

감정노동자 보호예방 캠페인 - 배려업데이트 국민생명 지키기 프로젝트

(일터의 안전문화 정착과 확산을 위한 홍보사업)

안전은
권리입니다

1. 일반현황 - 기관개요

기관개요

설립목적	미디어를 통한 시민의 동등한 정보 접근의 보장, 시민의 시정참여 확대, 문화예술 진흥을 목적
연혁	▶ 1990.6.11 : tbs FM 95.1 개국 ▶ 2005.3.3 : tbs TV 개국 ▶ 2008.12.1. : eFM 101.3 개국 ▶ 2013.10.14. : eFM 중국어방송 개시 ▶ 2020.2.17 : “서울특별시 교통방송 ” 에서 “서울특별시 미디어재단 티비에스” 로 법인화
인력현황	대표이사 이강택 외 346명 (기간제 54명 포함)
2020년 주요사업 계획	▶ 시청취자층 확대를 위한 킬러콘텐츠 개발 ▶ 서울형 지역 콘텐츠 확대 ▶ 공공자원을 연계/활용하는 공동 기획사업 ▶ 시민참여 확대를 위한 조직체계 정비 ▶ 수평적 조직문화 확산 및 구성원 역량 강화 ▶ 콘텐츠 융합/재가공을 통한 미디어플랫폼 확장 ▶ 공공 및 민간대상 TBS 매체 홍보 강화 ▶ 온라인/모바일 광고시장 적극 진입

매체별	2019년 1R	2019년 2R	2019년 3R	2019년 4R	2020년 1R	2020년 2R
S*S 파*FM	23.2	24.5	24.8	24.6	24.7	21.9
TBS	13.1	15.8	15.4	17	14.7	18.3
M*C 표*FM	13.6	14.1	13.9	12.1	14.4	14.4
C*S 음*FM	13.4	13.3	12.2	12.9	12.2	11
K*S 제2*M(*FM)	11.6	10.6	10.6	11.7	11	10.7
M*C FM4*	9.8	9.8	9.3	9.8	11.3	10
S*S AM(*브FM)	4.6	4.4	4.6	4.2	3.6	3.8
K*S 제*라디오	4.5	4.1	4.9	4.7	4.9	6.3
C*S A*	2.9	3.2	3.3	3.2	3.3	4.1
K*S 제*FM(클*식FM)	3.4	2.6	3.4	2.9	2.9	3.5

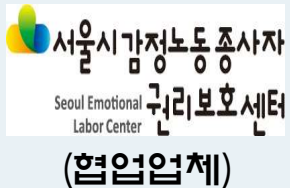
감정노동자 보호예방 캠페인 - 배려업데이트

1. 일반현황 – 사업추진 조직 (협업업체 포함)

사업추진 조직



- ▶ 광고사업
이문구국장, 이용진부장, 신삼호부장, 이영걸팀장, 이혁팀장, 조난희, 이휘영 매니저
- ▶ 경영지원본부
장청락본부장, 박태수팀장, 조경제팀장, 이지훈주임
- ▶ 라디오제작본부
송원섭본부장, 조은영PD, 차현나PD, 오유진PD
- ▶ TV제작본부
최기석본부장, 이동진팀장, 윤승기PD, 최성우PD
- ▶ 뉴미디어전략팀
박대용팀장, 김혜정, 정주호, 황인정 매니저



이정훈 소장
김지현 팀장
이서영 홍보기획위원
박지수 홍보기획위원

TBS는 생각했습니다!

TBS는 고민했습니다!

그리고

결정했습니다!

1. 일반현황 – 사업 참여배경 및 추진목표

많은 소비자가 감정노동자
위에 있다고 생각합니다.

동등하고 평등한 관계입니다.

“배려문화”를 업데이트하여

평행을 맞추어 가야 합니다.

