

방통융합정책연구 KMCC-2025-29

방송산업 경쟁력 강화를 위한 수중계 등 편성규제 개선 방안 연구

Improving Programming Regulations to Enhance
Broadcasting Industry Competitiveness:
A study on Simulcasting and Related Reforms

2025.12.

연구기관 : 정보통신정책연구원



방송미디어통신위원회
Korea Media and Communications Commission

방통융합정책연구 KMCC-2025-29

방송산업 경쟁력 강화를 위한 수중계 등 편성규제 개선 방안 연구

(Improving Programming Regulations to Enhance
Broadcasting Industry Competitiveness: A study on
Simulcasting and Related Reforms)

황현정/주성희/송민선

2025. 12

연구기관 : 정보통신정책연구원



방송미디어통신위원회
Korea Media and Communications Commission

이 보고서는 2025년도 방송미디어통신위원회 방송통신발전기금 방송통신융합 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 방송미디어통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송미디어통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『방송산업 경쟁력 강화를 위한 수중계 등 편성
규제 개선방안 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2025년 12월

연 구 기 관 : 정보통신정책연구원
총괄책임자 : 황현정부연구위원
참여연구원 : 주성희 연구위원
송민선 전문연구원

목 차

요약문	xi
제1장 서론	1
제1 절 연구의 배경 및 필요성	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 필요성	7
제2 절 연구의 목적 및 내용	8
제3 절 보고서의 구성	10
제2장 편성현황 조사(2024년 방송사업자 편성현황)	11
제1 절 종합편성 방송사업자의 분야별 프로그램 편성 현황	11
1. 규제 개요	11
2. 지상파 종합편성 방송의 분야별 프로그램 편성 현황	11
3. 지역민방 방송의 분야별 프로그램 편성 현황	35
4. 지상파 DMB 종합편성 채널의 분야별 프로그램 편성 현황	39
5. 개별 라디오 방송사업자의 종합편성 채널 편성 현황	41
6. 종합편성 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 프로그램 편성 현황	43
제2 절 전문편성 방송사업자의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황	45
1. 규제 개요	45
2. 지상파 전문편성 TV 방송의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황	45
3. 지상파 전문편성 라디오 방송의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황	46
4. 지상파 DMB 전문편성 채널의 주된 방송분야 프로그램 편성 현황	56
5. 전문편성 방송채널사용사업자(PP)의 주된 방송 분야 프로그램 편성 현황	56
제3 절 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성 현황	66
1. 규제 개요	66
2. 지역민방의 수중계 프로그램 편성 현황	67

3. 지상파 DMB 채널의 수증계 프로그램 편성 현황	70
제 4 절 순수 외주제작 방송프로그램의 편성 현황	72
1. 규제 개요	72
2. 지상파 3사 및 EBS의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황	73
3. 지역방송의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황	74
4. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황 ...	80
제 5 절 국내제작 방송프로그램의 편성 현황	81
1. 규제 개요	81
2. 지상파 3사와 EBS의 국내제작 방송프로그램 편성 현황	83
3. 지역민방의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등	91
4. 지상파 DMB 채널의 국내제작 방송프로그램 편성 현황	96
5. 종합유선방송사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황	98
6. 위성방송사업자의 국내제작 방송프로그램 편성 현황	99
7. 종합편성 방송채널사용사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등	99
8. 전문편성 방송채널사용사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등	101
9. 방송채널사용사업자(PP)의 국내 제작 애니메이션 신규편성비율	116
제 6 절 1개 국가 제작 프로그램의 편성 현황	118
1. 규제 개요	118
2. 지상파 3사와 EBS의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황	118
3. 지역 KBS와 지역 MBC의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황	121
4. 지역민방 TV 방송의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황	125
5. 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황	126
제 3 장 수증계 편성 규제 목적의 정합성 검토 및 지역민방 현황 진단	133
제 1 절 규제 도입의 취지와 현실적 이행의 간극 분석	133
1. 규제 목적의 타당성 및 수단의 한계	133
2. 규제 준수의 형식화 현상	134

제 2 절	지역민방의 제작 역량 및 편성 현황 진단	138
1.	사업자별 제작 역량 분석	138
2.	‘자체제작’과 ‘공동제작’ 현황	141
제 3 절	변화된 미디어 환경에 대응한 ‘지역성’의 재정립	144
1.	새로운 ‘지역성’ 개념 정립	144
2.	플랫폼 다변화 시대의 지역방송 역할 재고	145
제 4 장	편성규제 개선안	146
제 1 절	수중계 편성규제 개선안 마련을 위한 의견 수렴	146
1.	전문가 의견 수렴	146
2.	지역민방 사업자 의견 수렴	149
제 2 절	수중계 편성규제 개선안	152
1.	규제 패러다임 전환	152
2.	개선안 세부 내용	153
3.	관련 법률 개정안(예)	156
4.	지속 가능한 지역성 확보를 위한 지원책	158
제 3 절	이 외 편성규제 개선 방안 제안	159
1.	방송 프로그램 장르별 편성 비율 규제	159
2.	순수 외주제작 프로그램 편성 비율 규제	160
3.	국내 제작 방송 프로그램 편성 비율 규제	161
제 5 장	결론	163
제 1 절	연구의 요약 및 시사점	163
제 2 절	기대효과 및 향후 연구 방향	165
참고문헌		167

표 목 차

〈표 1-1〉 2016년, 2024년도 광고주 인식조사: 방송 광고 vs OTT 광고	5
〈표 2-1〉 지상파 3사 TV 채널 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)	12
〈표 2-2〉 지상파 3사 TV의 반기별 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율(2024년) ..	13
〈표 2-3〉 KBS 지역 TV 채널의 반기별 전체시간대 분야별 프로그램 편성비율(2024년) ..	15
〈표 2-4〉 지역 KBS TV 채널의 반기별 주시청시간대 분야별 프로그램 편성비율(2024년)	20
〈표 2-5〉 지역 MBC TV 채널의 반기별 전체시간대 분야별 편성비율(2024년)	24
〈표 2-6〉 지역 MBC TV 채널의 반기별 주시청시간대 분야별 편성비율(2024년)	26
〈표 2-7〉 지상파 3사 종합편성 라디오 채널의 매 반기 분야별 편성비율(2024년)	29
〈표 2-8〉 지역 KBS, MBC 종합편성 라디오 채널의 오락 프로그램 편성비율(2024년) ..	32
〈표 2-9〉 지역민방 TV 채널의 전체시간대 분야별 상·하반기 편성비율(2024년)	35
〈표 2-10〉 지역민방 TV 채널의 주시청시간대 분야별 상·하반기 편성비율(2024년) ..	37
〈표 2-11〉 지역민방 라디오 방송의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)	39
〈표 2-12〉 지상파 DMB 종합편성 TV 방송 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년) ..	40
〈표 2-13〉 개별 종합편성 라디오 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)	42
〈표 2-14〉 종합편성 PP 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)	43
〈표 2-15〉 EBS의 반기별 주된 방송분야 방송프로그램 편성비율(2024년)	46
〈표 2-16〉 지상파 3사와 EBS 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2024년)	47
〈표 2-17〉 지역민방 전문편성 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2024년)	48
〈표 2-18〉 개별 전문편성 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2024년)	50
〈표 2-19〉 전문편성 PP 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2024년)	57
〈표 2-20〉 지역민방 TV 채널의 반기별 수중계 편성비율(2024년)	68
〈표 2-21〉 지역민방 라디오 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율(2024년)	69
〈표 2-22〉 지상파 DMB 채널의 반기별 수중계 편성비율(2024년)	71
〈표 2-23〉 지상파 3사와 EBS의 전체시간대 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년) ..	73

〈표 2-24〉	지상파 3사의 주시청시간대 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년) ...	74
〈표 2-25〉	지역 KBS TV 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년) ..	75
〈표 2-26〉	지역 MBC 텔레비전 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년)	77
〈표 2-27〉	지역민방 TV 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년) ..	80
〈표 2-28〉	종합편성 방송채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년) ..	81
〈표 2-29〉	지상파 3사와 EBS의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2024년)	83
〈표 2-30〉	지상파 3사의 국내제작 영화 편성시간 변동추이(2023~2024년)	86
〈표 2-31〉	지상파 3사의 국내제작 애니메이션 편성시간 변동추이(2023~2024년)	87
〈표 2-32〉	지상파 3사 TV채널의 국내제작 대중음악 편성시간 변동추이(2023~2024년) ..	89
〈표 2-33〉	EBS의 국내제작 영화 및 애니메이션 편성시간 변동추이(2023~2024년)	90
〈표 2-34〉	지역민방 TV 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2024년)	92
〈표 2-35〉	지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 영화 편성시간(2024년)	94
〈표 2-36〉	지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 애니메이션 편성시간(2024년)	95
〈표 2-37〉	지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 대중음악 편성시간(2024년)	96
〈표 2-38〉	주요 지상파 DMB 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2024년) ...	96
〈표 2-39〉	지역 지상파 DMB 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2024년) ...	97
〈표 2-40〉	SO 직사채널의 국내제작 프로그램 편성비율(2024년)	98
〈표 2-41〉	위성방송의 국내제작 방송프로그램 편성현황(2024년)	99
〈표 2-42〉	종편 PP 채널의 연평균 국내제작 방송프로그램 편성비율(2023~2024년) ..	100
〈표 2-43〉	종편 PP 채널의 연간 분야별 국내 제작물 편성비율(2024년)	101
〈표 2-44〉	전문편성 PP 채널의 국내제작 방송프로그램 편성비율(2024년)	102
〈표 2-45〉	전문편성 TV·라디오 PP 채널의 분야별 연간 국내제작물 편성비율(%) (2024년)	111
〈표 2-46〉	종편 및 애니메이션 전문 PP의 국내제작 애니메이션 신구편성비율(2024년)	117
〈표 2-47〉	지상파 3사와 EBS의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년) ..	119

〈표 2-48〉 지상파 3사와 EBS의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)	120
〈표 2-49〉 지상파 3사와 EBS의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)	120
〈표 2-50〉 지역 KBS TV채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년) ...	121
〈표 2-51〉 종합편성 지상파 DMB TV의 수입영화 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율(2024년)	123
〈표 2-52〉 지역 MBC TV채널의 수입 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)	124
〈표 2-53〉 지역민방 TV 채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년) ..	126
〈표 2-54〉 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 수입물 중 1개 국가 제작물 편성현황(2024년)	127
〈표 2-55〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 연간 편성비율(2024년)	128
〈표 2-56〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)	131
〈표 2-57〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 대중음악 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)	132
〈표 3-1〉 지역민방 사업자 수증계 프로그램 편성 상한 비율	135
〈표 3-2〉 지역민방 사업자 수증계 프로그램 편성 규제 준수현황	137
〈표 3-3〉 2023년 방송인력 현황	138
〈표 3-4〉 제작인원 당 자체제작 프로그램 편성시간	139
〈표 3-5〉 방송사 매출 및 영업손익 현황	140
〈표 3-6〉 방송사 광고매출 및 광고매출 비중 추이	141
〈표 3-7〉 지역 방송사 자체제작 프로그램 편성 비율	142
〈표 3-8〉 지역 방송사 자체제작과 공동제작 프로그램 편성 비율	143
〈표 4-1〉 지역민방 자체제작 및 공동제작 프로그램 편성 비율	153

그림 목 차

[그림 1-1]	전 세계 OTT 서비스 이용자 수 추이	2
[그림 1-2]	전 세계 OTT 서비스 이용률 추이	2
[그림 1-3]	한국의 OTT 서비스 이용률 추이	3
[그림 1-4]	한국 시장에서 넷플릭스 스트리밍 수익	4
[그림 1-5]	방송사업자군별 광고 매출 추이	5
[그림 1-6]	일상생활에서 필수적인 미디어	6
[그림 1-7]	일일 평균 TV 시청시간 추이(개인)	6
[그림 2-1]	지상파 3사 TV 채널 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)	12
[그림 2-2]	지상파 3사 TV 채널의 연평균 분야별 프로그램 편성비율(2024년)	14
[그림 2-3]	지역 KBS TV 채널의 연평균 분야별 편성비율(2024년)	19
[그림 2-4]	지역 KBS TV 채널의 연평균 주시청시간대 분야별 편성비율(2024년)	23
[그림 2-5]	지역 MBC TV 채널의 연평균 전체시간대 분야별 편성비율(2024년)	26
[그림 2-6]	지역 MBC TV 채널의 연평균 주시청시간대 분야별 편성비율(2024년)	28
[그림 2-7]	지상파 3사 종합편성 라디오 채널의 연평균 분야별 편성비율(2024년)	31
[그림 2-8]	지역 KBS, MBC 종합편성 라디오 채널의 분야별 편성비율(2024년)	34
[그림 2-9]	지역민방 TV 채널의 연평균 분야별 편성비율(2024년)	37
[그림 2-10]	주요 지상파 DMB TV 채널의 연평균 오락 프로그램 편성비율(2024년)	41
[그림 2-11]	개별 종합편성 라디오 채널의 연평균 분야별 편성비율(2024년)	42
[그림 2-12]	종합편성 PP 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)	44
[그림 2-13]	종합편성 PP 채널의 연평균 분야별 프로그램 편성비율(2024년)	44
[그림 2-14]	지역민방 전문편성 라디오채널의 연평균 주된 방송 분야 편성비율(2024년)	49
[그림 2-15]	개별 전문편성 라디오 채널의 연평균 주된 방송 분야 편성비율(2024년)	55

[그림 2-16]	소출력 지역공동체 라디오 채널의 연평균 주된 방송 분야 편성비율(2024년)	55
[그림 2-17]	지역민방 TV 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율(2024년)	68
[그림 2-18]	지역민방 라디오 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율(2024년) ...	70
[그림 2-19]	주요 지상파 DMB 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율(2024년) ...	72
[그림 2-20]	서울 및 지역 KBS의 연평균 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년) ..	76
[그림 2-21]	서울 MBC와 지역 MBC의 연평균 순수 외주제작물 편성비율(2024년) ...	78
[그림 2-22]	지역민방 TV 채널의 순수 외주제작 프로그램 편성비율 추이(2024년) ..	79
[그림 2-23]	지상파 3사와 EBS의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2024년)	84
[그림 2-24]	지상파 3사 TV 채널의 국내 제작 영화 편성비율(2022~2024년)	85
[그림 2-25]	지상파 3사 TV 채널의 국내제작 애니메이션 편성비율(2022~2024년) ...	88
[그림 2-26]	지상파 3사와 EBS의 국내제작 애니메이션 신규 편성비율(2022~2024년) ..	91
[그림 2-27]	지역민방 TV 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023~2024년) ..	93
[그림 2-28]	지역민방 TV 채널의 국내 제작 영화 편성비율(2023~2024년)	94

요 약 문

1. 제 목

방송산업 경쟁력 강화를 위한 수중계 등 편성규제 개선 방안 연구

2. 연구 목적 및 필요성

OTT와 FAST의 급성장 등 미디어 환경과 시청 행태가 근본적으로 변화함에 따라, 과거 지상파 중심의 비율 규제에 머물러 있는 현행 편성 규제의 실효성을 재검토해야 할 시점이다. 이에 변화된 환경에 부합하는 규제 목적의 적합성을 검토하고, 실질적인 규제 효과를 높이기 위한 제도 개선 방향을 모색할 필요가 있다. 이를 위해 사업자의 실제 편성 실적을 기반으로 정책 목표와 실행 결과 간의 간극을 실증적으로 분석하여 구체적인 개선 근거를 마련하는 것이 필수적이다. 특히 수익 기반과 제작 여건이 취약한 지역민방이 직면한 수중계 의존과 지역성 확보 사이의 딜레마를 해결하기 위한 현실적인 대안 설계가 시급하다. 궁극적으로 본 연구는 지역성을 살린 콘텐츠 제작을 독려하고, 변화하는 미디어 환경에 대응할 수 있는 실효성 높은 규제 체계를 정립하는 데 그 목적이 있다.

3. 연구의 구성 및 범위

본 연구는 현행 편성규제의 실효성을 검증하고 합리적인 개선 방안을 도출하기 위해, 우선 방송법 및 관련 규제에 따른 편성 의무와 비율 제한의 실제 이행 현황을 조사한다. 이를 통해 장기적인 편성 추이를 분석하고 규제 도입 목적과 실제 운영 결과 간의 정합성을 평가한다. 특히 지역민방의 수중계 프로그램 편성 비중 변화와 함께 경영 여건, 제작 역량 등 복합적인 요인을 심층 분석하여 현행 수중계 비율 상한 규제의 실질적 효과를 진단한다. 최종적으로 이러한 분석 결과를 토대로 지역방송의 편성 자율성과 변화된 미디어 산업 현실을 반영한 규제 합리화 방안을 도출하고, 자체제작 활성화를 위한 실질적인 정책 수단

설계 및 법령 개정안을 제시하는 것을 본 연구의 범위로 한다.

4. 연구 내용 및 결과

본 연구는 방송사업자의 장기적인 편성 실적 데이터를 수집하고 분석하여, 현행 편성규제 목표와 실제 이행 결과 간의 정합성을 평가하였다. 특히, 지역민방의 수중계 프로그램 편성 비중과 추이를 중점적으로 조사하고, 경영 여건 및 제작 역량 등 복합적 요인을 연계하여 수중계 상한 규제의 실효성을 진단하였다. 분석 결과, 급변하는 미디어 환경 속에서 기존의 기계적인 비율 규제가 지역방송의 현실적인 딜레마를 해결하는 데 한계가 있음을 확인하였다. 이에 지역방송의 편성 자율성을 보장하고 자체제작 역량을 강화할 수 있는 합리적인 규제 개선 방안을 도출하였으며, 점진적인 규제 완화와 이를 뒷받침할 구체적인 법령 개정안을 제시하였다. 이는 규제의 실효성을 확보하는 동시에, 지역성을 살린 콘텐츠 공급을 확대하여 방송 생태계의 지속 가능성을 높이는 정책 방향이 될 것이다.

5. 정책적 활용 내용

본 연구는 방송사업자의 장기적인 편성 실적 데이터와 경영 여건 분석을 토대로 현행 수중계 편성 상한 규제의 실질적인 개선안을 제안하였다. 이 제안은 변화된 미디어 환경과 지역 방송사의 열악한 제작 현실을 반영한 방송법령 및 관련 고시 개정을 위한 논리적 근거로 활용될 수 있다. 특히, 기계적인 비율 규제에서 벗어나 지역성의 실질적 구현을 유도하는 합리적인 규제 대안을 제시함으로써, 규제 당국과 지역 방송사 간의 정책적 수용성을 높이고 제도의 타당성을 확보하는 데 기여할 수 있다. 나아가 이는 지역 방송의 자생력을 높이고 자체 제작을 활성화하여, 중앙과 지역 간 콘텐츠 불균형을 해소하고 방송 영상 산업의 전반적인 건전성을 확보하는 정책적 기반 자료로 활용될 것이다.

6. 기대효과

본 연구는 급변하는 미디어 환경 속에서 지역민방의 특수성을 고려한 맞춤형 편성 규제 정책을 제시함으로써 다음과 같은 기대효과를 창출할 수 있다.

첫째, 규제 목표와 실제 이행 결과 간의 간극을 실증적으로 분석함으로써, 실효성이 저하된 규제를 정비하고 합리적인 방송법령 개정의 근거를 마련할 수 있다. 둘째, 지역민방의 제작 역량과 재정적 현실을 반영한 유연한 규제 설계를 통해, 지역 방송사가 겪고 있는 경영상의 어려움과 지역성 구현 사이의 딜레마를 해소하는 데 기여할 수 있다. 셋째, 무조건적인 수중계 제한보다는 실질적인 자체 제작을 장려하는 규제 개선을 통해 지역 밀착형 콘텐츠의 공급을 늘리고 지역 시청자의 볼 권리와 복지를 증진할 수 있다. 넷째, 장기간 축적된 편성 데이터와 규제 효과 분석 결과를 학계 및 업계와 공유함으로써, 향후 지역 방송 정책 수립 및 관련 학술 연구의 기초 자료로 활용될 수 있다.

SUMMARY

1. Title

Improving Programming Regulations to Enhance Broadcasting Industry Competitiveness:
A Study on Simulcasting and Related Reforms

2. Objective and Importance of Research

With the fundamental shifts in the media environment and viewing behaviors driven by the rapid growth of OTT and FAST platforms, it is timely to reassess the effectiveness of current programming regulations, which remain rooted in a past terrestrial-centric ratio structure. Consequently, it is necessary to examine the suitability of regulatory objectives in this changed environment and explore directions for institutional improvement to enhance practical regulatory effects. To this end, it is essential to empirically analyze the gap between policy goals and execution results based on broadcasters' actual programming records to establish concrete grounds for improvement. In particular, designing realistic alternatives is urgent to resolve the dilemma faced by local private broadcasters (regional commercial broadcasters), who struggle between reliance on relay broadcasting (retransmission) and securing localism amidst weak revenue bases and production conditions. Ultimately, the purpose of this study is to encourage the production of content that reflects local characteristics and to establish a highly effective regulatory system capable of responding to the evolving media landscape.

3. Contents and Scope of the Research

To verify the effectiveness of current programming regulations and derive rational improvement plans, this study first investigates the actual compliance status of programming duties and ratio limits under the Broadcasting Act and related regulations. Through this, long-term programming trends are analyzed, and the consistency between the purpose of regulatory introduction and actual operational results is evaluated. Specifically, the study deeply analyzes complex factors such as changes in the proportion of relay programming by local private broadcasters, alongside their management conditions and production capabilities, to diagnose the substantive effects of current caps on relay ratios. Finally, based on these analytical results, the scope of this study includes deriving regulatory rationalization plans that reflect the autonomy of local broadcasting and the reality of the changed media industry, as well as designing practical policy tools and proposing legislative amendments to revitalize in-house production.

4. Research Results

This study collected and analyzed long-term programming performance data of broadcasters to evaluate the consistency between current programming regulatory goals and actual implementation results. In particular, the study focused on investigating the proportion and trends of relay programming by local private broadcasters and diagnosed the effectiveness of relay ratio caps by linking them with complex factors such as management conditions and production capabilities. The analysis confirmed that, amidst the rapidly changing media environment, existing mechanical ratio-based regulations have limitations in resolving the realistic dilemmas of local broadcasting. Accordingly, rational regulatory improvement plans were derived to guarantee the programming autonomy of local broadcasters and strengthen their in-house production capabilities. Furthermore, gradual deregulation and specific legislative amendments to support this were proposed.

This will serve as a policy direction that not only secures regulatory effectiveness but also enhances the sustainability of the broadcasting ecosystem by expanding the supply of content that embodies localism.

5. Policy Suggestions for Practical Use

Based on the analysis of broadcasters' long-term programming data and management conditions, this study proposed practical improvement plans for the current caps on relay programming. These proposals can be utilized as a logical basis for revising the Broadcasting Act and related notifications to reflect the changed media environment and the stark production reality of local broadcasters. In particular, by presenting rational regulatory alternatives that move away from mechanical ratio regulations and induce the substantive realization of localism, this study can contribute to enhancing policy acceptance between regulatory authorities and local broadcasters and securing the validity of the system. Furthermore, this will serve as foundational policy data to enhance the self-sustainability of local broadcasting and revitalize in-house production, thereby resolving the content imbalance between central and local regions and securing the overall soundness of the broadcasting and video industry.

6. Expectations

By presenting customized programming regulatory policies that consider the distinct characteristics of local private broadcasters within a rapidly changing media environment, this study is expected to create the following effects:

First, by empirically analyzing the gap between regulatory goals and actual implementation results, it allows for the refinement of ineffective regulations and provides grounds for rational revisions to broadcasting laws.

Second, through flexible regulatory design that reflects the production capabilities and financial reality of local private broadcasters, it contributes to resolving the dilemma between management difficulties and the realization of localism.

Third, by inducing regulatory improvements linked to practical support for in-house production rather than unconditional restrictions on relay broadcasting, it can increase the supply of locally relevant content and enhance the viewing rights and welfare of local viewers.

Fourth, by sharing long-accumulated programming data and analysis of regulatory effects with academia and the industry, the findings can be utilized as basic data for future local broadcasting policy formulation and related academic research.

CONTENTS

Chapter 1. Introduction

Chapter 2. Objective and Importance of Research

Chapter 3. Contents and Scope of the Research

Chapter 4. Research Results

Chapter 5. Policy Suggestions for Practical Use

Chapter 6. Expectations

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 필요성

1. 연구의 배경

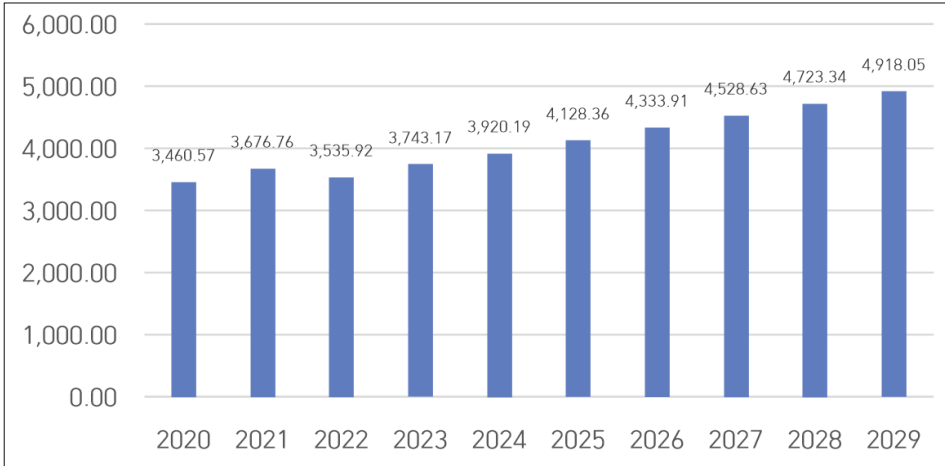
최근 미디어 환경은 디지털 기술의 발전과 함께 급격한 변화를 맞이하고 있으며, 특히 OTT(Over-The-Top)와 같은 신규 영상 콘텐츠 유통 플랫폼의 성장은 미디어 소비의 패러다임을 근본적으로 전환시키고 있다. 과거 지상파 방송이 주도하던 영상 콘텐츠의 유통과 소비 구조는 이제 시공간의 제약이 없는 OTT 서비스를 중심으로 빠르게 재편되는 추세다. 이러한 변화는 단순한 플랫폼의 다변화를 넘어, 이용자의 시청 행태와 콘텐츠 소비 습관 전반에 걸쳐 심대한 영향을 미치고 있다. 이에 따라 전통적인 방송 시장의 경계가 허물어지고 있으며, 글로벌 미디어 기업들의 각축전 속에서 국내 미디어 산업 또한 새로운 국면을 맞이하게 되었다.

글로벌 OTT 시장의 성장세는 이용자 규모 측면에서 명확하게 드러나는데, 2020년 약 34억 명 수준이었던 전 세계 OTT 이용자는 2024년 39억 명까지 증가한 것으로 나타났다. 이는 전 세계 인구의 50% 이상이 OTT 플랫폼을 통해 영상 콘텐츠를 소비하고 있음을 의미하며, 이러한 증가세는 앞으로도 지속될 전망이다. 통계에 따르면 2029년에는 이용자 수가 49억 명에 도달하여 전 세계 인구의 약 61%가 OTT를 이용할 것으로 예측된다. 이처럼 OTT는 이제 선택적 미디어가 아닌 보편적 미디어로서 전 세계인의 일상 깊숙이 자리 잡고 있다.

이용자의 폭발적인 증가는 곧 OTT 시장의 수익 규모 확대로 직결되고 있다. 2017년 전 세계 OTT 시장의 수익은 약 720억 달러 수준에 불과했으나, 2024년에는 3,160억 달러를 기록하며 불과 7년 만에 4배 이상의 급격한 성장을 달성하였다. 이러한 성장세는 향후에도 지속되어 2029년에는 시장 규모가 4,430억 달러에 이를 것으로 전망된다. 이러한 막대한 자본력은 다시 콘텐츠 투자로 이어져 플랫폼의 경쟁력을 강화하는 선순환 구조를 형성하고 있으며, 기존 방송 산업을 압도하는 경제적 영향력을 행사하고 있다.

[그림 1-1] 전 세계 OTT 서비스 이용자 수 추이

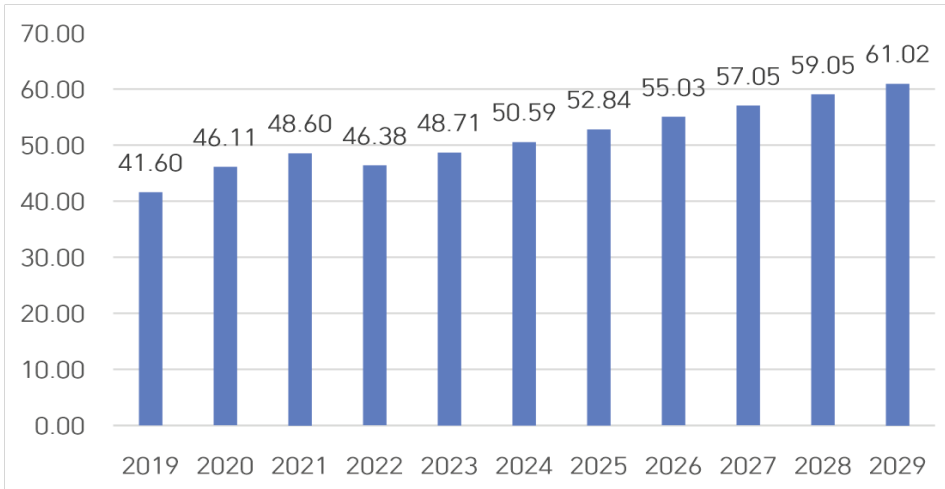
(단위: 백만 명)



자료: Statista(2024a)

[그림 1-2] 전 세계 OTT 서비스 이용률 추이

(단위: %)



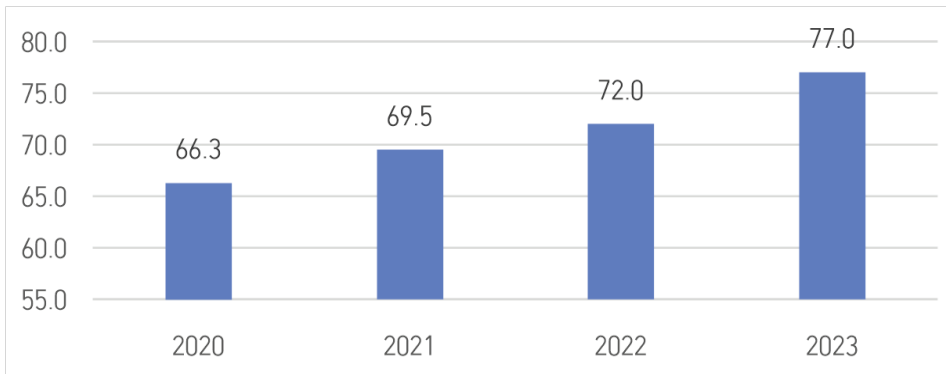
자료: Statista(2024b)

국내 미디어 시장 역시 이러한 글로벌 흐름과 궤를 같이하며 OTT 중심의 재편이 가속화되고 있다. 2023년 기준 한국의 OTT 서비스 이용률은 77%에 달해, 국민의 3분의 2 이상이 OTT를 통해 영상 콘텐츠를 일상적으로 향유하고 있는 것으로 나타났다. 특히 넷플릭스를 필두로 한 주요 OTT 서비스들은 <오징어 게임>, <무빙>, <흑백요리사> 등 파급력 있는 오리지널 콘텐츠를 연달아 성공시키며 시장 내 입지를 공고히 했다. 이러한 킬러 콘텐츠의 확보는 유료 가입자의 지속적인 유입을 유도하며 국내 미디어 시장의 판도를 바꾸는 핵심 동력이 되고 있다.

국내 OTT 시장에서 가장 독보적인 위치를 차지하고 있는 넷플릭스의 성장세는 전통적 미디어 기업들에게 큰 위협이 되고 있다. 넷플릭스는 한국 시장 진출 이후 공격적인 콘텐츠 투자를 통해 2019년 1,756억 원이었던 스트리밍 수익을 2023년 8,233억 원으로 끌어올리는 데 성공했다. 이는 5년이라는 짧은 기간 동안 약 368%의 수익 성장을 달성한 것으로, 단일 플랫폼으로서 막강한 시장 지배력을 보여주는 지표다. 넷플릭스의 이러한 급격한 성장은 국내 미디어 생태계 내에서 자본과 콘텐츠의 쏠림 현상을 심화시키는 주요 요인으로 작용하고 있다.

[그림 1-3] 한국의 OTT 서비스 이용률 추이

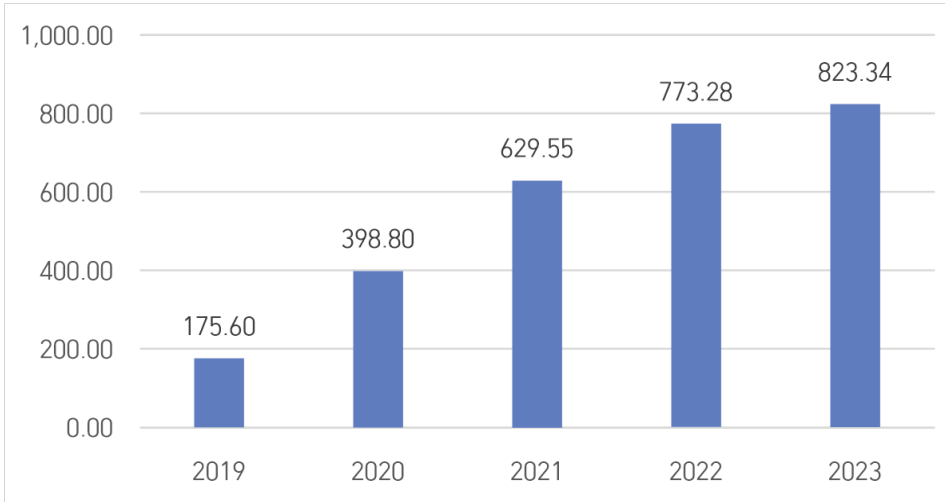
(단위: %)



자료: 정보통신정책연구원(2021-2023). <2021-2023 방송매체 이용행태조사> 재구성

[그림 1-4] 한국 시장에서 넷플릭스 스트리밍 수익

(단위: 십억 원)



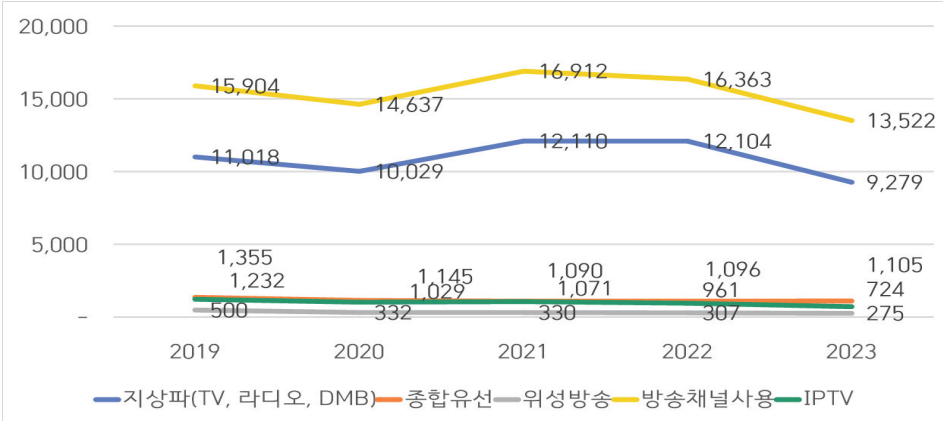
자료: 넷플릭스(2024)

반면, OTT 플랫폼의 약진은 상대적으로 지상파 방송을 포함한 전통적 방송 시장의 위축을 초래하고 있다. 2016년 넷플릭스의 본격적인 한국 진출 이후, 지상파 방송사와 유료방송 플랫폼(SO, 위성, IPTV), 방송채널사용사업자(PP) 등 기존 방송 사업자들은 전반적인 이용자 이탈과 매출 감소를 겪고 있다. 특히 방송사의 주된 수입원인 광고 매출은 2021년 이후 모든 사업자 군에서 뚜렷한 감소세가 관찰되고 있다. 이는 미디어 이용 시간이 모바일과 OTT로 분산되면서 전통 매체의 광고 매력도가 하락했기 때문으로 풀이된다.

이러한 시장 규모의 축소와 영향력 감소 현상은 과거 미디어 시장의 중심이었던 지상파 방송사에서 가장 두드러지게 나타난다. 앞서 언급한 넷플릭스의 수익이 4배 이상 폭증하는 동안, 지상파 방송의 광고 매출은 2019년 1조 1,018억 원에서 2023년 9,279억 원으로 약 2,000억 원 가량 감소하였다. 이는 단순한 매출 하락을 넘어 지상파 방송이 콘텐츠 시장에서 가지던 독점적 지위가 상실되었음을 시사한다. 재원 구조의 악화는 제작비 투자 감소로 이어져 콘텐츠 경쟁력을 약화시키는 악순환의 고리를 형성할 위험성을 내포하고 있다.

[그림 1-5] 방송사업자군별 광고 매출 추이

(단위: 억 원)



자료: 정보통신정책연구원(2022-2024). <2022-2024 방송산업실태조사 보고서> 재구성

방송 광고 시장에서의 위상 변화는 광고주 및 광고대행사 종사자를 대상으로 한 인식 조사 결과에서도 명확히 확인된다. 2016년과 2024년의 조사를 비교해보면, 방송 광고가 OTT 광고보다 우월하다고 인식하는 응답 비율은 현저히 감소한 반면 OTT 광고의 효율성을 높게 평가하는 비율은 증가했다. 특히 타겟팅(Targeting) 능력과 광고 효율성 측면에서 OTT가 방송 매체보다 우위에 있다는 인식이 확산되고 있다. 이는 광고 예산의 집행이 전통 매체에서 디지털 매체로 이동하는 구조적 변화가 고착화되고 있음을 보여주는 방증이다.

<표 1-1> 2016년, 2024년도 광고주 인식조사: 방송 광고 vs OTT 광고

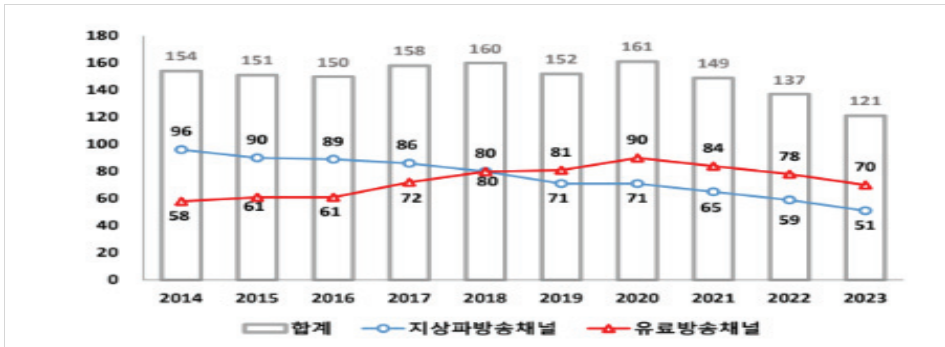
구분	방송 광고 우월		동등		OTT 광고 우월	
	2016년	2024년	2016년	2024년	2016년	2024년
가격	19.6	19.5	31.4	31.7	49.0	48.8
광고 효율성	35.3	34.1	30.4	25.6	34.3	40.2
광고 주목도	54.9	39.0	23.5	28.0	21.6	32.9
광고 커버리지	54.9	41.5	21.6	22.0	23.5	35.4
특정 시청자 타겟팅	20.6	18.3	26.5	28.0	52.9	52.4

자료: 정보통신정책연구원(2025) <2024년 방송시장경쟁상황평가>

미디어 이용자들의 생활 패턴 변화 또한 지상파 방송의 위기를 가속화하는 요인이다. 개인의 일일 평균 지상파 TV 시청 시간은 2014년 이후 꾸준히 감소하고 있으며, 특히 2021년부터는 그 감소 속도가 더욱 빨라지고 있는 추세다. 더불어 ‘일상생활에서 필수적인 매체’를 묻는 조사에서 TV를 선택한 비율은 2014년 44.1%에서 2024년 22.6%로 급락한 반면, 스마트폰은 압도적인 필수 매체로 부상했다. 이는 TV가 더 이상 가정 내 미디어 소비의 중심 기기가 아니며, 모바일 기기가 그 자리를 완전히 대체했음을 의미한다.

[그림 1-6] 일상생활에서 필수적인 미디어

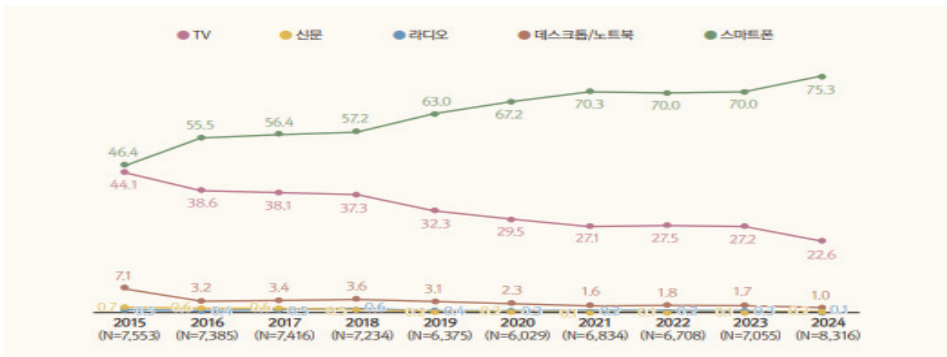
(단위: %)



자료: 정보통신정책연구원(2025) <2024년 방송시장경쟁상황평가>

[그림 1-7] 일일 평균 TV 시청시간 추이(개인)

(단위: 분)



자료: 방송미디어통신위원회(2025) <2024년 방송매체이용행태조사>

이러한 거시적 환경 변화 속에서 지역방송이 겪고 있는 구조적 위기는 더욱 심각한 수준이다. 지역방송은 그동안 지역의 문화적 다양성을 보장하고 재난 방송 및 지역 밀착형 정보를 제공하는 등 중요한 공적 기능을 수행해 왔다. 그러나 OTT 확산과 모바일 중심의 소비 행태 변화는 지역방송의 시청률 하락과 수익성 악화를 초래했고, 이는 다시 자체 콘텐츠 제작 여건을 붕괴시키는 요인이 되고 있다. 수익 기반이 약화된 지역방송사는 경영 효율화를 위해 중앙 지상파 방송의 프로그램을 그대로 재송신하는 ‘수중계 편성’ 비중을 높일 수밖에 없는 딜레마에 처해 있다.

2. 연구의 필요성

미디어 플랫폼의 다변화와 이용자의 시청 행태 변화로 인해 전통적 방송사업자의 시장 내 지위는 과거와 판이하게 달라졌다. 그러나 현행 방송법상의 편성 규제는 여전히 지상파 방송이 시장을 지배하던 시기에 설계된 낡은 틀을 유지하고 있어, 현재의 시장 구조와 심각한 괴리를 보이고 있다. 과거의 규제가 지상파의 영향력 남용을 방지하고 다양성을 확보하는 데 중점을 두었다면, 현재는 생존을 위협받는 방송 산업의 경쟁력을 제고하는 방향으로의 전환이 요구된다. 따라서 변화된 미디어 환경에 부합하지 않는 낡은 규제들을 발굴하고, 이를 현실에 맞게 재설계하거나 유연하게 적용할 수 있는 방안을 마련하는 것이 시급한 시점이다.

특히 규제의 실효성을 확보하기 위해서는 규제 정책의 목표와 실제 시장에서의 이행 결과 간의 간극을 면밀히 진단할 필요가 있다. 현행 규제 중 일부는 형식적인 수치 맞추기에 그치거나, 오히려 사업자의 자율적인 콘텐츠 혁신을 저해하는 요인으로 작용하고 있다는 지적이 제기되어 왔다. 이에 방송사업자들의 실제 편성 데이터를 기반으로 규제의 준수 현황을 분석하고, 규제가 의도한 정책적 효과를 거두고 있는지를 실증적으로 검증해야 한다. 이러한 객관적인 분석 없이는 실효성 있는 제도 개선안을 도출하기 어려우며, 정책의 신뢰성 또한 담보할 수 없기 때문이다.

무엇보다 지역방송이 직면한 현실적인 위기를 타개하기 위한 맞춤형 규제 개선 연구가 절실하다. 앞서 배경에서 언급했듯, 지역방송의 수익성 악화는 수중계 편성에 대한 의존도를 높이고 있으며, 이는 결과적으로 지역성을 반영한 자체 콘텐츠 제작의 위축을 초래하

고 있다. 현재의 획일적인 수중계 비율 규제는 지역방송사의 열악한 제작 여건을 충분히 고려하지 못한 채 규제 준수 부담만을 가중시키는 측면이 있다. 따라서 지역방송이 겪고 있는 ‘수중계 의존’과 ‘지역성 확보’ 사이의 딜레마를 해결하기 위해서는 단순한 규제 완화를 넘어선 정교한 정책 설계가 필요하다.

자체 제작 역량의 약화는 장기적으로 지역 고유의 정서와 문화적 다양성의 소멸로 직결될 수 있다는 점에서 정책적 개입의 필요성은 더욱 강조된다. 지역방송이 단순한 중앙 방송의 송출 기지로 전락하지 않고, 지역민의 목소리를 대변하는 공론장으로서의 기능을 회복하기 위해서는 실질적인 지원책이 동반되어야 한다. 이를 위해 수중계 편성 비율의 상한을 조정하는 방안과 함께, 지역 특색을 살린 고품질 콘텐츠 제작을 유인할 수 있는 인센티브 제도를 모색해야 한다. 즉, 규제가 방송사의 발목을 잡는 것이 아니라, 경쟁력 있는 콘텐츠 제작 투자를 유도하는 마중물 역할을 하도록 제도를 개선해야 할 필요가 있다.

결론적으로 본 연구는 급변하는 미디어 환경 속에서 현행 편성 규제의 적합성을 재검토하고, 합리적인 개선 방안을 도출함으로써 방송 산업의 지속 가능한 발전 토대를 마련하는 데 그 목적이 있다. 특히 지역민방의 특수한 상황을 고려한 규제 개선안을 제시함으로써, 지역 방송의 자생력을 높이고 방송의 공익적 가치인 지역성을 구현하는 데 기여하고자 한다. 나아가 이는 OTT 등 글로벌 플랫폼과의 치열한 경쟁 속에서 국내 방송 콘텐츠가 다양성과 경쟁력을 잃지 않고 성장할 수 있도록 지원하는 정책적 기반이 될 것이다.

제2절 연구의 목적 및 내용

본 연구는 우선 방송법 및 관련 고시에 규정된 편성 규제의 실제 이행 현황을 정밀하게 진단하여 규제 목표의 적합성을 재검토하는 데 주안점을 둔다. 이를 위해 2024년 방송사업자의 편성 실적 데이터를 전수 조사하여 의무 편성 조항 및 비율 제한 규정의 준수 여부를 파악하고, 사업자군별 편성 전략의 차이를 비교 분석한다. 나아가 단년도 분석에 그치지 않고 장기적인 시계열 데이터 분석을 수행하여 편성 행태의 변화 추이를 도출한다. 이러한 실증적 분석을 통해 과거 규제 도입 당시에 설정된 공익성 및 다양성 확보라는 정책 목표가 급변한 현재의 미디어 환경에서도 유효하게 작동하고 있는지, 혹은 정책 목표와

실행 결과 간의 괴리가 발생하고 있는지에 대한 객관적인 진단을 수행한다.

다음으로, 지역민방의 수중계 편성 실태를 심층적으로 분석하여 현행 수중계 상한 규제
의 실효성을 검증한다. 지역민방의 전체 편성 시간 중 중앙 방송사의 프로그램을 그대로
송출하는 수중계 비율과 자체 편성 비율을 정량적으로 분석하고, 이를 각 방송사의 경영
상황, 인력 구조, 제작 자원 보유 현황 등 내부적 요인과 연계하여 고찰한다. 단순히 규제
준수 여부만을 따지는 것이 아니라, 수익성 악화로 인해 수중계 의존도가 높아질 수밖에
없는 구조적 원인을 파악하는 데 집중한다. 이를 통해 지역성 구현과 시청권 보장이라는
공익적 가치와 방송사의 생존을 위한 경영 효율성 사이에서 현행 규제가 합리적인 균형점
을 찾고 있는지 평가한다.

이와 함께 전문가로 구성된 연구반 운영과 관련 이해관계자에 대한 의견수렴을 통해 수
중계 편성 비율 규제의 개선 방안에 대해 다각적인 논의를 진행하였다. 이 과정에서 지역
민방 사업자들이 현장에서 실제로 직면하고 있는 제작 여건과 경영상의 현실을 청취하고,
자체제작 확대를 제약하는 구조적 요인을 중심으로 문제를 진단하였다. 이를 토대로 총 5
회에 걸친 연구반의 심층적인 논의를 통해, 현실성을 담보하면서도 지역성 제고를 통한
공공성 확보라는 규제의 정책적 목표를 달성할 수 있는 개선 방향을 종합적으로 검토한다.

마지막으로, 분석된 결과를 종합하여 지역민방의 편성 자율성을 보장하면서도 지역 콘
텐츠 경쟁력을 강화할 수 있는 구체적인 법령 및 고시 개정안을 제시한다. 현행 수중계 상
한 규제 조항이 가진 구조적 한계와 쟁점을 해소하고, 단계적인 규제 완화와 유연화 방안
을 설계하여 제도의 현실 적합성을 높인다. 단순히 규제를 완화하는 것에 그치지 않고, 이
것이 실제 지역 밀착형 콘텐츠의 제작 활성화와 제작 역량 제고로 이어질 수 있도록 실효
성 있는 대안을 마련한다. 최종적으로 제도 개선 시 발생할 수 있는 긍정적인 기대효과와
잠재적인 부작용을 예측하여, 입법 및 정책 수립 과정에서 활용 가능한 논리적 근거와 타
당성을 확보한다.

제3절 보고서의 구성

제1장에서는 연구의 배경과 필요성을 제시하고, 연구의 목적과 범위를 구체화했다. OTT와 FAST 등 신규 플랫폼의 급성장으로 인한 미디어 환경의 구조적 변화를 진단하고, 이러한 환경 속에서 지역방송이 겪고 있는 위기와 현행 편성 규제 개선 필요성을 강조하며 연구의 개요를 설명했다.

