

지역방송사업자의 방송프로그램 제작 역량 분석

A Study on the Programming Ability Local
Terrestrial Broadcasting

2012. 8.

연구기관 : 전남대학교 산학협력단

방통융합미래
전략체계연구

지정 2012-17

지역방송사업자의 방송프로그램 제작 역량 분석

주정민/강명현

2012. 8

연구기관 : 전남대학교 산학협력단

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

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『지역방송사업자의 방송프로그램 제작 역량
분석』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2012년 8월

연구기관 : 전남대학교 산학협력단

총괄책임자 : 주정민(전남대학교 신문방송학과 교수)

공동연구원 : 강명현(한림대 언론정보학부 교수)

보조연구원 : 배윤정(전남대학교 신문방송학과 박사과정)

이영철(한림대학교 언론정보학부 박사과정)

류미선(전남대학교 신문방송학과 석사과정)

목 차

요 약 문	1
제1장 서론	15
제1절 연구의 필요성	15
제2절 연구 목적 및 방법	16
제2장 지역방송 자체편성비율 제도 분석	18
제1절 현행 지역방송 자체편성 비율제도	18
1. 제도적 근거	18
2. 자체편성 비율의 변화양상	20
3. 자체편성 비율제도의 개선 필요성	21
제2절 자체편성 비율에 대한 기존 논의	24
1. 자체편성 비율 규제제도의 문제점에 관한 논의	24
2. 지역방송 자체편성비율 개선방안에 관한 논의	27
제3절 지역방송 자체편성비율에 관한 법제 개선 논의	30
제3장 해외 지역방송 자체편성 제도	32
제1절 미국의 지역방송 편성 규제	32
1. 지역방송 환경 및 개요	32
2. 지역방송 편성 관련 규제 흐름과 특징	33
3. 프로그램 편성과 관련한 직접적인 규제	34
4. FCC의 지역방송 관련 편성 규제	37
5. 지역방송 소유 관련 규정과 프로그램 편성	38
제2절 영국의 지역방송 편성 규제	38

1. 지역방송 시스템 개요	38
2. 지역편성 규제 방식	40
3. 지역방송 편성의무와 규제 특징	42
제3절 프랑스의 지역방송 편성 규제	44
1. 지역방송 현황	44
2. 지역방송의 채널 전파방식	45
3. 지역방송 편성규제에 대한 협약	46
4. 지역방송 편성 내용규제	46
제4절 독일의 지역방송 편성규제	48
1. 독일 지역방송 규제 개요	48
2. 방송규제의 주요 기관	49
3. 지역방송 편성규제 내용	50
4. 공영방송의 편성지침을 통한 규제	54
제5절 일본의 지역방송 편성규제	57
1. 일본 지역방송 규제 개요	57
2. 일본의 지역방송 편성규제	57
3. 일본의 지역방송 편성규제의 현황	60
제4장 지역방송 자체제작역량 분석	63
제1절 지역방송 자체편성현황 분석	63
1. KBS지역총국 자체편성비율	63
2. 지역MBC 자체편성 비율	64
3. 지역민방 자체편성비율	65
제2절 지역방송 자체편성 역량 분석	66
1. 지역방송 자체제작역량분석 필요성	66
2. 지역방송 자체제작역량분석 기본자료 산정 기준	66
제3절 지역방송 자체제작역량지수	67

1. 지역방송 자체제작역량지수 평가 산출방식	67
제4절 지역방송 자체제작역량지수 평가결과	73
1. 제1안 자체제작역량지수 평가결과	73
2. 제2안 자체제작역량지수 평가결과	76
제5장 지역방송 프로그램에 대한 시청자 조사	80
제1절 지역방송 시청자 조사방법과 절차	80
제2절 지역방송 시청자 조사 응답자의 특성	81
제3절 지역방송 시청자 조사 분석결과	83
1. 지역민의 TV 시청행태	83
2. 지역방송 프로그램에 대한 인식	88
3. 지역방송 편성량에 대한 평가	92
제4절 지역방송 시청자조사 결과 종합	98
제6장 지역방송 자체제작비율 산정 및 적용방안	99
제1절 지역방송 자체제작비율 시행방안	99
1. 자체제작비율 규제 방안	99
2. 방송유형간 자체제작 비율 차별화 방안	101
제2절 지역방송 자체제작비율 산정방안	102
1. 자체제작비율 산정 기준	102
2. 자체제작비율 부과방안	102
제3절 지역방송 공동제작 프로그램 인정 기준	107
1. 지역방송 공동제작 프로그램 유형	107
2. 지역방송 공동제작 프로그램 인정기준	108
제4절 지역방송 자체편성에 관한 법제 개선방안	110
1. 방송법 개정 방안	110
2. 방송법시행령 개정	112

제7장 지역방송 자체제작비율 전환정책의 효과	114
제1절 지역방송의 수익개선 효과	114
1. 지역방송의 수익구성과 광고	114
2. 지역방송 자체제작비율 전환과 수익	115
제2절 지역방송 지역성 구현 효과	130
제3절 지역방송 제작능력 제고 효과	133
 제8장 맺음말	 135
 참고문헌	 137
 〈부록 1〉 지역방송 자체제작역량지수 평가 세부 자료	 141
 〈부록 2〉 지역방송에 대한 시청자 조사 세부결과	 157

표 목 차

〈표 2-1〉 자체편성비율 관련 법체계	18
〈표 2-2〉 연도별 지역민방의 수중계 제한 편성비율 변화추이	20
〈표 2-3〉 주요 지역MBC 및 지역민방 자체제작 및 편성 비율 현황(2010년 기준)	22
〈표 2-4〉 지역민방의 유형별 세부 편성 현황	23
〈표 2-5〉 주요 지역 지상파방송의 제작 인력 현황(2010년 기준)	26
〈표 3-1〉 채널3 지역별 의무 지역편성 관련 규정의 사례(2008년 이전)	41
〈표 3-2〉 지상파 지역 채널수	44
〈표 3-3〉 지역채널 방송전파 방식	45
〈표 3-4〉 영화 및 영상 방영쿼터	47
〈표 3-5〉 표 지역 채널 의무 방송 시간	48
〈표 3-6〉 방송미디어의 역할과 위상	59
〈표 3-7〉 키스케이션과 로컬국의 프로그램 공급 관계(2008년도)	61
〈표 4-1〉 KBS지역국 자체제작비율(2011년 기준)	63
〈표 4-2〉 지역MBC 자체제작비율(2011년 기준)	64
〈표 4-3〉 지역민방 자체제작비율(2011년 기준)	65
〈표 4-4〉 지역방송 자체제작역량지수 산정기준	67
〈표 4-5〉 지역방송 제작인력 산출방식 예시	68
〈표 4-6〉 지역방송 자체제작역량지수 평가 배점방식(1안)	72
〈표 4-7〉 지역방송 자체제작역량지수 평가 배점방식(2안)	73
〈표 4-8〉 KBS지역총국 자체제작역량지수 평가결과(제1안)	74
〈표 4-9〉 지역MBC 자체제작역량지수 평가결과(1안)	75
〈표 4-10〉 지역민방 자체제작역량지수 평가결과(1안)	76

<표 4-11> KBS지역총국 자체제작역량지수 평가결과(2안)	77
<표 4-12> 지역MBC 자체제작역량지수 평가결과(2안)	78
<표 4-13> 지역민방 자체제작역량지수 평가결과(2안)	79
<표 5-1> 조사의 설계 및 절차	80
<표 5-2> 응답자의 구성	82
<표 5-3> 지역민의 지역사회 정보 수용 출처	83
<표 6-1> 제작역량에 비례한 의무비율부와 방안 사례(지역민방 예시)	103
<표 6-2> 제작역량에 비례한 의무비율부와 방안 사례(지역MBC 예시)	104
<표 6-3> 제작역량 그룹별 의무비율부와 방안 사례(지역민방 예시)	105
<표 6-4> 제작역량에 비례한 의무비율부와 방안 사례(지역MBC 2안 예시)	106
<표 6-5> 참여자 관점의 공동제작 방식 유형	107
<표 6-6> 제작방식 관점의 공동제작 방식 유형	108
<표 6-7> 참여자 관점의 공동제작방식 유형의 인정여부	108
<표 6-8> 제작방식 관점의 공동제작방식 유형의 인정여부(1안)	109
<표 6-9> 제작방식 관점의 공동제작방식 유형의 인정여부(2안)	110
<표 7-1> 지역 방송사의 수익구성 내역	114
<표 7-2> 지역 MBC 연간 편성량(2011년 연간 기준)	117
<표 7-3> 지역MBC의 연간 광고수익 비중(2011년 기준)	118
<표 7-4> 지역 MBC의 지역 프로그램 제작 주체별 제작비(2011년 기준)	119
<표 7-5> 자체 편성비율 감소에 따른 전파료 증가액(2011년 기준)	121
<표 7-6> 자체 편성비율 감소에 따른 자체 제작비 및 외주물 구매비용 절감액	122
<표 7-7> 자체 편성비율 감소에 따른 방송사별 최종 재정효과	123
<표 7-8> 지역민방 연간 편성량(2011년 연간 기준)	125
<표 7-9> 지역민방 연간 광고수익 비중(2011년 기준)	126

〈표 7-10〉 지역민방의 지역 프로그램 제작 주체별 제작비(2011년 기준)	127
〈표 7-11〉 자체 편성비율 감소에 따른 전파료 증가액(2011년 기준)	128
〈표 7-12〉 자체 편성비율 감소에 따른 자체 제작비 및 외주물 구매비용 절감액	129
〈표 7-13〉 자체 편성비율 감소에 따른 방송사별 최종 재정효과	130
〈표 7-14〉 지역민방의 주요 국외물 편성현황(2012년 9월 현재)	131
〈표 7-15〉 지역 방송사의 해외물 구매 편성량(2010년 기준)	132
〈표 7-16〉 지역 방송사의 국외물 구매 비용(2010년 기준)	133

그림 목 차

[그림 3-1] 주중 로컬뉴스 편성 사례	36
[그림 3-2] 증가를 원하는 채널	60
[그림 3-3] 지역별 프로그램 편성비율(2011년)	62
[그림 5-1] 평균 TV시청시간	84
[그림 5-2] TV시청방식	85
[그림 5-3] TV시청시간 중 지역 지상파 TV의 지역 프로그램 비중	85
[그림 5-4] 지역방송에 대한 필요성 정도	86
[그림 5-5] 지역방송의 필요 이유	87
[그림 5-6] 지역방송이 불필요한 이유	88
[그림 5-7] 중앙방송사와 지역방송사 프로그램 구별 용이성 정도	89
[그림 5-8] 중앙방송사와 지역방송사 프로그램 구별 가능이유	90
[그림 5-9] 즐겨 보는 지역방송 프로그램 (1순위)	91
[그림 5-10] 더 관심을 갖고 제작해야 할 지역방송 프로그램	92
[그림 5-11] 지역 프로그램 편성정도 인식	93
[그림 5-12] 방송사별 지역 프로그램에 대한 편성정도 평가	94
[그림 5-13] 적정한 지역방송 편성량 비율 평가	96
[그림 5-14] 지역 프로그램에 대한 장르별 선호도	97
[그림 6-1] 지역방송사업자 현황	99

요 약 문

제1장 연구의 필요성 및 목적

방송통신위원회는 방송법에 근거하여 매년 고시를 통해 지역민방에 일정비율 이상의 자체편성 비율을 준수하도록 하고 있다. 지역민방의 자체편성 프로그램 의무 규정은 자체적으로 프로그램을 제작 편성하여 지역성을 구현하라는 취지이다. 그럼에도 불구하고 실제 지역민방은 자체편성 프로그램 중 절반 정도만 자체 제작하고, 나머지는 외주와 구매 등을 통해 프로그램을 편성하고 있다. 또한 지역민방이 자체 제작한 프로그램이외에는 저가의 외주 및 구매 프로그램을 방송함으로써 지역방송의 이미지를 훼손하고 있다. 이에 따라 자체편성비율 의무부과의 원래 취지가 퇴색하고 있다. 이에 따라 지역민방의 자체편성비율에 규제를 개선하여 실제로 지역 민방이 지역성을 구현할 수 있도록 자체제작비율로 개선하는 것이 필요하다.

지역민방과는 달리 지역의 KBS 및 지역MBC의 경우 방송법상에 자체 편성비율이 명시되어 있지 않지만 독자적으로 자체편성을 하고 있다. 지역 KBS의 경우 총국중심으로 평균 10%내외의 자체 편성을 하고 있고, 이들 프로그램의 대부분을 자체 제작하고 있다. 그러나 지역 MBC의 경우 20%내외의 자체 편성 프로그램을 편성하고 있고 이중 절반정도를 자체제작으로 충당하고 있다. 지역 KBS 총국의 경우 국가기간방송인 공영방송으로서 자체편성비율이 기타 지역방송사업자에 비해 낮다는 비판이 제기되고 있고, 지역 MBC의 경우 자체편성비율 중 자체 제작비율을 높일 필요가 있다는 지적이 제기되고 있다. 이에 따라 지역 KBS 총국과 지역MBC의 적절한 자체 제작비율의 산정과 기준제시를 통해 지역방송사업자로서 지역성 구현과 지역민의 정보복지에 기여하도록 하는 방안 모색이 필요하다.

지역방송의 자체편성비율에 관한 규제를 자체제작비율 규제로 전환하기 위해 본 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 제시하고자 하였다. 넷째로 지역방송 자체편성비율에 관한 관련법을 개정하여 자체제작비율로 전환하기 위한 세부 법제를 개선하는 방향을 제시하고자 하였다.

제2장 지역방송 자체편성비율 제도 분석

방송통신위원회는 2000년부터 2005년까지 지역민방의 자체편성 프로그램의 편성비율을 지속적으로 제고해 왔으나, 2012년 현재의 고시내용은 2005년에 고시된 비율을 8년간 계속 유지하고 있다. 즉, 2000년에는 자체편성 프로그램의 최소비율이 20%였으나, 현재는 각 방송사의 허가시기에 따라 23%에서 31% 이상으로 정하고 있다. 이는 시행령에 명시된 범위 내에서 각 지역민방 사업자의 ‘경영상태 및 방송프로그램수급여건’ 등을 고려하여 비율을 정함으로써 정책적 효율성을 높이기 위한 조치라고 할 수 있다.

지역민방의 자체편성 비율 의무화제도는 프로그램을 통한 지역성 구현이라는 본래의 취지를 실현하는데 공헌했다는 긍정적인 평가에도 불구하고, 지역 방송사의 편성권을 과도하게 침해하고 있다는 지적이 제기되고 있다. 또한 지역 KBS나 MBC에도 적용하지 않는 규제를 상업방송에만 적용하는 이른바 규제의 형평성 문제가 제기되었다. 이러한 비대칭 규제는 지역 프로그램 편성량의 방송사별 편중현상을 야기하였다는 것이다. 또한 자체편성 프로그램의 절반 정도를 공동제작, 외주제작, 외부 구매를 통해 공급된 프로그램들로 구성되어 있어 지역성 구현과 지역사회 균형발전이라는 지역민방 도입의 정책목표를 효과적으로 구현하고 있지 못하다는 평가가 지배적이다. 이에 따라 이와 같은 문제점들에 대해 합리적인 개선방안 마련에 대한 요구가 지속적으로 제기되어 왔다.

지역방송의 자체편성비율 개선에 대한 논의가 진행됨에 따라 지역방송 자체편성비율 개선의 필요성을 인식하고 이의 개선을 위한 구체적인 입법시도들이 있었다. 입법안은 방송법 개정안과 ‘지역방송발전지원특별법’의 형태로 발의되었다. 일부의원들은 지역민방의 자체편성 의무를 자체제작 의무로 전환해야 한다는 방송법 개정 법률안 또는 별도 법

안을 발의하였다. 한편으로는 지역방송이 제작한 방송프로그램에 대해 중앙지상파방송사와 종합편성채널이 의무 편성화하는 내용도 제시되었다. 그러나 이러한 입법 시도 및 방송법 개정 시도에도 불구하고 결실을 보지 못하고 현행의 지역방송 자체편성 규제제도의 내용은 변화없이 현재까지 유지되고 있다.

제3장 해외 지역방송 자체편성 제도

미국의 지역방송 프로그램과 관련한 규제는 크게 편성 프로그램을 직접 제한하는 규제와 프로그램 콘텐츠에 대한 규제로 나뉘볼 수 있다. 그러나 프라임타임엑세스규칙(Prime Time Access Rule, 이하 PTAR), 파이낸셜신디케이션규칙(Financial Interest and Syndication Rules, 이하 Fin-Syn 규칙)이 폐지되어, 현재 지역 방송사는 어린이 대상 프로그램 편성에 대한 의무를 제외하고는 특별한 규제를 받고 있지 않는 상황이며 실제로 지역 시청자들의 인기를 끌고 있는 로컬 뉴스도 충분히 편성되고 있다. 지역방송사의 프로그램 편성과 관련한 FCC의 규제는 시간에 걸쳐 완화되어온 반면, 미디어 업체의 지분 소유에 관한 규제는 유지하고 있다. 이는 일부 미디어가 지역 방송과 지역 신문 등 언론을 독점하는 것을 막기 위한 것으로 지역 방송사들이 자신의 방송권역과 같은 지역 내 신문을 동시에 소유하는 것을 금지하고 있다. 이와 동시에 FCC는 대형 미디어 기업이 다수의 지역 방송사를 소유하여 방송 언론을 장악하는 것 역시 금지하고 있다.

영국은 2003년 커뮤니케이션법 263조에 따라 Ofcom은 공공서비스 상업방송사(commercial public service broadcasters)가 수행해야 할 독립제작, 지방제작, 원제작, 지역 편성 관련 의무와 관련한 구체적인 조건을 각 방송 면허장에 명시하고 있다. 여기에서 영국의 지역방송의 프로그램은 고품질 요건을 만족시켜야 하고, 지역편성 프로그램은 일정 분량이상이 해당 지역에서 제작된 것이어야 한다고 명시하고 있다. 아울러 지역 뉴스 프로그램은 반드시 피크타임에도 편성되어야 한다고 명시되어 있다. 구체적으로는 예를 들어 채널3의 ‘Border’ 지역면허에서는 기존 지역뉴스에 더해 해당 시간대에 특정 지역(Selkirk, Calbeck 등)을 위한 별도의 뉴스(opt-out)를 주당 40분 이상 공급하도록 명시되어 있다. 영국 지역편성 의무는 분량, 시간대, 장르 등의 측면에서 매우 구체적인 양태

와 차별성을 보이고 있다. 디지털 다채널 다매체 환경이 본격화되면서 채널3의 재원상의 어려움이 가중되기 시작하자, 이를 해소하는 방법으로 채널3에 부여돼 있는 지역 관련 의무를 경감시켰다.

프랑스는 방송서비스의 기본 원칙인 다양성 구현을 지역방송의 내용규제에 적용하고 있다. 프랑스 지역 방송의 편성규제는 다양한 차원에서 방송 프로그램 내용을 차별화하는 규칙을 적용하고 있다. 우선 ‘다양성에 대한 존중’으로 지역 채널의 경우 방송 허가시 협약 사항으로 지역 채널은 주당 프로그램의 50%, 그 가운데 첫 방송 프로그램 20%를 지역 사회, 경제 문화 현실을 담고 있어야 한다. 그리고 ‘어린이 및 청소년 보호’ 등 시청자 측면에서 ‘광고, 후원, 텔레쇼핑 방송’으로 광고성격과 프로그램의 독립, 광고 방송 시간, 불법 광고 금지, 거짓 광고 등을 금지하고, 아울러 문학출판, 영화, 알코올 등은 광고 금지 대상으로 하고 있다. 그리고 ‘영화 및 영상 방영 쿼터’로 방송법령 1990년 1월 17일 법령 n 90-66에서는 방송 채널의 유럽 및 프랑스어 영화 및 영상 프로그램 의무 방영 쿼터를 정해 놓고 있다. 한편, ‘특별 의무’를 통해 방송사는 재정과 기술적인 투자를 통해 시각 및 청각 장애인들이 프로그램을 시청할 수 있도록 지원해야 하고 각 지역 채널은 CSA와의 협약에 명시된 지역 프로그램 의무 방송 시간 할당을 지키도록 하고 있다. 일반적인 의무 할당 시간은 주당 10시간에서 12시간 동안 지역 프로그램을 편성하는 것이다.

독일은 다원주의적·사회민주주의적 방송철학과 이의 민주적 구현을 통해 기본법(헌법)에 보장된 언론의 자유를 최대한 보장하는 가운데 편성의 자유 원칙을 실현하고 있어 편성 운영은 방송사 고유의 권리에 해당한다. 따라서 방송 프로그램 편성 관련하여 별도의 규정은 없으나, 방송국가협약(제6조)에 근거하여 독일어권 및 유럽연합(EU)에서 제작된 극영화, 방송용 영화, TV연속극, 다큐멘터리 등 일정 비율을 방영하도록 규제하고 있다. 편성비율은 방송사의 자율로서, 공영방송은 자체 편성지침을 마련하고 있고, 민영방송 역시 자율적으로 방송편성에 임하며, 주방송법이 규정하고 있는 방송윤리규정을 자율적으로 준수하도록 하고 있다. 민영방송의 경우 뉴스·시사, 다큐멘터리, 종교프로그램 방영시 방송국가협약(44조5항)에 따라 최소 30분 이상을 방영하도록 의무화하고 있다. 주요 공·민영 방송사들의 편성비율을 보면, 지난 2008년 ARD의 경우 전체 편성범위 내에서 전체 픽션장르 중 69%가 국내제작 및 해외공동 제작물로 편성됐고, 10%가 유럽 내 다

른 회원국 제작물이었으며 미국제작사 제작물은 20%인 것으로 나타났다. ZDF의 편성 비율도 이와 대동소이하다. 민영방송의 경우, 프로지벤(Pro7)을 제외하면 EU TV방송지침과 방송국가협약을 준수하고 있다.

일본은 지역성 확보를 위해 지역프로그램의 편성비율을 의무화하는 등 직접적인 규제보다는 현역(県域)면허제도와 ‘매스미디어집중배제원칙’(マスメディア集中排除原則)을 통한 소유제한 등 간접규제를 채택하고 있다. 간접규제방법은 지상파방송사업자에게 첫째, 지역면허 교부, 둘째, 방송프로그램 공급협정 제한, 셋째, 매스미디어집중배제원칙을 통해 특정 사업자나 개인이 소유하거나 지배할 수 있는 방송국 등의 수를 제한한다. 넷째, 지상파방송을 현을 중심으로 한 ‘지역밀착형’ 방송으로 규정하고 있다. 이러한 간접규제에도 불구하고 지상파방송의 디지털전환 과정에서 경영악화를 이유로 소유규제는 완화되었으며, 방송지주제도가 도입되었다. 또한 방송법에서 방송프로그램 공급협정을 제한하고 있지만 계열관계에 있는 키국의 프로그램을 주로 공급받고 있다. 키국과의 업무협정은 로컬국의 프로그램편성을 제약한다.

제4장 지역방송 자체제작역량 분석

KBS지역국과 지역MBC는 방송법상 자체편성비율이 명시되어 있지 않지만 독자적으로 자체편성을 하고 있다. KBS지역국의 경우 지역총국 중심으로 평균 9% 정도 자체편성을 하고 있으며, 이 가운데 순수 자체제작 프로그램의 편성 비율은 평균 8% 정도를 차지하고 있어 대부분을 자체제작하고 있다. 지역MBC의 경우 전체편성에서 차지하는 자체편성비율 평균이 14.4%이나 순수 자체제작프로그램의 편성비율은 평균 8% 정도로 절반에 그치고 있다. 지역민방의 자체편성 비율은 24.2~29.3% 내외인 것으로 나타났다. 이 가운데 순수 자체제작비율은 12.0~21.5%인 것으로 나타나 방송사별로 편차를 보이고 있다.

지역방송의 자체편성 비율 규제를 개선하기 위해 지역방송의 제작인력 현황, 제작장비 현황, 매출액 대비 제작비 비중, 순수자체제작비율 정도, 자체제작프로그램 시청률 등의 제작역량을 객관적으로 파악하였다. 이를 통해 자체제작역량에 따라 얼마만큼의 자체제작을 할 수 있는지를 지수로 만들어 살펴보았다. 평가대상은 KBS지역총국 9개, 지역

MBC 19개, 지역민방 9개로 총 37개 방송사였다. 평가항목은 KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방의 제작인력 수, 제작장비 구비정도, 매출액 중 제작비 비중, 자체제작 비율, 시청률 등 5개였다.

제작인력, 제작비, 자체제작비율, 시청률 평가방식은 각각 평가항목별로 가장 높은 방송사의 점수를 100점으로 환산하고, 나머지 방송사의 점수는 환산된 100점을 기준으로 평가하였다. 제작장비 평가방식만 전체 방송사 중 제작시설과 송출시설의 합계가 가장 높은 방송사의 점수를 50점으로 환산하고, 나머지 방송사의 점수는 환산된 50점을 기준으로 평가하였다. 각각 50점을 기준으로 환산된 제작시설·송출시설의 환산점수와 제작시설 면적 환산 점수를 합산하여 100점 만점으로 평가하였다. 제1안의 배점방식은 자체제작역량 100을 기준으로 삼고, 제작인력 비율 20점, 제작장비 보유현황 20점, 제작비 20점, 자체제작비율 20점, 시청률 20점으로 각 항목별로 동일하게 가중치를 부여하여 평가하는 방식이다. 제2안의 배점방식은 자체제작역량 100을 기준으로 제작인력 25점, 제작장비 25점, 제작비 30점, 자체제작비율 10점, 시청률 10점 등 각 항목별로 가중치를 달리하여 평가하는 방식이다.

1안 방식에 의해 평가한 지역방송사 자체제작역량지수 순위를 살펴본 결과, KBS지역총국 9개 방송사간 점수를 비교했을 때 평가항목 중 제작인력, 제작장비, 자체제작비율, 시청률의 경우 점수차가 크게 나타나지 않았지만, 제작비 부문에서 KBS 지역총국간 차이가 크게 나타났다. 구체적으로, KBS A 총국이 58.8점으로 가장 높게 나타났다. 지역MBC의 경우 각 방송사간 제작비 비율은 크게 차이가 나지 않았지만, 대부분 20점 만점에 5점 미만이어서 제작비 편중이 매우 낮음을 알 수 있다. A MBC가 100점 만점에 50점으로 가장 높게 나타났다. 지역 민방의 경우 자체제작역량 평가 항목 중 자체제작비율이 다른 방송사에 비해 전체적으로 높게 나타났다. A 방송사가 100점 만점에 60점으로 가장 순위가 높게 나타났다.

2안 방식에 의해 평가한 지역방송사 자체제작역량지수 순위를 살펴본 결과, KBS A 총국이 58점으로 가장 높게 나타났다. 지역MBC의 경우 A MBC가 50.4점으로 가장 높게 나타났다. 지역민방의 경우 A방송사가 54.7로 가장 높게 나타났다.

제5장 지역방송 프로그램에 대한 시청자 조사

서울을 제외한 전국(지역) 15개 시도에 거주하는 만 14세 이상 남녀 시청자 400명을 대상으로 지역방송 편성에 관한 지역민의 의견을 물어보기 위해 설문조사를 실시하였다. 조사표본은 먼저 2012년 6월 주민등록인구현황을 기준으로 성별, 연령별, 지역별 인구비례 할당 후 무작위로 추출하여 선정하였다. 설문조사는 한국리서치에 의뢰하여 지난 2012년 7월 20일~2012년 7월 26일 동안 진행되었고, 구조화된 질문지를 CAWI(Computer Aided Web Interview) 방식을 이용하여 조사대상자와 직접 연락을 취한 후 설문조사에 동의한 피응답자를 대상으로 실시되었다.

조사결과, 먼저 일부 회의적인 시각과 달리 전체 응답자의 72.5%가 지역방송이 필요하다고 응답하여 지역민들은 여전히 지역방송의 필요성에 대해 매우 공감하는 것으로 나타났다. 그 이유로는 ‘지역사회 내의 다양한 정보제공’이나 ‘지역사회 감시’ 등이 주된 이유로 거론되었다. 지역방송 프로그램에 대한 선호도에 있어서는 현재 즐겨 시청하는 지역 프로그램도 ‘지역 생활정보’나 ‘지역이슈’로 나타났고, 향후 지역방송에서 역점을 두어야 할 프로그램 유형 역시 ‘지역생활 정보’ 및 ‘지역 이슈’, ‘지역뉴스’ 등이 거론되어 향후 자체제작 편성규제로 전환될 경우 이러한 유형으로의 선택과 집중 전략이 필요함을 보여주고 있다.

한편, 지역 프로그램에 대한 편성량에 대해서는 전체 편성량의 약 30% 정도가 적절한 것으로 인식하고 있었으며, 각 채널별 현재의 편성량에 대해서는 지역민방(28.3%)과 KBS1 TV(27.0%), 그리고 지역MBC(19.3%)와 KBS2 TV(8.5%)의 순으로 지역 프로그램의 편성량이 많은 것으로 인식하고 있었다. 이러한 결과는 KBS1의 경우, 실제 지역 프로그램의 편성량이 지역민방이나 지역MBC에 비해 적음에도 불구하고 지역민들은 KBS1의 편성량이 당연히 높은 것으로 인식하고 있다는 것으로 이는 공영방송으로서 KBS에 대한 당위적 역할과 실제 편성량과는 상당한 격차가 있음을 보여주는 결과로서 향후 의무적 지역 프로그램 편성비율과 같은 정책적 검토가 필요함을 시사하고 있다.

제6장 지역방송 자체제작비율 산정 및 적용방안

지역방송의 자체편성비율에 대한 규제는 현재는 지역민방만 적용하고 있다. 그러나 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 방안이 있다.

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 있다. 전자는 모든 지역방송이 유사한 조건에 있다고 전제하고 비율을 부여하는 방안이고, 후자는 방송사 유형별 특성을 고려한 비율 규제방안이라 할 수 있다.

지역방송에 자체제작비율을 부과할 경우 이에 대한 적절한 비율을 산정하여 의무를 부과하는 것이 필요하다. 지역방송의 자체제작비율 설정의 기본 방안은 자체제작역량을 고려하여 자체제작역량 지수가 높은 방송사에 대해 높은 자체제작비율 의무를 부과하는 것이 바람직하다. 지역방송의 자체제작비율은 지역방송사 유형별(KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방) 특성을 고려한 자체제작비율 의무를 부과하는 것이 바람직하다. 지역방송사(국) 유형별 기존 평균 자체제작비율을 기준으로 하여 기존보다 높은 자체제작비율 의무를 부과하는 것이다. 지역방송의 자체제작비율의 의무부과시 고려해야 할 사항은 기존 지역방송사들이 편성해왔던 자체제작비율 평균보다 높은 비율을 부과하여 지역방송의 지역성을 제고하고, 지역방송의 수익을 증대하도록 하는 것이 필요하다.

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 방안이다. 즉 KBS지역총국과 지역민방은 9개 방송국을 자체제작역량 지수 순위에 따라 3개씩 3개 그룹으로 구분하고,

지역MBC는 18개 지역사를 자체제작역량 지수 순위에 따라 6개씩 3개 그룹으로 구분하여 의무비율을 부과하는 방안이다.

지역방송의 자체편성비율을 자체제작비율로 전환하기 위해서는 현행 방송법상의 편성 규제에 관한 사항을 개정해야 한다. 이미 2008년부터 국회의원들이 자체편성비율에 관한 방송법의 조항을 개선하는 방안을 제시하였다. 이를 기초로 본 연구에서 제시한 지역방송 자체편성비율을 개선하기 위해서는 방송법 제69조(방송프로그램의 편성 등)에 제6항을 개정하여 그 안에 자체편성비율을 삭제하고 자체제작비율로 명시해야 한다. 보다 구체적으로 방송법 제69조(방송프로그램의 편성 등)에 제6항에서 자체제작비율의 규제대상을 전체 지역방송 혹은 지역민방과 지역MBC만, 그리고 지역민방만을 대상으로 하는 경우에 따라 규정해야 한다.

아울러 지역방송 자체편성비율에 관한 규제를 자체제작비율로 전환하기 위해서는 관련 방송법상에 명시된 사항을 구체적인 방안으로 규정하기 위해 방송법 시행령의 적합성을 검토하여 개정해야 한다. 지역방송의 자체편성비율 규제를 자체제작비율 규제로 전환하기 위해서는 방송법상의 개정과 같이 한 사업자의 방송프로그램 편성비율의 제한이라는 규정을 개정하여 그 대상의 범주에 따라 세부적으로 그 자체제작프로그램의 비율을 고시하도록 하는 내용으로 개정해야 한다.

제7장 지역방송 자체제작비율 전환정책의 효과

지역방송의 자체편성비율을 자체제작비율로 전환할 경우 크게 세 가지의 효과가 발생할 것으로 보인다. 첫째로 자체 편성비율 규제제도의 자체 제작비율로 전환은 지역방송의 광고수익이 증가하는 효과가 나타날 수 있다. 둘째는 지역방송이 외주제작과 구매프로그램의 비중을 줄이고 자체제작 프로그램의 편성비율을 늘려 지역성 제고에 기여할 수 있다. 셋째로 지역방송의 자체제작 프로그램이 증가하여 지역방송의 제작 능력을 제고하는데 기여할 수 있다.

실제로 지역방송의 자체편성비율을 자체제작비율로 전환하여 외주제작과 구매프로그램을 줄이면 대신 중앙사의 수중계 비율이 높아진다. 이익과 손실분을 감안하여 자체제작

비율전환 정책에 따른 총 기대수익을 계산한 결과, 전체 지역 MBC를 종합했을 때 연간 약 137억 원 정도의 재정적 추가 수익을 얻을 수 있을 것으로 분석되었다. 각 방송사별로는 광주MBC의 기대수익이 약 15억 원으로 가장 많은 것으로 분석되었다. 지역민방의 경우 자체제작비율전환 정책에 따른 총 기대수익을 계산한 결과, 지역 민방 전체적으로 약 102억 정도의 재정적 수익을 얻는 것으로 예상되고 있다. 방송사별로는 KNN이 연간 약 18억 원으로 재정적 추가 수익을 가장 많은 것으로 예측되었다.

따라서 순수 자체제작 규제로 전환하였을 때 예상되는 총 기대편익은 지역MBC 137억 원, 지역민방 102억 원의 추가수익이 예상되어 전체적인 재정적 효과는 연간 239억 원으로 분석되었다.

자체 편성비율 규제는 제도의 근본 취지에 맞지 않게 지역적 특색을 지닌 프로그램 제작보다는 타지역 민방이 제작한 프로그램을 구입하거나 교환 혹은 해외구매 프로그램을 편성함으로써 결과적으로 지역성 구현에 역행하는 정책이라는 비판을 받아왔다. 따라서 지역방송이 교환, 구매, 해외 프로그램의 편성을 줄이고 대신 자체제작 프로그램을 많이 제작하여 편성한다면 그만큼 지역성을 담은 프로그램을 제작하여 방송하게 되어 지역성 구현에 기여하게 된다.

또한 그동안 지역방송은 인력과 제작비가 부족하여 양질의 프로그램을 제작하지 못했다. 이 때문에 질적인 측면에서의 자체제작 프로그램의 향상을 기대할 수 없었다. 그러나 자체제작비율로 규제가 개선되어 지역방송의 수익이 증가할 경우 그만큼 제작비를 추가로 투자할 수 있으며 제작인력도 보충할 수 있는 여건이 형성된다. 아울러 자체제작비율이 늘어나는 만큼 더 많은 제작기회가 발생하여 지역방송의 제작력 향상에 기여할 수 있다. 즉, 그동안 지역방송의 한계로 지적받아왔던 제작능력과 제작여건을 개선할 수 있는 기회가 될 수 있다.

Abstract

1. Title: A Study on the Programming Ability Local Terrestrial Broadcasting

2. Objective and Importance of Research

The purposes of this study were to set a group of criteria for in-house produced programs by analyzing the in-house producing capabilities of local terrestrial broadcasters and propose policy plans for rational organization ratio regulations of local broadcasting based on the criteria. The study also aimed to suggest how to improve the specific legislations to convert the in-house organization ratio into the in-house production ratio by revising the laws related to the in-house organization ratio of local broadcasting.

3. Contents and Scope of the Research

For those purposes, the study analyzed the current in-house productions and capabilities of local terrestrial broadcasters and examined the regulations and systems of local broadcasting organization in major countries across the world in order to improve the organization ratio system of local broadcasting. Also carried out was a survey on local broadcasting viewers' viewing of local broadcasting programs. Based on the results, the study proposed how to estimate the in-house production ratio of local broadcasting.

4. Research Results

1) Analysis of the in-house organization ratio system of local broadcasting

The analysis results of the current in-house organization ratio of local broadcasting show that the in-house production ratio was approximately 50% in in-house organization. There were several attempts to improve the laws on the organization control of local broadcasting, but no actual legal improvements were made. Thus there have been ongoing arguments that the in-house organization ratio of local broadcasting should be improved by the control of in-house production ratio.

2) Overseas in-house organization systems of local broadcasting

The study analyzed the in-house organization ratio regulations at local terrestrial broadcasters in the United States, the United Kingdom, France, Germany, and Japan. As a result, the broadcasters freely organized their programs with no particular regulations on local broadcasting organization in the United States and Japan, while the regulations on local broadcasting organization were in place but only offered guidelines on programs from the diversity perspective in Germany, the United Kingdom, and France.

3) Analysis of in-house production capabilities of local broadcasting

Production capabilities were analyzed with the production personnel, equipments, costs, and ratio and ratings of local broadcasting taken into account. The production capabilities of local broadcasting varied according to the scopes, sizes and service areas of local terrestrial broadcasters. However, the results indicate that outsourced productions and externally purchased programs should be decreased and in-house productions should be increased in the in-house organization ratio of local broadcasting.

4) Survey of local broadcasting viewers

The study took a survey on the opinions of local broadcasting program viewers. The local people felt a need for local broadcasters to produce and air programs for the residents locally and wanted them to produce and air programs embodying more locality than the present. They also expressed their intention to watch broadcasting programs embodying locality produced by local broadcasters.

5) How to estimate the in-house production ratio of local broadcasting

When the organization regulations of local broadcasting are changed from in-house organization ratio to in-house production ratio, the in-house production ratio should be set higher than the currently organized and aired level. When it is a jointly produced broadcasting program by different local broadcasters, the in-house production ratio should be recognized according to their contributions to the joint production. In addition, those criteria should be specifically set in the rules of Korea Communications Commission.

6) How to improve the in-house production ratio system of local broadcasting

The current regulations of Broadcasting Act should be improved in order to convert the in-house organization ratio of local broadcasting into the in-house production ratio. It is also required to revise the provisions on the in-house organization ratio in the enforcement ordinances of Broadcasting Act. The Korea Communications Commission should announce concrete enforcement plans every year so that broadcasters will observe them.

5. Policy Suggestions for Practical Use

The findings of the study should be utilized as policy data to improve the in-house organization ratio of local broadcasting, increase the competitive edge of local broadcasting, and meet the viewer requirements and as basic data to reinforce the production capabilities of broadcasters.

6. Expectations

When implemented, the findings will be able to contribute to the enhanced locality and content competitiveness of local broadcasting by activating the in-house program productions of local terrestrial broadcasters, to the increased viewer satisfaction with local broadcasting programs as local broadcasters produce and air proper in-house produced programs, and to the research activation and findings accumulation in related fields such as the reinforcement of local broadcasting's production capabilities and organization ratio policies.

제1장 서론

제1절 연구의 필요성

1995년 주요 광역시를 중심으로 서비스를 시작한 지역민방은 최초 사업허가권 부여시에 지역방송으로서의 역할에 충실하도록 하기 위해 일정비율 이상의 자체편성의무를 부과하였다. 이에 따라 방송법 제69조 6항, 그리고 방송법 시행령 제50조(방송프로그램의 편성 등) 제6항에는 지역민방의 자체편성비율 의무에 대해 명시하고 있다. 방송통신위원회는 방송법에 근거하여 매년 고시를 통해 지역민방에 일정비율 이상의 자체편성 비율을 준수하도록 하고 있다.

2011년 방송통신위원회의 고시에 따르면, 부산의 KNN을 비롯한 주요 광역도시 4개 민방은 매월 SBS와 같은 한 사업자의 방송프로그램을 69% 이상 편성할 수 없고, 전주방송 등은 71%, 강원민방은 77% 이상을 편성할 수 없도록 하고 있다. 이에 따라 지역민방은 2012년에 30% 내외의 자체편성으로 프로그램을 방송하고 있다.

지역민방의 자체편성 프로그램 의무 규정은 자체적으로 프로그램을 제작 편성하여 지역성을 구현하라는 취지이다. 그럼에도 불구하고 실제 지역민방은 자체편성 프로그램 중 절반 정도만 자체 제작하고, 나머지는 외주와 구매 등을 통해 프로그램을 편성하고 있다. 또한 지역민방이 자체 제작한 프로그램이외에는 저가의 외주 및 구매 프로그램을 방송함으로써 지역방송의 이미지를 훼손하고 있다. 이에 따라 자체편성비율 의무부과의 원래 취지가 퇴색하고 있다. 동시에 이들 프로그램의 경우 시청률이 낮아 광고수익이 없어 이중고를 겪고 있다. 이에 따라 지역민방의 자체편성비율에 규제를 개선하여 실제로 지역민방이 지역성을 구현할 수 있도록 자체제작비율로 개선하는 것이 필요하다.

지역민방과는 달리 지역의 KBS 및 지역MBC의 경우 방송법상에 자체 편성비율이 명시되어 있지 않지만 독자적으로 자체편성을 하고 있다. 지역 KBS의 경우 총국중심으로 평균 10%내외의 자체 편성을 하고 있고, 이들 프로그램의 대부분을 자체 제작하고 있다. 그러나 지역 MBC의 경우 20%내외의 자체 편성 프로그램을 편성하고 있고 이중 절반정도를

자체제작으로 충당하고 있다.

지역 KBS 총국의 경우 국가기간방송인 공영방송으로써 자체편성비율이 기타 지역방송 사업자에 비해 낮다는 비판이 제기되고 있고, 지역 MBC의 경우 자체편성비율 중 자체 제작비율을 높일 필요가 있다는 지적이 제기되고 있다. 이에 따라 지역 KBS 총국과 지역 MBC의 적절한 자체 제작비율의 산정과 기준제시를 통해 지역방송사업자로서 지역성 구현과 지역민의 정보복지에 기여하도록 하는 방안 모색이 필요하다.

지역방송의 자체편성비율에 대한 합리적 기준 마련을 위해서는 지역방송의 제작능력과 지역방송 프로그램에 대해 지역 시청자들의 시청의향 파악이 필요하다. 지역방송의 적절한 자체제작비율을 산정하기 위해서는 지역시청자들이 지역방송이 자체 제작한 방송프로그램의 시청의향을 파악하여 합리적인 기준을 설정해야 한다. 아울러 지역방송이 자체편성비율을 조정하여 자체제작비율로 전환할 경우 적절한 자체제작비율을 산정하기 위해 지역방송의 프로그램 제작 능력에 대한 객관적인 수준 파악이 필요하다.

지역방송사업자가 지켜야 할 자체제작비율을 산정할 경우, 자체제작 프로그램의 정의 및 자체제작으로 인정받는 공동제작물의 범위 등에 대한 기준설정이 필요하다. 특히 지역 방송사업자가 외주사와 공동제작, 혹은 다른 방송사업자와 공동으로 프로그램을 제작하는 경우, 기획 및 제작 관여도에 따라 해당 방송사의 자체제작 프로그램인지의 여부가 결정되기 때문에 이에 대한 기준설정과 정의가 필요하다.

지역방송의 자체편성비율을 조정하여 자체제작비율로 전환하기 위해서는 방송사별 제작 여건, 지역시청자의 시청의향 등을 고려한 합리적인 기준설정이 중요하다. KBS, MBC, 지역민방의 방송사별 특성을 고려하고, 아울러 방송사의 규모와 형태 등을 고려한 자체제작 편성기준에 대한 정책방안을 마련해야 한다. 따라서 본고에서는 지역방송의 자체편성 현황 분석, 시청자들의 지역방송에 대한 평가, 그리고 지역방송 자체제작 역량 등을 분석하여 적절한 지역방송 자체제작 비율을 산출하여 제도화 하는 방안을 모색해 보고자 한다.

제2절 연구 목적 및 방법

지역방송의 자체편성비율에 관한 규제를 자체제작비율 규제로 전환하기 위해 본 연구

에서는 네 가지의 세부 연구목표를 설정하였다. 첫째는 지역방송의 자체제작 능력에 대한 파악이다. 지역방송의 인력, 장비, 재원 등 자체 제작 능력을 파악하여 자체제작비율 산정의 기초자료로 활용하고자 한다. 둘째는 지역방송 시청자의 자체제작 프로그램 시청의향 파악이다. 지역방송 시청자들의 지역방송 자체제작 프로그램의 시청의향을 파악하여 자체제작비율 산정의 기초자료로 활용하고자 한다. 셋째 지역방송 자체제작비율 산정 기준 및 정책방안 제시이다. 지역방송의 자체제작 프로그램의 산정 기준을 마련하고, 이에 기초로 합리적인 정책방안을 제시하고자 한다. 넷째, 지역방송 자체제작비율 제도 개선을 위한 법제 제시이다. 지역방송 자체편성비율에 관한 관련법을 개정하여 자체제작비율로 전환하기 위한 세부 법제를 개선하는 방향제시가 필요하다.

이러한 연구목적을 달성하기 위해 지역방송 자체편성비율 및 자체제작비율 제도에 대한 기존 문헌고찰, 해외 사례조사, 그리고 지역방송 제작역량분석, 지역시청자에 대한 설문조사 등을 통해 연구결과를 도출하였다. 첫째, 연구의 기초 현황파악을 위한 문헌연구는 국내외 관련 기존연구 및 관련 법제화 추진과정을 살펴보았다. 둘째, 해외사례의 경우 미국, 영국, 프랑스, 독일, 일본 등의 국가에서 지역방송 편성에 관한 규제 현황을 살펴보았다. 셋째, 지역방송 제작역량 분석의 경우 KBS 지역총국, 지역MBC, 지역민방의 제작비, 제작인력, 제작장비 및 설비, 자체제작비율, 시청률 등을 종합하여 지수를 만들어 평가하였다. 넷째, 시청자에 대한 설문조사는 지역 시청자 300명을 대상으로 지역방송의 적정 자체제작 프로그램 편성비율, 지역 자체편성프로그램의 선호도와 시청의향 등에 대해 설문조사를 실시하였다. 그리고 그 결과는 지역방송이 자체제작 프로그램의 비율을 어느 정도로 하는 것이 적절한지를 판단하는 기초자료로 활용하였다.

제2장 지역방송 자체편성비율 제도 분석

제1절 현행 지역방송 자체편성 비율제도

1. 제도적 근거

현행 방송법 제 69조에서는 ‘지상파방송사업자는 다른 한 방송사업자의 제작물’을 일정 비율 이상 편성할 수 없도록 제한하고 있다. 이 조항은 지역민영방송(이하 지역민방)사업자의 편성을 규제하는 조항으로서, 이를 통해 궁극적으로 지역민방 사업자로 하여금 전체 방송프로그램 중 일정 비율 이상을 자체편성 프로그램으로 편성하도록 제도화하였다. 자체편성 프로그램에 대한 의무화 조항은 방송법의 규제 체계에 따라 방송법 → 방송법 시행령 → 방송통신위원회 고시의 3단계로 구성되어 있다.

<표 2-1> 자체편성비율 관련 법체계

<방송법>

제69조(방송프로그램의 편성 등)

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

<방송법 시행령>

제50조(방송프로그램의 편성 등)

⑥법 제69조제6항에 따라 지상파방송사업자가 다른 한 방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율은 다음 각 호의 구분에 따른 비율의 범위안에서 당해 지상파방송사업자의 경영상태 및 방송프로그램수급여건 등을 고려하여 방송통신위원회가 고시하는 비율로 한다.

1. 지상파텔레비전방송사업자가 다른 한 지상파텔레비전방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율 : 채널별로 매월 전체 방송시간의 100분의 50 내지 100분의 85

<방송프로그램 등의 편성에 관한 고시>

제2조(다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램 편성비율) ① 지상파텔레비전방송사업자는 다음의 각 호의 비율을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편성할 수 없다.

1. 케이엔엔(KNN), 대구방송, 광주방송, 대전방송: 채널별로 매월 전체 방송 시간의 100분의 69 이내
2. 전주방송, 청주방송, 울산방송: 채널별로 매월 전체 방송 시간의 100분의 71 이내
3. 강원민방, 제주방송: 채널별로 매월 전체 방송 시간의 100분의 77 이내

방송법 제69조 제6항과 관련하여 방송법 시행령 제50조(방송프로그램의 편성 등) 제6항에서는 방송통신위원회가 지역민방사업자의 경영상태 및 방송프로그램 수급요건을 고려하여 자체편성 비율을 고시하도록 규정하였고, 방송편성에 관한 고시에서는 해당 비율을 구체적으로 고시하고 있다. 2012년 현재, 방송통신위원회의 지역민방의 자체편성 프로그램 비율은 2005년에 설정한 고시내용을 유지하고 있다.

2012년 방송통신위원회의 고시에 따르면 1995년에 1차로 지역민방을 허가 받은 부산의 KNN을 비롯한 대구방송, 광주방송, 대전방송 등 주요 광역도시의 4개 지역민방사업자는 매월 기준 다른 한 방송사업자(실제적으로 SBS이다)의 방송프로그램을 69% 이내에서 편성할 수 있도록 하였다. 또한 2차 지역민방 허가 사업자인 전주방송, 청주방송, 울산방송 등 3개 지역민방사업자는 매월 71% 이내에서, 그리고 1997년 이후에 허가를 받은 강원민방과 제주방송은 77% 이내에서 SBS의 프로그램을 편성할 수 있도록 규정하고 있다. 그리하여 이 규정에 의해서 1차 허가 지역민방사업자는 매월 기준 전체방송 시간의 최소 31%, 2차는 29%, 그리고 기타 지역 지역민방 사업자는 23% 이상의 프로그램을 자체적으로 편성하도록 하고 있다.

이와 같은 지역민방의 자체편성 의무화 제도는 지역민방으로 하여금 지역성을 구현하도록 하는데 근본적인 취지가 있다고 하겠다. 즉, 지역민방이 지역방송임에도 불구하고

지나치게 많은 양의 SBS 프로그램을 단순 중계(수중계)하는 것을 제한함으로써 일차적으로 SBS의 단순한 중계소로 전락하는 것을 방지하기 위한 목적에서 이러한 장치가 마련된 것이다. 그리하여 이 제도는 최소한의 자체 편성 프로그램을 통해 지역의 정체성을 구현하고 지역사회의 균형 발전에 기여하도록 유도하는 장치로 간주된다.

2. 자체편성 비율의 변화양상

방송통신위원회는 2000년부터 2005년까지 지역민방상의 자체편성 프로그램의 편성비율을 지속적으로 제고해 왔으나, 2012년 현재의 고시내용은 2005년에 고시된 비율을 8년간 계속 유지하고 있다. 즉, 2000년에는 자체편성 프로그램의 최소비율이 20%였으나, 현재는 각 방송사의 허가시기에 따라 23%에서 31% 이상으로 정하고 있다. 이는 시행령에 명시된 범위 내에서 각 지역민방 사업자의 ‘경영상태 및 방송프로그램수급여건 등’ 을 고려하여 비율을 정함으로써 정책적 효율성을 높이기 위한 조치로 풀이된다. 구체적인 자체 편성 의무비율의 변화내용은 <표 2-2>와 같다.

<표 2-2> 연도별 지역민방의 수중계 제한 편성비율 변화추이

	2000년	2001년	2003년	2005년~현재
1차 허가민방 (KNN, 대구방송, 광주방송, 대전방송)	80% 이내	72% 이내	70% 이내	69% 이내
2차 허가민방 (전주방송, 청주방송, 울산방송)		75% 이내	73% 이내	71% 이내
기타 민방 (강원민방, 제주방송)	미개국		80% 이내	77% 이내
고시일	2000. 5.	2001. 3.	2003. 1.	2005. 1.

3. 자체편성 비율제도의 개선 필요성

지역민방의 자체편성 비율 의무화제도는 프로그램을 통한 지역성 구현이라는 본래의 취지를 실현하는데 공헌했다는 긍정적인 평가(정상윤, 2008)에도 불구하고, 지역 방송사의 편성권을 과도하게 침해하고 있다는 지적을 비롯하여 다음과 같은 문제점이 제기되어 왔다.

1) 지역방송간 규제의 형평성

지역 KBS나 MBC에도 적용하지 않는 규제를 상업방송에만 적용하는 이른바 규제의 형평성 문제이다. 이러한 비대칭 규제는 지역 프로그램 편성량의 방송사별 편중현상을 야기하였다. 예컨대, 현재 대략 약 10% 내외의 지역 프로그램을 편성하고 있는 지역 KBS는 말할 것도 없고, <표 2-3>에서 보는 바와 같이 지역민방의 자체제작 프로그램과 자체편성 프로그램이 전체 프로그램에서 차지하는 비율을 지역 MBC 계열사와 비교하더라도 지역민방의 자체제작과 자체편성 프로그램의 비율이 확연히 높음을 알 수 있다.

1차 허가를 받은 4개 지역민방(KNN, 대구, 광주, 대전)과 해당지역 MBC 계열사의 2010년도 자체제작 및 편성프로그램 비율을 비교한 결과를 보면, 지역 MBC 계열사의 자체편성 비율이 각 사별로 9.8%에서 13.4% 정도인데 반해 지역민방은 이 보다 높은 13.4%에서 21.9% 수준이었다. 반면, 수중계의 비율은 MBC 계열사가 80% 내외의 수준인데 비하여 지역민방은 방송통신위원회의 고시비율인 69% 이하 수준으로 편성되어 있어 지역민방의 수중계 비율이 더 낮음을 알 수 있다.

이러한 지역 프로그램 편성량의 차이는 물론 지역민방에만 적용되고 있는 지역 자체편성 의무화 정책에서 비롯된다. 하지만, 방송의 공익성을 구성하는 중요한 하위개념으로 인식되고 있는 지역성을 구현함에 있어 공영방송의 역할이 더욱더 요구됨에도 불구하고 오히려 상업방송에만 이러한 의무를 강제하고 있다는 것은 분명 문제가 있어 보인다.

지역성이라는 것이 물론 단순한 편성량을 통해서만 구현되는 것은 아니다. 편성량은 적지만 프로그램의 질적인 완성도를 통해 지역성을 구현할 수도 있다. 하지만, 공영방송에는 부과하지 않는 자체 편성규제를 민영방송에만 강제하는 현 제도는 규제의 형평성 차원에서 분명 문제가 있다는 점은 피할 수 없는 사실이다.

〈표 2-3〉 주요 지역MBC 및 지역민방 자체제작 및 편성 비율 현황(2010년 기준)

(단위: 분)

방송사		자체 제작	공동 제작	순수 외주	특수관계사 외주	국내물 구매		국외물 구매	수중계	계
						외주	비외주			
지역 민방	KNN	85,427 (21.9%)	26,470 (6.8%)	2,235 (0.6%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	3,830 (1.0%)	0 (0.0%)	271,624 (69.7%)	389,586 (100%)
	대구	75,317 (18.6%)	19,206 (4.8%)	18,295 (4.5%)	0 (0.0%)	1,660 (0.4%)	0 (0.0%)	12,165 (3.0%)	277,560 (68.7%)	404,203 (100%)
	광주	56,718 (14.0%)	22,699 (5.6%)	19,050 (4.7%)	0 (0.0%)	8,735 (2.2%)	0 (0.0%)	22,465 (5.6%)	274,320 (67.9%)	403,987 (100%)
	대전	53,955 (13.4%)	23,405 (5.8%)	16,115 (4.0%)	7,710 (1.9%)	3,860 (1.0%)	7,690 (1.9%)	14,300 (3.5%)	277,089 (68.6%)	404,124 (100%)
	부산	58,765 (13.4%)	8,995 (2.1%)	825 (0.2%)	3,830 (0.9%)	20,805 (4.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	344,320 (78.7%)	437,540 (100%)
지역 MBC	대구	43,085 (9.8%)	25,685 (5.9%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8,580 (2.0%)	0 (0.0%)	8,850 (2.0%)	352,245 (80.3%)	438,445 (100%)
	광주	49,110 (11.2%)	16,935 (3.9%)	19,495 (4.4%)	5,645 (1.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	347,260 (79.2%)	438,445 (100%)
	대전	51,775 (12.3%)	17,800 (4.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	16,055 (3.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	334,035 (79.6%)	419,665 (100%)

* 출처: 방송통신위원회, 『2011년 방송산업 실태조사 보고서』, 159~161쪽.

2) 지역성 구현의 한계

지역성 구현이라는 본연의 취지에 비추어 볼 때도 현 자체편성 비율 의무화 제도는 또 다른 문제점을 내포하고 있다. 이는 외형적으로는 지역민방의 자체편성 프로그램의 편성 비율이 높음에도 불구하고 실제 자체편성 프로그램의 내용을 살펴보면 그렇지 않다는 데 그 이유가 있다. 현행 지역민방의 자체편성 프로그램의 구성은 순수 자체제작, 공동제작, 외주제작, 외부 구매로 이루어지고 있다. 이 중에서 순수 자체제작 프로그램은 전체 자체 편성 프로그램 중 약 50%만이 해당되고 나머지 절반은 공동제작, 외주제작, 외부 구매의 형태로 편성되고 있는 실정이다.

최근 각 지역민방의 자체제작 편성비율을 살펴보면, 각 지역민방은 방송통신위원회가 고시한 31%, 29%, 23%의 자체편성 의무비율을 준수하고 있는 것으로 나타나 있다. 그러나 9개 지역민방의 자체제작 프로그램은 각 방송사별로 큰 편차를 보이고 있다. 가령,

〈표 2-4〉에서 보듯이 자체제작 프로그램의 비율이 가장 낮은 지역민방은 11.7%(강원민방)로서 가장 높은 지역민방(KNN, 22.2%)에 비해 절반에 불과한 실정이다. 공동제작이나 외주제작 프로그램은 해당 방송 방송권역에서 제작되지 않는 프로그램이기 때문에 해당 권역에서 제작되는 프로그램에 비해 아무래도 지역적이지 않은 것으로 평가된다. 이러한 프로그램은 그렇다하더라도 구매 프로그램은 더욱 문제가 심각하다. 구매 프로그램의 대부분은 해외에서 제작된 다큐멘터리나 오락 프로그램으로 지역성과는 전혀 관련이 없는 것들로 지역성 구현을 위해 도입된 제도의 취지를 무색케 하고 있다.

