방통융합미래전략체계연구 지정2012-18

2012 방송 편성현황 조사보고서

Broadcasters Programming Report 2012

2012. 9

연구기관 : 정보통신정책연구원

방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

방통융합미래
전략체계연구 지정2012-18

2012 방송 편성현황 조사보고서

(Broadcasters Programming Report 2012)

주성희/김욱준

2012. 9

연구기관 : 정보통신정책연구원

방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

이 보고서는 2012년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방통융합 미래전략체계연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『**2012 방송 편성현황 조사보고서**』의 연구결과 보고서로 제출합니다.

2012년 9월

연 구 기 관 : 정보통신정책연구원
총괄책임자 : 주성희 부연구위원
참여연구원 : 김욱준 전문연구원

목 차

요약문 ····· xi

제 1 장 서 론 ····· 1

1. 연구의 목적 및 배경 ····· 1

2. 연구 내용 및 연구 방법 ····· 2

제 2 장 방송편성 규제현황 및 개선방안 ····· 4

제 1 절 방송편성 규제의 근거 ····· 4

1. 방송의 공익성과 법적 규제 근거 ····· 4

2. 의무편성비율 및 편성 규제 현황 ····· 5

제 2 절 주요 편성규제의 개선방향 및 신규 편성규제 방안 ····· 8

1. 보도·교양·오락의 분야별 프로그램 편성규제 ····· 8

2. 다른 한 방송사업자 제작물 편성비율 규제 ····· 13

3. 국내 제작 대중음악 편성규제 ····· 17

4. 신규 편성규제 수요: 어린이 프로그램 편성 ····· 21

제 3 장 방송사업자의 프로그램 편성현황 분석 ····· 25

제 1 절 종합편성 방송사업자의 분야별 프로그램 편성 ····· 26

1. 지상파 3사의 분야별 프로그램 편성현황 ····· 27

2. 지역민영방송의 분야별 프로그램 편성현황 ····· 37

3. 지상파 이동멀티미디어(DMB) 방송 ····· 39

4. 개별 종합편성 라디오 방송의 오락 프로그램 편성현황 ····· 43

제 2 절 전문편성 방송사업자의 주된 분야 프로그램 편성 ····· 45

1. 전문편성 지상파 TV의 주된 방송분야 프로그램 편성현황 ····· 46

2. 전문편성 지상파 라디오 방송의 주된 분야 프로그램 편성현황 ····· 47

3. 전문편성 지상파 DMB 방송의 주된 분야 프로그램 편성현황 ····· 52
4. 방송채널사용사업자(PP)의 주된 방송 분야 프로그램 편성현황 ····· 54
제 3 절 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성 ····· 60
1. 지역민방의 지상파 TV/라디오 방송 ····· 61
2. 지상파 DMB 방송 ····· 63
제 4 절 외주제작 프로그램의 편성 ····· 65
1. 지상파 방송의 외주제작 프로그램 편성현황 ····· 65
2. 지역민영방송의 외주제작 프로그램 편성현황 ····· 70
제 5 절 국내제작 프로그램의 편성 ····· 71
1. 지상파 3사와 EBS의 국내제작 프로그램 편성현황 ····· 72
2. 지역민방의 국내제작 프로그램 편성현황 ····· 76
3. 지상파 DMB의 국내제작 프로그램 편성현황 ····· 78
4. 종합유선방송사업자(SO) ····· 81
5. 위성방송사업자 ····· 82
6. 방송채널사용사업자(PP) ····· 83
제 6 절 1개 국가제작 프로그램의 편성 ····· 93
1. 지상파 3사 및 EBS의 1개 국가제작 프로그램 편성 ····· 94
2. 지역 KBS, MBC의 1개 국가 제작 프로그램 편성현황 ····· 98
3. 지역민방의 1개 국가제작 프로그램 편성 ····· 102
제 7 절 의무편성비율 위반사례 및 제재 현황 ····· 104
1. 국내제작 영화·애니메이션·대중음악 편성비율 위반 ····· 105
2. 1개 국가 제작 영화/애니메이션 편성비율 위반 ····· 105
3. 전문편성을 행하는 사업자의 주된 방송분야 편성비율 위반 ····· 106

참고문헌 ····· 108

〈부록 1〉 편성규제 관련 법령 및 고시 ····· 110

〈부록 2〉 해외 주요국의 편성정책 ····· 164

표 목 차

〈표 2－1〉 분야별 프로그램 편성규정 변화 ····· 9
〈표 2－2〉 지상파 3사 TV의 전체시간대 분야별 편성비율 ····· 10
〈표 2－3〉 지상파 3사 TV의 주시청시간대 분야별 프로그램 편성비율 ····· 10
〈표 2－4〉 지역 민영방송의 연간 분야별 프로그램 편성비율 ····· 11
〈표 2－5〉 다른 방송사업자 제작 프로그램 편성규정 변화 ····· 14
〈표 2－6〉 지역민방의 다른 한 방송의 프로그램 편성비율 ····· 14
〈표 2－7〉 2011년 중 지역민방의 제작원별 프로그램 비율 ····· 15
〈표 2－8〉 지역방송의 제작방식별 시청률 평균 ····· 16
〈표 2－9〉 국내제작 대중음악 편성현황 ····· 18
〈표 2－10〉 2000~2006년 장르별 음반판매 비율 현황 ····· 18
〈표 2－11〉 음반산업 수출입실적 ····· 19
〈표 2－12〉 편성고시 별표 1. 국내제작 방송프로그램 인정기준 ····· 20
〈표 2－13〉 어린이 연령대별 하루 평균 매체 이용 시간 ····· 21
〈표 2－14〉 주요 지상파 방송사의 어린이 프로그램 편성현황 ····· 22
〈표 3－1〉 2011년 중 적용된 방송 프로그램 의무편성비율 규정 ····· 25
〈표 3－2〉 KBS, MBC, SBS 지상파TV의 월별 오락 프로그램 편성비율 ····· 28
〈표 3－3〉 지역 KBS, MBC 종합편성 라디오 방송의 오락 분야 편성비율 ····· 37
〈표 3－4〉 지역민영방송 TV의 월별 오락 프로그램 편성비율 ····· 38
〈표 3－5〉 종합편성 지상파 DMB TV의 월별 오락 분야 프로그램 편성비율 ····· 41
〈표 3－6〉 종합편성 지상파 DMB 라디오 방송의 오락 프로그램 편성비율 ····· 43
〈표 3－7〉 개별 종합편성 지상파 라디오 방송의 오락 프로그램 편성비율 ····· 44
〈표 3－8〉 지상파 3사와 EBS 라디오의 주된 분야 프로그램 월별 편성비율 ····· 47
〈표 3－9〉 지역 MBC 전문편성 라디오 방송의 주된 분야 프로그램 월별 편성비율 ··· 48
〈표 3－10〉 지역민방 라디오의 주된 분야 프로그램 월별 편성비율 ····· 49

〈표 3－11〉 개별 전문편성 지상파 라디오의 주된 분야 프로그램 월별 편성비율 …… 50
〈표 3－12〉 전문편성 지상파 DMB TV 방송 …… 53
〈표 3－13〉 전문편성 지상파 DBM 라디오 방송의 주된 분야 프로그램 편성비율 …… 54
〈표 3－14〉 PP의 월별 주된 방송 분야 프로그램 편성비율 …… 54
〈표 3－15〉 지역민방 텔레비전의 다른 한 방송사업자 제작 프로그램 편성비율 …… 62
〈표 3－16〉 지역민방 라디오의 다른 한 방송사업자 제작 프로그램 편성비율 …… 62
〈표 3－17〉 지상파 DMB의 다른 한 방송사업자 제작 프로그램 월별 편성비율 …… 64
〈표 3－18〉 전체시간대 주요 지상파 TV의 외주제작 프로그램 편성비율 …… 66
〈표 3－19〉 주시청시간대 주요 지상파 TV의 외주제작 프로그램 편성비율 …… 66
〈표 3－20〉 지역 KBS의 반기별 외주제작 프로그램 편성비율 …… 67
〈표 3－21〉 지역 MBC의 분기별 외주제작 프로그램 편성비율 …… 68
〈표 3－22〉 지역민방의 반기별 외주제작 프로그램 편성비율 …… 70
〈표 3－23〉 주요 지상파 DMB 사업자의 분기별 국내제작 프로그램 편성비율 …… 79
〈표 3－24〉 지역 지상파 DMB 사업자의 분기별 국내제작 프로그램 편성비율 …… 80
〈표 3－25〉 SO 직사채널의 국내제작 프로그램 편성비율 …… 81
〈표 3－26〉 위성방송의 국내제작물 편성현황 …… 82
〈표 3－27〉 PP의 분기별 국내제작물 편성현황 …… 84
〈표 3－28〉 PP의 장르별 연간 국내제작물 비율 …… 90
〈표 3－29〉 수입 외국 영화 연간 편성추이 …… 94
〈표 3－30〉 지상파 3사와 EBS TV의 수입영화 편성비율 …… 95
〈표 3－31〉 지상파 3사와 EBS의 수입영화 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율 …… 96
〈표 3－32〉 수입 외국 애니메이션 연간 편성추이 …… 96
〈표 3－33〉 지상파 3사와 EBS TV의 수입 애니메이션 편성비율 …… 97
〈표 3－34〉 지상파 3사와 EBS의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율 …… 97
〈표 3－35〉 KBS 지역방송국의 수입영화 편성비율 …… 98
〈표 3－36〉 KBS 지역방송국의 수입영화 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율 …… 100
〈표 3－37〉 MBC 지방 계열사의 수입영화 및 1개 국가 제작 프로그램 편성비율 …… 101

〈표 3－38〉 지역민방 TV의 수입영화 편성비율 ····· 102
〈표 3－39〉 지역민방 TV의 수입영화 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율 ····· 103
〈표 3－40〉 지역민방 TV의 수입 애니메이션 편성비율 ····· 103
〈표 3－41〉 지역민방 TV의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율 ·· 103
〈표 3－42〉 법정 의무편성비율에 대한 분야별 점검 내용 ····· 104
〈표 3－43〉 국내제작 영화·애니메이션·대중음악 편성비율 위반 사례 ····· 105
〈표 3－44〉 수입 영화 중 1개 국가 제작 영화/애니메이션 편성비율 위반사례 ····· 106
〈표 3－45〉 비상업적 공익광고 편성비율 위반 ····· 107

그 림 목 차

〔그림 2-1〕 현행 편성규정의 가치체계 ····· 8
〔그림 2-2〕 다른 한 방송사업자 제작 프로그램 편성비율 비교 ····· 15
〔그림 2-3〕 주요 감상 음악장르 비율 ····· 19
〔그림 3-1〕 KBS, MBC, SBS 지상파 TV의 월별 오락프로그램 편성비율 ····· 28
〔그림 3-2〕 KBS, MBC, SBS 지상파 TV의 연중 분야별 프로그램 편성비율 ····· 28
〔그림 3-3〕 KBS, MBC, SBS 지상파 TV의 주시청 시간대 분야별 프로그램 편성비율 ·· 29
〔그림 3-4〕 KBS, MBC, SBS 지상파TV의 월별 보도 프로그램 편성비율 ····· 30
〔그림 3-5〕 KBS 지역 텔레비전 방송의 분야별 프로그램 편성비율 ····· 31
〔그림 3-6〕 KBS 본사와 지역국의 분야별 프로그램 편성비율 차이 ····· 32
〔그림 3-7〕 MBC 지역 계열사의 분야별 프로그램 편성비율 ····· 33
〔그림 3-8〕 서울 MBC와 지방계열사의 분야별 프로그램 편성비율 비교 ····· 34
〔그림 3-9〕 지상파 AM 라디오의 분야별 편성비율 ····· 36
〔그림 3-10〕 지역 민영방송의 분야별 프로그램 편성비율 ····· 39
〔그림 3-11〕 주요 지상파 DMB 사업자의 오락 분야 프로그램 편성비율 ····· 42
〔그림 3-12〕 개별 종합편성 라디오 방송의 분야별 연중 편성비율 ····· 44
〔그림 3-13〕 EBS의 주된 방송분야 프로그램 월별 편성비율 ····· 46
〔그림 3-14〕 지역민방의 다른 한 방송사업자 제작 프로그램 편성비율 비교 ····· 63
〔그림 3-15〕 KBS 본사와 지역방송국의 연간 외주제작 프로그램 편성비율 비교 ····· 68
〔그림 3-16〕 서울 MBC와 지방계열사의 연평균 외주제작 프로그램 편성비율 비교 ··· 69
〔그림 3-17〕 지역민방의 반기별 외주제작 프로그램 편성비율 ····· 70
〔그림 3-18〕 지상파 방송의 분기별 국내제작 프로그램 편성비율 ····· 73
〔그림 3-19〕 지상파 3사의 국내제작 영화 편성비율 ····· 74
〔그림 3-20〕 지상파 3사의 국내제작 애니메이션 편성비율 ····· 74
〔그림 3-21〕 EBS의 국내제작 영화 및 애니메이션 편성비율 ····· 75

〔그림 3－22〕 지상파 3사 및 EBS의 신규 국내제작 애니메이션 편성비율 ····· 75
〔그림 3－23〕 지역민방의 분기별 국내제작 프로그램 편성비율 ····· 76
〔그림 3－24〕 지역민방의 국내제작 애니메이션 편성비율 ····· 77
〔그림 3－25〕 지역민방의 신규 국내제작 애니메이션 편성비율 ····· 78
〔그림 3－26〕 지상파 DMB 3사의 국내제작 프로그램 편성현황 ····· 80
〔그림 3－27〕 위성방송의 국내제작물 편성비율 비교 ····· 82

요 약 문

1. 제 목

2012 방송 편성현황 조사보고서

2. 연구 목적 및 필요성

방송은 공익성의 실현에 기여해야 하며 이를 벗어나는 경우 법률에 의거하여 제한할 수 있다. 이에 따라 국내 방송법은 방송사업자들로 하여금 사업자별 또는 매체별로 다양한 의무편성 비율을 준수하도록 요구하고 있다.

이 보고서는 이러한 규정들이 해당 편성규제의 목표, 더 나아가 방송의 공익성에 기여하고 있는지의 여부에 대한 근본적인 검토와 함께, 방송사업자들이 다양한 편성 규제들을 준수하고 있는지를 정기적으로 점검하는 작업이 필요하다는 문제의식에서 비롯된 것이다.

이러한 점검 작업과 아울러, 급변하는 방송환경에 보다 적절히 대응하기 위해서는 편성과 관련된 중요한 이슈를 수시로 분석하고 방송환경의 변화에 따라 새로운 정책적 수요가 필요한 부분을 파악하는 노력 또한 필요하다.

이와 같은 편성정책 전반에 대한 점검과 수요 예측, 방송사업자들의 편성 현황에 관한 분석 및 연구가 정기적으로 수행되고 그 결과가 축적되면 보다 체계적이고 합리적으로 편성정책을 정비해나갈 수 있는 기반이 마련될 수 있을 것이다.

3. 연구의 구성 및 범위

이상의 문제 의식을 바탕으로 이 보고서에서는 국내 주요 편성규제의 현황과 개선방안에 대해 논의하고 2011년 중 국내 방송사업자들의 방송 프로그램 편성 현황을 관련된 편

성규제별로 정리·분석하였다.

본 연구는 이전 연도에 수행되던 방송사업자 편성현황 보고서의 연장선상에 있는 작업이기도 하지만, 편성정책의 기본적인 정책목표와 주요 규제의 연혁 및 개선방안을 포함한다는 측면에서 이전 보고서를 넘어서는 체계적인 접근방법을 시도하고 있다. 이를 위해 법령 연혁에 관련된 내용들은 정부에서 발행하는 관보를 참조하였으며, 편성관련 보고서 및 학술 논문들을 통해 주요 편성규제의 정책목표 및 연혁 분석의 참고자료로 활용하였다. 향후 방송편성 정책의 주요한 사안으로서 새롭게 정책수요가 예기되는 어린이 청소년 프로그램의 정책방안에 대해서도 논의하였다.

이 보고서에서는 프로그램 접근권과 관련되어 있는 시청자 및 장애인 관련 프로그램, 본 방송 프로그램이 아닌 비상업적 공익광고에 관한 편성 분석은 수행하지 않았으며, 데이터 방송 역시 분석의 대상에서 제외하였다.

이 과정에서 사용된 모든 자료는 일차적으로 방송사업자들이 중앙전파관리소와 방송통신위원회에 제출하는 방송실시결과 보고 자료를 바탕으로 하고 있다. 이 자료는 프로그램 편수가 아닌 방송 시간을 기준으로 하여 해당 프로그램의 편성 비율을 산정한 것이다. 사안에 따라 추가 자료가 필요한 경우에는 방송사업자들에게 별도의 자료를 요청하였다.

4. 연구 내용 및 결과

주요 편성규제의 성과와 개선방안에 대한 논의 결과, 먼저 오락 프로그램 규제에 대해서는 채널 전체의 다양성과 균형성을 추구하는 다양성 평가지수 방안의 도입을 제안하였다. 국내제작 대중음악 규제에 대해서는 규제의 성과와 편성현황 및 시청자들의 선호도 등을 검토한 결과 해당 규정의 폐지를 제안하였으며, 다른 한 방송사업자의 제작물 편성규제에 대해서는 자체제작으로의 방향 전환을 제안하였다. 향후 신규 편성규제 수요와 관련해서는 어린이 프로그램 의무편성 규제의 필요성과 기본 방향을 제시하였다.

방송사업자들의 연중 편성현황 분석 결과를 살펴보면, 예년과 마찬가지로,종합편성 지상파 방송사업자들은 모두 오락프로그램을 50% 이내로 편성했으나, 주시청시간대에만 국한해서 보면 오락프로그램을 60%이상 편성한 사업자들도 있는 것으로 나타났다. 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성비율의 경우, 9개 지역민방 지상파 TV는 모두 월별

의무편성비율을 준수하였으며 외주제작 프로그램 편성비율도 해당 방송사들이 규제를 준수하고 있었다.

국내제작 프로그램 의무편성비율의 경우, 대부분의 지상파 사업자들은 의무기준인 80%를 상회하는 90% 이상의 편성비율을 보이고 있으며, 직접사용채널을 운용하는 SO와, 위성방송사업자 역시 매분기 50% 이상을 편성하고 있었다. 매분기 국내 제작물을 40% 이상을 편성하도록 되어 있는 PP의 경우에는 위반사업자가 없었으나 국내제작 애니메이션과 국내제작 영화와 관련한 위반사례가 각각 1건씩 보고되었다.

1개 국가에서 제작한 프로그램의 의무편성비율을 보면 역시 예년과 마찬가지로 영화와 애니메이션에서 일본과 미국 제작물이 1개 국가 제작물 편성비율을 상한을 넘어서는 높은 비율로 편성된 사례가 발견되었다.

5. 정책적 활용 내용 및 기대효과

이 보고서에 제시된 분석 결과는 먼저 편성현황 자료를 체계적으로 축적하고 관련 편성정책을 정비하는 기초자료의 일부로 활용될 수 있다. 더 나아가 오락 프로그램 규제, 국내제작 대중음악 규제, 어린이 프로그램 편성규정 수요 등에 대한 분석과 개선방향 논의는 향후 관련 편성규정의 구체적으로 개선에 도움이 될 것이다.

SUMMARY

1. Title

Broadcasters Programming Report 2012

2. Objective and Importance of Research

This report analyzes various broadcasters' programming in terms of several key areas and categories prescribed by the Korean Broadcasting Law and the related administrative regulations. The results allow us to assess the level of compliance by the current broadcasters and then, can be utilized to evaluate the effectiveness of the programming policy, and revise the current regulations. Besides, this report examines the legal ground justifying the current programming regulation and then further explores whether there is a need to modify the current programming regulation system to the technological and sociocultural changes in recent years.

3. Contents and Scope of the Research

In this report, the effectiveness of several important programming regulations, such as entertainment program quota, 3rd party program quota, and domestic pop music program quota, was analyzed in terms of related industry indices, audience preference, and actual programming. The results were reflected in the revision suggestions.

Then the broadcasters' programming in 2011 was analyzed based on the data from their official programming report. Five major programming regulations provided the basic

frame of this report: Regulation on the ratio of entertainment programs, specialized area programs, domestic programs, original programs, and the programs produced by independent productions.

4. Research Results

Based on the analysis, revisions on entertainment program quota, 3rd party program quota on regional broadcasters, domestic pop music quota were suggested. In addition, children's program quota was suggested considering the increasing concern for the scarcity of appropriate programs for children under 13.

As was in 2010, except for several regional commercial broadcasters, most on-air general programming broadcasters followed the rule to limit the ratio of entertainment programs under 50% of their air time.

Regarding the ratio of programs produced by a single broadcaster other than the airing party, all 9 regional on-air commercial broadcasters observed their monthly limit.

Most broadcasters observed the domestic program quota by broadcasting domestically produced programs for over 90% of their air time. Throughout the year, SOs and satellite broadcasters aired domestic programs for more than 50% of their air time, thereby observing the rule. However, several channels violated the regulations on the ratio of movies and animations produced by a single foreign country, along with two cases violating domestic movie and animation quota.

5. Policy Suggestions for Practical Use

Based on the analysis, the current entertainment quota needs to be changed to evaluate the overall programming diversity, rather than imposing a limit on one specific area of programming. Regulating the ratio of 3rd party program in regional broadcasting channels should be converted to the production quota. Besides, children's program quota

needs to be considered for an additional programming regulation.

6. Expectations

The results of this study will contribute to evaluating the effectiveness of the current regulations. In essence, this report is on the line of systematic data cumulation on broadcasters' programming, which can be used in the future for revising programming regulations. Furthermore, the revision suggestions can be used to improve the relevant programming regulations

CONTENTS

Chapter 1. Introduction

Chapter 2. Current Broadcast Programming Regulations

Chapter 3. Broadcasters' Programming in 2011

제1장 서 론

1. 연구의 목적 및 배경

국내 방송법령은 방송사업자별 또는 매체별로 다양한 의무편성 비율을 규정하고 있다. 1963년 방송법 제정 이후 현행 의무편성 비율제도의 틀은 1991년 이후부터 본격화되었다. 시행초기에는 보도·교양·오락의 프로그램 분야별 편성비율, 외국 방송 프로그램의 편성비율, 그리고 독립제작사 육성을 위한 외주제작 편성비율만을 포함하였다. 이후 개정된 방송법에서는 국내제작물 특히 영화, 애니메이션, 대중음악에 대한 장르별 의무편성비율을 규정하기 시작하였으며 지역 민영방송사업자들이 다른 방송사의 편성물에 과도하게 의존하는 것을 방지하기 위한 목적으로 '다른 한 방송사업자의 편성' 비율에 대한 상한 규정과 비상업적 공익광고 편성비율 등도 의무화되었다.

이처럼 다양한 의무편성 비율은 편성의 자유를 제한하는 일종의 규제로 작용한다. 이러한 규제들이 정당화될 수 있는 이유는 방송이 갖는 특성에서 기인한다. 전파의 희소성으로 인해 방송을 할 수 있는 사업자는 소수에 불과한 반면, 그러한 전파를 타고 방송되는 메시지는 즉시성, 일방향성, 침투성으로 인해 중요한 사회·문화적 영향력을 갖게 되어 공공적인 성격을 띨 수밖에 없기 때문이다. 그 결과 방송은 다수 공중의 이익을 도모하는 차원 즉, 공익성의 실현에 기여해야 하며 이를 벗어나는 경우 법률에 의거하여 제한할 수 있는 것이다(방송위원회, 2000).

따라서, 이러한 규정들이 해당 편성규제, 더 나아가 방송의 공익성에 기여하고 있는지의 여부에 대한 근본적인 점검에서부터 방송사업자들이 다양한 편성 규제들을 준수하고 있는지의 실태를 정기적으로 점검하는 작업이 필요하다. 의무편성 규제에서 제안하는 비율을 능가하는 수준에서 방송사업자들의 프로그램 편성행위가 지속적으로 이루어지고 있다면 해당 규정이 더 이상 필요하지 않은 것인지, 또는 그 규정이 정책목표에 부합하는 내용을 제한 또는 권장하고 있는지 그 실효성을 점검해 볼 필요가 있다. 가령, 국내제작 대중음악 편성비율 규제의 경우 의무편성 비율수준을 위반한 사업자가 전혀 발견되지 않고 있다.

이는 해당 규제가 도입될 당시와는 다르게 현재는 K-pop의 경쟁력이 높고 수용자들의 국내 대중음악에 대한 선호도가 뚜렷하여 대중음악 프로그램은 전량이 국내제작물로 편성되고 있기 때문이다. 동시에 국내 대중음악 산업의 차원에서 살펴본다면 방송을 통한 국내 대중음악이 전체 산업매출액에서 차지하는 비율이 낮기 때문에 방송창구를 활용한 국내제작 대중음악의 수요 보장이 더 이상 큰 의미를 지니지 못한다. 따라서 국내제작 대중음악 편성규제의 경우 규제 자체의 개선이 필요한 상황이다.

이러한 점검 작업과 아울러, 급변하는 방송환경에 보다 적절히 대응하기 위해서는 전반적인 편성 현황 분석 외에도 편성과 관련된 중요한 이슈를 수시로 분석하고 방송환경의 변화에 따라 새로운 정책적 수요가 필요한 부분을 파악하는 노력이 필요하다.

이와 같이 편성정책 전반에 대한 점검과 수요 예측, 방송사업자들의 편성 현황에 관한 분석 및 연구가 정기적으로 수행되어 그 결과가 축적되면 보다 체계적이고 합리적으로 편성정책을 정비해나갈 수 있는 기반이 마련될 것이다.

2. 연구 내용 및 연구 방법

이러한 문제의식을 바탕으로 본 연구에서는 국내 주요 편성규제의 현황 및 개선방안에 대해 논의하고 2011년 중 국내 방송사업자들의 방송 프로그램 편성 현황을 관련된 편성규제별로 정리·분석하였다. 본 연구는 이전 연도에 수행되던 방송사업자 편성현황 보고서의 연장선상에 있는 작업이기도 하지만, 편성정책의 기본적인 정책목표와 주요 규제의 연혁 및 개선방안을 다룬다는 측면에서 이전 보고서를 넘어서는 체계적인 접근방법을 취하고 있다. 과거 법령 개정과 관련된 내용들은 정부에서 발행하는 관보를 참조하였으며, 편성관련 보고서 및 학술 논문들을 통해 주요 편성규제의 정책목표 및 연혁 분석의 참고자료로 활용하였다. 향후 방송편성 정책의 주요한 사안으로서 새롭게 정책수요가 예기되는 어린이 청소년 프로그램의 정책방안에 대해 논의하였다. 보다 상세한 분석을 위해서 단순한 프로그램 편성 비율의 수준을 넘어서 실제 프로그램 방송시간대와 프로그램 장르도 분석하였다.

방송사업자들의 구체적인 편성현황에 관해서는 의무 편성 규정들이 방송 프로그램 편성정책의 중요한 가치 및 핵심요소들을 반영한다는 가정 하에 보도·교양·오락 분야 프로그

램의 편성비율, 주된 분야 프로그램 편성비율, 다른 한 방송사업자 제작물 편성비율, 국내 제작 프로그램 편성비율, 외주 제작 프로그램 편성비율, 특정 1개 국가 (수입) 프로그램 편성비율에 대한 규정을 바탕으로 방송사업자들의 편성현황을 분석하였다. 이 과정에서 사용된 방송사업자의 편성현황 자료는 일차적으로 방송사업자들이 중앙전파관리소와 방송통신위원회에 제출하는 공식적인 방송실시결과 보고 자료를 바탕으로 하고 있다. 이 자료는 프로그램 편수가 아닌 방송 시간을 기준으로 하여 해당 프로그램의 편성 비율을 산정한 것이다. 사안에 따라 추가 자료가 필요한 경우에는 방송사업자들에게 별도의 자료를 요청하였다.

이 보고서에서는 프로그램의 접근권과 관련되어 있는 시청자 및 장애인 관련 프로그램, 본 방송 프로그램이 아닌 광고, 비상업적 공익광고에 관한 편성 분석은 수행하지 않았다. 보고서의 부록으로는 방송사업자의 편성 행위에 적용되는 방송법 및 동법 시행령과 방송통신위원회의 편성고시를 첨부하였으며 해외 주요국가의 편성규제를 정리하여 제시하였다.

제 2 장 방송편성 규제현황 및 개선방안

방송 자유의 중요한 영역인 편성에 대한 규제가 가능한 것은 방송의 공공적인 성격에서 비롯된다. 이 장에서는 방송편성 규제의 근거로 작용해온 방송의 공공성과 공익성 논리에 대해 살펴보고 이를 바탕으로 한 관련 방송편성 법령과 규제 현황을 정리한다.

제 1 절 방송편성 규제의 근거

1. 방송의 공익성과 법적 규제 근거

다매체 다채널 미디어가 등장하기 이전에는 방송전파 자원이 희소하다는 명제가 일반화되어 있었다. 이에 따라 전파의 사용 허가를 받아 방송 사업을 운영하는 소수의 방송사업자는 희소자원인 전파의 공적 수탁자(public trustee)로 규정되어 왔으며, 공공 재산인 전파를 사용하는 대가로 공익성에 부응하는 방송내용을 기대하는 것이 자연스럽게 받아들여졌다. 방송 사업을 할 수 있는 재원은 희소하기 때문에 대중의 여론형성 과정에서 막대한 영향력을 행사할 수 있는 소수의 방송이 특정 개인이나 집단의 이윤추구 도구로 전락하는 경우, 의견의 다양성과 그 수렴을 근거로 하는 민주주의의 근간이 위협받을 수도 있기 때문이다(최영묵, 1997).

이와 같은 맥락에서 볼 때, 방송의 공익성이란 공공성을 갖는 방송매체가 사적 이익의 추구 수단이 아니라 공공의 이익, 전체사회의 이익에 봉사해야 한다는 방송 활동의 목적 내지는 준거기준이라고 정의할 수 있을 것이다(방송위원회, 2001).

오늘날 디지털화와 전자·전산기술의 발전은 전파의 희소성에 기반한 방송규제 패러다임에 대한 수정을 불가피하게 만들고 있다. 시간과 장소의 제약이 적으며 쌍방향적 상호작용이 가능한 개인용 휴대용 기기의 발달로 인해 오늘날의 방송은 더 이상 일방적이지 않을 수도 있고, 방송이 불특정 다수를 대상으로 하는 대중매체가 아닌 경우도 종종 발생하고 있기 때문이다. 이에 따라 전파의 희소성 개념을 근거로 하여 정립된 현행 방송정책은 방송의 공공성과 공익성뿐만 아니라 산업성, 상업적 이윤 추구와의 조화, 더 나아가 소비자 및 수용자로서의 시청자의 복지와 권리를 어떻게 정책적으로 규정할 것인지 등의 문

제들을 고려하여 새롭게 확립될 필요가 있다. 이러한 문제에 대한 구체적인 결정은 곧 향후 방송의 성격과 방송 산업의 질서를 결정짓게 될 것이다.

그러나, 비록 전파 희소성의 원리는 타당성을 많이 상실했다 하더라도,[1] 방송의 사회, 문화적 영향력 및 민주주의적 여론형성의 도구로써 방송의 역할은 여전히 중요한 것으로 인정되고 있다. 따라서, 방송의 공공성, 그리고 여기에서 비롯된 방송의 공익성 요구라는 대명제를 전적으로 부정할 수 없으며, 방송의 성격과 방송산업 체계를 결정하는 여러 정책들은 이러한 대명제를 방송환경의 변화에 맞게 구체화시키는 노력의 산물이 될 것이다.

방송의 공공성과 공익성을 구현하기 위한 방송 규제는 헌법을 비롯하여 방송법 및 동법 시행령 등에서 그 법적 근거를 찾아 볼 수 있다. 먼저 헌법에 명시된 근거로는 국민주권주의를 비롯하여, 기본권 존중주의, 인간으로서의 존엄과 가치, 행복추구권, 자유권적 기본권 등이 있다. 방송법에서는 총칙 제1조에서 방송의 자유와 독립, 방송의 공적책임, 시청자의 권익보호와 민주적 여론형성 및 국민문화의 향상, 그리고 공공복리의 증진 등을 규제의 근거로 제시하고 있다. 동법 제5조와 제6조에서는 방송의 공공성과 공익성, 공적책임을 좀더 세분화 하여 제시하고 있으며, 방송의 소유와 관련하여 동법 제8조에서는 특수관계자에 의한 방송소유를 엄격히 규제하고 있다. 동법 제69조, 제70조, 제71조 및 제72조 등에서는 방송 프로그램의 편성과 채널 구성 및 운용과 관련한 규정 등을 담고 있으며, 이 밖에도 각 방송사는 자율적인 방송 강령 또는 제작 가이드라인 등을 규정하고 있는데, 이들 역시 방송의 공공성과 공익성 구현을 목표로 하고 있다.

이후에는 편성 규제와 관련된 현행 방송법 및 시행령을 통해 현행 편성규제의 틀을 좀더 자세히 제시한다.

2. 의무편성비율 및 편성 규제 현황

현행 방송법 제2조에서는 텔레비전 방송, 라디오 방송, 데이터 방송 및 이동멀티미디어(DMB) 방송을 방송으로 간주하고 있으며, 매체의 특성과 제공하는 서비스에 따라 지상파 방송사업, 유선방송사업, 위성방송사업 및 방송채널사용사업을 방송사업으로 분류하고 있

1) 김승수(2007)는 디지털 기술은 전보다 훨씬 많은 채널을 제공하지만 여전히 수요가 공급을 초과하기 때문에 주파수의 희소성이 여전히 존재한다고 주장하였다.

다. 이러한 분류에 따라 본 연구의 대상이 되는 방송사업자는 크게 지상파방송사업자(TV, 라디오), 종합유선방송사업자, 위성방송사업자 및 방송채널사용사업자(PP)이다.[2)]

방송 가능한 프로그램의 범위를 기준으로 하면 방송사업자는 크게 종합편성 방송사업자와 전문편성 방송사업자로 나눌 수 있다. 방송법령에 의거하여 방송사업자들이 방송하는 프로그램은 보도·교양·오락의 세 분야로 구분될 수 있으며, 종합편성 방송사업자는 이 세 가지 프로그램 분야를 제약 없이 자유롭게 편성할 수 있다. 반면, 전문편성 방송사업자는 방송법에 따라 등록 또는 허가된 전문분야에 대한 프로그램 위주로 편성을 해야 한다.

현재 방송법령에서는 보도·교양·오락 프로그램의 균형적인 편성과 관련하여 오락 프로그램에 대해서만 의무편성비율을 규정하고 있다. 그리고 이 오락 프로그램의 편성비율 상한규정은 종합편성 방송사업자만을 대상으로 한다. 종합편성 방송사업자들은 모든 분야의 프로그램을 편성할 수 있기 때문에 균형있는 편성을 수행하도록 요구받고 있으며, 이를 확보하기 위한 방안의 하나로 보도·교양·오락 중 오락 프로그램만을 특정 비율 이하로 편성하도록 규정하고 있다. 이는 9시 또는 10시 뉴스가 높은 시청률과 선호도를 보이는 국내 방송의 특징으로 인해 보도 프로그램의 편성비율을 별도로 규정하지 않더라도 자율적으로 편성이 이루어짐을 고려한 결과이다.

한편, 전문편성을 수행하는 방송사업자들은 전문성을 확보하기 위하여 등록 또는 허가받은 해당 전문 분야의 프로그램을 일정 비율 이상 편성해야 한다. 이 때, 송출 시간의 일정 부분을 허가받은 주된 분야 이외의 프로그램으로도 구성할 수 있으나, 보도 분야의 프로그램은 제외된다. 지상파 TV 방송사업자 가운데는 교육전문 방송인 EBS만이 이 규정의 영향을 받고 있으며, 전문편성 라디오 방송, 대부분의 방송채널사용사업자들은 전문편성 관련 규정의 적용 대상이 된다.

다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램에 대한 편성비율규제는 지역성 구현을 목적으로 특히 지역 민영방송 사업자들로 하여금 다른 한 방송사에서 제작한 프로그램을 과도하게

2) 방송편성을 방송되는 사항의 종류, 내용, 분량, 시각, 배열을 정하는 것으로 규정하는 현행 방송법 조항에 의거하면 방송 프로그램 뿐 아니라 광고 역시 방송편성의 대상이라 할 수 있으나, 이 보고서에서는 본 방송 프로그램의 편성만을 주요 분석 대상으로 하고 있다. 광고에 관한 것은 의무편성비율 위반 사례에서 비상업적 공익광고 편성과 관련된 규정 위반 사례만을 포함한다.

중계 편성〔수중계〕하지 못하도록 하기위해 마련된 정책이다. 이를 위하여 현재 지역민방을 허가 시기에 따라 1, 2차 및 3차 이후로 분류하고, 이들이 민영 네트워크 협정에 따라 수중계 형식으로 방송하고 있는 SBS의 동시재전송 편성비율을 허가 차수에 따라 차별적으로 제한하고 있다.

방송법령에서는 국내 방송 산업의 보호 및 문화정체성 확보를 위하여 국내에서 제작된 프로그램의 편성 비율에 관한 규정도 포함하고 있다. 이는 다시 국내 제작 프로그램 전체에 관한 편성 비율과, 영화·대중음악·애니메이션의 특정 프로그램 장르에 대한 편성비율로 나누어서 적용된다. 특히 애니메이션의 경우는 국내 제작 애니메이션 프로그램의 신규 편성 비율에 관한 규정도 존재하여 방송사업자로 하여금 매년 국내 제작 애니메이션을 일정 수준 이상 신규 편성하도록 요구하고 있다. 전체적인 국내제작 프로그램 편성 비율과 장르별 쿼터는 대부분의 방송사업자에게 적용되지만, 신규 국내 제작 애니메이션 규정은 2011년 현재 지상파에만 해당되고 있다.[3)]

국내 제작 프로그램과는 별개로 해외에서 제작·수입된 프로그램에 대해서도 편성 비율상의 제한이 존재한다. 수입되는 프로그램의 문화적 다양성을 보장하기 위하여 마련된 이 규정은 특정 국가에서 제작된 프로그램의 편성 비율에 대해 상한선을 정함으로써 특정 1개 국가의 프로그램이 과도하게 송출되는 것을 방지하기 위해 제정된 것이다. 구체적으로 1개 국가 제작물에 관한 편성비율 규정은 외국에서 수입한 영화, 애니메이션 및 대중음악 중 1개 국가에서 제작된 프로그램이 매분기마다 전체 외국 수입 영화, 애니메이션 및 대중음악 방송시간의 일정 비율 이하가 되도록 요구하고 있다.

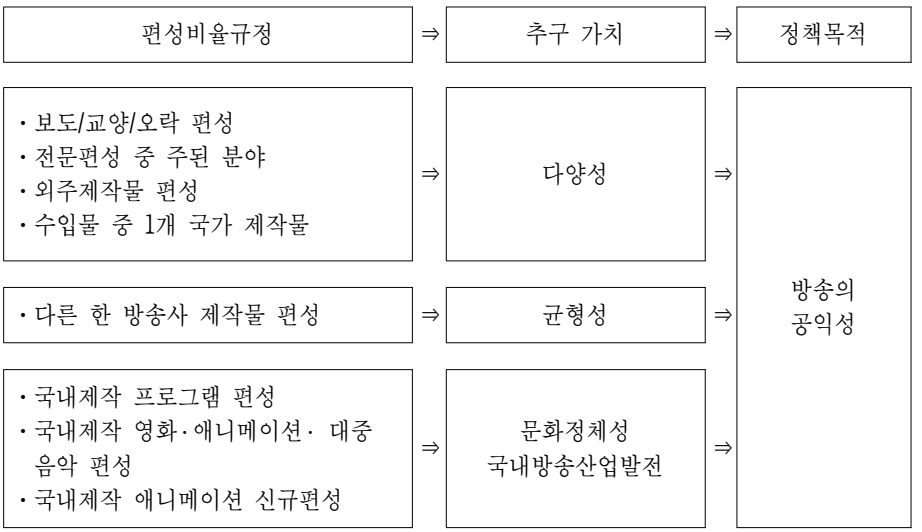
마지막으로, 외주제작물에 관한 편성 규정은 지상파 방송사업자로 하여금 외부 독립제작사가 제작한 프로그램을 일정 비율이상으로 편성하도록 하여 외주제작사를 육성하는 동시에 콘텐츠 제작원의 다양성을 확보하기 위하여 마련된 제도이며, 지상파 방송사업자의 주시청시간대에는 별도의 규정을 추가로 두고 있다.

이상의 편성규제는 앞서 논의한 방송의 공익성 목적을 구체적으로 추구하기 위한 세부 방안이라고 볼 수 있으며 방송법 상에 제시된 다양한 공익성의 가치와 연계되어 있다. 이

3) 2012년 중 방송법 및 동법 시행령 개정을 통해 2012년 하반기부터 국내제작 애니메이션 신규편성 의무는 종합편성채널사용사업자 및 애니메이션을 전체 방송시간의 50% 이상 편성하는 전문편성 채널사용사업자에게까지 확대 적용된다.

를 도식화 하면 다음과 같다.

〔그림 2－1〕 현행 편성규정의 가치체계



제 2 절 주요 편성규제의 개선방향 및 신규 편성규제 방안

이 절에서는 현행 편성규제의 타당성과 효율성 검토를 바탕으로 한 일부 편성규제의 폐지 또는 개선방향에 대해 논의한다. 구체적으로 편성규제 중 보도·교양·오락의 분야별 프로그램 편성규제, 지역민영방송의 수중계 편성규제, 국내제작 프로그램 중 국내제작 대중음악 프로그램 규제의 경과를 분석하고 개선방향을 제시한다. 또한 향후 의무편성이 필요한 것으로 판단되는 어린이 대상 프로그램의 편성정책 방향에 대해서도 논의한다.

1. 보도 · 교양 · 오락의 분야별 프로그램 편성규제

가. 규제목적과 연혁

방송법 제69조 제3항 및 방송법 시행령 제50조 제1항에서 규정하는 보도·교양·오락 분야 프로그램 편성규제는 다양한 방송 분야의 프로그램이 균형있게 편성되도록 보장하는

것을 목적으로 도입되었으며, 보도, 교양, 오락으로 구분된 방송 분야 중 특정 분야가 집중 편성되는 것을 방지하기 위하여 특히 종합편성 채널에서 오락 프로그램의 방영을 제한하고 있다.

보도·교양·오락 프로그램에 대한 편성규제는 1963년 방송법 제정 시 제11조에 보도, 교육 및 교양, 오락, 광고 및 기타 분야의 균형 잡힌 편성 규정이 포함되면서 도입되었으며 이후 1973년 오늘날과 같은 보도, 교양, 오락의 세 분야로 축소되었다.

2001년에는 보도를 제외한 교양과 오락 부분에 대한 규정으로 규제분야가 축소되었다. 이러한 변화는 국내에서는 9시, 10시 메인 뉴스가 채널 시청률을 높이는 주요 프로그램이기 때문에 별도의 규정 없이도 보도 프로그램의 편성이 어느 정도 확보되므로 보도에 대한 규정이 불필요하다는 판단에 근거하고 있는 것으로 보여진다.

이후 2004년에는 다시 오락의 편성을 50% 이내로 제한하는 것으로 개정하여 오락 분야의 제한에만 초점을 맞추도록 규정을 개정하였다. 앞서 2001년의 개정과 마찬가지로 국내에서 보도 프로그램의 편성은 방송사의 자율성에 따라 어느 정도 이루어지기 때문에 오락에 대한 규제만 있어도 보도를 뺀 나머지 분량에는 교양 프로그램이 편성되므로 균형적 편성과 최소한의 다양성 보호 효과가 있다는 판단에 기인하고 있다.

〈표 2－1〉 분야별 프로그램 편성규정 변화

1963	1973	1980	1987	2000	2001	2004~
보도: 10%↑ 교양: 20%↑ 오락: 20%↑ 광고·기타 약간	보도 10%↑ 교양 30%↑ 오락 20%↑	보도 10%↑ 교양 40%↑ 오락 20%↑	보도 10%↑ 교양 40%↑ 오락 20%↑	보도 10%↑ 교양 30%↑ 오락 50%↓	교양 30%↑ 오락 50%↓	오락 50%↓

나. 규제성과 및 문제점

최근 3년 동안의 편성현황을 살펴보면 지상파 방송사업자들은 모두 월별 오락 프로그램을 50% 이내로 편성하고 있는 것으로 나타나서 오락 프로그램 편성비율 제한을 준수하고 있는 것으로 보인다.

그러나, 주시청시간대를 살펴보면 KBS2에서는 50%에 근접하거나 이를 넘어서고 있으

며, MBC, SBS에서는 60%대에 이르는 높은 비율로 오락 프로그램을 편성하고 있다. 이에 대해 현재 방송법 제69조 3항에서는 주시청시간대에도 특정 방송 분야의 방송 프로그램이 편중되어서는 안 된다고 하고 있으나, 여기에 관련된 구체적인 세부규정은 없는 상황이다.[4)]

〈표 2－2〉 지상파 3사 TV의 전체시간대 분야별 편성비율

(단위: %)

전체시간대		KBS 1TV	KBS 2TV	MBC	SBS
2009	보도	33.8	9.4	21.1	21.8
	교양	51.2	45.8	36.1	34.9
	오락	15.1	44.8	42.9	43.3
2010	보도	31.8	8.6	21	21
	교양	52.4	47.1	35.9	35.6
	오락	15.8	44.4	43.1	43.1
2011	보도	32.2	7.4	20.3	19.0
	교양	51.7	47.6	35.2	36.7
	오락	16.0	44.9	44.5	44.4

〈표 2－3〉 지상파 3사 TV의 주시청시간대 분야별 프로그램 편성비율

(단위: %)

주시청시간대		KBS 1TV	KBS 2TV	MBC	SBS
2009	보도	40.4	11.0	22.4	19.8
	교양	37.8	38.1	15.2	16.8
	오락	21.8	50.9	62.5	63.4
2010	보도	36.4	7.8	22.2	20.5
	교양	40.1	45.3	13.3	15.7
	오락	23.6	46.9	64.5	63.9
2011	보도	35.7	2.1	22.0	21.1
	교양	39.9	48.9	11.9	16.8
	오락	24.4	49.0	66.2	62.2

4) 방송법 제69조(방송프로그램의 편성 등) ③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 방송프로그램의 편성에 있어서 대통령령이 정하는 기준에 따라 보도·교양 및 오락에 관한 방송프로그램을 포함하여야 하고, 그 방송프로그램 상호간에 조화를 이루도록 편성하여야 한다. 이 경우 대통령령이 정하는 주시청시간대(이하 "주시청시간대"라 한다)에는 특정 방송 분야의 방송프로그램이 편중되어서는 아니된다.

이러한 주시청시간대 오락 프로그램의 과다 편성은 SBS와 네트워크 협정을 통해 수중계 프로그램을 편성하는 지역 민방에서도 그대로 나타나고 있는 상황이다.

〈표 2－4〉 지역 민영방송의 연간 분야별 프로그램 편성비율

(단위: %)

전체시간대		경인TV	KNN	울산 방송	대구 방송	광주 방송	전주 방송	대전 방송	청주 방송	강원 민방	제주 방송
2009	보도	9.7	27.8	21.6	15.5	25.9	17.7	24.4	21.6	21.9	21.8
	교양	52.9	29.2	41.5	49.2	31.8	49.6	37.0	39.3	34.8	34.9
	오락	37.4	43.0	36.8	35.4	42.4	32.7	38.6	39.1	43.4	43.3
2010	보도	31.8	8.6	21.0	21.3	10.0	30.2	23.6	16.1	25.0	24.3
	교양	52.4	47.1	35.9	35.6	52.1	25.8	38.3	46.4	32.3	43.5
	오락	15.8	44.4	43.1	43.1	37.9	44.1	38.1	37.5	42.8	32.2
2011	보도	10.7	29.9	23.0	17.8	23.4	25.5	28.7	22.0	21.3	19.0
	교양	48.8	24.1	38.3	41.5	32.8	37.3	31.5	36.7	35.9	36.7
	오락	40.6	46.0	38.7	40.7	43.8	37.2	39.9	41.3	42.8	44.4

주시청 시간대		경인TV	KNN	울산 방송	대구 방송	광주 방송	전주 방송	대전 방송	청주 방송	강원 민방	제주 방송
2009	보도	20.6	19.6	19.7	20.5	28.0	20.6	27.0	21.1	21.2	19.8
	교양	46.8	15.2	12.5	16.5	12.0	17.1	16.5	14.5	15.4	16.8
	오락	32.6	65.2	67.7	63.0	60.0	62.3	56.6	64.4	63.4	63.4
2010	보도	36.4	7.8	22.2	20.5	22.2	20.2	19.7	21.4	21.8	20.6
	교양	40.1	45.3	13.3	15.7	45.4	13.7	13.6	15.7	15.7	17.4
	오락	23.6	46.9	64.5	63.9	32.3	66.1	66.8	62.9	62.6	62.1
2011	보도	30.7	18.5	21.1	21.0	19.3	22.0	21.1	23.3	19.9	21.1
	교양	42.4	14.9	15.8	16.0	18.5	16.1	14.7	16.7	18.4	16.8
	오락	26.8	66.6	63.0	63.0	62.2	61.9	64.2	60.1	61.7	62.2

최근 장르 간 혼합 현상으로 오락과 교양 프로그램의 분류가 모호해지는 한편, 오락이 점차 프로그램의 질을 평가하는 중요한 기준으로 등장하면서 오락 프로그램에 대한 규제가 정당하지 않다는 의견이 제기되고 있다. 실제로, 최근 일반 시청자들을 대상으로 한 좌담회와 방송사 PD들을 대상으로 한 방송공익성 조사 연구에서도 프로그램의 재미, 오락성

이 공익성의 중요한 요소로 꼽히고 있다(심미선·김재영, 2003; 최준근, 2009). 방송법에서도 역시 오락을 중요한 분야의 하나로 규정하여 오락이 포함된 다양한 프로그램의 균형있는 편성을 권장하고 있다는 측면에서도 오락에 대한 규제는 타당성과 실효성 차원에서 문제로 지적되고 있다.

특히 오락 프로그램이 규제의 대상이 된 이유는 단순한 오락 프로그램의 과다가 아니라 내용 즉, 선정성, 폭력성, 저질성 등이 문제가 되기 때문이라고 볼 수 있다. 즉, 프로그램의 오락성 그 자체보다는 다매체 다채널의 방송환경에서는 상업적인 방송의 선정성, 폭력성 등에 대한 우려가 근저에 있다고 볼 수 있다. 그러나 이러한 내용상의 문제는 편성규제로 해결할 사안은 아니라 방송심의의 영역이다.

다. 개선방향

앞서 제기된 문제점을 고려할 때 현행 방송법령의 취지 즉, 다양성의 추구를 위해서는 오락 분야와 같은 특정 프로그램의 제한이 아닌 전체적인 균형과 다양성을 추구하는 방향으로 규제를 전환할 필요가 있다. 다매체 다채널 시대에 프로그램 유형과 분야의 다양성은 이미 어느 정도 담보되었으므로 의견의 다양성을 추구해야 한다는 시각에서 오락 프로그램의 상한제한을 보도 또는 교양으로 바꾸어야 한다는 의견도 있으나(남윤미, 2011), 이러한 접근 역시 특정 분야에만 초점을 맞추게 되므로, 다양성과 균형성의 확보라는 정책목표를 달성하기에는 미흡한 것으로 판단된다. 따라서, 보도·교양·오락 중 어느 특정 분야에 대한 제한을 두는 것보다는 전반적인 다양성과 균형성 차원에서 접근하는 것이 좀더 타당하다고 보인다.

이를 위해서는 채널 전체의 프로그램 다양성과 균형있는 편성을 가늠할 수 있는 프로그램의 다양성 지수를 개발하여 적용하는 방안을 생각해 볼 수 있다.[5] 프로그램 세부분류 방안을 활용하여 채널 내 프로그램 편성의 다양성을 전체시간대, 주시청시간대별로 분석하여 전문가의 판단에 따라 정해진 최소한의 수준 이하로 프로그램의 다양성 지수가 떨어지

5) 비슷한 시도로써 구 방송위원회에서는 상대엔트로피 공식을 변용하여 개별 프로그램 유형의 구성비를 프로그램 유형분류수로 나눈 프로그램 다양성 지수를 산정하여 활용한 바 있다. 구체적으로 채널별로 광고를 제외한 15개 장르의 구성 비율을 기초로 프로그램 다양성 수치를 일 년에 2회(춘하계, 추동계) 산출하여 방송사업자의 편성 다양성을 평가하였다(방송위원회, 1996).

지 않도록 규제하는 것이다.

사회적으로 합의가능한 객관적인 프로그램 다양성 지수를 개발하고 그 적정 수준을 결정하기 위해서는 전문성이 담보된 전담위원회가 필요하며, 몇 분기에 걸친 시험분석 기간이 필요할 것으로 예상된다. 편성의 다양성에 관한 항목 및 지수 평가 등을 전담하는 위원회가 설립되면, 프로그램 유형분류를 바탕으로 한 프로그램 다양성 지수 외에도 방송환경의 변화에 따라 시의적인 사안에 대한 주제별 편성다양성 지수를 추가로 선정하여 분석하는 등 지속적인 작업을 수행할 수 있으며, 다양성의 여러 측면인 대상 시청층, 프로그램의 목적 등 여러 차원을 고려한 체계적인 다양성 지수를 도출하여 평가하는 것도 가능할 것으로 보인다.

2. 다른 한 방송사업자 제작물 편성비율 규제

가. 규제목적과 연혁

방송법 제69조 제6항과 방송법 시행령 제50조 제6항에서 규정하는 다른 한 방송사업자의 제작물 편성비율 규제는 지역민방이 지역사회의 균형있는 발전에 기여하고 지역방송의 정체성을 확립하도록 유도하기 위하여 지역민방 자체 편성이 아닌 다른 방송사업자의 프로그램을 단순 수중계하는 비율을 제한하는 것이다. 구체적으로는 현재 민영방송 네트워크 협정에 가입한 9개 지역민영 방송사들이 방송시간 전량을 SBS의 수중계로 채우지 못하도록 상한선을 두고 있다.

이에 따라 1차 지역민방은 매월 69%이내, 2차 민영방송은 매월 71%이내, 1997년 이후에 허가받은 강원민방, 제주방송의 TV와 라디오 방송, 경인TV와 경인방송 라디오, 경기 방송의 라디오 방송은 77% 이내에서 수중계가 허용된다. 같은 지역권이라 하더라도 KBS 지역총국과 지역 MBC는 이 규제의 적용대상이 아니다.

규제의 연혁을 살펴보면 1964년 방송법 제14조에서 다른 방송국 방송의 수신녹음 재방송을 금지한 데서부터 기원을 찾을 수 있으나, 현재와 같은 규제의 틀은 2000년 방송법 제69조에서 KBS, MBC를 제외한 지상파 방송사의 다른 방송사업자 제작물 편성비율 조항을 신설하면서 도입되었다. 2004년에는 지상파TV와 지상파 라디오, 지상파 DMB에 대해서도 다른 방송사업자 제작 프로그램 규정을 세분화하여 적용시키고 있다.

〈표 2－5〉 다른 방송사업자 제작 프로그램 편성규정 변화

2000. 3. 13.	2004. 9. 17.
지상파방송사: 50~85%	지상파TV: 50~85% 지상파R: 40~80% 지상파DMB: 50% ↑

나. 규제성과와 문제점

2009년부터 2011년까지 3개년 간 현재 지역민방TV의 수중계 비율을 살펴보면 68~76%에 달하여 방송법령에서 규정하는 범위 내에서 SBS의 방송을 편성하였다. 규제가 도입된 2000년 이후 지역민방의 자체편성 비율은 증가한 것으로 나타나서, 도입 이전인 1999년에는 1·2차 민방의 자체편성 비율이 5.7~21% 정도였던 것이 2011년에는 29~33%에 이르고 있으나, 협정에 가입하지 않은 OBS 경인방송의 경우 전량을 자체 편성하는 것에 비교하면 나머지 지역민방의 자체편성 비율 24~41%는 상당히 낮은 것으로 평가될 수 있다.[6)]

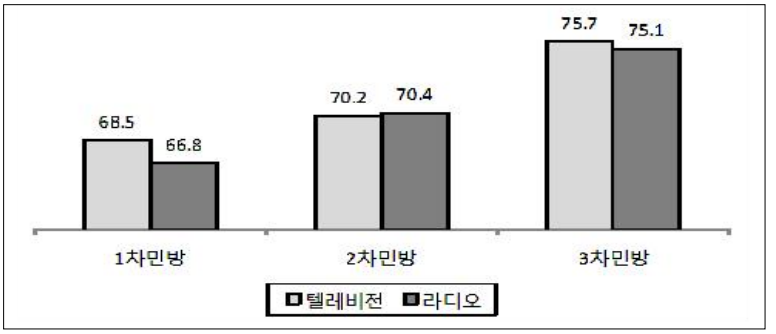
〈표 2－6〉 지역민방의 다른 한 방송의 프로그램 편성비율

방송사		2009	2010	2011
1차 민방	KNN	67.9	68.3	67.5
	광주방송	68.7	67.8	68.7
	대구방송	68.1	68.7	68.7
	대전방송	68.8	68.3	68.6
2차 민방	울산방송	70.2	70.4	70.6
	전주방송	70.4	70.4	70.3
	청주방송	70.7	69.9	70.7
3차 이후	강원민방	76.4	76.5	76.1
	OBS경인	0	0	0
	제주방송	75.5	74.9	75.7

6) 2008년 조사결과에 의하면 KBS 지역총국의 자체편성비율은 8.4%, 지역 MBC는 18.6% 정도에 그쳤다(방송통신위원회, 2009).

〔그림 2－2〕 다른 한 방송사업자 제작 프로그램 편성비율 비교

(단위: %)



방송통신위원회 내부자료. 2010년 방송사업자 편성보고 자료

이 가운데 지역민방이 자체 제작한 프로그램의 편성 비율은 더욱 낮아, 지역방송이 해당 지역의 문화와 가치를 대변하는 지역성 구현의 주체로 자리매김 하기에는 미흡한 것으로 판단된다. 실제로 방송통신위원회 내부자료에 의하면 2011년 중 지역민방의 평균 자체편성 비율은 29.4% 정도이며, 이 중 자체제작은 15.1%에 불과한 것으로 나타난다.

〈표 2－7〉 2011년 중 지역민방의 제작원별 프로그램 비율

방송사	자체제작	공동제작	외주제작	구매	자체편성 (%)	수중계 (%)	전체합계 (%)
지역민방	15.1	6.5	1.0	6.8	29.4	70.6	100

자료: 방송통신위원회 내부자료

권력 및 인구의 수도권 집중화 현상으로 지역 자립기반이 확보되지 못한 환경에서 2011년말 전국에 의무전송되는 종합편성채널의 출범, 지역방송을 우회하기 쉬운 뉴미디어를 활용한 방송 시청의 확산은 지역민방에 더욱 불리하게 작용할 가능성이 높다. 더구나 민영미디어렙 도입으로 광고시장 경쟁이 심화되면 방송광고판매가 시청률이 높은 수도권 방송사에 집중되어 지역방송사의 광고수익은 더욱 낮아질 것이며 판매율도 더욱 하락할 것으로 예상되고 있기 때문이다(안정민, 2010).

중계 대상인 수도권 SBS 프로그램과 구매 프로그램이 해당되는 '그외' 프로그램의 시청률이 가장 높은 것은 지역 자체제작물의 경쟁력 부족을 보여주는 것이다.

