

» 2013년 정책연구과제

공공기관 인터넷 방송 사례 연구

0

채은경·정남숙



인천발전연구원
Incheon Development Institute

연구진

연구책임
공동연구

채은경 도시경영연구부 연구위원
정남숙 도시경영연구부 연구원

※ 본 연구결과는 연구진의 견해로서
인천광역시의 정책과는 다를 수 있습니다.

연구요약

I. 연구개요

- 본 연구는 인천광역시에서 운영 중인 인터넷 방송 Mint-TV를 더욱 활성화시키기 위하여 국정방송이나 타 시·도 및 공공기관 사례 분석을 바탕으로 시정 홍보매체인 인터넷방송의 문제점을 도출하고 사례분석 내용을 토대로 개선 방안을 제시하는데 목적을 둠.
- 대부분의 공공기관 인터넷 방송과 마찬가지로 인천광역시 인터넷 TV역시 “官” 주도의 운영이라는 자체적인 한계와 정책방송이라는 콘텐츠 상의 제약이 존재하지만, 현실에서 인터넷 TV는 Social Network Service(SNS)와 결합하는 등 다양한 활로를 찾고 있으며, 매우 빠르게 변화할 것으로 예상되는 영역으로 인터넷 방송 활성화를 위한 기초 연구가 필요함.
- 이를 위해 인터넷방송을 통하여 소통을 잘하고 있는 기관을 선정하여 어떤 점이 우수한 사례로 평가받고 있는지를 도출하기 위해 최근 대한민국 인터넷 소통대상 수상기관중 광역지방자치단체에 해당하는 부산광역시와 기초자치단체에 해당하는 송파구, 서초구를 인천광역시와 비교하는 방식으로 사례를 분석 함.
- 그 결과 부산광역시 인터넷 방송은 테마화 하였다는 장점이 있으며, 주민들의 참여를 이끌어 낼 수 있는 프로그램 제작을 위해 정책적 노력을 한다는 점이 돋보임.
- 송파구청의 인터넷방송은 육아 정책 등 송파구청의 구정방향과의 일치성과 연계성에 특징이 있으며, 서초구청은 지역 케이블 방송의 서초구 뉴스와 서울시 등 타 기관과의 인터넷 방송을 병행하여 편성하는 등을 통하여 적은 예산을 통하여 경제성이 높은 운영을 하고 있는 점이 특징임. 또한, 구청장의 관심으로 인하여 인터넷 방송 프로그램을 다양한 행사에 활용하고 있음.
- 인천 Mint-TV는 포털적 성격을 구현함으로써 인터넷방송, 라디오 등을 연계하고 있으나 상대적으로 접속건수가 적다는 단점이 있음. 다만, 언론사에

자료 송출을 하는 등 자체적인 인터넷 방송보다는 콘텐츠 자체에 장점이 있음. 하지만 이러한 콘텐츠가 체계적으로 구성되지 못하고 중복하여 탑재되고 테마가 모호함으로써 인터넷방송 활용에 있어서 취약하다는 문제점이 도출됨.

II. 정책적 제언

- 현재 인천광역시 인터넷 방송은 Social Network Service(SNS)와 결합하는 환경 속에서 플랫폼 서비스와의 연계를 중심으로 한 포괄적 변화가 필요하다는 입장과 현재 민트 TV를 유지하면서 콘텐츠 개발 등 지속적 변화가 필요하다는 두 가지 입장에서 세부 정책방안을 제시하였음.
- 공공기관이 제공하는 홍보가 매체 수용자의 적극적 참여 가능성이 매우 낮다는 근본적 한계 하에, 주민 수요에 맞는 콘텐츠를 개발하되, 이를 인천 N-방송이라는 플랫폼(platform) 서비스를 연계하는 방향에서 서비스를 개편할 필요가 있음. 민트 TV의 행정정보 제공이라는 본래적 역할과 주민참여를 통한 정부의 변화라는 측면에서 대표 콘텐츠가 개발될 수 있을 것임. 이러한 플랫폼 서비스라는 보다 광역적 환경 변화에서 민트 TV의 활성화 방안이 기획되어야 함. 또한, 방송통신 융합 환경에 대응하기 위한 장기적 플랜 수립이 필요함. 최근에는 인터넷과 방송 간에 융합적 경향이 뚜렷해지고 있으며, 방송영상콘텐츠가 핵심이 되고 있음. 융합적 환경 변화에 대응하기 위한 행정홍보를 위한 기본계획 수립이 필요하며, 이러한 기본 계획 속에서 하나의 홍보 수단으로서 인터넷 방송에 대한 통찰이 필요함.
- 콘텐츠 개발 등 민트 TV의 지속적 변화가 필요함. 즉, 현재보다는 테마가 강하며, 목적이 뚜렷하고, 대상과 연계한 하부 카테고리의 명확화 등 인터넷 방송 홈페이지의 개편이 요구됨. 또한, 각 군구청의 인터넷 방송과 연계하여 상호 협력하는 방향으로의 변화가 필요함. IPTV 등 활용성 및 각종 행사에의 사용가능성을 염두에 두되, 광역자치단체의 특성을 감안한 운영체제로의 변화가 필요함. 물리적 차원에서는 현 스튜디오 시설의 재활용 방안에 대한 판단도 필요함. 인터넷 방송을 단순히 인터넷 방송으로 홍보하는 것이 아닌 이메일 등의 문자텍스트나 SNS 등을 활용한 홍보전략을 개발할 필요가 있음. 주민들과의 실질적 정보교환 및 의견수렴이 가능할 수 있도록 양방향성을 구현하기 위한 지속적 아이디어가 창출되어야 함.

차례

I 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구의 범위와 사례대상	1
3. 연구방법과 분석틀	3
II 인터넷 방송의 의의	7
1. 인터넷 방송의 정의와 특성	7
1) 인터넷 방송의 정의	7
2) 인터넷 방송의 특성	7
2. 공공기관 인터넷 방송의 의의	10
1) 공공기관 홍보의 의의와 방법	10
2) 공공기관 인터넷방송의 의의	11
III 공공기관 인터넷 방송 운영사례	13
1. 광역자치단체 인터넷 방송 운영사례	13
1) 인천광역시 인터넷 방송 운영사례 : Mint-TV	13
2) 부산광역시 인터넷 방송 운영사례 : 바다TV	18
2. 기초자치단체 인터넷 방송 운영사례	25
1) 서울특별시 송파구청 인터넷 방송 운영사례: 송파N방송	25
2) 서울특별시 서초구청 인터넷 방송 운영사례: 조이서초방송	31
3. 인터넷방송 운영사례 비교 검토	41
1) 운영현황 비교	41
2) 인터넷 방송 콘텐츠 유형 비교	43
3) 사례 검토를 통한 시사점 : 특성화 영역을 중심으로	45
IV 정책적 제언	41
참고문헌	54

표차례

표 1 2012년 대한민국 인터넷소통대상 수상 기관(공공부문)	3
표 2 운영현황 분석틀	4
표 3 인터넷 방송의 유형별 분류 및 특성	4
표 4 콘텐츠 유형별 분석틀	6
표 5 지상파 방송과 인터넷 방송의 특성 비교	8
표 6 인터넷 방송의 활용분야	9
표 7 지방자치단체 인터넷 방송 관련기사 I	10
표 8 지방자치단체 인터넷 방송 관련기사 II	12
표 9 인천시 인터넷 방송 현황	14
표 10 인천광역시 Mint-TV 인터넷방송 카테고리 내용	16
표 11 인천광역시 인터넷방송 Mint-TV콘텐츠 유형별 분석틀	18
표 12 부산광역시 바다TV 인터넷방송 현황	20
표 13 부산광역시 바다TV 인터넷방송 카테고리 내용	21
표 14 부산광역시 인터넷방송 바다TV 콘텐츠 유형별 분석	23
표 15 서울특별시 송파구청 인터넷방송 현황	26
표 16 서울특별시 송파구청 인터넷방송국 콘텐츠 내용분석	29
표 17 서울특별시 송파구청 인터넷방송 콘텐츠 유형별 분석	29
표 18 서울특별시 서초구청 인터넷방송 현황	33
표 19 서울특별시 서초구청 IPTV주간 편성표 예시:민원실	35
표 20 서울특별시 서초구청 IPTV주간 편성표 예시:일반부서	35
표 21 서울특별시 서초구청 인터넷방송국 콘텐츠 내용분석	37
표 22 서울특별시 서초구청 인터넷방송 콘텐츠 유형별 분석	39
표 23 인터넷방송 현황 비교	42
표 24 인터넷방송 콘텐츠 유형비교	44

그림차례

그림 1 인천광역시 Mint-TV 메인 홈페이지	13
그림 2 인천광역시 Mint-TV 스튜디오	15
그림 3 부산광역시 바다TV 메인 홈페이지	19
그림 4 부산광역시 바다TV 4월 방송편성표	24
그림 5 서울특별시 송파구청 송파N 메인 홈페이지	25
그림 6 서울특별시 송파구청 인터넷방송 설치 장소	28
그림 7 서울특별시 서초구청 인터넷방송 메인 홈페이지	31
그림 8 서울특별시 서초구청 내 IPTV 설치장소	34
그림 9 (가칭) 허밍TV 초기화면	48

1. 연구의 필요성 및 목적

- 인천광역시에는 시정 홍보매체 인터넷방송으로 Mint-TV가 운영되고 있음. 대부분의 공공기관 인터넷 방송과 마찬가지로 인천광역시 인터넷 TV 역시 “官” 주도의 운영이라는 자체적인 한계와 정책 방송이라는 콘텐츠 상의 제약이 존재함.
- 또한, 인터넷 방송 역시 일반적 홍보체계 내에서 하나의 정책 수단에 불과하므로 이러한 홍보체계 내에서 인터넷 방송만을 추출하여 연구하는 것에 대한 실효성 문제도 존재함.
- 반면, 현실에서 인터넷 TV는 Social Network Service(SNS)와 결합하는 등 다양한 활로를 찾고 있으며, 매우 빠르게 변화할 것으로 예상되는 영역으로 인터넷 방송 활성화를 위한 기초 연구가 필요함.
- 위와 같은 연구의 필요성과 한계 하에 국정방송이나 타 시·도 및 공공기관 사례 분석을 통하여 현재 인천광역시 시정 홍보매체인 인터넷방송의 문제점을 도출하고, 사례 분석 내용을 토대로 개선 방안 등을 제시하는데 연구 내용을 한정하고자 함.

2. 연구의 범위와 사례 대상

- 인터넷 방송의 PR 효용에 근거하여 광역 및 기초 지방자치단체의 대부분이 인터넷 방송을 운영하고 있음.
- 대부분의 지방자치단체가 운영하고 있는 방송시스템 운영방식은 크게 자체 운영과 위탁운영 방식임.

- 자체운영: 방송시스템 구축 후 전문인력을 아웃소싱하여 계약직으로 채용하
되, 자체적으로 운영하는 방법. 일부 지방자치단체에서 이 방법을 사용하고
있음. 계약직 활용 방식에 따라 자체 제작 능력이 보유 가능하고, 운영비용
의 절감과 지자체의 상황에 맞는 콘텐츠 제작이 가능하다는 장점이 있음.
- 위탁운영: 인력과 장비를 모두 아웃소싱하는 것. 자체 인터넷 방송 홈페이지
지만을 구축 운영하면서 입찰을 통해 선정된 외부 전문업체로부터 콘텐츠를
납품받아 서비스하는 경우임. 많은 지방자치단체에서 활용하고 있는 방식
임. 초기 자본투자를 최소화할 수 있으나 자체 기술 축적이 불가능하다는
단점이 있음. 당초 계약된 분량만을 제작할 가능성이 크기 때문에 급박한
상황변화에 대처하지 못함(윤여준, 2009).
- 지방자치단체 이외의 공공기관 역시 위 두 가지 방송시스템을 차용하고 있
으며, 이들 두 방식은 서로 장·단점이 다름.
- 각각 운영방식을 대별하여 우수 사례를 뽑기 보다는 인터넷방송을 통하여
소통을 잘하고 있는 기관을 선정하여 어떠한 점이 우수한 사례로 평가받고
있는지를 도출하는 게 연구의 목적에 더 부합된다고 판단됨.
- 따라서 가장 최근 대한민국 인터넷 소통대상¹⁾ 수상기관 중 공공기관에 해당
되는 기관을 사례 대상으로 선정하기로 함.
- 인터넷소통대상은 고객평가 지표를 근거로 고객과 소통 잘하는 신뢰받는 기
업과 공공기관의 우수사례를 발굴하는 것임.
- 기관 및 기업들이 인터넷을 통해 고객과 소통하기 위한 노력과 소통경쟁력
을 객관적·주관적으로 측정하는 것으로 인터넷 소통만족도(ICSI, Internet
Communication Satisfaction Index), 소셜미디어소통만족도(SCSI, Social
Communication Satisfaction Index)로 지수화함.
- 아래의 <표 1>는 2012년 대한민국 인터넷 소통대상 수상기관(공공부문)으
로 부산광역시의 경우 2년 연속 공공부문 종합대상을 수상함.

1) 인터넷 소통대상은 비영리기관인 인터넷 소통협회가 주관이 되어 수상자를 선정하고 있
음. 인터넷소통대상의 종합대상자는 방송통신위원장을 받음. 2012년 제5회 인터넷 소
통대상을 받은 기관을 대상으로 하되, 소셜커뮤니케이션 부문(소셜 PR/소셜 마케팅)의
공공기관에 해당되는 기관을 대상으로 함(www.kicoa.or.kr). 2012년 평가의 경우, 전국
139개 공공기관, 195개 기업, 228개 지방자치단체 등을 대상으로 소셜미디어 활용성 등
을 종합 평가해 수상자를 선정함(서울신문, 서초구서 '인터넷 소통' 자랑 말라.
2012/11/22)

〈표 1〉 2012년 대한민국 인터넷소통대상 수상 기관(공공부문)

구분	수상기관
공공종합 랭킹1위	공공종합(부산광역시), 공공인터넷 소통(송파구), 공공소셜미디어(국립공원관리공단), 소통문화(코레일)
기관별 랭킹1위	중앙행정기관(통일부), 중앙행정기관(청)(특허청), 광역자치단체(대전광역시), 준정부기관(한국장학재단), 기초자치단체(시)(안산시), 기초자치단체(구)(서초구), 공기업(한국관광공사)(한국도로공사)

출처: 부산광역시 공식블로그(<http://blog.busan.go.kr/1794>)

- 위 인터넷소통대상 수상기관 중 광역지방자치단체에 해당하는 부산광역시와 기초자치단체에 해당하는 송파구, 서초구(3년 연속 수상)를 인천광역시와 비교하는 방식으로 사례를 분석하고자 함.²⁾

3. 연구 방법과 분석틀

- 이 연구에서는 인터넷 방송의 일반적 운영현황과 매체 및 콘텐츠 특성을 중심으로 사례 분석을 실시함.
 - 사례 분석은 첫째, 기존 문헌에 대한 분석, 둘째, 각 공공기관에 대한 자료 요청을 통한 분석, 셋째, 각 기관 담당자에 대한 인터뷰를 통해 실시하고자 함.
- 우수 사례로 선정된 인터넷 방송과 인천광역시 인터넷 방송을 실증적으로 사이트 내용을 분석함으로써, 우수 인터넷 방송의 특성들을 도출하고자 함.
- 매체와 콘텐츠 특성을 분석하기에 앞서 일반적 운영 현황을 알기 위하여 운영주체, 제작형태, 활용 형태라는 분석틀을 통하여 지방자치단체 인터넷 TV의 운영 현황을 도출하고자 함.
- 임우상(2009), 차재국(2010) 연구를 활용하여 운영현황을 분석하기 위하여 다음과 같이 분석틀을 도표화함.