〈표 2-4〉 지역민방의 유형별 세부 편성 현황(%)

방송사		자체 제작 ①	공동 제작 ②	외주 제작 ③	구매 ④	자체편성⑤= ①+②+③+④	의무편성 비율	수중계 ⑥	합계⑦ =⑤+⑥
지역 KBS1		7.7	0.2	0.4	1.3	9.6		90.4	100
지역 KBS2		1.1	0.0	0.1	0.5	1.7		98.3	100
지역 MBC		7.5	5.6	0.8	3.0	16.8		78.2	100
지역 민방	KNN	22.2	7.3	0.9	2.1	32.5	31%	67.5	100
	대구	17.9	7.8	-	5.6	31.3		68.7	100
	광주	12.8	6.6	1.7	10.2	31.3		68.7	100
	대전	15.8	6.4	0.3	8.9	31.4		68.6	100
	울산	12.8	4.5	0.01	12.0	29.4	29%	70.6	100
	전주	14.9	5.3	0.1	9.5	29.7		70.3	100
	청주	15.6	7.9	-	5.8	29.3		70.7	100
	강원	11.7	10.3	0.2	3.3	25.5	23%	74.5	100
	제주	11.8	2.5	5.8	4.2	24.3		75.7	100
	평균	15.1	6.5	1.0	6.8	29.4		70.6	100

* 출처: 방송통신위원회 내부자료

이와 같이 자체편성 프로그램의 절반을 차지하고 있는 현실은 공동제작, 외주제작, 외부 구매를 통해 공급된 프로그램들이 지역성 구현과 지역사회 균형발전이라는 지역민방 도입의 정책목표를 효과적으로 구현하고 있는가에 대한 의문이 우선 제기된다. 실제로 자체제작 이외의 프로그램들은 편성분량으로 제시되고 있는 고시비율을 채우기 위한 방편으로 악용되고 있기도 하다. 더불어, 적은 비용으로 조달할 수 있는 이들 구매 프로그램들은 지역민방의 브랜드 이미지를 훼손할 뿐더러 저조한 시청률로 인하여 광고수익의 부진까지 초래함으로써 지역 시청자의 만족도 저하는 물론 경영의 부실화를 야기하고 있다. 지역민방의 자체편성 비율 규제에 대한 이와 같은 문제점들은 지역성 구현과 지역 간 균형발전, 지역 시청자의 프로그램 만족도 제고, 그리고 지역민방사의 경영효율성 증대를 위한 본 제도적 취지를 고려해 볼 때 합리적인 개선방안 마련을 요구하고 있다.

제2절 자체편성 비율에 대한 기존 논의

편성규제는 일정한 공익을 위하여 혹은 일정한 가치의 지향을 위해 방송프로그램 편성의 주체인 방송사업자의 편성을 제한하거나 규제하는 것을 의미한다(황성기, 2011). 국내 지상파 방송사업자의 편성규제는 자체편성 비율 규제뿐만 아니라 국내제작 방송 프로그램, 국내제작 영화·애니메이션 및 대중음악, 외주제작에 대한 내용도 포함하고 있다. 이 가운데 자체편성 비율에 관한 규제는 중앙 방송사에는 적용되지 않고 오직 지역민방 사업자에게만 적용되는 조항이다. 자체 편성비율에 관한 기존 논의는 주로 이 제도에 대한 문제점과 개선의 필요성에 초점이 맞추어져 진행되어 왔다. 따라서 지역민방 자체편성 비율에 관한 기존 연구의 내용을 크게 자체편성 비율규제에 대한 문제점은 어떤 것들이 지적되어 왔는지, 그리고 이에 대한 개선방안은 무엇인지로 구분하여 정리하고자 한다.

1. 자체편성 비율 규제제도의 문제점에 관한 논의

자체편성 비율 규제제도와 관련된 선행 연구에서 가장 빈번한 문제로 지적되고 있는 것은 자체편성 비율 규제가 정책목표 달성에 효과적이지 않다는 것이다. 즉, 지역성 구현과 지역사회의 균형발전을 위해 도입한 자체편성 비율규제가 오히려 역효과를 초래한다

는 지적이다. 구체적으로 자체편성 비율 규제를 통해 지역민방이 SBS에 지나치게 의존하는 경향을 어느 정도 탈피하는데 도움을 주었으나, 지역정보와 지역여론 소통의 활성화 및 지역 밀착성 프로그램을 통한 지역문화 창달에 얼마나 기여했는지는 불명확할 뿐만 아니라(김병선, 2008) 그에 대한 성과측정도 대단히 어렵다는 점을 지적하고 있다(방송통신위원회, 2010). 또한, 지역민방이 소재한 각 지역의 현실이 반영되지 않았기 때문에 지역주민의 시청 만족도도 충족하지 못했고, 결과적으로 지역민방의 운영상의 어려움을 가중시켰다는 비판을 받고 있다(방송통신위원회, 2011). 또한, 지역민방에만 적용되는 자체편성 비율규제는 KBS 지역국이나 MBC 계열사와 견주어서도 규제의 형평성에도 어긋난다는 문제점도 지적하고 있다. 각 연구별로 중점되는 부분이 있으나 선행 연구에서 자체편성 비율규제에 대한 문제점으로 주로 제시된 사항을 정리하면 다음과 같다.

1) 지역 방송사의 제작여건 고려 결여

기존의 많은 연구들은 자체편성 비율제도가 상대적으로 열악한 지역방송의 제작인프라를 고려하지 않고 진행되고 있음을 지적하고 있다(방송통신위원회, 2011; 방송통신위원회, 2010; 김병선, 2008; 윤석년, 2004). 즉, 현재의 지역민방은 정해진 방송권역에 따라 제한된 시장의 시청자를 대상으로 하기 때문에 중앙방송사와 같은 제작능력을 확보하는 것이 현실적으로 어려운 게 사실이다. 예컨대 지역민방의 전체인력은 SBS와 비교할 때, 1/4 수준에 불과하며, 뉴스 제작을 위한 기자인력의 수에서도 SBS와 비교하면 6.9%(전주방송)에서 최대 20.7%(대구방송)의 수준에 불과하다는 것을 단적으로 지적할 수 있다.

〈표 2-5〉 주요 지역 지상파방송의 제작 인력 현황(2010년 기준)

사업체명	임원	관리 행정직	방송직					기술직	연구직	영업/ 홍보직	기타	합계
			기자	PD	아나운서	제작관련	기타					
문화방송(주)	8	286	387	366	48	328	0	87	20	87	0	1,617
부산MBC	1	51	31	17	6	58	42	32	0	24	3	265
대구MBC	1	24	35	27	7	15	0	24	0	4	0	137
광주MBC	1	18	20	14	5	28	0	12	0	7	2	107
대전MBC	1	19	22	16	3	10	5	20	0	2	1	99
(주)SBS	8	132	219	252	36	20	30	84	13	32	46	872
KNN	4	21	39	22	10	36	42	26	1	20	31	252
대구방송	3	25	39	25	4	14	76	31	0	11	0	228
광주방송	5	8	30	13	2	18	3	20	0	4	2	105
대전방송	3	19	28	18	6	22	8	22	0	25	7	158

* 출처: 방송통신위원회, 『2011년 방송산업 실태조사 보고서』, 69쪽.

이처럼 지역민방사들은 프로그램 제작능력이 부족하기 때문에 자체편성 비율 준수를 위해 자체 제작 프로그램의 제작에 집중하기 보다는 타 지역민방과의 공동제작 또는 프로그램 교환, 저단가의 외주제작, 케이블 PP 등이 제작한 프로그램과 해외 프로그램의 구매를 통해 프로그램 물량을 확보한 후 편성비율을 맞추기 위해 재방송을 반복하게 된다. 이러한 결과로 인하여 지역성 구현이라는 자체편성 비율규제의 본연의 목적은 퇴색하고, 단순히 비 SBS 프로그램의 양적 증가만을 초래하게 되었다. 지역 시청자들 또한 완성도가 떨어지는 자체편성 프로그램에 대한 만족도가 높을 수 없고 상대적으로 SBS의 프로그램을 선호하게 된다. 다시 말해, 기존의 연구에서는 지역민방의 제작 인프라를 고려하지 않은 현행의 자체편성 비율 규제제도는 지역민방의 제작 능력과 프로그램 질의 향상에는 별 도움을 주지 못하고 있음을 지적하고 있다. 지역민방은 자체제작 프로그램에 집중할 수도 없으며 프로그램의 질적 수준도 저하되기 때문에 지역성 구현도 이루지 못하는 악순환으로 이어지고 있다는 것이다.

2) 지역민방의 수익성 악화

지역민방의 제작인프라를 고려하지 않은 자체편성 비율규제로 인해 자체편성 프로그램에 대한 지역민의 관심이 낮은 편이다. 이진로(2004)의 연구에 따르면 자체편성 프로그램 비율의 증가는 결과적으로 자체편성 프로그램에 대한 광고 수익 감소로 이어지고 있다. 지역민방 입장에서는 제작인력과 제작비를 투입함에도 불구하고 상대적으로 수익의 감소를 초래한다는 것이다. 이로 인해 지역민방은 제작비용이 많이 드는 오락 프로그램보다는 보도, 교양 장르에 제작을 집중하고 있다(2004). 보도의 경우에도 SBS의 뉴스를 편집한 후 지역소식을 추가하는 방식으로 운영하고 있으며 다른 자체편성 프로그램도 시청률이 낮은 방송시간대에 배치함으로써 시청자로부터 외면을 받고 있다.

3) 타 방송사와의 형평성 문제

동일한 방송권역을 대상으로 방송을 실시하는 KBS 지역국이나 MBC 계열사와의 형평성의 문제도 지역민방 자체편성 비율규제의 또 다른 문제점으로 자주 지적되고 있다. 지역민방과 유사한 규모의 제작 인프라와 인력을 보유하고 있는 KBS 지역국이나 MBC 계열사와 비교할 때, 지역민방의 순수 자체제작 프로그램의 비율이 더 높은 것은 불합리하다는 주장이다. 예를 들어, 2006년 기준으로 MBC 계열사의 자체편성 비율의 평균은 27.8%이고 지역민방은 30.4%로서 지역민방이 약간 많은 수준이다. 그러나 이중에서 순수 자체제작 프로그램이 차지하는 비율은 MBC 계열사가 8.2%에 불과한 반면, 지역민방은 MBC 계열사에 비하여 두 배나 높은 수준인 17.6%로 나타나고 있다(김병선, 2008). KBS 지역국의 경우도 지역방송 프로그램 제작비의 비중이 낮은 편이다. 따라서, MBC 계열사와 KBS 지역국과 지역민방과의 형평성을 고려하여 MBC 계열사와 KBS 지역국 역시 자체 제작비율 규제를 적용해야 한다는 주장이 제기되고 있다(방송통신위원회, 2008; 방송통신위원회, 2009).

2. 지역방송 자체편성비율 개선방안에 관한 논의

지역민방 자체편성 규제에 대한 여러 가지 문제점이 지적됨에 따라 이에 대한 개선방안도 함께 제시되고 있다. 개선방안에 대한 논의는 지역민방 도입 목표인 지역성을 구현

하면서 동시에 지역시청자의 시청만족도를 제고하는 방향으로 제시되어 왔다. 지금까지 개선방향은 크게 두 가지 방향으로 논의되어 왔다. 첫째는 현재의 ‘자체편성’ 비율에 대한 규제를 ‘자체제작’에 대한 비율 규제로 전환하는 것이 더 바람직하다는 것이고, 다른 하나는 현재의 자체편성 비율규제의 틀을 유지하면서 현실적으로 적합한 비율을 산정하는 방안이 그것이다.

1) ‘자체편성 비율’에서 ‘자체제작 비율’로 전환

자체편성비율에 관한 그동안 연구에서는 현재의 ‘자체편성 비율’ 규제를 ‘자체제작 비율’ 규제로 전환하자는 개선안이 많이 제시되었다. 예를 들어, 정상운(2008)은 각 지역민방의 수익구조와 시장상황을 감안한 이후에 각 지역민방이 지역적 특색을 반영할 수 있는 프로그램이 전체 편성에서 일정 비율을 차지하는 방안을 제안하고 있다. 김병선(2008) 역시 현재 각 지역별로 제작하는 시청자 제작 프로그램을 활용하자고 주장했다. 지역민방이 자체 제작한 프로그램 외에 지역 시청자들이 제작한 프로그램을 지역민방의 편성에 포함시키고 이들 프로그램에 대해 가중치를 부여하자는 것이다.

또한, 정운식 등(2009)은 자체편성비율에서 자체제작 비율로의 전환을 대전제로 제시한 후, 각 지역민방의 상황을 고려하여 방송통신위원회가 편성비율을 고시할 것을 제안했다. 그리고 자체제작 비율은 연도별로 점진적 증가시키도록 하며 각 지역민방의 시청자 수와 예산을 고려하여 프로그램 제작비를 개선할 것을 해외의 사례를 통해 제시하고 있다. 그리고 단순한 시간 채우기 방식은 의미가 없으므로 지역 제작 프로그램에 투입되는 제작비와 프로그램의 질을 평가하고 그 결과를 반영하자는 총점 가산제 방식의 도입도 제안했다. 이에 더해 자체제작 비율이 증가한 지역민방에 대해서는 간접광고, 가상광고, 광고 시간 확대 등의 인센티브를 부여하거나 편성과 관련한 다른 규제에 대해서는 완화해주는 방식도 제시하고 있다. 마지막으로 ‘제작’ 개념을 명확히 정립할 필요성을 강조했다.

‘제작’을 자체제작으로 한정할 것인지, 타방송사와의 공동제작도 포함할 것인지를 명확히 하여야 한다는 주장이다. 제작에 대한 개념 정의의 문제는 이미 자체편성 비율 규제에서도 제기된 바 있다. 예를 들어, 투입된 제작인력, 제작비 등을 고려한 비중과 가중치의 계산을 통해서 공동제작 프로그램에 대해 외주제작으로 규정할 것인지, 자체제작으로 규

정할 것인지를 결정하는 비율원칙을 모델로 제안하고 있다(방송통신위원회, 2009).

한편, 방송환경이 변화하기 때문에 자체제작 비율 규제로 전환해야 한다는 의견도 제시되었다(방송통신위원회, 2009). 지역민방의 투자 수요는 증가하는 반면, 신규매체 증가에 따라 지역민방의 광고수입은 점차 감소하고 있는 상황이다. 그리고 낮방송 시간 확대에 의해 전체 방송시간이 증가함에 따라 자체편성 비율도 증가하는 부담을 갖게 된다는 것이다. 이 역시 편성 시간량 증가분에 따른 의무 편성비용 충족을 위해 때우기 식의 편성이 늘어날 가능성이 높으므로 이의 방지를 위해서도 자체편성 비율보다는 자체제작 비율로 전환하는 것이 바람직하다는 주장이다.

2) 현행 ‘자체편성 비율’ 제도하에서의 개선방안

일부 연구에서는 방송법 개정의 난점, 시간소요 등으로 인해 현행 법체계의 개정이 어렵다면 현재의 자체편성 비율 규제 원칙을 유지하면서 최선의 편성비율을 산정할 수 있는 개선방안을 제시하고 있다. 그러한 개선방안의 골자를 정리하면 다음과 같다.

첫째로 시간제 규제방식의 도입방안이다. 이원우 등(2010)은 매월 방송시간 총량을 기준으로 일정 비율에 해당하는 방송시간량을 기준으로 하는 현재의 방송시간량 방식을 지양하고 시간제로 전환하는 방안을 제시하였다. 즉, 자체편성 시간을 비율이 아닌 제작 편수 또는 절대 방송시간으로 계산하자는 것이다. 시간제 규제방식을 도입하면 특정 프로그램에 대해 제작 역량을 집중할 수 있어 프로그램의 완성도와 그에 따른 시청자의 만족도를 동시에 제고할 수 있다는 장점이 있음을 주장하고 있다.

둘째로 매출과 제작비 연동방안이다. 이 방안은 각 지역민방의 경영사향을 고려할 때, 각 지역민방의 매출 규모를 기준으로 하자는 주장이다(방송통신위원회, 2010). 이 방안은 각 지역민방의 매출액 대비 일정 비율의 금액을 자체 제작비에 투입할 것을 의무화하고, 이를 통해 각 지역민방의 시장상황의 차이를 구체적으로 반영할 수 있다는 장점을 갖게 된다. 예컨대, 직할시에 소재지를 두고 있는 1차 민방이라도 KNN과 대전방송은 자본금이나 매출액 규모에 있어 두 배 가까운 차이를 보이고 있기 때문에 각 지역 방송사의 경영상태를 반영할 수 있게 된다.

셋째로 프로그램별 차등 적용방안이다. 현행 제도는 프로그램의 장르별 특성을 구분하

지 않고 일률적으로 편성 시간량에만 초점을 맞추고 있다. 따라서 지역민방은 경쟁력 있는 프로그램에 제작역량을 집중하기 보다는 프로그램 분량을 늘이는 데만 관심을 갖게 되는 부작용이 초래된다. 따라서, 지역민의 생활을 반영하는 정보 프로그램이나 상대적으로 시청률도 높은 보도 프로그램과 정보, 보도 이외의 프로그램을 나누어 편성비율을 규제해야 한다는 방안을 고려할 필요가 있다는 주장이다(방송위원회, 2009). 그렇게 되면 지역민방은 시청자들의 관심이 높은 프로그램의 제작에 집중함으로써 지역밀착성을 유지할 수 있고, 지역방송의 콘텐츠 경쟁력 강화에 기여할 수 있다는 판단이다.

넷째로 인센티브 부여방안이다. 현재의 자체편성 비율 규제는 자체편성이 자체제작을 의미하는 것이 아니기 때문에 실질적으로 비 SBS 프로그램의 편성을 강제하는 의미를 갖게 된다. 이는 지역민방이 SBS의 중계소로 전락하는 것을 방지하고 지역성을 제고하려는 의도가 내재되어 있다. 그러나 지역성 구현과 질적 요소를 평가할 수 있는 객관적 기준 마련도 어렵기 때문에 규제의 난점이 발생할 수 있다. 따라서 현재의 비율 제한을 탄력적으로 운영하는 인센티브 부여방식이 규제의 실효성을 얻을 수 있다는 주장도 제시되었다(방송통신위원회, 2010). 이의 구체적인 방안으로서는 a) 자체제작 프로그램의 증가에 따른 수중계 프로그램 제한 완화, b) 프라임타임대(오후 6시~8시)에 자체제작물을 편성하는 경우는 1.5배 가중치를 부여해 줄 것 등을 그 예로 들고 있다(방송통신위원회, 2010).

제3절 지역방송 자체편성비율에 관한 법제 개선 논의

지역방송의 자체편성비율 개선에 대한 논의가 진행됨에 따라 지역방송 자체편성비율 개선의 필요성을 인식하고 이의 개선을 위한 구체적인 입법시도들이 있었다. 입법안은 방송법 개정안과 ‘지역방송발전지원특별법’의 형태로 발의되었다.

먼저, 허원제 의원(2009년 발의) 등은 지역민방의 자체편성 의무를 자체제작 의무로 전환해야 한다는 방송법 개정 법률안 또는 별도 법안을 발의한 바 있다(허원제 의원 외, 2009년 발의; 김용동 의원 외, 2010년 발의; 장병완 의원 외, 2010년 발의). 이들은 지역민방이 지역성을 구현할 수 있도록 제작 역량을 확충할 기회를 마련하고, 편성의 자율성을

더욱 보장하기 위하여 자체제작 비율로 전환하는 규정이 필요하다고 주장한다. 허원제 의원과 김을동 의원은 방송법 개정안을 발의한 반면에 장병완 의원은 ‘지역방송발전지원특별법’의 별도 법안을 통해 자체 제작한 프로그램 편성을 발의하였다.

또한 지역방송이 제작한 방송프로그램에 대해 중앙지상파방송사와 종합편성채널이 의무 편성화하는 내용도 제시된 바 있다(김을동 의원 외, 2010년 발의; 장병완 의원 외, 2010년 발의). 이를 통해 지역방송의 제작 여건을 개선함으로써 지역방송의 자체 프로그램 제작의 활성화를 기대할 수 있고 이에 따라 방송산업이 다양하게 발전할 수 있는 기반 조성이 가능하다는 것이 제안 이유이다. 김을동 의원은 “지상파방송사업자(한국방송공사 제외) 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 지역방송의 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 해당 채널 전체 방송프로그램의 100분의 5이상을 편성”하자는 비율 규제 조항을 방송법 내에 신설할 것을 제안하였다. 이에 비해 장병완 의원은 별도의 ‘지역방송발전지원특별법’을 통해 “지상파방송사업자(한국방송공사 제외) 및 종합편성을 하는 방송채널사용사업자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 1주당 3시간 이상을 지역방송사업자가 제작한 방송프로그램으로 편성”의 최소 시간 이상 편성을 하는 시간규제의 형태로 제시하기도 하였다. 그러나 이러한 입법시도 및 방송법 개정 시도에도 불구하고 결실을 보지 못하고 현행의 지역방송 자체편성 규제제도의 내용은 변화없이 현재까지 유지되고 있다.

최근 2012년 8월에는 신경민의원외이 방송법 개정안(신경민 의원 외, 2012년 발의)을 발의하여 지역방송의 개념을 분명히 하기 위해 “특별시를 주된 방송구역으로 하지 아니하는 지상파방송을 지역방송”으로 정의하였다. 그리고 제69조(방송프로그램의 편성 등) 제6항을 “방송사업자를 제외한 지상파방송사업자는 자체 제작한 방송프로그램을 대통령령으로 정하는 비율 이상 편성하여야 한다”로 규정하여 자체편성비율에 관한 규제를 자체 제작비율에 관한 규제로 전환하는 방안을 제시하였다. 아울러 제69조(방송프로그램의 편성 등)에 제11항을 추가하여 종합편성을 행하는 방송사업자에게 지역방송이 제작한 방송프로그램을 100분의 5 이상 편성하도록 의무화하여 지역방송의 편성 비중을 확대하도록 하였다. 이는 기존의 지역방송의 자체편성비율의 개선방안에서 한걸음 나가 종합편성사업자들이 지역방송의 프로그램을 의무적으로 편성하도록 하여 지역방송 프로그램의 유통창구를 확대한 방안이라 할 수 있다.

제3장 해외 지역방송 자체편성 제도

제1절 미국의 지역방송 편성 규제

1. 지역방송 환경 및 개요

급변하는 미디어 환경에 따라 미국인들의 TV 시청 습관 역시 지난 수 십년간 빠르게 변화되어 왔다. 케이블TV와 위성방송, IPTV와 같은 유료방송 플랫폼의 등장으로 미국 시청자들은 평균 70개 이상 채널을 볼 수 있으며, 2000년대 들어 티보(TiVo)와 같은 DVR(Digital Video Recorder)의 보급에 따른 TV 시청 패턴의 변화, 초고속 인터넷 확산에 따른 디지털 스트리밍(Digital Streaming) 서비스 훌루(Hulu)와 넷플릭스(Netflix) 등의 인기는 광고수익에 기반한 방송사의 재무 실적에 부정적 영향을 끼쳐온 것으로 여겨진다. 그리고 최근 스마트폰, 태블릿PC 등 모바일 기기의 급속한 보급으로 TV가 아닌 매체를 통해서도 장소와 시간에 구애받지 않고 언제 어디서나 원하는 콘텐츠 소비가 가능해졌다.

이와 같은 외부 환경 변화로 인해 미국 방송시장에서 지상파방송의 위상과 영향력이 과거보다 위축된 것은 사실이다. 그러나, 지난 2010년 퓨인터넷프로젝트(Pew Internet Project)의 설문 결과, 조사 대상의 78%가 일상생활에서 여전히 지역 방송사의 로컬 뉴스를 통해 정보를 얻고 있다고 응답한 점은 볼 때 지상파 방송은 여전히 미국인들의 삶에 중요한 영향을 미치고 있는 미디어 매체임에는 분명하다.

미국 지역 방송사의 프로그램은 주로 제휴 관계에 있는 (1) 전국 지상파 네트워크(ABC, CBS, NBC, Fox 등)의 프로그램, (2) 독립 제작자로부터 구매한 외주프로그램(Syndicated program), (3) 지역 스튜디오에서 직접 제작한 지역 특화 프로그램으로 구성된다. 우선 지상파 네트워크로부터 공급받는 프로그램은 지역 방송사 전체 편성의 약 75% 안팎을 차지하는 가장 중요한 부분이다. 그리고 외주프로그램은 지역 방송사에게 1차방영권을 판매하는 ‘퍼스트런 프로그램(First-run program)’과 과거 이미 방송되었던 인기 프로그램을 판매하는 ‘재방송 프로그램(Off-network program)’으로 구분 가능하

며 이들 프로그램 가격은 가시청권역 크기와 프로그램 방영횟수 등을 바탕으로 양자간의 협상을 통해 책정된다. 또한, 지역 방송사의 자체 프로그램 제작과 편성은 대체로 로컬 뉴스와 지역 연고팀의 스포츠 중계 등이 중심이 되고 있으며, 이들 프로그램은 지역 시청자들의 높은 관심에 따라 프로그램 편성에 따른 높은 수익성과도 연관되는 것으로 알려져 있다.

지역방송사들은 치열한 시청률 경쟁 속에서 가장 효과적인 프로그램 편성 전략을 찾고자 노력하고 있다. 이를 위해 (1) 인기 프로그램을 주간 편성의 가장 빠른 시간대에 공격적으로 배치하는 전략을 택하거나, (2) 아직 기반이 약한 주력 프로그램 앞에 높은 시청률이 보장된 기존 인기 프로그램을 배치함으로써 새로운 프로그램의 시청률을 끌어올리는 전략을 택하기도 한다. 또한, (3) 새로운 주력 프로그램 앞뒤로 높은 시청률을 보이고 있는 프로그램을 배치하기도 하며, (4) 같은 장르의 프로그램을 연속해서 배치함으로써 시청자들의 시선을 사로잡는 전략을 펼치기도 한다. 마지막으로 (5) 경쟁 방송사들의 편성을 고려하여 상대방 채널과 배치되는 장르를 의도적으로 편성하기도 한다.

2. 지역방송 편성 관련 규제 흐름과 특징

프로그램 편성 규제에 있어 미국 연방통신위원회(Federal Communications Commission, 이하 FCC)의 주요 고려 사항은 프로그램의 다양성(Diversity), 경쟁과 혁신(Competition and Innovation), 프로그램의 폭력성(Violence)이나 선정성(Sexual responsibility), 가족시청시간대(Family viewing hour)의 적합성 등을 들 수 있다. 역사적으로 FCC가 1930년대 방송사들에게 공중파 주파수를 무료로 배분한 논리는 국민과 지역 사회 주민을 위해 공공의 이익을 목표로 하는 방송 프로그램을 편성하고 사업하고자 하는 것이었다. 이후, FCC는 방송사들에게 “공공의 이익에 대한 의무(Public interest obligations)”를 부여하며 프로그램 편성에서 일정 시간 이상을 공익과 관련한 프로그램으로 편성하도록 하였고, 만약 이를 어길 경우 부여된 방송송출권을 박탈하는 방법을 택하였다.

지역 지상파 방송 편성에 대한 규제는 시간에 따라 완화되는 양상을 보여왔다. 이는 유료방송사업자의 등장과 성장에 따라 과거 공중파 방송의 영향력을 제한하고자 했던 규제

들이 더이상 유효하지 않은 상황을 반영한다. 지역방송 프로그램과 관련한 규제는 크게 편성 프로그램을 직접 제한하는 규제와 프로그램 콘텐츠에 대한 규제로 나뉘볼 수 있다.

3. 프로그램 편성과 관련한 직접적인 규제

우선 프라임타임엑세스규칙(Prime Time Access Rule, 이하 PTAR)은 1970년 FCC가 전국 지상파네트워크의 지역 독립 방송사와 제휴 방송네트워크에 대한 지배력을 제한하는 목적으로 제정한 규칙으로 미국 내 상위 50개 방송 시장에서 프라임타임대(오후 7시 30분~11시) 중 지상파네트워크의 방송 프로그램 편성이 3시간을 넘지 않도록 하는 규정이며 1970년 공포되고 1971년 8월부터 발효되었다. 한편, PTAR은 특정 유형의 방송 프로그램에는 적용되지 않는데 주요 스포츠경기 생중계, 속보 뉴스, 다큐멘터리와 어린이 대상 프로그램 등이 그것이다. FCC는 이 규칙을 통해 전국 지상파네트워크가 지역 방송사에 미치는 영향력을 제한하고, 기반이 취약한 지역 방송사의 자생력을 높이는 동시에 자체적인 프로그램 제작 경쟁력을 강화하며, 지역 커뮤니티의 일상을 프로그램에 반영함으로써 다양성을 확보하고자 하였다. 그러나, FCC의 의도와는 달리 대부분의 지역방송사들은 이 규정 준수를 위해 주로 오후 7~8시 사이 시간대에 외부 제작사로부터 조달한 게임쇼를 방영하였는데, 당시 이들 프로그램 대부분이 기존 대형 지상파 네트워크의 자회사에서 제작된 프로그램이었기에 PTAR은 당초 FCC의 정책 목표를 달성하기 어려운 상황이었다. 따라서, FCC는 1996년 통신법 제정 과정에서 이 법률을 폐지하기에 이르렀다.

이밖에, 파이낸셜신디케이션규칙(Financial Interest and Syndication Rules, 이하 Fin-Syn 규칙)은 기본적으로 지역 방송사가 1차 방영권만을 살 수 있고 프로그램의 판권은 독립제작사에게 주는 재정 이익에 대한 규칙과 전국 지상파 네트워크가 지분을 보유하고 있는 제작사 프로그램의 프라임시간대 방영 시간을 제한하는 제도를 의미한다. Fin-Syn 규칙은 당시 3대 전국 지상파네트워크의 협상력과 기득권을 제한하고 프로그램의 다양성을 확보하고자 하는 목적으로 1970년 제정된 바 있다. 이 제도는 대형 방송사들이 편성부터 제작까지 관여하는 수직적 결합 하에서 방송 시장의 수익 대부분을 가져가는 구조를 개편하고 지역 방송사와 독립 외주 제작사의 프로그램 제작 인센티브를 강화하기 위해 마련되었다. 특히, 대형 네트워크가 소유하고 있는 지역 방송사가 프라임타임대 프로

그램 편성에 있어 지분 관계에 있는 네트워크의 제작사가 제공한 프로그램을 2시간 30분 이상 편성하지 못하게 규제하고 있다는 점에서 앞서 언급한 PTAR과도 관련이 있다. 한편, 이 규칙은 뉴스와 스포츠 프로그램에는 해당하지 않았으며, 1990년대 초반 케이블TV 사업자의 성장을 통한 방송시장 경쟁 활성화로 인한 지상파 네트워크의 영향력 약화, Fox TV의 지상파 진입, 그리고 타임워너(Time Warner)와 같이 케이블TV를 중심으로 수직 결합을 이루고 있는 사업자와의 형평성 문제 등을 근거로 지난 1995년 폐지된 바 있다.

지역 방송사의 프라임타임대 프로그램 편성과 관련한 규칙은 폐지되었지만, 교육과 정보 전달 목적의 어린이 대상 프로그램 편성을 의무화하는 어린이 대상 프로그램 편성법(Children's Television Act of 1990)은 여전히 유효하다. 1990년 의회는 FCC가 방송 면허 갱신을 심의하는 과정에서 지역 방송사들이 주당 3시간 이상 교육 및 정보 목적의 16세 이하 대상 프로그램을 법조항의 원칙대로 편성하고 있는지를 확인하는 절차를 마련토록 하고, 위반시 방송 면허를 정지하거나 벌금을 부과하는 방안을 마련하였다. 이 규칙은 지난 2004년 디지털TV(DTV) 전환 환경에 적합하도록 한차례 개정된 바 있으며 당시 논란이 되었던 사항들을 명확히 하기 위해 2007년 1월 새로운 규칙이 보완된 바 있다. 이 규칙은 멀티캐스트 DTV 환경에서도 기존 어린이 대상 프로그램 편성에 대한 의무조항이 비례적으로 반영토록 하는 것인데, 방송사가 DTV 전환 이후 전체 방송 시간을 늘릴 경우 어린이 대상 프로그램의 의무 편성 시간 역시 비례하여 확대되는 것이다. 예컨대, 매주 1~28시간 방송 시간이 늘어날 경우 의무 편성 시간은 기존 3시간에 30분이 추가되고, 방송 시간이 60시간 늘어날 경우, 의무 편성 시간은 기존 3시간에 1시간 30분 추가되는 식이다.

한편, 새로운 규칙은 디지털TV 가이드라인을 충족시키기 위한 목적으로 재방송을 활용하는 방안에 대한 제한도 명확히 하고 있다. 기존 규칙에서는 일정한 예외 조항을 두고 의무 편성 방송 프로그램의 50% 이상이 같은 주간에 재방송되는 것을 금지하고 있었는데, 새로운 규칙에서 재방송은 디지털 스트림으로 지난 7일 안에 방영된 특정 에피소드로 정의했다. 따라서, 동일 프로그램의 다른 에피소드를 방영하는 것과 같은 에피소드이더라도 디지털이 아닌 아날로그 등의 다른 방식을 통해 방송되는 것은 허용된다. 이렇게 정의된 재방송 규정은 분기별 어린이방송 편성 리포트 양식에 반영되어 2008년부터 적용되고

있다. 또한, 어린이 대상 프로그램은 “규칙적으로 편성(Regular programming)”되어야 한다고 명시하고 있는데, 이는 프로그램이 매주 한 번 이상 같은 시간대에 편성되어야 함을 의미한다.

이를 통해 살펴볼 때, 현재 지역 방송사는 어린이 대상 프로그램 편성에 대한 의무를 제외하고는 특별한 규제를 받고 있지 않는 상황이며 실제로 지역 시청자들의 인기를 끌고 있는 로컬 뉴스도 충분히 편성되고 있는 현황을 [그림 3-1]을 통해 확인할 수 있다.

[그림 3-1] 주중 로컬뉴스 편성 사례:

미국 펜실베이니아주 피츠버그 CBS제휴 지역방송사 KDKA

6 AM	KDKA-TV Morning News at 6 (New, News)	KDKA-TV Morning News at 6 (New, News)	KDKA-TV Morning News at 6 (New, News)
6:30 AM			
7 AM	CBS This Morning (New, News, 8/27/2012, TV-G)	CBS This Morning (New, News, 8/28/2012, TV-G)	CBS This Morning (New, News, 8/29/2012, TV-G)
7:30 AM			
8 AM			
8:30 AM			
9 AM	Pittsburgh Today Live (New, News)	Pittsburgh Today Live (New, News)	Pittsburgh Today Live (New, News)
9:30 AM			
10 AM	Let's Make a Deal (New, Game/Quiz, 8/27/2012, TV-PG)	Let's Make a Deal (New, Game/Quiz, 8/28/2012, TV-PG)	Let's Make a Deal (New, Game/Quiz, 8/29/2012, TV-PG)
10:30 AM			
11 AM	The Price Is Right (New, Game/Quiz, 8/27/2012, TV-G)	The Price Is Right (New, Game/Quiz, 8/28/2012, TV-G)	The Price Is Right (New, Game/Quiz, 8/29/2012, TV-G)
11:30 AM			
12 PM	KDKA-TV News at Noon (New, News)	KDKA-TV News at Noon (New, News)	KDKA-TV News at Noon (New, News)
4 PM	KDKA-TV News at 4 (New, News)	KDKA-TV News at 4 (New, News)	KDKA-TV News at 4 (New, News)
4:30 PM			
5 PM	KDKA-TV News at 5 (New, News)	KDKA-TV News at 5 (New, News)	KDKA-TV News at 5 (New, News)
5:30 PM			
6 PM	KDKA-TV News at 6 (New, News)	KDKA-TV News at 6 (New, News)	KDKA-TV News at 6 (New, News)
6:30 PM			
7 PM	CBS Evening News with Scott Pelley (New, News, 8/27/2012, TV-PG)	CBS Evening News with Scott Pelley (New, News, 8/28/2012, TV-PG)	CBS Evening News with Scott Pelley (New, News, 8/29/2012, TV-PG)
7:30 PM	The Insider (New, Entertainment, 8/27/2012, TV-PG)	The Insider (New, Entertainment, 8/28/2012, TV-PG)	The Insider (New, Entertainment, 8/29/2012, TV-PG)
8 PM	How I Met Your Mother Trilogy Time (New, Comedy, 8/27/2012, TV-PG)	NCIS Rekindled (Repeat, Drama, 4/17/2012, TV-14)	Big Brother 14 (New, True, 8/29/2012, TV-PG)
8:30 PM	The Big Bang Theory The Vacation Solution (New, Comedy, 8/27/2012, TV-PG)	NCIS: Los Angeles Patriot Act (Repeat, Drama, 4/10/2012, TV-PG)	Criminal Minds Profiling 101 (Repeat, Drama, 5/09/2012, TV-14)
9 PM	2 Broke Girls And the One-Night Stands (New, Comedy, 8/27/2012, TV-PG)		
9:30 PM	Mike & Molly Bachelor/Bachelorette (New, Comedy, 8/27/2012, TV-PG)		
10 PM	Hawaii Five-0 Ha'alele (Repeat, Drama, 4/09/2012, TV-14)	CBS News: The 2012 Republican National Convention (News, 8/28/2012)	CBS News: The 2012 Republican National Convention (News, 8/29/2012)
10:30 PM			
11 PM	KDKA-TV News at 11 (New, News)	KDKA-TV News at 11 (New, News)	KDKA-TV News at 11 (New, News)
11:30 PM	Late Show with David Letterman (New, Entertainment, 8/27/2012, TV-PG)	Late Show with David Letterman (New, Entertainment, 8/28/2012, TV-PG)	Late Show with David Letterman (New, Entertainment, 8/29/2012, TV-PG)

* 출처: Titantv.com

4. FCC의 지역방송 관련 편성 규제

1980년대 이후 규제완화 기조를 유지한 FCC는 지난 2008년 1월 모든 지역 방송사에게 적용되는 지역성(Localism)과 관련한 ‘규칙제정공고 (Notice of Proposed Rulemaking)’를 내놓았다. 이와 같은 FCC의 지역주의 강화 원인은 방송산업 규제 완화 이후 미디어의 합종연횡에 따른 대형 미디어 업체의 영향력 증가와 지역 중심의 소유 기반 약화로 인해 지역 프로그램 편성 원칙이 훼손되고 있다는 판단에 따른 것이다. 당시 제안된 규칙에 따르면 모든 지역 방송사는 지역 방송사 편성에 관여하는 커뮤니티자문위원회(Community Advisory Board)를 만들고 지역사회와 주요 이슈가 지역 방송사 프로그램 편성에 반영될 수 있도록 하고 있으며 방송사들의 지역사회 공헌 활동을 의무화시키는 동시에 계량적이고 구체적인 편성 가이드라인을 통해 특정 분량 이상의 지역 방송 프로그램 편성을 새롭게 의무화하는 등 상당히 강력한 수준의 규제 내용을 담고 있다. 이에 지역 방송사들과 미국방송사업자협회(National Association of Broadcasters)는 FCC의 정책 기조가 다시 규제 강화로 선회하는 것에 대해 강력히 반발한 바 있고, 이 규칙은 2008년 4월 이후 여전히 계류 중인 상황이다.

기본적으로 FCC는 TV프로그램 콘텐츠 내용에 대해 규제하고 있지 않고, 지상파방송사가 자율적인 규율과 원칙을 통해 자체적으로 양질의 프로그램을 편성하도록 유도하고 있다. 그러나, FCC의 ‘선정성 규정 (Indecency rule)’을 위반하는 경우와 수정헌법에 명시된 표현의 자유 원칙에 의해 보호받을 수 없는 사안의 경우 FCC는 제재를 가하고 처벌할 수 있다.

미국은 연방법에 의해 모든 시간대에 음란물 상영을 금지하고 있고 특히 낮시간 및 저녁시간대에서 지나친 폭력과 비속어, 선정적인 장면 등이 포함된 프로그램 편성을 금지하고 있다. 연방법에 의해 감독권을 부여받은 FCC는 면허 취소와 벌금 부과 등의 방법으로 위반 사항을 처벌하고 있으며, 규정 위반시 최고 2년의 징역형도 부과될 수 있다. 어린이와 청소년이 시청할 수 있는 시간대인 오전 6시~오후 10시 사이는 폭력적이고 선정적인 유해 콘텐츠를 포함한 방송 편성이 전면 금지되어 있는 반면, 오후 10시~오전 6시 사이의 방송 편성에는 세이프하버(Safe Harbor) 규칙이 적용되어 다소 완화된 원칙이 적용되고 있으나, 선정성과 폭력성에 관한 명확한 기준이 불분명한데 대해 논란이 일고 있기도 하다.

5. 지역방송 소유 관련 규정과 프로그램 편성

지금까지 살펴본 바와 같이 지역방송사의 프로그램 편성과 관련한 FCC의 규제는 시간에 걸쳐 완화되어온 반면, 미디어 업체의 지분 소유에 관한 규제는 유지하고 있다. 이는 일부 미디어가 지역 방송과 지역 신문 등 언론을 독점하는 것을 막기 위한 것으로 지역 방송사들이 자신의 방송권역과 같은 지역 내 신문을 동시에 소유하는 것을 금지하고 있는데, 지난 2007년 FCC가 신문과 방송 겸업 허용 방침을 발표한 바 있기도 하나, 부정적 사회 영향과 독과점 우려로 역풍을 맞은 바 있다.

이와 동시에 FCC는 대형 미디어 기업이 다수의 지역 방송사를 소유하여 방송 언론을 장악하는 것 역시 금지하고 있다. 이 규정에 따르면, 소유한 지역 방송사의 권역이 명확히 분리되는 경우, 복수로 소유한 특정 지역 내 방송사 중 한 곳이 시장점유율 기준 상위 4개사에 들지 않는 경우, 그리고 복수 방송사 결합 후에도 특정 시장에 8개 이상의 독립 방송사가 존재해 충분한 경쟁이 보장된 경우에 한해서만 복수 방송사 소유가 가능하다. 이와 같은 소유 지분 규제를 통해 FCC는 각 지역 기반의 분산된 방송사 지분 소유를 통해 다양성과 공정한 경쟁을 유도하고 있는데, 이는 지역 방송사의 프로그램 편성 및 프로그램 내용과도 연관되어 있기 때문이다. FCC의 연구용역 결과에 따르면 지역 기반 소유(Local ownership) 방송사의 지역 뉴스 비중이 그렇지 않은 방송사보다 유의미하게 높은 것으로 나타나 지역 커뮤니티 기반의 프로그램 편성 비중과 미디어 소유권이 상관관계가 있는 것으로 조사된 바 있다.

제2절 영국의 지역방송 편성 규제

1. 지역방송 시스템 개요

영국 지역방송의 기축은 공공서비스 방송사들 가운데 하나인 ITV에 의해서 담당되고 있다. 영국 공공서비스 방송사, 즉 기존의 아날로그 지상파 채널들은 각각 별개의 방송면허에 의해 관리되어 왔는데, 별도의 칙허장을 갖고 있는 BBC의 모든 채널은 공공서비스 채널로 분류되며, 여타 세 개 채널은 2003년 커뮤니케이션법에 의거하여 각각 별개의 공

공서비스 채널 면허가 부여된다. 2003년 커뮤니케이션법에 명시되어 있는 세 개의 공공서비스 채널 면허는 각각 채널3 면허, 채널4 면허, 채널5 면허이다. 여기서 채널4와 채널5 면허는 모두 전국방송 면허로서, (지역제작 쿼터를 제외한) 별개의 지역편성 의무를 갖고 있지 않다. 단, 웨일스 민족자치권역에서는 S4C, 이를 제외한 기타 권역에서는 C4C가 해당 면허를 갖고 있다. S4C는 웨일스어 전문 공공서비스 방송사이기 때문에 일종의 지역편성 의무를 갖고 있다고 하겠다.

채널3 면허는 애초부터 지역방송을 목적으로 발급된 것으로서, 현재 총 16개 면허로 구성되어 있는데, 이 가운데 한 개는 전국면허로서 채널3 지역면허 보유 방송사에게 공통으로 공급되는 네트워크 아침방송을 담당한다. 따라서 실질적인 지역면허는 총 15개라고 할 수 있는데, 런던 지역면허만 주중방송(weekday) 면허와 주말방송(weekend) 면허 두 개로 분리되어 있다. 따라서 채널3 면허로 포괄되는 지역은 14개인 셈이다. 이 16개 채널3 면허는 본래 각각 별개의 방송사에 의해 소유되어 있었으나 2003년 커뮤니케이션법 제정 이후로 합병기업인 ITV plc가 대다수의 면허(총 13개)를 보유하게 됐다.¹⁾ 따라서 ITV plc 보유의 지역방송사는 ITV Breakfast(네트워크 아침방송으로서 기존엔 GMTV라 불림), ITV1 Westcountry(남서 잉글랜드) 등 14개이다.²⁾ ITV plc가 보유하고 있지 않은 나머지 면허 세 개는 STV Group plc가 보유한 두 개의 스코틀랜드 민족권역 면허와 UTV Media plc가 보유한 한 개의 북아일랜드 민족권역 면허이다.

2003년 커뮤니케이션법이 아닌 별개의 왕실칙허장에 의해 서비스 면허가 부여되어 있는 BBC1과 BBC2의 경우에도 채널3의 지역 구분에 상응하는 지역방송 체계를 갖고 있으며 지역 관련 의무 역시 채널3의 경우와 비슷한 수준에서 부과된다. 기타의 디지털 전문 채널은 모두 공공서비스 채널에 속하기는 하지만 지역 관련 의무를 갖고 있지 않다. 지역 관련 의무는 본래 BBC 자체의 자율규제 영역에 속했으며 과거에는 BBC의 자발적 의무 수행의 성격이 강했다. 하지만 2003년 커뮤니케이션법 제정 이후 해당 규제 권한이

-
- 1) 기존에는 채널3 지역면허 보유 방송사가 제각각 해당 지역명칭을 기본으로 채널 명칭을 갖고 있었지만, 지금은 ITV1이라는 단일 브랜드로 통합되어 가고 있는 추세이다
 - 2) 웨일스와 잉글랜드 접경지역에 부여된 하나의 채널3 면허를 ITV1 Wales와 ITV1 West 공동 보유하고 있어서 지역면허수보다 계열 방송사 수가 하나 더 많다

Ofcom에게 이양되었으며, 현재는 BBC 협정서에 따라 채널3의 지역 의무에 버금가는 과제가 부여된다.

2. 지역편성 규제 방식

영국 방송의 지역방송 체계는 기본적으로 지방(region) 개념에 의거하고 있다. 이 지방 개념은 본래 전국(network)과 민족권역(nations)보다는 하위, 그리고 지역(local)보다는 상위 개념에 해당한다. 영국에서 지역방송 관련 의무는 흔히 2층위(Tier2) 규제 범위에 속하는 “지방제작(regional production)”과 “지역편성(혹은 권역별 자체편성: regional programming)” 관련 규정에 의해 부과되고 집행된다. 여기서 지방 혹은 권역을 가리키는 용어인 regional은 가장 인구가 많고 면적도 넓은 잉글랜드 민족권역에서는 그 하위의 지방(English regions)을 가리키고, 기타 세 개의 민족권역에서는 각각 해당 민족권역을 지칭하는 용어가 된다.

2003년 커뮤니케이션법 263조에 따라 Ofcom은 공공서비스 상업방송사(commercial public service broadcasters)가 수행해야 할 독립제작, 지방제작, 원제작, 지역편성 관련 의무에 관련된 구체적인 조건을 각 방송 면허장에 명시하도록 되어 있다. 여기서 특히 지역편성 의무는 시간 쿼터의 형태로 채널3 지역별 면허장에 구체적으로 규정되어 있는데, 개별 채널3 지역면허장의 제2부 10조 (1)~(5)항이 모두 “지역편성(Regional Programming)” 관련 항목이다. 해당 내용의 골자를 축약하여 옮기면 아래와 같다.

10조 지역편성 (관련 법규 2003년 커뮤니케이션법 287조)

- (1) 이 면허의 보유자는 채널3 권역별 서비스에 연관된 프로그램에 대해 아래의 사항을 준수한다.
 - (a) 지역 뉴스 등을 포함한 지역편성 프로그램을 이 면허장 부록 제1부에 규정되어 있는 시간 분량만큼 해당 지역민을 위해 공급한다.
 - (b) 이 지역편성 프로그램은 고품질 요건을 만족시켜야 한다.
 - (c) 이 지역편성 프로그램은 부록 제1부에서 규정하고 있는 분량에 준하여 해당 지역에서 제작된 것이어야 한다.
 - (d) 지역 뉴스 프로그램은 반드시 피크타임에도 편성되어야 한다.
 - (e) 피크타임과 피크타임 인접 시간대에 편성되어야 할 지역 프로그램의 분량은 부록 제1부에 규정된 바를 따른다.

위의 지역별 면허장 10조에서 규정하고 있는 바와 같이, 프로그램 분량 등에 관련된 구체적인 내용은 각 지역면허장의 부록 제1부 7조 “지방 및 하위지방 프로그램(Regional and Sub-regional programmes)”을 통해 제시된다. 개별 지역면허장의 각 규정은 대체로 비슷한 틀과 수준을 적용하되, 해당 지역의 특수성을 반영하여 조금씩 차별성을 두는 모습을 보인다. 그에 관련된 내용을 개략적으로 제시하면 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 채널3 지역별 의무 지역편성 관련 규정의 사례(2008년 이전)

(시간: 분)

지역면허	뉴스	시사	기타	합계	특기 사항	
Anglia London	기존	5:30	0:26	2:34	8:30	- 동부와 서부의 하위권역 각각에 요구에 맞춘 뉴스를 주당 5시간 이상 공급 - 뉴스는 주당 평균 최소 2시간 30분, 뉴스를 제외한 프로그램은 주당 평균 최소 45분 분량이 피크타임에 편성되어야 함(단, 공휴일이나 국가적으로 중요한 스포츠 행사 실태중계에 의해 초저녁 뉴스 패턴에 변화가 생기는 경우는 예외로 함) - 뉴스를 제외한 여타 프로그램 가운데 주당 최소 30분 분량이 저녁 5~6시대와 밤 10:30~11:30대에 편성되어야 함
	현행	5:20	0:26	1:04	6:50	
Border	기존	4:30	0:08	1:00	5:38	- 기존 지역뉴스에 더해 해당 시간대에 특정 지역(Selkirk, Calbeck 등)을 위한 별도의 뉴스(opt-out)를 주당 40분 이상 공급 - 뉴스는 주당 평균 최소 2시간 30분, 뉴스를 제외한 프로그램은 주당 평균 최소 45분 분량이 피크타임에 편성되어야 함(단, 공휴일이나 국가적으로 중요한 스포츠 행사 실태중계에 의해 초저녁 뉴스 패턴에 변화가 생기는 경우는 예외로 함) - 뉴스를 제외한 여타 프로그램 가운데 주당 최소 23분 분량이 저녁 5~6시대와 밤 10:30~11:30대에 편성되어야 함
	현행	4:20	0:08	1:00	5:28	
Scottish	기존	7:56	0:33	*3:31	12:00	* 1990년 방송법 184조에 따라 게일어 프로그램을 공급해야 함 - 예외조건: 오전 5시 25분에 주중 방송되는 지역뉴스는 제외, 게일어 뉴스는 밤 12:30분 이후에도 송
	현행					

						출 가능, 챔피언스리그 축구 프로그램은 새벽1시 까지 송출 가능 - 뉴스는 주당 평균 최소 1시간 8분, 뉴스를 제외한 프로그램은 주당 평균 최소 1시간 22분 분량이 피 크타임에 편성되어야 함(단, 공휴일이나 국가적으 로 중요한 스포츠 행사 실황중계에 의해 초저녁 뉴스 패턴에 변화가 생기는 경우는 예외로 함) - 뉴스를 제외한 여타 프로그램 가운데 주당 평균 최소 30분 분량이 저녁 5~6시대와 밤 10:30~11:30 대에 편성되어야 함
Channel	기존	3:09	0:22	2:07	5:38	- 뉴스는 주당 평균 최소 2시간 30분, 뉴스를 제외한 프로그램은 주당 평균 최소 45분 분량이 피크타임 에 편성되어야 함(단, 공휴일이나 국가적으로 중 요한 스포츠 행사 실황중계에 의해 초저녁 뉴스 패턴에 변화가 생기는 경우는 예외로 함) - 뉴스를 제외한 여타 프로그램 가운데 피크타임에 편성되어야 할 분량 중, 면허보유자가 해당 프로 그램 성격상 적절하다고 판단할 경우에는 피크타 임 인접시간대(저녁 5~6시대와 밤 10:30~11:30대) 에 해당 프로그램의 일부를 편성할 수도 있음
	현행	3:09	0:22	1:00	4:31	

3. 지역방송 편성의무와 규제 특징

영국 지역편성 의무는 분량, 시간대, 장르 등의 측면에서 매우 구체적인 양태와 차별성을 보이고 있다. 이와 같은 수치는 지역방송 전체에 일률적인 방식으로 부과되기보다는, 이미 50년 이상 지속되어온 채널3 지역면허 체계의 운영 경험 속에서 지역 특성과 그때그때의 규제 환경에 따라 구체적으로 조율되어온 결과물이라 할 수 있다.

앞에서 제시한 의무편성 시간 중 기존 수치는 2003년 커뮤니케이션법 제정 이후 변경된 2003~2004년 시점에서 면허장에 규정되었던 것이며, 현행 수치는 2008년에 Ofcom이 규제 완화 조치를 취한 이후의 것이다. 지역면허에 따라서는 2005년 전후로 이미 한 차례 의무시간 감축 조치가 있었으며, 2008년에 추가 감축 조치가 단행된 것이다.

이러한 규제 완화는 지역방송의 기축을 이루는 채널3 사업자들의 ‘운영상의 난관’에 기인하는 바가 크다. 한때는 채널3 방송사들이 방송광고 재원을 독점할 수 있는 호조건에 있었고, 그만큼 지역방송에 연관된 공공서비스 의무를 부과하는 것이 용이했다. 그러나

디지털 다채널 다매체 환경이 본격화되면서 채널3의 재원상의 어려움이 가중되기 시작했는데, 이를 해소시켜줄 수 있는 얼마 안 되는 방법 중의 하나가 채널3에 부여돼 있는 지역 관련 의무를 경감시켜주는 것이었다(이미 ITV plc라는 거대 지역방송 연합체가 탄생하도록 허가한 것도 같은 맥락에서다). Ofcom이 광범위 의견청취를 통해 이와 같은 조치를 단행하면서 제시한 이유는 아래와 같다.

지역 프로그램은 규모의 경제를 갖추기 어렵다. ITV의 최근 비용 압박 요인(= 투자 대비 낮은 효과) 가운데 상당히 높은 비중이 지역편성 프로그램(특히 지역뉴스 제작)과 연관되어 있다고 전해진다.

지역 시청자들이 ‘실제로’ 만족감을 더 높게 느끼는 것은 자체제작 지역편성 프로그램이라기보다는, 자신의 지역이 더 고품질의 네트워크 프로그램을 통해 적절히 반영되고 대변되는 것이었다. 따라서 과거의 틀에 얽매인 지역편성 쿼터를 고집하기보다는 지역 시청자들의 실제 요구를 더 구체적으로 반영하는 것이 옳다.

Ofcom의 이러한 규제 완화 조치를 두고 시민단체나 학계 등은 채널3의 공공서비스 의무를 지나치게 약화시키는 처사라고 강력히 반발한 바 있으며, 공공서비스의 지속가능성을 빌미로 상업성만 더 만연하게 될 우려가 크다고 비판했다. 실제로 ITV는 이와 같은 규제 완화 조치에도 불구하고 지역방송 관련 의무를 준수하지 못하는(혹은 의도적으로 방기하는) 경우가 늘고 있다. 가장 비근한 예로는 2009년 Ofcom이 ITV 계열의 11개 면허보유자들(잉글랜드 각 지방 및 웨일스 면허)에게 지역편성 쿼터를 위반했다는 이유로 각각 2만 파운드씩의 벌금(총액 22만 파운드)을 부과한 바 있다.

이러한 조건에서, 최근 BBC는 자신의 공공가치를 입증하기 위한 전략의 일환으로, 오히려 채널3보다 더 지역 프로그램의 제작과 편성에 역점을 기울이고 있다. 또한 현 보수당 정부는 디지털 전환 이후의 유휴 주파수를 활용하여 더 구체적인 지역 텔레비전(Local TV)을 활성화시키는 것이 옳다고 보고, 이에 연관된 정책 드라이브를 실천하고 있다는 점에도 주목해야 한다. 실제로 최근 Ofcom은 디지털 지상파 지역 멀티플렉스에 실을 소규모 지역방송에 관련된 광범위 정책협의를 끝냈으며, 지역방송 면허 응모 과정을 밟고

있는 중이다. 지난 50년 이상 지속돼온 영국의 지역편성 규제 시스템에 커다란 변동을 이끌어올 수도 있는 구조적 변화의 계기인 셈이다.

제3절 프랑스의 지역방송 편성 규제

1. 지역방송 현황

프랑스 지역방송에 대한 법적 규정은 1986년 커뮤니케이션의 자유에 관한 법과 이 법의 개정안인 2004년 개정된 전자 통신과 오디오비주얼커뮤니케이션 법에 근거하고 있다. 이 법에 따르면 지역 채널은 1천만 미만의 거주 지역을 대상으로 한 방송사로 규정한다.

1987년부터 최고시청각위원회(CSA)는 지상파 아날로그 방식의 지역 채널에 방송 허가권을 부여했다. 그 후 2005년부터 실시된 디지털 텔레비전(Television numerique terrestre, 이하 TNT) 개시는 새로운 지역 채널 개국 활성화의 계기를 마련했다. 아래 표를 통해 알 수 있듯이 2006년도부터 채널 수가 급증한 이유도 그 때문이다. 법적 기반 마련 역시 이를 뒷받침했다. 2007년 3월 5일 제정된 미래 텔레비전과 영상의 방영 현대화에 관한 법은 지역 채널이 디지털로의 전환을 쉽게 시행할 수 있도록 조항을 신설했다. 이에 따라 최고 시청각 위원회(CSA)는 2007년 18개의 지상파 아날로그 지역 방송사에게 디지털 송출 권한을 부여했다. 뿐만 아니라 2007년과 2008년 사이 26개의 지역에 지역 채널 설립을 위한 후보자 공모를 실시했다. 현재 프랑스에서 운영되는 지역 채널 수는 50개이다.