제2장에서는 규제 대상 방송사업자들의 2024년 편성 현황을 데이터에 기반하여 체계적으로 정리하였다. 방송법 및 고시에 따른 주요 의무 편성 비율의 이행 실태를 점검하고, 사업자군별 장기적인 편성 추이를 분석하였다. 이를 통해 규제 준수 현황과 변화 양상을 객관적으로 파악할 수 있는 기초 자료를 구축했다.

제3장에서는 현행 지역민방 수중계 편성 상한 규제의 쟁점과 문제점을 심층적으로 분석하였다. 지역민방의 경영 여건 악화와 제작 역량 저하, 그리고 수중계 의존도 심화 간의 인과관계를 실증적으로 규명하였다. 특히, 기계적인 비율 규제가 지역방송 현장에서 야기하는 딜레마와 구조적 한계를 진단하고, 이해관계자 의견 수렴을 통해 규제의 실효성을 다각도로 평가했다.

제4장에서는 분석된 문제점을 해결하기 위한 수중계 규제 개선 방안을 중점적으로 다루었다. 전문가로 구성된 연구반과의 심도깊은 논의를 바탕으로 ‘자체 제작’ 및 ‘자체 편성’ 기준의 합리화, 자체 제작 의무편성제로의 규제 전환, 자체 제작 지원정책 제안 등 실효성 있는 정책 대안을 설계했다. 아울러 실질적인 제도 개선으로 이어질 수 있도록 관련 법령 및 고시 개정안을 구체적으로 제시했다.

마지막으로, 제5장에서는 연구 결과를 종합하고 향후 편성 규제 정책이 나아가야 할 방향을 제시했다. 본 연구에서 도출된 개선안이 방송 산업의 경쟁력 강화와 지역성 구현에 미칠 기대효과를 정리하고, 변화하는 미디어 환경에서도 지속 가능하고 효과적인 규제 체계를 정립하기 위한 정책적 비전을 제시하였다.

제 2 장 편성현황 조사(2024년 방송사업자 편성현황)

제 1 절 종합편성 방송사업자의 분야별 프로그램 편성 현황

1. 규제 개요

종합편성을 행하는 방송사업자는 방송법(제69조 제3항) 및 동법 시행령(제50조 제1항)에 따라 오락에 관한 방송프로그램을 당해 채널의 매 반기 전체 방송시간의 60% 이하로 편성하여야 한다.¹⁾

규정의 적용 대상이 되는 종합편성 채널은 (1) 지상파 3사 직영(KBS 서울본부, MBC 본사, SBS) 방송채널, (2) KBS 18개 지역방송국(지역총국 및 지역국) 및 MBC 본사를 제외한 16개 지역계열사 방송채널, (3) OBS경인TV(구 경인방송), KNN(구 부산방송), TBC(구 대구방송), 광주방송, 대전방송, 울산방송, 전주방송, 청주방송, G1(구 강원민방), 제주방송 등 지상파 지역 민영방송사의 방송채널, (4) 지상파 DMB 사업자의 방송채널, (5) 텔레비전 방송을 하지 않는 개별 지상파 라디오 방송사업자의 라디오 방송채널, (6) 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자(이하 종편 PP)의 텔레비전 방송채널이다.

2. 지상파 종합편성 방송의 분야별 프로그램 편성 현황

가. 지상파 3사 TV 채널의 분야별 프로그램 편성비율

1) 지상파 3사 TV채널(중앙)의 분야별 프로그램 편성비율

KBS 서울본부, MBC 본사, SBS의 지상파 3사의 4개 방송채널(KBS 1TV, KBS 2TV, MBC, SBS)을 대상으로 2024년 반기별 오락 분야 프로그램의 편성비율을 분석하였다. 분석 결과

1) 2021년 4월 30일 방송법 시행령이 개정(2022년 1월 1일 시행)됨에 따라, 2022년 1월 1일부터 오락 프로그램 편성비율 산정기간이 '매 월'에서 '매 반기'로 변경되었다. 이에 따라 종합편성을 행하는 텔레비전 및 라디오 방송프로그램의 오락 프로그램 편성비율 상한이 50% 이하에서 60% 이하로 완화되었다.

모든 방송 채널이 매 반기 60% 이내에서 오락 분야 프로그램을 편성하며 의무 편성비율을 준수한 것으로 나타났다. 채널별로 살펴보면 MBC와 SBS는 각각 상반기 45.9%·하반기 40.4%(MBC), 상반기 41.3%·하반기 40.3%(SBS)로 매 반기 40% 초중반대의 범위에서 오락 분야 프로그램을 편성하였다. KBS 2TV는 매 반기 56.1%~57.1%의 범위에서 오락 분야 프로그램 편성하였으며, KBS 1TV는 다른 채널보다 낮은 8.4%~9.6%의 범위에서 매 반기 오락 분야 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-1〉 참조).

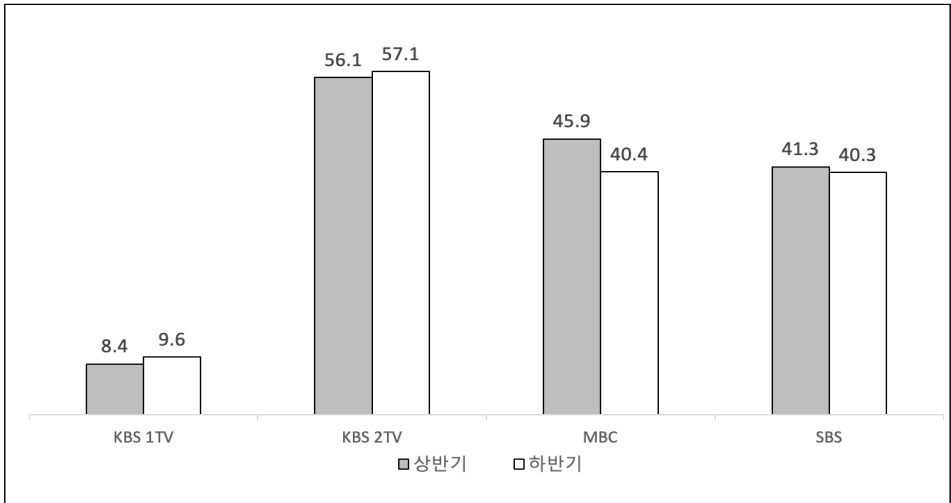
〈표 2-1〉 지상파 3사 TV 채널 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	연평균	의무편성비율
KBS 1TV	8.4	9.6	9.0	반기별 60% 이하
KBS 2TV	56.1	57.1	56.6	
MBC	45.9	40.4	43.2	
SBS	41.3	40.3	40.8	

〔그림 2-1〕 지상파 3사 TV 채널 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)



[그림 2-1]은 KBS 서울본부, MBC 본사, SBS의 지상파 3사의 4개 TV 방송채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율을 도식화한 것이다. 해당 그림을 통해 KBS 1TV의 경우 낮은 오락 프로그램 편성비율을 보이는 반면, KBS 2TV는 오락 프로그램의 편성비율이 여타 채널보다 높은 것은 확인할 수 있다. 이처럼 채널별 편성 특성이 뚜렷하게 드러난다.

주시청시간대에 한정하여 지상파 3사의 4개 TV 방송채널(본사 기준)의 반기별 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율(<표 2-2>)과 연평균 분야별 프로그램의 편성비율 분포(그림 2-2)를 분석하였다.²⁾ 분석 결과, KBS 1TV를 제외한 KBS 2TV, MBC, SBS는 주시청시간대의 절반 이상의 비율로 오락 프로그램을 편성한 것으로 나타났다. 특히 KBS 2TV는 매 반기 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율이 80%대에 가깝거나 그 이상의 편성비율을 나타내며(상반기 74.5%·하반기 80.9%), 높은 편성비율을 보였다. 예년과 마찬가지로, KBS 1TV와 KBS 2TV는 상호 보완 형태의 편성을 취하고 있었다.

<표 2-2> 지상파 3사 TV의 반기별 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	연평균
KBS 1TV	17.6	16.7	17.1
KBS 2TV	74.5	80.9	77.7
MBC	59.9	54.3	57.1
SBS	51.2	53.0	52.1

[그림 2-2]에 나타난 바와 같이, 주시청시간대 KBS 1TV는 연평균 교양과 보도 프로그램의 편성을 합하여 82.9%를, 오락 프로그램은 17.1%를 편성했다. 반대로 KBS 2TV의 경우 주시청시간대 연평균 교양과 보도 프로그램을 합한 비율이 22.3%였으며, 오락 프로그램의 편성 비율은 77.7%를 나타냈다. KBS 2TV의 주시청시간대 교양과 보도 프로그램 편성비율은 작년 편성비율(17.9%)에 비해 증가했으며, 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율은 소폭 적게 편성하였다(2023년 82.1%, 2024년 77.7%).

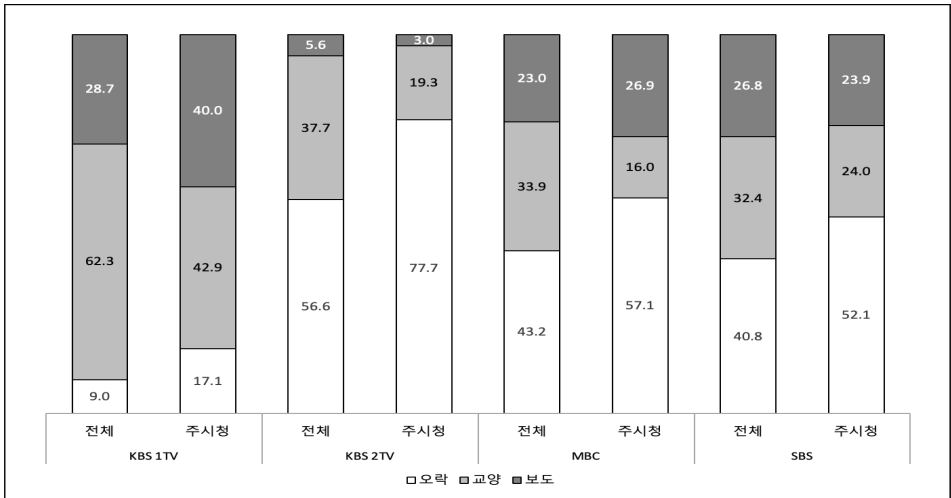
2) 현재 보도·교양·오락 프로그램의 균형 있는 편성과 관련하여 현행 방송법령에 주시청시간대에 한정하여 적용되는 편성비율 제한은 없다. 주시청시간대에 한정된 분야별 편성비율 분포는 방송사업자 편성현황에 대한 참고자료로 제시한다.

한편 2024년 KBS 서울본부의 편성비율은 KBS 1TV와 KBS 2TV 간에는 보완 편성 행태가 뚜렷하게 나타났다. KBS 1TV는 교양과 보도를 강조하는 채널 특성을 프로그램 편성에도 적극적으로 반영하고 있다. 교양 프로그램과 보도 프로그램의 연평균 편성비율은 각각 62.3%, 28.7%인 반면, 오락 프로그램의 연평균 편성비율은 9.0%를 나타냈다. 이는 전년도 KBS 1TV의 편성비율(교양 61.7%, 보도 30.9%, 오락 7.4%)과 유사한 편성 형태였다. 반면 KBS 2TV의 보도 프로그램 연평균 편성비율은 5.6%, 오락 프로그램의 연평균 편성비율은 56.6%로 KBS 1TV 편성비율과 큰 차이를 보였다. KBS 2TV의 오락 프로그램 연평균 편성비율은 KBS1을 제외한 3사 가운데 가장 높은 수치였다([그림 2-2] 참조).

MBC(서울 기준)와 SBS의 오락 프로그램 편성 비율은 예년과 마찬가지로 서로 유사한 편성 형태를 보였다. 전체시간대 기준 MBC의 오락 프로그램 편성비율은 43.2%로, SBS(40.8%)에 비해 약 2.4%p정도 높게 편성하였으며, 교양 프로그램 또한 MBC가 SBS보다 약 1.5%p 비율로 더 많이 편성한 것으로 나타났다(MBC 33.9%, SBS 32.4%). 반면, 보도 프로그램 편성비율에서 SBS가 26.8%, MBC가 23.0%로, SBS가 MBC에 비해 보도 프로그램을 3.9%p 높게 편성하였다([그림 2-2] 참조).

[그림 2-2] 지상파 3사 TV 채널의 연평균 분야별 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)



2) 지역 KBS 텔레비전 채널의 분야별 프로그램 편성비율

KBS(한국방송공사)는 전국 단일 법인으로 서울본부 외에 전국 9개 주요 도시의 방송총국과 9개의 지역국으로 구성되어 있다(이하 지역방송국으로 통칭). 방송총국은 부산(1TV, 2TV), 창원(1TV, 2TV), 대구(1TV, 2TV), 광주(1TV, 2TV), 전주(1TV, 2TV), 대전(1TV, 2TV), 청주(1TV, 2TV), 춘천(1TV, 2TV), 제주(1TV, 2TV)로 구성되어 있다. 9개 지역국은 방송총국과 연계되어 있는 조직으로 울산(1TV, 2TV), 진주(1TV), 안동(1TV), 포항(1TV), 목포(1TV), 순천(1TV), 충주(1TV), 강릉(1TV, 2TV), 원주(1TV)로 구성되어 있다.

KBS 서울본부와 동일하게 KBS 지역방송국(방송총국 및 지역국)들 또한 종합편성을 원칙으로 하고 있다. KBS 지역방송국들의 반기별 오락 프로그램의 편성현황을 분석한 결과 모든 지역방송국들의 KBS 1TV와 KBS 2TV 채널은 매 반기 60% 이하의 오락 프로그램 편성비율 상한 규정을 준수한 것으로 나타났다(<표 2-3> 참조).³⁾

<표 2-3> KBS 지역 TV 채널의 반기별 전체시간대 분야별 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
경인 1TV	보도	28.1	29.3	28.7
	교양	63.5	61.1	62.3
	오락	8.4	9.6	9.0
부산 1TV	보도	28.5	29.7	29.1
	교양	63.1	60.8	69.1
	오락	8.4	9.6	9.0
부산 2TV	보도	5.8	5.5	5.6
	교양	38.1	37.4	37.7
	오락	56.1	57.1	56.6
울산 1TV	보도	27.4	28.4	27.9
	교양	64.2	62.1	63.1
	오락	8.4	9.6	9.0

3) 지역방송국들 간에 오락 프로그램 편성비율은 대체로 비슷하게 나타났으며, 이는 KBS 서울본부의 편성 내용을 중심으로 방송하는 편성행태가 반영된 결과이다.

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
울산 2TV	보도	5.8	5.5	5.6
	교양	38.1	37.4	37.7
	오락	56.1	57.1	56.6
창원 1TV	보도	28.6	29.6	29.1
	교양	63.1	61.0	62.0
	오락	8.3	9.4	8.9
창원 2TV	보도	5.8	5.5	5.6
	교양	38.1	37.4	37.7
	오락	56.1	57.1	56.6
진주 1TV	보도	28.6	29.6	29.1
	교양	63.1	61.0	62.0
	오락	8.3	9.4	8.9
광주 1TV	보도	28.4	29.7	29.1
	교양	63.3	60.8	62.1
	오락	8.3	9.5	8.9
광주 2TV	보도	5.8	5.5	5.6
	교양	38.1	37.4	37.7
	오락	56.1	57.1	56.6
목포 1TV	보도	28.4	29.7	29.1
	교양	63.3	60.8	62.1
	오락	8.3	9.5	8.9
순천 1TV	보도	28.4	29.7	29.0
	교양	63.4	60.8	62.1
	오락	8.3	9.5	8.9
춘천 1TV	보도	28.1	29.2	28.6
	교양	63.6	61.2	62.4
	오락	8.3	9.6	8.9
춘천 2TV	보도	5.8	5.5	5.6
	교양	38.1	37.4	37.7
	오락	56.1	57.1	56.6
강릉 1TV	보도	28.1	29.2	28.6
	교양	63.6	61.2	62.4
	오락	8.4	9.6	8.9

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
강릉 2TV	보도	5.8	5.5	5.6
	교양	38.1	37.4	37.7
	오락	56.1	57.1	56.6
원주 1TV	보도	28.1	29.2	28.7
	교양	63.6	61.2	62.4
	오락	8.3	9.6	8.9
대전 1TV	보도	28.6	29.6	29.1
	교양	63.2	60.8	62.0
	오락	8.3	9.7	9.0
대전 2TV	보도	5.8	5.5	5.6
	교양	38.1	37.4	37.7
	오락	56.1	57.1	56.6
청주 1TV	보도	28.2	29.2	28.7
	교양	63.4	61.3	62.4
	오락	8.4	9.5	8.9
청주 2TV	보도	5.8	5.5	5.6
	교양	38.1	37.4	37.7
	오락	56.1	57.1	56.6
충주 1TV	보도	28.2	29.2	28.7
	교양	63.4	61.3	62.4
	오락	8.4	9.5	8.9
대구 1TV	보도	28.1	29.2	28.7
	교양	63.5	61.4	62.4
	오락	8.4	9.4	8.9
대구 2TV	보도	5.8	5.5	5.6
	교양	38.1	37.4	37.7
	오락	56.1	57.1	56.6

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
안동 1TV	보도	28.1	29.2	28.7
	교양	63.5	61.4	62.4
	오락	8.4	9.4	8.9
포항 1TV	보도	28.1	29.2	28.7
	교양	63.5	61.4	62.4
	오락	8.4	9.4	8.9
전주 1TV	보도	28.2	29.5	28.8
	교양	63.5	61.4	62.4
	오락	8.3	9.2	8.7
전주 2TV	보도	6.1	5.5	5.8
	교양	37.9	37.4	37.7
	오락	56.0	57.1	56.6
제주 1TV	보도	28.1	29.2	28.6
	교양	63.4	61.4	62.4
	오락	8.6	9.4	9.0
제주 2TV	보도	5.8	5.5	5.6
	교양	38.1	37.4	37.7
	오락	56.1	57.1	56.6

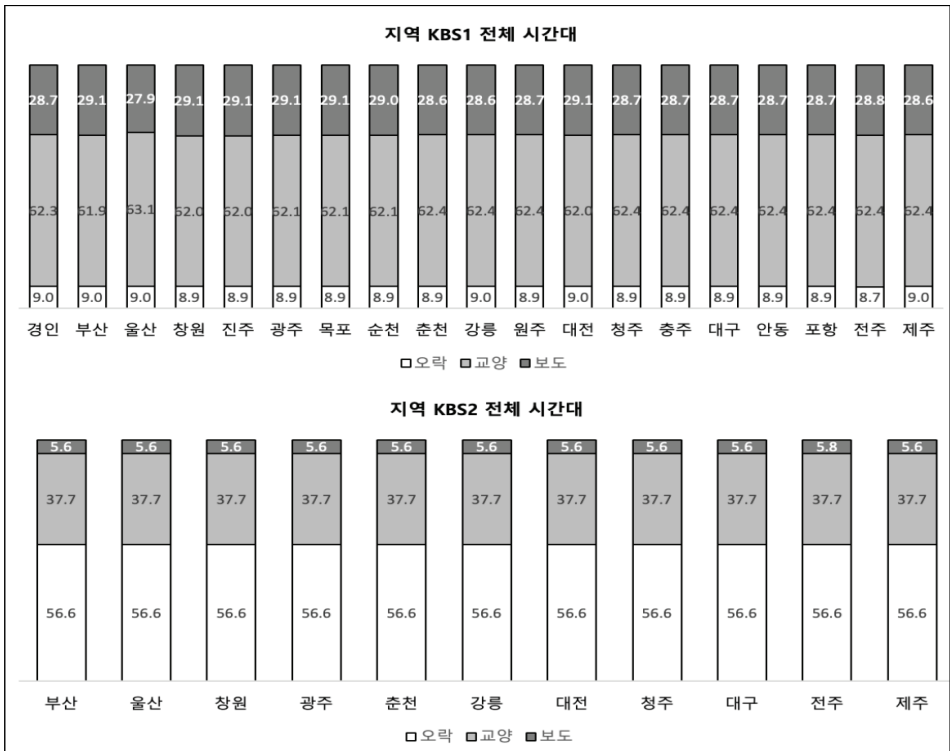
KBS 1TV와 KBS 2TV가 운영하는 KBS 지역방송국(지역총국 및 지역국)들의 연평균 분야별 프로그램 편성비율 분포 형태를 분석하였다([그림 2-3] 참조). 지역방송국들 간에 편성비율은 대체로 비슷하게 나타났으며, 이는 KBS 서울본부의 편성 내용을 중심으로 방송하는 편성형태가 반영된 결과로 보인다.

[그림 2-3]은 KBS 지역방송국 TV 채널별 연평균 편성비율을 나타내는 것으로, KBS 1TV 오락 프로그램 연평균 편성비율은 8.7~9.0%의 범위를 보였으며, KBS 2TV는 56.6%의 일정한 비율로 나타났다. 이는 KBS 서울본부(KBS 1TV, KBS 1TV)의 오락 프로그램 연평균 편성비율([그림 2-2] 참조)과 동일한 비율로, 지역 KBS 지역방송국 TV가 대체로 KBS 서울본부와 동일하게 오락 프로그램을 편성하고 있음을 드러낸다.

다음은 보도 프로그램의 연평균 편성비율을 분석한 결과이다. 지역 KBS 1TV의 보도 프로그램 편성비율은 27.9~29.1%, 지역 KBS 2TV는 5.6~5.8%로 비교적 일정한 편성비율을 보였다(그림 2-3 참조). 전년도에 이어, KBS 지역방송국(지역총국 및 지역국)들은 서울본부와 동일한 편성양상을 드러냈다. KBS 1TV에서는 보도 프로그램과 교양 프로그램에, KBS 2TV에서는 오락 프로그램 편성에 주력하였다.

[그림 2-3] 지역 KBS TV 채널의 연평균 분야별 편성비율(2024년)

(단위: %)



다음으로 주시청시간대에 한정하여 지역 KBS 1TV와 2TV의 분야별 프로그램 편성비율을 분석하였다(그림 2-4 참조). 전체 시청시간대와 마찬가지로 주시청시간대에서도 지역 KBS 1TV와 2TV는 분야별 세부 비율에서 약간의 차이만 보일 뿐 대체로 비슷한 비율로 프로그램을 편성하였다. 지역 KBS 1TV와 2TV의 연평균 분야별 프로그램 편성형태 역시

서울본부의 구성비와 유사한 것으로 나타났다. 예를 들어, 지역 KBS 2TV의 연평균 주시청 시간대 오락 프로그램 편성비율은 77.7%로, 서울본부의 편성비율과 동일한 수치를 나타냈으며, 지역 KBS 1TV의 연평균 주시청시간대 오락 프로그램 편성 비율은 16.8-17.2%의 범위로 서울본부의 편성 비율(17.1%)과 유사한 구성비를 보였다. 또한 지역 KBS 2TV의 연평균 주시청시간대 보도 프로그램 편성비율은 3.0%로, 서울본부와 마찬가지로 오락·교양 프로그램에 비해 보도 프로그램 편성이 상대적으로 낮게 나타났다([그림 2-2], [그림 2-3] 참조).

아래 <표 2-4>는 지역 KBS TV 채널의 반기별 주시청시간대 분야별 프로그램 편성비율 분포를 보여준다.

<표 2-4> 지역 KBS TV 채널의 반기별 주시청시간대 분야별 프로그램 편성비율(2024년)

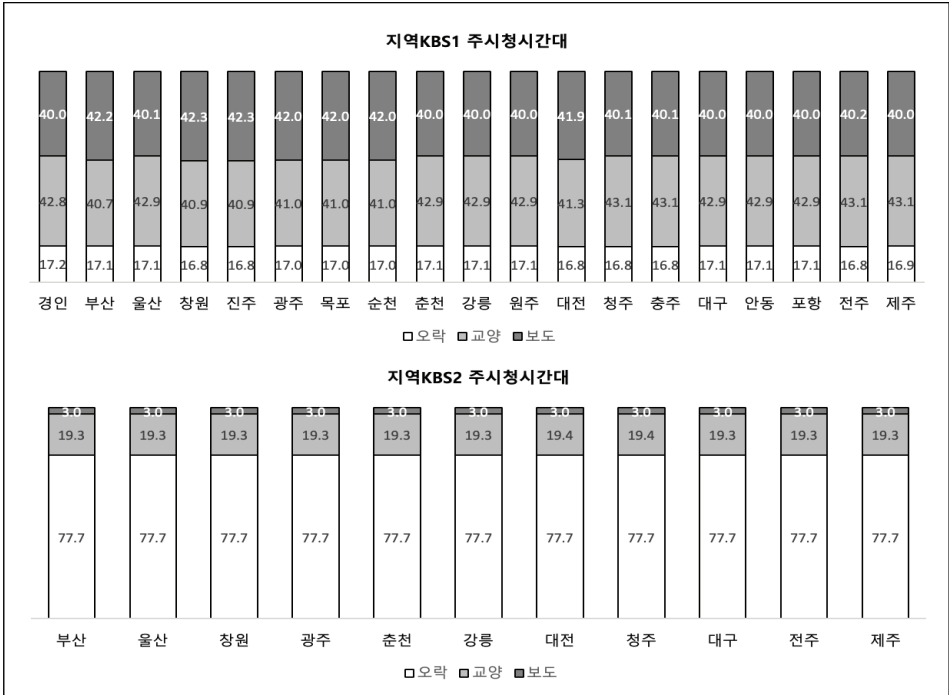
(단위: %)

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
경인 1TV	보도	38.9	41.1	40.0
	교양	43.4	42.2	42.8
	오락	17.7	16.6	17.2
부산 1TV	보도	41.2	43.2	42.2
	교양	41.3	40.1	40.7
	오락	17.6	16.7	17.1
부산 2TV	보도	4.7	1.2	3.0
	교양	20.8	17.9	19.3
	오락	74.5	81.0	77.7
울산 1TV	보도	39.0	41.2	40.1
	교양	43.5	42.2	42.9
	오락	17.6	16.6	17.1
울산 2TV	보도	4.7	1.2	3.0
	교양	20.8	17.9	19.3
	오락	74.5	81.0	77.7
창원 1TV	보도	41.5	43.2	42.3
	교양	41.0	40.8	40.9
	오락	17.5	16.0	16.8
창원 2TV	보도	4.7	1.2	3.0
	교양	20.8	17.9	19.3
	오락	74.5	81.0	77.7

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
진주 1TV	보도	41.5	43.2	42.3
	교양	41.0	40.8	40.9
	오락	17.5	16.0	16.8
광주 1TV	보도	40.2	43.8	42.0
	교양	42.2	39.9	41.0
	오락	17.6	16.4	17.0
광주 2TV	보도	4.7	1.2	3.0
	교양	20.8	17.9	19.3
	오락	74.5	81.0	77.7
목포 1TV	보도	40.2	43.8	42.0
	교양	42.2	39.9	41.0
	오락	17.6	16.4	17.0
순천 1TV	보도	40.2	43.8	42.0
	교양	42.2	39.9	41.0
	오락	17.6	16.4	17.0
춘천 1TV	보도	39.0	41.0	40.0
	교양	43.5	42.3	42.9
	오락	17.6	16.7	17.1
춘천 2TV	보도	4.7	1.2	3.0
	교양	20.8	17.9	19.3
	오락	74.5	81.0	77.7
강릉 1TV	보도	39.0	41.0	40.0
	교양	43.5	42.3	42.9
	오락	17.6	16.7	17.1
강릉 2TV	보도	4.7	1.2	3.0
	교양	20.8	17.9	19.3
	오락	74.5	81.0	77.7
원주 1TV	보도	39.0	41.0	40.0
	교양	43.5	42.3	42.9
	오락	17.5	16.7	17.1
대전 1TV	보도	41.0	42.7	41.9
	교양	41.4	41.2	41.3
	오락	17.5	16.1	16.8
대전 2TV	보도	4.7	1.2	3.0
	교양	20.8	17.9	19.4
	오락	74.5	81.0	77.7

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
청주 1TV	보도	39.0	41.2	40.1
	교양	43.6	42.7	43.1
	오락	17.5	16.1	16.8
청주 2TV	보도	4.7	1.2	3.0
	교양	20.8	17.9	19.4
	오락	74.5	81.0	77.7
충주 1TV	보도	39.0	41.2	40.1
	교양	43.6	42.7	43.1
	오락	17.4	16.1	16.8
대구 1TV	보도	38.9	41.1	40.0
	교양	43.6	42.2	42.9
	오락	17.5	16.7	17.1
대구 2TV	보도	4.7	1.2	3.0
	교양	20.8	17.9	19.3
	오락	74.5	81.0	77.7
안동 1TV	보도	38.9	41.1	40.0
	교양	43.6	42.2	42.9
	오락	17.5	16.7	17.1
포항 1TV	보도	38.9	41.1	40.0
	교양	43.6	42.2	42.9
	오락	17.5	16.7	17.1
전주 1TV	보도	39.0	41.4	40.2
	교양	43.5	42.6	43.1
	오락	17.5	16.0	16.8
전주 2TV	보도	4.7	1.2	3.0
	교양	20.8	17.9	19.3
	오락	74.5	81.0	77.7
제주 1TV	보도	38.8	41.2	40.0
	교양	43.3	42.8	43.1
	오락	17.9	16.0	16.9
제주 2TV	보도	4.7	1.2	3.0
	교양	20.8	17.9	19.3
	오락	74.5	81.0	77.7

[그림 2-4] 지역 KBS TV 채널의 연평균 주시청시간대 분야별 편성비율(2024년)



3) 지역 MBC 텔레비전 채널의 분야별 프로그램 편성비율

MBC는 KBS처럼 단일법인 아래의 지국 형태가 아닌 독립법인 형태의 지역계열사로 되어 있다. 지상파 방송국들은 문화방송(서울 본사) 외에 부산, 울산, 경남(창원, 진주), 대구, 안동, 포항, 광주, 목포, 여수, 전주, 대전, 충북(청주, 충주), 춘천, 강원영동(강릉, 삼척) 원주, 제주 등 16개 지역 지상파 방송사의 19개 지역 계열사로 구성된다.⁴⁾ 이들 지역 MBC 지상파 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 지역 MBC TV 채널은 반기별 오락 분야 프로그램을 60% 이하로 편성하여 법적 편성 상한 기준에 부합한 것으로 나타났다(<표 2-5> 참조).

4) MBC 경남은 창원과 진주 방송국을, 2015년 1월 출범한 MBC 강원영동은 이전의 강릉과 삼척 방송국을, 2016년 출범한 MBC 충북은 이전의 청주와 충주 방송국을 같이 운영하기 때문에 법인 수와 방송국 수가 다르다.

〈표 2-5〉 지역 MBC TV 채널의 반기별 전체시간대 분야별 편성비율(2024년)

(단위: %)

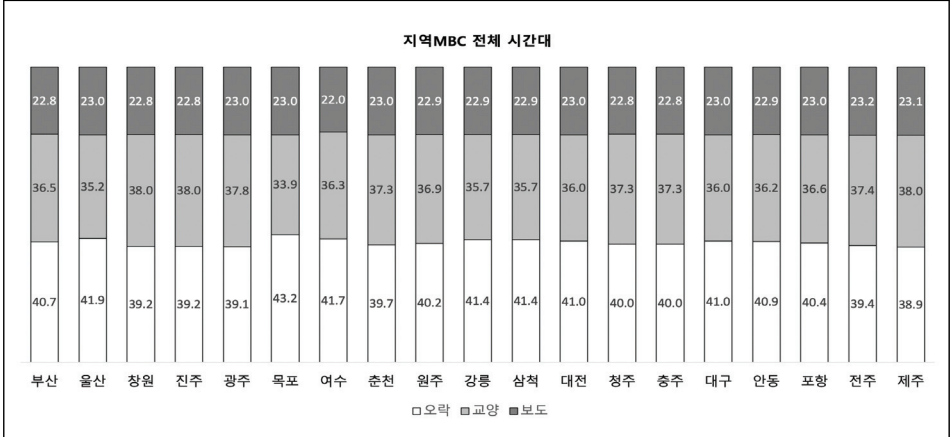
방송사	분야	상반기	하반기	연평균
부산	보도	21.4	24.1	22.8
	교양	35.8	37.2	36.5
	오락	42.8	38.7	40.7
울산	보도	21.5	24.5	23.0
	교양	34.3	36.0	35.2
	오락	44.2	39.5	41.9
경남 창원	보도	21.2	24.5	22.8
	교양	37.2	38.8	38.0
	오락	41.6	36.8	39.2
경남 진주	보도	21.2	24.5	22.8
	교양	37.2	38.8	38.0
	오락	41.6	36.8	39.2
광주	보도	21.6	24.5	23.0
	교양	36.7	39.0	37.8
	오락	41.8	36.5	39.1
목포	보도	21.4	24.6	23.0
	교양	32.7	35.0	33.9
	오락	45.9	40.4	43.2
여수	보도	20.5	23.5	22.0
	교양	35.5	37.1	36.3
	오락	44.1	39.4	41.7
춘천	보도	21.4	24.5	23.0
	교양	36.4	38.2	37.3
	오락	42.2	37.3	39.7
원주	보도	21.3	24.6	22.9
	교양	35.9	37.9	36.9
	오락	42.9	37.5	40.2
영동 강릉	보도	21.3	24.5	22.9
	교양	35.0	36.3	35.7
	오락	43.7	39.2	41.4

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
영동 삼척	보도	21.3	24.5	22.9
	교양	35.0	36.3	35.7
	오락	43.7	39.2	41.4
대전	보도	21.6	24.5	23.0
	교양	34.5	37.4	36.0
	오락	43.9	38.1	41.0
충북 청주	보도	21.1	24.5	22.8
	교양	36.6	37.9	37.3
	오락	42.4	37.6	40.0
충북 충주	보도	21.1	24.5	22.8
	교양	36.6	37.9	37.3
	오락	42.4	37.6	40.0
대구	보도	21.7	24.4	23.0
	교양	35.0	37.0	36.0
	오락	43.4	38.6	41.0
안동	보도	21.4	24.4	22.9
	교양	35.4	37.1	36.2
	오락	43.2	38.6	40.9
포항	보도	21.4	24.6	23.0
	교양	35.6	37.6	36.6
	오락	43.0	37.8	40.4
전주	보도	21.7	24.6	23.2
	교양	36.6	38.3	37.4
	오락	41.7	37.1	39.4
제주	보도	21.8	24.5	23.1
	교양	37.3	38.7	38.0
	오락	40.9	36.9	38.9

지역 MBC TV 채널의 연평균 전체시간대 오락 프로그램의 편성비율은 38.9~43.2% 수준으로 나타났다(그림 2-5) 참조).

[그림 2-5] 지역 MBC TV 채널의 연평균 전체시간대 분야별 편성비율(2024년)

(단위: %)



지역 MBC TV 채널의 연평균 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율은 전체 시간대보다 다소 높은 54.2~58.2%로 나타났다(그림 2-6) 참조). 또한 지역 KBS TV 채널과 마찬가지로, 지역 MBC TV 채널도 서울 본사(57.1%)와 유사한 편성비율을 보였다.

<표 2-6> 지역 MBC TV 채널의 반기별 주시청시간대 분야별 편성비율(2024년)

(단위: %)

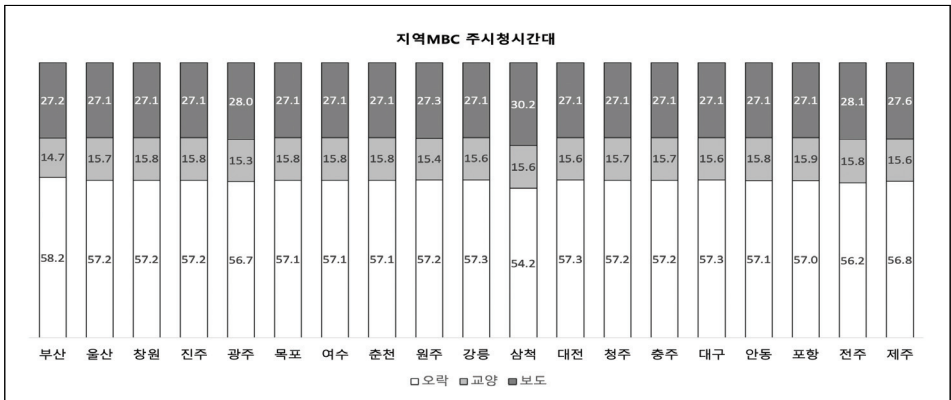
방송사	분야	상반기	하반기	연평균
부산	보도	25.6	28.7	27.2
	교양	14.3	15.0	14.7
	오락	60.1	56.3	58.2
울산	보도	25.5	28.7	27.1
	교양	14.6	16.9	15.7
	오락	59.9	54.4	57.2

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
경남(창원)	보도	25.4	28.7	27.1
	교양	14.6	16.9	15.8
	오락	60.0	54.4	57.2
경남(진주)	보도	25.4	28.7	27.1
	교양	14.6	16.9	15.8
	오락	60.0	54.4	57.2
광주	보도	25.5	30.5	28.0
	교양	14.1	16.5	15.3
	오락	60.4	53.1	56.7
목포	보도	25.4	28.8	27.1
	교양	14.6	16.9	15.8
	오락	59.9	54.3	57.1
여수	보도	25.4	28.8	27.1
	교양	14.6	17.0	15.8
	오락	59.9	54.3	57.1
춘천	보도	25.5	28.7	27.1
	교양	14.4	17.1	15.8
	오락	60.1	54.2	57.1
원주	보도	25.8	28.9	27.3
	교양	14.0	16.8	15.4
	오락	60.2	54.3	57.2
강릉	보도	25.4	28.7	27.1
	교양	14.6	16.6	15.6
	오락	59.9	54.7	57.3
삼척	보도	31.6	28.7	30.2
	교양	14.6	16.6	15.6
	오락	53.7	54.7	54.2
대전	보도	25.5	28.7	27.1
	교양	14.3	16.8	15.6
	오락	60.2	54.5	57.3
충북(청주)	보도	25.4	28.7	27.1
	교양	14.6	16.8	15.7
	오락	59.9	54.4	57.2

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
충북(충주)	보도	25.4	28.7	27.1
	교양	14.6	16.8	15.7
	오락	59.9	54.4	57.2
대구	보도	25.4	28.7	27.1
	교양	14.6	16.7	15.6
	오락	59.9	54.6	57.3
안동	보도	25.4	28.7	27.1
	교양	14.6	17.0	15.8
	오락	59.9	54.3	57.1
포항	보도	25.5	28.7	27.1
	교양	14.8	17.0	15.9
	오락	59.7	54.3	57.0
전주	보도	25.7	30.5	28.1
	교양	14.9	16.6	15.8
	오락	59.4	52.9	56.2
제주	보도	25.4	29.8	27.6
	교양	14.7	16.4	15.6
	오락	59.9	53.8	56.8

[그림 2-6] 지역 MBC TV 채널의 연평균 주시청시간대 분야별 편성비율(2024년)

(단위: %)



나. 지상파 3사 종합편성 라디오 채널의 분야별 프로그램 편성 현황

1) 지상파 3사 종합편성 라디오 채널(서울)의 분야별 프로그램 편성비율

KBS 서울본부, MBC 본사, SBS가 운영하는 라디오 채널 중 종합편성 채널은 다음과 같다. KBS는 1라디오(AM/표준FM), 2라디오(AM/표준FM: 해피FM), 3라디오(AM/표준FM: 사랑의 소리 FM), KBS 한민족 제1방송, KBS 한민족 제2방송⁵⁾, KBS World Radio로 총 6개 채널을 운영하며, MBC와 SBS는 각각 AM/표준FM 기반 종합편성 채널 1개씩 운영한다.⁶⁾

반기별 오락 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 모든 채널이 오락 프로그램 편성비율을 60% 이하로 편성하고 있는 것으로 나타났다(<표 2-7> 참조).

<표 2-7> 지상파 3사 종합편성 라디오 채널의 매 반기 분야별 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
KBS 1R AM/표준FM	보도	33.0	32.2	32.6
	교양	62.6	63.4	63.0
	오락	4.4	4.4	4.4
KBS 2R AM/표준FM	보도	0.2	0.2	0.2
	교양	58.7	54.2	56.4
	오락	41.2	45.7	43.4
KBS 3R AM/표준FM	보도	7.1	2.7	4.9
	교양	69.7	74.0	71.9
	오락	23.2	23.3	23.3
KBS 한민족 제1방송	보도	11.4	11.4	11.4
	교양	63.6	63.6	63.6
	오락	25.0	25.0	25.0
KBS 한민족 제2방송	보도	5.9	5.9	5.9
	교양	58.4	58.4	58.4
	오락	35.7	35.7	35.7

5) KBS 한민족 방송은 2021년 6월부터 제1방송과 제2방송으로 분리해 운영되고 있다.

6) KBS 서울본부는 6개의 종합편성 라디오 채널과 별도로, KBS 1FM·KBS 2FM·국방FM 3개의 전문편성 라디오 채널을 운영하고 있다. MBC 본사와 SBS 역시 각각 전문편성 FM 채널(MBC의 FM4U와 SBS의 파워FM)을 운영한다.

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
KBS World Radio	보도	21.8	23.3	22.6
	교양	48.8	47.9	48.4
	오락	29.4	28.8	29.1
MBC AM/표준FM	보도	7.7	7.6	7.6
	교양	78.1	78.3	78.2
	오락	14.2	14.1	14.1
SBS AM/표준FM	보도	11.7	11.7	11.7
	교양	41.6	41.6	41.6
	오락	46.8	46.8	46.8

상기한 라디오 채널들은 모두 종합편성을 하고 있으나, 채널별로 차별화된 편성전략을 취하고 있다. 연평균 분야별 프로그램 편성비율 분포를 살펴보면 채널 간 편차가 뚜렷하게 나타났다(그림 2-7 참조). 앞서 살펴본 지상파 텔레비전 방송의 경우, 지상파 3사 채널(서울 기준) 간 편성 경향이 대체로 유사했다. 특히 KBS의 2개 채널은 보완적인 형태의 편성구조를 보였으며, KBS 2TV, MBC, SBS는 서로 유사한 편성형태를 취하고 있었다. 그러나 라디오방송의 경우, 지상파 3사가 종합편성 및 전문편성 등 2개 이상의 라디오 채널을 운영하고 있어 채널별 편성 차별화 유인이 강하게 작용한다(주성희 외, 2016).

KBS의 3개 종합편성 라디오 채널은 분야별 프로그램의 편성비율에서 다른 특징을 보인다. KBS 1라디오는 교양·보도 프로그램을 중점적으로 편성하고 있으며, 연평균 편성비율은 교양 63.0%, 보도 32.6%로 나타났다(그림 2-7). 이에 비해 오락 프로그램의 연평균 편성비율은 4.4%로 8개 채널 중 가장 낮았다. 반면 KBS 2라디오 채널(해피FM)은 가족·오락 채널을 표방함에 따라 보도 프로그램 편성비율이 0.2%에 불과하지만, 교양·오락 프로그램 편성비율은 각각 56.4%, 43.4%를 차지하고 있다. 한편 오락 프로그램 편성비율이 가장 높은 채널은 SBS AM/표준FM으로 상·하반기 모두 46.8%를 기록하였다.

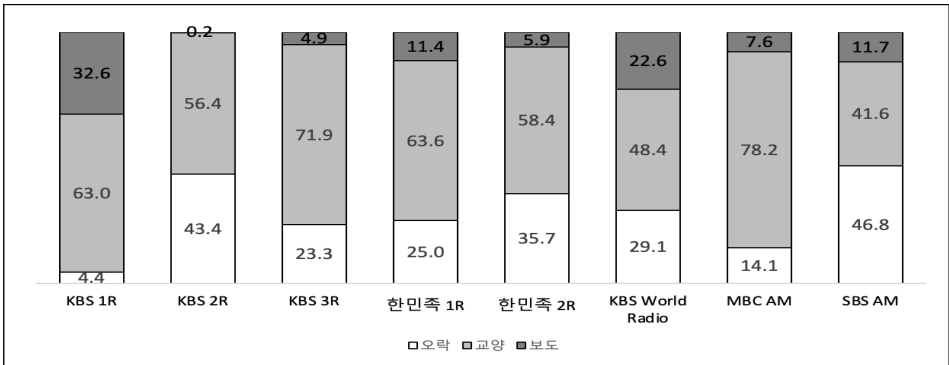
KBS 3라디오 채널(사랑의 소리 FM)은 장애인과 소외 계층 대상으로 한 채널로, 예년과 동일하게 교양 프로그램 중심의 편성을 유지하였다. 교양 프로그램의 연평균 편성비율은 71.9%로, MBC AM/표준FM채널 다음으로 높은 수준이었다. 보도 프로그램의 편성비율은 4.9%로 전년도(8.3%)에 비해 소폭 감소하였다. KBS World Radio는 국내 소식을 해외 청취자에게 제공하는 다국어 국제방송 채널로, 교양 프로그램의 연평균 편성비율이 48.4%에

달한다. 반면 오락 프로그램 편성비율은 29.1%로 상대적으로 낮게 나타났다(그림 2-7 참조).

MBC AM/표준FM 채널과 SBS AM/표준FM은 두 채널 모두 다양한 연령층을 대상으로 하지만, 분야별 편성비율에서 뚜렷한 차이를 보였다. MBC AM/표준FM 채널은 연평균 교양 프로그램 편성비율이 78.2%로, 보도 프로그램(7.6%)과 오락 프로그램(14.1%)의 편성비율에 비해 상대적으로 높은 수치를 보였다. 반면 SBS AM/표준FM 채널은 연평균 오락 프로그램 편성비율이 53.3%로 전체 채널 중 가장 높았으며, 보도 프로그램 편성 비율도 11.7%로 KBS 1라디오와 KBS World Radio 다음으로 높은 수준을 보였다. 구체적인 편성 내용과는 별개로, 분야별 프로그램 편성비율만을 두고 볼 때 MBC AM/표준FM 채널은 KBS 3라디오 채널과 유사하게 교양 중심 편성행태를 보였으며, SBS AM/표준FM 채널은 KBS 2라디오 채널과 마찬가지로 교양·오락 프로그램 비중을 고르게 구성하였다(그림 2-7 참조).

[그림 2-7] 지상파 3사 종합편성 라디오 채널의 연평균 분야별 편성비율(2024년)

(단위: %)



2) 지역 KBS·지역 MBC 종합편성 라디오 채널의 분야별 프로그램 편성비율

KBS와 MBC는 지역 종합편성 채널(또는 방송국)에서도 종합편성 라디오 채널을 운영하고 있다. 2024년 기준 KBS 1라디오 채널은 19개 지역 라디오 채널(부산, 울산, 창원, 진주, 광주, 목포, 순천, 춘천, 강릉, 원주, 대전, 청주, 충주, 대구, 안동, 울릉, 포항, 전주, 제주)에서, KBS 2라디오 채널은 9개 지역 KBS 라디오 채널(부산, 창원, 광주, 춘천, 대전, 청주, 대구, 전주, 제주)에서 운영된다. MBC는 16개 지역계열사의 19개 방송국이 각각 MBC AM 채널

널을 운영하고 있다.7)

이들 지역 라디오 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율 분석 결과, KBS와 MBC의 지역 라디오 채널 모두 오락 프로그램 편성비율 상한 기준(60% 이하)을 준수하고 있는 것으로 확인되었다(<표 2-8> 참조).

<표 2-8> 지역 KBS, MBC 종합편성 라디오 채널의 오락 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사 및 채널			상반기	하반기	연평균
KBS	부산	1R	4.4	4.4	4.4
		2R	41.2	45.7	43.4
	울산	1R	4.4	4.4	4.4
	창원	1R	4.4	4.4	4.4
		2R	43.7	48.2	46.0
	진주	1R	4.4	4.4	4.4
	대구	1R	4.4	4.4	4.4
		2R	50.3	54.6	52.4
	안동	1R	4.4	4.4	4.4
	울릉	1R	4.4	4.4	4.4
	포항	1R	4.4	4.4	4.4
	광주	1R	4.4	4.4	4.4
		2R	47.7	52.7	50.2
	목포	1R	4.4	4.4	4.4
	순천	1R	4.4	4.4	4.4
	전주	1R	4.4	4.4	4.4
		2R	41.2	45.7	43.4
	대전	1R	4.4	4.4	4.4
		2R	47.0	52.6	49.8

7) KBS 지역방송국들과 MBC 지역계열사들은 방송국별로 1개씩 전문편성 FM 채널을 추가적으로 운영하고 있으며, 해당 채널들의 편성 현황은 '전문편성 채널의 주된 분야 편성' 절에서 별도로 다룬다.

