

---

# 2024년 주요 업무 계획

---

2024. 2.



한국정책방송원  
KTV 국민방송

# 목 차

I . 2023년 평가 .....	1
II . 2024년 업무추진 여건 .....	4
III. 추진전략 및 과제 .....	5
IV. 세부 추진계획 .....	6
1. 정책 소통 허브 강화 .....	6
2. 채널 경쟁력 제고 .....	8
3. 뉴미디어 환경·미래 변화 대응 .....	10
4. 지속 가능한 성장 기반 공고화 .....	13

# I. 2023년 평가

## 1 주요 성과

### □ 다각적 소통 프로그램 편성으로 정부 2년 차 정책 추진 지원

- (특집 제작 확대) 정부 2년 차 본격적 정책 추진의 효과적 소통을 위한 특집\* 제작·편성, 전년보다 3배 이상 확대('22. 14편 → '23. 46편)

\* 주요 특집 △청와대 개방 1년 '살아 숨 쉬는 청와대', △한미동맹 70주년 'We Go Together', △'제2의 중동북, 변화의 바람이 분다', △나는 대한민국 1호 영업사원입니다, △후쿠시마 원전 오염 수 팩트체크, △약자복지, 대한민국을 잇다, △대한민국 방산 세계시장을 겨냥하다, △부산 이즈 레디

- (홍보 방식 다양화) 주요 정책 및 이슈 분석 프로그램 신설\*, 장차관이 주요 정책을 국민에게 직접 설명하는 쌍방향 소통 프로그램\*\* 제작, 가짜뉴스 대응 강화로 신속한 정책정보 제공과 허위정보 차단

\* ('23년 신설 프로그램) 생방송 정책&이슈(1.16), 생방송 경제인사이드(5.1)

\*\* 국정대담-국민이 묻고 장관이 답하다(1.16), 기획대담-차관에게 듣는다(7.10)

- 정책 정보허위사실 진단 프로그램 '정책 바로보기' 개편 및 편성 확대

- (주요 국가행사 생방송 제공) 국가 기념식·대통령 행사·정부 브리핑 등 생방송 주관 방송사 기능 강화로 시청률 제고 및 민간 방송 편성제공

### □ 온라인 채널 경쟁력 제고 및 뉴미디어 트렌드 대응력 강화

- (채널 경쟁력) 5개 핵심 유튜브 채널의 차별화 전략 및 맞춤형 콘텐츠 제작으로 전체 채널의 고른 성장\* 및 유튜브 실버버튼 확보\*\*

\* (KTV 전체 22개 채널) '22년(1,659천명) → '23년(1,887천명), ▲ 228천명 증가

#### 【 5개 핵심 유튜브 채널 】

KTV 국민방송	윤니크	KTV 정책 LIFE	KTV 아카이브	KTV 문화영화
국정비전 국정과제	정책소통 전문채널 * 신규 개설('22.3.4.)	문화 건강 생활 정책	과거영상 재해석	문화영화의 재발견

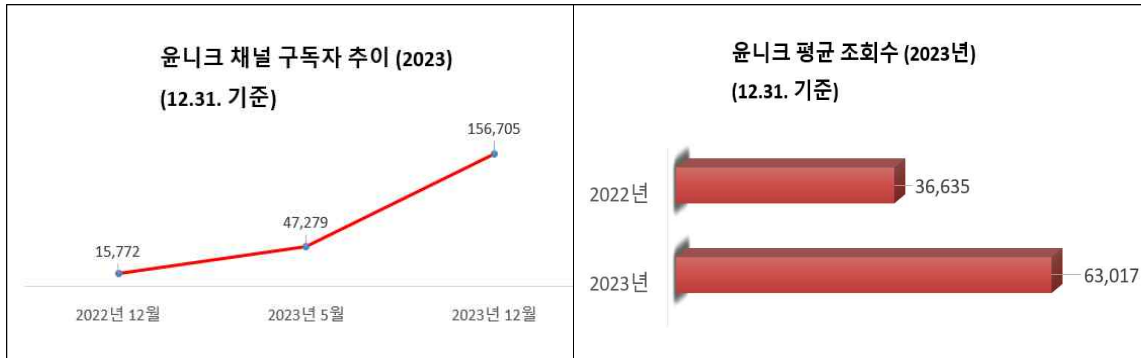
\*\* 핵심 유튜브 5개 채널 중 4개→ 유튜브 실버버튼 확보('23년 2개 추가)

☞ (KTV 아카이브) '23.2. 구독 10만 돌파, (윤니크) '23.8. 구독 10만 돌파

- (콘텐츠 제작) ▲정책소통 콘텐츠의 제작 유형 다양화 및 물량 증대\*로 '23년도 유니크 채널의 급성장 견인, ▲사전기획을 통한 제작으로 콘텐츠 품질 제고 및 계기성 특집 콘텐츠\*\* 수시 제작 강화