〈표 3-2〉 지상파 지역 채널수

년도	1988	2003	2005	2006	2008	2010	2012
지상파 지역 채널수	3	10	16	22	33	45	50

* 출처: CSA 2010 보고서 ‘Etude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France sur la base d’une comparaison internationale’

프랑스 지역방송은 지방자치단체의 공공 보조금을 받는 채널을 비롯해 모든 지역 채널은 민영 채널(chaine privée)이다. 그러나 지역 채널의 주주들의 경우 지방자치 단체거나

기업과의 합작인 경우 많다. 예를 들어 툴루즈에 있는 ‘텔레 툴루즈’의 경우 툴루즈시가 자본금의 20%를 투자했다.

프랑스 지역방송은 세 종류의 채널이 있다. 첫째는 시 텔레비전(la télévision de ville)으로 시에 기반에 지역 텔레비전으로 1980년대 후반에 설립되었다. 대표적인 채널로 텔레 툴루즈(Tele Toulouse, 이하 TLT)와 텔레 리옹 메트로폴(Télé Lyon Metropole, 이하 TLM) 등이다. 중요 프로그램은 정보(뉴스, 테마 매거진, 주요 관심사) 프로그램으로 방송 편성 시간은 17시에서 20시 사이다. 둘째는 지방 텔레비전(la télévision de pays)은 시 텔레비전과 달리 지방의 특색에 중점을 둔 지역 채널이다. 대표적인 지방 텔레비전은 TV8 Mont Blanc, Weo 등이다. 프로그램 방향은 지리적 환경, 지역 문화 유산 보호에 주력한다. 셋째는 근접 텔레비전(la télévision de proximité)은 협회 활동 및 실용 정보에 중점을 둔 채널이다.

2. 지역방송의 채널 전파방식

CSA에서 발표한 ‘해외 국가와의 비교에 바탕을 둔 프랑스에서의 지역 채널 성공 조건에 관한 연구 보고서(Etude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France sur la base d’une comparaison internationale)에 의하면 2010년 기준 45개 채널의 방송 전파 방식은 다음과 같다. 20개의 채널은 디지털로만 방송 송출, 1개의 채널은 아날로그 방식으로 송출 그리고 24개의 채널은 아날로그와 디지털을 겸용하고 있다고 분석했다. 소수의 지상파 지역 채널만이 케이블 채널의 채널묶음(bouquet)을 통해 반면 50%의 지역 채널은 케이블(지역과 전국 단위)이나 ADSL(전국단위)를 재방송되고 있는 것으로 나타났다. 36개의 지상파 지역 채널은 웹 TV서비스를 제공하고 있다.

<표 3-3> 지역채널 방송전파 방식

TNT 전송	케이블 전송	웹 TV(콘텐츠다운로드)	ADSL 전송	위성 전송
45	25	36	23	3

* 출처: Avicca 2009 ‘Repartition des chaines locales hertziennes en fonction de leurs supports de diffusion complementaires’

3. 지역방송 편성규제에 대한 협약

일반적으로 프랑스 정부는 전국 채널보다 지역 채널에 대한 규제를 완화하고 있다. 이는 지역 채널 활성화를 유도하기 위한 정책적 의지라고 볼 수 있다. 단 프랑스 수도권인 일드 프랑스(IDF)의 지역 채널은 예외다. 채널 편성 규제 내용은 CSA가 지역 채널에 방송 허가권을 부여할 때 마련되는 협약(Convention)에 명시되어 있다. 협약에는 방송 편성과 관련된 프로그램 편성 규제를 비롯해, 채널 특징, 채널 운영 등에 대한 의무 사항이 들어 있다. 협약의 일반적인 내용은 다음과 같다

1986년 커뮤니케이션 자유법의 중심 원리 준수를 담고 있는데 인간성 존중, 어린이 및 청소년 보호, 공공의 사고 및 의견에 대한 표현의 다양성 존중, 프로그램의 다양성, 프랑스 문화 및 언어 보호

광고, 후원 및 텔레쇼핑과 관련된 규정 및 법안 준수

영화 및 영상 제작 및 방송 조건에 대한 규정 및 법안 준수

프로그램 일반적인 특징

종합채널 비 종합채널로서의 특징

지역 정보 및 지역 정서 반영

데일리 지역 방송 프로그램의 방송 규모

첫 방영되는 데일리 지역 제작 프로그램 규모

지역 정보 프로그램의 장르와 특징

뉴스의 기간과 방송 시기

채널 운영 및 통제

법적 위반에 대한 처벌

4. 지역방송 편성 내용규제

지역 방송의 프로그램 내용 규제는 일반적인 방송 프로그램 규제 내용에 기반하고 있다. 첫째로 ‘다양성에 대한 존중’으로 공공의 의견과 사고에서 다양성을 존중해야 한다. 지역 채널의 경우 방송 허가시 협약 사항으로 지역 채널은 주당 프로그램의 50%, 그 가운데 첫 방송 프로그램 20%를 지역 사회, 경제 문화 현실을 담고 있어야 한다. 또 지역 프로그램의 첫 방송 프로그램의 규모 확대를 요구할 수 있는 반면 방송사가 서비스를 시

작한 첫 해일 경우 첫 방송 프로그램 규모를 10%로 책정할 수 있다. 한편 첫 방송 프로그램일 경우 편성 시간대, 조정 등에 대해서 협약에 명시한다.

둘째로 ‘어린이 및 청소년 보호’로 1986년 9월 30일 커뮤니케이션 자유법의 15조에 따르면 CSA는 어린이, 청소년, 인간의 존엄성 존중에 대한 감시한다.

셋째로 ‘광고, 후원, 텔레쇼핑 방송’으로 광고성격과 프로그램의 독립, 광고 방송 시간, 불법 광고 금지, 거짓 광고 등을 금지한다. 문학출판, 영화, 알코올 등은 광고 금지 대상이다. 뉴스 및 정치 프로그램은 후원방송을 할 수 없다. 텔레 쇼핑 방송 시간은 15분 이하, 전체 방송은 세 시간을 초과할 수 없다.

넷째로 ‘영화 및 영상 방영 쿼터’로 방송법령 1990년 1월 17일 법령 n 90-66에서는 방송 채널의 유럽 및 프랑스어 영화 및 영상 프로그램 의무 방영 쿼터를 정해 놓고 있다. 그 내용은 다음과 같다.

〈표 3-4〉 영화 및 영상 방영쿼터

	의무 내용	적용 대상
유럽 및 프랑스 작품 방영 쿼터	1990년 1월 17일 법령 n 90-66의 13조는 방송사의 영화 및 영상 작품 의무 상영 명시 연간 편성 시간에서 유럽 작품의 경우 60%를 할애해야 하며 그 가운데 프랑스 작품의 경우 40%를 할당해야 함 같은 법령 14조에서는 방영 시간의 경우 18시부터 22시 사이 프라임 시간대로 정하고 있음	지역 채널 및 전국 채널에 공통으로 적용됨

다섯째로 ‘특별 의무’로 방송사는 재정과 기술적인 투자를 통해 시각 및 청각 장애인들이 프로그램을 시청할 수 있도록 지원해야 한다. 각 지역 채널은 CSA와의 협약에 명시된 지역 프로그램 의무 방송 시간 할당을 지켜야 한다. 일반적인 의무 할당 시간은 주당 10시간에서 12시간 동안 지역 프로그램을 편성하는 것이다(축제 기간 동안 주 당10시간). 반면 수도권인 일드 프랑스(IDF)의 지역 채널들은 전체 방송 시간의 20%에 해당하는 지역 방송 프로그램을 제작, 방송해야 한다. 〈표 3-5〉는 지역 채널의 지역 프로그램 제작 시간과 편성 시간을 정리한 것이다.

〈표 3-5〉 표 지역 채널 의무 방송 시간

지역채널	지역 프로그램 의무 편성 시간 (첫 방송 프로그램 기준)	2007년 주당 지역 제작 프로그램
TV8 Mont-Blanc	년간 44주, 1일 기준 최소1시간 주당 최소 12시간	1월~6월: 20시간 9월~12월: 17시간 15분
TLP	1일 기준 최소 1시간 주 당 최소 10시간	10시간 50분
TV7 Bordeaux	년 44주, 1일 기준 최소1시간 주당 최소 12시간	1월~6월: 15시간 30분 9월~12월: 15시간
Nantes7	년 44주, 1일 기준 최소1시간 주당 최소 12시간	1월~6월: 13시간 48분 9월~12월: 14시간 19분
Clemon t lere	년 44주, 1일 기준 최소1시간 주당 최소 12시간	1월~6월: 13시간 53분 9월~12월: 14시간 32분
Canal 32	년 42주, 1일 기준 최소1시간 주당 최소 12시간	1월~6월: 10시간 10분 9월~12월: 10시간 26분

* 출처: CSA 2010 보고서 'Etude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France sur la base d'une comparaison internationale'

제4절 독일의 지역방송 편성규제

1. 독일 지역방송 규제 개요

독일은 다원주의적·사회민주주의적 방송철학과 이의 민주적 구현을 통해 기본법(헌법)에 보장된 언론의 자유를 최대한 보장하는 가운데 편성의 자유 원칙을 실현하고 있다. 특히 방송질서의 형성에서 절대적인 역할을 해오고 있는 연방헌법재판소의 이른바 방송 판결을 통해 모든 입법자가 방송관련 법규 제정에 있어서 다양성을 보장하도록 하고 있다. 이에 따라 편성 운영은 원칙적으로 방송사 고유의 권리에 해당한다. 무엇보다 독일은 이미 지난 60년대 미셀위원회 이후 꾸준히 편성에 대한 규제와 조절을 실시해온 바, 편성에서 공익성이 확보되어 온 것으로 평가받고 있다. 독일 방송은 주간(州間)협약인 방송 국가협약(Rundfunkstaatsvertrag)을 토대로 하여 방송편성에 직·간접적인 방향을 설정하

고 있다. 공영방송(ARD 및 그 소속 지역공영방송사들)의 경우 방송사 내부에 방송위원회(Rundfunkrat 또는 Fernsehrat)가 설치되어 방송사업·편성의 자유가 크게 보장되어 있다. 방송국가협약의 규정에 따라 공영방송은 격년제로 편성지침을 마련하도록 의무화되어 있다. 한편 민영방송의 경우 방송사가 소재한 지역의 주방송법(Landesrundfunkgesetz)과 주미디어기구들이(Landesmedienanstalten)이 편성을 규제하고 있다. 아울러 청소년보호법(연방법) 및 청소년미디어보호국가협약(주간협약)과 자율규제기구를 통해 인권 및 청소년 관련 프로그램 콘텐츠도 규제하고 있다.

2. 방송규제의 주요 기관

독일 연방 기본법(Grundgesetz)은 연방정부와 주정부의 입법 권한을 분할하도록 하여, 외교·통신 분야는 연방정부에, 문화·방송·미디어 분야는 주정부의 권한으로 분산되어 있다. 연방의회는 독일연방공화국 수립 이후 본격적인 미디어자본집중의 시기로 접어드는 지난 1970년대에 미디어분야에 깊숙이 개입한 바 있는데, 미디어자본집중을 방지하기 위해 이른바 ‘신문대강법’(Presserechtsrahmengesetz)을 입법안으로 제출했었고, 신문통계법(1975), 신문합병규제법(1976) 등을 승인했었다. 이에 앞서 1964년에는 이른바 ‘미디어자본집중조사특별위원회’인 미셸위원회(Michel-Kommission)를 소집하여 연방의회가 직접 미디어자본집중 현황 파악에 나서 국가정책행위의 한 측면을 보여준 바 있다. 또 연방의회는 지난 민영방송 도입 시기를 전후한 1980년대 초반, 그리고 뉴미디어가 급속히 발달한 1990년대 중반에 신정보커뮤니케이션기술조사위원회(Enquete-Kommission Neue Informations-und Kommunikationstechniken)를 소집하여 독일사회의 정보화 현황과 미래 보고서를 제출하는 등 중대한 미디어 격변기마다 미디어조사특별위원회를 구성하여 정책 행위자로서 방송정책 국면에 개입하고 있다.

연방정부는 신문자본집중과 언론자유 훼손의 사회적 논쟁이 활발했던 지난 1960년대 말 언론시장 정상화를 위해 이른바 ‘귄터위원회’(Guenther-Kommission)를 출범시킨 바 있다. 이 위원회가 제시한 미디어정책안은 실제로 미디어자본집중을 해소하는 데 상당히 기여했으며, 미셸위원회에 이은 연방정부의 미디어정책적 개입의 주요 계기로 평가되고 있다.

연방헌법재판소는 커뮤니케이션 자유와 관련된 분쟁이나 미디어 관련 특정 법률 및 행정규정이 결여되어 있는 사안에 대해 이른바 ‘방송판결’(Fernsehurteil)을 내림으로써 미디어정책의 기본 방향을 제시하고 있다. 연방헌법재판소의 방송판결은 전후(戰後) 방송의 객관적 자유와 공영방송 독점체제를 구축한 1961년 제1차 방송판결 이후 이원방송질서의 도입을 승인한 제4차 니더작센 판결, 그리고 1991년 민영방송에 대한 정부의 편성 간섭을 배제시키고 민영방송의 편성과 여론 형성이 자율적으로 이루어지도록 한 제6차 방송판결에 이어, 정당의 민영방송 진출시 프로그램 내용에 대한 개입을 금지하도록 한 최근의 제13차 방송판결 등 미디어시장 형성에서 연방헌재의 정책적 개입은 매우 큰 영향력을 갖고 있다.

한편, 문화·미디어 분야의 고유 권한을 갖고 있다. 주 정부 역시 3권 분립의 원칙이 반영되어 입법·사법·행정부로 구분된다. 주 수상실은 미디어법안 입안 등 미디어정책을 담당하는 주요 정책부서로, 연방정부와도 긴밀한 협력을 맺고 있다. 예컨대 지난 1980년대 케이블 민영방송 도입시 이에 대한 규제를 둘러싸고 연방정부와 주 정부간의 이해관계가 엇박이나 결국 주미디어기구(Landesmedienanstalt)가 민영방송의 규제를 맡도록 한 방송국가 협정에 따라 주미디어기구에 다양한 사회 세력이 위원으로 참여토록 하는 제도가 마련되었다. 주미디어기구는 민영방송사업의 인·허가권 및 방송면허 취소 권한을 보유한 규제업무와 방송사의 소유구조를 감독하여 주 방송시장의 독점을 방지하는 기능을 맡고 있다. 한편 각주의 지역공영 방송사들은 각각 내부에 다양한 사회집단들의 대표들로 구성된 방송위원회(Rundfunkrat 또는 Fernsehrat)를 두어 외부로부터의 직접적인 방송 개입을 미연에 방지하고 있다. 한편, 케이블 TV 도입이후 최근 뉴미디어 기술이 발달하고 지역주민의 미디어 능력과 참여가 늘어나고 있어 지방자치단체의 역할이 더욱 커지고 있다.

3. 지역방송 편성규제 내용

1) 광고규제

방송 광고는 프로그램의 시작 전과 종료 후에 송출할 수 있으며 프로그램 길이가 45분 이상일 경우 중간광고를 할 수 있다. 방송사들은 광고방송시 광고가 프로그램 내용과 관계없다는 것을 표시해야 하며, 이를 위해 광고 시작에 앞서 광고방송의 시작임을 알려한

한다. 종교행사·어린이방송시에는 중간광고가 허용되지 않고, 스포츠중계나 공연·공공 행사 방영시간에는 중간 휴식 시간에만 광고가 허용된다. 특히 세계적 규모의 대형 스포츠 경기 및 공공성이 강한 대형 행사의 경우 공영방송사가 중계하도록 해 사실상 공영방송이 이를 통해 광고수입을 올릴 수 있도록 보장받고 있다.

공영방송 아에르데(ARD)와 제2공영방송 체트데에프(ZDF)의 경우 주말과 공휴일을 제외한 평일 최고 20분씩 20시 이전에만 광고방송이 허용된다(방송국가협약 제15조). 휴일·국경일 및 편성사정으로 인해 사용하지 않은 광고시간은 평일광고 방송 제한시간대에 5분까지 추가편성이 가능하다. 광고방송은 시간당 20%를 초과해서는 안된다. 다만 방송사 자체광고 및 공공 목적의 무료광고·선거광고 등은 예외로 한다. 공영라디오 방송의 경우 평일에 한해 평균 90분까지 가능하다. 한편 연방선거·주의회선거시 정당 선거방송은 의무 송출하도록 하고 있다.

민영방송의 경우, 광고방송, 텔레쇼핑, 유료방송 수신료 및 방송사 자체경비로 운영된다. 평일 방송시간의 최고 20%까지 텔레쇼핑, 광고방송, 광고와 유사한 협찬방송을 송출하는 것이 허용된다(협약 제45조). 단, 순수 광고 방송시간은 최고 15%를 초과하지 않아야 하며, 텔레쇼핑, 광고방송, 협찬방송 등의 길이는 시간당 20%를 초과하지 못하도록 했다. 방송사 자체 광고와 공공목적의 무료광고, 유료로 방영하는 선거광고 등은 광고 방송시간에 포함되지 않는다. 또한 한 프로그램에서 중간 광고와 다음 중간 광고 사이의 간격을 최소한 20분 이상 두도록 하고 있다. 텔레쇼핑 광고와 구별되는 텔레쇼핑 프로그램의 경우 최소 15분 이상의 길이로 제작된 것이어야 하며, 일일 최고 8회 총 3시간을 넘어서는 안된다(협약 제45조 a).

2) 청소년미디어보호

청소년콘텐츠 편성규제는 청소년미디어보호국가협약(Jugendmedienschutz-Staatsvertrag)과 연방법인 청소년보호법(Jugendschutzgesetz) 여기에 콘텐츠자율규제기구들과의 협력 구도를 보이고 있다. 동 협약의 특징은 미디어콘텐츠 규제업무가 다양한 심급의 청소년보호기관들과의 협력을 통해 효율적인 규제를 가능하게 한 데에 있다. 이른바 ‘규제된 자율규제’(regulierte Selbstregulierung)라는 원칙이 천명되고 있는데, 콘텐츠 규제를 부분적으로

민간자율규제기구에 일임함으로써 국가 규제기관들과 업무연계를 통한 효율성을 높이고 있다. 동협약과 같은날인 2003년 4월 1일 발효된 청소년보호법은 서적, 비디오, CD, CD롬, DVD 등 이른바 전달매체(Traegermedien)에서의 유해콘텐츠의 규제에 집중하고 있다.

강력한 연방주의에 입각하여 문화·신문·방송·텔레미디어 콘텐츠 분야의 권한을 갖고 있는 16개 연방주들은 지난 2002년 8월 8일 청소년미디어보호국가협약에 전격 합의했다. 이듬해인 2003년 4월 1일 발효된 동 협약은 민영방송·인터넷 콘텐츠 규제법으로, 어린이·청소년 보호를 위한 전자정보커뮤니케이션 콘텐츠 규제를 목표로 규정하고 있다(협약 제1조). 이를 위해 각 주별로 청소년미디어보호위원회(Kommission fuer Jugendmedienschutz, 이하 KJM)를 설치하도록 했다. 협약은 콘텐츠제공자의 자율적인 책임원칙에 입각한 이른바 '규제된 자율규제'의 모델을 구현하기 위해 자율규제기구를 설치할 수 있도록 했다. 방송통신 콘텐츠제공자는 콘텐츠의 유해성 여부를 검토하고 이에 합당한 보호조치를 취해야 한다. 이를 실시하지 않을 경우 외부 자율규제기구에 가입해야 한다(19조1항). 여기에 가입한 콘텐츠제공자가 자율규제기구의 행동강령과 콘텐츠 심의·규제를 준수할 경우에는 KJM과 해당 주의 민영방송 콘텐츠를 규제하는 주미디어기구(Landesmedienanstalten)는 별도의 규제를 실시하지 않는다(협정 20조3항 및 5항).

한편 자율규제기구는 KJM으로부터 기구인증을 받아야 한다. 어린이·청소년의 인격 형성에 영향을 끼칠 수 있는 것으로 판명된 콘텐츠일 경우, 방송·텔레미디어의 콘텐츠 유포 또는 접근 허용 시간은 23~06시로 제한되며 16세 이하의 경우 22~06시로 제한된다. 또한 협약 5조4항은 청소년보호법도 제14조 2항에 의거하여 12세 이하의 어린이에게 허용되지 않는 영화의 경우 방송시간·전송시간에 주의하도록 하고 있다. 협약은 청소년보호법에 규정되지 않은 영화의 경우, 공영방송(ARD와 ZDF)과 KJM 또는 자율규제기구가 각각 마련하고 있는 청소년보호지침(Jugendschutzrichtlinie)에 따라 방송시간을 제한할 수 있도록 했다.

나아가 협약은 전국단위 TV방송사업자의 경우 청소년보호담당관(Jugendschutzbeauftragte) 1인을 두도록 했다(7조). 청소년보호담당관은 콘텐츠 생산, 이용, 계획, 구성 등을 검토하여 특정 콘텐츠의 공급을 제한하거나 중단하도록 사업자에 자문하는 기능을 담당한다³⁾. 다만 직원 50명 이하 또는 연간 월평균 방문객수 1,000만명 이하의 텔레미디어사

업자, 그리고 전국단위가 아닌 TV방송사의 경우는 자율규제기구에 가입함으로써 청소년 보호담당관을 두지 않아도 된다. 한편 주미디어기구가 민영방송의 디지털콘텐츠에 대해 협약 제5조의 준수 여부를 판단할 수 있도록 했다(8조 및 9조).

청소년보호법은 청소년보호와 청소년유해물의 배포에 대한 규제를 포괄하고 있으며 특히 서적, 비디오, CD, CD롬, DVD 등 이른바 전달매체(Traegermedien)를 통한 콘텐츠 배포·유통·광고를 규제하고 있다. 동법에 따라 컴퓨터 게임과 전자게임기에 대해 극장·비디오 영화의 연령제한 표시가 의무화되어 있다. 동법은 연방 청소년 유해미디어 심의국(Bundesprüfstelle fuer jugendgefaehrdende Medien)의 권한을 크게 강화했는데, 심의국이 전달매체와 텔레미디어에서의 등급부여, 청소년유해미디어목록 도입 등의 사안을 담당하도록 했다. 한편, 각 매체별 자율규제기구로는 TV자율규제협회(Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen, 이하 FSF)와 영화자율규제협회(Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft, 이하 FSK) 그리고 오락소프트웨어 자율규제협회(Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle, 이하 USK) 등이 자율규제활동을 해오고 있다.

3) 편성의 비율: 유럽프로그램 진흥

방송 프로그램 편성 관련하여 별도의 규정은 없으나, 방송국가협약(제6조)에 근거하여 독일어권 및 유럽연합(EU)에서 제작된 극영화, 방송용 영화, TV연속극, 다큐멘터리 등 일정 비율을 방영하도록 규제하고 있다. 물론 이때에도 편성비율은 방송사의 자율로서, 공영방송은 자체 편성지침을 마련하고 있다. 민영방송 역시 자율적으로 방송편성에 임하며,

-
- 3) 공영방송은 청소년미디어보호지침을 마련하여 동 협약 5조4항을 준수하는 것으로 명시하고 있다. 다만 청소년보호법에 따라 주청소년보호청(oberste Landesjugendbehoerde) 또는 자율규제기구로부터 어린이·청소년에 허용되지 않은 영화로 판단되는 경우, 자체적으로 영화등급평가를 실시할 수 있다(지침 1조5항 및 6항). 이때 등급평가 및 방송시간 편성의 기준으로 12세 이하의 어린이와 12~16세의 청소년 그리고 16~18세 청소년들로 분류된 각 연령대의 판단능력이 고려되고 있으며, 최신 영화등급평가지 적용된 기준이 참조될 수 있다. 나이가 어린이·청소년의 일상적 경험에 대한 시나리오의 근접성과 영화의 각 맥락이 고려되도록 했다. 한편 각 지역공영방송사마다 청소년보호담당관 1인씩을 별도로 두고 있다.

주방송법이 규정하고 있는 방송윤리규정을 자율적으로 준수하도록 하고 있다. 민영방송의 경우 뉴스·시사, 다큐멘터리, 종교프로그램 방영시 방송국가협약(44조5항)에 따라 최소 30분 이상을 방영하도록 의무화하고 있다. 한편 주요 공·민영 방송사들의 편성비율을 보면, 지난 2008년 ARD의 경우 전체 편성범위 내에서 전체 픽션장르 중 69%가 국내제작 및 해외공동 제작물로 편성됐고, 10%가 유럽 내 다른 회원국 제작물이었으며 미국제작사 제작물은 20%인 것으로 나타났다. ZDF의 편성 비율도 이와 대동소이하다. 다만 민영방송의 경우, 프로지벤(Pro7)이 전체 편성에서 픽션 즉 오락을 포함하는 장르가 50% 정도에 이르는데, 방송된 픽션 장르의 80%가 미국제작물로서, 이는 유럽연합 TV방송지침(EU-Fernsehrichtlinie)을 위반한 것이다. 또다른 대형 민영방송사인 에르테엘(RTL)과 자트라인스(SAT1)의 경우 미국제작물은 감소를 추세고 있다. 프로지벤을 제외하면 EU TV 방송지침과 방송국가협약을 준수하고 있는 셈이다.

4. 공영방송의 편성지침을 통한 규제

ZDF가 격년 간격으로 발표하는 방송 제작·편성 지침 ‘2011~2012년도 방송책무 성명’(Selbstverpflichtungserklärung)(이하 지침)의 핵심은 △ 뉴미디어환경 적응 △ 미디어융합 흐름 주도 △ HD-TV 사업 역량의 강화로 요약된다. 이에 따르면 현대 트렌드에 걸맞고 젊은 세대에게 어필할 수 있는 방송 프로그램을 제작·편성하고, 미디어융합 서비스 확장에 방송 역량이 집중된다. 그리고 현대 사회의 변화에 적합한 프로그램 콘텐츠 포트폴리오를 갖추고, 다양한 콘텐츠를 제공하며, 특히 TV 매체의 강점인 생방송·특별방송 프로그램 제작·편성을 크게 늘리고 또한 영상언어의 기능을 최대한 발휘하기 위해 HD급 제작물도 대폭 늘린다. 크로스미디어 프로그램 포맷 제작이 늘고, 시청자 참여도 강화되는 추세이다.

정보 프로그램은 종전과 마찬가지로 주력 프로그램 편성량의 절반가량을 차지한다. 정보 프로그램은 ‘속보성’, ‘구체성’, ‘맥락 분석’의 세 가지 요소가 강화된다. 지침에 따르면 정보 공급은 시민의 사회참여를 위한 기본조건으로, 중대한 정치·사회적 사건과 관련해서는 특집 생방송 편성을 강화할 방침이다. TV 시사매거진 프로그램들이 다루는 주제들도 다양성을 넓히고 방송시간을 늘릴 계획이다. 뉴스 프로그램은 분석보도와 해설이 강화되고 보도화면의 비주얼 처리가 강화된다. 정치·사회 테마에서 다큐드라마, 다큐소

프 포맷이 강화되며, 최근 경제위기 이후 사회 인식이 더욱 높아진 데 따라 경제 테마는 뉴스, 다큐, 시사프로 뿐만 아니라 토크쇼와 매거진에서도 더욱 활발하게 다룰 계획이다. 특히 경제 문제는 점증하는 지구환경 문제와 관련하여 다루어지게 된다. 해외정보와 유럽 연합(EU) 보도에서는 독일 자국 내 문제와의 관련성을 강조하고 있다. ZDF 보도본부 유럽편성국은 유럽 시사매거진 「호이테 인 유럽」(heute in Europa)에서 유럽통합의 과정을 지금과 마찬가지로 꾸준히 추적하고, 리사본 조약 실현 과정과 유럽의회 행보를 중점 보도할 예정이다. 지침에는 2012년 대한민국 여수 엑스포(Expo)도 주요 중계행사 일정으로 언급되어 있다.

지침에서 명시된 문화·교육 프로그램의 주요 요소는 ‘구체성’, ‘이해도’, ‘맥락화’라는 세 가지 요소로 요약된다. ZDF의 대표적인 문화다큐 시리즈인 「테라-X」(Terra-X)를 중심으로, 문화·교육 콘텐츠는 ZDF가 보유한 모든 채널에서 다루되 공연, 중계보도, 영화, 매거진, 다큐 등 고전적 문화·교육 포맷을 최신 대중문화 트렌드에 맞춰 확장시킬 방침이다. ZDF는 다양한 채널을 요구하는 시청자의 시청욕구가 매체시장의 표준이 된 현실에서 디지털 전문채널과 온라인 서비스를 확대할 방침이라고 설명하고 있다. 지난해 ZDF는 디지털 다큐 전문채널인 ‘ZDF다큐’(ZDFDoku)를 확대·개편하여 핵심 경제활동 인구인 25~49세를 겨냥한 디지털 전문채널 ‘ZDF네오’(ZDFNeo)를 출범시켰다. 그리고 지난 1999년 출범한 디지털 공연예술 전문채널 ‘ZDF테아터카날’(ZDFTheaterkanal)은 확대·개편하여 오는 2011년 4월 문화 전문채널 ‘ZDF쿨투어’(ZDFKultur)를 출범, 시청각 요소를 더욱 강화할 예정이다.

ZDF의 막강한 문화 콘텐츠들은 젊은 세대에게 매력적인 콘텐츠로 인식되고 ZDF 브랜드 가치 상승에 기여할 것으로 전망된다. ‘ZDF 쿨투어카날’은 고급문화와 대중문화의 경계지대에 있는 젊은 세대를 겨냥한 디지털문화 전문채널로, 고급문화는 물론 팝음악에서 애니메이션까지 동시에 편성되며, 독일-스위스-오스트리아 3국 공동채널인 ‘드라이자트’(3sat)와 독일-프랑스 공동예술채널인 ‘아르테’(arte)에 제공되는 고급 대중문화 콘텐츠가 공유된다. 종전과 마찬가지로 사회문화 관련 논쟁과 각종 문화행사 보도가 뉴스, 매거진, 다큐 등에서 방송되며 비평적 성향의 영화제인 베를린영화제, 각종 지역 연극제, 클래식 음악 등이 다양한 프로그램에서 정기적으로 편성된다. 신간 소개와 문학작품, 영화제작도 종전

수준을 유지된다. 독일 작가 막스 프리슈(Max Frisch)의 재발견과 실러 연극제 프로그램 등이 제작될 예정이고 내년 초반 철학일반 관련 프로그램에 이어 2012년 루소 철학 프로그램 등이 예정되어 있다.

매체소비시장 변동에도 시청수요가 꾸준히 유지되는 장르인 픽션 부문에서는 다소간의 연성화가 예상된다. 지침에 따르면 종전과 달리 TV영화·시리즈물 편성에서 코미디 장르의 편성이 늘어난다. 독일 자국 영화의 편성도 늘어나지만 유럽적 내러티브와 드라마투르기에 기반한 작품 선정이 늘어날 전망이다. 일요 TV 영화 편성시간대에는 할리우드와 독일 영화배우들로 구성된 로맨틱 영화 또는 로맨틱 신화물이 집중 편성된다. 일요일 밤 10시 방송되는 수사물은 대거 북유럽 작품들로 편성된다. 최근 인기를 얻고 있는 독일 범죄 수사 심리시리즈 「플레밍」(Flemming) 이외에 수사시리즈물을 1편 더 제작·편성할 계획이다. 극작용 영화 방송은 월요일 밤의 「월요키노」(Montagskino)와 공휴일 및 일요일 방송되는 「키노-마기」(Kino-Magie)가 종전대로 편성된다.

오락적 요소는 점차 TV매체의 보편적 속성이 되어가고 있다. 이에 대한 ZDF의 대응전략은 팩추얼 엔터테인먼트(Factual Entertainment)로, 오락·정보 혼합 하이브리드 포맷을 강화하려는 이유도 여기에 있다. 지침에 담긴 팩추얼 엔터테인먼트 프로그램 방침은 유용한 정보를 오락적 형태로 전달받으려는 시청자의 욕구를 충족시키기 위한 대응전략이다. 오후 편성시간대에는 최신 사회 문화 트렌드를 ‘체험’의 맥락 속에서 전달하는 포맷들이 방송될 전망이다. 현재 독일 방송계 최고 MC로 군림하는 외르크 필라바(Joerg Pilawa)가 최근 전격 영입돼 올 가을부터 ZDF 퀴즈쇼 진행을 맡고 있으며, 내년부터는 수요일 및 토요일 저녁쇼 진행은 물론 대형 이벤트쇼도 맡게 된다. 코미디 프로그램과 요리 다큐쇼프 등은 내용 개편이 있지만 종전과 변함없이 편성된다.

이외에도 ZDF는 막강한 콘텐츠를 기반으로 스포츠, 사건·사고 등 생중계 방송과 HD 고화질 프로그램을 대폭 늘려 인터넷 등과의 매체소비 경쟁에서 우위를 점하려고 하고 있다. 이른바 ‘체험사회’로의 진입에 따라 생방송 확대와 고화질 TV가 선언의 핵심을 이루고 있다. 유튜브, ZDF 온라인 포털 등 웹 2.0 활용은 물론 동영상과 크로스미디어 콘텐츠 제작을 강화할 방침이다. 먼저 간판 다큐프로그램인 「테라 X」가 3D 다큐로 제작되고 새로운 수사 시리즈물도 멀티미디어 제작 방식으로 만들어진다. 이와 관련해 지침에서는

모든 시청자에게 동등한 정보 접근을 가능하게 하는 것이 방송의 사회적 책임이라고 밝히고 있다. 또한 사회체제 유지를 위해서는 차별을 두지 않는 정보 접근권이 필수적이라는 것이 지침의 내용이다.

제5절 일본의 지역방송 편성규제

1. 일본 지역방송 규제 개요

일본의 방송정책은 다원성, 다양성, 지역성을 이념으로 한다. 현(県)을 단위로 방송서비스를 제공하는 지상파방송은 지역에 뿌리를 내린 정보전송미디어로 자리매김되었다. 특히 지역성은 ‘알권리’와 ‘지방자치’의 관점에서 중요성을 가진다. 지역성 확보를 위해 지역프로그램의 편성비율을 의무화하는 등 직접적인 규제보다는 현역(県域)면허제도와 ‘매스미디어집중배제원칙’(マスメディア集中排除原則)을 통한 소유제한 등 간접규제를 채택하고 있다. 지역프로그램 편성비율 규제나 지역 제작사 비율을 의무화하는 등 직접 규제는 헌법에서 보장한 ‘표현의 자유’나 방송법에서 규정한 ‘방송프로그램 편성의 자유’를 제약할 우려가 있기 때문에 적용에는 소극적이다.

2. 일본의 지역방송 편성규제

방송법에서는 교양, 교육, 보도, 오락프로그램을 균형있게 편성해야 한다는 규정(프로그램 조화원칙)은 있지만, 지역방송 편성비율을 규제하지는 않는다. 방송프로그램편성의 자유를 인정하기 때문이다. 즉 방송프로그램은 법률에서 정한 경우가 아니면 누구에게도 간섭이나 규율을 받지 않는다(제3조)는 것이다.

그렇다고 지역방송 편성규제가 전혀 없는 것은 아니다. 간접적인 방법으로 지역방송의 편성을 규제한다. 우선 지상파방송사업자에게는 지역면허가 교부된다. 현역면허제도는 헌법에서 기본적인 이념으로 내건 ‘지방자치’에 방송이 기여해야 한다는 것을 전제로 한다. 일반적으로 지상파방송의 방송대상지역은 현을 원칙으로 한다(현역방송). 다만 도쿄, 오사카, 나고야와 같은 광역권에서는 4~5개 지역을 묶어 하나의 방송대상지역으로 한다

(광역방송).⁴⁾ 또한 방송법에서는 총무대신에게 ‘기간방송보급계획’(基幹放送普及計画)을 통해 지상파방송의 계획적 보급 및 발전을 위한 조치를 강구하도록 요구하고 있다(제91조). 이에 따르면, 지상파민방은 구성과 운영에서 지역사회에 기반을 두고 있어야 하며, 지역사회의 요망에 부응해야 한다. 또한 방송대상지역마다 방송국의 수를 설정하고 있다. NHK의 경우 광역방송은 1국, 현역방송은 1국을 설치할 수 있다. 민방은 광역방송은 4~5국(도쿄광역권은 5국), 현역방송은 1~5국(광역방송에 속한 현은 1국, 나머지는 시장의 크기에 따라 설정)이다.

둘째, 방송프로그램 공급협정을 제한한다. 지상파방송사업자는 계열국간에 편성, 보도, 제작, 영업 등 모든 부분에서 협력관계를 구축하기 위한 네트워크협정을 체결하고 있다.⁵⁾ 이러한 네트워크협정은 로컬국의 프로그램 편성을 제약하며, 자체 제작 프로그램을 감소시키는 약점을 가지고 있다. 이에 방송법에서는 지상파방송사업자가 특정 사업자에 게만 프로그램을 공급받다는 조항을 포함한 방송프로그램 공급에 관한 협정을 체결해서는 안 된다(제110조)고 규정하고 있다.

셋째, 매스미디어집중배제원칙을 통한 소유제한과 출자제한으로 다원성을 확보하고 이것이 지역성을 유지하는데도 기여한다고 본다. 매스미디어집중배제원칙에서는 주파수의 희소성, 방송의 사회적 영향력을 근거로 특정 사업자나 개인이 소유하거나 지배할 수 있는 방송국 등의 수를 제한한다. 방송법에서는 방송을 통한 표현의 자유를 최대한 많은 사람이 향유할 수 있도록 방송사의 소유와 지배를 제한한다고 규정하고 있다(제93조). 지상파민방은 방송대상지역이 인접한 복수의 방송국을 지배할 수 없으며, 신문·라디오(AM)·텔레비전의 3대 미디어 동시지배도 불가능하다.

넷째, 방송행정에서는 지상파방송을 현을 중심으로 한 ‘지역밀착형’ 방송으로 규정, 기간방송미디어로서의 역할을 요구하고 있다. CATV도 ‘지역밀착형’ 방송이지만, 기초지자체(市町村)를 방송대상지역으로 한다. 위성방송과 IPTV는 전국방송을 한다. 이러한 방송미디어의 역할과 위상은 재면허 교부시 이행여부를 평가하는 중요한 지표가 된다.

4) 도쿄지역을 방송대상지역으로 하는 방송사업자를 ‘키스테이션’ 혹은 ‘키국’이라 부른다.

5) 네트워크협정을 체결하지 않은 방송사업자는 독립U국이라 불리며 현재 13사가 있다.

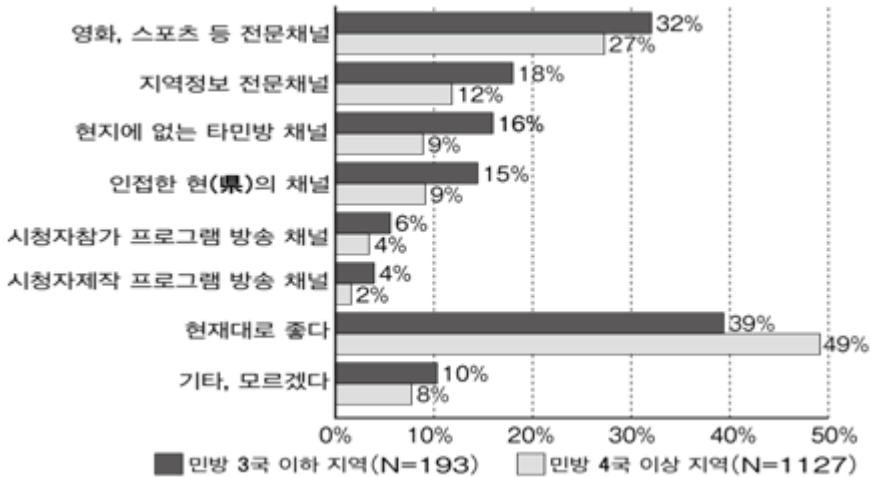
〈표 3-6〉 방송미디어의 역할과 위상

지역밀착형 (기초지자체)	지역밀착형 (현역)	전국방송		
CATV	지상파방송	위성방송		
자주방송 (커뮤니티채널) 재송신	기간방송미디어	BS	동경110도 CS	CS
		준기간방송미디어	BS와 CS의 중간	다채널 전문방송

* 출처: 河内明子(2006). ‘通信・放送融合’が迫る放送制度の見直し. 《レファレンス》(2006年4月号), p. 112.

한편 시청자도 지상파방송에서 지역정보를 제공하기를 원하는 경향이 강하다. NHK방송 문화연구소가 2009년에 실시한 ‘일본인과 미디어에 관한 여론조사’에 따르면, 지상파민방이 적은 지역에서는 채널수에 만족하는 비율이 40%에 머물렀다. 또한 원하는 채널로는 ‘현지 지역정보를 전문으로 제공하는 채널’, ‘현지에 없는 민방네트워크의 채널’, ‘인접 지역의 민방채널’이 많았다. 이는 민방채널이 적은 지역에서 상대적으로 높게 나타났다. 특히 자연재해가 많은 일본에서는 로컬국의 지역정보에 대한 의존도가 높다.

[그림 3-2] 증가를 원하는 채널



* 출처: 村上聖一(2010). 民放ネットワークをめぐる議論の変遷: 発足の経緯, 地域放送との関係, 多メディア化の中での将来. 《NHK放送文化研究所年報2010》p. 46.

3. 일본의 지역방송 편성규제의 현황

이러한 간접규제에도 불구하고 지역프로그램 편성비율은 높지 않다. 이유는 제도적 이념과 현실의 괴리 때문이다. 우선 매스미디어집중배제원칙을 통한 소유규제와 출자제한은 유명무실해졌다. 지상파방송의 디지털전환 과정에서 경영악화를 이유로 소유규제는 완화되었으며, 방송지주제도가 도입되었다. 2008년 4월 방송지주회사제도가 도입되면서 사실상 복수국 지배금지는 사라졌다. 방송지주회사는 키국과 계열국, 방송국 자회사 및 관련회사 등을 산하에 거느릴 수 있다. 방송지주회사가 거느릴 수 있는 방송국의 수는 최대 12개이다. 가중치를 적용, 도쿄지역은 7, 오사카지역은 6, 나고야지역은 3, 기타 현역 방송은 1로 계산된다.

방송프로그램 공급협정 제한도 무력화된 상태이다. 네트워크는 법적 규정이 없으며, 키국과 로컬국의 네트워크협정도 내용과 운영에서 다양하다. 기능면에서 보도기관으로서의 네트워크, 프로그램공급으로서의 네트워크, 영업상의 네트워크 등 3가지 측면을 동시에 가지고 있다. 이러한 네트워크는 자본관계가 있는 신문사, 광고분야에서 밀접한 관계에 있는 광고대리점, 방송정책을 주관하는 총무성 등과의 관계를 가지며 발전해 왔다.⁶⁾ 방송법에서는 방송프로그램 공급협정을 제한하고 있지만 계열관계에 있는 키국의 프로그램을 주로 공급받고 있다. 키국과의 업무협정은 로컬국의 프로그램편성을 제약한다. 로컬국이 프로그램을 제작하더라도 키국이 방송시간대를 지배하기 때문에 시청자의 접근이 용이한 시간대에는 방송하지 못하는 것이 현실이다.

한편 로컬국의 자체 제작 프로그램 비율은 방송시장이 큰 지역에서는 20%를 웃돌기도 하지만, 키국을 제외한 로컬국(122국) 평균은 10% 정도에 머물고 있다. 또한 프로그램 제작능력도 키국에 집중되어 있기 때문에 키국이 프로그램 제작을 주도하고 있다.

6) 현재 네트워크 가맹국 수는 NTV 계열의 NNN(Nippon News Network)에 30국, TBS 계열의 JNN(Japan News Network)에 28국, 후지TV 계열의 FNN(Fuji News Network)에 28국, TV아사히 계열의 ANN(All-Nippon News Network)에 26국, TV도쿄 계열의 TXN(TXN Network)에 6국이다.

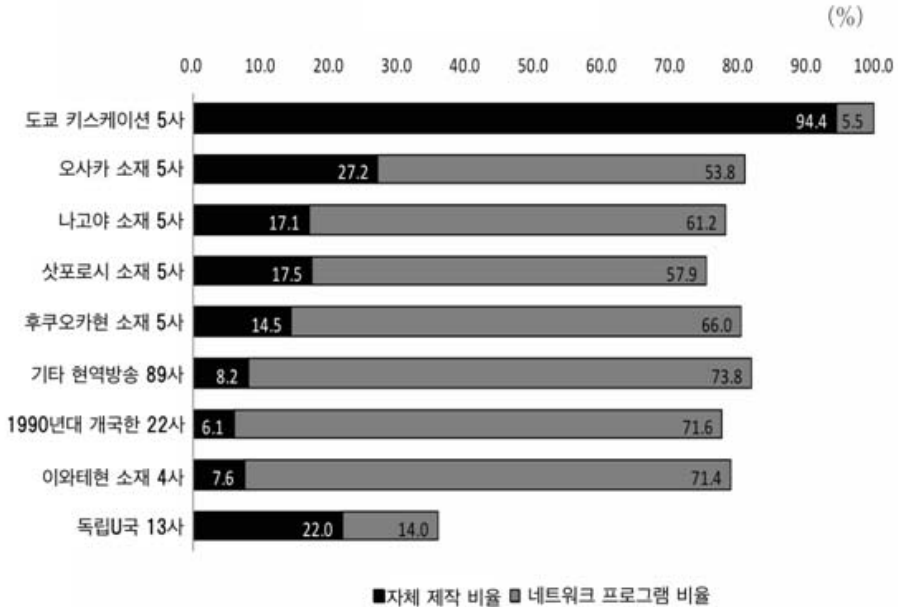
<표 3-7> 키스케이션과 로컬국의 프로그램 공급 관계(2008년도)

	TBS	NTV	후지TV	TV아사히	TV도쿄	키국 이외	합계
JNN	57.7%	0.4%	0.8%	1.5%	4.0%	10.5%	74.9%
NNN	0.3%	59.7%	1.0%	1.4%	2.5%	14.3%	79.2%
FNN	-	0.5%	60.8%	2.6%	2.6%	10.5%	77.0%
ANN	-	1.0%	3.0%	61.5%	1.2%	10.7%	77.4%
TXN	-	-	-	-	61.4%	3.3%	64.7%
크로스 네트워크	6.6%	29.4%	30.7%	6.5%	2.0%	8.8%	84.0%
독립U국	0.1%	0.1%	-	0.1%	12.1%	10.0%	22.4%
키국	-	-	-	-	-	6.4%	6.4%

* 출처: 총무성 내부자료

* 크로스 네트워크는 하나의 방송사업자가 복수의 키국과 뉴스협정을 체결한 경우(후쿠이현, 오이타현, 미야기현). 독립U국은 도쿄, 오사카, 나고야의 광역권역에서 계열에 속하지 않은 방송국.

[그림 3-3] 지역별 프로그램 편성비율(2011년)



* 출처: 伊藤裕顕(2012). メディア競争時代における民放ローカル局の番組制作について: ドキュメンタリー制作・編成の意義. 東北大学大学院 情報科学研究科 修士学位論文, p.11.

주: 일본민간방송연맹연보2011에서 인용해 작성, 조사기간은 2011년 4월 4일부터 10일까지. 네트워크 프로그램은 5대 네트워크를 통해 전송되는 프로그램 합계 비율. 오사카, 나고야 소재 방송사 가운데 4사는 광역면허방송국. 기타 현역방송 89사는 네트워크 가맹국으로 이와테현 소재 방송국을 포함.

제4장 지역방송 자체제작역량 분석

제1절 지역방송 자체편성현황 분석

1. KBS지역총국 자체편성비율

KBS지역국의 경우 방송법상 자체편성비율이 명시되어 있지 않지만 독자적으로 자체편성을 하고 있다. KBS지역국의 경우 지역총국 중심으로 평균 9% 정도 자체편성을 하고 있으며, 이 가운데 순수 자체제작 프로그램의 편성 비율은 평균 8% 정도를 차지하고 있어 대부분을 자체제작하고 있음을 알 수 있다. 그러나 KBS지역총국의 순수자체제작비율이 지역MBC나 지역민방에 비해 낮은 비율을 차지하고 있어 자체편성비율을 조정할 필요가 있을 것으로 보여진다.

<표 4-1> KBS지역국 자체제작비율(2011년 기준)

방송국	자체제작프로그램 편성시간량			연간전체 방송시간량	자체편성 프로그램 비율(%)	자체제작 프로그램 비율(%)
	독점제작 프로그램 편성시간 (A)	공동제작 프로그램 편성시간 (B)	합계 (A+B)			
KBS대전	34,794분	6,101분	40,895분	441,230분	9.27%	7.89%
KBS청주	31,692분	4,697분	36,389분	412,160분	8.83%	7.69%
KBS광주	35,230분	2,807분	38,037분	411,095분	9.25%	8.57%
KBS전주	32,460분	4,176분	36,636분	411,765분	8.90%	7.88%
KBS대구	31,505분	5,392분	36,897분	411,870분	8.96%	7.65%
KBS부산	34,840분	5,060분	39,900분	411,765분	9.69%	8.46%
KBS창원	26,008분	9,111분	35,119분	411,765분	8.53%	6.32%
KBS춘천	32,767.5분	4,454.5분	37,222분	411,565분	9.04%	7.96%
KBS제주	33,279분	2,358분	35,637분	411,765분	8.65%	8.08%
평균					9.01%	7.8%

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2011년 기준)를 재구성

2. 지역MBC 자체편성 비율

지역MBC의 경우 지역KBS와 마찬가지로 방송법상에 자체편성 비율이 명시되어 있지 않아 독자적으로 자체편성을 실시하고 있다. 지역MBC의 경우 전체편성에서 차지하는 자체편성비율 평균이 14.4%이나 순수 자체제작프로그램의 편성비율은 평균 8%정도로 절반에 그치고 있다.

구체적으로 살펴보면, 대전MBC의 경우는 자체편성비율 16.78% 중에 순수 자체제작프로그램 비율이 15.62%를 차지하고 있어 대부분을 자체제작하고 있는 것으로 나타났다. 충주MBC의 경우도 자체편성비율 13.59% 중 12.37%를 자체제작하고 있는 것으로 나타났다. 하지만 대부분의 지역MBC의 경우 순수 자체제작비율이 절반정도에 그치고 있고, 나머지는 공동제작이나 외주제작 등의 형태로 편성하고 있는 실정이다.

<표 4-2> 지역MBC 자체제작비율(2011년 기준)

방송국	자체제작프로그램 편성시간량			연간전체 방송시간량	자체편성 프로그램 비율(%)	자체제작 프로그램 비율(%)
	독점제작 프로그램 편성시간 (A)	공동제작 프로그램 편성시간 (B)	합계 (A+B)			
부산MBC	44,790분	24,520분	69,310분	419,000분	16.54%	10.69%
대구MBC	41,137.5분	29,030분	70,167.5분	417,600분	16.80%	9.85%
광주MBC	38,553분	24,045분	62,598분	419,000분	14.94%	9.20%
대전MBC	65,080.5분	4,820분	69,900.5분	416,675분	16.78%	15.62%
전주MBC	40,204분	18,520분	58,724분	419,000분	14.02%	9.60%
창원MBC	33,348분	17,745분	51,093분	419,000분	12.19%	7.96%
춘천MBC	13,830분	48,495분	62,325분	419,140분	14.87%	3.30%
청주MBC	27,160분	31,015분	58,175분	438,445분	13.27%	6.19%
제주MBC	35,007.5분	25,635분	60,642.5분	418,105분	14.50%	8.37%
울산MBC	32,555분	29,110분	61,665분	419,000분	14.72%	7.77%
진주MBC	22,780분	22,360분	45,140분	438,445분	10.30%	5.20%
목포MBC	47,467.5분	20,415분	67,882.5분	419,000분	16.20%	11.33%
여수MBC	45,269분	27,565분	72,834분	438,445분	16.61%	10.32%
안동MBC	28,775분	24,730분	53,505분	418,375분	12.79%	6.88%
원주MBC	19,844분	46,905분	66,749분	419,000분	15.93%	4.74%
충주MBC	51,705분	5,115분	56,820분	418,080분	13.59%	12.37%
삼척MBC	14,495분	46,145분	60,640분	419,000분	14.47%	3.46%
포항MBC	24,532.5분	26,228분	50,760.5분	419,000분	12.11%	5.86%
강릉MBC	14,127분	43,950분	58,077분	419,000분	13.86%	3.37%
평균					14.45%	8.00%

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2011년 기준)를 재구성

3. 지역민방 자체편성비율

2011년 방송통신위원회의 고시에 따르면, 부산의 KNN을 비롯한 주요 광역도시 4개 민방은 매월 기준SBS와 가은 한 사업자의 방송프로그램을 69%이상 편성할 수 없고, 전주방송 등은 71%, 강원민방은 77% 이상을 편성할 수 없도록 하고 있다. 이에 따라 지역민방은 30%내외의 프로그램을 자체제작하거나 공동제작 및 구매 등을 통해 편성하여 방송하고 있다.

지역민방의 순수 자체편성 비율은 24.2~29.3%내외인 것으로 나타났다. 이 가운데 순수 자체제작비율은 12.0~21.5%인 것으로 나타나 방송사별로 편차를 보이고 있다. 지역민방의 경우 자체편성비율 평균이 전체편성에서 25.6% 정도 차지하고, 이 중 순수 자체제작비율은 평균은 15.5%이다. 그럼에도 불구하고 지역MBC와 KBS지역총국에 비해 자체편성비율과 자체제작비율이 높은 특징을 보였다.

<표 4-3> 지역민방 자체제작비율(2011년 기준)

방송국	자체제작프로그램 편성시간량			연간전체 방송시간량	자체편성 프로그램 비율 (%)	자체제작프 로그램비율 (%)
	독점제작 프로그램 편성시간 (A)	공동제작 프로그램 편성시간 (B)	합계 (A+B)			
KNN	85,427분	31,148분	116,575분	397,991분	29.29%	21.46%
울산방송	52,974분	47,538분	100,512분	403,276분	24.92%	13.14%
대구방송	64,202분	37,113분	101,315분	404,207분	25.07%	15.88%
광주방송	59,462분	46,695분	106,157분	403,987분	26.28%	14.72%
전주방송	63,410분	34,615분	98,025분	405,534분	24.17%	15.64%
대전방송	48,823분	42,445분	91,268분	404,124분	22.58%	12.08%
청주방송	64,003분	44,243분	108,246분	400,922분	27.00%	15.96%
강원민방	63,340분	35,780분	99,120분	392,735분	25.24%	16.13%
제주방송	56,880분	45,200분	102,080분	401,527분	25.42%	14.17%
평균					25.56%	15.46%

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2011년 기준)를 재구성

제2절 지역방송 자체편성 역량 분석

1. 지역방송 자체제작역량분석 필요성

지역방송의 자체편성 프로그램 의무규정은 자체적으로 프로그램을 제작 편성하여 지역성을 구현하라는 취지에서 나왔다. 그러나 실제 지역방송의 자체편성 프로그램 중 순수 자체제작프로그램의 비율은 매우 낮은 실정이어서 자체편성 비율을 준수하라는 당초 취지가 퇴색되고 있다. 이에 따라 지역민방의 자체제작역량 분석을 통해 적절한 자체제작비율을 적시하는 것이 필요하다.

또한 KBS지역총국과 지역MBC의 경우 방송법상 자체편성 비율이 명시되어 있지 않고, 독자적으로 자체편성을 하고 있는 실정이다. 그러나 KBS지역총국의 경우 공영방송으로서 자체편성비율이 기타 지역방송사업자에 비해 낮다는 비판이 제기되고 있고, 지역MBC의 경우 자체편성비율 중 자체제작비율을 좀 더 높일 필요가 있다는 지적이 제기되고 있다. 또한 지역민방의 경우 현행 자체편성비율의 적정성에 대한 지적이 제기되고 있다.

따라서 지역방송의 자체편성 비율 규제를 개선하기 위해 지역방송의 제작인력 현황, 제작장비 현황, 매출액 대비 제작비 비중, 순수자체제작비율 정도, 자체제작프로그램 시청률 등의 제작역량을 객관적으로 파악하여 자체제작역량에 따라 얼마만큼의 자체제작을 할 수 있는지를 살펴볼 필요가 있다. 이를 위해 지역방송의 자체제작 능력을 하나의 지수로 만들어 지역방송의 자체제작 역량을 비교분석 하고자 한다.

2. 지역방송 자체제작역량분석 기본자료 산정 기준

자체제작역량지수 산출을 위한 기본자료 산정 기준은 다음과 같다. 우선 평가대상은 KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방 총 37개 방송사이다. KBS 지역총국은 대전, 청주, 광주, 전주, 대구, 부산, 창원, 춘천, 제주 등 9개 지역총국을 대상으로 하였다. KBS 지역국의 경우 프로그램 제작이 지역총국 중심으로 이뤄져 총국이 아닌 지역국의 경우 자체편성비율이 저조하여 평가대상에서 제외하였다. 지역MBC는 부산, 대구, 광주, 대전, 전주, 창원, 춘천, 청주, 제주, 울산, 진주, 목포, 여수, 안동, 원주, 충주, 삼척, 포항, 강릉 등 19

개사를 대상으로 하였다.⁷⁾ 지역민방은 KNN, 대구방송, 광주방송, 대전방송, 울산방송, 전주방송, 청주방송, 강원민방, 제주방송 등 9개 방송사를 대상으로 하였다. 평가항목은 KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방의 제작인력 수, 제작장비 구비정도, 매출액 중 제작비 비중, 자체제작 비율, 시청률 등 5개 항목을 평가하였다.⁸⁾

〈표 4-4〉 지역방송 자체제작역량지수 산정기준

지역방송 자체제작역량지수 산정기준
○ 평가대상: KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방 총 37개 방송사 ○ 평가항목: 각 방송사의 제작인력 수, 제작장비 구비정도, 매출액 중 제작비 비중, 자체 제작비율, 시청률 등 5개 항목 평가

제3절 지역방송 자체제작역량지수

1. 지역방송 자체제작역량지수 평가 산출방식

1) 평가점수 산정 기준

(1) 제작인력 산출방식

제작인력 현황은 각 지역방송사별로 기자, PD, 아나운서, 제작관련, 기타방송직 등 방송직에 종사하는 인력현황을 종합적으로 합산해 파악하였다. 제작인력 현황에 관한 자료는 KBS지역총국의 경우 방송통신위원회 내부자료(2010년 기준 자료)를 참고하였다. 지역

7) 지역 MBC 중 진주MBC와 마산MBC는 법인이 통합되었지만 본 연구의 연구 자료의 일부가 방송사의 통합이전인 2010년을 기준으로 하였기 때문에 독립적으로 구분하여 평가하였다.

8) 지역방송 자체제작역량 평가를 위해 사용한 세부 자료는 첨부한 <부록 1> ‘지역방송 자체제작역량지수 평가 세부 자료’에 제시하였다.

MBC, 지역민방의 제작인력 현황 자료는 2011년 방송산업실태조사보고서(2010년 기준 자료)를 참고하였다.

