



# KTV 국민방송 주요업무현황

 한국정책방송원

# CONTENTS



일반현황 03

주요 업무 및 성과 08

현안 과제 18





# I

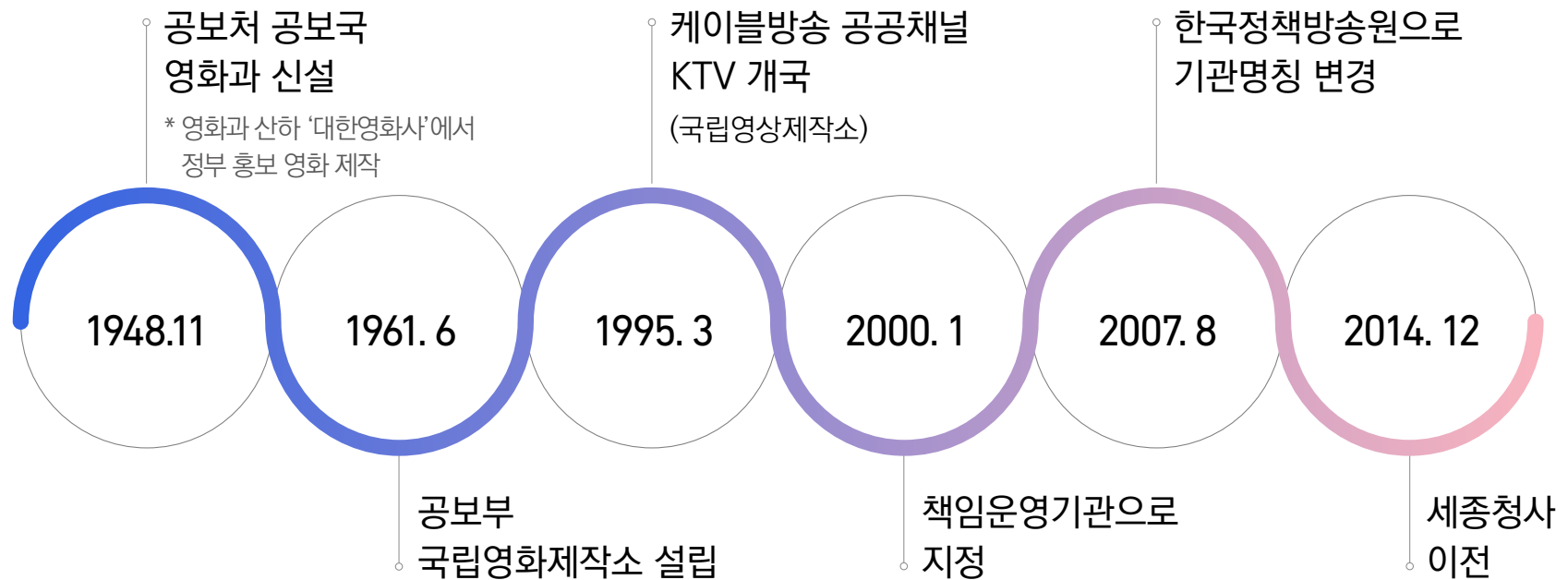
## 일반현황

---

- 연혁 ..... 04
- 비전 및 임무 ..... 05
- 조직 및 예산 ..... 06



# 연혁





# 비전 및 임무

## 비전

대한민국 최고의 정책 알린이 **KTV 국민방송**

## 임무



국가정책, 문화, 교양 등  
방송 프로그램 제작·송출



온라인 동영상 콘텐츠  
제작·확산



정부 영상물  
제작 및 기록 보존



정부, 공공기관 및 단체의  
영상물 제작 협조·지원

# 조직 및 예산

직제 7부 18팀





## 인력 현황

2020. 12월 현재 / 명

구분	고공단	3급	4급	4·5급	5급	6급이하	전문 경력관	계
정원	1	1	6	1	15	92	1	117
현원	1	2	3	1	14	87	1	109

※ 총 현원: 175명(정규직 107명, 전문임기제 6명, 공무원 62명)