“TBS” 는

활용하여 소비자 · 시민분들에게

모오의 필요성을 강조하며,

“TBS” 를 통해 메타군외를 인식

2. 안전문화 확산 공모사업 추진현황 – 사업 추진내용

사업추진 내용			
매체	프로그램 또는 시간대	내용	비고
라디오	김지윤의 이브닝쇼 18:28 (퇴근 시간대, SA시급)	▶ 캠페인 : 2020.5.1. ~ 9.7. (130회)	진행중
	김지윤의 이브닝쇼	▶ 감정노동자 관련 프로그램 코너 진행, "6월16일" 진행, 유튜브 동시진행	진행완료
TV 및 IPTV	김어준의 뉴스공장 보이는 라디오	▶ 캠페인 : 2020.5.1. ~ 9.30. (109회)	추가 진행중
	TV민생연구소 (안진걸소장, 곽현환, 박철민 진행)	▶ 감정노동자 관련 프로그램 코너 진행	추가 추진중
팟캐스트	김어준의 뉴스공장 (온라인, 모바일 플랫폼)	▶ 변경 캠페인 : 2020.5.1. ~ 9.7. (89회) (김어준의 뉴스공장) ▶ 기존 캠페인 : 2020.5.1. ~ 9.30. (152회) (배철수/전영미의 9595쇼 및 백반토론)	변경 진행중
옥외 전광판	신촌오거리 전광판	▶ 캠페인 : 2020.5.1. ~ 5.31. 옥외광고 진행	추가 진행완료
지하철TV	캠페인 포스터	▶ 2020. 6월18일부터 게첨중 (지하철 1호선, 2호선, 3호선, 4호선 총 120기, 가로 X 세로, 110Cm X 110Cm) ▶ 협업업체 서울시감정노동종사자권리보호센터	진행중 (협업진행)
	김어준의 뉴스공장	▶ 캠페인 : 2020.5.1. ~ 9.30. (109회)	추가 진행중
서울시감정노동 지원센터 협업	온라인 및 모바일	▶ 서울시감정노동종사자권리보호센터 홈페이지, 페이스북, 네이버 블로그 캠페인 진행 게재	협업진행 완료
유튜브	김어준의 뉴스공장	▶ 캠페인 : 2020.5.1. ~ 9.30. (109회), 실시간 스트리밍	추가 진행중
	김어준의 뉴스공장	▶ 유튜브 김어준의 뉴스공장 커뮤니티 캠페인 이미지 및 캠페인 내용 공유	진행 예정
언론사	보도자료	▶ 보도자료 배포 : 2020. 4월~5월 ▶ 보도자료 게재 : 2020. 4월~5월 서울경제신문 외 16건	진행완료

감정노동자 보호예방 캠페인 – 배려업데이트

3. 사업 추진방법 및 효과 – 라디오

사업추진 방법 – 라디오			
매체	플랫폼	추진 내용	효과
라디오	TBS 95.1MHz	[캠페인 전개] ▶ 김지윤의 이브닝쇼 18:28분대 ▶ 2020.5.1. ~ 9.7. (130회) ▶ 소재 2개 제작 ①이은미버전 ②김인석/윤성호 버전	[2020년 HRC 2R “김지윤의 이브닝쇼” 청취율 2.4%] ▶ 청취율 2.4% X 대한민국 전체인구 52,000,000명 ▶ 1일 1,248,000명 X 30일 = 37,440,000명 노출 (1개월 30일 기준)
		[프로그램 인터뷰] ▶ 김지윤의 이브닝쇼 6월16일19:40분대 진행 완료 ①서울시 경비노동자 주민 갑질 및 보호대책 ②일반감정노동자 고충과 해결책 등 ▶ 게스트 : 서울시감정노동종사자권리보호센터 이정훈 소장	▶ 라디오 라이브 방송 ▶ 유튜브 보이는 라디오 방송 ▶ 유튜브 클립 업로드 (2020.6.23.기준 4,716회 조회)
			