2) 공기업에 해당하는 단체도 사례 대상으로 하여 분석하고자 하였으나, 최근 공기업 등은 인터넷 TV보다는 SNS를 이용하여 홍보 및 소통을 하는 경우가 많아지고 있으며, 수상 기관들에서도 인터넷 방송 사례를 찾기가 힘들어 유사 성격인 지방자치단체만을 연구 대상으로 함

〈표 2〉 운영현황 분석틀

구분	세부 항목
운영주체	개원시기
	담당부서
	직원현황(담당자)
	방송예산 (운영예산)
제작형태	자체운영 또는 위탁운영
	방송시간대
	생방송가능여부
	제작/주
활용형태	IPTV 및 TV 운영장소
	접속건수

- 이와 더불어 각 지방자치단체의 특성을 반영한 인터넷 방송의 콘텐츠 내용이 있는지도 분석하고자 함.
- 일반적으로 인터넷 방송의 서비스를 분류하면 다음과 같음(초성운, 2001).

〈표 3〉 인터넷 방송의 유형별 분류 및 특성

구분	특성	
서비스 유형별 분류	주문형 (On-demand)	대량의 콘텐츠를 DB로 구축하여 시간·공간의 제약없이 제공하는 것으로 스트리밍이나 다운로드(download)방식을 이용하며, 비디오 및 오디오 서비스가 대표적.
	생방송 (live)	지상파TV 방송의 생방송과 동일한 형식으로 사건이나 이벤트의 현장에서 실시간으로 제공.
	RSS 서비스	등록된 회원에게 정보를 밀어 넣어주는 것으로 이용자가 검색을 위한 노력 없이도 정보를 얻을 수 있음. 포인트캐스트사의 스크린세이버 서비스, 증권 실황정보 등이 대표적인 예로 최근에는 지능형 에이전트(intelligent agent)를 사용하여 지정된 사이트 이외의 정보도 서비스.
	플랫폼(platform) 서비스	기존 미디어의 단점을 보완하기 위한 서비스로 타서비스와의 가장 큰 차이점은 서비스의 송수신에 복수의 기술을 이용한다는 점. 예를 들면, 무선호출기나 휴대전화 또는 가정 방송 플랫폼 등을 이용하여 서비스 제공.
	웹캐스팅 포털 (portal) 서비스	웹캐스팅 프로그램 안내 서비스로 동영상 등의 인터넷방송 콘텐츠만을 대상으로 정보를 검색하여 제공한다는 점이 특징. 유력 웹캐스팅 사업자들은 대개 포털 서비스를 겸함.

정보 형태별 분류	데이터캐스트	<ul style="list-style-type: none"> - 문자 위주의 정보 제공으로 현재 활발하지는 않은 상황. - 네트워크의 대역폭이 급격히 늘어나지 않는 상황에서 정보의 유통 체증을 감안할 때 영상이 필요하지 않는 다양한 저용량 정보제공 분야에서 크게 활성화될 것으로 기대. - 교육, 비즈니스, 금융, 오락, 스포츠 등의 분야에서 활용될 것으로 기대되며, 특히 무선 인터넷의 보급이 확산되면 무선 호출기나 PDA 등을 통한 실시간 뉴스, 일기예보, 교통 정보, 증권소식 등의 서비스가 활성화 될 전망.
	오디오캐스트	<ul style="list-style-type: none"> - 음성위주의 서비스로 현재 가장 활발하게 서비스되는 분야임. 음악방송과 선교방송 등이 대표적. - 유통되는 정보의 양이 그다지 크지 않아 네트워크 환경에 큰 영향을 미치지 않음. - 콘텐츠 확보가 용이하고 방송국 구축비용이 저렴하여 인터넷 방송이라는 새로운 매체를 확산시키는 첨병의 역할을 하고 있음.
	비디오캐스트	<ul style="list-style-type: none"> - 문자, 음성, 동영상 등이 결합된 멀티미디어 정보 위주로 운영되는 완성된 형태의 인터넷방송이나 아직은 기존의 방송에 비해 품질은 많이 떨어짐. - 초고속 인터넷의 개발과 대용량 압축·전송 기술의 개발로 점차 서비스가 확대될 것으로 기대. - 특히 쇼, 생중계, 화상회의, 원격강의, 원격진료 등 다양한 사업영역으로 확대될 것으로 기대.

자료: 초성운(2001). 22-23쪽.

○ 초성운(2001)연구를 활용하여 매체 및 콘텐츠의 특성을 분석하기 위하여 다음과 같이 콘텐츠 유형별 분석틀을 도표화함.

- 일반적으로 국내 인터넷방송국의 서비스 장르는 음악, 종합방송, 교육, 문화/예술/생활, 개인매니아, 연예/게임/오락, 건강/의학으로 구분되지만, 공공기관의 인터넷 TV의 성격임을 감안하여 시정(정보) 홍보형, 문화·교육형, 주민참여형으로 구분하고 각 세부항목별 콘텐츠를 통하여 어떠한 특성을 보이고 있는지를 분석하고자 함.
- 대부분 인터넷 방송의 서비스 유형별 분류 중 방식이 웹캐스팅 포털 방식을 취하고 있으며, 푸쉬(push) 서비스의 경우 RSS를 통한 풀(pull) 서비스 방식으로 변화하고 있음. 따라서 여기서는 Pull 방식으로서 RSS 서비스의 존재 여부를 살펴보고자 함.
- 정보형태별 분류는 오늘날 대부분의 인터넷 방송은 비디오 캐스트 성격이 강하나, 비디오 캐스트에 더불어 데이터 캐스트를 취하고 있는 곳도 있기 때문에, 사례 대상 인터넷 방송을 분석하여 각 사례의 특성을 추출하고자 함.

- 다만, 이러한 유형별 분석틀에서 모든 유형을 서비스하는 것이 반드시 장점이 있는 것이 아니라는 전제 하에 각 유형별 분석틀을 따르되 콘텐츠 내용 분석을 중심으로 개선방안을 도출하고자 함.

〈표 4〉 콘텐츠 유형별 분석틀

유형분류		분석 내용
서비스 유형별 분류	주문형 (On-demand)	주문형 서비스 방식의 존재 여부
	생방송 (live)	생방송 콘텐츠 방식의 존재 여부
	RSS 서비스	RSS 서비스의 존재 여부
	플랫폼(platform) 서비스	플랫폼(platform) 서비스 가능성
	웹캐스팅 포털 (portal) 서비스	웹캐스팅 포털 서비스 제공 여부
정보 형태별 분류	데이터캐스트	비디오 캐스트에 대응하는 데이터 존재 여부
	오디오캐스트	오디오 캐스트의 사용 여부
	비디오캐스트	비디오 캐스트의 사용 여부
인터넷 TV 성격	시정(정보) 홍보형	시정뉴스 등 지방자치단체장의 활동과 각 지방자치단체의 주요 정보를 홍보하는 방식
	문화·교육형	문화 관광 콘텐츠 및 평생교육 프로그램 등 프로그램을 집중적으로 탑재하는 방식
	주민참여형	주민들이 직접 리포팅을 하거나 자유게시판 등을 통하여 상호작용성을 강조하는 방식

II 인터넷 방송의 의의

1. 인터넷 방송의 정의와 특성

1) 인터넷 방송의 정의

- 인터넷 방송(web casting)이 미래의 새로운 방송 패러다임으로 각광을 받고 있음에도 불구하고 이것을 정확하게 설명하는 보편적인 개념 정의는 없음(차재국, 2010)
- 인터넷 방송은 다양한 용어로 사용되고 있음: 웹 캐스트(Web casting), 웹 TV, 포인트 캐스팅(Point casting), 스트리밍 미디어(Streaming media) 등
 - 웹 캐스팅: 텍스트(text), 그림(image), 오디오(audio), 동영상(video) 등을 멀티미디어 콘텐츠로 가공·압축하여 인터넷을 통해 이용자의 요구가 있을 때마다 실시간으로 전송하는 인터랙티브(interactive) 서비스, 기존 미디어의 콘텐츠를 인터넷이라는 창구로 통합해 제공하는 인터넷 콘텐츠 산업의 일종(임우상, 2009)
 - 스트리밍 미디어: 스트리밍 기술³⁾에 의한 멀티미디어 콘텐츠 서비스, 기존 방송이 전파를 보내는 것처럼 소리나 동영상 등 멀티미디어적 서비스를 제공하는 것(차재국, 2010)

2) 인터넷 방송의 특성

- 첫째, 인터넷방송은 지상파방송, 케이블 방송과는 달리 인터넷이라는 네트워크를 기반으로 함(임우상, 2009). 이에 따라 지역적 법적 제약 없이 방송이

3) 멀티미디어 데이터 전송방식 중의 하나로 인터넷에서 물 흐르듯 데이터를 읽으면서 전송은 물론 실시간 재생이 가능한 전송방식을 의미

가능하나 인터넷에 연결되어 있을 것을 전제로 함.

- 둘째, 상호작용하는 커뮤니케이션을 한다는 점임(임우상, 2009). 일반적 대중매체가 송신자와 수신자라는 이분법적 커뮤니케이션 양태를 보임으로써 정보 비대칭 문제가 발생할 수 있음. 인터넷은 이용자 대 이용자라는 대등한 권력관계에서 미디어에 대한 선택권이 발생할 수 있다는 측면에서 이용자의 통제권이 오히려 클 수 있음.
- 인터넷 방송을 전통적 방송 패러다임인 지상파 방송과 비교하여 특성을 나타내면 다음 표와 같음.

〈표 5〉 지상파 방송과 인터넷 방송의 특성 비교

	지상파 방송	인터넷 방송
방송의 범위	Broad Casting	Broad/Narrow/Point/Web Casting
전송망	지상무선망(hz)	전화망(동축 케이블)/네트워크
커뮤니케이션 유형	일방향	완전 쌍방향
방송서비스 형태	오락지향	업무 및 정보 지향
서비스 내용	대중 지향적	특정 계층 지향적
수용자 특성	불특정 다수/ 수동적·강제적/ 소비자 기능	특정 다수/ 능동적·선택적/생산자 기능
사업진입 가능성	엄격한 허가	제한 없음
시간적 제약성	제약	없음
타미디어와 호환성	없음	가능
운영재원	광고수입(98%)	광고+이용료
방송의 공익성	아주 높음	아주 낮음
사회적 통제 정도	강함	아주 낮음
내용 통제 근거	전파의 희소성, 공익성	청소년 위해
관련 법률	방송법	전기통신사업법

출처 : 송해룡(2003). 디지털 미디어, 서비스 그리고 콘텐츠, 다락방. 293쪽.

- 이러한 특성을 기본적으로 갖추고 있는 인터넷 방송은 기존 방송에 대한 보완적 성격이 강함(차재국, 2010).
 - 전통적 방송 패러다임이 ‘전파의 희소성’을 근거로 보편적이고 일반적인 내용을 위주로 편성하였으며, ‘시청률’이라는 기준에 의하여 편성의 방향이 크

게 좌우되었다는 한계가 있음.

- 인터넷 방송은 이러한 제약에서 벗어나 상대적으로 저렴한 설립 및 운영비용으로 대안적(alternative) 성격을 부각시킴으로써 문화적 다원성을 실현하고 소수 문화를 활성화시킬 수 있는 장점을 가지고 있음.
- 인터넷 방송의 상호작용성 또는 쌍방향성은 단순히 피드백을 강화하는 것이 아닌 매체 수용자의 능동적 자세에 초점이 맞추어져 있음.
 - 다만, 공공기관이 제공하는 인터넷 방송의 콘텐츠가 매체 수용자의 능동적 자세를 이끌어낼 수 있는가에 대한 한계가 있는 것도 현실임.
 - 즉, 공공기관이 제공하는 인터넷 방송의 속성이 공공정보의 제공이라는 측면에서 볼 때, 매체 수용자의 적극적 참여가능성을 높일 수 있는 엔터테인먼트 요소가 충분하지 않은 한계가 존재함. 따라서 이러한 한계를 극복하는 것이 공공기관 인터넷 방송의 과제라고 할 수 있음.
- 이은철(2004)에 의하면, 인터넷 방송의 콘텐츠는 특정 계층 지향적인 업무 및 정보로 정의되고 있으나, 현실에서 인터넷 방송의 활용분야는 매우 다양함.
- 특히, 매체 수용자의 능동적 자세를 전제로 하는 인터넷 방송의 특성상 엔터테인먼트 분야가 활발한 편임. 인터넷 방송 기술을 활용하고 있는 분야를 세부적으로 살펴보면 다음 표와 같음.

〈표 6〉 인터넷 방송의 활용분야

분야	내용
방송	공중파, 케이블 TV, 학교, 종교단체, 기업, 개인
교육	가상교육시스템(학교, 학원, 대학) 디지털 영상 도서관
쇼핑	인터넷 쇼핑몰
의료	병원사이트, 원격 진료
금융	주식방송, 금융정보 방송
정보	교통정보, 날씨 정보
홍보	정부, 공공기관
엔터테인먼트	UCC 동영상, 음악, 인터넷라디오, 인터넷노래방, 인터넷영화관
기타	경비 보안업체,

출처 : 차재국(2010). 25쪽.

2. 공공기관 인터넷 방송의 의의

1) 공공기관 홍보의 의의와 방법

- 공공기관의 홍보는 일반적으로 정부 또는 공공기관이 펼치는 정책을 국민에게 알리고 이에 대한 협조를 구하는 행정을 의미
 - 홍보행정, 대민관계, 정부 PR, 정부시책 PR, 정보활동 등의 용어로 사용
 - 그 주체가 행정 또는 공공기관이라는 특수성이 전제가 되며, 홍보의 주체는 공공기관, 객체는 국민 전체 또는 개인이나 단체 등이 됨(이상 최길재, 2006).
- 공공기관 특히 지방자치단체는 인터넷 방송을 다음과 같은 목적으로 활용하고 있음.
 - 첫째, 지자체의 활동에 대한 주민에 대한 홍보 필요성
 - 둘째, 주민생활 편의와 관련된 주민 정보 제공 필요성
 - 셋째, 주민들을 대상으로 하는 교육의 필요성
- 앞서 인터넷 방송은 매체 수용자의 능동적 자세를 전제로 함을 논의한 바 있음. 즉, 주민들의 관심과 참여가 전제되어야 함. 이를 위하여 인터넷 방송 초기에는 어학강좌나 수능방송 등의 교육 분야를 적극적으로 어필하였음.

