 콘텐츠 중 1위 경쟁력을 유지하고 있는 <나 혼자 산다>와 <놀면 뭐하니>, <전지적 참견 시점> 등 기존 킬러프로그램과 더불어, 시즌물 <태어난 김에 세계일주>까지 성공적으로 안착시켰습니다. 시사교양국에서는 글로벌 환경 문제와 지역재생, 인구절벽 등 공동체 위기를 다루는 대형 프로그램으로 방송의 공적 책임을 다하고 있습니다.

**MBC**는 우리 사회의 지속가능한 미래를 위하여 '신뢰받는 공영미디어'를 목표로 적극적으로 ESG 경영을 실천하고 있습니다. 환경, 사회적 책임, 투명 경영 등 각 영역을 주제로 특화된 콘텐츠를 제작·방송했습니다. 자원 재활용과 에너지 절약을 실천하고, 상암 제작스튜디오 조명을 LED로 교체하였으며, 전기차 및 관련 충전 시설도 확대하는 등 환경 경영에도 힘썼습니다. '공동체 기여확대'를 위해 다양한 사회 공헌 사업과 임직원의 자원봉사활동도 활발하게 전개하고 있으며, 앞으로 ESG 경영을 국제 수준으로 강화하고 정보공개 범위의 깊이를 확대하는 등 투명성을 강화할 계획입니다.

이제 **MBC**는 IP와 신사업을 중심으로, 고강도 혁신 그룹으로 전환해나갈 것입니다. **MBC**는 방송사를 넘어 토틸 콘텐츠 생산기지로 진화하는 동시에, 글로벌 시장에서 무한도전을 시작하고, 일상에서부터 '시 트랜스포메이션'을 이뤄가겠습니다.

국민의 눈과 귀가 되어 권력을 감시하고, 역사를 기록하고, 서민들의 권익을 향상시키는 것은 공영방송의 의무이자, 가장 중요한 역할입니다. **MBC**의 진정한 주인인 국민 만을 보고, 새로운 변화와 혁신으로 나아가겠습니다.

감사합니다.

(주)문화방송 대표이사 사장 안형준

좋은친구  
MBC × 콘텐츠



## 보도 NEWS



### § 12.3 비상계엄 내란 사태 보도

현직 대통령의 친위 쿠데타 '12.3 비상계엄'을 초기부터 내란으로 규정하고 그 위헌성을 집중 조명했습니다. 뉴스룸의 모든 역량을 동원해 상시 특보체제를 가동하며 불법 계엄의 해제, 윤석열 대통령에 대한 탄핵과 체포, 기소까지 사태의 추이를 상세히 보도했습니다. 이른바 '롯데리아 회동' 단독보도로 노상원 전 정보사령관의 개입을 최초 폭로하며 내란 사태의 전모를 밝히는 데에도 힘썼습니다.



### § 채상병 수사외압 의혹 연속 보도

2023년 여름에 일어난 채상병 사망과 수사외압 의혹을 끈질기게 추적 보도했습니다. 대통령실과 국방장관측의 수상한 개입과 이에 대한 수사 요원들의 증언을 단독 취재해 지속적으로 보도했습니다. 결정적으로 이종섭 전 국방장관이 출국금지 상태에서 호주 대사로 발령됐다는 사실을 단독 보도함으로써 외압 의혹을 다시 수면 위로 끌어올렸고, 해당 보도는 올해의 방송기자상, 관훈 언론상 등을 수상하며 가치를 인정받았습니다.



### § '여론조작·공천개입' 명태균 게이트 보도

강혜경씨의 폭로로 시작된 '명태균 게이트'를 다각도로 취재해 '대통령의 공천개입 의혹'과 '여론조사 조작 의혹'의 실체를 규명하는데 기여했습니다. 본사의 법조, 정치, 사회팀 뿐만 아니라 MBC 경남까지 촘촘한 공조 취재망을 구성해 김영선 의원의 공천 거래 의혹, 명태균씨와 대통령 부부 사이에 오간 공천개입 흔적들을 수많은 단독 취재로 보도했습니다.



### § '주가조작', '명품백 수수' 김건희 의혹 보도

윤석열 대통령 부인인 김건희 여사를 둘러싼 의혹과 이를 제대로 수사·조사하지 않는 국가 기관의 문제점을 집중 보도했습니다. '명품백 수수 의혹'과 관련해 이를 조사하고도 종결 처리한 권익위원회 내부의 반발 분위기를 단독 취재하였으며, '도이치 주가 조작' 수사관련 '범원이 영장을 기각했다'는 검찰의 주장에 대해 영장을 청구조차 하지 않았다는 사실을 짚어내 검찰의 거짓말을 밝혀냈습니다.



### § '뉴라이트 역사관 논란'

홍범도 흉상 이전 논란부터 시작된 윤석열 정부 인사들의 역사관 문제를 조목조목 파헤쳤습니다. 민족사관으로 무장대야 할 한국학중앙연구원, 동북아역사재단은 물론 심지어 독립기념관에도 뉴라이트 계열 인사들이 수장으로 임명된 실태와 그 과정의 문제점을 살폈고, 광복회와 독립운동가 단체들이 항의 차원에서 광복절 공식 기념행사에 불참한다는 방침을 단독 보도했습니다.



### § 돌아온 트럼프, 미국 대선 보도

트럼프 피습, 바이든 후보교체 등 술한 변곡점을 찍는 미국 대선 과정을 미국 특파원들의 현지 취재를 통해 생생하게 전달했습니다. 특히 대선 당일에는 '선거방송'에 준하는 사전 준비를 통해 8시간 30분에 걸쳐 특보를 편성했습니다. 다양한 포맷의 그래픽과 자막, 실시간 개표 데이터의 반영을 통해 한발 빠른 분석이 가능했고, 복잡한 미국 대선의 개표 상황을 알기 쉽게 설명했습니다.



### § '블랙리스트 추정' 쿠팡 내부 문서 파일 입수 행위 고발

초대형 기업으로 급성장하고 있는 쿠팡에서 벌어진 노동탄압 사례를 방대한 자료 분석과 인터뷰를 거쳐 심층적으로 고발한 역작입니다. 쿠팡이라는 대기업의 반노동 반인권적인 행태와 감시 통제 의혹을 파헤쳐 공론화 했을 뿐만 아니라 별도의 웹사이트를 개설해 개인정보 주체들에게 정보를 제공하는 등 공영방송의 공익적 가치를 확인시켜줬습니다. 해당 보도를 주도한 차주혁 노동전문기자는 방송대상 보도부문 개인상을 수상하기도 했습니다.



### § '아시아인임팩트' 기후위기 연속 보도

최근 심각한 홍수와 산사태 피해를 겪고 있는 네팔, 방글라데시, 몽골, 베트남 현지 취재를 통해 기후 위기로 고통받고 있는 주민들의 이야기를 담았습니다. <MBC뉴스데스크> 연속 보도에 이어 신년 다큐로도 제작돼 기후 위기의 심각성과 대응의 필요성을 전달했습니다. 특히 기후 위기의 피해자들이 결국 민민과 어린이가 취약 계층일 수밖에 없는 현실을 지적해 호평을 받았습니다.



§ '딤페이크' 성폭력 사태 고발

'N번방' 사건의 충격이 가시지 않은 상황에서 또다시 수천 명의 피해자가 발생한 텔레그램 딤페이크 성범죄가 일어났습니다. 사회팀은 이 사건을 단독 취재해 8월 한 달 동안 14건의 연속보도를 이어가며 대학가는 물론 미성년자 사이에서도 만연한 성범죄 사태와 정부대책, 법 제도의 허점을 지적했습니다. 해당보도는 BJC 올해의 방송기자상 일반보도 부문 특별상을 수상해 가치를 인정받았습니다.



§ '의대 정원' 갈등 사태

정부의 일방적인 의대 증원 결정과 이에 대한 의사들의 반발로 촉발된 '의료대란' 사태를 객관적인 시각으로 보도했습니다. 의료진 증원은 필요하다는 기존 입장을 견지하면서도 증원 규모 산정의 과학적 근거에 대한 의문점과 정부의 일방적인 협상 태도에 대해서는 비판적 시각으로 접근했습니다. 의대 증원 문제가 의료 현장 뿐만 아니라 의대 입시라는 또 다른 뇌관을 건드렸다는 지적도 놓치지 않았습니다.



§ '여당 참패', 4.10 총선 보도

22대 국회의원 선거 기간 동안 공정하고 객관적인 보도를 위해 다방면으로 노력했습니다. 저널리즘책무실 주치로 4차례의 선거방송자문교수단 회의를 열어 전문가 의견을 청취했고, 모든 비례정당의 정체성과 정책을 소개하는 연속 보도로 시청자의 이해를 도왔습니다. 또한, 선거 당일 개표방송 <선택 2024> 최고시청률 11.7%를 기록하는 등 경쟁사 대비 압도적인 관심과 평가를 받았습니다.



§ 한강작가, 한국인 최초 노벨상 수상

한강 작가의 '한국인 최초' 노벨문학상 수상 소식을 탁월한 안목과 신선한 제작 기법을 통해 보도했습니다. 스웨덴 현지에서 열린 시상식 생방송 특보 또한 경쟁사 대비 알찬 내용으로 준비했습니다. 치밀한 사전 준비를 통해 스웨덴 국영방송의 방송 라이선스를 확보했고 만찬 행사 취재 ID를 단독 확보했고, 특보 제작물도 기존 뉴스 리포트 형식을 벗어나 참신한 제작 방식을 선보였습니다.



§ 제주항공 여객기 참사

일요일 아침 발생한 제주항공 여객기 참사를 재난특보를 통해 신속하게 보도했습니다. 시청자 제보와 전문가 의견을 바탕으로 사고 원인과 피해 상황 등을 한발 빠르게 전달했고, 사고 발생 초기부터 '로컬라이저'가 설치된 둔덕에 주목해 참사원인을 심도 있게 다뤘습니다. 구조물에 콘크리트 기둥 19개가 촘촘히 박혀있었고 단단한 상판까지 추가됐다는 사실을 단독 취재했고, 블랙박스까지 먹통이 된 정황도 단독 보도했습니다.



§ '규모 4.8' 부산 지진

지난해 6월 12일 오전 8시 26분 전북 부안에서 규모 4.8의 지진이 발생했고, 33분 만인 8시 59분부터 특보로 재난 상황을 알렸습니다. 부산 지진은 2024년 가장 큰 규모의 지진으로 강원도와 부산에서도 진동이 감지될 정도였으며, 하루 종일 여진이 계속되면서 주민들의 불안도 컸습니다. 향후 규모 4.0 이상의 지진이 발생할 경우 AI 음성을 활용한 자동 생성 특보 시스템을 특보에 적용할 계획입니다.



§ 기초수급 제도의 허점

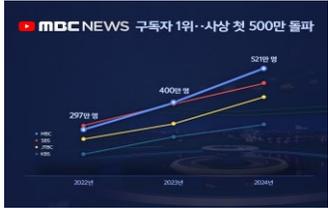
우리 복지제도의 설계와 시행이 탁상공론에 머물면서 여전히 사각지대가 발생하고 있는 실태를 여러 사례를 통해 고발했습니다. 위기가구가 늘고 있는데도 공격 지원은 줄고 민간 지원에 의존하는 문제, 제도는 만들었지만 담당자도 몰라 작동하지 않는 명예 사회복지공무원 제도 등을 지적해 '정책을 현장에서 검증한다'는 팩트&이슈팀의 설립 취지에 걸맞은 보도였습니다.



§ 여름철 폭우 태풍

6월말부터 7월말까지 한달 동안 중부 지역을 중심으로 게릴라성 극한 호우가 발생했습니다. 군산에 200년 빈도의 강우가 쏟아지다가 하면 대전에도 26년 만에 홍수 피해가 발생하는 등 기상청도 예측하지 못한 기습 폭우로 인해 거의 매일 상시 특보 체제를 통해 재해 상황을 전달했습니다. 또 8월에는 북상하던 태풍 종다리의 한반도 상륙이 예상됨에 따라 계열사 취재진과 함께 재난 상황에 대비했습니다.

## 디지털 뉴스 Digital NEWS



### § 유튜브 구독자 국내 언론사 중 최초 500만 돌파

유튜브 <MBC NEWS>는 2024년 한 해 동안 121만명의 신규 구독자를 확보하며 지상파 뉴스 채널 중 구독자 1위를 차지했습니다. 이어 7월에는 24시간 뉴스 채널 YTN의 구독자 수를 넘어섰고, 12월에는 국내 뉴스 채널 최초로 구독자 500만 명을 돌파하며 명실상부한 국내 최대 뉴스 채널로 자리 잡았습니다. 특히 비상계엄 12월 한 달 동안에만 32만 명 이상의 구독자가 증가하며 디지털 뉴스 시장에서도 압도적인 경쟁력을 입증했습니다.



### § 유튜브 월 조회수 32개월 연속 1위

유튜브 <MBC NEWS>는 2024년 한 해 동안 총 57.7억 뷰를 기록하며 경쟁 채널을 압도하는 성과를 거두었습니다. 치열한 채널 경쟁 속에서도 전년 대비 5.2% 성장했으며, 월간 조회 수는 2022년 5월 이후 32개월 연속 1위를 유지했습니다. 특히 대형 이슈가 발생한 12월에는 월 조회 수 9.49억 뷰를 기록하며, 본사 채널을 포함한 국내 뉴스 채널 역대 최고치를 경신했을 뿐만 아니라, 전 세계 뉴스 채널 중에서도 1위를 차지했습니다. (플레이보드 기준)



### § 한발 먼저, 더 충실한 '디지털 퍼스트' 안착

지상파 정규 뉴스보다 한발 앞서, 시간과 형식의 제약 없이 현장의 깊이 있게 전달하는 '오늘 이 뉴스' 등 자체 제작 뉴스 콘텐츠의 생산체계가 자리 잡으며, MBC 뉴스의 '디지털 퍼스트' 전략이 한 단계 성장했습니다. 또한 '뉴스.zip', '자막뉴스' 등 재가공 뉴스 콘텐츠도 질적 성장을 이뤘으며, 2024년 조회수 상위 10개 동영상 뉴스 콘텐츠가 모두 디지털뉴스룸에서 자체 제작한 뉴스로 채워졌습니다. 디지털뉴스룸의 자체 생산 체계가 더욱 확립되면서, 채널 경쟁력은 물론 MBC 뉴스의 '디지털 전환'을 주도하는 핵심 동력이 되었습니다.



### § 지역사 뉴스 본사 채널 유통 1년 연장, 상생협력 강화

본사 유튜브 채널을 통한 지역사 뉴스 유통 사업을 5월 다시 1년 연장하며, 본사와 지역사 간 디지털 상생 협력을 지속했습니다. 2024년 한 해 동안 총 1만 1천여개의 지역사 뉴스를 본사 채널에 유통하여 1.4억 뷰의 조회수를 기록했습니다. 본사 채널과 지역사 간 상생을 위한 시범적 정책 사업인 만큼, 1·2차 연도 시범 사업에 대한 정책적·수익적·관리적 측면을 면밀히 평가한 뒤 사업 지속 여부를 결정할 예정입니다.



### § 대형 이슈에 대한 디지털 주도적 라이브 대응

4월 총선, 8월 파리올림픽, 12월 비상계엄 및 제주항공 참사 등 대형 이슈 발생 시, 급증하는 실시간 뉴스 시청 수요에 대응한 유튜브 라이브 역시 타사를 압도하는 경쟁력을 보였습니다. 특히 12월 비상계엄 당일 '이 시각 국회' 라이브는 총 980만 뷰를 기록했으며, 윤 대통령 탄핵안 가결 관련 라이브는 동시 접속자 79.7만 명을 기록하며 역대 최고치를 경신했습니다. 또한 총선 개표방송 라이브는 635만 뷰, 제주항공 참사 관련 뉴스 특보는 동시 접속자 20만 명을 넘어섰으며, 대형 이슈 발생 시 실시간 뉴스 수요에 대한 신속하고 효과적인 대응력을 입증했습니다.



### § 유튜브와 포털의 콘텐츠 교차 유통 확대 강화

전년도에 이어 2024년에도 '자막뉴스' 등 디지털제작팀의 유튜브 뉴스 콘텐츠를 네이버 등 포털에 공급하는 '크로스플랫폼' 전략을 지속적으로 확대·강화했습니다. 전년 대비 1,000여 건 증가한 총 2,580여 건의 자체 제작 뉴스 콘텐츠를 네이버와 다음에 교차 유통한 결과, 네이버의 연간 조회수는 전년 대비 15% 증가한 7.53억 뷰를 기록했으며, 다음 뉴스 역시 조회수가 2.6% 증가하는 등 크로스플랫폼을 통한 디지털 플랫폼 간 동반 성장을 이뤄냈습니다.

### § CCTV영상 소재 활용 확대

디지털뉴스룸과 IT솔루션팀이 공동 개발한 CCTV 자동관제시스템(CAOS)의 활용을 확대하기 위해, 뉴스룸과 뉴스영상국을 대상으로 여러 차례 시스템 사용 설명회를 진행하였으며, 그 결과 연업 부서의 CCTV 영상 소재 활용이 크게 증가했습니다. 특히 AI 장면 분석 및 문장 알람 기능, 마이더스 연동 기능을 추가해 CCTV 영상 소재의 전달과 활용 편의성을 높였으며, 2024년 7월부터 70여 건 이상의 영상이 뉴스룸에서 지상파 뉴스 소스로 활용되었습니다. 앞으로도 신속한 뉴스 제작에 기여할 것으로 기대됩니다.



### § 엠빅 뉴스, 타사 경쟁 서비스 채널 압도적 우위 유지

올림픽 등 스포츠 빅이벤트의 뉴미디어 콘텐츠 생산이 제한적인 상황에서도, 서브 채널 <엠빅 뉴스>는 연간 총 4.0억 뷰를 기록하며 경쟁 채널인 SBS <비디오머그>(1.8억 뷰), KBS <크랩>(1.6억 뷰)을 크게 앞서 압도적인 경쟁력을 유지했습니다. 또한 갈수록 제약이 커지는 스포츠 콘텐츠를 넘어 문화·사회·정치 등 다양한 분야에서 오리지널 시사 콘텐츠를 제작을 확대했으며, 이를 메인 채널 <MBC NEWS> 에도 공급함으로써 메인 채널의 경쟁력 강화에도 기여했습니다.

## 뉴스영상 NEWS Video



### § MBC 보도영상의 경쟁력 제고

뉴스영상국은 차별화된 현장 영상을 바탕으로 경쟁력 있는 **MBC** 뉴스를 함께 만들고 있습니다. 고품질의 4K 영상을 확보해 뉴스와 시사 프로그램의 품격을 높이며, 뉴미디어 환경에 적극적으로 대응하고 있습니다. 또한, 영상기자가 제작하는 '현장 36.5'를 통해 사회적 약자와 소통하는 공영방송의 책무를 다하려 노력하고 있습니다.



### § 보도영상취재

뉴스영상국은 <**MBC** 뉴스데스크> 뿐만 아니라 <탐사기획 스트레이트>와 <뉴미디어 뉴스>, <스포츠 뉴스> 등 보도본부에서 제작하는 모든 뉴스 제작현장에서 깊이 있는 영상을 취재하고 있습니다. 4월 총선, 7월 파리 올림픽, 12월 계엄령과 탄핵 이슈 등 올 한 해 국내외 굵직한 이슈를 생생한 영상으로 시청자에게 전달했습니다.



### § 4K 영상 아카이브 및 디지털 콘텐츠 제작

뉴스영상국이 가진 고품질 4K 영상은 **MBC**의 귀중한 미래 아카이브 자산입니다. 뉴미디어 중심으로 급변하는 방송 환경속에서도 실시간 라이브 전송, 디지털 라이브 등을 통해 적극적으로 대응하고 있으며, 다큐멘터리 제작 등 보도영상의 새로운 미래를 개척하고 있습니다. 2024년에는 '아시아임팩트' 기자팀이 제작한 4K 영상다큐 <0교시 기후위기>가 **MBC** 민주언론실천상을 수상했습니다.



### § '현장 36.5'

'현장 36.5'는 영상기자가 '현장 속 사람의 체온'을 전하는 주말 <**MBC** 뉴스데스크> 코너입니다. 2018년부터 꾸준히 제작되었으며, 인물 중심으로 이야기를 풀어나가는 피쳐스토리 뉴스입니다. 사회의 마이너리티를 지향하며, 약자를 대변하는 공영방송의 책무를 다하려 노력하고 있습니다. 영상기자협회 이달의 영상기자상, **MBC** 민주언론실천위원회 중은보도상, 전국언론노조 제34회 민주언론상 사진영상부문 특별상 등을 수상했습니다.

## 스포츠 Sports



### § '명가의 부활' 스포츠는 역시 **MBC**

2024년 **MBC** 스포츠는 파리 올림픽을 필두로 강원동계 청소년올림픽과 FIFA 북중미월드컵 예선 등 굵직한 국제 대회와 야구, 축구 등 국내 프로 스포츠 주요 종목을 시청자들에게 재미있고 정확하게 전달하였습니다. 특히 파리올림픽은 시청률과 화제성 모두에서 타사 대비 우위를 점하며 **MBC** 스포츠의 경쟁력을 확인할 수 있었습니다. 또한 유튜브 채널 <스포츠탐험대>를 통해 방송에서 모두 담지 못했던 뒷이야기와 심층 정보를 제공하였습니다.



### § 2024 파리올림픽

대한민국 선수들의 땀과 열정의 순간을 담은 2024 파리올림픽 중계는 대회 전부터 스포츠와 편성을 비롯한 여러 부서가 체계적으로 준비하며 스포츠를 넘어서 채널전체에 시너지를 가져올 수 있게 준비하였습니다. 또한 김성주 캐스터 및 장혜진, 조준호, 유남규 등 스타 해설자의 역량을 최대한 이끌어내며 완성도 높은 방송을 선보였습니다.



### § <선데이 베이스볼>

사상 처음으로 1000만 관중 시대를 연 프로야구의 높은 인기를 반영하여 **MBC** 스포츠는 화제성이 있는 핵심 경기를 일요일 오후에 정기적으로 중계하는 <선데이 베이스볼>을 지난해부터 방송하였습니다. RC카 및 레이싱 드론 등의 특수장비를 야구 중계 사상 최초로 사용하며 방송사 중 유일하게 UHD 제작을 진행하고 있습니다.

## 예능 Entertainment

### 시청자가 있어서 다행이야

2024년 예능본부는 <나 혼자 산다>, <놀면 뭐하니>, <전지적 참견 시점>, <복면가왕> 등 기존 정규 프로그램들의 활약에 더해 <폭 쉬면 다행이야>를 비롯한 새로운 프로그램들을 선보였습니다. 2025년에도 더욱 즐겁고 유쾌한 예능 프로그램으로 찾아가겠습니다. 시청자가 있어 다행입니다.

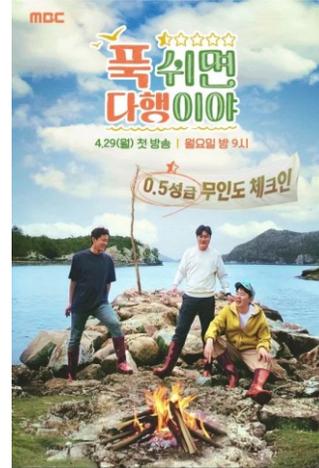


#### § <나 혼자 산다>

2013.3.22 첫 전파를 탄 <나 혼자 산다>는 1인 가구 스타들의 다채로운 싱글 라이프를 보여주며 꾸준히 사랑을 받았습니다. 2024년에는 ‘올해의 브랜드 대상’에서 3년 연속 대상을 수상한데 이어 한국 갤럽 조사 ‘한국인이 좋아하는 TV 프로그램’ 6월과 7월 두 달 연속 1위를 기록하는 등 트렌드리더 예능 프로그램으로 독보적인 자리를 지키고 있습니다. ‘팜유라인’(전현무, 박나래, 이장우)의 활약도 빼놓을 수 없는데요. 약 4개월간 땀과 눈물을 흘리며 건강한 다이어트에 집중, 몰라보게 달라진 모습으로 ‘바디 발표회’를 통해 화제가 되었습니다. 또한 ‘낭만의 구씨 아저씨’ 구성환을 비롯해 기안84와 ‘영웅 형제’가 된 박지현 등 ‘예능 뉴페이스’의 활약 역시 시청자들의 마음을 사로잡았습니다.

#### § <놀면 뭐하니?>

<놀면 뭐하니?>에서는 예능 베테랑 유재석, 하하와 예능 보이 래기 주우재, 박진주, 이이경, 미주가 웃음을 위해서라면 기꺼이 몸을 던집니다. 덕분에 2024년도에도 경쟁력과 화제성의 핵심 지표인 2049 시청률에서 토요 예능 1위를 공고히 하였습니다. 그중에서도 웃음 속에 의미를 찾은 기획이 깊은 인상을 남겼습니다. 돌아가신 할머니의 손만두를 복원해줬던 ‘놀면 복원소’, 유재석의 환경공무원 체험이 담긴 ‘청소 후 한 끼’, 택배 기사가 된 유재석, 하하 콤비와 강원도 산골마을 주민들의 호흡이 빛났던 ‘배달의 놀뭉’은 훈훈함을 전해주었습니다. ‘쓰레기 아저씨’ 김석훈은 소탈한 일상을 보여줬던 ‘어떤하루’와 ‘구내 식당’ 시리즈를 통해 <놀면 뭐하니?>의 시청률 치트키로 맹활약하기도 했습니다.



#### § <폭 쉬면 다행이야>

2020년 첫 방송되어 3년 반 동안 시청자들의 큰 사랑을 받았던 <안 싸우면 다행이야>가 <폭 쉬면 다행이야>로 돌아왔습니다. <안 싸우면 다행이야>에서 무인도를 찾아간 연예계 대표 절친들의 ‘내 손으로 내가 잡는’ 식재료를 먹방을 펼쳤다면, <폭 쉬면 다행이야>는 0.5성급 무인도 호텔에서 시청자들을 초대해서 지상 최초의 호텔식을 선보입니다. 안정환 CEO는 무인도의 폐건물을 리모델링하고, 붐과 김대호 등 임원들은 섬 곳곳을 정돈하여 손님을 맞이합니다. 연예인 특급 도우미들은 머구리(잠수부) 어벤져스로 활약하죠. <폭 쉬면 다행이야>의 화룡정점은 이연복, 정호영, 파브리 등 대한민국 최고의 셰프들의 요리향연이 아닐까 싶습니다. 별 반개짜리 무인도 호텔이 별 다섯개로도 부족할 최고의 호텔로 변신하는 순간입니다. 2025년에도 더욱 풍성한 <폭 쉬면 다행이야>를 볼 수 있어서 정말 다행입니다.



#### § <짠남자>

<짠남자>에서는 절약의 아이콘인 김중국과 짠들이 DNA를 가진 패널 ‘소금이’들이 흥청망청 돈을 낭비하는 ‘흥청이 & 망청이’들의 생활 습관을 뜯어보며 참교육을 합니다. 무엇보다 소금 지망생, 일명 ‘소망이’ 장도연이 ‘짠남자’ 김중국과 티격태격하면서 절약 정신을 다지는 모습이 재미를 더합니다. 2024년에 봄 특집과 정규편성으로 10회에 걸쳐 방송된 <짠남자>는 경제 불황시기에 시청자들에게 웃음과 유익함을 둘 다 선사한 프로그램이었습니다. 2024년 MBC 방송연예 대상 최우수상을 수상한 장도연이 수상소감에서 무릎을 꿇고 간절하게 <짠남자> 부활을 호소했는데요. 다시 돌아 올 수 있을까요?



§ <복면가왕>

2015년부터 10년째 방송되고 있는 <복면가왕>은 명불허전 그 자체가 아닐까 싶습니다. 8명의 스타들이 가면을 쓰고, 토너먼트 방식으로 우승자와 가왕을 뽑는 <복면가왕>은 미국, 독일, 프랑스 등 세계 60여 개국에 판매되며 K-포맷의 대명사로 자리매김하였습니다. 특히 미국 폭스 TV에서 시즌 12까지 방송된 <더 마스크드 싱어>의 원작이 <복면가왕>입니다. 한편 2024년에도 다양한 아티스트들이 가왕에 등극하며 화제를 모았는데요. ‘인센스’(B1A4 산들) 3연승, ‘희노애락도 락이다’(터치드 윤민) 9연승, ‘헤라클레스’(민우혁) 4연승, ‘언더 더 씨’(호린) 5연승으로 활약하기도 했죠. 시청자들의 눈과 귀를 즐겁게 해주는 <복면가왕>의 계속된 활약을 기대해 봅니다.