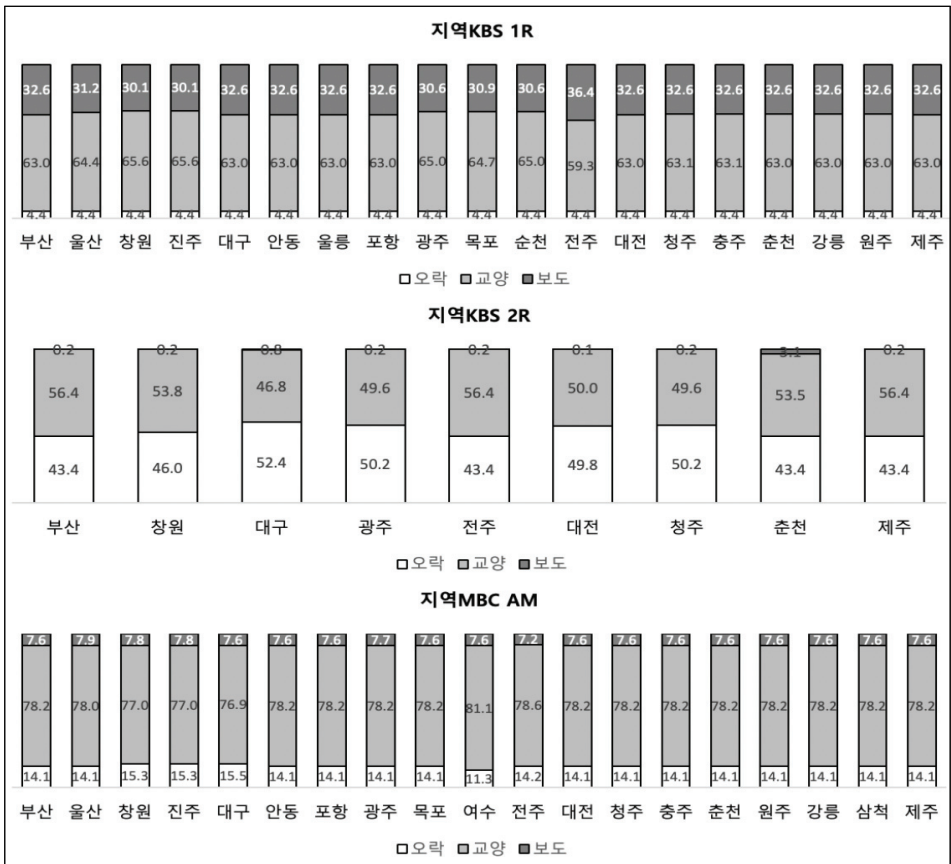
방송사 및 채널			상반기	하반기	연평균
	청주	1R	4.4	4.4	4.4
		2R	47.0	53.3	50.2
	충주	1R	4.4	4.4	4.4
	춘천	1R	4.4	4.4	4.4
		2R	41.2	45.7	43.4
	강릉	1R	4.4	4.4	4.4
	원주	1R	4.4	4.4	4.4
	제주	1R	4.4	4.4	4.4
2R		41.2	45.7	43.4	
MBC	부산	AM	14.2	14.1	14.1
	울산	AM	14.2	14.0	14.1
	경남(창원)	AM	15.3	15.2	15.3
	경남(진주)	AM	15.3	15.2	15.3
	대구	AM	15.4	15.6	15.5
	안동	AM	14.2	14.1	14.1
	포항	AM	14.2	14.1	14.1
	광주	AM	14.2	14.1	14.1
	목포	AM	14.2	14.1	14.1
	여수	AM	11.7	10.9	11.3
	전주	AM	14.3	14.0	14.2
	대전	AM	14.2	14.1	14.1
	충북(청주)	AM	14.2	14.1	14.1
	충북(충주)	AM	14.2	14.1	14.1
	춘천	AM	14.2	14.1	14.1
	원주	AM	14.2	14.1	14.1
	강원 영동(강릉)	AM	14.2	14.1	14.1
	강원 영동(삼척)	AM	14.2	14.1	14.1
	제주	AM	14.2	14.1	14.1

[그림 2-8]은 KBS 지역 TV 채널(또는 방송국)과 MBC 지역 TV 채널(또는 방송국)이 운영하는 종합편성 라디오 채널의 연평균 분야별 프로그램 편성비율을 보여준다. 지역 KBS 1라디오, KBS 2라디오 채널, 그리고 지역 MBC AM 채널의 분야별 프로그램 구성비는 전반

적으로 KBS 서울본부와 MBC 본사 채널의 구성비와 큰 차이를 보이지 않았다. 예를 들어 오락 프로그램의 연평균 편성비율의 경우, 지역 KBS 1라디오 채널들이 4.4%, 지역 KBS 2라디오채널들이 43.4~52.4%, 지역 MBC AM 채널들이 11.3~15.5%로 나타났다. 이는 KBS 서울본부 및 MBC 본사가 직영하는 3개 채널의 연평균 오락 프로그램 편성비율(KBS 1라디오 4.4%, KBS 2라디오 43.4%, MBC AM/표준FM 14.1%)과 거의 동일하거나 유사한 수준이다 ([그림 2-7], [그림 2-8] 참조).

[그림 2-8] 지역 KBS, MBC 종합편성 라디오 채널의 분야별 편성비율(2024년)

(단위: %)



3. 지역민방 방송의 분야별 프로그램 편성 현황

가. 지역민방 TV 방송의 분야별 프로그램 편성 현황

종합편성을 행하는 지상파 지역민방 방송사(이하 지역민방)도 지상파 3사와 동일하게 매 반기 오락 프로그램의 편성비율 상한 기준(60% 이하)을 준수하여야 한다. 해당 규정이 적용되는 텔레비전 지역민방 채널은 OBS경인TV(구 경인방송), 케이엔엔(KNN), 티비씨(TBC), 광주방송, 대전방송, 전주방송, 청주방송, 울산방송, 지원(G1), 제주방송이다. 지역민방 텔레비전 10개 채널에 대하여 2024년 반기별 프로그램 편성 자료를 분석한 결과, 해당 채널 모두 오락 프로그램 편성비율의 상한 기준(60% 이하)을 준수한 것으로 나타났다(<표 2-9> 참조).

<표 2-9> 지역민방 TV 채널의 전체시간대 분야별 상·하반기 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
OBS 경인 TV	보도	17.6	18.0	17.8
	교양	64.0	61.6	62.8
	오락	18.4	20.4	19.4
케이엔엔 (KNN)	보도	27.3	28.1	27.7
	교양	40.8	43.5	42.2
	오락	31.9	28.4	30.1
티비씨 (TBC)	보도	25.7	25.4	25.5
	교양	40.1	42.0	41.0
	오락	34.2	32.6	33.4
광주 방송 (KBC)	보도	32.6	32.3	32.5
	교양	33.5	36.3	34.9
	오락	33.9	31.4	32.6
대전 방송 (TJB)	보도	27.5	28.1	27.8
	교양	39.0	40.3	39.6
	오락	33.5	31.6	32.5
전주 방송 (JTJ)	보도	29.0	29.5	29.2
	교양	37.6	38.2	37.9
	오락	33.5	32.4	32.9

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
청주 방송 (CJB)	보도	28.8	29.1	28.9
	교양	35.8	37.1	36.4
	오락	35.4	33.9	34.6
울산 방송 (UBC)	보도	27.6	27.9	27.8
	교양	38.7	39.0	38.9
	오락	33.7	33.1	33.4
강원 민방 (GTI)	보도	27.1	28.0	27.6
	교양	39.8	40.9	40.3
	오락	33.1	31.1	32.1
제주 방송 (JIBS)	보도	21.9	22.7	22.3
	교양	46.0	48.3	47.2
	오락	32.1	29.0	30.6

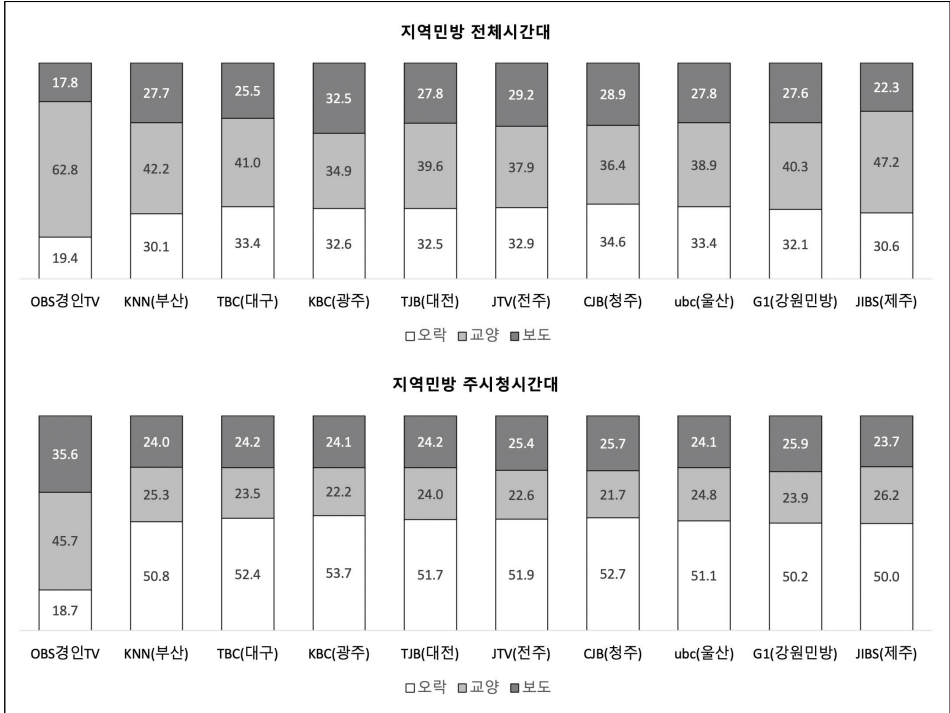
지역민방 TV 채널에 대해서는 연평균 분야별 프로그램 편성비율을 전체 방송시간 기준과 주시청시간대 기준으로 구분하여 [그림 2-9]에 제시하였다. OBS경인TV는 예년과 마찬가지로 다른 지역민방과 차별화되는 편성 행태를 보였다. OBS경인TV는 전체시간대(상반기 64.0%, 하반기 61.6%)뿐 아니라 주시청시간대(상반기 47.2%, 하반기 44.1%)에서도 교양 프로그램의 편성비율이 지역민방 중 가장 높은 수준이었다.

OBS경인TV의 2024년 연평균 전체시간대 교양 프로그램의 편성비율은 62.8%로, 지상파 3사의 4개 방송 채널을 상회하는 수치다. 주시청시간대 교양 프로그램의 편성비율 역시 연평균 45.7%에 달해, 지상파 3사 채널을 포함한 다른 방송 채널 대비 가장 높은 교양 프로그램 편성비율을 기록하였다([그림 2-2] 참조).

반면 OBS경인TV의 연평균 오락 프로그램의 편성비율은 전체시간대에서 상반기 18.4%, 하반기 20.4%, 주시청시간대에서는 상반기 17.9%, 하반기 19.5%로, 다른 지역민방에 비해 낮은 수준을 보였다. OBS경인TV를 제외한 9개 지역민방은 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율이 연평균 50.0~53.7%에 이르며, 오락 프로그램 중심의 편성 경향을 보였다. 이러한 경향은 앞서 분석한 MBC와 SBS의 편성 행태와도 유사하다.

[그림 2-9] 지역민방 TV 채널의 연평균 분야별 편성비율(2024년)

(단위: %)



<표 2-10>은 2024년 지역민방의 반기별 주시청시간대 분야별 프로그램의 편성비율을 보여준다.

<표 2-10> 지역민방 TV 채널의 주시청시간대 분야별 상·하반기 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
OBS 경인 TV	보도	34.8	36.4	35.6
	교양	47.2	44.1	45.7
	오락	17.9	19.5	18.7
케이엔엔 (KNN)	보도	23.5	24.5	24.0
	교양	25.4	25.2	25.3
	오락	51.1	50.4	50.8

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
티브이씨 (TBC)	보도	23.6	24.7	24.2
	교양	24.0	22.9	23.5
	오락	52.4	52.4	52.4
광주 방송 (KBC)	보도	23.1	25.0	24.1
	교양	23.0	21.5	22.2
	오락	53.9	53.5	53.7
대전 방송 (TJB)	보도	23.7	24.8	24.2
	교양	25.4	22.7	24.0
	오락	50.9	52.6	51.7
전주 방송 (JTV)	보도	25.4	25.5	25.4
	교양	23.8	21.4	22.6
	오락	50.8	53.1	51.9
청주 방송 (CJB)	보도	24.5	24.5	25.7
	교양	22.7	20.6	21.7
	오락	52.8	52.6	52.7
울산 방송 (UBC)	보도	23.7	24.5	24.1
	교양	24.7	24.8	24.8
	오락	51.6	50.7	51.1
강원 민방 (GTT)	보도	25.2	26.6	25.9
	교양	24.5	23.3	23.9
	오락	50.3	50.0	50.2
제주 방송 (JIBS)	보도	23.9	23.5	23.7
	교양	27.3	25.1	26.2
	오락	48.7	51.4	50.0

나. 지역민방 라디오 방송의 분야별 프로그램 편성 현황

현재 종합편성 라디오 방송을 운영하는 지역민방은 KNN(부산)의 2FM, OBS 경인방송의 FM 두 채널이다. KNN 2FM 채널은 SBS 종합편성 라디오 채널인 러브FM을 수증계하고 있다. 2024년 오락 프로그램 편성비율을 살펴보면, KNN 2FM은 상·하반기 모두 18.4%였으며, OBS FM은 상반기 45.2%, 하반기 50.7%로 나타났다(<표 2-11> 참조).

〈표 2-11〉 지역민방 라디오 방송의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	채널명	상반기	하반기	연평균	편성 상한 비율
KNN	2FM	18.4	18.4	18.4	반기별 60% 이하
OBS	FM	45.2	50.7	47.9	

4. 지상파 DMB 종합편성 채널의 분야별 프로그램 편성 현황

방송법 시행령 50조 제1항 제1호⁸⁾에 따라 지상파 DMB는 오락 프로그램 편성 비율 제한 규제의 적용 대상에서 제외되었다. 비록 규제 대상은 아니지만 다른 방송사업자와의 비교 및 데이터 축적을 위해 이 절에서는 지상파 DMB의 분야별 프로그램 편성 현황도 함께 제시한다. 2024년 현재 운영되고 있는 지상파 DMB 채널 중 종합편성 채널은 16개 방송사업자의 23개 텔레비전 DMB 채널이 있다.⁹⁾

가. 지상파 DMB 종합편성 텔레비전 채널의 분야별 프로그램 편성비율

지상파 DMB가 제공하는 16개 종합편성 DMB 방송사업자(서울 및 기타 지역 포함)의 채널을 대상으로 반기별 오락 프로그램 편성비율을 분석하였다. 분석 결과 모든 채널이 종합편성을 하는 지상파 방송의 오락 프로그램 편성 상한선(매반기 60%)를 초과하지 않는 수준에서 오락 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-12〉 참조).

MBC 지역계열사가 운영하는 6개 종합편성 DMB 텔레비전 채널(부산 MBC, 광주 MBC, 춘천 MBC, 대전 MBC, 안동 MBC, 제주 MBC)의 연평균 오락 프로그램 편성비율은 38.9~40.8% 범위로 나타났다. 지역민방이 운영하는 종합편성 DMB 텔레비전 채널들(KNN ㉠, KBC ㉠, Hi-G1, TJB ㉠, TBC ㉠, JBS ㉠ DMB1)의 연평균 오락 프로그램 편성비율은 30.2~

8) 2021년 4월 30일 방송법 시행령 개정 및 2022년 1월 1일 시행됨에 따라, “다만, 지상파 이동멀티미디어방송사업자의 경우 100분의 60이상으로 편성할 수 있다”의 단서조항이 추가됐다(방송법 시행령 제50조 제1항 제1호). 따라서 종합편성을 하는 DMB방송은 오락 프로그램 편성 비율 규제의 적용을 받지 않는다.

9) 지상파 DMB 채널 가운데 종합편성 채널이었던 한국DMB 채널이 2023년 12월 28일부로 방송을 종료함에 따라, 2024년 현재는 16개 방송사업자가 운영하는 23개 텔레비전 DMB 채널이 남아있다.

33.5%를 보였다(〈표 2-12〉 참조). 반면 YTN의 DMB 채널을 재전송하는 채널(YTN DMB의 mYTN, 케이엔엔(KNN)의 ubc ㉔, 대전방송의 YTN 수중계 채널, 광주방송의 mYTN, 지원(G1)의 GO-G1, 티비씨(TBC)의 mYTN, 제주방송의 DMB2)은 오락 프로그램을 전혀 편성하지 않았다.

〈표 2-12〉 지상파 DMB 종합편성 TV 방송 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)

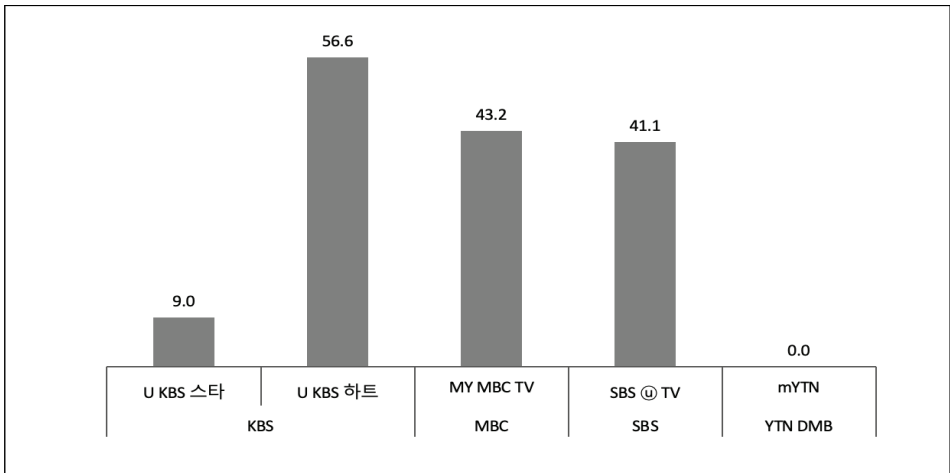
(단위: %)

지상파 DMB 채널		상반기	하반기	연평균
KBS	U KBS 스타	8.4	9.6	9.0
	U KBS 하트	56.1	57.1	56.6
MBC	MY MBC TV	45.9	40.4	43.2
SBS	SBS ㉔ TV	41.8	40.5	41.1
YTN DMB	mYTN	0.0	0.0	0.0
부산 MBC	MY MBC TV	42.3	39.2	40.8
광주 MBC	MY MBC TV	43.2	36.9	40.0
춘천 MBC	MY MBC TV	42.1	37.2	39.6
대전 MBC	MY MBC TV	43.2	38.0	40.6
안동 MBC	MY MBC TV	43.2	38.1	40.7
제주 MBC	MY MBC TV	40.9	36.9	38.9
KNN	KNN ㉔	32.0	28.5	30.2
	ubc ㉔ (ytn 수중계)	2.8	3.3	3.1
KBC	KBC ㉔	34.1	31.4	32.8
	mYTN	4.0	3.7	3.9
G1	Hi-G1	33.2	31.2	32.2
	GO-G1	0.0	0.0	0.0
TJB	TJB ㉔	34.5	32.4	33.5
	YTN CJB ㉔	3.5	3.0	3.3
TBC	TBC ㉔	34.2	32.6	33.4
	mYTN	0.0	0.0	0.0
JIBS	JIBS ㉔ DMB1	32.9	29.3	31.1
	JIBS ㉔ DMB2	0.0	0.0	0.0

[그림 2-10]은 종합편성을 운영하는 주요 지상파 DMB 텔레비전 채널의 연평균 오락 프로그램의 편성비율을 분석한 결과이다. 지상파 3사가 제공하는 종합편성 DMB 텔레비전 채널(U KBS 하트, MY MBC TV, SBS @ TV)의 연평균 오락 프로그램 편성비율은 U KBS 스타(9.0%)를 제외하면 지상파 텔레비전 채널(KBS 2TV, MBC, SBS)과 유사한 수준인 41.1~56.6%를 기록하였다([그림 2-10] 참조).

[그림 2-10] 주요 지상파 DMB TV 채널의 연평균 오락 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)



5. 개별 라디오 방송사업자의 종합편성 채널 편성 현황

종합편성을 제공하는 라디오 방송사업자 중에는 텔레비전 방송과 라디오 방송을 모두 제공하는 방송사업자(지상파 중앙 방송사와 지역 MBC, KNN, OBS 등)와 라디오 방송만을 제공하는 개별 방송사업자(이하 개별 라디오 방송사업자)가 존재한다. 개별 라디오 방송사업자 중 종합편성 라디오 채널로는 TBS e-FM, 광주영어방송, 부산영어방송이 있다.¹⁰⁾ 해당 채널의 2024년 기준 반기별 오락 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 모든 채널이 법정

10) 경기방송은 2020년 3월 30일부로 방송을 종료하였다. 2023년 3월 30일 개국한 OBS의 FM방송은 경기방송과 다른 사업자가 운영하는 방송으로, OBS 경인 FM의 편성 실적에 대해서는 2장 1절 3. 지역민방 방송의 분야별 프로그램 편성 현황을 참조할 것

상한 기준(전체 방송시간의 60% 이하)을 준수한 것으로 나타났다(〈표 2-13〉).

2024년 TBS 서울교통 e-FM의 반기별 오락 프로그램 편성비율은 상반기 32.3%, 하반기 27.5%로 나타났다. 광주영어방송(FM)은 상반기 34.7%, 하반기 31.8%의 편성비율을 보였다. 반면 부산영어방송(eFM)은 상반기 19.4%, 하반기 17.6%로 상대적으로 낮은 오락 프로그램 편성비율을 기록하였다.

〈표 2-13〉 개별 종합편성 라디오 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)

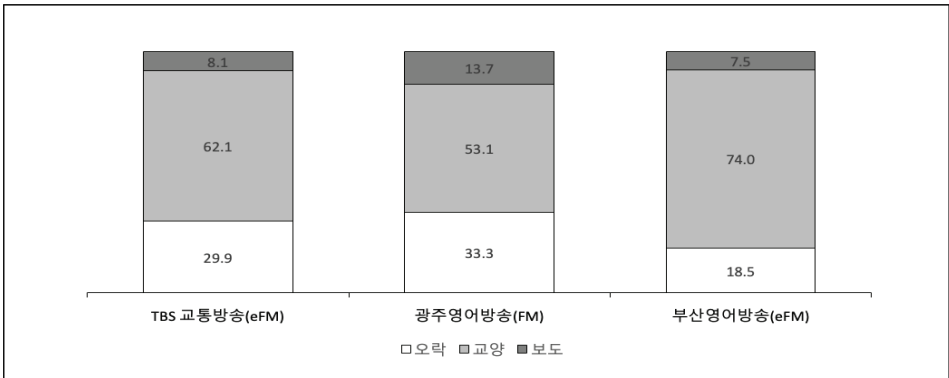
(단위: %)

방송채널	상반기	하반기	연평균	편성 상한 비율
TBS 서울교통 e-FM	32.3	27.5	29.9	반기별 60% 이하
광주영어방송 FM	34.7	31.8	33.3	
부산영어방송 e-FM	19.4	17.6	18.5	

또한 해당 채널들의 연평균 보도·교양·오락 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 3개의 영어 방송 채널 모두 보도 프로그램 편성비율이 현저히 낮게 나타났다. 구체적으로 부산 영어방송(eFM)의 연평균 보도 프로그램 편성비율이 7.5%에 불과한 반면, 교양 프로그램은 74.0%로 매우 높은 비중을 차지했다. TBS 서울교통 e-FM의 연평균 보도 프로그램 편성비율은 8.1%, 광주영어방송(FM)은 13.7%로 세 채널 모두 낮은 수준을 보였다(〈그림 2-11〉).

〔그림 2-11〕 개별 종합편성 라디오 채널의 연평균 분야별 편성비율(2024년)

(단위: %)



6. 종합편성 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 프로그램 편성 현황

반기별 오락 프로그램 편성비율 제한 규정은 유료방송에서 종합편성을 행하는 방송채널 사용사업자(이하 종편PP)의 TV 채널에도 적용된다. 분석결과 4개 종합편성 PP 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율은 모두 법정 상한인 60% 미만을 준수하였다(〈표 2-14〉).

〈표 2-14〉 종합편성 PP 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)

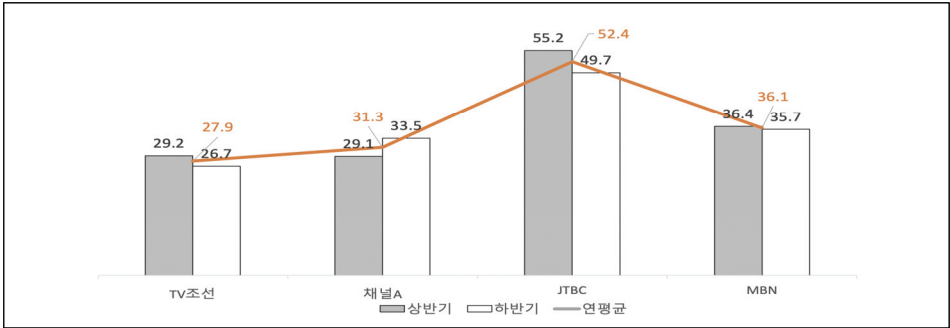
(단위: %)

방송채널	상반기	하반기	연평균	편성 상한 비율
TV조선	29.2	26.7	27.9	반기별 60% 이하
채널A	29.1	33.5	31.3	
JTBC	55.2	49.7	52.4	
MBN	36.4	35.7	36.1	

구체적으로 2024년 오락 프로그램의 반기별 편성비율을 살펴보면(〈그림 2-12〉 참조), JTBC는 상반기 55.3%, 하반기 49.7%로 약 50%대의 오락 프로그램 편성비율을 기록하며 종편 4사 중 가장 높은 수준을 보였다. JTBC를 제외한 3개 종편 채널의 연평균 오락 프로그램 편성비율은 TV조선이 27.9%, 채널A가 31.3%, MBN이 36.1%를 기록하였다(〈그림 2-13〉 참조). 전년도와 비교하면 TV조선과 채널A는 2023년에 비해 다소 낮은 편성비율을 보였으며, MBN은 전년도와 동일한 수준을 유지하였다(2023년, TV조선 28.3%, 채널A 40.0%, MBN 36.1%, 황현정 외, 2024, 42쪽).

[그림 2-12] 종합편성 PP 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2024년)

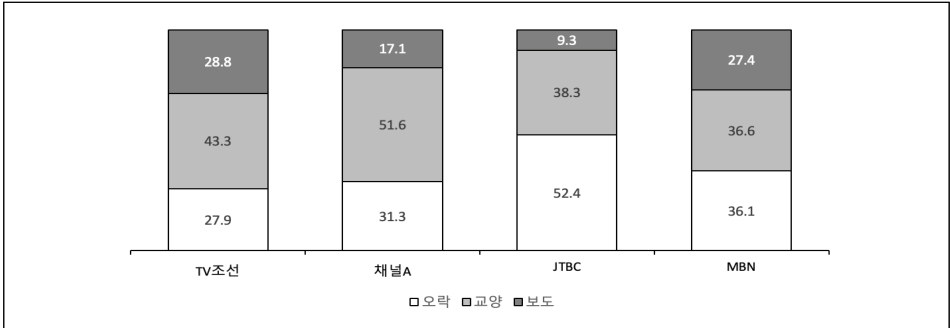
(단위: %)



[그림 2-13]은 중편 4채널의 분야별 연간 편성비율을 비교한 분석결과이다. 2024년에는 TV조선을 제외한 3개 채널(채널A, JTBC, MBN)의 오락 분야 프로그램은 30%대 이상의 편성비율을 보였다. 특히 JTBC는 50%대의 비율을 나타내며 높은 수준의 오락 분야 프로그램을 편성하였으며, TV조선을 4개 채널 가운데 오락 분야 프로그램을 가장 낮은 비율로 편성하였다(JTBC 52.4%, TV조선 27.9%).

[그림 2-13] 종합편성 PP 채널의 연평균 분야별 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)



제 2 절 전문편성 방송사업자의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황

1. 규제 개요

방송법(제69조 제4항) 및 동법 시행령(제50조 제4항)에 따르면 특정 장르 또는 분야를 전문적으로 편성하는 채널을 운영하는 방송사업자는 허가·승인을 또는 등록 시 주된 방송분야 방송프로그램을 일정 비율 이상 편성해야 한다. 2024년 기준 주된 방송분야 의무편성 기준은 다음과 같다. 지상파방송사업자는 매 반기 전체 방송시간의 60% 이상, 종합유선방송사업자와 위성방송사업자는 70% 이상, 방송채널사용사업자(PP)는 70% 이상을 주된 방송분야 방송프로그램으로 편성하여야 한다.¹¹⁾

2024년 주된 방송분야 방송프로그램 편성 규제의 적용을 받는 전문편성 지상파 텔레비전 채널은 EBS가 유일하다. 지상파 라디오 방송채널에서는 종합편성 채널을 제외한 나머지 채널들 즉, 지상파 3사의 FM 채널(KBS 1FM, KBS 2FM, KBS 국방FM, MBC FM, SBS FM)과 EBS의 FM 채널, KBS 지역총국과 지역국의 15개 FM 채널, MBC 지역계열사의 19개 FM 채널, 지역민방의 10개 FM 채널, TV 방송을 하지 않는 군소 라디오 방송사업자의 채널, 공동체 라디오 방송사업자의 17개 소출력 FM 채널이 해당된다.

2. 지상파 전문편성 TV 방송의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황

현재 지상파 텔레비전 채널 가운데 주된 방송분야 방송 프로그램 의무편성 규제가 적용되는 전문편성 채널은 교육 전문 방송인 EBS가 유일하다.

2024년 EBS의 주된 방송분야 방송 프로그램 반기별 편성비율을 분석한 결과, EBS는 의무편성 기준인 60%를 크게 상회하는 수준에서 교육관련 프로그램을 편성하였다. 구체적으로 상반기 85.4%, 하반기 86.1%를 기록하며 상·하반기 모두 80%대 중반의 높은 편성비율

11) 2021년 4월 30일 방송법 시행령이 개정(2022년 1월 1일 시행)됨에 따라, 주된 방송분야 편성비율 산정 기간이 '매 월'에서 '매 반기'로 변경되었으며, 전문편성을 하는 방송채널사용사업자(pp)의 의무편성 기준도 70% 이상으로 완화되었다.

을 유지하였다(〈표 2-15〉 참조). 이는 2023년 주된 방송분야 방송프로그램 편성비율(2023년 상반기 86.0%, 하반기 85.0%)과도 유사한 수준이다.

〈표 2-15〉 EBS의 반기별 주된 방송분야 방송프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송채널	상반기	하반기	연평균	의무편성비율
EBS	85.4	86.1	85.7	반기별 60% 이상

3. 지상파 전문편성 라디오 방송의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황

가. 지상파 3사와 EBS 라디오 채널의 주된 방송 분야 프로그램 편성 현황

1) 지상파 3사(서울)와 EBS 라디오 채널의 주된 방송 분야 프로그램 편성비율

KBS 서울본부, MBC 본사, SBS 지상파 3사와 EBS가 운영하는 전문편성 라디오 채널은 KBS 1FM, KBS 2FM, 국방FM¹²⁾, MBC FM, SBS FM, EBS FM 총 6개이다.

각 채널의 전문분야를 살펴보면, KBS 1FM(클래식FM)은 서양 클래식·국악·재즈 등 고전 음악 중심의 채널이며, KBS 2FM(쿨 FM)은 젊은 연령층을 대상으로 팝과 국내 대중음악을 방송하는 음악 전문 채널이다. 국방FM은 국군을 대상으로 국방 관련 정보를 제공하는 채널이다. MBC FM(FM4U)와 SBS FM(파워FM)은 음악 중심의 전문편성 채널이며, EBS FM은 교육 관련 프로그램을 중점적으로 편성한다.

해당 6개 전문편성 라디오 채널(서울 기준)의 주된 방송분야 방송프로그램의 반기별 편성비율을 분석한 결과, 2024년에는 국방FM 채널을 제외한 모든 채널이 매 반기 전체 방송 시간의 100%를 주된 방송 분야에 부합하는 프로그램을 편성한 것으로 나타났다. 국방FM 역시 상·하반기 모두 99.9%의 높은 편성비율을 보였다(〈표 2-16〉).

12) 해당 라디오 채널들 중 국방FM은 2021년 6월부터 포함되었다.

〈표 2-16〉 지상파 3사와 EBS 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	연평균
KBS 1FM	100.0	100.0	100.0
KBS 2FM	100.0	100.0	100.0
국방 FM	99.9	99.9	99.9
MBC FM (FM4U)	100.0	100.0	100.0
SBS FM (파워FM)	100.0	100.0	100.0
EBS FM	100.0	100.0	100.0

2) 지역 KBS·MBC 전문편성 라디오 채널의 주된 방송분야 방송프로그램 편성비율

KBS 지역총국과 지역국, MBC 지역계열사도 지역별로 종합편성 라디오 채널과 별도로 1개의 전문편성 라디오 채널을 운영하고 있다.

KBS의 경우 19개 지역총국 및 지역국이 운영하는 15개 KBS FM 채널¹³⁾에서 KBS FM 채널을 운영하고 있으며, MBC는 16개 지역계열사가 19개 MBC FM 채널을 운영한다. 이들 채널은 대부분 음악 중심의 전문편성을 하고 있다. 2024년 기준 지역 KBS FM은 모든 지역에서 매 반기 전체 방송시간을 주된 방송분야 프로그램으로 100% 편성하였다. 지역 MBC FM의 19개 채널 역시 전시간대를 주된 방송분야 프로그램으로 편성하였다(100%). 이에 따라 관련 도표는 생략한다.

이처럼 지역 KBS FM과 지역 MBC FM이 주된 방송분야의 프로그램을 100% 편성할 수 있었던 것은 KBS와 MBC가 별도로 종합편성 라디오 채널을 운영하고 있어, 해당 전문편성 FM 채널들이 음악 분야 프로그램에 특화된 편성을 안정적으로 유지할 수 있는 여건을 갖춘 것으로 해석된다.

13) KBS의 19개 지역방송국(지역총국 및 지역국) 중 안동, 울릉, 포항, 순천은 FM채널이 존재하지 않는다.

나. 지역민방 전문편성 라디오 채널의 주된 방송 분야 프로그램 편성 현황

현재 지역민방에서는 총 10개의 전문편성 FM 라디오 채널이 운영되고 있다.¹⁴⁾ 해당 채널도 매 반기 전체 방송시간의 60% 이상을 주된 방송분야 프로그램으로 편성해야 하는 의무편성 기준이 적용된다.

〈표 2-17〉 지역민방 전문편성 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	연평균
경인방송 FM	79.9	81.7	80.8
KNN(부산) FM	88.6	89.9	89.2
TBC(대구) FM	98.9	98.7	98.8
광주방송 FM	96.5	97.5	97.0
대전방송 FM	100.0	100.0	100.0
전주방송 FM	100.0	100.0	100.0
청주방송 FM	100.0	100.0	100.0
울산방송 FM	100.0	100.0	100.0
GI(강원) FM	100.0	100.0	100.0
제주방송 FM	99.4	99.8	99.6

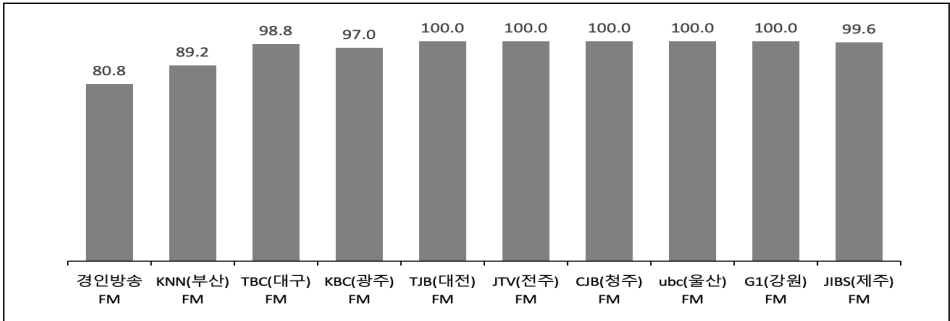
분석 결과, 예년과 마찬가지로 2024년에도 해당 채널은 법정 하한선보다 훨씬 높은 수준에 주된 방송 분야의 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-17〉 참조).

지역민방 전문편성 라디오 채널의 상·하반기 주된 방송 분야 프로그램 편성비율을 산출한 결과, 경인방송과 KNN(부산)을 제외한 나머지 방송사는 상·하반기 96.5%에서 100% 사

14) 서울 이외에 지역민방사 10개 중 OBS 경인TV와 KNN(부산)을 제외한 8개사는 지상파 종합편성 텔레비전 채널과 지상파 전문편성 라디오 채널을 각각 1개씩 운영하고 있다. KNN은 종합편성 텔레비전 채널, 지상파 종합편성 라디오 채널, 지상파 전문편성 라디오 채널을 각각 1개씩 운영하고 있으며, OBS경인TV는 종합편성 텔레비전 채널과 지상파 종합편성 라디오 채널을 운영한다. 한편, 경인 지역의 전문편성 라디오 채널인 경인방송 FM은 OBS경인TV가 운영하는 종합편성 지상파 텔레비전 채널(OBS TV) 및 지상파 종합편성 라디오 채널(OBS FM)과는 별도 법인인 경인방송(IFM)이 운영하는 독립 채널이다.

이의 높은 비율로 전문분야 프로그램을 편성하였다([그림 2-14] 참조). 한편 경인방송 FM은 80.8%로 다른 채널에 비해 가장 낮은 편성비율을 기록했으나, 이는 2023년(79.4%) 대비 소폭 상승한 수치였다(황현정 외, 2024).

[그림 2-14] 지역민방 전문편성 라디오채널의 연평균 주된 방송 분야 편성비율(2024년)
(단위: %)



다. 개별 라디오방송사업자의 전문편성 채널 편성 현황

2024년 말 기준, 텔레비전 방송 채널과 별도로 운영되는 개별 라디오 방송사업자의 전문편성 채널은 총 34개 법인의 92개 채널이다. 각종 종교방송사 채널, 교통방송 채널 및 소출력 공동체라디오 방송채널이 여기에 포함된다.

종교방송사의 라디오 전문편성채널로는 기독교방송(CBS)이 운영하는 14개 지국 18개 채널(서울·부산·대구·광주는 각각 2개씩 존재), 평화방송(CPBC)이 운영하는 5개 채널(서울 1개), 불교방송(BBS)이 운영하는 8개 채널(서울 1개), 극동방송이 운영하는 13개 지국의 14개 채널(서울 1개)¹⁵⁾, 원음방송이 운영하는 5개 채널(서울 1개)이 있다. 교통방송 전문편성 라디오 채널로는 서울특별시에서 운영하는 TBS 서울교통 e-FM과 도로교통공단에서 운영하는 12개 지역별 채널(TBN 한국교통방송)이 있다.¹⁶⁾ 그 외 전문편성 라디오 채널로 YTN

15) 극동방송은 2021년 5월 전북지국의 FM 채널이 추가되면서, 13개 지국의 14개 채널이 되었다. 또한 극동방송 제주FM 채널은 방송 편성 내용이 제주AM채널과 동일하여 방송법 제83조제1항, 시행규칙 제21조에 따라 방송실시결과를 제출할 의무가 없어지게 되었다.

16) 서울특별시의 교통방송은 전문편성 채널인 TBS 서울교통 FM 외에 종합편성 영어방송

라디오, 국악방송 3개(서울, 광주, 대전), 아리랑영어(제주) 및 17개의 소출력 공동체라디오 채널(관악, 마포, 성남, 서대문, 수원, 구리, 태백, 광주, 전주, 금강, 성서, 영주, 옥천, 성주, 광산, 세종, 한밭, 남해, 상주, 와글, 순천, 연제, 영월, 단원)이 있다.¹⁷⁾

〈표 2-18〉은 해당 전문편성 라디오 채널의 2024년 주된 방송 분야 프로그램 편성비율을 나타낸 것이다. 채널별 편성비율에는 다소 차이가 있으나, 모든 채널이 법령에서 규정 한 하한선(60%)을 상회하는 수준으로 주된 방송 분야 프로그램을 편성한 것으로 확인되었다.

〈표 2-18〉 개별 전문편성 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사			상반기	하반기	연평균
CBS 기독교 (14개국)	서울	AM (표준FM)	94.7	94.3	94.5
		FM	79.1	79.1	79.1
	경남	AM (표준FM)	94.7	94.4	94.5
		광주	AM (표준FM)	94.0	94.2
	FM		79.3	79.1	79.2
	대구	AM (표준FM)	94.7	94.4	94.5
		FM	79.1	79.1	79.1
	대전	FM	95.0	94.5	94.8

채널인 TBS 서울교통 e-FM도 운영한다. TBS 서울교통 e-FM의 편성에 대해서는 제2장 제1절(종합편성 방송사업자의 분야별 프로그램 편성현황)을 참조할 것.

17) 소출력 공동체라디오 채널은 관악, 마포, 성남, 광주, 공주, 성서, 영주 총 7개의 채널로 구성되다가 2021년 12월 옥천FM, 2022년 성주FM, 광산FM, 세종FM, 한밭FM, 남해FM, 구리FM이 개국하였다. 2023년 이후 서대문 공동체라디오, 수원 공동체라디오, 태백 FM, 상주FM, 와글 공동체라디오, 순천 공동체라디오, 연제 공동체라디오, 영월 공동체라디오, 단원 공동체라디오가 연달아 개국하면서, 2024년 현재 총 24개의 채널이 운영되고 있다.

18) 와글 공동체라디오는 '24년 1월 5일 개국함에 따라, 해당 채널의 연평균데이터는 7~12월 평균값임.

방송사			상반기	하반기	연평균
	부산	AM (표준FM)	94.7	94.4	94.5
		FM	79.1	79.1	79.1
	영동	FM	94.7	94.3	94.5
	울산	AM (표준FM)	94.7	94.4	94.5
	전남	AM (표준FM)	94.7	94.4	94.5
	전북	AM (표준FM)	92.7	94.0	93.4
	제주	FM	94.7	94.3	94.5
	청주	FM	94.6	94.1	94.3
	강원	FM	94.7	94.3	94.5
	포항	AM (표준FM)	94.7	94.4	94.5
cpbc 평화 (5개국)	서울	FM	61.6	64.8	63.2
	부산	FM	66.6	68.6	67.6
	대구	FM	65.2	69.2	67.2
	광주	FM	62.5	65.0	63.8
	대전	FM	65.3	65.4	65.4
BBS 불교 (8개국)	서울	FM	72.5	78.1	75.3
	춘천	FM	71.4	72.1	71.8
	부산	FM	72.6	78.1	75.3
	울산	FM	72.6	78.1	75.3
	대구	FM	72.4	80.9	76.7
	광주	FM	72.5	81.8	77.1
	제주	FM	71.7	77.4	74.6
	청주	FM	72.6	78.6	75.6

- 19) 순천 공동체라디오는 '24년 1월 19일 개국한 뒤 6월부터 방송 송출함에 따라, 해당 채널의 연평균 데이터는 6-12월 평균값임.
- 20) 연제 공동체라디오는 '24년 1월 25일 개국함에 따라, 해당 채널의 상반기 데이터는 2-6월 평균값, 연평균 데이터는 2-12월 평균값임.
- 21) 순천 공동체라디오는 '24년 2월 6일 개국함에 따라, 해당 채널의 상반기 데이터는 3-6

방송사			상반기	하반기	연평균
극동 FEBC (13개국)	서울	AM	66.7	66.7	66.7
		FM	100.0	100.0	100.0
	영동	FM	100.0	100.0	100.0
	부산	FM	100.0	100.0	100.0
	창원	FM	100.0	100.0	100.0
	울산	FM	100.0	100.0	100.0
	광주	FM	100.0	100.0	100.0
	목포	FM	100.0	97.8	98.9
	전남 (동부)	FM	100.0	100.0	100.0
	전북	FM	100.0	100.0	100.0
	제주	AM	100.0	100.0	100.0
	대구	FM	100.0	100.0	100.0
	포항	FM	100.0	100.0	100.0
	대전	FM	100.0	100.0	100.0
원음 (5개국)	서울	FM	71.0	70.9	70.9
	부산	FM	71.0	70.9	70.9
	대구	FM	71.0	70.9	70.9
	광주	FM	71.0	70.9	70.9
	전북	FM	65.0	64.8	64.9
TBN 교통 방송 (12개국)	강원	FM	74.8	74.7	74.8
	광주	FM	76.2	76.4	76.3
	대구	FM	76.6	76.8	76.7
	대전	FM	74.2	74.0	74.1
	충북	FM	74.3	74.3	74.3
	부산	FM	76.6	76.8	76.7
	울산	FM	76.6	76.8	76.7
	인천	FM	73.4	73.3	73.4
	전북	FM	75.0	75.0	75.0
	경남	FM	76.6	76.8	76.7
	제주	FM	76.1	76.4	76.2
	경북	FM	76.6	76.8	76.7

방송사			상반기	하반기	연평균
국악 방송 (3개국)	서울	FM	98.5	98.4	98.5
	광주	FM	98.3	98.4	98.3
	대전	FM	99.0	99.3	99.1
YTN라디오		FM	64.0	65.3	64.7
TBS 서울교통		FM	70.6	70.0	70.3
아리랑영어	제주	FM	98.3	96.0	97.1
관악 공동체라디오	서울	FM	95.7	90.6	93.1
마포 공동체라디오	서울	FM	63.6	78.5	71.0
성남 공동체라디오	성남	FM	79.8	80.1	80.0
서대문 공동체라디오	서울	FM	94.1	72.1	83.1
수원 공동체라디오	수원	FM	100.0	100.0	100.0
구리 공동체라디오	구리	FM	100.0	100.0	100.0
태백 공동체라디오	태백	FM	83.3	100.0	91.7
광주 공동체라디오	광주	FM	100.0	100.0	100.0
전주 공동체라디오	전주	FM	100.0	99.6	99.8
금강 공동체라디오	공주	FM	90.0	90.0	90.0
성서 공동체라디오	대구	FM	100.0	100.0	100.0
영주 공동체라디오	영주	FM	100.0	100.0	100.0
옥천 공동체라디오	옥천	FM	99.9	99.8	99.8
성주 공동체라디오	성주	FM	100.0	100.0	100.0

방송사			상반기	하반기	연평균
광산 공동체라디오	광산	FM	100.0	100.0	100.0
세종 공동체라디오	세종	FM	98.5	98.2	98.4
한밭 공동체라디오	대전	FM	93.8	90.9	92.3
남해 공동체라디오	남해	FM	100.0	100.0	100.0
상주 공동체라디오	상주	FM	100.0	100.0	100.0
와글 공동체라디오 ¹⁸⁾	대구 동구	FM	100.0	100.0	100.0
순천 공동체라디오 ¹⁹⁾	순천	FM	100.0	100.0	100.0
연제 공동체라디오 ²⁰⁾	연제	FM	100.0	100.0	100.0
영월 공동체라디오 ²¹⁾	영월	FM	100.0	100.0	100.0
단원 공동체라디오 ²²⁾	안산	FM	97.1	99.9	98.7

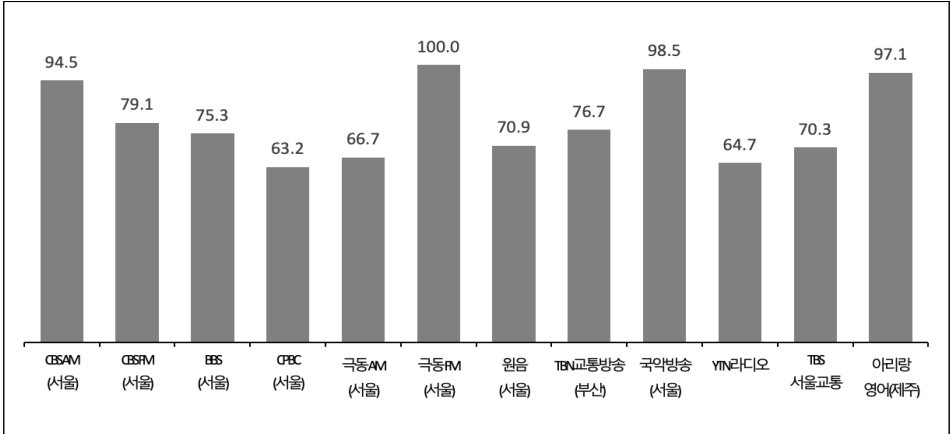
해당 라디오 채널의 연평균 주된 방송 분야 프로그램의 편성비율을 분석한 결과, CBS AM/표준FM(94.5%), 극동방송FM(100%), 국악방송(서울)(98.5%), 아리랑영어(제주)(97.1%)은 94.5%에서 100%에 이르는 높은 편성비율을 보였다. 반면 CBS FM채널(79.1%), BBS 불교(75.3%), CPBC 평화방송(63.2%), 극동방송 AM/표준FM(66.7%), 원음방송(70.9%), TBN교통방송(76.7%), YTN(64.7%), TBS서울교통(70.3%)은 60% 중반에서 70% 후반대의 편성비율을 기록하며 비교적 낮은 수준에서 주된 분야 프로그램을 편성한 것으로 나타났다([그림 2-15] 참조).

월 평균값, 연평균 데이터는 3~12월 평균값임.

22) 단원 공동체라디오는 '24년 2월 21일 개국함에 따라, 해당 채널의 상반기 데이터는 3~6월 평균값, 연평균 데이터는 3~12월 평균값임.

[그림 2-15] 개별 전문편성 라디오 채널의 연평균 주된 방송 분야 편성비율(2024년)

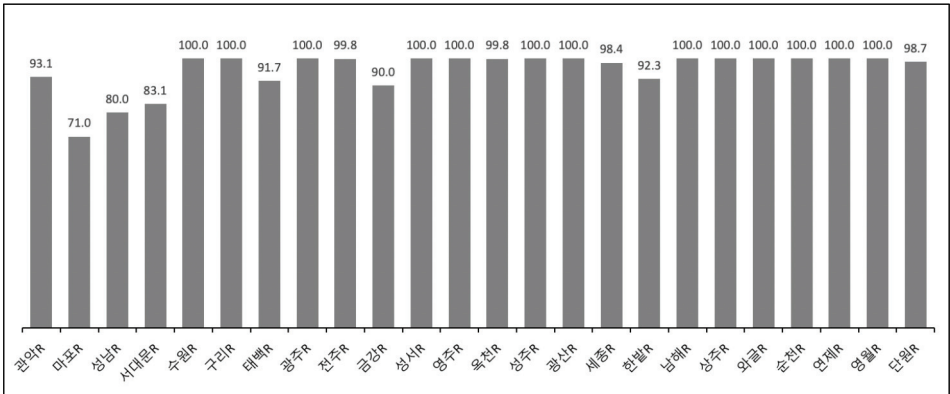
(단위: %)



소출력 지역공동체 라디오는 최소 76.9%, 최대 100%까지의 비율로 주된 방송 분야인 정보 위주의 지역밀착형 방송 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(그림 2-16] 참조).

[그림 2-16] 소출력 지역공동체 라디오 채널의 연평균 주된 방송 분야 편성비율(2024년)

(단위: %)



4. 지상파 DMB 전문편성 채널의 주된 방송분야 프로그램 편성 현황

2021년 방송법 시행령 개정으로 지상파 DMB의 전문 편성 채널들은 주된 방송 분야 프로그램 의무 편성 규제의 적용 대상에서 제외됐다. 시행령 제50조 제4항 제1호 가목의 단서 “다만, 지상파이동멀티미디어방송사업자의 경우 100분의 60 이하로 편성할 수 있다.”를 근거로 DMB 사업자들은 주된 방송 분야 프로그램 의무 편성 비율 규제를 적용받지 않는다.