<표 7> 지방자치단체 인터넷 방송 관련 기사 1

...강남 인강은 수험생과 학부모의 사교육비 부담을 줄이자는 취지로 강남구청에서 2004년부터 직접 운영을 시작했다. 이후 연간 821억원의 사교육비를 절감하는 효과를 거뒀다. 연회비 3만원으로 약 700개의 내신과 수능 강의를 제공한다...138개의 지방자치단체와 인터넷 수능방송 공동이용 협약을 맺어 각 지자체 홈페이지에서 동일한 강의를 볼 수 있다. 지방에 거주하는 학생들은 유명 강사의 강의를 들으며 서울에 올라가지 않아도 집에서 손쉽게 볼 수 있다....(수능 인터넷 강의 지방 학생에게 가뭄의 단비, 전자신문, 2012/11/26)

... 주민들이 직접 참여하는 영상 공간인 지방자치단체 인터넷 방송국이 인기를 끌고 있다. 주민이 직접 만든 영상 프로그램 등을 방송하고 있는 서울시 인터넷방송국의 하루 평균 접속자 수가 개국 이래 처음 5000명을 넘어섰다. 현재 인터넷 방송국을 운영하고 있는 곳은 서울시청과 15개 구청 등 16곳으로 하루 접속자는 200명에서 5000명까지 다양한 분포를 보이고 있다. 서울시 인터넷 방송국(tv.seoul.go.kr)은 지난해(2004년) 9월14일 개국후 총 접속수가 11만1207명(1월19일 현재)에 도달했다...("내가 찍은 영상 인터넷방송에서 본다", 내일신문, 2005/1/25)

2) 공공기관 인터넷 방송의 의의

- “공공기관 인터넷 방송이 왜 필요한가?”라는 질문에 대한 답은 주민들과의 소통에 있음.
 - 홍보 수단으로 인터넷 방송은 손쉽게 다양한 장르의 VOD 서비스를 이용할 수 있어 공공기관의 정책을 보다 폭넓고 빠르고 다양하게 주민들에게 홍보할 수 있음.
 - 이전의 공공기관 홍보 수단이 주로 일방적 정보 전달에만 관심이 있었다고 한다면, 인터넷 방송 등 매스미디어를 활용한 행정홍보는 주민들의 의견 수렴에 장점이 있음.
- 인터넷 방송은 비용 대비 효과가 크다고 알려져 있음. 일반적으로 효과적인 홍보란 시간적 제약을 극복하고, 최소한의 비용으로 가능한 많은 수용자를 설득할 수 있어야 하며, 1회에 많은 공중과 접할 수 있어야 함. 이러한 대체적 수단으로 인터넷 방송이 긍정적이라는 것임(차재국, 2010).
 - 인터넷 방송은 홍보 메시지의 도달 범위가 넓음.
 - 인터넷 방송은 강력한 쌍방향 커뮤니케이션 기능을 가지고 있음.
 - 인터넷 방송은 전세계를 대상으로 한 행정홍보에도 효과가 있음.
- 지금까지 국내 정부기관의 홈페이지나 인터넷신문, 인터넷 방송 등의 PR 효과에 대해서는 부정적인 견해도 있음.
 - 예를 들어, 문철수(1999; 차재국, 2010 재인용)는 쌍방향 커뮤니케이션과 웹사이트 등의 활용도, 마케팅 연계성 등의 문제점을 지적하고 있음.
 - 현재 국내 공중파 방송의 인터넷 방송서비스 역시 인터넷 매체가 가진 특성과 차별점을 크게 살리지 못하고 있음(임우상, 2009). 이러한 점은 국내 정부기관 역시 마찬가지임.
 - 행정홍보 수단으로서 인터넷방송은 공공기관의 기밀 등의 정보 자체의 한계, 지나친 행정홍보로 인한 자율적 주민의식의 상실, 공중의 의견을 모두 탐색하고 호소하기는 어렵다는 기술적 한계를 내재하고 있음(최길제, 2006).
 - 최길제(2006)의 서초구청 인터넷 방송 사례연구에 따르면, 홍보조직의 취약, 국 단위에서의 홍보 전달기능 부재, 홍보효과 평가 기능 부실, 공무원의 홍보마인드 부족 및 전문교육 부재, 전자홍보매체 활용 부족 등의 문제점을

지적하고 있음.

- 임우상(2009)의 서울시 기초자치단체 인터넷 방송 사례연구에 따르면, 인터넷 방송 자체에 대한 홍보 부족, 주민참여를 이끌어낼 수 있는 우수한 콘텐츠 부족, 지자체의 인터넷 방송의 특색에 맞는 내용 부족, 쌍방향적 운영 미흡, 인력 및 예산 부족 등의 문제를 지적하고 있음.
- 윤여준(2009)의 충청남도 사례연구에 따르면, 공무원 인식의 한계, '행정' 관점의 특화의 어려움, 인력과 장비의 영세성 등의 문제를 지적하고 있음.
- 서정우(2010)의 부산시 사례연구에 따르면, 콘텐츠 확보와 관리 문제, 관련 기관간 협의 부족 등의 문제를 지적하고 있음.

<표 8> 지방자치단체 인터넷 방송 관련 기사 II

전국 지방자치단체마다 정책홍보를 명분으로 인터넷방송을 운영하고 있지만 자치단체장의 동경 홍보도구로 전락하고 있다. 이 때문에 하루 접속자가 기초지자체는 수십명, 광역지자체는 수백명에 불과하다. 결국 인터넷방송은 예산만 낭비하고 있어 개선책이 시급한 실정이다. 12일 충청남도가 집계한 충남인터넷방송(CNItv·tv.chungnam.net)의 접속건수는 지난 6월의 경우 하루평균 270건으로 나타났다. 주말에는 접속자수가 더 줄어든다. 지난해 8월부터 올 6월까지 11개월 동안의 누적 접속건수도 8만5600여건에 그쳤다... (혈세 먹고 혼자만 떠드는 지자체 인터넷방송, 경향신문, 2009/07/12)

III 공공기관 인터넷 방송 운영 사례

1. 광역자치단체 인터넷 방송 운영 사례

1) 인천광역시 인터넷 방송 운영 사례: Mint-TV

- 인천광역시는 2006년 7월, 인터넷 방송 「민트(Mint) TV」를 개국하였으며, 민트 TV를 통하여 인천광역시의 시정뉴스와 소식 그리고 인천시의 문화관광에 관한 이야기, 그리고 인천시의 특색을 담은 영상을 소개 하고 있음.



<그림 1> 인천광역시 Mint-TV 메인 홈페이지

- 민트 TV의 담당자는 대변인실의 1인이며, 외주제작 형태로 외주제작 인원은 4명임.
- 현재 민트 TV는 인천광역시청 대변인실에서 담당하고 있으며, 방송운영예산은 약 3억 정도로 담당공무원 1명과 외주제작인원 4명이 방송을 제작하고 있음.
 - 주 3회의 방송제작을 하고 있으나, 따로 구청민원실이나 동주민센터를 통해 방송하고 있지는 않으며, 2013년 1월 현재 4,700여명/월, 150여명/일의 접속건수를 보이고 있음.

〈표 9〉 인천시 인터넷방송 현황

구분		인천광역시
운영 주체	개국시기	2006년 7월
	웹사이트	http://tv.incheon.go.kr/index.jsp
	직원현황(담당자)	1명
	담당부서	대변인실
	방송예산 (운영예산)	300,910천원
제작 형태	제작 형태	외주제작
	방송시간대	24시간
	외주제작인원	4명
	생방송가능여부	불가능
	제작/주	주 3회 제작
활용 형태	폐쇄회로 등 IPTV 운영장소	없음
	접속건수	월/4,700여명, 일/약150여명, (2013년 1월기준)

자료: 인천광역시 내부 자료

- 생방송을 할 수 있는 자체적인 스튜디오는 보유하고 있으나, 과거 생방송 시스템의 필요성에 대한 문제 제기가 있어 현재는 생방송을 하지 않고 있으며, 사무실과 스튜디오를 함께 운영하고 있음.



〈그림 2〉 인천광역시 Mint-TV 스튜디오

- 민트TV의 방송프로그램은 총4개의 카테고리의 17개의 프로그램으로 운영되고 있으며 주3회 제작되어 여러 프로그램들이 월별로 업데이트 되고 있음.
- 인천뉴스에는 일일뉴스와 주3회 방송되는 의정뉴스 그리고 인천시 인터넷신문, 라디오 ‘굿모닝인천’이 있음. 그중 인천시 인터넷신문은 2005년 3월 24일부터 준비1호를 시작으로 2013년 5월 2일 현재 800호까지 발간되었으며 라디오 ‘굿모닝인천’의 경우 인천시 라디오방송으로 경인방송과 교통방송을 청취를 할 수 있음.
 - 일일뉴스의 경우 예전에는 매일의 주요 사항은 간단하게 뉴스로 제작하였으나, 현재는 주 2-3회 제작하여 편성순서를 변경하여 일일뉴스로 방송하고 있음.
 - 라디오 인터넷 뉴스의 경우 경인방송과 교통방송 내용 중 인천관련 내용 등을 탑재하고 있음.
- 시정소식에서는 시정정보, 시정홍보영상관 등 인천시정에 관련된 내용 등을 포함하고 있으나 중복되는 내용들이 많으며, 특강 영상과 포토갤러리 등이 전체 카테고리라 비교하여 볼 때 주제 의식이 떨어진다는 문제점이 있음.
- 현재 시민기자단 활동에 방점을 두고 있음. 시청에서 뽑은 시민기자단으로 기획물과 유튜브 활동, UCC 공모를 통해 기사를 쓰도록 함.
 - 문화관광 분야의 콘텐츠의 경우에도 시민기자단이 기획하여 활동하는 경우가 많으며, 리포터 위주의 활동도 하고 있음.
 - 시민 기자단의 경우 기사 주제를 일주일 1-2건을 정하고, 주당 2회 제작을

한다고 할 때, 시민기자단의 인원이 많을 경우 참여도가 떨어지는 문제점이 있음. 따라서 시민기자단의 경우 소수인원(7~8명)으로 운영함.

- 시민들이 공감할 수 있는 방향으로 기사 내용을 기획하려고 함. 인천 시민들이 살아가는 이야기, 숨어있는 이야기를 내보내기 위하여 노력함.

〈표 10〉 인천광역시 Mint-TV 인터넷방송 카테고리 내용

구분		동영상수	내용
인천 뉴스	일일뉴스	4,952	주 5회(토, 일 제외), 1일 2-3건의 5분 정도의 뉴스, 일부는 정보 제공이며 일부는 시민참여 기획 기사임
	의정뉴스	301	시의회 정기 상임위원회 또는 임시위원회 등의 주요 뉴스 편집 제작
	인천시인터넷신문	-	2005년 3월 24일 준비제1호를 시작으로 2013년 5월 2일 현재 800호 발간됨
	라디오‘굿모닝인천’	-	라디오 방송으로 경인방송과 교통방송을 청취할 수 있음, 729개 방송 탑재
시정 소식	시정정보	268	시정정보(매월확대간부회의, 시민설명회 등)
	시정홍보영상관	131	시정홍보영상(인재개발원, 아시안게임 등)
	언론이 본 인천	118	외부에서 인천에 대하여 언급한 방송
	특강영상	7	인천광역시장의 특강영상
	리뷰영상	25	공영방송사에서 인천에 대해 방송한 것을 다시 보기 서비스 함.
	포토갤러리	-	인천시의 이모저모를 사진을 통하여 알려줌 (2000~2013년)
문화 관광	관광	166	시민리포터 등이 작성한 문화공연 등의 기획 취재, 일부 복지 관련 기사도 포함되어 있음
	문화	126	인천종합문화예술회관 공연·전시 내용을 단신으로 홍보
	테마인천	90	다양한 분야의 테마를 주제로 인천을 소개, 관광 분야의 내용과 중복으로 탑재됨
	인천교육	14	“학교야 놀자”라는 주제로 인천시의 학교를 소개하는 프로그램, 시민리포터 기획 취재 포함
시민 광장	시민강좌	128	취업강좌 외 다양한 분야의 강좌를 소개
	시민UCC광장	261	시민참여로 이루어지는 UCC 공모전
	Event Zone	-	시민 참여로 함께하는 이벤트 안내하는 곳

주: 2013년 5월 2일 검색 결과

- 민트TV인터넷방송 하단에 연결된 카테고리를 보면 크게 도시별 인터넷방송 네트워크, 타 기관 인터넷 방송국보기, 인천문화PD, 인천시민 사이버 교육센터로 나뉘어져 있음.
- ‘도시별 인터넷네트워크’의 경우 다른 광역시나 도시지역의 네트워크로 연결된 인터넷방송에 대해 직접적으로 연계시켜주고 있으며 ‘타기관 인터넷

방송국 보기'라는 배너와 연계시켜 2014년 인천아시안게임의 홍보와 인천 경제자유구역, 그리고 인천시의 각자치구의 정보 등을 소개 하고 있음.

- 또한 인천문화PD는 인천문화재단의 인터넷방송과 인천시민사이버교육센터는 인천시민의 평생교육을 제공하고 있음.
- 현재 인천 민트TV 내용은 언론사에 자료송출을 하고 있다는 점에서 타 인터넷 방송국과 차별성이 있음.
 - 자료 송출처는 OBS(2곳), KTV, TBS교통방송, YouTube, 인천시민방송 TN TV, YBC연합방송, 인천시블로그, 스마트폰 어플업체, 한국방송언론인협회, 실버넷뉴스, 파워클로저 타임즈, (가칭) 허밍인천 등 총 14군데 임.
 - 공공성이 있기 때문에 인천시에서 언론사에 자료송출이 가능한 것으로 보이며, 이러한 프로그램 중 일부는 해당 방송국에서 프로그램으로 편성되기도 함.
- 테마인천의 경우 카테고리의 주제가 “테마”인데 비하여 이러한 테마 의식이 불투명함.
 - 문화관광 테마 임에도 불구하고 UCC의 내용도 포함되어 있으며, 공연·전시 안내 내용도 들어가 있고, 연주회 동영상도 있어 하나의 테마라고 보기엔 부족해 보이는 등 카테고리별 주제 의식이 약한 것이 단점이라고 할 수 있음.
- 또한, 시민 리포터 들이 비교적 활발하게 활동하고 있으나, 시민 참여라는 주제 의식이 카테고리에서 정확하게 드러나지 않음으로써 시에서 제공하는 일방적인 시정정보 성격의 인터넷방송이라는 느낌이 강하다는 드러나는 문제점을 가지고 있음. 즉, 카테고리의 재편이 필요하다고 하겠음.
- 다만, 아래 표에서 나타난 바와 같이 향후 (가칭) 허밍 TV 등을 통한 플랫폼 서비스 제공과 모바일과의 연계가 적극적으로 도입이 됨으로써 보다 발전된 형태로 나아갈 것이라는 기대가 있음.⁴⁾

4) (가칭) 허밍 TV는 인천정보산업진흥원이 주관하고 민간의 업체들이 참여하여 HTML5 기반 지역경제형 공공미디어로 개발한 것임. 인천 SNS 시민미디어 방송시스템을 총괄하기 위한 미디어 플랫폼 구축 사업으로 2012년도 1차년도에는 인천광역시 남동구, 연수구, 남구의 기관이 참여하였고 2차년도인 2013년에는 인천광역시와 10개 기초지방자치단체가 참여하고 있음. 주요 서비스는 지자체 통합방송 서비스, 행정민원안내 방송서비스, SNS 소통방송 서비스 CUG 기반 취업방송/소상공인 서비스를 제공하나 이중 가장 중요한 지자체 방송으로 인천광역시 인터넷 방송인 Mint-TV가 중심에 있다고 할 수 있음.

