
2025년 주요 업무 계획

2025. 6.



한국정책방송원
KTV 국민방송

❖ 목 차 ❖

I . 일반현황	1
1. 연혁 및 임무	1
2. 조직 및 정원	2
3. 2025년 재정 현황	3
II . 추진전략 및 과제	4
III . 세부 추진계획	5
1. 정부 정책 홍보 메신저 역할 강화	5
2. 뉴미디어 융합 플랫폼 구축	9
3. KTV 채널 브랜드 강화	11
4 지속 가능한 성장기반 공고화	14

I. 일반현황

1 연혁 및 임무

□ 연 혁

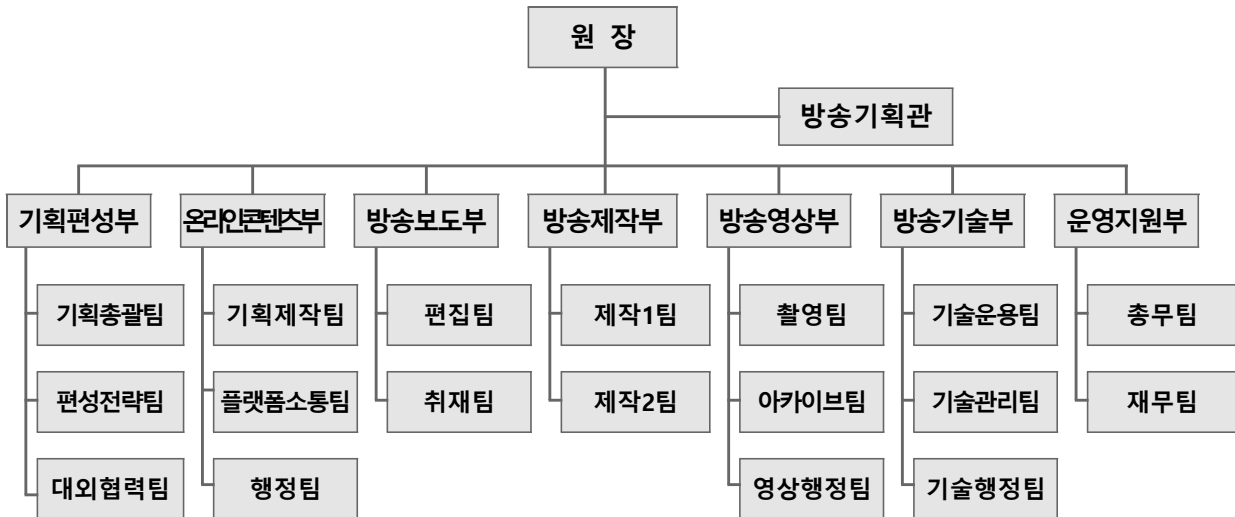
- '48. 11. : 공보처, 공보국 영화과 설치
- '61. 6. : 공보부, 국립영화제작소*(목적) 영화 제작·배포 및 민간 영화제작 지원
(조직 : 5개과-기획과, 제작1과, 제작2과, 제작3과, 현상과)
- '94. 1. : 공보처, 국립영상제작소(명칭 변경)
- '95. 3. : KTV(케이블방송, 공공채널) 개국
- '99. 3. : 국립영상간행물제작소(국립영상제작소+정부간행물제작소)
- '00. 1. : 책임운영기관(국정홍보처 소속) 지정
- '02. 3. : 인터넷방송(www.ktv.go.kr), 위성방송(채널 520) 서비스
- '04. 8. : 국정홍보처, 영상홍보원(명칭 변경)
- '07. 8. : 국정홍보처, 한국정책방송원(명칭 변경)
- '08. 2. : 문화체육관광부 소속으로 이관
- '09. 3. : IPTV 실시간 서비스 개시
- '10. 12. : HD 방송 송출 개시
- '12. 12. : 디지털방송시스템 구축
- '14. 1. : 채널명칭 변경(KTV한국정책방송 → KTV국민방송)
- '14. 12. : 세종청사 이전
- '20. 7. : 개방공유 아카이브 포털(KTV나누리) 공식 서비스 실시

□ 임 무

- 종합유선방송과 위성방송의 공공채널 프로그램 제작·방송
- 정부정책 홍보 영상물 제작 및 기록 보존
- 공공기관 및 단체의 영상물 제작에 대한 협조·지원