〈표 2－8〉 지역방송의 제작방식별 시청률 평균

	자체	공동	그외	총합계
부산방송	3.08	1.38	5.12	4.49
대전방송	2.71	1.36	4.94	4.35
대구방송	3.28	1.61	5.59	4.89
전주방송	2.78	1.34	4.91	4.28
청주방송	3.24	1.52	5.56	4.91

자료: AGB Nielsen

지역민방의 활성화는 미국, 영국, 독일 등 방송 선진국들에서도 여론의 다양성확보와 지역분권 및 지방자치의 활성화 측면에서 중요한 정책목표로 규정하고 있다. 지역방송에서 양질의 자체 프로그램 제작이 가능해지면 지역문화, 지역사회의 공론장으로서 지역민방의 역할이 강화되어 지방자치 및 지방분권 실현에 기여할 수 있기 때문이다. 이에 따라 영국은 지역쿼터 규정을 통해 지역방송제작물의 편성을 강제하고 있으며, 2006년부터 편성과 제작 및 방송부분을 지방으로 옮기는 탈런던(Out of london) 정책을 구상하여 실행 중이기도 하다. 지역성(localism)을 공익의 주요 요소로 강조해 온 미국의 경우에도 면허 갱신과 발급 시 방송사로 하여금 지역사회의 요구와 주요 사안을 조사하도록 하고 지역민의 견해를 반영하는 프로그램을 방송하도록 규정하고 있으며, 독일의 전국종합방송에서는 지역방송 프로그램을 편성하는 '창 프로그램' 방송시간이 고정되어 있다.

다. 개선방향

지역민방 활성화의 중요성 및 현재 수중계 규정의 경과를 살펴볼 때, 기본적으로 수중계에 대한 제한보다는 지역성 구현의 주체로서 해당지역을 대표할 수 있도록 자체제작으로 규제를 전환할 필요가 있다. 지역민방을 대상을 수중계 편성비율을 제한한 이유는 지역의 목소리를 키우고 지역의 방송산업 발전에 기여하고자 한 것이므로, 지역성을 담보하기 위해서는 수중계 편성비율 제한이라는 우회적 방법보다는 자체제작 능력을 육성하는데 초점을 맞출 필요가 있다.

이를 위해서는 현재 방송법의 다른 한 방송사업자 제작물 규정을 자체제작으로 전환하고 지역방송의 제작현실을 고려한 최소 자체제작비율을 제시할 필요가 있다. 최소 자체제작 비율은 현재 지역민방과 자체제작 규정의 적용대상이 되는 방송사업자들의 평균적인

자체제작비율을 반영하여 설정하되, 향후 정기적인 제작역량 평가를 통해 차츰 상향 조정해 나가는 것이 바람직한 것으로 판단된다. .

실무적으로는 지역방송국에서 직접 제작한 제작물만을 인정할 것인지 아니면 공동 제작물까지도 인정할 것인지 등의 인정기준 제정 역시 필요하며, 자체제작 규제의 적용대상을 어디까지로 정할 것인지의 적용범위 문제도 해결되어야 한다. 지역 내에서의 위상과 역할을 감안하면 같은 수신권 내의 지역 KBS와 MBC를 포함하여 지역 내에 존재하는 모든 사업자가 동일한 규제를 받도록 하는 것이 타당하겠으나, KBS는 지역 방송국이 별도의 법인으로 되어 있지 않기 때문에 지역방송 규제에 부적합한 것으로 판단된다. MBC의 경우는 현재 수중계 규제의 적용대상이 아니므로 자체제작 규정으로 전환 시 구체적인 명시가 필요할 것이다.

3. 국내 제작 대중음악 편성규제

가. 규제목적 및 연혁

방송법 제71조 제2항과 방송법 시행령 제57조 제2항에서 규정하는 국내제작 대중음악의 편성비율 규정은 국내제작 대중음악 프로그램의 방송시간을 확보하여 그 유통을 간접지원하고 해외제작물의 수요를 제한함으로써 국내 관련 영상산업의 기반을 강화하는 한편, 장기적으로 한국 문화가 반영된 국내제작물을 통해 문화정체성을 유지하는 것을 목적으로 한다.

연혁을 살펴보면, 2000년도에 지상파와 비지상파를 대상으로 각각 55%, 60% 이상의 의무편성비율로 도입된 후 2001년 지상파의 국내제작 대중음악 편성비율이 60%로 상향조정되었다. 2006년에는 방송환경 변화를 고려하여 DMB 방송사업자에게까지 확대 적용되고 있으며, 다른 규제에 비해 의무 편성비율의 변화가 상대적으로 적게 유지되어왔다. 그 결과 대중음악 프로그램에 관해서 방송사업자는 연간 편성하는 대중음악 방송시간의 60% 이상을 국내제작 대중음악으로 편성하도록 하는 규정이 공통적으로 적용되고 있다.

나. 규제경과 및 문제점

국내제작 대중음악과 관련된 편성현황을 살펴보면 최근 4년 동안 의무편성비율의 위반 사례가 전혀 없는 것으로 나타난다. 이는 실제로 편성되는 해외제작 대중음악이 거의 없기 때문으로 2010년 중 지상파에서 편성된 대중음악 프로그램 가운데 해외제작 프로그램은 '아시아 팝뮤직콘서트' 단 1건에 불과한 것으로 나타난다.

이러한 현상은 국내 대중음악 판정이 최종 제작자 기준으로 되어있다는 점과도 일부 연

관되어 있으나, 국내 대중음악에 대한 선호도와 국내 대중음악의 높은 경쟁력 자체도 방송사업자들로 하여금 국내 대중음악을 주로 편성하게 만드는 요인으로 작용하고 있다.

〈표 2－9〉 국내제작 대중음악 편성현황

(단위: %)

연도	분류	KBS1	KBS2	MBC	SBS
2009	연간 전체 방송시간	411,950	427,715	425,700	422,318
	대중음악 전체 편성시간	13,915	9,410	6,015	10,950
	국내제작 대중음악 편성시간	13,915 (100%)	9,410 (100%)	6,015 (100%)	10,950 (100%)
2010	연간 전체 방송시간	411,765	424,995	419,000	401,527
	대중음악 전체 편성시간	14,660	11,670	6,325	10,210
	국내제작 대중음악 편성시간	14,660 (100%)	11,670 (100%)	6,325 (100%)	10,210 (100%)
2011	연간 전체 방송시간	415,235	428,970	428,365	424,581
	대중음악 전체 편성시간	15,210	11,190	9,990	10,095
	국내제작 대중음악 편성시간	15,210 (100%)	11,190 (100%)	9,990 (100%)	10,095 (100%)

음원 형태의 판매가 일반화되면서 최근에는 장르별 음반판매의 공식 집계가 어려워지고 있으나, 2000년 이후 2006년까지 장르별 음반판매비율을 살펴보면 국내 대중음악의 시장점유율이 해외 팝 또는 클래식 음악 비중을 압도한 것으로 나타난다(한국콘텐츠진흥원, 2007).

〈표 2－10〉 2000~2006년 장르별 음반판매 비율 현황

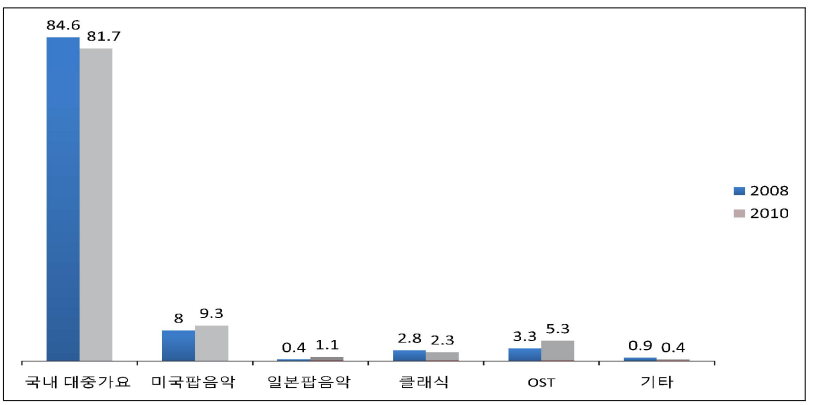
연 도	국내가요	팝	클래식/재즈
2000	75%	20%	5%
2001	76%	20%	4%
2002	74%	22%	4%
2003	78%	18%	4%
2004	80%	17%	3%
2005	80%	15%	5%
2006	81%	15%	4%

출처: 한국문화콘텐츠진흥원(2008), 2007년 음악산업백서

이처럼 국내 가요의 시장 점유율은 80% 수준으로 시장점유율이 꾸준히 증가하여 왔으며, 2010년에 음악 이용행태조사 결과에서도 국내 대중가요를 즐겨듣는 비율이 82%로 해외 팝(10%)이나 클래식(2%)에 비해 월등히 높은 것으로 나타났다(한국콘텐츠진흥원, 2011).

〔그림 2－3〕 주요 감상 음악장르 비율

(단위: %)



국내 대중음악 산업의 제반 여건이 규제도입 당시와 많이 달라졌으며 K-pop의 해외진출로 인해 국내 대중음악 산업은 오히려 경쟁력이 강한 것으로 평가되고 있다. 특히 최근 한류의 영향으로 공연을 포함한 음반산업 전체의 수출은 지속적으로 증가하는 한편, 수입은 감소하는 추세이다(한국콘텐츠진흥원, 2012).

〈표 2－11〉 음반산업 수출입실적

(단위: 천달러)

	2008	2009	2010
수출	16,468	31,269	83,262
수입	11,484	11,936	10,337

* 공연포함

반면, 국내 대중음악 판정기준은 실효성이 약해서 국내 대중음악 의무편성 규제가 국내 대중음악 산업진흥에 직접적으로 기여하였다고 판단하기는 어렵다. 현재 국내 대중음악 편성규제의 판단기준은 프로그램이기 때문에 제작자가 국내인이라면 프로그램 내에서 해

외 팝이나 클래식이 편성되어도 국내제작 대중음악 편성규제 시간으로 산정된다.

실례로, 현행 국내제작 방송프로그램 인정기준의 경우 기획·연출 9점, 연기자·출연자 5점, 제작작업 8점 등 총점 22점을 기준으로, 국내자본 투자비율이 30% 이상이고 14점 이상을 받은 경우 국내제작 프로그램으로 인정되며, 이때 대중음악 프로그램의 특성을 반영하는 특화된 판정기준이 없어서 외국 곡을 방송한다 해도 프로그램을 제작하는 주체가 한국인이상 모두 국내제작 프로그램으로 인정된다(가령, 기획, 제작 3점 + 연출 3점 + 편집 2점 + 주/조연 나레이터 5점 + 미술·CG 2점 = 15점).

〈표 2－12〉 편성고시 별표 1. 국내제작 방송프로그램 인정기준

인정기준	분야별 점수의 합계가 14점 이상인 제작물 다만 라디오 방송프로그램의 경우 영상과 미술·CG를 제외한 18점 중 11점 이상인 제작물
분야별 점수	① 기획·제작: 3점, ② 시나리오: 3점, ③ 연출: 3점, ④ 주연(제1성우 또는 나레이터): 3점, ⑤ 조연(제2성우 또는 나레이터): 2점, ⑥ 영상: 2점, ⑦ 음향: 2점, ⑧ 미술·CG: 2점, ⑨ 편집: 2점

음반 산업의 유통구조에서도 방송은 더 이상 중요한 유통경로가 아니기 때문에 방송 편성규제를 통한 국내 제작 대중음악의 유통경로 확보는 그 영향력이 크지 않은 것으로 평가된다. 최근에는 온라인유통과 노래방 창구가 가장 중요하여 2010년도 음악산업백서에 따르면 노래방을 통한 유통수입이 전체의 45% 이상을 차지하며, 나머지는 온라인 유통(38~40%), 음악제작(25%), 음악공연(20%)으로 구성되는 것으로 나타난다. 그 결과, 음반산업의 문제점은 방송 유통경로의 확보가 아니라 방송 외 유통경로에서 댓가 산정, 투명한 유통구조 및 온라인 유통망 확립 등이 관건으로 제기되고 있다.

장기적으로 형성된다는 측면에서 문화정체성에 미치는 국내 대중음악 의무편성 규제의 영향력 또한 판단하기는 어려운 상황이며, 국내 대중음악이 지나치게 많은 것이 오히려 다양성 차원에서 문제가 될 수도 있으며, 다양성과 사회문화적 목적을 위한다면 오히려 국내외 고전음악의 편성을 늘여야 한다는 의견도 존재한다.

다. 개선방향

대중음악에서는 실효성 차원의 문제 외에도 국내 대중음악의 선호도 및 경쟁력 차원에서 의무편성규제의 영향력이 미미하므로 규제의 폐지가 타당하다. 국내제작 대중음악 의무편성비율은 판정기준의 문제로 인해서 실효성이 없으므로 판정기준을 정비해야 한다는 지적도 일부 있으나, 국내 대중음악의 인기도와 경쟁력을 감안할 때 정확한 판정기준을 마련하는 행정비용 대비 효과는 의문이며, 규제가 폐지되더라도 국내 대중음악의 편성이 현저히 줄어들 가능성은 낮은 것으로 보이기 때문에 대중음악에 관한 한 의무편성 규제를 폐지해도 무방한 것으로 판단된다.

4. 신규 편성규제 수요: 어린이 프로그램 편성

가. 어린이 프로그램 편성현황 및 문제점

2010년 현재 국내 13세 미만 어린이들의 1일 평균 TV 시청시간은 2시간 정도로 10대를 포함한 성인시청자의 시청시간인 131분에 근접한 수준에 도달하고 있음에도 불구하고 어린이 프로그램에 대한 적극적인 편성정책이 없는 실정이다.

〈표 2－13〉 어린이 연령대별 하루 평균 매체 이용 시간

(단위: 분)

구분(만 나이)	TV	인터넷	DVD/VCR	PC상의 방송시청	라디오
전체	115.1	70.7	57.8	75.5	69.6
3세 이하	101.0	62.7	63.4	59.0	30.0
4~6세	114.7	61.8	55.6	106.2	95.0
7~9세	116.2	67.1	56.0	69.3	72.3
10~12세	123.9	77.2	56.0	68.2	64.2

출처: 방송통신위원회(2012)『2011년 방송매체 이용행태 조사보고서』

우리나라 방송법에서 어린이는 상대적 소수이기도 하고, 교육의 대상이며, 보호의 대상으로 규정될 수 있다.[7] 방송법 시행령에서 어린이·청소년의 교육 프로그램은 '교양' 프로

7) 어린이 관련 방송법령의 조항을 살펴보면 다음과 같다. 제5조 5항, "방송은 건전한 가

그램으로 분류되며,[8] 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송 프로그램의 광고에 대한 광고 규제를 시행하고 있어서[9] 어린이 프로그램에 대한 법적 근거도 이미 존재하고 있으나, 어린이 프로그램 자체의 편성에 대한 명시적인 규정은 마련되어 있지 않다. 단지 방송사업자의 허가·재허가 심사를 위한 방송평가에서는 전체 방송시간 대비 어린이 프로그램 편성비율 8% 이상을 기준으로 그 이하를 구분하여 방송사 평가에서 가산점을 주고 있으나 대체로 3~5%대에 그치고 있다(일일 19시간 기준 시 50분~1시간).

〈표 2－14〉 주요 지상파 방송사의 어린이 프로그램 편성현황

채널명	어린이 프로그램 편성비율		어린이 교육 및 정보제공 프로그램 편성비율	
	방송시간	전체 방송시간 대비 비율(%)	방송시간	전체 방송시간 대비 비율(%)
KBS-1TV	15,145	3.68%	13,645	3.31%
KBS-2TV	27,910	6.57%	13,655	3.32%
MBC	22,700	5.42%	12,710	3.09%
SBS	16,735	4.17%	13,645	3.31%
OBS	28,870	6.64%	13,645	3.31%
EBS	155,240	36.57%	12,710	3.09%

※ 출처: 2012년 방송평가 자료

방송법이 아닌 청소년보호법의 시행령에서는 '청소년보호시간대'를 지정하여 방송사의 '19세 이상 시청가' 등급의 프로그램 등 유해 프로그램의 방영을 금지[10]하는 일종의 편성규

정생활과 아동 및 청소년의 선도에 나쁜 영향을 끼치는 음란·퇴폐 또는 폭력을 조장하여서는 아니 된다." 제6조 2항, "방송은 성별·연령·직업·종교·신념·계층·지역·인종 등을 이유로 방송편성에 차별을 두어서는 아니 된다." 제6조 5항, "방송은 상대적으로 소수이거나 이익추구의 실현에 불리한 집단이나 계층의 이익을 충실하게 반영하도록 노력하여야 한다." 제6조 7항, "방송은 사회교육기능을 신장하고, 유익한 생활정보를 확산·보급하며, 국민의 문화생활의 질적 향상에 이바지하여야 한다."

8) 「방송법 시행령」 제50조 2항 (개정 2001. 3. 20, 2007. 8. 7).

9) 「방송법 시행령」 제59조 1항 (2007. 8. 7) 및 3항 (2010. 1. 26).

10) *Newswire*(2010. 9. 29), "10월 1일부터 청소년 시청보호시간대 오전까지 확대". 여성가

제를 포함하고 있으나 신체적, 인지적 발달과정상 엄연한 차이가 있는 어린이와 청소년을 묶어서 규제하고 있다는 문제점이 있으며, 이 역시 어린이·청소년을 유해한 콘텐츠로부터 차단하는 소극적인 기능적 역할에 중점을 두고 있다.

다매체 다채널화로 인한 방송환경의 변화 속에서 상대적으로 취약한 어린이의 보호와 이들을 대상으로 하는 프로그램의 편성은 해외 주요 국가에서도 중요한 의제로 선정되어 있으며, 심지어 편성에 관한 규제가 거의 없는 미국에서도 적극적인 편성규제를 가하는 유일한 분야로 남아있다.[11] 국내에서도 오래전부터 어린이 프로그램의 양적 부족, 폭력성, 애니메이션 편중 등에 관한 연구가 보고된 바 있다(김종휘, 2007; 채정만, 2006; EBS, 2012).

현재 국내 텔레비전에서 편성되는 어린이 프로그램은 다양성 차원에서도 미흡하여 대부분은 오락성 애니메이션으로 채워지고 있는 형편이다(김기태, 2009; 한국콘텐츠진흥원, 2010). 2012년 현재 애니메이션을 포함하여 어린이 대상 교육 및 정보제공 프로그램은 전체 방송시간 대비 2~3%대에 그치고 있으며 이보다 앞선 2008년도의 연구에 따르면, 3~7세의 어린이들이 주로 시청하는 18개 채널의 애니메이션 편성비중이 85.36%(지상파채널: 52.6%, 케이블·위성채널: 87.44%)에 달한다는 결과가 보고되었다(유홍식 외, 2008).

나. 정책 수립방안

어린이 프로그램에 대한 잠재적 수요와 현재 어린이 프로그램 편성상의 문제점들을 고려하여 이 보고서에서는 향후 어린이 프로그램에 대한 정의를 명시하고 어린이 프로그램에 대한 적극적인 편성규정을 신설할 것을 제안한다. 현재 방송 노출시간 대비 관련 프로그램이 현저히 부족한 어린이 대상 프로그램의 편성은 사회적 취약자로서 어린이 보호뿐만 아니라, 좀더 적극적인 차원의 편성규제가 정당화 될 수 있는 동시에 필요한 분야이다.

우선 어린이 프로그램의 적용대상이 되는 연령층에 대해서는 아동복지법 제3조 1호의

족부는 청소년보호법시행령을 통해서 2010년 10월 1일부터 청소년시청보호시간대를 평일 오전 7~9시를 새롭게 추가하고, 공휴일 및 방학기간에는 오전 10시부터 오후 10시까지 실시하기로 공표한 바 있다.「청소년보호법 시행령」제18조 1항.

11) Children's Television Act에서는 16세 미만 어린이를 대상으로 하여 일주일에 3시간 이상 유의미한 교육적인 프로그램을 정규 편성하도록 규정하고 있으며, 어린이 프로그램을 오전 7시에서 오후 8시 사이에 최소 30분 이상 편성하도록 요구하고 있다.

'18세 미만', 청소년보호법의 '19세 미만' 등 여러 가지가 있을 수 있으나, 학제 변화 및 발달과정상의 차이는 물론, 국내 방송심의규정에 이미 포함되어 있는 어린이에 대한 정의를 고려할 때, 13세 미만으로 규정하는 것이 적절할 것으로 판단된다.[12] 어린이 프로그램의 내용에 관해서는 현재 오락성 애니메이션 위주의 편성이 지적되고 있으며, 해외 사례를 참조하여 어린이 프로그램 전체 편성시간에 대한 의무편성비율과 별도로 교육과 정보 분야에 관한 프로그램의 편성비율을 규정할 필요가 있다.[13]

어린이 프로그램의 적정 의무편성 비율은 추가 조사와 검토를 통해 그 최종 수준을 정해야 할 것이나, 2011년 현재 지상파 방송사들이 하루 평균 40~75분 분량의 프로그램을 편성하고 있으며 교육 및 정보제공 프로그램[14]은 35~37분 정도를 편성하고 있음을 고려하여 적어도 매주 420분 이상 어린이 프로그램을 편성하고 이중 절반 정도는 어린이 교육 및 정보제공 프로그램을 편성하도록 요구하는 방안도 가능하다.

어린이 프로그램 의무편성 비율의 적용대상 방송사업자는 공익성 책무가 상대적으로 강하게 요구되는 지상파 방송사업자를 선정하되, 방송사업자의 매출액과 시청점유율 등을 고려하여 정할 것을 제안한다.

---

12) 현재 방송심의에서는 어린이 프로그램을 13세 이하의 어린이를 대상으로 하여 제작되었거나 어린이가 시청하기에 적절한 프로그램으로 규정하고 있다.

13) 호주에서도 Children's television Standards에서 어린이 프로그램의 정의에 어린이들의 지식(understanding)과 견문(experience)을 넓히는 프로그램이라는 내용이 포함되어 있으며, 영국 Ofcom에서도 어린이 프로그램은 학습과 사회성, 시민정신 그리고 개인의 만족과 정체성을 표현하며 실천할 수 있는 중요한 지표가 되어야 한다고 규정하고 있다.

14) 방송평가에는 어린이 교육 프로그램을 '어린이를 대상으로 정규 교과과정을 다루거나, 그에 준하는 학습을 목적으로 특별히 제작된 프로그램'으로 정의하고 있으며, 어린이 정보제공 프로그램을 '어린이의 일상생활에 도움이 되는 실용지식이나 상식, 시의적절하고 흥미있는 정보를 제공하도록 특별히 제작된 프로그램'으로 정의하고 있다.

제3장 방송사업자의 프로그램 편성현황 분석

이 장에서는 2011년 중 주요 편성규제와 관련한 방송사업자들의 편성현황을 분석하고 그 결과를 제시한다. 2011년 중 편성현황을 분석하기 위하여 적용된 주요 편성 규정들의 세부 내역을 정리하면 다음과 같다.

〈표 3－1〉 2011년 중 적용된 방송 프로그램 의무편성비율 규정

<table>
<tr><th colspan="2">구 분</th><th>지상파</th><th>지상파DMB</th><th>SO·위성</th><th>PP</th><th>지상파PP</th></tr>
<tr><td rowspan="11">방송
프로그램
(월별)</td><td rowspan="2">종합편성 中
오락프로</td><td>50%⬇</td><td>50%⬇</td><td>50%⬇</td><td>50%⬇</td><td>50%⬇</td></tr>
<tr><td colspan="5">60%⬇ (데이터)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">전문편성 中
주된분야</td><td>60%⇧</td><td>60%⇧</td><td>70%⇧</td><td>80%⇧</td><td>80%⇧</td></tr>
<tr><td colspan="5">60%⇧(데이터)</td></tr>
<tr><td rowspan="3">다른 한 방송
사업자 제작물
(지역 KBS,
MBC 제외)</td><td>69%⬇(1차)</td><td rowspan="3">80%⬇</td><td colspan="3" rowspan="3">※ 1차: 부산, 대구, 광주, 대전
2차: 전주, 청주, 울산
3차 이후: 강원, 제주, 경기, 경인</td></tr>
<tr><td>71%⬇(2차)</td></tr>
<tr><td>77%⬇(3차)</td></tr>
<tr><td rowspan="11">국내제작
방송
프로그램</td><td rowspan="2">방송프로그램
(반기)</td><td>80%⇧
(EBS외)</td><td>80%⇧
(지상파3사)</td><td rowspan="2">50%⇧</td><td rowspan="2">40%⇧</td><td rowspan="2">60%⇧</td></tr>
<tr><td>70%⇧(EBS)</td><td>60%⇧(기타)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">국내제작
영화(연간)</td><td>25%⇧</td><td>25%⇧</td><td>25%⇧</td><td>25%⇧</td><td>25%⇧</td></tr>
<tr><td colspan="5">4%⇧ (종교전문채널)</td></tr>
<tr><td rowspan="3">국내제작
애니메이션
(연간)</td><td>45%⇧</td><td>35%⇧</td><td>35%⇧</td><td>35%⇧</td><td>35%⇧</td></tr>
<tr><td colspan="5">8%⇧ (교육전문채널)</td></tr>
<tr><td colspan="5">4%⇧ (종교전문채널)</td></tr>
<tr><td rowspan="3">국내제작
애니메이션
신규편성
(연간)</td><td>1%⇧
(지상파3사)</td><td rowspan="3">0.1%⇧</td><td rowspan="3">－</td><td rowspan="3">－</td><td rowspan="3">－</td></tr>
<tr><td>0.3%⇧
(EBS)</td></tr>
<tr><td>지역민방
유예</td></tr>
</table>

구 분		지상파	지상파DMB	SO·위성	PP	지상파PP
국내제작 방송 프로그램 (연중)	국내제작 대중음악 (연간)	60%⇧	60%⇧	60%⇧	60%⇧	60%⇧
	1개국가제작물 (반기)	60%⬇	60%⬇	60%⬇	60%⬇	60%⬇
외주제작 방송 프로그램 (반기)	외주제작 프로그램	40%⇧(KBS2)	20%⇧ (KBS)	–	–	4%⇧
		24%⇧(KBS1)				
		35%⇧ (MBC/SBS)	28%⇧ (MBC/SBS)			
		20%⇧(EBS)	4%⇧(기타)			
		4%⇧ (지역민방)				
	특수관계자	21%⬇	21%⬇	–	–	21%⬇
	주시청시간대	10%⇧ (지상파3사)	3%⇧ (종합편성)	–	–	3%⇧ (종합편성)

주: 1) ⬇ 이하 ⇧ 이상

2) 국내제작 애니메이션 신규편성의 적용대상은 2012년 하반기부터 종합편성 채널사용사업자, 애니메이션을 50% 이상 편성하는 전문편성 채널사용사업자로 확대 적용되나 본 연구의 분석은 2011년 중 편성현황을 대상으로 하므로 지상파에만 적용한다.

3) 1개 국가 제작물 규정의 경우 2012년부터 의무편성비율이 80% 이내로 변경되었으나 본 연구의 분석은 2011년 중 편성현황을 대상으로 하므로 60%를 적용한다.

제 1 절 종합편성 방송사업자의 분야별 프로그램 편성

현행 방송법령에서는 〈방송법〉 제69조(방송프로그램의 편성 등) 제3항과 동법 시행령 제50조(방송오락프로그램의 편성 등) 제1항을 통해 종합편성을 하는 방송사업자들에 대하여 각 분야의 사항이 균형을 이루도록 편성할 것을 요구하고 있으며, 특히 매월 오락 프로그램의 편성비율 상한선을 규정하고 있다. 이에 따라 2011년 현재 종합방송사업 방송사업자들은 매월 전체 방송시간 중 오락 프로그램을 50% 이내에서 편성하였다. 이와 관련된 방송법령은 다음과 같다.

③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 방송프로그램의 편성에 있어서 대통령령이 정하는 기준에 따라 보도·교양 및 오락에 관한 방송프로그램을 포함하여야 하고, 그 방송프로그램

상호간에 조화를 이루도록 편성하여야 한다. 이 경우 대통령령이 정하는 주시청시간대(이하 "주시청시간대"라 한다)에는 특정 방송 분야의 방송프로그램이 편중되어서는 아니된다.

〈방송법 시행령〉

제50조(방송프로그램의 편성 등)

① 종합편성을 행하는 방송사업자는 법 제69조제3항 전단의 규정에 의하여 보도에 관한 방송프로그램, 교양에 관한 방송프로그램 및 오락에 관한 방송프로그램이 상호간에 조화를 이루도록 편성하되, 그 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다. 〈개정 2001. 3. 20, 2004. 9. 17, 2007. 8. 7〉

1. 텔레비전방송프로그램 및 라디오방송프로그램의 경우 오락에 관한 방송프로그램을 당해 채널의 매월 전체 방송시간의 100분의 50 이하로 편성할 것

2011년 현재 오락 분야 프로그램의 의무편성비율 규정은 KBS, MBC, SBS 등 지상파 3사 본사, KBS의 18개 지역방송국 및 MBC의 19개 지방계열사, 지상파 이동멀티미디어(DMB) 방송, OBS 경인TV, KNN, 대전방송, 청주방송, 강원민방, 울산방송, 대구방송, 광주방송, 전주방송, 제주방송 등 10개 지역 민영방송, 4개 개별 지상파 라디오 방송사업자의 종합편성 채널에 적용된다. 종합편성 채널사용사업자〔이하 종편PP〕의 경우 2011년 12월에 방송을 시작한 관계로 2011년 중 반기 또는 연간에 해당하는 규정은 적용되지 않는다.

1. 지상파 3사의 분야별 프로그램 편성현황

가. 지상파 3사의 TV 방송

① KBS, MBC, SBS 본사의 지상파TV

지상파 3사에서 제공하는 4개 지상파 텔레비전 방송의 2011년 중 월별 오락 분야 프로그램 편성비율을 조사해 본 결과, 모두 매월 50% 이내로 오락 프로그램을 편성하여 의무편성비율을 준수하였다. KBS1을 제외한 나머지 세 방송들은 모두 40%를 전후로 비슷한 수준에서 연중 오락 분야 프로그램을 편성하였으며, KBS1 TV는 대체로 20%이하의 비교적 낮은 수준에서 오락 분야 프로그램을 편성한 것으로 나타났다.

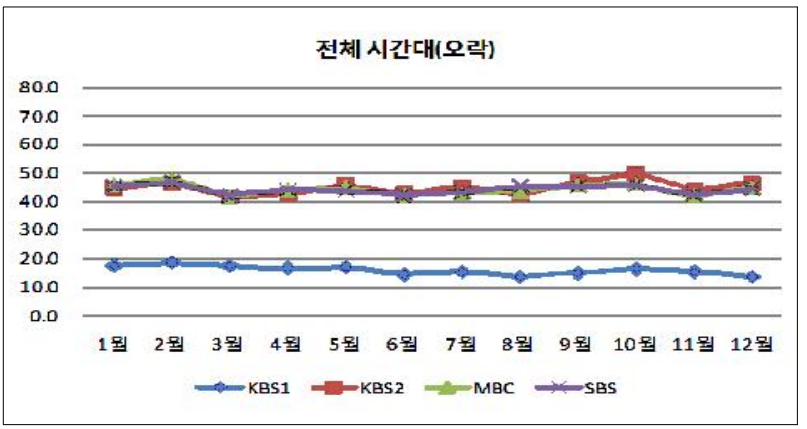
〈표 3－2〉 KBS, MBC, SBS 지상파TV의 월별 오락 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
KBS 1TV	17.7	18.6	17.6	16.8	17.1	14.5	15.5	13.8	15.1	16.5	15.6	13.7
KBS 2TV	44.8	46.5	41.7	42.7	45.8	42.9	45.2	42.6	46.8	49.8	43.9	46.5
MBC	45.8	48.0	41.9	44.3	45.0	42.2	43.3	43.7	45.9	46.4	42.0	45.2
SBS	45.5	46.9	42.3	44.4	43.9	42.2	43.4	45.4	45.3	45.8	42.6	44.5

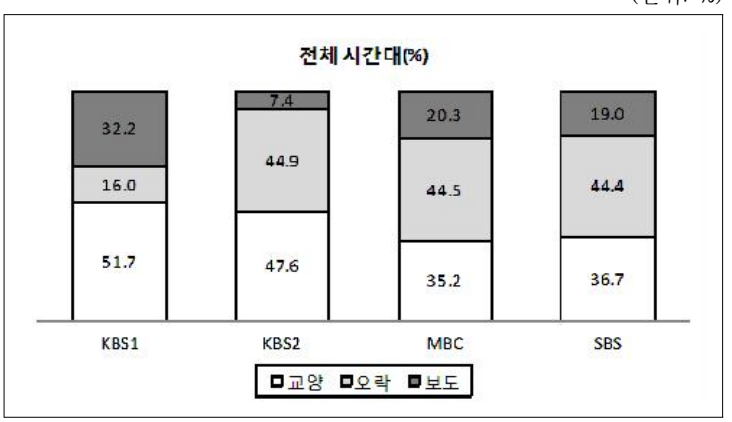
〔그림 3－1〕 KBS, MBC, SBS 지상파 TV의 월별 오락프로그램 편성비율

(단위: %)



〔그림 3－2〕 KBS, MBC, SBS 지상파 TV의 연중 분야별 프로그램 편성비율

(단위: %)

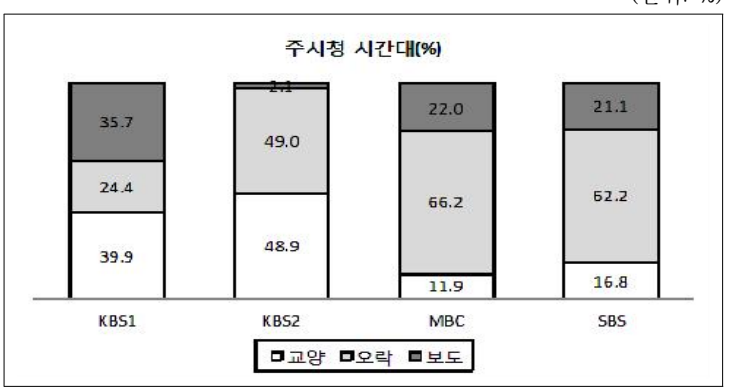


지상파 3사 채널의 보도/교양/오락 분야별 전체 시간대 프로그램 편성비율을 살펴보면, 오락과 보도 분야에서 KBS1과 KBS2간의 보완편성이 뚜렷하게 나타나고 있다. KBS 1TV는 보도와 교양을 강조하는 채널 특성을 반영하여 오락 분야 프로그램의 비율이 나머지 채널에 비해 현저히 낮은 반면, KBS 2TV의 경우는 오락 프로그램의 편성비율이 SBS, MBC와 근소한 차이로 높게 편성하며, 반대로 보도 프로그램의 연중 편성 비율은 7.4%로 네 채널 가운데 가장 낮은 수준으로 나타나기 때문이다.

현재 보도/교양/오락 프로그램의 균형있는 편성과 관련하여 주시청 시간대에 대한 직접적인 비율 규정은 없으나, 지상파 3사의 주시청 시간대의 편성현황을 분석한 결과 대체로 오락 분야 프로그램에 편중되어 방송되고 있는 것으로 나타났다. 주시청 시간대에 방영된 프로그램 분야의 연평균 편성비율을 살펴보면, MBC와 SBS의 경우 주시청 시간대에 오락 분야의 프로그램이 절반을 넘는 60% 이상을 차지하고 있으며, KBS2의 경우도 주시청 시간대 전체 편성시간의 절반에 근접하는 약 49%의 방송 시간을 오락 분야 프로그램에 할애한 것으로 나타났다.

〔그림 3－3〕 KBS, MBC, SBS 지상파 TV의 주시청 시간대 분야별 프로그램 편성비율

(단위: %)

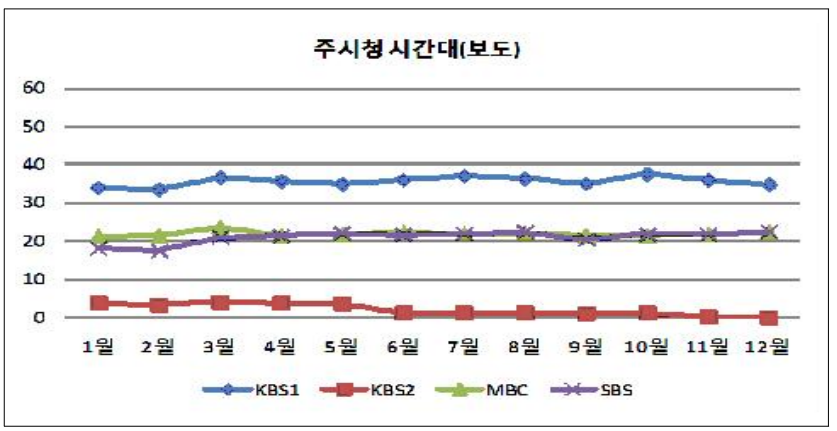


최근의 장르 혼합현상 및 교양 프로그램의 오락화로 인해 교양과 오락 분야에 관한 프로그램의 구분이 점차 모호해지고 있는 추세를 고려한다면, 전체 시간대와 주시청 시간대 여부를 막론하고 오락 분야 프로그램의 실제 편성비율은 이 보고서에서 제시된 것보다 높은 수준이 될 가능성도 있다고 본다.

한편, 보도 분야 프로그램의 경우 KBS 2TV에서는 전년도와 마찬가지로 2010년에도 5월 이후 그 편성 비율이 꾸준히 낮아지는 추세가 다른 채널에 비해 뚜렷하게 나타나고 있다. 보도/교양 채널을 표방하는 KBS 1TV에서 나머지 세 채널에 비해 보도 분야 프로그램을 10% 이상 많이 방송하였음에도 불구하고, 전반적으로 낮은 KBS2의 보도 프로그램 편성 비율을 감안한다면, 공영방송인 KBS 전체의 주시청 시간대 보도 프로그램 편성 비율은 SBS, MBC에 비해 그다지 높지 않은 편이라 하겠다.

〔그림 3－4〕 KBS, MBC, SBS 지상파TV의 월별 보도 프로그램 편성비율

(단위: %)



또한 2010년의 결과와 비교할 때에도 2011년 중 KBS의 보도 분야 프로그램의 편성비율이 주시청시간대에서 낮아진 것으로 나타나고 있다. 구체적으로, 2010년 KBS1 TV의 전체 방송시간에서 보도 프로그램이 차지하는 비율은 31.8% 였으며 주시청 시간대에는 36.4% 였다. 2011년에는 전체 시간대는 32.2%, 주시청 시간대는 35.7%로 나타났다. KBS2 TV의 경우에는 2010년에 전체 시간대에 8.6%, 주시청 시간대에 약 7.8%의 비율을 보였으며, 2011년에는 전체 시간대에 7.4%, 주시청 시간대에 2.1%의 비율로 나타나서, KBS2 보도 분야 프로그램이 주시청 시간대에서 5.7% 정도 낮아졌다.

② KBS 지역방송국 지상파 TV의 분야별 프로그램 편성현황

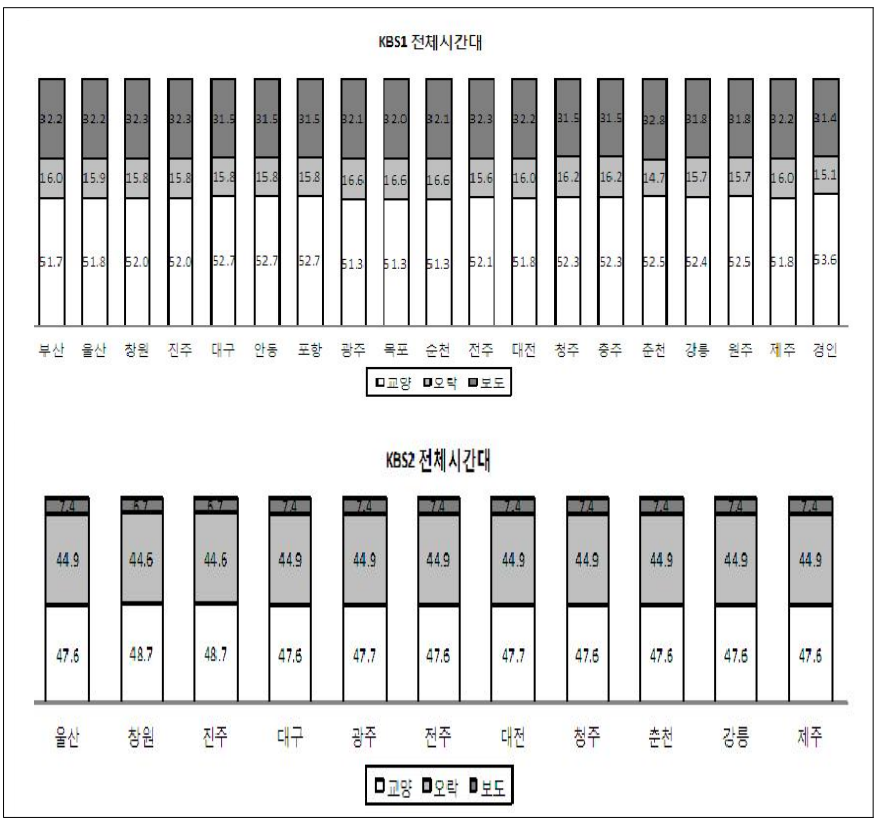
KBS는 2010년 말 현재 서울 본사 외에 전국 9개 주요도시의 방송총국과 10개 지역방송국으로 구성되어 있다. 방송총국은 부산(1TV, 2TV), 창원(1TV, 2TV), 대구(1TV, 2TV), 광주

(1TV, 2TV), 전주(1TV, 2TV), 대전(1TV, 2TV), 청주(1TV, 2TV), 춘천(1TV, 2TV), 제주(1TV, 2TV)에 있으며, 10개 지역방송국은 방송총국과 지역적으로 연계되어 있는 조직으로, 경인방송센터(1TV), 울산(1TV, 2TV), 진주(1TV, 2TV), 안동(1TV), 포항(1TV), 목포(1TV), 순천(1TV), 충주(1TV), 강릉(1TV, 2TV), 원주(1TV) 지역방송국이 있다.

서울 본사와 마찬가지로 종합편성을 수행하고 있는 이들 지역방송국의 연중 편성현황을 살펴보면, 지역 KBS 1TV와 KBS 2TV 모두 매월 50% 이하의 비율로 오락 분야 프로그램을 편성하여 의무편성비율을 잘 준수하고 있는 것으로 나타났다. KBS 본사에서 송출하는 방송을 대부분 그대로 이용하는 편성 특성상 지역방송국 간의 편성비율 차이는 크게 다르지 않은 것으로 나타났다.

〔그림 3－5〕 KBS 지역 텔레비전 방송의 분야별 프로그램 편성비율

(단위: %)

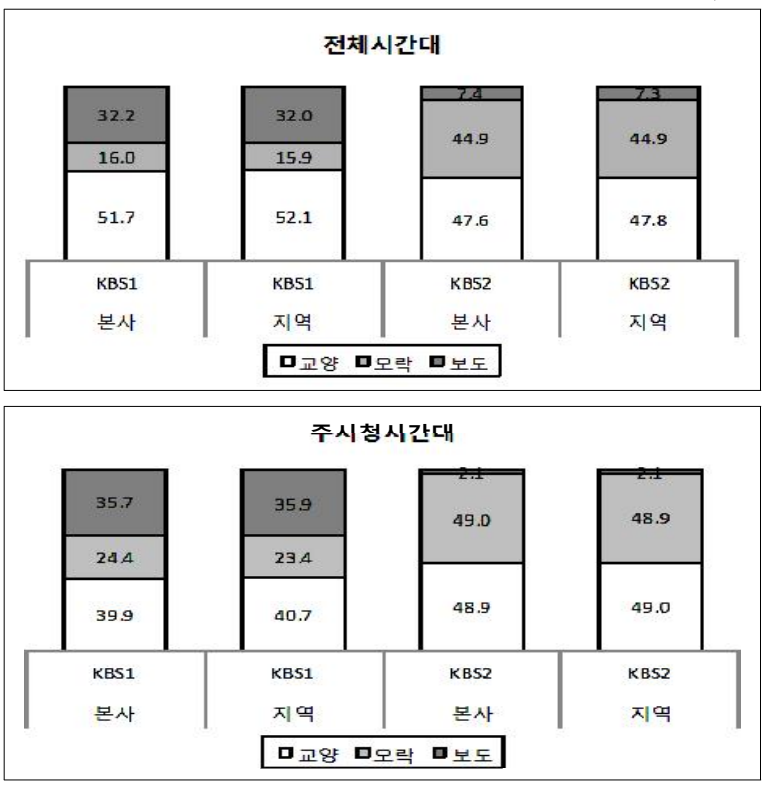


KBS1 TV와 KBS 2TV의 서울본사와 지역 방송국의 연평균 분야별 편성비율 구성을 비교해보면 서울 분사와 지역 방송국이 거의 동일한 비율로 보도/교양/오락 프로그램을 편성하고 있는 것으로 나타난다.

지역 KBS의 분야별 편성비율은 전체시간대와 주시청시간대를 막론하고 서울 본사와 크게 다르지 않은 것으로 나타났다. 편차가 있는 경우에도 그 차이가 0.1~1.0% 정도로 미세하였다. 그 결과 지역 1TV의 경우 본사와 마찬가지로 교양과 보도 프로그램이 압도적으로 많이 편성되고 있으며(전체시간대 보도 32.0%, 교양 52.1%, 오락 15.9% 주시청시간대 보도 35.9%, 교양 40.7%, 오락 24.4%), 지역 2TV도 교양과 오락 분야가 전체 편성시간을 비슷한 비율로 양분하는 구도가 그대로 나타났다(전체시간대 교양 47.8%, 오락 44.9%, 주시청시간대 교양 49.0%, 오락 48.9%).

〔그림 3－6〕 KBS 본사와 지역국의 분야별 프로그램 편성비율 차이

(단위: %)



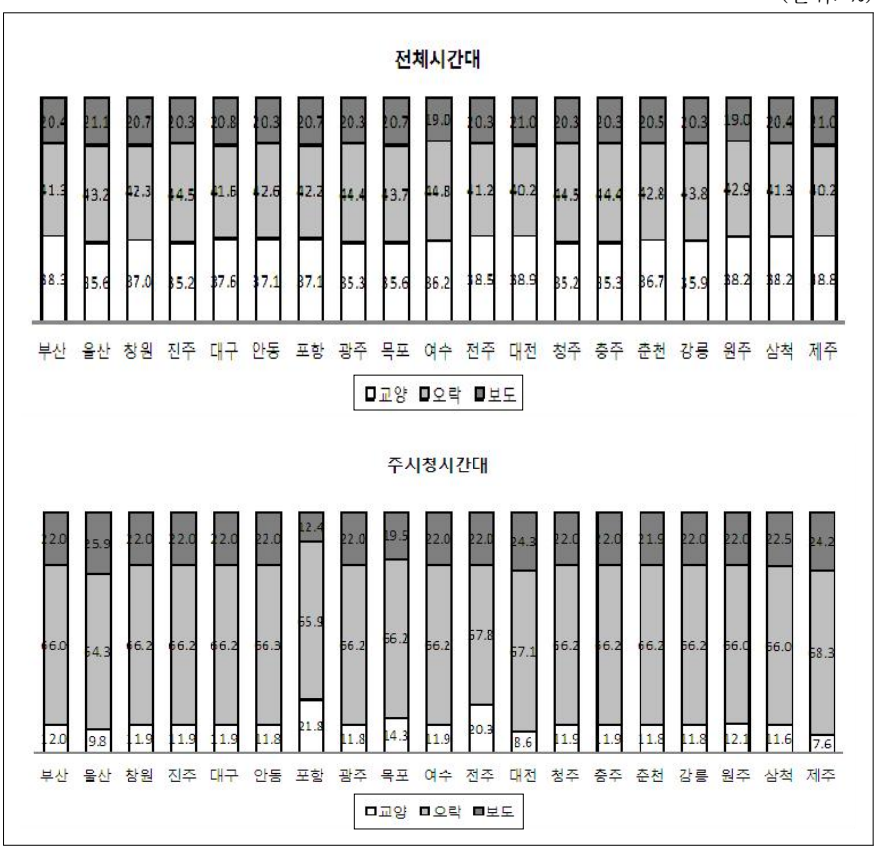
③ MBC 지역계열사 지상파 TV의 분야별 프로그램 편성현황

MBC 네트워크는 서울 본사 외에 부산, 마산, 울산, 진주, 대구, 안동, 포항, 광주, 목포, 여수, 전주, 대전, 청주, 충주, 춘천, 강릉, 원주, 삼척, 제주 등 총 19개 지역의 지방계열사로 이루어져 있다.

MBC 지방계열사의 연중 프로그램 편성비율을 살펴보면 19개사 모두 50% 이하라는 오락 프로그램 의무편성비율을 준수하고 있으며 분야별 프로그램 편성 비율 역시 서로 큰 편차 없이 비슷하게 나타났다. 주시청 시간대 오락 분야 프로그램의 편성비율은 19개사 모두 최소 39.5%에서 최대 43.2%의 범위를 보이고 있으며, 보도 분야의 경우도 21~22.4%의 범위에서 별 차이 없이 비슷한 비율을 기록하였다.

〔그림 3－7〕 MBC 지역 계열사의 분야별 프로그램 편성비율

(단위: %)



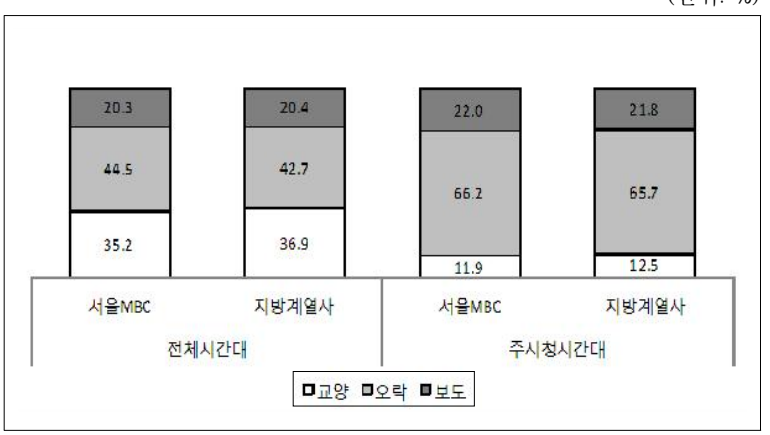
한편, 주시청 시간대에는 19개 지방계열사 모두 오락 분야 프로그램을 공통적으로 60% 이상의 높은 비율로 편성하고 있는 것으로 나타나서 주시청 시간대에 오락 분야 프로그램을 상대적으로 많이 방송하는 것으로 드러났다. 그 결과 주시청 시간대에는 교양 분야 프로그램의 구성비가 가장 큰 편차를 보이며 적게 편성되었다.

서울 MBC와 지방계열사의 편성 현황을 비교해 보면 KBS에서와 마찬가지로 본사와 지역사간 보도 분야별 편성 비율의 차이가 거의 나타나지 않았다. 프로그램의 세부 편성 내역에서는 차이가 있을 수도 있으나, 분야별 프로그램 편성 비율만을 기준으로 살펴보았을 때에는 MBC에서도 서울 본사와 지방계열사가 거의 동일한 비율로 분야별 프로그램을 편성하고 있는 것으로 나타났다.

전체 시간대에는 교양 분야 프로그램의 경우 지방 계열사가, 오락 분야 프로그램의 경우 서울 MBC가 미세한 차이를 보이며 높은 비율로 편성하고 있는 것으로 나타나지만, 시청자가 몰리는 주시청 시간대의 경우 KBS에서와 마찬가지로 서울 본사와 지방계열사간에 두드러진 차이는 보이지 않고 있다.

〔그림 3－8〕 서울 MBC와 지방계열사의 분야별 프로그램 편성비율 비교

(단위: %)



나. 지상파 3사의 종합편성 라디오 방송

지상파 라디오 방송에는 지상파 3사의 서울 본사 및 지역방송국 또는 지역계열사, 지역민방에서 운영하는 FM 채널이 있으며, 그 외 개별 지상파 라디오 방송사업자들이 운영하

는 AM, FM 채널과 소출력 라디오 방송이 있다. 지상파 DMB 라디오 방송으로는 지상파 3사 본사 및 MBC 지방계열사, 그 외 개별 지상파 DMB 방송사업자들이 운영하는 라디오 방송이 있다. 이상의 라디오 방송들은 TV와 마찬가지로 편성가능한 프로그램 분야에 따라 종합편성과 전문편성으로 양분 가능하며 각기 적용되는 편성규제가 다르다.

여기에서는 먼저 지상파 3사의 라디오 방송 중 종합편성 채널들의 편성현황을 살펴본다.

① 지상파 3사 종합편성 라디오 방송의 분야별 프로그램 편성현황

지상파 3사에서 운영하는 라디오 채널 가운데 오락 분야 프로그램의 편성 상한비율 규정이 적용되는 종합편성 라디오 방송은 KBS의 3개 채널(1라디오, 2라디오, 3라디오)과 MBC AM(표준FM), SBS AM(러브FM)의 5개 채널이 있다.[15] 이 채널들은 공통적으로 종합편성을 추구하고 있으나, 그 편성형태를 살펴보면 TV의 경우에 비해서 채널별로 상당히 차별화가 이루어지고 있는 것으로 나타난다.

채널별 편성 특성을 보다 정확히 파악하기 위해서는 채널들의 세부 편성내역을 자세히 분석할 필요가 있으나, 연중 분야별 프로그램 편성비율을 통해 나타나는 KBS 라디오의 세 채널은 채널별 편성 특성이 뚜렷하여 분야별로 서로 다른 비율로 편성하고 있는 것으로 나타났다. 먼저 KBS 1R의 경우 종합편성이지만 24시간 뉴스와 시사 정보를 전달하는 프로그램 위주로 편성하고 있는 것으로 나타났다. 그 결과, 오락 분야의 프로그램은 거의 없이(1.6%) 보도와 교양 분야 프로그램이 각각 전체 편성시간의 45%와 53%로 방송시간을 크게 반분하는 양상을 보이고 있다. 이와 달리 KBS 2R(해피FM)는 건강한 가족·오락 채널 지향을 표방하며 보도 보다는 교양(47%)과 오락(46%) 분야의 프로그램으로 방송시간을 구성하고 있다. KBS 3R는 장애인과 소외계층을 위한 사회복지방송을 지향한 결과, 교양 분야 프로그램이 가장 큰 비중을 차지하여 전체 방송시간의 62%를 차지하고 있다.

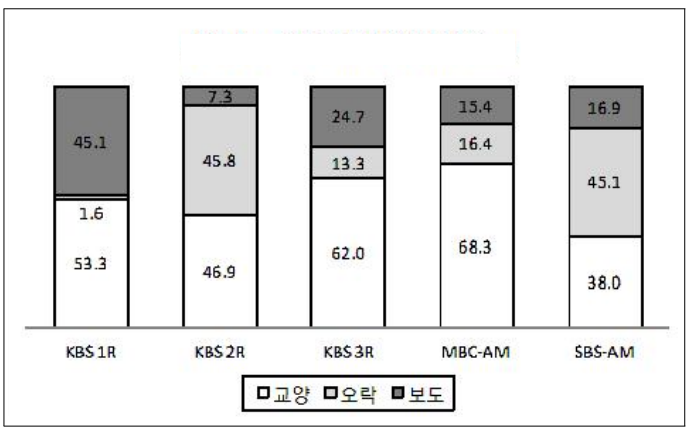
KBS의 세 채널 가운데 특히 오락 프로그램의 비중이 높은 KBS 2R의 편성형태는 SBS AM과 다소 비슷한 형태를 보이고 있는 것으로 나타났다. 2011년 중 SBS의 종합편성 라디오 방송은 보도 분야는 17%, 교양 분야는 38% 정도, 오락 분야는 약 45%의 비율로 프로그

15) 이 가운데 MBC의 AM방송(표준FM)과 SBS의 AM 방송(러브FM)은 채널 명칭의 일부가 나타내듯이 AM뿐만 아니라 FM에서도 수신가능한 주파수를 가지고 있어 AM과 FM 주파수대 모두에서 방송되고 있다. KBS의 라디오 방송역시 지역에 따라 FM과 AM을 통해 방송되고 있다.

램을 편성하였다. MBC의 표준 FM은 SBS의 러브FM과 마찬가지로 시사교양과 생활정보를 다루는 프로그램과 아울러, 다양한 연령층을 대상으로 하는 오락 분야 프로그램을 함께 편성하고 있었으나, 실제로 연중 분야별 프로그램 편성비율을 비교해 보면, MBC 표준 FM의 편성구성은 오히려 KBS 3R과 비슷하여 교양 분야 프로그램의 비중이 다섯 채널 가운데 68% 정도로 가장 높고, 보도와 오락 분야 프로그램은 각각 15%, 16%로 낮은 수준을 보이는 것으로 나타났다.

〔그림 3－9〕 지상파 AM 라디오의 분야별 편성비율

(단위: %)



요약해보면, 분야별 편성비율을 비교해 볼 때 지상파 TV에서는 KBS 2TV, MBC, SBS와 유사한 편성 형태를 보이고 있으나, 라디오의 경우에는 KBS 2R와 SBS의 편성이 비슷하게 나타나며 종합편성 라디오 방송 중에서도 오락성이 훨씬 강한 편성을 수행한 것으로 나타났다.

② 지역 KBS, MBC 종합편성 라디오 방송의 오락 프로그램 편성현황

KBS 지역방송국과 MBC 지역계열사에서도 종합편성 라디오 방송을 운영하고 있다. 2011년 현재 KBS 1R는 창원, 강릉, 광주, 대구, 대전, 목포, 부산, 순천, 안동, 울산, 원주, 전주, 제주, 진주, 청주, 춘천, 충주, 포항, 울릉의 19개 지역 총국 및 방송국에서, KBS 2R는 광주, 대전, 부산, 제주, 창원, 청주, 춘천, 대구, 전주의 9개 지역에서 종합편성 라디오 채널로 방송되고 있으며, MBC의 19개 지방계열사에서는 모두 AM 라디오를 방송하고 있다.

연중 분야별 편성비율을 살펴본 결과 지역방송국과 지역계열사의 종합편성 라디오 방송 분야별 프로그램 편성비율 구성비가 서울 본사와 크게 다르지 않았다.