〈표 11〉 인천광역시 인터넷방송 Mint-TV 콘텐츠 유형별 분석틀

유형분류		분석 내용
서비스 유형별 분류	주문형 (On-demand)	기존 탑재된 동영상은 무료로 퍼가기가 가능함.
	생방송 (live)	생방송은 가능하나 서비스되고 있지 못함
	RSS 서비스	RSS 서비스 존재
	플랫폼(platform) 서비스	플랫폼 서비스 형태는 현재는 지원되지 않으나, 향후 (가칭) 허밍 TV 등을 통하여 지원될 예정
	웹캐스팅 포털 (portal) 서비스	웹캐스팅 포털(portal) 서비스
정보 형태별 분류	데이터캐스트	대본 등 존재
	오디오캐스트	일부 비디오 편집 부문에 오디오만 녹음하여 사용 라디오 연계되어 있음
	비디오캐스트	전체적으로 비디오 캐스트 형식
인터넷 TV 성격	시정(정보) 홍보형	시정 홍보 부문은 다양한 형태이지만, 테마가 약함 (일일뉴스, 의정뉴스, 인천시인터넷신문, 라디오'굿모닝인천', 시정정 보, 시정홍보영상관, 언론이본 인천, 특강영상, 리뷰영상)
	문화·교육형	문화·교육 부문은 수동적인 위탁 형태가 강함 (시민강좌)
	주민참여형	시정리포터를 위주로 하는 주민참여형 형태임 (테마인천, 시민UCC광장, Event Zone)

2) 부산광역시 인터넷 방송 운영 사례: 바다 TV

- 부산광역시 인터넷방송은 전국 시·도 최초로 2001년 2월 「바다TV」를 개국 하였으며 다른 광역시의 인터넷방송국에 비해 일찍 개국하여 다양한 콘텐츠를 제공하고 있음.
- 부산광역시의 대표적 축제인 부산국제영화제를 위한 영화 관련 카테고리들 한 부분으로 만들어 외부인이나 지역민들이 영화에 관련된 지식과 내용을 쉽게 받아들일 수 있도록 정리해 놓았음.



〈그림 3〉 부산광역시 바다TV 메인 홈페이지

- 부산광역시 인터넷방송 “바다TV”라는 명칭으로 부산광역시청 대변인실 미디어센터에서 운영하고 있음. 방송운영예산은 약 5억 정도이며, 시청직원 3명과 외주제작(위탁업체 4명)으로 이루어지고 있음
- 방송시간대는 오전 8시부터 오후7시로 주3회의 방송제작을 하고 있으며 2013년 1월 현재 월/134,881건, 일/4,351건의 접속건수를 보이고 있음.

〈표 12〉 부산광역시 바다TV 인터넷방송 현황

구분		부산광역시
운영 주체	개국시기	2001년 2월
	웹사이트	http://www.badatv.com/index.jsp
	직원현황(담당자)	3명
	담당부서	대변인실 미디어센터
	방송예산 (운영예산)	492,018천원
제작 형태	제작 형태	외주제작
	방송시간대	24시간(IPTV 08:00 ~ 19:00)
	외주제작인원	4명
	생방송가능여부	가능
	제작/주	주 3회 제작
활용 형태	폐쇄회로 등 IPTV 운영장소	15곳(관공서내, 지하철역, 차량등록사업소, bexco등)
	접속건수	월/134,881건, 일/4,351건(2013년 1월기준)

출처 : 부산광역시 미디어센터 뉴미디어정책 내부자료

- 바다TV의 방송프로그램은 총6개의 카테고리의 34개의 프로그램으로 운영되고 있으며 주3회 제작되어 여러 프로그램들이 월별로 업데이트 됨.
- 또한 인터넷신문인 부비뉴스, 공식블로그인 쿨부산, 공식SNS인 톡톡부산과 연계하여 지역주민들의 접근성을 높이고 있으며, 지역주민들에게 손쉽게 부산시의 정보를 전하고 있음.
 - 뉴스in부산의 다이내믹부산은 2005.2.4.일에 정보마당, 게시판을 첫방송으로 시작하여 현재 1,732편의 동영상수를 가지고 있음. 현재와 같은 다이내믹부산의 이름으로는 1,307편의 동영상과, 게시판, 구정뉴스, 정보마당, 시정뉴스 등의 이름으로 425편의 동영상수를 보유하고 있음.
 - 카테고리 중 U in 부산은 지역주민의 참여로 이루어지고 있는 것으로 UCC! 다 모여라, 말랑말랑 블로그, 새콤달콤 포토존, 공모전, 생방송 체험 이벤트가 있음.
 - UCC!다 모여라는 UCC영상응모를 통해 우수 UCC를 소개하고 주민들의 참여를 이끌어 내고 있으며 2009년 7월부터 시작하여 2010년 6회, 2011년 6회, 2012년6회, 그리고 현재 2013년 3회째 개최되어 소정의 시장금도 주고 있음.

〈표 13〉 부산광역시 바다TV 인터넷방송 카테고리 내용

구분		동영상수	내용
뉴스 in 부산	다이내믹부산	1,307	게시판, 구경뉴스, 정보마당, 시경뉴스 등
	포커스부산은지금	102	현재 부산의 이야기를 담음
	스팟뉴스	149	부산에서 개최되고 있는 축제
	부산의정뉴스	226	부산광역시 의정관련 내용
	부산교육뉴스	375	부산광역시 교육관련 내용
	119안전뉴스	5	소방안전뉴스 ⁵⁾
	부비뉴스	100	인터넷 뉴스
쭈m in 부산	부산기네스	33	부산광역시에서의 기네스
	매튜의 부산보기	37	Matthew Ambrosia가 전하는 부산이야기.
	영화&부산	38	영화와 관련된 감독과 배우들의 이야기.
	피플in부산	48	다양한 부산사람들의 이야기.
	도시樂부산	54	부산의 맛과 관광명소 소개.
	메이드in부산	35	부산의 음식과 부산의 제품들을 소개.
	진화하는 도시부산	7	부산광역시의 발전하는 모습을 소개.
라이프 in 부산	라이프플러스	38	부산생활을 편리하게 해주는 교통이나 생활관련 정보.
	문화공감 부산	17	부산의 문화예술 소개.
	워킹in부산	15	청년, 중장년, 노년까지 일로 행복한 도시, 부산 소개.
	바다TV우체통	48	사연을 영상편지로 전해줌.
	키즈퀴즈, 우리는 부산 박사	64	맑고 순수한 부산 아이들의 이야기를 전함.
U in 부산	UCC!다모여라!	409	부산 주민들의 UCC 공모전, 매해 6회씩 개최 ⁶⁾
	말랑말랑블로그	-	부산사람들의 일상다반사를 개인블로그와 연계 하여 볼수 있음
	새콤달콤포토존	-	사진으로 보는 부산이야기
	공모전	309 ⁷⁾	- 디지털영상콘텐츠 공모전 - 부산어린이국제영화제 - 녹색생활실천포스터UCC공모전
	생방송체험이벤트	100	일반인들의 방송체험
바다 스페셜	교통CCTV	-	부산광역시의 교통상황을 알 수 있음
	생방송다시보기	60	현재 방송중인 인터넷방송의 다시보기서비스
	열린바다TV	119	공공기관 홍보자료 제시
	중영프로그램	36	중영된 프로그램의 다시보기서비스 :북킹토크, 문화기상청, 영어를잡아라, 부산스케치
	부비레터2.0	-	부산시 통합웹진, 398호
영상 강좌	가정·건강	7개 프로그램	
	교양·취미	6개 프로그램	
	경제·시사	3개 프로그램	
	자기계발	7개 프로그램	
	유머	2개 프로그램(영어 만화 포함)	

주: 2013년 5월 2일 검색 결과

5) 119안전뉴스는 2013년 4월 5일에 만들어지기 시작함.

6) 2009년 7월부터 시작하여 2013년 현재까지 매년 6회씩 ucc공모전 개최함.

7) 3개의 공모전중 동영상수만 집계함.

- 공모전은 크게 디지털영상콘텐츠 공모전, 부산국제어린이영화제, 녹색생활실천포스터UCC공모전이 있으며, 현재까지 매년 개최되고 있는 공모전은 디지털영상콘텐츠 공모전으로 올해 12회를 맞고 있으며 현재 진행 중에 있음.
 - 디지털영상콘텐츠 공모전 11회까지의 총 동영상수는 279개이며, 부산국제어린이영화제의 경우 4회(2009년)까지 개최되었으며 총 동영상수는 21개임. 또한 녹색생활실천포스터UCC공모전은 2010년까지 UCC부문(9개)과 포스터부문(38개)으로 나뉘어서 시상하고 있음.
 - 시민들에게 시정뉴스, 부산시내 주요도로 CCTV교통화면, 사이버 강좌 등 각종 디지털콘텐츠를 제공하고 있으며, 각종 공모제(디지털영상콘텐츠 공모전, 부산어린이국제영화제, 녹색생활실천포스터UCC공모전)를 개최하고 있음.
 - 또한, 부산을 방문하거나 거주하고 있는 외국인을 위하여 「Global Busan」을 운영하고 있으며, 부산에 오면 즐길 수 있는 영화제 관련 문화와 먹거리 등을 인터넷방송을 통해 알리고 있음.
- 부산광역시 바다TV는 다양한 콘텐츠가 있으나 그중 부산을 소개하기 위한 홍보형과 주민참여형(UCC공모, 말랑말랑 블로그 등)에 강점이 있음.
 - 콘텐츠는 문화/관광뿐만 아니라 생활정보 부문에서도 강하였으며, 멀티미디어 부문에서는 동영상 쪽이 우세하였으며, 인터넷신문인 부비뉴스와의 연계를 통해 텍스트로 정보를 제공하고 있음.
 - 상호작용 경우 시민참여 공모전을 매년 개최하여 시민들이 부산광역시에 더 많은 관심을 갖게 하는 발판을 마련해 주었으며, 인터넷방송의 생방송체험도 바다TV를 발전시키는데 기여했다고 볼 수 있음.
 - 전체적으로 보았을 때 다양한 콘텐츠로 인하여 화려해 보이지만, 내용상 중복되는 부분이 있어 보임.
 - 실시간 교통 CCTV와도 연계가 되어 있어 주민이 필요로 하는 서비스 제공에도 강점이 있다고 할 수 있음.

〈표 14〉 부산광역시 인터넷방송 바다TV 콘텐츠 유형별 분석

유형분류		분석 내용
서비스 유형별 분류	주문형 (On-demand)	기존 탑재된 동영상은 무료로 퍼가기가 가능함.
	생방송 (live)	생방송 가능함
	RSS 서비스	RSS 서비스 존재
	플랫폼(platform) 서비스	플랫폼 서비스 형태는 현재는 지원되지 않고 있음
	웹캐스팅 포털 (portal) 서비스	웹캐스팅 포털(portal) 서비스
정보 형태별 분류	데이터캐스트	대본 등 존재
	오디오캐스트	일부 비디오 편집 부문에 오디오만 녹음하여 사용
	비디오캐스트	전체적으로 비디오 캐스트 형식
인터넷 TV 성격	시정(정보) 홍보형	시정 홍보 부문은 다양한 형태이며, 테마를 문화관광으로 특화하고 있음 (다이내믹 부산, 포커스부산은 지금, 스포츠뉴스, 부산의정뉴스, 부산교육뉴스, 부비뉴스)
	문화·교육형	문화·교육 부문은 영상강좌(가정·건강, 교양·취미, 경제·시사, 자기계발)를 부문으로 나누어 서비스하고 있음
	주민참여형	UCC나 블로그 등 다양한 일반인을 위주로 하는 주민참여형 형태가 강함(UCC다모여라, 말랑말랑블로그, 새콤달콤포토존, 공모전, 생방송체험 이벤트)

- 부산광역시 바다TV의 경우, 단순한 형태이지만 편성표를 인터넷에서 제공하고 있음. 편성표를 제공함으로써 인터넷 방송의 활동이나 내용을 제공한다는 장점이 있으나, 편성표가 비교적 단순함으로써 그 효과를 극대화시키고 있지 못하는 것으로 판단됨.

2013. 4						
일	월	화	수	목	금	토
	1 스팟뉴스	2 스팟뉴스 뉴스 1298호	3	4 뉴스 1299호	5	6
7	8 부산을 노래...	9 뉴스 1300호	10	11 뉴스 1301호	12	13
14	15 힐링토크	16 뉴스 1302호	17 부산어디까...	18 뉴스 1303호	19	20
21	22 사투리의 전설	23 [생방송]공공.. 뉴스 1304호	24 포커스부산...	25 뉴스 1305호	26 물음표	27
28	29 맛좀보입시...	30 뉴스 1306호				

〈그림 4〉 부산광역시 바다TV 4월 방송편성표

출처: 부산광역시 인터넷방송 바다TV <http://www.badatv.com/schedulerMain.jsp>

2. 기초자치단체 인터넷 방송 운영 사례

1) 서울특별시 송파구 인터넷 방송 운영 사례: 송파N방송

- 송파구 인터넷방송은 2007년 9월 17일 개국하였으며, 앞서 언급한 바와 같이 제5회 대한민국인터넷소통대상 종합대상 기관으로 선정된 바 있음. 물론, 전체적으로는 트위터를 활용한 민원 해결 등이 가장 높은 평가를 받은 것으로 해석되지만, 주요 현안에 대한 주제회의를 인터넷 방송, 유튜브, 올레온에어 등을 통해 생중계한 것도 좋은 평가를 받은 것으로 판단됨(아시아경제, 박춘희 송파구청장 소통행정 빛보다, 2012/10/24).



<그림 5> 서울특별시 송파구청 송파N 메인 홈페이지

- 유스트림(www.ustream.tv)는 동영상 생중계 사이트로 유튜브가 일반인이 찍고 편집한 동영상 공유 사이트라고 한다면, 유스트림은 실시간 동영상 중계임.
- 올레온에어는 KT가 제공하는 온라인 개인방송서비스로 유스트림과 유사 서비스임. 이에 따라 2012년 8월 유스트림과 유사하다는 측면에서 서비스를 종료한 바 있으나 쿡티비(Qook TV)를 통하여 일부 방송되고 있음.