제작인력 현황 점수는 제작인력 수가 가장 높은 방송사의 점수를 100점으로 환산하고, 나머지 방송사의 점수는 환산된 100점을 기준으로 평가하였다. 즉 지역방송사 중 제작인력이 가장 많은 방송사를 100점 만점을 부여해 기준 방송사로 삼고 이를 기준으로 상대적으로 다른 방송사가 어느 정도 제작인력을 보유하고 있는지를 평가하였다. 이를 계산식으로 정리하면 다음과 같다.

$$* \text{제작인력 환산점수} = \frac{\text{개별방송국 제작인력수}}{\text{방송사 중 최고점 제작인력수}} \times 100$$

예를 들어 KBS대전총국 제작인력 환산 점수를 계산하자면, 먼저 제작인력수가 가장 높은 대구방송의 점수 158점을 100점 만점으로 환산하였다. 이를 기준으로 KBS대전총국 제작인력인 69명을 점수로 환산하면 대구방송의 44% 수준이 되어 100점 만점의 점수로는 44점이 된다.

$$* \frac{KBS대전총국 \text{ 제작인력수}(69)}{\text{대구방송 제작인력수}(158)} \times 100 = 44$$

<표 4-5> 지역방송 제작인력 산출방식 예시

지역국	방송직 제작 인력						제작인력 환산점수
	기자	PD	아나운서	제작관련	기타	소계	
KBS대전	29	19	8	13		69	44
KBS청주	22	14	5	9		50	32
.	.	.	.	.	.	.	.
.	.	.	.	.	.	.	.
.	.	.	.	.	.	.	.
대구방송	39	25	4	14	76	158	100
광주방송	30	13	2	18	3	66	42

(2) 제작장비 산출방식

제작장비 현황은 각 지역방송사별 제작시설 및 송출시설의 세부현황, 그리고 제작시설 면적으로 나누어 살펴보았다. 제작시설은 스튜디오, 종합편집실, 개인편집실, 녹음실, 중계차 등의 시설 수 현황을 파악하였다. 송출시설은 주조정실 아카이브시스템, 기타설비 등의 시설 수 현황을 파악하였다. 제작시설 면적은 지역방송사별 보유 또는 임대한 제작시설 전체 면적을 대상으로 하였다. 제작장비에 관한 현황 자료는 KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방 모두 방송통신위원회 내부자료(2011년 기준 자료)를 활용하였다.

세부 평가방식은 전체 방송사 중 제작시설과 송출시설의 합계가 가장 높은 방송사의 점수를 50점으로 환산하고, 나머지 방송사의 점수는 환산된 50점을 기준으로 평가하였다. 또한 전체 방송사 중 제작시설 면적이 가장 높은 방송사의 점수를 50점으로 환산한 후 나머지 방송사의 제작시설 면적 점수는 환산된 50점을 기준으로 평가하였다. 즉 지역방송사 중 제작시설과 송출시설이 가장 많은 방송사를 각각 50점 만점을 부여해 기준 방송사로 삼고 이를 기준으로 상대적으로 다른 방송사가 어느 정도 제작시설과 송출시설을 보유하고 있는지를 평가하였다. 제작장비 환산 점수는 각각 50점을 기준으로 환산된 제작시설·송출시설의 환산점수와 제작시설 면적 환산 점수를 합산하여 100점 만점으로 평가하였다.

* 제작장비 환산점수=

$$\frac{\text{개별방송국 시설개수}}{\text{방송사 중 최고점 시설개수}} \times 50 + \frac{\text{개별방송국 제작시설면적}}{\text{방송사 중 최고점 제작시설면적}} \times 50$$

(3) 매출액 대비 제작비 산출방식

제작비는 지역방송사별 총 매출액 대비 제작비 비율을 대상으로 평가하였다. 제작비 산출에 참고한 자료는 KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방 모두 방송통신위원회 내부자료(2010년 기준 자료)를 활용하였다.

세부 평가방식은 매출액 대비 제작비 비율이 가장 높은 방송사의 점수를 100점으로 환

산한 후 나머지 방송사의 점수는 환산된 100점을 기준으로 평가하였다. 즉 지역방송사 가운데 매출액 중 제작비 비중이 가장 많은 방송사를 100점 만점을 부여해 기준 방송사로 삼고 이를 기준으로 상대적으로 다른 방송사가 어느 정도 제작비를 사용하고 있는지를 평가하였다.

$$* \text{제작비 환산점수} = \frac{\text{개별방송국 제작비 비율}}{\text{방송사 중 최고점 제작비 비율}} \times 100$$

(4) 자체제작비율 산출방식

자체제작비율은 각 지역방송사별 연간 전체 방송시간량 대비 순수 자체제작비율을 대상으로 평가하였다. 지역 방송사업자의 자체제작비율은 해당 지역방송사가 자체 기획, 제작, 편성하여 저작권을 갖고 있는 프로그램의 비율을 말한다. 자체제작비율 중 지역방송사들끼리의 공동제작 등은 자체제작비율로 산정하지 않고 지역방송사에서 순수하게 자체적으로 제작한 비율만을 대상으로 하였다. 자체제작비율 산출에 참고한 자료는 KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방 모두 방송통신위원회 내부자료(2011년 기준 자료)를 활용하였다.

자체제작비율 세부 평가방식은 각 지역방송사들 중 순수 자체제작비율이 가장 높은 방송사의 점수를 100점으로 환산한 후 나머지 방송사의 점수는 환산된 100점을 기준으로 평가하였다. 즉 지역방송사 중 자체제작비율이 가장 높은 방송사를 100점 만점을 부여해 기준 방송사로 삼고 이를 기준으로 상대적으로 다른 방송사가 어느 정도 자체제작비율을 보이고 있는지를 평가하였다.

$$* \text{자체제작비율 환산점수} = \frac{\text{개별방송국 순수자체제작비율}}{\text{방송사 중 최고 점 순수자체제작비율}} \times 100$$

(5) 시청률 산출방식

시청률은 지역방송사들이 자체편성한 프로그램의 시청률을 기준으로 하였다. 시청률

산정에 사용한 자료는 AGB닐슨미디어리서치가 2011년 1월1일~2011년 12월 31일까지 전국 가구별 시청률을 조사한 자료를 활용하였다. 진주MBC, 목포MBC, 여수MBC, 안동MBC, 원주MBC, 충주MBC, 삼척MBC, 포항 MBC, 강릉MBC 등 9개 지역MBC의 경우 2011년 9월 1일~2011년 12월 31일까지 6개월간 전국 가구별 시청률을 조사한 자료를 활용하였다.

세부 평가방식은 각 지역방송사 중 시청률이 가장 높은 방송사의 점수를 100점으로 환산한 후 나머지 방송사의 점수는 환산된 100점을 기준으로 평가하였다. 즉 지역방송사 중 시청률이 가장 높은 방송사를 100점 만점을 부여해 기준 방송사로 삼고 이를 기준으로 상대적으로 다른 방송사가 어느 정도 시청률을 기록하고 있는지를 평가하였다.

$$* \text{시청률 환산점수} = \frac{\text{개별방송국 시청률}}{\text{방송사 중 최고 점 시청률}} \times 100$$

2) 배점방식

(1) 제1안

제1안은 자체제작역량 100을 기준으로 삼고, 제작인력 비율 20점, 제작장비 보유현황 20점, 제작비 20점, 자체제작비율 20점, 시청률 20점으로 각 항목별로 동일하게 가중치를 부여하여 평가하는 방식이다. 이와 같은 배점으로 각 항목별 20점의 점수를 모두 합산하여 100점 만점으로 자체제작역량 지수를 산출하였다.

제1안은 지역방송의 자체제작역량의 기본 평가기준인 5가지 항목에 대해 동일한 점수를 부여함으로써 5가지 항목에 대해 동일한 가치를 부여하였다. 이에 따라 각각의 항목에 대해 동일한 가치를 부여하여 형평성을 유지하는 장점이 있다. 그러나 5가지의 항목이 지역방송의 제작역량 측면에서 동일한 가치를 갖고 있지 않다는 점을 고려하지 못한 단점이 있다.

〈표 4-6〉 지역방송 자체제작역량지수 평가 배점방식(1안)

	배점기준 (100점 만점)
제작인력	20점
제작장비	20점
제작비	20점
자체제작비율	20점
시청률	20점

(2) 제2안

제2안은 자체제작역량 100을 기준으로 제작인력 25점, 제작장비 25점, 제작비 30점, 자체제작비율 10점, 시청률 10점 등 각 항목별로 가중치를 달리하여 평가하였다. 이와 같은 방식으로 각 항목별 점수를 모두 합산하여 100점 만점으로 자체제작역량 지수를 산출하였다.

제2안의 경우 각 항목별 가중치를 달리한 것은 다른 평가항목에 비해 제작인력, 제작장비 현황, 그리고 제작비의 비중이 높을수록 프로그램을 자체 제작할 수 있는 역량이 높아질 것으로 판단했기 때문이다. 특히 제작비의 경우 지역방송의 자체제작에 대한 의지를 확인할 수 있는 기준이고, 동시에 질 높은 자체제작프로그램 제작에 중요한 요인으로 작용할 것으로 판단하여 가장 높은 점수를 배정하였다. 그리고 제작인력과 제작장비의 경우 지역방송이 자체제작을 할 수 있는 기본적인 조건이기 때문에 자체제작비율과 시청률에 비해 높은 점수를 부여하였다.

제2안은 지역방송의 자체제작역량을 평가하는 5가지 항목의 가치를 다르게 가정하여 지수를 구하는 방안이다. 각각의 항목에 대해 가중치를 부여한 방식은 지역방송의 제작현실과 여건을 고려하여 평가항목을 제작역량에 기여하는 정도에 따라 다르게 평가하는 장점을 갖고 있다. 그러나 5가지 항목에 대한 가중치 부여의 근거가 분명하지 않은 단점을 갖고 있다.

〈표 4-7〉 지역방송 자체제작역량지수 평가 배점방식(2안)

	배점기준 (100점 만점)
제작인력	25점
제작장비	25점
제작비	30점
자체제작비율	10점
시청률	10점

제4절 지역방송 자체제작역량지수 평가결과

1. 제1안 자체제작역량지수 평가결과

1) KBS지역총국

지역방송 자체제작역량지수 산정방식의 1안을 기준으로 KBS 9개 지역총국의 자체제작역량을 분석한 결과는 다음의 〈표 4-8〉과 같다.⁹⁾ KBS지역총국 9개 방송사간 점수를 비교했을 때 평가항목 중 제작인력, 제작장비, 자체제작비율, 시청률의 경우 점수차가 크게 나타나지 않은 것으로 보인다. 그러나 제작비 부문에서 20점 만점에 10점 미만의 방송사가 대부분이어서 방송사간 차이가 크게 나타났다.

구체적으로 살펴보면, KBS A총국이 100점 만점 중에 58.8점으로 가장 높게 나타났다. 이는 KBS A총국이 다른 KBS지역총국 뿐 아니라 전체 지역방송사 중에서 제작비 부문과

9) 방송사(국)의 실명을 제시하지 않은 이유는 제작역량에 따라 각 방송사(국)를 서열화하여 불필요한 오해를 불러일으키는 것을 막기 위해서이다. 제 4장의 연구목적이 자체제작역량을 산정하는 방법을 제시하기 위한 것이기 때문에 각 방송사(국)의 실제 제작역량을 비교하는 것은 의미가 없다.

시청률 부문에서 가장 높게 나타났기 때문으로 보인다. 그 다음으로는 KBS B총국이 높게 나타났는데, 다른 평가항목에 비해 제작비, 시청률 부문이 조금 더 높게 나타났다.

<표 4-8> KBS지역총국 자체제작역량지수 평가결과(제1안)

방송사	제작 인력 (20)	제작 장비 (20)	제작비 (20)	자체제작 비율(20)	시청률 (20)	합계 (100)
A	6.2	5.2	20	7.4	20.0	58.8
B	5.8	3.4	13	7.6	12.6	42.4
C	6.4	4.4	8.6	7.2	14.0	40.6
D	7.0	5.4	5.2	7.4	14.2	39.2
E	8.4	5.4	6.2	8.0	10.2	38.2
E	8.8	5.2	3.0	7.8	10.8	35.6
F	8.8	4.8	3.0	7.4	11.0	35.0
G	6.8	3.2	5.6	5.8	12.4	33.8
H	7.8	3.4	2.6	7.2	11.8	32.8

2) 지역MBC

지역방송 자체제작역량지수 산정방식의 1안을 기준으로 지역MBC 19개사의 자체제작 역량을 분석한 결과는 다음의 <표 4-9>와 같다. 지역MBC의 경우 각 방송사간 제작비 비율은 크게 차이가 나지 않았지만, 대부분 20점 만점에 5점 미만이어서 제작비의 편중이 매우 낮음을 알 수 있다.

구체적으로 살펴보면, A MBC가 100점 만점에 50점으로 가장 높게 나타났다. A MBC의 경우 제작인력이 20점 만점에 19.4를 차지해 다른 지역 MBC보다 제작인력의 비중이 비교적 높은 것으로 나타났다. 그러나 제작비의 경우 20점 만점에 5점에 불과하다. 두 번째로 높은 B MBC의 경우 전체 48.4점으로 제작장비의 점수가 16.4로 평가항목 중 가장 높게 나타났고, 상대적으로 제작비의 경우 4점으로 가장 낮게 나왔다.

〈표 4-9〉 지역MBC 자체제작역량지수 평가결과(1안)

방송사	제작 인력 (20)	제작 장비 (20)	제작비 (20)	자체제작비율 (20)	시청률 (20)	합계 (100)
A	19.4	7.8	5.0	10.0	7.8	50.0
B	10.6	16.4	4.0	9.2	8.2	48.4
C	7.0	14.0	3.0	14.6	7.2	45.8
D	7.8	14.0	8.0	7.2	8.6	45.6
E	8.4	11.2	5.8	8.6	8.6	42.6
F	8.8	5.0	2.8	9.6	9.2	35.4
G	5.8	6.6	7.0	5.4	9.0	33.8
H	5.4	7.4	3.6	9.0	8.2	33.6
I	6.4	6.2	5.2	6.4	9.4	33.6
J	3.8	4.6	1.8	11.6	10.8	32.6
K	4.6	5.4	5.0	7.8	8.8	31.6
L	4.4	1.4	3.6	10.6	10.2	30.2
M	4.4	6.6	4.8	5.8	8.2	29.8
N	4.6	6.0	2.2	7.4	9.4	29.6
O	2.6	6.6	6.0	3.2	10.6	29.0
P	4.0	7.8	3.0	3.0	11.0	28.8
Q	3.0	5.8	5.0	3.2	11.4	28.4
R	2.8	4.2	4.4	4.4	9.8	25.6
S	4.0	6.0	2.0	4.8	7.2	24

3) 지역민방

지역방송 자체제작역량지수 산정방식의 1안을 기준으로 지역민방 9개사의 자체제작역량을 분석한 결과는 다음의 〈표 4-10〉과 같다. 지역민방의 경우 자체제작역량 평가항목 중 자체제작비율이 다른 방송사에 비해 전체적으로 높게 나타났다.

구체적으로 살펴보면, A방송사가 100점 만점에 60점으로 가장 순위가 높게 나타났다. 이는 A방송사의 자체제작비율이 20점 만점에 20점으로 전체 방송사 중 가장 높은 평가를 받았기 때문으로 보인다. 그 다음으로는 B방송사가 54.6으로 높게 나타났는데, 이는 평가항목 중 제작인력이 20점 만점으로 전체 방송사 중 가장 높은 점수로 나타났기 때문

으로 보인다.

<표 4-10> 지역민방 자체제작역량지수 평가결과(1안)

방송사	제작 인력 (20)	제작 장비 (20)	제작비 (20)	자체제작 비율(20)	시청률 (20)	합계 (100)
A	18.8	8.2	4.4	20.0	8.6	60.0
B	20.0	7.2	3.0	14.8	9.6	54.6
C	10.4	8.0	5.8	11.2	8.6	44.0
D	8.8	5.4	4.6	14.8	10.2	43.8
E	8.4	6.8	4.4	13.8	9.0	42.4
F	8.0	4.8	5.8	15.0	8.6	42.2
G	7.8	5.4	7.0	12.2	8.6	41.0
H	6.2	5.6	5.8	14.6	8.6	40.8
I	7.8	3.6	1.2	13.2	7.8	33.6

2. 제2안 자체제작역량지수 평가결과

1) KBS지역총국

제2안의 자체제작역량지수 평가방식은 제작인력 25점, 제작장비 25점, 제작비 30점, 자체제작비율 10점, 시청률 10점으로 각 항목별로 가중치를 차등화해서 평가하였다. 결과를 살펴보면, KBS지역총국 자체제작역량지수의 순위는 1안과 동일하게 KBS A총국이 58점으로 가장 높게 나타났다. 가중치를 달리 적용했음에도 불구하고 <1안>과 <2안> KBS지역총국별 자체제작역량지수 순위 변동에 크게 차이가 없는 것으로 나타났다. 단, E총국과 D총국의 순위가 바뀌었는데, 그 이유는 시청률의 평가비중이 20%에서 10%로 줄어들어 상대적으로 점수가 낮아졌기 때문이다.

〈표4-11〉 KBS지역총국 자체제작역량지수 평가결과(2안)

방송사	제작 인력 (25)	제작 장비 (25)	제작비 (30)	자체제작비율 (10)	시청률 (10)	합계 (100)
A	7.75	6.5	30	3.7	10	58.0
B	7.25	4.25	19.5	3.8	6.3	41.1
C	8	5.5	12.9	3.6	7	37.0
E	10.5	6.75	9.3	4.0	5.1	35.7
D	8.75	6.75	7.8	3.7	7.1	34.1
F	11	6.5	4.5	3.9	5.4	31.3
G	11	6	4.5	3.7	5.5	30.7
H	8.5	4	8.4	2.9	6.2	30.0
I	9.75	4.25	3.9	3.6	5.9	27.4

2) 지역MBC

2안의 평가방식에 따라 가중치를 달리 적용했음에도 불구하고 지역MBC의 자체제작역량지수도 <1안>과 <2안>간에 급격한 순위 변동에 큰 차이가 없는 것으로 나타났다. 자체제작역량지수의 상위권에서는 C방송사가 약간 지수가 하락했는데, 그 이유는 제작비 반영비율이 20%에서 30%로 높아진데서 기인한 것으로 보인다. 하위권에서는 N, J, L 방송사의 지위가 하락했는데, 그 이유는 자체제작비율과 시청률을 20%에서 10%로 상대적으로 낮게 평가해서 나타난 결과라 할 수 있다.

〈표 4-12〉 지역MBC 자체제작역량지수 평가결과(2안)

방송사	제작인력 (25)	제작장비 (25)	제작비 (30)	자체제작비율 (10)	시청률 (10)	합계 (100)
A	24.25	9.75	7.5	5.0	3.9	50.4
B	13.25	20.5	6	4.6	4.1	48.5
D	9.75	17.5	12	3.6	4.3	47.2
E	10.5	14	8.7	4.3	4.3	41.8
C	8.75	17.5	4.5	7.3	3.6	41.7
G	7.25	8.25	10.5	2.7	4.5	33.2
I	8	7.75	7.8	3.2	4.7	31.5
F	11	6.25	4.2	4.8	4.6	30.9
H	6.75	9.25	5.4	4.5	4.1	30.0
K	5.75	6.75	7.5	3.9	4.4	28.3
M	5.5	8.25	7.2	2.9	4.1	28.0
O	3.25	8.25	9	1.6	5.3	27.4
P	5	9.75	4.5	1.5	5.5	26.3
Q	3.75	7.25	7.5	1.6	5.7	25.8
N	5.75	7.5	3.3	3.7	4.7	25.0
J	4.75	5.75	2.7	5.8	5.4	24.4
L	5.5	1.75	5.4	5.3	5.1	23.1
R	3.5	5.25	6.6	2.2	4.9	22.5
S	5	7.5	3	2.4	3.6	21.5

3) 지역민방

지역민방의 자체제작역량지수의 순위는 〈1안〉과 동일하게 상위 A, B, C 방송사의 순위변동이 없는 것으로 나타났다. A 방송사가 54.7로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 B 방송사로 50.7, C 방송사 41.6의 순으로 나타났다. 〈1안〉과 다른 점은 G 방송사와 D 방송사간의 순위가 바뀌었는데, 그 이유는 평가항목 중 제작비 비중이 높아지고, 자체제작비율의 반영비율이 낮아졌기 때문이다.

〈표 4-13〉 지역민방 자체제작역량지수 평가결과(2안)

방송사	제작인력 (25)	제작장비 (25)	제작비 (30)	자체제작비율 (10)	시청률 (10)	합계 (100)
A	23.5	10.25	6.6	10.0	4.3	54.7
B	25	9	4.5	7.4	4.8	50.7
C	13	10	8.7	5.6	4.3	41.6
G	9.75	6.75	10.5	6.1	4.3	37.4
D	11	6.75	6.9	7.4	5.1	37.2
E	10.5	8.5	6.6	6.9	4.5	37.0
F	10	6	8.7	7.5	4.3	36.5
H	7.75	7	8.7	7.3	4.3	35.1
I	9.75	4.5	1.8	6.6	3.9	26.6

제5장 지역방송 프로그램에 대한 시청자 조사

제1절 지역방송 시청자 조사방법과 절차

서울을 제외한 전국(지역) 15개 시도에 거주하는 만 14세 이상 남녀 시청자 400명을 대상으로 지역방송 편성에 관한 지역민의 의견을 물어보기 위해 설문조사를 실시하였다. 조사표본은 먼저 2012년 6월 주민등록인구현황을 기준으로 성별, 연령별, 지역별 인구비례 할당 후 무작위로 추출하여 선정하였다. 설문조사는 한국리서치에 의뢰하여 지난 2012년 7월 20일~2012년 7월 26일 기간 동안 진행되었는데, 구조화된 질문지를 CAWI(Computer Aided Web Interview) 방식을 이용하여 조사대상자와 직접 연락을 위한 후 설문조사에 동의한 피응답자를 대상으로 실시되었다.

〈표 5-1〉 조사의 설계 및 절차

	내 용
조사대상	서울을 제외한 전국 15개 시도에 거주하는 만 14세 이상 남녀
표본크기	400명
표본추출	성별, 연령별, 지역별 인구비례 할당 후 무작위 추출 (출처 : 2012년 6월 주민등록인구현황 기준)
표본추출 방법	전체 표본수 규모를 고려했을 때, 단순 인구비례 할당을 할 경우 일부 지역에서 최소 표본수가 확보되지 않는 문제가 있기 때문에 지역별 최소 표본수 확보를 위해 지역별 모집단 크기의 격차를 줄일 수 있도록 지역별 모집단에 제곱근을 취한 후 인구비례 할당을 실시함
표집오차	일반인 기준 무작위 추출을 전제로 했을 때 95% 신뢰수준에서 최대허용 표본오차는 $\pm 4.9\%$ point
조사방법	CAWI (Computer Aided Web Interview)
조사기간	2012년 7월 20일~2012년 7월 26일
조사기관	(주)한국리서치 (대표이사: 노익상)

제2절 지역방송 시청자 조사 응답자의 특성

서울을 제외한 전국(지역)에 거주하는 14세 이상 남녀 시청자 400명을 대상으로 지역 방송 편성에 관한 지역민의 의견을 물어보기 위해 설문조사를 실시했다. 응답자는 남녀 각각 201명, 199명이었으며, 연령별로는 ‘10대’ 12.3%, ‘20대’ 16.0%, ‘30대’ 17.8%, ‘40대’와 ‘50대’는 각각 17.5%와 17.8%였고 ‘60세 이상’은 17.8%로 각 연령별로 고르게 분포되었다. 거주 지역별로는 ‘부산’ 34명(8.5%), ‘대구’ 27명(8.8%), ‘인천’ 29명(7.3%), ‘광주’와 ‘대전’ 각 22명(5.5%), ‘울산’ 19명(4.8%), ‘경기’ 60명(15.0%), ‘강원’ 21명(5.3%), ‘충북’ 22명(5.5%) ‘충남,’ ‘전북,’ ‘전남’ 각각 24명(6.0%), ‘경북’ 28명(7.0%), ‘경남’ 32명(8.0%), 그리고 ‘제주’가 12명(3.0%)이었다. 응답자의 직업별 분포는 ‘직장 근로자’가 153명(38.3%), ‘자영업(프리랜서)’이 87명(21.8%), ‘가정주부’ 66명(16.5%), ‘은퇴, 무직 및 기타’가 46명(11.5%)이고 ‘무응답’이 2명(0.5%)이었다. 학력별로는 ‘고졸 이하’가 28.8%, ‘대졸’이 61.5%, ‘대학원졸 이상’이 9.8%이었고, 월평균 가구소득별로는 ‘99만원 이하’가 13명(3.3%), ‘100만원~199만원’이 53명(13.3%), ‘200만원~299만원’이 76명(19.0%), ‘300만원~399만원’이 101명(25.3%), ‘400만원~499만원’이 125명(31.3%)이었고, ‘600만원 이상’은 32명(8.0%)이었다.

〈표 5-2〉 응답자의 구성

(단위: %)

			사례수 (명)	비율
전	체		(400)	100.0
성	별	남	(201)	50.3
		여	(199)	49.8
연	령	만 14 ~ 19 세	(49)	12.3
		만 19 ~ 29 세	(64)	16.0
		만 30 ~ 39 세	(71)	17.8
		만 40 ~ 49 세	(75)	18.8
		만 50 ~ 59 세	(70)	17.5
		만 60 세 이상	(71)	17.8
		거 주 지 역	부 산	(34)
대 구	(27)		6.8	
인 천	(29)		7.3	
광 주	(22)		5.5	
대 전	(22)		5.5	
울 산	(19)		4.8	
경 기	(60)		15.0	
강 원	(21)		5.3	
충 북	(22)		5.5	
충 남	(24)		6.0	
전 북	(24)		6.0	
전 남	(24)		6.0	
경 북	(28)		7.0	
경 남	(32)		8.0	
제 주	(12)	3.0		
학 력	고 졸 이 하	(115)	28.8	
	대 졸	(246)	61.5	
	대학원졸 이 상	(39)	9.8	
	월평균 가구소득	99 만원 이하	(13)	3.3
100 ~ 199 만원		(53)	13.3	
200 ~ 299 만원		(76)	19.0	
300 ~ 399 만원		(101)	25.3	
400 ~ 499 만원		(125)	31.3	
600 ~ 799 만원		(24)	6.0	
800 만원 이상		(8)	2.0	

한편, 지역사회 정보를 얻는 주요 소스별로는 ‘인터넷 포털사이트’라는 응답자가 30%(120명)로 가장 높은 분포를 보였고, 이어서 ‘지역 지상파 방송’(106명, 26.5%), ‘전국 지상파방송’(60명, 15.0%), ‘지역신문 및 잡지’(49명, 12.3%), ‘중앙일간지’(39명, 9.8%), ‘지역케이블방송’(20명, 5.0%), ‘기타’의 순으로 나타났다. 지상파방송(지역, 전국)과 지역케이블을 합하면 총 186명으로서 약 절반에(46.5%) 가까운 사람들이 방송매체를 통해 지역정보를 얻는 것으로 조사되었다.

〈표 5-3〉 지역민의 지역사회 정보 수용 출처

(단위: %)		
	사례수(명)	비율
■ 전 체 ■	(400)	100.0
지역사회정보 주요 출처		
중 앙 일 간 지	(39)	9.8
지역신문 및 잡지	(49)	12.3
전국 지상파 방송	(60)	15.0
지역 지상파 방송	(106)	26.5
지역 케이블 방송	(20)	5.0
인터넷 포털사이트	(120)	30.0
기 타	(6)	1.5

제3절 지역방송 시청자 조사 분석결과

1. 지역민의 TV 시청행태

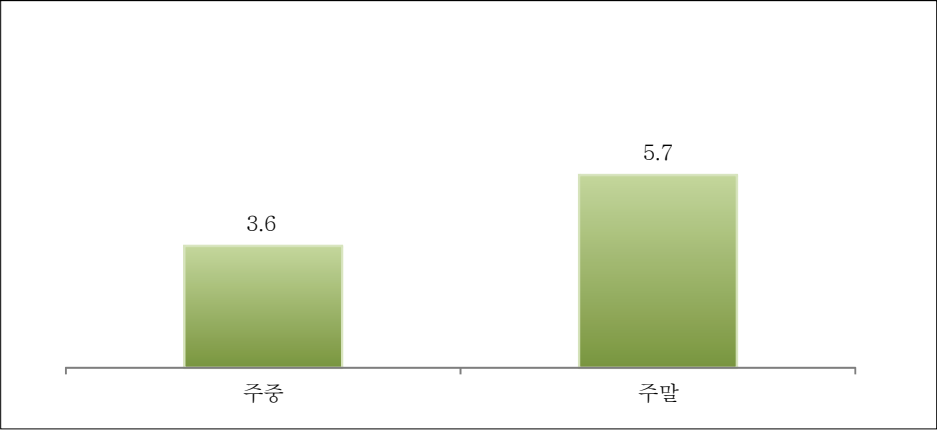
1) TV시청시간

응답자들의 1일 평균 TV 시청시간은 주중 평균 3.6시간, 주말 5.7시간으로 조사되었다. 성별로는 ‘여성’이 ‘남성’에 비해 TV시청 시간이 조금 더 높은 것으로 나타났다(주중

0.7시간, 주말 0.5시간). 연령에 따른 시청시간이 차이는 크게 나타나지 않았으나, 지역별로는 ‘전남,’ ‘전북,’ ‘충남’ 거주자 순으로 TV를 많이 시청하고 있으며, ‘제주,’ ‘경남,’ ‘광주’ 지역 거주자의 TV시청 시간이 상대적으로 적었다.

[그림 5-1] 평균 TV시청시간

(단위: 평균 시간)

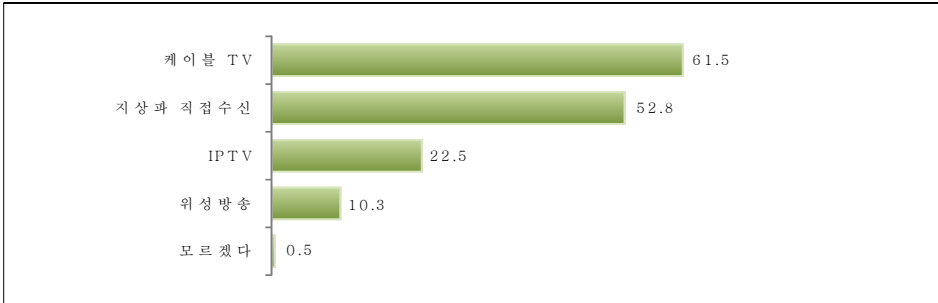


2) TV 시청방식

TV 시청방식에 대한 복수응답 결과는 ‘케이블 TV’ (61.5%), ‘지상파 직접수신’ (52.8%), ‘IPTV’ (22.5%), ‘위성방송’(10.3)의 순으로 나타나 케이블TV를 통해 시청하는 가구가 가장 많았다. 또한 지상파 방송을 직접 수신하는 경우도 절반 이상인 것으로 나타났다. 지역별 유료 방송 가입비율은 케이블TV의 경우 ‘광주’(86.4%), ‘울산’(84.2%), ‘충북’(72.7%)순으로 높았고, IPTV는 ‘제주’ (58.3%), ‘경남’(31.3%), ‘전북’ (29.2%), 위성방송은 ‘강원’(19.0%), ‘인천’(17.2%) 그리고 ‘충남’ 및 ‘충북’(16.7%) 지역의 가입비율이 높았다.

[그림 5-2] TV시청방식

(단위: %)

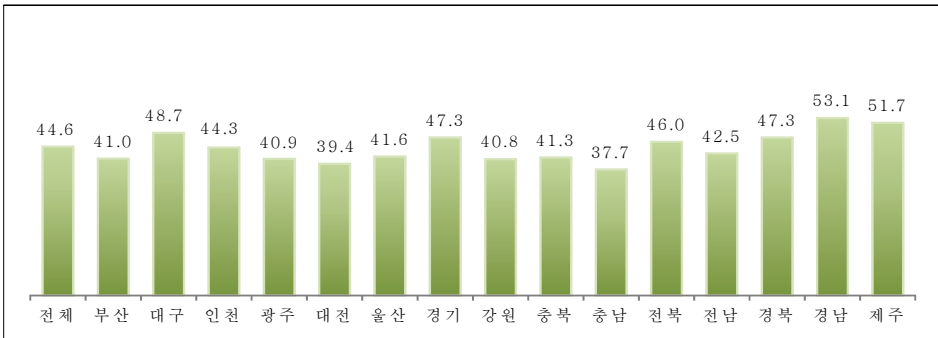


3) 지역 지상파 방송 시청정도

전체 TV시청시간 중에서 지역 지상파방송의 시청시간의 비율을 질문한 결과, 전체 TV 시청시간의 44.5%를 지역 지상파방송 시청에 할애하는 것으로 나타났다. 대부분의 인구 사회학적 변수에 따른 지역 지상파방송 시청시간의 비중은 뚜렷한 차이가 나타나지 않았다. 다만, 거주 지역별로 구분할 때, ‘대전’(31.5%), ‘광주’(33.0%), ‘전남’(35.3%)의 시청자가 상대적으로 여타 지역 시청자에 비해 지역방송에 대한 시청시간의 비율이 낮은 것으로 조사되었다.

[그림 5-3] TV시청시간 중 지역 지상파 TV의 지역 프로그램 비중

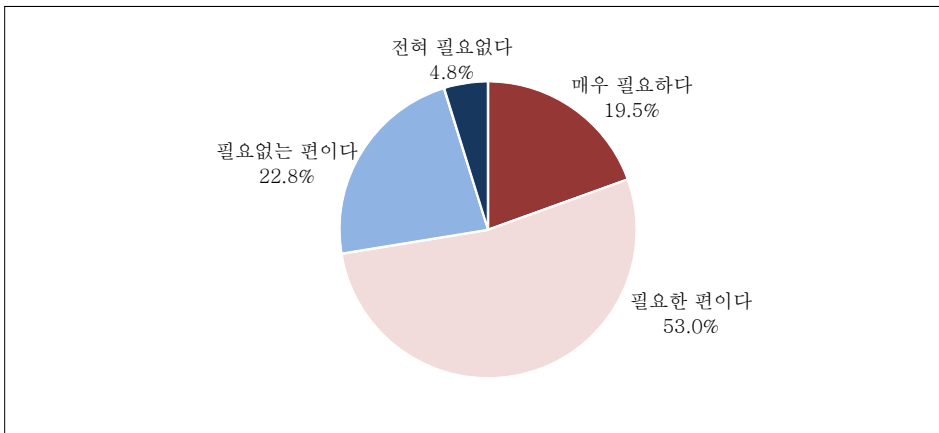
(단위: 평균 %)



4) 지역방송의 필요성 인식정도

거주하는 지역에서 지역방송의 필요성에 대한 질문 결과, ‘매우 필요하다’(19.5%)와 ‘필요한 편이다’(53.0%)가 72.5%로서 대부분의 응답자가 지역방송이 필요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 지역 프로그램에 대한 최소한의 의무편성 규제가 여전히 필요함을 암묵적으로 시사하고 있다.

[그림 5-4] 지역방송에 대한 필요성 정도



성별로 볼 때 ‘남성’(76.1%)이 ‘여성’(68.8%)에 비해 필요하다는 응답의 비율이 높았고, 연령별로는 ‘60세 이상’이 가장 필요하다는 응답이 가장 많았고(90.1%), 이어서 ‘40대’(81.3%), ‘50대’((78.6)%로 높게 나타나, 상대적으로 높은 연령층일수록 지역방송의 필요성을 높게 생각하는 것으로 밝혀졌다. 그러나 ‘경기도’(43.3%)와 ‘인천’지역(62.1%)의 거주자는 지역방송의 필요성을 상대적으로 낮게 생각하고 있었지만, 수도권을 제외한 다른 지역 거주자들의 지역방송의 필요성 인식정도에는 큰 차이가 없었다. 또한 지역정보 출처를 ‘주로 지역방송에서 얻는다’고 응답한 사람들의 지역방송 필요성 정도는 90.0%로서 다른 매체를 통해 지역정보를 얻는 사람에 비해 지역방송의 필요성에 대해 높게 생각하고 있으나 반면 ‘인터넷을 통해 지역정보를 얻는 사람’(33.3%)과 ‘지역 케이블 방송’을 지역사회 정보습득의 주요 출처로 응답한 사람(60.0%)은 지역방송의

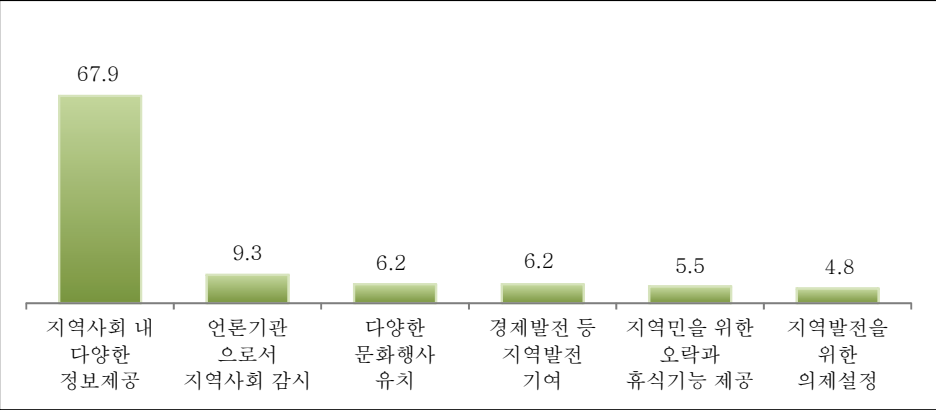
필요성에 대해 상대적으로 낮게 생각하는 것으로 나타났다

5) 지역방송의 필요 이유

지역방송이 ‘매우 필요’하거나 또는 ‘필요하다’고 생각하는 응답자(290명)에 대해 지역방송이 필요한 이유를 질문한 결과, 67.9%가 ‘지역사회내의 다양한 정보제공’을 그 이유로 들었다. 이어서 ‘언론기관으로서 지역사회 감시’(9.3%), ‘다양한 문화행사 유치’(6.2%), ‘경제발전 등 지역발전 기여’(6.2%), ‘지역민을 위한 오락과 휴식기능 제공’(5.5%), ‘지역발전을 위한 의제설정’(4.8%)의 순으로 응답비율이 높게 나타났다. 지역사회 정보 습득의 주요출처를 ‘중앙 일간지’로 응답한 응답자들은 ‘지역발전을 위한 의제설정의 필요성’에 대해 10.7%로 높게 응답하여 다른 매체를 통해 지역사회 정보를 얻는 응답자와 구별되었다.

[그림 5-5] 지역방송의 필요 이유

(단위: %)

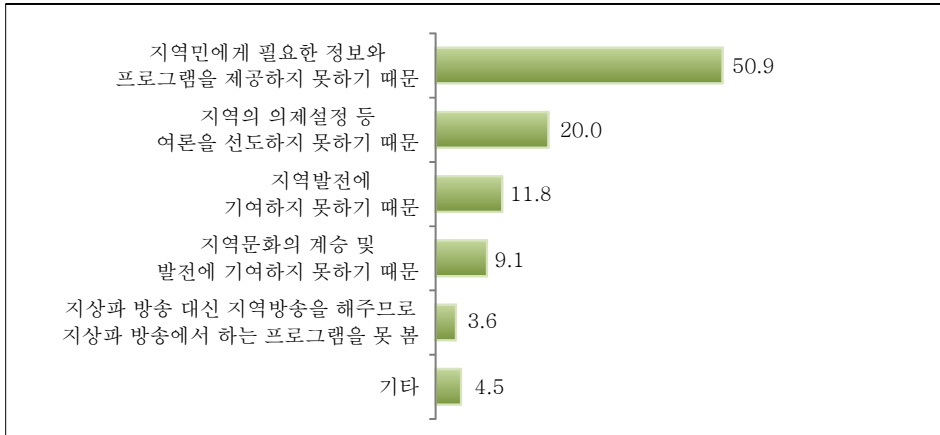


반면, 지역방송이 필요 없거나 또는 전혀 필요 없다고 생각하는 응답자(110명)에 대해 지역방송이 필요하지 않은 이유가 무엇인가를 질문한 결과, ‘지역민에게 필요한 정보와 프로그램을 제공하지 못하기 때문’이라는 응답이 50.9%로 가장 높았고, 이어서 ‘지역의 의제설정 등 여론을 선도하지 못하기 때문’(20.0%), ‘지역발전에 기여하지 못하기 때문’

(11.8%), ‘지역 문화의 계승 및 발전에 기여하지 못하기 때문’(9.1%)의 순으로 응답했다. 성, 연령, 거주지역, 직업, 소득에 따른 집단 간 특별한 차이는 나타나지 않았다.

[그림 5-6] 지역방송이 불필요한 이유

(단위: %)

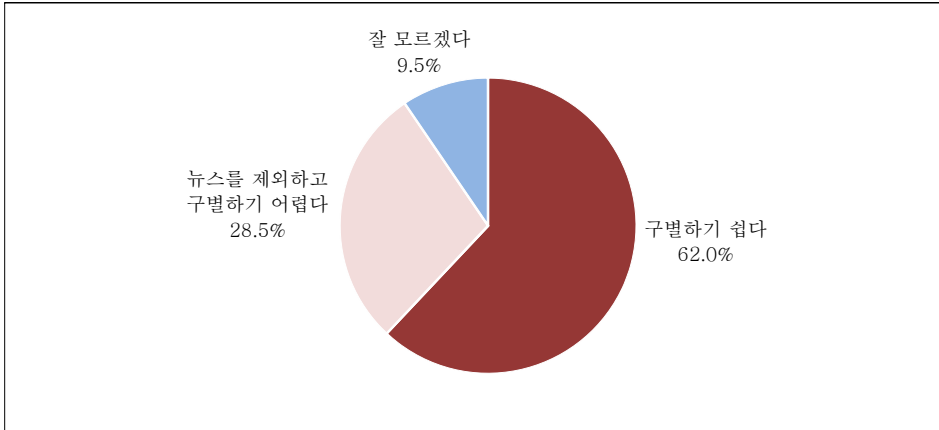


2. 지역방송 프로그램에 대한 인식

1) 지역방송 프로그램의 구분가능 여부

먼저, 중앙방송사에서 제작한 프로그램과 거주지역의 지역방송사에서 제작한 프로그램의 구별이 가능한가에 대한 질문에 대해 응답자의 62.0%는 ‘구별하기 쉽다’고 응답했으며, 28.5%는 뉴스를 제외하고는 ‘구별하기 어렵다’고 응답했다. 성별로는 ‘여성’ 시청자(66.3%)가 ‘남성’ 시청자(57.7%)에 비해 구별하기 어렵다는 응답비율이 상대적으로 높았다. 또한, 지역별로는 ‘경기’(43.3%)와 ‘인천’(58.6%), ‘경북’(50.0%), ‘경남’(50.5%) 지역 거주자가 다른 지역에 비해 구별하기 쉽다는 응답비율이 상대적으로 낮았다. 그리고 직장(학교)소재지가 서울인 응답자의 구별하기 쉽다는 응답 비율은 38.9%로 가장 낮았으며 경기도 직장(학교)소재지인 응답자의 구별하기 쉽다는 비율도 48.5%로 낮게 나타났다.

[그림 5-7] 중앙방송사와 지역방송사 프로그램 구별 용이성 정도

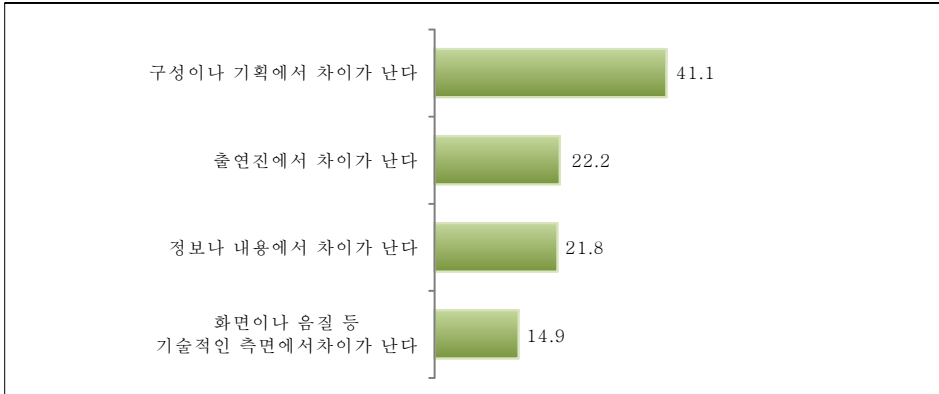


2) 지역 프로그램을 구분할 수 있는 이유

지역방송사에서 제작한 프로그램을 중앙방송사에 제작한 프로그램과 구분할 수 있는 가장 큰 이유가 무엇인가라는 질문에 대해 ‘구성이나 기획에서 차이가 난다’라는 응답이 41.1%로 가장 높았고, ‘출연진에서 차이가 난다’(22.2%), ‘정보나 내용에서 차이가 난다’(21.8%)의 순으로 나타났으며, ‘화면이나 음질’ 등 기술적인 면에서의 차이도 14.9%가 그 이유로 들었다. 특히 거주 지역별로는 기술적인 차이를 지정한 비율에서 차이가 났는데 ‘충남’(35.3%), ‘제주’(27.3%), ‘경기’(23.1%), ‘충북’(21.4%) 지역의 거주자가 다른 지역에 비해 응답한 비율이 높았다.

[그림 5-8] 중앙방송사와 지역방송사 프로그램 구별 가능이유

(단위: %)

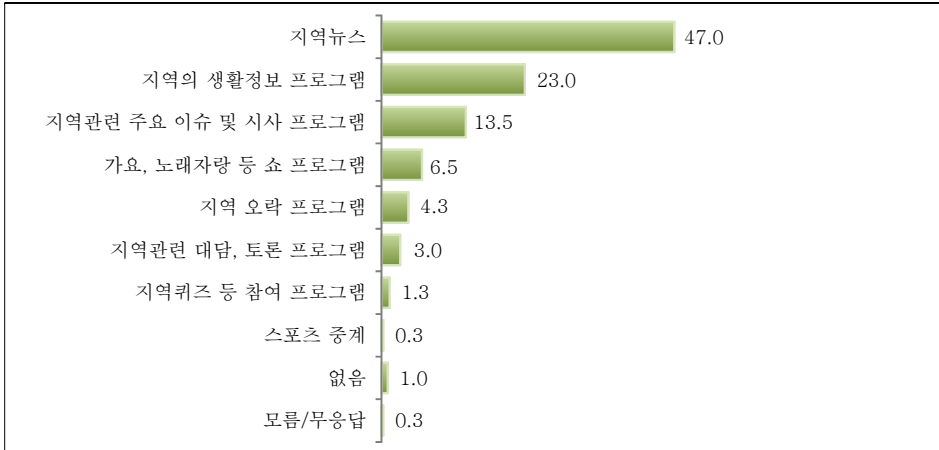


3) 즐겨 시청하는 지역 프로그램

즐거 시청하는 지역프로그램이 무엇인가라는 질문에 대해 ‘지역뉴스’가 47.0%로 가장 높았고, 이어서 ‘지역 생활정보’(23.0%), ‘지역이슈’(13.5%), ‘쇼’(6.5%), ‘오락’(4.3%), ‘토론/대담’(3.0%), ‘퀴즈’(1.3%), ‘스포츠’(0.3%)의 순으로 나타나 뉴스 및 정보 프로그램에 대한 지역민의 시청선호도가 높음을 알 수 있다. 다른 성별, 거주 지역별, 소득별, 학력별 차이는 나타나지 않았으나, 10대 시청자들의 ‘쇼’(24.5%), ‘오락’(12.2%)프로그램에 대한 선호도는 여타 집단에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

[그림 5-9] 즐겨 보는 지역방송 프로그램 (1순위)

(단위: %)

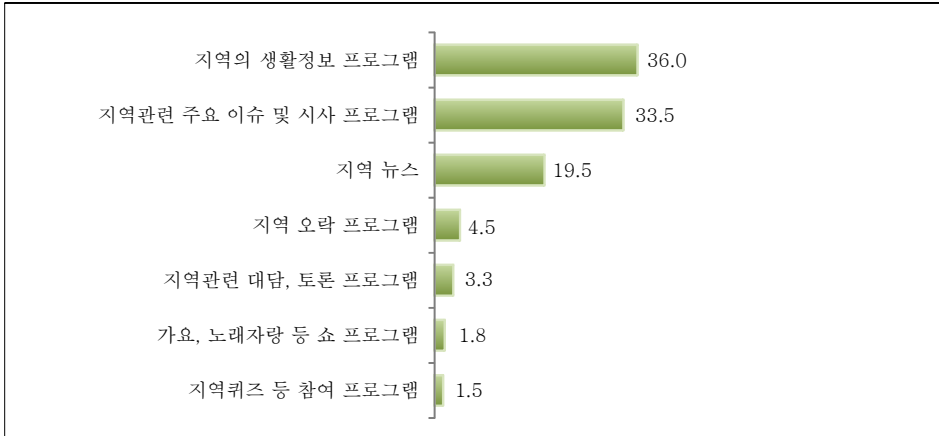


4) 관심을 갖고 제작해야 할 지역방송의 프로그램

지역 방송사가 지역민을 위해 현재보다 더욱 관심을 갖고 제작해야 할 프로그램이 무엇이라고 생각하는가에 대한 질문에 대해서는 ‘지역 생활정보’(36.0%)와 ‘지역이슈’(33.5%), 그리고 ‘지역뉴스’(19.5%)에 대한 응답비율이 높아 자체제작 편성비율이 조정될 경우, 향후 지역 프로그램의 제작 및 편성방향과 관련하여 우선적으로 역점을 두어야 할 부분임을 시사하고 있다. 반면, ‘오락’(4.5%), ‘대담/토론’(3.3%), ‘쇼’(1.8%), ‘퀴즈’(1.5%)와 같은 오락성 장르에 대한 선호도는 상대적으로 높지 않았다. 그러나 ‘10대 시청자’들의 경우 다른 연령대에 비해 오락(12.2%)과 쇼(6.1%)프로그램에 대해 더욱 관심을 기울여야 한다는 비율이 높았다.

[그림 5-10] 더 관심을 갖고 제작해야 할 지역방송 프로그램

(단위: %)



3. 지역방송 편성량에 대한 평가

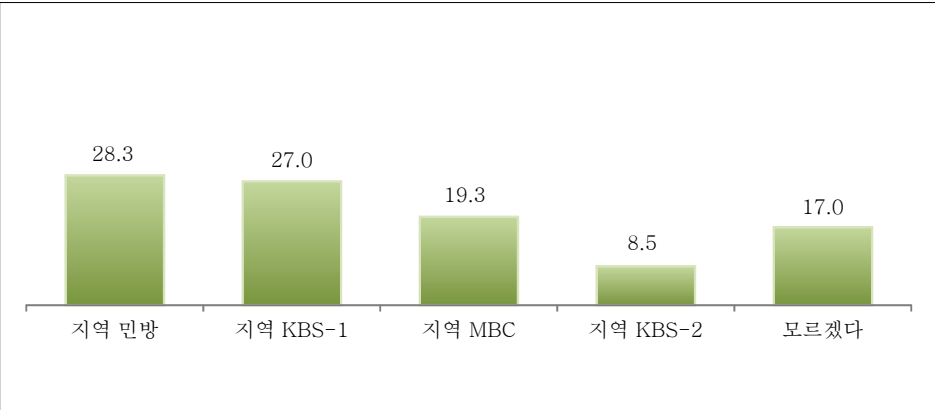
1) 지역 프로그램 편성정도 인식

지역민들이 인식하는 각 방송사별 지역 프로그램의 편성량의 정도를 파악하기 위해 지상과 방송 중에서 지역 프로그램을 가장 많이 편성하는 지상과 방송사가 어디라고 생각하는가라는 질문을 던진 결과, 지역민방(28.3%)과 KBS1 TV(27.0%)라는 응답이 가장 높게 나타났다. 이어서 지역 MBC(19.3%)와 KBS2 TV(8.5%)의 순으로 지역 프로그램의 편성량이 많을 것으로 인식하고 있었다. 이러한 결과는 실제 지역 프로그램의 편성량이 높은 지역민방은 그렇다 하더라도 KBS1의 경우, 실제 지역 프로그램의 편성량이 지역민방이나 지역 MBC에 비해 적음에도 불구하고 지역민들은 KBS1의 편성량이 당연히 높은 것으로 인식하고 있음을 보여주고 있다. 다시 말해, 공영방송으로서 KBS1 TV는 지역 정보와 같은 공익적인 프로그램을 많이 편성하는 것으로 잘못 인식하고 있다는 것이다. 이는 KBS1 TV 나 지역 MBC와 같은 공영방송에 대한 지역민들이 인식하는 당위적 역할과 실제 편성량과는 상당한 격차가 있음을 보여주는 것으로, 이들 채널에 대한 의무적 지역 프로그램 편성비율과 같은 정책적 검토가 필요함을 시사하는 대목이다.

한편, 하위집단별로는 ‘여성’이 ‘남성’에 비해 KBS1 TV의 지역 프로그램 편성이 많다고 생각한 반면, 반대로 ‘남성’은 지역민방의 지역 프로그램 편성 비율이 높다는 응답이 더 많았다. 거주 지역별로는, ‘부산’(44.1%), ‘울산’(42.1%), ‘충북’(40.9%), ‘제주’(33.3%) 지역 거주자들은 지역민방의 편성비율이 KBS와 MBC에 비해 높은 것으로 인식하고 있었고, ‘전북’, ‘대전’, ‘전남’, ‘경남’ 지역의 거주자들은 KBS1 TV 또는 지역 MBC의 편성비율이 지역민방보다 높을 것으로 생각하고 있었다.

[그림 5-11] 지역 프로그램 편성정도 인식

(단위: %)



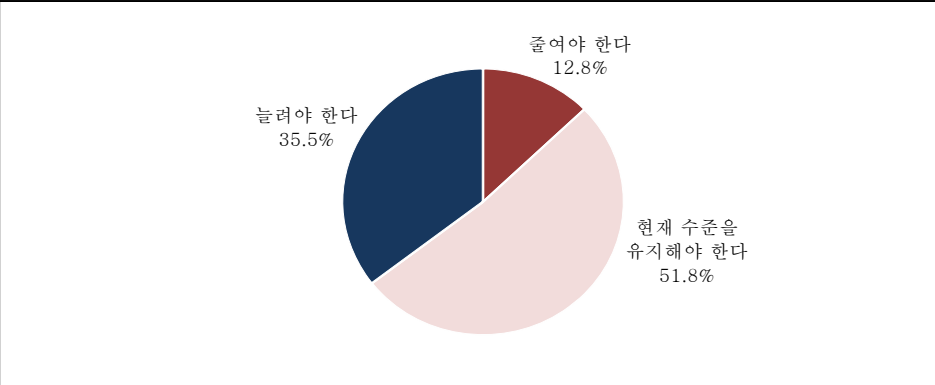
2) 방송사별 지역 프로그램 편성량에 대한 평가

현재 지역방송사가 제공하는 지역 프로그램의 편성량의 적정성에 대한 지역민의 인식을 알아보기 위해 KBS, MBC와 지역민방으로 구분하여 질문하였다. 먼저, KBS의 경우는 ‘줄여야 한다’는 의견이 12.8%, ‘현재 수준을 유지해야 한다’가 51.8%, ‘늘려야 한다’는 35.5%로 나타나 앞서의 질문결과와 마찬가지로 KBS에 대한 지역 프로그램에 대한 기대가 높음을 보여주고 있다. 지역 MBC 역시 ‘줄여야 한다’는 12.5%, ‘현재 수준을 유지해야 한다’는 51.5%, 그리고 ‘늘려야 한다’는 36.0%로 KBS와 비슷한 결과로 나타났다. 반면, 지역민방에 대해서는 ‘줄여야 한다’가 16.5%, ‘현재수준을 유지해야 한다’는 44.5%, 그리고 ‘늘려야 한다’는 39.0%로 줄여야 한다는 의견과 늘려야 한다는 의견이 동

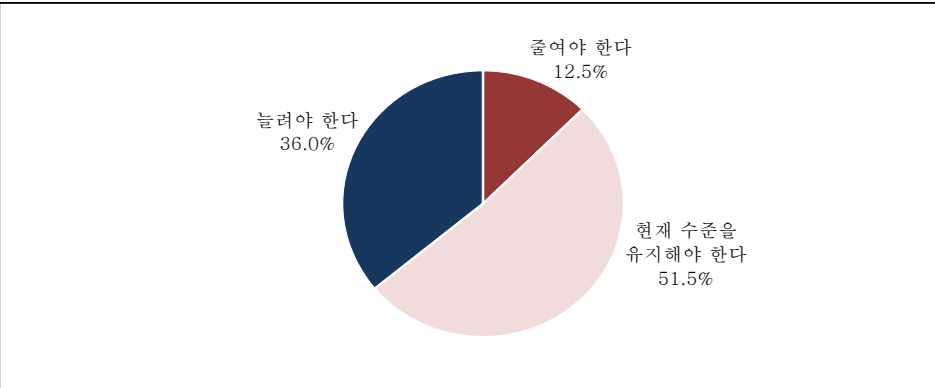
시에 존재하고 있다. 특히 지역민방의 편성량에 대해서는 거주 지역별로 차이가 나타났는데, ‘광주’, ‘대전’, ‘충북’(각 27.3%), ‘대구’(22.2%), ‘충남’(20.8%) 지역의 거주자는 지역 프로그램의 편성량을 줄여야 한다는 의견이 높은 반면에, ‘경북’(7.1%), ‘전남’, ‘제주’(각 8.3%), ‘부산’(8.8%), ‘강원’(8.8%)지역의 거주자들은 편성량을 줄여야 한다는 의견이 상대적으로 적었다.