모두 50% 이하라는 오락 분야 프로그램의 의무편성비율을 준수하고 있었다. KBS 1R의 경우 연중 1.1~2.0%라는 매우 낮은 범위에서, KBS 2R의 경우 42.6~47.6% 범위 내에서 오락 분야 프로그램을 편성하고 있으며 MBC의 경우는 이보다 낮은 15.7~17.3% 범위를 유지하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 3－3〉 지역 KBS, MBC 종합편성 라디오 방송의 오락 분야 편성비율

(단위: %)

방송국	채널	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
KBS 본사	**1R**	**1.1**	**1.2**	**1.1**	**1.1**	**1.6**	**1.7**	**1.8**	**1.8**	**2.0**	**2.0**	**1.7**	**1.9**
순천	1R	43.8	54.1	1.1	1.1	1.6	1.8	1.8	1.8	1.7	2.0	1.7	1.9
목포	1R	1.1	54.1	1.1	1.1	1.6	1.8	1.8	1.8	1.7	2.0	1.7	1.9
원주	1R	1.1	54.1	1.1	1.1	1.6	1.7	1.8	1.8	1.7	2.0	1.7	1.9
춘천	1R	1.1	54.1	1.1	1.1	1.6	1.7	1.8	1.8	1.7	2.0	1.7	1.9
MBC 본사	**AM**	**17.2**	**17.3**	**17.1**	**17.0**	**16.4**	**16.1**	**15.8**	**16.1**	**15.7**	**15.7**	**16.0**	**16.0**
부산	AM	17.7	17.1	17.6	20.7	20.1	21.1	20.2	20.8	18.9	18.9	16.5	16.6
대구	AM	16.5	16.6	16.3	18.1	17.6	17.6	17.1	16.8	16.8	17.4	16.2	15.2
강릉	AM	17.2	17.3	17.0	17.0	16.4	16.1	15.8	16.1	15.7	15.7	16.0	16.7
울산	AM	17.1	17.3	17.0	17.2	17.1	17.0	17.0	16.1	15.7	15.7	15.7	16.0
삼척	AM	18.8	18.8	18.5	18.8	18.9	17.6	17.7	17.6	16.9	17.0	17.1	16.3
진주	AM	17.1	17.3	17.0	17.2	16.4	18.1	15.8	18.2	17.5	15.7	16.0	16.0
울산	AM	17.1	17.3	17.0	17.2	17.1	17.0	17.0	16.1	15.7	15.7	15.7	16.0
삼척	AM	18.8	18.8	18.5	18.8	18.9	17.6	17.7	17.6	16.9	17.0	17.1	16.3
진주	AM	17.1	17.3	17.0	17.2	16.4	18.1	15.8	18.2	17.5	15.7	16.0	16.0

2. 지역민영방송의 분야별 프로그램 편성현황

종합편성을 수행하는 지역민영 방송사들도 지상파 3사와 마찬가지로 매월 전체 방송시간의 50% 이하라는 오락 분야 프로그램의 편성비율 상한 규정을 준수해야 한다. 이 규정이 적용되는 지역민영방송으로는 경인방송, 부산방송, 울산방송, 대구방송, 광주방송, 전주

방송, 대전방송, 청주방송, 강원민방, 제주방송이다. 2011년 중 프로그램 편성 자료를 분석한 결과 다음의 표에 제시된 바와 같이 10개 방송사 모두 월별 오락 프로그램 편성비율을 준수한 것으로 나타났다.

〈표 3－4〉 지역민영방송 TV의 월별 오락 프로그램 편성비율

(단위: %)

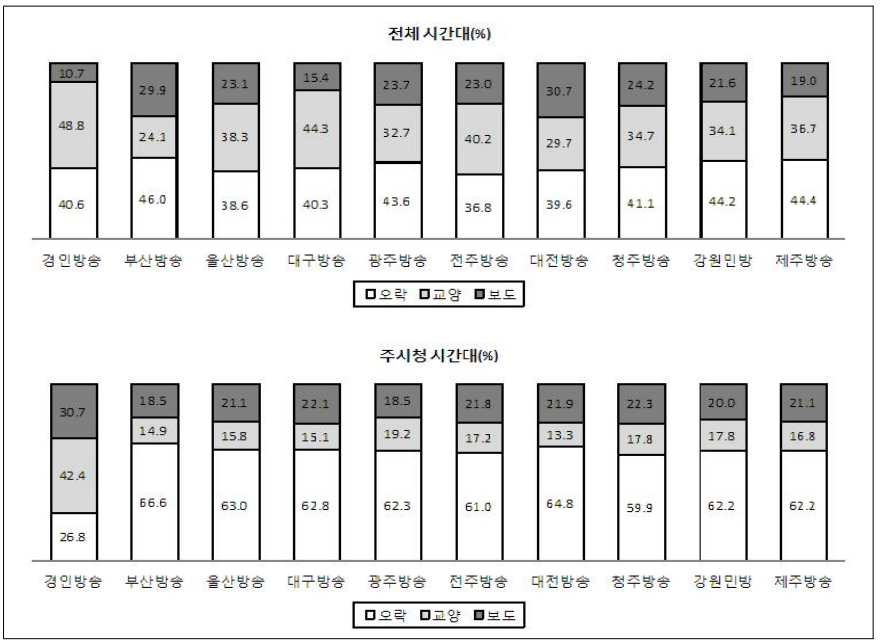
방송사	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
경인방송	32.9	35.9	34.0	43.3	45.7	45.5	46.4	46.0	47.7	44.0	32.6	32.7
부산방송	47.1	47.0	44.2	46.5	45.6	46.7	45.7	46.4	47.4	48.6	41.7	44.7
울산방송	38.7	41.4	36.8	38.3	37.5	37.8	39.1	38.4	40.4	40.5	36.9	36.9
대구방송	42.0	43.8	37.9	39.3	38.1	37.7	41.6	39.5	41.4	42.6	37.8	41.9
광주방송	45.5	45.7	42.4	44.0	44.0	42.7	43.7	43.4	44.6	42.9	41.3	43.0
전주방송	36.1	38.5	34.1	35.5	36.8	35.0	37.3	36.7	38.7	40.7	35.3	37.0
대전방송	42.5	43.7	39.6	39.8	40.3	38.9	37.8	35.3	39.9	40.1	37.3	40.0
청주방송	43.1	44.5	39.6	41.4	41.1	38.3	40.8	42.5	41.4	41.8	38.5	40.2
강원민방	45.8	47.3	42.4	45.6	43.8	41.0	45.5	43.8	45.6	43.4	41.5	45.0
제주방송	45.5	46.9	42.3	44.4	43.9	42.2	43.4	45.4	45.3	45.8	42.6	44.5

전년도와 마찬가지로 경인방송은 2011년 중에도 나머지 지역민영 방송사와 다소 차별되는 편성행태를 보였다. 연중 전체 방송시간대의 분야별 프로그램 구성 비율을 살펴보면 경인방송은 전체시간대와 주시청시간대 모두 높은 비율로 교양 프로그램을 편성하였다.

이러한 경향은 특히 주시청 시간대에 두드러지게 나타나고 있다. 주시청 시간대 경인방송에서 방송한 교양 분야 프로그램의 연평균 편성비율 42.4%로, KBS 1TV(39.9%)보다 오히려 높게 나타나는 반면, 나머지 9개 지역민방은 13.3%~19.2% 수준의 구간에 머무르고 있다. OBS를 제외한 9개 지역민방의 주시청 시간대에는 대부분 60%를 넘어서는 수준에서 오락 프로그램을 편성하였다. 이처럼 주시청 시간대에 관찰되는 오락 분야 프로그램의 편중 경향은 앞서 SBS와 MBC TV의 편성비율 비교에서도 드러난 바 있다. 한편, 경인방송의 경우 주시청시간대에 오락 분야 프로그램의 비율이 26.8%에 불과하여 다른 지역민방의 절반 수준 이하에 머무르고 있으며, 전체 시간대의 비율보다도 오히려 낮게 나타났다는 특징이 있다.

〔그림 3－10〕 지역 민영방송의 분야별 프로그램 편성비율

(단위: %)



지역민방 TV의 분야별 편성 비율에 대한 분석결과가 시사하는 바는, 시청자와의 가장 큰 접점이라 할 수 있는 주시청 시간대에는 기존의 관행이 여전히 우세하다는 점이다. 즉, 지역민방 사업자들이 SBS와의 계약을 통해 SBS가 제작한 프로그램을 일정 비율로 재송출하는 편성 관행이 특히 주시청 시간대에 두드러지게 나타나고 있는 것으로 보인다.

한편, 지역민방의 경우 이들이 현재 운영 중인 라디오 방송은 모두 전문 편성 채널이기 때문에 이에 대해서는 전문편성 방송사업자의 주된 분야 프로그램 편성에 관한 부분에서 다루기로 한다.

3. 지상파 이동멀티미디어(DMB) 방송[16)]

현행 방송법과 관련 법령 및 고시에 따르면, 종합편성을 수행하는 지상파 DMB는 텔레비전과 라디오의 구분 없이 매월 전체 편성 시간의 50% 이내에서 오락 분야 프로그램을

16) 이 보고서에서 지상파 이동멀티미디어방송사업자는 지상파 DMB 방송사업자와 지상파 DMB 채널사용사업자(지상파 DMB PP)를 포괄하여 지칭한다.

방송해야 한다. 이러한 규정의 적용 대상으로 이 보고서에서는 18개의 종합편성 지상파 DMB TV 방송국과 8개의 종합편성 지상파 DMB 라디오 방송국의 편성현황을 분석하였다.

종합편성 지상파 DMB 방송의 분야별 프로그램 의무편성비율과 관련된 법적 근거는 아래와 같다.

〈방송법〉

제70조(채널의 구성과 운용) ① 이동멀티미디어방송을 행하는 지상파방송사업자·종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 특정 방송분야에 편중되지 아니하고 다양성이 구현되도록 대통령령이 정하는 바에 의하여 채널을 구성·운용하여야 한다. 〈개정 2004. 3. 22〉

〈방송법 시행령〉

제50조(방송프로그램의 편성 등) ① 종합편성을 행하는 방송사업자는 법 제69조제3항 전단의 규정에 의하여 보도에 관한 방송프로그램, 교양에 관한 방송프로그램 및 오락에 관한 방송프로그램이 상호간에 조화를 이루도록 편성하되, 그 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다. 〈개정 2001. 3. 20, 2004. 9. 17, 2007. 8. 7〉

1. 텔레비전방송프로그램 및 라디오방송프로그램의 경우 오락에 관한 방송프로그램을 당해 채널의 매월 전체 방송시간의 100분의 50 이하로 편성할 것

가. 종합편성 지상파 DMB TV

종합편성을 수행하는 지상파 DMB 텔레비전 채널의 오락 분야 프로그램 편성 비율을 월별로 조사한 결과, 해당하는 모든 사업자들이 50% 이내의 범위에서 오락 분야 프로그램을 방영하여 2011년 중 오락 분야와 관련된 의무편성비율 위반은 없는 것으로 나타났다.

〈표 3-5〉에 정리된 것처럼 지상파 DMB TV의 월별 오락 분야 프로그램의 편성비율은 채널별로 상당한 편차를 보인다.

다른 채널들이 40% 전후에서 오락 프로그램을 편성하고 있는 반면, 2010년과 마찬가지로 U-KBS 스타와 ⓜYTN, ⓜYTN 방송을 편성하는 지역민방의 DMB 채널은 상대적으로 오락 분야 프로그램의 편성비율이 낮게 나타난다.

KBS의 지상파 DMB 채널 중 하나인 U-KBS 스타는 교양물 위주로 편성되는 KBS 1TV의

프로그램들을 주로 방송하고 있기 때문에 오락 분야 프로그램의 구성비가 상대적으로 낮게 나타나는 특징이 있다. ⓜYTN은 YTN의 뉴스 콘텐츠와 교양, 오락물 등 다양한 정보성 프로그램을 편성하는 종합편성 채널을 표방하고 있으나, 오락 분야 프로그램의 비율이 전년도 보다도 더 낮은 수준을 기록하여 6월과 11월을 제외하고 모두 5% 미만으로 오락 프로그램을 편성하였다. 따라서 이를 재송신하는 지역민방의 DMB 채널 역시 매월 오락 분야 프로그램의 편성비율이 10% 이하의 낮은 수준에 머무르고 있다.

〈표 3－5〉 종합편성 지상파 DMB TV의 월별 오락 분야 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
KBS	U KBS 스타	17.0	18.0	17.7	16.5	17.1	14.5	14.8	13.6	15.0	16.5	16.3	13.7
	U KBS 하트	47.0	47.9	43.3	45.2	46.1	45.8	47.9	46.7	49.7	49.8	46.4	49.7
MBC	MY MBC TV	46.5	47.2	42.7	46.1	46.0	42.8	44.1	46.1	46.4	45.8	43.7	43.1
SBS	SBS ⓤ TV	48.2	47.8	46.0	47.4	45.2	45.2	45.5	46.7	46.4	46.9	47.2	47.3
YTN DMB	Ⓜ YTN	1.1	3.6	2.2	4.0	3.8	5.6	3.8	4.2	3.4	4.2	5.6	1.0
한국 DMB	QBS	29.1	34.9	38.3	33.5	34.1	26.1	26.4	27.5	27.3	27.1	33.8	38.7
U1 MEDIA	U1 TV	48.7	49.0	47.4	48.1	47.3	46.5	44.3	46.5	45.3	45.6	46.1	39.9
	U1플러스TV	18.7	22.0	31.7	46.1	47.4	47.3	48.1	46.4	47.0	49.8	46.8	42.3
	MBN DMB TV	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	31.9*
부산 MBC	MY MBC TV	39.8	41.4	36.6	39.9	40.3	39.5	40.1	43.0	42.6	42.6	38.3	40.6
안동 MBC	MY MBC TV	44.0	45.6	40.3	44.1	43.4	41.2	42.2	45.2	45.2	44.8	42.5	40.2
광주 MBC	MY MBC TV	46.5	47.2	42.7	46.1	46.0	42.8	44.1	46.1	46.4	45.8	43.7	43.1
대전 MBC	MY MBC TV	40.3	40.6	37.6	39.5	39.3	38.3	38.9	40.7	41.4	41.0	36.4	39.1
춘천 MBC	MY MBC TV	43.0	47.2	39.9	40.6	42.7	42.2	43.3	44.1	46.4	1.0	42.2	43.6
제주 MBC	MY MBC TV	46.5	39.5	34.8	36.9	37.2	36.1	38.4	41.1	40.5	39.2	35.0	38.8
KNN	KNN ⓤ	49.8	49.8	48.0	49.8	49.7	49.8	49.9	49.8	49.9	49.7	47.2	49.9
	ubc ⓤ	4.8	7.7	7.7	7.5	7.1	9.2	7.0	7.6	7.1	7.3	8.7	5.0
대구 방송	TBC ⓤ	43.3	45.3	39.3	40.6	40.1	39.0	42.9	41.0	43.0	44.0	39.1	43.5
	mYTN	1.1	3.6	2.2	4.0	3.8	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6

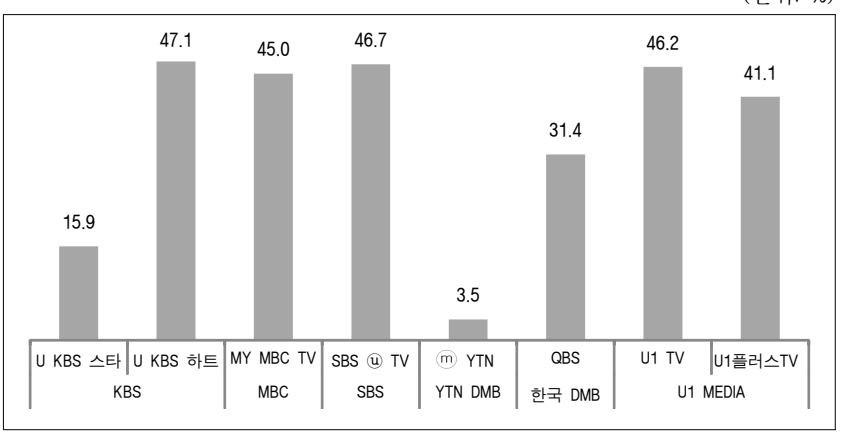
방송사		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
광주 방송	KBC ⓤ	46.4	47.1	43.8	45.7	44.1	44.5	43.4	44.4	44.8	44.1	42.9	44.9
	mYTN	1.1	3.1	1.8	2.6	3.5	4.5	3.4	3.7	3.1	3.7	5.1	1.0
대전 방송	TJB ⓤ	41.8	42.0	39.5	41.0	44.2	40.6	38.5	36.6	40.1	39.9	39.5	40.9
	YTN CJB ⓤ	4.0	7.2	4.4	5.7	5.3	7.0	6.1	6.7	5.2	9.0	9.3	5.2
강원 민방	Hi-GTB	45.3	47.3	42.4	42.4	43.8	43.6	45.5	48.3	45.3	43.4	41.5	45.0
	GO-GTB	1.1	3.6	2.2	4.0	3.8	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6
제주 방송	JIBS ⓤ DMB1	48.2	47.8	46.0	47.4	45.2	45.2	45.5	46.7	46.4	46.9	47.2	47.3
	JIBS ⓤ DMB2	1.1	3.6	2.2	4.0	3.8	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6

* U1 MEDIA의 mbn DMB TV의 경우 2011년 12월 1일자로 종합편성 채널로 변경

지역민방에서 운영중인 DMB 방송을 제외한 지상파 3사와 개별 DMB 방송의 연평균 오락 분야 프로그램 편성비율을 비교하여 보면 KBS 1TV에 상응하는 U-KBS 스타를 제외한 지상파 3사의 DMB 텔레비전은 지상파 텔레비전 채널에 상응하는 45~47%의 오락 분야 프로그램을 방영하였으며, KNN(49.4%), U1 TV(46.2%), 제주방송 ⓤ DMB1(46.7%) 등 일부를 제외한 나머지 채널들은 이보다 다소 낮은 비율에서 오락 분야 프로그램을 편성하였다. 2010년과 비교해 보면 QBS와 U1 플러스 TV의 변화가 비교적 두드러지게 나타나서 QBS의 경우 2010년 38.5%에서 2011년 31.4%로 줄어든 반면, U1 플러스TV의 경우 2010년 16.1%에서 2011년 41.1%로 대폭 상승한 것으로 나타난다.

〔그림 3－11〕 주요 지상파 DMB 사업자의 오락 분야 프로그램 편성비율

(단위: %)



나. 종합편성 지상파 DMB 라디오 방송

지상파 DMB 라디오 방송 가운데 종합편성 채널은 MBC 본사의 My MBC 라디오, SBS의 SBS ⓤ Radio, 부산, 안동, 광주, 대선, 춘천, 제주 MBC의 My MBC 라디오 등 8개 방송이다. 이들 역시 오락 분야 프로그램의 편성비율 규제 적용 대상이 되며, 조사 결과 SBS ⓤ Radio를 제외하고 서울 본사를 포함하는 7개 My MBC 라디오 방송 채널에서 서로 비슷한 수준에서 매월 15~17%의 낮은 비율로 오락 분야 프로그램을 방송하였다. 이는 2011년에 비해서도 상당히 낮은 수준으로, 2011년에는 25~33% 수준이었다. 한편, 다른 방송에 비해 상대적으로 높게 나타난 SBS ⓤ RADIO 또한 상반기 3개월은 25% 정도의 낮은 수준이고, 나머지 기간 매월 45% 이내로 오락 프로그램을 편성하여 관련 규정을 준수하였다.

〈표 3－6〉 종합편성 지상파 DMB 라디오 방송의 오락 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
MBC	MY MBC 라디오	16.7	15.6	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7
SBS	SBS ⓤ RADIO	25.4	25.4	25.4	44.2	44.2	44.2	44.6	44.6	44.6	44.6	44.6	44.6
부산 MBC	MY MBC 라디오	15.1	15.2	15.1	15.4	15.1	15.1	15.1	15.1	15.1	15.1	15.1	15.1
안동 MBC	MY MBC 라디오	16.7	15.6	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7
광주 MBC	MY MBC 라디오	16.7	15.6	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7
대전 MBC	MY MBC 라디오	16.7	15.6	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7
춘천 MBC	MY MBC 라디오	16.7	15.6	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7
제주 MBC	MY MBC 라디오	16.7	15.6	16.7	16.7	16.7	16.1	15.8	16.1	15.7	15.7	16.0	16.0

4. 개별 종합편성 라디오 방송의 오락 프로그램 편성현황

지상파 3사 외에도 개별 지상파 라디오 방송사업자 가운데 오락 분야 프로그램의 의무

편성비율 규정이 적용되는 종합편성 라디오 방송사업자들이 존재한다. 2011년 현재 종합편성 라디오 방송 사업자로는 경기방송, TBS eFM, 광주영어방송과 부산영어방송이 있다.

이들의 연중 오락 프로그램 편성현황을 살펴본 결과, SBS와 MBC의 라디오에 비해서는 다소 높은 수준이지만 모두 매월 50% 이하로 오락 프로그램을 편성하여 의무편성비율을 준수한 것으로 나타났다.

한편, 오락을 포함하는 세 분야별 연평균 편성비율을 비교해본 결과 종합편성 방송임에도 불구하고 개별 라디오 방송의 보도 분야 프로그램의 편성비율은 매우 낮게 나타났다. 특히 광주영어 방송과, TBS 교통방송은 보도 분야 프로그램의 편성비율이 0을 기록하였다.

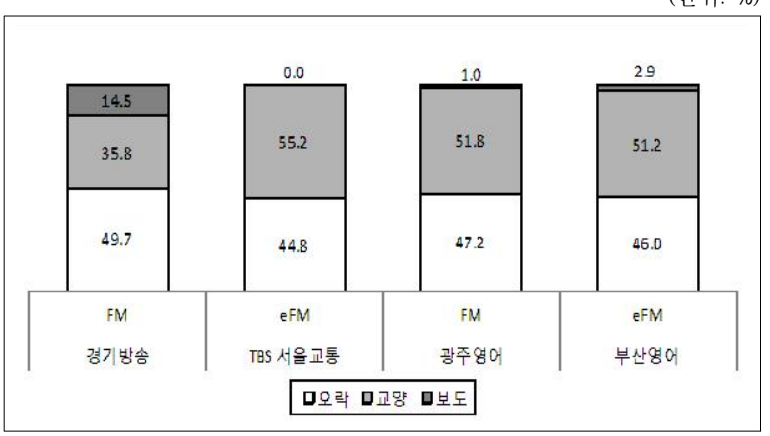
〈표 3－7〉 개별 종합편성 지상파 라디오 방송의 오락 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
경기방송	FM	35.8	35.9	35.8	35.8	35.8	35.8	35.8	35.7	35.8	35.7	35.7	－
TBS 서울교통	eFM	55.1	55.2	55.3	55.1	55.3	－	55.1	55.3	55.1	55.1	55.3	55.1
광주영어	FM	51.4	51.5	37.6	55.0	55.3	54.0	55.0	55.3	55.1	49.5	51.0	50.9
부산영어	eFM	50.0	50.3	50.3	49.5	49.6	49.7	49.4	49.8	49.7	55.1	55.3	55.1

〔그림 3－12〕 개별 종합편성 라디오 방송의 분야별 연중 편성비율

(단위: %)



제 2 절 전문편성 방송사업자의 주된 분야 프로그램 편성

전문편성은 특정 방송 공급분야의 방송프로그램을 전문적으로 편성하는 것을 말한다(방송법 제2조). 방송법 및 시행령에서는 전문편성을 수행하는 방송사업자가 등록 또는 허가받은 주된 방송 분야의 프로그램을 특정 비율이상 편성하도록 아래와 같이 규정하고 있으며, 방송 프로그램 등의 편성에 관한 고시를 통해 사업자별로 세부 편성비율을 명시하고 있다.

〈방송법〉

제69조(방송프로그램의 편성 등)

④ 전문편성을 행하는 방송사업자는 허가를 받거나 승인을 얻거나 등록을 한 주된 방송분야가 충분히 반영될 수 있도록 대통령령이 정하는 기준에 따라 방송프로그램을 편성하여야 한다.

⑤ 전문편성을 행하는 방송사업자가 허가를 받거나 승인을 얻거나 등록을 한 주된 방송분야 이외에 부수적으로 편성할 수 있는 방송프로그램의 범위와 종류는 대통령령으로 정한다. 〈신설 2006. 10. 27〉

〈방송법 시행령〉

제50조(방송프로그램의 편성 등)

④ 전문편성을 행하는 방송사업자는 법 제69조제4항의 규정에 의하여 허가 또는 승인을 얻거나 등록을 한 주된 방송 분야의 방송프로그램을 다음 각 호의 기준에 따라 편성하여야 한다. 〈개정 2004. 9. 17, 2007. 8. 7〉

1. 텔레비전방송채널 또는 라디오방송채널의 경우 사업자별로 다음 각 목의 비율에 따라 편성할 것

가. 지상파방송사업자: 당해 채널의 매월 전체 텔레비전방송프로그램 또는 라디오방송프로그램 방송시간의 100분의 60 이상

나. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 당해 채널의 매월 전체 텔레비전방송프로그램 또는 라디오방송프로그램 방송시간의 100분의 70 이상

다. 방송채널사용사업자: 당해 채널의 매월 전체 텔레비전방송프로그램 또는 라디오방송프로그램 방송시간의 100분의 80 이상

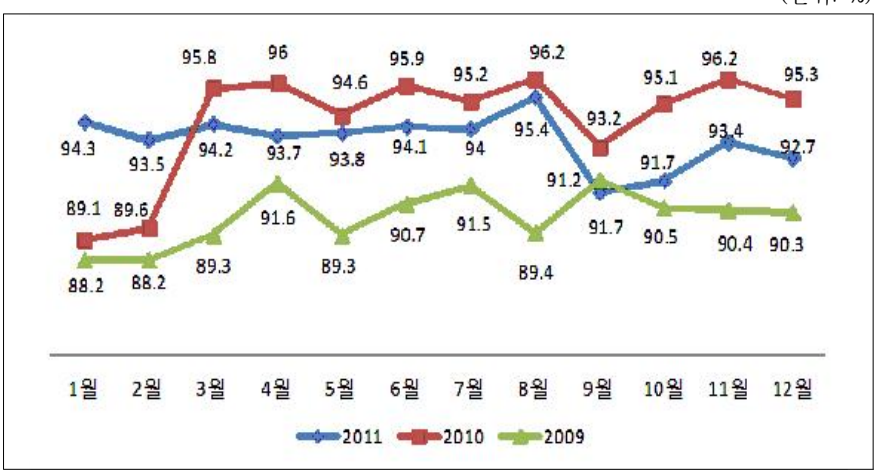
1. 전문편성 지상파 TV의 주된 방송분야 프로그램 편성현황

2010년 현재 지상파 텔레비전 방송사업자 중에서 주된 방송분야 프로그램의 편성비율규제가 적용되는 방송은 교육 전문방송인 EBS 뿐이다. 규정에 따라 EBS는 매월 60% 이상 교육 관련 프로그램을 편성해야 한다.

편성자료 분석 결과 EBS의 월별 편성비율 추이는 1년 내내 큰 편차를 보이지 않고 있으며, 의무편성비율인 60%를 훨씬 상회하는 91.2~95.4% 선에서 교육 관련 프로그램을 편성한 것으로 드러났다. EBS는 2009년에 비해 다소 높지만, 2010년 보다는 낮은 비율로 주된 분야인 교육 관련 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(2009년 90.1%, 2010년 94.4%, 2011년 93.5%).

〔그림 3－13〕 EBS의 주된 방송분야 프로그램 월별 편성비율

(단위: %)



2. 전문편성 지상파 라디오 방송의 주된 분야 프로그램 편성현황

텔레비전과 마찬가지로 전문편성을 수행하는 라디오 방송사업자는 주된 방송 분야의 프로그램을 60% 이상 편성해야 한다. 이 규정의 적용을 받는 사업자로는 지상파 3사의 FM 채널(KBS 1FM, KBS 2FM, KBS 한민족방송, KBS 국제방송, MBC FM, SBS FM)과, EBS FM, MBC 지방계열사 19개, 10개 지역민방의 FM채널과 그 외 개별 지상파 라디오 방송, 7개 소출력 공동체 FM 라디오 방송 등이 있다.

가. 지상파 3사의 전문편성 라디오 방송과 EBS 라디오 방송

지상파 3사에서 송출하는 전문편성 라디오 방송의 주된 방송분야를 살펴보면, KBS 1FM은 서양 고전 음악과 국악 방송 전문의 클래식 음악 채널을 표방하고 있으며, KBS 2FM은 젊은 연령층 대상의 대중음악 전문채널을 지향한다. 역시 KBS에서 운영하고 있는 한민족방송은 남북교류 및 한민족 관련 소식을 전하는 전문채널이며, 국제방송(KBS World Radio)은 정치, 경제, 사회, 문화 등 다양한 분야에 걸쳐 한국 소식을 전하는 다국어 국제방송 전문채널이다. 한편, MBC FM(FM4U)과 SBS FM(파워FM)은 모두 음악 중심의 오락 전문채널을 운영하고 있다.

〈표 3－8〉 지상파 3사와 EBS 라디오의 주된 분야 프로그램 월별 편성비율

(단위: %)

방송사		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
KBS	1FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	2FM	99.1	99.1	99.1	99.1	99.1	99.1	99.1	99.0	99.1	100	99.1	99.1
	한민족 방송	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	국제방송	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MBC	FM	100	99.7	100	100	100	100	100	99.6	100	100	100	100
SBS	FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EBS	FM	97.7	97.9	97.6	100	100	100	100	100	100	100	93.4	100

교육방송 EBS FM과 지상파 3사 본사의 전문편성 라디오 채널의 주된 방송분야 편성현황을 살펴본 결과 2010년 중 매월 모두 거의 100%에 가까운 비율로 해당 전문 방송 분야의 프로그램을 편성한 것으로 나타났다.

이 외에도 지역 KBS와 MBC에서는 FM에서 음악전문 채널을 운영하고 있다.

〈표 3－9〉 지역 MBC 전문편성 라디오 방송의 주된 분야 프로그램 월별 편성비율

(단위: %)

방송사		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
부산	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
창원	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
울산	FM	99.6	99.7	99.7	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
진주	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	100	99.7	99.6	99.7
대구	FM	99.3	99.3	99.3	99.3	99.3	99.7	99.3	99.3	99.3	99.3	99.3	99.3
안동	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
포항	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
광주	FM	100	100	100	99.7	100	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
목포	FM	100	99.7	99.7	100	100	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
여수	FM	100	99.7	99.7	99.7	100	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
전주	FM	99.7	99.7	99.6	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
대전	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
청주	FM	99.6	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
충주	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
춘천	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
강릉	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	100	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
원주	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
삼척	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7
제주	FM	99.7	99.7	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7	99.7	99.6	99.7

조사결과, KBS의 경우 다수 지역에서 모두 매월 100%의 비율로 주된 분야의 프로그램을 편성하고 있어 의무편성비율도 준수하였을 뿐만 아니라 지역 간 편차가 거의 나타나지 않았다. 따라서 별도의 표와 그림은 생략한다. MBC의 경우에는 19개 지방계열사에서 모두 매월 99.3~100%의 범위를 유지하면서 주편성 분야의 프로그램을 방송하였다. 지방 계열사 가운데 대구 MBC를 제외한 나머지 18개 사는 매월 서울 본사의 비율과 0.5% 이내의 차이를 보였으며, 대구 MBC의 경우에도 본사와 비교할 때 0.7% 정도의 편차만을 보여, 99.3%라는 높은 비율로 주된 분야 프로그램의 방송을 편성하였다.

나. 지역민방의 전문편성 라디오 방송

지역민방에서 운영하는 FM 라디오 채널들도 모두 전문편성을 표방하여 주된 방송분야 프로그램의 의무편성비율의 적용대상이 되고 있다. 조사결과 의무편성비율 하한선인 60%를 훨씬 웃도는 수준에서 모든 지역민방이 전문편성 라디오 채널을 운영하고 있는 것으로 나타났다. 자료 분석 결과 경인방송 및 대구방송을 제외한 나머지 8개 라디오 방송은 2011년 중 매월 90% 이상 주된 방송분야 프로그램을 편성하고 있는 것으로 나타났다. 대구방송은 다른 지역민방에 비해 다소 낮은 수준인 82.4~90.4%의 범위에서 주된 방송 분야의 프로그램을 편성하고 있었으며, 따라서 10~18% 정도의 부편성 분야 프로그램을 방송하였다.

〈표 3－10〉 지역민방 라디오의 주된 분야 프로그램 월별 편성비율

(단위: %)

방송사	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
경인방송 FM	88.8	88.3	87.6	86.5	86.5	86.6	85.1	86.7	86.5	86.8	86.7	86.5
KNN FM	98.1	97.7	98.2	87.7	88.3	88.4	89.3	88.1	89.1	90.7	98.1	97.7
울산방송 FM	99.8	99.8	99.7	99.8	99.8	99.7	99.8	99.8	99.8	99.8	99.8	99.8
광주방송 FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
강원민방 FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
대전방송 FM	98.3	97.5	98.3	96.4	98.3	98.3	98.3	98.3	96.4	98.3	96.4	100
청주방송 FM	99.8	99.8	99.8	99.8	99.8	99.8	99.8	99.8	99.8	99.8	99.8	99.8
대구방송 FM	82.8	82.4	82.8	90.4	87.0	87.0	87.0	87.0	87.0	87.0	87.0	87.3
전주민방 FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
제주방송 FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

다. 개별 전문편성 지상파 라디오 방송

2011년 현재 전문편성을 수행하고 있는 개별 지상파 라디오 방송은 17개 법인에서 운영하는 59개 방송이 해당된다. 방송사별로 편성 비율의 차이는 있었으나 2011년 중 모두 60% 이상의 방송시간을 주된 방송분야의 프로그램에 할애하여 의무편성 비율을 준수하고 있었다.

〈표 3－11〉 개별 전문편성 지상파 라디오의 주된 분야 프로그램 월별 편성비율

(단위: %)

방송사			1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
CBS 기독교 (14개사)	서울	AM (표준FM)	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	91.9	86.5	86.5
		FM	64.3	64.3	64.3	64.3	64.3	64.3	64.3	64.3	64.3	86.5	64.3	64.3
	춘천	FM	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5
	영동	FM	93.2	86.3	86.3	86.3	86.3	86.3	86.3	86.3	86.3	84.4	84.7	84.4
	부산	AM	72.0	71.0	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	86.5	81.3	81.3	81.3
	경남	FM	72.2	71.4	72.2	73.8	84.4	84.3	84.4	84.4	84.7	87.4	87.4	87.4
	울산	FM	66.1	89.5	81.4	83.0	84.4	84.5	83.0	81.0	82.5	73.3	72.7	73.3
	광주	AM	79.0	79.0	79.0	78.0	79.0	87.4	87.4	87.4	87.4	86.5	86.5	86.5
	전북	AM	71.8	71.5	71.4	71.8	73.3	72.7	73.3	73.3	72.7	86.3	86.3	86.3
	전남	AM	87.0	87.0	87.0	87.0	87.0	87.0	87.0	87.0	87.0	70.2	71.7	70.2
	제주	FM	84.6	84.3	84.6	84.6	86.0	85.8	86.0	86.0	85.8	82.0	82.0	82.0
	대구	AM	87.6	87.4	87.4	87.4	87.6	87.4	87.6	87.4	87.4	87.6	87.6	87.4
	포항	FM	86.3	86.2	86.1	86.1	86.3	86.1	86.3	86.1	86.1	86.3	85.4	85.2
	대전	FM	71.7	70.2	71.7	70.2	71.7	70.1	71.7	70.2	71.7	87.0	88.0	88.0
	청주	FM	78.6	80.0	82.0	82.0	82.0	82.0	82.0	81.9	82.0	86.0	85.8	86.0
BBS 불교 (7개사)	서울	FM	67.5	67.5	67.5	67.4	67.5	70.1	67.5	67.5	67.4	67.5	67.5	67.4
	춘천	FM	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	－	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	65.0
	부산	FM	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	65.0
	울산	FM	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	65.0
	광주	FM	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1
	대구	FM	63.5	64.1	62.7	64.7	65.0	64.7	65.1	67.1	68.1	64.1	64.1	65.0
	청주	FM	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	64.1	68.6	67.6	65.0
PBC 평화 (5개사)	서울	FM	70.1	71.5	70.1	70.1	70.1	70.1	71.8	71.8	71.8	71.8	71.8	71.8
	부산	FM	72.5	72.5	72.5	64.1	72.5	72.5	72.5	72.5	72.5	72.5	72.5	72.5
	광주	FM	63.1	62.7	62.4	62.7	62.9	61.2	62.2	62.4	61.4	62.2	64.2	64.5
	대구	FM	75.2	75.1	74.9	75.0	75.2	75.0	75.2	75.0	75.0	69.3	69.3	69.3
	대전	FM	69.3	69.2	69.3	69.0	69.3	69.3	69.3	69.3	69.3	75.2	75.0	74.9

방송사			1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
극동 (9개사)	서울	AM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
		표준 FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	영동	FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	창원	FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	울산	FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	부산	FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	목포	FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	제주	AM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	포항	FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	대전	FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
원음 (4개사)	서울	FM	63.1	63.3	63.5	61.6	60.9	61.8	61.8	61.4	61.8	61.8	61.4	61.8
	부산	FM	63.1	63.3	63.5	61.6	61.6	61.8	61.8	61.4	61.8	60.8	63.5	63.3
	전북	FM	63.1	63.3	63.5	61.6	60.9	61.8	61.8	61.4	61.8	68.2	63.5	63.3
	광주	FM	63.1	63.3	63.3	61.6	60.9	61.8	61.8	61.4	61.8	60.8	63.5	63.3
TBS 서울교통		FM	94.5	94.6	94.6	95.0	94.4	94.4	94.5	94.4	94.4	94.5	94.4	94.4
TBN 교통 (7개사)	인천	FM	87.9	92.6	87.9	—	—	—	87.9	87.9	87.9	87.9	87.9	87.9
	강원	FM	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	94.0	93.9	93.9
	부산	FM	92.5	92.9	92.3	92.5	92.4	92.3	92.5	92.3	92.6	90.0	90.0	90.0
	대구	FM	95.8	95.7	95.8	95.7	95.8	95.7	95.8	95.8	95.7	90.0	90.0	90.0
	광주	FM	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.4	90.8	90.3
	전주	FM	95.0	95.0	95.0	95.0	95.0	95.0	95,0	95.0	95.0	95.8	95.7	95.8
	대전	FM	93.9	94.2	94.0	92.3	92.9	92.2	92.5	91.1	90.9	95.0	95.0	95.0
국악방송		FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
YTN라디오		FM	69.1	66.5	71.7	71.1	68.7	70.6	69.6	71.1	70.0	68.7	77.5	69.5
아리랑 영어	제주	FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
관악 소출력 공동체 라디오FM 방송국	서울	FM	100	100	100	88.1	88.8	89.2	82.0	84.7	83.1	82.9	83.9	82.0
마포 소출력FM 방송국	서울	FM	61.7	64.9	61.8	72.1	73.0	72.1	73.0	71.4	72.1	71.4	72.1	71.4

방송사			1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
분당 소출력 공동체 라디오FM 방송국	분당	FM	77.6	76.8	80.1	77.2	80.1	77.2	81.9	82.2	80.0	84.9	80.2	89.3
광주 소출력 공동체 라디오FM 방송국	광주	FM	64.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	98.0	98.0	98.0	98.0	98.0	98.0
공주 소출력 공동체 라디오FM 방송국	공주	FM	80.6	81.5	80.6	81.8	81.2	81.5	81.8	81.0	81.9	81.4	81.2	82.0
성서 소출력 공동체 라디오FM 방송국	대구	FM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
영주 소출력 공동체 라디오FM 방송국	영주	FM	93.3	93.3	93.3	93.3	93.3	93.3	93.3	93.3	93.3	93.3	93.3	93.3

3. 전문편성 지상파 DMB 방송의 주된 분야 프로그램 편성현황

전문편성을 수행하는 지상파 DMB의 경우 일반적으로 주된 방송 분야의 프로그램을 60% 이상 편성해야 하지만, MBN 같은 지상파 DMB PP에 대해서는 이보다 높은 80% 이상의 편성비율을 요구하고 있다.

가. 전문편성 지상파 DMB TV

지상파 전문편성 DMB TV 채널 중 일부가 2010년에 송출을 중단함에 따라 2011년에는 지상파 전문편성 DMB TV 채널이 4개로 줄어들었다.[17] 이들 채널에서 2011년 중 방송된 프

로그램의 편성 현황을 살펴본 결과, 자료가 있는 대부분의 경우 85%~100%의 비율로 주된 방송 분야의 프로그램을 방영하였다.

채널내 편성이 불안정했던 2011년에 비해서 2011년에는 네 채널 모두 비교적 안정적인 편성현황을 보였으며 SBS CNBC 채널의 하반기 편성을 제외하고는 대체로 90%를 넘는 범위에서 주된 분야 편성을 수행하였다.

한편, 2010년 5월부터 방송을 시작한 U1 MEDIA의 mbn DMB TV의 경우 2011년 12월 1일자로 종합편성 채널로 변경됨에 따라 12월에는 전문편성 지상파 DMB에 포함시키지 않았다.

〈표 3－12〉 전문편성 지상파 DMB TV 방송

(단위: %)

지상파 DMB(PP) TV 방송사업자		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
SBS	tbs DMB	90.2	90.2	82.6	84.7	84.9	92.1	92.8	94.0	93.3	92.8	94.0	93.3
	SBS CNBC	90.7	93.1	93.7	90.4	88.9	92.9	87.8	87.7	87.8	87.8	87.7	87.8
YTN	한국경제 TV DMB	95.1	95.1	96.1	95.6	95.5	95.3	95.4	94.7	93.4	95.4	94.7	93.4
U1 MEDIA	mbn DMB TV	96.3	94.8	96.1	94.6	94.1	96.2	95.4	94.7	93.4	95.8	95.9	－

나. 전문편성 지상파 DMB 라디오 방송

2011년 현재 전문편성을 수행하는 지상파 DMB 라디오 방송 채널로는 KBS의 U KBS 뮤직, MBC의 MBN경제, 국제방송 교류재단의 아리랑 영어, SBS의 TBS DMB Radio, YTN의 TBN 한국교통방송 등이 있다.

MBN 경제를 제외하고 모두 100%에 가까운 비율로 허가받은 주된 분야의 프로그램을 편성하고 있었다. MBN 경제의 경우 다른 방송에 비해 비교적 낮은 수준인 84~86%의 범위내에서 주된 방송분야의 프로그램을 편성한 것으로 나타났으나, 이 역시 의무편성비율을 준수하는 범위에 포함된다.

17) 송출을 중단한 채널들은 한국 DMB의 MBCNET(2010년 5월 송출중단), 역시 한국 DMB의 QBS 플러스(2010년 8월 송출중단), 그리고 U1 Media의 MTNDMB(2010년 9월 송출중단)의 세 채널이다.

〈표 3－13〉 전문편성 지상파 DBM 라디오 방송의 주된 분야 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사업자		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
KBS	U KBS 뮤직	99.2	99.2	99.2	99.2	99.2	99.2	99.2	99.2	99.2	99.2	99.2	99.2
MBC	MBN 경제	84.1	85.1	84.5	85.2	85.4	84.4	84.8	85.0	85.1	84.8	85.0	85.1
국제방송 교류재단	아리랑 영어	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SBS	TBS DMB RADIO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
YTN DMB	TBN 한국 교통 방송	98.8	98.8	98.8	98.8	98.8	98.8	98.8	98.8	98.8	98.8	98.8	98.8

4. 방송채널사용사업자(PP)의 주된 방송 분야 프로그램 편성현황

방송사업자 가운데 전문편성 방송채널사용사업자〔이하 PP〕 역시 주된 방송분야 프로그램의 의무편성비율을 준수해야 한다. 의무편성비율은 당해 채널의 매월 전체 텔레비전 방송프로그램 또는 라디오 방송프로그램 방송시간의 80% 이상이다.

2011년 중에는 자료를 제출한 178개 채널들을 대상으로 편성현황을 분석하였다. 분석결과, 178개 채널 가운데 96 채널은 월평균 95% 이상의 높은 비율로 주된 방송 분야의 프로그램을 방송한 반면, 21개 사업자는 의무편성비율 기준에 비교적 가까운 85% 미만의 수준에서 주된 방송 분야의 프로그램을 편성하였다. 대체로 의무편성 비율을 준수하고 있었다.

〈표 3－14〉 PP의 월별 주된 방송 분야 프로그램 편성비율

(단위: %)

채널명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
가요TV	96	96.2	96.28	96.31	95.42	82.78	94.3	94.3	94.68	94.42	94.83	96.14
국군방송	92.41	91.84	93.05	92.66	93.48	95.67	93.68	93.5	94.47	94.13	94.5	94.39
국회방송 NATV	97.91	98.37	98.33	98.48	97.91	99.79	100	100	100	100	100	100
극동Art TV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
동아TV	85.46	85.93	87.08	88.36	87.55	88.4	89.03	88.5	89.14	89.09	88.91	89.25
드라맥스	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
디스커버리 채널코리아				100	100	100	100	100	100	99.2	99.5	99.7

채널명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
디원	86.85	87.87	87.39	84.37	83.99	85.2	87.93	85.55	86.83	84.65	82.88	82.64
디즈니 채널							100	100	100	100	100	100
디즈니 주니어							100	100	100	100	100	100
롯데홈쇼핑	99.35	99.34	99.39	99.38	99.34	100	99.35	99.35	99.38	99.35	99.35	99.37
리빙TV	93.41	93.12	93.99	90.13	93.52	89.07	93.13	92.82	90.13	89.6	88.03	86.58
메디컬TV	89.76	92.36	89.53	87.75	87.24	83.92	83.65	80.23	84.67	82.27	87.85	83.79
미드나잇	97.67	97.61	100	100	100	93.14	100	100	100	100	100	100
바둑TV	97.46	98.99	100	99.42	96.12	94.42	96.4	93.83	96.11	96.31	98.07	84.53
법률TV	80.7	80.8	81.3	81.9	81.7	80.2	80.9	80	80.4	80.9	85.1	83.8
복지TV	100	100	100	100	100	99.53	100	100	100	100	100	100
불교TV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
브레인TV	85.3	86.27	86.2	85.37	85.3	99	85.79	83.15	84.6	83.42	87.1	82.97
사이언스TV	96.27	96.3	96.44	95.61	95.79	95.66	95.39	94.81	93.74	95.59	95.42	94.8
서울경제TV	89.46	88.28	93.75	93.76	91.67	93.75	93.69	90.91	90.78	91.16	92.81	87.5
소비자TV							91.33	91.46	90.77	91.75	92.03	92.52
스파이스TV	89.7	89.42	90.29	92.34	90.84	92.16	91.79	92.38	85.11	90.73	89.23	85.75
스피드스포츠 (Fsports)	100	100	86.68									
실버아이	96.47	96.87	97.79	97.79	97.82	97.72	98.03	98.03	97.72	97.66	97.8	97.97
실버TV	97.78	97.94	97.9	98.06	98.03	97.83	95.52	96.53	96.39	95.56	95.41	95.25
아리랑TV	98.44	99.4	99.47	99.44	100	100	100	100	100	100	100	100
애니맥스	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
애니박스	84.86	80.06	80.01	83.6	85.9	89.83	97.29	95.38	93.24	94.61	91.83	94.39
애니원	90	89.95	94.7	93.7	95.83	94.54	92.3	88.12	91.54	93.39	91.97	93.72
애니플러스	100	100	100	100	99.11	96.98	99.87	100	100	100	100	100
어린이TV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
에듀키즈TV							85.2	98.98	100	99	98.8	98.8
에스트리	2월 방송 시작	93.36	98.53	92.53	96.66	95.73	98.23	94.67	95.01	100	94.07	95.77
예술TV Arte	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
오씨비							100	100	100	100	100	100
오앤티	2월 방송 시작	100	100	100	100	99.18	100	100	100	100	100	100
올리브채널	80.17	80.01	85.9	81.68	80.04	80.5	80.07	80	80	80	80.6	80.01

채널명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
월드이벤트 TV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
웨딩TV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
육아방송	100	100	100	100	100	100	81.38	100	100	100	100	100
이데일리 TV	88.5	89.7	90.17	86.7	93.2	100	87.31	89.95	93.63	89.09	90.55	94.42
인디필름	84.63	93.26	88.6	80.73	87.46	84.93	88.44	80.76	91.05	91.27	90.97	92.23
일자리방송	91.09	92.17	90.29	90.42	90.66	97.08	90.25	90.85	89.85	90.38	89.49	89.91
중화TV	92.03	92.9	86.71	86.06	91.14	90.59	86.58	81.89	92.27	93.73	83.91	89.06
차이나원				81.65	80.15	91.14	86.11	83.38	80.25	80.18	83.34	85.37
채널뷰	100	100	100	100	100	95.06	100	100	100	100	100	100
채널칭	100	100	100	98.53	98.56	100	100	100	100	100	100	100
채널CGV	83.09	81.73	80.21	80.06	82.16	80.06	83.39	80.38	80.31	85.81	83.85	83.51
챔프	90.73	92.71	94.35	93.89	94.83	83.69	95.09	93.28	94.93	94.02	93.96	94.76
청소년방송										100	100	100
카앤스포츠 TV				85.77	90.4	94.48	86.24	86.23	86.68	86.45	85.55	85.43
카툰네트워크(CN)	100	100	100	100	100	98.8	100	100	100	100	100	100
코미디TV	99.51	99.52	99.13	100	100	100	100	100	100	100	100	100
쿠키TV	97.68	97.79	98.33	98.23	98.15	98.54	83.92	97.46	97.46	97.46	97.97	97.97
텔레노벨라	80.77	81.34	80.42	81.29	81.46	92.01	80.13	80.98	81.39	80.89	80.67	81.46
투니버스	100	100	100	100	100	99.38	100	100	100	100	100	100
팍스TV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
패션앤	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
포유골프	100	100	100	100	100	100	100	100	방송 종료			
포유스포츠	100	100	100	100	100	100	100	100	방송 종료			
폴라리스TV	100	100	100	100	100	97.21	100	100	100	100	100	100
푸드TV	96.99	97.11	97.07	97.34	97.3	95.08	97.77	97.82	96.82	96.69	97.05	96.66
한국직업방송	95.37	92.39	95.51	95.71	95.86	95.43	95.43	95.02	95.65	95.41	95.5	90.48
한방건강TV	95.84	96.3	97	96.28	95.57	89.32	82.08	91.58	85.84	84.82	85.86	82.45
허니TV	93.17	94.1	93.15	95.94	94.52	100	94.36	96.1	95.76	95.11	97.91	95.12
헬스플러스	95.95	96.01	95.92	96.03	90.38	82.96	82.82	83.85	83.79	83.85	83.73	85.22
현대홈쇼핑	99.14	99.11	99.13	99.18	99.15	89.97	99.12	99.14	99.12	99.14	99.21	99.07
홈스토리	94.06	86.38	90.5	84.86	89.15	84.27	86.82	88.17	88.82	89.26	91.62	92.54

채널명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
히어로 TV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
AsiaN	92.5	93.34	93.06	93.37	93.6	93.27	93.06	93.17	93.18	93.94	93.58	94.72
ATV	98.59	98.46	98.57	98.24	98.15	97.65	97.68	97.59	97.7	97.84	97.92	97.98
AXN				100	100	100	100	100	100	100	100	100
Business&	91.13	91.15	91.5	88.87	89.37	90	96.25	96.26	91.26	85.7	80.56	80.83
Catch On plus	98.48	97.66	97.8	98.41	97.77	81.45	96.85	96.74	97.33	97.73	86.78	91.46
Catch On	96.09	94.92	95.91	96.65	96.64	90.67	95.24	94.47	97.77	99.24	100	99.84
CBS TV	95.67	95.61	95.02	94.78	94.67	94.79	92.36	92.43	92.99	91.89	91.44	91.23
CGN TV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Channel J	86.92	86	87.3	87.65	83.91	92.05	88.26	87.5	87.81	86.43	87.98	87.6
CHANNEL-T	95.81	96.13	96.7	96.22	96.41	96.31	96.75	97.03	97.53	98.7	98.58	98.67
cineF	98.03	96.05	97.98	100	96.88	100	97.37	93.53	90.43	95.35	95.6	93.56
CJ오쇼핑	98.95	98.84	98.84	98.87	98.88	98.82	98.93	98.82	98.69	98.8	98.7	98.78
CMC 가족오락TV	82.6	82.6	82.6	82.6	82.6	82.6	82.6	82.6	82.6	80.9	80.5	80.5
CNTV	83.62	85.84	84.53	81.52	81.31	87.29	88.15	92.17	90.86	87.91	88.54	86.63
CTS 기독교TV	100	100	100	100	100	100	100	81.45	100	100	100	100
DRAMAcube									100	100	100	100
E Channel	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
E! Entertainment Television	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EBS English	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EBS U	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EBS 플러스 2	99.22	98.8	98.74	98.89	98.74	99.35	100	100	100	98.97	96.03	96.99
EBS 플러스 1	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ETN 연예TV	99.17	97.46	97.08	95.21	95.75	83.97	97.88	97.09	99.16	100	99.66	99.67
FNC	87.57	84.19	83.89	83.74	91	87.37	88.05	89.38	88.26	88.45	90.19	86
FOX	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99.61	93.86
FOXlife	100	100	100	100	100	88.33	100	100	100	100	100	100
FS-TV	97.02	96.99	96.89	97.03	96.99	86.22	97.11	97.06	97.15	97.11	97	97.09
FTV	90.97	90.06	89.93	89.35	89.26	97.13	90.72	91.57	91.17	91.17	91.19	91.1
FX	85.9	86.2	83.67	87.88	90.16	100	96.95	83.25	80.71	84.11	83.39	88.42

채널명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
GCN	97.35	96.84	97.42	98.74	100	100	99.1	100	100	100	100	100
Goodtv	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
GS Shop	99.53	99.6	99.62	99.54	99.51	100	99.55	99.53	99.47	99.55	99.51	99.39
GTV	100	100	100	100	100	96.81	100	100	100	100	100	100
HD ONE	95.9	95.31	92.94	92.48	95.09	95.76	96.43	95.42	95.16	96.49	95.94	96.94
HOMEDRAMA	84.34	84.32	84.34	84.32	84.29	94.68	84.34	84.38	84.4	84.36	84.5	84.49
HOW TV	80.2	80.05	75.8	89.38	69.98	70.57	69.38	69.98	70.57			
INET TV	98.4	98.4	91.67	91.67	91.67	91.67	91.67	91.67	90	90	90	90
J Golf	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	97.05	86.97
JEI 재능TV	95.83	95.83	96.1	96.94	97.72	100	96.64	97.04	97.22	95.77	92.85	92.74
JEI English TV	100	100	100	100	100	91.03	100	100	100	100	100	100
K－바둑	100	100	100	100	100	84.13	100	100	100	100	100	100
KBS drama	100	100	100	100	100	92.48	100	100	100	100	100	100
KBS Joy	100	100	100	100	100	89.51	100	100	100	100	100	100
KBS N sports	88.27	86.38	87.44	90.4	86.84	83.3	86.35	89.58	92.36	91	85.83	82.79
KBS Prime	87.16	92.01	89.09	88.96	89.67	100	93.35	93.94	97.04	97.58	98.06	98.26
KCN 무협	93.98	93.51	92.29	93.28	93.39	93.49	93.52	93.39	93.49	89.52	89.76	92.08
KHR-TV	88.48	88.04	86.54	86.78	86.54	94.34	87.45	87.43	87.72	87.39	87.75	89.85
KIDS-TV	94.38	94.34	94.38	94.34	94.38	84.39	94.38	94.38	94.34	94.38	94.34	94.38
KM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Knet TV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KTV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MBC 드라마넷	100	100	100	100	100	96.35	100	99.68	100	100	100	100
MBC Every1 DMB	100	100	100	87.08	87.97	100	90.79	88.44	86.48	89.71	95.15	100
MBC game	98.78	98.53	97.84	94.82	95.33	88.58	95.17	94.64	92.82	90.97	89.97	90.99
mbc life	100	100	94.07	87.03	85.44	100	87.18	86.85	84.1	87.81	99.4	98.19
MBC Sports+	83.61	84.2	86.2	92.91	92.98	88.49	82.75	84.26	91.49	91.69	86.6	83.53
MBCEvery1	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

채널명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
MBCNET	96.88	95.72	97.09	96.35	95.9	100	90.5	92.49	93.65	91.75	93.76	91.22
MBN TV	96.99	95.7	96.55	94.56	99.35	96.15	95.82	95.88	96.26	96.75	97.08	종편
MGM	91.3	91.88	93.23	89.92	90.66	96.25	85.07	84.6	84.5	86.35	80.1	82.74
Mnet	100	100	100	87.34	87.34	98.29	98.88	100	100	100	100	100
mountainTV	80.87	81.95	81.82	82.33	83.38	84.6	84.1	83.76	84.99	86.67	86.42	85
Mplex	83.4	91.29	83.7	88.97	83.62	95.93	80.21	81.36	80.43	86.02	85.01	84.56
MTN (구 MCN)	91.39	86.76	87.52	85.5	85.59	88.62	87.24	85.66	83.13	83.22	93.79	92.61
MTN(위성 CH512)	91.33	86.45	86.05	85.06	84.74	88.39	87.24	85.66	83.13	83.22	93.79	92.61
MTV	100	100	100	100	100	100	80.1	100	100	100	100	100
National Geographic	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
New 환경TV	80.53	83.72	81.71	83.2	81.24	100	82.71	81.86	81.66	81.82	80.24	81.08
news Y										0	0	85.83
NICK	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
NS 농수산 홈쇼핑	97.19	96.89	97.19	97.1	97.19	97.1	97.19	97.19	97.1	97.19	100	97.19
OBS W	81.29	80.37	80.07	80.25	80.32	80.23	80.29	87.9	89.76	90.6	86.81	86.85
OCN Series	100	100	100	100	100	81.73	100	100	100	100	100	100
OCN	84.14	86.04	80.4	84	81.8	100	81.96	81.61	82.61	80.23	80.24	82.88
on game net	100	100	100	100	100	100	100	82.3	99.43	100	100	100
On Style	100	100	100	100	100	85.84	100	100	100	100	100	100
OUN	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PBC-TV (평화방송)	96.33	96.76	96.33	96.34	96.33	96.34	96.33	96.33	96.34	96.33	96.34	96.33
QTV	81.64	82.01	81.8	83	82.61	82	82	81	82.01	87.19	87.35	83.08
Real TV	97.18	99.7	98.34	97.22	93.1	93.36	95.76	96.71	100	99.84	100	92
RTN 부동산TV	92.5	86.88	87.78	85.38	93.12	91.33	91.32	90.23	91.38	91.38	82.85	81.98
RTV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Safe TV	2월 방송 시작	85.22	85.09	96.18	91.64	92.83	91.64	91.64	91.98	93.68	91.95	90.78
SBS CNBC	90.74	93.13	93.71	87.68	88.9	92.92	87.84	87.68	87.78	91.71	94.5	93.08
SBS ESPN	89.34	86.45	86.59	90.53	91.16	85.73	87.51	88.83	90.78	89.72	89.85	92.25
SBS골프	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

채널명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
SBS드라마 플러스	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SCREEN	91.09	91.95	97.26	91.91	91.17	100	83.07	90.77	91.08	86.35	91.39	90.51
SKY HD	97.73	95.1	93.14	95.95	97.26	97.77	97.99	97.93	98.68	97.95	97.36	97.84
SkyEN	87.76	89.15	91.08	90.01	88.77	96.1	96.17	92.86	90.8	83.35	84.72	91.25
STB 상생방송	84.7	83.1	87.5	87.4	93.3	86.8	81.2	87.5	86.6	87.4	88	85.95
Story On	83.59	81.4	96.77	81.14	81.4	100	81.42	81.33	83.52	80.49	80.57	81.92
STV	92.82	92.02	92.82	87.67	92.82	87.77	88.11	88.11	87.67	92.82	87.67	88.11
Super Action	80.33	80.01	80.33	80.38	82.52	100	80.87	81.4	81.64	82.4	80.17	80.62
tbs TV	90.23	90.23	85.41	84.68	84.94	92.14	92.78	93.96	93.31	96.35	99.21	99.27
THISCO				81	91	90.98	90.55	90.55	91.69	81	80.2	80.2
tomatoTV	100	100	100	100	100	80.77	100	100	100	100	100	100
TrendE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TVB KOREA	85.27	83.1	82.61	80.73	87.12	87.79	82.71	82.81	81.25	83.26	83.74	84.51
Tvis												92.14
tvN DMB	100	100	100	100	100	87.67	89.59	86.58	90.92	93.24	87.96	89.48
tvN	100	100	100	100	100	87.66	89.59	86.58	90.92	93.24	87.96	89.48
VIKI	94.4	90.43	89.76	91.94	89.98	91.98	92.42	91.93	92.83	89.66	94.15	89.94
WOW한국경제TV	94.81	94.68	95.94	95.25	95.39	89.52	93.83	94.49	93.42	92.56	94.34	94.66
XTM	80.11	82.38	83.31	80.7	80.3	80.76	80.35	80.31	82.81	83.91	81.32	81.5
Y-STAR	95.33	96.64	94.62	99.01	99.01	98.54	96.7	97.47	99.04	100	100	100
YTN	95.41	95.48	96.79	93.79	93.5	94.19	93.71	94.62	94.18	93.62	94.58	94.91

제 3 절 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성

지상파에 대한 편성 규정 가운데 지역민방과 지상파 DMB를 적용 대상으로 하는 다른 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성비율에 관한 규정이 있다. 지역민방으로 하여금 다른 방송사의 프로그램을 과도하게 단순 중계〔수중계〕하는 것을 제한하고 일정 비율 이상 자체편성을 수행하도록 유도하여, 궁극적으로는 지역방송의 정체성을 확립하고 지역민방이 지역사회의 균형있는 발전에 기여하도록 하기 위해 마련된 규정이다. 좀더 구체적으로,

이 규정은 민영방송 네트워크 협정에 가입한 지역민영 방송사들이 방송시간을 특정 방송사 프로그램〔다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램〕의 수중계로 채우는 것을 방지하기 위한 것으로, 지역민방의 TV, 라디오 방송 및 KBS와 MBC의 DMB를 제외한 지상파 DMB 방송에도 적용되고 있다.