§ 2024 MBC 방송연예대상



**대상**  
전현무

**올해의 프로그램 상**  
<나 혼자 산다>

**최우수상 남자 (쇼·버라이어티)**  
김대호 <구해줘! 홈즈>, <나 혼자 산다>,  
<폭 쉬면 다행이야>, <대장이 반찬>

**최우수상 여자 (리얼리티)**  
장도연 <라디오스타>, <태어난 김에 음악일주>,  
<짠남자>

**최우수상 남자 (리얼리티)**  
기안84 <나 혼자 산다>, <태어난 김에 음악일주>

**최우수상 여자 (리얼리티)**  
박나래 <나 혼자 산다>, <구해줘! 홈즈>

**최우수상 라디오**  
김이나 <김이나의 별이 빛나는 밤에>

**베스트파트너상**  
김구라, 김성주

**멀티 플레이어상**  
이장우

**올해의 예능인 상 3,4**  
유재석, 전현무

**우수상 남자**  
이이경 <놀면 뭐하니?>

**우수상 여자**  
홍현희 <전지적 참견 시점>

**우수상 라디오**  
박영진 <박준형, 박영진의 2시 만세>  
선우 <IDOL RADIO>

**프로듀서 MC상**  
유세윤 <라디오스타>

**프로듀서 특별상**  
봄 <폭 쉬면 다행이야>  
키 <나 혼자 산다>

**베스트 커플상**  
유재석&하하 <놀면 뭐하니?>

**공로상**  
배철수

**베스트 팀워크상**  
<폭 쉬면 다행이야>

**핫이슈상**  
김석훈 <놀면 뭐하니?>

**인기상 (리얼리티 부문)**  
유태오 <태어난 김에 음악일주>

**인기상 (쇼·버라이어티 부문)**  
임우일 <라디오스타>, <짠남자>

**올해의 예능인상 1,2**  
기안84, 김대호

**베스트 엔터네이머상 (리얼리티 부문)**  
최다니엘 <전지적 참견 시점>

**베스트 엔터네이머상 (쇼·버라이어티 부문)**  
주우재 <놀면 뭐하니?>, <구해줘! 홈즈>

**디지털콘텐츠상**  
<청소광 브라이언>

**시사교양 특별상**  
김응수 <오은영 리포트-결혼 지옥>

**올해의 작가상**  
이경하 <나 혼자 산다>

**신인상 (남자)**  
구성환 <나 혼자 산다>

**신인상 (여자)**  
최강희 <전지적 참견 시점>

**신인상 (라디오)**  
손태진 <손태진의 트로트라디오>  
윤태진 <윤태진의 FM라디오>

**특별부문/ 베스트 파트너상**  
<어댑트>

**시사·교양 올해의 특별상**  
임현주 아나운서 <생방송 오늘 아침>  
박지민 아나운서 <오늘N>  
<오은영 리포트-결혼 지옥>

**시사·교양 올해의 작가상**  
남수희 <심야괴담회>, <이유있는 건축>

**시사·교양 올해의 MC상**  
오승훈 아나운서 <PD수첩>

**라디오 공헌상**  
<이모션 스튜디오>

**라디오 특별상**  
류수민 아나운서 <아침&뉴스, 류수민입니다>  
노중훈 작가 <노중훈의 여행의 맛>

**라디오 올해의 작가상**  
김은선 <굿모닝 FM 테이입니다>



## 드라마 Drama



### § 높은 시청률과 화제성으로 MBC 드라마의 가치 제고

상반기에는 <밤에 피는 꽃>과 <수사반장 1958>이 동시간대 시청률 1위와 높은 화제성을 달성했습니다. 하반기에는 웰메이드 장르물 <백설공주에게 죽음을-Black Out> 및 <이토록 친밀한 배신자>와 로맨스 드라마 <지금 거신 전화는>이 호평을 받으며 비실시간 OTT 플랫폼 1위 달성 등의 성과를 창출하였습니다. 일일드라마는 실시간 시청률에서 강세를 보였고, 해외 판매 및 VOD 판매 호조로 흑자를 달성하였습니다. 디즈니 플러스에 <수사반장 1958>을, 넷플릭스에 <지금 거신 전화는>을 판매하고, 저비용 고효율의 국내 방영권 구매계약을 체결하여 제작비 절감 및 회사 손익 확보에 기여하였습니다. 2024 극본공모를 통해 총 2,492편의 작품을 접수하였고, 이 중에서 4명의 경쟁력 높은 신인 작가를 발굴하여 자체 기획력을 강화하였습니다.



### § <밤에 피는 꽃>

**방송:** 2024.1.12 ~ 2024.2.17 (12부작)  
**연출:** 장태유, 최정인  
**극본:** 이샘, 정명인  
**출연:** 이하늬, 이종원, 김상중 등  
**수상:** 제60회 백상예술대상 (TV 여자 최우수 연기상), 제15회 코리아 드라마 어워즈(대상)

밤이 되면 담을 넘는 15년차 수절과부 '여화'와 사대문안 모두가 탐내는 갓벽남 종사관 '수호'의 담 넘고 선 넘는 아슬아슬 코믹 액션 사극

경쟁력 높은 대본과 영상미, 연기력에 힘입어 동시간대 시청률 1위, **MBC** 금토드라마 역대 시청률 1위 달성(수도권, 가구 18.1%)



### § <수사반장 1958>

**방송:** 2024.4.19 ~ 2024.5.18  
**연출:** 김성훈, 오다영  
**극본:** 김영신 (크리에이터 박재범)  
**출연:** 이제훈, 이동휘, 최우성, 윤현수, 서은수 등  
**수상:** 제15회 대중문화예술상 (국무총리 표창)

한 형사가 개성 넘치는 동료 3인방과 한 팀으로 뭉쳐 부패 권력의 비상식을 상식으로 깨부수며 민중을 위한 형사로 거듭나는 이야기

동시간대 1위 및 높은 화제성을 이어가면서 **MBC** 금토 드라마 경쟁력 강화에 지속 기여 하였고, 광고판매율 102% 달성 및 디즈니 플러스 판매를 통한 높은 흑자 달성하여 회사 손익에 기여



### § <이토록 친밀한 배신자>

**방송:** 2024.10.11 ~ 2024.11.15  
**연출:** 송연화  
**극본:** 한아영  
**출연:** 한석규, 채원빈, 한예리, 노재원, 오연수 등  
**수상:** 씨네21 (올해의 한국 시리즈 1위), 제37회 그리메상(최우수작품상), 김수현드라마아트홀 (올해의 좋은 드라마상)

국내 최고의 프로파일러가 수사 중인 살인사건에 얽힌 딸의 비밀과 마주하고, 처절하게 무너져가며 심연 속의 진실을 쫓는 스릴러

2021년 **MBC** 드라마 극본공모 우수상 수상작으로, 높은 작품성과 완성도에 호평을 받으며, 넷플릭스, 쿠팡플레이, 웨이브 등 다양한 OTT에서 공개와 함께 1위를 기록



§ <지금 거신 전화는>

**방송:** 2024.11.22 ~ 2025.1.4  
**연출:** 박상우, 위득규  
**극본:** 김지운  
**출연:** 유연석, 채수빈, 허남준, 장규리 등

협박 전화로 시작된 정략결혼 3년차 쇼윈도 부부의 시크릿 로맨스 스릴러

넷플릭스 글로벌 TV쇼 2위, 국가별 33개국 1위, 미국 넷플릭스 순위 8위 진입, 7주 연속 TOP 10 등 다양한 기록을 세우며 아시아권을 넘어서 글로벌 한 시청자들의 선택을 받음

§ 2024 MBC 연기대상



**대상**

한석규 <이토록 친밀한 배신자>

**최우수상 미니시리즈·여자**

이하늬 <밤에 피는 꽃>

**최우수상 미니시리즈·남자**

유연석 <지금 거신 전화는>  
 이제훈 <수사반장1958>

**최우수상 일일드라마 단막·여자**

오승아 <세 번째 결혼>  
 엄현경 <용감무쌍 용수정>

**최우수상 일일드라마 단막·남자**

서준영 <용감무쌍 용수정>

**베스트 액터상**

김남주 <원더풀 월드>  
 변요한 <백설공주에게 죽음을-Black Out>

**올해의 드라마상**

<수사반장1958>

**베스트커플상**

유연석&채수빈 <지금 거신 전화는>

**베스트캐릭터상**

권해효 <우리,집>,  
 <백설공주에게 죽음을-Black Out>  
 정상훈 <나는 돈가스가 싫어요>

**공로상**

최불암

**특별감사패**

故김수미 (서효림 대리수상)

**우수연기상 미니시리즈·여자**

채수빈 <지금 거신 전화는>

**우수연기상 미니시리즈·남자**

이종원 <밤에 피는 꽃>  
 이동휘 <수사반장1958>

**우수연기상 일일드라마 단막·여자**

오세영 <세 번째 결혼>

**우수연기상 일일드라마 단막·남자**

문지후 <세 번째 결혼>

**조연상 여자**

김미경 <밤에 피는 꽃>,  
 <백설공주에게 죽음을-Black Out>

**조연상 남자**

조재윤 <밤에 피는 꽃>,  
 <백설공주에게 죽음을-Black Out>

**신인상 여자**

채원빈 <이토록 친밀한 배신자>

**신인상 남자**

허남준 <지금 거신 전화는>  
 이가섭 <백설공주에게 죽음을-Black Out>

## 시사고양 Current Affairs & Documentaries



### § <PD수첩>

탐사 취재 프로그램 <PD수첩>은 2024년에도 민생, 정치, 경제, 노동, 종교, 역사 등 우리 사회 다양한 분야에서 시대의 정직한 목격자 역할을 수행했습니다. 특히 12월 5일부터 방송된 '긴급취재 : 서울의 밤' 3부작은 12.3 비상계엄이라는 국가비상 사태를 맞아 신속한 취재와 심층적인 분석으로 시청자들의 호평을 받았고, 유튜브 구독자 수 100만 명을 돌파하는 성과를 거뒀습니다.



### § <오은영 리포트-결혼지옥>

<오은영 리포트-결혼지옥>은 어느새 남보다도 못한 사이가 된 부부가 직접 스튜디오에 출연하여 진솔한 고민을 나누는 리얼 토크멘터리 프로그램입니다. 경제적 문제, 성격차이, 자녀 문제 등 다양한 원인으로 인한 극한 갈등 속에서 마지막 희망을 찾아 카메라 앞에 선 부부의 솔직한 고백. '국민 멘토' 오은영 박사와 함께 공감과 대화로 문제를 직시하고 해결방안을 찾아갑니다.



### § <지구를 닦는 남자들>

<지구를 닦는 남자들>은 연예계 대표 '쓰레기 전문가' 김석훈과 친구들이 몽골로 떠나는 환경 여행기입니다. 길을 걷다가도 초원의 '착한 여행'은 과시적인 세태속에서 휴식을 선사했습니다. 한편 쓰레기장에 살고 있는 환경 난민의 사연이나, 유목민이 들려주는 대자연의 이치는 우리가 알지 못했던 기후 위기의 단면을 담아내었습니다.



### § <시골마을 이장우>

<시골마을 이장우>는 배우 이장우가 전라북도 김제시 죽산면의 폐양조장을 핫플레이스로 변화시키고 김제 평야에서 생산한 쌀로 '죽산 막걸리'를 만드는 지역재생 프로젝트입니다. 음식에 진심인 이장우가 지역의 맛을 되살리는 메뉴를 개발하고, 직접 쌀농사를 지어 막걸리를 만들며 지역 주민과 가감 없이 소통하면서 시청자들의 큰 호응을 이끌어내었습니다. 이 프로그램을 함께 했던 김제시는 인구감소 대응 우수사례 경진대회에서 국무총리상을 수상하였을 뿐 아니라 리모델링한 양조장을 찾는 사람들이 모여들면서 죽산 마을은 지금 지역의 명소로 거듭나고 있습니다.



### § <질문들>

신뢰받는 저널리스트 1위로 꼽히는 손석희 앵커가 11년만에 MBC로 복귀해 진행한 토크쇼 프로그램입니다. '사회의 위기'라는 주제로 방영된 5번의 대담은 각 분야의 명사들과 함께하여 시청자들의 호응을 끌었습니다. 사회적 고민들을 함께 풀어가는 공론의 장을 '질문들'을 통해 계속 만들어가고 있습니다.



### § <실화탐사대>

일상 속의 놀라운 이야기들을 전하는 <실화탐사대>는 2024년에도 시청자들에게 '진짜 이야기'를 들려 드리기 위해 노력하였습니다. 큰 이슈들에 묻혀 자칫 전달되지 못할만한 시민들의 작은 목소리에 귀기울였을 뿐만 아니라, 이미 방송된 내용 중 해결되지 않은 부분에 대해 치밀한 보충 취재를 통해 "끝까지 지켜보겠습니다."라는 방송 말미의 멘트가 빈말이 아님을 입증하였습니다. 오랜 기간 함께 한 신동엽씨를 떠나보내고 지진희씨를 새 메인 MC로 모셨습니다. 2025년에는 사건사고 이외에도 더욱 따뜻하고 재밌는 이야기를 전해드리도록 하겠습니다.



### § <글로벌 도네이션 쇼 W>

지구촌 위기 속 아이들을 위한 따뜻한 나눔, <글로벌 도네이션 쇼 W>는 2020년부터 100여명의 아이들을 만나며 감동적인 이야기로 시청자들에게 깊은 울림을 전하고 있습니다. 지난 5년간 백지영, 황광희 씨를 비롯한 많은 출연진이 함께하며 아이들의 애뜻한 사연을 소개했고, 국경을 넘어 더욱 확장된 나눔의 의미를 전하며 많은 공감을 얻었습니다. 특히, 단순한 기부를 넘어 후원 대상자들의 변화 과정을 꾸준히 조명하며 장기적인 지원의 중요성을 알리고, 글로벌 기부 문화 확산에 기여해왔습니다. 또한 방송을 보며 누구나 부담없이 나눔에 동참할 수 있도록 하여 나눔을 문화로 정착시키고자 노력하고 있습니다.

## 라디오 Radio



§ 표준FM, 연간 채널 청취율 1위

표준FM은 연간 채널 청취율 22.8%를 기록하며 대한민국 라디오 전체 1위로 올라섰습니다. 특히 시사 프로그램의 강세가 돋보였습니다. <권순표의 하이킥>과 <김중배의 시선집중>은 하반기 내내 대한민국 전체 라디오 프로그램 순위 1,2위를 차지하며 자체 선두 다름을 보였습니다. 이외에도 <여성시대 양희은, 김일중입니다>와 <정선희, 문천식의 지금은 라디오 시대>등 전통의 표준FM 대표 프로그램들이 안정적인 청취율을 유지하며 MBC 라디오의 저력을 입증하고 있습니다.



§ 이문세와 윤상, 전설의 귀환

대한민국 라디오의 전설들이 다시 마이크 앞에 섰습니다. 이문세는 표준FM <안녕하세요 이문세입니다>로 13년 만에 돌아와 “라디오와 저는 떼놓을 수 없는 존재”라고 복귀 소감을 밝혔고, FM4U에서는 윤상이 <오늘아침 윤상입니다>의 DJ로 합류하여 한층 더 깊어진 음악방송을 선보이고 있습니다. 이문세와 윤상, 두 거장의 복귀는 단순한 전설의 귀환을 넘어 라디오의 본질인 음악과 이야기를 통한 소통의 가치를 재발견하게 하고 있습니다.



§ '라디오 유튜브 약진'

디지털 플랫폼에서도 눈에 띄는 성장을 기록했습니다. 'MBC라디오 시사' 유튜브 채널은 구독자 153만명, 연간 5억 회의 조회수를 기록하며 지상파 라디오 선두를 달리고 있습니다. 방송인 최옥을 기용한 총선 개표방송 <선택 2024> 역시 450만 조회수를 기록하며 MBC라디오 시사 유튜브의 압도적 화제성을 증명했습니다. <이진우의 손에 잡히는 경제> 역시 채널 개설 1년만에 구독자 20만을 달성하며 확장 가능성을 보여주고 있습니다.



§ '故정은임 아나운서 20주기 특집 방송 <여름날의 재회>'

한국 영화사에 상징적 이정표를 남겼던 <FM영화음악 정은임입니다>의 진행자, **故정은임** 아나운서의 20주기를 맞아 특집 방송 <여름날의 재회>가 3부작으로 제작됐습니다. 1부는 박찬욱, 김태용 감독 등이 참여한 다큐멘터리, 2부는 AI 기술로 복원한 정은임 아나운서의 목소리가 담긴 <스페셜 FM영화음악>, 3부는 정은임DJ를 기억하는 청취자들이 한자리에 모인 공개방송으로 꾸러졌습니다. 기억하려는 노력이 프로그램을 통해 얼마나 값지게 구현될 수 있는지를 보여준 순간이었습니다.



§ '여름 특집-〈청춘의 노래들〉'

유난히 뜨거웠던 계절, **MBC FM4U** 여름 특집 <청춘의 노래들>에서는 평소 라디오에서 만나기 어려웠던 명사들이 일일 DJ가 되어 자신들의 플레이리스트를 공유했습니다. 골프 박세리, 강사 김창옥, 뇌과학자 정재승, 배우 김해숙 그리고 언론인 손석희까지. 일주일의 기간이었지만, 이들이 들려준 음악과 이야기는 긴 여운을 남겼습니다.

## 디지털 콘텐츠 Digital Originals



§ 다큐멘터리 <마사지로드>

배우 하지원, 안재홍, 아나운서 김대호의 신선한 조합으로 주목 받은 <마사지로드>는 전 세계의 마사지 고수들을 찾아 5개국, 27일간 마사지의 과거와 현재를 탐험하는 4부작 다큐멘터리입니다. **MBC** 채널 및 넷플릭스에 동시 공개되어 시청자들의 호평을 받았습니다.



§ 다큐멘터리 <나는 생존자다>

한국 다큐멘터리 최초로 넷플릭스 국내 시청순위 1위, 글로벌 시청순위 5위를 달성하며 전 세계 시청자들로부터 큰 관심을 받은 Netflix 오리지널 8부작 다큐멘터리 시리즈 <나는 신이다>의 두 번째 시즌 제작을 확정 짓고 제작했습니다. 이 작품은 2025년 하반기 넷플릭스를 통해 공개될 예정입니다. **MBC**가 OTT 시장에서도 공영방송사로서의 역할을 충실히 수행할 수 있도록 노력하고 있습니다.



§ <소비더머니> 채널

주식, 부동산, 금융 등의 정보를 다루는 일반적인 경제 유튜브와는 달리 교양과 스토리에 집중하는 <소비더머니>는 세계를 휘어잡는 우리 강소기업, 한국 김 등 한국인으로서 자부심을 느낄 수 있는 콘텐츠를 제작하고 소재를 다양화하며 외연을 확대하고 있습니다. 또한 채널의 주인공이었던 조현용 기자는 <소비더머니>의 호스트에서 <MBC뉴스데스크> 앵커로 자리를 옮김으로써 **MBC**의 얼굴이 되었고, 신재웅 기자가 뒤를 이어 <소비더머니>를 안정적으로 이끌고 있습니다.



§ <잇츠라이브> X 청소년도박문제예방 캠페인

명실상부한 K-POP 대표 디지털 콘텐츠로 자리잡은 <잇츠라이브>에서 한국도박문제예방치유원과 함께 청소년도박문제 예방캠페인 콘텐츠를 다섯 편 제작했습니다. 청소년들에게 영향력이 큰 K-POP 아이돌의 목소리를 통해 메시지를 전달함으로써 딱딱하지 않고 자연스럽게 청소년들에게 도박문제의 심각성을 호소 할 수 있었습니다. 이 캠페인에는 슈퍼주니어, 남우형(인피니트), 이창섭(비투비), 이무진, 존박 등 총 다섯 아티스트가 참여했습니다.



§ <뮤즈온>

한국콘텐츠진흥원의 신인뮤지션 지원 용역사업인 <뮤즈온>을 3년째 수행하며, 매출과 수익이라는 사업적인 성과 뿐만 아니라 **MBC**의 미디어가 한국 대중음악계의 발전에 기여하고 있는 모습을 통해 공영방송의 가치를 실현할 수 있었습니다. 전통매체인 <쇼! 음악중심>, <김이나의 별이 빛나는 밤에> 및 유튜브 채널인 <MBC K-POP>, <M드라마 스튜디오>, <잇츠라이브>를 통해 신인 뮤지션들이 자신들의 실력과 끼를 음악팬들에게 맘껏 뽐낼 수 있었습니다.



§ <14F> 채널

최신 이슈와 트렌드를 반영한 MZ 맞춤형 콘텐츠를 제작하는 유튜브 채널 <14F>는 7년간 218만 구독자를 확보해 지상파 버티컬 유튜브 채널 중 1위 자리를 굳건히 지키고 있습니다. 브랜드 콘텐츠 사업과 채널 운영 대행 사업을 중심으로 성장하고 있는 가운데, 2024년에는 '10분 토론', '선발대' 등 2030 세대의 니즈를 반영한 맞춤형 콘텐츠들이 큰 인기를 얻으며 현재 <14F>를 대표하는 콘텐츠로 성장하고 있습니다.



§ <M드라마 스튜디오> 채널

오리지널 웹예능 채널인 <M드라마 스튜디오>, <운동 짱 범규>, <투어요정>, <want to be 선배님> 등 다양한 장르의 포맷과 세대를 아우르는 셀럽들의 출연을 통해 시청자들의 인기를 끌고 있습니다. 특히 <청소광 브라이언>은 유튜브에서 TV 프로그램으로 스피노프 파일럿 포함 10회가 방송됐습니다. <청소광 브라이언>은 TV와 디지털의 장점을 결합한 통합 PPL 상품 판매로 광고주들의 큰 관심을 받았을 뿐 아니라 팝업스토어, 카카오톡모티콘, 굿즈 등의 IP 비즈니스로 부가 수익을 거두었습니다.



§ <십이층>

<14F>에서 파생한 예능 채널 <십이층>은 젊은 층을 타겟으로 웃음과 재미를 추구하는 콘텐츠를 제작하고 있습니다. 2024년 11월 십이층에서 선보인 첫 코너 <영업중>을 통해 2개월 만에 10만 구독자를 확보하며 빠르게 성장하고 있으며, 광고 협찬 등의 문의도 급격히 늘며 채널의 수익을 보장하고 있습니다. 또한 하반기에는 1030의 니즈에 맞춰 <영업중>과 비슷한 결의 '웃음', '재미', '뭉 양성' 등을 생성할 수 있는 '재미 보장' 프로그램을 확장해 갈 것입니다.

## 어린이/ 취약계층 Children/ Socially Disadvantaged Class



§ '취약계층에 대한 후원 및 관심도 제고'

본사는 공영방송으로서 취약계층에 대한 도움과 관심의 제고를 위해 노력해왔습니다. 어린이날과 장애인의 날을 맞아 각각 <2024 어린이에게 새 생명을>, <2024 장애인의 날 특집 봄날의 기적>을 편성하여 약자에 대한 사회적 관심을 제고하였습니다. 연말에는 <MBC 이웃사랑 특별 생방송>을 진행하여 연말 이웃돕기 모금 운동을 장려하였습니다.



§ <보보보 좋아좋아>

어린이들의 행동 및 정서 발달 전문가들과 함께 진행되는 국가 대표 유아 교육 프로그램입니다. 코로나 팬데믹의 시대를 지나온 아이들이 충분히 활동하고 경험할 수 있도록, 다양한 코너를 통해 뇌자극 발달 도우미 역할을 해줍니다.



§ <도닥도닥 꼬모 새로운 탐험>

귀여운 병아리 캐릭터 꼬모와 친구들의 여행기를 그리는 버라이어티 키즈 애니메이션 시리즈입니다. 신나는 동요가 어린이들의 인지기능 발달을 돕고, 재미있는 이야기가 상상력 발달에 도움을 줍니다.



§ <찾아가는 꾸러기 교실>

<찾아가는 꾸러기 교실>은 보고 듣고 온몸으로 느낄 수 있는 생생한 체험 학습 프로그램입니다. 자연, 과학, 역사, 예술 등 다양한 주제를 통해 어린이들이 자신의 관심 분야를 탐구할 수 있도록 돕습니다.



§ <헬로키즈 TV 생물도감>

쉽게 만날 수 없는 희귀한 생물들을 소개하는 프로그램입니다. 다양각색의 생물들을 관찰하고, 탐구하는 과정을 통해 어린이들이 자연과 더욱 친숙해질 수 있도록 합니다.



§ <선을 넘는 클래스>

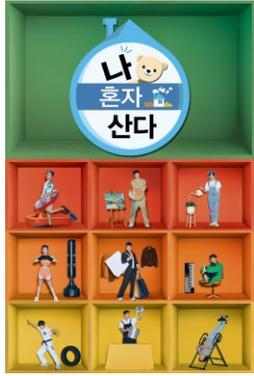
<선을 넘는 클래스>는 <선을 넘는 녀석들>을 잇는 본사의 대표 교양 시리즈로, 이번 시즌에서는 강원도 분교, 소방서 등 한국사 강의를 필요한 곳이라면 어디든 직접 찾아가 출장 역사 강의를 진행하였습니다. 이를 통해 누구든 쉽고 재미있게 한국사를 배울 수 있도록 했습니다.



§ <모두의 챌린지>

<모두의 챌린지>는 시청자들이 평소에 실천하는 친환경 습관들을 모아 소개하는 ESG 시청자 참여 프로그램입니다. 매주 소개되는 다양한 친환경 챌린지들은 누구나 집에서 따라할 수 있는 것들로, 시청자들이 쉽고 재미있게 친환경 습관을 갖출 수 있도록 도왔습니다.

## 콘텐츠 프로모션 Contents Promotion



### § '콘텐츠별 효과적 홍보 모델링 고도화 및 브랜드 평판 관리'

〈나 혼자 산다〉는 2024년 1분기 TV 비드라마 화제성 종합 1위를 기록하며 강력한 브랜드 파워를 입증했습니다. 〈지금 거신 전화는〉은 11월 4주차·12월 3주차 TV+OTT 통합 드라마 및 VON 1위를 기록하며 화제성을 증명했으며, 〈원더풀 월드〉는 2월 5주차 TV+OTT 통합 드라마 및 뉴스·VON 부문 1위를 달성했습니다. 온·오프라인 통합 마케팅을 실행하며, 효과적인 홍보 모델링을 통해 콘텐츠 영향력을 극대화하고 연간 브랜드 평판을 강화했습니다.



### § 〈선택 2024〉, 〈파리올림픽〉 빅 이벤트 채널 경쟁력 1위'

성과 수치와 트렌드를 반영한 키워드 PR 전략을 통해 파리올림픽 중계 1위 프리미엄을 형성했습니다. 방송사 중 유일하게 선거 방송 기자간담회를 개최해 사전 이슈를 선점했으며, 선택 2024 야립 및 디지털 광고로 시청자 관심을 집중시켰습니다. 또한, 파리올림픽 V3 광고 등 다양한 홍보 자산을 활용해 채널 경쟁력을 극대화했습니다.



### § 〈태계일주〉 팝업 스토어·〈음악일주〉 포토존 운영'

2023년 11월 MBC 강남 스마트 센터에서 〈태계일주3〉 팝업 스토어를 운영해 3,800명의 관람객을 유치하고, 네이버 블로그·인스타그램 등에서 1,000여 건 이상의 게시물이 생성되며 높은 화제성을 기록했습니다. 방문객들의 자발적인 리뷰와 SNS 공유로 인플루언서 계정과 커뮤니티에서도 빠르게 확산되며 프로그램 인지도를 더욱 높였습니다. 2024년 8월에는 상암 사옥에 〈음악일주〉 테마 포토존 'MUSIC INN'을 운영해 MZ세대의 관심을 모으며 브랜드 경험을 극대화했습니다.



### § '신규 프로모션 툴 적용-FOOH 광고 자체 제작 〈수사반장 1958〉'

〈수사반장 1958〉은 FOOH(Fake Out of Home) 광고를 자체 제작해 현실감 있는 시각적 효과로 시청자 관심을 유도했습니다. 기존 옥외 광고와 차별화된 방식으로 시각적 임팩트를 극대화했으며, SNS·유튜브 광고를 병행해 다양한 플랫폼에서 드라마 노출 범위를 확장했습니다. 네이버 메인에도 소개되며 높은 주목도를 기록했고, 디지털 시대에 최적화된 프로모션 전략으로 드라마 마케팅의 새로운 방향을 제시했습니다.



### § 'MBC X 틱톡·숏폼 크리에이터 콜라베이션 성과'

〈수사반장 1958〉의 틱톡 크리에이터 협업을 시작으로 콜라베이션 대상이 확대되었습니다. 〈백설공주에게 죽음을〉부터 콘텐츠를 유튜브·SNS까지 미러링 업로드하며 화제성을 극대화했으며, 해당 콘텐츠는 10일 만에 610만 조회수를 기록했습니다. 〈지금 거신 전화는〉은 오픈 3주 만에 890만 조회수를 달성하는 등 강한 바이럴 효과를 보였습니다. 이를 통해 디지털 플랫폼에서의 콘텐츠 확산력을 더욱 강화했습니다.



### § '드라마 프로모션용 오리지널 콘텐츠 제작 확대'

각 드라마 별 맞춤형 오리지널 콘텐츠 기획 제작을 통해 드라마 홍보를 강화해왔습니다. 스페셜 화보, 캐릭터 인터뷰, 코멘터리 등 다양한 포맷의 콘텐츠를 기획·제작해 홍보 효과 극대화는 물론, 이를 통해 자사 소셜미디어 채널 팔로워 증대 등 자체 콘텐츠 확산력을 강화했습니다.



§ ‘드라마 오프라인 시사회 및 체험 마케팅 강화’

〈지금 거신 전화는〉은 체험 마케팅을 적극 추진해 시청자와 접점을 확대했습니다. 사옥에서 진행된 공개 시사회에는 1,500명 이상의 신청자가 몰렸으며, 230여 명의 시청자가 참석해 뜨거운 반응을 보였습니다. 배우와 포토타임, 이벤트 등 다채로운 프로그램을 진행하며 현장 열기를 더했고, 포토존 운영, 굿즈 제작, 홍보 콘텐츠 별도 제작을 통해 드라마 화제성을 극대화하고 시청자 경험을 강화했습니다.



§ ‘유튜브 인기 채널 및 타 방송사 콘텐츠 활용 홍보 확대’

유튜브 인기 채널 및 모바일 TV 플랫폼을 활용한 홍보를 강화하며 방영 전 화제성을 극대화했습니다. 핑계고, 나불나불, 빠더너스, 지무비-고몽 등과 협업을 통해 주연 배우 출연 콘텐츠를 제작했으며, 높은 조회수를 기록하며 기대감을 높였습니다. 또한, 다양한 플랫폼에서 배우 인터뷰·비하인드 영상을 확산해 시청자와의 접점을 확대하고, 타 방송사 콘텐츠와 연계한 홍보 전략으로 드라마 인지도를 더욱 강화했습니다.

IP 전략사업 IP Business



§ ‘〈무한도전〉 20주년 기념 2025 일력 발매’

IP전략파트에서는 〈무한도전〉 방영 20주년 기념 프로젝트를 진행했습니다. 첫 결과물인 2025 일력은 콘텐츠솔루션팀, 매시업사업팀, 콘텐츠전략팀, 편성팀, IP전략파트가 협업해 기획·제작했습니다. 일력은 각종 트렌드 랭킹에 오르는 등 하나의 문화 현상으로 주요 뉴스에서 다뤄졌습니다. 발매 직후엔 판매처 사이트를 마비시키고 매진 행렬을 이어가며 MBC 에버그린 IP의 저력을 보여줬습니다. MBC 공영성 강화의 일환으로 판매 수익금은 기부될 예정입니다.



§ ‘〈홈비터 홈 : 모텔 캘리포니아〉웹툰화’

웹툰 〈홈, 비터 홈 : 모텔 캘리포니아〉는 드라마 〈모텔 캘리포니아〉 방영 시기에 맞춰 공개된 미디어 믹스의 대표적인 사례입니다. 웹툰뿐만 아니라 오디오 드라마까지 전개하는 등 드라마와 원작을 공유하는 콘텐츠의 동시 전개로 자사 프로그램의 영향력을 확대하고 수익원을 확장했습니다.



§ ‘〈대학체전 : 소년선수촌〉’

체육 서바이벌 〈대학체전 : 소년선수촌〉은 형식과 내용 면에서 새로운 바람을 불러일으켰습니다. 한국콘텐츠진흥원 지원작 선정 및 글로벌 채널 협업을 토대로 한층 커진 스케일로 진행됐고, 열기 넘치는 대학생들을 소환해 신선함을 선사했습니다. 국내에서 높은 화제성을 기록한 것은 물론 일본, 대만, 몽골 등에 판매되는 등 MBC의 기획·프로듀싱 역량을 재확인했습니다.