2 조직 및 정원

□ 조직 : 원장, 1기획관, 7부, 18팀



□ 인원 : 정원 121명 / 현원 114명

* '25. 5. 30. 기준

부서명	정원/현원	고위	임기제 가급	3.4급	4급	4.5급	5급	6급	7급	8급	9급	관리 운영	전문 경력관
합계	121/114	1/1	1/1	1/1	6/6	1/1	15/14	41/43	30/24	18/15	5/6	1/1	1/1
한국정책방송원	원장	1/1	1/1										
	방송기획관	1/1	1/1										
	기획편성부	12/12			1/1	1/1	2/2	4/5	2/1	1/0	0/1		1/1
	온라인콘텐츠부	10/8			1/1		2/1	3/1	0/4	3/1	1/0		
	방송보도부	20/17			1/1		1/1	4/8	10/3	4/4			
	방송제작부	11/11		0/1	1/0		2/2	4/2	1/3	3/3			
	방송영상부	29/28			1/1		3/3	13/18	9/3	3/3			
	방송기술부	26/26		1/0	0/1		3/3	9/8	7/9	2/2	3/2	1/1	
	운영관리부	11/10			1/1		2/2	4/1	1/1	2/2	1/3		

* 정원 외(정원/현원) : 전문임기제 8/5명, 공무원 75/72명, 방송 관련 전문인력 프리랜서 186명

구분		관리/ 행정직	방송직				기술직	홍보직	기타	합계
			기자	PD	제작관련	소계				
공무원	일반직	31(27)	10(10)	26(26)	43(41)	79(77)	6(6)	1(1)	4(3)	121(114)
	전문임기제	-	3(3)	2(1)	2(1)	7(5)	=	-	1(-)	8(5)
공무직		3(2)	11(11)	-	61(59)	72(70)	-	-	-	75(72)
총계		34(29)	24(24)	28(27)	106(101)	158(152)	6(6)	1(1)	5(3)	204(191)

3

2025년 재정 현황

□ 세입

(단위: 백만원)

구 분	2024 (A)	2025 (B)	증감 (B-A)	비율(%)
합 계	38.1	38.1	-	-
○ 재화 및 용역 판매수입	38.1	38.1	-	-

□ 세출

(단위: 백만원)

사업명	'24예산 (A)	'25예산 (B)	증 감 (B-A)	(%)
계	43,310	32,731	△10,579	△24.4
○ 사 업 비	33,644	22,838	△10,806	△32.1
가. KTV 운영	32,815	21,916	△10,899	△33.2
나. 전산운영경비(정보화)	829	922	93	11.2
○ 기관 운영비	9,666	9,893	227	2.3
가. 인 건 비	9,283	9,540	257	2.8
나. 기본경비(총액인건비)	358	329	△29	△8.1
다. 기본경비	25	24	△1	△4.0

Ⅱ. 추진전략 및 과제

미션	다양한 플랫폼을 통한 '정부정책 확산'과 '체계적인 영상자료 보존 관리'
비전	'정책이 궁금할 때', '정책을 알고자 할 때' 가장 먼저 찾는 'KTV 국민방송'



전략과제	추진과제
정부 정책 홍보 메신저 역할 강화	<ul style="list-style-type: none"> ■ 정책소통 홍보 강화 ■ 다양한 정책 콘텐츠 제작
뉴미디어 융합 플랫폼 구축	<ul style="list-style-type: none"> ■ 온라인 채널운영 혁신 ■ 원소스멀티유스(OSMU) 전략 강화 ■ TV와 온라인 플랫폼 융합성 제고
KTV 채널 브랜드 강화	<ul style="list-style-type: none"> ■ 채널 홍보 이미지 디자인 개편 ■ KTV 홍보 및 대외협력 강화
지속 가능한 성장기반 공고화	<ul style="list-style-type: none"> ■ 고품질 방송시스템 구축 ■ KTV 나누리 포털 영상 콘텐츠 단계적 개방 ■ 현안 · 성과 연계 조직 운영

Ⅲ. 세부 추진계획

1 정부 정책 홍보 메신저 역할 강화

1-1 정책소통 홍보 강화

□ 국정비전 · 과제 홍보 강화

- (정책소통 강화) 국가 위기 상황 극복을 위한 정책정보 방송 강화
 - 정부부처 브리핑 생중계 등 정부의 비상 대응방안 중점 송출, 경제·사회 안정 및 통합을 위한 제작 및 편성 기조 확립
- (채널 정체성 강화) 정부 정책홍보 전문 채널 정체성 확립 및 핵심 프로그램 제작 역량 집중
 - 대표 생방송 뉴스 프로그램의 실시간 정책정보 강화 및 민생과 경제·지방 활성화, 저출생 극복을 위한 프로그램 제작 및 편성
 - 프로그램별 특성을 고려한 차별화된 정책홍보와 프로그램별 연계를 통한 '정책홍보 순환 체계' 구축으로 정책 전문성 강화

정책 발표		심층 분석		기획 리포트
뉴스, 브리핑	》	정책&이슈 경제 인사이트 글로벌 인사이트	》	KTV 대한뉴스 PD 리포트 이슈 본

□ 정부 기념식 및 주요 행사 생중계 확대

- (계기 편성) 전 국민 관심 정부 행사 집중 보도 및 계기 편성 기획 콘텐츠 강화로 정책 방송으로서의 위상 공고화

* 2025년 분기별 주요 계기(예상)

