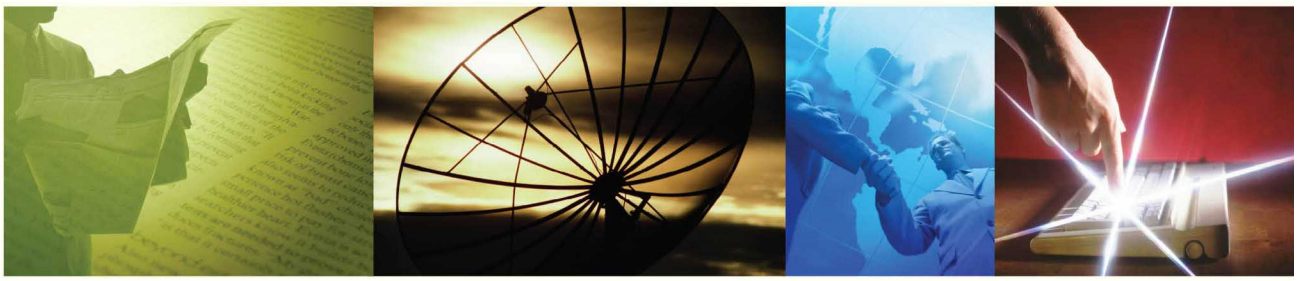
발간등록번호
11-1570100-000151-14

지역방송발전위원회 활동 백서

2013. 11



방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

발간등록번호
11-1570100-000151-14

지역방송발전위원회 활동 백서

2013. 11

방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

본 활동백서는 「방송법」 시행령 제25조의3 제4항에 따라 지역방송 발전위원회가 지역방송의 발전지원계획 수립 및 실적 평가를 위하여 작성하였습니다.

발 간 사

지난 2008년 8월 출범한 지역방송발전위원회는 방송통신 융합의 시대에 이어 스마트미디어시대로 일컬어지는 급변하는 환경 속에서 이미 제1기를 거쳤고 2011년 시작된 제2기도 마무리를 할 단계에 이르렀습니다.

지역방송발전위원회는「방송법」제42조의2에 따라 지역방송의 발전 및 지역방송콘텐츠의 경쟁력 강화와 유통구조 개선을 위하여 방송통신위원회에 설치된 기구로, 2013년 상반기까지 약 5년의 기간 동안 51회의 회의를 개최하였으며 약 100여건에 이르는 지역방송 안건을 심의해오고 있습니다.

지역방송발전위원회는 많은 안건들을 검토하면서 그때그때 핵심적인 사안에 대해서는 방송통신위원회에 건의문 형식을 통하여 의결사항을 전달함으로써 지역방송 정책결정에 기여하였습니다. 방송광고판매시장의 경쟁 도입에 따른 지역방송 지원, 지역방송 재정 안정화, IPTV 지상파 재송신, 지역방송 편성규제 등에 대해서 심의하고 구체적인 정책 방안들을 제안한 것들이 여기에 해당합니다.

또한 특별히 정책건의로 이어지지는 않았으나 지역방송발전위원회의 논의를 통하여 여러 가지 사안들을 공론화하여 자칫 묻혀버릴 수 있었던 지역방송 현안들이 정책적·사회적으로 관심이 유지되도록 하였습니다. 지역방송발전위원회는 지역방송의 제작·유통 및 인력, 디지털전환, 지역방송사간 합병, 지역 지상파DMB, 지역방송 평가, 지상파방송사의 N스크린서비스 등에 관한 안건과 수차례에 걸쳐 국회에서 발의된 지역방송 관련 법안들에 대해 논의하였을 뿐만 아니라 그간 지역방송과 관련하여 학계·업계에서 제기되어왔던 다양한 아이디어들을 종합적으로 집대성하여 지역방송 종합발전방안을 마련하기도 하였습니다.

이러한 지역방송발전위원회의 노력이 있었고 각계각층의 많은 분들이 질책과 조언을 아끼지 않으셨음에도 불구하고, 아직도 해결하지 못한 일들이 산적해 있을 뿐만 아니라 앞으로 지역방송이 나아갈 길이 탄탄대로만은 아닌 것으로 보입니다.

케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료방송이 성장하고 유·무선 인터넷의 보급 확산에 따라 온라인 매체들이 등장하였으며 최근에는 스마트미디어가 활성화되는 등 다양한 신

규 매체들이 늘어나 지상파방송의 위상이 과거에 비해 하락하면서 그 광고수익이 위축되고 있습니다. 이에 따라 지역성·다양성의 큰 축을 담당하고 있던 지역 지상파방송사들의 입지가 줄어들 것을 염려하는 목소리가 높아지고 있습니다. 이러한 어려운 때에 국회에서 발의된 지역방송 발전을 위한 「방송법 개정안」 및 「지역방송발전지원특별법안」은 지역방송사들에게 희망의 메시지로 다가오고 있습니다. 지역방송발전위원회도 이 기회를 최대한 살려 지역방송의 미래를 밝히고자 배전의 노력을 다하려 합니다.

이처럼 중요한 시점에 발간된 「지역방송발전위원회 활동백서」는 그동안의 지역방송 정책을 뒤돌아보고 향후 지역방송 발전계획을 재정비하는 데에 소중한 자료로 활용될 수 있을 것으로 기대합니다. 그리고 이는 방송 학계 및 업계의 지역방송 연구에 활용되어 지역방송정책 방향에 대한 지혜를 도출해 내는 데에도 크게 기여할 것으로 생각됩니다.

많은 분들의 지역방송과 지역방송발전위원회에 대한 지속적인 관심과 성원을 기대합니다.

2013년 11월

지역방송발전위위원회

위원장 홍 성 규

Contents

목 차

Ⅰ. 지역방송발전위원회의 구성, 직무 및 연혁 ····· 1

1. 지역방송발전위원회의 구성 ····· 3
2. 지역방송발전위원회의 운영 ····· 4
3. 지역방송발전위원회의 직무 ····· 5
4. 지역방송발전위원회 연혁 ····· 6

Ⅱ. 지역방송발전위원회 활동 및 평가 ····· 15

1. 지역방송발전위원회 활동실적 ····· 17
   가. 2008년 8월~12월 활동실적 ····· 23
   나. 2009년 상반기(1월~6월) 활동실적 ····· 26
   다. 2009년 하반기(7월~12월) 활동실적 ····· 27
   라. 2010년 상반기(1월~6월) 활동실적 ····· 29
   마. 2010년 하반기(7월~12월) 활동실적 ····· 30
   바. 2011년 상반기(1월~6월) 활동실적 ····· 31
   사. 2011년 하반기(7월~12월) 활동실적 ····· 33
   아. 2012년 상반기(1월~6월) 활동실적 ····· 34
   자. 2012년 하반기(7월~12월) 활동실적 ····· 35
   차. 2013년 상반기(1월~6월) 활동실적 ····· 36

2. 지역방송발전위원회 제도·활동에 대한 전문가 의견 ····· 36
가. 지역방송발전위원회 제도 ····· 37
나. 지역방송발전위원회 활동 ····· 42

Ⅲ. 지역방송 관련 언론보도 ····· 53

1. 언론보도 조사 대상 ····· 55
2. 언론보도 조사 결과 ····· 59

Ⅳ. 지역방송 관련 주요 법률안 ····· 65

1. 지역방송발전지원 특별법안 ····· 67
2. 방송법 일부개정 법률안 ····· 70
3. 방송광고판매대행 등에 관한 법률 ····· 72
4. 기타 지역방송 관련 법안 ····· 90

Ⅴ. 지역방송 관련 연구경향 ····· 95

1. 연구경향 분석 개요 ····· 97
2. 연구경향 분석 결과 ····· 97
가. 시기별 분포현황 ····· 97
나. 연구주제별 분포현황 ····· 98
다. 연구 논문의 주제별 연구경향 ····· 100
라. 연구보고서의 연구경향 ····· 113
3. 요약 및 결론 ····· 119

Ⅵ. 지역방송사 현황 ····· 125

1. 지역방송 총괄 ····· 127
가. 사업자 수 ····· 127
나. 매출액 ····· 128
다. 자산 ····· 129
라. 매출액 구성 ····· 131
마. 광고매출 ····· 133
바. 당기순이익 ····· 134
사. 배당 ····· 136

2. 지역방송 대주주 지분율 ····· 137

3. 지역방송 종사자 수 ····· 138
가. 종사자 총괄 ····· 138
나. 지역출신자 고용 ····· 140
다. 인적자원 개발 투자(2012) ····· 142

4. 지역방송 투자 ····· 143
가. 방송기술 관련 투자(2012) ····· 143
나. 디지털방송시설 투자비 ····· 144

5. 지역방송 프로그램제작 ····· 145
가. 제작비 현황 ····· 145
나. 제작원별 제작비 ····· 146
다. 장르별 제작비 ····· 147

6. 지역방송 프로그램 편성 ····· 148
가. 제작원별 프로그램 방송시간 ····· 148
나. 지역방송사별 자체제작 프로그램 방송시간 비율 ····· 150
다. 시청자 참여 프로그램 편성시간 ····· 151

라. 지역방송 시청자 평가프로그램 편성 현황 ····· 153
7. 지역방송사 지역활동 ····· 154
가. 지역방송사의 지역발전 기여 내용 ····· 154
나. 시청자위원회 운영 현황 ····· 159
다. 시청자 불만처리 현황 ····· 160
라. 지역방송사의 프로그램 수상 실적 ····· 161

〔부록 1〕 방송사별 프로파일 ····· 165
〔부록 2〕 지역방송 관련 보도 ····· 231
〔부록 3〕 지역방송사 연도별 현황 자료 ····· 259

Contents

표 목 차

〈표 1-1〉 지역방송발전위원회 연혁 ····· 6
〈표 2-1〉 지역방송발전위원회 개최 횟수(2008. 8~2013. 6) ····· 17
〈표 2-2〉 주제별 지역방송발전위원회 안건(2008. 8~2013. 6) ····· 19
〈표 3-1〉 언론보도 조사대상 전국 일간지 ····· 55
〈표 3-2〉 언론보도 조사대상 인터넷신문 ····· 56
〈표 3-3〉 언론보도 조사대상 방송사 ····· 57
〈표 3-4〉 지역방송 관련 기사 분류 주제 ····· 58
〈표 3-5〉 지역방송관련 보도 현황(주요 전국 일간지) ····· 60
〈표 3-6〉 지역방송 관련 보도현황(주요 인터넷신문) ····· 61
〈표 3-7〉 지역방송 관련 보도 현황(주요 방송사) ····· 62
〈표 5-1〉 분석대상 논문·보고서의 시기별 분포현황 ····· 98
〈표 5-2〉 분석대상 논문·보고서의 연구주제별 분포현황 ····· 99
〈표 6-1〉 지역방송 총괄 현황 ····· 127
〈표 6-2〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 현황 ····· 128
〈표 6-3〉 유형별 지역방송사 현황 ····· 128
〈표 6-4〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 매출액 현황 ····· 129
〈표 6-5〉 유형별 지역방송사 매출액 현황 ····· 129
〈표 6-6〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 자산 현황 ····· 130
〈표 6-7〉 유형별 지역방송사 자산 현황 ····· 130
〈표 6-8〉 지역방송사 매출액 구성 현황 ····· 131
〈표 6-9〉 지역방송사 방송사업 매출액 세부 구성 현황 ····· 132

〈표 6-10〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 광고매출 현황 ····· 133
〈표 6-11〉 유형별 지역방송사 광고매출 현황 ····· 134
〈표 6-12〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 당기순이익 현황 ····· 135
〈표 6-13〉 유형별 지역방송사 당기순이익 현황 ····· 135
〈표 6-14〉 지역방송사 배당 현황 ····· 136
〈표 6-15〉 유형별 지역방송사 배당액 현황 ····· 137
〈표 6-16〉 지역방송 대주주 지분율 평균 ····· 137
〈표 6-17〉 유형별 지역방송사 대주주 지분율 현황 ····· 138
〈표 6-18〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 종사자 수 현황 ····· 138
〈표 6-19〉 유형별 지역방송사 종사자 수 현황 ····· 139
〈표 6-20〉 지역방송사 지역출신자 고용 현황 ····· 140
〈표 6-21〉 2012년 인적자원 개발 투자 현황 ····· 142
〈표 6-22〉 2012년 방송기술 관련 투자 현황 ····· 143
〈표 6-23〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 디지털방송시설 투자비 현황 ····· 144
〈표 6-24〉 유형별 지역방송사 디지털방송시설 투자비 현황 ····· 144
〈표 6-25〉 지역방송사 제작비 세부 현황 ····· 145
〈표 6-26〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 제작비 현황 ····· 145
〈표 6-27〉 지역방송의 제작원별 제작비 현황 ····· 146
〈표 6-28〉 장르별 제작비 현황 ····· 147
〈표 6-29〉 제작원별 프로그램 방송시간 ····· 149
〈표 6-30〉 지역방송사별 자체제작 프로그램 방송시간 비율(2012년) ····· 150
〈표 6-31〉 시청자 참여 프로그램 편성시간 ····· 151
〈표 6-32〉 지역방송 시청자 평가프로그램 편성 현황 ····· 153
〈표 6-33〉 지역방송사의 지역발전 기여 내용 ····· 154
〈표 6-34〉 2012년 시청자위원회 운영 현황 ····· 159
〈표 6-35〉 2012년 시청자 불만처리 현황 ····· 160
〈표 6-36〉 2012년 지역방송사 프로그램 수상실적 ····· 161

Contents

그림목차

〔그림 6-1〕 유형별 지역방송사 자산 현황 ····· 131
〔그림 6-2〕 지역방송사 매출액 구성 현황 ····· 132
〔그림 6-3〕 지역방송사 방송사업수익 세부 구성 현황 ····· 133
〔그림 6-4〕 유형별 지역방송사 광고매출 현황 ····· 134
〔그림 6-5〕 유형별 지역방송사 종사자 수 현황 ····· 139

Ⅰ. 지역방송발전위원회의 구성, 직무 및 연혁

1. 지역방송발전위원회의 구성
2. 지역방송발전위원회의 운영
3. 지역방송발전위원회의 직무
4. 지역방송발전위원회 연혁

Ⅰ. 지역방송발전위원회의 구성, 직무 및 연혁

1. 지역방송발전위원회의 구성

「방송법」 제42조의2(지역방송발전위원회의 설치목적)에 따르면, 지역방송의 발전, 지역방송 콘텐츠의 경쟁력 강화와 유통구조 개선을 위해 방송통신위원회(이하 '방통위'와 혼용)에 지역방송발전위원회(이하 '지발위'와 혼용)를 둔다고 밝히고 있다. 지역방송발전위원회의 구성 및 운영에 관해서는 「방송법」 제42조의3 내지 4와 동법 시행령 제25조의3 제5항에 규정되어 있으며, 그 밖에 필요한 사항은 「지역방송발전위원회의 구성 및 운영에 관한 규칙」에서 정하고 있다.

지역방송발전위원회는 전체 5인으로 구성되는데, 방송통신위원회 위원장은 방통위 위원 중 2인을 지역방송발전위원회 위원장과 위원으로 위촉하고, 나머지 3인은 지역방송대표단체로 고시된 단체에서 각각 추천하는 자 중에서 위촉하도록 되어있다. 지역방송발전위원회 위원의 임기는 3년이고 연임할 수 있으며, 결원 시에는 결원된 날부터 30일 이내에 결원된 위원을 위촉하고 그 보궐위원의 임기는 전임자의 잔임 기간에 해당한다. 지역방송발전위원회 위원장이 부득이한 사유로 직무수행이 어려울 때에는 지역방송발전위원회 위원 중에서 방송통신위원회 위원을 겸임하는 자가 직무를 대행한다. 그리고 차순위 대행자는 나머지 위원 중에서 연장자 순으로 결정된다.

방송통신위원회 위원장이 지역방송대표단체로 고시한 단체는 정해진 자격요건을 갖춘 지역방송발전위원회 위원 후보를 1인 이상 추천할 수 있으며, 자격 요건은 다음 다섯 가지 중 하나를 충족하도록 되어있다. 첫째 방송 등 언론관계 분야에 5년 이상 종사한 자, 둘째 교육·문화계 단체 및 관련 연구기관에 5년 이상 종사한 자, 셋째 법조계에 5년 이상 재직한 자, 넷째 시청자·시민단체에서 5년 이상 활동한 자, 다섯째 기타 지역방송 관련 업무에 필요하다고 인정되는 분야에서 5년 이상 활동하였거나, 관련 전문성이 있다고 인정하는 자이다.

「지역방송대표단체에 관한 고시」에서는 지발위 위원 추천자격이 있는 단체를 다음과 같이 사업자 단체 부문, 학술단체 부문 및 비영리 단체 부문으로 규정하고 있다.

① 사업자 단체 부문: 2 이상의 사업자가 공동의 이익을 증진할 목적으로 조직한 결합체 또는 연합체 중 지역방송을 행하는 방송사업자 또는 지역방송국을 대표하는 단체(한국방송공사 계열, 문화방송 계열, 지역민영방송 계열, 독립라디오방송 계열 중 2개 이상 계열을 대표할 것)로서 연간 1회 이상의 정기회의를 개최하고 정관을 제정·운영할 것

② 학술단체 부문: 민법 제32조의 규정에 따라 설립된 비영리법인으로서 방송 또는 언론관련 연구와 학술활동을 목적으로 하고 지역방송 관련 연구실적이 있는 단체일 것

③ 비영리단체 부문: 비영리민간단체지원법 제4조에 따라 등록된 비영리민간단체 또는 민법 제32조에 따라 설립된 비영리법인 중 방송 또는 언론발전을 목적으로 하며 지역방송 관련 활동 실적이 있는 단체로서 연간 1회 이상의 정기회의를 개최하고 정관을 제정·운영할 것

방송통신위원회 위원장은 지역방송대표단체로부터 지발위 위원 후보를 추천받은 다음 공정하고 투명한 절차를 거쳐서 지역사회 발전과 지역방송에 관해 전문성 및 경험이 풍부하고 덕망이 있는 자로 지역방송발전위원회 위원을 선정·위촉하도록 되어 있다.

2. 지역방송발전위원회의 운영

「지역방송발전위원회의 구성 및 운영에 관한 규칙」에서 정한 지역방송발전위원회의 회의 개최, 의안 제출, 의결방식 등은 다음과 같다. 먼저 지발위 회의는 정기회의와 임시회의로 구분되는데, 정기회의는 월 1회 개최하며 임시회의는 방송통신위원회 위원장이나 지역방송발전위원회 위원장이 필요하다고 인정하는 때 또는 지역방송발전위원회 재적위원 1/3 이상의 요구가 있을 때 개최한다.

지역방송발전위원회의 회의 개최 시에, 지발위 위원장은 회의 개최 3일 전까지 회의일을 지정하고 의안과 관련 자료를 첨부하여 각 위원에게 회의소집을 통보해야 하는데, 다만 긴급을 요하는 불가피한 경우에는 예외를 적용할 수 있다. 또한 지역방송발전위원회 위원도 지역방송발전위원회 회의에 의안을 제출할 수 있다.

지역방송발전위원회 의사는 재적위원(5인) 과반수의 출석과 출석위원 과반수의 찬성으로 의결하도록 되어있다. 안건이 경미하거나 부득이한 사유로 회의를 직접 개최하기 어려운 경우 등에 일정 기한을 정해 서면으로 심의·의결할 수도 있다. 다만, 지역방송발전위원회 위원이 서면회의에 반대 의사를 표명하는 경우에는 서면으로 안건을 심의·의결할 수 없다. 이러한 지역방송발전위원회 회의와 관련한 행정사무는 방송통신위원회 사무조직이 수행하도록 되어있다.

지역방송발전위원회는 직무 수행과 관련하여 전문적 검토가 요구되는 사안에 대해 자문하기 위해 필요한 경우 분과위원회를 둘 수 있는데, 분과위원회 구성은 위원장 1인을 포함한 5인 이내의 위원으로 구성하도록 되어 있다. 분과위원장은 지역방송발전위원회 위원 중에서 지역방송발전위원회 위원장이 지명하도록 하고, 분과위원회 회의를 주재한다. 방통위 위원장은 업무 연관성과 전문성을 고려하여 외부 전문가를 포함한 분과위원회 위원을 위촉할 수 있는데, 외부 전문가의 분과위원 위촉은 지역방송발전위원회의 동의가 필요하다. 분과위원회는 지역방송발전위원회 위원장이 의뢰한 의안을 검토하고, 지역방송발전위원회가 의뢰한 사항을 검토하는 직무를 수행하며, 분과위원회 회의는 지역방송발전위원회 위원장이 필요시 개최를 제안할 수 있다. 그리고 「규칙」에서 정한 사항 외에 지역방송발전위원회 및 분과위원회 운영에 필요한 사항은 지역방송발전위원회의 의견을 들어 방송통신위원회가 별도로 정하도록 되어 있다.

지역방송발전위원회는 방송법이 규정한 직무(방송법 제42조의4)를 수행함에 있어 필요하다고 인정하는 경우에 관련 방송사업자 및 관계 전문가의 의견을 청취할 수 있으며, 방송통신위원회는 지역방송발전 계획 수립 및 실적 평가에 필요한 경우에 방송사업자 및 관련 기관 등에 관련 자료의 제출을 요구할 수 있다.

또한 「방송법」 시행령 제25조의3 제4항에 따라서 지역방송발전위원회는 지역방송의 발전지원계획 수립 및 실적 평가를 위해 매년 지역방송발전위원회 활동백서를 작성하여 공표할 수 있도록 되어있다.

3. 지역방송발전위원회의 직무

지역방송발전위원회의 직무는 「방송법」 제42조의 4에서 다음과 같이 다섯 가지로 규

정하고 있다. 첫째 지역방송발전지원계획 및 지역방송에 관한 지원정책의 심의, 둘째 지역방송의 전국적 유통기반 마련을 위한 시책의 평가, 셋째 지역방송의 발전지원에 관한 주요 시책의 평가, 넷째 지역방송 발전을 위한 교육 및 연구, 다섯째 그 밖에 방송통신위원회 위원장이 요구하거나 지역방송발전위원회의 목적 수행을 위해 필요한 사항이다.

4. 지역방송발전위원회 연혁

2007년 1월, 「방송법」에 지역방송발전위원회 관련 조항이 신설되었으며 그에 따라서 2008년 8월 제1기 지발위가 출범하여 활동하였으며 2011년 8월에 제2기가 출범하여 현재에 이르고 있다. 지발위의 구체적인 연혁은 다음 〈표 1－1〉과 같다.

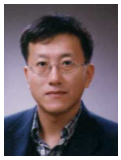
〈표 1－1〉 지역방송발전위원회 연혁

○ 2007. 1. 26. 방송법 제3장의2 지역방송발전위원회 조항 신설
○ 2008. 2. 22. 방송법 시행령 제3장의2 지역방송발전위원회 조항 신설
○ 2008. 8. 19. 제1기 지역방송발전위원회 출범
－ 초대 위원장: 송도균 방송통신위원회 상임위원(당연직)
－ 내부위원: 이병기 방송통신위원회 상임위원(당연직)
－ 외부위원: 양문석 공공미디어연구소 소장(방송균형발전연대 추천)
정재욱 변호사(한국지역방송협회 추천)
한진만 강원대 교수(한국방송학회 추천)
○ 2010. 3. 3. 위원 구성 변경
－ 내부위원: 이병기 방송통신위원회 상임위원 사임으로 공석
○ 2010. 8. 17. 위원 구성 변경
－ 제2대 위원장: 형태근 방송통신위원회 상임위원(당연직 승계)
－ 내부위원: 양문석 방송통신위원회 상임위원(당연직 승계)
－ 외부위원: 김재영 충남대 교수(방송균형발전연대 추천 승계)
○ 2011. 3. 26. 위원 구성 변경
－ 제3대 위원장: 홍성규 방송통신위원회 상임위원(당연직 승계)
○ 2011. 8. 19. 제2기 지역방송발전위원회 출범
－ 위원장: 홍성규 방송통신위원회 상임위원(당연직)
－ 내부위원: 양문석 방송통신위원회 상임위원(당연직)
－ 외부위원: 박종보 한양대 교수(미디어공공성과 발전을 위한 시민연대 추천)
주정민 전남대 교수(한국방송학회 추천)
홍대식 서강대 교수(한국방송협회 추천)

〔참고 1〕 지역방송발전위원회 위원 프로필

□ 제1기 위원

구분	직위	성명	학력 및 경력	추천단체
위원장 (초대)	 (위원장)	송도균 (1943)	• 한국외국어대 스페인어학과 학사 • 동양방송(TBC) 및 중앙일보 기자 • SBS 사장 • 숙명여대 언론정보학부 석좌교수 • 제1기 방송통신위원회 부위원장	방통위원 당연직 ('08. 8. 19~'10. 8. 16) (교체)
위원장 (2대)	 (위원장)	형태근 (1957)	• 성균관대 경제학과 학사 • 미국 뉴욕주립대 경영학과 석사 • 동양대 명예 경영학 박사 • 제1기 방송통신위원회 상임위원 • (현)부산광역시청 정보통신정책고문	방통위원 당연직 ('10. 8. 17~'11. 3. 25) (임기만료)
위원장 (3대)	 (위원장)	홍성규 (1948)	• 한국외국어대 정치외교학과 학사 • 중앙대 신방대학원 석사 • KBS 보도국 국장 • KBS 특임본부 본부장 • 중앙대 신문방송학과 석좌교수 • (현)제2기 방송통신위원회 부위원장	방통위원 당연직 ('11. 3. 26~'11. 8. 18) (임명)
내부 위원 (초대)	 (위원)	이병기 (1951)	• 서울대 전자공학과 학사 • 경북대 전자공학과 석사 • 미국 UCLA 공학박사 • (전) 제1기 방송통신위원회 상임위원 • (현)서울대 전기공학부 교수	방통위원 당연직 ('08. 8. 19~'10. 3. 3) (사임: '10. 3. 3)
내부 위원 (2대)	 (위원)	양문석 (1966)	• 성균관대 유학과 학사 • 성균관대 신문방송학과 석사, 박사 • 언론개혁시민연대 사무총장 • 공공미디어연구소 소장 • (현)제2기 방송통신위원회 상임위원	방통위원 당연직 ('10. 8. 17~'11. 8. 18) (임명: '10. 7. 19)

구분	직위	성명	학력 및 경력	추천단체
외부 위원	 (위원)	양문석 (1966)	• 성균관대 유학과 학사 • 성균관대 신문방송학과 석사, 박사 • 언론개혁시민연대 사무총장 • 공공미디어연구소 소장 • (현)제2기 방송통신위원회 상임위원	방송균형 발전연대 ('08. 8. 19~'10. 7. 19) (사임: '10. 7. 19)
외부 위원 (보궐)	 (위원)	김재영 (1968)	• 성균관대 철학과 학사 • 성균관대 신문방송학과 석사 • 미국 서던일리노이대 언론학 박사 • 한국방송학회 총무이사 • (현)충남대 언론정보학과 부교수	방송균형 발전연대 ('10. 8. 17~'11. 8. 18)
외부 위원	 (위원)	한진만 (1954)	• 고려대 신문방송학과 학사, 석사 • 고려대 언론학 박사 • 건국대 신문방송학과 교수 • 한국방송학회 회장('07－'08) • (현)강원대 신문방송학과 교수	(사)한국방송학회 ('08. 8. 19~'11. 8. 18)
외부 위원	 (위원)	정재욱 (1967)	• 연세대 신문방송학과 학사 • 진주MBC PD('95~'96) • 대구방송 PD('96~'98) • 제44회 사법시험 합격('02) • 법률사무소 오름 변호사 • (현)MBC플러스미디어 상근이사	한국지역 방송협회 ('08. 8. 19~'11. 8. 18)

□ 제2기 위원

구분	직위	성명	학력 및 경력	추천단체
위원장	(위원장)	홍성규 (1948)	• 한국외국어대 정치외교학과 학사 • 중앙대 신방대학원 석사 • KBS 보도국 국장 • KBS 특임본부 본부장 • 중앙대 신문방송학과 석좌교수 • (현)제2기 방송통신위원회 부위원장	방통위원 당연직
내부 위원	(위원)	양문석 (1966)	• 성균관대 유학과 학사 • 성균관대 신문방송학과 석사, 박사 • 언론개혁시민연대 사무총장 • 공공미디어연구소 소장 • (현)방송통신위원회 상임위원	방통위원 당연직
외부 위원	(위원)	홍대식 (1965)	• 서울대 법과대학 학사 • 서울대 법학과 석·박사 • 판사 및 변호사(법무법인 율촌) • (현)방송분쟁조정위원회 위원 • (현)서강대 법학대학원 교수	한국방송협회
외부 위원	(위원)	주정민 (1964)	• 전남대 신문방송학과 학사 • 고려대 신문방송학과 석·박사 • (현)방송학회 지역방송특위 위원 • (현)전남대 신문방송학과 부교수	(사)한국방송학회
외부 위원	(위원)	박종보 (1960)	• 서울대 법과대학 학사 • 서울대 법학과 석·박사 • 헌법재판소 헌법연구위원 • (현)미디어공공성과발전을위한 시민연대 사무총장 • (현)한양대 법학전문대학원 교수	미디어공공성과 발전을위한 시민연대

〔참고 2〕 지역방송발전위원회 관련 법령 및 규정

방송법 제3장의2 지역방송발전위원회

제42조의2(지역방송발전위원회의 설치) 지역방송의 발전 및 지역방송콘텐츠의 경쟁력 강화와 유통구조 개선을 위하여 방송통신위원회에 지역방송발전위원회를 둔다.

제42조의3(지역방송발전위원회의 구성 등) ① 지역방송발전위원회는 위원장을 포함한 5인의 위원으로 구성한다.

② 위원장은 방송통신위원회 위원장이 방송통신위원회 위원 중에서 위촉한 1인으로 한다.

③ 위원은 지역사회의 발전과 지역방송에 관하여 전문성과 경험이 풍부하고 덕망이 있는 자 중에서 방송통신위원회 위원장이 위촉하되, 위원중 1인은 방송통신위원회 위원으로 하고, 나머지 3인은 지역방송을 대표할 수 있다고 방송통신위원회 위원장이 인정하는 단체가 각각 추천하는 자로 한다.

④ 위원의 임기는 3년으로 하되, 연임할 수 있다.

⑤ 위원에 결원이 있는 때에는 결원된 날부터 30일 이내에 제3항의 규정에 따라 결원된 위원을 위촉한다. 이 경우 보궐위원의 임기는 전임자의 잔임 기간으로 한다.

⑥ 그 밖에 지역방송의 범위 및 지역방송발전위원회의 운영 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제42조의4(지역방송발전위원회의 직무) 지역방송발전위원회는 다음 각 호의 직무를 수행한다.

1. 지역방송발전지원계획 및 지역방송에 관한 지원정책의 심의
2. 지역방송의 전국적 유통기반 마련을 위한 시책의 평가
3. 지역방송의 발전지원에 관한 주요시책의 평가
4. 지역방송 발전을 위한 교육 및 연구
5. 그 밖에 방송통신위원회 위원장이 요구하거나 지역방송발전위원회의 목적수행을 위하여 필요한 사항

방송법 시행령 제3장의2 지역방송발전위원회

제25조의2(지역방송의 범위) 법 제42조의3제6항에 따른 지역방송은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 지역을 방송구역으로 하는 지상파방송으로 한다.

1. 특별시 일부와 특별시 외의 지역
2. 특별시 외의 지역

제25조의3(지역방송발전위원회의 운영 등) ① 방송통신위원회 위원장은 법 제42조의3제3항에 따라 지역방송을 대표할 수 있다고 인정하는 단체(이하 “지역방송대표단체”라 한다)를 고시할 수 있다.

② 지역방송대표단체는 방송통신위원회 위원장에게 지역방송발전위원회 위원 후보를 추천할 수 있으며, 방송통신위원회 위원장은 지역방송대표단체가 추천한 후보 중 3명을 지역방송발전위원회 위원으로 위촉한다.

③ 지역방송발전위원회 위원장이 부득이한 사유로 직무를 수행할 수 없을 때에는 지역방송발전위원회 위원 중 방송통신위원회 위원을 겸임하는 자가 그 직무를 대행하며, 지역방송발전위원회 위원장과 방송통신위원회 위원을 겸임하는 자가 모두 직무를 수행할 수 없을 때에는 지역방송발전위원회 위원 중 연장자 순으로 그 직무를 대행한다.

④ 지역방송발전위원회는 지역방송의 발전지원계획 수립 및 실적평가를 위하여 매년 지역방송발전위원회 활동백서를 작성하여 공표할 수 있다.
⑤ 제1항부터 제4항까지의 규정 외에 지역방송발전위원회의 구성 및 운영 등에 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다.

지역방송발전위원회 구성 및 운영에 관한 규칙

제 1 장 총 칙

제1조(목적) 이 규칙은 방송법(이하 "법"이라 한다) 제42조의2 내지 4와 동법시행령 제25조의3제5항에 의하여 지역방송발전위원회 구성 및 운영에 관하여 필요한 사항을 정함을 목적으로 한다.

제 2 장 구성 및 운영

제2조(지역방송발전위원회 설치) 지역방송의 발전 및 지역방송콘텐츠의 경쟁력 강화와 유통구조 개선을 위하여 방송통신위원회(이하'위원회'라 한다)에 '지역방송발전위원회'를 둔다.

제3조(지역방송발전위원회 구성) ①위원회 위원장은 위원회 위원 중 2인을 지역방송발전위원회 위원장과 위원으로 위촉하고, 나머지 3인은 지역방송대표단체로 고시된 단체에서 각각 추천하는 자 중 위촉한다.
② 위원회 위원장이 지역방송대표단체로 고시한 단체는 이 법 제4조의 자격요건을 갖춘 지역방송발전위원회 위원 후보를 1인 이상 추천할 수 있다.
③ 위원회 위원장은 지역방송대표단체의 위원 후보를 추천받은 후에 공정하고 투명한 절차를 거쳐 지역사회의 발전과 지역방송에 관하여 전문성과 경험이 풍부하고 덕망이 있는 자로 지역방송발전위원회 위원을 선정, 위촉해야 한다.

제4조(지역방송발전위원회 위원 자격) 지역방송발전위원회 위원은 다음 각호의 1에 해당하는 자격이 있는 자로 위촉한다.
1. 방송 등 언론관계 분야에 5년 이상 종사한 자
2. 교육·문화계 단체 및 관련 연구기관에 5년 이상 종사한 자
3. 법조계에 5년 이상 재직한 자
4. 시청자·시민단체에서 5년 이상 활동한 자
5. 기타 지역방송 관련 업무에 필요하다고 인정되는 분야에서 5년 이상 활동하였거나, 관련 전문성이 있다고 인정하는 자

제5조(지역방송발전위원회 위원의 제척·기피 및 회피) ① 지역방송발전위원회 위원이 다음 각호의 1에 해당하는 경우에는 제6조의 규정에 따른 안건 등의 심의·의결에서 제척된다.
1. 지역방송발전위원회 위원 또는 그 배우자나 배우자이었던 자, 친족관계에 있던 자가 해당 사안과 관련한 권리·의무관계가 있는 경우
2. 지역방송발전위원회 위원 또는 그 배우자의 소속 회사(또는 단체)가 해당 사안과 관련한 권리·의무 관계에 있는 경우
3. 지역방송발전위원회 위원이 해당 사안과 관련하여 그 대리인 또는 자문인으로서 관여하거나 관여하였던 경우

② 당해 사안의 당사자는 지역방송발전위원회 위원에게 심의·의결의 공정을 기대하기 어려운 때에는 기피신청을 할 수 있으며, 이 경우 지역방송발전위원회 위원장이 기피 여부를 결정한다.
③ 지역방송발전위원회 위원이 제1항의 사유에 해당하는 때에는 스스로 그 사건의 심의·의결에서 회피할 수 있다.
④ 제1항의 규정에 따라 심의·의결에 참가하지 못하는 지역방송발전위원회 위원은 제6조제1항 및 제4항의 규정에 의한 정족수 계산에 포함하지 아니한다.

제6조(지역방송발전위원회 회의) ① 지역방송발전위원회 회의는 정기회의와 임시회의로 구분하며, 정기회의는 월 1회, 임시회의는 위원회 위원장이나 지역방송발전위원회 위원장이 필요하다고 인정하는 때 또는 지역방송발전위원회 재적위원 3분의 1이상의 요구가 있을 때 개최한다.
② 제①항에 의한 회의 개최시, 지역방송발전위원회 위원장은 회의개최 3일전까지 회의일을 지정하고 의안과 관련 자료를 첨부하여 각 위원에게 회의소집을 통보하여야 한다. 다만, 긴급을 요하는 등 불가피한 경우에는 그러하지 아니하다.
③ 지역방송발전위원회 위원은 지역방송발전위원회 회의에 의안을 제출할 수 있다.
④ 지역방송발전위원회 의사는 재적위원 과반수의 출석과 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다.
⑤ 회의와 관련된 행정사무는 위원회 사무조직이 한다.
⑥ 안건이 경미하거나 부득이한 사유로 회의를 직접 개최하기 어려운 경우 등에는 일정한 기한을 정하여 서면으로 심의·의결할 수 있다. 다만, 지역방송발전위원회 위원이 서면회의에 반대하는 의사를 표시하는 경우에는 그러하지 아니하다.

제7조(지역방송발전위원회 위원 대우) 지역방송발전위원회 위원에게는 수당과 여비, 기타 실비를 예산의 범위내에서 지급할 수 있다.

제8조(의견 청취) ① 지역방송발전위원회는 법 제42조의4의 직무를 수행함에 있어 필요하다고 인정하는 때에는 관련 방송사업자 및 관계 전문가의 의견을 청취할 수 있다.
② 관계자의 의견을 청취하였을 경우 위원회는 이들에게 예산의 범위 내에서 여비 기타 실비를 지급할 수 있다.

제9조(자료제출 요구) 위원회는 지역방송발전 계획 수립 및 실적 평가에 필요한 경우, 방송사업자 및 관련 기관 등에 관련 자료의 제출을 요구할 수 있다.

제 3 장 분과위원회

제10조(분과위원회 설치) ① 지역방송발전위원회는 직무수행과 관련하여 전문적 검토가 요구되는 사안에 대해 자문하기 위하여 필요한 경우 분과위원회를 둘 수 있다.

제11조(분과위원회 구성) ① 분과위원회는 위원장 1인을 포함한 5인 이내의 위원으로 구성한다.
② 분과위원회 위원장은 지역방송발전위원회 위원장이 지명하는 지역방송발전위원회 위원이 되며, 분과위원회의 회의를 주재한다.
③ 위원회 위원장은 업무 연관성과 전문성을 고려하여 외부 전문가를 포함한 분과위원회 위원을 위촉할 수 있다. 다만, 외부전문가의 분과위원 위촉시에는 지역방송발전위원회의 동의를 얻어야 한다.

제12조(분과위원회의 직무) 분과위원회의 직무는 다음과 같다.
1. 지역방송발전위원회 위원장이 의뢰한 의안 검토
2. 지역방송발전위원회가 의뢰한 사항 검토

제13조(분과위원회 회의) 지역방송발전위원회 위원장은 필요시 분과위원회 회의 개최를 제안할 수 있다.

제14조(준용규정) 제5조, 제6조제2항 및 제4항, 제7조, 제9조의 규정은 분과위원회에 관하여 이를 준용한다.

제15조(보칙) 이 규칙에서 규정한 사항 외에 지역방송발전위원회 및 분과위원회 운영에 관하여 필요한 사항은 지역방송발전위원회의 의견을 들어 위원회가 별도로 정한다.

부 칙

이 규칙은 발령한 날부터 시행한다.

Ⅱ. 지역방송발전위원회 활동 및 평가

1. 지역방송발전위원회 활동실적

2. 지역방송발전위원회 제도·활동에 대한 전문가 의견

Ⅱ. 지역방송발전위원회 활동 및 평가

1. 지역방송발전위원회 활동실적

2008년 8월 지역방송발전위원회(이하 '지발위'와 혼용)가 발족한 이후 2013년 6월까지 약 5년 동안 총 51회의 회의를 개최하였고, 39회까지가 1기 지역방송발전위원회에 활동에 해당하고 이후는 2기 활동에 해당한다. 전체 51번의 회의 중 5번의 회의는 비공개로 처리되었다.

〈표 2－1〉 지역방송발전위원회 개최 횟수(2008. 8~2013. 6)

	2008. 8~12	2009. 1~12	2010. 1~12	2011. 1~12	2012. 1~12	2013. 1~6	계
개최 횟수	7	11	10	13 (비공개4회)	8 (비공개1회)	2	51

발족 첫해였던 2008년은 약 5개월 동안의 활동이었음에도 불구하고 무려 7회의 회의를 개최하여 안건을 다루었는데, 이 기간 중에는 당시 현안이었던 방송법 시행령 개정을 통한 SO 겸영규제 완화 이슈, 민영 미디어렙 도입, IPTV 지상파재송신, SO 지역채널 보도 프로그램 등에 대한 논의가 이루어졌다. 이 중 IPTV 지상파 재송신에 대해서는 방송권역 준수, 전파월경지역 재송신 협의, 지역방송 차별・선택 금지, 지역콘텐츠 경쟁력 강화 및 유통구조 개선 등 지발위 의견을 방송통신위원회(이하 '방통위'와 혼용)에 건의하기도 하였다.

2009년에는 11회의 회의가 개최되었는데, 지역방송사가 건의한 지역방송 편성규제 개선방안에 대한 논의를 하고 건의문을 작성하여 방송통신위원회에 통지하였고, 방송광고판매제도 개선에 관한 사항을 보고사항을 포함하여 7차례에 걸쳐 집중적으로 다루었고 역시 건의안을 만들어 방통위에 전달하기도 하였다. 지역방송 편성규제와 관련하여 방통위에 건의한 내용에는 지역방송의 자체편성 의무비율 완화, 자체제작 역량 강화, 외주 제작 편성비율 완화, 특수관계자 외주제작물 비율에서 지역방송 제작물 제외

등이 포함되어 있었다. 그리고 방송광고판매제도에 관한 논의는 2008년 11월 KOBACO의 지상파방송광고 독점판매에 대한 헌법재판소의 헌법 불합치 판정에 따른 방통위의 후속 대책 마련과 관련된 활동이었다. 이와 관련하여 지발위가 방통위가 건의한 내용에는 방송광고판매제도 개선시 지역방송 지원방안 마련, 광고판매대행사업자 허가제 및 1인 소유지분 제한, 지역방송 광고요금 및 광고매출 배분기준에 대한 개선방안 검토, 방송광고정책 수립을 위한 자문기구·연구반 운영 검토 등이 포함되어 있었다.

2010년에는 10차례의 지발위 회의가 열렸으며, KBS 지역방송국의 자체편성 비율 제고방안, 방송법 개정안(의원입법), 지역방송 재정안정화 지원방안, 지역방송 평가지표, 미디어렙 도입에 따른 지역방송 발전방안 등에 대한 토의가 이루어졌다. 이 중 지역방송 재정안정화를 위하여 지역방송의 전파료 합리적 배분, 방송발전기금의 감면·유예, 광고 금지품목 해제 시범사업 등에 대해 방통위에 건의하기도 하였다. 국회에서 발의되었던 방송법 개정안에는 중앙사의 지역방송프로그램 의무 편성, 지상파 합병·분할에 대한 지발위의 직무 규정 등이 포함되어 있었다.

2011년에는 4번의 비공개 회의를 포함하여 가장 많은 13회의 회의를 개최했는데 지역방송발전지원특별법안(의원입법), 방송법 시행령 개정안, 지역지상파DMB 활성화, 지역방송 평가방안, 지역MBC 합병 등에 대한 논의가 이루어졌다. 지역방송발전지원특별법안에는 지역방송·지역방송사 용어 정의, 디지털전환 지원, 제작방송프로그램 편성, 지발위 설치, 지역방송발전기금 설치 등의 내용이 포함되어 있었고, 방송법 시행령 개정안은 협찬고지, 외주제작 인정 기준 개선에 관한 내용이었다. 지역방송 평가방안은 주로 지역방송 평가지표 신설에 관한 사항이었다. 2011년에 지발위 회의가 가장 많았던 것은 창원－진주 MBC간 합병과 관련하여 현장 의견 청취 등을 포함하여 다수의 회의를 개최했던 영향이 있었던 것으로 보인다.

2012년에도 1번의 비공개 회의가 있었으며 모두 8차례의 회의가 개최되었다. 이 해에는 지역방송 종합발전방안을 통해 많은 이슈들이 포괄적으로 논의되었으며, 그 밖에도 지역방송발전지원특별법안(의원발의), 방송법개정안(의원발의), 지상파 N스크린 동향에 관한 사항들이 다루어졌다. 방송법개정안에는 지역방송 용어정의, 지역방송 공적책임, 주주의 경영 및 방송제작·편성 부당 관여 금지, 허가·승인 심사기준에 지역성 추가, 지발위 구성·직무 변경, 자체편성규제의 자체 규제 전환 등이 포함되어 있었다. 모두

3차례에 걸쳐 논의된 지역방송 종합발전방안에는 지역방송 콘텐츠 제작·유통 촉진, 재정기반 건전화, 규제합리화 및 정책 인프라 구축 등 4대 기본 정책방향을 중심으로 그간 학계·업계 등에서 논의되었던 수많은 지역방송 이슈들이 세부 사항으로 포함되어 있었다.

2013년 상반기는 신정부 출범, 정부조직 개편 등 외부 환경 변화로 인하여 이전에 비해 위원회 활동은 소강상태를 보였다. 2차례에 걸쳐 개최된 회의에서는 지역방송발전위원회 활동백서 발간과 지역방송발전지원법 연구에 관한 계획을 보고받았다.

지역방송발전위원회는 비공개로 분류된 5번의 회의를 제외한 46차례의 회의를 통하여 100여건 가까운 안건(보고 안건 포함)을 다루었다. 이들 안건을 주제별로 분류해보면 지발위 구성·운영에 대한 안건(19건)을 제외하면 광고제도에 관한 안건이 10건으로 가장 많았던 것으로 나타났다. 다음으로 많이 다룬 안건은 법령개정안, 편성규제, 지역방송 현황·현안, 정책연구·연구반 관련한 것들로 각각 8건씩이었고, 지역방송 이슈들을 포괄한 종합계획에 대해서는 7건의 안건이 다루어졌다. 물론 지역방송 현황·현안, 정책연구 그리고 종합계획에 포함된 방안들을 세분하여 각 이슈들로 재분류해보면 좀 더 다른 결과가 도출될 수도 있을 것이나, 안건 단위로 분류하는 것이 공정할 것으로 보고 이런 식의 분류방식을 선택하였다. 그 밖에는 유료방송이나 N스크린서비스와 같은 뉴미디어 이슈에 대해서 5건, 합병·허가와 지상파DMB에 대하여 각각 4건, 방송발전기금과 콘텐츠 제작·유통에 대하여 각각 3건씩의 안건이 다루어졌다.

〈표 2-2〉 주제별 지역방송발전위원회 안건(2008. 8~2013. 6)

구분	안건/보고사항/기타	건수
법령 개정안	○ 방송법 시행령 개정안 중 지역방송 관련 사항-SO겸영규제, 지역DMB 채널 운영, 외주제작 편성(2차) ○ 방송법 시행령 개정안 중 지역방송 관련 사항-SO 겸영규제 완화(3차) ○ 〈보고〉 방송법 개정안(의원입법)에 관한 사항-중앙사의 지역방송 프로그램 의무편성, 지상파 합병/분할에 대한 지발위의 직무(27차) ○ 〈보고〉 방송법 개정안(의원입법)에 관한 사항-지상파 합병/분할에 대한 지발위의 직무, 지역방송 정의 규정(28차) ○ 〈보고〉 지역방송발전지원 특별법안(의원입법)에 관한 사항(29차) ○ 〈보고〉 방송법 시행령 일부 개정안-협찬고지, 외주제작 인정기준 개선(32차)	8건

구분	안건/보고사항/기타	건수
법령 개정안	○ 〈보고〉 지역방송 발전 지원 관련 의원 발의 법안에 관한 사항: 지역방송지원 특별법안(장병완 대표발의), 방송법 개정안(신경민 대표발의)(47차) ○ 〈보고〉 지역방송 발전을 위한 법제도 개선에 관한 사항: 연구과제 발주계획, 연구반 구성·운영 계획(51차)	8건
콘텐츠 제작 및 유통	○ 〈기타〉 지역방송 콘텐츠 활성화 방안(연구결과)(9차) ○ 〈보고〉 지역방송 콘텐츠 제작지원 현황(12차) ○ 〈보고〉 지역방송 제작 프로그램 유통 활성화 방안: 지역방송정책연구반 1차 결과(25차)	3건
편성규제	○ 지역방송 편성규제 개선 방안－연구 중간 결과(4차) ○ 〈보고〉 지역방송 편성규제 개선 방안－연구결과(9차) ○ 지역방송 편성규제 개선방안(10차) ○ 지역방송 편성규제 개선에 관한 사항(11차)→방통위 건의 ○ 지역방송 프로그램 편성 현황－KBS지역방송국 자체편성현황, 지역 제작 프로그램 유통 현황(23차) ○ 〈보고〉 KBS 지역방송국 자체편성비율 제고 방안－지역방송정책연구반 1차회의 결과(25차) ○ KBS 지역방송 자체편성 비율 제고 방안－KBS의견 추가(26차) ○ 〈보고〉 KBS 지역방송 자체편성 비율 제고방안에 관한 사안－KBS담당자 의견청취(27차)	8건
광고제도	○ 민영 미디어렙도입에 관한 사항(3차) ○ 〈보고〉 광고제도 변화 관련 지역방송 건의(11차) ○ 〈보고〉 전국송출 프로그램 광고료 배분 체계(12차) ○ 〈보고〉 광고판매제도 개선에 관한 지역방송사 건의(12차) ○ 방송광고판매제도개선 관련 건의(안)(13차) ○ 방송광고 판매제도 개선에 관한 사항(14차) ○ 방송광고 판매제도 개선관련 지역방송 보완책 건의에 관한 건(15차)→ 방통위 건의 ○ 〈보고〉 지역방송광과 판매제도 보완책 관련 자문결과(17차) ○ 지역방송 방송광고 판매제도 관련 자문결과에 관한 사항(18차) ○ 미디어렙 도입에 따른 지역방송 발전 방안－방송학회 지역방송특별위 세미나 결과 보고받고 논의(24차)	10건
기금	○ 〈보고〉 방송발전기금 지역방송 지원 현황(7차) ○ 〈기타〉 '09년 방발기금 지원 계획(10차) ○ 〈보고〉 '07~08지역방송 발전기금 지원현황(11차)	3건
인력	○ 〈기타〉 최근 3년간('06~'08) 지역방송 인원 변동(10차) ○ 〈보고〉 최근 3년간('06~'08) 지역방송 세부 인원변동(11차)	2건
디지털전환	○ 〈보고〉 방송사 디지털전환 지원 현황(22차)	1건

구분	안건/보고사항/기타	건수
지상파 DMB	○ 지역MBC, 한국DMB간 TDMB 채널 임대에 관한 사항(16차) ○ 〈보고〉 지역지상파 DMB 활성화에 관한 사항(28차) ○ 지역 지상파DMB 활성화에 관한 건(31차) ○ 지역 지상파DMB 활성화에 관한 사항－뉴미디어과장 보고(32차)	4건
방송평가	○ 지역방송 평가 지표에 관한 건(27차) ○ 지역방송 평가 방안에 관한 건(39차)	2건
합병・허가	○ 〈보고〉 창원－진주MBC 법인 합병에 관한 사항(29차) ○ 창원－진주MBC 합병 관련 현장의견 청취－창원(36차) ○ 창원－진주MBC 합병 관련 현장의견 청취－진주(37차) ○ 〈보고〉 KBS 경인 제1TV 방송국 허가결과 보고(26차)	4건
재송신	○ IPTV의 지상파 재송신에 관한 사항(5차) ○ 지역방송 IPTV재송신에 관한 사항(6차) → 방통위 건의 ○ 〈기타〉 지발위 간담회 결과 보고: IPTV 재송신관련 실무부서안 제출하여 차기회의 논의하기로함(6차)	3건
뉴미디어 등	○ 〈보고〉 SO 지역채널 보도 프로그램에 관한 사항(4차) ○ 공익채널 선정 절차/기준에 관한 사항(4차) ○ SO 지역채널 보도프로그램에 관한 사항(7차) ○ 〈보고〉 N스크린서비스와 지역방송에 관한 사항(41차) ○ 〈보고〉 지상파N스크린 서비스 동향에 관한 사항(46차)	5건
종합계획	○ 지역방송 재정안정화 지원방안에 대한 방통위 건의문: 전파료 합리적 배분방안 마련, 광고금지품목 해제 시범사업, 재정 취약 지역사에 대한 기금 감면/유예, 지원 대상 방송사 도덕적 해이 방지를 위한 재정, 경영진 도덕성 평가 체계 마련(25차) ○ 지역방송 종합발전방안에 관한 건: 방송구역 구분기준 및 평가지표 마련, 지역방송콘텐츠 유통센터 구축, 자체편성 의무비율, 방통기금 징수율 및 방송시간 규제 개선(31차) ○ 지역방송 경쟁력 제고를 위한 정책 방안에 관한 사항: 지역방송 경영합리화 방안, 콘텐츠 제작 유통방안, 지원 및 제도 개선방안(41차) ○ 〈보고〉 지역방송 발전방안 아젠다에 관한 사항(방송학회, 지역민방, 지역MBC 제안 정책): 지역방송 정의, 편성 규제, 콘텐츠 유통, 미디어렙과 광고정책, 방통기금 유예, 라디오, DMB 등(43차) ○ 〈보고〉 지역방송 종합발전방안(초안) 마련에 관한 사항(44차) ○ 〈보고〉 지역방송 종합발전방안에 관한 건(45차) ○ 〈기타〉 지역방송 중장기 지원계획 수립(7차)	7건
지역방송 현황・현안	○ 〈보고〉 지역방송 현안에 관한 사항: 지역방송 대표단 건의사항(미디어렙, 편성, 디지털전환)(1차) ○ 〈보고〉 지역방송 현황 및 정책 현안에 과한 사항(콘텐츠 유통, 광역화, 디지털전환)(3차)	

구분	안건/보고사항/기타	건수
지역방송 현황・현안	○ 〈보고〉 '08년 지역방송사 경영실적(14차) ○ 〈보고〉 방송시장 변화와 지역방송 생존전략 토론회 내용 요약: 대구경북 언론학회 주최 토론회 결과 보고(지역광고활성화, 미디어관련법과 지역방송, 환경변화에 따른 지역방송 생존전략)(14차) ○ 2010년 지역방송 정책 아젠다에 관한 사항 I(21차) ○ 2010년도 지역방송 정책 아젠다에 관한 사항 II－2010년 지역방송 정책 아젠다 선정(전파료, 수도권 방송사 지역방송 의무편성, KBS 지역방송 편성 의무)(22차) ○ 〈보고〉 지역방송사 주요 현황에 관한 사항－자체편성, 자체제작편성, 제작비 현황(27차) ○ 〈보고〉 2011년 지역방송 정책 아젠다에 관한 사항: 지역 지상파DMB 활성화를 위한 광고수익 배분 정상화, 방송시간 자율화시 의무편성 비율 규제 완화, 지역 지상파DMB 규제 개선, 방통기금 징수율의 비대칭 규제 개선, 지역방송 콘텐츠 유통센터 구축(30차)	8건
지발위 구성・운영	○ 〈보고〉 지발위 구성 및 운영에 관한 사항: 구성현황, 법률상 직무(1차) ○ 〈보고〉 회의 및 회의록 등 작성・공개에 관한 사항(2차) ○ 〈보고〉 2009년 지발위 운영 계획: 편성규제, 미디어렙 보완, 광역화(8차) ○ 〈기타〉 지발위 건의사항에 대한 업무처리 절차: 지발위의 방통위 건의사항 처리 절차(사후관리 철저)(17차) ○ 〈보고〉 지발위 건의사항에 대한 처리결과 보고: IPTV 지역방송재송신('08. 12. 3), 지역방송편성규제 개선('09. 4. 28), 방송광고판매제도 개선관련 지역방송 보완책('09. 9. 29)(18차) ○ 〈보고〉 2010년도 지발위 운영에 관한 사항(19차) ○ 〈보고〉 지발위의 건의사항 처리결과 보고(26차) ○ 〈보고〉 2011년 지발위 운영계획에 관한 사항(29차) ○ 〈보고〉 지발위 운영성과 및 향후 계획(32차) ○ 〈보고〉 지발위의 정책건의 사항 추진현황(39차) ○ 〈보고〉 지역방송 대표단체 고시개정에 관한 사항(39차) ○ 〈보고〉 지발위 개요 및 주요 활동 내용에 관한 사항－2기 첫회의(40차) ○ 〈보고〉 제2기 지발위 활동 계획－2기 첫 회의(40차) ○ 〈보고〉 지발위 구성 및 운영 규칙 개정에 관한 사항(43차) ○ 〈보고〉 지발위 구성 및 운영 규칙 개정에 관한 사항－추진 경과 보고 받고 방통위 의결 추진(45차) ○ 〈보고〉 지발위 운영 활성화에 관한 사항:백서 발간, 지역사 간담회 개최(48차) ○ 〈보고〉 지발위 활성화 등에 관한 사항－백서발간 내실화(49차) ○ 〈보고〉 지발위 활동백서 관련 외부전문가 의견 수렴 결과 보고(50차) ○ 〈보고〉 지발위 활동백서 발간에 관한 사항－발간계획(51차)	19건

구분	안건/보고사항/기타	건수
정책연구/연구반	○〈보고〉 지역방송 관련 연구과제 현황: 지역방송콘텐츠 활성화 방안(조성호), 방송광고판매제도(유승훈), 지역방송발전과 지역경제활성화(김재영)－진행 현황 개요 보고(4차) ○〈보고〉 2008년도 연구과제 결과 보고: 지역방송콘텐츠 활성화 방안(조성호), 방송광고판매제도(유승훈), 지역방송발전과 지역경제활성화(김재영)－결과 개요 보고(8차) ○〈보고〉 2009년도 지역방송연구과제 결과 보고: 해외지역방송 제도(박기성), 지역방송에 대한 시청자/방송인 의식조사(박성철)－결과 개요 보고(19차) ○〈보고〉 해외지역방송 제도 연구결과(20차) ○〈보고〉 지역방송에 대한 시청자/방송인 의식조사 연구결과(20차) ○〈보고〉 지역방송 정책 연구반 구성・운영 계획: 2010년 정책과제의 원만한 논의를 위해 정책연구반 구성・운영(23차) ○〈보고〉 2010년도 연구용역 결과 보고: 방송환경 변화와 지역방송 활성화 방안－소규유제 완화, 방송광고제도 변화 및 신규미디어 등장에 따른 대응방안, 지역방송 경쟁력 제고 정책방안(28차) ○〈보고〉 2012년도 지역방송 연구과제 결과보고: 스마트미디어시대 지역방송 종합발전방안(49차)	8건
비공개	33차, 34차, 35차, 38차 및 42차	

이상에서 개괄적으로 설명한 2008년 이후 2013년 상반기까지 개최된 지역방송발전위원회의 회의 내용은 반년단위로 분류하여 아래에서 표 형태로 요약 정리되어 있는 바와 같다.

가. 2008년 8월~12월 활동실적

회차	내 용	회 의 결 과
1차 '08. 8. 19	〈보고사항〉 1. 지역방송발전위원회 구성 및 운영에 관한 사항: 현 구성 및 방송법 상 직무 2. 지역방송 현안에 관한 사항: 지역방송 대표단, 지역방송정책(미디어렙 이슈, 편성규제 개선, 디지털전환 지원) 제안	○ 보고사항 심의 － 의안은 지발위원/지역팀에서 제안(개최 2주전 통보)하고, 중장기 검토과제, 현안과제, 현황조사자료 등을 2시간 내 논의할 수 있도록 안배/상정하도록 함 － 차기 회의에서 미디어렙 문제와 지역방송 정책현안을 차례로 보고받고 논의하기로 함

회차	내 용	회 의 결 과
2차 '08. 9. 16	〈안건〉 ○ 방송법시행령 개정안 중 지역방송 관련사항 심의(SO 겸영, 지역 DMB 채널 운영, 외주제작 편성) 〈보고사항〉 ○ 회의 및 회의록 등 작성·공개에 관한 사항: 회의 및 회의록 공개 원칙	○ 안건 심의 – SO겸영규제 완화에 따른 지역방송의 보도기능 위축과 재정 악화 우려 제기로 차기회의에 재검토하기로 함 – 지상파DMB 채널운용(TV/Radio/Data 채널 의무편성)은 추구 경과사항을 지켜본 후 결정하기로 함 – 지역방송 편성규제는 10월 회의에서 관련 연구과제 중간결과를 보고 받아서 논의하기로 함 ○ 보고사항 심의 – 보고사항은 원안대로 접수하고 회의록은 산회 후 1주일 내 위원들의 확인 거치도록 함
3차 '08. 9. 29	〈안건〉 1. 방송법시행령 개정안 중 지역방송 관련사항 심의(SO 겸영규제 완화 관련) 2. 민영 미디어렙 도입에 관한 사항 〈보고사항〉 ○ 지역방송 현황 및 정책현안에 관한 사항(콘텐츠 유통활성화, 방송권역 광역화, 디지털전환 지원)	○ 방송법 시행령 개정안 중 SO 겸영규제 완화와 관련, SO 지역채널의 보도는 지역채널 운용기준을 정한 방송법령의 관련 규정을 준수하여 운용되어야 한다는 것으로 의견을 모으고, 이에 대한 처리 방안은 지역방송 팀이 차기회의에 보고토록 결정함 ○ 보고사항 심의 – 지발위 논의는 민영 미디어렙 도입, 편성규제 완화 등 현안 중심으로 진행할 것이라는 의견
4차 '08. 10. 27	〈안건〉 1. 지역방송 편성규제 개선에 관한 사항 (연구과제 중간결과 보고) 2. 공익채널 선청 절차 및 기준에 관한 사항 〈보고사항〉 1. SO 지역채널 보도 프로그램에 관한 사항 2. 지역방송 관련 연구과제 현황	○ 지역방송 편성규제 개선에 관한 사항 관련, 자체편성만을 중심으로 논의를 진행하기보다는 여론조사를 포함한 다양한 방법을 동원하여 정확한 정책좌표를 정하고, 이를 바탕으로 개선책을 마련하여야 한다는데 의견을 모음 ○ 또한, 지원방안, 편성, 제작비 등의 여러 사항에 대해서도 함께 논의할 필요가 있으므로, 이를 포괄하는 '지역방송 편성규제에 관한 개선방안' 안건을 차기 회의에 상정하는 것으로 결정함 ○ SO 지역채널의 송신 가능한 방송 프로그램 범위에 대한 방송법령 및 규칙의 관련 규정을 검토하여, 차기 회의에서 재 논의키로 함 ○ 보고사항 심의

회차	내 용	회 의 결 과
5차 '08. 11. 14	〈안건〉 ○ IPTV의 지상파방송 재송신에 관한 사항	○ IPTV의 지상파 방송 재송신과 관련하여 인터넷 멀티미디어 방송 사업법 시행령 제20조에서 "'종합유선방송사업자 및 중계유선방송사업자'는 '인터넷 멀티미디어 방송 제공사업자'로 본다"는 내용은, 인터넷 멀티미디어 방송사업법 제21조 제4항의 "'방송사업자'는 '인터넷 멀티미디어 방송 제공사업자'로 본다"는 조항의 위임범위를 벗어나는 것이므로, 인터넷 멀티미디어 방송사업법 시행령 개정을 방송통신위원회에 건의해야 한다는 의견과, 시행령 개정과 함께 시행령을 개정하기 전까지 IPTV 사업의 시행(개국)을 보류할 필요가 있다고 건의해야 한다는 의견이 제시되었음 ○ 그러나 IPTV는 현 법령에 의해 이미 사업허가가 이루어져 개국을 앞두고 있는 시점이므로 시행령 개정, 사업보류 등의 내용 건의는 적절치 않은 것으로 판단된다는 의견이 함께 논의됨 ○ 좀 더 신중한 결론을 내리기 위해 의안 제출자 및 실무담당부서에서 논의된 사항을 세부적으로 검토하여 차기 회의에서 보고하고, 본 안건에 대해서 재 논의키로 함
6차 '08. 12. 3	〈안건〉 ○ 지역방송 IPTV 재송신에 관한 사항 〈기타〉 ○ 지역방송발전위원회 간담회 결과보고: IPTV 지역방송 재송신과 관련하여 지역성으로 담보할 수 있는 행정적 방안을 실무 부서가 검토하여 차기회의에 재논의하기로 함	○ 실무 담당부서가 제안한 「IPTV의 지역방송 재송신에 관한 지역방송발전 위원회 건의(방송권역 준수, 전파월경지역 재송신협의, 지역방송 차별/선택 금지, 지역콘텐츠 경쟁력강화/유통구조 개선, 융합콘텐츠 개발 상호 노력 등)」을 일부 수정하여 다수결로 채택하고 방송통신위원회에 건의하기로 의결함 ○ 기타사항 심의
7차 '08. 12. 16	〈안건〉 ○ SO 지역채널 보도 프로그램에 관한 사항	○ 방송법 시행규칙 제24조(지역채널의 운용 등)에서 정하고 있는 지역생활정보프로그램의 기준이 방송법 제70조(채널의 구성과 운용) 및 동법 시행령 제55조(지역채널의 운용)에서 규정하고 있는 지역 채널을 통해서 송신할 수 있는

회차	내 용	회 의 결 과
7차 '08. 12. 16	〈보고사항〉 ○ 방송발전기금 지역방송 지원현황:콘텐츠 제작지원, 디지털전환 지원 현황 〈기타〉 ○ 지역방송 중장기 지원계획 수립에 관한 사항	방송 프로그램의 범위에 대한 위임범위를 벗어나고 있다는 데 의견을 모음. 다만, 처리방안과 관련해서는 지역채널 운용 실태조사 등 관련 자료 보완 후 재 논의하기로 함 ○ 보고사항 및 기타사항 심의

나. 2009년 상반기(1월~6월) 활동실적

회차	내 용	회 의 결 과
8차 '09. 1. 20	〈보고사항〉 1. 2009년도 지역방송 위원회 운영에 관한 사항 2. 2008년도 지역방송 연구과제 결과 보고에 관한 사항	○ '09년도 지역방송발전 지원계획은 지역방송 편성규제 개선, 방송광고 판매 경쟁체제 도입 보완정책 마련 및 방송권역의 광역화 정책방안을 중심으로 마련키로 함 ○ 차기 회의에서 지역방송 편성규제 개선 방안과 관련된 사안을 논의하기 전에 지역 방송 콘텐츠 활성화 방안 연구에 대해 연구자로부터 요약 발표를 듣는 것으로 하고 보고 사항을 심의함
9차 '09. 2. 24	〈보고사항〉 ○ 지역방송 편성규제 개선에 관한 사항 〈기타〉 ○ 지역방송 콘텐츠 활성화 방안 연구결과 보고	○ 지역방송 경영 여건 개선, 콘텐츠의 경쟁력 강화, 유통구조 개선을 위해 지역 방송 편성규제를 완화할 필요가 있다는데 인식을 같이 하고, 구체적 방안 개선을 마련하여 차기 회의에 보고하기로 함 ○ 지역방송 콘텐츠 경쟁력이 매우 낮은 현황 분석과 이를 개선하기 위해 규제완화와 지원 대책이 병행돼야 한다는 요지의 연구 결과 보고
10차 '09. 3. 24	〈보고사항〉 ○ 지역방송 편성규제 개선방안에 관한 사항 〈기타〉 1. 2009년도 방송발전기금 지원 계획 2. 최근 3년간 지역방송 인원변동 현황	○ 지역민방에 부과된 다른 한 방송사업자의 제작물 편성비율의 확대, 지역민방에 부과된 현행 외주제작 방송프로그램 편성비율의 완화, 법률 개정을 통해 지역방송 제작물의 경우 특수 관계자 외주 비율 산정에서 제외하는 방안 검토

회차	내 용	회 의 결 과
10차 '09. 3. 24		○ 차기 회의에서 지역방송에 대한 방송발전기금 지원 및 최근 3년간 지역방송 인력변동 현황에 대한 세부내역을 보고 받기로 함
11차 '09. 4. 28	〈안건〉 ○ 지역방송 편성규제 개선에 관한 사항 〈보고사항〉 1. 광고제도 변화 관련 지역방송 등의 건의사항 보고 2. 최근 3년간 지역방송 인원변동 현황(세부내역) 3. '07~'08년 지역방송 발전기금 지원현황	○ 지역방송의 건의 내용을 포함하여 최종 건의문을 작성하여 방통위에 통지키로 함 – 지역방송사 자체편성 의무비율을 완화토록 하되, 지역방송의 정체성과 경쟁력 확보를 위해 자체제작 역량을 강화하는 방안을 검토 – 지역방송사에 대한 외주제작물 의무 편성 비율을 완화 검토 – 지역방송 제작물을 구매 편성하는 경우에는 그 지역방송사가 특수관계자 외주제작물에서 제외하는 것을 검토
12차 '09. 5. 26	〈보고사항〉 1. 지역방송사 콘텐츠 제작지원 현황 2. 전국송출 프로그램 광고료 배분 체계 3. 방송광고 판매제도 개선에 대한 지역 방송사 의견	○ 지역방송에 대한 실질적 지원과 지역밀착형 콘텐츠 활성화를 위해 향후 지원대상에 정규 편성 프로그램 포함 필요 ○ 방송광고 판매제도 개선에 대한 지역방송 발전위원회 건의안 마련을 위해 관련자료를 정재욱 위원이 작성, 의안으로 제출
13차 '09. 6. 23	〈안건〉 ○ 방송광고 판매제도 개선 관련 건의(안)에 관한 건	○ 검토 요지를 참고해, 실무진이 건의문 초안을 작성, 위원 회람의 사전 검토를 거쳐 차기 회의에서 다시 논의

다. 2009년 하반기(7월~12월) 활동실적

회차	내 용	회 의 결 과
14차 '09. 7. 28	〈안건〉 ○ 방송광고 판매제도 개선에 관한 사항 〈보고사항〉 1. 2008년도 지역방송사 경영실적 2. 방송시장의 변화와 지역방송 생존전략 토론회 내용요약	○ 방송광고 판매제도 개선에 따른 보안대책의 일환으로 지역방송 광고정책을 심의하는 지역방송광고정책위원회(가칭)를 설치하는 방안을 검토 ○ 보고사항 심의 – 2008년 지역방송사 경영실적 보고 받음 – 대구경북 언론학회 주최 토론회('09.6.19) 요약 보고 받음

회차	내 용	회 의 결 과
15차 '09. 9. 29	〈안건〉 ○ 방송광고 판매제도 개선관련 지역방송 보완책 건의에 관한 건	○ 원안대로 방송통신위원회에 건의하기로 의결 – 방송광고판매제도 개선시 지역방송 지원방안 마련, 광고판매대행사업 허가제 및 1인 소유 지분 제한, 지역방송 광고요금 및 광고매출 배분기준에 대한 개선방안 검토, 방송광고정책 수립을 위한 자문기구/연구반 운영 검토 ○ 지역방송 광고정책에 관한 지역방송발전위원회의 연구반 운영은 추후 논의
16차 '09. 10. 27	〈안건〉 ○ 지역MBC와 한국DMB간 지상파 DMB 채널임대에 관한 사항	○ 지역방송 활성화를 위해 한국DMB와 MBCNET이 체결한 채널 임대 계약이 계속 유지되는 것이 긍정적이나 당사자가 채널 임대 계약종결에 이미 합의했고, 계약내용 및 허가조건의 이행과정에서 관련 법령에 대한 위반상황이 나타나지 않는 점을 감안할 때, 지역방송발전위원회 차원에서 별도의 조치를 취하기 힘들다는데 의견을 모음
17차 '09. 11. 17	〈보고사항〉 ○ 지역방송광고 판매제도 보완책 관련 자문결과 〈기타〉 ○ 지발위 건의사항에 대한 업무처리 절차	○ 자문결과(광고매출 일정비율을 지역방송에 할당토록 법률에 규정, 합리적 광고배분을 위한 검증위 구성·운용)를 보고를 받고 채택 가능한 내용에 대해 토론하였으며, 논의내용을 정리하여 차기회의에서 보고받기로 함 ○ 지역방송발전위원회의 건의사항은 방송통신위원회 전체회의에 보고토록 함. 건의내용에 대한 후속처리 보고 등 사후관리를 철저히 하도록 함
18차 '09. 12. 22	〈안건〉 ○ 지역방송 방송광고 판매제도 관련 자문결과에 관한 사항 〈보고사항〉 ○ 지역방송발전위원회 건의 사항에 대한 처리결과 보고	○ 안건 심의 – 자문결과에 대한 전기 논의 내용을 정리한 내용과 이에 대한 방통위의 입장(미디어렙에 중소방송사 광고할당 의무 부과, 광고매출 배분에 대한 상호 협의 원칙 및 분쟁 조정, 방송광고균형발전위원회 설치) 을 보고받음 ○ 보고사항 심의 – 지발위가 방통위에 건의(IPTV재송신, 편성규제완화, 미디어렙 관련 보완책)한 내용 처리결과 보고 받음

라. 2010년 상반기(1월~6월) 활동실적

회차	내 용	회 의 결 과
19차 '10. 1. 26	〈보고사항〉 1. 2010년도 지역방송발전위원회 운영에 관한 사항 2. 2009년도 지역방송연구과제 결과 보고에 관한 사항	○ 중점 추진사항은 위원님들이 의견을 내시거나 학계, 사업자의 의견을 받아 정하기로 함 ○ 2010년도 연구과제로 전파료 배분구조가 어떤 구조에서 나왔나 현황을 알아보는 연구과제를 하는 것을 검토
20차 '10. 2. 23	〈보고사항〉 1. 해외 지역방송제도 연구 2. 지역방송에 대한 시청자 및 방송인 의식조사	○ 한국전파진흥원 박기성 책임연구원으로부터 보고를 받고 주요내용에 대해 토론하였으며, 보고 내용 중 독일의 지역창 제도 및 미국의 금전적 보상 현황을 보고토록 하고 보고사항을 심의 ○ 한국전파진흥원 박성철 책임연구원으로부터 보고를 받고 토론하였으며, 보고 사항을 심의 ○ 프라임 시간대 지역방송사 프로그램 편성비율을 의무적으로 강제하는 것과 KBS에 대한 지역방송 편성 비율을 강제하는 것에 대해 추후 위원회에서 집중 논의하기로 함
21차 '10. 3. 23	〈안건〉 ○ 2010년도 지역방송 정책 아젠다에 관한 사항(1차)	○ 지역방송사 및 방송학회에서 지역방송 정책 아젠다로 제출한 내용을 전반적으로 검토 하였으며, 차기 회의에서 이를 종합한 논의 의제(안)을 검토하여 2010년도 지역방송발전위원회 의제를 결정하기로 함
22차 '10. 4. 27	〈안건〉 ○ 2010년도 지역방송 정책 아젠다에 관한 사항(2차) 〈보고사항〉 ○ 방송사업자 디지털 전환 관련 지원 현황	○ 2010년도 지역방송 정책아젠다로 3개 의제(전파료 합리적 배분, 수도권 방송사 지역방송 의무편성비율 규제, KBS 지역방송 프로그램 편성비율 강제)를 결정하고 위원회 논의와 학회, 업계 등 의견을 수렴하여 건의안을 마련하기로 함
23차 '10. 5. 27	〈안건〉 ○ 지역방송 프로그램 편성 관련 현황 〈보고사항〉 ○ 지역방송 정책 연구반 구성 운영 및 계획	○ 정책연구반에서 KBS 지역 방송국의 자체편성 제고 및 지역방송 제작 프로그램 유통 촉진을 위한 대안을 마련하여 보고토록 함 ○ 2010년 정책과제의 원만한 논의를 위한 정책연구반 구성·운영 계획을 보고받음

회차	내 용	회 의 결 과
24차 '10. 6. 29	〈안건〉 ○ 미디어렙 도입에 따른 지역방송 발전방안	○「한국방송학회 지역방송특별위원회 세미나('10. 5. 31)」에서 발제된 2개 주제(바람직한 광고판매제도 방안, 중앙사와 지역민방간 광고비 배분 실증분석 및 개선방안)에 대해 발제 내용 및 토론자 의견을 종합 보고 받음 ○ 관련 내용을 정리하여 위원회에 건의서 제출 검토하기로 함

마. 2010년 하반기(7월~12월) 활동실적

회차	내 용	회 의 결 과
25차 '10. 7. 20	〈안건〉 ○ 지역방송의 재정 안정화 지원방안에 관한 건의문(안) 〈보고사항〉 ○ 지역방송 정책연구반 1차 회의 결과 1. KBS 지역방송국의 자체 편성 비율 제고 방안 2. 지역방송 제작 프로그램의 유통 활성화 방안	○ 다음과 같은 건의문(안)을 원안대로 접수하고 방통위에 건의하기로 함 – 표준회계제도 법제화를 추진하고 중앙–지역간 전파료 합리적 배분방안 마련 – 지원 대상 방송사의 도덕적 해이 방지를 위해 재정상태, 경영진 도덕성 평가 체계 마련 – 재정상태가 열악한 방송사에 대한 발발기금 감면/유예 검토 – 일부 지역방송사에 광고 금지품목 해제 시범사업 실시 후 성과를 검토하여 전체 지역방송으로 확대 ○ 보고 사항 중 'KBS 지역방송국의 자체 편성 비율 제고 방안'은 KBS 의견을 추가하여 차기 회의에서 보고받기로 함
26차 '10. 9. 7	〈안건〉 ○ KBS 지역방송 자체편성 비율 제고 방안(KBS의견 추가) 〈보고사항〉 ○ 지역방송발전위원회 건의사항 처리 결과 ○ KBS 경인 제1TV 방송국 허가에 관한 건	○ 'KBS 지역방송 자체편성 비율 제고 방안(지역국 제작을 위한 수신료 지원, 지역국 자체편성 의무 비율 재허가조건 부과)' 관련하여 KBS의 책임있는 관계자가 지발위에 참석하여 관련 현황 등을 차기회의 시 보고받기로 함 ○ 지발위의 방통위 건의사항 처리결과(IPTV 지역방송 재송신, 지역방송 편성규제 개선, 방송광고 판매제도 개선, 지역방송 재정 안정화 지원방안) 보고 받음 ○ KBS 경인 제1TV 방송국 허가 결과(평가점수, 허가조건) 보고 받음