※ 정규직: 행정·관리직 28명, 기술(공업·전산) 7명, 방송무대 67명, 기타 5명



## 세입· 세출

단위 : 백만원

구분	2019	2020	증감액	증감률(%)
세입(영상)	48	48	0	0
세출(KTV 운영)	20,966	22,689	1,723	8



## II

# 주요 업무 및 성과

### ■ 방송 분야 ..... 09

- 편성 현황
- 본방률
- 핵심프로그램
- 국민리포트 운영
- 방송분야 성과

### ■ 온라인 분야 ..... 14

- 온라인 채널 운영 현황
- 채널별 목표 이용자층 및 콘텐츠
- 온라인 분야 성과

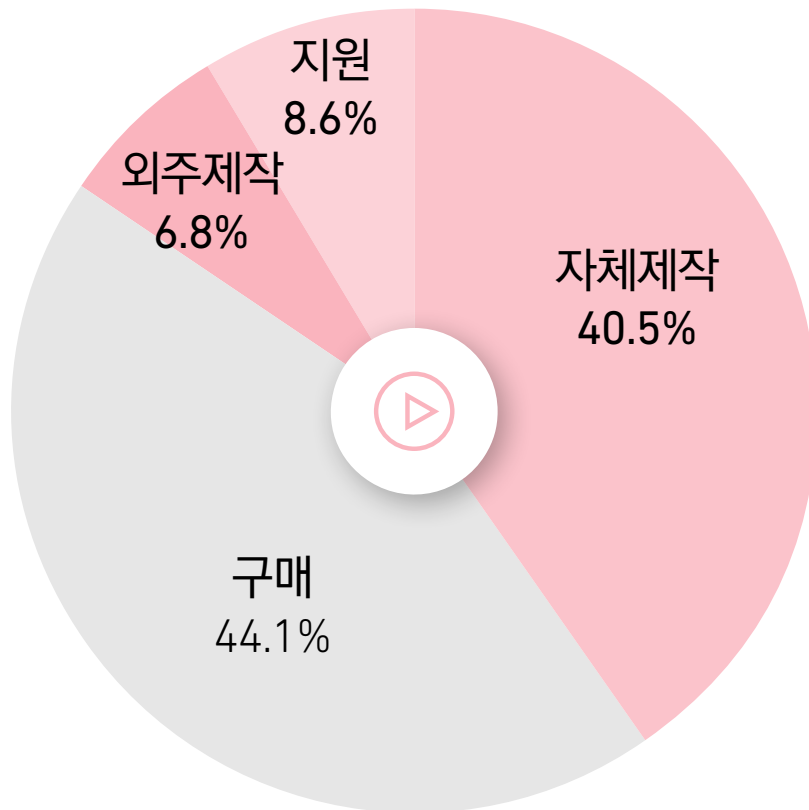
### ■ 대국민 정책소통 허브 구축 .. 17



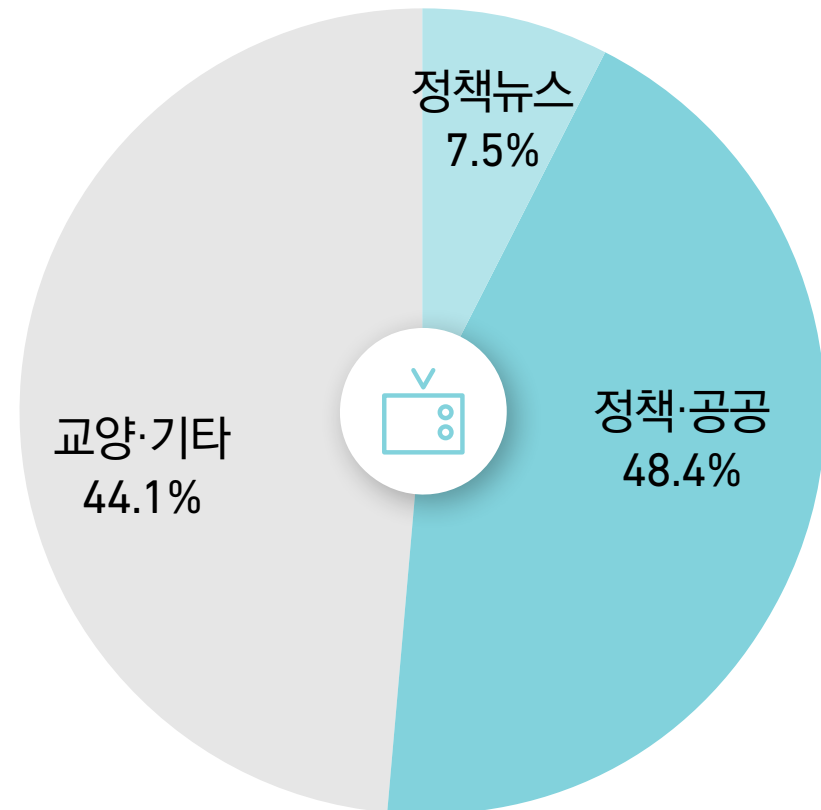