\* (유니크 콘텐츠) 'Shorts, 주간 종합물, TV 송출용'으로 제작 물량 확대

\*\* (기획·특집) 국정 NOW, ON通소통, 다시 대한민국, 한·중동관계 '새 지평을 열다' 등



- (미디어 변화 대응) ▲다양한 콘텐츠 포맷 개발\*로 정책홍보 다양화, ▲온라인 송출 운용 시스템 확대<sup>(3→4채널)\*\*</sup>로 생방송 품질 제고, ▲기념식·브리핑 외 기획 생방송 정례화, ▲OTT 콘텐츠 지속 제작

\* 종합구성(Long Form), 핵심 메시지 요약(Short Form), KTV 크리에이터 및 온라인 셀럽 활용, AI 접목, 쇼츠·릴스·틱톡 등 신규플랫폼별 맞춤 제작 등

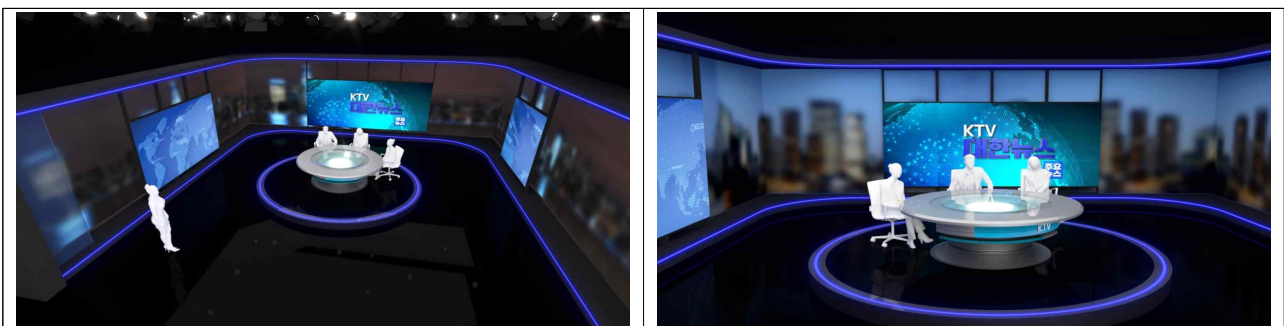
\*\* (온라인 송출) KEY-1 KTV국민방송, KEY-2 KTV정책LIFE, KEY-3 유니크, KEY-4 KTV NEWS

## □ 방송제작 환경 개선 및 안정성 확보

- (방송 제작 환경 개선) LED 비디오 월(wall) 교체 등 생방송 뉴스 스튜디오 첨단화.최신화를 통한 다양한 방송 제작 기반 구축

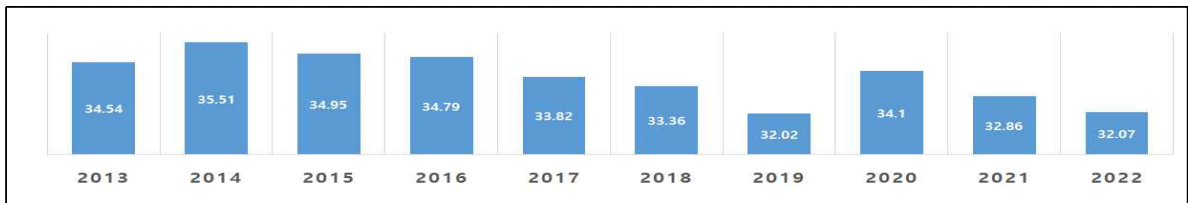
- 다양한 뉴스 및 방송 프로그램 제작을 통한 방송 품질 제고를 위해 생동감 있고 역동적인 화면 구성이 가능하도록 LED 월 시스템 구축

\* 향후 LED 비디오 월을 이용, AR·XR(AR: 현실증강, XR: 확장현실) 구현 기반 마련



## □ 방송 시청가구 감소로 시청률 확보 여건 악화

- 케이블TV·IPTV 구독을 취소하고 OTT서비스에 가입하는 코드커팅 심화, KTV 시청률 기반인 유료방송 가입자 성장률도 '0%대' 기록
  - \* '22년 하반기 유료방송 가입자 수 3,625만명, 상반기 대비 0.67% 증가('23.5.17. 과기정통부)
- TV 시청률 대표 지표인 총 가구 시청률(시청 가구수/총 TV 보유 가구수), '20년 이후 4% 이상 감소하여 '23년 32% 이하로 추락할 것으로 예상
  - \* 최근 10년간 TV 총 가구 시청률 추이('23. 6. 닐슨미디어코리아)