회차	내 용	회 의 결 과
27차 '10. 10. 20	〈안건〉 ○ 지역방송 평가지표에 관한 건 〈보고사항〉 ○ KBS 지역방송 자체편성 비율 제고방안에 관한 사항(KBS 의견 청취) ○ 방송법 개정안(의원입법)에 관한 사항 ○ 지역방송사 주요 현황에 관한 사항	○ 지역방송 평가지표는 현행 방송평가지표와의 중복성 문제, 이해관계자 및 전문가 의견 수렴 등 면밀한 검토 필요 ○ 보고사항 심의 – KBS 지역방송 자체편성 비율 제고방안에 관한 KBS 편성국장의 의견 청취 – 방송법 개정안 2건(중앙사의 지역방송프로그램 의무 편성, 지상파 합병·분할에 대한 지발위의 직무 규정)의 내용을 보고 받음 – 지역방송의 자체편성, 자체제작 편성, 제작비 투입현황에 관한 보고 받음
28차 '10. 12. 1	〈보고사항〉 ○ 지역 지상파DMB 활성화에 관한 사항 ○ 방송법 개정안(의원입법)에 관한 사항(검토의견 추가) ○ 2010년 연구용역 결과 보고에 관한 사항	○ 보고사항 심의 – 지역DMB 현황과 개선방향(재허가시 중계망 구축계획 이행 조건 부과, 전파료 배분 가이드라인 마련)에 대한 보고를 받음 – 방송법 개정안 2건(지상파 합병·분할에 대한 지발위의 직무 규정, 지역방송 정의 규정)의 내용 및 검토의견을 보고 받음 – '방송환경 변화와 지역방송 활성화방안' 연구 결과(소유규제 완화, 방송광고제도 변화 및 신규미디어 등장에 따른 대응방안, 지역방송 경쟁력 제고 정책방안) 보고 받음

바. 2011년 상반기(1월~6월) 활동실적

회차	안 건	회 의 결 과
29차 '11. 1. 26	〈보고사항〉 ○ 지역방송발전지원 특별법안(의원입법)에 관한 사항 ○ 창원–진주MBC 법인합병에 관한 사항 ○ 2011년 지역방송발전위원회 운영계획에 관한 사항	○ 보고사항 심의 – 지역방송발전지원 특별법안의 주요내용(지역방송/지역방송사 용어, 디지털전환 지원, 제작 방송프로그램 편성, 지발위 설치, 지역방송발전기금 설치) 및 검토의견을 보고 받음 – 법인 합병과 관련하여 변경허가 심사 기본계획 등을 보고 받음 – 2011년 지발위 운영계획(지역방송 평가지표 마련, 2011년 아젠다 수립, 지역방송 지원방안 정책 건의, 제2기 지발위원 위촉 등) 보고 받음

회차	안 건	회 의 결 과
29차 '11. 1. 26	〈보고사항〉 ○ 지역방송발전지원 특별법안(의원입법)에 관한 사항 ○ 창원－진주MBC 법인합병에 관한 사항 ○ 2011년 지역방송발전위원회 운영계획에 관한 사항	○ 보고사항 심의 － 지역방송발전지원 특별법안의 주요내용(지역방송/지역방송사 용어, 디지털전환 지원, 제작 방송프로그램 편성, 지발위 설치, 지역방송발전기금 설치) 및 검토의견을 보고 받음 － 법인 합병과 관련하여 변경허가 심사 기본계획 등을 보고 받음 － 2011년 지발위 운영계획(지역방송 평가지표 마련, 2011년 아젠다 수립, 지역방송 지원방안 정책 건의, 제2기 지발위원 위촉 등) 보고 받음
30차 '11. 2. 22	〈보고사항〉 ○ 2011년 지역방송 정책 아젠다에 관한 사항	○ 보고된 정책 아젠다 5건 중 '미디어렙 도입 관련 취약매체 지원' 사항을 제외한 4건을 2011년 지역방송 정책 아젠다로 선정 － 지역 지상파DMB 활성화를 위한 광고료 배분 정상화 및 규제 개선, 방송시간 자율화시 의무편성 비율 규제 완화, 방통기금 징수율의 비대칭 규제 개선, 지역방송 콘텐츠 유통센터 구축 ○ 일반국민, 방송·언론 관련 학회 및 단체 등을 통해 다양하게 아젠다를 발굴할 것
31차 '11. 3. 22	〈안건〉 ○ 지역 지상파DMB 활성화에 관한 건 ○ 지역방송 종합발전방안에 관한 건	○ 지역 지상파DMB 활성화 방안(광고수입 배분, 규제 개선, 소지역 기반방송 도입)은 차기 회의 시 다시 보고받기로 함 ○ 지역방송 종합발전방안(방송구역 구분기준 및 평가지표 마련, 지역방송콘텐츠 유통센터 구축, 자체편성 의무비율, 방통기금 징수율 및 방송시간 규제 개선) 중 지역방송 평가지표에 대한 추진방안을 차기 회의 시 보고받기로 함
32차 '11. 4. 26	〈보고사항〉 ○ 지역방송발전위원회 운영성과 및 향후 계획 ○ 방송법 시행령 일부개정안에 관한 사항 ○ 지역 지상파DMB 활성화에 관한 사항	○ 제1기 지역방송발전위원회 운영 성과 및 향후 계획을 보고 받고 회의운영에 대한 개선방안은 추가로 보고받기로 함. ○ 방송프로그램 제작 역량을 강화하고 방송콘텐츠산업의 활성화를 위해 협찬고지, 외주제작 인정기준 등을 개선하기 위한 방송법 시행령 개정안의 주요내용과 향후 추진계획을 보고 받음

회차	안 건	회 의 결 과
32차 '11. 4. 26		– 공익적 목적의 자막 안내·고지 허용, 협찬고지 허용범위 확대 등 6개 사항 ○ 지역 지상파DMB 현황을 파악하기 위하여 「지상파DMB 정책방안(안)중 수익구조 개선, 관련 법·제도 합리화, 재난방송 기반 조성 등에 대해 뉴미디어정책과장의 보고 받음
33차~35차	비공개	비공개
36차 '11. 6. 16	〈안건〉 ○ 창원–진주MBC광역화 관련 현장의견청취(창원지역)	○ 창원–진주MBC 광역화 관련 현장지역의 여론을 수렴을 위해 창원시의회, 밀양시의회, 함안군의회, 의령군의회, 창원상공 회의소, 경남지역방송발전시민연합 등 6개 기관(단체) 의견 청취
37차 '11. 6. 17	〈안건〉 ○ 창원–진주MBC광역화 관련 현장의견청취(진주지역)	○ 창원–진주MBC 광역화 관련 현장지역의 여론을 수렴을 위해 진주시의회, 사천시의회, 산청군의회, 하동군의회, 진주상공회의소 등 5개 기관·(단체) 의견 청취

사. 2011년 하반기(7월~12월) 활동실적

회차	안 건	회 의 결 과
38차	비공개	비공개
39차 '11. 8. 16	〈안건〉 ○ 지역방송 평가방안에 관한 건 〈보고사항〉 ○ 지발위의 정책건의 사항 추진현황에 관한 사항 ○ 지역방송 대표단체에 관한 고시개정에 관한 사항 * 지역방송발전위원회 제1기 마지막 회의	○ 현행 방송평가규칙의 별표에 지역방송 평가지표를 별도로 신설하여 평가할 수 있는 방안을 마련(편성평가정책과와 협의)하여 보고 하도록 함 ○ 편성규제, 방송광고 제도 등에 관하여 국회 계류중인 법률안의 조속한 통과를 위해 노력하되, 입법미비시 지원방안 강구 필요 ○ 지발위원 추천이 가능한 지역방송 대표단체의 자격기준 개선을 위한 고시개정 사항은 이견 없이 원안 접수 함
40차 '11. 10. 26	〈보고사항〉 ○ 지역방송발전위원회 개요 및 주요활동내용에 관한 사항 ○ 제2기 지역방송발전위원회 활동계획에 관한 사항	○ 보고사항 접수 – 1기 및 2기 위원 현황, 회의 운영 방식, 지역방송 대표단체 자격기준, 지발위 주요 활동내역 등에 대한 내용 보고를 받음 – 제2기 주요 활동계획(지역방송발전지원 종합계획 마련, 2012년 지역방송 정책 아젠다 선정, 정책 건의 등)에 대한 보고 받음

회차	안 건	회 의 결 과
40차 '11. 10. 26		○ 지역방송 주요 이슈 논의 – 미디어렙법 입법, 지역MBC 광역화 동향, 지역채널 등에 대한 논의 – 중장기적 관점의 지역방송발전방안 필요성
41차 '11. 12. 14	〈보고사항〉 ○ N스크린서비스와 지역지상파방송에 관한 사항 ○ 지역방송의 경쟁력 제고를 위한 정책방안에 관한 사항	○ 보고사항 심의 – N스크린 서비스 개요, 국내외 현황, 지역지상파관련 이슈, 기타 사업자 및 시청자 관련 이슈 등에 대한 보고를 받고 논의 – 차기 회의에서 다시 N스크린 서비스 문제를 검토하기로 함 – 지역방송 경영합리화 방안, 콘텐츠 제작 유통방안, 지원 및 제도 개선방안 등에 대한 보고를 받고 논의 – 2012년도 지역방송 종합발전방안 마련 필요성 제기됨

아. 2012년 상반기(1월~6월) 활동실적

회차	안 건	회 의 결 과
42차	비공개	비공개
43차 '12. 4. 2	〈보고사항〉 ○ 지역방송 발전방안 아젠다에 관한 사항 ○ 지역방송발전위원회 구성 및 운영 규칙 개정에 관한 사항	○ 보고사항 심의 – 방송학회, 지역민방협회, 지역MBC 등이 제안한 발전방안 아젠다 검토(지역방송 정의, 편성 규제, 콘텐츠 유통, 미디어렙과 광고정책, 방통기금 유예, 라디오, DMB 등) – 5월경 발전방안을 초안을 마련하고 논의한 후 6월에 안을 확정하고 방통위에 건의하기로 함 ○ 보고사항 접수 – 규칙 개정을 통한 지발위 의사정족수 변경, 서면회의 근거 마련 방안에 대한 보고를 받고 원안대로 개정하기로 함
44차 '12. 5. 15	〈보고사항〉 ○ 지역방송 종합발전방안(초안) 마련에 관한 사항	○ 보고사항 심의 – 종합발전방안 마련을 위한 비전·목표·정책방향, 아젠다에 대한 연구반 및 해당 실국 의견 수렴 결과 등을 보고 받음

회차	안 건	회 의 결 과
44차 '12. 5. 15		– 보고받은 내용을 바탕으로 종합발전방안을 마련하고 6월 경 의결, 이후 해당 실·국에 건의하기로 함
45차 '12. 6. 27	〈안건〉 ○ 지역방송 종합발전방안에 관한 건 〈보고사항〉 ○ 지발위 운영 규칙 개정 추진경과에 관한 사항	○ 지역방송 종합발전방안을 위원회에 건의 – 지역방송 콘텐츠 제작·유통촉진, 재정기반 건전화, 규제 합리화, 정책인프라 구축 등 종합계획을 보고 받고 수정 의결 – 해당 실·국에 발전방안을 건의하고, 하반기에는 구체적인 계획을 마련하기로 함 ○ 보고사항 접수 – 지발위 운영 규칙 개정 추진경과에 대해 보고를 받고 원안대로 방통위에서 서면 의결하도록 결정

자. 2012년 하반기(7월~12월) 활동실적

회차	안 건	회 의 결 과
46차 '12. 8. 31	〈보고사항〉 ○ 지상파 N스크린 동향에 관한 사항	○ 보고사항 심의 – 지상파 N스크린서비스 주요 내용, 중앙·지역 방송사간 자율협상 결과 등 동향을 보고 받음 – 유료화 등 N스크린 서비스(Pooq) 시장상황을 지속적으로 모니터링하고 '13년초 그 결과를 보고받기로 함
47차 '12. 10. 5	〈보고사항〉 ○ 지역방송 발전 지원 관련 의원발의 법안에 관한 사항	○ 보고사항 접수 – 지역방송발전지원특별법 제정안: 지역방송 용어 정의, 지발위 설치, 지역방송 디지털전환 지원, 자체 편성규제의 자체제작규제 전환, 지역방송발전기금 설치 등 – 방송법 개정안: 지역방송 용어 정의, 지역방송 공적 책임 규정, 주주의 경영 및 방송제작·편성 부당 관여 금지, 허가·승인 심사기준에 지역성 추가, 지발위 구성·직무 변경, 자체 편성규제의 자체제작 규제 전환 등
48차 '12. 11. 1	〈보고사항〉 ○ 지역방송발전위원회의 운영 활성화에 관한 사항	○ 보고사항 접수 – 국정감사 지적사항과 관련하여 지발위 활동백서 발간, 지역방송사와의 간담회 개최 등 지발위 운영 활성화 계획을 보고 받고 시행하기로 함

회차	안 건	회 의 결 과
49차 '12. 12. 5	〈보고사항〉 ○ 지역방송 연구과제(스마트미디어 시대 지역방송 종합발전 방안) 결과보고 ○ 지역방송발전위원회 활성화 등에 관한 사항	○ 보고사항 접수 – 지역방송 종합발전방안 연구과제 결과를 보고 받고 논의 – 지역방송 종합발전방안 조치사항을 보고 받고 구체적인 추진을 위한 액션플랜을 작성할 것을 당부 – 국감 지적사항을 중심으로 지발위 활성화 방안을 논의하고 지발위백서 발간에 전문가 의견을 반영하여 내실을 기하기로 함

차. 2013년 상반기(1월~6월) 활동실적

회차	안 건	회 의 결 과
50차 '13. 2. 13	〈보고사항〉 ○ 지역방송발전위원회 활동백서 관련 외부 전문가 의견수렴 결과 보고	○ 보고사항 접수 – 백서의 성격 및 기본방향, 구성내용, 구성방식 등에 관한 전문가 의견수렴 결과를 보고 받음
51차 '13. 5. 21	〈보고사항〉 ○ 지역방송발전을 위한 법제도 개선에 관한 사항 보고 ○ 지역방송발전위원회 활동백서 발간에 관한 사항 보고	○ 보고사항 접수 – 지역방송발전지원법(가칭) 마련을 위한 정책연구과제 발주계획, 법제도 연구반 구성·운영 방안 등을 보고받음 – 지발위 활동백서 발간 계획(목차, 집필계획, 일정 등)을 보고 받음

2. 지역방송발전위원회 제도·활동에 대한 전문가 의견

지역방송발전위원회(이하 '지발위'와 혼용) 제도와 2008년 이후 2013년 상반기까지의 지역방송발전위원회의 활동에 대하여 방송학계 및 방송업계 전문가들의 의견을 조사하였다. 이 조사에는 한국방송학회 소속 학자 9인, 한국방송협회, 한국지역민영방송협회 및 지역MBC사장단협의회 등에서 추천받은 방송업계 실무자 6인이 참여하였다.

전문가 의견조사의 질문 문항은 지역방송발전위원회 제도에 관한 내용과 지역방송발전위원회의 활동에 관한 내용의 크게 두 가지 영역으로 구성하였다. 먼저 방송법 및 방송법 시행령 상에 규정된 지역방송발전위원회 제도를 제시하고, 지역방송발전위원회

구성방식, 직무 규정, 운영방식 규정 그리고 권한과 위상에 대한 의견을 질문하였다. 다음으로 앞 단원에서 정리한 지역방송발전위원회의 회의록 요약표를 제시하고 위원회의 활동 내용 중 바람직했던 부분과 부족했던 부분, 위원회 출범 전후 지역방송에 관한 정부 정책·입장의 변화 방향, 위원회 출범이후 활동의 변화 방향, 마지막으로 향후 위원회가 역점을 두어야 할 정책에 대하여 질문하였다. 두 번째 영역의 질문과 관련해서는 지역방송 관련 주요 정책이슈들로 지역콘텐츠 제작 지원, 지역방송 편성규제, 지역방송 광고편성 규제 및 광고판매 제도, 지역방송 디지털전환 지원, 지역 지상파DMB 정책, 지역방송 방송통신발전기금 징수, 지역방송 세제지원, 지역방송 광역화 및 M&A 정책 등을 예시로 제시하였다.

가. 지역방송발전위원회 제도

1) 지역방송발전위원회 구성방식

지역방송발전위원회의 구성방식에 대한 답변에서는 지역방송 발전에 대한 깊이 있는 논의를 위해 구성 인원과 구성 방식에 변화가 필요하다는 의견이 다수를 이루고 있다. 먼저 5인의 위원 구성만 가지고 위원회에서 다루는 모든 현안들을 결정하는 것이 다소 어려울 수 있으므로 8인 또는 10인으로 구성하고 전문위원제도를 병행할 것을 추천하고 있다. 위원 임기에 대한 의견도 있었는데, 방송 기술과 환경이 급변하고 있다는 점에 입각해볼 때 현행 3년은 다소 길므로 위원 임기를 2년으로 하고 1회 연임 가능 정도로 조정하는 것이 좋을 것 같다는 의견이 있었다.

현재처럼 방송통신위원회(이하 '방통위'와 혼용) 위원 2인이 지발위 위원을 겸임하는 것에 대해서는 찬반 의견이 엇갈리고 있지만 대체로 지발위의 독립성과 위상을 제고하고 지발위의 의견이 정책에 실질적으로 반영될 수 있는 방향으로 조정되어야 한다는 취지를 나타내었다. 반대하는 측에서는 지발위 위원 중 2인이 방통위 위원으로 구성됨으로써 지역방송발전정책이 기본적으로 방통위의 전국단위 방송정책 결정의 틀을 벗어나지 못하게 되고 방통위의 소위원회로 전락할 가능성이 있다는 우려를 나타내었다. 이와는 다른 의견으로 지발위의 독립성과 지발위원장의 위상을 강화하기 위해 지발위원장직을 상임직으로 두거나, 방통위 부위원장이 겸임하는 것을 명문화하는 방안을 제안하기도 하였고, 나아가 방통위원장이 지발위원장을 겸임하거나 지발위를 방통위원장

직할기구로 두는 방안을 권고하기도 하였다. 또한 역으로 지역방송발전위원회 위원 중 한명이 방송통신위원회 위원을 겸임하도록 하는 방안을 제시한 전문가도 있었고, 지발위원장이 지발위원 구성에 관여할 수 있어야 한다는 의견을 개진하기도 했다.

그리고 전문가들은 지발위원 추천 방식에 대해 비판적 견해를 갖고 있는 것으로 나타났는데, 대부분의 경우 중립적인 시각에서 방송에 대한 전문성과 균형감각을 갖추고 있는 위원을 추가하는 방안이 필요하다는 의견을 제시했다. 또한 현재 지발위원의 구성방식이 보다 더 '지역성'을 고려하는 방향으로 규정될 수 있도록 지역방송의 문제를 피부로 느끼며 이에 대해 꾸준히 고민과 활동을 해온 지역인사로 지발위의 위원이 구성될 수 있는 시스템을 마련할 것을 제안하기도 하였다. 그리고 관련 고시에서 지발위원의 자격에 대해 5년 이상의 경력, 관련 연구를 한 경험 등을 제시하고 있지만, 그 실효성에 의문이 있으므로 지역방송 지원정책을 수립하는 데 있어 보다 적합한 지발위원의 자격기준을 구체화할 필요가 있다는 의견도 개진되었다.

그밖에 여야의 균형, 회사와 시민단체의 다양한 의견 수렴 및 반영을 고려한 현재의 위원회 구성방식이 자칫 여야간, 노사간, 서울-지역간 이견이 충돌하는 구도를 지발위 회의에 그대로 재현하는 결과를 가져올 우려가 있음을 표명한 전문가도 있었다. 또한 중앙 혹은 전국방송 체계를 관리·감독하는 방통위원장이 지발위원을 위촉하는 구조도 문제가 있지만, 심의 및 평가 대상인 지역방송사가 추천한 인사가 위원이 되는 것에도 독립성 문제가 있다는 의견이 있었다.

2) 지역방송발전위원회의 직무

현재 규정된 지역방송발전위원회의 직무가 적절하다고 보는 전문가들도 있었지만, 규정 내용의 모호성이나 집행기능의 부족 등을 지적하는 사례가 많았다. 직무에 대한 문구가 적절히 규정되어 있지만 그 내용이 너무 막연하고 일반적·포괄적이어서 더 세분화·구체화할 필요가 있다고 지적하였고, 사업성과를 끌어내기 위해서는 구체적인 내용들을 방송법 시행령이나 (지역방송발전)특별법에서 성문화할 필요가 있다는 의견도 제시되었다.

직무가 적절히 규정되었다고 보는 전문가도 형식적으로는 문제가 없으나 실질적 권한이 부족한 지발위가 지역방송사 관계자가 제시하는 자료를 정리하여 방통위에 넘기는 수준의 '통로 역할'만을 한다는 비판적인 의견이 있음을 알아야 한다고 제시하기도

하였다. 이러한 비판은 주로 지발위 기능이 정책 심의, 시책 평가, 지역방송 발전 교육·연구에 한정되어 있고 실질적인 집행 기능이 부족하기 때문이라는 시각에서 비롯되는 것으로 보인다. 이와 관련하여, 지발위의 설치 목적인 지역방송발전과 지역방송콘텐츠 경쟁력 강화, 유통구조 개선에 비하여 지발위의 직무가 너무 빈약하게 설정되어 있지만 실제 활동 회의록을 보면 여러 사안에 대해 심사, 의견수렴, 의견제안 등 정책결정에 관여하고 있는 것으로 보이는데, 이런 활동(심의와 제안)들을 법령에 명시하고 지발위의 독립체로서의 위상도 부여할 필요가 있다는 견해도 있었다. 또한 현 제도에 지발위의 심의와 평가 중심의 직무만 규정하고 '예산'과 같은 독립적 사무를 추진할 수 있는 기반을 만들어 놓지 않았기 때문에 지발위가 방통위에 건의문을 제출하는 수준의 '자문' 위원회가 된 것이라고 보고, 지발위가 지역방송 정책의 '예산 배분을 위한 심의 기능'이나 지역방송 정책의 '심의·의결' 기능을 갖고 있어야 입법 목적을 달성할 수 있다는 제안도 있었다.

그 밖에 지발위 직무로 담아야 할 구체적 내용으로 지역방송의 발전기금 배분이나 지역방송(재)허가에 대한 직·간접적인 참여에 대한 사항이 추가되어야 한다는 의견도 있었다. 또한 현재의 지발위 직무가 지역방송에 대한 정책, 제작·유통 지원 중심으로 되어 있지만 동시에 시청자의 선호·만족도 조사·분석, 지역시청자를 위한 지역방송의 역할과 성과 측정 등 시청자 복지 차원의 내용도 직무에 포함되어야 한다는 의견도 제시되었다.

3) 지역방송발전위원회의 운영방식

지역방송발전위원회의 운영방식에 대해서 큰 문제점이 없다고 응답한 전문가들도 있지만 다수의 전문가들은 운영방식의 '구체성'이나 '현실성' 문제를 지적하였다. 먼저 법률과 시행령에서 지발위 운영 방식에 대해 규정한 내용이 다소 산만하고 불명확하며 특히 업무에 대한 내용이 부정확하다는 의견이 있었다. 현재의 법률과 시행령은 지발위 위원 추천권, 위원장의 직무 대행, 백서 발간 등을 규정하는 정도에 그치고 있고 사무처리의 책임과 권한, 예산확보와 배분 등에 대한 규정은 미흡하거나 정비되어 있지 않은 것으로 보이므로 이에 대해서 더 구체성을 갖출 필요가 있다는 내용이었다. 또한 회의록을 보면 연초에 지역방송 발전 관련 어젠더를 구축하고 그것들을 중심으로 지발위를 운영해 온 것으로 보이며 이는 현행 법령 체계 내에서 수행한 긍정적인 노력으로 평

가할 수 있지만, 운영 관련 자료들을 세심히 살펴보면 위원회의 운영이 구체적인 처리 규정과 연간 계획에 의해 이뤄졌다고 보기 어렵다고 평하였다. 또한 현실성 부족을 지적한 전문가는 지발위 운영이 지역방송에 실질적으로 도움이 될 수 있도록 충분한 예산지원이 뒤따라야 하며, 운영방식이 지역방송 현실에 맞게 재조정 되어야 한다는 의견을 제시하였다.

구체적인 내용으로 들어가서 직무 대행과 관련한 규정에서 연장자 순으로 하는 것이 한국 사회의 정서에 있어 적절한 측면도 있겠지만, 위원들의 연령이 같은 경우도 발생할 수 있으며 비록 연장자는 아니지만 위원장 업무를 보다 효율적으로 수행할 수 있는 인물이 있을 경우도 고려하여 최소한 규정에서는 호선 방식을 통해 직무 대행을 수행할 수 있도록 하는 것이 적절하다는 의견도 있었다. 이와 관련해서는 연장자 순의 직무 대행 원칙보다는 경력과 관련된 사항 기준이 적절하다는 전문가도 있었다.

그리고 현재 매년 10회 남짓한 회의만으로는 지발위 업무를 진행하는 데에 불충분하다는 의견이 제시되었다. 이 부분에 대해서 지발위가 상설기구라기 보다는 특별위원회와 같은 성격을 갖고 있어서 제 역할을 수행하는데 있어 제한적인 상황이 많기 때문이라고 설명하기도 했다. 방송에 대한 깊은 이해가 없을 경우 이 정도의 회의로는 이해도가 완전하지 않고 올바른 방안을 도출하는데 한계가 있을 것으로 보이며, 특히 지발위 실무자가 방송 분야 경험이 없을 가능성이 높으므로 지역방송에 대한 실질적인 연구·검토에 한계가 있을 것이라는 의견도 있었다.

4) 지역방송발전위원회의 권한과 위상

대부분의 전문가들은 지역방송발전위원회의 권한과 위상이 실질적으로 강화될 필요가 있다는 의견을 제시하였다. 지발위의 활동이 지역방송을 실제로 지원·활성화하기 위한 정책개발 의도가 아닌 지역 무마 차원이라는 오해를 불식시키려면, 미디어 환경의 급격한 변화가 예상되는 상황에서 지역방송의 현안을 소화해내고 보다 광범위하고 다양한 업무를 수행할 수 있도록 위원회의 위상을 격상시키고, 조직을 확대해야 한다는 의견이 대표적이다.

이러한 권한과 위상 강화 방안에 대해서는 다양한 스펙트럼의 의견들이 개진되었다. 단순 정책 건의에 그치지 말고 정책의 심의·평가 기능을 강화하거나 의견을 진술할 수 있는 권리를 부여하자는 정도에서 부터 방통위 의결 과정에 직접 참여하거나 제출

된 의견이 강제성을 띨 수 있도록 해야 한다는 의견, 나아가 집행 권한까지 보유해야 한다는 의견까지 제시되었다. 우선 현행 법령은 지발위의 (직무상) 위상을 '심의와 평가' 정도로 규정하고 있고 이는 엄밀하게 지역방송 발전지원계획과 지원정책에 대한 심의 혹은 시책에 대한 평가이지만, 운영과정 상 그러한 심의 기능마저 자문 혹은 건의문 제출 정도의 수준에 머무르고 있다는 지적이 있었다. 이러한 상황을 개선하고 지역방송을 방송산업의 변방이 아닌 하나의 축으로 고려하고 정책을 수립하기 위해서는 지발위가 방통위의 방송정책에 대한 심의·평가를 겸할 수 있도록 격상시킬 필요가 있고, 특히 방통위의 방송정책이 지역방송의 발전에 영향을 미칠 때 이에 대한 의견을 제출하고 진술할 수 있는 권리를 주어야 한다는 의견도 있었다. 여기에 더하여 지발위가 방통위에 정책을 건의하는 차원보다는 방통위 의결 과정에 참여할 수 있도록 하는 것이 실효성의 측면에서 바람직하다는 견해를 제시하기도 하였다. 그리고 지발위는 타 조직이나 기구에 대한 통제권이라든지 강제권이 없고 권한은 강제사항이 아니라 권고사항 정도에 그치고 있어서 지발위 결의 사항이 반복적인 정책제안에만 머물며 그 기능을 다하지 못하는 수준에서 벗어나지 못하고 있는데, 이를 개선하려면 지발위의 정책제안이 방통위에 제출되었을 때 이에 대해 좀 더 적극적인 방식으로 처리될 수 있도록 '강제성'이 부여되어야 한다는 주장도 있었다. 또한 지발위 역할이 지원계획, 시책평가, 심의 등에 국한되어서는 안 되며 필요할 때는 실행계획의 집행까지도 수행할 수 있는 권한이 부여되어야 한다거나, 가장 바람직한 것은 예산과 권한을 가진 독립적인 지발위를 구성하는 일이라는 전문가도 있었다.

지발위의 위상 강화를 위하여 지역방송 발전과 관련해 확보된 예산의 불투명성, 지발위의 관련 예산 배분권 부재, 지역방송 발전을 위한 직무를 담당할 전문 상근위원의 부재, 지발위 업무를 독립적이고 효율적으로 지원할 사무 기능의 미흡 등도 개선되어야 할 과제로 제시되었다. 그리고 지발위가 보다 큰 역할을 하기 위해서는 지발위와 방통위의 보다 유기적인 연계가 필요한데, 예를 들어 지발위가 논의하고 결정한 사안에 대해 방통위가 최소한 분기 1회 이상 논의·승인·반영할 수 있도록 하자는 방안을 제안하기도 하였다. 그 밖에 지발위에 지역방송사 (재)허가와 같은 직무를 추가함으로써 권한과 위상을 격상할 필요가 있다는 전문가도 있었다.

한편, 이러한 지발위의 권한 강화를 구체적으로 법제화해야 한다는 의견도 있었다.

이 전문가는 지발위가 2008년도부터 수십 차례 회의를 통해서 지역방송과 관련된 현안을 다루었지만 그 내용 중에는 방송법이나 시행령에 구체적으로 포함되어 있지 않은 부분들이 많기 때문에 법적 위치와 실제적 위치에서 괴리가 있다고 보았다. 이에 따라 지발위의 실제적 권한을 법률로 보장하고 그 역할을 확대하여 지역방송의 발전방안을 모색할 수 있도록 하는 것이 필요하다고 하였다. 또한 지발위의 위상이 뚜렷하지 않을 경우에 사업의 일관성이나 정책의 진행에서 배제될 수도 있기 때문에 법적지위를 부여하고 정책 참여와 집행이 가능하도록 만드는 것이 필요하다는 의견이었다.

이상의 지발위 위상 강화를 촉구하는 의견들과는 반대로 지역방송의 현안에 대해 다른 사업자와 이견이 있거나 갈등이 발생할 수도 있으므로 지역방송의 의견을 수렴하여 방통위에 건의하는 현재 수준의 권한과 위상을 유지하는 것이 바람직하다는 견해도 있었다. 또한 지발위를 방통위에서 독립된 기구로 만들어야 한다는 일부 견해에 대해 반대하면서 지역방송을 따로 떼어 내어 지발위에 지역방송에 한정된 정책을 결정토록 하는 것은, 방송부문 전체에 대한 국가 정책의 결정에 모순된 상황을 초래할 수도 있기 때문이라는 의견을 제시하였다. 그보다는 지금과 같이 지발위가 방통위에 지역방송발전에 관한 각종 건의를 하는 기능을 계속하도록 하는 것이 방송 전체로 볼 때는 오히려 균형성 있고 일관된 국가 정책을 실행하는데 바람직하다는 논거였다. 지발위가 지역방송의 발전에 대한 설득력 있는 정책의 발굴에 집중하는 등 내실을 기하는 것이 보다 바람직하며, 이러한 측면에서 볼 때 정책 건의 기능 혹은 정책 자문 기능을 하는 지발위 위원을 의사결정 기관인 방통위 상임위원이 겸임하는 것은 재고할 필요가 있다는 주장도 있었다.

나. 지역방송발전위원회 활동

1) 지역방송발전위원회의 활동 중 '가장 바람직했던 부분'

지역방송발전위원회의 활동을 긍정적으로 평가한 전문가들은 무엇보다도 자칫 묻혀버릴 수 있는 '지역방송의 각종 현안과 어려움을 공론화'시킨 점을 높이 평가하고 있었다. 이는 월 1회 정도의 회합이었지만 지발위가 격변기의 수년 동안 지역방송의 현황을 인식하고 '지역방송발전관련 어젠더'를 도출하고 현안에 대하여 지속적으로 방안을 제시해온 점에 대해 긍정적인 평가를 한 것으로 볼 수 있다. 또한 지발위의 활동에 대해

한국의 방송정책과 관련한 논의과정에서 형식적으로나마 '지역방송사나 그 종사자들의 의견을 수렴할 수 있는 거점'으로서 역할을 수행하고 있었다고 평한 전문가도 있었다.

이처럼 지발위가 다양한 현안에 대해 지역의 목소리를 청취하고 수렴하는데 노력한 점이 인정되고 있는데, 구체적으로 2008년 이후 지발위의 활동 중에서 전문가들이 가장 높이 평가하는 부분은 자체편성과 (특수관계자) 외주비율 등 '지역방송 편성규제' 개선 노력이었던 것으로 나타났다. 이는 지역 프로그램의 의무적 편성을 지역방송의 가장 중요한 역할로 평가하기 때문인 것으로 해석된다. 그 다음으로는 지역방송 유지와 직접적 연관성이 있는 '광고배분 및 광고판매제도(미디어렙)'와 관련한 지발위의 노력이 높이 평가되고 있었다. 또한 전문가들은 지역방송의 자체콘텐츠 제작 역량 강화, 콘텐츠 유통활성화, IPTV 재송신 정책에 관한 부분을 높게 평가하였고 세제·방송발전기금 등 재정안정화 정책에 대한 논의에 대해서도 인정하고 있었다. 그 밖에 지발위의 활동 중에서 디지털전환 지원, 방송권역 광역화 정책이나 지역방송 발전의 기본적 조건과 비전을 종합적으로 살펴보려는 종합발전계획 논의에 대해서도 언급되었다.

반면, 지발위 활동에 대해 인정하지 않는 경우도 있었는데, 가시적으로 나타난 성과를 체감하지 못하기 때문에 바람직한 활동이 무엇이었는지 평가하기 어렵다는 의견도 제시되었다. 이에 대해서 어떤 활동이 어떤 결과를 가져왔는지 그 결과에 대한 보고서 및 관련 세미나 등이 전혀 이루어지 않았기 때문이라는 견해를 보이기도 하였다. 또한 부정적 평가를 내리면서 지발위가 의결권한이 없는 만큼 회의 활동은 빈번하였으나 실효적 성과는 미미하였던 것이라고 설명한 전문가도 있었다.

2) 지역방송발전위원회의 활동 중 '가장 부족했던 부분'

전문가들은 지역방송발전위원회의 활동 중 여러 가지 미진한 부분들을 지적하였다. 지발위가 지역방송 발전을 실질적이고 실감나게 이끌려는 것 보다는 정책· 제도적인 측면의 개선에 치우치는 특성을 보여주는 것이 한계라고 지적한 전문가도 있었으며, IPTV의 도입과 확산, 신문방송 겸영허용과 종편의 허가승인, 미디어렙제도의 구조변화 등 방송정책 격변기에 지발위가 지역과 지역방송의 소외와 반발을 무마하기 위한 '형식적인 장치'로서 지극히 제한적인 기능만을 행사한 게 아니냐는 주장도 제기되었다. 그리고 방송권역의 광역화 정책 방안, 지역방송 제작물의 특수 관계자 외주 비율 문제, 지역방송 자체제작 역량 강화 방안 등에 대해 의견 제시는 하였으나, 현재까지 제대로 실

행되지 않고 있어서 실행력에 문제가 있다는 지적도 있었다.

그리고 지발위의 적극성 부족과 수동성을 비판한 전문가들도 있었다. 먼저 지발위가 방송정책에 대한 심의·의결 기구가 아닌 한계가 있다고는 하지만, 지역방송 현안에 대해 선제적이고 설득력 있는 대안 제시를 하는 모습 대신 방통위의 정책에 뒤 따라 가는 모습을 보였다고 지적하였다. 또한 지역방송의 발전을 위해서 무엇이 필요한지 지발위 차원에서의 먼저 고민하는 부분은 불충분했고 지역방송의 요구사항에 대응만 하는 경향을 보였다는 비판도 있었다.

전문가들은 이러한 지발위 활동의 부족한 부분들이 야기되었던 원인으로 정책의결권의 부재와 지역방송 지원을 위한 예산 부재를 들었다. 특히 지역방송발전 관련 시책의 평가, 조사연구, 어젠다의 확산, 관련 계획안 등의 심의가 제대로 이뤄지기 위해서는 미리 예산을 확보하고 예산 집행을 위한 추진 정책을 발의해야 하는데도 그러하지 못하였고, 회의 운영비 정도의 소액 예산마저 해가 지날수록 축소되었다는 점도 지적하였다. 그리고 한 전문가는 지발위가 지역방송사의 관점에서 지역방송발전정책을 적극 심의, 평가하지 못했다고 평가하고, 그렇게 된 가장 큰 원인은 지발위 구성과 운영을 규정한 법령에서 찾아야 하겠지만 방통위가 지발위를 운영하는 인식과 업무 처리 절차에도 문제가 있었다고 지적하였다.

구체적으로 지발위 활동에서 가장 부족했던 부분으로 지적된 정책으로는 광고제도와 콘텐츠 제작 지원에 대한 사안이 많이 나타났다. 지역방송의 광고편성 규제와 광고판매 제도 등 광고시장 개선에 대한 논의가 실효성 있는 대안을 적절하게 제시하지 못했다고 하였고, 지역 콘텐츠 제작지원이나 개발·확보 여건 조성에 대한 부분이 부족하였다고 비판하였다. 결국 지역이 중앙에 비해서 부족한 부분은 제작과 관련된 인력과 비용, 더불어 양질의 프로그램을 제작하였다 하여도 시청권역이 좁은 해당 지역에서만 송출되고 전 국민이 시청할 수는 없는 시스템상의 한계를 갖고 있다는 점인데, 이 때문에 지역성을 살리고 다양한 문화를 표출할 수 있는 프로그램의 제작을 위해 비용과 장비를 지원하는 것은 물론 제작 이후 배급과 송출 부분에 있어서도 실질적인 지원이 필요하였지만 그러하지 못하였다는 의견이 제시되었다.

또한 새로운 미디어 서비스가 등장할 때마다 지역방송채널 제공 여부에 대한 논란이 일지 않도록 일관성 있는 방송정책을 추진할 필요가 있었는데, 그럴 때마다 그에 대한

대처가 신속하고 총체적인 시각에서 이루어지지 않은 채 운영되어온 점도 지적되었다.

또한 최근에 발의된 방송법개정(지역방송의 개념 규정을 시행령에서 방송법으로 상향입법, 방송통신위원회 허가승인에 관한 심사기준에 '지역성'을 추가)과 관련하여 지발위가 출범하면서 이에 대한 문제를 제기하고 개정방안을 제시했다면 더 의미가 있었을 것이라는 아쉬움을 표한 전문가도 있었다. 그밖에 방송통신기금 징수, 지역방송 광역화와 M&A, 지역방송 편성 규제, 모바일 지원과 시청자 복지 등에 대한 지발위 활동이 부족하였다는 의견이 제시되었다.

3) 지역방송발전위원회 출범 전후, 정부의 지역방송정책 변화

지역방송발전위원회의 출범과 관련하여 정부의 지역방송 정책이나 입장 변화에 대해서는 평가가 크게 양분되는 경향을 보였다. 먼저 긍적적 평가의 요지는 위원회의 활동으로 지역방송에 대한 관심과 논의가 활발해졌으며, 그 결과 지역방송에 대한 실효성 있는 대책이 강구되었다는 것이다. 이는 지발위가 지역방송에 대한 관심과 지원이 필요하다는 여론 형성에 큰 역할을 하였고, 그에 따라 입법기관에서 지역방송 발전, 지원에 관한 여러 법률안이 만들어졌고 방통위 내에서도 지역방송 발전과 지원에 관한 사항이 중요하다는 인식이 확산되었다는 것이다. 그리고 기본적으로 정부가 지역 방송에 대한 적극적인 관심을 기울이고 있다는 점에서 바람직한 방향으로 전환되고 있다고 평가하기도 하였고, 상대적으로 소외되어 있던 지역방송의 목소리가 공론화되고 이를 통해 지역방송의 위상이 강화된 측면이 존재한다는 의견도 있었다. 한 전문가는 정부 정책에서 별다른 변화를 느낄 수는 없었지만 지발위가 지역의 콘텐츠를 중앙과 단순 비교하는 것이 아닌 '다양성'의 측면에서 바라볼 수 있는 계기를 마련하였고 이러한 논의 자체를 공공연하게 끄집어낼 수 있는 기회를 제공하였다는 것은 나름 의미가 있다고 평가하였다.

또한 정부 정책이나 입장 변화에 대해 여러 가지 구체적 사례들이 제시되었다. 우선 지발위 활동은 지역방송이라는 개념 정립에 일정부분 기여를 한 측면이 있는데, 방송통신위원회 내부에서 지역방송에 대한 개념·의미를 정립함으로써 지역방송팀을 신설하고 역할과 기능을 할당하는 결과를 가져왔다고 하였다. 또한, 지역방송사간 합병 허가, 콘텐츠 제작·유통에 대한 발전 방향이 제시되고 입장의 변화가 유도되었으며, 디지털 전환 지원이 강화되었고 미디어렙법에서 지역방송 광고수입의 일정부분이 보장되었던 것 등을 긍정적으로 평가하였다. 그리고 지역방송 현안에 대한 검토, 연구 및 정책(방

안) 제시 등에 대해 미미하지만 긍정적이라고 평가한 전문가도 있었고, 낮은 수준이지만 지역방송의 편성과 재정 등 부문의 어젠더를 만들어내는 것 정도의 성과는 거두었다고 평가하기도 하였다.

반면, 정부 정책이나 입장 변화에 대해 부정적으로 평가를 한 전문가도 많았는데, 그 중에는 정부 입장·정책의 무엇이 변화했는지 알기 어려우며 이전의 중앙집권적 상황이 더 고착화되었다고 평가한 경우도 있었다. 그리고 지발위 활동이 구체적 지원 방안의 현실화라는 부분과는 괴리가 있음이 지적되기도 하였고, 지발위의 지역방송 발전 현안 파악에 심각한 문제가 있으며 지발위 위원과 지역방송사간 소통 부재로 정책 집행의 효율성과 지속성이 심각한 수준이라는 의견도 있었다.

또한 구체적인 사례들을 제시하며 부정적 의견을 제시한 전문가들도 다수 있었는데, 대표적으로 최근의 미래창조과학부의 '방송산업발전 종합계획'에서 지역방송 발전에 대해서는 거론조차 되지 않은 것을 지적하면서 지발위가 출범하여 활동하고 있음에도 불구하고 정부의 지역방송에 대한 홀대와 몰이해는 여전하다고 평하였다. 그리고 지발위가 오히려 지발위 운영을 통해 지역방송의 의제들을 희석시킨 결과를 낳는데 영향을 주었을 수 있다고 비판하면서, 한 예로 해묵은 쟁점과제인 중앙-지역 방송사간 '방송광고매출 배분 비율' 문제는 지발위가 적극적으로 관여했더라면 해결의 실마리를 잡았을 것이라고 평가기도 하였고, 또 다른 전문가는 현재 지역방송팀의 위상과 제 기능의 수행이라는 측면에 대해 부정적 평가를 내리기도 하였다.

4) 지역방송발전위원회 활동 변화 추이

지역방송발전위원회 활동의 변화 추이에 대해서도 전문가들의 의견은 긍정적 의견과 부정적 의견으로 크게 나누어지는 경향이 있었다. 먼저 긍정적 의견으로 지발위가 꾸준하게 회의체를 운영하면서 많은 이슈에 대한 현황 보고와 사업자들의 다양한 의견을 수렴하여 개선방안에 대한 정책 제안을 하는 등의 순기능을 능동적으로 수행한 것은 향후 지역방송 정책 집행의 근거가 되기 때문에 의미가 크다는 평가가 있었다. 또한 지발위를 통하여 지역방송 발전의 다양한 조건과 측면들을 살피기 시작했다는 것이 고무적이며, 지역방송 발전에 대한 당위성이 지속적으로 논의되는 것만 해도 다행이라는 평가도 있었다. 그리고 시장성과에 따른 실효성을 담보하기가 쉽지는 않겠지만 지발위가 적극적이고 구체적인 차원에서 대안을 모색하고 있다는 점은 바람직한 변화 방향이라

고 평한 전문가도 있었다. 그리고 지발위가 지역방송에 대한 다양한 의제를 다루면서, 과거에 중앙 또는 전국 이슈에 비해 하위 주제나 부분적 주제로 밖에 다뤄지지 않던 지역방송에 관한 여러 사안들이 병렬적이고도 독립적인 주제로 다뤄지기 시작했다는 점도 인정되었다. 지발위 논의가 지역민방의 개별 현안 중심 접근에서 탈피하여 지역민방의 경쟁력 제고나 종합 발전방안(콘텐츠 제작 지원, 유통촉진 지원, 규제 합리화) 등으로의 논의 구조로 변화한 점에 대해서도 긍정적으로 언급되었다.

좀 더 구체적으로는 지발위가 편성규제 개선, 디지털 전환(N스크린 포함), 세제 혜택, 광고 편성과 광고판매 제도 개선 등과 관련된 내용에 대해 관심을 기울이고 있다는 점이 좋은 변화로 평가되었으며, 지역방송에 대한 실질적 지원이 기대에 미치지는 못하고는 있지만 지발위가 정책연구, 제도적 지원 및 법령 개정안 도출에 관심을 가지고 있고 일정한 기여를 하고 있다는 점도 바람직한 방향으로 거론되었다.

한편, 지역방송발전위원회 출범 이후 위원회의 활동에 가시적인 성과가 없었으며, 따라서 바람직한 방향의 변화에 대한 평가가 어렵다는 부정적인 입장이 제시되기도 하였다. 극단적으로는 지역방송에서는 지발위 자체를 잘 알지도 못한다는 평가를 내린 전문가도 있었다. 또한 제시된 회의자료에 따르면 지발위는 지속적으로 지역방송관련 보고사항을 전달받거나 심의하며 지역방송 발전 방안을 건의하는 활동을 해 왔지만, 그것만으로는 특별히 위원회의 활동 또는 활동실적이 긍정적으로 또는 부정적으로 변화한 부분에 대해서 파악하기는 어렵다는 의견을 밝히기도 하였다. 이와 관련하여 활동실적이 제시된 회의자료 외에 다른 정보가 없기 때문에 평가하기 어렵다는 의견을 개진한 경우도 있었는데, 방통위 내의 다른 위원회 조직들과 마찬가지로 지발위와 관련한 웹사이트조차 존재하지 않아서 지발위 관련 회의 내용 및 그 실행 결과에 대한 어떤 정보도 찾아볼 수가 없었으며, 심지어 지발위 위원들이 누구인지조차도 알 수 없다는 사실이 지발위의 위상을 가장 명확히 보여주고 있다고 지적하고 있다. 그리고 지발위 활동의 부족한 부분을 해소하기 위해서는 지발위가 보다 구체적인 정책을 개발하고 집행할 수 있는 행정적 기능을 강화할 필요가 있다고 권고한 경우도 있었다.

5) 향후 지역방송발전위원회의 역점 정책

향후 지역방송발전위원회가 역점을 두고 수행할 정책에 대해 많은 의견들이 제시되었는데, 총론적인 의견을 제시한 전문가도 있었으며 역점을 두어야할 구체적 정책을 제

시한 전문가도 있었다.

먼저 총론에 해당하는 의견들을 소개하면 다음과 같다. 지발위 구성의 한계를 극복하는 것이 선결 과제인데, 법령 제정과 관련한 의견을 통해 지역방송발전에 독립성·전문성을 행사할 수 있는 위원을 확보하고 방통위와의 직무처리 관계 역할을 규정하는 한편 직무수행에 필요한 예산과 지원 인력을 확보하는 것 등이 필요하다는 의견이 있었다. 그리고 대개의 영상산업이 그러하듯이, 시·청취자가 소수여서 프로그램 제작이 광고·재판매 등을 통한 재정수입으로 이어지고 이를 다시 적정 규모의 프로그램 제작이라는 선순환 과정으로 연결하기 어려운 것이 지역방송의 현실이므로 지발위는 지역방송에 대한 정부 및 사회적 지원을 보다 구체적으로 이끌어낼 수 있는 활동에 주력할 필요가 있다는 의견도 제시되었다. 또한, 방송광고가 정체 내지 축소되고 경쟁이 격화되는 방송환경에서 지역방송이 본연의 지역성을 확보하면서 자체적인 체질개선과 노력을 통해 경쟁력을 확보할 수 있는 방안이 무엇인지에 대한 고민이 필요하다는 전문가도 있었다.

역시 원칙적인 입장에 해당하지만, 지발위의 정책과 연구 활동이 지역방송사와 접점을 찾을 수 있도록 상호작용을 극대화해야 하며, 지발위에서 논의되는 안건이 지발위 수준에서 끝나지 않고 지역방송 발전에 신속히 반영될 수 있도록 노력하여야 한다는 의견도 있었다. 이와 관련하여 지역방송발전위원회는 지속적으로 지역방송의 현실을 정확하게 진단하고 실효성 있는 대안을 마련해야하는데, 정말 지역방송에서 무엇을 원하는지 그리고 정책적으로 어떤 도움을 주어야 하는지 실태를 파악할 것을 주문하기도 하였다. 역점 정책을 수시로 지역방송사, 시청자 또는 관련 학자들의 의견 수렴을 거쳐 개발, 결정하고 이를 이행해야 한다는 의견도 같은 취지의 의견이라고 보아야 할 것이다.

한편, 방송사들이 경영적자를 경험하는 등 방송 환경의 변화에 따라 지역방송의 생존이 위태로운 상황이 되고 있으므로, 지역방송의 구조적 한계를 극복할 수 있도록 하는 '방송정책과 법안'의 제시가 필요하다는 주장도 있었다. 또한 한국사회와 문화의 획일성을 타파하는 돌파구로서의 지역방송의 역할을 전국적인 차원에서 인정하고 중앙방송처럼 진흥시켜나가는 방안을 '법적 강제성'으로 규정하고 규제하는 시도가 반드시 필요하다는 의견이 있었다.

전문가들이 지역방송발전위원회가 역점을 두어야할 구체적 정책으로 제시한 내용은

대부분 지역방송의 공적 지원 강화와 자립적 구조로의 전환에 대한 것이었다. 가장 많이 언급된 정책은 지역방송 콘텐츠 제작에 대한 특별하고 적극적인 정부의 지원정책이었다. 한 전문가는 '지역방송 세제지원'이나 '지역방송 디지털전환 지원'은 효과가 제한적이기 때문에 '지역콘텐츠 제작 지원'과 '지역콘텐츠의 유통창구를 다양화'할 수 있도록 지원하는 것이 중요하다는 의견을 피력하기도 하였다. 이에 대하여 시스템과 비용의 문제에 앞서 방송은 프로그램으로 말하는 것이기에, 지역의 문화와 가치를 담을 수 있는 다양한 프로그램을 직접적으로 생산해내는 일 그리고 지역방송인들이 공들여 제작한 프로그램을 다양한 시청자들이 시청할 수 있도록 유통을 지원하는 것이 선행되어야 하기 때문이라고 부연하였다. 또 다른 전문가는 지역방송 콘텐츠의 유통 창구 다변화 정책 지원과 함께 모바일환경 대응에 따른 지원에 대해서도 관심을 기울일 필요가 있다는 견해를 나타내었다.

그 밖에 다른 전문가들은 편성규제, 외주비율, 방송발전기금, 광고제도, 전파료(광고수익배분) 문제, 송중계소 투자 및 운영비 지원 등이 중요하다는 의견을 제시하였다. 지역콘텐츠 제작지원금 지원과 같은 일회성·이벤트성 지원 보다는 외주비율 문제나 방송발전기금 문제 등이 보다 실질적인 지원이라고 평가한 경우도 있었다. 그리고 지역방송발전기금 조성과 지원 정책에 대한 연구가 뉴미디어와의 관계 속에서 이루어져야 한다는 의견도 제시되었다.

또한 중앙방송사의 N스크린서비스로 인한 갈등에 대해서도 의견이 제시되었다. 이 전문가는 위성방송, 지상파 DMB, IPTV 등 전국을 하나의 권역으로 하는 새로운 미디어 및 서비스가 등장할 때와 마찬가지로 중앙사의 N스크린서비스 제공과 관련한 갈등은 지상파방송의 권역별 송신이라는 원칙이 제대로 정립되지 않았기 때문에 발생한다고 보았다. 그러므로 이 원칙을 지상파방송을 실시간으로 송신하고자 하는 모든 다채널방송서비스 및 유사방송플랫폼에 동일하게 적용해 나갈 수 있도록 방송법제 및 정책 마련에 역점을 두어야 한다는 의견을 밝혔다.

그리고 지역방송 발전에 있어서 지역방송사 자체의 생존과 발전도 중요하지만, 지역 시청자의 복지가 가장 중요한 역점 사항이라는 의견도 있었다. 그런 차원에서 지발위는 지역 시청자 복지에 대한 구체적인 내용 개발에 역점을 두어야 하고, 지역 시청자 복지에 입각한 지역방송 발전 정책 대안 모색을 도모해야 한다고 하였다. 또 한 전문가는

단순히 지역방송사들에게 재정적인 지원을 확대하는 것이 지발위의 소임이 아니라고 밝히면서, 지역방송이 지역에 존재하는 '거의 유일하고 절대적인 이유'는 지역민의 관점에서 필요한 지역정보의 제공이므로 최소한 지역방송사들이 지역성에 근거를 둔 편성을 기반으로 생존·발전할 수 있도록 정책을 추진해야 할 필요가 있다는 의견을 제시하였다.

마지막으로 지역방송사들 자체 문제에 대한 의견도 있었는데, 지역방송사들은 과거 지상파방송 독과점 시대의 잘못된 관행인 방만한 경영, 구성원들의 도덕적 일탈 등에 대해서 되돌아보아야 하고, 지발위 차원에서도 지역방송이 자성과 개선을 하도록 제도적 장치와 방안을 마련해 주는 것이 필요하다는 주장이었다.

〔참고 3〕 지역방송발전위원회 제도·활동 관련 전문가 의견 조사 문항

□ 지역방송발전위원회 제도

※ 방송법 및 동법 시행령의 지역방송발전위원회 관련 조항 제시

① 현재 지역방송발전위원회 구성방식이 적절하다고 생각하십니까?

② 현재 지역방송발전위원회의 직무는 적절히 규정되어 있다고 생각하십니까?

③ 현재 지역방송발전위원회의 운영방식은 적절히 규정되어 있다고 생각하십니까?

④ 지역방송 현안의 중요성을 고려할 때, 현재 지역방송발전위원회의 권한과 위상은 적절하다고 생각하십니까?

□ 지역방송발전위원회 활동

○ 지발위의 주요 활동실적
– 지역방송 사안 심의 및 방통위 건의, 지역방송사 의견수렴
※ 별첨 자료(앞 단원의 지발위 활동실적) 제시

○ 지역방송 관련 주요 정책이슈 예시
– 지역콘텐츠 제작 지원
– 지역방송 편성규제
– 지역방송 광고편성 규제 및 광고판매 제도
– 지역방송 디지털전환 지원
– 지역 지상파DMB 정책
– 지역방송 방송통신기금 징수
– 지역방송 세제지원
– 지역방송 광역화 및 M&A 정책

⑤ 2008년 지역방송발전위원회 출범 이후, 지역방송발전위원회의 활동 중 '가장 바람직했던 부분'은 무엇이라고 생각하십니까?

⑥ 2008년 지역방송발전위원회 출범 이후, 지역방송발전위원회의 활동 중 '가장 부족했던 부분'은 무엇이라고 생각하십니까?

⑦ 지역방송발전위원회 출범 전후를 비교할 때, 정부의 지역방송정책이나 지역방송에 대한 입장이 바람직한 방향으로 변화했다고 생각하십니까? 구체적으로 어떤 부분이 변화하였는지 제시하여 주십시오.

⑧ 2008년 지역방송발전위원회 출범 이후 현재까지, 지역방송발전위원회 활동실적이 바람직한 방향으로 변화했다고 생각하십니까? 구체적으로 어떤 부분이 바람직한 변화였는지 제시하여 주십시오.

⑨ 향후 지역방송발전위원회가 역점을 두어야 하는 정책은 무엇이라고 생각하십니까?

Ⅲ. 지역방송 관련 언론보도

1. 언론보도 조사 대상

2. 언론보도 조사 결과

Ⅲ. 지역방송 관련 언론보도

1. 언론보도 조사 대상

지역방송에 대한 언론보도 내용을 개괄적으로 살펴보기 위하여 지역방송발전위원회가 발족된 2008년부터 2013년 상반기까지 전국일간지 20사(ABC협회 유료부수 순위 기준, 특정 분야·지역 신문 등 제외), 인터넷신문 20사(ranky.com 방문자 순위 기준), 방송사중앙3사, 지역민방 11사 및 종편·보도채널의 기사를 대상으로 '지역방송'을 검색하였다.

〈표 3－1〉 언론보도 조사대상 전국 일간지

	매체명	발행부수	유료부수	조사대상
1	조선일보	1,769,310	1,325,555	조사
2	중앙일보	1,292,498	916,770	조사
3	동아일보	1,060,760	753,237	조사
4	매일경제	836,316	554,922	조사
5	한국경제	517,193	349,765	조사
6	농민신문	306,174	301,123	
7	metro	305,505		
8	스포츠조선	304,888	240,606	
9	The Daily Focus	300,305		
10	한겨레	269,174	210,098	조사
11	한국일보	263,718	168,378	조사
12	일간스포츠	263,632	183,409	
13	경향신문	232,660	176,202	조사
14	국민일보	206,035	147,848	조사
15	스포츠서울	201,145	142,572	
16	스포츠동아	191,749	141,543	조사
17	문화일보	174,525	140,359	조사
18	서울신문	163,713	110,195	조사

	매체명	발행부수	유료부수	조사대상
19	노컷뉴스	89,784		
20	서울경제	85,878	59,838	조사
21	세계일보	85,865	60,529	조사
22	머니투데이	84,086	56,771	조사
23	이데일리	79,874		
24	스포츠경향	79,628	57,846	
25	전자신문	63,000	51,308	
26	내일신문	60,849	42,166	조사
27	헤럴드경제	56,652	36,645	조사
28	스포츠월드	50,127	12,771	
29	파이낸셜뉴스	36,428	19,627	조사
30	The Daily Focus 부산	34,067		
31	The Korea Herald	33,039	21,514	조사
32	천지일보	29,892	16,005	조사

주: ABC협회 일간지 인증 부수(2012) 기준 순위

〈표 3－2〉 언론보도 조사대상 인터넷신문

	사이트	일평균 방문자 수	일평균 페이지뷰	조사대상
1	마이데일리	267,777	631,772	조사
2	노컷뉴스	267,514	416,518	조사
3	오마이뉴스	191,745	765,690	조사
4	데일리안	187,791	295,646	조사
5	SSTV	151,034	166,909	조사
6	뉴데일리	132,386	165,007	조사
7	컨슈머타임스	112,327	140,373	조사
8	폴리뉴스	98,239	170,301	조사
9	미디어오늘	88,738	221,416	조사
10	위키트리	88,455	136,898	조사
11	프레시안	73,631	164,834	조사
12	민중의소리	70,608	92,239	조사
13	G밸리	60,143	121,509	조사
14	유니온프레스	58,428	92,982	조사

	사이트	일평균 방문자 수	일평균 페이지뷰	조사대상
15	뉴스한국	53,276	65,431	조사
16	이뉴스투데이	53,071	86,691	조사
17	레드피아노	31,489	111,382	조사
18	브레이크뉴스	27,786	37,255	조사
19	EBN	25,161	37,204	조사
20	미디어스	24,771	28,530	조사

주: 랭키닷컴(ranky.com) 일평균 방문자수(2013.7) 기준 순위

〈표 3－3〉 언론보도 조사대상 방송사

	방송사명	조사대상
1	MBC(지역 MBC 포함)	조사
2	KBS(지역 KBS 포함)	조사
3	SBS	조사
4	KNN	조사
5	대구방송	조사
6	광주방송	조사
7	대전방송	조사
8	울산방송	조사
9	전주방송	조사
10	청주방송	조사
11	제주방송	조사
12	G1	조사
13	경기방송	조사
14	OBS	조사
15	YTN	조사
16	뉴스Y	조사
17	JTBC	조사
18	채널A	조사
19	MBN	조사
20	TV조선	조사

주: 지상파방송 중앙3사, 지역민방 11사, 보도·종합편성 채널

검색된 결과 중 지역방송이라는 단어가 포함되어 있으나 지역 유료방송과 관련된 기사, 기사의 취지가 지역지상파방송과 거리가 있는 기사, 지역방송과 관련되어 있지만

특정 인물에 대한 비판에 해당하는 기사 등을 포함시키지 않는 방식으로 기사를 추출하였다. 추출된 기사들은 매체별·연도별로 지역방송과 관련한 주제들을 기준으로 분류한 목록을 만들어 〈부록〉으로 제시하였다. 지역방송 관련 주제들은 추출된 기사에서 나타나는 내용을 〈표 3－4〉와 같이 분류하였다.

〈표 3－4〉 지역방송 관련 기사 분류 주제

주제	관련 주제어
지역방송과 광고규제	광고편성제도(중간광고, 간접광고, 광고총량제), 광고품목
지역방송 광고수익배분	전파료, 편성협약
지역방송과 미디어렙	중소방송 광고 연계판매(결합판매), 광고판매 지원, 광고균형발전위원회, 지상파방송광고판매 독점 헌법 불합치 판결, 지상파 광고 직접영업, OBS 미디어렙, 종합편성채널 미디어렙
지역방송 협찬·고지	협찬·고지 규제완화
KBS 수신료	지역KBS 광고 폐지, 지역KBS 활성화
지역방송 방송통신발전기금	방송통신발전기금/방송발전기금 부과/감면
지역방송 프로그램 제작	콘텐츠 제작지원, 제작 장비
지역방송 프로그램 유통	콘텐츠 유통지원, 중앙사의 지역프로그램 편성
지역방송 편성	편성규제, 수중계 비율, 외주제작 편성, 방송시간 확대(24시간)
지역방송 중계설비	지역방송국 신설, 중계망, 중계설비
지역방송 디지털전환	지상파TV 디지털전환, 전환지원, 디지털라디오
지상파 재송신·지상파 역외재송신	의무재송신, 재송신대가, 역외재송신, 재송신 협상
지역방송과 인터넷 환경	온라인서비스, 무선인터넷, N스크린서비스, 스마트미디어, 포털
지역방송 활성화	지역방송발전정책, 포괄적인 발전방안 논의, 지역 시청자미디어센터
지역방송 소유겸영·지역방송 재허가	방송구역 광역화, 지역사간 인수합병, 지상파 재허가, 지역MBC 민영화, SO－민방 겸영
지역방송발전위원회	인사 동정, 국회 의견, 방통위 지역방송팀
지역지상파방송사	(위의 구체적 분류에 해당되지 않는) 지역방송사 동향, 특정방송사 사안, 방송사 간담회, 지역사에 대한 평가
케이블TV 지역채널	케이블SO의 지역채널
유료방송 PP	PP 또는 PP 프로그램의 발전
종합편성채널	지역방송에 대한 종편의 영향
지역방송과 미디어法	(2008~2009) 방송법(시행령) 개정, IPTV법 개정, 신문법 개정
정부조직개편	(2013)

광고(광고제도 포함), 협찬, 수신료, 기금 등 재무관련 주제들과 프로그램 제작, 유통, 편성, 중계설비, 디지털전환 등과 같은 방송사의 기능을 중심으로 한 주제들, 재송신, 인터넷환경 등 뉴미디어 플랫폼과의 관계에 대한 주제, 소유겸영, 재허가 등 규제 관련 주제들, 지발위, 지역방송팀 및 지역방송사의 소식, 그리고 유료방송 채널과 지역방송이 연결된 주제들, 마지막으로 미디어법이나 정부조직 개편 등과 같은 특정 시기에 발생한 정책 환경들로 구성하였다. 분류된 주제들의 중첩, 세분화, 누락 등 구체적인 분류방식에 대한 이견은 있을 수 있으나, 지역방송과 관련하여 관심도가 높은 사항들은 대체로 포괄·분류된 것으로 본다.

2. 언론보도 조사 결과

2008년 이후 2013년 상반기까지 지역방송에 대한 언론보도 내용을 분류한 결과를 여러 개의 〈표〉들로 보여주고 있다. 전국일간지, 인터넷신문 및 방송사의 보도에서 다룬 주제들 중 공통적으로 나타나는 경향을 살펴보면 다음과 같다. 대체로 이 기간 동안 가장 많이 나타나는 기사는 지역방송과 미디어렙 혹은 방송광고판매제도에 대한 기사로 보인다. 이들 기사는 대체로 KOBACO의 지상파방송광고 독점판매가 헌법불합치 판정을 받은 2008년 11월 전후, 즉 2008년과 2009년 사이에 집중적으로 나타났고 2010년에는 줄어들었다가 미디어렙법(방송광고판매대행 등에 관한 법률)이 제정된 2012년 2월 직전인 2011년에 이 이슈가 엄청난 관심을 받았고 2012년 8월 민영 미디어렙이 등장하는 과정과 어우러져 많은 기사들이 쏟아져 나왔던 것으로 보인다. 기사 빈도에는 차이가 있겠으나 이러한 경향은 일간지, 인터넷신문, 방송사 기사별로 큰 차이를 보이지 않는다. 미디어렙법 이슈는 아무래도 지역방송사의 주 수입원인 방송광고결합판매 문제가 연결되어 있기에 법률제정 자체를 촉구하거나 그 공영 민영렙의 숫자, 종합편성채널의 포함 여부 등 구체적 사안들을 두고 많은 주장들이 제기되었다.

〈표 3－5〉 지역방송관련 보도 현황(주요 전국 일간지)

주제	주요 전국 일간지 20사					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
지역방송과 광고규제			1			
지역방송 광고수익배분			5			
지역방송과 미디어렙	51	52		82	27	5
지역방송 협찬·고지				3		
KBS 수신료			11	2		
지역방송 방송통신발전기금	1			4		
지역방송 프로그램 제작	5	1	1			1
지역방송 프로그램 유통					2	
지역방송 편성				1	2	
지역방송 중계설비			1			
지역방송 디지털전환		4	1		6	
지상파 재송신·지상파 역외재송신	13	6	6	5	2	
지역방송과 인터넷 환경				2	2	
지역방송 활성화		2	2	1	1	3
지역방송 소유겸영·지역방송 재허가	2	5	4	8		
지역방송발전위원회	4	2		1	1	
지역지상파방송사	2	3	14	5	1	3
케이블TV 지역채널	1	1	1	3		
유료방송 PP	2					
종합편성채널			9	12		
지역방송과 미디어法	12	25				
정부조직개편						

주: 2013년은 1~6월 상반기

〈표 3－6〉 지역방송 관련 보도현황(주요 인터넷신문)

주제	주요 인터넷신문 20사					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
지역방송과 광고규제						
지역방송 광고수익배분		1	1		5	
지역방송과 미디어렙	21	16	2	32	35	
지역방송 협찬·고지						
KBS 수신료			2	1		
지역방송 방송통신발전기금						
지역방송 프로그램 제작						2
지역방송 프로그램 유통		1				
지역방송 편성				1	1	
지역방송 중계설비						
지역방송 디지털전환					1	
지상파 재송신·지상파 역외재송신	2	1	3			
지역방송과 인터넷 환경					1	
지역방송 활성화			2	2	2	2
지역방송 소유겸영·지역방송 재허가		1	1	2	2	
지역방송발전위원회·지역방송팀	1	1		1		
지역지상파방송사	4				3	1
케이블TV 지역채널						
유료방송 PP						
종합편성채널			4	7		1
지역방송과 미디어法	8	6				
정부조직개편						2

주: 2013년은 1~6월 상반기

방송광고판매 다음으로 지역방송과 관련되어 많이 언급된 기사는 아무래도 2009년 7월 통과되었던 미디어법 개정안(주로 방송법과 신문법) 이슈였던 것으로 보인다. 전국 일간지, 인터넷 신문, 방송사 보도 별로 조금씩 양상에 차이는 있지만 특히 미디어법이 통과 되었던 2009년에 기사들이 집중되었고, 직전 연도에도 상당한 기사들이 나타나고 있다. 미디어법에서는 신문방송 겸영 허용을 통한 종합편성채널 진입 이슈가 핵심이었

고 종합편성채널 등장이 지역방송에 줄 영향(광고 잠식 등)에 대한 우려가 미디어렙(방송광고판매) 이슈와 맞물리면서 세간의 관심을 동반 상승시켰던 것으로 보인다. 이에 따라 2011년 12월 승인된 종합편성채널의 미디어렙 포함 여부와 지역방송에 관한 기사들이 2010년과 2011년에 걸쳐 나타나는 것을 볼 수 있다. 2011년 미디어렙 주제로 분류된 기사 중에는 종합편성채널과 미디어렙이 연결된 기사를 포함시키고 있는데, 그 덕분에 일간지, 인터넷 신문 및 방송사 기사들을 합산해 보면 2011년의 미디어렙 기사 숫자가 어떤 경우보다 많은 빈도수를 보이고 있다.

〈표 3－7〉 지역방송 관련 보도 현황(주요 방송사)

주제	지상파방송 중앙3사, 지역민영방송 11사, 보도채널 2사 및 종편채널 4사					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
지역방송과 광고규제						
지역방송 광고수익배분			1		1	
지역방송과 미디어렙	10	10		11	22	2
지역방송 협찬·고지				1		
KBS 수신료				1		
지역방송 방송통신발전기금						
지역방송 프로그램 제작	1					
지역방송 프로그램 유통						
지역방송 편성					1	
지역방송 중계설비						
지역방송 디지털전환	2					
지상파 재송신·지상파 역외재송신		1				
지역방송과 인터넷 환경				1	1	1
지역방송 활성화	1	1	2	3	2	3
지역방송 소유겸영·지역방송 재허가			1			
지역방송발전위원회	3					
지역지상파방송사						
케이블TV 지역채널						1
유료방송 PP						
종합편성채널			3	14		
지역방송과 미디어法	1	10				
정부조직개편						

주: 2013년은 1~6월 상반기

다음으로 눈에 띄는 기사는 지상파 재송신에 관련된 것들인데 그 중 지역방송과 관련된 내용들만 추출하다 보니 2008년에는 그해 연말에 승인된 IPTV의 재송신 기사들이 대부분이었고, 이후에는 OBS의 역외재송신 이슈가 주류를 이루었고 2011년에야 비로소 유료방송과 지상파간의 재송신 대가 갈등과 관련된 기사들이 등장하고 있다. OBS의 서울지역 역외재송신 승인과 관련해서는 2008년 2월의 부분 승인, 2010년 2월의 당시 현행 유지 결정 그리고 2011년 3월의 나머지 서울지역 SO에 대한 역외재송신 승인 등의 진행 경과에 따라 관련 우려나 기대들이 기사화 된 것을 볼 수 있다.

그밖에 디지털전환과 관련해서는 그 전에도 기사들이 등장하지만 아날로그 방송이 종료된 2012년에 상대적으로 많은 기사들이 등장하였고, 중앙－지역간 광고수익 배분(전파료)과 관련해서는 2010년에 SBS의 월드컵 중계권과 대전방송의 손해배상 소송과 관련된 기사가 전국 일간지에 나타났고, 2012년에는 인터넷 신문을 중심으로 SBS－지역민방 간의 편성협약과 관련한 내용이 기사화되었다. 그리고 다른 지역방송보다는 KBS 지역국과 관련된 이슈라고 보아야 하는 KBS 수신료 인상안이 2010년 11월 이사회 의결, 2011년 3월 국회 상임위 상정, 6월 임시국회 처리 무산 등의 과정을 거치면서 기사화되는 모습을 보였다. 그리고 소유・겸영과 관련한 기사는 2008년 및 2009년에는 결국 미디어렙법과 관련한 내용들이었고, 2010년과 2011년은 거의 2011년 8월 승인된 창원－진주 MBC의 합병에 관한 기사들이었다.

아쉬운 것은 이상과 같이 그때그때 지역방송과 관련한 현안들에 대해서는 많은 기사들이 등장하고 있는 것에 비하여 정작에 지역방송의 프로그램 제작, 유통, 편성과 같은 본질적인 문제에 대해서는 2008년이나 2012년을 제외하면 그다지 언론의 관심을 받고 있지 못하다는 사실이다. 그나마 2008년에는 콘텐츠제작 지원, 2012년에는 종일방송 허용에 관련된 내용이 언론의 관심을 끌었던 것으로 보인다. 전체적으로 조사된 방송사의 지역방송 관련 기사 수가 상대적으로 많지 않은 것을 고려하더라도, 전국 일간지나 인터넷신문에서보다 방송사 자체에서 기사화된 제작, 유통, 편성 기사가 더 적어 보이는 것도 또 다른 문제로 지적될 수 있겠다.

Ⅳ. 지역방송 관련 주요 법률안

1. 지역방송발전지원 특별법안
2. 방송법 일부개정 법률안
3. 방송광고판매대행 등에 관한 법률
4. 기타 지역방송 관련 법안

Ⅳ. 지역방송 관련 주요 법률안

1. 지역방송발전지원 특별법안

발의자	제안이유	법안 주요내용
(2012. 8. 28) 장병완(대표발의자), 양승조, 김태년, 임내현, 조정식, 이종걸, 도종환, 배기운, 한정애, 배재정, 김성주, 노웅래 의원(12인)	현재 지역방송은 미디어융합에 따른 미디어시장에서의 매체 간 경쟁 심화 및 방송시장의 유료화 확산이라는 어려운 방송환경 속에서 지방에 거주하는 국민에게 공공재로서 보편적인 서비스를 행하고 알권리 보장에 기여하고 있음. 그러나 복수미디어랩 제도의 도입 및 종합편성채널 출범에 따른 정부의 미디어 정책의 변화는 열악한 미디어환경에 있는 지역방송을 존립의 위기로 몰아넣고 있음. 이에 미디어 환경의 변화 등에 따라 존립의 위기를 맞고 있는 지역방송에 대한 지원방안을 마련함으로써 지역방송이 지역민의 알 권리를 보장하고 지역사회의 공적 커뮤니케이션 통로의 마련에 기여하도록 하려는 것임.	가. 지역방송의 건전한 발전기반을 조성하여 여론의 다양성 구현, 민주주의의 실현 및 지역사회의 균형발전에 이바지함을 목적으로 함(안 제1조). 나. 국가 및 지방자치단체는 지역방송의 자율성을 보장하고, 지역방송의 건전한 발전을 위하여 필요한 시책을 마련하도록 함(안 제4조 및 제5조). 다. 방송통신위원회는 지역방송의 발전과 방송산업으로서의 기반을 강화하기 위하여 3년마다 지역방송의 발전지원계획을 수립·시행하도록 함(안 제7조). 라. 지역방송의 발전을 지원하기 위하여 방송통신위원회 소속으로 지역방송발전위원회 두고, 지역방송발전기금의 관리 및 운용 등의 직무를 하도록 함(안 제8조부터 제12조까지). 마. 방송통신위원회는 지역방송의 디지털 전환에 필요한 재원을 지원할 수 있도록 함(안 제13조). 바. 「방송법」에 따른 지상파방송사업자(한국방송공사를 제외한다)와 종합편성을 하는 방송채널사용사업자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 지역방송사업자가 제작한 방송프로그램으로 편성하도록 함(안 제14조). 사. 지역방송의 발전을 지원하기 위하여 지역방송발전기금을 설치하고 지역방송의 경영여건 개선 등에 지원할 수 있도록 함(안 제15조부터 제19조까지).