[그림 5-12] 방송사별 지역 프로그램에 대한 편성정도 평가

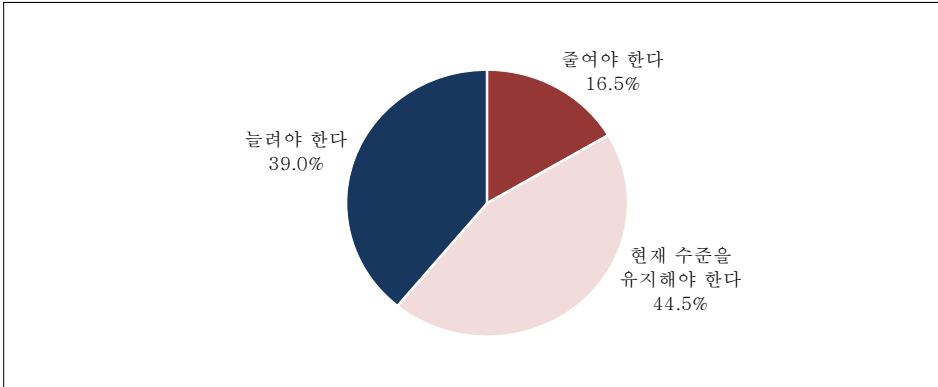
* 지역 KBS



* 지역 MBC



*지역민방



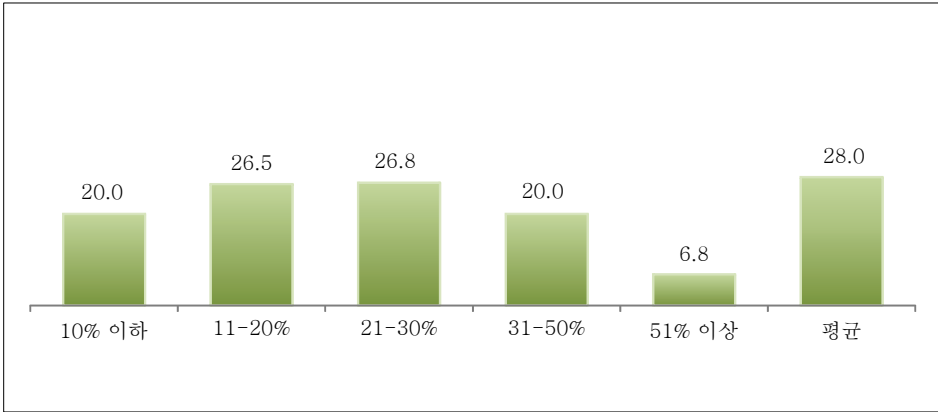
3) 지역프로그램 적정 편성량

그렇다면, 지역민이 생각하는 적절한 지역 프로그램 편성량은 어느 정도일까? 전체 방송시간을 100으로 보았을 때, 지역 프로그램 편성량이 어느 정도일 때 적절한지를 질문한 결과, 응답자 전체의 평균은 28.0%로 나타났다. 이러한 결과는 지역민들은 대략 각 채널당의 전체 편성량의 약 30% 내외로 지역 프로그램이 편성되는 것이 적정하다고 느끼는 있다는 것으로 향후 적절한 자체편성비율 혹은 자체제작비율을 설정함에 있어 고려해야 할 대목으로 판단된다. 즉, 이러한 수치에는 지역민의 기대치가 일부 반영되어 있고 실제 지역 방송사의 제작여건 및 수중계 축소로 인한 전파료 수입 감소 등의 요인을 고려하여, 최대 30%를 넘지 않는 선에서 지역 프로그램을 편성하는 것이 적정함을 시사하고 있다.

하위집단별로는 연령의 경우 '10대 시청자'(36.9%) 집단, 그리고 가구소득별로는 '99만원 이하'(39.5%), '100만원~199만원 이하'(32.5%) 시청자의 평균치가 여타 집단에 비해 높아 지역 프로그램 편성비율에 대한 기대가 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 반면, 거주지역별 차이는 크지 않았으나 '전남'과 '충북'(31.0%)지역의 거주자들의 기대 편성비율의 양이 다소 높은 것으로 나타났고, 지역사회 정보출처를 중앙일간지에 의존하는 시청자들(31.6%)도 지역프로그램 편성비율에 대한 기대비율이 높은 것으로 조사되었다.

[그림 5-13] 적절한 지역방송 편성량 비율 평가

(단위: %)

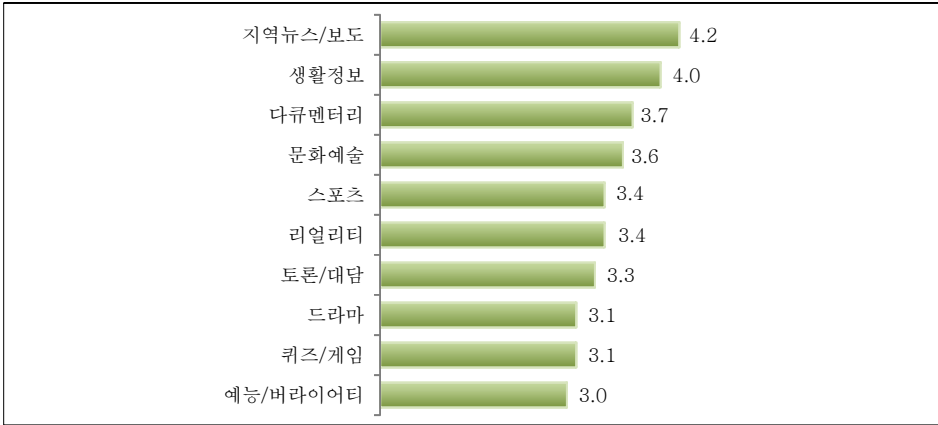


4) 장르별 지역 프로그램 시청 의향

한편, 지역방송 프로그램의 편성량을 늘릴 경우, 각 장르별로 어떤 유형의 프로그램에 대한 시청의향이 높은지를 질문하였다. 장르는 현재 지역 방송사에서 주로 편성하고 있는 주요 장르 열 가지를 분류하여 제시하였고, 이를 5점 척도로 측정하였다. 질문결과, 편성량을 늘릴 경우 시청할 의향이 높은 장르로는 ‘지역뉴스/보도’(4.2점) → ‘생활정보’(4.0점)가 4.0 이상으로 선호도가 가장 높은 장르로 조사되었고 이어 ‘다큐멘터리’(3.7점) → ‘문화예술’(3.6점) → ‘스포츠’(3.4점) → ‘리얼리티’(3.4점) → ‘토론/대담’(3.3점) → ‘드라마’(3.1점) → ‘퀴즈/게임’(3.1점) → ‘예능/버라이어티’(3.0점)의 순으로 나타났다. 다시 말해, 지역민들은 앞서의 질문결과와 마찬가지로 지역 프로그램에 대해서는 오락, 예능 프로그램보다는 뉴스, 정보 프로그램에 대한 수요도 높고 이러한 유형의 프로그램이 지역 프로그램으로 적합하게 생각하고 있음을 유추할 수 있다.

[그림 5-14] 지역 프로그램에 대한 장르별 선호도

(단위: 5점 만점)



성별로는 ‘여성’ 시청자들이 상대적으로 ‘남성’ 시청자들에 비해 ‘드라마’(여성: 3.2점, 남성: 2.9점), ‘생활정보’(여성: 4.1점, 남성: 3.9점) 및 ‘예능/버라이어티’(여성: 3.2점, 남성: 2.9점) 장르에 대한 지역 프로그램의 선호도가 높았고, 연령별로는 젊은 연령층에서는 ‘예능/ 버라이어티’(전체 시청자: 3.0점, 10대 시청자: 3.7점)와 ‘퀴즈/게임’(전체 시청자: 3.1점, 10대 시청자: 3.5점) 장르의 시청의향이 높은 반면 중장년층 이상에서는 ‘지역뉴스/보도’(전체 시청자: 4.2점, 50대 및 60세 이상 시청자 ‘토론/대담’(전체 시청자: 3.3점, 50대 시청자: 3.6점, 60세 이상 시청자: 3.5점)’, (전체 시청자: 3.7점, 40대, 50대 시청자: 각 3.9점, 60세 이상 시청자: 4.0점) 장르를 선호하는 것으로 조사되었다. 또한 소득수준별로도 약간의 차이가 나타났는데 월평균 가구소득이 낮은 응답자들은 ‘드라마’(전체: 3.1점, 299만원 이하 소득 가구: 3.3점), ‘예능/버라이어티’(전체: 3.0점, 100만원~199만원: 3.5점), ‘퀴즈/게임’(전체: 3.1점, 99만원 이하: 3.7점, 100만원~299만원: 3.3점) 장르의 시청 의향이 높게 나타난 반면 상대적으로 소득이 높은 응답자들은 ‘문화예술’(전체: 3.6점, 800만원 이상: 4.1점) 장르에 대한 시청의향이 상대적으로 높았다.

제4절 지역방송 시청자조사 결과 종합

지역방송 시청자 조사결과를 종합해 보면, 먼저 일부 회의적인 시각과 달리 전체 응답자의 72.5%가 지역방송이 필요하다고 응답하여 지역민들은 여전히 지역방송의 필요성에 대해 매우 공감하는 것으로 나타났고, 그 이유로는 ‘지역사회 내의 다양한 정보제공’이나 ‘지역사회 감시’ 등이 주된 이유로 거론되었다. 지역방송 프로그램에 대한 선호도에 있어서는 현재 즐겨 시청하는 지역 프로그램도 ‘지역 생활정보’나 ‘지역이슈’로 나타났고, 향후 지역방송에서 역점을 두어야 할 프로그램 유형 역시 ‘지역생활 정보’ 및 ‘지역이슈’ ‘지역뉴스’ 등이 거론되어 향후 자체제작 편성규제로 전환될 경우 이러한 유형으로의 선택과 집중 전략이 필요함을 보여주고 있다.

한편, 지역 프로그램에 대한 편성량에 대해서는 전체 편성량의 약 30% 정도가 적절한 것으로 인식하고 있었으며, 각 채널별 현재의 편성량에 대해서는 지역민방(28.3%)과 KBS1 TV(27.0%), 그리고 지역 MBC(19.3%)와 KBS2 TV(8.5%)의 순으로 지역 프로그램의 편성량이 많은 것으로 인식하고 있었다. 이러한 결과는 KBS1의 경우, 실제 지역 프로그램의 편성량이 지역민방이나 지역 MBC에 비해 적음에도 불구하고 지역민들은 KBS1의 편성량이 당연히 높은 것으로 인식하고 있다는 것으로 이는 공영방송으로서 KBS에 대한 당위적 역할과 실제 편성량과는 상당한 격차가 있음을 보여주는 결과로서 향후 의무적 지역 프로그램 편성비율과 같은 정책적 검토가 필요함을 시사하고 있다.

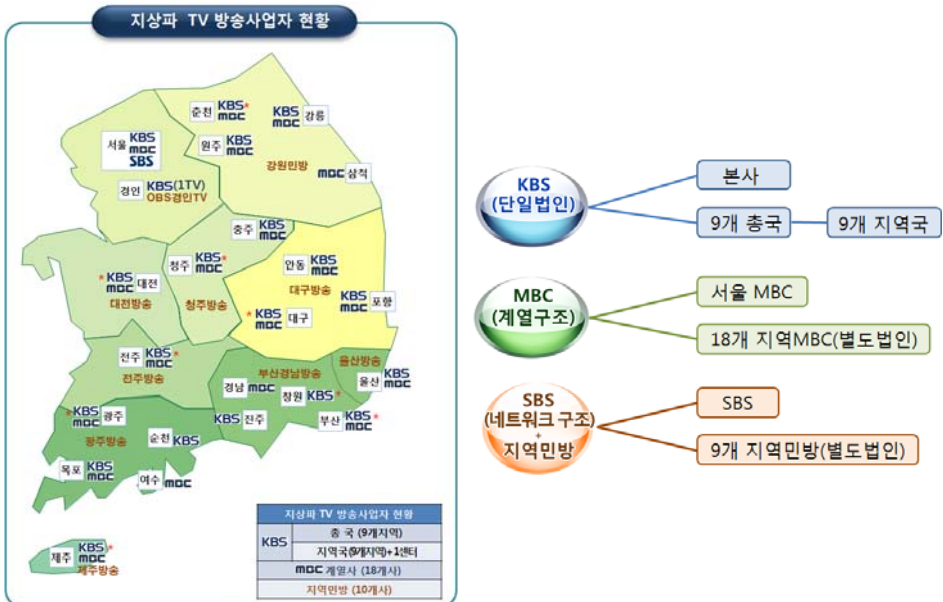
제6장 지역방송 자체제작비율 산정 및 적용방안

제1절 지역방송 자체제작비율 시행방안

1. 자체제작비율 규제 방안

현재 지역방송은 KBS의 경우 9개의 지역총국과 9개의 지역국으로 총 18개의 지국을 운영하고 있다. 총국은 주로 광역시에 위치하고 있어 지역국을 관장하고 있다. 제작시설과 제작인력은 대부분 지역총국에 집중되어 있다. 지역MBC의 경우 현재 18개 지역에 독립적인 주식회사 형태로 존재하고 있다. 서울MBC가 모든 지역MBC 주식의 51% 이상씩을 소유하고 있어 계열사 체제를 유지하고 있다. 지역민방의 경우 9개 지역에서 서비스를 제공하고 있으며, SBS와 프로그램 공급협정을 체결하여 가맹국 체제를 유지하고 있다.

[그림 6-1] 지역방송사업자 현황



지역방송의 자체편성비율에 대한 규제는 현재는 지역민방만 적용하고 있다. 그러나 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 방안이 있다. 지역 KBS에 대해 자체제작비율을 부과할 경우, 뉴스 이외에 자체제작 기능을 수행하지 않은 시·군지역의 지역국은 제외하고, 제작역량이 집중되어 있는 광역시·도 단위의 총국만을 대상으로 하는 것이 바람직할 것이다. 아울러 지역에서 자체제작이 주로 이뤄지는 KBS1TV만을 대상으로 하고 자체제작이 거의 없는 KBS2TV는 대상에서 제외하는 것이 적절할 것이다.

1) 제1안: 지역민방만을 대상

우선 자체편성비율 규제를 자체제작비율로 전환하는 대상을 지역민방만으로 한정하는 방안이 있다. 이는 현행 방송법 제69조(방송프로그램의 편성) 제6항에 근거하여 한 방송사의 수증계 비율을 규제하고 있는 지역민방만을 대상으로 자체제작비율을 규제하고 있다는 점에 근거한다. 이 방안은 기존의 규제방식을 계승하여 규제정책의 일관성을 유지한다는 장점이 있다. 그러나 KBS지역총국과 지역MBC과 자체제작비율 미부과로 지역방송사(국)간의 규제 형평성의 이의제기 가능성이 있다.

2) 제2안: 지역방송 전체를 대상

지역방송의 자체편성비율 규제를 자체제작비율로 전환하는 대상으로 지역민방과 KBS 지역총국, 그리고 지역MBC까지 포함하는 방안이 있다. 이는 현행 지역민방만을 대상으로 하여 규제하는 편성비율 규제를 지역방송 전체로 확대하여 적용하는 방안이다. 이 방안은 지역민방 뿐만 아니라 KBS지역총국과 지역MBC까지 포함하여 규제함으로써 지역방송사(국)간의 규제형평성 유지가 가능하고, 전체 지역방송의 제작역량강화와 지역성 구현 제고에 기여할 수 있는 방안이다. 그렇지만 이 방안은 지역민방에 부과하는 규제를 지역방송 전체로 확대하여 지역방송의 규제를 강화하는 방안이라는 점에서 추가로 지정되는 KBS지역총국과 지역MBC의 이의제기 가능성이 있다.

2. 방송유형간 자체제작 비율 차별화 방안

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 있다. 전자는 모든 지역방송이 유사한 조건에 있다고 전제하고 비율을 부여하는 방안이고, 후자는 방송사 유형별 특성을 고려한 비율 규제방안이라 할 수 있다.

1) 제1안: 지역방송 유형을 미고려 의무부여

지역방송 자체제작비율 의무 부과시에 전체 지역방송 유형별(KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방) 구분없이 전체 지역방송사(국)를 대상으로 자체제작비율 기준을 제시하는 방안이다. 이 경우는 지역방송의 자체제작역량을 기준으로 전체 지역방송사를 대상으로 자체제작비율을 설정할 수 있다. 이 방안은 지역방송사(국) 간의 규제형평성을 유지할 수 있는 장점이 있다. 그러나 KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방의 특성을 고려하지 않은 한계가 있다. 특히 지역민방의 경우 허가시 부여했던 지역성 구현의무 차원의 자체편성비율 규제를 고려하지 않아 정책의 일관성이 약화되는 단점이 있다.

2) 제2안: 지역방송 유형별 의무부여

지역방송 자체제작비율 의무 부과시에 KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방의 방송사(국) 유형별 특성을 고려하여 방송사(국)의 유형별로 자체제작비율 기준을 차별화하는 방안이다. 이 경우도 지역방송사(국) 자체제작역량을 기준으로 방송사 유형별로 자체제작비율을 차별적으로 설정할 수 있다. 이 방안은 KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방의 지역방송 유형별 특성을 고려하여 자체제작비율에 대한 규제가 가능한 특징을 띠고 있다. 지역방송사(국) 인허가 정책의 역사적 특성을 고려할 때 지역방송 유형별 특성을 고려하여 방송사별로 자체제작비율 기준을 차별화하는 것이 적절하다고 판단된다.

제2절 지역방송 자체제작비율 산정방안

1. 자체제작비율 산정 기준

지역방송에 자체제작비율을 부과할 경우 이에 대한 적절한 비율을 산정하여 의무를 부과하는 것이 필요하다. 지역방송의 자체제작비율 설정의 기본 방안은 자체제작역량을 고려하여 자체제작역량 지수가 높은 방송사에 대해 높은 자체제작비율 의무를 부과하는 것이 바람직하다.

지역방송의 자체제작비율은 지역방송사 유형별(KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방) 특성을 고려한 자체제작비율 의무를 부과하는 것이 바람직하다. 지역방송사(국) 유형별 기존 평균 자체제작비율을 기준으로 하여 기존보다 높은 자체제작비율 의무를 부과하는 것이다.

지역방송의 자체제작비율의 의무부과시 고려해야 할 사항은 기존 지역방송사들이 편성해왔던 자체제작비율 평균보다 높은 비율을 부과하여 지역방송의 지역성을 제고하고, 지역방송의 수익을 증대하도록 하는 것이 필요하다. 참고로 2011년 지역방송 자체편성비율은 KBS1의 경우 7.7%, KBS2의 경우 1.1%, 지역MBC는 7.5%, 지역민방은 15.1%였다. 따라서 이러한 평균 자체제작비율을 고려하여 적절한 수준에서 의무를 부과하는 것이 필요하다.

2. 자체제작비율 부과방안

1) 제1안: 제작역량에 비례한 부과방안

지역방송의 자체제작비율을 각 지역방송사 유형별로 자체제작역량을 고려하여 부과하는 방안이다. 즉, KBS지역총국, 지역MBC, 지역민방별로 자체제작역량을 평가하여 제작역량의 크기에 비례하여 제작비율을 부과하는 방안이다. 이는 자체제작역량이 높은 방송사는 높은 의무비율을 부과하고 그렇지 못한 방송사는 낮은 비율을 부과하는 방안이다. 따라서 이 방안은 모든 지역방송사에 공평한 방식이라 할 수 있다.

지역방송의 자체제작역량에 비례한 의무비율 부과를 어떻게 해야 하는지는 <표 6-1>

에 제시한 바와 같다. 지역민방의 경우 2011년 평균 순수 자체제작비율은 15.1%이다. 이를 기준으로 하여 자체제작역량이 가장 낮은 J방송의 경우 2011년 지역민방의 순수 자체제작비율인 15.1%를 부과하고 그 다음 방송사부터는 자체제작역량지수가 높은 순서대로 1%씩 증가시켜 의무비율을 부과하는 방식이다. 그렇게 될 경우 자체제작역량이 가장 높은 A방송사의 경우 23.1%가 되고, 전체 지역민방의 평균 자체제작비율은 19.1%가 된다.

〈표 6-1〉 제작역량에 비례한 의무비율부과 방안 사례(지역민방 예시)

방송사	자체제작 역량지수(1안 기준)	2011년 자체제작비율	의무비율
A	60	22.2%	23.1%
B	54.6	17.9%	22.1%
C	44	15.8%	21.1%
D	43.8	15.6%	20.1%
E	42.4	12.8%	19.1%
F	42.2	11.7%	18.1%
G	41	12.8%	17.1%
H	40.8	14.9%	16.1%
I	33.6	11.8%	15.1%
평균		15.1%	19.1%

지역MBC의 경우 2011년 평균 순수 자체제작비율은 7.9%이다. 이를 기준으로 〈표 6-2〉에 제시한 바와 같이 자체제작역량이 가장 낮은 S방송사의 경우 2011년 지역민방의 순수 자체제작비율인 7.9%를 부과하고 그 다음 방송사부터는 자체제작역량지수가 높은 순서대로 0.5%씩 증가시켜 의무비율을 부과하는 방식이다. 이 경우 전체 자체제작 평균비율은 7.9%에서 12.4%로 상승한다.

〈표 6-2〉 제작역량에 비례한 의무비율부와 방안 사례(지역MBC 예시)

방송사	자체제작 역량지수(1안기준)	2011년 자체제작비율(순수)	의무비율
A	50	15.4	16.9
B	48.4	10.2	16.4
C	45.8	8.8	15.9
D	45.6	7.8	15.4
E	42.6	10.5	14.9
F	35.4	9.4	14.4
G	33.8	6.9	13.9
H	33.6	9.2	13.4
I	33.6	8.3	12.9
J	32.6	10.4	12.4
K	31.6	9.6	11.9
L	30.2	10.2	11.4
M	29.8	7.9	10.9
N	29.6	7.1	10.4
O	29	2.4	9.9
P	28.8	3.3	9.4
Q	28.4	3.2	8.9
R	25.6	3.8	8.4
S	24	6.3	7.9
평균		7.9	12.4

2) 제2안: 제작역량 그룹에 따른 부과방안

지역방송의 자체제작비율을 지역방송유형별로 자체제작역량 지수를 기준으로 순위에 따라 3개 그룹(상, 중, 하)으로 구분하여 부과하는 방안이다. 즉 KBS지역총국과 지역민방은 9개 방송국을 자체제작역량 지수 순위에 따라 3개씩 3개 그룹으로 구분하고, 지역MBC는 18개 지역사를 자체제작역량 지수 순위에 따라 6개씩 3개 그룹으로 구분하여 의무비율을 부과하는 방안이다. 이 방안은 지역방송사 유형별로 평균 자체제작비율을 기준으로 삼고 그룹별로 일정비율의 차등을 두되, 자체제작비율이 낮은 방송사(국)는 유형별

평균이상의 프로그램을 제작하도록 하고, 자체제작비율이 높은 방송사(국)는 아주 높은 비율의 의무를 부과하지 않도록 하는 방안이다. 지역방송 유형별로 평균 자체제작비율을 기준을 각 유형별 그룹별 평균을 기준으로 하여 의무를 부과하는 방안도 가능하다. 그리고 이러한 유형별, 그룹별 자체제작비율의 의무부과 기준 정도는 매년 방송통신위원회가 고시하도록 해야 한다.

지역방송 제작역량을 그룹에 따라 차등 부과하는 방안에 대한 예시는 <표 6-3>에서 제시한 바와 같다. 지역민방의 자체제작역량을 평가한 결과를 바탕으로 3개방송사씩 그룹화한 결과 1그룹은 제작역량이 높은 A, B, C방송이 해당되었고, 2그룹은 D, E, F방송이 되며, 3그룹은 G, H, I방송이었다. 이를 기준으로 3그룹의 경우 2011년 평균 자체제작비율인 15.1%이상을 편성하도록 하고, 2그룹은 이보다 3% 증가한 18.1% 이상, 1그룹은 2그룹보다 3% 더 높은 21.1%이상을 편성하도록 하는 방안이다. 이렇게 할 경우 전체 지역민방의 평균 자체제작비율은 현재의 15.1%에서 18.1%가 된다.

〈표 6-3〉 제작역량 그룹별 의무비율부과 방안 사례(지역민방 예시)

방송사	자체제작 역량지수 (1안 기준)	2011년 자체제작비율	그룹 설정	의무비율
A	60	22.2%	1그룹	21.1% 이상
B	54.6	17.9%		
C	44	12.8%		
D	43.8	15.8%	2그룹	18.1% 이상
E	42.4	12.8%		
F	42.2	11.7%		
G	41	12.8%	3그룹	15.1% 이상
H	40.8	14.9%		
I	33.6	11.8%		
평균		15.1%		18.1%

지역MBC의 경우 <표 6-4>에 제시한 바와 같이 지역MBC의 자체제작역량을 평가한 결과를 바탕으로 6개 방송사씩 그룹화하여, 3그룹의 경우 2011년 지역MBC 평균 자체제작비율인 7.9%이상을 편성하도록 하고, 2그룹은 이보다 3% 증가한 10.9% 이상, 1그룹은 2그룹보다 3% 더 높은 13.9%이상을 편성하도록 하는 방안임. 이 경우 전체 자체제작 평균비율은 7.9%에서 10.9%로 상승한다.

<표 6-4> 제작역량에 비례한 의무비율부와 방안 사례(지역MBC 2안 예시)

방송사	자체제작역량지수 (1안기준)	2011년 자체제작비율(순수)	의무비율
A	50	15.4	13.9
B	48.4	10.2	
C	45.8	8.8	
D	45.6	7.8	
E	42.6	10.5	
F	35.4	9.4	
G	33.8	6.9	10.9
H	33.6	9.2	
I	33.6	8.3	
J	32.6	10.4	
K	31.6	9.6	
L	30.2	10.2	
M	29.8	7.9	7.9
N	29.6	7.1	
O	29	2.4	
P	28.8	3.3	
Q	28.4	3.2	
R	25.6	3.8	
S	24	6.3	10.9
평균		7.9	

제3절 지역방송 공동제작 프로그램 인정 기준

1. 지역방송 공동제작 프로그램 유형

지역방송에 자체제작비율의 의무를 부과할 경우 지역방송사간 혹은 다른 방송사와 공동제작을 하는 경우 이에 대한 자체제작비율을 산정하여 반영해야 한다. 이를 위해 공동제작의 유형을 분류하고, 유형에 따라 기준을 설정하여 자체제작비율을 인정해야 한다. 이러한 관점에서 지역방송의 공동제작의 유형은 참여자 관점의 지역방송 공동제작 프로그램 유형과 제작방식 관점의 지역방송 공동제작 프로그램 유형으로 대별될 수 있다.

우선 지역방송의 공동제작 프로그램의 유형을 참여자 관점에서 분류하면 다음의 표와 같이 4가지로 구분이 가능하다. 지역방송은 다른 지역방송, 중앙방송, 국내제작사, 중앙방송, 해외제작사와 공동제작이 가능하다.

〈표 6-5〉 참여자 관점의 공동제작 방식 유형

유형	공동제작 방식	비고
A	지역방송 + 지역방송	
B	지역방송 + 중앙방송	
C	지역방송 + 국내제작사(독립제작사 등 방송사외)	
D	지역방송 + 해외제작사	

지역방송의 공동제작 프로그램의 유형을 제작방식 관점에서 분류하면 다음 표의 7가지 유형으로 분류가 가능하다. 지역방송의 공동제작 방식은 재원분담, 제작과정 공유, 공동중계의 세 가지 기본 유형을 중심으로 분류할 수 있다.

〈표 6-6〉 제작방식 관점의 공동제작 방식 유형

유형	공동제작 방식	비고
A	재원분담	
B	제작과정 공유(기획, 인력 및 장비지원 등)	
C	공동중계	
D	재원분담 + 제작과정 공유	
E	재원분담 + 공동중계	
F	제작과정 공유 + 공동중계	
G	재원분담 + 제작과정 공유 + 공동중계	

2. 지역방송 공동제작 프로그램 인정기준

지역방송의 공동제작 프로그램을 참여자 관점의 제작방식을 고려하여 인정하는 방안은 〈표 6-5〉에 제시한 바와 같다. 지역방송사의 제작활성화, 다른 방송사 및 제작사와의 공동제작을 통한 제작역량강화 등을 고려하여 다른 지역방송 및 여타 중앙방송사 등과 공동제작의 경우 모두 자체제작비율로 인정하는 것이 바람직하다.

〈표 6-7〉 참여자 관점의 공동제작방식 유형의 인정여부

유형	공동제작 방식	인정여부
A	지역방송 + 지역방송	인정
B	지역방송 + 중앙방송	인정
C	지역방송 + 국내제작사(독립제작사 등 방송사외)	인정
D	지역방송 + 해외제작사	인정

○ 제작방식 관점의 제작방식 인정방안 및 기준

제작방식 관점의 제작방식 인정방안 및 기준은 두 가지를 고려할 수 있다. 첫째는 재원분담과 제작과정 공유의 경우 참여한 방송사의 기여도 비율에 따라 자체제작비율을 인정

하고, 공동 중계의 경우 어떤 형태이든지 관계없이 중계 참여사의 수의 비율로 자체제작 비율로 인정하는 방안이다. 이 방식의 경우 제작방식이 어떤 형태이든지 관계없이 참여하는 방송사의 기여도에 따라 공동제작 프로그램을 자체제작 프로그램으로 인정하기 때문에 형평성을 유지할 수 있는 방안이라 할 수 있다.

<표 6-8> 제작방식 관점의 공동제작방식 유형의 인정여부(1안)

유형	공동제작 방식	인정여부 및 기준	인정 비율
A	재원분담	인정	제작비 분담 비율
B	제작과정 공유(기획, 인력 및 장비지원 등)	인정	제작과정공유 비율
C	공동중계	인정	참여자 수 비율
D	재원분담 + 제작과정 공유	인정	참여자 제작기여 비율
E	재원분담 + 공동중계	인정	참여자 제작기여 비율
F	제작과정 공유 + 공동중계	인정	참여자 제작기여 비율
G	재원분담 + 제작과정 공유 + 공동중계	인정	참여자 제작기여 비율

제작방식 관점의 제작방식 인정방안 및 기준으로 또 다른 방안은 지역방송이 일정비율 이상(예를 들어 30%이상) 재원을 부담하는 프로그램의 경우 100%를 인정하고, 제작과정 공유시 50%를 인정하며, 공동중계의 경우 어떤 형태와 관계없이 중계에 참여하는 방송사 수 비율로 자체제작 비율을 인정하는 방안이다. 이는 지역방송이 프로그램을 제작하기 위해 재원을 투자하는 경우에 그 노력을 인정하며, 아울러 지역방송 다른 방송사 등과 공동제작을 활성화하기 위한 방안이다. 이 방안은 지역방송사의 제작여건을 고려한 비율 산정 및 제작비 지출을 유인하는 효과가 있으나 일정비율 이상의 기여도에 대한 기준에 논란이 발생할 수 있는 단점이 있다.

〈표 6-9〉 제작방식 관점의 공동제작방식 유형의 인정여부(2안)

유형	공동제작 방식	인정여부 및 기준	인정 비율
A	재원분담	인정 (30%이상 시)	100%
B	제작과정 공유(기획, 인력 및 장비지원 등)	인정 (30%이상 시)	50%
C	공동중계	인정(참여자 수 비율)	참여자 수 비율
C	재원분담 + 제작과정 공유	인정(30%이상 시)	참여자 제작기여 비율
D	재원분담 + 공동중계	인정(참여자 수 비율)	참여자 제작기여 비율
E	제작과정 공유 + 공동중계	인정(참여자 수 비율)	참여자 제작기여 비율
F	재원분담 + 제작과정 공유 + 공동중계	인정(참여자 수 비율)	참여자 제작기여 비율

제4절 지역방송 자체편성에 관한 법제 개선방안

1. 방송법 개정 방안

지역방송의 자체편성비율을 자체제작비율로 전환하기 위해서는 현행 방송법상의 편성규제에 관한 사항을 개정해야 한다. 이미 2008년부터 국회의원들이 자체편성비율에 관한 방송법의 조항을 개선하는 방안을 제시하였다. 이를 기초로 본 연구에서 제시한 지역방송 자체편성비율을 개선하기 위해서는 방송법 제69조(방송프로그램의 편성등)에 제6항을 개정해야 한다.

우선 자체편성비율을 자체제작비율로 개선하는 방안을 지역민방만을 대상으로 하는 경우에는 방송법 제69조(방송프로그램의 편성 등)에 제6항¹⁰⁾에서 “.....다른 한 방송사업자의 제작물을 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여서는 아니된다.”를 “.....대통령령이 정하는 비율 이상 자체 제작한 방송프로그램을 편성하여야 한다.”로 개정¹¹⁾할 필요가 있

10) 제69조(방송프로그램의 편성 등) ⑥한국방송공사 및 특별법에 의한 방송사업자, 방송문화진흥회법에 의한 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자 및 그 방송사업자가 출자한 방송사업자를 제외한 지상파방송사업자는 다른 한 방송사업자의 제작물을 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여서는 아니된다.

다. 이렇게 될 경우 기존의 지역민방에 대한 자체편성비율에 대한 규제가 자체제작비율로 전환하게 된다.

현행	개정안
제69조(방송프로그램의 편성 등) ①~⑤ (생략)	제69조(방송프로그램의 편성 등) ①~⑤ (현행과 같음)
⑥한국방송공사 및 특별법에 의한 방송사업자, 방송문화진흥회법에 의한 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자 및 그 방송사업자가 출자한 방송사업자를 제외한 <u>지상파 방송사업자는 다른 한 방송사업자의 제작물을 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여야 한다.</u>	⑥----- <u>지상파 방송사업자는 자체 제작한 방송프로그램을 대통령령으로 정하는 비율 이상 편성하여야 한다.</u>

한편, 자체편성비율을 자체제작비율로 개선하는 방안을 지역민방뿐만 아니라 지역MBC, KBS지역총국 대상으로 하는 경우에는 방송법 제69조(방송프로그램의 편성 등) ⑥에서 “한국방송공사 및 특별법에 의한..... 지상파방송사업자는 다른 한 방송사업자의 제작물을 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여야서는 아니된다.”를 “지상파방송사업자는 대통령령이 정하는 비율 이상 자체 제작한 방송프로그램을 편성하여야 한다.”로 개정해야 한다. 이렇게 할 경우 지역민방 뿐만 아니라 지역MBC, KBS지역총국까지 일정비율 이상의 자체제작 프로그램을 편성해야 한다.

- 11) ⑥법 제69조제6항에 따라 지상파방송사업자가 다른 한 방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율은 다음 각 호의 구분에 따른 비율의 범위안에서 당해 지상파방송사업자의 경영상태 및 방송프로그램수급여건 등을 고려하여 방송통신위원회가 고시하는 비율로 한다.
 - 지상파텔레비전방송사업자가 다른 한 지상파텔레비전방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율 : 채널별로 매월 전체 방송시간의 100분의 50 내지 100분의 85
 - 제1항부터 제6항까지의 규정에 따른 방송프로그램의 세부적인 분류기준 및 편성비율 산정기준은 방송통신위원회가 정하여 고시할 수 있다.

현행	개정안
제69조(방송프로그램의 편성 등) ①~⑤ (생략)	제69조(방송프로그램의 편성 등) ①~⑤ (현행과 같음)
⑥ 한국방송공사 및 특별법에 의한 방송사업자, 방송문화진흥회법에 의한 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자 및 그 방송사업자가 출자한 방송사업자를 제외한 지상파방송사업자는 다른 한 방송사업자의 제작물을 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여야 하는 아니된다.	⑥ 지상파방송사업자는 자체 제작한 방송프로그램을 대통령령으로 정하는 비율 이상 편성하여야 한다.

2. 방송법시행령 개정

지역방송 자체편성비율에 관한 규제를 자체제작비율로 전환하기 위해서는 관련 방송법에 명시된 사항을 구체적인 방안으로 규정하기 위해 방송법 시행령의 적합성을 검토해야 한다. 현재 방송법 시행령 제50조(방송프로그램의 편성 등) 제6항에 따르면 방송법 제69조(방송프로그램의 편성 등) 6항에 명시한 사항을 시행하기 위해 지상파방송사업자가 다른 한 방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율을 방송통신위원회가 방송사업자의 경영상태 및 방송프로그램수급여건 등을 고려하여 방송통신위원회가 고시하도록 하고 있다. 그리고 제1호로 지상파텔레비전방송사업자가 다른 한 지상파텔레비전방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율을 채널별로 매월 전체 방송시간의 100분의 50 내지 100분의 85로 규정하고 있다.¹²⁾

12) ⑥법 제69조제6항에 따라 지상파방송사업자가 다른 한 방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율은 다음 각 호의 구분에 따른 비율의 범위안에서 당해 지상파방송사업자의 경영상태 및 방송프로그램수급여건 등을 고려하여 방송통신위원회가 고시하는 비율로 한다.

1. 지상파텔레비전방송사업자가 다른 한 지상파텔레비전방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율 : 채널별로 매월 전체 방송시간의 100분의 50 내지 100분의 85.....

⑧ 제1항부터 제6항까지의 규정에 따른 방송프로그램의 세부적인 분류기준 및 편성비율 산정기준은 방송통신위원회가 정하여 고시할 수 있다.<신설 2010.10.1>

따라서 지역방송의 자체편성비율 규제를 자체제작비율 규제로 전환하기 위해서는 방송법상의 개정과 같이 한 사업자의 방송프로그램 편성비율의 제한이라는 규정을 개정하여 “지상파방송사업자가 자체제작한 방송프로그램을 편성할 수 있는 비율은 채널별로 매월 전체 방송시간의 100분의 00이상의 범위에서 지상파방송사업자의 경영상태 및 방송프로그램수급여건 등을 고려하여 방송통신위원회가 고시하는 비율로 한다”의 내용으로 개정해야 한다.

현 행	개정안
제50조(방송프로그램의 편성 등) ⑥법 제69조제6항에 따라 <u>지상파방송사업자가 다른 한 방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율은 다음 각 호의 구분에 따른 비율의 범위안에서 당해 지상파방송사업자의 경영상태 및 방송프로그램수급여건 등을 고려하여 방송통신위원회가 고시하는 비율로 한다.</u>	제50조(방송프로그램의 편성 등) ⑥법 제69조제6항에 따라 <u>지상파방송사업자가 자체제작한 방송프로그램을 편성할 수 있는 비율은 채널별로 매월 전체 방송시간의 100분의 00이상의 범위에서 지상파방송사업자의 경영상태 및 방송프로그램수급여건 등을 고려하여 방송통신위원회가 고시하는 비율로 한다.</u>

제7장 지역방송 자체제작비율 전환정책의 효과

지역방송의 자체편성비율을 자체제작비율을 전환할 경우 크게 세 가지의 효과가 발생할 것으로 보인다. 첫째로 자체 편성비율 규제제도의 자체 제작비율로의 전환은 지역방송의 광고수익이 증가하는 효과가 나타날 수 있다. 둘째는 지역방송이 외주제작과 구매프로그램의 비중을 줄이고 자체제작 프로그램의 편성비율을 늘려 지역성 제고에 기여할 수 있다. 셋째로 지역방송의 자체제작 프로그램이 증가하여 지역방송의 제작 능력을 제고하는데 기여할 수 있다.

제1절 지역방송의 수익개선 효과

1. 지역방송의 수익구성과 광고

수신료 수입을 병행하고 있는 KBS를 제외한 지역 MBC와 지역민방의 주 수익원은 광고이다. 예를 들어, 지난 2011년에 조사한 2010년 지역 MBC와 지역민방의 매출액 구성내역을 살펴보면 주 수입원이 광고임을 알 수 있다. 아래 표에서 보는 바와 같이 전체 매출액 총액 중에서 광고수익이 차지하는 비중은 약 73%로 가장 비중이 높은 수익원임을 알 수 있다.

〈표 7-1〉 지역 방송사의 수익구성 내역

(단위: 백만원)

	광고수익	협찬수익	프로그램 판매수익	기타 방송수익	기타 사업수익	매출액 계
지역 MBC (19)	315,088	41,541	8,158	11,261	48,044	424,093
지역민방(10)	178,742	29,226	5,325	14,668	20,909	248,873
계	493,830 (73.4)	70,767 (10.5)	13,483 (2.0)	25,929 (3.8)	68,953 (10.2)	672,966

* 출처: 방송통신위원회, 『2011년 방송산업실태조사 보고서』, 311쪽.

지역방송의 주요수입원인 광고수입은 크게 세 가지로 분류된다. 우선 전파료 수익으로 이는 중앙사가 판매한 광고매출 중 일부를 지역 방송사에게 배분하는 수익으로 전체 지역방송 광고매출액의 약 50-60%를 차지한다. 전파료는 중앙의 방송사들이 자사의 프로그램을 지역에 전송할 때(이를 흔히 수중계라 한다) 그 지역의 전파를 이용하는데 따른 대가라 할 수 있다. 두 번째 광고수입 형태는 자체광고수익으로 지역 자체 권역에서 판매하는 수익을 말하며 미디어랩 지사에서 판매하는 광고를 말한다. 자체광고 수익은 전체 광고수익의 약 10% 정도로 그 비중이 낮은 편이다. 마지막 연계광고 수익은 지역광고를 서울 미디어랩에서 중앙사 광고와 연계해 판매해주는 이른바 연계판매 수익으로 이는 약 30-40% 정도를 차지한다. 따라서 현재까지 지역 방송사의 광고 중에서 가장 중요한 수입원은 전파료 수익이다.

2. 지역방송 자체제작비율 전환과 수익

현재 지역방송 자체 편성비율의 편성규제 정책의 적용대상은 지역민방이다. 이러한 관점에서 볼 때, 지역민방으로 하여금 재정적으로 자체편성 프로그램에 대한 제작비(외주비 및 구매비 포함) 투입을 요구하면서 동시에 수중계 프로그램의 편성량이 감소하게 됨에 따라 지역민방의 전파료 수입을 감소시키는 이중의 어려움을 초래하게 한다. 그래서 순수한 자체 제작비율 규제로 전환할 경우, 결과적으로 제작비 절감 및 수중계 증가에 따른 광고수익 증가 등 지역 방송사에게 재정적 차원의 긍정적인 효과가 기대된다. 따라서 여기서는 이러한 제도적 변화가 지역방송사에 어느 정도 수익개선 효과를 발생시키는지 분석해 보기로 한다.

지역방송 자체편성비율의 자체제작비율로의 정책전환으로 인해 예상되는 수익개선 효과는 우선 “수중계 편성비율 증가에 따른 전파료 수익 증가분 + 자체제작 비율 축소로 인한 제작비 절감분 + 외주 및 구매 폐지에 따른 비용 절감분 ” 등과 같은 추가적인 수익을 기대할 수 있다. 대신, 자체 편성량 축소로 인해 발생하는 “자체 광고수익 감소분”이 발생하게 된다. 이러한 관점에서 제도 개선으로 인한 지역 방송사의 수익개선에 대한 논의는 지역 방송사의 광고 매출액 구성에서부터 출발할 수 있다. 지역 방송사의 광고매출액의 구성은 다음에 제시한 바와 같이 구성된다.

$$\text{지역방송 광고매출액} = \text{지역 프로그램 지역자체 판매 광고수익(a)} + \text{지역 프로그램 서울
연계판매 광고수익(b)} + \text{수중계에 대한 전파료 수익(c)}$$

이러한 지역민방의 광고매출액 구성에서 순수 자체제작 비율로 규제방향이 전환될 경우, 현재의 자체 제작 프로그램의 비율(즉, a와 b부분)은 다소 축소되고 외주 및 해외 구매편성은 폐지되며, 수중계(즉 c 부분)는 다소 증가할 것으로 예상된다. 이를 가정할 경우, a 부분의 수익은 감소되고, c 부분의 수입, 다시 말해 수중계 증가에 따른 전파료 수익의 증가를 기대할 수 있다. 이러한 전제를 바탕으로 지역 방송사에 대한 수익개선 효과를 각 방송사별로 보다 구체적으로 분석하였다.

1) 지역 MBC

먼저, 정책전환으로 인한 지역 프로그램의 편성비율 변화를 살펴보기 위해 각 지역 MBC의 지역 프로그램의 편성비율을 제작 주체별로 구분하여 연간 순수 자체제작(공동제작 포함) 편성비율, 외주 및 구매 편성비율, 그리고 수중계 편성비율로 구분하여 살펴 보았다. <표 7-2>에서 보듯이 2011년 기준으로 지역민방의 제작주체별 편성비율을 살펴보면, 순수 자체제작(공동제작 포함) 비율은 대체적으로 15% 정도로 비슷한 수준임을 알 수 있다. 반면, 수중계 비율은 적게는 광주 MBC의 75.4%에서부터 많게는 경남(진주) MBC의 84.8%까지 약 10% 정도의 편차를 보이고 있다.

<표 7-2> 지역 MBC 연간 편성량(2011년 연간 기준)

(단위: 분)

방송사		자체제작		소계	외주+구매		소계	수증계	계
		순수자체	공동제작		외주	구매			
지역 MBC	부산	67,085	11,455	78,540 (18.0)	3,780	15,690	19,470 (4.5)	339,435 (77.5)	437,445 (100.0%)
	대구	74,080	0	74,080 (17.2)	60	16,010	16,070 (3.7)	341,205 (79.1)	431,355 (100.0%)
	광주	72,060	25,880	97,940 (22.5)	8,900	0	8,900 (2.1)	327,100 (75.4)	433,940 (100.0%)
	대전	63,835	5,665	69,500 (16.2)	115	17,950	18,065 (4.2)	340,640 (79.6)	428,205 (100.0%)
	전주	43,355	30,515	73,870 (17.0)	10,376	3,175	13,551 (3.1)	348,320 (79.9)	435,740 (100.0%)
	강릉	17,090	47,020	64,110 (14.7)	0	7,975	7,975 (1.8)	365,085 (83.5)	437,170 (100.0%)
	춘천	67,827	0	67,827 (15.5)	7,190	0	7,190 (1.6)	362,508 (82.9)	437,525 (100.0%)
	청주	58,630	10,180	68,810 (15.7)	0	10,845	10,845 (2.5)	357,695 (81.8)	437,350 (100.0%)
	제주	42,120	24,065	66,185 (15.1)	0	16,920	16,920 (3.9)	354,335 (81.0)	437,440 (100.0%)
	울산	33,960	33,090	67,050 (15.3)	7,365	0	7,365 (1.7)	362,935 (83.0)	437,350 (100.0%)
	경남 (창원)	48,570	8,400	56,970 (13.1)	0	7,520	7,520 (1.7)	370,985 (85.2)	435,475 (100.0%)
	경남 (진주)	26,705	19,635	46,340 (10.6)	17,220	2,825	20,045 (4.6)	370,985 (84.8)	437,370 (100.0%)
	목포	43,665	20,890	64,555 (14.8)	6,695	21,555	28,250 (6.4)	344,545 (78.8)	437,350 (100.0%)
	여수	65,750	1,405	67,155 (15.2)	2,275	4,550	6,825 (1.5)	368,295 (83.3)	442,275 (100.0%)
	안동	59,340	0	59,340 (13.6)	55	24,670	24,725 (5.6)	353,285 (80.8)	437,350 (100.0%)
	원주	17,260	44,795	62,055 (14.2)	3,625	5,305	8,930 (2.0)	366,365 (83.8)	437,350 (100.0%)
	충주	55,900	6,925	62,825 (14.4)	8,560	5,570	14,130 (3.2)	360,395 (82.4)	437,350 (100.0%)
	삼척	15,145	51,615	66,760 (15.3)	0	4,535	4,535 (1.0)	366,055 (83.7)	437,350 (100.0%)
	포항	37,955	16,955	54,910 (12.6)	2,120	24,120	26,240 (6.1)	353,490 (81.3)	434,640 (100.0%)

* 출처: 방송통신위원회 내부자료

한편, <표 7-3>은 2011년 기준, 지역 MBC의 광고수익을 영역별로 구분한 것이다.

<표 7-3> 지역MBC의 연간 광고수익 비중 (2011년 기준)

(단위: 백만원)

방송사		전파료 수익	연계판매수익	자체판매 수익	계
지역 MBC	부산	12,046	9,736	12,699	34,481
	대구	10,325	7,379	8,039	25,742
	광주	7,860	6,235	7,239	21,335
	대전	9,653	6,875	6,987	23,515
	전주	8,214	5,597	4,153	17,964
	경남(창원)	8,399	5,079	4,545	18,023
	춘천	6,851	6,089	811	13,752
	청주	6,609	8,254	1,126	15,989
	제주	6,565	6,729	2,827	16,121
	울산	8,071	5,410	4,183	17,664
	강릉	7,216	6,179	281	13,677
	경남(진주)	7,208	4,624	823	12,655
	목포	6,191	4,577	2,438	13,206
	여수	7,258	4,627	503	12,387
	안동	6,309	4,554	2,820	13,683
	원주	6,031	5,229	284	11,544
	충주	6,057	5,181	232	11,470
	삼척	5,955	5,229	307	11,490
	포항	6,563	4,994	4,011	15,518

* 출처: 방송통신위원회 내부자료

전파료 수입의 경우, 부산 MBC의 약 120억 원에서부터 삼척 MBC의 59억까지로 분포되어 있다. 특히, 부산 MBC의 경우는 전파료 수익과 함께 자체판매 수익도 약 126억, 그리고 연계판매 수익도 97억으로 로컬 프로그램에 대한 광고수익이 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 반면, 규모가 작은 지역일수록 상대적으로 전파료 수익이 차지하

는 비중이 대도시 지역보다 높은 경향을 보였다.

한편, <표 7-4>는 지역 MBC의 지역 프로그램에 대한 제작비를 제작 주체별로 살펴본 것이다.

<표 7-4> 지역 MBC의 지역 프로그램 제작 주체별 제작비 (2011년 기준)

(단위: 백만원)

방송사		자체제작		소계	외주+구매		소계	계
		순수자체	공동제작		외주	구매		
지역 MBC	부산	1,614	1,082	2,696	9	478	487	3,183
	대구	3,153	0	3,153	38	177	215	3,368
	광주	1,840	857	2,697	59	0	59	2,756
	대전	2,163	47	2,210	164	202	366	2,576
	전주	818	372	1,190	95	28	123	1,313
	강릉	365	608	973	0	37	37	1,010
	춘천	1,092	0	1,092	200	26	226	1,318
	청주	902	140	1,042	0	107	107	1,149
	제주	1,473	201	1,674	0	139	139	1,813
	울산	2,125	1,428	3,553	0	68	68	3,621
	경남(창원)	773	80	853	0	203	203	1,056
	경남(진주)	546	391	937	92	16	108	1,045
	목포	391	507	898	58	190	248	1,146
	여수	1,555	450	2,005	0	119	119	2,124
	안동	1,556	0	1,556	27	274	301	1,857
	원주	422	822	1,244	37	37	74	1,318
	충주	1,109	41	1,150	57	55	112	1,262
	삼척	836	1,099	1,935	0	36	36	1,971
	포항	1,070	141	1,211	91	207	298	1,509

* 출처: 방송통신위원회 내부자료

비교적 순수 자체제작비가 높은 방송사는 울산 MBC(약 35억)와 대구 MBC(약 31억)였으며, 상대적으로 적은 곳은 강릉 MBC(약 9억), 경남(창원) MBC (약 8억) 목포 MBC (약 9억) 등이었다. 전체 제작비 총액에서는 울산 MBC가 약 36억으로 가장 제작비가 많았으며 이어 대구 MBC가 약 33억, 그리고 부산 MBC 약 32억 등의 순이었다. 이상과 같은 수익 및 제작비 내역을 바탕으로 지역 MBC의 재정적 기대효과를 산출해 보았다. 먼저, 분당 평균 전파료 수입은 연간 전파료 수입을 연간 수중계 편성량으로 나누어 계산하였다. 그 결과 시청자 수가 많은 지역의 분당 평균 전파료가 대체적으로 높게 나타나고 인구수가 적은 지역의 평균 전파료는 낮게 나타났다. 예컨대, 부산 MBC의 분당 평균 전파료는 35,488원으로 지역 MBC 중 가장 높았고 이어 대구 MBC가 30,260원, 대전 MBC의 28,337원 순으로 나타났다. 반대로 원주 MBC를 비롯하여 충주 MBC, 삼척 MBC는 16,000원대로 낮은 분당 평균 전파료 수익으로 나타났다. 이러한 분당 평균 전파료 수익을 바탕으로 수중계 1% 증가할 경우, 예상되는 전파료 수익을 계산하였다. 마지막으로 자체편성비율 규제를 자체제작비율 규제로 전환되었을 때 의무 편성비율을 기준¹³⁾으로 현재 각 지역 MBC의 자체편성비율과의 차이를 계산하여 이를 1% 증가수익과 곱하여 연 전파료 예상 증가수익을 계산하였다. 그 결과, 전파료 수익이 가장 높을 것으로 예상되는 방송사는 광주 MBC로 연 7억 6천 만 원 정도의 전파료 수익이 증가할 것으로 분석되었다. 이어 부산 MBC는 6억 7천만원, 목포 MBC는 약 6억 정도의 수익증가가 예상된다.

13) 여기에서 자체제작비율로 전환하였을 때의 의무편성비율(표 7-5)의 변경안(B)은 앞의 제4장에서 분석하여 제시한 자체제작비율 산정방안 1안으로 변경시 지역MBC에 적용할 수 있다고 가정한 수치이다.

〈표 7-5〉 자체 편성비율 감소에 따른 전파료 증가액 (2011년 기준)

방송사		분당 평균 전파료 수익 (단위: 원)	수중계 1% 증가시 전파료 수익 (단위: 원)	현 자체 편성비율 (A) (단위: %)	변경(안) (B) (단위: %)	수중계 증가분 (A-B) (단위: %)	연 전파료 증가 수익 (단위: 원)
지역 MBC	부산	35,488	120,458,692	22.5	16.9	5.6	674,568,675
	대구	30,260	103,248,633	20.9	16.4	4.5	464,618,848
	광주	24,029	78,598,859	24.6	14.9	9.7	762,408,932
	대전	28,337	96,527,156	20.4	15.9	4.5	434,372,202
	전주	23,581	82,137,339	20.1	13.4	6.7	550,320,171
	강릉	19,765	72,159,050	16.5	9.9	6.6	476,249,730
	춘천	18,898	68,506,761	17.1	9.4	7.7	527,502,059
	청주	18,476	66,087,728	18.2	10.9	7.3	482,440,414
	제주	18,527	65,647,645	19.0	11.9	7.1	466,098,279
	울산	22,238	80,709,485	17.0	15.4	1.6	129,135,176
	경남 (창원)	22,639	83,987,294	14.8	10.4	4.4	369,544,093
	경남 (진주)	19,429	72,078,675	15.2	7.9	7.3	526,174,327
	목포	17,968	61,907,845	21.2	11.4	9.8	606,696,881
	여수	19,707	66,175,245	16.7	14.4	2.3	152,203,063
	안동	17,858	63,089,635	19.2	12.9	6.3	397,464,700
	원주	16,461	60,307,342	16.2	8.4	7.8	470,397,267
	충주	16,806	60,567,983	17.6	12.4	5.2	314,953,511
	삼척	16,268	59,549,827	16.3	8.9	7.4	440,668,719
	포항	18,566	65,628,953	18.7	13.9	4.8	315,018,974
계							8,560,836,021

한편, 순수 자체 제작비율만을 규제했을 경우에는 제작비 차원에서 축소되는 비율만큼의 자체제작비 및 외주(구매)물 구입비의 절감효과를 기대할 수 있다. 〈표 7-6〉은 이를 계산한 것으로서 먼저 자체 제작비율이 1% 감소되었을 경우 예상되는 제작비 감소분을 계산하고 이를 실제 차이만큼 곱하여 각 방송사별 제작비 절감액을 산출하였다. 그 결과, 현재 대비, 약 7.6% 정도의 자체제작 비율의 차이를 보이는 광주 MBC가 약 13억의 연 제작비 절감효과가 있을 것으로 예상되고, 이어 부산 MBC는 6억 7천만 원, 목포

MBC는 약 6억 정도의 수익증가가 있을 것으로 분석되었다. 반면, 울산 MBC와 포항 MBC는 자체제작 비율이 오히려 증가하게 되어 제작비 역시 현재보다 다소 증가할 것으로 예상된다. 마지막으로 외주 및 구매물 구입비 절감액은 2011년 외주 및 구매물 구입비를 그대로 계산하였다. 즉, 순수 자체 제작물만을 의무적으로 편성하도록 하였을 경우, 현재의 외주 및 구매물 편성은 폐지되기 때문에 현재의 이러한 구매에 따른 비용은 자체 수익으로 계산이 가능하다.

<표 7-6> 자체 편성비율 감소에 따른 자체 제작비 및 외주물 구매비용 절감액

방송사		자체 제작비 (단위: 백만원)	1% 당 자체제작비 (단위: 원)	현 자체 제작 비율	변경(안)	자체제작 감소분 (A-B) (단위:%)	제작비 절감액 (단위: 원)	외주/구매비용 절감액 (단위: 백만원)
지역 MBC	부산	2,696	149,777,777	18.0	16.9	1.1	164,755,554	487
	대구	3,153	183,313,953	17.2	16.4	0.8	146,651,162	215
	광주	2,697	181,006,711	22.5	14.9	7.6	1,375,651,003	59
	대전	2,210	136,419,753	16.2	15.9	0.3	40,925,925	366
	전주	1,190	70,000,000	17.0	13.4	3.6	252,000,000	123
	강릉	973	66,190,476	14.7	9.9	4.8	317,714,284	37
	춘천	1,092	70,451,612	15.5	9.4	6.1	429,754,833	226
	청주	1,042	66,369,426	15.7	10.9	4.8	318,573,244	107
	제주	1,674	110,860,927	15.1	11.9	3.2	354,754,966	139
	울산	3,553	232,222,222	15.3	15.4	-0.1	-23,222,222	68
	경남 (창원)	853	55,751,633	13.1	10.4	2.7	150,529,409	203
	경남 (진주)	937	93,113,207	10.6	7.9	2.7	251,405,658	108
	목포	898	60,675,675	14.8	11.4	3.4	206,297,295	248
	여수	2,005	131,907,894	15.2	14.4	0.8	105,526,315	119
	안동	1,556	102,368,421	13.6	12.9	0.7	71,657,894	301
	원주	1,244	87,605,633	14.2	8.4	5.8	508,112,671	74
	충주	1,150	79,861,111	14.4	12.4	2.0	159,722,222	112
	삼척	1,935	134,375,000	15.3	8.9	6.4	860,000,000	36
	포항	1,211	96,111,111	12.6	13.9	-1.3	-124,944,444	298

순수 제작물 의무비용의 축소에 따른 제작비 절감분, 그리고 외주 및 구매물 편성 폐지에 따른 구매비용 절감분, 그리고 수중계 증가로 인한 전과료 수익의 증가분이 예상되는 수익이라면 반대로 자체물 편성이 줄어드는데 따른 지역 프로그램에 대한 자체 판매 수익은 감소가 예상된다. <표 7-7>은 이러한 수익 증가분과 감소분을 모두 고려하여 각 방송사의 예상 최종 수익 증가분을 계산한 결과이다.