〈표 15〉 서울특별시 송파구청 인터넷방송 현황

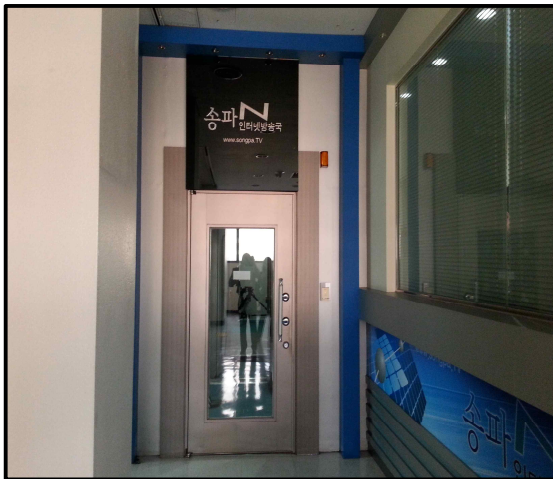
구분		서울특별시 송파구
운영 주체	개국시기	2007년9월
	웹사이트	http://songpatv.songpa.go.kr/
	직원현황(담당자)	3명
	담당부서	홍보담당관
	방송예산 (운영예산)	2억 5천
제작 형태	제작 형태	외주제작(매년 공개경쟁입찰)
	방송시간대	24시간(IPTV 08:00 ~ 19:00)
	외주제작인원	6명
	생방송가능여부	가능
	제작/주	주2회(월,수) 제작
활용 형태	폐쇄회로 등 IPTV 운영장소	구청민원, 동주민센터 57곳 등
	접속건수	일/5,800건

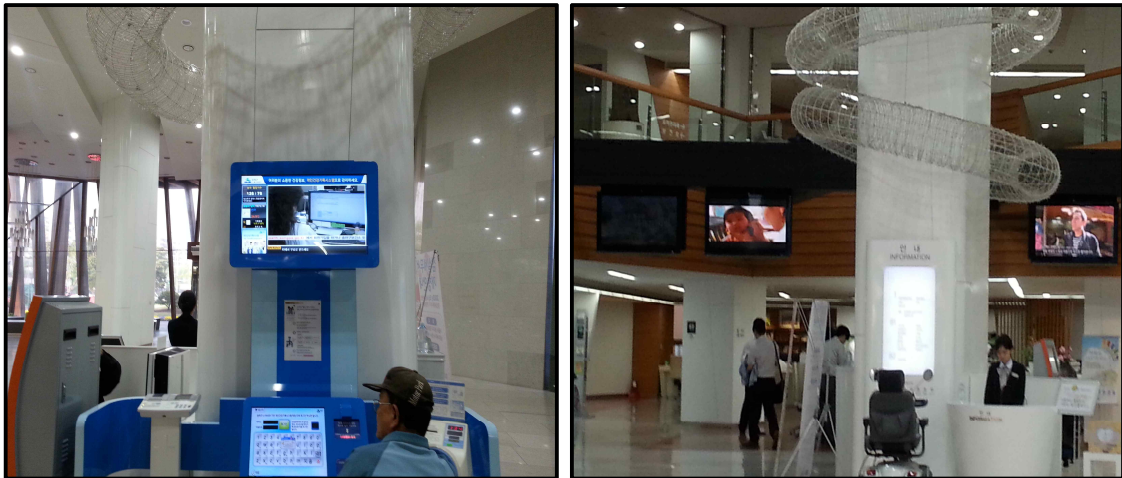
출처 : 서울특별시 송파구청 내부자료

- 송파구 인터넷방송은 “송파N방송”이라는 명칭으로 홍보담당관실에서 운영함. 구청직원 3명과 위탁업체 6명이 운영하고 있으며, 2013년에는 주민리포터를 6명 선발하여 교육 후 활용하고 있음(아시아경제, 송파구는 구민이 방송국 기자, UCC 기자, 2013/04/26). 업체는 매년 공개경쟁 입찰을 통해 선정하고 있음.
- 내부 관계자 인터뷰에 따르면, 시민리포터를 활용하거나 주민들 의견 피드백을 가능하게 하는 등 주민참여 방안을 적극적으로 고려하고 있으나 이에 대한 평가는 1년 정도 시행된 이후인 올해 말 정도가 되어야 가능할 것으로

로 판단됨.

- 현재 기존 프로그램을 개편하는 작업을 하고 있어서 시민리포터 부분을 문화관광 부문에 편성하고 있으나 프로그램 개편 후 시민리포터 부분을 카테고리화 할 계획으로 보임.
- 잠실 송파구청 신관10층에 위치하여 스튜디오와 편집실, 서버실과 전문 방송장비(28종 51개 품목)를 갖추고 있음. 이에 따라 2011년부터 방학 때마다 초등학생을 대상으로 ‘송파 어린이 방송아카데미’를 운영하고 있음(헤럴드경제, 송파구 4일부터 어린이 방송아카데미 운영, 2013/01/03).
- 송파 아카데미는 여름과 겨울 2번씩, 한 회당 3일 4회에 걸쳐 시행되어 1년에 8회 시행하고 있음. 주로 참여 대상은 초등학교 고학년임.
- 스튜디오를 활용하여 생방송이 가능한 형태이나 주기적으로 실시하지는 않으며, 필요시 실시하고 있음(내부 인터뷰 결과).
- 또한, 관내 IPTV 57대를 주민센터 등 주민접점 지역에 설치하여 주민 누구나 인터넷뿐 만 아니라 관내유관시설 TV를 통해 쉽게 구청 방송을 볼 수 있도록 하는 점에서 특이점이 있음.





〈그림 6〉 서울특별시 송파구청 인터넷방송 설치 장소

- 송파N방송은 연간 300여편의 영상물을 제작하여 송출하고 있으며, 1일 평균 접속인원은 5,800명에 이릅니다.
 - 주요 제작 내용은 구정뉴스, 의회중계석, 동네한바퀴, 학교탐방, 사회적기업 홍보, 송파명소, 이웃돕기 등으로 주민생활과 밀접한 관련이 있는 영상을 제작 및 송출함.
- 송파N의 방송프로그램은 6개의 카테고리의 16개 프로그램으로 운영되고 있으며 주2회로 제작되는 주간뉴스를 포함해 여러 프로그램들이 월별로 업데이트 됨.
 - 전체적인 제작은 위탁업체에서 한달에 한번 정도 실시하고 있으며, 뉴스만 주 2회 정도이며 다른 프로그램은 한달에 1-2회 정도임.
 - 특히, 최고아이 만들기 육아전문 콘텐츠를 주력으로 하여 육성하고 있음. 육아에 대한 전문 콘텐츠는 유명강사진을 초빙하여 제작하고, 육아 방송을 전문으로 하는 업체에서 콘텐츠를 임차하는 방식을 활용하고 있음 전체적으로 평생교육 관련 프로그램은 임차 방식과 자체 제작 프로그램이라는 두가지 방식을 함께 활용하고 있음
 - 2011년 '제2회 아이낳기 좋은세상 운동 경진대회'에서 당시 진수희 보건복지부장관으로부터 송파구가 대통령표창을 수여받은바 있으며, 인터넷의 강점을 살려 송파뿐만 아니라 전 국민에게 도움이 되는 콘텐츠를 지자체가 공급한 사례임.

〈표 16〉 서울특별시 송파구 인터넷방송국 콘텐츠 내용 분석

구분		동영상수	내용
송파	송파줌인	30	월4회 정도의 소식
	구정브리핑	71	비일상적 구정정보 (구정홍보)
	송파포커스	170	월 2-3회 정도 지역 단신
소식	송파N뉴스	242	뉴스 형식의 지역 소식
	의회중계석	44	의회의 임시회, 정례회, 의원들의 시설 방문 등
	언론에서 본 송파	-	(송파뉴스포털로 이동)
	IPTV	509	송파N뉴스, 홍보, 단신, 문화·관광 등 내용을 구성하여 IPTV로 편집 송출
주민 참여	참여UCC	194	일부는 공익 홍보 영상이며, 일부는 주민들의 참여 UCC(시민 리포터 등)
나눔	문화·관광	310	지역 문화 축제 등 뉴스, 시민 리포터 보도 내용, 자치회관 동아리 활동 등
	일자리·복지	7	사회적기업 교육 영상
	교육·건강	165	평생교육 프로그램 성격
육아	부모교육	29	평생교육 프로그램 성격
	육아클리닉	15	상동
	육아정보	97	상동
생방송	Live송파	-	Live는 Live가 아닐 경우, test 영상으로
	지난방송보기	10	IPTV 중 일부

주: 2013년 5월 2일 검색결과, 일부 콘텐츠는 중복하여 목록화를 하고 있음

〈표 17〉 서울특별시 송파구 인터넷 방송 콘텐츠 유형별 분석

유형분류		분석 내용
서비스 유형별 분류	주문형 (On-demand)	기존 탑재된 동영상은 무료로 퍼가기가 가능함.
	생방송 (live)	생방송 가능함
	RSS 서비스	RSS 활용
	플랫폼(platform) 서비스	플랫폼 서비스 형태는 현재는 지원되지 않고 있음
	웹캐스팅 포털 (portal) 서비스	웹캐스팅 포털(portal) 서비스
정보 형태별 분류	데이터캐스트	대본 등 존재
	오디오캐스트	일부 비디오 편집 부문에 오디오만 녹음하여 사용
	비디오캐스트	전체적으로 비디오 캐스트 형식
인터넷 TV 성격	시정(정보) 홍보형	시정 홍보 부문은 일반적 형태로 제공하고 있음 (송파줌인, 구정브리핑, 송파포커스, 송파N뉴스, 의회중계석, 언론에서 본 송파, IPTV)
	문화·교육형	문화·교육 부문은 부모교육, 육아클리닉, 육아정보 등에 특화되어 있음.
	주민참여형	참여UCC와 주민리포터 등이 있으나, 현재 적극적 평가는 어려운 실정이며, 오히려 OFF-LINE 활동으로 학생들을 대상으로 하는 스튜디오 체험에 대한 평가가 높음

- 전체적으로 볼 때, 송파 N-방송은 전형적인 인터넷 방송의 형태를 보여주고 있음. 앞서 언급한 바와 같이 송파구청 테마 중 중요한 부문인 “육아”를 인터넷 방송에 결합하고 있으며, 실제로 인터넷 방송을 구현하였을 때 안정적인 체계로 움직인다는 장점이 있었음.
- 올해 주민참여를 통한 UCC나 주민 리포터 활동을 활발하게 하고 있으나 아직 활동을 평가하기는 어려운 시점임. 2012년 올레온에어나 유스트림과의 연계성을 높이려는 시도와 마찬가지로 매년 정책적 노력을 하고 있다는 점이 돋보임.
- 또한, 시설을 단순히 인터넷 방송 만을 위해서 활용하기 보다는 오프라인에서 송파 아카데미 등의 활동과 연계시키려는 노력을 벤치마킹 할 수 있을 것으로 판단됨.

2) 서울특별시 서초구 인터넷 방송 운영 사례: 조이서초방송

- 서초구 인터넷방송은 2010년 1월에 개국한 바, 타 시청이나 군·구청에 비하여 빠르게 개국하였다고는 볼 수 없음. 그러나 2010년부터 2012년까지 3년 연속 대한민국인터넷소통대상 종합대상 기관으로 선정되는 등 꾸준히 인터넷 소통에 대하여 긍정적 평가를 받고 있음.
- 초기 화면을 볼 때, 인터넷방송의 사이즈를 크게 만들기 보다는 작게 만들고, 오른쪽 배너를 통하여 다른 소셜 네트워크와의 연계성을 높인 게 특징적이라고 할 수 있음.



<그림 7> 서울특별시 서초구청 인터넷방송 메인 홈페이지

- 서초구도 송파구청과 마찬가지로 인터넷 방송 운영 사례보다는 소셜네트워크 활용을 다각화하고, 기관장이 직접 현장의 목소를 듣는 등 오프라인의 소통 활동도 높은 평가를 받은 것으로 해석됨(아시아경제, 서초구 3년 연속 인터넷소통대상 수상한 까닭? 2012/11/23, 서울신문, 서초구서 인터넷 소통 자랑말라, 2012/11/22).
- 그러나 인터넷 방송을 통해 매주 자체적으로 제작하는 주간뉴스와 영상을 통한 감성적 소통, 서초구 공식 유튜브 채널 운영 등이 종합적 평가를 받은 것도 영향을 대한민국인터넷소통대상 수상에 영향을 미친 것으로 판단됨.
- 서초구 인터넷방송은 “조이서초방송”이라는 명칭으로 자체 인력으로 운영하고 있음. 자체 인력은 2명의 계약직 직원(PD)을 홍보정책과 인터넷 뉴스팀에서 채용하여 지역 행사 등을 취재하고, 기존의 지역 소식을 재편집하여 방영하는 등의 활동을 하고 있음.
- 이에 따라 2명의 계약직 지원 채용 예산 외의 방송예산 규모는 매우 적은 실정임.
 - 방송영상물의 전면 자체제작을 통한 운영으로 최소의 비용으로 경제적·효율적인 운영을 하고 있으며, 최소의 예산으로 전면 자체제작을 하고, 활용도 높은 고퀄리티(HD) 영상을 제공함으로써, 인터넷방송 운영이 꼭 많은 예산을 들이지 않아도 된다는 새로운 방향을 제시하고 있음.
- 내부적으로 간단한 생방송 가능한 장비를 가지고는 있으나 스튜디오가 없기 때문에 주민에게 정보를 알린다는 관점에서 매주 편성표를 구성하여 이에 따라 취재하고 구성하여 방영하고 있음.

〈표 18〉 서울특별시 서초구청 인터넷방송 현황

구분		서울특별시 서초구
운영 주체	개국시기	2010년1월
	웹사이트	http://tv.seocho.go.kr/
	직원현황(담당자)	팀장1, 실무담당자2명(계약직)
	담당부서	서초구청 홍보정책과 인터넷뉴스팀
	방송예산 (운영예산)	총예산-37,977,000
제작 형태	제작 형태	자체 제작(기획, 시나리오, 촬영, 편집, 송출) 및 운영
	방송시간대	오전9시~오후6시(9시간)
	생방송가능여부	불가능
	제작/주	주7건(기획영상, 주간뉴스, 인사이드서초(재편집), 전광판, 유튜브, 금요문화마당, TV속의 서초)
활용 형태	폐쇄회로 등 IPTV 운영장소	구청 본관 및 일반 부서, 동 주민센터, 구립운영센터 등 (청내 주요 지점 6개, 각 부서 58개, 동 주민센터 18개소)
	접속건수	일일 평균 1,550명(2013.4월기준)

출처 : 서울특별시 서초구청 내부자료

- IPTV는 민원센터나 엘리베이터를 타는 곳 등 구청 내 주민들이 직접 접할 수 있는 장소에 설치되어 있음.





〈그림 8〉 서울특별시 서초구청 내 IPTV 설치 장소

- 서초구는 IPTV 주간 편성표를 구성하여 인터넷방송 홈페이지에 게시하고 있음. 민원실과 일반부서로 구분되어 있으며, 민원실은 구정홍보를 위주로, 일반부서는 서울시 및 타 기관의 인터넷 방송과 병행하여 운영하고 있음.
- 2013년 4월 29일부터 5월 3일까지 1주간의 주간 편성표를 예시하면 다음과 같음.