3. 사업 추진방법 및 효과 – 팟캐스트

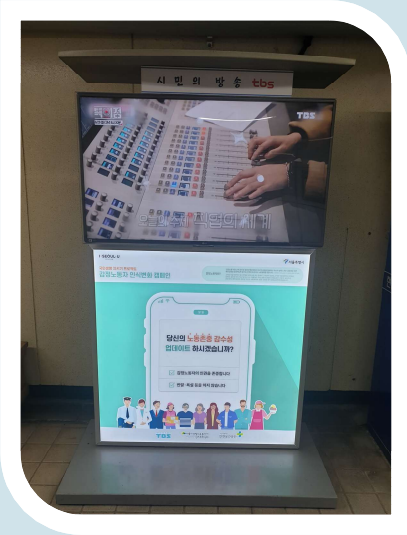
사업추진 방법 – 팟캐스트			
매체	플랫폼	추진 내용	효과
팟캐스트	온라인 모바일	[캠페인 전개] ▶ 김어준의 뉴스공장 ▶ 변경 : 배칠수/박희진의9595쇼에서 김어준의 뉴스공장으로 프로그램 변경 ▶ 2020.5.1. ~ 2020.9.30. (진행예정) ▶ 소재 2개 제작 ①이은미버전 ②김인석/윤성호 버전	[월 평균 다운로드수 5,000만 이상 다운로드] ▶ 2020.5.1. ~ 2020.6.5. 36일간 총 66,707,901 다운로드 (2020.6.9. 기준)
			

3. 사업 추진방법 및 효과 – TV · IPTV

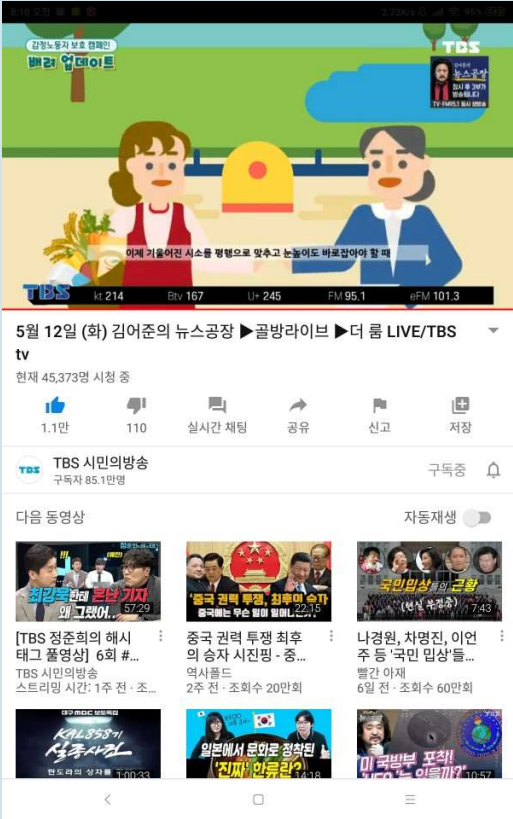
사업추진 방법 – TV · IPTV

매체	플랫폼		추진 내용	효과 (2020.5.1. ~ 6.7. 기준)	
TV·IPTV	케이블	전국	100위	▶ “보이는 라디오 김어준의 뉴스공장” 캠페인 CF 전개 ▶ 서울시감정노동자권리보호센터에서 실시한 공모전을 통해 당선된 공모작품 중 2개를 선정하여 “캠페인 CF”로 편집 수정하여 캠페인 전개 ▶ 공모전 수상작품의 원작자로부터 영상, BGM, 육성을 분리하여 받아 편집, CF소재 제작	▶ 전국 시청률 0.0203% (1일 10,556명 노출), 26일 X 10,556명 = 274,456명
		수도권	110위		▶ 수도권 시청률 0.01166% (1일 2,332명 노출), 26일 X 2,332명 = 60,632명
	IPTV	전국	12위		▶ 전국 시청률 0.3696% (1일 192,192명 노출), 26일 X 192,192명 = 4,996,992명
		수도권	11위		▶ 수도권 시청률 0.43042% (1일 86,084명 노출), 26일 X 86,084명 = 2,238,184명
			효과 기준	▶ 기준일 : 2020.5.1. ~ 2020.6.7. 기준 ▶ 김어준의 뉴스공장 방송일 : 26일 기준 ▶ 전국 인구 : 52,000,000명 기준 ▶ 수도권 인구 : 20,000,000명 기준 (서울·경기권역)	
“김어준의 뉴스공장” “보이는 라디오” 에 캠페인 CF 편성					