현재 수중계와 관련된 의무편성비율은 지역민방의 허가 차수별로 다르게 요구되고 있다. 방송 프로그램 편성고시에 의거하면 구체적으로 1995년에 1차 지역민방 허가를 받은 KNN, 대구방송, 광주방송, 대전방송의 TV와 라디오 방송은 매월 69%이내, 2차 민영방송인 전주방송, 청주방송, 울산방송의 TV와 라디오 방송은 매월 71%이내, 1997년 이후에 허가받은 강원민방, 제주방송의 TV와 라디오 방송, 경인TV와 경인방송 라디오, 경기 방송의 라디오 방송[18]은 77%이내에서 다른 방송사의 프로그램 중계를 허용한다. 다시 말하면, 1차 민영방송은 31%, 2차 민영방송은 29%, 그리고 나머지 민영방송은 23%의 자체편성을 요구하고 있는 것이다.

1. 지역민방의 지상파 TV/라디오 방송

2011년 중 지역민방에서 편성한 다른 한 방송사업자 제작 프로그램의 월별 편성비율을 조사한 결과, 경인TV를 제외한 9개 지역민방의 TV 방송은 모두 모두 해당 월별 의무편성비율을 준수하고 있는 것으로 나타났다.

1차 민방인 KNN, 대구방송, 광주방송, 대전방송은 월별로 소폭의 등락을 보이면서 의무편성비율인 69%에 매우 근접한 비율을 유지하며 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램을 편성하고 있다. 2차 지역민방인 전주방송, 청주방송, 울산방송 역시 법정 의무편성비율인 71%에 매우 근접한 비율을 유지하며 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램을 편성하였다. 단, 울산방송의 경우 9월에 의무편성비율 한도인 71%를 기록하였으나 이후는 매우 작은 변동폭을 보이며 71% 이내를 유지하였다. 3차 민방 가운데 제주 10월에 77%로 의무편성비율 한도에 달하였으나 나머지 달에는 미세한 차이로 규정 이내를 준수하였으며 제주방송은 강원방송에 비해 미세한 차이로 낮은 수준에서 수중계 편성을 하였다. 한편, 경인TV는 100% 자체편성을 수행하여 다른 한 방송사업자 제작물의 비율이 0으로 나타났다.

18) 2011년 현재 경기방송은 라디오 방송만 운영 중이다.

〈표 3－15〉 지역민방 텔레비전의 다른 한 방송사업자 제작 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
1차 민방	KNN	68.2	68.7	68.5	66.8	67.3	67.1	67.3	67.8	68.4	69.0	64.5	66.1
	대구방송	68.8	69.0	69.0	68.9	68.5	68.9	68.8	69.0	68.9	68.9	67.5	68.2
	광주방송	68.6	68.8	68.9	68.2	68.9	68.9	68.8	68.5	68.8	68.9	68.6	68.6
	대전방송	68.9	68.9	68.9	68.7	68.6	68.5	68.4	69.0	68.6	68.7	67.4	68.2
2차 민방	전주방송	70.4	70.6	70.5	69.7	69.5	70.7	70.6	70.3	70.3	70.2	70.3	70.4
	청주방송	70.9	70.3	70.9	70.7	70.4	70.8	70.8	70.6	70.5	70.9	70.7	70.9
	울산방송	70.4	70.7	70.9	70.1	70.5	70.9	70.2	70.7	71.0	70.7	70.5	70.7
3차 민방	강원민방	74.6	76.8	76.6	74.4	76.9	75.8	76.6	76.5	76.9	76.9	75.2	75.6
	제주방송	74.2	76.2	74.5	75.7	76.5	75.3	74.9	76.4	76.9	77.0	75.8	75.3

지역민방의 TV와 라디오를 나누어 살펴보면 1차와 3차 이후 TV에 비해 라디오 프로그램 편성 시 수중계 비율이 소폭 낮은 것으로 나타났다. 보다 구체적으로, 2011년도에 지역민방의 TV 방송은 1차는 68% 대, 2차는 70% 대, 3차 이후는 75% 이상인 반면, 라디오 방송의 경우 1차는 66% 대, 2차는 70% 대, 3차 이후는 75% 대의 비율로 나타나서 1차 민방에서의 차이가 비교적 크게 나타나고 있다. TV의 경우에서처럼 경인방송과 경기방송의 라디오 채널은 수중계 비율이 0으로 매월 100% 자체편성을 수행하고 있는 것으로 나타났다.

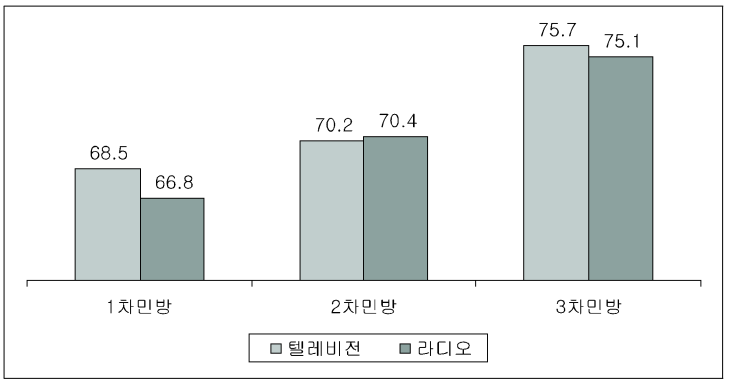
〈표 3－16〉 지역민방 라디오의 다른 한 방송사업자 제작 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
1차 민방	KNN	66.5	66.7	66.6	66.1	66.4	66.4	66.7	66.6	66.7	65.3	66.7	66.7
	광주방송	67.0	67.0	67.0	67.0	67.0	67.0	67.0	67.0	67.0	67.0	67.0	67.0
	대구방송	66.7	66.1	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.6
	대전방송	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7
2차 민방	울산방송	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7
	전주방송	70.8	70.8	70.8	70.8	70.8	70.8	70.8	70.8	70.8	70.8	70.8	70.8
	청주방송	70.7	70.4	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7	70.7
3차 민방	강원민방	75.0	75.0	75.0	75.0	75.3	75.2	75.0	75.0	75.0	75.3	75.3	75.3
	제주방송	75.0	75.0	75.1	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0

〔그림 3－14〕 지역민방의 다른 한 방송사업자 제작 프로그램 편성비율 비교

(단위: %)



2. 지상파 DMB 방송

지역민방 외에 지상파 DMB 방송에 대해서도 다른 한 방송사업자 제작물에 관한 편성 규정이 존재하고 있다. 현행 방송법령은 신규 도입 매체의 보호와 시장 안착을 위하여 신규 매체에 대해서는 다양한 규제의 적용대상에서 면제시키거나 규제 유예 대상으로 선정하고 있다.

지상파 DMB 방송에 대한 규제 수준 역시 상당히 관대한 편으로, KBS, MBC의 DMB를 제외한 나머지 지상파 DMB에 대해 다른 한 방송사업자 제작물을 매월 80% 이내의 범위에서 편성하도록 규정하고 있다. 즉, 전체 편성 시간의 20% 정도만 자체 편성으로 충당해도 무방한 구조이다.

2010년에 QBS 플러스가 방송을 중단하면서 2011년 중에 다른 한 방송사업자의 편성물〔일명 수중계〕 규제 적용대상이 20개 채널로 줄어들었다. 이 가운데 80%를 넘어서는 과도한 수준에서 다른 한 방송사업자의 편성물을 제공한 채널은 없는 것으로 나타났다. 그러나, 지역민방에 수중계 프로그램을 주로 제공하고 있는 SBS의 DMB 방송만 전량 자체편성(다른 한 방송사업자 제작 프로그램 편성 비율 0%) 또는 25% 이하의 낮은 수준에서 다른 방송사업자가 제작한 프로그램을 방송하고 있는 반면, 지역민방 DMB의 수중계 비율은 상당히 높게 나타나고 있었다. 이러한 현상은 지역민방의 지상파 방송에서도 유사하게 나타난 바 있다. SBS 외에 한국 DMB, U1 Media 계열의 채널도 자체편성 비율이 높아서 다른 방송사업자의 프로그램을 방송하는 비율은 지역 민방보다 낮았다.

〈표 3－17〉 지상파 DMB의 다른 한 방송사업자 제작 프로그램 월별 편성비율

(단위: %)

방송사		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
SBS	SBS ⓤ TV	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	SBS ⓤ RADIO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	SBS CNBC	24.0	18.5	19.4	20.0	18.4	17.9	8.9	12.9	13.0	16.3	11.6	11.2
YTN DMB	Ⓜ YTN	79.4	76.8	75.9	76.9	77.3	77.3	79.1	79.0	79.4	77.6	78.5	77.9
한국 DMB	QBS	13.8	24.0	31.7	47.1	38.4	35.2	34.7	38.4	37.5	35.2	36.8	39.0
U1 MEDIA	U1 TV	13.4	4.6	6.8	6.7	6.8	6.5	15.8	15.6	16.2	11.7	17.4	17.1
	mbn DMB TV	0.1	0.6	0.8	1.1	1.1	1.1	1.2	0.9	0.0	1.2	0.7	0.0
	U1 플러스 TV	47.2	45.3	9.7	7.2	4.9	3.8	12.4	14.4	14.2	10.5	10.7	9.5
KNN	KNN ⓤ	74.5	75.1	74.3	72.0	72.6	72.6	73.0	72.9	72.9	73.3	71.2	72.3
	ubc ⓤ	78.9	79.9	71.7	79.6	79.6	78.8	79.6	79.1	79.2	79.9	78.9	79.0
대구 방송	TBC ⓤ	69.2	69.7	69.2	69.5	70.7	69.3	69.2	69.4	69.9	69.1	68.0	68.6
	mYTN	78.8	79.1	79.1	79.0	79.0	78.8	77.7	78.8	66.7	78.9	78.9	78.9
광주 방송	KBC ⓤ	69.0	69.3	69.8	69.3	67.5	69.3	69.7	68.5	69.4	70.2	68.6	69.6
	mYTN	76.8	79.2	77.3	76.8	79.6	79.4	74.8	76.1	77.7	76.8	78.5	73.0
대전 방송	TJB ⓤ	75.5	75.5	75.4	74.3	75.7	74.9	74.4	75.4	74.3	73.0	74.3	74.4
	YTN CJB ⓤ	78.8	79.8	71.5	79.9	79.7	77.1	75.7	75.9	77.8	77.0	76.1	76.7
강원 민방	Hi-GTB	74.6	76.8	76.6	76.6	76.9	75.8	76.6	76.5	76.9	76.9	75.2	75.6
	GO-GTB	78.8	79.1	79.1	79.0	79.0	78.8	79.0	78.8	79.8	78.9	78.9	78.9
제주 방송	JIBS ⓤ DMB1	75.7	77.0	75.1	77.0	78.6	75.8	76.3	77.2	78.4	77.5	75.8	75.7
	JIBS ⓤ DMB2	78.8	79.1	79.1	79.0	79.0	78.8	77.7	78.8	79.8	78.9	78.9	78.9

제 4 절 외주제작 프로그램의 편성

다른 한 방송사업자 제작 프로그램의 의무편성비율과 별도로 국내의 지상파 방송사업자들은 일정 비율 이상 외주제작물을 편성해야 한다. 이는 독립 제작사를 육성하여 국내 영상 제작시장을 활성화 시키고 프로그램 제작원의 다양성을 확보하기 위한 의도에서 마련된 규정으로, 그 법적 근거는 다음과 같다.

2010년 하반기에 외주제작물 규제의 평가기준이 분기에서 반기로 변경되었다. 이에 따라 2011년 중 편성된 외주제작 프로그램에 적용되는 의무편성비율은 KBS 1TV의 경우 매반기 전체 프로그램의 24% 이상, KBS 2TV는 매반기 40% 이상, MBC 및 SBS는 매반기 35% 이상이다. 교육 전문 방송인 EBS의 경우 매반기 20% 이상을 외주제작 프로그램으로 편성해야 하며, SBS를 제외한 지역민영 방송사는 매반기 4% 이상의 비율을 유지해야 한다. 또한 특수 관계자가 제작한 외주제작 프로그램은 매반기 전체 외주제작 프로그램의 21% 이내로 한정해야 한다. 이에 덧붙여, KBS, MBC, SBS는 시간대에 따른 규제도 존재하여 매반기 주시청시간대 방송시간의 10% 이상을 외주제작 프로그램으로 할애하도록 추가로 규정하고 있다.

1. 지상파 방송의 외주제작 프로그램 편성현황

가. 지상파 3사와 EBS

2011년 반기별 편성현황을 살펴보면 지상파 3사 및 EBS 모두 외주제작물 의무편성비율을 준수하고 있는 것으로 나타났으나 전년도와 마찬가지로 채널 간 편차가 상당히 큰 것으로 드러났다.

전체시간대 외주제작 프로그램 편성비율을 살펴보면, 의무편성비율 수준이 높은 KBS2의 외주제작비율이 가장 높게 나타났으나, 35% 이상을 요구하고 있는 MBC, SBS 역시 모두 45% 후반 50% 초반의 범위에서 외주제작 프로그램을 방송하였다. KBS1과 EBS는 25~27% 범위에서 외주제작물을 편성하여 비교적 의무편성비율에 근접한 범위에서 외주제작물을 편성하였다.

KBS1, KBS2, MBC, SBS는 주시청시간대에도 의무편성비율인 10%를 훨씬 웃도는 높은 비

율로 외주제작물을 편성하였다. 2011년에는 주시청시간대 SBS에서 가장 높은 비율로 외주제작물을 편성하였으나 2011년에는 KBS2에서 상하반기 모두 60%를 넘는 높은 비율로 외주제작물을 방영하였다. KBS2와 MBC, SBS는 반기별로 50% 이상의 높은 비율을 보인 반면, KBS1은 이보다 훨씬 낮은 15% 안팎의 수준을 유지하였다.

〈표 3－18〉 전체시간대 주요 지상파 TV의 외주제작 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사	상반기	하반기
KBS 1TV	25.4	26.1
KBS 2TV	54.9	57.8
MBC	47.3	49.9
SBS	49.8	52.9
EBS	25.7	26.5

〈표 3－19〉 주시청시간대 주요 지상파 TV의 외주제작 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사	상반기	하반기
KBS 1TV	14.5	16.6
KBS 2TV	60.4	66.0
MBC	50.4	54.2
SBS	58.2	52.6

나. KBS 지역방송국과 MBC 지방계열사

지역방송국들의 편성현황 자료를 분석한 결과, 2011년에도 KBS의 지역 방송국 및 MBC의 지역 계열사들 모두 연중 외주제작물 의무편성비율을 준수한 것으로 나타났다.

먼저 KBS의 경우 모든 지역방송국들의 반기별 외주제작 프로그램 편성비율이 유사하게 나타났다. KBS1과 KBS2 모두 서울 본사의 편성비율과 1% 이내의 편차를 보이며 본사와 비슷한 비율로 외주제작물을 편성하였다.

〈표 3－20〉 지역 KBS의 반기별 외주제작 프로그램 편성비율

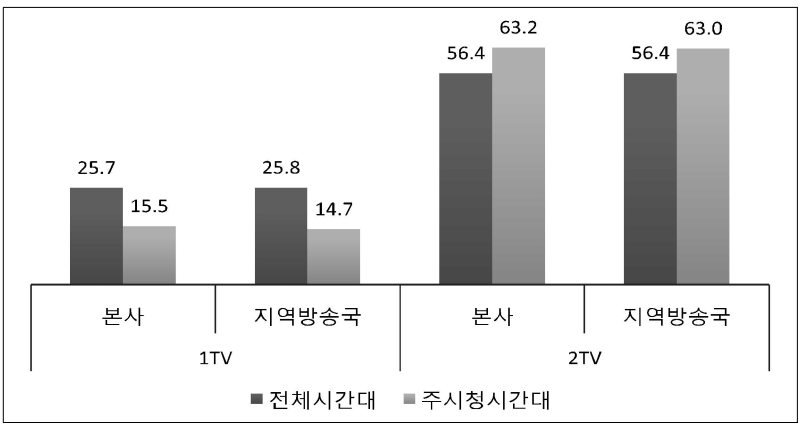
(단위: %)

KBS 지역방송국		전체시간대		주시청시간대	
		상반기	하반기	상반기	하반기
1TV (19개방송사)	부산	25.1	25.7	13.0	14.9
	울산	25.6	26.0	14.5	15.4
	창원	25.3	25.7	12.9	14.8
	진주	25.3	25.7	12.9	14.8
	대구	25.9	26.6	13.1	16.3
	안동	25.9	26.6	13.1	16.3
	포항	25.9	26.6	13.1	16.1
	광주	25.4	25.7	14.6	16.5
	목포	25.4	25.7	14.5	16.5
	순천	25.4	25.7	20.3	16.5
	전주	25.7	26.0	12.8	12.7
	대전	25.2	25.9	13.2	15.7
	청주	26.1	26.1	14.3	15.5
	충주	26.1	26.1	14.3	15.5
	춘천	25.6	25.9	13.2	15.6
	강릉	25.6	25.9	13.2	15.6
	원주	25.6	25.9	13.2	15.6
	제주	25.8	26.3	13.0	13.8
	경인방송센터	24.5	26.0	14.5	16.6
2TV (12개방송사)	부산	54.8	57.8	59.7	66.0
	울산	－	57.8	60.4	66.0
	창원	54.9	58.6	60.4	65.6
	진주	54.9	58.6	60.4	65.6
	대구	54.8	57.8	59.6	66.0
	광주	54.9	57.9	60.4	66.0
	전주	54.8	57.8	59.8	66.0
	대전	54.9	57.8	60.4	66.0
	청주	54.9	57.8	60.4	66.0
	춘천	54.8	57.8	59.7	66.0
	강릉	54.8	57.8	59.7	66.0
	제주	54.8	57.8	59.7	66.0

연간 편성비율을 살펴보면 본사와 지역방송국간에는 외주제작물 편성비율에 큰 차이가 없으나, 채널에 따라서 KBS1의 경우 지역방송국에서 주시청시간대에는 본사에 비해 낮은 비율로 외주제작물을 편성하고 있으나 KBS2의 경우에는 오히려 주시청시간대 지역방송국의 외주제작물 편성비율이 더 높게 나타나는 특징이 보인다.

〔그림 3－15〕 KBS 본사와 지역방송국의 연간 외주제작 프로그램 편성비율 비교

(단위: %)



여수를 제외한 나머지 MBC 계열사들은 2011년 중 반기별 35% 이상이라는 외주제작 프로그램에 관한 의무편성비율을 준수한 것으로 나타났다. 여수의 경우 상반기에 33.3%에 그쳐 의무편성비율을 준수하지 못하였으며 하반기 역시 의무편성비율에 근접한 36% 수준을 유지하였다. MBC 지방계열사의 경우 본사와의 차이가 KBS에 비해서 큰 편이다.

〈표 3－21〉 지역 MBC의 분기별 외주제작 프로그램 편성비율

(단위: %)

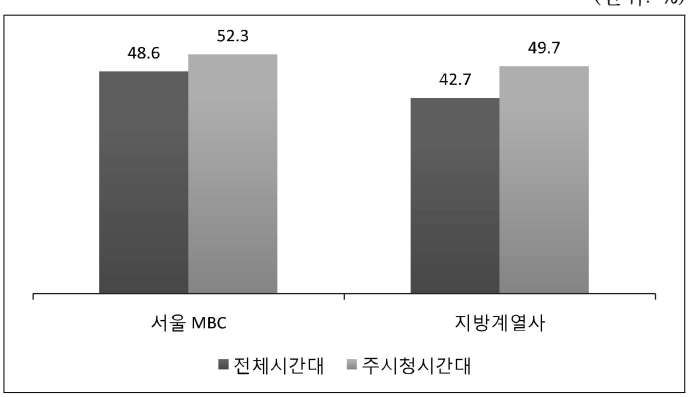
지방 계열사	전체시간대		주시청시간대	
	상반기	하반기	상반기	하반기
부산	48.7	46.8	55.1	56.6
경남(창원)	43.3	39.0	50.4	54.4
울산	43.3	43.4	46.4	47.4
경남(진주)	42.7	44.6	50.4	54.9
대구	43.9	44.8	43.3	46.5

지방 계열사	전체시간대		주시청시간대	
	상반기	하반기	상반기	하반기
안동	44.2	45.8	43.1	46.1
포항	45.5	46.8	50.4	54.4
광주	43.6	46.3	50.4	54.4
목포	44.4	43.3	47.8	51.6
여수	33.3	36.0	50.4	54.2
전주	39.5	41.0	42.8	47.4
대전	41.9	43.2	46.1	49.0
청주	42.6	35.7	50.4	54.4
충주	43.6	43.1	43.2	49.8
춘천	41.5	41.8	47.1	51.1
강릉	41.8	42.6	50.4	54.5
원주	43.0	43.3	50.4	54.5
삼척	40.4	41.8	44.3	48.7
제주	44.1	44.1	47.8	48.7

연간 평균 편성비율을 구해보면, 서울 MBC에 비해 지방계열사의 외주제작물 편성비율이 대체로 조금씩 낮게 나타나는 것으로 확인되었다.

〔그림 3－16〕 서울 MBC와 지방계열사의 연평균 외주제작 프로그램 편성비율 비교

(단위: %)



2. 지역민영방송의 외주제작 프로그램 편성현황

지역민방의 외주제작물에 대해서는 SBS를 제외한 나머지 방송사들이 모두 반기별 의무 편성비율인 4% 이상을 유지하였다. 특히 1차 민방 중에서는 대전방송, 2차 민방 중에서 청주방송, 3차 이후 가운데에서는 강원민방과 경인TV가 모두 10% 이상의 비율로 외주제작

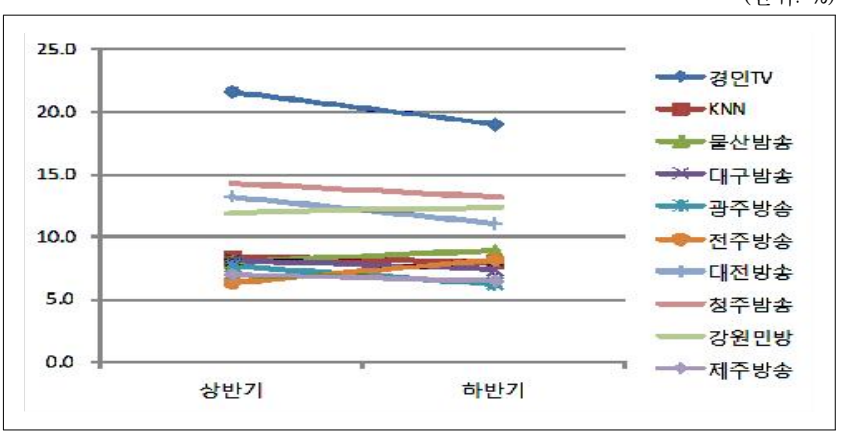
〈표 3－22〉 지역민방의 반기별 외주제작 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사	상반기	하반기
경인TV	21.6	19.0
KNN	8.4	8.0
울산방송	8.0	8.9
대구방송	8.2	7.4
광주방송	7.7	6.3
전주방송	6.4	8.2
대전방송	13.2	11.1
청주방송	14.3	13.2
강원민방	11.9	12.4
제주방송	7.0	6.5

〔그림 3－17〕 지역민방의 반기별 외주제작 프로그램 편성비율

(단위: %)



프로그램을 편성하였으며, 특히 경인 TV의 경우 상반기 평균 21.6%라는 높은 외주제작물 편성비율을 유지하였다. 울산, 전주, 강원 민방에서는 하반기에 외주제작물 편성비율이 0.5~2% 정도 상승하였으나, 나머지 지역민방에서는 하반기로 접어들면서 0.5~2.6%의 하락이 있었다. 별도의 월별 외주제작물 편성비율 분석에서는 뚜렷한 계절적 추이가 나타나지는 않았다.

제 5 절 국내제작 프로그램의 편성

방송법과 방송법 시행령 및 방송통신위원회의 프로그램 편성비율에 관한 고시에는 방송사업자가 국내에서 제작된 프로그램을 일정 비율 이상으로 편성하도록 규정하고 있다. 2011년 중 방송사업에 적용된 편성고시에서는 지상파 방송사업자의 경우 매분기 80% 이상, EBS의 경우 매분기 70% 이상의 국내제작물 편성비율을 충족시키도록 요구하였다. 지상파를 제외한 다른 방송사업자에 대해서는 이보다 낮은 비율이 적용되고 있어서 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 전체 방송시간의 50% 이상, 방송채널사용사업자는 40%이상을 요구하고 있으며, 지상파 3사를 제외한 나머지 지상파 DMB는 전체 방송시간의 60% 이상 국내 제작물을 편성해야 한다.

〈방송법〉

제71조(국내 방송프로그램의 편성)

① 방송사업자는 당해 채널의 전체 프로그램중 국내에서 제작된 방송프로그램을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.

② 방송사업자는 연간 방송되는 영화·애니메이션 및 대중음악중 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다. 다만, 지상파방송사업자는 당해 채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다. 〈개정 2004. 3. 22〉

③ 방송사업자는 국제문화 수용의 다양성을 보장하기 위하여 외국에서 수입한 영화·애

니메이션 및 대중음악 중 한 국가에서 제작한 영화·애니메이션 및 대중음악이 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다.

④ 제1항 내지 제3항의 규정에 의한 방송프로그램의 편성비율은 방송매체와 방송분야별 특성 등을 고려하여 차등을 둘 수 있다.

이러한 국내 제작물 전체의 편성비율에 대한 규정에 추가하여, 국내제작 영화/애니메이션/대중음악 등 세부 분야별에 의무편성비율 또한 존재한다. 2011년 중 적용된 편성고시에 따르면 국내제작 영화의 경우 지상파와 지상파 DMB는 연간 전체 영화 방송시간의 25% 이상, 그 외의 사업자는 20%이상을 편성해야 하며, 국내제작 애니메이션의 경우 지상파는 연간 전체 애니메이션 방송시간의 45%이상, 지상파 DMB는 35%이상, 그 외의 사업자는 30%이상을 편성해야 한다. 국내제작 대중음악은 모든 방송사업자가 연간 전체 대중음악 편성시간의 60% 이상을 편성해야 한다. 단, 영화의 경우 종교 전문채널에 대해서는 4% 이상의 비율을, 애니메이션의 경우 교육 전문 방송인 EBS는 8% 이상, 종교 전문채널은 4% 이상의 비율을 의무편성비율로 규정하고 있으며, 영화, 애니메이션, 대중음악 전문편성 방송사업자는 국내제작물 전체가 아닌 각 분야별 쿼터를 준수하도록 하고 있다.

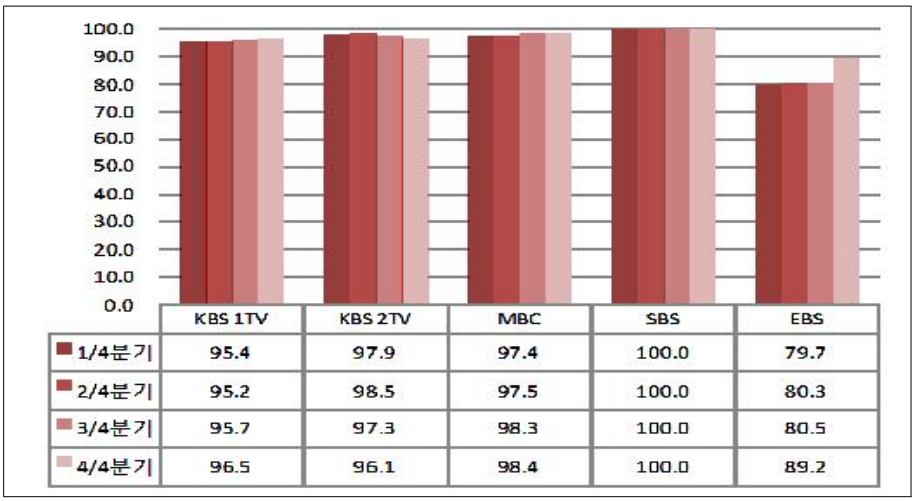
한편, 애니메이션과 관련하여서는 신규 국내제작 애니메이션에 관한 정량제 의무편성비율이 존재하여 지상파 3사가 연간 총 방송시간 중 1% 이상, 지상파 DMB가 0.1% 이상, EBS가 0.3% 이상 신규 국내제작 애니메이션을 방영하도록 요구하고 있다.

1. 지상파 3사와 EBS의 국내제작 프로그램 편성현황

지상파 3사 및 EBS에 관한 조사결과를 보면, 국내제작 프로그램에 대한 의무편성비율인 80%와 70%를 모두 준수한 것으로 나타났다. 지상파 3사의 경우 80%를 상회하여 95% 이상의 국내제작물 편성비율을 유지하였으며, 방송사간 차이는 크지 않았다. EBS 또한 79~89% 선에서 국내제작 프로그램을 편성함으로써 70% 이상을 요구하는 의무편성비율을 준수하였다.

〔그림 3－18〕 지상파 방송의 분기별 국내제작 프로그램 편성비율

(단위: %)



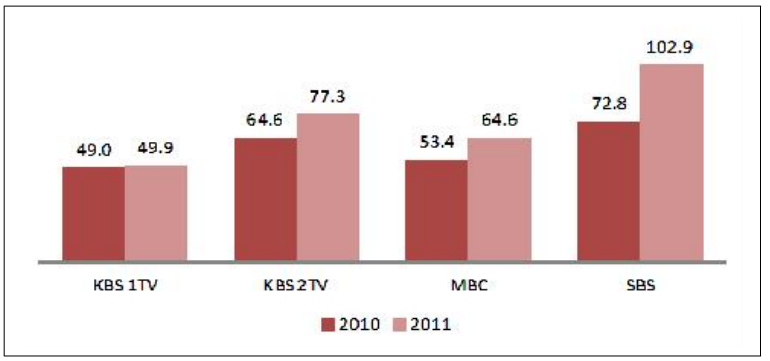
	KBS 1TV	KBS 2TV	MBC	SBS	EBS
1/4분기	95.4	97.9	97.4	100.0	79.7
2/4분기	95.2	98.5	97.5	100.0	80.3
3/4분기	95.7	97.3	98.3	100.0	80.5
4/4분기	96.5	96.1	98.4	100.0	89.2

분야별 편성쿼터 가운데 국내제작 영화에 대한 지상파 3사의 연평균 편성비율을 살펴보면, 이들 방송사업자들 모두 의무 편성비율인 25%를 훨씬 웃도는 비율로 국내제작 영화를 편성하고 있음을 확인할 수 있었다. 전년도와 비교해 보면, 모든 방송사의 국내제작 영화 편성비율이 높아졌는데, KBS 1TV, KBS 2TV, MBC, SBS가 순서대로 0.9%, 12.7%, 11.2%, 30.3% 포인트 정도 각각 증가한 것으로 나타난다.

실제 방송시간을 살펴보면, KBS 1TV의 경우 2011년에 전체 영화방영시간이 2010년도 대비 2,714분 증가하였고, 국내제작 영화도 역시 1,424분 정도 늘어나 2010년도와 상대적으로 구성비율이 소폭 상승한 정도로 나타났다. KBS 2TV의 경우 전체 영화방영시간이 368분 늘어나고 국내제작 영화 방영시간은 978분으로 늘어남으로써 국내제작 영화방영비율 변화의 폭이 KBS 1TV에 비해 컸다. MBC의 경우 전체 영화시간이 2010년도 5,461분에서 2011년도 1,342분으로 크게 줄었고, 국내영화방영시간도 줄었으나, 전체 영화상영시간보다는 작아, 국내영화 편성비율은 2010년도 보다 11.6%포인트 증가한 것으로 나타났다. SBS는 전체영화시간은 조금 줄었으나 국내제작 영화방영비율이 2010년 보다 크게 증가했다.

〔그림 3－19〕 지상파 3사의 국내제작 영화 편성비율

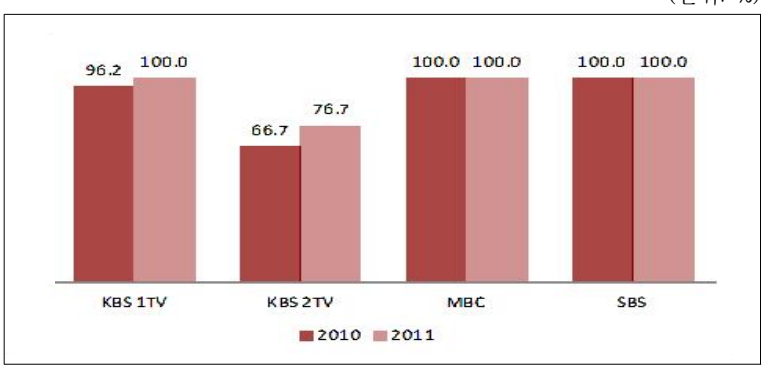
(단위: %)



지상파 3사는 국내제작 애니메이션의 편성에 있어서도 의무편성을 잘 준수하고 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 MBC 100%, SBS 100%, KBS 1TV 100%, KBS 2TV 76.7%의 편성비율을 보이고 있는데, 이 비율은 기준치인 45% 이상을 훨씬 상회하는 비율들이다. 2009~2010년 기간동안 KBS 2TV의 국내제작 애니메이션 편성비율이 큰 폭 하락했으나, 2010~2011년 동안에 늘어났다.

〔그림 3－20〕 지상파 3사의 국내제작 애니메이션 편성비율

(단위: %)

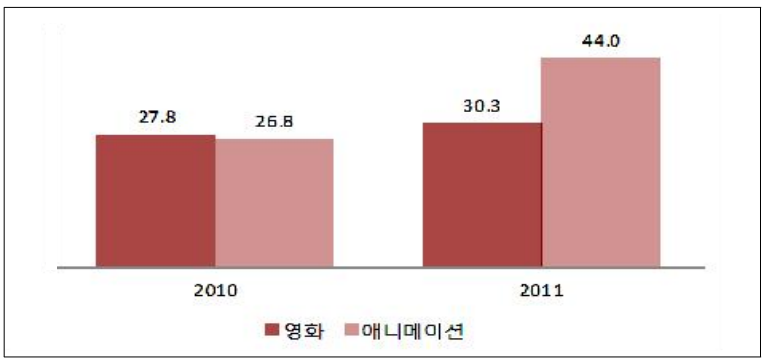


교육 전문 방송으로서 국내제작 영화 25% 이상, 국내제작 애니메이션 8% 이상을 충족해야하는 EBS의 경우 2011년 중에도 이 두 규정을 모두 충족시켰다. 영화는 전년도 대비 약 1.0%포인트 줄어든 26.8%의 편성비율을 기록하였고 애니메이션은 전년도보다 13.7%포

인트 상승한 44.0%를 기록, 의무편성비율인 8%를 훨씬 상회하였다. 그러나 실제 방송시간 측면에서는 영화의 경우는 국내제작 영화의 편성시간이 2010년도에 비해 5,302분 감소한 반면, 애니메이션은 2010년과 비교해 볼 때 전체 방영시간은 16,708분, 국내제작 애니메이션 편성시간은 20,860분 상승했다.

〔그림 3－21〕 EBS의 국내제작 영화 및 애니메이션 편성비율

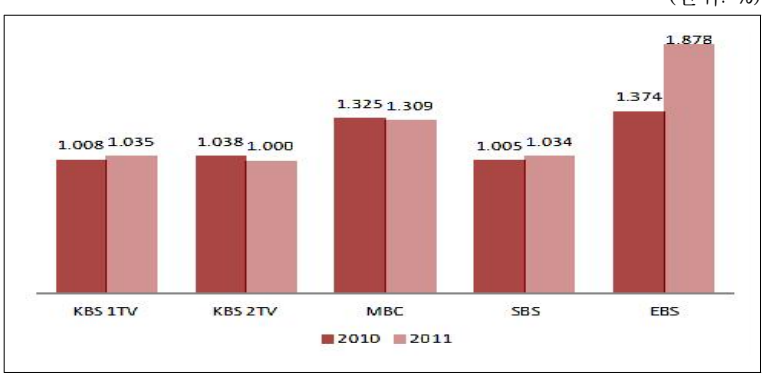
(단위: %)



신규 국내 제작 애니메이션의 편성현황을 살펴보면, 지상파 3사 및 EBS는 전년도와 마찬가지로 의무편성비율을 준수하고 있었다. 특히 EBS는 규정된 의무편성비율(0.3%) 및 다른 방송사업자의 편성비율현황과 비교할 때 상대적으로 높은 편성비율을 기록하고 있음이 확인되었다.

〔그림 3－22〕 지상파 3사 및 EBS의 신규 국내제작 애니메이션 편성비율

(단위: %)

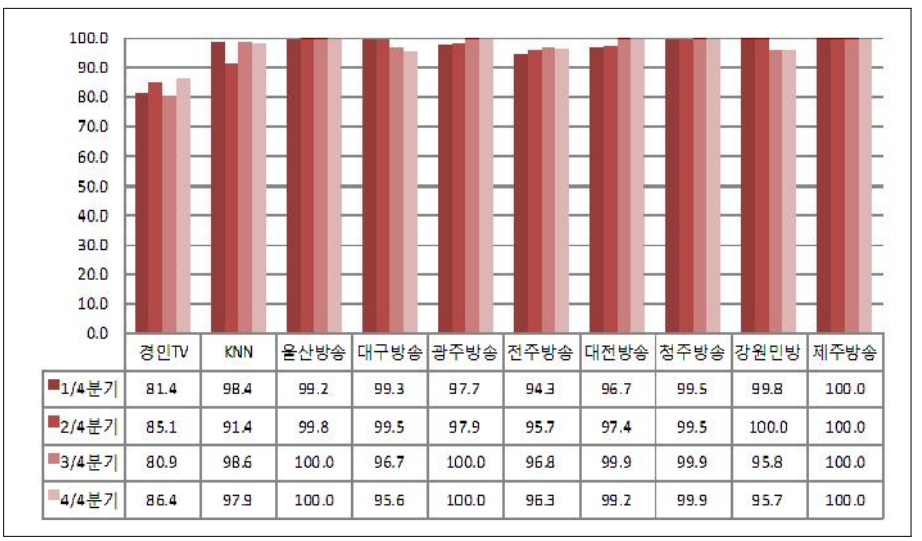


2. 지역민방의 국내제작 프로그램 편성현황

10개의 지역민영 지상파 방송사업자들 또한 국내제작 프로그램의 의무편성비율인 80% 이상을 잘 준수한 것으로 드러났다. 이들 사업자는 지상파 3사와 유사한 수준에서 국내제작 프로그램을 분기마다 90% 이상 편성하고 있었으며, 자체 편성비율이 높은 경인방송의 경우에만 이보다 낮은 81~86% 사이에서 국내제작 프로그램을 편성하였다.

〔그림 3－23〕 지역민방의 분기별 국내제작 프로그램 편성비율

(단위: %)



	경인TV	KNN	울산방송	대구방송	광주방송	전주방송	대전방송	청주방송	강원민방	제주방송
1/4분기	81.4	98.4	99.2	99.3	97.7	94.3	96.7	99.5	99.8	100.0
2/4분기	85.1	91.4	99.8	99.5	97.9	95.7	97.4	99.5	100.0	100.0
3/4분기	80.9	98.6	100.0	96.7	100.0	96.8	99.9	99.9	95.8	100.0
4/4분기	86.4	97.9	100.0	95.6	100.0	96.3	99.2	99.9	95.7	100.0

분야별 쿼터 가운데 국내제작 영화의 편성 현황을 검토한 결과, 법정 의무편성비율인 25%를 훨씬 웃도는 편성비율을 보이고 있었다. 경인TV는 2009~2010년 동안 약 10%의 상승폭을 보이며, 2010년에 전체 영화 편성시간 가운데 38.4%를 국내제작 영화로 편성하고 있었지만, 2011년에는 27.8%에 머물러서 9.6%포인트 하락하여 의무편성비율보다 약 2.8% 정도 더 높은 수준에서 국내제작 영화를 편성하고 있는 것으로 나타났다. 이는 다른 지역민방에 비해 훨씬 낮은 비율로, 타지역 민방들의 국내제작 영화 편성비율은 100%를 넘어서고 있다. 그러나, 실제 영화 방영시간을 비교해보면 경인TV의 경우 2011년 중 전체 영화 방영시간이 2만분이 넘어서서 연간 5,710분을 전후하여 국내제작 영화를 방영하는 다른

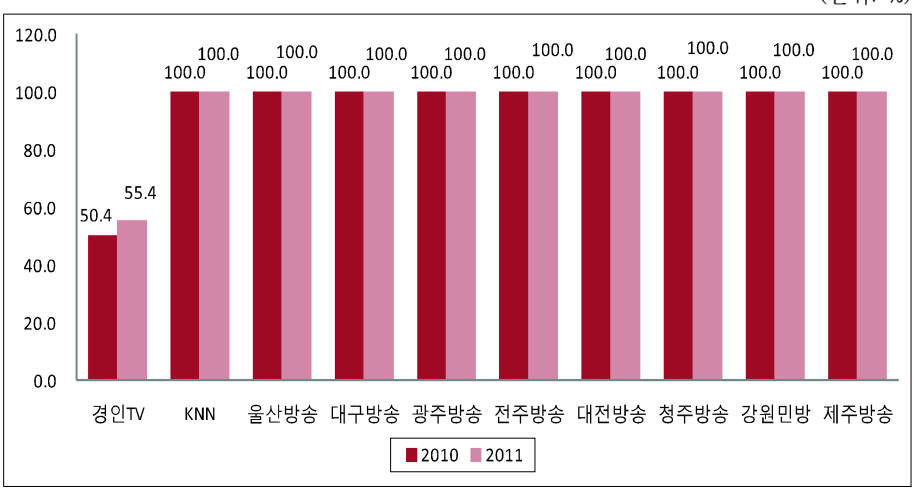
지역민방에 비해 훨씬 높은 수준이었으며, 국내제작 영화의 편성시간 역시 타지역 민방에 비해 4천분 가량 많았다.

지역민방의 국내제작 애니메이션 편성비율은 국내제작 영화 편성비율과 마찬가지로 45% 라는 법정기준을 훨씬 웃돌고 있었다. 경인방송을 제외한 9개 지역민방 모두 국내제작 애니메이션을 100% 편성하고 있는 것으로 조사되었는데, 이는 SBS의 연간 국내제작 애니메이션 편성비율과 같은 수치이다.

반면 경인방송은 2010년도 50.4%에서 2011년도에 55.4%로 5%포인트 상승하였고, 의무편성비율보다 약 10% 정도 더 높은 수준에서 국내제작 애니메이션을 편성하고 있는 것으로 나타났으나, 앞서 영화의 예에서처럼 실제 방송시간 분량으로는 경인TV의 애니메이션 방영시간과 국내제작 애니메이션 편성시간이 다른 지역민방에 비해 훨씬 높았다. 구체적으로, 경인TV는 2011년 중 21,255분의 애니메이션을 방영하고 이 가운데 11,770분이 국내제작 애니메이션이었던 반면, 나머지 지역민방에서는 7천분 내외 분량의 애니메이션을 편성하였다.

〔그림 3－24〕 지역민방의 국내제작 애니메이션 편성비율

(단위: %)

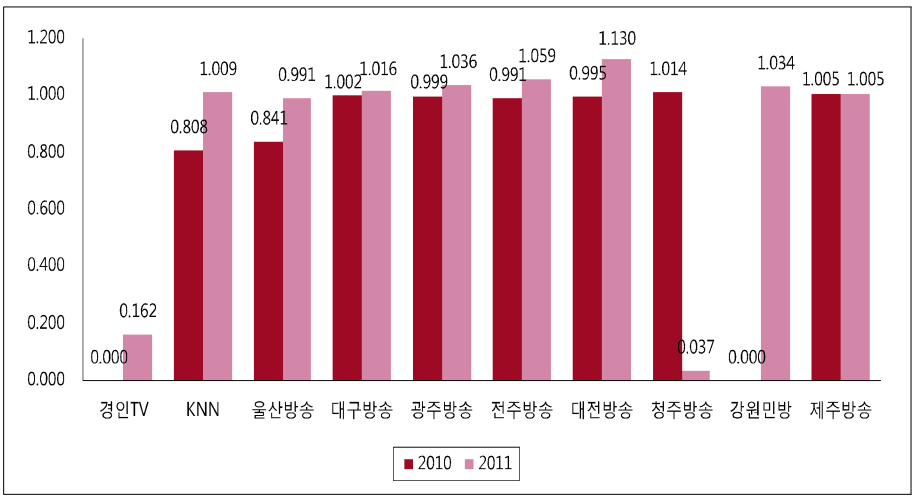


한편, 신규 국내제작 애니메이션 총량제와 관련하여 10개 지역 민영방송사업자 중 경인TV, KNN, 울산방송, 광주방송, 전주방송, 대전방송, 강원민방 등 과반수의 방송사업자가

2010년도 연중 1% 미만으로 신규 국내제작 애니메이션을 편성한 것으로 나타났으나, 2011년에는 과반수가 넘게 1% 이상으로 편성한 것으로 나타났다.

〔그림 3－25〕 지역민방의 신규 국내제작 애니메이션 편성비율

(단위: %)



현재 지역민방에 대한 신규 국내제작 애니메이션 규제는 유예 중에 있으므로 편성 규제 위반으로 기록되지 않았다. 지상파 DMB 역시 편성고시에서는 0.1% 이상 국내제작 애니메이션을 편성하도록 규정하고 있다.

3. 지상파 DMB의 국내제작 프로그램 편성현황

지상파 3사 DMB 및 지역 지상파 DMB의 국내제작 프로그램 편성에 관한 조사결과를 보면, 의무편성비율인 80%와 60%를 모두 준수한 것으로 나타났다. 지상파 DMB 3사의 경우 80%를 상회하여 95%이상의 국내제작물 편성비율을 유지하였으며, 방송사간 차이는 크지 않았다. 그 외의 주요 지상파 DMB들 또한 모두 의무편성비율인 60%를 훨씬 웃도는 수준인 97%~100%로 국내제작 프로그램을 편성하였다.

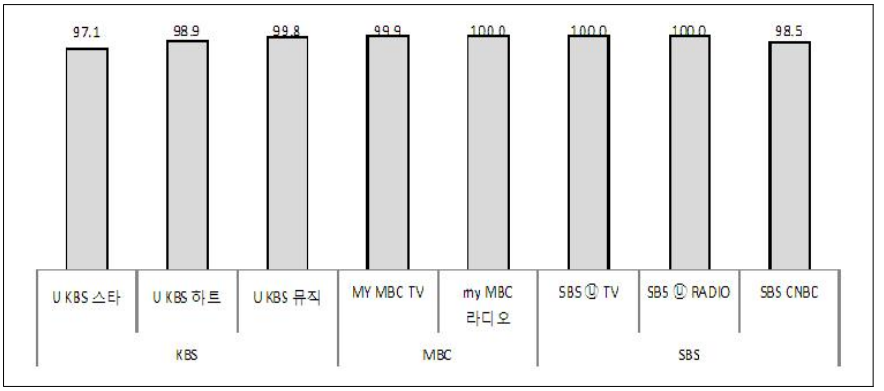
〈표 3－23〉 주요 지상파 DMB 사업자의 분기별 국내제작 프로그램 편성비율[19]

방송사		1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	의무편성비율
KBS	U KBS 스타	98.5	96.3	96.9	96.6	80% 이상
	U KBS 하트	99.5	98.6	98.9	98.5	
	U KBS 뮤직	100.0	99.3	100.0	100.0	
MBC	MY MBC TV	99.7	100.0	100.0	100.0	80% 이상
	my MBC 라디오	100.0	100.0	100.0	100.0	
	MBN 경제	100.0	100.0	100.0	－	60% 이상
국제방송 교류재단	아리랑 영어	97.7	97.7	97.7	97.9	60% 이상
SBS	SBS ⓤ TV	100.0	100.0	100.0	100.0	80% 이상
	SBS ⓤ RADIO	100.0	100.0	100.0	100.0	
	tbs DMB	99.2	100.0	100.0	100.0	60% 이상
	tbs DMB 라디오	100.0	100.0	100.0	－	
	SBS CNBC	98.8	98.8	98.3	98.0	80% 이상
YTN DMB	ⓂYTN	98.3	100.0	100.0	100.0	60% 이상
	TBN 한국교통방송	100.0	100.0	100.0	100.0	
	한국경제 TV DMB	99.9	100.0	99.6	99.5	
한국 DMB	QBS	99.4	99.4	98.7	98.2	60% 이상
U1 MEDIA	U1 TV	99.1	94.7	100.0	96.8	60% 이상
	U1 플러스 TV	98.2	94.7	83.5	92.7	60% 이상
	mbn DMB TV	100.0	98.9	98.9	98.9	80% 이상

2011년 지역 지상파 DMB의 자료를 검토한 결과 MBC지역방송 DMB의 경우 모두 98%~100%의 비율로 국내제작 프로그램을 편성하였으며, 그 외의 지역방송들 또한 최소 96% 이상의 비율로 편성을 함으로써 의무편성비율인 80%와 60%를 모두 준수한 것으로 나타났다.

19) MBC의 MBN경제는 2011년 9월 30일자로 방송종료 되었으며, SBS의 tbs DMB라디오는 2011년 11월 30일자로 방송종료 되었다.

〔그림 3－26〕 지상파 DMB 3사의 국내제작 프로그램 편성현황



〈표 3－24〉 지역 지상파 DMB 사업자의 분기별 국내제작 프로그램 편성비율

방송사		1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	의무편성비율
부산 MBC	MY MBC TV	99.7	99.8	99.8	99.4	80% 이상
	my MBC 라디오	100	100	99.8	100	
안동 MBC	MY MBC TV	100	100	100	100	
	my MBC 라디오	100	100	100	100	
광주 MBC	MY MBC TV	99.7	100	100	100	
	my MBC 라디오	100	100	100	100	
대전 MBC	MY MBC TV	98.8	99.0	99.4	99.4	
	my MBC 라디오	100	100	100	100	
춘천 MBC	MY MBC TV	98.6	98.8	99.3	98.9	
	my MBC 라디오	100	100	100	100	
제주 MBC	MY MBC TV	99.7	99.2	99.3	99.1	
	TourJeju DMB	100	100	100	100	
	my MBC 라디오	100	100	100	100	
KNN	KNN ⓤ	98.8	98.1	99.3	98.6	60% 이상
	ubc ⓤ	98.4	99.7	100	100	
대구방송	TBC ⓤ	99.4	99.5	100	99.9	
	mYTN	96.6	100	100	100	
광주방송	KBC ⓤ	97.7	96.7	97.5	95.6	
	mYTN	99.2	100	100	100	

방송사		1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	의무편성비율
대전방송	TJB ⓤ	97.3	98.4	98.1	97.5	60% 이상
	YTN CJB ⓤ	99.3	99.7	100	99.1	
강원민방	Hi-GTB	99.8	100	100	100	
	GO-GTB	96.6	100	100	100	
제주방송	JIBS ⓤ DMB1	100	100	100	100	
	JIBS ⓤ DMB2	96.6	100	100	100	

4. 종합유선방송사업자(SO)

직접사용채널(이하 직사채널)은 종합유선방송(SO)에서 지역방송 외에 다른 방송채널사용사업자에게 임대하지 않고 직접 운용하는 채널이다. 현행 규정상 SO는 직사채널의 전체 프로그램 편성 시간 중 매분기 50% 이상을 국내제작 프로그램으로 채워야 한다.

2011년 중에는 분기마다 26~27개의 법인에서 직사채널을 운영하였으며, 조사결과 MSO와 단독 SO 모두 분기별 국내제작 프로그램의 의무편성비율을 준수한 것으로 나타났다. 분기별로 SO들은 법정 의무편성비율인 50%를 훨씬 상회하는 99.5~100%의 범위에서 국내제작 프로그램을 편성하였다. 2010년도에 CMB 계열의 MSO에서 80% 대에서 국내 제작물을 편성하였던 점을 고려할 때, 이는 전년도보다 다소 높아진 비율이라고 할 수 있다.

〈표 3－25〉 SO 직사채널의 국내제작 프로그램 편성비율

계열		국내제작 프로그램 편성비율(%)			
		1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기
MSO	C&M	－	－	－	－
	CJ	100(12)	100(13)	100(13)	100(13)
	CMB	99.5(5)	99.8(5)	100(5)	100(5)
	HCN	100(9)	100(9)	100(9)	100(9)
	Tbroad	－	－	－	－
단독 SO		100(2)	100.0(2)	100(2)	100(2)

주: 1) 괄호 안은 직사채널 운용 법인 수임
2) '－'는 직사채널 운용결과가 없는 경우임

5. 위성방송사업자

위성방송사업자에게 적용되는 국내제작 프로그램의 의무편성비율은 해당 채널 전체 프로그램 편성시간 중 매분기 50% 이상이다. 2011년 중 이 편성 규제의 적용 대상이 된 채널은 총 4개로 일반위성방송으로는 케이티스카이라이프(주)의 자체 채널인 키즈톡톡, Sky3D 채널과, 위성DMB 방송 SK텔링크(주)의 자체 채널인 Tu Cinema, Tu Sports가 해당된다.

연중 편성현황 조사결과, 위성방송은 SO에 비해 다소 낮은 비율로 국내 제작물을 편성하고 있는 것으로 나타났다. 특히 키즈 톡톡의 경우 연 평균이 약 53.56% 정도로 의무편성비율에서 크게 벗어나지 않는 수준에서 국내 제작물을 편성하고 있는 것으로 나타났으며,

〈표 3－26〉 위성방송의 국내제작물 편성현황

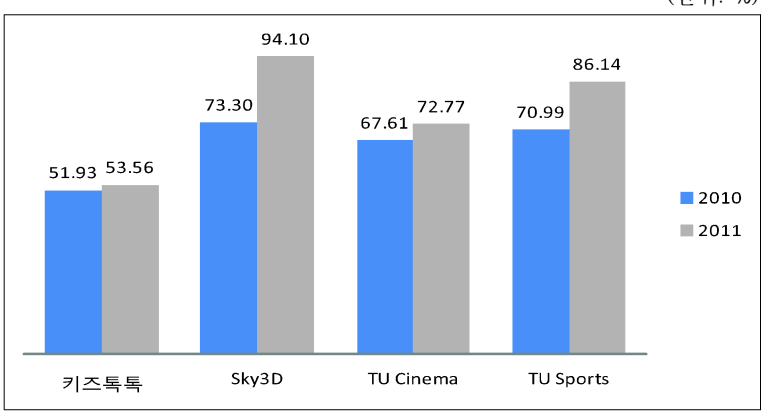
(단위: %)

방송사업자		채널명	국내제작 프로그램 편성비율			
			1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기
일반 위성방송	케이티스카이 라이프㈜	키즈톡톡	54.71	52.40	53.58	53.56
		Sky3D	97.23	92.05	93.03	94.10
위성DMB	SK텔링크㈜	TU Cinema	70.15	72.76	75.39	72.77
		TU Sports	86.20	87.10	85.13	86.14

주: 한국디지털위성방송(주)는 2011년 'KT스카이라이프'로 사명을 변경하였으며, 티유미디어(주)는 2010년 SK텔링크(주)에 합병되었다가 2012년 7월 위성 DMB 사업을 중단하였다.

〔그림 3－27〕 위성방송의 국내제작물 편성비율 비교

(단위: %)



영화 채널의 성격상 TU Cinema 역시 분기에 따라 70%대를 기록하고 있어서, SO에 비해 상대적으로 낮은 비율로 국내 제작물을 편성하고 있는 것으로 나타났다.

2010년과 비교하여 보면 Sky3D와 TU Cinema의 경우 국내제작물의 비율이 전년도에 비해 다소 높게 편성된 것으로 드러났다.

6. 방송채널사용사업자(PP)

방송채널사용사업자(PP)는 매분기 전체 프로그램 편성시간의 40% 이상을 국내제작물로 편성해야 한다. 단, 애니메이션이나 영화, 대중음악 전문편성 채널의 경우는 분야별 쿼터 비율이 적용된다. 〈방송 프로그램 등의 편성에 관한 고시〉 제3조 5항에 의거하여 영화 전문편성 방송사업자는 분기별, 연간 전체 영화 방송시간의 25% 이상, 애니메이션 전문편성 방송사업자의 경우는 분기별, 연간 전체 애니메이션 방송시간의 35% 이상(지상파 방송사업자는 45% 이상)을 요구하고 있다. 이에 따라 영화와 애니메이션 전문편성 채널의 경우 국내제작물 편성비율이 40%가 이하라도 국내제작물 의무편성비율 위반으로 기록되지 않고 있다. 실제로, 카툰네트워크, OCN 등 애니메이션이나 영화 전문편성 채널의 경우 연중 분기별 국내제작물 편성이 40% 이하이다. 대중음악 전문편성 방송사업자의 경우에는 국내제작물 전체에 대해 요구하는 40% 보다 오히려 높은 비율을 요구하고 있어 분기별, 연간 전체 대중음악 방송시간의 60% 이상을 국내 제작물로 편성해야 한다.

조사결과, 2011년 중 등록 취소된 일부 채널을 제외한 183개의 채널 가운데 5개 홈쇼핑 채널들을 포함하는 28개 채널에서 매 분기마다 국내 제작물을 100% 편성한 것으로 나타났다. 참고로, 2009년에는 166개 채널 가운데 33개 채널이 100% 국내 제작 프로그램을 편성한 바 있다. 168개 PP 전체의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율은 약 76.0%로 2009년의 75.6%에 비해 근소한 차이로 높게 나타났다.

지상파 계열 PP의 국내제작물 편성비율을 살펴보면, 전년도와 마찬가지로 스포츠 채널(MBC-ESPN, SBS 스포츠, SBS 골프, KBS N Sports)과 드라마/쇼 중심의 오락 채널간의 차이가 뚜렷이 드러난다. 국제 경기가 많은 스포츠 전문채널의 경우 상대적으로 국내제작 프로그램의 비율이 낮게 나타나는 반면, 오락채널 또는 드라마 재방영 채널은 국내제작 프로그램을 분기별로 90% 이상 방송한 것으로 나타나기 때문이다.

전년도와 마찬가지로 외국 영화나 외국 드라마 시리즈물 편성비율이 높은 영화 채널과, 일본 또는 미국에서 제작된 애니메이션 프로그램을 주로 방영하는 애니메이션 전문채널들은 역시 연평균 국내제작 프로그램 편성비율이 낮은 경우가 많았으며, 온스타일(51.9%), AXN(40.52%) 등 해외제작 리얼리티 프로그램이나 드라마 시리즈들의 방영비율이 높은 라이프 스타일 채널의 경우에도 국내제작 프로그램의 편성비율이 비교적 낮게 나타난다.