1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기
정부 연두 업무보고 3·1 기념식	제21대 대통령 선거 새 정부 국정과제 발표	제80주년 광복절	2025 APEC 정상회의 예산안 시정연설 2026년 경제정책방향

- (생중계 확대) 장관(청장)급 정부 기념식 및 주요 행사 생중계 확대로 각 부처 정책 방향, 성과 등 홍보 강화

< 주요 생중계 행사(안) >

- 환경의 날 / 환경부장관(6월)
- 해양경찰의 날 / 해양경찰청장(9월)
- 체육의 날 / 문체부장관(10월)
- 농업인의 날 / 농림부장관(11월)
- 2025 APEC 정상회의(10~11월)
- 소방의 날 / 소방청장(11월)
- 모범 제복근무자 포상식 / 보훈부장관(11월)

□ 정부 정책성과 집중 홍보

- (규제개혁) 현장 중심 규제 발굴 시스템(규제개혁신문고 등) 운영, '네거티브 규제' 중심 전환 등 정부의 규제개혁 정책 홍보
 - 사례 중심 스토리텔링으로 '규제 해소가 바꾼 일상' 전달, 규제 전문가와 함께 생방송 대담 프로그램 진행 등 추진
- (공정성장) 핵심 국정 방향인 '공정 성장'의 취지와 성과 전달
 - 관계부처 협업을 통해 현장 중심 사례(노동시장·산업구조 혁신 등) 발굴, 전문가 대담 프로그램을 제작하여 국민 공감 확대
 - * 청년·노동자·소상공인 등 실제 정책 수혜자 중심 시청자층 설정하여 방송 제작

①-2 다양한 정책 콘텐츠 제작

□ 고품격 정책홍보 영상 제작

- (스토리텔링 및 영상미 강화) 정책 수혜자 및 현장 목소리에 스토리텔링을 강화하고 고품질 영상 제공을 통해 감성 홍보 강화



□ 광복 80주년 계기 특집 콘텐츠 제작

- (방송 프로그램) 다양한 대기획 시리즈 프로그램을 제작·방영하여 국민 통합 및 소통 구심점 역할 강화

<광복 80주년 KTV 대기획 시리즈 추진 현황 >

프로그램명	주요 내용	제작 편수	방영일
광복 80주년 「빛나는 시간들: 대한민국 영광의 20장면」	대한민국의 역사·문화·경제 분야 등 '20가지 빛나는 시간들' 소개	23편(60분)	'25.8.~10.
그때 그리고 지금, 新문화영화	기존의 문화영화(1950년~2004년) 이후 2025년 시대상과 국민의 삶, 영상기록	30편(10분)	'25.3.~10.
광복의 유산, 80년의 조각들	데이터를 통해 시각적으로 돌아보는 대한민국의 80년 발자취	3부작(20분)	'25.8.~

- (온라인 콘텐츠) 역사적 의미와 정책적 메시지를 젊은 시청층 대상으로 확산하기 위해 소구력 강한 온라인 콘텐츠 발굴
 - 광복의 의미, 주권 회복의 역사를 알리는 교육적 콘텐츠 발굴
 - 국적·세대·성별을 뛰어넘는 현대적인 시선 제시로 일상 속 보훈 문화 확산, 국민적 자긍심 고취

< '광복 80주년' 홍보 콘텐츠 제작 방향 >

서사적 접근	현대적 관점	전문성 강화	뉴미디어 최적화
 독립운동의 역사적 내용 및 인물, 이야기 소개	 현재의 우리의 삶에서 광복의 의미 발견	 전문가 토론과 청년 세대 시선에서 바라본 광복	 CG, LED 스튜디오 등을 활용한 제작 트렌드 반영

□ 저출생, 민생 안정 등 정책 현안 중심 홍보 강화

- (저출생) 가족의 소중함을 전달하는 '저출생 극복' 프로그램 방영
 - (KTV 프로젝트) 육아 정보, 정부의 저출생 대응 정책 등을 소개하는 휴먼다큐 '다둥이 가족 행복일기' 방영(주 1회, 30분)
 - (가족 테마편성) 구매 프로그램(인간극장, 사람과 사람들, 휴먼다큐 사노라면) 중 가족의 의미와 소중함을 소재로 한 다큐멘터리로 '가족테마' 편성
 - (온라인 콘텐츠) 저출생 관련 특화 유튜브 채널 '아이 러브 아이'에 KTV 관련 프로그램·정책 뉴스 및 부처별 홍보 콘텐츠 소개