## □ 제작비 상승으로 콘텐츠 경쟁력 확보에 한계

- OTT플랫폼의 고품질 콘텐츠 전략으로 방송 프로그램 전반의 제작 비용 상승, 지난 5년간 국내 프로그램 제작비는 17%\* 내외 상승
  - KTV 프로그램과 유사한 분야인 공중파 방송의 시사·교양 프로그램 10분당 제작비는 1천만 원 내외로 KTV보다 8배 이상 높음
    - \* 방통위 국내 미디어 제작비 현황, '18년 4조 4,713억 원→ '22년 5조 2,436억 원
- 공중파, 외주 제작사와 경쟁해야 하는 OTT 플랫폼의 특성상, 완성도 높은(well-made) 콘텐츠 공급 필수이나, 장기간 제작 기간과 높은 제작비 한계로 OTT, AI 활용 콘텐츠 등 플랫폼 확장 사업 한계

## □ 온라인 채널 관리·제작 인력 및 킬러 콘텐츠 부족

- 온라인 채널 운영 인력에 비해 채널 수\*가 많아 관리 곤란, 제작 인력 부족으로 유튜브 및 OTT·AI 활용 콘텐츠 제작에 한계
  - \* 22개 채널, 7개 플랫폼(유튜브, 페이스북, 트위터, 인스타그램, 틱톡, 네이버, 웨이보)
- 50만 뷰 이상의 콘텐츠\*가 정책 소통 콘텐츠에 국한되어 킬러 콘텐츠 다양성에 한계, 국정과제 연계 정책 이슈 콘텐츠 부족
  - \* ('23년 50만뷰 ↑ 킬러 콘텐츠) 윤니크, 윤니크 쇼츠, ON通소통 등 8건

## Ⅱ. 2024년 업무추진 여건

### □ 정책 환경

- 대통령실 체제 개편 및 인적 개편을 통한 국정 2기 민생 드라이브, 대규모 개각을 통한 집권 3년차 국정 쇄신 도모 및 소통강화
  - 노동·연금·교육 3대 개혁, 국정과제 추진에 속도를 내어 성과 창출 필요
- 2024 강원동계청소년올림픽, 2024 파리올림픽, 제22대 국회의원선거, 미국 대선 등 빅이벤트에 따른 정치·경제·안보 정책 전망
- 방송 제작비용 상승, 공공채널 경쟁력 강조에 따른 기관 간 협업을 통한 비용절감 및 시너지 효과 필요
- 빅데이터·사물인터넷(IoT) 등 IT 기반산업 발전, 방송·통신 서비스의 융·복합과 새로운 기술·방송장비 등장 등 새로운 기술이 콘텐츠와 접목

### □ 매체 환경

- 스트리밍 및 VOD(Video On Demand) 확대 및 FAST(Free Ad-Supported Streaming TV)의 도입으로 TV 영향력 감소
  - 소비자들이 더 많은 콘텐츠를 원하는 시간에 시청할 수 있게 되면서 전통적인 방송 형태의 영향력이 지속 하락하고 있음
    - \* TV 시청시간: 189분('20.)→186분('21.)→183분('22.), 2022 방송매체이용행태조사 10p
- 매체 이용의 '이동화', '개인화'가 점차 고령층으로 확대되고 있으며, KTV 주 시청층(60대) 또한 스마트폰 보유율이 증가함
  - \* 60대 스마트폰 보유율: 91.7%('21.)→93.8%('22.), 2022 방송매체이용행태조사 19p
- 1인 가구 증가 및 다인 가구 감소가 이어지고 있으나, 전체 가구 대비 1인 가구 TV 보유율이 낮은 수준으로 시청률 확보 어려움.
  - \* 전체 가구 TV 보유율 95.4% 대비 1인 가구는 90.4%, 2022 방송매체이용행태조사 33p
- TV가 일상생활의 필수 매체라고 응답하는 이용자는 전체 응답자 중 약 27.5%에 불과해 70%라고 응답한 스마트폰과 큰 격차
  - \* 필수 매체 인식률: 스마트폰 70.0%, TV 27.5%, 2022 방송매체이용행태조사 19p