〈표 19〉 서울특별시 서초구청 IPTV 주간 편성표 예시: 민원실

구분	구정 홍보	기획 영상	교양	건강 정보	특강	생활 정보	의회 홍보	계
시간	0:30:30	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:03:00	0:00:00	0:33:30
수량	10	0	0	0	0	1	0	11
시간 비율 (%)	91	0	6	0	0	9	0	100

연 번	R/T	분 류		프 로 그 램 명	비고
		대분류	소분류		
1	0:03:00	구정 홍보	SPOT	주간 구정뉴스 (2013.4.22~2013.4.26)	서초구
2	0:10:00	구정 홍보	SPOT	주간 언론보도 사항 (2013.4.22~2013.4.26)	서초구
3	0:00:30	구정 홍보	SPOT	5월 1째주 전광판	서초구
4	0:03:00	구정 홍보	SPOT	알앤디 홍보영상	서초구
5	0:03:00	구정 홍보	SPOT	반포도서관 홍보영상	서초구
6	0:03:00	구정 홍보	SPOT	바라만 봐도 몽클한 우면산	서초구
7	0:03:00	구정 홍보	SPOT	방배종합행정문화센터 홍보 영상	서초구
8	0:03:00	구정 홍보	SPOT	주간 인사이드서초	서초구
9	0:01:00	구정 홍보	SPOT	우면산 둘레길 소개	서초구
10	0:01:00	의회 홍보	SPOT	서초의 봄맞이 영상	서초구
11	0:03:00	생활 정보	SPOT	다산장학재단 홍보 영상	서초구

〈표 20〉 서울특별시 서초구청 IPTV 주간 편성표 예시: 일반부서

구분	구정 홍보	기획 영상	교양	건강 정보	특강	생활 정보	시책 사업	의회 홍보	계
시간	0:30: 30	0:00: 00	2:00: 00	0:00: 00	0:00: 00	0:07: 40	0:00: 00	0:00: 00	2:38: 10
수량	10	0	2	0	0	11	0	0	23
시간 비율 (%)	19.0	0.0	76.0	0	0	5.0	0.0	0.0	100

연번	R/T	분 류		프 로 그 램 명	비고
		대분류	소분류		
1	0:03:00	구정 홍보	SPOT	주간 구정뉴스 (2013.4.22~2013.4.26)	서초구
2	0:10:00	구정 홍보	SPOT	주간 언론보도 사항 (2013.4.22~2013.4.26)	서초구
3	0:00:30	구정 홍보	SPOT	5월 1째주 전광판	서초구
4	0:03:00	구정 홍보	SPOT	알앤디 홍보영상	서초구
5	0:03:00	구정 홍보	SPOT	반포도서관 홍보영상	서초구
6	0:03:00	구정 홍보	SPOT	바라만 봐도 몽클한 우면산	서초구
7	0:03:00	구정 홍보	SPOT	방배종합행정문화센터 홍보 영상	서초구
8	0:03:00	구정 홍보	SPOT	주간 인사이드서초	서초구
9	0:01:00	구정 홍보	SPOT	우면산 둘레길 소개	서초구
10	0:01:00	구정 홍보	SPOT	서초의 봄맞이 영상	서초구
11	0:03:00	생활 정보	SPOT	다산장학재단 홍보 영상	서초구
12	0:00:20	생활 정보	SPOT	일자리 홍보_별 일 다 있네!	서울시
13	0:00:20	생활 정보	SPOT	시민과 함께, 수도권매립지 연장_ 수정분	서울시
14	0:00:20	생활 정보	SPOT	음식물쓰레기 종량제 당위성 안내	서울시
15	0:00:20	생활 정보	SPOT	AI 예방요령 안내	서울시
16	0:00:20	생활 정보	SPOT	문화가 흐르는 서울_ 신규	서울시
17	0:00:20	생활 정보	SPOT	에너지 절약_동글이 햇빛도시편	서울시
18	0:00:20	생활 정보	SPOT	현장시장실 참여 안내	서울시
19	0:00:20	생활 정보	SPOT	민생침해 피해신고사이트 '눈물그만'	서울시
20	0:00:20	생활 정보	SPOT	서울시 뉴스 A_B 신규	서울시
21	0:01:40	생활 정보	SPOT	'범죄피해자, 혼자가 아니에요'	경찰청
22	1:00:00	교양	프로 그램	제825회 금요문화마당 <서초바우회합창단-합창 우리음악에 엮다>	서초구
23	1:00:00	교양	프로 그램	4월 정례조례 특강 인생100세 시대의 생애설계와 자산관리 (강창희-미래와 금융 연구포럼 대표)	서초구

- 위 편성표를 구성하여 필요한 내용은 직접적으로 취재하고, 구정종합뉴스의 경우 지역 케이블 방송국에서 나오는 지역 소식을 재편집하고, 지역 기관의 홍보영상을 편집하는 등의 활동을 하고 있음. 따라서 아래 서초구 인터넷방송국 콘텐츠를 구분하여 볼 때, 서초구 소식은 주로 지역케이블 방송국의 뉴스와 언론에서 나타나는 서초구 관련 뉴스를 직접 재편집한 것이라고 할 수 있음.

〈표 21〉 서울특별시 서초구청 인터넷방송국 콘텐츠 내용 분석

구분		동영상 수	내용
서초구 소식	구정종합뉴스	127	“인사이드 서초”라는 내용으로 뉴스 형식의 동영상.
	HOT 생생뉴스	163	주간포커스로 주별 뉴스를 단신 형태로 진행
	의회소식	30	정례회, 임시회, 홍보영상 등 소개
	홍보 영상물	39	우면산, 도서관, 관내 재단 등 홍보 영상물 소개
	TV 속의 서초	83	TV 프로그램 내 서초 소개 내용을 주별로 편집하여 제공
서초 라이프	서초의 명소	21	축제, 서초 지역 명소 등을 소개 (장애인 치과 등도 소개)
	인터넷 전광판	76	매주 단신 text를 전광판 형식으로 소개
	정책포커스	21	마을공동체, 서초 underground city 사업 등 정책 소개, 다만 일부 홍보 영상 등이 함께 있음
	기업zoom인	5	기업 소개(일부는 리포터 취재, 일부는 홍보영상)
	웰빙서초	16	쥬스, 샐러드, 국수 등 웰빙푸드 레시피 소개
문화마당	금요문화마당	130	서초구민회관에서 이루어지는 문화공연을 녹화방영
	축제&행사	16	서초 관내 행사 및 축제가 단신 형태로 제작 탑재
	명사특강	14	생애설계, 청렴, 건축, 뮤지컬 다양한 분야의 전문가 특강
주민참여	UCC 놀이터	14	UCC 공모전 수상작 및 지역 자연의 변화 등 UCC 내용 탑재, 다만 고혈압 교실은 보건소 교육 영상
	학교탐방	9	관내 고등학교의 홍보 동영상
	의견 들어주세요	3	통합회원 가입 후 이용 가능, 인터넷 방송을 보고 느꼈던 바를 내부 논의 후 탑재

- 서초 인터넷방송은 뉴스와 문화, 복지, 교육 등 실생활에 도움이 되는 생활 밀착형 프로그램 제작이 주를 이루고 있음. 또한 서초구 관내 기업이나 기관 (예술의 전당 등)이 참여하는 프로그램을 기획하고 있어 일반적으로 서초구=문화라는 인식을 심어주려고 노력함.
- 서초라이프는 직접 취재하는 것이 주가 되나, 인력과 콘텐츠 자체의 한계로 인하여 일부 홍보 영상이 함께 배치되어 있음. “음식”과 같은 콘텐츠의 경우 주변 상권이 경쟁적으로 되어 있어 업체에 대한 홍보가 될 가능성이 있기 때문임. 서초라이프 중 인터넷전광판의 경우 10% 정도는 공공홍보 영상을 반영하고 있음.
- 문화마당은 서초구민회관의 금요문화마당과 명사특강이 주가 되고 있음. 서초구민회관에서의 금요문화마당 프로그램을 직접 녹화하여 프로그램에 방영하고 있으며, 명사 특강의 경우 타 평생교육 인터넷업체와 연계한 것이 아닌 구청 내 직원이나 시민 대상의 교육 프로그램(서초 아카데미)에 대하여 강연하는 명사들의 동의를 얻어 강의를 녹화하고 방영한 것임.
- 주민참여 콘텐츠의 경우, 구정 홍보영상 제작시 주민 인터뷰를 통해 주민의 목소리를 영상물에 포함하여 제작하고 있으며, 주민을 직접 찾아가서 이야기를 듣는 영상을 제작하고 있음.
 - 또한 UCC 공모전은 2010년에 1회 실시 후 현재는 지속되지 못하고 있음. 이는 UCC의 질에 대한 주민의 눈높이와 공공기관의 UCC라는 한계상 공적 홍보가 되어야 하는 2가지 관점을 동시에 충족시키는 UCC 제작의 어려움 때문임. 다만, 최근에는 다른 과에서 UCC를 활용하는 동태를 보이고 있어 이를 연계하려고 정책적 노력을 하고 있음.
- 주민참여 콘텐츠 중학교 탐방은 현재 관내 고등학교 홍보 동영상을 활용하고 있으며, “의견 들어주세요” 코너의 경우 통합회원 가입 후 이용 가능한 방식으로 운영하고 있음. 다만, 본 코너에서는 현재 잘되고 있는 정책뿐만 아니라 잘 되지 못하고 있는 현상 등을 방영하고 향후 개선되고 있는 것을 보여주자는 의견이 취합되어 이를 활용하는 방안을 고민하고 있음.
- 일부 프로그램의 경우, 같은 부서의 인터넷 뉴스팀에서 활용하고 있는 사이버 기자단이나 명예기자단이 올려주시는 기사들을 이용하고 있음. 인터넷 방송 담당자들은 이들 기자단의 방송과 관련된 교육 프로그램에도 참여하고 있음.
- 현재 인터넷방송 URL을 통하여 인터넷방송 프로그램을 운영하고 있으나 서

초구청 홈페이지 초기화면에도 인터넷방송이 탑재되어 다양하게 인터넷 방송을 활용하고 있다고 평가하고 있음.

- 또한, 담당자 인터뷰에 따르면, 서초구청에서는 본 구청이 개최하는 대부분의 행사에 대하여 인터넷방송 내용을 편집하여 홍보영상으로 방영하는 코너를 활용하고 있다고 함. 따라서 서초구민이나 타 지역 주민들이 서초구청의 행사에 참여하는 직·간접적으로 인터넷 방송에 접하고 있다고 할 수 있음. 또, 외국인 관련 행사에서도 자체적으로 영문 자막을 삽입하여 홍보영상을 만들어 방영하고 있음. 이러한 자체 프로그램의 다양한 활용은 구청장의 지시에 따른 것으로 단체장의 의지가 인터넷 방송의 활성화에 영향을 미치는 주요 사례라고 할 수 있음.
- 내부적으로 주민참여에 대한 직접적 평가는 하고 있지 않지만, 지속적으로 활용되고 있는 것을 통하여 간접적으로 좋은 평가가 받고 있는 것으로 인지하고 있음.

<표 22> 서울특별시 서초구청 인터넷 방송 콘텐츠 유형별 분석

유형분류		분석 내용
서비스 유형별 분류	주문형 (On-demand)	기존 탑재된 동영상은 무료로 퍼가기가 가능함.
	생방송 (live)	생방송 불가능함
	RSS 서비스	RSS 서비스 존재
	플랫폼(platform) 서비스	플랫폼 서비스 형태는 현재는 지원되지 않고 있음
	웹캐스팅 포털 (portal) 서비스	웹캐스팅 포털(portal) 서비스
정보 형태별 분류	데이터캐스트	대본 등 존재
	오디오캐스트	일부 비디오 편집 부문에 오디오만 녹음하여 사용
	비디오캐스트	전체적으로 비디오 캐스트 형식
인터넷 TV 성격	시정(정보) 홍보형	시정 홍보 부문은 다양한 형태이며, 일부는 케이블 방송 부문과 연계하여 운영한다는 특징이 있음 (구청종합뉴스, HOT 생생뉴스, 의회소식, 홍보영상물, TV 속의 서초, 서초의 명소, 인터넷 전광판, 정책포커스, 기업중인, 축제&행사)
	문화·교육형	문화교육 부문은 웰빙서초, 금요문화마당, 명사특강 부문으로 나누어 운영하고 있으며, 매주 서초구민회관에서 개최하는 금요문화마당이 특징적인 프로그램임
	주민참여형	주민참여형은 활발하다고 하기 어려우나, 의견 들어주세요라는 코너를 통하여 직접 의견을 구하는 코너가 특화되어 있음(UCC 놀이터, 학교탐방, 의견들어주세요)

- 서초구청 인터넷방송은 지역방송과 연계한 구정홍보를 하고 있음. 구정 홍보 영상물을 지역방송사에 제공하고, 지역방송에서는 구정소식코너를 만들어 표출하는 형태로 지역방송과 연계함. 자체적인 인력과 예산 문제를 타 미디어와의 네트워크를 통해 해결하고 있다고 해석할 수 있음.
- 현재 서초구청 인터넷방송 홈페이지는 시민친화적 시정 홍보형에 방점을 두고, 멀티미디어성이 높다는 특징이 있으며, 디자인 역시 타 인터넷 방송보다는 세련된 모습을 보임. 이는 서초구청 홈페이지 개편 때에 연계하여 개편함으로써 일체성이 높아졌다고 판단됨.
- 다만, 계약 직원 2인에 의존함으로써 계약 직원의 역량에 따라 인터넷 방송의 질이 달라질 우려가 있음. 즉, 시스템이 아닌 개인의 의지와 노력에 따라 인터넷 방송의 질이 달라질 수 있음. 또한, 현재의 시스템으로는 다양한 프로그램 제작에는 어려움이 있을 수 있음.

3. 인터넷방송 운영 사례 비교검토

1) 운영현황 비교

- 사례로 선정한 부산광역시, 서울특별시 송파구청과 서초구청의 3개 지역과 인천광역시의 비교를 통하여 시사점을 도출하였으나, 비교 대상이 인터넷 방송 자체의 우수 사례로서 비교된 것은 아님.
 - 3개 지역은 연구 범위에서 설정한 바와 같이 인터넷 소통대상에서 높은 평가를 받은 지방자치단체임.
 - 인터넷 소통대상은 인터넷 방송 뿐만 아니라 인터넷 소통의 전반적인 면을 평가한 것으로 단순히 인터넷 방송의 우수 사례만으로 볼 수는 없다는 한계가 있음. 이러한 한계를 수용하고, 인터넷 방송이 인터넷 소통을 위한 주요 수단임을 전제하고 인터넷 방송 현황을 비교 분석하였음.
 - 따라서 인터넷 방송 자체의 우수 사례로서 비교 분석한 것이 아님을 연구의 한계로 볼 수 있으나, 인터넷 방송이 인터넷 소통의 주요 수단 중 하나이기 때문에, 이러한 측면에서 비교 검토하였음.
- 위와 같은 한계 속에 인터넷 방송 현황 비교를 한 결과는 다음 표와 같음. 결과적으로는 대부분의 지방자치단체의 경우 인터넷 방송 운영은 유사하게 하고 있음을 알 수 있음.
 - 담당부서와 직원 현황 역시 비슷한 형태임. 여기서는 인천광역시와 송파구가 일반적인 인터넷 방송 운영 예산 형태로 판단되며, 콘텐츠를 보다 다양하게 운영하고 있는 부산광역시가 상대적으로 높은 예산으로 운영되고 있음.
 - 특이하게 자체 운영체제를 가지고 있는 서초구청만이 최소한의 운영예산을 취하고 있으며, 계약직 인건비를 계상하더라도 전체 운영 예산이 가장 적을 것으로 예상됨.
 - 제작 형태 및 주당 제작 건수 등 외주 제작의 경우에는 유사한 형태를 취하고 있음.
 - 활용 형태는 광역시청과 자치구청이 다른 형태를 보이고 있음. 동 주민센터를 하부 기관으로 두고 있는 자치구청의 경우, 동 주민센터 등의 IPTV 등을 통하여 인터넷 방송 활용 형태를 다각화하는 곳으로 보임.
 - 반면, 광역시청의 경우에는 이러한 인터넷 방송 활용의 다각화에 한계가 있는 것이 현실임. 따라서 서초구청과 같이 구청의 콘텐츠와 복합화하여 편성

표를 운영하여 자치구청과 협조체제를 구축하는 것이 효율적으로 판단됨.

〈표 23〉 인터넷방송 현황 비교

구분		인천광역시 (민트TV)	부산광역시 (바다TV)	송파구청 (N방송)	서초구청 (조이방송)
기관 구체	개국시기	2006년 7월	2001년 2월	2007년9월	2010년1월
	직원현황	1명	3명	3명	3명, 팀장 1명, 계약직 실무 2명
	담당부서	대변인실	대변인실 미디어센터	홍보담당관	홍보정책과 인터넷뉴스팀
	방송예산 (운영예산)	300,910천원	492,018천원	약50,000천원	37,977천원
제작 형태	제작 형태	외주제작	외주제작	외주제작	자체 제작
	방송시간대	24시간	24시간 (IPTV 08:00 ~ 19:00)	24시간 (IPTV 08:00 ~ 19:00)	24시간 (폐쇄회로: 각 기관 운영시간)
	외주제작인원	4명	4명	6명	-
	생방송 가능여부	불가능	가능	가능	불가능
	제작/주	주 3회	주 3회	주2회	주7건
활용 영태	IPTV 등 운영장소	없음	15곳	57곳	82곳
	접속건수 (2013년 1월기준)	월/4,700여명 일/약150여명	월/134,881건 일/4,351건	일/5,800건	일/1,500명 (2013. 4월기준)

- 접속건수 만을 단순히 인터넷 방송의 성과 지표로 보기는 어려우나, 현재로서는 접속건수가 가장 객관화하여 보여줄 수 있는 지표임을 상정할 때, 인천광역시 민트TV의 경우, 가장 제한적인 형태로 활용되고 있음을 보여주고 있음.
- 즉, 자치구청이며 최소한의 운영예산으로 자체적으로 운영하고 있는 서초구청에 비해서도 접속건수가 1/10에 미치지 못하는 것은 문제가 있다고 판단됨.
- 인천시 인터넷방송을 홍보하고 활성화시킬 수 있는 다양한 대안 마련이 필요한 것으로 판단됨.