## 방송 분야

### 편성 현황

2020. 12. 31.



제작원별

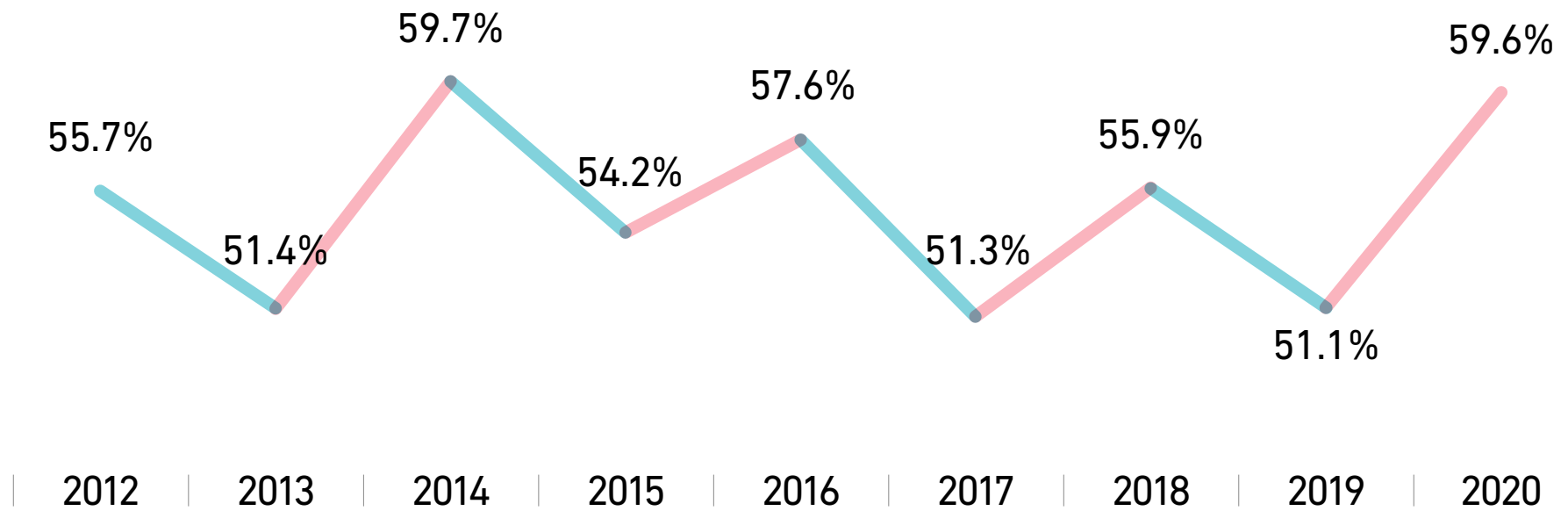


장르별



## 본방률

2006년 6월 1일부터 24시간 방송 실시



## 핵심 프로그램

대한민국 정책의 중심  
**KTV 대한뉴스**

빠어난 영상  
잠시 쉬어가는 일상  
**UHD영상미학**



정확하게! 신속하게!  
실시간 정책 브리핑

**생방송 대한민국 1부·2부**

심도 있는 정책대담!  
**최일구 정말**





## 국민리포트 운영

- 국민이 기자다! 세대와 지역을 아우르는 소통의 창구 KTV 국민기자단
- 총 353명의 국내외 거주 국민기자단이 861건 리포트 제작

### KTV 국민기자단 구성 현황

2020. 12. 31.