발의자	제안이유	법안 주요내용
(2010. 12. 29) 장병완(대표발의자)· 강기정·김영록·양승조· 유선호·이춘석·전혜숙· 조영택·조정식·최문순· 천정배 의원(11인)	최근 미디어융합에 따른 새로운 미디어의 등장, 미디어시장에서의 매체간 경쟁 심화 및 방송시장의 유료화 확산이라는 어려운 방송환경속에서 지역방송은 공공재로서 보편적인 서비스를 행하여 지방에 거주하는 국민의 알권리 보장에 기여하고 있음. 또한 복수미디어렙 제도가 도입될 예정이고 종합편성채널이 출범하는 등 정부의 미디어 정책의 변화는 어려운 미디어환경에 있는 지역방송을 존립의 위기로 몰아넣고 있음. 지역방송의 위기와 몰락은 지방에 거주하는 국민의 알 권리 보장을 저해하고 지역분권과 지역자치를 훼손하며 지역사회의 공적 커뮤니케이션의 통로의 붕괴를 초래할 가능성이 높음. 이에 미디어 환경의 변화 등에 따라 존립의 위기를 맞고 있는 지역방송에 대한 지원방안을 마련함으로써 지역방송이 지역민의 알 권리를 보장하고 지역사회의 공적 커뮤니케이션 통로의 마련에 기여하도록 하려는 것임.	가. 지역방송의 건전한 발전기반을 조성하여 여론의 다양성 구현, 민주주의의 실현 및 지역사회의 균형발전에 이바지함을 목적으로 함(안 제1조). 나. 지역방송과 관련된 용어를 정의함(안 제2조). (1) “지역방송”이란 특별시 외의 지역을 방송구역으로 하는 지상파방송으로 정의함. (2) “지역방송사업자”란 지역방송 사업을 하기 위하여 「방송법」 제9조제1항에 따라 허가받은 자로 정의함. 다. 국가 및 지방자치단체는 지역방송의 자율성을 보장하고, 지역방송의 건전한 발전을 위하여 필요한 시책을 강구하도록 함(안 제3조 및 제4조). 라. 방송통신위원회는 지역방송의 디지털 전환에 필요한 재원을 지원할 수 있도록 하였음(안 제6조). 마. 「방송법」에 따른 지상파방송사업자(한국방송공사를 제외한다)와 종합편성을 하는 방송채널사용사업자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 1주당 3시간 이상을 지역방송사업자가 제작한 방송프로그램으로 편성하도록 함(안 제7조). 바. 방송통신위원회 위원장은 지역방송의 발전과 방송산업으로서의 기반을 강화하기 위하여 3년마다 지역방송의 발전지원계획을 수립·시행하도록 함(안 제8조). 사. 지역방송의 발전을 지원하기 위하여 방송통신위원회 소속으로 지역방송발전위원회 두도록 하여, 지역방송발전기금의 관리 및 운용 등의 직무를 하도록 함(안 제9조부터 제14조까지). 아. 정부의 출연금 등으로 조성된 지역방송발전기금을 설치하여 지역방송의 경영여건 개선 등에 지원할 수 있도록 함(안 제15조부터 제19조까지). 자. 지역방송발전위원회 위원장은 이 법에 따른 권한의 일부를 특별시장·광역시장·도지사에게 위임하거나 언론관련 법인 또는 단체에 위탁할 수 있도록 함(안 제21조)

발의자	제안이유	법안 주요내용
국가재정법 일부개정법률안 (2012. 8. 28) 발의자: 장병완(대표발의자)·양승조·김태년·임내현·조정식·이종걸·도종환·배기운·한정애·배재정·김성주·노웅래 의원(12인)	현재 지역방송은 미디어융합에 따른 미디어시장에서의 매체 간 경쟁 심화 및 방송시장의 유료화 확산이라는 어려운 방송환경 속에서 지방에 거주하는 국민에게 공공재로서 보편적인 서비스를 행하고 알권리 보장에 기여하고 있음. 그러나 복수미디어랩 제도의 도입 및 종합편성채널 출범에 따른 정부의 미디어 정책의 변화는 열악한 미디어환경에 있는 지역방송을 존립의 위기로 몰아넣고 있음. 이에 미디어 환경의 변화 등에 따라 존립의 위기를 맞고 있는 지역방송에 대한 지원을 위하여 지역방송의 경영여건 개선 사업, 콘텐츠 제작 지원 사업 등을 추진하기 위한 지역방송발전기금을 설치하려는 것임(안 별표 2 제67호 신설).	**국가재정법 일부개정법률안** 국가재정법 일부를 다음과 같이 개정한다. 별표 2에 제67호를 다음과 같이 신설한다. 67.「지역방송발전지원 특별법」

2. 방송법 일부개정 법률안

발의자	제안이유	법안 주요내용
(2012. 8. 28) 장병완(대표발의자), 양승조 · 김태년 · 임내현 · 조정식 · 이종걸 · 도종환 · 배기운 · 한정애 · 배재정 · 김성주 · 노웅래 의원(12인)	현재 지역방송은 미디어융합에 따른 미디어시장에서의 매체 간 경쟁 심화 및 방송시장의 유료화 확산이라는 어려운 방송환경 속에서 지방에 거주하는 국민에게 공공재로서 보편적인 서비스를 행하고 알권리 보장에 기여하고 있음. 그러나 복수미디어랩 제도의 도입 및 종합편성채널 출범에 따른 정부의 미디어 정책의 변화는 열악한 미디어환경에 있는 지역방송을 존립의 위기로 몰아넣고 있음. 이에 미디어 환경의 변화 등에 따라 존립의 위기를 맞고 있는 지역방송에 대한 지원방안을 마련함으로써 지역방송이 지역민의 알 권리를 보장하고 지역사회의 공적 커뮤니케이션 통로의 마련에 기여하도록 하려는 것임.	가. 지역방송의 건전한 발전기반을 조성하여 여론의 다양성 구현, 민주주의의 실현 및 지역사회의 균형발전에 이바지함을 목적으로 함(안 제1조). 나. 국가 및 지방자치단체는 지역방송의 자율성을 보장하고, 지역방송의 건전한 발전을 위하여 필요한 시책을 마련하도록 함(안 제4조 및 제5조). 다. 방송통신위원회는 지역방송의 발전과 방송산업으로서의 기반을 강화하기 위하여 3년마다 지역방송의 발전지원계획을 수립 · 시행하도록 함(안 제7조). 라. 지역방송의 발전을 지원하기 위하여 방송통신위원회 소속으로 지역방송발전위원회 두고, 지역방송발전기금의 관리 및 운용 등의 직무를 하도록 함(안 제8조부터 제12조까지). 마. 방송통신위원회는 지역방송의 디지털 전환에 필요한 재원을 지원할 수 있도록 함(안 제13조). 바. 「방송법」에 따른 지상파방송사업자(한국방송공사를 제외한다)와 종합편성을 하는 방송채널사용사업자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 지역방송사업자가 제작한 방송프로그램으로 편성하도록 함(안 제14조). 사. 지역방송의 발전을 지원하기 위하여 지역방송발전기금을 설치하고 지역방송의 경영여건 개선 등에 지원할 수 있도록 함(안 제15조부터 제19조까지).
(2010. 12. 29) 장병완(대표발의자) · 강기정 · 김영록 · 양승조 · 유선호 · 이춘석 · 전혜숙 · 조영택 · 조정식 · 최문순 · 천정배 의원(11인)	최근 미디어융합에 따른 새로운 미디어의 등장, 미디어시장에서의 매체간 경쟁 심화 및 방송시장의 유료화 확산이라는 어려운 방송환경속에서 지역방송은 공공재로서 보편적인 서비스를 행하여 지방에 거주하는 국민의 알권리 보장에 기여하고 있음.	가. 지역방송의 건전한 발전기반을 조성하여 여론의 다양성 구현, 민주주의의 실현 및 지역사회의 균형발전에 이바지함을 목적으로 함(안 제1조). 나. 지역방송과 관련된 용어를 정의함(안 제2조). (1) "지역방송"이란 특별시 외의 지역을 방송구역으로 하는 지상파방송으로 정의함. (2) "지역방송사업자"란 지역방송 사업을 하기 위하여 「방송법」 제9조제1항에 따라 허가받은 자로 정의함.

발의자	제안이유	법안 주요내용
	또한 복수미디어렙 제도가 도입될 예정이고 종합편성채널이 출범하는 등 정부의 미디어 정책의 변화는 어려운 미디어환경에 있는 지역방송을 존립의 위기로 몰아넣고 있음. 지역방송의 위기와 몰락은 지방에 거주하는 국민의 알 권리 보장을 저해하고 지역분권과 지역자치를 훼손하며 지역사회의 공적 커뮤니케이션의 통로의 붕괴를 초래할 가능성이 높음. 이에 미디어 환경의 변화 등에 따라 존립의 위기를 맞고 있는 지역방송에 대한 지원방안을 마련함으로써 지역방송이 지역민의 알 권리를 보장하고 지역사회의 공적 커뮤니케이션 통로의 마련에 기여하도록 하려는 것임.	다. 국가 및 지방자치단체는 지역방송의 자율성을 보장하고, 지역방송의 건전한 발전을 위하여 필요한 시책을 강구하도록 함(안 제3조 및 제4조). 라. 방송통신위원회는 지역방송의 디지털 전환에 필요한 재원을 지원할 수 있도록 하였음(안 제6조). 마. 「방송법」에 따른 지상파방송사업자(한국방송공사를 제외한다)와 종합편성을 하는 방송채널사용사업자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 1주당 3시간 이상을 지역방송사업자가 제작한 방송프로그램으로 편성하도록 함(안 제7조). 바. 방송통신위원회 위원장은 지역방송의 발전과 방송산업으로서의 기반을 강화하기 위하여 3년마다 지역방송의 발전지원계획을 수립·시행하도록 함(안 제8조). 사. 지역방송의 발전을 지원하기 위하여 방송통신위원회 소속으로 지역방송발전위원회 두도록 하여, 지역방송발전기금의 관리 및 운용 등의 직무를 하도록 함(안 제9조부터 제14조까지). 아. 정부의 출연금 등으로 조성된 지역방송발전기금을 설치하여 지역방송의 경영여건 개선 등에 지원할 수 있도록 함(안 제15조부터 제19조까지). 자. 지역방송발전위원회 위원장은 이 법에 따른 권한의 일부를 특별시장·광역시장·도지사에게 위임하거나 언론관련 법인 또는 단체에 위탁할 수 있도록 함(안 제21조)

3. 방송광고판매대행 등에 관한 법률

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
방송광고판매대행 등에 관한 법률안(대안)에 대한 수정안 발의자: 전혜숙 의원 (찬성 34인)	〈수정이유〉 「방송법」 제73조제5항에 대한 헌법재판소의 헌법불합치 결정에 따라 관련 법규를 정비하여 위헌요소를 해소하고자 발의된 제정안은 급변하는 방송환경에 걸맞은 합리적인 경쟁 체제를 도입하여 방송광고시장 확대를 꾀함과 동시에 매체 간 균형발전을 도모하여 방송의 공공성·공익성·지역성·다양성을 유지·발전하고자 하는 미디어렙법 제정의 취지, 목적에 어긋나는 조항들이 많이 있어 이를 수정할 필요가 있음. 특히 헌법재판소의 결정 취지에 따라 광고 취약 중소방송사에 대한 지원을 법정의무화 하고, 프로그램의 제작·편성과 광고의 분리라는 미디어렙의 의의를 최대한 살리기 위해 방송사업자의 소유지분을 최소화하는 규정을 마련하고자 함.	가. 방송광고 판매대행과 관련된 개념을 정의(안 제2조제1호부터 제11호까지) (1) 방송광고, 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자, 네트워크 지역지상파방송사업자, 종합편성방송채널사용사업자, 방송광고판매대행사업, 방송광고판매대행사업자, 방송광고대행자, 광고주 등을 정의함. (2) 네트워크 지역지상파방송사업자를 지상파방송사업자로부터 방송을 수신받아 중계하고 이에 따라 방송광고 매출을 배분받는 지역지상파방송사업자로 함. (3) 중소지상파방송사업자를 종교의 선교를 목적으로 하는 지상파방송사업자, 특별시 외의 지역 또는 특별시 일부와 특별시 외의 지역을 방송구역으로 하는 지상파방송사업자, 보도를 전문으로 하는 지상파방송사업자 등으로 함. 나. 방송광고의 판매대행(안 제5조, 안 부칙 제7조제2항) (1) 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 또는 종합편성방송채널사용사업자(이하 “방송사업자”라 한다)는 방송통신위원회의 허가를 받은 광고판매대행사업자가 위탁하는 방송광고 이외에는 방송광고를 할 수 없도록 함. (2) 한국방송공사와 한국교육방송공사, 방송문화진흥회가 최다 출자자인 지상파방송사업자는 한국방송광고진흥공사가 위탁하는 방송광고에 한해 방송광고를 할 수 있도록 하되, 방송문화진흥회가 최다 출자자인 지상파방송사업자는 법 시행 후 2년까지로 적용을 제한함.

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
		다. 광고판매대행자의 허가, 허가유효기간, 변경허가, 신고, 재허가 및 허가의 취소 등(안 제6조부터 제11조까지) (1) 방송통신위원회는 방송광고판매계획의 공익성·공정성 및 실현가능성, 네트워크 지역지상파방송사업자 및 중소지상파방송사업자 지원방안의 적절성, 경영계획의 적정성 등의 요건을 갖춘 자에 대해 허가할 수 있도록 함. (2) 한국방송광고진흥공사는 허가를 받은 것으로 의제하되, 방송문화진흥회가 최다출자자인 방송사업자의 네트워크 지원방안을 방송통신위원회에 제출하고 승인을 얻도록 함. (3) 방송통신위원회는 광고판매대행사업 허가시 방송 및 광고산업 발전, 네트워크 지역지상파방송사업자 지원, 광고시장 공정경쟁 등을 위해 필요한 조건을 부과할 수 있도록 함. (4) 광고판매대행사업의 허가유효기간은 5년으로 하되, 최초 허가의 경우는 3년으로 함. (5) 재허가시 허가조건, 광고판매대행사업자의 제재 횟수 등을 방송통신위원회가 심사하도록 함. (6) 허가 취소 사유를 규정하고, 6개월 이내의 기간을 정하여 해당 업무의 전부 또는 일부 정지를 명할 수 있도록 함. 라. 광고판매대행사업의 결격사유를 규정함(안 제12조) 마. 광고판매대행사업자의 소유제한(안 제13조) (1) 누구든지 광고판매대행자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 20를 초과하여 소유할 수 없도록 하되, 전체 방송사업자가 소유하는 지분의 합은 해당 방송광고판매대행자의 전체 주식 또는 지분 총수의 100분의 50을 초과할 수 없도록 함. (2) 자산총액이 10조원 미만의 대기업, 일간신문, 뉴스통신을 경영하는 법인은 광고판매대행자의 주식 또는 지분총수의 100분의 10을 초과하여 소유할 수 없도록 함.

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
		(3) 지주회사 및 자산총액이 10조원 이상의 대기업은 광고판매대행자의 주식 또는 지분을 소유할 수 없도록 함. (4) 광고판매대행자는 그 특수관계자를 포함하여 다른 광고판매대행사업자의 주식 또는 지분을 소유할 수 없도록 함. (5) 광고대행자는 광고판매대행자의 주식 또는 지분을 소유할 수 없도록 함. 바. 광고판매대행자 등의 금지행위(안 제15조) (1) 광고판매대행자가 정당한 사유 없이 방송사업자의 방송프로그램 기획, 제작, 편성 등에 영향력을 미치는 행위, 정당한 사유 없이 특정 방송사업자 또는 광고대행자에 대해 광고판매를 거부, 중단 또는 해태하거나 거래조건을 차별하는 행위, 방송광고 이외의 광고를 판매하는 행위, 동종매체의 결합판매 대행 등을 금지함. (2) 방송사업자가 방송광고 판매를 목적으로 광고판매대행자의 경영 등에 부당하게 간섭하는 행위, 정당한 사유 없이 광고판매대행자의 방송광고판매 위탁을 거부, 중단 또는 거래조건을 차별하는 행위 등을 금지함. 사. 방송광고의 수수료(안 제16조) (1) 방송사업자는 방송광고판매액의 100분의 20 이내에서 방송광고의 수탁수수료를 광고판매대행자에게 지급하여야 함. (2) 광고판매대행자는 수탁수수료의 100분의 70 이상을 광고대행자에게 지급하여야 함. (3) 수수료의 구체적인 기준과 범위는 대통령령으로 정함 아. 광고판매대행자는 광고판매와 관련된 회계를 정리하고 영업보고서를 작성하여 방송통신위원회에 제출하도록 함(안 제17조) 자. 방송광고의 균형발전(안 제18조부터 제23조까지)

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
		(1) 지상파방송광고를 대행하는 광고판매대행자들은 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자의 방송광고 판매를 지원하도록 의무화 함. (2) 광고판매대행자들은 중소지상파방송사업자에게 직전 회계연도 5년간의 지상파방송광고 매출액 중 중소지상파방송사업자에게 결합판매 된 비율 이상으로, 네트워크 지역지상파방송사업자에게는 직전 회계연도 5년간의 각 네트워크 지상파방송사업자의 지상파광고 매출액 중 중앙과 지역의 배분비율 이상으로 판매 지원하여야 한다. (3) 방송광고 매출배분과 관련된 분쟁이 있는 경우 방송통신위원회에 조정을 신청할 수 있도록 함 (4) 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자 등에 대하여 공익적 방송프로그램 제작 등을 지원할 수 있도록 함. (5) 방송광고 균형발전을 위한 중소방송 지원 및 이행실적 평가 등을 효율적으로 수행하기 위하여 방송통신위원회 내에 방송광고균형발전위원회를 설치함. 차. 한국방송광고진흥공사의 설립(안 제24조부터 제34조까지) (1) 광고판매대행, 방송광고균형발전 및 방송통신광고산업 활성화를 위하여 한국방송광고진흥공사를 설립함. (2) 한국방송광고진흥공사의 자본금은 3천억원으로 하고 정부가 전액 출자하도록 함. (3) 한국방송광고진흥공사는 방송광고의 판매대행, 방송광고 균형발전을 위한 지원사업, 방송통신광고산업 진흥 관련 사업, 시청률 조사·검증 등 방송통신위원회가 위탁하는 업무 등을 주요사업으로 함. 카. 시정명령 및 과징금 규정(안 제37조 및 제38조) (1) 광고판매대행자가 허가조건 위반, 광고판매지원 등을 위반하는 경우 시정을 명할 수 있도록 함.

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
		(2) 광고판매대행자 등에 대해 금지행위 위반, 광고판매지원 위반, 업무 정지처분에 갈음하여 5억원 이하의 과징금을 부과할 수 있도록 함. 타. 벌칙, 양벌규정, 과태료 등 규정(안 제40조부터 제44조까지) (1) 허가, 재허가를 받지 아니하거나 거짓 또는 부정한 방법으로 허가, 재허가를 받아 방송광고판매대행사업을 한 자 등의 벌칙을 정함. (2) 광고판매대행사업 변경신고를 위반하는 경우 1천만원 이하의 과태료를 부과하도록 함. 파. 종합편성방송채널사용사업자의 방송광고 판매대행에 대해서는 2013년 12월1일부터 이 법을 적용함(안 부칙 제4조) 하. 광고판매지원 및 공익적 프로그램제작 지원은 이 법 시행 당시의 중소지상파방송사업자와 네트워크 지역지상파방송사업자에 한해 적용하도록 함(안 부칙 제5조) 거. 한국방송광고진흥공사 설립준비에 따른 사항 규정(안 부칙 제3조, 제6조부터 제10조) (1) 방송통신위원회 위원장은 한국방송광고진흥공사의 설립 및 종전의 한국방송광고공사의 자산 및 업무 이관, 직원 승계 등에 필요한 사무를 처리하기 위하여 설립위원회를 설치함. (2) 한국방송광고진흥공사는 한국방송광고공사에 속하는 모든 재산과 권리, 의무를 공사의 설립과 동시에 포괄승계하며 종전의 한국방송광고공사 직원의 고용관계를 포괄승계함. 너. 이 법 공포 후 신규 광고판매대행자의 사업 개시가 불가할 경우 신규 광고판매대행자의 사업개시일 이전까지 이 법에 따른 공사(설립등기를 마치기 전에는 한국방송광고공사법에 따른 한국방송광고공사로 한다)를 지상파방송사업자의 광고판매대행자로 함.(안 부칙 제7조)

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
방송광고판매대행 등에 관한 법률안(대안) (2012. 2. 8) 제안자: 문화체육관광방송통신위원장	한국방송광고공사와 그 출자회사에 한해서 지상파방송광고 판매대행을 할 수 있도록 한「방송법」제73조제5항의 헌법불합치 결정 및 방송시장 환경변화에 따라 방송광고 판매대행 제도를 개선하여 방송광고 판매시장의 위헌 요소 해소와 방송광고시장의 활성화를 도모하고 아울러 방송의 공공성·공익성 및 다양성 구현에 이바지하고자 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」을 제정하려는 것임.	가. 방송광고 판매대행과 관련된 개념을 정의(안 제2조제1호부터 제11호까지) (1) 방송광고, 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자, 종합편성방송채널사용사업자, 방송광고판매대행사업, 방송광고판매대행사업자, 방송광고대행자, 광고주 등을 정의함. (2) 네트워크 지역지상파방송사업자를 지상파방송사업자로부터 방송을 수신받아 중계하고 이에 따라 방송광고 매출을 배분받는 지역지상파방송사업자로 함. (3) 중소지상파방송사업자를 종교의 선교를 목적으로 하는 지상파방송사업자, 특별시 외의 지역 또는 특별시 일부와 특별시 외의 지역을 방송구역으로 하는 지상파방송사업자, 보도를 전문으로 하는 지상파방송사업자 등으로 함. 나. 방송광고의 판매대행(안 제5조) (1) 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 또는 종합편성방송채널사용사업자(이하 "방송사업자"라 한다)는 광고판매대행사업자가 위탁하는 방송광고 외에는 방송광고를 할 수 없도록 함. (2) 한국방송공사와 한국교육방송공사, 방송문화진흥회가 최다 출자자인 지상파방송사업자는 한국방송광고진흥공사가 위탁하는 방송광고에 한정하여 방송광고를 할 수 있도록 함. 다. 광고판매대행자의 허가, 허가유효기간, 변경허가, 신고, 재허가 및 허가의 취소 등(안 제6조부터 제11조까지) (1) 방송통신위원회는 방송광고판매계획의 공익성·공정성 및 실현가능성, 네트워크 지역지상파방송사업자 및 중소지상파방송사업자 지원방안의 적절성, 경영계획의 적정성 등의 요건을 갖춘 자에 대해 허가할 수 있도록 함. (2) 한국방송광고진흥공사는 허가를 받은 것으로 의제하되, 방송문화진흥회가 최다출자자인 방송사업자의 네트워크 지원방안을 방송통신위원회에 제출하고 승인을 받도록 함.

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
		(3) 방송통신위원회는 광고판매대행사업 허가시 방송 및 광고산업 발전, 네트워크 지역지상파방송사업자 및 중소지상파방송사업자 지원, 광고시장 공정경쟁 등을 위하여 필요한 조건을 부과할 수 있도록 함. (4) 광고판매대행사업의 허가유효기간은 5년으로 하되, 최초 허가의 경우는 3년으로 함. (5) 재허가시 허가조건, 광고판매대행사업자의 제재 횟수 등을 방송통신위원회가 심사하도록 함. (6) 허가 취소 사유를 규정하고, 6개월 이내의 기간을 정하여 해당 업무의 전부 또는 일부 정지를 명할 수 있도록 함. 라. 광고판매대행사업의 결격사유를 규정함(안 제12조) 마. 광고판매대행사업자의 소유제한(안 제13조) (1) 누구든지 광고판매대행자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 40을 초과하여 소유할 수 없도록 함. (2) 대기업, 일간신문, 뉴스통신을 경영하는 법인은 광고판매대행자의 주식 또는 지분총수의 100분의 10을 초과하여 소유할 수 없도록 함. (3) 지주회사는 광고판매대행자의 주식 또는 지분을 소유할 수 없도록 함. (4) 광고판매대행자는 그 특수관계자를 포함하여 다른 광고판매대행사업자의 주식 또는 지분을 소유할 수 없도록 함. (5) 광고대행자는 광고판매대행자의 주식 또는 지분을 소유할 수 없도록 함. 바. 광고판매대행자 등의 금지행위(안 제15조) (1) 광고판매대행자가 정당한 사유 없이 방송사업자의 방송프로그램 기획, 제작, 편성 등에 영향력을 미치는 행위, 정당한 사유 없이 특정 방송사업자 또는 광고대행자에 대하여 광고판매를 거부, 중단 또는 해태하거나 거래조건을 차별하는 행위, 방송광고 외의 광고를 판매하는 행위 등을 금지함.

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
		(2) 방송사업자가 방송광고 판매를 목적으로 광고판매대행자의 경영 등에 부당하게 간섭하는 행위, 정당한 사유 없이 광고판매대행자의 방송광고판매위탁을 거부, 중단 또는 거래조건을 차별하는 행위 등을 금지함. 사. 방송광고의 수수료(안 제16조) (1) 방송사업자는 방송광고판매액의 100분의 20 이내에서 방송광고의 수탁수수료를 광고판매대행자에게 지급하여야 함. (2) 광고판매대행자는 수탁수수료의 100분의 70 이상을 광고대행자에게 지급하여야 함. (3) 수수료의 구체적인 기준과 범위는 대통령령으로 정함 아. 광고판매대행자는 광고판매와 관련된 회계를 정리하고 영업보고서를 작성하여 방송통신위원회에 제출하도록 함(안 제17조) 자. 방송광고의 균형발전(안 제18조부터 제23조까지) (1) 광고판매대행자는 중소방송 지원을 위하여 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자의 광고를 다른 지상파방송사업자의 광고와 결합하여 판매할 수 있도록 함. (2) 광고판매대행자들의 방송광고 결합판매는 직전 5년간의 지상파방송광고 매출액 중 네트워크 지역지상파방송사업자 및 중소지상파방송사업자에게 결합판매된 평균 비율 이상으로 하도록 함. (3) 방송광고 매출배분과 관련된 분쟁이 있는 경우 방송통신위원회에 조정을 신청할 수 있도록 함 (4) 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자 등에 대하여 공익적 방송프로그램 제작 등을 지원할 수 있도록 함. (5) 방송광고 균형발전을 위한 중소방송 지원 및 이행실적 평가 등을 효율적으로 수행하기 위하여 방송통신위원회 내에 방송광고균형발전위원회를 설치함. 차. 한국방송광고진흥공사의 설립(안 제24조부터 제34조까지)

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
		(1) 광고판매대행, 방송광고균형발전 및 방송통신광고산업 활성화를 위하여 한국방송광고진흥공사를 설립함. (2) 한국방송광고진흥공사의 자본금은 3천억원으로 하고 정부가 전액 출자하도록 함. (3) 한국방송광고진흥공사는 방송광고의 판매대행, 방송광고 균형발전을 위한 지원사업, 방송통신광고산업 진흥 관련 사업, 시청률 조사·검증 등 방송통신위원회가 위탁하는 업무 등을 주요사업으로 함. 카. 시정명령 및 과징금 규정(안 제37조 및 제38조) (1) 광고판매대행자가 허가조건 위반, 방송광고 결합판매지원 등을 위반하는 경우 시정을 명할 수 있도록 함. (2) 광고판매대행자 등에 대해 금지행위 위반, 광고 결합판매지원 위반, 업무정지처분에 갈음하여 5억원 이하의 과징금을 부과할 수 있도록 함. 타. 벌칙, 양벌규정, 과태료 등 규정(안 제40조부터 제44조까지) (1) 허가, 재허가를 받지 아니하거나 거짓 또는 부정한 방법으로 허가, 재허가를 받아 방송광고판매대행사업을 한 자 등의 벌칙을 정함. (2) 광고판매대행사업 변경신고를 위반하는 경우 1천만원 이하의 과태료를 부과하도록 함. 파. 한국방송광고진흥공사 설립준비에 따른 사항 규정(안 부칙 제3조 및 제8조부터 제10조까지) (1) 방송통신위원회 위원장은 한국방송광고진흥공사의 설립 및 종전의 한국방송광고공사의 자산 및 업무 이관, 직원 승계 등에 필요한 사무를 처리하기 위하여 설립위원회를 설치함. (2) 한국방송광고진흥공사는 한국방송광고공사에 속하는 모든 재산과 권리, 의무를 공사의 설립과 동시에 포괄승계하며 종전의 한국방송광고공사 직원의 고용관계를 승계함. 하. 종합편성방송채널사용사업자의 방송광고의 판매대행은 종합편성방송채널사용사업자의 승인일로부터 3년 후 적용함(안 부칙 제4조)

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
		거. 광고판매지원 및 공익적 프로그램제작 지원은 이 법 시행 당시의 중소지상파방송사업자와 네트워크 지역지상파방송사업자에 한해 적용하도록 함(안 부칙 제5조)
방송광고 판매대행 등에 관한 법률안 (2009. 12. 14) 발의자: 전병헌·김재균·김부겸·조영택·변재일·박은수·서갑원·강기정·백재현·박주선·양승조·박기춘·조배숙·박영선·우제창·최철국·주승용·우윤근·노영민·김재윤 의원(20인)	한국방송광고공사와 그 출자회사에 한해서 지상파방송광고 판매대행을 할 수 있도록 한「방송법」제73조제5항에 대해 헌법재판소가 헌법불합치 결정을 내림에 따라 관련 법규를 정비하여 위헌요소를 해소하고자 함. 이와 함께 급변하는 방송환경에 걸맞은 합리적인 경쟁 체제를 도입하여 방송광고시장 확대를 꾀함과 동시에 매체 간 균형발전을 도모하여 방송의 공공성·공익성·지역성·다양성을 유지·발전하고자 함.	가. 방송광고판매대행사업을 방송사업자 및 인터넷멀티미디어 방송사업자로 확대하고, 방송광고판매대행사업자, 광고대행사업자, 광고주, 광고취약매체 등 방송광고 판매대행과 관련된 제반 개념의 정의를 규정함(안 제2조제1호부터 제6호까지). 나. 방송의 공공성과 공익성 유지를 위한 방송광고판매대행자의 공적책임을 부여함(안 제3조). 다. 방송광고판매대행자의 허가(안 제5조) (1) 충분한 재정능력, 인적 조직 및 물적 시설을 갖추고 지역방송 및 종교방송 등 광고취약매체에 대한 구체적이고 실현가능한 지원방안보유 등의 요건 갖춘 자에 대해서만 방송통신위원회가 허가할 수 있도록 함. (2) 방송광고판매대행자를 겸영하거나 지분을 소유하려는 지상파방송사업자는 방송의 공공성·공익성·다양성 유지를 위한 계획을 제출하도록 함. 라. 방송광고판매대행자의 허가유효기간, 변경허가, 재허가, 허가의 취소 등(안 제6조부터 제9조까지) (1) 허가유효기간은 5년을 초과하지 아니하는 범위 내에서 대통령령으로 정하도록 규정함. (2) 해당 법인의 합병 및 분할, 사업목적의 변경, 영업의 양도 시에는 변경허가를 받도록 하되 일정한 사항의 변경에 대하여는 신고만으로 할 수 있도록 함. (3) 재허가 시 방송통신원회는 허가조건 및 별도의 일정 조건을 심사하고 그 결과를 공표토록 함. (4) 허가 취소 사유를 규정하고, 6개월 이내의 기간을 정하여 해당 업무의 전부 또는 일부 정지를 명할 수 있도록 규정함.

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
방송광고 판매대행 등에 관한 법률안 (2009. 12. 14) 발의자: 전병헌 · 김재균 · 김부겸 · 조영택 · 변재일 · 박은수 · 서갑원 · 강기정 · 백재현 · 박주선 · 양승조 · 박기춘 · 조배숙 · 박영선 · 우제창 · 최철국 · 주승용 · 우윤근 · 노영민 · 김재윤 의원(20인)	한국방송광고공사와 그 출자회사에 한해서 지상파방송광고 판매대행을 할 수 있도록 한「방송법」제73조제5항에 대해 헌법재판소가 헌법불합치 결정을 내림에 따라 관련 법규를 정비하여 위헌요소를 해소하고자 함. 이와 함께 급변하는 방송환경에 걸맞은 합리적인 경쟁 체제를 도입하여 방송광고시장 확대를 꾀함과 동시에 매체 간 균형발전을 도모하여 방송의 공공성 · 공익성 · 지역성 · 다양성을 유지 · 발전하고자 함.	마. 방송광고판매대행사업의 결격사유를 규정함(안 제10조). 바. 방송광고판매대행자의 소유제한 등(안 제11조) (1) 누구든지 방송광고판매대행자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 30을 초과하여 소유할 수 없도록 제한함. (2) 지상파방송사업자는 방송광고판매대행자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 30을 초과하여 소유할 수 없도록 제한하고, 전체 지상파방송사업자가 소유하는 주식 또는 지분의 합은 방송광고판매대행자의 전체 주식 또는 지분의 100분의 50을 초과할 수 없도록 함. (3) 자산총액 10조원 미만인 대기업은 방송광고판매대행자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 10을 초과하여 소유할 수 없도록 제한함. (4) 자산총액 10조원 이상의 대기업, 일간신문, 뉴스통신을 경영하는 법인, 지상파방송사업자 이외의 방송사업자, 지상파방송사업자(「방송법」제43조에 따른 한국방송공사 및「방송문화진흥회법」에 따른 방송문화진흥회가 최다출자자인 방송사업자는 제외한다)의 지주회사 등 특수관계자, 정당, 광고대행자, 한국방송광고판매대행공사는 방송광고판매대행자의 주식 또는 지분을 소유할 수 없도록 제한함. (5) 방송광고판매대행자는 다른 방송광고판매대행자의 주식 또는 지분을 소유할 수 없도록 제한함. 사. 외국자본의 출자 및 출연을 금지함(안 제12조). 아. 방송광고물 위탁판매(안 제13조) (1) 한국방송광고판매대행공사 또는 방송통신위원회의 허가를 받은 방송광고판매대행자는 지상파방송사업자 및 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자, 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 인터넷 멀티미디어 방송사업자가 위탁하는 방송광고물에 한해 판매를 하도록 함. 다만, 지상파방송사업자나 그 특수관계자가 지분을 소유하고 있거나 실질적으로 지배하고 있는 방송채널사용사업자 등의 방송광고물은 판매할 수 없음.

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
방송광고 판매대행 등에 관한 법률안 (2009. 12. 14) 발의자: 전병헌·김재균·김부겸·조영택·변재일·박은수·서갑원·강기정·백재현·박주선·양승조·박기춘·조배숙·박영선·우제창·최철국·주승용·우윤근·노영민·김재윤 의원(20인)	한국방송광고공사와 그 출자회사에 한해서 지상파방송광고 판매대행을 할 수 있도록 한「방송법」제73조제5항에 대해 헌법재판소가 헌법불합치 결정을 내림에 따라 관련 법규를 정비하여 위헌요소를 해소하고자 함. 이와 함께 급변하는 방송환경에 걸맞은 합리적인 경쟁 체제를 도입하여 방송광고시장 확대를 꾀함과 동시에 매체 간 균형발전을 도모하여 방송의 공공성·공익성·지역성·다양성을 유지·발전하고자 함.	(2) 지상파방송사업자 및 종합편성 또는 보도에 관한 전문 편성을 행하는 방송채널사용사업자는 방송광고판매대행자를 통하여만 방송광고물을 판매할 수 있도록 의무 위탁판매를 도입함. (3) 한국방송광고판매대행공사와 허가받은 방송광고판매대행자 간 교차판매를 통한 경쟁체제를 도입하여「방송법」제73조제5항의 헌법불합치 결정에 따른 위헌요소를 제거함. 자. 방송광고판매대행자 등의 금지행위(안 제14조) 방송광고판매대행자가 방송사업자, 광고주 및 방송광고대행자에 대한 차별행위를 금지하고, 또한 방송사업자, 광고주 및 광고대행자는 방송광고판매대행자의 경영에 대한 부당한 간섭을 금지함으로써 방송광고시장의 공정한 거래질서 확립에 이바지할 수 있도록 규정함. 차. 방송광고의 균형발전(안 제15조) (1) 특정 방송사업자의 위탁 광고판매액은 전체 광고판매액의 100분의 40 초과 금지. 다만, 2년 시행 유예(안 부칙 제3조) (2) 방송광고판매대행자는 방송광고 판매액 기준 상위 3개 지상파방송사업자의 광고판매액 중 각 방송사업자별로 직전 3개년도 배분비율과 광고매출액을 반영하여 방송광고균형발전심의위원회가 정하는 일정 비율을 지역방송, 종교방송 등 광고취약매체에 제공하도록 의무화하여 구체적이고 분명한 지원규정을 명시함. 카. 방송광고균형발전심의위원회 설치·운영(안 제16조) (1) 방송광고 균형발전을 위한 광고취약매체 지원을 위한 구체적인 지원방식과 실적 평가, 정책개발 및 지원사업의 성과 평가 등을 효율적으로 수행하기 위하여 방송통신위원회에 방송광고균형발전심의위원회를 설치·운영하도록 함. (2) 방송통신위원회는 광고취약매체에 대하여 방송발전기금 납부 면제 등 행정적·재정적 지원을 할 수 있도록 함. 타. 방송광고물의 수수료(안 제18조)

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
방송광고 판매대행 등에 관한 법률안 (2009. 12. 14) 발의자: 전병헌 · 김재균 · 김부겸 · 조영택 · 변재일 · 박은수 · 서갑원 · 강기정 · 백재현 · 박주선 · 양승조 · 박기춘 · 조배숙 · 박영선 · 우제창 · 최철국 · 주승용 · 우윤근 · 노영민 · 김재윤 의원(20인)	한국방송광고공사와 그 출자회사에 한해서 지상파방송광고 판매대행을 할 수 있도록 한「방송법」제73조제5항에 대해 헌법재판소가 헌법불합치 결정을 내림에 따라 관련 법규를 정비하여 위헌요소를 해소하고자 함. 이와 함께 급변하는 방송환경에 걸맞은 합리적인 경쟁 체제를 도입하여 방송광고시장 확대를 꾀함과 동시에 매체 간 균형발전을 도모하여 방송의 공공성 · 공익성 · 지역성 · 다양성을 유지 · 발전하고자 함.	(1) 방송사업자는 위탁한 방송광고 판매액의 100분의 14 이하의 범위에서 방송광고물의 수탁수수료를 해당 방송광고판매대행자에게 지급하여야 함. (2) 방송광고판매대행자는 수탁수수료에서 광고대행자에게 광고대행수수료를 지급하여야 함. 파. 한국방송광고판매대행공사의 설립(안 제20조부터 제48조까지) (1) 공공에 봉사하는 방송광고 판매제도의 정립, 매체 간 균형발전 도모, 방송 및 광고산업 활성화 등 다양한 공적사업을 수행하기 위하여 한국방송광고판매대행공사를 설립함. (2) 무자본특수법인인 기존의 한국방송광고공사를 폐지하고 자본금 3,000억원 전액을 정부가 출자한 주식회사로 전환함. (3) 한국방송광고판매대행공사는 방송사업자, 인터넷멀티미디어방송사업자의 방송광고판매대행을 주요 사업으로 함. (4) 설립등기, 임원, 자금의 조달, 손익금의 처리 등 한국광고공사의 설립 및 운영에 관련된 사항을 규정하고 본 법에 규정하지 않은 공사의 조직 및 경영 등에 관한 사항은「공공기관의 운영에 관한 법률」을 따르도록 함. 하. 방송광고판매대행자는 방송광고판매사업 진흥 등을 위하여 방송통신위원회의 인가를 받아 사단법인 방송광고판매대행사업협회를 설립할 수 있도록 함(안 제49조). 거. 벌칙, 양벌규정, 과태료, 과징금 처분 등 조항 규정(안 제52조부터 제57조까지) (1) 허가, 재허가를 받지 아니하거나 거짓 또는 부정한 방법으로 허가, 재허가를 받아 방송광고판매대행사업을 하는 자 등의 벌칙을 정함. (2) 방송광고판매대행자에 대한 업무정지처분에 갈음하여 5억원 이하의 과징금을 부과할 수 있도록 함.

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
방송광고 판매대행 등에 관한 법률안 (2009. 12. 14) 발의자: 전병헌·김재균·김부겸·조영택·변재일·박은수·서갑원·강기정·백재현·박주선·양승조·박기춘·조배숙·박영선·우제창·최철국·주승용·우윤근·노영민·김재윤 의원(20인)	한국방송광고공사와 그 출자회사에 한해서 지상파방송광고 판매대행을 할 수 있도록 한「방송법」제73조제5항에 대해 헌법재판소가 헌법불합치 결정을 내림에 따라 관련 법규를 정비하여 위헌요소를 해소하고자 함. 이와 함께 급변하는 방송환경에 걸맞은 합리적인 경쟁 체제를 도입하여 방송광고시장 확대를 꾀함과 동시에 매체 간 균형발전을 도모하여 방송의 공공성·공익성·지역성·다양성을 유지·발전하고자 함.	너. 한국방송광고판매대행공사의 설립준비 및 한국방송광고공사의 폐지에 따른 관련 규정 정비(안 부칙 제5조부터 제12조까지) (1) 방송통신위원회는 한국광고공사의 설립 및 종전의 한국방송광고공사의 자산 및 업무 이관, 직원 승계 등에 필요한 사무를 처리하기 위하여 설립추진위원회를 설치함. (2) 한국방송광고판매대행공사는 한국방송광고공사에 속하는 모든 재산과 권리, 의무를 공사의 설립과 동시에 포괄승계하며 종전의 한국방송광고공사 직원의 고용관계를 승계함. (3)「한국방송광고공사법」폐지, 헌법불합치 결정이 내려진「방송법」제73조제5항 삭제,「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」제12조제1항제2호의2 "방송광고판매대행사업자의 허가·취소·승인 등에 관한 사항" 신설 등 관련 법령을 정비함. (4) 이 법 시행 당시 이미 승인받거나 등록 또는 신고를 한 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 기존 방송채널사용사업자 및 인터넷 멀티미디어 방송콘텐츠사업자에 대해서는 승인 및 등록 또는 신고 유효기간만료 이후부터 방송광고판매대행자에 위탁판매규정을 적용하는 경과조치를 마련함.
방송광고판매대행 등에 관한 법률안 (2009. 11. 3) 발의자: 진성호(대표발의자)·조문환·황영철·이종혁·조전혁·정옥임·김성태·장제원·권영진·신성범·김용태·현경병 의원(12인)	1981년 이후 지속되어온 방송광고판매대행제도를 개선하는 한편, 한국방송광고공사와 그 출자회사에 한해서 지상파방송광고 판매대행을 할 수 있도록 한「방송법」제73조제5항의 헌법불합치 결정에 따라 관련 규정 정비를 통해 위헌 요소를 해소하고, 매체 간 경쟁 심화와 글로벌시대 시장개방 환경 변화에 대응한 방송광고시장의 비효율성 개선 및 방송·광고산	가. 지상파방송사의 방송광고판매에 관한 사항과 한국방송광고대행공사의 설립에 필요한 사항을 규정함으로써 방송광고의 공정한 거래질서 확립 및 방송의 공익성 확보에 기여하고 국민의 건전한 문화생활과 방송문화의 발전에 이바지함을 목적으로 함(안 제1조). 나. 방송광고판매대행사업을 지상파방송사업자로부터 방송광고 등의 판매를 위탁받아 광고주 등에게 판매하는 사업으로 정의함(안 제2조제2호). 다. 방송광고판매대행사업자에게 방송광고거래질서 확립 등 공적책임을 부여하고, 지상파방송사업자 및 광고주 등은 그 지위를 남용하여 방송광고판매대행사업자의 경영 등에 간섭할 수 없도록 함(안 제3조 및 제4조).

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
	업 활성화를 위하여 방송광고시장에 경쟁을 도입해 새로운 방송광고 판매 제도를 정립함으로써 방송의 공공성·공익성을 유지하고 방송광고 문화의 발전에 기여하고자 「방송광고 판매대행 등에 관한 법률」을 제정하려는 것임.	라. 방송통신위원회는 방송광고판매대행의 공적책임·방송의 공정성·공익성·다양성의 실현성, 재정·기술적 능력의 적정성, 경영계획의 적정성, 방송·광고산업 발전을 위한 기여 및 지원계획의 적적성 등을 심사하여 방송광고판매대행사업자를 허가하도록 함(안 제6조제1항). 마. 누구든지 방송광고판매대행사업자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 30을 초과하여 소유할 수 없도록 하고, 자산규모 10조원 이상의 대기업과 일간신문, 뉴스통신사는 100분의 10을 초과하여 소유할 수 없도록 하며, 광고대행사업자 및 정당은 소유를 금지하는 한편, 방송사업자는 3년간 주식 및 지분을 소유할 수 없도록 함(안 제7조 및 부칙 제2조). 바. 방송광고판매대행사업자가 우월적 지위를 이용하여 방송의 편성, 제작 등에 관여하지 못하도록 하고, 지상파방송광고 판매 이외의 다른 매체의 광고판매를 대행하는 행위를 3년간 제한하여 매체간의 균형발전을 도모토록 함(안 제12조제1항 및 부칙 제3조). 사. 방송광고판매대행사업자가 방송의 공정성·공익성·다양성을 훼손하거나 주식 또는 지분의 소유제한 규정 위반 등을 방지할 수 있도록 법률위반정도에 따라 허가취소 또는 업무정지와 과징금 처분을 규정함(안 제13조 및 제14조). 아. 방송통신위원회는 한국방송공사(KBS), 방문진이 최다출자한 방송사업자(MBC), 한국교육방송공사(EBS) 및 그 방송사업자가 출자한 방송사업자의 경우 방송광고판매대행사업자를 한국방송광고대행공사로 지정하게 하고, MBC의 경우 3년 후 방송통신위원회가 방송의 공정성·공익성·다양성의 실현정도, 소유구조변화 여부 등을 종합적으로 고려하여 재지정 여부를 결정하게 함(안 제15조제1항 및 부칙 제4조). 자. 방송통신위원회는 지상파방송사업자가 방송광고판매대행 지정을 요구할 경우, 방송사업자의 의뢰에 따라 방송광고판매대행사업을 한국방송광고대행공사로 지정할 수 있도록 함(안 제15조제2항).

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
		차. 방송광고판매대행사업자의 수탁수수료는 방송광고판매액의 100분의 20 이하의 범위에서, 방송광고대행사업자의 대행수수료는 100분의 70 이상으로 정함으로써 수수료 관련 과당경쟁, 출혈경쟁을 예방하여 해당 사업자의 안정성을 도모하고 투명한 방송광고 거래가 이루어지도록 함(안 제17조). 카. 방송광고 판매제도의 정립을 통해 매체 간 균형발전을 도모하고 방송 및 광고산업을 활성화하기 위한 다양한 공적사업을 수행하여 방송광고 질서를 확립하고 국민의 건전한 문화생활과 방송문화의 발전 및 방송광고의 진흥에 이바지하기 위하여 한국방송광고대행공사를 설립함(안 제18조). 타. 방송통신위원회는 지역방송 및 종교방송 등이 건전하고 독립적으로 방송을 경영할 수 있도록 해당 방송사업자에 대한 지원 및 방송광고판매대행사업자의 지정, 기존의 한국방송광고공사의 자산중 발송발전기금으로 전환되어 운영되는 기금에 대한 계획을 수립·시행해야 하고, 지역방송의 균형발전을 위하여 지상파방송광고 매출기준 상위 3개 지상파방송사업자 및 그 방송사업자와 네트워크관계를 가지는 지상파방송사업자에 대하여 프로그램 제작 및 전송에 소요되는 비용을 종합적으로 감안하여 사업자간 방송광고 매출 배분비율을 합리적으로 정할 수 있으며, 종교방송의 균형발전을 위하여 방송광고판매대행사업자가 위탁판매하는 지상파방송광고 중 일정량의 방송광고를 대통령령이 정하는 비율 이내에서 제공할 수 있도록 하고, 지역방송과 종교방송의 방송광고 매출 등을 고려하여 방송발전기금 납부 면제 등 행정적·재정적 지원을 할 수 있도록 함(안 제37조).

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
방송광고 판매대행 등에 관한 법률안 (2005. 10. 27) 발의자: 손봉숙(대표발의자)·신중식·김효석·배일도·이정일·엄호성·김태홍·최인기·안상수·이낙연·김태년 의원(11인)	현재 방송광고 판매대행에 관한 사항은 1980. 12. 31에 제정된 「한국방송광고공사법」에 의하여 설립된 한국방송광고공사가 지상파방송사업자의 방송광고판매를 독점하여 대행하고 있으므로 독점에 따른 폐해가 발생하고 있음. 또한 현행 「방송법」은 지상파방송의 방송광고판매를 한국방송광고공사 또는 대통령령이 정하는 방송광고판매대행사가 대행하도록 규정 따라 「방송법」의 취지를 반영하고 「방송법」 관련 규정을 보완하는 방송광고판매제도에 관한 기본적 법률의 제정이 필요함. 정부는 「방송광고 판매대행 등에 관한 법률안」을 마련하여 입법예고하였으나 방송광고 판매대행에 관한 이해당사자간의 충돌과 방송광고판매제도를 개선하는 경우에 발생할 수 있는 부작용의 발생에 대한 우려로 인하여 보완이 필요하다며 법률제정을 유보한 이래로 현재까지도 아무런 조치가 없어 방송광고판매의 독점해소에 지장을 초래하고 있음.	가. 지상파방송사업자의 방송광고 판매에 관한 사항을 규정함으로써 방송광고의 공정한 거래질서를 확립하고 방송의 공익성 확보하는데 이바지함을 목적으로 함(안 제1조). 나. 방송광고판매대행사업자에게 방송광고의 거래질서 확립 및 광고주 등에 대한 차별 금지 등을 규정하여 공적 책임을 부여함(안제3조). 다. 지상파방송사업자 및 광고주 또는 방송광고판매대행사업자는 그 지위를 남용하여 방송광고판매자의 경영, 방송광고 판매 등에 부당한 간섭을 할 수 없도록 함(안 제4조). 라. 지상파방송사업자의 방송광고판매대행사업을 하고자 하는 자는 문화관광부장관의 허가를 받도록 하고, 라디오·종교방송·지역방송 등 대통령령이 정하는 방송매체의 재정에 대한 지원을 위하여 필요한 사항은 대통령령으로 정하도록 함(안 제6조). 마. 방송광고판매대행사업자가 주식을 발행하는 경우에는 기명식으로 하고, 방송광고판매의 시장기능과 방송의 공공성·공익성의 조화를 도모하기 위하여 방송광고판매대행사업자의 최대소유지분을 100분의 30으로 제한하며, 대기업·일간신문·통신사 등은 방송광고판매대행사업자의 주식이나 지분의 소유를 금지하고, 지상파방송사업자는 방송광고판매대행사업자의 주식 또는 지분총수의 100분의 10을 초과하여 소유할 수 없도록 함(안 제7조). 바. 방송광고판매대행사업자는 각각의 지상파방송사업자가 출자하는 지분의 합계가 당해 방송광고판매대행사업자의 지분 총수의 100분의 10을 초과하여 출자를 받을 수 없으며, 외국인이나 외국인이 일정 지분 이상을 소유하고 있는 법인이 출자할 경우에도 출자의 합계가 당해 법인의 지분 총수의 100분의 10을 초과하여 출자 받을 수 없도록 함(안 제9조).

법안명 및 발의자	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
방송광고 판매대행 등에 관한 법률안 (2005. 10. 27) 발의자: 손봉숙(대표발의자)·신중식·김효석·배일도·이정일·엄호성·김태홍·최인기·안상수·이낙연·김태년 의원(11인)	이에 방송광고 판매제도를 조기에 개선하여 방송광고판매대행의 효율성을 제고함과 동시에 방송광고시장의 활성화를 도모하고 외국의 통상마찰을 해소함은 물론 나아가 방송의 공공성·공익성과의 조화를 통하여 방송광고문화 발전에 기여하도록 하기 위하여 법률을 제정·시행하려는 것임.	사. 방송광고판매대행사업자가 방송의 공공성·공익성을 훼손하거나 방송광고 거래질서의 문란 등을 방지할 수 있도록 허가를 취소하거나 업무의 전부나 일부를 정지할 수 있도록 함(안 제11조). 아. 방송광고판매대행사업자의 업무정지가 지상파방송사업자의 업무에 심한 불편을 주거나 그 밖에 공익을 해할 우려가 있을 때에는 그 업무정지에 갈음하여 1억원 이하의 과징금을 부과하고, 방송광고판매대행사업자의 연간 방송광고판매액이 전체 지상파방송사업자의 방송광고판매액의 100분의 50을 초과하는 경우에는 방송광고판매 초과분의 2배의 범위 안에서 과징금을 부과할 수 있도록 함(안 제12조). 자. 문화관광부장관이 지상파방송사업자가 방송광고판매대행사업자에 의한 방송광고판매대행이 곤란하여 방송광고를 판매할 수 없다고 인정하는 경우에는 당해 지상파방송사업자의 방송광고판매대행을 지정할 수 있도록 함(안 제13조) 차. 방송광고판매대행사업자 및 한국방송광고공사의 개별 방송광고판매액은 전체 지상파방송사업자 방송광고판매액의 100분의 50을 초과할 수 없도록 함(안 제15조). 카. 지상파방송사업자의 방송광고요금 및 거래에 관한 필요한 자문을 위하여 문화관광부장관 소속하에 방송광고자문위원회를 둠(안 제 16조).

4. 기타 지역방송 관련 법안

법안명 및 발의자	지역방송 관련성	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
미디어교육지원법안 (2012. 8. 3) 발의자: 최민희(대표발의자)·전정희·윤후덕·이상민·배기운·박홍근·윤호중·배재정·강동원·김현미·민홍철·김경협·홍종학·김윤덕·박원석·김관영·유대운·최동익·황주홍·김동철·한명숙·정청래·김재윤·박남춘·남인순·유승희·김상희·도종환·유기홍·홍의락 의원(30인)	지역미디어를 통한 교육지원	현대사회에서 미디어는 정보전달이나 여론형성 기능뿐만 아니라, 오락매체로서 중요한 기능을 수행함에 따라 일상생활에 있어 미디어를 떼놓을 수 없는 상황이며, 특히 청소년에게 영향력이 막대함. 또한 기술발달에 따라 새로운 형태의 미디어가 등장하고 갖가지 부작용의 사례가 속출하는 등 국민에게 미디어 전반에 대해 교육의 기회를 제공해야 할 필요성이 더욱 강하게 제기되고 있음. 이미 학계나 교육현장, 시민사회 영역에서 다양한 형태의 미디어교육에 대한 논의와 실천들이 확산되었으나 이를 제도화하고 국가적 차원에서 지원하기에는 법적·제도적 장치가 미흡함. 이에 미디어교육을 활성시킴으로써 모든 국민이 미디어 활용능력과 창의적인 표현능력을 갖출 수 있도록 지원하고, 나아가 국민의 의사소통능력과 미디어에 대한 비판적 이해 능력을 향상하고 미디어의 폐해를 최소화하여 국민의 삶의 질 향상과 국가의 민주주의 역량 강화에 이바지하기 위해 미디어교육지원법을 제정하려고 함.	사. 미디어교육 지원에 관한 지역별 시행계획의 수립 및 집행에 관한 협의와 관계 행정기관, 시·도교육청, 학교, 교육시설의 경영자 및 교육단체 등의 협력 증진을 위하여 시·도에 지역미디어교육지원협의회를 설치함(안 제11조). 안 제11조 법안 원문 제11조(지역미디어교육진흥협의회) ① 미디어교육 지원에 관한 지역별 시행계획(이하 "시행계획"이라 한다)의 수립 및 집행에 관한 협의와 관계 행정기관, 시·도 교육청, 학교, 교육시설의 경영자 및 교육단체 등간의 협력 증진을 위하여 시·도에 지역미디어교육지원협의회(이하 "지역협의회"라 한다)를 둔다. ② 지역협의회는 다음 각 호의 사항을 협의·조정한다. 1. 지역별 종합계획 및 시행계획의 수립에 관한 사항 2. 관계 중앙행정기관, 해당 지방자치단체 및 시·도교육청의 지역별 시책 또는 사업의 협력·역할분담 및 조정에 관한 사항 3. 지역별 미디어교육의 지원을 위하여 필요한 지역 내 자원의 연계 및 활용에 관한 사항 4. 그 밖에 지역별 미디어교육의 지원을 위하여 필요하다고 판단되어 지역협의회의 위원장이 회의에 부치는 사항

법안명 및 발의자	지역방송 관련성	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
			③ 지역협의회는 위원장·부위원장 각 1인을 포함한 15인 이내의 위원으로 구성한다. ④ 위원장은 지방자치단체의 장으로, 부위원장은 부교육감으로 하고 위원은 다음 각 호의 자로 한다. 1. 미디어교육 관련 교원 및 미디어교육사로서 해당 시·도에 거주하는 자 중 위원장이 위촉하는 자 2. 시·도의 미디어교육에 관한 지식 및 경험이 풍부한 학계 전문가 및 미디어 종사자, 교육시설 및 교육단체 종사자, 학부모 등 미디어교육 관련자 중 위원장이 위촉하는 자 ⑤ 그 밖에 지역협의회의 구성 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
방송문화진흥회법 일부개정법률안 (2012. 7. 31) 발의자: 배재정(대표발의자)·한명숙·김 현·김윤덕·김관영·홍의락·김용익·진성준·김상희·원혜영·노웅래·양승조·신경민·박홍근 의원(14인)	지역방송 독립성	현행법은 방송문화진흥회의 이사를 방송통신위원회가 임명하도록 하고 있어 방송문화진흥회가 최다출자자인 문화방송의 공공성과 정치적 중립성에 관한 논란이 지속되고 있음. 이에 방송문화진흥회가 최다출자자인 문화방송의 독립성과 정치적 중립성을 높이고 합리적인 운영을 보장하기 위하여 이사의 자격조건 및 결격사유 등을 강화하고 문화방송 사장 후보추천위원회를 설치하여 자격을 검증하도록 하여 능력과 자격을 갖춘 사람을 추천할 수 있는 제도적 장치를 마련할 필요성이 있음.	가. 진흥회의 이사 정원을 12명으로 증원하고, 이사는 국회 교섭단체에서 추천한 사람을 대통령이 임명하도록 함(안 제6조). 나. 이사회는 진흥회가 최다출자자인 방송사업자가 지배주주인 방송사업자에 대한 출자 승인을 심의·의결함(안 제10조). 다. 이사회는 진흥회가 최다출자자인 방송사업자의 사장을 추천하기 위하여 사장후보추천위원회를 구성함(안 제10조의2 신설). 라. 추천위원회는 사장 후보에 해당하는 기준에 충족하는 사람을 추천하여야 함(안 제10조의3 신설).

법안명 및 발의자	지역방송 관련성	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
		또한, 방송문화진흥회가 문화방송 계열 방송사에 대하여 출자할 수 있도록 근거를 마련하여 계열 방송사의 정치적 독립성과 중립성을 보장하고 지역방송에 대한 공적 지배구조를 확립하고자 함.	
방송매체의 자유와 독립성 보장 등에 관한 법률안 (2009. 11. 6) 발의자: 박주선 · 김부겸 · 조배숙 · 변재일 · 전병헌 · 양승조 · 서갑원 · 우제창 · 조영택 · 장세환 · 이춘석 · 전현희 의원(12인)	지역방송의 개념과 방송구역	방송언론을 정략적 수단화 내지 정치목적 달성을 위한 방편으로 삼으려는 일부 비이성적 비상식적 집단의 도발적 행위로 개정된 현행 방송법은 국민적 정서와는 동떨어져 있음. 국민의 의견 수렴이나 사회적 합의 도출과정 없이 일방적이고 불법적 날치기 절차를 통해 강행처리한 현행 방송법은 절차적 정당성을 상실, 법적 효력을 유지할 수가 없는 상태임. 특히 헌법재판소가 불법적인 날치기 표결이 국회의원이 국민으로 위임받은 입법권 행사를 침해한 사실을 인정하였음. 이에 방송의 공익 · 공정성을 담보하고 방송의 독립성을 지키기 위해 기존의 방송법을 대체하는 새로운 제정법을 마련한 것임.	가. 방송과 관련된 제반 개념 정리(안 제2조) (3) "전국방송"이란 전국을 단일한 방송구역으로 하는 방송을 말하고, "지역방송"이란 전국이 아닌 특정 방송구역을 대상으로 하는 방송으로 나눔. ..... 처. 방송구역에 있어 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자의 사업구역과 종합편성을 행하는 지역방송사업자의 방송구역에 현저한 차이가 없도록 함(안 제83조).

법안명 및 발의자	지역방송 관련성	제안이유	지역방송 관련 법안 주요내용
유·무선멀티미디어방송사업법안 (2007. 7. 2) 발의자: 이광철·김재윤·백원우·선병렬·박찬석·강창일·심대평·김형주·문병호·김성곤·이인영·정청래·김태년·강혜숙·전병헌·이명규·강길부·이미경·이경숙·신 명·최규성·윤원호·이시종·민병두·김선미·이광재 의원(26인)	유무선멀티미디어 방송사업권에 대한 지역방송사업자의 우선권	현재 전 세계적으로 기술발달에 따라 방송과 통신이 결합된 새로운 서비스 형태의 멀티미디어가 등장하고 있음. 우리나라의 경우에도 IPTV를 비롯하여 다양한 멀티미디어 서비스를 실시할 수 있는 기술은 이미 준비되어 있으나, 방송과 통신을 별개로 규정하고 있는 현행 법률체계로 인해 그 서비스의 실현이 지연되고 있는 상황임. 이에 유·무선 멀티미디어 방송서비스의 실현을 위해 법률적 기반을 마련하는 동시에, 이용자 권익보호 등 멀티미디어방송사업의 사회적 책무를 다하고 방송사업자 간 공정경쟁과 관련 산업의 활성화를 도모할 수 있도록 이 법안을 제시함.	라. 유·무선멀티미디어방송사업의 권역은 지역방송사업자 및 종합유선방송사업자의 방송구역을 우선적으로 고려하여 획정하며, 허가추천을 신청하는 자는 복수의 지역사업권을 신청할 수 있도록 함(안 제7조). 제7조 법안 원문 제7조(지역사업권) ① 방송위원회는 제6조제1항에 따라 유선멀티미디어방송사업 또는 무선멀티미디어방송사업을 허가 추천할 때 일정한 방송구역 안에서 사업을 운영하는 권리(이하 "지역사업권"이라 한다)를 부여한다. ② 제1항의 허가추천을 신청하는 자는 복수의 지역사업권을 신청할 수 있다. ③ 방송위원회는 동일한 방송구역에 대하여 유선멀티미디어방송사업자 또는 무선멀티미디어방송사업자의 허가 추천을 복수로 할 수 있다. ④ 방송위원회는 제1항의 방송구역을 획정함에 있어 지역방송사업자 및 종합유선방송사업자의 방송구역을 우선적으로 고려하고, 행정구역을 중심으로 지역주민의 생활권 및 지리적 여건과 전기통신설비 등을 참작하여 관계 중앙행정기관의 장 및 시·도지사와 협의하여 고시한다.

V. 지역방송 관련 연구경향

1. 연구경향 분석 개요
2. 연구경향 분석 결과
3. 요약 및 결론

Ⅴ. 지역방송 관련 연구경향

1. 연구경향 분석 개요

통합 방송법 제정이후 방송의 지역성을 담보하는 제도들이 등장했고, 더 나아가 지난 2008년부터는 이를 구체화하기 위한 노력의 일환으로 “지역방송발전위원회(이하 ‘지발위’와 혼용)”가 출범하였다. 제 1기 지발위는 임기 3년을 마치고 2011년 하반기부터 제 2기 지발위가 활동하고 있다. 여기서는 지발위 출범이후 지역방송과 관련된 연구동향을 파악하기 위해 국내 주요 학술지와 연구보고서에 게재된 지역방송 관련 연구논문을 종합하여 분석하였다.

분석은 먼저 학술지는 주요 언론/방송 관련 학술지 중에서 지역방송 관련 논문이 상대적으로 많이 게재되는 전국 규모의 학술지인 “한국방송학보”(한국방송학회 발간) “언론과학연구”(지역언론학회 발간) “방송통신연구”(한국방송학회 발간)를 분석대상으로 하였다. 언론관련 학술지로서 역사가 긴 “한국언론학보”의 경우, 최근 저널리즘 관련 연구논문이 주로 게재될 뿐 지역방송과 관련된 연구논문이 전무하여 분석대상에서 부득이 제외하였다. 한편, 연구보고서는 방송통신위원회(이하 ‘방통위’와 혼용)의 홈페이지를 통해 공시된 연구보고서 중에서 지역방송을 다룬 연구보고서를 분석대상으로 설정하였다. 분석기간은 지역방송발전위원회의 출범에 따른 연구경향을 살펴보기 위해 2008년부터 최근까지로 설정하였다.

2. 연구경향 분석 결과

가. 시기별 분포현황

먼저, 학술지별로 지역방송 관련 연구의 분포현황을 살펴보면 〈언론과학연구〉가 전체 28편중 가장 많은 15편이 게재되어 지역방송 관련 연구논문이 상대적으로 많이 게재되었으며, 이어 〈방송학보〉가 5편, 〈방송통신연구〉가 3편으로 나타났다. 〈언론과학연구〉의 지역방송 관련 연구논문수가 많은 것은 지역의 언론학자들이 중심이 되는 학술

지의 특성이 반영된 때문으로 풀이된다.

한편, 시기별로 지역방송 관련 연구의 경향을 분석한 결과, 1기 지발위가 출범한 2008년이 13편으로 전체의 40.6%를 차지하여 상대적으로 지역방송 관련 논문의 게재 수가 많았다. 반면, 2008년 이후는 매년 3~5편 정도로 비슷한 경향을 보여 주었다. 지역방송 관련 정책연구 실적 역시 2008년이 3편으로 가장 높은 빈도를 보였는데, 이는 지발위 출범에 따른 지역방송 연구의 필요성과 무관치 않은 것으로 풀이된다. 하지만 정책연구 역시 이후에는 점차 감소하는 경향을 보이다가 2기 지발위 시기에는 단 한 건의 연구도 수행되지 않은 것으로 나타났다.

〈표 5-1〉 분석대상 논문·보고서의 시기별 분포현황

(단위: 건수, %)

학술지		1기 지발위 시기				2기 지발위 시기				계
		2008	2009	2010	계	2011	2012	2013	소계	
학술지	방송학보	1		1	2		3		3	5 (15.6)
	언론과학연구	6	2	2	10	4		1	5	15 (46.8)
	방송통신연구	1		2	3				0	3 (9.4)
	기타 학술지	2			2					2 (6.3)
연구 보고서		3	2		5		2		2	7 (21.9)
계		13 (40.6)	4 (12.5)	5 (15.6)	22	4 (12.5)	5 (15.6)	1 (3.1)	10	32 (100)

나. 연구주제별 분포현황

연구된 논문이나 보고서에서 다룬 주된 연구내용을 연구주제별로 구분해 본 결과, 지역방송의 “콘텐츠 경쟁력”과 관련된 연구가 전체의 25%로 가장 활발하게 수행된 연구영역으로 나타났다. 이어 지역방송에 대한 “편성” 그리고 “지역정책”에 관한 연구는 각각 15.6%로 거의 비슷한 수준으로 연구되었다. 반면, “지역성 개념”이나 “재원” 그리고

“연구”와 관련된 연구비중은 상대적으로 적었던 것으로 나타났다. 지역방송 “콘텐츠”와 관련된 연구가 많은 비중을 차지한 것은 분석이 상대적으로 용이할뿐더러 지역방송사에 있어서도 실용적인 관심이 많은 부분이었기 때문으로 풀이된다. 하지만, 최근 중요성이 부각되고 있는 “재원”이나 “유통”과 관련된 연구가 적은 것으로 나타난 점은 지역방송 발전 및 정책적 기여와 관련하여 아쉬운 부분이라고 하겠다.

〈표 5－2〉 분석대상 논문·보고서의 연구주제별 분포현황

(단위: 건수, %)

	1기 지발위 시기				2기 지발위 시기				계
	2008	2009	2010	계	2011	2012	2013	소계	
지역성 개념				0		1		1	1 (5.0)
수용자(시청행태)	2	2	1	5				0	4 (12.5)
편성	2		1	3		2		2	5 (15.6)
콘텐츠	2		2	4	2	1	1	4	8 (25.0)
재원	3		1	4				0	4 (12.5)
지역방송 정책	1	2		3	1	1		2	5 (15.6)
지역연구	1			1	1			1	2 (6.3)
기타	1		1	2				0	2 (6.3)
계	12	4	6	22	4	5	1	10	32 (100.0)

다음은 지역방송과 관련한 연구들을 연구 주제별로 구분하여 구체적인 연구결과 및 제언들을 중심으로 정리하였다. 지역방송과 관련된 연구결과 및 제언을 상세하게 살펴보는 것은 지역방송에 대한 대략적인 연구경향의 추이를 파악하는데 도움이 될뿐더러 향후 지역방송과 관련된 정책적 시사점을 도출하는데 유용할 것으로 판단된다.

다. 연구 논문의 주제별 연구경향

1) 지역성 개념

한선과 이오현(2012)의 연구는 로컬－국가－세계라는 복잡한 관계망 속에서 지역방송이 추구해야 할 지역성과 그 구현방법을 탐구하였다. 먼저 지역성과 관련한 학계 담론과 지역방송 생산현장의 현실에 대해 조사와 분석을 행한 결과, 지역성 개념은 지리적 지역성을 벗어나 사회적, 문화적 이해를 공유하는 사회적 지역성으로 변화되고 있음을 알 수 있었다. 그러나 사회적 지역성은 거세지는 세계화의 조류 속에서 결국 경제적 가치로만 환원되는 경향을 강하게 보였다. 이러한 경향은 지역의 가치를 경제와 상품적 시각에서만 판단하도록 한다는 점에서 문제점이 있음을 지적하였다. 또한 현재 이 순간을 살아가는 지역 수용자들의 일상이 누락된 채 향수를 자극하는 과거의 모습으로 그리고 있다는 점에서 비판적이라고 주장하였다. 이에 이 연구에서는 지역방송이 추구해야 할 지역성은 일상성의 맥락에서 실천되어야 함을 강조하였다. 특히 지역방송은 수용자의 구체적인 현재적 삶에 토대를 둔 생활 밀착적인 내용을 반영하고, 단발적인 특집 프로그램이 아닌 매일 편성되는 데일리 프로그램에 역량을 집중하여 지역성의 실현을 추구해야 함을 주장하였다.

2) 시청행태

유승관(2008) 등은 지역 지상파 방송의 경쟁상황을 파악하고 경쟁력 제고 방안을 모색하기 위해 지역 시청자들이 지역 지상파 방송, 다채널 TV, 그리고 DMS를 시청하고 얻게 되는 충족도에 차이가 있는지를 알아보고자 각 방송매체의 적소 폭, 적소중복을 분석했다. 이를 통해 세 가지 방송 매체 간 경쟁우월성에 대한 결과를 제시하였다. 연구결과, 경쟁력차원에서 지역 지상파 방송의 위상은 미흡한 것으로 나타났다. 오락차원의 적소분석 결과를 볼 때 적소 폭과 경쟁우월성 지수면에서 다채널 TV는 물론 DMS에게조차 뒤처지는 것으로 나타났다. 분석대상이 된 세 가지 TV 미디어 중 다채널 TV가 가지는 오락적 차원에서의 위상은 가장 공고한 것으로 분석되었다. 심지어 지역성, 생활정보, 참신성 등을 포함하는 일상 차원의 경쟁우월성도 지역 지상파 TV를 능가하고 있었다. 특히 DMS의 오락 차원에서의 적소 폭과 경쟁우월성은 지역 지상파 TV를 능가하고 있는 것으로 나타나 이에 대한 대책이 필요한 것으로 나타났다.

김진영(2008) 등은 설문조사와 자료분석 등을 통해 지역방송의 프로그램 편성패턴,

시청행태, 광고현황 등을 분석하면서 지역 공영방송의 프로그램 경쟁력 강화 방안을 모색하였다. 먼저, 지역방송사의 편성패턴을 분석한 결과, 지역방송사들 모두 프라임타임대를 제외한 비슷한 시간대의 로컬시간대를 가지고 있고 프로그램 경쟁력 강화를 위해 광역 공동프로그램을 마련하고 지역프로그램의 동시편성이 이루어져 시청률을 높이기 위한 노력을 하고 있는 것으로 나타났다. 하지만 프라임 타임대를 활용한 적극적인 편성에는 한계를 보이고 있는 것으로 나타났다. 또한, 부산과 울산시민들을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 지역방송을 시청하지 않는 가장 주된 이유는 "지역의 일에 관심이나 애착이 없다"가 아니라 재미가 없고 시청자들의 지적 호기심을 자극할만한 정보도 없을 뿐 아니라 심금을 자극할 수 있는 감동도 적기 때문인 것으로 나타났다. 한편, 지역민들의 주 시청프로그램 장르에 대한 질문에서는 지역방송의 가장 경쟁력 있는 프로그램이 뉴스와 정보/교양프로그램이라는 주장이 많았고, 오락프로그램도 지역민들에게 가까이 다가갈 수 있는 가능성이 충분한 장르인 것으로 인식하고 있었다. 전체적으로 지역방송의 모든 프로그램 장르에 대한 지역민들의 만족도는 보통이하의 수준에 머물고 있는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 지역민들이 가장 많이 시청하는 뉴스와 정보/교양 프로그램에 대한 만족도를 높이는 것이 급선무이고, 점차적으로 오락 프로그램의 새로운 포맷을 계발하여 지역방송의 경쟁력을 강화하는 것이 필요함을 시사하고 있다. 또한 지역 광고실무자 집단 심층면접 결과, 서울과 비교한 지역 광고회사의 인적 물적 규모의 차이와 광고주들의 인식의 차이를 극복하기 위해서는 지역 광고산업과 지역방송의 공생을 위한 방안이 절실하게 요구됨을 주장하였다.

한편, 최양호(2009)등은 아커(Aaker)와 켈러(Keller)의 브랜드 자산모형과 기존의 방송채널 브랜드 연구들을 토대로 지역방송에서도 채널 브랜드 자산모형이 실증적으로 검증될 수 있는지를 연구하였다. 또한 이 연구에서는 브랜드 자산 형성에 있어 중요한 요인이라고 할 수 있는 관계 구축 변인 준사회적 상호작용(parasocial interaction)이 브랜드 자산 관련 변인들과 상관관계가 있는지도 탐색하였다. 이를 위해 광주 전남지역의 지상파 방송 3사, 즉 KBC 광주방송, MBC 광주방송, KBS 광주방송의 브랜드 인지도, 브랜드 이미지, 브랜드 충성도, 그리고 준사회적 상호작용 등의 비교분석과 관련되는 연구문제들을 실증적으로 검증하였다. 상관관계분석과 경로분석결과, 광주 전남지역의 지상파 방송 3사 모두 채널 인지도와 채널 이미지 등의 브랜드 자산 변인들과 준사회적 상

호작용이 채널 충성도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 켈러의 브랜드 자산모형대로 채널인지도는 채널이미지에, 다시 채널이미지는 채널충성도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 또한, 이 연구에서는 준사회적 상호작용도 채널인지도와 채널이미지의 중개 변인으로서 채널 충성도에 유의적인 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 이 연구에서는 급변하는 방송환경에서 지역방송 채널의 브랜드 자산 가치를 높이기 위해서는 관계구축 변인 준사회적 상호작용을 고려한 프로그램 개발에 노력을 기울여야 할 것이라고 결론짓고 있다.

김진영(2010)은 지역민들이 지역방송 프로그램을 시청하고 선호하는 요인들은 무엇인지를 규명하였다. 연구결과, 지역방송 프로그램 시청 유형은 총 4가지의 유형으로 분류되었는데 그것은 첫째 지역정서 친화형(Localism－friendly Type), 둘째 지역정보 추구형(Local Information Pursuit Type), 셋째 습관적 시청 유형(Habitual－watching Type), 그리고 마지막으로 반선정주의형(Anti－sensationalism Type) 등으로 나타났다. 첫 번째 유형의 지역 시청자들은 지역이 가지는 고유의 정체성과 정서에 친화를 느끼며 지역방송 프로그램을 시청하는 유형으로 지역방송에서 지역정서를 담고 있고 무명인들의 이야기가 따뜻하고 정감이 간다고 응답하였다. 두 번째 유형은 지역과 관련한 다양한 정보를 추구하는 유형으로서 지역방송을 시청하는 주요인들이 지역소식을 접할 수 있고 자신이 관심 있는 정보를 많이 담고 있어 지역민에게 도움을 주는 방송을 하기 때문으로 인식하고 있었다. 세 번째 유형은 지역방송 프로그램을 습관적으로 시청하는 습관적 시청 유형으로서 지역방송의 품질에 대해서는 전반적으로 만족하지만 지역방송이 창의적이거나 호기심과 흥미를 자극한다고 생각하지 않는 것으로 여기는 특성이 있다. 마지막으로 반선정주의형인 유형은 지역방송이 공익적이며 선정적이지 않아 지역방송 프로그램을 시청하는 유형이다. 이 유형은 시청률과 상관없이 지역민들의 이야기가 방송으로 전파되어야 한다는 신념을 가지고 있는 것으로 나타났다.

3) 편성

지역방송 편성과 관련된 연구는 대부분 지역방송 편성정책이나 광고수익 변화와 같은 외적 영향요인이 지역방송 편성에 어떤 영향을 미치는지를 규명하는데 초점을 맞추어 진행되어 왔다.

먼저, 조충남과 이오현(2008)의 연구는 광고수익 변화가 지역 라디오방송의 편성에

끼친 영향을 규명하기 위하여 1996년부터 2005년까지 광주지역 라디오 방송의 편성을 분석하였다. 분석결과, 경기변화에 따른 광고수익의 감소는 광주지역 방송사들로 하여금 라디오 방송의 편성에 영향을 미친 것으로 나타났다. 이 연구에 따르면 제작구조 차원에서 IMF 경제위기 시기의 급격한 광고수익 감소와 이후의 불안정은 지역 방송사들로 하여금 프로그램 제작비와 제작전문 인력을 감축하도록 하였다. 이러한 제작구조상의 변화는 제작인력의 노령화 그리고 복수 제작체계와 비PD 제작체계의 강화를 불러왔으며 이는 결국 전반적으로 프로그램의 제작 완성도에 부정적 영향을 끼친 것으로 나타났다. 특히 편성구조 차원에서 IMF 경제위기 시기의 급격한 광고수익 감소와 이후의 불안정은 방송사들로 하여금 자체제작 프로그램 비율을 감소시키고 자체제작 프로그램 중 오락 프로그램의 비중을 높이게 하였다. 이러한 편성구조상의 변화는 지역밀착형 심층 프로그램의 활발한 생산을 억제하는 악영향을 초래한 것이라고 연구는 밝히고 있다. 결과적으로 지난 10년 동안, 광주지역 라디오방송의 편성에 있어서의 변화는 지방화 시대에 부응하여 지역의 여론 선도 매체로서의 위상과 역할을 다지는 방향으로의 변화는 아닌 것으로 이 연구는 결론내리고 있다.

비슷한 맥락에서 편성정책이 지역방송 편성에 어떤 영향을 미치는지를 분석한 연구도 있었다. 김병선(2008)의 연구는 지역 MBC 및 지역 민방의 편성 현황 자료를 기반으로 의무 외주 비율과 자체 편성 비율 규제 정책이 지역 방송의 편성에 실제로 어떤 영향을 미치고 있는지를 분석하였다. 분석결과, 지역 MBC 계열사들은 외주 프로그램 비율을 맞추기 위해, 또 지역 민방은 자체 편성비율을 맞추기 위해서 지역 방송의 특성을 훼손할 가능성이 높은 편성을 실행하고 있는 것으로 나타났다. 예를 들어, MBC 본사의 외주 제작 편성 비율과 동일한 편성 비율을 적용받고 있는 지역 MBC의 경우, 외주 비율에 맞추기 위해 지역 시청자들이 원하는 본사의 프로그램을 중계하지 못하기도 하고, 노력을 기울여 제작한 자체 프로그램의 편성 시간대를 제대로 선정하지도 못하는 상황이 발생하는 것으로 나타났다. 또한, 지역 민방의 경우에 지역 MBC나 KBS 지역국과 거의 유사한 지역 광고시장에서 경쟁을 하며 유사한 제작 인프라를 지니고 있음에도 불구하고, 과도한 자체 편성 비율 규제를 받고 있는 것으로 드러났다. 특히 양적인 프로그램 편성 비율을 맞추기 위해서 지역과는 전혀 상관없는 국외 프로그램을 구매하여 편성하거나, 민방 간 공동제작, 국내 프로그램 구매 등을 통해 편성 비율을 채우는 등의

문제점이 발생하는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 결국 과도한 편성 비율 고시는 지역 방송사에게 자체 편성 비율을 양적으로 맞추기 위한 단편적인 방법들을 개발하는데 집중하도록 만듦으로써 궁극적으로 지역방송 제작 능력의 향상 보다는 지역 방송 프로그램의 실적 저하를 가져올 수 있다는 점을 연구에서는 지적하고 있다.