2) 인터넷 방송 콘텐츠 유형 비교

- 인터넷방송 콘텐츠를 유형별로 살펴보면 다음 표와 같음. 서비스 유형별 분류의 경우, 생방송 여부의 차이가 있으나 대부분의 경우에는 유사한 것으로 판단됨. 정보형태별 분류 역시, 인천광역시가 오디오 캐스트의 측면에서 특이점이 있으나, 대부분의 경우 유사한 것으로 판단됨.
- 앞서 검토한 바와 같이, 서비스 유형별이나 정보형태별 분류는 과거 인터넷 방송 초기의 유형 분류이기 때문에 현재의 상황에 줄 수 있는 시사점이 적은 것도 사실임.
- 인터넷 TV 성격의 경우 인터넷 방송의 본질적인 콘텐츠를 보여주기 때문에 의미가 있다고 볼 수 있음. 웹캐스팅 포털 형식으로 운영되고 있는 현재 인터넷 방송의 성격상 카테고리는 4-6개 정도로 운영되고 있는 것이 사용자의 인지적 측면에서 바람직하다고 여겨짐.
- 전체적으로 공공기관의 인터넷 방송이라는 특성상 시정(정보) 홍보적 성격이 강하나, 약간의 성격 차이가 있는 것으로 판단됨.
- 전체적으로 인천광역시가 동영상 수는 많으나, 중복된 동영상이 많다는 단점이 있으며, 프로그램당 동영상 수가 너무 많은 것으로 나타남. 이러한 경우 검색으로 찾을 수 있는 프로그램이 아닐 경우, 필요 동영상을 찾는데 난점이 있을 것으로 판단됨.
- 동영상 수를 볼 때, 부산광역시는 주민참여형 문화관광 부문으로 유형화할 수 있으며, 송파구청의 경우 문화·교육적으로 육아를 테마로 한 교육형으로 유형화할 수 있을 것으로 판단됨. 서초구청은 상대적으로 적은 수의 동영상을 통해 시(구)정을 홍보하는 실속형 정보 홍보형으로 유형화할 수 있음. 인천광역시는 상대적으로 많은 동영상 수와 타 매체를 함께 탑재한 형태의 시정(정보) 홍보형 인터넷 방송으로 유형화할 수 있음.

〈표 24〉 인터넷방송 콘텐츠 유형 비교

유형분류		인천광역시	부산광역시	송파구청	서초구청	
서비스유형별분류	주문형 (On-demand)	유	유	유	유	
	생방송(live)	무	유	유	무	
	RSS 서비스	유	유	유	유	
	플랫폼 (platform) 서비스	예정	무	무	무	
	웹캐스팅 포털(portal) 서비스	유	유	유	유	
경노형태별분류	데이터캐스트	유	유	유	유	
	오디오캐스트	유+라디오	유	유	유	
	비디오캐스트	유	유	유	유	
인터넷TV 성격	전체	카테고리	4	5 ⁸⁾	6	4
		프로그램	17	29 ⁹⁾	16	16
		동영상수	6,587	3,731	1,893	767
		프로그램당 동영상 수	387.5	109.7	118.3	47.9
	시 경 (정보) 홍보형	부문 수	10	12	10	8
		테마	약함	문화관광	일반적	일반적, 케이블방송연계
		동영상수	5,802 (88.1%)	2,443 (65.5%)	1,083 (57.2%)	544 (70.9%)
	문화교 육형	부문 수	5	12	5	5
		동영상수	524 (8.0%)	470 (12.6%)	616 (32.5%)	197 (25.7%)
		특이사항	-	-	육아테마	정기적 금요문화마당
	주민 참여형	부문 수	2	5	1	3
		UCC여부	○	○	○	○
		동영상 수	261 (4.0%)	818 (21.9%)	194 (10.2%)	26 (3.4%)
		시민리포터 여부	○	○	○	○
		피드백 여부	○	○	○	○

8) 부산광역시 전체 카테고리는 6개로 구분되어 있으나 이중 영상강좌 부분은 제외하고 정리한 내용임.

9) 부산광역시 전체 프로그램 수는 34개 이지만, 이중 5개 프로그램은 영상강좌 부문으로 세분화되어 나누어져 있어 그 부분을 제외하고 나머지 29개 부문으로 정리한 내용임.

3) 사례 검토를 통한 시사점: 특성화 영역을 중심으로

- 부산광역시 인터넷 방송은 테마화 하였다는 장점이 있으며, 주민들의 참여를 이끌어 낼 수 있는 프로그램 제작을 위하여 정책적 노력을 한다는 점이 돋보임.
 - 부산광역시 인터넷 방송은 부산광역시의 대표적인 축제인 부산국제영화제를 하나의 테마로 설정함으로써 이와 관련되어 있거나 부산국제영화제에 대한 관심이 많은 사람들을 주요 타겟으로 설정하였다는 점이 특징적임.
 - 또한, 부산광역시 인터넷 방송은 명칭에서 “바다 TV”로 하여 타 지방자치단체 인터넷 방송에 비하여 지역적 특징을 브랜딩하였다는 장점이 있음.
 - 타 비교 대상 자치단체에 비하여 공모전을 다양하게 운영하고 있으며, 외국인을 위한 사이트도 있다는 점이 특색임.
 - 또한, 교통 CCTV와도 연계되어 있어 시민이 필요로 하는 부문과의 일치성도 있다는 장점이 있음.
- 송파구청의 인터넷 방송은 육아 정책 등 송파구청의 구정방향과의 일치성과 연계성에 특징이 있음.
 - 유튜브나 올레 온에어 등 다양한 매체와의 연계성을 통하여 인터넷 방송의 특징을 살리고 있음.
 - 인터넷 방송 장비를 활용한 방송 아카데미 운영 등의 활동 등 오프라인을 통한 주민참여를 모색하였다는 점도 특징적임.
 - 또한, 구정 방향과의 일치성을 염두에 두고 육아 프로그램으로 특성화시킨 점이 장점임.
- 서초구청은 지역 케이블 방송의 서초구 뉴스와 서울시 등 타 기관과의 인터넷 방송을 병행하여 편성하는 등을 통하여 적은 예산을 통하여 경제성이 높은 운영을 하고 있는 점이 특징임. 또한, 구청장의 관심으로 인하여 인터넷 방송 프로그램을 다양한 행사에 활용하고 있음.
- 인천 민트 TV는 포털적 성격을 구현함으로써 인터넷방송, 라디오 등을 연계하고 있으나 상대적으로 접속건수가 적다는 단점이 있음. 다만, 언론사에 자료 송출을 하는 등 자체적인 인터넷 방송보다는 콘텐츠 자체에 장점이 있음. 하지만 이러한 콘텐츠가 체계적으로 구성되지 못하고 중복하여 탑재되고 테마가 모호함으로써 인터넷방송 활용에 있어서 취약하다는 문제점을 노정함.

IV 정책적 제언

1. 플랫폼 서비스와의 연계를 중심으로 한 포괄적 변화 필요

□ 공공기관의 홍보 수단에 대한 한계 인식과 주민 수요에 맞는 정보 제공

- 공공기관이 제공하는 홍보가 엔터테인먼트적 요소가 적어 매체 수용자의 적극적 참여 가능성이 매우 낮다는 근본적 한계가 있음.
 - 공공기관이 제공할 수 있는 엔터테인먼트적인 요소를 찾아보는 것도 대안이 될 수 있으나, 이러한 대안의 경우 면밀하게 기획되어 구성되지 않는다면 공공기관으로서의 장점이 퇴색될 우려도 있음.
- 공공기관이 인터넷 방송을 활용하는 목적은 지자체의 활동에 대한 홍보와 정보제공 등이지만, 이러한 목적으로는 매체 수용자의 관심을 유도하기 어렵다는 한계가 있음.
- 지나친 행정홍보의 경우 자발적 주민 의식을 유발하기 어렵기 때문에, 행정홍보 또는 정보제공과 주민들의 자발적 참여를 이끌어낼 수 있는 콘텐츠를 어떻게 조화시킬 것인지가 공공기관 인터넷 방송에서 가장 중요한 쟁점이라고 할 수 있음.
- 따라서 주민들이 필요로 하는 정보와 주민들에게 이익을 줄 수 있는 콘텐츠를 확보할 수 있는 정책적 노력이 필요하며, 공공기관의 홍보 수단과 인터넷 방송 자체의 한계에 대한 인식도 필요함.
 - 이와 같은 의미에서 현재 (가칭) 허밍TV¹⁰⁾에서 주요 콘텐츠로 활용하고자 하는 전통시장 마케팅 지원 서비스는 의미가 있다고 할 수 있음.
 - 전통시장 마케팅 지원서비스는 소상공인이 가격 및 상품 정보를 등록하고

10) (가칭) 허밍 TV 관련 내용은 하단에서 좀더 자세히 언급하였음.

소비자가 스마트폰으로 정보를 제공받아 이용할 수 있는 서비스임.

□ 플랫폼(Platform) 서비스인 인천 N-방송과의 연계

- 현재 인천시의 경우 방통융합의 일환으로 모바일을 통한 플랫폼 서비스를 구현하기 위한 준비를 해왔으며, 2013년 본격적으로 실시될 예정임.
- (가칭) 허밍 인천이라는 어플리케이션 개발을 통해 민트 TV를 비롯한 각 자치구청의 뉴스와 전통시장 등의 내용을 통합하여 송출해 줄 수 있는 플랫폼을 개발하였으며, 향후 인천 N-방송이라는 명으로 서비스가 제공될 예정임.
- 이 때, 민트 TV는 시의 중요한 정책 정보 제공을 하는 기능으로 활용될 것으로 기획되고 있으며, 시민들이 자체 제작한 동영상 또한 이 플랫폼을 통하여 제공될 것으로 기대됨. 본 플랫폼은 동시에 티빙(tving)이라는 IPTV를 통하여도 제공될 것임.
 - 현재의 민트 TV를 통합적 홈페이지가 아닌 2-3가지 주제만을 선별하여 인천 N-방송에 결합할 수도 있음. 예를 들어, 인천에 대한 시정 정보 제공을 하나의 앱으로 하고, 또 하나를 주민참여 앱으로 하여 이를 인천 N-방송에 송출하는 방안이 가능함.
 - 주민참여 앱의 경우, 시정에 대한 질의, 동네에서의 참여적 문제 해결, 동네에서의 다양한 활동에 대한 홍보 등을 그 내용으로 할 수 있음. 이러한 주민참여 앱이 궁극적으로는 시 정부 정책의 변화 등으로 이어져 쌍방향적 변화가 이끌어질 수 있도록 보다 세밀하게 기획될 필요가 있음.
- 허밍 TV 플랫폼을 활용하여 현재 매우 낮은 접속건수에 머무르고 있는 인천광역시 인터넷 방송의 접속건수를 높이고 홍보의 효율성을 제고하기 위한 기술적 대안이 필요함.¹¹⁾
- (가칭) 허밍 TV가 제공하는 특화서비스로는 전통시장에서 판매되는 물품 중 특히 가격이 싼 물건의 경우 홍보를 하는 역할을 수행하고 있음. 현재는 옥련시장의 텔레스크린을 통해 제공되는 e-전단지와의 연계되어 있음. 이러한 전통시장의 활성화를 위한 역할도 수행할 것임.
- 또한, 허밍 TV 는 인천광역시와 10개 군구 서비스를 연계시키는 플랫폼으로 활용될 것이며, 행정 민원 서비스 안내나 SNS 소통 방송서비스, 동호회,

11) 기술적 대안으로는 인천광역시 인터넷 홈페이지나 인터넷 방송에 있어서 연계성이 높은 문화관광 쪽 홍보가 활성화되어 있는 인천도시공사와 연계하여 홈페이지의 접속자 수를 늘일 수 있는 대안 마련이 필요함. 또는 부산과 같이 CCTV 등 일반인이 생활 속에서 관심을 가질 수 있는 내용을 제공하는 홈페이지와의 연계가 필요함.

반상회, 노인정 교회 등 CUG(Closed User Group) 기반의 방송도 기획될 예정임. CUG 기반으로 기업홍보와 구인/구직 정보 제공을 통하여 취업 방송으로도 활용될 계획임.



〈그림 9〉 (가칭) 허밍 TV 초기 화면

- 이와 같은 환경 변화 속에서 민트 TV의 프로그램 기획 방향이 설정되어야 할 것임. 즉, 군·구의 인터넷 방송과 연계하여 주민 참여의 양방향성이 기대될 수 있도록 프로그램을 기획할 필요가 있음.
- 또한, 인천도시공사나 교통공사에서 제공하고 있는 관광이나 교통 관련 프로그램 등과도 연계성을 높임으로써 다양한 공공기관에서 제공하고 있는 프로그램의 중심점이 될 수 있도록 기능 전환이 요구된다고 판단됨.
- 이와 같은 민트 TV의 기능 전환을 통하여 주민들과의 소통 역량을 제고할 수 있을 것으로 예측됨.

□ 방송통신 융합 환경에 대응하기 위한 장기적 플랜 수립 필요

- 방송통신 산업구조의 변화를 보면 신문은 쇠퇴하고 있으며, 인터넷은 부상하고 방송은 희생되고 있다고 해석되고 있음. 또한 이 세 분야 간에 융합서비스 양상이 뚜렷해지고 있고 가장 대표적인 융합서비스는 IPTV, 온라인TV, 모바일 TV 등이 있으며, 유무선 인터넷을 단말기로 하는 방송영상콘텐츠가 핵심이 되고 있음(황주성, 2011; 류민호, 2006).
- 이러한 측면에서 (가칭) 허밍 TV(인천 N-방송)를 중심으로 한 인터넷방송으로의 발전 방향은 인터넷 또는 모바일 플랫폼과 방송영상 콘텐츠라는 측면에서 전략적 방향에 부합된다고 할 수 있음.
- 다만, 국내 인터넷 방송의 사업 목적이 상업적 측면이 강하며 상업적 측면에서 오락, 음악, 교육 등 다양한 아이템들이 개발되고 있는데(최영, 2000), 이러한 민간의 인터넷 방송과 경쟁해야 하는 공공기관의 인터넷 방송은 서비스 수용자들의 관심을 끌기가 매우 어려운 형편임.
- 현재 인천시청 인터넷 방송은 접속 건수가 낮다는 문제점이 있으며, 인터넷 방송을 의도적으로 활성화시켜 접속건수를 높이게 되면, 회선 증설이 필요하게 되고, 회선을 증설시키기 위해서는 경비가 늘어나는 문제점이 발생되어 악순환이 반복될 수 있음.
- 따라서 행정홍보 기본계획을 근간으로 한 방송통신 융합 환경에 대응하기 위한 장기적 플랜 수립이 필요함. 이를 통하여 체계적이며 통합적인 홍보 기본계획 속에 하나의 홍보 수단으로서 인터넷 방송에 대한 근본적 통찰이 필요함.