## 콘텐츠 전략 Content Strategy

프로그램	장르	2049시청률
나 혼자 산다	예능	3.8%
태어난 김에 세계일주 3	예능	3.1%
밤에 피는 꽃	드라마	3.0%
수사반장 1958	드라마	2.7%
놀면 뭐하니	예능	2.3%
무빙	드라마	2.1%
태어난 김에 음악일주	예능	1.9%
원더풀 월드	드라마	1.8%
전지적 참견 시점	예능	1.7%
지금 거신 전화는	드라마	1.6%



§ '드라마 왕국의 약진'

2024년 **MBC**는 사극 명가라는 칭호에 걸맞게 <밤에 피는 꽃>을 통해 많은 사랑을 받았으며, 수사극 IP의 원조 <수사반장 1958>을 성공적으로 그려내어 시청자들의 호응을 얻었습니다. 장르물 <원더풀 월드> 역시 마니아들의 주목을 받았으며, 특히 <지금 거신 전화는>은 국내뿐만 아니라 해외 시청자까지 사로잡으며 '드라마 왕국의 약진'을 글로벌에서도 선보였습니다.



§ '예능 장르의 꾸준한 선전'

**MBC**의 핵심 콘텐츠인 <나 혼자 산다>, <놀면 뭐하니?>, <전지적 참견 시점> 등은 2024년에도 꾸준한 인기를 얻었습니다. <태어난 김에 세계일주> 시리즈는 시즌3와 함께 스피노프 <태어난 김에 음악일주>까지 우수한 2049 시청률을 보이며 성공적인 시즌제 프로그램으로 자리 잡았습니다.



§ 'OTT 사업자와의 유연한 협업'

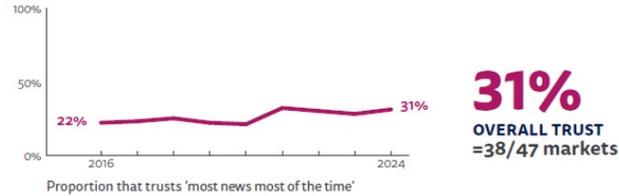
2024년 콘텐츠 시장은 플랫폼의 다양화에 따라 무한 경쟁 체제가 이어지고 있습니다. 그에 따라 **MBC**는 유연한 콘텐츠 전략을 도입하여, 강력한 경쟁 상대인 OTT 사업자 디즈니 플러스와의 협업을 통한 돌파구를 모색하였습니다. 기존 디즈니 플러스 독점작 <무빙>을 TV 최초로 **MBC**에서 방영하며, 우수한 2049 시청률을 기록하였을 뿐만 아니라, 디즈니 플러스와 협업하며 TV 시청자에게 새로운 방향의 콘텐츠를 제공할 수 있는 콘텐츠 전략의 발판을 마련하였습니다.

§ 'Reuters Institute Digital News Report 한국인의 뉴스 신뢰도 및 신뢰하는 뉴스브랜드'

TRUST

South Koreans' trust in the news remains generally low, with 31% of respondents trusting the news in 2024, a slight increase from the previous year. Among the brands we cover, Koreans tend to trust broadcast media such as MBC, YTN, JTBC, SBS, and KBS, while showing a relatively low level of trust toward newspapers such as Chosun Ilbo, JoongAng Ilbo, Dong-a Ilbo, Hankyoreh, and Kyunghyang Shinmun.

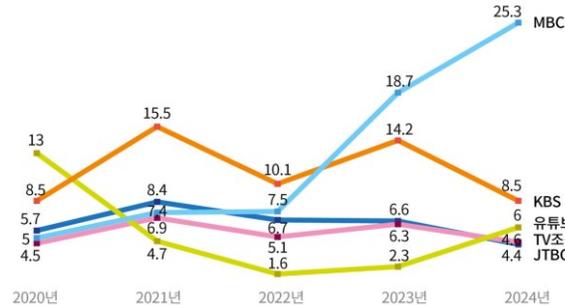
OVERALL TRUST SCORE 2016-24



Measure of press freedom from NGO Reporters Without Borders based on expert assessment. More at rsf.org

영국 옥스퍼드대 로이터 저널리즘 연구소가 실시하는 언론 미디어 신뢰도(Trust) 조사에서는 **MBC**는 전체 응답자의 57%의 지목을 받으며 2023년도에 이어 국내 언론매체 중 전체 1위를 기록했습니다. 보고서에서는 조선일보 등 신문매체 신뢰도가 낮은 반면, **MBC** 등 방송매체 뉴스에 대한 이용자들의 신뢰도가 높다고 평가했습니다. 같은 조사에서 **MBC**는 'TV, 라디오, 인쇄 매체'부문 도달률 38%로 KBS(39%)에 이어 2위를 기록했으며, '온라인'부문 도달률은 21%로 1위 네이버(57%), 2위 다음, KBS(22% 동률)에 이어 4위에 랭크됐습니다.

§ '시사인 2024 언론매체 신뢰도 조사' 가장 신뢰하는 언론매체 1위



방송, 신문, 온라인 매체 전체를 대상으로 하는 '가장 신뢰하는 언론매체' 항목에서 **MBC**는 전체 1위를 차지했습니다. **MBC**는 순위는 물론 지목률 (25.3%)에서도 전년도 (18.7%) 대비 큰 상승폭을 기록했음뿐만 아니라 2위 (KBS 5.8%)와 압도적인 차이를 보였습니다.

PUBLIC OPINION ON BRAND TRUST

Only the brands listed were included in the survey. It should not be treated as a list of the most or least trusted brands, as it is not exhaustive.

Brand	Trust	Neither	Don't Trust
Channel A News	41%	30%	29%
Chosun Ilbo	34%	27%	39%
Dong-a Ilbo	38%	30%	32%
Hankyoreh	39%	33%	28%
JoongAng Ilbo	37%	31%	32%
JTBC News	55%	26%	19%
KBS News	51%	24%	25%
Kyunghyang Shinmun	37%	36%	27%
<b>MBC News</b>	<b>57%</b>	<b>21%</b>	<b>22%</b>
MBN News	42%	33%	25%
Regional or local newspaper	34%	40%	26%
SBS News	54%	27%	19%
TV Chosun News	37%	26%	37%
YonhapNews TV	51%	29%	20%
YTN	56%	27%	17%

Q6. brand trust. How trustworthy would you say news from the following brands is? Please use the scale below, where 0 is 'not at all trustworthy' and 10 is 'completely trustworthy'. Details: 6-10 coded as 'Trust', 5 coded as 'Neither', 0-4 coded as 'Don't trust'. Those that haven't heard of each brand were excluded. Whether respondents consider a brand trustworthy is their subjective judgement, and the scores are aggregates of public opinion, not an objective assessment of underlying trustworthiness.

§ '가장 영향력 있는 언론매체' 1위



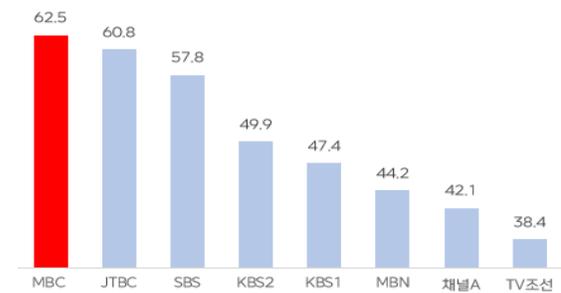
**MBC**는 전문가(500명)와 일반인(500명) 조사 모두에서 '영향력' 지목을 1위를 기록했습니다. 전문가의 43.4%, 일반인의 50.4%가 '대한민국에서 가장 영향력 있는 언론매체는 어디라고 생각하는가'라는 질문에 **MBC**를 꼽은것으로, 2위 KBS(전문가 27.0%, 일반인 41.2%)와는 상당한 격차를 보였습니다.

§ '가장 신뢰하는 언론매체' 1위



'가장 신뢰할 수 있는 언론매체'를 묻는 질문에서도 **MBC**는 의미 있는 상승세를 보였습니다. 2023년 조사에서 전문가 집단의 언론 신뢰도 평가에서 31.8% 지목률을 보였던 **MBC**는 올해 37.8%로 6%의 상승폭을 보이며 1위를 지켰기 때문입니다. 일반인 조사에서도 2023년에 이어 43.4%의 지목률을 보이며 여유 있게 선두를 지켰습니다. 대부분의 매체가 전년 대비 하락세를 면치 못한 점을 감안하면 **MBC**의 상승세는 상당한 의미를 갖는다고 할 것입니다.

§ '채널브랜드 1위'



**MBC**는 지상파 3채널, 종편 4채널을 대상으로 진행된 채널 브랜드 조사에서 브랜드 인지, 브랜드 연상, 브랜드 선택에서 모두 1위를 차지, 전체 평균 62.5점으로 1위를 기록했습니다. **MBC**는 2위 JTBC(60.8%)를 여유 있게 따돌렸으며, 전년도 대비 가장 큰 폭의 상승세를 기록하고 있습니다.



## 언어운사 Announcers



### § <2024 파리올림픽> 시청률 1위 달성의 중심, MBC 아나운서

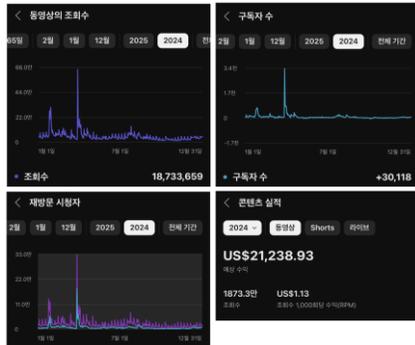
아나운서국에서 12명의 아나운서가 투입돼 파리올림픽 개최식부터 폐회식까지, 32개 종목 17일간의 열정을 생생히 전달했습니다. 최고의 해설위원들과 호흡을 맞추며 다양한 종목의 스포츠 캐스터 역할을 한 아나운서들은 공중파 3사 중 계방송 중 가장 깔끔하고 재치있는 진행, 공중파 아나운서로서 그에 걸맞는 품격과 재미를 도출해냈다는 평가를 받았습니다. 시청률 또한 압도적인 1위를 달성했습니다. 결국 중계방송의 품질 향상과 1위 시청률이라는, 양립하기 가장 어려운 두 마리 토끼를 모두 잡을 수 있었습니다.

### § 유튜브 <뉴스 안하니> MBC의 이미지, MBC 아나운서들이 만든다

<뉴스 안하니>는 2024년 시즌 3.5를 진행하며 조회수 1,873만여회, 콘텐츠 수익 3천여만원을 거두었고, 구독자수 3만여명이 증가하여 17만명 이상의 구독자를 보유한 채널로 성장하였습니다. 특히 재방문율이 높은 채널로서 MBC 및 MBC 아나운서의 이미지를 제고하고, 아나운서들의 진행 프로그램 홍보에도 기여하고 있습니다.

### § <우리말나들이> 노벨문학상의 주인공 한강의 작품을 다룬다

1997년 첫 방송된 후 약 30년간 이어진 프로그램 <우리말나들이>는 잘못 쓰고 있는 우리말, 오남용되고 있는 외래어, 권장하는 우리말 표현 등 바르고 정확한 언어를 알리고 사용하는 것을 목표로 하고 있습니다. 올해는 한강 작가의 노벨문학상 수상 기념하여, 우리말에 대한 단어 차원의 접근을 넘어 우리말로 쓴 한강 작가의 작품을 다루었습니다. <<채식주의자>>, <<소년이 온다>>, <<서랍에 저녁을 넣어 두었다>>의 구절을 발췌하여 작품을 소개하고 낭독함으로써 아름다운 우리말로 이루어진 글을 알리고 문예에 대한 관심을 환기했습니다.

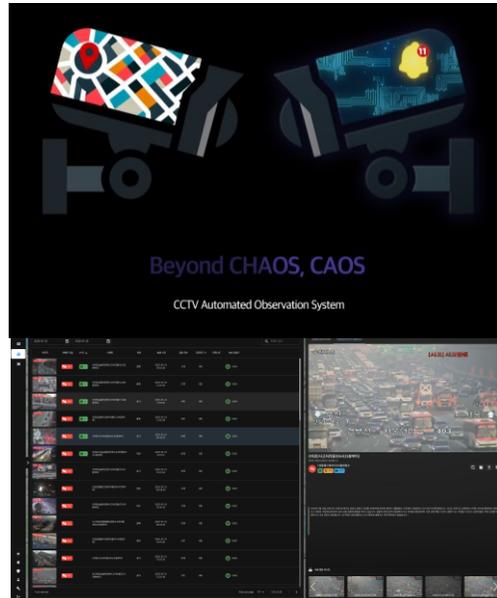


## 기획사업 Business of planning



### § MBCRTK, 미국 시장 본격 진출

MBC는 자체 개발한 초정밀 위치정보 기술 기반 RTK 서비스 플랫폼을 미국 시장에 본격적으로 공급하기 시작했습니다. 미국 최대 지상파 방송사 합자회사로 MBC로 선정하여 1단계 공급 계약을 체결하였습니다. 해당 계약으로 미국시장에서 17억 원의 매출을 기록했으며, 향후 사업 확장에 따른 매출 성장이 기대됩니다. 이를 기반으로 브라질, 인도 등 글로벌 시장 진출을 모색하고 있습니다.



### § <선택2024> 선거방송 제작

방송 기술이 총동원된 <선택 2024> 선거방송에서는 바닥을 포함한 4면 LED 월(LED-WALL)의 색보정을 여러 차례 진행하여 착시 효과 그래픽과 선거 데이터를 직관적이고 고급스럽게 연출하였습니다. 또한, 방송 전용 회선과 LTE 통신 회선을 혼용한 총 97개의 중계 회선을 통해 <선택 2024>의 핵심 아이템인 EYE100을 성공적으로 구현하였습니다. VR에서는 기존 3D MAX 기반이 아닌 언리얼 엔진 기반 프로그램을 사용하여 국회 라벤더홀 등을 생동감 있게 재현하였습니다.

## 글로벌 사업 Overseas Sales



§ <지금 거신 전화는> OTT 플랫폼 NETFLIX 판매

<지금 거신 전화는>이 글로벌 1 위 OTT 플랫폼 NETFLIX에서 전 세계에 서비스되며, TV 시리즈 비영어 부문 글로벌 TOP2에 랭크 되는 등 큰 인기를 끌었습니다. 그 중 남미 지역에서는 8주 연속 TOP 10을 기록하면서, 주인공인 유연석이 남미에서 K-Drama스타로 발돋움하기도 했습니다.



§ <수사반장 1958> OTT 플랫폼 Disney+ 판매

1971년부터 1989년까지 방송한 <수사반장> IP를 모티브로 한 <수사반장 1958>이 글로벌 OTT인 Disney+를 통해 전 세계에 서비스 되었습니다.



§ <밤에 피는 꽃> 로컬 OTT 판매

코믹 액션사극 <밤에 피는 꽃>을 VIKI, U-NEXT 등 로컬 OTT를 통해 서비스하며, MBC 사극의 계보를 이어갔습니다.



§ MBC 포맷 <피의 게임> 노르웨이 버전 TV2 방영

MBC 포맷 <피의 게임>이 노르웨이 TV2(상업 방송사) 방영하고, 2049 시청 점유율 34%를 기록했습니다. 2025년 시즌 2 방송예정입니다.



§ MBC 포맷 <송스틸러> 호주 외 유럽 6개국 판매

MBC 예능 <송스틸러>포맷을 호주 외 유럽 6개국과 옵션계약을 체결했습니다.



§ MBC 포맷 <복면가왕> 영국 시즌 5 최고시청자 554만명 돌파

MBC 포맷 <복면가왕>이 전 세계 시즌을 이어가는 중에, 2024년 영국 시즌 5 방영하고 최고시청자 554만 명 돌파 및 시청 점유율 30%를 기록했습니다.

## 영상센터 Camera Supervising



§ 금토 드라마 <이토록 친밀한 배신자> 촬영

<이토록 친밀한 배신자>는 최고의 프로파일러 아버지가 딸이 얽혀있는 살인사건을 해결하면서 서로 간에 쌓여있던 오해와 배신감을 해소하는 과정을 그린 스릴러입니다. 촬영감독은 스토리텔링에 충실히 따르는 록과 앵글, 과감한 톤으로 영상을 설계하여 극을 한층 더 드라마틱하게 표현하였습니다.



§ 예능 <PD가 사라졌다> 테크니컬 프로듀싱

<PD가 사라졌다>는 RAPA 차세대 방송 성장기반 조성 제작지원사업으로 제작한 예능프로그램입니다. 영상센터는 테크니컬 프로듀서 업무를 수행하면서 AI기술 뿐 아니라 PTZ카메라, 360도 카메라 등 신기술을 도입하여 시청자에게 신선한 비주얼을 선사했습니다.



§ 테크니컬 프로듀서/카메라 수퍼바이저 업무수행

영상센터는 고품질 영상 제작을 위해 테크니컬 프로듀서, 카메라 수퍼바이저 업무를 수행중입니다. 본사 프로그램 및 OTT 콘텐츠의 영상품질 규격을 충족하기 위해 제작비 대비 효율적인 워크 프로세스를 설계하고 영상제작에 필요한 외부 제작요소 관리업무를 수행해 왔습니다. LG유플러스와 본사에서 공동제작한 <그녀가 죽었다>는 여성 범죄자들의 잔혹 범죄를 다룬 시리즈물로, 영상센터의 카메라 수퍼바이저 업무를 통해 고품질 다큐멘터리로 제작되어 시청자들로부터 호평을 받았습니다.



Oh Eun Yeong's report:  
Alcohol Hell - The Last Supper  
MBC  
Korea



Kim Hyunchul, Kim Hosung,  
Jun Jiyoung, Lee Sojung,  
Lee Jonghyun, Choi Hunyoung  
Meeting You - Thirteen into Sixteen  
MBC, Pony, IOFX  
Korea

§ ATA (Asia Television Awards) 수상

제29회 아시안 텔레비전 어워즈에서 **MBC** 교양 <오은영리포트-알콜지옥>이 Best Lifestyle 부문, <너를 만났다 시즌 4>가 Best Extended Reality Project 부문을 수상했습니다.

제작기술 Production Engineering



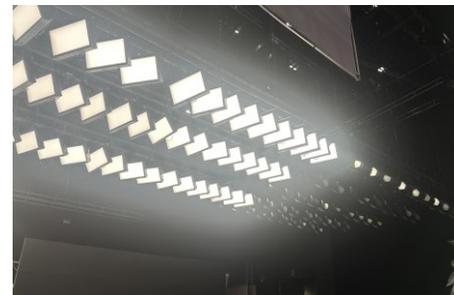
§ <파리 올림픽 국제방송센터 (IBC) 구축 및 운용>

중계보도 솔루션파트는 파리올림픽 방송 제작을 위해 국제방송센터(IBC)를, 구축중계보도솔루션파트는 파리올림픽 방송 제작을 위해 국제방송센터(IBC)를 구축·운영하였으며, 효율적인 공간 설계와 안정적인 시스템으로 올림픽 중계를 무사하고 마쳤습니다. IP 및 MNG 장비를 적극 활용해 국제 송출 회선 비용을 절감하였고, 전 경기를 UHD HDR로 중계하며 양궁, 펜싱, 수영, 배드민턴 등의 현장 중계도 성공적으로 수행하였습니다. 풍부한 해외 스포츠 이벤트 중계 경험을 바탕으로 전 종목 시청률 1위를 기록하며, 시청률 상승과 광고 수익 증가에 크게 기여하였습니다.



§ <선택 2024> 선거방송 제작

방송 기술이 총동원 된 <선택 2024> 선거 방송에서는 바닥을 포함한 4면 LED 월(LED-WALL)의 색보정을 여러 차례 진행하여 착시 효과 그래픽과 선거 데이터를 직관적이고 고급스럽게 연출하였습니다. 또한, 방송 전용 회선과 LTE 통신 회선을 혼용한 총 97개의 중계 회선을 통해 <선택 2024>의 핵심 아이템인 EYE100을 성공적으로 구현하였습니다. VR에서는 기존 3D MAX 기반이 아닌 언리얼 엔진 기반 프로그램을 사용하여 국회 라벤더홀 등을 생동감 있게 재현하였습니다.



§ 제작스튜디오 조명 LED 전환 프로젝트

조명 파트는 기존의 할로겐 램프 조명 장비를 모두 LED 조명 장비로 전환하는 프로젝트를 성공적으로 완료하였습니다. 이를 통해 전력 사용량을 약 1/6로 감축하여 에너지를 절약하고, 발열 및 화재 위험성을 줄여, 보다 쾌적하고 안전한 제작 환경을 조성할 수 있게 되었습니다. 또한 기존 할로겐램프 사용으로 발생했던 온실가스 및 폐기물 배출량을 감소시켜 환경적인 측면에서도 긍정적인 기여를 하게 되었습니다.



§ '골든마우스홀 PA 환경 개선사업'

골든마우스홀의 방송 제작 및 사내외 행사 진행을 위한 시스템을 위해 노후 장비를 교체하고 PA 시스템을 개선하였습니다. 치밀한 사전 검토와 철저한 계획을 통해 시설 사용 중단 기간을 최소화하고, 기존 예산의 23%를 절감하는 성과를 달성하며 사업을 성공적으로 완료했습니다. 이를 통해 방송 품질과 행사 진행의 안정성을 크게 향상시켰습니다. 현재 골든마우스홀은 2025년 1월 기준(휴일 포함) 사용률 89%로 MBC의 주요 행사와 각종 촬영이 진행되고 있습니다.



§ <쇼! 음악중심 in JAPAN> 제작 참여

2024년 6월, <쇼! 음악중심 in JAPAN> 공연이 일본 도쿄 베르나돔에서 성황리에 개최되었습니다. 국내 최정상급 K-POP 아티스트들이 출연하여 큰 화제를 모았으며, 7만여 석의 좌석이 모두 매진되는 등 성공적으로 마무리되었습니다. 제작기술감독파트, 제작기술팀 영상기술파트, 음향제작파트, 조명파트는 기획부터 공연 제작 전 과정에 참여하여 핵심적인 역할을 수행하였습니다.



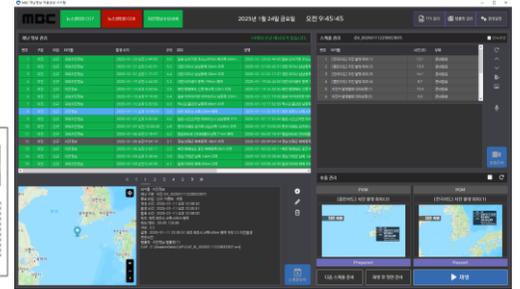
§ '지상파 최초 Dolby Vision HDR 서비스'

Dolby Vision HDR(High Dynamic Range)은 HDR 기술 중 가장 넓은 색영역과 높은 콘트라스트를 제공하여 영상의 실제감을 극대화하는 기술입니다. DI파트는 2023년 Dolby Vision HDR 영상 제작이 가능한 Linux 기반 Davinci Resolve 시스템 제작환경을 구축하였습니다. 그 결과 2024년 상반기 금토드라마 <우리, 집>을 지상파 최초 Dolby Vision HDR 기술이 적용된 콘텐츠로 제작하였으며, 국내 OTT 플랫폼 Wavve를 통해 12부 전편을 HDR로 서비스 하였습니다.



§ AI 재난특보영상 자동생성시스템 구축

기상청에서 실시간으로 수신한 지진/해일 등의 재난정보와 AI 기반 음성 생성 기술을 이용하여 재난 방송을 자동으로 생성하고 송출하는 재난 영상 자동 생성 시스템개발, 구축하였습니다. AI 기반의 TTS 기술을 통해 자동으로 재난 방송 음성을 생성하고, 지도 정보와 실시간 데이터가 적용된 CG를 합성하여 재난특보 방송을 자동 생성, 송출할 수 있습니다. 본 시스템을 통해 야간, 주말 등 취약 시간대에도 재난특보 방송이 가능하게 되었으며, 시청자들에게 재난 정보 및 행동 요령 등을 신속하게 제공할 수 있게 되었습니다.



§ <제22대 국회의원 선거>, <2024 미국의 선택>

초대형 LED, VR/AR, 아나모픽 기법 등 최신 기술을 활용하여 실시간 데이터를 효과적으로 전달할 수 있는 시스템을 개발, 구축하여 <제22대 국회의원 선거>, <2024 미국의 선택> 개표방송에 적용하였습니다. 이를 통해 알찬 볼거리와 풍부한 개표 데이터로 시청자들에게 품격있는 콘텐츠를 제공하였습니다. 특히 미국 대선 개표방송에 최초로 실시간 데이터를 연동·적용하고, 3차원 그래픽 기반의 언리얼 엔진을 도입하여 차별화된 방송을 선보일 수 있었습니다.

## 디자인 Design

디자인센터는 <2024 총선>과 <파리 올림픽>의 브랜딩 및 무대 디자인을 통해 시각적 일관성을 구현하는 전사적 워크플로우를 구축하며, 프로그램의 경쟁력 강화에 기여했습니다. 또한, 9편의 드라마 VFX 제작과 '프리 비주얼' 시스템 도입을 통해 콘텐츠 품질을 높이는 동시에 비용 절감 효과를 실현했습니다. <K-POP 콘서트>의 무대 기획을 통해 글로벌 쇼 무대에서의 경쟁력을 입증했으며, 83개 프로그램의 CG 및 타이포그래피 디자인을 고품질로 기획·제작했습니다. 아울러, AI·게임엔진 관련 세미나 개최 및 '가상 아이돌 TF' 참여 등 신기술을 실무에 적용하며 미래 콘텐츠 제작 역량을 한층 강화했습니다.



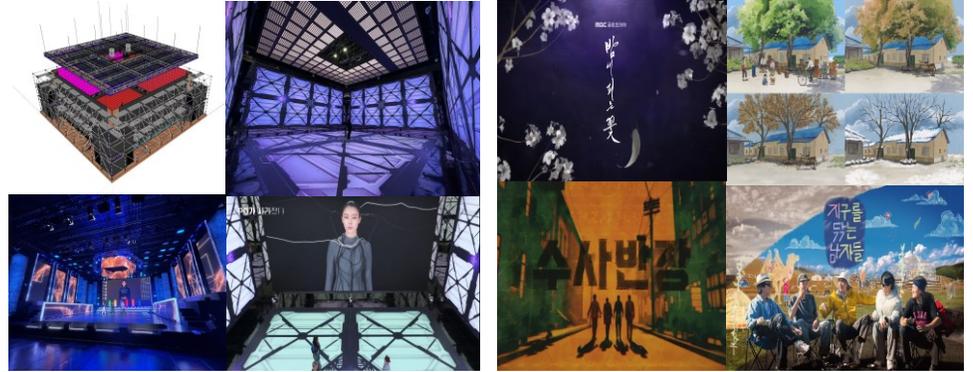
### § <2024 총선>·<파리 올림픽> 브랜딩

<2024 총선>과 <파리 올림픽>의 브랜딩을 총괄하며 로고, 키비주얼, 방송 CG, 자막 포맷, 프로모션, 유튜브까지 아우르는 시각적 아이덴티티를 구축해 콘텐츠 품질을 한층 강화했습니다. 또한, 연령고지, ID, 스팟, 옥외·가상광고, 드라마 극본 공모·채용 브랜딩, 유튜브 채널 아트 등 사내 전반의 디자인 수요에 대해 최고의 크리에이티브 솔루션을 제공했습니다. 더불어, 미디어월을 활용한 창의적 영상 콘텐츠의 기획·제작·상영을 통해 내부 구성원과 방문객이 MBC 브랜드를 색다르게 경험할 수 있도록 했습니다.



### § <이토록 친밀한 배신자> 절제된 앵글과 균형의 미학

<이토록 친밀한 배신자> 제작에서는 절제된 앵글과 균형 잡힌 미학을 구현하는 데 주력했습니다. 심리 묘사의 강화를 위해 왜곡 보정을 활용한 대칭 이미지 구현과 컷 길이 조절을 정교하게 조율했으며, '기후 FX'를 적용해 현실감을 극대화했습니다. 또한, 제작 세트와 야외 공간을 크로마키로 자연스럽게 연결하여 촬영의 효율성을 극대화했습니다. 이러한 섬세한 시각적 연출과 기술적 디테일은 작품의 몰입도를 한층 끌어올리는 데 핵심적인 역할을 했습니다.



### § <PD가 사라졌다>, <A-IDOL> AI 연출을 위한 신개념 무대 디자인

세계 최초 AI PD 'M파고'가 진행하는 <PD가 사라졌다>의 무대 디자인은 기존에 없던 새로운 시도로, 프로그램의 콘셉트를 완벽하게 구현했습니다. 360도 LED로 둘러싸인 공간의 폐쇄감을 극대화하기 위해 카메라와 조명을 가리는 매직 미러를 적용, 혁신적인 무대 디자인을 선보였습니다. 또한, 한층 진화한 'M파고'가 진행하는 K-POP 아이돌 오디션 프로그램 <A-IDOL> (2025년 방송 예정)의 무대 디자인도 담당했으며, 이는 이전 <PD가 사라졌다>의 큐브 형태와 차별화된 콘서트 스타일의 무대 연출을 구현했습니다.

### § AI 기술을 활용한 창의적이고 완성도 높은 CG

CG 분야에서는 AI 기술을 적극 활용해 <밤에 피는 꽃>, <수사반장1958>, <지금 거신 전화는>, <나는 돈가스가 싫어요>의 타이틀 시퀀스와 내용 CG에 창의성을 더하며 시각적 완성도를 한층 높였습니다. 또한, <시골마을 이장우>에서는 1년간의 계절 변화를 일러스트 스타일의 CG로 섬세하게 구현해 감각적인 영상을 선보였습니다. 아울러, <지구를 닦는 남자들>, <이유 있는 건축> 등 시사·교양 프로그램에서는 로고, 타이틀, 자막, 내용 CG를 시각적으로 일관성 있게 디자인하여 프로그램의 완성도를 높이는 동시에 콘텐츠의 브랜드화를 강화했습니다.

공영방송 × ESG  
MBC



## 환경경영 Environment

### 환경 경영 체계

**MBC**는 2024년 경영목표 가운데 하나로 '신뢰받는 공영미디어'를 설정하고 세부 전략과제로 '공동체 기여 확대', '실천하는 ESG 경영' 등을 제시했습니다. 이를 통해 환경 기여 콘텐츠 제작과 환경보호 캠페인으로 지속가능한 사회를 만들어가는 데 기여하고 있습니다. 또한, 내부적으로는 온실가스와 폐기물 배출량을 줄이기 위한 다양한 정책과 실천을 통해 환경경영 성과를 꾸준히 개선하고 있습니다. **MBC**의 환경경영은 단순히 기업의 이미지 제고를 넘어 실질적인 환경보호와 지속가능한 미래를 위한 구체적인 행동을 포함하고 있습니다. **MBC**는 앞으로도 환경경영을 지속적으로 강화하여 공영방송으로서의 책임을 다하고, 모든 이해관계자들과 함께 지속가능한 미래를 만들어 나갈 것입니다.