한편, 주시청 시간대 지역편성 의무정책이 필요함을 역설한 연구도 있었다. 최현주(2010)의 연구는 지역방송이 태생적으로 지니고 있는 광고시장의 협소함이라는 구조적인 한계점을 극복하고 지역방송 경영안정에 가장 크게 기여할 수 있는 방안을 모색하였다. 또한, 부수적인 유통 창구의 개발에 선행하여 지역 프로그램이 규모의 경제를 실현할 수 있도록 지역방송 프로그램의 전국적인 배급체계 구축을 모색하고자 실시되었다. 이 연구는 구체적으로 지역 프로그램의 전국 네트워크 의무 편성에 초점을 맞추어 지역방송 프로그램의 전국 방송체계 확립에 대한 기존 논의들을 검토하고, 지역 프로그램의 전국 네트워크의무 편성을 위한 구체적인 실현방안은 무엇인지, 그리고 실행 시 검토해야할 과제가 무엇인지에 대하여 연구하였다. 연구결과, 지역 프로그램의 전국적인 유통 방안 중에서 지역방송사의 경영안정에 가장 효과적으로 작용할 수 있는 방안은 바로 지역방송사가 제작한 프로그램이 주시청시간대(Prime Time)에 전국 네트워크를 통해 정규적으로 방송될 수 있도록 하는 의무화정책이 필요함을 주장하였다. 즉, 이 연구에 따르면 주시청시간대(7PM～11PM) 4시간 가운데 1시간 이상은 지역방송사가 제작한 프로그램을 전국 방송할 것을 의무화하는 제도를 도입한다면 프로그램의 전국 방송을 통한 규모의 경제를 실현하여 최소 수준에서나마 지역방송사의 안정적 수입을 보장함으로써 지역방송사들로 하여금 시장에서의 퇴출 위험성을 줄여줄 수 있음을 주장하였다. 뿐만 아니라 계열사들의 광역화를 실현함으로써 방송사의 구조개편에도 기여할 수 있음을 이 연구는 강조했다.

정종건과 김재영(2012)의 연구는 지역 지상파 방송의 구조적 한계를 극복하고 경쟁력을 강화할 유력한 대안으로 제시된 광역화가 편성에 미치는 성과를 평가하기 위한 목적을 두고 수행되었다. 그리하여 이 연구에서는 2005년 부산·경남지역 광역방송사로 선정된 KNN의 편성 측면에 주목해 장르, 편성시간대, 편성행태가 광역화 전후에 어떻게 변화했는지를 비교분석하였다. 특히, 세 가지 편성요인의 변화가 과연 광역화에서 비롯된 것인지 파악하기 위해 부산MBC 사례와 비교하였다. 분석결과, 첫째, 장르별 편

성비율에서 뉴스와 음악 쇼가 증가한 반면 생활정보 프로그램은 감소한 것으로 나타났다. 둘째, 광역화 이후 편성의 다양성은 다소 증가하였다. 셋째, 주시청시간대의 자체프로그램 점유율이 현저하게 감소하였다. 즉, 광역화 이후 뉴스를 제외하고 주시청 시간대에 편성된 자체 프로그램이 감소한 것으로 나타났다. 넷째, 편성행태에서 행사성 특집 프로그램이 괄목할 정도로 늘었다. 결국 이러한 결과는 KNN은 광역화 이후 뉴스와 편성 다양성 증가 등 일부 긍정적 효과도 있었으나 전체적으로 수익성을 추구하는 경향이 지배적이었음을 암시하고 있다. 이는 결과적으로 지역방송 프로그램의 주변화(ghettoization)를 의미하며 광역화로 인해 지역성이 상실될 것이란 일각의 우려를 뒷받침하는 결과임을 주장하고 있다.

4) 콘텐츠

이지현과 고영철(2008)은 지역방송 프로그램의 특성을 연구하였다. 구체적으로 이들의 연구는 제주지역 지상파 TV방송뉴스 토픽의 주제 및 정보원 유형의 다양성 등을 밝히는 데 그 목적을 두고 있다. 이를 위해 세 가지 연구문제를 설정하고 약 7개월의 걸친 표집기간 가운데서 체계적인 표집방법을 통해 추출한 2주간 분량의 세 개의 지상파TV 방송의 저녁 뉴스를 대상으로 내용분석을 실시했다. 연구결과, 첫째, 지역방송 뉴스에서 가장 많이 다루는 주제는 행정/지자체, 경제/산업, 범죄/사고, 정치 등과 관련된 뉴스인 것으로 나타났다. 반면에 환경과 공해, 복지/보건, 스포츠 관련 뉴스의 보도비율은 매우 낮았다. 둘째, 제주지역 방송뉴스 중에 다른 방송사에서 다루지 않는 '독특한 뉴스'의 비율이 '중복된 뉴스'의 보도비율보다 곱절 더 많은 것으로 분석되었다. 즉, 전체 뉴스 중 '독특한 뉴스'의 비율이 전체 뉴스의 3분의 2 이상을 차지했으며, 제주지역 세 개 방송사들 간에는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이 연구에서는 이러한 연구결과에 대해 한 지역 내의 경쟁 방송사들 간에 보도내용이 차별화될수록 지역사회의 여론이 그만큼 다양해진다는 점을 고려해 볼 때 제주지역 사회의 발전을 위해 긍정적인 현상이라고 평가하였다. 반면, 취재원의 유형과 수에서는 다양성이 없었는데 가령, 제주지역 방송뉴스는 뉴스 아이템 1건당 평균 1.47개의 취재원을 사용하는데 불과했다. 한편, 제주지역 세 개 방송 모두가 취재원으로 지방행정기관을 가장 선호하고 있었으며 그 다음으로 기업/경제인, 교육기관, 중앙정부, 법원/경찰 등을 선호하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 방송뉴스의 취재원이 사회지배계층에 지나치게 편중

되어 있음을 확인케 하는 것이라고 주장하였다.

또한, 이지현과 고영철(2010)은 제주지역 TV뉴스를 분석하여 뉴스영상과 텍스트 간의 관계성을 밝히고 지역방송 TV뉴스 영상의 특수성을 고찰하였다. 이를 위해 2007년 10월 1일부터 2008년 4월 30일까지 7개월 동안의 제주지역 3개 지상파 방송사 저녁뉴스를 대상으로 하여 영상 구성요소와 영상과 뉴스내용간의 연관성 등을 분석하였다. 분석결과, 제주지역 TV뉴스의 영상은 뉴스현장을 녹화한 '사건화면'은 47.1%였으며 '현장을 생중계하는 화면'은 단 1건도 나타나지 않은 것으로 나타났다. 반면 뉴스 제작자들이 뉴스 내용에 적합하도록 인위적으로 구성한 화면은 52.9%인 것으로 분석되었다. 특히, '자료화면'(32.5%)에 대한 의존도가 비교적 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 시의성과 현장성 있는 영상이 TV뉴스의 최대 장점이라는 점을 감안할 때 시의성과 현장성이 없는 영상이 많은 부분을 차지하고 있다는 것은 제고되어야 할 부분임을 연구에서는 주장하였다. 이러한 영상 구성방식은 방송사간에 유의미한 차이를 보이고 있는데, 사건화면의 경우 KBS 제주가 가장 많았고, 제주 MBC가 가장 적은 것으로 나타났으며, 자료화면의 이용률은 JIBS가 가장 높고 KBS 제주가 가장 낮았다. 또한 이 연구에 의하면 뉴스내용의 주제에 따라 영상구성방식이 달라지고 있는 것으로 나타났는데, 분석결과, 정치/행정, 경제, 생활흥미의 경우 '자료화면' 구성 비율이 높았고, 범죄/사고는 경찰이나 법원 건물, 깃발 등을 클로즈업한 '상징 샷'이 높게 나타났다. 반면 문화/스포츠는 현장을 녹화한 '사건화면' 이 82.4%로 나타났다. 이와 같은 주제 유형별 영상 구성방식의 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타나 제주지역 뉴스의 TV경우 뉴스내용의 주제가 정해지면 영상은 이미 예측이 가능한 관행적인 방식으로 구성되어지고 이에 따라 정형화된 영상이 이루어지고 있음을 밝혀냈다. 마지막으로 뉴스내용과 영상의 연관성을 살펴보았을 때, 직접적 연관이 51.7%, 간접적 연관이 28.3%, 뉴스내용과 무관한 영상 또한 20.1%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이처럼 뉴스내용과 일치하거나 뉴스내용에 대한 부가적인 정보를 제공하는 영상이 전체 뉴스의 절반정도에 지나지 않는다는 것은 제주지역 TV뉴스 영상의 뉴스적 속성, 즉 영상의 뉴스 정보적 역할이 미미하다는 것을 알 수 있다. 결론적으로 이 연구에서는 영상이 지니는 뉴스 정보 제공 역할에 대한 새로운 인식 전환과 더불어 적절한 투자와 지원이 필요함을 주장하였다.

김영수와 임종수(2010)의 연구는 글로벌 시대 지역방송은 전통적인 방송의 지역주의

에서 한걸음 더 나아가 신지역주의적 사고와 전략이 필요하다는 인식에 바탕을 두고 진행되었다. 즉, 이 연구는 신지역주의는 지역과 지역 간의 협력적 거버넌스를 기반으로 자족적 생존전략이 요구됨을 주장하고 구체적으로 지역방송으로서의 독자적인 지역성 확립, 협력적 네트워크와 수평적 제작 시스템의 필요성을 제기하였다. 이를 위해 이 연구에서는 지역방송인들의 신지역주의 전략에 대한 인식을 살펴보기 위해 지역방송인들을 대상으로 심층 인터뷰를 실시했다. 연구결과, 지역 방송인들의 지역의 개념에 대한 인식은 전달의 도달 범위 수준에 머물고 있는 것으로 나타났다. 즉, 지역사회에서는 지리적 근접성을 토대로 수도권, 울산, 호남, 일본과 협력관계를 구축하고 있음에도 불구하고 지역방송은 지역에 대한 포괄적인 개념을 아직 가지고 있지 못하다는 것이다. 또한, 지역사회의 기관들과 협력을 통한 혁신과 수평적 제작 시스템 강화에 대한 인식은 경영진/간부와 현업 제작진간에 다소 입장의 차이가 나타났다. 즉, 경영진과 간부들은 지역사회의 기관과 협력과 혁신을 적극적으로 추진하고자 했고, 현업 제작진들은 방송의 공정성 등과 경제적 가치를 교환하는 형태의 신지역주의 전략에는 다소 부정적인 입장을 견지한 것으로 나타났다. 수평적 제작 시스템에 대한 인식은 경영진과 간부들은 경영 효율성 추구를 위해서 적극적으로 도입해야 한다는 입장이었지만, 현업 제작진들은 수평적 제작 시스템으로 급속한 전환이 지역방송의 콘텐츠 품질을 악화시키는 결과를 야기한다고 인식의 차이를 보였다.

김영수와 임종수(2011)는 지역문화 브랜딩 콘텐츠를 활용한 지역방송의 콘텐츠의 활성화 전략을 연구하였다. 이들의 연구는 지금까지 지역방송의 콘텐츠 전략에 대한 논의들이 다소 규범적 접근을 추구했다면 지역민방의 실제 편성 현황과 제작진의 인식을 통해서 좀 더 구체적인 측면에서 지역방송의 콘텐츠 전략을 살펴보고자 하였다. 이 연구에서는 지역문화 브랜딩 콘텐츠 활용에 대한 지역방송인들의 인식을 살펴보기 위해 1차 지역민방 제작진을 대상으로 심층 인터뷰와 심층 서베이를 병행하였다. 연구결과, 지역방송에서 다루어야 할 지역문화 브랜딩 콘텐츠로서는 공동체 의식, 생태자원과 문화유산을 중요한 콘텐츠 유형으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 지역민방의 편성 현황을 살펴본 결과, 지역민방 공동제작을 제외하고, 지역성 구현을 위한 최소한의 노력을 하고 있는 것으로 나타났다. 지역문화브랜딩을 활용한 콘텐츠 분류에서 볼 때도 공동체 의식에 집중되어 있었기 때문에 편성 측면에서 다양성도 그렇게 높지 않

은 것으로 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 제작비와 제작인력의 한계를 가지고 있는 지역방송에서 지역문화 브랜딩 콘텐츠 제작을 활성화하기 위해서는 지역문화원형 발굴 지원 사업에 참여를 통해서 방송 콘텐츠화 전략이 필요함을 주장하였다.

탁진영과 서예란(2011)의 연구도 지역방송 프로그램의 지역성 구현에 관한 탐색적 성격의 연구로 지역민과 제작자의 인식차이를 중심으로 지역방송에서 제작되고 있는 프로그램들이 지역민에게 외면당하지 않고, 그 지역을 대표하는 문화콘텐츠로서 자리 잡기 위한 해결방안을 모색하기 위해 진행되었다. 연구결과는 첫째, 지역민과 제작자들은 사회·문화적 지역성과 지리적 지역성 인식에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 둘째, 프로그램 특성에 대한 인식에서는 프로그램의 보편성과 특수성 모두에서 지역민과 제작자 사이에 확연한 견해 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한, 지역성 개념에 대한 인식과 바람직한 지역프로그램에 대한 인식 사이의 인과관계가 확인되었으며, 지역민과 제작자 사이의 조절효과도 확인되었다. 이러한 연구결과를 바탕으로 이 연구에서는 지역프로그램의 실제적인 발전방안을 모색한 결과 지역방송은 공동제작의 활성화를 통한 프로그램의 다양화와 전문화를 필요로 하며, 지역밀착형 프로그램의 개발과 지역민들의 지역방송 참여유도, 지리적 지역성의 속성이 많은 뉴스 저널리즘의 활성화 등을 편성·제작에 적극 반영하는 차원에서 지역성을 구현해야 한다는 점을 강조하였다.

한편, 이근용(2012)은 지역방송이 구현하는 지역성은 지역방송 콘텐츠의 성패와 경쟁력을 좌우하는 중요한 가치라는 전제하에 지역방송 콘텐츠에 지역성이 실제로 어떻게 담겨지고 녹여져 있는지를 연구하였다. 특히 이 연구는 종편의 등장으로 더욱 어려움을 겪게 될 지역방송의 콘텐츠 제작 활성화에 한 실마리를 찾을 수 있기를 기대하는 차원에서 이루어졌다. 분석은 지역방송 콘텐츠 중에서 부산, 대구 지역의 지역방송에서 비교적 최근에 제작한 것들 중, 전통문화를 소재로 한 세 가지 콘텐츠를 대상으로 하였다. 결론적으로 이 연구는 지역방송의 콘텐츠는 '로컬'의 특성을 지니면서 '글로벌'하게 인간의 보편적 감성에 소구할 수 있는 '글로컬' 콘텐츠가 되어야 함을 강조하였다.

이재승과 박경숙(2013)은 지역 텔레비전인 지상파방송(KBS제주, 제주MBC, JIBS)과 케이블 방송(KCTV JEJU)의 다문화 관련 뉴스 프레임을 분석하였다. 분석결과, 먼저, 뉴스 프레임에서 형식적 특성은 다문화 관련 정황과 에피소드 등 단순 사건을 다루는 일화 프레임은 76.9%를 차지하였으며, 다문화 관련된 배경과 원인 등을 다룬 주제 프레임

은 23.1%로 나타났다. 일화 프레임이 많은 것은 다문화를 새로운 관점으로 제시하기보다는 기존에 가지고 있는 고정관념의 틀로 해석한다는 점을 의미한다고 주장하였다. 내용적 특성에서는 다문화 당사자들의 감동적인 이야기나 미담 등을 다룬 '인간적 흥미'(33.8%)가 가장 높게 나타났으며, '정책제도', '교육', '경향', '인도주의', '위협' 순으로 나타났다. 이러한 결과는 지역 방송뉴스는 이주민들이 지역사회에 잘 적응하고 행복한 삶을 사는 모습 등을 선호하는 것으로 해석할 수 있다. 한편, 지역뉴스의 보도 방향은 다문화에 대한 호의적인 뉴스(71.5%)가 비호의적인 뉴스(17.3%) 보다 4배 이상 차이가 나타나 대부분 호의적이거나 중립적인 것으로 나타났다. 취재원은 정부기관(37.8%)이 가장 높았고, 다문화 당사자, 시민사회, 교육기관 순으로 나타났다. 정부기관과 교육기관의 취재원이 다문화의 정책이나 교육의 수혜자인 다문화 당사자보다 2배 이상 많았다. 이러한 점은 지역방송사가 다문화 당사자들의 직접적인 의견을 반영할 수 있도록, 취재원의 균형성과 다양성을 확보해야 할 필요성을 제기하고 있다. 한편, 지역 텔레비전에서 보도하는 다문화관련 뉴스에서 프레임과 보도방향, 취재원등에서 방송사간 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났는데 구체적으로 현장취재 인력에 영향을 받으며, 뉴스 생산 과정에서 이주민의 참여가 많은 방송사가 호의적인 비중이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 시청자들이 어떠한 방송을 선택하느냐에 따라 다문화 관련 뉴스 프레임은 서로 다르게 형성될 수 있음을 시사하고 있다.

5) 재원

취약해지는 지역 지상파 방송의 재원과 관련해서는 그 중요성에도 불구하고 연구가 활발하게 진행되지 못해왔다. 우선 박현수(2008) 등의 연구는 당시 국내에서 시도된 바가 없는 지역 방송광고의 실제적인 가치와 효율성을 비교분석하였다. 분석된 데이터는 TNS 미디어 코리아에서 제공되었으며, 분 단위가 아닌 초 단위의 데이터를 통해 지역의 방송광고 시청률과 CPRP 및 CPM이 분석되었다. 연구 결과는 방송지역뿐만 아니라 해당 지역 방송의 커버리지를 고려하면 지역의 방송광고는 전국대비 효율성이 크게 떨어지지 않으며, 앞으로 지역을 대상으로 하는 광고에서 활용가치가 있는 것으로 나타났다. 이 연구는 이러한 결과를 바탕으로 지역 방송광고 활성화는 제도적 뒷받침이 필요하며, 무엇보다 먼저 광역화를 통한 노출 효과 등의 가치 확보가 필요하다고 주장하였다. 또한, 미디어렙 도입에 따른 효과와 지역방송의 수익 개선 방안을 모색한 이영원

(2008)의 연구는 헌법재판소가 한국방송광고공사(KOBACO)의 지상파 방송광고 독점이 헌법에 위배된다는 결정을 내림으로써 (민영) 미디어 렙 도입에 대한 논의가 본격화되고 있는 당시 상황에서 미디어 렙 제도가 도입될 경우, 방송광고의 판매 및 운영제도의 변화로 방송사의 재원에 영향을 미칠 것으로 예상하였다. 특히 주요 지상파 방송에 비해 방송 시장의 규모나 대상 면에서 상대적으로 취약한 지역방송은 재원 확보에 큰 어려움을 겪을 것으로 예상하고 (민영) 미디어 렙 도입에 따른 지역방송의 파급 효과와 이에 따른 지역방송의 수익성 개선 방안을 제시하였다. 구체적으로 민영 미디어 렙이 도입될 경우, 지역 방송사는 광고 감소로 인한 방송 수익이 급감할 것으로 예상되고, 이에 따라 제작 여건 악화로 인한 프로그램의 질 저하 및 편향적 편성 등이 우려하였다. 지역방송의 수익성 개선을 위해서는 우선 제도적으로 방송발전기금을 통한 지원과 중앙 방송에서 지역프로그램의 편성 쿼터제 도입, 전파료의 현실화, 지역방송 광고 규제에 대한 완화 등의 대책이 필요하며, 방송사 내부적으로는 지역 특성을 살린 콘텐츠 개발과 다양한 수익사업의 개발 등의 과제가 절실함을 주장하였다.

한편, 비슷한 맥락에서 지역방송사의 재원과 관련해서는 변상규와 이수범(2010)의 연구에서는 민영 미디어렙의 도입으로 방송광고 판매제도가 경쟁체제로 전환될 경우, 취약매체인 지역방송은 연계판매의 축소로 심각한 경영난에 처하게 될 것임을 주장하고 지역방송사가 중앙사와 지역사 간 전파료 배분 비율을 합리적으로 조정할 것을 주장하는 것이 어느 정도 타당성이 있는지, 아울러 합리적이고 객관적인 배분기준을 모색하였다. 이를 위해 지역방송사에 의한 광고 창출효과를 측정하는 계량모형을 만들고, 그 타당성을 검증하는 연구를 수행하였다. 문헌검색 등을 통하여 구매력의 지표로서 가구당 지출액을 종속변수로 삼아 광고효과를 대리하였고, 지역별 생산액, 예금, 도시거주 인구 등을 설명변수로 삼아 패널 분석과 횡단면 분석을 수행하였다. 분석결과, 광고효과는 패널 분석으로 수도권 52%, 지역 48%로 나타났으며, 횡단면 분석으로 수도권 53%, 지역 47%로 나타났다. 이는 수도권 약 77%, 지역 23%와는 큰 차이를 보이는 결과로 현재의 광고수익 배분 구조가 광고효과를 기준으로 개선되어야 한다는 지역방송사들의 입장을 일부 지지하는 결과라고 주장하였다.

6) 지역방송 정책

이진로(2008)의 연구는 지역방송의 발전을 위해 방송위원회에서 수립한 지역방송 정

책을 비판적으로 검토하고, 이명박 정부 기간 중 수용될 필요성이 높은 새로운 정책을 제안하는데 역점을 두고 이루어졌다. 이 연구에서는 먼저 지역방송 정책을 비판적으로 검토하기 위해 1994년과 2003년의 두 방송위원회 연구보고서를 분석하였다. 1994년 연구보고서에서 제시된 법적, 제도적 개선 방안은 지역방송위원회의 설치와 시청자위원회 개편, 광고요금 현실화, 광고수수료율 인하, PTAR 제도 도입, 시설 개선 등이다. 2003년의 종합보고서는 1990년대 후반에 개국한 지역민방으로 확대된 지역방송의 발전 방향을 제시했다. 주요 내용은 지역방송에 대한 지원을 늘리고, 부담을 줄이는 취지에서 슈퍼스테이션 채널 운영과 협찬 규제 완화, 방송발전기금의 경감과 의무편성비율 조정 등이 포함됐다. 연구 보고서에 제한된 정책을 분석해 보면, PTAR 정책은 거듭 제안되었지만 여전히 실현되지 못하고 있는 것으로 나타났고 이는 서울 키방송사(중앙사)와 지역사의 불평등 구조에 따른 것으로 분석되었다. 이처럼 지역방송 정책 연구는 다양한 아이디어 제안에는 성공했지만, 실천에서는 매우 미흡했음을 이 연구에서는 지적하고 있다. 또한, 이명박 정부의 지역방송 정책을 모색하기 위해 2008년 발표된 다양한 정책 제안을 분석하였다. 분석은 지역방송에 관한 다양한 정책 제안을 취합, 정리하였는데 시급하다고 판단된 세부 과제로 PTAR 도입을 비롯해 모두 24개 과제를 대상으로 하였다. 연구결과, 이들 정책의 채택과 추진 여부는 지역방송의 활로 모색 차원에서 매우 중요하지만 제안된 내용의 제한적 및 부분적 수용은 지역방송의 조건과 위상을 향상시키는데 기여하지 못할 것으로 분석되었다. 마지막으로 이 연구에서는 이명박 정부 들어서 구성된 방송통신위원회의 지역방송팀과 지역방송발전위원회의 구성과 운영은 긍정적으로 평가하고 이들 조직을 지역방송의 희망으로 만들기 위해 학계와 현장 전문가의 지속적인 관심과 보완책 마련이 요구됨을 주장하였다.

한편, 정상윤(2009)의 연구는 방송법상 로컬리즘 구현과 밀접하게 관련되어 있는 허가 및 재허가, 편성규제, 재송신정책의 효과를 분석하고 평가하였다. 이를 위해 각 정책의 목표를 분석하였으며, 형평성과 대응성의 관점에서 효과를 평가하였다. 분석결과, 로컬리즘 정책은 정책의 당위성에도 불구하고 정책의 목표와 방향이 불분명하며, 정책 입안 및 결과에 대해 객관적인 분석과 평가가 이루어지지 않고 있는 것으로 나타났다. 또한 이 연구에서는 지역방송과 관련된 정책을 입안하는데 있어서 갖추어야 할 논리적 근거나 객관적 평가자료 등이 부족한 탓에 정책의 효율성과 현실 적합성이 떨어지고

있음을 지적하였다.

지역방송의 내용규제와 관련한 이색적 연구로는 송종현(2011)의 연구를 들 수 있다. 이 연구는 지역방송의 핵심가치인 지역성을 지역정체성의 관점에서 접근하는 시도가 증가하고 있는 상황에서 지역방송의 지역정체성을 구성하는 중요 지표 중의 하나로 지역 언어, 즉 사투리 사용의 실태와 그에 대한 내용규제의 문제를 다루었다. 이 연구에서는 지역방송 프로그램을 모니터링하는 지역민을 대상으로 한 설문조사 결과, 지역방송에서의 사투리 사용은 현재의 수준보다 강화될 필요가 있으며, 지역민의 동질감을 확인하는 수단으로 인식되고 있는 것으로 나타났다. 따라서 방송의 사투리 사용에 대한 내용규제는 왜곡된 지역정체성을 고정화하는 자극적이고 지엽적인 영역으로 제한될 필요가 있음을 주장하였다.

7) 지역연구

임영호(2008)의 연구는 한국 지역언론 연구에 대한 현황과 특징을 분석하고 문제점을 진단하여 이를 토대로 앞으로 이 분야가 학문 분과로서 지향해야 할 정체성과 발전 방향을 제안하고자 하였다. 이 연구에서는 지역 언론학이 규범적이고 기술적인 연구에 치중하며 사회과학의 주류에서 동떨어진 주변 학문의 위치에서 벗어나 질적 도약을 이룩하기 위해서는 다음과 같은 과제가 필요함을 주장하였다. 첫째, 연구 대상의 선정이나 이론적 틀의 모색에서 지역이나 지역매체에 대한 집착에서 벗어나 시각의 폭을 넓힐 필요가 있다. 둘째, 유관 사회과학 분야의 새로운 이론적 흐름에 좀더 개방적이고 전향적인 자세로 전환해, 경제 지리학, 문화이론, 정치 이론, 경제학등 다양한 인접 분야의 학제적, 이론적 실험을 수용, 시도해야 한다. 셋째, 이론적 개방성과 거시적 시각의 복원을 위해서는 기존의 SMCR 위주의 지식 분류 틀에서 벗어나 이론적 주제나 접근방식 위주의 대안적 분류 체계의 도입도 필요하다. 넷째, 현실에 대한 이해에서 규범성과 사회과학적 이론을 조화시키는 비판 이론적 시각의 도입이 필요함을 주장하였다.

원용진과 황상현(2011)의 연구는 2000년대 이후 양적 성장을 보인 지역방송에 대한 논의가 양적 성장에 비해 질적 면에서의 논의수준은 만족스럽지 못한 것으로 평가하고 지역방송에 대한 새로운 논의를 위해 지난 10여 년 간 이뤄진 지역방송 논의를 분석하였다. 분석결과, 지역방송 논의는 지역방송위기-극복을 위한 제도적, 정책적 제안이라는 내러티브를 지니고 있는 것으로 나타났다. 또한, 이 같은 내러티브는 국민국가 모델

에 속하는 것으로 지역이 중앙에 더 많은 분배를 바라는 편향성을 띠고 있었다. 한편, 국민국가모델을 떠받치는 구체적 논의방식을 살펴보기 위해 생산자-수용자, 제도적-비제도적 개선 축을 바탕으로 유형화를 시도한 결과, 대체로 연구들은 생산자 중심, 그리고 제도 중심으로 이뤄지고 있었다. 유형화를 기반으로 살펴보면 생산자-제도형이 가장 많았고, 수용자-비제도적 개선이 가장 적은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 지역사회를 살리면서 지역방송에 대한 인식을 제고시키는 장기적 지역방송 개선보다는 당장 중앙정부로부터 제도적 지원을 받아 지역방송을 살리겠다는 단기적 제안이 더 많았음을 보여주는 것이다. 또한 그동안의 논의는 수용자가 배제되고 있었던 점, 그리고 지역문화를 살리면서 지역방송을 살리겠다는 로컬리티에 대한 논의가 배제되고 있는 것으로 나타났다. 마지막으로 이 연구에서는 새로운 지역방송에 관한 논의는 탈장소성을 기반으로 한 로컬리티 논의, 새로운 인식론을 형성해 이를 지역방송에 활용하고 새로운 담론적 도약을 꾀해야 할 필요성을 지적하였다. 더불어, 지역방송 연구 담론이 새롭지 않음으로 인해 지역방송이 위기를 당하고 있을 수도 있다는 인식적 전환도 필요함을 주장하였다.

라. 연구보고서의 연구경향

먼저, 김재영(2008)등의 연구는 지역방송의 이념적 기능을 강조하는 동시에 지역경제 활성화에 지역방송이 담당해야 하는 역할을 찾아보고자 하였다. 이는 결국 지역방송이 발전하기 위한 조건으로 지역경제가 활성화 되어야 한다는 논의이며, 지역방송 발전과 지역경제 활성화에 관한 관계성을 파악하는 것이라 할 수 있다. 연구 분석결과 구체적인 통계치를 제시하지 못했지만 지역방송 발전과 지역경제 활성화는 분명한 관련성을 갖고 있는 것으로 나타났다. 따라서 지역방송은 지역경제를 활성화시켜야 하는 분명한 이유를 갖는다. 뿐만 아니라 지역방송이 지역민에게 인정받기 위한 조건이기도 하다. 본 연구는 크게 두가지 측면에서 지역방송의 역할을 강조하고 있다. 하나는 지역방송 자체 발전방안과 다른 하나는 지역경제와 관련된 지역방송의 역할이다. 먼저 지역방송 자체 발전방안은 지역방송의 역할과 지역방송 성장을 위한 방향으로 다음과 같이 제시하였다. 첫째, 지역성 강화, 둘째, 지역방송사간 교류 확대, 셋째, 지역방송의 지방자치 활성화 기능 강화, 넷째, 지역 이기주의 극복, 다섯째, 지역방송이 자율성 확대와

경제적 지원확대 등을 제시하였다. 또한, 지역방송이 지역경제 활성화에 긍정적인 역할을 할 것을 주문하면서 다음과 같은 기능을 제시하였다. 첫째, 지역발전을 위해 경제적 측면과 그 외 부분에서 고급 정보를 제공해야 한다. 둘째, 지역경제 성장을 위해서 지역방송은 끊임없이 지방 행정부를 감시하고, 부패를 방지해야 한다. 셋째, 지역경제 이익이 외부로 유출되지 않게 안정적인 경제 순환구조를 위해서 힘써야 한다. 넷째, 지역에 자리 잡은 기업에 대해서 지역방송은 상호 긍정적인 관계를 형성해야 한다. 다섯째, 지역방송은 지방 행정부의 예산의 집행의 투명성 확보, 분배의 형평성을 끊임없이 강조하고 감시해야한다. 여섯째, 지역문화를 개발하고, 상품화해야 한다는 점을 주장하였다.

지역방송의 콘텐츠 활성화 방안을 모색한 조성호(2008) 등의 연구는 급변하는 방송통신 환경 하에서 여론매체로, 오락매체로, 또 지역문화 창달 매체로서의 지역방송이 수행해오던 기능이 점차 위축되고 있는 상황에서 경쟁력 있는 콘텐츠를 개발하여 그것을 바탕으로 광고수익을 올리고 다양한 유통을 통해 수익을 추구하는 방법이 최선의 선택임을 주장하였다. 이에 따라 본 연구에서는 지역방송 콘텐츠 제작 시스템 분석, 지역방송 콘텐츠 유통구조 분석, 지역방송 콘텐츠 제작 및 유통구조 개선을 위한 정책 분석이라는 세 가지 차원의 분석을 통해 지역 방송 콘텐츠 활성화를 위한 구체적인 방안을 모색하였다. 이를 위해 첫 번째로, 지역방송 콘텐츠 제작 시스템 분석에서는 지역 방송 프로그램들의 편성 실태와 그 프로그램들의 경쟁력(시청률)을 분석하였고, 둘째, 지역방송 콘텐츠 제작 및 유통 구조 분석에서는 현재 지역방송 제작 프로그램의 유통 현황과 문제점을 분석하였다. 마지막으로 기존 지역 지상파 방송과 관련된 규제 정책과 지원 정책들을 분석하여 경쟁력 있는 프로그램 제작을 위한 제작시스템 구축과 유통구조 개선을 위해 정책적으로 어떤 지원이 가능한지, 그리고 그러한 지원을 위한 정책과 지원 방식은 무엇인지를 제시하였다.

먼저, 편성 비율 규제의 완화를 통한 지역방송 콘텐츠의 활성화 방안으로는 자체 편성 비율 정책이 지닌 문제점을 해결하기 위해서는 “자체 편성 비율”을 말 그대로 지역방송이 자체적으로 제작한 프로그램에 대한 “자체 제작 비율 규정”으로 수정하는 것이 더 바람직하다는 점을 주장하였다. 이는 구체적으로 각 지역 민방의 현재 수익 구조와 시장 상황들을 고려한 후에, 각 지역 민방들이 역량을 집중하여 지역적 특색을 나타낼 수 있는 제작물이 전체 프로그램 편성에서 일정 정도의 비율을 차지할수 있는 규제로

전환하는 것을 주장하였다. 또한, 지역방송 프로그램 중에서 상대적으로 시청률이 높고, 지역 밀착형 프로그램인 보도 프로그램과 보도 이외의 프로그램을 나누어 자체 제작 비율 규제를 적용하는 방안도 고려해 볼 수 있음을 제시하였다.

또한, 지역방송에 대한 지원정책과 관련해서는 지역성이 희생될 수 있다는 우려가 생길 수 있긴 하지만, 지역적 프로그램은 중소도시를 기반으로 한 보도 프로그램의 제작을 통해, 그리고 나머지는 전국적으로 유통될 수 있는 문화 중립적 프로그램 제작에 집중함으로써 지역성과 콘텐츠 경쟁력을 동시에 달성할 수 있음을 주장하였다. 또한, 지역 지상파 방송의 자생력을 확보하기 위해 앞서 언급한 생산자로서의 위상을 강화시켜 나가야 할 필요가 있음을 주장하였다. 지역방송 콘텐츠 활성화를 위한 지원을 위한 몇 가지 정책적 방안들로는 첫 번째 방안은, 방송발전기금 혹은 통합된 방송통신발전기금 중에서 “방송 콘텐츠 활성화”사업 예산으로 프로그램 콘텐츠 제작지원금을 책정하는 과정에서 지역방송에 일부 비율을 할당하는 할당제를 적용하는 방안, 두 번째 지원 방안은 지역방송이 연합하여 지역방송 전문 방송채널사용사업이나, 지역방송 콘텐츠 유통 전문 사업, MMS를 통한 전국 지상파방송사업 등을 실행하고자 할 때, 문화관관부의 모태펀드를 활용하여 사업 추진을 위한 자금을 지원하는 방안을 제시하였다. 한편, 지역방송 콘텐츠의 전국적 유통망 확보를 위한 정책 방안으로는 지역MBC와 지역 민방을 외주제작사의 범위에 포함하는 방안, 지역MBC에 대한 특수관계자 규제 완화와 함께, 지역방송사가 제작한 프로그램이 주시청시간대(7PM~11PM)에 전국 네트워크를 통해 정규적으로 방송될 수 있도록 하는 의무화하는 정책을 통해 지역방송은 전국적으로 유통될 수 있는 주시청시간대를 확보함으로써 지역방송 간의 경쟁을 통한 콘텐츠의 질적 향상을 도모할 수 있을 것을 주장하였다. 또한, 지역방송이 연합하여 방송채널사용사업자(PP)로 등록을 하고, 이를 통해 전국적으로 프로그램을 유통하는 것은 한층 더 적극적인 지역방송 콘텐츠의 전국적 유통망 확보 전략을 주장하였다.

방송광고 판매제도 변화가 지역방송 경영에 미치는 영향을 연구한 유승훈(2008)의 연구는 방송광고 판매제도 변화가 지역방송 경영에 미치는 영향을 분석하였다. 방송광고 판매제도 변화의 파급효과를 실증분석한 결과, 방송광고 판매제도에 경쟁체제가 도입되면 중장기적으로 신문광고 매출액은 최소 15.0%에서 최대 26.6% 만큼 감소할 것으로 예상되는 것으로 나타났다. 광고매출액이 지속적인 성장세를 보이고 있는 잡지나 뉴미

디어, 그리고 옥외광고에는 별다른 영향을 미치지 않을 것으로 분석하였다. 방송광고 판매제도 변화가 지역방송에 미치는 영향은 KOBACO 독점 체제를 없애고, 방송광고 판매제도에 경쟁체제를 도입하게 되면, 지역방송은 적지 않은 경영상의 어려움에 직면할 수 있는 것으로 분석되었다. 즉, 연계판매율이 13.0%일 때는 지역 MBC 455.5억원, 지역 민영방송 284.0억원의 방송광고 매출액 감소가 예상되어, 지역방송 전체적으로는 총 739.5억원의 방송광고 매출액 감소가 예상되었다. 방송광고 판매제도 변화에 따른 지역방송 활성화 대책으로는 지역의 유일한 영상산업 기지로서 콘텐츠의 생산, 유통, 소비 등 고부가가치 창출로 지역경제 발전에 기여해야 함을 주장하였다.

박성철(2009) 등은 지역방송에 대한 시청자 및 방송인 의식조사를 하였다. 본 연구는 이러한 문제의식을 바탕으로 지역방송에 대한 지역민의 의식조사를 통해 지역방송에 대해 가지는 지역민의 요구사항들을 도출하는 한편 지역 방송사에 종사하는 방송인들이 지역방송의 역할 및 문제점이라고 생각하는 것이 무엇인지를 조사해 그 결과를 분석했다. 지역민 1,050명과 지역방송인 362명이 응답한 결과를 분석한 결과, 지역민의 67.8%가 지역방송의 필요성을 인식하고 있었으며 그 이유는 주로 뉴스와 같이 지역정보의 전달 기능에 두고 있는 것으로 나타났다. 반면, 프로그램의 질적 수준이 낮은데서 오는 불만이 높은 것으로 나타났다. 지역방송이 필요하지 않다고 생각하는 이유와 지역방송에 대한 부정적 이미지는 대부분 낮은 품질에서 기인하는 것으로 나타났다. 지역민의 약 70%가 일주일에 적어도 1회 이상 지역방송을 시청하고 있었으며, 시청하는 프로그램 중에는 뉴스가 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 또한, 지역정보를 얻는 매체로서 지상파방송의 비중이 51.1%를 차지했으며, 지상파 방송에 대한 신뢰도도 지역신문이나 인터넷에 비해 현저하게 높았다. 한편, 지역방송인들은 지상파방송의 광고의 감소 추세를 가장 우려하고 있는 것으로 나타났다. 지역민들이 지역방송에 대해 가지고 있는 가장 큰 불만은 프로그램의 품질에 관한 것이다. 지역방송인들도 콘텐츠 제작에 대한 공적지원을 가장 필요한 요구사항으로 꼽고 있다. 뉴스와 시사프로그램 등 지역의 이슈와 관련된 프로그램의 제작에 대한 적극적 지원책을 마련해야 함을 주장하였다.

박기성(2009) 등은 해외 지역방송 제도에 대해 연구하였다. 디지털화에 따른 다매체, 다채널 시대의 도래 등 새로운 방송환경은 일반적으로 지역방송에 대한 전 세계적인 위기의식을 가져오는 계기를 마련하고 있는 상황에서 미국, 영국, 일본 등 주요 국가들

은 지역방송이 새로운 전환시점에 왔다는 인식을 공유하고 있으며, 이에 대한 고민을 심도 있게 진행 중에 있어 이에 대한 정책적 해결책을 찾기 위한 노력의 일환으로 세계적인 지역방송에 대한 흐름을 분석하고, 주요 국가별로 지역방송의 현황을 살펴보는 것이 중요하기 때문이다.

연구결과, 미국, 영국, 독일, 일본의 지역방송사 사업자 현황 및 구조, 운영현황, 재원구조를 통해 공통적으로 보이는 특성으로는 주요 국가들의 지역방송의 중요성에 대한 인식이 높으며 국가별 차이는 있으나 지역방송사들이 경영상 어려움을 겪고 있다는 점이 동일하였다. 방송사의 형태(공영, 민영)에 따라 수입원이 수신료, 광고수입, 전파료 등에 국한되었고 국내의 지역방송과 비교했을 때도 동일한 특성으로 보이며, 이는 지역방송의 경영상 어려움을 해소하고 지역방송의 가치를 제고할 수 있는 지원 및 정책방안 모색이 시도될 당위성을 제시하였다. 따라서, 서로 상충되는 가치를 동시에 달성할 수 있도록 지역방송 시장구도 변화, 경영의 어려움을 해소할 수 있는 정책적 지원 방안 등이 종합적으로 모색되어야 할 것을 제언하였다. 특히 독일의 방송사 연합의 종합편성채널 운영 및 지역 단체들의 스폰서 수입 확대, 영국의 'Out-Of-London' 정책 등은 지역가치와 지역방송의 경영 어려움 해소를 위해 장기적인 관점에서 접근한다는 점에서 주목할 만한 시사점을 제공하고 있기 때문에 향후 어떻게 구체화되고 유지되는지에 대한 정책적 효과에 대해서도 계속 주목해 볼 필요가 있음을 주장하였다.

주정민과 강명현(2012)은 현 지상파 민영방송에 대한 편성규제 개선방안을 연구하였다. 즉, 방송통신위원회는 방송법에 근거하여 매년 고시를 통해 지역민방에 일정비율 이상의 자체편성 비율을 준수하도록 하고 있는데 실제 지역민방은 자체편성 프로그램 중 절반 정도만 자체 제작하고, 나머지는 외주와 구매 등을 통해 프로그램을 편성하고 있는 상황에서 지역민방의 자체편성비율에 규제를 개선하여 실제로 지역 민방이 지역성을 구현할 수 있도록 자체제작비율로 개선하는 방안을 모색하였다. 그리하여 이 연구에서는 네 가지의 세부 연구목표를 설정하였다. 첫째는 지역방송의 인력, 장비, 재원 등 자체 제작 능력을 파악하여 자체제작비율 산정의 기초자료로 활용하고자 하였다. 둘째는 지역방송 시청자들의 지역방송 자체제작 프로그램의 시청의향을 파악하여 자체제작비율 산정의 기초자료로 활용하고자 하였다. 셋째 지역방송의 자체제작 프로그램의 산정 기준을 마련하고, 이를 기초로 합리적인 정책방안을 제시하였다. 넷째로 지역방송

자체편성비율에 관한 관련법을 개정하여 자체제작비율로 전환하기 위한 세부 법제를 개선하는 방향을 제시하고자 하였다.

연구를 통해 먼저 자체편성비율 규제를 자체제작비율 규제로 전환할 경우 지역방송 전체의 제작역량 제고와 지역방송의 지역성 구현을 위해 KBS지역총국과 지역MBC까지 확대할 수도 있다. 이러한 관점에서 지역방송의 자체제작비율의 규제 대상을 지역민방만을 대상으로 하는 방안과 KBS지역총국과 지역MBC까지 확대하는 방안을 제시하였다. 즉, 지역방송의 자체편성비율을 자체제작비율로 전환할 때 지역방송 전체를 대상으로 동일한 수준의 비율을 규제하는 방안과 방송사 유형 즉 지역민방, KBS, MBC로 구분하여 각각의 방송사 유형별로 자체편성비율을 규제하는 방안을 고려할 수 있음을 주장하였다. 또한, 지역방송의 자체제작비율 부과방안은 각 지역방송사 유형별로 자체제작역량을 고려하여 부과하는 방안이 있다. 즉, KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방별로 자체제작역량을 평가하여 제작역량의 크기에 비례하여 제작비율을 부과하는 방안이다. 지역방송의 자체제작비율을 부과하는 또 하나의 방안은 지역방송유형별로 자체제작역량 지수를 기준으로 순위에 따라 3개 그룹(상, 중, 하)으로 구분하여 부과하는 방안을 제시하였다.

한편, 지역방송의 자체편성비율을 자체제작비율을 전환할 경우 첫째로 자체 편성비율 규제제도의 자체 제작비율로 전환은 지역방송의 광고수익이 증가하는 효과가 나타날 수 있고 지역방송이 외주제작과 구매프로그램의 비중을 줄이고 자체제작 프로그램의 편성비율을 늘려 지역성 제고에 기여할 수 있으며 지역방송의 자체제작 프로그램이 증가하여 지역방송의 제작 능력을 제고하는데 기여할 수 있을 것으로 분석되었다. 실제로 지역방송의 자체편성비율을 자체제작비율로 전환하여 외주제작과 구매프로그램을 줄이면 대신 중앙사의 수중계 비율이 높아진다. 이익과 손실분을 감안하여 자체제작비율전환 정책에 따른 총 기대수익을 계산한 결과, 전체 지역 MBC를 종합했을 때 연간 약 137억 원 정도의 재정적 추가 수익을 얻을 수 있을 것으로 분석되었다.

스마트시대의 지역방송 종합발전방안을 연구한 이재영(2012) 등의 연구는 유료방송 및 온라인 광고의 성장으로 지상파방송광고는 위축되고 광고시장 제도 변화로 취약한 지역방송사들의 입지는 더욱 약화되는 상황에서 지역지상파방송의 유지・발전을 통한 지역성 보호 및 방송의 공적 기능 제고를 위하여 종합적 정책 처방을 연구하였다. 연구

에서는 현재 지역방송과 관련된 주요 이슈를 제작 · 유통/재정/규제 이슈로 정리하여 현황 제시와 문제점 분석 그리고 이를 바탕으로 한 검토의견을 제시하였는데 연구결과, 지역방송을 위한 세부 정책방향으로는 ① 지역방송 콘텐츠 제작 지원, ② 지역방송 콘텐츠 유통 기반 마련, ③ 지역방송 광고수익 안정성 유지(중소방송 지원), ④ 지역방송 재투자 촉진(배당 제한), ⑤ 방송통신발전기금 징수 체계 합리화, ⑥ 자율적 광역화 환경 조성, ⑦ 지역방송 자체편성 규제개선, ⑧ 지역방송 외주제작 편성규제 완화, ⑨ 지역지상파방송 전담 부서 설립, ⑩ 지역지상파방송 현황 조사 및 모니터링, ⑪ 정책간 연계성 강화 등을 제안하였다.

3. 요약 및 결론

지역방송발전위원회가 출범한 지난 2008년부터 2013년까지 지역방송 연구경향을 분석한 결과, 다음과 같은 특징들이 나타났다.

먼저, 지역방송 관련 연구가 큰 관심을 받지 못하고 있다는 점이다. 분석에서는 지역방송과 관련된 제반 주제들을 망라하여 분석했음에도 불구하고 실제 게재된 논문수는 전체의 1% 내외에 불과하였다. 예를 들어, 〈방송학보〉의 경우 매년 약 60여 편의 논문이 게재되는 점을(호당 평균 10편 * 6호) 감안한다면 지역방송과 관련된 연구의 수는 분석기간 중 약 1.8%(전체 약 360편중 5편)에 불과한 실정이다. 또한, 방통위에 의해 수행된 정책 연구만 하더라도 지난 2001년부터 방통위의 주관하에 수행한 전체 연구 733건 중 지역방송과 관련된 연구는 총 9건으로 이는 전체의 1.2%에 해당하는 극히 저조한 것이다. 그나마 그중 7건은 지발위 출범과 비슷한 2008년과 2009년에 수행되었을뿐 이후 체계적으로 지역방송에 대한 연구가 미진했음을 알 수 있다. 지발위가 수행해야 할 주요 직무 중 하나가 “지역방송 발전을 위한 교육 및 연구”(방송법 제 42조 4의 4)임을 감안하면 향후 지역방송 발전을 위한 보다 체계적인 연구의 활성화가 필요할 것으로 판단된다.

둘째, 시기별 경향성에 있어서도 지역방송 연구가 점차 감소하는 추세를 보이고 있다. 분석기간 중 전체 분석대상 논문의 약 40%가 2008년에 발표된 것을 정점으로 점차 감소추세로 나타났다. 이러한 점은 국내에서 지역성 및 지역방송에 대한 관심이 점차

줄어드는 사회적 분위기가 학술, 연구적 차원으로 반영된 결과로 풀이된다.

셋째, 연구주제와 관련해서도 분야별 편중현상이 두드러지게 나타났다. 주제별로 구분했을 때 "콘텐츠" 분석 및 활성화 전략에 대한 연구가 전체의 25%를 차지하여 이 분야에 대한 연구는 비교적 활발하게 이루어졌으나, 그 중요성에도 불구하고 "재원"이나 "유통"에 관한 연구는 상대적으로 부족한 것으로 나타났다. 물론 지역방송 콘텐츠의 경쟁력 증진전략이나 지원체계와 관련된 연구도 중요하지만 향후 제작된 콘텐츠를 다양한 플랫폼에 어떻게 유통을 시켜야 하는지, 또는 민영 미디어 렙과 같은 재원환경의 변화에 따른 재원전략에 대한 연구가 필요하다는 점을 고려한다면 지역방송 시장의 유통활로와 관련된 연구활성화가 요구된다고 하겠다.

마지막으로 지발위 자체의 발전방안에 대한 평가 및 제도적 개선방안에 관한 연구도 활발하게 이루어지지 않고 있는 것으로 나타났다. 가령, 현재 법에 규정되어 있는 지발위의 직무라 할 수 있는 콘텐츠 경쟁력 지원정책이나 유통 혹은 지역방송 발전을 위한 교육연구 등과 같은 주요 활동영역에 대한 그동안의 지발위 활동에 대한 평가에 관한 연구는 말할 것도 없고 지발위 운영에 따른 제도적 개선방안을 다룬 연구도 이루어지지 않았다. 단지, 당위성 차원에서 지발위의 적극적인 활동을 촉구하는 수준에 그치고 있을 뿐, 지발위 운영의 실효성을 담보하기 위한 법적, 제도적 차원의 발전방안이 체계적으로 연구되지 못한 점은 아쉬운 대목이라고 하겠다.

〔참고 4〕 분석대상 논문의 주제별 분류

연구주제	논문제목	게재 연도
지역성 개념	– 지역방송의 지역성 개념과 지역성 구현의 문제	2012
수용자 (시청행태)	– 지역지상파 방송의 경쟁력과 시청자 만족도에 관한 연구	2008
	– 지역공영방송의 프로그램 경쟁력 제고방안: 편성패턴, 시청행태, 광고시장 현황을 중심으로	2008
	– 지역방송 채널브랜드 자산과 준사회적 상호작용: 광주전남지역 방송채널을 중심으로	2009
	– 지역방송 프로그램 시청 요인들의 유형에 관한 연구	2010
편성	– 광고수익 변화에 따른 방송편성 변화에 대한 연구: 광주지역 라디오방송을 중심으로	2008
	– 프로그램 편성 비율 고시가 지역 지상파 방송 편성에 미치는 영향: 의무 외주제작 비율 및 자체 편성비율 고시를 중심으로	2008
	– 지역방송 프로그램의 전국 네트워크 의무 편성에 관한 시론적 연구	2010
	– 지역방송 광역화에 따른 편성의 변화 분석	2012
콘텐츠	– 제주지역 TV방송 뉴스의 다양성에 관한 연구	2008
	– 지역방송 TV뉴스 영상구성 관행에 관한 연구	2010
	– 지역방송인들의 신지역주의 전략에 대한 인식 연구	2010
	– 지역문화브랜딩 콘텐츠를 활용한 지역방송 콘텐츠 현황과 인식에 관한 연구	2011
	– 지역성 구현을 통한 지역 프로그램의 개선방안에 관한 탐색적 연구	2011
	– 지역방송 전통문화 콘텐츠의 지역성	2012
	– 지역 텔레비전의 다문화 관련 뉴스 프레임 분석: KBS제주, 제주MBC, JIBS, KCTV JEJU를 중심으로	2013
재원	– 지역의 방송광고는 어느 정도 효율성과 가치를 갖는가? 지역 방송광고 실증적 가치분석 및 활성화 제안	2008
	– 미디어렙 도입에 따른 효과와 지역방송의 수익 개선 방안	2008
	– 지역방송의 광고효과에 근거한 합리적인 전파료 배분모형 및 타당성 검증 연구	2010
지역방송 정책	– 지역방송 정책의 평가와 과제: 방송위원회 보고서(1994년과 2003년)의 제안 내용 분석과 이명박 정부의 정책 방향 제언	2008
	– 지역방송정책 평가연구: 2000년 이후의 로컬리즘 정책을 중심으로	2009
	– 지역방송의 사투리 사용 내용규제에 대한 연구	2011
지역연구	– 지역언론학의 학문적 정체성: 쟁점과 진단	2008
	– 지역방송 연구의 경향성에 대한 비판적 고찰: 2000년부터 2010년 발표논문을 중심으로	2011

〔참고 5〕 분석대상 연구논문 및 연구보고서 목록

〈연구논문〉

김병선(2008), 프로그램 편성 비율 고시가 지역 지상파 방송 편성에 미치는 영향: 의무 외주제작 비율 및 자체 편성비율 고시를 중심으로, 〈언론과학연구〉 8(3), 2008. 9, 117-164.

김영수・임종수(2011), 지역문화브랜딩 콘텐츠를 활용한 지역방송 콘텐츠 현황과 인식에 관한 연구, 〈언론과학연구〉 11(1), 2011. 3, 5-42.

김영수・임종수(2010), 지역방송인들의 신지역주의 전략에 대한 인식 연구, 〈방송통신연구〉 통권 제72호 2010. 10, 103-129.

김진영・이상훈・한태학(2008), 지역공영방송의 프로그램 경쟁력 제고방안: 편성패턴, 시청행태, 광고시장현황을 중심으로, 〈언론과학연구〉 8(1), 2008. 3, 81-120.

김진영(2010), 지역방송 프로그램 시청 요인들의 유형에 관한 연구, 〈한국방송학보〉 통권 제24-2호, 2010. 3, 153-191.

박현수・오만덕・이제영(2008), 지역의 방송광고는 어느 정도 효율성과 가치를 갖는가? 지역 방송광고 실증적 가치분석 및 활성화 제안, 〈광고학연구〉 19권1호(2008), 135-156.

변상규・이수범(2010), 지역방송의 광고효과에 근거한 합리적인 전파료 배분모형 및 타당성 검증 연구, 〈방송통신연구〉 통권 제72호 2010.10, 9-40.

송종현(2011), 지역방송의 사투리 사용 내용규제에 대한 연구, 〈언론과학연구〉 11(3), 2011. 9, 120-146.

원용진・황상현(2011), 지역방송 연구의 경향성에 대한 비판적 고찰: 2000년부터 2010년 발표논문을 중심으로, 〈언론과학연구〉 11(2), 2011. 6, 285-332.

유승관・이준호・구종상(2008), 지역지상파 방송의 경쟁력과 시청자 만족도에 관한 연구, 〈방송통신연구〉 통권 제66호 2008. 7, 187-208.

이근용(2012), 지역방송 전통문화 콘텐츠의 지역성, 〈한국방송학보〉 통권 제26-2호 2012. 3, 87-121.

이영원(2008), 미디어렙 도입에 따른 효과와 지역방송의 수익 개선 방안, 〈사회과학연구〉 47권2호. 1-17.

이재승・박경숙(2013), 지역 텔레비전의 다문화 관련 뉴스 프레임 분석: KBS제주, 제주MBC, JIBS, KCTV JEJU를 중심으로, 〈언론과학연구〉 13(1), 2013. 3, 326-358.

이지현・고영철(2010), 지역방송 TV뉴스 영상구성 관행에 관한 연구: 제주지역 지상파 TV뉴스를 중심으로, 〈언론과학연구〉 10(1), 2010. 3, 202-241.

이지현・고영철(2008), 제주지역 TV방송 뉴스의 다양성에 관한 연구, 〈언론과학연구〉 8(4), 2008. 12, 514-556.

이진로(2008), 지역방송 정책의 평가와 과제: 방송위원회 보고서(1994년과 2003년)의 제안 내용 분석과 이명박 정부의 정책 방향 제언, 〈언론과학연구〉 8(4), 2008. 12, 68-113.

임영호(2008), 지역언론학의 학문적 정체성: 쟁점과 진단, 〈언론과학연구〉 8(4), 2008. 12, 5-36.

정상윤(2009), 지역방송정책 평가연구: 2000년 이후의 로컬리즘 정책을 중심으로, 〈언론과학연구〉 9(2), 2009. 6, 498-530.

정종건・김재영(2012), 지역방송 광역화에 따른 편성의 변화 분석, 〈한국방송학보〉 통권 제26-3호, 2012. 5, 618-649.

조충남・이오현(2008), 광고수익 변화에 따른 방송편성 변화에 대한 연구: 광주지역 라디오방송을 중심으로, 〈언론과학연구〉 8(2), 2008. 6, 462-493.

탁진영・서예란(2011), 지역성 구현을 통한 지역 프로그램의 개선방안에 관한 탐색적 연구: 지역민과 제작자의 인식차이를 중심으로, 〈언론과학연구〉 11(4), 2011. 12, 527-556.

최양호・김주완・김정현(2009), 지역방송 채널브랜드 자산과 준사회적 상호작용: 광주전남지역 방송채널을 중심으로, 〈언론과학연구〉 9(2), 2009. 6, 531-568.

최현주(2010), 지역방송 프로그램의 전국 네트워크 의무 편성에 관한 시론적 연구, 〈언론과학연구〉 10(1), 2010. 3, 322-354.

한 선・이오현(2012), 지역방송의 지역성 개념과 지역성 구현의 문제, 〈한국방송학보〉 통권 제26-5호. 2012, 271-306.

〈연구보고서〉

김재영 외(2008),「지역방송발전과 지역경제 활성화의 상관성 연구」
조성호 외(2008),「지역방송 콘텐츠 활성화 방안」
유승훈 외(2008),「방송광고 판매제도 변화가 지역방송 경영에 미치는 영향」
박성철 외(2009),「지역방송에 대한 시청자 및 방송인 의식조사」
박기성 외(2009),「해외 지역방송 제도 연구」
주정민 외(2012),「지역방송사업자의 방송 프로그램 제작역량 분석」
이재영 외(2012),「스마트 시대의 지역방송 종합발전방안 연구」

Ⅵ. 지역방송사 현황

1. 지역방송 총괄

2. 지역방송 대주주 지분율

3. 지역방송 종사자 수

4. 지역방송 투자

5. 지역방송 프로그램제작

6. 지역방송 프로그램 편성

7. 지역방송사 지역활동

Ⅵ. 지역방송사 현황

1. 지역방송 총괄

가. 사업자 수

지역방송사 총괄 현황을 살펴보면, 사업자 수는 2008년에 31개에서 2011년에 30개로 1개가 감소한 이후 2012년말 현재 30개의 지역방송사가 운영되고 있다. 1개가 감소한 것은 2011년 9월1일, 창원문화방송과 진주문화방송이 합병하여 MBC경남으로 출범하였기 때문이다. 종사자 수는 2008년 3,360명에서 2012년 3,143명으로 연평균 1.7% 감소하고 있는 추세를 보이고 있다. 매출액은 2008년 6,720억원에서 2012년 7,000억원으로 연평균 1.0% 정도 증가하고 있으며, 자산은 연평균 2.8% 증가하고 있다.

〈표 6－1〉 지역방송 총괄 현황

구분	사업자 수 (명)	종사자 수 (명)	매출액 (십억 원)	자산총계 (십억 원)
2008년	31	3,582	672	1,429
2009년	31	3,531	617	1,421
2010년	31	3,465	688	1,493
2011년	30*	3,451	721	1,530
2012년	30	3,406	700	1,593
전년대비증감율(2012년)	0%	-1.3%	-2.91%	4.1%
연평균증감률	-0.8%	-1.25%	1.0%	2.8%

주: 창원문화방송과 진주문화방송이 MBC경남으로 2011년 9월 1일 통합출범

지역방송사의 총괄 현황을 전체 지상파방송사 대비 살펴보면 다음과 같다. 2008년에는 전체 지상파방송사 47개 중 지역방송사가 31개로 지상파방송사의 66%를 차지하였지만 2012년에는 전체 지상파방송사의 수가 53개로 늘었지만 지역방송사의 수는 1개가 감소하여 30개로 지상파방송사의 56.6%를 차지하고 있다.

〈표 6－2〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 현황

구분	전체 사업자 수*	지역방송 사업자 수	지역방송비중(%)
2008년	47	31	66.0
2009년	54	31	57.4
2010년	54	31	57.4
2011년	53	30	56.6
2012년	53	30	56.6
전년대비증감율(2012년)	0%	0%	
연평균증감률	3.0%	-0.8%	

주: 지상파이동멀티미디어방송사 제외

지역방송사의 유형별 구성을 살펴보면 문화방송 계열의 지역MBC의 수가 18~19개로 절반 이상을 차지하고 있으며 지역민방의 수는 2008년부터 10개를 유지해오고 있다. 지역라디오 방송사의 수는 2개로 2008년 이후 변화가 없는 상황이다.

〈표 6－3〉 유형별 지역방송사 현황

구분	지역MBC	지역민방	지역라디오
2008년	19	10	2
2009년	19	10	2
2010년	19	10	2
2011년	18	10	2
2012년	18	10	2

나. 매출액

전체지상파방송사의 매출액에서 지역방송사 매출액이 차지하는 비중은 2008년 17.5%에서 2012년 15.5%로 감소하는 추세를 보이고 있다. 지역방송사 매출액 규모는 2008년 6,720억원에서 2012년 7,000억원으로 연평균 1% 정도 증가하고 있으나 전체지상파방송사의 매출액은 3조8,390억원에서 4조5,250억원으로 연평균 4.2%정도 증가하는 추세를 보이고 있다. 이는 지역방송사의 증가 규모 보다 중앙의 지상파방송사의 매출액 증가 규모가 더 크다는 것을 보여주는 것으로 지상파방송 시장에서 중앙의 지상파방송

사들의 비중이 증가하고 있다는 것을 보여준다.

〈표 6－4〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 매출액 현황

(단위: 십억 원)

구분	전체 매출액	지역방송 매출액	지역방송비중(%)
2008년	3,839	672	17.5
2009년	3,629	617	17.0
2010년	4,069	688	16.9
2011년	4,491	721	16.1
2012년	4,525	700	15.5
전년대비증감율(2012년)	0.8%	-2.91%	
연평균증감률	4.2%	1.0%	

유형별 지역방송사의 매출액을 살펴보면, 지역MBC의 2008년 매출액은 4,250억원, 2012년 매출액은 4,020억원으로 연평균 1.4% 감소하는 추세를 보이고 있다. 지역민방의 매출액은 2008년에는 2,380억원, 2012년에는 2,820억원으로 연평균 4.3% 증가하는 추세를 보이고 있다. 지역MBC의 매출액은 소폭 감소하고 있으나 지역민방의 매출액은 증가 추세를 보이고 있다.

〈표 6－5〉 유형별 지역방송사 매출액 현황

(단위: 십억 원)

구분	지역MBC	지역민방	지역라디오
2008년	425	238	14
2009년	379	223	15
2010년	424	249	15
2011년	447	274	16
2012년	402	282	16
전년대비증감율(2012년)	-10.1%	2.9%	0%
연평균증감률	-1.4%	4.3%	3.4%

다. 자산

전체 지상파방송사 자산 규모에서 지역방송사 자산 규모와 비중을 살펴보면, 2008년

에는 1조4,290억원으로 전체 지상파방송사 자산의 26.9%를 차지하고 있었으나 2012년에는 1조5,930억원으로 전체 지상파방송사 자산의 23.6%를 차지하는 것으로 나타나 자산의 규모는 연평균 2.8% 증가하고 있으나 비중은 감소하고 있는 추세를 보이고 있다.

〈표 6－6〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 자산 현황

(단위: 십억 원)

구분	전체 자산총계	지역방송 자산총계	지역방송비중(%)
2008년	5,320	1,429	26.9
2009년	5,626	1,421	25.3
2010년	5,945	1,493	25.1
2011년	6,569	1,530	23.3
2012년	6,738	1,593	23.6
전년대비증감율(2012년)	2.6%	4.1%	
연평균증감률	6.1%	2.8%	

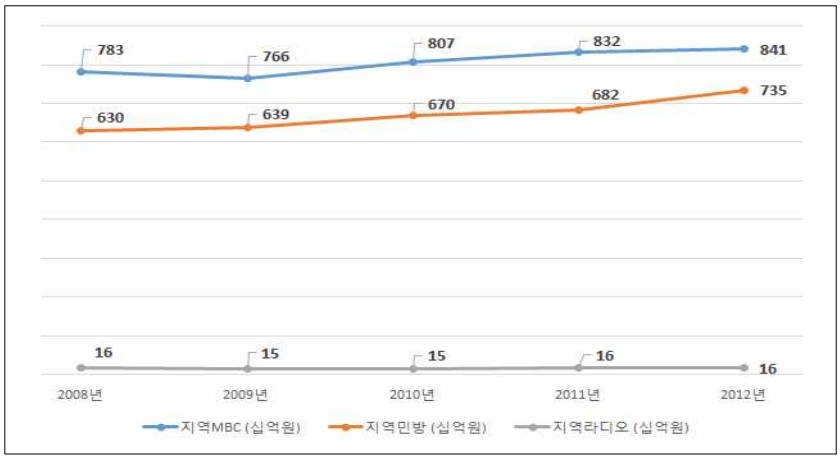
유형별 지역방송사의 자산 규모를 살펴보면, 지역MBC의 자산 규모는 2008년 7,830억원, 2012년 8,410억원으로 연평균 1.8% 증가하는 추세를 보이고 있으며 지역민방의 자산 규모는 2008년 6,300억원, 2012년 7,350억원으로 연평균 3.9%의 증가 추세를 보이고 있다. 지역방송사의 자산 규모는 전체적으로 증가하는 양상을 보이고 있다.

〈표 6－7〉 유형별 지역방송사 자산 현황

(단위: 십억 원)

구분	지역MBC	지역민방	지역라디오
2008년	783	630	16
2009년	766	639	15
2010년	807	670	15
2011년	832	682	16
2012년	841	735	16
전년대비증감율(2012년)	1.1%	7.8%	0%
연평균증감률	1.8%	3.9%	0%

〔그림 6－1〕 유형별 지역방송사 자산 현황



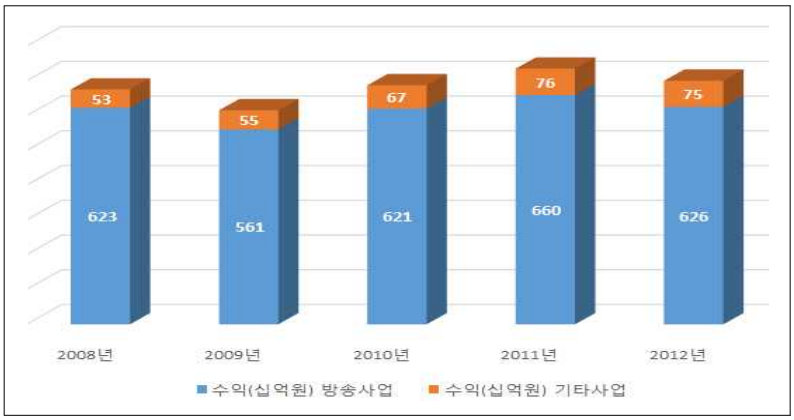
라. 매출액 구성

지역방송사의 매출액은 방송사업 매출액과 기타사업 매출액으로 구분할 수 있다. 기타사업은 방송사업이 아닌 사업을 의미한다. 지역방송사의 매출액 구성 현황을 살펴보면, 2008년에는 전체 매출액에서 방송사업이 차지하는 비중이 92.2%, 기타사업이 7.8%로 나타났으나 2012년에는 방송사업이 89.3%, 기타사업이 10.7%로 시간이 지나면서 기타사업의 비중이 증가하고 있다. 기타사업에는 콘서트, 음악회, 뮤지컬 등을 개최하는 문화사업과 방송시설, 부동산 등을 임대하는 임대사업 등이 있다.

〈표 6－8〉 지역방송사 매출액 구성 현황

구분	수익(십억 원)		비중(%)	
	방송사업	기타사업	방송사업	기타사업
2008년	623	53	92.2	7.8
2009년	561	55	91.1	8.9
2010년	621	67	90.3	9.7
2011년	660	76	89.7	10.3
2012년	626	75	89.3	10.7

〔그림 6－2〕 지역방송사 매출액 구성 현황



〈표 6－9〉는 방송사업 매출액의 매출액 세부 구성 현황을 보여주고 있다. 2008년에는 광고매출액이 5,270억원, 협찬 590억원으로 나타났으며, 2012년에는 광고매출액이 4,630억원, 협찬 920억원으로 나타났다. 광고 매출액은 연평균 3.2% 감소 추세를 보이고 있으며 협찬과 프로그램 판매 매출액은 각각 연평균 11.7%, 4.3% 증가 추세를 보이고 있다. 이러한 결과는 지역방송사의 광고 시장이 감소하고 있다는 것을 보여준다.

〈표 6－9〉 지역방송사 방송사업 매출액 세부 구성 현황

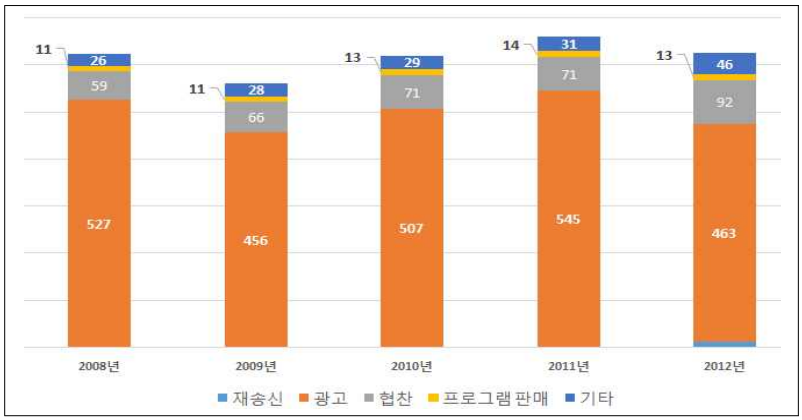
(단위: 십억 원)

구분	재송신	광고	협찬	프로그램 판매	기타	합계
2008년	－	527	59	11	26	623
2009년	－	456	66	11	28	561
2010년	－	507	71	13	29	621
2011년	－	545	71	14	31	660
2012년	12	463	92	13	46	626
전년대비증감율(2012년)		-15.0%	29.6%	-7.1%	48.4%	-5.2%
연평균증감률		-3.2%	11.7%	4.3%	15.3%	0.1%

주: 「2012년도 방송사업자 재산상황공표집」은 “방송사업자의 회계처리 및 보고에 관한 지침” 변경으로 재송신 항목이 추가됨.

〔그림 6－3〕 지역방송사 방송사업수익 세부 구성 현황

(단위: 십억 원)



마. 광고매출

〈표 6－10〉은 전체지상파방송사 광고매출액 중 지역방송사의 광고매출액이 차지하는 비중을 보여주고 있다. 2008년에는 전체지상파방송사 광고매출액 2조 2,050억원 중 지역방송사의 광고매출액이 5,270억원으로 23.9%를 차지하였으나 2012년에는 전체지상파방송사 광고매출액 2조 1,800억원 중 지역방송사의 광고매출액이 4,630억원으로 21.9%를 차지하는 것으로 나타났다. 전체지상파방송사 광고 시장 규모는 연평균 0.3% 감소하고 있으나 지역방송사의 광고 시장 규모는 연평균 3.2%가 감소하여 전체지상파방송 광고시장에서 지역방송사 시장 규모의 비중이 감소하는 추세를 보이고 있다.

〈표 6－10〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 광고매출 현황

(단위: 십억 원)

구분	전체지상파방송광고매출액*	지역방송광고 매출액	지역방송비중(%)
2008년	2,205	527	23.9
2009년	1,926	456	23.7
2010년	2,224	507	22.8
2011년	2,375	545	22.9
2012년	2,180	463	21.2
전년대비증감율(2012년)	-8.2%	-15.0%	
연평균증감률	-0.3%	-3.2%	

주: 지상파이동멀티미디어방송 제외

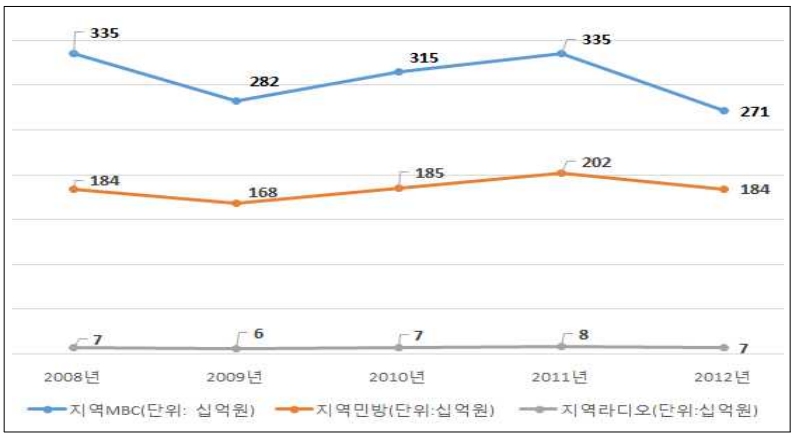
〈표 6－11〉은 유형별 지역방송사 방송광고 매출 현황을 보여주고 있다. 지역MBC의 광고매출액은 2008년 3,350억원에서 2012년 2,710억원으로 연평균 5.2% 감소하는 추세를 보이고 있으나 지역민방의 광고매출액은 2008년과 2012년 동일하게 1,840억원으로 나타나 변동이 없었다. 이러한 결과는 앞서 설명한 지역방송의 광고 시장 규모 감소가 주로 지역MBC의 광고 매출 감소로 인한 것이라는 것을 보여준다.

〈표 6－11〉 유형별 지역방송사 광고매출 현황

(단위: 십억 원)

구분	지역MBC	지역민방	지역라디오
2008년	335	184	7
2009년	282	168	6
2010년	315	185	7
2011년	335	202	8
2012년	271	184	7
전년대비증감율(2012년)	-19.1%	-8.9%	-12.5%
연평균증감률	-5.2%	0%	0%

〔그림 6－4〕 유형별 지역방송사 광고매출 현황



바. 당기순이익

〈표 6－12〉는 전체지상파방송사의 당기순이익에서 지역방송사의 당기순이익이 차지

하는 비중을 보여주고 있다. 2008년 전체지상파방송사의 당기순손실은 466억원, 지역방송사의 당기순손실은 347억원으로 나타났다. 2012년 전체지상파방송사의 당기순이익은 1,995억원, 지역방송사의 당기순이익은 618억원으로 나타났다. 전체 당기순이익에서 지역방송사가 차지하는 비중은 2009년 4.2%에서 2012년 31%로 지속적으로 증가하고 있다.

〈표 6－12〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 당기순이익 현황

(단위: 백만 원)

구분	전체 당기순이익*	지역방송 당기순이익	지역방송비중(%)
2008년	-46,616	-34,650	74.3
2009년	194,091	8,075	4.2
2010년	211,051	55,322	26.2
2011년	245,335	41,575	16.9
2012년	199,467	61,765	31.0
전년대비증감율(2012년)	-18.7%	48.6%	

주: 지상파이동멀티미디어방송 제외

〈표 6－13〉은 유형별 지역방송사 당기순이익 현황을 보여준다. 2012년 지역MBC의 당기순이익은 299억원, 지역민방의 당기순이익은 311억원으로 지역민방의 당기순이익 규모가 더 크게 나타났다. 전년 대비 증가율도 지역MBC는 1.5% 감소하였지만 지역민방의 경우에는 197% 증가하는 것으로 나타나 수익성의 증가 폭이 지역민방에서 더 크게 나타났다.

〈표 6－13〉 유형별 지역방송사 당기순이익 현황

(단위: 백만 원)

구분	지역MBC	지역민방	지역라디오	합계
2008년	-9,217	-25,575	142	-34,650
2009년	2,647	4,993	435	8,075
2010년	41,547	13,433	342	55,322
2011년	30,308	10,460	807	41,575
2012년	29,860	31,071	835	61,765
전년대비증감율(2012년)	-1.5%	197%	3.4%	

사. 배당

〈표 6－14〉는 지역방송사의 배당 현황을 보여주고 있다. 지역방송사의 배당액은 2008년 41억원, 2012년 105억원으로 연평균 26.4% 증가하였다. 이러한 배당증가율은 연평균 매출액 증가율 1%에 비해서는 매우 높은 수준이다. 배당성향을 살펴보면 배당을 실시한 지역방송사의 평균은 2008년에 1.1%, 2012년에 16.3%로 나타났으며 배당 미실시 기업을 포함한 전체 지역방송사의 평균 배당성향은 2008년에 0.5%, 2012년에 13.0%로 나타나 배당성향이 2008년 이후 지속적으로 증가하고 있다.

〈표 6－14〉 지역방송사 배당 현황

(단위: 백만 원)

구분	지역방송 배당액	배당성향1(%)	배당성향2(%)
2008년	4,120	1.1	0.5
2009년	8,103	10.1	5.9
2010년	15,480	22.3	18.0
2011년	8,859	14.2	10.9
2012년	10,518	16.3	13.0
전년대비증감율(2012년)	18.7%		
연평균증감률	26.4%		

주: 배당성향1 = 현금배당/당기순이익, 배당성향이 0인 회사 제외
배당성향2 = 0인 회사 포함

〈표 6－15〉은 유형별 지역방송사의 배당액을 보여주고 있다. 지역MBC는 2008년 17억원, 2012년 28억원을 배당하였고, 지역민방은 2008년 23억, 2012년 77억원을 배당하였다. 연평균증가율을 살펴보면 지역MBC는 12.4%, 지역민방은 34.3%로 나타나 지역민방이 지역MBC에 비하여 배당금액도 크고 배당 증가율도 더 큰 것으로 나타났다. 특히, 2012년 배당을 보면, 지역MBC는 전년대비 8.2% 감소하였으나 지역민방은 34.3% 증가한 것으로 나타났다.

〈표 6－15〉 유형별 지역방송사 배당액 현황

(단위: 백만 원)

구분	지역MBC	지역민방	지역라디오	합계
2008년	1,737	2,383	0	4,120
2009년	1,908	6,194	0	8,103
2010년	3,513	11,655	312	15,480
2011년	3,026	5,521	312	8,859
2012년	2,777	7,741	0	10,518
전년대비증감율(2012년)	-8.2%	40.2%	-100%	18.7%
연평균증감률	12.4%	34.3%	－	26.4%

2. 지역방송 대주주 지분율

〈표 6－16〉은 지역방송사들의 대주주 평균지분율의 변화를 보여주고 이다. 2008년 57.2%, 2011년 60.2%로 높아지다가 2012년에 59.96%로 소폭 감소하였다. 하지만 전체적으로는 2008년 이후 증가하는 양상을 보이고 있다.