### Ⅲ. 추진전략 및 과제

비전

**K-소통을 선도하는 KTV 국민방송**



**전략과제**

**추진과제**

**정책소통 허브  
강화**

- 정부 3년차 정책소통 홍보 강화
- 정책소통 콘텐츠 고도화

**채널 경쟁력  
제고**

- 국민참여를 통한 채널 공공성 강화
- KTV 홍보 및 민간협력 강화

**뉴미디어  
환경 · 미래 변화  
대응**

- AI · XR 기술을 이용한 콘텐츠 제작
- 온라인 콘텐츠 경쟁력 구축
- 디지털 전환 대응 편성시스템 혁신

**지속 가능한  
성장기반 공고화**

- 아카이브 기능 고도화 및 서비스 확대
- 미래형 방송시스템 구축

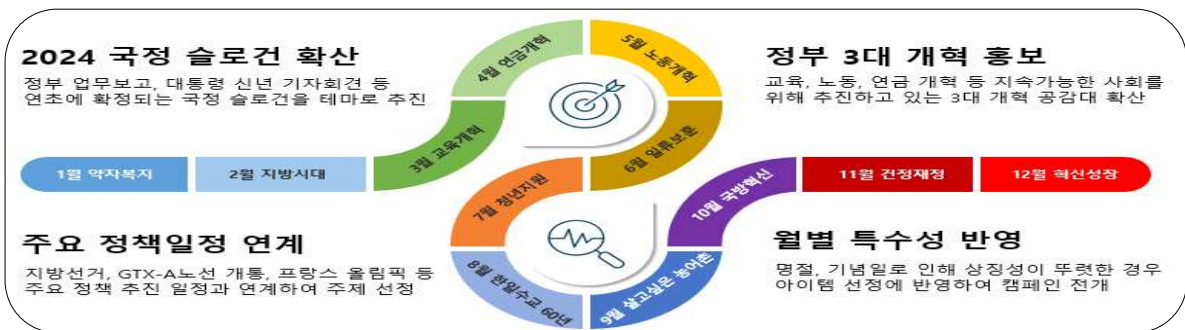
## IV. 세부 추진계획

### 1 정책 소통 허브 강화

#### 1-1. 정부 3년차 정책 소통 홍보 강화

##### □ 국정비전 공감대 확산을 위한 릴레이 집중 홍보

- (기획홍보) '24년 국정 슬로건을 활용, 월별 주제를 선정하여 연중 릴레이 홍보 형식의 프로그램 제작·방송
  - 정부 3대 개혁, 건전재정, 규제혁신, 저출산 극복 등 주요 국정과제 추진 배경 및 기대효과의 효과적 전달
- \* 2024 KTV 연중 캠페인 제작(안)



##### □ 윤석열 정부 출범 2주년 특집

- 국정의 바탕이 되는 국정철학을 분야별\*로 제작, 지난 2년간 분야별 성과와 이에 대한 국민들의 평가 및 정부에게 바라는 역할 조명
- \* 총 3부작 : 1부(외교, 안보), 2부(사회, 노동), 3부(경제, 복지)
- 지역별, 연령별, 계층별로 전국에 걸쳐 다양한 사람들을 만나 인터뷰 형식으로 구성하여 민생의 현장을 전달

##### □ 주요 계기별 특별생방송 및 연중 기획보도

- 강원 2024, 집권 3년차 국정운영 평가 및 향후 주요 국정방향, KTX 개통 20주년 계기 미래 광역 철도망 확충계획 등 심층 기획보도
- 약자복지, 민생 경제 등 민생현안 기획 대담 확대
  - 국민의 삶과 직결된 법안 해설('부탁해요, 민생법안', 주1회), 찾아가는 민생현장('민생 탐방', 주1회), '차관에게 듣는다' 확대(연중기획)



## 1-2. 정책소통 콘텐츠 고도화

### □ 뉴스룸 새 단장, 새 정책 콘텐츠로 탈바꿈

- (뉴스룸 혁신) 국내 최초 이동식 비디오월 세트 차별화로 스튜디오 대혁신, KTV 생방송 3색 대표 프로그램 구축

- 뉴스 스튜디오 개선을 통한 정책홍보의 패러다임 전환 및 제고

※ 생방송 4대 전략 : ① 스튜디오의 다양성, ② 국정이슈 홍보의 신속성, ③ 진행자의 참신성, ④ 출연자의 전문성

### □ 국정홍보 동력 확보를 위한 유니크 채널 콘텐츠 강화

- (콘텐츠 제작) 다양한 구성을 통한 정책소통 콘텐츠(유니크) 제작 강화

- KTV가 직접 촬영한 국정 행보 영상이나 행사 관계자 및 정책 수혜자의 인터뷰 등을 활용, 다양한 유형의 콘텐츠 제작 추진

- 대통령의 단순 국정 행보 소개 콘텐츠에서 벗어나, 주요 계기별 사전 기획과 사후 성과 등을 고려한 종합 콘텐츠 제작

\* 신규 콘텐츠 제작(안)