2. 콘텐츠 개발 등 MINT-TV 지속적 변화 필요

□ 테마가 강하며 목적이 뚜렷한 콘텐츠 개발

- 현재 인천 인터넷 방송의 경우 라디오나 인터넷 신문 등이 결합되어 있어 포털 방식으로 다양한 매체들이 혼합되어 있다는 점이 장점으로 비추어질 수 있지만, 이러한 서비스들이 하부 카테고리로 구성되어 있어 인터넷 방송으로의 집중력이 떨어지는 단점도 있음. 포털 방식을 지향하기 위해서는 각 카테고리들을 링크화시키기 보다는 한 화면에서 어떠한 정보들이 현재 제공되고 있는지 첫 화면에서 일부 보여주는 것이 오히려 효과적일 것으로 판단되며, 그렇지 못할 경우에는 카테고리가 링크로 연결되기 보다는 배너화하는 것이 낫다고 판단됨.

- 현재 인천광역시 인터넷 방송의 경우에는 디자인과 카테고리 등을 재배치하는 노력을 하고 있음. 현재 프로그램당 동영상 수가 과다하게 되어 있으며, 상호 중복적인 면이 개선될 것으로 예상됨. 따라서 이러한 개선 노력 속에서 디자인과 콘텐츠의 단순화가 실현될 것으로 생각되지만, 지속적으로 디자인의 개선과 콘텐츠를 명확하게 하는 노력이 필요할 것으로 판단됨.
- 부산광역시 인터넷 방송의 경우 인천에 비하여 접속건수 등이 많은 것은 뚜렷한 테마를 가지고 있다는 측면 때문임. 부산 관광에 관심이 있는 외부인도 접속하기 때문인 것으로 사료됨. 인천 역시 일반시민 뿐만 아니라 목표를 가지고 검색을 하는 시민 또는 외부인이 관심을 가질 수 있는 강력한 콘텐츠 개발 노력이 필요할 것으로 판단됨.
- 예를 들어, 인천시 내 일자리에 대하여 구체적인 사례를 들어 방송을 시도하거나 보다 싼 가격을 찾는 주부를 위하여 각 시장들이 가격 정보를 공개하는 방법이 있을 수 있음. 또한 부동산 정보에 대하여 관심이 있는 사람들을 타겟으로 그들을 위한 정보를 제공하거나 맛있는 음식점을 찾는 미식가를 위한 콘텐츠 개발 등 테마와 타겟을 명확하게 반영할 수 있는 노력이 필요함.
- 콘텐츠 면에서는 인천광역시 행정 내부의 적극적인 공개도 필요함. 지금까지 대부분의 지방자치단체 인터넷 방송에서는 월례 업무보고나 간부회의 등을 공개하고 있음. 인천광역시 역시 이러한 간부회의 등을 공개하고 있어 초기에는 강한 인상을 제공하였음. 그러나 최근에는 이와 같은 콘텐츠를 제공하고 있는 지방자치단체가 많음. 따라서 보다 적극적으로 지역 내의 이슈가 되고 있는 문제에 대하여 토론하거나 갈등을 의제화 또는 해결하는 간담회 등도 적극적 공개가 필요할 것으로 판단됨.
- 즉, 공공기관이 가지고 있는 콘텐츠의 내용적인 측면에서 “위치”에 대한 고민이 필요함(임우상, 2009). 행정기관에서 운영하는 방송의 경우, 방송이라고 할지라도 공공성이나 행정정보 제공이라는 본래적 목적에서는 벗어나기 어렵기 때문에, 유용성과 신뢰성 그리고 오락성과 같은 흥미적 요소 간의 적절한 경계선을 찾는 노력이 지속되어야 함.
- 최근에는 휴대폰 또는 태블릿 PC를 활용하여 인터넷 접속이 많음. 이에 맞는 디자인이나 콘텐츠 구현도 필요함.

□ 대상(target)과 연계한 하부 카테고리의 명확화

- 누구를 위한 인터넷 방송 카테고리인지를 구분하여 재배치 할 필요가 있음. 즉, 타겟(target)을 정하여 그 타겟에 맞는 카테고리를 정할 필요가 있음. 타겟의 관심을 이끌어 낼 수 있다면, 그 타겟들이 홍보를 대신할 수도 있음.
- 경쟁상대를 통한 현재 상태의 문제점을 투영할 수 있음. 타겟을 명확하게 한다면, 현재 각 카테고리별 경쟁상대도 명확하게 구분가능 함. 예를 들어, 가장 비중을 많이 차지하는 시정 뉴스 정보 제공의 경우, 일반 공중파 방송이나 인터넷 뉴스가 될 수 있음. 이러한 점을 파악한다면, 일반 공중파 방송이 접근할 수 없는 시정 뉴스를 제공하는 방향으로 정보 방향을 명확하게 할 수 있음.¹²⁾ 물론 현재도 이러한 방향으로 제공되고 있지 않다고 말할 수는 없으나, 보다 참여 시민과의 명확한 관계 설정에 기초한 메뉴 설정 및 콘텐츠 개발이 필요함.
- 인천광역시 뉴스를 제공한다는 관점에서는 인터넷 뉴스도 경쟁 상대라고 할 수 있으며, 각 군구청 인터넷 방송도 같은 관점임. 이때에는 경쟁보다는 상호 협력하는 방향이 적합함. 따라서 함께 상생할 수 있도록 상호 정보를 제공할 수 있는 내용을 추가하는 것도 방법임.
- 초성운(2001)에 따르면, 이러한 경쟁상대를 구분하는 방법 중 하나로 검색엔진을 사용하는 것을 권하고 있음.
 - 1차적으로 인천광역시 인터넷 방송은 검색엔진인 네이버와 다음, 구글을 사용하여 “인천 인터넷 방송”으로 검색하는 경우, 네이버만이 사이트 검색이 비교적 정확하며, 다음과 Google의 경우 검색을 통하여 인천광역시 민트 TV를 바로 접속하기 어려움. 또한, 세 포털에서 검색어의 자동 완성 기능이 적용되지 못하였음.
 - 세 포털을 활용하여 경쟁상대를 도출할 경우 인천광역시 각 군·구청의 인터넷 방송이 같은 맥락에서 검색되는 것을 알 수 있었음. 이들 군·구청과는 단순히 경쟁상대로 접근하는 것보다는 상호 협력해야 하는 대상임. 따라서 군·구와의 협력적 관계를 구축하고 인천광역시에 제작한 프로그램이 각 군·구청에서 유용하게 사용되기 위한 업무 협조를 강화할 필요가 있음(서초구청 사례).

12) 현재 타 방송 내용을 송출하는 방식보다는 인터넷 라디오의 경우에도 소출력 라디오 방식으로 전환될 필요가 있음. 소출력 라디오 방송의 내용은 각 자치구청 주도로 진행하되, 시청은 일부 내용만을 편집하여 진행하는 방식을 취하거나 소상공인을 위한 라디오, 청소년을 위한 라디오 등 타겟을 정하여 운영하는 방식도 고려할 수 있음.

□ 광역자치단체의 특성을 감안한 운영체제로의 변화

- 현재 인천광역시 인터넷 방송은 광역자치단체의 특성을 감안하여 OBS 등 타 방송매체와의 연계성이 높은 체제로 운영되고 있다는 장점이 있음. 그러나 현재 접속 건수 등 활용 형태로 볼 때에는 문제점이 존재하는 것이 현실임.
- 따라서 지역주민센터를 하부 기관으로 두고 있는 자치구청과의 공조하여 IPTV를 통해 인터넷 방송 활용 형태를 다각화할 필요가 있음. 서초구청과 같이 각 자치구청의 인터넷 방송에 인천광역시 인터넷 방송이 삽입될 수 있도록 프로그램을 제작하여 공조하는 방향 모색이 필요함.
- 또한, IFEZ, 공사, 공단 및 출자·출연기관, 상수도사업본부 민원부서와 민원인이 많은 부서 등 기설치된 IPTV 등에도 프로그램을 제작하여 배포하여 방송될 수 있도록 협조가 필요함. 교통공사에서 운영하고 있는 도시철도 내 IPTV 등도 대안이 될 수 있음.
- 또한, 서초구청과 마찬가지로 각 행사마다 필요한 내용을 편집하여 본 행사 전에 필수적으로 방영하는 방법도 있을 수 있음.
- 다만, 인천광역시의 경우 언론사 및 방송사, 공사 및 공단, 자치구청 등에 콘텐츠를 제공함으로써 도움만을 줄 뿐 시청에서 필요한 도움을 받지 못하는 것이 현실임. 따라서 각 기관과의 협력 네트워크 구축에 있어서도 쌍방향적인 협력 관계가 구축될 수 있도록 정책적 노력이 필요함.

□ 현 스튜디오 시설의 재활용

- 앞서 송파구청 사례에서 제시된 바와 같이 스튜디오 시설은 지역 뉴스를 녹화하는 것뿐만이 아니라, 청소년의 체험시설로도 활용될 수 있음.
- 인천시의 경우, 남구 주안에 위치한 청소년미디어센터와 연계하여 체험시설로 활용가능 할 것으로 판단됨.
- 특히, 청소년미디어센터의 경우 미디어 교육 쪽에 특화되어 있다고 한다면, 시청의 스튜디오 쪽은 방송 체험으로 일부 활용할 수 있는 방안을 찾아볼 필요가 있음.
- 청소년 미디어센터가 교육받아 제작한 프로그램이나 교육 이후 공연 프로그램 등을 인터넷방송과 연계시킴으로써 인천광역시 인터넷 방송이 가진 미디어적 측면과 남구 청소년 미디어센터가 가진 교육 프로그램 또는 프로그램

참여자를 확보할 수 있는 측면도 있음.

□ 다양한 방식을 활용한 홍보전략 개발

- 인터넷 방송이 무조건 동영상 위주여야 한다는 편견해서 벗어날 필요가 있음. 물론 인천광역시 인터넷 방송의 경우 인터넷 방송 내용이나 편성표 등을 고객들에게 직접 이메일을 통해 보내주는 홍보 전략(간단한 뉴스레터 등)도 유용할 수 있음. 문자텍스트에 비하여 동영상이 가진 여러 가지 한계들이 존재하므로 문자텍스트 등을 활용한 홍보 전략 모색이 필요함.
- 즉, 문자 텍스트를 활용하여 인터넷 방송과 연계할 수 있는 노력으로, 간단한 뉴스레터를 전자우편으로 보내거나, 필요한 경우 팩스나 우편으로도 보낼 수 있음. 간단한 문자 메시지 또는 Twitter나 다른 SNS로도 보낼 수 있음. 여러 가지 방법을 다차원으로 모색하여 활용할 수 있도록 함

□ 양방향성을 구현하는 방안에 대한 지속적인 아이디어 개발 필요

- 현재 인터넷 방송은 대부분 단방향성이 강함. 일부 사용자들은 각 시청과 군·구청의 좋은 점만을 방송하는 것에 대한 우려를 표명하고 있음.
- 따라서 지방자치단체의 문제점이나 해결되어야 하는 현안 문제를 보도(report)하고 이를 지속적으로 모니터링 함으로써 어떠한 변화를 가져오는지 에 대한 기획 보도 내용 개발과 이러한 개발 과정에 주민들의 참여를 이끌어내기 위한 노력이 필요함. 이러한 과정에는 시청과 군·구청 담당자가 개입하기 보다는 매개 조직으로서 시민단체나 모니터링을 주로 하는 주민조직들이 개입할 필요가 있음(예: 인천시청 자치행정 모니터단).
- 양방향성을 구현하기 위해서는 주민들과의 실질적 정보교환 및 의견 수렴이 필요하며, 이를 위한 보다 개선된 홈페이지 구축이 요구되며, 주민에 의한 공개적이며 정기적 평가 제도도 함께 운영될 필요가 있음.
- 주민들이 될 수 있는 한 많이 참여할 수 있는 프로그램 기획도 필요함. 양방향성을 위해서는 이에 대한 소극적 참여라도 많이 할 수 있는 콘텐츠가 필요함(예: 주민들이 활동하는 평생학습 동아리들에 대한 소개 등). 이들이 활동하게 하고 이들로부터 의견을 수렴하는 시스템도 갖출 필요가 있음.

주제어 ▶ 인터넷 방송, 민트TV

참고문헌

보고서 및 참고서적

- 류민호(2007), 지역 영상매체 육성방안에 대한 연구: 인터넷방송을 중심으로. 한양대학교 언론정보대학원 석사학위논문.
- 서정우(2010), 공공기관의 인터넷방송 구축현황과 사례분석 : 부산 해운대구청 인터넷방송국을 중심으로, 동의대학교 영상정보대학원 석사학위논문.
- 송해룡(2003), 디지털 미디어, 서비스 그리고 콘텐츠, 다락방.
- 윤여준(2009), 지방자치단체의 커뮤니케이션 매체로서 인터넷방송 발전방안에 대한 연구: 충청남도 인터넷방송 사례를 중심으로, 목원대학교 언론광고홍보대학원 석사학위논문.
- 이은철(2004), 인터넷방송의 동향과 발전방향에 관한 연구.
- 임우상(2009), 지방자치단체의 효율적인 행정홍보 방안 : 서울시 기초지자체 인터넷방송 중심으로, 경희대학교 행정대학원 석사학위논문.
- 차재국(2010), 지방자치단체 행정홍보 매체로서의 인터넷 방송에 관한 연구: 경남 4개 지역(마산, 밀양, 창원, 통영)간의 비교를 중심으로, 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 초성운(2001), 인터넷 방송의 이해, 서울: 나남출판.
- 최길제(2006), 지방자치단체의 행정홍보 실태와 효율화방안: 서울특별시 서초구를 중심으로, 한양대학교 지방자치대학원 석사학위논문.
- 최영(2000), 인터넷 방송의 매체적 특성에 관한 연구, 한국언론학보. 제45호-1호 (2000, 겨울). 297-329면.
- 황주성(2011), 디지털 컨버전스의 글로벌 트렌드와 정책 시사점, 정보통신정책연구원 KISDI Premium Report 11-01.

인터넷 출처

방송통신위원회 블로그 두루누리: <http://v.daum.net/link/27564209>

부산광역시 인터넷방송 바다TV: <http://www.badatv.com>

인천광역시 인터넷방송 MINT-TV: <http://tv.incheon.go.kr/>

서울특별시 서초구청 인터넷방송: <http://tv.seocho.go.kr/>

서울특별시 송파구청 인터넷방송: <http://songpatv.songpa.go.kr>

한국인터넷 소통협회: <http://www.kicoa.or.kr>

신문기사 및 보도자료

경향신문(2009.07.12). “현세 먹고 혼자만 떠드는 지자체 인터넷방송”

내일신문(2005.01.25). “내가 찍은 영상 인터넷방송에서 본다”

서울신문(2012.11.22). “서초구서 인터넷 소통 자랑말라”

아시아경제(2012.10.24). “박춘희 송파구청장 소통행정 빛보다..”

아시아경제(2012.11.23). “서초구 3년 연속 인터넷소통 대상 수상한 까닭?”

아시아경제(2013.04.26). “송파구는 구민이 방송국기자”

전자신문(2012.11.26). “「수능 인터넷 강의」지방 학생에게 가뭄의 단비”

헤럴드경제(2013.01.03). “송파구 4일부터 어린이 방송아카데미 운영”