### 환경 경영 관련 내부 규정

'**MBC** 프로그램 제작가이드라인' 8. 지식, 생명, 환경

### 환경 경영 콘텐츠



§ <MBC 뉴스데스크>  
'기후환경리포트'(연중)



§ <지구를 닦는 남자들>  
(2024.10.15~2024.11.19)



§ ESG 특별기획  
<MBC 환경음악회>  
(2024.7.9, 2024.7.16)



§ 신년특집 기후위기 영역  
다큐멘터리 <물이 밀려온다>  
(2024.1.1)



§ **MBC** 네트워크 특선  
<남극이 허락한 사람들>  
(부산 **MBC** 제작, 2024.7.16,  
2024.7.23)



§ **MBC** 라디오 'ESG캠페인'  
(연중)

## 환경 경영 실천



§ **MBC**-엠네스티 그림그리기 대회



**MBC** 최초로 ESG 관련 국제기구와의 공동행사를 개최했습니다. 총 350여 명의 어린이가 신청하였고, **MBC**어린이상(3명) 등 50명 시상했습니다. **MBC**의 환경 및 인권에 대한 의지를 대내외에 알린것은 물론, 행사 운영 전반은 파트너사가 담당하여 효과적인 업무분담을 통해 공동행사 개최의 모범을 마련하였습니다.



§ 업사이클 뮤직 in **MBC**

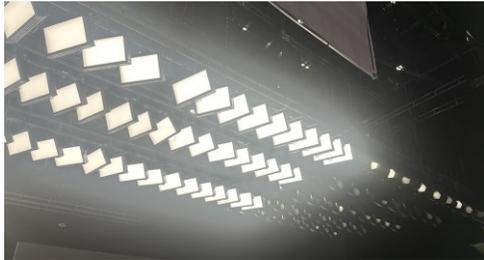


폐기에정인 피아노를 기부 받아 시민들이 직접 연주할 수 있도록 상암광장에 설치하여 연인원 1,000명 이상 체험하였습니다.(봄, 가을) 누구나 찾아와 자유롭게 즐기도록 하면서 환경에 대한 새로운 경험과 관점을 음악적으로 제시했습니다.



§ ESG 특별기획 (MBC 환경음악회) 제작·방송

업사이클 악기를 활용한 연주자 및 밴드 초청 콘서트를 개최하고 방송으로 연계하였습니다. 업사이클 밴드 및 유명 뮤지션 6개 팀 참여, 일반 관객 400명이 관람하였습니다. 환경에 대한 본사의 관심과 의지를 문화적 방식과 방송 콘텐츠를 통해 천명하였습니다.



§ 절전 설비 확대 및 운용시간 조정

상암MBC 제작 스튜디오 내 500여 개 조명을 LED로 교체하였습니다. 공용부 조명을 절전형 LED로 교체하고, 회사가 운영 중인 옥외 미디어보드 3개소의 운영시간을 탄력적으로 조정하여 전력 사용을 절감하였습니다.



§ 태양광 발전 운용

상암MBC 친환경 전력 생산을 위한 태양광패널(60kWh)을 건설 당시 설치하여 현재까지 운영 중입니다. 태양광발전을 운용하여 2024년 한 해 동안 56,153kWh의 친환경에너지를 생산하여 약 26톤의 온실가스를 감축하였습니다.



§ 전기차 및 관련 충전 시설 확대

2022년부터 취재용 차량을 전기자동차로 교체하기 시작하여 2024년 10월 전기자동차 12대를 운영 중이며, 단계적으로 확대 계획 중입니다. 2021년 10월 전기차 충전소(급소 1대, 완속 8대)를 사옥 내에 마련하고, 사내 주차장에 전기차 전용 주차구역 및 전기차 충전 가능한 과금형 콘센트(38개)를 설치·운영 중입니다.



§ 자원순환을 위한 노력

2022년 5월 부터 투명 페트병 분쇄장비를 도입하여 본사 내에서 발생하는 투명 페트병을 수거하여 파쇄중입니다. 파쇄된 플라스틱을 계약 업체가 수거하여 의류 및 다양한 상품으로 재생산되며, 2024년 한 해 5,680kg의 투명 페트병이 재활용되었습니다.



§ 사내환경 캠페인

매년 냉난방 공기 및 급배기팬 가동시간을 조정하는 한편 사무실 전등을 점심시간에 일괄 소등하여 에너지 절약을 하였습니다. 에너지 절약문화 확산을 통한 탄소중립 실현, 기후위기 문제에 대한 공감대 확산을 위해 '지구의 날', '에너지의 날' 등 행사에 적극 참여 중입니다.

## 환경 경영 데이터

### 온실가스<sup>1)</sup>

구분	단위	2021	2022	2023	2024
온실가스 배출량	tCO2e <sup>2)</sup>	16,633	16,732	16,053	15,957
Scope1 <sup>3)</sup>	tCO2e	498	428	378	374
Scope2 <sup>4)</sup>	tCO2e	16,135	16,305	15,675	15,583
온실가스 집약도 <sup>5)</sup>	tCO2e/억원	2.836	2.152	2.158	집계중

- 1) 상암사옥 기준, 2024년 실적은 2025.9에 최종 확정 예정
- 2) tCO2e (tonnage of carbon dioxide equivalent): 다양한 온실가스 배출량을 등가의 이산화탄소 양으로 환산한 것
- 3) Scope1: 기업이 소유하고 관리하는 사업장에서 직접 배출되는 온실가스
- 4) Scope2: 기업이 소비하는 구입 에너지를 사용함으로써 인해 간접 배출되는 온실가스
- 5) 온실가스 집약도 = 온실가스 배출량 / 매출액

### 에너지 사용량<sup>1)</sup>

구분	단위	2021	2022	2023	2024
에너지 사용량	TJ(toe) <sup>2)</sup>	361	364	350	349
연료사용량	TJ <sup>3)</sup>	7.627	7	5.879	5.842
전기사용량	TJ	285.5	282	275.764	272.043
스팀사용량	TJ	68.7	75	68.902	71.449
에너지 집약도 <sup>4)</sup>	TJ/억원	0.052	0.047	0.047	집계중

- 1) 상암사옥 기준, 2024년 실적은 2025.9 경에 최종 확정 예정
- 2) toe (tonnage of oil equivalent): 석유를 중심으로 환산한 단위
- 3) TJ (Tera Joule): 모든 에너지원의 단위를 J(줄)로 환산한 것
- 4) 에너지 집약도 = 에너지 사용량 / 매출액

### 수자원 사용량<sup>1)</sup>

구분	단위	2021	2022	2023	2024
용수사용량	ton	105,537	117,036	116,198	116,642

1) 상암사옥 기준

### 폐기물 배출량

구분	단위	2021	2022	2023	2024
폐목재	kg	38,020	45,750	50,170	45,590
합성수지	kg	104,508	19,730	48,120	186,220
생활폐기물	kg	230,489	211,926	205,058	-
생활폐기물(위탁) <sup>1)</sup>	kg			5,960	21,939
음식물 폐기물	kg	120,750	110,310	109,025	126,039

1) 기존 생활폐기물을 중량제봉투에 담아 배출 마포구청에서 처리하였으나, 관련법 개정에 따라, 2023.12부터 외부위탁처리시행중

### 재생에너지 생산

구분	단위	2021	2022	2023	2024
태양광 발전	MWh	69	68.1	69.85	56.15

### 폐기물 재활용

구분	단위	2021	2022	2023	2024
파쇄 플라스틱	kg	-	3,680	5,500	5,680
환산금액	원	-	736,000	1,100,000	1,136,000

1) 2022.6부터 투명 PET 파쇄 장치 설치

## 사회적 책임 Social Responsibility

### 사회적 책임 경영 체계

ESG 경영에서 사회적 책임은 단순한 경제적 이익을 넘어서 사회적 가치를 창출하고 공동체에 긍정적인 영향을 미치는 것을 의미합니다. 이는 특히 공영방송 **MBC**에게 중요한 과제로, 공정하고 신뢰할 수 있는 정보를 제공하며 다양한 사회적 이슈를 다루는데 중점을 둡니다. **MBC**는 이러한 책임을 인식하여 2024 경영목표 가운데 하나로 '신뢰받는 공영미디어'를 설정하고 세부 전략과제로 '공동체 기여 확대', '실천하는 ESG 경영' 등을 제시했습니다. 이를 통해 **MBC**는 교육, 문화, 복지 등 다양한 분야의 콘텐츠를 제작하여 사회적 다양성과 포용성을 증진하고 있습니다. 또한, 지역사회와의 협력, 사회적 약자 지원, 공익캠페인 등을 통해 더 넓은 범위에서 사회적 책임을 실천하고 있습니다. **MBC**는 앞으로도 지속가능한 사회를 만들기 위해 사회적 책임을 다하는 공영방송으로서의 역할을 강화해 나갈 것입니다.

### 사회적 책임 경영 관련 내부 규정

<b>MBC</b> 방송강령	8.인권존중, 4.사회적약자 보호, 6.인류 복리 도모
<b>MBC</b> 프로그램 제작가이드라인	3.평화통일과 국제협력, 4.공동체적 가치 추구, 5.차별 금지 및 소수자 보호
방송출연 아동·청소년 권익보호 준칙	

### 사회적 책임 경영 콘텐츠

〈시골마을 이장우〉	2024.11.27~2024.12.25
〈 <b>MBC</b> 뉴스데스크〉	2024 연중
〈글로벌 도네이션 쇼 더블-유(W)〉	
장애인식개선 프로젝트 〈희망노트〉	
〈우리가락 우리문화〉	
〈뽀뽀뽀 좋아좋아〉	

<b>특집 다큐멘터리</b>	〈볼날의 가족-늦지않게 지켜주세요〉 〈다시 살아지는 도시〉, 〈우리들의 투티〉	2024 연중
<b>MBC 특별 생방송</b>	〈중소기업&소상공에게 희망을!〉	
<b>MBC 라디오</b>	〈정선희, 문천식의 지금은 라디오시대〉 〈사랑의 손길을 기다립니다〉	

### 지역적·문화적 기여



#### § M-ESG (MBCESG) 페어

마포, 은평, 서대문, 고양 등 **MBC** 본사 인근 지역사회에서 ESG 활동을 펼치는 다양한 사회단체들과 11월 18일부터 22일 까지 5일간 본사 미디어센터 1층 로비에서 ESG페어를 개최하여 1,500여 명의 직원 및 지역주민이 참여했습니다. 마포다정한재단, 밀알복지재단, 동방사회복지회, 함께하는사랑밭, 백의민족, 오티스타, 햇빛상점은 각자의 특색을 살린 부스를 운영하여, ESG 관련 활동을 소개하고 지역사회 시민들과 소통을 통해 ESG 경영에 대한 관심을 제고하였습니다.



### § 취약 계층 초청 행사

지역아동센터 어린이 키자니아 초청 행사 (11개소, 278명), 사랑의달팽이 청각장애 아동 및 동방사회 복지회 코피노 아동 초청 사내 견학(총 4회, 70명)을 실시하였습니다. 방송 현장을 비롯한 다양한 직업군에 대한 체험을 제공하여 미래세대의 성장을 지원하고 사회공헌활동의 지속성을 높이는 공영방송의 역할을 수행했습니다.



### § 임직원 참여 자원봉사활동

코로나 19 대유행 이후 대면 봉사활동을 재개하였습니다. 본사 인근 지역사회 및 기부금 수혜기관과 단체를 중심으로 헌혈, 기부물품 제작 원데이 클래스, 시각장애 아동을 위한 점자도서 제작, 느린학습자와 함께하는 본사 견학 및 쉬운 글 함께 읽기, 각종 ESG 관련 행사 보조 등 연간 총 10회의 자원봉사활동을 진행하여 연인원 174명이 참여하였고 총 497시간이 적립되었습니다.



### § 미디어해설위원과 함께하는 MBC

전문성이 높은 퇴직사우가 안내자가 되어 진행하는 상암 MBC 제작시설 견학 프로그램입니다. 총 4명의 미디어해설위원이 102개 기관, 125회 걸쳐 2,350명의 관람객을 안내하였으며, 견학 만족도 5점 만점에 평균 4.85점을 기록하였습니다. 미디어해설위원의 전문성과 스토리텔링이 최고의 방송시설과 만나 최상의 MBC 브랜드 체험 기회를 제공합니다.



### § 직원 가족 초청 특별 사내견학

ESG에서 중요한 화두로 떠오른 일·가정 양립과 조직문화 활성화를 위하여 본사 직원의 부모님(양육자)을 초청하여 회사를 소개하고 제작시설을 안내하였습니다. 2024년 4회 95가족 220명의 견학을 진행하여, 일과 가정 양립에 기여하는 한편 애사심을 고취하였습니다.



### § 학술지원

공공미디어로서의 위상과 공적책무를 재정립하기 위하여 국내 언론 학술단체를 지원하고, 후원합니다. 2024년에는 한국방송학회, 한국언론학회, 한국언론정보학회, 한국 여성커뮤니케이션학회, 사이버커뮤니티학회 등 학술단체를 지원하였고, (사)방송기자연합회 팩트체크 공모전을 후원하였습니다.



### § MBC꿈나무축구재단 운영

우수한 유소년 축구 선수 및 여자축구 선수를 발굴하여 지원하는 한편, 축구 문화 저변 확대를 위해 운영되는 공익재단 (기본재단 50억원), 유소년 축구 선수 50명에게 장학금 전달했습니다.(2024.5.) 지역아동센터 등 202개소에 축구공1,193개 및 공기펌프 등 물품 지원(2024.11)을 했습니다.



### § 기부활동

임직원이 자발적으로 1만원 이하의 급여우수리를 기부하고 해당 금액만큼 회사가 기부(매칭그랜트)하여 저소득층 중·고등학생의 장학사업을 지원하는 나눔을 실천했습니다.(39,747,490원) 주요 예능 프로그램의 콘텐츠 부가 수익을 사회복지기관 등에 기부하고(479,330,542원), 희망2025나눔캠페인 불우이웃돕기 성금을 기부했습니다.(본·관계사 총 1억원)

사업명	기관명	기부금액(원)	비고
자유언론실천선언 50주년 사업	자유언론실천선언	1,000,000	
크리스마스 썬 모금	대한결핵협회	3,000,000	
희망2025나눔캠페인 불우이웃돕기 성금	사회복지공동모금회	58,000,000	본·관계사 총 1억 원 기부
임직원 급여우수리 모금에 대한 대응 기부	사회복지공동모금회	19,873,745	총 39,747,490원 기부
콘텐츠 부가사업 수익 기부<놀면 뭐하니?>	아름다운재단	9,330,542	
	사회복지공동모금회	51,000,000	
	동방사회복지회	50,000,000	
	밀알복지재단	50,000,000	
	서울대학교 어린이병원	50,000,000	
	세브란스 어린이병원	50,000,000	
	안나의집	50,000,000	
	초록우산 어린이재단	50,000,000	
	함께하는사랑밭	50,000,000	
	사랑의달팽이	25,000,000	
	함께하는 사랑밭	25,000,000	
	이원초등학교	2,000,000	
	인천체육고등학교	2,000,000	

콘텐츠 부가사업 수익 기부<놀면 뭐하니?>

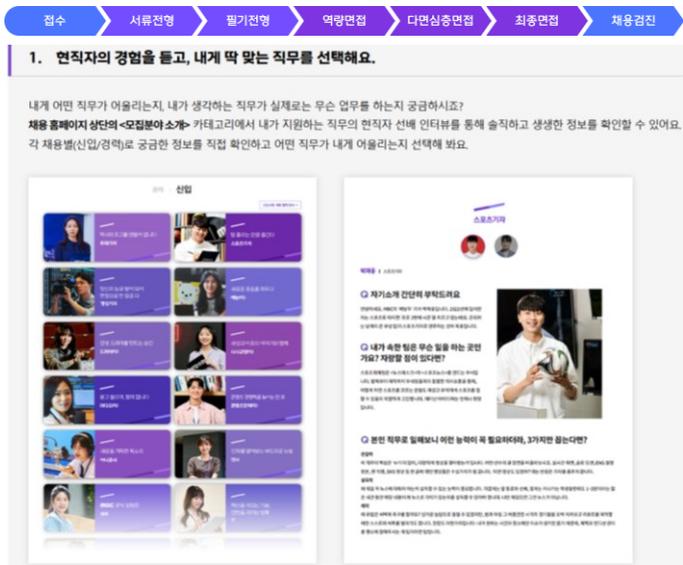
예천군민장학회	2,000,000
인일여자고등학교	2,000,000
노암초등학교	2,000,000
순천성남초등학교	2,000,000
대학육상연맹	7,000,000

총 4억 7천만 원 기부



## 구성원의 다양성과 역량개발

<b>다양성 및 역량개발 정책</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 임직원을 포함한 모든 업무상 관계자와 평등한 관계에서 상호인권 존중을 바탕으로 업무수행</li> <li>• 업무와 관련한 모든 경우에서 개인의 성별, 지역, 나이, 종교, 인종, 근로형태, 장애 여부, 병역, 성적지향 등을 차별받거나 차별하지 않는 윤리강령 운영</li> <li>• 성평등, 장애인인식개선 등 법정의무교육 운영을 통한 전사 임직원 인식 고취</li> <li>• 장애인고용공단 장애인 고용컨설팅(구인신청 등)을 통한 지속적인 장애인 근로자 신규고용</li> </ul>
<b>채용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '콘텐츠 중심의 글로벌 미디어 그룹'이라는 비전을 달성하기 위하여 상상력과 창의력을 두루 갖춘 인재를 선발하고 있음</li> <li>• 취재기자, 영상기자, 아나운서, 제작(드라마, 예능, 시사교양, 라디오)PD, 콘텐츠전략PD, 방송촬영, 방송경영, 미디어엔지니어, IT, 콘텐츠 마케팅 등의 직무로 구분하여 공개채용을 진행하고 있으며, 각 직무에 적합한 평가 방식과 프로세스를 채택</li> </ul>



<b>평가와 보상</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인사평가는 직원의 인사 처우와 역량개발을 위하여 연 1회 실시하며 성과평가와 다면평가로 구분(상반기는 중간면담 실시)</li> <li>• 성과평가는 대상 기간 동안 직원이 수행한 업무 실적을 절대평가 방식으로 실시</li> <li>• 360도 다면평가는 동료 직원의 성과 역량을 평가하는 동료평가와 미보직 직원이 직속상사의 조직 운영과 리더십을 평가하는 상사평가를 포함</li> <li>• 성과 평가에 대한 이의제기 절차를 갖추고 있으며, 이 경우 면담을 실시하고 인사위원회를 거쳐 최종확정</li> </ul>
<b>근로시간 및 근무환경</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로시간은 취업규칙으로 1일 8시간, 주 40시간 근무를 원칙으로 하고 있음</li> <li>• 근로자에게 최저임금 이상을 지급(2024년 기준 시급9,860원/월급 2,060,740원)</li> <li>• 직원의 근무 내용 또는 특수한 사정에 따라 법정 근로시간 범위 내에서 시차근무, 탄력근무, 교대근무, 선택근무 등 조정 가능</li> <li>• 직원의 휴게시간은 근무시간 4시간에 30분, 8시간에 1시간의 비율로 하며 업무 실정에 따라 일괄 또는 분할형으로 부여</li> <li>• 산업의 특성상 주간에 근무해야 하는 직원이 숙직 또는 장시간 근무 등으로 그 전날에 충분한 수면을 취하지 못한 경우에는 별도의 휴게시간을 부여</li> </ul>
<b>여성친화 정책 및 제도</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보건휴가: 여성 직원이 원하는 날짜에 매월 1일 부여</li> <li>• 태아검진휴가: 임신 중인 여성 직원 또는 배우자가 임신 중인 직원에게 부여</li> <li>• 출산휴가: 여성 직원에게 출산 전후 100일 휴가 부여(쌍생아는 120일 휴가 부여)</li> <li>• 유산·사산휴가: 여성 직원이 임신 후 12주 이내 또는 36주 이후에 근무시간 단축을 신청하는 경우 1일 6시간, 1주 5일, 주 30시간 근무 허용</li> </ul>

<p>일·가정 양립을 위한 지원 제도</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가족돌봄휴가(휴직) : 가족의 질병, 사고, 노령, 양육, 직원 자신의 건강 돌봄, 55세 이상 직원의 은퇴준비, 직원의 학업을 위해 신청한 경우 근무시간을 주당 15시간이상 35시간으로 함</li> <li>• 육아기 근무시간 단축 : 입양한 자녀를 포함하여 만 8세 이하 또는 초등학교 2학년 이하의 자녀를 가진 직원의 근무시간을 신청에 따라 주당 15시간 이상 35시간으로 함</li> <li>• 육아휴직 : 입양한 자녀를 포함하여 만 8세 이하 또는 초등학교 2학년 이하의 자녀를 가진 직원에게 최대 18개월의 육아휴직 부여</li> <li>• 난임치료 휴가 및 지원금 : 직원이 인공수정 또는 체외수정 등 난임 치료를 받기 위하여 휴가를 청구하는 경우 연간 7일 이내 휴가를 부여하고 지원금 지원</li> <li>• 직장 어린이집인 'MBC푸르니어린이집' 운영</li> <li>• 매월 2·4번째 금요일 4.5일제 근무(엠비서스데이, MBCiousDay)를 도입·시행</li> <li>• 본사 직원 가족 초청 특별 사내 견학 운영 : 2024년 총 4회, 95가족 220명 참여</li> </ul>
--------------------------	---

## 안전 및 보건

<p>안전 및 보건 정책</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 산업재해를 예방하고 쾌적한 작업환경을 조성하여 직원의 안전과 보건을 유지하고 증진하기 위해 노력하고 있음</li> <li>• 대표이사를 안전보건관리책임자로 하여 '산업안전보건법'에 따라 관련 업무를 수행</li> </ul>
<p>안전 및 보건 증진활동</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 분기별로 노사가 참여하는 산업안전보건위원회를 개최하고, 전 사원을 대상으로 하는 산업안전보건 정기교육 실시</li> <li>• 심폐소생술(CPR) 교육을 정기적으로 실시하고, 자동심장충격기(AED) 설치</li> <li>• 스트레칭, 직무 스트레스 해소, 금연클리닉 등 직원 건강장애 예방 프로그램 시행</li> <li>• 사건, 사고, 재난 등을 취재하거나 관련 내용을 제작한 직원들에 대해 심리상담 지원</li> <li>• 제작현장 안전관리를 위해 매뉴얼('MBC 콘텐츠제작 안전가이드')을 제작/배부하고, 드라마 제작 시 스태프들의 안전사고를 예방하고 안전한 제작환경 구축을 위해 제작 스태프들을 대상으로 안전교육과 현장 안전점검을 실시</li> <li>• 방송제작과 시설 미화 등 도급사업에 대한 수급사 근로자들의 안전을 위해 해당 법령에 맞추어 협의체 회의나 순회점검을 실시하여 도급업무의 안전강화에 만전을 기하고 있음</li> </ul>



### § 안전하고 건강한 일터 만들기 프로젝트 시행



프로그램 제작 환경의 안전성을 강화하기 위해 'MBC 콘텐츠제작 안전가이드 (ver1.0)'를 제작·배포하여 제작 현장에서 실질적인 안전 관리 기준으로 활용될 수 있도록 안내하였습니다. 또한 야외로케이션 촬영 시 현장점검을 실시하여 애로사항 및 개선사항을 확인하였습니다. 앞으로도 지속적인 안전 프로세스 개선을 통해 보다 안정적인 제작 환경을 조성해나갈 것입니다.

### § 안전문화 의식개선 프로젝트 시행



임직원의 안전의식을 높이고, 안전 문화를 정착시키기 위해 '안전문화 의식개선 프로젝트'를 시행하였습니다. 엠빅 안전 캐릭터를 제작·활용하였고, 전 직원이 안전의 중요성을 인식할 수 있도록 아드리움 멀티비전에 안전문화 홍보영상을 상시 송출하였습니다. 또한, 사옥 내 위험 요소를 강조하는 표지판을 부착하여 사고예방을 강화하고 M-PORTAL과 로비에 배너를 설치하여 임직원이 안전 관련 제보 및 건의를 쉽게 할 수 있도록 개선하였습니다. 앞으로도 지속적인 안전문화 정착을 위한 노력을 이어가며, 더욱 안전한 근무 환경을 조성해 나갈 것입니다.



## 사회적 책임 경영 데이터 인력 현황

구분	단위	2021	2022	2023	2024	
총 임직원 수	명	1,669	1,734	1,741	1,726	
임직원 구성 (고용형태별)	기간의 정함이 없는 근로자 수	명	1,439	1,471	1,488	1,493
	기간제 근로자 수	명	224	257	245	226
	등기 임원	명	6	6	8	7
임직원 구성 (성별)	남성	명	1,153	1,155	1,099	1,127
	여성	명	516	579	642	599
	임원	명	6	6	8	7
임직원 구성 (직위별)	국장	명	28	33	26	26
	부국장	명	14	15	10	10
	팀장	명	93	93	91	93
	미보직 사원	명	1,304	1,330	1,361	1,364
	계약직	명	224	257	245	223

## 인재확보 및 육성 (임원과 정규직 기준) 1) 임원과 정규직 기준

구분	단위	2021	2022	2023	2024	
총 신규채용자 수	명	50	68	36	53	
총 이직자 수	당연퇴직	명	1	0	3	1
	명예퇴직	명	0	0	55	0
	의원퇴직	명	34	15	14	23
	정년퇴직	명	37	23	21	25
	해고	명	0	0	6	0
임직원 교육	교육건수	건	129	148	119	125
	인당 교육 비용 <sup>1)</sup>	천 원	162	443	172	257

## 사회공헌

구분	단위	2021	2022	2023	2024
사회공헌비용 : 기부금	억 원	38.6	41.3	34.2	27.2
자원봉사 <sup>1)</sup>	시간	0	0	0	497
	인원 수	명	0	0	0

1) 코로나19로 활동 중단, 2024년부터 재개

## 소수계층 배려 편성

구분	단위	2021	2022	2023	2024
폐쇄자막 방송 비율	%	100	100	100	100
화면해설 방송 비율	%	14	17.1	15.3	16.5
한국어 수어방송 비율	%	9.96	11.1	10.3	11.23
어린이 프로그램 편성 비율 <sup>1)</sup>	%	4.1	4.0	4.1	4.1
청소년 프로그램 편성 비율 <sup>2)</sup>	%	41.1	39.9	39.3	39.0
국내 신규 애니메이션 편성 시간	시간	5,068	4,808	4,923	4,100

1) 13세 미만 대상

2) 13세 이상, 19세 미만 대상

## 투명 경영 Governance

### 투명 경영 체계

**MBC**의 투명경영은 공영방송으로서의 핵심적인 책임이자 ESG 경영의 중요한 요소입니다. 투명경영은 모든 이해관계자에게 정확한 정보를 제공하고 피드백을 반영하는 것을 의미하며, 이는 단순한 주주 관계를 넘어 시청자, 직원, 협력사와의 신뢰 구축에 필수적입니다.

**MBC**는 이러한 책임을 인식하여 2024년 경영목표 가운데 하나로 '신뢰받는 공영미디어'를 설정하고 세부전략과제로 '공동체 기여확대', '실천하는 ESG 경영' 등을 제시했습니다. 내부감사 시스템을 통해 부정행위를 사전에 방지하고, 외부 피드백을 적극 수용하여 지속가능한 발전을 도모합니다.