<표 7-7> 자체 편성비율 감소에 따른 방송사별 최종 재정효과

방송사		수중계 증가 수익액	제작비 절감액 (단위: 원)	외주/구매 비용 절감액 (단위: 원)	자체판매 감소액 (단위: 원)	계
지역 MBC	부산	674,568,675	164,755,554	487,000,000	-711,144,000	615,180,229
	대구	464,618,848	146,651,162	215,000,000	-361,755,000	464,515,010
	광주	762,408,932	1,375,651,003	59,000,000	-702,183,000	1,494,876,935
	대전	434,372,202	40,925,925	366,000,000	-314,415,000	526,883,127
	전주	550,320,171	252,000,000	123,000,000	-278,251,000	647,069,171
	강릉	476,249,730	317,714,284	37,000,000	-18,546,000	812,418,014
	춘천	527,502,059	429,754,833	226,000,000	-62,447,000	1,120,809,892
	청주	482,440,414	318,573,244	107,000,000	-82,198,000	825,815,658
	제주	466,098,279	354,754,966	139,000,000	-200,717,000	759,136,245
	울산	129,135,176	-23,222,222	68,000,000	-66,928,000	106,984,954
	경남 (창원)	369,544,093	150,529,409	203,000,000	-199,980,000	523,093,502
	경남 (진주)	526,174,327	251,405,658	108,000,000	-60,079,000	825,500,985
	목포	606,696,881	206,297,295	248,000,000	-238,924,000	822,070,176
	여수	152,203,063	105,526,315	119,000,000	-11,569,000	365,160,378
	안동	397,464,700	71,657,894	301,000,000	-177,660,000	592,462,594
	원주	470,397,267	508,112,671	74,000,000	-22,152,000	1,030,357,938
	충주	314,953,511	159,722,222	112,000,000	-12,064,000	574,611,733
	삼척	440,668,719	860,000,000	36,000,000	-22,718,000	1,313,950,719
	포항	315,018,974	-124,944,444	298,000,000	-192,528,000	295,546,530
계		8,560,836,021	5,565,865,769	3,326,000,000	-3,736,258,000	13,716,443,790

먼저, 수중계 비율 증가에 따른 기대 순익 증가액은 지역 MBC 전체 약 85억 정도로 예상되고, 제작비 절감액은 약 55억, 그리고 외주/구매 비용 절감액은 약 33억 정도의 추가적인 수입이 있을 것으로 예상된다. 반면, 지역 프로그램의 편성량 축소에 따른 자체판매 감소액은 전체적으로 약 37억 원으로 분석되었다. 따라서, 이러한 이익과 손실분을 감안하여 자체제작 비율전환 정책에 따른 총 기대수익을 계산한 결과, 전체 지역 MBC를 종합했을 때 연간 약 137억 정도의 재정적 추가 수익을 얻을 수 있는 것으로 분석되었다.

각 방송사별로는 광주 MBC의 기대수익이 약 15억으로 가장 많은 것으로 분석되었고, 춘천 MBC, 울산 MBC, 원주 MBC, 그리고 삼척 MBC 등이 연간 10억이 넘는 재정적 추가 수익이 예상된다. 하지만 울산 MBC, 포항 MBC, 여수 MBC 등은 약 3억 원 이내의 상대적으로 적은 재정적 수익이 예측되고 있다.

2) 지역민방

지역민방의 재정적 기대수익 계산 역시 지역 MBC와 동일한 방식으로 진행하였다. 먼저, 각 지역민방의 지역 프로그램의 편성비율을 제작 주체별로 구분하여 살펴본 결과, 순수 자체제작(공동제작 포함) 비율은 대체적으로 적게는 15%에서 많게는 30% 정도로 나타나고 있다. 즉, 자체제작 프로그램의 비율이 가장 높은 방송사는 KNN으로 2011년 말 기준으로, 전체의 29.5%를 차지하고 있다. 반면, 가장 자체제작 비율이 낮은 방송사는 제주방송으로 15.3%인 것으로 나타났다. 반대로 수중계 비율은 KNN이 가장 낮은 67.5%로 나타났고 제주방송이 76.9%로 수중계 비율이 가장 높았다.

〈표 7-8〉 지역민방 연간 편성량 (2011년 연간 기준)

(단위: 분)

방송사		자체제작		소계	외주+구매		소계	수중계	계
		순수자체	공동제작		외주	구매			
지역 민방	KNN	92,115	30,145	122,260 (29.5)	4,530	7,970	12,500 (3.0)	279,365 (67.5)	414,125 (100.0%)
	대구 방송	85,986	20,159	106,145 (25.4)	16,335	8,200	24,535 (5.9)	286,844 (68.7)	417,524 (100.0%)
	광주 방송	54,220	27,288	81,508 (19.2)	23,231	27,871	51,102 (12.1)	291,315 (68.7)	423,925 (100.0%)
	대전 방송	64,064	22,570	86,634 (20.6)	15,810	29,600	45,410 (10.8)	288,244 (68.6)	420,288 (100.0%)
	울산 방송	54,134	19,025	73,159 (17.3)	18,890	31,920	50,810 (12.1)	297,921 (70.6)	421,890 (100.0%)
	전주 방송	62,855	29,335	92,190 (21.8)	8,396	25,060	33,456 (7.9)	297,348 (70.3)	422,994 (100.0%)
	청주 방송	65,730	33,275	99,005 (23.5)	13,640	10,975	24,615 (5.8)	298,520 (70.7)	422,140 (100.0%)
	강원 방송	44,975	31,475	76,450 (18.3)	9,520	9,685	19,205 (4.6)	321,215 (77.1)	416,870 (100.0%)
	제주 방송	45,810	19,315	65,125 (15.3)	11,115	21,750	32,865 (7.8)	326,591 (76.9)	424,581 (100.0%)

* 출처: 방송통신위원회, 내부자료

한편, 〈표 7-9〉는 2011년 말 기준, 지역민방의 광고수익을 영역별로 구분한 것이다. 전파료 수입의 경우, KNN의 148억 원에서부터 제주민방의 51억까지로 분포되어 있고, 자체 편성비율이 높은 KNN과 같은 방송사는 연계판매와 자체판매 수익금액도 높음을 알 수 있다. 특히, KNN의 자체판매 수익은 약 113억으로 전파료 수입과 거의 비슷한 수준임을 알 수 있다. 그러나 상대적으로 규모가 작은 지역의 방송사들은 전파료 수익이 자체 판매 수익보다 월등히 높은 수준인 것으로 나타나고 있다.

〈표 7-9〉 지역민방 연간 광고수익 비중 (2011년 기준)

(단위: 백만원)

방송사		전파료 수익	연계판매수익	자체판매 수익	계
지역 민방	KNN	14,817	9,301	11,384	35,502
	대구방송	14,600	7,127	5,216	26,943
	광주방송	13,310	6,033	3,181	22,523
	대전방송	9,226	4,856	3,850	17,932
	울산방송	6,786	3,285	2,139	12,210
	전주방송	7,081	3,246	1,892	12,219
	청주방송	8,353	3,347	555	12,255
	강원방송	11,656	4,422	163	16,241
	제주방송	5,166	3,263	3,600	12,028

* 출처: 방송통신위원회 내부자료

또한, 제작 주체별로 제작비를 분석한 결과, KNN과 대구방송의 자체제작 비용이 약 60억 원으로 가장 높은 것으로 나타났고, 전주방송과 제주방송의 자체제작 비용은 각각 11억, 12억 등으로 상대적으로 제작비가 적은 것으로 나타났다.

〈표 7-10〉 지역민방의 지역 프로그램 제작 주체별 제작비 (2011년 기준)

(단위: 백만원)

방송사		자체제작		소계	외주+구매		소계	계
		순수자체	공동제작		외주	구매		
지역 민방	KNN	5,816	249	6,065	85	127	212	6,277
	대구 방송	5760	291	6,051	89	37	126	6177
	광주 방송	3,181	149	3,330	40	170	210	3,540
	대전 방송	1,648	221	1,869	152	138	290	2,159
	울산 방송	3,021	53	3,074	99	74	173	3,247
	전주 방송	946	160	1,106	2	119	121	1,227
	청주 방송	1,488	179	1,667	520	16	536	2,203
	강원 방송	2,825	172	2,997	42	44	86	3,083
	제주 방송	1,091	121	1,212	0	91	91	1,303

* 출처: 방송통신위원회 내부자료

이와 같은 지출 및 수익내역을 바탕으로 각 지역민방의 재정적 기대효과를 산출해 보았다. 먼저, 분당 평균 전파료 수입은 연간 전파료 수입을 연간 수중계 편성량으로 나누어 계산하였다. 그 결과 시청자 수가 많은 지역의 분당 평균 전파료가 대체적으로 높게 나타나고 인구수가 적은 지역의 평균 전파료는 낮게 나타났다. 이어 자체편성 비율의 감소분을 SBS 수중계로 대체하였을 때 1% 증가 시 예상되는 전파료 수입을 계산하였다. 분석 결과, 현재 수중계량에서 그 비율이 1% 수중비율이 증가할 경우, KNN은 연간 약 1억 5천만 원의 수익이 증가할 것으로 예측되었다. 다시 말해 KNN의 경우, 2011년 자체편성

비율이 32.5%인데 이를 23.1%로 낮출 경우¹⁴⁾ 현재에 비해 9.4% 정도가 수증계로 대체가 가능하다. 이러한 수증계 증가분을 계산하면 연간 약 14억 (1% 증가시 전파료 수익액 × 9.4%) 정도의 전파료 수입증가를 예상할 수 있다. 지역민방 전체적으로는 약 89억의 전파료 수익 증가가 가능할 것으로 분석되었다.

〈표 7-11〉 자체 편성비율 감소에 따른 전파료 증가액 (2011년 기준)

방송사		분당 평균 전파료 수익 (단위: 원)	수증계 1% 증가시 전파료 수익 (단위: 원)	현 자체 편성비율 (A) (단위:%)	변경(안)(B) (단위: %)	수증계 증가분 (A-B) (단위:%)	연 전파료 증가 기대수익 (단위: 원)
지역 민방	KNN	53,038	148,169,608	32.5	23.1	9.4	1,392,794,315
	대구	50,898	145,997,859	31.3	22.1	9.2	1,343,180,302
	광주	45,689	133,098,910	31.3	19.1	12.2	1,623,806,702
	대전	32,007	100,905,577	31.4	21.1	10.2	1,029,236,885
	울산	22,777	67,857,466	29.4	17.1	12.3	834,646,831
	전주	23,813	70,807,479	29.7	16.1	13.6	962,981,714
	청주	27,981	83,528,881	29.3	20.1	9.2	768,465,705
	강원	36,287	116,559,287	22.9	18.1	4.8	559,484,577
	제주	15,817	51,656,898	23.1	15.1	8.0	413,255,184
계							8,927,852,215

지역 MBC의 분석과 마찬가지로 지역민방 역시 순수 자체 제작비율로 규제했을 경우, 축소되는 비율만큼의 자체제작비 및 외주(구매)물 구입비의 절감효과가 나타날 수 있다. 〈표 7-12〉는 각 지역 민방별 제작비 절감액의 예상치를 산출한 결과이다.

14) 여기에서 자체제작비율을 낮출 경우 수치 〈표 7-11〉의 변경안(B)은 앞의 제4장에서 분석하여 제시한 자체제작비율 산정방안 1안으로 변경시 지역민방에 적용할 수 있다고 가정한 수치이다.

〈표 7-12〉 자체 편성비율 감소에 따른 자체 제작비 및 외주물 구매비용 절감액

방송사		자체 제작비 (단위: 백만원)	1%당 자체제작비 (단위: 원)	현 자체 제작비율	변경(안)	자체제작 감소비율 (A-B) (단위:%)	제작비 절감액 (단위:원)	외주/구매비용 절감액 (단위:백만원)
지역 민방	KNN	6,065	205,593,220	29.5	23.1	6.4	1,315,796,608	212
	대구	5760	226,771,653	25.4	22.1	3.3	748,346,454	126
	광주	3,330	173,437,500	19.2	19.1	0.1	17,343,750	210
	대전	1,869	90,728,155	20.6	21.1	-0.5	-45,364,077	290
	울산	3,074	177,687,861	17.3	17.1	0.2	35,537,572	173
	전주	1,106	50,733,944	21.8	16.1	5.7	289,183,480	121
	청주	1,667	70,936,170	23.5	20.1	3.4	241,182,978	536
	강원	2,997	163,770,491	18.3	18.1	0.2	32,754,098	86
	제주	1,212	79,215,686	15.3	15.1	0.2	15,843,137	91

방송사별로는 KNN이 약 13억의 자체 제작비 대구민방은 약 7억 5천만 원 정도의 제작비 절감효과가 있을 것으로 예상된다. 하지만, 대전민방은 오히려 현재보다 0.5% 정도의 자체제작 비율이 상승하여 약 4천 5백만 원 정도의 추가적인 자체 제작비가 소요될 것으로 예측된다. 한편, 외주 및 구매물 구입비 절감액은 2011년 외주 및 구매물 구입비를 그대로 계산하여 이를 구매비용 폐지에 따른 추가적인 수익으로 계산하였다.

〈표 7-13〉은 이러한 수익 증가분과 감소분을 모두 고려하여 각 방송사의 예상 최종 수익 증가분을 계산한 결과이다. 표에서 보는 바와 같이, 수중계 비율 증가에 따른 기대 순익 증가액은 지역민방 전체적으로 약 89억 정도가 예상되고, 제작비 절감측면에서 약 26억, 그리고 외주/구매 비용 절감액에서 약 18억 정도의 지출감소 효과가 있을 것으로 예측되고 있다. 하지만 자체판매 감소액은 전체적으로 약 31억 원으로 분석됨에 따라, 이익과 손실분을 모두 감안하여 자체제작 비율전환 정책에 따른 총 기대수익을 계산한 결과, 지역민방 전체적으로 약 102억 정도의 재정적 수익을 얻는 것으로 예상되고 있다. 방송사별로는 KNN이 연간 약 18억, 대구민방이 17억, 광주방송이 14억 정도 재정적 추가

수익을 얻을 수 있을 것으로 분석되었고, 제주민방은 상대적으로 가장 낮은 연간 약 2억의 재정적 수익이 예측된다.

〈표 7-13〉 자체 편성비율 감소에 따른 방송사별 최종 재정효과

방송사		수중계 증가 수익액 (단위: 원)	제작비 절감액 (단위: 원)	외주/구매비용 절감액 (단위: 원)	자체판매 감소액 (단위: 원)	계
지역 민방	KNN	1,392,794,315	1,315,796,608	212,000,000	-1,070,096,000	1,850,494,923
	대구	1,343,180,302	748,346,454	126,000,000	-479,872,000	1,737,654,756
	광주	1,623,806,702	17,343,750	210,000,000	-388,082,000	1,463,068,425
	대전	1,029,236,885	-45,364,077	290,000,000	-392,700,000	881,172,808
	울산	834,646,831	35,537,572	173,000,000	-263,097,000	780,087,403
	전주	962,981,714	289,183,480	121,000,000	-257,312,000	1,115,853,194
	청주	768,465,705	241,182,978	536,000,000	-51,060,000	1,494,588,683
	강원	559,484,577	32,754,098	86,000,000	-7,824,000	670,414,675
	제주	413,255,184	15,843,137	91,000,000	-288,000,000	232,098,321
계		8,927,852,215	2,650,624,000	1,845,000,000	-3,198,043,000	10,225,433,215

이상과 같은 결과를 종합하면, 순수 자체제작 규제로 전환하였을 때 예상되는 총 기대 편익은 지역 MBC와 지역민방에서 각각 137억 원, 102억의 추가수익이 예상되어 전체적인 재정적 효과는 연간 239억으로 분석되었다.

제2절 지역방송 지역성 구현 효과

지역방송의 자체 편성비율 규제 제도는 제도도입의 근본 취지에 맞지 않게 지역적 특색을 지닌 프로그램 제작보다는 타 지역 민방이 제작한 프로그램을 구입하거나 교환 혹은 해외구매 프로그램을 편성함으로써 결과적으로 지역성 구현에 역행하는 정책이라는

비판을 받아왔다(윤석년, 2004). <표 7-14>는 현재 주요 지역민방에서 자체적으로 편성하고 있는 해외 프로그램의 편성현황을 정리한 것으로, 대체적인 프로그램 내용이 지역 성과는 무관한 프로그램으로 편성되어 있음을 확인할 수 있다. 이러한 현상에 대해 연구자들은 “부족한 자체편성 비율을 채우기 위해 편성되는 야간 시간대의 값싼 해외 정보 프로그램들이 과연 지역문화 창달과 어떠한 연관을 가질 수 있을까?” 라고 의문을 제기하며 그 문제점을 지적하고 있다(김병선, 2008, 119쪽). 따라서 지역방송의 편성에서 구매, 교환, 해외프로그램의 비율을 맞추고 자체제작 프로그램의 비율을 높이면 지역방송 프로그램의 지역성이 강화될 수 있다.

<표 7-14> 지역민방의 주요 국외물 편성현황(2012년 9월 현재)

	프로그램 명	편성시간 (편성량)
KNN	<BBC 추리극장 데스 인 파라다이스>	토 24:00~01:05 (65분)
대구방송	<HD 명품다큐 내셔널지오그래픽>	토 24:00~01:00 (60분)
광주방송	<BBC 특선다큐시리즈>	토 9:10~10:00(50분)
대전방송	<BBC 특선외화 스트라이크 백>	목 14:10~15:10(60분)
전주방송	<BBC 다큐멘터리>	목 15:10~16:00(50분)
울산방송	<HD 테마기행 스페셜>	토 25:00~
청주방송	<마지막 낙원 스페셜>	금 24:15~24:45(30분)
	<CJB HD특선다큐>	일 6:10~7:00(50분)
제주방송	<JIBS 외화 테스인파라다이스>	일 23:00~24:00(60분)
	<JIBS특선 다큐시리즈>	금 15:10~16:00(50분)

* 출처: 각 방송사 홈페이지

한편, 지역방송 전체 지역자체 편성량에서 해외 프로그램이 차지하는 편성량은 2010년을 기준으로 했을 때, 전체 방송 편성시간의 약 1~5% 정도 해외 구매 프로그램으로 편성하고 있는 것으로 나타나고 있다. 더욱이 자체편성 비율에서 차지하는 해외물 편성구매

비율로 환산하면 대략 10% 정도이므로 지역방송사가 자체적으로 편성하는 프로그램 중 10편 중 1편은 지역성 구현과 아무런 관련이 없는 프로그램이 편성되고 있는 셈이다.

<표 7-15> 지역 방송사의 해외물 구매 편성량(2010년 기준)

(단위: 분)

구 분		국외물 구매 (분)	전체 편성시간 (분)	전체 편성시간 중 국외물 편성비율 (%)
지 역 MBC	대구 MBC	8,850	438,445	2.0
	청주 MBC	8,580	438,445	2.0
	안동 MBC	13,315	437,880	3.0
	충주 MBC	5,500	433,680	1.3
지역민방	대구방송	12,165	404,203	3.0
	광주방송	22,465	403,987	5.6
	대전방송	14,300	404,124	3.5
	울산방송	8,520	403,276	2.1
	청주방송	3,100	400,797	0.8
	강원민방	4,500	392,735	1.1

* 출처: 방송통신위원회(2011), 『2011 방송산업실태조사 보고서』.

지역방송의 이러한 해외 구매물은 더 나아가 지역 방송사로 하여금 구매비용을 투입케 하여 재정적인 부담을 가중시키고 있다. 예를 들어 2010년 한 해 동안 지역 MBC 계열사(전체)들은 총 약 2억 8천 만 원을 국외물 구매에 사용했으며, 지역민방은 이보다 높은 약 9억 원 정도를 지출한 것으로 나타났다. 2011년의 경우, 지역 MBC는 약 2억, 지역 민방은 약 7억 5천 정도의 금액을 지출하였다. 이를 분당 비용으로 환산하면, 지역 MBC는 분당 약 7천원 정도를 해외 구매에 사용하였고, 지역민방은 분당 약 9천원 정도를 사용한 셈이다. 직접 제작비 보다는 낮은 수준이지만 지역성과 관련없는 해외 구매물을 편성하는 것보다 차라리 SBS 프로그램을 수중계하는 것이 낫다는 주장이 제기되는 것도 이러한 이유 때문이다. 즉, 지역 시청자의 입장에서는 지역과 전혀 관련이 없는 프로그램이면서

SBS보다 질 낮은 프로그램을 시청해야 하는지 불만을 제기하고, 방송사의 입장에서는 수중계를 통한 전파료 수입까지 포기해야 하는 결과를 초래하게 된다.

〈표 7-16〉 지역 방송사의 국외물 구매 비용(2010년 기준)

연 도	지역 방송사	시간 (분)	비용 (천원)	분당 비용 (원)
2010년	지역 MBC 계열사	39,015	278,500	7138
	지역민방	95,841	901,887	9410
2011년	지역 MBC 계열사	30,745	198,060	6642
	지역민방	76,745	751,779	9796

* 출처: 방송통신위원회(2010). 『2010 산업실태조사 보고서』, p. 104~119.

지역방송이 지역성을 담보할 수 있는 가장 기본적인 수단은 결국 지역에서 제작된 프로그램이나 지역사회의 문제나 관심사를 다루는 콘텐츠 제작에 있다. 그럼에도 불구하고 현행 지역방송 편성비용 강제제도는 그러한 취지에 반하는 역효과를 초래하고 있을 뿐이다. 따라서 이러한 편성제도를 개선하여 해당 지역민이 거주하는 지역에서 제작되거나 혹은 지역민의 이해와 관심사를 반영하는 순수 자체 프로그램의 제작만을 강제화하는 정책적 전환은 실질적인 지역성을 담보하는 긍정적 역할을 할 것으로 기대된다.

제3절 지역방송 제작능력 제고 효과

지역자체 편성비용 제도는 지역 MBC나 KBS 지역국과 비슷한 제작여건을 지니고 있음에도 그동안 비대칭 규제로 인해 지역민방만 과도한 자체 편성비용 규제를 받고 있다는 지적을 받아왔다(김병선, 2008). 또한, 인력과 제작비가 부족한 열악한 상황을 고려하지 않고 양적인 확대만을 추구한다면 질적인 측면에서의 자체제작 프로그램의 향상을 기대할 수 없다는 문제도 제기되었다.

따라서 그동안 제기되었던 많은 개선방안들은 현재 각 지역방송의 수익구조와 시장상황들을 고려한 후에 각 지역방송이 역량을 집중하여 지역적 특색을 반영할 수 있도록 차

등화 할 것을 주장하고 있다(정상운, 2008). 예컨대, 독일에서도 도 또는 광역 지역 방송국이 시청자 수 및 예산규모가 다르기 때문에 이러한 점을 고려하여 매년 년도 별로 점진적으로 프로그램 제작비를 개선할 것으로 요구하는 것으로 알려지고 있다(방송위원회, 2009, p. 153 재인용). 따라서, 각 지역방송의 제작능력을 고려하여 의무제작 비율을 차등화하여 강제한다면 지역방송의 현실에 보다 부합한 정책적 목표를 달성할 수 있을 것으로 판단된다.

그동안 지역방송은 인력과 제작비가 부족하여 양질의 프로그램을 제작하지 못했다. 이 때문에 질적인 측면에서의 자체제작 프로그램의 향상을 기대할 수 없었다. 그러나 자체제작비율로 규제가 개선되어 지역방송의 수익이 증가할 경우 그만큼 제작비를 추가로 투자할 수 있으며 제작인력도 보충할 수 있는 여건이 형성된다. 아울러 자체제작비율이 늘어나는 만큼 더 많은 제작기회가 발생하여 지역방송의 제작력 향상에 기여할 수 있다. 즉, 그동안 지역방송의 한계로 지적받아왔던 제작능력과 제작여건을 개선할 수 있는 기회가 될 수 있다.

제8장 맺음말

방송통신위원회가 방송법에 근거하여 매년 고시를 통해 지역민방에 일정비율 이상의 자체편성 비율을 준수하고 있는 제도는 원래 취지가 퇴색하고 있다. 이에 따라 지역민방의 자체편성비율에 관한 규제를 개선하여 실제로 지역 민방이 지역성을 구현할 수 있도록 자체제작비율로 개선하는 것이 필요하다. 아울러 지역의 KBS 및 지역MBC의 경우 방송법상에 자체 편성비율이 명시되어 있지 않지만 적절한 자체 제작비율의 산정과 기준제시를 통해 지역방송사업자로서 지역성 구현과 지역민의 정보복지에 기여하도록 하는 방안 모색이 필요하다.

현행 방송법에 명시하고 있는 자체편성비율 의무화 제도는 프로그램을 통한 지역성 구현이라는 본래의 취지를 실현하는데 공헌했다는 일부의 평가에도 불구하고, 지역 방송사의 편성권을 과도하게 침해하고 있다는 지적이 제기되고 있다. 또한 지역 KBS나 MBC에도 적용하지 않는 규제를 상업방송에만 적용하는 이른바 규제의 형평성 문제가 제기되었다. 아울러 자체편성 프로그램의 절반 정도를 공동제작, 외주제작, 외부 구매를 통해 공급된 프로그램들로 구성되어 있어 지역성 구현과 지역사회 균형발전이라는 지역민방 도입의 정책목표를 효과적으로 구현하고 있지 못하다는 평가가 지배적이다.

지역방송의 자체편성비율 개선에 대한 논의가 진행됨에 따라 지역방송 자체편성비율 개선의 필요성을 인식하고 이의 개선을 위한 구체적인 입법시도들이 있었다. 입법안은 방송법 개정안과 ‘지역방송발전지원특별법’의 형태로 발의되었다. 일부의원들은 지역민방의 자체편성 의무를 자체제작 의무로 전환해야 한다는 방송법 개정 법률안 또는 별도 법안을 발의하였다. 그러나 이러한 입법시도 및 방송법 개정 시도에도 불구하고 결실을 보지 못하고 있어 이에 대한 개정이 필요하다. 이를 통해 지역방송의 자체제작비율을 높여 지역방송이 뉴미디어 시대 지역에서 지역민을 위한 매체로 자리매김하도록 해야 한다.

본 연구결과, 지역방송의 자체편성비율을 자체제작비율로 전환할 경우 세 가지 차원의 효과가 발생할 것으로 보인다. 우선 자체 편성비율 규제제도의 자체 제작비율로 전환은 지역방송의 광고수익이 증가하는 효과가 나타날 수 있다. 그리고 지역방송이 외주제작과

구매프로그램의 비중을 줄이고 자체제작 프로그램의 편성비율을 늘려 지역성 제고에 기여할 수 있다. 또한 지역방송의 자체제작 프로그램이 증가하여 지역방송의 제작 능력을 제고하는데 기여할 수 있다.

지역방송의 자체제작비율 제도를 시행하기 위해서는 본 연구에서 제시한 바와 같이 지역방송의 제작역량을 엄밀하게 분석하여 이를 기초로 의무비율을 부과할 필요가 있다. 특히 그동안 의무부과를 하지 않았던 KBS지역총국과 지역MBC의 경우 제작역량지수를 기초하여 합리적이고 타당한 기준을 제시하고 이를 시행하도록 해야 한다. 이를 위해서는 방송통신위원회에서 매년 지역방송의 객관적이고 과학적인 자체제작역량지수를 산정하여 공표하고, 이를 반영하여 고시로 자체제작비율을 공표하여야 한다.

지역방송의 자체제작비율 의무부과를 통해 지역방송이 경쟁력을 갖기 위해서는 방송통신위원회의 정책적인 지원이 뒤따라야 한다. 지역방송이 자체제작비율을 높이는 방송사에게 재정적으로 수익이 증가할 수 있도록 해야 하며, 아울러 프로그램 제작지원 등과 같은 혜택을 부여해야 한다. 특히 지역성이 강한 양질의 프로그램을 제작하는 방송사에 대한 지원을 아끼지 않아야 한다. 그래야만 지역방송이 자체제작비율의 제고에 관심을 기울임과 동시에 양질의 방송프로그램을 제작하는데 자발적으로 참여하게 될 것이기 때문이다.

참고문헌

국내문헌

- 김병선(2008). 프로그램 편성비용 고시가 지역 지상파 방송편성에 미치는 영향. 『언론과 학연구』, 제 8권 3호, pp. 117~164.
- 방송위원회(2005). 『외주제작 의무편성비율제도 개선방안 연구』. 서울: 방송위원회.
- 방송통신위원회(2008a). 『지역방송 콘텐츠 활성화 방안』(방통위 지정 2008-20). 서울: 방송통신위원회.
- 방송통신위원회(2008b). 『방송광고 판매제도 변화가 지역방송 경영에 미치는 영향』. 서울: 방송통신위원회.
- 방송통신위원회(2008c). 『방송통신융합 환경에서의 중장기 편성정책 수립방안』. (방통위 지정 2008-14). 서울: 방송통신위원회.
- 방송통신위원회(2009). 『국내 제작 편성규제 제도 개선 방안 연구』. 서울: 방송통신위원회.
- 방송통신위원회(2010). 『2010년 방송사업자 편성현황 조사보고서』. (방송통신위원회 지정 2010-8). 서울: 방송통신위원회.
- 방송통신위원회(2011a). 『방송 편성규제 법령 정비방안 연구』. (방송통신위원회 지정 2010-2). 서울: 방송통신위원회.
- 방송통신위원회(2011b). 『2011년 방송산업 실태조사 보고서』, p. 69.
- 방송통신위원회 내부자료(2010). KBS지역국, 지역MBC, 지역민방 제작인력현황 자료.
- 방송통신위원회 내부자료(2010). KBS지역국, 지역MBC, 지역민방 제작비 현황 자료.
- 방송통신위원회 내부자료(2011). KBS지역국, 지역MBC, 지역민방 제작장비현황 자료.
- 방송통신위원회 내부자료(2011). KBS지역국, 지역MBC, 지역민방 자체제작비용 자료.
- 윤석년(2004). 지역방송의 의무 편성비율에 대한 문제점. 지역언론 토론회 발제집.
- 이진로(2004). 편성비율이 지역방송 광고시장에 미치는 영향. 지역언론 토론회 발제집.
- 정상윤(2008). 지역방송 편성비율 규제정책이 쟁점과 대안모색, 한국방송학회 가을철

정기학술대회 발표논문.

최현주(2010). 지역방송 프로그램의 전국 네트워크 의무편성에 관한 시론적 연구. 『언론 과학연구』, 제 10권 1호, pp. 322~354.

황성기(2011). 방송프로그램 편성규제정책에 대한 접근방법 및 방향성에 관한 연구. 『홍익법학』, 제 12권 1호, PP. 153~186.

김을동 의원 외 10인(2010. 10. 8.). 방송법 일부개정법률안 의안 9563.

장병완 의원 외 10인(2010. 12. 29.). 지역방송발전지원특별법안 의안 10442.

허원제 의원 외 10인(2009. 6. 12.). 방송법 일부개정법률안 의안 5099.

AGB닐슨미디어리서치, 2011년 1월 1일~2012년 5월 29일, 전국 13개 지역 가구·개인 대상 조사자료

해외문헌

Adam D. Rennhoff (2011.4.5). Local Media Ownership and Media Quality. FCC Encyclopedia 2010 Media Ownership Studies.

(http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-308505A1.pdf)

Avicca 2009 'Repartition des chaines locales hertziennes en fonction de leurs supports de diffusion complementaires'

Britannica.com. Television in the United States.

(<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/1513870/Television-in-the-United-States/283630/Media-versus-the-federal-government>)

Broadcast Law Blog (2008.1.24). FCC Releases Specifics of Localism Rulemaking - Proposing Lots of New Rules For Broadcasters.

(<http://www.broadcastlawblog.com/2008/01/articles/public-interest-obligationsloc/fcc-releases-specifics-of-localism-rulemaking-proposing-lots-of-new-rules-for-broadcasters/>)

CSA 2010 'Etude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France sur la base d'une comparaison internationale'.

FCC (2008.1.24). Report on Broadcast Localism and Notice of Proposed Rulemaking.

(http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-07-218A1.pdf)

FCC Encyclopedia. Localism Proceedings.

(<http://www.fcc.gov/encyclopedia/localism-proceedings>)

FCC Encyclopedia. Regulation of Obscenity, Indecency and Profanity.

(<http://www.fcc.gov/encyclopedia/regulation-obscenity-indecency-and-profanity>)

Freedom to Tinker (2008.7.18). The Decline of Localist Broadcasting Policies.

(<https://freedom-to-tinker.com/blog/felten/decline-localist-broadcasting-policies/>)

John Mark Dempsey. Operations & Programming, part 3. Lecture note, Texas A&M University.

(<http://faculty.tamu-commerce.edu/jmdempsey/pdf/Op&Pgm3.pdf>)

Peter J. Alexander and Keith Brown (2004.3.26). Do Local Owners Deliver More Localism? Some Evidence From Local Broadcast News. Working Paper.

(<http://transition.fcc.gov/ownership/materials/already-released/downersdeliver032604.pdf>)

Talkers Magazine (2012.4.3). FCC Programming Rules: Obscenity.

(<http://www.talkers.com/2012/04/03/fcc-programming-rules-obscenity/>)

The Museum of Broadcast Communications. Prime Time Access Rule.

(<http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=primetimeac>)

The Museum of Broadcast Communications. Local Television.

(<http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=localtelevis>)

The Museum of Broadcast Communications. The Financial Interest and Syndication Rules.

(<http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=financialint>)

Wilmerhale.com (2006.12.21). FCC Issues New Rules For Children's Television Programming.

(<http://www.wilmerhale.com/publications/whPubsDetail.aspx?publication=3525>)

The Communications Act 2003.

Ofcom's proposed guidance on regional production and regional programming:
Consultation document(2003년 1월 종료분).

(http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/regional_production/summary/pdf_version)

채널3 지역별 면허장과 조건수정(Variations).

(<http://licensing.ofcom.org.uk/tv-broadcast-licences/current-licensees/channel-3/>)

河内明子(2006). '通信・放送融合'가迫る放送制度の見直し. 《レファレンス》(2006年4月号), p. 112.

村上聖一(2010). 民放ネットワークをめぐる議論の変遷: 発足の経緯, 地域放送との関係, 多メディア化の中での将来. 《NHK放送文化研究所年報2010》p. 46.

총무성 내부자료(2008). 키스케이션과 로컬국의 프로그램 공급 관계(2008년도).

伊藤裕顕(2012). メディア競合時代における民放ローカル局の番組制作について: ドキュメンタリー制作・編成の意義. 東北大学大学院 情報科学研究科 修士学位論文, p. 11.

〈부록 1〉 지역방송 자체제작역량지수 평가 세부 자료

1. 제작인력

1) KBS지역국 제작인력 현황

〈부표 1-1〉 KBS지역국 제작 인력 현황(2010년 기준)

지역국	임원	관리 행정직	방송직						기술직	연구직	영업/ 홍보직	기타	합계
			기자	PD	아나운서	제작 관련	기타	소계					
KBS	9	288	514	750	119	523	58	1,964	566	68	106	275	3,276
대전		9	29	19	8	13		69	50		2	31	161
청주		9	22	14	5	9		50	44		1	19	123
충주		1	6	1	3	1	2	13	21			5	40
광주		6	25	19	9	13		66	49		2	24	147
목포		1	8	2	2			12	20			4	37
순천		2	10	2	4			16	21			10	49
전주		8	22	17	7	9		55	58		1	24	146
대구		5	26	16	7	11	1	61	57		2	22	147
포항		1	6	1	3	1		11	20			4	36
안동		2	7	2	2			11	22			2	37
부산		5	30	22	5	13		70	54		3	31	163
울산		4	14	3	4	4		25	26		2	13	70
창원		7	22	16	6	9		53	42		1	19	122
진주		2	6	1	3	1		11	26			3	42
춘천		6	19	15	6	9		49	49		1	20	125
원주		1	8	5	3	2		18	28		1	7	55
강릉		5	13	6	2	4		25	39			13	82
제주		7	19	12	5	9	1	46	46			16	115
계	9	369	806	923	203	631	62	2,625	1,238	68	122	542	4,973

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2010년 기준)

2) 지역MBC 제작인력현황

〈부표 1-2〉 지역MBC 제작 인력 현황 (2010년 기준)

방송사	임원	관리 행정직	방송직						기술직	연구직	영업/ 홍보직	기타	합계
			기자	PD	아나운서	제작 관련	기타	소계					
MBC	8	286	387	366	48	328	0	1,129	87	20	87	0	1,617
부산MBC	1	51	31	17	6	58	42	154	32	0	24	3	265
대구MBC	1	24	35	27	7	15	0	84	24	0	4	0	137
광주MBC	1	18	20	14	5	28	0	67	12	0	7	2	107
대전MBC	1	19	22	16	3	10	5	56	20	0	2	1	99
전주MBC	1	8	22	12	1	8	0	43	22	0	7	52	133
창원MBC	1	10	22	7	5	3	0	37	21	0	14	24	107
춘천MBC	1	7	14	9	3	4	2	32	14	0	7	0	61
청주MBC	1	9	13	9	4	7	2	35	14	0	10	32	101
제주MBC	1	12	9	9	4	11	4	37	14	0	6	16	85
울산MBC	1	14	14	10	4	13	20	61	19	0	9	14	118
진주MBC	1	6	9	8	3	12	0	32	17	0	17	7	80
목포MBC	1	6	10	7	4	13	0	34	16	0	4	1	62
여수MBC	1	23	7	9	3	11	39	69	21	0	7	11	132
안동MBC	1	10	12	8	6	14	10	50	16	0	6	5	88
원주MBC	1	6	10	5	3	4	0	22	10	0	5	1	45
충주MBC	1	11	11	7	4	8	0	30	15	0	4	2	63
삼척MBC	1	6	11	6	4	3	0	24	14	0	7	10	85
포항MBC	1	7	8	8	4	17	9	46	14	0	7	10	85
강릉MBC	1	6	6	5	3	7	0	21	11	0	5	0	44

* 출처: 방송통신위원회, 『2011년 방송산업 실태조사 보고서』, 69쪽.

3) 지역민방 제작인력현황

〈부표 1-3〉 지역민방 제작 인력 현황(2010년 기준)

방송사	임원	관리 행정직	방송직						기술직	연구직	영업/ 홍보직	기타	합계
			기자	PD	아나운서	제작 관련	기타	소계					
SBS	8	132	219	252	36	20	30	557	84	13	32	46	872
KNN	4	21	39	22	10	36	42	149	26	1	20	31	252
대구방송	3	25	39	25	4	14	76	158	31	0	11	0	228
광주방송	5	8	30	13	2	18	3	66	20	0	4	2	105
대전방송	3	19	28	18	6	22	8	82	22	0	25	7	158
울산방송	2	8	21	12	1	12	15	61	22	0	9	0	102
전주방송	2	11	28	12	3	4	2	49	16	0	5	30	109
청주방송	3	17	23	16	5	9	17	70	17	0	3	9	118
강원민방	2	13	28	11	1	12	11	63	18	0	8	0	103
제주방송	2	7	12	12	4	22	12	62	43	0	4	5	98

* 출처: 방송통신위원회, 『2011년 방송산업 실태조사 보고서』, 69쪽.

2. 제작장비

1) KBS지역국 제작장비 현황

<부표 1-4> KBS 지역국 제작시설 및 송출시설 현황

지역국	제작시설(단위:개)						송출시설(단위:개)				제작시설 (m ²)	총보유면적 (m ²)
	스튜디오	종합 편집 실	개인 편집 실	녹음 실	중계 차	소계	주조 정실	아카이브 시스템	기타 설비	소계		
강릉	2		2		1	5	1		1	2	455	2,904
광주	3				2	5	1		1	2	2,046	14,820
대구	3		4		2	9	1		1	2	792	13,860
대전	3	1	2		2	8	1		1	2	1,597	15,649
목포	3		3			6	1		1	2	568	4,257
부산	3	1	5		2	11	1		1	2	1,601	29,667
안동	2		4			6	1		1	2	696	3,148
순천	2		2			4	1		1	2	1,213	5,372
울산	2		5		1	8	1		1	2	637	9,969
원주	2		3			5	1		1	2	1,667	4,142
전주	3		6		1	10	1		1	2	1,686	14,144
제주	2		7		1	10	1		1	2	759	4,132
진주	1		3		1	5	1		1	2	244	1,360
창원	3	1	3		1	8	1		1	2	865	10,695
청주	3		7		1	11	1		1	2	1,158	12,236
춘천	3		3		1	7	1		1	2	1,789	13,754
충주	2		1			3	1		1	2	964	4,072
포항	2		1			3	1		1	2	601	4,257

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2011년 기준)

* 제작시설 면적: 조사대상업체가 보유 또는 임대한 제작시설 전체 면적

* 총보유면적: 사업자가 보유 또는 임대한 사업장 전체(사무실, 제작시설, 제작외시설 등)면적

2) 지역MBC 제작장비 현황

〈부표 1-5〉 지역 MBC 제작시설 및 송출시설 현황

지 역 국	구분	제작시설(단위:개)							송출시설(단위:개)					제작 시설 면적 (m ²)	총 보유 면적 (m ²)
		스튜디오	종합 편집실		개인 편집실		녹음 실	중계 차	소 계	주 조정 실	아카 이브 시스템	기타 설비	소 계		
부산	HD시설	1	-	2	-	-	-	-	3	-	-	-	0	378	
MBC	전체시설	12	-	3	-	1	-	2	18	9	-	-	9	1,873	6,260
대구	HD시설	1	1	-	3	17	-	-	22	1	1	-	2	1,575	
MBC	전체시설	10	1	-	3	17	5	2	38	4	1	2	7	4,567	24,211
광주	HD시설	3	-	-	-	-	-	1	4	1	-	-	1	1,246	
MBC	전체시설	8	-	-	-	18	1	2	29	3	-	10	13	2,423	7,286
대전	HD시설	1	1	-	3	5	-	-	10	1	-	4	5	502	
MBC	전체시설	8	2	6	7	10	2	2	37	4	-	29	33	1,847	13,536
전주	HD시설	1	1	-	3	7	-	-	12	1	-	-	1	269	
MBC	전체시설	9	2	-	8	8	-	1	28	3	1	-	4	1,278	1,667
창원	HD시설	-	-	-	-	10	-	1	11	1	-	-	1	304	
MBC	전체시설	5	1	-	-	15	-	1	22	3	-	-	3	1,069	1,258
춘천	HD시설	1	1	-	3	5	-	-	10	1	-	3	4	825	
MBC	전체시설	8	1	-	5	5	-	1	20	4	-	4	8	1,758	5,644
청주	HD시설	2	-	1	2	3	-	-	8	1	-	1	2	1,166	
MBC	전체시설	6	-	1	7	3	2	1	20	3	-	2	5	1,398	1,724
제주	HD시설	-	-	-	2	4	-	1	7	1	-	-	1	125	
MBC	전체시설	3	1	-	8	7	2	2	23	4	-	1	5	638	8,462
울산	HD시설	-	-	-	-	-	-	-	0	1	-	-	1	-	
MBC	전체시설	3	7	-	14	6	4	3	37	4	-	5	9	3,394	6,488
진주	HD시설	1	-	-	-	2	-	-	3	1	-	-	1	236	
MBC	전체시설	4	1	2	-	10	-	1	18	3	2	1	6	1,234	1,343
목포	HD시설	1	-	-	1	1	-	-	3	1	-	-	1	-	
MBC	전체시설	5	-	-	1	1	-	1	8	2	-	-	2	-	1,488
여수	HD시설	2	1	2	3	4	-	-	12	1	-	-	1	673	
MBC	전체시설	8	1	2	3	4	2	1	21	1	-	-	1	830	1,231
안동	HD시설	2	-	-	1	7	-	-	10	1	-	-	1	961	
MBC	전체시설	7	-	-	4	7	-	1	19	3	-	1	4	1,409	4,725
원주	HD시설	1	-	-	2	5	-	-	8	1	-	-	1	213	
MBC	전체시설	6	-	-	6	6	-	1	19	3	-	-	3	479	1,120
충주	HD시설	-	1	-	-	3	-	-	4	1	-	-	1	128	
MBC	전체시설	6	1	-	2	4	2	1	16	3	-	-	3	842	1,092
삼척	HD시설	1	-	-	1	9	-	-	11	1	1	2	4	233	
MBC	전체시설	8	-	-	2	11	-	1	22	3	1	3	7	720	842
포항	HD시설	1	-	-	2	2	-	-	5	1	-	1	2	275	
MBC	전체시설	8	-	-	9	6	-	1	24	3	-	2	5	1,140	629
강릉	HD시설	1	-	-	1	5	-	-	7	1	-	-	1	214	
MBC	전체시설	7	-	-	7	5	-	2	21	4	-	2	6	1,277	5,454

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2011년 기준)

3) 지역민방 제작장비 현황

〈부표 1-6〉 지역민방 제작시설 및 송출시설 현황

지역구	구분	제작시설 (단위:개)								송출시설 (단위:개)				제작 시설 총보유 면적 (m ²)	총 보유 면적 (m ²)
		스튜디오	종합 편집실 선형	비선 형	개인 편집실 선형	비선 형	녹음 실	중 계 차	소 계	주 조정실	아카이 브 시스템	기 타 설 비	소 계		
KNN	HD시설	1	1	-	2	15	-	-	19	1	-	-	1	359	
	전체시설	7	3	-	5	17	2	2	36	2	-	-	2	1,253	1,451
대구방송	HD시설	2	1	-	-	17	1	-	21	1	-	1	2	773	
	전체시설	7	1	1	-	19	1	1	30	2	-	2	4	1,115	11,670
광주방송	HD시설	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	0	656	
	전체시설	5	2	-	1	1	1	2	12	1	-	4	5	1,995	1,150
대전방송	HD시설	1	2	-	6	12	-	-	21	1	-	2	3	431	
	전체시설	4	2	1	6	13	-	2	28	3	-	11	14	927	1,721
울산방송	HD시설	2	1	1	2	12	2	-	20	1	1	1	3	550	
	전체시설	4	1	1	2	12	2	1	23	2	2	1	5	642	9,476
전주방송	HD시설	-	-	-	-	6	-	-	6	1	-	1	2	61	
	전체시설	4	1	-	8	6	3	1	23	3	-	1	4	870	5,053
청주방송	HD시설	-	-	-	-	8	-	-	8	1	-	-	1	-	
	전체시설	4	2	-	10	8	-	1	25	3	-	10	13	-	1,437
강원민방	HD시설	-	-	-	-	1	-	-	1	1	-	1	2	14	
	전체시설	6	1	-	5	1	2	1	16	3	-	3	6	754	884
제주방송	전체시설	2	1	-	10	2	2	1	18	2	-	1	3	258	434

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2011년 기준)

3. 제작비(총매출대비 제작비 비율)

1) KBS지역국 매출대비 제작비 비율

<부표 1-7> KBS지역국 매출 대비 제작비 비율(2010년 기준)

(단위: 백만원)

방송국	총매출	제작비	비율
강릉	8,774	960	10.9%
광주	24,308	4,013	16.5%
대구	51,725	3,507	6.8%
대전	45,117	3,640	8.1%
목포	8,221	727	8.8%
부산	50,790	4,015	7.9%
안동	6,633	576	8.7%
순천	8,627	763	8.8%
울산	17,294	1,052	6.1%
원주	4,710	871	18.5%
전주	23,312	3,155	13.5%
제주	7,812	2,646	33.9%
진주	8,349	754	9.0%
창원	23,001	3,324	14.5%
청주	12,483	2,786	22.3%
춘천	5,892	3,086	52.4%
충주	5,308	630	11.9%
포항	7,173	505	7.0%
계	319,529	37,010	11.6%

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2010년 기준)

2) 지역MBC 매출대비 제작비 비율

<부표 1-8> 지역MBC 매출 대비 제작비 비율(2010년 기준)

(단위: 천원)

방송사	매출액(a)	제작비(b)	비율(b/a)
MBC	742,933,567	278,668,281	37.5%
강릉MBC	16,307,318	2,599,023	15.9%
광주MBC	27,091,339	4,062,487	15.0%
대구MBC	39,795,012	4,231,411	10.6%
대전MBC	28,026,346	2,277,061	8.1%
창원MBC	24,355,198	1,421,393	5.8%
목포MBC	17,259,210	1,600,789	9.3%
부산MBC	46,626,086	6,082,417	13.0%
삼척MBC	13,669,681	1,791,527	13.1%
안동MBC	17,499,375	2,356,468	13.5%
여수MBC	18,595,013	1,362,977	7.3%
울산MBC	27,269,790	5,732,303	21.0%
원주MBC	14,400,572	1,676,462	11.6%
전주MBC	22,272,952	2,103,683	9.4%
제주MBC	18,896,135	2,468,924	13.1%
진주MBC	24,377,196	1,257,056	5.2%
청주MBC	19,104,727	2,393,526	12.5%
춘천MBC	18,654,071	1,456,648	7.8%
충주MBC	13,964,753	635,584	4.6%
포항MBC	19,928,877	3,634,367	18.2%

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2010년 기준)

3) 지역민방 매출대비 제작비 비율

〈부표 1-9〉 지역민방 매출 대비 제작비 비율(2010년 기준)

(단위: 천원)

방송사	매출액(a)	제작비(b)	비율(b/a)
SBS	682,138,276	382,681,710	56.1%
KNN	50,002,626	5,854,288	11.7%
대구방송	34,147,614	2,684,673	7.9%
광주방송	27,797,112	3,145,419	11.3%
대전방송	25,152,387	3,788,601	15.1%
울산방송	20,058,198	3,699,273	18.4%
전주방송	15,978,795	2,438,622	15.3%
청주방송	14,376,498	1,696,382	11.8%
G1(강원민방)	18,173,103	2,746,368	15.1%
제주방송	12,452,435	381,855	3.1%

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2010년 기준)

4. 자체제작비율

1) KBS 지역국 자체제작비율

<부표 1-10> KBS지역국 자체제작비율(2011년 기준)

방송국	자체제작프로그램 편성시간량			연간전체 방송시간량	자체제작 프로그램 비율(%)
	독점제작 프로그램 편성시간 (A)	공동제작 프로그램 편성시간 (B)	합계 (A+B)		
KBS강릉	32,767.5분	4,454.5분	37,222분	411,565분	9.04%
KBS광주	35,230분	2,807분	38,037분	411,095분	9.25%
KBS대구	31,505분	5,392분	36,897분	411,870분	8.96%
KBS대전	34,794분	6,101분	40,895분	441,230분	9.27%
KBS목포	35,230분	2,807분	38,037분	411,095분	9.25%
KBS부산	34,840분	5,060분	39,900분	411,765분	9.69%
KBS안동	31,505분	5,392분	36,897분	411,870분	8.96%
KBS순천	35,230분	2,807분	38,037분	411,095분	9.25%
KBS울산	34,840분	5,060분	39,900분	411,765분	9.69%
KBS원주	32,767.5분	4,454.5분	37,222분	411,565분	9.04%
KBS전주	32,460분	4,176분	36,636분	411,765분	8.90%
KBS제주	33,279분	2,358분	35,637분	411,765분	8.65%
KBS진주	26,008분	9,111분	35,119분	411,765분	8.53%
KBS창원	26,008분	9,111분	35,119분	411,765분	8.53%
KBS청주	31,692분	4,697분	36,389분	412,160분	8.83%
KBS춘천	32,767.5분	4,454.5분	37,222분	411,565분	9.04%
KBS충주	31,692분	4,697분	36,389분	412,160분	8.83%
KBS포항	31,505분	5,392분	36,897분	411,870분	8.96%

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2011년 기준)

2) 지역MBC 자체제작 비율

〈부표 1-11〉 지역MBC 자체제작비율(2011년 기준)

방송국	자체제작프로그램 편성시간량			연간전체 방송시간량	자체제작 프로그램 비율(%)
	독점제작 프로그램 편성시간 (A)	공동제작 프로그램 편성시간 (B)	합계 (A+B)		
강릉MBC	14,127분	43,950분	58,077분	419,000분	13.86%
광주MBC	38,553분	24,045분	62,598분	419,000분	14.94%
대구MBC	41,137.5분	29,030분	70,167.5분	417,600분	16.80%
대전MBC	65,080.5분	4,820분	69,900.5분	416,675분	16.78%
창원MBC	33,348분	17,745분	51,093분	419,000분	12.19%
목포MBC	47,467.5분	20,415분	67,882.5분	419,000분	16.20%
부산MBC	44,790분	24,520분	69,310분	419,000분	16.54%
삼척MBC	14,495분	46,145분	60,640분	419,000분	14.47%
안동MBC	28,775분	24,730분	53,505분	418,375분	12.79%
여수MBC	45,269분	27,565분	72,834분	438,445분	16.61%
울산MBC	32,555분	29,110분	61,665분	419,000분	14.72%
원주MBC	19,844분	46,905분	66,749분	419,000분	15.93%
전주MBC	40,204분	18,520분	58,724분	419,000분	14.02%
제주MBC	35,007.5분	25,635분	60,642.5분	418,105분	14.50%
진주MBC	22,780분	22,360분	45,140분	438,445분	10.30%
청주MBC	27,160분	31,015분	58,175분	438,445분	13.27%
춘천MBC	13,830분	48,495분	62,325분	419,140분	14.87%
충주MBC	51,705분	5,115분	56,820분	418,080분	13.59%
포항MBC	24,532.5분	26,228분	50,760.5분	419,000분	12.11%

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2011년 기준)

3) 지역민방 자체제작비율

〈부표 1-12〉 지역민방 자체제작비율(2011년 기준)

방송국	자체제작프로그램 편성시간량			연간전체 방송시간량	자체제작 프로그램 비율(%)
	독점제작 프로그램 편성시간 (A)	공동제작 프로그램 편성시간 (B)	합계 (A+B)		
KNN	85,427분	31,148분	116,575분	397,991분	29.29%
울산방송	52,974분	47,538분	100,512분	403,276분	24.92%
대구방송	64,202분	37,113분	101,315분	404,207분	25.07%
광주방송	59,462분	46,695분	106,157분	403,987분	26.28%
전주방송	63,410분	34,615분	98,025분	405,534분	24.17%
대전방송	48,823분	42,445분	91,268분	404,124분	22.58%
청주방송	64,003분	44,243분	108,246분	400,922분	27.00%
강원민방	63,340분	35,780분	99,120분	392,735분	25.24%
제주방송	56,880분	45,200분	102,080분	401,527분	25.42%

* 출처: 방송통신위원회 내부자료(2011년 기준)

5. 시청률

1) KBS지역국 평균시청률

〈부표 1-13〉 KBS1 평균 시청률

채널	지역사	구분	가구		개인	
		지역\년	2011	2012	2011	2012
KBS1	서울(본사)	서울	5.2	5.0	1.5	1.7
	KBS1경인 (본사)	경기인천	4.8	5.7	1.5	1.9
	KBS1서울 (본사)	수도권	5.0	5.4	1.5	1.8
	KBS1부산 (부산총국)	부산	4.7	5.2	1.8	2.1
	KBS1광주 (광주총국)	광주	4.4	4.1	1.3	1.4
	KBS1대전 (대전총국)	대전	4.8	5.3	1.8	1.8
	KBS1대구 (대구총국)	대구	5.1	5.8	1.8	2.0
	KBS1춘천 (춘천총국)	춘천	8.7	8.7	3.9	4.6
	KBS1창원 (창원총국)	마산	5.4	6.5	2.0	2.5
	KBS1전주 (전주총국)	전주	6.2	7.1	2.4	3.2
	KBS1청주 (청주총국)	청주	6.1	7.3	2.3	3.3
	KBS1대구 (대구총국)	구미	5.9	6.1	2.7	2.6
	KBS1대구 (대구총국)	대구+구미	5.2	5.9	2.0	2.1
	KBS1울산 (울산국)	울산	4.2	4.1	1.5	1.6
	KBS1제주 (제주총국)	제주	5.5	6.9	1.7	2.5

* AGB닐슨미디어리서치, 2011년 1월 1일-2012년 5월 29일, 전국 13개 지역 가구개인 대상 조사

* KBS1 서울과 KBS1 경인의 경우, 수도권지역 데이터는 참고로 확인(KBS본사에서는 수도권으로 시청률 데이터 활용)

* KBS2의 경우에는 서울과 경인의 편성이 동일하여 KBS본사로 동일하게 표기함

* 대구+구미 지역은 동일한 대구권의 방송이 송출되고 있으므로, 대구+구미의 시청률도 개별 도시의 시청률과 함께 표기함

<부표 1-14> KBS2 평균 시청률

채널	지역사	구분	가구		개인	
		지역\년	2011	2012	2011	2012
KBS2	KBS2서울 (본사)	서울	4.7	4.3	1.7	1.7
	KBS2서울 (본사)	경기인천	4.9	5.3	1.8	2.2
	KBS2서울 (본사)	수도권	4.8	4.9	1.7	2.0
	KBS2부산 (부산총국)	부산	4.2	4.4	1.7	2.0
	KBS2광주 (광주총국)	광주	3.1	3.7	1.1	1.3
	KBS2대전 (대전총국)	대전	3.9	3.9	1.4	1.6
	KBS2대구 (대구총국)	대구	3.7	4.2	1.5	1.7
	KBS2춘천 (춘천총국)	춘천	5.4	5.5	2.7	2.7
	KBS2창원 (창원총국)	마산	3.5	3.3	1.5	1.6
	KBS2전주 (전주총국)	전주	4.1	4.7	2.1	2.2
	KBS2청주 (청주총국)	청주	4.4	4.1	2.2	1.8
	KBS2대구 (대구총국)	구미	3.9	4.1	2.0	2.0
	KBS2대구 (대구총국)	대구+구미	3.8	4.2	1.6	1.8
	KBS2울산 (울산국)	울산	3.8	4.2	1.5	1.7
	KBS2제주 (제주총국)	제주	3.5	3.8	1.6	1.6

* AGB닐슨미디어리서치, 2011년 1월 1일~2012년 5월 29일, 전국 13개 지역 가구·개인 대상 조사

2) 지역MBC 평균시청률

<부표 1-15> 지역MBC 평균 시청률

채널	지역사	구분	가구		개인	
		지역/년	2011	2012	2011	2012
MBC	MBC서울 (문화방송)	서울	5.1	4.2	1.8	1.6
	MBC서울 (문화방송)	경기인천	5.7	5.0	2.0	2.0
	MBC서울 (문화방송)	수도권	5.4	4.7	1.9	1.8
	MBC부산 (부산문화방송)	부산	3.4	3.0	1.4	1.3
	MBC광주 (광주문화방송)	광주	3.7	3.2	1.3	1.1
	MBC대전 (대전문화방송)	대전	3.1	2.7	1.2	1.1
	MBC대구 (대구문화방송)	대구	3.6	3.1	1.4	1.3
	MBC춘천 (춘천문화방송)	춘천	4.8	3.8	2.2	1.9
	MBC창원 (창원문화방송)	마산	4.1	3.0	1.6	1.3
	MBC전주 (전주문화방송)	전주	3.6	3.9	1.7	1.7
	MBC청주 (청주문화방송)	청주	3.6	2.8	1.7	1.3
	MBC대구 (대구문화방송)	구미	2.5	2.5	1.3	1.1
	MBC대구 (대구문화방송)	대구+구미	3.4	3.0	1.4	1.2
	MBC울산 (울산문화방송)	울산	3.7	3.4	1.3	1.4
	MBC제주 (제주문화방송)	제주	3.8	3.8	1.6	1.4
	MBC진주	진주	3.1	-	-	-
	MBC목포	목포	4.4	-	-	-
	MBC여수	여수	4.0	-	-	-
	MBC안동	안동	4.1	-	-	-
	MBC원주	원주	4.3	-	-	-
	MBC충주	충주	4.7	-	-	-
	MBC삼척	삼척	5.0	-	-	-
	MBC포항	포항	3.9	-	-	-
	MBC강릉	강릉	4.6	-	-	-

* AGB닐슨미디어리서치, 2011년 1월 1일~2012년 5월 29일, 전국 13개 지역 가구개인 대상 조사

* 진주MBC, 목포MBC, 여수MBC, 안동MBC, 원주MBC, 충주MBC, 삼척MBC, 포항 MBC, 강릉MBC 등 2011년 9월 1일~2011년 12월 31일까지 6개월간 전국 가구별 시청률 조사한 자료임

3) 지역민방 평균시청률

〈부표 1-16〉 지역민방 평균시청률

채널	지역사	구분	가구		개인	
		지역/년	2011	2012	2011	2012
SBS	SBS	서울	4.9	4.6	1.6	1.7
	SBS	경기인천	5.4	5.5	1.9	2.2
	SBS	수도권	5.1	5.2	1.7	2.0
	KNN	부산	3.7	3.7	1.5	1.6
	KBC	광주	3.9	4.1	1.2	1.5
	TJB	대전	3.7	3.5	1.3	1.4
	TBC	대구	4.2	4.2	1.6	1.6
	G1	춘천	3.7	3.6	1.7	1.7
	KNN	마산	2.7	2.8	1.1	1.2
	JTV	전주	3.7	4.0	1.4	1.8
	CJB	청주	4.4	4.0	1.8	1.7
	TBC	구미	3.3	3.5	1.6	1.5
	TBC	대구+구미	4.0	4.0	1.6	1.6
	UBC	울산	3.7	4.0	1.3	1.6
	JBS	제주	3.4	3.8	1.4	1.5

* AGB닐슨미디어리서치, 2011년 1월 1일~2012년 5월 29일, 전국 13개 지역 가구·개인 대상 조사

〈부록 2〉 지역방송에 대한 시청자 조사 세부결과

〈부표 2-1〉 응답자 분포표

(단위: %)

			사례수(명)	비율
■ 전 체 ■			(400)	100.0
성 별	남	성	(201)	50.3
	여	성	(199)	49.8
연 령	만 14 ~ 19 세		(49)	12.3
	만 19 ~ 29 세		(64)	16.0
	만 30 ~ 39 세		(71)	17.8
	만 40 ~ 49 세		(75)	18.8
	만 50 ~ 59 세		(70)	17.5
	만 60 세 이상		(71)	17.8
거 주 지 역	부	산	(34)	8.5
	대	구	(27)	6.8
	인	천	(29)	7.3
	광	주	(22)	5.5
	대	전	(22)	5.5
	울	산	(19)	4.8
	경	기	(60)	15.0
	강	원	(21)	5.3
	충	북	(22)	5.5
	충	남	(24)	6.0
	전	북	(24)	6.0
	전	남	(24)	6.0
	경	북	(28)	7.0
	경	남	(32)	8.0
	제	주	(12)	3.0
학 력	고 졸 이	하	(115)	28.8
	대	졸	(246)	61.5
	대학원졸 이	상	(39)	9.8
월평균 가구소득	99 만 원 이 하		(13)	3.3
	100 ~ 199 만원		(53)	13.3
	200 ~ 299 만원		(76)	19.0
	300 ~ 399 만원		(101)	25.3
	400 ~ 499 만원		(125)	31.3
	600 ~ 799 만원		(24)	6.0
	800만 원 이상		(8)	2.0

〈부표 2-2〉 하루 평균 TV 시청 시간 - 주중

[문1] 귀하께서는 하루 평균 몇 시간 정도 TV를 시청 하시나요? 핸드폰 및 인터넷을 이용하여 TV를 시청하는 경우는 제외하고 응답하여 주시기 바랍니다.

