

「2022년도 3분기 지역채널 심의위원회」 의견반영 결과

지역 (개최일)	자체제작 프로그램 종합 평가 및 심의 의견
서울지역 (9월26일)	<p>① ‘싱싱장터라이브 바른상회’ : 게스트(가수 등)에 대한 소개가 전통시장 소개보다 긴 편인데, 시장에 대한 정보를 보강할 것을 제안</p> <ul style="list-style-type: none"> - 프로그램의 재미와 시청률 견인을 위해 연예인 게스트의 출연과 예능 요소를 강조한 결과임. 향후 위원회의 견해를 최대한 반영하겠음. <p>② ‘딜라이브 스포츠(신규 프로그램)’ : 지상파와 차별화되는 참신한 기획과 구성 등을 마련할 것을 제안</p> <ul style="list-style-type: none"> - 올해는 딜라이브가 처음 시도한 생활체육야구를 중심으로 체육동호인들의 활동을 사회 저변에 알리는데 이 프로그램의 제작 의도가 있었으며, 내년에 재제작 시 위원회의 의견을 반영할 계획임. <p>③ ‘히스토리야(신규 프로그램)’ : 유튜브, OTT등 기타 플랫폼에서 콘텐츠를 재사용하는 방안을 제안</p> <ul style="list-style-type: none"> - 모든 방송이 기타 플랫폼을 통해 콘텐츠를 홍보하는 추세에 발맞춰 딜라이브도 유튜브 채널 개선, 홈페이지 리뉴얼 등을 통해 다양한 홍보 전략을 마련하고 있음. 해당 프로그램뿐만 아니라 모든 프로그램도 이에 대한 방침을 마련하는 중임.
	<p style="text-align: center;">지역채널 발전에 대한 심의위원회 의견</p> <p>① 채널 홍보보다 콘텐츠 중심의 홍보 전략을 마련할 것.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 기타 플랫폼(유튜브, 인스타 등)을 이용해 딜라이브를 홍보할 경우, 채널 이미지보다 콘텐츠를 앞세운 홍보가 효율적이라고 판단하고 있으며 향후 다양한 시도와 데이터를 기반으로 홍보 전략 방안을 수립할 계획임. <p>② 유튜브, SNS 전용 콘텐츠 개발 방안을 마련할 것.(‘쇼츠’ 콘텐츠 등)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 현재 제작 중인 프로그램들은 타플랫폼에서 사용할 목적으로 제작되지 않아 한계는 있지만 향후 점진적으로 이 문제를 극복하도록 노력하겠음. <p>③ 유튜브채널 운영에 개선점이 필요해 보이는데, 이에 대한 대책 방안은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠와 채널이미지 홍보 극대화를 위해 효율적인 방안을 지속적으로 모색하고 있으며, 외부 전문가 등을 초빙해 제작진의 마케팅 역량을 강화할 예정임. (2022년 11월, 유튜브 전문가 초빙 교육 예정)

지역 (개최일)	자체제작 프로그램 종합 평가 및 심의 의견
경기지역 (9월28일)	<p>① ‘딜라이브 뉴스(오후 생방송 시간 확대)’ : 뉴스를 세분화하고 다양한 매체(SNS서비스 등)를 통해 시청자에게 제공할 것을 제안</p> <ul style="list-style-type: none"> - 위원회의 견해처럼 각 방송사들도 실시간 스트리밍 제공뿐만 아니라 유튜브 등 기타 플랫폼을 통해 콘텐츠를 시청자에게 제공하는 추세임. 이에 따라 당사도 디지털체제에 맞는 시스템(인력 및 운영방안)을 마련하고 실행하도록 노력하겠음. <p>② ‘히스토리야(신규 프로그램)’ : 흥미로운 프로그램이지만 유튜브나 다른 플랫폼에서 사용하기엔 클립의 길이가 긴 편임. 이에 대한 대책은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 최초 기획 시 기타 플랫폼에서 짧은 길이의 클립을 사용할 계획이 없었음. 향후 위원회의 견해처럼 프로그램 기획 시 반영할 계획임. <p>③ ‘실버판타지(신규 프로그램)’ : 출연자와 시청대상이 노년계층으로만 국한된 같아 아쉬운 편임. 시청연령층 확대 방안을 제안</p> <ul style="list-style-type: none"> - 본 프로그램은 지역 어르신들을 직접 찾아가 현장에서 촬영하는 방식으로 기획되었기 때문에 지역밀착에 더 특화된 콘텐츠임. 향후 시청자의 반응과 시청률 분석 등을 통해 개선 및 변화를 모색할 계획임.
	<p style="text-align: center;">지역채널 발전에 대한 심의위원회 의견</p> <p>① 지속성 있는 장수 프로그램 제작으로 지역채널의 정체성을 확보할 것.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 인기와 더불어 지역주민에 환영 받을 수 있는 지역 특화 소재 발굴과 콘텐츠를 제작하기 위해 노력하고 있음. 특히 지역채널의 로컬리즘을 강화하기 위해 지역주민과의 소통을 가장 중요한 정책으로 삼고 있음. <p>② 지상파가 소화하지 못하는 틈새시장을 공략할 것을 제안</p> <ul style="list-style-type: none"> - 올해부터 일반인으로 구성된 사회인생활체육 야구대회를 딜라이브에서 단독으로 중계방송하는 등 메이저 세계에서 소외된 주민들을 지역채널의 주인공으로 등장시키고 있음. 앞으로도 지역주민이 직접 참여하는 진정한 로컬리즘을 구현할 계획임. (2022년 11월 11일, 사회인야구 결승전 예정) <p>③ 유튜브 등 타플랫폼을 회사 홍보의 장으로 최대한 활용할 것.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 딜라이브는 올해 7월부터 채널명을 ‘딜라이브TV’로 변경하고 유튜브 채널 개선, 홈페이지 리뉴얼 등 새단장을 통해 변모하고 있음. 향후 지역주민과 소통하고 지역에 필요한 채널이 되고자 노력하겠음.