2024년 기준 전문편성을 하는 지상파 DMB TV 방송사는 존재하지 않는다.²³⁾ 전문편성 지상파 DMB 라디오 채널로는 U KBS Music, SBS @ Radio, 올댓뮤직 3개 채널이 운영되고 있다.²⁴⁾ U KBS 뮤직, SBS @ Radio, 올댓뮤직은 각각 KBS, SBS, MBC의 직접사용채널이며, SBS @ Radio와 올댓뮤직은 DMB 재허가 심사 시 음악 전문채널로 허가 받아 운영 중이다. 이들 3개 전문편성 지상파 DMB 라디오 채널의 반기별 편성 현황을 분석한 결과, 2024년에는 모두 주된 방송 분야 프로그램을 100% 편성한 것으로 나타났다. 이에 따라 별도의 도표를 생략한다.

5. 전문편성 방송채널사용사업자(PP)의 주된 방송 분야 프로그램 편성 현황

2024년 기준 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자(이하 PP)는 텔레비전 및 라디오 채널에서 등록 또는 허가받은 주된 방송 분야의 프로그램을 매 반기 전체 방송시간의 70% 이상을 편성하여야 한다.

보도 전문편성 채널과 홈쇼핑 채널을 포함하여, 2024년에 자료를 제출한 채널은 270개였다. 해당 채널을 대상으로 반기별 주된 방송 분야의 프로그램 편성 현황을 분석한 결과, 상반기 편성자료를 모두 제출한 268개 채널은 평균 89.4%의 비율로, 하반기 편성자료를 제출한 263개 채널은 평균 90.0%의 비율로 주된 방송 분야 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-19〉를 토대로 계산). 한편 상반기 의무 편성 기준(70%)을 충족하지 못한 채널은 국회방송(NATV)과 tvN STORY 2개 채널이었다.

23) CJ Media의 TVNGO는 2013년 4월, SBS CNBC는 2013년 10월, YTN DMB의 한경 WOW TV는 2014년 1월, 그리고 한국 DMB의 TBS DMB TV는 2013년 12월에 방송을 종료하였으며 MBC Every1은 2014년 1월부터 일반 PP로 전환하였다.

24) 아리랑 영어 채널은 2023년 12월 폐국되었다.

〈표 2-19〉 전문편성 PP 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2024년)

(단위:%)

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
9colors	86.3%	적합	87.4%	적합
AsiaM	74.4%	적합	76.0%	적합
AsiaN	94.4%	적합	96.4%	적합
AsiaUHD	100%	적합	100%	적합
AXN	92.0%	적합	84.0%	적합
B tv Today	신규등록 및 송출('24.06.01)		100%	적합
B tv Today2	신규등록 및 송출('24.06.01)		100%	적합
BALL TV	85.8%	적합	88.5%	적합
Billiards TV	90.7%	적합	91.3%	적합
BTN불교TV	95.8%	적합	96.8%	적합
Btv 케이블 가이드 영화 채널	대상기간 미충족: 폐업('24.06.01)			
C채널(C Channel)	97.8%	적합	97.8%	적합
CatchOn1	98.6%	적합	99.8%	적합
CatchOn2	97.3%	적합	98.4%	적합
CBS TV	98.9%	적합	98.9%	적합
CJ온스타일	97.4%	적합	97.4%	적합
CMCTV	85.5%	적합	89.7%	적합
CMTV	89.9%	적합	90.3%	적합
CNTV	97.9%	적합	98.6%	적합
CTS기독교TV	98.4%	적합	100%	적합
DealSite경제TV (구 EBC)	77.9%	적합	97.5%	적합
Dramax	100%	적합	99.6%	적합
E LIKE (구 FashionN)	88.4%	적합	86.8%	적합
E채널 (구 e채널)	97.0%	적합	97.2%	적합
EBS English	100%	적합	100%	적합
EBS KIDS	100%	적합	100%	적합
EBS플러스1 수능전문	100%	적합	100%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
EBS플러스2 중학/직업	100%	적합	100%	적합
EDGE TV	75.4%	적합	75.4%	적합
edu TV	86.5%	적합	90.2%	적합
ENA	99.8%	적합	99.9%	적합
ENA DRAMA	98.6%	적합	99.0%	적합
ENA PLAY	96.2%	적합	97.4%	적합
ENA STORY	93.9%	적합	94.3%	적합
FUN TV	100%	적합	100%	적합
GCN	100%	적합	100%	적합
GMTV	89.8%	적합	83.4%	적합
GOLF & PBA	96.2%	적합	97.4%	적합
Goodtv	95.8%	적합	92.5%	적합
GS Shop	99.4%	적합	99.4%	적합
GTV	95.7%	적합	97.7%	적합
i play (구 iHQ play)	99.4%	적합	99.7%	적합
i show (구 iHQ show)	97.7%	적합	100%	적합
I.NET	98.6%	적합	99.7%	적합
IB SPORTS	97.3%	적합	97.7%	적합
INET LIFE	97.6%	적합	100%	적합
JEI 재능TV	98.6%	적합	96.5%	적합
JEI EnglishTV	98.4%	적합	89.7%	적합
JTBC Golf	100%	적합	100%	적합
JTBC GOLF&SPORTS	91.3%	적합	93.9%	적합
JTBC2	98.5%	적합	96.7%	적합
JTBC4	99.3%	적합	94.6%	적합
K-바둑	97.2%	적합	97.7%	적합
KBS drama	96.5%	적합	95.0%	적합
KBS Joy	95.0%	적합	94.1%	적합
KBS Kids	89.3%	적합	89.4%	적합
KBS Life	88.3%	적합	92.5%	적합
KBS N sports	91.2%	적합	91.7%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
KBS Story	86.0%	적합	84.6%	적합
KFN (구 국방TV)	88.1%	적합	88.3%	적합
K-sports	86.4%	적합	91.9%	적합
KTV 국민방송	88.4%	적합	84.1%	적합
MBC Dramanet	93.5%	적합	92.4%	적합
MBC Every1	99.0%	적합	99.4%	적합
MBC M	92.6%	적합	89.9%	적합
MBC ON	92.2%	적합	93.2%	적합
MBC SPORTS +	97.9%	적합	95.7%	적합
MBCNET	100%	적합	100%	적합
MBN PLUS	78.2%	적합	73.5%	적합
Mezzo Live HD	100%	적합	100%	적합
MGTV	88.9%	적합	94.7%	적합
Mplex	96.2%	적합	92.3%	적합
MTN 머니투데이방송	98.3%	적합	98.7%	적합
MX (구 채널MX)	92.5%	적합	94.2%	적합
Now제주TV	84.2%	적합	78.9%	적합
NS홈쇼핑	97.5%	적합	97.5%	적합
OBS W	95.1%	적합	91.3%	적합
OCN	99.6%	적합	100%	적합
OCN Movies	94.2%	적합	93.8%	적합
OCN Movies2	99.2%	적합	100%	적합
OGN	92.3%	적합	91.1%	적합
OLIFE	95.8%	적합	95.8%	적합
ONN 닥터TV	대상기간 미충족: 첫 송출('24.01.15)		79.4%	적합
ONT	99.1%	적합	93.5%	적합
ORFEO	100%	적합	99.7%	적합
PINKHOUSE	100%	적합	100%	적합
PLAYBOY TV	100%	적합	100%	적합
RTV	90.8%	적합	89.3%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
SBS Biz	81.3%	적합	75.3%	적합
SBS LIFE (구 SBS FIL)	93.7%	적합	85.4%	적합
SBS FIL UHD	82.6%	적합	79.6%	적합
SBS fun E	99.3%	적합	97.9%	적합
SBS Golf2	100%	적합	100%	적합
SBS M	100%	적합	100%	적합
SBS Plus	99.7%	적합	99.6%	적합
SBS sports	99.9%	적합	100%	적합
SBSGOLF	100%	적합	100%	적합
SkySports	76.7%	적합	76.1%	적합
skyUHD	87.7%	적합	91.3%	적합
SMTsports	100%	적합	100%	적합
SOOP (구 아프리카티비)	86.7%	적합	83.8%	적합
SPOTV	100%	적합	100%	적합
SPOTV 2	100%	적합	100%	적합
SPOTV Golf & Health	100%	적합	100%	적합
SPOTV PRIME (구 SPOTV ON)	100%	적합	100%	적합
SPOTV PRIME2 (구 SPOTV ON 2)	100%	적합	100%	적합
SPOTV PRIME+ (구 SPOTV Prime)	100%	적합	100%	적합
START TV	83.6%	적합	송출중단('24.06.25~'25.07.31)	
SPOTV K (구 STATV)	85.0%	적합	74.8%	적합
STB 상생방송	90.5%	적합	91.9%	적합
STN	90.6%	적합	89.5%	적합
tbs TV	93.8%	적합	99.5%	적합
TV 바나나	대상기간 미충족: 송출('24.05.22)		100%	적합
TVCHOSUN2	90.3%	적합	90.3%	적합
TVCHOSUN3	88.3%	적합	88.3%	적합
tvN	90.9%	적합	95.6%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
tvN DRAMA	99.6%	적합	100%	적합
tvN SHOW	98.6%	적합	99.8%	적합
tvN Sports	99.2%	적합	98.5%	적합
tvN STORY	53.6%	부적합	73.3%	적합
U-MAX	89.7%	적합	82.1%	적합
UHDDreamTV	98.6%	적합	97.7%	적합
UXN	80.7%	적합	83.0%	적합
YCN유럽방송	99.0%	적합	98.8%	적합
YTN2	90.7%	적합	91.8%	적합
가요TV	80.3%	적합	79.9%	적합
가톨릭평화방송TV	98.1%	적합	98.4%	적합
공영쇼핑	100%	적합	100%	적합
국악방송	100%	적합	100%	적합
국회방송(NATV)	56.0%	부적합	74.8%	적합
뉴트로TV	99.5%	적합	99.7%	적합
다문화TV	82.0%	적합	92.7%	적합
대교 뉴이프Plus (구 대교노리Q)	100%	적합	89.5%	적합
더 무비(THE MOVIE)	96.1%	적합	95.6%	적합
더라이프	99.8%	적합	98.5%	적합
더라이프2 (구 더드라마)	74.8%	적합	99.2%	적합
더키즈(the KIDS)(문의)	100%	적합	캐리TV채널에서 송출중(2024.7.-)	
동아TV	70.2%	적합	70.7%	적합
드라마큐브(Dramacube)	97.3%	적합	97.2%	적합
디마티비(DIMATV)	98.9%	적합	98.9%	적합
디스커버리	대상기간 미충족: 폐업('24.04.01)			
디스토리(dstory)	76.8%	적합	82.1%	적합
디원(D.one)	91.5%	적합	95.6%	적합
디자이너티비(Desire TV)	100%	적합	100%	적합
라이프타임(Lifetime)	93.6%	적합	92.2%	적합
롯데홈쇼핑	98.2%	적합	98.2%	적합
리빙TV	94.7%	적합	91.5%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
리얼TV	75.0%	적합	70.3%	적합
마운틴TV(mountain TV)	95.2%	적합	84.3%	적합
매일경제TV	88.0%	적합	88.4%	적합
맥스포츠	73.7%	적합	74.0%	적합
메디컬 TV	76.5%	적합	71.8%	적합
무비초이스플러스1	100%	적합	폐지신고 및 송출중단('24.12.18)	
무비초이스플러스2	100%	적합	폐지신고 및 송출중단('24.12.18)	
무비초이스플러스3	100%	적합	폐지신고 및 송출중단('24.12.18)	
무비초이스플러스4	100%	적합	폐지신고 및 송출중단('24.12.18)	
무비초이스플러스5	100%	적합	폐지신고 및 송출중단('24.12.18)	
무비플러스	100%	적합	100%	적합
미드나잇채널	100%	적합	100%	적합
바둑TV	100%	적합	100%	적합
방송대학TV(OUN)	100%	적합	100%	적합
법률방송	83.8%	적합	87.4%	적합
복지TV	100%	적합	100%	적합
볼링플러스(BOWLING+)	88.6%	적합	88.5%	적합
불교방송(BBS)	97.3%	적합	97.0%	적합
봄TV	100%	적합	100%	적합
브라보키즈	100%	적합	100%	적합
브레인TV	89.1%	적합	91.7%	적합
비너스TV	100%	적합	100%	적합
비키(VIKI)	100%	적합	100%	적합
뽕요TV	100%	적합	100%	적합
사이언스TV	85.0%	적합	81.6%	적합
사회안전방송(SafeTV)	92.4%	적합	94.8%	적합
생활체육TV	85.3%	적합	71.2%	적합
서울경제TV(SEN)	90.9%	적합	91.8%	적합
소상공인시장tv	79.9%	적합	90.7%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
스마일티브이플러스	77.7%	적합	78.4%	적합
스크린(SCREEN) (구 Screen)	90.8%	적합	76.7%	적합
스크린골프존	100%	적합	100%	적합
스토리티브이(StoryTV)	90.1%	적합	74.1%	적합
슬로우TV	81.3%	적합	77.2%	적합
시네마천국	93.2%	적합	93.9%	적합
시네마티브이(Cinema TV)	대상기간 미충족: 신규 송출('24.08.21)			
신기한나라 TV	대상기간 미충족: 폐업('24.02.29)			
실버아이TV	100%	적합	100%	적합
씨네프(cineF) (구 CineF)	90.2%	적합	76.9%	적합
씨지엔(CGN)	100%	적합	100%	적합
아리랑TV	100%	적합	100%	적합
알엔에이(RNA)	92.4%	적합	96.5%	적합
애니맥스	82.5%	적합	81.9%	적합
애니박스	98.3%	적합	95.0%	적합
애니원	93.4%	적합	96.6%	적합
애니플러스	94.6%	적합	86.7%	적합
어린이TV	99.7%	적합	98.8%	적합
에이치큐플러스(HQ+)	79.2%	적합	75.0%	적합
에이플드라마	81.0%	적합	79.1%	적합
에프티브이(FTV)	72.5%	적합	77.8%	적합
엑스원(X-ONE)	90.3%	적합	88.6%	적합
엔비엔티브이(NBNTV)	85.4%	적합	86.3%	적합
엔터티브이 (구 Ent.TV)	100%	적합	100%	적합
엠넷(Mnet)	100%	적합	100%	적합
연예TV(ETN)	87.9%	적합	80.6%	적합
연합뉴스경제TV	83.6%	적합	83.7%	적합
연합뉴스TV JOB	대상기간 미충족: 송출('24.04.15)		92.7%	적합
예술문화tv (구 한국예총TV)	89.1%	적합	80.5%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
원스(ONCE)	99.8%	적합	100%	적합
원음방송(WBS)	92.5%	적합	88.3%	적합
월드 클래식 무비	88.5%	적합	88.0%	적합
위라이크(WeLike)	80.7%	적합	91.6%	적합
위티브이(WeeTV)	74.8%	적합	72.1%	적합
유교TV방송(문의)	대상기간 미충족: 송출('24.07.1)		100%	적합
육아방송	72.7%	적합	75.8%	적합
이데일리TV	97.9%	적합	92.6%	적합
이벤트TV	100%	적합	100%	적합
이와이티브이(EYTV)	92.2%	적합	85.4%	적합
인디필름(Indie Film)	71.7%	적합	71.7%	적합
중화TV	87.7%	적합	88.2%	적합
지방자치TV	79.4%	적합	82.2%	적합
채널 뷰(CH view) (구 View)	93.7%	적합	94.9%	적합
채널 에버(CH ever) (구 Channel Ever)	92.0%	적합	90.3%	적합
채널 와이드(CH.WIDE)	89.5%	적합	84.3%	적합
채널 J	92.4%	적합	93.4%	적합
채널나우(CH NOW) (구 Channel Now)	92.5%	적합	90.3%	적합
채널액션	79.3%	적합	82.2%	적합
채널유	82.5%	적합	71.5%	적합
채널이엠(chEM)	83.4%	적합	83.4%	적합
채널차이나	98.5%	적합	99.0%	적합
채널칭	96.5%	적합	100%	적합
채널A 플러스	80.1%	적합	77.3%	적합
채널I	88.0%	적합	88.5%	적합
채널S	92.7%	적합	85.4%	적합
채널S 플러스	95.9%	적합	98.1%	적합
채널W	74.9%	적합	72.8%	적합
청춘시대tv	97.3%	적합	74.7%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
카툰니토 (구 부메랑)	100%	적합	100%	적합
카툰네트워크	100%	적합	99.9%	적합
캐리TV	97.9%	적합	96.2%	적합
컬처플러스	100%	적합	97.9%	적합
케이넷티브이(K-NET TV)	86.9%	적합	92.4%	적합
케이스타(K-STAR)	89.2%	적합	92.0%	적합
코미디TV	99.6%	적합	99.3%	적합
쿠키건강TV	99.6%	적합	97.5%	적합
키즈톡톡플러스	100%	적합	100%	적합
텔레노벨라	78.8%	적합	80.7%	적합
토마토증권통	94.9%	적합	94.9%	적합
토마토집통	98.7%	적합	95.8%	적합
토마토클래식	100%	적합	100%	적합
투니버스	88.5%	적합	89.1%	적합
트로트아이	95.5%	적합	98.5%	적합
티브이아시아플러스	73.0%	적합	78.2%	적합
티엘씨여행레저채널	71.4%	적합	81.3%	적합
팍스경제TV	85.0%	적합	85.4%	적합
플라리스TV	75.0%	적합	78.9%	적합
플레이런TV	97.8%	적합	98.8%	적합
핑크퐁 채널	100%	적합	100%	적합
하이라이트TV	96.2%	적합	96.3%	적합
한경arteTV	100%	적합	100%	적합
한국가요채널(K-POPch)	100%	적합	100%	적합
한국경제TV	95.3%	적합	96.4%	적합
한국낚시방송(Fishing TV)	80.7%	적합	75.7%	적합
한국농업방송(NBS)	83.0%	적합	86.0%	적합
한국시니어TV	87.1%	적합	87.5%	적합
한국직업방송	대상기간 미충족: 폐업('24.04.14)			
해피독티비	100%	적합	100%	적합
허니TV	96.3%	적합	96.2%	적합
헬스메디TV	97.5%	적합	80.7%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
현대홈쇼핑	99.7%	적합	99.8%	적합
홈앤쇼핑	99.4%	적합	99.5%	적합
홈초이스	100%	적합	100%	적합
히스토리	88.4%	적합	86.8%	적합

제 3 절 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성 현황

1. 규제 개요

지역 민영방송사(이하 지역민방)에 적용되는 규정 중 하나는 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성비율 제한이다. 이 규정은 본래 지상파 민영방송 네트워크 협정에 가입한 지역민방이 특정 방송사의 프로그램(다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램)을 단순 중계(이른바 수중계)하여 방송하는 것을 방지하기 위해 마련된 것이다. 실제로 지역민방이 수중계하는 프로그램의 대부분은 서울 지역 민영방송사업자인 SBS의 프로그램이 대상이 된다. 현재 이 규정은 (1) 지상파 지역 민영방송사가 운영하는 텔레비전·라디오 채널과, (2) KBS, MBC가 운영하는 지상파 DMB 채널을 제외한 나머지 지상파 DMB 텔레비전·라디오 채널에 대하여 적용되고 있다.

2024년 기준 지상파 지역민방에 적용되는 수중계 프로그램의 편성비율 산정기준은 지역민방 사업자의 방송사업매출액 규모에 따라 차등적으로 적용된다. 편성고시에 따라 전년도 방송사업매출액을 기준으로 수중계 프로그램 편성비율 상한은 다음과 같다: (1) 방송사업매출액이 400억 원 이상인 케이엔엔(KNN)의 TV·라디오 채널은 매반기 전체 방송시간의 68% 이내, (2) 300억 원 이상 350억 원 미만인 티비씨(TBC)의 TV·라디오 채널은 매반기 70% 이내, (3) 250억 원 이상 300억 원 미만인 광주방송의 TV·라디오 채널은 매반기 71% 이내, (4) 200억 원 이상 250억 원 미만인 대전방송, 전주방송의 TV·라디오 채널은 매반기 72% 이내, (5) 150억 원 이상 200억 원 미만인 울산방송, 청주방송, 지원(G1)의 TV·라디오 채널은 매반기 74% 이내, (6) 100억 원 이상 150억 원 미만인 제주방송의 TV·라디오 채널은 매반기 76% 이내, (7) 100억 원 미만인 경인방송의 TV·라디오 채널은 매반기

78% 이내에서 수중계 프로그램의 편성이 허용된다.²⁵⁾

KBS와 MBC가 운영하는 지상파 DMB 채널을 제외한 나머지 지상파 DMB 채널에도 다른 방송사업자 제작 프로그램의 편성비율 상한제가 적용된다. 이에 따라 해당 지상파 DMB 채널은 매 반기 전체 방송시간의 80%를 초과하여 수중계 프로그램을 편성할 수 없다.

2. 지역민방의 수중계 프로그램 편성 현황

가. 지역민방 텔레비전 방송의 수중계 프로그램 편성 현황

2024년 OBS경인TV를 제외한 9개 지역민방의 지상파 종합편성 텔레비전 채널에 대하여 매 반기 다른 한 방송사업자 제작 프로그램의 편성비율(수중계 프로그램 편성비율)을 분석하였다. 그 결과 제주방송을 제외한 8개 지역민방은 반기별 수중계 프로그램 편성을 법정 상한선보다 낮게 편성하였으며, 대부분 법정 상한선에 근접한 비율로 수중계를 편성한 것으로 나타났다. 제주방송은 상반기에 상한 비율 76%를 초과하여 수중계 프로그램을 편성했다(〈표 2-20〉 참조).

편성 상한 비율이 68%에 해당하는 케이엔엔(KNN)은 상반기 67.7%, 하반기 66.3%의 수중계 편성비율을 보였다(법정 기준 매 반기 68% 이내). 편성 상한 70%가 적용되는 티비씨(TBC)는 상반기 69.8%, 하반기 68.3%를 기록하였다. 광주방송은 상반기 71.0%, 하반기 70.2%로 법정 상한(매 반기 71% 이내)을 준수하였다. 대전방송과 전주방송은 법정 상한 72%를 기준으로, 상·하반기 71.2~71.9%의 범위에서 편성되었다. 울산방송, 청주방송, 지원(G1)은 반기별 최저 70.6%(CJB), 최대 73.9%(G1)의 범위를 기록하며 법정 기준(매 반기 74% 이내)에 근접한 수준에서 준수했다. 또한 법정 상한 76%가 적용되는 제주방송은 상반기 76.4%, 하반기 74.6%으로 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-20〉).

25) 방송법 시행령 및 편성고시 일부 개정에 따라 지역민방 수중계 편성비율 산정기준이 ‘허가차수’에서 ‘방송사업매출액’으로 변경되었으며, 이때 방송사업매출액은 방송사업자 재산상황 공표의 전전년도 방송사업매출액을 기준으로 한다. 이 개정을 통해 다른 방송사업자 제작물 편성비율 산정기간 또한 ‘매 분기’에서 ‘매 반기’로 변경되었다. 이때 편성비율은 전년도 비율 대비 채널 별로 1%p를 초과하여 증가 또는 감소할 수 없다는 단서 조항을 적용하여 편성 상한 비율을 정한다.

〈표 2-20〉 지역민방 TV 채널의 반기별 수중계 편성비율(2024년)

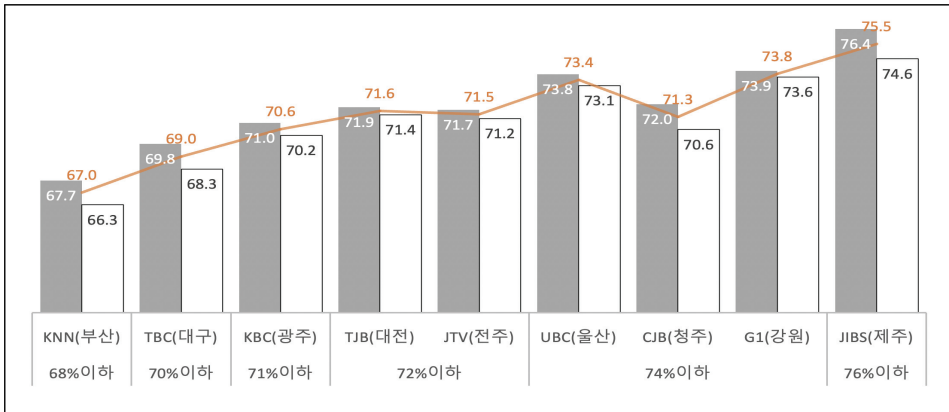
(단위: %)

방송사		상반기	하반기	연평균
68%↓	케이엔엔(KNN)	67.7	66.3	67.0
70%↓	대구방송(TBC)	69.8	68.3	69.0
71%↓	광주방송(KBC)	71.0	70.2	70.6
72%↓	대전방송(TJB)	71.9	71.4	71.6
	전주방송(JTV)	71.7	71.2	71.5
74%↓	울산방송(UBC)	73.8	73.1	73.4
	청주방송(CJB)	72.0	70.6	71.3
	지원(G1)	73.9	73.6	73.8
76%↓	제주방송(JIBS)	76.4	74.6	75.5

[그림 2-17]에 나타난 바와 같이, 반기별 편성비율은 제주방송이 상·하반기 76.4%, 74.6%의 비율로 가장 높은 수준으로 나타났다. 예년과 마찬가지로, OBS경인TV는 다른 지역 민방과 달리 SBS 프로그램을 수중계하는 민영방송 네트워크 협정에 가입하지 않아, 전 시간 자체 편성을 수행한다(수중계 비율 0%). 이에 수중계 편성비율 분석에 포함시키지 않았다.

[그림 2-17] 지역민방 TV 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)



주: OBS경인TV는 SBS 프로그램을 수중계하는 민영방송 네트워크 협정에 가입하지 않아 전 시간 자체 편성을 수행하기 때문에 제외함

나. 지역민방 라디오 방송의 수중계 프로그램 편성 현황

9개 지역민방이 운영하는 라디오채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 해당 라디오채널 모두 법정 상한 기준에 근접한 수준에서 수중계프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-21〉 참조).

케이엔엔(KNN) 2개 라디오 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율은 65.3-67.4%의 범위로 나타나 법정 상한 비율(68%)에 근접한 수준을 보였다. 티비씨(TBC)는 상반기 66.8%, 하반기 67.2%를 기록하여 법정 상한 비율 70%를 준수하였다. 광주방송은 역시 상·하반기 모두 66.8%의 비율을 보이며 법정 상한 비율(71%)을 이내에서 편성하였다. 대전방송과 전주방송은 각각 상·하반기 66.7%, 70.8%의 비율을 기록하여 법정 상한 비율(72%)을 충족하였다. 반기별 수중계 프로그램 상한 비율이 74%로 적용되는 울산방송, 청주방송, 지원(GI)은 최저 70.7%(CJB)에서 최고 73.8%(GI)의 범위로 편성하여 모두 상한 기준을 준수한 것으로 나타났다. 제주방송은 상반기 73.2%, 하반기 73.3%의 수중계 편성비율을 유지하며 법정 상한 비율(76%)을 충족하였다.

〈표 2-21〉 지역민방 라디오 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율(2024년)

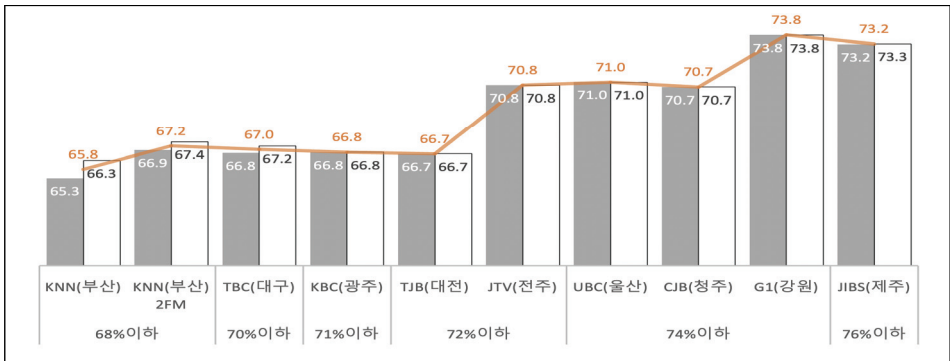
(단위: %)

방송사			상반기	하반기	연평균
68%↓	케이엔엔 (KNN)	FM	65.3	66.3	65.8
		2FM	66.9	67.4	67.2
70%↓	대구방송(TBC)		66.8	67.2	67.0
71%↓	광주방송(KBC)		66.8	66.8	66.8
72%↓	대전방송(TJB)		66.7	66.7	66.7
	전주방송(JTV)		70.8	70.8	70.8
74%↓	울산방송(UBC)		71.0	71.0	71.0
	청주방송(CJB)		70.7	70.7	70.7
	지원(GI)		73.8	73.8	73.8
76%↓	제주방송(JIBS)		73.2	73.3	73.2

지역민방 라디오 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율을 도식화한 결과(그림 2-18), 편성 상한 비율이 68%인 지역민방은 최저 65.3%(KNN), 최대 67.4%(KNN)로 나타났다. 편성 상한 비율이 70%에서 72% 범위에 해당하는 지역민방은 전주방송을 제외하고 모두 66.8~67.2%의 편성비율을 기록하였다. 전주방송은 상·하반기 70.8%를 나타내어 법정 상한 비율에 근접한 수준을 보였다. 편성 상한 비율이 74%에서 76% 범위에 해당하는 지역방송은 최저 70.7%(CJB), 최대 73.8%(G1)로 수중계 프로그램을 편성하였다.²⁶⁾

[그림 2-18] 지역민방 라디오 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)



3. 지상파 DMB 채널의 수중계 프로그램 편성 현황

지역민방 텔레비전·라디오 채널 외에 지상파 DMB 채널에도 다른 한 방송사업자 제작 프로그램의 편성비율을 제한하는 규제가 적용된다.²⁷⁾ 다만 지상파 DMB 방송에 대한 수중계 비율의 규제 수준은 지역민방의 지상파 채널에 적용되는 것에 비해 관대한 편이다. 매 반기 전체 방송시간의 80% 이내로 수중계 편성비율이 제한된다. 따라서 자체 편성 시간을 전체 방송시간의 20% 정도로 편성할 수 있다.

26) 참고로, 민영방송 네트워크 협정에 가입되어 있지 않은 라디오 지역민방인 경인방송은 모든 월에서 수중계 프로그램의 편성비율이 0%로 나타났다.

27) 이때 KBS와 MBC가 운영하는 지상파 DMB 채널은 제외된다.

2024년 한 해 동안 해당 규제의 적용을 받은 지상파 DMB 텔레비전·라디오 채널은 13개였다.²⁸⁾ 해당 채널들 중 다른 한 방송사업자 프로그램을 전혀 편성하지 않은 SBS ㉞ TV, SBS ㉞ Radio를 포함하여, 반기별 법정 상한 비율인 80%를 초과해 수중계 프로그램을 편성한 채널은 없는 것으로 나타났다(〈표 2-22〉 참조).

〈표 2-22〉 지상파 DMB 채널의 반기별 수중계 편성비율(2024년)

(단위: %)

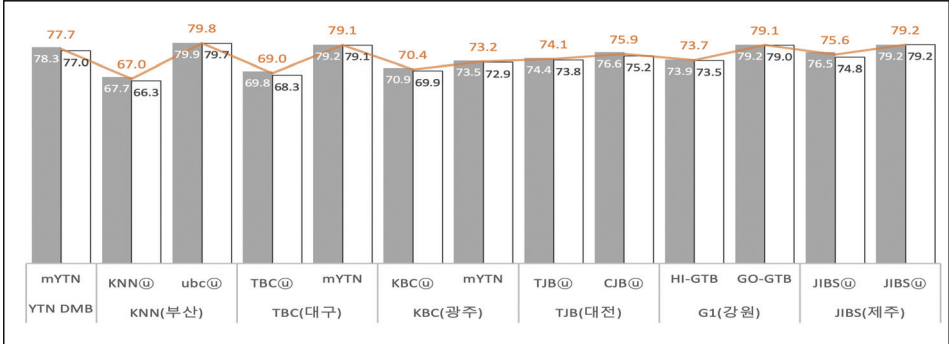
방송사		상반기	하반기	연평균
YTN DMB	㉞ YTN	78.3	77.0	77.7
케이엔엔(KNN)	KNN ㉞	67.7	66.3	67.0
	ubc ㉞	79.9	79.7	79.8
대구방송(TBC)	TBC ㉞	69.8	68.3	69.0
	mYTN	79.2	79.1	79.1
광주방송(KBC)	KBC ㉞	70.9	69.9	70.4
	mYTN	73.3	72.9	73.1
대전방송(TJB)	TJB ㉞	74.4	73.8	74.1
	YTN CJB ㉞	76.6	75.2	75.9
지원(G1)	Hi-GTB	73.9	73.5	73.7
	GO-GTB	79.2	79.0	79.1
제주방송(JIBS)	JIBS ㉞ DMB1	76.6	74.8	75.7
	JIBS ㉞ DMB2	79.2	79.2	79.2

주: SBS DMB TV 채널과 라디오 채널은 전월 0%로 편성했기에 본 표에서 제외함

28) 한국DMB는 2023년 12월 28일부로 방송을 종료하였다.

[그림 2-19] 주요 지상파 DMB 채널의 반기별 수증계 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)



제 4 절 순수 외주제작 방송프로그램의 편성 현황

1. 규제 개요

지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 전체 텔레비전 방송 시간 중 일정 비율 이상을 순수 외주제작 방송프로그램으로 편성해야 한다. 이 제도는 독립제작사를 육성하고 프로그램 제작원의 다양성을 확보함으로써 방송 프로그램 제작 산업의 발전 기반을 마련하기 위해 도입되었다.

2024년 기준 지상파 텔레비전 방송의 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율은 다음과 같다. KBS 1TV는 매 반기 전체 방송시간의 19% 이상, KBS 2TV는 35% 이상, MBC와 SBS는 30% 이상, EBS는 16% 이상을 순수 외주제작 프로그램으로 편성해야 한다. 지역 MBC는 20% 이상, 기타 지상파방송사업자(SBS를 제외한 지역민방 등) 및 지상파방송채널사용사업자는 3.2% 이상을 순수 외주제작 방송프로그램으로 편성하여야 한다. 다만, 2024년 7월 편성고시 개정으로 지역 MBC와 지역민방에 대한 순수외주제작 의무편성비율이 한시적으로 완화되어, 2024년 하반기에는 지역 MBC는 14% 이상, 지역민방은 2.6% 이상의 순수외주제작 프로그램을 편성해야 한다. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 매 반기 전체 텔레비전 방송시간의 30% 이상을 순수 외주제작 방송프로그램으로 편성하여야 한다.²⁹⁾

또한 시청시간대에 따른 규제가 존재하여, 지상파방송사업자 및 종합편성을 행하는 방

송채널사용사업자는 매 반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 10% 이상을 순수 외주제작 방송프로그램으로 편성해야 한다. 종합편성을 행하는 지상파방송채널사용사업자는 매 반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 3% 이상을 순수 외주제작 방송프로그램으로 편성하도록 규정하고 있다.

2. 지상파 3사 및 EBS의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

2024년 KBS 서울본부, MBC 본사, SBS, 그리고 EBS의 반기별 편성 현황을 분석한 결과, 지상파 3사와 EBS가 운영하는 모든 텔레비전 채널은 순수 외주제작 방송프로그램 의무 편성비율을 준수한 것으로 나타났다.

먼저 전체 방송시간대 순수 외주제작 방송프로그램의 반기별 편성비율을 분석하였다. KBS 2TV의 편성비율은 상반기 43.2%, 하반기 47.7%로 의무편성비율(35%)을 충족하였다. MBC는 상반기 32.6%·하반기 31.7%, SBS는 상반기 35.2%·하반기 35.3%를 기록하며 두 채널 모두 상·하반기 안정적인 편성비율을 유지하였다. 교양과 보도 중심의 KBS 1TV는 상·하반기 모두 25%대의 비율을 유지하며 법정 기준을 준수하였고, EBS는 상반기 32.1%·하반기 29.6%의 비율로 순수 외주제작 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-23〉 참조).

〈표 2-23〉 지상파 3사와 EBS의 전체시간대 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	의무편성비율
KBS 1TV	25.7	25.8	19% 이상
KBS 2TV	43.2	47.7	35% 이상
MBC	32.6	31.7	30% 이상
SBS	35.2	35.3	30% 이상
EBS	32.1	29.6	16% 이상

29) 2024년 7월 3일 「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」 일부 개정에 따라, 지역 MBC와 지역민방을 대상으로 순수외주제작 의무편성비율에 대한 한시적 완화 조치가 시행되었다. 이에 따라 2024년 7월 1일부터 2026년 6월 30일까지 2년간 지역 MBC의 순수 외주제작 의무편성비율은 기존 20%에서 14%로, 지역민방은 3.2%에서 2.6%로 각각 완화된 비율이 적용된다.

EBS를 제외한 나머지 채널을 대상으로 주시청시간대의 순수 외주제작 프로그램 편성비율을 분석하였다.³⁰⁾ 분석 결과, 모든 채널이 의무 편성비율(10%)보다 높은 비율로 순수 외주제작 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-24〉 참조). 특히 KBS 2TV는 4개 채널 중 주시청시간대 순수 외주제작 프로그램의 편성비율이 40%대로 가장 높았다. 상반기 41.2%, 하반기 47.8%로, 상반기에 비해 하반기에 소폭 증가하였다. KBS 1TV 역시 상반기 26.8%에서 하반기 31.8%로 증가하며 하반기에 더 높은 편성비율을 보였다.

MBC는 상반기 순수 외주제작 프로그램 편성비율이 25.1%로, 하반기(16.1%)보다 9.0%p 높게 나타나며, 상반기에 더 많은 순수 외주제작 프로그램을 편성한 것으로 나타났다. SBS 역시 상반기 28.3%로, 하반기 25.8%보다 다소 높은 비율을 기록하였다.

〈표 2-24〉 지상파 3사의 주시청시간대 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	의무편성비율
KBS 1TV	26.8	31.8	10% 이상
KBS 2TV	41.2	47.8	
MBC	25.1	16.1	
SBS	28.3	25.8	

3. 지역방송의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

가. 지역 KBS 텔레비전 채널의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

KBS 지역총국 및 지역국이 운영하는 텔레비전 채널들도 모두 순수 외주제작 프로그램 의무 편성비율을 준수한 것으로 나타났다(〈표 2-25〉 참조).

지역 KBS 1TV는 지역에 따라 편차가 다소 존재하나 전체적으로 서울본부의 편성비율과 매우 유사한 수준에서 순수 외주제작 프로그램을 편성하였다(〈표 2-25〉 참조). 지역 KBS 1TV 채널들의 전체시간대 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율은 상반기 24.1~25.6%, 하반기 24.2~25.8%로 서울 KBS 1TV의 편성비율(상반기 25.7%, 하반기 25.8%)과 비슷한 수준

30) 주시청시간대 순수 외주제작 방송프로그램 편성규제는 종합편성을 행하는 방송사업자만을 대상으로 하기 때문에 전문편성 방송사업자인 EBS에는 적용되지 않는다.

의 비율을 보였다(〈표 2-23〉 참조). 지역 KBS 2TV 채널들 또한 상반기 43.1~45.4%, 하반기 46.8~47.7%의 비율로 순수 외주제작 방송프로그램을 편성하였으며, 이는 서울 KBS 2TV의 편성비율(상반기 42.9%, 하반기 47.8%)과 유사한 편성 경향을 보였다(〈표 2-23〉 참조).

주시청시간대에 한정된 분석에서도 지역 채널의 편성 추세는 동일하게 나타났다. 지역 KBS 채널의 반기별 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율을 살펴보면, 지역 KBS 1TV는 상반기 22.7~27.7%, 하반기 26.6~31.7%를 기록하였으며, 지역 KBS 2TV는 상반기 41.2~42.9%, 하반기 46.3~47.9%의 수준을 보였다. 지역 KBS 1TV, 2TV 모두 서울 KBS 1TV, 2TV와 유사한 수준에서 순수 외주제작물을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-23〉, 〈표 2-25〉 참조).

〈표 2-25〉 지역 KBS TV 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

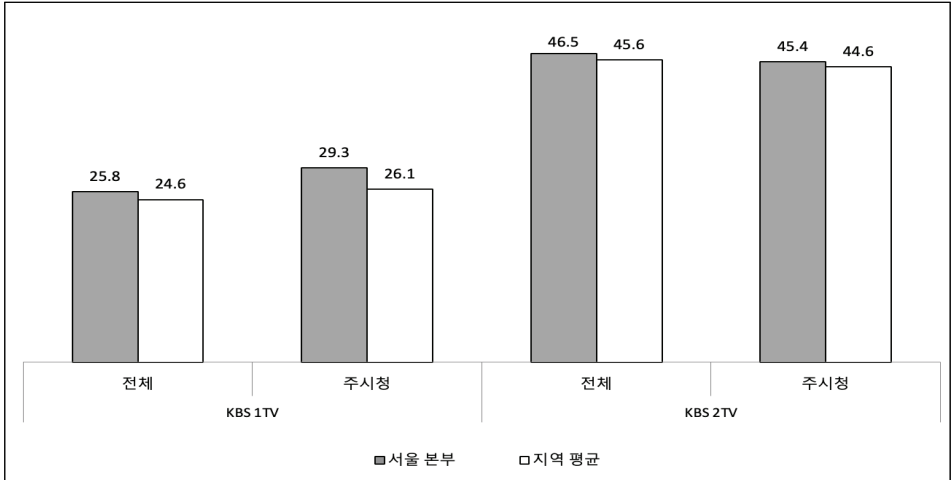
KBS 지역방송국		전체 시간대		주시청시간대	
		상반기	하반기	상반기	하반기
1TV (19개)	경인	25.7	25.8	26.8	31.7
	부산	24.6	24.6	24.0	28.0
	울산	24.9	24.8	24.1	27.8
	창원	24.2	24.4	24.0	27.5
	진주	24.2	24.4	24.0	27.5
	광주	24.1	24.2	22.7	26.7
	목포	24.1	24.2	22.7	26.7
	순천	24.1	24.2	22.7	26.7
	춘천	24.1	24.2	22.9	26.6
	강릉	24.2	24.2	22.9	26.6
	원주	24.1	24.2	22.9	26.6
	대전	25.3	25.3	26.6	29.8
	청주	24.1	24.2	22.7	26.6
	충주	24.1	24.2	22.7	26.6
	대구	24.8	24.9	25.7	29.1
	안동	24.8	24.9	25.7	29.1
	포항	24.8	24.9	25.7	29.1
	전주	25.5	25.2	27.7	31.3
	제주	24.5	24.8	24.4	28.4

KBS 지역방송국		전체 시간대		주시청시간대	
		상반기	하반기	상반기	하반기
2TV (11개)	부산	43.2	47.7	41.2	47.9
	울산	43.2	47.7	41.2	47.9
	창원	43.2	47.7	41.2	47.9
	광주	43.2	46.8	41.2	46.3
	춘천	43.2	47.7	41.2	47.8
	강릉	43.2	47.7	41.2	47.8
	대전	43.2	47.7	41.2	47.9
	청주	43.2	47.7	41.2	47.9
	대구	43.2	47.7	41.2	47.9
	전주	43.1	47.7	41.2	47.9
	제주	43.2	47.7	41.2	47.9

전체 시간대와 주시청시간대 지역 KBS 채널(KBS 1TV 19개, KBS 2TV 11개)의 연평균 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율을 서울본부 편성비율과 비교하였다. 지역 KBS 채널의 연평균 순수 외주제작 방송프로그램 편성은 전체 시간대와 주시청시간대 모두 서울 KBS 1TV, KBS 2TV의 편성과 매우 유사한 비율로 나타났다([그림 2-20] 참조).

[그림 2-20] 서울 및 지역 KBS의 연평균 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)



나. 지역 MBC 텔레비전 채널의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

MBC 지역계열사의 반기별 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율은 지역별로 편차가 다소 존재했다(〈표 2-26〉 참조). 지역 MBC의 반기별 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율은 상반기 24.5~28.3%, 하반기 23.8~27.4%의 범위를 기록하며, 서울 MBC(상반기 32.6%, 하반기 31.7%)보다 다소 낮은 편성비율을 보였다(〈표 2-26〉, 〈표 2-23〉 참조).

마찬가지로 주시청시간대에도 지역 MBC의 반기별 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율은 상반기 17.7~25.1%, 하반기 12.3~16.5%의 범위로 서울 MBC(상반기 25.1%, 하반기 16.1%)와 유사한 수준에서 순수 외주제작물을 편성하였다(〈표 2-26〉, 〈표 2-23〉 참조).

〈표 2-26〉 지역 MBC 텔레비전 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년)

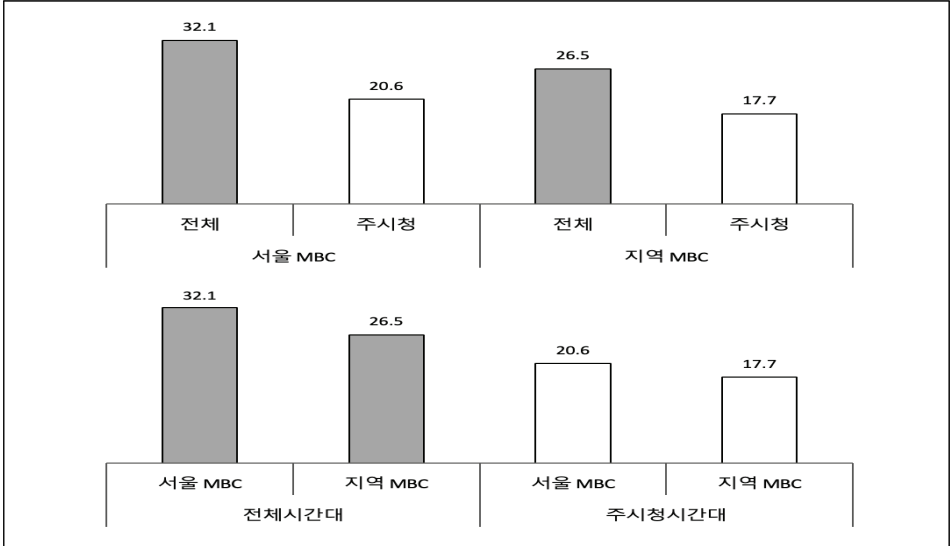
(단위: %)

지역계열사	전체 시간대		주시청시간대	
	상반기	하반기	상반기	하반기
부산	28.2	26.9	22.1	14.3
울산	26.9	25.8	21.2	13.4
경남(창원)	27.4	25.8	23.1	14.3
경남(진주)	27.4	25.8	23.1	14.3
광주	27.7	27.4	17.7	13.4
목포	26.6	25.2	19.5	12.3
여수	28.2	27.0	25.1	16.5
춘천	26.4	25.1	21.1	12.9
원주	26.6	26.7	23.1	13.6
강원영동(강릉)	24.9	23.8	23.1	14.0
강원영동(삼척)	24.5	23.8	23.1	14.0
대전	26.9	26.3	21.6	13.2
충북(청주)	27.2	25.9	21.1	13.6
충북(충주)	27.2	25.9	21.1	13.6
대구	27.8	27.1	21.7	13.6
안동	28.3	26.8	21.2	12.9
포항	28.1	27.4	22.7	14.3
전주	26.9	24.8	20.9	13.0
제주	28.1	25.3	21.2	13.4

지역 MBC 채널의 전체시간대 순수 외주제작 방송프로그램 평균 편성비율(26.5%)은 서울 MBC의 편성비율(32.1%)보다 약 5.6%p 낮은 수준으로 나타났다. 주시청시간대의 역시 지역MBC의 연평균 편성비율은 17.7%로, 서울 MBC(20.1%)에 비해 약 2.8%p 낮은 것으로 확인되었다[그림 2-21] 참조).

[그림 2-21] 서울 MBC와 지역 MBC의 연평균 순수 외주제작물 편성비율(2024년)

(단위: %)



다. 지역민방 텔레비전 채널의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

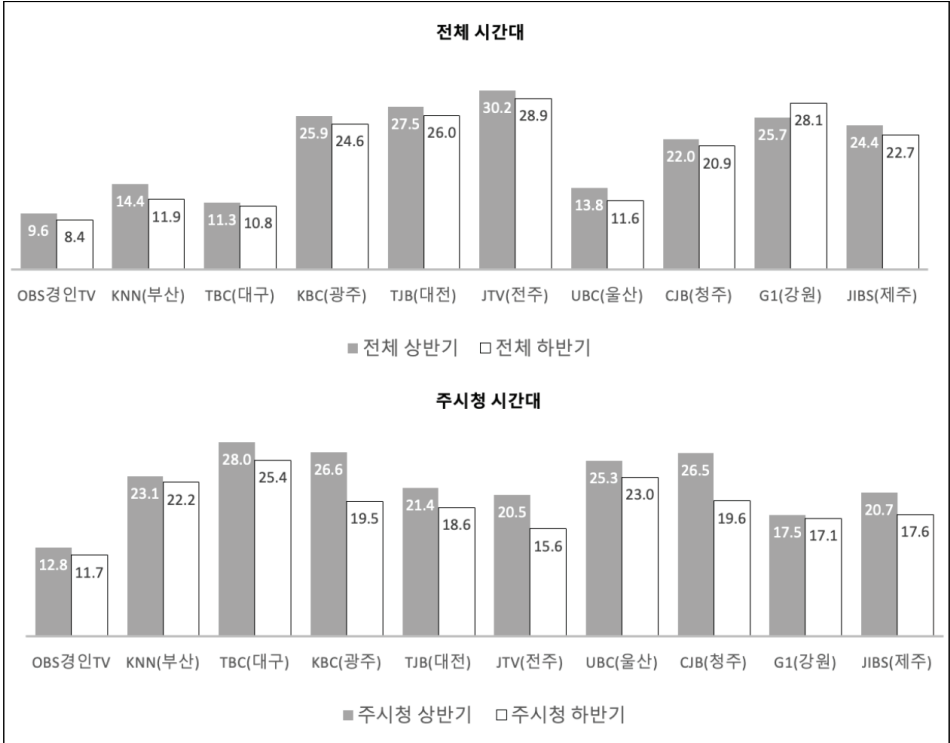
SBS를 제외한 10개 텔레비전 지역민방은 상반기에는 전체 방송시간의 3.2%, 하반기에는 전체 방송시간의 2.6% 이상을 순수 외주제작 방송프로그램으로 편성해야 한다. 2024년 한 해 동안 이들 지역민방 채널의 편성 자료를 분석한 결과, 모든 채널이 반기별 의무 기준인 3.2%를 상회하는 비율로 순수 외주제작 방송프로그램을 편성한 것으로 나타났다(그림 2-22).