〈표 3－27〉 PP의 분기별 국내제작물 편성현황

(단위: %)

채널명	1분기	2분기	3분기	4분기
가요TV	100.00	83.94	100.00	100.00
국군방송	72.03	77.42	77.65	78.15
국회방송 NATV	85.00	88.63	73.94	70.63
극동Art TV	74.46	72.20	68.94	68.84
동아TV	78.86	80.77	85.16	92.40
드라맥스	100.00	100.00	100.00	100.00
디스커버리채널코리아		43.16	43.94	43.57
디원	76.94	79.63	77.21	85.88
디원플러스	51.48	47.43	－	－
디즈니 채널	－	－	41.95	41.84
디즈니주니어	－	－	42.31	42.07
롯데홈쇼핑	100.00	100.00	100.00	100.00
리빙TV	51.37	58.90	52.03	66.87
메디컬TV	－	99.43	94.39	80.33
미드나잇	61.78	37.72	58.04	54.83
바둑TV	100.00	100.00	100.00	100.00
법률TV	100.00	100.00	96.67	74.00
복지TV	98.12	98.91	98.63	98.33
불교TV	100.00	100.00	100.00	100.00
브레인TV	100.00	80.43	100.00	100.00
비타민TV	80.19	76.75	－	－
사이언스TV	44.44	49.71	48.07	53.42
서울경제TV	93.75	93.75	95.57	100.00
소비자TV	－	－	88.84	94.55
스파이스TV	62.52	64.04	61.02	56.23

채널명	1분기	2분기	3분기	4분기
스피드스포츠(Fsports)	84.27	–	–	–
실버아이	100.00	100.00	100.00	100.00
실버TV	98.37	98.41	97.01	96.47
아리랑TV	91.46	91.53	91.05	91.40
애니맥스	43.18	38.86	38.33	37.56
애니박스	35.68	42.12	46.73	38.92
애니원	32.26	32.39	32.49	33.08
애니플러스	42.66	41.81	41.37	43.49
어린이TV	62.23	48.23	60.14	43.66
에듀키즈TV	–	–	100.00	100.00
에스트리	98.88	93.08	96.56	89.13
예술TV Arte	100.00	100.00	100.00	100.00
오씨비	–	–	78.61	77.51
오앤티	100.00	97.23	90.12	93.93
올리브채널	76.30	88.84	90.70	79.80
월드이벤트TV	100.00	100.00	100.00	100.00
웨딩TV	100.00	97.80	100.00	100.00
육아방송	93.14	95.71	93.10	94.32
이데일리 TV	93.49	97.12	98.06	98.81
인디필름	92.65	77.15	92.33	94.65
일자리방송	64.91	57.61	65.92	67.15
중화TV	40.47	52.07	39.68	41.14
차이나원	–	67.53	91.06	92.71
채널 IT	–	–	0.00	12.52
채널 J	40.47	40.94	39.94	40.98
채널뷰	90.90	68.54	85.66	86.27
채널칭	43.84	56.25	40.52	42.60
채널CGV	41.84	39.48	23.42	27.44
챔프	33.76	48.05	32.74	32.70
청소년방송	–	–	–	100.00
카앤스포츠TV	–	89.40	92.00	93.31
카툰네트워크(CN)	33.42	37.04	34.51	35.66
코미디TV	100.00	100.00	100.00	100.00
쿠키TV	100.00	100.00	100.00	100.00

채널명	1분기	2분기	3분기	4분기
텔레노벨라	40.53	40.52	40.84	41.66
투니버스	45.43	63.23	44.21	44.60
팍스TV	100.00	84.47	100.00	100.00
패션앤	61.96	68.41	67.29	61.88
포유골프	81.01	84.83	-	-
포유스포츠	96.84	97.67	-	-
폴라리스TV	70.39	67.21	59.54	53.57
푸드TV	86.94	85.55	79.63	84.93
한국직업방송	95.79	93.18	89.87	90.82
한방건강TV	97.63	95.34	95.86	94.21
허니TV	82.29	87.72	82.35	82.29
헬스플러스	100.00	100.00	99.01	99.90
현대홈쇼핑	100.00	81.07	100.00	100.00
홈스토리	40.73	60.60	42.43	49.50
히어로 TV	25.00	25.00	25.00	25.00
AsiaN	40.94	40.75	40.73	40.21
ATV	100.00	100.00	100.00	100.00
AXN	-	40.18	40.93	40.45
Business&	74.60	60.41	61.23	85.79
Catch On plus	28.93	25.33	25.97	24.60
Catch On	27.00	42.96	27.14	29.11
CBS TV	98.52	98.49	100.00	100.00
CGN TV	81.14	78.71	80.90	83.27
CHANNEL-T	65.93	59.20	56.76	56.18
cineF	42.04	53.24	29.41	28.86
CJ오쇼핑	100.00	100.00	100.00	100.00
CMC가족오락TV	100.00	100.00	100.00	100.00
CNTV	78.29	70.46	72.00	74.62
CTS 기독교TV	95.37	94.83	85.20	74.70
DRAMAcube	-	-	22.67	82.99
E Channel	100.00	100.00	100.00	100.00
E! Entertainment Television	90.45	91.18	91.01	90.37
EBS 플러스 1	100.00	100.00	100.00	100.00
EBS 플러스 2	100.00	100.00	100.00	100.00

채널명	1분기	2분기	3분기	4분기
EBS English	80.32	75.77	82.07	86.57
EBS U	100.00	100.00	100.00	100.00
ETN 연예TV	100.00	96.57	100.00	100.00
FNC	84.85	90.19	94.47	95.09
FOX	53.51	49.06	50.10	48.24
FOXlife	42.51	60.41	51.87	45.83
fs-tv	96.31	90.01	96.41	96.81
FTV	99.46	97.68	99.86	99.59
FX	61.25	55.59	57.89	58.32
GCN	97.82	95.49	93.65	93.96
Goodtv	76.19	78.72	79.08	81.23
GS Shop	100.00	100.00	100.00	100.00
GTV	97.93	77.82	98.25	96.53
HD ONE	45.49	44.83	52.31	42.21
HOMEDRAMA	100.00	100.00	100.00	100.00
HOW TV	100.00	100.00	-	-
INET TV	99.80	99.09	99.53	99.45
J Golf	41.71	61.13	48.65	52.93
JEI 재능TV	47.80	57.78	41.55	41.43
JEI English TV	88.52	95.02	95.12	94.40
K-바둑	100.00	84.47	100.00	100.00
KBS drama	100.00	95.04	100.00	100.00
KBS Joy	100.00	100.00	100.00	100.00
KBS N sports	92.86	84.14	84.41	82.16
KBS Prime	100.00	100.00	100.00	100.00
KCN 무협	35.27	31.79	32.15	43.34
KHR-TV	73.97	84.27	78.90	86.07
KIDS-TV	100.00	100.00	100.00	100.00
KM	47.23	46.63	42.35	41.17
Knet TV	100.00	100.00	100.00	100.00
KTV	87.90	94.83	90.40	94.07
LIFE TV	-	-	-	92.17
MBC 드라마넷	100.00	100.00	100.00	100.00
MBC Every1 DMB	100.00	100.00	100.00	100.00

채널명	1분기	2분기	3분기	4분기
MBC game	100.00	100.00	100.00	100.00
mbc life	99.76	84.53	100.00	100.00
mbc life	99.76	84.5	100.00	100.00
MBC Sports+	56.67	76.83	76.83	64.20
MBCEvery1	99.38	100.00	98.71	100.00
MBCNET	100.00	99.56	100.00	100.00
MBN TV	98.66	98.69	98.85	65.87
MGM	26.22	49.47	22.17	24.56
Mnet	42.85	41.65	39.56	35.67
mountainTV	88.01	87.80	86.63	86.24
Mplex	45.62	61.21	40.21	40.13
MTN(구 MCN)	99.88	97.10	96.92	99.10
MTN(위성 CH512)	99.87	96.02	96.92	99.10
MTV	73.29	71.53	75.43	78.93
National Geographic	45.54	44.12	48.54	41.44
New 환경TV	45.44	68.26	47.97	42.28
news Y	-	-	-	30.40
NICK	50.52	52.15	45.14	52.22
NS 농수산홈쇼핑	100.00	100.00	100.00	100.00
OBS W	100.00	100.00	98.98	98.97
OCN Series	41.63	53.47	40.42	40.07
OCN	40.74	31.43	22.78	26.18
on game net	100.00	82.14	97.10	97.62
On Style	58.02	49.02	55.04	45.52
OUN	93.16	95.69	94.97	89.85
PBC-TV(평화방송)	86.14	88.70	87.70	87.70
QTV	97.67	99.14	95.11	97.07
Real TV	93.39	95.36	96.07	95.90
RTN 부동산TV	100.00	100.00	100.00	100.00
RTV	88.33	88.32	88.33	88.63
Safe TV	100.00	100.00	100.00	99.75
SBS CNBC	98.81	98.85	98.32	98.00
SBS ESPN	50.21	66.84	64.09	55.20
SBS골프	48.19	50.96	49.70	48.16

채널명	1분기	2분기	3분기	4분기
SBS드라마플러스	100.00	100.00	100.00	100.00
SCREEN	39.83	47.32	33.41	34.68
SKY HD	43.75	40.89	40.34	41.98
SkyEN	52.19	44.61	43.62	50.47
STB상생방송	98.53	95.45	98.72	99.13
Story On	70.48	83.49	84.43	93.39
STV	99.66	98.09	99.89	97.86
Super Action	46.94	35.53	28.29	31.75
tbs TV	99.20	100.00	100.00	100.00
THISCO	-	50.95	47.63	46.03
tomatoTV	100.00	80.17	100.00	100.00
Trend E	78.35	89.66	85.48	85.47
tu request(ch35)	100.00	96.76	-	-
TVB KOREA	41.75	44.77	46.59	41.36
Tvis	-	-	-	33.33
tvN DMB	99.88	99.83	99.82	100.00
tvN	99.88	99.83	99.82	100.00
VIKI	61.41	61.86	61.38	60.24
WOW한국경제TV	99.90	99.77	99.59	99.56
XTM	49.11	53.85	65.32	78.86
Y-STAR	100.00	100.00	100.00	100.00
YTN	99.01	100.00	100.00	100.00

* 1/4 분기 자료 누락되어 2/4 분기에 기준

장르별 국내 제작 프로그램 편성현황을 살펴보면 183개 채널 가운데 2011년 중 영화를 편성한 채널은 46개, 애니메이션은 27개, 대중음악은 41개 채널이었으며, TBS TV와 인디필름의 경우 세 장르 모두 편성하였으며, 영화와 애니메이션을 함께 편성한 채널은 7개로 나타났다.

영화를 편성한 46개 채널 중에서 16개 채널은 연간 전체 영화 편성 시간 중에서 국내제작 영화를 30% 이하로 편성하고 있어서 비교적 의무편성비율에 가깝게 규정을 준수하고 있었으나, KTV, goodtv, KBS N sports, 국회방송, TBS TV, OCN Series, 인디필름 등 7개 채널은 90%가 넘는 비율로 국내 제작 영화를 편성하였다. 그러나 이 채널들 가운데, KTV,

OCN Series, 인디필름을 제외하고 나머지는 전체 영화 편성 시간 자체가 연간 5,000분 이하이다. 실제로 전체 영화 편성 시간도 많으면서 국내 제작 영화를 많이 편성한 채널은 OCN series, 인디필름 등 영화 전문 채널들이며, 스파이스 TV와 같은 성인채널들 역시 국내 제작 영화 편성 비율이 높게 나타났다.

애니메이션의 경우에도 전체 애니메이션 방영 분량을 100% 국내 제작물로 편성한 7개 채널 중에서 138,210분 분량의 애니메이션을 방영한 Kids-TV를 제외한 나머지 여섯 채널은 역시 애니메이션 편성 시간 자체가 적은 채널들이다. 애니메이션을 연간 30만분 이상 방영하는 애니메이션 전문 채널이나 어린이 채널들의 경우 대체로 의무편성비율 규정인 35%를 조금 웃도는 수준에서 국내 제작 애니메이션을 편성하고 있으며, 어린이TV의 경우만 예외적으로 50.8%의 비교적 높은 비율로 국내 제작 애니메이션을 방송한 것으로 나타났다.

대중음악의 경우 2011년 중 대중음악을 프로그램을 편성한 41개 채널 가운데 INET TV, MGM, MTV을 제외한 38개 채널은 전량을 국내 제작 대중음악 프로그램으로 편성하고 있는 것으로 나타났다. 이처럼 높은 국내 제작물 비율은 국내 제작 대중음악의 인정기준과도 관련되어 있다. 프로그램 제작자를 기준으로 국내 제작 여부를 판단하는 현재 관행에서는 프로그램 내에 외국 대중음악 많이 편성되어 있다 하더라도 프로그램 자체를 국내 제작물로 간주하기 때문이다. 따라서, 프로그램 구성의 여러 측면을 고려한 국내 제작 대중음악 판정기준이 도입된다면 국내제작 대중음악 비율은 이보다 낮아질 가능성이 있다.

〈표 3－28〉 PP의 장르별 연간 국내제작물 비율

(단위: %)

채널	영화(25% 이상)	애니메이션(35% 이상)	대중음악(60% 이상)
가요TV			100.0%
국군방송			100.0%
국회방송	100.0%		
극동Art TV	41.0%		
니켈로디언(NICK)		34.2%	
디원	33.7%		100.0%
디즈니주니어		43.3%	
디즈니채널	27.3%	47.5%	

채널	영화(25% 이상)	애니메이션(35% 이상)	대중음악(60% 이상)
미드나잇채널	54.4%		
복지TV	28.8%		100.0%
스파이스TV	62.4%		
실버아이			100.0%
실버TV			100.0%
실버TV			100.0%
아리랑TV			100.0%
애니맥스		35.2%	
애니박스		36.2%	
애니원		35.6%	
애니플러스		35.4%	
어린이TV		50.8%	
월드이벤트TV			100.0%
육아방송		54.4%	
인디필름	94.5%	100.0%	100.0%
일자리방송	27.4%		
정철영어TV		46.8%	
㈜씨엠씨가족오락TV			100.0%
중화TV	46.9%		
차이나원	37.0%	40.2%	
채널 J	73.7%		100.0%
채널동아	45.1%		
채널원	27.3%		100.0%
채널CGV	30.1%		
챔프		35.2%	
카툰네트워크(CN)		35.2%	
코미디TV			100.0%
텔레노벨라	31.4%		100.0%
투니버스	34.2%	40.9%	
허니TV	82.9%		
헬스플러스			100.0%
AsiaN	25.8%		
ATV		100.0%	

채널	영화(25% 이상)	애니메이션(35% 이상)	대중음악(60% 이상)
BBS-TV		100.0%	100.0%
Business&			100.0%
Catch On plus	26.3%		
Catch On	27.7%		
cineF	31.3%		
CNTV	35.0%		
CTS 기독교TV	28.9%		
CTS Family	33.1%	42.9%	
E! Entertainment Television			100.0%
EBS English		21.9%	
ELLE atTV	26.5%		
ETN－연예TV			100.0%
FNC	44.7%		
FX	81.6%		
GCN	7.6%	5.7%	
goodtv	100.0%	5.0%	
HD ONE	34.4%		
HOMEDRAMA			100.0%
INET TV			99.4%
JEI 재능TV		38.8%	
JEI English TV		58.5%	
K－바둑		100.0%	
KBS drama			100.0%
KBS Joy			100.0%
KBS N sports	100.0%		
KCN 무협	26.4%		
Kids-TV		100.0%	
KM			100.0%
KTV	90.2%	100.0%	
MBC Every1			100.0%
mbc life			100.0%
MBCNET			100.0%
MBS 드라마넷			100.0%

채널	영화(25% 이상)	애니메이션(35% 이상)	대중음악(60% 이상)
MGM			26.5%
Mnet			100.0%
Mplex	38.3%		
MTV			84.0%
OBS W			100.0%
OCN	28.9%		
OCN Series	100.0%		
On Style	27.3%		
PBC-TV	7.8%		
SBS드라마플러스			100.0%
SCREEN	33.4%		
SKY HD	28.9%		
Story On	32.9%		
STV			100.0%
Super Action	29.0%		
TBS TV	100.0%	100.0%	100.0%
tu request(ch35)			100.0%
tvN DMB			100.0%
tvN			100.0%
VIKI	56.5%		
WOW한국경제TV			100.0%
XTM	32.7%		
Y-STAR			100.0%

제 6 절 1개 국가제작 프로그램의 편성

방송법과 시행령 및 편성 고시에 따르면 지상파 방송사업자들은 방송하는 수입 외국 영화, 애니메이션, 대중음악 프로그램 가운데 1개 국가에서 제작한 프로그램이 차지하는 비율을 60% 이내로 제한하여 편성해야 한다.[20] 이때 국내제작 영화가 주시청시간대에 편성

20) 2010년 12월 31일부터 시행된 편성고시 제2010-57호부터는 수입한 외국 영화·애니메

되는 경우에는 편성시간의 100분의 150 즉, 150%를 인정하고 있으며, 신규로 편성되는 국내제작 애니메이션을 어린이들이 주로 시청하는 시간대[21]에 편성하는 경우에도 편성시간의 100분의 150으로 인정하여 산정한다(편성고시 제10조).

1. 지상파 3사 및 EBS의 1개 국가제작 프로그램 편성

가. 수입 외국 영화

〈표 3－29〉 수입 외국 영화 연간 편성추이

(단위: 분)

	KBS 1TV	KBS 2TV	MBC	SBS	EBS
2010	3,960	1,250	2,785	2,017	13,676
	(51.0%)	(35.4%)	(46.6%)	(27.2%)	(72.2%)
2011	5,250	640	475		18,030
	(50.1%)	(22.7%)	(35.4%)	(－2.9%)	(69.7%)
증/감	1,290	－610	－2,310		4,354

주: 괄호 안은 전체 영화 편성시간 대비 비율임

2011년 중 지상파 3사와 EBS의 텔레비전에서 방송된 수입 외국 영화의 편성비율을 살펴보면 KBS 1TV와 EBS를 제외한 세 채널에서 2010년에 비해 영화 편성시간이 줄어든 것으로 나타난다. 특히 KBS 1TV와 EBS에서 늘어난 수입 영화 편성 시간에 비해 나머지 세 채널에서 줄어든 외화 방영시간이 훨씬 커서 전반적으로 2011년에는 수입 외국 영화를 덜 편성했다고 할 수 있다.

지상파 3사 및 EBS에서 방영한 영화 가운데 수입 외국 영화의 편성비율을 비교해보면, KBS 1TV는 50.1%, KBS 2TV는 22.7%, MBC는 35.4%, SBS는 －2.9%, EBS는 69.7%로, EBS > KBS 1TV > MBC > KBS 2TV > SBS의 순으로 나타났다. KBS 1TV의 경우 외화 편성시간이 늘

이션·대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화·애니메이션·대중음악의 의무편성비율 적용 기간이 분기에서 반기로 바뀌었다.

21) 어린이들이 주로 시청하는 시간대는 평일 7~9시, 17시~20시, 주말 및 공휴일 7시 30분~11시, 14시~20시로 규정하고 있다(방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 제10조).

어났으나 외화가 차지하는 비율 자체는 약간 감소하였으며, EBS의 경우 전체 영화 편성시간 중 약 70% 정도가 외화였으나 그 감소도는 KBS 1TV에 비해 상대적으로 높게 나타났다. KBS 2TV와 MBC, SBS는 수입 영화의 편성시간과 비율이 모두 줄어든 것으로 나타났다.

지상파 텔레비전 방송사업자는 수입 영화 중 1개 국가에서 제작한 프로그램을 60% 미만으로 편성해야 하며 이 범위 내에서 지상파 3사와 EBS는 서로 다른 편성 형태를 보이고 있다. KBS 2TV, MBC와 SBS는 후반기로 갈수록 낮아지는 편성 행태를 보이고 있으나 KBS 1TV 및 EBS의 경우 두 채널 모두 하반기에 외화의 비율이 늘어나는 추세로 나타났다. EBS는 연중 수입영화 편성 비율이 높아서 상반기에는 70%를 넘어선 것으로 나타난다.

분기별로 방송된 수입 영화의 제작 국가를 살펴보면, 지상파 4채널 모두 미국 영화의 편성 비율이 가장 높았다. 2011년에는 미국 영화가 50% 이하를 차지하는 경우는 1/4분기 KBS 1TV, 1/4분기 및 2/4분기 KBS 2TV, 상반기 MBC, SBS가 해당되며, 2010년에 비해서 미국 영화가 차지하는 비율자체는 전반적으로 낮아졌으며, 2/4분기 MBC, 2/4 EBS 정도가 2010년보다 높아졌다.

〈표 3－30〉 지상파 3사와 EBS TV의 수입영화 편성비율

(단위: %)

방송사	1/4분기	2/4분기	하반기
KBS 1TV	33.1%	52.1%	58.0%
KBS 2TV	25.5%	18.5%	22.5%
MBC	26.3%	100.0%	0.0%
SBS	0.0%	0.0%	0.0%
EBS	71.9%	74.7%	66.5%

가장 높은 비중을 차지하는 1개 국가 제작 프로그램의 연평균 편성비율을 방송사별로 살펴보면, KBS 1TV는 53.9%, KBS 2TV는 33.1%, MBC는 21.3%, SBS는 0%, EBS는 44.8%로 나타나서 2010년도에 비해서 미국 영화의존도가 전반적으로 낮아졌다. 특히 SBS는 2011년도에 외국영화의 편성을 전혀 하지 않았으며, MBC도 하반기에 외국영화를 방영하지 않은 점이 특이하다. 하반기 KBS 1TV만이 미국영화의 의존도가 전년대비 높아진 것으로 드러났다.

〈표 3－31〉 지상파 3사와 EBS의 수입영화 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사	1/4분기	2/4분기	하반기
KBS 1TV	32.1(미국)	52.9(미국)	65.3(미국)
KBS 2TV	66.7(미국)	33.3(미국)	16.7(미국)
MBC	33.3(미국)	51.7(미국)	0.0
SBS	0.0	0.0	0.0
EBS	45.6(미국)	44.9(미국)	44.4(미국)

나. 수입 외국 애니메이션

지상파 3사 및 EBS에서는 2010년에 비해 적은 분량의 수입 외국 애니메이션을 편성한 것으로 드러났다. 2011년 중 KBS 1TV, MBC 및 SBS는 2010년처럼 수입 외국 애니메이션을 전혀 편성하지 않았으며, KBS 2TV의 경우 수입 외국 애니메이션 편성분량이 거의 동일하지만 외국 애니메이션의 편성비율은 늘어났다.

EBS는 외국 애니메이션의 분량이 4,000분 이상 감소했으며, 편성비율에서도 17%포인트 가량 감소했다. 그러나 지상파 텔레비전 방송사업자 가운데 EBS의 외국 애니메이션 편성시간 및 비율은 나머지 채널에 비해 훨씬 높은 수준이다. EBS에서 이처럼 높은 수치가 나오는 것은 교육 전문 채널의 특성상 애니메이션을 포함하는 어린이 대상 프로그램이 다른 방송사에 비해 많으며, 그 가운데 수입 애니메이션 프로그램도 다수를 차지하기 때문으로 판단된다.

〈표 3－32〉 수입 외국 애니메이션 연간 편성추이

(단위: 분)

	KBS 1TV	KBS 2TV	MBC	SBS	EBS
2010년	180	3,850	－	－	57,466
	(3.8%)	(33.3%)	(0.0%)	(0.0%)	(73.2%)
2011년	－	3,805	－	－	53,314
	(0.0%)	(23.3%)	(0.0%)	(0.0%)	(56.0%)
증/감	－180	－45	－	－	－4,152

주: 괄호 안은 전체 애니메이션 편성시간 대비 비율임
자료: 방송통신위원회 내부자료

분기 또는 반기별 수입 외국 애니메이션 편성 추이를 살펴보면 EBS의 경우 연중 50% 이

상의 높은 비율을 꾸준히 유지하고 있는 반면 KBS 2TV의 경우 1/4분기에 상대적으로 높은 비율을 보이고(33.3%) 하반기에는 낮아졌다(25.3%). KBS 1TV의 경우 2010년 하반기 동안 수입 애니메이션을 편성했으나, 2011년에는 전혀 편성하지 않은 것으로 나타나, 국내 제작 애니메이션만을 방영한 것으로 드러났다.

〈표 3－33〉 지상파 3사와 EBS TV의 수입 애니메이션 편성비율

(단위: %)

방송사	1/4분기	2/4분기	하반기
KBS 1TV	0.0%	0.0%	0.0%
KBS 2TV	33.3%	11.2%	25.3%
MBC	0.0%	0.0%	0.0%
SBS	0.0%	0.0%	0.0%
EBS	62.8%	60.1%	50.8%

수입 외국 애니메이션을 편성한 채널들은 모든 1개 국가에서 제작된 수입 애니메이션의 규정 수준인 60% 미만을 유지하였다. EBS의 경우 전반적인 수입 애니메이션의 편성 비율은 다른 채널에 비해 월등히 높지만, 1개 국가 제작 프로그램 편성비율에 관한 한 KBS 2TV 보다 상대적으로 낮게 나타나고 있다. 이는 EBS의 수입 애니메이션 편성시간 자체가 많기 때문에 여러 국가에서 제작·수입된 프로그램들이 함께 방영되고 있어서 1개 국가 의존도가 상대적으로 낮게 나타나는 것으로 판단된다. 가장 큰 비중을 차지한 수입 애니메이션의 제작 국가를 살펴보면, 미국이 가장 빈번하게 나타나고 있다. 또한 2010년도에 지상파 3사와 EBS에 걸쳐서 프랑스, 캐나다, 일본의 수입 애니메이션이 1개 국가 제작 프로그램으로 나타나기도 했으나 2011년도에는 미국으로 집중되는 현상도 특이할 만하다.

〈표 3－34〉 지상파 3사와 EBS의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사	1/4분기	2/4분기	하반기
KBS 1TV	－	－	－
KBS 2TV	56.7(미국)	33.3(미국)	50.3(미국)
MBC	－	－	－
SBS	－	－	－
EBS	37.5(미국)	40.2(미국)	38.6(미국)

다. 수입 외국 대중음악

주요 지상파 3사와 EBS에서 편성한 음악 프로그램은 모두 국내 제작물로 인정받고 있기 때문에 수입 외국 대중음악의 편성비율이 0으로 나타났다. 따라서 외국수입 대중음악 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율 역시 0이 되므로 별도의 표와 그림은 생략한다.

2. 지역 KBS, MBC의 1개 국가 제작 프로그램 편성현황

가. 수입 영화

① KBS 지역방송국

지역 KBS 1TV의 수입 영화 편성비율은 대체로 본사의 비율과 비슷하거나 조금 높은 수준을 유지하였다. 상반기 경인방송센터의 경우 다른 지역 KBS 1TV보다 높은 비율을 나타내고 있으며, 제주지역 1TV는 본사와 거의 동일한 비율로 수입 외국 영화를 방영하였으며, 하반기에는 모든 지역에서 비슷한 수준으로 외화를 편성하면서, 상반기보다 높은 편성비율을 나타났다.

한편, 지역 KBS 2TV는 본사보다 높은 외화편성 비율을 유지하였으며, 대체로 24~29% 수준이다. 대체로 하반기보다 상반기 편성비율이 조금 높았으나, 하반기 춘천 및 강릉 KBS 2TV는 67.9%의 높은 외화편성비율로 본사보다 무려 18%포인트 이상 높게 나타났다.

〈표 3－35〉 KBS 지역방송국의 수입영화 편성비율

(단위: %)

지역방송국		상반기	하반기
KBS 1TV (19개사)	부산	38.3	58.1
	울산	38.3	58.1
	창원	38.3	58.1
	진주	43.2	58.1
	대구	43.0	58.1
	안동	43.0	58.1
	포항	43.0	58.1
	광주	43.0	58.1
	목포	43.0	58.1
	순천	43.0	58.1
	전주	43.0	58.1

지역방송국		상반기	하반기
KBS 1TV (19개사)	대전	43.0	58.1
	청주	43.0	58.1
	충주	43.0	58.1
	춘천	36.7	56.8
	강릉	36.7	56.8
	원주	36.7	56.8
	제주	44.3	58.3
	경인방송센터	45.9	58.1
KBS 2TV (12개사)	부산	29.0	25.5
	울산	29.0	25.5
	창원	29.0	25.5
	진주	29.0	25.5
	대구	25.7	25.5
	광주	25.7	25.5
	전주	25.7	25.5
	대전	25.7	22.5
	청주	25.7	22.5
	춘천	23.0	67.9
	강릉	23.0	67.9
	제주	24.5	22.5

수입 영화 중 1개 국가에서 제작한 프로그램의 편성비율 역시 일부 지역방송국을 제외하고는 대부분 KBS 중앙 네트워크와 유사하게 나타났다.

대부분의 지역 KBS 1TV 상반기에 45.9%~52.8%(미국), 하반기에 53.0%(미국) 정도를 나타냈다. 그리고 지역 KBS 2TV 상반기에 대부분 50%(미국)을 보였으나, 강원도 지역은 56.2%(프랑스)를 보였고, 하반기에 경상도 지역 KBS 2TV는 33.3%로 낮아졌으며, 나머지 지역은 상반기와 비슷한 편성비율을 나타냈다.

수입 영화의 제작 국가를 살펴보면 KBS 1TV의 경우 모두 미국 영화에 대한 집중도가 높았으나, 2010년도 모두 55% 이상을 보인 것과는 다르게 모든 지역에서 55% 이하로 미국 영화를 방영했다. KBS 2TV의 경우 상반기 춘천, 강릉, 제주에서 56.2% 프랑스 영화에 대한 집중도를 보였으나, 하반기에는 모든 지역에서 미국영화가 가장 높은 편성비율로 나타났다.

〈표 3－36〉 KBS 지역방송국의 수입영화 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율

		상반기	하반기
1TV	부산	52.8(미국)	53.0(미국)
	울산	52.8(미국)	53.0(미국)
	창원	52.8(미국)	53.0(미국)
	진주	52.8(미국)	53.0(미국)
	대구	47.3(미국)	53.0(미국)
	안동	47.3(미국)	53.0(미국)
	포항	47.3(미국)	53.0(미국)
	광주	47.3(미국)	53.0(미국)
	목포	47.3(미국)	53.0(미국)
	순천	47.3(미국)	53.0(미국)
	전주	47.3(미국)	53.0(미국)
	대전	47.3(미국)	53.0(미국)
	청주	47.3(미국)	53.0(미국)
	충주	47.3(미국)	53.0(미국)
	춘천	53.3(미국)	53.0(미국)
	강릉	53.3(미국)	53.0(미국)
	원주	53.3(미국)	53.0(미국)
	제주	48.9(미국)	53.0(미국)
	경인방송센터	45.9(미국)	53.7(미국)
2TV	부산	50.0(미국)	33.3(미국)
	울산	50.0(미국)	33.3(미국)
	창원	50.0(미국)	33.3(미국)
	진주	50.0(미국)	33.3(미국)
	대구	50.0(미국)	33.3(미국)
	광주	50.0(미국)	52.7(미국)
	전주	50.0(미국)	52.7(미국)
	대전	50.0(미국)	52.7(미국)
	청주	50.0(미국)	52.7(미국)
	춘천	56.2(프랑스)	52.7(미국)
	강릉	56.2(프랑스)	52.7(미국)
	제주	56.2(프랑스)	52.7(미국)

② MBC 지방계열사

MBC의 19개 지방계열사의 수입 영화 편성비율은 상반기에 서울 본사(36.0%)보다 모두

높게 나타났으나, 하반기에는 본사와 마찬가지로 수입 영화 편성을 전혀 하지 않은 것으로 나타났다. 상반기 모든 지방계열사에서 방영된 수입 영화 중 1개 국가에서 미국 영화가 가장 비중이 높게 나타났다. 이는 전체 영화 편성시간 자체가 크지 않아서 1~2편 차이로 특정 국가 제작물의 비중이 달라지기 때문이다.

〈표 3－37〉 MBC 지방 계열사의 수입영화 및 1개 국가 제작 프로그램 편성비율

	상반기	
	외국 영화 전체	1개 국가 제작
부산	50.0	42.5(미국)
창원	50.0	42.5(미국)
울산	50.0	42.5(미국)
진주	50.0	42.5(미국)
대구	50.0	50.0(미국)
안동	50.0	50.0(미국)
포항	50.0	50.0(미국)
광주	50.0	42.5(미국)
목포	50.0	42.5(미국)
여수	50.0	42.5(미국)
전주	50.0	42.5(미국)
대전	50.0	42.5(미국)
청주	50.0	42.5(미국)
충주	50.0	42.5(미국)
춘천	56.5	55.8(미국)
강릉	56.5	55.8(미국)
원주	56.5	55.8(미국)
삼척	56.5	55.8(미국)
제주	50.0	55.8(미국)

나. 수입 애니메이션

① KBS 지역방송국

KBS 1TV 지역방송국의 수입 애니메이션 편성 현황을 조사해 본 결과, 모든 KBS 1TV 지역방송국은 본사와 마찬가지로 2011년에 수입 애니메이션을 전혀 편성하지 않았다.

반면 KBS 2TV의 경우 지역방송국은 상반기에 22.4%~38.5%에 이르는 비율로 수입 애니

메이션을 편성하였으며, 하반기에 25.4%~27.2% 비율로 편성하여 본사(28.8%)보다 낮은 수준을 보였다. 지역방송국에서 방송한 수입 애니메이션들이 제작된 국가를 살펴보면 KBS 2TV의 경우 하반기에 미국의 애니메이션 편성비율이 가장 높은 것으로 나타났다.

② MBC 지방계열사

MBC의 19개 지방계열사에서는 중앙 네트워크와 마찬가지로 2010년의 경우 수입 애니메이션을 전혀 편성하지 않아 그 비율이 0으로 나타난다. 따라서 별도의 표나 그래프는 생략하기로 한다.

③ 수입 대중음악

앞서 보고한 것처럼, 주요 지상파 3사와 10개 지역민방 모두 수입 대중음악을 전혀 편성하지 않았으며, KBS와 MBC의 계열사 역시 마찬가지로 수입 대중음악을 방송하지 않았다. 따라서 별도의 표나 그래프는 생략하기로 한다.

3. 지역민방의 1개 국가제작 프로그램 편성

가. 수입 외국 영화

2011년 중 지역민영방송의 수입 외국 영화 편성현황을 살펴본 결과, 경인TV 및 광주방송을 제외한 지역민방은 수입영화를 전혀 방영하지 않아서 전년도에 모든 지역민방이 수입영화를 편성한 것과는 매우 다른 양상을 보이고 있다.

경인TV는 상반기에 67.2%, 그리고 하반기에는 75.8%의 수입영화를 편성했으며, 광주방송은 상반기에 33.3% 수입영화를 편성했으며 하반기에는 편성하지 않았다.

〈표 3－38〉 지역민방 TV의 수입영화 편성비율

(단위: %)

방송사	상반기	하반기
경인TV	67.2	75.8
광주방송	33.3	0.0

한편, 수입된 외국 영화의 제작 국가별 분포를 살펴보면, 경인TV는 상반기 및 하반기에 50%대 후반에 미국에서 제작된 영화를 편성하고 있는 것으로 확인되었다. 광주방송의 경우 상반기에만 33.3% 수준에서 1개 국가에서 제작된 영화를 편성하였으며, 제작 국가는

모두 미국인 것으로 나타났다.

〈표 3－39〉 지역민방 TV의 수입영화 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사	상반기	하반기
경인TV	54.7(미국)	59.4(미국)
광주방송	33.3(미국)	0.0

나. 수입 외국 애니메이션

지역 민영 방송사들이 2011년 중 방영한 수입 외국 애니메이션 프로그램의 연평균 편성비율을 조사한 결과, OBS 경인TV를 제외한 9개 지역민방에서는 수입 외국 애니메이션을 편성하지 않았다.

OBS 경인TV의 경우 상반기에는 39.2% 정도의 외국 애니메이션을 방영하였으며 그 비율은 하반기에는 54.8%로 높아졌다. OBS 경인TV를 제외한 나머지 9개 방송사에서 수입 애니메이션을 편성하지 않은 것은 민영방송 네트워크 협정을 통해 SBS의 프로그램을 재송신하여 SBS와 유사한 편성을 보이는 지역 민방들의 편성 관행 때문으로 보인다.

〈표 3－40〉 지역민방 TV의 수입 애니메이션 편성비율

(단위: %)

방송사	상반기	하반기
OBS 경인TV	39.2	54.8

주: 나머지 지역 민방 9개사는 2011년 중 수입 애니메이션을 방영하지 않았음

지역 민방 가운데 유일하게 수입 애니메이션을 편성하고 있는 OBS 경인TV의 경우, 그 분포가 수입 영화 편성비율의 분포와 유사하게 나타나고 있다. 아울러, OBS 경인 TV에서 연중 방송된 수입 애니메이션의 제작 국가를 반기별로 살펴보면, 상반기에 캐나다이며, 하반기에는 미국으로 나타났다.

〈표 3－41〉 지역민방 TV의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율

(단위: %)

방송사	상반기	하반기
경인TV	26.4(캐나다)	56.0(미국)

주: 나머지 지역 민방 9개사는 2011년 중 수입 애니메이션을 방영하지 않았음

다. 수입 대중음악

OBS 경인TV를 포함하는 10개 지역민방 모두 수입한 외국 대중음악 프로그램의 전체 편성비율이 0으로 나타났다. 따라서, 수입 외국 대중음악 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율 역시 0이 되므로 별도의 표와 그림은 생략한다.

제 7 절 의무편성비율 위반사례 및 제재 현황

이 부분에서는 방송통신위원회의 자료를 바탕으로 2011년 중 의무편성비율을 위반한 방송사업자에 대한 행정처분 시행 결과를 제시한다. 방송통신위원회에서는 각종 법정 의무편성비율 준수 여부를 지속적으로 관리감독하고 있으며, 월간, 분기·반기별, 연간 점검 항목에 대한 위반사항이 발견되면 과태료 부과나 행정지도의 행정처분을 시행하고 있다.[22)]

〈표 3－42〉 법정 의무편성비율에 대한 분야별 점검 내용

구분	점검 항목
월간	오락 프로그램, 주된 방송분야, 다른 한 방송사업자 제작물
반기별	외주제작물, 특수관계자 외주제작물, 주시청시간대 외주제작물, 국내제작물, 1개 국가 제작물
연간	국내제작 영화/애니메이션/대중음악, 신규 국내제작 애니메이션

의무편성비율과 관련된 위반건수는 2005년 이후 꾸준히 감소추세이었으나, 2011년은 7건이 보고된 2010년에 비교해 볼 때 총 10개로 그 사례수가 증가했다. 2010년도에는 국내

22) 방송법에 근거한 편성고시의 의무편성비율을 위반한 경우 그 위반 정도에 따라 다음과 같이 차별적으로 과태료 또는 행정처분이 내려진다.

위반정도	기준비율의 5% 이하	기준비율의 5% 초과, 10% 이하	기준비율의 10% 초과, 20% 이하	기준비율의 20% 초과, 30% 이하	기준비율의 30% 초과, 40% 이하	기준비율의 40% 초과
과태료 부과액	기준금액의 50% 감경	기준금액	기준금액의 25% 가산	기준금액의 50% 가산	기준금액의 75% 가산	기준금액의 100% 가산

과태료 부과는 방송법시행령 별표4 제8호 가호 및 제10호 라 호에 근거하여 국내제작 방송프로그램 편성비율을 위반한 경우 1천만 원, 비상업적 공익광고 편성비율을 위반한 경우 5백만 원이 부과된다.

제작 프로그램 및 수입 영화중 1개 국가 편성비율 위반 사례가 발견되었으며, 주된 방송분야 프로그램에 대한 편성비율 위반 사례 역시 2건 보고되었다. 또한, 앞선 본문에서는 구체적으로 다루지 않았으나 비상업적 공익광고의 의무편성비율 위반도 2차례 발생한 바 있다.

이에 반해, 2011년도에는 국내 제작 프로그램 및 수입 영화, 그리고 애니메이션에서 각각 1건이 보고되었고, 1개 국가 편성비율 위반 사례도 영화 4건, 애니메이션 1건이 보고되었다. 한편 전문편성에서 2건, 비상업적공익광고에서도 1건이 발생되었으며, 모든 위반에 대해서 과태료가 부과되었다.

1. 국내제작 영화 · 애니메이션 · 대중음악 편성비율 위반

2011년에는 국내제작 영화·애니메이션 편성비율을 준수하지 못한 사례도 보고되었다. 조사 결과에 따르면 EBS English에서는 법정의무편성비율인 전체 애니메이션 방송시간 대비 연간 8%에 못 미치는 7.5%의 국내제작 애니메이션을 편성하였으며, 리빙TV는 전체 영화 방송시간 대비 연간 25%에 못 미치는 0%의 국내제작 영화를 편성하였다. 그 결과 방송통신위원회에서 과태료 부과 처분을 내렸다.

〈표 3－43〉 국내제작 영화 · 애니메이션 · 대중음악 편성비율 위반 사례

사업자 종류	법인명	채널명	조사단위	편성비율 (위반비율)	법정의무 편성비율	처분
PP	한국교육 방송공사	EBS English	2010년 연간	7.5%(6.3%)	연간 8% 이상	과태료 1,000만원
PP	(주)리빙TV	리빙TV	2010년 연간	0%(100%)	연간 25% 이상	과태료 2,000만원

2. 1개 국가 제작 영화/애니메이션 편성비율 위반

수입 영화 중 1개 국가 제작 영화의 편성비율과 관련하여 2010년도에는 1건의 위반사례만 보고된 바 있으나, 2011년에는 5건에 달한다.

〈표 3－44〉 수입 영화 중 1개 국가 제작 영화/애니메이션 편성비율 위반사례

사업자 종류	법인명	채널명	조사 단위	편성비율 〔국가〕 (위반비율)	법정의무 편성비율	처분
지상파 DMB	부산문화방송(주)	MY MBC TV	2011년 상반기 (영화)	100% 〔미국〕 (66.7%)	반기 60%이내	과태료 250만원
지상파 DMB	대전문화방송(주)	MY MBC TV	2011년 상반기 (영화)	100% 〔미국〕 (66.7%)	반기 60%이내	과태료 250만원
지상파 DMB	제주문화방송(주)	MY MBC TV	2011년 상반기 (영화)	73.9% 〔미국〕 (23.3%)	반기 60%이내	과태료 250만원
PP	(주)티오티비	인디필름	2010년 2/4분기 (애니메이션)	100% 〔일본〕 (66.7%)	분기 60%이내	과태료 250만원
PP	(주)티오티비	인디필름	2010년 2/4분기 (영화)	100% 〔미국〕 (66.7%)	분기 60%이내	과태료 250만원

3. 전문편성을 행하는 사업자의 주된 방송분야 편성비율 위반

사업자 종류	법인명	채널명	조사단위	편성비율 (위반비율)	법정의무 편성비율	처분
PP	(주)서울경제티브이	서울경제 TV	2010년 5월	79.5% (0.6%)	월 80%이상	과태로 150만원
PP	(주)늘푸른방송	ATV	2010년 1월	51.5% (35.6%)	월 80%이상	과태료 1,312.5만원

전문편성을 행하는 방송사업자의 주된 방송분야 편성비율을 위반한 사례는 2011년 2건으로 보고되었다. 이들은 2010년 위반이 발생되었고 법정의무의 편성비율 및 위반비율에 따라서 과태료가 부과되었다.

이 보고서의 본문에서는 비상업적 공익광고에 대해 논의하지 않았으나 공익광고의 의무편성비율과 관련하여 2011년에는 1건의 위반사례가 보고된 바 있다. 중앙미디어큐채널(유)

의 QTV에서 각각 2010년 9월 중 편성비율이 법정의무편성비율인 0.05% 이상을 넘지 않았기 때문이다. 이에 따라 QTV에 대해서는 과태료 처분이 내려졌다.

〈표 3－45〉 비상업적 공익광고 편성비율 위반

사업자 종류	법인명	채널명	조사단위	편성비율 (위반비율)	법정의무 편성비율	처분
PP	중앙미디어 큐채널(유)	QTV	2010년 9월	0.00% (100%)	매월 0.05%이상	과태료 800만원

참 고 문 헌

EBS (2012. 3), “유아 · 어린이 전문채널 현황 분석 및 방향성 제언”

고민수(2011). “방송편성규정의 법적성격과 한계에 관한 헌법학적 연구”,『방송과 커뮤니케이션』2011년 제12권 1호, 5－36.

김기태 (2009). “어린이 프로그램 편성 실태 분석 및 논의.” 한국방송학회 2009 봄철 정기학술대회, 2009.4, 175-178

김승수(2007). “방송의 공공성-공익성: 이론적 진화”. 한국언론정보학회 하계워크숍 자료.

김종휘(2007. 5. 4), “어린이 시청률 1위가 ‘거침없이 하이킥’?”,『오마이뉴스』

방송위원회(1996). “텔레비전 편성의 다양성 분석 보고서”

_____(2001). “다매체·다채널 시대 편성정책 연구”.

방송통신심의위원회(2010).『방송통신분야 아동·청소년 보호 심의정책 연구』.

방송통신위원회(2009).『2009년 방송산업실태조사 보고서』).

_____(2012).『2011년 방송매체 이용행태 조사보고서』

심미선·김재영(2003). 디지털시대 방송 공익성 개념의 재정의.『방송과 커뮤니케이션』4권 1호, 32~64

안정민(2010). “지역민방 편성규제정책의 쟁점 및 개선방안”,『경제규제와 법』제3권 제2호, 266－278.

유홍식 외 (2008). “국내 어린이 프로그램 편성현황 및 발달단계별 내용분석”,『Speech & Communications』, Vol. 9, pp.31~67.

정석만 (2006. February 26), “어린이 TV 프로그램 안 봐요”, 소년한국일보.

최영묵(1997).『방송공익성에 관한 연구』. 서울 커뮤니케이션북스,

최준근(2009). “방송통신융합시대 방송프로그램의 공익성 재개념화 연구”. 성균관 대학교 신문방송학 박사학위 논문.

한국콘텐츠진흥원(2008).『2007년 음악산업백서』

한국콘텐츠진흥원(2010).『애니메이션산업백서』
.『2010년 콘텐츠산업백서』
_____.『2011년 콘텐츠산업통계』

〈부록 1〉

편성규제 관련 법령 및 고시

이 부분에서는 2012년에 개정된 방송법 및 동법 시행령의 일부분 중 방송편성과 채널구성에 관한 내용과, 방송통신위원회 프로그램 편성 관한 고시를 게재한다.[23)]

1. 방송법 〔시행 2012. 7. 18〕〔법률 제11199호, 2012. 1. 17, 일부개정〕

제 1 장 총 칙

제1조(목적) 이 법은 방송의 자유와 독립을 보장하고 방송의 공적 책임을 높임으로써 시청자의 권익보호와 민주적 여론형성 및 국민문화의 향상을 도모하고 방송의 발전과 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(용어의 정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. 〈개정 2004. 3. 22, 2006. 10. 27, 2007. 1. 26, 2011. 7. 14〉

1. “방송”이라 함은 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중(개별계약에 의한 수신자를 포함하며, 이하 “시청자”라 한다)에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것으로서 다음 각목의 것을 말한다.
   가. 텔레비전방송 : 정지 또는 이동하는 사물의 순간적 영상과 이에 따르는 음성·음향 등으로 이루어진 방송프로그램을 송신하는 방송
   나. 라디오방송 : 음성·음향 등으로 이루어진 방송프로그램을 송신하는 방송
   다. 데이터방송 : 방송사업자의 채널을 이용하여 데이터(문자·숫자·도형·도표·이미지 그 밖의 정보체계를 말한다)를 위주로 하여 이에 따르는 영상·음성·음향 및 이들의 조합으로 이루어진 방송프로그램을 송신하는 방송(인터넷 등 통신망을 통하여 제공하거나 매개하는 경우를 제외한다. 이하 같다)

23) 2012년에 개정되기 이전 방송사업자의 편성행위에 적용된 의무편성비율에 관해서는 본문의 2011년 중 방송사업자 편성현황 분석 부분에 정리되어 있다.

라. 이동멀티미디어방송 : 이동중 수신을 주목적으로 다채널을 이용하여 텔레비전방송·라디오방송 및 데이터방송을 복합적으로 송신하는 방송

2. "방송사업"이라 함은 방송을 행하는 다음 각목의 사업을 말한다.

가. 지상파방송사업 : 방송을 목적으로 하는 지상의 무선국을 관리·운영하며 이를 이용하여 방송을 행하는 사업

나. 종합유선방송사업 : 종합유선방송국(다채널방송을 행하기 위한 유선방송국설비와 그 종사자의 총체를 말한다. 이하 같다)을 관리·운영하며 전송·선로설비를 이용하여 방송을 행하는 사업

다. 위성방송사업 : 인공위성의 무선설비를 소유 또는 임차하여 무선국을 관리·운영하며 이를 이용하여 방송을 행하는 사업

라. 방송채널사용사업 : 지상파방송사업자·종합유선방송사업자 또는 위성방송사업자와 특정채널의 전부 또는 일부 시간에 대한 전용사용계약을 체결하여 그 채널을 사용하는 사업

3. "방송사업자"라 함은 다음 각목의 자를 말한다.

가. 지상파방송사업자 : 지상파방송사업을 하기 위하여 제9조제1항의 규정에 의하여 허가를 받은 자

나. 종합유선방송사업자 : 종합유선방송사업을 하기 위하여 제9조제2항의 규정에 의하여 허가를 받은 자

다. 위성방송사업자 : 위성방송사업을 하기 위하여 제9조제1항의 규정에 의하여 허가를 받은 자

라. 방송채널사용사업자 : 방송채널사용사업을 하기 위하여 제9조제5항의 규정에 의하여 등록을 하거나 승인을 얻은 자

마. 공동체라디오방송사업자 : 공중선전력 10와트 이하로 공익목적으로 라디오방송을 하기 위하여 제9조제11항의 규정에 의하여 허가를 받은 자

4. "중계유선방송"이라 함은 지상파방송(방송을 목적으로 하는 지상의 무선국을 이용하여 행하는 방송을 말한다. 이하 같다) 또는 이 법에 의한 한국방송공사 및 특별법에 의하여 설립된 방송사업자가 행하는 위성방송(인공위성의 무선국을 이용하여 행하는 방송을 말한다. 이하 같다)이나 대통령령이 정하는 방송을 수신하여 중계송신(방송편성

을 변경하지 아니하는 녹음·녹화를 포함한다)하는 것을 말한다.

5. “중계유선방송사업”이라 함은 중계유선방송을 행하는 사업을 말한다.
6. “중계유선방송사업자”라 함은 중계유선방송사업을 하기 위하여 제9조제2항의 규정에 의하여 허가를 받은 자를 말한다.
7. “음악유선방송”이라 함은 「음악산업진흥에 관한 법률」에 따라 판매·배포되는 음반에 수록된 음악을 송신하는 것을 말한다.
8. “음악유선방송사업”이라 함은 음악유선방송을 행하는 사업을 말한다.
9. “음악유선방송사업자”라 함은 음악유선방송사업을 하기 위하여 제9조제5항의 규정에 의하여 등록을 한 자를 말한다.
10. “전광판방송”이라 함은 상시 또는 일정기간 계속하여 전광판에 보도를 포함하는 방송프로그램을 표출하는 것을 말한다.
11. “전광판방송사업”이라 함은 전광판방송을 행하는 사업을 말한다.
12. “전광판방송사업자”라 함은 전광판방송사업을 하기 위하여 제9조제5항의 규정에 의하여 등록을 한 자를 말한다.
13. “전송망사업”이라 함은 방송프로그램을 종합유선방송국으로부터 시청자에게 전송하기 위하여 유·무선 전송·선로설비를 설치·운영하는 사업을 말한다.
14. “전송망사업자”라 함은 전송망사업을 하기 위하여 제9조제10항의 규정에 의하여 등록을 한 자를 말한다.
15. “방송편성”이라 함은 방송되는 사항의 종류·내용·분량·시각·배열을 정하는 것을 말한다.
16. “방송분야”라 함은 보도·교양·오락 등으로 방송프로그램의 영역을 분류한 것을 말한다.
17. “방송프로그램”이라 함은 방송편성의 단위가 되는 방송내용물을 말한다.
18. “종합편성”이라 함은 보도·교양·오락 등 다양한 방송분야 상호간에 조화를 이루도록 방송프로그램을 편성하는 것을 말한다.
19. “전문편성”이라 함은 특정 방송분야의 방송프로그램을 전문적으로 편성하는 것을 말한다.
20. “유료방송”이라 함은 시청자와의 계약에 의하여 수개의 채널단위·채널별 또는 방송프로그램별로 대가를 받고 제공하는 방송을 말한다.

20의2. “채널”이라 함은 동일한 주파수 대역을 통해서 연속적인 흐름 또는 정보체계의 형태로 제공되어지는 텔레비전방송, 라디오방송 또는 데이터방송의 단위를 말한다.

21. “방송광고”라 함은 광고를 목적으로 하는 방송내용물을 말한다.

22. “협찬고지”라 함은 타인으로부터 방송프로그램의 제작에 직접적·간접적으로 필요한 경비·물품·용역·인력 또는 장소 등을 제공받고 그 타인의 명칭 또는 상호 등을 고지하는 것을 말한다.

23. “방송편성책임자”라 함은 방송편성에 대하여 결정을 하고 책임을 지는 자를 말한다.

24. “보도”라 함은 국내외 정치·경제·사회·문화 등의 전반에 관하여 시사적인 취재보도·논평·해설 등의 방송프로그램을 편성하는 것을 말한다.

25. “보편적 시청권”이라 함은 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그 밖의 주요행사 등에 관한 방송을 일반 국민이 시청할 수 있는 권리를 말한다.

제3조(시청자의 권익보호) 방송사업자는 시청자가 방송프로그램의 기획·편성 또는 제작에 관한 의사결정에 참여할 수 있도록 하여야 하고, 방송의 결과가 시청자의 이익에 합치하도록 하여야 한다.

제4조(방송편성의 자유와 독립) ① 방송편성의 자유와 독립은 보장된다.

② 누구든지 방송편성에 관하여 이 법 또는 다른 법률에 의하지 아니하고는 어떠한 규제나 간섭도 할 수 없다.

③ 방송사업자는 방송편성책임자를 선임하고, 그 성명을 방송시간내에 매일 1회 이상 공표하여야 하며, 방송편성책임자의 자율적인 방송편성을 보장하여야 한다.

④ 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자는 방송프로그램제작의 자율성을 보장하기 위하여 취재 및 제작 종사자의 의견을 들어 방송편성규약을 제정하고 이를 공표하여야 한다.

제5조(방송의 공적 책임) ① 방송은 인간의 존엄과 가치 및 민주적 기본질서를 존중하여야 한다.

② 방송은 국민의 화합과 조화로운 국가의 발전 및 민주적 여론형성에 이바지하여야 하며 지역간·세대간·계층간·성별간의 갈등을 조장하여서는 아니된다.

③ 방송은 타인의 명예를 훼손하거나 권리를 침해하여서는 아니된다.

④ 방송은 범죄 및 부도덕한 행위나 사행심을 조장하여서는 아니된다.

⑤ 방송은 건전한 가정생활과 아동 및 청소년의 선도에 나쁜 영향을 끼치는 음란·퇴폐 또는 폭력을 조장하여서는 아니된다.

제6조(방송의 공정성과 공익성) ① 방송에 의한 보도는 공정하고 객관적이어야 한다.

② 방송은 성별·연령·직업·종교·신념·계층·지역·인종 등을 이유로 방송편성에 차별을 두어서는 아니 된다. 다만, 종교의 선교에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자가 그 방송분야의 범위 안에서 방송을 하는 경우에는 그러하지 아니하다.

③ 방송은 국민의 윤리적·정서적 감정을 존중하여야 하며, 국민의 기본권 옹호 및 국제친선의 증진에 이바지하여야 한다.

④ 방송은 국민의 알권리와 표현의 자유를 보호·신장하여야 한다.

⑤ 방송은 상대적으로 소수이거나 이익추구의 실현에 불리한 집단이나 계층의 이익을 충실하게 반영하도록 노력하여야 한다.

⑥ 방송은 지역사회의 균형 있는 발전과 민족문화의 창달에 이바지하여야 한다.

⑦ 방송은 사회교육기능을 신장하고, 유익한 생활정보를 확산·보급하며, 국민의 문화생활의 질적 향상에 이바지하여야 한다.

⑧ 방송은 표준말의 보급에 이바지하여야 하며 언어순화에 힘써야 한다.

⑨ 방송은 정부 또는 특정 집단의 정책 등을 공표함에 있어 의견이 다른 집단에게 균등한 기회가 제공되도록 노력하여야 하고, 또한 각 정치적 이해 당사자에 관한 방송프로그램을 편성함에 있어서도 균형성이 유지되도록 하여야 한다.

제7조(적용범위) 방송에 관하여는 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법이 정하는 바에 의한다.

---- 중략 ----

제 5 장 방송사업의 운영 등

제69조(방송프로그램의 편성 등) ① 방송사업자는 방송프로그램을 편성함에 있어 공정성·공공성·다양성·균형성·사실성 등에 적합하도록 하여야 한다.

② 종합편성을 행하는 방송사업자는 정치·경제·사회·문화 등 각 분야의 사항이 균형있

게 표현될 수 있도록 하여야 한다.

③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 방송프로그램의 편성에 있어서 대통령령이 정하는 기준에 따라 보도·교양 및 오락에 관한 방송프로그램을 포함하여야 하고, 그 방송프로그램 상호간에 조화를 이루도록 편성하여야 한다. 이 경우 대통령령이 정하는 주시청시간대(이하 "주시청시간대"라 한다)에는 특정 방송분야의 방송프로그램이 편중되어서는 아니된다.

④ 전문편성을 행하는 방송사업자는 허가를 받거나 승인을 얻거나 등록을 한 주된 방송분야가 충분히 반영될 수 있도록 대통령령이 정하는 기준에 따라 방송프로그램을 편성하여야 한다.

⑤ 전문편성을 행하는 방송사업자가 허가를 받거나 승인을 얻거나 등록을 한 주된 방송분야 이외에 부수적으로 편성할 수 있는 방송프로그램의 범위와 종류는 대통령령으로 정한다. 〈신설 2006. 10. 27〉

⑥ 한국방송공사 및 특별법에 의한 방송사업자, 방송문화진흥회법에 의한 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자 및 그 방송사업자가 출자한 방송사업자를 제외한 지상파방송사업자는 다른 한 방송사업자의 제작물을 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여서는 아니된다. 〈개정 2006. 10 .27〉

⑦ 한국방송공사는 대통령령이 정하는 바에 의하여 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램을 편성하여야 한다. 〈개정 2006. 10. 27〉

⑧ 방송사업자는 장애인의 시청을 도울 수 있도록 수화·폐쇄자막·화면해설 등을 이용한 방송(이하 "장애인방송"이라 한다)을 하여야 하며, 필요한 경우 방송통신위원회는 그 경비의 전부 또는 일부를「방송통신발전 기본법」제24조에 따른 방송통신발전기금에서 지원할 수 있다. 〈개정 2011. 7. 14〉

⑨ 제8항에 따라 장애인방송을 하여야 하는 방송사업자의 범위, 장애인방송의 대상이 되는 방송프로그램의 종류와 그 이행에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 〈신설 2011. 7. 14〉

⑩ 공동체라디오방송사업자는 청취자 참여프로그램을 매월 전체 방송시간의 100분의 50범위 안에서 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여야 한다. 〈신설 2006. 10. 27, 2011. 7. 14〉

제69조의2(시청점유율 제한) ① 방송사업자의 시청점유율(전체 텔레비전 방송에 대한 시청자의 총 시청시간 중 특정 방송채널에 대한 시청시간이 차지하는 비율을 말한다. 이하 같다)은 100분의 30을 초과할 수 없다. 다만, 정부 또는 지방자치단체가 전액 출자한 경우에는 그러하지 아니하다.