○ (민생·경제) 민생과 경제 회복을 위한 경제 프로그램 집중 방영

프로그램명	주요 내용	비고
경제인사이트	경제정책 추진배경, 추진방향, 기대효과 등 다양한 실물 경제 영향을 경제 전문가와 심도 있는 대담을 통해 조명	○ 주 3회 생방송 ○ 50분 방송
생방송 대한민국 2부	민생경제 회복을 중심으로 소상공인·노동·지역균형 등 경제 살리기 이슈 소개 및 경제 전망 등을 조명하는 '경제&이슈' 코너 진행	○ 주 2회 생방송

□ 뉴미디어 콘텐츠 제작 강화

○ (숏폼 콘텐츠 강화) 이용률(구독자 유도율, 높은 조회수)이 높은 유튜브 쇼츠 중심의 콘텐츠 제작을 통해 시청층 확장 및 정책 홍보 효율성 강화

- 유튜브 쇼츠 최대 길이 변화(1분→3분)에 맞춰 다양한 정부 정책을 충실하게 담을 수 있도록 맞춤형 콘텐츠 제작

< 유튜브 쇼츠 제작 예시 >

유형	요약형	스토리텔링형	정보전달형
형태	<ul style="list-style-type: none"> · 숏폼(신속성·집약성) · 국무회의 등 주요 메시지 3분 이내 분량으로 제작 	<ul style="list-style-type: none"> · 특집영상 (정책 연성화, 이해도 제고) · 주요 정책 발표에 대한 자료 영상, 전문가 인터뷰 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 카드뉴스(이미지+핵심내용) · Vlog(생활형 정책)
특징	<ul style="list-style-type: none"> · 말씀자료, 브리핑 등 요약 · 방송 콘텐츠 하이라이트 * 라이브, 풀버전 등 연계 	<ul style="list-style-type: none"> · 기승전결을 갖춰 몰입감 제공 · 정책 추진 배경, 비하인드, 진행 과정 등 입체적 소개 	<ul style="list-style-type: none"> · 국민에게 정책 정보를 보다 자세하고 친절하게 설명 · 정보를 획득할 시간을 이용자에게 충분히 제공
예시			

2 뉴미디어 융합 플랫폼 구축

2-1 온라인 채널운영 혁신

□ 유튜브 채널 개편을 통한 채널 영향력 확대

- (특성화 채널 운영) 경제·소상공인·외교·국방·통일·저출생·지역소멸 대응 등 주요 정책 분야별 특성화 채널* 활성화를 통한 신규 정책 고객 확보

* 아이러브아이, 경제 인사이트, 글로벌 인사이트, KTV 교양, 이제는 지방시대

** KTV 운영 유튜브 10개 채널 구독자 수 200만명 달성 목표(6.16. 기준 약 173만명)

KTV 유튜브 채널 운영 현황

KTV국민방송, KTV 이매진, KTV NEWS, 귀농다큐 살어리랏다M, 아이러브아이, 경제인사이트, 글로벌인사이트, KTV아카이브, KTV 교양, 이제는 지방시대

2-2 원소스멀티유스(OSMU) 전략 강화

□ 온라인콘텐츠 · 방송 프로그램 간 연계 시너지 창출

- (OSMU 강화) 프로그램 제작 단계부터 온·오프라인 모든 플랫폼에 활용 가능하도록 플랫폼별 시청 트렌드 분석, 콘텐츠 기획에 적용

- 유튜브·OTT 등 온라인 전용 콘텐츠를 TV 프로그램 연계형으로 구성, 형식 및 화면 연출 유연성 강화

- 새 정부 주요 행보(민생·외교·기념식 등)에 대한 정책적 의미를 다양한 플랫폼 시청 트렌드를 반영, 모아보기 형식으로 재제작

- (큐레이션 강화) 보유하고 있는 양질의 콘텐츠에 대한 체계적인 큐레이션 시스템 구축으로 콘텐츠 활용도 극대화

* (예시) 시청률이 높은 콘텐츠를 선별하여 3분 쇼츠 형식으로 가공 및 게시

□ 유튜브 채널 기능 활용 확대

- (24시간 생방송) 24시간 생방송 기능 활용, 주요 이슈 대응 리포트 콘텐츠 이용자에게 지속적인 정책 정보 상시 제공
 - KTV 대한뉴스, 정책&이슈, 생방송 대한민국 등 주요 이슈 뉴스 리포트를 취합하여 하나의 콘텐츠로 루핑 라이브* 송출
 - * 유튜브 영상 종료 후 자동으로 다시 재생이 시작되는 무한 반복 영상 재생 기능
- (시청자 소통 확대) 생방송·기념식 등의 온라인 중계 시 댓글 기능을 활용하여 시청자와의 소통 강화
 - 유튜브 커뮤니티에 방송 전 섬네일 등을 사전 게시하여 시청자 관심 및 생방송 참여도 제고