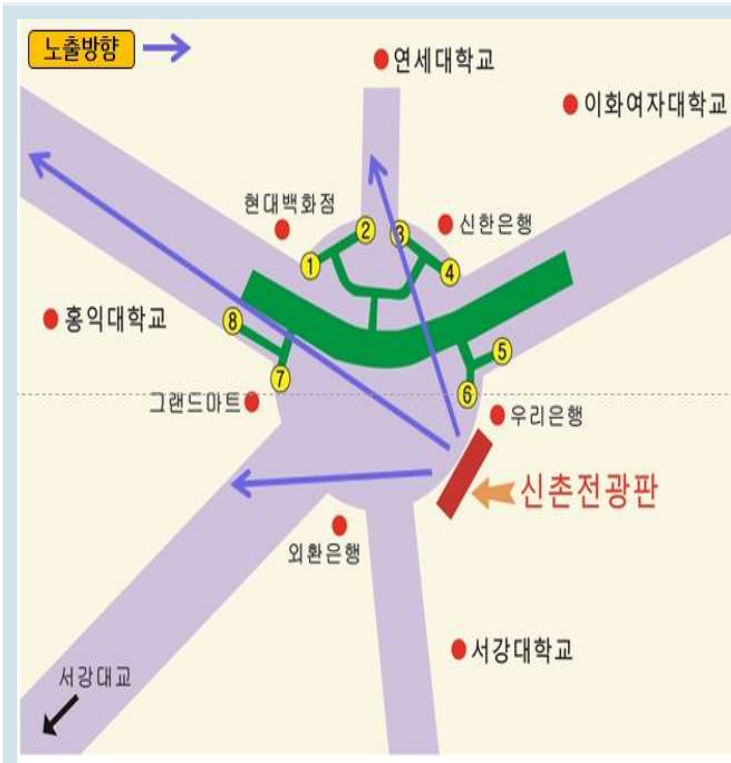
3. 사업 추진방법 및 효과 – 지하철TV 및 포스터 게첨

사업추진 방법 – 지하철TV 및 포스터 게첨			
매체	플랫폼	추진 내용	효과
지하철TV	[지하철] ▶ 1~4호선 : 124기 (포스터 설치 가능 120기) ▶ 6호선 : 1기 ▶ 9호선 : 31기 ▶ 서울시 유관기관 10기 총 166기	[캠페인 전개] 6.18부터 게첨 ▶ 김어준의 뉴스공장 캠페인 전개 07:00~09:00 ▶ 지하철TV 포스터 게첨 1호선~4호선 포스터 120기게첨 사이즈 : 가로 X 세로, 1.1m X 1.1m 서울시감정노동종사자권리 보호센터와 협업 진행	▶ 서울교통공사 홈페이지 2020.6.9.기준 자료 참조 6월9일 기준 5월이후 자료 없어, 4월 기준으로 승하차 인원 파악 ▶ 서울교통공사 공공데이터 게시판 URL (2020.1~4월 자료참조) http://www.seoulmetro.co.kr/kr/board.do?menuidx=551&bbsidx=2209280 ▶ 2020년 4월(30일 기준) 07:00~08:00, 승하차인원 6,717,904명, 08:00~09:00 승하차인원 12,090,490명, 총 18,808,394명(1개월)
    신촌역 이대역			

3. 사업 추진방법 및 효과 – 유튜브

사업추진 방법 – 유튜브			
매체	플랫폼	추진 내용	효과
유튜브	온라인 모바일	[캠페인 전개] ▶ 김어준의 뉴스공장-보이는라디오 ▶ 캠페인 : 2020.5.1. ~ 9.30. (109회), 실시간 스트리밍 (SKIP 불가)	▶ 일 평균 4만명 이상의 “동시접속자수” ▶ 2020.5.1. ~ 6.5. (평일기준 26일) 4만명 X 26일 = 1,040,000명 노출 ▶ 구글 애드센스 광고가 아닌, TBS의 실시간 스트리밍 캠페인 SKIP 불가
		 	