**MBC**는 앞으로도 투명경영을 통해 모든 이해관계자와의 신뢰를 강화하고, 공영방송으로서의 책임을 다하여 지속가능한 발전을 이끌어 나갈 것입니다.

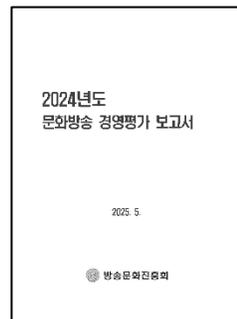
### 투명 경영 관련 내부 규정

규정	'이사회규정', '윤리위원회운영규정', '방송심의규정' 등
내규	' <b>MBC</b> 시청자위원회운영내규', ' <b>MBC</b> 시청자평가원 운영내규', ' <b>MBC</b> 시청자주권위원회 운영내규' 등
기타	'프로그램제작가이드라인', '방송강령', '윤리강령', '방송편성규약' 등

### 투명 경영 콘텐츠



〈탐나는TV〉(연중)



〈2024 **MBC** 경영평가 결과보고〉

## 투명 경영 실천

ESG 정책 보유 및 공개 여부	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESG가 포함된 경영계획을 매년 방송문화진흥회에 보고하고 승인</li> <li>ESG 관련 경영 추진실적은 2021부터 문화방송 연례보고서에 포함하여 공개하며 방송 및 인터넷 등 매체를 통해 ESG 경영사례를 알림</li> </ul>
윤리경영	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022년 윤리강령을 전면 개정하여 청렴의무, 공정한 직무수행, 건강한 근무 환경 조성, 의사표현의 자유와 책임 및 상담·신고제도에 대해 규정</li> <li>회사 대표와 근로자 대표가 동수로 참여하는 윤리위원회를 구성하여 운영 중</li> <li>전 사원을 대상으로 청탁금지 및 윤리강령 교육 실시</li> <li>윤리강령 위반행위에 대한 신고와 처리를 위하여 '<b>MBC</b> 클린센터'를 설치·운영 중</li> </ul>
ESG 관련 조직 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESG 관련 기획과 업무를 전담하는 ESG·심의팀 설치·운영</li> <li>팀 구성원 전체가 ESG 관련 교육을 받고, 사내에 전파</li> </ul>
경영정보의 공개와 평가	<ul style="list-style-type: none"> <li>매년 방송문화진흥회의 경영평가 및 방송통신위원회의 방송평가를 통해 방송프로그램에 관한 준법경영 여부를 평가</li> </ul>
시청자위원회 및 시청자평가원	<ul style="list-style-type: none"> <li>시청자의 권익을 보호하고 방송의 질적 향상을 도모하기 위하여 방송법상 기구인 시청자위원회를 구성하여 운영하며 관련 사항을 공개</li> <li>위원의 전문성, 추천분야의 다양성, 세대별 균형을 맞추었으며, 특히 성별은 〈양성평등기본법〉에서 정한 기준인 특정 성이 60%를 넘지 않게 구성</li> <li>시청자위원회가 선임하는 시청자평가원은 평론가, 대중문화 전문가, 빅데이터 전문가 등 4인으로 구성되어 각 분야별 전문성을 살려 시청자 권익보호에 필요한 전문적 조언을 제공하고, 직접 〈탐나는TV〉에 출연하여 의견을 개진</li> </ul>
시청자주권 위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>법령상 고충처리제도인 시청자주권위원회를 설치하여 운영</li> <li>민원인의 고충을 충분히 수용하여 민원을 해결하는 것을 원칙으로 함</li> </ul>

<b>자율심의</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자체심의를 위한 전담부서(심의파트) 등 공정성 관련 자율규제제도 운영</li> <li>• 주요 제작부문에 콘텐츠의 다양성과 팩트체크를 담당하는 '다양성데스크' 설치·운영(뉴스룸, 시사교양국, 라디오국, 스포츠국)</li> <li>• 시청자평가 프로그램 &lt;탐나는 TV&gt;(매주 토요일)를 편성하고 시청자 의견을 반영</li> </ul>
<b>저널리즘책임운영</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2023년 7월 본사 전략 방향인 '신뢰받는 공영미디어' 구현을 위한 실천적 방안으로 부사장 직속 저널리즘책임부 신설</li> <li>• 매달 한 차례 회의를 열고 정치·경제·사회·법조·기후환경·국제·영상 보도를 분석해 <b>MBC</b>가 제정한 프로그램제작가이드라인과 시사·보도프로그램 준칙을 이행하는지 점검, 회의 내용을 제작진과 공유</li> <li>• 공영방송 저널리즘의 책임과 의무를 다할 수 있도록 돕는 실무용 참고자료인 '<b>MBC</b> 뉴스 스타일북' 발간, 뉴스룸 구성원들에게 배포</li> </ul>

### 투명 경영 데이터

#### 이사회 구성 (2024.12.31.현재)

구분	성명	성별	직책	선임일	임기	전문분야
대표이사	안형준	남	사장	2023.2.23	2026.주총일	방송
감사	민병우	남	감사	2023.2.23	2026.주총일	방송
이사	박태경	남	부사장	2023.2.28	2026.주총일	방송
이사	박장호	남	보도본부장	2021.1.28	2026.주총일	방송
이사	박건식	남	기획본부장	2023.2.28	2026.주총일	방송
이사	윤미현	여	콘텐츠사업본부장	2023.2.28	2026.주총일	방송
이사	이주환	남	드라마본부장	2023.3.15	2026.주총일	방송

#### 이사회 운영 (2024.12.31.현재)

구분	단위	2021	2022	2023	2024
등기 이사	명	5	5	7	6
감사	명	1	1	1	1
회수	회	26	25	30	21
안건 수	건	41	35	45	31
참석률	%	99.4	100	96.7	98.7

#### 주주 지분을 및 주주총회 운영 (2024.3 현재, 경영지원팀)

구분	단위	2021	2022	2023	2024	
소유 지분율	최대주주 및 특수관계인	%	70	70	70	70
	최대주주 및 특수관계인을 제외한 등기임원	%	0	0	0	0
주주총회 이전 사전에 안건 통지 (주총 개최일과 소집공고일 간 차이)	일	15	16	15	15	

#### 주주의 권리 : 제62기 정기주주총회 안건별 찬반내역 (2024.3 현재)

번호	부의안건	가결여부	의결권행사 주식총수	찬성비율	반대 또는 기권 비율
제1호	제62기 재무제표, 연결재무제표 및 이익잉여금처분계산서 등 승인	가결	200,000	100%	0%
제2호	정관 변경	가결	200,000	100%	0%
제3호	임원보수한도 승인	가결	200,000	100%	0%
제4호	자회사 IP팩토리(가칭)설립	가결	200,000	100%	0%

## 윤리·준법경영

구분		단위	2021	2022	2023	2024
윤리경영 교육	시간	시간	1	1	1	1
	인원 수	명	1,669	1,734	1,741	1,721
법규 위반 건수	공정경쟁 관련 법규	건	0	0	0	0
	반부패 관련 법규	건	0	0	0	0
	정보보호 관련 법규	건	0	0	0	0

## 시청자위원회 구성 (2024.12.31.현재)

구분	성명	성별	이력	선임일	임기	추천부문
위원장	심미선	여	순천향대 미디어커뮤니케이션학과 교수	2024.8.1	2026.7.31	언론관련 시민학술
부위원장	김희경	여	법무법인 도영 변호사	2024.8.1	2026.7.31	청소년
위원	신미희	여	민주언론시민연합 사무처장	2024.8.1	2026.7.31	언론관련 시민학술
위원	윤장열	남	부경대 미디어커뮤니케이션학과 연구원	2024.8.1	2026.7.31	언론관련 시민학술
위원	임찬익	남	영화감독	2024.8.1	2026.7.31	문화
위원	전진한	남	알 권리연구소 소장	2024.8.1	2026.7.31	인권
위원	최량규	남	재난안전관리원 감사	2024.8.1	2026.7.31	과학기술
위원	최준호	남	(재)숲과나눔 풀씨행동연구소 소장	2024.8.1	2026.7.31	소비자 보호
위원	한정현	여	한국외대 미디어커뮤니케이션학과 대학원	2024.8.1	2026.7.31	사회소외 계층
위원	홍영미	여	4.16세월호참사가족협의회 운영위원장	2024.8.1	2026.7.31	인권
위원	홍원식	남	동덕여대 교양대학 교수	2024.8.1	2026.7.31	문화
위원	황인결	남	대명하이테크 이사(前육사 헌병대장)	2024.8.1	2026.7.31	인권

## 시청자위원회 운영

구분	단위	2021	2022	2023	2024
시청자위원회 회의 개최 횟수	건	12	12	12	12
시청자위원회 의견제시 또는 시정요구사항 건수	건	306	271	250	208
제시의견 활용실적 건수	건	306	271	250	208

## 시청자주권위원회(고충처리) 처리유형 및 처리건수

구분	단위	2021	2022	2023	2024	
민원접수	건	7	23	17	0	
제외대상	건	6	20	11	0	
심의 결정 유형	사전중재 및 합의	건	0	1	6	0
	해당 부서 이첩	건	0	0	0	0
	주권위 결정	건	1	2	0	0

## 시청자주권위원회(고충처리) 처리유형 및 처리건수

구분	단위	2021	2022	2023	2024
프로그램 심의	TV	3,237	3,055	3,000	3,055
	라디오	13,105	12,977	1,741	12,977
가요심의	건	15,654	15,449	12,277	15,449
뮤직비디오 심의	건	601	603	639	603
드라마 심의	건	645	736	688	736
영화 심의	건	22	7	8	7



### § 방문진 MBC저널리즘 스쿨

MBC와 방송문화진흥회 공동 사업으로 언론의 사회적 책임을 깊이 인식하고, 균형있는 가치관을 가진 예비 언론인을 양성하는 프로젝트입니다. 교양과 실무를 겸비한 언론인을 양성하기 위해 균형감 있는 지식인 기자와 창의성 넘치는 크리에이터 PD를 양성하고 있습니다. 2024년에는 기자와 PD를 지망하는 예비 언론인 27명이 9개 과목 135강좌를 수강, 전원 수료하였습니다. 앞으로도 MBC는 방송문화진흥회와 함께 언론의 공공성 제고를 위해 한국 방송과 언론의 미래를 책임질 청년들을 키워 내겠습니다.



### § '좋은 방송을 위한 시민의 비평상'

MBC와 방송문화진흥회는 시청자들의 건전한 프로그램 비평을 통한 대한민국 방송의 발전과 시청자들의 권익 증진을 위하여 '좋은 방송을 위한 시민의 비평상'을 진행하고 있습니다. '시민의 비평상'은 프로그램에 대한 시청자들이 비판의식을 가지고 방송을 바로 보는데 도움이 되고자 시행하는 사업입니다. 2024년 27회 시민의 비평상에는 최우수작 1편, 우수작 3편이 선정되었으며 수상작은 부상집으로 발간합니다. 앞으로도 시민 사회 전반의 미디어 리터러시 영향을 강화하기 위한 MBC와 방송문화진흥회가 함께 노력하겠습니다.

미디어그룹  
MBC × 네트워크



## 부산MBC



창사 65년을 맞아 존재 이상의 가치 실현을 위해 달려왔습니다. 올바른 보도와 유익한 방송을 통해 부산을 넘어 동남권 통합에 기여하는 방송사로 거듭나겠습니다.

**회사명**  
부산문화방송(주)

**창립연도**  
1959년

**대표이사**  
최병한

**홈페이지**  
www.busanmbc.co.kr



§ <부산 MBC 뉴스데스크>

시대의 화두로 떠오른 인구소멸의 원인과 해법을 모색하는 기획 보도를 비롯해 맑은 물 공급과 민자도로 문제, 가덕신공항 건설 등 지역 현안을 집중 보도함으로써 지역 여론을 선도하고 있습니다.



§ <남극이 허락한 사람들>

남극 기후 변화의 심각성과 세계 주요 국가들이 경쟁하는 남극 연구, 개발의 실상을 생생하게 다룬 창사 65주년 특집 2부작 다큐멘터리를 제작했습니다. <남극이 허락한 사람들>은 제37회 MBC 계열사 작품경연대회 작품상 동상을 수상했습니다.



§ <마이스테이지>

지역의 신인 뮤지션을 발굴하고 공연 문화 발전을 위해 음악 전문 프로그램인 '제2의 조용필'이 나오는 산실이 될 것으로 기대합니다.



§ '2024 부산광역시장배 파크골프대회'

중장년층을 중심으로 빠르게 확산하고 있는 파크골프대회를 개최하여, 대회 첫째 300명이 넘는 선수들이 참가하는 성과를 거뒀습니다. 시민들이 여가생활을 즐기고 건강을 다지는 대회가 되도록 가꿔나가겠습니다.



§ '전국 청소년 UCC 콘테스트'

부산 MBC는 2023년부터 바다환경 보호와 인식 제고를 위해 초등학생을 대상으로 한 그림그리기 대회를 열고 있습니다. 또한 학교 폭력에 대해 학생들 스스로 고민하고 예방하는 방안을 찾아보는 UCC 콘테스트를 2012년부터 해마다 마련하고 있는데, 올해에는 전국 중,고등학생 200여 명이 참가했습니다.



§ '전국 어린이 바다환경 그림 그리기 대회'



**회사명**  
대구문화방송(주)

**창립연도**  
1963년

1963년 첫 전파를 쏜 대구MBC는 대구·경북민의 사랑을 받는 지역 대표방송으로 자리 매김해왔고 권력의 감시와 비판 등 공영방송의 역할도 충실히 해 왔습니다. 미래 100년을 이끌어 갈 신사옥 이전 계획 수립과 지역적인 한계를 탈피한 사업영역 확대 등 지속 가능한 방송 및 경영 환경 기반을 확립하기 위해서도 적극적으로 노력하고 있습니다.

**대표이사**  
황외진

**홈페이지**  
www.dgmbc.co.kr



§ <시민의 품격>

지식 토크 전성시대라고 할 만큼 다양한 미디어에서 정보와 지식이 매일 쏟아져 나오고 있지만 정작 우리가 살아가는 지역에 대한 이야기는 많지 않습니다. 우리의 역사는 특정 계급들이 이끌어왔다고만 생각하기 쉽지만, 사실 '주체적인 시민'들의 노력과 감시로 이룩해온 역사이기도 합니다. 지역의 지식인들과 우리가 잘 몰랐던 우리 지역 이야기를 찾아내고 잘 알려지지 않았던 시민들의 노력을 재조명해 지역과 지역민들의 정체성을 발견해 나가고 있습니다.



§ 특별기획 다큐멘터리 3부작 <3개의 가면>

‘혐오’와 ‘차별’은 오늘날 세계가 직면한 가장 중요한 사회 문제 중 하나입니다. 혐오 표현을 없애자는 건 더불어 사는 공존의 사회를 만들자는 호소입니다. 편견의 가면, 혐오의 가면, 차별의 가면에 감추어진 아슬아슬한 ‘말의 칼날’들을 취재해 그 대안을 제시하고자 했습니다.  
(1편 - 선량한 당신의 혐오라는 두 얼굴, 2편 - 편견의 감옥, 3편 - 차별을 멈출 결심)



§ 기후위기 특별기획 <한반도 사과 멸종 보고서>

기후 위기에 사과를 지키는 농민들을 일 년간 추적, 관찰한 보고서로 사과 멸종을 막을 방법을 찾아보고 그 해답을 제시했습니다. 무더위로 생긴 하얀 사과의 실태와 원인을 과학적인 실험을 통해 밝혀내고 온난화를 이겨낼 사과 신품종 개발에 박차를 가하는 일본과는 달리 우리나라의 열악한 신품종 개발 현실을 알렸습니다. 농식품부의 온난화 대응 사과 정책인 ‘스마트 과수원 특화단지 조성 사업’이 모목 부족으로 불가능한 어처구니없는 현실도 고발했습니다.



§ <‘선한영향력가게’ 지원>

결식아동을 자발적으로 지원하는 소상공인 단체인 ‘선한영향력가게’와 업무협약을 맺고 영남권 15개 소상공인에게 매장사진, 홍보영상, 네이버 플레이스 컨설팅 등을 지원해 TBC 뉴스에도 소개되었습니다.



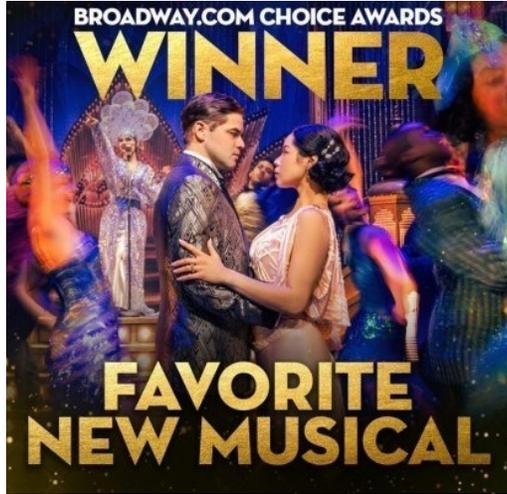
§ <소담스퀘어대구 운영>

정부의 소상공인 지원사업인 ‘소담스퀘어대구’를 총괄 운영하며 2024년 한 해 733개 소상공인, 4,600여개 제품의 디지털 전환을 지원하여, 31억 4,000만원의 매출지원으로 전국 소담스퀘어(8개) 평가에서 1위를 차지하였고, 한국중소벤처기업유튜버 ‘상생협력상’을 수상했습니다.



§ <신농사작실>

농부들의 희노애락을 청년농부 3명과 남도소리꾼이 맛깔나게 소개합니다. 전세계적 히트상품 ‘K-푸드’, ‘K-농산물’을 생산하는 우리 농부들의 경쟁력과 우리 농업의 비전을 우리 소리(판소리)와 함께 독특하고 특별하게 소개하고자 제작했습니다.



### § K-뮤지컬의 성공적인 해외진출 및 투자

오랜 기간 국내 대형 뮤지컬 제작 투자 노하우를 바탕으로 해외시장 개척을 통한 새로운 수익 창출의 노력을 기울였습니다. 그 결과 2024년 4월 25일 뉴욕 '브로드웨이 씨어터'에서 막을 올린 뮤지컬 <위대한 개츠비>는 프리뷰 행사에서 36회 전석 매진을 기록하는 등 줄곧 티켓 판매 'TOP 10'을 유지하면서 토니상 수상 등, 'K-뮤지컬'의 성공적인 해외진출 역사를 써내려 가고 있습니다. 이에 힘입어 2025년 4월부터 런던 웨스트엔드 공연이 예정되어 있고, 향후 월드 투어 및 국내 공연을 통해 지속적인 수익을 창출해 낼 것으로 기대하고 있습니다.

## 광주MBC



광주MBC는 공익성·지역성 구현, 시청자 주권을 기본이념으로 보편적 방송 서비스를 제공하고 있습니다. 지역 의제 설정과 발전 방향을 모색하고 민주와 평화, 인권의 가치를 실현하며 공적 책임을 다하고 있습니다. 또한 지역의 유구한 역사와 문화 자산을 조명하고, 시청자의 다양한 욕구를 반영하며 지역민의 문화 향유 기회를 확대한 프로그램과 사업을 적극 펼치고 있습니다.

<b>회사명</b> 광주문화방송(주)	<b>창립연도</b> 1964년	<b>대표이사</b> 김낙곤	<b>홈페이지</b> <a href="https://kjmbc.co.kr">https://kjmbc.co.kr</a>
-------------------------	----------------------	--------------------	--



### § <남도 탐구생활>

더 작은 지역으로 더 많은 매체와 지역을 잇는 지역 커뮤니티를 복원하는 신개념 라이브 프로그램 <남도탐구생활>. 뉴스 탐구생활, 탐구생활 1군, 중부의 레시피 등 코너를 통해 지역의 가장 중요한 소식을 전달하고 지역의 문화자원을 복원, 기록하는 지역 밀착 매거진입니다.



### § <한국의 괴물>

<한국의 괴물>은 역사 문헌 속 실재하는 한국 괴물을 찾아 복원한 프로그램입니다. 생사에 관여하는 '생사귀', 조선판 행운의 편지 괴물 '삼구일두귀', 요사스러운 도술을 부리는 '흰여우' 등 한국 고유 괴물을 흥미로운 이야기와 함께 일러스트로 복원했습니다. 또한 곳곳에 실재하는 다채로운 문화유산이나 명소와 연결된 괴물 이야기를 통해 지역을 재조명했습니다.



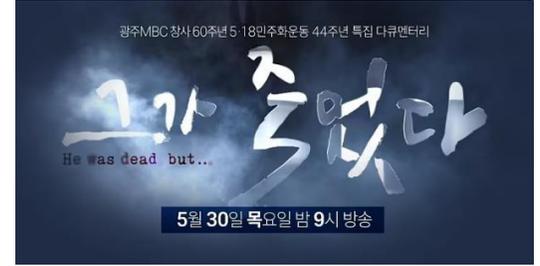
### § <시사 용광로>

광주MBC 시사 토론 프로그램 생방송 <시사 용광로>는 지역민들이 궁금해하고 또 알아야 할 중요한 지역 이슈와 시사 정보를 제공합니다. 모든 것을 펄펄 끓여 녹여내는 용광로처럼 <시사 용광로>에서는 뜨거운 이슈와 중요한 의제를 심층적으로 다루며 지역민의 알 권리를 충족하고 대안을 제시합니다.



### § 무등산사랑환경대학

1994년 시작한 무등산사랑환경대학은 광주의 상징인 무등산을 사랑하고 보존하기 위한 지식을 습득하여 실천하는 환경 파수꾼을 양성하며 희망 가득한 지역 공동체를 만드는 데 앞장서고 있습니다. 2016년 유네스코 지속가능발전교육 공식 프로젝트 인증을 받았으며, 그동안 59기 3,500여 명이 수료했습니다.



### § 5·18 44주년 특집 다큐멘터리 <그가 죽었다>

1980년 5월 21일, 옛 전남도청 집단 발포의 책임자를 추적하고 있는 광주MBC 취재팀은 5·18 범정부 차원의 공식 문서인 '체로키 파일'의 실제 작성자가 살아 있다는 사실을 확인하고 미국으로 건너가 인터뷰에 성공했습니다. 5·18 진상조사위원회조차 접촉하지 못했던 인물과 사실의 발굴을 통해 5·18 진상규명의 문제의식을 지역사회에 던졌습니다.



### § 무등산권 지오(GEO) 마라톤 대회

무등산권 지오마라톤 대회는 광주광역시, 전라남도에 걸쳐 형성된 무등산권을 배경으로 하는 지역 참여형 마라톤 대회입니다. 대회를 통해 무등산권 유네스코 세계지질공원 인증의 의미를 되새기고 무등산권을 대한민국 전역과 세계에 알립니다. 지역민과 협력해 만들어가는 소통의 장이자 전국의 남녀노소, 외국인도 달림이의 참여로 범세계적 문화 형성에 앞장섭니다.

## 대전MBC



대전MBC는 1964년 개국해 라디오 AM방송을 시작으로 UHDTV·DTV·표준FM·FM·DMB 등 다양한 매체를 통해 지역사회 여론을 선도하고 지역 문화 발전을 견인하고 있습니다. 대한민국의 중심 대전·세종·충남 전역을 방송권역으로 하는 지역 대표 공영방송으로 공익성과 지역성을 실현하고 백년친구 같은 친근한 방송사로 거듭나기 위해 최선을 다하고 있습니다.

<b>회사명</b> 대전문화방송(주)	<b>창립연도</b> 1964년	<b>대표이사</b> 진중재	<b>홈페이지</b> www.tjmbc.co.kr
-------------------------	----------------------	--------------------	--------------------------------



§ <라이프 라이프 사운드>

새로운 시각으로 로컬의 매력을 발견하는 소리채집 여행기로 섬마을, 어린이재활병원, 장애인체육회, 국립문화유산연구원 등 삶의 현장을 찾아가 그곳에서 생활하는 이웃들 또는 노동자들과 이야기를 나누고, 그곳만의 소리를 채집해 시청자에게 소개하는 12부작 프로그램입니다. 지역의 삶과 이야기를 소리로 기록하는 로컬 아카이빙으로 현대판 TV버전 '우리 소리를 찾아서'라고 할 수 있습니다.



§ 특집 다큐멘터리 <더 레이스 : 새로운 우주시대>

'한국판 NASA'로 불리는 우주항공청을 출범시키며 5대 우주강국으로의 도약을 위해 2024년 새로운 출발선상에 선 대한민국의 우주 개발 현주소를 집중 조명합니다. 정부가 이끌던 '올드 스페이스'에서 기업 주도의 새로운 우주시대, '뉴 스페이스' 시대를 맞아 세계적으로 주목받는 미국과 일본의 우주 기업들을 소개하며 대한민국 우주산업의 미래 방향을 제시합니다.



§ 창사 60주년 특집방송 <백년 믿음 백년 친구>

대전MBC 창사 60주년을 맞아 그 동안 대전MBC에 깊은 애정과 신뢰를 보내 준 시청자들을 스튜디오로 초대해 그 감사함에 보답하고자 비전선포식과 축하공연을 진행했습니다. 각계각층의 평범한 지역민들이 주인공으로 출연해서 대전MBC와 연관된 소중한 추억과 앞으로 지역방송으로서 나아가야 할 방향에 대한 이야기를 담았습니다.



§ 연중캠페인 <당신이 주인공입니다>

나눔과 봉사를 실천하는 지역민을 발굴하고 어려운 환경에서도 굳건하게 열심히 생활하는 모습을 담은 이웃들을 소개하는 TV 캠페인으로 총 23편을 제작 방송했습니다. 평범한 이웃들을 주인공으로 선정하고 그들의 치열한 삶의 현장을 집중 조명함으로써 지역민들에게 희망과 용기를 불어넣고 연대가치와 공동체 회복의 메시지를 전달했습니다.



§ 특집 다큐멘터리 <철도 르네상스 : 레일리즈 빵> 2부작

과거 혁신을 주도했던 철도는 다시 우리의 일상으로 돌아와 새로운 시대를 열어가고 있습니다. 단순한 교통수단으로서의 철도를 넘어, 그 뒤에 숨겨진 도시와 사람들의 삶을 조명합니다. 1부에서는 철도의 탄생지 영국과 철도 강국 일본을 배경으로도 시문화 이야기를, 2부에서는 철도가 만든 도시 '대전'의 이야기를 담았습니다. UHD로 담아낸 생생한 영상을 통해 철도와 도시문화에 대한 깊이 있는 이야기를 전달합니다.



§ 대전 MBC 전국창작동요대회

1924년 민족 정서와 우리말 흐름의 맥을 이으며 어린이 운동의 큰 줄기로 출발한 대한민국 창작동요가 2024년에 100주년을 맞이했습니다. 대전MBC는 창사 60주년을 맞아 2010년에 사라진 MBC 창작동요제를 부활시켰습니다. 순수한 어린이의 마음을 고운 언어와 아름다운 멜로디에 담은 창작곡 238편이 접수되었고 치열한 경쟁을 통해 10편의 수상작을 선정했습니다.

## 전주MBC



지난 59년 동안 전북지역 정론을 지켜온 전주 MBC는 변화하는 시대에 맞게 지역 다문화 프로그램 <다정다감>, 지역 맞춤 여행기 <로컬판타지> 등 다양한 프로그램 제작을 통해 지역 방송의 역할을 다하고 있습니다. 전북 유일의 포털 뉴스 콘텐츠 제휴 매체이자 82만 명의 유튜브 채널 구독자를 보유한 디지털 매체의 선두 주자로서 2024년 전북특별자치도의 출범을 계기로 지역을 대표하는 방송사임을 확고히 해왔습니다.

**회사명**  
전주문화방송(주)

**창립연도**  
1965년

**대표이사**  
정희찬

**홈페이지**  
www.jmbc.co.kr



### § <로컬 판타지>

<로컬판타지>는 전북의 숨은 매력을 외지인의 시선으로 바라보고 그 모습을 카메라에 담아내는 프로그램입니다. 지역을 떠나는 사람이 늘어나고 있고, 지역은 젊은이들에게 기회의 땅이 아닌지 오래이지만 지역은 수도권과 다른 매력이 분명히 있습니다. 뽀뽀하게 둘러싸인 빌딩 숲을 벗어나 아름다운 산과 바다로 둘러싸인 자연에서 잠시나마 휴식을 느끼고 마음의 여유를 가지는 시간을 <로컬판타지>를 통해 선사합니다.



### § <판소리RE 50+6915>

판소리 원형 회복 프로젝트! 판소리와 비슷한 역사와 고민의 시간을 거친 조지아 민속음악 '폴리포니'에 주목했습니다. 폴리포니의 화음이 어우러진 조지아의 이국적인 풍경과 무더운 여름 폭포 아래에서 치열하게 연습하는 미래 소리꾼들! 그리고 전주 대사습놀이 50년의 역사를 쓴 역대 명창들의 인터뷰와 소회가 씨줄과 날줄처럼 엮여 시공간을 아우르는 다중의 하모니를 만들어냅니다. 이를 통해 판소리 회복의 해답을 '청중과의 교감'에서 찾았습니다.



### § <물의 시선>

인간이 아닌, 물의 시선으로 바라본 자연은 어떤 모습일까? 생태 환경 다큐멘터리 <물의 시선>은 자연을 바라보는 시선을 인간이 아닌 자연에게 돌려줌으로써 인간이 보지 못했던 또 다른 '자연'의 본질을 보게 만들었습니다. 시각 예술작가로 활동하는 양쿠라 작가가 전북 전주천 상류를 시작으로 만경강을 거쳐 새만금 바다에 이르는 80Km 물의 여정을 영상으로 담아냈습니다.



### § 장혜라의 식스센스

<장혜라의 식스센스>는 퇴근길 청취자들에게 하루의 피로를 풀어주고 새로운 에너지를 불어넣어주는 감각적인 라디오 프로그램입니다. 청취자의 오감을 넘어 여섯번째 감각을 자극하는 다채로운 콘텐츠를 제공합니다. 친숙하고 유쾌하지만 따뜻한 목소리로 17년간 청취자들과 함께해 온 장혜라DJ의 강점이 극대화한 프로그램으로 재탄생하여 전북 지역에서 새로운 라디오의 기준을 제시했습니다.



### § 전주 연중 캠페인 <당신의 꿈을 응원합니다>

2024년 전북특별자치도 출범을 맞아 전북이 새로운 비상을 꿈꿉니다. 지역 주민들의 다양한 꿈과 열정을 조명함으로써 지역사회의 유대감을 강화하고, 서로의 꿈을 응원하는 문화를 조성하고자 노력하고 있습니다. 앞으로도 전주 MBC는 지역 주민들의 목소리에 귀 기울이며, 그들의 꿈을 함께 응원하는 다양한 프로그램과 캠페인을 선보이겠습니다.



### § 지구별 라디오

<지구별 라디오>는 지금의 기후 위기 시대에, 지구와 환경을 지키기 위해 필요한 환경 감수성을 높이는 교양 프로그램입니다. 때론 환경 훼손의 현장에서 시민들의 목소리를 듣고, 갈수록 심해지는 기후 재난에 대한 원인과 대책을 논의하고, 인간만큼 중요한 동물과 자연 생태계 보전을 이야기합니다. '지구를 지키자'는 일회성 캠페인을 넘어, 꾸준히 우리 지구별이 직면한 현실과 이를 극복할 지속가능성을 전하고 있습니다.

## MBC경남



**MBC**경남은 경상남도 18개 시·군 전체를 아우르는 대표 방송사로 지상파의 한계를 뛰어넘는 고품질 콘텐츠 생산에 주력하고 있습니다. 지역소멸에 대항하고 지역소생을 연구하는 시사매거진 프로그램부터 군 사망사고 유가족들의 분투와 성과를 정리한 다큐프로그램, 중요한 이슈들을 집중 취재한 **〈MBC가 간다〉** 보도물까지 지역사회에 밀착하여 지역발전의 가치를 전달한 것은 물론 사회적 약자에 한발 더 나아갔으며, 권력 감시라는 공영방송의 본연의 역할을 하고자 노력해왔습니다. 또한 국내외 방송사 등에 콘텐츠 유통을 다각화하고 엠키타·엠뉴·엠박스 등 주요 유튜브 채널에서 약 80만 명의 구독자를 보유, 디지털 플랫폼에서의 저변을 더욱 확대하고 있습니다.

**회사명**  
(주)엠비씨경남 (MBC충북)

**창립연도**  
1968년

**대표이사**  
이우환

**홈페이지**  
www.mbcgn.kr



### § 〈김밥의 천국〉

통계 보증 '김밥천국' 한국. 김밥집(4만 8,898개)은 치킨집(4만 2,624개)보다 많습니다. (농림부·aT, 2023년 식품외식통계)너무 당연해서 오히려 소중함을 잊고 살던 우리를 자극한 건 외국의 K-푸드 팬들이었습니다. 미국에서 김밥 사재기 현상이 벌어지고, 프랑스의 고급 백화점에 김밥이 입점했습니다. 한국이 진정한 김밥의 천국으로 거듭나도록 〈김밥의 천국〉은 저평가되던 김밥의 가치를 재조명하고, K-푸드의 넥스트 아이돌 김밥에 스포트라이트를 비쳤습니다. 1,000원짜리 김밥부터 20만 원이 넘는 파인다이닝 김밥까지 다루는 세계 최초의 김밥 다큐멘터리입니다.



### § 〈뉴스파다〉

‘지역이 살아야 대한민국이 산다’는 마음가짐으로 지역소멸에 대항하고 지역소생을 연구하는 데일리 시사 매거진 프로그램입니다. TV, 라디오, 유튜브 동시생방송으로 ‘지역에 거주하는 초연결시대’를 위한 뉴스 큐레이션을 제공합니다. ‘지역소생연구소’라는 부제에 걸맞게 세상의 모든 뉴스를 지역민의 관점으로 분석합니다.