OBS경인TV는 전체시간대 순수 외주제작 방송프로그램의 편성비율이 상반기 9.6%, 하반기 8.4%로 나타났다. 수중계 프로그램을 편성하고 있는 나머지 9개 지역민방 중에서는 전주방송이 상반기 30.2%, 하반기 28.9%로 30%에 근접한 높은 비율을 보였다. 광주방송(상반기 25.9%, 하반기 24.6%)과 대전방송(27.5%, 하반기 26.0%) 그리고 지원(상반기 25.7%. 하

반기 28.1%) 역시 20% 중후반대의 비율로 순수 외주제작 프로그램을 편성하였다. 그 외 나머지 5개 지역민방은 10.8~24.4% 범위의 편성비율을 기록한 것으로 나타났다(전체 방송 시간대 기준, <표 2-27> 참조).

[그림 2-22] 지역민방 TV 채널의 순수 외주제작 프로그램 편성비율 추이(2024년)

(단위: %)



〈표 2-27〉 지역민방 TV 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

지역민방사	전체 시간대		주시청시간대	
	상반기	하반기	상반기	하반기
OBS경인TV	9.6	8.4	12.8	11.7
케이엔엔(KNN)	14.4	11.9	23.1	22.2
티비씨(TBC)	11.3	10.8	28.0	25.4
광주방송(KBC)	25.9	24.6	26.6	19.5
대전방송(TJB)	27.5	26.0	21.4	18.6
전주방송(JTV)	30.2	28.9	20.5	15.6
울산방송(UBC)	13.8	11.6	25.3	23.0
청주방송(CJB)	22.0	20.9	26.5	19.6
지원(G1)	25.7	28.1	17.5	17.1
제주방송(JBS)	24.4	22.7	20.7	17.6

4. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

방송법 시행령 및 편성고시가 개정됨에 따라, 2019년 6월 25일부터 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자(중편PP)에게도 순수 외주제작 방송프로그램 편성의무가 부과되었다. 중편PP는 동일서비스 동일규제 원칙에 따라 종합편성을 행하는 지상파방송사업자 중 MBC·SBS와 동일하게 매 반기 전체 텔레비전 방송시간의 30% 이상, 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 10% 이상 순수 외주제작 방송프로그램을 편성해야 한다.

2024년 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황을 분석한 결과, 중편PP 4개 채널 모두 법정 의무편성비율을 준수한 것으로 나타났다(〈표 2-28〉 참조). 전체 시간 기준으로 보면, MBN이 상반기 48.1%, 하반기 50.6%로 가장 높은 비율을 기록하며 연평균 49.3%를 나타냈다. JTBC는 상반기 48.7%·하반기 44.6%, 채널A는 상반기 44.2%·하반기 44.4%로 두 채널 모두 연평균 40% 중반대를 유지하였다. TV조선은 상반기 40.2%, 하반기 43.8%로 연평균 42.0%의 편성비율을 보였다.

〈표 2-28〉 종합편성 방송채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

종합편성방송사	전체 시간대			주시청시간대		
	상반기	하반기	연평균	상반기	하반기	연평균
TV조선	40.2	43.8	42.0	49.0	54.7	51.9
채널A	44.2	44.4	44.3	50.8	45.0	47.9
JTBC	48.7	44.6	46.6	38.0	33.4	35.7
MBN	48.1	50.6	49.3	61.3	63.8	62.5

제 5 절 국내제작 방송프로그램의 편성 현황

1. 규제 개요

2024년 기준 방송법 및 동법 시행령, 편성고시에 따라 방송사업자는 해당 채널의 연간 전체 방송 시간의 일정 비율 이상 국내제작 방송프로그램을 편성하여야 한다. 지상파 종합편성방송사업자는 연간 전체 방송시간의 80% 이상, 지상파 전문편성방송사업자³¹⁾는 60% 이상, 지상파이동멀티미디어방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자는 60% 이상을 국내 제작 방송프로그램으로 편성해야 한다. 지상파 외 방송사업자에 대해서는 이보다 낮은 의무 편성비율이 적용된다. 종합유선방송사업자(SO) 및 위성방송사업자는 연간 전체 방송시간의 50% 이상, 방송채널사용사업자(PP)는 40% 이상의 의무편성비율을 적용받는다.³²⁾

연간 전체 방송 시간을 기준으로 하는 국내 제작 방송 프로그램 편성 의무 외에, 각 분야별(영화·애니메이션·대중음악) 국내 제작물 편성의무가 별도로 존재한다(장르별 쿼터제). 특히 영화·애니메이션·대중음악을 전문으로 편성하는 방송사업자는 전체 방송 시간

31) 2015년 6월의 편성고시 개정 이후 국내 제작물 의무편성비율과 관련하여 EBS에 대한 특정이 삭제되고 EBS가 포함되는 전문편성사업자에 대한 규정으로 바뀌었다(편성고시 제3조). 단, 제4조 국내 제작 애니메이션의 신규 편성에 관한 규정에서는 EBS에 대한 특정 내용을 유지하고 있다.

32) 방송법 시행령 및 편성고시 개정에 따라, 2022년 1월 1일부터 제3조(국내제작 방송프로그램의 편성비율)의 국내제작 방송프로그램 편성비율 산정기간을 '매 반기'에서 '연간'으로 변경하여 시행하였다.

기준의 국내 제작 방송프로그램 의무편성비율은 적용받지 않고 분야별(영화·애니메이션·대중음악) 국내 제작물 의무편성비율만 적용된다.

2024년도 장르별 쿼터는 다음과 같이 적용되었다.

첫째, 영화 편성과 관련하여 지상파 방송사업자는 해당 채널의 연간 전체 영화방송시간의 25% 이상을 국내 제작 영화로 편성해야 한다. 그 외 방송사업자(종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자)는 20% 이상을 국내 제작 영화로 편성해야 한다. 단, 종교를 전문으로 편성하는 방송사업자의 경우 해당 채널의 연간 전체 영화 방송시간의 4% 이상 국내 제작 영화를 편성하여야 한다.

둘째, 애니메이션의 편성과 관련하여 지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자 제외)는 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송시간의 45% 이상을 국내 제작 애니메이션으로 편성해야 한다. 지상파이동멀티미디어방송사업자는 35% 이상, 그 외 방송사업자(종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자)는 30% 이상을 국내제작 애니메이션으로 편성하여야 한다. 예외적으로 교육을 전문으로 편성하는 방송사업자는 해당 채널 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 8% 이상, 종교를 전문으로 편성하는 방송사업자는 4% 이상의 국내 제작 애니메이션 의무 편성비율이 적용된다.

셋째, 대중음악의 편성과 관련해서는 모든 방송사업자가 당해 채널의 연간 전체 대중음악 방송 시간의 60% 이상을 국내 제작 대중음악으로 편성하여야 한다.

마지막으로, 애니메이션과 관련하여 국내 제작 애니메이션의 신규 편성에 대한 총량제가 별도로 시행되고 있다(이른바 국내 제작 애니메이션 신규 편성 총량제). 지상파 3사는 채널별 연간 전체 텔레비전 방송 시간의 1% 이상, EBS는 0.3% 이상, 지상파 DMB 사업자는 0.1% 이상을 국내 제작 애니메이션 신규 프로그램으로 편성해야 한다. 다만 지상파 DMB 사업자의 경우, 규제 시행 시점이 아직 확정되지 않아 현재까지 시행이 유예된 상태이다.³³⁾

33) 편성고시 부칙(<제2008-135호>, 2008. 12. 31.) 제1조(시행일) 제3항에 제4조(신규로 편성되는 국내제작 애니메이션의 편성비율)에서 지상파이동멀티미디어방송을 행하는 지상파방송사업자에게 2009년까지 시행을 유예하되 시행시기는 따로 결정한다고 명시하고 있으나, 이후 시행시점이 결정되지 않았다.

종합편성PP와 애니메이션 전문PP에는 방송사업매출액 규모에 따라 0.3~1%의 국내 제작 애니메이션 신규 편성 의무비율이 차등 적용된다. 먼저, 종합편성 PP는 방송사업매출액이 500억 원 미만인 경우 연간 전체 텔레비전 방송시간의 0.3% 이상, 500억 원 이상 600억 원 미만일 경우 0.5% 이상, 600억 원 이상 700억 원 미만일 경우 0.7% 이상, 700억 원 이상일 경우 1% 이상을 국내 제작 애니메이션으로 신규로 편성해야 한다. 애니메이션 전문 PP는 방송사업매출액이 50억 원 이상 100억 원 미만일 경우 0.3% 이상, 100억 원 이상 150억 원 미만일 경우 0.6% 이상, 150억 원 이상 200억 원 미만일 경우 0.8% 이상, 200억 원 이상일 경우 1% 이상 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다.

2. 지상파 3사와 EBS의 국내제작 방송프로그램 편성 현황

가. 지상파 3사(서울)와 EBS의 국내제작 방송프로그램 편성비율

2024년 한 해 동안 지상파 3사(KBS 서울본부, MBC 본사, SBS)와 EBS의 텔레비전 채널을 대상으로 국내제작 방송프로그램 편성비율을 분석하였다(〈표 2-29〉, [그림 2-23] 참조). 해당 채널은 모두 연간 국내제작 방송프로그램 의무 편성비율인 80% 이상(EBS의 경우는 60% 이상)의 수준을 유지한 것으로 나타났다. 지상파 3사의 텔레비전 채널은 모두 연간 국내제작 방송프로그램의 편성비율이 97% 이상이었으며, EBS 또한 연평균 93.4%의 비율로 국내 제작 방송 프로그램을 편성한 것으로 나타났다.

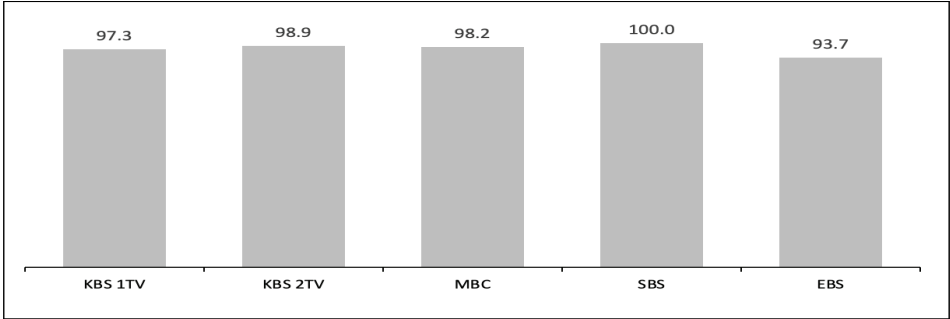
〈표 2-29〉 지상파 3사와 EBS의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	연평균	의무편성비율
KBS 1TV	96.9	97.6	97.2	80% 이상
KBS 2TV	99.1	98.7	98.9	
MBC	99.2	99.6	99.4	
SBS	99.4	98.8	99.1	
EBS	93.6	93.2	93.4	60% 이상

[그림 2-23] 지상파 3사와 EBS의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)



KBS 서울본부의 9개 라디오 채널(1라디오, 2라디오, 3라디오, 1FM, 2FM, 한민족 제1방송, 한민족 제2방송, 국제방송, 국방FM), MBC 본사의 2개 라디오 채널(AM/표준FM, FM), SBS의 2개 라디오 채널(AM/표준FM, FM)을 대상으로 2024년 국내제작 방송프로그램 편성비율을 분석한 결과, 모든 채널이 연간 전체 방송 시간을 국내 제작물로 편성한 것으로 나타났다(100%). 이에 따라 별도의 도표 제시는 생략한다.

나. 지상파 3사의 분야별 국내 제작물 편성 현황

1) 지상파 3사 TV 채널의 국내제작 영화 편성비율

서울 지역 지상파 3사의 4개 TV 채널에 대하여 2024년 중 국내제작 영화 편성비율을 분석하였다(전체 영화 방송시간 기준). 해당 채널은 모두 법정 국내제작 영화 의무 편성비율(25% 이상)을 준수하였다(그림 2-24 참조).³⁴⁾

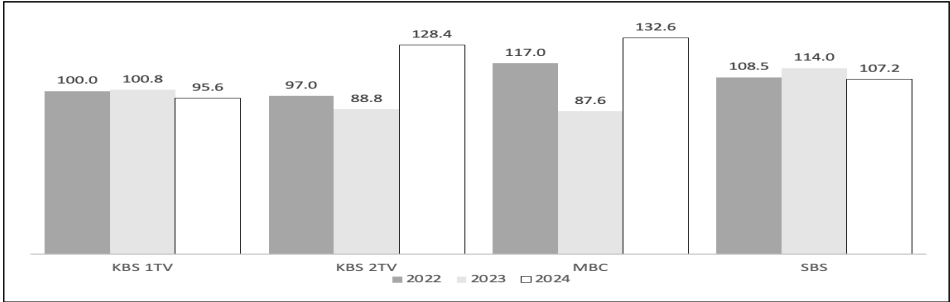
채널별로 국내 제작 영화의 편성비율에는 편차가 다소 존재했다. 2024년 동안 KBS 1TV는 연중 편성한 영화 프로그램 방송시간의 100%를 국내 제작 영화 프로그램으로 편성하였다. KBS 2TV는 128.4%, MBC는 132.6%, SBS는 107.2%의 편성비율을 기록하였다(그림 2-24 참조). 다만 이러한 편성비율은 전체 영화 방송 시간을 분모로 삼아 산정하는 것이

34) 방송법 시행령 제50조 제3항에 따라 주시청시간대에 국내 제작 영화를 편성하는 경우 편성시간 대비 1.5배의 가중치를 부여받는다. 이로 인하여 일부 채널에서는 국내 제작 영화의 연간 편성비율이 100%를 초과하는 현상이 나타나기도 한다.

므로 편성비율과 별도로 채널별로 실제 연간 전체 영화 방송 시간이 얼마나 되는지도 살펴볼 필요가 있다.

[그림 2-24] 지상파 3사 TV 채널의 국내 제작 영화 편성비율(2022~2024년)

(단위: %)



국내 제작 영화가 방영된 실제 시간을 분석한 결과, 2024년 국내 제작 영화 편성비율이 가장 낮았던 KBS 1TV가 오히려 국내 제작 영화를 가장 오랜 시간 편성한 것으로 나타났다(7,120분), 이는 전년 대비 32.7% 증가한 수치이다(〈표 2-30〉 참조). 반면 국내 제작 영화 편성비율이 가장 높았던 MBC는 실제 국내제작 영화 편성시간이 가장 짧은 수준으로 나타났다(1,618분).

지상파 3사의 텔레비전 채널을 대상으로 국내 제작 영화 편성시간의 전년 대비 증감을 분석한 결과, 2024년에는 지상파 3사의 모든 채널에서 국내제작 영화 편성 시간이 전년도 증가한 것으로 나타났다(〈표 2-30〉 참조).³⁵⁾

35) 본문에서 소개된 채널별 국내제작 영화 편성시간 역시 주시청시간대 편성 시 1.5배의 가중치가 부여된 편성시간에 해당한다.

〈표 2-30〉 지상파 3사의 국내제작 영화 편성시간 변동추이(2023-2024년)

(단위: 분)

채널	영화 편성시간(분)				전년대비 증감(비율)	
	2023년		2024년			
	영화전체	국내제작	영화전체	국내제작	영화전체	국내제작
KBS 1TV	5,320	5,365	7,445	7,120	2,125 (39.9%)	1,755 (32.7%)
KBS 2TV	1,515	1,345	1,870	2,401	355 (23.4%)	1,056 (78.5%)
MBC	925	810	1,220	1,618	295 (31.9%)	808 (99.8%)
SBS	1,265	1,442	2,175	2,332	910 (71.9%)	890 (61.7%)
합계	9,025	8,962	12,710	13,471	3,685 (40.8%)	4,509 (50.3%)

지상파 방송 3사 4개 방송 채널의 전체 영화 방송시간은 2023년 9,025분에서 2024년 12,710분으로 전년에 비해 3,685분(40.8%) 증가하여 전체적인 상승폭을 보였다. 국내제작 영화 역시 2023년 8,962분에서 2024년 13,471분으로 전년 대비 4,509분(50.3%) 가량 증가했다. 영화 편성시간 비율이 가장 많이 증가한 채널은 SBS로 2023년 편성시간이 1,265분이었으나, 2024년에는 이보다 910분 더 많이 편성된 2,175분이었다(71.9% 증가). 국내 제작 영화 방송시간 비율이 가장 많이 증가한 채널은 MBC로 전년 대비 99.8%(808분) 증가한 것으로 나타났다. 이 외에도 2023년과 비교했을 때 KBS 2TV가 78.5%(1,056분), SBS가 61.7%(890분), KBS 1TV가 32.7%(1,755분) 가량 증가하였다(〈표 2-29〉 참조).

2) 지상파 3사 TV 채널의 애니메이션 분야 국내 제작물 편성비율

지상파 3사의 4개 TV 채널(서울 기준)에 대하여 2024년 국내 제작 애니메이션 편성비율을 분석하였다. 분석 결과, 지상파 모든 채널에서 100%의 연간 국내 제작 애니메이션 편성 비율을 기록하며 법정 의무 편성비율(45% 이상)을 준수했다. 이에 따라 별도의 도표는 생략한다.³⁶⁾

36) 편성고시에 의거하여 주시청시간대에 국내제작 애니메이션을 편성하는 경우 편성시

지상파 3사의 4개 방송 채널에 대하여 전년 대비 전체 애니메이션 편성시간의 증감을 분석한 결과, 2023년 23,180분에서 2024년 21,790분으로 1,390분(6.0%) 가량 감소한 것으로 나타났다(〈표 2-31〉 참조). 국내 제작 애니메이션 편성시간 역시 동일한 규모인 1,390분(6.0%) 감소하였다. 채널별로 살펴보면, MBC를 제외한 모든 채널에서 전체 애니메이션 편성시간이 감소하였다. 가장 큰 감소폭을 보인 채널은 KBS 2TV로, 2023년 7,700분에서 2024년 6,390분으로 1,310분(17.0%) 줄었으며, 편성된 모든 애니메이션은 전년과 동일하게 국내 제작물이었다. 반면 감소폭이 가장 낮은 채널은 SBS로, 전체 애니메이션 방송시간이 전년 대비 305분(4.7%) 감소하였으며, 모든 애니메이션을 국내 제작물로 편성하였다. 한편 MBC는 전체 애니메이션 편성시간이 685분(13.3%) 증가하며 유일하게 증가세를 보였다. 마찬가지로 편성된 애니메이션은 모두 국내 제작물이었다(〈표 2-31〉 참조).

〈표 2-31〉 지상파 3사의 국내제작 애니메이션 편성시간 변동추이(2023~2024년)

(단위: 분)

채널	애니메이션 편성시간				전년대비 증감(비율)	
	2023년		2024년		전체 애니메이션	국내제작
	전체 애니메이션	국내제작	전체 애니메이션	국내제작		
KBS 1TV	3,815	3,815	3,355	3,355	▼460 (-12.1%)	▼460 (-12.1%)
KBS 2TV	7,700	7,700	6,390	6,390	▼1,310 (-17.0%)	▼1,310 (-17.0%)
MBC	5,140	5,140	5,825	5,825	685 (13.3%)	685 (13.3%)
SBS	6,525	6,525	6,220	6,220	▼305 (-4.7%)	▼305 (-4.7%)
합계	23,180	23,180	21,790	21,790	▼1,390 (-6.0%)	▼1,390 (-6.0%)

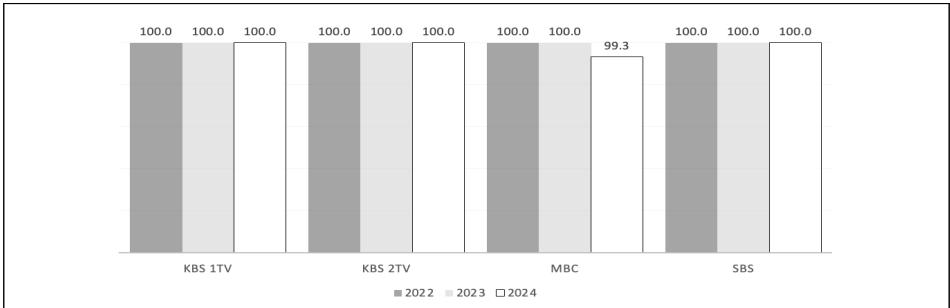
간 대비 1.5배의 가중치를 부여받는다(제11조 제2항). 또한 국내제작 애니메이션을 어린이들이 주로 시청하는 시간대에 신규 편성하는 경우 편성시간 대비 1.5배의 가중치를 부여받는다(제11조 제3항). 어린이들이 주로 시청하는 시간대는 평일 7시~9시와 17시~20시, 주말 및 공휴일 7시 30분~11시와 14시~20시를 말한다.

3) 지상파 3사 텔레비전·라디오 채널의 대중음악 분야 국내 제작물 편성비율

지상파 3사의 4개 지상파 텔레비전 채널(서울 기준)을 대상으로 2024년 국내제작 대중음악 프로그램의 편성비율을 분석한 결과, MBC(99.3%)를 제외한 모든 채널이 전체 대중음악 방송시간(100%)을 국내제작물로 편성했다. 중앙 지상파 4개 채널 모두 법정 의무 편성비율(60% 이상)을 충족한 것으로 나타났다[그림 2-25] 참조).

[그림 2-25] 지상파 3사 TV 채널의 국내제작 애니메이션 편성비율(2022~2024년)

(단위: %)



앞서 국내 제작 영화의 사례와 마찬가지로, 편성비율 외에도 실제 대중음악 프로그램의 편성시간(분)과 그 증감 정도를 함께 분석할 필요가 있다. 분석 결과, 4개 채널의 대중음악 편성시간은 전년 대비 총 4,225분(10.7%) 증가한 것으로 나타났다. 이는 KBS 2TV를 제외한 3개 채널이 모두 전년보다 대중음악 프로그램 편성시간을 늘린 데에서 비롯된다. 특히 MBC는 전년 대비 2,885분(30.1%) 증가해 가장 큰 폭의 증가세를 보였으며, KBS 1TV 역시 1,365분(10.7%) 늘어난 것으로 나타났다. 반면 KBS 2TV는 전년 대비 약 50분 감소(0.4%)해, 4개 채널 중 유일하게 편성시간이 줄어든 채널이었다(〈표 2-32〉 참조).

〈표 2-32〉 지상파 3사 TV채널의 국내제작 대중음악 편성시간 변동추이(2023~2024년)

(단위: 분)

채널	대중음악 편성시간				전년대비 증감(비율)	
	2023년		2024년			
	전체 대중음악	국내제작	전체 대중음악	국내제작	전체 대중음악	국내제작
KBS 1TV	12,745	12,745	14,110	14,110	1,365 (10.7%)	1,365 (10.7%)
KBS 2TV	12,700	12,700	12,650	12,650	▼ 50 (-0.4%)	▼ 50 (-0.4%)
MBC	9,590	9,590	12,475	12,390	2,885 (30.1%)	2,800 (29.2%)
SBS	4,280	4,280	4,305	4,305	25 (0.6%)	25 (0.6%)
합계	39,315	39,315	43,540	43,455	4,225 (10.7%)	4,140 (10.5%)

다음으로 지상파 3사가 운영하는 11개 종합편성·전문편성 라디오 채널들(서울 기준)을 대상으로 2024년 국내 제작 대중음악의 연간 편성비율을 분석하였다. 전체 방송시간 중 대중음악의 편성이 있었던 8개 채널(KBS 2라디오, KBS 2FM, KBS 국방FM, KBS 국제방송, MBC AM/표준FM, MBC FM, SBS AM/표준FM, SBS FM)은 모두 국내 제작 대중음악의 연간 편성비율이 100%를 기록하였다. 따라서 별도의 도표는 생략한다.

다. EBS 텔레비전·라디오 채널의 분야별 국내 제작물 편성 현황

교육 분야 전문 방송사인 EBS의 지상파 TV 채널에는 국내 제작물에 대한 여러 편성 의무가 적용된다. 국내 제작 영화는 연간 전체 영화 편성시간의 25% 이상, 국내제작 애니메이션은 연간 전체 애니메이션 편성시간의 8% 이상, 국내제작 대중음악은 연간 전체 대중음악 프로그램 편성시간의 60% 이상 편성해야 한다. 또한 국내제작 신규 편성 애니메이션 의무 편성 규정에 따라, 애니메이션 방송시간이 아니라 전체 방송시간을 기준으로 연간 0.3% 이상을 국내제작 신규 편성 애니메이션으로 채워야 한다. EBS 라디오는 영상물인 영화, 애니메이션을 제외한 나머지 분야에 대한 규정들이 적용된다.

먼저 EBS의 텔레비전 채널에 대하여 2024년 편성자료를 분석하였다. 국내제작 영화의 편성비율은 32.9%, 국내제작 애니메이션의 편성비율은 67.1%로 나타나, 두 분야 모두 의무 편성비율을 충족한 것으로 나타났다(〈표 2-33〉 참조). EBS는 2024년에도 전년도와 동일하게 대중음악 프로그램을 편성하지 않았으므로, 이에 대한 별도의 분석은 수행하지 않았다.

EBS의 국내제작 영화 편성비율(32.9%)은 2022년(26.8%)보다 6.1%p 증가하였다. 전체 영화 방송 시간은 2023년 22,880분에서 2024년 19,317분으로 3,563분 감소(15.6%) 감소했지만, 국내 제작 영화의 방송 시간은 2023년 6,134분에서 2024년 6,364분으로 221분(3.6%) 증가하였다(〈표 2-33〉 참조).

EBS의 국내제작 애니메이션 편성비율(67.1%)은 2023년(72.6%)보다 5.5%p 감소하였다. 그러나 실제 방송시간은 45,019분에서 2023년 51,626분으로, 6,607분(14.7%) 증가하여 전년 대비 큰 폭의 증가세를 보였다. 마찬가지로 국내제작 애니메이션 편성시간도 전년 대비 5.9%(1,934분) 증가해 애니메이션 편성시간을 늘린 것으로 확인되었다.

전반적으로 EBS는 국내 제작 애니메이션을 가장 많이 방송한 지상파 방송사이다. 2024년 EBS는 지상파 3사에서 편성한 국내 제작 애니메이션 총량(21,790분)보다 약 2배 이상 많은 방송 시간(51,626분)을 국내 제작 애니메이션 편성에 할애하였다(〈표 2-31〉, 〈표 2-33〉 참조).

한편, EBS의 FM 라디오채널에서는 2024년 중 대중음악 프로그램을 편성하지 않았으므로 분석의 대상에서 제외한다.

〈표 2-33〉 EBS의 국내제작 영화 및 애니메이션 편성시간 변동추이(2023~2024년)

(단위: 분)

	2023년		2024년		전년대비 증감(비율)	
	전체	국내제작	전체	국내제작	전체	국내제작
영화	22,880	6,143 (26.8%)	19,317	6,364 (32.9%)	▼ 3,563 (-15.6%)	221 (3.6%)
애니메이션	45,019	32,702 (72.6%)	51,626	34,636 (67.1%)	6,607 (14.7%)	1,934 (5.9%)

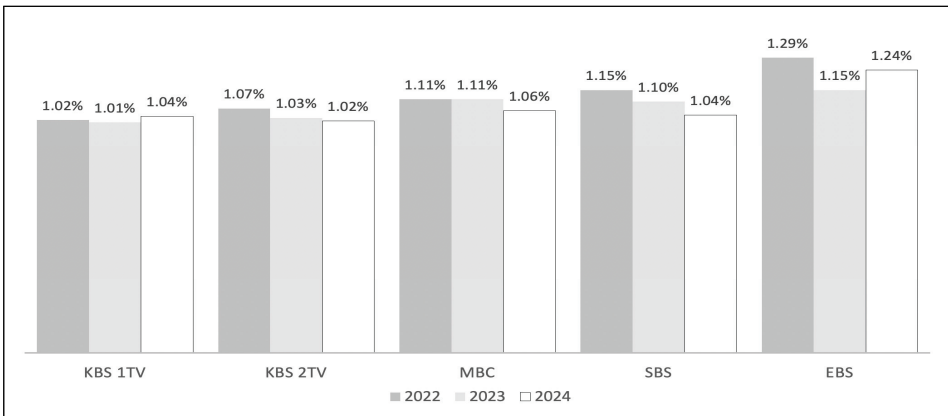
라. 지상파 3사(서울)와 EBS의 국내 제작 애니메이션 신규 편성비율

지상파 3사는 채널별로 매년 전체 텔레비전 방송 시간의 1% 이상을, EBS는 전체 텔레비전 방송 시간의 0.3% 이상을 국내 제작 애니메이션의 신규 편성에 할애하여야 한다.

지상파 3사와 EBS 텔레비전 채널의 2024년 편성자료를 분석한 결과, 모든 채널이 국내 제작 애니메이션 신규 편성에 관한 법정 의무 편성비율을 충족한 것으로 나타났다. 2023년과 마찬가지로, 가장 낮은 법정 기준(0.3% 이상)이 적용되는 EBS가 오히려 가장 높은 국내제작 애니메이션 신규 편성비율(1.24%)을 기록하였다. 이어 MBC가 1.06%를 기록하였고, KBS 1TV와 SBS가 각각 1.04%, KBS 2TV가 1.02%로 나타나 모두 의무 편성비율을 준수하였다(그림 2-26] 참조).

[그림 2-26] 지상파 3사와 EBS의 국내제작 애니메이션 신규 편성비율(2022~2024년)

(단위: %)



3. 지역민방의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등

가. 지역민방의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황

SBS를 제외한 10개 지역민방의 TV 채널에 대하여 2024년 국내 제작 방송 프로그램의 연평균 편성비율을 분석하였다. 해당 채널은 모두 국내 제작 방송 프로그램 편성 규정(80% 이상)을 준수하였다(〈표 2-34〉, [그림 2-27] 참조). OBS경인TV를 제외한 9개 지역민방은 연평균 거의 100%에 가까운 높은 비율로 국내제작 방송 프로그램을 편성하였다.

OBS경인TV는 연평균 87.3%로 국내 제작 방송 프로그램을 편성했으나, 의무편성비율의 하한선인 80%는 상회했다.

〈표 2-34〉 지역민방 TV 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2024년)

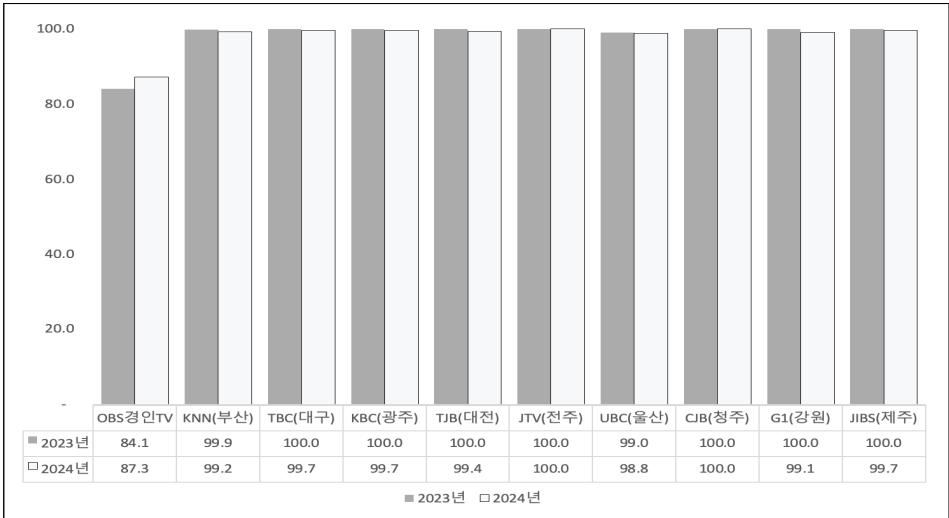
(단위: %)

방송사	상반기	하반기	연평균	의무편성비율
OBS경인TV	86.7	87.9	87.3	80% 이상
케이엔엔(KNN)	99.5	98.9	99.2	
티비씨(TBC)	99.9	99.5	99.7	
광주방송(KBC)	99.9	99.5	99.7	
대전방송(TJB)	99.5	99.3	99.4	
전주방송(JTV)	100.0	100.0	100.0	
울산방송(UBC)	99.1	98.6	98.8	
청주방송(CJB)	100.0	100.0	100.0	
지원(G1)	99.4	98.8	99.1	
제주방송(JBS)	99.7	99.6	99.7	

다음으로 지역민방이 운영하는 라디오 채널(KNN 2FM 포함 11개)은 모두 주요 지상파 3사의 라디오 채널과 마찬가지로 100%의 비율로 연간 전체 방송 시간을 국내 제작 방송 프로그램으로 편성하였다. 별도의 도표 제시는 생략한다.

[그림 2-27] 지역민방 TV 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023~2024년)

(단위: %)



나. 지역민방의 분야별 국내 제작물 편성 현황

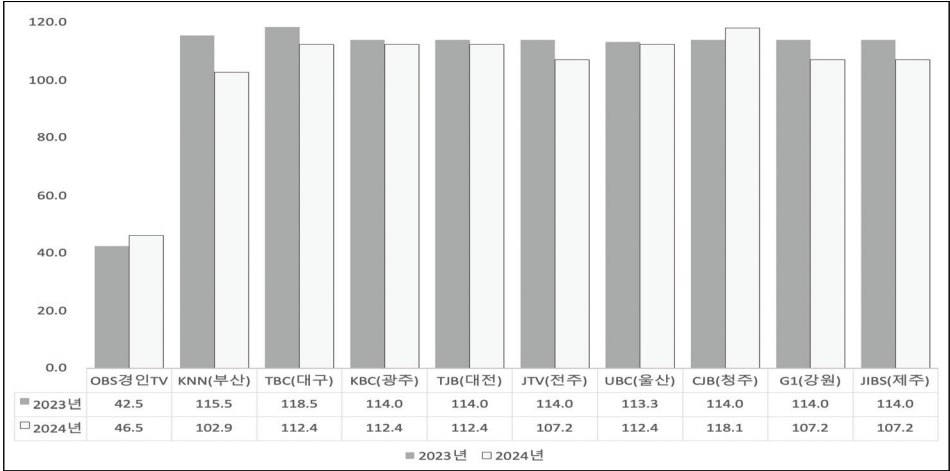
1) 지역민방 TV 채널의 영화 분야 국내 제작물 편성비율

10개 지역민방 TV 채널에 대하여 2024년 중 연간 국내제작 영화 편성비율을 분석하였다([그림 2-28] 참조). OBS경인TV를 제외한 모든 채널은 모두 법정 비율(25%)을 웃도는 수준의 높은 편성비율을 보였다. OBS경인TV의 2024년 국내 제작 영화 편성비율은 46.5%로 지역민방 중 가장 낮게 나타났으며, 이는 2023년(42.5%)과 비교해 큰 차이가 없어 전년과 비슷한 수준으로 국내제작 영화 편성이 이루어졌음을 확인할 수 있다.

그러나 이러한 비율지표는 각 채널의 국내제작 영화의 편성시간을 그대로 반영하지 않는다. 실제로 2024년 전체 영화 방송시간과 국내제작 영화 편성시간을 비교해보면 OBS경인TV는 전체 영화 방송시간이 14,430분, 국내제작 영화 편성 시간이 6,706분으로 다른 지역민방 채널보다 압도적으로 긴 영화 편성시간을 보였다(<표 2-35> 참조). 표면적으로 OBS경인TV의 국내제작 영화 편성비율이 46.5%로 다른 지역민방보다 낮아 보이지만, 실제 국내제작 영화의 편성 절대시간은 가장 많은 수준이었다.

〈그림 2-28〉 지역민방 TV 채널의 국내 제작 영화 편성비율(2023-2024년)

(단위: %)



〈표 2-35〉 지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 영화 편성시간(2024년)

(단위: 분)

	OBS 경인TV	케이엔엔 (KNN)	티비씨 (TBC)	광주 방송	대전 방송	전주 방송	울산 방송	청주 방송	지원 (G1)	제주 방송
영화 전체	14,430	2,345	2,075	2,075	2,075	2,175	2,075	1,975	2,175	2,175
국내 제작	6,706	2,413	2,332	2,332	2,332	2,332	2,332	2,332	2,332	2,332

2) 지역민방 TV 채널의 애니메이션 분야 국내 제작물 편성비율

2024년 10개 지역민방 TV 채널의 국내 제작 애니메이션 편성비율을 분석하였다. OBS경인TV를 제외한 모든 채널이 전체 애니메이션 편성시간을 국내 제작물로 편성하여 법정 의무 편성비율(45% 이상)을 준수하였다. OBS경인TV는 예년과 달리 애니메이션을 편성하지 않았다. 한편 나머지 지역민방 TV 채널의 실제 편성 시간을 살펴보면, 전년과 마찬가지로 지원(G1)이 국내제작 애니메이션을 연간 7,845분 방영하여 가장 많은 시간에 기록했다. 지원(G1)을 제외한 다른 지역민방 채널은 5,125-6,220분 범위에서 국내 제작 애니메이션을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-36〉 참조).

〈표 2-36〉 지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 애니메이션 편성시간(2024년)

(단위: 분)

	OBS 경인TV	케이엔엔 (KNN)	티비씨 (TBC)	광주 방송	대전 방송	전주 방송	울산 방송	청주 방송	지원 (G1)	제주 방송
애니메이션 전체	-	6,220	5,125	6,130	6,220	6,100	5,680	6,070	7,845	6,205
국내제작 애니메이션	-	6,220	5,125	6,130	6,220	6,100	5,680	6,070	7,845	6,205

주: 편성고시 제11조(편성비율 산정 및 산정제외 방송시간) 제2항에 의거하여, 주시청시간대에 국내제작 애니메이션을 편성하는 경우에는 편성시간의 1.5배의 가중치를 부여받기 때문에, 일부 채널에서는 국내제작 애니메이션 편성시간이 전체 애니메이션 방송시간을 초과함.

3) 지역민방 채널의 대중음악 분야 국내 제작물 편성비율

국내 제작 대중음악 편성과 관련하여 10개 지역민방 채널은 모두 법정 의무편성비율(60% 이상)을 준수하였으며, 편성된 모든 대중음악 프로그램은 100% 국내 제작물이었다.

〈표 2-37〉에서 확인할 수 있듯, 지역민방 채널들의 2024년 전체 대중음악 방송시간을 분석한 결과, 지원(G1)과 전주방송, 울산방송이 각각 18,832분, 18,510분, 18,165분으로 대중음악 프로그램을 많이 편성한 것으로 나타났다. 반면 케이엔엔(KNN)이 12,925분으로 가장 낮은 수준을 기록했다. 그 외 지역민방 채널의 방송시간은 13,465~17,740분의 범위에 있었다.

지역민방(OBS경인TV 제외, 경인방송 추가)이 운영하는 라디오 채널(11개)은 거의 모든 방송 시간을 음악 중심으로 편성하는 라디오 채널의 특성 때문에 전체 대중음악 편성시간이 연간 184,780~526,560분에 달했다. 해당 채널에 대하여 2024년 국내 제작 대중음악 편성비율을 분석한 결과, 분석대상 채널 모두 국내제작 대중음악을 100% 편성한 것으로 나타났다. 따라서 이에 대한 별도의 분석과 도표는 생략한다.

〈표 2-37〉 지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 대중음악 편성시간(2024년)

(단위: 분)

	OBS 경인TV	케이엔엔 (KNN)	티비씨 (TBC)	광주 방송	대전 방송	전주 방송	울산 방송	청주 방송	지원 (G1)	제주 방송
대중음악 전체	14,160	12,925	13,465	14,840	17,740	18,510	18,165	17,425	18,832	17,470
국내제작 대중음악	14,160	12,925	13,465	14,840	17,740	18,510	18,165	17,425	18,832	17,470

4. 지상파 DMB 채널의 국내제작 방송프로그램 편성 현황

가. 지상파 DMB TV 및 라디오 채널의 국내제작 방송프로그램 편성 현황

2024년 지상파 3사(KBS 서울본부, MBC 본사, SBS), 개별 지상파 DMB 사업자, 혹은 지상파 DMB PP가 운영하는 지상파 DMB TV 및 라디오 채널은 모두 국내 제작 방송 프로그램 의무 편성비율을 준수한 것으로 나타났다.³⁷⁾ 해당 채널의 국내 제작 방송 프로그램 편성 비율은 연평균 100%에 근접하거나 100%에 달하였다(〈표 2-38〉 참조).³⁸⁾

〈표 2-38〉 주요 지상파 DMB 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사업자 및 채널			연평균	의무편성비율
KBS	TV	U KBS 스타	100.0	60% 이상
	TV	U KBS 하트	100.0	
	라디오	U KBS 뮤직	100.0	
	라디오	U KBS 클로버	100.0	
MBC	TV	MY MBC TV	99.4	
	라디오	my MBC 라디오	100.0	

37) 2015년 6월부터 시행되는 편성고시에서는 지상파 3사의 DMB와 그 외 방송사업자의 지상파 DMB에 대한 구분을 없애고 모든 지상파 DMB에 대해 60% 이상 국내 제작물을 편성하도록 하고 있다.

38) 한국DMB는 2023년 12월 28일부로 방송을 종료함에 따라, 해당 채널의 하반기 데이터는 7~11월, 연평균 데이터는 1~11월까지 평균값이다.

방송사업자 및 채널			연평균	의무편성비율
SBS	TV	SBS ㉔ TV	100.0	
	라디오	SBS ㉔ RADIO	100.0	
YTN DMB	TV	㉓ YTN	100.0	

나. 지역 지상파 DMB 텔레비전·라디오 채널의 국내제작 방송프로그램 편성 현황
MBC 지역계열사 또는 지역민방이 운영하는 지역 DMB TV 및 라디오 채널³⁹⁾에 대하여 2024년 연평균 편성자료를 분석하였다. 분석 결과, 해당 채널 모두 100% 또는 이에 육박하는 비율로 국내 제작 방송 프로그램을 편성하여 규정을 준수한 것으로 나타났다(〈표 2-39〉 참조).

〈표 2-39〉 지역 지상파 DMB 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

방송사업자 및 채널			연평균	의무편성비율
부산 MBC	TV	MY MBC TV	99.4	60% 이상
광주 MBC	TV	MY MBC TV	99.4	
춘천 MBC	TV	MY MBC TV	99.4	
대전 MBC	TV	MY MBC TV	99.4	
안동 MBC	TV	MY MBC TV	99.4	
제주 MBC	TV	MY MBC TV	99.4	
케이엔엔(KNN)	TV	KNN ㉔	100.0	
	TV	ubc ㉔	100.0	
광주방송(KBC)	TV	KBC ㉔	100.0	
	TV	mYTN	-	
지원(G1)	TV	Hi-G1	100.0	
	TV	GO-G1	-	
대전방송(TJB)	TV	TJB ㉔	100.0	
	TV	YTN CJB ㉔	-	

39) 지역 MBC의 DMB 라디오 채널은 광주 MBC 라디오를 제외하고 모두 2015년 하반기에 서비스가 중단되었다.

방송사업자 및 채널			연평균	의무편성비율
티브씨(TBC)	TV	TBC ㉔	100.0	
	TV	mYTN	-	
제주방송(JIBS)	TV	JIBS ㉔ DMB1	100.0	
	TV	JIBS ㉔ DMB2	-	

5. 종합유선방송사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황

종합유선방송사업자(이하 SO)는 제한된 수의 방송 채널을 직접 운용할 수 있다. 이러한 채널을 직접사용채널(이하 직사채널)이라 부른다. 편성고시에 따라 SO의 직사채널은 연간 전체 방송시간의 50% 이상을 국내 제작 방송 프로그램으로 편성하여야 한다. 그러나 2014년부터 일부 직사채널이 지역채널로 전환되고, 일부는 폐지 및 채널 운영이 종료되었다.⁴⁰⁾ 2024년에는 4개의 개별 직사채널이 국내 제작 프로그램 편성비율을 제출하였다. 자료가 제출된 직사채널의 연평균 국내 제작 편성비율은 모두 규정을 준수하였으며, 모든 채널이 국내 제작물을 100% 편성하였다(〈표 2-40〉 참조).

〈표 2-40〉 SO 직사채널의 국내제작 프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

계열	SO	채널번호	연평균
개별 (4)	(주)아름방송네트워크	ch 100	100
	남인천방송(주)	ch 37	100
	(주)KCTV 광주방송	ch 21	100
	(주)KCTV 제주방송	ch 20	100

40) 2014년에 운영 중이던 직사채널 가운데 씨제이헬로비전의 전북방송, 호남방송은 2015년에 지역채널로 변경되었으며, HCN의 경북방송, 금호방송, 새로넷방송은 방송이 종료되었다. 또한 2019년 4월 (주)엘지헬로비전(구 (주)씨제이헬로)에서 런칭된 23개의 직접사용채널이 2021년 6월 9일부로 운영 종료하였으며, 금강방송 역시 2021년 11월 2일부로 채널 운용을 종료하였다.

6. 위성방송사업자의 국내제작 방송프로그램 편성 현황

2024년 기준 방송법령 및 편성고시에 의거하여 위성방송사업자(위성 DMB 사업자 포함)의 직사채널에 대해서도 연평균 50% 이상의 국내 제작 방송프로그램 의무 편성비율이 적용된다. 이러한 편성기준에 따라 Sky Guide 505⁴¹⁾의 국내 제작 방송프로그램 편성비율은 연평균 100%의 비율로 규정을 준수한 것으로 나타났다(<표 2-41> 참조).

<표 2-41> 위성방송의 국내제작 방송프로그램 편성현황(2024년)

(단위: %)

방송사업자		채널명	연평균
일반 위성방송	(주)케이티 스카이라이프	Sky Guide 505	100

7. 종합편성 방송채널사용사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등

종합편성과 전문편성 구분 없이 방송채널사용사업자(PP)는 연간 전체 방송 시간의 40% 이상 국내 제작 방송 프로그램을 편성해야 한다. 또한 장르별로 연간 전체 영화 방송 시간의 20% 이상, 연간 전체 애니메이션 방송시간의 30% 이상, 연간 전체 대중음악 방송 시간의 60% 이상 국내 제작물을 편성해야 하는 장르별 국내 제작물 쿼터가 적용된다.

종합편성을 행하는 방송채널사용사업자(이하 종편PP) 4개 채널에 대하여 2024년 연평균 국내제작 방송 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 모든 채널은 법정 의무 편성비율을 넘어서는 연평균 88.3~97.6%의 범위로 국내 제작 방송 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(<표 2-42> 참조).

2023년과 마찬가지로, 4개 채널 중 TV조선이 연평균 97.6%로 가장 높은 국내 제작 방송 프로그램 편성비율을 기록한 반면, 채널A는 88.3%로 가장 낮은 수준으로 나타났다. JTBC는 2023년(94.6%)과 동일한 수준의 편성비율(94.5%)을 기록하였으며, MBN도 91.8%로 2023년(91.4%)과 유사한 편성비율을 보였다. 비율 면에서 조금씩 차이는 있으나, 종편PP 4개 채널의 국내 제작 방송 프로그램 편성비율 자체는 모두 높은 수준이었다.

41) 2014년에 직사채널로 운영되던 4개 채널 가운데 Sky3D는 2014년 10월 방송 종료, Sky Guide는 2014년 8월 Sky Plus에서 채널명이 변경되었다.

〈표 2-42〉 종편 PP 채널의 연평균 국내제작 방송프로그램 편성비율(2023-2024년)

(단위: %)

채널명	2023년	2024년
TV조선	99.2	97.6
채널A	88.6	88.3
JTBC	94.6	94.5
MBN	91.4	91.8

종편PP 4개 채널의 2024년 분야별 국내 제작물 편성비율을 분석한 결과(〈표 2-43〉 참조). 모든 채널은 영화, 애니메이션, 대중음악 장르별 국내 제작물 의무 편성비율(각각 20%, 30%, 60%)을 충족한 것으로 나타났다.

먼저 영화 분야를 살펴보면, MBN은 연간 7,390분의 영화를 편성하여 4개 채널 중 가장 많은 영화 방송시간을 기록하였다. 그러나 국내제작 영화 편성비율은 25.2%로, 4개 채널 중 가장 낮은 수준이었다. 반면 TV조선, 채널A, JTBC은 각각 940분, 270분, 660분으로 전체 영화 편성시간은 상대적으로 적었으나, 국내제작 영화 편성비율은 채널A와 JTBC가 100%, TV조선이 89.4%로 대부분의 국내 제작물을 중심으로 편성하였다.

애니메이션 분야에서는 종편PP 4개 채널 모두 국내제작 애니메이션을 100% 편성하였다. 물론 채널마다 애니메이션 편성시간은 다르게 나타났다. TV조선이 연간 10,260분으로 가장 많은 애니메이션을 방송하였으며, 채널A가 5,550분으로 가장 적은 편성 시간을 기록하였다.

대중음악 분야에서는 종편PP 4개 채널 모두 100% 국내제작 대중음악을 편성하였다. 실제 국내제작 대중음악의 방송시간을 확인해 본 결과, TV조선이 55,370분으로 가장 많은 시간을 대중음악 프로그램에 할애했으며, MBN(51,850분). JTBC(555분)가 그 뒤를 이었다. 채널A는 2024년 한 해 동안 대중음악 프로그램을 편성하지 않는 것으로 나타났다.