②-3 TV와 온라인 플랫폼 융합성 제고

□ 방송-온라인 교차 송출 확대

- (TV→온라인) TV 콘텐츠의 온라인 채널 활용을 통해 시청자 접근성·편의성 확대 및 신규 시청자 유입 강화
 - * [예시] 특별생방송, 기획특집 등 방송 프로그램을 전체 영상 또는 부분 영상(라이브, 숏폼 등)으로 재가공하여 게시
- (온라인→TV) 방송 적합성이 확보된 온라인 콘텐츠의 TV 편성 확대를 통한 콘텐츠 활용 영역 극대화
 - * [예시] ‘KTV 이매진’, ‘이제는 지방시대’ 등 유튜브 채널에 게시된 콘텐츠를 모아보기 형식으로 재제작하여 KTV 방송 프로그램으로 편성

□ 소통 플랫폼 시너지 효과 창출

- (이슈대응 강화) 뉴스 채널 쇼츠 활용을 확대하여 보도 신속성 확보
 - 이슈 조명 콘텐츠(정책&이슈, 생방송 대한민국, 대한뉴스 등)를 쇼츠로 편집하고, 이슈별 재생목록을 생성하여 이용자 편의 강화
- (예산 절감) 쇼츠를 TV 채널 정책홍보영상(SB, Station Break)으로 적극 활용, SB 콘텐츠 제작 예산 절감 및 활용도 제고

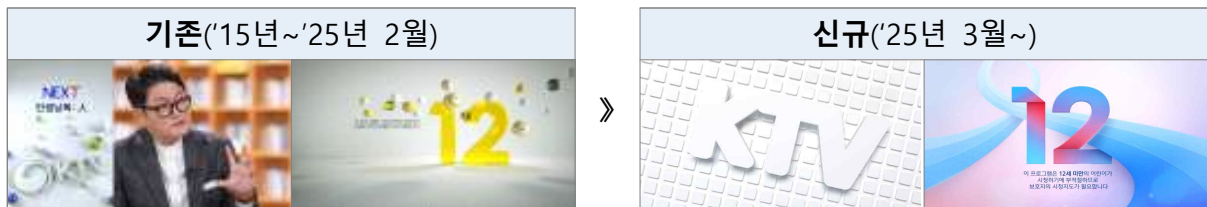
3

KTV 채널 브랜드 강화

3-1 채널 홍보 이미지 디자인 개편

□ 신규 시청층 유입을 위한 채널 브랜드 강화

- (신규 시청자 확보) 시청률 제고를 위해 기존 핵심 시청자층인 60~70대 노년층뿐 아니라 40~50대 장년 시청자층 확보 유도
- (홍보 영상물 개선) 시청자 만족도 제고, 공공채널 정체성 홍보를 위하여 편성 운행 홍보 영상물(OAP), 채널 2D 디자인 전면 교체(3월)



□ 홈페이지 · 모바일 이용자 활용도 제고

- (정책소통 강화) 국가 주요 행사 인지도 제고 및 정책홍보 강화를 위해 연도별 국가기념식 방송 영상 모아보기 서비스 제공(4월~)
- (디자인 개편) 계절별 누리집 디자인 개편으로, 이용자 만족도 및 접근성 제고 * 봄: 3~5월, 여름: 6~8월, 가을: 9~11월, 겨울: 12~2월

3-2 KTV 홍보 및 대외협력 강화

□ 채널 마케팅 강화로 시청자 접근성 제고

- (채널 단일화·저채널화) 타 케이블TV와 동일하게 딜라이브(D'live) 채널번호 조정(250번→164번)을 통한 저채널화 진행률 제고('24년 91.9% → '25년 95% 이상)
 - * IPTV는 64번, 위성방송은 164번으로 조정 완료. MSO는 164번으로 조정 추진 중
 - ** 개별 SO는 점유율 4% 미만으로 저채널화 효율성이 낮으므로 중장기적 전환 유도