### § 〈더 터미널 쇼〉

전국 터미널에서 펼쳐지는 즉석 로드 토크쇼, 〈더 터미널 쇼〉. 누구나 오가는 공공장소이자 수많은 이야기의 교차점인 터미널에서 사람들의 얽히고 설킨 이야기가 유쾌하게 펼쳐집니다. 터미널에 빠질 수 없는 ‘여행’과 ‘음식’ 이야기를 위해 각 분야에서 가장 핫한 여행 유튜버 빠니보틀, 웹툰 작가 겸 ‘아매 셰프’ 김풍이 MC로 나섰습니다. 총 2부작 파일럿으로 방영된 〈더 터미널 쇼〉는 2025년 레귤러 프로그램으로 돌아올 예정입니다.



### § 〈엄마의 말뚝〉

‘채 상병 사건’으로 뜨거웠던 2024년의 연말 방영된 〈엄마의 말뚝〉은 군 사망사고 유가족들의 분투와 성과를 정리한 휴먼 다큐멘터리입니다. 지난 10년간 우리 사회는 그들의 노력 끝에 ‘군대가 아무리 특수한들 아무나 죽어도 되는 공간은 아니’라는 사실을 엄중히 성찰하게 됐습니다. 희망을 곳곳이 품으며, 법, 제도 개선 활동에 정진하는 유족들의 모습 자체가 다큐의 하이라이트인 이유입니다. ‘군인권보호관 제도 출범’, ‘군사법원 폐지’, ‘고 이예람 중사 특검법’ 등 철옹성 같았던 한국 군대가 조금씩 열리던 순간이 〈엄마의 말뚝〉에 망라되어 있습니다.



### § <밀톡 시즌2> 대한민국 대표 방산 토크쇼로 '우뚝'

지역의 주축산업을 기반으로 시작한 <밀톡>은 2024년 시즌2를 선보이며 '지상파 최초 방산 토크쇼'에서 한 걸음 더 나아가 '대한민국 대표 방산 토크쇼'로 자리매김했습니다. <밀톡>의 소재와 주제, 네트워크를 기반으로 한 'K-방산 미래 포럼' 역시 2년째를 맞아 명실상부한 방산 포럼으로 대내외 호평을 받았습니다. **MBC** 경남의 밀톡은 지역방송과 지역산업의 상생은 물론 'K-방산의 성장과 미래'라는 국가적 과제를 성공적으로 수행하는 데 선도적 역할을 하고자 노력하고 있습니다.



- 12 **[MBC가 간다] 깃발 꽃으면 당선되니까? 어떻게까지 개루시하시다니.. 사라진 경남 국민의힘 정철식 의원을 찾아서**  
영뉴 | MBC경남 NEWS · 조회수 7.6만회 · 1개월 전
- 13 **이 시국에 외유성 출장 다녀온 의원은의회...면날 싸우다가 이럴 땐만 단합?** (2024.12.15/뉴스데스크/MBC경남)  
영뉴 | MBC경남 NEWS · 조회수 4.4만회 · 1개월 전
- 14 **【프리뉴스키】 경남 국민의힘의원 찾아서..지역민이 궁금해합니다. 입장 표명 중? "천허 안 궁금해할 걸"...깃발 꽃으면 된다고 이렇게 지역민 무시하시다니 | 뉴스요즘집**  
영뉴 | MBC경남 NEWS · 조회수 11만회 · 1개월 전
- 15 **【경남 국민의힘 의원 찾아서】 탄핵 표결 D-1..입장 변화 없나?** (2024.12.13/뉴스데스크/MBC경남)  
영뉴 | MBC경남 NEWS · 조회수 8.3만회 · 1개월 전
- 16 **【경남 국민의힘 의원 찾아서】 "탄핵 표결 입장 변화는?" 다시 물어보니...** (2024.12.12/뉴스데스크/MBC경남)  
영뉴 | MBC경남 NEWS · 조회수 1.9만회 · 1개월 전
- 17 **【경남 국민의힘 의원 찾아서 1】 탄핵표결 입장은?** (2024.12.11/뉴스데스크/MBC경남)  
영뉴 | MBC경남 NEWS · 조회수 10만회 · 1개월 전

### § <MBC가 간다>

2024년 정국을 뒤흔든 명태균 게이트의 시작은 경남이었습니니다. 게이트에 연루된 인물과 수사 상황을 집중 취재하고 보도했습니다. 12.3 내란 사태 이후 <MBC가 간다>를 통해 경남 출신 정치인들을 직접 찾아가 비상계엄을 옹호하는지, 탄핵에 대한 견해를 직접 묻고 그 답변을 받아 시청자들에게 전했습니다. 우리의 취재와 보도가 역사의 기록이라는 사명감으로, 거짓과 궤변, 혐오가 난무하는 시대, 시청자와 유권자가 올바른 선택을 할 수 있도록 실체적 진실을 찾아 전한다는 각오로 보도에 임하고 있습니다.

## 춘천MBC



춘천MBC는 1968.7.13 라디오 첫 전파를 쏘이 후 지역 여론을 선도하고 있습니다. 지역의 다양한 여론을 균형 있게 반영하고 지역 권력에 대한 성역 없는 비판으로 언론의 사명을 충실히 수행하고 있습니다. 또 지역의 문화와 역사, 환경의 가치를 적극 고양하고 지역민의 삶을 오롯이 담아내는 교양 프로그램을 제작하고, 뉴미디어시대에 걸맞게 관련 콘텐츠 생산도 확대하는 등 강원 지역 대표 방송사의 위상을 굳건히 다져가고 있습니다.

<b>회사명</b> (주)춘천문화방송 (춘천MBC)	<b>창립연도</b> 1968년	<b>대표이사</b> 최현영	<b>홈페이지</b> www.chmbc.co.kr
---------------------------------	----------------------	--------------------	--------------------------------



### § <여기 이슈 강원>

<여기 이슈 강원>은 강원도에서 일어나는 각종 이슈와 현안을 포함해 각 지자체가 중점적으로 추진하는 정책들에 대해 심도 있게 논의하는 토론 프로그램입니다. 각종 시사 현안들을 보다 더 깊이 있게 토론하여 강원도민에게 제공함으로써 뉴스를 보완하며 뉴스를 본질에 충실하고자 하는 프로그램입니다.



### § <가고잡소>

<가고잡소>는 중소기업과 지역 취업 준비생을 연결해 주는 상생프로젝트 예능 프로그램입니다. <가고잡소> 창사특집으로 '중소총회'를 개최해, 강원도 내 중소기업의 현재와 미래를 진단했습니다. 한국PD 연합회 '이달의 PD상'과 방송통신심의위원회 '이달의 좋은 프로그램상'을 수상했습니다.



### § 특별기획 <빛과 목소리가 모이다>

2024.12.3 대통령 비상계엄 선포 이후부터 국회 탄핵 의결까지 각계각층 강원도민들의 목소리와 민주주의를 바라는 염원의 빛을 조명한 프로그램입니다. 국회 탄핵 의결이 이뤄지기 전까지 긴박한 상황을 현장감 있게 구성해 민주주의의 의미와 정치와 삶의 관계를 조명했습니다.



### § 한중일 3국 공동기획<삼국 인플루언서와의 여행>

춘천MBC, 중국의 항저우TV, 일본의 후쿠이TV가 공동으로 제작한 프로그램으로 3개국 3사 지역방송사는 지난 1997년부터 매년 공동프로그램을 제작하고 있습니다. '삼국 인플루언서와의 여행'은 누구보다 자기 지역을 사랑하고 많은 사람들에게 지역의 문화를 알리고 싶어 하는 각국 인플루언서들과 함께 떠나는 여행입니다.



### § 유튜브 채널 <땅집 TV>

부동산 매물 소개 콘텐츠를 제작하는 유튜브 <땅집 TV>는 주민들이 찾고자 하는 부동산에 대한 다양한 정보를 알차게 제공하여 시청자들의 큰 호응을 얻고 있습니다.

## MBC 충북



MBC 충북은 1970년 충주MBC와 청주MBC가 방송을 개시한 이래 지역 언론으로 충북 발전의 시대를 함께 견인해 오던 중, 2016년 10월 두 회사가 통합하면서 충북지역 핵심 방송사로서 영광의 시대를 함께 나아가기로 했습니다. 지역민에게 사랑받는 프로그램과 빠르고 정확한 보도, 시대를 꿰뚫는 특집 제작물을 기본으로 21세기 변화의 시대에 발맞춰 다양한 시도를 통해 지역의 문화적 가치를 발굴해 나가는 데 노력하고 있습니다.

<b>회사명</b>	<b>창립연도</b>	<b>대표이사</b>	<b>홈페이지</b>
(주)MBC충북 (MBC충북)	2016년 (청주,충주MBC1970년)	이태문	www.mbccb.co.kr



### § <계란이 왔어요>

<계란이 왔어요>는 방송인 김중석과 가수 로미나 두 MC가 냉장시설을 탑재한 이동식 점빵트럭을 끌고 농촌지역의 식품소의 문제를 위해 동분서주하는 12부작 솔루션 예능 프로그램입니다. 식품소외가 단지 먹거리의 문제가 아니라, 교통약자 이동권, 돌봄 공백, 지역 소외와 맞닿아 있음을 인식하고, 농촌지역의 여러 문제들을 지역 사회와의 협력을 통해 해결하며, 지역성과 공공성에 기여하고 있습니다.



### § <시들봄> 2부작

특집다큐멘터리 <시들봄>은 초고령 사회가 가져올 다양한 문제 중 노인 돌봄의 사회적·의로적 과제를 진단하고, 그 해결책으로 첨단 기술의 역할을 조명하기 위해 기획하였습니다. 사람에게 맡겨졌던 노인 돌봄이 최첨단 AI와 로봇 기술을 통해 어떻게 변화하고 있는지, 그리고 노인들의 일상에 어떻게 스며들고 있는지를 생생하게 담았으며, 2024년 방통위 '11월 이달의 좋은프로그램상', '제120회 이달의 영상기자상'을 수상하였습니다.



### § <팀로컬.C>

<팀로컬.C>는 충북 지역 풀뿌리 언론들이 기획, 취재, 제작의 전 과정을 함께하여 만드는 지역밀착 현장취재 시사프로그램입니다. <옥천신문>, <주간영동>, <월간 옥이네>, <음성타임즈>, 청주 산남 <두꺼비마을신문>, 청주 여성주의저널 <떼다>, 제천 세세대 저널리즘스쿨 <단비뉴스> 등 충북 전역에서 모인 언론들이 생태, 노동, 소수자 인권, 농촌 공동체, 마을, 청년이라는 다양한 가치와 시선으로 지역 문제를 심층 조명합니다.



### § <인생내켓>

누구나 나만의 이야기와 인생스토리를 설계하고 살아갑니다. 꼭 화려하지는 않더라도 과거에도, 지금도, 언젠가의 어느 날에도 있을 나의 인생샷. 나만의 이야기를 담아내는 바이오그래피 다큐 <인생내켓>을 통해 누군가의 삶을 들여다 보면서 '나'를 돌아보고자 합니다. 저마다 간직하고 있는 인생의 소중한 장면들이 <인생내켓>을 통해 우리 앞에 그려지고 펼쳐집니다.



### § <구본상의 허심탐회>

맥락 있는 시사, 조롱과 막말이 없는 시사, 표준FM <구본상의 허심탐회>가 평일 오전시간 충북지역 청취자와 함께합니다. 누구든 거리낌 없이 솔직하게 터놓고 깊이 있는 진솔한 이야기를 나누는 시간으로 정치, 경제, 교육, 문화예술 등을 두루 담아냅니다. 20년 동안 뉴스와 토론, 프로그램 등으로 이력을 쌓아온 구본상 아나운서와 함께 MBC충북 시사·교양 프로그램의 새로운 틀을 세워 갑니다.

## 제주MBC



제주MBC는 1968년 라디오로 첫 전파를 발사한 이후 제주 최초의 TV시대를 열었고 지금은 디지털 시대를 선도하는 종합 매체로서 지역문화 발전, 평화의 섬과 국제자유도시로의 새로운 제주시대를 견인하는 공영방송의 역할을 다하고 있습니다. 2024년에는 '새로운 도전 즐거운 변화'라는 연중캠페인 슬로건과 함께 도민과 함께 하는 방송을 만들기 위하여 노력해 왔습니다.

**회사명** 제주문화방송(주) (제주MBC)      **창립연도** 1968년      **대표이사** 정용식      **홈페이지** www.jejumbc.co.kr



### § UHD 특집 다큐멘터리 <사회의 완성>

제주4·3사건 당시 영문도 모른 채 형무소로 끌려간 2,530명! 그리고 70여 년이 지나서야 열린 그들에 대한 재심 재판. 이미 사망한 피고인 대신 그들의 무죄 입증을 위해 모인 각계각층의 사람들이 있습니다. 죽은 자의 억울함을 풀기 위해 몽친 기자, 변호사, 검사, 공무원 등 제3자들의 처절한 무죄 입증기를 담담하게 담아냄으로써 피해자를 위한 진정한 위로에 대해 생각해 보는 기회가 되었습니다.



### § 제주 MBC 창사 56주년 특집 드라마 <영등아방>

2022년 <가문잔치, 나의 탐라는 결혼>, 2023년 <용심난 삼촌들>에 이어 2024년 UHD 제주어 드라마 <영등아방> 3부작을 제작, 방송하였습니다. 공개오디션을 통해 선발된 제주도민들이 배우로서 직접 열연을 펼치며 '찐 제주어'의 진면목을 소개했습니다. 소멸위기의 제주어를 유쾌하고 감동적인 방식으로 구연한 작품으로 도민들의 많은 사랑과 관심을 받았습니다.



### § 연속보도 <체육회장 갑질>

제주시 체육회 내에서 발생한 폭행 사건을 집중취재해 회장의 직장 내 괴롭힘 실체를 규명하고, 피해 직원들의 다양한 자료와 증언을 확보해 만연한 직장내 괴롭힘을 폭로해 체육회장의 사퇴를 이끌어 내 관행적으로 이루어져 온 직장내 괴롭힘 문제에 대해 경각심을 일깨웠습니다. 해당 보도는 2024년 제주도기자상 '대상'을 수상하였습니다.



### § 이슈추적 <대규모 개발 자원의 민낯>

2010년부터 중국자본으로 시작된 제주특별자치도의 대규모 개발 사업에 대한 전수조사를 통해 당초 계획과 달리 숙박시설로 변질된 제주특별자치도 개발사업의 민낯과 외부 자본에 의한 개발 등을 15차례 연속 보도하여 2024년 제주도기자상 기획보도 부문 상을 수상했습니다.



### § 지역 MBC 라디오 공동기획 <지역생존 프로젝트- 우리고향, 안녕하십니까?>

인구감소와 지역소멸 위기의 시대를 맞아 제주, 강원영동, 충북, 대전, 광주, 목포 등 지역MBC가 공동제작으로 지역생존프로젝트를 제작하여 라디오와 TV로 각각 12부작을 방송하였습니다. 라디오 콘텐츠를 넘어 4K UHD제작과 뉴미디어 콘텐츠로 제작하여 지역소멸에 대한 현상과 문제를 취재하고 전문가 대담과 강연을 통해 지역생존을 위한 해법을 적극 제시 하였습니다.



### § 창사특집 라디오 여행 버라이어티 <라디오 타고 제주 일주>

제주의 역사 유적지들을 찾아 여행하는 라디오 프로그램. 문화관광 광해설사와 함께 직접 유적지 현장을 LTE로 연결해 현장감 넘치는 설명을 듣고, 스튜디오에서 역사전문가 신병주 교수와 함께 각각의 주제에 맞는 제주 역사기행을 생동감 있게 접근하였습니다. 총 5부작 프로그램을 5시간 연속 생방송하고 뉴미디어 콘텐츠를 추가 제작하여 역사기행의 재미를 배가 하였습니다.



### § 콘텐츠 사업 <그린이니셔티브 60초 영화제>

그린이니셔티브 60초 영화제는 ESG를 테마로 한 영상 공모전을 통해 ESG 가치의 실질적 확산을 도모하고 전년도의 성공적인 레퍼런스를 기반으로 사업규모를 확대해 시상식과 연계한 플로깅 행사를 통해 사회공헌 활동 강화 및 ESG 가치 확산 전파에 이바지 하였습니다.

## 울산MBC



울산MBC는 1968년 AM 첫전파를 발사한 이후, 지역의 대표 방송사로서 공정성과 공영성을 최대의 가치로 삼아 지역민과 애환을 함께하며 지역사회 발전에 이바지하고 있습니다. 특히 뉴미디어 및 UHD 방송시대를 맞이하여 직접 수신율을 높임으로써 공영방송의 보편성과 접근성 확보를 위해 노력하고 있습니다. 궁극적으로는 지역방송사의 공영성과 시청자의 권익향상을 최고의 가치로 삼는 '지역 시청자의, 지역 시청자를 위한' 방송사가 되는 것을 목표로 합니다.

<b>회사명</b> 울산문화방송(주) (울산MBC)	<b>창립연도</b> 1968년	<b>대표이사</b> 유해진	<b>홈페이지</b> www.usmbc.co.kr
---------------------------------	----------------------	--------------------	--------------------------------



### § <체인지 UP>

울산이 가진 문제, 지금까지 풀지 못한 문제, 앞으로 나아가기 위해 풀어야 될 문제를 전문가와 시민이 참여해 의견을 나누고 대안을 찾습니다. 바뀌고(change) 더 변화될(up) 울산을 위한 토론 프로그램입니다.



### § UHD 다큐멘터리 <바실라>

다큐멘터리 <바실라>는 신라시대 해상관문 울산과 수도 경주에 남아 있는 외래 유물, 이슬람 기록 등을 토대로 1천 3백 년 전 유라시아 문명 교류를 국내 최초로 탐사 보도한 프로그램입니다.



### § <사춘기 보호구역: 디지털 성범죄를 파헤쳐라!>

울산 지역의 청소년들이 직접 참여하는 성교육 콘텐츠로, 2022년부터 시작하여 3번째 시즌을 맞은 사춘기 프로젝트입니다. 올해는 특히 청소년들과 함께 온라인상의 디지털 성범죄를 중점적으로 다루어 딥페이크, 온라인 그루밍, 불법 촬영물에 대한 예방 캠페인을 진행하였습니다.



### § 2024년 울산 글로벌 페스티벌

세계인의 날(2025.5.20)을 기념하여 지역사회의 문화 다양성을 존중하고 지속가능한 사회를 지향하기 위한 행사입니다. 지역사회와 외국인 주민들이 동참하여 다양한 세계문화 콘텐츠의 전시/체험 부스를 선보이고, 세계전통 문화공연과 외국인 가요제를 개최하여 다문화에 대한 포용과 화합을 위한 노력을 실천합니다.



### § 울산공업축제

1987년 행사를 마지막으로 사라진 울산의 축제가 36년 만인 재작년에 다시 재개된 행사입니다. 재개된 지 3회째를 맞은 2024년에는 산업도시 울산의 특색을 살리고 즐기며, 기업 근로자 시민 등 '울산 사람' 모두가 참여하는 축제이자, 특히 산업부흥의 중심이었던 울산의 과거 향수를 부르는 레트로 컨셉을 메인으로 미래까지 보여주는 축제로 3회째 대규모 입찰사업을 유치하여 성공적인 개최를 하였습니다.



### § 국제민간교류 <울산-허난성>

울산광역시와 중국 허난성의 국제민간교류 프로그램은 문화예술 교류를 통해 국제적 우호 관계를 증진하는 행사입니다. 울산공업축제 퍼레이드와 개막식 식전공연에서 소림사의 전통무술을 울산 시민들에게 선보이고, 울산문화예술회관에서 울산에서 보기 힘든 무술공연을 진행했습니다. 이를 통해 양 지역 간의 문화적 이해를 높이고, 국제 교류를 활성화하는 계기를 마련했습니다.



### § 미래박람회

첨단 기술 및 지속가능한 산업발전 모델의 전시를 통해 울산의 미래 비전을 제시하는 행사입니다. AI, 이차전지, 수소에너지, 친환경 미래교통수단 등 다양한 신산업 기술 및 탄소중립 생태계, 기업 간의 ESG 협력 등을 소개하고, 나아가 울산의 지역경제 활성화와 글로벌 산업 경쟁력 강화를 목표로 합니다.



§ <새삼스럽지 않은 내가 새 삶을 만들어가는 울산>

<새삼스럽지 않은 내가 새 삶을 만들어가는 울산> 캐치프레이즈로 새삼스럽게 울산이라는 도시가 매력적으로 다가오는 경험을 제시한 캠페인입니다.



§ K-POP 페스티벌

울산 K-POP페스티벌은 케이팝 지망생들에게 전문적인 훈련과 무대 경험을 제공합니다. 참가자들은 예선을 거쳐 선발되며, 케이팝사관학교 에서 집중 훈련과 합숙을 통해 실력을 향상시킵니다. 최종 무대에서는 관객 앞에서 공연을 선보이며, 이러한 과정을 통해 울산은 케이팝 문화도시로서의 입지를 강화하고 있습니다.

## MBC강원영동



**회사명**  
 (주)엠비씨 강원영동

**창립연도**  
 1968년

MBC 강원영동은 1968년 개국한 강릉 MBC와 1970년 개국한 삼척 MBC가 지난 2015년 1월에 합병해 출범하였습니다. 지역민과 함께, 지방화 시대를 열어가는 영동지역 대표 방송사로 자리매김 했습니다.

**대표이사**  
 한정우

**홈페이지**  
[www.mbceg.co.kr](http://www.mbceg.co.kr)



### § 특집 UHD 다큐멘터리 <아리, 한국의 혼> 2부작

세계 무대에 오르게 된 창작무지컬 <아리 아라리>는 2018년 평창동계올림픽을 대표하는 공연으로 제작된 뒤, 지난 7년 동안 정선 오일장은 물론 국립중앙박물관을 비롯한 활발한 지방 순회공연을 해왔습니다. 호주 애크레이드 축제, 프랑스 아비뇽 축제와 함께 세계 3대 축제로 손꼽히는 영국 에든버러 축제는 K-컬처의 인기를 바탕으로 2024년에도 코리아 주간을 별도로 마련하기로 했습니다. 에든버러 축제 무대에 세계 된 정선아리랑 '아리 아라리' 팀의 여정을 따라 특집 다큐멘터리로 제작했습니다.



### § 특집 다큐멘터리<사라져 가는 기억, 장성 광업소>

대한민국 산업화의 견인차 역할을 해온 태백장성광업소는 88년의 운영 끝에 2024. 6. 30 폐광을 맞이했습니다. 국내 최대 규모이자 무연탄 최초 발원지였던 이 광업소의 마감은 단순한 산업시설의 폐쇄를 넘어 우리나라 근대사와 함께한 광업의 역사마저 마무리 이어가는 상징적 사례가 됩니다. 이 다큐멘터리에서는 장성광업소와 한국 광산업의 발자취를 조명하고, 폐광이 가져올 지역사회의 변화와 대응방향을 모색하고자 하였습니다.



### § 특집 프로그램 <강릉 단오제, 신통대길 길놀이>

유네스코 무형 유산에 빛나는 '강릉 단오제'는 강릉을 넘어 전 세계적인 축제로 발돋움하고 있습니다. 특히 신통대길 길놀이는 강릉시내 전 지역민이 직접 참여하는 축제로 지역의 특색을 담은 퍼포먼스를 참여 주민들이 직접 구성하는 방식으로 진행되고 있습니다. 이러한 길놀이 축제를 특집 방송으로 제작해 지역 주민의 참여를 극대화하고 전통 문화 전승에 중요한 계기로 만들었습니다.



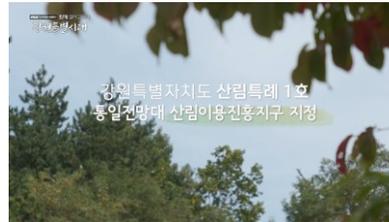
### § 특별 다큐멘터리 <폐광, 다시 길을 묻다>

폐광이라는 역사적 종말을 새로 운 도약의 기회로 바라보며, 경제적, 사회적, 문화적 관점에서 도시 재생의 가능성을 탐구하는 기회를 마련하기 위해 다큐멘터리를 제작했습니다. 국내뿐 아니라 세계 각지 7개국의 폐광 사례를 비교 분석하여 도시 재생의 가능성을 논리적이고 생동감 있게 제시하며, 과거의 유산을 보존하면서도 미래를 설계하는 데 필요한 통찰을 제공했습니다.



### § 특집 프로그램 <목호에 목고 싶다>

동해시가 일과 삶이 공존하는 도시로 각광받고 있습니다. 현재 지역 자원을 활용해 지속가능한 비전을 세우는 새로운 비즈니스 모델이 동해시 목호 일대에서 펼쳐지며 동해시가 활력 넘치는 젊은 도시로 탈바꿈하고 있습니다. 이 프로그램을 통해 목호 덕장마을 청년들의 덕장 지키기 프로젝트 등, 목호의 신개념 숙박 시설과 목호에 살아보기, 부곡마을 상생발전 프로젝트 등을 소개하며 지역 소멸에 대처하기 위한 지역민들의 노력을 알리는 계기를 마련했습니다.



### § MBC강원영동 캠페인 <함께 열어갑니다! 강원특별시대>

강원특별자치도로 새롭게 출범한 강원도는 강원특별법 시행으로 2024년 다시 한 번 전환점을 맞이했습니다. MBC 강원영동에서는 강원특별자치도에 대한 홍보 캠페인을 진행하고 있습니다. 산악관광산업, 동해안 항만 개발을 통한 미래 물류도시, 수소 특화 단지 육성 등의 내용을 담은 홍보를 지속하고 있으며 강원도가 ESG의 가치를 지켜가는 특별자치도로 거듭나기 위한 토대를 마련하고 있습니다.

## 목포MBC



**회사명**  
목포문화방송(주) (목포**MBC**)

**창립연도**  
1968년

목포**MBC**는 1968년 ‘라디오 목포’로 첫 전파를 전송하며 현재까지 변함없는 사명감으로 지역의 목소리를 담아왔습니다. 빠르고 정확한 뉴스로 지역 의제를 선도하고, 지역민과 함께 생태·문화의 가치를 조명하며, 변화하는 미디어 환경 속에서도 혁신적인 콘텐츠를 만들어가고 있습니다. 어제, 오늘도, 그리고 내일도 목포**MBC**는 정론의 길을 걸으며 지역과 함께 성장해 나가겠습니다.

**대표이사**  
김순규

**홈페이지**  
www.mpmbc.co.kr



### § <어영차 바다야>

목포**MBC**가 2011년부터 제작해 오고 있는 대표 프로그램입니다. 2024년에는 <바라던 바다> 코너와 <갯마을 갯사람> 코너를 통해 ‘해양 오염’, ‘기후 위기’ 등의 주제로 바다 환경 실태를 알리고, 바다를 지키기 위해 노력하는 사람들을 소개했습니다. 또한 바다에서 희망을 찾는 다양한 지역 어민들의 삶과 섬 등 어촌을 조명하며 시청자의 공감을 이끌어냈습니다.



### § <공존의 해법>

지역의 산업을 지탱하는 주요 원천인 외국인 노동자를 밀착 취재 한 콘텐츠로 한국에서 땀방울을 흘리는 다양한 국적 젊은이들의 모습을 통해 시청자 공감을 이끌어냈습니다. 이 콘텐츠는 증가하는 외국인 노동자와 지역민이 함께 살아가는 해법을 제시하는 동시에, 농업-조선업 등 지역 주요 산업의 인력난을 소개하며 지역의 활력을 증진시킬 수 있는 의제 설정에 앞장섰습니다.



### § <다문화야시장>

베트남 국영방송 VTV와 협력하여, 베트남 일류 셰프와 연예인들이 목포 원도심의 빈 상가를 빌려 음식 메뉴를 개발하고 손님을 맞이하는 콘텐츠입니다. 지속 가능한 식당 운영을 위해 요리 비법을 우리 지역의 베트남 교민에게 전수해 현재까지 식당 운영이 이뤄지고 있습니다. 또한 콘텐츠와 연계한 ‘베트남인의 날’ 행사를 개최, 우리 지역 베트남 교민들을 위로하는 한편 지역민들과 다문화를 함께 즐기는 장을 열어 ‘함께 사는 지역사회’를 도모했습니다.



### § <목원동 로고>

2024 현재, ‘인구 감소, 지방 소멸’의 대명사가 된 목포의 원도심인 ‘목원동’에 앵커가 뛰어들어 연속 보도를 이어갔습니다. 빈집, 젠트리피케이션, 주민과 외지인 그리고 2,000억 원이 투입된 도시 재생 10년에 대한 취재물을 묶어 다큐멘터리로 공개했습니다. ICT 기술로 목원동의 시공간을 뛰어넘는 입체적 조명이 이뤄졌으며 전문가의 의견을 통해 목포의 미래를 위한 해법을 모색해 보았습니다.



### § 세미나, 행사, 특집

한국언론학회 산하, 방송과 뉴미디어 연구회와 목포**MBC**는 ‘지역 방송의 지속 가능성을 위한 실행 연구’를 주제로 특별 공동 세미나를 개최해 **MBC**가 지역사회에 기여하는 주체로서의 역할을 되새기는 계기를 마련했습니다. 또한 <서남해안 섬의 새로운 연대> 행사 추진과 <논프라블럼> 등의 다큐멘터리 제작을 통해 기후 변화와 환경 이슈를 지속적으로 조명하고 지역사회와의 협력을 바탕으로 지속가능한 미래에 대한 공감대를 확산하는 데 힘써 왔습니다.

## 여수MBC



1970년 개국 이래 여수는 지역민의 목소리를 담아내는 전남동부지역의 대표언론으로 자리매김했습니다. 지역 여론을 선도하고 신속하고 공정한 보도, 공익성·지역성 중심의 프로그램 제작, 지역민의 문화소양 향상을 위한 다채로운 문화·예술행사 개최 등 여수는 지역의 미래를 위해 로컬퍼스트의 길을 가고 있습니다.

<b>회사명</b> 여수문화방송(주) (여수MBC)	<b>창립연도</b> 1970년	<b>대표이사</b> 이호인	<b>홈페이지</b> www.ysmbc.co.kr
---------------------------------	----------------------	--------------------	--------------------------------



### § <섬마을 여행사>

자그마치 365개의 섬을 보유하고 있으며 2026 여수세계섬박람회를 개최하는 도시 여수의 대표적 자원인 섬을 널리 알려 섬 여행을 활성화시키기 위해 기획된 프로그램입니다. <섬마을 여행사> 행운의 1호 고객이자 한국인보다 더 한국인다운 대한외국인 레오 란타가 새로운 시선으로 섬을 바라보고 섬 전문가와 함께 짜릿한 체험의 세계에 빠져드는 흥미진진한 섬 탐험기가 6부에 걸쳐 방송됐습니다. 조금은 낯설었던 섬이 가깝게 느껴져 실제 여행으로 이어졌다는 시청 소감이 많았습니다.