구분	캠퍼스	시니어	글로벌	주부	전문기자	청소년	계
인원	171명	72명	18명	55명	12명	6명	353명

# 방송분야 성과

## KTV를 둘러싼 환경

### ● 외부환경

케이블TV의 시장 점유율 저하, 상업채널 급증, TV에서 모바일로 시청 행태 변화  
⇒ 채널 간 시청률 경쟁 치열

### ● 내부환경

인력·예산 부족(KBS 대비 인력 1/26, 예산 1/39 수준)\*, 정부 정책 소통이 주력 임무  
⇒ 다양한 콘텐츠 제작 곤란

\* 2017년 KBS 사업비 1조 1,793억원, 직원 4,591명

## 정책홍보채널로 높은 채널 충성도

- 2020년 시청률은 0.079이며 시청시간은 270개 채널중 39위를 기록, 정책홍보 채널로 높은 채널충성도 유지
- 시청순위는 2016년 대비 채널이 2배 가량 증가하였음에도 불구하고 20 단계 상승한 41위를 기록

구분	2017년	2018년	2019년	2020년
시청률 (%)	0.076	0.092	0.124	<b>0.079</b>
시청 순위	45위/ 137채널	45위/ 137채널	41위/ 261채널	<b>61위/ 270채널</b>

## 정부지원채널의 리더

- 정부부처 직·간접 운영채널(공공채널·공익 채널 포함) 중에서 시청률 1위 기록

채널	시청률(%)	순위(270개)
<b>KTV</b>	<b>0.079</b>	<b>61</b>
국회방송	0.037	101
사이언스TV	0.019	131
국방TV	0.009	159
소상공인방송	0.005	188
채널i	0.009	155
방송대학TV	0.006	175
아리랑TV	0.001	213
한국직업방송	0.001	222

출처 : 닐슨미디어코리아

# 온라인 분야

## 온라인 채널 운영 현황

- 페이스북, 유튜브 등 7개 플랫폼 20개 채널 운영, 총 채널 구독자 : 1,209,495 명

구분	채널명	개설년월	총 구독수	'20년 구독 증가	'20년 콘텐츠 조회수 (2020.01.01.~2020.12.31.)
페이스북 (4개 채널)	KTV 국민방송	2010.12	107,848 명	50,852 명	도달수 64,267,196 명
	KTV 스콘	2018. 2	3,059 명	184 명	도달수 50,746 명
	KTV 프로그램	2017. 9	15,462 명	△324 명	도달수 8,427 명
	KTV 베스트	2017. 2	5,475 명	54 명	도달수 58,218 명
유튜브 (8개 채널)	KTV 국민방송	2012. 1	381,206 명	142,948 명	조회수 103,480,006 회
	KTV 스콘	2014.12	138,187 명	13,682 명	조회수 5,866,224 회
	KTV 대한뉴스	2016. 3	71,256 명	31,611 명	조회수 21,969,910 회
	KTV 문화영화	2016. 4	36,275 명	12,230 명	조회수 3,582,766 회
	KTV PLAY	2017. 1	21,500 명	14,600 명	조회수 3,940,966 회
	KTV 인사이드(채널 폐쇄)	2019. 2	채널 폐쇄	△1,319 명	2020년 채널 폐쇄
	KTV 라이브	2019. 2	5,133 명	3,132 명	조회수 721,522 회
	KTV 프로그램	2018. 6	30,095 명	27,758 명	조회수 7,504,190 회
	KTV 최고수다	2017.10	175,306 명	101,113 명	조회수 18,773,504 회
트위터	KTV 국민방송	2010. 2	88,306 명	5,336 명	노출수 59,753,897 회
인스타그램 (2개 채널)	KTV 국민방송	2018. 6	17,616 명	11,956 명	노출수 5,373,488 회
	KTV S&News	2018. 6	2,164 명	△71 명	노출수 37,736 회
네이버	TV	KTV 국민방송	2015. 8	42,314 명	재생수 9,557,537 회
	블로그	KTV 국민방송	2009. 4	12,497 명	순방문자수 1,094,223 명
	포스트	KTV 국민방송	2016.12	17,701 명	조회수 4,207,325 회
중국웨이보	KOREA TV	2016. 3	35,416 명	4,322 명	도달수 9,878,000 명
틱톡	국피디(KTV 국민방송)	2020. 2	2,679 명	2,679 명	조회수 1,266,916 회
총계	20개 채널		1,209,495 명	459,641 명	321,392,797 회