〈표 2-43〉 종편 PP 채널의 연간 분야별 국내 제작물 편성비율(2024년)

(단위: 분)

채널명	영화(20%)		애니메이션(30%)		대중음악(60%)	
	전체 방송 시간	국내 제작물 시간 (편성비율)	전체 방송 시간	국내 제작물 시간 (편성비율)	전체 방송 시간	국내 제작물 시간 (편성비율)
TV조선	940	840 (89.4%)	10,260	10,260 (100%)	55,370	55,370 (100%)
채널A	270	270 (100%)	5,550	5,550 (100%)	-	-
JTBC	660	660 (100%)	7,790	7,790 (100%)	555	555 (100%)
MBN	7,390	1,860 (25.2%)	5,685	5,685 (100%)	51,850	51,850 (100%)

주: 영화(20%), 애니메이션(30%), 대중음악(60%)의 괄호 안 수치는 해당 분야의 의무편성비율임

8. 전문편성 방송채널사용사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등

가. 전문편성PP의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황

2024년 기준 방송법령 및 편성고시에 의거하여 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자(이하 전문편성PP)는 채널별로 연간 국내 제작 방송 프로그램을 전체 방송시간의 40% 이상 편성하여야 한다. 다만 영화, 애니메이션, 대중음악을 전문으로 편성하는 방송사업자는 전체 방송시간의 40% 이상이라는 국내 제작 방송 프로그램 편성규제를 적용받지 않고 각 장르별 국내 제작물 쿼터만을 적용받는다.⁴²⁾

지상파 DMB PP와 데이터 방송 채널을 제외하고 2024년 중 방송실시결과를 제출한 PP 채널은 282개이다. 연평균 국내 제작 방송 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 21개 채널이 40% 미만의 국내 제작 방송 프로그램 편성비율을 기록했으나 해당 채널들은 국내 제작 방

42) 반면, 영화, 애니메이션, 및 대중음악 전문편성 채널은 아니지만 해당 채널 내에서 영화, 애니메이션, 대중음악을 연간 한 번이라도 편성한 PP 채널들은 분야별 국내 제작물 편성비율 규정에 따라 전체 영화 방송시간의 20% 이상을 국내제작 영화로, 전체 애니메이션 방송시간의 30% 이상을 국내제작 애니메이션으로, 그리고 전체 대중음악 방송시간의 60% 이상을 국내제작 대중음악으로 편성해야 한다.

송 프로그램 편성 규제를 받지 않는 영화, 애니메이션, 또는 대중음악을 전문으로 편성하는 방송사업자였다(〈표 2-44〉 참조).

〈표 2-44〉 전문편성 PP 채널의 국내제작 방송프로그램 편성비율(2024년)

(단위: %)

채널명	분야	연평균	적합여부
9colors	지역 문화정보	100	적합
AsiaM	영화	22.1	적합(영화)
AsiaN	드라마·버라이어티	48.8	적합
AsiaUHD	아시아문화	40.6	적합
AXN	엔터테인먼트	77.6	적합
B tv Today ⁴³⁾	VOD 프로그램 정보	100	적합
B tv Today ²⁴⁴⁾	VOD 프로그램 정보	100	적합
BALL TV	스포츠	95.3	적합
Billiards TV	스포츠	100	적합
BTN불교TV	종교(불교)	95.1	적합
C채널	종교(기독교)	98.7	적합
CatchOn 1	영화	38.1	적합(영화)
CatchOn 2	영화	44.1	적합(영화)
CBS TV	종교(기독교)	99.7	적합
CGN	기독교	99.8	적합
CJ온스타일	홈쇼핑	100	적합
CJ온스타일플러스	홈쇼핑	100	적합
CMCTV	버라이어티생활문화	99.0	적합
CMTV	음악	100	적합
CNTV	드라마·버라이어티	92.0	적합
CTS기독교TV	종교(기독교)	99.1	적합
Dealsite경제TV	경제정보	100	적합
Digital Radio KISS	음악	100	적합
Dramax	드라마·버라이어티쇼	96.8	적합
E LIKE	드라마·버라이어티쇼	93.9	적합
e채널	드라마·버라이어티	100	적합
EBS English	영어교육	97.5	적합
EBS KIDS	교육	94.0	적합
EBS플러스1 수능전문	교육	100	적합
EBS플러스2 중학/직업	교육	99.7	적합
EDGE TV	드라마·버라이어티	100	적합
eduTV	교육	99.1	적합

채널명	분야	연평균	적합여부
ENA	오락	100	적합
ENA DRAMA	오락	99.7	적합
ENA PLAY	버라이어티쇼	99.9	적합
ENA STORY	오락	100	적합
EYTV	교양문화정보	98.8	적합
FUN TV	오락	100	적합
GCN	종교(기독교)	100	적합
GMTV	음악·버라이어티	100	적합
GOLF&PBA	스포츠	94.2	적합
GOODTV	종교(기독교)	98.4	적합
GS MY SHOP	홈쇼핑	100	적합
GS Shop	홈쇼핑	100	적합
GTV	여성	100	적합
i play	생활정보·엔터테인먼트	89.7	적합
i show	음악·버라이어티	96.9	적합
I NET LIFE	음악·버라이어티	100	적합
I.NET	오락	100	적합
IB SPORTS	스포츠	73.5	적합
JEI 재능TV	어린이	72.5	적합
JEI English TV	영어교육	79.8	적합
JTBC Golf	스포츠	98.1	적합
JTBC GOLF&SPORTS	스포츠	99.0	적합
JTBC2	엔터테인먼트	98.3	적합
JTBC4	드라마·버라이어티	97.1	적합
K-sports	스포츠	94.8	적합
K바둑	바둑	100	적합
KBS Drama	드라마·버라이어티	100	적합
KBS Joy	퀴즈·버라이어티	100	적합
KBS Kids	어린이	79.0	적합
KBS LIFE	한국문화	100	적합
KBS N Sports	스포츠	98.5	적합
KBS Story	여성	100	적합
KFN	국방 정보 및 홍보	86.3	적합
KT알파 쇼핑	홈쇼핑	100	적합
KTV 국민방송	공공	100	적합
MBC Dramanet	오락	100	적합
MBC Every1	드라마·버라이어티	100	적합
MBC M	음악·버라이어티	100	적합
MBC ON	드라마·버라이어티	100	적합

채널명	분야	연평균	적합여부
MBC Sports+	스포츠	82.5	적합
MBCNET	지역정보·문화	100	적합
MBN PLUS	드라마·버라이어티	98.3	적합
Mezzo Live HD	문화예술	41.5	적합
MGTV	소비자정보	100	적합
Mplex	영화	23.5	적합(영화)
MTN 머니투데이방송	증권/재테크	100	적합
MX	남성	70.0	적합
Now 제주TV	드라마·버라이어티	96.8	적합
NS Shop+	홈쇼핑	100	적합
NS홈쇼핑	홈쇼핑	100	적합
OBS W	웰빙	88.1	적합
OCN	영화시리즈	57.0	적합
OCN Movies	영화시리즈	39.3	적합(영화)
OCN Movies2	영화시리즈	86.2	적합
OLIFE	생활문화	98.4	적합
ONT	여행·레저	98.7	적합
ORFEO	문화예술	40.7	적합
OZIC최신가요 등 23개	음악	63.3	적합
PINKHOUSE	영화	21.6	적합(영화)
PLAYBOY TV	영화	36.5	적합(영화)
RTV	시민액세스	100	적합
Satio 등 30개 채널	음악	56.0	적합
SBS Biz	비즈니스정보	100	적합
SBS Life	버라이어티쇼	99.6	적합
SBS F!L UHD	드라마·버라이어티	98.1	적합
SBS funE	드라마·버라이어티	100	적합
SBS GOLF	골프	93.0	적합
SBS GOLF2	골프	91.2	적합
SBS M	음악·버라이어티	99.1	적합
SBS Plus	오락	100	적합
SBS Sports	스포츠	96.6	적합
SK stoa	상품소개와 판매	100	적합
SK스토아 엔터ON	오락	100	적합
skyUHD	드라마·버라이어티	47.1	적합
Sorie	음악	71.6	적합
SPOTV	스포츠	100	적합
SPOTV 2	스포츠	100	적합
SPOTV Golf & Health	스포츠	100	적합

채널명	분야	연평균	적합여부
SPOTV K	스포츠	98.7	적합
SPOTV PRIME	스포츠	92.8	적합
SPOTV PRIME+	스포츠	84.9	적합
SPOTV PRIME2	스포츠	81.8	적합
START TV ⁴⁵⁾	지역정보	-	-
STB 상생방송	종교(증산도)	91.9	적합
STN	스포츠	96.4	적합
tbs TV	지방자치정보	97.1	적합
TVCHOSUN2	드라마·버라이어티	98.3	적합
TVCHOSUN3	버라이어티	99.5	적합
tvN	드라마·버라이어티	100	적합
tvN DRAMA	드라마·버라이어티	100	적합
tvN SHOW	버라이어티쇼	100	적합
tvN Sports	스포츠	99.9	적합
tvN STORY	여성	100	적합
U-max	생활문화·엔터테인먼트	73.3	적합
UHDDreamTV	문화생활·버라이어티	75.8	적합
UXN	영화·드라마	93.3	적합
W쇼핑	홈쇼핑	100	적합
YCN유림방송	종교(유교)	100	적합
YTN2	생활정보	100	적합
가요TV	성인가요	99.5	적합
가톨릭평화방송TV	종교(천주교)	89.2	적합
공영쇼핑	홈쇼핑	100	적합
국악방송	문화예술	99.0	적합
국회방송(NATV)	의회정보	78.5	적합
날씨와생활정보	정보(날씨)	100	적합
뉴트로TV	실버	96.7	적합
다문화TV	다문화 버라이어티	94.1	적합
대교 뉴이프Plus	시니어	79.5	적합
더 무비(THE MOVIE)	영화	22.9	적합(영화)
더라이프	드라마	100	적합
더라이프2	라이프엔터테인먼트	84.3	적합
동아TV	패션/뷰티	63.2	적합
드라마큐브(DRAMAcube)	드라마·버라이어티	95.8	적합
디마티비(DIMATV)	대학정보 및 대학문화	100	적합
디스토리(dstory)	여성드라마	47.5	적합
디원(D.one)	드라마·버라이어티쇼	96.1	적합
디자이너티비(Desire TV)	영화	21.3	적합

채널명	분야	연평균	적합여부
라이프타임(Lifetime)	오락	84.9	적합
롯데원티브이	홈쇼핑	100	적합(영화)
롯데홈쇼핑	오락홈쇼핑	100	적합
리빙TV	관광레저	99.9	적합
리얼 TV(Real TV)	다큐멘터리	90.3	적합
마운틴티브이(mountain TV)	다큐멘터리	100	적합
매일경제TV	증권재테크	100	적합
맥스포츠	스포츠	100	적합
메디컬 TV	건강의료	80.7	적합
무비초이스플러스1 ⁴⁶⁾	영화	2.9	적합(영화)
무비초이스플러스2 ⁴⁷⁾	영화	3.2	적합(영화)
무비초이스플러스3 ⁴⁸⁾	영화	3.2	적합(영화)
무비초이스플러스4 ⁴⁹⁾	영화	62.5	적합(영화)
무비초이스플러스5 ⁵⁰⁾	영화	4.3	적합(영화)
무비플러스	VOD 프로그램 정보	100	적합
미드나잇채널	영화	33.1	적합(영화)
바둑TV	바둑	100	적합
방송대학TV(OUN)	공공채널	100	적합
법률방송	법률정보	100	적합
복지TV	장애인	100	적합
볼링플러스(BOWLING+)	스포츠	100	적합
불교방송(BBS)	종교(불교)	99.6	적합
뽀TV	버라이어티·문화생활	100	적합
브라보키즈	교육(어린이)	68.4	적합
브레인TV	게임	100	적합
비너스TV	성인여성영화	45.4	적합
비키(VIKI)	영화	95.7	적합
뽀요TV	어린이·청소년	98.2	적합
사이언스TV(SCIENCE TV)	과학·기술	95.0	적합
사회안전방송(SafeTV)	생활정보	100	적합
생활체육티브이	스포츠	98.6	적합
서울경제TV(SEN)	증권·재테크	100	적합
소상공인시장tv(yestv)	비즈니스 정보	100	적합
쇼핑엔티	상품소개	100	적합
스마일티브이플러스	드라마·버라이어티	93.4	적합
스카이스포츠(SkySports)	스포츠	100	적합
스크린(Screen)	영화	39.5	적합(영화)
스크린골프존	스포츠	100	적합
스토리티브이(StoryTV)	식생활문화정보	99.1	적합

채널명	분야	연평균	적합여부
슬로우TV	드라마·버라이어티	100	적합
시네마천국	영화	40.4	적합(영화)
신세계 쇼팽TV	홈쇼팽	100	적합
신세계 실버아이TV	노인	100	적합
씨네프(cineF)	영화	23.3	적합(영화)
아리랑TV	한국문화(영어)	98.5	적합
아프리카티비	버라이어티·엔터테인먼트	100	적합
알엔에이(RNA)	명상	72.2	적합
애니맥스	애니메이션	48.5	적합
애니박스(ANIBOX)	애니메이션·게임쇼	33.1	적합(애니)
애니원(AniOne)	애니메이션	32.2	적합(애니)
애니플러스(ANIPLUS)	애니메이션	37.9	적합(애니)
어린이TV	어린이	72.7	적합
에스엠티스포츠	스포츠	100	적합
에이치큐플러스(HQ+)	드라마·버라이어티	99.1	적합
에이플드라마	드라마	41.4	적합
에프티비(FTV)	낚시	100	적합
엑스원(X-ONE)	다큐, 리얼리티	86.5	적합
엔비엔티비(NBNTV)	증권정보	100	적합
엔터티비	스포테인먼트	100	적합
엠넷(Mnet)	음악·버라이어티쇼	99.8	적합
연예TV(ETN)	연예정보	100	적합
연합뉴스경제TV	경제	100	적합
예술문화tv	예술문화	99.1	적합
오지엔(OGN)	게임	97.4	적합
올로	키즈교육	100	적합
원스(ONCE)	드라마·버라이어티	98.4	적합
원음방송 WBS	종교(원불교)	100	적합
월드 클래식 무비	영화	28.3	적합(영화)
위라이크(WeLike)	드라마·버라이어티	54.5	적합
위티비(WeeTV)	교육	92.3	적합
유로무비	라이프	75.9	적합
유플러스투데이	VOD 프로그램 정보	100	적합
육아방송	육아·유아교육	88.8	적합
이데일리TV	경제·재테크	100	적합
이벤트TV	실버	100	적합
인디필름(Indie Film)	영화	34.8	적합(영화)
중화TV	중화문화	43.9	적합
지니TV가이드	콘텐츠 가이드	100	적합

채널명	분야	연평균	적합여부
지방자치TV	지역정보	100	적합
채널 뷰(CH view)	다큐·리얼리티쇼	94.2	적합
채널 와이드(CH.WIDE)	버라이어티엔터테인먼트	81.2	적합
채널 J	드라마·버라이어티	51.0	적합
채널나우	드라마·버라이어티	40.8	적합
채널액션	영화	20.6	적합(영화)
채널에버	드라마·버라이어티	93.9	적합
채널유	영화·드라마	83.8	적합
채널이엠(chEM)	문화생활 버라이어티	100	적합
채널차이나	드라마·버라이어티	40.4	적합
채널칭	드라마·버라이어티	50.6	적합
채널 키즈랜드	영유아 VOD 가이드	100	적합
채널i	산업정보	100	적합
채널S	버라이어티	100	적합
채널S 플러스	지역정보 버라이어티	100	적합
채널W	일본문화	41.7	적합
카투니토	애니메이션	51.0	적합
카툰네트워크	애니메이션	51.7	적합
캐리TV	어린이 청소년	81.4	적합
컬처플러스(Culture Plus)	문화생활버라이어티	100	적합
케이넷티브이(K-NET TV)	지역정보·지역문화	91.8	적합
케이스타(Kstar)	연예정보버라이어티	97.3	적합
쿠키건강TV	건강	100	적합
키즈톡톡 플러스	교육	100	적합
텔레노벨라(Telenovela)	드라마·버라이어티	68.1	적합
토마토증권통	증권·경제	100	적합
토마토집통	부동산	99.7	적합
토마토클래식	문화예술	91.1	적합
투니버스	어린이	56.5	적합
트로트아이TV	성인가요	100	적합
티브이아시아플러스	드라마·버라이어티	78.3	적합
티엘씨여행레저채널	여행레저	97.3	적합
팍스경제TV	증권·재테크	100	적합
팝콘티브이(POPKON TV)	정보	100	적합
포커스 프라임	영화 VOD 가이드	100	적합
플라리스TV	여행·레저	72.5	적합
플레이런TV(Pla	교육(영어)	99.5	적합
핑크퐁	어린이·청소년	100	적합
하이라이트TV	드라마·버라이어티	100	적합

채널명	분야	연평균	적합여부
한경ArteTV	문화·예술	80.6	적합
한국가요채널(K-POPch)	음악	100	적합
한국경제TV	경제·증권	98.8	적합
한국낚시방송	낚시	94.3	적합
한국농업방송(NBS)	농업정보	99.1	적합
한국시니어TV	시니어정보제공	100	적합
한솔교육 재미나라	교육	100	적합
해피독티비(Happy Dog TV)	애견정보·애견산업	100	적합
허니TV	영화	53.6	적합
헬스메디TV	생활정보	97.7	적합
현대홈쇼핑	상품소개와 판매	100	적합
현대홈쇼핑+Shop	상품소개와 판매	100	적합
홈쇼핑	중소기업 전용 홈쇼핑	100	적합
홈초이스	VOD 프로그램 정보	100	적합
히스토리(History)	팩추얼 엔터테인먼트	51.2	적합

주 1: 2024년 중 편성자료를 제출한 292개 PP를 대상으로 분석하였으며, 중간에 방송을 시작하거나 중단한 채널들은 주석에 별도로 표시함

- 43) B tv Today는 '24년 5월 28일 신규 등록한 채널로, 6월 1일부터 방송을 송출함에 따라 해당 채널의 연평균 데이터는 6~12월 평균값임.
- 44) B tv Today2는 '24년 5월 28일 신규 등록한 채널로, 6월 1일부터 방송을 송출함에 따라 해당 채널의 연평균 데이터는 6~12월 평균값임.
- 45) START TV는 '24년 6월 25일부터 '25년 7월 31일까지 방송 송출을 중단함에 따라, 해당 채널의 연평균 데이터는 1~6월 평균값임.
- 46) 무비초이스플러스1은 '24년 12월 11일 폐지 신고하였으며, '24년 12월 18일 방송 송출을 중단함에 따라 해당 채널의 연평균 데이터는 1~11월 평균값임.
- 47) 무비초이스플러스2은 '24년 12월 11일 폐지 신고하였으며, '24년 12월 18일 방송 송출을 중단함에 따라 해당 채널의 연평균 데이터는 1~11월 평균값임.
- 48) 무비초이스플러스3은 '24년 12월 11일 폐지 신고하였으며, '24년 12월 18일 방송 송출을 중단함에 따라 해당 채널의 연평균 데이터는 1~11월 평균값임.
- 49) 무비초이스플러스4은 '24년 12월 11일 폐지 신고하였으며, '24년 12월 18일 방송 송출을 중단함에 따라 해당 채널의 연평균 데이터는 1~11월 평균값임.
- 50) 무비초이스플러스5은 '24년 12월 11일 폐지 신고하였으며, '24년 12월 18일 방송 송출을 중단함에 따라 해당 채널의 연평균 데이터는 1~11월 평균값임.

나. 전문편성PP의 분야별 국내 제작물 편성 현황

영화·애니메이션·대중음악을 전문으로 편성하지 아니하는 방송채널사용사업자(PP)가 영화·애니메이션·대중음악을 편성한 경우 각 장르별 국내 제작물 편성규제의 적용 대상이 되어 국내 제작 영화를 전체 영화 방송 시간의 20% 이상, 국내 제작 애니메이션을 전체 애니메이션 방송 시간의 30% 이상, 국내 제작 대중음악을 전체 대중음악 방송 시간의 60% 이상 편성하여야 한다. 영화·애니메이션·대중음악을 전문으로 편성하는 PP의 경우에는 각 해당 분야에 대해서만 국내 제작물 편성 비율 규제를 적용받는다.⁵¹⁾ 다만 종교를 전문으로 편성하는 방송사업자의 경우 해당 채널 연간 전체 영화 방송 시간의 4% 이상, 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 4% 이상이라는 별도 규정이 적용된다. 또한 교육을 전문으로 편성하는 방송사업자는 해당 채널 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 8% 이상을 국내 제작 애니메이션으로 편성해야 한다.

2024년에 분야별 국내 제작물 편성비율 자료를 제출한 PP 채널들 중에서 영화, 애니메이션 혹은 대중음악을 한 편이라도 방송한 PP 채널은 141개였다. 이들 채널 중에서 영화를 편성한 채널은 68개, 애니메이션을 편성한 채널은 30개, 대중음악을 편성한 채널은 58개였다(<표 2-45> 참조).

방송법 제85조(PPV 방식 채널 및 방송프로그램별 유료방송의 적용배제)에 따라 편성 규제 적용 대상에 해당하지 않는 채널 4개(무비초이스플러스 1, 2, 3, 5)와 CTS기독교TV(10.2%, 종교PP 4% 이상), GOODTV(5.4%, 종교PP 4% 이상), 카톨릭평화방송TV(1.8%, 종교PP 4% 이상)를 제외하면, 영화를 편성한 68개의 PP채널 중 국내 제작물 편성 비율 규제를 위반한 사례는 가요TV(0%)와 예술문화tv(0%), 한국낙시방송(16.7%)로 총 세 건이었다. 이 외의 모든 채널은 영화 편성 시간 중 20% 이상을 국내 제작 영화로 편성하며 편성규제를 준수했다.

51) 방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 제3조 제5항에 따라, 영화 전문편성 PP는 영화의 편성에 대해서만, 애니메이션 전문편성 PP는 애니메이션 편성에 대해서만, 대중음악 전문편성 PP는 대중음악 편성에 대해서만 각각 국내제작물 편성 비율 규제를 적용받는다. 각각의 의무 편성 비율은 다른 전문편성PP에 적용되는 분야별 국내제작물 의무 편성 비율과 동일하다.

애니메이션 분야의 경우, 30개 PP 채널들 중 CTS기독교TV(13.6%, 종교 4%이상)와 EBS English(13.1%, 교육 8% 이상)를 제외하고, 나머지 PP 채널들은 모두 의무 편성비율을 준수 하였다. 국내 제작 애니메이션의 편성비율은 종교와 교육 전문편성 PP 채널을 제외하고 31.0~119.3%까지의 범위였다.

마지막으로 대중음악의 경우도 58개 PP 채널은 모두 의무 편성 비율(60% 이상)을 준수 한 것으로 나타났다. 음악 전문편성 라디오 PP 채널 중 OZIC, Satio 채널이 각각 63.3%, 62.7%의 국내 제작 대중음악 편성 비율을 보였고, Sorie 채널이 71.6%의 비율로 대중음악 을 편성했다. 텔레비전 PP 채널들 중에서 엠넷(Mnet)이 대중음악 편성 시간의 99.8%에 국 내 제작물을 편성했고, 문화예술 채널인 Mezzo Live HD가 대중음악 편성 중 80.5%의 시간 에 국내 제작 대중음악을 편성했다. 나머지 채널들은 모두 100% 국내 제작 대중음악 프로 그램을 편성했다.

〈표 2-45〉 전문편성 TV·라디오 PP 채널의 분야별 연간 국내제작물 편성비율(%) (2024년)

(단위: 분)

구분	영화		애니메이션		대중음악	
	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)
9colors	0	-	0	-	51,360	100%
AsiaM	310,864	28.8%	0	-	0	-
AsiaN	12,395	39.2%	0	-	0	-
AsiaUHD	8,141	45.1%	0	-	0	-
BTN불교TV	0	-	2,725	119.3%	0	-
CatchOn 1	498,428	38.9%	0	-	0	-
CatchOn 2	492,940	45.0%	0	-	0	-
CMCTV	0	-	0	-	3,130	100%
CTS기독교TV	3,025	10.2%(예외)	1,910	13.6%(예외)	0	-
Digital Radio KISS	0	-	0	-	8,957,520	100%
E LIKE	232	100%	0	-	0	-
e채널	702	83.6%	0	-	0	-
EBS English	0	-	11,170	13.1%(예외)	0	-

구분	영화		애니메이션		대중음악	
	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)
EBS KIDS	0	-	176,086	86.6%	0	-
ENA	0	표	0	-	1,505	100%
ENA DRAMA	0	-	0	-	1,825	100%
GMTV	0	-	0	-	411,930	100%
GOODTV	7,054	5.4%(예외)	0	-	0	-
i play	0	-	0	-	60	100%
I.NET	0	-	0	-	316,318	100%
IB SPORTS	205	51.2%	0	-	0	-
INET LIFE	0	-	0	-	265,392	100%
JEI 재능TV	0	-	311,955	69.4%	0	-
JEI English TV	0	-	99,330	48.4%	0	-
JTBC2	100	100%	0	-	0	-
JTBC4	110	100%	0	-	0	-
KBS Drama	0	-	0	-	8,230	100%
KBS Joy	0	-	0	-	18,840	100%
KBS Kids	0	-	371,100	78.2%	0	-
KBS LIFE	0	-	0	-	20,360	100%
KBS Story	0	-	0	-	85	100%
KFN	23,260	98.3%	0	-	5,520	100%
KTV 국민방송	26,570	100%	0	-	0	-
MBC Dramanet	0	-	0	-	1,260	100%
MBC Every1	0	-	0	-	3,040	100%
MBC M	0	-	0	-	6,510	100%
MBC ON	0	-	290	100%	1,550	100%
MBCNET	0	-	0	-	11,700	100%
MBN PLUS	3,913	40.9%	0	-	99,227	100%
Mezzo Live HD	0	-	0	-	49,336	80.5%
MGTV	0	-	0	-	21,145	100%
Mplex	412,322	23.4%	0	-	0	-
MX	2,185	100%	0	-	0	-
OBS W	0	-	0	-	23,500	100%

구분	영화		애니메이션		대중음악	
	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)
OCN	437,321	56.5%	0	-	0	-
OCN Movies	415,216	41.5%	0	-	0	-
OCN Movies2	401,091	84.7%	0	-	0	-
OZIC최신가요 등 23개	0	-	0	-	12,121,920	63.3%
PINKHOUSE	404,856	21.6%	0	-	0	-
PLAYBOY TV	415,733	36.5%	0	-	0	-
RTV	0	-	0	-	3,593	100%
Satio	0	-	0	-	8,414,748	62.7%
SBS fun E	0	-	0	-	2,955	100%
SBS M	0	-	0	-	288,490	100%
SBS Plus	0	-	0	-	1,333	100%
Sorie(소리에)	0	-	0	-	12,912,480	71.6%
tbs TV	14,225	100%	0	-	22,510	100%
tvN STORY	1,099	90.3%	0	-	0	-
U-max	11,163	33.0%	0	-	0	-
YCN유림방송	0	-	0	-	32,190	100%
가요TV	420	0.0%(부적합)	0	-	326,494	100%
가톨릭평화방송 TV	24,040	5.4%(예외)	260	34.6%	0	-
국회방송	18,657	47.9%	0	-	0	-
뉴트로TV	0	-	0	-	4,140	100%
대교 뉴이프Plus	0	-	185,600	62.5%	4,477	100%
더 무비	389,339	20.8%	0	-	0	-
더라이프2	0	-	0	-	1,780	100%
디자이너티비	423,665	21.3%	0	-	0	-
리빙TV	0	-	0	-	12,450	100%
리얼TV	2,743	100%	0	-	0	-
메디컬 TV	0	-	0	-	55,260	100%
무비초이스 플러스1	423,123	2.9%(예외)	0	-	0	-

구분	영화		애니메이션		대중음악	
	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)
무비초이스 플러스2	427,391	3.2%(예외)	0	-	0	-
무비초이스 플러스3	423,420	3.2%(예외)	0	-	0	-
무비초이스 플러스4	436,947	62.5%	0	-	0	-
무비초이스 플러스5	428,872	4.3%(예외)	0	-	0	-
미드나잇채널	399,052	33.0%	0	-	0	-
복지TV	60	100%	0	-	132,115	100%
불교방송(BBS)	2,821	39.9%	438	38.4%	0	-
뽀TV	0	-	0	-	350,370	100%
브라보키즈	0	-	426,450	61.3%	0	-
비너스TV	420,394	45.4%	0	-	0	-
비키(VIKI)	430,433	95.7%	0	-	0	-
뽀요TV	0	-	92,113	99.9%	0	-
소상공인시장tv	0	-	0	-	18,600	100%
스마일티브이 플러스	4,297	72.7%	0	-	0	-
스크린	352,378	39.4%	0	-	0	-
슬로우TV	0	-	0	-	66,405	100%
시네마천국	492,245	42.9%	0	-	0	-
실버아이TV	0	-	0	-	265,191	100%
씨네프(cineF)	355,622	26.9%	0	-	0	-
CNTV	1,050	21.8%	0	-	0	-
CGN	1,060	20.8%	0	-	0	-
아리랑TV	0	-	0	-	45,740	100%
아프리카티비	0	-	0	-	5,483	100%
RNA	0	-	4,215	31.6%	0	-
애니맥스	0	-	345,340	40.8%	0	-
애니박스	0	-	377,435	31.0%	0	-
애니원	0	-	388,165	31.3%	0	-

구분	영화		애니메이션		대중음악	
	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)
애니플러스	0	-	381,541	31.8%	0	-
어린이TV	0	-	350,027	75.7%	0	-
에이플드라마	21,042	61.0%	0	-	0	-
NBNTV	0	-	0	-	9,800	100%
엔터티비	0	-	0	-	7,469	100%
엠넷(Mnet)	0	-	0	-	403,964	99.8%
연예TV(ETN)	0	-	0	-	131,860	100%
예술문화tv	624	0.0%(부적합)	0	-	279,913	100%
올로	0	-	527,040	100%	0	-
원스(ONCE)	385	100%	0	-	0	-
월드 클래식 무비	388,581	28.5%	0	-	0	-
위티브이 (WeeTV)	1,288	73.0%	25,271	76.6%	0	-
유로무비	160,204	31.9%	0	-	0	-
UXN	61,780	95.5%	337	100%	0	-
육아방송	0	-	36,653	100.3%	0	-
이벤트TV	0	-	0	-	372,999	100%
인디필름	302,811	28.2%	0	-	0	-
지방자치TV	0	-	0	-	4,340	100%
채널 뷰	1,662	100%	0	-	0	-
채널 와이드	0	-	0	-	71,300	100%
채널 J	4,160	24.3%	0	-	0	-
채널나우	4,406	47.0%	0	-	0	-
채널액션	334,930	23.7%	0	-	0	-
채널에버	345	100%	0	-	0	-
채널차이나	4,298	23.5%	0	-	0	-
카투니토	0	-	432,353	52.2%	0	-
카툰네트워크	0	-	441,317	55.8%	0	-
캐리TV	33,290	100%	145,461	99.8%	0	-
K-NET TV	0	-	680	41.2%	200	100%

구분	영화		애니메이션		대중음악	
	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)
키즈톡톡플러스	0	-	108,044	111.2%	0	-
텔레노벨라	0	-	0	-	0	-
투니버스	0	-	346,191	45.9%	0	-
트로트아이TV	0	-	0	-	399,697	100%
TVAsiaPlus	3,919	64.3%	0	-	0	-
티비엔(tvN)	1,633	100%	0	-	0	-
플레이런TV	0	-	146,572	109.7%	0	-
하이라이트TV	0	-	0	-	85	100%
한경arteTV	9,930	21.8%	0	-	0	-
한국가요채널	0	-	0	-	439,200	100%
한국낚시방송	1,080	16.7% (부적합)	0	-	0	-
한국농업방송	460	100%	0	-	0	-
허니TV	420,823	51.8%	0	-	0	-

주 1: 2024년 1월~12월 중 영화, 애니메이션, 대중음악 편성실적이 있는 전문편성 PP 채널 대상
주 2: CTS기독교TV, GOODTV, CGNTV, 가톨릭평화방송TV는 종교 전문편성 PP, EBS English는 교육 전문편성 PP로 별도의 의무비율(종교 4% 이상, 교육 8% 이상)을 적용받음

9. 방송채널사용사업자(PP)의 국내 제작 애니메이션 신규편성비율

종합편성 PP⁵²⁾는 전전년도 방송사업 매출액 규모에 따라⁵³⁾ 연간 전체 방송시간의 최하 0.3%에서 최고 1%까지 국내 제작 애니메이션을 신규 편성해야 한다. 애니메이션을 전체 방송 시간의 절반 이상 편성하는 애니메이션 전문 PP는 전전년도 방송사업 매출액이 50억 원 이상인 경우 방송사업 매출액 규모에 따라 전체 방송 시간의 최하 0.3%에서 최고 1%까지 차등적으로 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성해야 한다.

52) 2013년부터 종합편성 PP와 애니메이션 전문 PP에 대해 국내제작 애니메이션 신규편성 총량제가 적용되었다.

53) 방송사업 매출액은 방송법 제98조의2제2항에 따른 방송사업자 재산상황 공표(차년도 6월 공표)의 전전년도 방송사업매출액을 기준으로 한다.

2024년에는 전년도와 동일하게 4개의 종편 PP 채널과 6개의 애니메이션 전문편성 PP 채널이 국내제작 애니메이션 신규 편성 의무 규제의 적용대상에 포함되었다. 분석 결과, 애니메이션 전문편성 PP 6개 채널 모두 0.34~4.85%의 범위에서 국내 제작 애니메이션을 신규 편성해 해당 의무 편성비율을 충족하였다(〈표 2-46〉 참조). 종편PP 또한 4개 채널 모두 1.02~1.55% 범위에서 국내 제작 애니메이션을 신규 편성해 법정 의무비율을 준수한 것으로 나타났다.

〈표 2-46〉 종편 및 애니메이션 전문 PP의 국내제작 애니메이션 신규편성비율(2024년)

(단위: 분)

방송사업자	신규 국내제작 애니메이션		법정의무비율
	편성시간(분)	편성비율(%)	
TV조선	5,265	1.02%	1% 이상
JTBC	5,768	1.09%	1% 이상
채널A	8,085	1.55%	1% 이상
MBN	7,268	1.38%	1% 이상
투니버스	6,985	1.43%	1% 이상
애니맥스	2,220	0.42%	0.3% 이상
JETI재능TV	2,544	0.48%	0.3% 이상
애니원	1,815	0.34%	0.3% 이상
브라보키즈	25,546	4.85%	0.3% 이상
대교어린이TV	2,030	0.48%	0.3% 이상

주: 편성시간(분)은 가중치를 적용한 시간임

제 6 절 1개 국가 제작 프로그램의 편성 현황

1. 규제 개요

방송법령 및 편성고시(제8조)에 의거하여 방송사업자들은 연간 영화, 애니메이션, 대중음악의 각 분야에서 어떤 한 국가에서 제작된 프로그램(1개 국가 제작물)의 편성비율을 해당 장르 전체 수입물 방송시간의 90% 이내로 제한하여 편성하여야 한다.⁵⁴⁾

2. 지상파 3사와 EBS의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황

가. 지상파 3사와 EBS의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율

지상파 3사(KBS 서울 본부, MBC 본사, SBS)와 EBS의 TV 채널에 대하여 2024년 동안 방영된 외국 영화 중 1개 국가 제작물의 연간 편성비율을 분석하였다. EBS는 가장 높은 비율로 편성된 1개 국가 제작물이 연간 74.2%로, 법정 상한 편성 비율(90%)보다 낮게 1개 국가 제작물을 편성하였다. KBS 2TV와 MBC는 2024년 한 해 동안 수입 영화를 편성하지 않았다. 한편 KBS 1TV은 1개 국가 제작물을 36.5%의 비율로 편성하였으며, SBS의 경우 2024년 전체 수입물의 50%를 1개 국가물로 편성하며 법정 상한을 준수한 것으로 나타났다. 한편 영화를 편성한 채널에서 가장 높은 비율을 차지한 외화의 국적은 미국으로 나타났다(표 2-47) 참조).

54) 그러나 해외에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악을 연간 4편 이내 또는 각 240분 이내로 편성할 경우, 해당 규정은 적용되지 않는다.

〈표 2-47〉 지상파 3사와 EBS의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)

(단위: %)

TV 방송사	연간		전체 영화 방송시간
	전체 수입 영화 중 최고비율	전체 수입물 중 1개 국가 제작물 국적	
KBS 1TV	38.5	미국	7,445분
KBS 2TV	0.0	-	1,870분
MBC	0.0	-	1,220분
SBS	50.0	캐나다, 프랑스	2,175분
EBS	74.2	미국	19,317분

주: 법정 편성비율 상한인 90%를 초과하여 1개 국가 제작물을 편성하더라도 '연간 4편 또는 240분 이내로 편성'한 경우에는 규제 적용 예외 대상임.

나. 지상파 3사와 EBS의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율

지상파 3사 본사와 EBS의 TV 채널에 대하여 2024년 동안 방영된 해외 애니메이션 중 1개 국가 제작물의 연간 편성비율을 분석하였다. 전년도와 마찬가지로 지상파 3사는 2024년에 수입 애니메이션을 편성하지 않았으며, 유일하게 EBS가 다른 나라에서 제작된 애니메이션을 편성한 것으로 나타났다.

EBS의 연간 수입 애니메이션 편성시간 중 특정 1개국의 제작 프로그램 편성시간이 가장 높게 차지한 비율은 40.2%였다. 가장 높은 1개국 제작 애니메이션 비율을 차지한 애니메이션의 국적은 영국이다(〈표 2-48〉 참조). 영화에 비해 애니메이션에서는 특정 1개 국가 제작물의 비중이 상대적으로 낮게 나타났는데, 이는 EBS가 편성하는 애니메이션 방송시간 자체가 많기 때문에(연간 51,626분) 상대적으로 1개 국가 제작물이 차지하는 비율이 적은 것으로 보인다.

〈표 2-48〉 지상파 3사와 EBS의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)

(단위: %)

TV 방송사	연간		전체 애니 방송시간
	전체 수입 애니메이션 중 최고비율	전체 수입물 중 1개 국가 제작물 국적	
KBS 1TV	0.0	—	3,355분
KBS 2TV	0.0	—	6,390분
MBC	0.0	—	5,825분
SBS	0.0	—	6,220분
EBS	40.2	영국	51,626분

다. 지상파 3사와 EBS의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율

지상파 3사(KBS 서울 본부, MBC 본사, SBS)와 EBS의 TV 채널의 2024년 동안 방영된 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물의 연간 편성비율을 분석하였다. MBC를 제외한 KBS 1TV, KBS 2TV, SBS, EBS의 TV 채널에서는 수입 대중음악을 편성하지 않았다. MBC는 2024년 수입 대중음악의 편성 시간 중 특정 1개 국가가 차지한 편성비율이 100%로 법정 상한인 90%를 초과하였지만, 수입 대중음악을 연간 4편 또는 240분 이내로 편성한 경우에 해당하여 해당 규정을 적용받지 않는다(〈표 2-49〉 참조).

〈표 2-49〉 지상파 3사와 EBS의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)

(단위: %)

TV 방송사	연간		전체 음악 방송시간
	전체 수입 대중음악 중 최고비율	전체 수입물 중 1개 국가 제작물 국적	
KBS 1TV	0.0	—	14,110분
KBS 2TV	0.0	—	12,650분
MBC	100.0	영국	12,475분
SBS	0.0	—	4,305분
EBS	0.0	-	-

3. 지역 KBS와 지역 MBC의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황

가. 지역 KBS·MBC의 외국 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성 현황

1) 지역 KBS의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율

아래 <표 2-50>은 19개 지역 KBS 1TV와 11개 지역 KBS 2TV의 해외 수입 영화 중 가장 높은 편성 비율을 차지한 1개 국가 제작물의 연간 편성비율과 제작 국가이다. 지역 KBS 1TV는 19개 지역 모두 수입 영화를 편성하였으며, 이 중 가장 편성비율이 높은 외화의 국적은 미국으로 전체 수입 영화 편성시간의 38.5%를 차지했다. 한편, 지역 KBS 2TV는 11개 지역 채널 모두 2024년 전체 영화 방송시간 중 수입 영화를 편성하지 않았다.

<표 2-50> 지역 KBS TV채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)

(단위: %)

지역 KBS		연간		전체 영화편성 시간
		전체 수입 영화 중 최고비율	수입물 중 1개 국가 제작물 국적	
KBS 1TV (19개국)	경인	38.5	미국	7,445
	부산	38.5	미국	7,445
	울산	38.5	미국	7,445
	창원	38.5	미국	7,445
	진주	38.5	미국	7,445
	광주	38.5	미국	7,445
	목포	38.5	미국	7,445
	순천	38.5	미국	7,445
	춘천	38.5	미국	7,445
	강릉	38.5	미국	7,445
	원주	38.5	미국	7,445
	대전	38.5	미국	7,445
	청주	38.5	미국	7,445
	충주	38.5	미국	7,445
	대구	38.5	미국	7,445
	안동	38.5	미국	7,445
	포항	38.5	미국	7,445
	전주	38.5	미국	7,445
	제주	38.5	미국	7,445

지역 KBS		연간		전체 영화편성 시간
		전체 수입 영화 중 최고비율	수입물 중 1개 국가 제작물 국적	
KBS 2TV (11개국)	부산	0.0	—	1,870
	울산	0.0	—	1,870
	창원	0.0	—	1,870
	광주	0.0	—	1,870
	춘천	0.0	—	1,870
	강릉	0.0	—	1,870
	대전	0.0	—	1,870
	청주	0.0	—	1,870
	대구	0.0	—	1,870
	전주	0.0	—	1,870
	제주	0.0	—	1,870

주: 법정 편성비율 상한인 90%를 초과하여 1개 국가 제작물을 편성하더라도 '연간 4편 또는 240분 이내로 편성'한 경우에는 규제 적용 예외 대상임.

2) 지역 MBC의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율

16개 MBC 지역계열사의 19개 지상파 텔레비전 채널에 대하여 전체 수입 영화 방송 시간 중 가장 높은 비율을 차지한 1개국 영화의 편성비율을 분석하였다. 지역 MBC 채널의 경우 2024년 동안 전체 영화 방송시간 중 수입 영화를 편성하지 않은 것으로 나타났다. 이에 따라 관련한 별도의 표나 그림은 생략한다.

3) 지상파 DMB 및 지상파 DMB PP의 외화 중 1개 국가 제작물 편성비율

지상파 DMB 및 지상파 DMB PP는 장르별 전체 수입물 중 연간 90% 이하의 비율로 특정 1개 국가 제작물의 편성을 제한해야 한다. <표 2-51>에 따르면 2024년에는 16개의 DMB 채널 중 KBS와 SBS의 DMB 채널(KBS 스타, SBS ① TV), 5개 지역 민방 DMB 채널(KNN ①, TBC ①, KBC ①, Hi-G1, JBS ① DMB1)에서 외화를 편성하였으며, 가장 많이 편성한 수입 영화의 제작국은 캐나다와 프랑스였다.

TBC ①, KBC ① 채널의 경우 수입 영화 중 각각 캐나다와 프랑스 국적의 제작물을 100% 편성하여 법정 상한 비율을 초과하였지만, 수입 영화를 연간 4편 또는 240분 이내로 편성한 경우에 해당하여 편성비율 위반에서 예외 처리된다.

〈표 2-51〉 종합편성 지상파 DMB TV의 수입영화 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율
(2024년)

(단위: %)

방송사		연간		연간 전체 영화 방송시간(분)
		전체 수입 영화 중 최고비율(%)	수입 영화 중 1개 국가 제작물 국가	
KBS	KBS 스타	38.5	미국	7,445분
	KBS 하트	0.0	-	1,870분
MBC	MY MBC TV	0.0	-	1,220분
SBS	SBS ㉠ TV	50.0	캐나다, 프랑스	2,175분
부산 MBC	MY MBC TV	0.0	-	1,220분
안동 MBC	MY MBC TV	0.0	-	1,220분
광주 MBC	MY MBC TV	0.0	-	1,220분
대전 MBC	MY MBC TV	0.0	-	1,220분
춘천 MBC	MY MBC TV	0.0	-	1,220분
제주 MBC	MY MBC TV	0.0	-	1,220분
KNN(부산)	KNN ㉠	34.5	캐나다, 프랑스	2,345분
TBC(대구)	TBC ㉠	100.0	캐나다	2,075분
KBC(광주)	KBC ㉠	100.0	프랑스	2,075분
TJB(대전)	TJB ㉠	0.0	-	2,075분
G1(강원)	Hi-G1	50.0	캐나다, 프랑스	2,175분
JIBS(제주)	JIBS ㉠ DMB1	50.0	캐나다, 프랑스	2,175분

나. 지역 KBS·MBC의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성 현황

1) 지역 KBS 텔레비전 채널의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율

19개 지역 KBS 채널의 2024년 해외 수입 애니메이션 편성현황을 분석하였다. 2024년에는 지역 KBS 채널 모두 편성한 애니메이션이 전량을 국내제작으로 편성하여 수입 애니메이션은 편성하지 않은 것으로 나타났다. 이에 별도의 표나 그림은 생략한다.

2) 지역 MBC 텔레비전 채널의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율

16개 MBC 지역계열사(19개 텔레비전 채널)들은 서울 본사와 마찬가지로 2024년에 수입

애니메이션을 전혀 편성하지 않아 그 비율이 0%로 나타났다. 따라서 별도의 표나 그림은 생략한다.

다. 지역 KBS·MBC의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율

1) 지역 KBS 텔레비전 채널의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율

19개 지역 KBS 1TV의 2024년 해외 수입 대중음악 편성현황을 분석하였다. 19개 지역의 KBS 1TV와 11개 지역의 지역 2TV 채널 모두 서울 본사와 마찬가지로, 2024년 편성된 해외 제작 대중음악이 전무하였다(국내제작 대중음악 프로그램 편성비율 100%). 관련한 별도의 표나 그림은 생략한다.

2) 지역 MBC 텔레비전 채널의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율

지역 MBC의 텔레비전 채널들은 2024년에 해외 수입 대중음악 중 영국 국적의 제작물을 100%의 비율로 편성하였다. 이는 법정 상한 비율을 초과한 것으로 보이지만 실제로 연간 1편, 85분 이내 편성한 것으로, 수입 대중음악을 연간 4편 또는 240분 이내로 편성한 경우에 해당하여 해당 규정을 적용받지 않는다(<표 2-52>)

<표 2-52> 지역 MBC TV채널의 수입 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)

(단위: %)

지역 MBC	연간		전체 음악편성 시간
	전체 수입 대중음악 중 최고비율	수입물 중 1개 국가 제작물 국적	
부산	100.0	영국	15,145분
울산	100.0	영국	14,515분
경남(창원)	100.0	영국	15,360분
경남(진주)	100.0	영국	15,360분
광주	100.0	영국	20,750분
목포	100.0	영국	17,895분
여수	100.0	영국	23,935분
춘천	100.0	영국	14,430분
강원영동(강릉)	100.0	영국	14,790분

지역 MBC	연간		전체 음악편성 시간
	전체 수입 대중음악 중 최고비율	수입물 중 1개 국가 제작물 국적	
강원영동(삼척)	100.0	영국	14,395분
원주	100.0	영국	17,685분
대전	100.0	영국	16,805분
충북(청주)	100.0	영국	16,180분
충북(충주)	100.0	영국	16,180분
대구	100.0	영국	12,050분
안동	100.0	영국	12,425분
포항	100.0	영국	12,410분
전주	100.0	영국	15,200분
제주	100.0	영국	11,985분

4. 지역민방 TV 방송의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황

가. 지역민방 텔레비전 채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성 현황

2024년 중 지역민방의 수입 외국 영화 편성현황을 분석하였다. 2024년에는 청주방송을 제외한 지역민방 채널 모두 외화를 편성한 곳으로 나타났다(〈표 2-53〉 참조).

OBS경인TV는 2024년 전체 영화 편성시간의 66.5%를 외화로 편성하였다. 가장 비중이 높은 1개 국가 제작 영화는 미국 영화였다. 케이엔엔, 전주방송, 지원, 제주방송은 34.5~50.0%의 범위 내에서 외화를 편성하였으며 가장 높은 비율의 국적은 캐나다와 프랑스였다. 이외에 티비씨, 광주방송, 대전방송, 울산방송의 경우 수입 영화 중 프랑스 국적의 제작물을 100% 편성하였다. 수입 영화 중 1개 국가 제작 영화의 비율이 100%이나 수입 영화를 매반기 각 4편 또는 각 240분 이내로 편성한 경우에 해당하여 편성비율 위반에서 제외되었다. 청주방송은 2024년 수입 영화를 편성하지 않은 것으로 나타났다.

〈표 2-53〉 지역민방 TV 채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)

(단위: %)

지역민방 TV 채널	연간		연간 전체 영화 방송시간(분)
	전체 수입 영화 중 최고비율(%)	외화 중 1개 국가 제작물 국가	
OBS 경인TV	66.5	미국	14,430분
케이엔엔(KNN)	34.5	캐나다, 프랑스	2,345분
티비씨(TBC)	100.0	캐나다	2,075분
광주방송(KBC)	100.0	프랑스	2,075분
대전방송(TJB)	100.0	프랑스	2,075분
전주방송(JTV)	50.0	캐나다, 프랑스	2,175분
울산방송(UBC)	100.0	프랑스	2,075분
청주방송(CJB)	0.0	—	1,975분
지원(G1)	50.0	캐나다, 프랑스	2,175분
제주방송(JBS)	50.0	캐나다, 프랑스	2,175분

나. 지역민방 텔레비전 채널의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성 현황
지역 민영 방송사들의 2023년 중 수입 애니메이션 프로그램의 편성현황을 분석하였다. 2024년에는 OBS경인TV를 제외한 9개 지역민방 채널 모두 수입 애니메이션을 전혀 편성하지 않았다. 따라서 별도의 표와 그림은 생략한다.

다. 지역민방 텔레비전 채널의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성 현황
OBS 경인TV를 포함한 10개 지역민방은 2024년 동안 수입한 외국 대중음악 프로그램을 전혀 편성하지 않았다(국내제작 대중음악 편성비율 100%). 관련한 별도의 표나 그림은 생략한다.

5. 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황

종합편성 및 전문편성 PP에 대해서도 영화·애니메이션·대중음악의 각 분야에서 해외 수입물 중 1개 국가 제작물의 편성비율 상한 규정(90%)이 적용된다.

〈표 2-54〉에서 확인할 수 있듯이, 2024년 중 외국 수입 영화를 편성한 PP 채널의 수는 72개로 나타났다. 이 채널들에서 1개 국가 제작물이 차지하는 편성 비율의 평균은 82.7%였고, 가장 편성비율이 높은 1개국은 미국이었다. 수입 영화를 편성한 실적이 있는 72개의 채널 중 29개의 채널에서 미국 제작 영화를 가장 많이 편성한 것으로 나타났다.

2024년 중 외국 수입 애니메이션을 편성한 PP 채널의 수는 22개였으며, 이들 채널에서 방송된 외국 수입 애니메이션 편성시간 중 특정 1개국 제작물이 차지하는 편성비율은 평균 63.1%였다. 가장 높은 편성 비율을 기록한 애니메이션 제작 국가는 일본으로, 13개 채널에서 일본 제작 애니메이션이 가장 큰 비중을 차지했다.