〈표 6－16〉 지역방송 대주주 지분율 평균

연도	지분율(%)
2008년	57.2
2009년	59.3
2010년	60.1
2011년	60.2
2012년	59.9

〈표 6－17〉는 유형별 지역방송사의 대주주 지분율 현황을 보여주고 있다. 지역MBC의 대주주는 지분율은 2008년에는 77.6%, 2012년에는 78.3%로 매우 높은 지분율을 보이고 있다. 이는 지역MBC가 MBC의 자회사이기 때문이다. 지역민방의 대주주 지분율은 2008년 24.8%에서 2012년 29%로 점차 증가하는 추세를 보이고 있다.

〈표 6－17〉 유형별 지역방송사 대주주 지분율 현황

구분	지역MBC	지역민방	지역라디오	합계
2008년	77.6	24.8	26.4	57.2
2009년	77.6	25.8	53.6	59.3
2010년	77.6	28.3	53.6	60.1
2011년	78.3	30.0	38.9	60.2
2012년	78.3	29.0	39.0	59.9

3. 지역방송 종사자 수

가. 종사자 총괄

지상파방송사의 전체 종사자 수는 2008년 13,877명에서 2012년 14,226명으로 연평균 0.6%증가하는 양상을 보이고 있으나 지역방송의 종사자 수는 2008년 3,582명에서 2012년 3,406명으로 연평균 -1.25% 감소하는 양상을 보이고 있다. 전체 종사자 중 지역방송사의 종사자 수 비중은 2008년 25.8%에서 2012년 23.9%로 감소하고 있다. 지상파방송사의 전체 종사자 수는 증가하고 있지만 지역방송사의 종사자 수가 감소하고 있기 때문에 이러한 결과가 나타난 것으로 볼 수 있다.

〈표 6－18〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 종사자 수 현황

(단위: 명)

구분	전체 종사자 수	지역방송 종사자 수	지역방송비중(%)
2008년	13,877	3,582	25.8
2009년	13,646	3,531	25.9
2010년	13,403	3,465	25.9
2011년	13,691	3,451	25.2
2012년	14,226	3,406	23.9
전년대비증감율(2012년)	3.9%	-1.3%	
연평균증감률	0.6%	-1.25%	

지역방송사의 유형별 종사자 수를 살펴보면, 지역MBC의 종사자 수는 2008년 1,967명에서 2012년 1,647명으로 연평균 4.3% 감소하고 있는 것으로 나타났으며 지역민방의 종

사자 수는 2008년 1,534명에서 2012년 1,630명으로 연평균 1.5% 정도 증가하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 지역라디오의 종사자 수는 2008년 81명에서 2012년 129명으로 연평균 12.3% 증가하고 있는 것으로 나타나 지역MBC와는 다른 양상을 보이고 있다.

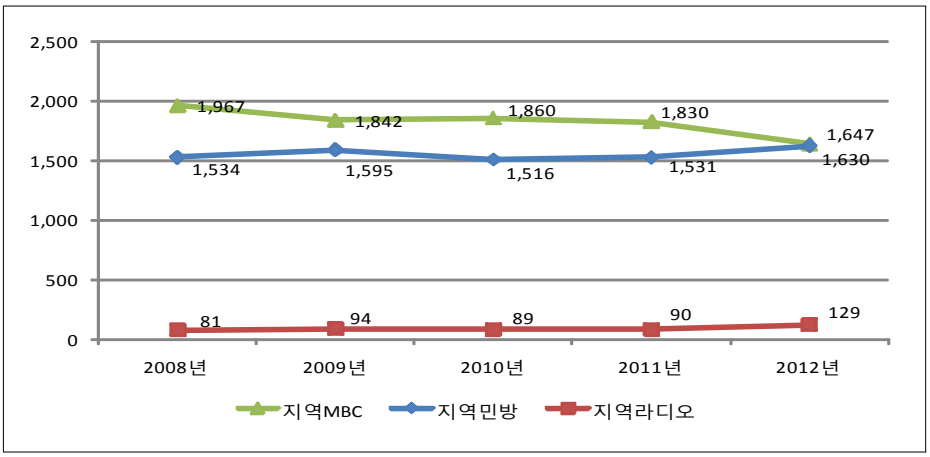
〈표 6－19〉 유형별 지역방송사 종사자 수 현황

(단위: 명)

구분	지역MBC	지역민방	지역라디오
2008년	1,967	1,534	81
2009년	1,842	1,595	94
2010년	1,860	1,516	89
2011년	1,830	1,531	90
2012년	1,647	1,630	129
전년대비증감율(2012년)	-10.0%	6.5%	43.3%
연평균증감률	-4.3%	1.5%	12.3%

〔그림 6－5〕는 유형별 지역방송사 종사자 수의 연도별 추이를 보여주고 있다. 지역MBC의 종사자 수는 시간이 지남에 따라 감소하는 추세를 보이고 있으나 지역민방과 지역라디오의 종사자 수는 증가하는 추세를 보이고 있다.

〔그림 6－5〕 유형별 지역방송사 종사자 수 현황



나. 지역출신자 고용

〈표 6－20〉 지역방송사 지역출신자 고용 현황

연도	방송사	지역출신자 수 (연말 현재)	전체 정규직 임직원 수 (연말 현재)
2008	부산문화방송(주)	83	145
	대구문화방송(주)	86	125
	대전문화방송(주)	58	109
	전주문화방송(주)	64	106
	춘천문화방송(주)	24	64
	제주문화방송(주)	55	92
	울산문화방송(주)	16	104
	(주)엠비씨경남	이전 채용자 41명	창원: 97명, 진주: 82명 179명
	목포문화방송(주)	14	64
	여수문화방송(주)	12	72
	안동문화방송(주)	6	53
	(주)KNN	87	155
2009	부산문화방송(주)	78	140
	대구문화방송(주)	84	123
	대전문화방송(주)	56	105
	전주문화방송(주)	53	92
	춘천문화방송(주)	24	61
	제주문화방송(주)	49	82
	울산문화방송(주)	15	97
	(주)엠비씨경남	0	창원: 94명, 진주: 81명 = 175명
	목포문화방송(주)	14	63
	여수문화방송(주)	12	66
	안동문화방송(주)	6	51
	(주)KNN	86	152
2010	부산문화방송(주)	76	135
	대구문화방송(주)	84	123
	대전문화방송(주)	54	99

연도	방송사	지역출신자 수 (연말 현재)	전체 정규직 임직원 수 (연말 현재)
2010	전주문화방송(주)	50	86
	춘천문화방송(주)	24	61
	제주문화방송(주)	49	84
	울산문화방송(주)	15	98
	(주)엠비씨경남	0	창원: 84명, 진주: 81명 = 165명
	목포문화방송(주)	14	62
	여수문화방송(주)	14	65
	안동문화방송(주)	7	51
	(주)KNN	86	153
2011	부산문화방송(주)	73	135
	대구문화방송(주)	83	123
	대전문화방송(주)	50	100
	전주문화방송(주)	51	84
	춘천문화방송(주)	24	60
	제주문화방송(주)	45	78
	울산문화방송(주)	13	90
	(주)엠비씨경남	1	165
	목포문화방송(주)	14	65
	여수문화방송(주)	13	66
	안동문화방송(주)	7	55
	(주)KNN	91	151
2012	부산문화방송(주)	67	127
	대구문화방송(주)	80	119
	대전문화방송(주)	46	95
	전주문화방송(주)	49	81
	춘천문화방송(주)	25	62
	제주문화방송(주)	43	75
	울산문화방송(주)	13	90
	(주)엠비씨경남	0	167
	목포문화방송(주)	13	64
	여수문화방송(주)	13	67
	안동문화방송(주)	7	56
	(주)KNN	91	152

다. 인적자원 개발 투자(2012)

〈표 6－21〉 2012년 인적자원 개발 투자 현황

방송사	총 교육훈련비 (천 원)	평균 종업원 수 (명)	1인당 교육비 (천 원)	전체 교육시간 (시간)	1인당 교육시간 (시간)
부산문화방송(주)	4,300	146	29	313	2.14
대구문화방송(주)	48,858	135	362	1,166	8.64
광주문화방송(주)	19,567	106	184	2,027	19
대전문화방송(주)	57,232	97.5	587	914	9.4
전주문화방송(주)	110,500	82	1,347	1,296	15.8
춘천문화방송(주)	20,544	61	337	4,586	75.2
청주문화방송(주)	17,208	77	223	1,374	17.8
제주문화방송(주)	20,052	74	271	450	6.08
울산문화방송(주)	45,637	90.5	504	862	9.5
(주)엠비씨경남	134,000	167	802	9,586	57
목포문화방송(주)	51,653	64.5	801	714	11
여수문화방송(주)	1,900	74	26	32	0.43
안동문화방송(주)	100,097	60	1,668	176	2.9
원주문화방송(주)	3,500	47	74	576	12.2
충주문화방송(주)	8,800	54	163	774	14.3
삼척문화방송(주)	75,051	47	1,597	1,165	24.8
포항문화방송(주)	15,852	64	248	696	10.9
강릉문화방송(주)	73,628	45	1,636	2,461	54.7
(주)KNN	12,553	150	84	6,909	46.1
(주)대구방송	19,461	136	143	1,624	12
(주)광주방송	89,094	98	909	14,504	148
(주)대전방송	28,170	117	241	1,128	9.6
(주)울산방송	38,521	83	464	3,075	37.1
(주)전주방송	29,316	74	396	683	9.2
(주)청주방송	16,080	89	181	1,666	18.7
(주)지원(G1)	194,306	89	2,183	7,450	83.7
(주)제주방송	39,509	78	507	2,840	36.4
OBS경인TV(주)	8,414	255	33	4,116	16

4. 지역방송 투자

가. 방송기술 관련 투자(2012)

〈표 6－22〉 2012년 방송기술 관련 투자 현황

(단위: 천 원)

방송사	매출액(A)	방송관련 신기술 투자액(B)	기타 방송기술 관련 투자액(C)	합계 = B + C	방송기술 관련 감가상각비
부산문화방송(주)	43,317,348	1,779,102	153,969	1,933,071	2,054,619
대구문화방송(주)	34,985,965	1,423,995	214,816	1,638,811	3,638,517
광주문화방송(주)	24,980,150	1,838,323	227,949	2,066,272	2,125,866
대전문화방송(주)	26,863,510	3,993,814	216,351	4,494,052	2,791,685
전주문화방송(주)	21,662,776	1,684,000	14,000	1,698,000	1,071,000
춘천문화방송(주)	16,944,000	2,260,888	205,189	2,466,077	925,231
청주문화방송(주)	17,151,428	1,125,800	82,600	1,208,400	992,480
제주문화방송(주)	17,532,235	174,440	51,263	225,703	1,192,565
울산문화방송(주)	25,471,314	4,484,029	16,900	4,500,929	2,620,702
(주)엠비씨경남		2,195,346	109,844	2,305,190	
목포문화방송(주)	16,925,427	683,300	31,000	714,300	650,514
여수문화방송(주)	17,844,174	2,030,387	2,250	2,032,637	1,332,088
안동문화방송(주)	15,706,709	1,408,655	77,101	1,485,756	471,774
원주문화방송(주)	12,873,600	212,002	64,597	276,599	498,329
충주문화방송(주)	12,904,037	772,438	60,750	833,188	670,517
삼척문화방송(주)	13,235,461	1,267,600	89,100	1,356,700	961,015
포항문화방송(주)	18,854,660	2,517,180	77,920	2,595,100	806,002
강릉문화방송(주)	15,095,686	1,211,374	71,121	1,282,495	987,566
(주)KNN	57,122,057	4,911,610	220,643	5,132,253	294,956
(주)대구방송	36,264,741	225,727	436,622	662,349	2,429,268
(주)광주방송	31,402,334	5,221,088	39,919	5,261,007	208,118
(주)대전방송	27,017,315	6,405,247	214,617	6,619,864	2,152,853
(주)울산방송	25,219,721	666,955	17,639	684,594	1,232,320
(주)전주방송	18,656,555	793,236	140,293	933,529	1,196,219
(주)청주방송	14,880,779	5,191,168	174,740	5,365,908	894,318
(주)지원(G1)	20,897,341	879,945	58,024	937,969	2,313,464
(주)제주방송	13,547,783	1,275,183	64,689	1,339,872	950,331
OBS경인TV(주)	37,459,974	824,432	2,410,263	3,234,695	6,529,301

나. 디지털방송시설 투자비

〈표 6－23〉은 전체지상파방송사의 디지털방송시설 투자비에서 지역민방의 투자비가 차지하는 비중을 보여주고 있다. 지역방송사의 디지털방송시설 투자비는 2008년 255억원, 2012년 589억원으로 증가하였다. 특히, 2008년~2011년에는 지역민방의 투자비가 전체지상파방송의 디지털방송시설 투자비에서 차지하는 비중이 21%~23% 정도였으나 2012년에는 40%로 급격히 증가하였다.

〈표 6－23〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 디지털방송시설 투자비 현황

(단위: 백만 원)

구분	지상파 전체	지역방송	지역방송비중(%)
2008년	115,683	25,458	22.0
2009년	72,656	15,179	20.9
2010년	131,672	30,868	23.4
2011년	212,818	47,283	22.2
2012년	146,098	58,870	40.3
전년대비증감율(2012년)	-31.4%	24.5%	
연평균증감률	6.0%	23.3%	

유형별 지역방송사의 디지털방송시설 투자비를 살펴보면 〈표 6－24〉와 같다. 지역MBC의 경우에는 2008년 145억원, 2012년 291억원으로 나타났으며, 지역민방은 2008년 110억원, 2012년 297억원으로 나타났다. 2011년에 지역민방이 지역MBC보다 95억원 정도 더 투자하였고 그 외 연도에는 지역민방과 지역MBC가 유사한 규모의 투자를 하였다.

〈표 6－24〉 유형별 지역방송사 디지털방송시설 투자비 현황

(단위: 백만 원)

구분	지역MBC	지역민방	지역라디오	합계
2008년	14,469	10,989	0	25,458
2009년	6,879	8,174	126	15,179
2010년	15,172	15,351	346	30,868
2011년	18,856	28,412	14	47,283
2012년	29,084	29,725	61	58,870
전년대비증감율(2012년)	54.2%	4.6%	335.7%	

주: 2008년 시설투자가 0으로 2009년~2012년의 연평균증감률을 표시

5. 지역방송 프로그램제작

가. 제작비 현황

〈표 6－25〉는 지역방송사의 제작비의 세부 현황을 보여주고 있다. 전체 제작비 규모는 2008년 1,050억원에서 2012년 1,120억원으로 70억원 정도 증가하였다. 전체적으로 자체제작비의 규모가 가장 크게 나타났다. 자체제작비는 2008년 740억원에서 2012년 840억원으로 증가폭이 크게 나타났다. 공동제작, 순수외주 등의 제작비는 큰 차이가 없었다. 지역방송사들이 자체제작에 투자를 늘리고 있는 것으로 볼 수 있다.

〈표 6－25〉 지역방송사 제작비 세부 현황

(단위: 십억 원)

구분	공동 제작	국내물 구매	국외물 구매	순수 외주	자체 제작	특수관계사 외주	총합계
2008년	17	2	2	9	74	0	105
2009년	10	2	1	5	67	0	85
2010년	11	2	1	4	71	0	90
2011년	10	3	1	6	73	0	94
2012년	19	2	2	6	84	0	112
총합계	67	12	7	30	369	2	

〈표 6－26〉은 전체 지상파방송사의 제작비에서 지역방송사의 제작비가 차지하는 비중을 보여주고 있다. 2008년에는 11.2%, 2012년에는 9.3%로 나타났다. 이것은 전체적인 제작비의 규모는 증가하고 있지만 중앙 방송사들의 제작비 증가 규모가 지역방송사들에 비해 상대적으로 크다는 것을 보여준다.

〈표 6－26〉 전체지상파방송사 대비 지역방송사 제작비 현황

(단위: 십억 원)

	지상파 전체	지역방송	지역방송비중(%)
2008년	936	105	11.2%
2009년	773	85	11.0%
2010년	1,021	90	8.8%
2011년	1,036	94	9.1%
2012년	1,201	112	9.3%
전년대비증감율(2012년)	15.9%	19.4%	
연평균증감률	6.4%	1.7%	

나. 제작원별 제작비

〈표 6－27〉은 지상파전체 제작원별 제작비에서 지역방송사의 제작비가 차지하는 비중을 보여주고 있다 2012년을 기준으로 살펴보면, 전체 자체제작비에서 지역방송이 차지하는 비중은 12.4%, 전체 공동제작비에서 지역방송이 차지하는 비중은 84.5%로 나타났다. 특히, 공동제작에서 지역방송의 비중이 매우 높은 것으로 나타다 공동제작은 주로 지역방송사에서 이루어지고 있는 것을 알 수 있다. 지역방송 내부적으로는 자체제작에 가장 많은 비용을 투입하고 있다.

〈표 6－27〉 지역방송의 제작원별 제작비 현황

(단위: 십억 원)

연도	제작원별	지상파전체	지역방송	지역방송 비중(%)
2008	자체제작	505	74	14.7
	공동제작	19	17	90.2
	순수외주	350	9	2.5
	특수관계사외주	23	0	2.1
	국내물구매	16	2	12.4
	국외물구매	23	2	8.0
	총계	936	105	11.2
2009	자체제작	444	67	15.1
	공동제작	11	10	94.3
	순수외주	273	5	1.7
	특수관계사외주	28	0	1.3
	국내물구매	7	2	30.3
	국외물구매	11	1	10.7
	총계	773	85	11.0
2010	자체제작	600	71	11.8
	공동제작	17	11	62.7
	순수외주	352	4	1.3
	특수관계사외주	30	0	1.1
	국내물구매	14	2	17.3
	국외물구매	8	1	12.3
	총계	1,021	90	8.8

연도	제작원별	지상파전체	지역방송	지역방송 비중(%)
2011	자체제작	596	73	12.3
	공동제작	12	10	83.4
	순수외주	374	6	1.6
	특수관계사외주	36	0	0.5
	국내물구매	10	3	27.7
	국외물구매	8	1	19.5
	총계	1,036	94	9.1
2012	자체제작	675	84	12.4
	공동제작	22	19	84.5
	순수외주	423	6	1.4
	특수관계사외주	52	0	0.3
	국내물구매	8	2	28.5
	국외물구매	12	2	13.4
	총계	1,193	112	9.4

다. 장르별 제작비

〈표 6－28〉은 지상파전체 장르별 제작비에서 지역방송사의 제작비가 차지하는 비중을 보여주고 있다 2012년을 기준으로 살펴보면, 전체 보도 제작비에서 지역방송이 차지하는 비중은 16.3%, 전체 교양 제작비에서 지역방송이 차지하는 비중은 16.9%, 전체 오락 제작비에서 지역방송이 차지하는 비중은 7.4%로 나타났다. 또한 지역방송 내에서의 장르별 제작비를 살펴보며, 교양 제작비의 비중이 가장 크다. 이러한 특징은 지상파전체 장르별 제작비에서는 오락 제작비가 가장 큰 비중을 차지하고 있는 점과는 다른 점이다.

〈표 6－28〉 장르별 제작비 현황

(단위: 십억 원)

연도	장르별	지상파전체	지역방송	지역방송 비중(%)
2008	보도	40	10	25.2
	교양	212	35	16.4
	오락	253	24	9.4
	총계	505	69	13.6

연도	장르별	지상파전체	지역방송	지역방송 비중(%)
2009	보도	32	8	25.8
	교양	176	30	16.9
	오락	235	24	10.2
	총계	444	62	14.0
2010	보도	75	10	13.0
	교양	182	32	17.8
	오락	343	24	6.9
	총계	600	66	11.0
2011	보도	76	10	13.2
	교양	208	37	17.6
	오락	312	27	8.5
	총계	596	73	12.3
2012	보도	107	18	16.3
	교양	206	35	16.9
	오락	362	27	7.4
	총계	675	79	11.7

6. 지역방송 프로그램 편성

가. 제작원별 프로그램 방송시간

〈표 6－29〉는 지역방송사의 제작원별 프로그램 방송시간을 연도별로 보여주고 있다 전체 프로그램 방송시간에서 자체제작이 차지하는 비중은 2008년~2012년 까지 각각 21.5%, 20.4%, 20.4%, 19.6%, 19.6%로 나타났다. 시간이 지나면서 자체제작 프로그램의 방송시간 비중이 감소하고 있으며 2011년에는 20% 아래로 낮아졌다. 수중계 프로그램 방송시간 비중은 2011년에 75.9%로 가장 높았다가 2012년에는 74.8%로 조금 낮아졌다.

〈표 6－29〉 제작원별 프로그램 방송시간

연도	제작원별	합계(백만 분)			총계 (백만 분)	비중(%)
		TV	R(FM)	R(AM)		
2008	자체제작	1,561	4,100	2,471	8,132	21.5
	공동제작	639	0	49	688	1.8
	순수외주	219	0	0	219	0.6
	특수관계사외주	78	0	0	78	0.2
	국내물구매	257	0	0	257	0.7
	국외물구매	225	0	0	225	0.6
	수중계(외주+비외주)	9,653	9,050	9,563	28,266	74.7
	총계	12,631	13,150	12,082	37,684	100
2009	자체제작	1,536	4,348	1,894	7,779	20.4
	공동제작	711	81	76	868	2.3
	순수외주	235	0	0	235	0.6
	특수관계사외주	22	0	0	22	0.1
	국내물구매	271	0	0	271	0.7
	국외물구매	205	0	0	205	0.5
	수중계(외주+비외주)	9,556	11,266	8,019	28,842	75.5
	총계	12,536	15,696	9,989	38,220	100
2010	자체제작	1,524	4,453	1,759	7,736	20.4
	공동제작	598	65	90	752	2.0
	순수외주	252	0	0	252	0.7
	특수관계사외주	35	0	0	35	0.1
	국내물구매	315	0	0	315	0.8
	국외물구매	181	0	0	181	0.5
	수중계(외주+비외주)	9,414	11,183	8,098	28,695	75.6
	총계	12,319	15,701	9,946	37,966	100.0
2011	자체제작	1,573	4,293	1,601	7,467	19.6
	공동제작	447	437	37	920	2.4
	순수외주	240	0	0	240	0.6
	특수관계사외주	43	0	0	43	0.1
	국내물구매	316	0	0	316	0.8
	국외물구매	173	0	0	173	0.5
	수중계(외주+비외주)	9,417	11,279	8,221	28,917	75.9
	총계	12,208	16,009	9,859	38,076	100.0%

연도	제작원별	합계(백만 분)			총계 (백만 분)	비중(%)
		TV	R(FM)	R(AM)		
2012	자체제작	1,573	4,293	1,601	7,467	19.6
	공동제작	447	437	37	920	2.4
	순수외주	295	0	20	315	0.8
	특수관계사외주	20	0	0	20	0.1
	국내물구매	389	369	0	758	2.0
	국외물구매	139	0	0	139	0.4
	수중계(외주+비외주)	9,769	10,462	8,281	28,512	74.8
	총계	12,631	15,561	9,939	38,131	100.0

나. 지역방송사별 자체제작 프로그램 방송시간 비율

〈표 6－30〉 지역방송사별 자체제작 프로그램 방송시간 비율(2012년)

방송사	전체방송시간 대비 자체제작비율(%)
부산문화방송(주)	14.7
대구문화방송(주)	11.8
광주문화방송(주)	14.3
대전문화방송(주)	12.3
전주문화방송(주)	12.3
춘천문화방송(주)	15.7
청주문화방송(주)	16.6
제주문화방송(주)	12.0
울산문화방송(주)	12.4
(주)엠비씨경남	12.2
목포문화방송(주)	12.6
여수문화방송(주)	17.4
안동문화방송(주)	10.7
원주문화방송(주)	12.5
충주문화방송(주)	12.6
삼척문화방송(주)	13.0
포항문화방송(주)	8.5
강릉문화방송(주)	11.3

방송사	전체방송시간 대비 자체제작비율(%)
(주)KNN	30.6
(주)대구방송	32.6
(주)광주방송	29.8
(주)대전방송	30.6
(주)울산방송	21.7
(주)전주방송	25.3
(주)청주방송	26.5
(주)지원(G1)	23.8
(주)제주방송	23.6

다. 시청자 참여 프로그램 편성시간

〈표 6－31〉 시청자 참여 프로그램 편성시간

연도	방송사	프로그램명	총방송시간(분)
2008	부산문화방송(주)	TV시민세상	55
		라디오시민세상	1,560
		총계	1,615
	대구문화방송(주)	열린TV 희망세상	－
	전주문화방송(주)	열려라TV	1,540
	(주)엠비씨경남	보물상자(tv)	360
		열려라라디오(radio)	2,580
		총계	2,940
	목포문화방송(주)	14	64
	여수문화방송(주)	12	72
	안동문화방송(주)	TV속의 TV	3,130
	(주)KNN	열린TV시청자세상	3,120
2009	부산문화방송(주)	TV 시민세상	655
		라디오 시민세상	1,560
		총계	2,215
	대구문화방송(주)	열린TV 희망세상	1,330
	광주문화방송(주)	시청자가 만듭니다 따뜻한 TV	980

연도	방송사	프로그램명	총방송시간(분)
2009	전주문화방송(주)	열려라TV	520
	(주)엠비씨경남	보물상자(tv)	360
		열려라라디오(radio)	2,580
		총계	2,940
	목포문화방송(주)	생방송전국시대－시청자가 간다.	32
	(주)KNN	열린TV시청자세상	3,120
2010	부산문화방송(주)	TV 시민세상	645
		라디오 시민세상	1,560
		총계	2,205
	대구문화방송(주)	열린TV 희망세상	1,600
	광주문화방송(주)	시청자가 만듭니다 따뜻한 TV	1,140
	대전문화방송(주)		
	전주문화방송(주)	열려라TV	625
	춘천문화방송(주)	시청자세상보기	570
	(주)엠비씨경남	보물상자(tv)	360
		열려라라디오(radio)	2,580
		총계	2,940
	목포문화방송(주)	생방송전국시대－시청자가 간다.	314
	안동문화방송(주)	TV속의 TV	3,120
	(주)KNN	열린TV시청자세상	3,120
2011	부산문화방송(주)	TV 시민세상	600
		라디오 시민세상	1,590
		총계	2,190
	대구문화방송(주)	열린TV 희망세상	1,620
	전주문화방송(주)	열려라TV	600
	춘천문화방송(주)	시청자세상보기	400
	(주)엠비씨경남	보물상자(tv)	360
		열려라라디오(radio)	2,580
		총계	2,940
	목포문화방송(주)	생방송전국시대－시청자가 간다.	370
	안동문화방송(주)	TV속의 TV	3,120
	(주)KNN	열린TV시청자세상	3,120
		어린이미디어페스티벌	30
		총계	3,150

연도	방송사	프로그램명	총방송시간(분)
2012	부산문화방송(주)	라디오 시민세상	1,560
	대구문화방송(주)	열린TV 희망세상	1,460
	전주문화방송(주)	열려라TV	600
	춘천문화방송(주)	시청자상세보기	345
	(주)엠비씨경남	보물상자(tv)	360
		열려라라디오(radio)	2,580
		총계	2,940
	목포문화방송(주)	생방송전국시대-시청자가 간다.	314
	안동문화방송(주)	TV속의 TV	3,120
	(주)KNN	열린TV시청자세상	3,120
		어린이미디어페스티벌	60
		총계	3,180

라. 지역방송 시청자 평가프로그램 편성 현황

〈표 6-32〉 지역방송 시청자 평가프로그램 편성 현황

방송사	자체제작 프로그램	수중계 프로그램
부산문화방송(주)	-	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
광주문화방송(주)	-	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
대전문화방송(주)	-	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
전주문화방송(주)	-	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
춘천문화방송(주)	TV 속의 TV 춘천(월 1회, 10분)	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
청주문화방송(주)	-	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
제주문화방송(주)	-	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
울산문화방송(주)	-	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
(주)엠비씨경남	보물상자(월 1회, 30분)	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
목포문화방송(주)	-	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
여수문화방송(주)	-	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
안동문화방송(주)	-	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
원주문화방송(주)	TV 속의 TV 원주(월 1회, 15분)	TV 속의 TV(주 1회, 60분)

방송사	자체제작 프로그램	수중계 프로그램
충주문화방송(주)	–	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
삼척문화방송(주)	TV 속의 TV 삼척(월 1회, 15분)	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
포항문화방송(주)	–	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
강릉문화방송(주)	TV 속의 TV 강릉(월 1회, 15분)	TV 속의 TV(주 1회, 60분)
(주)KNN	–	열린TV 시청자세상(주 1회, 60분)
(주)대구방송	열린 TBC(2012년 총 6회, 60분)	열린TV 시청자세상(주 1회, 60분)
(주)광주방송	–	열린TV 시청자세상(주 1회, 60분)
(주)대전방송	–	열린TV 시청자세상(주 1회, 60분)
(주)울산방송	–	열린TV 시청자세상(주 1회, 60분)
(주)전주방송	–	열린TV 시청자세상(주 1회, 60분)
(주)청주방송	TV를 말하다(2012년 총 10회, 30분)	열린TV 시청자세상(주 1회, 60분)
(주)지원(G1)	–	열린TV 시청자세상(주 1회, 60분)
(주)제주방송	시청자와 함께 하는 JIBS(월 1회, 65분)	열린TV 시청자세상(주 1회, 60분)
OBS경인TV(주)	전격TV소환(주 1회, 60분)	–

7. 지역방송사 지역활동

가. 지역방송사의 지역발전 기여 내용

〈표 6－33〉 지역방송사의 지역발전 기여 내용

연도	방송사	내용
2008	부산문화방송(주)	－(사)문화도시네트워크 운영 －부산문화대상 및 부산문화방송청소년상 수여 －부산음악콩쿠르 개최 －어린이 한글 백일장 개최 －난치병 어린이를 위한 사랑나눔음악회 개최 －무료교양강좌개최(건강교실, 임신육아교실, 여성미용강좌, 여성노래교실) －시민무료진료 －어린이문예 발간 및 점자책 제작 －부울경 언론학술상 수여

연도	방송사	내용
2008	대구문화방송(주)	-대구MBC시청자미디어센터 운영 -대구자원봉사대상진행(제6회) -홍해성연극상(제4회) 수여 -갤러리M 운영
	대전문화방송(주)	-31건(구체적인 내용은 기재하지 않음)
	전주문화방송(주)	-110건(구체적인 내용은 기재하지 않음)
	춘천문화방송(주)	-강원도 학생 골프대회 등 33건 추진
	제주문화방송(주)	-희망2009 나눔캠페인 성금모금
	울산문화방송(주)	-사랑의 효잔치(2월) -지역노인잔치 -간절곶 해맞이 축제(12/31~1/1)
	목포문화방송(주)	-지역문화 창달에 기여한 프로그램 제작 -생활에 유익한 생활정보 캠페인 제공
	여수문화방송(주)	-여수MBC 시민상 공모,시상
	안동문화방송(주)	-지역초등학교 축구발전기금 기부
	(주)KNN	-부산민주항쟁기념 사업회 지원 -부산카톨릭대학 마라톤지원 -전국 전통예술 경연대회 지원 -부산영어방송재단 출연 -한국과학영재학교 장학금 -부산국제외국학교 지원 -KNN 문화재단 지원 -부울경 언론학회 학술지 발간 지원 -영산대 산학협력단 페스티벌 지원
2009	부산문화방송(주)	-(사)문화도시네트워크 운영 -부산문화대상 및 부산문화방송청소년상 수여 -부산음악콩쿠르 개최 -어린이 한글 백일장 개최 -난치병 어린이를 위한 사랑나눔음악회 개최 -무료교양강좌개최 (건강교실, 임신육아교실, 여성미용강좌, 여성노래교실) -시민무료진료 -의료정보사업실시 -어린이문예 발간 및 점자책 제작 -부울경 언론학술상 수여
	대구문화방송(주)	-대구MBC시청자미디어센터 운영 -대구자원봉사대상진행(제7회) -갤러리M 운영

연도	방송사	내용
2009	대전문화방송(주)	-25건
	전주문화방송(주)	-116건
	춘천문화방송(주)	-김유정 문학제 등 11건 추진
	제주문화방송(주)	-희망2010 나눔캠페인 성금모금
	울산문화방송(주)	-대한민국 장애인축제/희망의 마라톤(4월) -장애인 국토종단마라톤 행사 개최
	목포문화방송(주)	-2012 어린이 큰잔치 행사 개최
	여수문화방송(주)	-여수MBC 시민상 공모,시상
	안동문화방송(주)	-청소년 사회봉사캠프 기부금
	(주)KNN	-부산민주항쟁기념 사업회 지원 -요산기념사업회 출판 지원 -부산광역시,경남체육회 전국체전 지원 -부산국제외국학교, 부산관광고, 김해공고, 부산기계공고, 진주동명고, 울산공고, 김해생명과학고, 동아공고, 통영제일고 지원 -한국과학영재학교 장학금 -KNN 문화재단 지원 -부울경 언론학회 학술지 발간 지원 -영산대 산학협력단 페스티벌 지원 등 다수 문화행사 지원
2010	부산문화방송(주)	-(사)문화도시네트워크 운영 -부산문화대상 및 부산문화방송청소년상 수여 -부산음악콩쿠르 개최 -어린이 한글 백일장 개최 -난치병 어린이를 위한 사랑나눔음악회 개최 -무료교양강좌개최 (건강교실, 임신육아교실, 여성미용강좌, 여성노래교실) -시민무료진료 -의료정보사업실시 -어린이문예 발간 및 점자책 제작 -부울경 언론학술상 수여
	대구문화방송(주)	-대구MBC시청자미디어센터 운영 -대구자원봉사대상진행(제8회) -홍해성연극상(제5회) 수여 -“마이스터운동” 주관 및 캠페인 진행 -갤러리M 운영
	대전문화방송(주)	-26건
	전주문화방송(주)	-98건

연도	방송사	내용
2010	춘천문화방송(주)	-춘천월드레져대회 등 28건 추진
	제주문화방송(주)	-희망2011 나눔캠페인 성금모금
	울산문화방송(주)	-다문화가정 지원프로젝트(6월)
	목포문화방송(주)	-목포유달산 꽃 축제 개최 -남도역사문화대학 개최
	여수문화방송(주)	-여수MBC 시민상 공모,시상 -여수MBC 청소년봉사상 시상
	안동문화방송(주)	-청소년 사회봉사캠프 기부금
	(주)KNN	-부산민주항쟁기념 사업회 지원 -통영제일고, 남해고, 동아공고, 부산국제외국학교 지원 -한국과학영재학교 장학금 -KNN 문화재단 지원 -부울경 언론학회 학술지 발간 지원 -부산국제아트페어 등 다수 문화행사 지원.
2011	부산문화방송(주)	-(사)문화도시네트워크 운영 -부산문화대상 및 부산문화방송청소년상 수여 -부산음악콩쿠르 개최 -어린이 한글 백일장 개최 -난치병 어린이를 위한 사랑나눔음악회 개최 -무료교양강좌개최 (건강교실, 임신육아교실, 여성미용강좌, 여성노래교실) -시민무료진료 -의료정보사업실시 -어린이문예 발간 및 점자책 제작 -부울경 언론학술상 수여
	대구문화방송(주)	-대구MBC시청자미디어센터 운영 -대구자원봉사대상진행(제9회) -대구.경북언론학회 지원 -대구MBC문화원 운영 -“마이스터운동” 주관 및 캠페인 진행 -갤러리M 운영
	대전문화방송(주)	-44건
	전주문화방송(주)	-121건
	춘천문화방송(주)	-DMZ생태평화축제 등 42건 추진
	제주문화방송(주)	-희망2012 나눔캠페인 성금모금

연도	방송사	내용
2011	울산문화방송(주)	–대한민국 한글축제(10월) –한 · 일우정콘서트(11월) –일본 구마모토시와 공동으로 우정콘서트를 개최
	목포문화방송(주)	–퓰리처상 사진전 개최 –MBC 초대전 개최
	여수문화방송(주)	–여수MBC 시민상 공모,시상 –여수MBC 청소년봉사상 시상
	(주)KNN	–부산민주항쟁기념 사업회 지원 –영남등산 문화센터 지원: 히말라야 히무룽 원정대 –부산카톨릭대학 마라톤지원 –한국언론학회 학술토론회 지원 –부산여자기독청년회, 부산여성회 지원 –KNN 문화재단 지원 –환경 마라톤 및 부산국제아트 페어 등 다수의 문화행사 지원
2012	부산문화방송(주)	–(사)문화도시네트워크 운영 –부산문화대상 및 부산문화방송청소년상 수여 –부산음악콩쿠르 개최 –어린이 한글 백일장 개최 –난치병 어린이를 위한 사랑나눔음악회 –무료교양강좌개최(건강교실, 임신육아교실, 여성미용강좌, 여성노래교실) –어린이 문예 발간 및 점자책 제작 –부울경 언론학술상 수여
	대구문화방송(주)	–대구MBC시청자미디어센터 운영 –대구자원봉사대상진행(제10회) –대구MBC문화원 운영 –저출산 극복 지원사업(캠페인진행) –“마이스터운동” 주관 및 캠페인 진행 –갤러리M 운영
	대전문화방송(주)	–34건
	전주문화방송(주)	–104건
	춘천문화방송(주)	–4.11총선 연설방송 등 56건 추진
	제주문화방송(주)	–희망2013 나눔캠페인 성금모금
	울산문화방송(주)	–〈서덕출 창작동요제〉전국방송(5/2) –울산서머페스티벌 10주년(7/21~7/27)
	목포문화방송(주)	–하늘에서 본 지구 사진전 개최

연도	방송사	내용
2012	여수문화방송(주)	-여수MBC 시민상 공모,시상 -여수MBC 청소년봉사상 시상
	(주)KNN	-부산민주항쟁기념 사업회 지원 -히무룽 원정대지원 -부산카톨릭대학 마라톤지원 -부산여자기독청년회 지원 -KNN 문화재단 지원 -고교동문 골프대회 지원 -환경 마라톤 및 부산국제아트 페어 등 다수 문화행사 개최

나. 시청자위원회 운영 현황

〈표 6-34〉 2012년 시청자위원회 운영 현황

방송사	정기회의 개최 횟수	시청자위원회 제시 의견 건수
부산문화방송(주)	12	103
대구문화방송(주)	12	59
광주문화방송(주)	12	99
대전문화방송(주)	12	178
전주문화방송(주)	12	36
춘천문화방송(주)	12	169
청주문화방송(주)	12	76
제주문화방송(주)	12	57
울산문화방송(주)	12	48
(주)엠비씨경남	12	91
목포문화방송(주)	12	56
여수문화방송(주)	12	43
안동문화방송(주)	12	84
원주문화방송(주)	12	60
충주문화방송(주)	12	84
삼척문화방송(주)	12	57
포항문화방송(주)	12	58
강릉문화방송(주)	12	86
(주)KNN	12	62

방송사	정기회의 개최 횟수	시청자위원회 제시 의견 건수
(주)대구방송	12	142
(주)광주방송	12	56
(주)대전방송	12	51
(주)울산방송	12	106
(주)전주방송	12	96
(주)청주방송	12	138
(주)지원(G1)	12	148
(주)제주방송	12	117
OBS경인TV(주)	12	81

다. 시청자 불만처리 현황

〈표 6－35〉 2012년 시청자 불만처리 현황

방송사	시청자불만 접수 건수	시청자불만 처리 건수	시청자불만 처리율
부산문화방송(주)	16	16	100%
대구문화방송(주)	14	12	85.7%
광주문화방송(주)	1	1	100%
대전문화방송(주)	50	50	100%
전주문화방송(주)	13	13	100%
청주문화방송(주)	29	18	62%
제주문화방송(주)	4	3	75%
(주)엠비씨경남	17	17	100%
목포문화방송(주)	4	4	100%
여수문화방송(주)	24	24	100%
안동문화방송(주)	14	14	100%
원주문화방송(주)	9	9	100%
충주문화방송(주)	11	11	100%
포항문화방송(주)	74	74	100%
(주)KNN	48	48	100%
(주)대구방송	179	165	92%
(주)광주방송	170	156	92%
(주)대전방송	170	156	92%

방송사	시청자불만 접수 건수	시청자불만 처리 건수	시청자불만 처리율
(주)울산방송	8	8	100%
(주)전주방송	7	7	100%
(주)청주방송	10	9	90%
(주)지원(G1)	50	50	100%
(주)제주방송	32	32	100%
OBS경인TV(주)	116	107	92%

라. 지역방송사의 프로그램 수상 실적

〈표 6－36〉 2012년 지역방송사 프로그램 수상실적

방송사	수상실적(자체제작 프로그램)
부산문화방송(주)	이달의 좋은 프로그램(12/02/24) 외 3개
대구문화방송(주)	이달의 좋은 프로그램(12/02/24) 외 14개
광주문화방송(주)	이달의 좋은 프로그램(12/02/24) 외 1개
대전문화방송(주)	한국 PD 연합회 이 달의 PD상(12/05/08) 외 4개
전주문화방송(주)	전북PD상 특집부분(12/01) 외 11개
춘천문화방송(주)	이달의 좋은 프로그램(12/02/24)
청주문화방송(주)	제3회 YMCA선정 좋은 방송대상 우수상(12/12/21) 외 2개
제주문화방송(주)	이달의 기자상(12/06) 외 1개
울산문화방송(주)	이달의 좋은 프로그램(12/02/24) 외 11개
(주)엠비씨경남	이달의 PD상(12/02/29) 외 4개
목포문화방송(주)	없음
여수문화방송(주)	2012 MBC TV 작품경연대회(12/12/05)
안동문화방송(주)	제51회 이달의 방송기자상(12/12/27)
원주문화방송(주)	이달의 좋은 프로그램(12/04/20) 외 1개
충주문화방송(주)	한국방송대상/지역발전부문(12/03/19) 외 3개
포항문화방송(주)	이달의 좋은 프로그램/지역방송부문(12/11/07) 외 1개
(주)KNN	제2회 취재이야기 공모 장려상(12/04/30) 외 11개
(주)대구방송	방송대상/지역발전부문(12/03/19) 외 4개
(주)광주방송	2012 한국방송대상 지역다큐부문(12/09/03) 외 8개
(주)대전방송	한국기자상/지역기획(12/03/06) 외 6개
(주)울산방송	이달의 PD상(12/01/25) 외 4개

방송사	수상실적(자체제작 프로그램)
(주)전주방송	2012한국민영방송대상 우수상(12/04/05) 외 1개
(주)청주방송	2012한국민영방송대상 네트워크 기자상(12/04/18)
(주)지원(G1)	한국민영방송대상 최우수상(12/04/18)
(주)제주방송	이달의 좋은 프로그램(12/07/12) 외 1개
OBS경인TV(주)	이달의 기자상/기획보도부문(12/02/03) 외 10개

부 록

1. 방송사별 프로파일
2. 지역방송 관련 보도
3. 지역방송사 연도별 현황 자료

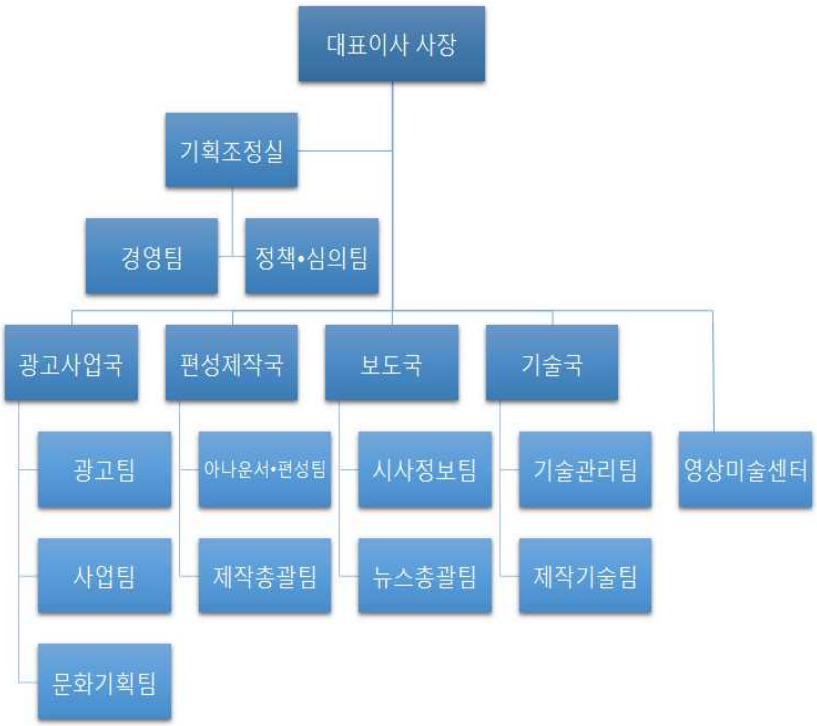
〔부록 1〕 방송사별 프로파일

1. 부산문화방송(주)

가. 소재지

○ 부산광역시 수영구 감포로 8번길 69(민락동 316－2), 부산문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1958. 7. 14	시설착수, 상업방송국 설립허가 체허 제9121호
1958. 8. 15	〈주식회사 부산문화방송국〉 법인 등기
1959. 4. 15	부산문화방송 개국(호출부호 HLKU,1035Khz출력1KW) 한국 최초의 민간상업방송
1959. 11. 1	한국최초의 방송CM "진로소주"(허영철 작곡, 손권식 작사)방송
1960. 3. 15	3. 15 부정선거규탄 마산의거 시위현장 중계
1961. 12. 2	한국문화방송(현 MBC 문화방송) 설립
1964. 6. 7	〈자갈치아지매〉(현재 전국 최장수 방송 프로그램) 방송 시작
1965. 3. 5	회사명을 〈부산문화방송주식회사〉로 사명 변경
1969. 1. 1	출력 20KW로 증강
1970. 1. 24	한국문화방송 부산TV국 개국(영상출력 2KW, 음향 500W) 1일 6시간 정기방송
1970. 4. 15	FM 방송(음악) 개국(출력 1KW, 88. 9MHz)
1971. 7. 5	TV 전국 네트국 M/W개통으로 서울과 동시방송 개시
1972. 3. 1	FM 방송, 스테레오로 정규방송 시작
1979. 8. 1	〈어린이 문예〉 창간
1979. 9. 1	부산문화TV방송(주) TV 신사옥 준공(중앙동 6가69 국제회관)
1980. 12. 22	부산문화TV방송(주) TV 컬러 방송 시작
1983. 8. 1	TV 출력 증강(영상 10KW, 음향 2KW)
1984. 1. 1	송, 중계소 요원 및 시설 KT(한국통신)에 이관
1984. 1. 6	황령산 간이TV중계소 개소
1984. 7. 16	제1회 〈부산음악콩쿠르〉 축하연주회 및 시상식
1984. 10. 31	천마산 간이TV 중계소 개소
1984. 11. 2	KBC(일본 큐슈 아사히 방송)와 자매결연
1985. 9. 1	부산문화방송(주), 부산문화TV방송(주)를 흡수 합병
1986. 2. 25	양산 간이 TV중계소 개소
1986. 11. 4	장산 간이 TV중계소 개소
1987. 1. 3	부산 경남 TV 도권방송 실시(부산,마산,울산,진주)
1988. 2. 1	표준FM 방송 개시(95. 9MHz, 출력 3KW)
1988. 6. 1	KT(한국통신) 이관요원 및 시설 환원
1988. 7. 18	만덕 TVR설치(100W)
1989. 8. 30	반송 TVR 설치(10W)
1989. 12. 20	괴정 TVR설치(10W)
1994. 5. 21	중국 천진광파전대(Radio)와 자매결연

일 자	주 요 연 혁
1994. 8. 27	김해 녹산 간이 TV중계소 개소
1994. 7. 25	〈부산MBC저널〉 창간
1997. 3. 31	현재의 민락동 사옥 이전(부산 수영구 민락동 316－2)
1998. 6. 24	동의대학교 부설 〈방송아카데미〉 개설
1998. 8. 22	MBC 시네마홀 개관
1999. 1. 01	부산MBC 인터넷 홈페이지 개설(URL:http://www. busanmbc. co. kr)
1999. 4. 15	창사 40주년 기념〈창사 이념비〉 건립
2000. 5. 1	〈어린이문예〉 격월간으로 복간
2000. 7. 24	사단법인 〈문화도시 부산 네트워크〉 설립
2000. 10. 5	제1회 〈부산문화대상〉 제정 시상
2001. 2. 2	기장 간이 TVR 중계소 개소
2001. 4. 15	부산문화방송 초대 김상용 사장 휴상 제막
2002. 4. 28	제1회 〈어린이 한글 백일장〉 개최
2002. 12. 13	초읍송신소 무인화 공사 완료
2003. 5. 30	대통령 표창(해양수산진흥)
2003. 11. 12	제1회 부경언론학술상 시상
2004. 4. 15	부산문화방송 창사사가비(민락동사옥), 부산문화방송 발상지 표지석 제막(부산 중구 중앙동)
2004. 7. 28	MBC아트홀 개관
2004. 7. 30	부산문화 DTV 방송국 개국
2005. 1. 13	제1회 〈부산MBC 시청자대상〉 시상
2005. 8. 5	녹산 표준FM 방송보조국 준공
2005. 8. 6	제1회 〈현인가요제〉 주관 방송사 선정
2006. 5. 2	〈부산MBC 저널〉을 〈부산MBC 창〉으로 복간
2006. 12. 27	지역지상파DMB 사업자 허가추천 대상법인 선정
2007. 2. 28	양산 및 기장 표준FM 방송보조국 개설 허가
2007. 4. 5	부산MBC 지역지상파DMB 개설 허가
2007. 8. 31	부산MBC 지상파 DMB 방송국 개국(황령산 송신소 기반)
2007. 11. 11~12	무룡산, 불모산 DMB 방송보조국 준공
2008. 3. 31	TV 디지털 고화질방송(HD) 뉴스센터 준공과 방송시작
2008. 9. 1	방과후 영어교실 Mkids English 개설
2008. 10. 21	중국 심천미디어그룹(SZMG)과의 방송업무 제휴 협약
2009. 3. 30	부산MBC－부산시청자미디어센터와 업무협약 체결
2009. 4. 15	창사 50주년 기념식 및 제10회 부산문화대상 시상식, 〈부산문화방송 50년사〉 발간 및 특별사진전 개최

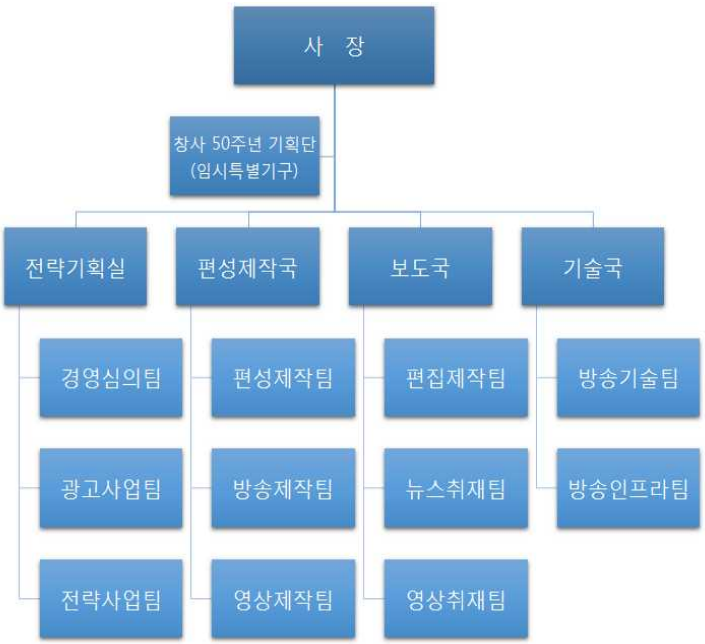
일 자	주 요 연 혁
2009. 5. 29	뮤지컬 전용극장 MBC 롯데아트홀 개관식 및 개관공연
2009. 9. 11	녹산 DTV 방송보조국 준공
2009. 12. 17	부산교육청 〈UP스쿨〉 참여 우수기업 교육메세나 탑수상
2010. 7. 28	장군대산 DMB 방송보조국 준공
2010. 6. 10	정관 디지털방송(DTV) 보조국(TVR) 준공
2010. 7. 11	라디오 〈지방시대 부산〉 방송 1000회 돌파
2011. 1. 21	양산 DTV 방송보조국 준공
2011. 8. 10	부산항만공사와 북항 신사옥 이전 추진 MOU체결
2011. 9. 28	부조 및 CM Bank HD(고화질 방송)시설 완공
2011. 11. 01	감악산 DMB방송보조국 준공
2011. 12. 28~29	양산, 삼천포 DMB방송보조국 준공
2012. 5. 25	정관 DMB 방송보조국 준공
2012. 6. 5	장산,천마산,기장, 만덕 DTV 방송보조국 준공검사(부산전파관리소)
2012. 10. 9	지상파 아날로그 방송종료(디지털방송 전면실시)
2012. 12.	부산MBC 지상파DMB 재허가(3년)

2. 대구문화방송(주)

가. 소재지

○ 대구광역시 수성구 동대구로 400, 대구문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1963. 8. 8	한국문화방송대구국으로 라디오 개국
1970. 7. 18	영남TV방송(주) 개국 Ch10
1971. 10. 1	대구문화방송(주)으로 상호변경(라디오국 흡수 통합)
1975. 4. 30	범어동 사옥 준공
1980. 11. 25	주식회사 문화방송 계열사
1980. 12. 22	TV컬러 방송 개시
1983. 10. 10	FM방송국 개국

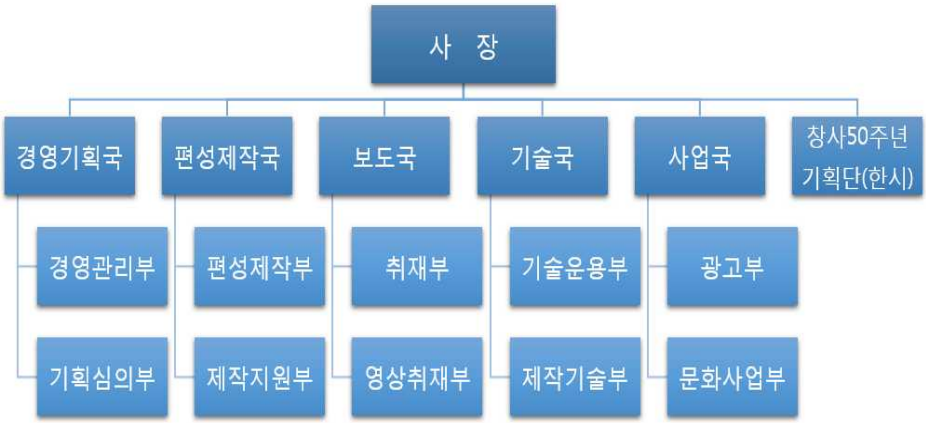
일 자	주 요 연 혁
1992. 5. 1	중북부 지역본부 개설(구미지사)
1994. 1. 20	동남부 지역본부 개설(영천지사)
1996. 11. 20	신사옥 건설 착공
1998. 8. 15	TV출력 증강(5kW ⇒ 10kW)
2000. 11. 4	범어동 신사옥 준공
2006. 10. 12	대구MBC 미디어센터 개소
2012. 11. 6	아날로그 방송 종료
2013. 8. 8	대구MBC 창사 50주년

3. 광주문화방송(주)

가. 소재지

○ 광주광역시 남구 월산로116번길17(월산동), 광주문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1964. 6. 30	한국문화(주) 광주국 개국(Radio국, 호출부호 HLCN, 주파수 820KHz, 출력 1KW)
1968. 11. 9	Radio 출력 증강(1KW→20KW)
1970. 8. 29	호남TV방송(주) 개국(호출부호: HLSL, 채널: 9, 출력: 5KW)
1971. 10. 1	한국문화방송(주) 광주국을 인수 합병하여 광주문화방송(주)로 개칭
1978. 11. 1	Radio 주파수 전환(820KHz→819KHz)
1980. 5. 20	광주민주화운동 시 방송기자재 및 사옥 전소
1980. 6. 9	임시 연주소 개소(금남로5가 흥국생명 빌딩)
1980. 10	언론 통폐합시 51% 주식양도(문화방송)
1981. 4. 6	궁동 사옥 복귀
1981. 12. 31	TV 영상출력 증강(5KW→10KW)
1983. 10. 22	FM방송국 개국(주파수: 91. 5MHz, 출력: 5KW)
1987. 5. 30	노고단 중계소 TV, FM 개소식(출력: 10KW)
1987. 7. 18	신사옥 착공(월산동)
1988. 1. 30	표준FM 방송개국(주파수: 93. 9MHz, 출력: 5KW)
1988. 2. 19	노동조합 설립
1988. 10. 29	신사옥 준공 이전
1989. 6. 30	주식양도(49%)
1989. 7. 24	옛 사옥 매각 처분(궁동)
1994. 6. 10	무등산송신소 신축
1995. 11. 10	<광주MBC 30년사> 발간
1999. 3. 01	광주문화방송 인터넷 홈페이지 개설
2004. 7. 30	DTV 개국
2006. 5. 15	HDTV 중계차 준공
2006. 12.	지상파 DMB 사업권 획득
2007. 4. 5	광주문화 DMB 시험방송 시작
2007. 1. 12	지역MBC 연합PP 채널 'MBCNET' 방송 개시
2007. 12. 27	광주문화 DMB방송국 개국, CH8A(181. 280MHz), 2KW
2008. 1. 28	지상파DMB 광주, 전라권역 본방송 실시
2008. 4. 1	TV B스튜디오 개소
2009. 6. 29	지상파DMB 재허가
2009. 4. 27	HD뉴스센터 개소(HD 뉴스 송출)
2009. 10. 8	창사 45주년
2009. 10. 8	무등산을 사랑하자 캠페인 전개 20주년

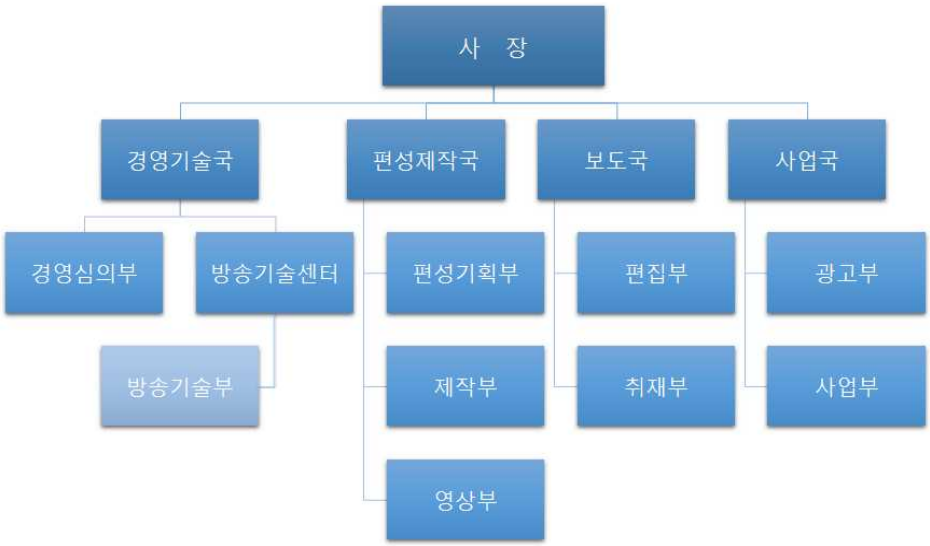
일 자	주 요 연 혁
2010. 7. 22	TV 뉴스 수화방송 개시
2010. 8. 11	녹동DTV 방송보조국 개설허가
2010. 12. 1	시청자불만처리규정 제정, 공표
2011. 3. 4	제13대 사장 서경주 취임
2012. 6. 14	TV부조정실 HD시설 완료
2012. 12. 30	아날로그방송 종료
2012. 12. 28	지상파DMB 재허가 취득

4. 대전문화방송(주)

가. 소재지

○ 대전광역시 유성구 엑스포로 161, 대전문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1963. 4. 12	라디오 무선국 허가(HLCQ 1Kw 580KHZ)
1964. 9. 26	라디오 방송 개국
1968. 6. 1	출력 10Kw로 증강
1969. 8. 5	대전텔레비전 무선국 취득(HLAZ 음향 500W 영상 2Kw)
1971. 4. 24	대전텔레비전방송 개국(자본금 25백만원)
1972. 2. 18	증자 225백만원(동아그룹에서 인수)
1977. 11. 1	증자 125백만원(이익준비금 자본 전입)
1979. 9. 26	창사기념일 제정(R・TV 개국 기념일 통합)
1980. 11. 25	(주)문화방송에서 인수(동아그룹 소유주식 135,000주 인수)
1980. 12. 22	칼라방송 개시
1983. 9. 26	FM방송국 개국(HLCQ－FM , 97.5MHZ, 5Kw)
1984. 01. 1	자산재평가 실시
1985. 11. 26	주식병합(1주의 금액 5,000원)
1986. 3. 14	증자 625백만원
1986. 4. 19	옥마산 간이 TV중계소 개국(UHF CH26, 500W)
1987. 1. 17	원효봉 TV중계소 개국(UHF CH40, 5Kw)
1987. 1. 24	흑성산 TV중계소 개국(UHF CH45, 10Kw)
1987. 11. 4	일본(주)TV시즈오까 자매 결연 체결
1988. 10. 31	서천 간이 TV중계소 개국(UHF CH55, 100W)
1990. 7. 1	TV중계소(흑성산, 원효봉) 자동화 운용
1992. 9. 26	R송신소(복수동) 이전 준공
1996. 3. 15	표준FM방송 개국(92.5MHZ, 1Kw)
1997. 6. 20	중국 남경TV와 자매결연 체결
1997. 10. 26	표준FM방송이전(계룡산→ 식장산)
2000. 4. 24	부여 간이TV중계소 개소
2000. 10. 1	자산재평가 실시
2001. 3. 15	신사옥 건립 착공(유성구 도룡동)
2001. 10. 31	천안지사 개설/흑성산 TV중계소 이전
2002. 8. 21	주주변경(최원석→ 학교법인 공산학원)
2002. 10. 2.	원효봉 TV중계소 이전
2003. 5. 1.	사옥 이전(선화동→ 도룡동)
2004. 5. 16.	원효봉중계소 표준FM 개소(91.3Mhz, 500W)

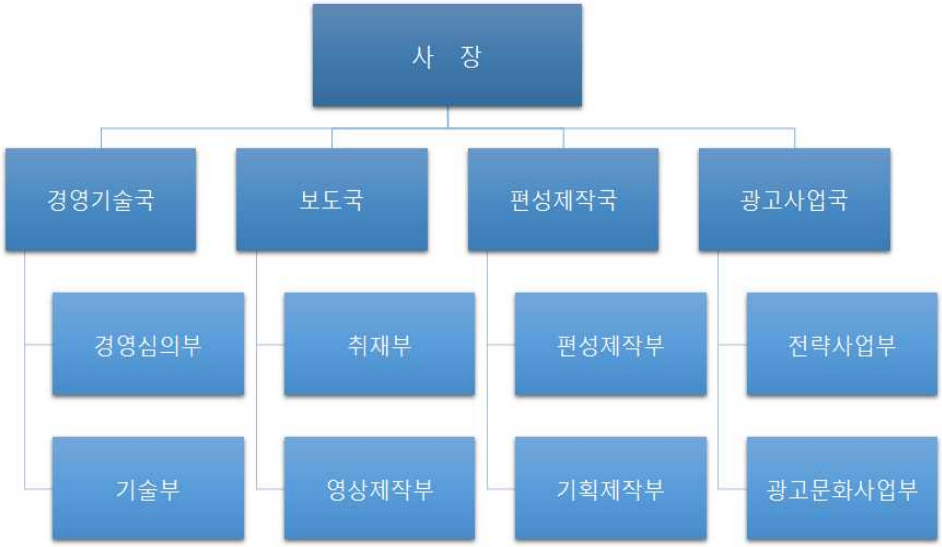
일 자	주 요 연 혁
2004. 7. 30	대전문화DTV 방송국 개국(Ch 17, 2.5KW)
2004. 10. 23	식장산 TV 송신소 이전
2005. 12. 14	흑성산중계소 DTV방송 개소(CH46, 1KW)
2005. 12. 26	원효봉중계소 DTV방송 개소(CH67, 1KW)
2006. 6. 20	일본 구마모토 아사히방송 자매결연 체결
2006. 9. 12	옥마산DTV중계소 허가
2006. 12. 27	옥마산DTV 개국, 옥마산중계소 이전
2007. 5. 10	홍성방송본부 개국
2007. 7. 30	Remote Control System 연주소 설치
2007. 4. 5	식장산 DMB 방송보조국 허가
2007. 8. 9	원효봉 DMB 방송보조국 허가
2007. 10. 18	계룡산 DMB 방송보조국 허가
2007. 12. 14	주주변경(학교법인 공산학원→ 최원석)
2008. 2. 2	천안FMR 92.5㎒허가
2008. 7. 1	주주변경(최원석→ 오성철강(주))
2008. 7. 21	주주변경(최원석→ 계룡건설산업(주))
2010. 3. 30	계룡건설산업(주) 소유 주식비율 변경(30%→40%) (오성철강으로부터 2만주 매입, 오성철강 19%→9%)
2011. 9. 19	TV부조정실 HD시스템 구축
2012. 5. 9	HD TV 중계차 구축
2012. 10. 16	아날로그 TV방송 종료
2012. 10. 26	3D TV 시험방송
2013. 1. 1	TV 종일방송

5. 전주문화방송(주)

가. 소재지

○ 전라북도 전주시 완산구 선너머 1길 50, 전주문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1965. 2. 17	한국문화방송 전주문화방송 개국(호출부호 HLCX, 주파수 1140kHz, 출력 5kW)
1968. 2. 20	라디오 출력 증강(5kW에서 10kW로)
1971. 4. 23	전북텔레비전 개국(호출부호 HLCX, 출력 2kW, 주파수 CH10)
1971. 9. 15	전주문화방송 주식회사로 상호 변경
1973. 2. 22	TV송신소 미륵산으로 이전
1978. 11. 16	종합 사옥 이전(경원동에서 진북동으로) －대지 2,000평, 건평 1,499평, 지하 2층, 지상 6층
1978. 11. 23	라디오 주파수 변경(1140kHz → 855kHz)
1980. 12. 22	칼라TV 방영개시(NTSC)
1983. 2. 2	TV방송 출력증강(2kW → 5kW)

일 자	주 요 연 혁
1983. 7. 15	음악 FM방송 개국(99.1MHz, 5kW)
1988. 7. 20	간이TV중계소 5개소 개설(진안, 연장, 고창, 순창, 임실)
1988. 5. 1	간이TV중계소 2개소 개설(적상산, 무주)
1988. 10. 23	일본 북해도 문화방송(uhb)과 자매결연
1990. 4. 4	일본 남일본방송(MBC)과 자매결연
1992. 4. 30	표준FM 중계소 개국(101.7MHz, 3kW, 노고단)
1992. 8. 12	간이TV중계소 개설(삼공)
1992. 11. 18	남원TV중계소 개설 및 남원 간이연주소 개국
1994. 2. 18	TV 출력 증강(5kW → 10kW) 및 TV 송신소 이전 (미륵산에서 모악산으로)
1995. 5. 21	중국강소전시대(JSTV)와 자매결연
1995. 11. 7	신사옥 준공 이전(진북동에서 중화산동으로) －대지 4,600평, 건평 2,208평, 지하 2층, 지상 7층
1997. 2. 12	간이 TV중계소 개설(장수)
1998. 11. 14	TV음성다중 서비스 개시
2000. 12. 11	디지털TV 중계차 도입(SD급)
2001. 2. 20	모악산 표준 FM 방송 개국(94.3MHz, 2kW)
2002. 8. 14	표준FM DARC 서비스 개시
2003. 9. 1	DTV 송출실 준공
2003. 11. 24	Radio 마이로스 방송시스템 구축
2004. 11. 9	시청자 미디어센터 개소(전북권 최초)
2005. 4. 11	DTV 연주소 시설공사
2005. 8. 8	모악산 송신소 DTV 시설공사
2005. 10. 24	DTV 개국식(전북 최초)
2008. 1. 1	본사↔전주MBC 통합전송망 구축(비압축, DACOM)
2008. 1. 28	DMB 모악산송신소 개국(CH12－A Block, 2kW)
2008. 3. 30	Digital(HD급) News Center 구축(전북지역 최초)
2008. 8. 1	이서AM송신소 이전준공(삼례 ⇒ 완주군 이서면 은교리 667~1번지)
2010. 12. 5	교룡산 DTV방송보조국 개국
2012. 3. 20	야미도중계소 신설
2012. 2. 22	모악산송신소 원격제어 운용 실시
2012. 3. 30	DTV방송보조국 11개소 개국 (적상산:90W, 진안, 장수, 무주, 무장, 고창, 순창, 임실, 삼공, 전주, 야미도:20W)
2012. 10. 23	아날로그 TV송출 중단 DTV 성공적 전환 완료

6. MBC경남(창원본부)

가. 소재지

○ 경상남도 창원시 마산회원구 양덕서9길 11－11(양덕동), MBC경남(창원본부)

나. 조직구성

다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1968. 8. 13	경남방송주식회사 설립 등기(라디오 방송)
1969. 2. 1	AM방송 개국(출력 10KW, 주파수 990KHz)
1971. 9. 28	마산문화방송주식회사로 상호변경
1972. 6. 30	텔레비전방송주식회사 설립 등기(TV방송)
1972. 10. 5	TV방송 개국(출력 1KW, CH VHF13)
1979. 9. 22	일본 야마구치방송과 자매결연
1980. 11. 22	컬러 TV방송 개시
1983. 11. 26	TV방송 출력증강(출력 5KW, VHF13), FM방송 개국(출력 1KW, 주파수 100.5MHz)

일 자	주 요 연 혁
1984. 3. 1	감악산 TV중계소 개소(출력 5KW, UHF48)
1995. 4. 18	중국 산동전시대와 자매결연
1996. 7. 1	사옥 이전(마산시 서성동-> 양덕동)
1999. 11. 9	표준FM방송개국(출력 3KW, 주파수 98.9MHz)
2005. 6. 30	불모산 DTV 개국(채널26번 출력 2.5KW)
2005. 12. 31	감악산 DRV 개국(채널50번 출력 1KW)
2011. 9. 1	MBC 경남 통합 출범(창원문화방송, 진주문화방송)

7. 춘천문화방송(주)

가. 소재지

○ 강원도 춘천시 수변공원길 54(삼천동), 춘천문화방송

나. 조직구성

다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1968. 4. 6	강원방송주식회사 설립
1968. 7. 13	Radio 방송국 개국 => 창사기념일 (호출부호 HLAN, 주파수 1,430KHz, 출력10Kw)
1971. 9. 16	춘천문화방송주식회사로 사명 변경
1972. 11. 10	연주소 이전(강원일보 사옥)
1978. 11. 23	주파수 조정(774 KHz)
1983. 1. 20	T V방송국 개국(CH-10,출력 1Kw)
1983. 7. 13	F M방송국 개국(94.9MHz, 출력 1Kw)

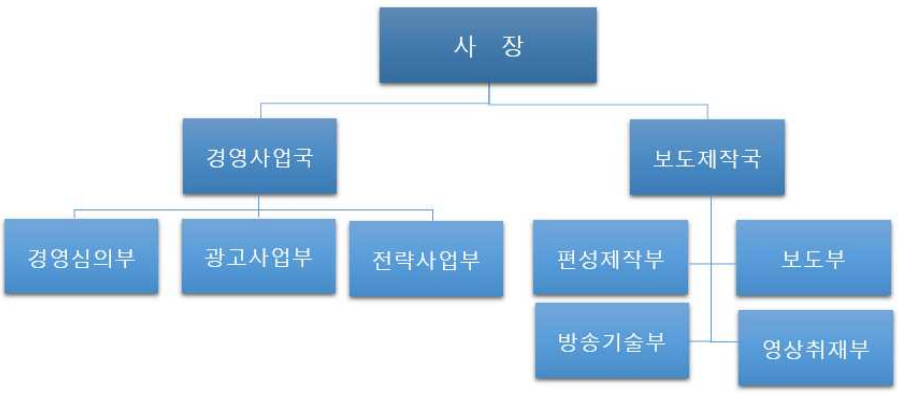
일 자	주 요 연 혁
1983. 11. 11	신사옥 준공(現 춘천시 삼천동 사옥)
1985. 6. 23	일본 福井TV放送과 우호협약 체결
1987. 6. 13	화악산 TV중계소 개국(U 30 KW)
1993. 12. 10	중국 杭州電視台와 우호협약 체결
1994. 8. 30	춘천 신동 AM송신소 이전 준공
1994. 11. 11	한·일·중 3개 방송사 공동우호협약 체결
1999. 7. 13	표준FM 개국(92.3 MHz, 출력 3Kw)
2000. 1. 25	느랏재송신소 개국 및 FM주파수 변경(94.5 MHz)
2000. 3. 20	인터넷방송국 개국(R, TV 생방송 및 VOD)
2003. 11. 26	화악산송신소 신축건물 준공
2005. 5. 20	DTV 개국
2003. 6. 27	대룡산송신소 신축건물 준공
2006. 1. 24	춘천MBC 시청자미디어센터 개관
2006. 9. 1	대암산FM중계소 준공(표준FM 88.9MHz, 음악FM 98.3MHz)
2007. 12. 21	DMB 개국

8. 청주문화방송(주)

가. 소재지

○ 충청북도 청주시 흥덕구 2 순환로 1322, 청주문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1970. 10. 23	AM 방송 개국(1287 KHZ－10 KW)
1983. 4. 1	TV 방송 개국(UHF CH33－5KW)
1983. 8. 1	FM 방송 개국(99.7 MHZ－1KW)
1986. 5. 6	금적산 TV 중계소(출력 500W . CH UHF 46) 개국
1986. 5. 6	속리 TV 중계소(출력 10W . CH VHF 9) 개국
1986. 11. 4	영동 TV 중계소(출력 100W . CHF 11) 개국
1988. 8. 01	미원 TV 중계소(출력 100W . CH UHF 49) 개국
1991. 12. 29	두태산 TV 중계소 개설(출력 500W . VHF 7) 개국
1991. 12. 29	옥천 TV 중계소 개설(출력 100W . UHF 31) 개국
1991. 12. 29	운동 TV 중계소 개설(출력 100W . UHF 31) 개국
1992. 12. 12	부강 TV 중계소 개설(출력 500W . UHF 26) 개국
1993. 11. 23	청천 TV 중계소 개설(출력 100W . UHF 34) 개국
1993. 11. 23	학산 TV 중계소 개설(출력 100W . UHF 38) 개국
1996. 12. 30	죽림동 RADIO 송신소 준공 10 KW
1998. 4. 7	우암 TV송신소 출력증강(UHF 5KW－UHF 10KW)
1999. 10. 23	표준FM 개국(107.1MHZ, 1KW)
2001. 6. 15	금적산 표준FM중계소(96.3MHZ,500W)개국
2001. 7. 14	우암송신소 TV,MFM,SFM 송신철탑 재건립(사각자립식 80M)
2003. 6. 26	D－TV 방송국 허가(CH20 출력 2KW)
2005. 6. 30	우암산 송신소 D－TV 방송개국
2006. 7. 6	금적산 중계소 D－TV 방송개국
2006. 10. 23	가경동 신사옥 준공 이전
2010. 12. 08	두태산 DTV중계소 개국
2011. 12. 26	영동 DTV중계소 개국
2011. 12. 26	학산 DTV중계소 개국
2011. 12. 27	부강 DTV중계소 개국
2011. 12. 27	청천 DTV중계소 개국
2012. 6. 21	미원 DTV중계소 개국
2012. 6. 21	옥천 DTV중계소 개국
2012. 6. 22	속리 DTV중계소 개국
2012. 12. 11	영동 DMB중계소 개국

9. 제주문화방송(주)

가. 소재지

○ 제주특별자치도 제주시 문연로 35(연동), 제주문화방송

나. 조직구성

다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1968. 9. 14	라디오 개국(남양방송)
1970. 8. 1	TV 개국(패키지방송)
1971. 9. 20	사명변경(남양방송 → 남양문화방송)
1974. 1. 1	TV 직접중계방송 실시
1980. 4. 1	신사옥 준공 이전
1980. 12. 22	TV 컬러방송 실시
1983. 9. 14	FM 개국
1983. 12. 27	서귀포 TV중계소 개소
1984. 1. 1	사명 변경(남양문화방송 → 제주문화방송)
1985. 12. 27	서귀포 FM중계소 개소
1985. 12. 28	금악·애월 간이TV중계소 개소
1994. 10. 20	R송신소 확장 이전(도련동 → 해안동)
1994. 12. 27	표준FM 개국
2000. 12. 13	견월악 표준FM중계소 개소
2002. 11. 14	금악간이표준FM중계소 개국(106.5MHz, 100W)
2003. 4. 8	AM.FM TAPELESS SYSTEM(APC) 가동
2004. 11. 25	FM DARC(Data Radio Channel) 방송개시
2005. 5. 10	디지털 TV 방송 개국

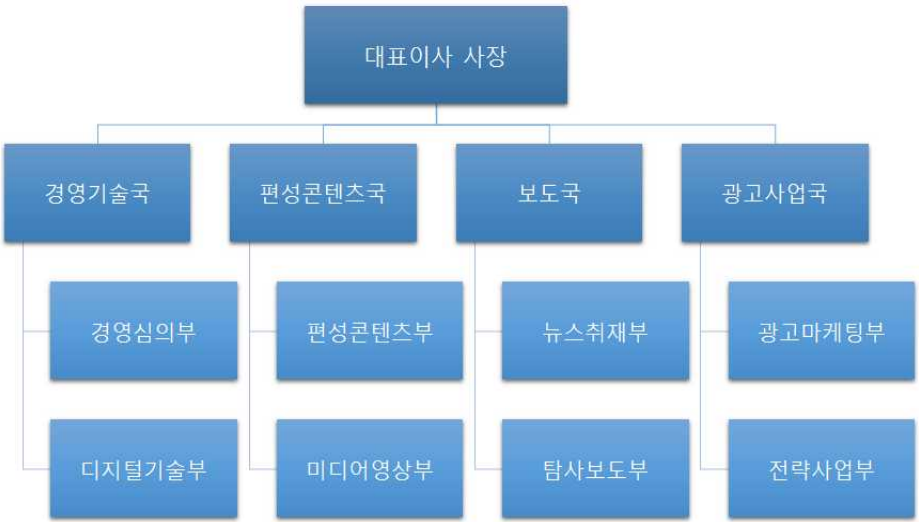
일 자	주 요 연 혁
2005. 12. 1	TV 낮방송 연장
2006. 7. 14	HD TV 중계차 도입
2007. 4. 3	DMB 방송국 가허가 취득
2007. 9. 14	지상파 DMB 개국
2009. 9. 14	광해악 DTV 중계소 개국
2010. 12. 23	금악 DTV 중계소 개국
2012. 3. 7	금악/광해악 DMB 중계소 개국