(단위: %)

	사례수 (명)	1시간 이하	2~3시간 미만	3~4시간 미만	4~5시간 미만	5~10시간 미만	10시간 이상	계	평균 (시간)
■ 전 체 ■	(400)	17.3	27.0	21.0	13.0	17.0	4.8	100.0	3.6
성 별									
남	(201)	21.4	32.3	19.9	10.0	11.9	4.5	100.0	3.2
여	(199)	13.1	21.6	22.1	16.1	22.1	5.0	100.0	3.9
연 령									
만 14 ~ 19 세	(49)	30.6	24.5	12.2	14.3	14.3	4.1	100.0	3.3
만 19 ~ 29 세	(64)	21.9	20.3	21.9	14.1	15.6	6.3	100.0	3.7
만 30 ~ 39 세	(71)	18.3	28.2	15.5	14.1	18.3	5.6	100.0	3.5
만 40 ~ 49 세	(75)	12.0	26.7	26.7	13.3	17.3	4.0	100.0	3.6
만 50 ~ 59 세	(70)	17.1	31.4	21.4	7.1	15.7	7.1	100.0	3.8
만 60 세 이 상	(71)	8.5	29.6	25.4	15.5	19.7	1.4	100.0	3.4
거 주 지 역									
부 산	(34)	11.8	29.4	29.4	8.8	17.6	2.9	100.0	3.6
대 구	(27)	3.7	37.0	18.5	22.2	14.8	3.7	100.0	3.8
인 천	(29)	17.2	24.1	20.7	24.1	10.3	3.4	100.0	3.4
광 주	(22)	27.3	18.2	27.3	18.2	9.1	0.0	100.0	2.8
대 전	(22)	18.2	31.8	22.7	13.6	9.1	4.5	100.0	3.5
울 산	(19)	10.5	21.1	15.8	21.1	31.6	0.0	100.0	3.8
경 기	(60)	25.0	30.0	16.7	3.3	15.0	10.0	100.0	3.5
강 원	(21)	9.5	42.9	14.3	14.3	14.3	4.8	100.0	3.4
충 북	(22)	18.2	27.3	22.7	9.1	18.2	4.5	100.0	3.6
충 남	(24)	16.7	20.8	16.7	16.7	20.8	8.3	100.0	4.0
전 북	(24)	20.8	29.2	16.7	4.2	16.7	12.5	100.0	4.4
전 남	(24)	12.5	8.3	25.0	12.5	37.5	4.2	100.0	4.6
경 북	(28)	17.9	14.3	42.9	14.3	10.7	0.0	100.0	3.1
경 남	(32)	21.9	25.0	12.5	18.8	18.8	3.1	100.0	3.2
제 주	(12)	16.7	58.3	8.3	0.0	16.7	0.0	100.0	2.6
학 력									
고 졸 이 하	(115)	13.0	21.7	20.0	12.2	26.1	7.0	100.0	4.2
대 졸	(246)	17.1	28.5	22.8	13.8	13.8	4.1	100.0	3.4
대학원졸 이 상	(39)	30.8	33.3	12.8	10.3	10.3	2.6	100.0	2.8
월평균 가구소득									
99 만 원 이 하	(13)	7.7	15.4	23.1	23.1	15.4	15.4	100.0	5.1
100 ~ 199 만원	(53)	24.5	26.4	20.8	13.2	13.2	1.9	100.0	3.0
200 ~ 299 만원	(76)	21.1	14.5	25.0	14.5	15.8	9.2	100.0	4.0
300 ~ 399 만원	(101)	16.8	25.7	19.8	12.9	20.8	4.0	100.0	3.6
400 ~ 499 만원	(125)	11.2	36.0	22.4	13.6	12.8	4.0	100.0	3.4
600 ~ 799 만원	(24)	25.0	25.0	12.5	4.2	33.3	0.0	100.0	3.3
800만 원 이 상	(8)	25.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0	100.0	2.6

〈부표 2-3〉 하루 평균 TV 시청 시간 - 주말

[문1-1] 귀하께서는 하루 평균 몇 시간 정도 TV를 시청 하시나요? 핸드폰 및 인터넷을 이용하여 TV를 시청하는 경우는 제외하고 응답하여 주시기 바랍니다.

(단위: %)

	사례수 (명)	1시간 이하	2~3시간 미만	3~4시간 미만	4~5시간 미만	5~10시간 미만	10시간 이상	계	평균 (시간)
전 체	(400)	6.0	5.5	15.8	16.0	43.5	13.3	100.0	5.7
성 별									
남	(201)	8.5	7.0	13.4	20.9	38.3	11.9	100.0	5.4
여	(199)	3.5	4.0	18.1	11.1	48.7	14.6	100.0	5.9
연 령									
만 14 ~ 19 세	(49)	6.1	2.0	20.4	20.4	44.9	6.1	100.0	5.3
만 19 ~ 29 세	(64)	14.1	6.3	9.4	12.5	42.2	15.6	100.0	5.8
만 30 ~ 39 세	(71)	5.6	2.8	16.9	14.1	43.7	16.9	100.0	5.9
만 40 ~ 49 세	(75)	2.7	1.3	17.3	17.3	44.0	17.3	100.0	6.2
만 50 ~ 59 세	(70)	2.9	12.9	11.4	18.6	38.6	15.7	100.0	5.8
만 60 세 이 상	(71)	5.6	7.0	19.7	14.1	47.9	5.6	100.0	4.9
거 주 지 역									
부 산	(34)	0.0	0.0	17.6	5.9	61.8	14.7	100.0	6.6
대 구	(27)	7.4	3.7	11.1	22.2	40.7	14.8	100.0	5.9
인 천	(29)	3.4	3.4	13.8	24.1	44.8	10.3	100.0	5.6
광 주	(22)	9.1	4.5	9.1	18.2	50.0	9.1	100.0	5.5
대 전	(22)	4.5	4.5	31.8	27.3	18.2	13.6	100.0	5.4
울 산	(19)	5.3	10.5	5.3	21.1	47.4	10.5	100.0	6.3
경 기	(60)	5.0	6.7	16.7	16.7	41.7	13.3	100.0	5.5
강 원	(21)	0.0	9.5	9.5	14.3	61.9	4.8	100.0	5.1
충 북	(22)	9.1	0.0	18.2	13.6	36.4	22.7	100.0	5.8
충 남	(24)	8.3	4.2	20.8	8.3	37.5	20.8	100.0	6.2
전 북	(24)	8.3	16.7	12.5	12.5	33.3	16.7	100.0	5.5
전 남	(24)	4.2	4.2	12.5	0.0	50.0	29.2	100.0	7.4
경 북	(28)	7.1	3.6	10.7	17.9	50.0	10.7	100.0	5.8
경 남	(32)	12.5	6.3	25.0	12.5	40.6	3.1	100.0	4.2
제 주	(12)	8.3	8.3	16.7	41.7	25.0	0.0	100.0	4.0
학 력									
고 졸 이 하	(115)	4.3	3.5	17.4	16.5	41.7	16.5	100.0	6.1
대 졸	(246)	4.9	5.3	15.4	15.4	46.3	12.6	100.0	5.8
대학원졸 이 상	(39)	17.9	12.8	12.8	17.9	30.8	7.7	100.0	4.0
월평균 가구소득									
99 만 원 이 하	(13)	0.0	0.0	7.7	15.4	53.8	23.1	100.0	7.2
100 ~ 199 만원	(53)	13.2	3.8	15.1	13.2	47.2	7.5	100.0	5.0
200 ~ 299 만원	(76)	6.6	3.9	15.8	15.8	40.8	17.1	100.0	6.0
300 ~ 399 만원	(101)	3.0	5.0	15.8	14.9	45.5	15.8	100.0	5.9
400 ~ 499 만원	(125)	5.6	7.2	15.2	19.2	41.6	11.2	100.0	5.7
600 ~ 799 만원	(24)	8.3	4.2	20.8	12.5	45.8	8.3	100.0	5.0
800만 원 이 상	(8)	0.0	25.0	25.0	12.5	25.0	12.5	100.0	4.9

〈부표 2-4〉 TV 시청 방식

[문2] 귀하의 댁에서는 다음 중 어떤 방식으로 TV를 시청하시나요? 해당하는 것을 모두 골라 주십시오.

(단위: %)

	사례수 (명)	케이블 TV	지상파(KBS, MBC, SBS, 지역민방 등) 직접수신	IPTV (국 TV 등)	위성방송 (스카이라이프)	모르겠다
■ 전 체 ■	(400)	61.5	52.8	22.5	10.3	0.5
성 별						
남 성	(201)	59.2	48.3	25.9	9.0	0.5
여 성	(199)	63.8	57.3	19.1	11.6	0.5
연 령						
만 14 ~ 19 세	(49)	63.3	59.2	24.5	10.2	2.0
만 19 ~ 29 세	(64)	64.1	68.8	26.6	10.9	1.6
만 30 ~ 39 세	(71)	59.2	54.9	28.2	12.7	0.0
만 40 ~ 49 세	(75)	60.0	45.3	25.3	9.3	0.0
만 50 ~ 59 세	(70)	57.1	44.3	14.3	8.6	0.0
만 60 세 이 상	(71)	66.2	47.9	16.9	9.9	0.0
거 주 지 역						
부 산	(34)	61.8	64.7	23.5	14.7	0.0
대 구	(27)	63.0	44.4	22.2	3.7	0.0
인 천	(29)	58.6	62.1	17.2	17.2	0.0
광 주	(22)	86.4	72.7	9.1	0.0	0.0
대 전	(22)	72.7	59.1	9.1	13.6	4.5
울 산	(19)	84.2	68.4	15.8	10.5	0.0
경 기	(60)	48.3	60.0	25.0	6.7	0.0
강 원	(21)	52.4	61.9	28.6	19.0	0.0
충 북	(22)	72.7	50.0	13.6	0.0	0.0
충 남	(24)	50.0	41.7	25.0	16.7	0.0
전 북	(24)	54.2	54.2	29.2	16.7	0.0
전 남	(24)	66.7	37.5	20.8	8.3	0.0
경 북	(28)	64.3	50.0	17.9	3.6	0.0
경 남	(32)	59.4	25.0	31.3	15.6	3.1
제 주	(12)	50.0	25.0	58.3	8.3	0.0
학 력						
고 졸 이 하	(115)	66.1	47.8	21.7	12.2	0.9
대 졸	(246)	59.8	57.3	21.5	10.6	0.4
대학원졸 이 상	(39)	59.0	38.5	30.8	2.6	0.0
월평균 가구소득						
99 만 원 이 하	(13)	69.2	53.8	30.8	7.7	0.0
100 ~ 199 만원	(53)	62.3	41.5	18.9	13.2	1.9
200 ~ 299 만원	(76)	60.5	56.6	26.3	9.2	1.3
300 ~ 399 만원	(101)	64.4	49.5	19.8	12.9	0.0
400 ~ 499 만원	(125)	60.0	59.2	23.2	8.8	0.0
600 ~ 799 만원	(24)	58.3	50.0	12.5	8.3	0.0
800만 원 이 상	(8)	50.0	37.5	50.0	0.0	0.0

〈부표 2-5〉 TV 시청 시간 중 지역 지상파 TV의 지역 프로그램 비중

[문3] 귀하께서 하루에 시청하는 텔레비전의 시청시간을 100%라고 가정했을 때, 이 가운데 지역 지상파 TV에서 제공하는 지역 프로그램의 비율은 어느 정도라고 생각하십니까? 핸드폰 및 인터넷을 이용하여 TV를 시청하는 경우는 제외하고 응답하여 주시기 바랍니다.

(단위: %)

	사례수 (명)	10% 이하	11~30%	31~50%	51~70%	71~90%	91% 이상	계	평균 (%)
전체	(400)	22.0	25.8	14.5	13.8	16.5	7.5	100.0	44.6
성별									
남	(201)	24.9	28.4	9.0	13.4	18.4	6.0	100.0	42.7
여	(199)	19.1	23.1	20.1	14.1	14.6	9.0	100.0	46.5
연령									
만 14 ~ 19 세	(49)	20.4	26.5	12.2	18.4	18.4	4.1	100.0	44.2
만 19 ~ 29 세	(64)	26.6	29.7	18.8	10.9	9.4	4.7	100.0	37.2
만 30 ~ 39 세	(71)	25.4	25.4	18.3	12.7	12.7	5.6	100.0	40.6
만 40 ~ 49 세	(75)	16.0	25.3	16.0	14.7	18.7	9.3	100.0	49.5
만 50 ~ 59 세	(70)	28.6	18.6	10.0	12.9	18.6	11.4	100.0	46.3
만 60 세 이 상	(71)	15.5	29.6	11.3	14.1	21.1	8.5	100.0	48.6
거주지역									
부 산	(34)	17.6	35.3	14.7	17.6	5.9	8.8	100.0	41.0
대 구	(27)	18.5	22.2	14.8	14.8	22.2	7.4	100.0	48.7
인 천	(29)	20.7	24.1	13.8	17.2	20.7	3.4	100.0	44.3
광 주	(22)	22.7	36.4	9.1	4.5	22.7	4.5	100.0	40.9
대 전	(22)	18.2	45.5	9.1	9.1	9.1	9.1	100.0	39.4
울 산	(19)	21.1	31.6	10.5	10.5	26.3	0.0	100.0	41.6
경 기	(60)	26.7	16.7	16.7	6.7	21.7	11.7	100.0	47.3
강 원	(21)	23.8	33.3	0.0	23.8	19.0	0.0	100.0	40.8
충 북	(22)	22.7	27.3	18.2	13.6	9.1	9.1	100.0	41.3
충 남	(24)	29.2	25.0	8.3	29.2	4.2	4.2	100.0	37.7
전 북	(24)	20.8	29.2	16.7	8.3	12.5	12.5	100.0	46.0
전 남	(24)	29.2	20.8	20.8	8.3	12.5	8.3	100.0	42.5
경 북	(28)	21.4	17.9	17.9	21.4	14.3	7.1	100.0	47.3
경 남	(32)	18.8	12.5	18.8	15.6	25.0	9.4	100.0	53.1
제 주	(12)	8.3	33.3	25.0	8.3	16.7	8.3	100.0	51.7
학 력									
고 졸 이 하	(115)	17.4	26.1	13.0	13.9	23.5	6.1	100.0	47.9
대 졸	(246)	24.0	26.0	16.3	12.6	13.4	7.7	100.0	42.5
대학원졸 이 상	(39)	23.1	23.1	7.7	20.5	15.4	10.3	100.0	47.7
월평균 가구소득									
99 만 원 이 하	(13)	30.8	15.4	15.4	23.1	15.4	0.0	100.0	39.2
100 ~ 199 만원	(53)	17.0	26.4	11.3	17.0	26.4	1.9	100.0	48.0
200 ~ 299 만원	(76)	25.0	32.9	15.8	10.5	9.2	6.6	100.0	37.8
300 ~ 399 만원	(101)	21.8	26.7	16.8	13.9	15.8	5.0	100.0	43.1
400 ~ 499 만원	(125)	20.8	23.2	12.8	13.6	17.6	12.0	100.0	48.0
600 ~ 799 만원	(24)	20.8	16.7	16.7	12.5	20.8	12.5	100.0	52.3
800만 원 이 상	(8)	37.5	25.0	12.5	12.5	0.0	12.5	100.0	36.9

〈부표 2-6〉 지역방송 필요성

[문4] 귀하의 거주지역에 지역방송이 필요하다고 생각하십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 매우 필요하다	② 필요한 편이다	①+②	③ 필요없는 편이다	④ 전혀 필요없다	③+④	계	평균 (점)
■ 전 체 ■	(400)	19.5	53.0	72.5	22.8	4.8	27.5	100.0	2.9
성 별									
남	성 (201)	23.9	52.2	76.1	17.9	6.0	23.9	100.0	2.9
여	성 (199)	15.1	53.8	68.8	27.6	3.5	31.2	100.0	2.8
연 령									
만 14 ~ 19 세	(49)	14.3	36.7	51.0	42.9	6.1	49.0	100.0	2.6
만 19 ~ 29 세	(64)	12.5	42.2	54.7	32.8	12.5	45.3	100.0	2.5
만 30 ~ 39 세	(71)	18.3	52.1	70.4	26.8	2.8	29.6	100.0	2.9
만 40 ~ 49 세	(75)	20.0	61.3	81.3	17.3	1.3	18.7	100.0	3.0
만 50 ~ 59 세	(70)	18.6	60.0	78.6	15.7	5.7	21.4	100.0	2.9
만 60 세 이 상	(71)	31.0	59.2	90.1	8.5	1.4	9.9	100.0	3.2
거 주 지 역									
부 산	(34)	17.6	67.6	85.3	14.7	0.0	14.7	100.0	3.0
대 구	(27)	25.9	55.6	81.5	18.5	0.0	18.5	100.0	3.1
인 천	(29)	24.1	37.9	62.1	27.6	10.3	37.9	100.0	2.8
광 주	(22)	27.3	50.0	77.3	22.7	0.0	22.7	100.0	3.0
대 전	(22)	4.5	81.8	86.4	13.6	0.0	13.6	100.0	2.9
울 산	(19)	21.1	63.2	84.2	15.8	0.0	15.8	100.0	3.1
경 기	(60)	15.0	28.3	43.3	46.7	10.0	56.7	100.0	2.5
강 원	(21)	19.0	66.7	85.7	9.5	4.8	14.3	100.0	3.0
충 북	(22)	13.6	59.1	72.7	27.3	0.0	27.3	100.0	2.9
충 남	(24)	8.3	54.2	62.5	29.2	8.3	37.5	100.0	2.6
전 북	(24)	25.0	50.0	75.0	16.7	8.3	25.0	100.0	2.9
전 남	(24)	25.0	58.3	83.3	12.5	4.2	16.7	100.0	3.0
경 북	(28)	35.7	46.4	82.1	14.3	3.6	17.9	100.0	3.1
경 남	(32)	12.5	59.4	71.9	21.9	6.3	28.1	100.0	2.8
제 주	(12)	25.0	58.3	83.3	8.3	8.3	16.7	100.0	3.0
학 력									
고 졸 이 하	(115)	21.7	52.2	73.9	22.6	3.5	26.1	100.0	2.9
대 졸	(246)	17.9	52.0	69.9	24.0	6.1	30.1	100.0	2.8
대학원졸 이 상	(39)	23.1	61.5	84.6	15.4	0.0	15.4	100.0	3.1
월평균 가구소득									
99 만 원 이 하	(13)	38.5	46.2	84.6	15.4	0.0	15.4	100.0	3.2
100 ~ 199 만원	(53)	20.8	54.7	75.5	20.8	3.8	24.5	100.0	2.9
200 ~ 299 만원	(76)	21.1	44.7	65.8	27.6	6.6	34.2	100.0	2.8
300 ~ 399 만원	(101)	19.8	56.4	76.2	21.8	2.0	23.8	100.0	2.9
400 ~ 499 만원	(125)	14.4	54.4	68.8	25.6	5.6	31.2	100.0	2.8
600 ~ 799 만원	(24)	29.2	45.8	75.0	12.5	12.5	25.0	100.0	2.9
800만 원 이 상	(8)	12.5	87.5	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	3.1

〈부표 2-7〉 지역방송이 필요한 이유

[문4-1] 귀하의 거주지역에 지역방송이 필요하다면, 가장 큰 이유는 무엇입니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	지역사회 내 다양한 정보제공	언론기관 으로서 지역사회 감시	다양한 문화행사 유치	경제발전 등 지역발전 기여	지역민을 위한 오락과 휴식기능 제공	지역발전 을 위한 의제설정	계
전 체	(290)	67.9	9.3	6.2	6.2	5.5	4.8	100.0
성 별								
남 성	(153)	66.0	11.1	5.2	3.3	6.5	7.8	100.0
여 성	(137)	70.1	7.3	7.3	9.5	4.4	1.5	100.0
연 령								
만 14 ~ 19 세	(25)	60.0	8.0	4.0	4.0	16.0	8.0	100.0
만 19 ~ 29 세	(35)	45.7	17.1	11.4	11.4	8.6	5.7	100.0
만 30 ~ 39 세	(50)	74.0	4.0	6.0	6.0	6.0	4.0	100.0
만 40 ~ 49 세	(61)	68.9	11.5	1.6	6.6	4.9	6.6	100.0
만 50 ~ 59 세	(55)	80.0	7.3	5.5	1.8	3.6	1.8	100.0
만 60 세 이 상	(64)	67.2	9.4	9.4	7.8	1.6	4.7	100.0
거 주 지 역								
부 산	(29)	75.9	3.4	6.9	6.9	3.4	3.4	100.0
대 구	(22)	50.0	22.7	9.1	13.6	4.5	0.0	100.0
인 천	(18)	55.6	11.1	0.0	5.6	5.6	22.2	100.0
광 주	(17)	64.7	5.9	5.9	0.0	17.6	5.9	100.0
대 전	(19)	52.6	10.5	15.8	10.5	5.3	5.3	100.0
울 산	(16)	87.5	6.3	0.0	6.3	0.0	0.0	100.0
경 기	(26)	57.7	15.4	0.0	11.5	15.4	0.0	100.0
강 원	(18)	72.2	11.1	0.0	0.0	5.6	11.1	100.0
충 북	(16)	68.8	12.5	6.3	0.0	0.0	12.5	100.0
충 남	(15)	60.0	13.3	13.3	13.3	0.0	0.0	100.0
전 북	(18)	61.1	5.6	22.2	0.0	5.6	5.6	100.0
전 남	(20)	95.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	100.0
경 북	(23)	69.6	4.3	8.7	8.7	0.0	8.7	100.0
경 남	(23)	78.3	4.3	0.0	8.7	8.7	0.0	100.0
제 주	(10)	70.0	20.0	10.0	0.0	0.0	0.0	100.0
학 력								
고 졸 이 하	(85)	71.8	4.7	8.2	4.7	5.9	4.7	100.0
대 졸	(172)	63.4	11.6	5.8	8.1	6.4	4.7	100.0
대학원졸 이 상	(33)	81.8	9.1	3.0	0.0	0.0	6.1	100.0
월평균 가구소득								
99 만 원 이 하	(11)	36.4	27.3	9.1	0.0	9.1	18.2	100.0
100 ~ 199 만원	(40)	55.0	15.0	10.0	7.5	5.0	7.5	100.0
200 ~ 299 만원	(50)	76.0	6.0	4.0	4.0	4.0	6.0	100.0
300 ~ 399 만원	(77)	66.2	11.7	5.2	10.4	5.2	1.3	100.0
400 ~ 499 만원	(86)	74.4	5.8	4.7	3.5	8.1	3.5	100.0
600 ~ 799 만원	(18)	72.2	5.6	5.6	11.1	0.0	5.6	100.0
800만 원 이 상	(8)	62.5	0.0	25.0	0.0	0.0	12.5	100.0

〈부표 2-8〉 지역방송이 불필요한 이유

[문4-2] 귀하의 거주지역에 지역방송이 필요없다면, 가장 큰 이유는 무엇입니까?

(단위: %)

		사례 수 (명)	지역민에게 필요한 정보와 프로그램을 제공하지 못하기 때문	지역의 의제설 정 등 여론을 선도하 지 못하기 때문	지역발 전에 기여하 지 못하기 때문	지역 문화의 계승 및 발전에 기여하지 못하기 때문	지상파 방송 대신 지역방송을 해주므로 지상파 방송에서 하는 프로그램을 못 봄	재미가 없기 때문에	굳이 필요가 없기 때문에	케이블 방송에도 불거리가 많기 때문에	계
■ 전	체 ■	(110)	50.9	20.0	11.8	9.1	3.6	1.8	1.8	0.9	100.0
성 별											
남	성	(48)	45.8	20.8	16.7	2.1	6.3	4.2	4.2	0.0	100.0
여	성	(62)	54.8	19.4	8.1	14.5	1.6	0.0	0.0	1.6	100.0
연 령											
만 14 ~ 19 세		(24)	45.8	16.7	16.7	8.3	8.3	0.0	4.2	0.0	100.0
만 19 ~ 29 세		(29)	41.4	20.7	13.8	10.3	6.9	6.9	0.0	0.0	100.0
만 30 ~ 39 세		(21)	57.1	19.0	4.8	19.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
만 40 ~ 49 세		(14)	71.4	21.4	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
만 50 ~ 59 세		(15)	53.3	20.0	6.7	6.7	0.0	0.0	6.7	6.7	100.0
만 60 세 이 상		(7)	42.9	28.6	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
거 주 지 역											
부	산	(5)	40.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
대	구	(5)	40.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	100.0
인	천	(11)	36.4	27.3	0.0	36.4	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
광	주	(5)	40.0	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	100.0
대	전	(3)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
울	산	(3)	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
경	기	(34)	47.1	17.6	20.6	5.9	0.0	2.9	2.9	2.9	100.0
강	원	(3)	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	100.0
충	북	(6)	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
충	남	(9)	55.6	22.2	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	100.0
전	북	(6)	83.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
전	남	(4)	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
경	북	(5)	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	100.0
경	남	(9)	44.4	11.1	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	100.0
제	주	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
학 력											
고 졸 이 하		(30)	46.7	13.3	16.7	10.0	6.7	0.0	3.3	3.3	100.0
대 졸		(74)	50.0	24.3	9.5	9.5	2.7	2.7	1.4	0.0	100.0
대학원졸 이 상		(6)	83.3	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
월평균 가구소득											
99 만 원 이 하		(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
100 ~ 199 만원		(13)	38.5	30.8	15.4	0.0	7.7	0.0	0.0	7.7	100.0
200 ~ 299 만원		(26)	57.7	7.7	15.4	11.5	0.0	3.8	3.8	0.0	100.0
300 ~ 399 만원		(24)	50.0	12.5	16.7	16.7	4.2	0.0	0.0	0.0	100.0
400 ~ 499 만원		(39)	46.2	30.8	5.1	7.7	5.1	2.6	2.6	0.0	100.0
600 ~ 799 만원		(6)	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

〈부표 2-9〉 중앙방송사와 지역방송사 프로그램 구별하기 쉬운 정도

[문5] 귀하는 서울에 있는 중앙 방송사에서 만든 프로그램과 현재 거주하고 있는
지역방송사에서 만든 방송프로그램을 구별하기가 어렵습니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	구별하기 쉽다	뉴스를 제외하고 구별하기 어렵다	잘 모르겠다	계
■ 전 체 ■	(400)	62.0	28.5	9.5	100.0
성 별					
남 성	(201)	57.7	33.8	8.5	100.0
여 성	(199)	66.3	23.1	10.6	100.0
연 령					
만 14 ~ 19 세	(49)	51.0	26.5	22.4	100.0
만 19 ~ 29 세	(64)	67.2	20.3	12.5	100.0
만 30 ~ 39 세	(71)	69.0	28.2	2.8	100.0
만 40 ~ 49 세	(75)	64.0	32.0	4.0	100.0
만 50 ~ 59 세	(70)	58.6	27.1	14.3	100.0
만 60 세 이 상	(71)	59.2	35.2	5.6	100.0
거 주 지 역					
부 산	(34)	61.8	35.3	2.9	100.0
대 구	(27)	59.3	29.6	11.1	100.0
인 천	(29)	58.6	24.1	17.2	100.0
광 주	(22)	77.3	18.2	4.5	100.0
대 전	(22)	68.2	18.2	13.6	100.0
울 산	(19)	68.4	21.1	10.5	100.0
경 기	(60)	43.3	41.7	15.0	100.0
강 원	(21)	81.0	19.0	0.0	100.0
충 북	(22)	63.6	27.3	9.1	100.0
충 남	(24)	70.8	16.7	12.5	100.0
전 북	(24)	66.7	29.2	4.2	100.0
전 남	(24)	75.0	20.8	4.2	100.0
경 북	(28)	50.0	32.1	17.9	100.0
경 남	(32)	50.0	46.9	3.1	100.0
제 주	(12)	91.7	0.0	8.3	100.0
학 력					
고 졸 이 하	(115)	58.3	26.1	15.7	100.0
대 졸	(246)	64.6	28.5	6.9	100.0
대학원졸 이 상	(39)	56.4	35.9	7.7	100.0
월평균 가구소득					
99 만 원 이 하	(13)	38.5	30.8	30.8	100.0
100 ~ 199 만원	(53)	49.1	39.6	11.3	100.0
200 ~ 299 만원	(76)	55.3	32.9	11.8	100.0
300 ~ 399 만원	(101)	72.3	20.8	6.9	100.0
400 ~ 499 만원	(125)	67.2	27.2	5.6	100.0
600 ~ 799 만원	(24)	54.2	29.2	16.7	100.0
800만 원 이 상	(8)	62.5	25.0	12.5	100.0

〈부표 2-10〉 중앙방송사와 지역방송사 프로그램 구별 가능한 이유

[문5-1] 중앙 방송사에서 만든 프로그램과 지역방송사에서 만든 프로그램을 구별할 수 있다면, 가장 큰 이유는 무엇입니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	구성이나 기획에서 차이가 난다	출연진에서 차이가 난다	정보나 내용에서 차이가 난다	화면이나 음질 등 기술적인 측면에서 차이가 난다	계
■ 전 체 ■	(248)	41.1	22.2	21.8	14.9	100.0
성 별						
남 성	(116)	37.9	19.8	25.0	17.2	100.0
여 성	(132)	43.9	24.2	18.9	12.9	100.0
연 령						
만 14 ~ 19 세	(25)	20.0	12.0	44.0	24.0	100.0
만 19 ~ 29 세	(43)	37.2	11.6	20.9	30.2	100.0
만 30 ~ 39 세	(49)	44.9	24.5	22.4	8.2	100.0
만 40 ~ 49 세	(48)	35.4	35.4	10.4	18.8	100.0
만 50 ~ 59 세	(41)	56.1	17.1	22.0	4.9	100.0
만 60 세 이 상	(42)	45.2	26.2	21.4	7.1	100.0
거 주 지 역						
부 산	(21)	42.9	28.6	14.3	14.3	100.0
대 구	(16)	37.5	37.5	12.5	12.5	100.0
인 천	(17)	47.1	17.6	17.6	17.6	100.0
광 주	(17)	47.1	17.6	29.4	5.9	100.0
대 전	(15)	46.7	13.3	26.7	13.3	100.0
울 산	(13)	53.8	38.5	7.7	0.0	100.0
경 기	(26)	42.3	15.4	19.2	23.1	100.0
강 원	(17)	29.4	23.5	41.2	5.9	100.0
충 북	(14)	28.6	28.6	21.4	21.4	100.0
충 남	(17)	23.5	23.5	17.6	35.3	100.0
전 북	(16)	56.3	18.8	6.3	18.8	100.0
전 남	(18)	44.4	33.3	22.2	0.0	100.0
경 북	(14)	35.7	21.4	28.6	14.3	100.0
경 남	(16)	56.3	12.5	18.8	12.5	100.0
제 주	(11)	18.2	0.0	54.5	27.3	100.0
학 력						
고 졸 이 하	(67)	31.3	29.9	25.4	13.4	100.0
대 졸	(159)	44.0	20.8	18.9	16.4	100.0
대학원졸 이 상	(22)	50.0	9.1	31.8	9.1	100.0
월평균 가구소득						
99 만 원 이 하	(5)	60.0	0.0	20.0	20.0	100.0
100 ~ 199 만원	(26)	42.3	19.2	26.9	11.5	100.0
200 ~ 299 만원	(42)	40.5	21.4	26.2	11.9	100.0
300 ~ 399 만원	(73)	39.7	16.4	27.4	16.4	100.0
400 ~ 499 만원	(84)	45.2	25.0	11.9	17.9	100.0
600 ~ 799 만원	(13)	15.4	53.8	23.1	7.7	100.0
800만 원 이 상	(5)	40.0	20.0	40.0	0.0	100.0

<부표 2-11> 즐겨 보는 지역방송 프로그램(1순위)

[문6] 지역방송에서 만든 프로그램 중 귀하께서 가장 즐겨보시는 프로그램은 어느 것입니까?
우선순위 기준 2개를 선택해 주십시오.

(단위: %)

	사례수 (명)	지역 뉴스	지역의 생활 정보 프로그램	지역관련 주요 이슈 및 시사 프로그램	가요, 노래자 랑 등 쇼 프로 그램	지역 오락 프로 그램	지역 관련 대담, 토론 프로 그램	지역 퀴즈 등 참여 프로 그램	스포츠 중계	없음	모름/ 무응답	계
■ 전 체 ■	(400)	47.0	23.0	13.5	6.5	4.3	3.0	1.3	0.3	1.0	0.3	100.0
성 별												
남	(201)	48.3	19.9	16.4	5.0	4.0	3.5	1.0	0.5	1.0	0.5	100.0
여	(199)	45.7	26.1	10.6	8.0	4.5	2.5	1.5	0.0	1.0	0.0	100.0
연 령												
만 14 ~ 19 세	(49)	26.5	18.4	10.2	24.5	12.2	4.1	2.0	0.0	2.0	0.0	100.0
만 19 ~ 29 세	(64)	59.4	18.8	4.7	1.6	6.3	4.7	1.6	0.0	3.1	0.0	100.0
만 30 ~ 39 세	(71)	46.5	32.4	8.5	5.6	4.2	0.0	1.4	0.0	1.4	0.0	100.0
만 40 ~ 49 세	(75)	44.0	30.7	16.0	2.7	0.0	4.0	1.3	1.3	0.0	0.0	100.0
만 50 ~ 59 세	(70)	45.7	18.6	18.6	8.6	2.9	2.9	1.4	0.0	0.0	1.4	100.0
만 60 세 이 상	(71)	54.9	16.9	21.1	1.4	2.8	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
거 주 지 역												
부 산	(34)	47.1	23.5	8.8	8.8	8.8	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
대 구	(27)	59.3	22.2	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	0.0	0.0	0.0	100.0
인 천	(29)	34.5	20.7	27.6	6.9	3.4	3.4	3.4	0.0	0.0	0.0	100.0
광 주	(22)	50.0	36.4	9.1	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
대 전	(22)	50.0	18.2	9.1	4.5	4.5	9.1	4.5	0.0	0.0	0.0	100.0
울 산	(19)	63.2	26.3	5.3	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
경 기	(60)	33.3	20.0	20.0	11.7	8.3	1.7	0.0	0.0	3.3	1.7	100.0
강 원	(21)	42.9	19.0	23.8	0.0	4.8	4.8	4.8	0.0	0.0	0.0	100.0
충 북	(22)	68.2	4.5	22.7	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
충 청	(24)	70.8	16.7	8.3	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
전 북	(24)	50.0	29.2	12.5	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	4.2	0.0	100.0
전 남	(24)	33.3	41.7	4.2	8.3	4.2	4.2	0.0	0.0	4.2	0.0	100.0
경 북	(28)	39.3	32.1	14.3	3.6	3.6	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
경 제	(32)	43.8	15.6	12.5	15.6	3.1	3.1	3.1	3.1	0.0	0.0	100.0
제주	(12)	50.0	25.0	8.3	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
학 려												
고 졸 이 하	(115)	44.3	18.3	15.7	11.3	7.0	2.6	0.9	0.0	0.0	0.0	100.0
대 졸	(246)	49.2	26.0	11.0	4.5	3.3	2.4	1.2	0.4	1.6	0.4	100.0
대학원졸 이 상	(39)	41.0	17.9	23.1	5.1	2.6	7.7	2.6	0.0	0.0	0.0	100.0
월평균 가구소득												
99 만 원 이 하	(13)	46.2	15.4	15.4	15.4	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
100 ~ 199 만원	(53)	47.2	20.8	18.9	3.8	7.5	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
200 ~ 299 만원	(76)	40.8	25.0	11.8	6.6	9.2	1.3	3.9	0.0	1.3	0.0	100.0
300 ~ 399 만원	(101)	46.5	22.8	13.9	7.9	5.0	1.0	1.0	0.0	1.0	1.0	100.0
400 ~ 499 만원	(125)	51.2	25.6	10.4	5.6	0.8	4.0	0.8	0.8	0.8	0.0	100.0
600 ~ 799 만원	(24)	45.8	12.5	25.0	4.2	0.0	8.3	0.0	0.0	4.2	0.0	100.0
800만 원 이 상	(8)	50.0	25.0	0.0	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

〈부표 2-12〉 즐겨 보는 지역방송 프로그램(2순위)

[문6] 지역방송에서 만든 프로그램 중 귀하께서 가장 즐겨보시는 프로그램은 어느 것입니까?

우선순위 기준 2개를 선택해 주십시오.

(단위: %)

		사례수 (명)	지역의 생활 정보 프로 그램	지역 관련 주요 이슈 및 시사 프로그 램	지역 뉴스	지역 관련 대론 프로그 램	지역 오락 프로 그램	가요, 노래자 랑 등 프로 그램	지역퀴 즈 등 참여 프로 그램	다큐 멘터리	스포츠 중계	기타	없음	계
■ 전	체 ■	(400)	31.0	26.5	20.5	7.8	6.0	4.0	3.0	0.3	0.3	0.3	0.5	100.0
성	별													
남	성	(201)	31.8	23.9	20.4	9.0	7.5	2.5	3.5	0.0	0.5	0.5	0.5	100.0
여	성	(199)	30.2	29.1	20.6	6.5	4.5	5.5	2.5	0.5	0.0	0.0	0.5	100.0
연	령													
만 14 ~ 19 세		(49)	16.3	16.3	22.4	8.2	18.4	12.2	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
만 19 ~ 29 세		(64)	32.8	25.0	15.6	7.8	9.4	4.7	3.1	0.0	0.0	0.0	1.6	100.0
만 30 ~ 39 세		(71)	28.2	26.8	26.8	5.6	4.2	2.8	1.4	0.0	1.4	1.4	1.4	100.0
만 40 ~ 49 세		(75)	34.7	24.0	28.0	5.3	4.0	1.3	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
만 50 ~ 59 세		(70)	37.1	31.4	14.3	7.1	2.9	2.9	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
만 60 세 이 상		(71)	32.4	32.4	15.5	12.7	1.4	2.8	1.4	1.4	0.0	0.0	0.0	100.0
거 주 지 역														
부	산	(34)	38.2	17.6	17.6	11.8	0.0	8.8	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
내	구	(27)	37.0	22.2	11.1	7.4	11.1	0.0	3.7	3.7	3.7	0.0	0.0	100.0
인	천	(29)	27.6	13.8	31.0	6.9	6.9	6.9	3.4	0.0	0.0	3.4	0.0	100.0
광	주	(22)	18.2	31.8	22.7	0.0	4.5	4.5	13.6	0.0	0.0	0.0	4.5	100.0
대	전	(22)	27.3	31.8	27.3	0.0	0.0	9.1	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
울	산	(19)	42.1	47.4	0.0	0.0	5.3	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
경	기	(60)	35.0	21.7	18.3	10.0	8.3	3.3	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
강	원	(21)	23.8	14.3	28.6	23.8	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
충	북	(22)	27.3	31.8	22.7	9.1	0.0	4.5	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
전	남	(24)	25.0	37.5	8.3	16.7	4.2	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
전	북	(24)	20.8	41.7	20.8	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
경	남	(24)	25.0	29.2	29.2	12.5	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
제	북	(28)	32.1	17.9	32.1	3.6	7.1	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	남	(32)	34.4	31.3	21.9	0.0	9.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	100.0
	주	(12)	50.0	25.0	8.3	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
학 력														
고 졸 이 하		(115)	32.2	22.6	20.0	8.7	7.0	5.2	2.6	0.9	0.0	0.9	0.0	100.0
대 졸	졸	(246)	30.9	27.6	19.5	7.3	6.5	3.7	3.3	0.0	0.4	0.0	0.8	100.0
대학원졸 이 상	이 상	(39)	28.2	30.8	28.2	7.7	0.0	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
월평균 가구소득														
99 만 원 이 하		(13)	23.1	38.5	7.7	0.0	15.4	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	100.0
100 ~ 199 만원		(53)	24.5	18.9	32.1	9.4	9.4	1.9	1.9	0.0	0.0	1.9	0.0	100.0
200 ~ 299 만원		(76)	30.3	25.0	21.1	6.6	5.3	3.9	5.3	0.0	1.3	0.0	1.3	100.0
300 ~ 399 만원		(101)	35.6	28.7	15.8	6.9	4.0	5.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
400 ~ 499 만원		(125)	29.6	26.4	22.4	8.8	7.2	3.2	1.6	0.8	0.0	0.0	0.0	100.0
600 ~ 799 만원		(24)	45.8	29.2	8.3	4.2	0.0	8.3	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
800만 원 이 상		(8)	12.5	37.5	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

<부표 2-13> 즐겨 보는 지역방송 프로그램(1+2순위)

[문6] 지역방송에서 만든 프로그램 중 귀하께서 가장 즐겨보시는 프로그램은 어느 것입니까?
우선순위 기준 2개를 선택해 주십시오.

(단위: %)

		사례수 (명)	지역 뉴스	지역의 생활정 보프로 그램	지역 관련 주요 이슈 및 시사 프로 그램	지역 관련 대담, 토론 프로 그램	가요, 노래 자랑 등 쇼 프로 그램	지역 오락 프로그램	지역 퀴즈 등 참여 프로 그램	스포츠 중계	다큐 멘터리	기타	없음	모름/ 무응 답
■ 전 체 ■	(400)	67.5	54.0	40.0	10.8	10.5	10.3	4.3	0.5	0.3	0.3	0.3	1.5	0.3
성 별														
남	성	(201)	68.7	51.7	40.3	12.4	7.5	11.4	4.5	1.0	0.0	0.5	1.5	0.5
여	성	(199)	66.3	56.3	39.7	9.0	13.6	9.0	4.0	0.0	0.5	0.0	1.5	0.0
연 령														
만 14 ~ 19 세		(49)	49.0	34.7	26.5	12.2	36.7	30.6	8.2	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0
만 19 ~ 29 세		(64)	75.0	51.6	29.7	12.5	6.3	15.6	4.7	0.0	0.0	0.0	4.7	0.0
만 30 ~ 39 세		(71)	73.2	60.6	35.2	5.6	8.5	8.5	2.8	1.4	0.0	1.4	2.8	0.0
만 40 ~ 49 세		(75)	72.0	65.3	40.0	9.3	4.0	4.0	4.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0
만 50 ~ 59 세		(70)	60.0	55.7	50.0	10.0	11.4	5.7	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4
만 60 세 이 상		(71)	70.4	49.3	53.5	15.5	4.2	4.2	1.4	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0
거 주 지 역														
부	산	(34)	64.7	61.8	26.5	14.7	17.6	8.8	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
대	구	(27)	70.4	59.3	25.9	11.1	3.7	14.8	7.4	3.7	3.7	0.0	0.0	0.0
인	천	(29)	65.5	48.3	41.4	10.3	13.8	10.3	6.9	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0
광	주	(22)	72.7	54.5	40.9	0.0	4.5	9.1	13.6	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0
대	전	(22)	77.3	45.5	40.9	9.1	13.6	4.5	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
울	산	(19)	63.2	68.4	52.6	0.0	10.5	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
경	기	(60)	51.7	55.0	41.7	11.7	15.0	16.7	3.3	0.0	0.0	0.0	3.3	1.7
강	원	(21)	71.4	42.9	38.1	28.6	0.0	14.3	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
충	북	(22)	90.9	31.8	54.5	9.1	9.1	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
충	남	(24)	79.2	41.7	45.8	16.7	12.5	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
전	북	(24)	70.8	50.0	54.2	12.5	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0
전	남	(24)	62.5	66.7	33.3	16.7	8.3	4.2	4.2	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0
경	북	(28)	71.4	64.3	32.1	10.7	10.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
경	남	(32)	65.6	50.0	43.8	3.1	15.6	12.5	3.1	3.1	0.0	0.0	3.1	0.0
제	주	(12)	58.3	75.0	33.3	0.0	8.3	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
학 력														
고	졸 이 하	(115)	64.3	50.4	38.3	11.3	16.5	13.9	3.5	0.0	0.9	0.9	0.0	0.0
대	졸	(246)	68.7	56.9	38.6	9.8	8.1	9.8	4.5	0.8	0.0	0.0	2.4	0.4
대 학원 졸 이 상		(39)	69.2	46.2	53.8	15.4	7.7	2.6	5.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
월 평균 가구소득														
99 만 원 이 하		(13)	53.8	38.5	53.8	7.7	23.1	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0
100 ~ 199 만원		(53)	79.2	45.3	37.7	11.3	5.7	17.0	1.9	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0
200 ~ 299 만원		(76)	61.8	55.3	36.8	7.9	10.5	14.5	9.2	1.3	0.0	0.0	2.6	0.0
300 ~ 399 만원		(101)	62.4	58.4	42.6	7.9	12.9	8.9	5.0	0.0	0.0	0.0	1.0	1.0
400 ~ 499 만원		(125)	73.6	55.2	36.8	12.8	8.8	8.0	2.4	0.8	0.8	0.0	0.8	0.0
600 ~ 799 만원		(24)	54.2	58.3	54.2	12.5	12.5	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0
800만 원 이 상		(8)	75.0	37.5	37.5	37.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

〈부표 2-14〉 더 관심 갖고 제작해야 하는 지역방송 프로그램

[문7] 지역방송에서 해당 지역 주민을 위해 현재 보다 더욱 관심을 가지고 제작해야 할 프로그램은 무엇이라고 생각하십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	지역의 생활정보 프로그램	지역관련 주요 이슈 및 시사 프로그램	지역 뉴스	지역 오락 프로 그램	지역관련 대담, 토론 프로그램	가요, 노래자랑 등 쇼 프로그램	지역퀴즈 등 참여 프로그램	계
■ 전 체 ■	(400)	36.0	33.5	19.5	4.5	3.3	1.8	1.5	100.0
성 별									
남 성	(201)	27.9	33.8	23.4	5.5	5.0	2.0	2.5	100.0
여 성	(199)	44.2	33.2	15.6	3.5	1.5	1.5	0.5	100.0
연 령									
만 14 ~ 19 세	(49)	22.4	20.4	24.5	12.2	10.2	6.1	4.1	100.0
만 19 ~ 29 세	(64)	32.8	21.9	28.1	12.5	3.1	1.6	0.0	100.0
만 30 ~ 39 세	(71)	33.8	40.8	21.1	1.4	0.0	2.8	0.0	100.0
만 40 ~ 49 세	(75)	50.7	36.0	6.7	1.3	2.7	1.3	1.3	100.0
만 50 ~ 59 세	(70)	28.6	40.0	24.3	1.4	2.9	0.0	2.9	100.0
만 60 세 이 상	(71)	42.3	36.6	15.5	1.4	2.8	0.0	1.4	100.0
거 주 지 역									
부 산	(34)	32.4	32.4	26.5	2.9	2.9	0.0	2.9	100.0
대 천	(27)	40.7	25.9	22.2	7.4	3.7	0.0	0.0	100.0
인 천	(29)	34.5	31.0	20.7	3.4	6.9	0.0	3.4	100.0
광 주	(22)	27.3	45.5	18.2	4.5	0.0	0.0	4.5	100.0
대 전	(22)	31.8	22.7	22.7	0.0	9.1	13.6	0.0	100.0
울 산	(19)	47.4	26.3	15.8	0.0	10.5	0.0	0.0	100.0
경 기	(60)	33.3	38.3	18.3	5.0	0.0	3.3	1.7	100.0
강 원	(21)	23.8	52.4	14.3	4.8	4.8	0.0	0.0	100.0
충 북	(22)	54.5	18.2	22.7	0.0	4.5	0.0	0.0	100.0
충 남	(24)	20.8	33.3	29.2	8.3	8.3	0.0	0.0	100.0
전 북	(24)	33.3	37.5	12.5	8.3	4.2	0.0	4.2	100.0
전 남	(24)	45.8	33.3	12.5	8.3	0.0	0.0	0.0	100.0
경 북	(28)	46.4	32.1	10.7	7.1	0.0	0.0	3.6	100.0
경 남	(32)	31.3	34.4	25.0	3.1	0.0	6.3	0.0	100.0
제주	(12)	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
학 력									
고 졸 이	(115)	40.9	26.1	20.0	7.8	2.6	1.7	0.9	100.0
대 졸 이	(246)	34.1	36.2	18.7	3.7	3.3	2.0	2.0	100.0
대학원졸 이 상	(39)	33.3	38.5	23.1	0.0	5.1	0.0	0.0	100.0
월평균 가구소득									
99 만 원 이 하	(13)	38.5	30.8	0.0	7.7	15.4	7.7	0.0	100.0
100 ~ 199 만원	(53)	35.8	26.4	22.6	5.7	5.7	1.9	1.9	100.0
200 ~ 299 만원	(76)	35.5	31.6	23.7	3.9	1.3	1.3	2.6	100.0
300 ~ 399 만원	(101)	36.6	35.6	18.8	5.0	2.0	1.0	1.0	100.0
400 ~ 499 만원	(125)	35.2	36.0	17.6	4.8	3.2	1.6	1.6	100.0
600 ~ 799 만원	(24)	45.8	29.2	20.8	0.0	4.2	0.0	0.0	100.0
800만 원 이 상	(8)	12.5	50.0	25.0	0.0	0.0	12.5	0.0	100.0

〈부표 2-15〉 지역 프로그램을 가장 많이 제공하는 지역 지상파 방송사

[문8] 귀하는 지역 지상파 방송사 중 지역 프로그램을 가장 많이 제공하는 곳은 어디라고
생각하십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	지역 민방	지역 KBS-1	지역 MBC	지역 KBS-2	모르겠다	계
■ 전 체 ■	(400)	28.3	27.0	19.3	8.5	17.0	100.0
성 별							
남	(201)	32.3	27.9	14.9	10.4	14.4	100.0
여	(199)	24.1	26.1	23.6	6.5	19.6	100.0
연 령							
만 14 ~ 19 세	(49)	12.2	30.6	18.4	14.3	24.5	100.0
만 19 ~ 29 세	(64)	28.1	21.9	26.6	4.7	18.8	100.0
만 30 ~ 39 세	(71)	21.1	28.2	19.7	8.5	22.5	100.0
만 40 ~ 49 세	(75)	34.7	24.0	20.0	10.7	10.7	100.0
만 50 ~ 59 세	(70)	34.3	28.6	14.3	4.3	18.6	100.0
만 60 세 이 상	(71)	33.8	29.6	16.9	9.9	9.9	100.0
거 주 지 역							
부 산	(34)	44.1	20.6	14.7	8.8	11.8	100.0
대 구	(27)	33.3	14.8	25.9	3.7	22.2	100.0
인 천	(29)	34.5	31.0	3.4	0.0	31.0	100.0
광 주	(22)	36.4	27.3	27.3	0.0	9.1	100.0
대 전	(22)	18.2	36.4	9.1	9.1	27.3	100.0
울 산	(19)	42.1	10.5	10.5	10.5	26.3	100.0
경 기	(60)	16.7	41.7	11.7	15.0	15.0	100.0
강 원	(21)	38.1	33.3	28.6	0.0	0.0	100.0
충 북	(22)	40.9	27.3	27.3	0.0	4.5	100.0
충 남	(24)	25.0	12.5	12.5	16.7	33.3	100.0
전 북	(24)	16.7	45.8	16.7	12.5	8.3	100.0
전 남	(24)	16.7	25.0	29.2	12.5	16.7	100.0
경 북	(28)	25.0	25.0	25.0	7.1	17.9	100.0
경 남	(32)	21.9	21.9	34.4	6.3	15.6	100.0
제 주	(12)	33.3	0.0	25.0	25.0	16.7	100.0
학 력							
고 졸 이 하	(115)	23.5	27.0	18.3	9.6	21.7	100.0
대 졸	(246)	29.3	26.8	21.1	8.5	14.2	100.0
대학원졸 이 상	(39)	35.9	28.2	10.3	5.1	20.5	100.0
월평균 가구소득							
99 만 원 이 하	(13)	23.1	23.1	0.0	23.1	30.8	100.0
100 ~ 199 만원	(53)	28.3	34.0	18.9	7.5	11.3	100.0
200 ~ 299 만원	(76)	21.1	26.3	27.6	10.5	14.5	100.0
300 ~ 399 만원	(101)	30.7	30.7	17.8	6.9	13.9	100.0
400 ~ 499 만원	(125)	30.4	23.2	18.4	8.0	20.0	100.0
600 ~ 799 만원	(24)	29.2	29.2	12.5	4.2	25.0	100.0
800만 원 이 상	(8)	37.5	0.0	25.0	12.5	25.0	100.0

〈부표 2-16〉 지역 프로그램의 현재 편성량에 대한 의견 - 지역 KBS

[문9] 귀하는 지역 지상파 방송사가 현재 제공하는 지역 프로그램의 편성량(프로그램 양)에 대해 어떻게 생각하십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 매우 줄여야 한다	② 다소 줄여야 한다	①+②	③ 현재 수준을 유지해 야 한다	④ 다소 늘려야 한다	⑤ 매우 늘려야 한다	④+⑤	계
전체	(400)	3.0	9.8	12.8	51.8	31.5	4.0	35.5	100.0
성별									
남성	(201)	3.0	9.0	11.9	44.8	37.3	6.0	43.3	100.0
여성	(199)	3.0	10.6	13.6	58.8	25.6	2.0	27.6	100.0
연령									~
만 14 ~ 19 세	(49)	4.1	6.1	10.2	65.3	18.4	6.1	24.5	100.0
만 19 ~29 세	(64)	9.4	14.1	23.4	46.9	26.6	3.1	29.7	100.0
만 30 ~39 세	(71)	4.2	9.9	14.1	45.1	36.6	4.2	40.8	100.0
만 40 ~49 세	(75)	1.3	10.7	12.0	53.3	32.0	2.7	34.7	100.0
만 50 ~59 세	(70)	0.0	5.7	5.7	51.4	38.6	4.3	42.9	100.0
만 60 세 이 상	(71)	0.0	11.3	11.3	52.1	32.4	4.2	36.6	100.0
거주지역									
부산	(34)	2.9	2.9	5.9	58.8	29.4	5.9	35.3	100.0
대구	(27)	0.0	11.1	11.1	59.3	25.9	3.7	29.6	100.0
인천	(29)	0.0	13.8	13.8	51.7	31.0	3.4	34.5	100.0
광주	(22)	4.5	4.5	9.1	45.5	36.4	9.1	45.5	100.0
대전	(22)	4.5	18.2	22.7	36.4	40.9	0.0	40.9	100.0
울산	(19)	5.3	15.8	21.1	42.1	26.3	10.5	36.8	100.0
경기	(60)	5.0	6.7	11.7	65.0	18.3	5.0	23.3	100.0
강원	(21)	4.8	9.5	14.3	38.1	47.6	0.0	47.6	100.0
충청	(22)	4.5	9.1	13.6	45.5	36.4	4.5	40.9	100.0
충남	(24)	4.2	12.5	16.7	66.7	12.5	4.2	16.7	100.0
전북	(24)	4.2	12.5	16.7	50.0	25.0	8.3	33.3	100.0
전남	(24)	0.0	4.2	4.2	41.7	54.2	0.0	54.2	100.0
경북	(28)	0.0	10.7	10.7	53.6	35.7	0.0	35.7	100.0
경남	(32)	3.1	15.6	18.8	43.8	34.4	3.1	37.5	100.0
제주	(12)	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0	100.0
학력									
고졸 이하	(115)	0.9	5.2	6.1	61.7	25.2	7.0	32.2	100.0
대학원졸 이하	(246)	4.5	13.0	17.5	46.3	33.3	2.8	36.2	100.0
대학원졸 이상	(39)	0.0	2.6	2.6	56.4	38.5	2.6	41.0	100.0
월평균 가구소득									
99 만 원 이 하	(13)	0.0	7.7	7.7	30.8	23.1	38.5	61.5	100.0
100 ~199 만원	(53)	1.9	5.7	7.5	60.4	22.6	9.4	32.1	100.0
200 ~299 만원	(76)	5.3	10.5	15.8	57.9	26.3	0.0	26.3	100.0
300 ~399 만원	(101)	1.0	6.9	7.9	49.5	39.6	3.0	42.6	100.0
400 ~499 만원	(125)	4.0	13.6	17.6	49.6	31.2	1.6	32.8	100.0
600 ~799 만원	(24)	4.2	4.2	8.3	54.2	33.3	4.2	37.5	100.0
800만 원 이 상	(8)	0.0	25.0	25.0	25.0	50.0	0.0	50.0	100.0