콘텐츠 명	제작방향
유니크 현장 in	- 대통령 행보와 현장의 비하인드(영상부, 보도부를 통해 현지에서 찍을 수 있는 풀단(Pool) 이외의 현장 그림을 확보, 속보성 콘텐츠로 사용)를 결합한 국민 소통 콘텐츠
키워드 캐치	- 순방 후속 콘텐츠로 정규화, 키워드를 통해 외교성과 후속 홍보 강화

- (서비스 제공) 신규 구독층(MZ세대·외국인 등) 유입을 위한 서비스 확대

- 쇼츠 콘텐츠를 적극 활용, 일방적인 정책 전달에서 벗어나 흥미 위주의 콘텐츠 제작을 확대하여 젊은 층 구독자의 유입 유도

- 핵심적인 국정 홍보 콘텐츠와 인기 있는 순간포착 쇼츠 콘텐츠 등을 영어 자막 버전으로 제공하여 외국인의 구독을 유도

\* 쇼츠 프로그램 제작(안)

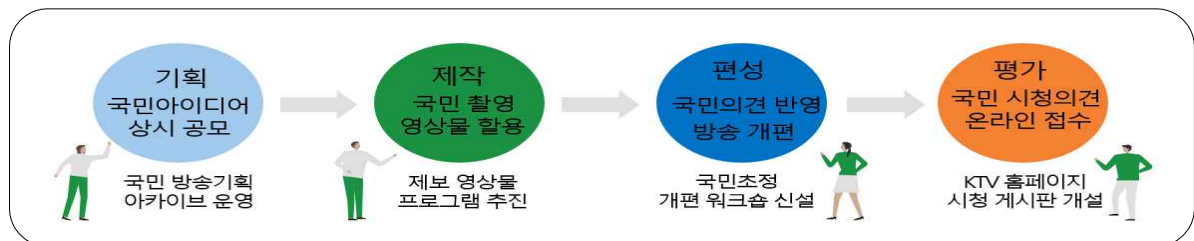
콘텐츠 명	제작방향
순간포착 대통령	- 행사 중 대통령 대표 한 컷을 소개하며 메시지 연계
Yoonique's Pick	- 현장 돌발 에피소드, 순방 공식 환영식 등 흥미 위주의 콘텐츠를 영문판으로 제작

## 2-1. 국민참여를 통한 채널 공공성 강화

### □ 방송제작全过程 국민참여 확대

- (국민참여 방송) 방송편성·프로그램 제작 전체 과정(기획·제작·편성·평가)에 국민참여를 체계적으로 확대하여 국민과 함께 만드는 공공 채널 이미지 확립
  - 프로그램 아이디어 공모를 연1회에서 연중 상시로 전환하고 방송 모니터링도 국민 누구나 참여할 수 있도록 개방
  - 지역행사, 국가재난, 사건·사고 관련 국민 촬영 영상을 활용하는 뉴스 프로그램 및 편성운영 영상물 신규 제작 추진

\* 신규 국민참여 프로그램 검토(안)



### □ 편성개방 활성화

- (편성확대) 다양한 국민 의견 반영과 독립영화 지원을 위한 KTV 편성 개방 관련 프로그램 편성 시간 확대(주간 120→150분) 및 사업 홍보 강화
  - 일반인 부문은 부처와 협업, 홍보를 위한 월별 제작 주제 지정 독립영화 부문은 대학 관련학과 방문 설명회 개최 추진
  - 편성개방 시상 분야에 정부 부처·공공기관 추가, 총 3개 분야로 확대

\* 편성개방 사업 개선안

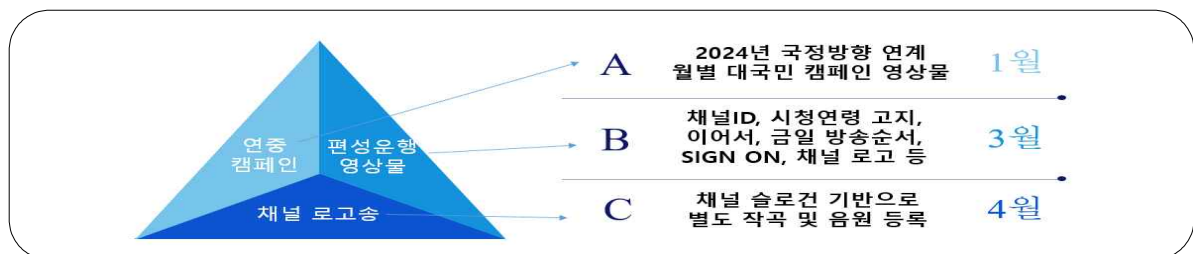


## 2-2. KTV 홍보 및 민간협력 강화

### □ 채널 마케팅 · 프로그램 홍보 강화

- (채널 마케팅) 시청자들의 이용 만족도 제고와 공공채널 정체성 홍보를 위한 편성 운행 영상물(OAP) 전면 교체 및 프로그램 예고 제작 강화
  - '23년 제작된 채널 ID, 슬로건 영상물을 기반으로 '24년 상반기 중 편성운행 영상물(7종) 신규 제작으로 채널 이미지 쇄신
  - '24년 1월부터 대국민 캠페인 추진, 채널 로고송 음원 제작 등 공공 채널 인지도 제고를 위한 채널 마케팅 본격 추진

