

「2022년도 4분기 지역채널 심의위원회」 의견반영 결과

지역 (개최일)	자체제작 프로그램 종합 평가 및 심의 의견
서울지역 (12월29일)	<p>① ‘달려라 해피트럭(신규 프로그램)’ : 프로그램 구성이나 전개가 지상파 등 일부 방송사와 유사한데 지역채널만의 차별을 줄 수 있는지?</p> <p>- 구성은 크게 ‘푸드마켓’ 과 ‘나눔장터’ 두 가지의 컨셉을 소재로 진행하며 푸드마켓의 식재료는 해당 지역특산물을 사용하고 있음. 또 나눔장터는 지역의 매장 등을 순회하며 기증받은 물품을 지역주민들에게 판매하고 수익금은 지역 소외계층에게 기부하는 방식으로 진행하고 있음.</p> <p>② ‘전지적 은퇴시점(신규 프로그램)’ : 금융정보와 상식 등 이에 대한 팩트 체크가 중요한데 자체심의 등 검토는 철저히 하고 있는지?</p> <p>- 다양한 금융상식과 민감한 노후대책을 다루는 프로그램의 특성 상 사전에 검증된 자료를 통해 제작하고 있으며 공동제작사인 머니투데이방송에서도 자체심의를 진행 중임.</p> <p>③ ‘하루쫓 반차’ : 지역의 맛집 탐방 등 ‘먹방’ 요소를 첨가하거나 명소를 소개하는 구성안 마련을 제안</p> <p>- 주로 오후 반차라는 시간적 제약 상 모든 지역을 소개할 순 없지만 내년에 재제작 시 위원회의 의견을 최대한 반영할 계획임.</p>
	<p style="text-align: center;">지역채널 발전에 대한 심의위원회 의견</p> <p>① 콘텐츠 홍보에 SNS 배제는 불가능한 시대인데 이에 대한 전략 수립은?</p> <p>- 이미 수년 전부터 지방선거 등에 SNS를 통한 홍보 활동을 지속해 왔으며 그 효과를 체감한 바 있음. 특히 다양한 SNS 플랫폼이 등장함에 따라 보다 효율적인 홍보정책을 마련과 조직을 지원하고자 전담팀(지역채널 전략팀)을 구성하고 누적된 데이터 기반의 전략 방안을 수립 중에 있음.</p> <p>② 콘텐츠 제작 시 외부인력(시청자 등) 투입을 고려할 것.</p> <p>- 민간단체 교류와 협력을 통해 이 문제를 개선하도록 노력하겠음.</p> <p>③ MZ세대 시청자 유입을 위한 지역채널 구축방안을 마련할 것.</p> <p>- MZ세대는 TV매체보다 SNS 등에 더욱 민감하며 방송채널보다 콘텐츠에 관심이 높은 특징이 있음. 이를 극복하기 위해서는 중장기적인 인적, 물적 투자 소요가 예상되며 지속적으로 풀어내야 할 숙제로 인식하고 있음.</p>

지역 (개최일)	자체제작 프로그램 종합 평가 및 심의 의견
경기지역 (12월28일)	<p>① ‘딜라이브Ai뉴스(신규 프로그램)’ : 인간과 유사한 Ai아나운서 개발 상황과 청각장애인을 위한 폐쇄자막방송을 제공할 것을 제안</p> <ul style="list-style-type: none"> - 폐쇄자막방송은 다음 주부터 시청자에게 제공할 예정이며 Ai아나운서는 프로그램 개발사와 함께 데이터 및 프로그램 업그레이드 작업을 진행할 계획임. 또한 Ai아나운서와 기자가 동시에 진행하는 프로그램을 테스트 하는 등 다양한 콘텐츠에 활용이 가능하도록 노력할 계획임. <p>② ‘시니어다큐 청춘고백’ : 지역성을 잘 구현하고 있는 프로그램으로 평가하는데 지역주민의 관심과 참여를 이끌어 낼 수 있는 방안은 없는지?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 현재 출연자 거주지역과 주변 지인들의 인터뷰 등을 중심으로 제작하고 있으며 향후 지역적인 요소를 프로그램에 가급적 많이 담아낼 계획임. <p>③ ‘딜라이브 뉴스’ : 인터뷰 대상이 주로 주민들로 구성되어 형평성의 문제가 보이는데 이에 대한 해결 방안은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 취재보도의 형평성 문제는 기자가 잘 인지하고 있으나 관계자(공무원 등)가 민감한 이슈는 인터뷰를 기피하는 경우가 많고 비협조적인 측면이 있어 전화녹취로 대신하거나 객관적인 내용으로 형평성을 유지하고 있음.
	<p style="text-align: center;">지역채널 발전에 대한 심의위원회 의견</p> <p>① 화제성과 수익성을 아우르는 프로그램으로 지역채널의 발전을 모색할 것.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 시청률도 중요하지만 회사의 발전을 지속시키기 위한 수익구조도 간과할 없으므로 지자체 중심의 대규모 축제 및 지역특산물 판매촉진 행사 등을 매년마다 기획제작하거나 참여하고 있음. <p>② 경쟁력 있는 콘텐츠의 지속적인 제작을 제안</p> <ul style="list-style-type: none"> - 자체제작 프로그램 중 시청자의 반응과 시청률이 높은 콘텐츠는 내년에도 지속적으로 제작하고 미흡했던 문제점을 수정 보완할 예정임. 또 2023년 개편을 앞두고 신규 콘텐츠 사내공모를 통해 지역주민에게 좀 더 다가갈 수 있는 참신한 기획안을 발굴해 제작을 진행할 계획임. <p>③ 지역성 구현을 항상 최우선 과제로 삼을 것. (지역채널의 사명을 강조)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2023년 딜라이브TV가 내건 슬로건은 ‘지역을 더 깊게, 생각을 더 넓게’ 로 지역주민과의 소통을 가장 소중하게 생각하고 있으며 지역에 도움이 되는 방송서비스를 제공하기 위해 노력하고 있음.