## 채널별 목표 이용자층 및 콘텐츠

- 이용자 연령대 및 관심 분야에 따른 맞춤형 채널 운영



### 핵심 콘텐츠

- 대통령 행보가 곧 정책이다 “문워크” (대통령 콘텐츠)
- 국민을 위한 세균이 온다 “좋은세균” (국무총리 콘텐츠)
- 소통의 스위치를 켜다 “현장소통ON”

### 부처 협업

- 정부 43개 부처 온라인 콘텐츠 제작활동 지원
- 부처 제작 콘텐츠 KTV 소셜미디어를 통해 확산
- 정부소통평가 ‘KTV 온라인 협업’ 평가지표 관리

## 온라인 분야 성과

### 온라인 콘텐츠 확산

- 정부기관 최고 수준의 소셜미디어 구독자 확보, 유튜브 구독자 전년대비 67.3% 증가 (최근 5년간 유튜브 구독자 현황(8개 채널 통합 기준))

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
총 구독자수	35,077 명	112,469 명	228,637 명	513,203 명	858,958 명

- 2020년 제2회 소셜아이어워드 대상, 제10회 대한민국 SNS 대상, 제13회 대한민국인터넷 소통대상, 제13회 대한민국공감콘텐츠대상, 제6회 올해의 SNS 최우수상
- 유튜브 '실버플레이 버튼' 2년 연속 획득 (2019년 03월, 2020년 11월)

### 콘텐츠 영향력 및 생방송 인지도 강화

- 조회수 10만뷰 이상 콘텐츠 연간 100개 이상 확보 (최근 2년간)

〈2020년 주요콘텐츠 현황〉('20.01.01.~'20.12.31. KTV 유튜브 채널 기준)

순위	채널명	프로그램	콘텐츠명	조회수
1	KTV 국민방송	문워크	CNN도 보도한 진단키트 기업의 실상?!	2,961,016 회
2	KTV 국민방송	문워크	"그러니까 고맙죠", 세계 최초! 세계 최대!	1,287,115 회
3	KTV 국민방송	문워크	청와대로 장군들이 모였다!	1,222,626 회
4	KTV 국민방송	문워크	외신이 문대통령에 붙인 별명?!	1,037,661 회
5	KTV 국민방송	문워크	문재인 대통령 양재 하나로마트 설 맞이 장보기!	1,021,895 회

- '문워크' 평균 10.2만회, 콘텐츠 평균 1.6만회 조회수 기록
- 월 평균 107회 생방송 진행, 주요 생방송 동시 시청수 평균 1천 명 이상. ('20.01.01.~'20.12.31. KTV 유튜브 채널 기준)

# 대국민 정책소통 허브 구축

## 개방·공유 영상콘텐츠 아카이브 시스템 구축

정책영상 보존관리	KTV 생산 및 정부 기록영상의 체계적 보존·관리
실시간· 무료개방	정부 및 언론사 (지역방송·지방신문·온라인) 대상으로 무료 다운로드 서비스 * '24년 대국민서비스 완전 개방 목표
포털·SNS 자동연계	콘텐츠 생성과 동시에 포털 및 SNS 자동확산
대국민 이용 활성화	포털 검색서비스 및 이용자 편의성 강화 * '20년 4월 시험운영 및 '20년 7월 공식운영 (이후 고도화 지속 추진)