〈부표 2-17〉 지역 프로그램의 현재 편성량에 대한 의견 - 지역 MBC

[문9] 귀하는 지역 지상파 방송사가 현재 제공하는 지역 프로그램의 편성량(프로그램 양)에 대해 어떻게 생각하십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 매우 줄여야 한다	② 다소 줄여야 한다	①+②	③ 현재 수준을 유지해야 한다	④ 다소 늘려야 한다	⑤ 매우 늘려야 한다	④+⑤	계
전체	(400)	4.0	8.5	12.5	51.5	32.3	3.8	36.0	100.0
성별									
남성	(201)	4.5	8.0	12.4	42.8	39.3	5.5	44.8	100.0
여성	(199)	3.5	9.0	12.6	60.3	25.1	2.0	27.1	100.0
연령									
만 14 ~ 19 세	(49)	6.1	4.1	10.2	59.2	24.5	6.1	30.6	100.0
만 19 ~ 29 세	(64)	9.4	14.1	23.4	48.4	25.0	3.1	28.1	100.0
만 30 ~ 39 세	(71)	4.2	12.7	16.9	42.3	39.4	1.4	40.8	100.0
만 40 ~ 49 세	(75)	1.3	9.3	10.7	48.0	38.7	2.7	41.3	100.0
만 50 ~ 59 세	(70)	0.0	4.3	4.3	50.0	42.9	2.9	45.7	100.0
만 60 세 이상	(71)	4.2	5.6	9.9	63.4	19.7	7.0	26.8	100.0
거주지역									
부산	(34)	2.9	2.9	5.9	55.9	32.4	5.9	38.2	100.0
대구	(27)	0.0	14.8	14.8	59.3	18.5	7.4	25.9	100.0
인천	(29)	0.0	10.3	10.3	58.6	31.0	0.0	31.0	100.0
광주	(22)	4.5	9.1	13.6	45.5	31.8	9.1	40.9	100.0
대전	(22)	9.1	9.1	18.2	40.9	40.9	0.0	40.9	100.0
울산	(19)	5.3	10.5	15.8	42.1	31.6	10.5	42.1	100.0
경기	(60)	5.0	6.7	11.7	48.3	40.0	0.0	40.0	100.0
강원	(21)	9.5	4.8	14.3	42.9	42.9	0.0	42.9	100.0
충북	(22)	4.5	9.1	13.6	45.5	36.4	4.5	40.9	100.0
충남	(24)	8.3	8.3	16.7	62.5	20.8	0.0	20.8	100.0
전북	(24)	4.2	8.3	12.5	62.5	16.7	8.3	25.0	100.0
전남	(24)	0.0	4.2	4.2	54.2	37.5	4.2	41.7	100.0
경북	(28)	0.0	10.7	10.7	57.1	28.6	3.6	32.1	100.0
경제	(32)	6.3	12.5	18.8	46.9	28.1	6.3	34.4	100.0
제주	(12)	0.0	8.3	8.3	41.7	50.0	0.0	50.0	100.0
학력									
고졸 이하	(115)	0.9	8.7	9.6	58.3	25.2	7.0	32.2	100.0
대졸	(246)	6.1	9.8	15.9	48.8	33.3	2.0	35.4	100.0
대학원졸 이상	(39)	0.0	0.0	0.0	48.7	46.2	5.1	51.3	100.0
월평균 가구소득									
99 만 원 이하	(13)	0.0	7.7	7.7	30.8	23.1	38.5	61.5	100.0
100 ~ 199 만원	(53)	3.8	5.7	9.4	60.4	24.5	5.7	30.2	100.0
200 ~ 299 만원	(76)	6.6	10.5	17.1	52.6	30.3	0.0	30.3	100.0
300 ~ 399 만원	(101)	2.0	4.0	5.9	59.4	32.7	2.0	34.7	100.0
400 ~ 499 만원	(125)	4.0	13.6	17.6	43.2	36.8	2.4	39.2	100.0
600 ~ 799 만원	(24)	4.2	4.2	8.3	50.0	37.5	4.2	41.7	100.0
800만 원 이상	(8)	12.5	0.0	12.5	50.0	25.0	12.5	37.5	100.0

<부표 2-18> 지역 프로그램의 현재 편성량에 대한 의견 - 지역 민방

[문9] 귀하는 지역 지상파 방송사가 현재 제공하는 지역 프로그램의 편성량(프로그램 양)에 대해 어떻게 생각하십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 매우 줄여야 한다	② 다소 줄여야 한다	①+②	③ 현재 수준을 유지해 야 한다	④ 다소 늘려야 한다	⑤ 매우 늘려야 한다	④+⑤	계
전 체	(400)	4.3	12.3	16.5	44.5	33.5	5.5	39.0	100.0
성 별									
남 성	(201)	4.0	11.9	15.9	37.3	38.3	8.5	46.8	100.0
여 성	(199)	4.5	12.6	17.1	51.8	28.6	2.5	31.2	100.0
연 령									
만 14 ~ 19 세	(49)	4.1	14.3	18.4	55.1	20.4	6.1	26.5	100.0
만 19 ~ 29 세	(64)	9.4	21.9	31.3	28.1	34.4	6.3	40.6	100.0
만 30 ~ 39 세	(71)	5.6	18.3	23.9	33.8	39.4	2.8	42.3	100.0
만 40 ~ 49 세	(75)	2.7	4.0	6.7	54.7	36.0	2.7	38.7	100.0
만 50 ~ 59 세	(70)	2.9	7.1	10.0	42.9	37.1	10.0	47.1	100.0
만 60 세 이 상	(71)	1.4	9.9	11.3	53.5	29.6	5.6	35.2	100.0
거 주 지 역									
부 산	(34)	2.9	5.9	8.8	52.9	35.3	2.9	38.2	100.0
대 구	(27)	0.0	22.2	22.2	44.4	25.9	7.4	33.3	100.0
인 천	(29)	0.0	10.3	10.3	48.3	34.5	6.9	41.4	100.0
광 주	(22)	4.5	22.7	27.3	31.8	36.4	4.5	40.9	100.0
대 전	(22)	4.5	22.7	27.3	36.4	36.4	0.0	36.4	100.0
울 산	(19)	10.5	0.0	10.5	47.4	26.3	15.8	42.1	100.0
경 기	(60)	6.7	11.7	18.3	36.7	38.3	6.7	45.0	100.0
강 원	(21)	4.8	4.8	9.5	38.1	47.6	4.8	52.4	100.0
충 북	(22)	13.6	13.6	27.3	31.8	36.4	4.5	40.9	100.0
충 남	(24)	4.2	16.7	20.8	62.5	12.5	4.2	16.7	100.0
전 북	(24)	4.2	12.5	16.7	62.5	12.5	8.3	20.8	100.0
전 남	(24)	0.0	8.3	8.3	45.8	41.7	4.2	45.8	100.0
경 남	(28)	0.0	7.1	7.1	53.6	35.7	3.6	39.3	100.0
경 제	(32)	6.3	15.6	21.9	28.1	43.8	6.3	50.0	100.0
제 주	(12)	0.0	8.3	8.3	66.7	25.0	0.0	25.0	100.0
학 력									
고 졸 이 하	(115)	0.9	10.4	11.3	60.0	21.7	7.0	28.7	100.0
대 졸	(246)	6.5	14.6	21.1	37.4	37.4	4.1	41.5	100.0
대학원졸 이 상	(39)	0.0	2.6	2.6	43.6	43.6	10.3	53.8	100.0
월평균 가구소득									
99 만 원 이 하	(13)	0.0	7.7	7.7	38.5	23.1	30.8	53.8	100.0
100 ~ 199 만원	(53)	1.9	9.4	11.3	50.9	28.3	9.4	37.7	100.0
200 ~ 299 만원	(76)	3.9	17.1	21.1	40.8	34.2	3.9	38.2	100.0
300 ~ 399 만원	(101)	2.0	13.9	15.8	47.5	31.7	5.0	36.6	100.0
400 ~ 499 만원	(125)	7.2	12.0	19.2	43.2	34.4	3.2	37.6	100.0
600 ~ 799 만원	(24)	8.3	0.0	8.3	33.3	54.2	4.2	58.3	100.0
800만 원 이 상	(8)	0.0	12.5	12.5	62.5	25.0	0.0	25.0	100.0

<부표 2-19> 전체 방송시간 중 적정한 지역방송 편성량

[문10] 중앙 및 지역 방송사가 제공하는 전체 방송시간을 100%라고 가정 했을 때,
방송시간을 기준으로 적정한 지역방송 편성량은 어느 정도라고 생각하십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	10% 이하	11~20%	21~30%	31~50%	51% 이상	계	평균 (%)
■ 전 체 ■	(400)	20.0	26.5	26.8	20.0	6.8	100.0	28.0
성 별								
남 성	(201)	19.4	24.9	28.4	20.9	6.5	100.0	28.3
여 성	(199)	20.6	28.1	25.1	19.1	7.0	100.0	27.8
연 령								
만 14 ~ 19 세	(49)	12.2	12.2	28.6	30.6	16.3	100.0	36.9
만 19 ~ 29 세	(64)	20.3	21.9	28.1	20.3	9.4	100.0	28.3
만 30 ~ 39 세	(71)	25.4	38.0	18.3	16.9	1.4	100.0	23.1
만 40 ~ 49 세	(75)	21.3	30.7	30.7	13.3	4.0	100.0	26.0
만 50 ~ 59 세	(70)	18.6	28.6	24.3	24.3	4.3	100.0	27.4
만 60 세 이 상	(71)	19.7	22.5	31.0	18.3	8.5	100.0	29.3
거 주 지 역								
부 산	(34)	11.8	35.3	35.3	14.7	2.9	100.0	27.4
대 구	(27)	18.5	25.9	25.9	18.5	11.1	100.0	29.7
인 천	(29)	10.3	24.1	31.0	31.0	3.4	100.0	30.2
광 주	(22)	27.3	36.4	13.6	18.2	4.5	100.0	25.5
대 전	(22)	27.3	40.9	22.7	0.0	9.1	100.0	24.6
울 산	(19)	10.5	36.8	36.8	15.8	0.0	100.0	24.7
경 기	(60)	28.3	18.3	21.7	21.7	10.0	100.0	28.8
강 원	(21)	19.0	28.6	28.6	23.8	0.0	100.0	24.8
충 북	(22)	18.2	27.3	22.7	22.7	9.1	100.0	31.0
충 남	(24)	20.8	29.2	20.8	20.8	8.3	100.0	27.1
전 북	(24)	20.8	37.5	20.8	12.5	8.3	100.0	26.0
전 남	(24)	12.5	20.8	29.2	33.3	4.2	100.0	31.0
경 북	(28)	17.9	25.0	25.0	25.0	7.1	100.0	29.5
경 남	(32)	28.1	9.4	31.3	21.9	9.4	100.0	28.6
제 주	(12)	16.7	16.7	50.0	8.3	8.3	100.0	28.3
학 력								
고 졸 이 하	(115)	17.4	25.2	24.3	24.3	8.7	100.0	30.0
대 졸	(246)	21.5	27.6	27.2	17.9	5.7	100.0	26.9
대학원졸 이 상	(39)	17.9	23.1	30.8	20.5	7.7	100.0	29.5
월평균 가구소득								
99 만 원 이 하	(13)	7.7	23.1	15.4	30.8	23.1	100.0	39.6
100 ~ 199 만원	(53)	17.0	20.8	22.6	28.3	11.3	100.0	32.5
200 ~ 299 만원	(76)	17.1	17.1	39.5	19.7	6.6	100.0	28.9
300 ~ 399 만원	(101)	20.8	37.6	21.8	17.8	2.0	100.0	24.9
400 ~ 499 만원	(125)	24.8	23.2	26.4	20.0	5.6	100.0	26.6
600 ~ 799 만원	(24)	16.7	45.8	16.7	8.3	12.5	100.0	26.5
800만 원 이 상	(8)	12.5	12.5	50.0	12.5	12.5	100.0	37.5

<부표 2-20> 편성량 늘릴 경우 시청 의향 - 지역뉴스/보도

[문11] 지역 지상파 방송사가 앞으로 다음과 같은 지역 관련 프로그램의 편성량을 늘릴 경우, 각각의 프로그램 유형별로 시청하실 의향은 어느 정도 되십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 자주 시청할 것이다	② 어느 정도 시청할 것이다	①+②	③ 그저 그렇다	④ 별로 시청할 생각이 없다	⑤ 전혀 시청할 생각이 없다	④+⑤	계	평균 (점)
■ 전 체 ■	(400)	35.3	50.3	85.5	11.0	2.0	1.5	3.5	100.0	4.2
성 별										
남 성	(201)	39.3	47.8	87.1	10.0	1.5	1.5	3.0	100.0	4.2
여 성	(199)	31.2	52.8	83.9	12.1	2.5	1.5	4.0	100.0	4.1
연 령										
만 14 ~ 19 세	(49)	14.3	63.3	77.6	16.3	4.1	2.0	6.1	100.0	3.8
만 19 ~ 29 세	(64)	26.6	48.4	75.0	17.2	3.1	4.7	7.8	100.0	3.9
만 30 ~ 39 세	(71)	29.6	47.9	77.5	15.5	4.2	2.8	7.0	100.0	4.0
만 40 ~ 49 세	(75)	40.0	54.7	94.7	4.0	1.3	0.0	1.3	100.0	4.3
만 50 ~ 59 세	(70)	47.1	42.9	90.0	10.0	0.0	0.0	0.0	100.0	4.4
만 60 세 이 상	(71)	46.5	47.9	94.4	5.6	0.0	0.0	0.0	100.0	4.4
거 주 지 역										
부 산	(34)	38.2	55.9	94.1	2.9	2.9	0.0	2.9	100.0	4.3
대 구	(27)	37.0	48.1	85.2	14.8	0.0	0.0	0.0	100.0	4.2
인 천	(29)	27.6	58.6	86.2	13.8	0.0	0.0	0.0	100.0	4.1
광 주	(22)	22.7	54.5	77.3	9.1	13.6	0.0	13.6	100.0	3.9
대 전	(22)	27.3	59.1	86.4	13.6	0.0	0.0	0.0	100.0	4.1
울 산	(19)	63.2	31.6	94.7	5.3	0.0	0.0	0.0	100.0	4.6
경 기	(60)	31.7	46.7	78.3	18.3	0.0	3.3	3.3	100.0	4.0
강 원	(21)	52.4	38.1	90.5	4.8	0.0	4.8	4.8	100.0	4.3
충 북	(22)	40.9	50.0	90.9	9.1	0.0	0.0	0.0	100.0	4.3
충 남	(24)	29.2	50.0	79.2	16.7	4.2	0.0	4.2	100.0	4.0
전 북	(24)	25.0	50.0	75.0	8.3	12.5	4.2	16.7	100.0	3.8
전 남	(24)	50.0	41.7	91.7	8.3	0.0	0.0	0.0	100.0	4.4
경 북	(28)	35.7	46.4	82.1	10.7	0.0	7.1	7.1	100.0	4.0
경 남	(32)	28.1	65.6	93.8	6.3	0.0	0.0	0.0	100.0	4.2
제 주	(12)	33.3	50.0	83.3	16.7	0.0	0.0	0.0	100.0	4.2
학 력										
고 졸 이 하	(115)	33.0	51.3	84.3	12.2	2.6	0.9	3.5	100.0	4.1
대 졸	(246)	37.0	49.2	86.2	10.2	1.6	2.0	3.7	100.0	4.2
대학원졸 이 상	(39)	30.8	53.8	84.6	12.8	2.6	0.0	2.6	100.0	4.1
월평균 가구소득										
99 만 원 이 하	(13)	46.2	38.5	84.6	7.7	7.7	0.0	7.7	100.0	4.2
100 ~ 199 만원	(53)	37.7	47.2	84.9	13.2	1.9	0.0	1.9	100.0	4.2
200 ~ 299 만원	(76)	30.3	51.3	81.6	13.2	1.3	3.9	5.3	100.0	4.0
300 ~ 399 만원	(101)	38.6	47.5	86.1	9.9	3.0	1.0	4.0	100.0	4.2
400 ~ 499 만원	(125)	32.0	53.6	85.6	12.0	1.6	0.8	2.4	100.0	4.1
600 ~ 799 만원	(24)	37.5	54.2	91.7	4.2	0.0	4.2	4.2	100.0	4.2
800만 원 이 상	(8)	50.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	4.5

〈부표 2-21〉 편성량 늘릴 경우 시청 의향 - 토론/대담

[문11] 지역 지상파 방송사가 앞으로 다음과 같은 지역 관련 프로그램의 편성량을 늘릴 경우, 각각의 프로그램 유형별로 시청하실 의향은 어느 정도 되십니까?

(단위: %)

		사례수 (명)	① 자주 시청할 것이다	② 어느 정도 시청할 것이다	①+②	③ 그저 그렇다	④ 별로 시청할 생각이 없다	⑤ 전혀 시청할 생각이 없다	④+⑤	계	평균 (점)
■ 전	체 ■	(400)	8.8	33.0	41.8	38.8	14.5	5.0	19.5	100.0	3.3
성	별										
남	성	(201)	11.4	35.3	46.8	35.3	13.4	4.5	17.9	100.0	3.4
여	성	(199)	6.0	30.7	36.7	42.2	15.6	5.5	21.1	100.0	3.2
연	령										
만 14 ~ 19 세		(49)	8.2	26.5	34.7	34.7	18.4	12.2	30.6	100.0	3.0
만 19 ~ 29 세		(64)	6.3	25.0	31.3	40.6	18.8	9.4	28.1	100.0	3.0
만 30 ~ 39 세		(71)	4.2	35.2	39.4	38.0	15.5	7.0	22.5	100.0	3.1
만 40 ~ 49 세		(75)	6.7	34.7	41.3	44.0	10.7	4.0	14.7	100.0	3.3
만 50 ~ 59 세		(70)	15.7	38.6	54.3	31.4	14.3	0.0	14.3	100.0	3.6
만 60 세 이 상		(71)	11.3	35.2	46.5	42.3	11.3	0.0	11.3	100.0	3.5
거 주 지 역											
부 산		(34)	8.8	29.4	38.2	47.1	14.7	0.0	14.7	100.0	3.3
대 구		(27)	7.4	29.6	37.0	48.1	14.8	0.0	14.8	100.0	3.3
인 천		(29)	6.9	31.0	37.9	41.4	10.3	10.3	20.7	100.0	3.1
광 주		(22)	9.1	31.8	40.9	31.8	18.2	9.1	27.3	100.0	3.1
대 전		(22)	9.1	31.8	40.9	36.4	18.2	4.5	22.7	100.0	3.2
울 산		(19)	21.1	31.6	52.6	26.3	10.5	10.5	21.1	100.0	3.4
경 기		(60)	6.7	31.7	38.3	36.7	18.3	6.7	25.0	100.0	3.1
강 원		(21)	9.5	57.1	66.7	19.0	9.5	4.8	14.3	100.0	3.6
충 북		(22)	4.5	36.4	40.9	54.5	4.5	0.0	4.5	100.0	3.4
충 남		(24)	0.0	41.7	41.7	37.5	16.7	4.2	20.8	100.0	3.2
전 북		(24)	12.5	16.7	29.2	50.0	16.7	4.2	20.8	100.0	3.2
전 남		(24)	8.3	50.0	58.3	25.0	12.5	4.2	16.7	100.0	3.5
경 북		(28)	10.7	25.0	35.7	50.0	7.1	7.1	14.3	100.0	3.3
경 남		(32)	12.5	31.3	43.8	31.3	21.9	3.1	25.0	100.0	3.3
제 주		(12)	8.3	25.0	33.3	41.7	16.7	8.3	25.0	100.0	3.1
학 력											
고 졸 이 하		(115)	7.8	29.6	37.4	39.1	16.5	7.0	23.5	100.0	3.1
대 졸		(246)	8.5	33.3	41.9	40.2	13.0	4.9	17.9	100.0	3.3
대학원졸 이 상		(39)	12.8	41.0	53.8	28.2	17.9	0.0	17.9	100.0	3.5
월평균 가구소득											
99 만 원 이 하		(13)	30.8	7.7	38.5	38.5	23.1	0.0	23.1	100.0	3.5
100 ~ 199 만원		(53)	9.4	41.5	50.9	32.1	13.2	3.8	17.0	100.0	3.4
200 ~ 299 만원		(76)	9.2	23.7	32.9	44.7	17.1	5.3	22.4	100.0	3.1
300 ~ 399 만원		(101)	5.0	34.7	39.6	43.6	10.9	5.9	16.8	100.0	3.2
400 ~ 499 만원		(125)	7.2	33.6	40.8	36.8	16.8	5.6	22.4	100.0	3.2
600 ~ 799 만원		(24)	20.8	33.3	54.2	29.2	12.5	4.2	16.7	100.0	3.5
800만 원 이 상		(8)	0.0	75.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	100.0	3.8

<부표 2-22> 편성량 늘릴 경우 시청 의향 - 다큐멘터리

[문11] 지역 지상파 방송사가 앞으로 다음과 같은 지역 관련 프로그램의 편성량을 늘릴 경우, 각각의 프로그램 유형별로 시청하실 의향은 어느 정도 되십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 자주 시청할 것이다	② 어느 정도 시청할 것이다	①+②	③ 그저 그렇다	④ 별로 시청할 생각이 없다	⑤ 전혀 시청할 생각이 없다	④+⑤	계	평균 (점)
■ 전 체 ■	(400)	23.8	38.0	61.8	27.8	7.5	3.0	10.5	100.0	3.7
성 별										
남 성	(201)	23.4	37.8	61.2	26.4	8.0	4.5	12.4	100.0	3.7
여 성	(199)	24.1	38.2	62.3	29.1	7.0	1.5	8.5	100.0	3.8
연 령										
만 14 - 19 세	(49)	20.4	28.6	49.0	34.7	8.2	8.2	16.3	100.0	3.4
만 19 - 29 세	(64)	14.1	31.3	45.3	39.1	9.4	6.3	15.6	100.0	3.4
만 30 - 39 세	(71)	18.3	42.3	60.6	25.4	11.3	2.8	14.1	100.0	3.6
만 40 - 49 세	(75)	28.0	38.7	66.7	26.7	5.3	1.3	6.7	100.0	3.9
만 50 - 59 세	(70)	28.6	41.4	70.0	20.0	8.6	1.4	10.0	100.0	3.9
만 60 세 이 상	(71)	31.0	42.3	73.2	23.9	2.8	0.0	2.8	100.0	4.0
거 주 지 역										
부 산	(34)	20.6	47.1	67.6	29.4	2.9	0.0	2.9	100.0	3.9
대 구	(27)	18.5	51.9	70.4	29.6	0.0	0.0	0.0	100.0	3.9
인 천	(29)	10.3	34.5	44.8	44.8	6.9	3.4	10.3	100.0	3.4
광 주	(22)	13.6	40.9	54.5	27.3	13.6	4.5	18.2	100.0	3.5
대 전	(22)	22.7	36.4	59.1	31.8	4.5	4.5	9.1	100.0	3.7
울 산	(19)	26.3	26.3	52.6	42.1	5.3	0.0	5.3	100.0	3.7
경 기	(60)	26.7	31.7	58.3	30.0	8.3	3.3	11.7	100.0	3.7
강 원	(21)	14.3	52.4	66.7	23.8	4.8	4.8	9.5	100.0	3.7
충 북	(22)	27.3	45.5	72.7	9.1	13.6	4.5	18.2	100.0	3.8
충 남	(24)	33.3	33.3	66.7	25.0	8.3	0.0	8.3	100.0	3.9
전 북	(24)	41.7	33.3	75.0	16.7	4.2	4.2	8.3	100.0	4.0
전 남	(24)	25.0	33.3	58.3	20.8	16.7	4.2	20.8	100.0	3.6
경 북	(28)	28.6	32.1	60.7	25.0	7.1	7.1	14.3	100.0	3.7
경 남	(32)	21.9	43.8	65.6	28.1	3.1	3.1	6.3	100.0	3.8
제 주	(12)	25.0	25.0	50.0	25.0	25.0	0.0	25.0	100.0	3.5
학 력										
고 졸 이 하	(115)	26.1	38.3	64.3	27.0	6.1	2.6	8.7	100.0	3.8
대 졸	(246)	23.6	38.2	61.8	26.8	7.7	3.7	11.4	100.0	3.7
대학원졸 이 상	(39)	17.9	35.9	53.8	35.9	10.3	0.0	10.3	100.0	3.6
월평균 가구소득										
99 만 원 이 하	(13)	46.2	15.4	61.5	30.8	7.7	0.0	7.7	100.0	4.0
100 - 199 만원	(53)	22.6	47.2	69.8	26.4	0.0	3.8	3.8	100.0	3.8
200 - 299 만원	(76)	23.7	34.2	57.9	32.9	3.9	5.3	9.2	100.0	3.7
300 - 399 만원	(101)	19.8	41.6	61.4	29.7	6.9	2.0	8.9	100.0	3.7
400 - 499 만원	(125)	24.0	34.4	58.4	28.0	12.0	1.6	13.6	100.0	3.7
600 - 799 만원	(24)	29.2	45.8	75.0	8.3	8.3	8.3	16.7	100.0	3.8
800만 원 이 상	(8)	25.0	37.5	62.5	12.5	25.0	0.0	25.0	100.0	3.6

<부표 2-23> 편성량 늘릴 경우 시청 의향 - 스포츠

[문11] 지역 지상파 방송사가 앞으로 다음과 같은 지역 관련 프로그램의 편성량을 늘릴 경우, 각각의 프로그램 유형별로 시청하실 의향은 어느 정도 되십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 자주 시청할 것이다	② 어느 정도 시청할 것이다	①+②	③ 그저 그렇다	④ 별로 시청할 생각이 없다	⑤ 전혀 시청할 생각이 없다	④+⑤	계	평균 (점)
■ 전 체 ■	(400)	17.5	27.5	45.0	36.3	13.5	5.3	18.8	100.0	3.4
성 별										
남 성	(201)	25.9	26.4	52.2	30.8	12.4	4.5	16.9	100.0	3.6
여 성	(199)	9.0	28.6	37.7	41.7	14.6	6.0	20.6	100.0	3.2
연 령										
만 14 ~ 19 세	(49)	18.4	24.5	42.9	38.8	14.3	4.1	18.4	100.0	3.4
만 19 ~ 29 세	(64)	26.6	18.8	45.3	20.3	21.9	12.5	34.4	100.0	3.3
만 30 ~ 39 세	(71)	11.3	36.6	47.9	36.6	9.9	5.6	15.5	100.0	3.4
만 40 ~ 49 세	(75)	18.7	28.0	46.7	38.7	9.3	5.3	14.7	100.0	3.5
만 50 ~ 59 세	(70)	17.1	22.9	40.0	42.9	12.9	4.3	17.1	100.0	3.4
만 60 세 이 상	(71)	14.1	32.4	46.5	39.4	14.1	0.0	14.1	100.0	3.5
거 주 지 역										
부 산	(34)	26.5	41.2	67.6	26.5	5.9	0.0	5.9	100.0	3.9
대 구	(27)	22.2	37.0	59.3	37.0	0.0	3.7	3.7	100.0	3.7
인 천	(29)	13.8	24.1	37.9	44.8	13.8	3.4	17.2	100.0	3.3
광 주	(22)	13.6	27.3	40.9	36.4	13.6	9.1	22.7	100.0	3.2
대 전	(22)	18.2	36.4	54.5	31.8	13.6	0.0	13.6	100.0	3.6
울 산	(19)	21.1	21.1	42.1	26.3	15.8	15.8	31.6	100.0	3.2
경 기	(60)	20.0	20.0	40.0	43.3	11.7	5.0	16.7	100.0	3.4
강 원	(21)	9.5	19.0	28.6	57.1	9.5	4.8	14.3	100.0	3.2
충 북	(22)	4.5	40.9	45.5	27.3	18.2	9.1	27.3	100.0	3.1
충 남	(24)	8.3	37.5	45.8	33.3	20.8	0.0	20.8	100.0	3.3
전 북	(24)	16.7	16.7	33.3	37.5	25.0	4.2	29.2	100.0	3.2
전 남	(24)	16.7	16.7	33.3	41.7	20.8	4.2	25.0	100.0	3.2
경 북	(28)	21.4	17.9	39.3	39.3	10.7	10.7	21.4	100.0	3.3
경 남	(32)	21.9	34.4	56.3	25.0	12.5	6.3	18.8	100.0	3.5
제 주	(12)	16.7	25.0	41.7	25.0	25.0	8.3	33.3	100.0	3.2
학 력										
고 졸 이 하	(115)	18.3	27.0	45.2	33.9	15.7	5.2	20.9	100.0	3.4
대 졸	(246)	18.3	25.6	43.9	36.6	13.4	6.1	19.5	100.0	3.4
대학원졸 이 상	(39)	10.3	41.0	51.3	41.0	7.7	0.0	7.7	100.0	3.5
월평균 가구소득										
99 만 원 이 하	(13)	15.4	23.1	38.5	38.5	0.0	23.1	23.1	100.0	3.1
100 ~ 199 만원	(53)	32.1	26.4	58.5	34.0	5.7	1.9	7.5	100.0	3.8
200 ~ 299 만원	(76)	19.7	30.3	50.0	30.3	13.2	6.6	19.7	100.0	3.4
300 ~ 399 만원	(101)	12.9	25.7	38.6	43.6	16.8	1.0	17.8	100.0	3.3
400 ~ 499 만원	(125)	14.4	28.8	43.2	34.4	16.0	6.4	22.4	100.0	3.3
600 ~ 799 만원	(24)	12.5	29.2	41.7	37.5	8.3	12.5	20.8	100.0	3.2
800만 원 이 상	(8)	25.0	12.5	37.5	37.5	25.0	0.0	25.0	100.0	3.4

<부표 2-24> 편성량 늘릴 경우 시청 의향 - 드라마

[문11] 지역 지상파 방송사가 앞으로 다음과 같은 지역 관련 프로그램의 편성량을 늘릴 경우, 각각의 프로그램 유형별로 시청하실 의향은 어느 정도 되십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 자주 시청할 것이다	② 어느 정도 시청할 것이다	①+②	③ 그저 그렇다	④ 별로 시청할 생각이 없다	⑤ 전혀 시청할 생각이 없다	④+⑤	계	평균 (점)
■ 전 체 ■	(400)	10.3	21.8	32.0	40.3	19.5	8.3	27.8	100.0	3.1
성 별										
남 성	(201)	8.5	17.4	25.9	42.8	21.4	10.0	31.3	100.0	2.9
여 성	(199)	12.1	26.1	38.2	37.7	17.6	6.5	24.1	100.0	3.2
연 령										
만 14 ~ 19 세	(49)	22.4	30.6	53.1	32.7	10.2	4.1	14.3	100.0	3.6
만 19 ~ 29 세	(64)	15.6	21.9	37.5	28.1	18.8	15.6	34.4	100.0	3.0
만 30 ~ 39 세	(71)	9.9	21.1	31.0	43.7	18.3	7.0	25.4	100.0	3.1
만 40 ~ 49 세	(75)	2.7	26.7	29.3	46.7	20.0	4.0	24.0	100.0	3.0
만 50 ~ 59 세	(70)	5.7	17.1	22.9	41.4	27.1	8.6	35.7	100.0	2.8
만 60 세 이 상	(71)	9.9	15.5	25.4	45.1	19.7	9.9	29.6	100.0	3.0
거 주 지 역										
부 산	(34)	8.8	14.7	23.5	47.1	29.4	0.0	29.4	100.0	3.0
대 구	(27)	3.7	48.1	51.9	40.7	7.4	0.0	7.4	100.0	3.5
인 천	(29)	20.7	13.8	34.5	41.4	20.7	3.4	24.1	100.0	3.3
광 주	(22)	0.0	4.5	4.5	54.5	27.3	13.6	40.9	100.0	2.5
대 전	(22)	9.1	18.2	27.3	45.5	22.7	4.5	27.3	100.0	3.0
울 산	(19)	5.3	15.8	21.1	42.1	21.1	15.8	36.8	100.0	2.7
경 기	(60)	11.7	21.7	33.3	43.3	13.3	10.0	23.3	100.0	3.1
강 원	(21)	4.8	19.0	23.8	33.3	28.6	14.3	42.9	100.0	2.7
충 북	(22)	4.5	36.4	40.9	22.7	22.7	13.6	36.4	100.0	3.0
충 남	(24)	4.2	20.8	25.0	33.3	29.2	12.5	41.7	100.0	2.8
전 북	(24)	16.7	12.5	29.2	41.7	25.0	4.2	29.2	100.0	3.1
전 남	(24)	16.7	20.8	37.5	50.0	4.2	8.3	12.5	100.0	3.3
경 북	(28)	21.4	17.9	39.3	32.1	17.9	10.7	28.6	100.0	3.2
경 남	(32)	6.3	31.3	37.5	40.6	15.6	6.3	21.9	100.0	3.2
제 주	(12)	16.7	33.3	50.0	16.7	16.7	16.7	33.3	100.0	3.2
학 력										
고 졸 이	(115)	16.5	26.1	42.6	36.5	13.0	7.8	20.9	100.0	3.3
대 졸 이	(246)	8.1	21.1	29.3	40.7	21.1	8.9	30.1	100.0	3.0
대학원졸 이 상	(39)	5.1	12.8	17.9	48.7	28.2	5.1	33.3	100.0	2.8
월평균 가구소득										
99 만 원 이 하	(13)	15.4	30.8	46.2	30.8	7.7	15.4	23.1	100.0	3.2
100 ~ 199 만원	(53)	15.1	28.3	43.4	32.1	18.9	5.7	24.5	100.0	3.3
200 ~ 299 만원	(76)	15.8	21.1	36.8	44.7	13.2	5.3	18.4	100.0	3.3
300 ~ 399 만원	(101)	3.0	18.8	21.8	51.5	18.8	7.9	26.7	100.0	2.9
400 ~ 499 만원	(125)	10.4	21.6	32.0	32.8	26.4	8.8	35.2	100.0	3.0
600 ~ 799 만원	(24)	12.5	20.8	33.3	41.7	12.5	12.5	25.0	100.0	3.1
800만 원 이 상	(8)	0.0	12.5	12.5	37.5	25.0	25.0	50.0	100.0	2.4

<부표 2-25> 편성량 늘릴 경우 시청 의향 - 생활정보

[문11] 지역 지상파 방송사가 앞으로 다음과 같은 지역 관련 프로그램의 편성량을 늘릴 경우, 각각의 프로그램 유형별로 시청하실 의향은 어느 정도 되십니까?

(단위: %)

		사례수 (명)	① 자주 시청할 것이다	② 어느 정도 시청할 것이다	①+②	③ 그저 그렇다	④ 별로 시청할 생각이 없다	⑤ 전혀 시청할 생각이 없다	④+⑤	계	평균 (점)
■ 전 체 ■		(400)	27.0	52.5	79.5	14.5	3.8	2.3	6.0	100.0	4.0
성 별											
남	성	(201)	20.9	55.2	76.1	17.9	3.5	2.5	6.0	100.0	3.9
여	성	(199)	33.2	49.7	82.9	11.1	4.0	2.0	6.0	100.0	4.1
연 령											
만 14 ~ 19 세		(49)	18.4	42.9	61.2	30.6	4.1	4.1	8.2	100.0	3.7
만 19 ~ 29 세		(64)	26.6	42.2	68.8	20.3	4.7	6.3	10.9	100.0	3.8
만 30 ~ 39 세		(71)	26.8	57.7	84.5	11.3	2.8	1.4	4.2	100.0	4.1
만 40 ~ 49 세		(75)	28.0	54.7	82.7	10.7	5.3	1.3	6.7	100.0	4.0
만 50 ~ 59 세		(70)	25.7	57.1	82.9	11.4	4.3	1.4	5.7	100.0	4.0
만 60 세 이 상		(71)	33.8	56.3	90.1	8.5	1.4	0.0	1.4	100.0	4.2
거 주 지 역											
부 산		(34)	35.3	47.1	82.4	14.7	2.9	0.0	2.9	100.0	4.1
대 구		(27)	22.2	51.9	74.1	25.9	0.0	0.0	0.0	100.0	4.0
인 천		(29)	24.1	48.3	72.4	24.1	3.4	0.0	3.4	100.0	3.9
광 주		(22)	9.1	50.0	59.1	18.2	18.2	4.5	22.7	100.0	3.4
대 전		(22)	13.6	72.7	86.4	9.1	4.5	0.0	4.5	100.0	4.0
울 산		(19)	15.8	63.2	78.9	10.5	5.3	5.3	10.5	100.0	3.8
경 기		(60)	33.3	40.0	73.3	20.0	5.0	1.7	6.7	100.0	4.0
강 원		(21)	23.8	66.7	90.5	4.8	0.0	4.8	4.8	100.0	4.0
충 북		(22)	22.7	68.2	90.9	9.1	0.0	0.0	0.0	100.0	4.1
충 남		(24)	25.0	41.7	66.7	25.0	4.2	4.2	8.3	100.0	3.8
전 북		(24)	33.3	45.8	79.2	16.7	0.0	4.2	4.2	100.0	4.0
전 남		(24)	25.0	66.7	91.7	4.2	4.2	0.0	4.2	100.0	4.1
경 북		(28)	39.3	46.4	85.7	7.1	0.0	7.1	7.1	100.0	4.1
경 남		(32)	28.1	56.3	84.4	6.3	6.3	3.1	9.4	100.0	4.0
제 주		(12)	41.7	50.0	91.7	8.3	0.0	0.0	0.0	100.0	4.3
학 력											
고 졸 이 하		(115)	30.4	50.4	80.9	12.2	4.3	2.6	7.0	100.0	4.0
대 졸		(246)	26.0	53.3	79.3	15.0	3.3	2.4	5.7	100.0	4.0
대학원졸 이 상		(39)	23.1	53.8	76.9	17.9	5.1	0.0	5.1	100.0	3.9
월평균 가구소득											
99 만 원 이 하		(13)	46.2	38.5	84.6	0.0	7.7	7.7	15.4	100.0	4.1
100 ~ 199 만원		(53)	35.8	47.2	83.0	15.1	1.9	0.0	1.9	100.0	4.2
200 ~ 299 만원		(76)	28.9	43.4	72.4	22.4	2.6	2.6	5.3	100.0	3.9
300 ~ 399 만원		(101)	21.8	60.4	82.2	15.8	1.0	1.0	2.0	100.0	4.0
400 ~ 499 만원		(125)	25.6	52.8	78.4	12.0	6.4	3.2	9.6	100.0	3.9
600 ~ 799 만원		(24)	29.2	54.2	83.3	8.3	4.2	4.2	8.3	100.0	4.0
800만 원 이 상		(8)	0.0	87.5	87.5	0.0	12.5	0.0	12.5	100.0	3.8

<부표 2-26> 편성량 늘릴 경우 시청 의향 - 리얼리티

[문11] 지역 지상파 방송사가 앞으로 다음과 같은 지역 관련 프로그램의 편성량을 늘릴 경우, 각각의 프로그램 유형별로 시청하실 의향은 어느 정도 되십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 자주 시청할 것이다	② 어느 정도 시청할 것이다	①+②	③ 그저 그렇다	④ 별로 시청할 생각이 없다	⑤ 전혀 시청할 생각이 없다	④+⑤	계	평균 (점)
■ 전 체 ■	(400)	14.3	36.0	50.3	31.8	12.5	5.5	18.0	100.0	3.4
성 별										
남 성	(201)	14.9	29.9	44.8	32.8	16.9	5.5	22.4	100.0	3.3
여 성	(199)	13.6	42.2	55.8	30.7	8.0	5.5	13.6	100.0	3.5
연 령										
만 14 ~ 19 세	(49)	16.3	38.8	55.1	26.5	14.3	4.1	18.4	100.0	3.5
만 19 ~ 29 세	(64)	15.6	15.6	31.3	37.5	15.6	15.6	31.3	100.0	3.0
만 30 ~ 39 세	(71)	12.7	40.8	53.5	28.2	12.7	5.6	18.3	100.0	3.4
만 40 ~ 49 세	(75)	14.7	34.7	49.3	32.0	14.7	4.0	18.7	100.0	3.4
만 50 ~ 59 세	(70)	18.6	40.0	58.6	30.0	10.0	1.4	11.4	100.0	3.6
만 60 세 이 상	(71)	8.5	45.1	53.5	35.2	8.5	2.8	11.3	100.0	3.5
거 주 지 역										
부 산	(34)	17.6	41.2	58.8	26.5	8.8	5.9	14.7	100.0	3.6
대 구	(27)	11.1	44.4	55.6	37.0	7.4	0.0	7.4	100.0	3.6
인 천	(29)	6.9	37.9	44.8	37.9	13.8	3.4	17.2	100.0	3.3
광 주	(22)	4.5	36.4	40.9	36.4	13.6	9.1	22.7	100.0	3.1
대 전	(22)	13.6	40.9	54.5	31.8	9.1	4.5	13.6	100.0	3.5
울 산	(19)	15.8	21.1	36.8	10.5	47.4	5.3	52.6	100.0	2.9
경 기	(60)	15.0	36.7	51.7	35.0	10.0	3.3	13.3	100.0	3.5
강 원	(21)	9.5	52.4	61.9	28.6	0.0	9.5	9.5	100.0	3.5
충 북	(22)	13.6	27.3	40.9	40.9	13.6	4.5	18.2	100.0	3.3
충 남	(24)	8.3	33.3	41.7	33.3	8.3	16.7	25.0	100.0	3.1
전 북	(24)	20.8	20.8	41.7	33.3	20.8	4.2	25.0	100.0	3.3
전 남	(24)	16.7	37.5	54.2	25.0	16.7	4.2	20.8	100.0	3.5
경 북	(28)	32.1	14.3	46.4	42.9	3.6	7.1	10.7	100.0	3.6
경 남	(32)	9.4	53.1	62.5	21.9	12.5	3.1	15.6	100.0	3.5
제 주	(12)	16.7	33.3	50.0	25.0	16.7	8.3	25.0	100.0	3.3
학 력										
고 졸 이 하	(115)	13.0	43.5	56.5	25.2	12.2	6.1	18.3	100.0	3.5
대 졸	(246)	15.0	33.7	48.8	32.5	12.6	6.1	18.7	100.0	3.4
대학원졸 이 상	(39)	12.8	28.2	41.0	46.2	12.8	0.0	12.8	100.0	3.4
월평균 가구소득										
99 만 원 이 하	(13)	38.5	30.8	69.2	15.4	7.7	7.7	15.4	100.0	3.8
100 ~ 199 만원	(53)	17.0	35.8	52.8	41.5	3.8	1.9	5.7	100.0	3.6
200 ~ 299 만원	(76)	14.5	40.8	55.3	25.0	15.8	3.9	19.7	100.0	3.5
300 ~ 399 만원	(101)	12.9	34.7	47.5	37.6	8.9	5.9	14.9	100.0	3.4
400 ~ 499 만원	(125)	10.4	35.2	45.6	31.2	16.0	7.2	23.2	100.0	3.3
600 ~ 799 만원	(24)	16.7	33.3	50.0	25.0	20.8	4.2	25.0	100.0	3.4
800만 원 이 상	(8)	25.0	37.5	62.5	12.5	12.5	12.5	25.0	100.0	3.5

<부표 2-27> 편성량 늘릴 경우 시청 의향 - 예능/버라이어티

[문11] 지역 지상파 방송사가 앞으로 다음과 같은 지역 관련 프로그램의 편성량을 늘릴 경우, 각각의 프로그램 유형별로 시청하실 의향은 어느 정도 되십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 자주 시청할 것이다	② 어느 정도 시청할 것이다	①+②	③ 그저 그렇다	④ 별로 시청할 생각이 없다	⑤ 전혀 시청할 생각이 없다	④+⑤	계	평균 (점)
■ 전 체 ■	(400)	12.3	20.5	32.8	36.5	20.3	10.5	30.8	100.0	3.0
성 별										
남 성	(201)	12.4	15.9	28.4	36.3	22.4	12.9	35.3	100.0	2.9
여 성	(199)	12.1	25.1	37.2	36.7	18.1	8.0	26.1	100.0	3.2
연 령										
만 14 ~ 19 세	(49)	34.7	24.5	59.2	24.5	10.2	6.1	16.3	100.0	3.7
만 19 ~ 29 세	(64)	18.8	25.0	43.8	26.6	10.9	18.8	29.7	100.0	3.1
만 30 ~ 39 세	(71)	11.3	18.3	29.6	31.0	29.6	9.9	39.4	100.0	2.9
만 40 ~ 49 세	(75)	5.3	21.3	26.7	33.3	29.3	10.7	40.0	100.0	2.8
만 50 ~ 59 세	(70)	8.6	15.7	24.3	45.7	20.0	10.0	30.0	100.0	2.9
만 60 세 이 상	(71)	2.8	19.7	22.5	53.5	16.9	7.0	23.9	100.0	2.9
거 주 지 역										
부 산	(34)	17.6	8.8	26.5	47.1	17.6	8.8	26.5	100.0	3.1
대 구	(27)	11.1	29.6	40.7	48.1	11.1	0.0	11.1	100.0	3.4
인 천	(29)	20.7	13.8	34.5	34.5	27.6	3.4	31.0	100.0	3.2
광 주	(22)	4.5	18.2	22.7	45.5	18.2	13.6	31.8	100.0	2.8
대 전	(22)	22.7	13.6	36.4	40.9	13.6	9.1	22.7	100.0	3.3
울 산	(19)	10.5	10.5	21.1	26.3	36.8	15.8	52.6	100.0	2.6
경 기	(60)	8.3	25.0	33.3	36.7	18.3	11.7	30.0	100.0	3.0
강 원	(21)	14.3	14.3	28.6	33.3	28.6	9.5	38.1	100.0	3.0
충 북	(22)	9.1	22.7	31.8	40.9	13.6	13.6	27.3	100.0	3.0
충 남	(24)	4.2	29.2	33.3	20.8	25.0	20.8	45.8	100.0	2.7
전 북	(24)	8.3	16.7	25.0	33.3	29.2	12.5	41.7	100.0	2.8
전 남	(24)	12.5	20.8	33.3	41.7	12.5	12.5	25.0	100.0	3.1
경 북	(28)	21.4	21.4	42.9	28.6	14.3	14.3	28.6	100.0	3.2
경 남	(32)	6.3	28.1	34.4	40.6	18.8	6.3	25.0	100.0	3.1
제 주	(12)	16.7	33.3	50.0	8.3	33.3	8.3	41.7	100.0	3.2
학 력										
고 졸 이	(115)	17.4	28.7	46.1	29.6	12.2	12.2	24.3	100.0	3.3
대 졸 이	(246)	11.8	17.9	29.7	37.0	22.4	11.0	33.3	100.0	3.0
대학원졸 이 상	(39)	0.0	12.8	12.8	53.8	30.8	2.6	33.3	100.0	2.8
월평균 가구소득										
99 만 원 이 하	(13)	23.1	15.4	38.5	30.8	15.4	15.4	30.8	100.0	3.2
100 ~ 199 만원	(53)	20.8	28.3	49.1	34.0	13.2	3.8	17.0	100.0	3.5
200 ~ 299 만원	(76)	19.7	19.7	39.5	35.5	19.7	5.3	25.0	100.0	3.3
300 ~ 399 만원	(101)	5.9	17.8	23.8	45.5	17.8	12.9	30.7	100.0	2.9
400 ~ 499 만원	(125)	8.8	20.8	29.6	32.8	24.0	13.6	37.6	100.0	2.9
600 ~ 799 만원	(24)	12.5	20.8	33.3	29.2	29.2	8.3	37.5	100.0	3.0
800만 원 이 상	(8)	0.0	12.5	12.5	37.5	25.0	25.0	50.0	100.0	2.4

<부표 2-28> 편성량 늘릴 경우 시청 의향 - 퀴즈/게임

[문11] 지역 지상파 방송사가 앞으로 다음과 같은 지역 관련 프로그램의 편성량을 늘릴 경우, 각각의 프로그램 유형별로 시청하실 의향은 어느 정도 되십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 자주 시청할 것이다	② 어느 정도 시청할 것이다	①+②	③ 그저 그렇다	④ 별로 시청할 생각이 없다	⑤ 전혀 시청할 생각이 없다	④+⑤	계	평균 (점)
■ 전 체 ■	(400)	10.0	24.5	34.5	37.8	19.0	8.8	27.8	100.0	3.1
성 별										
남 성	(201)	9.5	21.4	30.8	37.3	21.4	10.4	31.8	100.0	3.0
여 성	(199)	10.6	27.6	38.2	38.2	16.6	7.0	23.6	100.0	3.2
연 령										
만 14 ~ 19 세	(49)	14.3	36.7	51.0	38.8	6.1	4.1	10.2	100.0	3.5
만 19 ~ 29 세	(64)	18.8	18.8	37.5	32.8	15.6	14.1	29.7	100.0	3.1
만 30 ~ 39 세	(71)	7.0	25.4	32.4	36.6	22.5	8.5	31.0	100.0	3.0
만 40 ~ 49 세	(75)	8.0	21.3	29.3	37.3	22.7	10.7	33.3	100.0	2.9
만 50 ~ 59 세	(70)	7.1	22.9	30.0	37.1	21.4	11.4	32.9	100.0	2.9
만 60 세 이 상	(71)	7.0	25.4	32.4	43.7	21.1	2.8	23.9	100.0	3.1
거 주 지 역										
부 산	(34)	8.8	26.5	35.3	41.2	20.6	2.9	23.5	100.0	3.2
대 구	(27)	7.4	37.0	44.4	48.1	7.4	0.0	7.4	100.0	3.4
인 천	(29)	10.3	17.2	27.6	48.3	17.2	6.9	24.1	100.0	3.1
광 주	(22)	4.5	22.7	27.3	45.5	13.6	13.6	27.3	100.0	2.9
대 전	(22)	18.2	13.6	31.8	45.5	18.2	4.5	22.7	100.0	3.2
울 산	(19)	10.5	15.8	26.3	36.8	15.8	21.1	36.8	100.0	2.8
경 기	(60)	6.7	26.7	33.3	31.7	21.7	13.3	35.0	100.0	2.9
강 원	(21)	14.3	33.3	47.6	28.6	19.0	4.8	23.8	100.0	3.3
충 북	(22)	13.6	18.2	31.8	50.0	13.6	4.5	18.2	100.0	3.2
충 남	(24)	8.3	16.7	25.0	41.7	25.0	8.3	33.3	100.0	2.9
전 북	(24)	16.7	16.7	33.3	29.2	29.2	8.3	37.5	100.0	3.0
전 남	(24)	4.2	33.3	37.5	41.7	8.3	12.5	20.8	100.0	3.1
경 북	(28)	14.3	25.0	39.3	25.0	21.4	14.3	35.7	100.0	3.0
경 남	(32)	6.3	31.3	37.5	34.4	21.9	6.3	28.1	100.0	3.1
제 주	(12)	16.7	25.0	41.7	16.7	33.3	8.3	41.7	100.0	3.1
학 력										
고 졸 이 하	(115)	10.4	33.0	43.5	34.8	14.8	7.0	21.7	100.0	3.3
대 졸	(246)	10.6	21.5	32.1	37.0	19.9	11.0	30.9	100.0	3.0
대학원졸 이 상	(39)	5.1	17.9	23.1	51.3	25.6	0.0	25.6	100.0	3.0
월평균 가구소득										
99 만 원 이 하	(13)	23.1	46.2	69.2	15.4	7.7	7.7	15.4	100.0	3.7
100 ~ 199 만원	(53)	13.2	24.5	37.7	47.2	11.3	3.8	15.1	100.0	3.3
200 ~ 299 만원	(76)	18.4	22.4	40.8	36.8	19.7	2.6	22.4	100.0	3.3
300 ~ 399 만원	(101)	3.0	23.8	26.7	45.5	17.8	9.9	27.7	100.0	2.9
400 ~ 499 만원	(125)	8.8	25.6	34.4	29.6	23.2	12.8	36.0	100.0	2.9
600 ~ 799 만원	(24)	8.3	20.8	29.2	33.3	25.0	12.5	37.5	100.0	2.9
800만 원 이 상	(8)	0.0	12.5	12.5	62.5	12.5	12.5	25.0	100.0	2.8

<부표 2-29> 편성량 늘릴 경우 시청 의향 - 문화예술

[문11] 지역 지상파 방송사가 앞으로 다음과 같은 지역 관련 프로그램의 편성량을 늘릴 경우, 각각의 프로그램 유형별로 시청하실 의향은 어느 정도 되십니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	① 자주 시청할 것이다	② 어느 정도 시청할 것이다	①+②	③ 그저 그렇다	④ 별로 시청할 생각이 없다	⑤ 전혀 시청할 생각이 없다	④+⑤	계	평균 (점)
■ 전 체 ■	(400)	16.5	41.3	57.8	30.0	9.5	2.8	12.3	100.0	3.6
성 별										
남 성	(201)	12.4	39.3	51.7	33.3	11.4	3.5	14.9	100.0	3.5
여 성	(199)	20.6	43.2	63.8	26.6	7.5	2.0	9.5	100.0	3.7
연 령										
만 14 - 19 세	(49)	12.2	32.7	44.9	38.8	8.2	8.2	16.3	100.0	3.3
만 19 - 29 세	(64)	25.0	37.5	62.5	20.3	12.5	4.7	17.2	100.0	3.7
만 30 - 39 세	(71)	12.7	32.4	45.1	45.1	7.0	2.8	9.9	100.0	3.5
만 40 - 49 세	(75)	10.7	49.3	60.0	22.7	14.7	2.7	17.3	100.0	3.5
만 50 - 59 세	(70)	17.1	42.9	60.0	32.9	7.1	0.0	7.1	100.0	3.7
만 60 세 이 상	(71)	21.1	49.3	70.4	22.5	7.0	0.0	7.0	100.0	3.8
거 주 지 역										
부 산	(34)	17.6	47.1	64.7	26.5	8.8	0.0	8.8	100.0	3.7
대 구	(27)	11.1	48.1	59.3	40.7	0.0	0.0	0.0	100.0	3.7
인 천	(29)	13.8	34.5	48.3	34.5	6.9	10.3	17.2	100.0	3.3
광 주	(22)	4.5	40.9	45.5	27.3	22.7	4.5	27.3	100.0	3.2
대 전	(22)	22.7	40.9	63.6	27.3	9.1	0.0	9.1	100.0	3.8
울 산	(19)	21.1	26.3	47.4	31.6	21.1	0.0	21.1	100.0	3.5
경 기	(60)	18.3	35.0	53.3	30.0	13.3	3.3	16.7	100.0	3.5
강 원	(21)	19.0	61.9	81.0	19.0	0.0	0.0	0.0	100.0	4.0
충 북	(22)	9.1	40.9	50.0	40.9	4.5	4.5	9.1	100.0	3.5
충 남	(24)	16.7	41.7	58.3	25.0	16.7	0.0	16.7	100.0	3.6
전 북	(24)	12.5	45.8	58.3	29.2	8.3	4.2	12.5	100.0	3.5
전 남	(24)	25.0	41.7	66.7	25.0	4.2	4.2	8.3	100.0	3.8
경 북	(28)	21.4	35.7	57.1	28.6	7.1	7.1	14.3	100.0	3.6
경 남	(32)	12.5	43.8	56.3	34.4	9.4	0.0	9.4	100.0	3.6
제 주	(12)	25.0	41.7	66.7	25.0	8.3	0.0	8.3	100.0	3.8
학 력										
고 졸 이 하	(115)	14.8	36.5	51.3	36.5	8.7	3.5	12.2	100.0	3.5
대 졸	(246)	17.1	43.1	60.2	26.0	11.0	2.8	13.8	100.0	3.6
대학원졸 이 상	(39)	17.9	43.6	61.5	35.9	2.6	0.0	2.6	100.0	3.8
월평균 가구소득										
99 만 원 이 하	(13)	7.7	38.5	46.2	46.2	7.7	0.0	7.7	100.0	3.5
100 - 199 만원	(53)	15.1	32.1	47.2	45.3	3.8	3.8	7.5	100.0	3.5
200 - 299 만원	(76)	25.0	27.6	52.6	38.2	6.6	2.6	9.2	100.0	3.7
300 - 399 만원	(101)	13.9	54.5	68.3	24.8	5.0	2.0	6.9	100.0	3.7
400 - 499 만원	(125)	12.8	43.2	56.0	24.0	16.8	3.2	20.0	100.0	3.5
600 - 799 만원	(24)	25.0	33.3	58.3	20.8	16.7	4.2	20.8	100.0	3.6
800만 원 이 상	(8)	25.0	62.5	87.5	12.5	0.0	0.0	0.0	100.0	4.1

저 자 소 개

주 정 민

- 고려대학교 신문방송학과 석사
- 고려대학교 신문방송학과 박사
- 현 전남대학교 신문방송학과 교수

강 명 현

- 고려대학교 신문방송학과 석사
- 미국 미시건주립대 박사
- 현 한림대학교 언론정보학부 교수

방통융합미래 전략체계연구 지정 2012-17

지역방송사업자의 방송프로그램 제작 역량 분석

2012년 8월 31일 인쇄

2012년 8월 31일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장

발행처 방송통신위원회

서울특별시 종로구 세종로 20

TEL: 02-750-1114

E-mail: webmaster@kcc.go.kr

Homepage: www.kcc.go.kr

인쇄명기획