② 제1항에 따른 방송사업자의 시청점유율은 해당 방송사업자의 시청점유율에 특수관계자 등의 시청점유율(해당 방송사업자의 특수관계자의 시청점유율 및 해당 방송사업자가 주식 또는 지분을 소유하고 있는 다른 방송사업자의 시청점유율을 말한다. 이하 같다)을 합산하여 산정한다. 이 경우 특수관계자 등의 시청점유율은 가중치를 다르게 부여하여 산정할 수 있고, 일간신문을 경영하는 법인(특수관계자를 포함한다)이 방송사업을 겸영하거나 주식 또는 지분을 소유하는 경우에는 그 일간신문의 구독률을 대통령령으로 정하는 바에 따라 일정한 비율의 시청점유율로 환산하여 해당 방송사업자의 시청점유율에 합산한다.

③ 제1항 및 제2항에 따른 시청점유율 산정의 구체적인 기준·방법 등 필요한 사항은 대통령령으로 정하는 바에 따라 미디어다양성위원회의 심의를 거쳐 방송통신위원회가 고시로 정한다.

④ 방송통신위원회는 제2항에 따라 산정한 시청점유율을 제9조에 따른 허가·승인, 제15조의2에 따른 변경승인, 제17조에 따른 재허가 등의 심사에 반영하여야 한다.

⑤ 방송통신위원회는 제1항에 따른 시청점유율을 초과하는 사업자에 대하여는 방송사업 소유제한, 방송광고시간 제한, 방송시간의 일부양도 등 필요한 조치를 명할 수 있다. 이 경우 필요한 조치의 구체적인 내용은 대통령령으로 정한다.

〔본조신설 2009. 7. 31〕

제70조(채널의 구성과 운용) ① 이동멀티미디어방송을 행하는 지상파방송사업자·종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 특정 방송분야에 편중되지 아니하고 다양성이 구현되도록 대통령령이 정하는 바에 의하여 채널을 구성·운용하여야 한다. 〈개정 2004. 3. 22〉

② 이동멀티미디어방송을 행하는 지상파방송사업자·종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 대통령령이 정하는 범위를 초과하여 방송채널을 직접 사용하거나 당해 방송사업자의 특수관계자 또는 특정 방송채널사용사업자에게 채널을 임대하여서는 아니된다. 〈개정 2004. 3. 22〉

③ 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자(이동멀티미디어방송을 행하는 위성방송사업자를 제외한다)는 대통령령이 정하는 바에 의하여 국가가 공공의 목적으로 이용할 수 있는 채널(이하 "공공채널"이라 한다), 종교의 선교목적을 지닌 채널 및 장애인의 복지를 위한 채널을 두어야 한다. 〈개정 2004. 3. 22, 2012. 1. 17〉

④ 종합유선방송사업자는 대통령령이 정하는 바에 의하여 지역정보 및 방송프로그램안내와 공지사항 등을 제작·편성 및 송신하는 지역채널을 운용하여야 한다.

⑤ 중계유선방송사업자는 방송통신위원회규칙이 정하는 바에 의하여 방송프로그램 안내와 공지사항 등을 제작·편성 및 송신하는 공지채널을 운용할 수 있다. 다만, 공지채널의 경우에는 보도·논평 또는 광고에 관한 사항은 송출할 수 없다. 〈개정 2008. 2. 29〉

⑥ 중계유선방송사업자가 운용할 수 있는 채널의 범위는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방송을 중계송신(방송편성을 변경하지 아니하는 녹음·녹화를 포함한다)하는 채널에 한하여야 한다. 다만, 전체 운용채널은 31개를 초과할 수 없으며 녹음·녹화채널은 전체 운용채널의 5분의 1을 초과할 수 없다.

1. 지상파방송(텔레비전방송에 한한다)
2. 공사 및 「한국교육방송공사법」에 따른 한국교육방송공사가 행하는 위성방송
3. 공공채널에서 행하는 방송
4. 제8항의 규정에 따른 공익채널에서 행하는 방송
5. 종교의 선교목적을 지닌 채널에서 행하는 방송
6. 국가기관·공익법인 또는 비영리법인이 행하는 방송으로서 당해 방송분야의 공익성 및 사회적 필요성을 고려하여 방송통신위원회가 고시한 채널에서 행하는 방송

⑦ 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 방송통신위원회규칙이 정하는 바에 의하여 시청자가 자체 제작한 방송프로그램의 방송을 요청하는 경우에는 특별한 사유가 없는 한 이를 방송하여야 한다. 〈개정 2008. 2. 29, 2011. 7. 14〉

⑧ 종합유선방송사업자, 위성방송사업자(이동멀티미디어방송을 행하는 위성방송사업자는 제외한다)는 당해 방송분야의 공익성 및 사회적 필요성을 고려하여 방송통신위원회가 고시한 방송분야에 속하는 채널(이하 "공익채널"이라 한다)을 운용하여야 한다. 이 경우 공익채널의 선정절차, 선정기준, 운용범위 그 밖의 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 〈신설 2007. 1. 26, 2008. 2. 29〉

〔법률 제8301호(2007. 1. 26) 부칙 제2항의 규정에 의하여 이 조 제6항은 2010년 6월 30일까지 유효함〕

제71조(국내 방송프로그램의 편성) ① 방송사업자는 당해 채널의 전체 프로그램중 국내에서 제작된 방송프로그램을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.

② 방송사업자는 연간 방송되는 영화·애니메이션 및 대중음악 중 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.〈개정 2004. 3. 22, 2012. 1. 17〉

③ 지상파방송사업자·종합편성을 행하는 방송채널사용사업자 및 연간 전체 방송시간 중 대통령령으로 정하는 비율 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자는 해당 채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 시청률, 매출액 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다. 다만, 대통령령으로 정하는 지역을 방송구역으로 하는 지상파방송사업자는 제외한다.〈신설 2012. 1. 17〉

④ 방송사업자는 다양한 국제문화 수용을 보장하기 위하여 연간 방송되는 외국 수입 영화·애니메이션 및 대중음악중 한 국가에서 제작한 영화·애니메이션 및 대중음악이 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다.〈개정 2012. 1. 17〉

⑤ 방송사업자가 국내에서 제작된 애니메이션을 주시청시간대에 편성한 경우 제2항에 따른 편성비율을 산정할 때 대통령령으로 정하는 바에 따라 가중치를 둘 수 있다.〈신설 2012. 1. 17〉

⑥ 제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 국내에서 제작된 방송프로그램 등의 구별기준은 대통령령으로 정하고, 편성비율은 방송매체와 방송분야별 특성 등을 고려하여 차등을 둘 수 있다.〈개정 2012. 1. 17〉

제72조(외주제작 방송프로그램의 편성) ① 방송사업자는 당해 채널의 전체 방송프로그램 중 국내에서 당해 방송사업자가 아닌 자가 제작한 방송프로그램(이하 “외주제작 방송프로그램”이라 한다)을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.

② 방송사업자는 제1항의 규정에 의한 외주제작 방송프로그램을 편성함에 있어 특수관

계자가 제작한 방송프로그램을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다.

③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 외주제작 방송프로그램을 주시청시간대에 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.

④ 제1항의 규정에 의한 외주제작 방송프로그램의 편성비율은 방송매체와 방송분야별 특성 등을 고려하여 차등을 둘 수 있다.

제73조(방송광고 등) ① 방송사업자는 방송광고와 방송프로그램이 혼동되지 아니하도록 명확하게 구분하여야 하며, 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램의 방송광고시간 및 전후 토막광고시간에는 대통령령이 정하는 바에 따라 반드시 광고임을 밝히는 자막을 표기하여 어린이가 방송프로그램과 방송광고를 구분할 수 있도록 하여야 한다. 〈개정 2006. 10. 27〉

② 방송광고의 종류는 다음 각 호와 같고, 방송광고의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 〈개정 2005. 5. 18, 2009. 7. 31〉

1. 방송프로그램광고: 방송프로그램의 전후(방송프로그램 시작타이틀 고지 후부터 본방송프로그램 시작 전까지 및 본방송프로그램 종료 후부터 방송프로그램 종료타이틀 고지 전까지를 말한다)에 편성되는 광고
2. 중간광고: 1개의 동일한 방송프로그램이 시작한 후부터 종료되기 전까지 사이에 그 방송프로그램을 중단하고 편성되는 광고
3. 토막광고: 방송프로그램과 방송프로그램 사이에 편성되는 광고
4. 자막광고: 방송프로그램과 관계없이 문자 또는 그림으로 나타내는 광고
5. 시보광고: 현재시간 고지 시 함께 방송되는 광고
6. 가상광고: 방송프로그램에 컴퓨터 그래픽을 이용하여 만든 가상의 이미지를 삽입하는 형태의 광고
7. 간접광고: 방송프로그램 안에서 상품을 소품으로 활용하여 그 상품을 노출시키는 형태의 광고

③ 상품소개 및 판매에 관한 전문편성을 행하는 방송의 경우에는 당해 상품소개 및 판매에 관한 방송내용물은 이를 방송광고로 보지 아니한다.

④ 방송사업자 및 전광판방송사업자는 공공의 이익을 증진시킬 목적으로 제작된 비상업

적 공익광고를 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여야 한다.

⑤ 삭제 〈2012. 2. 22〉

〔2012. 2. 22 법률 제11373호에 의하여 2008. 11. 27 헌법재판소에서 헌법 불합치된 이 조제5항을 삭제함.〕

제74조(협찬고지) ① 방송사업자는 대통령령이 정하는 범위안에서 협찬고지를 할 수 있다.

② 협찬고지의 세부기준 및 방법 등에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다. 〈개정 2008. 2. 29〉

제75조 삭제 〈2010. 3. 22〉

제76조(방송프로그램의 공급 및 보편적 시청권 등) ① 방송사업자는 다른 방송사업자에게 방송프로그램을 공급할 때에는 공정하고 합리적인 시장가격으로 차별없이 제공하여야 한다.

② 방송통신위원회는 제76조의2의 규정에 따른 보편적시청권보장위원회의 심의를 거쳐 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그 밖의 주요 행사(이하 "국민관심행사 등"이라고 한다)를 고시하여야 한다. 이 경우 방송통신위원회는 문화체육관광부장관, 방송사업자 및 시청자의 의견을 들어야 한다. 〈신설 2007. 1. 26, 2008. 2. 29〉

③ 국민관심행사 등에 대한 중계방송권자 또는 그 대리인(이하 "중계방송권자 등"이라 한다)은 일반국민이 이를 시청할 수 있도록 중계방송권을 다른 방송사업자에게도 공정하고 합리적인 가격으로 차별 없이 제공하여야 한다. 〈신설 2007. 1. 26〉

④ 방송사업자는 제1항 및 제3항의 규정을 위반하는 행위에 관하여 방송통신위원회에 서면으로 신고할 수 있다. 〈신설 2007. 1. 26, 2008. 2. 29〉

⑤ 방송통신위원회는 제4항의 규정에 따른 신고를 접수한 경우에는 제35조의3의 규정에 따른 방송분쟁조정위원회의 심의를 거쳐 60일 이내에 그 결과를 통보하여야 한다. 〈신설 2007. 1. 26, 2008. 2. 29〉

제76조의2(보편적시청권보장위원회) ① 제76조제2항의 규정에 따른 국민관심행사 등의 고시 등에 관한 업무의 원활한 수행을 위하여 방송통신위원회에 보편적시청권보장위원회를 둔다. 〈개정 2008. 2. 29〉

② 보편적시청권보장위원회 위원은 방송통신위원회 위원장이 방송통신위원회의 동의를 얻어 7인 이내로 위촉한다. 〈개정 2008. 2. 29〉

③ 보편적시청권보장위원회의 구성과 운영에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다.〈개정 2008. 2. 29〉

〔본조신설 2007. 1. 26〕

제76조의3(보편적 시청권 보장을 위한 조치 등) ① 방송사업자 및 중계방송권자 등은 제76조제3항의 규정에 따른 일반국민의 보편적 시청권을 보장하기 위하여 대통령령에서 정하는 금지행위 등 준수사항을 이행하여야 한다.

② 방송통신위원회는 제1항의 규정에 따른 금지사항을 위반한 방송사업자 및 중계방송권자 등에 대하여 금지행위의 중지 등 필요한 시정조치를 명할 수 있다. 이 경우 방송통신위원회는 시정조치를 명하기 전에 당사자에게 기간을 정하여 의견진술의 기회를 주어야 한다. 다만, 당사자가 정당한 사유 없이 이에 응하지 아니하는 때에는 그러하지 아니한다.〈개정 2008. 2. 29〉

③ 방송통신위원회는 제1항의 규정에 따른 금지사항의 위반 여부에 대한 사실관계의 조사를 위하여 필요한 경우 대통령령이 정하는 바에 따라 방송사업자 및 중계방송권자 등에게 자료제출을 요청할 수 있고, 사무처의 직원으로 하여금 방송사업자 및 중계방송권자 등의 사무소 또는 사업장에 출입하여 조사를 하게 할 수 있다.〈개정 2008. 2. 29〉

④ 방송통신위원회는 방송사업자 및 중계방송권자 등이 정당한 사유 없이 제2항의 규정에 따른 시정조치를 이행하지 아니하는 때에는 당해 중계방송권의 총계약금액에 100분의 5를 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위 안에서 과징금을 부과할 수 있다.〈개정 2008. 2. 29〉

⑤ 제3항의 규정에 따라 조사를 하는 사무처의 직원은 그 권한을 표시하는 증표를 지니고 이를 관계인에게 내보여야 한다.

〔본조신설 2007. 1. 26〕

제76조의4(중계방송권의 공동계약 권고) 방송통신위원회는 국민관심행사 등에 대한 보편적 시청권을 보장하고 중계방송권 확보에 따른 과도한 경쟁을 방지하기 위하여 중계방송권 계약에 있어서 방송사업자 또는 중계방송권자 등에게 공동계약을 권고할 수 있다.〈개정 2008. 2. 29〉

〔본조신설 2007. 1. 26〕

제76조의5(중계방송의 순차편성 권고 등) ① 방송사업자는 국민관심행사 등에 대한 중계

방송권을 사용함에 있어서 과다한 중복편성으로 인하여 시청자의 권익을 침해하지 아니하도록 하여야 하며, 채널별·매체별로 순차적으로 편성하기 위하여 노력하여야 한다.

② 방송통신위원회는 제1항의 채널별·매체별 순차편성이 효율적으로 이루어질 수 있도록 방송사업자에 대하여 권고할 수 있다.〈개정 2008. 2. 29〉

〔본조신설 2007. 1. 26〕

제77조(유료방송의 약관 승인) ① 유료방송을 행하고자 하는 방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 이용요금 및 기타 조건에 관한 약관을 정하여 방송통신위원회에 신고하여야 하며, 이용요금에 대하여는 방송통신위원회의 승인을 얻어야 한다. 신고한 약관이나 승인을 얻은 이용요금을 변경하고자 하는 경우에도 또한 같다.〈개정 2008. 2. 29〉

② 방송통신위원회는 제1항의 규정에 의한 약관이 현저히 부당하여 시청자의 이익을 저해한다고 판단하는 때에는 유료방송을 행하는 방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자에게 상당한 기간을 정하여 그 약관의 변경을 명할 수 있다.〈개정 2008. 2. 29〉

제78조(재송신) ① 종합유선방송사업자·위성방송사업자(이동멀티미디어방송을 행하는 위성방송사업자를 제외한다) 및 중계유선방송사업자는 한국방송공사 및 한국교육방송공사법에 의한 한국교육방송공사가 행하는 지상파방송(라디오방송을 제외한다)을 수신하여 그 방송프로그램에 변경을 가하지 아니하고 그대로 동시에 재송신(이하 "동시재송신"이라 한다)하여야 한다. 다만, 지상파방송을 행하는 당해 방송사업자의 방송구역안에 당해 종합유선방송사업자 및 중계유선방송사업자의 방송구역이 포함되지 아니하는 경우에는 그러하지 아니하다.〈개정 2002. 4. 20, 2004. 3. 22〉

② 제1항의 규정에 의한 지상파방송사업자가 수개의 지상파방송 채널을 운용하는 경우, 제1항 본문의 규정에 불구하고 동시재송신하여야 하는 지상파방송은 방송통신위원회가 지상파방송사업자별로 방송편성 내용 등을 고려하여 지정·고시하는 1개의 지상파방송 채널에 한한다.〈신설 2002. 4. 20, 2008. 2. 29〉

③ 제1항의 규정에 의한 동시재송신의 경우에는「저작권법」제85조의 동시중계방송권에관한규정은 이를 적용하지 아니한다.〈개정 2006. 12. 28〉

④ 종합유선방송사업자 및 중계유선방송사업자가 당해 방송구역 외에서 허가받은 지상

파방송사업자가 행하는 지상파방송을 동시재송신하고자 하거나 위성방송사업자가 제1항 및 제2항의 규정에 의하여 동시재송신하는 지상파방송 이외의 지상파방송을 재송신하고자하는 때에는 방송통신위원회의 승인을 얻어야 한다.〈개정 2002. 4. 20, 2008. 2. 29〉

⑤ 삭제〈2007. 7. 27〉

⑥ 제4항에 따른 재송신의 유형 및 승인의 요건·절차·유효기간 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.〈개정 2002. 4. 20, 2006. 10. 27, 2007. 7. 27〉

⑦ 공동체라디오방송사업자의 경우 다른 공동체라디오방송사업자의 방송프로그램을 대통령령이 정하는 범위 안에서 재송신할 수 있다.〈신설 2006. 10. 27〉

제78조의2(외국방송사업자의 국내 재송신 승인 등) ① 외국방송사업자(외국에 설치된 방송 송출설비 또는 외국 인공위성의 무선설비를 이용하여 국내에서 수신되는 방송을 행하는 외국인을 말하며, 조약에 따라 이 법에 따른 방송을 할 수 있는 외국인을 포함한다. 이하 같다)가 그가 행하는 방송을 국내에서 방송사업자를 통하여 재송신하려면 방송통신위원회의 승인을 받아야 한다. 이 경우 특정 방송프로그램을 일시적으로 중계 송신하는 등 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 경우에는 재송신으로 보지 아니한다.〈개정 2008. 2. 29〉

② 방송통신위원회는 제1항에 따라 외국방송사업자의 승인 신청을 받은 경우에는 다음 각 호의 사항을 종합적으로 심사하여야 한다.〈개정 2008. 2. 29〉

1. 방송의 공정성·공익성의 실현 가능성
2. 국내 방송 및 영상산업에 미치는 영향
3. 국내 방송 및 영상산업 발전에 대한 기여 정도
4. 문화적 다양성 및 사회적 필요성
5. 국내 지사, 국내 사무소 또는 국내 대리인이 있는지 여부 및 그 국내 지사 등이 외국방송사업자로부터 재송신에 관하여 위임받은 권리와 의무에 관한 사항
6. 국제친선과 상호 이해 증진에 대한 기여 정도
7. 방송 내용이 제33조에 따른 심의규정, 그 밖에 「형법」, 「저작권법」 등 다른 법률의 규정에 위반될 가능성

③ 제1항에 따라 승인받은 외국방송사업자는 재송신하는 방송의 내용이 제33조에 따른 심의규정에 적합하게 하여야 한다.

④ 방송통신위원회는 직무수행을 위하여 필요하면 외국방송사업자(국내 지사, 국내 사무소 및 국내 대리인을 포함한다)에게 관련 자료의 제출을 요구할 수 있다. 〈개정 2008. 2. 29〉

⑤ 방송통신위원회는 제1항에 따라 승인을 받은 외국방송사업자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 제1항에 따른 승인을 취소할 수 있다. 〈개정 2008. 2. 29〉

1. 방송 내용이 제3항에 위반되는 때

2. 승인조건을 이행하지 아니한 때

3. 방송 내용이 「형법」, 「저작권법」 등 다른 법률의 규정에 위반되는 때

⑥ 제1항에 따라 승인받은 외국방송사업자의 방송을 재송신하는 방송사업자를 제외하고는 누구든지 외국방송사업자의 방송을 재송신하여서는 아니 된다.

⑦ 방송사업자가 제1항에 따라 승인을 받은 외국방송사업자의 방송을 재송신할 수 있는 범위와 기준은 대통령령으로 정한다.

⑧ 제1항 및 제5항에 따른 승인과 승인 취소의 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

〔본조신설 2007. 7. 27〕

제79조(유선방송국설비 등에 관한 기술기준과 준공검사 등) ① 방송통신위원회는 유선방송국설비(종합유선방송국 및 중계유선방송·음악유선방송을 행하기 위한 설비를 포함한다. 이하 같다)의 설치 및 유지에 관한 사항과 전송·선로설비의 분계점 등에 필요한 기술기준(이하 "기술기준"이라 한다)을 정하여 고시하여야한다. 〈개정 2008. 2. 29〉

② 종합유선방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 대통령령이 정하는 기한까지 기술기준이 정하는 바에 의하여 유선방송국설비를 설치하고 방송통신위원회의 준공검사를 받아야 한다. 설치한 유선방송국설비를 변경한 때에도 또한 같다. 〈개정 2008. 2. 29〉

③ 종합유선방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 전송·선로설비를 자체적으로 설치하거나 전송망사업자의 전송·선로설비 또는 「전기통신사업법」에 따른 기간통신사업자의 전기통신설비를 이용할 수 있으며, 종합유선방송사업자와 중계유선방송사업자는 전송·선로설비를 상호 이용할 수 있다. 〈개정 2010. 3. 22〉

④ 종합유선방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 천재·지변기타 불가피한 사유로 대통령령이 정하는 기한까지 유선방송국설비를 설치할 수 없는 때에는

대통령령이 정하는 바에 의하여 방송통신위원회에 설비설치기한의 연기를 요청할 수 있다. 〈개정 2008. 2. 29〉

제80조(전송·선로설비 설치의 확인) 종합유선방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자가 전송·선로설비를 자체적으로 설치하는 때 또는 전송망사업자나 기간통신사업자가 종합유선방송사업자나 중계유선방송사업자와 전송·선로설비의 이용계약을 체결한 때에는 기술기준이 정하는 바에 의하여 전송·선로설비를 설치하고 방송통신위원회의 확인을 받아야 한다. 설치한 전송·선로설비를 변경한 때에도 또한 같다. 〈개정 2008. 2. 29〉

제81조(설비개선명령 등) 방송통신위원회는 종합유선방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자 및 전송망사업자가 설치한 유선방송국설비 및 전송·선로설비가 기술기준에 적합하지 아니할 때에는 그 시설의 보수·개수·이전 기타 필요한 조치를 명할 수 있다. 〈개정 2008. 2. 29〉

제82조(전송·선로설비의 이용) 전송망사업자는 대통령령이 정하는 바에 의하여 전송·선로설비이용료 기타 이용조건에 관한 약관을 정하여 방송통신위원회에 신고하여야 한다. 이를 변경하고자 하는 때에도 또한 같다. 〈개정 2008. 2. 29〉

제83조(방송내용의 기록·보존) ① 방송사업자·중계유선방송사업자·전광판방송사업자 및 음악유선방송사업자는 방송일지에 방송내용(방송프로그램 및 방송광고를 포함한다)을 기록하여 비치하여야 하며, 특별한 사유가 없는 한 방송 실시결과를 방송후 1월 이내에 방송통신위원회에 제출하여야 한다. 〈개정 2008. 2. 29, 2009. 7. 31〉

② 방송사업자는 방송(재송신을 제외한다)된 방송프로그램(예고방송을 포함한다. 이하 같다) 및 방송광고의 원본 또는 사본을 방송후 6월간 보존하여야 한다. 〈개정 2006. 10. 27, 2009. 7. 31〉

③ 제1항의 규정에 의한 방송일지의 기록 및 방송실시결과의 제출시기 등과 제2항의 규정에 의한 사업자별 방송프로그램 및 방송광고의 원본 또는 사본의 보존 등에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다. 〈개정 2008. 2. 29, 2009. 7. 31〉

제84조(폐업 및 휴업 등의 신고) ① 방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자 및 전광판방송사업자가 그 업무를 폐업하거나 휴업하고자 하는 때에는 방송통신위원회에 신고하여야 한다. 〈개정 2007. 1. 26, 2008. 2. 29〉

② 방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 천재·지변 등 불가피한 사유가 있는 경우에 한하여 휴업할 수 있다.

③ 제1항 및 제2항의 규정에 의한 폐업 및 휴업의 신고절차 등에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다. 〈개정 2008. 2. 29〉

제85조(방송프로그램별 유료방송 등의 적용배제) 방송프로그램별 유료방송을 행하는 방송사업자에 대하여는 제71조부터 제74조까지의 규정을 적용하지 아니한다. 〈개정 2010. 3. 22〉

제85조의2(금지행위) ① 방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자·전광판방송사업자·전송망사업자(이하 "방송사업자 등"이라 한다)는 사업자 간의 공정한 경쟁 또는 시청자의 이익을 저해하거나 저해할 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 "금지행위"라 한다)를 하거나 제3자로 하여금 이를 하게 하여서는 아니 된다.

1. 정당한 사유 없이 채널·프로그램의 제공 또는 다른 방송사업자 등의 서비스 제공에 필수적인 설비에 대한 접근을 거부·중단·제한하거나 채널 편성을 변경하는 행위
2. 다른 방송사업자 등에게 적정한 수익배분을 거부·지연·제한하는 행위
3. 부당하게 다른 방송사업자 등의 방송시청을 방해하거나 서비스 제공계약의 체결을 방해하는 행위
4. 부당하게 시청자를 차별하여 현저하게 유리하거나 불리한 요금 또는 이용조건으로 방송 서비스를 제공하는 행위
5. 이용약관을 위반하여 방송서비스를 제공하거나 이용계약과 다른 내용으로 이용요금을 청구하는 행위
6. 방송서비스의 제공 과정에서 알게 된 시청자의 정보를 부당하게 유용하는 행위

② 방송통신위원회는 방송사업자 등이 금지행위를 한 경우 해당 사업자에게 금지행위의 중지, 계약조항의 삭제 또는 변경, 금지행위로 인하여 시정조치를 명령받은 사실의 공표 등 필요한 시정조치를 명할 수 있다.

③ 방송통신위원회는 공정거래위원회와 협의하여 방송사업자 등이 금지행위를 한 경우 해당 사업자에게 대통령령으로 정하는 매출액에 100분의 2를 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과할 수 있다. 다만, 사업의 미개시나 사업 중단 등으로 인하여 매출액이 없거나 매출액 산정이 어려운 경우로서 대통령령으로 정하는 경우에는 5억원 이하의 금액을 과징금으로 부과할 수 있다.

④ 방송통신위원회는 금지행위의 위반 여부에 관한 사실관계의 조사를 위하여 필요한 경우 대통령령으로 정하는 바에 따라 방송사업자 등에게 자료의 제출을 요청할 수 있다.

⑤ 금지행위의 세부적인 유형 및 기준에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

⑥ 제1항을 위반한 방송사업자 등의 행위에 대하여 방송통신위원회가 제2항에 따라 시정조치를 명하였거나 제3항에 따라 과징금을 부과한 경우에는 그 방송사업자 등의 동일한 행위에 대하여 동일한 사유로 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따른 시정조치를 명하거나 과징금을 부과할 수 없다.

〔본조신설 2011. 7. 14〕

2. 방송법 시행령 〔시행 2012. 7. 1〕〔대통령령 제23885호, 2012. 6. 27〕

제 1 장 총 칙

제1조(목적) 이 영은 「방송법」에서 위임된 사항과 그 시행에 관하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다. 〈개정 2006. 3. 10〉

제1조의2(용어의 정의) 이 영에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. 〈개정 2006. 3. 10〉

1. "지상파텔레비전방송사업자"라 함은 텔레비전방송을 행하는 지상파방송사업(이하 "지상파텔레비전방송사업"이라 한다)을 하기 위하여 「방송법」(이하 "법"이라 한다) 제9조제1항의 규정에 의하여 허가를 받은 자를 말한다.
2. "지상파라디오방송사업자"라 함은 라디오방송을 행하는 지상파방송사업을 하기 위하여 법 제9조제1항의 규정에 의하여 허가를 받은 자를 말한다.
3. "지상파이동멀티미디어방송사업자"라 함은 이동멀티미디어방송을 행하는 지상파방송사업(이하 "지상파이동멀티미디어방송사업"이라 한다)을 하기 위하여 법 제9조제1항의 규정에 의하여 허가를 받은 자를 말한다.
4. "위성이동멀티미디어방송사업자"라 함은 이동멀티미디어방송을 행하는 위성방송사업(이하 "위성이동멀티미디어방송사업"이라 한다)을 하기 위하여 법 제9조제1항의 규정에 의하여 허가를 받은 자를 말한다.
5. "일반위성방송사업자"라 함은 위성이동멀티미디어방송사업을 제외한 위성방송사업을

하기 위하여 법 제9조제1항의 규정에 의하여 허가를 받은 자를 말한다.

6. “텔레비전방송채널사용사업자”라 함은 텔레비전방송을 행하는 방송채널사용사업(이하 “텔레비전방송채널사용사업”이라 한다)을 하기 위하여 법 제9조제5항의 규정에 의하여 등록을 하거나 승인을 얻은 자를 말한다.

7. “라디오방송채널사용사업자”라 함은 라디오방송을 행하는 방송채널사용사업(이하 “라디오방송채널사용사업”이라 한다)을 하기 위하여 법 제9조제5항의 규정에 의하여 등록을 하거나 승인을 얻은 자를 말한다.

8. “데이터방송채널사용사업자라 함은 데이터방송을 행하는 방송채널사용사업(이하 “데이터방송채널사용사업”이라 한다)을 하기 위하여 법 제9조제5항의 규정에 의하여 등록을 하거나 승인을 얻은 자를 말한다.

9. “지상파방송채널사용사업자”라 함은 지상파방송사업자와 방송채널사용계약을 체결하여 그 채널을 사용하여 지상파방송을 행하는 방송채널사용사업자를 말한다.

10. “지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자”라 함은 지상파이동멀티미디어방송사업자와 방송채널사용계약을 체결하여 그 채널을 사용하여 지상파방송을 행하는 방송채널사용사업자를 말한다.

11. “위성이동멀티미디어방송채널사용사업자”라 함은 위성이동멀티미디어방송사업자와 방송채널사용계약을 체결하여 그 채널을 사용하여 위성방송을 행하는 방송채널사용사업자를 말한다.

〔본조신설 2004. 9. 17〕

제1조의3(위성이동멀티미디어방송사업자의 보조설비) 위성이동멀티미디어방송사업자가 행하는 방송의 보조와 난시청 해소를 위하여 연주소(演奏所)를 갖추지 아니하고 개설하는 지상의 무선국은 인공위성의 무선국의 보조설비로 본다.

〔본조신설 2004. 9. 17〕

제2조(중계유선방송의 중계대상이 되는 방송) 법 제2조제4호에서 “대통령령이 정하는 방송”이라 함은 법 제70조제3항의 규정에 의하여 국가가 공공의 목적으로 이용할 수 있는 채널(이하 “공공채널”이라 한다)에 의하여 행하는 방송 및 제56조제2항제4호의 규정에 의하여 방송통신위원회가 고시하는 방송을 말한다. 〈개정 2004. 9. 17, 2008. 2. 29〉

제3조(특수관계자의 범위) ① 법 제8조제2항부터 제5항까지 및 제11항에서 “특수관계자”

라 함은 본인과 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 관계에 있는 자를 말한다.〈개정 2004. 9. 17, 2006. 3. 10, 2010. 1. 26〉

1. 본인이 개인인 경우에는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자
   가. 배우자(사실상의 혼인관계에 있는 자를 포함한다), 6촌 이내의 혈족 또는 4촌 이내의 인척
   나. 본인이 단독으로 또는 가목의 자와 합하여 100분의 30 이상을 출자 또는 출연하거나 주요 경영사항에 대하여 사실상 영향력을 행사하고 있는 법인(법인격이 없는 사단 또는 재단을 포함한다. 이하 이 조에서 같다) 및 그 임원
   다. 본인이 단독으로 또는 그와 가목 또는 나목의 관계에 있는 자와 합하여 100분의 30 이상을 출자 또는 출연하거나 주요 경영사항에 대하여 사실상 영향력을 행사하고 있는 법인 및 그 임원
2. 본인이 법인인 경우에는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자
   가. 임원
   나. 계열회사(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제2조제3호의 규정에 의한 계열회사를 말한다) 및 그 임원
   다. 단독으로 또는 제1호 각 목의 어느 하나에 해당하는 관계에 있는 자와 합하여 본인에게 100분의 30 이상을 출자 또는 출연하거나 본인의 주요 경영사항에 대하여 사실상 영향력을 행사하고 있는 개인 및 그와 제1호 각 목의 어느 하나에 해당하는 관계에 있는 개인, 법인 및 그 임원
   라. 본인이 단독으로 또는 그와 가목 내지 다목의 어느 하나에 해당하는 관계에 있는 자와 합하여 100분의 30 이상을 출자 또는 출연하거나 주요 경영사항에 대하여 사실상 영향력을 행사하고 있는 법인 및 그 임원

② 제1항에 불구하고 법 제8조제2항의 경우에 한하여 제1항제1호 나목·다목 및 동항제2호 나목 내지 라목에 해당하는 자 중 본인과 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 관계에 있지 아니한 자로서 본인이 법인의 주요 경영사항 또는 개인의 의사결정 등에 지배적인 영향력을 행사하지 아니하는 것으로 방송통신위원회규칙이 정하는 자는 특수관계자로 보지 아니한다.〈신설 2006. 3. 10, 2008. 2. 29〉

1. 개인인 경우

본인의 사용인(법인인 경우에는 임원, 개인인 경우에는 상업사용인 및 고용계약에 의한 피용인을 말한다. 이하 같다)이었거나 사용인인 자

2. 법인인 경우

본인과 채무보증이나 자금대차가 있는 자

③ 제1항의 규정에서 "임원"이라 함은 이사·감사·무한책임사원 또는 사실상 이와 동등한 지위에 있는 자를 말한다. 〈신설 2004. 9. 17, 2006. 3. 10〉

④ 제1항의 규정에서 "주요 경영사항에 대하여 사실상 영향력을 행사하는" 경우라 함은 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우를 말한다. 〈신설 2004. 9. 17, 2006. 3. 10, 2008. 2. 29〉

1. 단독으로 또는 다른 자와 계약 또는 합의에 의하여 당해 법인의 대표자나 임원의 과반수 이상을 선임할 수 있는 경우

2. 통상적인 범위를 초과하여 당해 법인과 자금·자산·상품·용역 등의 거래를 하고 있거나 당해 법인에 채무보증을 하거나 당해 법인으로부터 채무보증을 받고 있는 경우

3. 제1호 및 제2호에 준하는 경우로서 방송통신위원회규칙이 정하는 경우

⑤ 제4조제5항제1호, 같은 조 제7항제3호, 같은 조 제8항 전단, 제15조의2제1항제1호, 제52조의3제2항제2호·제4호 각 목 외의 부분, 제52조의4제1항제4호, 제52조의6제2항 본문, 제52조의7제2호, 제53조제2항, 제58조제2항 및 제60조제1항제3호에 따른 특수관계자의 범위에 관하여는 제1항을 준용한다. 〈개정 2010. 10. 1〉

---- 중략 ----

제 5 장 방송사업의 운영 등

제50조(방송프로그램의 편성 등) ① 종합편성을 행하는 방송사업자는 법 제69조제3항 전단의 규정에 의하여 보도에 관한 방송프로그램, 교양에 관한 방송프로그램 및 오락에 관한 방송프로그램이 상호간에 조화를 이루도록 편성하되, 그 구체적인 기준은 다음 각호와 같다. 〈개정 2001. 3. 20, 2004. 9. 17, 2007. 8. 7〉

1. 텔레비전방송프로그램 및 라디오방송프로그램의 경우 오락에 관한 방송프로그램을 당해 채널의 매월 전체 방송시간의 100분의 50 이하로 편성할 것

2. 데이터방송프로그램의 경우 오락에 관한 방송프로그램을 당해 채널의 매월 전체 방송내용물의 100분의 60 이하로 편성할 것

② 제1항에서 “보도에 관한 방송프로그램”이라 함은 국내외 정치·경제·사회·문화 등의 전반에 관하여 시사적인 취재보도·논평 또는 해설 등의 방송프로그램을, “교양에 관한 방송프로그램”이라 함은 국민의 교양향상 및 교육을 목적으로 하는 방송프로그램과 어린이·청소년의 교육을 목적으로 하는 방송프로그램을, “오락에 관한 방송프로그램”이라 함은 국민정서의 함양과 여가생활의 다양화를 목적으로 하는 방송프로그램을 말한다. 〈개정 2001. 3. 20, 2007. 8. 7〉

③ 법 제69조제3항 후단의 규정에 의한 주시청시간대는 다음 각호와 같다.

1. 평일: 오후 7시부터 오후 11시까지
2. 토요일·일요일 및 공휴일: 오후 6시부터 오후 11시까지

④ 전문편성을 행하는 방송사업자는 법 제69조제4항의 규정에 의하여 허가 또는 승인을 얻거나 등록을 한 주된 방송분야의 방송프로그램을 다음 각 호의 기준에 따라 편성하여야 한다. 〈개정 2004. 9. 17, 2007. 8. 7〉

1. 텔레비전방송채널 또는 라디오방송채널의 경우 사업자별로 다음 각 목의 비율에 따라 편성할 것
   가. 지상파방송사업자: 당해 채널의 매월 전체 방송시간의 100분의 60 이상
   나. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 당해 채널의 매월 전체 방송시간의 100분의 70 이상
   다. 방송채널사용사업자: 당해 채널의 매월 전체 방송시간의 100분의 80 이상
2. 데이터방송채널의 경우 당해 채널의 매월 전체 방송내용물의 100분의 60 이상 편성할 것

⑤ 법 제69조제5항에 따라 전문편성을 행하는 방송사업자가 부수적으로 편성할 수 있는 방송프로그램은 제2항에 따른 교양에 관한 방송프로그램 또는 오락에 관한 방송프로그램으로 한정한다. 다만, 제54조에 따른 공공채널과 영어 등 외국어를 주 언어로 하여 국내체류 외국인에게 대한민국에 관한 정보제공을 목적으로 하는 채널 등 방송통신위원회가 고시하는 채널의 경우에는 그러하지 아니하다. 〈신설 2007. 8. 7, 2008. 2. 29〉

⑥ 법 제69조제6항에 따라 지상파방송사업자가 다른 한 방송사업자의 제작물을 편성할

수 있는 비율은 다음 각 호의 구분에 따른 비율의 범위안에서 당해 지상파방송사업자의 경영상태 및 방송프로그램수급여건 등을 고려하여 방송통신위원회가 고시하는 비율로 한다. 〈개정 2004. 9. 17, 2007. 8. 7, 2008. 2. 29〉

1. 지상파텔레비전방송사업자가 다른 한 지상파텔레비전방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매월 전체 방송시간의 100분의 50 내지 100분의 85
2. 지상파라디오방송사업자가 다른 한 지상파라디오방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매월 전체 방송시간의 100분의 40 내지 100분의 80
3. 지상파이동멀티미디어방송사업자가 다른 한 지상파방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매월 전체 방송시간의 100분의 50 이상
4. 지상파이동멀티미디어방송사업자가 다른 한 방송채널사용사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매월 전체 방송시간의 100분의 50 이상

⑦ 제1항제2호 및 제4항제2호의 규정에 의한 방송내용물의 구체적인 산정기준은 방송통신위원회규칙으로 정한다. 〈신설 2004. 9. 17, 2007. 8. 7, 2008. 2. 29〉

⑧ 제1항부터 제6항까지의 규정에 따른 방송프로그램의 세부적인 분류기준 및 편성비율 산정기준은 방송통신위원회가 정하여 고시할 수 있다. 〈신설 2010. 10. 1〉

제51조(시청자 참여프로그램) ① 법 제69조제7항에 따라 공사는 지상파텔레비전방송사업의 허가를 받아 행하는 텔레비전방송의 채널에서 매월 100분 이상의 텔레비전방송프로그램을 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램으로 편성하여야 한다. 〈개정 2004. 9. 17, 2007. 8. 7〉

② 한국방송공사는 시청자 참여프로그램의 편성기준을 정하고 이를 공표하여야 한다.

③ 시청자 참여프로그램의 운영, 제작지원 및 방송권 등에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙이 정하는 바에 따른다. 〈개정 2008. 2. 29〉

제52조(장애인의 시청지원) ① 법 제69조제8항에 따라 방송사업자는 장애인의 시청을 돕기 위하여 방송프로그램에 대하여 수화·폐쇄자막·화면해설 등을 이용한 방송(이하 "장애인방송"이라 한다)을 하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 방송프로그램을 제외한 방송프로그램의 경우에는 방송통신위원회가 방송사업자의 제작여건과 시청자의 수요를 고려하여 장애인방송을 하여야 하는 비율을 정하여 고시할 수 있다. 〈개정 2003. 4. 17, 2006. 3. 10, 2007. 8. 7, 2007. 10. 15, 2008. 2. 29, 2010. 12. 27, 2011. 10. 14〉

1. 「방송통신발전 기본법」 제40조에 따른 재난방송프로그램

2. 「장애인복지법 시행령」 제14조 각 호에 따른 방송프로그램

3. 장애인의 방송시청이 필요하다고 판단되어 방송통신위원회규칙으로 정한 방송프로그램

4. 기타 장애인의 복지를 목적으로 편성된 방송프로그램

② 법 제69조제8항에 따라 장애인방송을 하여야 하는 사업자는 다음과 같다. 〈신설 2011. 10. 14〉

1. 법 제9조제1항에 따라 허가를 받은 지상파방송사업자

2. 법 제9조제1항에 따라 허가를 받은 위성방송사업자

3. 법 제9조제2항에 따라 허가를 받은 종합유선방송사업자와 같은 조 제5항에 따라 등록을 하거나 승인을 얻은 방송채널사용사업자(제4호에 따른 방송채널사용사업자는 제외한다)로서 해당 사업자의 매출액, 시청점유율 등을 고려하여 방송통신위원회가 정하여 고시하는 사업자

4. 법 제9조제5항 단서에 따라 승인을 얻은 종합편성이나 보도에 관한 전문편성을 하는 방송채널사용사업자

③ 장애인방송의 제공에 필요한 기준과 방법 등은 방송통신위원회가 정하여 고시한다. 이 경우 방송통신위원회는 미리 국가인권위원회와 협의하여야 한다. 〈신설 2011. 10. 14〉

제52조의2(청취자 참여프로그램) 법 제69조제9항에 따라 공동체라디오방송사업자는 청취자 참여프로그램을 매월 전체 방송시간의 100분의 20 이상 편성하여야 한다.

〔본조신설 2007. 8. 7〕

제52조의3(시청점유율 산정기준 등) ① 법 제69조의2제3항에 따른 시청점유율의 산정기준은 다음 각 호와 같다.

1. 시청점유율은 1년을 기준으로 산정하되, 매년 6월 30일까지 직전연도의 시청점유율을 산정할 것. 다만, 직전연도의 사업기간이 1년 미만이거나 방송사업의 허가·승인 등의 심사를 위하여 불가피하다고 인정되는 경우에는 방송통신위원회가 별도로 정하는 기간을 기준으로 시청점유율을 산정한다.

2. 일간신문의 구독률을 시청점유율로 환산하는 경우에는 일간신문과 텔레비전방송의 매체특성·이용현황 및 시장규모 등을 종합적으로 고려할 것

3. 시청점유율 산정을 위하여 시청점유율을 조사하는 경우에는 표본의 대표성, 조사대상

의 적정성, 조사방법의 신뢰성 및 타당성 등을 종합적으로 고려할 것

② 법 제69조의2제3항에 따른 시청점유율의 산정방법은 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 해당 방송사업자의 시청점유율: 전부 반영
2. 해당 방송사업자의 특수관계자의 시청점유율: 전부 반영
3. 해당 방송사업자가 주식 또는 지분을 소유하고 있는 다른 방송사업자의 시청점유율: 그 다른 방송사업자의 시청점유율에 해당 방송사업자의 주식 또는 지분의 소유 비율을 곱하여 반영
4. 일간신문을 경영하는 법인(특수관계자를 포함한다)의 일간신문 구독률을 환산한 시청점유율
   가. 해당 방송사업을 겸영하는 경우: 일간신문의 구독률을 시청점유율로 환산한 후에 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율을 곱하여 반영
   나. 해당 방송사업자의 주식 또는 지분을 소유하는 경우: 일간신문의 구독률을 시청점유율로 환산한 후에 그 주식 또는 지분의 소유 정도에 따라 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율을 곱하여 반영

〔본조신설 2010. 10. 1〕

제52조의4(시청점유율 초과에 따른 조치 명령) ① 법 제69조의2제5항에 따라 같은 조 제1항에 따른 시청점유율을 초과하는 사업자(이하 “초과사업자”라 한다)에 대하여 하는 조치 명령의 내용은 다음 각 호와 같다.

1. 방송사업 소유제한: 초과사업자가 새로운 방송사업(다른 방송사업자의 주식 또는 지분을 취득하는 것을 포함한다)을 하는 것을 금지하도록 하는 조치
2. 방송광고시간 제한: 초과사업자가 운용하는 방송채널에서 일정 기간 제59조에 따른 방송광고를 금지하도록 하는 조치
3. 방송시간의 일부양도: 초과사업자가 운용하는 방송채널에서 일정 기간 그 방송시간의 일부를 다른 방송사업자에게 양도하도록 하는 조치
4. 다른 방송사업자의 주식 또는 지분 매각: 초과사업자가 소유한 다른 방송사업자의 주식 또는 지분을 제3자(특수관계자는 제외한다)에게 매각하도록 하는 조치

② 제1항에 따른 조치 명령은 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 제1항제1호 및 제2호의 조치는 병과할 것

2. 제1항제3호 및 제4호의 조치는 어느 하나의 조치를 선택적으로 이행하도록 할 것

3. 제1호 및 제2호에 따른 조치 명령을 하는 경우 다음 각 목의 사항을 통보할 것

가. 제1항제2호에 따른 조치: 제52조의5제1항제2호의 방송광고시간 제한채널 및 같은 항 제3호의 방송광고시간 제한기간

나. 제1항제3호에 따른 조치: 제52조의6제1항제2호의 방송시간 양도채널 및 같은 항 제4호의 방송시간 양도기간

다. 제1항제4호에 따른 조치: 제52조의7제3호에 따른 주식 또는 지분의 매각기간

③ 초과사업자는 방송통신위원회로부터 제2항제2호의 기준에 따른 조치 명령을 받은 경우에는 그 명령을 받은 날부터 15일 이내에 이행 대상 조치를 방송통신위원회에 보고하여야 한다. 이 경우 제1항제3호의 조치를 이행 대상 조치로 보고하려면 양도할 방송시간대를 제출하여야 한다.

〔본조신설 2010. 10. 1〕

제52조의5(방송광고시간 제한) ① 제52조의4제1항제2호에 따른 방송광고시간 제한조치는 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 100분의 30을 초과하는 시청점유율에 대하여 100분의 1(소수점 셋째자리 이하는 올림한다)을 기준으로 1개월마다 1일 동안 방송광고를 제한할 것. 이 경우 방송광고는 매월 1일부터 시작하여 연속된 일자를 기준으로 하여 제한한다.

2. 방송광고시간 제한채널은 시청점유율이 가장 높은 채널(이하 “주채널”이라 한다)로 할 것

3. 방송광고시간 제한기간은 6개월부터 9개월까지의 범위에서 방송통신위원회가 정할 것

② 제1항에도 불구하고 초과사업자는 방송광고가 제한되는 시간에 비상업적인 공익광고를 할 수 있다. 이 경우 해당 공익광고는 법 제73조제4항에 따른 비상업적 공익광고에 포함되지 아니한다.

〔본조신설 2010. 10. 1〕

제52조의6(방송시간 일부양도) ① 제52조의4제1항제3호에 따른 방송시간 일부양도 조치는 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 초과사업자가 양도하는 방송시간은 별표 2의 기준에 따를 것

2. 방송시간을 양도하는 채널은 주채널로 할 것

3. 양도하는 방송시간 단위는 주시청시간대(제50조제3항에 따른 주시청시간대를 말한다. 이하 같다)에 규칙적으로 편성할 수 있는 것으로 최소 30분 이상으로 할 것

4. 6개월부터 9개월까지의 범위에서 방송통신위원회가 정하는 기간 동안 양도할 것

② 초과사업자는 방송통신위원회가 고시하는 기준 및 절차에 따라 선정된 제3자 방송사업자(텔레비전방송채널사용사업자만 해당되며, 초과사업자의 특수관계자는 제외한다)와 그 선정일부터 1개월 이내에 방송시간 양도계약을 체결하여야 한다. 다만, 방송통신위원회가 필요하다고 인정하는 경우에는 1개월의 범위에서 한 차례만 그 이행기간을 연장할 수 있다.

③ 제2항에 따라 양도받은 방송시간의 방송에 관하여는 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 편성할 수 있는 방송프로그램은 제50조제2항에 따른 교양에 관한 방송프로그램으로 할 것. 이 경우 해당 방송프로그램의 제작 비용은 법 제73조제2항에 따른 방송광고의 수익금으로 충당할 수 있다.

2. 방송프로그램의 방송에 따른 송출비용은 제2항 본문에 따른 제3자 방송사업자가 부담할 것. 다만, 법 제73조제2항제3호부터 제5호까지의 규정에 따른 방송광고를 허용함으로써 송출비용의 지급을 대신할 수 있다.

④ 초과사업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 제2항 본문에 따른 제3자 방송사업자의 방송프로그램을 방송하지 아니하거나 순연할 수 있다. 이 경우 초과사업자는 제3자 방송사업자에게 그 사실을 사전에 통지하여야 하며, 방송되지 아니하거나 순연된 방송시간에 대응하는 방송시간을 양도하여야 한다.

1. 양도한 방송시간의 방송일이 공휴일에 해당하여 방송프로그램 편성시간을 변경할 필요가 있는 경우

2. 법 제76조제2항 전단에 따라 고시된 국민관심행사 등을 실시간으로 방송할 필요가 있는 경우

〔본조신설 2010. 10. 1〕

제52조의7(다른 방송사업자의 주식 또는 지분 매각) 제52조의4제1항제4호에 따른 주식 또는 지분 매각 조치는 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 직전연도의 시청점유율을 기준으로 100분의 30을 초과하는 시청점유율을 해소할 수 있도록 할 것

2. 초과사업자의 특수관계자에 대해서는 매각하지 아니할 것

3. 6개월의 범위에서 방송통신위원회가 정하는 기간 이내에 매각할 것. 다만, 방송통신위원회가 필요하다고 인정하는 경우에는 6개월의 범위에서 한 차례만 그 이행기간을 연장할 수 있다.

〔본조신설 2010. 10. 1〕

제53조(채널의 구성과 운용) ① 지상파이동멀티미디어방송사업자·종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 법 제70조제1항에 따라 특정 방송분야에 편중되지 아니하고 다양성이 구현되도록 다음 각 호의 사업자별로 각 목의 사항을 준수하여 채널을 구성·운용하여야 한다. 〈개정 2001. 3. 20, 2004. 9. 17, 2007. 8. 7, 2008. 2. 22, 2008. 2. 29, 2008. 12. 31〉

1. 지상파이동멀티미디어방송사업자

가. 텔레비전방송채널·라디오방송채널·데이터방송채널중 2개 이상의 방송채널을 포함하여 운용하도록 할 것

나. 삭제 〈2008. 2. 22〉

2. 종합유선방송사업자 및 일반위성방송사업자

가. 전체운용 텔레비전방송 채널의 수를 70개 이상으로 할 것

나. 법 제9조제5항 단서에 따라 방송통신위원회의 승인을 받아 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자의 채널을 포함할 것

다. 법 제9조제5항 단서에 따라 방송통신위원회의 승인을 받아 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자의 채널을 2개 이상 포함할 것

라. 삭제 〈2008. 2. 22〉

3. 위성이동멀티미디어방송사업자

가. 텔레비전방송채널·라디오방송채널 및 데이터방송채널을 포함할 것

나. 전체 운용채널 수를 15개 이상으로 할 것

다. 전체 운용 텔레비전방송채널의 수가 전체 운용 채널수의 3분의 2를 초과하지 아니하도록 할 것

라. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자의 방송채널 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자의 방송채널을 1개 이상 포함할 것

마. 삭제 〈2007. 8. 7〉

바. 삭제 〈2008. 2. 22〉

② 법 제70조제2항에서 “대통령령이 정하는 범위를 초과”하는 경우란 사업자별로 다음 각 호에 해당하는 경우를 말한다. 〈개정 2004. 9. 17, 2007. 8. 7, 2008. 2. 22, 2008. 12. 31, 2011. 8. 19〉

1. 지상파이동멀티미디어방송사업자로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우
   가. 직접 사용하는 채널과 특수관계자에게 임대하는 채널의 합이 3개 채널(직접 사용하는 채널 또는 특수관계자에게 임대하는 채널에 데이터방송채널이 포함되는 경우에는 4개 채널)을 초과하는 경우
   나. 특정 방송채널사용사업자에게 임대하는 채널의 수가 1개 채널(특정 방송채널사용사업자에게 임대하는 채널에 데이터방송채널이 포함되는 경우에는 2개 채널)을 초과하는 경우
2. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우
   가. 종합유선방송사업자가 직접 사용하는 채널의 수가 3개 채널(법 제70조제4항의 규정에 의한 지역채널을 제외한다)을 초과하는 경우. 다만, 전체 운용채널수가 100개를 초과하는 경우에는 나목의 규정에 의한다.
   나. 위성방송사업자가 직접 사용하는 채널의 수가 운용하는 텔레비전방송채널 또는 라디오방송채널별로 각각 그 채널 수의 100분의 10(운용하는 텔레비전방송채널 또는 라디오방송채널이 10개 미만인 경우에는 각각 1개 채널, 10개 이상 40개 미만인 경우에는 각각 4개 채널)을 초과하거나, 운용하는 데이터방송채널의 100분의 30(운용하는 데이터방송채널이 3개 이하인 경우에는 1개 채널)을 초과하는 경우
   다. 특수관계자에게 임대하는 채널의 수가 운용하는 텔레비전방송채널수의 100분의 20(운용하는 텔레비전방송채널이 5개 미만인 경우에는 1개 채널)을 초과하거나, 운용하는 라디오방송채널수의 100분의 50(위성이동멀티미디어방송사업자의 경우에는 100분의 20)을 초과하거나, 운용하는 데이터방송채널수의 100분의 30을 초과(운용하는 데이터방송채널이 3개 이하인 경우를 제외한다)하는 경우
   라. 특정 방송채널사용사업자와 그 특수관계자에게 임대하는 채널의 수가 운용하는 텔레비전방송채널수의 100분의 20(운용하는 텔레비전방송채널이 5개 미만인 경우에는 1개 채널)을 초과하거나, 운용하는 라디오방송채널수의 100분의 50을 초과하

거나, 운용하는 데이터방송채널수의 100분의 30을 초과(운용하는 데이터방송채널이 3개 이하인 경우를 제외한다)하는 경우

마. 본인 또는 특수관계자가 지상파방송사업자인 방송채널사용사업자에게 임대하는 텔레비전방송채널(교육, 종교 또는 지역에 관한 전문편성을 행하는 채널 및 지상파방송이 재송신되는 채널은 제외한다)수의 합계가 운용하는 텔레비전방송채널수의 100분의 20을 초과(위성이동멀티미디어방송사업자를 제외한다)하는 경우

바. 본인 또는 특수관계자가 종합유선방송사업자인 방송채널사용사업자에게 임대하는 텔레비전방송채널수의 합계가 운용하는 텔레비전방송채널수의 100분의 35를 초과(위성방송사업자는 제외한다)하는 경우. 다만, 다음의 방송채널사용사업자의 채널은 텔레비전방송채널수의 산정에 포함하지 아니한다.

(1) 시청자와의 계약에 따라 채널단위로 대가를 받고 제공하는 방송의 해당 채널

(2) 동일인이 운용하는 채널로서 동일한 방송분야를 일정한 시차를 두고 여러 채널을 통하여 방송하는 채널

(3) 시청자가 특정 시간 및 특정 방송프로그램을 선택하여 시청할 수 있도록 방송프로그램을 제공하는 채널

(4) 상품소개와 판매에 관한 전문편성을 행하는 채널

③ 지상파이동멀티미디어방송사업자·종합유선방송사업자 및 위성방송사업자가 제2항의 규정에 의하여 직접 사용하는 채널을 운용하고자 하는 경우에는 방송통신위원회에 직접사용채널운용계획서를 제출하여야 한다. 직접사용채널운용계획을 변경하고자 하는 경우에도 또한 같다.〈신설 2004. 9. 17, 2008. 2. 29〉

④ 제1항 및 제2항의 규정에 의한 운용채널수의 계산방법은 방송매체별 특성을 고려하여 방송통신위원회규칙으로 정한다.〈개정 2008. 2. 29〉

〔대통령령 제20219호(2007. 8. 7) 부칙 제2조의 규정에 의하여 이 조 제2항제2호마목 및 바목은 2010년 12월 31일까지 유효함〕

제54조(공공채널 및 종교채널의 운용) ① 종합유선방송사업자 및 일반위성방송사업자는 법 제70조제3항의 규정에 의하여 방송통신위원회가 인정하는 공공채널과 종교의 선교목적을 지닌 채널(이하 "종교채널"이라 한다)을 텔레비전방송 채널로 각각 3개 이상 두어야 한다. 이 경우 종교채널을 두는 경우에는 특정 종교를 위한 종교채널만을 두어서

는 아니된다.〈개정 2004. 9. 17, 2008. 2. 29〉

② 종합유선방송사업자 및 일반위성방송사업자는 방송기술상의 문제 등 특별한 사유가 없는한 공공채널 또는 종교채널을 통하여 방송되는 내용을 변경하여 송신하여서는 아니된다.〈개정 2004. 9. 17〉

제55조(지역채널의 운용) ① 종합유선방송사업자는 법 제70조제4항의 규정에 따라 1개의 텔레비전방송 채널을 지역채널로 운용하여야 한다.〈신설 2004. 9. 17〉

② 종합유선방송사업자는 제1항의 규정에 의한 지역채널을 운용하고자 하는 때에는 지역채널운용계획서를 방송통신위원회와 특별시장·광역시장 또는 도지사에게 각각 제출하고, 지역채널운용계획서에 따라 지역채널을 운용하여야 한다. 지역채널운용계획을 변경하고자 하는 경우에도 또한 같다.〈개정 2004. 9. 17, 2008. 2. 29〉

③ 지역채널을 통하여 송신할 수 있는 방송프로그램의 범위는 다음 각호와 같다.〈개정 2004. 9. 17, 2008. 2. 29〉

1. 법 제70조제7항의 규정에 의하여 시청자가 자체 제작하여 방송을 요청하는 방송프로그램
2. 방송통신위원회규칙이 정하는 기준에 의한 종합유선방송구역안의 지역생활정보 방송프로그램
3. 지방자치단체의 시책홍보를 위한 방송프로그램
4. 방송프로그램안내
5. 기타 지역사회 발전 및 지역주민 편의를 위하여 방송통신위원회 또는 지방자치단체의 장이 필요하다고 인정하는 방송프로그램

제56조(중계유선방송사업의 채널운용범위) ① 법 제70조제6항의 규정에 의하여 중계유선방송사업자가 방송을 위하여 운용할 수 있는 채널의 범위는 31개 채널을 초과하지 아니하여야 한다. 이 경우 녹음·녹화채널은 전체 운용채널의 5분의 1을 초과하여서는 아니된다.