10. 울산문화방송(주)

가. 소재지

○ 울산광역시 중구 서원3길 65(학성동 409－1), 울산문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1968. 4. 10	울산민간방송주식회사(UBC) 개국(AM 라디오)
1969. 03. 6	회사명을 영남방송주식회사로 변경
1970. 12. 29	울산지역 최초로 TV 중계방송 개시(MBC)
1971. 1. 25	신정동 사옥 준공(1265－5번지) 및 TV중계소 개소
1971. 10. 1	울산문화방송(주)로 회사명 변경 및 정식 공고(식별부호 MBC)
1983. 9. 1	음악FM 방송 개국(98.7MHz)
1985. 9. 1	TV 방송 개국(UHF 33)
1986. 4. 10	학성동 신사옥 준공(409－1번지)
1988. 8. 17	울산MBC 노동조합 결성
1989. 3. 30	간이 TV중계소 개소(미포, 은월, 언양)
1990. 11. 1	TV/FM송신소 무인화 방송 개시
1994. 5. 21	일본 〈테레비야마구치(TYS)〉와 자매결연
1994. 11. 24	웅상 간이 TV중계소 개소
1999. 11. 1	표준FM 방송 개국(97.5MHz)
2001. 5. 8	인터넷 방송 개시(VOD, AOD 서비스 개시)
2001. 11. 01	라디오 방송 자동송출 개시
2002. 5. 21	중국 〈랴오닝전시대(LNTV)〉와 제휴협약 체결
2004. 5. 19	일본 〈오까야마방송(OHK)〉와 제휴협약 체결
2004. 7. 30	DTV 방송 개국(UHF 34)
2005. 3. 7	제11대 대표이사 사장 김재철 취임
2005. 10. 27	일본 〈구마모토방송(RKK)〉와 우호교류협약 체결
2006. 4. 10	창사 38주년 기념일
2006. 10. 19	지역MBC 연합PP 법인((주)지역MBC 슈퍼스테이션) 설립
2007. 4. 10	창사 39주년 기념일
2007. 8. 9	지상파 DMB 송신실 건축
2007. 11. 15	자회사(UMX) 설립 승인/ 지상파 DMB 방송국 개국
2008. 3. 7	제12대 대표이사 사장 이완기 취임
2008. 4. 10	창사 40주년 기념일
2009. 3. 2	제13대 대표이사 사장 황희만 취임
2009. 4. 10	창사 41주년 기념일
2010. 3. 8	제14대 대표이사 사장 소원영 취임
2010. 4. 10	창사 42주년 기념일

일 자	주 요 연 혁
2011. 4. 10	창사 43주년 기념일
2012. 3. 5	HD 대형 중계차 도입
2012. 4. 10	창사 44주년 기념일
2012. 6. 25	중국 〈운남전시대(YNTV)〉와 교류협약 체결
2012. 8. 3	HD 뉴스 스튜디오 완공
2013. 4. 10	창사 45주년 기념일
2013. 6. 5	제15대 대표이사 사장 윤길용 취임

11. MBC경남(진주본부)

가. 소재지

○ 경상남도 진주시 가호로 13(가좌동), MBC경남(진주본부)

나. 조직구성

다. 연혁

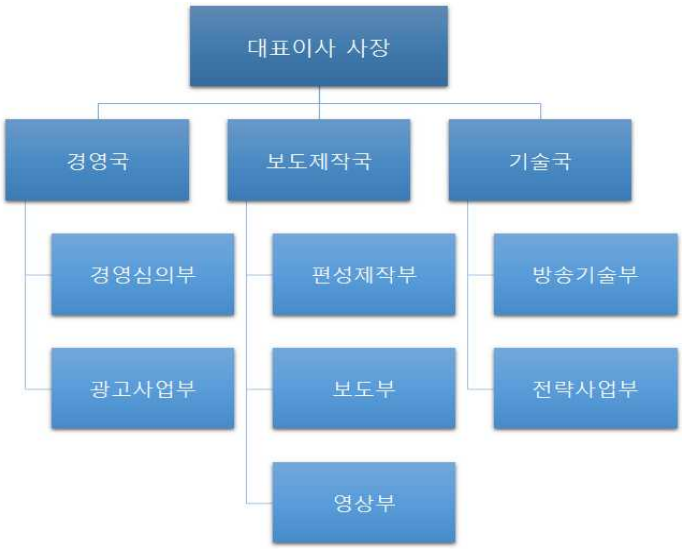
일 자	주 요 연 혁
1967. 11. 10	AM방송국 인가 호출부호 HLAK, 출력 10KW
1968. 5. 31	진주민간방송(주)개국 (연주소:동성동, 송신동:가좌동)
1971. 10. 1	진주문화방송 주식회사로 명칭 변경
1981. 1. 31	평안동 사옥 준공
1983. 12. 26	망진산 TV중계소 개소, CH－8, 영상출력 1KW
1984. 12. 29	하동금오산TVR 개소, CH－53, 출력 500W
1986. 5. 31	FM방송개국, 주파수 97.7MHz, 출력 1KW
1986. 8. 12	삼천포TVR 개소, CH－34, 출력 100W
1987. 11. 20	텔레비전 방송국 개국
1988. 8. 2	산청TVR 개소, CH－53, 출력 100W
1988. 10. 31	감악산 음악FM 중계소 개소, 주파수 96.1MHz, 출력 3KW
1989. 5. 3	지곡TVR 개소, CH－29, 출력 100W
1989. 8. 10	단성TVR 개소, CH－49, 출력 100W
1989. 9. 28	안의TVR 개소, CH－53, 출력 100W
1991. 6. 28	명석AM 송신소 이전(가좌동에서 명석면으로)
1991. 12. 31	TV중계차 도입
1993. 9. 8	진성TVR 개소, CH－29, 출력 500W
1994. 9. 01	시천TVR 개소, CH－42, 출력 100W
1995. 11. 29	삼천포 표준FM 중계소 개소, 주파수 91.1MHz, 출력 100W
1998. 3. 31	상주TVR 개소, CH－53출력, 100W
1998. 4. 14	악양TVR 개소, CH－37출력, 100W
2000. 1. 14	표준FN방송 개국, 주파수 91.1MHz, 출력 3KW
2000. 5. 31	감악산 표준FM 중계소 개소, 주파수 95.5MHz, 출력 1KW
2001. 4. 24	현사옥 및 영화관 착공
2004. 9. 22	현사옥 및 영화관 준공식
2006. 5. 31	DTV 개국 CH－56출력 1KW
2008. 5. 31	창사 40주년
2011. 9. 1	MBC 경남 통합 출범(진주문화방송, 창원문화방송)

12. 목포문화방송(주)

가. 소재지

○ 전라남도 목포시 영산로 334번지(우 530－728), 목포문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1967. 11. 10	무선국 가허가(호출부호 HLSP, 주파수 1380kHz)
1968. 8. 17	라디오 목포(RMB)개국, 호출부호 HLAM, 주파수 1390kHz ※ 초대사장 : 정중섭(3부1실1소)
1969. 5. 10	사옥준공
1971. 9. 17	목포문화방송주식회사(MBC)로 사명 변경
1971. 11. 03	제2대 권이담 사장 취임
1978. 10. 23	주파수 1386kHz로 지정 변경
1980. 5. 21	광주민주항쟁으로 연주소 시설피습, 방송 중단(~5. 31.까지)
1984. 5. 29	양을산 TV중계소개소(CH7 영상500W, 음향 100W)

일 자	주 요 연 혁
1984. 11. 30	방송 송신·중계소 위탁운영에 관한 협정 체결
1985. 7. 18	간이 TV중계소(해남 대둔산) 가허가(UHF CH50, 출력 500W)
1985. 8. 26	간이 TV중계소(진도, 완도) 가허가(UHF CH39, CH45)
1986. 7. 1	FM방송개국(호출번호 HLAM－FM, 주파수 102.3MHz, 출력 1kW)
1987. 5. 28	용당동 신사옥 기공
1987. 11. 16	TV방송 개국(VHF7, 출력 500W)
1988. 1. 22	목포문화방송 노동조합 설립
1988. 3. 3	용당동 신사옥 준공
1988. 6. 1	한국전기통신공사(KTA) 이관 송신소 요원 환원
1988. 7. 1	기구 확대 개편(4부1실 → 4국7부1실)
1988. 8. 30	장흥, 군동 간이TV중계소 개소(CH45, CH 39)
1989. 2. 27	제12대 남궁용문 사장 취임
1990. 2. 28	제13대 권이담 사장 취임
1990. 4. 20	노사협의회 구성
1991. 7. 23	양을산 TV송신소 출력 증강(500W → 1kW)
1992. 8. 31	무안 청계 간이TV중계소 개소(CH33)
1993. 3. 25	제14대 임동훈 사장 취임
1995. 9. 1	무안 간이TV중계소 개소
1995. 10. 12	상하행 M/W 디지털화공사
1995. 11. 15	대형 TV중계차 도입
1995. 11. 22	사내근로복지기금 법인 설립
1995. 11. 30	진도 TV중계소 개소(CH39)
1995. 12. 5	해남 대둔산 TV송신소 기지국화 준공
1996. 3. 20	제15대 장용 사장 취임
1996. 8. 5	조직진단 실시
1996. 10. 11	해남 화원 간이TV중계소 개소
1996. 11. 5	기구개편(4국7부1실 → 4국1실9팀) ※팀제 도입
1996. 11. 19	TV송출실 신설
1997. 4. 12	신안 도초 간이TV중계소 개소
1997. 4. 17	해남 계곡 간이TV중계소 개소
1997. 5. 15	중국 연운항시 광파전시국 우호관계협정 체결
1997. 9. 30	TV음성다중 방송 실시
1997. 11. 12	진도 의신 간이TV중계소 개소
1998. 2. 20	기구조직 축소 개편(4국1실9팀 → 3국7팀)

일 자	주 요 연 혁
1998. 12. 15	AM삼호송신소 신축, 이설준공(목포 용해동 → 영암군 삼호면)
1999. 3. 12	제16대 민창환 사장 취임
1999. 6. 1	기구조직 개편(3국 7팀 → 2국 6부)
1999. 10. 22	표준 FM개국(89.1MHz, 출력 2kW)
2000. 3. 4	제17대 고 진 사장 취임
2000. 6. 1	조직개편(2국 6부 → 3국 7부)
2001. 3. 7	제18대 민창환 사장 취임
2001. 3. 23	조직개편(3국 7부 → 3국 6부 1실)
2002. 2. 27	제19대 김강정 사장 취임
2002. 6. 1	조직개편(3국6부1실 → 3국6부)
2002. 8. 17	Radio APC(라디오 디지털화 “MIDAS”)
2003. 11. 3	DTV방송국 허가(대둔산송신소) 출력: 2kW, 송신채널: 23번, 가상채널: 11번
2003. 11. 24	표준, 음악FM 데이터방송(FM DARC)개시
2003. 12. 1	C&T사업팀 발족(국내외)관광사업 등록필
2003. 12. 31	대둔산송신소 건물 증축공사 완료 TV부조 디지털공사 완료
2005. 1. 18	시청자미디어센터 개소
2005. 3. 8	제20대 김세영 사장 취임
2005. 4. 22	디지털TV방송국 개국(허가채널: 23 /시청채널: 11)
2006. 3. 1	통신판매업, 부가통신사업 등록
2006. 6. 1	정보통신공사업 등록(제610025호)
2007. 7. 5	양을산 DTV간이중계소허가(ch69, 100W)
2008. 1. 21	지상파DMB 개국
2008. 3. 7	제21대 유창영 사장 취임
2008. 3. 26	TV부조 HD시스템 전환
2009. 4. 24	조직개편(3국6부 → 2국6부)
2009. 5. 9	양을 DTV 개국(Ch69, 100W)
2010. 6. 9	강진 군동 DTV 개국(Ch28, 20W)
2010. 7. 12	조직개편(2국6부 → 3국7부)
2011. 3. 24	신재생에너지전문기업 신고
2011. 4. 7	전기공사업 등록(전남－01252호)
2011. 7. 22	장흥, 진도 DTVR 개국(CH63,20W)
2011. 8. 23	양을산 DMBR 개국CH8, 90W)
2012. 3. 22	엔지니어링사업자 신고

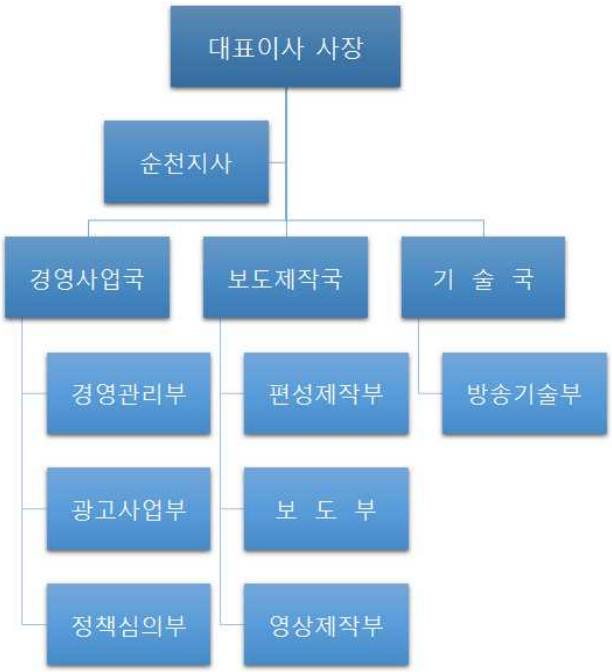
일 자	주 요 연 혁
2012. 5. 8	계곡, 의신, 도초 DTVR 개국
2012. 5. 10	통합신호전송 M/W 구축
2012. 10. 30	ATV 방송 종료
2013. 6. 12	TVR 확정채널 전환

13. 여수문화방송(주)

가. 소재지

○ 전남 여수시 문수동 101－1 여수문화방송(문수로 135), 여수문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

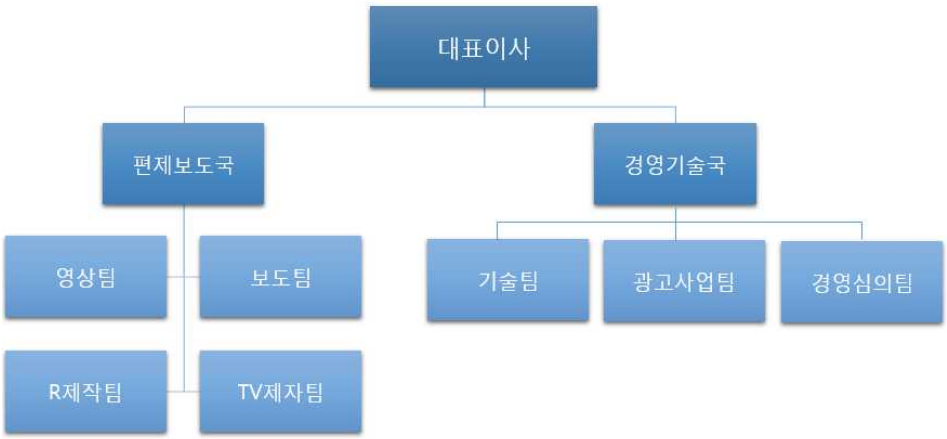
일 자	주 요 연 혁
1970. 8	남해방송(주), AM개국(여수시 중앙동)
1971. 10	現 여수문화방송(주)로 상호변경
1984. 8	TV중계소 개소(여수: 구봉산/ 순천: 천황산)
1985. 8	음악FM 개국
1988. 6	TVR 5개소 개소
1987. 11	TV주조(연주소)개국
1988. 2	표준FM 개국
1991. 11	現 사옥신축(부지13,000평, 건물1,600평, 지상5층, 지하1층)
1993. 7	日本 九州朝日放送(KBC) 우호협력협정 체결
1994. 2	중국 위해전시대 교류 개시
1994. 7	TV중계차 도입
1995. 7	中國 威海電視臺 우호협정 조인식
1996. 11	AM송신소 자동화 System 구축
1998. 3	회사 Homepage open
1998. 11	現 사옥내에 야외공연장 준공(1,200坪)
2000. 8	TV주조 제작실과 송출실 분리
2002. 6	RADIO MIROS 및 APC System 구축
2004. 9	표준FM 방송 송신점 변경(천황산→남산)
2005. 12	D－TV지상파 방송 개국(12/30)
2006. 9	천황산 TVR채널변경(7CH→43CH)후 남산TVR준공
2006. 11	순천 남산 D－TVR 허가(채널 14CH,출력90W)
2007. 4	DTV 데이터방송시스템 구축
2007. 11	여수 구봉산 표준FM 송출(주파수 107.1MHz, 출력 100W)
2008. 1	여수 구봉산 지상파DMB 방송보조국(7ACH, 출력1KW) 송출
2009. 3	TV 부조정실 HD 시스템 구축
2009. 11	프로그램 편집실 네트워크 HD NLE 시스템 구축
2010. 5	ENG 카메라 ALL HD 전환
2010. 12	망운산중계소 완공
2011. 9	망운산 DMB 중계소 준공(7ACH, 출력 1KW)
2011. 10	중국 항주전시대 우호협력협정 체결
2012. 3	중국 연길TV방송국 우호협력협정 체결
2012. 4	HD－TV중계차 도입
2012. 10	2012년 10월 30일 14시 아날로그 TV방송 종료
2013. 5	LTE중계 시스템 도입

14. 안동문화방송(주)

가. 소재지

○ 경북 안동시 단원로 20, 안동문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1970. 7. 22	안동방송주식회사 설립 등기
1970. 9. 12	AM방송개국(주파수 1017KHz 출력 1Kw 호출부호HLAW)
1970. 9. 12	초대 김제선 사장 취임
1971. 9. 17	안동문화방송주식회사로 상호변경
1971. 11. 12	제2대 김대진 사장 취임
1972. 11. 11	출력 10kw로 증강
1983. 2. 28	제3대 김무연 사장 취임
1983. 11. 1	학가산 TV중계소 개소
1984. 4. 16	신사옥 기공
1984. 12. 1	송·중계소, 한국전기통신공사에 위탁운영
1985. 1. 31	신축사옥 준공

일 자	주 요 연 혁
1986. 3. 8	제4대 변태석 사장 취임
1986. 7. 25	FM 개국(주파수 91.3MHz 출력 3Kw)
1986. 12. 5	강남 간이 TV중계소 개국
1987. 7. 1	문경, 가은 간이 TV중계소 개국
1987. 10. 6	청송 간이 TV중계소 개국
1987. 11. 23	TV연주소 개국
1987. 12. 29	표준FM 개국(주파수 100.1MHz 출력 1Kw)
1988. 3. 16	김규현 상무이사 취임
1988. 6. 1	송·중계소 환원
1988. 7. 1	일월산 TV중계소인수 운영
1988. 08. 1	봉화 간이 TV중계소 개국
1988. 12. 9	춘양, 영양, 진보 간이 TV중계소 개국
1989. 2 23	제5대 권태수 사장 취임
1990. 2. 23	제6대 김 용 사장 취임
1991. 11. 7	일본 야마가타방송과 자매결연
1992. 4. 1	송현 R송신소 무인화 완료
1992. 9. 17	안동MBC 향토 문화상 제정 시상
1993. 3. 8.	일월산 TV중계소 무인화 완료
1993. 3. 23	제7대 유제국 사장 취임
1994. 3. 7	김규현 상무이사 퇴임
1994. 10. 25	의성 간이 TV중계소 개국
1994. 11. 4	학가산 TV출력 증강(1kw→3kw)
1996. 1. 18	TV중계차 도입
1996. 3. 19	제8대 곽노우 사장 취임
1997. 11. 11	서후 AM송신소 개소
1997. 12. 6	안동MBC 청소년 대상 제정 시상
1998. 9. 12	학가산TV/FM 송신소 개소
1999. 3. 12	제9대 이원호 사장 취임
2000. 6. 7.	제10대 윤종보 사장 취임
2001. 9. 12	표준FM 스테레오화
2002. 4. 1	인터넷 방송 개시
2002. 12. 2	라디오방송 자동화시스템 운용개시
2002. 12. 9	중국 하남전시대와 자매사 제휴 협정
2003. 2. 5	학가산송신소 무인화 완료

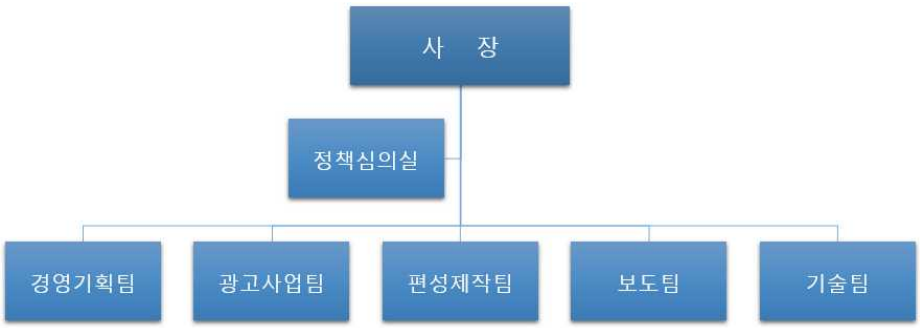
일 자	주 요 연 혁
2003. 3. 11	제11대 강철용 사장 취임
2004. 5. 14	중·일·한 방송3사 교류사업에 관한 협정 체결 (중국 하남전시대, 일본 산형방송)
2005. 3. 8	제12대 이상근 사장 취임
2005. 12. 28	D－TV 방송 개국
2006. 5. 16	사옥리노베이션 준공
2006. 12. 15	남선TVR 개국
2007. 8. 31	지상파DMB 시험방송 개시
2008. 1. 31	지상파DMB 개국
2008. 3. 4	제13대 전우성 사장 취임
2008. 10. 31	퇴직연금 제도 도입
2010. 3. 10	제14대 이윤철 사장 취임
2010. 5. 23	남선, 의성 DTV방송보조국 개국
2011. 12. 6	(재)세계유교문화재단 출범
2011. 12. 20	영양TVR 준공
2011. 12. 26	봉화, 가은 DTV방송보조국 개국
2011. 12. 28	구미 금오산 DMB방송보조국 개국
2012. 2. 28	경주 벽도산 DMB방송보조국 개국
2012. 3. 29	울진 현종산 DMB방송보조국 개국
2012. 4. 13	영양 DTV방송보조국 개국
2012. 7. 6	진보TVR 준공
2012. 7. 10	춘양, 청송, 진보, 문경 DTV방송보조국 개국
2012. 10. 16	가은TVR 준공
2012. 11. 6	아날로그 TV방송 종료
2013. 6. 7	제15대 김상철(金相哲)사장 취임
2013. 7. 17	DTV확정채널전환 완료(CH54－> CH22)

15. 원주문화방송(주)

가. 소재지

○ 원주시 학성길 67번지, 원주문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1970. 7. 9	원주방송주식회사(WBC) 법인설립
1970. 9. 19	라디오AM 개국(WBC 라디오원주 HLSX: 1,590KHz 1kw)
1970. 12. 22	주파수를 1,300KHz로 변경
1971. 9. 9	“원주문화방송주식회사”로 법인명칭 변경
1975. 4. 15	라디오 AM출력 10Kw로 증강
1975. 6. 12	호출부호 HLSX → HLSB 변경
1977. 3. 24	중앙동 신사옥(연주소) 신축이전
1977. 9. 19	중앙동 신사옥 준공 이전 및 개국 7주년기념식
1978. 11. 28	ITU 협정에 따라 AM주파수를 1,242KHz로 변경
1984. 6. 30	백운산 TV송신소 개국(UHF CH 34 10Kw 원주시 판부면 서곡리)
1984. 12. 1	송,중계소 운영 한국통신(KT)에 위탁
1986. 3. 6	영월, 쌍용 간이 TV중계소(TVR) 개국
1986. 8. 28	음악FM 개국(FM 98.9MHz 3Kw 백운산송신소)
1987. 3. 25	태기산 TV송신소 개국(UHF CH49, 5Kw,횡성군 둔내면 태기리)
1987. 10. 22	학성동 신사옥(연주소) 신축기공

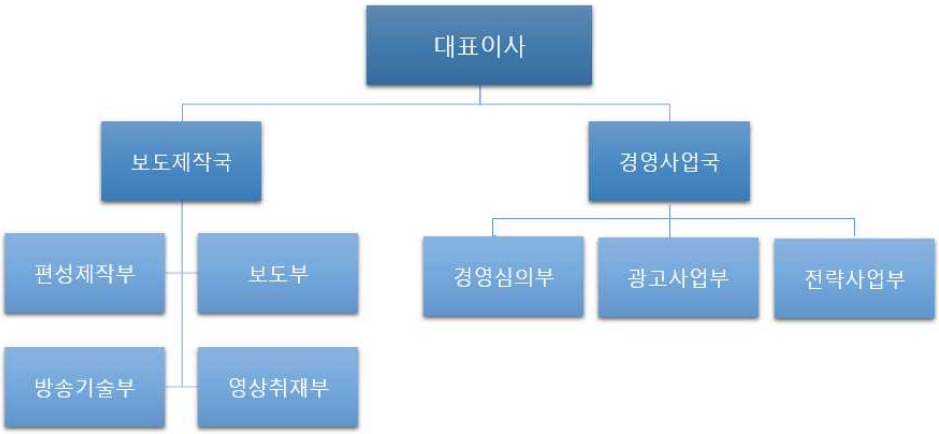
일 자	주 요 연 혁
1987. 11. 27	TV연주소 개국(TV지방뉴스 시작)
1988. 6. 1	송중계소 인원 및 자산 한국통신(KT)로부터 환원
1988. 9. 4	원주MBC 노동조합 창립
1988. 12. 16	학성동 신사옥 준공 및 이전
1989. 5. 30	미탄, 신일 TVR 개국
1989. 8. 4	평창, 미탄 TVR 개국
1992. 5. 25	문막 TVR 개국
1992. 10. 30	백운산, 태기산 TV송신소 무인 자동송출 시설
1994. 5. 21	AM송신소 신축 이전(장양리에서 소초면 홍양리)
1994. 5. 24	TV중계차 도입(차량 8.5t, 카메라 3대, M/W 2SET)
1997. 11. 21	백운산 송신소 건물신축 및 장비이전
1997. 12. 9	백운산 표준FM 개국(92.7MHz)
2000. 10. 25	태기산 표준FM 개국(102.5MHz, 1Kw)
2002. 7. 26	영월 국지산 표준FM 개국(92.7MHz, 90w)
2002. 10. 30	태기산 송신소 철탑신설 및 안테나이전
2003. 11. 15	평창 TVR 국사이전 및 FMR 신설
2003. 12. 19	백운산 송신소 철탑신설 및 안테나 이전
2005. 12. 30	Digital TV방송국 개국(백운산 CH46 1kw, 태기산 CH67 1kw)
2008. 3. 1	Digital TV 제작시설 완료
2008. 9.	백운산 DMB 송출 시작
2009. 1.	KT 메가TV(IPTV)에 HD 신호 전송
2010. 12. 23	문막DTV 방송보조국 개국(CH 15, 출력 20W)
2011. 12. 5	태기산DMB 중계소 송출(CH13, 출력 2kw)
2011. 12. 20	평창DTV 방송보조국 개국(CH38, 출력 20W)
2011. 12. 22	영월DTV 방송보조국 개국(CH63, 출력 90W)
2011. 12. 31	DTV 예비안테나 설치(백운산, 태기산 1단 4면)
2012. 5. 22	미탄DTV 방송보조국 개국(CH60, 출력 20W)
2012. 5. 23	쌍용DTV 방송보조국 개국(CH59, 출력 5W)
2012. 5. 26	신일DTV 방송보조국 개국(CH15, 출력 10W)
2012. 8. 31	진부DTV 방송보조국 개국(CH42, 출력 10W)
2012. 10. 25	아날로그TV 방송 종료

16. 충주문화방송(주)

가. 소재지

○ 충북 충주시 중원대로 3250, 충주문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1970. 10. 10	중원 방송 주식회사로 설립등기(성내동 107)
1970. 11. 12	변경 방송개시(HLAO, 10KW, 1330KHz)
1971. 9. 17	충주문화방송 주식회사로 사명 변경
1974. 6. 25	사옥이전(충주시 성내동 142번지)
1978. 11. 23	주파수 변경(1332KHz)
1983. 10. 31	가엽산tv중계소 개소(UHF CH36, 5KW)
1984. 3. 15	가엽산TV중계소 출력증강(10KW)
1984. 12. 15	제천 TVR 개소(UHF CH26, 500W)
1985. 11. 12	사옥신축이전(충주시 호암동 680번지)
1986. 1. 31	상모 TVR개소(VHF CH06, 10W)
1986. 7. 24	음악FM방송개국(88.7MHz, 3KW)

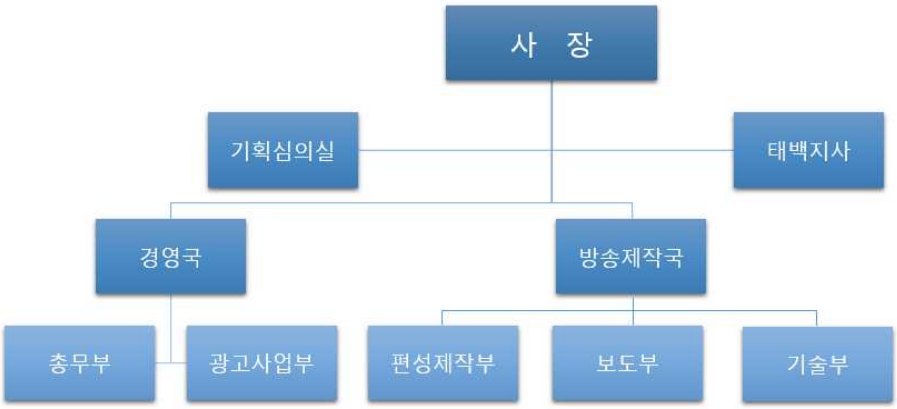
일 자	주 요 연 혁
1986. 11. 12	매포 TVR개소(UHF CH26, 50W), 단양 TVR개소(UHF CH50, 500W)
1987. 11. 17	TV연주소 개국
1988. 2. 1	표준FM 개국(96.1MHz), 괴산TVR 개소(UHF CH51,50W)
1988. 6. 24	신단양 TVR 개소(UHF CH52, 10W)
1990. 12. 31	AM송신소 DCS방식으로 이설
1993. 6. 30	가엽산 송신소 신축 준공
1998. 3. 25	탄금스포츠센터 준공
2001. 11. 12	방송센터 이전 및 인터넷 방송 개국
2005. 11. 12	Digital TV 개국
2006. 11. 12	단양 중계소 DTV 개국 및 시설 건립, 제천TVR DTV 개국 및 시설 건립
2007. 12. 22	DACOM 통합망 개통
2008. 2. 20	DMB 개국(충청 3사 공동투자)
2009. 9. 3	디지털전환 시범사업지역으로 단양군 선정
2010. 10. 28	단양군 영춘 DTV 무선국 개소(UHF ch－22. 2W), 단양군 두산 DTV 무선국 개소(UHF ch－22. 50W)
2010. 11. 3	단양군 디지털TV 전환 완료

17. 삼척문화방송(주)

가. 소재지

○ 강원도 삼척시 새천년도로 629－29, 삼척문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1970. 7. 20	체신부허가 제12082호 무선국허가를 득함 허가일자: 1971. 04. 10 주파수: 1350KHz 출력: 1KW호출부호: HLAQ
1970. 7. 20	회사 설립 등기 필함(등기번호 제74호) 상호를 '동해방송주식회사'로 칭함 제1대 대표이사 사장 이기영 취임
1971. 4. 10	개국
1971. 10. 1	상호변경 '삼척문화방송주식회사'로 함
1971. 12. 23	제2대 대표이사 사장 정태화 취임
1975. 2. 23	사옥 이전(삼척읍 남양리 55－6)
1980. 2. 29	제3대 대표이사 사장 김형준 취임

일 자	주 요 연 혁
1981. 1. 17	제4대 대표이사 사장 노서을 취임
1981. 9. 30	삼척TV중계국 개국(CH: UHF22)
1983. 10. 17	동해TV중계국 개국(CH: UHF22)
1984. 9. 14	태백TV중계국 개국(CH: UHF43)
1985. 1. 30	라디오 송신소 이전 준공식(추암송신소)
1985. 3. 23	FM방송국 신규허가 신청
1985. 7. 11	FM방송국 가허가 취득(출력 3KW, 주파수 102.MHz)
1985. 7. 15	간이TV중계소 가허가 취득(삼화, 장성, 정선, 도계, 산동, 사북, 황지)
1985. 9. 24	FM 시험 전파 발사
1986. 3. 7	제6대 대표이사 사장 곽노환 취임
1986. 5. 1	장성, 정선TV 개국
1986. 5. 26	FM방송국 주파수 변경(102.7MHz→98.1MHz)
1986. 7. 28	FM방송국 개국(주파수 98.1MHz, 출력 3KW)
1986. 8. 28	삼화TVR 개국
1987. 1. 17	황지, 상동, 사북, 도계TVR 개국
1987. 11. 27	TV 연주소 개국
1988. 2. 10	AM방송국 개국(101.5MHz)
1988. 6. 15	동해음악FM 방송국 개국(99.9MHz)
1988. 7. 15	여량, 회동TVR 개국
1988. 12. 4	AM출력 증강(1KW→10KW) 가허가
1989. 2. 23	제7대 대표이사 사장 박창신 취임
1989. 5. 15	호산TVR 개국
1990. 7. 4	MBC 방송강령 선포식
1990. 9. 1	AM 10KW 증강
1992. 1. 30	라디오송신소 이전 준공식(추암송신소)
1992. 11. 11	새사옥 기공식
1994. 3. 4	제8대 대표이사 사장 이양길 취임
1998. 1. 30	태백TV중계소 신축 건물 준공
1998. 2. 20	직제 개편(3국7팀에서 2국 6팀)
1998. 10. 12	TV중계차 입소
1999. 3. 15	제9대 대표이사 사장 김동진 취임
1999. 9. 15	직제 개편(2국6팀에서 2국 6부)
2001. 3. 8	제10대 대표이사 사장 고영일 취임
2001. 4. 6	라디오 MIROS 1차 도입 설치

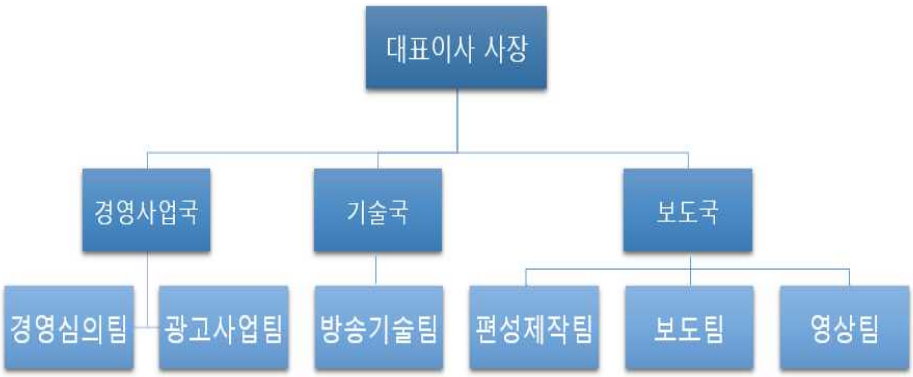
일 자	주 요 연 혁
2001. 6. 1	직제 개편(2국6부에서 3국7부1실)
2001. 8. 2	표준FM 함백산송신소 스테레오화
2001. 9. 21	봉황산 표준FM중계소 개국
2002. 11. 15	제개편(3국1실7부에서 2국1실5부1지사)
2003. 11. 6	백지사 준공식
2004. 2. 2	삼척MBC 인터넷서비스 전용회선 증속(10Mbps)
2004. 4. 10	제11대 대표이사 사장 양영철 취임
2004. 8. 18	중국광서 북해시 전시대 우호교류 협의서 조인식
2005. 3. 11	제12대 대표이사 사장 구영회 취임
2005. 12. 27	삼척MBC 초록봉송신소 준공
2005. 12. 27	삼척MBC DTV개국(초록봉송신소, 함백산중계소)
2008. 3. 4	제13대 대표이사 사장 신용진 취임
2010. 3. 15	제14대 대표이사 사장 문장환 취임
2010. 12. 31	HD NPS 도입 / TAPELESS 시스템 구축
2012. 12. 31	관내 고교 졸업식(삼척MBC 사장상) 수여

18. 포항문화방송(주)

가. 소재지

○ 경상북도 포항시 남구 새천년대로 421, 포항문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1969. 8. 20	가칭 '동해방송주식회사' 설립 발기
1971. 4.	영해방송주식회사로 상호변경 설립 등기
1971. 5. 30	주파수 변경(1550KHz→1110KHz_)
1971. 6. 30	초대 최창호 사장 취임
1971. 8. 30	경주 안강 송신소 준공
1971. 9.	방송국 설치 허가(본사: 포항시 상원동, 송신소: 경주시 안강읍)
1971. 9. 30	AM 방송 설치허가(1550KHz, 10KW)
1971. 10. 1	포항문화방송주식회사로 사명 변경 개국(포항시 상원동 468－6)
1974. 9. 16	사옥 구입 이전(포항시 대흥동 719－117)
1977. 9. 12	포항연일 송신소 착공
1978. 11. 23	포항연일 송신소로 이전
1978. 12. 16	포항연일 송신소 준공
1980. 11. 25	제5공화국 정부 언론사 통폐합
1981. 2. 17	제2대 이태영 사장, 황활원 상무 취임
1981. 5. 24	제1회 동해지구 어린이 그림그리기 대회(매년 실시)
1981. 7. 14	방송자문위원회 구성
1982. 3. 30	R 중계차 구입(코치9)
1982. 5. 30	본 계열사간 직통전화 개설
1983. 2. 22	제3대 홍종선 사장 취임
1983. 6. 10	제1회 공채 수습사원 채용(14명)
1983. 9. 1	음악 FM라디오 방송 개국(97.9KHz, 1KW)
1983. 11. 1	TV 중계소 개국(6CH, 1KW)
1984. 4. 18	AM 송신소 비상 안테나 준공(역L형)
1985. 2. 1	경주 벽도산 간이 TV중계소 개국(53CH, 500W)
1985. 7. 1	FM 방송 출력 증강(1KW→3KW)
1985. 9. 2	신축사옥 기공식(시공자, 진덕산업)
1985. 11. 27.	제1회 여성교양강좌 개설(매월)
1986. 2. 15.	울진 현종산 TVR 개국(31CH, 100W)
1986. 8.	울릉 TV중계소/울릉 가두봉 TV중계소 개소
1986. 10. 31	대잠동 신축사옥으로 이전
1986. 11. 20	대잠동 신축사옥 준공(부지2,038평, 건평1,591평)

일 자	주 요 연 혁
1986. 11. 27	울진 온정 간이 TVR 개국(31CH, 100W)
1987. 11. 22	TV 연주소 개국
1988. 3. 16	제4대 서창식 사장 취임
1988. 7. 9	노동조합 설립(위원장 조승완 외 22명)
1988. 8. 1	영덕 영해 TVR 개국(35CH, 100W)
1989. 1. 23	회사 주소 변경 등기(포항시 남구 대잠동 907－4)
1989. 5. 10	1980년 해직자 복귀
1989. 6. 1	경주여성교양강좌 개설(매월)
1990. 7.	사내근로복지기금 설치
1992. 2.	제6대 김창식 사장 취임
1992. 11.	경주 보문 TV중계소 개소
1993. 3.	제7대 박영일 사장 취임
1994. 2.	경주 외동 TV중계소 개소/경주 양북 TV중계소 개소
1995. 4.	일본TSS방송사와 자매결연 체결
1995. 8.	중국 길림성 훈춘방송과 우호제휴 체결
1995. 11.	대구MBC미디컴(주) 자회사 설립 지분 참여(10%)
1996. 3.	제8대 김진호 사장 취임
1998. 10.	포항연일 중명 송신소 준공·이전
1999. 3. 12	제27기 포항MBC 주주총회(제9대 박근학 사장 선임)
1999. 4. 22	포항MBC 인터넷 홈페이지 공식 개통
1999. 8. 1	스포츠센터 완공
1999. 8. 10	조항산 TV송신기 출력증강 준공
1999. 10. 10	사보 '해오름' 창간
1999. 11. 17	표준FM 개국(도음산 송신소와 안강TVR 개국)
1999. 12. 6	포항MBC 문화대상 시상
2000. 2. 1	기구 개편(2국6부)
2000. 3. 6	제28기 정기 주주총회(제10대 김일수 사장 선임)
2000. 10. 1	기구 개편(2국7부1지사)
2001. 9. 26	울진중계소 개소
2001. 10. 18	창사30주년 기업이미지 조사 보고서 발간
2002. 9. 30	창사31주년 기념식 및 비평상 시상식
2002. 10. 26	울릉FM중계소 준공 행사
2003. 3. 11	제31기 정기 주주총회(제11대 김승한 사장 선임)

일 자	주 요 연 혁
2003. 5. 6	기구 개편(3국6부3팀)
2004. 3. 22	경주사무소 이전
2004. 4. 1	주5일제 근무 시작
2004. 4. 13	자회사 ㈜포항시네마 개관
2004. 6. 30	신입사원 채용
2004. 9. 23	자회사 (주)포항시네마 1차증자 실시
2004. 9. 24	경주 벽도산 중계소 50M철탑 신설 및 확장 이전
2004. 10. 8	자회사 ㈜포항시네마 2차증자 실시
2004. 10. 15	일본 나가사키 NBC 방송사 교류 내방
2005. 3. 17	제32기 정기 주주총회(제12대 정기평 사장 선임)
2005. 5. 24	프로그램 기획 재활용가게 “행복한가게” 개점식
2005. 5. 26	자회사 포항시네마 증자 실시
2005. 8. 28.	사옥 대수선공사 입찰에 따른 계약
2005. 10. 8	뉴스센터 신설(TV주조정실에서 제작기능 분리)
2005. 10. 11	중국 대련광파전시국 관계자 우호방문 및 우호협약 조인식
2005. 12. 20	DTV 개국
2006. 1. 10	DTV 개국식 개최
2006. 1. 23	사옥 대수선공사 2차공사 시작(공개홀, 제작부조)
2006. 4. 2	중명 송신소 AM우회선로 설치
2006. 5. 8.	일기예보 방송 실시
2006. 6. 13	독일 월드컵 거리응원전 시작(토고전, 프랑스전, 스위스전)
2006. 11. 20	사옥철탑 이전 공사
2006. 11. 27	연주소 안테나 이설 공사
2006. 12. 24	경주, 울진DTV중계소 마무리 작업 및 시험방송 실시
2007. 1. 15	경주, 울진DTV 개국식
2007. 3. 2	제36기 주주총회
2007. 3. 14	자회사 ㈜포항시네마 주주총회
2008. 3. 4	제37기 주주총회(제13대 조학동 사장 선임)
2008. 12. 10	편집실 리모델링 완공
2009. 3. 3	제38기 주주총회(제14대 남정채 사장 선임)
2009. 7. 29	포항MBC 경영자문위원회 구성(지역인사 10명)
2009. 10.	사회공헌사업 시작(불우이웃 집고쳐주기－희망발전 프로젝트)
2010. 3. 10	제39기 주주총회(제15대 강성주 사장 선임)

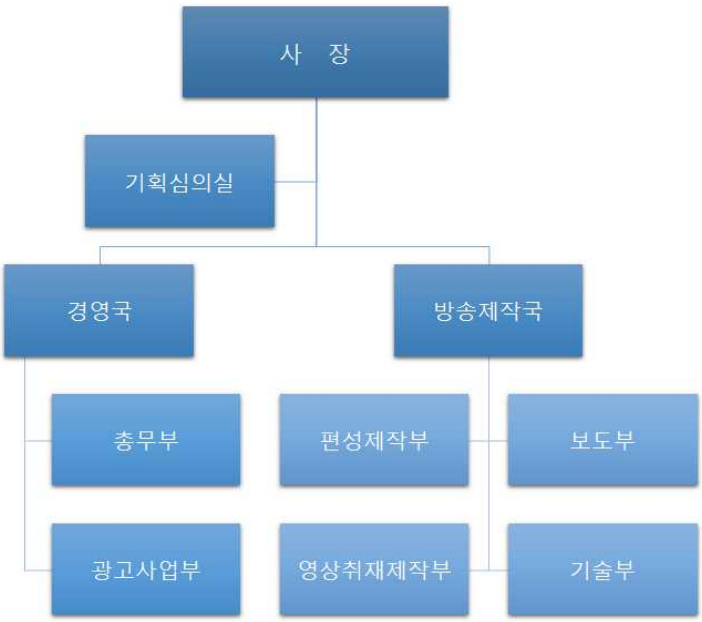
일 자	주 요 연 혁
2010. 8. 6	뉴스센터 HD제작시스템 전환 완료
2010. 8. 21	온정 DTV방송보조국 개소
2010. 12. 30	도음산 송신소 청사 증축(49py－85py) 준공
2011. 4. 12	기구 개편(3국9팀－>3국7팀)
2011. 10. 13	민관협력 우수사례 공모대회 공기업부문 최우수상 수상
2011. 10. 24	도음산 DTV방송보조국 개소
2012. 3. 29	현종산 (울진)DTV방송보조국 개소
2012. 4. 19	영덕 DTV방송보조국 개소
2012. 4. 20	보문 DTV방송보조국 개소
2012. 5. 12	가두봉 DTV방송보조국 개소
2012. 5. 12	울릉 DTV방송보조국 개소
2012. 10. 29	감포 DTV방송보조국 개소
2012. 11. 6	아날로그TV방송 종료
2012. 11. 30	경주 양동마을 소출력DTV중계기 설치
2013. 3. 22	TV중계차 HD전환 완료
2013. 6. 10	이우철 제16대 대표이사취임
2013. 9. 9	기구 개편(3국7팀－>3국6팀)

19. 강릉문화방송(주)

가. 소재지

○ 강원도 강릉시 가작로 267, 강릉문화방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1967. 11. 10	무선국 가허가(주파수 1,360KHz, 호출부호 HLSO, 출력 10KW)
1968. 3. 29	영동방송주식회사 설립등기
1968. 5. 12	주파수・호출부호 변경(1,360KHz 1,290KHz, HLSHLAF)
1968. 6. 13	시험전파 발사
1968. 6. 20	무선국 허가
1968. 6. 22	개국(성내동 임시스튜디오)
1969. 8. 31	사옥 준공(임당동 스튜디오)

일 자	주 요 연 혁
1971. 9. 15	강릉문화방송주식회사로 상호 변경
1973. 12. 31	비상주파수 설치(575KHz)
1978. 11. 23	주파수 및 비상주파수 변경, 1,290KHz → 1,287KHz, 575KHz → 864KHz
1981. 2. 1	한국방송광고공사와 광고방송대행 계약
1981. 2. 13	연합통신과 통신방송 계약
1982. 10. 25	TV중계소 가허가(주파수 CH31, 출력 10KW)
1983. 10. 17	TV중계소 개국
1984. 12. 1	방송송신 중계소 KTA에 위탁운영
1984. 12. 29	TV방송 허가
1985. 6. 19	무선국 허가(FM)
1985. 6. 22	FM방송 개국(94.3MHz, 5KW)
1985. 9. 03	무선국 허가(TV방송)
1985. 9. 06	TV방송국 개국
1986. 2. 23	속초 간이TV중계소 개소(CH23, 출력 100W)
1986. 12. 17	양양·옥계 간이 TV중계소 개소 －양양: CH33, 출력100W, 옥계: CH41, 출력10W
1987. 9. 8	신축사옥 기공식
1988. 6. 1	방송송신중계소 환원
1988. 6. 17	R중계차 제작
1988. 12. 17	신축사옥 준공식
1989. 1. 20	대관령 간이TV중계소 개소 CH41, 출력 500W
1989. 5. 31	TV중계차 구입
1991. 10. 24	일본국 아키다TV(주)와 우호제휴체결
1992. 9. 17	고성 간이TV 중계소 가허가
1993. 7. 14	중국 감숙TV와 우호제휴 가조인
1993. 8. 28	고성 간이TV 중계소 개소(CH25, 출력 500W)
1995. 10. 18	한·중·일 3국합작 TV대하 다큐멘터리 '티벳불교' 제작완료 방송
1998. 12. 11	패방산송신소 신축 이전 준공
1999. 8. 17	표준FM허가(96.3MHz, 3KW)
1999. 11. 30	경포송신소 신축 이전 준공
1999. 12. 20	표준FM 96.3MHz 개국
2000. 9. 23	대통령 표창
2000. 11. 9	옥계간이TV중계소 출력증강(CH 41, 출력 10W →100W)

일 자	주 요 연 혁
2001. 2. 13	IMT2000 사업 투자(7만 2,560주)
2001. 6. 22	인터넷 방송개국(TV, RADIO, 실시간방송 및 VOD, AOD)
2002. 9. 26	강릉MBC 자랑스런 시민대상 제정
2002. 12. 9	제1회 강릉MBC 자랑스런 시민대상 시상식(질서부문)
2004. 2. 26	라디오 Miros 준공식
2004. 10. 1	사옥증축공사 착공
2005. 3. 3	국세청장 표창
2005. 9. 7	주식소각 변경등기 －발행주식총수 변경(종래:160,000주 변경:81,600주) －자본금 변경등기(종래:800,000,000원 변경:408,000,000원)
2005. 12. 28	디지털 방송 개시, 사옥증축공사 준공
2006. 5. 21	이란 국영방송 IRIB 주최 제7회 국제라디오페스티벌 －문화예술부문 최우수 작품상 수상(라디오 다큐 “굿은 살아있다”)
2006. 6. 27	보건복지부장관 표창
2006. 11. 8	HD 다큐 “겨울설악” 대한민국영상대전 지역방송 영상부문 프로특별상 수상
2007. 5. 11	기구개편 3국 6부 1실 1팀 1지사
2007. 9 7	제34회 방송대상 올해의 방송인 촬영부문: 영상취재제작팀 박영만
2008. 6. 22	창사 40주년 기념식
2009. 3. 16	디지털 16:9 뉴스 송출 실시
2010. 3. 8	대표이사 임무혁 취임
2010. 6. 22	이달의 좋은 프로그램상 다큐 “철딱서니 학교” 수상
2010. 7. 1	근로시간 면제제도 도입
2010. 8. 1.	퇴직연금제도 도입
2010. 10. 27	적십자회원유공장 포장(은장) 수상
2010. 11. 8.	기구조직 개편(3국6부1실1팀1지사→2국6부1실)
2010. 11. 15	산학협력 협약 체결(관동대학교)
2010. 12. 21	2010 푸른미디어・청소년상 다큐“우리는 다살이를 꿈꾼다” 수상
2011. 3. 5.	뉴스센터 HD전환 및 NPS시스템구축
2011. 6. 13	양양간이DMB허가(CH13A, 90W)
2011. 10. 27.	적십자회원유공장 포장(금장) 수상
2011. 11. 2.	DTV M/W허가(4.45GHz, 1.5W)
2012. 1. 17.	웰빙노래세상 300회 특집 녹화
2012. 3. 21.	속초, 옥계 간이DTV허가(속초:CH48,50W, 옥계:CH23,20W)
2012. 3. 26.	양양간이DTV,표준FM,음악FM허가 (DTV:CH28, 표준FM:100.7Mhz, 음악FM:90.7Mhz, 90W)

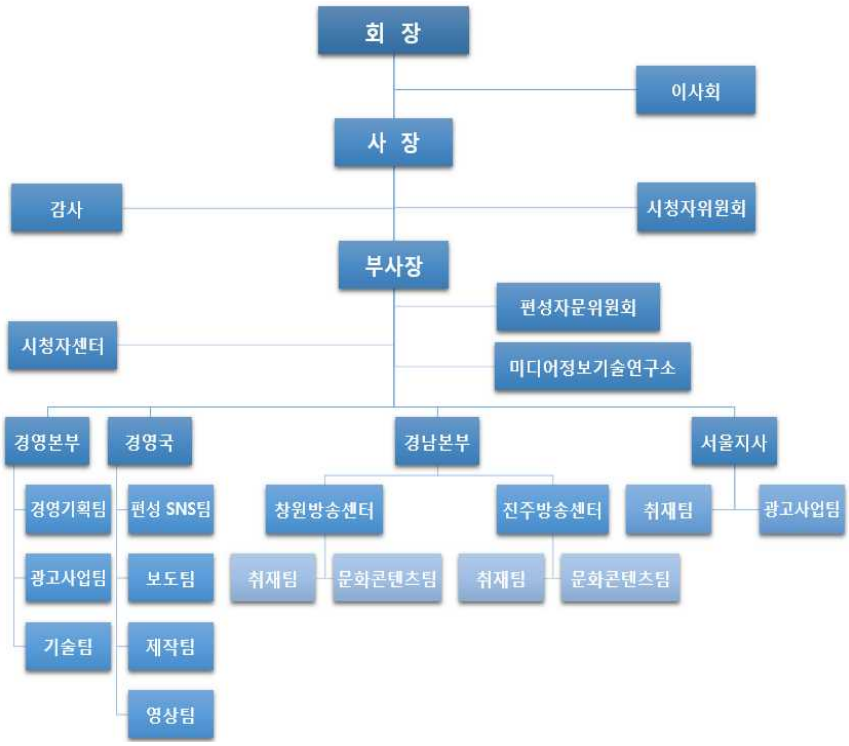
일 자	주 요 연 혁
2012. 8. 26	라디오 Miros2 구축
2012. 10. 25	아날로그TV방송 종료
2012. 11. 6	옥계면 남양리 소출력동일채널중계기 준공
2012. 11. 21	라디오 중계차 제작
2013. 1. 25	HD TV중계차 제작 인수(MBC C&I)

20. (주)KNN

가. 소재지

○ 부산광역시 해운대구 센텀서로 30, KNN

나. 조직구성



다. 연혁

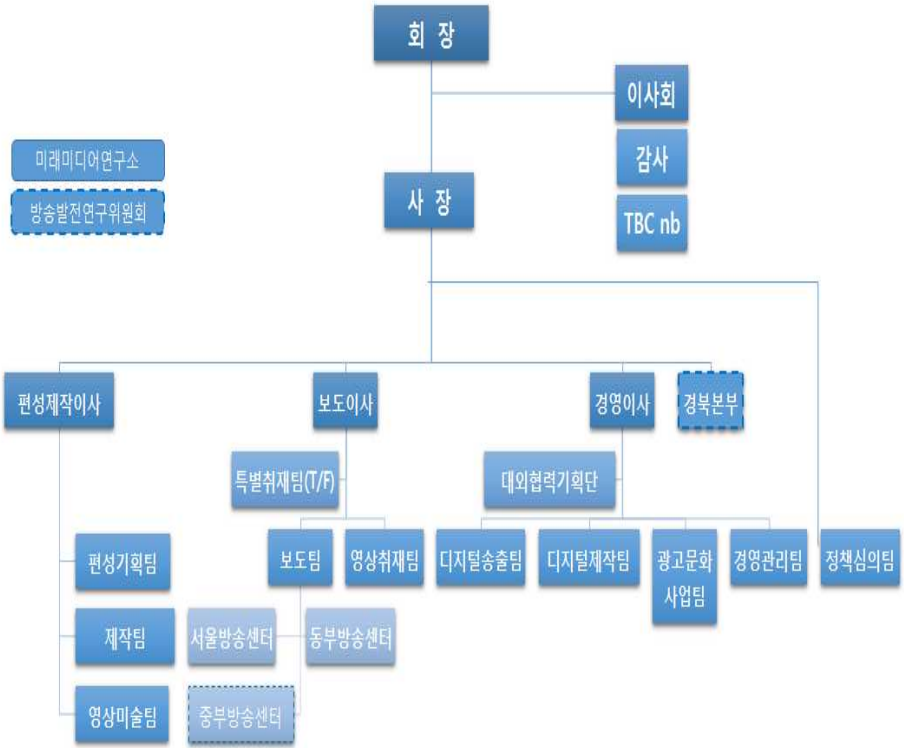
일 자	주 요 연 혁
1994. 9. 07	부산방송주식회사(PSB) 설립
1995. 5. 14	TV개국
1995. 12. 20	(재)부산방송문화재단 설립
1997. 9. 9	FMRADIO개국
1999. 12. 10	일본 TNC와 우호협력 협정 체결
2000. 8. 21	중국 텐진TV와 우호협력 협정 체결
2000. 10. 20	인터넷 방송 락티비닷컴(rakTV.com) 개국 ⇒ 2006. 5. 14. iKNN으로 명칭 변경
2003. 11. 14	중국 칭다오TV와 우호협력 협정 체결
2003. 12. 31	D－TV개국 및 본방송 시작
2005. 7. 11	부산/경남지역 광역방송사로 선정
2005. 12. 9	불모산, 망진산, 감악산 A－TV, D－TV 중계소 허가
2006. 2. 13	창원 방송 센터 개소
2006. 5. 15	주식회사케이엔엔(KNN)으로 사명 변경
2007. 2. 1	진주 방송 센터 개소
2007. 8. 30	경남 감악산 중계소 개국(부산경남 660만 가시청권)
2008. 6. 27	DMB개국
2009. 4. 13	HD뉴스 방송개시
2010. 11. 03	코스닥 상장
2011. 12. 26	장군대산FM방송보조국 준공
2012. 11. 22	KNN타워 센텀신사옥 준공식
2012. 12. 21	미포, 문수산 DMB중계소 개국
2013. 9. 16	기장, 정관 FM중계소 개국
2013. 12. 20	양산 FM중계소 개국 예정

21. (주)대구방송

가. 소재지

○ 대구광역시 수성구 두산동 201－9, 대구방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1994. 9. 9	TBC 창립총회(43개 주주사)
1994. 9. 22	공보처로부터 방송국 허가 추천 得
1995. 4. 12	미국 LA KCOP 방송국과 제휴협정 체결
1995. 3. 31	일본 아사히 TV와 제휴협정 체결

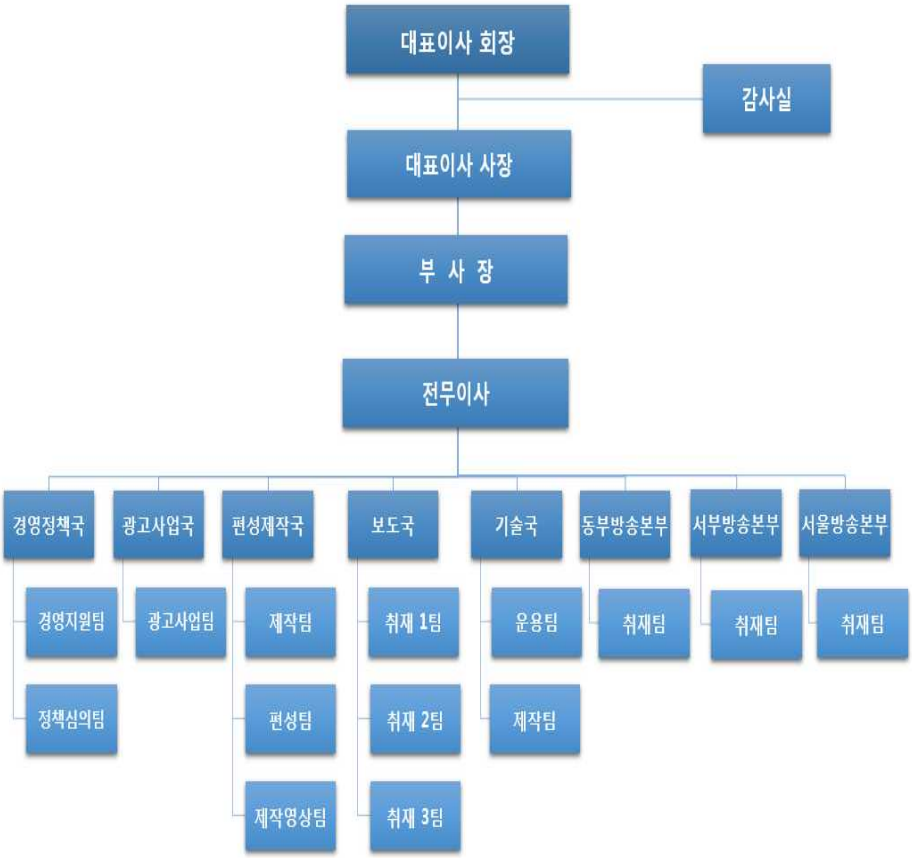
일 자	주 요 연 혁
1995. 5. 9	정통부로부터 방송국 허가 得
1995. 5. 14	TBC 개국 첫 전파 발사(채널 19)
1995. 6. 19	중국 CCTV와 국제업무협정 체결
1996. 6. 15	TBC 문화재단 설립(TBC 20억원 출연)
1997. 5. 2	일본 히로시마 홈TV와 제휴협정 체결
1997. 12. 01	TBC Dream FM 개국(99.3MHz)
1997. 12. 31	TBC 문화재단 10억원 추가 출연
2000. 12. 01	TBC 방송권역 확장(대구경북 전역)
2003. 8. 21	TBC 디지털 방송 개국(56개 지역방송 중 최초)
2003. 12. 9	중국 선양방송과 제휴협정 체결
2003. 12. 24	(주)귀뚜라미정밀공업(현 나노켐) 대주주 변경 허가(경북체신청)
2004. 12. 31	TBC 문화재단 3억원 추가 출연
2005. 5. 13	창사 10주년 새 방송이념 선포
2005. 12. 22	TBC 디지털TV 중계소 개국(안동, 포항)
2005. 12. 31	TBC 문화재단 3억원 추가 출연
2006. 12. 27	DMB 지역사업자 선정
2006. 12. 28	TBC 문화재단 4억원 추가 출연(총 40억원 출연)
2007. 9. 26	DMB 시험방송
2008. 6. 30	DMB 본방송 개시
2009. 1. 01	TBC 새 CI 제정
2010. 1. 19	현 사옥 매입
2010. 11. 29	코스닥 상장
2011. 5. 14	HD제작센터 개국 및 HD뉴스 개시
2012. 10. 17	디지털방송 송신시설 구축 완료
2012. 11. 6	아날로그방송 종료
2013. 2. 25	서울방송센터 개소

22. (주)광주방송

가. 소재지

○ 광주광역시 남구 중앙로87(서동), 광주방송

나. 조직구성



다. 연혁

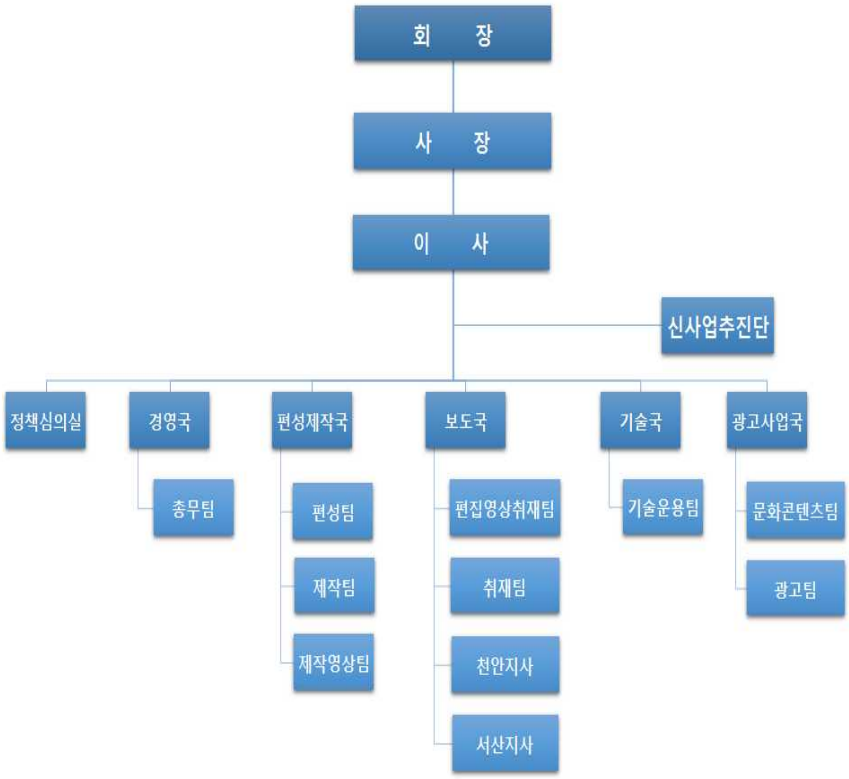
일 자	주 요 연 혁
1994. 8	광주지역 민방 사업자로 선정
1995. 5	TV 방송국 개국
1998. 2	FM(My FM) 방송국 개국
1998. 7	전남서부방송본부 설립(전남 목포)
1999. 12	전남동부방송본부 설립(전남 여수)
2000. 6	중국 연변방송국과 자매결연협정 체결
2001. 9	박홍석 사장 취임
2002. 4	중국 광저우TV와 우호교류협정 체결
2002. 5	DTV 실험국 운영(한일월드컵 DTV중계)
2002. 11	DTV 방송국 개국
2005. 6	해남 대둔산DTV중계소 개소
2006. 5	남해 망운산DTV중계소 개소
2006. 6	DMB 실험국 운영(독일월드컵 DMB중계)
2008. 6	DMB 방송국 개국
2008. 9	광주영어방송(GFN)과 협력방송사 협약
2008. 12	여수 구봉산DTV중계소 개소, 목포 양을산DTV중계소 개소
2010. 8	일본 미야기TV와 우호교류협정 체결
2010. 9	HDTV 송출센터 디지털 시설 완료
2011. 8	HDTV 제작센터 디지털 시설 완료

23. (주)대전방송

가. 소재지

○ 대전광역시 유성구 엑스포로 131, 대전방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1994. 9. 7	TJB 대전방송 설립 임성기 초대 사장 취임
1995. 5. 14	TJB 대전방송 개국(Ch 22, 대전, 충남 전역 방송권역)
1995. 8. 1	공주 봉황산 중계소 개국
1995. 10. 1	논산 향적산 중계소 개국
1995. 10. 26	TJB 문화재단 설립(자본금: 30억원)
1995. 11. 15	대전 적오산 중계소 개국
1996. 4. 3	일본 미야자키 UMK사와 상호 우호조약 체결
1996. 7. 11	금산 만악산 중계소 개국
1997. 9. 5	정인범 초대 회장 취임, 김광수 2대 사장 취임
1998. 3. 2	TJB POWER FM 개국(95.7MHz, 충남일부 96.5 MHz))
1998. 3. 12	정인호 2대 회장 취임
1999. 2. 1	보령 옥마산 중계소 개국, 서천 남산 중계소 개국
1999. 6. 5	서산 원효봉 중계소 개국
1999. 8. 10	천안 흑성산 중계소 개국
1999. 12. 21	중국 허베이 TV사와 상호우호조약 체결
2000. 4. 24	부여 장암산 중계소 개국
2001. 12. 17	이중기 4대 사장 취임
2002. 1. 1	TJB POWER FM 원효봉 중계소 개국(96.5MHz)
2002. 5. 24	TJB 천안지사 개소
2003. 4. 1	TJB 서산지사 개소
2003. 5. 29	TJB 교향악단(오케스트라) 창단
2003. 10. 22	일본 구마모토 KKT사와 상호우호조약 체결
2003. 12. 1	TJB 디지털 TV 개국(Ch 15, 가상채널 6－1)
2004. 3. 18	정보연 3대 회장 취임
2005. 12. 15	천안 흑성산 디지털중계소 개국, 서산 원효봉 디지털중계소 개국
2006. 12. 30	보령 옥마산 디지털 중계소 개국
2007. 7. 16	TJB DMB 시험전파 발사
2007. 9. 28	TJB DMB 식장산 송신소 준공
2008. 6. 30	TJB DMB TV 1채널(TJB－SBS) 개국

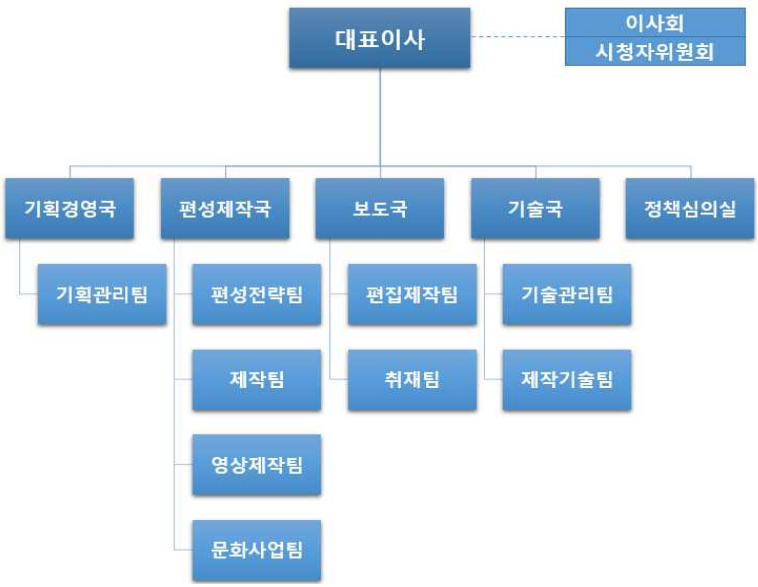
일 자	주 요 연 혁
2008. 9. 1	TJB DMB TV 2채널(CJB－YTN) 개국
2009. 3. 5	이갑우 7대 사장 취임
2010. 2. 5	일본 홋카이도 HTB사와 상호우호조약 체결
2010. 5. 14	TJB HD방송 스튜디오 개국(자체프로그램 풀HD 송출)
2011. 4. 4	TJB DMB TV 서산 원효동 방송보조국 구축
2011. 7. 20	TJB DMB TV 보령 옥마산 방송보조국 구축
2012. 3. 4	이왕돈 8대 사장 취임
2012. 6. 4	TJB DMB TV 논산 향적산 방송보조국 구축
2012. 10. 10	대전 유성구 도룡동 신사옥 이전
2012. 10. 16	HD 디지털방송 전환

24. (주)울산방송

가. 소재지

○ 울산광역시 중구 구교로 41(학산동 47－20), 울산방송

나. 조직구성



다. 연혁

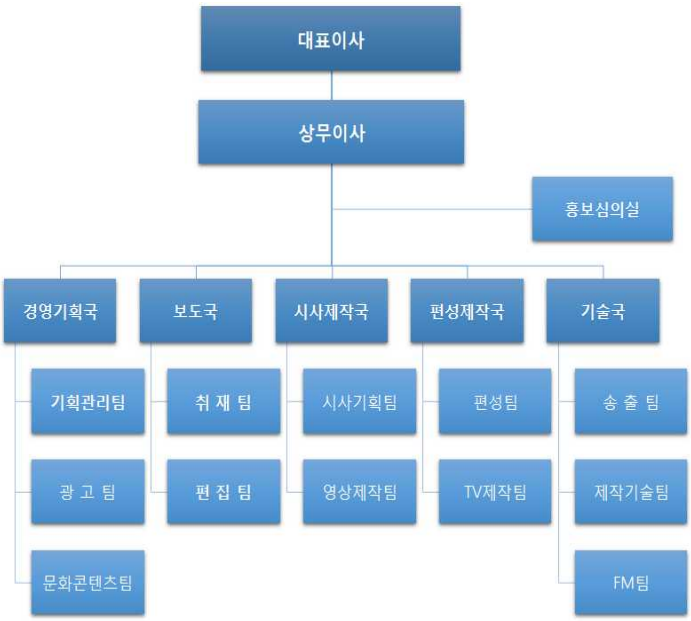
일 자	주 요 연 혁
1996. 12. 16	UBC울산방송 법인설립(자본금 300억원)
1997. 9. 1	TV방송 개국
1998. 10. 24	미포, 문수산, 언양 TV 방송보조국 개설
1999. 8. 12	양산 TV 방송보조국 개설
2000. 10. 20	중국 장춘방송과 우호협력 체결
2001. 9. 1	FM방송 개국
2003. 12. 4	DTV 개국
2003. 12. 26	문수산 DTV 방송보조국 개설
2003. 12. 29	ubc문화장학재단설립(설립출연금 5억원)
2006. 12. 29	ubc문화장학재단 기본재산 추가 출연(기본재산 12억원)
2008. 7. 1	지상파 DMB(협력사업자)TV 채널 방송서비스 실시
2008. 12. 23	양산, 언양 DTV 방송보조국 개설
2010. 12. 18	사옥이전 및 DTV 제작, 연주시설 전환 완료
2011. 5. 24	DTV 송신시설 전환 완료
2011. 7. 12	미포 DTV 방송보조국 개설
2011. 12. 28	HD 중계차(대형) 도입
2012. 6. 12	일본 니가타 BSN 방송과 우호교류협약 체결
2012. 8. 16	아날로그 방송 종료
2012. 12. 21	문수, 미포 DMB 방송보조국 개설

25. (주)전주방송

가. 소재지

○ 전북 전주시 덕진구 정여립로 1083, 전주방송

나. 조직구성



다. 연혁

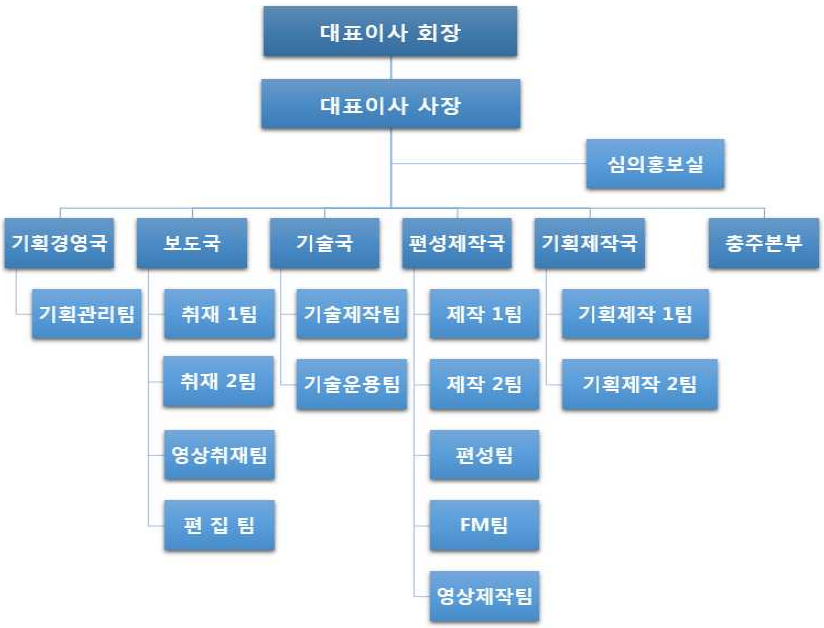
일 자	주 요 연 혁
1996. 11. 6	지역 민영방송사업자 선정
1997. 1. 15	(주)전주방송 법인설립
1997. 9. 27	방송국 개국(TV)
2000. 2. 22	최다액출자자 변경((주)세풍 → 일진홀딩스(주))
2001. 8. 28	FM 개국
2005. 12. 29	DTV 개국
2006. 7. 4	(재)호남문화재단 설립(기본재산 5천만원)
2008. 9. 1	지상파DMB 개국

26. (주)청주방송

가. 소재지

○ 충청북도 청주시 흥덕구 사운로 59－1 CJB, 청주방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1996. 11. 6	지역민영방송 사업자 선정
1997. 10. 18	TV 방송국(HLDR－TV) 개국
1999. 4. 1	충주 가섭산TV방송보조국 개국
2000. 7. 6	제천 용두산TV방송보조국 개국
2001. 9. 26	FM 라디오 방송국(HLDR－FM) 개국
2005. 4. 25	중국 광서TV와 우호교류약정서 체결
2005. 6. 30	DTV방송국(HLDR－DTV) 개국

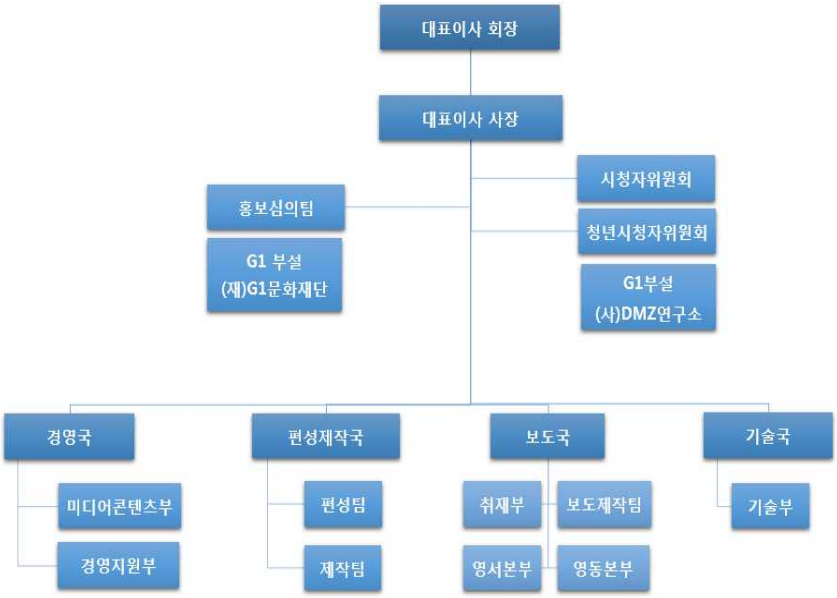
일 자	주 요 연 혁
2006. 7. 31	가엽산(음성)DTV방송보조국개국
2007. 12. 31	용두산(제천) DTV방송보조국 개국
2008. 8. 29	지상파DMB개국
2010. 11. 3	두산(단양) DTV방송보조국 개국
2011. 12. 14	가엽산(음성) FM방송보조국 개국
2012. 1. 3	가엽산(음성)DMB방송보조국 개국
2012. 2. 15	용두산(제천)DMB방송보조국 개국
2012. 9. 10	금수산(단양)DTV방송보조국 개국
2012. 10. 18	HD 디지털 전환 완료
2012. 10. 24	아날로그방송국(HLDR－TV) 폐지

27. (주)강원민방(G1)