□ 협업 기반 생방송 콘텐츠 특화 사업 추진

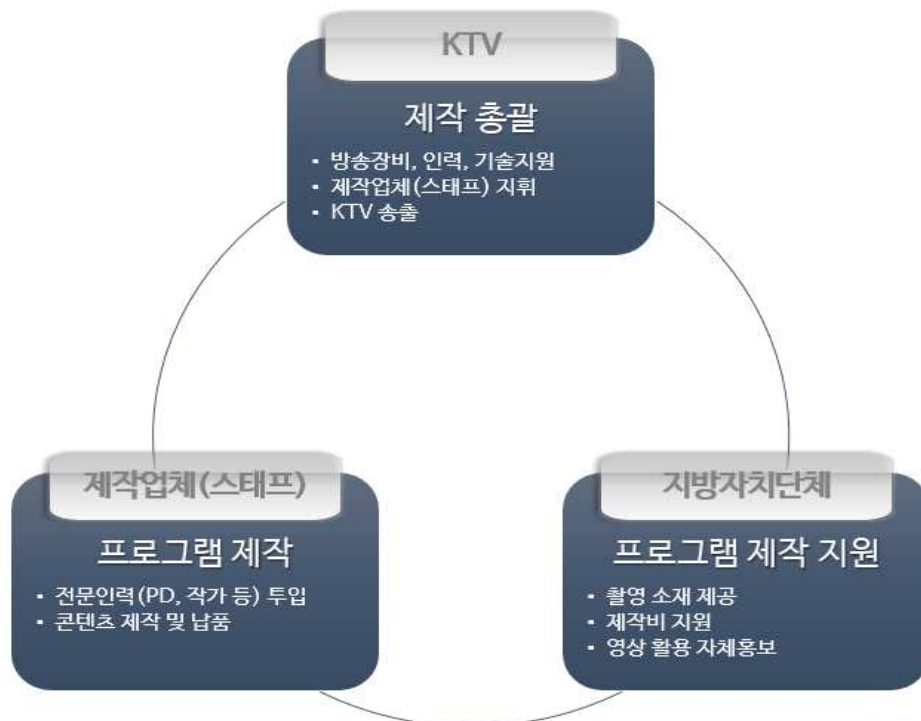
- (부처협업) 장·차관 등 정책 입안자 출연 토크 콘서트, 인플루언서 협업 콘텐츠 등 저비용 고효율 프로그램 개발 강화
 - 저출생 극복, 지역경제 활성화 등 국정과제·민생 현안 관련 협업 콘텐츠 제작으로 핵심 정책과제의 효율적 홍보 추진

< 부처협업 콘텐츠 제작 예시 >

협업 부처	제작 방향	비고
교육부	대입 이슈: 수능 풀이 및 정답 공개 현장	계기별 생방송
문화부	문화 현장: 미술 전시 및 공연 리허설 등	박물관 전시 소개
기상청/행안부	날씨 정보: 미세먼지 및 재난 환경 중심 보도	재난방송 연계

- (지자체협업) 지역 이미지 제고를 통한 관광 활성화를 위해 지역 맞춤형 로컬 콘텐츠 '가고싶은 곳 영상미학' 공동제작 확대
 - (추진절차) 전국 지자체 대상 수요조사(12월) → 신청 지자체와 업무 협약 → 지자체-KTV 공동 기획 → 프로그램 제작 및 방송 KTV, 홍보영상 활용^{지자체}

< 가고싶은 곳 영상미학 협업 구조 >



□ 국민참여 프로그램 활성화

- (편성개방) 시청자가 직접 기획·제작한 영상물과 독립예술영화 및 정부부처·공공기관·지자체의 정책홍보영상 방송 편성
 - 편성 방향에 맞는 주제·방식을 제시하여 방송 편성 적합도 제고

추진 이전(AS-IS)	추진 이후(TO-BE)
<ul style="list-style-type: none"> • 자유소재 접수(일반인·독립예술영화 부문) - KTV 편성방향·편성적합성 상충 문제 발생 • 제작시점과 편성시점 격차 발생 • 채택 영상물간 품질 차이 및 우수작품 확보 애로 	<ul style="list-style-type: none"> • 편성방향, 적합성에 맞는 주제 제시 - 2025년 공모 주제: 가족, 지역사랑 • 편성 프로그램 제작·편성 방식 개선 추진 • 접수 영상물 길이 통일(10분, 20분 등) 추진

- (국민영상제 개최) 편성개방을 통해 방영된 작품 중 우수 작품을 선정·시상하여 국민의 영상문화 관심 제고(11월)
 - * 일반인·독립예술영화·공공 부문별 각 3편 선정, 상장·상패·상금 수여

□ 국민기자단 내실화

- (기획 코너 운영) 지역소멸 대응, 저출생·고령화 극복 관련 정책 코너를 신설·확대하여 기획 시리즈 강화
 - * **예시** ①‘지역이 힘이다’ - 인구감소지역 활성화 정책 소개, 귀농·귀촌 성공사례 등 홍보
②‘노년에 답하다’ - 고령화 사회 일자리 문제 조명, 취업 지원 현장 소개 등
- (국민기자 역량 강화) 권역별 정기 대면 교육 연 3회 이상 추진, 평가 시스템 개편을 통한 국민기자 취재 역량 및 참여도 제고