3. 사업 추진방법 및 효과 – 신촌 옥외전광판

사업추진 방법 – 신촌 옥외전광판			
매체	플랫폼	추진 내용	효과
옥외전광판	신촌오거리 옥외 전광판	[캠페인 전개] ▶ 신촌오거리 전광판(한국애드컴) 캠페인 전개 ▶ 캠페인 : 2020.5.1. ~ 5.31. (1개월간) 	▶ 1일 유동인구 120만명 ▶ 1일 유동차량 10만대
		설치 위치 분석 전광판을 기준으로 현대백화점, 연세대, 홍익대, 이화여대, 서강대가 인접한 대학로 특구이며 지하철2호선 신촌역 이용객과 신호대기 차량에 의한 광고 노출 효과가 탁월한 젊음의 거리! 최고의 여건 최고의 효과 1일 유동인구 120만명 1일 유동차량 10만대 가시 가능한 요소가 극대화된 교통의 중심지 연세대, 홍익대, 서강대, 이화여대, 서강대교에서 신촌로타리 매체중 최고의 가시권이 확보된 교통요충지 차량 및 도보인원 증가 대학, 백화점, 먹자골목 등 최고의 유동인구 확보 백화점이 마주보고 있어 젊은이들의 만남의 장소 / 유동인구 1일120만명, 1일 유동차량 10만대	

3. 사업 추진방법 및 효과 – 서울시감정노동종사자권리보호센터 협업

사업추진 방법 – 서울시감정노동종사자권리보호센터 협업

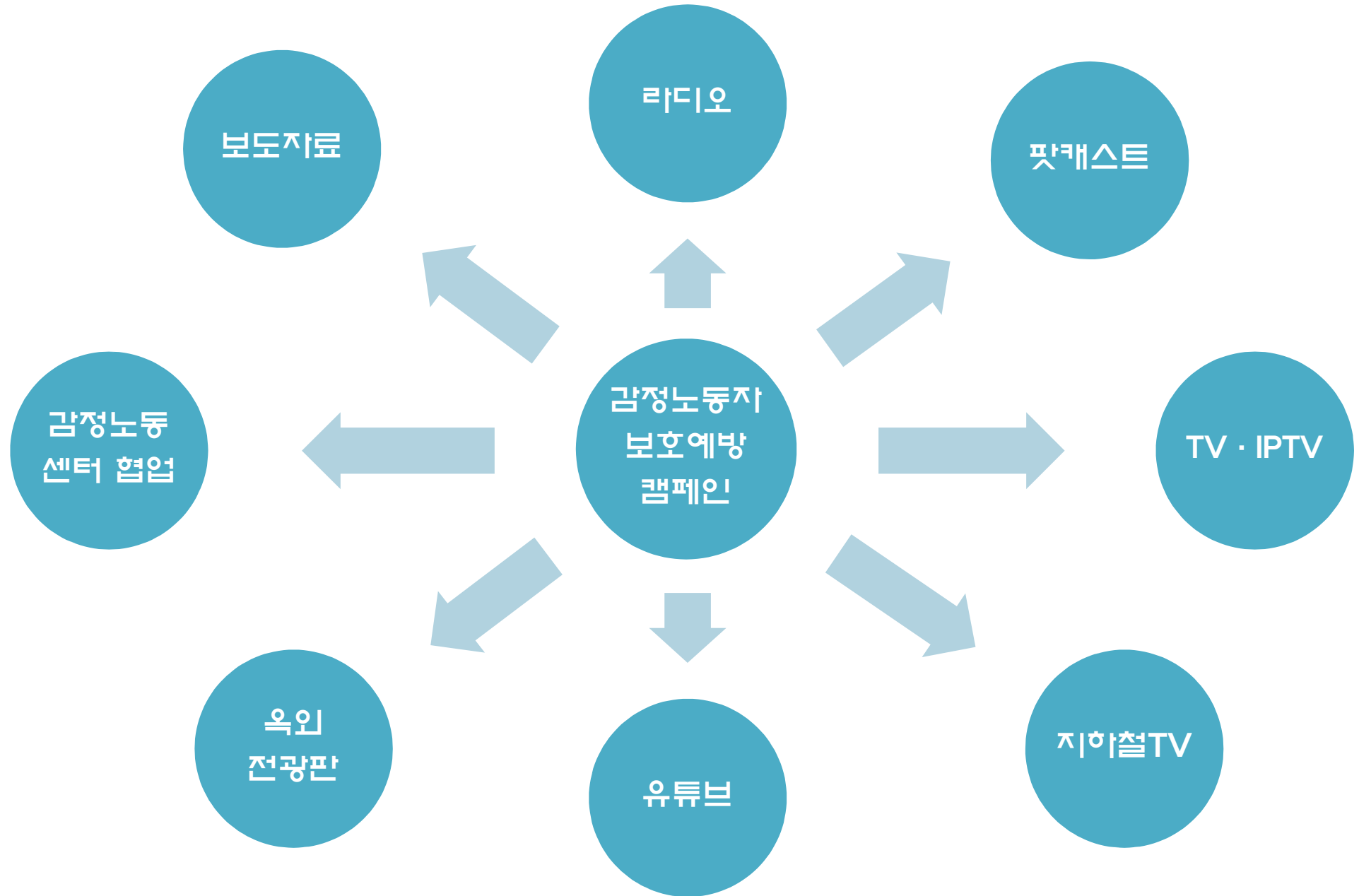
매체	플랫폼	추진 내용
협업	서울시 감정노동 종사자 권리보호센터	[협업] ▶TBS와 MOU 체결 (감정노동자 보호예방 캠페인) ▶지하철TV 포스터 협업 진행 ▶센터 홈페이지, 페이스북, 블로그 캠페인 전개