## 방송 플랫폼 대국민 편성 개방

- 부처·지자체·공공기관 홍보영상 무료 편성, 기관의 주요 정책을 국민들에게 직접 알릴 수 있는 기회 부여
- 대학생·일반인 직접 제작한 다큐, 드라마, 영화를 심사 후 편성, 시청자 참여 유도, 예산 절감 및 KTV 인지도 제고

### 편성개방 추진실적

- 영상접수 현황: 총 979편('20.12월 현재, 수시)
  - 중앙정부(정책홍보 영상/302편), 공공기관(지역관광, 현안홍보/171편), 일반인(다큐, 영화, 캠페인/506편)
- 프로그램 제작 실적: 100여 기관 250여개 프로그램('20.12월 현재)
  - 시청자가 만드는 TV 하이큐(30분, 142편), 우리지역 볼거리 먹을거리(30분, 7편)
  - 정책광고(30초~5분, 370여편)





### III 현안 과제

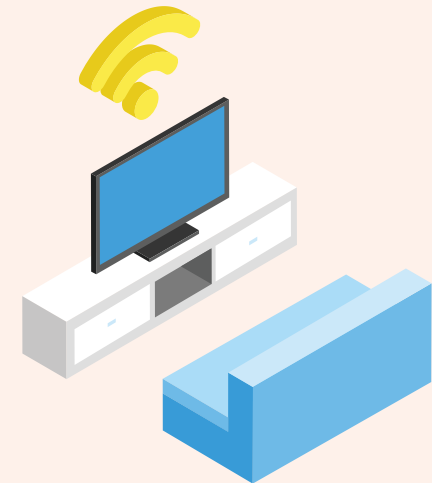
---

- KTV 채널현황 ..... 19
- 저채널화 추진 현황 ..... 20

# IPTV 저채널화 추진

## 채널번호 현황

구 분	플 랫 폼	채널번호	비 고
IPTV	KT 올레TV	64	
	SK 브로드밴드	64	290 → 64('20.12.17)
	LG U+	171	
위성방송	Skylife	161	
유선방송	지역 SO	100~300대	지역별, SO별 상이



- **방송 편성편성권:** 방송법\*에 따라 채널사용사업자(PP)에 대한 방송편성권은 IPTV사업자(KT, SK, LG), 위성방송(Skylife), 유선방송사업자(SO, MSO)에게 있으며, 방송편성에 관하여 규제·간섭할 수 없음
  - 방송편성권을 소유한 방송사업자의 자체판단에 따라 지상파 및 종편, 홈쇼핑 등이 앞 번호채널을 배정받고 있으며, 공공채널(KTV, 국회방송, 방송대학TV)은 뒷 번호 채널로 밀려있음

\* **방송법 제4조(방송편성의 자유와 독립)** ①방송편성의 자유와 독립은 보장된다. ②누구든지 방송편성에 관하여 이 법 또는 다른 법률에 의하지 아니하고는 어떠한 규제나 간섭도 할 수 없다

## KTV, 채널 정상화 노력

- KTV 저채널화를 통한 수용자의 시청접근성 강화 및 공공정보의 보편적 서비스 확보를 위해 방송관련 기관과 지속적으로 협의\*

\* 과학기술정보통신부, 케이블TV·IPTV협회, MSO·SO 등 방문·협의(84회/'15~'20)

– 주요성과 : 최근 6년('15~'20)간 저채널화\*, HD 방송전환(화질개선) 등 개선, 특히, IPTV인 SK브로드밴드의 저채널(290→64)화 성과('20.12.17)

\* 저채널화 총15회('20년 2건, '18년 3건, '17년 3건, '16년 5건, '15년 3건)

\*\* 방송사업자의 저채널화 미수용 사유 : 시청자들이 드라마, 예능, 오락 등 프로그램에 관심이 높으며, 공공채널은 광고가 붙지 않고 수수료가 없어 저채널화는 곤란하다는 입장

- ★ 방송편성권을 소유한 방송사업자(IPTV, Skylife, MSO),  
유관기관(케이블TV협회, IPTV협회) 등  
대상 저채널 필요성 설명 및 협의 지속 추진 예정

※ 중장기적으로 '공공채널의 저채널화에 대한 단서 조항 추가' 등 방송법 개정 필요





# 감사합니다