마지막으로 2024년 중 외국 수입 대중음악을 편성한 PP 채널 및 법인의 수는 5개 채널이 있었으며, 5개의 채널 중 4개 채널에서 미국 음악의 편성비율이 가장 높았다. 평균적으로 1개 국가의 제작물이 차지하는 편성비율은 60%였다.

〈표 2-54〉 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 수입물 중 1개 국가 제작물 편성현황(2024년)

구분	채널 수(개)	1개 국가 제작물 편성비율 평균 (%)	최다 편성 수입물 국적
수입 영화를 편성한 PP 채널	72	82.7	미국(29개 채널)
수입 애니메이션을 편성한 PP 채널	22	63.1	일본(13개 채널)
수입 대중음악을 편성한 PP 채널 또는 법인	5	60.0	미국(4개 채널)

주 1: 둘 이상의 음악전문 채널을 운영하는 오디오 전문 방송채널사용사업자는 사업자별로 편성비율을 산정하기 때문에 실제 채널 수는 이보다 더 많음

주 2: 최다 편성 수입물 국적란의 괄호는 해당 국가가 수입물 중 가장 많이 편성한 1개국인 채널의 수

가. PP 채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성 현황

〈표 2-55〉에 나타난 바와 같이, 2023년 편성현황을 제출한 텔레비전 PP 채널 중 72개 채널에서 외국 수입 영화를 1분이라도 편성한 적이 있는 것으로 나타났다. 해당 72개 채널 중 29개 채널에서 외화 중 미국 제작물의 비율이 가장 높았다.

해당 텔레비전 PP 채널에 대하여 각각 1개 국가 제작물의 법정 최대 편성비율(90%)의 준수 여부를 분석하였다. 7개 채널(TV조선, E채널, IB SPORTS, KT SKY LIFE(Ch.60), KT

SKY LIFE(Ch.271), KT SKY LIFE(Ch.503), tvN STORY)을 제외하고 모든 채널에서 외국 수입 영화 중 특정 국가 제작물의 편성비율이 90% 이하를 기록한 것으로 나타났다. TV조선, E채널, IB SPORTS, tvN STORY에서는 특정 1개국 제작물이 차지하는 비중이 90% 이상이었으나, 이들 채널에서는 해외에서 수입한 영화를 연간 4편 또는 240분 이내로 편성하여 해당 규정을 적용받지 않는다(〈표 2-55〉 참조). KT SKY LIFE(Ch.60), KT SKY LIFE(Ch.271), KT SKY LIFE(Ch.503)에서도 특정 1개국 제작물이 차지하는 비중이 90%를 상회했으나, 해당 채널들은 프로그램별 유료방송을 행하는 채널로 해당 규제의 적용을 받지 않는다.⁵⁵⁾

〈표 2-55〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 연간 편성비율(2024년)

채널	연간		
	수입영화 방송시간(분)	1개국가 제작물비율(%)	제작국가
채널A	-	0.0	-
JTBC	-	0.0	-
TV조선	100	100	프랑스
MBN	5,530	37.6	미국
AsiaM	244,877	65.7	중국
AsiaN	7,752	87.1	중국
ASIAUHD	4,935	71.0	중국
CatchOn 1	304,734	41.7	미국
CatchOn 2	270,683	24.2	미국
CGNTV	690	84.1	미국
CNTV	822	69.8	중국
cineF	259,842	46.2	미국
E채널	238	100	미국
GOLF & PBA	350	19.0	덴마크
GOODTV	6,513	89.4	미국
IB SPORTS	100	100	덴마크
KT SKY LIFE(Ch.37)	77,195	82.2	미국

55) 방송법 제85조(방송프로그램별 유료방송등의 적용배제) “방송프로그램별 유료방송을 행하는 방송사업자에 대하여는 제71조부터 제74조까지의 규정을 적용하지 아니한다”에 의거해 규제의 적용에서 제외한다.

채널	연간		
	수입영화 방송시간(분)	1개국가 제작물비율(%)	제작국가
KT SKY LIFE(Ch.60)	114,327	96.8	미국
KT SKY LIFE(Ch.65)	440,142	48.4	미국
KT SKY LIFE(Ch.270)	241,725	61.5	일본
KT SKY LIFE(Ch.271)	439,200	100	일본
KT SKY LIFE(Ch.272)	493,440	56.1	일본
KT SKY LIFE(Ch.273)	486,060	84.3	일본
KT SKY LIFE(Ch.274)	440,880	87.8	일본
KT SKY LIFE(Ch.501)	148,386	79.4	미국
KT SKY LIFE(Ch.502)	130,822	89.5	미국
KT SKY LIFE(Ch.503)	117,253	99.0	미국
MBN PLUS	1,673	34.3	미국
Mplex	330,956	52.3	미국
OCN	190,433	59.8	미국
OCN Movies	251,807	58.6	미국
PINKHOUSE	313,377	83.1	일본
PLAYBOY TV	263,898	84.5	일본
SK브로드밴드	1,284	70.1	중국
SK브로드밴드 전주방송	1,286	70.1	중국
Tvasia+	803	52.3	미국
tvN STORY	107	100	노르웨이
UMAX	7,755	67.8	미국
UXN	2,852	73.6	이탈리아
가요TV	420	51.4	중국
가톨릭평화방송 (cpbc-TV)	22,630	44.1	이탈리아
국방TV	610	52.5	미국
국회방송	8,743	76.5	미국
더무비(THE MOVIE)	308,256	65.1	미국
디자이너TV	333,199	86.8	일본
무비초이스플러스1	410,157	85.6	일본
무비초이스플러스2	413,889	85.9	일본
무비초이스플러스3	410,061	85.8	일본

채널	연간		
	수입영화 방송시간(분)	1개국가 제작물비율(%)	제작국가
무비초이스플러스4	163,719	63.1	일본
무비초이스플러스5	410,207	85.8	일본
미드나잇채널	267,203	69.8	일본
비너스티브이	229,685	73.2	일본
비키(VIKI)	18,394	30.9	미국
금강방송	2,555	69.3	중국
부산방송	4,100	67.8	중국
서경방송	2,447	69.1	중국
스마일티브이플러스	1,171	15.0	기타
스크린	213,470	65.3	미국
시네마천국	281,355	55.8	미국
시네마TV	81,650	46.5	미국
에이플티브이	8,362	88.7	중국
예술문화TV	624	65.9	중국
월드클래식무비	278,390	54.7	미국
위티브이	261	32.6	중국
유료무비	107,170	15.2	기타
인디필름	217,240	54.1	미국
채널나우	2,426	78.1	미국
채널액션	255,667	44.1	미국
채널차이나	3,286	76.6	중국
채널J	3,150	71.1	일본
한국낚시방송 (FISHING TV)	900	53.3	중국
한경arteTV	7,770	17.8	기타
허니TV	202,996	35.7	일본

주: ‘-’은 편성 기록이 없음을 의미

나. PP 채널의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율

2024년 편성현황을 제출한 PP 채널 중 22개 채널에서 2024년 동안 외국 수입 애니메이션을 편성한 기록이 있는 것으로 나타났다. 해당 22개 채널 중에서 13개 채널에서 외국 수입 애니메이션 중 일본 제작물의 편성비율이 가장 높았다.

해당 텔레비전 PP 채널에 대한 각각 1개 국가 제작물의 법정 최대 편성비율(90%)의 준수 여부를 분석한 결과, 2개 채널(BBS불교방송TV, K-net TV)을 제외하고 모든 채널에서 외국 수입 애니메이션 중 특정 국가 제작물의 편성비율이 90% 이하를 기록한 것으로 나타났다(〈표 2-56〉 참조). BBS불교방송TV, K-net TV는 가장 많이 편성된 1개국 제작 애니메이션의 편성비율이 100%였으나, 240분 이내로 수입 애니메이션을 편성했기 때문에 해당 규정을 적용받지 않는다.

〈표 2-56〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)

채널	연간		
	수입 애니메이션 방송시간(분)	1개국가 제작물비율(%)	제작국가
BBS불교방송TV	294	100	일본
CTS기독교TV	1,590	83.0	미국
EBS ENGLISH	9,795	29.8	기타
EBS Kids	31,446	29.0	기타
JEI EnglishTV	48,700	30.2	기타
K-net TV	400	100	중국
KBS Kids	103,311	74.2	일본
RNA	2,908	63.7	일본
대교 뉴이프plus	78,905	20.5	기타
대교 어린이TV	111,282	33.5	기타
카툰니토	212,034	39.9	미국
브라보키즈	166,630	73.0	일본
뽀요TV	6,161	65.9	일본
애니맥스	214,744	86.0	일본
애니박스	262,025	89.4	일본
애니원	269,674	88.6	일본
애니플러스	261,377	85.8	일본
위티브이	5,909	76.1	일본
재능TV	106,125	45.1	일본
카툰네트워크	212,270	53.2	미국
캐리TV	23,369	47.1	일본
투니버스	193,196	56.5	일본

다. PP 채널의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율

2024년 편성현황을 제출한 텔레비전 PP 채널 중 5개 채널이 외국 수입 대중음악을 편성하였다(〈표 2-57〉 참조). Mnet을 제외한 수입 대중음악을 편성한 모든 채널에서 연간 90% 이하의 특정 국가 제작물 편성비율을 기록하며, 편성비율 상한 규정을 준수한 것으로 나타났다. Mnet은 특정 1개국의 제작물 편성비율이 100%에 이르렀지만, 수입한 대중음악을 연간 4편 또는 240분 이내로 편성했기 때문에 해당 규정을 적용받지 않는다.

〈표 2-57〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 대중음악 1개 국가 제작물 편성비율(2024년)

채널	연간		
	수입 대중음악 방송시간(분)	1개 국가 제작물 비율(%)	제작 국가
Mezzo Live HD	9,644	45.5	프랑스
Mnet	831	100	미국
OZIC	4,361,784	55.0	미국
Satio	3,135,200	45.2	미국
Sorie	3,635,201	54.2	미국

제 3 장 수중계 편성 규제 목적의 정합성 검토 및 지역민방 현황 진단

제 1 절 규제 도입의 취지와 현실적 이행의 간극 분석

1. 규제 목적의 타당성 및 수단의 한계

가. 규제 목적의 정당성

방송법 제69조 및 동법 시행령 제50조에 근거한 현행 편성 규제는 방송의 다양성을 확보하고 수용자의 선택권을 보장한다는 측면에서 그 도입 취지의 타당성을 인정받아 왔다. 특히 지역민방에 대한 수중계 프로그램 편성 비율 제한은 중앙 방송사의 프로그램이 지역 방송의 편성표를 과도하게 점유하는 것을 방지하여, 지역적 다양성을 확보하려는 핵심적인 정책 수단으로 기능해 왔다. 이는 지역 방송사가 중앙 네트워크에 종속되는 것을 막고, 해당 지역의 정치, 경제, 사회, 문화를 반영한 콘텐츠를 제공함으로써 지역 방송 본연의 공적 책무를 수행하도록 유도하려는 목적을 지닌다. 또한, 이러한 규제는 국내 영상 산업을 보호하고 방송 영상 산업 시장의 균형 발전을 도모한다는 산업 정책적 목표와도 맞닿아 있다. 과거 지상파 방송이 독점적 지위를 누리던 시기에, 이러한 규제는 지역성과 다양성이라는 헌법적 가치를 방송 영역에서 구현하기 위한 최소한의 안전장치로서 정당성을 확보해 왔다. 따라서 규제가 지향하는 지역성 구현과 방송의 공익성 제고라는 궁극적인 목표 자체는 현재의 미디어 환경에서도 여전히 유효한 가치를 지닌다고 평가할 수 있다.

나. 목적 달성 수단의 불충분

그러나 현행 수중계 편성 비율 제한이라는 규제 수단이 앞서 언급한 정책적 목표를 달성하는 데 있어 실질적인 효과를 거두고 있는지에 대해서는 비판적인 검토가 필요하다. 현재의 규제 방식은 중앙 방송사의 프로그램을 일정 비율 이상 편성하지 못하게 하는 ‘네거티브’ 방식에 머물러 있어, 지역 방송사로 하여금 양질의 지역 콘텐츠를 능동적으로 제

작하게 만드는 유인이 부족하다. 이 규제는 수중계의 편성 시간을 제한할 뿐이므로 그 외의 방송시간에 대해서는 지역 민방이 자유롭게 편성할 수 있다. 규제의 취지는 수중계 외의 시간을 지역 민방이 직접 지역성을 구현하는 방식으로 프로그램을 편성하게 하는 것이나, 현실은 저비용으로 효율을 내는 방식을 택하게 된다. 즉, 수중계를 제한한다고 해서 그 빈자리가 반드시 지역성을 잘 구현한 자체 제작 프로그램으로 채워지는 것은 아니며, 오히려 저비용의 구매 프로그램이나 재방송으로 채워지는 부작용을 낳고 있다. 이런 현상은 제작비의 상승과 광고매출의 감소 등과 맞물려 더욱 심화되고 있다.

또한, 방송 시장 내 참여자의 지위와 영향력이 급속히 변화하고 있음에도 불구하고, 과거 지상파 중심 환경을 전제로 한 기계적인 비율 규제를 유지하는 것은 규제의 합목적성을 약화시키는 요인이 된다. 특히 OTT 등 뉴미디어의 부상으로 콘텐츠 유통 구조가 근본적으로 변화한 상황에서, 단순히 송출 비율만을 통제하는 것은 시청자의 실질적인 볼 권이나 지역성 강화에 기여하지 못한다는 지적이 제기된다. 결국 현행 규제는 지역 방송사의 경영 악화를 가중시키면서도 정작 목표했던 지역성 구현에는 충분히 기여하지 못하는 ‘수단의 불충분성’을 드러내고 있다.

2. 규제 준수의 형식화 현상

지역민방 사업자들의 실제 편성 현황을 분석해 보면, 규제의 취지보다는 법적 상한선을 넘지 않는 수준에서 수중계 비율을 최대한으로 유지하려는 ‘규제 준수의 형식화’ 현상이 뚜렷하게 관찰된다. 2024년도 상반기 편성 실적을 살펴보면, 대부분의 지역민방 사업자들은 허용된 수중계 상한 비율인 70~80% 수준에 근접하여 편성을 운영하고 있는 것으로 나타났다. 이는 경영 효율성을 최우선으로 고려할 수밖에 없는 지역 방송사들이 자체 제작보다는 안정적인 시청률과 수익이 보장되는 SBS 등 중앙사의 프로그램을 선호하기 때문이다. 지역민방에게 SBS 프로그램의 수중계는 효율이 좋은 편성 전략이다. 제작비나 인력 투입없이 방송을 전송함으로써 SBS의 광고 수익을 전과료의 이름으로 배분받는다. 특히 최근 광고 매출 감소, 제작비 상승 등 경영 여건이 악화되면서 이러한 수중계 의존도는 더욱 심화되는 경향을 보이고 있다.

실제로 2022년 수중계 프로그램 편성 비율 제한 규제의 기준이 매출액 기준으로 변경된 이후, 규제 상한 완화 효과가 있었던 일부 사업자들의 경우 수중계 편성 비율이 즉각적으로 증가하는 양상이 확인되었다. <표 3-1>은 지역민방에 적용되는 수중계 프로그램 편성 상한 비율은 2022년 매출기준으로 바뀐 후 적용되는 상한 비율이다. 전년도에 비해 상한 비율이 높아진 사업자는 KBC, TBC, TJB, UBC, JTV, CJB 사업자였고, 반대로 상한 비율이 낮아져 규제가 강화된 효과를 받은 사업자는 KNN과 G1, JBS였다.

<표 3-1> 지역민방 사업자 수중계 프로그램 편성 상한 비율

사업자	허가 차수	2000년	2001년	2003년	2005년	2022년	2023년	2024년
		2015년 10월 이전까지는 매월 기준, 2015년 10월 이후 매 분기 기준				매반기	매반기	매반기
KNN (부산)	1차	80% 이내	72% 이내	70% 이내	69% 이내	69% 이내	68% 이내	68% 이내
KBC (광주)						70%이내 (72%)*	71% 이내	71% 이내
TBC (대구)						70% 이내(71%)*	70% 이내	70% 이내
TJB (대전)						70% 이내(72%)*	71% 이내(72%)*	72% 이내
UBC (울산)	2차		75% 이내	73% 이내	71% 이내	72% 이내(76%)*	73% 이내(74%)*	74% 이내(76%)*
JTV (전주)						72% 이내(76%)*	73% 이내(74%)*	72% 이내
CJB (청주)						72% 이내(76%)*	73% 이내(76%)*	74% 이내(76%)*
G1 (강원)	3차	미개국	미개국	80% 이내	77% 이내	76% 이내(74%)*	75% 이내(72%)*	74% 이내(72%)*
JBS (제주)						76% 이내	76% 이내	76% 이내

* 전전년도 매출기준 상한 비율은 괄호 안의 비율이나, 전년도 상한 비율 대비 1퍼센트 포인트를 초과할 수 없는 단서 조항 적용된 당해 상한 비율

2022년 규제 기준 변경으로 인해 전년도에 비해 완화된 수중계 상한 비율을 적용 받았던 6개 사업자 중 5개 사업자(KBS, TJB, UBC, JTV, CJB)에서 수중계 프로그램 편성 비율이 상승했다. KBS는 2021년 연평균 68.0%에서 2024년 연평균 70.6%로, TJB는 2021년 연평균 67.5%에서 2024년 연평균 71.6%로, UBC는 2021년 연평균 70.4%에서 2024년 연평균 73.4%로, JTV는 2021년 연평균 70.0%에서 2024년 연평균 71.5%로, CJB는 2021년 연평균 69.2%에서 2024년 연평균 71.3%로 각각 편성 비율이 상승했다. 이는 지역민방 사업자들은 수중계 프로그램 편성 비율 상한을 인지하고 있으며 이에 민감하게 반응해 편성량을 조정하고 있음을 보여준다. 또, 규제가 허락하는 한 많은 시간에 SBS의 수중계를 편성하고자 한다고 볼 수 있다.

한편, JBS 등과 같이 경영상의 어려움 속에서도 규제 준수에 대한 부담을 크게 안고 있는 일부 사업자의 경우, 수중계 프로그램 편성 비율 상한 규제를 위반하는 사례가 발생하고 있다. 현행 편성고시는 수중계 프로그램 상한 비율의 연도별 변동 폭을 전년 대비 1% 이내로 제한하고 있어, 규제가 강화된 사업자라 하더라도 수중계 프로그램 편성 시간의 감축 비율은 전년 대비 최대 1% 수준이다. 그럼에도 불구하고 사업자들은 이러한 조정조차 현실적으로 상당한 부담으로 작용하고 있다고 호소하고 있다.

실제로 2024년 상반기 JBS(제주방송)는 수중계 프로그램 편성 비율 상한인 76%를 초과한 76.4%를 편성하여 관련 규제를 위반한 바 있다. 일반적으로 한 방송사가 연간 편성하는 총 방송 시간이 약 450,000분 수준임을 고려할 때, 수중계 프로그램 편성 비율을 1% 감축한다는 것은 약 4,500분의 편성 시간을 수중계가 아닌 자체편성으로 전환해야 함을 의미한다. 이는 주당 약 86.5분, 즉 매주 약 1시간 30분 정도에 해당하는 자체편성 프로그램을 추가로 확보해야 하는 수준이다. 다시 말해, 자체편성 비율이 1%포인트 증가할 경우, 매주 최소 1편 이상의 프로그램을 추가로 제작·구매하거나 재방송해야 하는 구조이다.

사업자들은 제한된 예산과 제작 인력 여건 속에서 매주 1편 이상의 자체편성 프로그램을 추가로 확보해야 하는 점이 상당한 부담으로 작용하고 있다고 지적한다. 특히 매출액이 증가할수록 수중계 허용 비율이 오히려 축소되는 현행 규제 구조에 대해, 일부 사업자들은 이를 사실상의 '페널티'로 인식하고 있으며, 이로 인해 자발적인 콘텐츠 투자 확대보다는 규제 기준을 충족하기 위한 최소한의 편성 조정에 집중하게 되는 경향이 나타나고

있다. 이러한 점에서 현행 수중계 규제는 지역성 강화라는 정책적 목표보다는 사업자의 기계적인 편성 대응을 유도하는 측면이 있다는 비판이 제기되고 있다.

〈표 3-2〉 지역민방 사업자 수중계 프로그램 편성 규제 준수현황

(단위: %)

사업자	2021년				2022년		2023년		2024년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기
KNN (부산)	67.0	67.6	65.9	64.4	67.2	64.9	67.4	66.2	67.7	66.3
KBC (광주)	68.8	68.4	67.0	67.9	69.8	69.7	70.8	70.2	71.0	70.2
TBC (대구)	68.2	67.8	67.1	67.9	69.2	68.5	69.6	67.8	69.8	68.3
TJB (대전)	67.1	67.4	68.0	67.6	69.0	69.1	70.3	70.4	71.9	71.4
UBC (울산)	70.3	70.6	70.4	70.3	71.5	71.5	72.8	72.6	73.8	73.1
JTV (전주)	70.0	70.0	69.8	70.2	71.2	71.0	71.4	71.1	71.7	71.2
CJB (청주)	70.3	70.1	66.4	69.9	71.4	70.5	71.3	69.7	72.0	70.6
G1 (강원)	74.7	75.1	75.2	74.0	75.8	74.6	74.5	74.2	73.9	73.6
JIBS (제주)	75.4	74.8	75.3	73.8	75.5	73.1	74.5	74.4	76.4*	74.6

주: *JIBS 2024년 상반기 수중계 편성 비율 위반

자료: 편성현황조사

제 2 절 지역민방의 제작 역량 및 편성 현황 진단

1. 사업자별 제작 역량 분석

지역민방의 제작 역량을 객관적으로 진단하기 위해서는 이들의 인적, 물적 자원 보유 현황과 재정적 여건을 면밀히 살펴볼 필요가 있다. 2024년 기준으로 지역 민방사의 평균 직원 수는 약 100명 내외로, 이는 KBS(2,893명), MBC(2,068명), SBS(976명) 등 중앙 지상파 방송사와 비교했을 때 현저히 부족한 수준이다. 특히, 프로그램 제작 관련 인력이 적다. 중앙 방송국은 가장 인원이 많은 직군이 PD이고, 제작 관련 인력과 기술직도 3-500명 수준으로 많다. 그러나 지역 방송사의 경우, 가장 많은 인원을 가지고 있는 직군은 기자이고, 이외 PD나 제작인력은 기자수의 반 정도이다. 지역 방송사들이 뉴스 제작 위주로 운영되고 있음을 알 수 있는 부분이다.

〈표 3-3〉 2023년 방송인력 현황

사업체명	대표	임원	경영직	기자	PD	아나운서	제작관련	기타	기술직	연구직	홍보직	기타	합 계
KBS 본사	1	8	243	566	621	91	548	33	358	57	111	256	2,893
MBC	1	7	204	333	423	39	469	84	308	16	115	69	2,068
SBS	1	8	186	225	230	25	63	41	106	18	42	31	976
KNN	1	7	16	35	18	9	53	39	25	0	23	23	249
TBC	1	0	12	31	17	4	9	8	22	0	14	0	118
KBC	2	4	10	33	11	0	10	9	22	0	8	4	113
TJB	2	0	14	29	15	6	22	17	26	0	19	14	164
UBC	1	2	11	16	9	3	19	30	20	0	10	8	129
JTV	1	1	12	25	16	3	10	5	13	0	16	0	102
CJB	1	1	11	22	14	2	16	16	12	0	3	19	117
G1	1	0	9	29	13	4	12	0	16	0	9	20	113
JBS	2	1	10	16	6	2	21	22	16	0	7	7	110
OBS경인방송	1	1	9	55	33	9	33	0	33	0	7	6	187

자료: 방송산업실태조사(2024)

〈표 3-3〉의 방송 인력 현황을 바탕으로 PD, 제작 관련 인력, 기술직을 포함한 인력을 제작인력으로 정의하고, 이들이 담당하는 자체제작 프로그램 시간을 산출했다. 그 결과를 제시한 〈표 3-4〉에 따르면, 제작인력 1인당 자체제작 프로그램 시간은 KBS 본사와 MBC, SBS의 경우 약 200분에서 최대 658분 수준인 반면, 지역민방의 경우 최소 970분에서 최대 1,815분에 이르는 것으로 나타났다. 이는 지역민방 제작인력 1인당 제작 부담이 중앙 방송사에 비해 최소 3배 이상 높은 수준임을 보여준다.

〈표 3-4〉 제작인원 당 자체제작 프로그램 편성시간

방송사	자체제작 프로그램 편성 시간*	제작인원 (PD, 제작관련, 기술직)	제작 인력 1인당 자체제작 시간
KNN	107,537	96	1,120.18
TBC	86,832	48	1,809.00
KBC	70,608	43	1,642.05
TJB	64,126	63	1,017.87
UBC	69,387	48	1,445.56
JTV	70,780	39	1,814.87
CJB	53,830	42	1,281.67
G1	63,168	41	1,540.68
JIBS	41,695	43	969.65
KBS본사	572,590**	1,527	374.98
MBC	240,855	1,200	200.71
SBS	262,576	399	658.09
OBS	95,735	99	967.02

주: *자체제작 프로그램 편성시간은 TV 프로그램 편성시간만을 사용

** KBS본사는 KBS1과 KBS2의 자체제작 프로그램 편성시간의 합임

자료: 방송산업실태조사(2024)

인력 규모의 제약은 기획, 취재, 제작, 기술 등 방송 제작 전 과정에서 요구되는 전문성과 완성도를 안정적으로 확보하는 데 구조적인 한계로 작용한다. 실제로 지역민방 관계자들과의 의견 수렴 과정에서도 자체 제작을 저해하는 가장 핵심적인 요인으로 인력 부족 문제가 반복적으로 지적되었다. 절대적인 인력 규모가 충분하지 않은 상황에서는 프로그램

램 제작 전반에 걸쳐 어려움이 발생할 수밖에 없으며, 개별 지역민방이 단독으로 양질의 콘텐츠를 지속적으로 제작하기에는 현실적으로 역부족인 실정이다.

재정적 측면에서도 지역민방은 심각한 위기에 직면해 있는데, 2024년 방송사업매출액을 살펴보면 지역민방 평균 매출은 약 200억 원 수준에 불과하다. 이는 중앙 방송사 평균 매출의 약 2% 수준에 그치는 것으로, 양질의 콘텐츠를 지속적으로 생산하기 위한 자본력이 절대적으로 부족하다. 더욱이 방송 광고 시장의 위축으로 인해 2015년 이후 광고 매출 비중이 급격히 감소하고 있어, 제작비 채투자 여력은 갈수록 줄어들고 있다. 또, 2024년 지역민방의 영업손익은 전년 대비 크게 감소하여 적자 전환하거나 수익성이 악화된 사례가 다수 발생하고 있어, 경영상의 압박이 제작 역량 저하로 이어지는 악순환이 우려된다.

〈표 3-5〉 방송사 매출 및 영업손익 현황

(단위: 억 원)

구분		15년	16년	17년	18년	19년	20년	21년	22년	23년	24년	23년 대비 24년	
												증감액	증감률
지상파	방송사업 매출	41,007	39,987	36,837	37,965	35,168	35,665	39,882	41,551	37,309	35,308	△2,001	△5.4%
	영업손익	888	410	△368	△2,237	△2,140	77	2,091	1,879	△289	△845	△556	△192.4%
KBS	방송사업 매출	15,324	14,714	14,163	14,199	13,456	13,522	14,471	14,692	13,685	12,814	△871	△6.4%
	영업손익	△211	16	202	△585	△759	△140	△71	△90	△645	△881	△236	적자지속
MBC	방송사업 매출	8,434	8,294	6,655	6,753	6,446	6,979	7,797	8,491	7,300	7,220	△80	△1.1%
	영업손익	114	22	△565	△1,237	△966	40	684	565	77	65	△12	△15.6%
SBS	방송사업 매출	7,517	7,775	7,163	8,473	7,076	7,055	8,581	9,612	8,191	7,273	△918	△11.2%
	영업손익	403	△89	140	7	60	449	1,408	1,433	346	△259	△605	△174.9%
지역 MBC	방송사업 매출	3,392	2,998	2,561	2,349	2,299	2,067	2,270	2,469	2,111	2,116	5	0.2%
	영업손익	219	36	△145	△522	△508	△502	△545	△270	△401	△436	△35	적자지속
지역 민방	방송사업 매출	2,488	2,262	2,409	2,323	2,352	2,100	2,465	2,453	2,428	2,249	△179	△7.4%
	영업손익	157	35	187	128	152	△42	210	79	△10	△70	△60	△600%

자료: 2024년도 방송사업자재산공표집

〈표 3-6〉 방송사 광고매출 및 광고매출 비중 추이

(단위: 십억 원)

		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
KBS	방송사업 매출액	1532	1471	1416	1420	1346	1352	1447	1469	1369	1281
	광고매출액	502	421	367	333	255	232	271	264	197	168
	비율(%)	32.8	28.6	25.9	23.4	18.9	17.2	18.7	18.0	14.4	13.1
MBC	방송사업 매출액	843	829	666	675	657	698	780	849	730	722
	광고매출액	465	393	293	274	232	225	274	276	203	206
	비율(%)	55.1	47.4	44.0	40.5	35.3	32.3	35.2	32.5	27.8	28.6
SBS	방송사업 매출액	752	777	716	847	708	705	858	961	819	727
	광고매출액	437	373	373	359	314	277	354	370	290	242
	비율(%)	58.1	48.0	52.1	42.4	44.3	39.2	41.2	38.5	35.4	33.2
지역 MBC	방송사업 매출액	328	293	256	235	230	207	227	243	211	212
	광고매출액	233	198	156	132	117	112	127	121	93	94
	비율(%)	71.1	67.5	60.7	56.1	50.9	54.3	55.9	49.9	44.1	44.5
지역 민방	방송사업 매출액	249	226	241	232	235	210	246	245	243	225
	광고매출액	155	133	131	120	109	94	119	111	86	74
	비율(%)	62.4	58.9	54.3	51.6	46.4	44.6	48.1	45.1	35.	32.7

자료: 2024년도 방송사업자재산공표집

2. '자체제작'과 '공동제작' 현황

지역 방송사들의 자체제작의 현황을 살펴보면, 2020년부터 2025년까지 지역민방은 평균 15.5%, 지역 MBC는 평균 7.8% 수준이다. 지역민방이 지역 MBC에 비해 자체제작 프로그램을 2배 편성하고 있으나, 절대적인 수치로 자체제작 프로그램이 충분히 편성되고 있다고 보기 힘들다. 수중계 없이 편성을 운영하는 OBS의 경우 27% 수준으로 자체제작 프로그램을 편성하고 있다(〈표 3-7〉). 전체 방송시간의 15.5%는 약 연 70,000분(1,167시간) 수준이다. 지역 민방은 평균 주당 22시간의 프로그램을 자체제작 프로그램으로 편성하고 있다고

볼 수 있다. 이 수치는 지역 뉴스를 포함한 시간이다. 순수 자체제작 프로그램의 경우 뉴스가 30-40%를 차지하고, 이 외에도 시사교양 프로그램에 편중되어 있다. 예능이나 드라마 등 다양한 장르의 콘텐츠 생산은 극히 제한적인 상황이다.

지역민방의 편성 현황을 분석해 보면, 순수 자체제작만으로는 현재 할당되어 있는 자체 편성의 방송 시간을 채우기 어렵다. 이를 보완하기 위해 공동제작이 활발하게 활용되고 있다. 2020년부터 2024년까지 최근 5년간 지역민방 9개사의 자체제작 및 공동제작 편성 비율을 종합해 보면 평균 23.6% 수준으로 나타났다. 그러나 사업자별 편차가 커서 KNN의 경우 5년 평균 32.8%의 높은 비율을 보이는 반면, JBS(15.3%), JTV(19.5%) 등은 상대적으로 낮은 수준에 머무르고 있다. 이는 각 방송사의 매출 규모와 인력 인프라의 차이가 실제 편성 실적에 직접적인 영향을 미치고 있음을 보여준다(〈표 3-8〉).

주목할 점은 지역민방의 경우 지역MBC에 비해 공동제작 프로그램의 편성 비중이 유의미하게 높다는 사실이다. 9개 민방은 로테이션 방식을 통한 공동제작 체계를 정착시켜 제작비를 분담하고 부족한 리소스를 상호 보완하고 있다. 이는 개별 방송사의 열악한 제작 여건을 극복하고 효율적으로 지역 콘텐츠를 생산하기 위한 자구책으로 자리 잡았다.

〈표 3-7〉 지역 방송사 자체제작 프로그램 편성 비율

사업자	2020	2021	2022	2023	2024	5년 평균
부산 MBC	10.6%	10.9%	10.2%	9.2%	9.5%	10.1%
대구 MBC	7.7%	7.6%	8.2%	8.1%	8.7%	8.0%
광주 MBC	11.4%	9.6%	11.0%	11.1%	13.4%	11.3%
대전 MBC	8.7%	7.5%	7.9%	8.5%	8.4%	8.2%
전주 MBC	10.6%	8.6%	8.8%	9.7%	10.6%	9.6%
춘천 MBC	3.3%	3.2%	11.3%	6.2%	4.6%	5.7%
MBC 충북	9.4%	9.0%	9.2%	8.5%	8.2%	8.9%
제주 MBC	10.8%	8.8%	8.5%	9.8%	10.5%	9.7%
울산 MBC	8.0%	7.7%	7.8%	9.5%	9.1%	8.4%
MBC 경남	8.1%	9.0%	9.2%	9.0%	10.5%	9.2%
목포 MBC	7.5%	7.0%	7.2%	7.1%	7.4%	7.2%
여수 MBC	10.4%	9.2%	8.1%	8.8%	8.5%	9.0%
안동 MBC	5.5%	5.1%	5.0%	5.0%	4.7%	5.0%

사업자	2020	2021	2022	2023	2024	5년 평균
원주 MBC	2.6%	4.4%	6.4%	4.4%	2.6%	4.1%
포항 MBC	5.0%	5.3%	5.0%	6.4%	6.3%	5.6%
MBC 강원영동	6.3%	5.8%	4.1%	4.4%	4.6%	5.0%
KNN	22.3%	31.3%	25.2%	24.1%	23.1%	25.2%
TBC	19.7%	18.5%	18.6%	19.3%	21.4%	19.5%
KBC	17.4%	16.1%	16.5%	16.0%	14.7%	16.2%
TJB	21.8%	15.2%	14.8%	14.4%	13.0%	15.9%
UBC	12.4%	12.2%	12.6%	15.6%	17.4%	14.0%
JTV	13.7%	14.6%	18.9%	16.3%	11.7%	15.1%
CJB	9.6%	9.8%	10.0%	12.4%	11.9%	10.7%
G1	9.4%	9.4%	11.6%	14.3%	22.3%	13.4%
JBS	10.3%	10.0%	10.8%	9.4%	8.9%	9.9%
OBS	32.3%	26.1%	32.6%	22.2%	21.9%	27.0%

자료: 2021-2025 방송산업실태조사

〈표 3-8〉 지역 방송사 자체제작과 공동제작 프로그램 편성 비율

사업자	2020	2021	2022	2023	2024	5년 평균
부산 MBC	12.5%	12.1%	11.8%	11.3%	10.9%	11.7%
대구 MBC	11.3%	11.0%	12.1%	12.0%	11.9%	11.7%
광주 MBC	11.4%	11.0%	12.8%	14.4%	13.7%	12.7%
대전 MBC	11.2%	9.7%	11.6%	12.2%	15.3%	12.0%
전주 MBC	12.0%	10.8%	12.2%	14.2%	15.5%	12.9%
춘천 MBC	12.8%	12.0%	14.2%	13.3%	13.6%	13.2%
MBC 충북	10.6%	9.6%	10.9%	11.3%	11.4%	10.8%
제주 MBC	13.9%	10.7%	11.9%	12.6%	14.2%	12.7%
울산 MBC	10.6%	9.8%	9.9%	12.4%	12.0%	11.0%
MBC 경남	13.0%	14.4%	12.8%	13.3%	14.7%	13.6%
목포 MBC	9.6%	9.1%	9.6%	9.8%	10.2%	9.7%
여수 MBC	12.3%	11.0%	11.8%	13.7%	14.0%	12.6%
안동 MBC	15.8%	14.1%	12.9%	12.4%	11.6%	13.3%
원주 MBC	10.8%	9.9%	6.4%	10.2%	10.0%	9.4%

사업자	2020	2021	2022	2023	2024	5년 평균
포항 MBC	10.1%	9.9%	10.9%	12.2%	12.1%	11.0%
MBC 강원영동	9.5%	9.3%	11.4%	13.6%	14.8%	11.7%
KNN	31.9%	32.7%	33.4%	33.1%	33.0%	32.8%
TBC	29.6%	29.6%	28.4%	29.6%	28.8%	29.2%
KBC	26.4%	21.3%	25.7%	25.4%	24.1%	24.6%
TJB	25.6%	24.7%	23.8%	23.2%	23.0%	24.1%
UBC	19.7%	19.2%	19.4%	19.1%	20.3%	19.5%
JTV	21.0%	23.2%	22.2%	16.8%	14.3%	19.5%
CJB	25.4%	27.0%	23.7%	24.9%	24.5%	25.1%
G1	18.3%	18.8%	22.1%	25.6%	26.1%	22.2%
JIBS	14.1%	15.1%	15.7%	13.7%	18.0%	15.3%
OBS	32.3%	26.2%	32.6%	22.7%	22.2%	27.2%

자료: 2021-2025 방송산업실태조사

제 3 절 변화된 미디어 환경에 대응한 ‘지역성’의 재정립

1. 새로운 ‘지역성’ 개념 정립

디지털 기술의 발달과 미디어 환경의 급변 속에서 과거의 물리적, 지리적 경계에 기반한 전통적 지역성 개념은 그 유효성을 잃어가고 있다. 과거의 지역성이 행정 구역 내에서 전파를 송출하고 중앙 방송과 다른 프로그램을 편성하는 ‘공간적 점유’에 초점을 맞췄다면, 새로운 지역성은 ‘지역민의 삶과 밀착된 콘텐츠’를 제공하는 ‘내용적 적합성’으로 확장되어야 한다. 오늘날 지역민들은 단순히 자신이 거주하는 지역에서 방송된다는 이유만으로 지역 방송을 시청하지 않으며, 자신의 생활 정보, 지역 현안, 문화적 정체성을 반영한 고품질 콘텐츠를 요구하고 있다. 따라서 형식적인 자체 편성 비율을 높이는 것보다, 지역 사회의 공론장 기능을 수행하고 지역 공동체와의 소통을 강화하는 실질적인 역할 수행이 더욱 중요해졌다.

이러한 맥락에서 ‘지역성’은 폐쇄적인 고립이 아니라 개방적인 연대와 소통을 통해 구현

되어야 한다. 지역 방송사가 독자적으로 모든 콘텐츠를 생산하는 것이 불가능한 현실에서, 타 지역 방송사와의 공동 제작이나 지역 내 외주 제작사와의 협업은 지역성을 약화시키는 것이 아니라 오히려 강화하는 수단이 될 수 있다. 공동 제작을 통해 확보된 제작비와 인력을 바탕으로 더 높은 품질의 지역 특화 콘텐츠를 만들 수 있기 때문이다. 또한, 지역의 이슈를 전국적인 의제로 확산시키거나, 보편적인 가치를 지역적인 시각에서 재해석하는 등 입체적인 지역성 구현이 요구된다. 결론적으로 새로운 지역성 개념은 ‘누가 만들었는가’ 보다는 ‘누구를 위해, 어떤 내용을 담았는가’에 방점을 두는 방향으로 재정립되어야 할 것이다.

2. 플랫폼 다변화 시대의 지역방송 역할 재고

OTT와 유튜브 등 뉴미디어 플랫폼의 급성장은 지역 방송에 위기가자 동시에 새로운 기회 요인으로 작용하고 있다. 시청자들의 콘텐츠 소비 행태가 실시간 방송 시청에서 비실시간, 모바일 중심의 능동적 소비로 변화함에 따라, 지상파라는 송출 플랫폼에만 의존해서는 지역 방송의 생존을 담보하기 어려워졌다. 전 세계적으로 OTT 이용자가 급증하고 있으며, 한국인의 2/3 이상이 OTT 서비스를 이용하는 현실에서 지역 방송 역시 콘텐츠 유통 채널을 다변화해야 하는 과제를 안고 있다. 이러한 환경에서 지역 방송은 단순히 방송 권역 내의 시청자만을 대상으로 하는 매체가 아니라, 지역의 고유한 콘텐츠를 디지털 플랫폼을 통해 전국, 나아가 전 세계로 확산시키는 ‘로컬 콘텐츠 크리에이터’로서의 역할을 수행해야 한다.

이미 일부 지역민방은 뉴스나 시사 프로그램을 유튜브용으로 재가공하거나, 웹 예능 등 온라인 전용 콘텐츠 제작을 시도하며 변화에 대응하고 있다. 그러나 전담 인력 부족과 수익 모델의 부재로 인해 이러한 시도가 지속 가능한 성과로 이어지기에는 아직 한계가 있다. 따라서 지역 방송이 플랫폼 다변화 시대에 적응하기 위해서는 방송 규제 역시 단순한 편성 시간 규제를 넘어, 크로스 미디어 전략을 지원하는 방향으로 진화해야 한다. 예를 들어, 지역성을 잘 살린 콘텐츠라면 TV 편성뿐만 아니라 온라인 플랫폼에서의 유통 성과도 공적 책무 이행으로 인정해 주는 등 유연한 정책적 접근이 필요하다. 이는 지역 방송이 좁은 지역 시장의 한계를 넘어 더 넓은 시청자층과 만날 수 있게 함으로써, 지역 방송의 영향력을 회복하고 재정적 자립 기반을 마련하는 데 기여할 수 있을 것이다.

제 4 장 편성규제 개선안

제 1 절 수중계 편성규제 개선안 마련을 위한 의견 수렴

1. 전문가 의견 수렴

가. 연구반 구성 및 운영

본 연구는 수중계 편성규제를 포함한 편성규제 전반에 대한 체계적인 진단과 개선 방안 도출을 위해, 지역방송 분야 전문가 4인으로 구성된 연구반을 운영하였다. 연구반은 7월부터 12월까지 총 5회에 걸쳐 정기 회의를 개최하였으며, 각 회의에서는 지역방송을 둘러싼 제도적·환경적 변화와 편성규제의 정책적 타당성을 다각도로 검토했다. 특히 지역성의 개념을 어떻게 정의하고 정책적으로 구현할 것인지에 대한 논의를 출발점으로 삼아, 지역방송사의 현실적인 제작·경영 여건, 수중계 편성규제의 도입 목적과 정책적 역할, 그리고 현행 규제 체계가 지역방송의 운영에 미치는 영향 등을 단계적으로 점검했다.

연구반 논의는 단순한 제도 평가에 그치지 않고, 현행 수중계 편성규제의 구조적 한계와 문제점을 분석한 후, 이를 대체하거나 보완할 수 있는 개선 방향을 도출하는 데 초점을 두었다. 이 과정에서 연구반 전문가들은 지역민방 사업자를 대상으로 실시된 의견수렴 회의에도 직접 참여하여, 현장의 목소리를 청취하고 논의 결과에 반영하였다. 이를 통해 연구반은 제도 설계자의 시각과 사업자 현장의 경험을 연결하는 매개 역할을 수행하였으며, 규제의 실효성과 수용 가능성을 동시에 고려한 정책 대안을 모색하였다. 본 보고서에 제시된 편성규제 개선 방향과 세부 제안은 이러한 연구반 논의와 사업자 의견수렴 결과를 종합적으로 반영한 성과물이다.

나. 연구반 전문가의 의견

1) 현행 수중계 프로그램 편성 규제에 대한 의견

연구반 전문가들은 현행 수중계 편성규제가 도입 당시와 달리, 현재의 미디어 환경에서는 정책 목표를 충분히 달성하지 못하고 있다는 데 대체로 의견을 같이하였다. 수중계 규제는 본래 특정 방송사의 프로그램 과도 편성을 방지하고 편성 다양성을 확보하기 위한 수단이었으나, 채널 권위가 약화되고 플랫폼 경쟁이 심화된 상황에서는 그 효과가 제한적이라는 평가가 제시되었다.

전문가들은 특히 수중계 규제가 ‘무엇을 줄일 것인가’에 초점을 둔 네거티브 규제 방식이라는 점을 문제로 지적하며, 규제의 목적은 단순한 비율 통제가 아니라 지역방송이 수행해야 할 역할을 어떻게 유지·강화할 것인가에 맞춰져야 한다고 보았다. 이러한 맥락에서 수중계 규제를 유지·완화·폐지할 것인가의 문제는, 그 자체보다는 지역방송의 제작 역량과 지역성 구현을 어떻게 제도적으로 담보할 것인가라는 보다 근본적인 질문과 함께 논의되어야 한다는 공감대가 형성되었다.

2) 지역방송의 경영 현황 및 제작 역량에 대한 평가

전문가들은 지역민방의 제작 여건과 경영상황을 광고 매출 감소, 제작비 상승, 인력 축소가 동시에 진행되는 구조적 위기 국면으로 진단하였다. 특히 제작비는 물가 상승과 함께 지속적으로 증가하고 있으나, 광고 수익은 감소하고 있어 지역방송사들이 자체제작을 확대할 유인이 점점 약화되고 있다는 점이 반복적으로 언급되었다. 이러한 상황에서 수중계는 지역민방 입장에서 가장 비용 대비 효율적인 편성 수단으로 기능하고 있으며, 규제가 완전히 해제될 경우 자체제작보다는 수중계 비중을 유지·확대하려는 경향이 강화될 가능성이 높다는 의견이 제시되었다. 전문가들은 이를 지역민방의 ‘의지 부족’으로 단순화하기보다는, 현재의 수익 구조와 시장 조건 하에서 합리적인 선택으로 이해해야 한다고 보았다. 따라서 제도 개편 논의는 지역민방의 현실적인 경영 판단 구조를 전제로 이루어져야 한다는 점이 강조되었다.

3) 수중계 프로그램 편성 비율 규제 개선 방향에 대한 의견

연구반에서는 수중계 편성규제를 폐지하거나 완화하는 경우, 자체제작 의무 편성제가 반드시 병행되어야 한다는 데 의견이 비교적 명확히 수렴되었다. 수중계 규제만 완화할 경우, 제작비 절감 압력으로 인해 자체제작이 위축되고 제작 인력 축소로 이어질 가능성이 크다는 점에서, 최소한의 자체제작 역량을 보호하기 위한 장치가 필요하다는 인식이다.

다만 전문가들은 자체제작 의무 편성제가 ‘잘 작동할 수 있을 것인가’와 ‘과도한 부담으로 작용하지 않을 것인가’라는 두 가지 측면을 동시에 고려해야 한다고 보았다. 특히 편성 비율 중심의 규제가 유지될 경우, 저비용 시사·교양 프로그램 위주의 형식적 대응이나 반복 편성으로 제도의 취지가 훼손될 가능성도 지적되었다.

의무 편성 비율의 설정 방식에 대해서는 차등 적용 필요성과 단일 기준의 안정성 사이에서 의견이 엇갈렸다. 일부 전문가는 사업자 간 매출 규모와 제작 역량 격차를 고려할 때 차등 규제가 불가피하다고 보았으며, 특히 최저선 이하로 제작 여건이 취약한 사업자에 대한 배려 장치가 필요하다고 지적하였다. 반면, 다른 전문가들은 차등 규제가 제도의 복잡성을 높이고 형평성 논란을 야기할 수 있다는 점에서, 최소한의 의무 비율을 단일 기준으로 설정하되 인센티브를 통해 상향 유도를 하는 방식이 더 현실적이라는 의견을 제시하였다. 전반적으로는 ‘차등 규제 자체’보다는 최저선 설정과 인센티브 설계가 제도의 성패를 좌우할 것이라는 데 공감대가 형성되었다.

공동제작에 대해서는 대체로 지역민방의 현실적인 대안이자 긍정적인 방향이라는 평가가 많았다. 전문가들은 공동제작이 개별 방송사의 제작 부담을 완화하는 동시에, 지역 간 협업과 콘텐츠 다양성을 제고할 수 있는 수단이 될 수 있다고 보았다. 다만 공동제작이 실질적인 기획·제작 참여 없이 명목상으로만 이루어질 경우, 자체제작 의무를 형식적으로 충족하는 수단으로 전락할 수 있다는 점에서 명확한 인정 기준 마련이 필요하다는 의견이 제기되었다.

4) 지역성 개념에 대한 의견

연구반 전문가들은 지역성을 단순히 ‘지역에서 제작된 프로그램의 양적 비중’으로 환원하는 것은 한계가 있다는 데 의견을 같이하였다. 지역성은 지역의 이슈와 의제를 다루고, 지역 주민의 삶과 이해관계를 반영하며, 지역사회 내 공론장을 형성하는 기능까지 포함하는 개념으로 이해되어야 한다는 것이다.

이러한 관점에서 전문가들은 편성 비율 규제만으로 지역성을 구현하는 데에는 구조적인 한계가 있으며, 제작 역량 축적, 평가 체계 개선, 공적 지원 정책과의 연계가 함께 이루어져야 한다고 보았다. 특히 지역성은 시장 논리만으로는 충분히 유지되기 어렵기 때문에, 일정 수준의 공적 개입과 정책적 유인이 불가피하다는 점이 여러 차례 강조되었다. 이는 수중계 규제 개선 논의가 단일 제도 조정에 그치지 않고, 지역방송 정책 전반의 방향성과 연계되어야 함을 시사하는 지점으로 정리될 수 있다.

2. 지역민방 사업자 의견 수렴

가. 사업자 의견 수렴 개요

본 연구에서는 수중계 편성규제 개선 방향에 대한 현장의 의견을 폭넓게 반영하기 위해, 총 2차례의 대면 의견수렴 회의와 전체 지역민방 사업자를 대상으로 한 서면 의견수렴을 단계적으로 실시하였다.

먼저 1차 의견수렴 회의는 10월 17일에 개최되었으며, 이 회의에서는 지역민방의 전반적인 제작 여건과 경영상황을 중심으로, 현행 편성규제의 운영 실태, 제도 적용 과정에서 의 애로사항, 수중계 편성 비율 상한제가 실제 편성·제작에 미치는 영향 등에 대한 폭넓은 의견을 청취하였다. 이를 통해 현행 규제 체계가 지역민방의 제작 환경과 괴리되어 있다는 문제 인식과 함께, 제도 개선의 필요성에 대한 공통된 문제의식을 확인하였다.