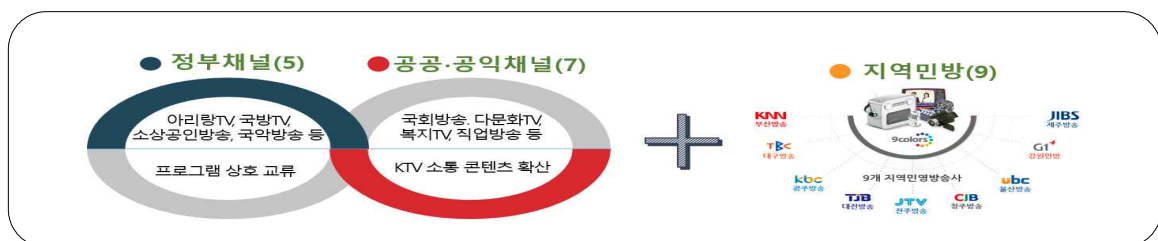
\* 채널 마케팅 추진 계획



### □ 민간 채널과 교류 협력 강화

- (편성 다양성) 방송채널사업자(PP)의 주된 방송분야 편성비율 완화('21. 80% → 70%)이후 프로그램 편성 다양성이 시청력 확보의 핵심 요인으로 부상
  - '24년 편성교류 대상을 정부·공공에서 지역민방(9개) 채널까지 확대, 지역정보·문화·관광 분야의 우수 교류지원 프로그램 확보

\* 2024 편성교류 대상 채널(안)



- (협업방식) 채널 간 협업 방향도 기존 상호 프로그램 교환→공동제작·공동편성 등 전략교류로 발전시켜 KTV 제작 프로그램 가시청권 확대
  - KTV 정책·정보 프로그램 무상제공, 정부 브리핑·국가 기념식 생방송 동시 편성, 특집 프로그램 공동제작 등 채널 교류 고도화 추진

### 3 뉴미디어 환경 · 미래 변화 대응

#### 3-1. AI · XR 기술을 이용한 콘텐츠 제작

##### □ XR(확장현실) · AI 활용, 콘텐츠 제작 효율 증대

- (XR 적용) XR(확장현실) 기술 적용으로 콘텐츠 내 현실과 유사한 'XR배경'을 제공하여 콘텐츠 제작의 공간적 제약 극복, 기존 영상 자료에 XR, 그래픽을 가미한 재가공으로 정책 정보 전달 효율 확대
- XR 전문 스튜디오 구축의 공간적 제약, 기술적 시범단계를 고려\* '외부 XR 전문 스튜디오' 활용 검토

\* 고사양의 장비와 정교한 조명, 별도 색보정 과정(Color Accuracy) 소요

[예시] 외부 XR 촬영 스튜디오		
외부 XR 스튜디오(LED WALL)	LED Wall을 활용한 촬영 과정	XR 기술을 적용한 영상 구현
		기존 영상을 XR 기술로 재가공하여 평면적이고 제한된 시각 자료 탈피, 시각적인 재미 요소와 다양한 제작 공간 표현

##### 【 'XR기술로 제작한 자료화면' 도입 전후 변화 】

	도입 전	도입 후
정보제공	텍스트, 도표 및 그래프	공간감이 느껴지는 자료화면(XR-VCR)
현장모습	이해를 돕는 배경 · 자료화면	몰입도 있는 가상배경으로 재출력
장비·인력	각종 촬영장비, 다수 제작진 투입	스튜디오 장비, 전문 배치 인력 활용

- (AI 활용) 초상권, 저작권이 해결된 버추얼 휴먼을 통해 MZ세대의 정책 공감을 이끌고 AI를 활용한 정책정보 콘텐츠 제작으로 새로운 미디어 콘텐츠 발굴 시도
- KTV 온라인 채널을 대표하는 버추얼 휴먼\* 시범적 제작 시도로 온라인 콘텐츠 제작과 채널 홍보에 활용