가. 소재지

○ 강원도 춘천시 동면 소양강로 274, 강원민방

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
2001. 4. 23	(주)강원민방 법인설립
2001. 8. 13	(주)강원민방 지상파방송국 허가
2001. 12. 15	GTB－TV 방송국 개국(춘천, 원주, 강릉)
2002. 6. 13	일본 HTB와 한/일 우호 교류 협정조인
2002. 10. 14	TV중계소 허가(삼척)
2003. 1. 30	삼척 봉황산 TV중계소 개국
2003. 5. 15	GTB－FM 방송국 허가(춘천)
2003. 6. 7	지상파 DTV방송국 허가
2003. 6. 10	강릉 괘방산 FM중계소 허가
2003. 10. 10	GTB Fresh FM 방송국 개국(춘천, 강릉)
2004. 12. 28	GTB－TV 방송국 재허가
2005. 3. 28	DTV 중계소 허가(원주, 횡성 ,강릉)
2005. 6. 1	GTB－DTV 방송국 개국(춘천)
2005. 7. 11	DTV 중계소 허가(동해)
2005. 12. 14	GTB－FM 방송국 재허가
2006. 1. 1	DTV 중계소 개국(원주, 강릉)
2006. 12. 27	지상파DMB사업 허가추천 대상법인 선정
2007. 1. 1	DTV 중계소 개국(횡성, 동해)
2007. 5. 2	GTB－지상파DMB 방송국 허가
2007. 12. 31	GTB－TV, DTV, FM 방송국 재허가
2008. 6. 30	GTB－지상파DMB 방송국 개국(춘천)
2009. 2. 23	FM 중계소 허가(원주)
2009. 6. 1	FM 중계소 개국(원주)
2010. 5. 1	베트남 QTV와 업무협력에 관한 MOU 체결
2010. 6. 16	원주영상미디어센터와 업무협력에 관한 MOU 체결
2010. 12. 31	GTB－TV, DTV, FM, DMB 방송국 재허가
2011. 4. 13	국회사무처와 방송교류에 관한 MOU 체결
2011. 7. 30	FM 중계소 허가(태백)
2011. 8. 1	HD제작 부조정실 시설 준공
2011. 10. 10	G1(Gangwon No.1 Broadcasting)으로 사명 변경, (주) 지원
2011. 11. 22	DMB 중계소 허가(원주, 강릉)
2011. 11. 23	일본 NKT와 업무협력에 관한 MOU 체결

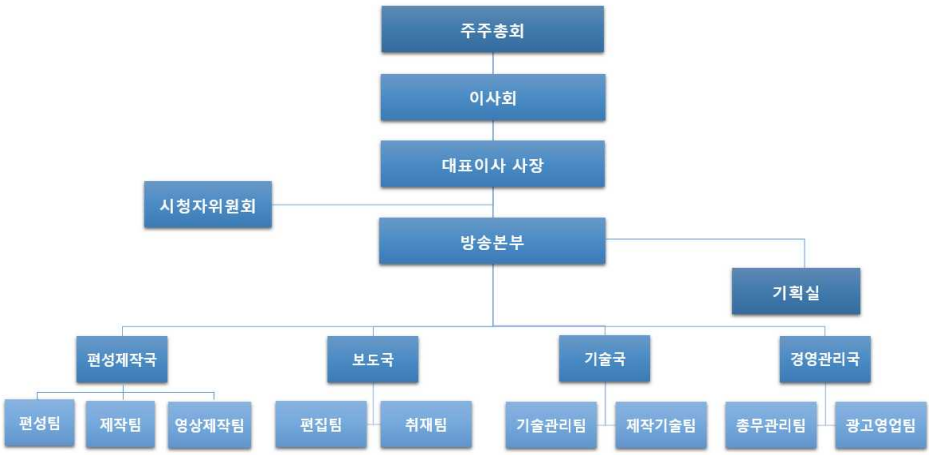
일 자	주 요 연 혁
2011. 12. 15	DMB 중계소 개국(원주, 강릉)
2011. 12. 16	FM 중계소 개국(태백)
2012. 5. 18	정보통신공사업등록
2012. 5. 21	DTV 중계소 허가(태백, 삼척)
2012. 5. 30	보건복지부, 한국사회복지협의회와 '행복나눔 N' 캠페인 협약 체결
2012. 8. 23	DTV 중계소 개국(삼척)
2012. 9. 11	FM 중계소 허가(횡성)
2012. 10. 25	아날로그 TV방송 송출 종료
2012. 12. 4	DTV 중계소 개국(태백, 홍천)
2012. 12. 10	DMB 중계소 개국(횡성)
2013. 5. 16	'문화(티켓)기부' 협약서 체결(강원명진학교, 원주시사회복지협의회, 강릉종합사회복지관)
2013. 6. 20	HD 중계차 제작도입
2013. 6. 25	DMB 중계소 개국(속초, 삼척)

28. (주)제주방송

가. 소재지

○ 제주특별자치도 제주시 연삼로 95(오라삼동), 제주방송

나. 조직구성



다. 연혁

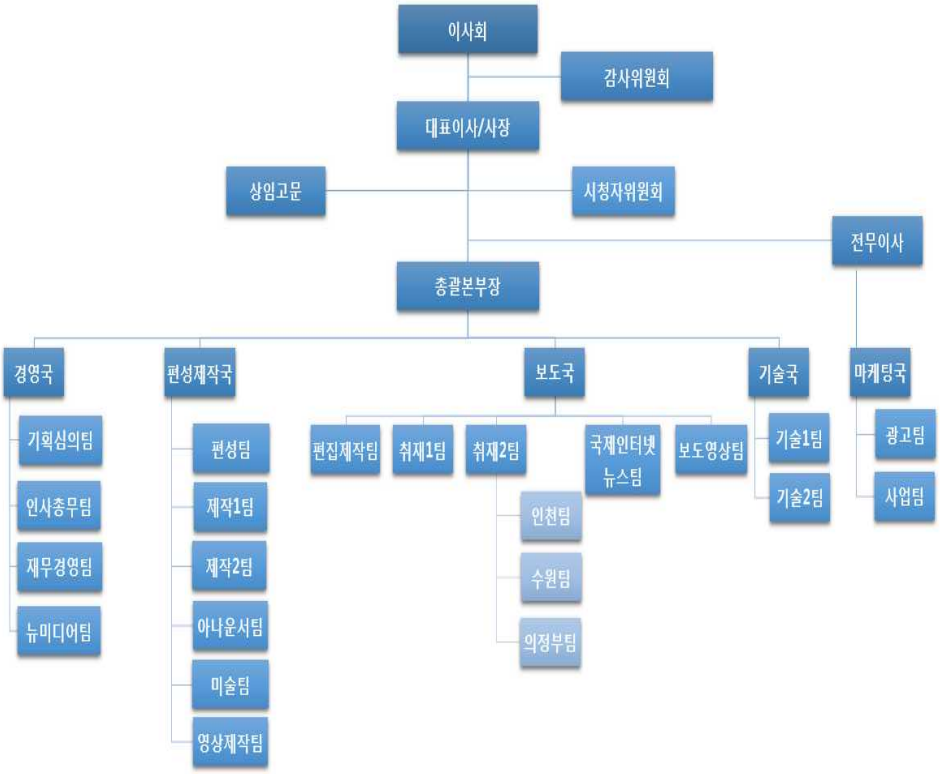
일 자	주 요 연 혁
2001. 12. 7	(주)제주방송 창립
2002. 3. 29	(주)제주방송 TV방송국 허가
2002. 5. 31	JIBS 제주방송 TV개국
2003. 1. 4	JIBS 제주방송 FM방송국 허가
2003. 6. 1	JIBS 제주방송 FM개국
2003. 6. 25	JIBS DTV 방송국 허가
2005. 6. 1	JIBS 제주방송 DTV 개국
2007. 5. 2	JIBS 제주방송 지상파DMB방송 허가
2008. 6. 30	JIBS 제주방송 지상파DMB방송 송출
2008. 12. 31	JIBS 문화장학재단 설립
2011. 6. 29	JIBS 아날로그 TV 송출 종료

29. 오비에스경인티브이(주)

가. 소재지

○ 경기도 부천시 오정구 오정동 202－7, 오비에스경인티브이

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
2006. 4. 28	경인지역 지상파방송사업자 선정
2006. 5. 2	경인방송 개국 준비단 출범
2006. 8. 30	경인방송(주) 법인설립

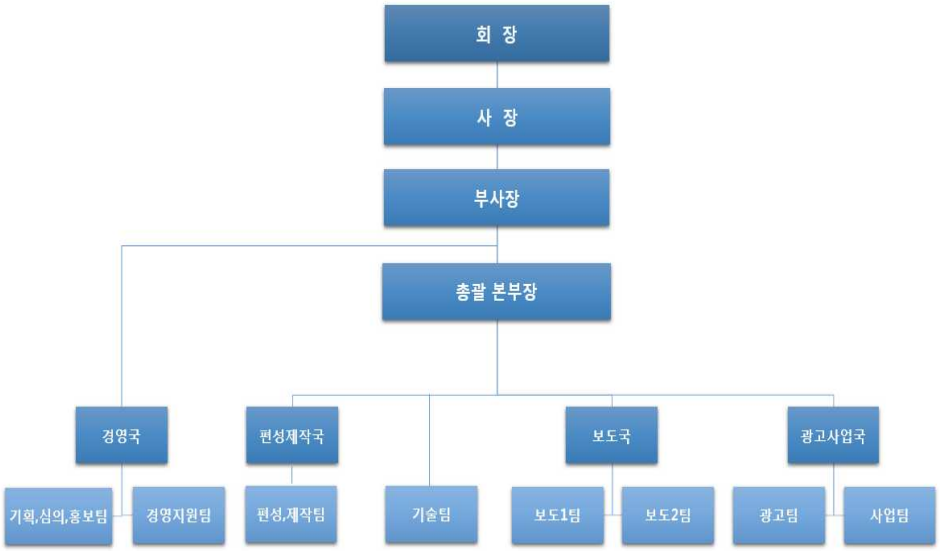
일 자	주 요 연 혁
2006. 11. 8	김성재 대표이사 사장 취임
2007. 4. 12	방송위원회, OBS 사업허가 추천
2007. 7. 20	주철환 대표이사 사장 취임
2007. 12. 26	(재)OBS문화재단 설립
2007. 12. 28	개국 및 방송역사체험관 개관
2008. 3. 27	OBS경인TV(주)로 사명 변경
2008. 7. 23	광교산 중계소 허가(서울전파관리소)
2009. 2. 12	차용규 대표이사 사장 취임
2009. 8. 28	(주)미디어OBS PP 등록
2010. 3. 24	용문산 방송보조국 허가(서울전파관리소)
2010. 6. 14	김종오 대표이사 사장 취임
2010. 12. 6	방송국 재허가 승인(방송통신위원회)
2011. 8. 1	케이블TV 서울 전 지역 역외재송신 실시
2011. 12. 28	용문산 방송보조국 개국
2012. 7. 1	KT 스카이라이프 위성방송 서울 전 지역 재송신 실시
2012. 9. 12	SKB IPTV 서울 전 지역 재송신 실시
2012. 9. 29	KT IPTV 수도권 전 지역 재송신 실시
2012. 10. 16	LGU+ IPTV 수도권 전 지역 재송신 실시
2013. 2. 20	윤승진 대표이사 사장 취임
2013. 3. 29	제3자 배정 유상증자

30. (주)경인방송(iTVFM)

가. 소재지

○ 인천광역시 남구 아암대로 287번길 7, 경인방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1996. 2	동양화학 인천민방추진사업단 발족
1997. 1	법인설립 등기(주식회사 인천방송)
1997. 2	공보처 무선국(방송국) 개설허가 추천
1997. 5	무선국(고정국) 가허가 취득(서울체신청), 방송국 가허가 취득(정보통신부)
1997. 9	시험방송
1997. 10	개국(인천 수봉공원 송신소,UHF CH21) →인천, 경기서부, 서울 강서구 방송국 허가증 취득(정보통부)
1998. 4	미 메이저리그 중계 계약(박찬호 경기 등 중계)
1998. 7	FM 방송국 개설 허가 추천 신청

일 자	주 요 연 혁
1998. 11	중국 충징TV 우호교류협정
1999. 11	문광부 FM방송국 개설허가 추천서 취득
1999. 12	정통부 FM 방송국 허가 추천 신청
2000. 1	광교산 중계소 개설 허가 추천
2000. 3	(주)경인방송으로 사명 변경 정통부 광교산(경기도 용인)중계소 개설 허가
2000. 10	광교산중계소 개국(VHF CH4) → 경기남부
2001. 2	FM방송 허가 취득(90.7 Mhz)
2003. 6	i TV i FM 개국
2003. 7	정보통신부 광교산 DTV 송신소 허가
2003. 9	방송위원회 계양산 DTV 중계소 허가추천
2004. 6	정보통신부 계양산 DTV 중계소 허가
2004. 7	방송위원회 채널운용정책 발표, i TV 서울지역 역외재송신 허용방침 발표
2004. 12	i TV 방송정파 및 폐업, 방송위원회, i TV 재허가 추천거부 의결
2005. 3	i FM 재계 및 i TV 살리미 발촉식
2005. 4	i TV 법인영업 재개
2005. 5	동양제철화학 지배주주 포기 선언 및 신규투자자 영입 관련 발표, i TV 재개 10만인 청원 서명운동 16만명 돌파
2005. 6	New i TV 시민운동본부 발족
2005. 12	i FM 라디오방송사로서 방송국 재허가
2006. 4	Sunny FM 라디오 인천으로 사명변경
2006. 7	업무협약 체결(인천신문)
2006. 8	대북방송 등에 대한 업무협약 체결(열린북한방송)
2007. 3	업무협약 체결(국민일보)
2007. 10	회생계획 인가결정(인천지방법원)
2007. 10	(주)경인방송으로 사명 변경
2008. 3	업무협약 체결(CBS 노컷뉴스)
2008. 5	업무협약 체결(JBC 중앙방송)
2008. 7	(주)아이티브이 경인방송(방송채널사업자) 지분 투자
2008. 10	업무협약 체결(CJ헬로비전)
2008. 11	업무협약 체결(인천세계도시축전조직위원회)
2008. 12	업무협약 체결(스포츠서울미디어)

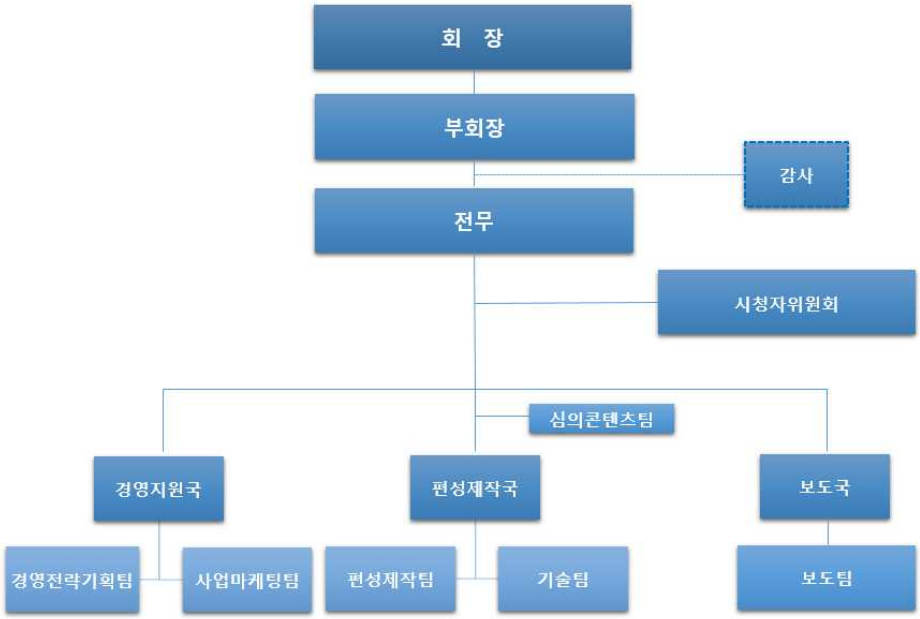
일 자	주 요 연 혁
2008. 12	FM방송국 재허가(iTVFM)
2009. 8	업무협약 체결(중국 청도 QTV)
2009. 10	업무협약 체결(미국 MKTV)
2009. 12	업무협약(인천교통공사)
2009. 12	산학협력협약(두원공과대학)
2009. 12	자본감자 및 신주발행
2010. 7	『한중브릿지』 프로그램 합작(중국 대련금주신구TV)
2010. 8	업무협약(중국 흑룡강신문사)
2010. 11	공동협력 양해각서 체결(동아일보사)
2010. 11	공동사업 협약(매일경제신문)
2010. 11	업무제휴 협약(중앙일보)
2010. 12	암관리사업 협력 협약(인하대학병원)
2010. 12	법정관리 조기종결(인천지방법원)
2011. 4	업무협약(인천광역시의료원)
2011. 5	업무협약(인천메트로)
2011. 6	인천광역시 공식 재난방송사 지정 협약(인천광역시)
2011. 6	업무협약(인천사회복지공동모금회)
2011. 9	업무협약(카톨릭대학교 인천성모병원)
2012. 3	재난방송 협약체결(인천지방경찰청)
2012. 5	업무협약(근로복지공단 경인지역본부)
2012. 11	업무협약(중국 청도TV)
2012. 11	재난방송 협약체결(한국전력 인천본부)

31. (주)경기방송

가. 소재지

○ 경기도 수원시 영통구 영통동 961－17번지, 경기방송

나. 조직구성



다. 연혁

일 자	주 요 연 혁
1996. 6	지역민방 추천 업체 확정 발표(공보처)
1997. 1	법인설립일(사업개시일)
1997. 6	보조 무선국 허가(서울체신청)
1997. 11	시험방송, 무선국(방송국)허가(정보통신부) 무선국(방송국)허가(서울체신청)
1997. 12	방송개국

일 자	주 요 연 혁
1998. 10	인터넷방송시작
2000. 3	행정자치부 재난방송사 지정, 민방위방송 송출 시스템 설치
2000. 12	음악저작권사용계약체결
2003. 12	신사옥이전
2004. 2	경기방송 부설문화센터 설립
2005. 10	지상파DMB 방송채널사용사업자등록
2006. 1	지상파DMB 채널상표 등록증 교부(KDMB)
2006. 7	KDMB 시험방송
2006. 11	교통 전문 프로그램 방송 실시
2006. 12	연변 인민 방송국과 이원방송 협약
2007. 3	광교산 송신소 증설(송신기10Kw, 송신탑 100m), KDMB 개국
2009. 12	KDMB 라디오서비스방송 중단
2010. 5	한국방송협회 가입
2011. 12	경기월롱산 FM 95.5MHz 방송보조국 허가
2012. 2	미국 워싱턴 한인 위성방송 코리아투데이와 양해각서 체결
2012. 9	경기월롱산 FM 95.5MHz 방송보조국 개국

〔부록 2〕 지역방송 관련 보도

1. 주요 전국 일간지 보도

	주요 전국 일간지 20사
2008	**〈지역방송과 미디어렙〉** “신문사 방송겸영 제한적 완화”: 문화부 장관, 미디어렙 언급(헤럴드경제, 2010-04-02) 정부, 민영 미디어렙 도입 추진 논란(동아일보, 2008-04-29) 민영 미디어렙 도입 놓고 언론계 양분(한국일보, 2008-05-01) 방송광고시장 경쟁도입…파장은?: 미디어렙(머니투데이, 2008-07-02) ‘민영 미디어렙’ 설립 뜨거운 논란(경향신문, 2008-07-08) 방통위, 민영미디어렙 주도?(서울신문, 2008-07-08) 민영 미디어렙 논란 재점화(한국일보, 2008-07-10) 〔시론〕 위험천만한 민영미디어렙/김승수 전북대 신문방송학과 교수(서울신문, 2008-07-11) 유 문화 “민영 미디어랩 2012년 도입”(서울신문, 2008-08-28) 〔방송단신〕 지역방송협 “민영미디어렙 도입 반대” 외(세계일보, 2008-09-15) ‘민영 미디어렙’ 급물살…방송광고 쏠림 심화 우려(한겨레, 2008-09-16) 민영 미디어렙 ‘방송계 태풍’ 예고(서울신문, 2008-09-16) 코바코 해체후 종교라디오·지역방송에 금전적 지원’ 방송사, 방통위 방안...(국민일보, 2008-09-17) ‘민영 미디어렙 도입’ 방송가 메가톤 폭풍 예고(한국일보, 2008-09-18) 종교방송 사장단, 유인촌 장관 사퇴 요구: 미디어렙(한겨레, 2008-09-19) 최문순 “중간광고가 민영 미디어랩 대안“(머니투데이, 2008-09-19) 방송계 ‘완전경쟁 돌풍’ 예고: 미디어렙(한국일보, 2008-09-21) 여 ‘민영 미디어렙’ 놓고 종교계 눈치보기(한겨레, 2008-09-22) 홍준표 “정권이 바뀌었다고 역사관점 변경 잘못”: 미디어렙(경향신문, 2008-09-22) 군부독재 이후 첫 ‘언론인 시국선언 서명’: 미디어렙 반대(경향신문, 2008-09-23) 전·현직 언론인 시국선언 서명운동 본격화: 미디어렙(경향신문, 2008-09-23) “수도권 졸속 규제완화 결사 반대”: 미디어렙 반대(한겨레, 2008-09-24) “민영미디어렙, 군소방송사 다 죽인다”(내일신문, 2008-09-24) 〔미디어전망대〕 정부 방송정책 역풍은 자업자득: 미디어렙(한겨레, 2008-09-30) 〔시론/10월 1일〕 미디어렙 정책과 방송공익성(서울경제, 2008-09-30) 〔시론〕 방송광고 ‘경쟁’의 전제조건 / 최영묵: 미디어렙(한겨레, 2008-10-05) 야권 “정부 방송장악 음모, 공공성과 다양성 위축시킬 것”: 미디어렙(경향신문, 2008-10-11) 〔사설〕 미디어렙 도입 앞서 부작용 최소화해야(서울신문, 2008-10-13) 문방위 국감…‘민영 미디어렙’ 치열한 공방(한겨레, 2008-10-16) 코바코, 불리한 연구용역 ‘묵살’(내일신문, 2008-10-16) “신문법 개정안 이번 정기국회서 처리” 고흥길 문방위원장: 미디어렙(동아일보, 2008-11-10)

	주요 전국 일간지 20사
2008	“코바코 무너지면 광고주 압박 못 피할 것”(경향신문, 2008-11-26) 헌재 “코바코 방송광고 판매대행 독점은 위헌“(한국경제, 2008-11-27) 코바코 방송광고 독점 위헌, 방송계 파장 예상(종합)(아시아경제, 2008-11-27) “코바코 방송광고 독점 헌법 불일치”(국민일보, 2008-11-27) “코바코(한국방송광고공사) 광고 독점 헌법불합치”(경향신문, 2008-11-27) “작은 방송은 이제 태풍 앞 민들레”: KOBACO 헌법 불합치(한겨레, 2008-11-27) ‘코바코 광고판매독점’ 헌법불합치(한겨레, 2008-11-27) 민영 미디어렙 도입 가속화될 듯(서울신문, 2008-11-28) 헌재,코바코 독점 판매 대행 헌법 불합치 결정(서울신문, 2008-11-28) 헌재 “방송광고公 광고독점 헌법불합치”(동아일보, 2008-11-28) 민영 미디어렙 시대, 광고업계 지형 바꾼다(머니투데이, 2008-11-28) 지상파 광고대행시장 문 열린다(머니투데이, 2008-11-28) 신재민, 언론중재법 개정 “포털뉴스피해 구제“: 문화부 차관, 미디어렙 언급(아시아경제, 2008-11-28) “코바코 지상파 광고판매 독점 위헌” 헌재(파이낸셜뉴스, 2008-11-28) 〔사설〕 언론시장 양극화 초래할 헌재 결정(경향신문, 2008-11-29) 〔사설〕 민영 미디어렙 도입전에 해야 할 일(서울신문, 2008-11-29) 지역언론 덮친 3災 “문 닫으란 말이냐“: 미디어렙, SO권역규제 완화(한국일보, 2008-12-04) 정병국 “공영방송 광고수입 20% 밑으로 제한“: 미디어렙 언급(서울경제, 2008-12-04) 미디어융합·신규투자로 ‘방통강국’ 만든다: 방통위 업무보고, 미디어렙 정책(머니투데이, 2008-12-26) 조·중·동 빼곤 “언론 공익·민주주의 토대 흔들”: 미디어렙(한겨레, 2008-12-31) **〈지역방송 방송발전기금〉** 방통위, 방송발전기금 징수율 작년 수준으로(아시아경제, 2008-06-24) **〈지역방송 프로그램 제작·유통〉** “방송韓流 국가·지역별로 차별화해야”(헤럴드경제, 2008-06-06) 방통위, 방송콘텐츠 제작 등에 267억 지원(파이낸셜뉴스, 2008-07-08) 방통위, 방송콘텐츠 사업에 267억 지원(머니투데이, 2008-07-08) “KBS 지역방송에 지역이 없다”: 지역프로그램(내일신문, 2008-10-13) 〔방송단신〕 남녀평등상 대상에 KBS 쌈 ‘…인권보고서’: 지역방송협, 지역 프로그램에 지역방송대상 시상(세계일보, 2008-12-11) **〈지상파재송신〉〈지상파방송 역외재송신〉** OBS ‘서울 진입’ 노심초사(한국일보, 2008-01-27) 지역방송들, ‘IPTV 밀어주기’ 반발: 지상파재송신(한겨레, 2008-11-11) KT-MBC 재송신 합의, 모든 지상파 방송을 메가TV로 본다(매일경제, 2008-11-12)

	주요 전국 일간지 20사
2008	〔인터뷰〕 김윤영 한국지역방송협회 공동회장: IPTV 지상파재송신(서울경제, 2008-11-14) 실시간 IPTV 출발부터 '삐끗'...KT, 지역방송사와 협상 마무리 못해 마찰(한국경제, 2008-11-18) '저가 출혈경쟁-〉 콘텐츠 부실' 악순환 우려: IPTV 지상파재송신 허가(한국일보, 2008-11-20) "수도권외 IPTV 지상파 재전송 본격 논의"(서울경제, 2008-11-23) IPTV재송신, 이번엔 지역방송이 '난맥'(머니투데이, 2008-11-23) "IPTV 지상파재송신 지역방송 피해"(머니투데이, 2008-11-24) KT, IPTV 전국방송 '물꼬텄다'(상보)(머니투데이, 2008-12-08) KT 메가TV, MBC도 실시간 방송(파이낸셜뉴스, 2008-12-08) KT IPTV 전국방송 내년 1월 '스타트': 지상파재송신(머니투데이, 2008-12-08) KT, 지역민방과 IPTV재송신 합의(머니투데이, 2008-12-29) **〈지역방송 소유겸영〉** 유세준 케이블방송협회장 "유선방송·지역민방 겸영 허용을"(경향신문, 2008-04-22) 김우룡 교수 "MBC 위상 정권때마다 흔들리는건…": 지역MBC 민영화(동아일보, 2008-07-28) **〈지역방송발전위원회〉** 〔인사〕 지역방송발전위원 5명 위촉 外(경향신문, 2008-08-19) 방통위, 지역방송발전위원회 위원 5명 위촉(아시아경제, 2008-08-19) 지역방송발전위원장 송도균씨(한국경제, 2008-08-19) 지역방송 발전위원장 송도균씨(서울신문, 2008-08-20) **〈지역지상파방송사〉** 양휘부 KOBACO 사장 전북지역 방송활성화 논의: 지역방송사 간담회(파이낸셜뉴스, 2008-07-22) 전북지역 방송사 사장단과 간담회 개최: KOBACO 사장 지역방송사 간담회(한국일보, 2008-07-22) **〈케이블TV 지역채널〉** 〔로터리/9월 26일〕 지역과 밀착하는 케이블TV(서울경제, 2008-09-25) **〈유료방송 방송채널사용사업자〉** 케이블드라마 '별순검' 국내 최초 공중파서 재방송(세계일보, 2008-11-20) '별순검' 케이블채널 드라마 첫 지상파 역판매(동아일보, 2008-11-20) **〈지역방송과 미디어법〉** 〔기고〕 공영성 훼손하는 방송법 개악 철회를(경향신문, 2008-08-06) '방송법 개정안' 공청회 무산: 대기업의 방송사소유 제한 완화(한겨레, 2008-08-14) 방송법 시행령 개정안 공청회 결국 '무산'(머니투데이, 2008-08-14)

	주요 전국 일간지 20사
2008	방송법 시행령 공청회 2시간째 '파행'(머니투데이, 2008-08-14) 방송법 개정 공청회 언론단체 반대로 무산(한국경제, 2008-08-14) '방송법시행령 개정 공청회' 9월 9일 재개최(머니투데이, 2008-08-26) "방송장악의 종착역은 공영방송의 사유화": 미디어법, 미디어렙(한겨레, 2008-08-26) 방통위 업무보고 "MBC·KBS2 등 대기업에 넘길 속셈": 방송통신 규제완화(경향신문, 2008-09-04) 미디어산업 경계 허물어 '新성장동력'으로: 방송통신 규제완화, 미디어렙(동아일보, 2008-09-05) 방송법시행령 9일 공청회(파이낸셜뉴스, 2008-09-08) 방송법 개정 차질..공청회 또 무산(파이낸셜뉴스, 2008-09-10) 지상파 맞먹는 종합편성 채널 나온다: 방통위 업무보고(한국경제, 2008-12-26)
2009	**〈지역방송과 미디어렙〉** "미디어렙 '공영-민영' 이원화가 해법"(머니투데이, 2009-02-10) 방송광고 시장은 제한 경쟁이 바람직: 미디어렙(매일경제, 2009-02-10) 미디어관련법 6월에 '합의거처' 표결(머니투데이, 2009-03-02) 방통위 '민영미디어렙' 공론화 시작한다(머니투데이, 2009-03-04) 방통위, 18일 민영 미디어렙 도입 토론회 개최(파이낸셜뉴스, 2009-03-04) 민영미디어렙 '최소 2개' 이상?(머니투데이, 2009-03-18) "광고시장 파이 줄어들라" 매체별 상반된 입장 되풀이: 미디어렙도입(한국일보, 2009-04-16) 여권 '민영 미디어렙' 밀어붙이기 논란(경향신문, 2009-05-19) 〔미디어법 통과 후폭풍〕 수신료 인상·ABC 의무화 '2차전': 미디어렙(한국일보, 2009-07-24) 〔미디어법〕 '1공영 多민영' 체제로: 미디어렙(한국경제, 2009-07-24) 방송광고 시장 '빗장' 열리나: 미디어렙(머니투데이, 2009-08-04) 미디어렙 '1공영 다민영' 체제로(한겨레, 2009-09-17) 광고전쟁…지상파 '탄탄' 종편은 '비틀': 미디어렙(한겨레, 2009-09-22) 민영미디어렙 방송사 지분 30%대로 낮아질 듯(머니투데이, 2009-09-22) 민영미디어렙 다민영으로 굳어지나(머니투데이, 2009-09-24) 최시중 "미디어렙 1공영1민영 적절치 않아"(머니투데이, 2009-09-24) 〔기자수첩〕 미디어렙, 콘텐츠 발전 성패 가른다(머니투데이, 2009-10-07) 문방위 'IPTV 활성화' 기금출연 외압 논란: 미디어렙(세계일보, 2009-10-07) 시론〕 미디어렙 '광고묶어팔기' 허용 이르다(한국경제, 2009-10-07) "미디어렙, 방송독과점 우려" 이구동성(머니투데이, 2009-10-07) 〔국감 초점〕 민영미디어렙, 지상파 광고독식 한목소리 지적(국민일보, 2009-10-08) 〈오늘의 금배지〉 "코바코, 겹치기 연구용역 많아": 미디어렙(문화일보, 2009-10-15) 〔국감초점〕 "민영 미디어렙, 지상파 광고독과점－여론왜곡 우려"(동아일보, 2009-10-16) '1공영 1민영' 미디어렙… 여권도 단계적 개방에 무게(한국일보, 2009-10-22) 한나라 '미디어렙' 의원발의안 '제각각'(머니투데이, 2009-10-28)

	주요 전국 일간지 20사
2009	미디어렙 논의 본격화'…1공영 1민영' 방식에 무게(매일경제, 2009-10-29) '공회전' 민영미디어렙 두달내 매듭?(머니투데이, 2009-11-04) 미디어렙 논의 본격화..'1공영1민영' 잇따라 발의(머니투데이, 2009-11-04) 이용경의원 "1공영1민영..렙간 교차경쟁 허용"(머니투데이, 2009-11-04) "미디어렙시장 1공영 1민영이 최선"(매일경제, 2009-11-04) MBC－지역MBC 사장단 '1사1렙 협력' 합의(머니투데이, 2009-11-24) 〔기자수첩〕 민영미디어렙의 딜레마(머니투데이, 2009-11-25) 이용경의원 "미디어렙, 공민영 구분없이 교차경쟁"(아시아경제, 2009-12-02) 방송광고 무한경쟁…지역·종교방송 고사 우려: 미디어렙(한겨레, 2009-12-11) '자사 이기주의'에 흔들리는 미디어렙 논의(국민일보, 2009-12-11) 미디어렙, 종교지역방송지원 '한시 의무화'(머니투데이, 2009-12-11) 〔문답〕 방통위 '미디어렙안' 어떻게 정리됐나(머니투데이, 2009-12-11) 미디어렙 '1공영 多민영' 체제로… 방통위, 코바코 독점→ 경쟁구도 전환 추진(국민일보, 2009-12-11) 전병헌 의원, '공민영 다수 미디어렙' 법안 발의(머니투데이, 2009-12-14) 미디어렙 '1사1렙vs1공영1민영' 팽팽(머니투데이, 2009-12-16) "미디어렙 시장 1공영·1민영이 최선"(매일경제, 2009-12-17) 〔사설〕 미디어렙 구도, 방송 공공성·다양성에 맞춰야(한겨레, 2009-12-18) 미디어법 전쟁 2R '미디어렙' 공청회(경향신문, 2009-12-18) 미디어렙 '1공영 多민영'… 지상파 광고 퍼주기?(한국일보, 2009-12-18) "1사1렙 되면 신문광고 40~50%↓"(매일경제, 2009-12-18) "미디어렙 多민영땐 지상파가 광고 독점"(매일경제, 2009-12-18) "미디어렙 1공영 다민영땐 공공성 훼손"(서울신문, 2009-12-19) 〔미디어렙 무엇이 문제인가〕 "1공영 多민영 도입땐 지상파가 광고 독점"(국민일보, 2009-12-24) '대체 입법 미비' 현 코바코 체제 당분간 유지(아시아경제, 2009-12-30) **〈지역방송과 미디어렙〉 -종합편성채널** 지역방송 "언론법 시행땐 다 죽는다" 공동대응: 종편과 미디어렙(한겨레, 2009-07-30) "종편, 독자 광고영업에 반대": 종편과 미디어렙(경향신문, 2009-12-15) 〔시론〕 종편과 미디어렙 해법 찾기(머니투데이, 2009-11-13) **〈지역방송 방송통신발전기금〉** 지상파방송 올 광고 매출 급감: 기금 징수율(서울경제, 2009-06-25) **〈지역방송 프로그램 제작〉** 올해 디지털방송콘텐츠 116편에 130억 지원: 지역방송 제작지원 프로그램 선정(파이낸셜뉴스, 2009-04-20)

	주요 전국 일간지 20사
2009	〈지역방송 디지털전환〉 디지털방송전환 실무위 첫 회의 열어(파이낸셜뉴스, 2009-02-10) '디지털전환 비전 2012' 선포된다(머니투데이, 2009-03-30) 지상파TV 디지털 전환 1조7179억 더 들어(동아일보, 2009-04-14) 방통위, 디지털전환 시범사업 단양·울진·강진서 추진협 구성(한국경제, 2009-10-21) 〈지상파 역외재송신〉 지상파 방송 역외 재송신… 방통위, 종합정책 수립키로(한국일보, 2009-01-06) 여야 OBS해결촉구에 최시중 "섭섭하다"(머니투데이, 2009-10-07) 방통위 국감, 1년전과 사뭇 다르네(종합): 미디어렙, OBS 역외재송신(머니투데이, 2009-10-08) OBS 역외재송신 '뜨거운 감자'(머니투데이, 2009-11-16) '2010년도 공익채널' 9개 선정: OBS 역외재송신 승인 심사 계획(서울경제, 2009-11-18) "내년 1%대 시청률 달성할 수 있을 것": OBS개국 2주년, 역외재송신(문화일보, 2009-12-28) 〈지역방송 활성화〉 〔미래 성장동력 서비스업 선진화방안〕 방송통신·IT분야 체질개선 역점: 취약매체 발전방안(내일신문, 2009-05-08) 〔서비스 산업 선진화〕 방송통신··케이블TV 종합편성 채널 사업자 연내 선정: 취약매체 경영 지원방안(한국경제, 2009-05-08) 〈지역방송 소유겸영〉 SO-민방 겸영, 새 활로 될까: 미디어법(머니투데이, 2009-01-28) 케이블－지역민방 '짝짓기' 본격화되나: 미디어법(머니투데이, 2009-07-22) 대기업 SO, 지역 언론시장 주무를듯: SO-민방 겸영, 미디어법(한겨레, 2009-08-11) "MBC 경영·콘텐츠·신뢰 3대위기": 지역MBC 민영화(매일경제, 2009-08-13) MBC 보다 지역MBC 민영화가 먼저?: 미디어법(머니투데이, 2009-08-18) 〈지역방송발전위원회〉 방통위, 뒤로가는 '규제기능': 방통위 조직개편, 지역방송팀 폐지(머니투데이, 2009-03-11) 지역방송발전위, 미디어렙 관련 지원방안 건의(머니투데이, 2009-11-26) 〈지역지상파방송사〉 KBC 광주방송 기업가치 호남 1위: 지역방송사 기업가치(머니투데이, 2009-01-12) 지역민방협회장에 신영균씨 선출(경향신문, 2009-04-03) '지역방송 심의방향 토론회' 참석: 심위위원장, 지역방송사 사장단 간담회(서울신문, 2009-11-19) 〈케이블TV 지역채널〉 지역 케이블 보도관행에 제동건다(내일신문, 2009-08-27)

	주요 전국 일간지 20사
2009	〈지역방송과 미디어법〉 “방송법 개정 ‘고용창출’ 주장은 거짓말”: 미디어법(한겨레, 2009-02-04) 방송법 개정안 갈등..타협 없나: 미디어법(머니투데이, 2009-02-09) 미디어법 여야추천위원 입장차 팽팽(경향신문, 2009-03-27) “조중동 방송허용=대기업 방송진출”: 미디어법(한겨레, 2009-04-21) 미디어위, 지역방송 대책 이견 보여: 미디어법(파이낸셜뉴스, 2009-04-24) ‘제자리 걷는’ 미디어법(한국일보, 2009/05/04) “미디어법 개정・민영 미디어렙 도입땐 직격탄”(경향신문, 2009-05-19) “방송 소유규제 완화 땐 지역화등 요소 고려를“: 미디어법, 조너선 D. 레비 미국 연방통신위원회(FCC) 부수석 이코노미스트(서울경제, 2009/06/17) 여야, 미디어법 싸고 갈등 고조: 미디어발전국민위 후 여당 최종보고서, 지역방송발전지원법, 지역방송발전위원회 구성 등 권고(서울경제, 2009-06-24) 무늬만 바꾼 與 최종안 ‘조・중・동 방송’ 허용: 미디어법(경향신문, 2009-07-21) 미디어법 논의 한발 후퇴..‘일촉즉발’(종합)(머니투데이, 2009-07-21) 보수・재벌 방송이 ‘공론장 포섭’: 미디어법(한겨레, 2009-07-23) 미디어법 주요 내용‥ 지분 상한선 지상파 10%, 종편・보도채널 30%(한국경제, 2009-07-23) “광고쟁탈전 벌어질라” 방송사 난색…“종편채널 설립 가능” 케이블 희색: 미디어법(세계일보, 2009-07-24) 〔미디어법 통과 후폭풍〕 지상파 ‘권력분산’ 신문 ‘광고혈전’(한국일보, 2009-07-24) 날치기 방송법 여기저기 ‘구멍 숭숭’: 미디어법(한겨레, 2009-07-26) “공공성없는 ‘사영방송’…민주적 여론 교란” “강자의 소통만 남고 약자의 소통창구 닫힐 것”: 미디어법 토론(한겨레, 2009-07-29) 〔시론/7월 30일〕 미디어법 여당의 속셈(서울경제, 2009-07-29) 〔시론/8월 4일〕 미디어법이 놓친 것들(서울경제, 2009-08-03) 〔대구에선〕 지역언론은 안중에도 없는 미디어법(경향신문, 2009-08-13) 지상파 3사 여론69% 장악… 독과점 해소 계기: 미디어법(동아일보, 2009-09-21) “신문－방송 겸영 2013년부터 허용”: 미디어법(동아일보, 2009-09-22) “신문의 방송겸영, 공영성 보장 위해 제한돼야”: 유엔 ‘표현의 자유’ 특별 보고관 프랭크 라뤼(경향신문, 2009-10-15) 〔시론/10월 26일〕 미디어법 헌재 결정, 끝이 아니다(서울경제, 2009-10-25) 지역방송 29곳 ‘종편 토론’ 공동중계(한겨레, 2009-11-26)
2010	〈지역방송과 광고규제〉 간접광고 멍석 깔아놔도 ‘뒷거래’만(파이낸셜뉴스, 2010-12-12) 〈지역방송 광고수익배분〉 SBS에 ‘뿔난’ 지역민방 “월드컵 보이콧 해버려?”(머니투데이, 2010-06-15) SBS 월드컵광고 독식…지역민방 ‘뿔났다’(머니투데이, 2010-06-15) TJB대전방송, 코바코 상대 ‘70억원의 손해배상소송’…왜?(서울신문, 2010-09-03)

	주요 전국 일간지 20사
2010	“광고료 부당 책정해 손해” 대전방송, 코바코에 70억訴(동아일보, 2010-09-03) 대전방송, 코바코 상대 70억원 손해배상 소송(서울신문, 2010-09-03) 〈KBS 수신료〉 KBS 수신료 3500원으로 인상: 지역방송 활성화 계획(경향신문, 2010-11-19) ‘KBS 수신료 인상’결의 했지만…: 지역방송 기능 강화 계획(매일경제, 2010-11-22) KBS “수신료 1000원 인상 공정성 확보 위해“: 지역방송 편성비율(머니투데이, 2010-11-22) KBS 수신료 인상 ‘KBS 배불리기’?: 지역방송 강화 계획(머니투데이, 2010-11-22) KBS, 디지털 전환 이후 광고축소 시사… 수신료 인상은 종편 종잣돈?: 지역방송 강화 계획(국민일보, 2010-11-22) “공영방송 KBS 수신료 인상 불가피…디지털 100% 환경 약속“: 지역방송 활성화 계획(매일경제, 2010-11-22) ‘수신료만 인상’ 방통위도 냉담 … 통과 불투명: 지역방송활성화 계획(경향신문, 2010-11-23) KBS 김인규 사장 “수신료 올려 디지털전환 등 투자… 1000명 감원”: 지역방송활성화 계획(동아일보, 2010-11-23) “KBS, 수신료 올리려면 광고부터 줄여라“: 지역방송 강화 계획(한국경제, 2010-11-26) 〔시사이슈 찬반토론〕 KBS 수신료 인상해야 하나요.: 지역방송 편성 비율(한국경제, 2010-11-26) KBS 부사장 “1월1일 개편, 1년에 한번 개편 시험장 될 것“: 수신료 논의와 지역방송 강화(아시아경제, 2010-12-24) 〈지역방송 프로그램 제작〉 “크로스 미디어 콘텐츠 키워야 방송 춘추전국시대에 생존“(한국경제, 2010-11-21) 〈지역방송 중계설비〉 KBS · MBC, 경기 · 인천지역국 신설(한겨레, 2010-08-24) 〈지역방송 디지털전환〉 디지털전환 시범지역, 8월부터 아날로그방송 ‘가상종료’(서울경제, 2010-04-19) 〈지상파 역외재송신〉〈지상파 재송신〉 방통위 ‘OBS 역외재송신’ 딜레마(머니투데이, 2010-01-28) 〔왜냐면〕 OBS 서울지역 전송 제한은 ‘행정권 남용’ / 김민배(한겨레, 2010-01-31) OBS, 서울서 계속 볼 수 있을까(동아일보, 2010-02-04) 역외재송신 허가 못받은 OBS…법적 대응 검토(한겨레, 2010-02-16) “지상파 재송신, 무료보편 접근권 보장돼야“(머니투데이, 2010-03-23) 방통위 ‘지역방송 역외재송신제’ 손질한다(머니투데이, 2010-08-23) 〈지역방송 활성화〉 방통위, 시청자미디어센터 휴관일 폐지(서울신문, 2010-08-31)

	주요 전국 일간지 20사
2010	방통위, 시청자미디어센터 정기 휴관 폐지(아시아경제, 2010-08-31) **〈지역방송 소유겸영〉〈지역방송 재허가〉** MBC, 창원MBC와 진주MBC합병 승인(서울경제, 2010-07-22) “창원・진주 MBC 합병”… MBC 이사회서 승인(세계일보, 2010-07-23) 창원－진주MBC 합병, 사장 업적쌓기용 논란(한겨레, 2010-09-28) 방통위, 지상파방송사업 재허가 의결(아시아경제, 2010-11-26) **〈지역지상파방송사〉** 〔미디어전망대〕 지역미디어 살리기, 지방자치만큼 중요(한겨레, 2010-06-01) 방통심의위 지역방송토론회: 지역방송 심의방향(서울경제, 2010-06-30) 이진강 방통심의위원장, 지역방송 토론회 개최: 지역방송사 사장단 간담회(경향신문, 2010-07-01) 〈동정〉 ‘지역방송 심의방향’ 토론회: 심의위, 지역방송사 사장단 간담회(문화일보, 2010-07-02) 영・호남 지역방송사, 방송프로그램 교류・화합 강조: 심의위, 지역방송사 사장단 간담회(파이낸셜뉴스, 2010-07-02) 방통심의위, 대구 경북・전북 방송사 사장단 간담회 개최(서울경제, 2010-07-02) “케이엔엔, 지역민방중 최대 가시청권 보유“: 지역방송사 코스닥 상장(머니투데이, 2010-11-03) 대구방송, 안정성 무기로 ‘코스닥 노크’(머니투데이, 2010-11-09) 대구방송, 29일 상장 예정…현금 많아 안정적(매일경제, 2010-11-09) 〔상장예정기업〕 대구방송 “문화 사업 인프라가 강점”…29일 상장(한국경제, 2010-11-09) 대구방송 “문화사업 경쟁력 확보”(파이낸셜뉴스, 2010-11-09) 〔공모기업〕 대구방송, 안정적 실적・낮은 차입비율 돋보여(한국경제, 2010-11-14) 대구방송, 외형성장 정체・사업수익 확대 진행중-SK: 신규 상장사 평가(머니투데이, 2010-11-29) 대구방송 IPO, 모멘텀 부재・업황 리스크 ‘발목’: IPO 결과 평가(머니투데이, 2010-12-15) **〈케이블TV 지역채널〉** 케이블 지역채널, 생방송 늘린다(한국경제, 2010-06-06) **〈종합편성채널〉** “종편, 개수보다 공공성 고민 먼저”: 신임 양문석 상임위원 인터뷰(한겨레, 2010-07-20) ‘잿빛 사업’ 비판 많은데… 정부만 ‘장밋빛 포장’(종편)(경향신문, 2010-08-17) 〔시론〕 종편 논의, 방통위발 ‘쓰나미’ 시작되나(경향신문, 2010-08-18) 〔기고〕 공익은 사라진 종편 도입안 / 김서중(한겨레, 2010-08-22) 〔방통위 기본계획案 문제 많다〕 (중) ‘종편→의무재전송’은 종편 밀어주기?: 종편・보도 승인 기본계획(국민일보, 2010-08-22)

	주요 전국 일간지 20사
2010	‘종편 떡고물’에만 혈안…‘미디어 생태계’ 벼랑끝 몰아(한겨레, 2010-09-09) “프로그램 기획·제작능력 홀대 안된다”: 종편·보도 채널 심사 기준(헤럴드경제, 2010-11-04) 종편 먹이려 광고규제 완화 ‘만지작’(한겨레, 2010-12-07) 종편 이달안 선정 마칠듯…추가특혜땐 ‘화약고’(한겨레, 2010-12-08)
2011	**〈지역방송과 미디어렙〉** 미디어렙 법안 처리여부 다시 촉각(헤럴드경제, 2011-02-09) 국회 미디어렙법 논란 격론 예상(뉴스천지, 2011-02-18) 야권 “공공성 보장 1공영1민영렙을…”여당·지상파 “1사1렙으로 완전경쟁”(한겨레, 2011-03-02) 지상파 올 방송광고 ‘싹쓸이’?…“국회 때문“: 미디어렙법 제정 촉구(머니투데이, 2011-03-08) ‘미디어렙法 표류’ 언제까지…(동아일보, 2011-03-09) 與 미디어렙 법안 6월 국회 처리 추진(파이낸셜뉴스, 2011-05-17) 민영미디어렙 임박 SBS 뜰까(헤럴드경제, 2011-06-10) KBS 수신료 1000원 인상안 문방위 법안소위 통과: 수신료 인상안으로 미디어렙법 지연(동아일보, 2011-06-21) 이주영 “미디어랩 관련 법 개정 촉구”(파이낸셜뉴스, 2011-06-21) 미디어렙 입법 안되면 중소방송들 존립 위기(경향신문, 2011-06-28) 미디어렙법안, 8월 임시국회서 통과될까(매일경제, 2011-08-14) 지역언론 ‘미디어렙법 촉구’ 공동 보도투쟁(한겨레, 2011-08-26) 야5당·시민단체 “이달 꼭 미디어렙법 제정”(한겨레, 2011-08-31) 〔미디어 칼럼〕 방송통신위원회의 존재이유: 미디어렙법(경향신문, 2011-09-20) 지역민방 광고매출 5년새 23% 급감: 미디어렙법 제정 촉구(한겨레, 2011-09-22) “종편 영업 임박한데 정부 왜 손놓고 있나”: 미디어렙법(세계일보, 2011-09-27) 〔까칠한 시선〕 ‘개콘’ 같은 미디어렙법 밥그릇 싸움… 차라리 ‘애정남’이 나서...(한국일보, 2011-09-28) 〔사설〕 미디어렙 입법 공백상태의 극심한 혼란(국민일보, 2011-10-20) SBS, 광고판매대행사 설립… 독자영업 나선다(경향신문, 2011-10-27) SBS 독자 미디어렙 출범 강행 ‘파문’(세계일보, 2011-10-28) 〔사설/11월 4일〕 진흙탕 방송광고시장 구경만 할 것인가: 미디어렙법 제정 촉구(한국일보, 2011-11-03) 여야 미디어렙법 소위 늑장 구성 ‘눈살’(세계일보, 2011-11-11) 여야, 뒤늦게 ‘미디어렙 소위’ 구성(한국일보, 2011-11-11) 코바코 “SBS 독자 광고 영업시 협조없다”(머니투데이, 2011-11-13) 여야, 연말까지 미디어렙법 처리키로 합의(서울경제, 2011-11-30) 여야, 미디어렙법 연내 처리 합의…각론 이견 여전(파이낸셜뉴스, 2011-11-30) 여야 “연말까지 미디어렙법 처리“(머니투데이, 2011-11-30) 여야, 미디어렙법안 12월 말까지 처리키로(머니투데이, 2011-11-30)

	주요 전국 일간지 20사
	〔전문가 기고〕 ③ 지역방송의 질 저하 불보듯: 미디어렙법 제정 촉구(경향신문, 2011-12-01) SBS 독자 광고 나선다? 코바코 “영업 협조없다“(머니투데이, 2011-12-08) MBC도 자체 미디어렙 선언… 광고시장 혼란 증폭(국민일보, 2011-12-26) MBC도 독자 미디어렙 세운다(서울경제, 2011-12-26) MBC마저도 독자영업 선언…미디어업계 정글화(머니투데이, 2011-12-26) 정부·국회 무기력…광고시장 재앙 불렀다: 미디어렙법(한국경제, 2011-12-26) 방송광고시장 ‘이전투구’ 법으로 허용?: 미디어렙법(헤럴드경제, 2011-12-27) 종편에 2년간 직접 영업 길 열어줘… 광고시장 교란 불보듯: 미디어렙법(세계일보, 2011-12-27) 결국 ‘종편 입맛대로’… 언론환경 혼탁게 하는 ‘정치 야합’?: 미디어렙법(문화일보, 2011-12-27) “미디어렙법 무산땐 광고시장 무법천지”(문화일보, 2011-12-28) 민주, 여야 원내대표 협상안 수용…미디어렙법 연내 처리키로(머니투데이, 2011-12-28) 미디어렙 또 해 건너가나(아시아경제, 2011-12-28) 민주, 미디어렙법안 연내 처리 합의했지만… ‘지상파 직접 광고영업’ 고삐 잡을지는 의문(한겨레, 2011-12-29) 〔기고〕 미디어렙법, ‘방송사 밥그릇 싸움’ 되어서는 안된다(한겨레, 2011-12-30) 미디어렙법 본회의 문턱에서 ‘진통’(뉴스천지, 2011-12-31)
2011	**〈지역방송과 미디어렙〉 –종합편성채널** “광고규제 완화 등 종편 특혜, 공공의 피해 낳을 것”(한겨레, 2011-01-07) 미디어렙법안 ‘종편 직접 광고영업’ 대립(한겨레, 2011-01-25) “종편 직접 광고영업 막자” 시민단체 팔걷었다(한겨레, 2011-05-10) 〔사설〕 ‘종편 미디어렙’, 6월 국회에서 반드시 도입해야(한겨레, 2011-05-31) 〔기고〕 ‘종편 미디어렙’ 시민이 나서야(경향신문, 2011-06-19) ‘종편 광고 직접영업’ 방관 광고시장의 정글화 불보듯(한겨레, 2011-06-28) 수신료 갈등 틈바구니 종편 광고 직거래 길 터 “광고시장 정글 불가피“(한국일보, 2011-06-29) 종편 주도한 興, 미디어렙법 당론도 없어(한국경제, 2011-06-29) 〔기고〕 종편채널 광고 직접영업 막아야 한다(경향신문, 2011-08-21) “조중동 방송 광고 직거래땐 언론생태계 붕괴”(한겨레, 2011-08-23) 언론학자들 “종편의 약탈적 광고영업 막아야”(한겨레, 2011-08-30) “지상파 버금가는 종편…동일규제 필요(한겨레, 2011-08-30) 〔기고〕 종편 ‘광고 직거래’의 위험성(경향신문, 2011-09-05) 〔임순만 칼럼〕 정권이 언론의 등쌀에 굴복할 것인가: 종편과 미디어렙(국민일보, 2011-09-27) 종편 독자 광고영업 시동… 미디어 생태계 약육강식의 정글로(한국일보, 2011-10-04) 〔사설〕 종편의 ‘광고 직거래’, 민주당이 당운 걸고 막아라(한겨레, 2011-10-07) 차일피일 ‘미디어렙’ 종편 봐주기… 신문산업 황폐화 우려(세계일보, 2011-10-07)

	주요 전국 일간지 20사
2011	한나라 '종편 특혜' 길 트고, 민주당 '협상 빌미' 대폭 양보(한겨레, 2011-10-07) 〔기고〕 '미디어 대란' 이미 시작됐다 / 방정배: 종편과 미디어렙(한겨레, 2011-10-10) 종편' 개국 코앞인데 눈치 보다가… 여야, 뒤늦게 소위 구성해 논의 '시늉...(국민일보, 2011-11-10) "종편 그들만의 잔치 될 것"…김진표 민주 원내대표 비판: 종편과 미디어렙(한국경제, 2011-11-30) "종편, 그들만의 잔치가될것" 야권, 축하행사 보이콧(한국일보, 2011-11-30) 〔전문가 기고〕 ② 광고 직거래, 독립·공공성 훼손(경향신문, 2011-11-30) "지역방송 다 죽는다" 제주 CBS노조 총파업: 종편과 미디어렙(머니투데이, 2011-12-01) 종편은 개국 축하행사하고, 언론노조－시민단체는 반대 집회: 종편과 미디어렙(머니투데이, 2011-12-01) 언론사 45곳 총파업… 1500여명 항의집회: 종편과 미디어렙(경향신문, 2011-12-01) 〈종편 4곳 동시 개국〉 광고 직거래, 광고시장 '부익부 빈익빈'초래(문화일보, 2011-12-01) "종편 특혜는 제2의 언론 통폐합이며 약탈": 종편과 미디어렙(경향신문, 2011-12-13) 한나라 '종편봐주기' 미디어렙 법안…언론단체 반발(한겨레, 2011-12-25) 〔시론〕 조중동 종편 특혜의 끝은 어디인가 / 최민희: 종편과 미디어렙(한겨레, 2011-12-26) 한나라·종편 요구 거의 수용…민주 '졸속 합의': 종편과 미디어렙(한겨레, 2011-12-26) 〔사설〕 종잡기 어려운 민주당의 미디어렙법안 행보: 종편과 미디어렙(경향신문, 2011-12-27) 정권의 빗나간 종편사랑, 언론을 벼랑에 내몰다: 종편과 미디어렙(한겨레, 2011-12-27) 〔사설〕 심각한 후유증 우려되는 '미디어렙 법안': 종편과 미디어렙(서울경제, 2011-12-27) 미디어렙법안 독소조항 있다더니… 어물쩍 넘기는 野: 종편과 미디어렙(세계일보, 2011-12-28) '종편특혜' 미디어렙법안…민주, 연내 처리로 결론(한겨레, 2011-12-28) 종편에 '2년 직접 광고영업' 특혜 이어 자사렙 길 터줘(한겨레, 2011-12-28) 민주통합, MBC자사렙 막는 대신 종편 직접광고 길 터줘(한국일보, 2011-12-28) "종편·SBS 최대 수혜…광고시장 황폐화될 듯"(한겨레, 2011-12-30) **〈지역방송 협찬·고지〉** 방통위, PP·라디오 협찬방송 허용(매일경제, 2011-03-23) 방통위, '방송법시행령 일부개정안' 마련: 제작협찬 허용(아시아경제, 2011-03-23) 종편 등 '협찬' 전면허용 추진 방송 공공·다양성 훼손 우려: 협찬고지 규제완화(한겨레, 2011-03-29) **〈KBS 수신료〉** 여야, `KBS심야토론`서 수신료 인상 설전: 지역KBS 광고폐지(매일경제, 2011-06-26) 여야, KBS 심야토론에서 수신료 인상 '갑론을박': 지역KBS 광고폐지(뉴스천지, 2011-06-26) **〈지역방송 방송통신발전기금〉** 방통발전기금, 지역방송·라디오 ↓ 홈쇼핑은 ↑(경향신문, 2011-01-09)

	주요 전국 일간지 20사
2011	방통위 '방통기금 유예 시사' 논란(경향신문, 2011-01-09) 방통기금 분담금 징수 지역방송 하향, 홈쇼핑은 인상(서울신문, 2011-03-23) 홈쇼핑 방통발전기금 징수율 1%P 인상(서울경제, 2011-03-23) **〈지역방송 편성〉** 지역 민영방송, 편성규제 완화·정책적 지원 건의(서울신문, 2011-01-20) **〈지상파재송신〉〈지상파 역외재송신〉** SBS 버금가는 지상파 등장…종편에도 타격: OBS 역외재송신(한국경제, 2011-03-21) 서울 全지역서 OBS 시청 가능…방통위, 케이블방송 허용 확대(한국경제, 2011-03-21) OBS '제2의 SBS' 되나: 역외재송신(헤럴드경제, 2011-03-22) 방통위 "MBC 재송신중단 우려..18일 방송중단 없을 것"(파이낸셜뉴스, 2011-04-15) 〔시론〕 재전송 논란, 핵심은 시청자 보호다/최영묵 성공회대 신문방송학과 교수(서울신문, 2011-12-16) **〈지역방송과 인터넷 환경〉** 다음, 광고매출이 성장 견인...지역광고·게임시장 진출 노린다(종합)(아시아경제, 2011-08-12) 〔동정〕 윤석년 광주전남언론학회장, '지역방송 활로' 세미나: 소셜미디어 시대 지역방송 활로(머니투데이, 2011-12-12) **〈지역방송 활성화〉** 〔신년사〕 최시중 방통위원장 "규제개혁의 스마트 선진화 '유수불부'": 지역방송발전방안 수립(서울신문, 2011-12-30) **〈지역방송 소유겸영〉** MBC, `창원·진주 MBC 합병' 방통위 압박(한겨레, 2011-06-21) 진주·창원MBC 통폐합 반대, 노조간부 등 단식투쟁 시작(경향신문, 2011-07-19) 지역주민들 반대의사 무시한채방통위, 진주·창원MBC 합병 의결(한겨레, 2011-08-08) MBC경남 진통끝 허가…지역보도 유지해야(매일경제, 2011-08-08) 방통위, 창원·진주MBC 통합 진통 끝 승인(매일경제, 2011-08-08) 방통위, 창원·진주MBC 합병 허가(머니투데이, 2011-08-08) 방통위, 창원·진주MBC 합병 승인… `MBC경남' 9월 출범(매일경제, 2011-08-08) 방송사업자 소유·겸영 규제 완화 추진: 지역지상파-SO 상호겸영(서울신문, 2011-08-31) **〈지역방송발전위원회〉** 〔전남대〕 주정민 교수 지역방송발전위원회 위원 위촉(경향신문, 2011-11-07) **〈지역지상파방송사〉** "지역방송, 스마트 시대 경쟁력 강화해야": 방통위원장 지역민방 간담회(서울경제, 2011-01-20)

	주요 전국 일간지 20사
2011	최시중, 대구 지상파 대표와 간담회(머니투데이, 2011-02-11) 최시중 위원장 “라디오 환경 변화…새로운 기회 모색 ”: 라디오방송사 간담회(서울신문, 2011-06-07) 방통위, 7일 라디오 방송사 대표들과 간담회 개최(서울경제, 2011-06-07) 중소건설사들 방송－레저－車판매까지 나섰다: 지역방송사 인수(동아일보, 2011-10-07) **〈케이블TV 지역채널〉** “케이블 지역채널 해설·논평 허용을” KCTA, 보고서 발간(서울경제, 2011-01-20) “케이블TV 지역채널 해설·논평 허용해야“(머니투데이, 2011-01-20) 케이블TV “지역채널에 해설·논평 허용해야“(이뉴스투데이, 2011-01-21) **〈종합편성채널〉** ‘목줄’ 쥔 정부, 이번엔 ‘특혜’ 흔들며 종편 통제(경향신문, 2011-01-02) 종편 출발부터 잡음…이번엔 “광고·채널배정 특혜 달라“(한국일보, 2011-01-02) 〔시론〕 종편은 미디어계의 4대강 사업이다 / 김재영(한겨레, 2011-01-02) 조중동 종편 선정되자 이젠 “광고 특혜” 한 목소리(경향신문, 2011-01-02) 종편 무더기 허가에 특혜지원 논란(세계일보, 2011-01-03) “지상파도 적자전환 불보듯…지역언론 말라죽는다”(한겨레, 2011-01-06) ‘일자리·글로벌 미디어·여론 다양성’ 다 무너졌다(머니투데이, 2011-01-20) “종편 출범하면 소규모 PP 매출 50% 이상 하락”(경향신문, 2011-02-09) 〔충남대〕 ‘언론환경 변화와 지역의 대응’ 학술 세미나 개최: 종편 진입(경향신문, 2011-02-24) 조선·중앙·연합에 종편 및 보도 승인장 발부(아시아경제, 2011-03-30) 〔대전·충청〕 ‘종편시대와 지역 언론 생존전략’ 세미나(한국경제, 2011-04-20) 〔시사풍향계－김민기〕 미디어 난장판, 방통위가 결단하라(국민일보, 2011-10-23)
2012	**〈지역방송과 미디어렙〉** 미디어렙 법안, 10일 본회의 처리도 안개 속(한국일보, 2012-01-01) 미디어렙 또 물거품… 광고시장 정글화 어쩌나(머니투데이, 2012-01-01) 미디어렙법 어떤 내용 담았나(파이낸셜뉴스, 2012-01-01) 미디어렙법, 5일 문방위 전체회의서 처리될까(머니투데이, 2012-01-02) 미디어렙 5일 문방위 통과 주목…방통위도 전전긍긍(아시아경제, 2012-01-03) “미디어렙법 中小방송 광고연계는 부당“: 지역방송·중소방송 광고 연계판매(머니투데이, 2012-01-04) 여야 문방위원들, 원외에서도 설전 이어가: 미디어렙법(머니투데이, 2012-01-05) 미디어렙, 헌재 판결부터 2년간 제도공백까지(머니투데이, 2012-01-05) 미디어렙법안 처리하려던 문방위, KBS 수신료 문제로 ‘파행’(머니투데이, 2012-01-05) ‘미디어렙’ 대신 등장한 KBS수신료(상보)(머니투데이, 2012-01-05) 국민 KBS 수신료 올려 종편 특혜주나(종합): 미디어렙법, 수신료, 종편(머니투데이, 2012-01-06)

	주요 전국 일간지 20사
2012	민주통합 “미디어렙법 4월 총선 이후 재개정“(파이낸셜뉴스, 2012-01-06) 미디어렙법안, 법사위 처리과정에 수정안 나와 처리 진통(머니투데이, 2012-01-13) ‘방송선교 위기’ 기독교계, 미디어렙법 촉구(뉴스천지, 2012-01-15) 미디어렙에 ‘중소방송’ 지원 강화…“숨통트인다“(서울신문, 2012-02-03) 방통위 “지역방송 자체광고 판매지원“(머니투데이, 2012-02-03) 케이블-지상파 방송 분쟁땐 방통위, 직권으로 중재 가능: 미디어렙법 도입시 중소방송 지원 방안(서울경제, 2012-02-03) 미디어렙법 통과 후 방송광고 시장 어떻게 되나?(머니투데이, 2012-02-09) 코바코 방송광고 독점 헌법불합치 3년만에 미디어렙 법안 통과(동아일보, 2012-02-10) 〔시론〕 복수 미디어렙 시대 지역방송은(서울신문, 2012-06-08) 방통위, SBS 미디어렙 허가… 코바코 광고 독점 깨졌다(동아일보, 2012-08-23) **〈지역방송과 미디어렙〉 －OBS 미디어렙** ‘OBS 미디어렙 분할지정’ 후폭풍(한겨레, 2012-07-24) 종교방송 광고판매 코바코가 맡는다: OBS 미디어렙(서울경제, 2012-09-05) **〈지역방송과 미디어렙〉 -종합편성채널** 신문・방송 광고 동시에 수주 못한다: 지역방송 광고 연계판매 포함(서울경제, 2012-01-01) 소위 통과 미디어렙법 더 개악… 종편 3년 유예・방송사 1인 소유지분 40% 허용 등(국민일보, 2012-01-01) 상임위 통과된 미디어렙법은 사실상 ‘종편 특혜법’?(머니투데이, 2012-01-06) 0%대 시청률 ‘종편 구하기’ 짜고친 고스톱: 지역방송 광고 연계판매 포함(해럴드경제, 2012-02-09) **〈지역방송 프로그램 유통〉** 신경민, KBS, MBC 등에 지역방송 편성 확대 법안 발의(파이낸셜뉴스, 2012-08-29) 인디음악 〔이한철의 올댓뮤직〕 전국방송 승격 “굉장히 이례적”(내일뉴스, 2012-09-20) **〈지역방송 편성〉** 방통위, 지상파TV에 종일방송 허용(경향신문, 2012-09-07) 방통위 `지상파 종일방송` 강행…케이블TV업계 반발(매일경제, 2012-09-07) **〈지역방송 디지털전환〉** 지상파 아날로그 방송, 16일 울산부터 순차 종료(국민일보, 2012-01-09) 지상파 방송 디지털 수신 소득수준 관계없이 지원(국민일보, 2012-01-09) 디지털방송 전환, 방문 홍보 나선다(한국일보, 2012-03-07) 울산 아날로그 방송 16일 아듀～(파이낸셜뉴스, 2012-08-01) 아날로그 방송 ‘끝’…5만가구 TV 못 봐(경향신문, 2012-12-30) 디지털전환…TV채널이 갑자기 바뀐다면?(머니투데이, 2012-12-31)

	주요 전국 일간지 20사
2012	**〈지상파재송신〉** 〔기고－최우정〕 의무재송신 범위 어디까지(국민일보, 2013-01-14) 1200만가구 'KBS 2' 방송 끊겼다(경향신문, 2012-01-16) **〈지역방송과 인터넷 환경〉** 〔IT칼럼〕 스마트TV, 시청자주권의 시대(경향신문, 2012-08-14) 세계 최초, 인터넷 통신과 방송의 결합: 무선랜 지역방송서비스 시스템(머니투데이, 2012-12-04) **〈지역방송 활성화〉** 방송통신 분야 '2013년 달라지는 것들': 지역 시청자미디어센터 확대(경제투데이, 2012-12-28) **〈지역방송발전위원회〉** 지역방송위 활동실적, 지역인사 유명무실(이코노미세계, 2012-10-09) **〈지역지상파방송사〉** KBS포항방송국, 50년史 '영일만의 빛과 소리 50년' 펴내(세계일보, 2012-06-21)
2013 상반기	**〈지역방송과 미디어렙〉** 민주당, '종편 특혜 없애기' 방송법 개정안 발의: 미디어렙법 개정안(경제투데이 2013-04-22) 野, "종편 의무채널서 빼야" 개정안 발의: 미디어렙법 개정안(머니투데이, 2013-04-22) 김이환 중앙대 교수 등 '방송광고균형발전위원회' 구성(아시아경제, 2013-06-10) 방송광고균형발전위원회 초대 위원장에 김이환 교수(국민일보, 2013-06-13) 방송광고발전위 업무 시작(서울신문, 2013-06-14) **〈지역방송 프로그램 제작〉** KCA, 올해 방송프로그램 제작지원에 145억 투입: 지역성 강화프로그램 분야 지원(경제투데이, 2013-02-05) **〈지역방송 활성화〉** 미디어미래연구소, '방송부문 10대 과제' 발표: 지역방송활성화(경제투데이, 2013-01-30) 〔방통위 업무보고〕 KBS 등 공영방송 수신료 인상 검토: 지역방송활성화 지원(경제투데이, 2013-04-18) 〔방통위 업무보고〕 "영세 중소외주제작사 지원 상생협의체 만든다": 지역방송 활성화(아시아경제, 2013-04-18) **〈지역지상파방송사〉** OBS경인방송 인천으로 오나(아시아경제, 2013-01-11) 이경재 "지역민방 자체 제작 적극 투자" 당부: 지역민방 간담회(머니투데이, 2013-05-29) "세종시, 내포시 시대 열렸다. 지역방송 변해야 산다"(경향신문, 2013-06-16)

2. 주요 인터넷신문 보도

	주요 인터넷신문 20사
2008	〈지역방송과 미디어렙〉 지역방송 “민영미디어렙 결사반대“(미디어오늘, 2008-07-03) “민영미디어렙 도입하면 방송 공공성 말살“(미디어오늘, 2008-07-04) “썩었다는 지역방송 아예 사라질 판”(미디어오늘, 2008-07-16) 신재민 “민영미디어랩으로 방송 위기 없어야 “(노컷뉴스, 2008-08-29) “민영미디어렙, 방송 ‘부익부 빈익빈’ 체제 강화“(미디어오늘, 2008-09-17) 민주 “민영미디어랩 도입시, 종교방송 궤멸“(뉴스앤뉴스, 2008-09-18) 종교・지역방송 “미디어렙은 언론장악 음모…결사저지“(노컷뉴스, 2008-09-22) “민영 미디어렙, 거대자본의 방송 지배 속셈(미디어오늘, 2008-09-22) 송훈석 의원 “미디어렙, 이미 ‘부적합’ 판정난 사안“(노컷뉴스, 2008-10-06) “방송광고판매 민영화는 방송 순치 의도”(미디어오늘, 2008-10-13) 공공기관 선진화방안에 ‘지역방송’이 빠진 이유(미디어오늘, 2008-10-22) “지역방송, 벼랑 끝 위기“: 미디어렙(미디어오늘, 2008-10-24) 유인촌 “종교방송 방안 강구않고 자율경쟁 어려워“(노컷뉴스, 2008-10-24) 언론단체 “헌재, 코바코 독점의 공익성 살펴달라(노컷뉴스, 2008-11-26) “방송광고 판매대행 독점, 헌법 불합치“(미디어오늘, 2008-11-27) 신재민 “방송광고 독점 위헌, 코바코 해체 포함 대책 논의“(미디어오늘, 2008-11-28) 방송광고경쟁체제에 KISDI 장밋빛 전망(미디어오늘, 2008-12-01) 코바코 헌법불합치 지역・종교방송-본사 ‘동상이몽’(미디어오늘, 2008-12-03) “방송광고 경쟁체제 도입시 매출액 4863억원↑”(미디어오늘, 2008-12-03) 지역・종교방송 타격, 재벌 방송장악력 확대: 미디어렙(미디어오늘, 2008-12-03) 헌재의 지역방송 말살판결: 미디어렙(미디어오늘, 2008-12-04) 〈지상파재송신〉 IPTV 안착에 지역방송은 필요 없다?(미디어오늘, 2008-11-07) “승인 없는 IPTV 지상파 재송신, 지역방송 파괴“(미디어오늘, 2008-11-14) 〈지역방송발전위원회〉 “지역방송발전위 출범, 혁명적 사건“(미디어오늘, 2008-08-21) 〈지역지상파방송사〉 한국지역민영방송협회 9일 출범(미디어오늘, 2008-07-09) 한국방송광고공사(KOBACO) 양휘부 사장, “지역방송 역할 커질 것“: 지역방송사 간담회(노컷뉴스, 2008-07-15) 양휘부 사장, “지역 방송사와 KOBACO가 협력할 때“: 지역방송사 간담회(노컷뉴스, 2008-07-23)

	주요 인터넷신문 20사
2008	지역방송협회, 균형발전 대토론회(미디어오늘, 2008-07-30) **〈지역방송과 미디어법〉** “이명박 정부, 지역방송에 대한 패러다임 바꿔야“: 지역방송정책 대토론회(노컷뉴스, 2008-07-11) “지역방송 피폐는 공공부문 봉쇄한 정책 탓“: 지역방송정책 대토론회(미디어오늘, 2008-07-11) “지역방송 전국 유통 창구 마련해야”: 지역방송정책 세미나(미디어오늘, 2008-07-23) “‘시장주의・규제완화’ 지역언론정책, 위기 부를 것”(미디어오늘, 2008-08-27) “방송 공공성 업무보고는?”…“없다“: 종편 및 미디어렙(미디어오늘, 2008-09-04) “지역방송 고사시키려는 방송정책 철회하라“: 종편 및 미디어렙(미디어오늘, 2008-09-04) 방송 공공성 고사 산업논리 재편성 가시화: 종편 및 미디어렙(미디어오늘, 2008-09-10) 최시중, 방송법시행령 ‘강행’ 예고: 지상파/종편・보도 채널의 대기업 소유 규제 완화(미디어오늘, 2008-10-09)
2009	**〈지역방송 광고수익배분〉** “지역 방송광고 배분 현실화해야”(미디어오늘, 2009-12-18) **〈지역방송과 미디어렙〉** “올해 안에 종편PP・미디어렙 도입“(미디어오늘, 2009-05-08) “민영 미디어렙 , 지역방송 대책 있나”(미디어오늘, 2009-05-27) 여야 문방위원 “미디어렙 도입, 종교・지역방송 먼저 배려해야“(노컷뉴스, 2009-10-12) 코바코 “방송광고 의무할당제 검토”(뉴데일리, 2009-10-15) “방통위 광고 정책, 지역방송 몰락”(미디어오늘, 2009-10-28) 진성호 ‘방송광고판매대행 관련 법률’ 발의(뉴데일리, 2009-10-28) 방통위, 지역방송 ‘미디어렙 불만’ 달래기(미디어오늘, 2009-11-26) 지역 MBC 노조, 본사 미디어렙 방침 ‘반대’(미디어오늘, 2009-11-26) MBC 노조 “미디어렙, 지역 및 종교방송 지원 이뤄져야”(노컷뉴스, 2009-12-02) 미디어렙 공청회 “광고취약매체 ‘연계판매’ 법률 명시해야(노컷뉴스, 2009-12-18) “지역 없는 MBC, SBS 이길까“(미디어오늘, 2009-12-18) 방통위, 중소방송 광고지원 방안 마련(노컷뉴스, 2009-12-18) 미디어렙 10인 10색(미디어오늘, 2009-12-19) 방통위, 광고취약매체 ‘연계판매’ 도입(노컷뉴스, 2009-12-21) 미디어렙 제1원칙, 사업자보다 시청자가 우선이다(미디어오늘, 2009-12-23) 방통위, 종교.지역방송 광고판매지원 권고(노컷뉴스, 2009-12-31) **〈지역방송 프로그램 유통〉** 이정현 “지역 방송프로그램 전국 방송비율 대폭 늘려야“(데일리안, 2009-10-12)

	주요 인터넷신문 20사
2009	〈지상파재송신〉 지상파HD방송 권역별 재송신 '딜레마'(미디어오늘, 2009-09-02) 〈지역방송 소유겸영〉 "지역방송 자본소유 구조 완화해야"(미디어오늘, 2009-09-30) 〈지역방송발전위원회〉〈지역방송팀〉 "방통위, 방송 지역성 구현 의지 있나": 지역방송팀 폐지(미디어오늘, 2009-12-18) 〈지역방송과 미디어법〉 미디어 정책, 가치와 철학은?: 미디어법과 지역방송(미디어오늘, 2009-02-05) 공안통치와 언론악법, 국가 총체적 위기 부른다(미디어오늘, 2009-02-07) 지역방송 고사 우려…귀막은 주먹구구 공청회(미디어오늘, 2009-05-20) 최문순 "새 방송에 광고 주려고 KBS 수신료 2배 인상": 미디어법과 지역방송 논의 포함(오마이뉴스, 2009-10-12) "거대종편 등장, 지역방송 사망선고"(미디어오늘, 2009-12-02) "언론법 논의, 지역 무시 참담"(미디어오늘, 2009-12-18)
2010	〈지역방송 광고수익배분〉 TJB대전방송, 코바코에 70억 손배소(미디어오늘, 2010-09-03) 〈지역방송과 미디어렙〉 "방송 공정성, 이사회 정치적 독립이 최우선 과제": 미디어렙(미디어오늘, 2010-01-05) 〈지역방송과 미디어렙〉-종합편성채널 "미디어렙에 종편도 포함"(미디어오늘, 2010-09-09) 〈KBS 수신료〉 수신료 인상 들러리 전락한 KBS 시청자위: KBS 지역국 활성화(오마이뉴스, 2010-01-05) KBS, 수신료 올리고 지역KBS는 구조조정 하겠단다(오마이뉴스, 2010-07-30) 〈지상파재송신〉〈지상파 역외재송신〉 OBS 역외재송신 무산, 구성원들 반발(미디어오늘, 2010-02-12) OBS, 역외재송신 불허 결정 헌법소원 제기(미디어오늘, 2010-05-11) OBS "수도권 재송신 풀리나" 기대감(미디어오늘, 2010-08-16) 〈지역방송 활성화〉 위기의 지역언론, 어떻게 살릴까(미디어오늘, 2010-03-25) "지역언론관련법 제·개정 절실"(미디어오늘, 2010-03-31) 〈지역방송 소유겸영〉 "창원-진주MBC 합병 승인해선 안 돼"(오마이뉴스, 2010-09-28)