이후 2차 의견수렴 회의는 12월 18일에 개최되었으며, 1차 회의에서 제기된 쟁점을 바탕으로 수중계 편성 규제의 개선 방향에 대해 보다 구체적인 논의를 진행하였다. 특히, 수중계 편성 비율 상한제의 대안으로 제시된 자체제작 프로그램 의무 편성제 도입 여부, 적정 의무 편성 비율 수준, 사업자 여건을 고려한 차등 적용 필요성 등에 대해 집중적으로 의견을 수렴하였다.

두 차례의 의견수렴 회의 이후에는, 회의에 참석한 사업자를 포함한 전체 지역민방 사업자를 대상으로 서면 의견수렴을 추가로 실시하여, 제도 개선 방향에 대한 각 사업자의 입장을 공식적으로 확인하고, 회의에서 제기된 논의 내용을 보완·구체화하였다. 본 보고서에 제시된 사업자 의견 종합 결과는 이러한 단계적 의견수렴 절차를 통해 수집된 회의 발언 및 서면 답변을 종합·정리한 결과이다.

나. 사업자의 의견

1) 제작 여건 관련

회의에 참석한 다수의 사업자들은 지역민방의 제작 여건이 광고 매출 감소, 인력 축소, 제작비 상승이라는 구조적 제약 속에서 지속적으로 악화되고 있다고 공통적으로 진술하였다. 특히 자체제작 프로그램은 외주·구매 프로그램에 비해 인건비와 고정비 부담이 크기 때문에, 경영상황이 악화될수록 가장 먼저 축소 대상이 되는 경향이 있다는 점이 반복적으로 지적되었다.

또한 자체편성 비율이 하향 조정될 경우, 단순한 편성 변화에 그치지 않고 PD·작가·리포터 등 제작 인력 감축과 고용 불안으로 직결될 수 있다는 우려가 다수 제기되었다. 일부 사업자는 실제 사례를 들어, 자체편성 비율이 몇 퍼센트만 하락하더라도 주당 프로그램 1편 이상이 감축되고, 이에 따라 투입 인력 자체가 불필요해지는 구조가 발생할 수 있음을 설명했다. 이 경우, 인원 감축 등이 일어날 경우, 구성원들의 반발 뿐만 아니라 지역 경제에도 좋지 않은 영향을 미칠 수 있다는 점을 지적했다.

공동제작의 경우 제작비 절감과 편성 안정성 측면에서는 긍정적으로 평가되었으나, 최근에는 인력 차출 부담, 제작지원 사업의 자부담 비율, 복잡한 정산 기준 등으로 인해 추가적인 공동제작 확대에도 현실적인 한계가 있다는 의견이 제시되었다.

2) 현행 수중계 편성규제에 대한 의견

또 사업자들은 지역민방의 경영상 어려움을 설명하면서, 광고 매출이 매년 20% 내외로 감소하는 가운데 이를 보완하기 위해 방송 외 사업 매출이 확대되고 있으나, 해당 사업의 낮은 수익성으로 인해 실질적인 경영 개선 효과는 제한적이라는 점을 지적하였다.

이러한 상황으로 인해 방송사들은 현행 수중계 편성규제가 방송사업매출액을 기준으로 적용되고 있는 것에 대해 불만을 제기했다. 편성규제의 적용이 방송사업매출액 또는 전체 매출액을 기준으로 기계적으로 적용될 경우, 실제 수익성과 무관하게 규제 부담이 오히려 증가하는 역설적인 문제가 발생할 수 있다는 지적을 다수 제기했다. 특히 매출 규모가 커 보이는 일부 사업자의 경우, 실제로는 방송 부문 적자가 누적되고 있음에도 불구하고 편성 비율 상향, 제작비 투자 확대 압박을 동시에 받는 구조에 놓여 있다는 점이 이중고라며, 매출과 연동된 규제에 대한 우려를 표명했다.

현행 수중계 편성 비율 상한제에 대해서 다수 사업자가 지역성 구현이라는 정책 목표와 달리 실제 운영 과정에서는 재방·삼방 편성, 비선호 시간대 편성 등 형식적 대응을 유도하고 있다는 점에 의견을 같이하였다. 특히 규제를 충족하기 위해 반복 편성을 확대할수록 시청 품질이 저하되고 지역 콘텐츠의 실질적 노출은 제한되는 역설이 발생하고 있다는 지적이 이어졌다. 아울러 UHD 의무편성, 재난방송, 외주 인정 기준 등 다른 편성·재허가 규제와 수중계 규제가 중첩되면서, 편성 전략 전반에 대한 사업자의 자율성이 크게 제약되고 있다는 문제 인식도 공유되었다. 이로 인해 지역민방이 자체제작을 확대하고 싶어도 주시청시간대 편성, 전파료 손실, 광고 판매 구조 등의 현실적 장벽에 가로막혀 있다는 점이 구체적으로 논의되었다.

3) 수중계 편성규제 개선 방안에 대한 의견

의견을 제출한 대부분의 지역민방 사업자들은 현행 수중계 프로그램 편성 비율 상한제가 지역성 구현이나 콘텐츠 경쟁력 제고에 실질적으로 기여하지 못하고 있다는 점에 공감하고 있다. 특히, 수중계 비율을 맞추기 위한 반복 편성, 비효율적인 프로그램 구매·교환, 비선호 시간대 편성 등 이른바 ‘기계적 규제 대응’이 불가피하다는 점을 공통적으로 지적하고 있다. 이에 따라 다수 사업자들은 규제의 명확성과 정책 취지를 분명히 하기 위해, 수중계 편성 비율 규제를 폐지하고 ‘자체제작 프로그램 의무 편성제’로 전환하는 방향에는 원칙적으로 동의했다. 또한 자체제작 중심의 규제 체계가 지역방송의 공적 역할과 지역성 강화를 보다 직관적으로 반영할 수 있다는 점에서 정책 방향성 자체에 대해서는 동의했다.

그러나 의견 중 합의에 이르기 어려웠던, 가장 핵심적인 쟁점은 자체제작 프로그램 의무 편성 비율의 ‘적정 수준’과 ‘적용 방식’이었다. 사업자들이 제시한 적정 비율은 대체로 최소 15%에서 최대 20~30% 범위로 분포하고 있으며, 이는 각 사의 매출 규모, 인력 수준, 방송권역 여건에 따라 상이하게 나타났다. 낮은 비율에 대해서는 이미 자체제작을 하고 있는 사업자들이 자체제작의 유인을 잃을 것이라는 우려가, 높은 비율에 대해서는 현재 제작 여건과 경영 상황 상 준수하기 어렵다는 우려가 동시에 존재했다.

이와 함께, 거의 모든 사업자가 의무 편성 비율의 일괄 적용에는 부정적 입장을 보이며, 사업자 여건을 반영한 차등 규제 적용이 필요하다는 의견을 제시하고 있다. 차등 기준으

로는 공통적으로 광고매출액이 가장 많이 언급되었으며, 여기에 방송권역 인구수, 허가 단계, 방송 관련 매출 등을 고려해야 한다는 견해도 다수 있었다.

사업자들은 제도 전환이 실질적인 효과를 거두기 위해서는 규제 변경과 함께 양질의 프로그램을 제작할 수 있는 지원이 무엇보다도 선행되어야 한다고 주장했다. 제작비 지원 확대, 제작 지원 사업 선정 시 자부담 비율 완화, 광고·협찬 규제 완화 등 재정적·제도적 지원이 병행되어야 자체제작이 늘어날 것이며, 양질의 프로그램이 공급될 수 있을 것이라고 다수의 사업자가 언급했다. 일부 사업자는 자체제작 프로그램이 주시청시간대에 편성될 수 있도록 하는 유인책이 있었으면 좋겠다는 의견을 내기도 했다.

제 2 절 수중계 편성규제 개선안

1. 규제 패러다임 전환

가. 수중계 프로그램 편성 비율 상한 폐지 및 자체제작 프로그램 의무 편성 도입

본 연구는 현행 수중계 편성 비율 상한 규제가 가진 한계를 극복하고 지역 방송의 실질적인 경쟁력을 강화하기 위해, 규제의 패러다임을 근본적으로 전환할 것을 제안한다. 구체적으로는 방송법 제69조 제6항 및 하위 법령에 명시된 수중계 편성 비율 상한 규제를 폐지하고, 이를 대신하여 ‘자체제작 프로그램 의무 편성제’를 도입하는 것이다. 이는 중앙 방송사의 프로그램을 ‘틀지 못하게’ 막는 소극적이고 부정적인(Negative) 규제 방식에서 벗어나, 지역 방송사가 주도적으로 지역 콘텐츠를 ‘만들도록’ 유도하는 적극적이고 긍정적인(Positive) 방식으로의 전환을 의미한다. 이러한 변화는 지역 방송사에게 편성의 자율성을 부여하는 동시에, 지역성 구현이라는 공적 책무를 능동적으로 수행하도록 하는 강력한 동기를 부여할 수 있다.

나. 규제 적용의 유연성을 위한 조치

새로운 규제 제도의 도입이 지역 방송사의 경영에 급격한 부담을 주지 않도록 규제 적용에 있어 충분한 유연성을 확보해야 한다. 우선, 자체제작의 인정 범위를 대폭 확대하여 순수 자체제작뿐만 아니라 타 지역 방송사, SBS, 외주 제작사 등과의 공동제작을 포괄적으

로 인정해야 한다. 공동제작은 개별 방송사의 열악한 제작 인프라를 보완하고 양질의 콘텐츠를 생산할 수 있는 효율적인 수단이므로, 이를 적극 권장하는 정책적 배려가 필요하다. 또한, 제도 시행 초기에는 본방송과 재방송을 구분 없이 총 편성 시간에 합산하여 의무 비율을 산정하도록 함으로써, 방송사들이 점진적으로 제작 역량을 확충할 수 있는 시간을 부여해야 한다. 이는 갑작스러운 제작비 증액 부담을 완화하고, 방송사들이 변화된 제도에 연착륙할 수 있도록 돕는 현실적인 완충 장치가 될 것이다.

2. 개선안 세부 내용

가. 자체제작 의무 편성 비율

자체제작 의무 편성 비율의 구체적인 목표치를 설정하기 위해 최근 5년(2020-2024)간 지역민방 9개사의 편성 실적 데이터를 확인했다. 분석 결과, 지역민방의 자체제작 및 공동제작 편성 비율의 평균은 23.6%, 중간값은 24.1%였으며, 하위 25%(제1사분위수)는 19.5%로 나타났다. 이에 본 연구는 지역 방송사의 제작 여건과 규제 이행 가능성을 종합적으로 고려하여, 현실적으로 달성 가능한 수준인 전체 방송시간의 20%를 의무 편성 비율로 설정할 것을 제안한다. 이는 현행 방송평가에서 지역민방에게 부여된 만점 기준(20% 이상)과도 정합성을 이루는 수치로, 규제의 예측 가능성을 높이고 제도의 안정적인 정착을 유도할 수 있을 것이다.

〈표 4-1〉 지역민방 자체제작 및 공동제작 프로그램 편성 비율

사업자	2020	2021	2022	2023	2024	5년 평균
KNN	31.9%	32.7%	33.4%	33.1%	32.9%	32.8%
TBC	29.6%	29.6%	28.4%	29.6%	28.8%	29.2%
KBC	26.4%	21.3%	25.7%	25.4%	24.0%	24.6%
TJB	25.6%	24.7%	23.8%	23.2%	23.0%	24.1%
UBC	19.7%	19.2%	19.4%	19.1%	20.3%	19.5%
JTV	21.0%	23.2%	22.2%	16.8%	14.3%	19.5%
CJB	25.4%	27.0%	23.7%	24.9%	24.6%	25.1%
G1	18.3%	18.8%	22.1%	25.6%	26.2%	22.2%
JIBS	14.1%	15.1%	15.7%	13.7%	18.0%	15.3%

자료: 2021-2025 방송산업실태조사

그러나 해당 수치의 설정과 관련해서는 몇 가지 우려가 제기된다. 첫째, 현재 전체 방송 시간의 20% 이상을 자체제작 및 공동제작 프로그램으로 편성하고 있는 사업자들이 오히려 자체제작 규모를 축소할 가능성이 있다. 제시된 수치는 하위 25%에 해당하는 분위수 기준으로, 전체 지역민방 사업자의 약 75%는 이미 이보다 높은 수준의 자체제작 및 공동제작 프로그램을 편성하고 있다. 이러한 상황에서 의무 편성 비율이 현행 제작 수준보다 낮게 설정될 경우, 제작비 부담이 큰 여건 속에서 일부 경영진은 자체제작 축소를 선택할 유인이 발생할 수 있다.

이에 대해 현행 지역민방 재허가 조건에 매출액의 일정 비율을 제작비로 투자하도록 규정되어 있어, 자체제작이 급격히 감소하지는 않을 것이라는 반론도 제기된다. 실제로 현재의 제작비 투자 수준은 다수의 규제 요건과 시장 환경, 인력 구조, 경영상황 등이 복합적으로 반영된 결과이므로, 단기간 내 제작량이 급감할 가능성은 제한적이라는 설명이다. 다만, 제도의 취지를 실질적으로 구현하기 위해서는 의무 비율을 초과하여 자체제작 프로그램을 편성하고, 자체제작에 적극적으로 투자하는 사업자에 대해 인센티브를 부여함으로써 자체제작에 대한 유인을 강화할 필요가 있다. 이에 대한 정책적 검토가 요구된다.

둘째, 자체제작 프로그램 편성 비율 20% 자체가 현실적으로 부담이 될 수 있는 일부 사업자에 대한 고려가 필요하다. 사업자별 재정 여건과 제작 역량의 차이에 따라, 특정 사업자에게는 해당 비율을 준수하는 것 자체가 상당한 부담으로 작용할 수 있다. 의무 비율이 1%포인트 증가할 때마다 주당 약 1~2개의 프로그램을 추가로 확보해야 하는 현실을 감안하면, 이를 구매가 아닌 자체제작 프로그램으로 충당하는 것은 쉽지 않다. 이러한 점을 고려할 때, 지역민방 사업자 간 매출 규모와 제작 역량의 격차를 반영한 보호 장치 마련이 필요하다.

구체적으로는 최근 3년간 연평균 총매출액을 기준으로 하위 20%(약 2개사)에 해당하는 사업자에 대해 자체제작 프로그램 의무 편성을 한시적으로 유예하는 특례 조항을 검토해 볼 수 있다. 이는 재정적 여건이 취약한 방송사가 규제 준수를 위해 무리한 제작비 지출을 감행함으로써 경영 위기에 직면하는 상황을 예방하기 위한 조치이다. 다만 제도의 실효성을 확보하기 위해 유예 기간은 최대 3년을 초과하지 않도록 제한하고, 유예 종료 이후에는 의무 비율을 단계적으로 상향 적용함으로써 해당 사업자들이 자구 노력을 통해 제도에 순응할 수 있도록 유도할 필요가 있다.

이와 함께, 사업자 간 여건 차이를 반영하여 의무 편성 비율을 차등 적용하는 방안도 검토할 수 있다. <표 4-1>에 제시된 9개 지역민방 사업자의 최근 5년간 자체제작·공동제작 프로그램 편성 비율 분포를 참고하여, 의무 비율을 15%에서 30% 수준으로 구간화하여 적용하는 방식이다. 이 경우 차등 적용의 기준 설정이 주요 쟁점으로 부각된다. 총매출액이나 방송매출액과 같은 경영지표, 기존에 활용되어 온 허가 차수, 방송권역의 규모(인구 수) 등이 기준으로 검토될 수 있다. 다만 차등 규제를 적용하더라도 구간별로 의무 비율이 상대적으로 부담이 되는 사업자와 그렇지 않은 사업자가 동시에 발생할 수 있으며, 규제 체계가 복잡해져 명확성이 저하될 수 있다는 한계 역시 존재한다.

나. 사업자 역량을 고려한 자체제작 프로그램 인정 기준 현실화

자체제작 프로그램 의무 편성제가 실질적인 효과를 거두기 위해서는, 무엇보다 ‘자체제작’의 범위를 명확하고 현실적으로 규정하는 인정 기준의 정립이 필수적이다. 특히 공동제작의 경우, 단순한 재원 분담이나 명목상의 참여만으로 실적으로 인정할 경우 제도의 취지가 훼손될 우려가 있다. 이에 따라 공동제작 프로그램은 기획 단계에서의 주도성, 제작 과정에서의 실질적 참여, 그리고 제작 결과물에 대한 권리 확보 여부 등 실질적인 기여가 확인되는 경우에 한하여 자체제작 실적으로 인정하는 것이 바람직하다.

이를 위해 본 제도에서는 ① 기획 주도성, ② 재원 부담, ③ 권리 소유를 핵심 원칙으로 하는 구체적인 인정 가이드라인을 마련하여 운영할 필요가 있다. 반면, 완성된 형태의 프로그램을 단순 구매하여 편성하거나, 기존 프로그램을 재편집·재구성한 단순 리패키징(Re-packaging) 프로그램은 자체제작 실적에서 제외함으로써, 제도가 형식적인 실적 충족이나 ‘무늬만 자체제작’ 프로그램의 양산으로 변질되는 것을 방지해야 한다. 이러한 기준 적용은 방송사들이 단기적인 규제 대응을 넘어, 장기적으로는 실질적인 제작 역량을 축적하도록 유도하는 핵심적인 제도적 장치가 될 것이다.

다. 재방송 등 편성 관련 규정

재방송 인정 여부는 방송사의 편성 부담 완화와 시청자의 프로그램 선택권 보장이라는 두 가지 요소와 직결되는 중요한 쟁점이다. 재방송을 자체제작 실적으로 인정할 경우, 제작 여건이 열악한 일부 사업자는 소수의 자체제작 프로그램을 반복 편성하는 방식으로 의

무 비율을 충족할 수 있게 된다. 이 경우 규제의 본래 목적에 부합하지 않을 뿐 아니라, 방송 권역 내 시청자들이 다양한 콘텐츠를 접할 수 있는 기회가 제한되는 부작용이 발생할 수 있다.

반면, 재방송을 전면적으로 인정하지 않을 경우에는 지역민방 사업자의 편성 부담이 과도하게 증가하여, 일부 사업자가 제도 준수 자체를 포기하거나 형식적인 대응에 그칠 가능성도 배제할 수 없다. 특히 현행 수중계 편성 규제 및 방송평가 제도에서 재방송을 실적으로 인정하고 있다는 점을 고려할 때, 새로운 규제 체계에서도 일정 범위 내에서 재방송을 인정하는 것이 제도 간 정합성과 일관성 측면에서 타당하다고 판단된다.

다만, 소수의 자체제작 프로그램을 과도하게 반복 편성하는 이른바 ‘삼방 이상 편성’을 통해 의무 비율을 충족하는 편법을 방지하기 위한 보완 장치는 필요하다. 이에 본 연구에서는 제도 도입 초기에는 본방송과 재방송을 동일 비중으로 합산하여 인정하되, 일정 기간 동안의 사업자 편성 실태를 모니터링한 이후 단계적으로 인정 기준을 조정하는 방안을 제안한다. 구체적으로는 중·장기적으로 본방송 편성에 상대적으로 높은 가중치를 부여하거나, 재방송의 인정 비율을 점진적으로 축소하는 방식(예: 3회 이상 반복 편성 시 해당 분량의 50%만 인정)을 검토할 수 있다.

이와 같은 단계적·유연한 접근은 방송사로 하여금 신규 콘텐츠 제작에 대한 투자를 유지·확대하도록 유도하는 한편, 시청자에게는 보다 다양한 프로그램 선택권을 제공하는 효과를 동시에 달성할 수 있을 것으로 기대된다.

3. 관련 법률 개정안(예)

- **방송법 신설조항**(현 방송법 제69조 6항 개정, 7항 신설)

제69조(방송 프로그램의 편성 등)

- ⑥ 한국방송공사 및 특별법에 의하여 설립된 방송사업자, 「방송문화진흥회법」에 따른 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자 및 그 방송사업자가 출자한 방송사업자를 제외한 지상파방송사업자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 방송사업자가 자체제작한 방송프로그램을 일정 비율 이상 편성하여야 한다.

⑦ 제1항에 따른 방송사업자 자체제작 방송프로그램의 편성 비율, 방송사업자 자체제작 방송프로그램을 편성하여야 하는 방송사업자의 범위, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

• **방송법 시행령 신설조항**

제○○조(자체제작 방송프로그램의 편성 기준)

- ① 한국방송공사 및 특별법에 의하여 설립된 방송사업자, 「방송문화진흥회법」에 따른 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자 및 그 방송사업자가 출자한 방송사업자를 제외하고 방송미디어통신위원회가 고시하는 지상파텔레비전방송사업자와 지상파라디오 방송사업자는 법 제69조제6항에 따라 방송미디어통신위원회가 정하여 고시하는 비율 이상 방송사업자 자체제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.
- ② 제1항에 따른 방송사업자 자체제작 방송프로그램의 인정 기준, 편성 비율의 산정 방법, 특정 방송프로그램에 대한 가중치 부여 여부, 전체 방송시간에서 제외할 수 있는 방송프로그램의 범위 및 기준은 방송미디어통신위원회가 정하여 고시한다.

• **편성고시 신설조항**

제○○조(자체제작 방송프로그램의 편성 비율)

- ① ○○○, ○○○, ○○○, ○○○는 채널별로 연간 전체 방송시간의 100분의 20 이상을 방송사업자 자체제작 방송프로그램으로 편성하여야 한다.

제○○조의2(방송사업자 자체제작 방송프로그램의 인정 기준)

제○○조에 따른 방송사업자 자체제작 방송프로그램이란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방송프로그램을 말한다.

1. 방송사업자가 프로그램의 기획을 주도하고 제작 과정에 실질적으로 참여한 방송프로그램
2. 방송사업자가 제작비의 전부 또는 일부를 부담하고, 그 제작 결과물에 대한 저작권 또는 이에 준하는 이용권을 보유한 방송프로그램
3. 그 밖에 방송미디어통신위원회가 기획 주도성, 제작 참여도, 권리 보유 여부 등을 종합적으로 고려하여 방송사업자 자체제작 방송프로그램으로 인정하는 방송프로그램

※ 매출액 하위 사업자에 대한 방송사업자의 자체제작 방송프로그램 의무편성 규제의 한시적 유예는 「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」 부칙에서 별도로 규정한다.

4. 지속 가능한 지역성 확보를 위한 지원책

자체제작 프로그램 의무 편성제로의 전환이 지역성 강화를 위한 실질적인 정책 수단으로 기능하기 위해서는, 규제 방식의 변화와 더불어 지역민방의 제작 여건을 구조적으로 개선할 수 있는 지원 체계가 병행되어야 한다. 앞서 살펴본 바와 같이, 다수의 지역민방 사업자는 광고 매출 감소와 인력 축소, 제작비 부담 증가라는 이중·삼중의 제약 속에서 운영되고 있으며, 이러한 상황에서 의무 비율만을 일률적으로 부과할 경우 오히려 자체제작 축소, 반복 편성 확대, 형식적 규제 대응 등의 부작용이 발생할 가능성이 있다. 따라서 정책의 초점은 규제 준수 여부 자체가 아니라, 지역민방이 안정적으로 자체제작에 투자할 수 있는 환경을 조성하는 데 맞춰질 필요가 있다.

이를 위해서는 우선 자체제작 프로그램에 대한 직·간접적 제작 지원 확대와 함께, 편성 시간대에 따른 손실 보전 장치를 검토할 필요가 있다. 특히 주시청시간대에 지역 자체제작 프로그램을 편성할 경우 발생하는 전파료·광고 수익 손실을 완화할 수 있도록, 제작비 지원 가중치 부여, 자부담 비율 완화, 방송평가·재허가 시 인센티브 연계 등의 방안을 종합적으로 고려할 수 있다. 아울러 공동제작 프로그램에 대해서는 인정 기준을 명확히 하되, 실질적인 제작 참여가 이루어지는 경우에는 자체제작 실적으로 충분히 인정함으로써, 개별 사업자의 부담을 완화하고 지역 간 협업을 촉진하는 정책적 유인을 제공할 필요가 있다. 이러한 지원책은 지역민방이 단기적인 규제 대응을 넘어, 중·장기적으로 지역성을 담보하는 콘텐츠 제작 역량을 축적해 나가는 기반으로 작용할 것이다.

제3절 이 외 편성규제 개선 방안 제언

1. 방송 프로그램 장르별 편성 비율 규제

현행 방송 프로그램 장르별 편성 비율 규제는 방송 프로그램의 균형 있는 편성을 통해 콘텐츠 다양성을 확보하고자 도입되었다. 여러 차례의 제도 개편을 거쳐 현재는 오락 프로그램에 대해서만 상한을 두는 방식으로 운영되고 있으나, 이러한 규제 방식이 당초의 정책 목적을 충실히 달성하고 있는지에 대해서는 지속적인 비판이 제기되고 있다. 현행 규제는 다양한 장르의 프로그램 제작을 유도하기보다는, 오락 프로그램의 편성을 제한하는 데 초점을 두고 있으며, 이는 오락 프로그램이 교양이나 보도 프로그램에 비해 공공성이 낮다는 전제를 내포하고 있다(황현정 외, 2024). 그러나 오락 프로그램이 다른 장르에 비해 공공성이 낮거나 사회적으로 저급하다는 실증적 근거는 존재하지 않으며, 이러한 가치 판단에 기반한 규제는 정책적 설득력이 충분하지 않다. 오히려 오락 프로그램은 사회적 이슈를 대중적으로 전달하거나 세대·계층 간 소통을 촉진하는 등 공공적 기능을 수행할 수 있음에도 불구하고, 일률적인 상한 규제로 인해 부정적으로 취급되고 있다.

아울러 미디어 융복합 환경이 심화되면서 장르 간 경계는 점차 모호해지고 있으며, 하나의 프로그램이 복수의 장르적 특성을 동시에 갖는 사례가 일반화되고 있다(황현정, 2024). 이로 인해 장르 구분 자체의 실효성은 지속적으로 약화되고 있으며, 실제 편성 현장에서는 규제 기준을 충족하기 위한 형식적 분류가 이루어지거나 장르 정의를 둘러싼 해석상의 혼란이 반복되고 있다. 그 결과 장르별 편성 비율 규제는 콘텐츠 다양성 제고라는 본래 목적보다는 행정적 관리 기준으로 기능하는 경향이 강해졌다. 콘텐츠 소비가 방송 채널을 넘어 OTT와 온라인 플랫폼으로 확장된 현실을 고려할 때, 방송 편성만을 대상으로 한 장르 규제가 시청 경험 전반에 미치는 영향은 제한적일 수밖에 없다. 향후에는 장르별 편성 비율을 일률적으로 관리하기보다는, 프로그램의 공공적 기능, 사회적 기여도, 지역성 구현 여부 등 질적 요소를 중심으로 평가 체계를 전환하는 것이 바람직하다(정영주·황현정, 2024). 이에 따라 현행 장르별 편성 비율 규제는 폐지하고, 사회적 약자와 소수자를 조명하는 프로그램, 지역·세대·젠더 이슈를 다루는 콘텐츠 등 공공적 가치가 높은 프로그램이 보다 원활히 편성될 수 있도록 규제 체계를 재설계할 필요가 있다. 이는 방송사의 편성

자율성을 확대하는 동시에 공영성과 공공성을 실질적으로 강화하는 방향이 될 것이다.

2. 순수 외주제작 프로그램 편성 비율 규제

순수 외주제작 프로그램 의무편성 비율 규제는 독립제작사 보호와 방송 제작 산업 진흥을 목적으로 도입되었다. 제도 도입 당시에는 지상파 방송사가 콘텐츠 제작·유통에서 독점적 지위를 가지고 있었으며, 이에 대응하여 소규모 외주제작사를 보호하고 육성할 필요성이 컸다. 그러나 영상 콘텐츠 제작 환경은 크게 변화하였다. 현재는 방송사보다 더 큰 영향력을 가진 대형 외주제작사가 등장할 만큼 외주제작 산업이 성숙 단계에 이르렀으며, 반대로 방송사들은 미디어 환경 변화와 광고 시장 위축 등으로 경영상 어려움을 겪고 있다. 이러한 변화에도 불구하고 기존 규제는 여전히 과거의 산업 구조를 전제로 유지되고 있어, 보호와 육성의 대상에 대한 재검토가 필요한 시점이다(정영주·황현정, 2024; 황현정 외, 2024).

또한 방송사와 제작사가 공동으로 기획·투자·제작에 참여하는 협업 모델이 일반화되었음에도 불구하고, 현행 규제는 ‘순수 외주’라는 이분법적 개념에 기초하고 있어 현장과의 괴리가 발생하고 있다. 이로 인해 실질적인 제작 참여와 기여가 있음에도 규제상 불리하게 평가되는 사례가 나타나고 있으며, 방송사는 규제 충족을 위해 형식적인 외주 계약을 선호하게 되는 경향을 보이고 있다(오형일 외, 2019; 이홍우·장하용, 2020). 이러한 구조는 제작 현장의 유연한 협업을 저해하고 콘텐츠 품질 제고에도 부정적인 영향을 미칠 수 있다. 따라서 외주제작 규제는 인정 기준을 현실화하고, 불필요한 규제 요소를 완화하는 방향으로 개선될 필요가 있다. 단순히 제작 주체의 명이나 계약 형태가 아니라 기획 주도성, 제작비 부담, 권리 배분 구조 등 실질적인 제작 참여 여부를 중심으로 인정 기준을 재정립하는 것이 바람직하다(정영주·황현정, 2024).

아울러 지역방송에 대해서는 순수외주제작 프로그램 편성 의무에 대한 제도적 정비도 필요하다. 현재 다수의 지역방송사는 분사 또는 중앙 방송사가 제작한 순수외주제작 프로그램을 수증계하는 방식으로 의무편성비율을 충족하고 있다. 이와 같은 운영 실태를 고려할 때, 지역 외주제작 인프라가 충분히 구축되지 않은 상태에서 일률적인 순수 외주제작 프로그램 편성 의무를 부과하는 것은 규제의 실효성을 저하시킬 우려가 있다. 따라서 지

역 제작 여건을 반영한 편성 기준의 조정이나, 지역 외주제작 활성화를 위한 제도 개선 등 전반적인 제도 정비가 요구된다.

종합하면, 외주제작 산업의 진흥은 편성 비율 규제만으로 달성하기 어렵다는 점을 인식하고, 독립제작사 지원, 공정 계약 관행 확립, 제작비 지원, 인력 양성 등은 별도의 산업 진흥 정책을 통해 추진하는 것이 보다 효과적이다. 규제와 진흥의 기능을 명확히 분리함으로써 정책의 일관성과 실효성을 제고할 필요가 있다(황현정 외, 2024).

3. 국내 제작 방송 프로그램 편성 비율 규제

가. 영화, 애니메이션, 대중음악 국내 제작 프로그램 편성 비율 규제

국내 영상 산업 보호를 위해 도입된 분야별 국내 제작물 편성 비율 규제는 국내 콘텐츠의 경쟁력이 비약적으로 향상된 현재 시점에서 그 실효성을 재검토할 필요가 있다. 국내 제작 콘텐츠는 이미 높은 시장 점유율과 시청자 선호도를 확보하고 있어, 규제가 없어도 자연스럽게 편성되는 경우가 많다. 이러한 상황에서 확실적인 의무 편성 비율을 유지하는 것은 방송사의 편성 자율성을 저해하는 불필요한 규제로 작용할 가능성이 있다.

따라서 산업의 성숙도를 반영한 규제 완화를 검토할 필요가 있다. 국내 제작물의 시장 점유율과 경쟁력이 충분히 확보된 장르에 대해서는 의무 편성 비율을 단계적으로 완화하거나, 궁극적으로는 일몰제를 도입하여 시장 자율에 맡기는 방안도 고려할 수 있다. 반면 기초 예술 분야나 실험적 성격이 강한 콘텐츠 등 상대적으로 보호가 필요한 영역에 대해서는 선별적으로 지원을 강화하는 '선택과 집중' 전략이 요구된다. 또한 외국 자본이 일부 참여하였더라도 국내 인력이 주도적으로 제작에 참여한 경우에는 국내 제작물로 폭넓게 인정하는 등 글로벌 공동 제작 활성화를 위한 제도적 유연성도 확보할 필요가 있다(주성희·이주영, 2016).

나. 수입물 1개국 제작 프로그램 편성 비율 규제

특정 국가 콘텐츠의 과도한 편성을 방지하기 위한 수입물 1개국 제작 프로그램 편성 제한(연간 90% 이하)은 디지털 플랫폼을 통한 국경 없는 콘텐츠 소비가 일상화된 환경에서 실효성이 낮다는 비판을 받고 있다. 시청자들은 이미 OTT 등을 통해 전 세계 다양한 콘텐

츠를 자유롭게 소비하고 있으며, 방송 편성만을 제한하는 규제는 시청자의 선택권을 제약하고 방송 경쟁력을 약화시킬 수 있다.

이에 따라 해당 규제는 문화적 다양성 확보라는 상징적 의미를 유지하는 범위 내에서 최소화하거나 폐지를 검토하는 것이 타당하다. 국내 콘텐츠의 위상이 크게 제고된 현 시점에서 특정 국가 문화에 종속될 우려는 현저히 낮아졌으며, 유사한 규제가 중첩되어 방송사에 불필요한 행정적 부담을 주고 있기 때문이다. 규제보다는 다양한 국가의 우수한 문화 콘텐츠가 소개될 수 있도록 번역·더빙 지원 등 진흥 정책을 통해 문화 다양성을 증진하는 방식이 보다 효과적일 것이다(황현정 외, 2024).

다. 국내 제작 신규 애니메이션 편성 비율 규제

국내 애니메이션 산업 육성을 위한 신규 애니메이션 편성 총량제(지상파 1%, 종합편성 채널 0.3~1% 등)는 제작비 부담이 크고 회수 기간이 긴 애니메이션 산업의 특성을 고려할 때 여전히 일정 부분 필요한 보호 장치로 평가된다(고정민·김영재, 2010). 다만 단순히 편성 비율을 강제하는 방식만으로는 산업의 실질적인 성장을 견인하는 데 한계가 있으며, 방송사에게는 규제 준수를 위한 형식적 과제로 전락할 위험이 있다(고정민·김영재, 2010).

따라서 규제의 실효성을 제고하기 위해서는 인정 기준의 고도화와 데이터 기반의 성과 평가가 병행되어야 한다. 신규 애니메이션의 편성 여부만을 기준으로 삼기보다는, 인기 웹툰이나 기존 IP를 활용한 애니메이션 제작 장려, 성인 대상 애니메이션 제작 지원 등 질적 성장을 유도하는 정책적 장치가 필요하다. 또한 AI 등 신기술을 활용한 제작 방식에 대한 인정 기준을 선제적으로 마련하여 제작 효율성을 제고하고, 정확한 산업 통계 데이터를 구축하여 규제 효과를 주기적으로 점검·보완하는 환류 체계를 마련할 필요가 있다.

제5장 결론

제1절 연구의 요약 및 시사점

본 연구는 OTT와 글로벌 플랫폼의 급성장으로 인해 미디어 소비 행태가 비선형적·개인화된 방식으로 근본적인 변화를 겪고 있는 시점에서, 과거 지상파 독점 시대에 설계된 현행 편성 규제의 실효성을 재점검하고 미래 지향적인 개선 방안을 도출하는 데 그 목적을 두었다. 특히, 재정적 위기와 정체성 혼란이라는 이중고를 겪고 있는 지역민방에게 있어, 현행 '수중계 프로그램 편성 비율 제한 규제'가 지역성 구현이라는 본연의 정책 목표를 달성하는 데 한계에 봉착했음을 확인하였다. 연구 결과, 현재의 규제는 중앙 방송사의 프로그램을 일정 비율 이상 틀지 못하게 하는 소극적(Negative) 방식에 머물러 있어, 지역 방송사로 하여금 양질의 자체 콘텐츠를 제작하게 하기보다는 규제 상한선 내에서 수중계를 최대한 유지하려는 형식적 규제 준수만을 유도하는 역설적인 상황을 초래하고 있음이 드러났다.

구체적인 데이터 분석 결과, 현행 매출액 연동형 수중계 규제는 방송사의 실제 제작 여건과 괴리되어 있는 것으로 나타났다. 매출이 증가하면 수중계 허용 비율이 줄어드는 현행 구조는 방송사의 경영 개선 노력을 저해하는 페널티로 작용하고 있으며, 실제 2024년 상반기에는 일부 사업자가 수중계 상한을 초과하여 규제를 위반하는 등 제도적 한계가 현실화되었다. 또한, 지난 5년(2020-2024)간 지역민방 9개사의 편성 실적을 분석한 결과, 자체제작 및 공동제작 비율은 평균 23.6%로 나타났으나, 사업자 간 편차가 크고(최저 14.3%~최고 32.9%), 순수 자체제작보다는 공동제작이나 재방송 편성에 의존하여 규제 비율을 충족하고 있는 실정이 확인되었다. 이는 양적인 비율 규제만으로는 실질적인 지역 콘텐츠 경쟁력을 담보할 수 없음을 시사한다.

이에 본 연구는 규제의 패러다임을 '억제'에서 '진흥'으로 대전환할 것을 제안하며, 그 핵심 대안으로 현행 수중계 편성 상한 규제의 폐지와 '자체제작 프로그램 의무 편성제'의 도입을 결론으로 제시한다. 이는 지역 방송사가 중앙 방송의 프로그램을 '편성하지 않아야

하는' 의무에서 벗어나, 지역의 이야기를 담은 콘텐츠를 '반드시 제작해야 하는' 능동적 의무(Positive Regulation)로 전환하는 것을 의미한다. 이러한 전환은 지역 방송사에게 편성의 자율성을 부여하는 동시에, 지역성 구현이라는 공적 책무를 명확히 부과하여 방송사가 스스로 콘텐츠 제작의 주체가 되도록 유도하는 강력한 기제가 될 것이다.

본 연구가 제안하는 자체제작 의무 편성 비율인 20%는 단순한 선언적 수치가 아니라, 지난 5년여간 축적된 지역민방의 실제 편성 데이터와 제작 역량을 종합적으로 고려하여 도출된 현실적인 목표치다. 데이터 분석 결과, 지역민방 편성 실적의 제1사분위수(하위 25%)가 19.5%로 나타났으며, 이는 방송평가 만점 기준(20% 이상)과도 정합성을 이루는 수치이다. 따라서 20%라는 기준은 현재의 제작 여건에서 달성 가능하면서도, 최소한의 지역성을 담보할 수 있는 합리적인 마지노선이라 할 수 있다. 이를 통해 규제의 수용성을 높이면서도, 제도가 안착됨에 따라 점진적으로 지역 콘텐츠의 총량을 확대해 나가는 기반을 마련할 수 있을 것이다.

또한, 본 개선안은 제도의 경직성을 탈피하고 유연성을 확보하기 위해 '공동제작'을 자체제작의 범주에 포괄적으로 포함할 것을 강조한다. 개별 지역 방송사의 인력과 자본만으로는 고품질의 콘텐츠를 지속적으로 생산하기 어려운 현실을 감안할 때, 타 지역사, SBS, 외주 제작사와의 공동제작은 지역성을 확장하고 제작 효율성을 높이는 필수적인 생존 전략이다. 다만, 단순한 투자 참여가 아닌 기획 주도성과 저작권 보유 등 실질적인 기여도가 입증된 경우에 한해 실적으로 인정함으로써, 무임승차를 방지하고 지역 방송사의 기획 역량이 실질적으로 강화되도록 유도해야 한다.

아울러 본 연구는 급격한 제도 변화로 인한 방송 현장의 혼란을 최소화하기 위해 단계적이고 세심한 적용 방안을 함께 제시하였다. 제도 도입 초기에는 본방송과 재방송을 합산하여 의무 비율을 산정하도록 하여 방송사의 제작비 부담을 완화하고, 매출액 하위 20%에 해당하는 사업자에 대해서는 의무 적용을 한시적으로 유예하는 보호 장치를 마련하였다. 이는 모든 사업자를 획일적인 잣대로 규제하는 것이 아니라, 사업자의 기초 체력을 고려한 맞춤형 규제 설계를 통해 제도의 지속 가능성을 확보하려는 노력의 일환이다.

이와 더불어, 본 연구는 수중계 규제 외에도 오락 프로그램 편성 비율, 순수 외주제작 편성 비율, 국내 제작물 편성비율 규제 등 편성 규제 전반에 대한 개선 방향을 제안하였다. 장르 간 경계가 모호해지는 융합 환경에서 기계적인 장르 비율 규제는 완화하고, 국내

콘텐츠의 경쟁력이 확보된 분야에 대해서는 의무 편성 비율을 유연하게 적용함으로써 방송사의 편성 자율성을 확대해야 한다. 이는 지역민방 규제 개선과 맞물려 전체 방송 산업의 활력을 제고하고, 규제 비용을 절감하여 콘텐츠 투자 여력을 확보하는 시너지 효과를 창출할 것이다.

제2절 기대효과 및 향후 연구 방향

본 연구를 통해 제안한 ‘자체제작 프로그램 의무 편성제’로의 전환은 지역방송 생태계 전반에 의미 있는 변화를 가져올 수 있는 정책 대안으로 평가된다. 첫째, 지역방송사의 자생적 경쟁력 강화가 기대된다. 수중계 중심의 수동적 편성 구조에서 벗어나 자체 기획과 제작 역량을 축적함으로써, 지역방송사는 단순한 송출 창구를 넘어 지역의 이야기를 생산·유통하는 주체로서의 위상을 회복할 수 있다. 둘째, 실질적인 지역성 구현이 가능해질 것이다. 형식적인 지역 구분에 머물렀던 기존의 편성 방식에서 나아가, 지역 주민의 삶과 문화, 의제를 반영한 콘텐츠가 확대됨으로써 시청자의 선택권이 제고되고 지역 공동체의 공론장 기능 역시 강화될 수 있다. 셋째, 공동제작과 외주제작의 활성화는 지역 내 제작 인력의 고용 확대와 제작 인프라 확충으로 이어져, 위축되어 온 지역 영상 산업 전반에 선순환 구조를 형성하는 계기가 될 것으로 기대된다.

다만 이러한 규제 전환이 현장에 안정적으로 정착하기 위해서는 법·제도적 정비와 더불어 정책적 지원이 병행되어야 한다. 자체제작 의무화는 필연적으로 방송사의 제작비 부담 증가로 이어질 수밖에 없으므로, 방송통신발전기금 등을 활용한 제작 지원의 확대와 함께 지역 사업자간 공동제작을 장려하는 여러 지원책 등 실질적인 재정적 유인책이 필요하다. 아울러 지역에서 제작된 우수한 콘텐츠가 일회성 소비에 그치지 않고, 유튜브나 OTT 등 다양한 플랫폼을 통해 유통될 수 있도록 자막 번역, 재가공, 유통 연계 지원 등 이른바 ‘콘텐츠 유통 기반’에 대한 정책적 뒷받침도 함께 고려되어야 한다. 규제가 최소한의 기준을 제시하는 장치라면, 지원 정책은 방송사가 자발적으로 혁신에 나설 수 있도록 유도하는 촉진 장치로 기능해야 할 것이다.

아울러 본 연구는 지역민방을 중심으로 수중계 편성 비율 규제의 개선을 논의하였으나, 향후 검토가 필요한 과제로서 적용 범위에 대한 문제도 제기할 수 있다. 지역에서 지상파 방송 서비스를 제공하는 주체는 지역민방에 한정되지 않으며, 지역KBS, 지역MBC, 지역 지상파 라디오 사업자 등 역시 공공의 전파를 활용하여 방송 서비스를 제공하고 있다. 이들 사업자 또한 지역 주민을 위한 양질의 콘텐츠 제공이라는 공적 책무를 공유하고 있음에도 불구하고, 제도 도입 취지나 정책 환경의 차이로 인해 제작·편성에 대한 국가의 개입 방식은 상이하게 적용되어 왔다. 향후에는 사업자 유형을 넘어, 지역 커뮤니티에 기여하는 콘텐츠 제작과 편성을 유인할 수 있는 보다 포괄적인 정책 체계에 대한 논의가 함께 이루어질 필요가 있다.

끝으로, 본 연구의 한계를 보완하고 제도의 실효성을 지속적으로 점검하기 위한 후속 연구 과제를 제언한다. 새로운 규제 체계 도입 이후, 지역방송사의 자체제작 투자 규모와 콘텐츠 구성, 제작 방식이 어떻게 변화하는지를 추적·분석하는 종단 연구가 필요하다. 나아가 단순한 편성 비율 충족 여부를 넘어, 제작된 콘텐츠가 지역사회와 시청자에게 어떠한 영향을 미쳤는지를 평가할 수 있도록 지역성 지표 개발 등 질적 성과 평가 모델의 고도화도 요구된다. 또한 AI 등 신기술의 확산으로 제작 환경이 빠르게 변화하고 있는 만큼, ‘자체제작’의 정의와 인정 기준을 시대 변화에 맞게 지속적으로 재검토·보완하는 연구 역시 병행되어야 할 것이다.

결론적으로, 미디어 환경의 급격한 변화 속에서 지역방송의 위기는 곧 우리 사회의 다양성과 지역성의 위기와 맞닿아 있다. 본 연구가 제안한 ‘수중계 상한 규제의 폐지와 자체제작 의무 편성제로의 전환’은 이러한 문제의식에 기반하여, 지역방송이 나아가야 할 정책적 방향을 제시한 시도라 할 수 있다. 정부와 규제 기관, 그리고 방송 사업자가 공동의 책임 의식을 바탕으로 이 개선안을 실천에 옮길 때, 지역방송은 위기를 넘어 지역민의 삶과 함께 호흡하는 지속 가능한 미디어로 재도약할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

[국내 문헌]

- 고정민·김영재(2010). 애니메이션 총량제의 문제점 및 개선 방안. <한국콘텐츠학회논문지>, 10권 1호, 256-266.
- 방송통신위원회(2025). <2024년도 방송사업자 재산상황 공표집>.
- 안정민(2010). 지역민방 편성규제정책의 쟁점 및 개선방안. <경제규제와 법>, 3월 2호, 266-278.
- 오형일·정영주·홍종윤(2019). 한국 외주제작 정책과 현장의 간극에 대한 심층적 탐색. <언론정보연구>, 56권 4호, 313-365.
- 이흥우·장하용(2020). 한국 방송외주정책의 결정모델과 정책적 보완에 관한 연구. <사회과학연구>, 27권 4호, 99-126.
- 주성희·이주영(2016). <국내 제작 방송프로그램 인정기준 개선 방안 연구>. 방통융합정책 연구 KCC-2016-33. 정보통신정책연구원.
- 정보통신정책연구원(2020). <2020년 방송산업실태조사>.
- 정보통신정책연구원(2021). <2021년 방송매체 이용행태조사>.
- 정보통신정책연구원(2022). <2022년 방송매체 이용행태조사>.
- 정보통신정책연구원(2022). <2022년 방송산업실태조사>.
- 정보통신정책연구원(2023). <2023년 방송매체 이용행태조사>.
- 정보통신정책연구원(2023). <2023년 방송산업실태조사>.
- 정보통신정책연구원(2023). <2023년 방송시장 경쟁상황 평가>.
- 정보통신정책연구원(2024). <2024년 방송산업실태조사>.
- 정보통신정책연구원(2025). <2025년 방송산업실태조사>.
- 정영주·황현정(2024). 편성 규제 정책의 패러다임 전환을 위한 시론적 논의 : 편성 규제 개정 경과와 위반 현황을 중심으로. <언론정보연구>, 61권 3호, 5-60.

- 황성기(2011). 방송프로그램 편성규제정책에 대한 접근방법 및 방향성에 관한 연구. <홍익 법학>, 12권 1호, 153-186.
- 황현정(2024). <방송 프로그램 장르 구분의 타당성 검토: 방송법과 방송사업자 및 수용자의 장르 분류 기준 차이를 중심으로>. 정보통신정책연구원 기본과제 24-07.
- 황현정·노은정·송민선(2023). <편성규제의 영향 분석 및 규제 합리화 방안 연구>. 방통융합정책연구 KCC-2023-26.
- 황현정·노은정·김호정(2024). <미디어 융복합 시대의 편성 규제 정책의 지향점 연구>. 방통융합정책연구 KCC-2024-35

[해외 문헌]

- Netflix. (2024, April 12). Streaming revenues of Netflix in South Korea from 2019 to 2023 (in billion South Korean won) [Graph]. In Statista. Retrieved January 14, 2025, from <https://www.statista.com/statistics/612283/netflix-streaming-revenues-korea/>
- Statista. (2024a, November 12). Number of users of OTT video worldwide from 2020 to 2029 (in millions) [Graph]. In Statista. Retrieved January 14, 2025, from <https://www.statista.com/forecasts/1207843/ott-video-users-worldwide>
- Statista. (2024b, November 12). Penetration rate of the OTT video market worldwide from 2019 to 2029 [Graph]. In Statista. Retrieved January 14, 2025, from <https://www.statista.com/forecasts/1207877/ott-video-penetration-rate-worldwide>
- Statista. (2024c). TV & Video - Worldwide. Retrieved January 14, 2025, from <https://www.statista.com/outlook/amo/media/tv-video/worldwide>

● 저 자 소 개 ●

황 현 정

- 성균관대 정치외교학과 졸업
- 서울대 언론정보학 석사/박사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

송 민 선

- 고려대 법학과 졸업
- 고려대 언론학 석사
- 현 정보통신정책연구원 전문연구원

주 성 희

- 연세대 신문방송학과 졸업
- Northwestern Univ. 라디오/TV/필름 석사
- Univ. of Michigan 커뮤니케이션학 박사
- 현 정보통신정책연구원 연구위원

방송통신융합 정책연구 KMCC-2025-29

방송산업 경쟁력 강화를 위한 수중계 등
편성규제 개선 방안 연구
(Improving Programming Regulations to Enhance
Broadcasting Industry Competitiveness: A study on
Simulcasting and Related Reforms)

2025년 12월 일 인쇄

2025년 12월 일 발행

발행인 방송미디어통신위원회 위원장

발행처 방송미디어통신위원회

경기도 과천시 관문로 47

정부과천청사 2동

TEL: 02-2110-1323

Homepage: www.kmcc.go.kr

인쇄 (사)아름다운사람들(02-6948-9650)