< 국민기자단 운영 현황 >

- 내용: 생활정보, 정책정보, 문화예술·경제 등 다양한 분야의 소식을 국민의 시선으로 취재하여 'KTV 국민리포트' 프로그램을 통해 전달
- 연혁: '11.10월 캠퍼스기자단(대학생·대학원생 대상) 최초 운영, 이후 모집 대상을 점차 확대하여 '23.6월부터 국민기자단으로 통합 운영
- '25년 국민기자단 구성 현황

구분	인원(명)	자격 조건
캠퍼스기자단	78	대학생, 대학원생 * 졸업 후 취업 준비 청년 포함
시니어기자단	48	55세 이상 국민
주부기자단	20	55세 이하 주부
글로벌기자단	7	해외 거주 한국인 유학생, 교포
전문기자단	1	의학·과학·법학 석·박사학위 소지자, 전·현직 법조인
다문화기자단	3	국내 거주 외국인, 결혼 이민자

4 지속 가능한 성장기반 공고화

4-1 고품질 방송시스템 구축

□ 대형 UHD 중계차 및 장비 차량 도입

- (대형 UHD 중계차) ①소·중형 행사에서 대형 국가행사 중계, ②신호중계, 녹화업무에서 단독 제작(부조정실)이 가능한 단면 확장형 UHD 중계차 도입

- ▲ 예산 60억 5,440만원, ▲ 사업기간 '24.7월~'25.11월(16개월)
- 12,840(L)mm X 3,960mm(H), 2,560mm(W, 확장 전) 4,060mm(W, 확장 후)
* UHD/HD 방송 제작, 최대 18개 영상(카메라 12+입력 6), 5.1Ch 오디오

	구분	취득 연도	적재 중량	카메라 운용 대수
신규	UHD중계 1호차	2025. 11. 8.	16톤(총 중량 26톤)	12대
기존	HD중계 2호차	2012. 2. 29.	9.5톤	7대
	HD중계 3호차	2012. 12. 24.	5톤	5대

- (장비 차량) UHD 중계차의 안정적 운행, 사고 방지를 위한 보조 차량 도입

- 총 중량 5.1톤, 유압 리프트, 장비 적재함 등



대형 단면 UHD 중계차



장비 차량

□ 온라인 전용 미디어 제작 환경 및 시스템 구축

- (설계·구축 준비) ① HD에서 UHD영상으로 고품질 서비스 제공, ② 방송에서 온라인전용 제작으로 국민 소통 강화에 필요한 온라인 스튜디오·시스템 설계 및 예산 확보

< 온라인 미디어 시스템 추진 계획(안) >

1단계('25) (시스템 설계 및 예산 확보)
<ul style="list-style-type: none"> • 스튜디오·시스템 구축 설계 • 스튜디오·시스템 구축 예산 산정 • '26년 소요예산 요청 및 확보

2단계('26) (온라인 스튜디오·시스템 구축)
<ul style="list-style-type: none"> • XR를 고려한 스튜디오 구축 • NDI 기반 미디어 시스템 구축 • AI·가상화 등 신기술 고려

3단계('27) (온라인·방송 동시 송출)
<ul style="list-style-type: none"> • UHD 온라인 스트리밍 송출 • 온라인과 방송시스템 연계 • UHD/HD 방송 송출

□ AI 활용 방송 제작기반 마련

- (AI 주도형 콘텐츠 제작) AI 기술 기반으로 방대한 정책 정보 중 핵심 정보를 선별·제작하여 홍보 효율성 및 신속성 극대화

- AI를 방송 기획·대본·편집·자막 등 방송 제작 전 과정에 걸쳐 활용



- AI 도구 활용 파일럿 프로그램·콘텐츠 시범 제작('25.4월~)

* (예시) Image FX(3D 애니메이션), Supertone Play(내레이션) 솔루션 사용
→ 우주항공의 날 홍보 영상, 호국보훈의 달 추천지 소개 영상 제작 등

- (배리어프리 서비스) 시청각 장애인을 위한 배리어프리 서비스 도입으로 정책 정보에 대한 접근성 향상(방송 프로그램, 온라인콘텐츠, 홈페이지)

- 키워드 추출, 장면별 요약 등 AI 도구 활용, 폐쇄자막·화면해설 서비스 제공하여 장애인·비장애인 구분 없이 시청 편의성 제고

< AI 자막 파일 운영·관리 절차 >

구분	자막 자동 생성		CMS 등록		자막 검수		자막 파일 활용
시스템	AI STT SW	》	CMS	》	MMS	》	NPS, 나누리포털, SNS
운영	NPS		NPS		아카이브		제작, 아카이브, 온라인

- (AI 활용 TF 구성) AI 기술을 활용한 콘텐츠·프로그램 제작 확대, 책임운영기관 서비스 혁신 추진을 위해 TF팀 구성 및 운영('25.4월~)