\* (하반기 시범 제작) 제작물에 대한 자체 평가를 통해 후속 제작 계획 재검토

\*\* 출연자를 대체하는 버추얼 휴먼을 통한 정보 전달 → KTV 브랜드 친밀성 확보

## 3-2. 온라인 콘텐츠 경쟁력 구축

### □ 수요자 중심 정책 정보 제공

- (콘텐츠 제작) 국민적 관심과 실생활에 요구되는 수요자 맞춤형 콘텐츠 및 미디어 트렌드·수요자 요구를 반영한 정책 콘텐츠 제작
  - 정책 수혜자를 대상으로 연령별 맞춤형 정책 콘텐츠 제작 강화, 주간 정책 종합 콘텐츠\* 개발
    - \* 정책 Q&A, 실생활 정책 콘텐츠, 지원 정책 관련 현장의 목소리 반영
  - 이슈·사회·트렌드 분야 정책 연계형 해설 및 정보 제공 콘텐츠 제작

### □ 정책 홍보 플랫폼 다양화 · 개발

- (플랫폼 확대) 검색포털(네이버) 신규 서비스 활용을 통해 홍보 다각화, 인터랙티브(Interactive) 콘텐츠 제공으로 채널 구독자 확대
  - 네이버 신규 숏폼 서비스인 '클립(Clip)'을 정보 확산 특성화 포털로 구축하여 정책·생활정보, AI 콘텐츠 등 적극 확산
  - '네이버 TV'에 콘텐츠 지속 연계, '네이버 NOW' 채널 內 별도 섹션 생성으로 클립 서비스 강화에 선제 대응
  - 온라인 채널 홍보를 위해 SNS에서 사용되는 'AR필터' 개발, 이벤트에 활용
    - \* 그래픽 소스가 따라 움직이는 특수효과(프레임 애니메이션, 페이스 마스크 등) 사용
    - \*\* AR필터 사용 인증샷 등 구독자 참여 이벤트에 활용(인스타그램, 틱톡 채널)

### □ 온라인 기획 생방송 현장성 강화

- (생방송 개편) 온라인 기획 생방송의 포맷 다양화(현장성 제고 등) 및 콘텐츠 제작 개편을 통해 생방송의 전문성 및 정책 홍보 강화
  - KTV의 정체성을 살린 정책소통 및 정보와이드 생방송 제작, 스튜디오와 현장 생중계 병행\*, 전문가 해설 등 생중계 포맷 다양화
    - \* 스튜디오 전문가 대담→ 현장 동향, 시민 인터뷰→ 스튜디오, 현장 리포터 연결 등
  - 인지도 있는 문화·예술 공연 발굴 및 온라인 연계 방송, 지방 자치 단체와 협업 생방송 제작으로 지역 시청자 확보 도모



### 3-3. 디지털 전환 대응 편성시스템 혁신

#### □ 온라인 편성 도입 및 송출시스템 개선

- (온라인 편성플랫폼) 인터넷 방송·휴대폰 앱·SNS 등 디지털 플랫폼을 통한 방송시청 증가에 맞춰 온라인 방송서비스 확대를 위해 기존 TV방송 플랫폼과 별개의 온라인 플랫폼 구축
- TV·온라인 편성 분리로 방송 비중이 가장 높은 구매 프로그램(48%)의 온라인 송출 제한 문제 해결 및 멀티 플랫폼 편성 기반 확충
- '24년 상반기 TV-온라인 편성분리를 위한 장비 보강, 프로그램 개발을 완료하여 디지털 기기를 통한 KTV 시청층 이용 편의 강화

\* 온라인 편성·송출 시스템 구상도



#### □ 온라인 확산을 반영한 시청률 대체 지표 개발

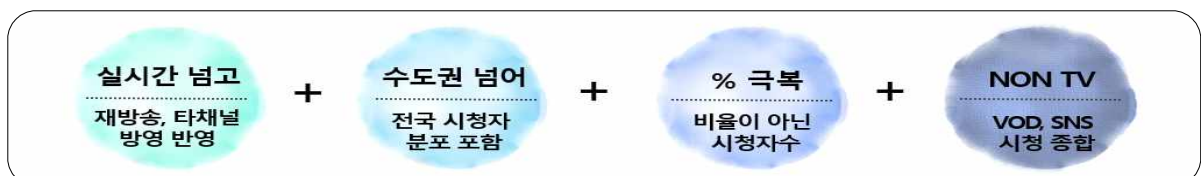
- (대체지표 개발) 케이블TV 이용자 지속 감소로 시청률 통계 대표성 약화 및 온라인을 통한 시청·도달률 포함 필요성을 반영, 시청률 대체 지표 개발

\* 현행 방송시청률 통계 문제점

- ① 가구 기준으로 1인 1가구 시청과 4인 1가구 시청이 같은 대푯값으로 표출
- ② 인구비율을 기준으로 시청률 집계기를 설치하여 수도권 편중 심화, 지역별 특성 반영 불가
- ③ 본방송이 아닌 VOD나 타방송 제공·판매된 자사 프로그램의 시청률 집계 불가능
- ④ TV 시청행위 이외의 프로그램 시청 미반영