### § <섬, 鳥를 넘는 사람들>

자연 다큐에 영화적 요소를 결합한 UHD 씨네멘터리 2부작입니다. 브브걸의 유나가 거문도와 백도에 5일간 머무르면서 차츰 섬의 매력을 발견하고 주민들과 동화되는 과정을 담은 1부와 싱어송라이터 장재인이 손죽도와 초도에서 완벽한 섬을 얻는 2부로 구성되었습니다. 빼어난 풍광과 섬 주민들의 살아가는 이야기, 독특한 섬 문화 등이 아름다운 영상으로 구현돼 섬에 대한 호기심과 흥미를 북돋워 여수 섬들에 대한 관심이 높아지는 계기를 만들었습니다.



### § <학교, 소멸 위기를 넘다>

지역소멸의 그늘이 가장 먼저 드리운 교육 현장. 학생 수는 줄고 문 닫는 학교는 늘고 있습니다. 전남 곳곳에서 위기 속 답을 찾는 움직임을 취재했습니다. '미래교육'을 주제로 닷새간 열린 '글로벌 미래교육 박람회'와 여수 여남고, 순천 승평중, 영암 학산초, 구례 용방초등학교에서 이뤄지는 교육과 수업, 학생과 교사의 소통 등을 중심으로 '미래 교실'의 가능성과 방향성을 가능해 보고 교육에 대한 시사점을 던졌습니다.



### § <시대의 개혁신 서민호의 길>

우리 현대사에서 제대로 조명되어야 할 인물이 장막으로 사라지거나 흐르는 세월 속에 잊히는 경우가 많습니다. 월파 서민호 선생도 그 중 한 명입니다. 항일 독립 운동가이자 독재에 맞선 4선 국회의원, 교육자로 살아온 고흥 출신 월파 선생의 발자취를 돌아보는 최초의 다큐멘터리입니다. 월파 선생 관련 자료를 발굴했으며 선생의 삶을 관통해 온 사상과 철학을 통해 민주주의의 위기에 빠진 우리 사회가 깊이 생각해 볼 가치에 대한 화두를 던졌습니다.



### § 글로벌 문화산업 메카 순천, <콘텐츠의 꽃을 피다>

대한민국 생태 수도에서 글로벌 문화산업의 메카로 거듭나고 있는 순천의 오늘과 내일을 담은 다큐멘터리입니다. 세상의 모든 콘텐츠를 순천의 국가정원에서 만나 본 올덴가(All Content Garden)를 비롯, 콘텐츠 기업·작가·학생이 모여 K-디즈니를 일궈가는 뜨거운 현장들을 꼼꼼히 담았습니다. 지역에서도 충분한 가능성과 기회를 가질 수 있다는 희망찬 메시지를 통해 청년들과 거주민들이 지역에 자부심을 갖고 꿈을 향해 나아가는 의지를 고취시켰다는 평이 많았습니다.



§ <섬, 바다와 미래를 잇다>

신석기 시대 유물의 보고, 안도를 중심으로 거친 바닷길을 개척하며 놀라운 역사를 축적한 신석기 섬 사람들의 흔적들을 추적했습니다. 한반도에서는 출토된 적이 없지만 신석기에 매우 귀하게 여겨지던 흑요석이 안도 전역에서 발굴됐을 뿐 아니라 900km 떨어진 오키나와에서도 발견되어 안도가 당시 해상 무역을 주도했음을 밝혔습니다. 섬이 간직한 웅숭깊은 역사와 무한한 가능성을 보여줌으로써 2026 여수세계섬박람회의 지향점을 두루 알리고 박람회 사전 불업에 기여했습니다.



§ 숲 캠페인 <산불예방과 목재사랑>

2024년 전국적으로 발생한 산불 건수는 230건, 피해 면적은 약 95헥타르이며, 최근 10년간 발생 건수가 약 59% 감소하였습니다. 특히 전남동부권(여수, 순천, 광양, 고흥)은 이러한 노력의 일환으로 산불 예방 및 진화, 영농부산물 파쇄 지원 등 여러 예방 노력에 심혈을 기울이고 있으며, 이에 대해 여수MBC는 급격한 기후 변화 속 산불 예방 캠페인과 목재 사용의 친환경적 효과를 강조한 캠페인을 제작 및 송출하였습니다.



§ 지방 난임 부부 프로젝트 <15%의 이야기>

저출생 문제가 심각한 사회문제로 대두되고 있는 가운데 지역 난임 부부들의 현실에 주목하고 실제 사례자들의 생생한 인터뷰를 중심으로 정책적 대안을 제시한 라디오 다큐멘터리입니다. 1부 인식의 벽, 2부 시간의 벽, 3부 지방의 벽, 4부 정책의 벽을 다뤄 2024년 8월 이달의 좋은 프로그램, 8월 이달의 PD상, 2024년 올해의 좋은 프로그램을 수상했습니다.



§ <순간>

청취자들의 소중한 음악 아지트, 박성언의 음악식당에서 지역민의 날과 연계해 연말 콘서트 <순간>을 개최 했습니다. 이번 공개방송은 불고기디스코, 엑시트, 나기철이 출연해 따뜻한 음악과 대화로 2시간 동안 900여명의 관객들과 소통하는 무대였습니다. 유쾌한 에너지로 가득 채워진 현장에서의 호응은 물론이고 라디오와 TV, 유튜브로 콘서트를 접한 시청취자들의 반응이 뜨거웠습니다. 청취자의 음악 감성을 존중하고 다양한 음악 장르의 활성화에 힘써온 박성언의 음악식당이 마련하는 연말 콘서트는 지역의 문화적 갈등을 해소하고 청취자들과 다정한 안부를 전하는 축제가 되고 있습니다.

# 안동MBC



**회사명**  
안동문화방송(주) (안동MBC)

**창립연도**  
1970년

1970년 라디오방송 개국으로 출발한 우리 안동문화방송은 뉴스, 시사 및 다양한 장르의 교양과 다큐멘터리 등을 통해 수준 높은 지역문화를 소개하고, 지역의 구석구석 소중한 이야기를 전하는 따뜻한 시대의 동반자 역할을 해왔습니다. 안동문화방송은 앞으로도 변함없이 전통과 미래, 사람과 사람, 지역과 지역을 이어주는 공존과 상생의 성실한 소통자 역할을 해나가겠습니다. 진실을 전하는 바른 언론의 역할과 함께, 우리의 미래세대를 지키는 책임 언론의 역할을 다 하겠습니다.

**대표이사**  
채환규

**홈페이지**  
www.andongmbc.co.kr



## § 다큐멘터리 <에어포트 TK>, 지역공항의 생존전략

2030년 개항 예정인 대구경북신공항의 물류 거점 공항으로서의 청사진을 그려본 시사 다큐멘터리입니다. 보안구역인 네덜란드 스키폴 공항의 대형 물류체인 작업 현장을 국내 방송사 처음으로 내부까지 출입해 촬영했고, 국내 유일 화물 전문 항공사의 화물기에 동승해 긴박한 화물 운송 현장을 시청자에게 생생하게 전달했습니다. 뵈기예와 독일 등 항공물류 분야를 강화해 쇠락하던 지역을 살려낸 사례를 담아내, TK신공항이 들어서는 인구소멸위기 지역과 공항의 상생 전략을 모색했습니다.



## § <연애투어 인(IN) 안동>

지방러는 연애를 못한다고? 안동시의 숨은 맛집, 관광지, 힙 플레이스를 배경으로, 경북 미혼남녀 참가자들의 고민과 삶을 고스란히 보여주는 연애 프로그램입니다. 다채로운 커플 프로그램 속에서 사랑을 쟁취하기 위한 치열한 탐색전을 펼치며, 시사각각 마음이 움직이는 상황에서 최종 커플을 접쳐 보는 것도 또 하나의 재미가 될 것입니다.



## § 다큐멘터리 <한국의 두봉 주교>

종교를 넘어 큰 어른으로 이 시대의 사표가 되고 있는 95살 두봉 주교의 삶을 다룬 다큐멘터리입니다. 한국전쟁 직후 1954년 프랑스 선교사로 파견돼 현대사의 격랑을 온몸으로 맞으며 가난하고, 소외된 이들을 위해 헌신해 왔고, 은퇴 후에는 성당이 없는 시골을 찾아다니며 여전히 사랑을 실천해 오고 있습니다. 힘겹게 오늘을 살아가는 이들에게 행복한 삶이란 무엇인지, '작은 예수님'이라 불리는 두봉 주교의 메시지를 전합니다.



## § 의성신공항 미니다큐 <번개머리 거북이를 찾아주세요>

전국 기초단체 중 지방소멸위험지수 1위인 의성. 이 프로그램은 대구경북신공항 화물터미널이 의성에 들어오면서, 의성을 떠났다가 항공사 '로드 마스터'가 되어 돌아오게 된 '지원'을 통해 일어나는 에피소드를 그렸습니다. 농촌에서 공항신도시로, 소멸 위험지역에서 청년 중심 지역으로 변화하는 가상의 모습을 그려보며, 제작한 웹 드라마입니다.



## § 오디오 드라마 <서릿발 칼날 진 광야에서>

이육사 시인의 탄생 120주년, 순국 80주년을 기념하며 '청포도', '광야' 등 독립의 염원을 담은 작품을 재조명하였습니다. 이 드라마는 총 25부작으로 구성되어 있으며, 이육사의 생애와 작품을 중심으로 시인의 처절했던 항일 독립투쟁 이야기를 담아 제작하였습니다.



## § 연중공익 캠페인

경상북도 9개 시군(안동, 문경, 영주, 예천, 청송, 의성, 봉화, 상주) 연중 캠페인입니다. 각 지역의 다양한 소재를 활용, 공익적 목적의 연속 캠페인을 제작해 연중 3~4회 송출하였습니다.

## 원주MBC



원주MBC는 강원특별자치도의 중심 도시, 원주시에서 지금까지 반세기 넘는 기간 동안 영서남부 지역민들에게 반드시 필요한 지역 방송사로서의 역할을 해오고 있으며 고품격의 프로그램과 살아있는 뉴스를 통해 지역의 소외계층, 장애인, 다문화 가정 등 다양한 지역민과 소통하고 있습니다.

<b>회사명</b> 원주문화방송(주) (원주MBC)	<b>창립연도</b> 1970년	<b>대표이사</b> 전병덕	<b>홈페이지</b> www.wjmbc.co.kr
---------------------------------	----------------------	--------------------	--------------------------------



### § <보통의 존재>

각자 인생의 주인공으로 살아가고 있는 우리 주변의 소시민들에게 스포트라이트를 비추고, 그들의 하루와 삶이 녹아 있는 공간을 관조하는 휴먼 뮤직 다큐멘터리입니다. 보통의 공간을 세상에 단 하나뿐인 주인공만을 위한 공연장으로 바꾸어 그곳에서 단 한 사람만을 위한 특별한 공연을 선사합니다. 그렇게 보통 사람의, 보통의 공간에서 펼쳐지는 선물 같은 하루를 전하는 프로그램입니다.



### § <바람 되어, 다시 너와>

2022년 방영된 원주MBC 특집 다큐멘터리 <바람 되어 너와>의 후속작 <바람 되어, 다시 너와>는 불의의 사고로 사지 마비가 된 조선의 1년을 담았습니다. 일본에서의 응급 수술과 한국으로의 이송과정, 기나긴 재활과 일상으로의 복귀까지, 다시 자전거에 오르기 위해 고군분투하는 조선 씨와 그를 위해 선수 생명을 걸고 장애인 사이클 연맹과의 싸움에 나선 김정빈 씨의 이야기를 만나 볼 수 있습니다.



### § <2%의 무게>

연출자가 육아휴직을 하면서 겪은 경험을 바탕으로 지역 사회에서의 소아청소년과 부족 문제의 심각성을 담은 다큐멘터리입니다. 서울 등의 대도시보다 더욱 심각한 사회 문제로 떠오르고 있는 지역의 소아청소년과 부족, 저출산의 악순환이 결국 지역소멸로 이어지는 지금의 상황을 지역민의 입장에서 살펴보고 일본과 독일의 소도시들은 이러한 문제를 해결하기 위해 어떠한 대책을 마련하고 있는지 살펴보았습니다.



### § <나는 키르기즈의 파랑새를 알아오>

중앙아시아 최빈국 키르기즈의 에너지난을 해결하기 위해 밥상공동체 연탄은행은 석탄 기부를 시작하였습니다. 그 후 전자칠판·통학버스 기증, 농수로 개통 등 다방면으로 나눔을 확대하였습니다. 이들의 활동을 통해 공동의 선한 나눔이 어떻게 최상의 가치를 창출하는지 보여주는 프로그램입니다. 2024 한국기독언론대상 나눔 기부 부문 우수상과, 2024 그리메상 신인 촬영 감독상을 수상하였습니다.



### § 시청자권익보호 & 사회공헌 활동

원주MBC는 시청자의 권익 보호를 위하여 사회단체, 문화단체 등 다양한 계층에서 시청자위원을 선임하여 시청자들의 의견을 프로그램 및 뉴스 제작에 반영하고 있고 미래의 방송 주역들을 위한 지역의 중·고·대학생들을 대상으로 한 견학 및 방송 분야 재능 기부 활동인 특강을 통해 지역 방송사로서의 공적 책임을 다하고자 노력하고 있습니다.



### § <뉴스데스크 원주> '열세로 무분별한 소송.. 원주시 결국 패소'

<뉴스데스크 원주>는 원주시장의 재산 축소 신고와 비서진의 업무추진비 유용·이권 개입 의혹 등의 단독 보도를 이어가며, 지역 대표 언론사로서 권력 감시 기능을 다하고 있습니다. 원주시는 비판 언론 재갈 물리기를 위해 2건의 정정보도 소송을 제기했지만 모두 패소했고, 무분별한 소송으로 수천만 원의 열세를 낭비했다는 비판을 받게 되었습니다.



### § <드링크 마스터즈 2>

배우 박하선과 셰프 오스틴 강이 함께 한국의 양조장을 찾아다니는 감성 여행 프로그램입니다. 한국 최초의 소주부터 고종왕제가 즐겨 마시던 약주, 현재 MZ세대가 가장 열광하고 있는 술까지, 술의 역사에서부터 현대적으로 재해석한 전통주까지 새로운 술의 모습을 소개합니다. 지금껏 알지 못했던 우리 술을 맛보고 퀴즈까지 더하는 새로운 스타일의 양조장 여행을 만나 볼 수 있습니다.

## 포항MBC



포항MBC는 '시청자와 함께하는 지역 대표 언론사'라는 지향가치를 추구하며 1971년 10월부터 오늘까지 지역민의 입장을 대변하는 뉴스를 지속적으로 보도해왔습니다.

**회사명**  
포항문화방송(주) (포항MBC)

**창립연도**  
1971년

**대표이사**  
이승용

**홈페이지**  
<http://www.phmbc.co.kr/>



### § <동해는 동해다>

여가 인구와 어획량은 줄고 기후위기로 생태계마저 변화하는 현재 경북 동해안은 절체절명의 위기 앞에서 있습니다. 하지만 동해는 급변하는 시대적 환경을 오히려 도약의 기회로 만들고자 노력하고 있습니다. 이에 포항MBC는 동해를 무대로 활발하게 이뤄지고 있는 지속 발전 가능한 해양 사업을 소개하는 다큐멘터리 <동해(東海)는 동해(動海)다>를 제작하여 시청자에게 동해의 가치를 활용할 수 있는 방향을 전달하였습니다.



### § <에너지틱 포항>

포항시가 차세대 먹거리 산업으로 이차전지와 수소연료전지 산업 육성에 박차를 가하고 있는 현황에 발맞추어 스포츠 제작 다큐멘터리 <에너지틱 포항>을 제작하였습니다. 두 산업의 시장 가능성과 포항시의 비전을 관계자들에게 들으며 지역의 미래 산업 방향을 제시하였습니다.



### § <시사 날>

사회 각층의 이해와 의견을 반영하는 토포프로그램 <시사 날>을 편성하여 공영방송으로서 민주적 공론장의 역할을 수행하였습니다. 해당 프로그램은 소나무 재선충병과 산불, 포항 구도심 공동화, 경주시 대형 태극기 게양대 설치, 동해 석유 가스전 개발 등 현 시점 지역의 다양한 의제를 다루어 시청자가 전문성을 바탕으로 판단할 수 있도록 도움을 주었습니다.



### § <톡톡 동해인>

토크 프로그램 <톡톡 동해인>을 통해 지역 발전을 위해 노력하는 인물과 이웃에게 희망을 줄 수 있는 사례를 집중 조명하였습니다.



### § <The해녀 (더해녀 : 색채를 더하다)>

방송문화진흥회 지원사업 <The해녀 (더해녀 : 색채를 더하다)>를 개최하여 해녀 문화를 현대적 감각으로 재해석해 젊은 세대에 흥미와 관심을 이끌어내고 다양한 체험 프로그램 및 전시회로 지역 관광객 유입을 유도하여 지역 경제와 소상공인 매출 증대에 기여하였습니다. 해당 사업은 지속적인 해녀전통문화 보존 사업 추진의 발판을 마련하고 지역 사회와 환경, 젊은 세대의 문화 간 융합에 대한 새로운 가능성을 제시하였습니다.



### § 지역 공헌 사업 - '사랑의 집 고쳐주기'

지역기업의 도움을 받아 어려운 이웃을 대상으로 '사랑의 집 고쳐주기' 사업을 실시하여 열악한 주거 환경을 개선해 더불어 사는 지역문화를 확산하고, 지역 공영방송사의 공익적 역할을 수행하였습니다.



MBC C&I는 드라마·교양·예능 프로그램 등 다양한 방송 콘텐츠 제작·유통에서부터 콘텐츠 공급, 공연·이벤트 등 폭넓은 영역에서 방송문화산업을 이끌고 있으며, 방송 중계·편집·기술 연구 등 최첨단 방송시스템과 솔루션 제공뿐만 아니라, 국내 최고 수준의 방송IT사업에서는 차별화된 전문성으로 고객의 가치를 새롭게 창조하는 방송 IT파트너의 역할을 수행하고 있습니다.

**회사명**  
(주)엠비씨앤아이

**창립연도**  
1991년

**대표이사**  
도인태

**홈페이지**  
www.mbccni.co.kr



§ MBC 일일드라마 <용감무쌍 용수정>

‘장사란 이익을 남기기보다 사람을 남기는 것’이라는 거상 임상옥의 말을 신조로 살며 현대판 거상을 꿈꾸는 거침없는 상여자 용수정이 지적장애를 가진 엄마 말고는 누구도 사랑하지 않을 것만 같던 악바리 째들이 여의주는 용수정에게 자신의 운명을 맡기며 불안정한 인간들이 만나 꿈꾸는 완전함의 경지, 사랑을 이루기 위해 함께하는 화끈하고 통쾌한 로맨스 복수극을 펼치는 드라마입니다.



§ <0원의 행복>

하루 24시간 무지출 챌린지에 도전하는 스타의 모습을 팔로우하는 프로그램으로, 추억의 프로그램 <만원의 행복>을 오마주하여 현시대의 감성으로 재탄생시킨 본격 소비 디톡스 프로젝트입니다. 짠내나는 절약 미션으로 시청자들에게 웃음을 주는 것과 동시에 고물가 시대에 살아남는 꿀팁을 알려주고, 절약한 금액을 적립해 마지막에 기부하는 형식으로 시청자와 함께 지속가능한 0원(영원)의 행복을 만들어 나가고자 하는 프로그램입니다.



§ <회전문>

N차 관람을 부르는 연극, 뮤지컬을 소개하는 프로그램입니다. SNS에서 뮤지컬 시연 장면이 많은 조희수를 기록하며 대중들의 관심이 급증했지만 연극, 뮤지컬은 다른 매체보다 진입장벽이 높아 일반 대중들(머글)이 다가가기 어려웠습니다. 머글인 MC가 직접 체험해보며 연극, 뮤지컬에 대한 것을 재미있게 알려주는 프로그램입니다.



§ <드라마 스튜디오 투어>

드라마 스튜디오 투어는 세계 55개국 외국인 관광객 1,841명 대상으로 일산 드림센터 내 방송 제작 시설을 활용하여 방송 제작에 대한 이론 및 스튜디오 체험을 실시하였습니다.



§ <대한민국 AI 국제영화제 대상 내러티브 부문 1등 수상>

웹 모바일 기반 방송영상 콘텐츠의 기획개발 지원 및 역량 강화를 위해 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 지원하는 ‘2024년 뉴미디어 신기술 콘텐츠 기획개발 랩’의 주관기관으로 선정되었습니다. 신인 창작자 12명을 선발하여 인공지능 대규모 언어 모델(LLM)을 이용해 드라마 시나리오를 개발하고, 생성형 AI를 활용해 이미지와 비디오를 생성하거나 XR 기술을 활용하는 등 창작에 신기술을 활용하여 개발한 작품으로 대한민국 AI 국제 영화제 내러티브 부문에서 1등을 수상하였습니다.



§ <제150회 전국체육대회 폐회식 연출>

14년만에 경상남도에서 개최된 제105회 전국체육대회 개최식은 MBC C&I의 4번째 전국체육대회 폐회식 연출이며, MBC C&I가 제100회 전국체전 이후 5년 만에 진행한 폐회식 연출 사업입니다. 특히, ‘우주에서 우주로, 화합의 불꽃’이라는 주제로 진행된 폐회식은 220m 초대형 LED Wall과 AR 기술, 불꽃 드론을 활용한 성화 점화 등 기존에 전국체전 폐회식에서 볼 수 없었던 첨단 기술을 활용하여 연출 되었습니다.

## MBCART



국내 유일 종합미술 전문회사 MBCART는 2024년 방송미술 경쟁력 향상을 위해 고객친화형 조직개편을 단행하고 업무프로세스를 원스톱(ONE STOP) 시스템으로 개선하여, 디자인 전문기업으로 변화를 시도하였습니다. 드라마 시장의 침체에도 불구하고 2024년 매출과 수익성 개선에 전사적인 노력을 기울인 결과, 수주량을 회복하며 매출 기반을 유지하였으며 홈쇼핑 방송미술 등 신사업 확장을 통해 새로운 수익원을 창출하였습니다. 또한, 브랜드 이미지 제고와 효과적인 마케팅을 위한 홈페이지 개편을 완료하였고, 소품과 의상 등 보유자산의 아카이빙을 구축하여 미래 수익형 모델로 발전시키고 있습니다.

**회사명**  
(주)엠비씨아트

**창립연도**  
1992년

**대표이사**  
유현

**홈페이지**  
<https://www.mbcart.com/>

### § MBC 금토드라마 <밤에 피는 꽃>



### § MBC 일일드라마 <용감무쌍 용수정>



### § MBC 일일드라마 <친절한 선주씨>



### § 홈쇼핑 방송미술사업 진출



홈쇼핑 방송미술 및 의상미술 위탁 사업자로 선정되어 MBCART의 방송미술사업 영역을 확장함과 동시에 다양한 매출구조를 확립하였습니다.

### § 미술용품 아카이빙 구축



MBCART의 보유자산인 미술용품의 효율적 관리를 위해 재고현황을 디지털화하였으며 미술용품 임대사업을 위한 플랫폼으로 활용하고 있습니다.

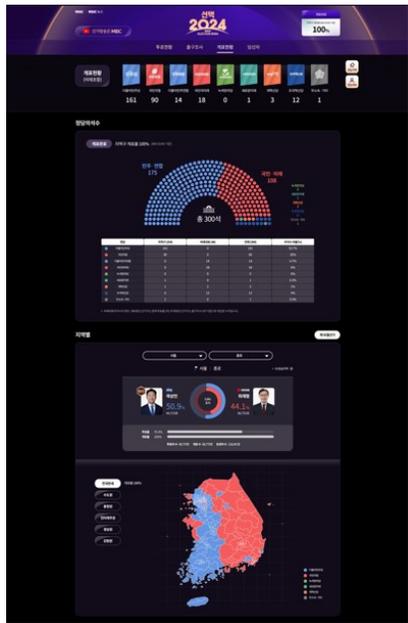
### § 친환경 세트자재 연구





iMBC는 2000년 설립된 MBC 그룹의 디지털 미디어 상장사로, MBC TV와 라디오 방송 콘텐츠를 다양한 디지털 플랫폼을 통해 효과적으로 홍보하고 마케팅합니다. 주요 서비스 채널로는 PC(www.imbc.com), 모바일(m.imbc.com), 모바일 앱 그리고 MBC SNS 플랫폼이 있습니다. 더불어 MBC 방송 외 자체 제작 연예뉴스 및 해외 드라마, 영화 등의 디지털 콘텐츠를 유통하며, 온 & 오프라인 광고 사업을 통해 디지털 기반의 미디어 서비스 및 매체 확장을 강화하고 있습니다.

<b>회사명</b> (주)아이엠비씨 (iMBC)	<b>창립연도</b> 2000년	<b>대표이사</b> 이선태	<b>홈페이지</b> www.imbc.com
-------------------------------	----------------------	--------------------	-----------------------------



§ 선거 플랫폼 구축 및 안정적 운영에 따른 이용 활성화

4월 10일 열렸던 '제22대 국회의원 선거' 홈페이지를 통해 유권자들의 현명한 선택을 지원하기 위해 사전선거 정보를 제공하고, 선거 당일에는 실시간 투·개표 현황을 시각화하여 제공했습니다. 특히 이용자가 관심 지역과 후보를 설정하면 맞춤형 정보를 제공하는 개인화 서비스를 도입하여 사용자 편의성을 강화했습니다. 이러한 차별화된 서비스 제공으로 제21대 총선 대비 순방문자 수 27.8%, 페이지뷰 48.6%가 증가하는 성과를 거두었습니다.



§ <제 33회 파리올림픽> 본방 외 미방 생중계 및 24시간 라이브 중계

MBC 본방 외 온라인 전용 미방 생중계 채널(4개 채널, 28개 종목, 총 134회)을 운영하고, 최초로 24시간 라이브 서비스를 도입하였으며, 총 3,333개의 경기 클립과 다시보기를 제공하며 역대 최다 콘텐츠를 서비스했습니다. 타사와 차별화된 경기를 생중계하며 시청자들의 좋은 반응을 얻었고 트래픽은 동 기간 대비 iMBC.com 사이트 순방문자 수 85%, MBC 앱 활성 사용자 186% 상승 및 온에어 동시 접속도 838% 증가하였습니다.



§ 엠빅라이브 아이폰 앱 출시

OTT에서 쉽게 볼 수 없는 전원일기, GOD의 육아일기 등 MBC 인기 구작 프로그램을 로그인 없이 24시간 무료로 정주행할 수 있는 FAST 채널 '엠빅라이브'를 아이폰 앱으로 출시하였습니다. (안드로이드 앱은 2025. 2. 11 출시) 또한 채널 수를 100개에서 150개 확대하고, 기존 드라마, 예능, 시트콤, 음악, 시사교양, 키즈 외에 라디오 채널까지 장르 확장을 통해 서비스 다양성을 강화하였습니다.



§ MBC 디지털 뉴스 언론사 1위 유지 및 서비스 다양화

MBC 디지털 뉴스는 2024년에도 유튜브에서 누적 구독자 530만 명(연간 121만 명 증가), 연간 조회수 57.8억 회를 달성하며 언론사 1위를 유지했습니다. 또한, 유튜브 외 주요 포털 등 플랫폼에서도 높은 점유율을 유지하였고 생중계·재난방송·큐레이션·숏폼 등 다양한 형태의 디지털 뉴스를 더욱 안정적으로 제공하기 위해 인프라 확충과 운영 교육을 강화하고 있습니다.



§ MBC아카이브 제휴사 확장 및 지역사 판매 대행 계약 체결

방송, 영화, OTT 등 미디어 콘텐츠 제작사 및 교육 전문 업체와 제휴 관계를 강화하여 매년 매출을 증대시키고 있습니다. 또한, 2024년 10월에는 지역 16개사와 방송 소재 판매 대행 사업 계약을 체결하였고 이를 통해 MBC 그룹 통합아카이브 판매 사업을 위한 초석을 마련했습니다.



§ 명품 중영 드라마 신규 발굴 및 확대 제공

MBC 명품 중영 드라마의 신규 발굴 및 서비스 확대를 위해 44개 프로그램, 총 1,800여 회차 & 7,200여 개의 VOD를 추가 제공하였습니다. 2024년 신규 복원작 기준으로 홈페이지 방문자는 23만 8천 명, 페이지뷰는 약 65만을 기록했습니다. 특히, MBC의 대표적인 작품인 <조선왕조 5백년> 전체 11화 시리즈와 <여인천하> 시리즈를 비롯해, <어사 박문수>, <야망>, <황금시대>, <홍국영> 등 기존에 제공되지 않았던 역사극 서비스도 확대하였습니다.

## MBCPLUS



MBCPLUS는 MBC에브리원, MBC스포츠플러스, MBC드라마넷, MBCM, MBCON 등 총 5개 채널을 운영하는 뉴미디어 전문 방송사입니다. 2024년, MBC PLUS는 시청자들에게 건강한 웃음과 따뜻한 즐거움을 전하기 위해 끊임없이 노력했습니다. 단순히 콘텐츠를 제공하는 데 그치지 않고, 시청자들에게 색다른 경험을 선사하기 위해 다양한 노력을 기울였습니다. 이를 위해 다채로운 장르의 프로그램과 콘텐츠를 기획·제작하며, 새로운 도전에 과감히 나서는 혁신적인 행보를 이어갔습니다. 또한, '아이돌 챔프', '셀럽 챔프'와 같은 팬덤 앱 서비스를 통해 팬들과 활발히 소통하고, 유튜브 채널 등 다양한 디지털 플랫폼을 통해 영향력을 지속적으로 확장하고 있습니다. 이처럼 MBCPLUS는 시청자들의 다양한 취향과 기대를 충족시키기 위해 끊임없이 노력하며, 항상 한발 앞선 콘텐츠와 서비스를 제공하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

<b>회사명</b> (주)엠비씨플러스	<b>창립연도</b> 2001년	<b>대표이사</b> 강지웅	<b>홈페이지</b> www.mbcplus.co.kr
-------------------------	----------------------	--------------------	----------------------------------



### § <어서와 한국은 처음이지?>

다양한 나라에서 한국을 찾아온 외국인 친구들의 리얼 '한국 여행기'를 통해 여행 그대로의 보는 즐거움과 문화적 차이에서 오는 재미까지 동시 선사하는 '신개념 국내 여행' 리얼리티 프로그램입니다. <어서와 한국은 처음이지?>는 지난 2017년부터 8년째 한국인이 가장 좋아하는 여행 예능 프로그램으로 사랑받고 있습니다. 가까이 있지만 미처 알지 못했던 한국의 다채로운 모습들과 외국인들의 시선에서 바라본 번하지 않은 한국 문화에 대한 소개로 한국의 매력을 세계에 알리는데 크게 기여하고 있습니다.