② 중계유선방송사업자가 제1항의 규정에 따라 채널을 운용함에 있어서는 다음 각호의 1에 해당하는 방송을 중계송신(방송편성을 변경하지 아니하는 녹음·녹화를 포함한다)하는 것에 한하여야 한다.〈신설 2002. 12. 26, 2004. 9. 17, 2008. 2. 29〉

1. 지상파방송
2. 공사 및 특별법에 의하여 설립된 방송사업자가 행하는 위성방송

3. 공공채널에서 행하는 방송

4. 국가기관·공익법인 또는 비영리법인이 다음 각목의 1의 목적으로 행하는 방송으로서 방송통신위원회가 고시하는 방송

가. 고등교육 또는 사회교육의 목적

나. 국내거주 외국인에게 대한민국에 관한 정보제공

다. 그 밖의 공익적 목적

제56조의2(공익채널의 선정 및 운용) ① 종합유선방송사업자 및 일반위성방송사업자는 법 제70조제8항 전단에 따라 방송통신위원회가 고시한 방송분야에 속하는 채널(이하 "공익채널"이라 한다)을 1개 이상 운용하여야 한다. 다만, 제3항에 따라 해당 방송분야별로 공익채널이 선정되지 아니한 경우에는 그러하지 아니하다. 〈개정 2008. 2. 29〉

② 법 제70조제8항에 따라 방송통신위원회가 고시한 방송분야별로 공익채널로 선정되려는 자는 공익채널 선정신청서를 매년 9월 30일까지 방송통신위원회에 제출하여야 한다. 〈개정 2008. 2. 29〉

③ 방송통신위원회는 제2항에 따른 공익채널 선정신청서를 제출받은 경우에는 매년 11월 20일까지 다음 각 호의 사항을 심사하여 다음 연도의 공익채널의 선정여부를 결정하고 공익채널로 선정하는 경우에는 신청인에게 공익채널선정서를 발급하여야 한다. 〈개정 2008. 2. 29〉

1. 해당 채널의 신청 방송분야에의 적합성

2. 해당 채널의 공정성·공익성 및 실현가능성

3. 해당 채널 운영계획의 적정성

4. 공적 책임의식 및 사업수행능력

5. 시청자불만 및 민원의 처리 현황

④ 제3항에 따른 공익채널 선정의 유효기간은 1년으로 한다.

⑤ 제1항부터 제4항까지에 규정된 것 외에 공익채널 선정에 필요한 구체적인 절차 및 방법 등에 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다. 〈개정 2008. 2. 29〉

〔본조신설 2007. 8. 7〕

제57조(국내제작 방송프로그램의 편성) ① 방송사업자는 법 제71조제1항의 규정에 의하여 국내에서 제작된 방송프로그램을 다음 각호의 범위안에서 방송통신위원회가 고시하는

비율 이상 편성하여야 한다.〈개정 2004. 9. 17, 2007. 8. 7, 2008. 2. 29, 2011. 8. 19〉

1. 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자: 당해 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 60 이상 100분의 80 이하
2. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 당해 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 40 이상 100분의 70 이하
3. 지상파방송채널사용사업자를 제외한 방송채널사용사업자: 당해 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 20 이상 100분의 50 이하

② 방송사업자는 법 제71조제2항 본문의 규정에 따라 연간 방송되는 영화·애니메이션 및 대중음악중 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 다음 각호의 범위안에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다. 다만, 종교 또는 교육에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자의 경우에는 국내에서 제작된 영화·애니메이션을 당해 채널의 연간 전체 영화방송시간 또는 애니메이션방송시간의 100분의 40 이하의 범위안에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상을 편성하여야 한다.〈개정 2001. 3. 20, 2004. 9. 17, 2008. 2. 29〉

1. 영화: 당해 채널의 전체 영화방송시간의 100분의 20 이상 100분의 40 이하
2. 애니메이션: 당해 채널의 전체 애니메이션방송시간의 100분의 30 이상 100분의 50 이하
3. 대중음악: 당해 채널의 전체 대중음악방송시간의 100분의 50 이상 100분의 80 이하

③ 지상파방송사업자는 법 제71조제2항 단서의 규정에 의하여 당해 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램중 국내에서 제작된 애니메이션을 당해 채널의 전체 방송시간의 1,000분의 15 이하에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 신규로 편성하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 지상파방송사업자는 지상파텔레비전방송사업으로 허가받은 당해 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램중 국내에서 제작된 애니메이션을 당해 채널의 전체 방송시간의 100분의 1 이상 신규로 편성하여야 한다.〈신설 2004. 9. 17, 2006. 3. 10, 2007. 8. 7, 2008. 2. 29〉

1. 공사
2. 「방송문화진흥회법」에 의한 방송문화진흥회가 최다출자자인 지상파방송사업자
3. 직전 3개 사업연도의 평균 매출액이 3천억원 이상인 지상파방송사업자

④ 방송사업자는 법 제71조제3항에 따라 외국에서 수입한 영화·애니메이션 및 대중음

악 중 1개 국가에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 분야별로 해당 채널의 매 반기 전체 외국에서 수입한 영화·애니메이션 및 대중음악 방송시간의 100분의 80 이내에서 방송통신위원회가 고시하는 비율을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다.〈개정 2004. 9. 17, 2007. 8. 7, 2008. 2. 29, 2010. 10. 1, 2011. 12. 2〉

⑤ 방송통신위원회는 제1항 내지 제4항의 규정에 의한 편성비율을 고시하는 경우에는 문화체육관광부장관과 합의하여야 한다.〈개정 2004. 9. 17, 2008. 2. 29〉

⑥ 제1항의 규정에 의한 국내에서 제작된 방송프로그램, 제2항의 규정에 의한 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악, 제3항의 규정에 의한 외국에서 수입한 영화·애니메이션 및 대중음악의 구별기준은 당해 방송프로그램의 기획 및 제작의 형태, 기획 및 제작인력의 구성, 제작에 소요된 투자재원 등을 기준으로 하여 방송통신위원회가 정하여 고시한다.〈신설 2004. 9. 17, 2008. 2. 29〉

⑦ 제1항부터 제4항까지에 따른 편성비율 산정 시 특정 방송프로그램에 가중치를 두거나 전체 방송시간에서 특정 방송프로그램의 방송시간을 제외할 수 있는 기준은 방송통신위원회가 정하여 고시한다.〈신설 2011. 8. 19〉

제58조(외주제작 방송프로그램의 편성) ① 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자는 법 제72조제1항의 규정에 의하여 국내에서 당해 방송사업자가 아닌 자가 제작한 텔레비전방송프로그램(영화를 제외하며, 이하 “외주제작 방송프로그램”이라 한다)을 당해 채널의 매반기 전체 텔레비전방송시간의 100분의 40 이내에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다.〈개정 2004. 9. 17, 2008. 2. 29, 2010. 10. 1〉

② 제1항의 규정에 따라 외주제작방송프로그램을 편성함에 있어 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자는 법 제72조제2항의 규정에 의하여 전체 외주제작 방송프로그램의 100분의 30의 범위안에서 방송통신위원회가 고시하는 비율을 초과하여 방송사업자의 특수관계자가 제작한 방송프로그램을 편성하여서는 아니된다.〈개정 2004. 9. 17, 2008. 2. 29〉

③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 법 제72조제3항의 규정에 의하여 외주제작방송프로그램을 당해 채널의 매반기 주시청시간대 텔레비전방송시간의 100분의 15 이내에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다.〈개정 2004. 9. 17, 2008. 2. 29, 2010. 10. 1〉

④ 방송통신위원회는 제1항 내지 제3항의 규정에 의하여 편성비율을 고시하는 경우에는 문화체육관광부장관과 합의하여야 한다.〈개정 2008. 2. 29〉

⑤ 제1항부터 제3항까지의 규정에 따른 외주제작 방송프로그램의 인정기준과 편성비율 산정 시 특정 방송프로그램에 가중치를 두거나 전체 방송시간에서 특정 방송프로그램의 방송시간을 제외할 수 있는 기준은 방송통신위원회가 정하여 고시한다.〈신설 2011. 8. 19〉

제59조(방송광고) ① 법 제73조제1항에 따라 방송사업자는 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램의 방송광고시간 및 전후 토막광고 시간에 화면 좌상단 또는 우상단에 화면크기의 64분의 1 이상의 크기로 광고화면과 명확하게 구분될 수 있도록 "광고방송"이라는 자막을 계속하여 표기하여야 한다.〈신설 2007. 8. 7〉

② 법 제73조제2항에 따른 방송광고(비상업적 공익광고, 가상광고 및 간접광고를 제외한다)의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등은 다음 각 호의 기준에 따른다.〈개정 2004. 9. 17, 2006. 3. 10, 2007. 8. 7, 2008. 2. 22, 2008. 12. 31, 2010. 1. 26, 2010. 10. 1, 2011. 8. 19〉

1. 지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자는 제외한다. 이하 이 호에서 같다)·공동체라디오방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자(지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자는 제외한다)의 텔레비전방송채널과 라디오방송채널의 경우

   가. 방송프로그램 광고시간은 방송프로그램시간(방송프로그램 광고시간을 포함한다)의 100분의 10을 초과할 수 없다.

   나. 중간광고를 할 수 없다. 다만, 운동경기, 문화·예술행사 등 그 중간에 휴식 또는 준비시간이 있는 방송프로그램을 송신하는 경우에는 그러하지 아니하다.

   다. 토막광고의 횟수는 라디오방송에 있어서는 매시간 4회 이내로, 텔레비전방송에 있어서는 매시간 2회 이내로 하고, 매회의 광고시간은 라디오방송에 있어서는 1분 20초 이내로, 텔레비전방송에 있어서는 1분 30초 이내로 하되, 라디오방송에 있어서 매시간 총 광고시간은 5분을 초과할 수 없다.

   라. 자막광고(자막으로 방송사업자의 명칭이나 방송프로그램, 방송통신위원회가 고시하는 공익적 목적의 정보를 안내 또는 고지하는 것은 이를 자막광고로 보지 아니한다. 이하 같다)는 방송사업자의 명칭고지시 또는 방송프로그램 안내고지시에 한하되, 그 횟수는 매시간 4회 이내, 매회 10초 이내로 하며, 자막의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다.

마. 시보광고의 횟수는 매시간 2회 이내, 매회 10초 이내로 한다. 다만, 지상파방송사업자의 텔레비전방송채널의 경우에는 매시간 2회 이내, 매회 10초 이내, 매일 10회 이내로 한다.

2. 종합유선방송사업자·위성방송사업자(위성이동멀티미디어방송사업자는 제외한다) 및 방송채널사용사업자(지상파방송채널사용사업자 및 위성이동멀티미디어방송채널사용사업자는 제외한다)의 텔레비전방송채널과 라디오방송채널의 경우

가. 채널별 전체 광고시간은 방송프로그램광고시간, 중간광고시간, 토막광고시간, 자막광고시간 및 시보광고시간을 포함하여 시간당 평균 10분을 초과할 수 없다. 다만, 매시간 12분(방송시간이 120분 이상인 방송프로그램이 편성되는 시간에 당해 시간의 전체광고시간이 방송프로그램 시간의 100분의 15를 초과하지 아니하는 경우에는 매시간 15분)을 초과할 수 없다.

나. 중간광고의 횟수는 45분 이상 60분 미만인 방송프로그램(중간광고를 포함한다. 이하 같다)의 경우에는 1회 이내, 60분 이상 90분 미만인 방송프로그램의 경우에는 2회 이내, 90분 이상 120분 미만인 방송프로그램의 경우에는 3회 이내, 120분 이상 150분 미만인 방송프로그램의 경우에는 4회 이내, 150분 이상 180분 미만인 방송프로그램의 경우에는 5회 이내, 180분 이상인 방송프로그램의 경우에는 6회 이내로 하되, 매회의 광고시간은 1분 이내로 한다. 다만, 운동경기, 문화·예술행사 등 그 중간에 휴식 또는 준비시간이 있는 방송프로그램을 송신하는 경우에는 휴식 또는 준비시간에 한하여 중간광고를 할 수 있으며, 이 경우 중간광고의 횟수 및 매회 광고시간에 제한을 두지 아니한다.

다. 토막광고의 횟수는 매시간 2회 이내로 하되, 매회의 광고시간은 1분 40초를 초과할 수 없다.

라. 자막광고는 방송사업자의 명칭고지시 또는 방송프로그램 안내고지시에 한하며, 그 자막광고의 횟수는 매시간 6회 이내, 매회 10초 이내로 하며, 자막의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다.

3. 지상파이동멀티미디어방송사업자, 지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자, 위성이동멀티미디어방송사업자 및 위성이동멀티미디어방송채널사용사업자의 텔레비전방송채널과 라디오방송채널의 경우

가. 채널별 전체 광고시간은 방송프로그램광고시간, 중간광고시간, 토막광고시간, 자막광고시간 및 시보광고시간을 포함하여 시간당 평균 10분을 초과할 수 없다. 다만, 매시간 12분(방송시간이 120분 이상인 방송프로그램이 편성되는 시간에 해당 시간의 전체광고시간이 방송프로그램 시간의 100분의 15를 초과하지 아니하는 경우에는 15분)을 초과할 수 없다.

나. 중간광고의 횟수는 45분 이상 60분 미만인 방송프로그램(중간광고를 포함한다. 이하 이 목에서 같다)은 1회 이내, 60분 이상 90분 미만인 방송프로그램은 2회 이내, 90분 이상 120분 미만인 방송프로그램은 3회 이내, 120분 이상 150분 미만인 방송프로그램은 4회 이내, 150분 이상 180분 미만인 방송프로그램은 5회 이내, 180분 이상인 방송프로그램은 6회 이내로 하되, 매회의 광고시간은 1분 이내로 한다. 다만, 운동경기, 문화·예술행사 등 그 중간에 휴식 또는 준비시간이 있는 방송프로그램을 송신하는 경우에는 휴식 또는 준비시간에 한하여 중간광고를 할 수 있으며, 이 경우 중간광고의 횟수 및 매회 광고시간에 제한을 두지 아니한다.

다. 토막광고의 횟수는 매시간 4회 이내, 매회의 광고시간은 1분 40초 이내로 하되, 토막광고의 매시간 총 광고시간은 3분 20초를 초과할 수 없다.

라. 자막광고는 방송사업자의 명칭고지 시 또는 방송프로그램 안내고지 시에 한하며, 그 자막광고의 횟수는 매시간 10회 이내, 매회 10초 이내로 하며 자막의 크기는 화면의 3분의 1을 초과할 수 없다.

4. 데이터방송채널의 경우

가. 방송사업자가 데이터방송채널을 안내하고 선택할 수 있도록 구성하는 최초화면(이하 이 항에서 “최초화면”이라 한다)에서의 방송광고는 자막광고에 한하고, 자막의 크기는 최초화면의 4분의 1을 초과할 수 없다.

나. 해당 데이터방송채널의 1차 화면(최초화면상의 데이터방송채널접속을 통하여 이동한 해당 데이터방송채널의 초기화면을 말한다. 이하 이 항에서 “1차화면”이라 한다) 이후에서 행하는 방송광고의 크기는 전체화면의 3분의 1을, 방송시간은 10분(동영상 및 음성이 포함된 경우에 한한다)을 초과할 수 없다. 다만, 1차화면 이후에서 방송광고임을 표시하거나 고지하여 시청자가 해당 광고에 접속할 수 있도록 하는 경우에는 그러하지 아니하다.

5. 텔레비전방송채널의 텔레비전방송프로그램에 부가되는 데이터방송에서의 방송광고의 경우 최초화면에서는 방송광고를 할 수 없으며, 1차화면 이후의 방송광고에 대해서는 제4호나목을 준용한다. 이 경우 최초화면은 해당 텔레비전방송프로그램이 방송되는 최초화면을 말하고, 1차 화면은 최초화면의 접속을 통하여 이동하는 초기화면을 말한다.

③ 방송사업자 및 전광판방송사업자는 법 제73조제4항의 규정에 의하여 비상업적 공익광고를 다음 각 호에서 정하는 비율 이상 편성하여야 한다. 다만, 방송의 내용이 대부분 공익적인 내용인 채널로서 방송통신위원회가 고시하는 채널의 경우에는 그러하지 아니하다. 〈개정 2004. 9. 17, 2006. 3. 10, 2007. 8. 7, 2008. 2. 29, 2011. 10. 10〉

1. 방송사업자: 채널별로 매월 전체방송시간(데이터방송채널의 경우에는 전체 방송내용물을 말한다)의 100분의 1 이내에서 방송통신위원회가 고시하는 비율
2. 전광판방송사업자: 「옥외광고물 등 관리법 시행령」 제14조제4항제2호의 규정에 의하여 정하는 비율

④ 방송사업자 및 전광판방송사업자가 제3항에 따라 편성하여야 하는 비상업적 공익광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 광고로 한다. 〈신설 2007. 8. 7〉

1. 국가, 지방자치단체, 공공기관 또는 비영리기관이 공익적 목적으로 제작한 광고로서 방송사업자 및 전광판방송사업자가 영리를 목적으로 하지 아니하고 방송하는 광고
2. 방송사업자가 공익적 목적으로 자체적으로 제작·편성하는 광고

⑤ 법 제73조제5항 본문에서 "대통령령이 정하는 방송광고판매대행사"라 함은 방송광고판매대행을 위하여 설립된 주식회사로서 한국방송광고공사가 출자한 회사를 말한다. 〈개정 2007. 8. 7〉

⑥ 법 제73조제5항 단서에서 "대통령령이 정하는 방송광고"라 함은 다음 각호의 방송광고물을 말한다. 〈개정 2007. 8. 7, 2008. 2. 29〉

1. 국가 또는 지방자치단체의 방송광고물
2. 지상파방송사업자의 자체 행사 또는 그 사업을 소개하는 방송광고물
3. 기타 공익을 목적으로 하는 방송광고물중 문화체육관광부장관이 고시하는 방송광고물

〔2006헌마352, 2008. 11. 27, 방송법시행령 제59조제5항(2007. 8. 7. 대통령령 제20219호로 개정된 것)은 헌법에 합치되지 아니한다. 위 규정은 2009. 12. 31.을 시한으로 개정

될 때까지 계속 적용된다.〕

제59조의2(가상광고) ① 법 제73조제2항제6호에 따른 가상광고의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등은 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 운동경기를 중계하는 방송프로그램의 경우에 한정하여 가상광고를할 수 있다.
2. 경기 장소 등에 있는 선수나 심판, 관중 위에 가상광고를 노출시켜서는 아니 된다.
3. 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 가상광고를 할 수 없다.
4. 방송사업자는 가상광고를 하려는 경우 해당 경기 주관단체 또는 중계방송권을 보유하고 있는 자 등 이해관계자와 사전에 협의하여야 한다.
5. 가상광고는 해당 방송프로그램시간의 100분의 5를 초과할 수 없다. 다만, 경기장에 설치되어 있는 광고판을 대체하는 방식의 가상광고는 그러하지 아니하다.
6. 가상광고의 노출크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우 3분의 1을 초과할 수 없다.

② 방송사업자는 방송프로그램에 가상광고가 포함되는 경우 해당 프로그램 방송 전에 가상광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기하여 시청자가 명확히 알 수 있도록 하여야 한다.

〔본조신설 2010. 1. 26〕

제59조의3(간접광고) ① 법 제73조제2항제7호에 따른 간접광고의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등은 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 방송분야 중 오락과 교양 분야에 한정하여 간접광고를 할 수 있다. 다만, 어린이를 주 시청대상으로 하는 프로그램과 보도·시사·논평·토론 등 객관성과 공정성이 요구되는 방송프로그램의 경우에는 간접광고를 할 수 없다.
2. 간접광고는 방송프로그램의 내용이나 구성에 영향을 미치거나 방송사업자의 편성의 독립성을 저해해서는 아니 된다.
3. 간접광고를 포함하고 있는 방송프로그램은 해당 상품을 언급하거나 구매·이용을 권유하는 내용을 방송해서는 아니 된다.
4. 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 간접광고를 할 수 없다.

5. 간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표시의 노출시간은 해당 방송프로그램시간의 100분의 5를 초과할 수 없다. 다만, 제작상 불가피한 자연스러운 노출의 경우는 그러하지 아니한다.

6. 간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표시의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우 3분의 1을 초과할 수 없다.

② 방송사업자는 방송프로그램에 간접광고가 포함되는 경우 해당 프로그램 방송 전에 간접광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기하여 시청자가 명확히 알 수 있도록 하여야 한다.

〔본조신설 2010. 1. 26〕

제60조(협찬고지) ① 법 제74조제1항의 규정에 의하여 방송사업자는 텔레비전방송채널 및 라디오방송채널에서 다음 각호의 경우에 한하여 협찬고지를 할 수 있다. 〈개정 2001. 3. 20, 2004. 9. 17, 2006. 3. 10, 2011. 8. 19〉

1. 방송사업자가 행하는 공익성 캠페인을 협찬하는 경우

2. 방송사업자가 주최·주관 또는 후원하는 문화예술·스포츠 등 공익행사를 협찬하는 경우

3. 방송프로그램을 제작하는 자의 방송프로그램(시사·보도, 논평 또는 시사토론프로그램은 제외한다. 이하 이 호에서 같다) 제작을 협찬하는 경우. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 방송사업자의 텔레비전방송프로그램의 경우에는 방송통신위원회가 문화체육관광부장관과 협의하여 방송통신위원회 규칙으로 정하는 방송프로그램으로 한정한다.

가. 공사(법 제43조제4항에 따른 지역방송국은 제외한다)

나. 「방송문화진흥회법」에 따라 설립된 방송문화진흥회가 최다출자자인 지상파방송사업자

다. 직전 3개 사업연도의 평균 매출액이 3천억원 이상인 지상파방송사업자

3의2. 삭제 〈2011. 8. 19〉

4. 방송프로그램 제작과정에서 시상품 또는 경품을 제공하거나 장소·의상·소품·정보 등을 협찬하는 경우

② 방송사업자는 제1항의 규정에 불구하고 다음 각호의 1에 해당하는 경우에는 협찬고

지를 할 수 없다. 다만, 제2호의 경우로서 「한국마사회법」에 의한 한국마사회 등 법률의 규정에 의하여 설치된 공공기관 또는 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」 제2조의 규정에 의한 공익법인이 제1항제1호의 규정에 의한 공익성 캠페인을 협찬하는 경우에는 협찬주명만을 협찬고지할 수 있다. 〈신설 2001. 3. 20, 2006. 3. 10, 2008. 2. 29〉

1. 정당 그 밖의 정치적 이해관계를 대변하는 단체가 협찬하는 경우
2. 법령 또는 방송통신위원회규칙에 의하여 방송광고가 금지된 상품이나 용역을 제조·판매 또는 제공하는 자가 협찬하는 경우
3. 지상파방송사업자의 시사·보도, 논평 또는 시사토론프로그램(특별시를 방송구역으로 하는 지상파방송사업자가 외국을 취재대상으로 하여 외국에서 제작한 라디오 프로그램 및 특별시를 방송구역으로 하지 아니하는 지상파방송사업자가 외국을 취재대상으로 하여 외국에서 제작한 프로그램을 제외한다)을 협찬하는 경우

제60조의2 삭제 〈2010. 12. 27〉

제60조의3(금지행위) ① 법 제76조의3제1항에 따라 방송사업자 및 중계방송권자 등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 “금지행위”라 한다)를 하거나 다른 방송사업자, 중계방송권자 등 또는 제3자로 하여금 이를 하도록 하여서는 아니 된다. 〈개정 2008. 2. 29〉

1. 중계방송권자로서 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회나 그 밖의 주요 행사(이하 “국민관심행사 등”이라 한다)의 종류 및 국민관심도 등을 고려하여 국민 전체가구 수의 100분의 60 이상 100분의 75 이하의 범위에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상(올림픽이나 국제축구연맹이 주관하는 월드컵의 경우에는 국민 전체가구 수의 100분의 90 이상)의 가구가 시청할 수 있는 방송수단을 확보하지 아니하는 행위
2. 중계방송권을 확보하였음에도 불구하고 정당한 사유 없이 국민관심행사 등을 제1호의 방송수단을 통하여 실시간으로 방송하지 아니하는 행위
3. 정당한 사유 없이 중계방송권의 판매 또는 구매를 거부하거나 지연시키는 행위
4. 정당한 사유 없이 국민관심행사 등에 대한 뉴스보도나 해설 등을 위한 자료화면을 제공하지 아니하는 행위

② 방송통신위원회는 필요하다고 인정하는 경우에는 제1항에 따른 금지행위인지를 판별하기 위하여 세부기준을 정하여 고시할 수 있다. 〈개정 2008. 2. 29〉

〔본조신설 2008. 2. 22〕

제60조의4(시정조치) ① 방송통신위원회는 법 제76조의3제2항에 따라 다음 각 호의 시정조치를 명할 수 있으며, 필요한 경우에는 이를 병과할 수 있다. 〈개정 2008. 2. 29〉

1. 금지행위의 중지

2. 개선계획의 제출

3. 그 밖에 시정을 위하여 필요한 조치

② 방송통신위원회는 제1항에 따라 시정조치를 명하는 경우 그 시정대상행위가 제60조의3제1항제3호에 해당하는 때에는 미리 공정거래위원회와 협의하여야 한다. 〈개정 2008. 2. 29〉

〔본조신설 2008. 2. 22〕

제60조의5(자료제출) ① 방송통신위원회는 법 제76조의3제3항에 따라 방송사업자 및 중계방송권자 등에게 다음 각 호의 자료를 제출하도록 요청할 수 있다. 〈개정 2008. 2. 29〉

1. 계약서(이면합의서 및 계약 준비서류를 포함한다)

2. 판매 관련 서류

3. 중계방송권 확보와 관련한 업무현황 자료

4. 그 밖에 국민관심행사 등의 계약과 관련된 서류

② 방송통신위원회는 제1항에 따라 제출받은 자료가 외부에 유출되지 아니하도록 유의하여야 한다. 〈개정 2008. 2. 29〉

〔본조신설 2008. 2. 22〕

제60조의6 삭제 〈2012. 1. 13〉

제61조(재송신) ① 종합유선방송사업자 및 중계유선방송사업자가 법 제78조제4항의 규정에 따라 그 방송구역 외에서 허가받은 지상파방송사업자가 행하는 지상파방송을 동시재송신하거나, 위성방송사업자가 법 제78조제1항 및 제2항의 규정에 따라 동시재송신하는 지상파방송 외의 지상파방송을 재송신하기 위하여 승인을 얻고자 하는 때에는 각각 역외방송재송신승인신청서 및 지상파방송재송신승인신청서에 다음 각호의 서류를 첨부하여 방송통신위원회에 제출하여야 한다. 〈개정 2008. 2. 29〉

1. 재송신약정서 사본

2. 재송신계획서

② 삭제 〈2008. 2. 22〉

③ 방송통신위원회는 제1항에 따른 승인신청서를 받은 때에는 다음 각호의 사항을 심사하여 승인여부를 결정하고, 그 결과를 60일내에 신청인에게 통보하여야 한다. 〈개정 2008. 2. 22, 2008. 2. 29〉

1. 방송매체간의 균형발전 및 국내 방송산업에 대한 기여계획
2. 시청자의 권익 보장
3. 지역적·사회적·문화적 필요성과 타당성
4. 방송의 공적 책임·공정성·공익성의 실현 가능성
5. 방송프로그램 내용의 공익성·다양성
6. 재송신에 필요한 기술적 안정성에 관한 사항

④ 법 제78조제6항의 규정에 의한 재송신의 유형은 다음 각호와 같다.

1. 동시재송신: 방송을 수신하여 방송편성을 변경하지 아니하고 동시에 재송신하는 것
2. 이시재송신: 방송을 수신하여 방송편성을 변경하지 아니하는 녹음·녹화 방송프로그램을 일정한 시차를 두고 재송신하는 것

⑤ 방송통신위원회는 제1항의 규정에 의한 재송신의 승인여부를 결정하고자 하는 때에는 이해관계자의 의견을 들어야 한다. 〈개정 2008. 2. 29〉

⑥ 방송통신위원회는 제4항제2호의 규정에 의한 이시재송신을 승인하는 때에는 방송수신 후 24시간 이내의 재송신을 승인하여서는 아니된다. 〈개정 2008. 2. 29〉

〔전문개정 2002. 12. 26〕

제61조의2(공동체라디오방송사업자의 재송신) 법 제78조제7항에 따라 공동체라디오방송사업자가 다른 공동체라디오방송사업자의 방송프로그램을 재송신할 수 있는 방송시간은 매월 전체방송시간의 100분의 30 이내로 한다.

〔본조신설 2007. 8. 7〕

제61조의3(외국방송사업자의 국내 재송신 승인 등) ① 법 제78조의2제1항 후단에 따라 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우는 재송신으로 보지 아니한다.

1. 외국방송사업자가 방송하는 국제행사, 문화행사 또는 스포츠프로그램을 방송프로그램 단위로 중계 송신하는 경우
2. 외국방송사업자가 방송하는 보도프로그램을 방송프로그램 단위로 중계 송신하는 경

우. 다만, 1일 1시간을 초과하는 경우는 제외한다.

3. 방송프로그램 내에서 외국방송사업자의 방송을 자료화면이나 인용보도 형태 등으로 중계 송신하는 경우

② 법 제78조의2제7항에 따라 방송사업자가 외국방송사업자의 방송을 재송신할 수 있는 범위와 기준은 다음 각 호와 같다.

1. 재송신할 수 있는 범위

가. 지상파이동멀티미디어방송사업자: 외국방송 재송신 채널 운용 금지

나. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 운용하는 텔레비전방송채널, 라디오방송채널 및 데이터방송채널별로 각각 100분의 20 이내

2. 재송신할 수 있는 기준

가. 1개 채널에서 2개 이상의 외국방송채널을 재송신하지 아니하도록 할 것

나. 외국방송사업자의 방송에 방송광고 삽입, 한국어 더빙, 방송시간 등의 변경을 가하지 아니하고 재송신할 것

다. 외국방송사업자가 법 제78조의2제1항에 따라 승인받은 범위를 넘어 방송광고 삽입, 한국어 더빙 등 변경을 가하거나 승인조건을 벗어나는 방송을 하는 경우에는 이를 재송신하지 아니할 것. 이 경우 한국어 자막방송은 변경을 가한 것으로 보지 아니한다.

③ 외국방송사업자가 법 제78조의2제1항에 따라 재송신 승인을 받으려는 경우에는 외국방송재송신 승인신청서에 다음 각 호의 서류를 첨부하여 방송통신위원회에 제출하여야 한다.〈개정 2008. 2. 29〉

1. 연혁, 주요 사업내용 및 설립근거자료
2. 방송분야 및 방송프로그램의 주요 편성내용
3. 교류협력 등 국내 방송 및 영상산업에 대한 기여계획서
4. 재송신 송출경로 등 기술적 사항
5. 국내 지사, 국내 사무소 또는 국내 대리인에 관한 사항(권리·의무 관계를 확인할 수 있는 서류를 포함한다)
6. 재송신에 따른 이용요금에 관한 서류(이용요금을 받는 경우에만 제출한다)

④ 방송통신위원회는 제3항에 따라 승인신청서를 받은 경우에는 60일 이내에 법 제78조

의2제2항 각 호의 사항을 종합적으로 심사하여 승인 여부를 결정한 후 신청인에게 그 결과를 통보하여야 한다.〈개정 2008. 2. 29〉

⑤ 방송통신위원회는 법 제78조의2제5항에 따라 승인을 취소하는 경우에는 승인 취소의 사유를 명시하여 해당 외국방송사업자에게 서면으로 통지하여야 한다.〈개정 2008. 2. 29〉

⑥ 방송통신위원회는 제4항에 따른 승인 또는 제5항에 따른 승인 취소를 한 경우에는 이를 공고하여야 한다.〈개정 2008. 2. 29〉

〔본조신설 2008. 2. 22〕

3. 방송프로그램 등의 편성에 관한 고시

제정 2008. 05. 19. 방송통신위원회 고시 제2008-72호
개정 2008. 12. 31. 방송통신위원회 고시 제2008-135호
개정 2009. 11. 05. 방송통신위원회 고시 제2009-27호
일부개정 2012. 7. 18. 방송통신위원회 고시 제2012-45호

제1조(목적) 이 고시는「방송법」제69조제6항 및 같은 법 시행령 제50조제6항,「방송법」제71조제1항·제2항·제3항·제4항 및 같은 법 시행령 제57조제1항·제2항·제4항·제5항·제7항·제8항,「방송법」제72조제1항·제2항·제3항과 같은 법 시행령 제58조제1항·제2항·제3항·제5항,「방송법」제73조제4항 및 같은 법 시행령 제59조제3항에 따라 다른 한 방송사업자가 제작한 방송 프로그램의 편성비율, 국내제작 방송프로그램 및 국내제작 영화·애니메이션·대중음악의 편성비율, 국내제작 애니메이션의 신규 편성비율, 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 중 1개 국가에서 제작한 영화·애니메이션·대중음악의 편성비율, 외주제작 방송프로그램의 편성비율, 비상업적 공익광고의 편성비율, 국내제작 방송프로그램의 인정기준 및 절차, 국내제작 영화의 인정기준, 국내제작 애니메이션의 인정기준 및 절차, 외국에서 수입한 영화·애니메이션의 국적 구별기준, 외주제작 방송프로그램의 인정기준 등을 정함을 목적으로 한다.

제2조(다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램 편성비율) ① 지상파텔레비전방송사업자는 다음의 각 호의 비율을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편

성할 수 없다.

1. 케이엔엔(KNN), 대구방송, 광주방송, 대전방송: 채널별로 매월 전체 방송 시간의 100분의 69 이내

2. 전주방송, 청주방송, 울산방송: 채널별로 매월 전체 방송 시간의 100분의 71 이내

3. 강원민방, 제주방송: 채널별로 매월 전체 방송 시간의 100분의 77 이내.

② 지상파라디오방송 사업자는 다음의 각 호의 비율을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편성할 수 없다.

1. 케이엔엔(KNN), 대구방송, 광주방송, 대전방송: 채널별로 매월 전체 방송 시간의 100분의 69 이내

2. 전주방송, 청주방송, 울산방송: 채널별로 매월 전체 방송 시간의 100분의 71 이내

3. 경인방송, 강원민방, 제주방송, 경기방송: 채널별로 매월 전체 방송 시간의 100분의 77 이내.

③ 지상파이동멀티미디어방송사업자는 채널별로 매월 전체 방송시간의 100분의 80을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편성할 수 없다.

제3조(국내제작 방송프로그램의 편성비율) ① 방송사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 국내제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.

1. 지상파방송사업자

가. 교육방송(EBS): 해당 채널의 매 반기 전체 텔레비전방송 프로그램 또는 라디오방송 프로그램 방송 시간의 100분의 70 이상.

나. 교육방송(EBS)을 제외한 지상파방송 사업자: 해당 채널의 매 반기 전체 텔레비전방송 프로그램 또는 라디오 방송 프로그램 방송 시간의 100분의 80 이상.

2. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 해당 채널의 매 반기 전체 텔레비전방송 프로그램 또는 라디오방송 프로그램 방송 시간의 100분의 50 이상.

3. 방송채널사용사업자: 해당 채널의 매 반기 전체 텔레비전방송 프로그램이나 라디오방송 프로그램 방송 시간의 100분의 40 이상.

4. 한국방송공사가 행하는 지상파이동멀티미디어방송, 「방송문화진흥회법」에 의한 방송문화진흥회가 최다출자자인지상파방송사업자가 행하는 지상파이동멀티미디어방송 및 직전 3개 사업연도 평균 매출액이 3,000억원 이상인 지상파방송사업자가 행하는 지상

파이동멀티미디어방송: 해당 채널별로 매 반기 전체 방송시간의 100분의 80 이상.

5. 지상파이동멀티미디어방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자: 해당 채널의 매 반기 전체 방송시간의 100분의 60 이상.

② 방송사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 국내제작 영화를 편성하여야 한다. 다만, 종교를 전문으로 편성하는 방송사업자의 경우에는 해당 채널별로 연간 전체 영화방송시간의 100분의 4 이상 국내제작 영화를 편성하여야 한다.

1. 지상파방송사업자: 해당 채널의 연간 전체 영화방송시간의 100분의 25 이상.
2. 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자: 해당 채널의 연간 전체 영화방송시간의 100분의 20 이상.

③ 방송사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 국내제작 애니메이션(스스로 움직이는 피사체를 연속 촬영하여 제작하는 실사 영상과 달리 스스로 움직이지 않는 피사체를 2D, 3D, CG, 스톱모션 등 다양한 기법과 매체를 이용하여 인위적으로 조작하여 움직이는 영상이미지를 창출하는 작업물을 말한다. 다만, 실사영상이 포함된 경우에는 전체 영상의 100분의 50 이상이 애니메이션인 경우에 한한다. 이하 같다)을 편성하여야 한다.

1. 지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자를 제외한다): 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 45 이상.
2. 지상파이동멀티미디어방송사업자: 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 35 이상.
3. 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자: 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 30 이상.
4. 교육 또는 종교를 전문으로 편성하는 방송 사업자는 제1호와 제2호의 규정과 관계없이 다음의 규정에 따른다.
   가. 교육을 전문으로 편성하는 방송 사업자: 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송시간의 100분의 8 이상.
   나. 종교를 전문으로 편성하는 방송 사업자: 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송시간의 100분의 4 이상.

④ 방송사업자는 당해 채널별로 연간 전체 대중음악 방송시간의 100분의 60 이상 국내제작 대중음악을 편성하여야 한다. 다만, 편성비율을 산정할 때 둘 이상의 음악전문 채

널을 운영하는 오디오 부문 방송채널사용사업자는 사업자별로 적용한다.

⑤ 제1항에도 불구하고, 영화를 전문으로 편성하는 방송사업자는 제2항을, 애니메이션을 전문으로 편성하는 방송사업자는 제3항을, 대중음악을 전문으로 편성하는 방송사업자는 제4항을 각각 적용한다.

제4조(신규로 편성되는 국내제작 애니메이션의 편성비율) ① 국내제작 애니메이션을 방송법 제2조의 2호의 가부터 다까지의 각 방송(지상파·종합유선·위성)에서 최초로 편성하는 경우 이를 국내제작 애니메이션 신규편성으로 인정한다.

② 한국교육방송공사는 당해 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1,000분의 3 이상 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다.

③ 지상파이동멀티미디어방송사업자는 당해 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1,000분의 1 이상 국내에서 제작된 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다.

④ 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 허가받은 당해 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램중 국내에서 제작된 애니메이션을 다음 각 호에서 정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다.

1. 전년도 방송사업매출액 500억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1,000분의 3 이상
2. 전년도 방송사업매출액 500억원 이상 600억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1,000분의 5 이상
3. 전년도 방송사업매출액 600억원 이상 700억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1,000분의 7 이상
4. 전년도 방송사업매출액 700억원 이상 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1,000분의 10 이상

다만, 시행 당해년도에는 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1,000분의 3 이상 국내에서 제작된 애니메이션을 신규편성하여야 하되, 방송통신위원회로부터 최초 연간(1월부터 12월까지) 재산상황 공표시 위 각 호에서 정한 편성비율 및 매출액기준을 재조정한다.

⑤「방송법 시행령」제57조제3항에 따른 비율 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자로서「방송법 시행에 관한 방송통신위원회 규칙」제36조 제2항에 따른 방송통신위원회의 방송사업자 재산상황 공표시 전년도 방송사업매출액이 50억원 이상인 사업

자는 당해 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램중 국내에서 제작된 애니메이션을 다음 각 호에서 정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다.

1. 전년도 방송사업매출액 50억원 이상 100억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1,000분의 3 이상
2. 전년도 방송사업매출액 100억원 이상 150억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1,000분의 6 이상
3. 전년도 방송사업매출액 150억원 이상 200억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1,000분의 8 이상
4. 전년도 방송사업매출액 200억원 이상 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1,000분의 10 이상

제5조(국내제작 방송프로그램의 인정기준 및 절차) ① 제3조제1항의 국내제작 방송프로그램은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하여야 한다.

1. 방송프로그램 제작에 소요된 재원의 100분의 30 이상을 내국인(국내법에 따라 설립된 법인으로 주식 또는 지분 총수의 100분의 50 이상을 내국인이 소유한 법인을 포함한다)이 출자한 방송프로그램으로 별표1에서 정한 기준에 해당하는 방송프로그램
2. 외국과 공동으로 기획·제작한 방송프로그램 중 공동제작협정에 따라 국내제작으로 인정되는 방송프로그램

② 제1항에 따라 국내제작 방송프로그램으로 인정받으려는 자는 별지 제1호서식의 국내제작 방송프로그램 인정 신청서에 다음 각 호의 사항을 첨부하여 방송통신위원회에 제출하여야 한다.

1. 방송프로그램 기획서
2. 방송프로그램 제작과 관련한 계약서(외국과 공동으로 제작한 경우에 한하며 한글본을 포함)
3. 방송프로그램의 줄거리 및 대본
4. 제작자, 연출자, 작가, 주요 연기자(조연을 포함) 및 영상, 음향, 미술·CG, 편집 책임자의 국적 및 해당 방송프로그램에의 기여를 증빙하는 서류
5. 방송프로그램 사본(외국과 공동으로 제작하여 두 개 이상의 국가에서 방송되는 경우에는 국내에서 방송되는 것과 해외에서 방송되는 것을 모두 포함)

6. 기타 방송통신위원회가 국내제작 인정을 위해 요청하는 서류

③ 방송통신위원회는 신청인의 국내제작 방송프로그램 인정 신청 접수 후 90일 이내에 그 결과를 신청인에게 문서로 통보한다. 다만, 불가피한 사유로 기일내에 심사를 하지 못한 경우에는 1회에 한해 기일을 90일 더 연장할 수 있다.

④ 신청인은 방송통신위원회의 국내제작 인정 여부에 대해 이의가 있는 경우에는 그 결과를 통보받은 날부터 30일 이내에 1회에 한해 문서로 재심사를 요청할 수 있으며, 이 경우 제3항의 기일을 준용한다.

⑤ 방송통신위원회는 이해당사자의 신청 또는 직권에 의해 해당 방송프로그램의 국내제작 여부를 조사할 수 있다.

⑥ 방송통신위원회는 제2항에 따라 신청된 국내제작 방송프로그램 인정 여부를 자문받기 위해 5인 이상 9인 이하의 자문위원회를 운영할 수 있다.

제6조(국내제작 영화의 인정기준) 제3조제2항의 국내제작 영화는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하여야 한다.

1. 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제2조 제3호에 따라 한국영화로 인정한 영화
2. 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제27조제2항에 따라 영화진흥위원회가 공동제작영화및예술영화의인정등에관한규정에 따라 한국영화로 인정한 공동제작 영화

제7조(국내제작 애니메이션의 인정기준 및 절차) ① 제3조제3항의 국내제작 애니메이션은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하여야 한다.

1. 애니메이션 제작에 소요된 재원의 100분의 30 이상을 내국인이 출자한 애니메이션으로 별표2에서 정한 기준에 해당하는 애니메이션
2. 외국과 공동으로 기획·제작한 애니메이션 중 공동제작협정에 따라 국내제작으로 인정되는 애니메이션

② 제1항에 따라 국내제작 애니메이션으로 인정받으려 하는 자는 별지 제2호서식의 국내제작 애니메이션 인정 신청서, 별지 제3호서식의 제작참여 확인서에 다음 각 호의 사항을 첨부하여 방송통신위원회에 제출하여야 한다.

1. 애니메이션 기획서
2. 애니메이션 제작과 관련한 계약서(외국과 공동으로 제작한 경우에 한하며 한글본을 포함)

3. 애니메이션 줄거리 및 대본

4. 애니메이션 캐릭터집 및 배경집

5. 애니메이션 스토리보드

6. 외국 공동제작사 확인서(외국과 공동으로 제작한 경우에 한함)

7. 애니메이션 사본(외국과 공동으로 제작하여 두 개 이상의 국가에서 방송되는 경우에는 국내에서 방송되는 것과 해외에서 방송되는 것을 모두 포함)

8. 내국인이 저작권 및 수익분배권을 보유하고 있음을 증빙하는 서류

9. 기타 방송통신위원회가 국내제작 인정을 위해 요청하는 서류

③ 방송통신위원회는 신청인의 국내제작 애니메이션 인정 신청 접수 후 30일 이내에 그 결과를 신청인에게 문서로 통보한다. 다만, 불가피한 사유로 기일 내 심사를 하지 못할 경우에는 1회에 한해 기일을 30일 더 연장할 수 있다.

④ 신청인은 방송통신위원회의 국내 제작 애니메이션 불인정 판정에 대해 이의가 있는 경우 그 결과를 통보받은 날로부터 30일 이내에 1회에 한해 재심사를 문서를 통해 요청할 수 있으며, 그 경우 제3항의 기일을 준용한다.

⑤ 방송통신위원회는 제2항에 따라 신청된 국내제작 애니메이션의 인정 여부를 자문받기 위해 5인 이상 9인 이내의 자문위원회를 운영할 수 있다.

제8조(수입한 외국의 영화·애니메이션·대중음악 중 한 나라에서 제작된 영화·애니메이션·대중음악의 편성비율) 방송사업자는 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화·애니메이션·대중음악을 분야별로 해당 채널의 매반기 전체 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 방송시간의 100분의 80을 초과하여 편성할 수 없다.

제8조의2(수입한 외국의 영화·애니메이션의 국적 구별기준) 외국에서 수입한 영화·애니메이션의 국적은 별표3에서 정한 기준으로 구별한다.

제9조(외주제작 방송프로그램의 편성) ① 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.

1. 한국방송공사.

가. 지상파제1텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 24 이상

나. 지상파제2텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 40 이상

다. 지상파이동멀티미디어방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 20 이상

2. 「방송문화진흥회법」에 따른 방송문화진흥회가 최다출자자인 지상파방송사업자 및 그 지상파방송사업자가 최다출자자인 지상파방송사업자.

가. 지상파텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 35 이상

나. 지상파이동멀티미디어방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 28 이상

3. 제1호 및 제2호에 해당하는 방송사업자를 제외한 직전 3개 사업연도 평균 매출액이 3천억원 이상인 지상파방송사업자.

가. 지상파텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 35 이상

나. 지상파이동멀티미디어방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 28 이상

4. 한국교육방송공사: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 20 이상

5. 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자 : 당해 채널별로 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 4 이상(다만, 제1호부터 제4호까지의 지상파방송사업자는 해당 각호에 따른다.)

② 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자는 전체 외주제작 방송프로그램의 100분의 21을 초과하여 특수관계자가 제작한 외주제작 방송프로그램을 편성할 수 없다.

③ 지상파방송사업자는 종합편성을 행하는 당해 채널별 매반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 100분의 10 이상 외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다. 다만, 종합편성을 행하는 지상파이동멀티미디어방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자는 당해 채널별 매반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 100분의 3 이상 외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.

제9조의2(외주제작 방송프로그램의 인정기준) ① 제9조의 외주제작 방송프로그램은 다음 각 호 중 3가지 이상의 요건을 갖추고 외주제작사가 실질적인 제작을 담당한 방송프로

그램 이어야 한다.

1. 외주제작사가 작가(방송프로그램의 극본, 구성대본 등을 집필하는 자)와의 계약 체결을 담당하는 경우

2. 외주제작사가 주요 출연자와의 계약 체결을 담당하는 경우

3. 외주제작사가 주요 스태프(연출, 촬영, 편집, 현장 또는 미술 스태프) 중 2가지 이상 분야의 책임자와의 계약 체결을 담당하는 경우

4. 외주제작사가 방송프로그램 제작에 소요되는 재원의 100분의 30 이상을 조달하는 경우

5. 외주제작사가 제작비의 집행 및 관리와 관련된 제반 의사 결정을 담당하는 경우

② 방송통신위원회는 방송사업자와 외주제작사에 대해 외주제작 인정에 필요한 자료의 제출을 요구할 수 있다.

③ 제1항제1호부터 제3호까지의 “계약 체결을 담당하는 경우”라 함은 교섭을 통해 계약의 실질적 합의를 이루는 것을 말한다.

④ 방송통신위원회는 외주제작 방송프로그램 인정 여부를 자문받기 위해 5인 이상 9인 이하의 자문위원회를 운영할 수 있다.

제10조(비상업적 공익광고 편성비율) 방송사업자는 다음 각 호와 같이 비상업적 공익광고를 편성하여야 한다. 다만, 방송구역이 국외이거나 재외 외국인 또는 재외동포를 대상으로 행하는 방송 또는 방송프로그램 단위로 시청자가 선택하여 시청할 수 있도록 방송프로그램을 제공하는 방송은 그러하지 아니하다.

1. 지상파텔레비전방송사업자: 해당 채널별로 매월 전체 방송시간의 1,000분의 2 이상

2. 제1호 이외의 방송사업자: 해당 채널별로 매월 전체 방송시간의 1,000분의 0.5 이상

제11조(편성비율 산정 및 산정제외 방송시간) ① 제3조제2항의 국내제작 영화의 편성비율을 산정할 때, 지상파방송사업자가 「방송법 시행령」 제50조제3항에 따른 주시청시간대에 국내제작 영화를 편성하는 경우에는 편성시간의 100분의 150으로 인정한다.

② 제3조 및 「방송법 시행령」 제57조제8항에 따라 국내제작 애니메이션을 「방송법 시행령」 제50조제3항의 주시청시간대에 편성하는 경우에는 편성시간의 100분의 150으로 인정한다.

③ 제4조 및 「방송법 시행령」 제57조제4항의 신규로 편성되는 국내제작 애니메이션을 어린이들이 주로 시청하는 다음 각호의 시간대에 편성하는 경우에는 편성시간의 100분

의 150으로 인정한다.

1. 평일: 7시~9시, 17시~20시

2. 주말 및 공휴일: 7시30분~11시, 14시~20시

④ 제2조, 제3조, 제4조, 제8조, 제9조, 제10조,「방송법시행령」제50조제1항의 편성비율을 산정할 때「방송통신발전 기본법」제40조에 따른 재난방송 또는 비상방송,「방송법」제76조제2항에 따라 방송통신위원회가 고시하는 '국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회, 그 밖의 주요 행사' 또는 기타 방송통신위원회가 인정하는 방송시간은 제외할 수 있다.

⑤ 제9조제1항의 외주제작 방송프로그램 편성비율을 산정할 때, 방송사업자와 외주제작사가 촬영원본을 공유하는 경우에는 편성시간의 100분의 110으로 인정한다.

⑥ 제9조제1항 및 제3항의 외주제작 방송프로그램 편성비율을 산정할 때,「방송법 시행령」제50조제3항에 따른 주시청시간대에 교양분야의 외주제작 방송프로그램을 편성하는 경우에는 편성시간의 100분의 110으로 인정한다.

제12조(재검토기한)「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」(대통령훈령 제248호)에 따라 이 고시 발령 후 법령이나 현실여건의 변화 등을 검토하여 이 고시의 폐지, 개정 등 조치를 하여야 하는 기한은 2015년 7월 17일까지로 한다.

부칙 〈제2012-45호, 2012. 7. 18〉

제1조(시행일) 이 고시는 2012년 7월 18일부터 시행한다.

제2조(국내 제작 애니메이션의 신규 편성에 관한 경과조치)「방송법 시행령」부칙 제2조에 따라 국내 제작 애니메이션 신규 편성에 관하여 2012년 12월 31일까지는 제4조의 개정규정에도 불구하고 종전의 규정에 따른다.

〈부록 2〉

해외 주요국의 편성정책

이 장에서는 해외 주요 나라에서 실시하고 있는 지상파TV 방송에 대한 편성정책을 정리한다. 편성정책은 문화적 산업적 요인들에 의해서 여러 가지 형태로 실시되고 있는데, 이하에서는 미국, 일본, 영국, 독일, 프랑스의 편성정책을 정리한다.

1. 미국

(1) 미국의 법체계

미국법은 연방 헌법(statute), 행정부령(regulation)이나 대통령령(executive order) 그리고 각 주의 헌법(statute), 행정부령(regulation)이나 주지사령, 지방자치단체인 시나 village town 등의 조례(ordinance)나 규칙(regulation)등으로 구성된다. 각 수준의 법은 성문법의 유무를 떠나 법원의 판례가 중요시됨은 물론이다.[24)]

(2) 미국의 방송법

□ 방송정책/법령상의 원칙과 목표

미국의 가장 우선적인 방송체계의 기본원리는 전파 또는 주파수가 미국 국민의 양도할 수 없는 소유물로서 국민 전체의 공유인 공공재라는 점이다. 이러한 주파수의 공공재 개념은 방송체계에 대한 국가의 규제와 관리를 정당화하는 가장 주된 논리로 기능해 왔다. 이러한 기본적 전제가 있기 때문에 국민의 자산인 전파를 사용하는 자에 불과한 방송사업자들은 당연히 사업 운영에 있어서 공익을 우선하여야 하는 의무를 부담하게 된다는 또 하나의 기본원리를 도출하게 된다.[25)]

미국의 공공성 개념은 1927년 라디오법 section 9와 section 11에서 방송통신체계의 규제 근거로 "공공의 이익, 편의, 필요 (public interest, convenience, necessity)"를 든 데에서 그

24) http://blog.naver.com/neoprivacy?Redirect=Log&logNo=140004740819

25) 조소영(2009),『주요국가의 방송통신법제에 관한 비교법적 연구(VI) -미국-』, 한국법제연구원, pp.21~22.

연원을 찾을 수 있다. 이후 '편의'나 '필요'의 개념은 사문화되었으나, 공공의 이익 개념은 여전히 방송통신 정책, 규제, 법제, 질서를 규율하는 대원칙으로서 역할을 하고 있으며, 경쟁(competition), 다영성(diversity), 지역성(localism)이 그 하위 개념으로 설정하고 있다. 때문에 변화하는 미디어 환경에 대응하는 규제의 강화나 완화의 가장 주된 이유로 기능하는 원리가 바로 지역주의의 보호라는 면이다.

논의 끝에 학설과 판례 모두 효과적인 규제를 위하여 공공의 이익에 해석 권한을 FCC에 위임한 만큼, 공공의 이익 개념은 FCC가 상황에 맞게 판단할 유동적인 개념으로 받아들여지고 있다. FCC는 최근 미디어 기술의 변화, 사회변화, 가치관의 변화를 반영하기 위하여, 경쟁, 다양성, 지역성 외에 기술혁신(innovation) 개념을 첨가하였다.

반면, 미국의 신융합 매체 규제는 규제의 최소화, 시장 활성화, 공정경쟁 보장 등 시장원리에 기반하고 있으며, 소비자의 선택권 극대화라는 대전제를 토대로 하고 있다. 1996년 텔레커뮤니케이션 법 이후 별도의 융합정책은 아직 부재하나, 신규 서비스 분류 쟁점 사례들을 살펴보면 FCC가 이들 신규 서비스에 대하여 대체로 탈규제 원칙을 적용하여 시장 활성화에 우선권을 부여하고 있음을 알 수 있다.

□ 미국의 방송법 연혁

〈표 1〉 미국의 방송법제 연혁[26)]

연도	내용
1912	1912년 무선법(Radio Act of 1912) 제정, 라디오에 대한 연방정부 허가제 도입
1927	1927년 무선법(Radio Act of 1927) 제정, FRC(Federal Radio Commission) 발족, CBS 방송 개시
1934	1934년 통신법(Communications Act of 1934) 제정, FCC(Federal Communications Commission) 설립
1984	1984년 케이블통신법(Cable Communications Act of 1984) 제정, 지방정부의 케이블 TV 규제제한, 케이블TV/통신 교차소유 금지
1987	FCC, "Fairness Doctrine" 폐기
1992	1992년 케이블소비자보호 및 경쟁법(Cable Television Protection and Competition Act of 1992)제정, 케이블 요금규제, 공중파 프로그램 재송신 의무화

26) 정용찬·신호철·이승혜(2011), 『2011년 국제 방송시장과 수용자 통계조사-[제2권] 주요국의 방송 정보-』, 정보통신정책연구원, p.209.

연도	내용
1996	1996년 전기통신법(Telecommunications Act of 1996) 제정, 케이블 TV와 통신사업자간 교차 경쟁가능
1999	1999년 위성수신자개선법(Satellite Home Viewer Improvement Act of 1999) 제정, 위성사업자의 지역공중파방송 송신가능
2003	2003년 FCC Decision 채택, 방송/신문, 공중파 방송/케이블 간 교차소유 허용
2010	21세기 방송통신접근법(21st Century Communications and Video Accessibility Act) 제정, 장애인의 방송통신에 대한 접근성 보장

(3) 미국의 편성규제

미국은 전 세계적으로 프로그램 시장에서 우위를 점하고 있기 때문에 외국산 프로그램 또는 자국산 프로그램에 대한 편성쿼터 제도가 없다. 또한 전통적으로 민간산업방송사 위주로 방송시장이 형성되어왔기 때문에 프로그램 편성에 당국이 관여하기 어려운 문화적 특성이 존재한다. 미국에서도 1946년 Blue Book 보고서를 통해 방송국으로 하여금 지역, 국가와 국제적인 공공의 관심사를 충분히 반영할 것, 상업적인 외부지원 없이 자체제작한 적당한 편수의 지속적인 프로그램의 방영을 보장할 것을 요구하는 규제가 시도되었으나, 1934년 커뮤니케이션법과 수정헌법 1조에 위배된다는 비판을 받아 채택되지 못하였다. 즉 방송사업자들에게 특정의 프로그램을 공급하라고 강제하는 것은 방송사의 편성의 자유를 침해한다고 보는 것이다.

FCC는 "1960 프로그램 성명서"(1960 Program Statement)를 통해 ① 지역의견을 반영 할 수 있는 기회, ② 지역 특성의 발전과 사용, ③ 어린이 프로그램, ④ 교육 프로그램, ⑤ 국정 프로그램, ⑥ 면허인의 社說, ⑦ 정치적 프로그램, ⑧ 농업 프로그램, ⑨ 뉴스, ⑩ 날씨와 증시보고, ⑪ 스포츠 프로그램, ⑫ 소수민을 위한 프로그램, ⑬ 오락 프로그램의 요건을 갖추면 공공의 이익을 충족시킨다는 입장을 발표했다.

지금은 정치방송 및 어린이 프로그램에 대한 규제와 TV 폭력성에 대한 등급제 의무화를 제외한 프로그램에 관한 규제들은 모두 폐지되었고, 분기별로 각 지역별로 5~10개의 중요한 문제에 대한 프로그램을 찾아 목록을 공개하여야 하는 분기별 프로그램 이슈 목록(Quarterly programs-issues list) 규제만 시행되고 있는 현실이다.[27]

27) 남윤미 외(2011), 『스마트미디어 시대 편성정책의 방향』, 방송통신위원회, pp.134~135.

미국의 프로그램 관련 규제는 대체로 완화되고 있는 상황이라고 볼 수 있으나, 음란물과 어린이 관련 프로그램 편성 규제는 여전히 엄격하게 시행되고 있음을 발견할 수 있다. 2006년 이후 모든 상업 방송국으로 하여금 16세 이하 어린이에게 교육적, 정보적으로 도움이 되는 프로그램을 주당 3시간 이상 방송하도록 하고 있으며, 12세 이하 청소년을 대상으로 하는 프로그램이 방영되는 동안에는 광고가 주중 시간당 12분을 넘지 못하도록 하고 있고, 주말에는 시간당 10.5분을 넘지 못하도록 규정하고 있다. 또한 이러한 규정과 관련한 평가를 분기별로 발행하는 보고서에 명시하도록 하였다. 이것으로 볼 때, FCC는 이러한 어린이 시청자를 위한 편성 제한을 공익(public interest)에 부합하는 규제 행위로 보고 있다.[28)]

2. 일본

(1) 일본의 방송법체계

TV방송에 관련되는 법률로는 앞서 언급한 대로 크게 전파법, 방송법, 유선텔레비전방송법, 전기통신역무이용방송법을 들 수 있는데, 각 법률에서 규율하는 주요 내용을 개관하면 다음과 같다.

