

재난현장 홍보기자재 보급 관련

I 영상기록인력

□ 관련근거

- 재난 및 안전관리 기본법 제69조 (재난상황의 기록 관리)
- 공공기록물 관리에 관한 법률 시행령 제19조 1항 8호

□ 영상기록 전담인력 : 23개 소방서 61명 (소방서별 2~3명)

※ 2010.1.1부터 정원확보 배치

II 장비현황

□ 홍보기자재 현황

구 분	계	촬영장비	편집장비	부대장비
본 부	26종 91점	7종 33점	4종 7점	15종 51점
소방서	25종 843점	7종 389점	4종 76점	14종 378점

※ 1991.7.13 : 『소방서장회의시 소방업무개선방안 강구 대책』 으로 시작,
비디오 카메라, 스틸 카메라, 모니터 등 각 소방서에 배정

□ 보유기준

- 행정안전부령 제236호(2011.9.9) 『소방장비관리규칙』 제9조 1항
 - 기록보존용 사진기 및 비디오카메라
 - ⇒ 119안전센터, 119구조대, 119구급대, 119구조구급센터,
항공구조구급대 및 소방정대별로 1개

※ 보유기준 참조

- ▶ 119안전센터 : 115개
- ▶ 119 구조대 : 26개대 / 541명 (일반 23, 특수 1, 수난 2)
- ▶ 119 구급대 : 140개대 / 1200명
- ▶ 119 구조구급센터 : 1개소 (도봉구 방학동 소재)
- ▶ 항공구조구급대 : 1개대 / 29명

□ 내구연수

구 분	비디오카메라	디지털카메라	삼각대	오디오믹서	카메라렌즈
년 수	5	5	10	7	8

※ 소방방재청고시 제2010-31호(2010.10.4) 『소방장비 내용 연수 지정』
및 조달청고시 제2011-18호(2011.12.27) 『내용연수』 에 의거 소방
활동 현장의 특수성을 고려하여 지정

□ 보유장비현황

○ 소방재난본부

구 분	보유대수	연 식	내구연수 초과	초과율
삼각대	5	1대 파손		0
오디오믹서	1	2005	1	100%
영상편집보드	1	2006	1	100%

○ 23개 소방서

구 분	보유대수	연 식	내구연수 초과	초과율	
비디오카메라	52	2002	15	37대	71%
		2003	1		
		2004	2		
		2006	4		
		2007	3		
		2008	12		
		2009	9		
		2010	3		
디지털카메라	46	2001	1	40대	87%
		2002	1		
		2003	9		
		2004	9		
		2005	1		
		2006	4		
		2007	4		
		2008	11		
		2009	3		
		2012	3		
편집 PC	23	2006	5	HD 영상편집불가 18대	78%
		2007	13		
		2012	5		
삼각대(비디오용)	21	2001	1	내구연수초과 : 12 추가구매 : 2	57%
		2002	11		
		2004	2		
		2006	5		
		2007	2		
삼각대(정사진용)	7	2002	5	내구연수초과 : 5 추가구매 : 16	71%
		2009	2		
영상편집보드	23	2006	3	내구연수초과 : 22 추가구매 : 1	100%
		2007	13		
		2008	6		
		2012	1		
카메라렌즈	70	2002	9	51	73%
		2003	11		
		2004	17		
		2005	14		
		2006	6		
		2007	2		
		2008	7		
		2009	4		

III 그간의 업무실적

□ 직무전문교육 추진실적

- 1999년 ~ 2005년 : 서울소방학교 5일 과정
- 2006년 ~ 2009년 : 아리랑 미디어센터 위탁교육
- 2010년 ~ 현재 : KBS 영상제작국 위탁교육

연도별	2006	2007	2008	2009	2010	2011
교육이수	4회 80명	3회 60명	3회 60명	3회 60명	1회 20명	3회 68명

□ 현장활동 영상 제공 및 제작 실적

구 분(건수/횟수)	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
중앙TV보도	1,268회	1,395/3,287	268/520	335/689	570/759
현장활동 TV화면제공		1,363/1,970	769/1,337	953/1,845	1,261/2,070
홍보영상 자체제작	-	-	316	216	204