감정노동자 보호예방 캠페인 – 배려업데이트

3. 사업 추진방법 및 효과 – 보도자료

사업추진 방법 – 보도자료		
매체	플랫폼	추진 내용
언론사	스포츠서울 TBS 뉴스1 이데일리 이투데이 서울경제신문 일간스포츠 브릿지경제신문 뉴시스 AP신문 화이트페이퍼 중앙일보 데일리청년 뽀뿌뉴스 모네타뉴스 소쿠리뉴스 마이민트뉴스	▶ 보도자료 게재 (총 17개 언론사) 스포츠서울 http://www.sportsseoul.com/news/read/910197?ref=naver TBS http://www.tbs.seoul.kr/news/bunya.do?method=daum_html2&typ_800=7&idx_800=3385275&seq_800=20377852 뉴스1 https://www.news1.kr/articles/?3919541 이데일리 https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=03716246625740384&mediaCodeNo=257&OutLnkChk=Y 이투데이 http://www.etoday.co.kr/news/view/1888421 서울경제신문 https://www.sedaily.com/NewsView/1Z1MY1HHOP 일간스포츠 http://isplus.live.join.com/news/article/article.asp?total_id=23763761&cloc= 브릿지경제신문 http://www.viva100.com/main/view.php?key=20200427010009569 뉴시스 https://newsis.com/view/?id=NISX20200428_0001009158&cID=10601&pID=10600 AP신문 http://apnews.kr/View.aspx?No=832320 화이트페이퍼 http://www.whitepaper.co.kr/news/articleView.html?idxno=192753 중앙일보 https://news.join.com/article/23763761 데일리청년 http://www.ypassion.com/247 뽀뿌뉴스 http://www.ppomppu.co.kr/zboard/view.php?id=news_society&no=3729 모네타뉴스 http://cn.moneta.co.kr/Service/paxnet/ShellView.asp?ArticleID=2020042715195203146 소쿠리뉴스 https://news.sokury.com/channel/?idxno=218861c4886f9b1e08feb2f91659a4a2 마이민트뉴스 https://www.mimint.co.kr/article/board_view.asp?bidx=2391002

3. 사업 추진방법 및 효과 - 다양한 플랫폼 및 협업을 통한 캠페인 확산



관공은 왜 화났을까요?
TBS는 그 답을 주지 않아요!
밤에 10월 8일 새벽 12시에
최소 1시간 이상 시청해야 하는데요.