### § <히든아이>

24년 8월 첫 방송한 <히든아이>는 CCTV, 경찰 보디캠, 경찰차 블랙박스 등 다양한 영상을 통해 도심에서 일어나는 사건, 사고를 분석하고 범죄 예방 팁까지 전하는 범죄 분석 코멘터리쇼입니다. 프로파일러 권일용과 표창원, 현직 형사 이대우 이 3인의 전문가(3COPS)의 날카로운 시선과 불꽃 튀는 앙숙 케미스트리 그리고 MC 김성주, 박하선, 소유, 김동현의 솔직한 리액션으로 시청자들의 공감을 끌어내며 호평을 받았습니다. 24년 10월 정규 편성되어 매회 화제를 모으고 있습니다.



### § <다 컸는데 안 나가요>

24년 10월 첫 방송한 <다 컸는데 안 나가요>는 높은 물가와 집 값 상승으로 청년 2명 중 1명이 '캥거루족'이라는 요즘 시대에 부모님과 함께 살아가는 스타들의 일상을 통해 솔직한 웃음과 공감을 선사하는 캥거루족 관찰 예능 프로그램입니다. 캥거루 자녀들의 리얼한 일상으로 웃음을 선사하고 MC 홍진경, 하하, 남창희의 호흡이 어우러져 호평을 받으며 25년 1월 정규 편성되었습니다. 새로운 출연진의 합류, 캥거루 자녀들의 속 깊은 이야기를 끌어내며 시청자들로부터 큰 공감을 얻고 있습니다.



### § <위대한 가이드>

23년 10월 첫 방송한 <위대한 가이드>는 한국 거주 N년차 대한외국인이 가이드가 되어 모국을 방문하는, 여행자들과 현지인만이 아는 스팟들로 떠나는 현지인 착불 여행 리얼리티입니다. 23년 이탈리아와 이집트에 이어 24년 4월 영국, 멕시코, 인도의 알찬 여행기를 그려내며 웃음은 물론 유익한 정보, 힐링까지 선사해 호평을 받았습니다. 25년에도 새로운 시즌으로 방송을 앞두고 있습니다.



### § <나 오늘 라베했어>

골프 초보 전현무와 권은비가 연예계 자타공인 골프 고수 김국진과 문정현 프로를 만나 라베 (라이프타임 베스트 스코어) 100타의 벽을 깨기 위해 고군분투하는 과정을 그리는 골프 리얼리티 예능 프로그램입니다. 전현무와 김국진의 11년만에 예능 재회와 우정을 뛰어넘는 사제 케미로 시청자들의 많은 사랑을 받았습니다. 여기에 전현무와 권은비 두 골프 초보들의 우당탕탕 백들이 탈출기가 더해져 재미와 골프를 다 잡았다는 평가를 받았습니다.



### § <트롯챔피언>

<트롯챔피언>은 신곡만 가득한 인기 차트쇼가 아닌, 매회 선정된 테마와 관련된 노래로 순위를 정하는 신개념 트로트 차트쇼입니다. 국내 정상의 트롯 가수들의 폭발적인 가창력과 화려한 퍼포먼스를 격주로 만나 볼 수 있습니다. 또한 입담과 재치, 안정적인 진행능력을 겸비한 트롯계의 신사 '장민호'가 단독 MC를 맡아 남녀노소에게 트롯의 숨은 매력을 제대로 선보이고 있습니다.



### § <쇼 챔피언>

매주 새로운 음악과 K-POP 챔피언의 레전드 무대를 만날 수 있는 생방송 음악 SHOW 프로그램 <쇼 챔피언>은 지난 2012년 첫 방송 이후 매주 수요일 전 세계 음악팬들을 찾아가고 있습니다. 아이돌 그룹 'EPEX'(이펙스)의 '금동현'과 '엑스디너리 히어로즈'(Xdinary Heroes)의 '가온'을 MC로 발탁해 기존의 MC들과는 또다른 텐션과 풋풋함으로 존재감을 과시하고 있습니다.

## MBCPLAYBE



**회사명**  
 (주)MBC플레이비(키자니아)

**창립연도**  
 2008년

**대표이사**  
 강재형

**홈페이지**  
[www.mbcplaybe.com](http://www.mbcplaybe.com)

MBC플레이비는 어린이 직업체험 테마파크 ‘키자니아’를 운영하는 교육문화 콘텐츠 기업으로, 2010년 서울, 2016년 부산에 이어 2023년 베트남 하노이에 ‘키자니아 하노이’를 열며 글로벌 에듀테인먼트 플랫폼 기업으로 성장했습니다. 국내 1위 직업 체험 테마파크인 키자니아는 국내외 다양한 기업과 파트너십을 맺어 어린이들에게 수준 높은 직업 체험 기회를 제공하고 있습니다.



### § 신규 체험관 오픈 소식

키자니아는 올해 삼성전자, 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 수협중앙회, 동아오츠카, BYC 등 다양한 기업과 신규 파트너십을 체결하였습니다. 지속적인 체험 콘텐츠 개발을 통해 교육적 가치와 즐거움을 동시에 제공하였으며, 글로벌 교육 문화 콘텐츠 기업으로서의 입지를 강화하였습니다.



### § 새로운 콘텐츠로 단장한 직업 체험관

올해도 어린이들에게 가치 있는 직업 체험을 선사하기 위해 함소아 탐험 훈련센터, 세스코, 환경위생연구소, 트리노드 게임 개발 센터 등 일부 체험관을 새롭게 단장하였습니다. 앞으로도 놀이와 교육이 결합한 체험 콘텐츠를 지속 개발하고, 다양한 직업들을 재미있게 배울 수 있도록 지속적으로 노력할 계획입니다.



### § KZ세대가 온다

키자니아는 “KZ가 온다”는 주제로 직업 체험을 통해 꿈을 키운 세대가 온다는 내용을 담은 광고 캠페인을 온에어(On-Air)하였습니다. 키자니아를 대표하는 어린이 의회를 모델로 생동감 있는 체험 장면과 함께 “경험의 차이가 미래를 만든다”는 메시지를 전하였습니다.



### § 이색적인 이벤트 ‘키즈(Kids) 아니아’

성인들을 위한 ‘키즈(Kids) 아니아’ 이벤트가 폭발적인 인기로 매 회차마다 매진을 기록하며, 총 누적 입장객 수 2,700명을 달성하였습니다. 이색적인 이벤트로 즐거운 경험을 제공하는 것은 물론, 어린 시절 추억을 되새기며 동심을 찾고자 하는 성인들에게 관심을 끌고 있습니다.

## MBCAMERICA



MBCAMERICA는 한인 교민 사회를 기반으로 운영되는 한국어 방송사로 지난 30여년간 MBC의 뛰어난 프로그램을 미국 시청자와 연결하는 가교 역할을 하고 있습니다. MBCAMERICA는 MBC의 콘텐츠와 자체 제작 프로그램으로 편성된 3개의 TV채널을 미국 전역에 송출하고 있습니다. MBC AMERICA의 자체 제작 프로그램인 <뉴스투나잇>은 미국 내 한인들에게 큰 사랑을 받으며 한인사회의 중심점이 되는 언론으로 평가받고 있습니다. MBCAMERICA는 미주지역의 MBC 콘텐츠 판매 전진 기지 역할을 하고 있으며, 특히 <복면가왕> 포맷은 2024년 기준 미주지역 6개 국가에서 제작·방송되었습니다. 또한 중남미 지역에 드라마 리메이크 계약을 진행하였고, TV 및 OTT 플랫폼에 활발한 콘텐츠 판매를 진행하고 있습니다.

**회사명**  
MBCAmerica(MBCAMERICA)

**창립연도**  
1991년

**대표이사**  
이모현

**홈페이지**  
mbc-america.com



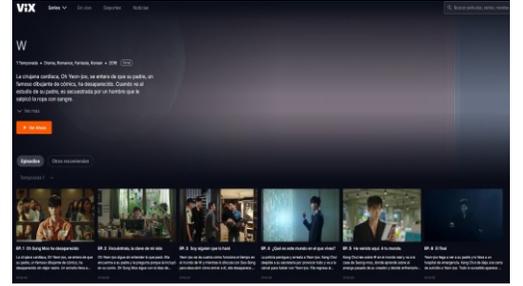
### § MBC AMERICA <뉴스투나잇>

MBCAMERICA<뉴스투나잇>은 2009년부터 매일 저녁8시에 방송되는 데일리 뉴스 프로그램으로 미국과 한국 뉴스를 정확하고 깊이 있게 보도하여, 미국 내 한인들의 눈과 귀가 되고 있습니다. 유튜브 구독자수는 13.4만명(24년말기준)으로, 미국 내 타 한인방송사 대비 월등히 높은 구독자수와 조회수를 보유하고 있으며, 채널 경쟁력과 수익성 향상에 큰 도움이 되고 있습니다.



### § <복면가왕> 포맷 제작 지속

2024년에도 미국 FOX 채널을 비롯한 미주 6개국에서 <복면가왕>의 제작·방송이 지속되었습니다. 미국의 경우 시즌11과 시즌12가 방송을 완료하였고, 현재 시즌13이 제작중입니다. 멕시코 시즌6, 브라질 시즌4, 캐나다 시즌4, 파나마 시즌3, 우루과이 시즌4가 성공적으로 방송을 완료하였으며, 2025년에도 제작이 지속적으로 이루어질 전망입니다.



### § 중남미 국가, 콘텐츠 공급 확대

2024년에는 적극적인 콘텐츠 세일즈 활동을 통하여 중남미 국가에 드라마 리메이크 계약을 체결하였고, 여러 중남미 국가의 TV 라이선스 계약도 확대하였습니다. 또한 매출향상을 위하여 HBO MAX, PLUTO, VIX, DRACO 등 중남미 지역 OTT 플랫폼에 콘텐츠 공급을 확대하였습니다.



### § 중요범죄 근절 캠페인

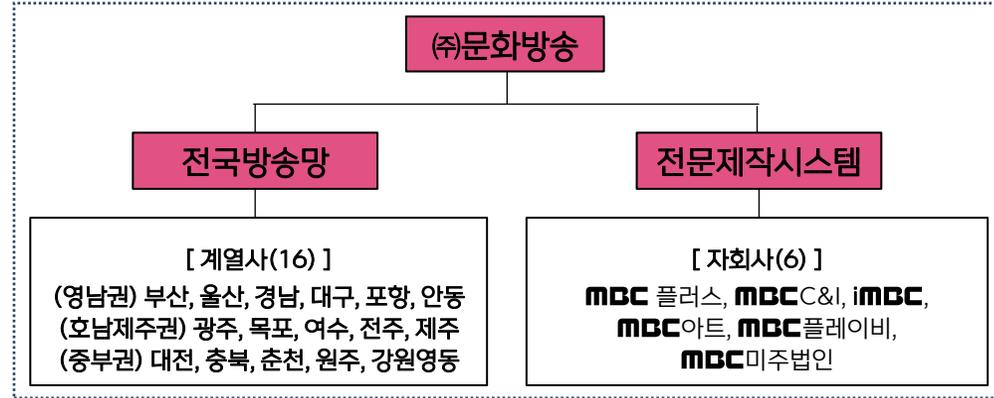
2023년부터 시작한 아시안 중요 범죄 근절 캠페인을 2024년까지 지속하였습니다. 캘리포니아 주 정부의 지원을 받아 중요범죄에 대한 인식을 강화하고 신고를 장려하기 위하여 뉴스 보도 및 TV 캠페인을 지속하였고, 중요범죄 예방 메시지를 담은 홍보 아이템(Bag)을 제작하여 배포하였습니다.

# 부록



## MBC 그룹구조

### MBC 그룹 구성



### 본사 및 6개 자회사 대표이사 (2024.12월 말 기준)

회사명	대표이사	회사명	대표이사
(주)문화방송	안영준	MBC플러스	강지웅
MBC C&I	도인태	MBC플레이비	강재형
MBC아트	유현	MBC미주법인	이모현
iMBC	이선태		

### 전국계열사 대표이사 (2024.12월 말 기준)

회사명	대표이사	회사명	대표이사
부산MBC	최병한	제주MBC	정용식
대구MBC	황외진	울산MBC	유해진
광주MBC	김낙곤	MBC강원영동	한정우
대전MBC	진종재	목포MBC	김순규
전주MBC	정희찬	여수MBC	이호인
MBC경남	이우환	안동MBC	채환규
춘천MBC	최현영	원주MBC	전병덕
MBC충북	이태문	포항MBC	이승용

## 2024 경영목표

비전	콘텐츠 중심의 글로벌 미디어 그룹				
미션	시청자에게 즐거움과 신뢰를 주는 콘텐츠와 서비스를 제공한다				
핵심 가치	시청자 First	창의성	공정성	공명성	
경영 지침	공명성 공정성 강화	콘텐츠 경쟁력 강화	디지털 전환	경영 혁신	지역성 존중
경영 목표	<b>매출액 7,633억 원 이상, 영업이익 100억 원 이상 달성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>지속 가능한 성장을 위한 4대 핵심과제 추진 : 제작 역량 강화, 보도/시사 콘텐츠 신뢰도 1위, 콘텐츠 가치 증대, 광고/유통/사업 매출 극대화</li> </ul>				
	<b>공영방송의 사회적 책무 실현</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>공동체에 기여하는 공영미디어로서 ESG 경영 실천</li> <li>신뢰도 제고와 국민적 관심사에 대한 신속하고 정확한 방송</li> </ul>				
전략 목표 및 과제	신뢰받는 공영미디어	콘텐츠 경쟁력 강화	안정적 발전 기반 구축	그룹 상생모델 확립	
	공정하고 객관적인 보도	킬러콘텐츠 확대 및 수익성 강화	콘텐츠 중심 조직으로의 변화	지역성 존중	
	공동체 기여 확대	시청률·청취율 제고	안정적인 재원 마련	그룹사 자생력 확보	
		제작 생태계 변화 대응	실천하는 ESG 경영		

## 재무제표

### 재무상태표

제63기 2024년 1월 1일부터 12월 31일까지  
제62기 2023년 1월 1일부터 12월 31일까지  
제61기 2022년 1월 1일부터 12월 31일까지

구분	제61기 (2022년)	제62기 (2023년)	제63기 (2024년)
I. 유동자산	6,569	4,877	5,667
II. 비유동자산	18,065	19,239	18,756
자산총계	24,634	24,116	24,423
I. 유동부채	2,387	1,424	1,315
II. 비유동부채	759	159	159
부채 총계	3,146	1,583	1,474
I. 자본금	10	10	10
II. 자본잉여금	3,153	3,154	3,154
III. 자본조정	-78	-78	-78
IV. 기타포괄손익누계액	45	310	509
V. 이익잉여금	18,358	19,137	19,354
자본 총계	21,488	22,533	22,949
부채와 자본 총계	24,634	24,116	24,423

## 손익계산서

제63기 2024년 1월 1일부터 12월 31일까지

제62기 2023년 1월 1일부터 12월 31일까지

제61기 2022년 1월 1일부터 12월 31일까지

구분	제61기 (2022년)	제62기 (2023년)	제63기 (2024년)
1. 매출액	8,602	7,436	7,480
2. 매출원가	6,186	5,844	5,796
3. 매출총이익	2,416	1,593	1,683
4. 판매비와관리비	1,850	1,516	1,618
5. 영업이익	566	77	65
6. 영업외수익	546	633	475
7. 영업외비용	714	455	428
8. 법인세비용차감전 순이익	398	255	112
9. 법인세비용	339	-711	-102
10. 당기순이익(손실)	59	966	214

## 주요 수상, 업무협약 및 협회 가입 현황

수상명	일시	주관기관
한국수자원학회 언론인상 • (제58회)〈뉴스투데이〉‘기후환경리포터’ [현인아]	2024.1.26	한국수자원학회
제14회 언론상 본상 • (언론상) 〈MBC뉴스데스크〉‘이태원 참사 1년, 1만 2천 쪽 수사 기록’ [나세용, 김상훈, 손구민, 정상빈, 김지인]	2024.2.21	미디어 공공성포럼
제55회 취재보도 부문 • (한국기자상) 〈MBC뉴스데스크〉‘류희림 방송통신심의위원장 민원 사주 의혹’ [이재욱, 배주환, 이혜리]	2024.2.23	한국기자협회
언론인 공로상 • 〈탐사기획 스트레이트〉‘K콘텐츠의 그늘편’ [이재민]	2024.2.26	한국음악저작권협회
우수 언론인상 • 〈MBC뉴스데스크〉‘삼성전자 반도체기술 유출 보도’ [박솔잎]	2024.2.26	대한변호사협회
2024 대한민국 녹색기후상 우수상 • (언론부문)〈뉴스투데이〉‘기후환경리포터’ [현인아]	2024.2.27	국회기후변화포럼
올해의 언론인상 • 〈MBC뉴스데스크〉 [박소희]	2024.2.28	대한간호협회
SNU팩트체크 우수상 • (제18회)〈MBC뉴스데스크〉‘이태원 참사 특별법’	2024.4.11	서울대학교 언론정보연구소
백상예술대상 • (예능작품상) 〈태어난 김에 세계일주 2〉	2024.5.2	백상예술대상
백상예술대상 • (작품상) 〈연인〉 [김재복]	2024.5.7	중앙그룹
브랜드 고객 충성도 대상 (가장 영향력 있는 프로그램(관찰예능 부문)) 〈나 혼자 산다〉	2024.5.9	한국소비자 브랜드위원회
대한민국 올해의 브랜드 대상 • 올해의 프로그램(관찰예능 부문)〈나 혼자 산다〉 • 올해의 프로그램(여행예능 부문)〈태어난 김에 세계일주 3〉	2024.9.3	

수상명	일시	주관기관
<b>바른방송언어상</b> • (바른언어 특별상) [최지원, 유천]	2024.6.19	방송통신심의위원회
<b>한국방송대상</b> • (연예오락TV) <태어난 김에 세계일주 2> • (개인상-프로듀서) <태어난 김에 세계일주 2> [김지우] • (영상촬영상-영상부문) 금토 <연인> [김화영] • (영상촬영개인상) 금토 <연인> [김화영] • (51회 한국방송대상-드라마 TV작품상) <연인> [홍석우] • (51회 한국방송대상-연예오락R 작품상) [김나형] • (51회 한국방송대상-연예오락 TV작품상) <태어난 김에 세계일주 2> [김지우] • (51회 한국방송대상-프로듀서 개인상) <태어난 김에 세계일주 2,3> [김지우] • (51회 한국방송대상-보도기자 개인상) <MBC 뉴스데스크> '건설 노조원 분신 검증' [차주혁] • (51회 한국방송대상-조명 개인상) <용감무쌍 용수정> [백광민] • (51회 한국방송대상-아나운서 개인상) <나 혼자 산다> [김대호]	2024.9.2	한국방송협회
<b>Asian Academy Creative Awards</b> • (National Awards (Best non scripted entertainment)) <태어난 김에 세계일주 3>	2024.9	Asian Academy Creative Awards
<b>안중필 자유언론상</b> • (제36회 특별상) <MBC 뉴스데스크> '이중섭출국금지 연속보도' [나세웅, 윤상문, 정상빈, 박솔원, 김상훈]	2024.10.24	자유언론실천재단
<b>광고주가 뽑은 좋은 프로그램상</b> • (예능부문) <나 혼자 산다>	2024.10.24	한국광고주협회
<b>장관상</b> • (방송부문) [김초롱]	2024.11.8	한국어문기자협회
<b>문화콘텐츠대상</b> • (대상) <이토록친밀한배신자> [송연화]	2024.11.21	한국방송통신전파진흥원

수상명	일시	주관기관
<b>문화체육관광부 장관상</b> • (저작권발전유공포상) [박희경]	2024.11.27	문화체육관광부
<b>저작권보호대상</b> • (저작권보호원상) [안상필]		
<b>Asian TV Awards</b> • (Best Extended Reality Project) <너를 만났다 시즌 4> [김호성]	2024.11.29	Asian TV Awards
<b>Asian TV Awards</b> • (Best LifeStyle Programme) <오은영리포트-알콜지옥> [소영준, 김도영]		
<b>저작권보호대상</b> • (Asian Television Awards) <설특집 VR 너를 만났다 시즌4> [최현영, 김호성, 이종현]	2024.11.30	ATA
<b>장애인먼저실천상</b> • (우수실천상) <권용주 김나진의 차카차카> [박소영, 김나진, 권용주]	2024.12.2	장애인먼저실천운동본부
<b>방송기술대상</b> • (2024년 방송기술대상 최우수상) [이승호]		
<b>방송기술대상</b> • (우수상) <돌비비전 프로젝트팀> [기정모, 김대원, 이종하, 임진혁]	2024.12.05	한국방송기술인연합회
<b>방송기술대상</b> • (방송미디어융합상) <돌비비전 프로젝트팀> [유현우]		
<b>그리메상</b> • (최우수작품상-드라마부문) 금토 <이토록 친밀한 배신자> [이진석] • (우수작품상-스튜디오영상제작) 예능 <PD가 사라졌다> [이상엽] • (우수작품상-드라마부문) 금토 <밤에 피는 꽃> [정순동]	2024.12.11	한국방송촬영인협회
<b>2024 올해의 좋은 드라마</b> • (대상) <이토록 친밀한 배신자> [송연화]	2024.12.17	김수현드라마아트홀

수상명	일시	주관기관
<b>기후변화 언론인상</b> • (제6회) (MBC 뉴스데스크) '국내·외 기후위기 문제 보도' [김민욱]	2024.12.17	한국기후변화학회
<b>올해의 좋은 보도상</b> • (2024년) (MBC 뉴스데스크) '쿠팡 블랙리스트 16,450명 보도' [차주혁, 조의명, 김건휘, 정혜인]	2024.12.19	민주언론시민연합
<b>올해의 방송기자상</b> • (YWCA가 뽑은 좋은 미디어콘텐츠상 -성평등 부문 우수상) (PD 수첩) '딥페이크-당신의 아이를 노린다' [성승민]	2024.12.19	한국YWCA 연합회
<b>올해의 방송기자상</b> • (2024년 일반보도 부문) (MBC 뉴스데스크) '이종섭 대사 출국 금지 보도' [나세웅, 김상훈, 박솔잎, 윤상문, 정상빈]	2024.12.20	한국방송기자클럽
<b>올해의 방송기자상</b> • (2024년 일반보도 특별상) (MBC 뉴스데스크) '인하대 및 초중 고 딥페이크 성폭력 연속보도' [이승지, 송정훈, 류현준, 김지성]		
<b>최우수상</b> • (AI 디지털 기반 미디어활성화사업) (A-IDOL) [최민근, 김혜림, 이예나, 김소연]	2024.12.20	과학기술정보통신부
<b>관훈언론상</b> • (제42회 권력감시 부문) (MBC 뉴스데스크) '이종섭 출국금지 보도' [나세웅, 김상훈, 박솔잎, 윤상문, 정상빈]	2024.12.26	전국언론노동조합
<b>2024 한국아나운서 대상</b> • (라디오진행상(시사)) (라디오 아침뉴스) [류수민] • (라디오진행상(음악)) (세상을여는아침) [안주희] • (TV진행상(시사)) (PD수첩) [오승훈] • (TV진행상(예능)) [박지민]	2024.12.27	한국아나운서연합회

## 주요 업무협약

협약명	체결기관	일시
첨단 산업 인재교류와 기술협력을 위한 업무협약 체결	이화여자대학교 스마트팩토리 BK 사업단	2024.2.7
MBC, 국제 앰네스티 한국지부와 업무협약 체결	국제 앰네스티 한국지부	2024.3.26
'행복한 국민, 건강한 대한민국' 공동 캠페인 협약	국민건강보험공단	2024.4.5
K-콘텐츠 IP 사업 상호협력을 위한 업무협약 체결	롯데 이노베이트, 칼리버스	2024.6.27
광주광역시-MBC-LG AI 연구원 업무협약 체결	광주광역시, LG AI 연구원	2024.7.31
미디어·콘텐츠 분야 버추얼 산업 발전을 위한 MBC-SM엔터테인먼트 업무협약 체결	SM 엔터테인먼트	2024.12.11

## 협회 가입



## 글로벌 이니셔티브

### 유엔 글로벌 콤팩트 (UNGC, UN Global Compact)

유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact)는 인권, 노동, 환경, 반부패 분야의 10대 원칙을 기업의 운영과 활동에 내재화하고 실질적 방안을 제시하는 세계 최대 자발적 기업시민 이니셔티브입니다. **MBC**는 글로벌 지속가능성 이니셔티브인 유엔 글로벌 콤팩트의 4대 분야 (인권, 노동, 환경, 반부패)에 대한 10대 원칙을 지지하며 이를 준수하고 있습니다. **MBC**는 2024년부터 Cop(Communication on Progress)를 통해 10대 원칙에 대한 이행사항을 이해관계자들에게 보고하며 소통할 계획입니다.



구분	10대 원칙	
인권 Human Rights	원칙1	국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.
	원칙2	인권침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.
	원칙3	결사의 자유 및 단체교섭권을 실질적인 인정을 지지한다.
노동규칙 Labor Standards	원칙4	모든 형태의 강제노동을 배제한다.
	원칙5	아동노동을 효율적으로 철폐한다.
	원칙6	고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.
	원칙7	환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.
환경 Environment	원칙8	환경적 책임을 증진하는 조치를 수행한다.
	원칙9	환경 친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.
반부패 Anti-Corruption	원칙10	부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.

## 유엔 지속가능발전목표 (UNSDGs, UN Sustainable Development Goals)



UN총회에서 2030년까지 달성하기로 결의한 의제인 지속가능발전 목표는 지속가능발전의 이념을 실현하기 위한 인류공동의 17개 목표입니다. 인간, 지구, 번영, 평화, 파트너십이라는 5개 영역에서 인류가 나아가야 할 방향성을 17개 목표와 169개 세부 목표로 제시하고 있습니다. **MBC**는 지속가능한 발전을 위해 UN 지속가능발전목표를 적극 지지하며, 사업을 영위하는 과정에서 지속가능성을 확보하기 위해 최선을 다하고 있습니다. 본 보고서 내 해당 부분에 관련 SDGs 목표를 별도 명시했습니다.



### 1. 빈곤 종식 NO POVERTY

- 국제 구호 프로그램 편성을 통한 세계 빈곤 종식 노력
- 국내외 재난재해 구호활동 보도 및 지원
- 콘텐츠 부가수익을 사회복지 단체에 기부



### 2. 기아 종식 ZERO HUNGER

- 국제 구호 프로그램 편성을 통한 기아종식 노력



### 3. 건강 및 웰빙 GOOD HEALTH AND WELL-BEING

- 산업안전보건법에 따른 임직원 안전보건교육 정기 실시 및 건강검진 지원
- 전문의료인력이 상주하는 사내 의무실 운영을 통한 건강 지원 서비스
- 직원 대상 정기적인 CPR 교육 실시를 통한 응급상황 대응능력 점진적 향상



### 4. 양질의 교육 보장 QUALITY EDUCATION

- 드라마 극본공모, 파일럿 기획안 공모 등을 통한 신인창작자 발굴 및 육성
- **MBC**꿈나무축구재단 운영을 통한 유소년 축구 발전 기여
- 청소년 및 대학생 대상 상암 본사 제작시설 무료 견학 상시 운영



### 5. 성평등 GENDER EQUALITY

- 성별에 차별을 두지 않는 블라인드 채용 및 보상 시스템 운용
- 직원 성별과 관계없는 육아기 근로시간 단축 제도 시행



### 6. 식수와 위생 CLEAN WATER AND SANITATION

- 깨끗하고 위생적인 용수 사용 및 사용량 최소화 노력



### 7. 청정에너지에 대한 접근성 보장 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

- 태양광 발전 운영
- 사내 전기차 충전소 설치를 통해 에너지 효율 강화 및 친환경 인프라 구축
- 상암동 본사와 일산 드림센터 냉난방 조절 및 실내 규정온도 준수 노력 등 전사적인 에너지 절약 캠페인 전개



### 8. 양질의 노동 환경과 경제적 성장 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

- 글로벌 미디어 그룹을 이끌 인재에 대한 신규·경력채용과 육성
- 격주 4.5일 근무제 실시 및 적극적인 유연근로 도입을 통한 생산성 제고와 노동 환경 개선 노력



### 9. 산업 혁신과 인프라 INDUSTRY INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

- AI 시대를 맞아 단계별 AI 도입로드맵을 작성하고, AI Transformation (AX)을 추진
- 사내벤처 육성과 분사를 통한 신사업 진출
- 다양한 사내사업공모를 통한 산업혁신과 새로운 패러다임 제시 노력



### 10. 불평등 완화 REDUCED INEQUALITIES

- 방송법 제69조 제8항에 근거해 장애인의 시청권을 보장하기 위해 폐쇄자막, 한국수어, 화면해설 방송 편성
- 다문화, 고령층, 어린이 청소년 등 취약층 대상 프로그램 편성
- 소외계층 어린이 청소년들을 위한 문화 체험 기회 제공



### 11. 지속가능한 도시와 지역사회 구축 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

- 인감감소 및 지역소멸 관련 캠페인 전개
- 우리사회의 지속가능성을 의제로 한 콘텐츠 제작 및 방송



### 12. 책임있는 생산과 소비 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

- 지속가능발전과 ESG 경영의 필요성에 대해 사내 인트라넷을 통한 지속적인 캠페인 전개 및 관련 보고서 발간
- 시청자위원회, 시청자평가원 및 옴부즈맨 프로그램을 통해 자사 방송 모니터링 및 시청자 참여 활성화
- 자체 심의기구 및 저널리즘 책무실 설치·운영



### 13. 기후변화 대응 CLIMATE ACTION

- 에너지 사용량 및 온실가스 감축량 목표 준수 노력
- 행사 수행 및 제안서 작성시 지역밀착형 용기재사용업체와 협업하여 폐기물 저감 및 재활용
- 뉴스를 기후환경팀을 중심으로 재난방송센터TF를 운영하여 기후 변화로 인한 재난에 상시대응



#### 16. 해양 생태계 보호 LIFE BELOW WATER

- 임해지역 계열사의 해양 생태계 및 환경문제 등을 다룬 다큐멘터리, 정규모을 네트워크 편성



#### 11. 육상 생태계 보호 LIFE ON LAND

- 용인 대장금 파크 및 토당 송신소 부지를 자연녹지지역으로 보존·관리
- 육상 생태계 보호를 주제로 한 콘텐츠 제작·방송



#### 16. 평화와 정의에 입각한 제도 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS

- 방송프로그램 공정거래 가이드 라인 마련 및 실행계획 수립
- 제작 참여 업체 및 인력에 대한 표준계약서 활용, 안전 및 인권교육 등 방송 제작 환경 개선을 위한 상생 협력 노력



#### 17. 목표 달성을 위한 파트너십 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

- UN 글로벌 콤팩트 (UNGC) 가입 추진 및 10대 원칙 준수
- 지속가능목표 달성을 위한 각종 협회 가입 및 ESG 관련 학술대회 후원