※ 재난현장 사진·영상 기록물 활용

- ① 언론(방송)사 및 보도자료 소스 제공
- ② 방송사 프로그램 공동제작
- ③ SNS 등 인터넷 홍보
- ④ 소방뉴스 및 영상물 제작 시 활용
- ⑤ 현장활동 피드백 및 화재방어검토회의 활용

디지털방송 전환에 따른 TV 시청 관련

□ 디지털방송 시청방법

○ CASE 1 (아날로그 TV 일 경우)

- ① 디지털 컨버터와 디지털(UHF) 안테나를 구입하여 아날로그 TV 와 연결



○ CASE 2 (디지털 TV 일 경우)

- ① 디지털 TV와 디지털(UHF) 안테나를 구입하여 연결



HD 영상 제공의 필요성

I 디지털전환 확대의 의미

□ 관련근거

- 지상파 텔레비전방송의 디지털 전환과 디지털방송의 활성화에 관한 특별법 시행령 제10조의 2 제1항 『2012. 12. 31 아날로그 TV방송 종료』

□ 3배 이상 뛰어난 화질과 음질 제공

- 스마트폰 및 태블릿 PC의 고화질 동영상에 익숙한 시청자들이 아날로그 TV 시청률 하락의 원인 제공
⇒ 아날로그(SD급) 저화질 영상의 방송사 기피 현상 발생

II HD 촬영장비 보급 현황

□ 보급률 : 26%

- 전체 23개 소방서 중 6개 소방서 보급(2012년 3개 소방서 보급)
⇒ 촬영장비 뿐만 아니라 HD 고용량 영상을 편집할 수 있는 편집 장비도 뒷받침 되어야 함

Ⅲ 최근 5년간 자료활용 실적

구 분(건수/횟수)	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
중앙TV보도		1,395/3,287	268/520	335/689	570/759
현장활동 TV화면제공	1,268회	1,363/1,970	769/1,337	953/1,845	1,261/2,070
횟수 송출비율(%)		167%	39%	37%	36%

⇒ 차츰 보도비율이 낮아진 이유는

방송국은 2009년부터 HD급 카메라를 사용하기 시작했으나 소방서는 SD급 카메라로 화질이 매우 낮아 사용가치가 떨어짐.

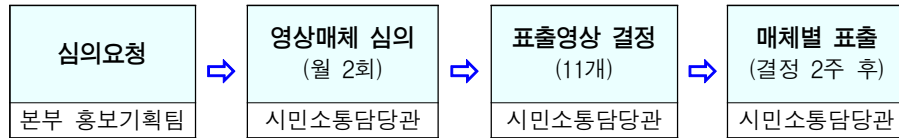
옥외전광판 홍보 참고자료

I 현 황

- 전체 한국 광고 시장 대비 옥외광고 시장 점유율 : 12.6%(2009)
 - TV, 온라인, 신문에 이어 4번째로 큰 매체 그룹
- 서울시 영상홍보 매체현황

매체 구분	총계 (개소)	자체운용		협의운용							
		신청사 아트 펜스 전광판	서울시 미디어 보드	지하철				버스		기타	
				스크린 도어 PDP	대합실 승강장 행선 안내기	전동차 내부 행선 안내기	디지털 류	버스 정보 안내 단말기 LCD	중앙 차로 버스 정류장 PDP	편의점 IPTV	옥외 전광판
화면수	16,566	1	3	104	5,802	6,768	913	10	30	2,850	85
표출빈도		11중, 240회/일		2~5중, 35~70회/일				11중, 54회/일		1~5중	3~5중
운영시간		07:30~21:30		05:00~익일01:00				06:00~24:00			
											
		신청사 아트펜스 전광판				서울시 미디어보드					

II 옥외전광판 표출절차



표출기간 : 15일 단위(연장가능)

표출장소

- 서울시내 약 80여개 옥외전광판
- 서울시 자체운용매체 및 버스 등 영상매체 등

※ 공공목적 광고물 의무표출

▶ 옥외광고물 등 관리법 시행령 제14조 4항 2호

국가 또는 지방자치단체가 의뢰하는 공공목적의 광고내용을 시간당 표출비율의 **100분의 20의 범위**에서 시·도 조례로 정하는 비율 이상 표출하여야 한다. 이 경우 국가와 지방자치단체가 의뢰하는 광고내용의 표출비율은 같아야 한다.