- KBS(코코파이 지수), CJ E&M(콘텐츠 영향력지수) 등 방송사들이 개발한 평가방식을 참고하여 '24년 개발방향 확정 및 연구용역 추진

\* KTV 대체 시청률 지표 개발 방향



## 4 지속가능한 성장기반 공고화

### 4-1. 아카이브 기능 고도화 및 서비스 확대

#### □ AI 활용 아카이브 검색엔진 및 메타데이터 자동화 개발

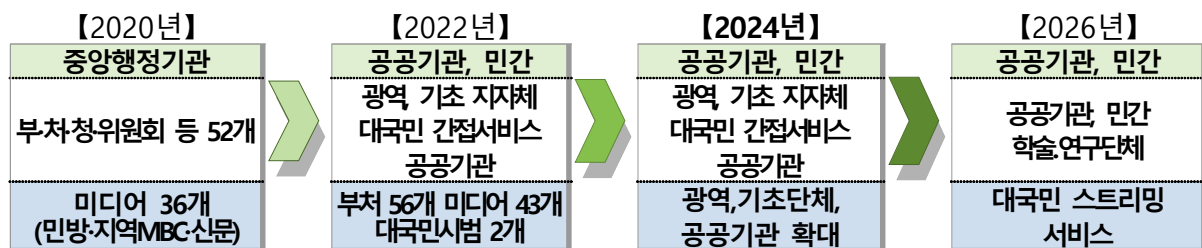
- (AI 활용 검색엔진 개발) 딥러닝 기술을 영상 아카이브 검색 적용, 학습된 데이터를 바탕으로 특정 인물·장면 이미지 추출
  - 화면 속 인물들의 관계 및 특정 장면의 맥락을 파악할 수 있는 새로운 검색 방법 개발로 검색 결과에 대한 품질과 활용성 제고
  - \* 키워드 검색과 AI 인물 검색 비교

키워드 검색	AI 인물 검색
일반 DB, 검색엔진, 텍스트 입력	사전 학습, 이미지·객체인식, 사진 업로드
피드백 없음, 개별적 정보제공	얼굴·감정 인식, 연관 이미지 추출
메타데이터 입력 수작업	자동 메타데이터 생성, 타 분석에 활용

- (메타데이터 서비스 확대) 대한뉴스, 문화영화, 리버티뉴스 등 근현대사 영상의 메타데이터(장면내용, 등장인물, 주요 기구 등)를 보완, 프로그램 제작 및 학술연구에 활용할 수 있도록 고도화 서비스
  - 음성 텍스트 전환 기술(Speech to Text) 활용, 주요 장면을 기록하고, 전문가가 검수확인 후 AI 학습에 활용될 수 있도록 라벨링(설명/분류)

#### □ 나누리포털 서비스 확대 및 시스템 고도화

- (개방확대) 신규 회원 확보로 서비스 개방 추진



- (기능 고도화) 사용자 편의성 제고를 위한 시스템 간소화\* 및 회원간 업무협업을 위한 소통창구\*\* 개설

\* 영상요청 간소화, 상세검색 세분화, 업·다운로드 오류 해결 등

\*\* 취재 일정 등 정보 공유 기능 강화하여 회원간 효율적 업무협업 환경 조성

## 4-2. 미래형 방송시스템 구축

### □ 미래형 방송 제작기술 기반 구축 및 제작 환경 개선

- (UHD 중계차 도입) 국가 중요 행사 단독중계가 가능하도록 카메라 10대와 무선카메라가 결합한 대형 UHD 중계차 도입
  - \* 초고속 영상데이터 송수신 통신장비와 고품질 음향콘솔, 무선 카메라 등 최신기술 적용, 오토미션과 최신 공조시스템 등 운영자 편의 사양 적용
  - \* 효율적인 제작환경 구현을 위해 3개(스위처, 영상, 음향)의 분리 공간 설계



오디오 룸(예시)



메인 스위처 룸(예시)

- (온라인 방송 플랫폼) OTT, SNS 등 온라인 방송서비스 확대를 위해 기존 TV방송 플랫폼과 별개의 온라인 플랫폼 구축
  - \* NDI 스위처 및 네트워크 스위치 등 장비 구축, 온라인 편성시스템 구축



온라인 미디어 송출 시스템



온라인 부조 시스템(예시: 아리랑방송)

- (제작환경 개선) 콘텐츠 품질 제고를 위해 노후 편집장비 교체, 스튜디오 조명시스템 개선등 방송제작 환경 개선