- AI 활용 로드맵 수립, AI 기술 활용 콘텐츠 제작 및 서비스 혁신 사례 발굴, AI 확산에 따른 업무환경 변화 공유 등 추진

< AI 활용 관련 사업(안) >

- AI 활용 방송 기획, 대본 작성, 영상 편집, 자막 생성, 번역 등
- 배리어프리 서비스 구축
- 버추얼 휴먼 캐릭터 신규 개발, 가상 진행자 및 아나운서 도입
- AI 활용 아카이브 검색 엔진 개발(키워드 검색 → 확대이미지 검색)
- 채널 브랜드 구축 사업

4-2 KTV 나누리 포털 영상 콘텐츠 단계적 개방

< 나누리 포털 >

- **(목적)** 공공 콘텐츠 대국민 공유 및 활용 지원을 위해 개방공유 아카이브 플랫폼, 'KTV 나누리 포털'(nanuri.ktv.go.kr) 시스템 구축
- **(내용)** KTV 보유 정책 콘텐츠의 체계적 보존·관리 및 단계적 대국민 개방
* 정부·미디어 → 지자체·민간기관 → 일반국민(향후 예정) 순으로 단계적 확대 추진 중
- **(경과)** ▶플랫폼구축: '20년 3월, ▶시범서비스: '20년 4~7월(정부기관 및 일부 미디어사)
▶공식서비스: '20년 7월 13일부터 회원사*에 공공콘텐츠 업·다운로드 서비스 실시
* '25.6월 기준, '나누리 포털' 회원 현황: 총 109개(정부부처 58, 지자체·공공기관 4, 미디어 등 47)

□ 대한뉴스·문화영화 무료제공 서비스 확대

- **(공공성 강화)** 정부 공유 자료의 상업적 용도 활용을 위한 무료 제공 서비스 확대로 영상의 역사적·시간적 가치 창출 기반 제공
- **(기관협력 강화)** 대한뉴스(1차)·문화영화(2차) 개방 서비스의 단계적 제공을 위한 관계기관 지속 협력
 - 공공저작물 이용 허락, 민간 제공, 권리관계 검토 및 관련 내용 협의 진행(한국문화정보원, 국유재산 해제 및 공공누리 적용 등)
 - * 대한뉴스·문화영화 무료제공 서비스 확대 방향

구분	추진 이전(AS-IS)	추진 이후(TO-BE)	비고
다운로드 기능	보기 기능만 가능	다운로드 가능	공공누리 1유형
동영상 화질	SD (720 x 480) 서비스	HD (1920 x 1080) 서비스	CMS 연계
메타데이터	메타데이터 부족 및 오류	메타데이터 풍부화 및 정확도 개선	간편한 검색
사용료	국유재산 사용료 부과	국유재산 사용료 면제	관련 고시 제정
접근성	신청자 중심	국민 누구나	유튜브 연계

□ 나누리 포털 개방 범위 확대

- **(회원 범위 확대)** 지방자치단체, 시·도 교육청 등 공공 목적 신규 회원을 유치하여 공공 아카이브 홍보
- **(대국민 개방 기반 구축)** '26년도 대국민 개방 계획에 따라, 법률·제도 및 대국민 개방 콘텐츠 및 중·장기 운영 방향 수립 등 정비

4-3 현안 · 성과 연계 조직 운영

□ 현안 중심 조직 운영

- (효율성) 현안 증가 등 업무 수요에 따라 채용, 승진, 전보를 추진하여 효율적·합리적으로 조직 운영
- (신속한 충원) 기관 인력 상황을 고려하여 신속한 결원 보충을 통해 업무 공백 해소(승진, 채용, 전보 등 적절한 방안 적용)
- (조직 효율성 제고) 업무 분장 체계화 및 정원 조정 소요 발굴·재배치를 통한 효율적 조직 운영, 기관 핵심 역량 강화

□ 공정한 성과 보상 추진

- (개인별 성과 보상) 5급 이하 일반직 공무원 대상 근무성적평가 실시(상·하반기 연 2회), 국정과제 수행자 등 직무의 중요도·난이도 등을 고려하여 중요직무급 지급 등 성과와 보상 연계
- 우수 성과자 격려 포상 확대(우수직원 상장 '24년 10점 → '25년 20점), 타 기관 포상 관련 기관 내 대상자 적극 발굴 및 추천
- (부서별 성과 보상) 우수 프로그램 및 부서 선정·시상을 통한 창의적 콘텐츠 발굴, 제작 의욕 고취 등 기관 구성원 성과 유인 체계 구축
- (우수 프로그램 등) 자체·외주 프로그램, 영상·기술·보도 부문 기여자(개인 또는 팀)를 대상으로 외부심사를 통해 포상
- (우수 부서) 책임운영기관 평가 지표를 활용한 정량 평가를 통해, 내부 평가위원 확인을 거쳐 최우수·우수·장려 부서 선정