먼저 전파법의 주요 규율내용으로는 지상파방송과 위성방송에 있어서의 방송국의 면허제를 들 수 있다. 면허의 유효기간은 5년이다. 방송법은 주로 프로그램편집 등의 원칙을 규정함과 동시에 일본방송협회(NHK)에 관한 규정, 일반방송사업자에 관한 규정을 두고 있다. 방송법이 정하고 있는 주요 원clr 내지 기준 등으로는 프로그램편집의 자유, 프로그램준칙, 프로그램조화의 원칙, 프로그램기준의 책정, 프로그램심의기관의 설치 등이다.

유선텔레비전방송법에서는, 일정 규모 이상의 유선텔레비전방송시설을 설치하여 방송을 행하고자 하는 경우 시설의 설치 및 변경에 관하여 총무대시의 허가를 받도록 하고, 유선텔레비전방송법무를 수행하고자 하는 경우에는 총무대신에 신고(업무규제)하도록 규율하고 있다. 시설폐지 시에는 사전에 이를 신고해야 한다.

전기통신역무이용방송법은 종래 방송법과 통신법의 분리 법제를 채택하고 있던 일본에서 기존의 방송법과 통신법을 유지한 상태에서 새로운 제3의 중간영역에 대하여는 제3의

28) 상동.

법률을 제정하여 대응하고자 한 데서 등장한 법제라고 할 수 있다.[29]

(2) 일본 방송법

□ 방송정책/법령상의 원칙과 목표

지난 몇 년 동안 개정 작업을 통해서 일본 방송법 제1조에서는 방송법의 목적이 방송이 공공복지에 적합하도록 규율하여 건전한 발달을 도모하는 것을 목적으로 하고 있음을 밝히고 있다.

제1장 총칙에서 방송법은 방송이 국민에 최대한 보급될 것을 보장하고(1항), 불편부당, 진실 및 자율을 보장하여 방송에 의한 표현의 자유를 확보하고(2항), 방송 종사자의 직책을 분명히 하여 방송이 건전한 민주주의의 발달에 이바지 하도록 할 것(3항)을 목적으로 한다고 명시하고 있다.

제4조(국내방송 등의 방송프로그램 편집 등)는 방송 프로그램의 편집에 관한 준거 조항으로서, 방송사업자는 방송 프로그램의 편집 시 (1) 공안 및 선량한 풍속을 해치지 않을 것, (2) 정치적으로 공평할 것, (3) 보도는 사실을 왜곡하지 않고 할 것, (4) 의견이 대립하는 문제에 대해서는 가능한 여러 각도에서 논점을 분명히 하는 한편, (5) 시청각장애자가 쉽게 접근할 있도록 할 것을 규정하고 있다. 일본은 디지털 방송 커버리지는 아날로그와 같은 수준으로 끌어올리고 있으며, 총무성과 자민당은 공영방송의 위상을 재고하기 위한 NHK 개혁논의를 시작하였는데, 방송의 테두리를 넘어서 공공서비스미디어로의 영역 확대에 까지 초점을 맞추고 있다.[30]

(3) 일본의 편성규제

일본은 방송프로그램의 편성비율에 관한 규제는 별도로 하지 않고 있다.[31] 단, 재허가시 공영방송과 민영방송의 편성비율 심사기준은 존재한다. NHK 종합채널의 경우 교육10% 이상, 교양 20% 이상, 교육채널의 경우 교육 75% 이상, 교양 15% 이상의 편성을 요구하고

29) 한동훈(2009), 『주요국가의 방송통신법제에 관한 비교법적 연구(Ⅶ)－종합보고서－』, 한국법제연구원, pp.48~49.

30) 남윤미 외(2011), 『스마트미디어 시대 편성정책의 방향』, 방송통신위원회, pp.138~139.

31) 이윤호(2008), '방송시장의 규제에 관한 헌법적 고찰', 성균관대학교 법과대학 박사논문, pp.128~129.

있고, 민영방송은 NHK 종합채널과 동일한 수준을 요구받고 있다. 일본 프로그램 편성에 관한 규제는 방송법 제3조의2 제2항(소위 프로그램조화원칙)에 규정 되어 있으며 이를 바탕으로 구체적인 편집규제는 총무성령 등에서 규정되어 있는데 이를 정리하면 다음과 같다.

〈표 2〉 프로그램조화원칙과 관련된 규정(2011년 1월 기준)

	지상파 TV	BS위성
법률	○ 방송법제3조의2 제2항 – 방송사업자는 텔레비전방송에 의한 국내방송의 방송프로그램을 편집할 때에는 특별한 사업계획에 따른 것은 제외하고 그 밖에 교양프로그램이나 교육프로그램 및 보도프로그램 및 오락프로그램을 마련하여, 방송프로그램 상호간의 조화를 유지하도록 하여야 한다	
총무성령	○ 방송국개설의 근본적 기준 – 1) 교양 또는 교양, 2) 보도, 3) 오락 프로그램 간의 방송편성시간이 조화를 이루어야 함	
	○ 무선국 면허 수속규칙 – 프로그램 종류를 구분한 '방송프로그램표'를 제출해야 함	○ 방송법 시행 규칙 – 프로그램 종류를 구분한 '방송프로그램표'를 제출해야 함
행정수속법에 근거한 심사기준	○ 전파법 관계 심사기준 – 교육프로그램 10% 이상, 교양프로그램 10% 이상 편성	○ 방송법 관계 심사기준 – 광고방송의 방송시간이 3할을 초과하지 않을 것

출처 : 村上聖一(2011), 番組調和原則 法改正で問い直される機能

2011년 7월 개정 작업 중인 일본 방송법에서는 이전 제3조의 제2항에서 규정한 교양, 교육, 보도, 오락 프로그램의 조화에 대한 규정이 기간방송의 업무조항(106조)으로 그 자리를 옮겨갔다. 대신, 제5조(프로그램 기준)에서는 방송사업자가 프로그램의 종별 및 방송대상에 따라 방송 프로그램의 편집기준〔프로그램 기준〕을 정해서 이에 따르도록 하고 있으며 총무성령에 따라 프로그램 기준을 공표하도록 하고 있다.[32]

32) 남윤미 외(2011), 전게서, pp.139~140.

3. 독일

(1) 독일의 행정 및 사법체계

독일의 규범체계는 우리나라와 동일하게 중앙정부에서는 헌법(Verfassung, Grundgesetz)→법률(Gesetz)→명령(법규명령, 행정규칙)의 구조로 되어있다. 이러한 규범 이외에도 국가에 의하여 설립된 공법인은 법률에 의하여 부여된 자치권의 범위 안에서 그 구성원들에게 효력을 갖는 '자치법규'를 제정·적용하고 있다. 아울러 국가에 의한 사무를 처리하는 자치기관 또는 방송사들의 자율적인 기관에서 정해지는 내부적 업무처리를 위한 자치규약 이외에도 이러한 기관들과 외부기관 또는 방송사들에게 주는 지침적 성격의 가이드라인(Richtlinien, Guideline)이 있다.

이외에 연방국가인 독일에서는 한국, 프랑스, 일본 등 단일국가 체제에서는 생소한 규범체계인 국가협약(Staatsvertrag)[33]이라는 규범이 연방차원에서의 법률을 대신하는 경우가 있다. 특히 기본법에 의하여 방송분야 등 문화(Kultur)분야는 원칙적으로 연방 각주에 관할권이 있으므로 오랜 기간 동안 연방 각주는(내용상으로는 매우 유사하지만) 독자적인 방송과 미디어관련법들을 제정, 적용하여 왔다.[34]

(2) 독일의 방송법

□ 독일의 방송법체계

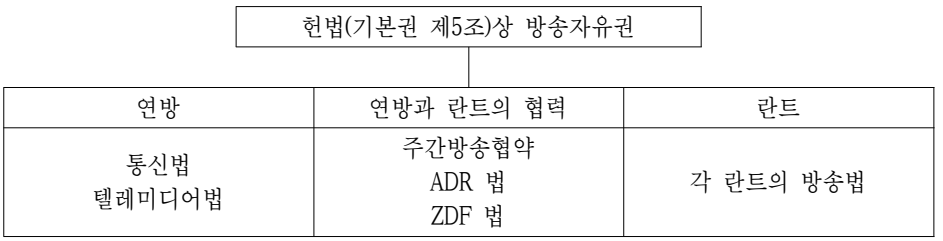
독일의 경우 연방국가의 특징상 방송은 각 란트의 권한으로 되어있고 통신설비를 포함한 기술적인 부분은 연방의 권한으로 되어 있었다. 따라서 독일의 방송법은 각 란트가 입법권한을 가지게 되어 있어 각 란트별 방송법을 제정하고 있다. 다만 공영방송의 경우 각 란트의 긴밀한 협력을 필요로 하고 있어 란트간의 협력을 통한 주간협약의 형식으로 되어 있다. 즉 각 란트마다의 공영방송법률, 연방차원에서의 주간방송협약, 제1공영방송인 ARD법, 제2공영방송인 ZDF법 등이 있다.

---

33) 우리말 번역에 있어서는 주간(州間)에 체결되는 것이므로 내용상으로는 '주간협약(협정)'이 타당하나, 일반적으로는 '국가협약(협정)'이라고 번역되고 있다.

34) 방송통신심의위원회(2011), 『독일 방송통신심의 관련 법제』, p.11.

〔그림 1〕 독일의 방송법체계[35)]



□ 방송정책/법령상의 원칙과 목표

독일에서는 공/민영 방송사에 대한 규제 목표 및 수단이 구분되어 있다. 예를 들어, 공영방송은 내적다원주의를 추구하고 있는데, 이로 인해 사회각층을 대표하는 방송위원들로 구성된 방송평의회가 공영방송사에 대한 감독권을 가지고 있다. 방송평의회는 편성 등에 대한 권한 행사를 통해 채널 내에서의 다원주의를 보장하려고 노력하고 있다. 반면, 민영방송은 영업권이 보장되는 사적 영역으로, 정부가 직접적으로 프로그램의 내용이나 편성 등에 관여할 수 없다는 사회적 합의가 이루어져 있다. 이로 인해, 민영방송은 외적다원주의 (사업자 수 또는 시장점유율 규제)를 추구한다. 외적다원주의에 따른 민영방송 규제 권한은 주미디어청이 가지며, 주미디어청 내부에 설치된 주미디어위원회에서 민영방송의 프로그램내용에 대한 의견이 제시하기도 한다.

□ 공영방송에 대한 국가의 감독의 범위

학자들의 견해를 종합해보면 공영방송에 대한 국가의 규제는 방송의 자유를 침해하는 방향으로는 입법이 불가능하지만 방송의 자유를 확실하게 보장하는 방향의 입법은 가능하다고 한다. 입법자는 방송의 자유를 보장하기 위해 조직, 제도 그리고 각종 절차를 통한 적극적인 입법형성의무(positive Ordnung des Rundfunks)를 지니는 것이며, 방송의 자유를 제한하는 입법형성은 그 자체가 적극적 입법형성의무에 위반되는 것이며 무효인 것이다.

따라서 국가의 공영방송에 대한 감독의무는 일반적인 범위가 아니라 사회의 경제집단, 사회집단에 의해 방송의 기능이 왜곡되는 것을 방지해야 하는 의무를 지니는 것이다. 현

35) 최우정(2011),『주요국가의 방송통신법제에 관한 비교법적 연구(Ⅱ)－독일－』, 한국법제연구원, p.37.

재 일부의 주에서는 각 주의 공영방송에 대한 규제를 하고 있지만 제한적으로 인정되고 이에 대한 불복의 경우에 행정소송을 통한 구제의 길을 열어놓고 있다.[36]

□ 민영방송에 대한 규제와 주미디어청

가. 주미디어청(Landesmedienanstalten:LMA)의 설립

각 란트는 민영방송사에 대한 감독과 통제 그리고 그 밖의 다른 목적을 위해 공법상의 법인인 주미디어청을 설립했다. 주 미디어청은 다른 국가기관으로부터 독립되어야 한다. 따라서 국가적인 정책을 달성하기 위해 주미디어청에 대한 국가의 지시는 허용되지 않는다. 이를 위해 주미디어청은 국가로부터 독립된 공법인으로 설립되며 독자적인 자치행정권을 가진다. 이것은 단순히 조직법적인 문제가 아니라 헌법적인 명령이다. 또한 주미디어청은 자치행정의 일환으로 방송법의 범위내에서 규칙제정권을 가지고 이러한 규칙제정권은 기본법 제5조의 방송의 자유를 위한 목적에서 정당화된다.

나. 주미디어청의 임무

민영방송사의 허가, 재허가절차와 허가결정에 관한 사항,[37] 프로그램과 미디어간의 집중에 대한 지속적인 감독, 법령위반에 대한 조사, 오픈채널에 대한 설치와 지도, 케이블을 통한 방송프로그램의 협력과 전송, 방송프로그램에 대한 공급의무와 주파수의 관리 그리고 그 외의 교육과 평가에 대한 업무를 관장한다.[38]

다. 주미디어청의 프로그램 감독의무

주미디어청은 주내의 법에 따라 민영방송 프로그램의 방송 조약 및 주미디어법 규정 준수 여부를 조사하며, 특히 의견 다양성과 공정성의 보장, 프로그램 원칙,[39] 청소년 보호[40]

---

36) A.Hesse, Rundfunkrecht, 1999, 2 Aufl., S. 171ff.

37) 주미디어청은 방송법에 의거하여 방송과 인접한 커뮤니케이션 영역에 대한 규제, 감독을 담당하는 데, 구체적으로 방송·신문의 미디어 복합 소유 및 방송사업자의 복수 방송국 소유를 규제하고 있으며, 이러한 사항을 이행하지 않을 경우 주미디어국이 방송허가를 취소할 수 있다.

38) 최우정(2011), 전게서, pp.172~173.

39) 각 방송은 국가로부터 프로그램의 자유를 보장하기 위하여, 프로그램의 기본원칙을 준수해야 하는 데, 이 원칙은 사실에 입각하여 진실을 보도하고 가능한 한 광범위하게 보도하여야 한다는 것이다. 민간 상업방송에게 프로그램의 자유는 동시에 프로그램 내용에 대해 완전히 방송사업자가 책임을 진다는 것을 의미한다. 주방송법의 프로그램

및 광고[41]와 기타 방송 프로그램간의 분리의 요청 등이 그 감독의 대상이 된다.[42]

(3) 독일의 편성규제

독일의 방송규제는 공영방송과 민영방송에 대해 각각 별도의 법과 기구를 통해 이원적으로 규율되고 있다. 또한 공/민영 방송사에 대한 규제 목표 및 수단이 구분되어 있다. 예를 들어, 공영방송은 내적다원주의를 추구하고 있는데, 이로 인해 사회각층을 대표하는 방송위원들로 구성된 방송평의회가 공영방송사에 대한 감독권을 가지고 있다. 방송평의회는 편성 등에 대한 권한 행사를 통해 채널 내에서의 다원주의를 보장하려고 노력하고 있다.

원칙은 주간협약의 원칙과 동일하다. 협약의 제9조는 방송사업자가 헌법을 준수할 것과 인간의 존엄성과 윤리적, 종교적인 타인의 신념을 존중해야 함을 명시하며, 니더작센, 슐레비히-홀스타인 등의 주의 방송법에서는 청소년 보호와 개인의 명예권 보호를 규정하고 있다. 이외에 대부분의 주에서 민간의 이해를 통한 국제협력이나 사회적인 평등 지향성을 위한 프로그램에 관해서도 언급하고 있다.

이 원칙은 주로 뉴스의 감독 기존이 된다. 첫째, 모든 뉴스는 방송 전에 그 진실성 및 출처에 관해 심사해야 한다. 그리고 뉴스 보도에서 사실 관계를 축소 또는 왜곡할 수 없으며, 충분한 근거 없는 뉴스는 그것이 명백히 밝혀진 것이라고 판단되는 경우에 한하여 공표할 수 있다. 둘째, 허위로 판명된 보도는 지체없이 정정하여야 한다. 셋째, 뉴스 보도의 내용상 중요한 관계에 있는 개인이나 단체에게는 전파 전에 가능한 의견 개진의 기회를 주어야 한다. 넷째, 개인의 동의 없이 그 사적 영역에 개입하는 프로는 개별적인 경우 공익을 위한 사안의 중대성과 적정한 관계의 경우에만 허용된다. 극히 사적인 영역은 어느 경우든 존중해야 한다. 다섯째, 보도와 해설을 구분하여야 한다. 해설은 해설이라고 표시해야 한다.

40) 청소년 보호 규정을 준수토록 하는 것 역시 주미디어국의 과제다. 주간협약 10조 1항에 의하면 폭력과 전쟁을 찬양하거나 포르노 등 청소년의 풍속을 심하게 해치는 프로그램의 방송은 금지되어 있다. 또한 18세 이하 시청 불가의 프로그램은 밤 11시부터 아침 6시 사이에만 방영될 수 있고, 16세 이상 시청가능 프로그램은 밤 10시 이후에만 방송할 수 있다. 이는 유료 채널에도 동일하게 적용된다.

41) 광고 형식 및 내용·시간에 대한 제한은 주간협약 제7조에 의해 규정되어 있다. 다음과 같은 경우 광고방송에 제한을 받게 된다. 첫째, 광고가 다른 프로그램에 내용적인 영향을 주는 경우. 둘째, 광고가 어린이 및 청소년에 남용될 경우. 셋째, 광고를 여타 프로그램과 구분하지 않는 경우. 넷째, 광고가 하루 송출 시간 20%를 초과할 때. 다섯째, 프로그램 중간에 광고하고자 할 때. 여섯째, 일요일 및 공휴일의 지역 프로그램에 삽입되는 광고.

42) http://www.koreanwebcast.com/german.htm

반면, 민영방송은 영업권이 보장되는 사적 영역으로, 정부가 직접적으로 프로그램의 내용이나 편성 등에 관여할 수 없다는 사회적 합의가 이루어져 있다. 이로 인해, 민영방송은 외적다원주의(사업자 수 또는 시장점유율 규제)를 추구한다. 외적다원주의에 따른 민영방송 규제 권한은 주미디어청이 가지며, 주미디어청 내부에 설치된 주미디어위원회에서 민영방송의 프로그램내용에 대한 의견이 제시되기도 한다.

독일 방송국가협약의 전문은 '공영 및 민영 방송은 개인과 공공의 자유로운 의견형성 및 의견의 다양성을 지원할 책무를 지닌다.'고 선언하여 공·민영 방송 모두에 대한 편성규제의 이념적 근거를 마련하고 있다. 동 협약 제25조 제1항은 "민영 방송의 내용에서 의견의 다양성이 대체로 표출되어야 하고 중요한 정치적, 세계관적, 사회적 권력과 단체들이 종합편성 방송에서 적절하게 자신의 목소리를 낼 수 있어야 하며, 소수자의 의견도 고려되어야 한다"고 규정하여 민영방송에 대한 방송내용 및 분야의 다양성 확보를 위한 편성의무를 부과하고 있다.

또한 동 협약 제26조 5항은 "한 회사가 하나의 종합편성 방송 혹은 하나의 정보전문편성 방송을 통하여 연평균 10%의 시청자점유율에 도달한 경우, 해당 주 미디어청의 사실 확인 및 고지가 이루어진 6개월 이내에 독립적 제3자에게 방송 시간을 할애하여야 한다."라고 규정하고 있으며, 방송국가협약 제31조 제2항은 '윈도우 프로그램의 길이가 주당 최소 260분이어야 하고 그 중 최소 75분은 19시부터 23시 사이에 방송하여야 한다'라고 규정하여 방송편성 주체의 다양성 확보를 위해 외주제작에 대한 의무를 부과하고 있다.[43]

또한, 주 방송법들은 민영 방송의 설립 조건으로 최소한 한 개 주의 지역 프로그램을 송출하도록 의무화하고 있는데 민영 방송의 지역 프로그램은 일주일에 평균 150분을 초과하지 못하도록 했으며, 이 가운데 외주제작 프로그램의 편성 시간은 80분을 초과하지 못하도록 했다. 민영방송의 형해화 가능성을 미연에 방지하기 위한 조치라고 볼 수 있다. 뿐만 아니라 동일 지역 프로그램에서 방영된 외주제작 프로그램은 전국적으로 50% 이상의 지

43) 독일의 독립제작사는 방송사의 소유지분이 25% 이하인 경우를 의미하며 그 이상일 경우에는 방송사에 종속된 자회사로 분류한다. 방송사업자에 대한 외주제작의무는 민영방송에게만 부과한다. 그 목적을 살펴보면 첫째는 방송시장에서 민영방송에 대한 여론의 다양성을 보장한다는 것이고, 둘째는 특정기업에 의한 과도한 시장지배력을 배제한다는 것이다.

역에서 시청 가능할 때만 민영 방송의 외주제작 프로그램 전체 방영 비율에 환산시키도록 하고 있다. 외주제작 프로그램에 대해서도 규모에 관하여 일정하게 하한을 설정하였는데, 이는 외주 프로그램 제작사가 실질적으로 활동을 전개하면서 대형화 사업으로 성장할 수 있게 그 조건을 제도적으로 규정한 것이다.

공영방송의 경우에는 구체적인 방송의 수탁임무와 프로그램원칙을 개별 공영방송 설치법에서 규정하고 있다. 독일 제1공영방송인 "ARD"[44]의 프로그램원칙은 독일기본법에 규정된 방송은 보편적 서비스(Grundversorgung)원칙을 준수하고, 모든 이익단체와 국가로부터 독립된 방송을 한다고 규정되고 있다. 또한 ARD 는 정보, 교양, 오락 등 크게 세 가지 장르의 프로그램을 제공하여 편성에 있어서 방송분야간 형평성을 유지하였다. 공영방송은 구체적인 프로그램 임무를 협약 제5조에서 규정하고 있다.[45] 즉 동 협약에서는 해외와 국내 프로그램의 균형있는 편성, 프로그램의 정보와 교양 및 상식과 오락 등 각 장르에 대한 균등한 편성 등에 대하여 규제하고 있다. 독일의 제2공영방송인 ZDF도 프로그램원칙에서 ARD와 유사한 규정을 두고 있다. ZDF의 프로그램은 독일 전역의 시청자에게 전 세계에서 일어나는 일들을 종합적이고 객관적으로 보도하고, 독일내의 발전된 모습은 충분한 설명을 곁들여 이해하기 쉽게 방송한다고 정하고 있다. 그러나 프로그램 장르에 대해서는 구체적으로 언급하지 않고 있다.

이상에서 살펴 본 바와 같이 독일의 편성규제는 민영방송을 대상으로 하고 있는데 이는

---

44) ARD는 각 주에 속한 11개의 독립 방송국으로 구성되어 있으며, 이 중에 쾰른의 WRD와 함부르크의 NRD가 프로그램 제작과 편성의 대부분을 담당하고 있다. ARD의 이러한 탈중심화된 구조는 나치 체제와 같은 방송에 대한 전면적 통제를 막기 위한 것이다.

45) NDR협약 제5조는 (1) NDR은 시청자들에게 삶의 모든 필수 영역에서 해외와 국내, 지역에서 발생한 사건에 대한 객관적이고 종합적인 내용을 알려야 한다. 프로그램은 정보와 교양, 상식과 오락을 제공해야 한다. NDR은 또한 전문편성 프로그램도 허용된다. (2) 북독 지역의 문화와 언어는 프로그램에 고려되어야 한다. 이러한 목적을 위해 그리고 문화적 정체성을 유지하기 위해 NDR은 원칙적으로 방송 권역 내 4곳의 주에서 프로그램을 제작해야 한다고 규정하고 있다 공적 책임을 다하는 방송을 위해 크게 정보(뉴스와 보도, 시사), 교양 및 상식, 오락 등 세 가지로 나누고 있으며, 종합편성 프로그램 이외에도 전문편성 프로그램도 허용하고 있다. 또한 NDR를 위한 방송국가협약에 서명한 4개 주의 각기 다른 문화적 언어적(지방 사투리 및 소수민족어)특징을 충분히 전달해야 한다고 명시하고 있다.

민영방송이 지나치게 이윤획득만을 추구하여 파생될 사회적 문제점을 사전에 차단하기 위한 것으로 평가할 수 있다. 반면에 공영방송의 경우 평의회의 의원의 구성 및 조직, 활동 등의 관점에서 이미 구체적으로 관행고 규정이 상당한 수준으로 축적되어 있어 규제의 주체를 내부적 조직의 하나인 평의회로 운영되고 있는데, 이는 규제의 조직까지 포함시켜야 국가에 대하여 독립성을 확보할 수 있다는 절실한 요청의 구현이기도 하다.[46]

4. 영국

(1) 영국의 법체계

성문법(Statute Law), 보통법(Common Law: 과거로부터 전수되어 오는 관습법, 판례법 등으로 구성된 불문법) 및 구주공동체법(European Community Law)으로 구성된다. 성문법은 의회 제정법(Act of Parliament), 부령(Orders) 및 지방자치 조례(By-laws)로 구분된다.

지역별로는 England, Wales, Scotland 및 Northern Ireland가 제각기 다른 법체계와 법정을 유지해 오고 있으나 England, Wales, Northern Ireland의 법체계는 상호 유사성이 많다. 각 지역 모두 형법과 민법의 양 법체계가 별도로 존재하며 근래에 제정되는 성문법은 영국전체에 적용되는 경우가 많다.[47]

(2) 영국의 방송법

□ 영국의 방송법체계

방송법관련 법률로는 2003년 커뮤니케이션법이 있으며 동법은 통합규제 기구인 OFCOM의 구성, 미디어산업의 각종 규제 단순화 등의 내용을 골자로 하여 총6장, 41개조와 세칙(schedule) 19개조로 구성되어 있다. 1장에서는 OFCOM의 구성 및 기능을 설명하고 있고, 2장에서는 모든 전자통신망(Electronic Communications Network), 전자통신서비스(Electronic Communication Service), 그리고 관련 설비(associated facility)에 대해 단일 규제 프레임워크를 적용하고 있으며, 제3장에서는 TV, 라디오 그리고 콘텐츠의 규제에 관한 사항을 별

46) 이윤호(2008), 전게서, pp.125~127.

47) http://kin.naver.com/qna/detail.nhn?dlid=6&dirId=60503&docId=50358588&qb=7JiB6rWt7J2YlOuyleyytOqzhA==&enc=utf8&section=kin&rank=3&search_sort=0&spq=0&pid=g9qfnF5Y7tVssZCcnBGssc--153071&sid=T9qOzL9t2k8AAHWTFdo

도로 다루고 있다.[48)]

□ 방송정책/법령상의 원칙과 목표

영국은 전통적으로 전파 희소성에 근거해 방송의 공적책무를 강조를 통해서 시장에 대한 정부의 개입을 정당화시키고, 이것이 미디어 시장의 경쟁을 유도하는 정책의 근간이다. 예를 들어, 소유구조에 따라 차별적인 영국의 이원적 규제시스템은 이러한 정책기조를 반영하는데, 공영방송 BBC는 그 정치적 독립성을 보장받기 위해 칙허장(Royal Charter)와 협정서(The Agreement)를 토대로 BBC Trust의 독자적 규제를 받는 반면, 민영 방송사들은 방송법에 근거하여 통합규제기구인 OFCOM이 감독 및 규제하며 민영방송 역시 공공서비스 의무를 적용받는다. 최근에는 영국에서도 미디어 시장의 변화에 부응하여 산업계의 논리가 강화되는 추세이나, 특히 공중파 방송에 있어서는 공공성과 보편성의 원리를 고수하며, 상업방송에서도 지나친 광고를 규제하면서, 공공서비스의 책무를 완전히 배제하지 않고 있다.

영국의 방송 분야에서 "공공에 대한 서비스 의무 (public service obligation)"라는 개념이 일반적으로 말하고 있는"공공의 이익"에 해당한다. "공공에 대한 서비스 의무"를 방송 분야에서 구체적으로 풀자면, 모든 지상파 방송사업자가 다양한 시청자의 필요와 욕구를 반영할 수 있는 양질의 프로그램을 방송해야 하는 의무를 진다는 의미를 가지고 있다. 즉, "공공의 이익 (public interest)" 개념은 전통적으로 신문과 라디오 분야의 인수 합병과 같은 미디어 소유규제에서 사용되어 왔다. 역사적으로 보면 1990년 방송법(Broadcasting Act)은 시청자가 다양한 프로그램을 누릴 수 있는 시청자의 선택권을 확대할 것으로 제시하고 있으며, 1996년 개정된 법에서는 기존의 내용을 유지하면서 미디어 기업의 소유구조에 대한 완화 혹은 단순화를 담고 있다. 1996년 방송법의 조항을 대체하는 "미디어 공공 이익 규정" (media public interest considerations)을 신설하여 미디어 소유규제를 완화하면서도 미디어 소유권자의 다양성을 보장하고 방송의 기본적인 표현의 자유, 정확성과 품질을 보호하고자 하였다.

여기서 공공의 이익을 위한 구체적인 요소는 정확한 뉴스의 발표와 의견의 자유로운 표명의 필요성, 다양한 시각이나 견해, 다양한 방송의 확보를 위한 미디어 소유자의 다양성,

48) 한동훈(2009), 전게서, pp.146~147

시청자의 여러 다른 기호와 관심을 충족시킬 양질의 프로그램의 제공의 필요성 등이 열거되어있다.

방송과 새로운 기술적 융합매체와 관련해서는 2012년까지 디지털 전환을 완료할 계획을 수립하고 선택의 다양성 제공, 다양한 사업 기회의 제공, 공공서비스 방송에 대한 보편적인 접근 보장을 표방하고 있다. 또한 역무별 규제를 없애고, 네트워크, 플랫폼, 콘텐츠로 구분하여 동일 영역에서 동일한 규제를 적용하는 방향으로 진흥체계를 재정비하는 한편, 모든 서비스에 대하여 가장 최소한의 규제를 적용한다는 원칙을 내세웠다. 특히, 네트워크 전송 서비스에 대한 허가제도를 폐지하였고, 인터넷, VOD 서비스 등도 대부분을 자율규제로 전환하였다. 네트워크 계층에는 경쟁과 규제완화 중심의 통신규제 논리로 접근하는 한편, 콘텐츠 계층에 관해서는 공익성과 문화 다양성을 적용하는 방송규제 논리 및 적극적인 정책지원을 하고 있다.[49]

(3) 영국의 편성규제

영국 방송에 대한 편성규제는 2003년 커뮤니케이션법에 규정되어 있다. 커뮤니케이션법 제264조 제4항(a)은 '공공의 서비스로서 텔레비전방송은 시청이 가능하도록 만들어진 다양하고 광범위한 주제의 방송프로그램 서비스 제공을 보장하는 것을 목적으로 한다'라고 규정하여 방송프로그램의 유형(장르)별 다양성 확보 장치를 마련하고 있다. 이에 근거하여 동법 제264조 제6항은 방송 프로그램 장르를 구분하여 규정하고 있다.[50] 따라서 방송사업자들은 자신이 편성한 방송프로그램이 사회적 문화의 다양성에 대해서 평가해야 하고, 방송프로그램에 대한 정확하고 풍부한 정보를 제공해야 한다. 또한 방송프로그램에 관한 정책을 입안하고 제시할 경우 시청자 및 이해집단의 의견을 충분히 반영해야 한다.[51]

---

49) 남윤미 외(2011), 전게서, pp.135~138.

50) 커뮤니케이션법 제264조 제6항은 방송프로그램의 장르를 ① 뉴스(news), ② 시사(current affairs), ③ 교육과 교육적 가치를 포함하는 프로그램(education and programmes of educational value), ④ 학교 프로그램(schools programmes), ⑤ 어린이 프로그램(children's programmes), ⑥ 과학(science), ⑦ 종교와 기타신념(religion and other beliefs), ⑧ 사회이슈(social issue), ⑨ 국제 뉴스와 시사(international coverage), ⑩ 드라마(drama), ⑪ 코미디와 오락(comedy and entertainment), ⑫ 예술과 음악(arts and music), ⑬ 장편 영화(feature film), ⑭ 스포츠(sports), ⑮ 레져(leisure interests) 등으로 구분하고 있다.

51) 이윤호(2008), 전게서, p.121.

2003년 커뮤니케이션법에 의하면 프로그램의 내용에 대한 기준을 설정하고 검사할 권한을 OFCOM이 가지고 있다. 그러나 사전 검열 및 편성계획표를 요구하지는 않으며, 프로그램의 배열이 아닌 내용 규제 위주로 편성규제가 이루어져 있다. OFCOM은 뉴스를 제외한 BBC프로그램의 내용에 대해서도 규제권한을 가지게 되었으나 공영방송으로서 BBC의 독립성이 침해할 수 있는 개연성으로 BBC에 대한 내용 규제가 바람직하지 않다는 비판이 제기되고 있다. 2003년 이후 도입된 규제들의 가장 큰 특징으로는 광고와 프로그램의 엄격한 구분과 이에 대한 규제이다. 광고의 상업성이 공익성을 해칠 수 있기 때문에, 구체적으로 방송 프로그램의 내용과 관련된 광고, 뉴스나 보도프로그램 진행자의 광고 출연, 프로그램 주연진의 해당 프로그램 시간대 광고 출연 등을 엄격하게 금지하고 있다.[52]

커뮤니케이션법에 의해 도입된 또 다른 중요한 규제는 독립제작사(independent supplier)의 제작물에 대한 편성 쿼터 제도이다.[53] 2003년 법은 모든 방송사들로 하여금 독립제작사와의 거래에서 실행규칙을 의무적으로 작성해 OFCOM에 보고하도록 하였다. 또한 프로그램 시간량 및 제작비에서 독립제작사의 제작물 편성 쿼터를 설정할 권한을 OFCOM에 부여하였다. 이러한 규제는 BBC 전체는 물론 BBC1과 BBC2에 각각 적용되며, OFCOM은 독립제작사 쿼터의 실효성을 재검토하여 주무 장관에게 보고, 필요에 따라 명령을 통해 수치를 수정할 수 있다. 또한 OFCOM은 방송사업자에게 해당 연도의 부족분을 다음 연도의 쿼터에 합쳐서 벌충하도록 할 수 있다.

영국은 EU 회원국으로서 커뮤니케이션법 제 335조에 근거하여 '국경 없는 텔레비전 지침'을 국내법으로 수용하고 있어 EU가 정한 편성제한을 동일하게 적용하고 있다. 이를 위

52) 남윤미 외(2011), 전게서, pp.139~140

53) 커뮤니케이션법은 제277조에서 공공서비스 방송채널이 위탁한 독립제작물의 편성비율을, 제285조에서는 주요 지상파 방송사의 외주 프로그램 편성비율을, 제286조에서 "Channel 3과 5"(BBC를 제외한 영국의 주요 3개 방송은 Channel 3(ITV), 4, 5가 있으며, 영국에서는 역시 공공의 이익을 위해 존재하는 '공영방송사'로 규정한다)의 지역 프로그램 편성비율을, 제288조에서 Channel 4의 지역프로그램 편성비율이나 주요 지상파 방송사들의 런던 외부 지역 제작 편성비율을, 제295조에서 Channel 4의 외주 프로그램 비율을, 제309조에서는 공공서비스채널에 포함되지 않는 디지털 텔레비전 프로그램 서비스에 적용되는 독립 제작 프로그램의 편성비율을 규정하고 있다.(이윤호(2008), 전게서, pp.121~122)

해 당국은 Guidance on compliance with Articles 4 and 5 of the Television without Frontiers Directive(국경없는 텔레비전 지침 제4조와 제5조의 이행지도서)를 2005년에 발표하였는데, (1) 전송시간(뉴스, 스포츠행사, 경기, 광고, 문자방송이나 홈쇼핑 시간을 제외한 방송시간)의 반 이상을 유럽 프로그램에 할애해야 함, (2) 전송시간 또는 제작 및 구매비용의 10% 이상을 독립제작사가 제작한 유럽제작물에 할당해야 함, (3) (2)에 포함된 프로그램의 절반 이상은 독립제작사들이 5년 이내에 제작한 프로그램이어야 함, 등의 내용을 포함하고 있다. 이상의 조항에 대해 신규채널들은 5년 동안의 유예기간을 가질 수 있고, 위 편성조항들을 실시할 수 없는(not practicable) 방송사업자들은 그 사유를 OFCOM에 제출해야 한다.[54]

〈표 3〉 영국의 주요 지상파 채널의 편성에 대한 쿼터[55]

쿼터(시간 %)	BBC1	BBC2	Channel3	Channel4	Channel5
독립제작사	25%	25%	25%	25%	25%
오리지널 프로그램	70%	70%	65%	60%	53%
주 시청시간대 오리지널 프로그램	90%	80%	85%	70%	42%
지역프로그램 (편성시간 %)	25%		50%	30%	10%
지역프로그램 (제작비 %)	30%		50%	30%	10%
지역에서 지역을 위해 제작된 지역 프로그램	BBC1과 BBC2 모두 95%		90%	–	–
유럽의 오리지널 제작물	50%	50%	50%	50%	50%
유럽의 독립제작물	10%	10%	10%	10%	10%

54) 남윤미 외(2011), 전게서, pp.137~138.

55) 한국콘텐츠진흥원(2011), '영국 방송 프로그램의 외주제작 시스템', 해외산업동향; OFCOM (2005), Review of television production sector

5. 프랑스

(1) 방송정책/법령상의 원칙과 목표

프랑스는 공영방송과 민영방송을 구분하고 있으며 공영방송사에 한해서 공익(Interet general) 의무를 부과하고 있다. 예컨대 방송법 제43-11조는 "공영방송사는 공익 안에서 공공서비스 임무를 수행한다"고 규정하고 있다. 하지만, 법률에는 공익이라는 용어만 제시될 뿐, 그 개념에 대한 구체적 정의를 제시하고 있지는 않다. 대신, 공익이라는 대원칙 하에서 구체적인 공공서비스로서의 임무(mission)/의무사항(Obligation)들을 나열함으로써 공익의 개념을 범주화 또는 구체화하고 있다. 또한, 시행령으로 구체화한 공공서비스로서의 임무는 대부분 프로그램의 내용 또는 편성과 관련한 원칙들에 해당한다.

(2) 프랑스의 편성규제 정책

프랑스 커뮤니케이션 자유에 관한 법 제27조 제2항은 방송사업자가 "장편영화"와 "영상물"을 편성할 경우 적어도 60%는 유럽산이어야 하며, 40%는 "프랑스어 표현물"이어야 한다고 규정하여 유럽공동체물과 자국산 제작물에 대한 의무편성비율 의무를 규정하고 있다. 이는 1989년 국경 없는 텔레비전 지침의 제정(유럽산 영상물 편성 50%이상)에 이은 조치로 방송사의 성격(지상파방송, 위성방송, 케이블TV, 디지털지상파방송 등)에 상관없이 영상물과 장편영화의 의무방영 조항은 동일하게 적용되며 세부사항은 다음과 같다.

※ 영상물: 장편영화, 뉴스, 쇼, 게임, 스포츠, 광고, 홈쇼핑 등을 제외한 모든 프로그램으로, '드라마, 시리즈, 애니메이션, 다큐멘터리, 뮤직비디오, 스튜디오 촬영분이 반 이하인 오락 프로그램과 매거진, 단편영화, 공연중계'가 포함 (시행령 제4조)

※ 프랑스어 표현물: 작품 전체가 또는 거의 대부분이 프랑스어나 프랑스에서 사용하는 지방어로 만들어진 작품을 의미 (1990년 1월17일 시행령 90-66 제5조)

※ 영화작품 : 1시간 이상의 국내외 영화

가. 영화

영화의 경우 연간 총 편수의 60%는 유럽내 제작물이어야 하고, 40%는 프랑스어 표현(동법 제7조)이어야 하며, 프라임 타임(20시 30분~22시 30분)대에도 이를 준수하여야 한다. 영화전문채널이 아닌 일반 텔레비전서비스편집자(PP)는 연간 192편 이상의 장편영화를 방영할 수 없으며 프라임타임 대의 방송편수는 144편을 넘을 수 없도록 하고 있다(동법 제8조).[56]

영화전문채널의 경우 연간 500편 이상의 영화를 방영할 수 없으며(동법 제9조), 수요일, 금요일 저녁, 토요일, 일요일(20시 30분 전까지)에는 영화를 편성할 수 없다(동법 제10조). PPV채널의 경우, 토요일 저녁 18시에서 22시 30분까지 영화를 편성할 수 없다(동법 제11조).

나. 영상물

영상물의 경우는 각 방송사는 영상물 방영에 할애한 총 연간 시간의 60% 이상을 유럽산 작품에, 40% 이상을 프랑스어 표현물로 방영해야 하고(동법 제13조), 케이블TV나 위성방송 채널의 경우 협약(convention)을 통해 위의 조항보다 낮은 비율을 책정할 수 있으나, 유럽산 영상물의 방영이 50% 이하로는 내려갈 수 없다. 의무방영 조항은 프라임 타임 대에도 준수되어져야 한다(동법 제14조). 케이블TV나 위성방송 채널의 경우 협정에 의거, 위의 규정보다 낮게 책정할 수 있으나, 50%미만으로 편성하지 못한다(동법 제13조).

다. 대중가요

대중가요는 1996년부터 공·민영 라디오 방송사의 대중가요 중 40% 이상을 프랑스어로 방송해야 한다. 프랑스어로 표현된 작품이나 프랑스에서 사용되고 있는 지역어로 불러진 음악작품의 실제적인 비율이 적어도 40% 이상에 달해야 하며, 이중 절반은 신규제작에 할애되어야 하고, 이 비율은 CSA에 의해 허가받은 모든 라디오서비스의 유의미한 청취시간대에 적용된다(1986년 커뮤니케이션 자유법 제28-2조). 또한 CSA의 결정사항에 의해 옛날 가요 전문 라디오의 경우, 신규제작 비율은 10%까지 편성할 수 있다. 다만 이 경우에는 프랑스어 대중가요를 60%이상 편성하여야 한다. 전문 라디오의 경우에는 신규편성에 할애하는 방송비율은 25%이상이어야 한다. 이 경우에는 프랑스어 대중가요의 비율이 35% 이하로 편성할 수 있으며 라디오 방송사업자들은 위의 옵션 중 선택할 수 있다.

프랑스의 방송쿼터제의 특징은 각 채널에 대하여 이러한 쿼터제에 따른 편성 시간 산출을 위하여 대단히 상세한 기준을 제시하고 있다는 점이다. 즉, 프라임 시간대까지 쿼터비율을 맞추도록 하고 있다. 이는 상업방송사들이 법상 규정된 쿼터제 비율만 맞출 경우 자국 프로그램은 시청률이 낮은 밤 시간대에 방영하고 프라임 타임대에는 시청률이 높은 미국프로그램을 내보내는 등의 문제를 방지하고 규제의 실효성을 높이기 위해서이다.

---

56) 하지만 추가로 예술영화를 편성하는 것은 허용된다(최대 52편).

프랑스는 또한 방영쿼터와 더불어 제작비 쿼터제를 실시하고 있다. 또 민영방송사의 허가조건으로 매출액을 기준으로 한 방송 영상물 지원규정을 두고 있다.[57] 즉, 프랑스 쿼터제는 단순히 방송시간의 양만이 아니라 투자해야 할 제작비에도 쿼터를 도입, 방송사가 독립제작사에게 싼값에 프로그램을 수주하는 등의 불공정 거래를 막고 방송프로그램의 질을 확보하도록 보호하고 있다.[58]

6. 중국의 방송법 체계 및 편성규제

(1) 중국의 방송법체계

중국의 방송법규는 그 체계상 계위가 복잡한 특성을 보인다. 법률－행정법규－부문규장·규범성문건 등으로 계위가 일견 일목요연해 보이나, 행정법규 10개, 부문규장 39개, 규범성 문건 301개 등 법규의 수가 매우 많으며, 관리규정, 관리방법, 임시방법, 통지 등 부문규장과 규범성 문건의 계위가 복잡하다. 행정법규 중 「방송관리조례」가 방송 서비스의 일반적인 내용을 담고 있으며, 가장 중요한 위치를 차지한다. 그 아래 광전총국이 제정하는 다수의 부문규장과 규범성 문건이 존재하는 구조로 이루어져 있다.[59]

〈표 4〉 중국의 방송 관련 행정법규

행정법규		근거
방송(라디오TV)관리조례	广播電視管理條例	국무원령 제228호(1997)
방송(라디오TV)시설보호조례	广播電視設施保護條例	(2000)
방송(라디오TV) 녹음제품 방송시 수당지불 임시방법	广播電台電視台播放录音制品支付報酬暫行辦法	(2009)
유선TV관리잠정방법	有線電視管理暫行辦法	광전부령 제2호(1990)

57) 1990년 1월 17일 시행령 제99조-67조는 공영방송 및 민영방송사로 하여금 전년도 매출액을 기준으로 일정비율 독립제작사를 비롯한 방송영상물 제작사의 프로그램을 쿱하도록 하는 방송프로그램 의무제작 규정을 명시하고 있다.

58) 이윤호(2008), 전게서, pp.130~131.

59) 김성웅, '중국 방송법규 체계 및 규제제도 분석', 방송통신정책 제23권 9호 통권 제508호(2011), p.25.

행정법규		근거
위성TV지상수신설비관리규정	衛星電視广播地面接收設施管理規定	국무원령 제129호(1993)
위성TV지상수신설비의 외국위성전송TV프로그램 수신관리방법	衛星地面接收設施接收外國衛星傳送電視節目管理辦法	광전부/국가안전부/공안부령 제1호(1990)
영화관리조례	電影管理條例	(2001)
수입영상물관리방법	進口影片管理辦法	문화부, 해관총서발(1981)
인터넷정보서비스관리방법	互聯网信息服務管理辦法	국무원령 제292호(2000)
정보네트워크전송권보호조례	信息网絡傳播權保護條例	국무원령 제468호(2006)

〈표 5〉 광전총국의 지속 유효한 39개 규장(2010. 11)

1. 위성TV지상수신설비관리규정(광전부령 제11호)
2. 방송영화(라디오영화TV) 행정처벌절차 잠정규정(광전부령 제20호)
3. 방송영화(라디오영화TV) 행정재의방법(광전총국령 제5호)
4. 해외채널임대인수 및 방송국설립 관리잠정규정(광전총국령 제12호)
5. 외상투자영화관잠정규정(광전총국-상무부-문화부령 제21호)
6. 방송영화(라디오영화TV) 입법절차규정(광전총국령 제23호)
7. 광전총국행정허가실시검사감독잠정방법(광전총국령 제24호)
8. 방송설비기자재망가입인정관리방법(광전총국령 제25호)
9. 방송편집기자, 아나운서, 진행자자격관리잠정규정(광전총국령 제26호)
10. 해외위성TV채널도입관리방법(광전총국령 제27호)
11. 해외기구의중국내방송사무기구설립관리규정(광전총국령 제28호)
12. 영화필름해외진출인화, 후기제작심사비준관리방법(광전총국령 제29호)
13. 중외합작촬영제작영화필름관리규정(광전총국령 제31호)
14. 방송국심사비준관리잠정규정(광전총국령 제32호)
15. 방송프로그램전송업무관리방법(광전총국령 제33호)
16. 방송프로그램제작경영관리규정(광전총국령 제34호)
17. 방송VOD업무관리방법(광전총국령 제35호)
18. 도시지방유선TV시스템관리잠정방법(광전총국령 제36호)
19. 라디오방송국TV방송국심사비준관리방법(광전총국령 제37호)
20. 방송프로그램전시 및 프로그램교류활동관리규정(광전총국령 제38호)
21. 인터넷 등 정보네트워크방송시청프로그램관리방법(광전총국령 제39호)
22. 중외합작제작드라마관리규정(광전총국령 제41호)
23. 해외TV프로그램수입수출관리규정(광전총국령 제42호)
24. 영화기업경영자격진입잠정규정(광전총국령 제43호)

25. 방송무선전송망관리방법(광전총국령 제45호)
26. 방송영화시스템내부감사공작규정(광전총국령 제46호)
27. 방송영화산업통계관리방법(광전총국령 제47호)
28. 외상투자영화관잠정규정의 보충규정(광전총국령 제49호)
29. 영화기업경영자격진입잠정규정의 보충규정(광전총국상무부령 제50호)
30. 외상투자영화관잠정규정 보충규정2(광전총국령 제51호)
31. 영화극본(스토리)준비 및 영화필름관리규정(광전총국령 제52호)
32. 중외합작제작드라마관리규정의 보충규정(광전총국령 제54호)
33. 인터넷시청프로그램서비스관리규정(광전총국신식산업부령 제56호)
34. 중외합작제작드라마관리규정의 보충규정(광전총국령 제57호)
35. 위성TV지상수신설비설치서비스잠정방법(광전총국령 제60호)
36. 라디오TV광고방송관리방법(광전총국령 제61호)
37. 라디오TV안전방송관리방법(광전총국령 제62호)
38. 드라마내용관리규정(광전총국령 제63호)
39. 영화예술문서관리규정(광전총국령 제64호)

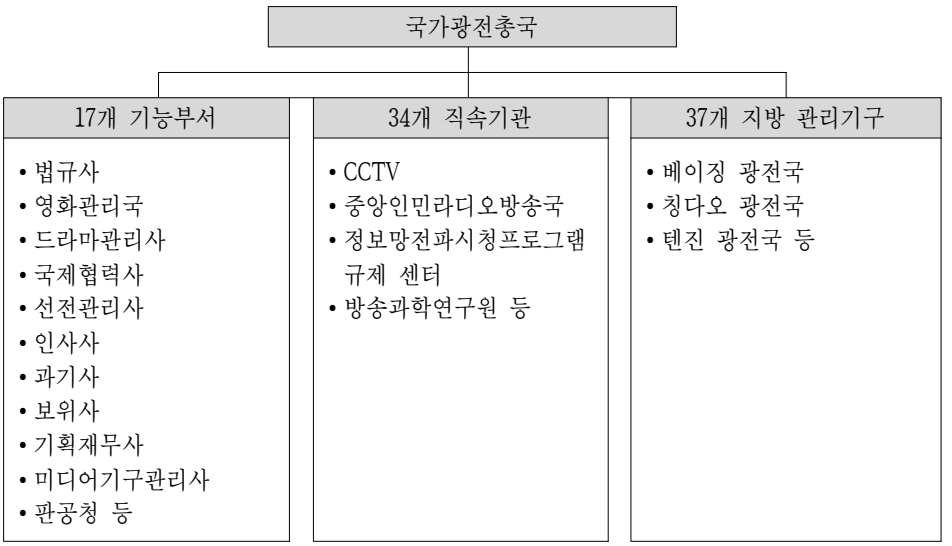
규범성 문건 301개는 광전총국 홈페이지 참조
(http://www.sarft.gov.cn/articles/2010/11/17/20101117142855490658.html)

(2) 광전총국

중국의 방송규제를 담당하는 기관에는 방송의 일반사항을 입법하는 국무원과 독립된 규제기관인 국가광전총국(이하 SARFT 또는 광전총국, The State Administration of Radio Film and Television)이 있다. 국가광전총국은 중국 정부 최고의 행정기구인 국무원의 직속기구로서 중국의 모든 방송과 영화 부문을 관장한다. 17개의 내부부서가 있고, 그 관할 아래 34개의 직속기구와 37개의 성급 라디오, 영화, TV 관리기구를 두고 있다.

광전총국의 주요업무에는 전체 방송사업의 방향 지도 및 통제, 방송 관련 법규와 각종 규정제도 초안 작성 및 집행관리, 각종 방송 관련 인허가 업무 관장, 방송 관련 기술 업무 관장, 방송 전용망과 주파수 대역 등에 관한 계획 및 관리, 중앙 3대 방송국(중앙인민라디오방송국, 국제라디오방송국, 중앙TV방송국)을 지도·통솔하여 해당 방송국 프로그램의 전국 방송 조직, 방송 관련 대외교류와 업무관리의 이행, 당 중앙 및 국무원 지시 기타 업무 수행 등이 있다.

〔그림 2〕 광전총국 조직도



자료: 광전총국 홈페이지(2011년 5월 기준)

특히, 광전총국은 방송법규와 관련하여 2006년 3월에 독립적인 법규사를 설립하여 법규 제정, 집행, 교육 등 입법 집행 등의 업무를 수행하도록 하였다. 구체적으로 법규사는 방송영상법률, 행정법규초안을 연구 작성하고, 방송영상 관련 부문의 법제 선전교육을 조직·지도하는 역할을 한다. 또한 광전총국의 중대한 결책사항에 대한 법률상 자문을 수행하고, 방송영상법규의 집행을 감독, 검사하며, 광전총국의 행정처벌 청문회, 행정적 재심의, 행정소송 업무를 수행한다. 그리고 방송영상 산업의 지적재산권 보호와 WTO 규정과의 조정을 관할하고, 광전총국 방송영상 발전연구 센터에서 설립한 방송영상법률사무소의 업무를 담당한다.[60]

60) 김성웅(2011), 위의 논문, pp.5~7

〈표 6〉 방송 법규 관련 중국 방송 규제기관 및 기능부서의 역할

구분	역할
국무원	• 입법 초안에 대한 의견 제시, 법률 및 행정법규 입법 제안 허가 • 행정법규 해석
광전총국	• 방송 산업, 영화 산업 등에 대한 발전계획 수립, 관련 법규 제정, 각종 규제제도 초안 작성 및 관리감독 업무 • 각종 방송 관련 인허가 업무 관장 • 방송 관련 기술업무 관장, 방송 전용망과 주파수 대역 등에 관한 계획 및 관리 • 방송 및 영화 콘텐츠에 대한 정책 제정 및 시장 관리 •통방융합에 따른 신규사업 관리
법규사	• 방송영상법률, 행정법률초안 연구 • 법집행 검사와 법제 선전교육 조직 • 행정소송과 행정을 처리하며, 행정복구, 행정처벌 증언청취, 지적재산권 등의 업무

자료: 강하연 외(2010), BMI(2010), Informa(2010), Paul Budde(2010) 등 재정리

(3) 중국의 편성규제

중국은 부처 차원에서 해외 드라마, 영화 등 프로그램에 대한 편성 비율 제한에 많은 관심을 갖고 있으며, 일정시간 이상의 뉴스 방송 의무 등 사회주의 국가의 특성에 따라 방송 및 프로그램 종류별로 규제를 강화하고 있다.

□ 장르규제

광전총국 드라마사는 '위성TV 종합채널 드라마 재편방송 관리의 규범화를 위한 공지'를 통하여 관련 규정을 공표하였는데, 이에 따르면 드라마 1일 총 방영시간은 일일 방송 시간 전체의 45%를 초과해서는 안되며, 국가 법정 공휴일(원단, 설날, 노동절, 청명절, 단오절, 추석, 국경절) 기간에는 드라마의 1일 총 방영시간을 본 공지문의 전체적 취지에 따라 자체 적용해야 한다.

또한 드라마 한 편의 1일 방영횟수는(재방송 포함) 6회(매 회는 46분을 넘지 않음)를 초과 할 수 없으며, 연휴기간 드라마 한 편의 일일 총 방영횟수는(재방송 포함) 8회를 초과할 수 없다. 국가법정 공휴일 기간 한 드라마의 1일 방영횟수는 본 공지문의 전체적 내용에 따라 직접 파악해야 하며 19시에서 24시 사이에 방송되는 한 드라마의 1회 방송횟수는 3

회(재방송 포함)를 초과할 수 없다. 시사성 뉴스프로그램은 수입하지 않는다.[61]

□ 해외 드라마, 영화, 뉴스 프로그램 및 기타 프로그램 편성

각 TV채널에서 매일 방송하는 해외 영화와 드라마는 해당 채널에서 당일 방송한 전체 영화 및 드라마 시간의 25%를 초과할 수 없으며, 특히 광전총국의 비준 없이는 황금시간대(19~22시)에 방송할 수 없다. 그리고 매일 방송하는 교육, 과학, 문화 등 기타 해외TV 프로그램은 해당 채널에서 당일 방송한 전체 시간의 15%를 초과할 수 없다.[62]

□ 해외 애니메이션 편성

광전총국에서 2008년 2월 발표한 'TV애니메이션방송관리강화에 관한 통지'에 따르면 해외제작 애니메이션의 편성 비율을 30% 이내로 제한하고 있다. 즉, 중국산 애니메이션의 1일 방송량 비중을 70% 이상으로 할 것을 의무로 규정하고, 동 시간대에 해외제작 영화, 드라마 방송을 금지하고 있다.

한편, 2008년 5월 1일부터 전국의 각급 TV 방송국의 모든 채널에서 외국 애니메이션 프로그램의 방송 금지 시간대를 변경하여 기존의 17:00~20:00에서 17:00~21:00으로 연장하였다. 중외 합작 애니메이션을 금지 시간대에 방송할 경우, 광전총국으로 부터 사전 승인을 받아야 한다. 이에 따라 각종 애니메이션 채널 및 어린이, 청소년채널 및 기타 미성년자를 주요 대상으로 하는 채널은 매일 17:00~21:00에 국산 애니메이션 프로그램을 방영해야 한다.[63]

□ 케이블 유료채널 프로그램 편성

유료채널 프로그램은 전문성과 시청자층의 요구를 충족시키기 위해 전문적이고 시청 목표에 맞는 프로그램의 방송시간이 당일 전체 방송 분량의 90% 이상이어야 한다. 그리고 유료채널의 해외 영화, 드라마 및 애니메이션의 방송시간은 채널 일일 총 방송 시간의 30%를 초과할 수 없으며, 어떠한 형식으로도 해외 라디오TV 프로그램 채널을 중계할 수 없다. 비드라마 유료채널은 영화와 드라마 프로그램을 방송할 수 없다.[64]

□ 위성방송편성

성급 위성 방송은 반드시 황금시간대에 중앙 방송국의 '동시 방송 뉴스'를 방송하여야

---

61) "KISDI[중국] 해외통신원 자료(2012)", p.21.

62) 해외방송프로그램 수입 및 방송관리규정 제18조

63) TV애니메이션방송관리강화에 관한 통지 제1조~제6조

64) 라디오TV유선데이터유료채널사업관리잠정방법 제21~제24조

하며, 본 방송국의 뉴스까지 더하여 약 1시간 정도의 뉴스 프로그램을 방송하여야 한다. 그리고 성급 위성 방송은 공산당원과 국가 지도자들에게 관련 기관에 관한 명령성 프로그램을 황금시간에 배치하여 제공해야 한다. 한편, 해외위성 방송채널은 광전총국의 비준을 거쳐 3성급 이상의 외국인 호텔, 외국인에게만 제공되는 사무실과 외국인 거주지, 대사관 등 제한된 곳에서만 방송할 수 있다.[65) 66)]

65) 해외위성TV채널도입관리방법

66) 김성웅(2011), 위의 논문, pp.17~19.

● 저 자 소 개 ●

주 성 희

- 연세대 신문방송학과 졸업
- 노스웨스턴대 라디오/TV/필름 석사
- 미시건대 커뮤니케이션 박사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

김 욱 준

- 한국외국어대 독일어학과 졸업
- 시라큐스대 국제관계학과 석사
- 시라큐스대 정보통신정책 박사과정수료
- 현 정보통신정책연구원 전문연구원

방통융합미래전략체계연구 지정2012-18

2012 방송 편성현황 조사보고서

(Broadcasters Programming Report 2012)

2012년 9월 일 인쇄
2012년 9월 일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장
발행처 방송통신위원회
서울특별시 종로구 세종로 20
TEL: 02-750-1114
E-mail: webmaster@kcc.go.kr
Homepage: www.kcc.go.kr
인 쇄 인 성 문 화