	주요 인터넷신문 20사
2010	**〈종합편성채널〉** “조중동 방송 특혜, 지상파·지역방송 죽이기“(오마이뉴스, 2010-08-16) “언론학자들 조중동 종편 앞잡이 돼 있다“(미디어오늘, 2010-09-13) 방송계의 돌연변이 ‘종편’…누구를 위한 탄생?(뉴스한국, 2010-12-29) 지상파 “종편 충격, 광고 시장 진흙탕 싸움“(미디어오늘, 2010-12-31)
2011	**〈지역방송과 미디어렙〉** ‘종소방송 지원책’ 법안에 명시돼야 한다(노컷뉴스, 2011-06-07) 전병헌, “KBS 수신료 인상, 국민의 신뢰 회복이 우선되어야“: 미디어렙과 지역방송 관련 의견 포함됨(노컷뉴스, 2011-06-21) “미디어렙법 8월국회서 반드시”(미디어오늘, 2011-07-06) 〔사설〕 미디어렙법 반드시 통과시켜야 한다(노컷뉴스, 2011-08-12) 국회 ‘미디어렙 법’ 논의 착수...8월 처리 가능할까(오마이뉴스, 11-08-26) “미디어렙 이달 처리 못하면 총파업”(미디어오늘, 2011-11-16) 여야, 미디어렙법 연내 제개정 합의(뷰스앤뉴스, 2011-11-30) 여야, 미디어렙법 연내처리키로(뉴데일리, 2011-11-30) 〔TV〕 “미디어렙법 연내 제정하라“(노컷뉴스, 2011-12-23) 미디어렙 법, 연내 통과 안 될 경우 ‘광고시장 황폐’ 우려(노컷뉴스, 2011-12-23) 미디어렙법, 반드시 연내에 처리돼야 한다(노컷뉴스, 2011-12-23) 미디어렙 ‘연내 입법 최우선’이 원칙이다(노컷뉴스, 2011-12-23) 지역방송 노조 ‘미디어렙 법 제정 요구’ 이틀째 점거 농성(노컷뉴스, 2011-12-23) OBS “지역방송 벼랑 끝 내모나”(미디어오늘, 2011-12-23) 미디어렙법 입법 연기 주장에 MBC가 웃는 이유?(노컷뉴스, 2011-12-26) 민주 미디어렙법 ‘졸속 의총’…실리 · 명분 잃어(노컷뉴스, 2011-12-27) 민주당 미디어렙 합의 무산, 연내 처리 어려울 듯(미디어오늘, 2011-12-27) 미디어렙법이 뭐길래…김진표, 고육책을 선택했을까?(노컷뉴스, 2011-12-27) ‘오락가락’ 민주당, 미디어렙 법안 연내 처리키로(오마이뉴스, 11-12-28) 미디어렙법의 연내입법 포기는 언론과 국민을 저버리는 것이다(노컷뉴스, 2011-12-28) 여야, 미디어렙 30일 처리키로(미디어오늘, 2011-12-29) **〈지역방송과 미디어렙〉 - 지상파광고 직접영업** SBS 미디어홀딩스 미디어렙 추진에 지역민방도 ‘발끈’(미디어오늘, 2011-08-03) “미디어렙법부터 제정” 지역민방들, SBS독자광고영업에 반발(노컷뉴스, 2011-09-28) “SBS 직접광고 강행하면 상장폐지 추진”(오마이뉴스, 2011-10-27) 민주당 “SBS 홀딩스, 미디어렙 설립 결정 철회하라“(노컷뉴스, 2011-10-28) 무법한 인간들… ‘길도 없고 법도 없다’: 종편·SBS 광고영업(노컷뉴스, 2011-11-08) 〔TV〕 SBS 광고 독자영업..방송 공공성 외면(노컷뉴스, 2011-11-10) 〔노컷시론〕 방송광고시장의 붕괴 임박: MBC, SBS 독자 광고영업(노컷뉴스, 2011-11-24) KOBACO, SBS 내년 ‘광고독자영업은 무모한 결정’ 철회돼야(노컷뉴스, 2011-12-08)

	주요 인터넷신문 20사
2011	MBC 광고 직거래 선언, 공영방송 붕괴 신호탄 되나(미디어오늘, 2011-12-26) 광고 직접영업, MBC 막고 종편 풀어줬다(미디어오늘, 2011-12-28) **〈지역방송과 미디어렙〉 -종합편성채널** “미디어렙법 제정·수신료 인상 저지” 총파업 선언: 종편직접 영업(미디어오늘, 2011-06-27) **〈KBS 수신료〉** “지역 시청자들에게 KBS 수신료는 조공 납부“: 수신료와 지역KBS(미디어오늘, 2011-11-23) **〈지역방송 편성〉** 지상파TV도 24시간 종일방송 허용한다(미디어오늘, 2011-11-23) **〈지역방송 활성화〉** “지역방송을 공적 진흥 대상으로(미디어오늘, 2011-04-06) “지역방송은 서울 KBS·MBC·SBS 식민지다”: 지역방송 제자리 찾기(노컷뉴스, 2011-11-06) **〈지역방송 소유겸영〉** 방통위, 진주－창원MBC 통폐합 일단 보류(미디어오늘, 2011-07-21) “진주－창원MBC 통합 결정은 지역언론 죽이기“(오마이뉴스, 2011-08-10) **〈지역방송발전위원회〉** 방통위의 꼼수 지역방송발전위원 선정은 원천무효다(노컷뉴스, 2011-10-27) **〈종합편성채널〉** 조·중·동의 방송 진출 이후에는: 지역방송 광고 잠식 우려(프레시안, 2011-01-12) 종교방송 ‘위기감’...“종편은 음란-폭력 판도라 상자“: 종교·지역 방송 광고 잠식 우려(오마이뉴스, 2011-01-12) 종편특혜저지와 지역방송 생존권 보장위한 긴급토론회(노컷뉴스, 2011-02-10) “종편 ‘광고 직거래’ 허용 여당에 낙선운동할 것”: 지역방송 광고 잠식 우려(미디어오늘, 2011-06-20) 종편 이적·미디어렙 지연에 흔들리는 지역언론(미디어오늘, 2011-07-20) “종편 출범, 지역 방송사들 초토화시킬 것 “(미디어오늘, 2011-10-09) 굴러온 종편채널 박힌 OBS 밀어냈다: SO 채널구성 비판(미디어오늘, 2011-11-30) **〈지역방송 광고수익배분〉** 코바코, 70억 손배 요구한 대전방송에 승소(미디어오늘, 2012-02-17) 9시 넘으면 지역·케이블 프로 빼고 SBS만 틀어라?(미디어오늘, 2012-06-18) SBS는 지역민방에 대한 도발을 즉각 중단하라: 편성협약(노컷뉴스, 2012-06-19) 지역민방 말살! 공적책임 방기! SBS를 규탄한다!!: 네트워크 협약(노컷뉴스, 2012-07-27) “SBS, 지역방송에 광고 안 주려고 배분협약 꼼수”(미디어오늘, 2012-07-31)

	주요 인터넷신문 20사
2012	**〈지역방송과 미디어렙〉** 미디어렙법 한나라당 요구 전폭 수용, 법안소위 통과(미디어오늘, 2012-01-01) 〔노컷시론〕 미디어렙 법안은 반드시 통과돼야 한다(노컷뉴스, 2012-01-03) 〔Why뉴스〕 미디어렙 법, 국민에게 得 vs 失 논쟁, 왜?(노컷뉴스, 2012-01-04) 지역 민언련 "방송의 공공성 원칙에 부합하는 미디어렙법 즉각 제정하라"(노컷뉴스, 2012-01-04) 김재윤 의원 "미디어렙법 제정은 반드시 필요"(노컷뉴스, 2012-01-05) '미디어렙 입법 촉구' 목소리 전국으로 확산(노컷뉴스, 2012-01-11) 충북 시민사회, 한나라당 미디어렙법 무력화 중단 촉구(노컷뉴스, 2012-01-12) 경남 언론·종교계 "미디어렙법 즉각 처리하라"(노컷뉴스, 2012-01-12) 미디어렙법 지연, 중소방송 직격탄…한나라당 책임론 확산(노컷뉴스, 2012-01-13) 〔노컷시론〕 미디어렙 법안 빨리 통과시켜라(노컷뉴스, 2012-01-16) 전병헌 "미디어렙법 미뤄 중소방송 고사위기"(노컷뉴스, 2012-01-17) 종교·지역방송 광고 대란설, 현실인가 엄살인가: 미디어렙(미디어오늘, 2012-01-18) 박근혜 "미디어렙 조속히 처리해야"(종합)(노컷뉴스, 2012-01-19) 미디어렙법, 2월 국회에선 처리될까(미디어오늘, 2012-01-31) 미디어렙법 합의 실패, 표결처리 할 듯(미디어오늘, 2012-02-08) 미디어렙법, 국회 법사위 통과(미디어오늘, 2012-02-08) 국회, 입법공백 3년 넘긴 미디어렙법 9일 처리(노컷뉴스, 2012-02-09) 민언련, "미디어렙법 차선이라더니, 언론사에 남을 치욕"(미디어오늘, 2012-02-10) 언론계 분열시킨 미디어렙법 "닥치고 즉각 개정"(오마이뉴스, 12-02-16) 미디어렙 통과 후폭풍 몰아친다(미디어오늘, 2012-02-17) 미디어렙법 시행령, 변동 수수료에 '박 터지는' 신경전(미디어오늘, 2012-03-29) 미디어렙 경쟁 체제, 지역방송이 살아남는 법(프레시안, 2012-07-29) **〈지역방송과 미디어렙〉 -지상파광고 직접영업** 언론연대 "MBC, SBS 광고 직접영업? 피해 상상이상"(노컷뉴스, 2012-01-04) SBS 다시 직접영업? 중소매체 '광고 반토막'(미디어오늘, 2012-01-09) SBS 광고 직거래에 지역·종교방송 광고 급감(미디어오늘, 2012-02-02) 방통위 "SBS, 연계판매 안 하면 강력처벌"(미디어오늘, 2012-02-09) 방통위는 SBS 탐욕의 도구, '미디어크리에이트' 설립을 불허하라!(노컷뉴스, 2012-07-31) 방통위, 민영 최초로 SBS 미디어렙 허가(미디어오늘, 2012-08-22) **〈지역방송과 미디어렙〉 -OBS 미디어렙** 미디어렙 허가고시 앞두고, OBS－종교방송 신경전(미디어오늘, 2012-06-27) "민영 미디어렙은 사형선고" OBS 전전긍긍(미디어오늘, 2012-07-04) "종편과 OBS, 왜 이렇게 대접이 다른가"(미디어오늘, 2012-07-23) "OBS 민영 미디어렙 분할 지정은 경인지역 시청주권 무시"(미디어오늘, 2012-07-25) '공익적 방송하는 민영방송'의 존재 이유: OBS 미디어렙 배정(프레시안, 2012-08-07) SBS 미디어렙 지정 "OBS는 사업 접으란 말인가"(미디어오늘, 2012-09-05)

	주요 인터넷신문 20사
2012	방통위는 미디어렙 고시를 즉각 철회하라!: OBS 미디어렙 배정(노컷뉴스, 2012-09-06) 〈지역방송 편성〉 뉴스데스크 시간 변경에 지역 MBC '죽겠다' 아우성(미디어오늘, 2012-11-23) 〈지역방송 디지털전환〉 울산지역 8월 16일부터 아날로그TV방송 못 봐(노컷뉴스, 2012-08-01) 〈지역방송과 인터넷 환경〉 "지역 방송사들, N스크린 손 놓고 있을 건가"(미디어오늘, 2012-05-25) 〈지역방송 활성화〉 신경민 '지역방송 발전' 방송법 개정안 발의(미디어오늘, 2012-08-29) '서울언론'의 지역 약탈, 도 넘었다: 서울 중심 시장 구조(오마이뉴스, 2012-11-26) 〈지역방송 소유겸영〉 "지역방송 생존에 KBS·MBC 지배구조 개혁해야": 지역방송사 지배구조(미디어오늘, 2012-05-27) "MBC-지역MBC 주종관계 깨야…공영화로"(미디어오늘, 2012-05-31) 〈지역지상파방송사〉 인권위, 방송사 웹사이트 '장애인 접근권' 차별(노컷뉴스, 2012-07-05) 부산 기장군 세트장 지원 의혹…지역 방송사 '군수 다큐 제작'(노컷뉴스, 2012-08-07) 지역언론 "대선보도, 불공정－여권편향 심각": 지역방송 보도편향성(오마이뉴스, 2012-12-12)
2013 상반기	〈지역방송프로그램 제작〉 올해 방송프로그램 제작지원에 145억원 투입(노컷뉴스, 2013-02-05) KCA, 방송프로그램 제작지원에 145억 투입한다(뉴데일리, 2013-02-05) 〈지역방송 활성화〉 지역방송기자의 경고, "이대로면 지자체 관영언론 된다"(미디어오늘, 2013-06-01) 지역방송 활성화를 위한 입법, 더 늦출 수 없다(노컷뉴스, 2013-06-13) 〈지역지상파방송사〉 일부 지역 방송국 전산망 마비(오마이뉴스, 13-03-20) 〈종합편성채널〉 "종편 승인 취소 어려워...경쟁 통해 선택받도록 해야": 지역방송콘텐츠 활성화(오마이뉴스, 13-05-14) 〈정부조직 개편〉 지역방송들, '방송광고업무' 미창과부 이관에 반발(미디어오늘, 2013-02-22) 민주, "청와대가 야당을 손톱 밑 가시로 봐": 정부조직법 지역방송 지원 관할(노컷뉴스, 2013-03-01)

3. 주요 방송사 보도

	지상파방송 중앙 3사, 지역민영방송 11사, 보도채널2사 및 종편채널 4사
2008	**〈지역방송과 미디어렙〉** 지역방송, “민영 미디어렙 반대“(YTN, 2008-07-03) 방송통신산업 규제 풀린다…민영 미디어렙 도입(SBS, 2008-09-04) 변화 앞둔 코바코 체제…광고 경쟁시대 열린다(SBS, 2008-09-04) 방송시장 규제 대폭 완화…민명 미디어렙 도입(SBS, 2008-09-05) 민영 미디어렙 도입 반발 확산(YTN, 2008-09-13) 민영 미디어렙 도입 논란(YTN, 2008-09-20) “미디어렙 도입되면 방송 28곳 적자“(YTN, 2008-09-23) 문화부 국감에선…“민영 미디어렙 도입 필요“(SBS, 2008-10-06) 한국방송광고공사 광고대행 독점, 위헌(YTN, 2008-11-27) “민영 미디어렙 탄력 붙는다“(YTN, 2008-11-28) **〈지역방송 프로그램 제작・유통〉** 지역방송기획4〉 콘텐츠로 윈윈(울산방송, 2008-09-04) **〈지역방송 디지털전환〉** 지역방송 기획-1〕 디지털 전환(대구방송, 2008-09-01) 뉴미디어와 지역방송〉 디지털전환(울산방송, 2008-09-01) **〈지역방송 활성화〉** 지역방송5〕 균형발전=지역방송(대구방송, 2008-09-05) **〈지역방송발전위원회〉** 지역방송 발전위 활동개시(대구방송, 2008-08-19) 지역방송정책 공식 심의 기구 출(울산방송, 2008-08-19) 지역방송발전위 출범(대구방송, 2008-08-20) **〈지역방송과 미디어법〉** 방송법시행령개정 공청회 무산(YTN, 2008-08-14)
2009	**〈지역방송과 미디어렙〉** “방송광고 한시적으로 제한경쟁 바람직“(YTN, 2009-02-10) 방송광고 독점 어떻게 개편? “미디어렙 세우자“(SBS, 2009-02-10) 방송광고도 경쟁체제로…미디어렙 도입 논의(SBS, 2009-03-18) IPTV협회 기금조성 외압・미디어렙 도입 공방(YTN, 2009-10-07) 한국방송광고공사 국감, ‘미디어렙’ 공방(MBC, 2009-10-16) 지역방송 지원대책 촉구: 미디어렙(울산방송, 2009-10-22) 미디어렙 체제 지역방송 지원방안 건의(연합뉴스, 2009-11-26)

	지상파방송 중앙 3사, 지역민영방송 11사, 보도채널2사 및 종편채널 4사
2009	광고학회, 미디어렙 특별세미나(MBC, 2009-12-04) 민영 미디어렙 도입 우려? “광고요금 하락할 것“(SBS, 2009-12-04) 미디어렙 정부안 국회 제출··“1공영 다민영“(MBC, 2009-12-11) **〈지상파재송신〉〈지상파 역외재송신〉** 방통위, OBS 역외재전송 심의 결정(YTN, 2009-11-18) **〈지역방송 활성화〉** 방통심위위 지역방송사와 소통 나선다(연합뉴스, 2009-11-18) **〈지역방송과 미디어법〉** 2009 방송계, 격랑 몰아치나: 미디어법(MBC, 2009-01-01) 정병국 의원 “방송법, 지역방송사 위한 것“(MBC, 2009-01-16) 정병국, “공영방송법 조만간 국회 제출“: 미디어법과 지역방송(YTN, 2009-01-16) 정병국 의원 “여론 독과점은 기우“(MBC, 2009-01-17) 미디어위, 신문－대기업 방송진출 허용··여야 갈등 ‘증폭’(MBC, 2009-06-24) 민주 “신문・대기업, 방송소유 불허” 보고서 제출(MBC, 2009-06-26) “신문・대기업, 보도 제외 방송진입 허용“(YTN, 2009-07-09) “보도 제외 방송 진출” vs “현행법과 차이 없어“(YTN, 2009-07-09) 민주당, “보도 제외 방송에 신문 진출 허용“(YTN, 2009-07-09) 여야 합의 가능성?··핵심 쟁점은 ‘종합편성채널’(MBC, 2009-07-21)
2010	**〈지역방송 광고수익배분〉** 지역방송 살길은?: 광고수익배분, 광역화(대구방송, 2010-05-14) **〈지역방송 활성화〉** 〔경북〕 방통심의위, ‘지역방송 심의방향’ 토론회 개최(YTN, 2010-07-02) 방통심의위, “지역방송 심의방향” 토론회 개최(YTN, 2010-07-02) **〈지역방송 소유겸영〉** 창원.진주 MBC 합병, ‘MBC경남’ 출범(MBC, 2010-07-22) **〈종합편성채널〉** 방통위, 종편 실무안 내일 발표··“특혜 안 된다“(MBC, 2010-08-16) 종편특혜.지역방송 정책질타(대구방송, 2010-10-22) 종합편성채널 최종 발표를 둘러싼 논란 〔YTN FM〕 (YTN, 2010-12-31)
2011	**〈지역방송과 미디어렙〉** 미디어렙토론회 “1사 1렙 방식 선호가 다수“(MBC, 2011-01-25) 〔프라임뉴스〕 민영미디어렙 지역방송 배려(대구방송, 2011-04-07) “KBS, 수신료 인상보다 국민 신뢰 먼저 얻어야”: 미디어렙법 내용 포함 〔YTN FM〕 (YTN, 2011-06-30)

	지상파방송 중앙 3사, 지역민영방송 11사, 보도채널2사 및 종편채널 4사
2011	“SBS 미디어홀딩스 직접 광고영업 반대”(전주방송, 2011-09-22) 〔프라임뉴스〕 지역방송 위기,대책은?: 미디어렙(대구방송, 2011-09-22) 여야 미디어렙법 제정 논의 본격화(전주방송, 2011-11-23) “공공성 위해 지역방송 광고 법적 보장”(광주방송, 2011-11-29) 문화방송, 독자 미디어렙 추진··광고영업 자회사 설립(MBC, 2011-12-26) 문화방송 “광고영업 자회사 ‘MBC 미디어렙’ 설립“(MBC, 2011-12-26) 민주통합,“연내 미디어렙법 통과” 진통 끝 결정(경기방송, 2011-12-28) **〈지역방송과 미디어렙〉 -종합편성채널** ‘종편 특혜’ 미디어렙 법안 이대로는 안 된다(MBC, 2011-12-30) **〈지역방송 협찬・고지〉** 정병국 장관 “방송사에도 협찬제 허용해야“: 지역방송 포함(SBS, 2011-06-13) **〈KBS 수신료〉** 혼탁해진 방송 광고시장…공영방송 ‘위기’: KBS 수신료 내용 포함(KBS, 2011-12-31) **〈지역방송과 인터넷 환경〉** 스마트 미디어, 지역방송 심의방향 토론회(광주방송, 2011-11-22) **〈지역방송 활성화〉** 최시중 인사청문회, 지역방송 대책 촉구: 미디어렙, 종편(광주방송, 2011-03-17) “지역방송 배려해야”: 미디어렙, 종편(전주방송, 2011-04-07) 〔아침뉴스〕 지역방송 규제풀고 지원해야: 미디어렙, 종편(대구방송, 2011-05-20) **〈종합편성채널〉** ‘종편 빅뱅’ 지역방송 존립 위기(경기방송, 2011-02-10) “중앙지 방송 진출, 지방자치에도 악영향”: 종편(전주방송, 2011-02-11) 지역방송 고사 위기(리): 종편(광주방송, 2011-03-31) (종편 채널) “지역방송 고사 위기”(전주방송, 2011-03-31) 〔프라임뉴스〕 종편, 지역방송 생존 위협(대구방송, 2011-03-31) “종편채널, 지역방송에 치명적 타격 ”(광주방송, 2011-05-19) 종편채널, 지역방송에 큰 타격(울산방송, 2011-05-19) 종편 등장..지역방송 대책은?(전주방송, 2011-05-27) 조선, 중앙, 동아 종편 특혜 중단 촉구(전주방송, 2011-06-29) 위기의 지역방송 토론회 방송: 종편(광주방송, 2011-08-25) 지역언론연합, 종편 특혜 중단 촉구(전주방송, 2011-09-10) 종편 채널 개국, 앞으로의 방송시장은? 〔YTN FM〕 (YTN, 2011-12-01) ‘특혜・졸속’ 종편 4사・보도채널 개국(YTN, 2011-12-01) 〔청주〕 충북 민언련 “혈세로 지역방송 죽여“: 종편에 홍보예산 편성(SBS, 2011-12-09)

	지상파방송 중앙 3사, 지역민영방송 11사, 보도채널2사 및 종편채널 4사
2012	〈지역방송과 광고수익배분〉 전파료 비율 높여야(전주방송, 2012-05-29) 〈지역방송과 미디어렙〉 '미디어렙 입법부재' 혼란(OBS, 2012-01-02) 지역방송 보호 미디어렙 법 제정 촉구(OBS, 2012-01-04) 광고주협회도 반발 "끼워팔기 의무 유례없다"(MBC, 2012-01-04) '미디어렙' 오늘 국회 상정‥광고주협 "헌법소원 내겠다"(MBC, 2012-01-05) 여야, 미디어렙법 9일 본회의 강행처리 합의(MBC, 2012-02-02) 공중파 적자 나도 떼어 줘야 한다?‥'독소 조항': 미디어렙(MBC, 2012-02-02) 미디어렙법 시행시 중소 방송 지원책 마련(OBS, 2012-02-03) 여야, 9일 본회의서 미디어렙 '졸속 처리' 합의(MBC, 2012-02-03) 미디어렙법 국회 법사위 통과‥선거 前 '눈치보기'(MBC, 2012-02-08) 미디어렙 법 국회 통과…3년 입법 공백 해소(SBS, 2012-02-09) 오늘 본회의...미디어렙 표대결 전망(YTN, 2012-02-09) 미디어렙법, 국회 본회의 통과‥'또 다른 갈등' 시작(MBC, 2012-02-09) '미디어렙법' 법사위 졸속통과‥광고시장 왜곡(MBC, 2012-02-09) "지역방송 방치, 지역시민 외면": 미디어렙(OBS, 2012-07-20) "미디어렙 고시 전면 재검토해야"(OBS, 2012-07-23) 국회 미디어렙 토론회(OBS, 2012-07-23) 방통위의 불공정 광고정책 비난 봇물(OBS, 20120-7-25) 여야 "미디어렙 고시 재검토"(OBS, 2012-07-25) 방통위, 민영 미디어렙 '미디어크리에이트' 허가(SBS, 2012-08-22) 〔국감〕 방통위 국감 "지역방송 위기론" 뜨거운 감자: 종편, 미디어렙(경기방송, 2012-10-09) 〔국감〕 "지역방송 다 죽는다".. 방통위, 지역방송 위한 정책 절실: 미디어렙, 종편(경기방송, 2012-10-09) 〈지역방송과 미디어렙〉 -OBS 미디어렙 "OBS 미디어렙 분할지정 문제"(OBS, 2012-07-23) 〈지역방송 편성〉 '지상파 종일 방송'...방송 독과점 심화(YTN, 2012-09-06) 〈지역방송과 인터넷 환경〉 "N스크린 규제 해야"(전주방송, 2012-06-14) 〈지역방송 활성화〉 "경제 양극화 해소": 지역방송 활성화(전주방송, 2012-03-14) 국감, 지역방송 활성화 대책 촉구(광주방송, 2012-10-09)

	지상파방송 중앙 3사, 지역민영방송 11사, 보도채널2사 및 종편채널 4사
2013 상반기	**〈지역방송과 미디어렙〉** 방송 광고 시장 경쟁 불합리만 키워: 미디어렙(대전방송, 2013-06-05) 민영미디어렙 1년---지역방송 '위기'(전주방송, 2013-06-05) **〈지역방송과 인터넷 환경〉** 더 풍부해진 채널·콘텐츠 '씨앤엠 pooq' 가동(N스크린)(SBS, 2013-01-31) **〈지역방송 활성화〉** 서울－균형발전촉구+지역방송(대구방송, 2013-06-19) 지역방송발전 관련법 국회 공청회(대전방송, 2013-06-19) 지역방송 지원 현실화되나?(전주방송, 2013-06-19) **〈케이블TV 지역채널〉** 정부조직법 개편안 타결…'SO 업무' 미래부로(자체편성): 케이블 지역채널(SBS, 2013-03-17) 정부조직 개편안 타결…"국정 운영 탄력"(자체편성): 케이블 지역채널(SBS, 2013-03-18)

〔부록 3〕 지역방송사 연도별 현황 자료

1. 지역방송사 연도별 매출액

(단위 : 백만원)

회사명	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
부산문화방송㈜	42,858	37,363	42,626	46,594	43,317
대구문화방송㈜	37,813	34,854	39,795	41,361	34,240
광주문화방송㈜	25,595	24,192	27,091	28,886	24,980
대전문화방송㈜	27,865	24,959	28,026	30,669	26,754
전주문화방송㈜	24,269	20,062	22,273	24,714	21,663
㈜엠비씨경남*	24,581	21,196	24,355	36,651	50,678
춘천문화방송㈜	17,685	16,156	18,654	16,835	16,944
청주문화방송㈜	19,741	16,922	19,105	19,649	17,151
제주문화방송㈜	18,580	15,704	18,896	20,415	17,532
울산문화방송㈜	25,054	22,482	27,270	27,069	25,471
진주문화방송㈜	23,740	22,235	24,377	–	–
목포문화방송㈜	17,314	17,186	17,259	19,155	16,639
여수문화방송㈜	19,336	17,587	18,595	19,942	17,844
안동문화방송㈜	17,180	15,260	17,499	17,636	15,707
원주문화방송㈜	15,286	13,714	14,401	14,845	12,874
충주문화방송㈜	15,064	13,208	13,965	14,122	12,904
삼척문화방송㈜	15,429	13,290	13,670	14,399	13,235
포항문화방송㈜	19,365	17,322	19,929	21,858	18,855
강릉문화방송㈜	17,992	15,228	16,307	16,343	15,096
㈜KNN	48,232	45,750	50,003	56,153	57,122
㈜대구방송	37,491	31,687	34,148	37,074	36,265
㈜광주방송	28,669	25,388	27,797	31,066	31,402
㈜대전방송	25,155	22,401	25,152	26,558	27,017
㈜울산방송	20,707	18,574	20,058	22,189	25,220
㈜전주방송	15,923	14,913	15,979	17,594	18,657
㈜청주방송	16,265	13,985	14,376	15,244	14,881
㈜지원(G1)	19,887	17,172	18,173	20,176	20,897
㈜제주방송	13,478	12,219	12,452	13,839	13,548
OBS경인TV㈜	11,935	20,959	30,735	33,633	37,460
㈜경기방송	9,610	9,422	8,960	9,476	9,115
경인방송㈜	–	5,343	5,574	6,598	6,717
합계	672,099	616,733	687,501	720,744	700,186

*: 구 창원문화방송

2. 지역방송사 연도별 자산총액

(단위: 백만원)

회사명	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
부산문화방송㈜	80,859	81,407	84,655	88,288	91,325
대구문화방송㈜	88,752	80,380	82,576	84,170	82,186
광주문화방송㈜	54,099	56,927	60,514	62,661	62,814
대전문화방송㈜	48,166	49,264	52,327	55,480	56,757
전주문화방송㈜	35,058	34,316	38,575	40,727	41,700
㈜엠비씨경남*	39,578	41,857	82,759	82,863	84,204
춘천문화방송㈜	24,005	23,829	25,607	26,154	26,346
청주문화방송㈜	34,156	32,030	30,287	31,385	29,618
제주문화방송㈜	29,269	28,899	28,627	30,102	29,705
울산문화방송㈜	54,164	48,677	53,090	55,073	55,093
진주문화방송㈜	41,474	39,433	–	–	–
목포문화방송㈜	40,512	43,774	45,278	47,006	47,674
여수문화방송㈜	41,040	40,406	43,197	45,288	45,651
안동문화방송㈜	31,644	31,859	34,662	37,174	38,324
원주문화방송㈜	32,955	32,062	35,181	37,008	37,228
충주문화방송㈜	28,887	26,352	28,183	29,141	30,472
삼척문화방송㈜	26,354	25,624	27,188	27,698	27,886
포항문화방송㈜	29,698	25,863	28,318	23,020	25,147
강릉문화방송㈜	22,240	23,051	26,213	28,380	29,323
㈜KNN	114,017	119,501	140,092	155,111	188,028
㈜대구방송	79,316	85,086	96,046	99,648	100,005
㈜광주방송	83,953	89,584	95,241	93,383	97,270
㈜대전방송	68,255	71,335	73,927	78,602	84,215
㈜울산방송	51,887	54,640	58,917	57,407	60,823
㈜전주방송	46,303	51,241	52,427	54,104	55,881
㈜청주방송	31,616	32,366	34,472	37,724	41,268
㈜지원(G1)	26,365	29,479	32,450	33,314	35,714
㈜제주방송	33,209	35,799	37,806	40,610	43,121
OBS경인TV㈜	95,145	70,455	49,081	32,350	28,529
㈜경기방송	4,570	3,125	3,175	3,581	3,236
경인방송㈜	11,449	11,895	12,088	12,811	13,158
합계	1,428,997	1,420,516	1,492,959	1,530,262	1,592,702

*: 구 창원문화방송

3. 지역방송사 연도별 매출액 구성

(단위: 백만원)

회사명	2008		2009		2010		2011		2012	
	방송*	기타*	방송	기타	방송	기타	방송	기타	방송	기타
부산문화방송㈜	40,650	2,208	33,359	4,004	38,830	3,796	42,153	4,441	32,903	10,414
대구문화방송㈜	27,602	10,212	24,727	10,127	28,712	11,083	28,319	13,042	24,316	9,923
광주문화방송㈜	24,595	1,000	23,126	1,067	25,254	1,837	26,448	2,438	24,961	19
대전문화방송㈜	25,152	2,714	22,376	2,583	24,681	3,345	26,812	3,857	26,626	237
전주문화방송㈜	21,514	2,755	17,330	2,732	19,738	2,535	21,069	3,645	18,953	2,710
㈜엠비씨경남**	20,531	4,050	16,807	4,389	18,982	5,373	26,080	10,571	32,418	18,260
춘천문화방송㈜	17,380	305	15,799	357	15,772	2,882	15,811	1,024	15,645	1,300
청주문화방송㈜	19,741	0	16,922	0	19,074	31	19,649	0	17,052	100
제주문화방송㈜	18,414	166	15,571	133	18,825	71	20,245	170	17,532	0
울산문화방송㈜	20,388	4,666	17,287	5,195	21,690	5,580	20,837	6,232	25,290	182
진주문화방송㈜	17,153	6,588	14,471	7,764	16,282	8,096	9,491	5,997	–	–
목포문화방송㈜	17,314	0	17,186	0	17,259	0	19,155	0	15,705	1,221
여수문화방송㈜	19,270	66	17,519	68	18,525	70	19,620	321	17,162	682
안동문화방송㈜	16,574	606	14,518	742	16,834	666	16,910	726	14,145	1,562
원주문화방송㈜	13,117	2,169	11,006	2,708	12,258	2,142	12,426	2,419	12,865	9
충주문화방송㈜	14,652	486	12,780	475	13,634	331	13,830	292	12,568	336
삼척문화방송㈜	15,360	69	13,212	79	13,579	90	14,272	127	13,059	177
포항문화방송㈜	19,365	0	17,322	0	19,929	0	21,858	0	16,484	2,371
강릉문화방송㈜	17,896	97	15,110	118	16,192	116	16,213	130	14,951	145
㈜KNN	42,982	5,250	40,495	5,255	39,848	10,155	44,484	11,669	43,637	13,485
㈜대구방송	29,075	8,416	25,578	6,109	26,623	7,524	29,160	7,914	28,898	7,367
㈜광주방송	27,665	1,003	24,308	1,079	26,902	895	30,301	765	30,680	723
㈜대전방송	25,155	0	22,401	0	25,152	0	26,558	0	25,510	1,507
㈜울산방송	20,707	0	18,574	0	19,993	66	22,091	98	24,468	752
㈜전주방송	15,923	0	14,913	0	15,979	0	17,594	0	18,350	307
㈜청주방송	16,265	0	13,985	0	14,376	0	15,244	0	14,881	0
㈜지원(G1)	19,887	0	17,172	0	18,173	0	20,176	0	20,345	553
㈜제주방송	13,478	0	12,219	0	12,452	0	13,839	0	13,548	0
OBS경인TV㈜	11,935	0	20,959	0	30,735	0	33,633	0	37,460	0
㈜경기방송	9,581	29	9,392	30	8,931	29	9,447	29	9,087	29
경인방송㈜	3,823	183	5,034	309	5,357	217	6,435	163	6,524	193
합계	623,142	53,038	561,459	55,322	620,571	66,930	660,160	76,072	626,021	74,562

*: 방송은 방송사업, 기타는 기타사업을 말한다.

**: 구 창원문화방송

4. 지역방송사 연도별 매출액 세부 구성

(단위: 백만원)

연도	회사명	재송신	광고	협찬	프로그램 판매	기타	합계
2008	부산문화방송㈜	–	35,767	3,317	1,567	0	40,650
	대구문화방송㈜	–	24,821	2,409	371	0	27,602
	광주문화방송㈜	–	19,933	4,009	653	0	24,595
	대전문화방송㈜	–	24,738	0	413	0	25,152
	전주문화방송㈜	–	21,514	0	0	0	21,514
	㈜엠비씨경남*	–	18,142	1,945	444	0	20,531
	춘천문화방송㈜	–	15,635	1,326	419	0	17,380
	청주문화방송㈜	–	16,297	3,034	333	78	19,741
	제주문화방송㈜	–	15,927	914	462	1,111	18,414
	울산문화방송㈜	–	18,312	1,781	295	0	20,388
	진주문화방송㈜	–	13,760	1,911	519	961	17,153
	목포문화방송㈜	–	12,647	2,494	818	1,354	17,314
	여수문화방송㈜	–	13,687	4,124	628	831	19,270
	안동문화방송㈜	–	13,565	2,447	414	148	16,574
	원주문화방송㈜	–	13,084	0	24	9	13,117
	충주문화방송㈜	–	12,886	0	0	1,766	14,652
	삼척문화방송㈜	–	12,511	889	525	1,435	15,360
	포항문화방송㈜	–	16,209	2,366	0	790	19,365
	강릉문화방송㈜	–	15,915	1,477	0	504	17,896
	㈜KNN	–	34,055	8,106	821	0	42,982
	㈜대구방송	–	27,314	737	744	280	29,075
	㈜광주방송	–	21,971	2,918	187	2,590	27,665
	㈜대전방송	–	21,532	0	936	2,687	25,155
	㈜울산방송	–	12,637	2,986	173	4,911	20,707
	㈜전주방송	–	12,917	477	0	2,529	15,923
	㈜청주방송	–	16,265	0	0	0	16,265
	㈜지원(G1)	–	16,869	512	10	2,496	19,887
	㈜제주방송	–	11,838	1,289	0	351	13,478
	OBS경인TV㈜	–	8,907	2,579	450	0	11,935
	㈜경기방송	–	5,039	3,555	0	987	9,581
	경인방송㈜	–	2,391	1,432	0	0	3,823
	합계	–	527,084	59,034	11,207	25,817	623,142

연도	회사명	재송신	광고	협찬	프로그램 판매	기타	합계
2009	부산문화방송㈜	–	30,008	2,513	766	72	33,359
	대구문화방송㈜	–	20,940	3,442	345	0	24,727
	광주문화방송㈜	–	17,350	4,967	809	1	23,126
	대전문화방송㈜	–	21,984	0	391	0	22,376
	전주문화방송㈜	–	17,330	0	0	0	17,330
	㈜엠비씨경남*	–	14,608	1,767	432	0	16,807
	춘천문화방송㈜	–	13,779	1,452	568	0	15,799
	청주문화방송㈜	–	13,495	2,952	387	87	16,922
	제주문화방송㈜	–	13,243	1,015	259	1,054	15,571
	울산문화방송㈜	–	14,952	2,022	312	0	17,287
	진주문화방송㈜	–	11,360	1,471	450	1,191	14,471
	목포문화방송㈜	–	10,633	3,033	601	2,920	17,186
	여수문화방송㈜	–	11,079	4,259	1,073	1,108	17,519
	안동문화방송㈜	–	11,520	2,486	408	104	14,518
	원주문화방송㈜	–	10,974	0	22	9	11,006
	충주문화방송㈜	–	10,861	0	0	1,919	12,780
	삼척문화방송㈜	–	10,274	705	688	1,545	13,212
	포항문화방송㈜	–	14,100	2,578	0	644	17,322
	강릉문화방송㈜	–	13,535	1,094	0	481	15,110
	㈜KNN	–	29,952	9,471	1,072	0	40,495
	㈜대구방송	–	23,447	1,255	696	180	25,578
	㈜광주방송	–	19,313	2,927	259	1,810	24,308
	㈜대전방송	–	19,285	0	860	2,257	22,401
	㈜울산방송	–	10,653	2,461	258	5,202	18,574
	㈜전주방송	–	10,837	971	0	3,104	14,913
	㈜청주방송	–	13,985	0	0	0	13,985
	㈜지원(G1)	–	14,403	1,188	108	1,474	17,172
	㈜제주방송	–	10,460	1,486	0	273	12,219
	OBS경인TV㈜	–	16,032	4,179	438	310	20,959
	㈜경기방송	–	3,798	3,792	0	1,802	9,392
	경인방송㈜	–	2,305	2,729	0	0	5,034
	합계	–	456,493	66,216	11,203	27,546	561,459

연도	회사명	재송신	광고	협찬	프로그램 판매	기타	합계
2010	부산문화방송㈜	–	34,842	2,990	938	60	38,830
	대구문화방송㈜	–	24,226	4,074	412	0	28,712
	광주문화방송㈜	–	19,801	4,629	824	0	25,254
	대전문화방송㈜	–	24,258	0	424	0	24,681
	전주문화방송㈜	–	19,738	0	0	0	19,738
	㈜엠비씨경남*	–	16,089	2,474	419	0	18,982
	춘천문화방송㈜	–	14,194	768	521	289	15,772
	청주문화방송㈜	–	15,777	2,576	623	99	19,074
	제주문화방송㈜	–	15,248	1,724	283	1,571	18,825
	울산문화방송㈜	–	16,465	4,891	333	0	21,690
	진주문화방송㈜	–	12,172	1,657	629	1,823	16,282
	목포문화방송㈜	–	12,268	2,705	643	1,643	17,259
	여수문화방송㈜	–	11,931	4,749	803	1,042	18,525
	안동문화방송㈜	–	13,186	3,143	480	26	16,834
	원주문화방송㈜	–	12,211	0	39	9	12,258
	충주문화방송㈜	–	11,565	0	0	2,069	13,634
	삼척문화방송㈜	–	11,088	518	788	1,185	13,579
	포항문화방송㈜	–	15,962	3,097	0	870	19,929
	강릉문화방송㈜	–	14,068	1,547	0	577	16,192
	㈜KNN	–	31,602	6,726	1,520	0	39,848
	㈜대구방송	–	24,481	1,301	552	289	26,623
	㈜광주방송	–	20,203	3,764	642	2,294	26,902
	㈜대전방송	–	20,375	0	767	4,011	25,152
	㈜울산방송	–	11,233	3,146	327	5,288	19,993
	㈜전주방송	–	11,338	1,019	0	3,622	15,979
	㈜청주방송	–	14,376	0	0	0	14,376
	㈜지원(G1)	–	15,035	1,834	675	629	18,173
	㈜제주방송	–	11,068	1,043	0	341	12,452
	OBS경인TV㈜	–	25,309	4,563	839	24	30,735
	㈜경기방송	–	4,185	3,567	0	1,179	8,931
	경인방송㈜	–	2,881	2,476	0	0	5,357
	합계	–	507,172	70,980	13,480	28,939	620,571

연도	회사명	재송신	광고	협찬	프로그램 판매	기타	합계
2011	부산문화방송㈜	–	36,841	4,246	1,066	0	42,153
	대구문화방송㈜	–	25,742	2,224	353	0	28,319
	광주문화방송㈜	–	21,335	4,301	770	43	26,448
	대전문화방송㈜	–	26,382	0	430	0	26,812
	전주문화방송㈜	–	21,069	0	0	0	21,069
	㈜엠비씨경남*	–	22,536	2,862	672	10	26,080
	춘천문화방송㈜	–	14,376	522	681	231	15,811
	청주문화방송㈜	–	16,633	2,459	447	110	19,649
	제주문화방송㈜	–	16,121	2,163	273	1,688	20,245
	울산문화방송㈜	–	17,664	2,656	517	0	20,837
	진주문화방송㈜	–	7,951	863	306	369	9,491
	목포문화방송㈜	–	13,206	3,422	822	1,704	19,155
	여수문화방송㈜	–	12,387	4,667	641	1,925	19,620
	안동문화방송㈜	–	13,683	2,819	389	19	16,910
	원주문화방송㈜	–	12,398	0	20	8	12,426
	충주문화방송㈜	–	11,972	0	0	1,858	13,830
	삼척문화방송㈜	–	11,490	735	810	1,237	14,272
	포항문화방송㈜	–	18,337	2,603	0	918	21,858
	강릉문화방송㈜	–	14,408	1,344	92	370	16,213
	㈜KNN	–	35,502	7,284	1,698	0	44,484
	㈜대구방송	–	26,943	1,654	452	110	29,160
	㈜광주방송	–	22,523	4,462	820	2,496	30,301
	㈜대전방송	–	21,407	0	912	4,238	26,558
	㈜울산방송	–	12,210	2,968	251	6,663	22,091
	㈜전주방송	–	12,219	1,114	0	4,261	17,594
	㈜청주방송	–	15,244	0	0	0	15,244
	㈜지원(G1)	–	16,241	2,364	476	1,094	20,176
	㈜제주방송	–	12,028	1,428	0	383	13,839
	OBS경인TV㈜	–	28,091	4,820	716	6	33,633
	㈜경기방송	–	4,808	3,538	0	1,100	9,447
	경인방송㈜	–	3,007	3,427	0	0	6,435
	합계	–	544,756	70,946	13,616	30,842	660,160

연도	회사명	재송신	광고	협찬	프로그램 판매	기타	합계
2012	부산문화방송㈜	–	29,218	2,237	1,064	383	32,903
	대구문화방송㈜	327	21,387	2,407	195	0	24,316
	광주문화방송㈜	275	17,920	4,756	490	1,521	24,961
	대전문화방송㈜	321	19,550	5,384	372	998	26,626
	전주문화방송㈜	264	15,200	3,219	270		18,953
	㈜엠비씨경남*	481	25,859	3,639	2,287	152	32,418
	춘천문화방송㈜	217	11,723	1,848	491	1,366	15,645
	청주문화방송㈜	–	13,384	1,510	468	1,690	17,052
	제주문화방송㈜	181	13,412	1,306	232	2,400	17,532
	울산문화방송㈜	257	14,785	3,488	586	6,175	25,290
	진주문화방송㈜	–	–	–	–	–	–
	목포문화방송㈜	217	11,131	3,318	444	596	15,705
	여수문화방송㈜	217	10,541	5,394	371	638	17,162
	안동문화방송㈜	217	11,186	2,483	252	7	14,145
	원주문화방송㈜	196	9,978	1,960	19	712	12,865
	충주문화방송㈜		10,487	1,573	506	2	12,568
	삼척문화방송㈜	196	9,926	685	652	1,600	13,059
	포항문화방송㈜	249	12,912	3,323			16,484
	강릉문화방송㈜	87	12,616	1,847		401	14,951
	㈜KNN	1,929	32,932	7,440	1,337	0	43,637
	㈜대구방송	1,049	24,953	2,073	339	483	28,898
	㈜광주방송	904	20,809	6,234	902	1,830	30,680
	㈜대전방송	1,046	17,281	2,567	766	3,850	25,510
	㈜울산방송	588	11,484	3,064	178	9,154	24,468
	㈜전주방송	664	11,561	1,200		4,925	18,350
	㈜청주방송	360	11,619	2,505	79	318	14,881
	㈜지원(G1)	1,101	15,220	2,115	194	1,714	20,345
	㈜제주방송	345	11,091	1,404	95	613	13,548
	OBS경인TV㈜	–	27,412	9,399	648	2	37,460
	㈜경기방송	–	4,223	108	0	4,755	9,087
	경인방송㈜	–	2,950	3,574	0	0	6,524
	합계	11,688	462,752	92,058	13,237	46,285	626,021

*: 구 창원문화방송

5. 지역방송사 연도별 광고매출액

(단위: 백만원)

회사명	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
부산문화방송㈜	35,767	30,008	34,842	36,841	29,218
대구문화방송㈜	24,821	20,940	24,226	25,742	21,387
광주문화방송㈜	19,933	17,350	19,801	21,335	17,920
대전문화방송㈜	24,738	21,984	24,258	26,382	19,550
전주문화방송㈜	21,514	17,330	19,738	21,069	15,200
㈜엠비씨경남*	18,142	14,608	16,089	22,536	25,859
춘천문화방송㈜	15,635	13,779	14,194	14,376	11,723
청주문화방송㈜	16,297	13,495	15,777	16,633	13,384
제주문화방송㈜	15,927	13,243	15,248	16,121	13,412
울산문화방송㈜	18,312	14,952	16,465	17,664	14,785
진주문화방송㈜	13,760	11,360	12,172	7,951	
목포문화방송㈜	12,647	10,633	12,268	13,206	11,131
여수문화방송㈜	13,687	11,079	11,931	12,387	10,541
안동문화방송㈜	13,565	11,520	13,186	13,683	11,186
원주문화방송㈜	13,084	10,974	12,211	12,398	9,978
충주문화방송㈜	12,886	10,861	11,565	11,972	10,487
삼척문화방송㈜	12,511	10,274	11,088	11,490	9,926
포항문화방송㈜	16,209	14,100	15,962	18,337	12,912
강릉문화방송㈜	15,915	13,535	14,068	14,408	12,616
㈜KNN	34,055	29,952	31,602	35,502	32,932
㈜대구방송	27,314	23,447	24,481	26,943	24,953
㈜광주방송	21,971	19,313	20,203	22,523	20,809
㈜대전방송	21,532	19,285	20,375	21,407	17,281
㈜울산방송	12,637	10,653	11,233	12,210	11,484
㈜전주방송	12,917	10,837	11,338	12,219	11,561
㈜청주방송	16,265	13,985	14,376	15,244	11,619
㈜지원(G1)	16,869	14,403	15,035	16,241	15,220
㈜제주방송	11,838	10,460	11,068	12,028	11,091
OBS경인TV㈜	8,907	16,032	25,309	28,091	27,412
㈜경기방송	5,039	3,798	4,185	4,808	4,223
경인방송㈜	2,391	2,305	2,881	3,007	2,950
합계	527,084	456,493	507,172	544,756	462,752

*: 구 창원문화방송

6. 지역방송사 연도별 종사자 수

(단위: 백만원)

회사명	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
부산문화방송㈜	224	220	265	207	135
대구문화방송㈜	142	140	137	137	135
광주문화방송㈜	111	109	107	103	106
대전문화방송㈜	109	105	99	100	95
전주문화방송㈜	155	138	133	131	123
㈜엠비씨경남*	154	116	107	0	0
춘천문화방송㈜	61	61	61	60	62
청주문화방송㈜	130	118	101	107	98
제주문화방송㈜	106	99	85	78	71
울산문화방송㈜	162	118	118	113	116
진주문화방송㈜	81	81	80	230	160
목포문화방송㈜	64	63	62	66	64
여수문화방송㈜	104	95	132	128	130
안동문화방송㈜	74	84	88	86	62
원주문화방송㈜	58	46	45	46	47
충주문화방송㈜	63	65	63	54	54
삼척문화방송㈜	55	48	48	47	47
포항문화방송㈜	68	93	85	92	95
강릉문화방송㈜	46	43	44	45	47
㈜KNN	222	255	252	257	263
㈜대구방송	253	230	228	217	234
㈜광주방송	108	106	105	97	106
㈜대전방송	147	153	158	156	162
㈜울산방송	97	107	102	103	99
㈜전주방송	111	110	109	107	104
㈜청주방송	140	117	118	128	131
㈜지원(G1)	117	104	103	113	110
㈜제주방송	96	98	98	96	96
OBS경인TV㈜	243	315	243	257	325
㈜경기방송	35	42	43	47	43
경인방송㈜	46	52	46	43	86
합계	3,582	3,531	3,465	3,451	3,406

*: 구 창원문화방송

7. 지역방송사 연도별 당기순이익

(단위: 백만원)

회사명	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
부산문화방송㈜	1,957	1,588	2,011	4,042	4,251
대구문화방송㈜	−2,473	1,396	1,284	1,964	524
광주문화방송㈜	1,614	2,372	3,280	2,150	2,390
대전문화방송㈜	−474	2,164	2,939	3,422	1,904
전주문화방송㈜	601	−1,068	2,723	2,151	1,959
㈜엠비씨경남*	505	1,630	2,406	2,235	3,278
춘천문화방송㈜	−1,039	1,137	1,380	1,158	672
청주문화방송㈜	−1,063	−6,642	1,008	2,045	306
제주문화방송㈜	−291	248	1,911	1,959	665
울산문화방송㈜	1,525	−4,124	3,128	3,055	587
진주문화방송㈜	−3,368	677	1,805	0	0
목포문화방송㈜	−351	1,848	1,966	2,022	1,351
여수문화방송㈜	2,585	318	2,028	2,558	1,392
안동문화방송㈜	−4,276	1,894	3,150	2,059	2,215
원주문화방송㈜	1,498	−150	2,226	1,663	1,767
충주문화방송㈜	1,030	−2,314	1,809	1,199	1,476
삼척문화방송㈜	626	−552	926	751	789
포항문화방송㈜	−5,082	565	2,716	−6,564	2,436
강릉문화방송㈜	−2,741	1,662	2,850	2,439	1,899
㈜KNN	6,493	6,768	7,577	8,430	25,972
㈜대구방송	4,102	5,235	5,848	4,946	4,382
㈜광주방송	−2,405	4,555	6,135	1,451	2,713
㈜대전방송	2,206	4,370	3,610	3,686	2,096
㈜울산방송	1,955	2,635	1,853	582	2,674
㈜전주방송	2,049	1,428	3,274	2,637	2,578
㈜청주방송	990	550	1,805	1,613	1,993
㈜지원(G1)	−953	2,497	2,783	2,245	1,705
㈜제주방송	2,163	2,945	2,742	3,074	3,071
OBS경인TV㈜	−42,177	−25,990	−22,193	−18,204	−16,114
㈜경기방송	142	391	272	519	619
경인방송㈜	0	44	70	288	215
합계	−34,650	8,075	55,322	41,575	61,765

*: 구 창원문화방송

8. 지역방송사 연도별 현금배당액

(단위: 백만원)

회사명	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
부산문화방송㈜	248	219	288	373	373
대구문화방송㈜	0	145	149	166	112
광주문화방송㈜	195	210	255	195	225
대전문화방송㈜	49	194	229	259	179
전주문화방송㈜	94	0	192	168	144
㈜엠비씨경남*	111	141	170	18	123
춘천문화방송㈜	0	150	165	165	135
청주문화방송㈜	0	0	0	11	7
제주문화방송㈜	70	73	155	155	115
울산문화방송㈜	156	0	240	240	108
진주문화방송㈜	19	95	114	–	–
목포문화방송㈜	127	199	204	214	194
여수문화방송㈜	208	83	184	208	144
안동문화방송㈜	0	169	241	181	181
원주문화방송㈜	229	131	244	229	229
충주문화방송㈜	132	0	180	156	156
삼척문화방송㈜	99	0	117	99	99
포항문화방송㈜	0	99	207	10	115
강릉문화방송㈜	0	0	180	180	139
㈜KNN	2,383	2,383	3,311	2,980	3,973
㈜대구방송	0	1,832	2,150	1,455	582
㈜광주방송	0	0	2,800	0	0
㈜대전방송	0	600	0	246	246
㈜울산방송	0	900	0	0	900
㈜전주방송	0	0	1,400	840	1,400
㈜청주방송	0	0	1,354	0	0
㈜지원(G1)	0	480	640	0	640
㈜제주방송	0	0	0	0	0
OBS경인TV㈜	0	0	0	0	0
㈜경기방송	0	0	312	312	0
경인방송㈜	0	0	0	0	0
합계	4,120	8,103	15,480	8,859	10,518

*: 구 창원문화방송

9. 지역방송사 연도별 최대주주지분율

(단위: %)

회사명	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
부산문화방송㈜	72.27	72.27	72.27	72.27	72.27
대구문화방송㈜	51	51	51	51	51
광주문화방송㈜	100	100	100	100	100
대전문화방송㈜	51	51	51	51	51
전주문화방송㈜	83.77	83.77	83.77	83.77	83.77
㈜엠비씨경남*	96.7	96.7	96.7	90.1	90.1
춘천문화방송㈜	100	100	100	100	100
청주문화방송㈜	89.4	89.4	89.4	89.4	89.4
제주문화방송㈜	53.05	53.05	53.05	53.05	53.05
울산문화방송㈜	100	100	100	100	100
진주문화방송㈜	68.6	68.6	68.6	–	–
목포문화방송㈜	51	51	51	51	51
여수문화방송㈜	51	51	51	51	51
안동문화방송㈜	98.96	98.96	98.96	98.96	98.96
원주문화방송㈜	60	60	60	60	60
충주문화방송㈜	51	51	51	51	51
삼척문화방송㈜	100	100	100	100	100
포항문화방송㈜	95.86	95.86	95.86	95.86	95.86
강릉문화방송㈜	100	100	100	100	100
㈜KNN	29.21	29.2	29.1	29.1	33.38
㈜대구방송	14.5	14.5	29.61	33.81	13.05
㈜광주방송	14.25	14.25	14.25	15	14.58
㈜대전방송	30	30	34	40	39.83
㈜울산방송	30	30	30	30	30
㈜전주방송	30	30	36.3	40	40
㈜청주방송	30	30	30	30	35.72
㈜지원(G1)	26.25	26.25	26.25	28.74	29.28
㈜제주방송	21	31	31	31	31
OBS경인TV㈜	22.64	22.64	22.64	22.64	22.79
㈜경기방송	29.81	29.81	29.81	39.82	39.82
경인방송㈜	22.93	77.37	77.37	38	38.1
평균	57.2	59.3	60.1	60.2	59.9

*: 구 창원문화방송

10. 지역방송사 연도별 디지털방송시설 투자비

(단위: 백만원)

회사명	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
부산문화방송㈜	3,055	187	703	2,365	1,703
대구문화방송㈜	311	84	2,672	2,704	1,639
광주문화방송㈜	900	1,571	1,690	1,604	1,470
대전문화방송㈜	694	446	329	3,453	3,019
전주문화방송㈜	1,349	165	1,108	456	564
엠비씨경남*	143	1,003	301	328	1,516
춘천문화방송㈜	1,044	531	415	350	2,247
청주문화방송㈜	98	84	380	1,271	1,045
제주문화방송㈜	186	307	1,477	984	174
울산문화방송㈜	743	218	500	1,157	6,674
진주문화방송㈜	775	711	1,117	–	–
목포문화방송㈜	1,045	163	477	758	606
여수문화방송㈜	656	735	692	55	2,032
안동문화방송㈜	523	196	82	332	1,425
원주문화방송㈜	410	3	116	837	268
충주문화방송㈜	438	225	379	763	407
삼척문화방송㈜	549	69	1,325	459	1,289
포항문화방송㈜	1,001	0	633	203	2,031
강릉문화방송㈜	551	182	775	777	975
㈜KNN	1,350	4,082	481	6,512	8,109
㈜대구방송	307	123	5,468	6,086	455
㈜광주방송	646	700	1,801	4,519	5,133
㈜대전방송	427	125	2,172	752	6,741
㈜울산방송	353	57	3,131	2,397	573
㈜전주방송	180	127	468	1,080	97
㈜청주방송	84	120	451	322	5,797
㈜지원(G1)	192	1,068	1	3,962	527
㈜제주방송	47	92	119	2,783	1,093
OBS경인TV㈜	7,402	1,681	1,259	0	1,201
㈜경기방송	0	126	303	0	30
경인방송㈜	0	0	43	14	31
평균	25,458	15,179	30,868	47,283	58,870

*: 구 창원문화방송

11. 지역방송사 연도별 세부 제작비

(단위: 백만원)

연도	회사명	공동 제작	국내물 구매	국외물 구매	순수 외주	자체 제작	특수관계사 외주	합계
2008	부산문화방송㈜	0	132	0	768	3,831	21	4,752
	대구문화방송㈜	249	102	87	6	1,927	56	2,427
	광주문화방송㈜	0	30	88	0	2,778	83	2,979
	대전문화방송㈜	17	170	0	0	2,504	29	2,720
	전주문화방송㈜	464	0	0	151	1,769	55	2,440
	㈜엠비씨경남*	722	0	0	35	1,106	34	1,896
	춘천문화방송㈜	685	40	0	90	596	10	1,420
	청주문화방송㈜	41	67	91	0	1,691	0	1,891
	제주문화방송㈜	115	217	0	0	973	0	1,306
	울산문화방송㈜	897	114	0	0	2,490	16	3,517
	진주문화방송㈜	1,001	0	0	4	1,307	69	2,380
	목포문화방송㈜	722	0	0	103	1,056	5	1,887
	여수문화방송㈜	310	0	0	104	349	0	763
	안동문화방송㈜	320	0	0	206	1,258	19	1,803
	원주문화방송㈜	682	45	0	64	339	12	1,140
	충주문화방송㈜	438	38	0	27	903	10	1,416
	삼척문화방송㈜	460	0	0	38	957	8	1,463
	포항문화방송㈜	346	103	0	0	784	48	1,281
	강릉문화방송㈜	672	0	0	23	573	0	1,268
	㈜KNN	0	3	109	350	6,549	0	7,012
	㈜대구방송	890	7	109	43	7,766	0	8,814
	㈜광주방송	231	54	96	29	2,635	5	3,050
	㈜대전방송	0	37	116	0	2,513	0	2,666
	㈜울산방송	99	200	79	0	2,542	0	2,920
	㈜전주방송	177	214	0	111	1,699	0	2,200
	㈜청주방송	406	37	44	0	1,341	0	1,828
	㈜지원(G1)	144	29	37	186	2,020	13	2,430
	㈜제주방송	117	143	0	0	269	0	529
	OBS경인TV㈜	7,134	220	957	6,351	11,436	0	26,099
	㈜경기방송	0	0	0	0	7,332	0	7,332
	경인방송㈜	0	0	0	0	1,129	0	1,129
	합계	17,336	2,003	1,814	8,691	74,421	491	104,756

연도	회사명	공동 제작	국내물 구매	국외물 구매	순수 외주	자체 제작	특수관계사 외주	합계
2009	부산문화방송㈜	16	139	0	271	3,545	75	4,047
	대구문화방송㈜	634	118	87	0	1,141	0	1,981
	광주문화방송㈜	592	261	0	107	887	3	1,848
	대전문화방송㈜	53	186	0	0	2,436	12	2,686
	전주문화방송㈜	354	133	0	148	1,625	40	2,300
	㈜엠비씨경남*	400	0	0	60	862	30	1,351
	춘천문화방송㈜	756	33	0	97	667	2	1,555
	청주문화방송㈜	207	70	55	0	2,201	10	2,544
	제주문화방송㈜	230	148	0	0	977	0	1,355
	울산문화방송㈜	417	61	0	0	1,795	144	2,417
	진주문화방송㈜	594	0	0	27	785	9	1,414
	목포문화방송㈜	110	2	0	83	1,197	0	1,391
	여수문화방송㈜	415	0	0	42	1,007	0	1,463
	안동문화방송㈜	275	97	112	0	1,624	10	2,117
	원주문화방송㈜	687	41	0	71	911	5	1,715
	충주문화방송㈜	369	5	25	14	610	9	1,032
	삼척문화방송㈜	1,032	49	0	18	1,002	0	2,101
	포항문화방송㈜	0	0	0	143	992	18	1,153
	강릉문화방송㈜	425	0	0	25	931	0	1,381
	㈜KNN	235	11	0	141	5,497	0	5,884
	㈜대구방송	208	2	103	74	2,244	0	2,631
	㈜광주방송	201	90	138	62	2,323	0	2,814
	㈜대전방송	21	35	47	19	2,074	0	2,195
	㈜울산방송	65	149	47	0	1,937	0	2,199
	㈜전주방송	161	92	0	32	2,136	0	2,420
	㈜청주방송	586	6	14	28	1,111	0	1,745
	㈜지원(G1)	13	29	0	164	2,510	0	2,717
	㈜제주방송	110	68	0	0	246	0	424
	OBS경인TV㈜	857	375	554	2,991	12,717	0	17,493
	㈜경기방송	0	0	0	0	7,476	0	7,476
	경인방송㈜	0	0	0	0	1,411	0	1,411
	합계	10,020	2,200	1,180	4,616	66,878	364	85,259

연도	회사명	공동 제작	국내물 구매	국외물 구매	순수 외주	자체 제작	특수관계사 외주	합계
2010	부산문화방송㈜	396	269	0	27	2,627	64	3,384
	대구문화방송㈜	298	166	37	0	3,730	0	4,231
	광주문화방송㈜	545	0	0	265	2,418	48	3,276
	대전문화방송㈜	393	143	0	0	1,741	0	2,277
	전주문화방송㈜	365	0	0	222	1,755	61	2,402
	㈜엠비씨경남*	291	0	0	64	1,121	34	1,509
	춘천문화방송㈜	22	52	0	58	1,372	1	1,505
	청주문화방송㈜	326	56	10	0	1,032	0	1,424
	제주문화방송㈜	226	0	0	139	1,279	0	1,643
	울산문화방송㈜	672	89	0	0	2,362	24	3,147
	진주문화방송㈜	453	41	0	41	582	1	1,118
	목포문화방송㈜	680	150	0	0	769	11	1,611
	여수문화방송㈜	494	0	0	43	1,128	7	1,672
	안동문화방송㈜	677	109	151	0	1,418	2	2,356
	원주문화방송㈜	410	31	0	29	1,166	4	1,640
	충주문화방송㈜	286	72	0	222	636	50	1,266
	삼척문화방송㈜	1,035	43	0	0	805	1	1,884
	포항문화방송㈜	119	135	0	35	1,211	11	1,511
	강릉문화방송㈜	707	24	0	0	472	0	1,203
	㈜KNN	249	15	0	14	5,577	0	5,854
	㈜대구방송	441	15	16	38	2,215	0	2,725
	㈜광주방송	502	178	518	421	1,526	0	3,145
	㈜대전방송	182	75	80	167	1,587	0	2,091
	㈜울산방송	151	45	4	0	3,500	0	3,699
	㈜전주방송	224	136	0	32	2,047	0	2,439
	㈜청주방송	197	9	4	28	1,284	0	1,521
	㈜지원(G1)	67	12	0	172	2,496	0	2,746
	㈜제주방송	99	74	0	0	242	0	416
	OBS경인TV㈜	344	538	129	2,444	14,504	0	17,959
	㈜경기방송	0	0	0	0	6,652	0	6,652
	경인방송㈜	0	0	0	0	1,429	0	1,429
	합계	10,850	2,476	950	4,459	70,683	318	89,736

연도	회사명	공동 제작	국내물 구매	국외물 구매	순수 외주	자체 제작	특수관계사 외주	합계
2011	부산문화방송㈜	1,082	478	0	6	1,970	3	3,540
	대구문화방송㈜	0	122	55	38	3,712	0	3,927
	광주문화방송㈜	857	0	0	31	2,159	28	3,074
	대전문화방송㈜	47	202	0	164	2,588	0	3,002
	전주문화방송㈜	372	28	0	95	1,017	0	1,512
	㈜엠비씨경남*	80	102	0	0	1,062	0	1,244
	춘천문화방송㈜	21	26	0	200	1,372	0	1,619
	청주문화방송㈜	140	69	38	0	1,165	0	1,412
	제주문화방송㈜	201	139	0	0	1,720	0	2,060
	울산문화방송㈜	1,428	68	0	0	2,343	0	3,839
	진주문화방송㈜	391	16	0	48	879	44	1,378
	목포문화방송㈜	507	109	81	0	567	58	1,322
	여수문화방송㈜	450	119	0	0	1,790	0	2,360
	안동문화방송㈜	0	274	0	27	1,884	0	2,185
	원주문화방송㈜	857	37	0	30	770	7	1,701
	충주문화방송㈜	41	43	11	51	1,474	6	1,627
	삼척문화방송㈜	1,183	36	0	0	991	0	2,210
	포항문화방송㈜	141	207	0	78	1,378	13	1,817
	강릉문화방송㈜	614	37	0	0	594	0	1,246
	㈜KNN	249	3	124	60	6,115	25	6,576
	㈜대구방송	291	1	36	89	6,008	0	6,425
	㈜광주방송	149	57	113	40	3,364	0	3,724
	㈜대전방송	221	35	103	152	1,796	0	2,308
	㈜울산방송	53	74	0	99	3,260	0	3,485
	㈜전주방송	160	27	92	2	1,353	0	1,634
	㈜청주방송	179	6	10	520	1,691	0	2,405
	㈜지원(G1)	172	27	17	42	2,955	0	3,213
	㈜제주방송	121	91	0	0	1,096	0	1,309
	OBS경인TV㈜	257	237	814	4,365	11,856	0	17,530
	㈜경기방송	0	0	0	0	2,998	0	2,998
	경인방송㈜	0	0	0	0	1,227	0	1,227
	합계	10,265	2,672	1,496	6,136	73,157	184	93,910

연도	회사명	공동 제작	국내물 구매	국외물 구매	순수 외주	자체 제작	특수관계사 외주	합계
2012	부산문화방송㈜	49	6	214	0	2,435	0	2,703
	대구문화방송㈜	0	73	188	0	6,009	0	6,270
	광주문화방송㈜	94	6	214	63	1,977	5	2,358
	대전문화방송㈜	44	348	383	0	2,696	0	3,472
	전주문화방송㈜	30	77	0	44	1,402		1,553
	㈜엠비씨경남*	0	0	0	0	0	0	0
	춘천문화방송㈜	136	0	0	107	1,720	13	1,977
	청주문화방송㈜	159	57	17	144	1,221	0	1,598
	제주문화방송㈜	861	158	0	0	1,219	0	2,238
	울산문화방송㈜	425	0	0	85	3,557	9	4,075
	진주문화방송㈜	35	0	0	50	2,501	8	2,593
	목포문화방송㈜	36	0	0	146	1,987	68	2,237
	여수문화방송㈜	107	28	0	105	1,917	30	2,187
	안동문화방송㈜	451	282	0	46	853	0	1,633
	원주문화방송㈜	500	35	0	99	741	2	1,377
	충주문화방송㈜	243	91	0	0	859	36	1,229
	삼척문화방송㈜	1,154	49	0	0	996	0	2,199
	포항문화방송㈜	10	319	0	20	1,935	0	2,284
	강릉문화방송㈜	67	41	0	0	851	0	959
	㈜KNN	1,038	0	0	186	4,313	0	5,536
	㈜대구방송	10,229	47	0	617	10,875	0	21,769
	㈜광주방송	1,136	115	0	99	3,717	0	5,067
	㈜대전방송	33	29	92	98	3,342	0	3,595
	㈜울산방송	57	130	17	0	3,625	0	3,830
	㈜전주방송	174	44	0	18	1,293	0	1,529
	㈜청주방송	331	29	0	0	3,031	0	3,391
	㈜지원(G1)	0	47	0	0	3,116	0	3,163
	㈜제주방송	112	88	0	0	1,262	0	1,463
	OBS경인TV㈜	1,000	288	507	3,944	11,822	0	17,562
	㈜경기방송	0	0	0	0	1,151	0	1,151
	경인방송㈜	0	0	0	0	1,129	0	1,129
	합계	18,508	2,387	1,632	5,872	83,554	169	112,122

*: 구 창원문화방송

12. 지역방송사 연도별 장르별 제작비

(단위: 백만원)

연도	회사명	보도	교양	오락	합계
2008	부산문화방송㈜	126	1,548	2,157	3,831
	대구문화방송㈜	732	832	364	1,927
	광주문화방송㈜	240	1,202	1,336	2,778
	대전문화방송㈜	268	1,051	1,184	2,504
	전주문화방송㈜	149	1,167	453	1,769
	㈜엠비씨경남*	112	494	500	1,106
	춘천문화방송㈜	92	248	256	596
	청주문화방송㈜	43	1,022	626	1,691
	제주문화방송㈜	228	398	347	973
	울산문화방송㈜	156	2,303	32	2,490
	진주문화방송㈜	64	654	588	1,307
	목포문화방송㈜	19	636	402	1,056
	여수문화방송㈜	20	216	113	349
	안동문화방송㈜	44	536	677	1,258
	원주문화방송㈜	7	199	133	339
	충주문화방송㈜	28	435	439	903
	삼척문화방송㈜	0	220	737	957
	포항문화방송㈜	133	566	85	784
	강릉문화방송㈜	33	105	435	573
	㈜KNN	715	5,692	1,480	7,886
	㈜대구방송	594	1,421	285	2,301
	㈜광주방송	928	1,083	795	2,806
	㈜대전방송	635	1,513	461	2,609
	㈜울산방송	568	1,084	465	2,117
	㈜전주방송	150	666	570	1,385
	㈜청주방송	106	1,562	100	1,768
	㈜지원(G1)	358	131	87	577
	㈜제주방송	51	4,618	5,185	9,854
	OBS경인TV㈜	1,633	174	953	2,760
	㈜경기방송	1,760	0	0	1,760
	경인방송㈜	2	2,933	2,639	5,574
	합계	9,993	34,709	23,885	68,586

연도	회사명	보도	교양	오락	합계
2009	부산문화방송㈜	267	1,686	1,593	3,545
	대구문화방송㈜	231	521	390	1,141
	광주문화방송㈜	69	377	441	887
	대전문화방송㈜	199	1,140	1,097	2,436
	전주문화방송㈜	140	1,098	387	1,625
	㈜엠비씨경남*	41	475	346	862
	춘천문화방송㈜	28	312	327	667
	청주문화방송㈜	41	1,973	187	2,201
	제주문화방송㈜	202	475	299	977
	울산문화방송㈜	181	1,008	606	1,795
	진주문화방송㈜	47	383	354	785
	목포문화방송㈜	31	745	422	1,197
	여수문화방송㈜	26	669	311	1,007
	안동문화방송㈜	134	956	534	1,624
	원주문화방송㈜	41	303	567	911
	충주문화방송㈜	41	338	232	610
	삼척문화방송㈜	0	154	848	1,002
	포항문화방송㈜	344	528	120	992
	강릉문화방송㈜	0	165	766	931
	㈜KNN	588	1,628	160	2,376
	㈜대구방송	455	1,360	535	2,351
	㈜광주방송	428	977	817	2,221
	㈜대전방송	280	1,156	462	1,898
	㈜울산방송	319	1,315	619	2,253
	㈜전주방송	202	574	389	1,165
	㈜청주방송	148	1,522	312	1,982
	㈜지원(G1)	676	129	67	873
	㈜제주방송	50	4,483	6,893	11,425
	OBS경인TV㈜	1,341	257	1,154	2,752
	㈜경기방송	1,794	0	0	1,794
	경인방송㈜	0	2,990	2,691	5,682
	합계	8,343	29,698	23,928	61,969

연도	회사명	보도	교양	오락	합계
2010	부산문화방송㈜	517	1,400	710	2,627
	대구문화방송㈜	1,828	1,377	525	3,730
	광주문화방송㈜	114	1,352	952	2,418
	대전문화방송㈜	352	1,024	365	1,741
	전주문화방송㈜	220	1,066	468	1,755
	㈜엠비씨경남*	92	665	364	1,121
	춘천문화방송㈜	52	859	461	1,372
	청주문화방송㈜	20	564	448	1,032
	제주문화방송㈜	145	651	483	1,279
	울산문화방송㈜	361	1,233	768	2,362
	진주문화방송㈜	45	332	204	582
	목포문화방송㈜	99	502	168	769
	여수문화방송㈜	28	724	377	1,128
	안동문화방송㈜	70	1,003	345	1,418
	원주문화방송㈜	71	683	412	1,166
	충주문화방송㈜	26	470	140	636
	삼척문화방송㈜	34	96	675	805
	포항문화방송㈜	303	595	313	1,211
	강릉문화방송㈜	5	89	378	472
	㈜KNN	600	1,450	236	2,286
	㈜대구방송	529	566	320	1,414
	㈜광주방송	641	1,338	116	2,094
	㈜대전방송	134	2,670	497	3,301
	㈜울산방송	332	978	729	2,040
	㈜전주방송	340	539	614	1,493
	㈜청주방송	131	2,066	169	2,366
	㈜지원(G1)	261	153	39	453
	㈜제주방송	50	5,211	7,946	13,206
	OBS경인TV㈜	1,348	268	1,161	2,777
	㈜경기방송	987	0	0	987
	경인방송㈜	0	2,492	3,173	5,665
	합계	9,734	32,415	23,556	65,706

연도	회사명	보도	교양	오락	합계
2011	부산문화방송㈜	178	606	1,187	1,970
	대구문화방송㈜	1,275	1,858	579	3,712
	광주문화방송㈜	266	965	928	2,159
	대전문화방송㈜	250	1,720	618	2,588
	전주문화방송㈜	64	796	157	1,017
	㈜엠비씨경남*	81	783	198	1,062
	춘천문화방송㈜	58	712	602	1,372
	청주문화방송㈜	63	635	467	1,165
	제주문화방송㈜	102	1,187	431	1,720
	울산문화방송㈜	416	1,140	787	2,343
	진주문화방송㈜	106	502	271	879
	목포문화방송㈜	36	354	177	567
	여수문화방송㈜	110	1,126	554	1,790
	안동문화방송㈜	2	1,122	761	1,884
	원주문화방송㈜	88	548	133	770
	충주문화방송㈜	0	934	540	1,474
	삼척문화방송㈜	35	367	589	991
	포항문화방송㈜	300	769	309	1,378
	강릉문화방송㈜	54	246	294	594
	㈜KNN	663	3,919	1,534	6,115
	㈜대구방송	579	3,395	2,035	6,008
	㈜광주방송	1,677	1,383	305	3,364
	㈜대전방송	103	1,154	539	1,796
	㈜울산방송	519	1,327	1,414	3,260
	㈜전주방송	128	645	580	1,353
	㈜청주방송	94	744	853	1,691
	㈜지원(G1)	523	2,206	225	2,955
	㈜제주방송	370	534	192	1,096
	OBS경인TV㈜	1,416	3,581	6,859	11,856
	㈜경기방송	435	1,076	1,487	2,998
	경인방송㈜	2	223	1,002	1,227
	합계	9,994	36,556	26,607	73,157

연도	회사명	보도	교양	오락	합계
2012	부산문화방송㈜	116	975	1,343	2,435
	대구문화방송㈜	1,744	3,164	1,101	6,009
	광주문화방송㈜	150	763	1,064	1,977
	대전문화방송㈜	1,658	482	557	2,696
	전주문화방송㈜	60	1,020	322	1,402
	㈜엠비씨경남*	0	0	0	0
	춘천문화방송㈜	45	699	976	1,720
	청주문화방송㈜	0	711	510	1,221
	제주문화방송㈜	160	673	386	1,219
	울산문화방송㈜	354	2,051	1,151	3,557
	진주문화방송㈜	237	1,117	1,147	2,501
	목포문화방송㈜	46	1,099	842	1,987
	여수문화방송㈜	119	1,203	595	1,917
	안동문화방송㈜	20	442	392	853
	원주문화방송㈜	111	342	288	741
	충주문화방송㈜	9	612	239	859
	삼척문화방송㈜	9	393	594	996
	포항문화방송㈜	176	1,383	376	1,935
	강릉문화방송㈜	0	330	522	851
	㈜KNN	6,439	1,534	2,902	10,875
	㈜대구방송	568	2,671	478	3,717
	㈜광주방송	200	2,703	439	3,342
	㈜대전방송	519	1,425	1,681	3,625
	㈜울산방송	128	995	170	1,293
	㈜전주방송	1,645	1,349	37	3,031
	㈜청주방송	854	2,108	154	3,116
	㈜지원(G1)	258	859	145	1,262
	㈜제주방송	1,771	2,913	7,138	11,822
	OBS경인TV㈜	6	279	844	1,129
	㈜경기방송	—	—	—	—
	경인방송㈜	161	460	530	1,151
	합계	17,564	34,755	26,923	79,241

*: 구 창원문화방송

지역방송발전위원회 활동 백서

발 행 일	2013년 11월
발 행 처	**방송통신위원회** 경기도 과천시 관문로 47 대표전화: 02-2110-2114 E-mail: webmaster@kcc.go.kr Homepage: www.kcc.go.kr
인 쇄 처	인성문화